

平成30年度
事業実績報告書

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 井戸 清明		
	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	電話番号（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）		8名（8名）		
③所管地域		河内長野市		
④管内事業所数		2,822（平成26年経済センサスによる）		
⑤管内小規模事業者数		1,899（平成26年経済センサスによる）		
⑥会員数（組織率）		1,383（49.0%）		
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと				
□主な事業概要（定款記載事項等）				
<p>①商工業に関し、相談に応じ又指導を行なうこと。 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なうこと。 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なうこと。 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なうこと。 ⑩商工業者の委託を受けて、当該商工業者が行なうべき事務（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なうこと。</p>				

河内長野市商工会

(1) 事業の目標

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。

各種セミナー・交流会・展示会等を実施し、事業承継・販路開拓・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、約30件の支援と約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・地場産業のPR等推進を図り、地域全体の活性化を目指した。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

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。

②河内長野市は、著しい人口減少や高齢化による買い物困難者や市外への購買者流出が増える中、市外からの消費者流入も考えていかなければならない。そこで前年度からの継続事業として、奥河内フルーツラリーを実施した。このイベントは、農家と飲食店とのコラボにより河内長野市の豊富な地場産フルーツ等を使用した料理等を消費者へアピールし提供するスタンプラリー形式で実施し、37店舗の参加がありイベント実施期間中、朝日新聞に取り上げられ、又、朝日放送「おはよう朝日です」の取材放送や武庫川女子大学生によるSNSによるフォロワーへの発信により市外からの消費者の流入もあり、結果、賞品の応募はがき枚数が前年に比べ38通増え288通で、応募はがきのスタンプ数だけでも1148食を販売したことになり新規顧客拡大と農家との新規取引につなぐことができた。

③河内長野市は事業主の高齢化が進む中、廃業により空き店舗も増えている。そのような状況の中で、河内長野市内でより円滑に起業出来るようなサポート体制が必要である。そこで、昨年度に引き続き、起業家へのより一層の周知と支援強化を図り、経営指導員との二人三脚と本会運営の、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。

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繋げた。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

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、小規模事業者は減少傾向である。又、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起こすことは難しい。このような状況の中で、創業の促進を推進する為に、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に導いた。結果、31人が参加され、その内10名が創業し6名が今後創業に向けてのサポートを行なった。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。

所管地域の状況としては、「奥河内くろまるの郷」が、平成29年4月21日に国土交通省の「道の駅」第47回登録で、府内10番目の道の駅として登録を受けた。道の駅登録後は来場者が一気に増え、売上も順調に伸びており、地元色に富んだ各種イベントや地場産品を利用した商品開発の強化を図り集客効果を上げている。河内長野市は、文化財のまちでもあり国宝が7件、重要文化財が77件あり府下2位となっている。地場の農産物も豊富にあり これら地域資源を利用して河内長野の魅力を最大限に活かすとともに、交流人口の増加と地域のにぎわいを創出するためにも「道の駅」も含めて市行政とより一層連携を強化し地域の活性化が図れるよう取り組みと研究が必要である。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

地域活性化継続事業として、ラプリーハロウィン in かわちながのをスタンプラリー形式の事業として実施した。参加店について前年度は、117店、今年度114店、ラプリーホールでの最終抽選日の来場者数前年度657人。今年度625人で前年に比べ減少している為、今後の取り組みとして、引き続き若い世代の家族層をターゲットに、今まで以上に新規顧客を呼び込むための工夫を各々していただき、事業全体の新たな手法も検討し、各商店会においても独自の事業を実施できるよう検討いただき地域の活性化へとつなげていくことが必要であると感じた。

