

# 平成31年度 事業計画書

## 1. 申請者の概要

申請者	団体名		守口門真商工会議所	
	代表者職・氏名		会頭 土居 正明	
	所在地		〒571-0045 大阪府門真市殿島町6番4号	
	担当者	職・氏名	商工振興部 中小企業相談所 所長 小西 敬人	
		連絡先	電話番号（直通）：	06-6909-3303
			Fax：	06-6909-3409
E-mail：			<a href="mailto:konishi@mk-cci.jp">konishi@mk-cci.jp</a>	
①設立年月日		昭和45年 4月		
②職員数 (うち経営指導員数)		19名(14名) ※平成31年1月7日現在		
③所管地域		守口市・門真市		
④管内事業所数		守口市・門真市 合計12,343 (平成26年 経済センサス)		
⑤管内小規模事業者数		守口市・門真市 合計8,946 (平成26年 経済センサス)		
⑥会員数(組織率)		2,866件(組織率21.77%) (平成31年1月7日現在)		
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと				
<b>□主な事業概要(定款記載事項等)</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>(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</li> <li>(2) 行政庁等の諮問に応じて答申すること</li> <li>(3) 商工業に関する調査研究をおこなうこと</li> <li>(4) 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行をおこなうこと</li> <li>(5) 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査をおこなうこと</li> <li>(6) 輸出品の原産地証明を行なうこと</li> <li>(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</li> <li>(8) 商工業に関する講習会又は講演会を実施すること</li> <li>(9) 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行なうこと</li> <li>(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なうこと</li> <li>(11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行なうこと</li> <li>(12) 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行なうこと</li> <li>(13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行なうこと</li> <li>(14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行なうこと</li> <li>(15) 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること</li> <li>(16) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行なうこと</li> <li>(17) 行政庁から委託を受けた事務を行なうこと</li> <li>(18) 商工業に関する図書を収集し、一般の閲覧に供すること</li> <li>(19) 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なうこと</li> </ul>				

**(1) 所管地域の産業経済の現状と課題**

商業の現状は、依然として大型店の進出や専門店の出店による影響がみられる。近年、オープンしたE×POシティ（吹田市）、イオン（四條畷市）は管内の主要幹線道路にも直結しており、大きな影響を受けている。平成26年度、守口市及び門真市の統計書によると商業者数（卸売・小売業、飲食サービス業、宿泊業）は5,332事業所（平成21年度）、4,756事業所（平成24年度）、4,541事業所（平成26年度）と減少の一途を辿っている。経営者の高齢化及び後継者不足による廃業も顕著であり、これらの理由及び販売不振により閉店する店舗が増加し壊滅的な状況となっている。一方で、守口門真地域では、駅前を中心とした商業者が主体となった地域活性化イベントが開催されており、地域・市民・商業者が一体となるイベントが定着してきているものの、経営状況を好転させるには至っていない。

工業の現状は大手家電メーカーの景況、特に生産拠点の動向に左右されやすい環境の中で、電気系の組み立てや金属・プラスチック加工を中心に展開している。これらの事業所は長年、大企業のもとで培った品質管理、生産管理のノウハウを保有しており、他の地域ではない強みである。しかし大手家電メーカーとの相互依存が薄れる中、小規模事業者は自らが新規顧客開拓や新市場への参入を迫られ、展示会出展による国内取引先拡大を狙う前向きな事業所も増加している。平成26年度「守口市及び門真市の統計書」によると製造業者数は2,112事業所（平成21年度）、1,933事業所（平成24年度）、1,824事業所（平成26年度）と事業所数が減少している中、このような積極的な事業所を個別に活性化させ、地域工業をけん引していく存在へと引き上げることが課題である。

商業・工業がともに抱える課題として、人材確保・定着に苦慮しており経営に支障をきたしている小規模事業者も多く見受けられる。また事業所数が減少している原因の一つとして後継者がいないことによる廃業もあるため、後継者育成といった事業承継問題も大きな課題となっている。

**(2) 所管地域の活性化の方向性**

商業については地域商業者が参画する商業イベントを核として周辺地域へ浸透させることが活性化に繋がると考えられる。事業を通じて、幅広くPRを行い、販路拡大に繋げる。また地域内の消費行動を刺激するためのPRツールを活用し、定着させることで、消費活動の活性化を狙うとともに個店の魅力強化を図る。小規模事業者については個別に商品・サービスの強みを整理し魅力ある商業者の発信力強化に努める。さらに、本年度は消費税増税に伴う各種課題に適切かつ迅速に対応することで、影響を最小限に留める。工業については、大企業のもとで培った技術やノウハウを効果的にPRできるよう、公的機関（守口市・門真市・大阪府・近畿経済産業局等）や両市を含んだ連携支援組織である「もりかど産業支援機関ネットワーク」との協力的体制をさらに緊密なものとしていく。この支援体制を基に、専門家・専門機関等を活用しながら全体としてのサポート体制を整備し、経営指導員を中心としてものづくり企業が抱える個別の問題に人材面を含め積極的に関与していく。

商業・工業ともに課題が多様化しており、今年度は各事業者が抱える経営課題を効果的に解決を図るため、伴走型支援を強化していく。また経営指導員では対応できない専門的（法律・税務・労務等）又は現代の様々な課題（事業承継・M&A等）に対応できるよう経営指導員と専門家との連携を深め、課題解決を図る。

