

平成30年度 事業実績報告書

申請者の概要

申 請 者	団体名	大阪狭山市商工会	
	代表者職・氏名	会長 中嶋 芳彦	
	所在地	〒589-0021 大阪府大阪狭山市今熊1丁目540番地の3	
	担 当 者	職・氏名	事務局長代理 吉岡 誠二
		連 絡 先	電話番号（直通）： 072-365-3194
Fax： 072-366-8584			
		E-mail： oscsocai@silver.ocn.ne.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		①昭和43年10月28日 ②5名（5名）（平成31年4月1日現在） ③大阪狭山市の区域 ④1, 896（平成26年経済センサス基礎調査による） ⑤1, 323（平成26年経済センサス基礎調査による） ⑥1, 213（64.0%）（平成31年4月1日現在）	
<input type="checkbox"/> 主な事業概要（定款記載事項等）			
<ol style="list-style-type: none"> 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、共進会等を開催し、又はこれらの開催のあつせんを行うこと。 6. 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 7. 商工業に関する意見を公表し、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うこと。 10. 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。 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うこと。 12. 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。 13. 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 14. 外国人研修生の受入に関する事業を行うこと。 15. 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。 			

大阪狭山市商工会

(1) 事業の目標

小規模事業者が抱える経営課題（金融・税務・労務・法律・IT等）の相談・指導に対し、関係支援機関、各種専門家等と連携しながらきめ細かく実施し、小規模事業者の経営の安定化・効率化に寄与したい。専門相談支援事業においては、事業所ニーズや法令改正等に迅速に対応しながら柔軟に取り組んでいきたい。

また、大阪狭山市が商業性の高い産業構造であることから、本会としては「商業活性化事業」「個店売上拡大支援事業」等の事業に積極的に取り組むとともに、広域連携事業を積極的に推進し、参画事業所の販路拡大、魅力向上、ひいては地域商業の活性化に貢献していきたい。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

事業者が抱えるさまざまな経営課題について、各関係支援機関や専門家と連携しながら実施した。高度な経営相談については、経営指導員が事業所の課題を要約し、各専門家へ繋げていくことで効率的な相談支援が実現するよう工夫した。また、経営指導員6人が、計画的に巡回支援を実施し、事業所のニーズ把握、経営課題解決、各種施策の普及や利用の促進に取り組んだ。

地域活性化事業に関しては、大阪狭山市や各市民団体とも綿密に連携しながら事業展開することで、市民全体、地域全体への波及効果を高め、より効果の高いものになるように工夫したところである。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

小規模事業者の抱える税務、労務、金融、IT等の諸問題の最も身近なワンストップ相談窓口として、きめの細かい支援業務を徹底し、経営の安定化、効率化に貢献した。また、小規模事業所における『資金繰り』に関する相談・支援に商工会が果たす役割は大きいところである。

地域活性化事業においては、昨年度に引き続き、自社商品の展示、商談・PRを目的とした『産業フェア』に取り組むとともに、地域経済の中心である地域商業の活性化を目的とした『商業活性化事業』『個店売上拡大支援事業』『個店魅力発信事業』を実施し、まちの賑わいづくり、ひいては地域小規模事業所の活性化に取り組んだ。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

消費税率の改正が迫る中、小規模事業者にとってその対策は十分なものではない。また、人手不足や人件費や各経費の高騰等、高齢化に伴う事業承継や廃業の問題等、小規模事業者の取り組みだけでは解決しない課題が大きく経営を悪化させているという課題に直面している。また、地域活性化事業においては、事業推進を担うリーダーの不在、資金面等から商工会への期待は年々高まってきており、商工会が儲かる地域づくりの中心的な役割を担っていくことが求められている。

また、国の商工業振興施策の充実とは逆に、施策を活用する小規模事業者には申請書類の作成等、ハードルが高い面も多く、中小企業診断士等の専門士を交えたアドバイスやサポート支援は大変有効であり、その前向きとしての商工会の果たすべき役割の重要性は増しているものと思われる。

(5) 来年度への取り組み

次年度以降も、小規模事業者の抱えるさまざまな経営課題に各関係支援機関、専門家団体と連携しながらきめ細かく支援していき、経営の安定化、活性化に取り組んでいく。特に、専門家等による高度な経営支援は、経営指導員による日常のきめ細やかな支援との組み合わせにより、より大きな効果を挙げることが期待できると捉えている。

また、大阪狭山市唯一の産業振興推進団体としての役割を十二分に認識し、“商工会ならではの”事業、により磨きをかけ、地域の賑わいづくり、地域商工業の振興、ひいては地域経済の活性化に貢献していくものである。

大阪狭山市商工会

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

小規模事業者のニーズ・課題把握のため、また事業所へのきめ細やかなサービスを行うため、巡回相談等を年間を通じ実施した。経営課題の解決と、各種施策の普及や利用の促進が図れた。小規模事業者にとって、巡回相談はもっとも効率的であり、経営指導員にとっても経営実態を把握し相談する効果は大きいものであったと考えている。

窓口相談は、小規模事業者にとって抱える様々な経営課題について、ワンストップ的に相談ができるメリット性が認められるとともに、地域活性化事業において個店の魅力づくりに取り組む活動と平行しながら、継続的な相談・支援を実施していくことでその相乗効果も図れた。

特に、専門家等による高度な経営支援（専門相談支援事業等）と、経営指導員による日常のきめ細やかな支援との組み合わせにより、より大きな効果を挙げる事ができたと捉えている。

また、大阪府による利用者アンケート評価結果（平成29年度）は、利用者満足度において年々向上傾向（26.01⇒26.49⇒26.64）にある。アンケート回収率に関しては（23.5%⇒28.4%）、改善傾向にあるが、依然、利用事業者へ対してのアプローチを含め改善の余地を残す結果であった。

