

# 令和4年度（2022年度） 事業実績報告書

## 1. 申請者の概要

申請者	団体名	柏原市商工会
	代表者職・氏名	会長 早川 巖
	所在地	〒582-0007 柏原市上市1丁目2番2号 アゼリア柏原5階
	担当者	職・氏名 事務局長 塩野 覚
	連絡先	TEL（直通）： 072-972-0881 Fax： 072-973-1201 E-mail： <a href="mailto:info@kashiwara-good.org">info@kashiwara-good.org</a>
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）		昭和 <b>36</b> 年 <b>5</b> 月 <b>1</b> 日 <b>8</b> 名（経営指導員 <b>8</b> 名） （令和5年3月31日現在） 柏原市 2, 268（平成 <b>28</b> 年度経済センサス） 1, 836（平成 <b>28</b> 年度経済センサス） 1, 006（令和5年3月31日現在） ※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載すること
□主な事業概要（定款記載事項等）		
<p>地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資し、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。この目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。</li> <li>② 商工業に関する情報又は資料を収集し、提供すること。</li> <li>③ 商工業に関する調査研究を行うこと。</li> <li>④ 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。</li> <li>⑤ 展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。</li> <li>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。</li> <li>⑦ 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。</li> <li>⑧ 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。</li> <li>⑨ 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。</li> <li>⑩ 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。</li> <li>⑪ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</li> <li>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。</li> <li>⑬ 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事業を行うこと。</li> </ol>		

<p>(1) 事業の目標</p>
<p>商業活性化事業としては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響をもっとも受けている飲食業を含め、特売市の開催により集客力、知名度のアップを図り販路開拓、販売促進に取り組む。「龍田古道・亀の瀬」が日本遺産登録されたこともあり地域観光資源を活用した商品の開発と魅力発信を通じて、個店の知名度・ブランド力の向上に取り組む事業所に対して積極的なサポートを続ける。工業面については、昨年に続きJOB・マッチング・フェアの実施により地元企業の人材育成・確保に関する支援を行なう。柏原市内のみならず、羽曳野市・藤井寺市・松原市とも連携をとり、優れた人材を求める地元企業の労働環境の整備向上に取り組む。また創業セミナーの実施により創業環境を整え、起業家の育成、新たな事業者の創出を支援する。各支援推進にあたっては、経営指導員間の連携、情報の共有を親密に図り、企業への巡回指導、窓口相談等をより一層強化充実を図ることで効果の向上に繋げる。</p>
<p>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</p>
