

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 | 河内長野市商工会 |
| | 代表者職・氏名 | 会長 西尾 元嗣 |
| | 所在地 | 〒586-0025 河内長野市昭栄町7番3号 |
| | 担当者 | 職・氏名 事務局長 竹之内 徳男 |
| | 連絡先 | T E L（直通）： 0721-53-9900 F a x： 0721-52-2606 E - m a i l： info@ksci.or.jp |
| ①設立年月日 | 昭和36年6月1日 | |
| ②職員数 （うち経営指導員数） | 9名（経営指導員8名）（令和6年3月31日現在） | |
| ③所管地域 | 河内長野市 | |
| ④管内事業所数 | 2,688（令和3年度経済センサス） | |
| ⑤管内小規模事業者数 | 1,762（令和3年度経済センサス） | |
| ⑥会員数（組織率） | 1,429（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） | | |
| ①商工業に関し、相談に応じ又指導を行うこと。 ②商工業に関する情報、又は資料を収集し、及び提供すること。 ③商工業に関する調査研究を行うこと。 ④商工業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あっ旋を行うこと。 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。 ⑧行政庁等の諮問に応じて答申すること。 ⑨社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 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。 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。 | | |

| |
|---|
| <p>(1) 事業の目標</p> |
| <p>小規模事業者が抱える課題の把握と解決に向けて、経営指導員間での情報の共有化を図り、支援関係機関等の専門家とも連携しながら迅速かつ適切な相談・指導支援を行うことを主たる目標とした。コロナウイルス感染症の動向に配慮し十分に対策を行ったうえで、各種セミナー・交流会・展示会等を実施し、事業承継・事業継続力強化計画の策定・働き方改革・キャッシュレス化・IT化・販路開拓・人材確保・人材育成・コスト削減・異業種連携等経営力を強化し安定的持続発展を目指した。創業希望者に対して、セミナー・交流会等の情報提供はもとより、効果的な事業を計画し、30件の支援と20件の創業を目指した。地域活性化に合理的・効果的な事業を計画し、積極的に取り組み、地域ブランド（特産品）の販路拡大・地場産業や観光PR等推進を図り、地域全体の活性化を目指した。</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>①地域に密着した経営指導員が金融・税務・労務・経営など担当を区分することなくオールマイティーに且つスムーズに相談・指導業務に取り組み、小規模事業者が抱える課題の把握に努め、国・府・市や各種中小企業支援機関が実施している施策を普及啓発し、これら機関とのコーディネートを積極的に行うとともに、民間専門家との連携を図り、地域におけるワンストップサービスの拠点としての役割を果たし「頼りになる商工会」と呼ばれるよう、全力を傾注した。</p> <p>②河内長野市は、人口減少と高齢化が進んでいる。また、市外の大型商業施設に購買者が流出しており、市内での購買を活性化を推進する必要がある。その対応として奥河内フルーツラリー2023をスタンプラリー形式で9/1～10/31の2ヶ月間開催した。今年度もフルーツをメイン食材とし、天候の影響等で入荷できない場合は地場産野菜を取り入れて実施した。またLINE公式アカウントの登録者数は、昨年度から約4倍に増加しており、消費者へのアピール、新規顧客数の拡大につながった。</p> <p>③昨年度に引き続き、起業家へのより一層の創業支援の周知の強化を図り、経営指導員との二人三脚で創業をサポートするホームページ「K-p l u s」(http://www.ksci.or.jp/kigyo/)の強化を図り創業に向けての各支援を行った。</p> <p>④事業主の高齢化が進み、今後、事業承継が必要となる事業所が増えていくと予想される中、より円滑に承継出来るようそのサポートとして専門家の無料相談など幅広くPRし事業承継への意識の向上につなげた。</p> <p>⑤国際情勢の緊迫化や円安等に伴う資源価格の高騰、最低賃金の引き上げによる人件費の増加等により、小規模事業者は、かつてない厳しい経営環境におかれており、本会としては各種対策融資制度の手続きや助成金、給付金の制度内容、申請方法の説明など事業継続の為の支援を全力で行った。</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>河内長野市は、急速な人口減少や不況の影響と高齢化に伴う廃業により、小規模事業者数は減少傾向である。また市内企業が市外へ転出する事案もあり、廃業と転出が増加することは、市の財政状況を悪化させ市内の経済循環に影響を及ぼすことになる。そこで商工会としては、市内の産業用地が不足する中、新たな産業用地を確保し、事業者の事業拡大、市外事業者の転入等を促進するため、令和元年11月に産業振興に関する提言書を河内長野市長に提出し、産業用地を創出するための取り組みとして、市有地の産業用地化に向けて協調・連携していくとともに、引き続き、商工業者の課題解決に向け市行政・各支援機関・専門家と連携を密にして活性化推進が図れるように今後も取り組んでいく。</p> <p>本年度も創業の促進を推進するために市行政・各支援機関・専門家と連携して交流会を開催し、事業所間の連携、相互の経営力向上等を図り、創業者の創出に導いた。結果、30名が参加され、内14名が創業し、4名が創業に向けて準備を行っている。参加された方は、創業に対する漠然とした不安が解消されて、具体的な難しさ、厳しさを理解され、これまでに抱えていた不安感を払拭でき、一歩前進して前向きに考えることができるようになって創業へのモチベーションを高め、当初の目的は達成できたと考える。</p> |
| <p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p> |
| <p>地域活性化事業については、参加された事業所や相談者からは、アンケート結果より“おおむね満足”との回答をいただいているが、セミナー関係については、提供した情報がどのような形で活用されているか今後のフォローが課題である。また、自然災害や台風、感染症など緊急事態が発生した際のリスクの周知はまだ不十分であると考えており、不測の事態に対応できるBCP策定については、今後継続して支援をしていく必要がある。経営相談支援事業では、原油価格・仕入価格の高騰や長期化している経済活動の停滞により、事業継続に関する相談や高齢化による事業承継など課題解決が難しい案件が多くなってきている。あらゆるカテゴリーの相談分野を経営指導員一人でオールマイティーに対応できるよう、職員の資質向上が必要である。</p> |
| <p>(5) 次年度の取り組み</p> |
| <p>次年度に向けても引き続き、経営・専門相談支援を積極的に利用頂けるよう幅広く各種情報の提供や提案を行い、事業所の抱える経営課題や問題点を把握し、より効果的な解決策を講じて行く。又、地域活性化については管内地域の奥河内の独自性や主体性を生かしながら事業を推進し地域の振興や発展につなげていく。</p> <p>長期化している経済活動の停滞の影響や国際情勢の緊迫化、原油価格・仕入価格の高騰、自然災害等により、小規模事業者が廃業に追い込まれないように、相談を待つのではなく、経営指導員が現地に足を運び状況を確認し、速やかに課題解決・事業継続を行えるよう対処していく。</p> |

