

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 | 箕面商工会議所 |
| | 代表者職・氏名 | 会頭 竹内 陽治 |
| | 所在地 | 〒562-0003 箕面市西小路3-2-30 |
| | 担当者 | 職・氏名 中小企業相談所 所長 渡部真衣子 |
| | 連絡先 | 電話番号（直通）： 072-721-1300 F a x : 072-721-1305 E - m a i l : info@minohcci.or.jp |
| ①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率） ※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと | | ①昭和61年4月1日 ②8名（7名）（令和元年12月末日現在） ③箕面市 ④4,215（平成28年経済センサスより） ⑤2,630（平成28年経済センサスより） ⑥1,101（26.1%）（令和元年12月末日現在） |
| □主な事業概要（定款記載事項等） | | |
| (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。 (2) 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 (3) 商工業に関する調査研究を行うこと。 (4) 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。 (5) 商品の品質または数量、商工業者の事業の内容その他商工業にかかる事項に関する証明、鑑定、又は検査を行うこと。 (6) 輸出品の原産地証明を行うこと。 (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) 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。 (9) 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。 (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うこと。 (11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。 (12) 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行うこと。 (13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。 (14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 (15) 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 (16) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 (17) 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 (18) 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うこと。 | | |

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

箕面市は、大阪府の北西部に位置し、人口約13万8千人(令和元年12月箕面市統計データより)、面積47.9平方キロメートルの住宅都市である。市域のうち3分の2が北摂山系の山間部であり、その中には、日本の滝百選のひとつ「箕面の滝」を中心とする「明治の森箕面国定公園」を擁している。大阪府内トップの人口伸び率を誇っており、充実した子育て支援や利便性と共存する”身近な緑”をブランド化する取り組み、そしてそれらを徹底的に外部に向けて発信するなどの戦略的な施策によって、年1%の伸びを続けている。2023年度には北大阪急行線が延伸予定であり、健康と文化をテーマにアクセス性を活かしたビジネス拠点となる「箕面船場阪大前駅」と子育てを核とした住民にも来訪者にも魅力的なまちを目指した「箕面萱野駅」が開業予定であり、まちの魅力向上と高い経済波及効果を見込んでいる。

箕面市の事業所数は、平成26年は4,414事業所であったが、平成28年には4,215事業所となり、約4.5%減少している。(経済センサスより)

産業別では、商業・サービス業が多くを占めており、内訳として卸売業・小売業が23.1%、不動産業、物品賃貸業が16.5%、宿泊業、飲食サービス業と医療、福祉が11.4%を占めている。次いで、建設業は9.2%であり製造業は3.8%と低い値であることが特徴である。(RESASより)

地域経済循環率は61.7%と、近隣市(豊中市:68.9%、池田市:78.3%、吹田市:81.8%、茨木市:73.4%)と比べ低い値となっている。創業比率は5.52%と全国平均5.04%を上回るが、赤字企業の割合が18.7%と全国平均16.4%を大きく上回っており、経営環境は厳しいといえる。(RESASより)市内の付加価値向上のためにも、住みやすい街づくりに適した魅力的な商品・サービスの創出が必要であると考えられる。

課題として、①地域経済を支える商業・サービス業の新たな価値創出・チャネルの構築による新規販路開拓②創業や新たな取り組みにチャレンジしたい企業の発掘・育成③持続的な事業展開のための生産性向上・経営力強化である。

(2) 所管地域の活性化の方向性

地域中小企業の成長ならびに持続的発展に向けて、小売・サービス業を中心とした商業の活性化、創業・イノベーションの促進、AI・IoT等先端技術の普及啓発やグローバル化に対するマインドセットの構築を目指す。

商業活性化に関しては、住環境を重視する箕面市の方針と協調しながら、地域住民にとって住みやすさに繋がる魅力のある店舗の発掘・創出に関する支援を実施する。成長意欲やチャレンジ意欲の高い次世代リーダーに向けては、起業家同士の交流会や育成の場の提供を通じ更なる成長へ向けた支援を実施する。また、第四次産業革命の進展、グローバル化や予測不能な災害等、常に変化する外部環境に対応しながら経営力を強化できるよう個社に合わせた支援を実施する。市と商工会議所が共同で作成する事業継続力強化支援計画を実施予定である。

(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

管内で事業を営む小規模事業者約2,600社および潜在的創業希望者を含めた府内の創業希望者。商業・サービス業を営む事業者を「重点支援対象者」と位置づけ、地域特性に沿った支援を実施する。他の業種についても、近隣会議所や他支援機関と連携しながら、経営状況に応じた支援を実施していく。

(4) 事業の目標

当支援を実施することで、①既存の地域事業の魅力を高め、地域での購買を増加させること②創業者数を増加させ、新たな個性的・魅力的な事業者を増加させること③事業者のチェンジマインドにより、グローバルに活躍できる企業を創出すること、を目標とする。

目標の実現により、地域に根差した「必要とされる商工会議所」として企業からの評価・信頼を得ることで、経営指導員のモチベーションおよび支援力を向上させ、その結果、個社の経営力の向上に繋げる、といった自己強化ループの構築を目指す。

(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(実施する事業の総体的な効果等を記載すること)

事業の実施により期待される効果としては、①地域内での購買増加により、地域経済循環率が向上する、②個性的・魅力的な事業者が増加し創業比率が増加するとともに、新たな雇用の創出も期待できる、③事業者が地域視点からグローバル視点を持つことで、新たな販路やグローバル人材の雇用が期待できる。

他方、事業を実施しなかった場合の影響としては、①魅力的な個社が減少し、地域内での購買が減少することによって、地域経済循環率が減少する、②創業比率が減少することで、個性的・魅力的な事業者が創出されず、既存事業者との競争原理も働かないため地域事業の魅力が低下する、③地域外の新たな販路開拓や外国人労働者の雇用が進まず、地域経済の低迷や人材不足による企業の実産性低下を引き起こす可能性が考えられる。