同じく継続事業としてスタンプラリー形式の奥河内フルーツラリーを実施した。スタンプラリー応募はがき1枚につきスタンプは3個1口で6個の2口で掲載した。応募されたはがきの枚数について、フルーツ賞49通、お食事券賞239通、計288通の応募があった。(※昨年度248通)スタンプ数は、1,148個で、1,148食の料理を提供していただいた。又、応募はがき288通の内、市外から来られた方が72名おられた。(※昨年度20名) 今回も各店取り扱い食材がフルーツをメインに実施し、フルーツの入荷できない場合、地場産野菜も取り入れていただきバリエーション豊富にすることが出来たが、H30年度は、台風の影響により果実が落下するなど、農産品に大きな影響が出たため、ラリーメニュー提供ができない日があった。リピーター確保のためにも単に提供ができないだけでなく、他に代わるサービス対応の見直しをするなど次期取り組みの必要があると感じた。今回朝日放送よりテレビ放映いただいた影響は大きかった。応募はがきから見えるように市外の方の来店も多くPR強化を図ることが出来た。

(5) 来年度への取り組み

来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ない、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。

本会内に事務局を預かっている「河内長野市商店連合会」は、2019年10月に実施される消費税増税に向けて消費者が有利となるキャッシュレス化のシステム導入を各店に周知し進めている。そういった社会の変化にいち早く察知し取り入れ、各々の商店会の活力を生かし、地域商業の発展に向けて諸事業を活発に実施し、市外への購買流出を止め、経営拡大を図れるよう努力していく。

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

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今年度も図った。結果、目標以上の実績が上がったことと、細やかに諸々の相談支援を前向きに円滑に行なうことが毎年経営指導員のスキルアップにもつながっている。

平成27年度より日本政策金融公庫のマルケイ融資と新創業融資制度を対象に河内長野市からの利子補給制度を開始した。この制度は、年間支払利子の2分の1補助、上限5万円、利子補給期間36カ月とする補助制度で事業者にとっては有利な制度であり融資制度合わせてPRした結果、平成27年度より今年度まで96件の融資決定者の内86件の交付請求があり請求通り86件決定した。今後も制度の周知の強化を図っていく。

創業案件については、本商工会が運営する「K-plus」のホームページを軸に創業についての情報を発信し、セミナーも開催し支援を行った。結果、支援を行った方が31名、内10名が創業に至り6名が創業予定となった。今後もよりスムーズに創業に向けての支援を行っていく。

代表事例として、平成26年3月よりキッチンカーによるピザの移動販売を開始し、その後、順調に売上を伸ばし、平成29年10月に従業員を雇用し2台目を稼働させる。年間フルに稼働しても売上は頭打ちとなる為、新たな事業を模索の結果、平成30年12月に「一般社団法人キッチンカーマルシェ協会」を立ち上げた。内容は、キッチンカー開業者の開業に至るまでのサポート、開業後の運営ノウハウの指導、地域食材生産者(農家)の販路拡大事業としてキッチンカーマルシェという共同販売場所の提供と共同での商品開発や買い物難民地域や地域活性のためにマルシェを必要とする地域へ提供するだけでなく、食育体験サービス(石窯ピザ作り体験や農作物収穫体験等)を提供し地域の活性化へと繋げていく為に順調に動き出しキッチンカー同業者の加入も増やされている。

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	331	331	100.0%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	7	7	100.0%	5
金融支援(紹介型)	支援数	26	26	100.0%	5
金融支援(経営指導型)	支援数	24	24	100.0%	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	20	20	100.0%	5
記帳支援	事業所	30	30	100.0%	5
労務支援	支援数	123	123	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	4	4	100.0%	5
販路開拓支援	支援数	6	6	100.0%	5
事業計画作成支援	支援数	17	17	100.0%	5
創業支援	事業所	9	9	100.0%	5
事業継続計画(BCP)作成支援	事業所	4	4	100.0%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	39	39	100.0%	5
財務分析支援	事業所	9	9	100.0%	5
5S支援	事業所	6	6	100.0%	5
IT化支援	事業所	24	24	100.0%	5
債権保全計画作成支援	事業所	3	3	100.0%	5
事業承継支援	事業所	8	8	100.0%	5
結果報告	事業所	331	331	100.0%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

