

令和6年度（2024年度） 事業実績報告書

I. 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 門谷 秀雄	
	所在地	〒582-0007 大阪府柏原市上市1丁目2番2号 アゼリア柏原5階	
	担当者	職・氏名	局長 塩野 覚
		連絡先	T E L (直通) : 072-972-0881
			F a x : 072-973-1201
		E - m a i l : info@kashiwara-good.org	
①設立年月日		昭和36年5月1日	
②職員数 (うち経営指導員数)		8名 (経営指導員7名) (令和7年3月31日現在)	
③所管地域		柏原市	
④管内事業所数		2,200 (令和3年度経済センサス)	
⑤管内小規模事業者数		1,514 (令和3年度経済センサス)	
⑥会員数 (組織率)		1,042 (令和7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）			
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。 目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。			
<ul 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、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っせんを行うこと。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 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。⑧ 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。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。⑩ 行政庁等の諮詢に応じて、答申すること。⑪ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。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。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。			

2. 事業概要

柏原市商工会

(1) 事業の目標

商業活性化事業としては、ウィズコロナ・ポストコロナ時代において、現在も大きく影響を受けている飲食業を含めた、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、ジョブマッチングフェアの実施により、地元企業の人才培养・確保に関する支援を行い優れた人材を求める地元企業の労働環境の整備向上関係機関と連携をしながら取組む。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。各支援推進に当たっては、経営指導員間の連携、情報共有を親密に図り、企業への巡回指導、窓口相談等をより一層支援の充実を図ることで効果の向上に繋げる。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

[相談事業]

日常生活において移動制限がなくなり、ビジネスが活性化しようとするなか、物価高騰・金利上昇が中小事業主を襲った。事業者が抱える課題も多岐にわたり、その解決に取組んだ。特に経営の改善と基盤の強化を図れるよう適切な提案・支援に努めた。

[地域活性化事業]

①柏原市ブランド化事業

事業として5つの取組みを行った。1. 柏原市内4地区の商店街で特売市を開催した。2. 市内飲食店をPRするHPの作成をした。3. 商工会入口ショーケースでの事業所PRの場を設置した。4. 零細建設業の魅力発信を目的として柏原市限定の情報誌の発行協力。5. 日本遺産推進協議会による日本遺産「龍田古道・亀の瀬」の認定商品の新商品開発支援を行った。

今年度は新たな試みとして零細建設業のブランド構築に取組んだ。

②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。セミナー後ステップアップ講座（セミナー参加者が当会の開催する商工まつりに出店するチャレンジショップ）を開催。起業家の創出に繋げることができた。

③企業的財産活用事業

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出願を希望するなど事業所の意識改革を感じ、個別支援を継続して行った。

④ジョブマッチングフェア

ハローワーク藤井寺管内商工会・商工会議所、各市と連携して開催。より手厚い支援が可能となるよう、1回の参加事業所数に制限をかけながら、複数日にわたり合同説明、面接会を開催した。また事業所と学校との情報交換会を実施した。さらに魅力的な求人ができるよう複数回セミナーを開催し、参加事業所からは好評であった。

⑤南河内特産品販路開拓事業

昨年までと場所と開催日数を変更して商業施設で南河内地区の特産物を販売した。商業施設の集客力や事前告知をすることで多数の方に周知を強化した。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

[経営相談事業]

小規模事業者が抱える様々な課題を窓口・巡回指導を通じて課題を把握し、その解決の為の支援を実施した。

[地域活性化事業]

販路開拓、人材育成、労働力確保において事業者の抱える課題解決や喫緊の問題ではないが重要度が高い問題に対して支援を行うことができた。

今後も事業所のニーズに即した地域活性化に繋がる事業を継続して実施したい。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

原材料価格の高騰、人材不足など外部経済環境は厳しい状況にある。このような状況に対応し、事業所が継続しながら成長するためには、より事業者に深く伴走型支援を行う体制が必要である。また、地域活性化事業は毎年改善を行っており、事業所満足率は改善されている。そうした中でも事業者からの改善の提案を頂く事もあるので、真摯に対応し事業者の満足を高め、地域経済の更なる活性化を実現したい。

(5) 次年度の取り組み

次年度も今年度と同様に幅広い支援を事業者の状況に応じて対応していく。特に変化する経済状況に迅速に対応できるよう事業者の経済基盤の整備として金融支援や労働支援、販路開拓支援に重点を置く。また、専門性の高い問題に対しては専門家への支援を迅速に対応し、事業者のリスクの軽減を図る。