| 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 | 205 | 事業所 | 支援機関等へのつなぎ | 6 | 支援 |
| 金融支援(紹介型) | 10 | 支援 | 金融支援(経営指導型) | 35 | 支援 |
| マル経融資等の返済条件緩和支援 | 1 | 事業所 | 資金繰り計画作成支援 | 10 | 事業所 |
| 記帳支援 | 3 | 事業所 | 労務支援 | 6 | 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 | 50 | 事業所 |
| 販路開拓支援 | 32 | 支援 | 事業計画作成支援 | 48 | 支援 |
| 創業支援 | 28 | 事業所 | 事業継続計画(BCP)等作成支援 | 10 | 事業所 |
| コスト削減計画作成支援 | 1 | 事業所 | 財務分析支援 | 5 | 事業所 |
| 5S支援 | 0 | 事業所 | IT化支援 | 10 | 事業所 |
| 債権保全計画作成支援 | 0 | 事業所 | 事業承継支援 | 3 | 事業所 |
| 災害時対応支援 | 0 | 事業所 | フォローアップ支援 | 50 | 事業所 |
| 結果報告 | 205 | 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 | 200(平成31年度予定) | | | | |
| <p>近年は、多様化・複雑化する経営課題に対応するため、経営指導員の専門性を高め、質の高い支援を提供することに重点を置いている。特に、表面的に顕在化している問題だけではなく、事業者自身も気づいていない問題の表層化に取り組んでいることから、支援事業者数は前年とほぼ同様の205とする。新規事業への取り組み時、今後の事業展開を検討する際等策定へのニーズが高まっている事業計画作成支援は48とする。地域を支える商業活性化に向けた個店の魅力創出、発信に向けた取り組みに関してはマーケティング支援、販路開拓支援を中心に実施する。画一的な支援ではなく、個社の状況に合わせた支援を実施し、各種経営課題解決に繋げていく。各種支援の内訳については、これまでの実績や地域の特性、事業環境等に応じ妥当と思われる数値を計上した。</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>潜在的な課題を抱えている事業者、新たな取り組みを実施したい事業者等、支援対象事業者の発掘のため、管内小規模事業者への訪問・窓口相談対応のほか、情報発信を中心に実施していく。主に、経営相談対応は、中小企業診断士の資格を持った経営指導員を中心に、事業者に寄り添った伴走的な支援を実施していく。そのうえで、事業者の課題解決に向けて、地域活性化事業や各種セミナー、交流会等への参加を促すとともに、地域事業者とのコミュニケーションを図りながら事業を実施していく。また、地域プラットフォーム、金融機関やよろず支援拠点等の各種支援機関との連携、専門家とのネットワークを活用し、経営課題解決に向けた支援を実施していく。</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 | |
| 法律相談 | 継続 | 相談件数 | 6 | 弁護士による法律相談。 | |
| 金融相談 | 継続 | 相談件数 | 10 | 日本政策金融公庫の担当者による融資相談会の実施。 | |
| 税務相談 | 継続 | 相談件数 | 10 | 税理士による税務相談(確定申告時期の5日間を含む) | |
| 経営相談 | 継続 | 相談件数 | 55 | 中小企業診断士等の専門家による経営相談 | |
| 事業実施のポイント・期待される効果 | | | | | |
| <p>複雑化する経営環境において、専門性の高い相談案件が増加しており、年々専門相談制度の需要は増加している。なかでも法律相談は緊急性の高い案件が多く、個別面談の他に随時電話でも相談対応を実施することで、迅速な対応により早期の課題解決を目指していく。金融相談は、月に2回日本政策公庫の担当者による相談会を実施し、定期的な開催により相談しやすい環境づくりを目指している。税務相談は、新規開業時、法人化のタイミングや確定申告時等において一定の需要があるほか、クラウド会計化等においても対応を実施していく。経営相談は、多様で複雑な経営課題解決に向け、専門家の充実を図りながら経営指導員と連携をし対応を実施していく。専門相談サービスを受けることも、当所利用のメリットとなっており、引き続き充実を図るとともに、経営指導員の資質向上機会に役立てていく。</p> | | | | | |

4-1. 地域活性化事業一覧

箕面商工会議所

| 府施策 連携 | 事業名 | 概要 | 金額(円) |
|----------------|---|---------------------------|------------------|
| (1)単独事業 | | | 5,017,680 |
| | 商業活性化アクションプラン推進事業 | 商業活性化に関するソフト事業の実施 | 2,929,000 |
| ○ | 経営革新支援事業 | 経営革新塾の実施 | 1,078,680 |
| ○ | 社会課題解決ビジネス創出事業 | 共創促進のためのセミナー・交流会の実施 | 1,010,000 |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| (2)広域事業 | | | 6,415,755 |
| ○ | シニア向け創業支援事業 | ネクストライフ起業塾の実施 | 1,885,200 |
| | 北摂地チカラフェスタ | 北摂地区の選りすぐりの店舗をロハスフェスタにて紹介 | 3,428,125 |
| | Web活用販路開拓支援事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 90,900 |
| | 自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 60,600 |
| ○ | 働き方改革の実現に向けたIT/IoT導入・利活用促進事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 60,600 |
| ○ | 多様化する中小企業の資金調達支援事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 20,200 |
| ○ | 「働き方改革」に対応し人材の採用・育成・定着化に取り組む中小企業を支援する事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 60,600 |
| ○ | 事業承継できる会社を目指す中小企業のための経営力向上支援事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 60,600 |
| ○ | 大阪・関西万博に向けたインバウンド支援事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 60,600 |
| ○ | 中小企業強靱化支援事業 | 豊中商工会議所の事業計画参照 | 262,600 |
| ○ | 人材採用・定着と業務効率化のためのコミュニケーション力強化・IT活用促進事業 | 池田商工会議所の事業計画参照 | 80,800 |
| | 茨木・箕面オムニチャネル3.0事業 | 茨木商工会議所の事業計画参照 | 150,000 |
| ○ | 中小・小規模事業者サービス品質向上支援事業 | 大阪府商工会連合会の事業計画書参照 | 169,680 |
| | 大阪勧業展 | 大阪商工会議所の事業計画書参照 | 25,250 |

うち府施策連携事業

4,749,560

| 事業名 | | 商業活性化アクションプラン推進事業 | 新規/継続 | 継続 |
|-------------------|-----------------------------------|--|---------------------------------------|----|
| 想定する実施期間 | | H 15 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>箕面市は、全域が都市計画区域に指定されており、市街化区域のうち、住居系の用途地域が全体の約9割を占め、残りの地域は商業系の用途地域で占めている。市内の約85%を占めている商業活性化を目的とし、平成15年度より本事業を継続的に実施している。</p> <p>商店街活性化のソフト事業は、すぐには成果が出にくい、継続して実施していくことで少しずつ成果が表れてきており、着実に成果が出ている事業である。平成22年度より実施している「箕面100円商店街」は個店の魅力発掘や創出、まちの賑わいづくりに寄与しているが、継続的・組織的に商店街を魅力あるものにしていくためには、個店の活性化こそが最重要課題である。この課題を解決するため、平成24年より実施している「みのおのまち商学校」では、高い専門性やこだわり等といった店主(あるいは店舗)の魅力を、顧客にダイレクトに伝える機会を創出している。また、まちゼミのノウハウは、顧客関係性強化や新規顧客獲得策として、小売・サービス業以外の業種でも応用できるため、業種や店舗の立地には特に制約を設けず、商店街に属さない事業所でもチャレンジできる機会を広く提供している。</p> <p>「箕面100円商店街」「みのおのまち商学校(まちゼミ)」と2つの事業があるが、それぞれの業種ごと、地域ごと、事業所ごとに状況が異なり、また事業者の熟度、取り組み方に温度差がある。事業者と頻繁に接している経営指導員がこれらを勘案し、それぞれの事業所に適した事業を選択・提案し、無理なく取り組んでもらえるよう支援しながら箕面市内の商業活性化を図る。</p> | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 商店街組合及び商店街を形成する箕面地区の事業所(約150事業所)、および桜井地区の事業所(約70事業所)、粟生地区の事業所(約20事業所)、小野原地区の事業所(約30事業所)、牧落地区の事業所(約40事業所)その他商店街以外の小売・サービス業 | | |
| | 事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等) | より実態に即した状況を把握できるよう内容を見直しながら、参加店アンケート調査、来街者アンケート調査、通行量調査等によりニーズを把握している。事業実施後は参加者同士で反省会や報告会を実施することで、より効果の高い事業となるようPDCAを実施している。 | | |

