

令和7年度（2025年度）
事業計画書

Ⅰ. 申請者の概要

団体名	柏原市商工会
代表者職・氏名	会長 門谷 秀雄
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
設立年月日	昭和36年05月01日
職員数	8
うち経営指導員数	8
所管地域	柏原市
管内事業所数	2,200（令和3年経済センサス活動調査）
うち小規模事業者数	1,514（令和3年経済センサス活動調査）
会員数	1,031
組織率	46.8%
担当者職・氏名	局長 塩野 覚
連絡先電話番号	072-972-0881
連絡先メールアドレス	info@kashiwara-good.org
□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。目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。 (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。	

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

本市は、令和6年11月末までの面積は25.33km²、人口66,537人、世帯数32,847世帯であり、市の面積の約3分の2が山間部である。令和3年経済センサスでは、事業所数は約2,200件あり、そのうち製造業は380件で全事業所の17.2%、卸小売業は448件で20.3%、建設業は182件で8.2%、サービス業は939件42.6%である。地場産業としては、染色加工業、ぶどう栽培、ワイン製造などがある。染色に関しては、機械染め（プリント染）や安価な輸入品の影響などもあり、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、大和川を隔てて商圈が柏原地区と国分地区に二分化している。各商店街においては大型店の出店、空き店舗の増加、後継者不足による事業所数の減少、既存商店街の活性化を図ることが課題となっている。工業については生産用機械機器、業務用機械機器において優れた技術を有する事業者が多く、独自技術を有する製造業が地域経済牽引の担い手になるように育成する事。また市内産業を下支えする建築、建設業の人手不足やデジタル化の遅れ、市域の安定した雇用の創出などが課題である。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

柏原市は、農業者のうち約8割がぶどう栽培をしており、ぶどう、ワインを核として、ワイナリー・飲食店・観光名所を繋ぎ合わせる事で市全体の魅力向上を目指す。商業面については、連合商店街・行政・地元大学・各関係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置づけ、地域の個店の魅力を継続的にPRすることで地域での購買力を促進していくため、柏原市とより一層の連携強化をはかり、各種支援などの取組みを継続する。

工業面では独自技術を持つ製造業、市内産業を下支えする建設・建築業を中心に地域経済を牽引するよう技術向上や販路開拓、人材の確保と育成、知的財産取得の支援に取組む。

本市の人口は自然減と社会減が継続しており、地域の担い手不足、地域経済の縮小が懸念される。これらの課題に対し、後継者育成などの事業承継に加え関係機関との連携による人材発掘と求人企業を繋げることでより市域の地域経済の活性化に取組む。

また昨今は小さな起業の創業者が多く見られる。新規創業による事業の成長は、これからの地域活性化に不可欠である。セミナーを開くことで創業に関する基礎知識や知的財産に関する基礎知識の支援に取組む。

(3) 事業を実施した効果

○実績時記入

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題・次年度への取り組み

○実績時記入

柏原市商工会

Ⅰ 経営相談支援事業						
前年度支援企業数		250 社				
支援メニュー		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
1	事業所カルテ・サービス提案	事業所	250			0.0%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	10			0.0%
3	金融支援（紹介型）	支援数	6			0.0%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	25			0.0%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0			-
6	資金繰り計画作成支援	事業所	30			0.0%
7	記帳支援	事業所	40			0.0%
8	労務支援	支援数	70			0.0%
9	人材育成計画作成支援	事業所	6			0.0%
10	マーケティング力向上支援	事業所	6			0.0%
11	販路開拓支援	支援数	30			0.0%
12	事業計画作成支援	支援数	4			0.0%
13	創業支援	事業所	6			0.0%
14	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	30			0.0%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	30			0.0%
16	財務分析支援	事業所	15			0.0%
17	5S支援	事業所	10			0.0%
18	IT化支援	事業所	10			0.0%
19	債権保全計画作成支援	事業所	0			-
20	事業承継支援	事業所	7			0.0%
21	災害時対応支援	事業所	0			-
22	フォローアップ支援	事業所	60			0.0%
23	結果報告	事業所	250			0.0%
件数設定の根拠（今年度の特徴等）						
近年の円安や物価高騰を勘案し、経営環境の変化に応じた経営基盤維持の為、金融支援や資金繰り計画作成支援に取り組む。収益改善において販路開拓支援やコスト削減計画支援を継続する。また昨今の自然災害がサプライチェーンへ及ぼすリスクへの対応が求められるなか、事業継続の為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相対的に多いと見込まれる。						
支援のポイント・成果						
○実績時記入						
Ⅱ 専門相談支援事業						
事業名		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
24	法務相談	日数	3			0.0%
25	税務相談	日数	29			0.0%
26	金融相談	日数	12			0.0%
27	労務相談	日数	6			0.0%
28	その他相談	日数	15			0.0%
支援のポイント・成果						
○実績時記入						

