

# 平成30年度 事業実績報告書

## 申請者の概要

申請者	団体名	藤井寺市商工会	
	代表者職・氏名	会長 井関 功	
	所在地	〒583-0027 藤井寺市 岡 1-2-16	
	担当者	職・氏名	事務局長 田中 義孝
		連絡先	電話番号（直通）： 072-939-7047
Fax: 072-952-3118			
		E-mail: fujisho@f-sukiyanen.or.jp	
①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率）  ※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと		昭和37年6月14日  9名（8名）（平成31年3月31日現在）  藤井寺市  2,828（平成26年経済センサス活動調査による） 2,059（平成26年経済センサス活動調査による） 1,177（41.62%）（平成31年3月31日現在）	
□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、又は指導を行うこと。 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、共進会を開催し、又はこれらの開催のあつせんを行うこと。 ⑥ 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。 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。 ⑨ 行政庁等の諮問に応じ答申すること。 ⑩ 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 ⑪ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 ⑫ 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。 ⑬ 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。 ⑭ 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け入れ業務を行うこと。 ⑮ 職業紹介事業を行うこと。 ⑯ 前各号に掲げるもののほか、その他商工会の目的を達成するために必要な業務を行うこと。			

## 藤井寺市商工会

## (1) 事業の目標

経営相談支援事業として巡回及び窓口で事業者の抱える課題を的確に把握し、その課題を解決するために必要となる情報の提供及び必要に応じた施策の紹介又は専門家へのつなぎ支援を行う。また、事業者の相談内容から判明する隠れた課題を見つけ出し、解消への道筋を示すなどワンストップサービスを充実させることにより、相談事業所の経営の安定、発展に寄与することを目標とする。

専門相談支援事業として経営相談では解決が難しい高度な課題の解決を図るため、各分野の専門家による予約制の個別相談会を実施した。

地域活性化事業として地域の求める課題の解消が見込める支援を行えるよう情報の収集と提供に努める。同時に事業を通じて地域だけでなく、対象事業者の企業自身の成長を促せるような支援を目標とする。

## (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

経営支援事業として月に1回発行する商工会ニュースや巡回及び窓口での指導を通じ、各種情報の提供及び周知徹底に取り組んだ。

専門相談支援事業として事業者が抱える高度かつ複雑な課題の解決を図るため、原則として毎月1回の専門家による相談日を設け、また、相談が集中する期間には専門家を増員して対応した。

地域活性化事業として地元事業者を中心にPRを行い、広く参加者を募った。また、活性化事業の集客増と周知徹底の相乗効果を狙い行政機関、地元大学やミニコミ誌等のマスコミと連携して活性化事業をPRした。地域活性化事業には実行委員会を設置し、参加者自身も企画・運営に参加して自らが地域活性化に関われるようなくみ作りにも取り組んだ。

## (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

本市の管内は、小売業やサービス業が多くその中でも小規模事業者の割合が非常に高い。その為、経営相談事業は金融・労務・税務を中心に相談内容が多岐にわたっている。これらの相談に応じるためにも複数にわたる分野の情報を共有し、その場しのぎではなく将来に及ぼす影響まで考慮した支援が必要となっている。ここで解決できない高度かつ複雑な課題は専門相談支援事業を活用したり、直接専門家に相談するなどしてできるだけワンストップサービス対応を心がけた結果、相談者からは高い満足度の回答を得ることができた。

地域活性化事業は、商業者を対象としたにぎわい創出と人材育成に重点を置いて取り組んだ。特に藤井寺駅前核となるイオンモールが建て替え工事のため、約2年間の予定で一時的に閉鎖されていたが、ようやく31年夏には再開される見込みとなっている。但し、これまで約5年間店舗が無く、買い物客の流れも変わっている影響を少しでも小さくするため、これまでふじいでらバルや得する街のゼミナールを開催し、商店街に人の流れを呼び込むにぎわい創出事業などの各個店の魅力を増加させ広くアピールする事業に取り組んでいる。それぞれの事業に参加された方からも次回開催を望む声が多く聞かれ、参加事業所も次回に向け改善点や改善方法などを自主的に考案するところもあり、イオンモール閉鎖によるピンチをチャンスに変える素地はできつつある。

## (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

経営相談支援事業や地域活性化事業の利用者及び参加事業所からは、それなりの成果及び実績を残せているが、業種や事業所の立地条件などによっては利用度や参加事業所数の少ないところも見受けられる。

