

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	羽曳野市商工会
	代表者職・氏名	会長 原 誠
	所在地	〒583-0854 大阪府羽曳野市軽里1丁目1番1号 羽曳野市立生活文化情報センター1階
	担当者	職・氏名 事務局長 藤田博仁
	連絡先	TEL（直通）： 072-958-2331 Fax： 072-956-1950 E-mail： h8233105@silver.ocn.ne.jp
①設立年月日	①昭和39年5月1日	
②職員数 （うち経営指導員数）	②9名（8名 令和6年3月31日現在）	
③所管地域	③羽曳野市	
④管内事業所数	④3,394（令和3年事業所統計調査による）	
⑤管内小規模事業者数	⑤2,367（令和3年事業所統計調査による）	
⑥会員数（組織率）	⑥1,624(47.84%)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>(1) 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>(4) 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。</p> <p>(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。</p> <p>(6) 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運営すること。</p> <p>(7) 大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済の業務を行うこと。</p> <p>(8) 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。</p> <p>(9) 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>(10) 商工会としての意見を公表し、これを国会、行政庁に具申し、又は建議すること。</p> <p>(11) 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。</p> <p>(12) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>(13) 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。</p> <p>(14) 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>(15) 国際親善の増進を図ること。</p> <p>(16) 無料職業紹介事業を行う。</p> <p>(17) 会員の為の外国人技能実習制度に基づく技能実習生の受入事業。</p> <p>(18) 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事業を行うこと。</p>		

<p>(1) 事業の目標</p>
<p>小規模事業者が抱える経営問題解決のため、相談・指導業務の強化と充実を図る。コロナ禍からの脱却が緩やかに進んでいますが、経済活動のダメージが特定の産業に偏っていることも特徴であり相談については積極的に取り組み、指導員間での相談内容の共有化を図り、迅速・丁寧・親切な対応を行うことを心掛け目標に取り組みました。指導については、事業所が抱えている労務・金融・税務をはじめとする諸問題の把握と素早い解決に向けた適切な相談と指導を行い、中堅経営指導員の飛躍と成長を促して、先輩指導員からのアドバイスを参考に自ら経験を積み、小規模事業者のニーズに答えられるよう今年度も経営相談指導事業の件数増加に努めました。一方地域活性化事業では、感染症対策のため事業規模については若干制限したものの、創業促進事業・労働啓発・BCP普及セミナーには積極的に取り組みました。また、2025年開催の大阪・関西万博の地域活性化施策を鑑み、羽曳野市との連携による地場産業製造商品のブランド化を目的とした事業、さらに市内商店街の活性化と小売業・サービス業の販路開拓事業を実施して小規模事業者に対して活力向上事業の充実を図るとともに、地域の活性化に導いていく事業を行っています。</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>経営指導員による巡回・窓口等の指導については、それぞれ指導員に経営相談支援事業の年間目標数値を設定して自ら計画を立て、事業所の抱える課題と問題点、またニーズを把握するよう心がけ、迅速・丁寧・親切な指導に取り組みました。小規模事業者が抱える問題を解決するため、税務支援・労務支援・金融支援・経営支援・法務支援を行い、高度で複雑な問題については税理士・社会保険労務士・中小企業診断士・弁護士と連携を保ち諸問題の解決へと導きました。感染症対策のため開催する事業には若干制限はあったものの、羽曳野ブランド認定事業・はびきのBuylocalキャンペーンでは、「地域のお店をもっと利用して欲しい」この想いを地域の消費者に届けるため、事業者向けのセミナー及び共同懸賞を実施し、小規模店舗の販路開拓につなげるよう事業を推し進めました。また、ウイズコロナ時代に浮き彫りになった働き方等の課題を解決するため労働啓発セミナーは、リアルタイム及び動画で開催し、改めて認識を深め今後の事業展開に参考になるよう心掛けました。</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>経営指導員による巡回・窓口相談を迅速・丁寧・親切に行うことで、相談内容の解決に努め、より一層当会に対する信頼度が増したと考えられます。コロナ禍からの脱却が進んでいますが、特定の産業にダメージが偏っており資金調達相談に答えるため、経営指導型と紹介型の金融支援に力を注ぎ、経営指導型金融支援については迅速な対応を心がけた相談指導を行い申込者全員に満額決定の結果を導きました。また、地域活性化事業として取り組んだ中小企業事業主と高校生との交流事業については、就職希望の高校生との交流を図る場を創出することにより、地元企業に新卒者の内定がありました。広域で実施したセミナー「労働啓発ワークライフバランスとは」や単独事業の「パワーハラスメント防止の為のアンガーマネジメント研修」では感染対策として動画視聴及びリアルタイムで開催しました。実践的な講演内容に、参加者からはこれに取り組むことで、働きやすい職場環境を整えることの重要性を理解してもらうことができました。</p>
<p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p>
<p>巡回・窓口相談においては、中堅経営指導員の知識だけでは解決できない相談もあり、先輩指導員の助言がまだまだ必要であると感じました。経営指導員という職業は、地域密着型で永年の経験と信頼、実績で培われた柔軟な対応技術と応用力が重要であると改めて認識させられました。一方地域活性化事業(セミナー)では、参加者と終了後に直接密なコミュニケーションが取れる対面での開催が重要であると痛感しました。今後もこのようなウイズコロナ時代の中での開催については、集客率の向上を考えると同時に、再度事業のPR方法や内容について精査する必要があると感じ取れました。広域で実施した地域活性化事業では感染症対策で、昨年に続き動画視聴での開催という方法を取りましたが、視聴期間を2週間に設定し、スマートフォン等でQRコードを読み取りいつでも参加しやすい環境としました。今後もリアルタイム・動画視聴を状況に応じて使い分けて事業を開催して行きたいと考えています。</p>
<p>(5) 次年度の取り組み</p>
<p>昨年度に引き続き補助金・給付金・創業等の問い合わせが増加しつつある中で、経営指導員が一体となって情報の共有と知識を熟知していくよう努めるとともに、大阪府をはじめとする官公庁・関係支援機関と連携を密に図り小規模事業者の成長戦略の支援をしていきます。次年度についても、インボイス制度等の開始に伴う実質的な税負担による金融相談、また従業員の休職・解雇に伴う労務相談には積極的に取り組みます。加えて、販路拡大を目的とした小規模店舗活性化事業とブランド化認定事業・大阪関西万博参入促進事業や労働啓発セミナー・BCP普及啓発にも継続的に取り組み、さらに、創業支援事業では広域連携として各市町村と日本政策金融公庫との連携強化を例年以上に図り、創業予定者や潜在的創業者に対して、創業時の心構えや経営知識・資金調達方法等を習得する育成支援を行い、小規模事業者の育成・発展により一層支援していく方針です。</p>

