

# 平成28年度 事業計画書

## 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 大井 晃
		連 絡 先	電話番号（直通）： 072-972-0881
Fax： 072-973-1201			
		E-mail： <a href="mailto:kisci@silver.ocn.ne.jp">kisci@silver.ocn.ne.jp</a>	
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）		7名（7名）	
③所管地域		柏原市	
④管内事業所数		2,391（平成24年事業所統計調査）	
⑤管内小規模事業者数		1,715（平成24年事業所統計調査）	
⑥会員数（組織率）		1,227（51.31%）	
※②、④、⑤、⑥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）			
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。			
<ul 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、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> </ul>			

**(1) 所管地域の産業経済の現状と課題**

本市では、地場産業として、染色加工業、ぶどう栽培、ぶどう狩、ワイン製造などが主要産業となっている。染色に関しては、機械染め（プリント染）に押され伝統的な、注染法（手染め）の生産量も減少している。商業については、大和川に挟まれ商圏が柏原地区、国分地区に二分化されている。商店街においては、大型店の出店、空き店舗の増加、事業主の高齢化に伴う後継者問題等により、事業所数の減少傾向にあり、既存の商店街の活性化を図ることが一番の課題となっている。これらの現状を踏まえて、新たな産業の創出による地域内経済の活性化であり、既存する地域資源を活用した地域ブランドの構築をすることにより、一層地域密着型の商工会支援が必要と考える。

**(2) 所管地域の活性化の方向性**

商業面については、行政、地元大学、連合商店会、各種機関との連携を図り地域観光資源を積極的に利用した活性化事業を図る。また既存商店街を中心市街地と位地づけ地域の個店の良さを継続PRし、地域での購買力を促進していくため、各種支援など取り組みを行う。製造業に至っては、おおさか地域創造ファンドなど活用推進することにより、付加価値のついた製品開発を支援し、各種展示商談会の積極的参加を促すことにより優れた技術を広く周知することより産業振興により一層の発展となる様にする。

**(3) 主たる支援の対象として想定する小規模事業者等のイメージ及び対象事業者数**

地域密着した家内工業的な小規模事業者が大半を占め、景気の動向に大きく影響されている。現在も、景気の低迷が続く、製造業については、受注は回復気味ではあるが、前向きな経営姿勢が取れない状況が未だにある。商業にいたっては、商店街の空洞化により、客離れ等活気がなくなっている。このような中で事業展開に前向きな事業所を把握し、地域に合った支援強化を図ることにより、ものづくり支援、地域の観光を組み入れた商業の活性化を事業の柱と考え推進すべく小規模事業者数として、約1,000余りの事業所と想定する。

**(4) 事業の目標**

商業活性化事業として定着しているトラック市（臨時道の駅）の実施に当たり、商店街からの出店の固定化が見られるため、新たにニーズにあった参加商店の多様化を今まで以上図らなければいけないと考えている。また市内事業者に対して今後も、逸品運動に参加を促すことにより、より一層多くの市民に対してPRをすることができ、商業活性化の取り組み方についても各業種毎に組み組みを行う。またJOB・マッチング・フェアにおいては、柏原市内のみならず、羽曳野市・藤井寺市・松原市とも連携を行う事により、今以上に優れた人材を求める多くの企業と就職を望む多数の求職者の参加を促す。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することで効果を上げる事が出来る。

**(5) 事業の実施により期待される効果及び実施しなかった場合の影響（実施する事業の総体的な効果等を記載すること）**

小規模事業者の振興・活性化については、長期的な支援が必要であり、本年度も「トラック市」臨時道の駅を継続し、また柏原市ブランドをつくり南河内合同での南河内特産品販路開拓支援イベントを2か所で行う。JOB・マッチング・フェアを中心とした活性化事業に取り組みを行うことで、小規模事業者が抱える課題を把握に努め、今後の具体的取り組みに繋げていき、商工会はもとより、府、市、その他各種機関とも連携を図ることにより、ワンストップサービスの拠点としての役割を果たすことにより、信頼のおける商工会として、地域貢献を行う。本事業を実施しなかった場合、小規模事業者の経営改善に取り組み販路拡大を図ることにより相乗効果が得られる。

