

令和4年度（2022年度） 事業実績報告書

I. 申請者の概要

申請者	団体名		羽曳野市商工会
	代表者職・氏名		会長 原 誠
	所在地		〒583-0854 大阪府羽曳野市軽里1丁目1番1号 羽曳野市立生活文化情報センター1階
	担当者	職・氏名	事務局長 藤田博仁
		連絡先	T E L（直通）： 072-958-2331
			F a x： 072-956-1950
		E - m a i l： h8233105@silver.ocn.ne.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）			①昭和39年5月1日 ②9名 （9名 令和5年3月31日現在） ③羽曳野市 ④3,638（平成28年事業所統計調査による） ⑤2,573（平成28年事業所統計調査による） ⑥1,613(44.34%)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）			
(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、及び提供すること。 (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斡旋を行うこと。 (6) 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運営すること。 (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) 輸出品の原産地証明を行うこと。 (10) 商工会としての意見を公表し、これを国会、行政庁に具申し、又は建議すること。 (11) 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。 (12) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 (13) 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。 (14) 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 (15) 国際親善の増進を図ること。 (16) 無料職業紹介事業を行う。 (17) 会員の為の外国人技能実習制度に基づく技能実習生の受入事業。 (18) 前各号に掲げるもののほか、本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

羽曳野市商工会

(1) 事業の目標
小規模事業者が抱える経営問題解決のため、相談・指導業務の強化と充実を図り、長引くコロナウイルス感染症の影響による相談については積極的に取り組み、指導員間での相談内容の共有化を図り、迅速・丁寧・親切な対応を行うことを目標に心がけ取り組みました。指導については、事業所が抱えている労務・金融・税務をはじめとする諸問題の把握と素早い解決に向けた適切な相談と指導を行い、中堅経営指導員の飛躍と成長を促して、先輩指導員からのアドバイスを参考に自ら経験を積み、小規模事業者のニーズに答えられるよう今年度も経営相談指導事業の件数増加に努めました。一方地域活性化事業では、コロナウイルス感染症予防のため事業規模については若干制限したものの、創業促進事業・労働啓発・BCP普及セミナーには積極的に取り組みました。また、百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録決定後の地域活性化施策を鑑み、羽曳野市との連携による地場産業製造商品のブランド化を目的とした事業、さらに市内商店街の活性化と小売業・サービス業の販路開拓事業を実施して小規模事業者に対して活力向上事業の充実を図るとともに、地域の活性化に導いていく事業を行っています。
(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点
経営指導員による巡回・窓口等の指導については、それぞれ指導員に経営相談支援事業の年間目標数値（件数・金額）を設定して自ら計画を立て、あらゆる業種の抱える課題と問題点、またニーズを把握するよう心がけ、迅速・丁寧・親切な指導に取り組みました。小規模事業者が抱える問題を解決するため、税務支援・労務支援・金融支援・経営支援・法務支援を行い、高度で複雑な問題については税理士・社会保険労務士・中小企業診断士・弁護士と連携を保ち諸問題の解決へと導きました。コロナウイルス感染症予防のため開催する事業には若干制限はあったものの、羽曳野ブランド認定事業・小売店舗の販路開拓支援事業では、小規模店舗を利用したお客様対象にレシートキャンペーンを実施し、小規模店舗の販路開拓につなげるよう事業を推し進めました。また、ウイズコロナ時代に浮き彫りになった働き方等の課題を解決するため労働啓発セミナーは、リアルタイム及び動画で開催し、改めて認識を深め今後の事業展開に大いに参考になるよう心掛けました。
(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況
経営指導員による巡回・窓口相談を迅速・丁寧・親切に行うことで、相談内容の解決につとめ、より一層当会に対する信頼度が増したと考えられます。長引く新型コロナウイルス感染症の影響による資金調達相談に答えるため、経営指導型と紹介型の金融支援に力を注ぎ、経営指導型金融支援については迅速な対応を心がけた相談指導を行い申込者全員に満額決定の結果を導きました。また、地域活性化事業として取り組んだ中小企業事業主と高校生との交流事業については、就職希望の高校生との交流を図ることにより、人材を確保できる場所を提供し、今後の業務の効率化と活性化を目指していきます。広域で実施したセミナー「女性従業員の活躍推進・離職防止の取り組み」や単独事業の「パワーハラスメント防止の為のアンガーマネジメント研修」ではコロナウイルス感染対策として動画視聴及びリアルタイムで開催しました。実践的な講演内容に、参加者からはこれに取り組むことで、働きやすい職場環境を整えることの重要性を理解してもらったことができました。
(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題
巡回・窓口相談においては、中堅経営指導員の知識だけでは解決できない相談もあり、先輩指導員の助言がまだまだ必要であると感じました。経営指導員という職業は、地域密着型で永年の経験と信頼、実績で培われた柔軟な対応技術と応用力が重要であると改めて認識させられました。一方地域活性化事業では、長引くコロナ禍での事業として開催時期・内容等にやや苦慮しましたが、目標数値を上回ることができました。今後もこのようなウイズコロナ時代の中での開催については、集客率の向上を考えると同時に、再度事業のPR方法や内容について精査する必要性があると感じ取れました。加えて、広域で実施した地域活性化事業でもコロナ禍で、昨年に続き動画視聴での開催という方法を取りましたが、視聴期間を2週間に設定し、スマートフォン等でQRコードを読み取りいつでも参加しやすい環境としました。今後もリアルタイム・動画視聴を併用して開催しこの方法が浸透するよう努力します。
(5) 次年度の取り組み
昨年度に引き続き補助金・給付金等の問い合わせが増加しつつある中で、経営指導員が一体となって情報の共有と知識を熟知していくよう努めるとともに、大阪府をはじめとする官公庁・関係支援機関と連携を密に図り小規模事業者の成長戦略の支援をしていきます。次年度についても、小規模事業者の売上減少・インボイス制度の開始に伴う実質的な税負担による金融相談、また従業員の休職・解雇に伴う労務相談には積極的に取り組みます。加えて、販路拡大を目的とした小規模店舗活性化事業とブランド化認定事業・大阪関西万博参入促進事業や労働啓発セミナー・BCP普及啓発にも継続的に取り組み、さらに、創業支援事業では広域連携として各市町村と日本政策金融公庫との連携強化を例年以上に図り、創業予定者や潜在的創業者に対して、創業時の心構えや経営知識・資金調達方法等を習得する育成支援を行い、小規模事業者の育成・発展により一層支援していく方針です。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 羽曳野市商工会