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 羽曳野市商工会

I 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>小規模事業者が抱える経営問題解決のため、特に金融支援・労務支援・補助金・創業相談等については、指導員間において支援内容・相談内容の共有化を図りました。また、常時情報交換を行的確なアドバイスをお忘れず、迅速・丁寧・親切な指導を心がけ、事業所が抱える諸問題の把握とその解決に向けてきめ細やかな支援を行いました。さらに小規模事業者が求める結果を導くよう努力し、目標数値を達成した支援内容については利用者が事業を継続していく上で何を求めているのか、何を必要としているのかを感じ取るようにしています。一方目標数値を達成していない支援内容については、指導員間で随時協議を行い、自己研鑽を惜しまず今後、利用者に対してより一層の支援メニューが浸透し実施するよう努力致します。</p> <p>(事例)</p> <p>事例としては、以前に清掃業・リフォーム・飲食業等の事業経験のある代表者が、視覚障害となり、生活の基盤を整えるために創業セミナーを受講し自身の資格(鍼灸・指圧・按摩・マッサージ等)を活かした事業展開を考えるうえで金融支援(紹介型)を行いました。今年度の創業セミナー受講による特定創業支援認定を受けることが出来るため、日本政策金融公庫阿倍野支店担当者と申込方法なども含め相談を行い、創業融資での支援を行うことになりました。開院するに際して内装工事や設備・消耗品等準備するものが多く自己資金では賅えないため、創業計画書の作成の支援をしました。当初設備投資が過大であると判断し計画の再検討を行い、公庫担当者とも相談の結果代表者にも理解を頂き再度申込を行い決定となり、計画の見直しにより事業所への返済負担や過剰な備品等の準備についても考慮でき代表者にとってとても良い結果になったと考えられます。今後も相談案件があれば随時支援を行います。</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	270	302	111.9%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	2	1	50.0%	3	
金融支援(紹介型)	支援数	10	9	90.0%	4	
金融支援(経営指導型)	支援数	70	59	84.3%	4	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	5	1	20.0%	2	
資金繰り計画作成支援	事業所	15	10	66.7%	4	
記帳支援	事業所	82	138	168.3%	5	
労務支援	支援数	82	59	72.0%	4	
人材育成計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	1	
マーケティング力向上支援	事業所	6	0	0.0%	1	
販路開拓支援	支援数	5	3	60.0%	4	
事業計画作成支援	支援数	5	1	20.0%	2	
創業支援	事業所	5	1	20.0%	2	
事業継続計画(BCP)作成支援	事業所	5	0	0.0%	1	
コスト削減計画作成支援	事業所	15	15	100.0%	5	
財務分析支援	事業所	20	8	40.0%	3	
5S支援	事業所	5	0	0.0%	1	
IT化支援	事業所	5	2	40.0%	3	
債権保全計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	1	
事業承継支援	事業所	3	0	0.0%	1	
災害時対応支援	事業所	0	0			
フォローアップ支援	事業所	16	7	43.8%	3	
結果報告	事業所	270	302	111.9%	5	

II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>税務支援・労務支援・金融支援・経営支援・法務支援を継続し、専門家による充実した支援を行いました。税務支援については、税理士により日々の記帳の重要性の認識から決算・申告へと導き電子申告を推進し、令和5年10月から開始となったインボイス制度について重点的に周知しました。労務支援については、社会保険労務士による労働保険・社会保険のより深い指導の充実と企業が抱える助成金等の諸問題を解決して円滑な労務管理ができるよう支援を行い、金融支援では小規模事業者の資金調達について解決へ導きました。又、経営支援では中小企業診断士による日々経営上の問題点を解決する的確なアドバイスをし、法務支援では弁護士による事業継続・取引・相続等でのトラブルの事案解決の支援を行いました。</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
税務支援	継続	延べ相談件数	680	910	133.8%	5
労務支援	継続	延べ相談件数	12	19	158.3%	5
金融支援	継続	延べ相談件数	12	23	191.7%	5
経営支援	継続	延べ相談件数	12	12	100.0%	5
法務支援	継続	延べ相談件数	12	17	141.7%	5

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

新型コロナウイルス感染症法上の位置づけが2023年5月8日に「5類」に移行したことに伴い、「ウイズコロナ」から「アフターコロナ」に転換しつつあるといえる状況の中で、感染症対策に注意しながら各地域活性化事業を行いました。「中小企業事業主と高校生の交流支援事業」については、就職希望の高校生との交流を図ることにより、人材を確保できる場所を提供した結果、地元企業に新卒者の内定が頂けました。「地域のお店をもっと利用して欲しい!」この想いを地域の消費者に届けるための支援事業である「はびきのBuyLocalキャンペーン」では事業者向けのセミナー及び共同懸賞を実施し、小規模店舗の販路開拓に繋がりました。地元特産品を活用した商品をブランド商品と認定し、他市で販売促進活動を行い販路拡大及び新規顧客の開拓に繋げ、新たな事業展開の支援を行うことを目的とした「羽曳野ブランド認定事業」では、新規顧客の増加に繋がり、商品構成の見直しと消費者の販売動向についても参考になったとの意見もありました。2025年開催予定の万博に向けた「大阪・関西万博参入促進事業」では中小企業であっても自社の商品やサービスを世界に紹介・販売する手段として万博関連事業受注者システムの登録を促しました。広域事業として開催した「広域セミナー(労働啓発 ワークライフバランスとは)」については、感染症対策として、動画視聴(2週間)でのセミナーを開催しました。スマートフォン等でQRコードを読み取りいつでも参加しやすい環境としました。労働力人口の減少に歯止めがかからない今、優秀な人材の確保・業務の効率化による生産性の向上を目指し、多様な働き方を検討する足がかりとなりました。「デザイン・プロモーション戦略活用事業」、「パワーハラスメント防止の為のアンガーマネージメント研修」、「BCP普及・啓発セミナー」は府施策担当課(大阪産業局・企業支援事業部、雇用推進室労働環境課・労働環境推進グループ、経営支援課経営支援グループ及び大阪府商工会連合会)と連携し開催することにより、府施策を説明する時間を設けることができ、内容の周知に努めました。本年度は以上の主要な地域活性化事業を通して、小規模事業者の人材育成・職場の活性化・販路開拓・新商品開発・大阪関西万博参入を見据えた経営支援に寄与しました。次年度以降につきましても小規模事業者を経営課題の解決に導くことができるよう地域活性化事業に取り組んでいきます。