| 事業名 | 商業活性化アクションプラン推進事業 | 新規/継続 | 継続 |
|---|-----------------------|---|----|
| <p>これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入</p> | <p>実施内容・ 実績数値</p> | <p>【箕面100円商店街】 開催日全日、台風の影響により荒天が危ぶまれていたが、当日は曇りや晴れに恵まれ、過ごしやすい気候で各地区とも実施することができ、過去最高の来場者数となった。桜井地区9月21日(土)、牧落地区9月22日(日)、粟生・小野原地区9月28日(土)、箕面地区9月29日(日)に実施し、参加店舗数は合計134店舗で来場者数は22761人であった。 前回に引き続き100円に加えて500円1000円商品の出店も約3割の店舗で実施し、来場者からは買い物の選択肢が増える喜んでいただけた。桜井地区で実施した子供向けイベント「100円★KIDSパーク」では、小学生以下の子供とその家族が主に来場し、全てのプログラムに絶えず行列ができる状態で、100円商店街全体の魅力向上・集客に貢献できた。また、各地区でゆずるといっしょにイベントを盛り上げる企画を実施したことで、ゆずるの登場を心待ちに、店舗での買い物を楽しんで来た来場者が多く見受けられた。 来場者の目的としては、「目当ての100円商品がある」「企画が楽しそうだから」という理由で来場される方が多く、6割以上がリピート来場者であり、ほぼ全ての方が「来年も来たい」と答えており、毎年楽しみにしてくださっている様子が見える。</p> <p>【みのおのまち商学校】 平成24年度の事業開始から、現在では夏と冬の年に2回開催しており平成31年度は第14回、第15回目の実施でそれぞれ34、31事業所が参加している。夏は76講座、冬は63講座を実施、夏の集客数はのべ320名であった。最近では、会社員の受講が増え受講者から18時以降や土日開催の要望が増え、冬開催は今までもナイト開催や土日開催の講座を増やし、チラシにもナイトマークを付け受講しやすくした。前年度初めて実施した同日同会場開催まちゼミは、受講者・参加店共に好評だったため引き続き実施。同会場で並行し、複数講座が開催されたり、1日を通して違う講座が開催されることで、新規参加の事業所には参加しやすく、受講者には文化祭のような盛り上がりがあり、お得感があり満足度も高かった。受講者アンケート結果から、大満足満足が99.9%を占めた。又各店舗のPRを一覧表にまとめ参加店に共有し、事業所間でのゼミ紹介を促した。まちゼミをきっかけに初来店された見込み客に対し、店主や店のファンとなる絶好の機会を創出し、再来店や新規顧客にも繋がった。</p> | |
| | <p>反省点</p> | <p>【箕面100円商店街】 10年目11回目の開催で、消費者へも一定認知が定着してきており、毎年楽しみにしているという声を聞く一方で、店舗ではマンネリ感が否めず、地区によっては来場者数の減少を感じているようである。各地区商店会の会長が中心となり、イベントを盛り上げるための取組も実施しているが、商店会長の高齢化もあり、年々縮小傾向にあることも要因であると考えられる。当イベントを通じ、新たな販路開拓に繋げていきたいと考えている次世代のリーダー層の育成も今後は必要であると考えられる。また、来場者にとっても、新たな店舗の魅力を発掘してもらうため、イベントの回遊性を高める仕掛けや、賑わいや導線を創出するための企画を盛り込みながら、「店舗の認知度及び販売機会の向上」に繋げていけるよう、事業の見直し、改善を行い今後も事業を遂行していく。</p> <p>【みのおのまち商学校】 参加事業所の業種としては、美容系、保険系、鍼灸系が毎回多く、受講者からは、自分でできるモノづくりへの挑戦や料理等もと色々な種類の講座が欲しいという声が多い。しかし、人気の高い飲食系・モノづくり系の開催がなかなか伸びない。今年度は事業者から、申込前に毎回定期的に勉強会を開催したいという意見があり、夏は事業者主体で参加を呼びかけ異業種の意見を取り入れて講座を考える勉強会、冬は「テーマや内容について」経営指導員が講義を行った後、少人数でディスカッションを実施しとても好評だった。毎回まちゼミ実施後に報告会を開催しているが、参加者数が参加店の3分の1程度なので、出来るだけ報告会へ参加を促せるように、勉強会を併せて開催するなど工夫をして行く必要がある。また、事前の周知に関して、各事業所が実施できるようポスターやチラシを配布しているが、Web等を活用した周知は、各事業所によって対応がバラバラであり、あまり積極的ではない事業所の集客は少ない傾向があった。今後は、各事業所の集客力向上、魅力向上に向けた支援を強化させていきたい。</p> | |

| 事業名 | | 商業活性化アクションプラン推進事業 | 新規/継続 | 継続 | |
|--|---|--|---|------|-----|
| 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箕面100円商店街【販路開拓型】 箕面100円商店街の形式は踏襲しながら、サブテーマとして回遊性を高める企画を実施。箕面市内5地区(箕面、桜井、粟生、小野原、牧落地区)にて実施。来街者アンケートでは、「毎回楽しみにしている」「もっと店舗を増やして欲しい」という声が多くあるため、未参加の店舗へも積極的に声かけをおこない、地域一体となり、魅力ある店舗との出会いに繋げていくことを目指す。参加店舗数は150店舗を目指し、開催時期は地域のイベントと重ならないよう商店街連合会と調整しながら決定していく。(10~11月頃予定) ②みのおのまち商学校【販路開拓型】 夏と冬の年2回開催し、参加店舗数は30~35店舗を目指す。まちゼミの創始者「松井洋一郎氏」を招聘し、全国のまちゼミの事例やまちゼミを活用したファンづくりについて事前勉強会を実施する。また、事業者から希望のあった「勉強会」を定期的で開催し、テーマ、内容、効果的な講座の進め方や講座実施後のフォロー等について、指導員や専門家の意見を交えながら、参加者同士でゼミの内容等をブラッシュアップする付随活動にも注力していく。 | | | |
| | 人材交流型 | | | | |
| | ○ 販路開拓型 | | | | |
| | ハンズオン型 | | | | |
| | 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 checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 (c)箕面市が策定した商業活性化ビジョンを受け、箕面商工会議所が具体的なアクションプランを遂行するという形態で、箕面市からの補助金を受けて事業を実施している。その他市内関係施設にチラシ、ポスター設置、後援名義の使用など、協力体制を取る。(d)イベントがきっかけで接点ができた事業所に、その後の顧客との関係性構築など発展的支援を行うことにより、相談事業カルテと連携させる。 | | | |
| 事業の目標 | 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法⇒ | 「箕面100円商店街」参加店舗数 箕面100円商店街に参加する約150店のうち、効果測定を行う約80店を対象。商店街エリアの店舗に、参加店募集の案内等を持参して広く参加を募る。 | | |
| | | 80 店 | | | |
| | 支援対象企業の変化 | 「箕面100円商店街」による支援対象企業への効果は大きく3つに分類できる。 ①店頭の通行人数増加による、店舗視認率、販売機会の向上 ②来店客数の増加及びそれに伴う売上の増加 ③後日再来店を促進させることによる顧客数の増加 長期的には顧客化による継続的な売上の向上を目指すため、③が重要であるが、本事業においては、実際に効果測定が可能な項目にする必要があるため、②の来店客数の増加を指標とする。 | | | |
| | | 指標 | 開催日当日の来店客が、通常期に比べ「増加した」と回答した参加店舗数(アンケート調査による) | 数値目標 | 60店 |
| | 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法⇒ | まちゼミ「みのおのまち商学校」参加事業所数。過去の実績データより算出。 広報誌やチラシ、経営指導員による勧誘のほか、参加事業所からの紹介により参加事業所を募る。 | | |
| 30 社 | | | | | |
| 支援対象企業の変化 | 1開催あたり平均5名程度の受講者であることから、2日開催と想定し、1店舗当たりのまちゼミ事業への集客人数を指標とする。この数字は後日固定客につながる可能性のあるものなので、非常に重要な指標と考えている。 | | | | |
| | 指標 | 1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数 | 数値目標 | 10人 | |
| その他目標値 | 目標値の内容⇒ | | | | |
| | 20 社 | まちゼミ参加事業所の自主開催による勉強会への延べ参加事業所数。 | | | |