Ⅰ 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
小規模事業者が抱える経営問題解決のため、長引く新型コロナウイルスの影響による経営相談(金融支援・労務支援・補助金、給付金等申込み)については、指導員間において支援内容・相談内容の共有化を図りました。また、常時情報交換を行的確なアドバイスを忘れず、迅速・丁寧・親切的な指導を心がけ、事業所が抱える諸問題の把握とその解決に向けてきめ細やかな支援を行いました。さらに小規模事業者が求める結果を導くよう努力し、目標数値を達成した支援内容については利用者が事業を継続していく上で何を求めているのか、何を必要としているのかを感じ取るようにしています。一方目標数値を達成していない支援内容については、指導員間で随時協議を行い、自己研鑽を惜しまず今後、利用者に対してより一層の支援メニューが浸透し実施するよう努力致します。						
(事例)						
事例としては、令和4年1月に羽曳野市栄町にて美容業(ネイルサロン)を個人事業として開業、地域活性化事業「創業促進事業創業セミナー」(7月～8月)に参加、個別相談も行い経済産業省関係産業競争力強化法に基づく羽曳野市の認定を8月中頃に受ける、現在の事業場が手狭で顧客のパーソナルスペース確保が出来ない事、予約が重なるとスペースがない為に断断りする事もあり事業所移転を計画、当初予定地は諸問題で再検討となり、令和5年2月に優良物件が見つかり移転計画を再立案、ある程度自己資金も用意していたが、改装費や移転に関わる諸経費が必要となる。令和4年度の確定申告終了後、資金調達について検討し、運転資金については通常のマル経融資、設備資金についてはマル経融資設備特例を併用し計画通り資金調達が可能となり現在店舗移転を進めており、継続的に相談支援を行っていきます。						
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	300	329	109.7%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	5	0	0.0%	1	
金融支援（紹介型）	支援数	15	15	100.0%	5	
金融支援（経営指導型）	支援数	70	71	101.4%	5	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	5	1	20.0%	2	
資金繰り計画作成支援	事業所	15	12	80.0%	4	
記帳支援	事業所	40	112	280.0%	5	
労務支援	支援数	95	82	86.3%	4	
人材育成計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	1	
マーケティング力向上支援	事業所	3	6	200.0%	5	
販路開拓支援	支援数	5	6	120.0%	5	
事業計画作成支援	支援数	5	4	80.0%	4	
創業支援	事業所	10	1	10.0%	2	
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	5	0	0.0%	1	
コスト削減計画作成支援	事業所	20	14	70.0%	4	
財務分析支援	事業所	25	9	36.0%	3	
5S支援	事業所	10	3	30.0%	3	
IT化支援	事業所	5	3	60.0%	4	
債権保全計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	1	
事業承継支援	事業所	3	1	33.3%	3	
災害時対応支援	事業所	0	0			
フォローアップ支援	事業所	80	16	20.0%	2	
結果報告	事業所	300	329	109.7%	5	
Ⅱ 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
税務支援・労務支援・金融支援・経営支援・法務支援を継続し、専門家による充実した支援を行いました。税務支援については、税理士により日々の記帳の重要性の認識から決算・申告へと導き電子申告を推進し、令和5年10月から開始となるインボイス制度について重点的に周知しました。労務支援については、社会保険労務士による労働保険・社会保険のより深い指導の充実と企業が抱える助成金等の諸問題を解決して円滑な労務管理ができるよう支援を行い、金融支援では小規模事業者の資金調達について解決へ導きました。又、経営支援では中小企業診断士による日々経営上の問題点を解決する的確なアドバイスをし、法務支援では弁護士による事業継続・取引・相続等でのトラブルの事案解決の支援を行いました。						
事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務支援	継続	延べ相談件数	660	842	127.6%	5
労務支援	継続	延べ相談件数	12	20	166.7%	5
金融支援	継続	延べ相談件数	12	23	191.7%	5
経営支援	継続	延べ相談件数	12	12	100.0%	5
法務支援	継続	延べ相談件数	12	15	125.0%	5

