

平成30年度 事業実績報告書

申請者の概要

申 請 者	団体名	箕面商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 水本 恵造	
	所在地	〒562-0003 箕面市西小路3-2-30	
	担 当 者	職・氏名	中小企業相談所 所長 渡部真衣子
		連 絡 先	電話番号（直通）： 072-721-1300
			F a x : 072-721-1305
E - m a i l : info@minohcci.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		①昭和61年4月1日 ②28名（7名）（平成30年3月末日現在） ③箕面市 ④4,414（平成26年経済センサスより） ⑤2,667（平成26年経済センサスより） ⑥1,102 25%（平成30年4月末日現在）	
□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) 商品の品質または数量、商工業者の事業の内容その他商工業にかか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あっせんを行うこと。 (11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。 (12) 商事取引の紛争に関するあっせん、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。			

箕面商工会議所

(1) 事業の目標

地域小規模事業者の持続的な発展に寄与する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、小規模事業者の経営環境に合わせた支援を実施する。

①変化のスピードの速い経営環境において、持続的な事業展開に向けた創業・経営革新の促進②事業者の高齢化や労働力不足解消に向けた生産性の向上③地域経済を支えている商業・サービス業の収益基盤改善これらを目標とし、事業者に寄り添い、事業者自身も気づいていない潜在的な課題の掘り起こしから、様々な経営分析手法を用い経営基盤の強化に向けた支援を実施する。地域に根差した支援機関だからこそできる「実のある支援」を地域の小規模事業者に届けることで目標達成を目指す。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

昨年度より、複雑化する経営課題に的確に対応するため、個社に寄り添い真の経営課題の発見と解決に向けた支援を主に担当する経営指導員と、地域との関わりや繋がりを強化させ、充実したサービスを提供する経営指導員と担当を分け、専門特化の体制で対応をしており、徐々に成果が出てきている。

経営相談支援事業では、事業者との対話に重点を置き、事業者自身が課題と感じている相談内容だけではなく、事業全体についての課題把握を意識し、事業者自身が気づいていない課題の掘り起こし、解決に向けた支援を行うことで、真の経営力向上に向けた支援を実施した。より専門的な相談に関しては専門家と連携し、事業者の課題解決へ向けた支援を実施した。

地域活性化事業では、事業者の経営環境を考慮するとともに、経営相談支援事業からニーズを収集し新たな販路開拓へ向けた事業とするとともに、勉強会や事業者間での情報共有、コラボレーションを促す場の提供をおこなった。事業の企画、告知等は大阪府、箕面市、金融機関等と連携し、支援施策等に関する情報提供にも積極的に取り組んだ。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談支援事業では、事業者自身が認識している課題だけではなく、潜在的な課題の掘り起こしに注力し、持続的な事業活動ができるよう、中長期の事業展開を見据えた支援を実施することで、事業者の経営力強化に繋がった。専門家と連携し、より高度な課題解決に向けた提案や新たな気づきを与えることで、事業者のモチベーション向上にも繋がった。また、地域活性化事業等を通じ、新たな顧客ニーズの発掘、販路開拓とともに、事業者間の交流やコラボレーションが生まれたことで、新たな事業機会の創出に繋がった。

これらの取り組みにより、事業者からの口コミで地域事業者や管外事業者の入会や相談が増え、当所が掲げている「必要とされる商工会議所」が実現できてきている。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

当所は、より複雑化する課題に対して真の課題解決に向けた支援を実施するため、対話を重視し相談者が気づいていない潜在的な課題発掘により深い支援を実施している。そのため、1支援事業者に対する支援に対する時間が長くなる傾向にあり、新たな支援希望者の発掘に時間をかけられていないことが課題となっている。そのため、支援を受けている事業者からは非常に必要とされているが、支援を受けていない事業者からは、事業内容すら知らなかった、と言われるケースも多くみられる。経営相談支援事業については、より高度複雑化する専門的なサポートが必要な事業者への支援に関しては、専門家との連携を今まで以上に密にし、効率的かつ効果的な支援を行うことが必要であると感じている。地域活性化事業については、開催日や開催場所により参加できない事業者もあり、相談支援からのニーズを的確に捉え、事業内容を柔軟に見直しながら実施していく必要があると感じている。

(5) 来年度への取り組み

事業者が持続的に発展し、地域経済の活性化に繋げるため、経営環境の変化に迅速に意思決定して行動に移すことができるような人材の発掘・育成、事業者の意識改革や生産性向上による経営力強化に向けて、個別支援やセミナー、勉強会等を実施する。

支援を必要とする事業者に対し、より迅速・効果的な情報提供ができるよう、広報誌、ホームページ、SNS、ブログ等を活用し広報活動に取り組んでいく。

そのために、専門家との連携強化や情報共有、勉強会や指導員研修への参加を通じ、経営指導員の支援力を強化させる。

箕面商工会議所

Ⅰ 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

事業者を取り巻く環境が複雑化してきていることから、昨年度より経営相談専任の経営指導員を配置し相談対応を実施している。専任の経営指導員が対応し、事業者の潜在的な課題発掘から解決策へ向けた提案、計画的な施策の実施の進捗確認からフォローアップまでを一貫して担当することで、事業者との強固な信頼関係を築き、事業者の経営改善に向けた支援を実施した。より深い支援を実施することから、支援対象事業者数は201件と昨年度とほぼ同数となった。事業者の抱える課題として、売上・収益の改善に関わることが多くを占めているため、「マーケティング支援」が68件となった。単なる手法やツールの導入支援ではなく、それぞれの事業者の顧客は誰なのか、その顧客の何を解決するための事業なのか、ということ徹底的に掘り下げ、それぞれに適した手段や施策についての支援を実施している。新たな事業展開に向けた取り組みや抜本的改善に向けた取り組みに関して「事業計画策定支援」を実施し、進捗管理を含め事業者に寄り添った支援を実施している。近年増加している女性やシニアを中心とした創業希望者へは、それぞれの状況に応じた実現可能な取り組みを具体的に支援することで、開業の実現に繋げている。

