

令和2年度（2020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	事務局長 大井 晃
		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 (うち経営指導員数)		8名 (7名) (令和2年1月1日現在)	
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, 161 (51.19%) (令和元年12月末現在)	
※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）			
地区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。			
<ul style="list-style-type: none"> <li>① 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。</li> <li>② 商工業に関する情報又は資料を収集し、提供すること。</li> <li>③ 商工業に関する調査研究を行うこと。</li> <li>④ 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>⑧ 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。</li> <li>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。</li> <li>⑩ 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。</li> <li>⑪ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>			

**(1) 所管地域の産業経済の現状と課題**

本市は、令和元年12月末で面積は25.33平方km人口68,874人世帯数31,572世帯2268事業所であり、小規模事業所数は1836事業所ある。製造業は408件で全事業所の22.2%、小売業は509件で28.7%、サービス業は902件49.1%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産業となっている。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)の生産量も減少している。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、事業所数の減少傾向にあり、既存の商店街の活性化が必要化を図ることが一番の課題となっている。これらの現状を踏まえて、新たな産業の創出による地域内経済の活性化が必要であり、既存する地域資源、市内には観光資源として、歴史も古い遺跡や古墳が多く有り、色んな活用した地域ブランドの構築に力を入れる事により、一層地域密着型の支援が必要と考える。製造業においては、生産用機械器具・業務用機械器具などは大阪府下平均と比較しても、柏原市内企業の独自技術が優れているようであるが、市内全般を見るとまだまだ景気回復の兆しは難しい。

(平

成28年経済センサスより)

**(2) 所管地域の活性化の方向性**

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事業を図る。また既存商店街を中心市街地と位地づけ地域の個店の良さを継続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力を入れて行う。また、特に企業の後継問題である、事業承継にも昨年同様に力を入れて行く。柏原市内で特許を取得している件数は約356件あるが、他の地域同様少ないため、今年度も知的財産のセミナー等を通して各事業者認識を深めて頂き、知的財産戦略の実践に繋げていきたい。また、市内幹線の25号線沿いの市役所前河川敷・駐車場で開催する臨時道の駅(とくとく市)を利用しての柏原市内小売店の特性等を宣伝し顧客開拓、売り上げ増加へ繋げ真意・小売業・飲食業等の活性化に今まで以上に繋げていきたい。経営相談事業については、金融・販路開拓・労務支援を中心に、税務・金融支援を中心に個別支援を行い地域産業の持続的発展につなげていく。

**(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**

地域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。現在も、昨年に続き景気の低迷が続いており、製造業については、受注は回復気味ではあるが、前向きな経営姿勢が取れない状況が未だにある。商業にいたっては、商店街の空洞化についてはまだまだあり、客離れ等活気がなくなっている。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ることにより、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。事業所数では昨年と同じ数字であるが、実数は年々少しずつ減少していると思われる。

**(4) 事業の目標**

商業活性化事業として定着している(とくとく市)臨時道の駅の実施に当たり、商店街からの出店の固定化が見られるため、新たにニーズにあった参加商店の多様化を今まで以上に図らなければいけないと考えている。また市内事業者に対して今後も、逸品運動に参加を促すことにより、より一層多くの市民に対してPRをすることができ、商業活性化の取り組み方についても各業種毎に取り組みを行う。またJOB・マッチング・フェアにおいては、柏原市内のみならず、羽曳野市・藤井寺市・松原市とも連携を行い、また、今年も、柏原市・八尾市・八尾商工会議所と連携を行い、就職フェア八尾・柏原も開催する事により、今まで以上の優れた人材を求める多くの企業と就職を望む多数の求職者の参加を促す。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することで効果を上げる事が出来る。又、消費税が10%に改正した事に伴い、柏原市と連携をして市内事業所・商店等の消費税対策により一層力を注ぎたいと思う。

**(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)**

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り、本年度も「とくとく市」臨時道の駅を継続し、また柏原市ブランドをつくり南河内合同での南河内特産品販路開拓支援イベントを実施する。JOB・マッチング・フェアを中心とした活性化事業に取り組みを行うことで、小規模事業者が抱える課題を把握に努め、今後の具体的取り組みに繋げていき、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すことにより、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みきっかけや販路拡大を図る意欲も失われてしまい、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する。

