

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		箕面商工会議所	
	代表者職・氏名		会頭 竹内 陽治	
	所在地		〒562-0003 箕面市西小路3-2-30	
	担当者	職・氏名		
		連絡先	T E L（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			昭和61年 4月1日	
②職員数 (うち経営指導員数)			7名（経営指導員6名） （令和7年3月31日現在）	
③所管地域			箕面市	
④管内事業所数			4, 159（令和3年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数			2, 585（令和3年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）			1, 198（28.8%：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）				
<p>(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。</p> <p>(2) 行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>(3) 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(6) 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(8) 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>(14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。</p> <p>(15) 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。</p> <p>(16) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>(17) 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>(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。</p>				

(1) 事業の目標

以下の3つを事業の目標とした。

①資金繰り、人出不足等、喫緊の経営課題に悩む事業者が、中小企業施策を把握・活用し、足下の経営が維持されること、②厳しい環境下においても「変革と挑戦」のマインドを持つ事業者（創業者）たちが増え、地域を活性化させるための土壌が、当所管地域に醸成されること、③事業者が、環境変化に対応した新たな事業展開によって、持続可能な収益基盤を構築すること。

目標の実現により、地域に根差した「必要とされる商工会議所」として企業からの評価・信頼を得ることで、経営指導員のモチベーションおよび支援力を向上させ、その結果、個社の経営力の向上に繋げる、といった正のサイクルを回す。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

「①」については、課題解決型の相談支援及び「人材ニーズ対応支援事業」を実施。「②」については、「アクションプラン（箕面まちゼミ、みのお街かどぶらり）」「シニア向け創業支援事業」「北摂地デカラフェスタ」を実施。「③」については、経営力再構築伴走支援モデルをベースにした課題設定型の相談支援及び「箕面の「新事業展開事例」発表会」を実施。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

1. 課題解決型の相談支援及び「人材ニーズ対応支援事業」によって、目下の課題解決につなげた
2. 「アクションプラン（箕面まちゼミ、箕面街かどぶらり）」「シニア向け創業支援事業」「北摂地デカラフェスタ」によって、地域を活性化させるための土壌を当所管地域に醸成した
3. 経営力再構築伴走支援モデルをベースにした課題設定型の相談支援及び「箕面の「新事業展開事例」発表会」によって、急激な環境変化に対応するために必要な「事業者の自己変革力」を強化した
以上が効果である。具体的な実績については地域活性化事業実績報告書の通り。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

当所管地域事業所においては、事業実施の効果もあり、客足がコロナ以前に戻りつつある。一方で、新時代（ポストコロナ、デジタル技術の急速な進化、等）における消費者の行動変化、加えて、賃上げ、人手不足、物価高騰など、経営環境は依然として厳しく不透明な状況にある。
よって、課題は、新時代に適応した持続可能な経営基盤の構築である。

(5) 次年度の取り組み

(4) で述べた課題を解消するための取り組みを実施する。そのために、支援フェーズを「喫緊の経営課題への対応支援」「経営戦略策定支援」「新事業展開等による経営発展支援」の3つに分け、小規模事業経営支援に取り組み、課題の解消を図る。事業目標は以下の通り。

- ①資金繰り、賃上げ、人手不足等、喫緊の経営課題に悩む事業者が、中小企業施策を把握・活用し、足下の経営が維持されること
- ②厳しい環境下においても「変革と挑戦」のマインドを持つ事業者（創業者）たちが増え、地域を活性化させるための土壌が、当所管地域に醸成されること
- ③事業者が、新時代に適応した新たな事業展開によって、持続可能な経営基盤を構築すること

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 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

今年度も経営相談専任の経営指導員が相談対応を実施した。相談者の課題感によって、支援スタイルを「課題解決型」「課題設定型」に分けて対応することが当所の特徴である。支援対象事業者数は213件。相談傾向としては、立ち上げた事業を軌道に乗せるためのマーケティングの相談が増えている。

代表事例：A社（製造小売業）

起業間もない製造小売業。効果的な営業手法等、経営全般の助言が欲しく来所。相談を通じてマーケティング理論を体系的に学んでもらい、その上で、A社の事業規模に合ったDXを提案。HP開設等営業力強化につながっており、次年度も継続支援をお願いされている。

