

令和8年度（2026年度）
事業計画書

1. 申請者の概要

団体名	藤井寺市商工会
代表者職・氏名	会長 山田 裕弘
所在地	〒583-0027 大阪府藤井寺市岡1-2-16
設立年月日	昭和37年06月14日
職員数	9人
うち経営指導員数	8人
所管地域	藤井寺市
管内事業所数	2,581（令和3年経済センサス活動調査による）
うち小規模事業者数	1,786（令和3年経済センサス活動調査による）
会員数	1,237（令和7年12月31日現在）
組織率	47.9%
担当者職・氏名	経営指導課長 竹岡 栄徳
連絡先電話番号	072-939-7047
連絡先メールアドレス	fujisho@f-sukiyanen.or.jp

□主な事業概要（定款記載事項等）

- (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、及び提供すること。
- (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)商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。
- (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。
- (8)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。
- (9)行政庁等の諮問に応じ答申すること。
- (10)行政庁から委託を受けた事務を行うこと。
- (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(その従業員の為の事務を含む)を処理すること。
- (13)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。
- (14)会員の為の外国人技能実習制度に基づく技能実習生の受け入れ業務を行うこと。
- (15)職業紹介事業を行うこと。
- (16)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業務を行うこと。

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

本市は市の面積が全国でも5番目に小さく、特徴的な産業がない。その一方で交通の便は良く、大阪市内まで鉄道及び道路も整備されていることから、労働者も市内ではなく市外地域への流出が目立つ。市内には目立った産業がない反面、小売業やサービス業が近隣地区と比較しても盛んである。第3次産業での付加価値額が第2次産業に比べ約8倍あり、データからも小売・サービス業が与える影響が大きいことが分かる。この第3次産業が生み出す付加価値額は南河内地区では1番大きく、大阪府下でも8番目となっている。しかし、近年では、藤井寺市にも、商業施設はあるが、若い世帯は、他市の大規模商業施設に流出している傾向にある。

市内では製造業や加工業において二次、三次下請けの事業所が多く、景気変動の影響を受けやすい。また、これらの事業所では高齢化や事業の将来性を鑑み、事業承継を選択せず、廃業する事業者が多い。事業者の減少に対応する為、創業支援に注力することで、起業を増やす必要がある。人口ピラミッド解析でも将来的な労働人口の減少は避けられない。事実、求人をかけても応募が来ないといったことが見受けられる為、労働力の確保が課題となる。

一方、世界文化遺産に登録された百舌鳥古市古墳群は地元資源としての認識がまだまだ低い為、世界文化遺産登録を記念した藤井寺市商店連合会のスタンプラリーなどのイベント開催や市内外の観光客や訪日外国人客を呼び込むための観光地化やお土産物の開発などを進めているところであり、機運を醸成させていく努力が必要となる。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

市内では企業の工場移転後の跡地が住宅地に転換するなど、宅地開発が進んでおり、規模の大きな店舗や工場を建設するといった観点からは企業の誘致に不向きであるが、現在、都市計画道路八尾富田林線にともなう周辺土地の利用計画が注目されている。

一方で、新たに起業を検討するという観点からは、空き店舗の活用や規模の小さな店舗の出店などは積極的に行える素地はある。この点については行政側でも平成30年度に創業支援事業を立ち上げるなど、新規出店者を支援する施策が実施されており、地域事業の活性化について市と商工会が連携してサポートしている。また、近年では、人手不足が懸念されていることから、地域として、雇用創出の機会を作る必要がある為、今年度、新たに当会と提携している四天王寺大学と協力することで、事業所と学生との交流会を開催する。学生に地元企業の存在を周知して貰うことで、地元企業への就職に繋げる。また、市と協力して、大阪府に事業継続力強化支援計画を申請しており、事業者に対して、BCPの作成を啓蒙している。商業・サービス業では、一般消費者を対象にしている事業所が多く、製造・加工業では下請け事業者が多い。規模の小さい事業所であることに活路を見出そうとしている事業者も多い為、『デザイン・ブランディング活用事業』を活用した販路支援を継続する。また、令和4年に中小企業振興条例の制定し、地域の発展に取り組んでいる。具体的には、今年度、新たに藤井寺市の地域ブランドを創設することで、商品の知名度向上を図り、販路開拓に繋げる。小規模事業者持続化補助金をはじめとした各種補助金・助成金制度を積極的に活用し、事業の継続・安定化を図ることが重要である。また、ICTやDXの導入など時代の流れに対応した支援にあたることで、事業の持続化と発展を目指す必要がある。