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	1	支援
金融支援(紹介型)	10	支援	金融支援(経営指導型)	45	支援
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	事業所	資金繰り計画作成支援	25	事業所
記帳支援	15	事業所	労務支援	80	支援
人材育成計画作成支援	4	事業所	マーケティング力向上支援	18	事業所
販路開拓支援	40	支援	事業計画作成支援	4	支援
創業支援	1	事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	21	事業所
コスト削減計画作成支援	40	事業所	財務分析支援	6	事業所
5S支援	35	事業所	IT化支援	2	事業所
債権保全計画作成支援	0	事業所	事業承継支援	15	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	230 (元年度実績)				
<p>前年度事業所カルテ・サービス提案の件数に基づき設定、継続的な支援が必要となる金融支援・記帳支援・労務支援・販路開拓支援・事業承継支援等々の支援実績をもとに検討し、それらをベースに250件と言う計画を立てた。</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>小規模事業者の相談として、金融支援・税務支援・労務支援・経営支援などが挙げられる。金融についてはマル経融資など公庫との連携を密にし引き続き進める。記帳税務支援については、経営指導員による個別指導を行いながら知識向上に努める。労務支援については、労災、雇用、社会保険等、経営指導員の巡回・窓口・個別指導を行う。経営支援についても、他の支援と同じであるが、いずれの支援についても、専門家や各種支援機関と連携活用し小規模事業者の相談支援をする。</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	
税務支援	継続	相談件数	25	複雑な税務的な課題について税理士による税務相談を行う。	
金融支援	継続	相談件数	12	金融の専門家を配置・課題について相談を行う。	
経営支援	継続	相談件数	6	複雑な経営面での課題について専門家による経営相談を行う。	
労務支援	継続	相談件数	6	複雑な労働面での相談について社労士による労働相談を行う。	
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>事業所が抱える様々な法的・税務的・経営的等問題の中でも、高度かつ専門的な課題に対応するために、専門家を活用し、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作りをし、専門家の具体的なアドバイスにより、事業所が抱える色々な問題を解決し経営の改善と経営基盤の強化に役立てることができる。全体としては、専門的分野の支援から事業所が抱える高度な課題の解決が出来、企業の経営基盤強化する事により、安定した経営が図れる。</p>					

## 4-1. 地域活性化事業一覧

柏原市商工会

府施策 連携	事業名	概要	金額(円)
<b>(1)単独事業</b>			<b>3,762,250</b>
	柏原市ブランド化事業	柏原市地域経済の発展、柏原市の魅力を積極的に推進するには、市と連携をより深め魅力のある市内特産品・商品を掘起しを積極的に行い知名度・ブランド力を高めて市内商工業の事業活性化・売上アップに繋げていきたい。	3,156,250
○	企業知的財産活用事業	柏原市内にはものづくり企業が数多くあり、その企業は知的財産についての知識・理解については未だに不足している。企業側からは積極的に活用する機会が少なく、知的財産の相談場所が身近には無い。そこで、府ものづくり支援課と連携しセミナーを開催し、そこで個別支援に発展させていく。	606,000
<b>(2)広域事業</b>			<b>5,763,421</b>
	南河内特産品販路開拓事業	地元特産品等をブランド認定、積極的にPRしているが知名度が低い。そこで南河内の地元特産品を一堂に会し販売会を開催する事で、南河内の地元特産品を少しでも消費者に多く又幅広く認知して頂く。	954,250
○	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事と、若手社員定着、中高齢者の採用促進をさせる。	2,299,500
○	労働啓発セミナー	羽曳野市商工会幹事の事業計画参照	287,850
○	事業継続計画(BCP)策定支援事業	羽曳野市商工会幹事の事業計画参照	303,000
○	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
○	創業講座	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	242,400
○	中小・小規模事業者サービス品質向上支援	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	106,050
○	求人確保支援事業	八尾商工会議所幹事の事業計画参照	491,533
○	事業継続計画(BCP)策定支援事業	八尾商工会議所幹事の事業計画参照	20,200
	大阪企業コスト削減計画	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	123,925
	女性リーダー育成事業	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	106,050
	産業フェア-inまつばら	松原商工会議所幹事の事業計画参照	100,000
	ビジネスチャンス発掘フェア	八尾商工会議所幹事の事業計画参照	472,113
	大阪勸業展	大阪商工会議所幹事の事業計画参照	50,500