また、平成26年2月末日のイオンモール建て替えによる一時的な閉鎖は、藤井寺駅周辺の買い物客へ少なからず影響を与えるものと考えられているが、短期的な対策は講じられているものの中長期的な対策がなく、人の流れを引き留める工夫が必要となる。

事業所からの相談も多岐にわたり、ワンストップサービスを実現するためにも職員の資質向上が不可欠となるが、新たな職員が増え相談に応じ解決までに必要となる時間が増える傾向にある。

## (5) 来年度への取り組み

上記課題を解決する取り組みとして、潜在的な課題の掘り起こしと、より商工会活動の周知徹底を図るために、積極的な巡回と広報・PR活動を充実させる。特に新たな職員が相談指導に従事する場合にも、業務内容を理解し支援内容を低下させないためにも内外を問わず広報・PRによる周知に重点を置く。

イオンモール建て替えに端を発した商業・駅前活性化事業であるが、内容や取り組みが浸透しつつある。参加者も、よりよく発展させるため意見を持ちよりつつある。今後も駅前を中心に活性化対策を講じるが、参加する事業主に対しても能動的に活性化対策へ関与していくよう意識改革にも継続して取り組み。

## 藤井寺市商工会

## Ⅰ 経営相談支援事業

## 支援のポイント・成果

市内事業所うち、小売業とサービス業でほぼ半数を占め、従業員が2名以下の事業所もおよそ80%となっている。これらの小規模事業者の抱える課題を迅速に解決するため、経営指導員自身の資質の向上と各種支援機関との連携が必要となってくる。また、相談内容から相談者自身が気づいていない隠れた課題を見つけ出して、将来的にどのような問題点を含み、どのように解決すべきかといった全体を俯瞰した課題解決手法にも取り組み、当初予定していた目標数値を上回る実績を残すことができた。

各種支援機関・専門家との連携は、日々の巡回・窓口での相談業務のうち経営指導員がこれまでの経験を踏まえても即時に回答することができない課題や、法改正などにより詳細な知識を必要とする課題を解決するために行った。金融支援では日本政策金融公庫や大阪信用保証協会、労務支援では年金事業所や公共職業安定所、労働基準監督署などと連携を密にすることにより、よりタイムリーかつワンストップサービスでの情報提供・問題解決を実現することができた。

## 【代表的な事例】

新たに事業を始めるにあたり、ホームページの作成や販促方法について相談があり、専門家へのつなぎ支援としてミラサポを活用し専門家を紹介した。その際に開業届や青色申告の申請を行っているか確認したところ、103万円未満の収入であるから不要であると認識しているとの回答があった。この事例以外にも事業所得が生じているにもかかわらず、扶養家族の範囲内であると認識されていることが多く、所得税法における扶養家族の考え方及び健康保険での扶養家族との認識の違いについても説明した。

今回は幸いにも収入金額及び所得金額が少なく所得税法上の確定申告が不要となる範囲内であったが、新たに事業を始めるのであれば、各種手続きが必要なことに加え今後収入及び所得が見込み通りに増加すれば所得税だけでなく健康保険でも扶養家族を外れることとなるため、それぞれが対象外となった場合の負担や申請時期などについても説明し、理解を得ることができた。

平成31年4月より正式に開業されるとのことであり、新年度以降も事業計画や販促支援、記帳や労務支援など多岐にわたってサポートを希望されており、相談に来てよかったと言っていた。

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	260	271	104.2%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	30	27	90.0%	4
金融支援（紹介型）	支援数	5	7	140.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	53	51	96.2%	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	1	1	100.0%	5
記帳支援	事業所	40	40	100.0%	5
労務支援	支援数	135	121	89.6%	4
人材育成計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	5
マーケティング力向上支援	事業所	0	0		
販路開拓支援	支援数	20	16	80.0%	4
事業計画作成支援	支援数	18	22	122.2%	5
創業支援	事業所	0	0		
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	5	5	100.0%	5
財務分析支援	事業所	2	2	100.0%	5
5S支援	事業所	8	8	100.0%	5
IT化支援	事業所	0	0		
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		
事業承継支援	事業所	0	0		
結果報告	事業所	260	269	103.5%	5

