

平成31年度 事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	松原商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 吉村盛善
	所在地	〒580-0043 松原市阿保1丁目2番30号
	職・氏名	中小企業相談所長 山科友嗣
担当者	連絡先	電話番号（直通）： 072-331-0291
		Fax： 072-332-5720
		E-mail： m-cci@matsubara-cci.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47年7月1日 ② 14名（10名）（令和2年3月31日現在） ③ 松原市 ④ 4,607（平成28年経済センサス活動調査による） ⑤ 3,372（平成28年経済センサス活動調査による） ⑥ 1,582（34.4%）（令和2年3月31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. 行政庁等の諮問に依りて答申すること。 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. 商品の品質又は数量、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、観光事業の改善発展を図ること。 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必要な事業を行うこと。		

松原商工会議所

(1) 事業の目標

本市管内に存在する事業所は、平成28年経済センサスより松原市内の事業所が4,607事業所であり、小規模事業所が3,372事業所である。つまり約73%が中小・小規模事業者に分類されるため、地域経済の総合窓口としてこれらの事業所目線に合わせた細やかな支援が当所として果たすべき役割である。全体の方向性としては、「顧客視点に立った地域総合窓口の充実」「地域特性を活かした事業の展開」「時代変化に適応した施策の推進」「情報発信基地としての機能強化」「集っていただける、使っていただける商工会議所の確立」を指針としている。本指針を実行するためには、松原市・阪南大学および地域金融機関等の「産官学金労言」の枠組みで連携して対応する。具体的な内容については、以下の通りである。

- ①商業……………小規模店舗のIT化支援による集客力の向上、販路開拓のサポートによる活性化
- ②工業……………優れた技術力や製品を有する企業の発掘およびその販路開拓のサポート
- ③全体……………事業承継・創業の促進、人手不足の解消

上記の方向性に常に考慮し、管内小規模事業者の抱える経営課題の把握とその課題解決への経営指導により、活力ある経営活動へと導く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、来所での相談や巡回指導等、あらゆる機会を捉えて潜在的な経営上の問題点やニーズを掘り起し、小規模事業者の事業環境に合わせた適切かつ具体的な支援を実施することで事業者の経営基盤強化を図る。広域的な地域活性化については、南河内地域の商工会、関係団体・機関と連携を図り、ビジネスマッチング・物産展等販路開拓を中心に相乗効果を狙い事業を推進する。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

上記事業の目標を見据えて、南河内地域の“商品・製品・技術力のある企業”に出展を募った「物産展」では、第10回「まつばらマルシェ(松原市・JA大阪中河内・阪南大学・当会議所との連携事業)」(来場者50,473人)と同時開催することで、より多くの来場者(物産展来場者 13,278人)が訪れ、出展者の商品・製品及び企業PRがより効果的なものとなった。商談件数も昨年度4,526件から6,655件となり販売実績も全体で約300万円(2018年約290万)となり、増加した。また、平成31年度は商品・サービスの改良に繋げるべく、来場者アンケートを実施した。

また、人手の確保を目的とした「求人・求職マッチング促進事業」では、実際に就職したときのイメージが湧くように、従業員目線の内容を掲載することで、マッチングの促進を図った。

キャッシュレスの普及を目的とした「キャッシュレス化の推進事業」では、キャッシュレスの経験に乏しい事業所がキャッシュレスを身近な物に感じてもらうために、体験を中心とすることで導入の促進を図った。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談支援事業では、管内小規模事業者が抱える潜在的な経営課題を当所から積極的に掘り起こし、事業所への訪問等によるヒアリングを基に現場を見ながら経営実態を把握しつつ、相談内容に応じた。適切な指導をすることで、経営上の疑問点や課題解決に向けた支援を行うことができた。相談件数は、当初目標数値225件に対して、実績323件(約143%)の相談に応じることが出来た。