(3) 事業を実施した効果

(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		265 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	265			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	10			0.0%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	30			0.0%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	3			0.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	2			0.0%
7	記帳支援	事業所	60			0.0%
8	労務支援	支援数	80			0.0%
9	人材育成計画作成支援	事業所	2			0.0%
10	販路開拓支援	支援数	14			0.0%
11	事業計画作成支援	支援数	20			0.0%
12	創業支援	事業所	25			0.0%
13	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	10			0.0%
14	生産性向上支援	事業所	5			0.0%
15	財務分析支援	事業所	10			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	8			0.0%
18	制度対応等	事業所	9			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	0			-
21	結果報告	事業所	265			0.0%
件数設定の根拠（今年度の特徴等）						
<p>目標値については、各経営指導員の能力に合った設定を行い、積み上げたものを組織の目標とする。</p> <p>相談者と具体的な内容について話し合いを行い、信頼関係の強化に努める。様々な課題をワンストップで解決へ導くことにより、相談者の日々の業務への負担を最小限に抑える。地域経済の持続的な発展の為、創業や事業承継の支援が重要である。また、働き方改革を適用するため労務支援などが必要となる。その為にも各経営指導員自身が資質向上を意識した自己啓発を行い必要な知識の習得を推進する。</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	12			0.0%
25	税務相談	日数	31			0.0%
26	金融相談	日数	12			0.0%
27	労務相談	日数	12			0.0%
28	その他相談	日数	12			0.0%