代表事例：A社（サービス業）

長年洋裁・和裁に携わっていたが、77歳で糸を使わないミシンに出会い、その仕組みに感動し、多くの人に知ってもらいたいと創業に興味を持った。知り合いより当所を紹介されて足を運び、創業支援を実施。「77歳で起業を考えるなんておかしいでしょうか」と悩んでおられたが、シニアで同分野で起業し活躍している先輩起業家の事例に刺激を受け、開業を決意。集客に関しては、手書きのチラシをもとにターゲットコピーの作り込みから、店主の人柄や想いが伝わる内容にするようアドバイスをおこない300枚のチラシを作成し、店舗周辺にポスティングしたところ、10件の顧客獲得に繋がった。その後も地域情報誌への出向や新聞への投書等地道な広報活動を続けた結果、新聞から取材を受けたことで問合せも増えており、現在も精力的に事業活動を続けている。

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	198	201	101.5%	4
支援機関等へのつなぎ	支援数	6	8	133.3%	5
金融支援（紹介型）	支援数	10	12	120.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	33	30	90.9%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	2	1	50.0%	4
資金繰り計画作成支援	事業所	24	25	104.2%	5
記帳支援	事業所	2	2	100.0%	3
労務支援	支援数	12	14	116.7%	4
人材育成計画作成支援	事業所	10	10	100.0%	4
マーケティング力向上支援	事業所	68	68	100.0%	5
販路開拓支援	支援数	34	41	120.6%	5
事業計画作成支援	支援数	44	45	102.3%	5
創業支援	事業所	44	46	104.5%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	1	0	0.0%	3
コスト削減計画作成支援	事業所	1	2	200.0%	4
財務分析支援	事業所	1	1	100.0%	4
5S支援	事業所	0	0		
IT化支援	事業所	19	19	100.0%	5
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		
事業承継支援	事業所	5	5	100.0%	4
結果報告	事業所	198	201	101.5%	4

Ⅱ 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

近年、専門相談に関する利用希望が増えてきており、今年度も弁護士・税理士・中小企業診断士・社会保険労務士等の資格を持つ専門家やIT・マーケティング等の分野に特化している専門家と連携し専門相談事業を実施した。顧客や取引先との取引・契約・トラブルに関する相談や、労務、経営改善、マーケティング支援、IT支援等、事業者の抱える課題に対し迅速かつ適切に対応していただき、課題解決に繋がった。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法律相談	継続	相談件数	6	8	133.3%	4
金融相談	継続	相談件数	10	20	200.0%	5
税務相談	継続	相談件数	10	1	10.0%	2
経営相談	継続	相談件数	55	55	100.0%	5

箕面商工会議所

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

今年度は、継続実施している「商業活性化アクションプラン推進事業」「北摂地チカラフェスタ」昨年より実施している「経営革新支援事業」に加えて、新たに「シニア向け創業塾」を実施した。

「商業活性化アクションプラン推進事業」は、継続的・組織的に商店街を魅力あるものにしていく「箕面100円商店街」と継続的な顧客との関係性を構築していくための「みのおのまち商学校（まちゼミ）」を実施した。「箕面100円商店街」は、開催全日の4日間とも好天に恵まれ、100円キッズパークやふわふわぞうさんのほか滝ノ道ゆずの特別企画もあり賑わいをみせた。10回目の節目企画として実施した500円1,000円商品の提供は、選択肢が広がると来店客に好評であった。「みのおのまち商学校（まちゼミ）」では、店舗を持たない事業者が増加し、レンタルスペースを提供している事業者とのコラボ企画が生まれるなど新たな展開が生まれたり、継続的に実施していることで認知度が向上し、まちゼミ開催時以外への来店へと繋がり固定客獲得に繋がった。

昨年度より実施している「経営革新支援事業」は、変化のスピードの速い経営環境に対応し新たな顧客価値を創出するため、経営革新にチャレンジする機運を高めることを目的とし、本事業を実施した。対話型のワークを中心とした講義により「経営革新」に対する大きな気づきを得られたと満足度が高く、参加者同士のネットワーク構築、モチベーション向上により経営力強化に繋がった。

初実施の「シニア向け創業塾」では、大阪中小企業診断士会にカリキュラムを監修していただき、合計で4名の講師に担当していただいた。ワークを中心とした講座設計で、毎回プチ交流会を実施したことで、参加者同士のコミュニティが形成され、創業に向けた課題や取り組み状況を共有できる場として機能している。

「北摂地チカラフェスタ」は、引き続き事業者にとって、新たな販路開拓、顧客ニーズ発掘の場として人気の高い事業であり、過去最高の出店者数となった。全日天候にも恵まれ、当事業をきっかけに固定客化している事例も増えてきており、そういった事例共有や店舗づくりの工夫などの勉強会への参加率も高く、新たな販路開拓、認知度向上につながった。