専門相談支援事業では、金融・税務の定期相談に加えて、法律・労務などを中心とした特急相談を実施し、課題を抱える事業所への支援を行なった。

地域活性化事業では、松原市管内の小規模事業者の発展に寄与することを目的に単独事業から広域事業まで、効果的かつ効率的に事業を実施した。販路開拓を目的とした物産展では、来場者及び出展者を増加することができ、南河内地区の産業を広く周知することが出来た。ものづくりの企業の活性化・差別化を図る「ものづくりエクセレント企業認定事業」では、認定申請の経験が乏しい事業所に支援することができ、販路開拓の意欲向上に繋げることが出来た。求人を希望する事業所の魅力を掲載した会社案内ガイドブックを作成する「求人・求職マッチング促進事業」では、従業員目線での冊子を作成することで、マッチングに成功したケースもみられた。「キャッシュレス化の推進事業」では、セミナー後に導入を決める事業所もみられるなど、導入のきっかけとなるものとなった。創業支援の一環としての「創業支援セミナー」では、特に、事業計画の作成について参加者の意欲が見られた。実際に創業した参加者もみられるなど、創業のきっかけとなる事業となった。

以上、地域産業の活性化に資する様々な事業を推進し、地域経済団体の役割を果たした。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

各事業を継続するうえで、マンネリ化がその事業の陳腐化を加速させ、前項で述べた事業は、一定の評価と成果を得ているものの、時代の流れと変化の中で他の団体との連携も強め、事業の魅力を高めることが必要と思われる。顕著な成果がなければ同事業を継続するか否かが今後の課題と考える。

(5) 来年度への取り組み

こうした取り組みが、市内の小規模事業者へのさまざまな情報を発信する基地局としての役割を果たす。更に、事業者が抱える課題を把握して解決に向けての支援を行うことで地域商工業の活性化に繋げる。

様々な課題については地道な活動による支援を継続して行うことが必要である。府・市・各種関係機関との連携を図り小規模施策事業を展開する中で、管内の中小企業の持続的発展を目指す。

本事業を実施しなかった場合、地域の情報発信の拠点が失われ、小規模事業者の事業意欲の低下を招き、しいては市内産業の発展の妨げに繋がる。

松原商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

経営指導員を中心に管内事業所への相談支援を行う際、「顧客視点に立った地域総合窓口・情報発信基地としての機能強化・地域特性の活性化に向けた取組み」を心掛けた。その結果、事業者からのヒアリングの中で相談案件を的確に抽出し、各支援メニューへとつなげることが出来た。また、さらに一歩踏み込んで事業主自身が気づいていない課題を引き出すことができるように努力した。実績数値で見る成果として特筆すべきは、事業所カルテ・サービス提案、支援機関等へのつなぎ、金融支援(紹介型)、事業計画策定支援が増えている。

成果事例として以下の2つの例を挙げます。

①同社は、建設業を営んでいる。工事の受注状況が順調であり、手元資金が枯渇する恐れがあるため、資金を金融機関より借入したいとの相談を受ける。既に取引がある日本政策金融公庫の利用をすすめ、低金利で借入ができるマルケイ融資を活用し金利負担の軽減を考慮して借入金額・返済期間を設定した。取引上必要な司法書士事務所、財務状況を正確に把握するための税理士事務所、また、急遽運転資金が必要になった場合の金融機関の紹介支援を行った。事業の将来についても聞き取りを行い事業承継の方法などを説明した。

②同社への支援は、創業についての相談から始まった。相談者は、「注文者の名前を印刷したネームプレートインターネットを通じて販売する」のビジネスモデルを持っており、すでに前職で同モデルの立ち上げを行った経験を持っていたが、これまでサラリーマンの経験しかいないため、創業の方法と開業資金の調達についての相談であった。開業についての届出書類の作成と同時に、創業計画書の作成支援を行い、同事業の立ち上げに必要な資金(600万円)を決定した。その計画書を基に、創業融資の紹介を、日本政策金融公庫(500万円)と大阪シティ信用金庫(100万円)に行い、満額で融資が決定した。同時に創業計画書の予実管理と翌年の確定申告のために記帳指導を実施した。