- 《税務個別相談》税に関するあらゆる問題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。
- 《年金個別相談会》地域中小零細企業者に正しい公的年金制度の仕組みを理解して年金加入各種届出の大切さを理解頂いた。
- 《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指摘し健全な経営の軌道修正へと導いた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務個別相談	継続	開催日数	17	17	100.0%	5
金融個別相談	継続	開催日数	12	12	100.0%	5
労務個別相談	継続	開催日数	12	12	100.0%	5
経営個別相談	継続	開催日数	12	12	100.0%	5

河内長野市商工会

事業名		「市内商店会、商店組合体質強化事業」 ラブリーハロウィンinかわちながの2018																																		
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、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されています。そこで、その集客の一助となるよう市内商店街、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市内の商業活力強化へと繋げていく。																																		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	河内長野市内商店街、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	ラブリーハロウィンinかわちながの事業については、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により売上が落ち込む中、売上拡大に向けての新たな手法としてハロウィン時期に子供をターゲットに若い世代の家族(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、ホームページでの発信、公共施設などの設置、市の教育委員会を通じて市内小学校全域に生徒のランドセルに入れていただくなど行い、イベント期間(9/15土～10/8月・祝日)においては、市内商店街、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又、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繋げる。 <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> <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:10%;">①府施策連携</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="6">市の教育委員会を通じてスタンプラリー台紙などのイベントPR案内文を、市内小学校全域に生徒のランドセルに入れていただいた。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="6">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</td> </tr> </table>							①府施策連携							②広域連携							③市町村連携	市の教育委員会を通じてスタンプラリー台紙などのイベントPR案内文を、市内小学校全域に生徒のランドセルに入れていただいた。						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					
	①府施策連携																																			
	②広域連携																																			
③市町村連携	市の教育委員会を通じてスタンプラリー台紙などのイベントPR案内文を、市内小学校全域に生徒のランドセルに入れていただいた。																																			
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)	支援企業数(計画)	7商店会	支援企業数(実績)	7商店会	支援実績率	100.0%	満足度	71.8																												
事業の実績/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、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131件(郵便局等含む)で、対象事業者参加店114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、その方々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。又、商店会ごとで、一丸となりポスターを掲示しやサービスの見直しを行な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繋がった。平成28年よりスタンプを押してもらった個数を5個から7個に増やし又、5%オフ参加店や店舗写真掲載希望も募りまた、配布する菓子のグレードを上げたりラッピングに工夫する店舗も増え、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結果、新規顧客確保ができた店舗が多く、リピーターへと繋げることも出来た。結果、最終日10月8日(月・祝)のラブリーホールでの抽選会では、625枚(人)のスタンプ台紙を持参された。																																		
	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 (結果、参加店舗114店舗の内、新規顧客が増加した店舗は101店舗)																																		
	数値目標	70	実績数値	88	目標達成度	4.0%																														
事業の実績/目標達成度	成果の代表事例	商店会独自の連携事業として、咲く南花台事業者の会が会員店舗の売上向上の為に、月1回独自事業として、プレミアムフライデーを実施しそれに便乗し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繋げた。又、他の商店会への刺激となった。																																		
	その他目標値の実績	目標値(計画)	目標値(実績)				目標達成度																													
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	参加店について前年度は、117店、今年度114店、ラブリーホールでの最終抽選日の来場者数前年度657人。今年度625人で前年に比べ減少している為、次期への取組みとして、引き続き若い世代の家族層をターゲットに、昨年度以上の新規顧客を呼び込むための工夫を各々していただき、事業全体の新たな手法も検討し、各商店会においても独自の事業を実施できるよう検討いただき地域の活性化へとつなげていく。																																		