## Ⅱ 専門相談支援事業

## 支援のポイント・成果

事業所から寄せられる様々な相談内容のうち、高度かつ複雑な課題に対応するためそれぞれの分野の専門家による支援を実施している。法務支援は弁護士、労務支援は社会保険労務士、金融支援は日本政策金融公庫から融資担当者を派遣していただき、毎月1回予約制による相談に応じた。いずれもアンケート調査において高い評価を得ることができている。税務相談は税理士による相談を他の相談と同様に毎月1回の予約制としているほか、確定申告時期には近畿税理士会富田林支部藤井寺地区の税理士による協力のもと、終日相談可能な環境を提供していただき、譲渡や相続、消費税の対策など事業者の関心が高い内容の相談について即時に対応できている。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務支援	継続	相談日数	12	21	175.0%	5
税務支援	継続	相談日数	32	35	109.4%	5
労務支援	継続	相談日数	12	14	116.7%	5
金融支援	継続	相談日数	12	17	141.7%	5



藤井寺市商工会

事業名		ふじいでらバル							
想定する実施期間		24 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)	藤井寺駅前には通勤・通学客の利用が多く、沿線内では大阪阿部野橋駅に次いで2番目の乗降客数であるのに対し、駅前近隣で飲食をする人の数は少ない。土師ノ里駅、道明寺駅界隈でも同様で、この状況を打破し、各駅前や藤井寺市内の魅力ある飲食店を知ってもらえるような仕組みの構築をめざす。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺駅・土師ノ里駅・道明寺駅周辺及び藤井寺市全域の飲食店							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	毎年10月末には、藤井寺駅周辺でのイベント開催があり、このイベント「デラハロ」では約1万人近い集客がある。例年、このイベントと同日にデラバルを開催していたが、29年度に引き続き30年度も1週間ずらし、11月2日～4日の金・土・日の3日間で開催した。チケット5枚つづりを1冊として販売し、藤井寺全域の参加店舗を飲み歩くイベントであるが、スイーツの持ち帰りやお酒の飲めない方でも楽しめるメニューを出す店が増え、バル参加店も毎年多様化している。 平成27年度より近鉄タクシーに協力して頂き、30年度も引き続きバルチケットをタクシーに利用できることとなり、バル参加客が遠方の参加店まで足を運ぶことができた。市内全広報板に広告を掲載し、市役所の入り口にも各参加店の情報を掲載、パンフレットは藤井寺駅前中心に約500枚を配布し、各大手スーパーや商工会、ゆめぷらざ、市役所、藤井寺駅に設置。タウン情報誌「ぼど」への折り込みを行い、21,482枚を羽曳野・松原市に配布、PRを行った。							
		①府施策連携							
		②広域連携							
③市町村連携		近鉄タクシー株式会社やチョーヤ株式会社など、協賛企業から継続して支援を得ている。市の広報板への掲載も参加店募集時と開催前の2度行い、行政からも積極的にバルの周知宣伝の手助けがあった。							
④相談相乗									
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)	60社	支援企業数(実績)	50社	支援実績率	83%	満足度	88%
	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)	30年度のチケットの売り上げは、1,547冊となり、過去の販売冊数平成25年692冊、平成26年1回目671冊、2回目928冊、平成27年1,098冊、平成28年1,141冊、平成29年1,350冊と、毎年増加している。バル客は「今までに入店しなかったがきっかけのなかった店」へ、バルチケットを持つことによりスムーズに入店できることから、店舗側も新規顧客の開拓につながっている。藤井寺市内に50の参加店舗があり、藤井寺駅界隈などは店頭に掲げるポスターやのぼりで一体感を出すことができ、前週のデラハロ(ハロウィンイベント)もあって街全体がイベントムードを醸し出すことができた。チケット販売冊数の増加に対し、未提供食数が減少傾向にあるため、店・バル客へのふじいでらバルのシステムも定着しつつある。初参加の店舗には多くの行列ができ、客側も藤井寺市内の店の開拓のツールとして定着している。							
		指標	新規顧客の開拓に役立ったと回答した数						
		数値目標	70%	実績数値	88%	目標達成度	125.8%		
	成果の代表事例	参加店舗エルカミーノは、バル開催前に店舗を改装し、2階席を設けた。普段の営業中にも使用しているが、サッカーや野球のパブリックビューイング、友人のアパレルブランドの展示即売会などを開催したいと考えており、今回のバルを利用して実験的に2階席をイベントとして開放した。スタッフの動きなども確認することができ、今後はイベント開催ができる2階席を貸しスペースとして提案することができると実感した。							
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か)	藤井寺市内への周知や知名度は、24年度から継続して開催し、次回で第9回を迎えることから上昇しており、今回のぼど折り込み広告21,400枚だけでなく、SNSメディアやテレビ番組を利用し、更なる市外への周知の手段を改めて構想する必要がある。沿線内のつり革広告や駅構内へのパンフレット設置などは費用面での兼ね合いがあるため、行政などにも協力を依頼する。							