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	209	213	101.9%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	2	2	100.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	7	7	100.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	27	25	92.6%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	0		-
資金繰り計画作成支援	事業所	34	36	105.9%	5
記帳支援	事業所	17	22	129.4%	5
労務支援	支援数	34	33	97.1%	5
人材育成計画作成支援	事業所	22	23	104.5%	5
マーケティング力向上支援	事業所	100	100	100.0%	5
販路開拓支援	支援数	44	43	97.7%	5
事業計画作成支援	支援数	23	23	100.0%	5
創業支援	事業所	60	61	101.7%	5
事業継続計画（BCP）等作成支援	事業所	8	7	87.5%	4
コスト削減計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	5
財務分析支援	事業所	25	27	108.0%	5
5S支援	事業所	0	0		-
IT化支援	事業所	20	20	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	1	2	200.0%	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	0	0		-
結果報告	事業所	209	213	101.9%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

消費者の行動変化や物価高騰によって、事業者の経営課題は多様さを増し、それに伴って、専門相談支援事業のニーズは増えている。今年度の相談内容としては、新事業展開における販路開拓相談が多くを占めた。経営指導員が課題を整理し、適切な専門家をコーディネートすることで、事業者の課題解決につなげた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務相談	継続	相談件数	6	7	116.7%	5
税務相談	継続	相談件数	10	8	80.0%	5
金融相談	継続	相談件数	10	18	180.0%	5
その他相談	継続	相談件数	60	57	95.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>4つの事業を継続、また、新事業として「人材ニーズ対応支援事業」を実施。以下の通り地域活性化につなげた。</p> <p>《商業活性化アクションプラン推進事業》 【箕面まちゼミ】・・・例年通り夏と冬に実施。受講者とコミュニケーションを図る事で、店主や従業員のファンづくりにつなげた。</p> <p>【箕面街かどぶらり】・・・店舗の魅力をPRすると共に、SNSや動画配信サービスという時代に沿った宣伝手法について学んでもらうことができた。</p> <p>《箕面の「新事業展開事例」発表会》 「急激な環境変化に対応した新たなサービスや商品の必要性」という共通の課題を参加者は持っている。そのような参加者に対して、「具体事例」「補助金」という切り口から新事業展開のヒントを得てもらい、課題解決のために必要な自己変革力を向上させることができた。</p> <p>《人材ニーズ対応支援事業》 人出不足という喫緊の課題に対応するための新事業。両セミナー共に高い満足度となり、事業者の関心度の高さが見てとれる。セミナー後も大阪産業局人材採用コンシェルジュ、外国人材活用センターと連携し、個社への継続的な伴走支援につなげた。</p> <p>《シニア向け創業支援事業》 当所管地域では起業の相談が増えており、そのニーズに応えることができた。本年度は、参加者一人ひとりが自身の課題や構想を持ち寄り、交流を通じて「事業としての現実性」と向き合う機会を得られた点が大きな成果であった。</p> <p>《北摂地デカラフェスタ》 支援企業の出展は過去最高の85社となり、イベントを通じて多くの企業が新たな経験を積む機会を得ることが出来た。 店舗・商品のPRや市場調査において高い成果を上げ、再来店の見込みや売上による利益を獲得できた企業も見られた。</p>										
(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	
	商業活性化アクションプラン推進事業	37	46	124.3%	89.1%	来店見込み客の向上につながったと思う事業所数	18	18	100.0%	5
○	箕面の「新事業展開事例」発表会	20	15	75.0%	100%	新事業へチャレンジしようと思った事業者数の割合	70%	100%	142.9%	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	
○	人材ニーズ対応支援事業	30	23	76.7%	100%	アンケートにおいて、「セミナーで得た知識を、人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答した企業の割合	80%	100%	125.0%	5
○	シニア向け創業支援事業	60	48	80.0%	100%	ビジネスモデル構築者数	21	23	109.5%	5
	北摂地デカラフェスタ	50	88	176.0%	84.1%	1店舗当たりの当日売上高（開催期間の合計）	¥100,000	¥68,903	68.9%	4

