

令和8年度（2026年度）  
事業計画書

1. 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	7
うち経営指導員数	7
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	1,042
組織率	46.8%
担当者職・氏名	局長 辻元 亜紀
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）	
<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7年9月末での面積は25.33km<sup>2</sup>、人口66,308人、世帯33,035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。また、ブドウ栽培は新種の栽培が軌道に乗り多くの生産者が様々な品種の栽培に挑んでいる。ワイン製造においては気候変化の影響を受けながらも新たな試みがなされている。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後継者不足による廃業により店舗数が減少し、空き店舗が目立つ状況が続いている。空き店舗の再活用で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となるように育成する。また市内産業を下支えする建築、建設業は人手不足やデジタル化の遅れが見られることが課題である。

**(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。

本市の人口は全体的には継続的な減少傾向のなか、令和5年より社会増加に転じているが、自然減が続いているため地域の担い手不足、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により、市域の関係人口の増加による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

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	33			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	73			0.0%
9	人材育成計画作成支援	事業所	6			0.0%
10	販路開拓支援	支援数	35			0.0%
11	事業計画作成支援	支援数	5			0.0%
12	創業支援	事業所	6			0.0%
13	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	30			0.0%
14	生産性向上支援	事業所	40			0.0%
15	財務分析支援	事業所	15			0.0%
16	債権保全計画作成支援	事業所	0			-
17	事業承継支援	事業所	7			0.0%
18	制度対応等	事業所	20			0.0%
19	災害時対応支援	事業所	0			-
20	フォローアップ支援	事業所	60			0.0%
21	結果報告	事業所	250			0.0%
件数設定の根拠（今年度の特徴等）						
<p>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に取り組む。収益改善に置いて販路開拓支援や生産性向上支援を継続する。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に対応が求められるなか、事業継続の為BCPの普及啓発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、制度対応についても相談需要が多いと見込まれる。</p>						
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	30			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	1	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27	年度~	年度まで	12	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	事業所の魅力発掘を支援し、魅力発信 (PR) を積極的に行うことで販路拡大や新規顧客の開拓、地域の観光資源の開発等、新たな事業を支援する。					
	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、市内の魅力発掘と魅力発信を推進する事が必要である。商工会では上記施策を推進するために市と連携し、商業では市内特産品・商品を発掘し、市内外に向けて柏原市の魅力発信を行ってい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増加を図る事に繋げていきたいと考えている。 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、事業所の訪問の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・飲食店の約500店舗、特産品・オリジナル商品を製造する製造業社に携わる事業所の約500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		<p>過去の反省点は、事業者自身が商品や事業所の魅力 (競争優位性) を充分に把握できていなかったことが原因で消費者に伝えたい魅力が曖昧になっており、商品の購入、取引の引き合い、顧客作りにおいて成果に結びつくまで行かない場面も見られたことが挙げられる。そういった状況を踏まえた改善策としてPRに関する内容を考える段階から事業所の魅力と一緒に考える支援を試みた。</p> <p>この取組みにより事業主は事業所及び商品の基本情報の告知に留まらず、消費者の目線に立って自身の魅力の源泉を検討する機会となった。</p> <p><b>【魅力発信事業】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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) R6年度の各商店街の来客数合計は、12,000名以上あった。</li> <li>・「笑ってまんぷく! グルメガイド」...市内飲食店の情報発信として、既存店舗のPRは冊子を作成し配布した。また、新規出店3年未満の店舗に対しては、柏原市の情報誌への掲載を行った (7社)。特に、情報誌は、店舗の情報のみならず事業者の人の柄や商品の思いにスポットを当てた内容になっており、地域ブランド創出の事例となりうる取組みを実施した。</li> <li>・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)。展示におけるPR内容を事業者と検討する事で事業のブランドマネジメントの契機となった。</li> <li>・市内建設建築事業者魅力発信...市内で活躍する建設建築事業者の情報発信としてHPを開設 (12社)</li> </ul> <p><b>【魅力発掘事業】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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 (1社認定予定)</li> </ul> <p>事業内で5つの取組みを実施しているが、それぞれ参加している事業所に対して一定のブランド構築の意識が見られた。しかしながら、柏原ブランド全体の構築に至っておらず、令和8年度では、柏原ブランドの構成要素を再検討し、それぞれの取組みが柏原ブランドを支える柱となるようブランドの構築を意識した支援を行うことを目指す。</p>					