4. 地域活性化事業

羽曳野市商工会

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

長引く新型コロナウイルスの影響により計画していた単独での地域活性化事業の中で2年間中止を余儀なくされた、「中小企業事業主と高校生との交流支援事業」について今年度は開催し、府内の雇用情勢が悪化している中で中小企業や自社の魅力を伝えることができ、地域雇用の安定を図る足がかりとなりました。小規模店舗の販路開拓を支援するレシートキャンペーンでは前年の事業を改善し参加店舗を増加させ販売促進に繋がりました。地元特産品を活用した商品を市認定のブランド商品とし、他市で販売促進活動を行い販路拡大及び新規顧客の開拓に繋げ、新たな事業展開の支援を行うことを目的として実施した羽曳野ブランド認定事業では、販売促進と店舗のPRになり新規顧客が増加したとの声を聞き、本事業に参加することにより商品構成の見直しと消費者の販売動向についても参考になったとの声も聞かれ目的達成となった反面、コロナ禍の事業であり実施時期の問題と、参加店舗の中には来店客が皆無でありPR不足ではとの声があり、来年度以降への問題点と改善点の洗い出しを行う。広域事業として開催した「広域セミナー(女性従業員の活躍推進・離職防止の取り組み)」及び「BCP普及・啓発セミナー」については、新型コロナウイルス感染症対策として、動画視聴(2週間)でのセミナーを開催しました。スマートフォン等でQRコードを読み取りいつでも参加しやすい環境としました。これまで以上に女性の視点や価値観を事業等に反映することが大切になり、女性が継続して活躍できる職場環境を整えることを検討するきっかけとなりました。また、BCP(事業継続計画)策定については、「事業継続力強化支援計画」が認定となり、有事の際の事業継続だけではなく、顧客との信頼関係が構築できるようなセミナー及び個別相談に取り組む。新たな事業として単独で開催した、「小規模事業者の経営計画作成支援事業」「パワーハラスメント防止の為のアンガーマネジメント研修」は府施策担当課と連携し開催することができました。本年度は以上の主要な地域活性化事業を通して、小規模事業者の人材育成・職場の活性化・販路開拓・新商品開発・店舗経営対策等コロナ禍で、出来る範囲での経営支援に寄与しました。今後は、広域・単独事業での労働セミナー、単独事業での羽曳野ブランド認定事業・小売業活性化施策には継続的に取り組み、大阪府と連携し万博関連事業参入に関するセミナー等を開催し、販路開拓に繋げていく。小規模事業者を経営課題の解決に導くことができるよう積極的かつ重点的に取り組んでいきます。