(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
	商業活性化アクションプラン推進事業(箕面100円商店街)	80	80	100.0%	6.2	来店客増加店舗率	80%	63%	78.8%	3
	商業活性化アクションプラン推進事業(みのおのまち商学校)	30	30	100.0%	7.6	店舗の集客人数	10	10	100.0%	4
○	経営革新支援事業	15	14	93.3%	9.2	経営革新計画を申請したいと思った事業者の割合	6割	6割	100.0%	4

(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
○	シニア向け創業塾(起業スタートアップセミナー)	30	14	46.7%	7.8	スタートアップ塾参加者	20	8	40.0%	4
○	シニア向け創業塾(スタートアップ塾)	25	19	76.0%	9.3	ビジネスモデル構築者数	20	17	85.0%	4
	北摂地チカラフェスタ	50	65	130.0%	6.4	店舗の当日売上高	100000	106002	106.0%	3
	北摂地チカラフェスタ	12500	13,130	105.0%	-					

※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。

箕面商工会議所

	<p>事業名 商業活性化アクションプラン推進事業</p> <p>想定する実施期間 H 15 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) 箕面市内では、小売・サービス業をはじめとした商業の事業者が多いことから、市内の商業活性化を目的とし、平成15年より継続的に本事業を実施している。商業活性化のソフト事業として、長期にわたり商店街で定期市等を継続実施し、平成22年度より北摂地域初となる「箕面100円商店街」を毎年恒例イベントとして実施するようになり、商店街への賑わいだけでなく、集客や売上といった具体的な成果が創出されるようになった。しかし、イベント実施時だけではなく継続的・組織的に商店街を魅力あるものにしていくためには、個店の活性化こそが最重要課題であるという仮説をもとに、一過性のイベント出店での集客や売上に捉われず、個店の魅力向上にどのように繋げていくかという観点で①商店街の集客力強化②事業者の意識改革、という2つの目的を持って実施している。 また、新規顧客獲得、顧客との関係性づくりに意欲的な事業者に対しては、平成24年度から実施している「みのおのまち商学校(まちゼミ)」への参加を促し、商店街という枠組みを超え、店舗独自の個店活性化にもチャレンジできる機会を提供するため、本事業を実施した。</p> <p>支援する対象 (業種・事業所数等) 商店街組合及び商店街を形成する箕面地区の事業所(約150事業所)及び桜井地区の事業所(約70事業所)、粟生地区の事業所(約20事業所)、小野原地区の事業所(約30事業所)、牧落地区の事業所(約30事業所)その他商店街以外の小売・サービス業</p> <p>事業の概要</p> <p>実施時期・具体的な内容及び事業手法</p> <p>第10回「箕面100円商店街」 今年度は、節目の10回目ということもあり、来街者アンケートでもかねてから要望があった500円、1,000円商品も併せて提供した。紅葉シーズン少し前の5地区(箕面、桜井、粟生、小野原、牧落)で全日天候に恵まれ開催することができた。しかしながら、開催日決定後に市内小学校の運動会の日程が変更となり、各地区で地区の運動会と重なる事態が生じた。よって、5地区において小学生及びその家族の来場者が少なかったことが残念であった。対応策として実施した、滝ノ道ゆずるの特別企画や、未就学児を対象とした、「100円キッズパーク」「ふわふわぞうさん」は家族連れに人気であり、来街者の増加に寄与した。また、500円、1,000円商品に関しては、買い物の選択肢が増えると喜んでいただけた。</p> <p><実績> 10月13日(土) 桜井地区 参加店舗数31店舗 来街者数 5,703人 10月14日(日) 箕面地区 参加店舗数49店舗 来街者数 3,649人 10月20日(土) 粟生地区 参加店舗数13店舗 来街者数 2,412人 小野原地区 参加店舗数19店舗 来街者数 3,276人 10月21日(日) 牧落地区 参加店舗数23店舗 来街者数 4,776人 合計参加店舗数 135店舗 来街者数 19,816人</p> <p>第12回、第13回「みのおのまち商学校(まちゼミ)」 例年どおり、比較的各店舗の来店客が少ないと想定される夏と冬に実施した。今年度は、松井洋一郎氏の勉強会に初めての事業者が多く参加し、参加者自ら当日参加できなかった事業者に向けてシェア会を実施するなど、参加者同士の交流や相互扶助の取り組みがみられた。近年は、自宅サロンやコミュニティーセンターを借り、美容系リラクゼーション系の教室を開いたり、料理、フォト、体操、ヨガ等のレッスンなど、気軽に始めるプチ創業のような形態の方が、まちゼミに興味をもたれることが増えている。利用者にとっても、あまり知られていないお店を知るきっかけとなり、まちゼミを楽しみにしている顧客が増えているという声をよく聞くようになった。</p> <p><実績> 第12回 平成30年7月20日(金)～8月31日(金) 参加事業所数:33事業所 講座数:83講座 130回のべ参加人数:341名 第13回 平成31年1月18日(金)～2月28日(木) 参加事業所数:34事業所 講座数:74講座 117回のべ参加人数:328名 まちゼミ創始者松井洋一郎氏による勉強会 日時:平成30年4月12日(木) 19:00～21:00 参加事業者数:19名 場所:箕面商工会議所 うらゼミ 計4回実施 ①日時:平成30年5月15日(火) 19:00～21:00 参加事業者数:5名 場所:パティスリーワイスタイル ②日時:平成30年5月17日(木) 19:00～21:00 参加事業者数:19名 場所:(株)モリタ ③日時:平成30年10月19日(金) 19:00～21:00 参加事業者数:12名 場所:(株)モリタ ④日時:平成30年10月25日(木) 19:00～21:00 参加事業者数:4名 場所:パティスリーワイスタイル</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	箕面市が策定した商業活性化ビジョンを受け、箕面商工会議所が具体的アクションプランを遂行するという形態で、箕面市からの補助金を受けて事業を実施している。市内関係施設にチラシ、ポスター設置、後援名義の使用など、協力体制をとった。						