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 河内長野市商工会

| I 経営相談支援事業 | | | | | | |
|--|-------|------|------|--------|--------|------|
| 支援のポイント・成果 | | | | | | |
| <p>昨年に引き続き、経営相談支援事業については、税務、労務、金融などの担当者区分の意識を排除し、あらゆるカテゴリーの相談分野を経営指導員一人でオールマイティーに対応できるように指導員各々責任を持っての意識改革と資質向上を図った。結果、当初目標通りの実績が上がり、様々な相談支援に前向き、かつ円滑に行うことで経営指導員のスキルアップにもつながっている。</p> <p>創業支援については、関係各機関の協力を得て、市や金融機関の窓口、当会ホームページ、広報誌等で情報を発信し、セミナー、個別相談等も開催し支援を行った。結果、支援を行った方が27名で、そのうち令和6年3月末時点で14名が創業されている。今後も創業に向けての支援を継続して行っていく。</p> <p>代表事例としては、地元商店会や商店連合会の役員等を務めている理容店の代表者より、親族(代表者の娘)への事業承継と店舗のリフォーム資金の調達について相談を受けた。当該事業所は、地域の活性化・地元貢献に積極的に取り組まれており、当会の地域活性化事業(キャッシュレス化推進事業等)にも中心になってご協力いただいている。代表者自身は、約14年間この店舗に従業員として勤務され、平成21年に居抜きで事業を承継された。長年の経営で店舗の老朽化が進んでおり、また将来のことを見据えて、従業員として勤務している娘への事業承継をスムーズに行えるように、現在の男性客メインの形態から女性客も取り込めるような店舗にリフォームするための資金調達の支援を行った。その結果、リニューアル後は女性客や若い男性層からの予約が増え、平日でもお客様が途切れることがなくなり、リフォームされたことに大変満足されている。今後も引き続き経営の安定化が図れるように、また計画的に事業承継が出来るように支援を行っていく。</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 | 375 | 376 | 100.3% | 5 | |
| 支援機関等へのつなぎ | 支援数 | 2 | 2 | 100.0% | 5 | |
| 金融支援(紹介型) | 支援数 | 15 | 15 | 100.0% | 5 | |
| 金融支援(経営指導型) | 支援数 | 21 | 22 | 104.8% | 5 | |
| 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 | 15 | 15 | 100.0% | 5 | |
| 記帳支援 | 事業所 | 97 | 97 | 100.0% | 5 | |
| 労務支援 | 支援数 | 119 | 119 | 100.0% | 5 | |
| 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 | 2 | 2 | 100.0% | 5 | |
| 販路開拓支援 | 支援数 | 18 | 18 | 100.0% | 5 | |
| 事業計画作成支援 | 支援数 | 16 | 16 | 100.0% | 5 | |
| 創業支援 | 事業所 | 2 | 2 | 100.0% | 5 | |
| 事業継続計画(BCP)作成支援 | 事業所 | 2 | 2 | 100.0% | 5 | |
| コスト削減計画作成支援 | 事業所 | 23 | 23 | 100.0% | 5 | |
| 財務分析支援 | 事業所 | 10 | 10 | 100.0% | 5 | |
| 5S支援 | 事業所 | 7 | 7 | 100.0% | 5 | |
| IT化支援 | 事業所 | 30 | 30 | 100.0% | 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 | 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 | 0 | 0 | | - | |
| 結果報告 | 事業所 | 375 | 376 | 100.3% | 5 | |
| II 専門相談支援事業 | | | | | | |
| 支援のポイント・成果 | | | | | | |
| <p>1.《税務個別相談》税に関するあらゆる問題や、もしくは課題を解決することで企業に対して適正申告を促すと同時に、経営の効率化とe-taxの推進により事務の効率化を図った。</p> <p>2.《金融個別相談》経営の向上安定を図る地域中小零細企業者に対し、融資面における様々な課題を解決し、経営改善を図った。</p> <p>3.《労務個別相談》地域中小零細企業者に正しい労働保険、年金制度の仕組みを理解して、労働保険、年金の加入各種届出の大切さを理解頂いた。</p> <p>4.《経営個別相談》経営に関する高度で困難な問題点をいろいろな角度より助言し、健全な経営の軌道修正へと導いた。</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 | 開催日数 | 17 | 17 | 100.0% | 5 |
| 金融相談 | 継続 | 開催日数 | 12 | 12 | 100.0% | 5 |
| 労務相談 | 継続 | 開催日数 | 12 | 12 | 100.0% | 5 |
| その他相談(経営相談) | 継続 | 開催日数 | 12 | 12 | 100.0% | 5 |

