

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	泉大津商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 白谷 喜世彦
	所在地	〒595-0062 大阪府泉大津市田中町10番7号
	担当者	職・氏名 経営支援課 課長代理 三崎 真豊
	連絡先	T E L（直通）： 0725-23-1111 F a x： 0725-23-1115 E - m a i l： shienka@izumiotsu-cci.or.jp
①設立年月日	昭和22年3月26日	
②職員数 (うち経営指導員数)	12名（経営指導員10名）（令和6年3月31日現在）	
③所管地域	泉大津市	
④管内事業所数	3,033（令和3年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数	2,056（令和3年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）	1,495（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 商品の品質及び数量、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会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、観光事業の改善発達を図ること。 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に必要な事業を行うこと。		

(1) 事業の目標

管内の中小企業の事業継続と雇用維持、ポストコロナを見据えた持続可能な経営の構築を成し遂げることを目標とする。そのために、中小企業が抱える経営課題を把握し、その解決に向けて丁寧かつきめ細やかな経営支援を行うと共に、経営相談支援事業と地域活性化事業との相乗効果を常に視野に入れ、中小企業の経営強化に取り組む。具体的な手法として、需要喚起イベントの実施、セミナーや交流会の開催を通じた「気づき」とチャレンジ意欲の創出、専門家や専門支援機関との連携を密にしたつなぎ支援、経営指導員による中小企業の経営課題の多様化・複雑化に対応した個別支援を中心として、当所管内から成長企業の創出、イノベーションの促進、企業の経営強化を実現することで地域活性化へとつなげる。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点**【経営相談支援事業】**

コロナ禍からの経済回復が進む中、資金繰りに関する経営相談が増加傾向であり、日本政策金融公庫と連携した金融支援を行った。また、既存事業のブラッシュアップや新たな収益の柱を構築するための事業計画作成支援、インボイス制度や電子帳簿保存法に対応するための記帳支援を中心に行った。事業者へのヒアリングを徹底し、あらゆる経営課題の把握に努め、課題解決に向けて多角的な視点で経営支援を行った。

【専門相談支援事業】

多岐にわたる相談内容に対し、専門相談支援として経営、税務、法律の専門分野に精通した専門家による定期的な相談会を実施した。その上で、経営指導員と専門家が連携し、課題の解決に向けた専門性の高い支援を行った。

【地域活性化事業】

事業者の売上回復や販路開拓を目的とした需要喚起事業、Webプロモーションの促進、インボイス制度への対応、起業促進に関する事業を実施した。事業者が求める支援と長期的な目線での成長につながる支援に重点を置き、事業者が取り組むべき課題への「気づき」のきっかけとなる事業を実施した。

(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】**

事業者の経営課題に対応した伴走型の支援を行うことで、売上回復や資金繰り改善、既存事業のブラッシュアップや新事業展開を進めることができた。また、常に変化する外部環境に対応できるような持続可能な経営の構築を促進することができた。

【専門相談支援事業】

経営指導員では対応できない専門的な知識を必要とする事業者の経営課題に対して、的確な経営指導を通して経営課題の解決につながった。特に各種補助金活用に係る相談や創業に関する相談が多く見受けられ、経営指導員と専門家が連携し、事業者の経営課題の解決に導くことができた。

【地域活性化事業】

セミナーや交流会、イベントの開催を通じて、経営者が取り組むべき課題への「気づき」の機会創出につながった。この「気づき」により自社の経営課題が明確となり、自ら経営改善・事業再構築を立案することで、PDCAサイクルを意識した経営力の向上及び強化につながった。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

経営資源に限りがある小規模事業者を含む中小企業は、外部環境の影響を受けやすく、急激に変化する環境においては既存事業のマイナーチェンジでは対応できない。そのため、企業によっては従来のビジネスモデルを抜本的に見直し、新たな事業を再構築していくことが必要となるが、従来のビジネスモデルから脱却できずに変化外部環境に対応できていない事業者が多い。また、消費者のニーズを的確に分析し、自社にしかできないモノやコトを提案し、共感を得ることで「ファン」を作るビジネスモデルが今まで以上に求められている。