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	310	323	104.2%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	60	65	108.3%	5
金融支援(紹介型)	支援数	25	32	128.0%	5
金融支援(経営指導型)	支援数	40	37	92.5%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	4	5	125.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	0	1		2
記帳支援	事業所	18	28	155.6%	5
労務支援	支援数	55	54	98.2%	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	40	38	95.0%	4
事業計画作成支援	支援数	40	35	87.5%	3
創業支援	事業所	5	7	140.0%	5
事業継続計画(BCP)作成支援	事業所	2	1	50.0%	3
コスト削減計画作成支援	事業所	8	8	100.0%	5
財務分析支援	事業所	20	15	75.0%	3
5S支援	事業所	0	0		-
IT化支援	事業所	4	3	75.0%	3
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		-
事業承継支援	事業所	35	33	94.3%	4
災害時対応支援	事業所	5	5	100.0%	5
結果報告	事業所	300	319	106.3%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

本事業では、小規模事業者が抱える具体的な課題解決に向けて、専門家と直接相談ができる窓口を設けた。事業者においては、専門的かつ急を要する課題解決への道が開ける効果がある。弁護士・税理士・社会保険労務士などの専門家や日本政策金融公庫の担当職員とも連携を図り、迅速な課題解決を図った。

急を要する案件が多く「特急相談」として各専門家に支援を行う機会が多かった。中でも、就業規則の改定など働き方改革関係などの相談が多く、時代背景を反映した相談も見られた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務相談	継続	相談者数	23	22	95.7%	4
金融相談	継続	相談者数	10	10	100.0%	3
特急相談	継続	相談者数	25	25	100.0%	5

