

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	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 端山 宗尚
	連絡先	T E L（直通）： 072-331-0291 F a x： 072-332-5720 E - m a i l： m-cci@matsubara-cci.or.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11名）（令和6年3月31日現在）	
③所管地域	松原市	
④管内事業所数	4,362（令和3年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数	3,098（令和3年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）	1,721（39.4%）（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）		
<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。		

(1) 事業の目標

本市管内で事業を営む事業者（4,362：令和3年度経済センサス活動調査による）のうち、約71%を占めている小規模事業者（3,098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。

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。

- 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

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。

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。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

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。

地域活性化事業では、上記事業の目標を見据えて、南河内地域の“商品・製品・技術力のある企業”に出展を募った「物産展」では、第14回「まつばらマルシェ（松原市・JA大阪中河内・阪南大学・観光協会・当会議所との連携事業）」（来場者46,850人）と同時開催することで、より多くの来場者（物産展来場者 13,933人）が訪れ、出展者の商品・製品及び企業PRがより効果的なものとなった。

創業支援を目的とした「創業支援事業」では、参加型セミナーを3日間、WEB型セミナーを2日間実施した。創業者が身に着けるべき4つの知識「経営・財務・人材育成・販路拡大」を中心に全10講座を行い、最終日には松原市の先輩起業家を招いてリアルな起業の状況や注意点等を話して頂いた。また、受講生同士や先輩起業家との交流の時間を多く設け、創業者がお互いに切磋琢磨し、相互に協力し合うコミュニティのきっかけ作りを行った。

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」を作成・市内に配付した。参加事業所には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。

「こども商店街inまつばら」では街のお店が持つ強みの一つである「顔の見える接客」を活かすために、地域の子供及び保護者とお店との距離を縮め、ファンを作り、巻き込むことで地域活性化を図った。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

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211件に対して、実績308件の相談に応じた。

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った。

地域活性化事業では、大型商業施設の開業が相次ぐなか、地域とのつながりを大切にした「こども商店街inまつばら」においては、普段の商店街にはない賑わいの創出を図ることができ、さらに、参加店と参加者との距離を縮めることができた。

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。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

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。

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。

(5) 次年度の取り組み

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し、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。

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。

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

経営指導員を中心に管内事業所への相談支援を行う際、ニーズと経営課題の把握に努め、管内事業所から最初に相談したい支援機関を目指し、相談支援事業に取り組んだ。

成果事例として以下の2つの例を挙げる。

①当事業所はプラスチック製品の製造業を営んでいる。複数のブロー成形機を保有しており、各種プラスチック成形品の企画、設計製図、金型製作、ブロー成形、射出成形、圧空成形等を行っている。主な生産品目は自動車部品、建機・農機部品、工事現場用保安用品等がある。創業以来培ってきた技術力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、売上・利益率が低下している状況となっている。その上で、特に自動車部品は、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る。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やっていった。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た。

②当事業所は河内天美駅近隣で地産地消にこだわった飲食店を営んでいる。新型コロナウイルス以降、来客数も減少しており、新たな取り組みが必要となっている。現状の経営状態を踏まえ、今後の取り組みについて支援する。現状、店内飲食はコロナ前の80%程度である一方、地産地消にこだわった加工食品の売上は増加している。加工食品の販売は増加させていきたいが、生産工程に問題があり、生産性が低い目標とする売上まで実現できない状態である。まずは問題を取り除くために、必要な設備の導入を図る。また、今後の計画について数値化を図ることで、具体的に達成しなければならない売上等について認識してもらうことができた。今後、目標とする計画との差異を定期的に確認し、売れる仕組みづくりの構築を目指す。

