

令和5年度（2023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	局長 塩野 覚	
		連絡先	電話番号（直通）：	072-972-0881
Fax：			072-973-1201	
E-mail：	<a href="mailto:info@kashiwara-good.org">info@kashiwara-good.org</a>			
①設立年月日	昭和36年5月1日			
②職員数	職員数 8人（うち経営指導員数 8人） 令和5年1月時点			
③所管地域	柏原市			
④管内事業所数	2, 268（平成28年経済センサス活動調査）			
⑤管内小規模事業者数	1, 836（平成28年経済センサス活動調査）			
⑥会員数（組織率）	1, 025（45.1%）			
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと				
<input type="checkbox"/> 主な事業概要（定款記載事項等）				
<p>地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資し、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。この目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。</p> <p>① 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。 ② 商工業に関する情報又は資料を収集し、提供すること。 ③ 商工業に関する調査研究を行うこと。 ④ 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。 ⑤ 展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。 ⑥ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 ⑦ 大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済事業の業務を行うこと。 ⑧ 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。 ⑨ 商工会としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。 ⑩ 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。 ⑪ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 ⑫ 商工業者の委託を受けて、当該商工業者が行うべき事務（その従業員のための事務を含む。）を処理すること。 ⑬ 前各号に掲げるもののほか、その他商工会の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>				

**(1) 所管地域の産業経済の現状と課題**

本市は、令和3年12月末で面積は25.33平方km、人口67,759人、世帯数32,003世帯である。平成28年経済センサスでは事業所数は2268であり、そのうち製造業は408件で全事業所の17.9%、小売業は509件で22.4%、建設業は174件で7.6%、サービス業は927件40.8%である。近隣の自治体は八尾市・藤井寺市・羽曳野市・奈良県香芝市・王寺町・生駒郡三郷町で約三分の二が山間部である。地場産業としては、染色加工業、ブドウ栽培、ぶどう狩、ワイン製造などが主要となっている。染色に関しては、機械染め(プリント染)に押され、また中国からの輸入などもあり、伝統的な注染法(手染め)の生産量は減少している。商業については、大和川に挟まれ商圏が柏原地区、国分地区に二分化している。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、事業所数が減少傾向にあり、既存の商店街の活性化を図ることが課題となっている。工業については、製造業の付加価値構成比は大阪府平均の構成比を上回っている。なかでも生産用機械器具・業務用機械器具において、優れた技術を有する事業者が多く、独自技術を持つ製造業が地域経済牽引の担い手になるよう育成することが課題となる。

**(2) 所管地域の活性化の方向性**

柏原市は、農業者のうち約8割がぶどう栽培しており、「ぶどう」「ワイン」を核として、ワイナリー・農業者・飲食店・観光名所をつなぎ合わせることで、市全体の魅力向上を目指す。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魅力を継続PRし、地域での購買力を促進していくため、柏原市と連携を深めて、各種支援など取り組みを今年度も継続する。本市の人口は自然減、社会減が継続しており、後継者問題を抱える。そのため後継者育成等の事業承継にも昨年同様に力を入れる。また昨今は小さな起業を中心に創業者も見受けられ、創業支援は地域活性化に欠かせない。工業面については、独自技術を持つ製造業を中心に地域経済牽引するような企業に成長するよう技術向上や販路開拓、人材確保・育成について支援に取り組む。

**(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**

管内事業所の約8割の事業者が小規模事業者である。地域に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。ウィズコロナによる社会・経済活動の正常化の動きが進んできているが、いまだコロナウイルス感染症の影響や物価高騰により、小規模事業者においては景気回復の実感は乏しい。製造業については、一部受注回復の兆しが見えるが、部品の供給不足など前向きな経営姿勢が取れない状況もある。商業、特に飲食業にいたっては、従来のような活気はまだ戻っておらず、人手不足も相まって依然厳しい状況である。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っていききたい。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は、コロナウイルス感染症拡大の影響をもっとも受けている飲食業を含め、特売地の開催により集客力、知名度のアップを図り販路開拓、販売促進に取り組む。「龍田古道・亀の瀬」が日本遺産登録されたこともあり地域観光資源を活用した商品の開発と魅力発信を通じて、個店の知名度・ブランド力の向上に取り組む事業所に対して積極的なサポートを続ける。工業面については、JOB・マッチング・フェアの実施により地元企業の人材育成・確保に関する支援を行なう。柏原市内のみならず、羽曳野市・藤井寺市・松原市とも連携をとり、優れた人材を求める地元企業の労働環境の整備向上に取り組む。また創業セミナーの実施により創業環境を整え、起業家の育成、新たな事業者の創出を支援する。各支援推進にあたっては、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を図ることで効果を向上に繋げる。

**(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、長期的な支援がまだまだ必要である。柏原市ブランド化事業の実施により空き店舗の増加、事業主の高齢化にともなう後継者問題による商店街の空洞化を防ぎ、活性化を図ることが可能となる。また小規模事業者にとって人材確保や育成により生産性の向上は重要な問題である。JOB・マッチング・フェアにより、雇用創出の機会提供により人材確保や生産性の向上の支援に取り組む。さらに創業セミナーにより1人でも多くの起業家の育成を支援する。こうした活性化事業の取り組みを行うことで、小規模事業者が抱える課題の把握に努め、今後の具体的取り組みに繋げていく。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し、信頼のおける商工会として今後も地域貢献を行う。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むきっかけや販路拡大を図る意欲、新規の創業機会も失われ、地域商工業の活力向上の妨げ・衰退に繋がりがかねないと考えられる。