松原商工会議所

事業名		創業支援セミナー																																																														
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで ※複数年度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)	<p>創業・起業を志す者を中心に支援事業を展開する。創業への必要な知識や心構えを習得する「創業セミナー」を開催。また、創業支援の一環として、既に創業しているが実質的な創業に至っていない事業者も含め支援する。</p> <p>松原市内の創業比率は経済センサスの2014～2016年では約3.59%と大阪府平均の約5.04%と比べて低いため、潜在的な創業者希望者を掘り起しが見込める。それによって管内での創業者の増加を図ると共に、地域経済の活性化に繋げることを目的とする。</p>																																																														
	支援する対象 (業種・事業所数等)	将来、松原市で創業をしたいと考える者、創業に向けて準備している者、創業して間もない事業者を対象とする。																																																														
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>令和元年度は21名の受講者数での開催に至る。また、受講生の中には、平成30年度の受講生から勧められて申し込みをした者もあり、続けて開催することで、創業支援を継続事業として実施しているイメージが定着しつつある。10項目のテーマを5日間に亘り学習し、創業に必要な経営・財務・人材育成・販路拡大の4つの知識を修得した者が15名いたが特定創業支援事業としての支援を受けた者はいなかった。事業終了後に、松原市創業支援連携ネットワークが連携して受講者に対する個別フォローを実施することで、特定創業支援事業の支援活用や円滑な創業に結び付ける。</p> <p>○令和元年度創業支援セミナーは下記カリキュラムで実施した。</p> <table border="1"> <tr> <td>6月 1日(土)</td> <td>午前</td> <td>時代は改元、自分の新未来を開扉!</td> <td>17名</td> </tr> <tr> <td></td> <td>午後</td> <td>ビジネスプラン立案1</td> <td>17名</td> </tr> <tr> <td>6月15日(土)</td> <td>午前</td> <td>ビジネスプラン立案2</td> <td>18名</td> </tr> <tr> <td></td> <td>午後</td> <td>会計の基礎知識</td> <td>16名</td> </tr> <tr> <td>6月22日(土)</td> <td>午前</td> <td>SNSを使った販促(マーケティング)</td> <td>19名</td> </tr> <tr> <td></td> <td>午後</td> <td>①助成金の活用と労務の基礎知識</td> <td>18名</td> </tr> <tr> <td></td> <td>午後</td> <td>②あなたのビジネスを守る 商標登録の基礎知識</td> <td>16名</td> </tr> <tr> <td>7月 6日(土)</td> <td>午前</td> <td>ビジネスプラン立案3</td> <td>15名</td> </tr> <tr> <td></td> <td>午後</td> <td>①起業に役立つクラウドファンディングを学ぼう</td> <td>18名</td> </tr> <tr> <td></td> <td>午後</td> <td>②クラウドファンディング質疑応答</td> <td>18名</td> </tr> <tr> <td>7月27日(土)</td> <td>午前</td> <td>どんな起業家にならお金を貸すのかプロに聞こう</td> <td>15名</td> </tr> <tr> <td></td> <td>午後</td> <td>ビジネスプラン発表</td> <td>15名</td> </tr> </table> <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>大阪府が主催する創業支援機関ネットワーク会議への参加及び創業支援施策の紹介。大阪起業家スタートアップ事業への参加を本セミナー受講者に呼び掛ける。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>創業セミナー受講修了者は、産業競争力強化法に基づき、①株式会社設立時の登録免許税の減免②信用保証枠の拡大③創業関連保証の申込期間の特例を受けることができる</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>受講者の創業及び事業全般についての相談に対応する。</td> </tr> </table>							6月 1日(土)	午前	時代は改元、自分の新未来を開扉!	17名		午後	ビジネスプラン立案1	17名	6月15日(土)	午前	ビジネスプラン立案2	18名		午後	会計の基礎知識	16名	6月22日(土)	午前	SNSを使った販促(マーケティング)	19名		午後	①助成金の活用と労務の基礎知識	18名		午後	②あなたのビジネスを守る 商標登録の基礎知識	16名	7月 6日(土)	午前	ビジネスプラン立案3	15名		午後	①起業に役立つクラウドファンディングを学ぼう	18名		午後	②クラウドファンディング質疑応答	18名	7月27日(土)	午前	どんな起業家にならお金を貸すのかプロに聞こう	15名		午後	ビジネスプラン発表	15名	①府施策連携	大阪府が主催する創業支援機関ネットワーク会議への参加及び創業支援施策の紹介。大阪起業家スタートアップ事業への参加を本セミナー受講者に呼び掛ける。	②広域連携		③市町村連携	創業セミナー受講修了者は、産業競争力強化法に基づき、①株式会社設立時の登録免許税の減免②信用保証枠の拡大③創業関連保証の申込期間の特例を受けることができる	④相談相乗	受講者の創業及び事業全般についての相談に対応する。
	6月 1日(土)	午前	時代は改元、自分の新未来を開扉!	17名																																																												
		午後	ビジネスプラン立案1	17名																																																												
6月15日(土)	午前	ビジネスプラン立案2	18名																																																													
	午後	会計の基礎知識	16名																																																													
6月22日(土)	午前	SNSを使った販促(マーケティング)	19名																																																													
	午後	①助成金の活用と労務の基礎知識	18名																																																													
	午後	②あなたのビジネスを守る 商標登録の基礎知識	16名																																																													
7月 6日(土)	午前	ビジネスプラン立案3	15名																																																													
	午後	①起業に役立つクラウドファンディングを学ぼう	18名																																																													
	午後	②クラウドファンディング質疑応答	18名																																																													
7月27日(土)	午前	どんな起業家にならお金を貸すのかプロに聞こう	15名																																																													
	午後	ビジネスプラン発表	15名																																																													
①府施策連携	大阪府が主催する創業支援機関ネットワーク会議への参加及び創業支援施策の紹介。大阪起業家スタートアップ事業への参加を本セミナー受講者に呼び掛ける。																																																															
②広域連携																																																																
③市町村連携	創業セミナー受講修了者は、産業競争力強化法に基づき、①株式会社設立時の登録免許税の減免②信用保証枠の拡大③創業関連保証の申込期間の特例を受けることができる																																																															
④相談相乗	受講者の創業及び事業全般についての相談に対応する。																																																															
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)	21	支援実績率	84.0%	満足度	96																																																								
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>定員25名で21名の申込みがあった。初日は17名でのスタートで、最終日のビジネスプランの発表は15名が行った。アンケートは初日と最終日に実施した。結果は、①セミナーの内容について、19名が満足度が90以上と満足度は高かった。②創業意欲については、17名がすぐに創業したい又は前向きに検討で80%を占めている。③創業準備に関しては、既に創業している3名を除いて、9名が再度事業計画を検討するとの回答であった。新たに開業したのは3月時点で2名(受講者の中に共同経営者1名含む)であった。</p>																																																														
	指標	創業予定が明確になった人数																																																														
	数値目標	10	実績数値	17	目標達成度	170.0%																																																										
成果の代表事例	<p>F氏は元々建設業に従事しており、建設現場の工事写真を撮影する部署にいた。退職後も手伝いで以前の勤務先はもとより他からも依頼が定期的にあるので、12月に法人化して事業を開始した。</p> <p>表舞台に出る業務ではなく、建設の現場を理解していないとできないため、仕事は常にあるとのことであった。人を雇用して拡大していくことは課題が多いとのことであった。</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>今年度は開催時期を6月～7月に変更した。事業周知方法として、新聞折り込みを実施したが、1日のスポットであったため、周知方法は一定期間、見てもらえる広報媒体が本事業には適していた。次年度は周知の広報媒体は再検討を行う。</p> <p>昨年と今年の受講者の傾向から、受講から実際の創業までの期間が長くなっている。情報収集目的での受講者も多くなってきた。成果指標は今後検討する必要がある。</p>					