創業支援では、現代表者が新たな資格を取得することで、既存の事業（整骨院）とは別分野での事業（障がい福祉）を行いたいとの相談があった。新事業においては、法人格での事業運営が必須となるため、法人設立に向けた準備について専門士である司法書士とともに数回のヒアリングを実施。その中で、様々な法人形態についても説明することで、それぞれの形態についてのメリット、デメリットの理解を得たうえで、スムーズに定款作成及び登記に繋げることができた。また、準備期間中には、既存の事業運営と並行し、他の創業予定者と交流することで新事業へのモチベーション維持にも繋げられるよう創業講座への受講も促し、参加いただいた。法人設立後には、強制適用となる社会保険の仕組み等の説明や雇用条件提示の仕方といった労務面での支援を行うことで、新事業のスタートがスムーズにきれるように支援を行った。【12-30-120】

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	285	285	100.0%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	4	4	100.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	12	12	100.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	10	10	100.0%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	0	0.0%	-
資金繰り計画作成支援	事業所	0	0		
記帳支援	事業所	0	0		
労務支援	事業所	25	26	104.0%	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	0	0		
販路開拓支援	支援数	69	69	100.0%	5
事業計画作成支援	支援数	10	10	100.0%	5
創業支援	事業所	0	1		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	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	1	1	100.0%	5
結果報告	事業所	285	285	100.0%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

小規模事業所が抱える税務面・法律面・経営面に係る高度な課題を税理士・司法書士・社会保険労務士・中小企業診断士の個別相談会へと経営指導員がコーディネートすることで解決し、効率的な経営に資する効果が認められた。経営指導員が事業所の課題を要約し、各専門家へ繋げることで効率的な相談支援を目指した。

特に、専門家等による高度な経営支援は、経営指導員による日常のきめ細やかな支援との組み合わせにより、より大きな効果を挙げる事ができたと捉えている。

満足度…法務（86.7%） 経営（83.3%） 労務（83.3%） 税務（82.7%：確定申告指導会を除く）

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	相談件数	8	6	75%	5
税務支援	継続	相談件数	330	333	101%	5
経営支援	継続	相談件数	15	8	53%	4
労務支援	継続	相談件数	8	3	38%	4

大阪狭山市商工会

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

小規模事業所、商店会単独では取り組めない事業を商工会が中心となり、参加小規模事業者の魅力向上、PR、ひいては大阪狭山市の活性化に貢献できるよう各種事業を展開した。各事業は、大阪狭山市や市民団体と綿密に連携しながら実施し、市民全体への波及効果を高め、地域産業の活性化を図った。管内事業所へは、商工会報（年4回発行）、DM（年3回）、事業案内ハガキ、商工会HP、市役所窓口等で随時PRし、また経営指導員の巡回相談においても該当するような事業所への情報提供に努めたものである。特に、30年度においては、「後継者育成支援事業」を取り組み、事業所や作業所に潜む「ムダ」に気付き、改善することで、業務改善に繋がったものと思われ、次年度以降も（ものづくり人材育成支援事業）今年度の反省点を踏まえ、より一層の効果を生み出せるよう実施して参りたい。

(1) 単独事業

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
	個店売上拡大支援事業	28	27	96.4%	74.4	販促・新規顧客獲得に役立ったという割合	80	94.4	118.0%	5
	〃					新規顧客を獲得したという割合	5	11	220.0%	
	個店魅力発信支援事業	48	42	87.5%	76.2	新規顧客を獲得したという割合	60	75.6	126.0%	5
	商業活性化事業	4	4	100.0%	82.5	販路拡大に向上したという割合	70	80.0	114.3%	5

(2) 広域事業（幹事事業のみ）

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
○	産業フェア	40	36	90.0%	84.7	販売拡大・認知度の向上に貢献したという割合	70	83.3	119.0%	5
	〃					産業ブースへの来客数	2000	2340	117.0%	
	〃					ものづくり体験教室での体験者数	250	120	48.0%	
	長野・狭山異業種交流会	24	23	95.8%	90.0	交流を通じ経営改善に貢献した割合	70	89.5	127.9%	5
	後継者育成支援事業	20	17	85.0%	81.0	自社で活用できると回答した事業者数	14	13	92.9%	5
	番頭さん養成講座	26	27	103.8%	83.3	事業計画を策定できるという割合	70	77.8	111.1%	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。

