

令和5年度（2023年度） 事業実績報告書

1. 申請者の概要

申請者	団体名	柏原市商工会	
	代表者職・氏名	会長 門谷 秀雄	
	所在地	〒582-0007 柏原市上市1丁目2番2号 アゼリア柏原5階	
	担当者	職・氏名	局長 塩野 覚
		連絡先	TEL（直通）： 072-972-0881
			Fax： 072-973-1201
E-mail： info@kashiwara-good.org			
①設立年月日	昭和36年5月1日		
②職員数 （うち経営指導員数）	8名（経営指導員8名）（令和6年3月31日現在）		
③所管地域	柏原市		
④管内事業所数	2,200（令和3年度経済センサス）		
⑤管内小規模事業者数	1,514（令和3年度経済センサス）		
⑥会員数（組織率）	1,031（46.9%）（令和6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）			
<p>地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資し、もって国民経済の健全な発展に寄与する事を目的とする。この目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。</p> <ol style="list-style-type: none">① 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。② 商工業に関する情報又は資料を収集し、提供すること。③ 商工業に関する調査研究を行うこと。④ 商工会に関する講習会又は講演会を開催すること。⑤ 展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催の斡旋を行うこと。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。⑦ 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。⑧ 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。⑨ 商工会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。⑩ 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。⑪ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。⑫ 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。⑬ 前各号に掲げるもののほか、その他商工会の目的を達成するために必要な事業を行うこと。			

(1) 事業の目標

商業活性化事業としては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響をもっとも受けている飲食業を含め、特売市の開催により集客力、知名度のアップを図り販路開拓、販売促進に取り組む。「龍田古道・亀の瀬」が日本遺産登録されたこともあり地域観光資源を活用した商品の開発と魅力発信を通じて、個店の知名度・ブランド力の向上に取り組む事業所に対して積極的なサポートを続ける。工業面については、JOB・マッチング・フェアの実施により地元事業所の人材育成・確保に関する支援を行う。柏原市内のみならず、羽曳野市・藤井寺市・松原市とも連携をとり、優れた人材を求める地元事業所の労働環境の整備向上に取り組む。また創業セミナーの実施により創業環境を整え、起業家の育成、新たな事業者の創出を支援する。各支援推進にあたっては、経営指導員間の連携、情報の共有を親密に図り、事業所への巡回指導、窓口相談等をより一層強化充実を図ることで効果を向上に繋げる。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

(相談事業)

コロナの爪痕が残る中、物価高騰が中小企業を襲った。事業者が抱える課題も多岐にわたり、その解決に取り組んだ。特に経営の改善と経営基盤の強化を図れるよう適切な提案、支援に努めた。

(地域活性化事業)

・柏原市ブランド化事業

柏原市内4地区の商店街で特売市を開催した。市内飲食店を中心に「笑ってまんぷく！グルメガイド」を製作し、当初の予定よりも増刷する等、効果的な広告宣伝、販売促進支援を行うことができた。また当会出入口スペースにショーケースを設置し、事業所PRの場を設けることができた。

・JOB・マッチング・フェア

ハローワーク藤井寺管内商工会・商工会議所、各市と連携し開催。より手厚い支援が可能となるよう、JOBマッチングフェアWEEKという形式で事業所数に制限をかけながら、複数日にわたり合同説明・面接会を開催した。また事業所と学校との情報交換会を実施した。さらに魅力的な求人ができるよう複数回セミナーを開催し、参加事業所からは好評であった。

・創業支援事業

創業環境を整え、起業家の育成、新たな事業者の創出を支援するためにセミナーを開催。セミナー後、ステップアップ講座（セミナー参加者が当会の開催する商工まつりに合わせて出店するチャレンジショップ）を開催。起業家の創出に繋げることができた。

・企業知的財産活用事業

知的財産の基礎についてセミナーを開催し、理解促進を支援した。セミナー後は実際に出願を希望するなど事業所の意識改革も感じ、個別支援を継続して行った。

・南河内特産品販路開拓事業

2日間にわたり大阪市内で南河内の特産物を販売した。事前に近隣商店にチラシを配架させてもらうなどの工夫を行い、周知を強化した。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

・ 柏原市ブランド化事業

魅力発信事業として特売市を実施した。新型コロナウイルス感染症による行動制限が解除されても消費者の購買意欲や外出機会の減少といった消費者行動、さらには原材料の物価高騰により大きな影響を受けた店舗を中心に広告宣伝、販売促進支援を行った。参加126事業所に対してアンケートを実施、事業所より売上高のアップに繋がったとの評価が得られた。また2事業所が個別支援のもと、開発したメニューが「認定グルメ」として選ばれブランド力の向上を図ることができた。

・ JOB・マッチング・フェア

合同企業説明会・就職面接会は、より手厚い支援を行うためWEEKという形式で、事業所数を制限しながら複数日の開催を行った。小規模で行うことにより事業所には魅力を発信する時間を創出することができた。人手不足に悩む参加事業所からは就職意欲のある求職者との交流をもつことができ、一定の評価が得られた。また事前に人材活用セミナーを行うことで求職者に好まれる求人票の作り方を説明したことにより、後日応募に繋がるケースも見受けられた。