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	5 支援		
金融支援（紹介型）	10 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	3 事業所	資金繰り計画作成支援	27 事業所		
記帳支援	31 事業所	労務支援	80 支援		
人材育成計画作成支援	3 事業所	マーケティング力向上支援	7 事業所		
販路開拓支援	25 支援	事業計画作成支援	3 支援		
創業支援	3 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	31 事業所		
コスト削減計画作成支援	30 事業所	財務分析支援	10 事業所		
5S支援	15 事業所	IT化支援	3 事業所		
債権保全計画作成支援	0 事業所	事業承継支援	5 事業所		
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援	60 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>ウィズコロナを見据えて、事業所が抱える多岐にわたる問題を伴走支援する。特に経営の改善と経営基盤の強化を図ることに重点を置き、経営維持、事業継続のため、金融支援や資金繰り計画作成支援に取り組む。収益改善面においては販路開拓支援やコスト削減計画支援を継続する。また昨今の情勢から感染症・自然災害に備えることの重要性が高まる中、事業継続のためBCP普及・啓発などの支援にも注力する。さらに法改正で複雑化する雇用、労働環境の整備への対応として労務支援についても需要が多いと見込まれる。</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>金融支援については、マル経融資に限らず日本政策金融公庫との連携を密に図り支援を続ける。創業支援、事業承継支援、知的財産支援などメニューに応じて、大阪府よろず支援拠点、INPIT等支援機関を活用し支援する。その他いずれの支援においても高度専門的な内容については専門家と連携を図りながら支援する。</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	支援日数
法務相談	継続	相談件数	3	事業活動に伴う法律に関連した課題の解決	3
税務相談	継続	相談件数	30	事業活動に伴う税務に関連した課題の解決	25
金融相談	継続	相談件数	15	事業活動に伴う金融に関連した課題の解決	12
労務相談	継続	相談件数	6	事業活動に伴う労務に関連した課題の解決	6
その他相談	継続	相談件数	15	事業活動に伴う経営・BCPに関連した課題の解決	15
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>日々の巡回、窓口相談のなかで発生する経営指導員では対応できない法務・税務・経営等における高度専門的な課題に対応するため、専門家を活用する。また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を作り、専門家の高度なアドバイスにより、事業所が抱える様々な問題の早期解決を図り経営の改善と経営基盤の強化に役立つことが期待できる。また今年度は感染症を勘案し、より高度な経営課題が増加することが予想されるため新たに経営相談窓口を設置する。さらに昨年度に引き続き事業継続力強化支援計画書に基づきBCP相談窓口を設置する。BCP相談窓口においては昨今の重要性の高まりから前述の経営相談と区別することにより、よりの質の高いBCP支援が期待できる。</p>					

## 4-1. 地域活性化事業一覧

柏原市商工会

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
<b>(1) 単独事業</b>				<b>4,704,075</b>
1		柏原市ブランド化事業	事業所の魅力づくりの掘り起こしを伴走支援し、魅力発信(PR)を積極的に行う。	2,815,375
2	○	創業支援事業	創業に関する基礎知識習得から実践的研修まで支援し、創業者の育成・創出を推進する。	1,282,700
3	○	企業知的財産活用事業	市内ものづくり企業および新たに創業する者を中心に知的財産の基礎を学び、知的財産に対する意識改革及び積極的な活用を推進する。	606,000
<b>(2) 広域事業</b>				<b>4,266,625</b>
4	○	JOB・マッチング・フェア	優秀な人材を求める中小企業と就職意欲のある求職者を結びつけるため合同企業説明会・就職面接会の実施、および地元企業の若手人材確保のため高校、大学との情報交換会を実施する。	2,291,550
5		南河内特産品販路開拓事業	南河内地域の特産品を製造、販売する企業の知名度を高め、販路拡大を図るため地域外の会場で地元特産品を一堂に会した販売会を開催する。	693,750
	○	広域セミナー(労働啓発ワークライフバランスとは)	羽曳野市商工会幹事の事業計画参照	287,850
	○	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
		物産展inまつばら	松原商工会議所幹事の事業計画参照	100,000
	○	女性経営者等による地域リーダー養成事業	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	106,050
	○	次代を担う若手経営者等の育成支援事業	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	303,625
	○	経営トピックセミナー配信事業	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	50,500
		大阪勧業展	大阪商工会議所幹事の事業計画参照	50,500
	○	求人確保支援事業	八尾商工会議所幹事の事業計画参照	282,800
合計(1+2)				8,970,700
(うち、府施策連携事業)				5,311,075