大阪狭山市商工会

事業名		個店売上拡大支援事業																				
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)	大阪狭山市の商業環境は商店等の商業集積の形成が、小規模で点在型であり、個店に対する知名度が低いのが現状である。また、周辺市域での大型商業施設の増加や少子高齢化などで従来の顧客が減少してきている事も原因となって個店の売上、並びに集客力の低下にも拍車をかけており、その事は深刻な問題となっている。そこで、一過性の集客イベントではなく、各個店に人が集まり、店舗が比較的点在していても実施が可能である「まちゼミ」事業を新規顧客獲得及び売上拡大の一助となる事を目的として実施する。今、「モノ」よりそこでしか体験する事が出来ない「コト」が求められている事からもお店の独自性を磨き、また、事業の実施を店主自らが主体的に考えて行動してもらう仕組みを取る事で個店力のアップにも繋げてもらい、地域の牽引役となり地域の活性化にも尽力しうる人材																				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市内で事業を行っている地域活性化及び個店の魅力アップ(=売上拡大)に積極的に取り組もうとしている小売・サービス業等を中心とした事業所を対象とする 対象事業所数：800社(平成26年経済センサス)																				
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>開催時期：平成30年9月11日(火)～10月17日(水) 参加店：20店 講座数：21講座 のべ189回の開催。 まちゼミ受講者：88名 広 報については、チラシを商工会・参加店舗をはじめ市役所・公民館等の公共機関でも配布し、大阪狭山市を中心に発 刊して いる地域情報誌「金剛コミュニティ」にもチラシを折込し、周知に努めた。また、情報発信として商工会HPやフェイスブッ ク、大阪府のメルマガを活用。 事業実施後の平成30年11月20日(火)には、結果報告会・反省会を開催し、参加店のうち9名が参加。 開催時期：平成31年3月1日(金)～3月31日(日) 参加店：19店 講座数：20講座のべ112回の開催。まちゼミ受講者：69名(平成31年4月15日集計現在) 広報については、チラシを商工会・参加店舗をはじめ市役所・公民館等の公共機関でも配布し、大阪狭山市を中心に発刊して いる地域情報誌「金剛コミュニティ」「泉北コミュニティ」に合わせて計12,500部を折込し、周知に努めた。また、情報発 信として商工会HPやフェイスブック、市の広報を活用。 平成31年4月下旬には結果報告会・反省会の開催を予定。</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>市広報での事業実施案内の掲載や市立図書館において特設コーナーを設けて周知を図った。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて7件のカルテ化の実績があがった。</td> </tr> </table>							①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	市広報での事業実施案内の掲載や市立図書館において特設コーナーを設けて周知を図った。	④相談相乗	販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて7件のカルテ化の実績があがった。						
	①府施策連携																					
②広域連携																						
③市町村連携	市広報での事業実施案内の掲載や市立図書館において特設コーナーを設けて周知を図った。																					
④相談相乗	販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて7件のカルテ化の実績があがった。																					
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	28店	支援企業数(実績)	27店	支援実績率	96.4%	満足度	74.4														
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>「まちゼミ」事業の取り組みや実際に事業に参加する事で、お客様の目線で商売を行う事の大切さを再認識されたり、潜在的なニーズに気づかれたりと商店主自身も自店の魅力やサービスを見つめ直すいい経験になったと思われる。と同時に、新規顧客の獲得及び売上アップにも積極的に取り組まれる姿勢もみられ、それらは受講者に対しリピーターになってもらえるようにパンフレットの配布やDMの発送といった取り組みにも顕著に現れた。また、地域内の参加されなかった店舗からも注目を浴び、地域での影響力を感じられた事より、お店同士が協力し合う事で地域を盛り上げていけるという事についても再認識が出来る、つながりという面でもより深いものになったと思われる。年々、参加店同士の横の連携の深まりも出てきており、一年に一回のペースではあるが参加店同士が交流する機会を設ける事で、今後においても連携を深めていきたい。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="6">「まちゼミ」事業参加後のアンケートにおいて販売促進・新規顧客の開拓に役立ったと回答した事業所の割合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>80%</td> <td>実績数値</td> <td>94.4%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="2">118.0%</td> </tr> </table>							指標	「まちゼミ」事業参加後のアンケートにおいて販売促進・新規顧客の開拓に役立ったと回答した事業所の割合						数値目標	80%	実績数値	94.4%	目標達成度	118.0%	
	指標	「まちゼミ」事業参加後のアンケートにおいて販売促進・新規顧客の開拓に役立ったと回答した事業所の割合																				
	数値目標	80%	実績数値	94.4%	目標達成度	118.0%																
	成果の代表事例	<p>いくつかの店舗においては、新規のお客様が「まちゼミ」をきっかけにお店に訪問され、改めてお店のPRに繋げる事が出来た。また、お客様の潜在化していたニーズを「まちゼミ」を受講する事で顕在化させ、新規顧客の獲得及び売上に繋がった参加店があった。 また、まちゼミ事業をより啓発する為に参加していない知り合いの店舗にチラシの配架を依頼するなどといった取り組みも積極的になってきている。</p>																				
その他目標値の実績	目標値(計画)	5	目標値(実績)	11	目標達成度	220.0%																
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>「まちゼミ」を開催するにあたり、1開催あたりの参加店が伸び悩んでいる事からも日頃の巡回指導等での積極的な誘導が引き続き必要であると痛感しており、継続して取り組んでいきたい。それらの課題を克服する手立てとして、「まちゼミ」事業に合わせ各公共施設(公民館・図書館等)とタイアップするなどして、市内を中心により一層の周知を図っていきたい。 また、同時に参加店の多い方が「まちゼミ」も盛り上がり、事業効果もあがる事より、各公共施設の他に参加店舗同士の連携を深めつつ事業の参加への呼びかけを積極的に行っていきたい。</p>																				