I 経営相談支援事業					
支援メニューの件数					
事業所カルテ・サービス提案	250	事業所	支援機関等へのつなぎ	6	支援
金融支援（紹介型）	10	支援	金融支援（経営指導型）	50	支援
マル経融資等の返済条件緩和支援	4	事業所	資金繰り計画作成支援	15	事業所
記帳支援	30	事業所	労務支援	60	支援
人材育成計画作成支援	9	事業所	マーケティング力向上支援	10	事業所
販路開拓支援	45	支援	事業計画作成支援	4	事業分野
創業支援	1	事業所	事業継続計画(BCP)作成支援	1	事業所
コスト削減計画作成支援	30	事業所	財務分析支援	5	事業所
5S支援	30	事業所	IT化支援	0	事業所
債権保全計画作成支援	0	事業所	結果報告	250	事業所
件数設定の根拠及びその実現に向けた取り組み					
前年度支援企業数	245				
<p>事業所カルテ・サービス提案の件数設定については、継続的な支援が必要となる金融支援・記帳支援・労務支援・販路開拓支援などの支援実績をもとに検討し、それらをベースに250件と言う計画を立てた。</p>					
事業所支援の実施方法（専門家や各種支援機関、支援制度の活用など）					
<p>小規模事業者の相談として、金融支援・税務支援・労務支援・経営支援などが挙げられる。金融についてはマル経融資など公庫との連携を引き続き進める。記帳税務支援については、経営指導員による個別指導を行いながら知識向上に努める。労務支援については、労災、雇用、社会保険等、経営指導員の個別指導を行う。経営支援についても、他の支援と同じであるが、いずれの支援についても、専門家や各種支援機関と連携活用する。</p>					
II 専門相談支援事業					
事業名	新規/継続	指標	目標数値	事業概要	
税務支援	継続	相談件数	27	複雑な税務的な課題について税理士による税務相談を行う。	
金融支援	継続	相談件数	12	金融の専門家を配置・課題について相談を行う。	
経営支援	継続	相談件数	8	複雑な経営面での課題について専門家による経営相談を行う。	
労務支援	継続	相談件数	6	複雑な労働面での相談について社労士による労働相談を行う。	
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>事業所が抱える様々な法的・税務的・経営的等問題の中でも、高度かつ専門的な課題に対応するために、専門家を活用し、定期的な相談だけでなく経営者の要望に随時対応できるような体制作りをし、専門家の具体的アドバイスにより、事業所が抱える問題を解決し経営の改善と経営基盤の強化に役立てることができる。全体として、専門的分野の支援から事業所が抱える高度な課題の解決が出来、企業の経営基盤強化する事により、安定した経営が図れる。</p>					

## 4-1. 地域活性化事業一覧

柏原市商工会

府施策 連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業			3,828,750
	柏原市ブランド化事業	柏原市の魅力づくりを発信し積極的に推進地域産業の活性化策として柏原もののPR、柏原ブランド商品活性化企画検討実施。市と連携市内商店、特産品、商品の魅力掘起し積極的に行い商工振興をバックアップする。	2,261,250
○	企業知的資産活用事業	市内には小規模事業者の多くが知的財産について知識が不足、また知的財産の専門家である弁理士等は身近にいない現状である。今回大阪府のものづくり支援課と連携セミナーを開催。	603,000
○	地域人材確保支援事業	地域中小企業の人材確保は、ノウハウ不足により魅力発信を充分に出来ない一方、求職者においては不透明な地域中小企業の情報に不安を抱え就職に踏み出せない現状である。大阪府・柏原市と連携を行いこの両者の架け橋となり、地域人材確保の支援を行う。	663,000
	マイナンバー必数知識支援事業	これから始まるマイナンバー制度の取扱いに関する知識・認識・適正な制度運用を可能とする為にセミナーを開催。	301,500
(2) 広域事業			6,147,792
○	JOB・マッチング・フェア	求人企業と求職者に対する支援事業	1,871,500
	南河内特産品販路開拓事業	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。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販路拡大に繋げる。	1,052,688
	大阪勸業展	大阪商工会議所幹事の事業計画参照	50,250
	産業フェア in まつばら	松原商工会議所幹事の事業計画参照	96,000
○	商工展示即売会事業(産業フェア)	大阪狭山市商工会幹事の事業計画参照	100,000
	事業継続計画(BCP)策定セミナー	羽曳野市商工会幹事の事業計画参照	190,950
○	広域セミナー(女性従業員の活躍を推進する取組み)	羽曳野市商工会幹事の事業計画参照	343,710
○	おおさか地域創造ファンド	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	20,000
	情報セキュリティ対策セミナー	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	301,500
○	創業講座	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	380,000
	観光・地域町づくりい人材育成支援事業	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	135,679
	女性リーダー養成事業	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	105,532
	農商工連携(地産地消推進)事業	富田林商工会幹事の事業計画参照	157,553
	ビジネスチャンス発掘フェア	八尾商工会議所幹事の事業計画参照	470,525
○	知的財産権活用セミナー	八尾商工会議所幹事の事業計画参照	20,100
○	海外ビジネス支援セミナー	八尾商工会議所幹事の事業計画参照	40,200
○	BCP策定支援事業	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	133,665
	大阪企業コスト削減	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	275,026
	観光客をターゲットとした営業戦略立案セミナー	羽曳野市商工会幹事の事業計画参照	150,750
○	求人確保事業	八尾商工会議所幹事の事業計画参照	252,164

