

平成21年度 事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名		茨木商工会議所
	代表者職・氏名		会頭 掛谷 建郎
	所在地		〒567-0881 茨木市上中条1-9-20
	担当者	職・氏名	事務局長 兼 中小企業相談所長 小林 豊和
		連絡先	電話番号(直通): 072-622-6631
Fax: 072-622-6632			
		E-mail: kobayashi@ibaraki-cci.or.jp	
設立年月日 職員数 (うち経営指導員数) 所管地域 管内事業所数 管内小規模事業者数 会員数(組織率)		昭和23年5月12日 14名(6名) (平成21年9月30日現在) 茨木市 9,172 (平成18年事業所統計調査による) 5,963 1,658 (18.1%)	
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)			
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、及び建議する。 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。 商工業に関する調査研究を行うこと。 商工業に関する情報及び資料の収集及び刊行を行なうこと。 商品の品質及び数量、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、鑑定及び検査を行うこと。 輸出品の原産地証明を行うこと。 商工業に関する施設を設置し、維持し、及び運用すること。 商工業に関する講演会及び講習会を開催すること。 商工業に関する技術及び技能の普及及び検定を行うこと。 博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催あつ旋を行うこと。 商業取引に関する仲介及びあつ旋を行うこと。 商業取引の紛争に関するあつ旋、調停及び仲裁を行うこと。 商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと。 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 前各号に掲げるものの外、本商工会議所の目的を達成するため必要な事業を行なうこと。			

各種データ

茨木商工会議所

経営指導員の相談

相談区分 業種別	巡回相談											相談対象企業数	
	経営革新	経営一般	IT	金融	税務	労務	取引	環境対策	法律	その他	計		うち 会員数
製造業	0	13	2	19	2	32	16	0	0	0	84	40	社 社
建設業	0	10	1	11	2	21	4	0	0	1	50	38	
小売業	0	37	2	21	4	9	10	0	0	22	105	53	
卸売業	0	6	1	9	1	4	4	0	0	9	34	16	
サービス業	0	36	2	34	15	33	30	0	0	37	187	100	
その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
小計	0	102	8	94	24	99	64	0	0	69	460	247	
創業	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	
合計	0	102	8	94	24	99	65	0	0	69	461	248	212

その他の内訳

青年部・女性会の指導、商店街・中心市街地活性化の指導等

相談区分 業種別	窓口相談（通信、電話等によるものを含む）											相談対象企業数	
	経営革新	経営一般	IT	金融	税務	労務	取引	環境対策	法律	その他	計		うち 会員数
製造業	0	21	9	35	4	48	34	2	0	2	155	64	社 社
建設業	0	16	3	50	9	39	9	0	0	1	127	71	
小売業	0	21	5	41	2	9	15	2	0	5	100	48	
卸売業	0	6	6	17	1	16	9	0	0	5	60	25	
サービス業	0	48	6	174	29	57	32	1	0	14	361	177	
その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
小計	0	112	29	317	45	169	99	5	0	27	803	385	
創業	0	4	0	7	1	1	2	0	0	0	15	13	
合計	0	116	29	324	46	170	101	5	0	27	818	398	295

その他の内訳

青年部・女性会の指導、商店街・中心市街地活性化の指導等

注) その他・・・デザイン、技術、事業継承、後継者問題、M&A、BCP（事業継承計画）、CSR（企業の社会的責任）など

注) 会員であるか非会員であるかは、相談した時点で区別すること

茨木商工会議所

(1) 事業の目標

次の3つの視点で活性化を実施する。良質な住宅地域として人口が増加していること、昼間の流入人口が多いという地域特性を活かし、消費を支える商業・サービス業活性化への取り組み、消費を拡大するためには雇用の拡大が必要であり、優秀な人材を求める企業との人材マッチング事業の取り組み、大手製造業流出後の下請け事業者の販路開拓支援対策としてのビジネスマッチングの取り組み、これらの事業を重点的に実施することにより地域全体の底上げを図る。掲げた3つの取り組みを実施するためには、経営支援の基礎的活動である、巡回と窓口相談を地道に実施し、事業者が抱える課題の把握と解決を図りながら、地域の活性化を図ることが必要である。経営相談においては、相談件数よりも中身を充実することで管内事業所の満足度を上げたい。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