(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	
○	大阪・関西万博参入促進事業	15	14	93.3%	85.7	万博関連事業受注者登録システムに登録された企業数	70	85.7	122.4%	5
○	はびきのBuyLocalキャンペーン	95	73	76.8%	42.5	キャンペーン期間中の売上が従来より増加した事業者の割合	40	24.6	61.5%	3
○	デザイン・プロモーション戦略活用事業	15	17	113.3%	94.1	アンケートで取り組む意欲が高まったと回答する事業者割合	70	94.1	134.4%	5
○	中小企業事業主と高校生の交流支援事業	12	9	75.0%	88.9	事業実施後アンケートを行い、高校生と交流することで中小企業や自社の魅力を伝えることができた企業割合	70	77.8	111.1%	5
○	パワーハラスメント防止の為のアンガーマネージメント研修(コミュニケーション)	20	17	85.0%	94.1	事業後のアンケートにおいて、職場環境改善意欲が向上した企業の割合	70	82.4	117.7%	5
	羽曳野ブランド認定事業	40	39	97.5%	84.6	自社製品のブランド化により販路拡大となったと回答した割合	70	84.6	120.9%	5
○	BCP普及・啓発セミナー	15	16	106.7%	100	「これだけは!」シートを使ってBCPの策定に取り組んだ事業者の数	12	16	133.3%	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	
○	広域セミナー(労働啓発 ワークライフバランスとは)	90	89	98.9%	90.7	セミナー後実施したアンケートで「理解できた 参考になった」と回答した割合	80	100	125.0%	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。

羽曳野市商工会

事業名		大阪・関西万博 参入促進事業							
想定する実施期間		令和5年 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)	2025年開催の大阪・関西万博は、準備の段階で世界中から企業関係者等が訪れられ、関連事業により経済の活性化に繋がる。本事業に参入される登録事業者は、大阪・関西万博が開催されるまでに、様々な業種、多種多様な事業者や関係者、消費者と交流する機会を得る事により、更なる成長をとげ、新事業へも進出する事が可能となり、販路拡大や新規顧客の開拓を推進する事を目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	独自の製品・商品・サービス等を有する個人事業者及び中小企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><販路開拓> 会報やHP、チラシの配布等で、万博商談もずやんモール登録・活用セミナーの募集を行った。 (令和5年6月 ～ 8月中旬) 万博商談もずやんモール登録・活用セミナーを実施した。 令和5年 8月 30日(水) LICはびきの3階 視聴覚室 講師：万博商談もずやんモール推進プロジェクトチーム セミナーにて、万博受注システムの登録を促した。 セミナー終了後、専門家と相談する時間も設けた。</p> <p><ハンズオン> 商工会と事業所が連携し、万博受注システムの登録を実施する為に、事業所の強みと弱みを再認識してもらい、PRの方向性を決め、事業所や商品、技術に関する情報を明確にし、掲載支援を行う事で、万博関連のビジネスチャンスの獲得や、販路拡大に繋ぐ支援を実施した。</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	万博商談もずやんモール推進プロジェクトチームと連携し、万博商談もずやんモールセミナーを開催、万博関連事業受注者登録システムへの登録を促進した。						
		②広域連携							
		③市町村連携	セミナーの案内を羽曳野市の広報誌や、商工会の会報、HP等にてPRと募集を行い、多くの事業所に周知した。						
	④相談相乗	万博受注システムの登録相談を受ける事で、事業所の強みと弱みの把握と、事業所PRの方向性、商品技術に関する情報の整理を実施した。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	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)	<p>【ハンズオン】 セミナー受講事業所を対象とし、万博商談もずやんモールへの登録へ向けた総合的なハンズオン型支援を実施した。 セミナー終了後、個別に事業所や相談室にて、企業情報の聴き取りを実施、商品やサービスの強み、付加価値などを確認し、登録支援を実施した。 登録する事により、中小企業であっても自社の独自製品・商品・サービス等を世界に紹介・販売する事が可能性がある事を説明した。</p> <p>【販路開拓】 セミナー受講事業所と、商工会関連事業所に、万博商談もずやんモールの紹介を行い、事業所の登録紹介を実施した。 登録する事により、中小企業であっても自社の独自製品・商品・サービス等を世界に紹介・販売する事が可能性がある事を説明した。</p>							
		代表指標	万博関連事業受注者登録システムに登録された企業数						
		数値目標	70%	実績数値	85.7%	目標達成度	122.4%		
	成果の代表事例	セミナー直後に個別相談を希望し、登録情報の整理と支援により、もずやんモールへの登録に至った。 大阪・関西万博の今後の動きの注視しつつ、2025大阪・関西万博に関連する企業・団体から依頼が来ることを期待する。							
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	<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>事業初年度でもあり、大阪・関西万博に関連する事業という事もあり、興味はもって頂けたが、セミナー参加事業所の募集段階が、もずやんモールシステム発足したばかりという事もあり、趣旨を説明、理解してもらうことが難しかった。</p> <p>また、専門家にきてもらい、短期間で事業内容を伝え、その場で登録の操作方法を指導する方法を取ったため、参加者の理解度を確認できないまま進めてしまったところもあった。</p> <p>次年度は事業所に説明できる時間を多く設け、内容を理解して貰ってから事業を進めていくことで、登録所数の増加につなげていきたい。</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)	12.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	91.7%	満足率	81.8%
	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>2025年開催の大阪・関西万博に関連する商談が、万博商談もずやんモールを通じ紹介されるので、事業所の登録推進・紹介を実施した。</p> <p>登録する事により、中小企業であっても自社の独自製品・商品・サービス等を世界に紹介・販売する機会を得られるので、今後のビジネスチャンスの獲得や販路開拓に繋げる。</p>							
		指標	万博関連事業受注者登録システムに登録された企業数						
		数値目標	70%	実績数値	82%	目標達成度	116.9%		
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)	3.0	支援企業数(実績)	3.0	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）	<p>個別相談を実施する事により、自社の強みと弱みを認識し、PRの方向性も明確にする事で、今後のビジネスチャンスの獲得や販路開拓に繋げる。</p>							
		指標	万博関連事業受注者登録システムに登録された企業数						
		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				