事業名		柏原ブランド化事業		事業番号	I	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27 年度～ 年度まで		II	年目	※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	事業概要	事業所の魅力の掘り起こしを伴走支援し、魅力発信（PR）を積極的に行うことで販路の拡大や新規顧客の開拓、地域の観光資源の掘り起こし等、新たな事業展開を支援する。					
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	柏原市の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、市内の魅力づくり、魅力発信を推進することで、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。そこで商工会では上記施策を推進するため、市と連携し、商業では市内特産品・商品を掘り起こし、市内外に向けて柏原市の魅力発信を行っていききたいと考えている。 当事業では目まぐるしく変化する時代の中で確かでタイムリーな情報を提供できるようSNSでの魅力発信と、リアルでの魅力発信の両面で各事業所の売上げアップを図ることに繋げていききたいと考えている。 工業では柏原市を支える産業として建設・建築工事業があり、多くは中小零細であるため技術的な魅力を提供する機会が無く、事業所の魅力を市民に伝達する事が出来なかった。当会の情報発信力を活用する事で各事業所の知名度・ブランド力を高め、柏原ブランドを補完する物に繋げたいと考えている。 また、支援企業は小規模事業者が大半を占めており、魅力発信を積極的に行える経営資源は乏しい。そのような事業者からの事業所や独自の事業内容を市内の消費者にPRしたいという声は多く、事業所の訪問際に意見を直接伺う事が多い。当事業では、地域・業種・目的など様々な角度から多数の事業者を支援する事でこうした事業者の要求を満たしている。					
	支援する対象 （業種・事業所数等）	市内を拠点とする小売業・飲食店等 約500店舗、特産品・オリジナル商品を製造する製造業社、建設・建築に携わる事業所					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		令和6年度においては、前年度の反省点を踏襲し「アナログ・デジタル両面からの魅力発信」に取り組んだ。社会活動が活発に活動していく中で、情報発信における双方のメリットを最大に活かすよう各事業ごとに施策を検討した。 【魅力発信事業】 ・特売市…市内商店街4か所（国分地域2か所、柏原地域2か所）での開催（約70社）。R5年度は各商店街の来客数が想定より大幅に越え、18,000人以上であった。 ・「笑ってまんぶく！グルメガイド」…市内飲食店の情報発信としてHPの開設（38店舗掲載） 閲覧数増加が課題であり、更新頻度を高めることで改善する。 ・新規出店者限定展示…新規出店者の告知を商工会出入口のショーケースで実施（5社展示） 昨年、2社にとどまったが、本年は7社集める事ができた。 ・市内建築建設事業者魅力発信…市内向け情報冊子（令和3年から発行）と連携し 建築業者の魅力をPRするために冊子内に特集を組みPRを実施。（12社） 【魅力発掘事業】 ・日本遺産推奨商品認定の商品開発…認定商品の開発を支援（2社認定予定） 今年度の反省点として、魅力発信事業のうち特売市以外は最近（「笑ってまんぶく！グルメガイド」と新規出店者限定展示はR5年から。市内建築建設事業者魅力発信はR6年から）の企画であるので、市民に対して浸透しているとは言えない。令和7年度は企画の市民への浸透を目的の一つに加え、webでの更新頻度を高めるよう改善を図り、事業者にとってより効果が高い事業を目指す。					