<p>(相談事業) 新型コロナウイルス感染症の影響により中小企業が抱える課題を解決し、経営の改善と経営基盤の強化を図れるよう適切な提案、支援に努めた。</p> <p>(地域活性化事業) ・柏原市ブランド化事業 柏原市が配布する柏原市地域応援商品券の使用期間に合わせて柏原市内4地区の商店街で特売市を開催した。新型コロナウイルス感染症の影響をもっとも受けた飲食店を含め74事業所が参加。広告宣伝、販売促進支援を行った。 ・JOB・マッチング・フェア ハローワーク藤井寺管内商工会・商工会議所、各市と連携し開催。新型コロナウイルス感染症対策とし、JOB・マッチングフェアWEEKという形式で企業数に制限をかけながら複数日にわたり面接会を開催した。また企業と学校との情報交換会を対面式で実施した。昨年度は新型コロナウイルス感染症の影響で高校との情報交換会が開催できなかったが今年度は復活。需要が高く、多くの企業が参加し有意義なものとなった。 ・創業支援事業 創業環境を整え、起業家の育成、新たな事業者の創出を支援するためにセミナーを開催。セミナー後、参加者が商工会に個別相談に訪れるなど意欲を感じた。その個別支援から起業家の創出に繋げることができた。 ・企業知的財産活用事業 知的財産の基礎についてセミナーを開催し、理解促進を支援した。セミナー後は実際に商標の出願を希望するなど事業者の意識改革も感じ、個別支援を継続して行った。 ・南河内特産品販路開拓事業 2日間にわたり大阪市内で南河内の特産物を販売した。事前に近隣商店にチラシを配架させてもらうなどの工夫を行い、周知を強化。</p>
<p>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</p>
<p>・柏原市ブランド化事業 魅力発信事業として特売市を実施し、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた店舗に対して広告宣伝、販売促進支援を行った。参加74事業所に対してアンケートを実施、事業者より売上高のアップに繋がったとの評価が得られた。またかしわら土産の商品開発を支援し、商品が完成した。売れ行きも良い。 ・JOB・マッチング・フェア 合同企業説明会・就職面接会は、新型コロナウイルス感染症の影響を勘案しWEEKという形式で、企業数を制限しながら複数日の開催を行った。広報に注力し求職者数も多かった。人手不足に悩む参加企業からは就職意欲のある求職者との交流をもつことができ、一定の評価が得られた。</p> <p>柏原市ブランド化事業・南河内特産品販路開拓事業により地域商業の振興を図る。JOB・マッチング・フェアにより地域事業所の人材確保、人材育成支援に取組み、所管地域の活性化を進める。また創業支援事業の参加者の満足率は高水準であり、実際に新たな起業家の創出に繋がっている。企業知的財産活用事業においてはセミナーから個別支援に繋がり2社の商標の出願を行い企業保護の必要性の掘り起こしができている。</p>
<p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p>
<p>柏原市ブランド化事業 特売市については、市内4地区の商店街で実施し、売上増加や、知名度向上の効果から、事業者の参加意欲は年々高まってきており、今後も継続性のある支援の要望がある。事業者に今まで以上に参加をしてもらうと同時に、市民に向けた情報発信を積極的に行うことが課題である。</p> <p>JOB・マッチング・フェア 合同企業説明会・就職面接会については、新型コロナウイルス感染症の影響により会場キャパシティを考慮することで参加企業を制限することとなった。企業、来場者ともにより参加しやすい環境作りが課題である。</p> <p>創業支援事業 満足率は非常に高い水準であり、参加希望者も年々増加している。今後はセミナー後にテストマーケティングの場を提供するなど段階的に質を高め、さらなる起業家の創出を図りたい。南河内特産品販路開拓事業、企業知的財産活用事業においては参加企業の増加を図るため情報発信が課題である。</p>
<p>(5) 次年度の取り組み</p>
<p>令和5年度については、新型コロナウイルス感染症や物価高騰の影響を受けた管内の中小・小規模事業者の事業継続と雇用の維持、人材の確保を支援。また創業環境を整え、起業家の育成、新たな事業者の創出に注力する。</p> <p>(経営相談支援事業) 資金繰りの安定化など小規模事業者が、新型コロナウイルス感染症の影響で抱える課題解決のために支援を継続して行なう。</p> <p>(地域活性化事業) 新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた飲食業を含め商業活性化事業として特売市を実施する。また中小企業の人材確保、人材育成を支援するためにJOB・マッチング・フェア事業を実施する。創業支援を行い新たな起業家を育成し地域活性化を図る。企業知的財産活用事業の取組みを続ける。</p>