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	305	308	101.0%	3
支援機関等へのつなぎ	支援数	51	45	88.2%	2
金融支援（紹介型）	支援数	24	21	87.5%	2
金融支援（経営指導型）	支援数	43	45	104.7%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	1	100.0%	3
資金繰り計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	3
記帳支援	事業所	58	62	106.9%	4
労務支援	支援数	39	39	100.0%	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	2	2	100.0%	3
販路開拓支援	支援数	24	26	108.3%	4
事業計画作成支援	支援数	40	41	102.5%	3
創業支援	事業所	10	11	110.0%	4
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	2	2	100.0%	3
コスト削減計画作成支援	事業所	5	6	120.0%	4
財務分析支援	事業所	13	14	107.7%	4
5S支援	事業所	0	0		3
IT化支援	事業所	1	1	100.0%	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	8	8	100.0%	3
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	305	308	101.0%	3

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

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。

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。

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	新規	相談者数	0	1	-	-
税務相談	継続	相談者数	9	32	355.6%	5
金融相談	継続	相談者数	12	27	225.0%	5
労務相談	新規	相談者数	0	2	-	-
その他相談	継続	相談者数	24	24	100.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

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。

「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。

「SNS活用セミナー」では、SNSへの抵抗感を抑制し、継続して運用していくこと目指した。セミナー内で撮影を実施することで、徐々に撮影に慣れる様子も見受けられた。

「創業支援事業」では、創業をしたいと考える者、創業に向けて準備している者、創業して間もない事業者を対象に「創業塾」を開催した。特に、事業計画の作成について参加者の意欲が見られた。実際に創業した参加者もみられるなど、創業のきっかけとなる事業となった。

「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」を作成・市内に配付した。70事業所が参加して、令和5年7月30日～8月31日の実施となった。34,000部作成し、市内家庭にポストイングを実施した。今回で6回目の開催となるため、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。

「こども商店街inまつばら」では、河内天美駅周辺の活性化を目的として、地域の商店街を主とするBtoCの店舗に、地元の小学生がこども店長として各店舗の仕事を体験した。また同時に縁日等のイベントを併催することで、地域一帯の賑わい作りを行い通常の商店街にない賑わいが生まれた。また、地域の信用金庫や高校生がボランティアで参加するなど、今回の事業の趣旨に賛同し多くの方に協力をして頂けた。

「労務管理・助成金活用セミナー」では、少子高齢化に伴う労働力人口の減少による人手不足や働き方改革関連法の施行など労働法の改正に伴う労働環境の変化に対応するため、労働環境等の向上を図った。また、助成金・補助金を活用し労働環境の整備・人材育成を支援することで雇用の維持・推進を図った。

「物産展inまつばら」では、松原商工会議所と南河内の6商工会と連携を図り、松原を含んだ南河内エリアが保有する商工業の技術力・商品力に対する支援を中心に事業展開を行った。具体的には、今年で第14回目を迎えた「まつばらマルシェ」と同時開催した「物産展inまつばら2023」においては、過去最高の来場者数（13,933名）を確保することができた。また、商談件数・販売金額ともに増加に至った。

(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	
○	事業計画策定セミナー	20	13.5	67.5%	100	事業計画の策定に取り組む事業者	10	1	10.0%	2
	SNS活用セミナー	25	24	96.0%	100	SNSを活用して発信に取り組もうとする	80%	79%	99.0%	4
○	創業支援事業	20	19	95.0%	89.5	創業者数	5	3	60.0%	4
	商業活性化支援事業	50	70	140.0%	48.6	集客に効果があった事業所数割合	70%	74.2%	106.0%	3
	こども商店街inまつばら	25	23	92.0%	91%	新規顧客獲得に繋がった	70%	82.6%	118.0%	4
○	労務管理・助成金活用セミナー	20	15.5	77.5%	100	職場定着に向けた労働環境等の向上を目指すきっかけとなった事業所	80%	100%	125.0%	3

(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	
	物産展inまつばら	30	30	100.0%	90	販路開拓に繋がった事業所の割合	80%	33%	41.7%	4

※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。

松原商工会議所

事業計画策定セミナー

想定する実施期間 2022 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)	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5年5月9日（火）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「新事業展開テイクオフ支援事業」についての制度説明等 参加事業所数：13事業所（14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		「新事業展開テイクオフ支援事業」の周知等の連携を図った。								
②広域連携										
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)	20.0	総支援企業数(実績)	13.5	支援実績率	67.5%	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	1社	目標達成度	10.0%			
		セミナー受講後、計画のブラッシュアップ等を支援した結果、補助金の採択に繋がった。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)				
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。								