具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・ どのようにするのかを明確に)		・ 特売市【事業手法】 販路開拓型 【実施時期】 令和7年10月～12月にかけて順次開催予定 (計4回) 【実施場所】 市内の各商店街 (国分地域2か所、柏原地域2か所) 【実施方法】 対面販売時に特典を付与する事で、来客数の増加と再来店の増加を狙う 【実施内容】 各商店街が各々の課題解決のために、自主的に催事内容を計画・実施する。その中で、計画の修正等を指導する。 ・ 「笑ってまんぷく！グルメガイド」 【事業手法】 販路開拓型 【実施時期】 令和7年12月頃に掲載予定 【実施場所】 冊子の作成 (市内での配布) 【実施方法】 事業所の詳細な情報の冊子作成でPRする事で効果的な集客につなげる 【実施内容】 掲載希望店舗を実訪し、掲載内容やSNS投稿のポイントを直接指導する。 ・ 新規出店者限定展示事業 【事業手法】 販路開拓型 【実施時期】 令和7年4月～通年 【実施場所】 柏原市商工会出入口ショーケース 【実施方法】 商品及び事業所の情報を展示 【実施内容】 柏原市内の新規出店者は、広告宣伝に対するノウハウが少ない。 当会の告知スペースを利用する事で創業初期の広告宣伝活動を支援する。 ・ 市内建築建設事業者魅力発信 【事業手法】 販路開拓型 【実施時期】 令和7年7月頃に実施予定 【実施場所】 WEB 【実施方法】 HPの作成 【実施内容】 当会HP内に専用ページを作成し、事業の施工実績など詳細な情報を公開することで、元請事業所は下請けとなる協力会社の確保により 売上の拡大を図り、下請け事業所は、発注元を開拓することをめざす。 ・ 日本遺産推奨商品認定の商品開発 【事業手法】 ハンズオン型 【実施時期】 令和7年7月頃から令和8年1月頃にかけて認定 【実施場所】 各事業所内 【実施方法】 対面 【実施内容】 新商品開発の支援を契機として日本遺産「龍田古道・亀の瀬」推進協議会 の認定商品として認定を受ける事でブランド力を高める。											
		(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)		番号選択				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、(d)相談事業相乗効果を高める事で本事業の魅力発信に大きく繋がる事が期待される。									
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⇒		【設定根拠】 R6年度実績を参考に設定する。特売市 (70社)、グルメガイド (20社)、新規出店者展示 (7社)、市内建築PR (12社)、認定商品の開発 (1社) 【募集方法】 当会HP・SNS・会報誌の掲載、部会内での啓蒙、市発行の広報での募集									
		110	社										
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	売上高のアップにつながった事業所の割合					数値目標	50	%			
	その他目標値	目標値の内容⇒											
3,000		人	来客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		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500	円 ×	70	社 ×	1.00	=	3,535,000	円
		50,500	円 ×	3,000	社 ×	0.01	=	1,515,000	円
		50,500	円 ×	20	社 ×	0.50	=	505,000	円
		50,500	円 ×	7	社 ×	0.50	=	176,750	円
		50,500	円 ×	12	社 ×	0.50	=	303,000	円
		50,500	円 ×	200	社 ×	0.05	=	505,000	円
		101,000	円 ×	1	社 ×	1.00	=	101,000	円
		合計		3,310	社	(小計)		6,640,750	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								6,640,750	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	円		負担金の積算					
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
	6,640,750	円 ×	0.50	=	3,320,375	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）		
	○	柏原市商工会		3,320,375 円		110			
				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⇒		・特売市…市内4か所の商店街（国分地域2か所、柏原地域2か所）で開催 【設定根拠】各商店街の加盟店舗数の合計の7割の参加率、および目標来客者数 【募集方法】当会HP・SNS、会報誌への掲載、市広報・SNSでの発信					
		70	社						
	支援対象企業の変化	指標	売上高のアップに繋がった事業所の割合					数値目標	50 %
事業の目標②	その他目標値	目標値の内容⇒		来客者数及び参加登録者数					
		3,000	人						
	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒		・グルメガイド…市内向け情報冊子への掲載を通じて市内飲食店の魅力発信を行い、 販路拡大の機会を提供し、新商品開発の機運を促す 【設定根拠】令和6年度実績を元に、新規出店と廃業を相殺した数値 【募集方法】当会HP・SNS、会報誌への掲載、市広報・SNSでの募集					
事業の目標③	支援対象企業数の合計	20	社						
	支援対象企業の変化	指標	メニュー開発に取り組んでいる事業所の割合					数値目標	50 %
	その他目標値	目標値の内容⇒							
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⇒		・新規出店者展示…宣伝機会の少ない新規出店者に対し当会展示スペースにて情報 発信を行うことで販路開拓に繋げる 【設定根拠】令和6年度の実績を元に算出 【募集方法】当会HP・SNS、会報誌への掲載、市広報・SNSでの募集					
	支援対象企業数の合計	7	社						
	支援対象企業の変化	指標	展示内容に関する問い合わせがあった事業所の割合					数値目標	60 %
事業の目標⑤	その他目標値	目標値の内容⇒							
	その他目標値								