**(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**

当地域の事業所は、主に製造業、建設業、卸・小売業、サービス業等で構成されている。これらの事業者は不安定な為替変動による原材料の高騰、産業界のエネルギー転換、販売方法の多様化などそれぞれの業種ごとの問題だけでなく、業界の不振、事業承継、消費税増税による軽減税率導入の影響のような小規模事業者全体が抱える問題も依然としてある。これら経営上の問題を抱える小規模事業者を対象とするだけでなく、新事業へ積極的に取り組む事業者、団体も支援対象とする。主たる支援対象事業者及び事業者数としては、カルテ化事業所数390件、活性化事業の参加企業を考え、その実数として約1,000事業所とする。

**(4) 事業の目標**

商工業ともに事業を実施する中で、事業者が抱える課題の解決策の提示と実行支援、及び支援機関等へコーディネートを行う。支援方法として専門家や行政（守口市・門真市）、地域の支援機関で組織する「もりかど産業支援機関ネットワーク」を活用することで、単独組織の支援では成し得ない「きめ細やかな支援」を実現する。商業は個店の魅力強化を支援すると共に、行政、商店街、商業団体と連携し、地域ブランドを創出することで、地域全体の活性化を図る。特に本年度については、消費税増税に伴う各種課題についても重点的に支援を行う。工業は幅広い連携体制のもと、認定事業や補助金等を活用し、当地域のものづくり企業の代表といえる事業所を複数発掘・育成することを目標とする。

**【事業体系】**

○商業関係：①商業活性化促進事業 ②小規模事業所来店者促進事業 ③売りメッセ取引商談会in東大阪

○工業関係：①守口門真ものづくり元気企業 ②大阪勧業展 ③ビジネスチャンス発掘フェア2019  
④リサイクル技術委員会 ⑤北大阪高等職業技術専門学校活用事業

○全般：①事業承継円滑化事業 ②創業塾 ③CSR ④SB/CB

**(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）**

本事業の実施により、小規模事業者が抱える課題についての把握を行ない、適切な解決策を提示することができるワンストップサービスの拠点としての役割を果たすとともに、地域の情報発信基地としての機能を発揮することで地域活性化に結びつけていく。引き続き、国・府・両市や各種中小企業支援機関等が実施している施策の普及に努め、地域産業の活力向上を目指す。商業においては個店の魅力強化、工業においては企業のブランド化となる認定事業に注力する。商工業を問わず、中小・零細企業で大きな課題となっている後継者問題を、スムーズに解決できるよう事業承継円滑化事業を実施することで、地域経済の発展に大きく貢献するものと考えられる。引き続き、補助金申請支援など事業所ごとにきめ細やかな支援を実施し、経営者自ら自社のことを考え、改善する動きを個別に後押しする。本事業が実施されなかった場合、販路開拓・研修・交流の機会が失われるだけでなく、守口門真地域の小規模事業者が各支援施策を知り、利用する機会が大幅に減少し、地域活力の低下に繋がる。

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	390	事業所	支援機関等へのつなぎ	20	支援
金融支援（紹介型）	30	支援	金融支援（経営指導型）	60	支援
マル経融資等の返済条件緩和支援	0	事業所	資金繰り計画作成支援	10	事業所
記帳支援	70	事業所	労務支援	20	支援
人材育成計画作成支援	2	事業所	マーケティング力向上支援	20	事業所
販路開拓支援	70	支援	事業計画作成支援	90	支援
創業支援	30	事業所	事業継続計画(BCP)作成支援	2	事業所
コスト削減計画作成支援	10	事業所	財務分析支援	20	事業所
5S支援	0	事業所	IT化支援	30	事業所
債権保全計画作成支援	0	事業所	事業承継支援	10	事業所
災害時対応支援	0	事業所	結果報告	300	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	390				
平成31年度は、昨年に引き続き地域商工業の魅力ある事業所を積極的に支援することで地域全体の活性化に繋げることを目的に伴走型支援を行う。また、中小企業庁による中小企業支援施策の積極的な活用を促すため、補助金活用に向けた事業計画書作成支援及び消費税増税に伴う課題解決に向けた記帳支援等を積極的に実施する。創業支援も積極的に実施していき、支援事業所は平成30年度実績と同様390事業所を想定する。					
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）					
①商工振興の事業展開・相談支援の強化のため、支援機関（もりかど産業支援機関ネットワーク、門真市中小企業サポートセンター、MOBIO等）の活用をすすめる。 ②創業者に対しては、創業計画の策定から資金調達等、幅広く継続して支援を行う必要があり、相談内容に応じて、各種専門家の活用を視野に入れて支援を行う。 ③新市場への進出、高度な基盤技術に関する相談については、各種専門機関（大阪府立産業技術総合研究所等）や専門家を活用し支援を行う。 ④融資相談については、日本政策金融公庫、保証協会、地域金融機関と情報交換・連携強化をすすめ、支援を行う。 ⑤人材育成・事業承継等の人材関係の相談に関しては、大阪府施策を中心に活用し、内容に応じて専門家活用を含めて総合的な支援を行う。					
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	
税務	継続	相談者数	10	税務に関する専門的な相談を実施する。	
税務（確定申告）	継続	相談者数	20	確定申告に関する相談会を実施し、適正な申告指導を実施する。	
法務	継続	相談者数	12	法律に関する専門的な相談を実施する。	
労務	継続	相談者数	8	労務・人事に関する専門的な相談を実施する。	
経営	継続	相談者数	80	経営全般や施策活用に関する専門的な相談を実施する。	
事業実施のポイント・期待される効果					
【事業実施のポイント】					
経営指導員による巡回活動の中で、特に専門的な課題について専門家を活用し、伴走支援を行い解決を図る。ポイントとして、経営指導員が課題の本質を理解し、適切な専門家に振り分けを行う重要な役割を担っている。適切な専門家に振り分けることにより、速やかな課題解決を図る。また、税務、法務、労務、経営だけでなく、現在、中小企業では大きな課題となっている人材育成・確保、事業承継、M&Aといった相談に対しても幅広く対応できる体制を構築し、ワンストップサービスによる支援に努める。					
【期待される効果】					
税務相談については、消費税軽減税率制度導入に向けた適切な支援や確定申告相談会を実施することで、適正な納税を推進する効果が期待できる。法律・労務相談については早期解決を図ることで、本業への影響を最小限に抑える効果がある。また、経営相談については、各種施策活用のため事業計画策定支援も対象とし、行政の施策活用のためのハードルを下げる効果が期待できる。					