藤井寺市商工会

事業名		得する街のゼミナール（まちゼミ）							
想定する実施期間		26 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)	イベント当日の集客はできてもお客様の固定化にはつながらず、商店が疲弊しており、新たな活性化事業が必要とされている。「得する街のゼミナール」は、藤井寺市内の商業の活性化を目指す。一過性の人集めではなく、個店にお客様が来て頂ける事業にする。そして個店の活性化を通じて街の賑わい作りをする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺の小売りやサービス業を中心とした事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	第9回①平成30年7月13日（金）～8月26日（日）第10回②平成31年1月18日（金）～2月17日（日）の計2回開催。場所は藤井寺市内の店舗所在地、藤井寺市商工会、まちかど情報館ゆめぷらざ。個店にはこだわり、技術、知識、経験が豊富にあるが、それを知ってもらう機会が少なく、気軽に入店しえもらう仕掛けづくりが必要である。「得する街のゼミナール」で、店主自身が講師となり、受講料無料（材料費がかかる場合がある）にてお客様に少人数制で講座や実践を行う。事前に予約いただいたお客様は、お店の商品やサービスに対する知識が得られ、信頼できるお店の開拓が可能となる。個店は新規顧客の開拓や、ニーズの把握ができ、街にとっては賑わいが生まれ、「三方よし」のイベントとなる。今年度のまちゼミでは、大人向け講座・子供向け講座・大人子供どちらも受講可能な講座と3種類の対象者設定を行った。第9回は夏休み期間中の開催ということもあり、子供が受講可能な講座を多く設け、子供向け講座5講座・大人も子供も受講可能な講座15講座・大人向け講座12講座を開講した。第10回は、大人むけ9講座、子供向け3講座、混合9講座となった。主なPR方法は、藤井寺市広報誌の裏表紙（第9回）・中面（第10回）に掲載、パンフレットは藤井寺市の教育委員会と連携し市内の公立全小中学校の全校生徒に配布し、店頭配布、市内郵便局の窓口、市役所、市内大手スーパーマーケット、図書館、藤井寺駅等に設置。過去の参加者にはDMで送付した。							
	①府施策連携								
	②広域連携								
③市町村連携	藤井寺市広報へ掲載、市内の公立全小中学校の全校生徒へパンフレットを配布								
④相談相乗	まちゼミに参加することで、自社製品やサービスのPRを行い、マーケティング力の向上を図り、お店のファン作り、新規顧客開拓へとつながる。								
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社	支援企業数(実績)	27社	支援実績率	90.0%	満足度	94%
	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)	自店にお客様が足を運びきっかけ作りとしてまちゼミを利用し、お店の良さや店主の人柄を少人数制の講座でじっくりと伝えることができ、店主とお客様の信頼を築くことができた。新規顧客の開拓や、周知広告、街の賑わい作りを求める店主側も、facebookのグループページを利用して、自主的に横のつながりを持ち、相互に宣伝しあう環境を大切にしている。地域密着型で長期的な宣伝効果はまちゼミにしかできないもので、新規参加を希望している店舗も開催前に4件ほどある。まちゼミに参加することで、自身のスキルアップやスタッフの教育にも役立っており、店全体に良い影響をもたらし、知識の深まりも図ることができている。まちゼミに参加する一般客は、その店にとってはほぼ7割が初来店客であり、後日礼状を送付したり季節のあいさつ状やキャンペーン・イベントのお知らせなどができる数が増えている。							
	指標	新規顧客の開拓や周知広告、街の賑わい作りに役立ったと回答した数							
	数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125.0%			
	成果の代表事例	Aドッグスクールは、珍しい業種のドッグスクールを営んでおり、しつけなどに困った飼い主を対象に事業を行っているが、実際に伝えたい事（他党飼育の崩落の実態や殺処分、SNS映えする犬種の手放し）などを伝える機会がなく、今回のまちゼミをきっかけに大切なことを伝えていく大事さを痛感。良い機会となっている。							
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)	31年度は引き続き夏ごろに子供向けを多く開講するまちゼミを実施予定。冬は例年、参加店舗の減少や冬休みとの連動がないことから子供の参加も少なくなるために新規店舗の勧誘や、まちゼミスタンプラリーを検討している。藤井寺市内へのPRはもちろんのこと、以前よりの課題である藤井寺市外へのPR方法を検討する。							