地域活性化においても、迅速かつ事業者にとって経営意識の向上が図れるよう伴走支援をしながら参加を促したい。

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						
令和6年度の相談支援については、円安や物価高騰、労働者不足を起因として多岐にわたる経営課題や事業所が抱えるニーズについて伴走型支援を行った。これまでと同様に各種経営相談窓口を開設し、労務・税務相談支援や手続き申請サポートに加え、定額減税制度、経営戦略、事業承継、経営多角化、雇用確保対策など事業者に寄り添った各種相談を実施し、結果として多くの事業所で成果がみられた。また、地域の新たな価値を創出する事ができる人材づくり、魅力ある地域産物の情報発信、新たなビジネスチャンスの発掘、経営基盤の強化など幅広い経営課題についての相談が増加しており、職員同士の情報共有はもとより専門家、関係団体と連携を図りながら支援を行った。						
[代表事例] ようやくコロナが明け、受注件数が回復してきた中、原材料費、エネルギー費、輸送費の高騰で影響を受けている事業者に対して経営安定化のための利益拡大を図る為、財務分析支援を行った。現状の収益性を把握したうえで、変動費・固定費など主要なコストの見直しを実施。特に仕入比率が高まっている事と、同業他社に比べて販売価格が低すぎる事が問題点であった。事業主に対して20年間売価が変わっていない事の説明と経営安定化の為の中長期の段階的な売価変更を提案し、長期的な収益力強化実現の一歩となった。						
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	250	260	104.0%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	9	0	0.0%	1	
金融支援（紹介型）	支援数	10	5	50.0%	3	
金融支援（経営指導型）	支援数	30	21	70.0%	4	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	2	0	0.0%	1	
資金繰り計画作成支援	事業所	27	10	37.0%	2	
記帳支援	事業所	45	82	182.2%	5	
労務支援	支援数	80	98	122.5%	5	
人材育成計画作成支援	事業所	3	5	166.7%	5	
マーケティング力向上支援	事業所	5	3	60.0%	4	
販路開拓支援	支援数	25	36	144.0%	5	
事業計画作成支援	支援数	2	2	100.0%	5	
創業支援	事業所	5	1	20.0%	2	
事業継続計画（BCP）等作成支援	事業所	30	15	50.0%	3	
コスト削減計画作成支援	事業所	25	25	100.0%	5	
財務分析支援	事業所	8	11	137.5%	5	
5S支援	事業所	15	18	120.0%	5	
IT化支援	事業所	5	7	140.0%	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	2	5	250.0%	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	63	0	0.0%	1	
結果報告	事業所	250	260	104.0%	5	
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
[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解決の窓口相談を設置。課題解決により、経営の向上と安定を図る						
[税務支援] 日常的な経営活動において税務における様々な課題の中で特に専門的な課題解決の窓口相談を設置。課題解決により、経営の向上と安定を図る						
[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解決の窓口相談を設置。課題解決により、経営の向上と安定を図る						
[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解決の窓口相談を設置。課題解決により、経営の向上と安定を図る						
[BCP支援・経営支援] 日常的な経営活動において事業継続計画や経営面における様々な課題の中で特に専門的な課題解決の為の窓口相談を設置。課題解決により、経営の向上と安定を図る						
事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務相談	継続	相談件数	3	4	133.3%	5
税務相談	継続	相談件数	30	47	156.7%	5
金融相談	継続	相談件数	15	19	126.7%	5
労務相談	継続	相談件数	6	12	200.0%	5
その他相談	継続	相談件数	15	20	133.3%	5