| Ⅲ 地域活性化事業 | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 支援のポイント・成果 | | | | | | | | | | |
| <p>■(ラブリーハロウィーン inかわちながの2023) H26年度からの継続事業で、市内7つの商店会、組合、個店等に呼び掛け、参加総数117店舗(郵便局等含む)、対象事業者参加数94店舗であった。今年度は、ラブリーホールにおいてコロナ前に実施していた抽選会を再開し、併せて商工会に応募はがきを送る方法で実施した結果、840通の応募があった。また、LINE公式アカウント登録者数の強化も図り、消費者登録5,238人に増加し、地域の活性化へとつなぐ努力を行った。</p> <p>■(最新SNSを活用した経営向上セミナー)ECサイト別の特徴や活用方法、非対面での販売につながる最新SNSの活用方法や、それらを活用することによる事業効果等について、支援対象事業所に幅広く学んでもらうことができた。これらにより、集客、新規顧客獲得や事業の周知を中心とした日頃の業務に役立ち、顧客の増加に寄与されているとの声もきいている。今後、SNS・ECサイトを活用した販路の拡大は、事業増強にとって不可欠な選択肢となることが想定される。これから取り組もうとしている企業にはフォローするとともに更に活用を検討している企業に対しても専門家の活用を含めて支援を行っていく。</p> <p>■(新事業展開に向けた事業計画作成支援事業)事業計画の必要性を認識または再認識してもらうことを重きにおき、セミナーの中で事業計画の必要性や作成のポイントなどを学んでいただいた。また、補助金の制度概要や申請のポイントを学ぶことで、よりスムーズな申請書作成が可能となるなど、企業の補助金活用に対するマインド並びにスキルの向上が図られた。今後は事業計画作成(補助金申請も含む)に向けて具体的に取り組んでもらえるよう周知・フォローするとともに、専門家の活用を含めて支援を行っていく。</p> <p>■(BCP策定支援事業)令和3年度からの継続事業としてセミナー・ワークショップを実施した。参加した20社全員に簡易版BCPを策定いただき、BCP策定支援制度の紹介、災害時の一斉帰宅に関する情報も周知できた。また、セミナー・ワークショップに参加できなかった3社も含めて、4社に具体的なBCP策定まで支援を実施できた。大阪府をはじめ自治体、業界団体等でBCPに関連する各種ガイドラインや解説書等が相次いで公表されるなど、BCP整備のための基盤は整ってきているが、中小企業・小規模事業者は、目の前の仕事を優先する傾向にあり、BCP策定に対する優先順位は低いように感じている。引き続き、大阪府や専門家と連携して、広域でのセミナー・ワークショップを開催し普及啓発活動を行い、BCPの基礎知識や必要性を学んでいただき、BCPの策定につなげていきたい。</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 | |
| | ラブリーハロウィーン inかわちながの2023 | 7 | 7 | 100.0% | 100 | 事業参加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 | 70 | 85 | 121.4% | 5 |
| | 奥河内フルーツラリー2023 | 35 | 29 | 82.9% | 100 | 事業参加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 | 70 | 82.7 | 118.1% | 5 |
| ○ | キャッシュレス化の推進事業 | 5 | 5 | 100.0% | 100 | 事業参加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 | 70 | 85.9 | 122.7% | 5 |
| | 最新SNSを活用した経営向上セミナー ～非対面での接客術で売上アップ～ | 25 | 22 | 88.0% | 100 | SNSおよびECサイトを活用した営業手法について、取り組む意欲が高まったと回答する事業所割合 | 70 | 100 | 142.9% | 5 |
| | 創業者交流会(起業家支援事業) | 30 | 27 | 90.0% | 100 | 創業に至った事業所数 | 15 | 14 | 93.3% | 4 |
| ○ | 新事業展開に向けた事業計画作成支援事業 ～小規模事業者における作成のポイントや事業展開を支援～ | 20 | 17 | 85.0% | 100 | セミナー後のアンケートにおいて、事業計画の必要性を認識し、これから具体的に作成するまたは今後作成を希望する企業割合 | 70 | 100 | 142.9% | 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 | |
| ○ | 求人・求職マッチング事業 | 19 | 18 | 94.7% | 94.4 | 採用者数 | 7 | 7 | 100.0% | 5 |
| ○ | BCP策定支援事業 | 22 | 24 | 109.1% | 100 | 簡易版BCPの策定に取り組んだ事業者の数 | 18 | 24 | 133.3% | 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。

河内長野市商工会

| | | | | | | | | | | |
|---------------|--|--|-------------------------------|------------|-------|--------|--------|-------|----------------------------------|--|
| 事業名 | | ラブリーハロウィーン in かわちながの2023 | | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | H26 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) | 市内商業者は、コロナ禍による長引く不況や大型店の競合、人口減少(=消費者減少)問題など、厳しい経営状況下で、日々集客の方法を試行錯誤し努力をしている。そこで、その集客の一助となるよう市内商店会、商店組合が手を合わせ一つとなり市内全体において、自社のこだわり商品、こだわったサービス等を消費者へPRし売上や常連客の拡大、参加店周辺店舗への集客効果を波及させるなどLINE公式も駆使し市内の商業活力強化へとつなげていく。 | | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 河内長野市内商店会、商店組合、他各個店 | | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | ラブリーハロウィーン in かわちながの2023については、市外への消費者の流出や高齢化による買い物困難者の急増と昨今のコロナウイルスによる売上が落ち込む中、売上拡大に向けてハロウィン時期に子供をターゲットとした若い世代の家族(新規顧客)を呼び込む為に、スタンプラリー台紙などのイベントPR宣材を、ホームページやLINE公式アカウントでの発信、公民館等の公共施設などの設置、市の教育委員会を通じて市内すべての小学生に配布をした。イベント期間においては、市内商店会、商店組合の各店及び市内の個店において、普段、考えることの少ない自社に対する強み、弱み、自慢の商品、自慢のサービスをあらためてブラッシュアップして考えていただき、また、本事業に連携できる商店会独自事業も検討いただき、それを発信することにより新規顧客拡大と地域一帯の活性化へとつなげた。 開催期間:令和5年9月10日(日)～10月9日(月.祝) | | | | | | | | |
| | | ＜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 | 今後カルテ化に向けて定期的に経営の状況について打診を行っていく。 | |
| 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) | 7.0 | 総支援企業数(実績) | 7.0 | 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) | 今年度も、市内7つの商店会、組合、個店等に呼び掛けた結果、参加総数117件(郵便局等含む)で、対象事業者参加店94店の参加の申し込みがあった。若い世代の家族の方々がスタンプ台紙を持って来店されるため、コロナ対策をしっかり行い、子供連れの若い世代をターゲットにした自社サービスや取扱商品の見直しを行うなど意識の向上につながった。また、各商店会で一丸となり、ポスター掲示やサービスの見直しを行うことで、地域の活性化を目指す商店会としてのスキルアップにつながった。前年度よりLINE公式アカウント消費者の登録者数が1,032人から5,238人に増加し、消費者に対して各店舗の情報発信力があがったので、売上向上に一定の成果があった。今後もLINE公式アカウントを通じてPR強化し、情報発信力を向上するようにしていく。5%オフ参加店や店舗写真掲載希望も募り、より多くの消費者の方にPRを行い店舗まわりをしていただいた。今年度は、ラブリーホールでの抽選会も再開し、応募枚数は840通であった。 | | | | | | | | |
| | | 代表指標 | 事業参加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 | 85.0% | 目標達成度 | 121.4% | | | |
| | 成果の代表事例 | 商店会独自の連携事業として、売上向上の為、イベントを実施した。それと連携して同日に地域の中心にある大型店のコノミヤでスタンプ台紙のパンフを消費者に配布するなど、PR強化を図り、商店会一体事業としての意識の向上と新規顧客拡大へつなげた。 | | | | | | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | 1,300 | 目標値(実績) | 5,238 | 目標達成度 | 402.9% | | | | |
| | LINE公式アカウントの消費者の登録数 | | | | | | | | | |
| 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) | 参加店は、前年度総数110店舗、今年度総数117店舗、7店舗増加した。コロナが5類感染症に移行により参加店舗が若干増加した。応募ハガキについては、昨年度は724通であったが、今年度840通で116通増となった。今年度は、コロナを気にせず、市内で買い物をされた方が多かったのではと感じられた。来年度への取組みとしては、子供連れの若い世代の家族層をターゲットにしながら、今年度以上に、商店会が一つになって集客事業の方法やその仕掛けづくりなど、もっと商工会といっしょに創意工夫しながら地域の活性化へとつなげていきたい。 | | | | | | | | |