うち府施策連携事業

4,456,533



事業名		柏原市ブランド化事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27 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)	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>当事業では、市内特産品・商品の開発と魅力発信を通じて、知名度・ブランド力を高めると共に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特産品・商品開発に取り組む事業所を増やし、市内商工業の活性化に繋げていきたいと考えている。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>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業者</p>		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>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がある。</p> <p>そこで当事業においてそのような事業所を積極的にサポートしていきたいと考えている。</p>		
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>令和元年度において、魅力開発事業として5社の商品開発を支援。 魅力発信事業としては、臨時道の駅（とくとく市）を3回開催し、35社の魅力ある特産品・商品の発信を行い3回の開催で約9,500人の来場があった。街バルでは、29店舗が参加し363人の消費者が各店舗へ足を運んだ。国分エリアにおける特売市（おいなーれ国分）では、40店舗の事業所が積極的に参加したことにより、地域としての集客力アップ、知名度アップに繋がったと思われる。これらの事業を通じて、各店舗の取り組みをお互いに知る良い機会となっており、自社の商品やメニューの見直し改良、見せ方の工夫など販売促進に積極的に取り組む事業所が増えつつある。</p>		
	反省点	<p>当事業に参加したことのある各事業者から参加店の募集方法や企画、集客などについて様々な意見があり、これまでも可能な範囲で対応してきたが、ここ1、2年で事業者の中から募集、企画、集客などについて主体的に関わっていき、より地域の活性化に繋げていきたいという意見が多くなってきた。</p> <p>そこで、令和2年度においては、企画段階から参加しても良いという事業者を募り、事業者と共にこれまでの事業を展開することで、より効果の高い事業に変えていきたい。</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)	人材育成型	<p>①魅力開発事業 各事業所の魅力ある特産品・商品を発掘、ブラッシュアップし、柏原市の顔となる特産品となるように支援を行う。</p>		
	○ 人材交流型	<p>②魅力発信事業 ブランド認定した特産品・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、ネット配信のほか、大阪府と奈良県を繋ぐ主要幹線である国道25号線に面した柏原市役所前大和川河川敷緑地公園において臨時道の駅（とくとく市）を開催する。また臨時道の駅への出店が難しい事業所（飲食店等）については街バルを開催する。</p>		
	○ 販路開拓型	<p>本年度は、商品開発やメニュー改良に積極的である国分エリアの商店街の事業所を対象に、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。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・臨時道の駅：年3回程度、市役所前大和川河川敷緑地公園にて開催を予定。</li> <li>・街バル：年1回、柏原市内全域で開催を予定。</li> <li>・特売市：年1回、柏原市国分地域で開催を予定。</li> </ul>		
	○ H/A 型	<p>上記事業では、来場者に対し積極的にアンケート調査を実施し、柏原市や特産品の魅力と感ずるポイントを分析し、今後の特産品・商品開発に活用できるよう各事業所にフィードバックする予定。</p>		
	独自提案型	<p>③飲食小売業交流事業 飲食小売業では地域・地区の境界を越えて、交流・意見交換をする機会が少ないため、他の地区にいるアイデアや知識豊富な事業主に出会えていない可能性が非常に高い。そこで柏原市全域の事業者を対象とした交流・意見交換会を開催し、これからの事業展開についての新たなきっかけ作りを行いたい。また、柏原市ブランド化事業の取り組みの説明等を行い、当事業への積極的な参加、主体的な参加を促していきたい。</p> <p>開催回数 年1～2回程度</p>		