松原商工会議所

SNS活用セミナー

想定する実施期間 2023 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)	Facebookの導入率が80%を超えるなど、企業のSNSの導入率は高い。一方、大企業も使用するなど、SNSでの販売促進競争は激化している。導入したが効果がない、効果的な運用ができていない事業所も多く見られるため、小規模事業者が効果的で継続してSNSに取り組めるようにする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	事業者数：①市内小規模事業所数 3,372事業所 ②①のうちBtoC取引であるサービス・小売業 1,630事業所 (平成28年経済センサス)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催日時：令和6年2月13日（火）、2月16日（金） 両日13：30～15：30 開催場所：松原商工会議所 内容： 1日目 小規模事業者が知っておくべきSNSマーケティングの基礎知識として、各SNSの特徴や目的に応じたSNSを使用するために、各SNSの特徴やメリット・デメリットを学ぶ。 2日目 ショート動画の特長や実際に撮影するために必要な道具や知識について学ぶ。 自己紹介のショート動画を撮影する。 参加事業所数：1日目 25事業所（29名）、2日目 22事業所（26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)	25.0	総支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	96.0%	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)	本セミナーの受講により、SNSの基礎知識の習得ができ、理解度の向上に繋がった。また、実際にショート動画を撮影することで、SNSへの抵抗感を抑制し、今後SNSを導入・運用していく意欲の向上に繋がった。							
		代表指標	SNSを活用して発信に取り組もうとする事業者割合						
		数値目標	80%	実績数値	79%	目標達成度	99%		
	成果の代表事例	SNSを基礎から学べたことにより、どのSNSを使うべきかなど理解の深化が図られた。また、今後、積極的にSNSを活用したいとの声もいただいた。なかでも、SNSを導入しているがあまり運用できていない方が今後は消極的な運用をしていきたいとの声をいただいた。セミナー内で実際に撮影をすることで、最初は抵抗が強い様子が見られたが、徐々に撮影に慣れていく様子が見受けられた。							
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)	アンケートでは写真や動画の撮り方を知りたいとの声が多く、次年度の取り組み内容として実施する。課題としては、動画撮影に対する抵抗感はまだ見受けられるため、セミナー内でのワークを多くし体験をしてもらうことで克服していく。							