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⇒		・ 市内建築PR…市内の産業を下支えする建築・建設業者のそれぞれの魅力を発信することで販路開拓に繋げるためのWEBでの発信する 【設定根拠】 令和6年度の掲載実績を元に算出 【募集方法】 当会HP・SNS、会報誌への掲載				
		12	社					
	支援対象企業の変化	指標	地元職人・事業所間で問い合わせがあった事業所の割合			数値目標	60	%
	その他目標値	目標値の内容⇒		情報発信の対象となる建築・建設事業者数（本会会員企業数）				
200		社						
事業 の 目 標 ⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒		・ 認定商品の開発…日本遺産認定商品の認定を受ける為に地域の魅力ある商品や土産品開発に積極的に取組む事業所に開発計画の策定、商品化・販売戦略の支援する。 【募集方法】 当会HP・SNS、会報誌への掲載に加え、企業への訪問により募る				
		1	社					
	支援対象企業の変化	指標	開発した商品が認定を受けた事業所数			数値目標	1	社
	その他目標値	目標値の内容⇒						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

5-2. 地域活性化事業 事業調書（計画）

柏原市商工会

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		令和3年度～	年度まで	5	年目	※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、创业者の育成・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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	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、スムーズに創業を進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。创业者に対しては、地域支援機関と連携してフォローアップし、経営指導を継続しながら起業家の育成を推進する。 また、新規創業への支援制度の充実や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実践の場の提供や専門家との個別相談が求められる。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		令和6年度創業セミナーは9月6日、13日、27日、10月4日の4日間開催で21名参加。参加者の94%以上に創業意識の向上が見られニーズを満たした満足率の高いセミナーとなっている。参加者の中から柏原市の特定創業支援事業修了証明書を2件発行。創業セミナー後の10月13日、11月6日に2回にわけ、創業セミナーステップアップ講座（チャレンジショップ）を開催。参加者は4名で、チャレンジショップ参加後4名全員が創業した。その他個別支援などを経て2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。 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ステップアップ講座（チャレンジショップ）では業種等を絞るなど参加対象を限定したが、今後は創業意欲の高さに応じて支援していくことが创业者の育成・創出に貢献できると考えている。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		・創業セミナーの開催（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。先輩创业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ディスカッションを交えながら学ぶ。令和7年9月～10月の間に4日間で開催予定。また、セミナーカリキュラムの見直しにより定員の増加が可能となった。 ・创业者フォローアップセミナー・チャレンジショップの開催（販路開拓型） 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チャレンジショップを出店し、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。					
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	
		番号選択 商-19 起業家の育成、創業の促進				(d)相談事業相乗効果	
						創業・経営革新	
		(a)大阪府経営支援課経営革新グループと連携し、府内ビジネスコンテストの推薦を目指し事業HPや大阪府のメールマガジンの活用をはじめ、市の特定創業支援事業計画との連携、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。また、大阪府による創業支援施策の紹介および説明を広報物配布の上行う。 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）」などの公的融資へつなぐ。優秀なビジネスプランについては府内ビジネスコンテストへの推薦を前提に、さらなるブラッシュアップを図る個別支援を実施する。 (c)市広報誌や市担当課窓口での発信を活用、また市主催の空き店舗活用事業である『空き店舗ツアー』や『柏原市内空き店舗情報集約サイト』への参加者誘導を行い市内商業活性化につなげていく。					