羽曳野市商工会

事業名		はびきの Buy Local キャンペーン						
想定する実施期間		令和2 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)	羽曳野市の地域経済循環率は69.7%、民間消費額の地域外への流出は182億円で、地域外から流入する所得への依存度が高く、地域外への消費流出額も高く、地域内での所得の好循環を作り出せていない。(数値はRESAS 2018年データによる)また、当地域の商店街や小規模店は、人口減少、顧客の高齢化、大型チェーン店の地域進出、EC市場の拡大等により、厳しい経営環境に置かれている。日常の買い物で地域の小規模店をあまり利用していない生活者がもっと地域の小規模店を積極的に利用するようになると、地域内での経済循環につながり、小規模店の経営環境の改善にもつながると考えられる。 そこで、今回、当地域でBuy Local キャンペーンを実施し、地域の生活者に地域の商店街や小規模店の利用を促し、地域の小規模店の販路開拓につなげることを目指す。 また、地域の商店街や小規模店が地域になくはならない存在であると、地域の生活者に思っただけのように、キックオフミーティングにおいて、先進地域の状況や事業者として取り組むべき事項を学び、事業者側の意識改革を促す。それにより、事業者、生活者ともにBuy Local運動に取組み、地域経済の好循環につなげていく。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	本事業の対象となる市内小規模店数は約400店(飲食・小売・サービス業等)と想定。そのうち20%の店舗の参加を見込む。 羽曳野市内の5地区(古市・白鳥・はびき山・高鷲・恵我之荘)の商店街地域の小規模店60店、商店街地域以外の小規模店20店の支援を実施する。						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①はびきの Buy Local キャンペーン キックオフセミナー Buy Localキャンペーン活動の中心となる商店会のリーダー等を対象に、Buy Local運動の先進事例を学ぶセミナーを1回開催した。 開催日時：令和5年8月2日(水)18時30分～20時 場所：LICはびきの 講師：ビーローカル・パートナーズより招聘 参加者数：8名 セミナーでは参加者に、大阪市阿倍野・昭和町周辺で取り組まれているBuy Localの事例を中心にBuy Local運動について学んでいただいた。</p> <p>②抽選でQUOカードが当たる！はびきの BuyLocalキャンペーン 地域の生活者にBuy Localに取り組んでもらうきっかけとして、市内のキャンペーン参加店で、1回の会計1000円以上のお買い物をされたお客様に抽選券を配布し、抽選で延べ100名様にQUOカードが当たる共同懸賞を実施した。 ・キャンペーン参加店数：65店 ・実施期間：令和5年12月11日(月)～12月17日(日) ・抽選券配布枚数：10,430枚 ポスター、チラシをキャンペーン参加店の店頭、市内公共施設、市内郵便局等で掲示、配架し、キャンペーンのPRを実施した。また、ICT活用の取組みとして、Googleマイマップを利用し、キャンペーン参加店一覧マップを作成、羽曳野市商工会のWebページでPRを実施した。</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	バイローカルの取組を商店街等の事業者・生活者双方に理解していただく事業を実施した。					
		②広域連携						
	③市町村連携	羽曳野市の広報誌に記事を掲載し、羽曳野市と連携して事業の広報を実施した。						
	④相談相乗	今後も各店舗のフォローをおこない、個別の経営相談事業の実施につなげていく。(カルテ化5件)						
計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	95.0	総支援企業数(実績)	73.0	支援実績率	76.8%	満足率	42.5%

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)	<p>本事業の目的は、事業に参加した店舗への来店客が増加し、売上が増加することを目指すものであった。今回実施したキャンペーン期間中の売上が従来より増加した事業者の割合について、目標は50%、実績は24.6%と当初設定した目標に届かなかった。</p> <p>事業後のアンケートや聞き取りでは、キャンペーン実施の良かった点としては、「お客様に喜んでいただいた」との感想が多数あった。しかし、キャンペーン期間が短い、また、地域の方への告知不足等の声も多くあり、想定していたほど来店客増にならなかった等、解決すべき課題も残った。</p> <p>セミナーについては、参加者の満足度も高く、Buy Local運動に取り組む意義をご理解いただけ、地域においても、なにか継続的な取り組みをおこなさなければと考えられるようになった商店会の役員の方も多くいた。今後も継続して地域の方に地域のお店を知っていただき、利用していただけるきっかけづくりをおこなっていく。</p>					
	代表指標	キャンペーン期間中の売上が従来より増加した事業者の割合					
	数値目標	40%	実績数値	24.6%	目標達成度	61.5%	
成果の代表事例	<p>本事業に参加した飲食店を中心に、本キャンペーンの実施がお客様とのコミュニケーションのきっかけとなったり、また、お客様が喜んでいただけるイベントであったとの感想が一定程度聞かれた。また、他の飲食店や小売店では、キャンペーン期間中の来店客増もあり、売上増加につながった事例もあった。Buy Local運動の基本は、地域の方に店舗を知っていただくことのため、今後も引き続き、今回のようなキャンペーンを活用して地域の方に地域のお店を知っていただく取り組みをおこなっていく。</p>						
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取り組み(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>令和5年8月2日に実施した研修会の参加率が53.3%と低かった。令和6年は事業者がより興味を持てるように、自身の店の販路拡大に役立てられるようなテーマを選定し、セミナーを開催する。販促キャンペーンについて、地域でのキャンペーンの認知度が低かったため、事業の広報に課題が残った。令和6年度はキャンペーンを告知するインスタグラムアカウントを開設し、イベントの告知に注力する。</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)	15.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	53.3%	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)	<p>セミナー実施により、参加事業者にBuy Localキャンペーン実施の意義・手法・事例を理解していただいた。</p>							
	指標	Buy Localの取り組み・手法を理解できた事業者の割合							
	数値目標	70%	実績数値	87.5%	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	80.0	支援企業数(実績)	65.0	支援実績率	81.3%	満足率	35.4%
	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)	<p>はびきのBuy Localキャンペーン(共同懸賞)の実施により、キャンペーン参加店舗とお客様のコミュニケーションを増やすことにつながり、また、店舗の売上げ増につながったケースもあつ</p>							
	指標	キャンペーン期間中の売上が従来より増加した事業者の割合							
	数値目標	40%	実績数値	24.6%	目標達成度	61.5%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