<p>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)</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 特売市<ul style="list-style-type: none"><li>【事業手法】 販路開拓型</li><li>【実施時期】 令和8年10月～令和9年2月にかけて順次開催予定 (計4回)</li><li>【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)</li><li>【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</li><li>【実施内容】 各商店街が各々の課題解決の為に自主的に催事内容を計画し、実施する。その中で、個店のブランド化、商店街のブランド化、柏原ブランド化について指導する。</li></ul></li><li>・ 「笑ってまんぷく! グルメガイド」<ul style="list-style-type: none"><li>【事業手法】 販路開拓型</li><li>【実施時期】 令和8年7月頃に実施予定</li><li>【実施場所】 WEB</li><li>【実施方法】 HPの更新に加え、商品の魅力を深掘りして発信する。</li><li>【実施内容】 当会HP内に専用ページを作成し、事業所の新メニューや売価変更をタイムリーに発信する。</li></ul></li><li>・ 新規出店者限定展示事業<ul style="list-style-type: none"><li>【事業手法】 販路開拓型</li><li>【実施時期】 令和8年4月～通年</li><li>【実施場所】 柏原市商工会出入口ショーケース</li><li>【実施方法】 商品及び事業所の情報を展示</li><li>【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活用する事で創業初期の広告宣伝活動を支援する。</li></ul></li><li>・ 日本遺産推奨商品認定の商品開発<ul style="list-style-type: none"><li>【事業手法】 ハンズオン型</li><li>【実施時期】 令和8年7月頃から令和9年2月頃にかけて認定</li><li>【実施場所】 各事業所内</li><li>【実施方法】 対面での指導を複数回実施</li><li>【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。</li></ul></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
	番号選択					販路開拓
当該事業は、(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、当該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。						
総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒		【設定根拠】 R7年度実績を参考に設定する。特売市 (70社)、グルメガイド (25社)、新規出店者展示 (7社)、日本遺産認定商品開発 (1社) 【募集方法】 当会SNS等、会報誌の掲載、部会内での啓蒙、市発行の広報での募集			
	103	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⇒		来客数及び参加登録者数			
	3,000	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
	⇒ 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 ×	25	社 ×	0.50 =	631,250 円
	50,500	円 ×	7	社 ×	0.50 =	176,750 円
	101,000	円 ×	1	社 ×	1.00 =	101,000 円
	合計		3,103	社	(小計)	5,959,000 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 5,959,000 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		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)	
	5,959,000	円 ×	0.50 =	2,979,500	円	( 円)
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体ま たは「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	2,979,500 円	103		
			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...しない 4か所の商店街(国分地域2ヶ所、柏原地域2ヶ所)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、および目標来客数 【募集方法】当会HP・SNS、会報誌への掲載、市広報誌・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⇒	来客数及び参加登録者数				
	3,000	人				
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⇒	・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7年度の実績を元に、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、市広報誌・SNSでの募集			
		25	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③	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つなげる 【設定根拠】令和7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、市広報誌・SNSでの募集			
		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	%
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⇒	・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商品開発に積極的に取り組んでいる事業所に開発計画の策定、商品化・販売戦略の支援をする。 【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⇒					