支援のポイント・成果

○実績時記入

事業名		ふじいでら創業推進事業		事業番号	1	新規/継続	継続
想定する実施期間		令和4	年度～	年度まで	5	年目	※複数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	藤井寺市における創業事業者を増やし、街の活性化を図る。					
	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)	<p>○事業の目的</p> <p>近年、物価高騰や社会経済環境の変化により創業に不安を感じる方がいる一方で、働き方や価値観の多様化を背景に、創業に前向きに取り組もうとする動きもみられる。そのような創業を検討している方や、創業して間もない方に対し、創業経験者の体験談、セミナー、交流会、個別相談、プレ出店等を通じて創業に必要な知識やノウハウを提供し、円滑な事業立ち上げ及び持続可能な経営を支援することを目的とする。</p> <p>今年度の取組では、藤井寺市内の創業機運をさらに高めるために潜在的創業希望者をより効果的に掘り起こすことができるようなイベントプロモーション、創業スクール受講生がお試し販売などを通して気付きを得られるプレ出店を実施する。</p> <p>○企業ニーズ</p> <p>「フリーランス」や「パートタイム創業」など多様な働き方の一つとして創業を検討する方が増えている。相談者の多くは共通して、何から始めればいいのかわからない、経営について学びたいと考えている。支援を必要とする方々の一つ一つの課題や不安を解消することで、創業へのモチベーションが向上し、活発な経営活動、地域経済の発展を促す。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺市を中心とした周辺地域において、創業を考えている方及び創業して5年以内の事業者、または過去受講生。					
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>○実績内容・実績数値</p> <p>1. トークセッション<人材交流型> 実績：参加者23名 (目標達成率77%) 内容：潜在的創業希望者を対象に、創業した方を招き創業の意識啓発を行う。 また、創業済みの参加者には 異業種の経営について学ぶことで、自身の事業の参考にしてもらう。</p> <p>2. ふじいでら創業スクール<人材交流型> 実績：参加者27名 (目標達成率90%) 内容：創業するための基礎知識を身につける。</p> <p>3. 創業セミナー応用編<人材交流型> 実績：参加者9名 (目標達成率90%) 内容：継続可能な事業を営むための知識を身につける。</p> <p>4. 個別相談<ハンズオン型> 内容：中小企業診断士との個別相談を行う。 実績：参加者8名 (目標達成率80%)</p> <p>※上記4点に加えて、市内のショッピングセンターや大学、生涯学習センターにてプレ出店ができるイベント「ふじチャレ」を新たに実施し、6社が参加した。</p> <p>○改善点・反省点</p> <p>上記1について、潜在的創業希望者をさらに呼び込むため、イベントを広く周知するプロモーションが必要である。R8年度も創業スクールから独立して実施し、より幅広く潜在的創業希望者からの参加を促すことができるようにする。イベント名も「トークセッション」から「トークライブ」に表現を改め、参加のハードルを下げる。募集リーフレットについても創業スクールのチラシとは別に作成し、藤井寺駅の掲示板、SNSを活用した広告により周知を試みる。</p> <p>上記2、3については、スクール内容の見直しや受講によるメリットのさらなる訴求を募集時に行う。実際の創業には綿密な事業計画の策定が不可欠であり、中小企業診断士との個別相談を通して創業に関する疑問の解消や計画のブラッシュアップを図ることができると、スクール内で認識してもらう。また、スクールのプロモーションについては、市の広報だけでなくSNSの創業支援アカウントを活用した発信を行う。</p> <p>今年度も創業スクール卒業生や創業して間もない方を対象に、大学祭やショッピングセンターでのイベント出店を案内・支援し、販路開拓、創業する自信をつけていただくことを目的としたチャレンジ</p>						
	<p>1. トークライブ<人材交流型>30社</p> <p>■実施時期：R8年6月6日(土)</p> <p>■実施内容：昨年以前にふじいでら創業スクールを受講し、創業した方をゲストスピーカーとして招き、「創業に興味があるけど、まだ具体的には決まっていない」という潜在的創業希望者の意識啓発を行う。創業済みの参加者にはディスカッションやグループワークを通して異業種の経営について学ぶことで自身の事業の参考にしてもらう。</p> <p>■実施方法：対面</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)	2. ふじいでら創業スクール<人材交流型> 4日間× 25社 ■実施時期：R8年7月4日(土)、11日(土)、18日(土)、25日(土) ■実施内容：創業支援に明るい専門家を講師として招き、創業にあたって身につけておくべき基礎知識(主にマーケティング、人事管理、財務・会計、事業計画の作り方)を学ぶセミナー・ワークショップを開講する。また、金融機関の担当者を招き、創業にかかる融資制度や口座開設について説明をいただく。また、商工会から経営支援等活動内容や商工会の活用法などを発信する。最終日には、受講生同士で意見交換ができる「交流会」を実施し、世代や業種を超えた関わり、人脈形成、新たなビジネスチャンスの創出を促す。 ■実施方法：対面 3. セミナー応用編<人材交流型>3日間× 10社 ■実施時期：R8年8月8日(土)、22日(土)、29日(土) ■実施内容：ふじいでらスタートアップ支援事業連携会議主催の「ふじいでら創業スクール」の修了生を対象に、存続可能な事業のため事業計画書の完成を目標としたワークショップを行う。 ■実施方法：対面 4. 個別相談<ハンズオン型>10社 ■実施時期：R8年9月11日(金)、17日(木) ■実施内容：創業を目指す方を対象に専門家との個別相談を実施する。 応用セミナーでは対応が困難な個別事案に対して、ハンズオン支援を行う。 ■実施方法：講師との1対1 5. ふじいでら創業チャレンジ「ふじチャレ」8社 ■実施時期：R8年9月～10月頃に2日程、11月1日(日)、2(月)、3日(火) ■実施内容：創業スクール受講生やスクールを受講し創業して間もない方を対象に、お試し販売を通じた創業機運の醸成や創業後の販路拡大などに役立てていただく目的で、チャレンジショップを企画、運営する。出店希望者にはイベント出店までに事業の明確化、事業計画の策定、販売予定の商品・サービス、販売方法の工夫などについて支援を行う。																
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:25%; text-align: center;">○</td> <td style="width:25%; text-align: center;">(a)府施策連携</td> <td style="width:25%; text-align: center;">(b)広域連携</td> <td style="width:25%; text-align: center;">○</td> <td style="width:25%; text-align: center;">(c)市町村連携</td> <td style="width:25%; text-align: center;">(d)相談事業相乗効果</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">商-17</td> <td style="text-align: center;">起業家の育成、創業の促進</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">創業・経営革新</td> </tr> </table> 府施策連携：創業支援機関ネットワーク会議に参加する。大阪府中小企業支援室経営支援課経営革新Gと連携し、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、優秀なビジネスプランについては大阪府内のビジネスプランへの推薦を前提に、さらなるブラッシュアップを図る個別支援を実施する。 市町村連携：2018年から藤井寺市、日本政策金融公庫、池田泉州銀行、成協信用組合、四天王寺大学と当会で連携し「ふじいでら創業スクール」を開催していた。2022年からは同者で発足した「ふじいでらスタートアップ支援構想」として、創業希望者の支援を拡充していく。					○	(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-17	起業家の育成、創業の促進			
○		(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-17	起業家の育成、創業の促進				創業・経営革新												
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⇒ 83 社	設定根拠：過去3年間の実績と、支援対象者の間口を広げて事業実施予定であることを加味して設定。 募集方法：藤井寺市を中心とした周辺地域において、創業を考えている人及び創業して5年以内の事業者をメインターゲットとし、商工会郵便、市広報、駅掲示板、チラシ、HP、SNSアカウント等にて案内募集を行う。														
		主な支援対象企業の変化	代表指標	創業前の方： 今後創業について前向きに検討するきっかけになったと回答した割合 創業5年以内の方： 新たな事業課題の発見があったと回答した割合	数値目標	70 %											
	その他目標値	目標値の内容⇒															