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 柏原市商工会

I 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>新型コロナウイルス感染症の影響による課題、および物価高騰の影響による課題に対し、収益構造の改善と経営基盤の強化を図ることに重点を置いた。結果として営業活動強化、事業継続の取組みに対する資金繰り計画作成や、コスト削減計画作成支援の件数が多い。次に、雇用維持や人手不足による求人関係の相談や、働き方改革による労働環境の整備、労使間トラブル未然防止の相談も多く労務支援に注力した。一方で金融支援は少なく、今後その反動には注視したい。全体の成果は、昨年よりも支援事業所件数が増加し、柔軟に経営課題を解決することができた。</p> <p>(代表事例)</p> <p>新型コロナウイルス感染症の影響、および物価高騰の影響を受けている事業者に対して、売上増加を図るため営業活動強化支援を行う。今後必要となる宣伝広告費や、機械設備費を把握したうえで、固定費や収支予想等から資金繰り計画作成支援を実施。日本政策金融公庫を活用した追加融資の必要性を検討する。同時に収益構造改善のためコスト削減計画作成支援を行い、問題点を検討。経営層だけでなく、従業員全体がコスト意識の改善をするよう提案。資金繰り計画の作成支援が、資金確保に対する考え方の改善へと繋がり、当初予定していた追加融資の必要もなくなった。さらにコスト削減の意識改革も相まって、営業活動強化に不安なく取り組むことができ、利益を意識しながら事業を継続することが可能となった。</p>						
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	245	266	108.6%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	3	3	100.0%	5	
金融支援（紹介型）	支援数	10	9	90.0%	5	
金融支援（経営指導型）	支援数	40	15	37.5%	5	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	3	3	100.0%	5	
資金繰り計画作成支援	事業所	45	42	93.3%	5	
記帳支援	事業所	15	35	233.3%	5	
労務支援	支援数	90	91	101.1%	5	
人材育成計画作成支援	事業所	3	4	133.3%	5	
マーケティング力向上支援	事業所	7	9	128.6%	5	
販路開拓支援	支援数	25	33	132.0%	5	
事業計画作成支援	支援数	3	1	33.3%	4	
創業支援	事業所	3	4	133.3%	5	
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	21	25	119.0%	5	
コスト削減計画作成支援	事業所	45	55	122.2%	5	
財務分析支援	事業所	10	23	230.0%	5	
5S支援	事業所	15	20	133.3%	5	
IT化支援	事業所	3	7	233.3%	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	3	5	166.7%	5	
災害時対応支援	事業所	0	0		-	
フォローアップ支援	事業所	60	0	0.0%	-	
結果報告	事業所	245	266	108.6%	5	
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>税務支援 日常的な経営活動において税務面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。</p> <p>金融支援 日常的な経営活動において融資面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。</p> <p>労務支援 日常的な経営活動において労務面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。</p> <p>BCP支援 日常的な経営活動において事業継続計画における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。</p> <p>法務支援 日常的な経営活動において法務面における様々な課題の中で特に専門的な課題の解決の為窓口相談を設置課題解決により、経営の向上安定を図る。</p>						
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	相談件数	30	28	93.3%	5
金融相談	継続	相談件数	15	27	180.0%	5
労務相談	継続	相談件数	6	16	266.7%	5
BCP相談	新規	相談件数	3	3	100.0%	5
法務相談	新規	相談件数	3	4	133.3%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
中小・小規模事業者が課題として抱える、販路拡大、販売促進支援、人材確保、人材育成支援事業を進めた。										
<p>新型コロナウイルス感染症の影響をもっとも受けた飲食業を含め、商業活性化事業として柏原市ブランド化事業として特売市を柏原市内4地区の商店街で開催した。商品、個店の知名度、ブランド力の向上に繋がるとともに特売市開催期間の売上高アップに繋がったと評価を得た。</p> <p>人材確保、人材育成を支援するためJOB・マッチング・フェアを実施。地元企業の労働環境の整備向上に取り組んだ。合同企業説明会・就職面接会は、新型コロナウイルス感染症の影響を勘案し、JOBマッチングWEEKという形式で複数日にわたり実施することとなった。環境的に支援方法が難しい中でも、工夫をこらした実施により、企業が求職者との交流がもつ場を提供出来たため、一定の評価が得られた。</p> <p>創業環境を整え、起業家の育成、新たな事業者の創出を支援するために創業支援事業を実施した。「経営」「財務」「販路開拓」「人材育成」セミナーの開催により参加者は創業に関する具体的な知識の習得し、創業意識が向上した。セミナーの満足率は高水準であり、その後もセミナー参加者が当会に個別で訪問に訪れる等、新たな起業家の創出支援が積極的に行われた。</p> <p>ものづくり企業を中心に知的財産の基礎を学び、知的財産に対する意識改革及び積極的活用を目指すために企業知的財産活用事業を実施した。セミナーの開催により知的財産権に関する基礎知識の習得、自社の技術やノウハウの権利化、他社の知的財産権侵害について適切な判断を行えるよう支援した。そのような中実際に商標の出願まで繋がった事業者など知的財産を必要とする企業の掘り起こしができている。</p>										
(1) 単独事業										
府施策連携	事業名	総支援企業数			利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
	柏原市ブランド化事業	87	76	87.4%	48.7	売上高のアップに繋がった事業所の割合	50	40.5	81.0%	5
○	創業支援事業	20	21	105.0%	98	創業意識が向上した割合	80	100	125.0%	5
○	企業知的財産活用事業	22	22	100.0%	100	セミナー後実施したアンケートで「理解できた」と回答した割合	80	100	125.0%	5
(2) 広域事業（幹事事業のみ）										
府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	JOB・マッチング・フェア	100	106	106.0%	97.2	面接件数	40	93	232.5%	5
	南河内特産品販路開拓事業	30	30	100.0%	96.6	販路拡大に繋がった事業所の割合	50	60	120.0%	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。