藤井寺市商工会

事業名		駅前商店街にぎわい創出事業							
想定する実施期間		26 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)	藤井寺駅前北側の大型ショッピングモール建て替えが予定よりも遅れており、買い物客の商店街放れが懸念されている。藤井寺駅周辺の事業主、特に商店街を中心として顧客の取り込みと同時に駅周辺を回遊する人の流れを作り出すことが重要であるとの認識で一致している。藤井寺、道明寺の両地区のまちづくり協議会とも連携して市内商店街での買い物をする機会の定着を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺及び道明寺地区の4商店街 (道明寺天神通り商店街、ハートフル91商店街、藤井寺一番街商店街、藤井寺駅前北商店街)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	四天王寺大学経営学部と連携して、商店街マップとイベントを紹介する「こよみ手帳」を作成、配布している。また、毎月第三日曜日に「さんでいいち」を開催し、イベント開催時の集客力を高める効果はある。 商店街で日々の買い物をされる方の年齢層は高く、新聞折り込みの効果も大きいため、日常の買い物を商店街へ呼び込むためにもアナログな手法が効果的である。毎月のイベント以外にも年末には食料品・消耗品を中心にまとめ買いされる傾向があり、このタイミングで買い物額に応じた抽選券を配布し、抽選会に誘導する。このことで買い物を商店街で行う意識づけができ、イベント開催時以外でも商店街での買い物をを行う効果が期待できる。  12月第三日曜日を起点としてガラガラ抽選会を行うことを定例化し、店主の事業に対する一体感を創出するとともに、あらゆる世代の来街を促す。							
		<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	藤井寺市と連携して実施したふじいでら創業スクールを受講して開業を希望される方の中でも、商店街での出店を検討される事例があった。								
④相談相乗	藤井寺及び道明寺で店舗を構えるきっかけとなった店舗もあり、ハルやまちゼミといった他の事業にも関心をもってもらうことができた。								
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	4	支援企業数(実績)	4	支援実績率	100.0%	満足度	90	
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)	毎月第三日曜日に固定して開催するようになり、コンスタントに毎回30店舗以上の参加がある。酷暑となり、商品の日焼けや傷み为了避免のため8月は実施を見送った。合同でのイベントを締めくくる形で実施した12月の3でい市は、直前から実施している買い物額に応じた抽選券を集めて参加する「ガラガラ抽選会」が好評であり、老若男女問わず多数の方に正月用品をはじめとした買い物を商店街で済ませていただくきっかけをつくることができた。  チェーン店などはこれまで参加されないことが多かったが、商店街の働きかけもあり、飲食店のチェーン店でも抽選券を配布したり、金券を使用してもらうことができた。歯医者や薬局など抽選券配布に合わない業種もあるが、商店街の熱心な働きかけで参加店舗も増えている。 50円玉のつかみ取りなども場合によっては掴める枚数が少なくなるが、参加できて楽しかったと言ってもらえており、年末年始の来店を促すきっかけとなっている。							
	指標	アンケート調査により購買客が増加したと回答した割合							
	数値目標	70%	実績数値	96%	目標達成度	137.1%			
	成果の代表事例	飲食や理美容などでチェーン店が多いが、今回のイベント勧誘をきっかけに商店街への加入及び積極的な事業への参加してもらえるようになった。							
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)	3でい市は出店できるスペースに限りがあり、新たに出店したいと希望される店舗があっても、従来からの方が動きがなく出店できないという事例があった。 出店者の優先順位や開催日、場所などを見直す必要がある。							