	④相談相乗	後日、事業がきっかけで来店した客の固定客化やアプローチの方法などのアドバイスをを行い、販路支援やマーケティング支援等に発展させた。カルテ化24件。						
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	80	支援企業数(実績)	80	支援実績率	100.0%	満足度	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)	100円商店街参加店舗数 箕面100円商店街に参加した135件のうち、80件を個票化。 店舗側が抱えている課題として、顧客の高齢化や商店街自体への来客数の減少などにより、集客や売上・利益の増加が多くを占めている。100円商店街へ参加することで、店舗の存在を知ってもらうきっかけとなるほか、店頭の商品を並べることで、初めての顧客にも来店してもらいやすいといった効果がある。その他、店内で清算することで、顧客とコミュニケーションを取ることで次回への来店に繋げること、新商品や試作メニューを提供することで、顧客の反応を見ながら新商品・新サービスの開発に生かしている。							
	開催日当日の来店客が、通常に比べ「増加した」と回答した参加店舗割合 例年どおり秋開催とし、天候にも恵まれ63%の参加店で来店客が増加したが目標の80%には届かなかったが、来店者アンケートで43%が「100円商店街へ参加するのは初めて」と回答し、イベントをきっかけに来店された来店者が約半数を占めた。							
	指標	来店客増加店舗割合						
	数値目標	80%	実績数値	63%	目標達成度	78.8%		
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	80	支援企業数(実績)	80	支援実績率	100.0%	満足度	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)	「みのおのまち商学校（まちゼミ）」参加事業所数 みのおのまち商学校（まちゼミ）に参加した36件のうち、30件を個票化。 参加事業者が抱えている課題としては、店舗の認知度不足、新規顧客獲得が多く、当事業で店舗を知ってもらうきっかけとし、その後の顧客化を目指してまちゼミに取り組んでいる。まちゼミに興味がある事業者や何度も参加している事業者も含め、まちゼミ創始者の松井洋一氏を招いた勉強会で、まちゼミの目的や心構え、集客からその後のリピートにつなげるための取り組み方法や、全国の事例などを紹介していただき、徐々に参加者数も増加している。また、初参加の事業者へ向けた勉強会「うらゼミ」では、リーダー格の事業者が中心となり、ゼミの構成やファン化に向けた取り組み等を実践を交えて共有しているほか、報告会や参加事業者同士の交流を図る情報交換会も併せて実施しており、参加者同士で事業の普及啓発や参加勧奨も行っている。							
	1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数 今年度は、例年集客数がトップの事業者の講座数が大幅に減ったことや、初参加の事業所が増えたことから集客不足もあり、参加者数が減少傾向となったが1店舗平均は10人となった。今年度は、酷暑や災害、天候不良などの影響による当日キャンセルも多かったことが、集客人数の減少につながった。							
	指標	1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数						
	数値目標	10	実績数値	10	目標達成度	100.0%		
成果の代表事例	B社（小売店） 創業40年、箕面駅すぐのテナントビルの2階に店舗を構えている老舗小売店舗である。長年培ってきた経験から、困っている方を助けたいという使命感と丁寧な接客が評判であるが、買い替えサイクルが長いので、常に新規顧客を獲得する必要がある。まちゼミには開催当初から参加しており、店主の人となりを知ってもらうための講座を実施し、毎回少人数ではあるが非常に満足度が高く、認知度向上、店舗のイメージアップに繋がっており、新規顧客獲得に繋がっている。ゼミには日程が合わず参加できなかったが、まちゼミのチラシを取っており後日参加される方がいたり、まちゼミに参加後店舗を利用した方が、遠方に転勤後も家族分も含めて休暇を利用して来店してくれるなど、優良顧客発掘に繋がっている。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	20	目標値(実績)	40	目標達成度	200.0%		
	まちゼミ参加事業所の自主開催による「裏ゼミ」へののべ参加事業所数 リーダーの事業所のメンバーによる裏ゼミを夏と冬2回ずつ、計4回実施し、のべ人数40人が参加した。							

<p>実施結果</p>	<p>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>	<p>箕面100円商店街 今年度は、天候には恵まれたが、地域の運動会と日程が重なってしまったことで、普段客層として多い小学生の子供を持つ家族連れ世帯の来街が少なくなってしまい、一部参加事業者からの不満の声に繋がった。各地区の商店会会長との連携を強化させ、柔軟に対応していくことや、コントロールできない外部環境へどう対応していくか、参加事業者のモチベーションの維持、向上に向けて経営指導員によるフォロー体制を強化させていく。</p> <p>みのおのまち商学校 今年度は、初参加の事業所が増え、講座数も過去最高の83講座となったが、集客できていない店舗もあり、対象顧客へアプローチするための講座の設計、キャンセルを防ぐための事前コミュニケーションの取り方等、勉強会や報告会の他、経営指導員による個別フォローによって今後の取組みに繋げていく必要があると考えられる。また、まちゼミ事業開始当初から参加しているリーダー的事業所メンバーが事業者勉強会である「うらゼミ」を開催しているが、中心事業者への負担が大きくなってきていることから、他事業所へ引き継いでいく必要があると考えられる。事業者間の相互扶助の仕組みをうまく機能させ、魅力ある事業としていけるようブラッシュアップを重ねていく。</p>
-------------	---	---