したがって、急激に変化する経営環境の中、イノベーションの促進や成長産業の育成、中小企業の経営強化、将来の成長に向けた経営戦略の再構築を支援していく必要がある。

(5) 次年度の取り組み

従来のビジネスモデルを見直し、急激に変化する経営環境に対応した持続可能な経営への取り組みをサポートしていく。具体的には以下を中心とした事業展開をしていく。

◆持続可能な経営を目指す中長期的な経営計画の策定

自社の課題を見つめ直すきっかけを創出し、経営課題の解決に向けた新事業展開を支援することで、イノベーションを促進し、持続可能な経営の再構築を目指す。また、必要に応じて各種補助金を活用することで、積極的な事業投資につなげる。

◆プロモーション力の強化、販売戦略の強化

事業者は今まで以上にターゲットを絞った商品展開やブランディングを行うことが求められており、いかにユーザーに自社商品やサービスに「共感」してもらい、情報を「拡散」できるかが販路開拓のカギである。また、今やマーケティングを取り入れたWebプロモーションを行うことは必要不可欠であるため、事業者のブランディングや情報発信力の向上をサポートしていく。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 泉大津商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

積極的に経営改善を図ろうとする事業者212社に対して、経営課題を整理するとともに、課題解決に向けて適切な支援を行った。事業者へのヒアリングを徹底することであらゆる経営課題の掘り起こしを行い、ひとつの経営支援だけでなく、複数の経営支援につなげることを意識した。

<代表事例>

食料品の製造小売を営む事業者より、今後の事業展開についての経営相談があり、まずは事業者への綿密なヒアリングを実施した。自社分析や市場分析を通して、事業者の経営課題を把握し、市場環境や将来の展望を見据えた事業再構築に取り組むための事業計画作成支援を行った。その後は補助金を活用することとなり、補助金申請のサポートを行った結果、採択となった。さらに、今後の資金繰りを安定させるための金融支援、販路開拓を目的としたWebプロモーションの活用支援、事業者のビジネスマッチング支援、ふるさと納税返礼品協力事業者への登録サポートを行った。

事業者の部分的な経営課題に対しての経営支援ではなく、事業者が抱える潜在的な経営課題を把握することで、総合的な経営支援につなげることができた。また、事業計画の作成をきっかけとして、長期的な目線での経営計画を策定することで、実現可能性の高い事業再構築を検討することができた。

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	196	212	108.2%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	30	30	100.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	45	49	108.9%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	18	18	100.0%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	4	4	100.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	2	2	100.0%	5
記帳支援	事業所	56	64	114.3%	5
労務支援	支援数	2	2	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	29	29	100.0%	5
事業計画作成支援	支援数	28	28	100.0%	5
創業支援	事業所	15	17	113.3%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	0		—
コスト削減計画作成支援	事業所	0	0		—
財務分析支援	事業所	0	0		—
5S支援	事業所	0	0		—
IT化支援	事業所	2	1	50.0%	4
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		—
事業承継支援	事業所	15	16	106.7%	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	196	212	108.2%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

事業者が抱える専門性の高い経営課題に対し、国家資格を有する専門家と連携を図り、経営課題の解決に向けた支援を実施した。経営指導員が事業者の経営課題を把握し、経営課題に応じた専門相談につなぐことにより、より専門性の高い経営指導につながった。特に、各種補助金や創業に関する経営相談が多く、専門家のアドバイスにより、経営課題の解決につながった。

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	継続	回数	5	10	200.0%	5
税務相談	継続	回数	30	51	170.0%	5
その他相談	継続	回数	30	92	306.7%	5