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⇒		前年度の創業セミナーへの参加者数から算出。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。市内住民からの問い合わせも年間を通して継続しており新規創業へのニーズの高まりが見受けられる。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。また、セミナーカリキュラムの見直しにより定員の増加が可能となった。									
		30	社										
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	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⇒											
	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 ×	25	社 ×	1.40	=	1,414,000	円			
		50,500	円 ×	5	社 ×	1.00	=	252,500	円				
			円 ×		社 ×		=	0	円				
			円 ×		社 ×		=	0	円				
			円 ×		社 ×		=	0	円				
		合計	30	社	(小計)	1,666,500	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										1,666,500	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							
標準事業費				補助率				(①市町村等+②受益者負担)					
1,666,500		円	×	1.00	=	1,666,500	円	(0 円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体ま たは「アリンク」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		1,666,500 円		30							
				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⇒		前年度の創業セミナーへの参加者数から算出。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。 また、セミナーカリキュラムの見直しにより定員の増加が可能となった。		
		25	社			
	支援対象企業の変化	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⇒		前年度の参加者数から算出。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チャレンジショップを出店し、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。		
		5	社			
	支援対象企業の変化	指標	実際に販売を行い、今後も事業を継続したいと答えた事業所		数値目標	3 社
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

5-3. 地域活性化事業 事業調書（計画）

柏原市商工会

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	11	年目	※複数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	事業概要	ものづくり企業を中心に、業種問わず市内の企業および市内で新たに創業する者を中心に知的財産についての基礎を学び、知的財産に対する意識改革および積極的な活用を推奨する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	柏原市内にはものづくり企業を中心に知的財産活用の可能性を有する企業が多数存在するが、その多くは知的財産についての知識が不足しており、活用方法含め知財全体の理解が浅い状態である。企業が身近とする税理士等の専門家とは異なり、知財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、知的財産について気軽に相談できる専門家が身近にいないのが現状である。そこで企業が知的財産について関心を持ち、積極的な活用ができるよう、大阪産業局MOBIO技術支援チームや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、支援機関との繋がりを作り、個別支援へ発展させていくことを目的とする。また、新たに事業を始める創業者にとって、創業前後で知的財産の知識を身につけるには良いタイミングであり、今後の事業を進めていく際に必要になる可能性が高いことから、既存企業と同様に支援が必要である。 今年度実施した際の企業側からのニーズとしては、セミナーによる知識の習得に加え、企業防衛のための知的財産や収益拡大のための知的財産の活用という知識をどのように役立てる事ができるのかといった意見が寄せられた。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ものづくり企業を中心とした市内の企業約500社および市内で新たに起業する者						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		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11月8日に開催した。