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		柏原ブランド化事業		事業番号		1	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27	年度～	年度まで	9	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	事業所の魅力づくりの掘り起こしを伴走支援し、魅力発信（PR）を積極的に行う。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	柏原市では地域経済の発展には生産年齢人口の市内定住化が重要であると考え、柏原市の魅力づくり、魅力発信を積極的に推進することで、市民の郷土愛を育み、人口減少の抑制、若者の市内定着化に結び付けたいと考えている。そこで商工会では柏原市の上記施策を推進するため、市と連携し、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たいと考えている。当事業では、市内特産品・商品の開発と目まぐるしく変化する新時代の中で確かな情報・タイムリーな情報を提供できるようにSNSでのネット魅力発信と、当会を活用することによりリアル魅力発信の両面を通じて、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地域資源を活かした特産品・商品開発に取り組む事業所の増加および地場産業・柏原ものづくり企業等の知名度・ブランド力を高め、市内商工業の活性化に繋げていきたいと考えている。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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者						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	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だけでは、効果的な魅力づくりと魅力発信が十分に行われておらず、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。そこで当事業において各事業所が気付いていない潜在ニーズを掘り起こす上で、リサーチ等を行い、事業所の潜在ニーズを把握し、新たな魅力ある商品開発や魅力発信に繋げられるよう伴走支援を行っていきたいと考えている。						
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	令和4年度においては、魅力づくりと魅力発信を積極的にPRするため、国分地域（2地区）柏原地域（2地区）の商店街で特売市を開催した。 昨年に引き続き、本年も柏原市内全戸に配布される「柏原市地域応援商品券」の利用期間11月1日～12月31日に合わせて消費者拡大、地域経済の活性化を図るため「ありがとうキャンペーン(売り出し)」「デジタルスタンプラリー」等、それぞれの地域で魅力づくりと魅力発信を目的として行った。 12月31日までの開催期間のため、参加事業者数は各商店会集計中。 ブランド化事業においては、5月に市広報、HPで地域資源を活かした「かしわら土産開発」に取り組む事業所を募集し、2事業所が個別支援のもと「かしわら土産開発商品」として認定された。同時にそれらの商品は「日本遺産推奨商品」としても認定されブランド力を高めることができた。						
	反省点	新型コロナウイルス感染拡大を防止しながら、日常生活や経済社会活動を継続できるよう行動制限の緩和の取り組みを進めていく中、2年連続で地域商品券の配布時期に合わせての特売市の開催となった。5年度は商品券事業が行われない可能性も考えられるため、新しい魅力づくりの掘り起こしを伴走支援し、アナログとデジタルの両面からの魅力発信に繋げていきたいと考えている。 魅力開発事業では特産品の開発を積極的に取り組もうとしている事業者が多いことに気付いた。5年度はそのような事業所と積極的にコンタクトを取っていきたいと考えている。						
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	本年度もブランド化をすすめる特産品・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、国分エリア・柏原エリアの各商店街を対象に、地域としての魅力を広く発信し、地域としての集客力、知名度アップを図るための特売市を開催する。						
	人材交流型	魅力発信事業として、令和2年6月に文化庁より柏原市亀瀬地区が三郷町と共同で日本遺産として認定を受けたことから、昨年に引き続き本年度も地域資源を活用した商品や新商品をかしわら土産として開発に取り組む事業所を支援する。						
	○ 販路開拓型	また、コロナ禍に引き続き原材料の価格高騰により値上げを検討せざるを得なくなるなど、相次ぐ問題に直面している市内飲食店や小売店を積極的にPRするため、キャンペーンメニューの開発や先の日本遺産、かしわら土産等ブランド化認定商品の紹介などで特別感のある「笑ってまんぷく！PRキャンペーン」をSNS等を積極的に活用しながら開催する。						
	○ ハズお型	伝統産業の魅力や独自技術を持つ製造業のブランド力を広く発信し、新規顧客開拓に繋げられるよう支援を行う。						
	独自提案型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特売市 : 年4回 国分地域、柏原地域でそれぞれ2地区で開催予定。</li> <li>・魅力発信 : 年1回 柏原市内全域で開催予定。(笑ってまんぷく！PRキャンペーン)</li> <li>: 年1回 柏原市内全域で事業者を募集予定。(商展スペース)</li> </ul>						
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	
	販路開拓							
当事業は(C)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(d)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、相談事業相乗効果を高めることで本事業の魅力発信に大きくつながることが期待される。								

4-2. 地域活性化事業 事業調書

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	ブランド化を進める特産商品や新たな魅力ある商品をPRするため「特売市」を通じて発信を行う。昨年と同様に国分地域（2地区）柏原地域（2地区）の商店街を中心に地域としての魅力を市内消費者はもとより「龍田古道・亀の瀬」が日本遺産に認定されたことにより、市外観光客にも届くよう積極的に情報発信をしていく予定である。 支援対象の設定根拠は4地区商店会加盟店の約8割の参加事業者数80店舗を目標とする。 募集方法については、市広報や会報、HPやSNS等を活用し広く募集を行う予定。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	魅力づくりと魅力発信を行うことにより、支援対象事業者の集客力、売上アップに繋げていきたい。また、事業者自らが主体的となり「潜在ニーズ」を引き出し魅力開発、魅力発信を行っていきけるよう意識改革を図っていきたい。							
	指標	売上高のアップに繋がった事業所数	数値目標	50%以上					
その他目標値	目標値の内容⇒ 2000	来客者数及び参加登録者数							
算定基準 (行が足りない場合は、→の行に挿入)	サービス単価	円 ×	支援企業数	社 ×	係数	=	標準事業費	円	
	50,500	円 ×	80	社 ×	1.00	=	4,040,000	円	
	50,500	円 ×	2,000	社 ×	0.01	=	1,010,000	円	
	50,500	円 ×	10	社 ×	0.50	=	252,500	円	
	50,500	円 ×	5	社 ×	0.50	=	126,250	円	
	101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円	
	合計		2,097	社	(小計)		5,630,750	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%）								円	
計								5,630,750 円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
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)		
	5,630,750	円 ×	0.50	=	2,815,375	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○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）			
			円						
			円						
			円						
			円						

