

平成28年度
事業計画書

1. 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 水本 恵造 |
| | 所在地 | 〒562-0003 箕面市西小路3-2-30 |
| | 担当者 | 職・氏名 中小企業相談所長 立石 千香 |
| | 連絡先 | 電話番号（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 | | ①昭和61年4月1日 |
| ②職員数 (うち経営指導員数) | | ②8名(6名)(平成27年12月末日現在) |
| ③所管地域 | | ③箕面市 |
| ④管内事業所数 | | ④4,174(平成24年経済センサスによる) |
| ⑤管内小規模事業者数 | | ⑤2,704(平成24年経済センサスによる) |
| ⑥会員数(組織率) | | ⑥1,060 25.4%(平成27年12月末日現在) |
| ※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) | | |
| <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) 所管地域の産業経済の現状と課題

箕面市は、大阪府の北西部に位置する住宅都市である。北部には大阪府内唯一の国立公園（明治の森箕面国立公園）が広がり、もみじの名所としても有名で、秋のピーク時には1日約3万人以上の観光客が訪れている。最近では訪日観光客の姿も多く見受けられるようになった。また市民の所得水準は高く、関西の著名芸能人や資産家が多く居住するまちとしても知られている。近年は宅地造成が進む「箕面森町」の影響で、子育て世帯を中心に人口は増加傾向にあり、現在の人口は約13万2千人（平成27年11月箕面市データ）である。

平成32年には市民の40年来の夢であった北大阪急行線の延伸がいよいよ実現することになり、ベッドタウンとしての機能強化および人口増加、それに伴う地域産業の活性化が期待されており、市内小規模事業者数は増加している。工場等の新設を規制していることもあり、大阪府内では一般的に多いとされる製造業の事業所数は極端に少なく、小売・サービス業の事業所が多くを占めている。最近ではおしゃれなカフェやスイーツ店など”セレクト御用達”のお店が小野原地区を中心に増加している。これらのお店の存在が”北摂ブランド”を形成し、箕面市のイメージアップにも貢献している。しかし華やかさの一方で、この地域に期待して出店したものの、思ったような利益が得られず、開業からわずかな期間で撤退を余儀なくされる店舗も多い。また、長年商店街等で事業を営む旧来からの店舗においては、高齢化や後継者不在による事業の廃業・休業が見られる。大型店進出等の影響により、売り上げはバブル期に比べて半減し、事業者のモチベーションも低下してきている。

課題は、①箕面市の未来に期待し、増加している新規参入者に対する創業しやすい環境の整備、②小規模事業者に不足している事業資金の調達力や情報収集力、発信力等「経営資源」の補完、③豊かな観光資源を活用した、訪日観光客など域外からの需要取り込み等があげられる。

(2) 所管地域の活性化の方向性

個性豊かなお店が集う、活気のある街づくりを目指して、小規模であっても魅力的なお店を、発掘・創出・育成していく。「モノ消費」から「コト消費」への転換を促し、小規模事業者の既成概念を変えて、生き残る”術”を身に付けさせながら、地域や他の事業者との連携促進で、事業に取り組むモチベーションを維持・向上させる。そして域外への販売機会創出と域外からの需要取り込みの双方向で、さらなる事業拡大を図っていく。また、併せて地域全体の新陳代謝を促進するため、創業者の発掘・育成にも取り組む。

(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

管内で事業を営む小規模事業者約2700社および潜在的創業希望者を含めた府内の創業希望者。管内小規模事業者は、小売、サービス業を営む事業者の割合が高いことから、これらの事業を管内で営む事業者を特に「重点支援対象者」に位置付ける。他の業種については、これまで近隣会議所との連携等でカバーしてきたが、平成28年度は業種の制約がない地域活性化事業も用意し、小売・サービス業以外の事業者も参加しやすいよう工夫した。

(4) 事業の目標

本所は平成22年より、”地域に必要とされる商工会議所”をスローガンに掲げ、支援を行ってきたが今後もそれを踏襲していく。地域の特性や事業環境に配慮しながら、地域小規模事業者の目線に立った支援を展開する。具体的には、チャレンジ精神が旺盛で意欲的な事業者に対しては、先進的な取り組みや域外への市場拡大等を促して、地域の模範的事業者やリーダーとして育成し、売上低下でモチベーションが低下した事業者に対しては、寄り添って経営課題を共有し、経営改善の気づきを与えていく。地域の支援機関だからこそできる「顔の見える支援」を、支援を必要としている一人でも多くの小規模事業者に向け、本所の地域の支援機関としての必要性を再認識してもらう。

(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（実施する事業の総合的な効果等を記載すること）

地域経済を担う小規模事業者の行動変化を促進させ、自立的な問題解決力を養うことができる。個性あふれる魅力的な店舗が増えて地域が活性化し、地域住民の地元への愛着心の高まりや、箕面市の魅力向上による域外からの需要の取り込み、人口流入が期待できる。実施しなかった場合の影響については、大手企業に地域小規模事業者が圧迫されて衰退し、利便性のみで魅力のないまちへと変貌してしまう可能性がある。