府施策連携	事業名	概要	金額(円)
<b>(1) 単独事業</b>			<b>9,101,100</b>
	商業活性化促進事業	商業者が集結し、各店舗自慢の商品等をPR	2,146,250
	小規模事業所来店者促進事業	各個店の逸品を紹介した冊子を作成し、活性化を図る	1,010,000
○	創業塾	創業にチャレンジする方へ事業化を支援	3,293,600
○	守口門真ものづくり元気企業	元気企業の選定により、守口門真地域のものづくりブランドの創造を図る	2,247,250
○	事業承継円滑化事業	事業承継を円滑に進めるためのセミナーを実施	404,000
<b>(2) 広域事業</b>			<b>6,536,411</b>
	ビジネスチャンス発掘フェア2019	幹事 八尾商工会議所の事業計画参照	3,619,531
	大阪勧業展	幹事 大阪商工会議所の事業計画書参照	353,500
○	大阪府立北大阪高等職業技術専門学校 活用事業	幹事 北大阪商工会議所の事業計画書参照	1,972,530
	売りメッセ取引商談会 in東大阪事業	幹事 東大阪商工会議所の事業計画書参照	479,750
	大阪府東部地区商工会議所 リサイクル技術委員会	幹事 北大阪商工会議所の事業計画書参照	111,100

うち府施策連携事業

7,917,380

事業名		商業活性化促進事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		22 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)	地域商業者の集結するイベントの開催により、個店の活性化を図る。地域の個店が低迷する理由としては、①消費者ニーズが捉えられていない、②少子高齢化による客数の減少、③大型店・スーパーの出店（オーバーストア状態）、④経営者の高齢化及び後継者不足などが挙げられる。イベントを通じて、消費者ニーズを把握し、大型店やスーパー等との差別化を図るため、特色ある個店を目指すと共に、PRを行う。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域商業の活性化に向けて積極的に取り組む姿勢を持つ、前向きな事業所、及び、自慢の商品を持つ事業所を対象とする。			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	窓口相談や巡回訪問において、「売上を伸ばしたい」、「自店をもっと知ってもらいたいが、どのようにPRしたら良いかが分からない。」との事業者からの声は大きく、商業振興委員会を中心として意見交換を行い、事業を進めていく。			
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	小規模事業者間の販路拡大の機会を創出することができた。また一過性の効果で終わらせない為、地域の一般消費者に対してチラシやクーポンの配布を義務付け、PR効果を高めた。 実施日：平成31年1月27日（日） 支援企業数：45社 来場者数：4,000人 ※行政との連携により、公共施設等にPRすることで、集客力を高めた。 ※他事業で製作しているクラフトビールをPRし、地域の魅力発信の場として活用した。 ※キャッシュレス決済を取り入れ、事業所が電子決済を体験する機会を設けた。			
	反省点	若年者の取り込みを狙い、本事業内でキャッシュレス決済の体験会を実施。参加事業所の内9事業所が利用したが、PRが足りず利用数は伸びなかった。今後も販路開拓につながる様々なテーマを取り込んでいくが、その推進にも工夫が必要であると感じている。			
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	商工PRイベントを年に1回開催予定。小規模事業主や商業団体などの事業者の意見を集約する委員会を年2回程度開催し、意見を得ながら具体案を決定していく。消費者とのコミュニケーションをとる一助になり新規の一般顧客にも店舗を認知してもらい店舗への来場促進につなげる。			
	人材交流型				
	○ 販路開拓型	【事業スケジュール（予定）】 8月～10月：イベント内容決定 11月～12月：参加団体及び参加店舗の募集及び確定・事業説明会 1月～3月：イベント開催・フォロー			
	ハズカ型	イベント当日に、出店者同士の積極的な交流を図る。  ※集客として、①プレスリリースできるコンテンツを活用する。②地域団体やコミュニティを活用し、アトラクションなどの各種イベントとの相乗効果を得るよう検討する。 ※両市内の商店街・小売市場等の商業団体に案内し、集客に貢献してもらう。 ※テーマは、商業振興委員会で事業者のニーズを浮き彫りにして、施策を練る。 ※消費税増税後の実施となるため、PR方法等を工夫していく。			
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 守口市・門真市については、積極的に会議等への参画を頂いている。特に広報や公的機関で消費者への訴求が必要なため、引き続き連携を強める。本番の前後で濃密な個店との接触があるため、課題を掘り起こしていくことで、改善につなげていく。				