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		28 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)	河内長野市の地場産業には鋳物、すだれ、爪楊枝等があり、長年培ってきた知的財産が蓄積されているが、昨今の不況の影響や高齢化に伴う廃業により、小規模事業者は減少傾向である。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すことは難しい。このような状況の中で、創業の促進を推進し、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】 平成30年8月25日（土）、12月9日（日） 11時30分～13時30分 当所2階会議室にて開催</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、先輩创业者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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>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。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>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。</td> </tr> </table>						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。
	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）	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	31	支援実績率	103.3%	満足度	86.77							
事業の実績／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>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、参加者同士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「意識していなかった事や知らない事が沢山ありこれから開業に向けてやるべきことが分かった」「色々な計画を立てる上で勉強になった」「創業を実体験された方の失敗談や意識の持ち方が参考になった」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。</p>													
		指標	創業に至った事業所数、創業に向けて取り組んだ事業所数												
		数値目標	15	実績数値	16	目標達成度	106.7%								
事業の実績／目標達成度	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		奥河内フルーツラリー							
想定する実施期間		29 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繋げる。							
	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	低農薬等安全性の一定の審査基準をクリアした、「奥河内 foodo」の河内長野市認定品や奥河内産フルーツ、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、市内外より消費者の流入を図る。又、事業期間終了後も各個店の魅力や商品の特色を色濃く出し継続的に行な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 37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、フルーツ&ベジタブル賞3000円分10名、参加店共通金券3000円分30名、5000円分20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	河内長野市(担当:産業観光課)認定商品「奥河内 foodo」や奥河内産フルーツ等を使用することにより市内事業者や奥河内産品の知名度を上げると同時に「奥河内 foodo」の新たな認定商品応募の一助に繋げる。								
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)	支援企業数(計画)	35	支援企業数(実績)	37	支援実績率	105.7%	満足度	81	
事業の実績/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)	参加募集案内の結果、当初30店舗予定のところ37店舗の参加があった。実施期間は、前年度は8/1～9/30に実施したが、今年度は、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はがき1枚につきスタンプは3個1口で6個の2口で掲載した。応募されたはがきの枚数について、フルーツ賞49通、お食事券賞239通、計288通の応募があった。(※昨年度248通) スタンプ数は、1,148個で、1,148食の料理を提供していただいた。又、応募はがき288通の内、市外から来られた方が72名おられた。(※昨年度20名) 農業者は前回より引き続き、河内長野市の40歳代若手の13農業者で組織される4Hクラブを主体に協力いただいた。今回商工会より各テレビ局へ取材依頼のメールをしたところ、朝日放送「おはよう朝日です」で取材放映いただき、それを見られた多くの顧客の来店により、新規顧客拡大とリピーターへと繋げることができた。							
	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(結果、参加店舗37店舗の内、新規顧客が増加した店舗は36店舗)							
	数値目標	70%	実績数値	97%	目標達成度	138.6%			
成果の代表事例	河内長野駅前商業施設内のフルーツ店は、イベントに関係なく日頃より地場産フルーツを使用したサンドイッチ、ドリンク等商品開発を行っており今回、「おはよう朝日です」の取材を受けテレビ放映後も多くの来店があった。ただ商品を提供するのではなく商品開発を日々おこない、その商品の説明を丁寧に行なうその姿勢が顧客拡大とリピーターに繋げることができた。								
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)	今回も各店取り扱い食材がフルーツをメインに実施し、フルーツの入荷できない場合、地場産野菜も取り入れていただきバリエーション豊富にすることが出来たが、H30年度は、台風の影響により果実が落下するなど、農産品に大きな影響が出たため、ラリーメニュー提供ができない日があった。リピーター確保のためにも単に提供ができないだけでなく、他に代わるサービス対応の見直しをするなど次期取組みの必要があると感じた。 今回テレビ放映いただいた影響は大きかった。応募はがきから見られるように市外の方の来店も多くPR強化を図ることが出来た。							