| 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 | 10 | 支援 |
| 金融支援（紹介型） | 5 | 支援 | 金融支援（経営指導型） | 35 | 支援 |
| マル経融資等の返済条件緩和支援 | 1 | 事業所 | 資金繰り計画作成支援 | 3 | 事業所 |
| 記帳支援 | 3 | 事業所 | 労務支援 | 20 | 支援 |
| 人材育成計画作成支援 | 5 | 事業所 | マーケティング力向上支援 | 50 | 事業所 |
| 販路開拓支援 | 50 | 支援 | 事業計画作成支援 | 25 | 事業分野 |
| 創業支援 | 20 | 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 | 1 | 事業所 | 財務分析支援 | 5 | 事業所 |
| 5S支援 | 1 | 事業所 | IT化支援 | 20 | 事業所 |
| 債権保全計画作成支援 | 1 | 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 | 300（平成27年度予定） | | | | |
| <p>支援企業数については、昨年度は創業塾参加者のアフターフォローとしての創業支援の増加が見込まれるとして増やしたが、平成28年度はこれまでの実績等を踏まえ、250事業所に絞る。本所は1事業所あたりの支援メニュー数が少ない傾向にあるが、今後は経営指導員の高い専門知識という強みを活かし、真の経営課題の発見と解決を目指して、事業所に丁寧に向き合っていき、支援メニューの提案数を増やしていきたいと考えている。また各種支援の内訳については、小売・サービス業が多いという地域特性や、実施予定の事業の内容から、妥当と思われる数値を計上した。</p> | | | | | |
| <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> <p>経営指導員が、巡回・窓口相談の他、箕面市と連携し実施している商店街活性化事業等に積極的に参加し、地域商業者との人的コミュニケーションを通して信頼関係を構築し、経営相談を引き出す。また経営指導員6名のうち①女性が多い（4名）②有資格者が多い（中小企業診断士2名、社会保険労務士1名）という強みを活かし、事業者が相談しやすい雰囲気づくりや、高い専門性を発揮する。必要に応じ、会議所の役割のひとつといえる「つなぐ」機能を使い、事業者同士の連携の促進、専門家、支援機関ならびに支援制度の利用などを提案し、経営課題の解決に導く。</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 | |
| 法律相談 | 継続 | 相談件数 | 6 | 弁護士による法律相談。 | |
| 金融相談 | 継続 | 相談件数 | 10 | 日本政策金融公庫の箕面専任担当者による融資相談会を実施。 | |
| 税務相談 | 継続 | 相談件数 | 10 | 税理士による税務相談。（確定申告時期の5日間を含む） | |
| 労務相談 | 継続 | 相談件数 | 2 | 社会保険労務士による労務相談。 | |
| 経営相談 | 継続 | 相談件数 | 40 | 中小企業診断士等の専門家による経営相談。 | |
| 事業実施のポイント・期待される効果 | | | | | |
| <p>法律相談、税務相談、労務相談については、緊急性が高い案件もあることから、個別面談の他に随時電話でも相談できる体制をとっている。「法律相談」においては、圧倒的に電話相談の利用が多く、相談者からは「迅速な課題解決につながった」との声が寄せられている。</p> <p>金融相談は、日本政策金融公庫の箕面専任担当者に対応を依頼しているが、月2回開催の定時相談会に加え、来所が困難な事業所に対しては、担当者が直接訪問するなど、柔軟な対応をしている。</p> <p>経営相談は、近年多様化・複雑化する経営課題に対応するため、専門家の選定に力をいれている。今や業界で著名になった専門家とも早い段階で契約しており、その相談対応力の高さが事業者間で評判となり、年々利用者が増えている。また経営指導員がコンサルティングの現場に立ち会うことで、資質向上の貴重な機会となっている。</p> | | | | | |

4-1. 地域活性化事業一覧

箕面商工会議所

| 府施策 連携 | 事業名 | 概要 | 金額(円) |
|-----------|---------------------------------|--------------------------------|-----------|
| (1) 単独事業 | | | 3,216,000 |
| | 商業活性化アクション プラン推進事業 | 商業活性化に関するソフト事業を実施する。 | 2,914,500 |
| | 秋の紅葉シーズンに備える箕 面インバウンドセミナー | 箕面を訪れる訪日外国人対策セミナー | 301,500 |
| (2) 広域事業 | | | 7,419,338 |
| ○ | 女性のための創業塾 | 女性に特化した創業セミナー | 2,056,200 |
| | 北摂地チカラフェスタ | 北摂地区の選りすぐりの店舗を万博公園のイベントにて紹介する。 | 3,395,312 |
| | もっと上手に付き合いたい! 北摂金融機関交流会 | 金融機関融資担当者とのビジネスマッチング | 663,300 |
| | WEB活用販路開拓支援事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 90,450 |
| ○ | 中小企業 [攻めのIT] 活用推進事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 60,300 |
| | 自社の[ええとこ]発見・ 発信支援事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 60,300 |
| ○ | 「クラウドファンディング」 でファン創り」促進事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 40,200 |
| ○ | 小規模事業者の海外販路 支援開拓支援事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 80,400 |
| ○ | ダイバーシティ経営支援 促進事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 40,200 |
| ○ | インバウンド対策に向けた グローバル人材活用促進事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 60,300 |
| ○ | 中小企業の技能承継に向けた 人材採用・定着・育成支援事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 40,200 |
| ○ | デザイン活用による 高付加価値商品創出事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 40,200 |
| ○ | おおさか地域創造 ファンド活用支援事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 100,500 |
| ○ | 創業促進事業 | 池田商工会議所の事業計画参照 | 80,400 |
| ○ | 地域ブランドの強化 支援事業 | 池田商工会議所の事業計画参照 | 104,500 |
| ○ | 医療ビジネス支援事業 | 吹田商工会議所の事業計画参照 | 20,100 |
| | 茨木・箕面 オムニチャンネル3.0事業 | 茨木商工会議所の事業計画参照 | 300,000 |
| | 大阪勧業展 | 大阪商工会議所の事業計画参照 | 50,250 |
| | 大阪企業コスト削減計画 | 大阪商工会連合会の事業計画参照 | 136,226 |