松原商工会議所

事業名		創業支援事業						
想定する実施期間		2023 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>創業・起業を志す者を中心に経営に必要な知識や心構えを習得する「創業セミナー」を開催する。また、創業支援の一環として、既に創業しているものの当初の計画から変更を検討する事業者も含め支援する。</p> <p>松原市内の創業比率は経済センサスの2014～2016年では約3.59%と大阪府平均の約5.04%と比べて低いため、潜在的な創業者希望者を掘り起しが見込める。それによって管内での創業者の増加を図ると共に、地域経済の活性化に繋げることを目的とする。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	将来、松原市で創業をしたいと考える者、創業に向けて準備している者、創業して間もない事業者で事業計画の再検討を行う者を対象とする。						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>2023年7月～8月にかけて参加型セミナーを3日間、WEB型セミナーを2日間実施した。創業者が身に着けるべき4つの知識「経営・財務・人材育成・販路拡大」を中心に全10講座を行い、最終日には松原市の先輩起業家を招いてリアルな起業の状況や注意点等を話して頂いた。また、受講生同士や先輩起業家との交流の時間を多く設け、創業者がお互いに切磋琢磨し、相互に協力し合うコミュニティのきっかけ作りを行った。</p> <p>■実施内容 受講人数：19人 【参加型セミナー】 日時：7月 8日(土) 10:00～16:45 3講座 7月 22日(土) 10:00～16:00 3講座 8月 5日(土) 10:00～16:45 2講座 場所：松原商工会議所会館 【WEB型セミナー】 日時：2日間 2講座 各1～1.5時間 場所：オンライン</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	有望な創業については、大阪起業家グローイングアップへの推薦を行う。						
	②広域連携							
③市町村連携	松原市創業支援連携ネットワーク(松原市・阪南大学・日本政策金融公庫・池田泉州銀行)と連携し、特定創業支援事業として実施する。市内参加者へ向けた広報のため松原市を始め上記のネットワークと連携して実施する。							
④相談相乗	創業実現に向けて個別の経営課題解決についてフォローし、相談事業との相乗効果を図る。							
計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	20.0	総支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	95.0%	満足率	89.5%
事業全体の実績/目標達	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>○ビジネスプランの策定として、自らの経験を振り返り「強み・弱み」の洗い出しを行った後、希望業種の外部環境「機会・脅威」を組み合わせ創業の検討を行う。他の受講生とも話し合うことで他者の目線からの検討も知る。</p> <p>○融資については、金融機関が融資決定の際にチェックするポイント等を知り、対策方法を学ぶ。</p> <p>○販売開拓として、創業時に有用な、SNSを活用した販路拡大方法を学ぶ。</p> <p>○財務として、会計の基礎知識から損益分岐点、資金繰り表まで学ぶ。</p> <p>○人材育成として、労働のルールから育成まで学ぶ。</p> <p>○補助金の活用として、事業を進める上で大きな後押しとなる補助金について学ぶ。</p> <p>○ビジネスプランの発表として、自社のビジネスプランの説明を行うと同時に他社事業の理解を行う。</p> <p>○先輩起業家の体験談を聞き、交流を行うことで同地域で商売を行うヒントを得る。</p>						
	代表指標	創業者数						
	数値目標	5	実績数値	3	目標達成度	60.0%		

成 度	成果の代表事例	創業塾の卒業生が2023年9月に米粉カフェをオープンしたが、その店舗を利用して、受講生同士のコラボレーション商品を検討するケースや、カフェの起業を検討している別の方が同店舗を利用して、臨時カフェとしてテスト販売を行う等、創業塾のネットワークを通じて松原市の創業ネットワークが出来ている。				
	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)	<p>創業者数の増加を課題とする。</p> <p>創業者数の増加については、相互交流や先輩起業家との交流を増やすなかで、創業意識を一層高めることで増加を図る。</p>				

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)	BtoCの市内事業者の中には、コストの問題やIT知識不足により、販売促進につながる積極的な情報発信ができない小規模事業所が多く存在している。そのためにBtoCの小規模事業者が集まって販売促進のためのクーポン冊子を作成する。 実施方法は、管内の全年齢を対象とするためオンラインではなくリアル（紙）で実施し、内容は各店の割引や周知情報を集めたクーポン冊子を作成して、管内に配布する。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。 また、同事業を数年間実施することにより、市内商業全体の販売促進とともに、各事業者がそれぞれ自社に効果的な販路拡大手法やアピール方法を試行錯誤しながら、理解してもらうことを目指す。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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。事業所数は2692社（RESAS2016年資料参照）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和5年度は夏季にフリーペーパー「まつばらチケット」を約34,000部発行した。 【実施時期】令和5年7月30日～8月31日 【参加事業者数】70社 【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配置 【特記】クーポンの利用促進のためにポイントラリーを実施。 ＜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	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	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)	70.0	支援実績率	140.0%	満足率	48.6%
	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)	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。							
		代表指標	集客に効果があった事業所数割合						
		数値目標	70%	実績数値	74.2%	目標達成度	106.0%		
	成果の代表事例	商業店舗で服飾の小売業を営む店舗が1点限りの大幅な割引を実施した結果、800枚以上の利用があった。来客者は割引商品と同時に他商品も購入する機会が多いため、店舗全体として売上の大きな拡大に繋がっている。							
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)	参加店において使用枚数が800枚を超える店舗がある一方で、全く利用がない店舗も少なからず見受けられるため、実施内容のブラッシュアップが必要である。また、同一人物が複数枚利用するケースもあるため新規顧客の獲得を意図されている店舗に取っては実施内容のより一層の工夫が必要である。							