うち府施策連携事業

4,427,339

事業名		柏原市ブランド化事業	新規/継続	継続
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左欄に○を また、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>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。</p> <p>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、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市の魅力発信を積極的に行っていききたいと考えている。</p> <p>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繋げていききたいと考えている。</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</p>		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>他店と差別化するためには、各事業所の魅力づくりが必須であり、そのことを認識している事業所は非常に多い。しかし、各事業所だけの取り組みでは、効果的な魅力づくりと魅力発信が行われておらず、また魅力づくりに対する意識はあっても実際に取り組めていない事業所が多いのが現実である。</p> <p>そこで当事業においてそのような事業所をサポートしていききたいと考えている。</p>		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内 容・実績 数値	<p>平成27年度において、魅力開発事業として柏原市のブランド認定を受けるため、10事業所をサポート。そのうち5社については、ブランド申請を実施し、現在審査を受けているところである。</p> <p>魅力発信事業としては、臨時道の駅（とくとく市）を3回開催し、43社の魅力ある特産品・商品の発信を行った。また、飲食店や菓子製造業者などの内、店舗外での販売が行えない事業所を中心に期間限定サービス（街バル）を開催し、37店舗の参加があった。</p>		
	反省点	<p>魅力ある特産品を開発するためのきっかけとしてブランド認定事業を実施したが、ブランド認定を受けるための商品開発がその目的となり、消費者目線での商品開発が疎かになることが判明。そこで、ブランド認定を考慮に入れつつも各事業所の本来の強みと開発能力を活かした魅力づくりが行えるように支援していききたい。</p>		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ う にする のかを 明確に)	人材育成 型	<p>①魅力開発事業 各事業所の魅力ある特産品・商品を発掘、ブラッシュアップし、柏原市の顔となる特産品となるように支援を行う。</p>		
	○ 人材交流 型	<p>②魅力発信事業 ブランド認定した特産品・商品やその他魅力開発に取り組む事業所の魅力ある商品や特産品を積極的にPRするため、ネット配信のほか、大阪府と奈良県を繋ぐ主要幹線である国道25号線に面した柏原市役所駐車場において臨時道の駅（とくとくトラック市）を開催するほか、臨時道の駅への出店が難しい事業所（飲食店等）については街バルを開催する。</p>		
	○ 販路開拓 型	<p>・臨時道の駅：年3回程度、市役所駐車場にて開催を予定。 ・街バル：年1回、柏原市内全域で開催を予定。</p>		
	ハズ 抄型	<p>上記事業では、来場者に対し積極的にアンケート調査を実施し、柏原市や特産品の魅力と感ずるポイントを分析し、今後の特産品・商品開発に活用できるよう各事業所にフィードバックする予定。</p>		
	独自提案 型	<p>上記事業では、来場者に対し積極的にアンケート調査を実施し、柏原市や特産品の魅力と感ずるポイントを分析し、今後の特産品・商品開発に活用できるよう各事業所にフィードバックする予定。</p>		
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<p><input type="checkbox"/> (a) 府施策連携 <input type="checkbox"/> (b) 広域連携 <input checked="" type="checkbox"/> (c) 市町村連携 <input type="checkbox"/> (d) 相談事業相乗効果</p> <p>柏原市では27年度より「にぎわい都市創造部」を創設し、地域の魅力づくりと商業活性化を目指す計画があり、当事業は柏原市の商業振興施策をバックアップするとともに市当局と連携し実施していく予定である。また、当事業では、魅力づくりの過程でマーケティング支援や販路支援が必要であり、相談事業を通じてより効果を高めていく予定である。</p>			