うち府施策連携事業

2,723,500

| 事業名 | | 商業活性化アクションプラン推進事業 | 新規/継続 | 継続 |
|-----------------------------------|-----------------------------------|--|-------|---------------------------------------|
| 想定する実施期間 | | 15 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>箕面市内では、商業（小売・サービス業）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年度より本事業を継続的に実施している。商店街活性化のソフト事業は、成果の創出が難しいと言われるなか、長期にわたり商店街で定期市等を継続実施。さらに平成22年度より北摂地域初となる「箕面100円商店街」を毎年秋に開始し、集客や売上といった具体的な”成果”が創出されるようになった。しかし単年度ごとには賑わいを創出できるソフト事業が構築できたものの、継続的・組織的に商店街を魅力あるものにしていくためには、個店の活性化こそが最重要課題であるという結論に至り、平成24年度からは「みのおのまち商学校」（まちゼミ）事業を新たに加えるに至った。まちゼミでは、高い専門性やこだわり等といった店主（あるいは個店）の魅力を、顧客にダイレクトに伝える機会を創出している。また、まちゼミのノウハウは、顧客関係性強化や新規顧客獲得策として、小売・サービス業以外の業種でも応用できるため、（例えばリフォーム会社が塗り壁体験会を開催する等）業種や店舗の立地には特に制約を設けず、商店街に属さない事業所でもチャレンジできる機会を広く提供している。</p> <p>「箕面100円商店街」「みのおのまち商学校」（まちゼミ）と2つの事業があるが、それぞれの業種ごと、地域ごと、事業所ごとに状況が異なり、また事業者の熟度、取り組み方に温度差がある。事業者と頻りに接触している経営指導員がこれらを勘案し、それぞれの事業所に適した事業を選択・提案し、無理なく取り組んでもらえるよう支援しながら箕面市内の商業活性化を図る。</p> | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | <p>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）及び桜井地区の事業所（約70事業所）、粟生地区の事業所（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30事業所）その他商店街以外的小売・サービス業</p> | | |
| | 事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等) | <p>例年の参加店アンケート調査、来街者ヒアリング調査、通行量調査等によりニーズを把握している。毎年コンサルタントに本事業の結果検証を依頼しており、専門的な見地からのアドバイスも参考に、より効果の高い事業へのシフトを行っている。</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>「箕面100円商店街」：例年秋に開催してきたが、他のイベントと重なり、事業者の負担が大きいとの声もあり、平成27年度においては、初めての冬季開催となった。1月30日粟生・小野原地区、1月31日牧落地区、2月6日桜井地区、2月7日箕面地区において実施。冬季開催のため、参加事業者数および来街者数の激減が危ぶまれたが、参加事業者数は144事業所、来街者数12,700人とほぼ例年なみとなった。また、「箕面まちそだて株式会社（TMO）」と連携し、100円商店街で買い物をした子どもに、商店街内に当日設けたキッズコーナーでの無料チケットを配布するという、子どもの来街者を増やす新たなしなかけを行い、家族連れに大好評であった。</p> <p>「みのおのまち商学校」：試験的に開始した平成24年度当時、参加事業所は12事業所にすぎなかったが、平成25年度より参加事業所が倍増した。その後は夏と冬の年2回開催し、約30～35事業所が参加している。集客人数としては、少人数のセミナー形式であることから、毎回合計約400～500人程度だが、初来店された見込客に対し、店主や店のファンとなる絶好の機会を創出することで、後日顧客につながったケースが多数見受けられる。また本事業への参加回数を重ね、ノウハウを蓄積した数社がリーダー格となり、事業者間で通称「裏ゼミ」と呼ばれる、事業者向けのまちゼミを自主的に開催して交流を深めており、「まちゼミ」事業の普及啓発や参加勧奨も行っている。</p> | | |
| | 反省点 | <p>「箕面100円商店街」：実施後「よい刺激になった」といった前向きな感想が寄せられている一方で、毎回「売れ残った」、「一時的にしか客が来ない」といった否定的な感想も寄せられている。本事業は、そもそも一定数以上の参加店舗が集まらないと成立しない事業であるがために、いわゆる「つきあい」で参加する事業所も多く、こういった意見を皆無にすることは難しいが、事業の効果を上げるための勉強会の継続開催や、平成27年度より実施する、子ども向けイベントの同時開催などの新たなチャレンジを行い、当日の賑わい創出で応えていきたい。</p> <p>「みのおのまち商学校」：まちゼミは①店主またはスタッフに1時間程度のセミナーを進行する専門知識・スキルがあること②セミナーの内容を企画・精査する余裕があること③セミナーを開催する会場があること等、参加のためのハードルが高い。また、最近はエステ・全体の参加店が増えて、業種のバランスが偏ってしまっている。今後は他店とのコラボを提案する等、店舗の負担を軽減したり、多様な業種からの参加を促したい。</p> | | |

| 事業名 | | 商業活性化アクションプラン推進事業 | | 新規/継続 | 継続 | | | | |
|--|---|--|--|-------|------|----|------------|------------|--|
| 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 | 販路開拓型・・・2事業 ①「箕面100円商店街」箕面市内5地区（箕面、桜井、栗生、小野原、牧落地区）にて毎年1回継続実施している。参加店舗は毎回150店舗前後、来街者数10,000人以上で箕面市定番の人気イベント。通常開催時期は秋10～11月頃。平成28年度の開催時期については、今季の集客状況を勘案の上、商店街連合会等と調整する。 ②「みのおのまち商学校」平成27年度と同様に、夏と冬の年2回開催し、参加店舗約30店舗を見込んで実施。まちゼミの創始者「松井洋一郎氏」による事前勉強会、参加店舗の有志で結成された「まちゼミ企画委員会」による企画会議、参加事業者同士でゼミの内容をブラッシュアップする「裏ゼミ」等付随活動にも注力する。 | | | | | | | |
| | 人材交流型 | | | | | | | | |
| | 販路開拓型 | | | | | | | | |
| | ハズカ型 | | | | | | | | |
| | 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 checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 (c)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。その他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、協力体制をとる。(d)イベントがきっかけで接点できた事業所に、その後の顧客づくりなど発展的アドバイス等を行うことにより、相談事業カルテと連携させる。カルテ化目標60件。 | | | | | | | | |
| 事業の目標 | 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法⇒ | 「箕面100円商店街」参加店舗数 箕面100円商店街に参加する約150店のうち、効果測定を行う80店を対象。商店街エリアの店舗に、参加店募集の案内等を持参して広く参加を募る。 | | | | | | |
| | 支援対象企業の変化 | 「箕面100円商店街」による支援対象企業への効果は大きく3つに分類できる。 ①店頭の通行人数増加による、店舗視認率、販売機会の向上 ②来店客数の増加及びそれに伴う売上げの増加 ③後日再来店を促進させることによる顧客数の増加 長期的には顧客化による継続的な売上げの向上を目指すため、③が重要であるが、本事業においては、実際に効果測定が可能な項目にする必要があるため、②の来店客数の増加を指標とする。 | | | | | | | |
| | 指標 | 開催日当日の来店客が、通常期に比べ「増加した」と回答した参加店舗割合（アンケート調査による） | 数値目標 | 80% | | | | | |
| | 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法⇒ | まちゼミ「みのおのまち商学校」参加事業所数。過去の実績データより算出。 会報やチラシ、経営指導員による勧誘のほか、参加事業所からの紹介により参加事業所を募る。 | | | | | | |
| 事業の目標 | 支援対象企業の変化 | 1開催あたり平均5名程度の受講者であることから、2日開催と想定し、1店舗当たりのまちゼミ事業への集客人数を指標とする。この数字は後日固定客につながる可能性のあるものなので、非常に重要な指標と考えている。 | | | | | | | |
| | 指標 | 1店舗当たりのまちゼミ事業への集客人数 | 数値目標 | 10人 | | | | | |
| 算定基準 | その他目標値 | 目標値の内容⇒ | まちゼミ参加事業所の自主開催による「裏ゼミ」への延べ参加事業所数 | | | | | | |
| | 20社 | | | | | | | | |
| 算定基準 | 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 × | 80 | × | 1.00 | = | 4,020,000円 | | |
| | | 50,250円 × | 30 | × | 1.20 | = | 1,809,000円 | | |
| | | 円 × | | × | | = | 円 | | |
| | (小計) | | | | | | | 5,829,000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%) | | | | | | | 円 | | |
| 計 | | | | | | | 5,829,000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) | | | | | | | | | |