柏原市ブランド化事業・南河内特産品販路開拓事業により地域商業の振興を図る。JOB・マッチング・フェアにより地域事業所の人材確保、人材育成支援に取組み、所管地域の活性化を進める。また創業支援事業の参加者の満足率は高水準であり、実際に新たな起業家の創出に繋がっている。企業知的財産活用事業においてはセミナーから個別支援に繋がり2社の出願を行うなど知的財産活用の掘り起こしができている。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

柏原市ブランド化事業 特売市については、市内4地区の商店街で実施し、売上増加や、知名度向上の効果から、事業所の参加意欲は年々高まっている。事業所には今まで以上に参加をしてもらうと同時に、市民に向けた情報発信をより一層強化するため、デジタル媒体の活用強化など積極的な販路拡大支援とともに保守的な消費者層には従来型の販路開拓支援を行う事が課題である。

JOB・マッチング・フェア 合同企業面接会については、事業所が求職者に対して、自社の魅力を伝えることが課題である。参加事業所が能動的に求職者に働きかけ距離を縮めることができるような、事業所と求職者ともに参加しやすい環境を作ることが課題である。

創業支援事業 満足率は非常に高い水準であり、参加希望者も年々増加している。今後はセミナー後に開催するチャレンジショップの対象業種を拡大するなど、段階的に質を高め、さらなる起業家の創出を図りたい。

南河内特産品販路開拓事業、企業知的財産活用事業においては参加事業所の増加を図るため情報発信が課題である。

(5) 次年度の取り組み

令和6年度については、物価高騰等の影響を受けた管内の中小・小規模事業者の事業継続と雇用の維持、人材の確保を支援。また創業環境を整え、起業家の育成、新たな事業者の創出に注力し、地域の活性化を図る。

(経営相談支援事業)

売上減少に伴う資金繰りの安定化問題や、煩雑化する労務問題、人手不足問題など小規模事業者が抱える様々な経営課題解決のために支援を継続して行う。

(地域活性化事業)

飲食業を中心とした商業活性化事業として特売市を実施する。また中小企業の人材確保、人材育成を支援するために、JOB・マッチング・フェア事業を実施する。創業支援により新たな起業家を育成し、地域活性化を図る。企業知的財産活用事業の取組みを続ける。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 柏原市商工会

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

令和5年度の相談支援についてはコロナ禍明けの多岐にわたる経営課題や抱えるニーズについて伴走型支援を行った。各種経営相談窓口を開設し、労務・税務相談支援や手続き申請サポートに加え、インボイス制度、電子帳簿保存制度、経営戦略、事業継続、業種転換、雇用確保対策など事業者に寄り添った各種相談を実施し結果的に多くの事業所で成果がみられた。また、地域の新たな価値を創出することができる人財づくり、魅力ある地域産物の情報発信、新たなビジネスチャンス発掘・経営基盤強化など幅広い経営課題について近年相談が増加しており職員同士の情報共有はもとより専門家、関係団体と連携を図りながら支援を行った。

(代表事例) ようやくコロナが明け受注数が回復してきた中、人件費や原材料費、エネルギー費、輸送費の高騰に影響を受けている工業事業者に対して利益拡大を図るため収益力強化支援を行った。現状の全体的なコストを把握したうえで、変動費・固定費に加え機械設備などの見直しを実施。特に工場エネルギーコスト削減に着目しコスト削減計画作成支援を行った。削減および代替コストの取組、効果測定までを行い社内全体で問題点を検討。従業員全体の取組としてコスト削減への意識改善を行い、働きやすい環境づくりや業務の効率化・改善にも繋がるよう提案し、長期的な収益力強化実現の一步となった。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	250	261	104.4%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	5	5	100.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	10	10	100.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	35	10	28.6%	2
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	3	0	0.0%	1
資金繰り計画作成支援	事業所	27	16	59.3%	3
記帳支援	事業所	31	63	203.2%	5
労務支援	支援数	80	97	121.3%	5
人材育成計画作成支援	事業所	3	6	200.0%	5
マーケティング力向上支援	事業所	7	6	85.7%	5
販路開拓支援	支援数	25	37	148.0%	5
事業計画作成支援	支援数	3	2	66.7%	4
創業支援	事業所	3	2	66.7%	4
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	31	25	80.6%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	30	28	93.3%	5
財務分析支援	事業所	10	38	380.0%	5
5S支援	事業所	15	15	100.0%	5
IT化支援	事業所	3	12	400.0%	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	5	2	40.0%	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	60	0	0.0%	1
結果報告	事業所	250	261	104.4%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

- ・法務支援 日常的な経営活動において法務面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。
- ・税務支援 日常的な経営活動において税務面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。
- ・金融支援 日常的な経営活動において融資面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。
- ・労務支援 日常的な経営活動において労務面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。
- ・BCP支援・経営支援 日常的な経営活動において事業継続計画や経営面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為、窓口相談を設置し、課題解決により、経営の向上安定を図る。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務相談	継続	相談件数	3	3	100.0%	5
税務相談	継続	相談件数	30	55	183.3%	5
金融相談	継続	相談件数	15	24	160.0%	5
労務相談	継続	相談件数	6	9	150.0%	5
その他相談	継続	相談件数	15	21	140.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業
支援のポイント・成果