算定基準 (行が足りない場合は、⇒の 行に挿入)	サービ単価		支援企業数		係数		標準事業費			
	⇒ 40,400	円 ×	30	社 ×	1.00	=	1,212,000	円		
	40,400	円 ×	25	社 ×	1.40	=	1,414,000	円		
	40,400	円 ×	10	社 ×	1.30	=	525,200	円		
	101,000	円 ×	10	社 ×	1.00	=	1,010,000	円		
	50,500	円 ×	8	社 ×	1.00	=	404,000	円		
	合計		83	社	(小計)		4,565,200	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%)									円	
								計	4,565,200	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						
	標準事業費	補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
	4,565,200	円 ×	1.00	=	4,565,200	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)				
	○	藤井寺市商工会	4,565,200 円		83					
			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⇒	設定根拠：昨年は目標「30社」に対して実績「23社」となり達成率は「77%」であった。目標が未達であった原因として、十分なイベント周知ができなかったことが考えられる。今年度では駅掲掲示板へのチラシ配架やSNSアカウントを活用した広報を行い市内へ広く周知するとともに、創業低関心層に対しても間口を広げ、創業に踏み出すきっかけづくりの場として実施する。以上を踏まえ、R8年度についても30社を目標に設定する。 募集方法：藤井寺市を中心とした周辺地域において、創業を考えている人及び創業して5年以内の事業者を対象に、商工会郵便、市広報、駅掲掲示板の活用、チラシ、HP、SNSアカウント等にて案内募集を行う。					
	支援対象企業の変化	指標	セミナー後のアンケートで「参考になった」と答えた割合	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⇒	設定根拠：直近3年間の目標では「令和5年25社」「令和6年20社」「令和7年30社」であり、実績はそれぞれ「23社 (達成率92%)」「29社 (達成率145%)」「27社 (達成率90%)」であった。参加数は20社～30社で例年推移しており、10社ほど振れ幅があります。本イベントでは創業希望者や創業5年以内の方の参加を見込んでおり、トークライブで対象とする潜在的創業希望者よりも少ないことが想定されるため、振れ幅も考慮し今年度は25社と設定する。 募集方法：トークセッション参加者等において郵送、メール、HP、SNSアカウント等で案内する。					
	支援対象企業の変化	指標	セミナー後のアンケートで「参考になった」と答えた割合	数値目標	80	%		
	その他目標値	目標値の内容⇒						