4-2. 地域活性化事業 事業調書

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 | | | | 新規/継続 | 継続 | |
|--|-----|----------------------|-------------|----------------|----------------|----------|----|-------------|
| より算出される額 | 算出額 | ①市町村等補助 | 2,340,000 円 | 交付市町村等 | 箕面市 | | | |
| | | 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) | | | | |
| | | 5,829,000 円 × 0.50 = | | 2,914,500 円 | (2,340,000 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 | | | | | |
| | | | 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 | | 女性のための創業塾 | 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) | 地域経済の活性化が期待されている箕面市の事業所数は、近年増加しており、個性豊かな店舗が点在する商業地としても注目を集めている。本所を訪れる創業希望者も増加傾向にあるが、特に女性の創業希望者が増えてきており「プチ起業」(会社に属さず、自分の趣味や経験をもとに小さなビジネスを立ち上げること)の希望者も多く見受けられるようになった。相談に対応するなかで、女性創業希望者の特徴として、創業に対する「想い」はあるが、育児や家庭との両立に悩み、創業に踏み切る決断ができないことや、論理的な思考が苦手な事業計画が立てられない等の傾向が見られた。世の中は創業ブームで巷に創業塾と呼ばれるものが溢れてはいるが、女性には、女性目線の女性のための創業塾が新たに必要なのではないかと昨年度事業を企画したところ、大きな反響があった。今年度も、経営指導員6名中4名が女性という本所の強みを活かし、①創業に必要な基礎知識を、女性特有の思考に配慮したカリキュラムで伝え、②育児や家庭との両立という女性特有の悩みを共有し、励ましあえる仲間づくりの場を提供して、創業への後押しをし、創業の促進と地域経済活性化につなげるため、本事業を実施する。 | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 箕面市内または府内に居住する女性で、創業を予定している創業希望者、創業に漠然と興味はあるが不安が大きく踏み出せない潜在的創業希望者、最近創業したものの方向性に迷っている事業者等を対象とする。特に女性は、事業のアイデアはあるものの自身のやりたいことの実現方法がわからず、それをどのように事業化するかが創業におけるボトルネックの一つになっていると推察される。業種は、主として本所管内に多い小売・サービス業。 | | |
| | 事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等) | 平成27年度は当初想定していた定員20名に対し、創業セミナーは37名、創業塾は34名の参加があったことから、ニーズは十分であると判断している。また、本事業参加者以外にも、本所窓口に相談に訪れる女性創業希望者は依然として多い。 | | |
| 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 | 女性経営指導員2名が担当。女性中小企業診断士グループ「ベッピンさん」に所属する、中小企業診断士たちがカリキュラムを監修、各回2名でペアを組み、講義とグループワークの内容総括を担当した。 【人材育成型】創業セミナー 3H 全1日 創業塾のプレセミナーとして7月11日に実施。37名参加。創業塾担当講師による「創業に必要なマインドセット」の講義に加え、先輩女性起業家2名が創業の体験談を披露。 【人材交流型】創業塾 全5日 1～4日は3時間、5日は5時間 8/29、9/5、9/12、9/26、10/3 マーケティング、税務・経理、融資等についての講義とグループワーク、最終日は大阪府の施策等の紹介、ビジネスプランのプレゼンテーション。 | | |
| | 反省点 | 開催時期について：創業塾の開催時期が8月末から10月初めであったため、子どもの運動会などの秋の行事と重なり、最終日のビジネスプラン発表の際、遅刻者、欠席者が多かった。→開催時期要検討。 講義の内容について：参加者のアンケート調査によると、4日目「経理知識」について内容が高度すぎて理解できなかったとの声が多く、満足度も低かった。講義時間の拡大は難しいため→講義内容の検討もしくは後日フォローする機会が必要。 アフターフォローについて：創業塾参加後、実際に創業するためや、ビジネスプラン応募のため、担当講師に個別相談を希望する参加者が10数名いたが、ミラサポの専門家派遣が年度途中で終了してしまい、予算不足から希望にすることができなかった。 →ハンズオンの予算確保 | | |