事業名		商業活性化促進事業				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⇒ 45	商業活性化促進事業への参加店舗数。守口と門真の割合をなるべく均等にしようとする出店数目標を設定。自慢の商品やサービス、PRしたい管内事業者に対して出店へのPRを実施する。							
	支援対象企業の変化	①出店者間のネットワークの構築 ②友好地方都市の出店により関係が強化され、新たな仕入れ先等の開拓につながる ③消費者へのPR効果 ④商品販売による顧客訴求効果など。								
	その他目標値	目標値の内容⇒ 4,000 名	参加店への顧客数を増やし、その店舗の商品・サービスの認知度アップを図り常連客となってもらうことを目標とする。出店企業1社あたり約90名の来客を見込む。				指標	消費者ニーズを把握することで、販売促進につながった事業所の割合	数値目標	80%
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	
			50,500 円 ×	45	×	1.00	=	2,272,500 円		
			50,500 円 ×	4,000	×	0.01	=	2,020,000 円		
				×		=				
		(小計) 4,292,500 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%) 円									
	計 4,292,500 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						
	(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)				
4,292,500 円 ×		0.50		=	2,146,250 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		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		小規模事業所来店者促進事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		26 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)	守口門真地域の商業の活性化を図るため、商品やサービスなどを「逸品」としてPRする。また、参加店と消費者をつなぐイベント（抽選など）を実施し、来店者数の増加を支援すると共に、再来店につなげられるよう支援を行う。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域商業の活性化に向けて積極的に取り組む姿勢を持つ、前向きな事業所、及び、自慢の逸品を持つ事業所を対象とする。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	お客様の再来店を目指し、満足して頂ける商品やサービスを提供していこうと、各事業所が販売促進への意識改革に積極的に取り組むようになり、事業所が抱える課題解決に繋がる。		
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>「名店パスポート」として冊子を作成し配布することで、小規模事業者間の販路拡大の機会を創出することができた。広報については、地元の協力いただける金融機関、大学などにポスターを掲示、冊子を設置し、より広くPRを行った。記載方法は昨年好評であった1事業所1ページを継続し、商品・サービスを目立たせたこと、表紙の色を変更する等、改善をおこなったことで、PR効果が高まった。効果測定として、専用HPを設置し、閲覧数をカウント（平成31年1月10日現在475回）。</p> <p>掲載事業所と消費者をつなぐ企画として、掲載事業所でお買い物をする応募できる「お買い物しようキャンペーン」を実施。109通の応募があり、応募用紙に記入された消費者の意見を取りまとめ、参加事業所へフィードバックした。</p> <p>平成30年度実績：95社（発行月：10月）</p> <p>さらに、商工会議所事業として、共済加入者へ、本事業への参加事業所で使える商品券を配布。1月から2月末までの利用期間とし、配布当初から来店につながっている。</p>		
	反省点	30年度に関しては、掲載事業所と消費者をつなぐ取り組みとして、「お買い物しようキャンペーン」を実施したが、本誌への記載のみで、ポスターへの記載がなく認知度が低いまま終わってしまった。 また、消費者の声を反映し、「名店パスポート」に相応しい内容となるよう、各事業所へのフォローを十分におこない、内容を充実させる必要がある。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印をいつどこで何をどのようにするかを明確に)	人材育成型	守口・門真市内の小規模事業所に募集を行い、冊子等を作成し、参加店はもちろん、金融機関や郵便局、自治体等での複数手段による配布をおこない消費者へPRする。		
	人材交流型	また、参加店と消費者をつなぐイベント等を実施し、来店につなげると共に、同時にホームページやSNSでも広くPRする。地域住民に付加価値提供による来店を促し、販路拡大をねらう。		
	販路開拓型	<ul style="list-style-type: none"> <li>年間1回（10月予定）、冊子（名店パスポート）を作成し、活用をすすめる。</li> <li>配付先は、掲載事業所、両市内の企業、両市役所、公共機関、大学、金融機関、商業施設、宿泊施設等。</li> </ul>		
	ハズカ型	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベント等を開催し、来店につなげる。</li> <li>イベント時にお店・商品・サービスへの意見を回収し、フィードバックする。</li> <li>インバウンド対応について検討する。</li> </ul>		
	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 checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 会議所ニュースやホームページ・SNSを活用し、広くPRする。また、守口門真の両市商業連盟にも協力を得て同事業をPR。カルテ化は参加事業所の内10%			