事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠: 直近3年間の目標では「令和5年20社」「令和6年10社」「令和7年10社」であり、実績はそれぞれ「9社(達成率45%)」「11社(達成率110%)」「9社(達成率90%)」であった。スクール内容の見直しや魅力の訴求を積極的に行い、目標数値を10社と設定する。 募集方法: トークセッション、ふじいでら創業スクール参加者及び過去受講生にむけて郵送、メール、HP、SNSアカウント等で案内する。			
	支援対象企業の変化	指標	セミナー後のアンケートで「参考になった」と答えた割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠: 直近3年間の目標では「令和5年5社」「令和6年10社」「令和7年10社」であり、実績はそれぞれ「9社(達成率180%)」「7社(達成率70%)」「8社(達成率80%)」であった。昨年100%に到達しなかった原因として、参加予定者が当日参加することを失念していた、都合が悪くなったなどの理由がある。今年度は参加予定者に対してリマインドメールを送信し、当日欠席を防ぐ。 募集方法: ふじいでら創業スクール内やHP、SNSアカウント等にて案内募集を行う。			
	支援対象企業の変化	指標	創業した割合	数値目標	70	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
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⇒	前年度にイベントを試験的に実施し、出店申込のあった11社の中から、連携機関及び開催会場側で「チャレンジショップとして実現可能性が高い」と事業者を6社を選定し、出店を支援した。今年度ではより多くの出店支援を目指すべく、8社に設定する。創業セミナー応用編の次のステップとして、策定した事業計画をもとに実際にチャレンジショップでの出店を通して経営のための知識、経験、ノウハウを獲得することを目指す。 募集方法: ふじいでら創業スクール内やHP、SNSアカウント等にて案内募集を行う。			
	支援対象企業の変化	指標	イベント後のアンケートにおいて「販路拡大に役立った」と回答した割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		藤井寺ブランド事業		事業番号	2	新規/継続	新規	
想定する実施期間		令和8	年度～	年度まで	1	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	藤井寺の地域資源を藤井寺ブランドとして認定し、認定品および認定企業のブランド化、販売拡大をめざすものである。						
	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)	藤井寺市内の小規模事業所には、自社の強みを活かし開発した魅力的な商品(製品)がある一方で、市場ニーズの把握やターゲット層の設定が不十分なため、販売ルートの確立や新規顧客の開拓が停滞している状況が続いている。また、各事業所の情報発信力が不足しており、商品の認知度向上や事業拡大が思うように進んでいない商品が多々ある。事実、事業所からふるさと納税の返礼品になっているが、何か藤井寺の商品であることを証明するツールがないかと、相談を受けたことがあった。そのため、本事業の目的は、市の地域性を活かした独自のブランドを確立し、「藤井寺ブランド認定委員会」を通じた認定制度を導入することである。 認定された商品・事業者に対して、販路拡大、新規顧客開拓を目的とした大々的なPR支援を行う。具体的には、ブランド特設HPを作成や市広報誌への掲載等によって、商品情報に加えて事業所自体の情報発信を強化する。この支援により、個々の事業所の認知度と事業展開力を向上させ、その連鎖が市全体の経済活性化、地域振興、発展に貢献する状態を図る。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺市内の小売、製造、農林業等を含めて、地域資源を活用した商品を提供している店舗						
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								
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><新規ブランド認定></p> <p>■実施手法：ハンズオン型(新規認定商品11商品を予定)</p> <p>■実施内容：</p> <p>○事業者募集と周知 市広報誌や公式ホームページ(HP)などを通じて、藤井寺ブランド認定を希望する事業者を広く募集し、周知を図る。</p> <p>○認定審査の実施 年に1回、「藤井寺ブランド認定委員会」を開催し、11社の認定商品を厳正に選定する。</p> <p>○商品開発サポート 認定基準をクリアできるように、認定希望商品に対する開発や改善に関する具体的な支援を実施する。</p> <p>○認定証の発行 認定商品に選定されたブランド商品に対しては、事業者へ認定証と公式ブランド認定ロゴシールを交付する。</p> <p><新規ブランド認定商品のPR・広報支援></p> <p>■実施方法：ハンズオン型(新規認定商品11商品を予定)</p> <p>■実施方法：</p> <p>○認定後の商品に対して、PRポイントのブラッシュアップ 地域ブランドとしての強みの再確認を事業者と共にし、自社商品の「再発見」を促す。</p> <p>○専用HPでの情報強化 認定委員会専用のホームページ(HP)を新規作成する。認定商品(製品)の情報だけでなく、関連事業所の情報発信も併せて行うことで、新たな販路開拓を強力に後押しする。</p> <p>○対外的な発信・販路の拡大(リアルプロモーション) (市外)大阪府内外のイベントなどPR効果の高い場所を選定し、ブランド認定委員会として積極的に出店する。宣伝看板や配布チラシを用いた告知活動と、認定商品の販売を積極的に行う。</p> <p>○販路拡大のための情報提供支援 認定商品事業者に大阪府下の展示会や物産展などのイベント出展に関する情報の提供を通じて、商品の販路拡大をめざす。</p> <p><ブランド認定商品の販路開拓></p> <p>■実施手法：販路開拓型(新規認定商品11商品を予定)</p> <p>■実施内容：出展・広報支援 情報発信館「ウェルカムラウンジ」を活動拠点の一つとし、イベントなどを利用して藤井寺ブランド認定商品のPR活動および販売を実施する。また、(市内)認定された商品を、市の広報媒体を通じて毎月継続的に紹介し、市内での認知度向上を図る。</p>						
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		
		<ul style="list-style-type: none"> ・藤井寺ブランド認定委員会へのオブザーバーとしての参加。 ・市発行の広報誌に募集記事を掲載。 ・専用HPを作成し、市HP、商工会HPにもバナーを設置した後、募集記事を掲載する。 ・参加可能な物産展等のイベントへの積極的な参加及びPR活動協力。 						
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⇒		商工会で把握している地場産品取扱事業者数を基に設定。募集方法は、市発行の広報での募集。				
		33	社	商工会HP、チラシ等でも告知を行う。				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	新規顧客の開拓ができた」と回答した割合			数値目標	70	%
	その他目標値	目標値の内容⇒						