事業名		創業支援事業		事業番号	2	新規/継続	新規		
想定する実施期間		R3	年度~	年度まで	6	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	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) 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。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。 また、当会で実施している経営相談においても創業を検討している方からの窓口相談と専門家による個別の経営相談は年間10件程度のニーズがあり、いずれもセミナーでの講義内容に近いものとなっている。							
	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		創業時の支援制度の充実やIT技術の発展、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。このような状況を鑑み、R7年度はセミナーの定員を20名から25名に増やした。また、創業者に必要なITツールを使えるように、「CANVA」を用いた販促物作成をワークショップ形式のカリキュラムを組み込んだ。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。令和7年度創業セミナーは日本政策金融公庫東大阪支店と連携して4日間開催し、参加者(25人)の99%以上に創業意識の向上が見られ、満足率の高いセミナーであった。その中から柏原市の特定創業支援事業修了証明書が3件発行された。 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、チャレンジショップ2回(商工まつり・クリスマスマーケット)の開催を通じて販路開拓の機会を増やし、起業への契機となるよう支援を行った。							
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)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・創業セミナーの開催 【事業手法】人材交流型 【実施時期】令和8年9月予定(4日間) 【実施場所】柏原市商工会 【実施内容】今年度も柏原市および日本政策金融公庫東大阪支店との連携のもと、創業に関する具体的な知識習得セミナーを継続開催する。より質の高い講義内容の提供および受講生一人ひとりに対する手厚い支援を実現するため、定員を20名に見直す。これにより、講師と受講生、また受講生同士の双方向かつ密なコミュニケーションを促進し、個別課題への対応や実践的な意見交換を可能とすることで、創業に向けた理解の深化と具体的な行動につなげる。(2日間) また、創業セミナー終了後のフォローアップ施策として、全2回のステップアップ講座を実施する。これらの講座では、事業のブラッシュアップや実践的な販売経験の機会を提供し、商工まつりやクリスマスマーケットにおけるチャレンジショップへの出店を通じて、実際の市場環境下での検証を行う。これにより、受講生が新規創業へと円滑に移行できるよう、継続的かつ段階的な支援体制を構築する。(2日間)</li> <li>・創業者チャレンジショップの開催 【事業手法】販路開拓型 【実施時期】令和8年10月、12月予定 【実施場所】柏原市役所前大和川河川敷広場、柏原市役所庁舎内 【実施内容】新規創業者支援の一環として、商工まつりにおけるチャレンジショップの実施に加え、クリスマスマーケットを開催する。 来場者との直接的な対話を通じて、商品・サービスに対する評価やニーズを把握するとともに、出店者同士や地域事業者との交流を促進し、地域内における人的ネットワークの構築を図る。 また、SNS等のデジタルツールを活用した情報発信や集客手法を実践的に学ぶ機会とすることで、イベント終了後も継続可能な販路拡大および顧客獲得へとつなげ、新規創業者の自立的な事業展開を支援する。</li> </ul>							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<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
		商-17	起業家の育成、創業の促進			創業・経営革新			
		府・市との連携により、創業者の支援を包括的に行い、創業意欲の向上と実際の創業実績につなげている。 (a)担当課と連携し大阪府が指定する創業支援関連の広報物(パンフレット、チラシ等)をセミナー会場や個別相談時等に配布し、府の支援制度の周知徹底を図る。 (c)柏原市とも創業支援に関する協定を結び、創業セミナーの共同広報、市創業支援策・各種優遇措置の紹介や創業者向けイベントの共催など一体となって創業支援に取り組んでいる。							

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⇒ 25 社	過去の創業セミナーへの参加者数を勘案し設定。問い合わせや申込者数も年々増加傾向にあるが、セミナーの質の維持や他の創業支援事業との兼ね合いから、今年度も適切な規模での開催を行う。集客手法は例年通りチラシのポスティングを行う。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。										
	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	40,400	円 ×	支援企業数	20	社 ×	係数	1.40	=	標準事業費	1,131,200	円
			50,500	円 ×		5	社 ×		1.00	=		252,500	円
				円 ×			社 ×			=			円
				円 ×			社 ×			=			円
				円 ×			社 ×			=			円
			合計			25	社	(小計)				1,383,700	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%)										
								計				1,383,700	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								
標準事業費				補助率			(①市町村等+②受益者負担)						
	1,383,700	円	×	1.00	=	1,383,700	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)						
	○	柏原市商工会		1,383,700 円		25							
				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	【創業セミナーの開催】 過去の創業セミナーへの参加者数を勘案し設定。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	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⇒					
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⇒ 5 社	【創業者チャレンジショップの開催】 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、講師 (中小企業診断士) や商工会からの声掛けで募集を行う。				
	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⇒					