Ⅲ 地域活性化事業									
支援のポイント・成果									
<p><起業塾> 創業に必要な基本的な知識や準備についての理解を深めることができた。また、ビジネスプランシート（創業計画書）の作成を通して、「経営」「財務」「人材育成」「販路開拓」の観点からビジネスモデルを検討することができた。さらに、参加者同士で創業計画を発表し、意見交換を行うことで、自身のビジネスモデルを客観的な目線でブラッシュアップすることができた。</p>									
<p><Webプロモーション戦略事業> 漠然とSNS等を活用するのではなく、ユーザーのニーズを的確に分析し、どのようにして自社商品やサービスに共感してもらうかを考え、マーケティングの観点からWebプロモーションについての理解を深めた。プロモーション活動の具体的な成功事例の紹介やワークショップを交えた講義を実施することで、自社の“ファン作り”を意識したSNS活用について検討した。戦略的なプロモーション活動について深く考えるきっかけとなり、事業者のこれからの集客や売上アップが期待できる。</p>									
<p><地域をつなぐバイローカル事業> 商店街の活性化につながるイベントを開催した。自社商品やサービスをPR・販売することができ、消費者ニーズの把握や価格設定についても考えることができた。一過性のイベントにならない仕掛けづくりや商店街に足を運びきっかけをつくることができ、今後の商店街活性化につながる事業となった。</p>									
<p><商工展示卸売事業> 消費者への直接販売や展示販売会を開催した。物販ブースや飲食ブースを設置し、自社商品やサンプル品・試作品の販売、飲食店の出店を行った。本事業を通して、自社商品をPRすることができ、魅力ある自慢の商品を広く周知することができた。消費者のニーズや動向に直接触れることで、今後の販路開拓のヒントを得る良い機会となった。</p>									
<p><インボイス制度の普及啓発・対応促進事業> インボイス制度について理解できていない事業者や、適格請求書発行事業者の登録後の処理について理解ができていない事業者に対し、制度の内容や具体的な実践例を学んでもらうことで、制度に対する理解が深まり、自社が今後すべき事務処理や会計ソフト等の導入の必要性を感じてもらうことができた。</p>									

(1) 単独事業										
府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	起業塾	20	18	90.0%	100.0%	創業計画書(ビジネスプランシート)の作成件数	20	10	50.0%	4
○	Webプロモーション戦略事業	120	96	80.0%	98.9%	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者	20	29	145.0%	4
○	地域をつなぐバイローカル事業	30	38	126.7%	97.4%	認知度が向上し、売上増加につながった事業者	8	15	187.5%	5
	商工展示卸売事業	20	24	120.0%	100.0%	消費者ニーズをつかめた事業者数	10	18	180.0%	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	
○	インボイス制度の普及啓発・対応促進事業	100	59.5	59.5%	94.6%	インボイス制度について理解を深めた事業者	80	51	63.8%	3