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			
	⇒	101,000	円 ×	11	社 ×	1.00	=	1,111,000	円	
		101,000	円 ×	11	社 ×	0.50	=	555,500	円	
		50,500	円 ×	11	社 ×	1.00	=	555,500	円	
			円 ×		社 ×		=	0	円	
			円 ×		社 ×		=	0	円	
	合計		33	社	(小計)		2,222,000	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	2,222,000	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)					
	2,222,000	円 ×	0.50	=	1,111,000	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)			
	○	藤井寺市商工会		1,111,000 円		33				
				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⇒	商工会で把握している地場産品取扱事業者数を基に設定。初年度のため、11事業者、11商品の登録を目標とする。藤井寺で創業し、ふじいでらしい商品を展開しており、地域ブランドの核としての信頼性が抜群であるため、藤井寺市のふるさと納税登録企業を中心に登録をめざす。募集方法は、市発行の広報、商工会HP、チラシ等でも告知を行う。				
	支援対象企業の変化	指標	地域ブランドに認定されたことにより、販路拡大となったと回答した割合		数値目標	70	%
	その他目標値	目標値の内容⇒					
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⇒	初年度のため、商工会で把握している地場産品取扱事業者数を基に設定。新規認定商品11商品を予定している。専用ホームページを新規作成して情報発信を強化するとともに、府内外のイベントへ積極的に出店し、告知活動と商品の販売を展開する。募集方法は、市発行の広報、商工会HP、チラシ等でも告知を行う。				
	支援対象企業の変化	指標	認定商品をPRできたと回答した事業所の割合		数値目標	70	%
	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⇒	初年度のため、商工会で把握している地場産品取扱事業者数を基に設定。新規認定商品11商品を予定している。情報発信館「ウェルカムラウンジ」を活動拠点の一つとし、イベントなどを利用して藤井寺ブランド認定商品のPR活動および販売を実施する。募集方法は、市発行の広報、商工会HP、チラシ等でも告知を行う。				
	支援対象企業の変化	指標	新規顧客の開拓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⇒					

事業名	デザイン・ブランディング活用事業	事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間	令和4年度～	年度まで	5	年目	※複数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	ブランディングについて学ぶことで他社との差別化を行い、自社のブランド・イメージを確立することをめざす。そのため、「魅せ方」に明るい専門家による講習会を行う。			
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】</p> <p>ブランディングについて学ぶことで自社のブランド・イメージを確立させ、デザインを学んで自社ブランドを視覚化することを目的とする。</p> <p>価格競争への参加が難しい小規模事業者が生き残るためには、他社との差別化を図り、ブランドを確立させることが事業存続のカギとなる。しかし、事業を始めて間もない方や、売上が安定していない事業者はブランディング確立のためにまとまった時間や費用を捻出することは困難である。当事業では、できるだけ費用をおさえて「自分で作る」をテーマにデザインマーケティングについて学ぶ。講習会を通じて印象に残りやすい広告媒体の作り方をインプットとアウトプットを行うことで身につける。</p> <p>宣伝効果を高める為、SNS、HP、紙媒体（名刺・チラシ・パンフレット等）、商品パッケージを作成するときにも利用できる汎用性の高い知識の獲得を目的とする。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>SNSや動画配信、HP等を活用した営業行為を手軽に行える今日、目に留まりやすいデザイン・ブランディングの知識が必要となる。アフターコロナであっても、消費者が企業に求めているのは安全・衛生面への信頼性である。企業がどんなに注力していても、取り組みが消費者に伝わってなければブランディングにはならない。ブランディングの導入により、企業の信頼性や好感度の向上に繋げるとともに、他社との差別を図ることで、顧客から選ばれやすい企業になることが可能になる。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺市管内小規模事業者（サービス業、飲食業や小売業等）1,786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>	<p>令和7年度</p> <p>■実施内容：「選ばれる」ためのデザイン活用術セミナー ブランディングやマーケティングの視点から、デザインを効果的に活用する方法を解説し、ターゲットやコンセプトに基づいた戦略的なデザインの考え方を学ぶ。</p> <p>■実績数値：15社</p> <p>【状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングにおけるコンセプト設定とターゲット明確化の重要性について、参加者の理解が深まった。 ・日常に存在する身近な事例を取り上げたことで、「日常に溶け込んでいるものもデザインである」という点がより理解しやすく伝わった。 ・セミナー内容に沿ったワークを実施したことで、自社製品・サービスの価値やコンセプトを再確認する機会となり、創業間もない参加者だけでなく、長く事業を継続している参加者にとっても学びのある内容だった。 ・すぐに実践できる応用方法やデザインの効果に関する説明が、参加者にとって汎用性の高い知識として役立った。 ・大阪産業局・デザイン活用支援oidc担当者から施策紹介および個別相談会の案内を行ったことで、参加者に対し相談窓口の存在を効果的に周知することができた。 <p>【反省点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワーク実施時間の見積りが不十分であったため、全体のセミナー時間が不足してしまった。来年度については、タイムスケジュールの見直しを行う。 ・販促物（チラシ・POP）への応用例は提示できたが、SNS活用に関する解説が十分に行えず、情報提供の幅に課題が残った。来年度は、講師との事前打ち合わせの段階で参加者層やニーズを踏まえ、SNS活用に関する内容や扱う媒体を調整することで改善を図る。 ・実績数値が目標の20社に達しなかった。この結果を踏まえ、次回開催に向けて以下の改善策を講じることとする。 <ol style="list-style-type: none"> ①アンケート結果に基づき、参加企業のニーズに即した内容へ見直しを行う。 ②開催時期および時間帯について、参加しやすい日程となるよう再検討を行う。 ③個別相談会を併催し、相談しやすい環境を整備することで参加企業への支援体制を強化する。 				