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	12	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	市内中小企業や創業希望者を対象に、専門家相談やセミナー、個別伴走支援を通じて、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及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)	柏原市内の企業には、技術力や独自性を有しながらも知的財産に関する知識が不足しており、特許・商標・意匠といった制度の理解や、自社の事業へどのように活用できるかといった点の把握が不十分な事例が多くみられる。また、日常的に相談する税務・労務の専門家と異なり、知的財産の専門家である弁理士とは接点が少なく、相談に踏み出しにくいのが現状である。こうした状況の中、昨年度の事業においては、市内企業から「基礎知識の習得だけでなく、企業防衛としての知財の活用方法」「新商品・新サービス開発に知財をどのように活かすか」「商標登録の具体的な進め方」など、より実務に即した支援を求める声が寄せられた。また、創業予定者や創業間もない事業者からは、「新たに立ち上げる事業の名称やロゴを適切に保護したい」「創業段階で最低限の知的財産の知識を身に付けたい」といったニーズも確認されており、創業支援における知財サポートの重要性も高まっている。本事業では、こうした企業ニーズに対応し、市内企業が知的財産を身近な経営資源として認識し、企業防衛・収益拡大の双方に活用できるよう支援することを目的とする。あわせて、知的財産を「特別なもの」ではなく、日常的な経営判断の一要素として捉え、自社の強みや事業内容に応じて適切に相談・活用できる状態を目指す。					
	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社を主たる対象とする。あわせて、市内で新たに起業する者および創業予定者についても支援対象とする。					
これまでの取組状況 <small>※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</small>		大阪産業局MOBIO事業支援チームおよびINPIT近畿統括本部と連携し、市内企業や創業予定者を対象に知的財産支援を実施した。9月26日には知財活用セミナーを開催し、13社15名が参加。基礎知識からブランド保護、模倣対策、事例紹介まで幅広く構成したことで理解度100%と高い評価を得た。また、参加が難しい事業者向けに内容を収録し、10月15日~12月12日にアーカイブ配信を行ったところ、7社から申し込みがあり、業種も多岐にわたった。さらに、商標可否判断、意匠登録、デザインの保護など多様な相談に対応し、個別相談は3社に実施した。うち1件は新製品の意匠登録に関する相談で、開発段階から知財保護を意識する姿勢が見られた。令和6年度は、相談時間が限られ十分な対応が難しい場面も見られたことから、令和7年度は事前に相談内容を整理したうえで専門家につなぐ運用とし、より実務に即した助言が可能となった。相談者からは「次のステップがわかった」といった声も寄せられ、専門的アドバイスは事業活動に寄与している。一方で、専門家のスケジュール調整に時間を要し、即時対応できないケースもあり、相談枠確保や運用改善が課題として浮上した。 以上のとおり、セミナー・配信・相談を組み合わせた取組により、市内企業全体の知財意識向上が進んだが、迅速な相談体制の整備が次年度の重要課題となる。					
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)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナーの開催 【事業手法】人材育成型 【実施時期】令和8年9月頃に実施予定(1回) 【実施場所】柏原市立男女共同参画センター(アゼリア柏原6階) 中会議室 【実施方法】対面 【実施内容】大阪産業局MOBIO事業支援チームおよびINPIT近畿統括本部と連携し、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を開催する。内容については企業が知財を身近に感じられるよう、基礎的な知識と実際の活用事例を中心とした構成にする。</li> <li>・セミナーのアーカイブ配信 【事業手法】人事育成型 【実施時期】セミナー終了後、2~3か月程度 【実施方法】YouTubeにて限定配信 【実施内容】会場の内容を収録し、一定期間の限定配信を行うことで、参加が難しい事業所にも学習の機会を提供する。</li> <li>・支援機関との連携による知財支援 【事業手法】ハンズオン型 【実施時期】随時(2社) 【実施場所】企業訪問もしくは商工会研修室やその他 【実施方法】対面 【実施内容】セミナー参加者および知財課題を抱える企業を対象に、大阪産業局MOBIO事業支援チーム及びINPIT近畿統括本部、弁理士等の専門機関と連携し、個別相談や企業訪問を通じて、課題解決に向けた支援を行う。</li> </ul>					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<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		
		局-5	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事業支援チーム、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⇒ 22 社	市内企業のうち知的財産活用の潜在ニーズが高いと見込まれる製造業・サービス業等を対象とし、全体の約5%を目安として支援対象企業数を設定した。 募集方法としては、商工会ホームページおよびSNSでの案内、会員企業への案内を送付することで幅広く情報提供を行う。						
	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「新たな知識を得た」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	20,200 円 ×	支援企業数	20 社 ×	係数	1.00 =	標準事業費	404,000 円
			101,000 円 ×		2 社 ×		1.00 =		202,000 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	
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		(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	市内企業のうち知的財産活用の潜在ニーズが高いと見込まれる製造業・サービス業等を対象とし、全体の約5%を目安として支援対象企業数を設定した。 募集方法としては、商工会ホームページおよびSNSでの案内、会員企業への案内を送付することで幅広く情報提供を行う。				
	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「新たな知識を得た」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⇒ 2 社	前年度の参加者数から算出。 大阪産業局MOBIO技術支援チームおよび専門機関アドバイザーと、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中心に、個別企業アドバイスを行う。				
	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⇒					