経営相談事業では、相談内容に応じた専門性（国家資格等）のある経営指導員が対応し、適切なアドバイスを実施した。地域活性化事業では、商業活性化や人材マッチングのような、一般市民を対象にPRが必要な事業については、ミニコミ誌や市役所の広報誌を利用した。商業活性化の「まちのにぎわいづくり事業」では、やる気のある事業者やNPO法人などとも連携して、事業効果を最大限に上げる工夫をした。

(3) 事業を実施した効果

窓口相談ではそれぞれの事業者から持ち込まれる課題を解決した。特に時代を反映して、金融に関する相談が多く、大阪府の制度融資や日本政策金融公庫のマルケイ融資、セーフティネット融資の斡旋を行い、事業者にとって最良の融資を受けられるよう資金面の支援を行った。巡回相談では各種施策や事業の案内を行う中で、事業者が抱える経営課題の把握を行った。特に、売上が低下する中で、販路拡大に関するニーズが多く、展示商談会への出展など販路拡大につながるアドバイスを行った。中心市街地に賑わいを取り戻す取り組みでは、やる気のある事業者のグループ「茨木マイスターズ」やまちづくりに協力的なNPO法人と連携して、主役である事業者が積極的に事業に関わる風土ができた。人材マッチングとして実施した合同就職面接会では、最近の雇用情勢を反映して多くの求職者が来場し、参加企業は多数の求職者の中から優秀な人材を採用することができた。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

資金繰りに苦慮する事業者が増え、ある程度はセーフティネット保証で対応はできている一方で、財務面の問題から融資を受けられない事業者が増加している。そういう中で、事業者の希望にそうよう日本政策金融公庫と協議をするケースが増えており、経営指導員の力量が重要になってきている。また、課題を持って相談に来る傾向がある窓口相談が計画より増加し、巡回相談の件数が伸びなかった。巡回相談で行うことが多い、事業者への有益な情報提供を、郵送やメールで効率的に周知する工夫を考える必要がある。

(5) 来年度への取り組み

できるだけ多くの事業者と対話ができるよう、効率的な巡回・窓口相談を実施する必要がある。昨今の経済情勢から来年も引き続き事業者のニーズは資金繰り支援と販路拡大であると思われるので、事業者にとって最適な融資制度の斡旋と販路拡大につながる事業を実施したい。また、中心市街地の活性化は、イベントなどの事業を通して、事業者の意識をさらに向上させ、やる気のある事業者やNPOなどとともに、まちを元気にする取り組みを実施したい。

茨木商工会議所

一般経営相談・情報提供事業

支援のポイント・成果

事業者からの相談に対し、相談内容に応じた専門性（国家資格等）のある経営指導員が対応するように努め、適切なアドバイスを行い経営課題の解決を図った。相談件数では、目標数値に対し窓口相談が大幅に増えた。窓口相談の内容は金融に関する相談が多く、大阪府の制度融資や日本政策金融公庫のマルケイ融資、セーフティネット融資の斡旋を行い、事業者にとって最良の融資を受けられるよう資金面の支援を行った。特に、融資の斡旋では審査をクリアするのに難しい案件が増加しており、当会議所が日本政策金融公庫と事前協議し、事業者の意向に少しでもそうよう支援することができた。また、雇用情勢を反映して緊急雇用安定助成金など雇用安定に関する相談が増え、助成金申請を支援することができた。一方、巡回相談では事業者の経営課題の把握に努めるとともに、事業者の売上低迷からの脱却を支援するため、販路拡大に関する情報提供やアドバイスを中心に支援を行った。

事業名	指標	目標数値	実績数値	達成率	利用者満足度（点）	事業評価
巡回相談	相談件数	800	461	57.6%	80.0	4
窓口相談	相談件数	1,000	818	81.8%	80.0	4