事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 80	ホームページやSNS、会議所ニュースを活用し、広くPRする。また両市との連携により情報提供を徹底する。平成30年度は95社であったが、各事業所への支援をより十分にすするため、支援数を絞り込み、内容の充実を図る。							
	支援対象企業の変化	「逸品」PRとイベントにより、新規顧客の来店につなげる。また、既存顧客の来店頻度の向上を図る。								
	その他目標値	指標	来店客数が増加した企業数				数値目標	64社		
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				
		50,500 円 ×	80	×	0.50 =	2,020,000 円				
		円 ×		×	=	0 円				
		円 ×		×	=	0 円				
		(小計)					2,020,000 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	2,020,000 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	160,000 円		負担金の積算		2,000円×80社			
(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)					
2,020,000 円 ×		0.50 =	1,010,000 円		( 160,000 円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核 団体またはパブリックで説明 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)					
			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		創業塾	新規/継続	継続
想定する実施期間		26 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)	創業を志す方々に対して、創業に対する心構え、必要とされる手続きや知識を身につけていただき、具体的なビジネスプランの作成を支援する。また、女性の社会進出が今後ますます拡大していくことが予想されることから、子育てと仕事を両立する女性創業者に対するサポートや人脈構築につながる支援も積極的に行う。そうした中で創業に対する意欲が高く、実現可能性が高い方々の掘り起しを行い、事業化を実現させることで、管内の産業活性化を図る。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	おもに門真市・守口市内をメインに大阪府下で創業を希望される方・創業に向けて準備中の方・創業間もない方		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	創業希望者の多くが、創業に必要な知識や手続きについて十分に把握されておらず、自己の持つイメージを「事業性・実現可能性を持つビジネスプラン」として計画されていないケースが見受けられる。それらの創業希望者が、創業に関する必要な知識を得て、専門家による客観的な批評と適切なアドバイスを受ける機会を必要としている。		
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	<p>【平成30年度 実施状況】</p> <p>①女性のための創業カフェ 開催日時：平成30年6月30日 10:00~12:00 場 所：守口文化センター3階 講 師：有限会社パワーエンハンスメント 代表取締役社長 三根 早苗 参加人数：20名 女性の創業希望者の支援を強化するため、創業塾の前段階で「女性のための創業カフェ」を開催した。無料保育付で、子育て中の女性も気軽に創業に関する知識を身に付けることができる場を提供。またその中で、もっと知識を深めたい、販路開拓方法や事業計画書の作成方法等を学びたい参加者については、後に開催する創業塾への参加を促し、3名が創業塾に参加した。</p> <p>②創業塾 開催日時：平成30年8月4日・18日・25日・9月1日・8日・22日 9:00~12:00 場 所：守口門真商工会館 3階 特別会議室C・D 講 師：株式会社クリエートバリュー 代表取締役 駒井 俊雄（中小企業診断士） 参加人数：37名 「大阪起業家スタートアップ事業」のビジネスプランコンテストで使用する事業計画書と同じフォーマットを講義の中で使用。完成したビジネスプランを発表してもらった場を設け、最終的に当該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った。また最終日には、クラウドファンディングによる資金獲得方法の説明や、地域金融機関の担当者による受講者向け個別相談会を開催した。</p> <p>本年度は、創業塾受講生の中から4名が創業できた。そのうち守口市及び門真市の特定創業支援事業による証明書の発行を受けた受講生が2名（守口市・門真市1名ずつ）いる。また、現在2名の受講生に対し創業に向けての支援を行っている。</p>		

事業名		創業塾	新規/継続	継続
	反省点	<p>創業塾受講者の中には、そもそも創業予定業種が未定である受講者も何名かおり、受講者間の温度差があった。他にも、創業に向けてのモチベーションはありながら、最終的には創業に至らない受講者もいたため、実施内容に特色を付けるなどの工夫を行い、実際の創業に繋げる取り組みが必要。創業塾終了後の受講者に対し、販路開拓や創業に関する情報提供などの包括的なサポートが不十分であったため、情報提供の手法を見直す必要がある。また、創業者向けに商店街の空き店舗を紹介する取り組みを行ったが、マッチングに至らなかった。今後もあらゆる業種の創業者に対し創業前からの側面支援を行うなど、様々なニーズに応じられるような取り組みを行っていく。また、女性のための創業カフェから創業塾へ続けて受講される方も多くいたため、次年度以降も女性向けの創業支援を積極的に行い、創業塾への参加を促す。</p>		
<p>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</p>	人材育成型	<p>【①女性のための創業カフェ】                      ○実施時期：平成31年6月～7月（予定）                      ○会場：守口文化センター3F                      ○事業内容：創業を希望する、または創業についての基礎知識を学びたい女性が気軽に参加できるセミナーとする。昨年同様、無料保育付で子育て中の女性も安心して参加できるようにする。</p>		
	○ 人材交流型	<p>○フォローアップ：創業塾への参加を促進し、受講者の創業に関する知識のレベルアップを図る。</p>		
	販路開拓型	<p>【②創業塾】                      ○実施時期：平成31年8月～9月までの期間で6日間（予定）                      ○会場：守口門真商工会館                      ○事業内容：創業に関する知識だけでなく、経営、財務、人材育成、販路開拓に必要な知識修得のための講義と参加者同士の創業プランの発表・意見交換のためのグループワークを併せて開催する。</p>		
	ハズカ型	<p>○スケジュール（予定）：                      &lt;1日目&gt;経営                      &lt;2日目&gt;経営                      &lt;3日目&gt;販路開拓                      &lt;4日目&gt;販路開拓                      &lt;5日目&gt;財務・人材育成                      &lt;6日目&gt;資金調達（金融及びクラウドファンディング等）                      ビジネスプランの発表等</p>		
	独自提案型	<p>○フォローアップ：事業終了後に受講者に対する専門相談会や個別フォローを実施する。</p> <p>意見交換等の交流を上手くハンドリングできる魅力的かつ実践的な講師を選ぶとともに自治体や他の機関とも連携して創業予定者の発掘を積極的に行う。                      また、本事業は守口市・門真市の特定創業支援事業に認定されており、受講者のメリットとして、法人成りの際の登録免許税減免や日本政策金融公庫の創業融資における利率低減等がある。今後も一人でも多くの創業を実現させるため、伴走型支援を積極的に行っていく。</p>		