事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 5 社	5事業者の魅力掘り起こしに取り組みたい。 企業の募集については、市広報や商工会報、HPを活用し、募集したい。				
	支援対象企業の変化	魅力の掘り起こしと掘り起こした魅力をブラッシュアップすることで、支援企業の取扱い商品・特産品を魅力化することに繋がる。					
	支援対象企業数	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	3社以上	
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 40 社	ブランド認定された商品、魅力づくりで開発した商品等について「臨時道の駅（トクトクトラック市）」を通じて魅力発信を行う。昨年度は3回開催し、参加事業者数は43社あった。本年度についても昨年度と同様に商店街の事業所を中心に、市広報や会報、HP等を活用し、広く募集を行う予定。				
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 40 社	ブランド認定された商品、魅力づくりで開発した商品等について「街バル」を通じて魅力発信を行う。昨年度は期間限定サービスという形で実施し、参加事業者数は37社（最終で辞退した事業所が3社あり）であった。本年度については、本来の街バル方式に戻し、飲食業を中心に、他業種が参加できる内容を検討し実施したいと考えている。募集については市広報や会報、HP等を活用し、広く募集を行う予定。				
支援対象企業の変化	魅力づくりに取り組む事業所の魅力発信を行うことにより、支援対象企業の集客力、売上高アップに繋げていきたい。また参加企業においては、魅力発信の機会を積極的に活用し、自らが主体的に魅力開発、魅力発信を行っていただけるよう企業の意識改革を図っていきたい。						
	指標	売上高のアップにつながった事業所割合		数値目標	50%以上		
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
	⇒	100,500 円 ×	5	×	1.00 =	502,500 円	
		50,250 円 ×	40	×	1.00 =	2,010,000 円	
		50,250 円 ×	40	×	1.00 =	2,010,000 円	
		(小計) 4,522,500 円					
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)					0 円	
	計					4,522,500 円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)				
	4,522,500 円 ×	0.50 =	2,261,250 円	(	0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)			
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		南河内特産品販路開拓事業		新規/継続	継続
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左欄に○を また、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と、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、販路拡大を図るため、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			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	市町村により地元特産品数に多少があり、また種類にも偏りがあるため、6つの市町村の多種多様な特産品を集めることにより、消費者に魅力的な販売会等を開催することが可能となる。また、6つの商工会が連携することにより地元特産品を相互にPRする機会を設けることが可能となる。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	河内6商工会のべ30事業所が大阪市内の天神橋筋四番街商店街において8月21日、22日及び12月18日、19日、20日の5日間にわたり地元の特産品販売会を開催。約3000人の来場があった。 また、販売会に参加できない事業所の特産品を中心にチラシやHPを作成しPRを実施した(24社)。			
	反省点	河内エリアの魅力が多少なりとも販売会に来られた方に伝わったと感じたが、広く認知されるまでには時間が必要であると感じた。今後はより多くの方に認知してもらい、購入してもらうため開催時期や場所を検討し、より効果を高めていきたい。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	①特産品情報の発信 インターネットや紙媒体での情報発信を強化することにより南河内の特産品の認知度、知名度を高め、ブランド力の向上、特産品購入の動機付けを高めていく。			
	人材交流型	情報の内容については、事業者の声をインタビュー形式で直接聴き取り、消費者に届ける形を取ることで消費者が親しみを感じやすい内容にする予定。			
	販路開拓型	②特産品の販売会 南河内、南河内地域以外(大阪市内等)で南河内の特産品を対面販売することにより、消費者に直接PRすることができ、知名度向上を図ることが出来ることと、参加各店の売上アップに繋げることができる。			
	ハズカ型	実施回数： 年6回程度 会場： 大阪市内での開催を予定(天神橋筋商店街、OCAT等で開催を予定)			
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 南河内の多種多様な特産品を一堂に会し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。また、市町村連携については各市により対応は異なるが、昨年大阪市内で実施した物産即売会では、柏原市等で市の職員も販売会に参加し、地元特産品を積極的にPR。本年についても参加を予定。相談事業相乗効果としては、特産品の効果的なPRを行うための支援販路開拓などの相談に繋がることが期待される。				
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	特産品を取り扱う事業者のうち、店舗外での販売が難しい事業者を中心に、ネットや紙媒体で特産品及び事業所のPRを支援する。			
	24 社	支援企業の募集については、各商工会の会報、HP、市の広報などを通じて募集する。			
支援対象企業の変化	広域でPRすることにより、より多くの消費者に対しPRすることができ、参加企業および特産品の認知度を高めることができ、販路開拓につながる効果が期待される。				
	指標	広域からの問い合わせが増えた事業所の割合		数値目標	50%以上