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		27 年度～ 年度まで ※複数年度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1.68倍で良好だが、25～29歳は1.37倍・45～49歳は1.06倍と厳しい。福祉・介護事業の充足率は9.9% (充足数/新規求人数) と人手不足が深刻である。当地域の有効求人倍率は0.78倍 (45～64歳は0.61倍) で、中高齢の就職件数が府下でも少ない。小規模事業者は採用に苦戦しており人材確保が課題である。 本事業は、若者や中高年齢者等を求める企業と働く意欲のある求職者を結びつけ、就職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者等を対象とする。 {若者・中高年齢者等の在職者や採用が多い企業および業種 (介護関連に注力) }								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催日時	【1】平成30年5月18日(金)、7月20日(金)、11月19日(月)、11月20日(火) 午後2時～4時 場所：ハローワーク河内長野 【2】平成31年2月21日(木) 午後1時～4時 場所：河内長野市民交流センター							
		内容	上記【1】①業種別 (介護・福祉) 合同企業面接会 ②福祉の仕事相談会 上記【2】①合同企業面接会と企業紹介コーナー ②中高年齢者就業相談 ③若者の就労相談 ④女性就労相談 ⑤労働相談 ⑥社会・労働保険相談 ⑦ひとり親家庭生活相談 ⑧障がい者就業・生活相談 ⑨総合生活相談 ⑩シルバー人材センター就労相談 ⑪シニアお仕事説明会 ⑫働くことQ&Aコーナー ⑬直前・面接印象UPセミナー							
		事業手法	<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		総合労働事務所と連携しWebサイトへの掲載およびメール配信、関係機関等にチラシの設置で事業を周知。各種相談コーナーの開設調整および実施運営等の協力。								
②広域連携	3商工会(大阪狭山、富田林)で連絡を密にし、訪問・電話・FAX・広報誌・Webサイト・ポスター・チラシで参加社(者)を募集。広域連携により費用や関係者との調整等で効率化を図った。									
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、千早赤阪村役場と連携し、各行政の広報誌、Webサイトへの掲載とポスター・チラシを作成・配布、看板の設置。コンビニに協力依頼。									
④相談相乗	つなぎ支援および労務支援で5件の経営相談支援事業の実績が上がった。									
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績 (数値)	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	30	支援実績率	100.0%	満足度	84	
	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)	若者・中高年齢者や介護の業種で求人・求職のミスマッチが続くなか、意欲のある人材を確保したい企業を募り、30社 (上記【1】20社、【2】10社) に参加いただいた。参加企業の募集人数は257人で、参加者143人のうち99人 (上記【1】71人、【2】28人) が面談を受けた。結果的に企業の採用基準等に達しなかったが、本事業の継続や回数の増加を多くの企業に希望された。短時間に複数の地元求職者と面談できたことを感謝された。 採用者数は14人 (上記【1】11人、【2】3人) であった。 事業の広報活動では各市町村・大阪府総合労働事務所・関係機関・開催会場等の協力をえて、143人 (上記【1】71人、【2】72人) の参加があった。当日および後日に複数人と面談できるため人材確保に繋がること、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。次回以降も参加したいとの声が多かった。								
		指標	採用者数							
		数値目標	11	実績数値	14	目標達成度	127.3%			
	成果の代表事例	低コストで人材確保ができた。 短時間で直接、働く意欲のある人と面談でき2人の採用に至った。 業種を絞った合同面接&相談会は複数企業の面談を受ける人がいるため、企業と参加者の双方に効果的である。								
その他目標値の実績	目標値 (計画)	177	目標値 (実績)	143	目標達成度	80.8%				
	府労働事務所、ハローワークや各市町村等との連携があったからこそ参加者の実績を上げられた。多くの支援企業から、次回も同事業に参加を希望するとの回答を得た。									
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)	支援企業の声 ①来場・面談者の増加 ②開催回数の増加 ③業種や年齢層の絞込み [未達成理由] 求人が多いなか、きつい業種(上記【1】)への参加者が減少した。 [課題] ハローワークの職業紹介・相談の課との連携および事業の広報活動を強化し参加者を増やす。参加企業の概要や業務内容のPRを支援する。各企業の面談者を増やす。面談会に参加しやすい会場・雰囲気づくりに注力し意欲のある求人・求職者を支援する。延期日を事前に設定する。								