事業名		柏原市ブランド化事業				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)	(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
	当事業は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、相談事業相乗効果を高めることで本事業の魅力発進に大きく繋がる事が期待される。						
事業 の 目 標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	5事業者の魅力掘り起こしに取り組みたい。 企業の募集については、市広報や商工会報、HPを活用し、募集したい。				
		5 社					
	支援対象企業 の変化	魅力の掘り起こしと掘り起こした魅力をブラッシュアップすることで、支援企業の取扱い商品・特産品をブランド化することに繋がる。					
		指標	魅力ある商品の開発につながった事業所数			数値目標	3社以上
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	魅力づくりで開発した商品やお店の魅力について「臨時道の駅（とくとく市）」を通じて発信を行う。昨年度は3回開催し、参加事業者数は35社あった。本年度についても昨年度と同様に商店街の事業所を中心に、市広報や会報、HP等を活用し、広く募集を行う予定。				
		35 社					
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	ブランド認定された商品、魅力づくりで開発した商品等について「街バル」を通じて魅力発信を行う。昨年度の参加事業者数は29社であった。本年度についても、飲食業を中心に実施したいと考えている。また昨年度までは夜のお店を中心に支援していたが、本年度は、お昼の店についても積極的に支援する予定。募集については市広報や会報、HP等を活用し、広く募集を行う予定。				
		29 社					
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	魅力開発・改良について積極的である国分エリアにおいて「特売市（おいな〜れ国分）」の開催を通しエリア全体の魅力発信を行う。地域としての魅力を市内消費者はもとより市外消費者にも届くよう積極的に発信していく予定。昨年参加事業所は、40店舗あり本年度もそれ以上の参加を目指したい。 募集については市広報や会報、HP等を活用し、広く募集を行う予定。					
	35 社						
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	柏原市内全域の飲食小売業者を対象に、新たな事業展開を考えてもらうための意見交換会を開催する。本年度は初年度であるが、事業効果を考え最低20社以上の参加を目指したい。 募集については会報、HP、DM等を活用し、広く募集を行う予定。					
	20 社						
支援対象企業 の変化	魅力づくりに取り組む事業所の魅力発信を行うことにより、支援対象企業の集客力、売上高アップに繋げていきたい。また参加企業においては、魅力発信の機会を積極的に活用し、自らが主体的に魅力開発、魅力発信を行っていきけるよう企業の意識改革を図っていきたい。						
	指標	売上高のアップにつながった事業所割合			数値目標	50%以上	
その他目標値	目標値の内容⇒						
	人						

事業名		柏原市ブランド化事業					新規/継続	継続		
		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)	⇒	101,000	円 ×	5	×	1.00	=	505,000	円	
		50,500	円 ×	35	×	1.00	=	1,767,500	円	
		50,500	円 ×	29	×	1.00	=	1,464,500	円	
		50,500	円 ×	35	×	1.00	=	1,767,500	円	
		40,400	円 ×	20	×	1.00	=	808,000	円	
	(小計)							6,312,500	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								6,312,500	円	
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)								
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)			
		6,312,500 円 ×		0.50	=	3,156,250	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		役割（配分の考え方）				
				円						
				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		企業知的財産活用事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		27 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)	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不可欠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も少なく、密に知的財産に関する相談ができる専門家が、身近にいない現状である。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、大阪府ものづくり支援課と連携し、セミナーの開催をするとともに、大阪府ものづくり支援課等の知的財産支援機関との繋がりを作り、個別支援に発展させてゆくことを目的とする。		
	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		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業の中には、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。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	大阪府ものづくり支援課と連携し、知的財産活用セミナーを開催。参加は23社で満足度85%と大部分の企業が知的財産に関する理解が深まり、活用促進について意欲が高まった。またINPITアドバイザーのセミナーも同時開催し、関連機関とのパイプができて有意義だったと声をいただいた。 また個別企業訪問においては大阪府ものづくり支援課、大阪発明協会とともに各企業それぞれ複数回の訪問を行い意匠、商標の登録申請を行うなど2社の優れた企業の知的財産の掘り起こしに成功した。		
	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。またそれらの企業は知的財産関連の専門機関を知らないことが多く、INPIT近畿統括拠点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複数回の支援を通し、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】 大阪府ものづくり支援課と連携し、ものづくり企業対象の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。		
	販路開拓型	回数：1～2回		
	○ ハズカ型	【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平成29年度に設置された「INPIT近畿統括拠点」やMOBIO知財サポートチームへ繋ぎ、支援機関と連携し、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)	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果			
		大阪府ものづくり支援課と連携し、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。(商工府施策NO20)		