中小・小規模事業者が課題として抱える販路拡大、販売促進支援、人材確保、人材育成支援事業を進めた。

柏原市ブランド化事業として、特売市を柏原市内4地区の商店街で開催した。物価高騰の影響をもっとも受けた飲食業の活性化として「笑ってまんぷく！PRキャンペーン」を計画し、「笑ってまんぷく！グルメガイド」を発行した。また商工会玄関前に事業所の情報発信の起点となるショーケースを新設したり、日本遺産推奨商品の認定に繋がる事業所の支援を行うことで商品、個店の知名度、ブランド力の向上に繋がったと評価を得た。

創業支援事業は、起業家の育成、新たな事業者の創出を支援するために通算4回のセミナーを実施した。「経営」、「財務」、「販路開拓」、「人材育成」の各セミナーを複数の専門講師から創業に関する具体的な知識の習得し、創業意識が向上した。受講者の満足率は高水準であり、セミナー受講者を対象にステップアップ講座（ブラッシュアップ研修とチャレンジショップ）を開催し、実践にチャレンジできる機会を設けた。セミナー終了後に受講者が当会に個別で訪問に訪れる等、新たな起業家の創出支援が積極的にできた。

知的財産活用事業は、製造業を中心に知的財産の基礎を学び、知的財産に対する意識改革及び積極的活用を目指すために実施した。セミナーの開催により知的財産権に関する基礎知識の習得、自社の技術やノウハウの権利化、他社の知的財産権侵害について適切な判断を行えるよう支援した。そのような中、実際に商標の出願まで繋がった事業者など知的財産を必要とする事業所の掘り起こしができた。

人材確保、人材育成を支援するためJOB・マッチング・フェアを実施。地元事業所の労働環境の整備向上に取り組んだ。合同企業説明会・就職面接会は、新型コロナウイルス感染症の影響を勘案し、JOBマッチングWEEKという形式で複数日にわたり実施することとなった。環境的に支援方法が難しい中でも、工夫をこらした実施により、事業所が求職者との交流がもつ場を提供出来たため、一定の評価が得られた。

南河内特産品販路開拓事業は、南河内地区の6商工会が協力し、それぞれの地元特産品を地元以外の場所で即売会を通して広くPRしている。令和5年度は過去の実績がある天神橋筋商店街で即売会を2日間開催し、商品の販売はもちろんチラシの配布を広く行った。チラシ配布では現地商店街の協力を得てPRを進めた。

(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	
	柏原ブランド化事業	97	126	129.9%	69.0	売上高のアップに繋がった事業所数	50	54.1	108.3%	5
○	創業支援事業	23	25	108.7%	96.0	創業意識が向上した割合	80	93.0	116.3%	5
○	企業知的財産活用事業	22	22	100.0%	100	セミナー後実施したアンケートで「理解できた」と回答した割合	80	100	125.0%	5

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	
○	JOB・マッチング・フェア	145	145	100.0%	95.9	面接件数	40	38	95.0%	5
	南河内特産品販路開拓事業	30	30	100.0%	93.9	売上目標を上回った件数の割合	50	46.7	93.4%	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。

柏原市商工会

事業名		柏原ブランド化事業												
想定する実施期間		H27 年度～ 年度まで ※複数年段階的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>柏原市では、地域経済の発展には生産年齢人口の市内定住化が重要であると考え、柏原市の魅力づくり、魅力発信を積極的に推進することで、市民の郷土愛を育み、人口減少の抑制、若者の市内定着化に結び付けたいと考えている。</p> <p>そこで商工会では柏原市の上記施策を推進するため、市と連携し、柏原市の魅力となる市内特産品・商品を掘り起こし、市内外に向けて柏原市の魅力発信を積極的に行っていきたいと考えている。</p> <p>当事業では、市内特産品・商品の開発と目まぐるしく変化する新時代の中で確かな情報・タイムリーな情報を提供できるようSNSでのネット魅力発信と、当会を活用することによりリアル魅力発信の両面を通じて、各事業所の売上アップを図るとともに、その波及効果として地域資源を活かした特産品・商品開発に取り組む事業所の増加および地場産業・柏原ものづくり企業等の知名度・ブランド力を高め、市内商工業の活性化に繋げていきたいと考えている。</p>												
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>市内に店舗を構える小売業・飲食店等 約500店舗</p> <p>市内で特産品・オリジナル商品を製造する製造業者</p>												
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>令和5年度柏原ブランド化事業の実績</p> <p>①特売市の開催 魅力発信事業として柏原市内4地区の各商店街が各々の趣向を凝らした企画で開催した。物価高騰を起因とした消費者の買い控えによる地域経済への影響を鑑みて商店街全体としてセールを行ったり、年末年始の繁忙時期に合わせた特売市を実施した。</p> <p>・支援事業所数及び期間 合計 72店舗</p> <table border="1"> <tr> <td>オガタ通り商店会</td> <td>20店舗</td> <td>1/16～1/31の16日間</td> </tr> <tr> <td>大正通り商店会</td> <td>18店舗</td> <td>12/4～12/23の20日間</td> </tr> <tr> <td>ジョイフル国分専門店会</td> <td>18店舗</td> <td>11/30～12/5の6日間</td> </tr> <tr> <td>国分西商店会</td> <td>16店舗</td> <td>12/4～12/17の14日間</td> </tr> </table> <p>②「笑ってまんぷく！グルメガイド」の発行 柏原市内の飲食店の紹介冊子を作成し、38店舗を掲載した。特に本年は、高齢者にもSNSが浸透していることから、各事業所のInstagramのアカウントを掲載し、キャッシュレス決済方法も明記した。 令和5年12月8日（金）発行</p> <p>③商工会入口に新設したショーケース内への展示 柏原市の伝統産業や独自技術を持つ製造業の存在は以前から知られていた。しかし、それら産業は現在においても日々進化していることは知られていない。 また、柏原市も高齢化に伴って人口が減少し、事業所の廃業も年々増加している。一方で、近年柏原に流入した方が柏原で創業し、新しいビジネスの機会も芽吹いてきている。 商工会前でのショーケース新設は、柏原市の現在の産業を映す装置として、広くタイムリーに情報発信を行った。 募集は、通年で商工会HPと巡回で行い、5社の応募を目標とした。</p> <p>④日本遺産「亀の瀬・龍田古道」認定グルメ開発支援 日本遺産「亀の瀬・龍田古道」推進協議会が行う日本遺産推奨商品開発事業の認定を受けるため、商品開発等に関する支援を行った。（今年度はグルメ商品の開発）</p> <p>応募期間 令和5年8月25日（金）～10月31日（火） 支援事業所数 2社</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>	オガタ通り商店会	20店舗	1/16～1/31の16日間	大正通り商店会	18店舗	12/4～12/23の20日間	ジョイフル国分専門店会	18店舗	11/30～12/5の6日間	国分西商店会	16店舗	12/4～12/17の14日間
	オガタ通り商店会	20店舗	1/16～1/31の16日間											
	大正通り商店会	18店舗	12/4～12/23の20日間											
ジョイフル国分専門店会	18店舗	11/30～12/5の6日間												
国分西商店会	16店舗	12/4～12/17の14日間												
①府施策連携														
②広域連携														
③市町村連携	特売市の開催に関して、柏原市地域応援キャンペーン期間と連携して実施した。													
④相談相乗	広告宣伝方法、個店・商品の魅力発信について助言を行った。													