| 事業名 | | 女性のための創業塾 | 継続 | 継続 |
|--|-----------|---|---|----|
| 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 | 【人材育成型】創業セミナー 3H 全1日 創業塾のプレセミナーを実施。潜在的創業希望者も対象とし、より多くの方に創業に関心を持ってもらうことを目的とする。平成27年度と同様に先輩女性起業家の体験談を披露。実施時期は6~7月頃。(目標 30社) | | |
| | ○ 人材交流型 | 【人材交流型】創業塾 4H×4日 6H×1日 「経営」「財務」「人事育成」「販路開拓」について、座学の他にグループワークや討議をしながら学び、最終日には具体的なビジネスプランの発表を行う。また情報交換や悩みを相談し合える「仲間づくり」のきっかけとなるよう、ミニ交流会も企画。実施時期は7月頃。(目標 25社) | | |
| | 販路開拓型 | 【ハンズオン型】個別支援 創業塾の参加者から、創業を決意した方や、ビジネスプランコンテストへの応募を検討する方等に対し、個別支援を実施する。(目標 3社) | | |
| | ○ ハズカ型 | | | |
| | 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) | | ○ (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 (a)府施策連携：商工関係NO. 10 商業・サービス産業課新事業創造グループと連携 (b)広域から参加者を募るため豊中商工会議所・池田商工会議所連携して実施。(d)受講終了後、創業実現にむ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。カルテ化目標15件。 | | |
| 事業の目標 | 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法→ 30 社 | 【創業セミナー】平成27年度実績37社。箕面市による広報協力、広域連携、北摂地域の情報誌への広告掲載、本所広報誌、チラシ、ホームページにより、参加者増加が期待できる。 | |
| | 支援対象企業の変化 | 創業希望者(潜在的創業希望者)が抱える創業に対する漠然とした不安を取り除き、意識変革を図る。創業に対するモチベーションを向上させ、具体的な創業準備へとステージ移行させるきっかけに繋げる。 | | |
| | 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法→ 25 社 | 【創業塾】平成27年度実績34社。箕面市による広報協力、広域連携、北摂地域の情報誌への広告掲載、本所広報誌、チラシ、ホームページにより、参加者増加が期待できる。 | |
| | 支援対象企業の変化 | 創業に関する基礎知識の習得や、グループワークを通じた参加者同士の交流により、創業を実現するための具体的なアクションにつなげていく。「好きなことを仕事にしたい」といった女性特有の創業への想いを、計画という「かたち」に落とし込んでいくことで、自社の強みの把握や事業の具体化につながり、創業に踏み切る後押し、もしくは今後の事業展開の方向性を定めることができる。 | | |
| | 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法→ 3 社 | 【個別支援】創業塾に参加し、実際に創業に取り組む方や、ビジネスプランコンテスト等に応募を検討している方の中から希望者を募って選定。 | |
| | 支援対象企業の変化 | 創業事業計画の策定支援で計画を実現性の高い内容にブラッシュアップし、開業やビジネスプラン応募等の具体的な行動につなげる。 | | |
| | 指標 | 開業を決意した事業者数 | 数値目標 | 3社 |

| 事業名 | | 女性のための創業塾 | | | | 継続 | 継続 | | | | |
|--|----------------------------|---------------------------------------|---|------------------------------------|--|----|------|---------------------------------|-----------|---|--|
| | 支援対象企業数 | 設定根拠及び 募集方法⇒ | 【女性起業家交流会&勉強会】平成27年度および平成28年度創業塾参加者（約60名程度）から、人脈構築を図りたい方、創業塾で学んだ内容を実務レベルで深めたい方を募集。（平成27年度創業塾参加者へは案内チラシ送付） | | | | | | | | |
| 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 | |
| | | | 40,200 | 円 × | 25 | × | 1.50 | = | 1,507,500 | 円 | |
| | | | 100,500 | 円 × | 3 | × | 1.00 | = | 301,500 | 円 | |
| | | | 円 × | | × | | = | | 円 | | |
| | | | | | | | | (小計) | 2,412,000 | 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%） | | 円 | |
| | | | | | | | | 計 | 2,412,000 | 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) | | | | | | | | | |
| | 算出額 | ①市町村等補助 | | 円 | 交付市町村等 | | | | | | |
| ②受益者負担 | | 195,000 | 円 | 負担金の積算 | 1,000×30=30,000 (セミナー) 5,000×25=125,000 (創業塾) 2,000×20=40,000 (交流会) | | | | | | |
| <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) | | | | | | |
| 2,412,000 円 × | | 1.00 = | | | 2,217,000 円 (195,000 円) | | | | | | |
| 補助金の団体配分 (「代」欄には、中核 団体または「リソク」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) | | | | | | |
| | ○ | 箕面商工会議所 | 2,056,200 | 円 | 箕面商工会議所が主管となり、本事業に関する取りまとめ、企画調整を行う。 その他商工会議所については、各所2社発掘を目標とし、広報・当該管轄事業所のフォローを行う。 | | | | | | |
| | | 豊中商工会議所 | 80,400 | 円 | | | | | | | |
| | | 池田商工会議所 | 80,400 | 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 | | 北摂地チカラフェスタ | 新規/継続 | 継続 |
|--|--|---|---------------------------------------|----|
| 想定する実施期間 | | H 23 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) | ”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し、各地から選りすぐりの商品やサービスを選定し、全国に通用するブランドづくりを行う第一歩として情報発信を行うイベント。 (株)シティライフNEWと連携し、来場者5万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「地チカラブース」を設置し、北摂の魅力店舗や資源を知ってもらうきっかけとする。また、イベントへの出店に興味はあるが、出店費用の捻出が困難であったり、出店のノウハウがない事業所に”実験的出店”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 | | |
| | 事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等) | 昨年は出店要項を厳しくしたにもかかわらず、前年参加店舗数を上回るなど、事業者にとってかなり魅力的な事業となっており、ニーズは年々増加傾向にある。 | | |
| 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 | 第1回(平成23年10月)参加店舗数38店舗、来場者数13,800人、1店舗当たりの平均売上高88,873円。第2回(平成24年10月)参加店舗数45店舗、来場者数30,000人、1店舗当たりの平均売上高112,137円。第3回(平成25年11月)参加店舗数46店舗、来場者数33,000人、1店舗当たりの平均売上高121,093円。第4回(平成26年11月)参加店舗数56店舗、来場者数35,000人、1店舗当たりの平均売上高95,524円。第5回(平成27年11月)参加店舗数55店舗、来場者数43,000人、1店舗当たりの平均売上高110,028円。 昨年度は、4日間の開催期間中1日が雨天での開催となったが、来場者は前年度より増加した。 出店した効果としては例年通り「店舗の知名度が向上した」「商品知名度が向上した」「イベント出店の際のイメージができた」「従業員への良い経験となった」が多かった。 また、情報誌シティライフ編集長による、事前勉強会を実施し、売上につながる工夫について説明した効果もあり、当日ショップカードや店舗チラシを配布した企業が91%、店頭POPを用意した企業が89%と、例年に比べPRに力を入れる企業が多く見受けられた。また、参加店舗については、平成25年度より飲食店を出店除外としたにもかかわらず、依然として多くの出店希望者があり新規参加店舗数は過去最大となった。多くの出店希望者に機会を与える目的で出展に回数制限(上限2回)を設けているが、上限前に「卒業」し、本事業のノウハウを生かし、他の色々なイベントに出店し成功している事業所もいる。 | | |
| | 反省点 | 当日、急遽人員が確保できない等の理由で、一部空きブースが発生してしまった。空きブースが出ると、「地チカラ」ブース全体の「賑わい」の創出に悪影響がある、との声があった。また、出店のノウハウがない事業所にも参加を促しているため、接客等がスムーズにいかず、店舗売上が伸びなかった店舗もあった。今後は店頭の陳列、接客について、経営指導員による事前アドバイスを強化する。 | | |
| 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 | イベントタイトル「第5回北摂地チカラフェスタ」 会場 万博記念公園 東の広場 時期 秋頃を予定 2~3日間 | | |
| | 人材交流型 | 主催 北摂商工会議所・商工会 広報 情報誌シティライフ・WEB・ブログ・ツイッター・J:COM・FM大阪・ポスター・当日配布の小冊子・ロハスフェスタ内での誘導看板 など | | |
| | ○ 販路開拓型 | 北摂の各商工会・商工会議所にて経営指導員がお勧めする選りすぐりの店舗等を出展させ、そこに来れば”北摂”が味わえるようなイベントにする。 | | |
| | ハズ 杓型 | ミニコミ誌「シティライフ」と連携することにより無料パブリシティが可能となる。また、万博記念公園という立地と、来場者5万人の「ロハスフェスタ」と同時開催することにより、圧倒的な集客力が期待できる。 | | |
| | 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) | (b) 北摂地区の全商工会・商工会議所が連携して実施。事務局による企画会議や参加事業所も交えての勉強会、懇親を兼ねた反省会等も実施。 (d) 出店後、他の手法を使って販路開拓を実行したいという事業所に対し、事業実施後具体的なアドバイスを行い、相談事業との相乗効果を図る。 出店事業者数の50%のカルテ化を目指す。 | | | |