事業名		企業知的財産活用事業				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⇒ 20 社	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%程度のセミナー参加を目指す。					
	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。						
	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%		
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 2 社	大阪府ものづくり支援課とものづくり企業を中心に訪問し、個別企業アドバイスを行う。					
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府、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り組みができる。							
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			
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)	⇒	20,200 円 ×	20	×	1.00	=	404,000 円
			101,000 円 ×	2	×	1.00	=	202,000 円
			(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)							
	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		( 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		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		南河内特産品販路開拓事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		H27 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)	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30事業所が大阪市内の天神橋筋商店街において、9月4日(水)、5日(木)及び12月5日(木)、6日(金)の4日間にわたり地元の特産品販売会を開催。全2回4日間の開催において、約3000人来場があった。また、販売会に参加できない事業所の特産品を中心にチラシを作成しPRを実施した(24社)			
	反省点	チラシによるPR、即売会によるPRを行ってきたことにより、南河内地域の知名度の向上に繋がってきていると思われる。各々の商品自体のブランド力の向上という面においては、一部の商品については効果が表れつつあると思われるが、いまだ限定的であると思われる。次年度は他エリアでも知名度の高い事業者に参加してもらうことにより、集客をこれまで以上に増やし、他の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	①特産品販売会の開催 大阪市内等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、知名度の向上を図ることができる。また、参加各店の売上アップにつなげることができる。			
	人材交流 型	実施回数： 年2回(1回2日間) 会 場： 大阪市内を中心とする大阪府下での開催を予定(天神橋筋商店街ほか)			
	○ 販路開拓 型	②特産品の情報発信 インターネットや紙媒体での情報発信を強化することにより南河内の特産品の認知度、知名度を高め、ブランド力の向上、特産品購入の動機付けを高めていく。			
	ハズカ型	消費者が南河内地域へ足を運び、特産品を購入してもらえよう地域情報も併せて発信していく予定。			
	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 type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 南河内の多種多様な特産品を一堂に会し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。また、市町村連携については各市により対応は異なるが、昨年大阪市内で実施した物産即売会では、柏原市等で市の職員も販売会に参加し、地元特産品を積極的にPR。本年についても参加を予定。 相談事業相乗効果としては、特産品の効果的なPRを行うための支援な販路開拓などの相談に繋がることが期待される。				

事業名		南河内特産品販路開拓事業				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⇒ 30 社	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7社程度。					
	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。						
	指標	売上高アップに繋がった事業所割合			数値目標	50%以上		
	その他目標値	目標値の内容⇒ 3,000 人	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。					
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 24 社	特産品を取り扱う事業者のうち、店舗外での販売が難しい事業者を中心に、ネットや紙媒体で特産品及び事業所のPRを支援する。支援企業の募集については、各商工会の会報、HP、市の広報などを通じて募集する。					
支援対象企業の変化	広域でPRすることにより、より多くの消費者に対しPRすることができ、参加企業および特産品の認知度を高めることができ、販路開拓につながる効果が期待される。							
指標	広域からの問い合わせが増えた事業所の割合			数値目標	50%以上			
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 ×	30 ×	1.20 =	1,818,000 円			
		50,500 円 ×	3,000 ×	0.01 =	1,515,000 円			
		50,500 円 ×	24 ×	0.50 =	606,000 円			
		(小計)				3,939,000 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				3,939,000 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)							
	算出額	①市町村等補助	0 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)			
3,939,000 円 × 0.75 =		2,954,250 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		役割(配分の考え方)			
	○	柏原市商工会	954,250 円					
		大阪狭山市商工会	400,000 円					
		河内長野市商工会	400,000 円					
		富田林商工会	400,000 円					
		羽曳野市商工会	400,000 円					
	藤井寺市商工会	400,000 円						