4-2. 地域活性化事業 事業調書

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 80 社	ブランド化を進める特産商品や新たな魅力ある商品をPRするため「特売市」を通じて発信を行う。昨年と同様に国分地域（2地区）柏原地域（2地区）の商店街を中心に地域としての魅力を市内消費者はもとより市外観光客にも届くよう積極的に情報発信をしていく予定である。 ・支援対象の設定根拠は4地区商店会加盟店の約8割の80社を目標とする。 ・募集方法については、市広報や会報、HPやSNS等を活用し広く募集を行う予定。	
	支援対象企業の変化	魅力づくりと魅力発信を行うことにより、支援対象事業者の集客力、売上アップに繋げていきたい。また、事業者自らが主体的となり「潜在ニーズ」を引き出し魅力開発、魅力発信を行っていきけるよう意識改革を図っていきたい。		
	その他目標値	指標	売上高のアップに繋がった事業所数	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	コロナ禍、原材料の価格高騰などの影響で、今後の客離れ防止対策として市内飲食店やブランド化認定商品販売店を積極的にPRするため、「笑ってまんぷく！PRキャンペーン」の開催を行い、キャンペーンを通じて常連客、新規顧客の胃袋を満たす笑ってまんぷくメニュー開発に取り組んでいるお店やブランド化認定商品の魅力発信を行う。 ・支援対象の設定根拠は昨年度の柏原市地域応援商品券取扱店募集と同時に参加登録された事業者及び現在ブランド化商品に認定されている事業者 ・募集方法については、市広報や会報、HP、SNS等を活用し広く募集を行う。	
	支援対象企業の変化	ウィズコロナ時代を生き抜くための飲食店経営には、顧客に安心して来店し続けられるような店づくりや視点を少しずらしたようなヒットメニュー開発などの意識改革が図られる。		
	その他目標値	指標	期間中のメニュー開発に取り組んでいる事業所数	数値目標
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 5 社	地場産業の魅力や独自技術を持つ製造業のブランド力を広く発信していくため、当会の出入口スペースを発信の場として提供する。 ・支援対象の設定根拠は主要産業（商業）と技術産業（工業）を設定。 ・募集方法としては、企業訪問、HP等で募集を行う。	
	支援対象企業の変化	商工業者の玄関口である当会での伝統産業の紹介、優れた技術製品の紹介や説明の場が設けられることにより、より一層の知名度アップとなり、更には新規顧客開拓に繋ぐことができる。		
	その他目標値	指標	伝統産業及び技術製品の問合せが増えた事業所の割合	数値目標
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 2 社	柏原市の特色と日本遺産としての地域資源を活かした魅力ある商品や土産品の開発に積極的に取り組む事業所に事業計画の作成、プランニングや商品化の支援を行う。 ・支援対象の設定根拠は、昨年同等の事業所数2社である。 ・募集方法については、窓口相談、市広報や会報、HP、SNS等を活用し広く募集	
	支援対象企業の変化	魅力ある特産品や商品を新たに開発することにより、ブランド化に繋げることができる。		
	その他目標値	指標	魅力ある商品の開発に繋がった事業所数	数値目標