羽曳野市商工会

事業名		デザイン・プロモーション戦略活用事業								
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)	新型コロナウイルスや物価の上昇により、小規模事業者を取り巻く環境はますます厳しくなっており、事業者にとって、販路拡大の取組は重要な課題である。本事業は、デザインを活用した取組により、商品・サービスの見せ方を再検討し、それにより事業者のブランド力向上や販路拡大につながることを目的とする。本事業では、事業者がSNS等で映える写真の撮影方法、自社の商品・サービスをより効果的にアピールする方法等を学ぶ機会を提供する。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の小規模事業者（サービス業、飲食店、小売業、製造業等）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<商品・サービスの見せ方を学ぶセミナーの開催 2日間開催> 実施日時：令和5年11月8日(水)14時～16時、11月15日(水)14時～16時 開催場所：L I Cはびきの 講師：株式会社コージデザイン 代表取締役、UNO photo works 代表 実施内容 1日目<テーマ：デザインとブランディングの基礎> ブランディングの基礎、デザイナーとの協業、ロゴデザインに関するセミナーを実施した。 2日目<テーマ：販路拡大に役立つスマホ撮影講座> SNS、ECサイトで使用する写真をスマホで撮影するノウハウを学べるセミナーを実施した。								
		<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	セミナー内容の企画、講師選定等、大阪府産業局と連携して本事業を実施した。また、大阪産業局のデザイン活用支援事業をセミナーで紹介した。							
		②広域連携								
③市町村連携										
④相談相乗	今後、継続的にフォローを実施し、カルテ化につなげていく。(カルテ化4件)									
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)	17.0	支援実績率	113.3%	満足率	94.1%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	本事業の目標は、事業者がデザインに関するセミナー受講をきっかけとして、デザインの活用により、自社の商品・製品・サービス等の見せ方を検討し、ブランド力の向上、販路拡大につなげていくことであった。 セミナー受講後のアンケートでは、商品・サービスをより魅力的に伝えるためのデザイン活用の取組を実施したいと回答した事業者の割合は、93.3%であった。また、3者の参加事業者が大阪産業局の個別相談会に参加し、Webサイトの改善やブランディングについて相談を受けた。 本事業の実施により、事業参加者にデザイン活用の取組の重要性を理解いただき、デザインやブランディングに関する基礎知識を学んでいただけた。								
		代表指標	アンケートで、デザイン活用の取組への意欲が高まったと回答する事業者割合							
		数値目標	70%	実績数値	94.1%	目標達成度	134.4%			
	成果の代表事例	本事業に参加した事業者で、2事業者が今後、自社のECサイトの改善に取り組む予定である。今回のセミナーで学んだ知識や相談した事項を参考にしたいとのことである。また、スマホ写真の撮影講座では、実際の商品を持ち込み写真撮影、その場で講師に撮影アドバイスをいただけ、非常に参考になったとコメントをいただいた事業者もいた。								
	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)	セミナーの満足度が93.3%と、本セミナーに満足した事業者が多かったが、今後、継続的にデザイン活用の支援を実施していく支援体制の構築や今後のフォローが課題である。羽曳野市商工会が大阪産業局や専門家として連携して、デザイン活用支援に取り組んでいることの広報も必要であると認識している。次期以降は、窓口や巡回訪問により、事業所の要望を把握し、個別にデザイン活用の支援を実施していく。								