【備考】

事業名		JOB・マッチング・フェア	新規/継続	継続
想定する実施期間		23 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)	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、就職につなげていない求職者を結びつけること、また地域における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に定着できるように労働環境の整備を企業内で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)	令和元年度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	①合同企業説明会・就職面接会を下記のとおり実施した 1部 6月27日 場所 アゼリア柏原 参加企業 15社 参加者 74人 2部 6月27日 場所 アゼリア柏原 参加企業 14社 参加者 28人 ②企業と高等学校進路指導担当教官との情報交換会を下記のとおり実施した 5月15日 場所 アゼリア柏原 参加企業 18社 参加高校 9校 ③企業と大学の就職支援担当者との情報交換会を下記のとおり実施した 11月19日 場所 松原商工会議所 参加企業 13社 参加大学 5校 ④働き方改革関連法についてセミナーを下記のとおり実施した 12月4日 場所 藤井寺市民総合会館 参加企業 76社		
	反省点	前年より求職者の数は増加したものの相対的な人手不足により、予定していた参加者を集めることが出来なかった。		
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	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)の各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に、合同企業面接会・説明会を回開催する。また求職者に対して就職支援セミナーを開催する。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。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を開催する。		
	○ 人材交流型			
	販路開拓型			
	ハコ型			
	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)	<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 (府施策連携No.9番) 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・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。			



事業名		JOB・マッチング・フェア				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→ 60 社	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。 実績 ①、②、③参加企業						
	支援対象企業の変化	参加企業が意欲のある求職者と出会い、採用することで人手不足の解消、経営の安定、活性化を図る。							
		指標	面接件数			数値目標	60		
	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 来場者						
	その他目標値	目標値の内容→ 70 社	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進める。 実績 ④参加企業						
	その他目標値	目標値の内容→ 25 名	面接会時に就職支援セミナーを行う。 実績 ①受講求職者						
	その他目標値	目標値の内容→ 15 社	情報交換時に高校、大学の参加を求める。 実績 ②、③参加学校						
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	
		⇒	40,400 円 ×	60	×	1.00	=	2,424,000 円	
			40,400 円 ×	100	×	0.05	=	202,000 円	
			20,200 円 ×	70	×	1.00	=	1,414,000 円	
			40,400 円 ×	25	×	0.50	=	505,000 円	
			40,400 円 ×	15	×	0.50	=	303,000 円	
		(小計) 4,848,000 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 4,848,000 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)							
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)		
	4,848,000 円 ×			1.00 =			4,848,000 円 ( 0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒ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)				
	○	柏原市商工会	2,299,500 円		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・機関との調整にあたる。				
		羽曳野市商工会	799,500 円		合同面接会を運営				
		藤井寺市商工会	799,500 円		松原商工会議所				
		松原商工会議所	949,500 円		情報交換会、セミナーを運営				



## 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	事業所数/回数	算定基準		補助金額
		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	1	10,000	10,000	
金融支援(紹介型)	10	30,000	300,000	
金融支援(経営指導型)	45	40,000	1,800,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	20,000	100,000	
資金繰り計画作成支援	25	20,000	500,000	
記帳支援	15	25,000	375,000	
労務支援	80	20,000	1,600,000	
人材育成計画作成支援	4	20,000	80,000	
マーケティング力向上支援	18	20,000	360,000	
販路開拓支援	40	20,000	800,000	
事業計画作成支援	4	50,000	200,000	
創業支援	1	20,000	20,000	
事業継続計画(BCP)等作成支援	21	20,000	420,000	
コスト削減計画作成支援	40	20,000	800,000	
財務分析支援	6	10,000	60,000	
5S支援	35	10,000	350,000	
IT化支援	2	20,000	40,000	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
事業承継支援	15	20,000	300,000	
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	—		17,165,000	17,165,000
II 専門相談支援事業				
事業名	支援日数	算定基準		補助金額
			計	
税務支援	25		600,000	
金融支援	12		288,000	
経営支援	6		144,000	
労務支援	6		144,000	
小 計	49		1,176,000	1,176,000
※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		補助金額	
	別紙事業調書のとおり		9,525,671	
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		523,700	
V 合計				
合 計			補助金額	
			28,390,371	