会場開催と会場開催の様子を動画に収めYouTubeにて限定配信をおこなうハイブリット型での開催とした。会場開催では11社13名の参加があり、ネット配信では知的財産に興味を持った企業に参加してもらえるよう2カ月程度の期間を設けて限定配信を10社にした。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おこない、参加者は関連機関との繋がりを持つことができた。ターゲット層を狭めず様々な業種の企業に参加してもらえるようなテーマにしたので、幅広い企業の参加があり、セミナー後実施したアンケートでは90%近くの満足率となった。新たな取り組みとしてセミナー実施後に希望者対象の個別相談会をおこなった。事業者にとってハードルが高いと思われるがちな知財について気軽に相談できる場を設けることで、関連機関との繋がりを持ったり、苦手意識の払拭や知財のハードルを下げられるいい機会となった。個別相談は予想以上の申込みがあり相談者ひとりにつけられる相談時間が短かったり、待ち時間が長い等、改善すべき点が多々あった。個別企業訪問においては、各企業複数回の面談を実施し、商標に関する登録申請の準備等2社の企業の知的財産の掘り起こしができた。						
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		【知的財産セミナーの開催】（人材育成型） 大阪産業局MOBIO技術支援チーム、INPIT近畿統括本部と連携し、ものづくり企業を中心とした市内企業および新規創業者を対象とした知的財産セミナーの開催。 内容：知的財産に興味を持てるよう、身近な知的財産権活用事例を中心とした基礎的なセミナー内容とする。（回数：1回） 【知的財産セミナーのオンライン開催】（人材育成型） オンライン視聴を可能とすることも考慮。 【支援機関との連携による知財支援】（ハンズオン型） 過去のセミナー受講者を対象に知財の問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、専門家等の支援機関と連携し、課題解決に向けた支援をおこなう。（目標：2社）						
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		
		局-5		中小企業の知的財産の活用促進に向けた支援事業		○ (d)相談事業相乗効果		
		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、知的財産活用セミナーを開催する。また知的財産活用を考える企業においては、個別による積極的なサポートをおこなう。				
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⇒	HP、SNS、会報、DMの発送により、ものづくり企業を中心に市内企業の約5%程度および新規創業者のセミナー参加をめざす。					
		22	社					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	セミナー後実施するアンケートで「理解できた」と回答した割合	数値目標	80	%		
	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	
		20,200	円 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円
		101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円
			円 ×		社 ×		=	0	円
			円 ×		社 ×		=	0	円
			円 ×		社 ×		=	0	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％）							0	円
	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				
	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	(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		606,000 円		22		
				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⇒		HP、SNS、会報、DMの発送により、ものづくり企業を中心に市内企業の約5%程度 および新規創業者のセミナー参加をめざす。 大阪産業局MOBIO技術支援チーム、INPIT近畿統括本部と連携し、モノづくり企業 を中心とする市内企業および新規創業者を対象に知的財産活用セミナーを開催				
		20	社					
	支援対象企業 の変化	指標	セミナー後実施するアンケートで「理解できた」と回答した割 合			数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒						
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⇒		前年度の参加者数から算出。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を中心とする市内企業および新規創業者を中心に訪問し、個別 企業アドバイスをおこなう				
		2						
	支援対象企業 の変化	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
	その他目標値	目標値の内容⇒						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