大阪狭山市商工会

事業名		個店魅力発信支援事業（まちバル）																																		
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)	大阪狭山市の商業環境は商店等の商業集積の形成が、小規模で点在型であり、個店に対する知名度が低いのが現状である。また、市内には魅力的な飲食店も連なっているが通学、通勤客は駅で降車してから直接帰路に着くケースが多い。そこで、大阪狭山市を中心とした飲食店等を対象にして気軽に来店できる環境を作り、ランチタイムや通勤、通学帰りの夜間に人を呼び込み常連客へと発展する支援に繋げ、一過性の集客イベントではなく、各個店に人が集まる「まちバル」事業を新規顧客獲得及び魅力発信の一助となる事を目的として実施する。また、事業実施時におけるメニューやサービス等を店主自らが主体的に考えて行動してもらう仕組みを取る事で個店力のアップにも繋げてもらい、地域の牽引役となり地域活性化にも尽力しうる人材の発掘にも繋げていきたい。																																		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市内で事業を行っている地域活性化及び個店の魅力発信に積極的に取り組もうとしている飲食業及び食品製造小売業を中心とした事業所を対象とする 対象事業所数：228社（「RESAS」 2014年企業数）																																		
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「まちバル」事業 大阪狭山市内にお店を構える飲食業や食品製造小売業へ参加を呼びかけ、参加店のオリジナル商品やこだわりのメニューを定額チケットにより気軽に楽しめる「さやま～再発見～バル」（まちバル）を開催。初めて来店する店舗や普段あまり行かない地域にある店舗へと消費者を誘導する事で、店舗の商品やサービスを知っていただくきっかけとし、今後の新規顧客獲得及び売上アップの効果を図る。 開催：平成30年9月14日（金）～16日（日）の3日間。 場所：大阪狭山市内の42店（飲食店39店、食料品小売店3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> <table border="1"> <tr> <td>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">市内にある飲食店の情報発信と地域を盛り上げる為に市とも緊密に連携し、PR等の支援を頂いた。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="6">販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて10件のカルテ化の実績があがった。</td> </tr> </table>							①府施策連携							②広域連携							③市町村連携	市内にある飲食店の情報発信と地域を盛り上げる為に市とも緊密に連携し、PR等の支援を頂いた。						④相談相乗	販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて10件のカルテ化の実績があがった。					
	①府施策連携																																			
②広域連携																																				
③市町村連携	市内にある飲食店の情報発信と地域を盛り上げる為に市とも緊密に連携し、PR等の支援を頂いた。																																			
④相談相乗	販路開拓支援を含み、金融支援等を含めて10件のカルテ化の実績があがった。																																			
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)	48店	支援企業数(実績)	42店	支援実績率	87.5%	満足度	76.2																											
	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)	「まちバル」事業の取り組みや実際に事業に参加・参画する事で、お客様の目線で商売を行う事の大切さを再認識されたり、店主自身も自店の魅力やメニューを見つめ直すいい機会になったと思われる。と同時に、新規顧客の獲得及びその後のリピーター獲得にも積極的に取り組まれる姿勢もみられ、独自クーポンの配布といった取り組みやバル事業を通じて新メニューが定番化しメニューの幅を広げる事に繋がった店舗など前回に引き続き顕著に現れた。今回も前回に引き続き各個店の裁量内での判断ではあったが、バル当日に音楽イベントを同時開催する店舗が前回よりも増加し（2店舗⇒5店舗）、飲食イベントだけに留まらないよう当事業をきっかけに少しでも地域を盛り上げようとする仕掛け作りに工夫を見せているといった成果が広がった。また、地域内の参加されなかった店舗からも注目を浴び、地域での影響力を感じられた事より、お店同士が協力し合う事で地域を盛り上げていけるという事についても再認識が出来、つながりという面でもより深いものになったと思われる。																																		
		指標	事業実施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																																	
		数値目標	60%	実績数値	75.6%	目標達成度	126.0%																													
	成果の代表事例	バルイベントに合わせて期間限定で提供したメニューの評判が良く、その後においてそのメニューが定番メニュー化するというマーケティングの側面としても活用する事が出来、新メニュー等の反響を確認する事が出来たという店舗もあった。																																		
	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)	今回で3回目となる事業であったが、過去に参加された店舗の閉店や移転により、また、新規の参加店へのアプローチも十分に出来なかった事で、参加店の減少に繋がった。が、その結果として参加店舗に対してのフォロー等も過去よりも充分に行える事が出来、イベント期間内でのお店の方の声を過去よりも拾い上げる事に繋がった。 そういった拾い上げた声（いい事も改善すべき事も含めて）を次回に活かせるように参加店舗数の増加とともに参加店へのフォローもきめ細かく行えるようにし（具体的には新規の参加店舗を募る際などにそういった実際に参加された店舗の声を伝える）、イベントに来られるお客様だけでなく、参加店舗にとっても有意義な事業にしていけるようにしていきたい。																																		