※府施策連携事業は、「府施策連携」欄に○をつけてください。各欄の記載は、個別調書の記載と合わせてください。

泉大津商工会議所

事業名		起業塾							
想定する実施期間		令和2年度～令和5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)	中小零細企業においては、未だ深刻な人手不足や事業承継問題、働き方改革等、コロナ禍や物価高騰で更に厳しい環境が続くと予想される。泉大津市の事業所の業績は未だに回復傾向になく、さらに地場産業においては経営者の高齢化による廃業の増加で経営環境は悪化の一途を辿っている。こうした中、アフターコロナの新しい環境に適応したビジネス創出が求められ、コロナ禍を好機ととらえ新ビジネスモデルを検討する創業者や、新たな地域経済の担い手を創出するべく、今後、泉大津市の商工業を担っていく創業者の育成に取り組んでいく必要がある。そこで、泉大津市内での創業者を増加させるため、泉大津市内で創業する人、泉大津市内で創業して5年以内の人を対象に、創業に関する知識習得や人脈作りの機会を提供し、創業に向けての関心を持ってもらい、泉大津市内での創業者を増やし地域活性化を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	泉大津市内で起業する人、泉大津市内で創業して5年以内の人							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>◆起業塾（人材交流型）</p> <p>(1日目) 日 時：令和5年11月18日（土）13:00～16:00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール テーマ：経営・人材育成について</p> <p>(2日目) 日 時：令和5年11月25日（土）13:00～16:00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール テーマ：販路開拓について</p> <p>(3日目) 日 時：令和5年12月2日（土）13:00～16:00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール テーマ：販路開拓について</p> <p>(4日目) 日 時：令和5年12月9日（土）13:00～16:00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール テーマ：財務・資金調達について</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	商-18：起業家の育成、創業の促進 大阪府商工労働部経営支援課経営革新グループと事業内容等を調整し進めた。起業塾の参加者に「大阪起業家グローイングアップ事業」を紹介した。						
		④相談相乗	創業者に対し、個別に創業支援（カルテ化）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)	18.0	支援実績率	90.0%	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>申込者数30名に対し18名が4日間受講し、支援実績率90%、満足率100%、指標の目標達成度50%となった。本事業を通して、創業に必要な基本的な知識や準備についての理解を深めることができた。また、ビジネスプランシート（創業計画書）の作成を通して、「経営」「財務」「人材育成」「販路開拓」の観点からビジネスモデルを検討することができた。さらに、参加者同士で創業計画を発表し、意見交換を行うことで、自身のビジネスモデルを客観的な目線でブラッシュアップすることができた。</p>							
		代表指標	創業計画書（ビジネスプランシート）の作成件数						
		数値目標	20件	実績数値	10件	目標達成度	50.0%		
	成果の代表事例	<p>泉大津市在住A氏は定年退職後、新たに起業（社労士業）をしようと思ったが創業に対する考え方や事業目標の立て方に迷いや不安があった。起業塾に参加した結果、ビジネスの整理につながり、セミナーで得た知識やノウハウをもって新たな目標設定をし、創業への一歩を踏み出すきっかけとなった。</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>本事業への参加をきっかけとして実際に創業にまで至る参加者がまだまだ少ない部分に課題を抱えている。今年度については、本事業実施後の個別支援として、特定創業支援等事業による支援に関する認定書を取得するために、専門相談を活用し、特定創業の認定を受ける受講者が8人おり、過去最多となった。引き続き事業実施後の個別支援や専門家による相談窓口の利用を促し、起業数の増加につながるよう、参加者へのフォローアップを強化していく。</p>					