河内長野市商工会

| | | | | | | | | | |
|---------------|--|--|-------------------------------|------------|-------|--------|--------|-----|--------|
| 事業名 | | 奥河内フルーツラリー2023 | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | H29 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) | 小規模な市内飲食小売店では、長引く不況や大型飲食店の競合などの影響により、厳しい経営状況となっている。これを打破する為には、河内長野市自慢の地域の特色、資源を有効活用し、河内長野ならではの地域一体型での事業を実施し、市内外より消費者流入の強化を図り経営の向上につなげる。 | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 飲食店・菓子製造小売店 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | 河内長野市の青年農業者クラブ（4Hクラブ）と市内飲食関係事業者が連携し、奥河内産フルーツ、地場産野菜等を新規性のある料理、菓子等に使用し、奥河内感を前面に出してPRを図り、河内長野市内外より消費者の流入を図る。また、事業期間終了後も各店の魅力や商品の特色を色濃く出し継続的に見えるよう意識の向上も図っていく。 ◎対象事業者と事業所数：飲食店・菓子製造小売店 35社 ◎スタンプ台紙でのラリー形式 *スタンプ3個(3店舗)で1口、上限2口まで *実施期間は、フルーツ等収穫期の9/1～10/31の2ヶ月 *賞品は、参加店共通金券3,000円分40名、5,000円分16名など | | | | | | | |
| | | <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 | 今後カルテ化に向けて定期的に経営の状況について打診を行っていく。 | | | | | | | | |
| 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) | 35.0 | 総支援企業数(実績) | 29.0 | 支援実績率 | 82.9% | 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) | 参加募集案内の結果、当初35店舗予定のところ29店舗の参加があった。 実施期間は、前年度同様に、もっともフルーツの多い9/1～10/31の2ヶ月間行った。 スタンプラリー応募条件は、1枚につきスタンプ3個で1口6個で2口を応募条件とした。応募されたはがきの枚数は、合計で197通の応募があった。(※昨年度259通)スタンプ数は、762個で、同数の料理等を提供していただいた。R5年度は、物価高騰がすすみ、原材料や人件費が高くなり、提供するデザートや料理が値上がりした影響で、参加者が減少し応募はがきは昨年より52通減少した。今後は、参加者が参加店にぜひとも来店したいと興味を持つようにパンフレットの見直し等を図り参加率向上を目指す。しかしながら、過去にメディアで取り上げられた年度の参加率は高く、引き続き、メディアへのアピールは必要であると感じた。 農業者は前回より引き続き、河内長野市の青年農業者クラブ（4Hクラブ）を主体に協力いただいた。 | | | | | | | |
| | | 代表指標 | 事業参加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 | 82.7% | 目標達成度 | 118.1% | | |
| | 成果の代表事例 | A社について、今年4月に新規オープンをしたので、お店のPRと集客をはかる目的で、今回参加された。フルーツラリー用のメニューとして、かぼちゃのチーズケーキを提供され、SNS上で情報発信された結果、来店された方の評判もよくその情報も拡散されて、新規顧客拡大を図ることが出来た。 | | | | | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | 1,300 | 目標値(実績) | 5,238 | 目標達成度 | 402.9% | | | |
| | LINE公式アカウントの消費者の登録数 | | | | | | | | |
| 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) | 参加店舗数について、昨年参加店舗より1店舗増えた。今年度は、大阪府農政室推進課主催の「ハートフルアグリ事業者・農業者との交流会」の案内や大阪府南河内農と緑の総合事務所地域政策室主催の「南河内フルーツフォトコン」のチラシをフルーツラリー参加店舗に、交流会の参加チラシの配布をお願いして、南河内地域での交流やイベントの告知や協力も来年度以降も継続して実施できるように大阪府南河内農と緑の総合事務所地域政策室担当者様と連絡を取り、南河内地域の農業者と飲食店の交流をはかり地域の発展に寄与していきたい。また、パンフレットは、各店舗のPRと提供メニューを分かり易くするなどを行い、魅力あるパンフレットを作成する必要がある。 | | | | | | | |

河内長野市商工会

| 事業名 | | キャッシュレス化の推進事業 | | | | | | | |
|---------------|--|---|---|--------------------------------|-------|-------|--------|-----|--------|
| 想定する実施期間 | | R2 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) | 河内長野市では、「国の成長戦略フォローアップ」に基づき、大阪・関西万博(2025年)に向けて、キャッシュレス決済比率40%をめざし、キャッシュレス社会の実現に向けて取り組んでいる。商工会においても小規模事業者のなご一層のキャッシュレス化の導入の強化と消費者に対してキャッシュレス決済を促進する事業を実施しキャッシュレス化の強化を図っていく。 | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 河内長野市内の5つの商店会（各商店会でキャッシュレス決済を促進する事業を実施） | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | ◎市内5つの商店会の下記各々のイベント内でキャッシュレス化を促進するスタンプラリー事業を実施した。 ◎実施期間：R5.12/1～12/25まで ◎5つの商店会でのスタンプラリー事業については、本会独自でキャッシュレススタンプラリー台紙を作成し、キャッシュレス決済をしたお客様に対して、店舗のスタンプで利用したことを証明する。スタンプ3個1口で応募はがきを本会に郵送いただき抽選で商品をプレゼントした。 ＊5つの商店会のキャッシュレススタンプラリー参加店71店舗 ※去年は72店舗 ＊スタンプラリー応募総数は、113通で店舗利用者数延べ339店舗の利用があった。 景品については、商品券（30,000円）1人（10,000円）2人・Q U Oカード(3,000円) 20人・図書カード(2,000円) 10人・ジェフグルメカード(2,000円) 10人 ◎イベント期間中に関係なく年度期間内で市内の店舗でキャッシュレス化導入希望の場合はキャッシュレス運営会社を店舗に派遣し導入のサポートを行った。 ◎開催期間前、期間中にLINE公式アカウントを活用してキャッシュレススタンプラリーの利用を促進した。 | | | | | | | |
| | | ＜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 | キャッシュレス決済の利用促進及び関係機関等にスタンプラリー台紙の設置やキャッシュレス化の未導入店へ導入を推進。 | | | | | | |
| | | ④相談相乗 | 今後カルテ化に向けて定期的に経営の状況について打診を行っていく。 | | | | | | |
| 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) | 5.0 | 総支援企業数(実績) | 5.0 | 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) | 今年度も、市内5つの商店会に呼び掛けた結果、参加総数71店舗の参加の申し込みがあった。各商店会事業の実施日を含めた25日間の期間で、キャッシュレススタンプラリーを実施し、一定の成果があった。歳末期間の利用者をターゲットにした自社サービスや取扱商品の見直しを行うなど意識の向上につながった。また、各商店会ごとで、歳末のイベントのポスター掲示やサービスの見直しを行うことで、地域の活性化を目指す商店会としてのスキルアップにつながった。また、LINE公式アカウントを通じて、消費者に対して各店舗の情報発信力があがったので、売上向上にも一定の成果があった。今後もLINE公式アカウントを通じてPR強化し情報発信力を向上するようにしていく。 | | | | | | | |
| | | 代表指標 | 事業参加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 | 85.9% | 目標達成度 | 122.7% | | |
| | 成果の代表事例 | 河内長野駅前薬局では、キャッシュレス決済対応可能を周知するポスターを掲示したことで、キャッシュレスの利用者が予想以上に増加した。スタンプラリー台紙の追加申し込みが何度も必要になるほどで、その結果、多数のお客様がキャッシュレス決済を利用され、店舗の売上向上にもつながった。 | | | | | | | |
| 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) | 物価高騰の影響もあり食材等のすべての価格が値上がりした影響で、消費者が購入を控えられたのが、応募数が減少した原因と考えられる。令和6年度は、消費者の負担が減るように現状の必要スタンプ数を3店舗から2店舗以上に変更して、消費者の購買意欲を増やし応募しやすいように改良をしたい。また、キャッシュレス決済導入店舗は、年々増加している。今後は、導入後の利用促進を図るために、導入店舗の新規顧客獲得や常連客を維持するための販路開拓が重要であると感じた。各商店会が、歳末の一定期間に集客が図れる事業内容の検討と各店のPRも必要であると感じた。 | | | | | | | |