大阪狭山市商工会

事業名	商業活性化事業								
<p>想定する実施期間</p>	<p>21 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</p>								
<p>事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)</p>	<p>(1) 共同売出し事業 市内商店会及び商業集積地域での共同売出しを企画実施し、地域商業の活性化に寄与する。消費税率の改正による買い控えや価格転嫁しづらく厳しい状況が続いている小売商業が大半を占める市内各商店会に、人を呼び込む『仕掛けづくり』に努める。また、大型店・チェーン店との差別化を図り小規模商店の魅力向上・賑わいづくりに貢献したい。当事業の推進を契機に、各商店会が抱える課題整理や解決に向けた取り組み事業へ繋がっており、本会としても、本事業を通じ、より一層各商店会、各々に見合った活性化事業が図れるよう事業推進していきたい。</p> <p>(2) 各商店会独自の支援 ③【ファミリーロード商店会：安心・安全な商業エリアづくり】…防犯カメラ設置（26年1月）に終わるのではなく、引き続き安心・安全に取り組む商店会運動を実施していく ①③④【J/マ前商店会・ファミリーロード商店会・金剛駅前商店案内板運営委員会】…近畿大学医学部及び附属病院が平成35年に本市より堺市へ移転する予定であり、隣接する2商店会はその影響が大きいことが予想されるため、市行政と連携し対策を講じる。 ④【金剛駅前商店案内板運営委員会：駅前商業エリアの賑わいづくり】…大阪狭山市の玄関口に位置する商業エリアの賑わいづくりに取り組む 商業マップ看板の設置と冬のイルミネーション実施中</p> <p>(3) 商いセミナーの実施 各商店会においてキラッと光る商店の創出を目指すため、呼び水的なセミナーを実施し、個店支援へとつなげていきたい。</p>								
<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p>	<p>4商店会が対象 (①J/マ前商店会：4店・②イオ金剛店専門店会：22店・③ファミリーロード商店会：30店・④金剛駅前商店案内板運営委員会：45店)</p>								
<p>事業の概要 実施時期・具体的な内容及び事業手法</p>	<p>(1) 共同売出し事業 市内商店会毎に実施していた歳末セールを商工会が取りまとめ、まちの双ツツキャラ-「さやりん」を活用した販促品(お箸・カレンダー)を製作。市内商店会の賑わいづくりを支援した。市内各商店会毎で実施していた歳末セールを市・商工会・商店会が一体となって取り組んだことで、予算面でも優位性を構築した。 各商店会における販売促進活動には、アンケート結果等によると効果があったもの認識している。また、商店会の抱える課題の1つである商店会活動の活性化には貢献するとともに、当事業を契機に、各商店会における組織維持/強化活動に活用してもらえた。(当事業を契機に加入活動、ただし例年実施してきているため、マンネリ化しつつあるので今後は工夫が必要) 商店会における取りまとめ役(リーダー)の不在を、現状では商工会が担い、事業を実施したものである。</p> <p>(2) 各商店会独自の支援…①及び③…近大移転後を見据えての取り組み ・市と合同で近大付属病院周辺の店舗事業者へ経営への影響の有無等を問うアンケート調査実施 …7/6(金)～7/20(金) 191件送付、102件回答(回収率53%) ・市主催のシンポジウム等への協力 ・7/21(土)タウンミーティング 市立コミュニティセンター 122人参加 ・12/1(土)狭山ニュータウン地区活性化シンポジウム 70人参加 ④…駅前看板のリニューアルを通じ商店会運営をサポート支援した 45店</p> <p>(3) 商いセミナーの実施…近大病院移転を見据えたセミナー等を開催し、移転までの間に店舗でできる対策を講じるとともに、これを契機に商店会を担う人材の発掘育成を目指した。 ・「近大移転後を考える 店舗経営セミナー」 9/14(金)9店(内7店) ・「LINE@活用術」 9/27(木)18店(内6店) ・「写真の撮り方・魅せ方アップセミナー」10/4(木)19店(内7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> <table border="1" data-bbox="391 1708 1572 2080"> <tr> <td data-bbox="391 1708 483 1768">①府施策連携</td> <td data-bbox="483 1708 1572 1768"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="391 1768 483 1827">②広域連携</td> <td data-bbox="483 1768 1572 1827"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="391 1827 483 1958">③市町村連携</td> <td data-bbox="483 1827 1572 1958">大阪狭山市と連携し実施。市内商店会の取りまとめ、参加商店との折衝については商工会が役割を担い、市民に対する周知、粗品(お箸・カレンダー2019)制作に関しては、市が主要な役割を担い実施。周知に関しては、市役所窓口や市役所内でのPR掲示、商工会HP、各商店会にてPRし、事業実施を通じ、参加商店の顧客サービスや売上の向上を支</td> </tr> <tr> <td data-bbox="391 1958 483 2080">④相談相乗</td> <td data-bbox="483 1958 1572 2080">事業実施が契機となり、自店における販売方法等について見直すことへ繋がっていく。また、持続化補助金等、販路拡大を目指すうえで活用できる制度PRに努めるとともに、専門士と連携し、その後の経営改善へ繋げていけるよう経営指導員がフォローしていけるよう心掛けるものである。</td> </tr> </table>	①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	大阪狭山市と連携し実施。市内商店会の取りまとめ、参加商店との折衝については商工会が役割を担い、市民に対する周知、粗品(お箸・カレンダー2019)制作に関しては、市が主要な役割を担い実施。周知に関しては、市役所窓口や市役所内でのPR掲示、商工会HP、各商店会にてPRし、事業実施を通じ、参加商店の顧客サービスや売上の向上を支	④相談相乗	事業実施が契機となり、自店における販売方法等について見直すことへ繋がっていく。また、持続化補助金等、販路拡大を目指すうえで活用できる制度PRに努めるとともに、専門士と連携し、その後の経営改善へ繋げていけるよう経営指導員がフォローしていけるよう心掛けるものである。
①府施策連携									
②広域連携									
③市町村連携	大阪狭山市と連携し実施。市内商店会の取りまとめ、参加商店との折衝については商工会が役割を担い、市民に対する周知、粗品(お箸・カレンダー2019)制作に関しては、市が主要な役割を担い実施。周知に関しては、市役所窓口や市役所内でのPR掲示、商工会HP、各商店会にてPRし、事業実施を通じ、参加商店の顧客サービスや売上の向上を支								
④相談相乗	事業実施が契機となり、自店における販売方法等について見直すことへ繋がっていく。また、持続化補助金等、販路拡大を目指すうえで活用できる制度PRに努めるとともに、専門士と連携し、その後の経営改善へ繋げていけるよう経営指導員がフォローしていけるよう心掛けるものである。								

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)	4	支援企業数(実績)	4	支援実績率	100.0%	満足度	82.5	
	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)	(1) 共同売出し事業 …①②③ 支援商店街数(計画) 4 支援商店街数(実績) 3 …56店舗 (支援実績率) 75.0% (2) 各商店会独自の支援 …①③④ 支援商店街数(計画) 4 支援商店街数(実績) 3 …79店舗 (支援実績率) 75.0% (3) 商いセミナーの実施 支援商店街数(計画) 4 支援商店街数(実績) 4 …46店舗 (支援実績率) 100.0% 支援企業数 101店 (内訳) ①4店 ②22店 ③30店 ④45店								
		事業が店舗における販売促進活動に貢献したという割合								
		数値目標	70	実績数値	80	目標達成度	114%			
成果の代表事例	狭山ニュータウンファミリーロード商店街商店会 … 昭和40年代より開発された大阪狭山市大野台ニュータウンに立地する商店会。商店会加入店舗数の減少、商店会活動の停滞が課題であった。当事業の推進過程の中で、地域課題である犯罪の抑制を図るため、中小企業庁「商店街まちづくり事業」を活用し、防犯カメラを商店会エリアに設置することが商店会の地域貢献であるのではと議論になり、事業実施。商店会加入活動や、地域自治会との連携等、自主性が生まれた。商店会組織の活性化にも自ら着手していきっており、商工会としても、商店会、行政、地域住民とを結ぶ中核的役割を發揮し、今後とも支援していきたい。支援する中で加盟店も20店舗から30店舗へと拡大し、近大移転を見据えた取り組みの議論も自主的に始まりつつある。									
	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)	課題① …当事業を契機として、各個店の経営支援に貢献する 各商店の魅力や良さをいかに伝え、販売に繋げていくのか 各商店における販路支援とともに、各個店に目を向けてもらうきっかけづくりとしての活性化事業の内容、構成、推進が重要であり、設定課題であると認識している → 中小企業診断士を交え、31年度も事業推進を図りたい。 課題② …商店会における成功事例店舗をつくる…商店会におけるリーダーの不在が、商店会活動の停滞を招いているため、成功事例店舗を各商店会毎に生みだし今後の活動の中心的な役割を担ってもらいたいため 課題③ …各商店会での販促活動を除く活動への理解を深める 活動自体が売上に対する即効性を持たないが、中・長期的な、広域的な視野で捉えるとどうなのか、理解を深めてもらう取り組みも必要かと考えている								