事業名		創業塾				新規/継続	継続
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="checkbox"/> (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		
		【府施策連携商工9番】 (a) 創業塾参加者のうち将来有望な者を大阪府商業・サービス産業課新事業創造グループが実施する「大阪起業家スタートアップ事業」へ推薦する。 (c) 参加者の中で、特定創業支援事業の認定証明書の申請支援等の参加促進の方策も実施する。 (d) 参加者の2割を事業所カルテ化することを目標とする。					
事業 の 目 標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	【①女性のための創業カフェ】 守口市・門真市の子育て支援機関へのチラシの設置とPRの協力依頼をはじめ、行政機関広報誌・当所及び産業支援機関ホームページ・当所メールマガジン・ポスター掲示（地域振興委員広報板や地域商店街、市場、公共交通機関等）で募集を行う。その他職員の巡回活動でのPRも併せて行う。				
		20 名					
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	【②創業塾】 行政機関広報誌・新聞折込・当所及び産業支援機関ホームページ・当所メールマガジン・ポスター掲示（地域振興委員広報板や地域商店街、市場等）・WEB広告で募集を行う。また職員の事業所巡回活動時に併せて情報提供を行うことでPR不足を防ぐよう努めるとともに守口市・門真市と両市内にある金融機関や認定支援機関等との支援ネットワークを利用し集客を図る。				
		40 名					
	支援対象企業の変化	○創業に必要な知識の習得・準備が整えられる。 ○創業者同士のネットワーク構築 ○受講後に個別支援サービスが提供される。 ○創業時における注意点やノウハウなどの情報交換が気軽にできる。 ○女性の創業希望者も気軽に参加でき、知識を身に付けることができる。					
	指標①	創業に向けて理解を深めた受講者の割合	数値目標	80%			
	指標②	創業に向けて取組を始めた創業予定者数	数値目標	5件			
その他の目標値	目標値の内容⇒						
	名						
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	×	1.00 =	808,000 円	
		40,400 円 ×	40	×	1.60 =	2,585,600 円	
		円 ×		×	=	円	
		(小計)					3,393,600 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					3,393,600 円	

事業名		創業塾				新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	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	100,000	円	負担金の積算	1,000×20名(創業カフェ) 2,000×40名(創業塾)		
		<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)	
		3,393,600 円 × 1.00 =		3,293,600	円	( 100,000 円)		
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「リガ」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		守口門真ものづくり元気企業		新規/継続	継続
想定する実施期間		24 年度～	年度まで	←複数年段階の実施事業は左欄に○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)	工業関連企業を取り巻く状況は近年の一層のグローバル化により、他企業との差別化が重要な課題の一つとなっている。そのような中、守口・門真地域の工業活性化を図るべく、差別化を進めるために本年度も「守口門真ものづくり元気企業」を認定する。これは大企業の下請け等で培った多くの魅力的な製造技術、品質管理技術をもつ企業群を1つのパッケージとし、効果的にPRすることを目的とする。また認定企業の中でも、より魅力的な企業を大阪ものづくり優良企業賞や関西ものづくり新撰の認定に向けて支援することで、上位の認定事業申請への取り組みを容易にし、積極的な販路開拓を促す狙いがある。さらに、認定メリットにロゴ使用やHP、パンフレット掲載だけでなく、展示会合同出展や出展料補助など、他の販路開拓事業との連携も図る。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	製造業事業所(主たる部会：金属工業部会と一般工業部会の約600社)			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	普通の巡回活動の中で、自社PRについて課題を持っている事業所が多く見受けられる。それは中小企業が広告宣伝費にまで費用を掛ける余力が無い為である。当地域においても「ものづくり」技術を保有する元気企業を発掘し、広くPRしていくことが求められている。			
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	【平成30年度「守口門真ものづくり元気企業」実施状況】 スケジュール：第一回会議(7/23)、選定委員会(11/19)、認定式・交流会(2/7予定) 選定委員：工業振興委員、近畿経済産業局、大阪府、大阪府立大学工業高等専門学校、守口市、門真市 認定企業数：10社 パンフレット掲載企業：88社 大阪ものづくり優良企業賞へのステップアップ：元気企業5社申込・4社認定 関西ものづくり新撰へのステップアップ：元気企業3社申込 ※パンフレット配布【作成：3,500部】：団体会議・行政・金融機関・巡回等1,200部、全国商工会議所1,500部、ビジネスチャンス発掘フェア等各種展示会600部、1月大商業祭200部(予定) ※11月にMOBIOで実施した「匠企画展」に「守口門真ものづくり元気企業」ブースをタイプアップ出展し、1ヵ月間に渡り事業PRを実施した。 ※9/20に開催された日本商工会議所会員総会におきまして、本事業の取り組み及び実績が評価され、事業活動表彰を受賞致しました。			
	反省点	●PRのためのパンフレットとポスター作成タイミングについて これまで11月の当所主催展示会に照準を合わせて作成していたが、平成30年度認定が11月初旬に確定するため、掲載内容に約1年間の誤差が生じている。可能な限り作成タイミングの前倒しを図り、多くの場でPRできるようにする。 ●パンフレットの配布活用について 平成30年度については会社や技術のPR力の向上を狙ってデザイン変更(1ページあたりの掲載企業数を10社から4社に変更)を行ったため、ページ数増加に伴い印刷部数は減少したものの、分かり易いと好評であったため、今後はパンフレットの活用方法の見直しを図る。			
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	①【7月】第1回会議：守口門真商工会館にて実施、応募に向けた準備 ②【8月】応募期間：ホームページ、商工会議所報などで周知、PRパンフレット作成 ③【9月】申請書作成支援期間：経営者もしくは担当者と共に、申請書作成を実施 ④【11月】選定委員会：守口門真商工会館にて実施 ⑤【2月】認定式・基調講演・交流会：守口門真商工会館にて実施 ※平成31年度認定事業所の「大阪ものづくり優良企業賞」「関西ものづくり新撰」への申し込みは大阪府、近畿経済産業局のスケジュールにより対応。			
	人材交流 型				
	○ 販路開拓 型	※パンフレット配布(掲載企業：H24認定37社(2社廃業1社休眠により減少)、H25認定10社(1社府外移転により減少)、H26認定8社(1事業所廃業1社業務内容変更)、H27認定13社、H28認定10社、H29認定10社、H30認定10社)(作成予定3,000部、以下配布予定先：認定事業所500部、大規模展示商談会500部、ビジネスチャンス発掘フェア500部、各種事業500部、各団体・行政・金融機関・巡回等1,000部)			
	○ ハブ 型	※パンフレット活用：外注先のマッチングツールとして個別紹介案件時に活用する。また、製造業者の集積具合や技術力の高さを明確に示すことで、ものづくり地域としてブランド化に繋げる。			
	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 <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 【府施策連携商工21番】 会議、選定委員会に大阪府担当者にご出席いただき、連携を密にとりながら、選定企業を「大阪ものづくり優良企業賞」の推薦につなげていく。また、申請により各社の強みを把握できるため、事業所にあった府施策の活用を積極的に行う。			
支援対象企業数		設定根拠及び 募集方法⇒	工業系部会の事業所数は約600社で、その内の1~2%を管内事業所をリードし、コアとなる事業所として支援対象と考える。募集方法は会報・ホームページ・巡回活動で幅広く募集を行う。		
		10 社			