	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	97	総支援企業数(実績)	126	支援実績率	129.9%	満足率	69.0%	
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>①特売市の開催 物価高騰を起因とした消費者購買意欲の低下による地域経済への影響を鑑みて商店街全体としてセールを実施したり、年末年始の商店街の繁忙時期に合わせて実施したことで、地域経済の活性化、商店及び商品のPR、個店の売上アップにつながった。 また、参加店舗は72店舗、期間の来客数はオガタ通り商店会6,016名、大正通り商店会6,080名、ジョイフル国分専門店会2,166名、国分西商店会3,962名で合計18,350名であった。満足度に関しては72店舗中56店舗で「満足」、「やや満足」の回答が得られた。</p> <p>②笑ってまんぷく！グルメガイド 市内飲食店の活性化として、メニュー開発に取り組んでいる38店舗を積極的にPRするグルメガイドを発行した。PRに当たり前回の反省点を改善する事を事業主に説明することで、予定を上回る掲載店舗数となった。改善は2点あり、店舗イメージを意識した写真による価値的訴求を増やす事と店舗のインスタグラムの掲載により、アクティブユーザー数の増加を事業主にリアルタイムで実感してもらい意識向上につなげることであった。 初版として1,100部発行。好評につき300部を追加発行し、合計1,400部の発行に至り、商工会会員企業の他に市内の主要施設の配架を行った。掲載店舗の満足度は100%であった。</p> <p>③新設したショーケースへの展示 企業情報発信の場の提供を新たに行った。初年度であったので、5社程度の参加を見込んでいたが、工業10社と商業4社の合計14社を展示する事ができた。 また、展示企業の中には仕事の受注に繋がった事業所もあったとの声もあり、満足度は100%であった。</p> <p>④日本遺産認定グルメ 事業所から巡回の際に推奨商品認定への応募に対し興味があると相談を受けた。2社の応募があり、令和6年1月に両社「日本遺産『亀の瀬・龍田古道』」の推奨商品の認定を受ける事ができた。認定を受けるという当初の目的を達成できたので、満足度は100%であった。</p>								
		代表指標	売上高のアップにつながった事業所数							
		数値目標	50%以上	実績数値	54.1%	目標達成度	108.3%			
		成果の代表事例	消費者の購買意欲の高まる時期に特売市を実施した商店街もあり、個店ごとの売上増大に繋がった。							
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)	目標値(計画)	2,000名	目標値(実績)	18,350名	目標達成度	917.5%			
		各商店街の趣向を凝らした企画・告知を行い、特売市の開催日数が長かった為、来客数が増加した。								
		<p>柏原市ブランド化事業の中心となるのは、事業者であることは当然であるが、もう一方の中心となるのは一般消費者である。この中心となる2つ因子の特徴は極めて保守的であることが挙げられる。保守的な市民に対してこの事業が浸透し、参加意欲が高まるような明確な成果が出るまでには長期間に渡り継続的に事業を実施する必要性を感じた。 課題として、事業の対象が保守的であるので、行うべき施策は革新的・先進的なものよりも、古典的・大衆的な施策が有効であると思われる。また、事業者の参加意欲を高める手法も連絡の頻度を増やす事で高める事ができると思われる。</p>								