5-4. 地域活性化事業 事業調書（計画）

柏原市商工会

事業名		ジョブマッチングフェア			事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		R6	年度～	年度まで	2	年目	※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・就職面接会及びセミナーの実施。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	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を目的とする。当事業はH23年より幹事商工会として広域連携にて実施してきたJOBマッチングフェアを基礎とした事業であり、昨年より柏原市域の産業活性化に寄与すべく単独実施（市町村連携）とすることにより、今まで以上に細やかな企業ニーズへの対応を可能としている。また、企業側と求職者側が接する機会を増やすことで、マッチングの向上をめざす。 参加事業者からは、以前までの大規模な企業説明会・就職面接会の実施よりも小規模のイベントを複数回実施する方が、コストがかかるが効果は高くなるといった意見があった。企業の採用に関する目標人数は多くても5人程度なので、機会を多く設ける方がニーズと合致している。						
	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4,600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。						
	これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること	ジョブマッチングフェアの実績 ①合同企業説明会・就職面接会を実施 令和6年 6月27日（木）参加企業4社 参加求職者45人 アゼリア柏原6階 令和6年10月11日（金）参加企業4社 参加求職者42人 アゼリア柏原6階 令和6年11月14日（木）参加企業3社 参加求職者14人 アゼリア柏原6階 令和6年12月11日（水）参加企業4社 参加求職者33人 アゼリア柏原6階 令和7年 1月27日（月）参加企業4社 参加求職者未定 アゼリア柏原6階 （参加企業合計19社、参加求職者数合計134人） ②求人セミナーの実施 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。 ・オンライン開催 20社 ③（求職者）就職支援セミナーを下記の通り実施した 令和6年 6月27日（木）アゼリア柏原6階 参加者26人 令和6年 7月31日（水）アゼリア柏原6階 参加者20人 令和6年 8月28日（水）アゼリア柏原6階 参加者19人 令和6年 9月25日（水）アゼリア柏原6階 参加者15人 令和6年11月14日（木）アゼリア柏原6階 参加者25人 （参加者合計105人） 上記取組みの改善点として、合同企業説明会と就職面接を同時開催する事により、参加企業と求職者から一定の評価が得られた。ただし、若年層の参加が想定より少なかった為、来年度については面接回数を一回減らしたうえで、若年層の参加が期待できる市内大学との情報交換会を行う予定である。						
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①合同企業説明会・就職面接会を実施（人材交流型） ハローワーク藤井寺管内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期間で4～6社支援を目標に合同企業説明会・就職面接会を開催する。 時期：年間3～4回程度（7月、9月、11月、1月予定） 場所：アゼリア柏原およびハローワーク藤井寺 参加企業数：16社 来場者数120人 ②求人セミナーの実施（人材育成型） 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。 時期：YouTube等オンラインを活用し、その都度需要のある企業に提供予定 参加企業数：20社 ③情報交換会（人材交流型） 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るように市内大学との情報交換会を今年度より開催する。 時期：年2回程度 参加企業数：4社						
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-I	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	
		ハローワーク、柏原市及び大阪府との連携により求人企業・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、大阪府広報物の配布や府施策事業の説明機会を設け、利用促進を行う。						
主な事	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	前年度の合同企業説明会・就職面接会への参加企業から算出。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。					
		40	社	参加企業数においては過去実績を勘案。				

業 の 目 標	主な支援対象企業 の変化	代表指標	面接件数				数値目標	32	件	
	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 ×	16	社 ×	1.00	=	646,400	円
			40,400	円 ×	120	社 ×	0.05	=	242,400	円
			20,200	円 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円
			40,400	円 ×	4	社 ×	1.00	=	161,600	円
		合計		160	社	(小計)	1,454,400	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							1,454,400	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				
		標準事業費				補助率		(①市町村等＋②受益者負担)		
		1,454,400		円	×	1.00	=	1,454,400	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		1,454,400 円		40				
				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	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒		前年度の合同企業説明会・就職面接会への参加企業から算出。 巡回、広報・ホームページ等により募集する。			
		16	社				
①	支援対象企業 の変化	指標	面接件数		数値目標	32	件
	その他目標値	目標値の内容⇒					
		120	人	合同企業説明会・就職面接会へ来場者数。			
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⇒		前年度の合同企業説明会・就職面接会への参加企業から算出。 巡回、広報・ホームページ等により募集する。 求人企業向けに採用に関するセミナーを開催する。			
		20	社				
	支援対象企業 の変化	指標	セミナー後実施するアンケートで「理解できた」と回答した割合	数値目標	80	%	
②	その他目標値	目標値の内容⇒					
			社				
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⇒		前年度の合同企業説明会・就職面接会への参加企業のうち事業に対するニーズの高かった企業を抽出。 巡回、広報等により募集する。			
		4	社				
	支援対象企業 の変化	指標	情報交換会後に実施するアンケートの満足度（満足度）		数値目標	70	%
③	その他目標値	目標値の内容⇒					
			校				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