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		創業支援事業		事業番号	2	新規/継続	継続		
想定する実施期間		R3	年度～	年度まで	3	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	創業に関する基礎知識習得から実践的研修まで支援し、創業者の育成・創出を推進する。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	創業を目指す者、また創業後間もない者を対象に、創業にあたって必要な心構えや知識の習得を目指したセミナーや個別相談を開催し、スムーズに創業をすすめていけるよう支援することを目的とする。当会は、柏原市の認定連携創業支援事業者として、市並びに金融機関と連携を図りながら創業支援に取り組んでいる。創業者に対しては、地域支援機関と連携してフォローアップし、経営指導を継続し、起業家の育成を推進する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者(創業5年未満)に加え、新規事業を計画する中小企業経営者、学生等							
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	支援制度の充実やIT技術の進展、多様な働き方や生き方への社会容認などを理由に、起業に対するハードルは低下しており、当会での経営支援の中でも「小規模起業」に対するニーズは年々増加しているように感じられる。ただ、そういった支援制度の内容や手続きを十分に把握できていない者もあり、実務的な創業セミナーを開催することが求められている。また、より具体的に創業を目指す者には専門家との個別相談が求められる。							
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	令和4年度創業セミナーは9月2日、9日、16日、30日の4日間開催で21名参加。参加者の19名(90%)以上に創業意識の向上が見られニーズを満たした満足度の高いセミナーとなっている。参加者の中からは柏原市の特定創業支援事業修了証明書を2件発行。セミナー後の個別支援などを経て5名が創業と、当事業による創業への意欲の高まりがみられた。							
	反省点	参加者については定員を超える申し込みがあり、早期に申込の締め切りを行った。締め切り後も当セミナーに対する問い合わせが多数あったため、今後は定員数や開催回数についても見直しを行う必要がある。また、創業セミナー参加後の参加者アンケートで、実際にテストマーケティングを実施したいとの声が多数聞かれ、受講後のフォロー強化としてそういった場を新たに提供することも創業者の育成・創出に貢献できるのではないかと考えている。							
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	創業セミナーの開催(人材交流)							
	○ 人材交流型	創業に関する具体的な知識習得セミナーとして柏原市・日本政策金融公庫東大阪支店と連携して開催する。「経営」「財務」「販路開拓」「人材育成」4テーマの基礎的な知識習得に加え、人的ネットワークを構築できるような機会を設ける。先輩創業者による創業体験談や中小企業診断士による創業事例と経営計画の作成方法など創業を考えている者を対象に、創業する際に必要な心構えなど初歩的な内容から創業に関して必要な知識や事業計画書を作成する重要性などを学ぶ。令和5年9月～10月の間に4日間で開催予定。							
	○ 販路開拓型	創業者フォローアップセミナーの開催(販路開拓)							
	ハズオン型	セミナー内で策定した事業内容(単価・販売方法・損益分岐点など)を基に創業プランのブラッシュアップ研修を計画しており、事業の明確化、具体的計画まで策定し、開業までスムーズに行えるレベルまで育成を行う。また次のステップの実践的な場として商工まつりにチャレンジショップとして出店し、経営のための知識、経験、ノウハウを得る。創業セミナーに参加して終わるのではなく、実際に販売を行う場を提供し起業への契機となるよう支援を行う。							
	独自提案型	○ (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							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	商-18	起業家の育成、創業の促進			創業・経営革新				
	基礎知識を習得し自身のビジネスプランを発表する場を設け、今後開催されるビジネスコンテストにできるだけ多くの受講者がチャレンジしやすい仕組みをつくる。大阪府商業・サービス産業課新事業創造グループと連携し、「大阪起業家グローイングアップ事業」の推薦機関として事業ホームページや大阪府のメールマガジンの活用をはじめ、金融機関などとの地域金融支援ネットワークを通じて、広く府内へ事業をPRする。融資面では府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」など公的融資へつなぐ。優秀なビジネスプランについては「大阪起業家グローイングアップ事業」への推薦を前提に、さらなるブラッシュアップを図る個別支援を実施する。								
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	創業セミナーへの参加者数。前回柏原市内にてチラシのポスティングを行ったところ、想定以上の申込者数となったため今回も同様手法で集客をする予定である。上記に加え、市広報誌や市担当課窓口、当会HPやSNSでの発信を活用していく。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	23社	セミナーを受講することで創業に必要な知識の習得・準備が整えられる。その中で参加者同士がディスカッションやビジネスプランの発表を行うことで創業者ネットワーク構築やノウハウなどの情報交換が気軽にできる。また、受講後は商工会にて付加知識を個別相談により提供することで、創業しやすい環境づくりを促進するとともに、創業後も継続して支援を実施できる。			指標	創業意識が向上した割合	数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容→							



4-2. 地域活性化事業 事業調査

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			
	40,400	円 ×	20	社 ×	1.40	=	1,131,200	円		
	50,500	円 ×	3	社 ×	1.00	=	151,500	円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
	合計		23	社	(小計)		1,282,700	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	1,282,700	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						
	<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)			
	1,282,700		円 ×	1.00	=	1,282,700		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○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
	<input type="radio"/>		円							
			円							
			円							
			円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	創業セミナーへの参加者数。前回柏原市内にてチラシのポスティングを行ったところ、想定以上の申込者数となったため 今回も同様手法で集客をする予定である。上記に加え、市広報誌や市担当課窓口、当会HPやSNSでの発信を活用していく。
	支援対象企業の変化	セミナーを受講することで創業に必要な知識の習得・準備が整えられる。その中で参加者同士がディスカッションやビジネスプランの発表を行うことで創業者ネットワーク構築やノウハウなどの情報交換が気軽にできる。また、受講後は商工会にて付加知識を個別相談により提供することで、創業しやすい環境づくりを促進するとともに、創業後も継続して支援を実施できる。	
	その他目標値	目標値の内容⇒	指標 創業意識が向上した割合 数値目標 80%
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 3 社	創業セミナー参加者へのアンケート、ヒアリング、個別支援での要望。セミナー時に募集、商工会からの声掛けで募集を行う。
	支援対象企業の変化	入門編である創業セミナーの次のステップとして、創業フォローアップセミナーを受講することで策定した事業計画をブラッシュアップすることが可能となる。最終的に実践的な場として商工まつりにチャレンジショップとして出店し、経営のための知識、経験、ノウハウを得る。創業セミナーに参加して終わるのではなく、実際に販売を行う場を提供し起業への契機とする。	
	その他目標値	目標値の内容⇒	指標 実際に販売を行い、今後販売を継続したいと答えた事業所 数値目標 2件