羽曳野市商工会

事業名		中小企業事業主と高校生との交流支援事業							
想定する実施期間		令和2 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)	労働力人口の減少が予想される中、大阪の産業を支える地域の中小企業の事業主と、就職という進路を考えている高校生との交流を図ることにより、中小企業には必要な人材の確保ができる場を提供し、今後の業務の効率化と活性化を目指す。現在、就職を目指す高校生に対して中小企業に関する情報を伝える手段が少ない為、高校生に中小企業・地元企業の魅力が伝わらず、必要な人材を確保できないという相談を多く受ける。本事業では府内の高校と地元の中小企業との交流の場を確保することにより、中小企業の魅力の発信及び理解促進の充実を図る。今回の新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、府内の雇用情勢が悪化している中で就職希望者の地元企業志向が高まっており、また採用に積極的な中小企業を支援することで地域雇用の安定を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	新規学卒の採用を毎年行い、同時に従業員教育に熱心な中小企業事業主。 また、若者労働者の就業意識の確認を行うと同時に交流により職場の活性化を目的として意見交換会に積極的に参加を希望する中小企業事業主46社(羽曳野市内の事業所で令和5年3月新規学校卒業予定者を対象とする学卒求人申込みを行った事業所数)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和5年4月12日には大阪府立藤井寺工科高等学校定時制課程の就職を希望する高校3・4年生と、また令和6年2月2日には大阪府立成城高等学校の高校2年生と、主に羽曳野市に会社がある中小企業事業主が直接高校に出向き、交流支援事業を実施した。 交流支援事業内容としては、①企業の自己紹介 ②企業の事業内容や経営方針、経営理念 ③若年者に求める能力や資質、社会人としての心構え、中小企業の魅力等について ④高校生からの質問による懇談 という形で行った。 ・参加企業数：大阪府立藤井寺工科高等学校定時制課程4社、大阪府立成城高等学校6社（重複1社） ・実施日時：令和5年4月12日 18:30～20:00（大阪府立藤井寺工科高等学校定時制課程） 令和6年2月2日 13:20～15:10（大阪府立成城高等学校） ・参加学生数：大阪府立藤井寺工科高等学校定時制課程38名、大阪府立成城高等学校26名の計66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	大阪府商工労働部雇用推進室人材育成課産業人材育成グループと連携し、交流支援事業のPR及び事業の実施を行った。						
		②広域連携							
		③市町村連携							
		④相談相乗	今後も参加各企業に対するフォローを行い、就職面接会や交流支援事業の案内、また人材採用等個別の労務相談事業の実施に繋げていく。						
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)	12.0	総支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	75.0%	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)	今回の事業の目的は、本事業に参加した中小企業事業主が地域中小企業の人材確保の充実を図ることと、中小企業事業主が高校生との交流することにより自社の夢や魅力・経営理念・従業員教育等を改めて再発見する機会を目指すものであった。事業実施後のアンケートでは、高校生と交流することで中小企業の魅力や自社の魅力を伝える事ができたと回答した企業の割合が、目標は70%、実績は77.8%と当初設定した目標を達成できた。 またアンケートでは本事業に参加しての満足度として、全ての企業が「非常に満足」「満足」と回答しており、またアンケートの中で「次回も是非参加したい」や「高校生が真剣に話を聞いてくれて笑顔を見れて良かった」「今回の事業を通じて他企業と繋がりを持つ機会を得ることが出来た」という意見もあったので、中小企業事業主が高校生と直に交流できる機会を望んでいるのが分かり、説明できる時間が短かったという意見も踏まえて次回以降より良い形で実施できるように改善していきたい。							
		代表指標	事業実施後アンケートを行い、高校生と交流することで中小企業や自社の魅力を伝えることができたと回答した企業の割合						
		数値目標	70%	実績数値	77.8%	目標達成度	111.1%		
	成果の代表事例	本事業に参加した自動車部品を製造する企業では、昨年度も本事業に参加しており、この交流支援事業が縁で令和6年4月より一人の新入社員が入社する予定である。一日のイベントで多くの高校生に対して企業概要や事業内容・中小企業の魅力を対面説明できることは非常に稀な事であり、高校生と直接接することでしか分からない事が経験できたことは本事業の取組成果である。また学校側の了解を得た上で企業から就職を希望する高校生に対してアンケートを取り、今後の事業活動の参考にする企業もあった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	80人	目標値(実績)	66人	目標達成度	82.5%			
	本事業において中小企業事業主と交流する学生数								

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)	今回2校の協力のもと交流事業を実施することが出来たが、次年度以降は3校程度の学校に出向き、より多くの高校生に中小企業の魅力を伝えていきたいと考える。また今回の事業実施後のアンケートでは、時間が短かったという意見が多く見受けられたので、実施方法や時間配分等を見直して次回以降もう少し中小企業事業主がアピールできる時間を確保していく。
------	--	---

羽曳野市商工会

事業名		パワーハラスメント防止の為のアンガーマネジメント研修（コミュニケーション編）																																							
想定する実施期間		令和4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)	令和2年度に厚生労働省が実施した「職場のハラスメントに関する実態調査」によると、過去3年以内にパワーハラスメントを受けたことがあると回答した者は31.4%であり、セクハラを受けた割合の10.2%よりも多く、パワーハラスメント防止対策は喫緊の課題となっている。このような状況の中、令和4年4月1日より中小事業主においてもパワーハラスメント防止措置が義務化されたこともあり、中小事業主においても積極的な対応が必要となる。本事業では、パワーハラスメントのリスクを理解してもらい、アンガーマネジメントを手法とし、「怒りの感情」が生じづらい職場環境作りを目指す。中小事業主自身の感情の癖を理解することで適切に指導ができ、パワーハラスメントと受け取られることを防ぐことを目的とする。																																							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の中小・小規模事業者																																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>開催日時・場所 令和5年10月24日(火) 14時～16時 LICはびきの2階大会議室</p> <p>講師 日本アンガーマネジメント協会ファシリテーター</p> <p>内容 パワーハラスメントとは 怒りとパワーハラスメントとの関係 アンガーマネジメントとは 思考のコントロールやコミュニケーションの具体的な方法</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 colspan="7">大阪府商工労働部 雇用推進室 労働環境課 労働環境推進グループと連携し、セミナーを実施した。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>④相談事業相乗</td> <td colspan="7">事業実施後にフォローを行い、個別の労務相談支援のカルテ化に繋げた。</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府商工労働部 雇用推進室 労働環境課 労働環境推進グループと連携し、セミナーを実施した。							②広域連携								③市町村連携								④相談事業相乗	事業実施後にフォローを行い、個別の労務相談支援のカルテ化に繋げた。						
	①府施策連携	大阪府商工労働部 雇用推進室 労働環境課 労働環境推進グループと連携し、セミナーを実施した。																																							
	②広域連携																																								
③市町村連携																																									
④相談事業相乗	事業実施後にフォローを行い、個別の労務相談支援のカルテ化に繋げた。																																								
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	94.1%																																	
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>中小事業主においてもパワーハラスメント防止措置が義務化された中、アンガーマネジメントを手法としてパワーハラスメントのリスクを理解することができた。また、本研修に参加することで、パワーハラスメントやアンガーマネジメントに関する知識やノウハウを習得し、職場環境改善意欲が向上し、自社の活性化を促す効果があった。</p> <p>セミナー終了後のアンケートからも支援実績率、満足度、数値目標達成度等は概ね高い評価が得られた。</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="7">事業後のアンケートにおいて、職場環境改善意欲が向上した企業の割合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>82.4%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">117.7%</td> </tr> </table>								代表指標	事業後のアンケートにおいて、職場環境改善意欲が向上した企業の割合							数値目標	70%	実績数値	82.4%	目標達成度	117.7%																		
代表指標	事業後のアンケートにおいて、職場環境改善意欲が向上した企業の割合																																								
数値目標	70%	実績数値	82.4%	目標達成度	117.7%																																				
成果の代表事例	社内に持ち帰り、本研修で学んだ「アサーティブコミュニケーション」を積極的に取り組みたいと考える事業者もいた。																																								
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)	<p>昨年度セミナー参加者の意見も参考にして今年度は自分自身のコントロール方法等、更に具体的な方法等より掘り下げた内容でセミナーを行った。</p> <p>今年度の参加者からはグループディスカッションの時間配分が少なかったとのご指摘があったため、今後同様のセミナーを実施する際には適切な時間配分で実施するように計画する。</p>																																							