※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	
箕面商工会議所											
事業名		商業活性化アクションプラン推進事業									
想定する実施期間		H15 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）	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「箕面100円商店街」等を継続実施していたが、コロナウイルス感染症拡大防止の観点より、ラジオと動画で店舗をPRする「箕面街かどぶらり」と少人数での講座「箕面まちゼミ」を実施し、オンラインによる販路開拓と顧客との関係性強化を図っている。地域のお店が自店の魅力を知りその情報を顧客に届け、顧客にとって新たな価値の提供に繋げることで、顧客との信頼関係を構築し、なくてはならない唯一無二の存在になることで、環境変化に左右されない店舗になることを目的とする。									
	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）、および桜井地区の事業所（約70事業所）、栗生地区の事業所（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40事業所）その他商店街以外の小売・サービス業									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	第24回、第25回「みのおのまち商学校（まちゼミ）」 実施期間や周知方法に工夫を行った。個社支援をさらに強化すべく、参加店同士のミーティングや交流会を各回に実施。事業に対する意見交換も活発に行われ、各店舗における周知発信も積極的に行われるようになった。その結果参加事業所数および参加人数も増加に至った。受講者の8割が「この企画で初めてお店を知った」「お店は知っていたが来るのは初めて」の方で、満足度も99%と高くお店のファンづくりに繋がったと考えられる。 《実績》 第24回 令和6年7月20日（土）～8月31日（土） 参加事業所数：29事業所 講座数：51講座 67回 延べ参加人数：158名 第25回 令和7年1月6日（月）～2月20日（木） 参加事業所数：19事業所 講座数：36講座 47回 延べ参加人数：96名 「みのお街かどぶらり」 引き続き、原油・物価高騰、円安による調達コスト増によって小売・サービス業の経営環境は厳しさを増している。そのような環境下において、集客に繋がる新たな販路開拓は喫緊の課題であり、オンラインによる販路開拓を目指し本事業を実施した。店主ヘインタビューをおこなうリポート形式にて店舗や商品・サービスを紹介し、ラジオの生放送、SNS生配信とインターネットにて動画配信をおこなった。さらに、各店舗が運用するSNSに自店の紹介動画を発信してもらう取組みとしてショート動画の撮影、SNS活用講座の提供を実施し、店舗のPRにつなげられるよう動画配信サービスを用いた広告宣伝手法について学んでもらった。 《実績》 令和6年8月28日（水）4店舗、令和6年9月2日（月）1店舗 令和6年9月24日（火）7店舗、合計参加店舗数12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									
		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。市報への掲載や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、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22件。								
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	37.0	総支援企業数(実績)	46.0	支援実績率	124.3%	満足率	89.1%			