課題別経営相談支援事業

支援のポイント・成果

経営指導員が日常的に対応する経営相談を超えた専門的な相談について、税理士などの専門家による専門相談を実施した。記帳支援では、税理士の指導により最終的に事業者が自主記帳できるような進捗がみられた。マルケイ融資の斡旋（金融支援）は、対前年同期とほぼ同じ実績を上げることができた。但し、財務内容が悪く、政策公庫と事前協議し、マルケイ融資でなく他の制度での取り扱いになるケースが増え、推薦に至らなかったケースが多くなってきた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	利用者満足度（点）	事業評価
金融支援	継続	マル経推薦件数	50	26	52.0%	90.0	5
記帳継続指導	継続	支援事業所数	15	15	100.0%	75.0	4
税務相談	継続	相談件数	10				
金融相談	継続	相談件数	10	21	210.0%	80.0	4

専門人材等連携促進事業

支援のポイント・成果

専門家による集合研修の方が効果的であるものに対し、講習会・セミナー形式で実施した。対象は創業者向けから経営者向け、従業員向けまで幅広く実施、テーマも経営、税務・会計、労務、IT、など幅広く実施した。利用者満足度も高く、専門家を招聘した結果、良い評価が出た。

重点事業	事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	利用者満足度（点）	事業評価
	創業塾	継続	参加者数	40	49	122.5%	90.9	5
	記帳講習会	継続	参加者数	60	51	85.0%	82.3	4
	青色学級	継続	延参加者数	50	66	132.0%	87.6	5
	税務対策講座	新規	参加者数	40				
	中小企業会計啓発普及セミナー	継続	参加者数	40				
	社会保険・労務管理実務講座	継続	延参加者数	80				
	営業力強化セミナー	継続	延参加者数	60				
	IT活用研修	新規	参加者数	20				
	若手社員ブラッシュアップ研修	新規	参加者数	30				

地域活性化事業

支援のポイント・成果

住宅地域である地域特性を活かし、商業活性化事業を重点的に実施した。街に賑わいを取り戻す取り組みの中で、やる気のある事業者やNPO法人との連携も芽生え、今後のまちづくり推進の原動力となる可能性が出てきた。また、物産振興事業では、小規模の各種物産製造・販売事業者の商品を集客力のある大手量販店や地元イベントでPRすることができた。求人・求職マッチングでは、最近の雇用情勢を反映して昨年を大幅に上回る求職者が来場し、求人企業にとり多くの応募者から選考する機会に恵まれた。また、展示商談会事業「大阪勧業展」では、管内から4社の申込みがあり、販路拡大のきっかけを提供することができた。

重点事業	事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	利用者満足度（点）	事業評価
	まちのにぎわいづくり事業	新規	交流サロン利用者数	7,500	4,413	58.8%	80.0	4
	ビジネスマッチング事業	新規	参加者数	100				
	求人・求職マッチング事業	継続	延面接者数	100	462	462.0%	80.0	4
	物産振興事業	継続	参加者数	1,400	1,810	129.3%	100.0	5
	事業承継支援事業	新規	支援事業所数	10				
	地域創造ファンド事業	継続	件数	2	1	50.0%	100.0	5
	地域力連携拠点事業	継続	派遣件数	12	4	33.3%	75.0	4
	展示商談会事業	継続	出展事業所数	3				