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	80	支援企業数(実績)	72	支援実績率	90.0%	満足率	56.9%
	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)	目的は、事業主の自主的な行動に移すための意識改革である。事業はその目的のために、国分地域(2地区)と柏原地域(2地区)の合計4地区の商店街で実施した。事業実施により、各店に来客が増加したと実感してもらえたので、事業主が自主的になるきっかけとしたい。							
		指標	売上高のアップにつながった事業所数						
		数値目標	36	実績数値	39	目標達成度	108.3%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)	2,000	目標値(実績)	18,350名	目標達成度	875.1%		
	来客数及び参加登録者数								
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	38	支援実績率	380.0%	満足率	81.6%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	初版として1,100部発行。好評につき300部を追加発行し、合計1,400部の発行に至り、商工会会員企業の外に市内の主要施設の配架を行った。掲載企業は10社程度を見込んでいたが、38社の応募があり、商品開発にも意欲が高まった。							
		指標	期間中のメニュー開発に取り組んでいる事業所数						
		数値目標	19	実績数値	27	目標達成度	142.1%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)	20	目標値(実績)	23	目標達成度	115.0%		
	作成した冊子にInstagramのQRコードを掲載した事業所数								
実績／達成度③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	5	支援企業数(実績)	14	支援実績率	280.0%	満足率	92.9%
	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)	知名度アップに伴い新規顧客開拓に繋げることができる。							
		指標	伝統産業及び技術製品の問合せが増えた事業所の割合						
		数値目標	9	実績数値	9	目標達成度	100.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実績／達成度④	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	2	支援企業数(実績)	2	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)	商品開発の支援により「日本遺産『亀の瀬・龍田古道』推奨商品の認定を受ける事ができた。							
		指標	魅力ある商品の開発に繋がった事業所数						
		数値目標	2	実績数値	2	目標達成度	100.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			

柏原市商工会

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)	創業を目指す者、また創業後間もない者を対象に、創業にあたって必要な心構えや知識の習得を目指したセミナーや個別相談を開催し、スムーズに創業をすすめていけるよう支援することを目的とする。当会は、柏原市の認定連携創業支援事業者として、市並びに金融機関と連携を図りながら創業支援に取り組んでいる。創業者に対しては、地域支援機関と連携してフォローアップし、経営指導を継続し、起業家の育成を推進する。
	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、新規事業を計画する中小企業経営者、学生等
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	◆創業セミナーの開催 創業に関する具体的な知識習得セミナーとして大阪府商工会連合会と連携して開催する。「経営」「財務」「販路開拓」「人材育成」4テーマの基礎的な知識習得に加え、また人的ネットワークを構築できるような機会を設ける。創業を考えている者を対象に、創業する際に必要な心構えなど初歩的な内容から創業に関して必要な知識や事業計画書を作成する重要性などを学ぶ。 日時：9月8日(金) 13時～16時30分 講師：中小企業診断士 テーマ：創業者の話を聞いてみよう、ビジネスコラージュでビジネスのイメージづくり(経営)
		日時：9月15日(金) 13時～16時30分 講師：中小企業診断士 テーマ：好きをビジネスに変える3つのポイント(経営、販路開拓)
		日時：9月22日(金) 13時～16時30分 講師：中小企業診断士、プロカメラマン テーマ：ちょっと気になるお金の話、SNSで映える写真撮影のコツ(財務、販路開拓)
日時：9月29日(金) 13時～16時30分 講師：中小企業診断士、日本政策金融公庫担当者 テーマ：知っておきたい起業の基礎知識、スマホでかんたんビジネスPR(販路開拓、人材育成) 【参加者21名】		
◆創業者ステップアップ講座の開催 セミナー内で策定した事業内容を基に、事業の明確化、具体的な創業プランを策定しブラッシュアップ研修を行う。また策定した事業計画を基にチャレンジショップを出店し、経営のための知識・経験・ノウハウを実践の場で学ぶ。 日時：10月13日(金) 13時～16時30分 講師：中小企業診断士 テーマ：チャレンジショップ出店計画の立案 日時：11月6日(金) 13時～15時00分 講師：中小企業診断士 テーマ：チャレンジショップ実施後の検証 【参加者6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	大阪府実施のオール大阪起業家クローイングアップの推薦機関となり、協力して支援を行う	
②広域連携		
③市町村連携		
④相談相乗		

事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	23	総支援企業数(実績)	25	支援実績率	108.7%	満足率	96.0%
	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)	創業希望者、創業者の創業に対する知識習得による創業モチベーションの向上を図り創業促進を行うことができた。またセミナーを通じて交流が深まり悩みや疑問解決について相互扶助し創業しやすい環境ができた。							
		代表指標	創業意識が向上した割合						
		数値目標	80%	実績数値	93.0%	目標達成率	116.3%		
	成果の代表事例	参加者の中からは柏原市の特定創業支援事業終了証を12件発行。商業セミナー後創業意欲が向上し、次のステップアップ講座へと進んだ参加者が6名。セミナー後の個別支援などを経て5名が創業と、当事業による創業意欲の高まりがみられた。							
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）	20名の定員以上に申込者があり、「小規模起業」に対する創業ニーズは年々増加していると感じられる。また、セミナーに対する満足度は高い水準で維持しており、次年度も引き続き同様の内容での実施を予定している。また今回初の試みとなる、セミナーの次段階である「創業セミナーステップアップ講座」を実施したところ、創業するにあたり効果が高かったとの声も聞かれ、次年度においても継続的に実施していきたいと考えている。							