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>【それぞれの事業の実績について】</p> <p>みのおのまち商学校（まちゼミ）・・・</p> <p>参加店舗34件を個票化。事業所の課題は「新規顧客獲得」が多い。店舗を知ってもらい、受講者とコミュニケーションを図る事で、店主や従業員のファンづくりに繋げその後の顧客化を目指している。参加事業者同士の懇親会を継続し実施し、各々交流を図りながら情報交換をし大変盛り上がった。「まちゼミに参加する理由」には、受講者は「初めてお店を知った」「初めてお店に来た」という方がほとんどであるため、自店のPRに繋がっていると強く感じている事業所が多い。</p> <p>みのお街かどぶらり・・・</p> <p>参加店舗12件を個票化。物価高騰等の環境変化にも負けず頑張っている店舗をPRすべく、本事業を実施。事業実施の成果として、多くの参加店舗が「お店のPRに繋がった」と回答。急激に変化する消費者の価値に沿った店舗の魅力をPRにできたと考えられる。また、SNSや動画配信サービスという時代に沿った宣伝手法について学んでいただくことができた。</p> <p>【代表指標の目標達成度について】</p> <p>来店見込み客の増加につながったと思う事業所数</p> <p>まちゼミをきっかけに消費者は地域の新しいお店を知り、店舗は新しい潜在顧客と出会う。講座を通じてお店や店主のファンとなってもらい次回の再来店を促すことが事業本来の趣旨であるため、参加事業者が来店見込みの増加につながったと感じるかどうかを指標とし、指標目標度100%を達成した。また、受講者自身の満足度も非常に高かった。</p>					
		代表指標	来店見込み客の向上につながったと思う事業所数				
		数値目標	18事業所	実績数値	18事業所	目標達成度	100.0%
	成果の代表事例	<p>B社（教室業）</p> <p>心理ケアを目的とした絵画教室を運営。まちゼミの参加は3回目、前回の参加者の反応などを参考にチラシのキャッチコピー、リード文のブラッシュアップを実施。その結果、講座は満員、そのうちほとんどが教室の受講生となった。</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>「箕面まちゼミ」</p> <p>第24・25回目を迎え初開催より12年が経過。昨年度の反省を活かし、開催後のフィードバックができるような勉強会や交流会についても参加事業者が参加しやすい環境を整えていった結果、第24回では参加店舗数、受講者数共に前年度を大きく上回る結果となった。しかし第25回は前年度より減少。開催時期を前倒したことで参加事業者の都合が合わなかったこと、その結果として開催講座数が少なくなり、魅力あるまちゼミの発信ができなかったことが要因と考えられる。引き続き、参加事業者の声、参加対象者のニーズを拾いながら工夫を行い、各店舗の集客力及び魅力の向上につなげていきたい。</p> <p>「みのお街かどぶらり」</p> <p>前年度の反省を活かし、ラジオ番組の生放送から収録に切替え、対象地域を広げることにより参加を強く希望される店舗に支援ができるように工夫を行った結果、支援実績率100%を達成できた。さらに支援数を減らして各店舗の個別支援を充実させ、各店舗の販促ツールを増やし、効果的なSNS発信に関するセミナーの実施、その後の個社支援を実施した。満足度は91.7%にとどまったが、アンケートの実施のタイミングが早かったことが要因であると考えられる。次年度は、あらかじめ収録日等スケジュールを決めた上で周知することで、調整作業の簡略化を目指し、より深い支援が行えるよう工夫したい。</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)	25.0	支援企業数(実績)	34.0	支援実績率	136.0%	満足率	88.2%
	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）	まちゼミをきっかけに消費者は地域の新しいお店を知り、店舗は新しい潜在顧客と出会う。講座を通じてお店や店主のファンとなってもらい次回の再来店を促すことが事業本来の趣旨であるため、参加事業者が来店見込みの増加につながったと感じるかどうかを指標とし、指標目標度100%を達成した。また、受講者自身の満足度も非常に高かった。							
		指標	来店見込み客の増加につながったと思う事業所数						
	その他目標値の実績	数値目標	18事業所	実績数値	18事業所	目標達成度	100.0%		
		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)	12.0	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	100.0%	満足率	91.7%
	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）	箕面街かどぶらり 当事業を通じ自社の魅力の発見・再認識した事業者の割合を指標とし、目標を上回る結果に至った。しかし参加した成果として、「お店のPRができた」とする事業所は75%にとどまった。これはアンケートの回収を最優先としたため、回収のタイミングが早くまだPRの実感が得られていない段階だったことが要因であると推測する。回収後の個社支援を通じて参加事業者それぞれの発信力は向上しており、事業の目的としては果たすことができたと考えられる。							
		指標	アンケートにて「放送を通じ自社の魅力を客観的に再認識した」と回答した事業所の割合						
	その他目標値の実績	数値目標	80%	実績数値	92%	目標達成度	114.6%		
		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		
箕面商工会議所												
事業名		箕面の「新事業展開事例」発表会										
想定する実施期間		R4		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）	先行きが不透明な経営環境の中で、以下のような現状に悩む事業者が一定数存在する。 ＜①既存商品では売り上げの回復が難しく、新たなサービスや商品の必要性を感じるが、新事業展開・新商品・新サービス開発に関するノウハウが足りない、②アフターコロナの顧客購買行動や新時代のマーケティング手法がわからない、③共に苦境を乗り切るため、様々なことを相談しモチベーションを高めあえる事業者仲間がいない＞ この現状を打破し、中小企業が再び高い経営マインドを持ち、新事業にチャレンジし、事業再構築へのファーストステップを踏むことを本事業の目的とする。										
	支援する対象 （業種・事業所数等）	物価高騰等、環境変化の影響を受け、新たなサービスや商品の必要性を感じている箕面市内または府内の事業所（特に経営者、幹部従業員、若手後継者等）を対象とする。										
		＜箕面の新事業展開勉強会＞ 場所：箕面商工会議所 日時：令和6年12月5日（木） 15時～17時 実施内容：「新事業展開テイクオフ補助金」に採択され、一定の成果がでている箕面の事業者をゲストに招き、経験談を発表してもらった。参加事業者に経験を共有してもらうことでモチベーションとイメージを高めた。発表後は担当経営指導員のファシリテートのもと、グループごとに対話を中心としたワークを実施し、参加者同士の交流を深めた。										
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	＜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	大阪府経営支援グループ及び大阪産業局地域連携推進チームと連携。当日は産業局職員から府施策をご紹介いただいた。									
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)	15.0		支援実績率	75.0%		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）	「急激な環境変化に対応した新たなサービスや商品の必要性」という共通の課題を参加者は持っている。そのような参加者に対して、「具体事例」「補助金」という切り口から新事業展開のヒントを得てもらい、課題解決のために必要な自己変革力を向上させることができた。また、交流パートにおいては、「成果の代表事例」で後述する通り、参加者が互いに取引先になる等、地域経済の活性化に繋がった。個票化15件。										
		代表指標	新事業へチャレンジしようと思った事業者数の割合									
		数値目標	70%		実績数値	100.0%		目標達成度	142.9%			
	成果の代表事例	C社（サービス業） 新事業展開の可能性を模索していた折、担当指導員に薦められて本事業に参加。交流を通して親しくなったX社と事業後も交流を続け、その後、協働で互いの強みを活かした新事業を実施。										
	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）	参加者数が前回に比べて微減したため、広報周知を次回への課題としたい。										