4. 地域活性化事業

柏原市商工会

III 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
中小・零細事業所が抱える課題は多岐にわたり、各事業所が直面している課題は様々で、地域活性化事業として販路拡大、販売促進、人材確保、人材育成といった課題に支援する事で事業者を基盤とする地域経済の活性化を図った。										
商工会が実施した事業は、①柏原ブランド化事業、②創業支援事業、③企業知的財産活用事業、④ジョブマッチングフェア、⑤南河内特產品販路開拓事業の5つである。										
①柏原ブランド化事業においては、柏原市内4地区の商店会の特売市、物価高騰の営業を受けた飲食店の販売促進支援として「笑ってまんぶく！グルメガイドWEB版」のリリース、新規創業者の販売促進支援として商工会前ショーケースでの事業所案内の展示、日本遺産「亀の瀬・龍田古道」推進協議会の認定商品への改善・開発支援を実施し、また、市内の高い技術を持つ建築・建設事業者の販路開拓と関係会社構築のためのツールとしてPR冊子の作成という新たな試みを実施した。										
②創業者支援事業においては、創業者の育成を支援するために通算4回のセミナーを実施した。経営・財務・販路開拓・人材育成の各セミナーを複数の専門家を講師に迎え、創業予定者に対し実践的な知識を提供することで、創業意識が向上に寄与した。昨年度から実施しているセミナー修了生を対象にしたステップアップ講座（プラッシュアップ研修とチャレンジショップ）を開催し、より実践的な機会を設けた。修了生の中には当会に個別相談で訪れる方や市の特定創業者の認定を得る方もおられ、創業の実現に向けた積極的な支援ができた。										
③企業知的財産活用事業は、製造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実施した。セミナー開催により知的財産権に関する基礎知識の習得、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が行えるよう支援した。また、個別に商標登録の出願を希望する事業者からの問合せがあり、専門家に繋ぐことができた。										
④人材確保の事業としてジョブマッチングフェアを実施。実際の説明会と面接会と合わせて、事業所の労働環境整備と求人募集のノウハウの提供にも取り組んだ。柏原市・ハローワークの協力のもと想定の面接件数を超える反響があった。										
⑤南河内特產品販路開拓事業は、南河内地区の6商工会と協力し、それぞれの地元特產品を南河内地区以外の場所での即売会を通して広くPRを行う。今年度は、前年度の改善として、土曜日にJR天王寺駅公園ロミオソラマルシェ区画において実施した。										
(1) 単独事業										
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	
	柏原ブランド化事業	127	130	102.4%	92.3%	売上高のアップに繋がった事業所の割合	50%	76.7%	153.4%	5
○	創業支援事業	23	24	104.3%	100%	創業意識が向上した割合	80%	100.0%	125.0%	5
○	企業知的財産活用事業	22	22	100.0%	95.5%	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
○	ジョブマッチングフェア	40	38	95.0%	94.7%	面接件数	40	79	197.5%	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	
○	南河内特產品販路開拓事業	42	37	88.1%	94.6%	販路拡大に繋がった事業所の割合	70%	100%	142.9%	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。

令和6年度（2024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	柏原ブランド化事業																	
想定する実施期間	H27 年度～ 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること																	
事業の目的 (現状や課題をどうな状態にしたいか)		<p>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。そこで商工会では柏原市の上記施策を推進するため、市と連携し、商業では柏原市の魅力となる市内特産品・商品を掘り起こし、市内外に向けて柏原の魅力発信を積極的に行っていきたいと考えている。当事業では、市内特産品・商品の開発と目まぐるしく変化する新時代の中で確かな情報・タイムリーな情報を提供できるようSNSでの魅力発信と、当会を活用することでリアルに魅力発信が出来るよう、両面で各事業所の売上げアップを図ると共に、その波及効果として地域資源を活かした特産品・商品開発に取組む事業所の増加及び地場産業・柏原ものづくり企業等の認知度・ブランド力を高め、市内商工業の活性化に繋げていきたいと考えている。</p> <p>また、工業では柏原市を支える産業の一つに建設・建築工事業があり、その多くは中小零細であるため技術的な魅力や活躍の場を提供する機会なく、事業所の魅力を市民に伝達する事ができなかった。当会の情報発信力を活用する事で各事業所の知名度・ブランド力を高め、柏原ブランドを補完するものに繋げたいと考えている。</p>																
支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>市内に店舗を構える小売業・飲食業等 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社 市内で建設・建築に携わる事業所</p>																	
事業の概要		<p><令和5年度の課題と取組み></p> <p>参加した事業所の傾向として自身の事業に対し保守的な傾向が見られ、ブランド化事業に対しても参画意欲は高いものではないので全ての参加事業所が明確な成果を感じることが出来なかつた。この点において、参加した事業者に分かりやすい施策を継続的に提供することで、事業者の参画意欲を高める必要を感じた。</p> <p><令和6年度 柏原ブランド化事業の実績></p> <p>上記の課題に対し、下記の通り実施した。</p> <p>[1] 特売市の開催</p> <p>魅力発信事業として柏原市内4地区の各商店街が各自の趣向を凝らした企画で開催した。中でも柏原市が設置した「ガンダムマンホール」と連携して催事を計画した商店街もあった。</p> <ul style="list-style-type: none"> 支援事業所数及び期間 合計 73店舗 <table> <tbody> <tr> <td>オガタ通り商店会</td> <td>20店舗</td> <td>12/5～12/9の5日間</td> </tr> <tr> <td>大正通り商店会</td> <td>18店舗</td> <td>12/7～12/20の14日間</td> </tr> <tr> <td>ジョイフル国分専門店会</td> <td>19店舗</td> <td>12/8・12/9の2日間</td> </tr> <tr> <td>国分西商店会</td> <td>16店舗</td> <td>12/7～12/20の14日間</td> </tr> </tbody> </table> <p>[2] 「笑ってまんぷく！グルメガイド デジタル版」のリリース</p> <p>柏原市内の飲食店を紹介する特設HPをリリースし、38店舗を掲載した。SNSの利用は、若年層から高齢者まで浸透しているので各事業所のSNSアカウントとリンクさせ、キャッシュレスなど多様な支払い方法も掲載した。</p> <p>[3] 商工会入口のショーケースでの新規創業者のPR展示</p> <p>近年、柏原に流入してきた方が、柏原で創業する方が見られる。そういった創業間もない事業者に魅力発見の場として商工会ショーケースの展示を斡旋する事で事業所PRを支援した。本年は巡回により5社の展示を実施した。</p> <p>[4] 市内建築・建設業者のPR</p> <p>柏原市内の建築・建設事業者において事業所・事業主がもつ魅力を発信し、仕事の受注に繋げるよう市内限定の情報誌への掲載を実施した。従来の屋号と連絡先を記した情報誌への掲載ではなく、事業主の魅力的な人柄に焦点を当てて、より深く魅力が届くものとなった。 支援事業所数12社</p> <p>[5] 日本遺産「龍田古道・亀の瀬」認定商品</p> <p>日本遺産「亀の瀬・龍田古道」日本遺産推進協議会が行う日本遺産推奨商品開発事業の認定を受ける為、商品開発等に関する支援を実施した。</p> <p>個別支援事業所数 2社</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> </table> 	オガタ通り商店会	20店舗	12/5～12/9の5日間	大正通り商店会	18店舗	12/7～12/20の14日間	ジョイフル国分専門店会	19店舗	12/8・12/9の2日間	国分西商店会	16店舗	12/7～12/20の14日間	①府施策連携		②広域連携	
オガタ通り商店会	20店舗	12/5～12/9の5日間																
大正通り商店会	18店舗	12/7～12/20の14日間																
ジョイフル国分専門店会	19店舗	12/8・12/9の2日間																
国分西商店会	16店舗	12/7～12/20の14日間																
①府施策連携																		
②広域連携																		
実施時期・具体的な内容及び事業手法																		