事業名		守口門真ものづくり元気企業				新規/継続	継続			
事業の目標	支援対象企業の変化	中小事業者は自社を見つめなおし、独自性や強みを考える機会が少ない。そのため、申請書作成により強みを整理し、理解することで効果的にPRすることができた企業の割合を変化としてアンケートを実施することで把握する。								
		指標	認定事業所のうち自社技術の強みを理解し、PRできた企業割合			数値目標	70%			
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	平成24年度37社、平成25年度10社、平成26年度8社、平成27年度13社、平成28年度10社、平成29年度10社、平成30年度10社の合計98社がすでに認定されている。							
		98	社							
事業の目標	支援対象企業の変化	ものづくりに特化した大規模展示商談会や、中小規模総合展示会、巡回において、パンフレット等を活用し継続的にPRを行う。これにより、当ものづくりブランドの知名度向上とともに、認定企業のPRを見込む。								
		指標	既認定事業所のうち自社のPRに繋がっている実感のある企業割合			数値目標	70%			
事業の目標	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		支援企業数		係数		標準事業費		
		⇒	101,000	円 ×	10	×	1.00	=	1,010,000	円
			50,500	円 ×	98	×	0.50	=	2,474,500	円
				円 ×		×		=		円
			(小計)						3,484,500	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%)							円	
		計						3,484,500	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					
<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)				
1,010,000		円 ×	1.00	=	1,010,000	円	(	円)		
2,474,500		円 ×	0.50	=	1,237,250	円	(	円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「アリアク」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)				
				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		事業承継円滑化事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		30 年度～ 年度まで	←複数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)	東京商工リサーチによる2017年「休廃業・解散企業」動向調査によれば、2017年度に休廃業・解散した事業所は全国で28,142件と高水準であり、未だ深刻な社会問題となっている。休廃業の理由には経営難だけでなく、経営者の高齢化や後継者がいないといった理由も考えられることから、今後の地域社会の発展にも大きな影響を与えることが考えられる。後継者不足の解消や事業の永続的な発展に向けて、事業承継に関する基礎的な知識や後継者育成・教育方法について学び、事業承継を円滑に進めることを目的とする。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種は問わず、将来の事業承継に課題を抱えている事業所の全てを対象とする。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	経営者の高齢化が進む中、後継者が決まっていたりその育成が進められている事業所はまだ少ない。後継者の育成を行いながら事業承継を行うには最低でも5年から10年といった長期に渡る計画を立てた上で実行していかなければならない。平成30年度に行った本事業開催時のアンケートにおいても、事業承継やそのための後継者育成についてに関心があり、支援を求める事業所も多く見受けられた。そうしたことから、事業承継を円滑に進めていくことが雇用の安定や持続可能な地域の経済発展に繋がると考える。		
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	<b>【平成30年度 実施状況】</b> ①事業承継セミナー 開催日時：平成30年10月24日（水） 14:00～16:00 場 所：守口門真商工会館 3階 特別会議室A 講 師：株式会社アズマネジメントコンサルティング 代表取締役 風谷 昌彦 伊勢機販株式会社 相談役 伊勢 重治 有限会社藤川樹脂 代表取締役 藤川 勝也 参加人数：16社 18名 事業承継に関する基礎知識をセミナー形式で学んだ後、現役経営者による事業引継事例を聞くことにより、業種を問わず事業承継に対しての具体的なイメージを膨らませることができた。		
	反省点	セミナーに参加された事業所は自社における事業承継に対して非常に大きな関心を持っており、各事業所のそれぞれの問題意識の高さを感じることができた。しかし、喫緊の問題となっているにも関わらず事業承継に関心を持っている事業所の割合はまだ少ないことから、情報提供の手法を見直し、より多くの事業所に問題意識を高めてもらう必要がある。		
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	○ 人材育成型	・事業承継円滑化（後継者育成）セミナー・講演会 後継者が事業を引き継ぐにあたって必要な経営上の知識やその教育方法について、また、自社の経営方針及びノウハウなどといった事業承継に関する基礎的な知識を学ぶことにより、円滑な事業承継を目指すための内容のセミナー並びに講演会を実施。		
	人材交流型	<b>【開催日時】</b> ：平成31年6月～7月予定 セミナー 2時間程度 講演会 1時間程度		
	販路開拓型	<b>【テーマ】</b> ：事業承継に向けた後継者育成について <b>【開催場所】</b> ：守口門真商工会館 <b>【講師】</b> ：（セミナー）公的支援機関または民間コンサルタントより選定 （講演会）企業経営者より選定		
	ハズ' 杓型	<b>【対象】</b> ：業種は問わず、将来の事業承継に課題を抱えている事業所 <b>【参加企業】</b> ：20社・事業所		
	独自提案型			