河内長野市商工会

| | | | | | | | | | | |
|---------------|--|--|--|------------|--------|-------|--------|-----|--------|--|
| 事業名 | | 最新SNS・ECサイトを活用したネット販売力強化セミナー ～非対面での情報発信・接客術で売上アップ～ | | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 令和3年度～年度まで ※複数年度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>新型コロナウイルスの蔓延により、中小・零細企業は多大なる影響を受け、大きく事業転換を迫られた事業所も数多く存在している。そのような中、新型コロナウイルスの影響による巣ごもり需要増加などライフスタイルの変化等の要因から、BtoCにおける非対面の販路であるEC市場は成長を見せている状況である。また、新型コロナウイルスによる行動制限が解除される中で、対面販路についても一部復調の兆しがみられるものの、今後、どのような状況下においても柔軟かつ持続可能な経営力を保持するためには、多様な販路を持つことが重要であると考えられる。</p> <p>特に、BtoCでかつ対面販路のみでの事業を営んでいる事業所、EC導入に着手して間もない事業所及びEC導入に着手しているものの成果があげられていない事業所にとって、SNSの活用も含めた非対面による販路を活かすコツを学び、稼ぐ力を強化していくことがより重要となってくる。</p> <p>そこで、非対面販路としてのSNSおよびECサイトの活用方法や先行事例について学び、事業に取り入れることで、事業の継続、更なる発展へつなげてもらうことを目的とする。</p> | | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 小規模事業所(BtoC事業所)のうち対面販路のみの事業所、今後EC導入に着手したい事業所、EC導入に着手したが成果が上がらずに悩む事業所 | | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>開催時期：令和5年8月8日（火）、22日（火） 両日ともに14:00～16:00 場 所：河内長野商工会館3階大会議室 及び オンライン 受講者数：22社 内 容：2日間開催。セミナー2時間(質疑応答含む) 1日目-販路拡大！競合他社と差が出るSNS・ECサイトマーケティング（基礎編） 最新のSNS、ECサイト事情を把握 SNS別・ECサイト別の活用事例など 2日目-SNS・ECサイト活用実践！差別化を図るネット販売強化術(活用編) ECサイト売上につながるSNS活用事例 音声・写真・動画を使ったSNSでの効果的な情報発信術 レビュー・口コミ対策など非対面による接客、集客術</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 | | | | | | | | |
| | | ②広域連携 | | | | | | | | |
| | ③市町村連携 | | | | | | | | | |
| | ④相談相乗 | 定期的に経営の状況等をヒアリングしカルテ化につなげて行く。 | | | | | | | | |
| 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) | 22.0 | 支援実績率 | 88.0% | 満足率 | 100.0% | |
| | 目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか) | <p>楽天市場やAmazonに代表されるようなECサイト別の特徴や活用方法、ECサイトでの販売につなげていくためのTikTokやインスタ、Youtube等の主に映像での情報発信を中心としたSNSの活用方法、さらにはAI（ChatGPT等）の活用によるSNSの効率的な運用手法など、最新のSNS・ECサイトに関する情報や、それらを活用することによる事業効果等について、支援対象事業所に幅広い知識を学んでもらうことができた。これらにより、集客、新規顧客獲得や事業の周知を中心とした日頃の業務に役立ち、顧客の増加に寄与されているとの声もきいている。今後、SNS・ECサイトを活用した販路の拡大は、事業増強にとって不可欠な選択肢となることが想定される。これから取り組もうとしている企業にはフォローするとともに更に活用を検討している企業に対しても専門家の活用を含めて支援を行っていく。</p> | | | | | | | | |
| | | 代表指標 | SNSおよびECサイトを活用した営業手法について、取り組む意欲が高まったと回答する事業所割合 | | | | | | | |
| | | 数値目標 | 70% | 実績数値 | 100.0% | 目標達成度 | 142.9% | | | |
| | 成果の代表事例 | 本セミナー受講をきっかけに、既に開設していたインスタグラムを本格稼働し、ショート動画等を活用した情報発信に着手し、顧客獲得につなげている。ネットを通じた販売には未着手であるが、今後、取り扱い商品や販売方法を含めて検討する意向である。 | | | | | | | | |
| 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) | 非対面での接客・販売手段を中心にセミナーを行ったが、昨今の対面販路の復調に伴い、非対面販路に限定しないITツールを活用した集客の手法について知りたいとの声を複数受けた。次年度においては、販路を問わずITツールを活用した集客力・販売力を強化すること全般に焦点を当てたテーマ設定を検討したい。また、セミナー受講内容を活かした実行まで支援を拡張していくため、個別支援を実施したい。 | | | | | | | | |