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	3	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・求人交流会・情報交換会・企業見学会の実施。					
	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、昨年より柏原地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、今まで以上に説明会や面接会の運営面に対する企業ニーズを直接ヒアリングにて集め、そのニーズに対し細やかな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、マッチング数の向上を狙う。					
	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		<p>ジョブマッチングフェアの実績</p> <p>①合同企業説明会・就職面接会を実施                      令和7年 7月17日(木) 参加企業4社 参加求職者78人 アゼリア柏原6階                      令和7年 9月18日(木) 参加企業4社 参加求職者58人 アゼリア柏原6階                      令和7年11月13日(木) 参加企業4社 参加求職者25人 アゼリア柏原6階                      令和8年 1月21日(水) 参加企業4社アゼリア柏原6階にて開催予定                      (参加企業合計16社、参加求職者数合計161人、面接件数36件)</p> <p>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開催した。オンライン開催参加20社</p> <p>③大学との情報交換会の実施                      就職を目指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開催した。                      令和7年 9月17日(水) 参加企業4社 参加者 3人 大阪教育大学 (現地参加のみ)                      令和7年11月 5日(水) 参加企業3社 参加者10人 関西福祉科学大学                      (参加企業合計7社 参加者合計13人)</p> <p>上記取組みの改善点として、セミナーではなく企業同士で求人方法や採用、人材の定着に関して情報交換をする機会を求める意見があったため交流会を開催する予定である。                      一方、大学との情報交換会は新卒採用していない企業は参加しづらくなってしまったため、令和7年度に小規模な範囲で実施した企業見学会を来年度は他の企業も参加が可能な企業見学会を行う予定である。</p>					
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)		<p>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月間で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160人</p> <p>②求人交流会の実施(人材交流型)                      各社の求人方法や採用事例について協議し、今後の求人や人材の定着につなげる交流会を開催する。                      時期:年1回                      参加企業数:10社</p> <p>③情報交換会・企業見学会(人材交流型)                      ・情報交換会(年2回開催)                      就職を目指す若者(就職意欲のある大学生)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、地域中小企業への関心を図る。また、企業側は学生の就職に対する考え方、重視する内容の傾向を直接得る事で募集内容の検討を行える機会となるよう市内大学との情報交換会を開催する。                      ・企業見学会(年2回開催)                      オープンネームで求人を募集している企業に対し、当該企業に関心のある幅広い年代の求職者が直接、企業を見学することで就職への関心がさらに高まり、個別説明会や面接を受ける効果が期待され、地域中小企業の人材確保につながるよう柏原市内のバス見学会を開催する。                      時期:各々年2回程度(合計4回)                      参加企業数:各々3社程度 計13社(本年度実績)                      来場者数:50人(前年度実績43人)</p>					
事業手法 (該当する場合は)		<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		
		労-1 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		