平成30年度小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

事業名		顧客を呼ぶ店舗の作り方勉強交流会(販売力強化事業)								
想定する実施期間		25 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)	消費者はWebで比較して商品を購入する。売上向上には独自性をアピールし差別化できる商品力と消費者から購入を促す魅力ある店舗力・お客様のニーズを汲み取る提案力が必要である。専門家によるセミナーで事業者の意識改革を促し、「誰に」「何を」「どのように売るか」を明確にすることで独自のプラスα(知的財産)を見つける手がかりにする。また、単にセミナーを受講する受身からグループディスカッションによる人的交流の場を提供することで情報交換や連携が可能となる。セミナー後の専門家派遣は、小規模事業者がミラサボや補助金活用の情報を得て販路開拓支援から事業計画を考える最初の第1歩となる。経営力向上を促すことで地域経済の活性化に結びつけることを目的とする。								
	支援する対象	小規模事業者(主に小売・飲食・サービス業)・新規開業予定者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【開催日時】平成30年10月9日(火) 14:00~16:20 河内長野商工会館</p> <p>【内容】①講師作成のテキストを基に個店の環境を今昔で現状把握する。 ②成功した事例を数点紹介し、契機は何かを分析する。 ③お客の購買行動のステップを学び、どうやってリピーターを増やすかを考える。 ④各個店の得意なところ、足りないところを意識させる。 ⑤繁盛店にしたいなら明日から実行できることを診断チャートから真剣に考える。 ⑥グループのメンバーを随時入れ替え異業種交流をする。 ⑦専門家派遣(商工会指導員も同席する伴走型で気軽に相談できる)の説明をする。</p> <p>【事業手法】チラシを作成しDM・HP・市町村役場の広報に掲載、配布・新聞折込で周知と募集をする。</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	広域で情報発信すると受信者側への伝達に相乗効果があり、事業者間の交流を生む								
③市町村連携	市広報に掲載・市役所内でチラシの配布・講習会等での周知									
④相談相乗	販路支援やマーケティング力向上支援として相談指導(カルテ化)に繋ぐ									
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	25	支援実績率	83.3%	満足度	92	
	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)	販売力を強化して売上を持続させるには、店舗がお客様の目線で考え、独自のウリを発信することにある。セミナーで紹介された成功事例は、簡単な発想を行動に移したものであり、難しいことを実施したのではない。今回セミナーを受講された事業主等は、経営にプラスαできる知的財産を洗い直し、その店舗の独自ウリをみつけ実行に移し、事業主等の意識改革が個店・地域の活性化に繋がることを認識された。今回も、広域でセミナー開催しグループワークしたことで広域での事業者交流ができ、事業主としての仲間意識が生まれた。セミナー後の巡回指導で、他市の個店らと協力して販促のコラボをしたり、アドバイスを受けたと報告を受けた。セミナー後の専門家派遣をきっかけに事業計画書を作成して持続化補助金等に活用したいと考える事業所もあり、また、別の小売店では、販売する商品の実演販売をいかにうまく調理すればいいかを教え販売を向上をしたと報告を受けた。								
		指標	企業の自己改革行動数							
		数値目標	24(30×80%)	実績数値	23件	目標達成度	83.3%			
	成果の代表事例	各店舗でセミナーで学んだことを従業員での共有の認識かできた。看板やチラシ等の成功例を参考にすぐに実行され販路開拓につなげていた。ミラサボを活用して専門家派遣をした事業所では、従業員が積極的に意見交換をし、売上向上の改善案を出した。別の店舗では、販促について常に仕掛けることと認識しお客目線でチラシを作成したり、HPの構築を見直す行動にうつした。								
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)	今年度6年目である。事業所間の交流をしやすくする為、座席を島に分けている。実体験に基づく意見交換や交流で自信や気づきにつながったと喜ばれている。専門家派遣を利用して事業計画書を作成した事業所は事業所の将来像を描きチラシ・陳列・看板等工夫をして意識改革を形に現している。個別に専門家と接することは事業主や商工会指導員の資質向上に繋がった。広域開催は、事業者の交流が広がり販促のコラボをしたりして相互刺激になる。また、商工会相互の情報交換や指導員間の指導力補強ができた。セミナー開催後、個別指導を希望される事業者もあり、次年度も継続して開催し、事業所に役立つ勉強会と交流の機会を作りたい。								