河内長野市商工会

| | | | | | | | | |
|---------------|--|--|------------|------|-------|-------|-----|--------|
| 事業名 | | 創業者交流会（起業家支援事業） | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | H28 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) | 若年者の人口流出や産業用地不足による事業者の流出、高齢化に伴う廃業により小規模事業者は減少傾向であり、長引くコロナ禍の影響を受けて廃業する事業者も増えることが予想される。また、市内においては、事業所の交流や情報交換する機会が少ないため、事業者同士の横のつながりが希薄で地域として事業所間の連携を自発的にこなうことは難しい。創業を促進し、当商工会が行政並びに金融機関等と連携して交流会を開催することにより、事業所間の連携、相互の経営力向上等を図り、起業家の育成、新たな事業者の創出を見いだすことを目的とする。 | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 創業を検討・準備している方、創業後間もない方 | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>【時期】 令和5年8月26日（土）、12月9日（土） 11時30分～13時30分 当所会議室にて開催</p> <p>【内容】 創業に向けての準備、考え方、参加者同志の交流、意見・名刺交換、先輩起業家の体験談等を盛り込んでいる。</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 | | | | | | | |
| | ②広域連携 | | | | | | | |
| ③市町村連携 | 河内長野市産業観光課並びに日本政策金融公庫と連携し、交流会への支援要請及びその他連絡調整・協議を密にしながら、事業者のニーズを把握する。 | | | | | | | |
| ④相談相乗 | 本事業終了後においても、創業の個別相談を行うことにより相乗効果を図る。 | | | | | | | |
| 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) | 27.0 | 支援実績率 | 90.0% | 満足率 | 100.0% |
| 事業全体の実績／目標達成度 | 目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか) | 今回もネットワークづくりを目的とし、開業された方のプロセスや課題、魅力を紹介し、参加者同志のビジネスチャンス創出を目指した交流会であった。参加者からは「今まで不明確な部分がどうしていけば良いのか分かった」、「本やインターネットには書いていない話が聞けて良かった」、「アイデアと注意点の両方が見つかった」という感想があり、人的交流を経て新たに気づけた点も多々あったといえる。そして、創業に対する漠然とした不安が解消されて、具体的な難しさ、厳しさを理解され、これまでに抱えていた不安感を払拭でき、一歩前進して前向きに考えることができるようになって創業へのモチベーションを高め、当初の目的は達成できたと考える。 | | | | | | |
| | 代表指標 | 創業に至った事業所数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 15 | 実績数値 | 14 | 目標達成度 | 93.3% | | |
| 成果の代表事例 | 参加したことで創業する意欲をもらえて人のつながりができた。創業する意欲と人とのつながりが重要であるといえる。起業してからの販売戦略について情報交換でき、今までの切り口だけでなく情報量が増えたことで互いに良い刺激になったといえる。 | | | | | | | |
| 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 (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名を超える申込者があったことから創業に対するニーズは依然高いと判断できる。また、満足度も高かったことから、次年度も引き続き、同様の内容での実施を予定している。創業を予定している方々が実際に開業に至るよう、今後、交流会終了後も個別相談等、継続して支援を実施していきたい。 | | | | | | |

河内長野市商工会

事業名

新事業展開に向けた事業計画作成支援事業
～小規模事業者における作成のポイントや事業展開を支援～

想定する実施期間

令和5 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)

新型コロナウイルスのまん延により従来の経営手法では事業継続がままならない状況にある事業所が多数存在している。さらに原油高の高騰により各種調達コストの増加、従前からの労働人口の減少による生産性の低下など、小規模事業者の取り巻く環境は厳しさを増すばかりである。
このような中、事業継続・拡大となっている事業所も一定数存在している事実もある。これらの事業所において、日々の業務改善や各種コストの見直し、販路開拓など多岐にわたる課題に対し真摯に取り組んでおり、多くは事業計画を立案し、その指針に基づいて事業運営を行い、トライ＆エラーを繰り返すことで達成されているものと推測される。加えて、事業計画作成のポイントを応用し、各種補助金にも積極的に活用し、安定的な経営基盤を築いている事業所も多い。
そこで、本事業により、新事業展開等における事業計画書作成のポイントを伝えるとともに、作成のみにとどまらずその後の実行や確認、改善などのPDCAの必要性を問いかけ、事業所自身が事業展開できる知識を得てもらう。さらに、その知識やノウハウを活かし、各種補助金を活用することで事業継続・発展に寄与する。

支援する対象
(業種・事業所数等)

管内や当会会員企業のうち新事業展開を検討または業務改善や売上アップ、ひいては安定的・発展的な経営基盤の構築を希望する小規模事業者。

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

開催時期：11月27日(月)
場 所：河内長野商工会館3階大会議室
受講者数：17社(17名)
内 容：14：30～16：30
・事業計画の必要性 ・事業計画の作成のポイント
・有効なPDCAとは ・事業計画書の活用(補助金申請など)
※(公財)大阪産業局の担当者から「新事業展開テイクオフ」事業についての制度内容や事例などの情報提供の時間も含む。

<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 | 新事業展開テイクオフ支援自事業の周知及び活用事例の紹介を行った。 |
| ②広域連携 | |
| ③市町村連携 | |
| ④相談相乗 | 今後カルテ化に向けて定期的に経営の状況について打診を行っていく。 |

計画に対する実績(数値)

| | | | | | | | |
|------------|------|------------|------|-------|-------|-----|--------|
| 総支援企業数(計画) | 20.0 | 総支援企業数(実績) | 17.0 | 支援実績率 | 85.0% | 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)

事業計画の必要性を認識または再認識してもらうことに重きをおき、セミナーの中で事業計画の必要性や作成のポイントなどを学んでいただいた。補助金申請のみならず、今後の事業運営においても、事業計画は必要不可欠であり、その重要性は感じていただけた場であったと思う。また、補助金の制度概要や申請のポイントを学ぶことで、よりスムーズな申請書作成が可能となるなど、企業の補助金活用に対するマインド並びにスキルの向上が図られた。今後は事業計画作成(補助金申請も含む)に向けて具体的に取組んでもらえるよう周知・フォローするとともに、専門家の活用を含めて支援を行っていく。

| | | | | | | | |
|------|---|--|--|--|--|--|--|
| 代表指標 | セミナー後のアンケートにおいて、事業計画の必要性を認識し、これから具体的に作成するまたは今後作成を希望する企業割合 | | | | | | |
|------|---|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | | | |
|------|-----|------|--------|-------|--------|--|--|
| 数値目標 | 70% | 実績数値 | 100.0% | 目標達成度 | 142.9% | | |
|------|-----|------|--------|-------|--------|--|--|

成果の代表事例

補助金申請には至っていないが、事業の構想はお持ちで、補助金申請のタイミングが合えば支援する。また、このセミナーをきっかけに、代表者のご息が新たに法人設立し事業運営していくにあたり、経営専門相談窓口や特定創業支援などの支援を行っている。