、

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	
○	小規模事業者の経営計画作成支援事業	15	10	66.7%	90.0	経営計画の作成に取り組んだ事業者数	3	1	33.3%	3
○	パワーハラスメント防止の為のアンガーマネジメント研修	20	18	90.0%	88.8	職場環境改善意欲が向上した企業の割合	70	77.7	111.0%	5
	小規模店舗の販路開拓支援事業	120	63	52.5%	38.1	売上が従来より増加した事業者の割合	40	42.9	107.3%	4
○	中小企業事業主と高校生の交流支援事業	12	9	75.0%	100.0	中小企業や自社の魅力を伝えることができた割合	70	77.8	111.1%	5
	羽曳野ブランド認定事業	37	35	94.6%	83.8	販路拡大とつながり回答した割合	70	89.5	127.9%	5
○	キャッシュレス決済普及推進事業	15	14	93.3%	100.0	キャッシュレス決済の導入を検討する割合	70	57.1	81.6%	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	
○	広域セミナー(女性従業員の活躍推進・離職防止の取り組み)	90	95	105.6%	91.7	アンケートで理解できた回答した割合	80	100	125.0%	5
○	BCP普及・啓発セミナー	30	31	103.3%	88.3	自開業版BCPこれだけはシートを作成した事業者	30	31	103.3%	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				
羽曳野市商工会									
事業名		小規模事業者の経営計画作成支援事業							
想定する実施期間		令和4 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）	新型コロナウイルス感染症の影響により、小規模事業者を取り巻く環境は大きく変化してきている。2021年版の小規模企業白書によると、日頃から自らの強み・課題分析を定期的の実施し、それらを経営分析にまで活用している事業者ほど、感染症流行による経営環境の変化へ対応できている割合が高いとのことである。 小規模事業者が感染症の影響を乗り越え、今後も事業を継続するには、自らの課題分析を実施し、経営分析をおこない、それに基づいた経営計画を作成していくことがますます重要となってくる。 小規模事業者が経営計画を作成し、経営計画に基づいた事業運営ができるように支援し、事業者が感染症の影響を乗り越え、持続的に発展して行くことを目指す。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	羽曳野市内の小規模事業者数、2,573事業者。（平成28年事業所統計調査による） うち、今回本事業で支援する事業者数は15事業者。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<経営計画・事業計画作成セミナーの開催> ・実施時期：令和4年11月18日（金）14時から16時 ・実施場所：LICはびきの ・講師：大阪府よろず支援拠点コーディネーター 志水功行 氏 経営計画・事業計画を作成する重要性、作成にあたっての基礎的知識、SWOT分析、補助金情報等についてのセミナーを実施した。セミナー時にSWOT分析に取組む個人ワークや意見交換等のグループワークも実施した。また大阪府の担当者より新事業展開テイクオフ伴走支援事業・新事業展開テイクオフ補助金の紹介も実施した。							
		<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	セミナーにおいて大阪府施策の新事業展開テイクオフ伴走支援事業の紹介を実施し、今後、同事業に応募を検討する事業者の相談対応を実施。						
		②広域連携							
③市町村連携									
④相談相乗	(d)今後、継続的にフォローを実施し、カルテ化につなげていく。								
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)	15.0	総支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	66.7%	満足率	90.0%
	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）	本事業の目標は、事業に参加した事業者が、経営計画を作成する重要性を認識し、経営計画を作成することであった。 セミナー受講後に事業計画作成に取り組んだ事業者数について、目標の3事業者に対し、実績は1事業者。 アンケートによると、セミナー受講事業者の約70%が経営計画を作成する重要性を認識できたと回答。また、セミナー受講事業者の約80%が事業計画作成の手順を学ぶことができたと回答。 本事業の実施により、事業の参加事業者には、事業計画作成の重要性を理解いただき、作成するための知識を学んでいただけた。							
		代表指標	経営計画の作成に取り組んだ事業者数						
		数値目標	3	実績数値	1	目標達成度	33.3%		
	成果の代表事例	本事業に参加した事業者のうち、1社が関連会社において、新たに新分野展開の事業計画を策定し、事業再構築補助金を申請。令和5年度より、新規事業に取り組む予定である。							
	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）	課題は、支援事業者数の目標15に対し、実績10で、支援実績率が、66.7%と低かったことと、事業計画作成に取り組んだ事業者の割合が33.3%とこちらも低い実績であったことである。 本事業の広報や事業後のフォローについて不十分であった。 フォローを今後も、実施し、事業の効果を高めていく。							

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									
商工会・商工会議所（選択してください）									
事業名		パワーハラスメント防止の為のアンガーマネージメント研修							
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）	職場のパワーハラスメントについては、令和2年度に厚生労働省が実施した「職場のパワーハラスメントに関する実態調査」によると、過去3年以内にパワーハラスメントを受けたことがあると回答した者は31.4%であり、対策は喫緊の課題となっている。このような状況の中、令和4年4月1日より中小事業主においてもパワーハラスメント防止措置が義務化されたこともあり、中小事業主においても積極的な対応が必要となる。本事業では、パワーハラスメントのリスクを理解してもらい、アンガーマネージメントを手法とし、「怒りの感情」が生じづらい職場環境作りを目指す。中小事業主自身の感情の癖を理解することで適切に指導ができ、パワーハラスメントと受け取られることを防ぐことを目的とする。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	羽曳野市内の中小・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	開催日時・場所 令和4年10月25日（火） 14時～16時 LICはびきの2階大会議室 講師 日本アンガーマネージメント協会ファシリテーター 藤並亜紀氏 内容 パワーハラスメントとは パワーハラスメント防止措置の義務化とは 怒りとパワーハラスメントとの関係 アンガーマネージメントとは アンガーマネージメント的組織作り <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	大阪府商工労働部 雇用推進室労働環境課 労働環境推進グループと連携し、セミナーを実施した。						
		②広域連携							
		③市町村連携							
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)	18.0	支援実績率	90.0%	満足率	88.8%
	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）	中小事業主においてもパワーハラスメント防止措置が義務化された中、アンガーマネージメントを手法としてパワーハラスメントのリスクを理解することができた。また、本研修に参加することで、パワーハラスメントやアンガーマネージメントに関する知識やノウハウを習得し、職場環境改善意欲が向上し、自社の活性化を促す効果があった。 セミナー終了後のアンケートからも支援実績率、満足度、数値目標達成度等は概ね高い評価が得られた。							
		代表指標	事業後のアンケートにおいて、職場環境改善意欲が向上した企業の割合						
		数値目標	70%	実績数値	77.7%	目標達成度	111.0%		
	成果の代表事例	社内でアンガーマネージメント的組織づくりを検討する為、本研修で学んだ「価値観の共有ワーク」を利用したいと考える事業者もいた。							
	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）	自分自身のコントロール方法等、更に具体的の方法等も知りたいとの要望もあった為、来年度はパワーハラスメント防止の為の思考のコントロールやコミュニケーションの具体的な方法等より掘り下げた内容でセミナーを検討したい。							