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			
箕面商工会議所			
事業名		人材ニーズ対応支援事業	
想定する実施期間		R6 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）	<p>少子高齢化による生産年齢人口（15歳～64歳）は1995年をピークに減少しており、2050年には5,275万人（2021年から29.2%減）に減少すると見込まれている。生産年齢人口の減少により、労働力の不足、国内需要の減少による経済規模の縮小などの様々な社会的・経済的課題の深刻化が懸念されている。</p> <p>箕面市においては少子高齢化が特に顕著である。子育て世代は増加しているため年少人口増加傾向にあるものの、生産年齢人口は2010～2015年の間で約5000人も減少している。これは就職を機に箕面から他地域へ移動していることを意味し、市内へ就職する若者が減少していることを示唆している。一方で老年人口は前述した5年間で約5000人増加、全体の25%を占めている。管内事業者においても後継者不足のため廃業を余儀なくされるケースが急増している。</p> <p>そこで管内事業者・人事担当者などを対象に、子育て等によってフルタイムで働くことができない地域の優秀な人材や、外国人材等の雇用形態にとらわれない採用や、副業・兼業等の外部人材との協業など、多様な人材活用に関する制度理解の促進や、そういった人材を採用するための業務整理の工夫点や活用事例などを紹介するセミナーを開催する。</p>	
	支援する対象 （業種・事業所数等）	人材不足に悩む管内事業者・人事担当者など	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p>人材不足に悩む経営者・人事担当者などを対象に、外部人材、外国人材（特定技能、高度人材など）の採用・活用、兼業・副業の活用などの説明や採用方法、活用事例などを紹介するセミナーを開催した。</p> <p>①6月17日に『「応募が来ない…」を解決！採用戦略セミナー』を開催。参加者18名（15社） 労働市場の動向、若者の価値観について情報を提供し、若手採用だけではなく多様な人材採用を提案した。ハローワーク求人の事例を元に自社の魅力の言語化を実施。また、業務の棚卸によって人材採用の可能性が広がるといった提案を行った。</p> <p>②10月16日に『外国人材活用セミナー チカノバでしゃべりば！ー経営者&外国人従業員のホンネはどうなん？』を開催。参加者10名（8社） 箕面市国際交流協会と連携して開催。外国人起用している会社の経営者と外国人労働者をゲストスピーカーに迎え、日本における外国人材の現状と現場の対応、受け入れ準備についてセミナーを実施。</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	大阪府商工労働部総務課企画グループや大阪産業局などと連携を図り実施。セミナー中に大阪府施策説明時間を設け、チラシを配布するなどして、参加者を大阪産業局「中小企業のための人材採用コンシェルジュ事業」もしくは「外国人材マッチングプラットフォーム事業」につないだ。	
	②広域連携	セミナー1回目を実施した後、豊中の人材活用セミナー（「求人票ブラッシュアップ」や「面接対応力改善」）の案内、反対に豊中の「多様な働き方」実現セミナーから箕面のセミナー2回目の案内を実施。それぞれの商工会議所広報誌に各セミナーのチラシを封入し配布することにより広く周知を行った。	
	③市町村連携		
	④相談相乗	カルテ化8件、人材採用支援は大阪産業局へ、その他、資金調達支援やマーケティング作成支援を実施した。	