| 事業名 | | 商業活性化アクションプラン推進事業 | | | | | | 新規/継続 | 継続 |
|--|-----------------------------------|-------------------|-------------|----------------|------------|-------------|-------------|-------------|----|
| 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 × | | 1.00 = | 4,040,000 円 | | |
| | | 50,500 円 × | | 30 × | | 1.20 = | 1,818,000 円 | | |
| | | | | | | | | | |
| | (小計) | | | | | | | 5,858,000 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 | | | | | | | 5,858,000 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 | | 2,340,000 円 | 交付市町村等 | | 箕面市 | | |
| | | 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) | | | | | |
| 5,858,000 円 × | | 0.50 = | 2,929,000 円 | (2,340,000 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 | | 経営革新支援事業 | 新規/継続 | 継続 |
|--|--|--|---------------------------------------|----|
| 想定する実施期間 | | H 29 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) | 長引く景気低迷による管内事業所の業績悪化や、管内の経営者の高齢化による廃業や後継者不在による経営環境の悪化が続いている。また、労働人口の減少による労働力不足は、リソースの限られている中小企業では喫緊の課題となっている。経営環境が目まぐるしく変化するなか、企業が存続していくためには、常に自社と外部環境との関係を見直し環境変化への対応をおこなうことが重要である。環境変化に積極的に対応するため自社や自社のビジネスモデルを見直し、新たな顧客価値を創出し「経営革新」をおこなうことを目的とする。 | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 対象者は、熱意のある箕面市事業所の経営者や経営幹部、若手後継者等。その他参加希望があれば近隣大阪府下の事業者も対象とする。 | | |
| | 事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等) | 相談対応を受けているなかで、消費者ニーズの多様化に伴い新たなビジネスモデルの構築の必要性を感じている事業者は増えていると感じており、事業計画策定支援数も増加している。その他、相談対応時に経営革新制度に関する問い合わせや新規事業支援の際に承認を受けた事業者もあり、本事業のニーズはあると考えられる。 | | |
| 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 | ○実施内容 【人材育成型】経営ワークショップ プレセミナー 全1日 9/25 3時間 (15名参加 10段階評価満足度8.6) 【人材交流型】経営ワークショップ 全3日 各3時間 (12名参加 全体満足度平均8.6) 10/8 (満足度8.0) 10/15(満足度8.8) 10/29(満足度9.2) ○実績数値 【人材育成型】「経営革新セミナーに興味を持った参加者数」:12社 【人材交流型】「経営革新計画に挑戦したい」という事業者数:9社 | | |
| | 反省点 | セミナー後、参加者同士が各々のリソースを活用し、共同事業を実施するなど、人材交流及びイノベーションマインド創出の効果はあったといえる。課題は、府施策の経営革新計画策定に実際に着手する事業者の創出。現状の事業で参加者を「経営革新計画に挑戦したい」というレベルにまでもっていくことはできるが、実際に計画申請に着手するまでの壁は大きい。課題解消のためには、これまでの「1カ月間詰め込み型カリキュラム」では限界があり、中長期的なカリキュラムに基づいた事業構成に改善する必要があると考えられる。 | | |
| 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 | 【人材交流型】 | | |
| | ○ 人材交流型 | 具体的な内容:7月~12月頃にかけて月一回(全6回)、箕面商工会議所研修室で「経営実践アカデミー(仮)」を実施。カリキュラム案としては、1回目「経営理念・ビジョン」、2回目「SWOT」、3回目「クロスSWOT, BMC」、4回目「経営計画着手」、5回目「大阪府経営革新計画とは」、6回目「発表」、としている。講師は経営革新計画に精通し、策定支援実績がある中小企業診断士を起用する。 | | |
| | 販路開拓型 | | | |
| | ○ ハンズオン型 | 事業後のあるべき状態:事業実施後は修了生たちにチームを結成してもらい、互いに研鑽し合いながら、各々が策定した経営計画の推進を継続してもらうことを理想としている。 | | |
| | 独自提案型 | 【ハンズオン型】 セミナー後、3事業者にハンズオンを行い、そのうち、少なくとも1社、大阪府経営革新計画承認を得たい。 | | |
| 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 (a)府施策連携商10番 経営支援課経営革新グループと連携。(d)受講終了後、経営革新計画申請にむけて個別フォローし、相談事業との相乗効果を図る。 | | | |

| 事業名 | | 経営革新支援事業 | | | | 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⇒ 12 社 | 大阪府のメルマガ等による広報協力、箕面商工会議所広報誌、チラシ、ホームページによる広報のほか、経営指導員の巡回・窓口相談対応を通して本事業の周知をおこなう。平成29年度以降に受講した方も含め、計画に取り組む企業を支援する。 | | | | | | |
| | 支援対象企業の変化 | セミナーに参加することで、参加者同士の交流を通じたモチベーション向上、必要知識の習得。具体的成果として経営計画策定。 | | | | | | | |
| | 指標 | 経営計画策定事業者数 | | | 数値目標 | 9社 | | | |
| その他目標値 | 目標値の内容⇒ 社 | | | | | | | | |
| 事業の目標 | 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法⇒ 3 社 | 参加者の中でも特に熱意のある3事業者をハンズオン支援。 | | | | | | |
| | 支援対象企業の変化 | セミナーで策定した経営計画のブラッシュアップを行い、大阪府経営革新計画のたたき台を完成。そのうち、少なくとも1社、大阪府経営革新計画承認を得る。 | | | | | | | |
| | 指標 | 大阪府経営革新計画承認事業者数 | | | 数値目標 | 1社 | | | |
| その他目標値 | 目標値の内容⇒ 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-ビス単価 | | 支援企業数 | | 係数 | | 標準事業費 | |
| | | ⇒ 40,400 円 × | | 12 | × | 1.60 | = | 775,680 円 | |
| | | 101,000 円 × | | 3 | × | 1.00 | = | 303,000 円 | |
| | | | | | × | | = | | |
| | (小計) 1,078,680 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 1,078,680 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="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 | | | | | |
| | 標準事業費 | | 補助率 | | | (①市町村等+②受益者負担) | | | |
| 1,078,680 円 × | | 1.00 | | = | | 1,078,680 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 | | | | | | |