羽曳野市商工会

事業名		羽曳野ブランド認定事業							
想定する実施期間		平成31 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)	羽曳野市内の小規模事業所において、自社の強みを活かし開発した商品はあるが、販売場所の確保が不十分で、販売ルートを確認できていなかったり、自社のPR方法が不十分な為、事業展開が思うように進んでいない商品(製品)が多々ある。 このような商品を、羽曳野ブランド認定委員会が商品を審査、認定することにより、販売場所の斡旋や、大々的にPRする場を提供ことで、販路の拡大や新規顧客の開拓に繋げ、今後の新たな事業展開に繋げられる支援を行う。また、ブランド化した特産商品のHP作成し、商品(製品)のみならず事業所の情報発信もすることにより、事業所の認知度上昇も図れ、事業の活性化だけでなく地域振興や発展に貢献することができる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の小売、サービス、製造、農林業等含めた全事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>会報やHP、チラシの配布等で羽曳野ブランド認定商品登録希望企業の募集を行いました。 (第1回 令和5年9月～11月上旬) 羽曳野ブランド認定審査会を実施し、認定商品を選定しました。 第1回 令和5年11月16日(木) LICはびきの二階 中会議室 認定企業には、羽曳野ブランド認定証と、羽曳野ブランド認定シール及びデータの授与を行いました。 商品PRが可能なイベントの紹介と、下記の時期に開催される市内市外での展示販売会に参加して頂き、積極的なPR活動を行いました。 (令和5年5月・6月・9月・10月・11月に開催された展示即売会への出店・令和5年4月～令和6年3月道の駅しらとりの郷 商工物産館 タケル館への出店。)</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	羽曳野市役所職員、市内農業組合、市内大学の職員の方々が、認定委員会の委員になって頂いた事により、市町村と情報の共有、連携することができ、認定商品のふるさと納税返礼品への参入促進にもなったので、事業効果を高めることが出来た。							
	④相談相乗	培養された酵母を使用した新商品開発段階で、相談案件がありました。							
事業全体の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	40.0	総支援企業数(実績)	39.0	支援実績率	97.5%	満足率	84.6%
	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)	羽曳野ブランド認定事業は5年目を迎え、本年は3事業所、3商品を登録する事ができました。内1事業所は、昨年申請し、認定されなかった材料を改良、再申請され認定された。また、世界遺産に登録された羽曳野市の古墳群の一つ「墓山古墳」より培養された酵母を使用したパンが2種類認定された。 昨年までに認定された18事業所と連携し、感染症対策行いつつ、再開されたイベント等に参加、PR及び販売活動を実施した。 参加事業所に確認したところ、昨年に比べ、売上は増加している事が確認できた。							
		代表指標	自社製品のブランド化により販路拡大となったと回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	84.6%	目標達成度	120.9%		
	成果の代表事例	認定事業所より、羽曳野ブランドに認定された商品の、注文数、購入数が増加しているとの報告があった。 イベント事業が再開され、紹介されたイベントに出展したことにより、事業所と商品を直接消費者にPRする機会が増加した事が、売上増に繋がっている。							
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）	本年度は、3事業所から申込があり、新たに3商品を羽曳野ブランドに認定する事ができた。今年度は、市内外で開催していた展示、販売イベント等が再開され、企業と商品PRをする機会が増加した事により売上増に繋がった。今後も、羽曳野ブランド認定商品や事業所の認知度の上昇を目指すと共に、積極的にPR活動を行う。
------	--	---

【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)	2.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	150.0%	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>本年は3事業所、3商品を登録する事ができた。内1事業所は、昨年申請し、認定されなかったされた材料を改良し、再申請され、認定されました。また、世界遺産に登録された羽曳野市の古墳群の一つ「墓山古墳」より培養された酵母を使用したパンを2種類認定を行った。新分野の商品登録がされ、今後の更なるPR活動の為、ブランド認定商品紹介チラシの作成を行い、知名度アップを図った。</p>								
	指標		自社製品のブランド化により、販路拡大となったと回答した割合							
	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)	18.0	支援実績率	90.0%	満足率	83.3%	
	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)	<p>1事業所が廃業、1事業所が認定商品の生産を停止されたので、営業されている18の認定事業者に、市内外の展示会やイベント出展に関する情報の提供、HPやPRチラシによる販売支援を実施した。</p>								
	指標		認定商品をPRできたと回答した事業所の割合							
	数値目標	70%	実績数値	83%	目標達成度	119.0%				
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)	18.0	支援企業数(実績)	18.0	支援実績率	100.0%	満足率	83.3%	
	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)	<p>羽曳野ブランド認定商品及び、事業所の認知度を上昇させる為、参加が可能なイベントを検索し、紹介、参加、PR活動を実施した。参加出来たイベントは、羽曳野市内で行われた市民フェスティバル(5月)にて8事業所、ピンクリボンまつり(6月)にて6事業所、天神橋筋商店街わごん市(9月)にて7事業所、富田林市の竹ノ内街道灯籠祭り(10月)にて4事業所、羽曳野市で開催された防災イベント(11月)にて4事業所、松原市で開催された物産展(11月)にて4事業所が参加出来ました。賞味期限や、申請書等の都合上、販売出来ない商品もありましたが、ポップや資料にて認定商品や事業所を紹介し、チラシの配布などのPR活動が実施できた。</p>								
	指標		新規顧客へのPRや販路が拡大したと回答した割合							
	数値目標	70%	実績数値	83%	目標達成度	119.0%				
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					