大阪狭山市商工会

事業名		産業フェア(大阪狭山市)							
想定する実施期間		19 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)	地元事業所の展示会を商工会が行政と連携してこの事業を実施することにより、参加事業者にとって ①一社では呼べない範囲と規模で潜在的顧客を呼びよせる ②製品の試用・体験で、よりインパクトのあるPRが可能 ③新たな一般客や企業との出会いがある ④今後の営業活動に活かすデータ収集ができる ⑤展示即売会を通じ自社の強みや特徴に気づくことができる、などの効果が期待され参加事業所の販路拡大や事業改善に寄与することを目的とする。また、この事業を通じて参加者に展示即売会出展のスキルを身につけてもらい他の展示即売会に参加し、より多くの販路拡大の機会を持てるよう支援する。更に大阪府人材育成課・大阪府技能士会連合会の協力を得て「ものづくり体験教室」を開催し、多くの人にものづくりへの関心を持ってもらい、次世代の事業者育成のきっかけとなる場を提供する。これらの事業を継続的に行うことで長期的な地域産業の振興と活性化を目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市を中心とした中小事業所(業種は問わない) 特に個々では顧客開拓力の低い小規模小売業者など、広く一般顧客への販路開拓を支援する。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	平成30年11月23日(金・祝)午前9時30分から、大阪狭山市立野球場及び施設駐車場にて、柏原市商工会、河内長野市商工会、熊取町商工会、忠岡町商工会、富田林市商工会、羽曳野市商工会、藤井寺市商工会、松原商工会議所、和束町商工会の協力の下、本事業を実施した。企業展示ブース(1ブース:3.6m×2.7mの小テント)を設置し、参加事業所による商品PRや即売会、商談会を実施し、新規顧客の獲得活動や企業PRを行った。また、より効果の高い展示方法・内容等、事業所からの相談にも応じられるよう専門相談支援事業とも連携し事業展開を図り、加えて波及効果、宣伝効果を高めるため、JAによる農業市・大阪狭山市と連携したイベント等を同時開催し、展示会自体へ多くの人を呼び込む仕掛けづくりも行い、また今年度は商工会創立50周年記念ということもあり、舞台出演者を例年以上に知名度のある芸能人を出演させるなど、多数の来場者獲得の試みも行った。また昨年度に引き続き大阪府人材育成課・大阪府技能士連合会と連携してものづくり教室を開催することによりものづくりへの関心を高めるための働きかけも行った。 <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	大阪府人材育成課・大阪府技能士連合会と連携して、大阪府のものづくりのPRと、昨年度に引き続き本事業の新たな来場者獲得の相乗効果を目指し、ものづくり教室を開催した。						
		②広域連携	南河内ブロック商工会連絡協議会等に協力を仰ぎ、商工会単体では行えない規模の募集範囲やPR効果を生み、より参加事業者にとって有意義な事業となるように実施した。						
	③市町村連携	大阪狭山市産業まつり実行委員会(大阪狭山市・JA・大阪狭山市商工会)を組織し、事業自体の企画、統括及び実行委員会の事務、会計を商工会が担い、事業を推進した。							
	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)	40	支援企業数(実績)	36	支援実績率	90.0%	満足度	84.7
	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)	本年度は昨年度に続いて好天に恵まれ、また商工会創立50周年記念ということもあり、来場者数はイベント全体で約1万3千人と昨年より多数の来場者があった。 そのため、参加事業所からも参加による成果について、おおむね好評な回答が多く、舞台イベントを充実させてことなどにより賑わいも多く、「イベント中に新たな契約ができた」「参加者に対しPRできた」「情報交換の場としても役立った」といった声や、「新たな取引先の開拓に繋がった」などの声もあり、この事業に対する参加者の需要は感じられた。ただ、参加企業が年々減少傾向にあり、参加企業のPR効果を高めるためにも毎回新たな企画を考える必要があると実感した。次回は周年記念事業の次の年となるので、落ち込むことの無いように行いたい。							
		指標	参加店舗の販売拡大・認知度の向上(事業実施後のアンケート調査を実施し、事業が店舗における販売拡大や店舗の認知度・商品PRに貢献したという回答が全回答に占める割合)が10段階評価中7以上						
		数値目標	70	実績数値	83.3	目標達成度	119.0%		
	成果の代表事例	今回は会場レイアウトを見直し殆どのブースを野球場内に集約して開催し、また商工会創立50周年記念に伴うイベントの充実などの影響もあり来場者数は昨年より増加した。成果としては、イベント内での契約の成立があった、イベント参加後に問い合わせや来客に増加傾向が見られたとの声もあり、また参加事業者同士で情報交換の場として役立ったと言う感想や、狭山以外のイベントにも参加したいなどの希望もあり、参加事業者のPRを支援できた事業であった。							
その他目標値の実績	目標値1(計画)	2,000	目標値(実績)	2340	目標達成度	117.0%			
	目標値2(計画)	250	目標値(実績)	120	目標達成度	48.0%			
	出展企業の内容により来客数にある程度の差が出るが、好天に恵まれ、また商工会創立50周年記念ということもあり総数で見れば目標値を上回る実績となり、参加企業の満足度も概ね良好であった。またものづくり体験教室が当初予定していた5ブースから2ブースへ減少したため目標値を下回ったがブース内は体験希望者で賑わっており満足度は高いものだった。								
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)	今回は商工会創立50周年記念ということもあり、例年以上に舞台イベントを充実させ、また会場レイアウトを見直し野球場内に集約しての開催となったため、単純に昨年との比較がしにくい面もあるが、昨年に比べて多数の参加者があった。出展企業については今回もやや減少傾向にあり、次年度以降の参加企業拡大を目指すためには新たな取り組みを考える必要がある。募集方法については直接参加が難しい企業に対しパネル展示による出展を今後積極的にPRし参加のより多くの企業参加を呼びかけたり、市全体で事業を盛り上げるように働きかけるなど行うことにより、さらに大きな事業の発展を目指す。							