5-5. 地域活性化事業 事業調書（計画）

柏原市商工会

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		11	年目	※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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	南河内地域の各市において、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、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、ブランド認定された特産品や南河内地域各市の地元特産品の知名度を高め、販路拡大を図るため、南河内地域の地元特産品を一堂に会した販売会等を開催すると共に、特産品及び事業所のPRを行い、これまで南河内の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。 企業ニーズとして、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市町村の多種多様な特産品を集める事により、消費者に魅力的な販売回答を開催する事が可能となる。また、6商工会が連携する事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。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	南河内地域の地元特産品を取り扱う事業者(30社)							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		①特産品の販売会開催 開催日時：令和6年10月5日(土) 午前11時～午後4時まで 開催場所：天王寺MIO(プラザ館1F公園口 ミオソラマルシェ区画) 参加事業所数：30社 来場者数：約2,300名(天王寺ミオ集計) 情報発信によるPR件数： Instagram4,312回・LINE600回・ミオホームページ360回 また、イベントの告知画像とチラシを作成し、天王寺MIOでの当日配布と館内にある複数個所のデジタルサイネージでのイベント告知を行った。海外出身の方向けのチラシを作成し、現地での集客の際に配布した。 ②南河内特産品ホームページを作成 イベント出店が困難な事業者又はネット販売を行っている事業者もPR出来るように南河内特産品HPを作成を作成し公開した。 募集時期：4月～6月 公開開始：7月より ※改善点…前回までは天神橋筋商店街で平日に出店していたが、今回からより多くの集客が見込める天王寺で土曜日に店出た。							
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		特産品販売会の開催(販路開拓型) 大阪市内で南河内の特産品を対面販売することにより、当該地域外の消費者に特産品を直接PRする。また、昨年は土曜日に開催したが、当日の消費者はすでに予定が決まっており、通り過ぎるだけの人が多い傾向があった。今回は、その反省を活かし平日開催を予定する。 募集時期：4月～6月 実施回数：年1回(1日間) 実施時期：9月又は10月 会場：天王寺MIO(プラザ館1F公園口 ミオソラマルシェ区画)を予定							
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	
		商-14		大阪代表商品事業				販路開拓	
		(a)代表商品の周知・案内。 (b)南河内の多種多様な特産品を同時に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。 (c)販売会場にポスターを掲示、パンフレットを配置することで各自治体が取り組んでいる事業をPRすることができる。 (d)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事が期待される。							
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→		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。 設定根拠は、南河内地域の商工会(柏原市、藤井寺市、羽曳野市、富田林、大阪狭山市、河内長野市の6商工会)から各5社程度の出店を計画している 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。					
		30	社						
	主な支援対象企業の変化	代表指標	販路拡大に繋がった事業所の割合				数値目標	70	%
	その他目標値	目標値の内容→							
4,000		人	販売会で実際に購入した消費者及び特産品をPRできた消費者の人数として4,000人以上を見込む。						

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	
		50,500	円 ×	30	社 ×	1.00	=	1,515,000	円
		50,500	円 ×	4,000	社 ×	0.01	=	2,020,000	円
			円 ×		社 ×		=	0	円
			円 ×		社 ×		=	0	円
			円 ×		社 ×		=	0	円
	合計			4,030	社	(小計)		3,535,000	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							3,535,000	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				
	標準事業費				補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
	3,535,000	円 ×	1.00	=	3,535,000	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		支援企業数	役割（配分の考え方）		
	○	柏原市商工会		1,285,000 円		5	幹事商工会が施設管理者と打合せから 出店案内やチラシの作成を行い、各商 工会に参加企業の募集依頼をする。 配分は、企業単価を@90,000に設定 し、各商工会5社×90,000円とした。		
		藤井寺市商工会		450,000 円		5			
		羽曳野市商工会		450,000 円		5			
		富田林商工会		450,000 円		5			
		大阪狭山市商工会		450,000 円		5			
		河内長野市商工会		450,000 円		5			

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

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○)

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。 設定根拠は、南河内地域の商工会（柏原市、藤井寺市、羽曳野市、富田林、大阪狭山市、河内長野市の6商工会）から各5社程度の出店を計画している				
		30	社	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。				
	支援対象企業の変化	指標	販路拡大に繋がった事業所の割合			数値目標	70	%
	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できた消費者の人数として4,000人以上を見込む。				
		4,000	人					

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。

支援対象企業の 変化

指標

販路拡大に繋がった事業所の割合

数值目標

70 %

その他目標値

目標値の内容⇒

4,000

人

販売会で実際に購入した消費者及び特産品をPRできた消費者の人数として4,000人以上を見込む。