5-4. 地域活性化事業 事業調書 (計画)

柏原市商工会

(担当者: 戸川・後檀)

○印と下欄にその根拠)		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または府施策事業の説明機会を設け、利用促進を行う。								
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⇒		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過去実績を勘案。						
		39	社					数値目標	32	件
	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 ×	160	社 ×	0.05	=	323,200	円	
		40,400	円 ×	10	社 ×	1.00	=	404,000	円	
		40,400	円 ×	13	社 ×	1.00	=	525,200	円	
		40,400	円 ×	50	社 ×	0.05	=	101,000	円	
		合計		249	社	(小計)		1,999,800	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 1,999,800 円								
	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)				
		1,999,800	円 ×	1.00	=	1,999,800	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		1,999,800 円		39			
					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					数値目標	32	件
	支援対象企業の変化	指標	面接件数 (R7の実績より)				数値目標	32	件	
	その他目標値	目標値の内容⇒		合同企業説明会・就職面接会への来場者数						
		160	人							
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⇒		前年度の情報交換会に参加した企業数から交流会への参加企業数を算出。巡回、広報・ホームページ等により募集する。						
		10	社					数値目標	7	社
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、今後の求人採用活動の参考になったと答えた企業数				数値目標	7	社	
	その他目標値	目標値の内容⇒								
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⇒		前年度の情報交換会と企業見学会への参加企業数から算出。巡回、広報・ホームページ等により募集する。						
		13	社					数値目標	70	%
	支援対象企業の変化	指標	求職者において自社のPRができたと回答した割合				数値目標	70	%	
	その他目標値	目標値の内容⇒		情報交換会・企業見学会への来場者数						
		50	人							

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	12	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、事業所への実訪を通して知名度アップなどの効果が期待通りに現れていないという声が事業所から上がっているのが現状である。 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差があり、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。									
	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 <small>※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</small>		特産品販売会の開催 開催開催日時: 令和7年10月7日(火) 午前11時~午後4時まで 開催場所: 天王寺MIO(プラザ館   F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2,000人(天王寺ミオ集計) 情報発信によるPR件数: Instagram4,831件・LINE309件・ミオホームページ328件 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の複数箇所のデジタルサイネージでイベントの事前告知を行った。 改善点: 前は、開催場所を移転した。当日イベント前を通行する方に向けてのPRが想定以上に苦戦したので、平日での開催に変更した。									
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 大阪市内で南河内の特産品を対面販売するこちにより、当該地域外の消費者に特産品を直接PR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: JR天王寺駅公園口(天王寺MIOプラザ館   F公園口 ミオソラマルシェ区画)を予定 P R: 天王寺MIO館内にあるデジタルサイネージで事前のイベント告知に加え、商品のPRも見えるよう天王寺ミオとの連携強化に取組む。									
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 type="radio"/> (d)相談事業相乗効果			
		番号選択				販路開拓					
		(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)販売会場に各自治体のポスターを掲示、パンフレットを配置することで各自治体の観光事業を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ことが期待される。									
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		代表指標		販路拡大に繋がった事業所の割合		数値目標		70	%
	主な支援対象企業の変化	目標値の内容⇒		販売会への来場者及び特産品をPRできた消費者の人数として							
その他目標値	4,000		人		R7年度実績より4,000人を見込む。						
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		30		社 × 1.00		= 1,515,000		円		
	50,500		4,000		社 × 0.01		= 2,020,000		円		
					社 ×		=		円		
					社 ×		=		円		
					社 ×		=		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%)		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	×	0.75	=	2,651,250	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		963,750 円		5	配分については昨年物産展の企業単価を@90,000で設定しており、今回補助率が0.75に変更になっているので企業単価を@67,500に設定した。 また、柏原市商工会が幹事商工会として天王寺ミオとの売り合わせや出店案内・チラシ作成・各種調整を実施するため配分額を高く設定している。			
		藤井寺市商工会		337,500 円		5				
		羽曳野市商工会		337,500 円		5				
		富田林商工会		337,500 円		5				
		河内長野市商工会		337,500 円		5				
	大阪狭山市商工会		337,500 円		5					