		(③市町村連携)	特売市の開催に関して、市が行う「ガンダムマンホール」設置事業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おこなった。						
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	127	総支援企業数(実績)	130	支援実績率	102.4%	満足率	92.3%
事業全体の実績／目標達成度	<令和6年度 柏原ブランド化事業の実績>								
	<p>[1] 特売市の開催 物価高騰に起因した消費者購買意欲の低下による地域経済への影響を鑑みて商店会ごとに年末にセールや柏原市が観光客誘致を目的に設置した「ガンダムマンホール」と連携したイベントを実施し、地域経済の活性化、商店・商品のPR、個店の売上げアップにつながった。 また、参加店舗数は73店舗。各商店会の実施期間中の来客者数は12,432人で、オガタ通り商店会1,590人、大正通り商店会5,348人、ジョイフル国分専門店会776人、国分西商店会4,718人であった。満足度に関しては73店舗中65店舗で「満足」「おおむね満足」の回答が得られ、昨年の満足率より約11%向上した。</p> <p>[2] 「笑ってまんぷく！グルメガイドデジタル版」のリリース 令和5年度に発行したグルメガイドに掲載した店舗を中心にグルメ情報のWEB版をリリースした。各店舗のタイムリーな情報は紙媒体のグルメガイドでは追いつかないもので、今回のWEB版では、その課題を補完する。掲載店舗の満足率は97.4%であった。</p> <p>[3] 商工会入口のショーケースでの新規創業者のPR展示 ショーケースを令和5年度に設置し、今年度は新規創業者にターゲットを絞って展示した。新規創業者に費用の掛からない販促機会と販促の効果測定のための経験を提供した。今年度も多くの事業所が生まれたが、その中から5つの事業所がPRを希望した。事業所が販促の目的を明確にすることで、事業者の満足率も高かった。この経験を活かし、継続して販促を行う機運が高まった。</p> <p>[4] 市内建築・建設業者のPR 今年度より建築業者向けのPRの機会を設けた。柏原市内の建築業者は個人事業主が多く、技術力はあるものの販路拡大ができておらず、案件の受注や下請けへの発注の機会に恵まれなかつた。今回の取組みでは、12社が参加し、今後も事業所の積極的なPRに取組む機運が高まった。</p> <p>[5] 日本遺産「龍田古道・亀の瀬」認定商品 日本遺産推進協議会から認定商品申請開始の連絡を受けて、かねてから商品開発に興味がある2社に対し開発の伴走支援を実施した。今後も商品開発を行う意識が高まった。</p>								
実施結果	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%	実績数値	76.7%	目標達成度	153.4%			
成果の代表事例	<p>ブランド化事業の中に複数の取組みを実施しており、事業者の中には複数のプロジェクトに積極的に参画する事業者もあり、売上高を増大させる意欲が高まっていると感じた。このような事業者の意欲に対して成果が出るように頻繁に取組みの進捗などの確認する伴走型支援を実施した。</p> <p>また、事業所のPRを取組む取組みでは、新規創業者、建築・建設業者において今まで自身の魅力発信を実施した経験がなかったが、ブランド化事業を通して初めて経験したこと、今後も事業所の販路開拓への意欲が高まった。</p>								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	2,000	目標値(実績)	12,432	目標達成度	621.6%		
実施結果	来客者数及び参加登録者数								
	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）	柏原ブランド化事業の取組み内容の中心は、事業所や事業主の魅力を発信することである。特売市や「笑ってまんぷく！グルメガイド」に参加する商店街や零細事業者自身が魅力（競争優位性）を把握できていないため、魅力が消費者に届いていない。 今後は、事業所をPRする過程から関与することで、事業主の満足率の向上を図りたい。							