大阪狭山市商工会

事業名		後継者育成支援事業								
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)	少子高齢化の進展による国内の生産年齢人口(15～64歳人口)の減少や市場のグローバル化等、社会環境の変化に伴い産業構造(AI活用・IoT活用といった『インダストリー4.0』)も大きく変化する中で、企業が成長し続けるには、自社の製品や業務における生産性の向上、高い技術と優れた技能を身に付けた人材の育成や確保が重要となる。人材は人財とも言い換えられるくらいその育成は、将来にわたって企業を成長させる投資でありながら、その取り組み方法が分からず踏みとどまる企業も多い。とりわけ小規模・零細事業所にとっては、育成における時間やコスト、ノウハウなどの問題を対処療法的に課題対応している事が多く見受けられ、それらを体系的に捉える機会、他社との情報交換を行う機会が少ないのが現状となり、企業の持続・成長を妨げる要因となっている。そこで、本事業により品質管理【QC】、品質向上【生産性の維持向上】活動等についての体系的な知識・ノウハウをワークショップ形式で学んでもらい、企業の成長を支える基盤となる人材【後継者】の育成力の強化を図り、強みを活かす産業・技術の強化に繋げるとともに後継者不足での廃業が進むと予想される中、事業承継の担い手育成にも寄与したい。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	河内長野市・大阪狭山市を中心とした大阪府内の事業所 (建設業・製造業を主とした工業系事業をターゲットとする)								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	平成30年度においては、10月と11月において計2回開催。 (1回目)平成30年10月5日 (2回目)平成30年11月9日 ①～原理・原則にもとづいたカイゼン活動のすすめ～として、世界の視点かみた日本の現状や普段気付かない動きの中で如何にムダが潜んでおり生産性の向上を阻害しているか等について簡単なワークも交えて説明を行った。 ②～安定した品質を保証する作業とは(QC7つ道具)～として、QC7つ道具といわれる図やグラフの特徴について説明を受け、如何にデータの収集及び課題の発見に役立つのかについて、こちらも簡単なワークを交えて説明を行った。 それぞれのテーマを開催し、17社20名の参加であった。 ＜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	2市での広域実施により、それぞれの特徴ある事業所同士の交流を図る事が可能となり、また、市の枠を超えた地域の活性化にも繋がった。								
	③市町村連携									
	④相談相乗	カイゼンや3Sといったセミナーの内容から労務支援を中心に4件のカルテ化の実績があった。								
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)	17	支援実績率	85.0%	満足度	81	
	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)	既に各々の作業場で「カイゼン活動」を含む3S・5Sの取り組みやQC7つ道具について実行されていたり、知識を有している方からこういった内容についてあまり知識を有しないものづくりの業界と異なる業種の方など幅広い参加者となった。が、セミナーの各講師の方においては、専門的になり過ぎない幅広い業種に合わせる内容によって当初の目的でもある日常の作業に潜む「ムダ」の気付き、その改善について、また、品質管理の重要性については、「QC7つ道具」を学ぶ事によってそれぞれ気付きを与える事で、参加された方においては、普段の行動及び作業を見つめ直す機会の提供となった。								
		指標	学んだ内容について自社で活用できると感じた企業数							
		数値目標	14	実績数値	13	目標達成度	92.9%			
成果の代表事例	今回のテーマである「カイゼン活動」及び「品質管理」について学ぶ事で、ものづくり事業だけに活かされるわけではなく、サービス業においても応用できるという事で、作業場内でのヒトの動かし方等の見直しのきっかけに繋がった。									
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)	今回は、「働き方改革」をキーワードとし、ものづくりに特化せず、比較的幅広い業種を対象とした事により、その結果、業種を絞れなかった為に内容についても浅いものとなり、やや不完全燃焼気味のものとなった。次回開催時においては、本事業の目的・内容をしっかりと伝える事により参加された事業所にとってより有意義なものとしていけるよう広報等にも工夫をしていきたい。								

大阪狭山市商工会

事業名		長野・狭山異業種交流会								
想定する実施期間		26 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)	急激に変化する社会環境において中小企業が経営活動を続けていくには、様々な問題等を自社のみで乗り越えていくには厳しい状況にある。そこで、業種に囚われずに広域による人的交流の場を提供し、意見交換や連携により経営課題に対する他業種・他社の手法を学び共に取り組むことで、自社の課題と問題点を発見し、相互の経営力の向上並びにネットワークの広がりにも繋がる。ひいては、自社の経営改善、並びに協働のきっかけを掴む事で地域経済の活性化、そして人材が育つ機会の創出を図る事を目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	河内長野市・大阪狭山市を中心とした事業所(者)で、人との繋がりや助け合いを大切に、参加者同士の親睦と情報交換を通じて視野の広がりやお互いの向上を目指す事業改善意欲の高い事業所(者) 両市の小規模事業者数の計：3, 222者を対象(平成26年経済センサス)								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	平成30年度は、9月と10月において計2回開催。 (1回目)平成30年9月27日 (2回目)平成30年10月23日 参加者延べ25名、23社の参加 交流会は、2回とも『アイデア創出と多様な価値観』『ビジネス・人間関係に活かせる』～ワークショップによるコミュニケーション～をテーマとして開催。個人が無意識・潜在意識に持つ普遍かつ不変な考え方や物の見方を学び、グループワーク等で課題を実践する事で、他者の考え方や行動に触れ、自身の目的や目標を達する為にはどのように取り組むべきかを見つめ直す機会を提供。 【共催】(一社)関西学生発イノベーション創出協議会【合同会社高津満夫事務所】(コーディネーター派遣等)								
		①府施策連携								
		②広域連携	2市での広域実施により、それぞれの市では少数の業種同士の交流を図る事が可能となり、また、市の枠を超えた地域の活性化にも繋がった。							
④相談相乗		交流会という打ち解けた場の雰囲気や指導員が従事する事で、事業所からの課題やニーズを比較的相談してもらい易く労務・販路といった相談事業にも繋げる事が出来た。(カルテ化1件)								
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)	24	支援企業数(実績)	23	支援実績率	95.8%	満足度	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)	今回についても引き続き「コミュニケーション」を軸とし、人的交流の構築に重点をおいた形であった為、大規模な異業種間でのコラボ(事業連携)にまでは発展しなかったが、一部の間で連絡先の交換や両市外でのセミナー等の情報交換を行えるまでに繋がり、事業を実施してきた中での小さな発展が見られるようになった。また、グループワーク形式による形態を取る事で、参加者同士による異業種間での他社の活動内容を知るきっかけとなり、新たな気づきや経営改善に取り組む姿勢の向上に繋がったという声がアンケートの結果より多く聞かれた。とりわけ、今回においては、交流会でポイントとなる「本と習慣に学ぶ」についてという事で事業を実施し、グループ内で周りの環境や人が変わった時においても自分がどういった役割を担うのかについて各々が組織に立ち戻った際に、また、個々のそれぞれの場面においても十分に活用してもらえたりする気づきを得ていただく事が出来た。今後においても交流会形式のように人的交流が図れる事業への参加ニーズが引き続き高いといった結果より参加者を前向きな気持ちへの変化へと繋げていけたものと思われ、事業の成果は大いにあったと考えられる。								
		指標	異業種のノウハウ等を参考にすることで自社の経営改善に繋がれるとした事業所割合							
		数値目標	70	実績数値	89.5	目標達成度	127.9%			
	成果の代表事例	今回のような交流の場を提供する事で、それぞれの持ち味をお互いに知る事に繋がり、そういったお互いのスキルを活かしたコラボ的なワークショップ系のイベントの開催に派生し、双方の販路及び事業紹介の場の創出に繋げることが出来た。								
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)	過去の経験を活かしつつ、時期的な部分で比較的参加しやすいようにとセミナーを含んだ交流会を計2回に絞って開催したが、既に募集の段階においてどちらか一方しか参加する事が出来ない事業所が見受けられたり、当日の急用により欠席となる方もいらっしゃった。今後においても引き続き参加しやすい開催方法(早めの時期決定や案内(広報)通知)など工夫をこらす必要を感じるとともに、創業者や創業予定者等に対する誘導にも力を入れ、多方面での交流を図れるようにしていきたい。								