事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 30 社	大阪市内等で、消費者に直接PR、販売する事業者を支援する。支援対象企業の募集については、商工会報、HP、市広報などを通じて募集する。各商工会5社程度。					
	支援対象企業の変化	本事業に参加する事業所が大阪市内での商談会を通じ、特産品に対する客層・商品価値又は地域の魅力を肌で感じることが出来、このことが販路開拓や新商品の開発に繋がる効果が期待される。						
	指標	売上高のアップに繋がった事業所割合			数値目標 50%以上			
その他目標値	目標値の内容→	販売会で実際に購入した消費者及び商談した消費者を1日当たり500人以上を目指したい。						
	3000 人							
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		⇒ 50,250 円 ×	24 ×	0.50 =	603,000 円			
		50,250 円 ×	30 ×	1.30 =	1,959,750 円			
		50,250 円 ×	3,000 ×	0.01 =	1,507,500 円			
			(小計)		4,070,250 円			
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)				0 円			
			計		4,070,250 円			
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)							
	算出額	①市町村等補助		0 円		交付市町村等		
		②受益者負担		円		負担金の積算		
○		(a)府施策連携	○	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
4,070,250 円 ×		0.75 =	3,052,688 円		( 0 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「リカ」で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
	○	柏原市商工会	1,052,688 円					
		河内長野市商工会	400,000 円					
		藤井寺市商工会	400,000 円					
		富田林商工会	400,000 円					
		大阪狭山市商工会	400,000 円					
		羽曳野市商工会	400,000 円					
【備考】								

※別添で補足する内容があれば添付してください。



事業名		企業知的財産活用事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		27 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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のものづくり企業が存在するが、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な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も少なく、密に知的財産に関する相談ができる専門家が、身近にいない現状である。そこで企業が、知的財産について関心を持ち、知的財産を積極的活用を行えるよう、大阪府ものづくり支援課と連携し、セミナーの開催をするとともに、大阪府ものづくり支援課等の知的財産支援機関との繋がりを作り、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			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業の中には、知的財産に興味があるものの、どのように活用すればいいかわからない、身近に相談できる機会がない等の知的財産を経営に十分活かしていない企業が存在する。それら企業の隠れた知的財産を掘り起こし、企業の強みに成長させる。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	大阪府ものづくり支援課と連携し、知的財産活用セミナーを2回開催。80%以上の企業が知的財産に関する理解が深まり、活用促進について意欲が高まった。また、大阪府ものづくり支援課に帯同してもらい、企業訪問による知的財産個別支援を実施。知的財産の理解、支援機関との繋がりができた。			
	反省点	企業訪問による個別支援が1社であった。市内には、優れた技術を持ちながらうまく知財を活用していないまたは意識していない企業が存在すると思われる。大阪府ものづくり支援課に帯同をしていただき、個別企業訪問による知的財産活用啓発、周知の強化を行う。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	知的財産セミナーの開催			
	人材交流型	大阪府ものづくり支援課と連携し、ものづくり企業対象の知的財産活用セミナーを開催。			
	販路開拓型	内容：知的財産に興味を持てるよう、企業活動に身近な知的財産の事例を中心としたセミナー内容とする。 回数：1～2回			
ハズカ型	また大阪府ものづくり支援課の方に帯同いただき、個別企業訪問を実施し、知的財産についての啓発活動とセミナー開催についての周知活動、隠れた知的財産の発掘を行う。				
独自提案型					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="radio"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input checked="" type="radio"/> (d)相談事業相乗効果				
	大阪府ものづくり支援課と連携し、知的財産セミナーを開催。また知的財産活用を考える企業においては、個別による積極的サポートを行う。(府施策NO18)				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	市内ものづくりを中心とする企業の約6%程度の参加を目指す。市の広報、HP、会報、DMの発送、大阪府ものづくり支援課とのものづくり企業を中心に訪問し、参加を促す。		
	支援対象企業の変化	30 社	知的財産権に関する基礎知識を習得することにより、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になる。知的財産支援機関とのつながりを持てるようになり、知的財産についての相談ができるようになる。		
	指標	知的財産に関する理解が深まり、活用促進について意欲の高まった割合	数値目標	80%以上	