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		
羽曳野市商工会												
事業名		小規模店舗の販路開拓支援事業										
想定する実施期間		令和2		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）	当地域の小規模店舗は、人口減少、顧客の高齢化、消費の域外流出、コロナ禍等により、厳しい経営環境に置かれている。常連客が減少していく中、地域店を積極的に利用していない消費者をターゲットとした販路開拓は小規模店舗にとって課題である。また、常連客を増やす、常連客とのパイプを強くするといった顧客との結びつきを強めていくことも課題である。 本事業において、小規模店舗の販路開拓、顧客との結びつきの強化等を支援し、小規模店舗の販路開拓を成功させ、地域の消費者が頻繁に地域の小規模店舗に来店する状況をつくっていきたい。										
	支援する対象 （業種・事業所数等）	羽曳野市内の5地区（古市・白鳥・羽曳山・高鷲・恵我之荘）の商店街地域の小規模店舗 約200店舗（飲食・小売・サービス業等） うち120店舗を本事業の支援対象とする。										
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	くはびきの 地域商店街でお買いものキャンペーンの実施＞ 羽曳野市内の5地区の商店街地域の小規模店舗を対象とし、対象店舗で羽曳野市発行のプレミアム付き商品券を利用し、お買い上げ合計3,000円以上のレシートを応募用紙に貼付し、応募すると抽選で50名様にQUOカードが当たるレシートキャンペーンを実施した。 ・参加店舗数：63店 ・実施期間：令和4年10月1日～令和4年12月31日 ・賞品応募延べ人数：537人 羽曳野市が発行するプレミアム付き商品券事業にあわせて本キャンペーンも実施し、地域の小規模店舗でのプレミアム付き商品券を利用促進も目指した。事業の広報は市の広報や商品券販売窓口の市内郵便局や公共施設、キャンペーン参加店舗等で実施した。										
		＜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	(c) 羽曳野市が発行するプレミアム付き商品券事業と連携して本事業を実施し、事業の広報を、羽曳野市と連携して実施した。											
④相談相乗	(d) 今後も各店舗のフォローを行い、個別の経営相談事業の実施につなげていく。（カルテ化3件）											
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)	120.0		総支援企業数(実績)	63.0		支援実績率	52.5%		満足率	38.1%
	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）	今回の事業の目的は、本事業に参加した事業者が、店舗への来店客が増加し、売上が増加することを目指すものであった。今回実施したキャンペーン期間中の売上が従来より増加した事業者の割合について、目標は40%、実績は42.9%と当初設定した目標を達成できた。事業後のアンケートや聞き取りでは、「新規のお客様がキャンペーン後も来店して下さっている」、「キャンペーンの抽選を楽しみにしているお客様がいた」、「お客様がキャンペーン応募のために再来店された」といった、顧客増加や顧客とのコミュニケーション強化につながったとみられる事例があり、店舗と顧客との結びつきを強くするという、目標も一定程度、達成できたと言える。										
		代表指標	キャンペーン期間中の売上が従来より増加した事業者の割合									
		数値目標	40%		実績数値	42.9%		目標達成度	107.3%			
	成果の代表事例	本事業に参加した雑貨販売店では、キャンペーン実施中であることをお客様に伝え、お客様の購入金額アップにつながったとのこと。また飲食店では、プレミアム付き商品券を自店で使っていただけの要因となったとの声もあり、プレミアム付き商品券事業と連携した取組も成果があったと言える。										
	その他目標値の実績				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）	課題は、支援事業者数の目標120に対し、実績63で、支援実績率が、52.5%と低かったことと、満足率が38.1%と低かったことである。次年度は、支援企業数の設定方法と広報の強化を検討する。また、満足率が低い点について、本事業での成果が得られていないと感じている事業者もあり、今後は事業者への事業実施前、実施中、事後のフォローをしっかりとこなっていく。アンケートや事業後の聞き取りでは、事業の広報活動や賞品選定についても改善が必要との指摘があった。参加事業者の意見を取り入れながら、改善していく。										