柏原市商工会

事業名

柏原市ブランド化事業

想定する実施期間

H27 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

事業の目的  
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

柏原市では、地域経済の発展には生産年齢人口の市内定住化が重要であると考え、柏原市の魅力づくり、魅力発信を積極的に推進することで、市民の郷土愛を育み、人口減少の抑制、若者の市内定着化に結び付けたいと考えている。  
 当事業では、市内特産品・商品の開発と魅力発信を通じて、知名度・ブランド力を高め、各事業所の売上アップを図るとともに、その波及効果として特産品・商品開発に取り組む事業所を増やし、市内商工業の活性化につなげていきたいと考えている。  
 また、令和2年6月に柏原市が三郷町と共同で文化庁から日本遺産認定を受けた。それにより、当該地域の観光ブランド化の推進のために土産商品開発を行い、柏原市商工会と柏原市が連携して、柏原市の特色と地域資源を活かした魅力ある土産品の開発とそれを市外からの観光客等に販売する取組みを支援し、観光客等による消費の拡大と更なる地域経済に繋げていきたいと考えている。

支援する対象  
(業種・事業所数等)

市内に店舗を構える小売業・飲食店等 約500店舗  
 市内で特産品・オリジナル商品を製造する製造業者

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

【特売市の開催】  
 柏原市内を地理的要因のもと柏原地域と国分地域の2地区に分け、それぞれの地域の4つの商店街において、各商店街が1年に1回ずつ魅力発信事業として各々の趣向を凝らした企画で特売市を開催した。  
 新型コロナウイルス感染症による地域経済への影響を鑑み交付された「柏原市地域応援商品券」の使用期間に合わせて実施した。  
 また新型コロナウイルス感染症の影響を最も受けた飲食店を含めて実施した。  
 開催日 令和4年11月1日(火)～12月31日(土)  
 支援事業所数  
 オガタ通り商店会 19店舗  
 大正通り商店会 22店舗  
 ジョイフル国分専門店会 18店舗  
 国分西商店会 15店舗  
 合計 74店舗  
 【かしわら土産開発支援】  
 ブランド化事業として市内事業所が日本遺産認定商品の推薦を受けるために「かしわら土産」として商品開発に取り組んだ。「かしわら土産」認定を受ける際の開発のアドバイス等に対して支援を行った。  
 応募期間 令和4年6月15日(水)～7月15日(金)  
 支援事業所数 2社

<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

特売市の開催に関して、柏原市地域応援商品券の交付と連携して実施した。

④相談相乗

広告宣伝方法、個店・商品の魅力発信について助言を行った。

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	87	総支援企業数(実績)	76	支援実績率	87.4%	満足率	48.7%
事業全体の実績／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>【特売市の開催】 新型コロナウイルス感染症による地域経済への影響を鑑み交付された「柏原市地域応援商品券」の使用期間に合わせて特売市を実施したことで地域経済の活性化、商店及び商品のPR、個店の売上アップに繋がった。 また、来客数はオガタ通り商店会1,140名、大正通り商店会1,320名、ジョイフル国分専門店会900名、国分西商店会500名であった。</p> <p>【かしわら土産開発支援】 土産開発事業の応募事業者については市広報や当会HP等を活用し、広く募集を行った。2社の応募があり、両社「かしわら土産」の認定を受け、令和4年10月に「日本遺産推奨商品」としての認定を受けるに至った。</p>							
	代表指標	売上高のアップに繋がった事業所の割合							
	数値目標	50%以上	実績数値	40.5%	目標達成度	81.0%			
	成果の代表事例	「柏原市地域応援商品券」の交付による消費者の購買意欲の高まる時期に市内一斉に特売市を実施したことで個店の売上増大に繋がった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	2,000名	目標値(実績)	3,860	目標達成度	193.0%			
	商品券の使用期間が長く、配布時期が商店の繁忙期と重なったため来客数が増加した。								
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)	<p>【特売市の開催】 長期的に事業に取り組んできた結果、事業者の当事業への理解と参加意識は年々高まっており、事業者自身が事業に主体的に関わりたいという意欲が増している。また同時期に市内飲食店への支援として、飲食店が「商品券利用者特別メニュー」または「商品券利用者特別サービス」を実施する事で「柏原市地域応援商品券」を利用できる企画を行い、参加を支援した。 事業者に今まで以上に参加してもらい市民に向けた情報発信を積極的に行うことで事業効果を高め、当事業を通じて地域の発展、各事業者の発展に繋げていきたい。</p> <p>【かしわら土産開発】 応募した事業者が自発的に取組む事により、柏原市独自の特産品が開発されたと思われる。今後は、開発した商品を市内外の観光客等に広く宣伝する支援を行い地域経済の活性化を図る。</p>							