| 事業名 | | 北摂地チカラフェスタ | | | | 新規/継続 | 継続 |
|--|---------------------------------|---|---|---|--------|-------------|----|
| 事業の目標 | 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法→ 50 事業所 | 地チカラフェスタ出展事業所数 目安・・・箕面10、池田5、豊中5、吹田5、茨木10、高槻5、摂津5、豊能2、能勢2、島本1 | | | | |
| | 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法→ 12,500 人 | 地チカラフェスタ来場者数 昨年同様30,000人の来場者数を想定しており、そのうち12,500人（アンケートによる販売人数平均値250名/店より積算）へ顧客化やブランドの認知促進が期待できる。 | | | | |
| | 支援対象企業の変化 | 効果としては以下が考えられる。 ①来場者への商品販売等による当日売上高 ②来場者が各店舗等へ再来店することによる顧客化 今回は効果測定可能な①を指標とする。 | | | | | |
| | | 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 | 10万円 | | |
| | その他目標値 | 目標値の内容→ 20 店 | 効果的な出店のための勉強会とコラボレーション企画促進のための交流会への参加事業所。 豊能町と能勢町が統一ブランド「TOP豊能」を立ち上げたり、過去の出店映像により効果的なブースを学んだり、出店者同士が連携し新商品を作るなど、大きな効果があったので引き続き実施する。 | | | | |
| その他目標値 | 目標値の内容→ 30,000 人 | 来場者目標（27年度実績43,000人） *平成27年度は4日間開催。平成28年度は2～3日間開催予定のため前年度より減。 | | | | | |
| 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 × | 50 | × | 1.00 = | 2,512,500 円 | |
| | | 50,250 円 × | 12,500 | × | 0.01 = | 6,281,250 円 | |
| | | | | × | = | | |
| | | (小計) 8,793,750 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%) | | | | | | |
| | 計 8,793,750 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 | 250,000 円 | 負担金の積算 | 参加費5,000円×50店舗 | | | |
| | (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) | | | | |
| | 8,793,750 円 × 0.75 = | 6,595,312 円 | (| 250,000 円) | | | |
| 補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「リッパ」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) | | | |
| | ○ | 箕面商工会議所 | 3,395,312 円 | 幹事商工会議所・・・箕面商工会議所 本イベントに関する中核団体。とりまとめ、企画調整等を行う。豊能地区調整役 | | | |
| | | 茨木商工会議所 | 1,000,000 円 | | | | |
| | | 高槻商工会議所 | 350,000 円 | | | | |
| | | 吹田商工会議所 | 350,000 円 | 副幹事商工会議所・・・茨木商工会議所 本イベントに関する中核団体のサポート及び、企画調整等を行う。三島地区調整役 | | | |
| | | 豊中商工会議所 | 350,000 円 | | | | |
| | | 池田商工会議所 | 350,000 円 | | | | |
| | | 摂津市商工会 | 350,000 円 | その他商工会・商工会議所・・・地域のブランド資源を発掘すること及びイベントの周知啓発、参加促進、当日支援、フォローを行う。 | | | |
| | | 島本町商工会 | 150,000 円 | | | | |
| | 豊能町商工会 | 150,000 円 | | | | | |
| | 能勢町商工会 | 150,000 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 | | 秋の紅葉シーズンに備える箕面インバウンドセミナー | 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) | <p>箕面市には大阪府唯一の国定公園があり、秋には紅葉を楽しむ、多くの観光客が訪れる。最近メディア等で話題となっているアジア系「訪日外国人」の姿も数年前から増えており、阪急箕面駅前の観光案内所を訪れる外国人は、平成21年度は1年間で約830人だったが、平成27年度は11月末で既に1412人に達しているという。平成27年秋、箕面市が阪急箕面駅から観光スポット「箕面大滝」へ続く、通称「滝道」で訪日外国人254名にアンケート調査を実施したところ、宿泊は箕面市外である「日帰り客」(92.5%)で、かつ旅行形態はパッケージツアーではなく「個人旅行」(93.7%)、旅行の目的は(複数回答可)「自然を満喫するため」(69.7%)「箕面大滝を見るため」(66.9%)ということが判明した。つまり、大阪市内等に宿泊した訪日外国人が、いわゆる「爆買い」目的ではなく、大阪市内から電車で約30分程度で気軽に足をのばせる箕面に、自然という”癒し”を求めにやってくるという推測される。</p> <p>「滝道」には、名物「もみじの天ぷら」などのお土産屋が軒を連ねているが、外国人たちのほとんどが個人旅行であるために、通訳がおらず、また店舗側でも会話はもちろん、外国語の商品表記すらできていないために、お互いにコミュニケーションがうまく取れず、折角の販売の機会を逸しているという。</p> <p>数年後は「爆買い」疲れで都会とはちょっと違った場所に行きたくなったり、定番の観光地ではなく、穴場を好むリピーターの訪日外国人が増えるのではという見方も出てきており、益々箕面を訪れる訪日外国人が増える可能性が高くなると予想される。</p> <p>これらの販売機会を確実に取り込み、売上拡大につなげるため、外国人の文化や風習についての知識習得や、簡単な外国語での接客、販売商品の外国語表記のスキル習得などが喫緊の課題となっている。</p> | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 訪日外国人が多く訪れている阪急箕面駅から滝道近隣の小売・サービス業の事業者等 | | |
| | 事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等) | <p>①箕面市では、既に訪日外国人対策に乗り出しており、外国語による観光マップの作成・配布や海外の旅行会社や旅行誌関係者等を招いた箕面の観光プラン体験会等を行っている。しかし、商業者に対する支援は、まだ着手できておらず、本所との連携が求められている。「滝道」に面した店舗だけでなく、付近の商店街に移動し、買い物を楽しむ訪日外国人も増えてきており、インバウンド対策に興味をもつ小規模事業者は多いと推測される。</p> <p>②平成26年度「大学生観光まちづくりコンテスト」において、箕面観光を訪日外国人(特に台湾人)にPRするという、明治大学のプランが観光庁長官賞に輝いた。プランでは、大都市から近距離で、日本の四季が楽しめ、京都奈良に比べマイナースポットである箕面観光の潜在能力が客観的に評価されている。</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 | | | |
| | 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 にするか | ○ 人材育成型 | <p>テーマ：「秋の紅葉シーズンに備える箕面インバウンドセミナー」(仮称)</p> <p>開催時期：シーズン前の7～8月頃 1日 3時間程度</p> <p>開催場所：箕面商工会議所</p> | | |
| | 人材交流型 | <p>主催：箕面商工会議所 共催：箕面市観光協会 後援：箕面市</p> <p>講師：インバウンドに詳しい専門家を招聘</p> | | |
| | 販路開拓型 | <p>*インバウンド対策の基礎知識習得が目標のセミナー</p> <p>内容：3部構成</p> | | |
| | ハズカ型 | <p>第1部：インバウンドに詳しい事業者による体験談(30分程度)</p> <p>第2部：箕面市のインバウンドの現状(箕面市観光協会)(30分程度)</p> <p>第3部：専門家による講演</p> | | |
| | 独自提案型 | <p>訪日外国人の特徴、購買パターン、接客の方法、商品表示の仕方、質疑応答など</p> <p>参加企業数：目標30社</p> | | |