松原商工会議所

事業名		ものづくりエクセレント企業認定事業																																		
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)	製造業を取り巻く状況は、近年一層のグローバル化が進んでいる。そしてIoTやAIといった新分野への対応に迫られている。そのような環境下で製造業が生き残るには、他企業との差別化が重要な課題となっている。そこで、松原管内のものづくり企業の活性化・差別化を図るべく、「ものづくりエクセレント企業」を認定する。これは大企業に勝るとも劣らない魅力的な製造技術・品質管理技術を持つ企業を、効果的にPRすることを目的とする。認定を受けることにより、自社だけでは営業力・PR力が弱い企業であっても、一定の水準を確保できていることを強みに販路開拓にも活用できる。併せて、企業が様々な認定事業(例えば、大阪のものづくり看板企業「匠」)への申請を行おうとする意欲を高めることも狙いとしている。																																		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内の製造業者(主に、金属・繊維・印刷・機械器具・プラスチックを扱う約300社「RESAS 産業マップ (すべての中分類)」に基づく)																																		
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><平成31年度 実施状況> 募集期間：令和元年7月8日(月)～9月13日(金) 選考会：令和2年1月16日(木) 選考委員：工業部会長・工業振興対策委員長・大阪府職員・松原市職員・大阪府立大学教授・中小企業診断士 認定式並びに交流会：新型コロナウイルスの影響により開催できず。 パンフレット作成：2,000部 平成31年度 応募事業所数4事業所 認定事業所数4事業所(匠認定による自動認定事業所なし)</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">エクセレント企業認定企業の中で「匠」未認定企業の「大阪ものづくり優良企業賞2020」申請に繋げる。</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"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="6">申請書作成支援時に事業内容を把握することができるため、「大阪ものづくり優良企業賞」への申請や販路開拓に必要な支援を行っていく。</td> </tr> </table>							①府施策連携	エクセレント企業認定企業の中で「匠」未認定企業の「大阪ものづくり優良企業賞2020」申請に繋げる。						②広域連携							③市町村連携							④相談相乗	申請書作成支援時に事業内容を把握することができるため、「大阪ものづくり優良企業賞」への申請や販路開拓に必要な支援を行っていく。					
	①府施策連携	エクセレント企業認定企業の中で「匠」未認定企業の「大阪ものづくり優良企業賞2020」申請に繋げる。																																		
②広域連携																																				
③市町村連携																																				
④相談相乗	申請書作成支援時に事業内容を把握することができるため、「大阪ものづくり優良企業賞」への申請や販路開拓に必要な支援を行っていく。																																			
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	95																												
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>【申請書作成時】 自社の特徴を再認識するきっかけとなり、強みはさらに発展させていく必要があること、弱みはどこに課題があるのかを発見し、その解決を図ることの重要性に気づくことができた。また、申請書の作成にあたり、各部門からの協力を仰ぐことで、全社一丸となって取り組んだ事業であるという達成感を社内で共有する良い機会となり、労使間の団結にも繋がったと考えられる。</p> <p>【認定後】 松原管内における魅力的な製造技術・品質管理技術等を有する企業に認定を付与することにより、認定企業は地域のリーディングカンパニーとしての自覚と自信が高まった。加えて、本事業は第三者機関からの客観的な評価に基づいた認定であることから、対外的な信用度の向上にも繋がった。併せて、認定企業を掲載したパンフレットの作成並びに当所ホームページへの特設サイトの開設により、積極的な情報発信およびビジネスマッチングの機会創出に取り組んだ。</p>																																		
	成果の代表事例	<p>A社は、バンドナイフという産業用漕割り機の刃物を製造している。現在では国内で2社しか製造できない製品にも関わらず、従来からの取引先が大部分であるため、付加価値が低い状態であった。そこで、今回の申請により自社の製品の優位性を再確認してもらい、付加価値の向上に対する意識が芽生え、新規取引先の開拓に進んでいくきっかけとなった。</p> <p>自社の技術に自信は持っていたが、申請書作成段階で書面に落とし込むことを通じて、自社の強みや特長の再確認と同時に、客観性を持つことが出来るようになり、今後の付加価値の向上意欲につながった。</p>																																		
	その他目標値の実績	目標値(計画)	9	目標値(実績)	2	目標達成度	22.2%																													
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>【募集・周知について】 募集は、会員事業所を始め関係機関等に配布する会報同封や商業施設の掲示板での周知で実施してきたが、今後も引き続き掘り起しについては当所から積極的に提案する必要がある。周知の為に早めに募集を掛け、個別アプローチの時間を確保する。新規募集企業の周知を行ったが、申請書作成の障壁が高く結果として断念した企業があった。小規模事業者にとって業務が優先になり、作成を逡巡される場合が多く、小規模事業者に申請書作成に至らないことが多い。</p> <p>また、当管内におけるものづくり事業所数から見て当事業認定割合が10%を超えていることもあり、技術力において優位性をもつ事業所が見つけにくくなっていることがある。</p> <p>【メリットの発信について】 認定企業には、「ものづくり優良企業賞」への申請支援や展示会出展費用補助等のメリットを活用してもらい、そして当事業の普及活動にも積極的に取り組んで頂けるよう働きかける。メリットは理解しているが、申請書とのボリュームを考慮すると意見が多数あった。</p>																																		