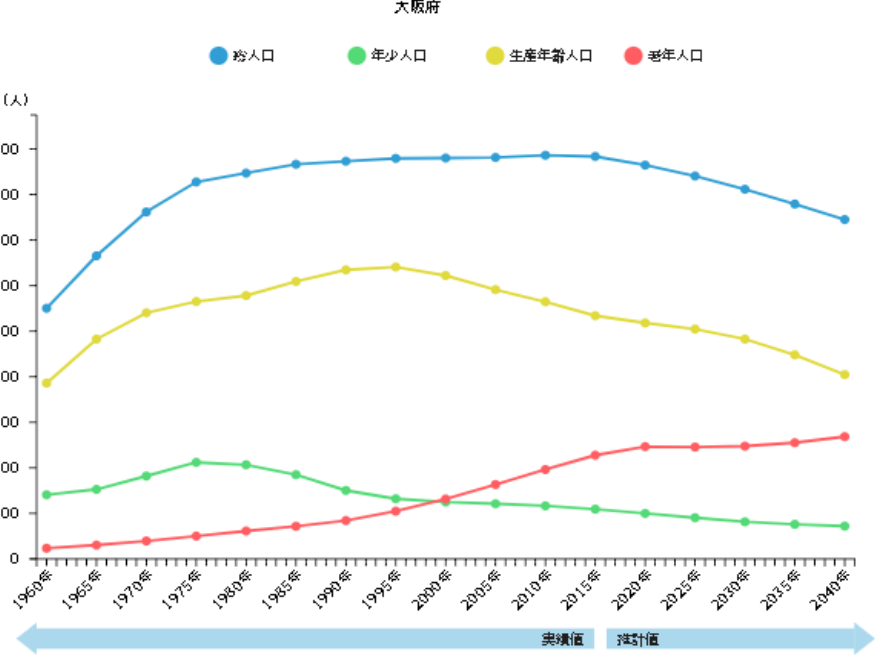
| 事業名 | | 社会課題解決ビジネス創出事業 | | 新規/継続 | 継続 |
|----------|-------------------------------|--|------|---------------------------------------|----|
| 想定する実施期間 | | 2019 年度～ | 年度まで | ←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること | |
| 事業の概要 | 事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) | <p>近年、AI・IoTの先端技術によりデータが爆発的に生まれ、その活用により革新的な製品・サービスが世界中で創出され、世界の産業構造が大きく変わりつつある。そのようなグローバルで激しい競争に対応し、企業が打ち勝っていくために産業の在り方として、Connected Industriesを目指していく必要がある。先端技術が、人、技術、機械や様々なものが企業や産業、地域を超えて繋がっていく社会において、企業間の繋がりがより一層求められている。この繋がりにから新たな製品・サービス・価値を生み出すことで、様々な社会課題を解決していくことを目指す。</p> <p>小規模企業白書によると、小規模事業者のIT利活用として「財務・会計」、「在庫管理」、「給与管理・勤怠管理」、「受発注」、「顧客管理」の5業務で電子化ができている企業は1割に留まっており、全く導入していない企業も4割を占めている。小規模事業者が約半数を占める箕面市内の事業者においても、第4次産業革命技術を自分事として捉え積極導入をしている企業が少ない状況である。要因として、技術、産業構造の変化に対する情報の不足、体験の不足が考えられるため、バックオフィス改革やサプライチェーンの最適化を目指したフィンテック・RPA等の活用を含めたメリットの見える化、導入しやすいツールの発信を重点的におこない、先端技術利活用に関する意識改革を目指す。</p> <p>また、箕面市内では少子高齢化をはじめとした社会課題に対応した福祉や教育関連等の新たなサービスが創出されているが、各企業が保有しているデータはそれぞれの企業での活用に留まっている。これらデータと先端技術を活用した企業間の連携や協調をすることで、付加価値が創出され社会課題解決に繋がると考えられる。事業者同士の協調、共創を目的とした交流の場を設けグローバルに対応した革新的な製品・サービスの創出を目指す。当事業を通じ、優秀でチャレンジ精神旺盛な人材の発掘、育成をおこない、ファンドへのチャレンジやマッチングにより、ベンチャーエコシステムの構築を目指す。</p> | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | <p>福祉、環境、健康、観光、農林水産業をはじめとした、第4次産業革命関連技術活用を活用したいと考えている箕面市内(大阪府内)の小規模事業者。自社の製品・サービス力を強化させ競争力を高めたいと考えている小規模事業者。他社との連携、共創をし新たな価値を生み出したいと考えている小規模事業者、創業希望者約2,000社を対象とする。</p> | | | |
| | 事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等) | <p>近年、AI等の先端技術の利活用に関する相談や生活に密着した社会課題解決に向けた新たな事業の創出や革新的な製品・サービスの開発に関する相談が増えている。自社が活用できる技術やサービスに関する情報補完や、新たな事業を始めたいが、自社だけでは実現が難しく、他社との協業、共創を目指したいという声から当事業のニーズは高いと考えられる。</p> | | | |

| 事業名 | | 社会課題解決ビジネス創出事業 | 新規/継続 | 継続 |
|--|---|--|-------|----|
| 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>○実施内容 AI等の先端技術が自社のビジネスにどのような影響をもたらすのか、遠い未来の話ではなく、近い将来起こりうる変化の可能性を自分事として捉え、今後の事業展開に活かしていただくための基調講演を実施した。講師には、AIに知見のある講師を招き、参加者からは「とても良い気づきを得られた」「勉強になった」との声をいただいた。また、地域事業者や先端技術提供事業者との共創により、新たなビジネス展開を検討していただくため、展示交流ブースを設けた。交流ブースには、地域事業者や経営指導員が来場者をアテンドすることで、活発な交流が行われた。</p> <p>日時：令和元年11月14日(木)15時～20時 イベントタイトル：ビジネスマッチングフェアin箕面 会場：箕面サンプラザ地下1階</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基調講演：AIがもたらす企業の未来ー中小企業がAI時代に備えることー 講師：株式会社ISSUN 代表取締役 宮松利博氏 参加者満足度：平均8.4点 ・ブース出展社数：11社 (クラウド会計システム、RPA、HP制作サービス、リレーション、クラウドファンディング、SFA、作業分析AI、スマートグラス、越境EC、画像解析AI、SNS活用) 参加者満足度：平均7.2点 来場者数：82社 97名 | | |
| | 反省点 | <p>テーマとして扱ったAI等の先端技術に関しては、地域事業者にとってはまだまだ関心が低いと考えられることから、「今来なければいけない理由」付けをどのように設定するか企画の絞り込みに時間がかかってしまった。そのため、広報活動が十分だったと言えず、「日程が合わずもつと早く知らせてほしかった」との意見もあった。また、タイトルだけでは何のイベントか伝わり辛く、チラシを見て来場された方が、「期待していた内容と異なっていた」という声も聴かれた。しかし、基調講演や展示や交流ブース等企画内容には概ね好意的な意見が多く、次回来場に対して「ぜひ参加したい」「都合があれば参加したい」が9割以上を占めた。これらの反省点、課題を踏まえ地域事業者のマインド醸成を図っていきたい。</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>イベントタイトル：ビジネスマッチングフェアin箕面 開催時期：令和2年8～11月頃(予定) 開催場所：市内レンタルイベントスペース</p> | | |
| | 人材交流型 | <p>第4次産業革命時代を自分事として捉えられるよう、AIやIoT等の導入事例企業による事例発表や有識者によるファシリテーションを通じたワークショップを開催。参加者80名程度を見込む。</p> | | |
| | 販路開拓型 | <p>出展企業は10社程度を見込み、ブースでの交流のほか、ライトニングトークを実施。そのほか参加者同士が交流できるスペースを設け、指導員や登録専門家等を中心に企業同士の交流を促していく。</p> | | |
| | ハンズオン型 | <p>今年度同様、「今参加しなければいけない理由」をしっかりと訴求することで、参加に対する動機付けをおこなう。また、広報開始を早めることで、1社でも多くの企業の参加を促していく。</p> | | |
| | 独自提案型 | <p>今年度同様、「今参加しなければいけない理由」をしっかりと訴求することで、参加に対する動機付けをおこなう。また、広報開始を早めることで、1社でも多くの企業の参加を促していく。</p> | | |
| 事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠) | <p><input checked="" 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</p> <p>(a)府施策連携商2番 成長産業振興室産業創造課 産業化戦略グループ(産業化戦略センター)と連携し、事業の企画、広報活動を実施する。 (c)箕面市地域創造部営業室と連携し、事業者への広報活動を行う。 (d)事業実施後の個別相談を実施し相談事業との相乗効果を図る。</p> | | | |