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	84	支援企業数(実績)	74	支援実績率	88.1%	満足率	47.3%	
	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）	【特売市の開催】 新型コロナウイルス感染症による地域経済への影響を鑑み交付された「柏原市地域応援商品券」の使用期間に合わせて特売市を実施したことで地域経済の活性化、商店及び商品のPR、個店の売上アップに繋がった。								
		指標	売上アップに繋がった事業所の割合							
		数値目標	50%以上	実績数値	40.1%	目標達成度	81.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	2,000	目標値（実績）	3,860	目標達成度	193.0%				
	期間来客者数									
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	3	支援企業数(実績)	2	支援実績率	66.7%	満足率	100.0%	
	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）	【かしわら土産開発】 土産開発事業の応募事業者については市広報や当会HP等を活用し、広く募集を行った。2社の応募があり各々「かしわら土産」の認定を受け、令和4年10月に「日本遺産推奨商品」としての認定を受けるに至った。								
		指標	魅力ある商品の開発につながった事業所数							
		数値目標	2	実績数値	2	目標達成度	100.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度					

令和4年度 小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

柏原市商工会

事業名		創業支援事業
想定する実施期間		2021 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)	創業促進を積極的に推進し、起業家の育成、強い企業の実現を目指し、特定創業支援事業を実施する。 創業が気になっているが具体的にはどうしてよいかわからない者から、創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者までを広く対象とし、創業に向けて一歩踏み出すきっかけになるようなセミナー、創業に関して必要な知識や事業計画の作成等知識の習得するセミナーを行うとともに、創業に向けての疑問点、具体的な手続き等を個別相談にて対応することにより、円滑な創業実現のための一助とすることを目的とする。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者に加え、新たな事業を立ち上げようとする中小企業経営者、中小企業従業員、大学生等
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>創業セミナーの開催</p> <p>創業に関する具体的な知識習得セミナーとして大阪府商工会連合会と連携して開催する。「経営」「財務」「販路開拓」「人材育成」4テーマの基礎的な知識習得に加え、また人的ネットワークを構築できるような機会を設ける。創業を考えている者を対象に、創業する際に必要な心構えなど初歩的な内容から創業に関して必要な知識や事業計画書を作成する重要性などを学ぶ。</p> <p>日時：9月2日(金) 13時～16時30分 講師：芳田京美氏(中小企業診断士)、岡本霞氏(ほっとまるちゃん) テーマ：創業者の話を聞いてみよう、ビジネスコラージュでビジネスのイメージづくり(経営)</p> <p>日時：9月9日(金) 13時～16時30分 講師：芳田京美氏(中小企業診断士) テーマ：好きをビジネスに変える3つのポイント(経営、販路開拓)</p> <p>日時：9月16日(金) 13時～16時30分 講師：芳田京美氏(中小企業診断士)、宇野真由子氏(プロカメラマン) テーマ：ちょっと気になるお金の話、SNSで映える写真撮影のコツ(財務、販路開拓)</p> <p>日時：9月30日(金) 13時～16時30分 講師：芳田京美氏(中小企業診断士)、日本政策金融公庫担当者 テーマ：知っておきたい起業の基礎知識、スマホでかんたんビジネスPR(販路開拓、人材育成)</p> <p>参加者21名</p> <p>&lt;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&gt;</p>
	①府施策連携	大阪府実施のオール大阪起業家グロウンアップの推薦機関となり、協力して支援を行う
②広域連携		
③市町村連携	柏原市の特定創業支援事業計画に参画。セミナーを協力して開催。	
④相談相乗	個別具体的な課題に対し、経営指導員による相談支援を実施することで、事業所に対する総合的な支援を行えた。	



事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	20.0	総支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	105.0%	満足率	98%
	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>創業希望者、創業者の創業に対する知識習得による創業モチベーションの向上を図り創業促進を行うことができた。またセミナーを通じて交流が深まり悩みや疑問解決について相互扶助し創業しやすい環境ができた。</p>							
		代表指標	創業意識が向上した割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成率	125.0%		
	成果の代表事例	<p>参加者の中からは柏原市の特定創業支援事業終了証を16件発行。セミナー後の個別支援などを経て5名が創業と、当事業による創業意欲の高まりがみられた。</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>20名の定員以上に申込者があり、「小規模起業」に対する創業ニーズは年々増加していると感じられる。また、セミナーに対する満足度は高い水準で維持しており、次年度も引き続き同様の内容での実施を予定している。今回の参加者の中から当セミナーの次段階として「テストマーケティング」を実施したいとの声も聞かれ、創業計画のブラッシュアップセミナーなど段階的に実施していきたい。</p>							