【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		事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27	年度～	年度まで	9	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	市内ものづくり企業および新たに創業する者を中心に知的財産の基礎を学び、知的財産に対する意識改革及び積極的な活用を推進する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	柏原市内には約500社程度のものづくり企業を中心とした知的財産活用の可能性を有する企業が存在するが、その多くは知的財産についての知識が不足しており、活用法においても理解が浅い状態である。また企業運営に必要な税理士等の専門家とは異なり、知的財産の専門家である弁理士は、企業サイドから積極的に活用する機会が少なく、知的財産に関する相談をすることができる専門家が身近にいない。そこで企業が、知的財産について関心を持ち、知的財産を積極的活用を行えるよう、大阪産業局MOBIO技術支援チーム、INPIT近畿統括本部と連携し、セミナーの開催をするとともに、知的財産支援機関との繋がりを作りながら、個別支援に発展させてゆくことを目的とする。また昨今は新たに創業する者も見受けられる。創業者の多くは知的財産の知識が不足しており市内ものづくり企業同様の支援が必要である。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	市内ものづくり企業を中心とした約500社および新たに起業する創業者。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業の中には、そもそも知的財産が自社に関係があるのか、また、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。また創業者においては知的財産という言葉が初めて聞く者も多い。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	大阪産業局MOBIO技術支援チーム、INPIT近畿統括本部と連携し、知的財産活用セミナーを7月28日に開催。参加は19社。ネットでの配信と会場開催のハイブリット型で開催した。またセミナー内ではINPITを含めた大阪産業局MOBIO技術支援チームの説明も行き、参加者においては関連機関とのパイプができた。 個別企業訪問においては大阪産業局MOBIO技術支援チーム、INPIT近畿統括本部とともに各企業それぞれ複数回の訪問を行い商標、特許に関する登録申請など2社の企業の知的財産活用掘り起こしができている。					
	反省点	優れた技術を持つにも関わらず、知的財産の知識が不足しているためその技術を武器として活用できていない市内企業がまだ多く存在する。それらの企業にセミナー斡旋を行い、1社でも多くの企業が知的財産の知識を習得し活用できるように支援をするべきである。また創業者においては知的財産という言葉が知らず、良いアイデアの権利保護がされてない事例も見受けられた。それら企業は知的財産関連の専門機関を知らないことが多い。INPIT近畿統括本部など関連機関の周知を進め、知的財産の苦手意識をケアしつつ知的財産を活用することを身近に感じていただきたい。個別訪問においては実際に意匠・商標・特許などの出願を行いたい企業も多いと考えられるなか掘り起こしを行い、複数回の支援を通してスムーズな登録まで手厚い支援を継続したい。					
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	【知的財産セミナーの開催】 大阪産業局MOBIO技術支援チーム、INPIT近畿統括本部と連携し、ものづくり企業および新たに創業する者を対象とした知的財産活用セミナーを開催。					
	人材交流型	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回					
	販路開拓型	【知的財産セミナーのオンライン開催】 オンライン視聴を可能とすることも考慮。					
	○ ハズブロ型	【支援機関との連携による知財支援】 過去のセミナー受講者を中心に知財に関する課題を抱えている企業を大阪産業局MOBIO技術支援チーム、INPIT近畿統括本部、専門家など支援機関と連携しながら複数回の実施訪問を行い、課題解決に向けた支援を実施する。					
	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)	○ (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		
		局-6	中小企業の知的財産の活用促進に向けた支援事業				人材育成・労務			
大阪産業局MOBIO技術支援チーム、INPIT近畿統括本部と連携し、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。										
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	市の広報、HP、会報、DMの発送により、市内ものづくりを中心とする企業の約5%程度および新しく創業する者のセミナー参加を目指す。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	22 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。							
	その他目標値	指標	セミナー後実施したアンケートで「理解できた」と回答した割合	数値目標	80%					
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						
	⇒ 20,200	円 × 20	社 × 1.00	= 404,000	円					
	101,000	円 × 2	社 × 1.00	= 202,000	円					
		円 ×	社 ×	=	円					
		円 ×	社 ×	=	円					
		円 ×	社 ×	=	円					
		円 ×	社 ×	=	円					
		合計	22	社	(小計)	606,000				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%)									
					計	606,000				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	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)				
606,000	円 × 1.00	=	606,000	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○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)					
	○	柏原市商工会	606,000 円	22						
			円							
			円							
			円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	大阪産業局MOBIO技術支援チーム、INPIT近畿統括本部と連携し、ものづくり企業・新しく創業する者を対象に知的財産活用セミナーを開催
	支援対象企業の変化	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。	
	その他目標値	指標   セミナー後実施したアンケートで「理解できた」と回答した割合	数値目標   80%
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 2 社	大阪産業局MOBIO技術支援チーム、専門機関アドバイザーとものづくり企業・新たに創業する者を中心に訪問し、個別企業アドバイスをを行う。
	支援対象企業の変化	セミナーを受講し、自ら知的財産権について活用したい部分が出てきた企業はもちろん、知的財産権に興味がある企業に大阪産業局、専門機関と個別訪問を行うことにより、掘り起こしや実際に知的財産権の申請支援を行うことができ、企業は知的財産権についてより具体的な取組みができる。	
	その他目標値	指標   知的財産に関する理解が深まり、活用促進に取り組む企業	数値目標   2社