箕面商工会／商工会議所

事業名		経営革新支援事業																																										
想定する実施期間		H 29 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)	長引く景気低迷による管内事業所の業績悪化や、管内の経営者の高齢化による廃業や後継者不在による経営環境の悪化が続いている。また、労働人口の減少による労働力不足は、リソースの限られている中小企業では喫緊の課題となっている。経営環境が目まぐるしく変化するなか、企業が存続していくためには、常に自社と外部環境との関係を見直し環境変化への対応をおこなうことが重要である。環境変化に積極的に対応するため自社や自社のビジネスモデルを見直し、新たな顧客価値を創出し「経営革新」をおこなうことを目的とする。																																										
	支援する対象 (業種・事業所数等)	対象者は、箕面市事業所の経営者や経営幹部、若手後継者等。その他参加希望があれば近隣大阪府下の事業者も対象とする。																																										
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>参加者同士が交流を深め、経営革新の重要性を認識し合い、また、経営革新に対する知識及び意欲向上によって、経営革新計画申請に対し積極的に取り組むきっかけになるためのセミナーを実施。前年度の反省を踏まえ、小規模事業者が参加しやすいよう、箕面商工会議所を会場とし、講義時間を長めに設定した。</p> <p>○実施内容 [人材交流型] 明日からできる イノベーション塾 全4日 10/2 10/9 10/16 10/30 各回3時間 (一日目は終了後交流会) [参加事業者]14社</p> <p>1日目 経営革新計画制度の概要について説明後、企業経営理論の基礎的な講義の実施。次に、経営革新計画承認を得た箕面市内事業者による、体験談。終了後、「経営革新」という共通の課題を有する参加者同士が、親睦を深めるための交流会を実施。(11名参加・10段階評価満足度平均9.3)</p> <p>2日目 イノベーションにおける基本知識・イノベーションを成功させるための組織風土、等についての講義実施。次に、自社の事業を俯瞰し、新たなビジネスモデルを創出するためのコンサルティングツール、「ビジネスモデル・キャンバス」について講義。キャンバス作成のワークを行うと共に、参加者同士の気づきを対話によって共有し合いながら、イノベーションの必要性を促した。(10名参加[内2名新規]・10段階評価満足度平均8.9)</p> <p>3日目 「イノベーションとは」という議題で、ワールドカフェを実施。講師・指導員は各テーブルのファシリテートを行い、対話の中から各々の答えを引き出してもらい、イノベーションについての気づきを促す。(7名参加[内1名新規]・10段階評価満足度平均9.6) ※3日目～4日目の間、講師がメールにて新事業計画発表予定者のビジネスモデルを個別で添削</p> <p>4日目 経営革新計画発表会。この一カ月間のなかで参加者が講師と共に練り上げた経営革新計画をプレゼン。参加者毎に講師・指導員・他の参加者が助言し、さらなるブラッシュアップを行った。後日各発表者に修了証を送付。セミナー終了後、担当指導員がそれぞれの発表者に、今後の経営革新計画のアクションプランについてヒアリングを行った。(5名参加・10段階評価満足度平均9.8)</p> <p>○実績数値 「経営革新計画に挑戦したい」という受講者割合：6割</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="8">大阪府 商業・サービス産業課経営支援課経営革新グループと連携。実施内容等についてのご相談及び情報提供を中心にご協力いただいた。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="8"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="8"></td> </tr> <tr> <td>④相談事業相乗</td> <td colspan="8">カルテ化13件。個別支援を希望する参加者には経営指導員が対応。</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府 商業・サービス産業課経営支援課経営革新グループと連携。実施内容等についてのご相談及び情報提供を中心にご協力いただいた。								②広域連携									③市町村連携									④相談事業相乗	カルテ化13件。個別支援を希望する参加者には経営指導員が対応。						
①府施策連携	大阪府 商業・サービス産業課経営支援課経営革新グループと連携。実施内容等についてのご相談及び情報提供を中心にご協力いただいた。																																											
②広域連携																																												
③市町村連携																																												
④相談事業相乗	カルテ化13件。個別支援を希望する参加者には経営指導員が対応。																																											
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	14	支援実績率	93.3%	満足度	9																																				
事業の実績	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)	イノベーション塾参加事業者数 目標15社に対し14社を個票化。講義は、全体を通して満足度が高く、特に、「イノベーションとは」という議題で、3時間のほぼすべてを事業者同士の対話に費やした3日目は、各参加者が「経営革新」における大きな気づきが得られたことが、アンケートから読み取れた。また、回を重ねるごとに事業者間の交流が深まり、今後の取り組みに対してのモチベーション向上につながったと考えられる。																																										