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				
羽曳野市商工会									
事業名		中小企業事業主と高校生との交流支援事業							
想定する実施期間		令和2 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）	労働力人口の減少が予想される中、大阪の産業を支える地域の中小企業の事業主と、就職という進路を考えている高校生との交流を図ることにより、中小企業には必要な人材の確保ができる場を提供し、今後の業務の効率化と活性化を目指す。現在、就職を目指す高校生に対して中小企業に関する情報を伝える手段が少ない為、高校生に中小企業・地元企業の魅力が伝わらず、必要な人材を確保できないという相談を多く受ける。本事業では府内の高校と地元の中小企業との交流の場を確保することにより、中小企業の魅力の発信及び理解促進の充実を図る。今回の新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、府内の雇用情勢が悪化している中で就職希望者の地元企業志向が高まっており、また採用に積極的な中小企業を支援することで地域雇用の安定を図る。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	新規学卒の採用を毎年行い、同時に従業員教育に熱心な中小企業事業主。 また、若者労働者の就業意識の確認を行うと同時に交流により職場の活性化を目的として意見交換会に積極的に参加を希望する中小企業事業主 51社（羽曳野市内の事業所で令和4年3月新規学校卒業予定者を対象とする学卒求人申込みを行った事業所数）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	令和5年1月18日には大阪緑涼高等学校の就職を希望する高校2年生と、また令和5年1月27日には大阪府立成城高等学校の高校2年生と、主に羽曳野市に会社がある中小企業事業主が直接高校に出向き、交流支援事業を実施した。 交流支援事業内容としては、①企業の自己紹介 ②企業の事業内容や経営方針、経営理念 ③若年者に求める能力や資質、社会人としての心構え、中小企業の魅力等について ④高校生からの質問による懇談 という形で行った。 ・参加企業数：大阪緑涼高等学校4社、大阪府立成城高等学校6社（重複1社） ・実施日時：令和5年1月18日 11：50～12：40 （大阪緑涼高等学校） 令和5年1月27日 13：20～15：10 （大阪府立成城高等学校） ・参加学生数：大阪緑涼高等学校28名、大阪府立成城高等学校36名の計64名							
	<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	大阪府商工労働部雇用推進室人材育成課産業人材育成グループと連携し、交流支援事業のPR及び事業の実施を行った。							
	②広域連携								
	③市町村連携								
④相談相乗	今後も参加各企業に対するフォローを行い、就職面接会や交流支援事業の案内、また人材採用等個別の労務相談事業の実施に繋げていく。								
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)	12.0	総支援企業数(実績)	9.0	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）	今回の事業の目的は、本事業に参加した中小企業事業主が地域中小企業の人材確保の充実を図ることと、中小企業事業主が高校生との交流することにより自社の夢や魅力・経営理念・従業員教育等を改めて再発見する機会を目指すものであった。事業実施後のアンケートでは、高校生と交流することで中小企業の魅力や自社の魅力を伝える事ができたと回答した企業の割合が、目標は70%、実績は77%と当初設定した目標を達成できた。 またアンケートでは本事業に参加しての満足度として、全ての企業が「非常に満足」「満足」と回答しており、またアンケートの中で「次回は是非参加したい」や「高校生が真剣に話を聞いてくれて笑顔を見て良かった」「今回の事業を通じて他企業と繋がりを持つ機会を得ることが出来た」という意見もあったので、中小企業事業主が高校生と直に交流できる機会を望んでいるのが分かり、説明できる時間が短かったという意見も踏まえて次回以降より良い形で実施できるように改善していきたい。							
	代表指標	事業実施後アンケートを行い、高校生と交流することで中小企業や自社の魅力を伝えることができたと回答した企業の割合							
	数値目標	70%		実績数値	77.8%		目標達成度	111.1%	
	成果の代表事例	本事業に参加した自動車部品を製造する企業では、一日のイベントで30名以上の高校生に対して企業概要や事業内容・中小企業の魅力を対面説明できたことは非常に稀な事であり、高校生の話を聴く姿勢も非常に優秀で働くことへの意欲の高さを感じ取ることが出来たという意見もあり、高校生と直接接することでしか分からない事が経験できたことは本事業の取組成果である。また学校側の了解を得た上で企業から就職を希望する高校生に対してアンケートを取り、今後の事業活動の参考にする企業もあった。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）	80人		目標値（実績）	64人		目標達成度	80.0%
	本事業において中小企業事業主と交流する学生数								
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）	今回2校の協力のもと交流事業を実施することが出来たが、次年度以降は3校程度の学校に出向き、中小企業の魅力を伝えていきたいと考える。また今回の事業実施後のアンケートでは、時間が短かったという意見が多く見受けられたので、実施方法や時間配分等を見直して次回以降もう少し中小企業事業主がアピールできる時間を確保していく。							