【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		事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		H23	年度～	年度まで	13	年目	←複数年段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	優秀な人材を求める中小企業と就職意欲のある求職者を結びつけるため合同企業説明会・就職面接会の実施、および地元企業の若手人材確保のため高校、大学との情報交換会を実施する。					
	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は繋がっていない求職者を結びつけること、地域中小企業の若手人材確保を支援すること、就職した若手社員が離職することなく職場定着できるよう労働環境の企業内整備を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)	ハローワーク藤井寺管内雇用保険加入企業約4600社及びハローワーク藤井寺登録求職者を中心とした求人企業・求職者を対象とする。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	令和4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	<p>①合同企業説明会・就職面接会WEEKを1日4～5社を目安に下記の複数日実施予定 令和5年2月6日(月)、2月8日(水)、2月10日(金) ハローワーク藤井寺</p> <p>②企業と高校の就職支援担当者情報交換会を下記の通り実施した 令和4年5月24日(火) 藤井寺市立市民総合会館別館 参加企業21社 参加高校6校</p> <p>③企業と大学の就職支援担当者情報交換会を下記の通り実施した 令和4年11月9日(水) 藤井寺市立市民総合会館別館 参加企業13社 参加大学7校</p> <p>④公正採用と人権、大阪働き方改革推進支援・賃金相談センター事業についてセミナーを下記の通り実施中 令和4年12月8日(木)～12月14日(水) 大阪労働局Youtubeチャンネル</p> <p>(求職者)就職支援セミナーを下記の通り実施した 6月15日(水)ハローワーク藤井寺 参加者21人 6月22日(水)ハローワーク藤井寺 参加者20人 7月6日(水)ハローワーク藤井寺 参加者20人 11月30日(水)アゼリア柏原 参加者10人</p>					
	反省点	コロナの影響も勘案し、合同企業説明会・就職面接会WEEKを開催する予定であるが、企業側からは、他社の面談の流れで自社にも寄ってくれることや、一度に多くの求職者と面接できるなど、一同に開催することによって得られるメリットがなくなるといった声があった。					
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	<p>a) ハローワーク藤井寺管内商工会・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、合同企業説明会・就職面接会を開催する。</p> <p>b) 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るよう高校、大学との情報交換会をそれぞれ1回開催する。</p> <p>c) 魅力的な求人を行うため、効果的な採用方法に関するセミナーを専門家を活用し開催する。場合によってはオンライン視聴も活用する。</p> <p>d) 早期離職を防ぎ働きやすい職場づくりを進めるためにセミナーを開催する。場合によってはオンライン視聴も活用する。</p>					
	○ 人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズ'ン型						
	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			
	労-9	求人・求職マッチング事業(地域労働ネットワーク事業)			雇用・求人		
	(a,b,c)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・中河内及び南河内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。また、参加企業に対し、府広報物の配布や府施策事業の利用を促進する。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 145 社	合同企業説明会・就職面接会への参加企業。ハローワーク藤井寺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。 参加企業数においては本年事業形態および過去実績を勘案。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	参加企業が意欲ある求職者とマッチングすることで人手不足の解消、経営の安定化、活性化を図る							
	指標	面接件数					数値目標	40	
その他目標値	目標値の内容→								
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					
	⇒ 40,400 円 ×	20 社 ×	1.00 =	808,000 円					
	40,400 円 ×	100 社 ×	0.05 =	202,000 円					
	40,400 円 ×	35 社 ×	1.00 =	1,414,000 円					
	40,400 円 ×	15 社 ×	0.50 =	303,000 円					
	20,200 円 ×	45 社 ×	1.00 =	909,000 円					
	40,400 円 ×	60 社 ×	0.05 =	121,200 円					
	20,200 円 ×	45 社 ×	1.00 =	909,000 円					
	合計	320 社	(小計)	4,666,200 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		4,666,200 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)				
4,666,200 円 ×		1.00 =	4,666,200 円		(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはリンクで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)				
	○	柏原市商工会	2,291,550 円	37	【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との調整。				
		羽曳野市商工会	791,550 円	36					
		藤井寺市商工会	791,550 円	36					
		松原商工会議所	791,550 円	36					
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 20 社	合同企業説明会・就職面接会への参加企業。					
	支援対象企業の変化	参加企業が意欲ある求職者とマッチングすることで人手不足の解消、経営の安定化、活性化を図る						
	指標	面接件数					数値目標	40
事業の目標②	その他目標値	目標値の内容→ 100 名	合同企業説明会・就職面接会への来場者数					
	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 35 社	高校及び大学との情報交換会参加企業 (高校大学各18社程度)					
	支援対象企業の変化	参加企業の若手人材確保にかかる取組をすすめる。						
	指標	情報交換会後に実施するアンケートの満足度 (理解度)					数値目標	70
	その他目標値	目標値の内容→ 15 校	情報交換会に参加する学校					