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	30.0	総支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	76.7%	満足率	100.0%
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）	支援企業数が目標30社に対して23社を個票化、満足度は100%であった。ここ最近では人材確保を課題に挙げる事業者も多く、ニーズが高いものと予想したものの、参加事業者数が計画を下回った。全体的には初年度の事業ということもあり、まだ当所で人材採用支援を行っているという認識が定着していないことが要因ではないかと推測する。さらに周知を強化することにより、支援企業数を増やしていくことはできると考える。 一方で、外国人材活用セミナーでは国際交流協会と連携を行い、実際に外国人を起用している企業の経営者と外国人従業員をパネリストとしてお話いただく機会を得た。この試みに対しては、外国人材の支援機関や他の会議所よりお問い合わせを頂いたり、実際遠方から見学に来られる方もおられた。ただ、見学者が増えると本来対象である参加事業者の学びの妨げになる可能性もあるため、今後は十分配慮していきたい。 両セミナー後、大阪産業局人材採用コンシェルジュ、外国人材活用センターと連携し、5社の個別支援を実施。年度内に採用を達成した企業は少なかったが、次年度の支援を希望されるなど長期的な伴走支援につなげることができたと考える。							
	代表指標	アンケートにおいて、「セミナーで得た知識を、人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答した企業の割合							
	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	D社（設備工事業） 新事業のスタートに伴って人材採用、育成が必要となったが、以前アルバイトの募集も採用につながるまで時間を要したため、対応策について情報を得るためセミナーを受講された。セミナーをきっかけに個別支援を実施。そこで採用戦略、求人広告についてのヒントを得て広告の内容の修正、HPやSNSなども強化された。事業の進捗に合わせながら引き続きの支援を希望されている。							
	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）	課題： ・ 集客について…広域連携の範囲を広げ、連携方法等の工夫を施す。 ・ 同業者の参加対策について…外国人紹介会社等のコンサル会社の参加が多く、対象事業者の学びの機会の妨げになるリスクがある。チラシに掲載する文言に工夫を施す。							

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
箕面商工会議所		
事業名		シニア向け起業塾
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
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	<p>令和5年3月に公表された日本政策金融公庫総合研究所の「中小企業の事業承継に関するインターネット調査（2023年）」によれば、中小企業経営者のうち後継者が決定している企業は10.5%にとどまり、57.4%の企業が廃業を予定している。この廃業予定企業の割合は2019年調査（4年前）の52.6%と比較して4.8ポイント上昇している。廃業を予定している事業者の7割超が70歳以上まで事業を続ける予定としているが、現在の経営者の平均年齢は62.33歳と依然高く、多くの企業の廃業が起これ、それによる失業者の増加が予想される。廃業予定企業の45.2%が「そもそも誰かに継いでもらいたいと思っていない」と考えているため、新たな雇用の受け口を創出することが必要である。</p> <p>一方でRESASによる人口推移グラフ（人口マップ-人口構成）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、経済成長の鈍化は避けられず、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55歳からの子育て終了・及び早期退職からのセカンドキャリアとしての起業を促進したい。また、これからシニアという世代に対しM&Aという手段があることを紹介し、これから増えるであろう黒字廃業に対して、中継ぎでの起業も紹介したい。その意味で当事業では現状の経営者が平均72.1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る。</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「おおむね55歳以上からの起業」に興味がある男女を対象とする。起業のタイミングが55歳以上であれば現在の年齢は不問とする。</p> <p>ジ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。 ③ 次世代の働き口に対して危機感を持っている方 ④ 退職後の生活資金に対して不安を感じている方 ⑤ 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 ⑥ セカンドライフの選択肢を模索している方

事業の概要

実施時期・具体的な内容及び事業手法

スタートアップ塾の実施

・アプローチ方法

コロナ禍において地域情報誌がなくなってしまったため、シニア層やプレシニア層に対しSNS広告を活用してアプローチした。

【人材育成型】起業無関心者・潜在創業希望者 掘り起しセミナー 全1日

先輩経営者の話を聞いたり、創業塾のプレセミナーを実施。

事業者の廃業が続き、就労口が減少する中で、「あなたが楽しいと思うことで儲けること」は、就労口を増加させる社会貢献であるという内容を訴えた。その後、バックアップ体制としてスタートアップ塾があることを告知した。

【人材交流型】スタートアップ塾 5回連続講座

グループワークを交えながら、ビジネスモデルの考え方について学んでいただき、起業に関する心理的ハードルを下げ、起業したい、できると考えられるように、現在の自身のリソースで行えるビジネスについて語るができるレベルまでアドバイス。すでに準備中、開業間もない方についても自身のビジネスの見える化を行い、そこから見える自身のビジネスの発展性についての気づきを与え、創業期から成長期にスムーズに移行できるように促した。