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

羽曳野市商工会

事業名		羽曳野ブランド認定事業							
想定する実施期間		平成31 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)	羽曳野市内の小規模事業所において、自社の強みを活かし開発した商品はあるが、市場ニーズの把握が不十分で販売ルートを確立できていなかったり、自社の情報発信力が不十分で、事業展開が思うように進んでいない商品(製品)が多々ある。 このような商品を羽曳野ブランド認定委員会を通し、認定された商品(製品)を大々的にPRすることにより、販路の拡大や新規顧客の開拓に繋げ、今後の新たな事業展開に繋げられる支援を行う。また、ブランド化した特産商品のHP作成し、商品(製品)のみならず事業所の情報発信もすることにより、事業所の認知度上昇も図れ、事業の活性化だけでなく地域振興や発展に貢献することができる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の小売、サービス、製造、農林業等を含めた全事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	会報やHP、チラシの配布等で羽曳野ブランド認定商品登録希望企業の募集を行いました。 (第1回 令和4年6月～8月中旬 ・ 第2回 令和4年12月下旬～令和5年1月中旬) 羽曳野ブランド認定審査会を実施し、認定商品を選定しました。 第1回 令和4年8月26日(金) LICはびきの二階 中会議室 第2回 令和5年1月31日(金) LICはびきの二階 中会議室 認定企業には、羽曳野ブランド認定証と、羽曳野ブランド認定シール及びデータの授与を行いました。 商品PRが可能なイベントの紹介と、下記の時期に開催される市内市外での展示販売会に参加して頂き、積極的なPR活動を行いました。 (令和4年7月・9月・10月・11月に開催された展示即売会への出店・令和4年4月～令和5年3月道の駅しらとりの郷 商工物産館 タケル館への出店。) <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 羽曳野市役所職員、市内農業組合、市内大学の職員の方々に、認定委員会の委員になって頂けた事により、市町村と連携することにより、認定商品のふるさと納税返戻品への参入促進にもなり、事業効果を高めることが出来た。 ④相談相乗 商品登録に関する相談案件がありました。							
	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)	35.0	支援実績率	94.6%	満足率	83.8%
	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)	代表指標	ブランド化により販路拡大となったと回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	89.5%	目標達成度	127.9%		
事業全体の実績／目標達成度	成果の代表事例	認定企業より、羽曳野ブランドに認定された商品の、注文数、購入数が増加しているとの報告を受けました。 コロナ禍中は通信販売をメインに行っていたが、イベント事業が再開され参加することにより、認定商品を直接消費者にPRする機会が増加した事が売上増に繋がっていると思われる。 今後も参加できるイベントや、登録商品を大々的にPRできる機会を模索し、販路の拡大を目指していくとの事でした。							
	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)	本年度は、4企業から申込まれ、3商品を羽曳野ブランドに認定する事ができた。 今年度は新型コロナウイルス感染症の対策が充実したことにより、市内外で開催される展示即売会等のイベントが再開され、企業と商品PRをする機会は増加したが、コロナ禍前ほどではないので、今後も、羽曳野ブランド認定商品や企業の認知度の上昇を目指し、大々的にPR活動を行います。							

【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)	3.0	支援企業数(実績)	3.0	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）	羽曳野ブランド認定事業は4年目を迎え、本年度は、3企業3商品を、新規登録することができました。 今後作成されるブランド認定商品チラシと、HPへの掲載を行い、商品のPR活動を順次、実施していきます。 イベント等の情報は入手しだい、認定企業に情報を提供していきます。							
		指標	自社製品のブランド化により販路拡大となったと回答した割合						
	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）		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)	18.0	支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	88.9%	満足率	77.8%
	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）	羽曳野ブランドに認定された商品を販売できるスペースを、道の駅タケル館内に用意し、販売しています。 普段はレジ前の一番目立つところで販売しているが年に4回(1ヶ月間)入口の季節限定ブースにてPR活動兼販売を実施しました。							
		指標	認定商品をPRできたと回答した事業所の割合						
	数値目標	70%	実績数値	78%	目標達成度	111.1%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
販売場所がレジ前や特別ブースなど一番目立つ所を活用しているため、売上は年々上昇している。									
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	16.0	支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	100.0%	満足率	87.5%
	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）	羽曳野ブランド認定商品及び、企業の認知度を上昇させる為、参加が可能なイベントを検索し、参加、PR活動を行いました。 参加出来たイベントは、羽曳野市内で行われたピンクリボンまつり(7月)にて4企業、天神橋筋商店街わごん市(9月)にて6企業、河内長野市のノバティながの秋まつり(10月)にて1企業、大阪狭山市で開催された産業まつり(11月)にて5企業となります。 賞味期限や、申請書等の都合上、販売出来ない商品もありましたが、ポップや資料にて店舗紹介、チラシの配布などのPR活動は行いました。 久々のイベントという事もあり来場者、購入者も多く、持参した商品はほぼ売れました。							
		指標	新規顧客へのPRや販路が拡大したと回答した割合						
	数値目標	70%	実績数値	88%	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			
今年度はコロナウイルス感染症対策を万全にした上で、イベントや展示会が再開されたので紹介、出店して頂いたが、イベント数や参加企業はコロナ禍前に比べ少なかった。 久々のイベントという事もあり、消費者は多く、売上は増加した。									