目標達成度	指標	経営革新計画を申請したいと思った事業者の割合			
	数値目標	6	実績数値	6	目標達成度
	成果の代表事例	<p>C社（卸業） 以下、四点を成果とし、経営革新力向上及び経営革新計画啓発につなげた。 ①イノベーション理論を中心とした経営理論習得、②参加事業者等との交流によるネットワーク構築、③新事業創出及び発表によるモチベーション向上、④個別相談による具体的経営課題の抽出及び対策</p>			
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>反省点は、4日間すべて出席することが困難な参加者がいたこと。理由は、本事業のメインターゲットを個人事業主としたためだと考えられる。よって課題は、出席率の向上。次回は、個人事業主に配慮したコンパクトな時間設定とし、課題解消を図り、また、満足度の高かった「対話」と「気づき」に重点を置いたセミナー内容にする等、より効果の高い経営革新支援事業にとりこんでいきたい。</p>			

箕面商工会議所

事業名		シニア向け創業支援事業	
想定する実施期間		H 30 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)	<p>平成28年に日本政策金融公庫総合研究所が発表した「中小企業の事業承継に関するインターネット調査」の概要によると中小企業経営者の2人に1人が自分の代で廃業を予定しており、その予定年齢は平均して71.1歳である。同概要によると平成26年の時点で経営者の年齢分布のピークは65～69才であり、これからその分布ピークが廃業予定年齢を迎えることになる。多くの廃業が起り、それにより失業者の増加が予想される。この問題を解決するためには、起業数を増やす必要がある。</p> <p>一方でRESASによる上記グラフによると大阪府の老年人口は増加、生産年齢人口は減少しており、老年人口を生産年齢人口へ転換する取り組みが必要である。</p> <p>これら2つの課題に対応するために、本事業では65歳手前のシニア・プレシニア層の起業を促進する。当事業では現状の経営者が平均71.1歳での廃業を予定しているという情報も考慮し、あらかじめ次世代へ引き継ぐ方法についても伝えていく方針であった。</p>	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>箕面市内または府内に居住する50歳以上の男女を対象とする。</p> <p>シブラルタ生命が平成29年9月に実施した「働く男女のお財布事情とホンネに関する調査 2017」によると、50代の働く男女の83.8%が将来の生活資金の不安を感じている。また、内閣府の平成26年「高齢者の日常生活に関する意識調査」によると、高齢者の8割以上が65歳を超えて働きたいと考えていることがわかる。</p> <p>これらの調査を踏まえ、高齢者就業ニーズの選択肢の一つとして、シニア・プレシニア層の起業を提案し、それを支援する事業を企画する。</p> <p>想定する具体的なターゲットは以下の通りである。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 自分の経験やスキルを活かした起業を希望するが、何をすればよいかわからない方 ② また、以下のような起業無関心者にもアプローチしていきたいと考えている。 ② 次世代の働き口に対して危機感を持っている方 ③ 退職後の生活資金に対して不安を感じている方 ④ やりたいことをビジネスにできると考えたことのない方 ⑤ セカンドライフの選択肢を模索している方 	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>大阪中小企業診断士会にカリキュラムを監修していただき、合計で4名の講師に担当していただいた。また、経営指導員もワークのフォローに入り、ハンズオン並びに創業までの相談窓口として会議所への利用を促した。</p> <p>【人材育成型】創業プレセミナー 全1日 9/22 2.5時間 参加者：14名(個票化14) 創業塾開講前のプレセミナーとして、創業塾の概要の説明と先輩起業家による体験談をお話しいただいた。プレセミナー参加前は創業塾の参加を迷っていた方も当日お申込みをいただき、創業塾への参加を促すきっかけとなった。</p> <p>【人材交流型】創業塾 全5日 11/17 11/24 12/8 12/15 12/22 4時間 参加者：20名(個票化20) 創業に必要な知識の習得のほか、参加者同士のネットワーク構築のためのグループワークを実施。ビジネスモデルの構築、マーケティング、税務・経理、融資、人材育成にについての講義とワークを行った。最終日は自らのビジネスモデルを発表する場を設け、自身の起業を明確にイメージできるような組み立てとした。また、毎回のセミナーの終わりにプチ交流会を開催し、創業者コミュニティ形成の機運を醸成した。</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	大阪府 商業・サービス産業課新事業創造グループと連携。実施内容等についてご相談、府の施策やビジネスプランコンテストの情報提供等、広報・情報提供を中心に協力いただいた。		
②広域連携	豊中商工会議所の広報誌に案内チラシの同封、窓口にも設置し、事前の周知に協力いただいた。実績：豊中商工会議所2件		
③市町村連携	箕面市役所および関係部署の窓口にてチラシを設置していただいたほか、箕面市主催のシニア層向けイベントにて事前の周知にご協力いただいた。		
④相談相乗	カルテ化9件。創業に向けて具体的に組みたいという創業塾、プレセミナー参加者を対象に個別支援を実施した。		