【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。

令和6年度（2024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	R3 年度～ 年度まで ※複数年段階的実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)	創業を目指す者、また創業後間もない者を対象に、創業にあたって必要な心構えや知識の習得を目指したセミナーや個別相談を開催し、スムーズに創業をすすめていけるよう支援することを目的とする。当会は、柏原市の認定連携創業支援事業者として、市並びに金融機関と連携を図りながら創業支援に取組んでいる。創業者に対しては、地域支援機関と連携してフォローアップし、経営指導を継続し、起業家の育成を推進する。								
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（創業5年未満）に加え、新規事業を計画する中小企業経営者、学生等								
事業の概要	<p>◆創業セミナーの開催 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した。「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た。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步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んだ。</p> <p>日時：9月6日（金）13時～16時30分 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つくり（経営）</p> <p>日時：9月13日（金）13時～16時30分 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27日（金）13時～16時30分 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：10月4日（金）13時～16時30分 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） 【参加者20名】</p> <p>◆創業者ステップアップ講座の開催 セミナー内で策定した事業内容を基に、事業の明確化、具体的な創業プランを策定しプラッシュアップ研修を行った。また策定した事業計画を基にチャレンジショップを出店し、経営のための知識・経験・ノウハウを実践の場で学んだ。</p> <p>日時：10月11日（金）13時～16時30分 テーマ：チャレンジショップ出店計画の立案</p> <p>日時：11月5日（火）13時～15時00分 テーマ：チャレンジショップ実施後の検証 【参加者4名】</p>								
実施時期・具体的な内容及び事業手法	<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>大阪府実施のオール大阪起業家グローイングアップの推薦機関となり、協力して支援を行った。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>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。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td></td> </tr> </table>	①府施策連携	大阪府実施のオール大阪起業家グローイングアップの推薦機関となり、協力して支援を行った。	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	
①府施策連携	大阪府実施のオール大阪起業家グローイングアップの推薦機関となり、協力して支援を行った。								
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									

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)	23.0	総支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	104.3%	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）	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。							
	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%	目標達成度	125.0%			
	成果の代表事例	参加者の中からは柏原市の特定創業支援事業終了証を2件発行。商業セミナー後創業意欲が向上し、次のステップアップ講座へと進んだ参加者が4名。セミナー後の個別支援などを経て4名が創業と、当事業による創業意欲の高まりがみられた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