その他目標値	目標値の内容⇒									
	人									
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,100	円 ×	30	×	1.00	=	603,000	円	
			円 ×		×		=	0	円	
			円 ×		×		=	0	円	
		(小計)							603,000	円
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							0	円
	計							603,000	円	
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)									
	①市町村等補助			円	交付市町村等					
	②受益者負担			円	負担金の積算					
	<input type="radio"/>	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
	603,000 円 ×			1.00	=	603,000	円	(	0 円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							
			円							

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		地域人材確保支援事業		新規/継続	新規
想定する実施期間		28 年度～	年度まで	←複数段階的实施事業は左欄に○を また、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)	地域中小企業の人材確保は、採用担当者やノウハウの不足により、魅力発信を十分にできず、依然困難な状況が続いている。一方、就職したいが不安が前面に出てしまい就職に踏み出せない求職者もいる現状である。地域の中小企業が求職者の抱える不安を理解し、作業内容や時間を考え、より詳しく魅力を発信することにより、今まで不透明であった地域の中小企業の魅力が求職者側に伝わる。求職者は、より身近な地域で、安心感とともに就職に踏み出すことができる。この両者の架け橋となり中小企業の地域人材確保を目的とする。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	柏原市内事業所2400社			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	巡回や窓口相談を受ける中、求人に対しハローワークや合同面接会だけでは、満たせない問題（魅力の発信や求人にかかる時間等）が存在する。ヒアリングにより企業のニーズを発掘し、企業と求職者間のマッチングを図る。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値				
	反省点				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	大阪府就業促進課、柏原市役所と連携をし、WEB上での就職フェアおよび企業見学を実施する。			
	○ 人材交流型	①柏原市地域就労支援センターとの連携により、地域において就職を希望する者の働くことに対する不安、現状を把握。			
	販路開拓型	②個別の企業訪問により、求職者側の現状を伝えたくて、職場の風景や、働くやりがい、求める求人情像のヒアリングを実施。同時に企業見学会や就業体験の受け入れを募る。			
	ハズカ型	③WEB上に求人情報を掲載。企業はより魅力を伝えることや、求人活動に対する時間の節約、求職者側は、WEB上で普段情報の少ない中小企業の生の声、詳しい情報を見ることができ、就職活動へ足を踏み出せる。			
	独自提案型	④企業見学会や就業体験を実施。開催時期については、市・府と調整。求職者に対して、実際の職場風景の見学、就業体験をしていただき、仕事に対する不安の軽減と、理解促進を図り、マッチングの精度の向上を行う。 ⑤参加・訪問企業を対象に基盤人材確保支援カルテを作成。			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	巡回や窓口相談を行い、求人企業の把握をする。ニーズが見受けられる場合、個別に企業訪問を行い参加のアプローチをかける。あわせて、市の広報、HP、会報への事業内容の掲載、DM発送を予定。		
	支援対象企業の変化	15 社	求職者の現状を理解したうえで、魅力ある求人をWEB上で公開することにより、参加企業と求職者のマッチングが発生し、地域の中小企業人材確保が可能となる。		
		指標	WEB掲載企業を対象にアンケートを行い、満足度調査を行う		数値目標 満足度80%以上

その他目標値	目標値の内容⇒		企業見学会の参加人数							
	30 人									
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		40,200	円 ×	15	×	1.00	=	603,000	円	
		40,200	円 ×	30	×	0.05	=	60,300	円	
			円 ×		×		=	0	円	
		(小計)							663,300	円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							0	円	
	計							663,300	円	
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
	①市町村等補助			円	交付市町村等					
	②受益者負担			円	負担金の積算					
	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
	663,300 円			×	1.00		=	663,300	円	( 0 円 )
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							
			円							