藤井寺市商工会

事業名		非正規労働者の適正な雇用管理及び働き方改革セミナー								
想定する実施期間		30 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)	大阪府における雇用者における非正規労働者の割合は4割を超え、現在それに伴う格差是正を目指し多くの法律・ガイドラインが改正されつつある。事業を成長させてゆく上で非正規社員の活用は必要不可欠であるが、それに必要な労務管理等の知識が不足することのないよう事例を交えた説明を行う。正しい知識と理解を深めて非正規労働者が定着・活躍することで企業の安定性・継続的な成長を促すことを目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内の中小企業・小規模事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【日 時】平成30年10月4日 16:00～18:00(質疑応答時間含む) 【場 所】藤井寺市商工会 1F研修室 【講 師】社会保険労務士 武内 佳世子 氏								
		市広報、商工会ニュース、商工会窓口、商工会ホームページ、府労働事務所メルマガ等で参加募集を行った。「働き方改革」のうち非正規労働者に強く関係する分野を厚生労働省のリーフレットを中心に、魅力ある職場づくりに関して事例を交えて説明いただく。								
		<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		ハローワーク、労働基準監督署と情報を共有、制度や対処法を知ることによって事業所が抱える疑問点の解消を図る。								
②広域連携										
③市町村連携	市広報に掲載することで市民に幅広く周知を図る。									
④相談相乗										
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)	20	支援企業数(実績)	17	支援実績率	85.0%	満足度	78%	
	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)	業種を問わず中小企業においては労働力の確保が喫緊の課題であるが、非正規労働者はもはや人手不足を解消するため調整弁ではなく、安く使い勝手のいい労働力としてみる時代ではないのを理解いただき、短時間正社員を代表に正社員＝フルタイム雇用である必要はなく同時に放置した場合のリスクが小さくないことも理解いただいた。 「働き方改革」の中で特に非正規労働者の労務管理につながる部分を説明いただき、社員の定着率及び満足度の向上と社員のワークライフバランスの向上は両立できることをいくつかの事例を示すことで理解していただいた。								
		指標	アンケートで『改善する(する予定)』と回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	82.35%	目標達成度	117.6%			
	成果の代表事例	働き方改革にあわせた労務管理の更新だけでなく、従業員のワークライフバランスの向上のため、従業員とのヒアリングを着手するという事業所も複数あった。								
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)	雇用形態に関わらず労働者の働きやすさと会社側の労務管理の負担軽減は両立しえるが、業種によっては業界全体で人手不足が顕著なため、定期的に従業員とのヒアリング等を促すことでワークライフバランスの向上、離職率の低下、ヒアリングからの改善により新規入職者の確保に繋げていくことも必要である。 また終了後の質問で31年4月に施行される年5日の年次有給休暇の取得義務化に向けた質問がいくつか出ていたので次年度以降の取組みに検討する。								

藤井寺市商工会

事業名		小規模事業者の為のマーケティング・ブランディング戦略							
想定する実施期間		30 年度～ 年度まで ※複数年段階の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)	事業を成長させてゆく上で、商品・サービスの付加価値を高めることが重要であるが、デザイン、マーケティング、コンテンツ等を戦略的に活用する必要がある。デザインやブランドは、顧客や消費者にとって価値のあるブランドを構築するための活動である。しかし、中小企業・小規模事業者の限られた資源では、こうしたデザインやブランドを自社のみで作り出すことは困難である。中小企業・小規模事業者がデザイン性やブランド力を高めるための必要があると思われる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内の中小企業・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	ホームページ、商工会ニュースや藤井寺市の広報を用いて、セミナーを11月に、マーケティング・ブランド企画の専門家(コンサルタント)によるセミナーを開催した。前半は、座学を実施し、具体的には、スモールビジネスにおけるマーケティング・ブランディングの基本的な論点について解説した。後半は、質疑応答を中心にし、講師が事前に渡したヒアリングシートを活用して、積極的にセミナー受講者に話しかけ、直近の課題に関する対応策を提案した。							
		<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	大阪府の担当者と連絡を取り、府施策がセミナーに反映出来るよう、試みました。						
	②広域連携								
	③市町村連携	セミナーの案内を市の広報に掲載しました。							
	④相談相乗								
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)	20	支援企業数(実績)	14	支援実績率	70.0%	満足度	82.9%
	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>中小企業・小規模事業者にとっては、経営資源が乏しく、こうした市場開拓に費やすコストや人員に制約があり、自社のみで満足のゆく販路開拓を行うことは難しい。この点、本セミナーにおいて以下の意識改革を行った。</p> <p>中小規模事業者は、外部環境に影響を受ける変化に対応出来ない。</p> <p>1、目的・目標を持つ、整理する、規範、行動指針 開業時及び仕事(家業)に着いた時の気持ちに立ち返る。</p> <p>2、PDCAサイクル(Plan(計画)・Do(実行)・Check(評価)・Action(改善))を繰り返すことによって、生産管理や品質管理などの管理業務を継続的に改善していく。 生産・品質管理だけでなく 中小規模店舗の生産性向上に繋げる。</p>							
		指標	セミナー実施後のアンケートで『役立つ』と回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	100%	目標達成度	142.9%		
	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客管理、DMの発送等、固定客の深堀を図った。</li> <li>商品のディスプレイ等、マーチャライジングの効果を高めた。</li> <li>代理店経営に関して、本部との関係において、改善点を検討している。</li> <li>事業承継への取り組みに関して、計画することを検討している。</li> </ul>							
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>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>セミナーの内容は実践的で興味深く、受講者の感想は良かったが、受講生の募集に苦慮した。セミナーの内容とメリットを分かり易く伝える必要がある。</li> <li>仕事等の所用で、思いの他キャンセルが多かった。</li> </ul> <p>(次期以降の取組み)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>セミナーの内容を分かり易くし、関心を持って頂けるようにする。</li> <li>普段の経営支援の際に、開催お予定しているセミナーの具体的な内容に関して、周知を図る。</li> <li>事業主が参加しやすい時間帯で開催する。</li> </ul>							