令和4年度（2022年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

柏原市商工会

事業名		企業知的財産活用事業								
想定する実施期間		27 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)	柏原市内には約500社程度知的財産活用の可能性を有するものづくり企業が存在している。しかしその企業の大多数が、知的財産についての知識が不足していたり、自社には関係ないと考え知的財産について自ら積極的に活用できていない状態である。また知的財産に興味があっても相談できる専門家が身近におらず踏みとどまってしまう企業もある。そこで企業がもつ知的財産についてのハードルを下げ、理解を深め、積極的に活用できるように、大阪産業局MOBIO事業部、INPIT-KANSAIと連携し、セミナーを開催するとともに、大阪府ものづくり支援課などの知的財産支援機関とのつながりを作り、個別支援に発展させてゆくことを目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	市内ものづくり企業を中心とした約500社								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	【知的財産セミナーの開催】 大阪産業局MOBIO事業部、INPIT-KANSAIと連携し、ものづくり企業対象の知的財産活用セミナーを開催  日時：令和4年7月28日(木) 14:00～15:15 講師：INPIT-KANSAI知的財産戦略エキスパート テーマ：売上UPに繋がるかも!?知的財産の基礎知識 参加者：11社  【知的財産セミナーのオンライン開催】 上記セミナー内容をもとに動画を作成し、YouTube上で限定公開 参加者：9社  【支援機関との連携による知財支援】 INPIT-KANSAIや大阪産業局MOBIO事業部などの支援機関と連携し、複数回に渡り連携支援を実施 支援企業2社 A社…商標の出願について B社…屋号の商標登録について  <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	大阪産業局MOBIO事業部と連携のうえ、セミナーを開催、複数回にわたる事業所個別訪問							
		②広域連携								
		④相談相乗	本事業への参加事業者についての個別具体的な課題に対し、経営指導員による相談支援を実施することで、事業所に対する総合的な支援を行えた							
事業全体の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	22.0	総支援企業数(実績)	22.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	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)	知的財産の基礎について理解を深めることができた。大阪産業局やINPIT-KANSAIアドバイザーとのつながりを持つことができ、知的財産の活用まで取り組むことができた。								
		代表指標	セミナー後実施したアンケートで「理解できた」と回答した割合							
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
	成果の代表事例	知的財産権の基礎を学ぶことができた。自社の製品を守るため、知的財産の知識を深めることができた。								
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	課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に)	事例を多く取り上げ、初心者向けの難しく思われがちな知的財産のハードルを下げられるような構成・内容で、セミナーはとても好評であった。しかし広報の際は、「初心者向けといえど難しそう」「本当に関係あるの?」と参加に積極的でない企業も多く見受けられた。知的持参の重要性を伝えるためにまだ掘り起こしの余地がありそうな企業は多く存在する。それら企業に対しセ								

結果	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)	ミナーあっせんを行い、幅広い企業に知的財産の重要性を周知していく。また当会に蓄積した知的財産活用の実例実績をもとに市内の優れた技術を持つ企業への個別訪問、ヒアリングを行うことにより知的財産活用の掘り起こしを強化する。大阪産業局 <b>MOBIO</b> 事業部や <b>INPIT-KANSAI</b> 等の支援機関と連携し、手厚い支援が可能であることを理解してもらい企業の知的財産に関する苦手意識を払拭すべく積極的な知的財産活用事業を展開していきたい。
----	---------------------------------	---

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	20.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	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）	【セミナー】 知的財産の基礎から事例を交えて学ぶことができ、理解が深まった。さらに参加者は知的財産における公的機関や専門家を知ることができ、知的財産をより身近に感じることができるようになった。							
		指標	セミナー後実施したアンケートで「理解できた」と回答した割合						
		数値目標	80	実績数値	100	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	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）	【個別支援】 2社の優れた技術に対する知的財産の掘り起こしに成功した。INPIT、大阪産業局MOBIO事業部といった関連機関とつながりを持つことにより、実際に知的財産の活用まで取り組めたことにより高い満足を得た。							
		指標	知的財産に関する理解が深まり、活用促進に取り組む企業						
		数値目標	2	実績数値	2	目標達成度	100.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			