1日目 経験や才能により、参加者が他の人よりもたやすくできることをブレインストーミングで抽出し、強みとして設定。その強みを生かして、今存在するものより、より優れたものを生み出すことはできないかを検討。また多くの事業所について継ぎ手がない現状と小さなM&Aから始める経営についてもアナウンスすることによって、中継ぎ起業という選択肢を提示した。（経営）

2日目 1日目に検討した事業についてより正確なビジネスモデルとして固めた。誰に何をどのように提供するかを具体化し、より自らの事業について明確にイメージできるように進めた。（販路開拓）

3日目 いわゆるドンブリ経営に陥らないための最低限の資金調達・資金繰りについて座学を行った。毎日の帳簿の付け方など。前職が経理職でない場合は、この分野が苦手なことが多いので、経営時の実務がイメージできるように、モデルケースを用いてできるだけ平易に行った。（財務）

4日目 事業承継についての座学。事業承継を考える意義と、受け渡すために自らの事業を磨くべきポイントを教授。座学を踏まえ、自らの事業をどのように成長させていくかを年単位で考えてもらった。（人材育成）

5日目 ビジネスモデルの発表（1人あたり5分程度）・講評

創業に向けてのその後のフォロー体制等について説明。

小規模企業白書2017にも見られるように、起業家コミュニティへの参加は高成長型の企業の約6割が所属しているという結果もあり、今後の成長の要因となりうるため、今回の創業塾においても交流を促すきっかけとするため、毎回プチ交流会を設け起業家コミュニティへの加入を促した。起業家コミュニティの発生は、そのコミュニティへの情報提供が今後の相談事業への相乗効果も期待できる。

<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	経営支援課経営革新グループと連携して実施。
②広域連携	広域から参加者を募るために豊中商工会議所と連携して実施。
③市町村連携	特定創業支援事業として事業を実施するほか、市内参加者へ向けた広報のため箕面市と連携して実施。
④相談相乗	受講終了後、創業実現に向けて個別の経営課題解決についてフォローし、相談事業との相乗効果を図る。

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	60.0	総支援企業数(実績)	48.0	支援実績率	80.0%	満足率	100.0%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度	令和6年度も引き続き、箕面商工会議所の元経営指導員・元専務理事を講師に迎え、創業支援を実施した。ミクロ・マクロ両面からの実践的な指導により、参加者から高い評価を得た。 【人材育成型】起業機運醸成セミナー 全1日 9/28 3時間（令和6年度実績17名参加） 起業における重要ポイントと先輩起業家へのインタビューを実施。前年度の8月開催から9月開催への変更が、参加者数減少の要因と考えられる。9/28の参加者数が目標数に対して不足していた為2/3～5に追加で起業機運醸成セミナーを毎日90分行った。3日間で総勢8名方にご参加いただき、機運を高めることができた。よって、令和6年度の全体の実績としては25名となった。							
	（支援企業をどう変化させることができたか）	【人材交流型】起業塾 全5日 10/26、11/2、11/9、11/16、11/30 各回4時間（令和6年度実績23名参加） 当初の定員30名に対し23名の参加となったが、グループワークを中心としたプログラムでは適正規模であることが判明。参加者間の効果的なネットワーク形成も促進できたため、次年度は定員を25名とし、開催時期の見直しと併せて運営の最適化を図る。							
	代表指標	ビジネスモデル構築者数							
	数値目標	21者	実績数値	23者	目標達成度	109.5%			
成果の代表事例		E氏：当起業塾で得た学びをもとに、「バラ」をコンセプトとした自宅リラクゼーションサロンの開業に向けて準備を進めている。バラのエッセンシャルオイルを活用した“薔薇蒸し”（よもぎ蒸しのバラパージョン）をメインメニューとすることで、心と身体の両面から癒しを提供するサロンを目指している。							
		セミナー終了後は個別相談へとつなげ、E氏のニーズに寄り添いながら、事業計画書のブラッシュアップやサービス内容の具体化など、引き続き相談対応を行っている。当セミナーを通じて、E氏は自社の強みやターゲット層、マーケティング戦略について明確な方向性を持つことができ、実効性の高い事業計画書の作成につながっている。							
	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か）	本起業塾では、参加者一人ひとりが自身の課題や構想を持ち寄り、交流を通じて「事業としての現実性」と向き合う機会を得られた点が大きな成果であった。ただ、各参加者の状況や進捗にはばらつきがあり、画一的な支援では十分に対応しきれない場面も見受けられた。こうした差異は個々の背景や準備状況によるもので、ある程度はやむを得ない部分ではあるが、今後はより丁寧な個社支援に力を入れ、参加者一人ひとりの歩みに寄り添ったフォロー体制の強化を図っていききたい。							