泉大津商工会議所

事業名		Webプロモーション戦略事業							
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)	<p>新型コロナウイルス感染症の影響により人々の移動に制限が生じ、あらゆる産業において、オンラインの需要が急激に高まっている。今まではオンライン化を検討していなかった小規模事業者を含む中小企業においてもSNS等のWebプロモーション活動に対する動きが急加速している状況である。また今後、携帯電話の通信システムにおいて「5G」が普及することで、VR/ARを使った新しいサービスやビジネスモデルが普及し、SNS等のWebプロモーション活動がさらに進むことが予想される。</p> <p>事業者にとっては、これまで以上にリアルとオンラインの両立、それに伴うSNSを始めとしたWebプロモーション活動が重要になってきており、いかにユーザーが購入しやすい商品やサービスを提供していくのかという点が非常に重要になってくる。そのため、本事業において、Webプロモーションに関するセミナーの開催を通して、Webプロモーション活動の支援を行う。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	最終消費者に商品の販売やサービスの提供をしている繊維製造業者・商業者 これからBtoC事業に参入しようと検討している事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>◆商品写真撮影セミナー（人材育成型） 日 時：令和5年8月24日（木）14：00～16：00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール 内 容：写真の基本について、商品写真撮影・レタッチの実演 大阪産業局デザイン活用支援oidcによる事業紹介</p> <p>◆Instagramセミナー（人材育成型） 日 時：令和5年8月29日（火）14：00～16：00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール 内 容：ビジネス活用について、投稿やハッシュタグ・フォロワーについて、ショート動画（ストーリーズ・リール）について</p> <p>◆LINE公式アカウントセミナー（人材育成型） 日 時：令和5年9月27日（水）14：00～16：00 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール 内 容：LINE公式アカウントの機能、開設手順、ビジネス活用について、効果的な「友だち」の集め方、メッセージ配信やクーポンなどの活用方法について</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>							
		①府施策連携	商-19：大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、受講者に対して事業紹介を行い、個別相談会を実施した。						
		②広域連携							
	③市町村連携	泉大津市庁舎におけるチラシの配架及び同市が発行する広報紙で周知を図った。							
	④相談相乗	支援機関等へのつなぎ支援（カルテ化）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)	120.0	総支援企業数(実績)	96.0	支援実績率	80.0%	満足率	98.9%
	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)	<p>近年においては双方向の情報発信が主流になっている中、SNS等を活用した販売促進活動は必須である。しかし、管内事業所においては、SNS等を活用した販売促進活動を行う事業所は増加傾向にあるものの、まだまだ浸透していないことも現実である。本事業では、漠然とSNS等を活用するのではなく、ユーザーのニーズを的確に分析し、どのようにして自社商品やサービスに共感してもらうかを考え、マーケティングの観点からWebプロモーションについての理解を深めた。</p> <p>本事業における受講者からの満足度も高く、事業者の今後の集客アップや売上向上へのヒントになった。</p>							
		代表指標	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者						
		数値目標	20社	実績数値	29社	目標達成度	145.0%		
	成果の代表事例	<p>コンサルティング業を営む事業者は、SNSを活用したプロモーション活動に課題を抱えており、本事業に参加された。その後は経営課題解決を目的に専門家派遣事業を活用し、個別支援を行った。自社サービスPRのためのショート動画の撮影、編集、アップロードまでを実際に行い、SNS活用における重要なポイントを学んでいただいた。今後は自社で継続的に実践してもらうことでさらなる売上増加が期待できる。</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）	特に商品写真撮影セミナーの支援企業数が想定よりも少なく、目標としていた総支援対象企業数（120社）には届かなかった。SNS活用に関するセミナーは依然としてニーズが高いため、次年度は人材交流型で実施し、実践的なワークショップ形式を取り入れることで事業のブラッシュアップを図る。また、動画作成や編集に関するセミナーも実施し、質の高いプロモーションを支援していく。
------	--	---

【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)	40.0	支援企業数(実績)	19.5	支援実績率	48.8%	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）	写真撮影のスキルの習得につながった。他社との差別化が可能となり、今後の自社商品のPRに大きく期待できる。							
		指標	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者						
		数値目標	20社	実績数値	12社	目標達成度	60.0%		
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)	40.0	支援企業数(実績)	41.5	支援実績率	103.8%	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）	写真だけでなくショート動画を活用したプロモーションについて理解を深めた。自社の“ファン”をつくる意識が重要であることを認識することができた。							
		指標	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者						
		数値目標	20社	実績数値	29社	目標達成度	145.0%		
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)	40.0	支援企業数(実績)	35.0	支援実績率	87.5%	満足率	97.1%
	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）	LINE公式アカウントを活用したプロモーションについて理解を深めた。集客や売上向上のためのマーケティングの重要性を理解することができた。							
		指標	セミナーで学んだことを自社で実践しようとする事業者						
		数値目標	20社	実績数値	20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				