| 事業名 | | 社会課題解決ビジネス創出事業 | | | | 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⇒ 50 社 | セミナー参加者80名のうち50名を対象とする。広報誌やホームページ、チラシや箕面市広報誌、大阪府のメルマガ等による広報活動のほか、経営指導員による勧誘を実施する。 | | | | | | |
| | 支援対象企業の変化 | 本イベントに参加することで、第4次産業革命時代に備えた意識改革を通じ、グローバルな社会課題に対応した製品・サービスの開発に取り組むため、共創を目指すきっかけとすること。 | | | | | | | |
| | 指標 | アンケートにて、今後自社の課題解決に取り組むきっかけとなったと回答する参加者数 | | | 数値目標 | 40社 | | | |
| 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 | |
| | | ⇒ | 20,200 円 × | 50 × | 1.00 = | 1,010,000 円 | | | |
| | | | 円 × | × | = | 円 | | | |
| | | | 円 × | × | = | 円 | | | |
| | (小計) | | | | | | | 1,010,000 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 | | | | | | | 1,010,000 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="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 | |
| | 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) | | | | |
| 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 | シニア向け創業支援事業 | | 新規/継続 | 継続 |
|---------------------------------------|--|------|-----------------------------------|----|
| 想定する実施期間 | H 30 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 | |
| <p>事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)</p> | <p>平成28年に日本政策金融公庫総合研究所が発表した「中小企業の事業承継に関するインターネット調査」の概要によると中小企業経営者の2人に1人が自分の代で廃業を予定しており、その予定年齢は平均して71.1歳である。同概要によると平成26年の時点で経営者の年齢分布のピークは65～69才であり、これからその分布ピークが廃業予定年齢を迎えることになる。多くの廃業が起こり、それにより失業者の増加が予想される。この問題を解決するためには、起業数を増やす必要がある。</p> <p style="text-align: center;">大阪府</p>  <p>【出典】 総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」</p> <p>【注記】 2015年までは「国勢調査」のデータに基づく実績値、2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成25年3月公表）に基づく推計値。</p> <p>一方でRESASIによる上記グラフによると大阪府の老年人口は増加、生産年齢人口は減少しており、老年人口を生産年齢人口へ転換する取り組みが必要である。 これら2つの課題に対応するために、本事業では65歳手前のシニア・プレシニア層のシニア世代からの起業を促進する。当事業では現状の経営者が平均71.1歳での廃業を予定しているという情報も考慮し、あらかじめ次世代へ引き継ぐ方法についても伝えていく方針である。</p> | | | |
| <p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p> | <p>箕面市内または府内に居住する50歳以上からの起業に興味がある男女を対象とする。 ジブラルタ生命が平成29年9月に実施した「働く男女のお財布事情とホンネに関する調査2017」によると、50代の働く男女の83.8%が将来の生活資金の不安を感じている。また、内閣府の平成26年「高齢者の日常生活に関する意識調査」によると、高齢者の8割以上が65歳を超えて働きたいと考えていることがわかる。 これらの調査を踏まえ、高齢者就業ニーズの選択肢の一つとして、シニア・プレシニア層の起業を提案し、それを支援する事業を企画する。 想定する具体的なターゲットは以下の通りである。 ① 自分の経験やスキルを活かした起業を希望するが、何をすればよいかわからない方 また、以下のような起業無関心者にもアプローチしていきたいと考えている。 ② 次世代の働き口に対して危機感を持っている方 ③ 退職後の生活資金に対して不安を感じている方 ④ やりたいことをビジネスにできると考えたことのない方 ⑤ セカンドライフの選択肢を模索している方</p> | | | |
| <p>事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)</p> | <p>前回のシニア創業塾において問い合わせを多く頂き、ニーズはあると感じた。受講生のアンケートにおいても、「若く勢いが先行している人とともに学ぶことに、抵抗がある」という意見があり、対象をシニア世代に絞ることは、まだまだ少ないシニア層の起業に効果的であると考えられる。</p> | | | |

事業の概要

| 事業名 | | シニア向け創業支援事業 | 新規/継続 | 継続 |
|-----------------------------------|---------------|---|-------|----|
| 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>昨年度に引き続き大阪中小企業診断士会に事業を依頼した。結果、診断士会の講師陣4名を派遣いただくことになった。カリキュラムについては、事業の目的や目標を共有し、効果的な内容となるよう講師と打ち合わせを重ね検討をした。その後の支援につなげるため、交流会には会議所職員も参加した。</p> <p>○実施内容 【人材育成型】創業プレセミナー 全1日 11/2 2.5時間 (令和元年度実績25名参加) 創業塾の概要の説明と先輩起業家による体験談をお話いただいた。昨年の創業塾の参加者の体験談もお話いただき、起業塾への期待感を高めることができた。プレセミナー参加前は創業塾の参加を迷っていた方も当日お申込みをいただき、創業塾への参加を促すきっかけとなった。昨年の反省を活かし、箕面地域広報誌へ2回情報宣伝を行った。また、シルバー人材センターの会報誌への折込を行った。25名が参加し、およそ半数を人材交流型へ誘導することができた。</p> <p>【人材交流型】起業塾 全5日 11/23 11/30 12/7 12/14 12/21 各回4H+自由参加の交流会 (令和元年度実績19名参加) ビジネスとしての構造をデザインするため、全体俯瞰と個別深堀を繰り返し徐々にビジネスとしての解像度をあげていくことを目的とした。カリキュラムとしては、マーケティング、税務・経理、融資等についての講義とグループワーク、最終日は各個人のビジネスの発表と講師や参加者からのフィードバックをもつ機会とした。年齢を絞ったためか、完成度の高い発表や活発な意見交換が見られ、アンケートにおいても満足度は高かった。「箕面起業家グループ」というライン公式アカウントを作成した。すぐには起業せず数年後の参加を目指す方がいるため、ラインでの情報提供の継続と関係性の構築に利用し、起業への熱意を維持できるようにしたい。</p> | | |
| | 反省点 | <p>昨年とほぼ同じ講師の方に登壇していただいたが、前回とひねったためかそれぞれ少し難易度が高くなってしまい、特に財務においては創業者が知っておくべきレベルよりも高度な内容になってしまい、満足度が下がってしまった。大阪中小企業診断士会にまかせていたとはいえ、詳細の確認を行っていれば防ぐことができたと考える。満足度向上のためには各講座の内容の確認まで行っておく必要があった。</p> <p>インターネットを用いた集客を今回も行ったが、ネット経由での申込みを得ることができなかった。ランディングページの見直しとサムネイルの効果的な活用など徹底して行っていきたい。シルバー人材センターへのチラシの折り込みを行ったが、プレセミナーには参加いただいたものの創業塾への流入がなかった。年齢層が高くなりすぎる傾向にあるため、次年度以降は慎重に考える必要がある。</p> | | |

| 事業名 | | シニア向け創業支援事業 | 新規/継続 | 継続 |
|---|---|---|-------|----|
| 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>スタートアップ塾の実施 ・アプローチ方法 前回の創業塾で実施したアプローチ方法においてインターネット集客が奏功したため、インターネット集客を活用する。また、フリーペーパーの活用についても効果を感じたため、引き続き利用したいと考えている。さらに前回の創業塾出席者からすでに紹介したい人がいるとの声もいただいており、前回創業塾参加者への情報提供からの口コミによる参加も期待している。</p> <p>【人材育成型】起業無関心者・潜在創業希望者 掘り起しセミナー 全1日 先輩経営者の話を聞いたり、創業塾のプレセミナーを実施。実施時期は6~7月頃。 事業者の廃業が続き、就労口が減少する中で、「あなたが楽しいと思うことで儲けること」は、就労口を増加させる社会貢献であるという内容を訴える。その後、バックアップ体制としてスタートアップ塾があることを告知する。</p> | | |
| | ○ 人材交流型 | <p>【人材交流型】スタートアップ塾 5日 グループワークを交えながら、実際の経営をイメージしてもらう。講師にはシニア層に年が近く、創業・事業承継に経験のある中小企業診断士を予定している。</p> | | |
| | 販路開拓型 | <p>1日目 経験や才能により、参加者が他の人よりもたやすくできることをブレインストーミングで抽出し、強みとして設定する。その強みを生かして、今存在するものより、より優れたものを生み出すことはできないかを検討する。(経営)</p> <p>2日目 1日目に検討した事業についてより正確なビジネスモデルとして固める。誰に何をどのように提供するのかを具体化し、より自らの事業について明確にイメージできるように進める。(販路開拓)</p> | | |
| | ハンズオン型 | <p>3日目 いわゆるドンブリ経営に陥らないための最低限の資金調達・資金繰りについて座学を行う。毎日の帳簿の付け方など。前職が経理職でない場合は、この分野が苦手なことが多いので、経営時の実務がイメージできるように、モデルケースを用いてできるだけ平易に行う。(財務)</p> <p>4日目 事業承継についての座学。事業承継を考える意義と、受け渡すために自らの事業を磨くべきポイントを教授する。座学を踏まえ、自らの事業をどのように成長させていくかを年単位で考えてもらう。(人材育成)</p> | | |
| | 独自提案型 | <p>5日目 ビジネスモデルの発表(1人あたり5分程度)・講評 創業に向けてのその後のフォロー体制等について説明。</p> <p>前回の創業塾では日によって講師が変わるため、講師との合意で毎回交流会を設けることとした。これが受講生に好評であり、受講生同士の交流も深まった。小規模企業白書2017にも見られるように、起業家コミュニティへの参加は高成長型の企業の約6割が所属しているという結果もあり、今後の成長の要因となりうるため、今回の創業塾においても交流を促すきっかけとするため、毎回プチ交流会を設け起業家コミュニティへの加入を促すこととする。起業家コミュニティの発生は、そのコミュニティへの情報提供が今後の相談事業への相乗効果も期待できる。</p> | | |
| 事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠) | <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>(a)府施策連携商13番 商業・サービス産業課新事業創造グループと連携して実施。 (b)広域から参加者を募るために豊中商工会議所と連携して実施。 (c)特定創業支援事業として事業を実施するほか、市内参加者へ向けた広報のため箕面市と連携して実施。 (d)受講終了後、創業実現に向けて個別の経営課題解決についてフォローし、相談事業との相乗効果を図る。</p> | | | |