<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>	<p>【事業手法】人材育成型 【実施時期】R8年9月～12月頃 【実施場所】藤井寺市商工会 2階研修室 【実施方法】セミナー 【実施内容】デザインの必要性と活用方法 講師：当会にてセミナー実績のあるデザイナー兼中小企業診断士の講師を予定。デザインの必要性を説き、 マーケティング等について専門家の目線でお話しいただく。 講義内のインプット・アウトプットでブランディングスキルと発信力を身につけ、売上につなげる方法を学ぶ。 ・デザインマーケティングと集客・売上の関係 ・どんなアピールが売上につながるのか ・事例の紹介 など このセミナーを受講した結果、自店のブランド力を高める必要性に経営者が気づき、デザインを活用した店舗づくりを意識することを促す。</p>							
<p>事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)</p>	<p><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</p> <p>商-15 デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地 商業</p> <p>セミナーの開催に併せて、公益財団法人大阪産業局・デザイン活用支援oidcと連携し、事業者のマーケティング・デザイン活用に関する個別相談会を実施する。後日の相談にもつながるよう、デザイン相談を含む事業紹介を実施する。 藤井寺市の広報に掲載し、周知・案内する。</p>							
<p>主な事業の目標</p>	<p>総支援対象企業数</p>	<p>設定根拠及び 募集方法⇒ 20 社</p>	<p>過去の小規模事業者向けセミナー参加者数等実績を考慮して20社を想定。 藤井寺市の広報、藤井寺市商工会からの郵便物、HP、公式LINE、メール等で案内する。</p>					
	<p>主な支援対象企業の変化</p>	<p>代表指標</p>	<p>受講後アンケートで「すぐに活用したい」「活用したい」と答えた割合</p>	<p>数値目標</p>	<p>70</p>	<p>%</p>		
	<p>その他目標値</p>	<p>目標値の内容⇒</p>						
<p>算定基準 (行が足りない場合は、⇒の 行に挿入)</p>	<p>⇒</p>	<p>サービス単価 20,200 円 × 円 × 円 × 円 × 円 × 合計</p>	<p>支援企業数 20 20</p>	<p>社 × 社 × 社 × 社 × 社 × 社</p>	<p>係数 1.00 (小計)</p>	<p>= = = = = =</p>	<p>標準事業費 404,000 404,000</p>	<p>円 円 円 円 円 円</p>
<p>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)</p>								
<p>算出額</p>	<p>①市町村等補助 円 交付市町村等</p>		<p>②受益者負担 円 負担金の積算</p>		<p>標準事業費 補助率 (①市町村等+②受益者負担)</p>			
<p>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○)</p>	<p>代 商工会・会議所名</p> <p>○ 藤井寺市商工会</p>	<p>配分額</p> <p>404,000 円</p> <p>円</p> <p>円</p> <p>円</p>	<p>支援企業数</p> <p>20</p>	<p>役割 (配分の考え方)</p>				