泉大津商工会議所

事業名		地域をつなぐバイローカル事業							
想定する実施期間		令和5年度～令和5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>泉大津中央商店街は、わが国経済の急激な悪化と近隣の大型店の競合により価格では勝負できずに、各店舗の売上減少、空き店舗の増加等、苦戦を強いられていた。そのような状況の中で、平成22年に商店街内で火災が発生し、商店街の1/4が被災し、廃業・移転に追い込まれた。また、共存していたスーパーマーケットが撤退したことを受け、客足が悪化している(通行量調査結果、平成22年:4,281人/日、令和元年:1,562人/日)。そのような中、平成27年から実施している空き店舗対策事業により、5件の新たな店舗が増え、少しずつではあるが、人流が増え、活気が戻りつつある。</p> <p>コロナ禍の影響が続く中、地域商業や地域コミュニティの担い手として重要な商店街において、新しい生活様式(ニューノーマル)に沿った地域内経済を循環させるバイローカルへの取り組みとして、商店街で老若男女問わず楽しめるイベントを開催し、商店街に足を運びきっかけをつくる。また、セミナー等を通じ、一過性のイベントにならない仕掛け作りをすることで、商店街の活性化に繋げる。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	泉大津市中央商店街内の店舗、泉大津市内にある飲食店・小売店20店舗							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(1) 地域をつなぐバイローカル事業(人材育成型) 「泉大津だからできる地域活性化とは…?～商店街活性化を目指すための座談会～」 開催日:令和5年11月29日(水)18:00～20:00 会場:シーパspark パークセンター内多目的ホール 参加者:36名(うち支援企業対象9社)</p> <p>第一部として、泉大津中央商店街の店主による現状報告並びに今後の活動報告、第二部として市長による講演会、第三部として、参加者による意見交換会を実施した。泉大津中央商店街の組合員やイベント出店者を中心にSNSにて参加を呼び掛けた結果、市民も含め36名の参加となった。当日は行政と連携し、どんな商店街なら行きたくなるのか、どんな商店街にしたいかなどディスカッションを行った。</p> <p>(2) 地域をつなぐバイローカル事業(販路開拓型) 「雨でもマーケット」 開催日:令和5年12月17日(日)10:00～15:00 場所:泉大津中央商店街内 出店者:32社(うち支援企業対象29社)</p> <p>購入者や出店者同士でコミュニケーションをはかり、企業認知度の向上や消費者ニーズへの対応、需要喚起を促すためのイベントとして開催した。来場者の集客方法としては、当所の広報紙にチラシを折り込み全世帯へ配布した。また、商店街近隣の住宅に開催直前にポスティング、商店街公式のSNSや商店街の組合員、出店者のSNSにて開催告知の情報発信を行った。同時に餅つき大会も開催しにぎわった。また、ご当地キャラクターの「おびお」が登場し、イベントに花を咲かせた。デジタルスタンプラリーについては、商店街内5か所でスタンプを集めた方を対象に抽選券を配付した。スタンプラリーに参加した方のうち、抽選に当選した方は商店街や出店者から提供された賞品を受け取ることができた。</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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td>商-17 商店街の需要喚起の促進 大阪府商工労働部商業振興グループと事業内容等を調整し進めた。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>泉大津市庁舎で本事業のチラシを設置しPRを行った。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>イベントの出店者より販路開拓に関する相談があり、個別に対応した。</td> </tr> </table>		①府施策連携	商-17 商店街の需要喚起の促進 大阪府商工労働部商業振興グループと事業内容等を調整し進めた。	②広域連携		③市町村連携	泉大津市庁舎で本事業のチラシを設置しPRを行った。	④相談相乗
①府施策連携	商-17 商店街の需要喚起の促進 大阪府商工労働部商業振興グループと事業内容等を調整し進めた。								
②広域連携									
③市町村連携	泉大津市庁舎で本事業のチラシを設置しPRを行った。								
④相談相乗	イベントの出店者より販路開拓に関する相談があり、個別に対応した。								