羽曳野市商工会

事業名		BCP普及・啓発セミナー							
想定する実施期間		令和4 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)	2020年1月以降、国内外で蔓延している新型コロナウイルス感染症の影響により、事業の継続が困難となっている事業所が多数発生しています。又自然災害が起こると多くの企業は倒産や事業縮小といった危機に追い込まれます。被害を直接受けないとしても、連鎖的に倒産してしまう可能性もあります。中小企業のように資本が小さい脆弱な会社こそがBCPを策定することが重要であると考えます。事業を通じてBCPの必要性を認識していただく事を目的に普及・啓発を目指します。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域内小規模事業者を中心に、事業継続に関心のある、又は必要とする事業者等							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	BCP普及・啓発セミナーとして、東京海上日動火災保険株式会社 藤井寺支社 支社長代理を講師に招いて、「災害に負けない 会社・従業員・ご家族を守る」ための内容で令和6年1月24日にLICはびきの会議室でセミナーを開催しました。セミナーの中で、実際に簡易版BCP「これだけは!」シートを作成し、BCP発動時の組織体制・事前対策等を学びました。							
		<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	大阪府経営支援課経営革新グループ・大阪府商工会連合会と連携を取り合い、セミナーを開催しました。						
	②広域連携								
	③市町村連携	羽曳野市役所等にセミナー開催の案内チラシを配り広報して頂いた。							
	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)	15.0	総支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	106.7%	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)	「脅威」が顕在化した際(緊急時)には、平常時の取り組みによって事前に策定しておいた事業継続計画(BCP)を最大限に利用し、事業継続を阻む「負の連鎖」を早い段階で断ち切ることを目的に、参加して頂いた事業者全てにセミナーの中で時間を取り、超簡易版BCP「これだけは!」シートを作成して頂いた。BCP対策に取り組む事で事業所の強み・弱みを再確認し、事前の備えをとる準備としました。セミナー参加者やBCPの内容に興味のある事業者に対しては、希望に応じて大阪府施策の連携として、大阪府商工会連合会のBCP策定支援メニュー(A～Fコース)の活用を促しました。							
		代表指標	「これだけは!」シートを使ってBCPの策定に取り組んだ事業者の数						
		数値目標	12社	実績数値	16社	目標達成度	133.3%		
	成果の代表事例	事業所が自然災害・大火災・感染症などの緊急事態に遭遇した場合において、事業資産の損害を最小限にとどめつつ、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とするために、平時に行うべき行動や緊急時における事業継続のための方法、手段等を取り決めておく為、各種の手順や情報を文書化して事業を継続できる事を目的とする。BCP対策に取り組む事で、事業の強み・弱みを再確認し、事前の備えをとる準備とした。							
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)	策定支援の手引きなどを周知して、それを活用するだけで小規模事業者がBCPを独自に策定するのを待つだけでは普及が進むとは考えにくい。専門家をお呼びしてセミナーを開催していき、BCPの基礎知識や重要性を学び、その後BCPに対する取り組みに繋げていきたい。2024年から介護業のBCP策定が義務付けられたので、BCP策定メリット・策定方法を紹介し啓発していきたい。							

羽曳野市商工会

事業名		広域セミナー(労働啓発 ワークライフバランスとは)								
想定する実施期間		平成23 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)	新卒・中途採用に限らず、必ずと言っていいほど「ワークライフバランスは実現しやすいか」が入社の検討材料になっています。言葉が普及したからと言って本当に実現されているとは限りません。新型コロナウイルス感染症の影響によって働き方が大きく変わろうとしている今、事業主はワークライフバランスの在り方について改めて検討する必要があります。仕事と生活の調和の実現は、労使双方が望む生活ができる社会の実現にとって必要不可欠です。どのように取り組む事で働きやすい労働環境を整えるかを検討することを目的とします。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	従業員を雇用している、又は今後雇用する予定のある小規模事業者及び労務管理担当者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	事業の実施に関しては、長引く感染症の影響により、セミナーを動画配信(令和5年11月13日～11月26日の2週間)で行いました。スマートフォン等でQRコードを読み取りいつでも参加しやすい環境として参加者には好評でした。特定社会保険労務士を講師にお招きし、少子高齢化で労働力人口の減少に対応するため、仕事と生活の調和を目指した職場づくりに向けた内容のセミナーを開催しました。								
		<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	大阪府労働環境課・労働環境推進グループと連携を取り合い、感染症対策として、動画での期間限定(2週間)でセミナーを開催しました。							
	②広域連携	羽曳野市・柏原市・藤井寺市・富田林・河内長野市・大阪狭山市との広域で連携する。								
	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)	90.0	総支援企業数(実績)	89.0	支援実績率	98.9%	満足率	90.7%	
	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)	雇用や組織運営においてワークライフバランスの必要性は理解していますが、新型コロナウイルスで従業員の働き方に変化があり、改めてどのように進めていくか考える必要があります。労働力人口の減少に歯止めがかからない今、労働力確保のためには、一人の人が健康に・幸せに、できるだけ長く働き続けられる環境作りが必要とされます。ハウスクリーニング業・仏壇等小売業・ゴム製品製造業の3社の取り組み事例を参考に、誰もがやりがいや充実感を感じながら働き、仕事上の責任を果たす一方で、子育て・介護の時間や家庭・地域・自己啓発等にかかる個人の時間を持てる健康で豊かな生活に少しでも近づけるような職場づくりを理解してもらうセミナーがありました。セミナーの資料と共に、「大阪府労働相談センターの事業について」「大阪府最低賃金」等の冊子も参加者に配布し活用を促しました。								
		代表指標	セミナー後実施したアンケートで「理解できた 参考になった」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%			
	成果の代表事例	ある事業所の取り組み事例で、一仕事二人制(1つの業務を必ず複数人で分業、自分の担当外の業務について研修を充実させる。新入社員は3年間で社内の全ての業務を経験させる。又9連続有給休暇を義務化とし、フォローしてもらう体験をし、お互い様の精神を育む。)を紹介し、業務の負担を低減し、休暇を取りやすくすることによって、退職ではなく、働きながら私生活上の課題を解決できる足がかりとなる内容でした。								
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)	超高齢化社会がさらに進んだ2030年には生産年齢人口の不足が深刻化し、さまざまな業界において人手不足が顕著となります。また、生産年齢人口の減少は経済に負担をかけ、労働力人口の減少は国内市場の縮小にもつながります。事業所の労働力不足が続くと、現状の従業員数を前提とした業務のあり方は困難になります。新卒社員のおよそ3割が、3年以内に離職する現状で、いかにして若手社員の離職防止に取り組み、人材育成の問題を重要課題として位置付け、より良い職場環境の構築を図りたい。								