令和4年度（2022年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

柏原市商工会

事業名		JOB・マッチング・フェア							
想定する実施期間		H23 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)	企業発展のため優秀な人材を求める中小企業と意欲はあるものの、就職につなげていない求職者を結びつけること、地域中小企業の若手人材確保を支援すること、就職した若手社員が離職することなく職場定着できるよう労働環境の整備を企業内で促進させることを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ハローワーク藤井寺管内雇用保険加入企業約4600社及びハローワーク藤井寺登録求職者を中心とした求人企業・求職者を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①合同企業説明会・面接会 <b>WEEK</b> を下記の通り実施した(個別での企業説明会・面接会含む) 令和5年2月6日(月)～2月10日(金) ハローワーク藤井寺会議室 参加企業25社 来場者93名							
		②企業と高校の就職支援担当者情報交換会を下記の通り開催した 令和4年5月24日(火) 藤井寺市立市民総合会館 参加企業22社 参加高校6校 企業と大学の就職支援担当者情報交換会を下記の通り開催した 令和4年11月9日(水) 藤井寺市立市民総合会館 参加企業13社 参加大学7校							
		③公正採用、働き方改革についてセミナーを開催 令和4年12月8日(木)～令和4年12月14日(水) 参加企業46社							
		④各種就職支援セミナーの実施 令和4年6月15日(水) 職務経歴書の書き方セミナー 参加者21人 令和4年6月22日(水) 面接対策セミナー 参加者20人 令和4年7月6日(水) 履歴書の書き方セミナー 参加者20人 令和4年9月21日(水) 面接対策セミナー 参加者19人							
＜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	中河内・南河内地域労働ネットワークと連携し、事業を実施する。							
	②広域連携	ハローワーク藤井寺管内商工会・商工会議所(柏原市商工会・羽曳野市商工会・藤井寺市商工会・松原商工会議所)と連携し、事業を実施する。							
	③市町村連携	柏原市をはじめ他市の協力を得て事業を実施する。							
	④相談相乗								
事業全体の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	100.0	総支援企業数(実績)	106.0	支援実績率	106.0%	満足率	97.2%
	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)	経営の礎となる優れた人材を求める25社の企業と求職者による合同企業説明会、就職面接会を実施した結果、93件の面談があり、8名の新しい人材が採用されることとなった。コロナウイルス感染症への対応としてJOBマッチングWEEKという形で1日4社程度を複数日で実施した。HP、折込チラシ、ポスターの掲示により特に広報を強化した結果、求職者も確保することができた。求職者との出会いの場をもつことが出来、参加された求人企業からは一定の評価が得られた。情報交換会については、高校との情報交換会、大学との情報交換会を従来どおり対面対話型で実施し、企業と学校との交流を図った。コロナウイルス感染症の影響で高校の情報交換会においては久々の開催であったが、参加企業も多く有意義であった。新規学卒者の雇用確保を目指す35社の企業が参加した。セミナーは、人権啓発セミナーと共にYouTubeにより開催した。多くの企業の参加により労働環境の整備に向けた取組みが促進されることが期待できる。							
		代表指標	面接件数						
		数値目標	40	実績数値	93	目標達成度	232.5%		
	成果の代表事例	WEEKという形で複数日開催のイベントであること、および、広報の強化により求職者の数が多かった。その結果8名の採用に繋がっている。人手不足の企業からは好評であった。							
	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)	今回はJOBマッチングWEEKという形で複数日実施した結果、求職者が増加した。次回は従来通り、一同に開催する形式に取組む予定であるが、WEEKか一同かどちらがより求人活動において効果的であるのか要検討したい。またHP、チラシ、ポスター掲示による「JOB・マッチング・フェア」のPR強化はもとより、求職者を惹きつけるような多様なセミナーを開催、求職者の増大を図るための取組みを続ける。また情報交換会の充実を図るため、管内の高校、大学はもちろん管内以外の学校にも参加してもらえよう対象校の拡大を検討し、企業と高校・大学と繋がりの強化を図りたい。							