松原商工会議所

事業名		こども商店街inまつばら							
想定する実施期間		2023 年度～ 2025 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)	松原市では大型商業施設の開業が相次ぎ、今後、中心市街地の空洞化が懸念される。本事業では、街のお店が持つ強みの一つである「顔の見える接客」を活かすために、地域の子供及び保護者とお店との距離を縮め、ファンを作り、巻き込むことで地域活性化を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原市天美地区のBtoC取引の店舗（約100店舗）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	日 時：2023年11月5日（日）11：30～12：30 ※当日は10：00～16：00まで縁日等のイベントを同時開催 場 所：近鉄南大阪線河内天美駅近隣（天美商店街振興組合・天美駅前東商店会近隣） 参加店舗：23店舗 参加小学生：31名（応募者数114名） 内 容：商店街を中心とした実際に営業をしているBtoCの店舗に、地元の小学生がこども店長として各店舗の仕事を体験した。また同時に縁日等のイベントを併催することで、地域一帯の賑わい作りを行った。こども店長を見学に来た両親やイベントを目標に多数の来客（大部分が子ども連れの親子）があり、通常の商店街にない賑わいが生まれた。また、地域の信用金庫や大阪暁光高等学校・富田林高等学校の学生がボランティアで参加して頂くなど、今回の事業の趣旨に賛同し多くの方に協力をして頂けた。							
		＜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	(d)事業実施にあたり、出展方法などについて伴走支援をする。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	25.0	総支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	92.0%	満足率	91.0%
	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)	本事業を通じて、新規顧客獲得の工夫（コミュニケーションなど）を考え直すきっかけとなる。							
		代表指標	新規顧客獲得に繋がった						
	数値目標	70%	実績数値	82.6%	目標達成度	118.0%			
	成果の代表事例	商店街にある薬局がこども店長として小学生を2人受け入れ、店内のPOP作成や接客等を体験してもらった。子ども店長の接客や作成したPOPがきっかけとなり、初めてのお客様が10名来店した。							
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)	子ども店長の関係者による仕事体験の見学と店舗の通常営業との兼ね合いや、多数の来場者による商店街の通路の混雑などを改善する必要がある。							

松原商工会議所

事業名		労務管理・助成金活用セミナー							
想定する実施期間		2023 年度～ 2023 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)	少子高齢化に伴う労働力人口の減少に伴い中小企業・小規模事業者は人材確保に苦慮している。また、働き方改革関連法の施行など労働法の改正に伴い労働環境が大きく変化している。その変化に対応し、労働環境の向上及び人材育成を図ることは、職場定着に欠かせない。しかしながら、資金力に劣る小規模事業者では大企業に比べ労働環境の整備・人材育成ができていない。そこで、助成金・補助金を活用し労働環境の整備・人材育成を支援することで雇用の維持・推進を図る。 管内の中小企業・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（事業主、管理職、総務・人事・労務担当者等）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	働き方改革関連法の施行など労働法の改正に伴う労働環境の変化に対応するため、労働環境等の向上を図った。また、ニーズが高い助成金について理解を深めることで、雇用の促進・定着、ひいては事業所の資金的なメリットに繋がった。 【開催時期】 令和5年6月27日（火）13:30～16:00 【場所】 松原商工会議所2階会議室 【講師】 社会保険労務士法人SK事務所 代表社員 【参加事業所数】 15社 【内容】 (第1部) 社会保険労務士等の専門家を講師に迎え、労務管理（法改正、就業規則・労働契約書等）のポイントや職場定着に向けた取組事例についての説明会を実施する。併せて、利用率が高い助成金（キャリアアップ助成金、両立支援等助成金等）について説明する。 (第2部) 大阪府資格取得等人材育成支援補助金の申請方法および研修計画補助等に関する説明会を実施する。 <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	事業実施にあたっては、大阪府就業促進課及び人材育成課と連携した。また、参加企業に対してNEXTステージ総合支援事業をPRを行った。						
		④相談相乗	労務管理・助成金活用において、経営指導員が伴走支援を行った。						
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)	20.0	総支援企業数(実績)	15.5	支援実績率	77.5%	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、労務管理の知識の補充及び助成金申請の意欲の向上に繋がった。就業規則の作成に至る事業所も見られたが、助成金の活用についてはの難易度の高さ等により申請を辞退する事業者も多く見られた。 代表指標 職場定着に向けた労働環境等の向上を目指すきっかけとなった事業所 数値目標 80% 実績数値 100% 目標達成度 125%							
	成果の代表事例	セミナー受講後、就業規則の作成等を支援した結果、職場定着に向けた労働環境等の向上に繋がった。							
	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)	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ればならなかった。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。						