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																																																																									
羽曳野市商工会																																																																																			
事業名				キャッシュレス決済普及推進事業																																																																															
想定する実施期間				平成31 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)			キャッシュレス決済を導入することにより、接触リスクの減少、消費者の利便性向上に加え、清算データの蓄積が行われ、今後の経営に活用できる様々なデータの収集ができる事が期待される。																																																																															
	支援する対象 (業種・事業所数等)			市内の商店街を中心とした飲食店・小売店舗等の小規模事業者。 既に導入済みの事業者に対しては、相談会などの事後支援などを行う。																																																																															
	実施時期・具体的な内容及び事業手法			キャッシュレス化を推進する為に現状の最新動向と、概要や仕組みを勉強する事が出来るWebセミナーを開催。 ○実施日程 閲覧可能期間：令和4年11月21日から令和4年12月5日を延長し、令和5年1月15日まで 開催時間：45分 参加事業所数合計：14社 ○内容 ●キャッシュレス決済の現状と特徴 ●キャッシュレス決済の種類 ●キャッシュレス決済導入のメリット・デメリット ●ビジネスプロフィールを活用した情報発信 ●スモールDXの推進、紹介 ●インボイス制度の対応について ○講師 オールウェイズコンピュータサービス株式会社 代表取締役 佐竹扶美 キャッシュレス決済の最新動向や、インボイス制度、スモールDX（デジタルトランスフォーメーション）の考え方に關してのWebセミナーを開催し、キャッシュレス決済システムが消費者にもたらし利便性や、事業者にもたらし業務の効率化と生産性の向上、自動生成されるデータの活用方法について講義が行われた。 <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> <table><tr><td>①府施策連携</td><td colspan="15">商店会連合会の連絡網や、各商店会会長の繋がり、商工会会報にて佐竹氏のWebセミナーと、後日の個別相談をを通じ、地域におけるキャッシュレス決済比率を上げ、地域経済の活性化へ繋がります。</td></tr><tr><td>②広域連携</td><td colspan="15"></td></tr><tr><td>③市町村連携</td><td colspan="15"></td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td colspan="15">セミナーと個別相談を組み合わせ、導入企業の発掘を行い事業の相乗効果を図ります。</td></tr></table>																①府施策連携	商店会連合会の連絡網や、各商店会会長の繋がり、商工会会報にて佐竹氏のWebセミナーと、後日の個別相談をを通じ、地域におけるキャッシュレス決済比率を上げ、地域経済の活性化へ繋がります。															②広域連携																③市町村連携																④相談相乗	セミナーと個別相談を組み合わせ、導入企業の発掘を行い事業の相乗効果を図ります。														
	①府施策連携	商店会連合会の連絡網や、各商店会会長の繋がり、商工会会報にて佐竹氏のWebセミナーと、後日の個別相談をを通じ、地域におけるキャッシュレス決済比率を上げ、地域経済の活性化へ繋がります。																																																																																	
	②広域連携																																																																																		
	③市町村連携																																																																																		
	④相談相乗	セミナーと個別相談を組み合わせ、導入企業の発掘を行い事業の相乗効果を図ります。																																																																																	
	計画に対する実績（数値）			総支援企業数(計画)		15.0		総支援企業数(実績)		14.0		支援実績率		93.3%		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)			新型コロナウイルス感染症対策として今年度のセミナーは初のWebセミナーで開催し、14社より返答をいただいた。 昨今のキャッシュレス決済の最新動向、2023年から実施されるインボイス制度、スモールDXの考え方に關して講義して頂き、参加企業にはおおむね理解して頂けた。 昨今では手数料の徴収はあるものの、カード決済より利率は低く、副産物として利用者の自動収集や、利便性の向上、インバウンド対策につながる事を理解して頂けた。 <table><tr><td>代表指標</td><td colspan="15">事業後のアンケートにおいてキャッシュレス決済の導入することを検討する割合</td></tr><tr><td>数値目標</td><td colspan="2">70%</td><td colspan="2">実績数値</td><td colspan="2">57%</td><td colspan="2">目標達成度</td><td colspan="8">81.6%</td></tr></table>																代表指標	事業後のアンケートにおいてキャッシュレス決済の導入することを検討する割合															数値目標	70%		実績数値		57%		目標達成度		81.6%																																						
	代表指標	事業後のアンケートにおいてキャッシュレス決済の導入することを検討する割合																																																																																	
数値目標	70%		実績数値		57%		目標達成度		81.6%																																																																										
成果の代表事例			キャッシュレス決済システムの未導入企業より、キャッシュレス決済システム導入事業者の紹介、加入手続きの指導依頼を受けた。 また、加入済み事業にキャッシュレスシステムの使用具合を確認したところ大幅な売上増は確認できないが来客数は増加したように感じているとの事でした。																																																																																
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			周知方法として商工会ホームページやチラシ、会報への掲載等で行っていたが、周知不足のせいか、キャッシュレス決済Webセミナーへの参加者が少なかった。 (動画閲覧数48回アンケート回収済み企業数14社) キャッシュレス決済システムの導入を検討されていた企業にとっては選択肢の多さがネックとなっていたそうで、今後参考にするとの返答を頂けた。 新型コロナウイルス感染症対策もかねてWebにてセミナーを開催したが、パソコン関係の操作ができないので見れないとの意見も頂いたので次回は調整を行います。 大阪万博の開催が近い中、キャッシュレス化はインバウンド対策に最適なツールの一つとなりうるので、普及と使用可能店舗の開拓に取り組み、今後もキャッシュレス化の導入促進を行います。																																																																																