【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)	30.0	支援企業数(実績)	25.0	支援実績率	83.3%	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）	創業してみたいという気持ちが高まったという声を多くいただき、今後の創業支援につなげていける確信が持てた。内数名は本起業塾や個別相談につながった。							
		指標	セカンドライフは起業してみたいという気持ちが高まった数。						
		数値目標	21	実績数値	25	目標達成度	119.0%		
	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)	30.0	支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	76.7%	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）	支援を通じて、漠然とした想いを「事業としてのカタチ」へと具体化させることができ、参加者の多くが次のアクションに踏み出す変化を見せた。また、担当指導員にとっても、支援企業に知識を提供するだけでなく、考えを引き出し、行動に導く伴走型支援の重要性を再認識した機会となった。							
		指標	ビジネスモデル構築者数						
		数値目標	21	実績数値	23	目標達成度	109.5%		
	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			
箕面商工会議所			
事業名		北摂地デカラフェスタ	
想定する実施期間		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する。 (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「地デカラブース」を設置し、北摂の魅力店舗や地域資源を知ってもらうきっかけとする。また、イベントへの出展に興味はあるが、出展費用の捻出が困難であったり、出展のノウハウがない事業所に“実験的出展”の機会を提供する。	
	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	北摂地デカラフェスタ出展説明会・交流会 日時：令和6年9月18日（水） 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 箕面商工会議所担当者による魅力的な店舗づくりについての勉強会	
		第14回北摂地デカラフェスタ 日時：令和6年10月25日（金）、26日（土）、27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2024秋 内特設ゾーン） 参加店舗数：88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	
		<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	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（5/29、9/4）を実施し、ルールの確認や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3件、能勢5件、島本6件、摂津13件、高槻6件、吹田14件、豊中9件、池田4件、茨木11件、箕面17件。
		③市町村連携	
		④相談相乗	

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	50.0	総支援企業数(実績)	88.0	支援実績率	176.0%	満足率	84.1%
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）	支援企業の出展は過去最高の88社となった。イベントを通じて多くの企業が新たな経験を積む機会を得ることができた。また、店舗・商品のPRや市場調査において高い成果を上げ、再来店の見込みや売上による利益を獲得できた企業も多く見られた。企業によっては、SNSを活用した事前告知によって新規フォローを増やし、来場者を確保するなどの工夫が見られた。しかし、売上総額は前年を下回った。理由としては、来場者数が増加したにも関わらず、1店舗あたりの最大来店数が減少したためだと考えられる。 課題として、日差しの影響や出展位置の問題、事前告知の遅れ等が指摘されている。これらを踏まえ、企業がより効果的に集客し、売上向上につなげるためには、SNS発信の強化、ブース配置の最適化、販促施策の工夫が求められる。							
		代表指標	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		実績数値	68,903		目標達成度	68.9%
	成果の代表事例	T社（カフェ） 通行人が多い中で、人目を惹くレイアウト、特にお店の作り方や陳列の仕方、背景の作り方等で第三者からの評価も高かった。数値目標の10万円もクリアしており喫茶出展の見本のような事例。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）	12,500		目標値（実績）	13,425		目標達成度	107.4%
全体の来場者数は前年と同水準だったにもかかわらず、各店舗への総来店客数は微増していることから、来場者の「イベント内での回遊率」が前年よりもわずかに上がった。一方で、個別店舗の最大来店数は減少しており、出展企業数の増加による客の分散の可能性も見えてきた。									
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か）	今回のイベントでは出展企業数が過去最多となったものの、売上総額は前年を下回り、集客面での課題が浮き彫りになった。特に、日差しの影響による商品劣化、事前告知の不足、出展数増加による類似商品を扱う企業の配置などの影響を受けている可能性もある。次回に向けては、SNSの活用強化やブース配置の最適化に加え、担当職員間の連携を深め、出展者支援を強化することで、より効果的なイベント運営を目指す。							