【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）	参加者同士の交流を交えながら創業に関する基礎知識を学び創業への意識を向上させた。創業者同士のネットワークだけでなく専門家、市役所担当課や金融機関ともつなげ今後の創業における基盤作りにも取り組んだ。							
	指標	創業意欲が向上した割合							
	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)	3.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	133.3%	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）	事業計画書の作成から商品の魅力づくり、SNSでの発信方法、販売チャネルの開拓など専門家と伴走しながら実践的に経験することで、今後の独立開業への道筋づくりに成果がみられた。							
	指標	販路開拓に繋がった事業所数							
	数値目標	3	実績数値	4	目標達成度	133.3%			
	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6年度（2024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	H27 年度～ 年度まで ※複数年段階的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社程度のものづくり企業を中心とした知的財産活用の可能性を有する企業が存在するが、その多くは知的財産についての知識が不足しており、活用法においても理解が浅い状態である。また企業運営に必要不可欠な税理士等の専門家とは異なり、知的財産の専門家である弁理士は、企業サイドから積極的に活用する機会が少なく、知的財産に関する相談をすることができる専門家が身近にいない。そこで企業が、知的財産について関心を持ち、知的財産を積極活用を行えるよう、大阪産業局MOBIO技術支援チーム、INPIT近畿統括本部と連携し、セミナーの開催をするとともに、知的財産支援機関との繋がりを作りながら、個別支援に発展させてゆくことを目的とする。また昨今は新たに創業する者も見受けられる。創業者の多くは知的財産の知識が不足しており市内ものづくり企業同様の支援が必要である。													
	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社および新たに起業する創業者													
		<p>【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</p> <p>日時：令和6年11月8日（金）14:00～15:00 講師：INPIT-KANSAI知的財産戦略エキスパート テーマ：屋号とSNSと知的財産の関係 参加者：13人（1事業所から2名の参加があった）</p> <p>【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 公開期間：令和6年12月2日(月)～令和7年1月31日(金) 参加者：8人</p> <p>【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…オリジナルキッチン用品のブランド名およびブランドマークの商標出願について</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>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</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>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</td> </tr> </table>							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		③市町村連携		④相談相乗
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															
③市町村連携															
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	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	95.5%						
	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)	新規創業者が多いこともあり、参加事業所の多くが知的財産について理解が浅く、知的財産という言葉を聞いたことがある程度での参加だったが、知的財産について初步的な部分から専門的な内容、他者の知的財産権を侵害すると起こり得るトラブルや防止方法など、知的財産の基礎について学ぶことができた。 自社にはあまり関係ないだろうと思っていた事業所も身边にトラブルの種が潜んでおり、自身の事業とも関係してくることで知的財産権の侵害等のトラブルの当事者になりかねないことが分かった。 当事者意識を持つことでトラブル防止に役立つこと、自身のアイデアの保護に繋がること、知的財産の大切さを学ぶことができ、参加事業所の知的財産についての意識、認識を改めることができた。													
	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%									

実施結果	成果の代表事例	知的財産について基礎知識を学ぶことができた。自社の標品や屋号、ロゴを守るために知的財産が重要であること、他者の知的財産権を侵害しないことの大切さを知ることができた。またINPIT近畿統括本部、大阪産業局MOBIO技術支援チームとつながりを持つことができた。				
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度