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		JOB・マッチング・フェア		新規/継続	継続
想定する実施期間		23 年度～	年度まで	←複数段階的实施事業は左欄に○を また、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、就職につながっていない求職者を結びつけること、また地域における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企業に定着するよう、また高年齢者の採用、継続雇用の取組み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)	ハローワーク河内柏原管内雇用保険加入企業約4600社及びハローワーク河内柏原登録求職者を中心とした求人企業・求職者を対象とする。			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	平成27年度JOBマッチングフェア参加企業によるアンケート調査、および巡回、窓口相談により企業ニーズを把握する。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	面接会を下記のとおり実施する。 6月24日 場所 アゼリア柏原 参加企業15社 参加者103人 9月7日 場所 松原商工会議所 参加企業15社 参加者80人 10月16日 場所 アゼリア柏原 参加企業18社 参加者112人 2月4日 場所 リックはびきの 参加企業未定 参加者未定 企業と大学、高等学校進路指導担当教官との情報交換会を下記のとおり実施する。 6月6日 場所 天寿殿(藤井寺) 参加企業16社 参加高校8校 11月10日 場所 アゼリア柏原 参加企業7社 参加大学7校 若手社員の職場定着セミナーを下記のとおり実施する。 12月2日 場所 藤井寺市民総合会館 参加企業61社			
	反省点	当初、面接会と企業向けセミナーの同日開催を予定していたが、会場の収容スペース等の事情により適わなかった。			
具体的な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこで・ 何を・ どのよ うにする のかを 明確に)	人材育成型	ハローワーク河内柏原管内商工会・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)の各地域で人材を求める中小企業と就職先が決まらない求職者を支援するために、合同企業面接会、合同求人説明会を各々1回開催する。またOSAKAしごとフィールドとの連携等により求職者に対して就職支援セミナーを開催する。			
	○ 人材交流型	「若手社員の離職防止策」、「高齢者の採用、継続雇用等助成金活用法」について経営者層や人事担当者向けにセミナーを年1~2回開催する。			
	販路開拓型	就職をめざす若者に対して企業に関する情報、魅力を伝えることで中小企業の人材確保、地元企業への就職の増大を図れるよう情報交換会を年2回開催する。			
	ハコ型	(府施策連携No.12)			
	独自提案型	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 ハローワーク、市及び羽曳野市商工会・藤井寺市商工会・松原商工会議所・地域労働ネットワークとの連携により各地域から求人企業・求職者の発掘と参加を促し、求人企業・求職者を支援する。			
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法→	ハローワーク河内柏原に求人登録をしている企業及び、人材を求める企業に対して巡回、広報・ホームページ等により募集する。		
		60 社			
	支援対象企業 の変化	参加企業が、参加就職者とうまくマッチングが出来、良い人材を確保する事により求人企業の経営安定、活性化を図る。			
		指標	面接件数	数値目標	80件