事業名		事業承継円滑化事業				新規/継続	継続
明確に	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="checkbox"/> (b) 広域連携	<input type="checkbox"/> (c) 市町村連携	<input type="radio"/> (d) 相談事業相乗効果		
府施策連携商工7番 事業承継が必要な事業者の掘り起こしを行い、セミナーを通じて事業承継ネットワークの周知を行う。また、大阪府のメールマガジン等により事業周知を行う他、本事業の参加者については専門相談での支援、相談事業相乗効果における事業承継として個別支援に繋げていく。							
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法→ 20 社	過去のセミナー実績や地域事業所のニーズを考慮し設定する。巡回による案内チラシの配布やFAX、会議所HP、会議所報、メールマガジンを活用しPRする。				
	支援対象企業の変化	本事業を通じて、自社の「経営理念」や「価値」といった目に見えない「企業力」を再認識し、事業承継を行うにあたり必要な経営者としての知識を身に付けることで、事業承継に対する意識を高める。					
	その他目標値	目標値の内容→ 名					
	指標	事業承継に向けての意識が高まり、自社の問題として認識した企業割合	数値目標	80%			
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)	⇒	サビ単価	支援企業数	係数	標準事業費	
			20,200 円 ×	20 ×	1.00 =	404,000 円	
			円 ×	×	=	円	
			円 ×	×	=	円	
		(小計) 404,000 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 404,000 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				
	<input type="radio"/> (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="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)		
	404,000 円 ×	1.00 =	404,000 円	( 円 )			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核 団体または「アリアク」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)			
			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。





## 6. 経費支出計画書（経費内訳）

守口門真商工会議所

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	390	25,000	9,750,000		
支援機関等へのつなぎ	20	10,000	200,000		
金融支援（紹介型）	30	30,000	900,000		
金融支援（経営指導型）	60	40,000	2,400,000		
マル経融資等の返済条件緩和支援	0	20,000	0		
資金繰り計画作成支援	10	20,000	200,000		
記帳支援	70	25,000	1,750,000		
労務支援	20	20,000	400,000		
人材育成計画作成支援	2	20,000	40,000		
マーケティング力向上支援	20	20,000	400,000		
販路開拓支援	70	20,000	1,400,000		
事業計画作成支援	90	50,000	4,500,000		
創業支援	30	20,000	600,000		
事業継続計画(BCP)作成支援	2	20,000	40,000		
コスト削減計画作成支援	10	20,000	200,000		
財務分析支援	20	10,000	200,000		
5S支援	0	10,000	0		
IT化支援	30	20,000	600,000		
債権保全計画作成支援	0	10,000	0		
事業承継支援	10	20,000	200,000		
災害時対応支援	0	5,000	0		
結果報告	300	10,000	3,000,000		
小 計	—		26,780,000		26,780,000

II 専門相談支援事業			
事 業 名	算 定 基 準		補助金額
	支援回数	計	
税務	10	240,000	
税務（確定申告）	20	480,000	
法務	12	288,000	
労務	8	192,000	
経営	80	1,920,000	
小 計	130	3,120,000	

※記帳支援のために税理士を活用する場合、26,000円×事業所数

III 地域活性化事業		
小 計	算 定 基 準	
		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	
		別紙事業調書のとおり

V 合計		
合 計	算 定 基 準	