藤井寺市商工会

事業名		小規模事業者に対する高年齢者雇用の活用と留意点							
想定する実施期間		30 年度～ 年度まで ※複数年段階の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)	昨今の中小企業・小規模事業者を取り巻く経営環境の中で、深刻な問題の1つに人材不足が上げられる。求人がかても、希望する人材が集まらず、苦慮している企業が多い。事実、その為に、廃業を検討している企業もある。次世代を担う若者を採用することは、勿論、事業の将来において必要ではある。しかし、現状では、即戦力ではない若者を育てながら、経営していきだけの人的資源は、小規模企業には少ないと思われる。この点、職務経験のある高齢者の雇用が、人材不足解消の選択であることを認識して頂き、積極的に高年齢者の雇用について、検討して貰うことを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内の中小企業・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	商工会ニュースや藤井寺市の広報を用いて、セミナーを10月に、助成金を得意とするの専門家(社会保険労務士)に講座を開催した。前半は、これからの労働環境、人手不足に対する高年齢者雇用による対処方法、人材の活用方法や求人方法を中心に、後半は、各種助成金に関して、具体的な事例を上げながら、説明された。							
		<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	大阪府の担当者と連絡を取り、府施策がセミナーに反映出来るよう、試みた。						
	②広域連携								
	③市町村連携	セミナーの案内を市の広報に掲載した。							
	④相談相乗	経営相談支援事業(カルテ化)へ繋がった。							
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)	20	支援企業数(実績)	14	支援実績率	70.0%	満足度	82.9%
	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)	中小企業・小規模事業者にとって、人手不足は、深刻である。人材を募集しても、募集が無く、営業日を減らさざるを得ないなど事業活動してゆきく上で、支障が生じている。この点、本講座において以下の意識改革を実施した。 ○高年齢者への期待(技術)(人間性)(規律性) →テクニカル&ヒューマンバランス&マネジメント ○高年齢者の活用に向けて →環境整備、賃金に対する納得性、職務の分化等 ○助成金の説明 →人材開助支援成金、人材確支援助成金、65歳超雇用推進助成金及びキャリアアップ助成金							
		指標	講習会 実施後のアンケートで『役立つ』と回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	100%	目標達成度	142.9%		
	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> <li>期待する役割の明確化 →仕事内容・範囲、仕事の成果、責任等</li> <li>高年齢者賃金制度の検討</li> <li>労働契約の見直し</li> <li>助成金の活用 →本講座講師の支援により、キャリアアップ助成金を申請し、資金を得ることが出来た。</li> </ul>							
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) <ul style="list-style-type: none"> <li>講座内容に関心に温度差があった。</li> <li>助成金の活用に対する説明の時間が少なかった。</li> <li>人手不足に対する対策を高年齢者に限定しては、対処方法が限定され過ぎると感じた。</li> </ul> (次期以降の取組み) <ul style="list-style-type: none"> <li>講座内容に対する評価は高かったので、講座内容の周知方法を改善したい。</li> <li>高年齢者に対する助成金だけではなく、有用な助成金を広く紹介したい。</li> </ul>							