事業の目標 ③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法→ 45 社	魅力ある求人方法のセミナー開催。
	支援対象企業の変化	魅力ある求人票の作成が可能となり、他社との差別化ができる。また自社の強みの再確認する機会ともなる。	
	その他目標値	指標	セミナー後実施するアンケートによる満足度(理解度) 数値目標 70
事業の目標 ④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法→ 45 社	早期離職を防ぎ働きやすい職場づくりを進めるために経営者層や人事担当者向けにセミナーへの参加企業（過去実績より）
	支援対象企業の変化	参加企業の働きやすい労働環境の整備にかかる取組みをすすめる。	
	その他目標値	指標	セミナー後実施するアンケートによる満足度(理解度) 数値目標 70
	その他目標値	目標値の内容→ 60 名	求職者向けセミナーを開催する（前年度実績より）

【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		事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27 年度～	年度まで	9	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	南河内地域の特産品を製造、販売する企業の知名度を高め、販路拡大を図るため地域外の会場で地元特産品を一堂に会した販売会を開催する。					
	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ため、ブランド化することにより発現されるべき知名度の上昇、販売促進等の効果が限定的となっている。またブランド認定制度のない市町村でも地元特産品として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30事業所が大阪市内の天神橋筋商店街において、9月13日(火)・14日(水)の2日間にわたり地元の特産品販売会を開催。併せて販売会に参加できない事業所の商品や自治体で実施している消費者向け事業のPRを行った。2日間の開催において、1,580人来場があった。					
	反省点	新型コロナウイルス感染症の影響により目標値であった2,000人の消費者との商談がかなわなかった。しかしながら即売会の実施や、天三おかげ館周辺の店舗にチラシ置いてもらえたことにより南河内地域の知名度と出店した商品の知名度は向上したと思われる。次年度は、チラシの配布方を工夫しこれまで以上に商品の知名度向上に繋げていきたい。					
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	特産品販売会の開催					
	人材交流型	大阪市内で南河内の特産品を対面販売することにより、一般消費者に特産品を直接PRすることができる。商店街振興組合より店舗前の1日の通行人が3万人、販売時間帯の通行人が1.5万人との調査報告を受けている。往来者に対してチラシを配布することで知名度の向上を図ることができる。					
	○ 販路開拓型	実施回数： 年1回(2日間) 会 場： 天神橋筋商店街おかげ館(大阪市内)を予定					
	ハズ'ン型						
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
	販路開拓						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	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 (代表的な指標)	30 社					
		指標	売上目標を上回った件数の割合			数値目標	5割以上
	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特産品をPRした消費者の人数について、1日当たり1000人以上を目指したい。				
	2000 人						



	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
算定基準 (行が足りない場合は、⇒ の行に挿入)	⇒ 50,500	円 ×	30	社 ×	1.00	=	1,515,000	円	
	50,500	円 ×	2,000	社 ×	0.01	=	1,010,000	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
	合計		2,030	社	(小計)		2,525,000	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	2,525,000	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		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)		
2,525,000	円 ×	0.75	=	1,893,750	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		支援企業数	役割 (配分の考え方)		
	○	柏原市商工会		693,750	円	5			
		河内長野市商工会		240,000	円	5			
		藤井寺市商工会		240,000	円	5			
		富田林商工会		240,000	円	5			
		羽曳野市商工会		240,000	円	5			
		大阪狭山市商工会		240,000	円	5			

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	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。	
		30 社		
	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即売会を通じ、特産品について興味のある客層や消費者が感じる特産品の商品価値や地域の魅力を肌で感じる事が出来、このことが新たな販路開拓や新商品の開発に繋がると期待される。		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒		
		社		
	支援対象企業の変化	指標	売上目標を上回った件数の割合	数値目標
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の人数について、1日当たり1000人以上を目指したい。		
	2,000 人			

【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	5	10,000	50,000	
金融支援（紹介型）	10	30,000	300,000	
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	3	20,000	60,000	
資金繰り計画作成支援	27	20,000	540,000	
記帳支援	31	25,000	775,000	
労務支援	80	20,000	1,600,000	
人材育成計画作成支援	3	20,000	60,000	
マーケティング力向上支援	7	20,000	140,000	
販路開拓支援	25	20,000	500,000	
事業計画作成支援	3	50,000	150,000	
創業支援	3	20,000	60,000	
事業継続計画(BCP)等作成支援	31	20,000	620,000	
コスト削減計画作成支援	30	20,000	600,000	
財務分析支援	10	10,000	100,000	
5S支援	15	10,000	150,000	
IT化支援	3	20,000	60,000	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
事業承継支援	5	20,000	100,000	
災害時対応支援	0	5,000	0	
フォローアップ支援	60	5,000	300,000	
結果報告	250	10,000	2,500,000	
小 計	-		16,315,000	

II 専門相談支援事業			
事業名	算 定 基 準		補助金額
	支援日数	計	
法務相談	3	72,000	
税務相談	25	600,000	
金融相談	12	288,000	
労務相談	6	144,000	
その他相談	15	360,000	
小 計	61	1,464,000	1,464,000

※記帳支援のために税理士を活用する場合は、単価26,000円×事業所数

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

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

V 合計		
合 計	補助金額	
		27,364,900