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)	30.0	総支援企業 数(実績)	38.0	支援 実績率	126.7%	満足率	97.4%	
	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>(1) 出店者、市民、行政の参加型のディスカッションを行った。泉大津中央商店街は「みんなにやさしい泉大津」「みんなにやさしい商店街」をスローガンに掲げており、参加者に新しいコミュニティづくりのためのアイデアを求めたところ、「季節をテーマにしたイベント」「高齢者の方が休憩できる場所」「誰でも利用できるスペース」「昔ながらの遊びを学べるイベント」などの活発な意見が出され、今後の商店街の事業活動に活かされることとなった。</p> <p>(2) 出店者全員に満足いただいた。また、自社商品やサービスをPR・販売することができ、自社のPRも広く周知することができた。事業を始めたばかりの出店者もあり、ニーズの把握や価格設定についても考えることができた。参加店は、各々販売活動に対する意識が変わり、新たな販路開拓を行うことができる事業所に变化したと思われる。</p>								
		代表指標	認知度が向上し、売上増加につながった事業者							
		数値目標	8社	実績数値	15社	目標達成度	187.5%			
	成果の代表事例	<p>商店街の中でダイニングカフェをしている事業所では、店内飲食とは別に汁物のテイクアウト商品を販売し、想定より多く販売できた。その後、お客様が何度か来店された。またパンの製造販売している事業所では、用意したホットスナックがイベント終了時間を待たずに午前中に完売した。</p>								
目標値 (計画)		1,000人	目標値 (実績)	1,000人	目標達成度	100.0%				
支援対象企業1社あたり約34名の来店。										
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>今までは年に1～2回開催するだけであったが、イベント終了後は商店街が自主的に定期的なイベントを開催するに至っている。本事業以降のイベントでは、出店者が徐々に増加しており、プレミアム付きの金券の販売やスタンプラリーをするなど、イベントのブラッシュアップができてい る。引き続き商店街の活性化につながる仕組み作りを考えていきたい。</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)	20.0	支援企業 数(実績)	29.0	支援 実績率	145.0%	満足率	96.6%	
	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)	<p>来店者に対し、商品説明や販売を行い、新規顧客・リピーター獲得をすることで、売上増加につ ながった。</p>								
		指標	認知度が向上し、売上増加につながった事業者							
		数値目標	8社	実績数値	15社	目標達成度	187.5%			
	その他目標値の 実績	目標値 (計画)	1,000人	目標値 (実績)	1,000人	目標達成度	100.0%			
支援対象企業1社あたり約34名の来店。										
実績 ／ 達成 度 ②		計画に対する 実績（数値）	支援企業 数(計画)	10.0	支援企業 数(実績)	9.0	支援 実績率	90.0%	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>店舗や商品・サービスの知名度を高めることができ、事業の新しい展開の可能性を高めること につながった。</p>								
		指標	集客や売上向上のための手法についての理解を深め、他社との差別化を図る事業者							
		数値目標	5社	実績数値	9社	目標達成度	180.0%			
	その他目標値の 実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				

泉大津商工会議所

事業名		商工展示即売事業							
想定する実施期間		令和5 年度～ 令和5 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)	個々の飲食店や小売店は、良い商品を持っているが、広告力がないため、消費者へアピールできていない。個々の飲食店や小売店はエンドユーザーの動向を直接見ること、把握することにより、今後の経営方針のヒントを得る場とし、また、企業間でのコラボレーションの機会を図る。企業の認知と製品PR及び消費者ニーズの収集の場を提供することを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	泉大津市を中心とした中小企業者とする。主にものづくり企業や小売・卸売・サービス・飲食業社20社							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>◆「おづみんフェスタ」の開催（販路開拓型）</p> <p>開催日：令和5年11月5日（日）10：00～16：00</p> <p>会場：シーパスパーク</p> <p>参加数：40社（うち支援企業対象24社）</p> <p>内容：物販ブースや飲食ブースを設置し、出店企業を募集。自社商品やサンプル品・試作品の販売、飲食店の出店や子供向けのブース、キッズフリマも開催。日本毛布工業組合主催の毛布謝恩セールや泉大津マルシェ実行委員会主催のダンスサミットと同日開催することで、動員の相乗効果を図った。</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＞							
		①府施策連携							
		②広域連携							
③市町村連携	市役所へ行政ブースを依頼（危機管理課：防災相談、子育て応援課：子育て相談 等）。泉大津市庁舎でチラシ・ポスターを設置し、事業のPRを行った。								
④相談相乗	販路開拓に関する経営相談はあったが、カルテ化まで至らなかった。								
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)	24.0	支援実績率	120.0%	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)	「おづみんフェスタ」を市民会館跡地にできたシーパスパークにて開催。「おづみんフェスタ」は、毎年開催しており認知度もあるが、今回はシーパスパークでの開催であったため、広い面積を使用することができ、子連れの来場者も多く賑わった。初出店企業も含め、多くの企業に出店してもらえたため、高い支援実績率と高い満足率を得られる結果となった。また、自社商品をPRすることができ、魅力ある自慢の商品を広く周知することができた。消費者のニーズや動向に直接触れることで、今後の販路開拓のヒントを得る良い機会となった。							
		代表指標	消費者ニーズをつかめた事業者数						
	数値目標	10社	実績数値	18社	目標達成度	180.0%			
	成果の代表事例	本事業に参加したことをきっかけに、新規顧客や固定客の獲得につながった。自社の広告宣伝や販売促進活動では集客に限界を感じていたが、本事業を自社PRの場として最大限に活用することで、新たな販路開拓や売上向上につながった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	3,000名	目標値(実績)	3,000名	目標達成度	100.0%			
	来場者数								
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)	出店者の商品やサービスの魅力を多くの来場者の方々にPRすることができた。また、本事業をきっかけとして、新規顧客や固定客の獲得につながり、新たな販路開拓につなげることができた。課題としては、実施手法がまだまだアナログであるため、デジタル技術を取り入れることで事業効率を向上させ、事業者のさらなる販路拡大や売上アップにつながるように事業内容を改善していきたい。							