【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	95.0%			
	【セミナー】 知的財産の基礎から屋号やSNSと知的財産の関係まで事例を交えて学習し、知的財産についての理解が深まった。また、INPIT-KANSAIや大阪産業局MOBIO事業部といった関連機関とつながりを持つことで今後知的財産について相談しやすい環境づくりもできた。											
	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%						
実績／達成度②	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度						
	【個別支援】 2社の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のつながりを持つことにより、相談者の悩みに深く対応することができ高い満足度を得ることができた。											
	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社	実績数値	2社	目標達成度	100.0%						
実績／達成度③	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6年度（2024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	ジョブマッチングフェア																																																		
想定する実施期間	H23 年度～ 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること																																																		
事業の概要	<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>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は繋がっ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を目的とする。当事業はH23年より幹事商工会として広域連携にて実施してきたJOBマッチングフェアを基礎とした事業である。労働市場動向を勘案すれば、柏原市域の産業活性化に寄与すべく単独実施（市町村連携）とすることにより、今まで以上に細やかな企業ニーズへの対応が可能となる。また、企業側と求職者側が接する機会を増やすことで、マッチングの向上を狙う。</p> <p>支援する対象（業種・事業所数等）</p> <p>ハローワーク藤井寺管内雇用保険加入企業約4,600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。</p>																																																		
実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>令和6年度ジョブマッチングフェアの実績</p> <p>①合同企業説明会・就職面接会を実施</p> <table border="1"> <tr><td>令和6年 6月27日(木)</td><td>参加企業 4社</td><td>参加求職者 45名</td><td>アゼリア柏原6階</td></tr> <tr><td>令和6年 10月11日(金)</td><td>参加企業 4社</td><td>参加求職者 42名</td><td>アゼリア柏原6階</td></tr> <tr><td>令和6年 11月14日(木)</td><td>参加企業 3社</td><td>参加求職者 14名</td><td>アゼリア柏原6階</td></tr> <tr><td>令和6年 12月11日(水)</td><td>参加企業 4社</td><td>参加求職者 33名</td><td>アゼリア柏原6階</td></tr> <tr><td>令和7年 1月27日(月)</td><td>参加企業 4社</td><td>参加求職者 32名</td><td>アゼリア柏原6階</td></tr> <tr><td colspan="2">合計</td><td>参加企業 19社</td><td>参加求職者 166名</td><td></td></tr> </table> <p>②魅力的な求人を行うため、効果的な採用方法に関するセミナーを専門家を活用し開催した。 ・オンライン開催 20社</p> <p>③（求職者）就職支援セミナーを下記の通り実施した</p> <table border="1"> <tr><td>令和6年 6月27日(木)</td><td>参加者 26人</td><td>アゼリア柏原6階</td></tr> <tr><td>令和6年 7月31日(水)</td><td>参加者 20人</td><td>アゼリア柏原6階</td></tr> <tr><td>令和6年 8月28日(水)</td><td>参加者 19人</td><td>アゼリア柏原6階</td></tr> <tr><td>令和6年 9月25日(水)</td><td>参加者 15人</td><td>アゼリア柏原6階</td></tr> <tr><td>令和6年 11月14日(木)</td><td>参加者 25人</td><td>アゼリア柏原6階</td></tr> <tr><td colspan="2">合計</td><td>参加者 105人</td><td></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> <p>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、事業を実施した。</p> <p>②広域連携</p> <p>③市町村連携 柏原市の協力を得て事業を実施した。</p> <p>④相談相乗 各事業所へ雇用課題の聞き取りを行い、経営指導員による相談支援を実施することで、事業所に対する雇用課題改善に向けた支援を行えた。</p>							令和6年 6月27日(木)	参加企業 4社	参加求職者 45名	アゼリア柏原6階	令和6年 10月11日(金)	参加企業 4社	参加求職者 42名	アゼリア柏原6階	令和6年 11月14日(木)	参加企業 3社	参加求職者 14名	アゼリア柏原6階	令和6年 12月11日(水)	参加企業 4社	参加求職者 33名	アゼリア柏原6階	令和7年 1月27日(月)	参加企業 4社	参加求職者 32名	アゼリア柏原6階	合計		参加企業 19社	参加求職者 166名		令和6年 6月27日(木)	参加者 26人	アゼリア柏原6階	令和6年 7月31日(水)	参加者 20人	アゼリア柏原6階	令和6年 8月28日(水)	参加者 19人	アゼリア柏原6階	令和6年 9月25日(水)	参加者 15人	アゼリア柏原6階	令和6年 11月14日(木)	参加者 25人	アゼリア柏原6階	合計		参加者 105人	
令和6年 6月27日(木)	参加企業 4社	参加求職者 45名	アゼリア柏原6階																																																
令和6年 10月11日(金)	参加企業 4社	参加求職者 42名	アゼリア柏原6階																																																
令和6年 11月14日(木)	参加企業 3社	参加求職者 14名	アゼリア柏原6階																																																
令和6年 12月11日(水)	参加企業 4社	参加求職者 33名	アゼリア柏原6階																																																
令和7年 1月27日(月)	参加企業 4社	参加求職者 32名	アゼリア柏原6階																																																
合計		参加企業 19社	参加求職者 166名																																																
令和6年 6月27日(木)	参加者 26人	アゼリア柏原6階																																																	
令和6年 7月31日(水)	参加者 20人	アゼリア柏原6階																																																	
令和6年 8月28日(水)	参加者 19人	アゼリア柏原6階																																																	
令和6年 9月25日(水)	参加者 15人	アゼリア柏原6階																																																	
令和6年 11月14日(木)	参加者 25人	アゼリア柏原6階																																																	
合計		参加者 105人																																																	
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)	40.0	総支援企業数(実績)	38.0	支援実績率	95.0%																																												
	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>経営の礎となる優れた人材を求める19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、79件の面談があり、15名の新しい人材が採用されることとなった。求職者に対してより一層の魅力を発信するため、一回の開催規模を4社にし、1社の説明時間を多くとれるようにした。その結果、当日は面接を希望されなかった求職者が、後日求人企業に連絡をし面接を受ける等、求職者確保を促進することができた。また、求職者に企業説明を行う場をもつことが出来た参加求人企業からは一定の評価が得られた。求人セミナーに関しては、聞きたくてもなかなか参加できない企業があるため、YouTubeにより開催し時間に縛られずに受講できるようにした。</p> <p>(支援企業数について、面接会参加企業数は19社だが、1社重複の為18社と記載)</p>																																																	
	代表指標	面接件数																																																	
	数値目標	40	実績数値	79	目標達成度	197.5%																																													
	成果の代表事例	説明会と面接会をセットにすることにより、求職者に自社の魅力を把握してもらってから面接を行える有意義な採用活動となった。																																																	