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	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)	25	支援実績率	100.0%	満足率	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）	経営の礎となる優れた人材を求める25社の企業と求職者による合同企業説明会、就職面接会を実施した結果、93件の面談があり、8名の新しい人材が採用されることとなった。意欲のある求職者と出会い、採用することで人手不足の解消、経営の安定、活性化に繋がった。								
		指標	面接件数							
	数値目標	40	実績数値	93	目標達成度	232.5%				
その他目標値の実績	目標値（計画）	100	目標値（実績）	93	目標達成度	93.0%				
	合同企業説明会・就職面接会の来場者 (会場がハローワーク内会議室であったため面接者数を来場者数とした)									
実績／達成度②	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)	35	支援実績率	116.7%	満足率	100.0%	
	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）	従来どおり対面対話型で実施、企業と学校との交流を図った。参加企業が多く開催需要もあると見受けられる。満足の声も多く有意義なものとなった。各社学校との繋がりがうまれ、新規学卒者の若手人材確保にかかる取組みをすすめる。								
		指標	情報交換会後に実施するアンケートによる満足率							
	数値目標	70	実績数値	100	目標達成度	142.9%				
その他目標値の実績	目標値（計画）	15	目標値（実績）	13	目標達成度	86.7%				
	情報交換会に参加する学校									
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45	支援企業数(実績)	46	支援実績率	102.2%	満足率	100.0%	
	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）	人権啓発セミナーと共にYouTubeにより開催した。多くの企業の参加により労働環境の整備に向けた取組みが促進されることが期待できる。								
		指標	セミナー後実施するアンケートによる満足度(理解度)							
	数値目標	70	実績数値	100	目標達成度	142.9%				
その他目標値の実績	目標値（計画）	60	目標値（実績）	80	目標達成度	133.3%				
	求職者向けセミナー参加者数									

柏原市商工会

事業名		南河内特産品販路開拓事業							
想定する実施期間		H27 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)	南河内では、地元特産品などをブランド認定し積極的にPRしているが、それぞれのブランド自体の知名度が低いため、ブランド化することにより発現されるべき知名度の上昇、販売促進等の効果が限定的となっている。またブランド認定制度のない市町村でも地元特産品としてPRしているが、知名度アップなどの効果が期待通りに現れていないのが現状である。そこで、ブランド認定した特産品や南河内の地元特産品の知名度を高め、販路拡大につなげるため、南河内の地元特産品を一堂に会した販売会等を様々な場所で開催することにより、これまで南河内の地元特産品を知らなかった消費者に幅広く認知してもらい、知名度アップや販路拡大に繋げていきたい。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地元特産品を取り扱う事業者及び食品を取り扱う事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①特産品の販売会開催 開催日時：令和4年9月13日(火)、14日(水) 各日11時～午後4時まで 合計2日間 開催場所：天神橋筋商店街 天三おかげ館 参加事業所数：30社  ②特産品情報の発信 南河内6商工会各5事業者合計30社の特産品等をチラシに掲載し、配布を行った。 配布枚数：2千枚、配布場所：即売会の会場、天神橋筋商店街三丁目の一部店舗  <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	南河内6商工会が、連携により事業を実施。						
		③市町村連携	即売会において、各市の関係者のサポートを得て実施。						
	④相談相乗	販路支援等を実施し、効果を高められるように支援を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	30	総支援企業数(実績)	30	支援実績率	100.0%	満足率	96.6%
	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)	新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、特産品販売会に来場するお客様が少なく、当初予定していたほどのPRを行うことができなかった。 ただ、事前に天三おかげ館周辺の店舗にチラシを置いてもらい特産品の認知度向上に繋げ、直接消費者に販売することにより、商品の良さの伝え方、消費者の商品に対する感じ方などを肌で感じる事ができ、商品のブランド力向上や今後の商品開発に繋がっていくと期待される。							
		指標	販路拡大に繋がった事業所割合						
		数値目標	50%	実績数値	60.0%	目標達成度	120.0%		
	成果の代表事例	商品の良さを伝えるためのPOP作成を行うことにより、今までより自社商品の良さを認識することに繋がった。また南河内地域以外で商品のリピータに出会えたり、今後のモチベーションアップになった。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	2,000	目標値(実績)	1,580	目標達成度	79.0%		
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)	新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、ソーシャルディスタンスの実施や三密回避などから来場者数が減少し、事業計画通りの実績を上げるに至らなかった。 次年度については、新型コロナウイルス感染症の影響を見ながら、広報の仕方を工夫し臨機応変に事業を遂行し、事業目標を達成できるよう努めていきたい。							