松原商工会議所

事業名		求人・求職マッチング促進事業							
想定する実施期間		H30 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)	人材不足を解消すべき、中でも若い労働力を確保するために、管内事業所で高卒求人を希望する魅力ある事業所を高卒で就業を希望する者が、一覽で閲覧することが出来るツールを作成する。人材を求める中小企業と働く意欲のある求職者を結びつける事が、地元企業の業績確保と地域活性化にも繋がる。更に優秀な人材確保による生産性の向上に繋がる事が期待される。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原市内製造業・建設業・サービス業の事業所約1500社							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>高卒求人を希望する事業所の魅力を掲載し会社案内ガイドブックを作成する。具体的には、管内事業所へガイドブック作成の趣旨説明と併せて掲載募集をかける。掲載募集は、会議所報・ホームページの他、市役所を含む関係機関にも周知依頼を行い収集する。冊子完成後は、掲載企業への配布、工業高校・専門学校等に設置を行い、求職のツールとして活用する。</p> <p>掲載企業目標：25社 実施時期：来春卒業予定者の就職活動解禁日以降に時期を合せて募集・作成を行う。 掲載内容：事業所名等の基本情報に加えて、自社の強み(魅力)や従業員の声を掲載。事業所や職場の写真を交えて透明性を意識した内容にする。</p> <p>スケジュール：4月 掲載企業を募集 5月下旬～6月上旬 会社案内ガイドブックを配布</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		募集の周知から連携を取り、掲載企業へは市独自の優遇制度等を積極的にアナウンスする。							
④相談相乗		求人募集に関する相談にも対応する。							
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)	25	支援企業数(実績)	21	支援実績率	84.0%	満足度	91
	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)	掲載内容を作成する際に、自社の強みや特徴を再認識する機会にもなり、個々の課題を把握することにつながった。また若手社員の会社への思いも把握することができた。 応募(問合せ・面接)があった事業所：3社 内定人数：2社2名 令和2年度掲載希望 21社中9社							
	指標		ガイドブック経由で問合せ・反響のあった企業割合						
	数値目標		30%	実績数値		28.60%	目標達成度		95.3%
	成果の代表事例	通信工事業のA社は、若手の人材がほしいとのことで申込があった。現場仕事が多いが、現場の写真は撮っていなかったため、現場仕事の写真は掲載できなかった。しかし、今後は求人や第三者に自社の仕事をイメージしてもらう写真の必要性を認識した。全く自社の事業を知らない人に説明するというのを念頭において、新卒者への対応を工夫することにつながった。現時点では目に見える成果ではないが、今後に繋がることであった。							
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)	成果物(求人冊子)は、21事業所掲載した。掲載内容は従業員の働き方に焦点を当てたことで作成に戸惑った事業所が複数ありました。次年度は成果物の事例があるので、改善は可能であり、各事業所の紹介内容に差があった部分が課題です。課題は助言を行うことで各事業所の内容を高める。							