泉大津商工会議所

事業名		インボイス制度の普及啓発・対応促進事業							
想定する実施期間		令和5年度～令和5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5年10月から適格請求書等保存方式（インボイス）制度が導入されるにあたり、登録を受けた事業者が発行する「適格請求書」の保存が仕入控除の要件になり、この適格請求書は課税事業者のみが発行できるため、適格請求書が発行できない免税事業者は、今の取引先から取引を避けられる恐れがある。そのような中、インボイス制度導入により事業環境変化の影響を受ける中小・小規模事業者の方を対象に、セミナーを実施し、制度の理解を促すことで、事業者の不安を解消することを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	企業間取引をしている中小企業・小規模事業者100社							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>◆セミナー開催（人材育成型） テーマ：知らないでは済まない！インボイス制度のアレコレ 今からできるインボイス対応（実務編）&データ活用による儲ける仕組み作りへの挑戦 日 程：1回目 令和5年10月27日（金）14：00～16：00 2回目 令和5年11月13日（月）19：00～21：00 ※1回目、2回目とも同一内容で実施 会 場：泉大津商工会議所2階大ホール 内 容：インボイス制度の実務例 電子帳簿保存法の実務例</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	商-9 大阪府商工労働部経営支援課企画調整グループと事業内容等を調整し進めた。							
	②広域連携	隣接する商工会議所・商工会と連携した広報・募集活動を行った。							
③市町村連携	泉大津市庁舎で本事業のチラシを設置しPRを行った。								
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)	100.0	総支援企業数(実績)	59.5	支援実績率	59.5%	満足率	94.6%
	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)	インボイス制度や電子帳簿保存法という言葉は知っているが、具体的に何をしたらよいか理解できていない事業者や、インボイス制度に登録はしたがその後の処理について理解ができていない事業者に対し、制度の内容や具体的な実践例を学んでもらうことで、制度に対する理解が深まり、自社が今後すべき事務処理や会計ソフト等の導入の必要性を感じてもらうことができた。							
	代表指標	インボイス制度について理解を深めた事業者							
	数値目標	80社	実績数値	51社	目標達成度	63.8%			
	成果の代表事例	繊維製品加工業を営むA氏はインボイス制度の対応に不安を抱いていたため、本セミナーに参加した。セミナー終了後は、請求書や領収書の作成に対する注意点を理解することができ、不安を解消することができた。また、卸売業を営む事業者B氏も、インボイス制度の対応に不安を抱いていたため、本セミナーに参加した。セミナー終了後は、請求書発行などの事務処理や経理処理の業務の効率化を図るため、クラウド会計を導入することを検討している。							
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)	本事業の開催がインボイス制度導入後であったため、目標の支援企業数には達しなかったが、満足度が高い事業となった。次期以降の取組みとして、より満足度の高い事業ができるように事業内容やセミナーの内容を見直しながら、引き続き実施していきたい。今後は、各種専門機関窓口や当所の専門相談を活用し、個社に応じた具体的な支援ができるよう事業内容を検討していく。							