その他目標値の実績

| | | | | | | | |
|---------|--|---------|--|-------|--|--|--|
| 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | |
|---------|--|---------|--|-------|--|--|--|

実施結果

課題及び次期以降への取組み
(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)

今後の事業計画の作成の必要性や補助金申請に対するマインドの向上については効果はあったと感じている。一方で、事業計画作成と補助金申請の難しさを痛感したとの意見もあり、その結果、本セミナー受講者の中から実際に補助金申請を行う事業所はならず、当初想定していた補助金活用の推進の点では満足しがたい結果となっている。
このことから、補助金申請については、想定している新規事業と補助金制度とのタイミングの問題があるものの、今年度よりも補助金申請締切日に余裕を持ったセミナー日程を組むことで少しでも改善を図って行きたい。加えて、事業計画作成や補助金申請へのフォローを行い、実際に取り組めるよう努めていく。

河内長野市商工会

事業名

求人・求職マッチング事業

想定する実施期間

平成27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)

大阪の有効求人倍率は1.30倍（45～49歳で0.98倍、50～54歳で0.88倍）と厳しさがある。特定の業種（介護・福祉）における充足率は、9.2%と深刻な人手不足が続いている。当地域の有効求人倍率は0.86倍（45～64歳は0.67倍）。中高年齢者の紹介件数と就職件数は府下では少ない。よって、雇用のミスマッチを解消することが課題である。本事業は若者・中高年齢者等を広く対象とした求人企業と働く意欲のある求職者をマッチングし、本面接会での採用件数の増加を目的とする。

支援する対象
(業種・事業所数等)

ハローワーク河内長野管内の求人企業および就職困難求職者等を対象とする。
(若者・中高年齢者等の求人や在職者の多い企業および業種)

実施時期・具体的な内容及び事業手法

【1】開催日時：令和5年9月6日(水) 午後1時～4時 ・場所：すばるホール
内容：①企業合同面接会と企業紹介コーナー ②中高年齢者就労相談 ③若者就労相談
④障がい者就業相談 ⑤ひとり親家庭相談 ⑥ハローワークの就職活動相談
⑦職場のお悩み相談 ⑧日常生活相談 ⑨社会保険等の相談
⑩シルバー人材センター仕事説明 ⑪就労支援セミナー
【2】開催日時：令和5年5月29日(月) 午後2時～4時 ・場所：ハローワーク河内長野
7月27日(木) 午後2時～4時 ・場所：ハローワーク河内長野
11月15日(水) 午後2時～4時 ・場所：ハローワーク河内長野
内容：①業種別（主に介護・福祉）企業合同面接会 ②仕事の説明・相談会

<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 | 大阪府労働環境課と連携しメール配信、チラシ・ポスターの配布・設置で事業を周知。 |
| ②広域連携 | 3商工会が訪問・電話・FAX・広報紙・Webサイト・ポスター・チラシで企業と参加者を募集し、事業を周知。広域連携により費用や関係者との調整等で効率を上げた。 |
| ③市町村連携 | 河内長野市・大阪狭山市・富田林市・河南町・太子町・千早赤阪村と連携し、広報紙やWebサイトへ掲載、SNS配信、ポスター・チラシの配布、看板の設置。関係機関へ協力依頼。 |
| ④相談相乗 | 労務支援と販路支援で合計2件の経営相談支援事業の実績が上がった。 |

計画に対する実績（数値）

| | | | | | | | |
|------------|-------|------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| 総支援企業数(計画) | 19.0社 | 総支援企業数(実績) | 18.0社 | 支援実績率 | 94.7% | 満足率 | 94.4% |
|------------|-------|------------|-------|-------|-------|-----|-------|

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)

意欲のある人材を確保したい企業を募り、18社〔上記【1】9社、【2】9社に参加いただいた。求人企業の募集人数は198人で、参加者131人のうち94人（上記【1】39人、【2】55人）が面談を受けた。大半の企業が面談会の回数の増加を希望された。地元求職者との面談機会を得られたことで満足率は高かった。
採用者数は7人（上記【1】5人、【2】2人）であった。
事業の広報活動では各市町村・大阪府労働環境課・関係機関・開催会場等のご尽力で、131人（上記【1】76人、【2】55人）の参加があった。当日または後日に面談できるため、人材確保につながることで、企業PR方法や採用ノウハウ等を学べることを認識された。大多数の支援企業から、本事業の継続や次回も参加を希望するとの回答を得た。

| | | | | | |
|------|------|------|----|-------|--------|
| 代表指標 | 採用者数 | | | | |
| 数値目標 | 7人 | 実績数値 | 7人 | 目標達成度 | 100.0% |

成果の代表事例

上記【1】の合同企業面接会の参加企業は、短期間に低コストで人材確保ができた。短時間に対面で7人と面談でき、1人を採用した。業種を絞った合同面談会は複数人と面談しやすいため、企業と参加者の双方に効果があった。

その他目標値の実績

| | | | | | |
|---------|------|---------|------|-------|--------|
| 目標値(計画) | 130人 | 目標値(実績) | 131人 | 目標達成度 | 100.8% |
|---------|------|---------|------|-------|--------|

参加者数は、ハローワーク、各市町村および大阪府労働環境課等との連携があったからこそ実績が上がった。合同面談会の参加者は、前年より75%増えた。

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)

〔課題〕 事業の周知や募集職種の絞り込みに注力する。ハローワークの職業紹介や給付の担当課とも連携を強化し、参加者を増やすこと。求人企業の概要や業務内容のPRを支援し、各企業の面談者を増やすこと。面談会に参加しやすい雰囲気や会場をつくり、意欲のある求人・求職者を支援する。
〔支援企業の希望〕 ①来場・面談者の増加 ②開催回数の増加 ③職種や年齢層の絞り込み（求人内容等により参加者数は変動するが、支援企業のニーズに沿った事業内容にする。）