4-2. 地域活性化事業 事業調書

箕面商工会議所

| | | | | | | | | | | |
|--------------------|--|--|----------|---------------------------------------|--------------|----------------|------|---|-----------|-----------|
| 事業名 | | 秋の紅葉シーズンに備える箕面インバウンドセミナー | | | | 新規/継続 | 新規 | | | |
| にする のかを 明確に) | 事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠) | (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 | | | | | |
| | | (c)箕面市および箕面市観光協会と連携し、箕面市の関係施設への案内チラシの設置や事業者へのチラシ配布および参加勧奨を行う。 (d)セミナー受講後、実践的なアドバイスが必要な事業所に支援を提案し、カルテ化につなげる。カルテ化目標10社。 | | | | | | | | |
| 事業の 目標 | 支援対象企業数 | 設定根拠及び 募集方法→ | 30 社 | | | | | 本所ホームページやチラシ・会報誌等で参加者を募集する。 また「箕面市観光協会との連携により、普段本所との接触が少ない 非会員の小規模事業者の参加が期待できる。 | | |
| | 支援対象企業 の変化 | 訪日外国人への対応力アップによる販売機会逸失を防ぎ、売上拡大につなげる。 | 指標 | アンケートで、「訪日外国人への対応について不安が軽減された」と答えた企業数 | | | 数値目標 | 20社 | | |
| | その他目標値 | 目標値の内容→ | | | | | | | | |
| 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 | 20,100 円 × | 支援企業数 | 30 × | 係数 | 1.00 = | 標準事業費 | 603,000 円 |
| | | | | 円 × | | × | | = | | 円 |
| | | | | 円 × | | × | | = | | 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%) | 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) | | | | | | | | | |
| | 算出額 | ①市町村等補助 | 60,000 円 | 交付市町村等 | 箕面市 | | | | | |
| | | 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) | | | | |
| | | 603,000 円 × | 0.50 = | 301,500 円 | (| 60,000 円) | | | | |
| | 補助金の団体配分 (「代」欄には、中核 団体またはリソガで説 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 | | もっと上手に付き合いたい！北摂金融機関交流会（仮称） | | 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) | <p>事業を維持・拡大するためには、外部からの事業資金調達は必須といえる。しかし金融機関とのつきあいを苦手とする小規模事業者は意外と多い。その理由として、支店に顔なじみの担当がおらず、関係性を構築しづらいことが挙げられる。一方金融機関関係者によると、取引先拡大を望んではいらぬものの、最近マンパワー不足で、経営者と直接対話できる事業所訪問が困難になった、との現状があるという。</p> <p>小規模事業者にとって、金融機関と上手につきあうということは、①資金調達を円滑にし、事業拡大につながる②プロの目から自社の経営状況（決算書等）を客観視してもらい、刺激を受ける良い機会となる③最近、金融機関が力を入れている、ビジネスマッチングの活用により販路拡大の機会が得られる等の利点がある。</p> <p>本事業では、小規模事業者と金融機関担当者の”溝”を埋めるため、管内に支店をもつ金融機関担当者を招き、小規模事業者と直接顔を合わせて、交流できる場を提供する。また副次的効果として、小規模事業者の異業種交流の場としての活用も期待できる。</p> <p>face to face のコミュニケーションを通して、人的ネットワークの構築を図る。</p> | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 北摂地域の小規模事業者等（全業種） | | | |
| | 事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等) | 経営指導員に対して、日頃、小規模事業者、金融機関担当者の双方より、紹介依頼が多く寄せられている。また他の地域でも同様の試みを実施したところ、金融機関、事業者の双方から感謝されたことと耳にしており、ニーズはあると推測できる。 | | | |
| 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 | 「もっと上手に付き合いたい！北摂金融機関交流会」（仮称） 開催日時：平成28年8月～9月頃 開催場所 箕面市内のホテル 参加予定事業所数 60社 地元金融機関 7社程度 | | | |
| | ○ 人材交流型 | <p><内容> 午後5～8時 1日 3H</p> <p>第1部 講演会 金融に関するテーマを設定。著名人による講演</p> <p>第2部 金融機関プレゼンテーション 参加金融機関による商品・サービス等の紹介（1社 5～10分）</p> <p>第3部 交流会 テーブルグループごとの名刺交換・情報交換・事業PR 全参加者の住所・電話番号入り名簿をあらかじめ配布し、マッチングの促進を図る。 これにより当日だけでなく後日の交流も可能となる。</p> | | | |
| | 販路開拓型 | | | | |
| | ハズカ型 | | | | |
| | 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 checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携 | <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 | <input checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 |
| | | (b)豊能地区での広域実施により、参加者増が期待でき、ビジネスマッチングの幅が広がる。各団体からホスト役として経営指導員が従事することにより、地域を超えた事業者間連携を促進させることも可能となる。(d)参加事業所へのアフターフォローを実施する。支援対象事業所数の50%以上のカルテ化を目指す。 | | | |
| 事業の 目標 | 支援対象企業数 | 設定根拠及び 募集方法⇒ | 参加予定企業約60社のうち30社を支援対象企業とする。北摂の商工会議所・商工会との連携や、チラシや会報により広く募集する。 | | |
| | | 30 社 | | | |
| | 支援対象企業の 変化 | ①金融業界の最新情報の収集②人的コミュニケーションによる金融業界との人脈構築、により事業資金の調達先確保の可能性を高め、小規模事業者の総合的経営力がアップする。 | | | |
| | 指標 | アンケート調査で、「新たに取引したい金融機関と出会えた」と回答した事業所数 | | 数値目標 | 20社 |