その他目標値	目標値の内容⇒		参加企業の若手人材の定着と高齢者の継続雇用にかかる取組みを進める。							
	65	社								
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		40,200	円 ×	60	×	1.00	=	2,412,000	円	
		40,200	円 ×	300	×	0.05	=	603,000	円	
		20,100	円 ×	65	×	1.00	=	1,306,500	円	
		(小計)							4,321,500	円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								0	円
	計								4,321,500	円
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
	①市町村等補助			円	交付市町村等					
	②受益者負担			円	負担金の積算					
	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
	4,321,500 円 ×			1.00 =			4,321,500 円 ( 0 円 )			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割 (配分の考え方)				
	○	柏原市商工会		1,871,500 円		柏原市商工会 本事業計画を企画・立案、事業遂行にあたり関係団体・機関との調整にあたる。面接会を実施する。 羽曳野市商工会 説明会を実施する。				
		羽曳野市商工会		1,000,000 円						
		藤井寺市商工会		725,000 円						
		松原商工会議所		725,000 円						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		マイナンバー必修知識支援事業		新規/継続	新規
想定する実施期間		28 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	市内中小企業には、マイナンバー制度の取扱いに関する知識が不足しているところが多く見受けられる現状である。企業がマイナンバーの必要性、届出手続き、取扱い安全措置対策を十分に理解し、適正な制度運用が可能となるようセミナーの開催を行うとともに、運用後の諸問題に対し、個別支援に繋げることを目的とする。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	柏原市内事業所2400社			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	市内中小企業では、マイナンバー制度導入において、必要性の理解が不十分、または、導入手順、安全措置方法がわからないまま、制度利用を先延ばしにしている企業が存在する。それら企業に対し、安全かつ適正な制度運営が可能な体制を整える。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値				
	反省点				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	<input type="radio"/> 人材育成型	マイナンバーセミナーの開催 マイナンバー制度の理解が高まり、適正な運営が可能となるよう、必要性から安全措置対策まで必修知識が習得できるセミナー内容とする。 回数：1～2回  また個別に企業ヒアリングや訪問による啓発活動とセミナー周知を実施。			
	<input type="radio"/> 人材交流型				
	<input type="radio"/> 販路開拓型				
	<input type="radio"/> ハズカ型				
	<input type="radio"/> 独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input checked="" type="radio"/> (d)相談事業相乗効果	マイナンバーセミナーを開催する。また制度運用後には、様々な諸問題が予測されるなか、対応しきれない問題が発生した場合、個別による支援を行う。
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	巡回や窓口相談を行い、ニーズが見受けれる場合、個別に企業訪問を行い参加のアプローチをかける。あわせて、市の広報、HP、会報への事業内容の掲載、DM発送を予定。		
	支援対象企業の変化	いままで不透明であったマイナンバー制度の利用が、基礎知識の習得、実際に必要な手続きを理解し、安全措置対策をすることによって、適正な制度運用ができる体制となる。			
	指標	マイナンバーに対する理解が深まり、今後制度運用を行う予定の企業の割合		数値目標	80%以上

	その他目標値	目標値の内容⇒									
		社									
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
			20,100 円 ×		30 ×		1.00 =	603,000 円			
			円 ×		×		=	0 円			
			円 ×		×		=	0 円			
		(小計)							603,000 円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)							0 円		
		計							603,000 円		
		独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
		①市町村等補助		円	交付市町村等						
		②受益者負担		円	負担金の積算						
	0	(a) 府施策連携		(b) 広域連携	(c) 市町村連携	(d) 相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)						
	603,000 円 ×		0.50 =	301,500 円	( 0 円 )						
	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)						
			円								
			円								
			円								
			円								
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)										

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。





## 6. 経費支出計画書（経費内訳）

柏原市商工会

I 経営相談支援事業				
区 分	算 定 基 準			補助金額
	事業所数/回数	単 価 (円)	計	
事業所カルテ・サービス提案	250	25,000	6,250,000	
支援機関等へのつなぎ	6	10,000	60,000	
金融支援（紹介型）	10	30,000	300,000	
金融支援（経営指導型）	50	40,000	2,000,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	4	20,000	80,000	
資金繰り計画作成支援	15	20,000	300,000	
記帳支援	30	25,000	750,000	
労務支援	60	20,000	1,200,000	
人材育成計画作成支援	9	20,000	180,000	
マーケティング力向上支援	10	20,000	200,000	
販路開拓支援	45	20,000	900,000	
事業計画作成支援	4	50,000	200,000	
創業支援	1	20,000	20,000	
事業継続計画(BCP)作成支援	1	20,000	20,000	
コスト削減計画作成支援	30	20,000	600,000	
財務分析支援	5	10,000	50,000	
5S支援	30	10,000	300,000	
IT化支援	0	20,000	0	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
結果報告	250	10,000	2,500,000	
小 計	—		15,910,000	15,910,000
II 専門相談支援事業				
事 業 名	算 定 基 準			補助金額
	支援日数	単 価 (円)	計	
税務支援	27	23,600	637,200	
金融支援	12	23,600	283,200	
経営支援	8	23,600	188,800	
労務支援	6	23,600	141,600	
小 計	53	94,400	1,250,800	1,250,800
※支援日数×23,600円。ただし、記帳支援のために税理士を活用する場合、事業所数×25,600円				
III 地域活性化事業				
小 計	算 定 基 準		補 助 金 額	
	別紙事業調書のとおり		9,976,542	
IV 商工会等支援事業				
小 計	算 定 基 準		補 助 金 額	
	別紙事業調書のとおり		512,550	
V 合計				
合 計	算 定 基 準		補 助 金 額	
			27,649,892	