※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 404,000 円

事業名		地元企業における大学生との企業研究会		事業番号	4	新規/継続	新規			
想定する実施期間		令和8年度～	年度まで	1	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	四天王寺大学の学生と藤井寺市・羽曳野市・松原市の地元企業が連携し、地域課題解決学習および会社合同説明会を実施する。企業の人材確保や高齢化対策などの地域経済課題を解決するとともに、学生の主体的な学びと地域理解を深め、キャリア形成と地元定着を促進する。								
	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)	<p>本事業は、地域企業が抱える「求人を出しても応募がない」「社内の高齢化が進む」などの課題に対して、大学と企業、自治体が連携し、地域社会全体で解決を図る協働型プロジェクトである。四天王寺大学経営学部1回生約100名を対象とした事業所における「地域課題解決学習」では、実際の企業課題や地域テーマを題材に、学生が企業担当者や大学教員とともに課題分析・提案を行う。これにより、企業においては、課題に対して、新たな発見や気づきを得るとともに、新卒の学生を採用するきっかけにする。また学生においては、主体性・問題解決力・コミュニケーション力を育成し、地域社会に対する理解を深めることができる。</p> <p>また、全学部3・4回生約200名を対象とした「会社合同説明会」では、地域企業が自社の魅力を直接発信し、学生との対話を通して新たな採用機会を創出する。単なる採用イベントにとどまらず、若年層の地元定着や地場産業の担い手育成につなげることを目的とする。</p> <p>これらの活動を通じて、大学、企業、商工会・商工会議所が「共に学び、共に育つ」関係を築き、地域に根ざした人材育成と持続可能な地域経済の発展を図る。</p>								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	・藤井寺市、羽曳野市、松原市に拠点がある事業所、約18社と四天王寺大学の学生を対象とする。								
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										
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>≪開催概要≫</p> <p>【開催日】令和8年6月24日(水) 10:55~13:30頃</p> <p>【会場】四天王寺大学 教室内</p> <p>【対象】藤井寺市、羽曳野市、松原市に拠点がある事業所、約18社と四天王寺大学の学生</p> <p>【内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1回生を対象に交流会(地域課題解決型学習)(10:55~12:30) 地元事業所18社、対象学生200名、大学教員5名 各グループに分かれて2部制の地域共生ワークショップを実施 事業所が学生と交流することで、 若者視点による気づき・発想の獲得、人材確保・採用の入口づくり、 自社課題の整理・見えるに繋げる。 ・3・4回生を対象にした企業研究会(会社合同説明会)(12:30~13:30) 地元事業所18社、対象学生100名 ※企業ブースを設けて、学生に会社説明、面談をする。 就職の意思があれば、後日、履歴書を送り採用面接を実施。 								
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-11		中小企業の社長と若年求職者の交流事業				雇用・求人		
		大阪府(産業人材グループ)と連携し、地域中小企業の人材確保に資する事業を実施する。具体的には、四天王寺大学との連携により地元企業と学生との交流を即し、若者視点による気づき・発想の獲得に繋げる。また求人企業・四天王寺大学の学生求職者の発掘と参加を促し、求人企業・学生求職者を支援する。								
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⇒		学生と交流したい、又新卒の学生の採用に関心のある企業に応募を促す。具体的には、日々の経営相談時の案内、雇用開発協会や労働基準協会への案内等。						
		18	社	代表指標		大学生と交流することで、気づき・発想の獲得に繋がったと回答した割合		数値目標	70	%
	主な支援対象企業の変化	目標値の内容⇒								
	その他目標値	200	人	来場した学生数						
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)		サービ単価		支援企業数		係数		標準事業費		
	⇒	40,400	円 ×	18	社 ×	1.00	=	727,200	円	
		40,400	円 ×	200	社 ×	0.05	=	404,000	円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			合計	218	社	(小計)		1,131,200	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%)								56,560	円	

		計				1,187,760	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)		
	1,187,760 円		×	1.00	=	1,187,760 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)
	○	藤井寺市商工会		395,920 円		6	支援企業の均等割り。
		羽曳野市商工会		395,920 円		6	
		松原商工会議所		395,920 円		6	
				円			
			円				