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)	14	支援実績率	46.7%	満足度	8	
	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)	「シニア創業塾」プレセミナー参加事業者数 目標30社に対し参加事業者数14社を個票化。箕面市で一定の知名度をえられている無料地域情報誌にて、広報を実施したが、計画に対して不十分な参加者数となった。申込時においては「起業において何をしたいのかわからない」という参加者が多くおられたので、まずは起業に対する興味を伸ばすため、また次回の「シニア創業塾」につなげるため、具体的な内容や方法については少なめにし、起業で得られるメリットや実際にシニア期に創業された方の体験談を紹介することにした。それにより、参加者が創業している自分をイメージしやすくなったのではないかと考える。結果として、その場での申込みを多く頂くことができた。また、創業塾開催まで待たずに創業された方もおり、カルテ化してご支援させていただいた。								
		指標	創業塾参加者							
		数値目標	20	実績数値	8	目標達成度	40.0%			
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25	支援企業数(実績)	19	支援実績率	76.0%	満足度	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)	「シニア創業塾」創業塾参加事業者数 目標25社に対し、20社の申し込みを受けた。しかし、申込み後一度も受講できなかった方がおり、19社を個票化した。 ビジネスモデルキャンパスを使い、参加者はそれぞれ4回の講座の中で事業を具体化させていった。また、毎回行った講師を交えたプチ交流会も好評で、会議所職員との交流も図れ、その後の経営相談につながる動きができた。また、プチ交流会を行って行く中で、自然と起業家コミュニティができ、定期的に状況を報告しあっているとのこと。これは狙い通りであり、今後も創業塾を行うのであれば積極的に取り入れていくべきである。									
	指標	ビジネスプラン策定者数								
	数値目標	20	実績数値	17	目標達成度	85.0%				
成果の代表事例	○社（飲食業） カフェを開業するため、ビジネスの基本を学びに創業塾に参加した。事業内容としては家電カフェとし、コーヒーを飲みながら家電を探せるカフェである。創業塾に参加する前には、金融機関に事業内容についての見直しを求められていた。しかし、当創業塾において作成したビジネスモデルキャンパスをもとにした事業計画により、円滑に資金調達へと進み、平成30年2月に当創業塾で得た特定創業支援事業の証明書を持って法人を設立した。春頃の開業に向けて実務に取り組むとともに、起業家コミュニティの中で見本となり、他の人の起業を後押ししている。									
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)	今年度は新しい取り組みとして、シニア世代での起業を目指すための創業塾を行った。しかし、プレセミナーにおける参加者は計画に対してかなり少なく、目標達成度が40%という結果になった。しかし、これは箕面におけるシニア世代の起業へのニーズが少ないのではなく、情宣不足であったと考える。実際に創業塾前に短い期間ではあるが、SNSを活用したネット広告を利用したら数名の参加者があり、プレセミナーを上回る参加者数を得た。また、参加者からも「もっと早く知っていれば友人も誘っていた」との声をいただいている。ターゲットに対しての適切な情報宣伝ができていなかったことが目標未達成の大きな原因であると考えられる。 また、来所された方に直接シニア創業塾への勧誘を行った際に、「シニア」というワードに強い拒否感を示した方が数名見受けられた。老いをイメージさせるセミナーに参加することの抵抗があったのではないかと推測される。しかし、「シニア」というワードに対して、若い人が来ないことのメリットを感じられた参加者もおられたので、経験をもとにした起業などをイメージさせるのが良いのではないかと考える。 ニーズも存在し、情宣不足も感じているので、今回得られた知見をもとに、次期もシニア世代での起業を応援する予定である。								