大阪狭山市商工会

事業名		番頭さん養成講座							
想定する実施期間		27 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)	“本田宗一郎と藤澤武夫” “井深大と盛田昭夫”、著名な大手企業も、事業拡大・経営の安定化期には有能ないわゆる“番頭さん”の存在が大きな役割を担ったことに異論は少ない。消費の多様化、グローバル経済、高齢化社会、社会の円熟化等、事業所を取り巻く経営環境が厳しさを増す中、事業所内を取り仕切るとともに、将来に対し、経営者と二人三脚で事業計画の立案・財務の調整を担う番頭さんの重要性は増している。本事業では、事業所の「資金」「従業員」等の経営資源の管理・運用能力の基礎を養成するとともに、経営者に対し「資金繰り」「事業計画」を提案する番頭さんの養成を目指す。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内事業所における共同経営者、総務担当者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>事業所において、「ひと・もの・かね」の管理・運営に際して必要な基礎的な各種知識の習得及び事務処理能力の養成を図るとともに、経営者に対し、事業立案・提案できる能力の養成を目指し、全13日の26コマのセミナーを実施した。【経理】4コマ(税理士)…日常の経営業務の把握、決算書・貸借対照表の作成 【税務】4コマ(税理士)…事業所にまつわる各種税務事務の把握、給与計算・年末調整のしかた 【労務】7コマ(社会保険労務士)…労働保険・社会保険の把握と従業員管理 【法務】1コマ(司法書士)…契約書・登記・総会の実務 【情報管理】1コマ(中小企業診断士)…事業所における情報セキュリティ対策について 【危機管理】1コマ(中小企業診断士)…事業所における危機管理体制について 【財務】2コマ(税理士)…財務諸表の見方 【資金繰り】2コマ(中小企業診断士)…資金繰り計画の立て方、資金調達の準備と金融機関の目のつけどころ 【人事管理】1コマ(中小企業診断士)…人財活性化の具体的な方法【経営】3コマ(中小企業診断士)…総務の役割について、自社の現状把握と事業計画書の作成について 商工会の強みである各種専門士との連携を活かし、横断的、多面的に経営を俯瞰し、将来にわたる中・長期的な事業計画の策定・提案能力のある番頭さんを育成を目指した。</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							
		②広域連携	大阪狭山市商工会・富田林商工会・河内長野市商工会の三商工会連携事業 広域実施することで、費用面での優位性を得ることができた						
	④相談相乗	セミナー実施後、各種専門士による個別相談会の開催をPRし、各商工会毎でのフォローに努めた。その後のカルテ化は0件。							
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)	26	支援企業数(実績)	27	支援実績率	103.8%	満足度	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)	各分野毎でのセミナーは多種多様に開催されているが、各分野を横断する実践的かつ画期的なセミナーを目指した。(支援事業所数・計画)26 (実績)27 大阪狭山…11 富田林…8 河内長野…8 (支援実績率)103.8% (満足度)83.3% 【指標】事業計画書を策定できるという回答 (目標)70 (実績)77.8 (目標達成率)111.1%							
		指標	事業計画書を策定できるという回答(事業後にアンケート調査し、事業計画書が立案できるようになったという回答)						
		数値目標	70%	実績数値	92.59%	目標達成度	132.3%		
	成果の代表事例	セミナー受講後、漠然と処理していた各種事務処理の内容を理解することで、数字や従業員に対する理解が深まるとともに、事業主に対する提案能力が培われた。また、内容の理解が深化したことで、業務に対する積極性が生じるとともに、同じ役割を担う異業種の方々との交流・意見交換を通じ、日常業務の点検や改善に繋がっていくものと思われる。							
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)	セミナー自体が長期(13日間)にわたるため、開催曜日、開催時間が受講生全体の希望には沿わない点。過去の反省を活かし、初回においてセミナー全体の目的や目標地点を受講生に理解してもらおうとともに、受講生同士の交流も図り、長期にわたるセミナーが異業種や他社との情報交換の場ともなるよう工夫した。31年度も引き続き、受け身型の講習会ではない、より実践的かつ交流型の講座としていきたい。日常業務への影響を配慮して31年度週1回程度の開催としたい。							