【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)	20	支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	95.0%	満足率	96.8%
	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)	参加者同士の交流を交えながら創業に関する基礎知識を学び創業への意識を向上させた。創業者同士のネットワークだけでなく専門家、市役所担当課や金融機関ともつなげ今後の創業における基盤作りにも取り組んだ。							
		指標	創業意識が向上した割合						
		数値目標	80%	実績数値	94%	目標達成度	117.5%		
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)	3.0	支援企業数(実績)	6.0	支援実績率	200.0%	満足率	91.5%
	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)	事業計画書の作成から商品の魅力づくり、SNSでの発信方法、販売チャネルの開拓など専門家と伴走しながら実践的に経験することで、今後の独立開業への道筋づくりに成果がみられた。							
		指標	実際に販売を行い、今後販売を継続したいと答えた事業所						
		数値目標	2	実績数値	5	目標達成度	250.0%		
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

柏原市商工会

事業名

企業知的財産活用事業

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

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

柏原市内には約500社程度のものづくり企業を中心とした知的財産活用の可能性を有する企業が存在するが、その多くは知的財産についての知識が不足しており、活用法においても理解が浅い状態である。また企業運営に必要な税理士等の専門家とは異なり、知的財産の専門家である弁理士は、企業サイドから積極的に活用する機会が少なく、知的財産に関する相談をすることができる専門家が身近にいない。そこで企業が、知的財産について関心を持ち、知的財産を積極活用を行えるよう、大阪産業局MOBIO技術支援チーム、INPIT近畿統括本部と連携し、セミナーの開催をするとともに、知的財産支援機関との繋がりを作りながら、個別支援に発展させてゆくことを目的とする。また昨今は新たに創業する者も見受けられる。創業者の多くは知的財産の知識が不足しており市内ものづくり企業同様の支援が必要である。

支援する対象
(業種・事業所数等)

市内ものづくり企業を中心とした約500社および新たに起業する創業者

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

【知的財産セミナーの開催】
大阪産業局MOBIO事業部、INPIT-KANSAIと連携し、ものづくり企業対象の知的財産活用セミナーを開催
日時：令和5年9月29日（金）16:45～17:45
講師：INPIT-KANSAI知的財産戦略エキスパート
テーマ：新事業・創業に必要な知的財産の基礎知識
参加者：9社

【知的財産セミナーのオンライン開催】
上記セミナー内容をもとに動画を作成し、YouTube上で限定公開
参加者：11社

【支援機関との連携による知財支援】
INPIT-KANSAIや大阪産業局MOBIO事業部などの支援機関と連携し、複数回に渡り連携支援を実施
支援企業2社
A社…商標の出願について
B社…商標の出願について

<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	大阪産業局MOBIO事業部と連携のうえ、セミナーを開催、複数回にわたる事業所個別訪問
②広域連携	
③市町村連携	
④相談相乗	本事業への参加事業者についての個別具体的な課題に対し、経営指導員による相談支援を実施することで、事業所に対する総合的な支援を行えた

事業全体の実績／目標達成度

計画に対する実績（数値）
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)
成果の代表事例
その他目標値の実績

総支援企業数(計画)	22	総支援企業数(実績)	22	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
知的採算の基礎について理解を深め基礎知識を身につけることができた。大阪産業局やINPIT-KANSAIのアドバイザーとのつながりを持つことができ、知的財産の活用まで取り組むことができた。							
代表指標	セミナー後実施したアンケートで「理解できた」と回答した割合						
数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
知的財産の基礎を学ぶことができた。自社の商品や屋号を守るため、知的財産の知識を深めることができた。							
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)	事例を多く取り上げ、初心者向けの難しく思われがちな知的財産のハードルを下げられるような構成・内容で、セミナーはとても好評であった。しかし広報の際は、「初心者向けといえど難しそう」「本当に関係あるの?」と参加に積極的ではない企業も多く見受けられた。知的財産の重要性を伝えるためにまだ掘り起こしの余地がありそうな企業は多く存在する。それら企業に対しセミナーあっせんを行い、幅広い企業に知的財産の重要性について周知していく。また当会に蓄積した知的財産活用の実例実績を基に市内の優れた技術を持つ企業への個別訪問、ヒアリングを行うことにより知的財産活用の掘り起こしを強化する。大阪産業局MOBIO事業部やINPIT-KANSAI等の支援機関と連携し、手厚い支援が可能であることを理解してもらい企業の知的財産に関する苦手意識を払拭すべく積極的な知的財産活用事業を展開していきたい。
------	--	--

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績/達成度をご記入ください。

実績/達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	【個別支援】 2社の知的財産の掘り起こしに成功した。INPIT、大阪産業局MOBIO事業部といった関連機関とのつながりを持つことにより、相談者の悩みに深く対応することができ高い満足度を得ることができた。							
	その他目標値の実績	指標	知的財産に関する理解が深まり、活用促進に取り組む企業						
	目標値(計画)	数値目標	2	実績数値	2	目標達成度	100.0%		
実績/達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	20.0	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)	【セミナー】 知的財産の基礎から事例を交えて学ぶことができ、理解が深まった。さらに参加者は知的財産における公的機関や専門家を知ることができ、知的財産をより身近に感じることができるようになった。							
	その他目標値の実績	指標	セミナー後実施したアンケートで「理解できた」と回答した割合						
	目標値(計画)	数値目標	80	実績数値	100	目標達成度	125.0%		