箕面商工会議所

事業名		北摂地チカラフェスタ																																						
想定する実施期間		H 23 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)	”北摂”というブランド価値は非常に高いことから、”北摂”ブランドを構築・浸透させるため、北摂地区に属する商工会・商工会議所が連携し、北摂という括りで新たな魅力を創出し、各地から選りすぐりの商品やサービスを選定し、全国に通用するブランドづくりを行う第一歩として情報発信を行うイベントを実施。 (株)シティライフNEWと連携し、来場者12万人を誇る人気イベント「ロハスフェスタ」と同日に50事業所規模の特設コーナー「地チカラブース」を設置し、北摂の魅力店舗や資源を知ってもらおうきっかけとする。また、イベントへの出店に興味はあるが、出店費用の捻出が困難であったり、出店のノウハウがない事業所に”実験的出店”の機会を提供した。																																						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北摂地区の各市町において、選りすぐりの商品やサービスを提供する約50事業所																																						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>北摂地チカラフェスタ説明会・勉強会、交流会 日時：平成30年8月28日(火) 19:00~21:00 場所：茨木商工会議所 内容：出店事業者の紹介・出店事業者同士の交流会 株式会社シティライフNEW担当者による魅力的な店舗づくりについての勉強会 参加店舗数：50店舗 (うち交流会参加店舗数：39店舗)</p> <p>第8回北摂地チカラフェスタ 日時：平成30年11月2日(金)、3日(土)、4日(日) 9時30分~16時30分 場所：万博公園・東の広場 (ロハスフェスタ万博2017 AUTUMN 内特設ゾーン) 参加店舗数：65店舗 主催：豊能町商工会・能勢町商工会・島本町商工会・摂津市商工会・高槻商工会議所・吹田商工会議所・豊中商工会議所・池田商工会議所・茨木商工会議所・箕面商工会議所 主管：箕面商工会議所 協力：株式会社シティライフNEW</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="7"></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">北摂地区の全商工会・全商工会議所が連携し、会報へのチラシ同封や事業所への巡回などで北摂全域から参加店舗を募集した。また各商工会議所の担当者による、企画会議(4/5、6/27、2/12)を実施し、出展時の事業所への周知事項など情報共有を図った。支援対象事業者内訳は豊能2件、能勢3件、島本1件、摂津3件、高槻4件、吹田10件、豊中12件、池田6件、茨木12件、箕面12件。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">出店後の店舗への再来店や販路開拓につなげるための具体的な手法について相談対応を実施。他商工会・商工会議所分含めカルテ化24件。</td> </tr> </table>							①府施策連携								②広域連携	北摂地区の全商工会・全商工会議所が連携し、会報へのチラシ同封や事業所への巡回などで北摂全域から参加店舗を募集した。また各商工会議所の担当者による、企画会議(4/5、6/27、2/12)を実施し、出展時の事業所への周知事項など情報共有を図った。支援対象事業者内訳は豊能2件、能勢3件、島本1件、摂津3件、高槻4件、吹田10件、豊中12件、池田6件、茨木12件、箕面12件。							③市町村連携								④相談相乗	出店後の店舗への再来店や販路開拓につなげるための具体的な手法について相談対応を実施。他商工会・商工会議所分含めカルテ化24件。						
	①府施策連携																																							
	②広域連携	北摂地区の全商工会・全商工会議所が連携し、会報へのチラシ同封や事業所への巡回などで北摂全域から参加店舗を募集した。また各商工会議所の担当者による、企画会議(4/5、6/27、2/12)を実施し、出展時の事業所への周知事項など情報共有を図った。支援対象事業者内訳は豊能2件、能勢3件、島本1件、摂津3件、高槻4件、吹田10件、豊中12件、池田6件、茨木12件、箕面12件。																																						
③市町村連携																																								
④相談相乗	出店後の店舗への再来店や販路開拓につなげるための具体的な手法について相談対応を実施。他商工会・商工会議所分含めカルテ化24件。																																							
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	65	支援実績率	130.0%	満足度	6.4																																
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>地チカラフェスタ出店事業所数(実績上段) 計65店舗が出店。より多くの事業者に出店のチャンスを与える目的で出店回数は上限2回とし、飲食提供での出店は不可としているが、今年度は新規も多く(32社)、最多の出展者数となった。また、前年度より喫茶ブースを集約しているが、休憩スペースが無かったにも関わらず、入口よりも奥側の店舗にも列が出来る程であった。「店舗の知名度が向上した」「イベントへ出展の際のイメージが形成できた」といった出店効果があった。</p> <p>地チカラフェスタ来場者数(ブランド認知が可能な来場者数)(実績下段) 今年度の地チカラフェスタの開催は3日となった関係から、1店舗あたりの平均購入客数が202人、65店舗合計ではのべ13,130人となり、目標を達成することができ、ブランド認知につながった。</p> <p>1店舗当たりの当日売上高 今年度は、初日が平日の金曜日であったため、集客に不安があった。結果として、半数程度を見込んでいた来場者数も、予測を2,000人程上回った。また、開催期間中の天候が非常に良かったことも影響したと考える。平日を含めたにも関わらず、当日売上高の数値目標を超える事が出来た。今後も、現状のクオリティを落とさず、更なる売上高の向上を目指していきたいと考えている。</p>																																							
事業の実績/口																																								

目標達成度	指標	地チカラフェスタ来場者数				
	数値目標	12,500円	実績数値	13,130円	目標達成度	105.0%
	指標	1店舗当たりの当日売上高（開催期間の合計）				
	数値目標	100,000円	実績数値	106,002円	目標達成度	106.0%
成果の代表事例	<p>E社（食品小売業） 箕面市内の古くからある市場内に店舗を構える食品小売業を営む企業であるが、店舗知名度の向上、出展経験を積むことを目的として、初出店をした。 平均売上には届かなかったが、ショップカード等、販促グッズを配布した効果もあり、ひと月以内に店舗への来店を確認出来たとの事。当イベントへ出展し、マーケティングリサーチや当日従事したスタッフへの経験としても非常に大きなものとなった。</p>					
その他目標値の実績	目標値（計画）	20店	目標値（実績）	39店	目標達成度	195.0%
	<p>効果的な出展のための勉強会とコラボレーション企画促進のための交流会への参加事業所数。 説明会への参加店舗65店のうち、50店が勉強会に参加し、うち39店が交流会にも参加した。出展事業のサポート経験が豊富な、経営指導員や株式会社シティライフNEW担当者による勉強会では、写真等を用い具体的な手法、事例紹介等をおこない、効果的な販促方法についてのアドバイスを実施した。</p>					
その他目標値の実績	目標値（計画）	30,000人	目標値（実績）	35,916人	目標達成度	119.7%
	<p>来場者数目標 今年度も3日の開催で、天候には恵まれたが、平日を含めた為、昨年度より来場者は少し減少したが、目標を超える来場者数となった。来場者は30～40代の家族連れが多く、穏やかな天候のなか一日かけて会場を回遊し、買い物を楽しんでいた。</p>					
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>今年度も、ロハスフェスタ自体が2週にわたって開催をしており、地チカラフェスタは前半の3日間に開催を実施した。当日は天候にも恵まれ、最初の週ということもあって、平日を含めたものの比較的来場者は多く、出展機会としては満足いく結果となった事業所が多かった。特にPR方法について、勉強会や各地区担当者の積極的な支援の効果により、当日、販促物を持っていくことはもちろん、店舗のレイアウトの工夫も多々見受けられ、今後の店舗誘導に繋がる期待が持てる結果となった。昨年度と同様、ロハスフェスタ出展企業以上の存在感を出し、ロハスフェスタ出展企業が参考にするような店舗作りを目指していきたいと考える。また、出店者募集の際にも、地チカラフェスタの目的である「販路開拓」や「出店経験」といった趣旨の理解を促すとともに、今後の店舗への誘導を促すようなアドバイスができるよう支援力を強化していく。</p>				