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

| | | | | | | | | | |
|-----------|---|--|---------|-----------|-------|--------|--------|-----|--------|
| 実績／達成度【1】 | 計画に対する実績（数値） | 支援企業数(計画) | 10.0社 | 支援企業数(実績) | 9.0社 | 支援実績率 | 90.0% | 満足率 | 88.9% |
| | 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） | 大多数の企業に事業の継続、回数の増加、次回の参加を希望された。地元求職者と当日または後日に面談でき、人材確保につながることに、企業PR方法や採用ノウハウ等を学べることを認識された。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 採用者数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 4人 | 実績数値 | 5人 | 目標達成度 | 125.0% | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | 72人 | 目標値(実績) | 76人 | 目標達成度 | 105.6% | | | |
| | 参加者数は、ハローワーク、各市町村および大阪府労働環境課等との連携があったからこそ実績が上がった。合同面談会の参加者は、前年より65%増えた。 | | | | | | | | |
| 実績／達成度【2】 | 計画に対する実績（数値） | 支援企業数(計画) | 9.0社 | 支援企業数(実績) | 9.0社 | 支援実績率 | 100.0% | 満足率 | 100.0% |
| | 目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか） | 全企業に事業の継続、回数の増加等を希望された。地元求職者と当日または後日に面談でき、人材確保につながることに、企業PR方法や採用ノウハウ等を学べることを認識された。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 採用者数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 3人 | 実績数値 | 2人 | 目標達成度 | 66.7% | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | 58人 | 目標値(実績) | 55人 | 目標達成度 | 94.8% | | | |
| | 参加者数は、ハローワーク、各市町村および大阪府労働環境課等との連携があったからこそ実績が上がった。合同面談会の参加者は、前年より90%増えた。 | | | | | | | | |

河内長野市商工会

| | | | | | | | | | |
|---------------|--|--|---|------------|-----|-------|--------|-----|--------|
| 事業名 | | BCP策定支援事業 | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | R3 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) | 近年、企業には、自然災害や感染症の流行、情報セキュリティ事故など、緊急事態が発生した際の経営資産への影響を最小限にとどめるとともに、事業の継続や早期復旧が求められている。また、事業の継続のみならず企業価値の維持・向上の観点からも、BCP策定のニーズは高まっていると考える。しかしながら、大阪府内におけるBCPを策定している企業数は全国的に見るとかなり少なく、本地域においても同様で、必要性は感じていても予期せぬ事態への事前準備が整っている企業はわずかである。 このような中で当会（河内長野市商工会・大阪狭山市商工会）は、事業継続力支援計画を令和4年4月から実施しており、関係各機関等と連携し中小企業・小規模事業者のBCP策定に関する取り組みを支援するとともに、本地域での普及啓発を目指す。 | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 中小企業・小規模事業者、BCP策定に関心のある事業者 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | 開催日時：R5年9月21日(木) 14:00～15:30 場 所：河内長野商工会館 大会議室 参加人数：21名 内 容：①BCP構築セミナーにおいて、BCPの概要やその必要性、災害シナリオ、具体的な災害対策、BCP作成ノウハウなど、BCP策定に係るイメージをつかんでいただき、自然災害に加えて新型コロナウイルス感染症の感染拡大時の事業継続も想定した簡易版BCPの策定ワークショップを実施した。また、当日参加できなかった事業所(3社)やアンケートより具体的なBCP策定に関する支援を希望された事業所(1社)に、巡回等で経営指導員と専門家が資料を提供し情報を発信するとともに具体的な策定の支援を実施した。 ②普及啓発に係るリーフレットを活用し、より多くの企業がBCPに取り組めるように普及啓発を実施した。BCPは1度の作成で永久に使用できるものではないので、外部機関と連携を取り継続的に支援を行った。 | | | | | | | |
| | | <事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載> | | | | | | | |
| | | ①府施策連携 | 大阪府と連携しセミナー等Webサイトへの掲載およびメール配信を行い、BCP策定を推進した。 | | | | | | |
| | | ②広域連携 | 隣接する河内長野市及び大阪狭山市の地域において連携することにより、幅広い地域での事業周知を実施できた。 | | | | | | |
| | ③市町村連携 | | | | | | | | |
| | ④相談相乗 | BCPは1度作成すれば終わりではないので、本事業終了後においても継続的に支援を行う。 | | | | | | | |
| 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) | 22社 | 総支援企業数(実績) | 24社 | 支援実績率 | 109.1% | 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) | 今回のセミナー・ワークショップでは、対面形式として実施し、参加事業所ごとに事前にハザードマップを作成し、発生の可能性の高い災害や安全配慮義務対策の重要性など、様々な脅威に対する説明を行い、そのあと大阪府の超簡易版BCP「これだけは！」シートの策定まで実施し、参加された事業所の満足度は高いものであった。令和6年4月より介護関係の事業所のBCP策定が義務化されたこともあり、セミナー・ワークショップに21社(うち介護関係13社)の方が参加していただき、そのうち1社が具体的なBCP策定まで支援を実施できた。また今回のセミナー・ワークショップに参加できなかった3社も具体的なBCP策定の支援を実施した。 感染症対策版BCP「これだけは！」シートやBCP策定支援制度に関する情報も周知できた。 | | | | | | | |
| | | 代表指標 | 簡易版BCPの策定に取り組んだ事業者数 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 22社 | 実績数値 | 24社 | 目標達成度 | 109.1% | | |
| | 成果の代表事例 | アンケートよりBCP策定に関する支援を希望される事業所に対し、具体的なBCP策定の雛形を提供し策定に向けて支援を行った。そのうち1社は、従業員が多数いることからBCPの必要性は理解しながらも手を付けられずにいたが、本セミナーをきっかけに、社長が各部署のリーダーを巻き込んでBCPの策定を行い、事業の優先順位の洗い出しや自社の強みや弱みを再認識することもできた。今後、従業員に対しての教育訓練も必要になるが、ブラッシュアップしながら進めていけるものと考えている。 | | | | | | | |
| | その他目標値の実績 | 目標値(計画) | | 目標値(実績) | | 目標達成度 | | | |
| 実施結果 | 課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか) | 大阪府をはじめ自治体、業界団体等でBCPに関連する各種ガイドラインや解説書等が相次いで公表されるなど、BCP整備のための基盤は整ってきているが、中小企業・小規模事業者は、目の前の仕事を優先する傾向にあり、BCP策定に対する優先順位は低いように感じている。 引き続き、大阪府や専門家と連携して、広域でのセミナー・ワークショップを開催し普及啓発活動を行い、BCPの基礎知識や必要性を学んでいただき、BCPの策定につなげていく。 | | | | | | | |

【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) | 18.0 | 支援企業数(実績) | 20.0 | 支援実績率 | 111.1% | 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） | BCPの必要性を理解し、BCP策定についての対策が必要だと認識できるようになった。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 簡易版BCPの策定に取り組んだ事業者数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 18社 | 実績数値 | 20社 | 目標達成度 | 111.1% | | | |
| 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) | 4.0 | 支援企業数(実績) | 4.0 | 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） | 自社の実態を把握することができ、非常時のマニュアルを明確化することで、事業の継続のみならず企業価値の維持・向上につながった。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 伴走型支援を行い具体的なBCP策定に取り組んだ事業者数 | | | | | | |
| | 数値目標 | 4社 | 実績数値 | 4社 | 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 | | | | |
| | | | | | | | | | |