松原商工会議所

事業名		キャッシュレス化の推進事業	
想定する実施期間		2019 年度～ 2019 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>国の施策である「未来投資戦略2018」において、キャッシュレス決済比率を2025年に40%とする目標を掲げ、キャッシュレス普及に向けた取り組みを進めている。</p> <p>巡回活動において、管内事業所の飲食・小売店舗等でのキャッシュレス化への対応は遅れていると感じられ、消費税増税等に関わる国の施策による消費者意識の向上に対応する必要がある。</p> <p>小規模事業者がスマートフォンやタブレット端末によるクレジットカード決済等のキャッシュレス化に対応することで、消費者の利便性の向上による客層が広がるだけでなく、POSデータと連動した売上・顧客管理、外国人観光客への対応等により小規模事業者の競争力も向上する。</p>	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内の飲食店・小売店舗等を中心とした商店街(11商店会)を含む小規模事業者(約2,400)	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>開催日時：6月18日(火) 18:00～19:30 (池内総合会館) 6月24日(月) 14:00～15:30 (松原商工会議所 2階)</p> <p>開催時間：1時間30分 対象事業所数合計：各20社 計40社</p> <p>内容： 「QRコード決済」事業者のPayPay(株)・楽天(株)、「カード決済事業者」の(株)三井住友銀行の担当者に参加してもらい、導入のメリット、デメリットなどについて説明してもらった。 また、導入を促進するために、体験を含めた個別相談を実施した。</p> <p>※利用促進を図るために、開催時間・場所を変えて開催した。</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> <p>①府施 商店街に対して訴求するため、商店街連合会に対する周知及び会員に参加を促</p> <p>②広域</p> <p>③市町</p> <p>④相談 セミナー開催後に個別の案件に対して支援する。</p>	
事業の実績/目標達成度	計画に対する	支援企業 40	支援企業 28 支援 70.0% 満足度 92.0%
	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>QRコード決済事業者2社とカード決済事業者1社と連携し、キャッシュレス化のメリットや各サービスについての説明会を実施した。参加実績は二日間参加が26事業所33名(池内総合会館：10事業所13名、松原商工会議所：16事業所20名)の参加となった。</p> <p>説明会後の個別相談会では実際に決済アプリのダウンロードや決済の体験等、QRコード決済に触れることで、導入の機会創出に繋がった。</p> <p>後日、導入を行った事業者も多くみられたため、キャッシュレス化の推進は図られた。</p> <p>アンケートからも、「具体的に考えてよかった」「分かり易く、理解ができた」との声があるなど、満足に至った事業所が約9割を占める結果となった。</p>	
	成果の代表事例	セミナー後、導入に至った。顧客が利用する機会が見られるため、顧客の囲い込みに繋がった。	
	その他目標値の実績	目標値	目標値 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)	<p>セミナー自体は参加者の満足度も高く、充実した内容であったが、セミナー形式にすることで、時間の都合上、決済事業者を厳選しなけりなかつた。</p> <p>事業者には様々な選択肢を提供するためにも、セミナー時間を短縮し、個別相談会を中心とした説明会にすることで、選択肢の増加及び事業者の理解の深化を図る。</p>	