河内長野市商工会

事業名		《耐震診断ステップアップ講習会》 H30年4月宅建業法改訂施行に伴うインスペクションセミナー								
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)	建築・設計に関わる事業者を対象に、第1回目は、既存木造住宅の耐震診断・改修についての知識を身につけていただき、2回目は、バリアフリー改修工事による補助金活用の講習会、3回目は、空き家の利活用講習会、4回目は、「住宅省エネ技術(施工・設計)」、5回目は、「インスペクション」の知識を身につけていただき、事業者として段階的に、専門知識のブラッシュアップを図り、販路拡大と地域貢献に努め、又、社会信頼性の向上へと繋げる。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	建築業、設計事務所								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>開催日時：平成30年 6月29日(木) 19:00～21:00 河内長野商工会館</p> <p>内 容：1.宅建業法改訂施行に伴うインスペクション等について 2.その他 (河内長野市都市創成課より各種助成金について説明) 3.質疑応答</p> <p>講 師：田中 克之 氏 (公益社団法人 大阪府建築士会耐震部会 担当理事)</p> <p>事業手法：河内長野市都市創生課と大阪府建築士会社会貢献委員会耐震部会の協力をいただき、インスペクションについての知識の取得と各種助成金制度利用について講義を受け知識の向上に繋げた。</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									
	②広域連携	各商工会で参加事業者の募集の結果、H30年4月宅建業法改訂施行に伴うインスペクションについて、ほとんど知識が無い方が多かった為、興味をもたれ多くの方が熱心に受講され次のステップアップへと繋げる方向性が見えた。								
③市町村連携	河内長野市都市創生課より、市役所内で窓口に来られる対象事業者へ住宅に関する各種市の助成金活用の推進と講習会の周知を行ない、講習会当日は、各種助成金の詳細内容を説明し知識の向上を図った。									
④相談相乗	講習会で得た知識を基に販路支援やマーケティング力向上支援として相談指導(カルテ化)に繋ぐ									
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	40	支援実績率	100.0%	満足度	89%	
	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、5回目の講習会としてワンランクアップした内容で開催した。今回の講習会も、大阪府建築士会社会貢献委員会耐震部会に協力いただき実施した。内容は、平成30年4月より、宅建業法の改訂が施行され、宅地建物取引業者は、これまで、中古住宅の売買では物件を探して紹介する「仲介役」でしかなかったが、今回の法改正では、インスペクションのあっせんを行い、実施された既存住宅建物状況調査の説明、現場での確認など、住宅の質にかかわる重要な役割を果たすこととなります。今回その、知識の習得・拡充を目指し、より専門的な知識を身につけることにより、建築業界での販路拡大に繋げる為の講習会として、専門的なポイントをついた内容で勉強いただいた。結果、基本以上の専門的な知識が今後必要であるとあらためて認識いただきスキルアップにつながった。又、市の各種補助金については、消費者にとっては大変メリット性があることをしていただきそれを消費者に提供することにより販路拡大に繋げることができることも認識いただいた。								
		指標	アンケート調査による企業満足度							
		数値目標	80	実績数値	89	目標達成度	111.3%			
	成果の代表事例	不動産の仲介をされる方が、平成30年4月より宅建業法の改訂が施行され、その改訂の内容の知識が無かった為、今回参加され知識を取得されたことにより、建築業者へ法改訂後のインスペクションが正確に行なわれるか確認できることにより顧客への信頼と、今後前向きに取り組まれていく意識の向上に繋がった。								
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)	第6段階としての次期への取組みとして、2020年までに、建築物省エネ法改正により適合義務化が段階的に拡大していき、基準に満たない建物は建築確認が下りなくなります。ここ数年で、建築物の省エネに関わる法制度が大きく変わります。今回、建築業及び建築設計に携わる事業者を対象に、大阪府建築士会を通じて、その改正のポイントの知識を身につけ、建築業界での販路拡大と地域貢献に努め、又、社会信頼性の向上へと繋げる。								