| 事業名 | | シニア向け創業支援事業 | | | | 新規/継続 | 継続 | | |
|--|--|--|-----------------------|---------|---|--|-----------------------|---------------|-------------|
| 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法⇒ | 【起業スタートアップセミナー】大阪府、箕面市や連携金融機関による広報協力、広域連携、北摂地域の情報誌への広告掲載、本所広報誌、チラシ、インターネット広告、ホームページにより、参加者を募集する。 | | | | | | | |
| | 30 社 | | | | | | | | |
| 支援対象企業の変化 | シニア層、プレシニア層の起業無関心者やまだ準備段階にない起業希望者にセカンドライフの選択肢としての起業を紹介する。将来の生活資金のような個人的な問題から、将来の雇用縮小のような社会的な問題を提起し、起業が各問題を解決する一つの選択肢であることを提示。その後、起業を段階ごとに説明し、手順を明確にする。起業に対するモチベーションを醸成し、起業準備者へとステージ移行させるきっかけとする。 | | | | | | | | |
| 指標 | スタートアップ塾参加者 | | | | 数値目標 | 20社 | | | |
| 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法⇒ | 【起業スタートアップ塾】大阪府、箕面市や連携金融機関による広報協力、広域連携、北摂地域の情報誌への広告掲載、本所広報誌、チラシ、ホームページ、インターネット広告、箕面市主催のイベントでの告知により、参加者を募集する。 | | | | | | | |
| | 25 社 | | | | | | | | |
| 支援対象企業の変化 | 起業に関する基礎知識の習得や、グループワークなどの参加者同士の交流を通じて、起業を実現するための具体的なアクションにつなげていく。参加者個人の得意なことや経験に基づいたビジネスモデルを構築する体験をすることで、参加者は自らに稼ぐ力があり、セカンドライフの選択肢として起業もあるのだと体感する。それにより参加者の起業に取り組む気運を醸成する。また、起業家コミュニティの発生を促すこと、または前年の起業家コミュニティを紹介することにより、参加者同士の高めあいや商工会議所の情報提供先がうまれ、企業の成功確率を高める。 | | | | | | | | |
| 指標 | ビジネスモデル構築者数 | | | | 数値目標 | 20社 | | | |
| 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 | |
| | | ⇒ | 20,200 円 × | 30 | × | 1.00 | = | 606,000 円 | |
| | | | 40,400 円 × | 25 | × | 1.50 | = | 1,515,000 円 | |
| | | | 円 × | | × | | = | | |
| | | | | | | | | (小計) | 2,121,000 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 | | | | | | 2,121,000 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 | | 155,000 円 | 負担金の積算 | | 1,000×30=30,000(セミナー) 5,000×25=125,000(塾) | | | |
| | <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 | |
| | 標準事業費 | | 補助率 | | | (①市町村等+②受益者負担) | | | |
| | 2,121,000 円 × | | 1.00 | | = | 1,966,000 円 | | (155,000 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) | | | | |
| | ○ | 箕面商工会議所 | 1,885,200 円 | | 箕面商工会議所が主管となり、本事業に関する取りまとめ、企画調整を行う。 豊中商工会議所については、2社発掘を目標とし、広報・当該管轄事業所のフォローを行う。 | | | | |
| | | 豊中商工会議所 | 80,800 円 | | | | | | |
| | | | 円 | | | | | | |
| | | | 円 | | | | | | |
| | | 円 | | | | | | | |

| 事業名 | | 北摂地チカラフェスタ | 新規/継続 | 継続 |
|---------------------------|-------------------------------|--|---------------------------------------|----|
| 想定する実施期間 | | H 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) | <p>”北摂”というブランド価値は非常に高いことから、”北摂”ブランドを構築・浸透させるため、北摂地区に属する商工会・商工会議所が連携し、北摂という括りで新たな魅力を創出し、各地から選りすぐりの商品やサービスを選定し、全国に通用するブランドづくりを行う第一歩として情報発信を行うイベント。</p> <p>(株)シティライフNEWと連携し、来場者12万人を誇る人気イベント「ロハスフェスタ」と同日に50事業所規模の特設コーナー「地チカラブース」を設置し、北摂の魅力店舗や地域資源を知ってもらうきっかけとする。また、イベントへの出店に興味はあるが、出店費用の捻出が困難であったり、出店のノウハウがない事業所に”実験的出店”の機会を提供する。</p> | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 北摂地区の各市町において、選りすぐりの商品やサービスを提供する約50事業所 | | |
| | 事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等) | 年々出展要項を厳しくしているにもかかわらず、支援対象事業所数を上回り、事後の出展者アンケートにおいても再出展を希望する回答が非常に多い事から、事業者にとってかなり魅力的な事業となっており、ニーズは増加傾向にある。 | | |
| 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>【令和元年度実績】</p> <p>第9回北摂地チカラフェスタ 3日間(令和元年11月1日(金)、2日(土)、3日(日))開催 参加店舗数57店舗、来場者数約33,070人。</p> <p>出展企業数、来場者数は共に目標は超えており、全日天候にも恵まれた。出展した効果としては、多くの事業者が出展前に感じていた「お客様が当社の商品に興味を持ってもらえるか」や「お客様の期待に応えられるのか」といった不安が、実施後には「商品のPRになった」「店舗の知名度が向上した」「商品知名度が向上した」「イベント出展の際のイメージができた」「従業員への良い経験となった」等への変化があった。</p> <p>また、魅力的な店舗づくりや効果的な店舗への集客を目的とした事前勉強会では、(株)シティライフNEWの職員が過去の事例や写真等を交えて説明を実施した。ショップカードやチラシの配布、POP作成等への取り組みにより、当日の集客や売上だけに留まらず、後日の出展に繋がった。ブースの配置に関しては、毎年シティライフNEWと協議をし、より効果的なブース配置となるよう工夫を行い、従来集客に苦勞していた奥側のブースへの集客にも繋がり、場所による極端な集客の差は発生せず不公平感は大きく解消している。</p> | | |
| | 反省点 | <p>地チカラフェスタの事業自体を「出展経験」「販路開拓」としているため初出展の事業所も多く、「当日どんな商品をどれだけ準備したらいいのかわからない」「事前告知や当日の誘導や看板が少なく不安だった」という声があった。今回は、地チカラフェスタの案内ハガキに加え、ロハスフェスタのMAPIにも地チカラフェスタ出展企業名とブースの掲載依頼をし、実現することが出来た。これにより、当日の来場客への認知・誘導に対する大きな効果があったと考える。しかし、店舗側の事前集客ができるようなツール(案内ハガキ)を配布したが、全事業者が活用出来ていないとまでは言い難い上、事業者自身の情報発信も、まだまだ不足していると考えられる。また、店舗づくりについては、初出展事業者が多いにも関わらず、年々魅力的になってきている。いい意味でロハスフェスタに溶け込んできていることで、「北摂ブランド」の構築・浸透に繋がっていないのではという意見もあった。出展企業が増えることで様々な意見が出てくるため、地チカラフェスタの目的や出展に関するアドバイスを経営指導員や専門家を交えながら実施し、より効果的なイベントとなるようブラッシュアップしていきたい。</p> | | |