松原商工会議所

事業名		物産展inまつばら2019																																										
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで ※複数年度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)	<p>松原商工会議所と南河内地域の6商工会と連携を図り、南河内地域の産業を広く周知することが地域活性化の第一歩と考える。参加事業所に商品・製品・技術のPRの場を提供し、ビジネスチャンスの獲得や販路拡大など、南河内地域の新たな顧客を生み出すことを目的とする。</p> <p>また、昨年は物産展inまつばら2018として、第9回「まつばらマルシェ（来場者数41,161人）と同時開催を行い、9,501人の来場者があった。</p>																																										
	支援する対象 (業種・事業所数等)	商工会議所、商工会地域の事業所（約23,000事業所）																																										
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【会期】	令和元年11月9日（土）・10日（日）（2日間）																																									
		【場所】	松原市市民体育館																																									
		【内容】	<p>松原商工会議所と南河内の6商工会（河内長野、羽曳野、富田林、大阪狭山、藤井寺、柏原）と連携をとり、事業所の特色ある商品・製品・技術等のPRの場として活用してもらう。</p> <p>BtoCの事業所は、一般消費者に対して物販を通じて、商品のPR及び情報収集を図る。一方、BtoB及び物販を行わない事業所は、技術等のPRを行うことで、企業PRの場として活用してもらえるようにする。</p> <p>また、短期的なPRの場にならないように、来場者に対して出展事業所の概要チラシを配布する。また、出展事業所の商品・サービスの改良に繋がるように、配布したチラシを持参した来場者に対して、出展事業所の商品やサービスに関するアンケートを取り事業所に提供する。</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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="8"></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="8">河内長野市商工会（2社）、羽曳野市商工会（2社）、富田林商工会（2社）、大阪狭山市商工会（2社）、藤井寺市商工会（2社）、柏原市商工会（3社）</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="8"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="8"></td> </tr> </table>									①府施策連携									②広域連携	河内長野市商工会（2社）、羽曳野市商工会（2社）、富田林商工会（2社）、大阪狭山市商工会（2社）、藤井寺市商工会（2社）、柏原市商工会（3社）								③市町村連携									④相談相乗								
①府施策連携																																												
②広域連携	河内長野市商工会（2社）、羽曳野市商工会（2社）、富田林商工会（2社）、大阪狭山市商工会（2社）、藤井寺市商工会（2社）、柏原市商工会（3社）																																											
③市町村連携																																												
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)	37	支援実績率	92.5%	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)	<p>松原市及び近隣の市からの来場者が多く、参加企業の周知に繋がった。来場者数は2018年の9,501人から13,278人へ増加した。出展者数は40社であった。また、第10回松原マルシェ（来場者、約50,473人）と同時開催のため、来場者も多く連動して消費者の購買意欲が高められ、商談件数も昨年度4,526件から6,655件となり販売実績も全体で約300万円となり、2018年（約290万）より増加した。</p> <p>出展企業の満足度は86%であり、企業イメージアップと商品・製品のPRに繋がった。また、来場者に対して行った消費者アンケートでは、各事業所の商品・サービスの生の声を聴くことができ、今後、商品・サービスの改良に繋げていく。</p>																																										
		指標	出展後、顧客から事業所への問い合わせ数																																									
	数値目標	35件	実績数値	25件	目標達成度	71.4%																																						
	成果の代表事例	<p>来場者にサービスを体験してもらう機会に繋がり、後日、問い合わせや来店に繋がったとの声も聞かれた。また、出展方法にも工夫がみられるなど販路開拓への意識が高まった。</p>																																										
その他目標値の実績	目標値(計画)	10,000	目標値(実績)	13,278	目標達成度	132.8%																																						
	<p>出展者に対して、自店のPRに繋がるようなチラシを作成（各100部）し配布を促した。全て配布に至った事業所もあり、来場者に対する訴求に繋がった。また、継続して出展している事業所においては、リピート客の増加など物産展の認知度向上が見受けられた。</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)	<p>2019年より商品・サービスの改良に繋がるように、来場者に対して消費者アンケートを行った。初年度ということもあり、事業所の認知が低く、配布量にムラが生じた。次年度は、事前周知を徹底し、配布に努めてもらう。</p>																																										