| 事業名 | | もっと上手に付き合いたい！北摂金融機関交流会（仮称） | | | | | 新規/継続 | 新規 | |
|---|-----------------------------------|----------------------------|-----------|-------|--|-------------------|--------------|-------|--|
| 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 | |
| | | 40,200 円 × | | 30 × | | 1.00 = | 1,206,000 円 | | |
| | | ⇒ | 円 × | | × | | 円 | | |
| | | | 円 × | | × | | 円 | | |
| | (小計) | | | | | | 1,206,000 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%） | | | | | | | 円 | |
| | 計 | | | | | | 1,206,000 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) | | | | | | | | |
| | 算出額 | ①市町村等補助 | 240,000 円 | | 交付市町村等 | 箕面市 | | | |
| | | ②受益者負担 | 60,000 円 | | 負担金の積算 | 2,000円×30社=60,000 | | | |
| (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) | | | |
| 1,206,000 円 × 0.75 = | | | | | | 904,500 円 | (300,000 円) | | |
| 補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはリアリツ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） | | | | |
| | ○ | 箕面商工会議所 | 663,300 円 | | 箕面商工会議所は、主管として企画調整・広報・運営等について主に担当する。他団体は、参加企業をそれぞれ3社発掘し、広報、当日および事後フォローを担当。 | | | | |
| | | 豊中商工会議所 | 60,300 円 | | | | | | |
| | | 池田商工会議所 | 60,300 円 | | | | | | |
| | | 豊能町商工会 | 60,300 円 | | | | | | |
| | 能勢町商工会 | 60,300 円 | | | | | | | |

【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）

箕面商工会議所

| 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 | 10 | 10,000 | 100,000 | |
| 金融支援（紹介型） | 5 | 30,000 | 150,000 | |
| 金融支援（経営指導型） | 35 | 40,000 | 1,400,000 | |
| マル経融資等の返済条件緩和支援 | 1 | 20,000 | 20,000 | |
| 資金繰り計画作成支援 | 3 | 20,000 | 60,000 | |
| 記帳支援 | 3 | 25,000 | 75,000 | |
| 労務支援 | 20 | 20,000 | 400,000 | |
| 人材育成計画作成支援 | 5 | 20,000 | 100,000 | |
| マーケティング力向上支援 | 50 | 20,000 | 1,000,000 | |
| 販路開拓支援 | 50 | 20,000 | 1,000,000 | |
| 事業計画作成支援 | 25 | 50,000 | 1,250,000 | |
| 創業支援 | 20 | 20,000 | 400,000 | |
| 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 | 1 | 20,000 | 20,000 | |
| 財務分析支援 | 5 | 10,000 | 50,000 | |
| 5S支援 | 1 | 10,000 | 10,000 | |
| IT化支援 | 20 | 20,000 | 400,000 | |
| 債権保全計画作成支援 | 1 | 10,000 | 10,000 | |
| 結果報告 | 250 | 10,000 | 2,500,000 | |
| 小 計 | — | | 15,215,000 | |
| 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 | |
| 法律相談 | 6 | 23,600 | 141,600 | |
| 金融相談 | 10 | 23,600 | 236,000 | |
| 税務相談 | 10 | 23,600 | 236,000 | |
| 労務相談 | 2 | 23,600 | 47,200 | |
| 経営相談 | 40 | 23,600 | 944,000 | |
| 小 計 | 68 | 118,000 | 1,604,800 | |
| ※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 | | 10,635,338 | |
| 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 | | 251,250 | |
| V 合計 | | | | |
| 合 計 | | | | 補 助 金 額 |
| | | | | 27,706,388 |