その他目標値の実績	目標値 (計画)	120	目標値 (実績)	166	目標達成度	138.3%
	合同企業説明会・就職面接会の来場者数					
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)	1回4社にすることにより、説明会での時間を十分に確保でき、求人企業・求職者ともに満足度は高かった。課題としては、説明に慣れていない企業が求職者に対して説明不足になる場合がみうけられたので、上手く魅力を発信できるようにセミナー等を活用してフォローしていきたい。				

【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。

令和6年度（2024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	南河内特產品販路開拓事業								
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)	南河内では、地元特產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產品として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產品や南河内の地元特產品の知名度を高め、販路拡大を図るため、南河内の地元特產品を一堂に会した販売会等を様々な場所で開催すると共に、特產品ホームページを作成し店舗外での販売が難しい事業者又はネット販売を行っている事業者を中心に、ホームページを通じて特產品及び事業所のPRを行い、これまで南河内の地元特產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。また、大阪万博に向けて商品のPR方法も見直しを行い、インバウンド消費に繋げていきたい。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地元特產品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	<p>①特產品の販売会開催 開催日時：令和6年10月5日(土) 午前11時～午後4時まで 開催場所：JR天王寺駅 公園ロミオソラマルシェ区画 参加事業所数：26社</p> <p>特產品情報の発信 天王寺ミオでLINE・Instagram・ホームページ等でイベントの周知を行った。 表示回数 (LINE: 600 Instagram: 4312 ミオホームページ: 360) また当日のイベントチラシを作成し、天王寺ミオでの配布とミオ館内にあるデジタルサイネージでの周知を行った。</p> <p>②南河内特產品ホームページを作成 南河内特產品ホームページ作成し、特產品及び事業所のPRを支援した。 ホームページについては、各商工会のイベント・市の広報・地域メディア等を活用し、消費者にPRを行った ホームページ公開時期： 7月～3月 参加事業数： 11社</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>								
事業全体の実績／	①府施策連携	代表商品選考会の周知・案内。							
	②広域連携	南河内の多種多様な特產品を一堂に会しPRすることにより、幅広い消費者に興味を抱かせることができる。							
	③市町村連携	販売会会場にポスターを掲示、パンフレットを配置することで各自治体が取り組んでいる事業をPRすることができる。							
	④相談相乗	販路拡拓支援を実施し、効果を高められるように支援を行った。							
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	42.0	総支援企業数(実績)	37.0	支援実績率	88.1%	満足率	94.6%
	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)	今回初めて開催場所を天王寺MIOに変更し、イベントの周知人数と当日の来場者を大幅に伸ばすことが出来た。事業所についても百貨店での販売会ということで良い経験が積めたことと、外国の方の人通りも多かったことから、インバウンド旅行客に向けて商品をPRする良い機会になった。 また、特產品をいつもの客層と違う層に販売することにより、商品の良さの伝え方や消費者の商品に対する感じ方などを肌で感じることができ、商品のブランド力向上や今後の販売方法の参考に繋がっていくと期待される。							
	代表指標	販路拡大に繋がった事業所の割合							
	数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			

目標達成度	成果の代表事例	販売会で商品を購入されたお客様から、後日工場見学の申込があつたことや、ネットの注文があつた等、リピーターを増やすことが出来た。 また、なかなか百貨店等で販売をすることがなかつた事業者の方から、百貨店の販売方法について勉強になつたというお声をいただいた。				
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	3,000人	目標値 (実績)	6,908人	目標達成度 230.2%
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>販売会と特産品ホームページを通じて、実際に購入した消費者及び特産品をPRした消費者の人数について、3000人以上を達成出来た。</p> <p>今回初めて開催場所を天王寺MIOに変更し、以前の商店街と客層が違うことから、当日の商品の販売方法に商品を多く立体的に陳列したり、ポップを大きく作成し目玉商品を決め大きくアピールする等、百貨店向きの工夫が必要だった。今後は、天王寺MIOのイベント担当者の方と情報交換を行っていき、事務局としても販売方法がより良いものになるように事業所の方に情報提供していきたい。</p> <p>広報については、引き続き天王寺MIOに協力を依頼していく。</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。