| 事業名 | | 北摂地デカラフェスタ | | 新規/継続 | 継続 |
|--|--|---|--|-------|----|
| 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 | イベントタイトル「第10回北摂地デカラフェスタ」 会場 万博記念公園 東の広場 時期 2020年秋頃を予定 開催期間は2~3日間 主催 北摂商工会議所・商工会 | | | |
| | 人材交流型 | 広報 情報誌シティライフ・WEB・ブログ・ツイッター・J:COM・FM 大阪・ポスター・当日配布の小冊子・ロハスフェスタ内での誘導看板 など | | | |
| | ○ 販路開拓型 | 毎年好評の、出店者に向けた当日店舗でのPOPやレイアウトの効果的な魅せ方や、今後の販路開拓や店舗への誘導に繋げるための事前勉強会を実施する。 | | | |
| | ハズオン型 | 北摂の各商工会・商工会議所地区の魅力的な商品やサービスを提供する店舗等を出展させ、そこに来れば”北摂”が味わえるようなイベントにする。 ミニコミ誌「シティライフ」と連携することにより無料パブリシティが可能となる。また、万博記念公園という立地と、来場者12万人の「ロハスフェスタ」と同時開催することにより、圧倒的な集客力が期待できる。 | | | |
| | 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 type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input checked="" 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 (b)北摂地区の全商工会・商工会議所が連携して実施。事務局による企画会議や参加事業所も交えての勉強会、懇親を兼ねた反省会等も実施。 (d)出店後、他の手法を使って販路開拓を実行したいという事業所に対し、事業実施後具体的なアドバイスをし、相談事業との相乗効果を図る。 | | | | |
| 事業の目標 | 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法⇒ | 地デカラフェスタ出展事業所数 目安・・・箕面10、池田5、豊中5、吹田5、茨木10、高槻5、摂津5、豊能2、能勢2、島本1 | | |
| | 支援対象企業数 | 50 社 | | | |
| | 支援対象企業数 | 設定根拠及び募集方法⇒ | 地デカラフェスタ来場者数 店舗への来店による、ブランド認知が可能な人数。アンケート並びに聴き取りによる。 | | |
| | 支援対象企業数 | 12,500 社 | | | |
| | 支援対象企業の変化 | 効果としては以下が考えられる。 ①来場者への商品販売等による当日売上高 ②来場者が各店舗等へ再来店することによる顧客化 今回は効果測定可能な①を指標とする。 | | | |
| | 指標 | 1店舗当たりの当日売上高(開催期間の合計) | 数値目標 | 10万円 | |
| その他目標値 | 目標値の内容⇒ | 当日店舗での効果的な魅せ方や、今後の販路開拓や店舗への誘導に繋げるための勉強会、他事業者とのコラボレーション促進、イベント情報等交換のための交流会への参加事業所。過去の出展映像により効果的なブースを学んだり、出店者同士が連携し新商品を作るなど、大きな効果があったので引き続き実施する。 | | | |
| その他目標値 | 20 社 | | | | |
| その他目標値 | 目標値の内容⇒ | 来場者目標(令和元年度実績33,070人) * 令和元年度は3日間開催。令和2年度は2~3日間開催予定のため同程度と想定。 | | | |
| その他目標値 | 30,000 人 | | | | |

| 事業名 | | 北摂地デカラフェスタ | | | | | 新規/継続 | 継続 |
|--|-----------------------------------|--------------|--------------------------|----------|---|----------------|--------------------------|-------------|
| 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 × | | 50 × | | 1.00 = | 2,525,000 円 | |
| | | 50,500 円 × | | 12,500 × | | 0.01 = | 6,312,500 円 | |
| | | | | | | | | |
| | (小計) | | | | | | | 8,837,500 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 | | | | | | | 8,837,500 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) | | |
| 8,837,500 円 × | | | 0.75 | = | 6,628,125 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) | | | |
| | ○ | 箕面商工会議所 | 3,428,125 円 | | 幹事商工会議所…箕面商工会議所 本イベントに関する中核団体。とりまとめ、 企画調整等を行う。豊能地区調整役 | | | |
| | | 茨木商工会議所 | 1,000,000 円 | | | | | |
| | | 高槻商工会議所 | 350,000 円 | | 副幹事商工会議所…茨木商工会議所 本イベントに関する中核団体のサポート及 び、企画調整等を行う。三島地区調整役 | | | |
| | | 吹田商工会議所 | 350,000 円 | | | | | |
| | | 豊中商工会議所 | 350,000 円 | | その他商工会・商工会議所…地域のブラン ド資源を発掘すること及びイベントの周知 啓発、参加促進、当日支援、フォローを行 う。 | | | |
| | | 池田商工会議所 | 350,000 円 | | | | | |
| | | 摂津市商工会 | 350,000 円 | | | | | |
| | | 島本町商工会 | 150,000 円 | | | | | |
| | | 豊能町商工会 | 150,000 円 | | | | | |
| | | 能勢町商工会 | 150,000 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)

箕面商工会議所

| 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 | 205 | 25,000 | 5,125,000 | |
| 支援機関等へのつなぎ | 6 | 10,000 | 60,000 | |
| 金融支援(紹介型) | 10 | 30,000 | 300,000 | |
| 金融支援(経営指導型) | 35 | 40,000 | 1,400,000 | |
| マル経融資等の返済条件緩和支援 | 1 | 20,000 | 20,000 | |
| 資金繰り計画作成支援 | 10 | 20,000 | 200,000 | |
| 記帳支援 | 3 | 25,000 | 75,000 | |
| 労務支援 | 6 | 20,000 | 120,000 | |
| 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 | 50 | 20,000 | 1,000,000 | |
| 販路開拓支援 | 32 | 20,000 | 640,000 | |
| 事業計画作成支援 | 48 | 50,000 | 2,400,000 | |
| 創業支援 | 28 | 20,000 | 560,000 | |
| 事業継続計画(BCP)等作成支援 | 10 | 20,000 | 200,000 | |
| コスト削減計画作成支援 | 1 | 20,000 | 20,000 | |
| 財務分析支援 | 5 | 10,000 | 50,000 | |
| 5S支援 | 0 | 10,000 | 0 | |
| IT化支援 | 10 | 20,000 | 200,000 | |
| 債権保全計画作成支援 | 0 | 10,000 | 0 | |
| 事業承継支援 | 3 | 20,000 | 60,000 | |
| 災害時対応支援 | 0 | 5,000 | 0 | |
| フォローアップ支援 | 50 | 5,000 | 250,000 | |
| 結果報告 | 205 | 10,000 | 2,050,000 | |
| 小 計 | — | | 14,770,000 | 14,770,000 |
| II 専門相談支援事業 | | | | |
| 事 業 名 | 算 定 基 準 | | 補助金額 | |
| | 支援日数 | 計 | | |
| 法律相談 | 6 | 144,000 | | |
| 金融相談 | 10 | 240,000 | | |
| 税務相談 | 10 | 240,000 | | |
| 経営相談 | 55 | 1,320,000 | | |
| 小 計 | 81 | 1,944,000 | 1,944,000 | |
| ※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 | | 11,433,435 | |
| 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 | | 479,750 | |
| V 合計 | | | | |
| 合 計 | | | 補助金額 | |
| | | | 28,627,185 | |