茨木商工会議所

事業名	まちのにぎわいづくり事業				
新規/継続	新規				
想定している実施期間	H21年(開始) ~ H23年(終了) 今年度 1 年目				
実施期間全体を通じて予定している事業計画	地域活性化の一翼を担う商店街の活性化のため、まちづくり交流サロンを使って、にぎわいづくり、(にぎわい創出のための)情報発信、(商業活性化のもととなる)個店活性化により、地域の魅力を向上させる。				
継続事業の場合	これまでの実施状況と効果・成果				
本事業の対象となる地域の現状や課題	人が集まる駅周辺の商店街。JR茨木駅、阪急茨木市駅及び総持寺駅周辺の商店街。JR茨木駅周辺は、かつて多くいた工場従業員や市北部住宅地からの流入が激減。阪急茨木市駅周辺は、昔ながらの街並みを残す高齢者が暮らす街である。また、総持寺駅周辺も一部上場企業が撤退した影響が出ている。駅が通過点ではなく、地域のコミュニティとしての機能を発揮させる必要がある。				
目標に対する実績	指標	まちづくり交流サロン利用者数			
	目標数値	7,500	実績数値	4,413	達成率 58.8%
目標	<p>まちのにぎわいづくりの拠点となる交流サロン利用者数延べ7,500名 交流サロン前で、毎月1回、アマチュアによる「てづくり市」を開催。また、交流サロン内でも、レンタルボックスを運営し、将来の新規創業者の卵を育てるなどして、交流サロンの利用者増につなげている。また、地域のまちづくり活動に携わる方々も、打合せなどに利用している。</p> <p>商店街での新規開業者数 1件 6月に茨木心斎橋商店会で和菓子店が1件、9月に茨木駅前本通商店会で洋菓子店1件が開店した。</p>				
事業を実施した具体的な内容・方法・時期	<p>まちづくり交流サロンで、毎月第2土曜日に、アマチュア(創業予備軍)によるてづくり市を開催。また、交流サロン内にレンタルボックス(24ブース)を常設。創業予備軍の育成と交流サロンの利用促進を図った。</p> <p>商店街のにぎわいづくり支援のため、JR茨木駅東3商店会と協同で、8月17日に「夏のガンバル市」を開催した。来場者数600名。てづくり市と商店街企画の出店を行った。まちづくりNPOの協力で、ライブを実施し集客に効果を上げた。</p> <p>個店の魅力作りにとりくむ若手事業者育成会に助言を行いつつ、その取り組みを市民にアピールするための事業として、「茨木のええもん直売セール」を9月7・8日に茨木にぎわい亭で行った。</p>				
マスコミ等に取り上げられた回数	茨木市広報2回、シティライフ1回				
PR方法とその影響	<p>茨木にぎわい亭及びここで行う事業(てづくり市など)は、商工会議所のまちづくりHPでPRしたほか、てづくり通信を発行して、にぎわい亭来場者らに配布した。</p> <p>夏のガンバル市については、商工会議所の会報に掲載したほか、茨木市の広報や地元ミニコミ紙に掲載案内を掲載した。また、にぎわい亭に訪れた方にメルマガに登録してもらい、これにも配信した。</p> <p>商店街と地域のまちづくり団体などが参加する、まちのにぎわいづくり連絡会議で、情報交換を行うなかで、本事業のPRを行い、口コミを含め商店街や各団体に情報提供の協力をしてもらった。</p>				
利用者満足度(点)	80				
事業評価	4				
実施した効果	<p>「夏のガンバル市」については、集客はまずまずであったが、てづくりいちや夜の物販店での売上げが出店者の予想より少し下回った。しかし、まちづくり事業に商業者だけでなく、一般市民も参加していることを少しでもPRできたのは、今後の活動に繋がる。</p> <p>茨木にぎわい亭では、定例化しているてづくり市などにより、にぎわい亭が気軽に立ち寄れる場所にあることが少しずつ市民にも浸透してきていることが、利用者数からも明らかである。これから行う事業への集客に期待が持てるようになった。</p>				
実施した結果浮かび上がった課題および次期以降への取り組み	<p>市民に対する告知が今ひとつ足りないようで、知っている人のリピートがあるものの、新たな集客に結び付けるには、より多く、また、たくさんの方の目に触れるPR方法の検討とPR機会を増やすことが必要である。今後は、マスコミの協力をもっと積極的に得るとともに、にぎわい亭利用者の口コミが広がるよう、にぎわい亭以外の場所でPRすることが必要だと思われる。</p>				
事業全体の収支状況	収入(予定)		支出(実績)		
	大阪府補助金	4,250,000円	謝金	60,000円	
	茨木市補助金	650,000円	印刷・広報費	262,505円	
			借損料	92,052円	
			雑役務費	106,000円	
			消耗品費	116,934円	
			活動費	1,960,000円	
			その他事業経費	27,239円	
	計	4,900,000円	計	2,624,730円	