松原商工会議所

事業名

物産展inまつばら

想定する実施期間

2015 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)

本事業では、松原商工会議所と南河内地域の6商工会と連携を図り、南河内地域の商品・サービスのPRを図ることで、ビジネスチャンスの獲得や販路拡大など、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事業所（約22,000事業所）

実施時期・具体的な内容及び事業手法

【会期】
令和5年11月11日（土）・12日（日）（2日間）
【場所】
松原市民体育館
【内容】
松原商工会議所と南河内の6商工会（柏原、河内長野、藤井寺、富田林、羽曳野、大阪狭山）と連携をとり、事業所の特色ある商品・サービスのPRの場として活用してもらった。出展者は物販やサービスの提供を通じて、商品のPRを図った。さらに、商品・サービスの改良に繋げるために、来場者に対して出展者ごとの来場者アンケートを実施した。アンケートに特典を付けることで、回収を促進した。また、一過性にならないように、事業所情報を特設サイトで周知を行った。

<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	
②広域連携	事業周知及び募集について南河内の各商工会と連携して実施する。 河内長野市商工会（2社）、羽曳野市商工会（1社）、富田林商工会（2社） 大阪狭山市商工会（2社）、藤井寺市商工会（1社）、柏原市商工会（2社）
③市町村連携	松原市と連携して事業周知を図る。
④相談相乗	出展の効果を向上させるために、事前（出展方法等）・事後（WEBでの周知方法等）支援を実施する。

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)	30.0	支援実績率	100.0%	満足率	90.0%
------------	------	------------	------	-------	--------	-----	-------

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)

松原市及び近隣の市からの来場者が多く、参加企業の周知に繋がった。来場者数は2022年の12,268人から13,933人へ増加した。出展者数は30社であった。また、第14回松原マルシェ（来場者、約46,850人）と同時開催のため、来場者も多く連動して消費者の購買意欲が高められ、接客件数10,278件となり、販売実績（全体で約730万円）も好調だった。出展企業の満足度は90%であり、企業イメージアップと商品・製品のPRに繋がった。また、来場者に対して行った消費者アンケートでは、各事業所の商品・サービスの生の声を聞くことができ、今後、商品・サービスの改良に繋げていく。

代表指標	販路開拓に繋がった事業所の割合				
数値目標	80%	実績数値	33.3%	目標達成度	41.7%

成果の代表事例

来場者にサービスを体験してもらう機会に繋がり、後日、問い合わせや来店に繋がったとの声も聞かれた。また、出展方法にも工夫がみられるなど販路開拓への意識が高まった。

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)

課題の一つである体育館への誘導として、看板の設置及びイベントを実施した。次年度も更なる来場者の増加を目指すべく、体育館内への誘導を引き続き強化する。商品・サービスの改良に繋がるように、来場者に対して消費者アンケートを行った。アンケートに特典を付けることで、回収を促進した。また、イベントの一過性にならないように、事業所情報の特設サイトを制作し、事業所の商品・サービスのPRを図った。QRコードの掲示等で事業所情報の特設サイトへの誘導を行ったが、来場者の大半が中高年層であった為、事業所情報の特設サイトへのアクセスまでしていただくことが困難であった。次年度は来場者に対する事業所のPR方法を工夫し、積極的に出展事業所の商品・サービスのPRを行う。