柏原市商工会

事業名

JOB・マッチング・フェア

想定する実施期間

H23 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)

企業発展のため優秀な人材を求める中小企業と意欲はあるものの、就職につながっていない求職者を結びつけること、地域中小企業の若手人材確保を支援すること、就職した若手社員が離職することなく職場定着できるような労働環境の整備を企業内で促進させることを目的とする。

支援する対象
(業種・事業所数等)

ハローワーク藤井寺管内雇用保険加入企業約4600社及びハローワーク藤井寺登録求職者を中心とした求人企業・求職者を対象とする。

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

令和5年度JOB・マッチング・フェアの実績

①合同企業説明会・就職面接会を実施

令和5年12月13日(水) 参加企業4社 参加求職者30名 アゼリア柏原6階大会議室

合同企業説明会・就職面接会WEEKを1日3～5社を目安に下記の通り複数日実施

令和6年1月17日(水)、1月25日(木)、1月31日(水)

令和6年2月2日(金)、2月7日(水)、2月14日(水)

参加企業13社 ハローワーク藤井寺、アゼリア柏原6F大会議室

②企業と高校の就職支援担当者情報交換会を下記の通り開催

令和5年6月9日(金) 藤井寺市立市民総合会館 参加企業22社 参加高校7校

企業と大学の就職支援担当者情報交換会を下記の通り開催

令和5年11月17日(金) アゼリア柏原6階 参加企業10社 参加大学4校

③求人セミナーの実施

10月16日(月) 人材活用セミナー ハローワーク藤井寺 参加企業11社

11月22日(水) 外国人雇用と定着 アゼリア柏原 参加企業16社

12月25日(月) 障がい者雇用セミナー アゼリア柏原 参加企業5社

2月8日(木) 魅力ある求人方法 アゼリア柏原 参加企業11社

④公正採用、職業安定法についての定着セミナーを開催

令和6年2月1日(木)～令和6年2月14日(水) 参加企業53社

⑤(求職者)就職支援セミナーを下記の通り実施した

6月6日(水) 履歴書の書き方セミナー 参加者29人

6月13日(水) 未来を見るセミナー 参加者15人

6月20日(水) 職務経歴書の書き方セミナー 参加者30人

7月19日(水) 面接対策セミナー 参加者30人

<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

中河内・南河内地域労働ネットワークと連携し、事業を実施。

②広域連携

ハローワーク藤井寺管内商工会・商工会議所(柏原市商工会・羽曳野市商工会・藤井寺市商工会・松原商工会議所)と連携し、事業を実施。

③市町村連携

柏原市をはじめ他市の協力を得て事業を実施。

④相談相乗

	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	145.0	総支援企業数(実績)	145.0	支援実績率	100.0%	満足率	95.9%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>経営の礎となる優れた人材を求める17社の企業と求職者による合同企業説明会、就職面接会を実施した結果、38件の面談があり、10名の新しい人材が採用されることとなった。求職者に対してより一層の魅力を発信するため、JOBマッチングWEEKという形で会社説明会の時間をもうけるなど、1日4社程度を複数日で実施した。その結果1度は面接を見送った求職者から後日、求人企業に連絡があった等、求職者確保を促進することができた。求職者との出会いの場をもつことが出来、参加した求人企業からは一定の評価が得られた。情報交換会については、高校との情報交換会、大学との情報交換会を従来どおり対面対話型で実施し、企業と学校との交流を図った。参加企業も多く有意義であった。新規学卒者の雇用確保を目指す32社の企業が参加した。採用に関するセミナーは、様々な雇用の形からアプローチし、複数回実施し、どれも満足度の高いものとなっている。定着に関するセミナーは、人権啓発セミナーと共にYouTubeにより開催した。多くの企業の参加により労働環境の整備に向けた取組みが促進されることが期待できる。</p>							
		代表指標	面接件数						
		数値目標	40	実績数値	38	目標達成度	95.0%		
	成果の代表事例	WEEKという形で複数日開催することにより、合同説明会の時間を十分に確保することができた。1社1社の魅力を十分に求職者に伝えることができ、有意義な採用活動となった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>小規模で複数日の開催を行い、求人企業が魅力発信の時間を確保できたこと、また求職者もそれにより企業内容を深く理解できたことにより満足度は高かった。課題としては、より多くの求職者に地元企業の魅力を伝えるためHP、チラシ、ポスター掲示による「ジョブマッチングフェア」のPR強化をはかり、参加求職者の増大を図るための取り組みを続けることである。また求人企業もより上手に魅力を伝えることができるようセミナーの開催を行いたい。</p>							

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	85.0%	満足率	88.2%
	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)	経営の礎となる優れた人材を求める17社の企業と求職者による合同企業説明会、就職面接会を実施した結果、38件の面談があり、10名の新しい人材が採用されることとなった。意欲のある求職者と出会い、採用することで人手不足の解消、経営の安定、活性化に繋がった。							
		指標	面接件数						
	数値目標	40	実績数値	38	目標達成度	95.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	100	目標値(実績)	171	目標達成度	171.0%			
	合同企業説明会・就職面接会の来場者								
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	35.0	支援企業数(実績)	32.0	支援実績率	91.4%	満足率	87.5%
	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)	従来どおり対面対話型で実施、企業と学校との交流を図った。参加企業が多く開催需要もあると見受けられる。満足の声も多く有意義なものとなった。各社学校との繋がりがうまれ、新規学卒者の若手人材確保にかかる取組みとなった。							
		指標	情報交換会後に実施するアンケートによる満足度(理解度)						
	数値目標	70	実績数値	88	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	15	目標値(実績)	11	目標達成度	73.3%			
	情報交換会に参加する学校								
実績／達成度③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	43.0	支援実績率	95.6%	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)	魅力ある求人票の作成が可能となった。また自社の強みを再確認することができた。							
		指標	セミナー後実施するアンケートによる満足度(理解度)						
	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④	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	53.0	支援実績率	117.8%	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)	人権啓発セミナーと共にYouTubeにより開催した。多くの企業の参加により労働環境の整備に向けた取組みが促進されることが期待できる。							
		指標	セミナー後実施するアンケートによる満足度(理解度)						
	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)	60	目標値(実績)	104	目標達成度	173.3%			
	求職者向けセミナー参加者数								

柏原市商工会

事業名

南河内特産品販路開拓事業

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

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

南河内では、地元特産品などをブランド認定し積極的にPRしているが、それぞれのブランド自体の知名度が低いため、ブランド化する事により発現されるべき知名度の上昇、販売促進等の効果が限定的となっている。またブランド認定制度のない市町村でも地元特産品としてPRしているが、知名度アップなどの効果が期待通りに現れていないのが現状である。
そこで、ブランド認定した特産品や南河内の地元特産品の知名度を高め販路拡大につなげるため、南河内の地元特産品を一堂に会した販売会等を様々な場所で開催するにより、これまで南河内の地元特産品を知らなかった消費者に幅広く認知してもらい、知名度アップや販路拡大に繋げていきたい。

支援する対象
(業種・事業所数等)

地元特産品を取り扱う事業者及び食品を取り扱う事業者

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

①特産品の販売会開催
開催日時：令和5年度9月12日（火）、13日（水）
各午前11時～午後4時まで 合計2日間
開催場所：天神橋筋商店街 天三おかげ館
参加事業所数：30社
②特産品情報の発信
南河内地区の6商工会が各5事業所を紹介。合計30社の特産品をチラシに掲載し、配布を行った。
配布枚数：1,820枚
配布場所：天三おかげ館（即売会の会場）及び天神橋筋商店街三丁目の一部店舗

<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6商工会が、連携により事業を実施。
③市町村連携	即売会において、各市の関係者のサポートを得て実施。
④相談相乗	販路支援を実施し、効果を高められるように支援を行った。

計画に対する実績（数値）

総支援企業数(計画)	30	総支援企業数(実績)	30	支援実績率	100.0%	満足率	93.3%
------------	----	------------	----	-------	--------	-----	-------

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)

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、特産品販売会に来場するお客様が少なく、当初予定していたほどのPRを行うことができなかった。
ただし、昨年同様、事前に天三おかげ館周辺の店舗にチラシを置いてもらうことで即売会の日程以外でも周知活動が出来た。また、特産品を直接消費者に販売する事により、商品の良さの伝え方、消費者の商品に対する感じ方などを肌で感じる事ができ、商品のブランド力向上や今後の商品開発に繋がっていくと期待される。
個票作成時に売上目標の達成度合いをヒアリングしたが、達成件数は14件であり、事業目標の達成は叶わなかった。

代表指標	売上目標を上回った件数の割合		
数値目標	5割以上	実績数値	46.7%
目標達成度	93.4%		

成果の代表事例

チラシを置いてくれた店舗から商品を仕入れたいと直接連絡を頂いたり、昨年来場された方が、リピーターになって来場され、商品を購入して下さいました。
新商品の感想を聞くことができ、モチベーションのアップになった。

その他目標値の実績

目標値(計画)	2,000	目標値(実績)	1,820	目標達成度	91.0%
即売会のチラシの配布を通じて2,000人以上の消費者に宣伝したいと考えていたが、新型コロナウイルス感染症の影響が続いており、天神橋筋商店街の人通りは以前よりも減少しており、当初の計画より僅かに少ない結果となった。しかし即売会を通じて1,820人の消費者が足を止めて、事業者の声に耳を傾けてもらった。 チラシの発行枚数 2,000枚 手元在庫 180枚 配布枚数 1,820枚					

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)

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、天神橋筋商店街に以前ほどの活気が戻っておらず、2,000人の消費者との商談がかなわなかった。しかしながら、即売会の実施や天三おかげ館周辺の店舗にチラシを置いてもらったことにより、南河内の知名度と出店した商品の知名度は向上したと思われる。
次年度は、開催場所を天王寺MIOに変更し、更なる集客力の向上を目指すとともに、広報についても天王寺MIOに協力して頂き、これまで以上商品のPRに繋げていきたい。