

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		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： konishi@mk-cci.jp			
①設立年月日		昭和45年 4月	
②職員数 (うち経営指導員数)		20名(14名) ※令和2年1月6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11,589 (平成28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8,258 (平成28年 経済センサス)	
⑥会員数(組織率)		2,795件(組織率24.12%) (令和2年1月6日現在)	
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと			
□主な事業概要（定款記載事項等）			
<ul style="list-style-type: none"> (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おこなうこと (4) 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行をおこなうこと (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 (6) 輸出品の原産地証明を行なうこと (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) 商工業に関する講習会又は講演会を実施すること (9) 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行なうこと (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なうこと (11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行なうこと (12) 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行なうこと (13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行なうこと (14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行なうこと (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なうこと (17) 行政庁から委託を受けた事務を行なうこと (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 (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 			

(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、オープンした大規模商業施設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30年度、守口市及び門真市の統計書によると事業所数(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)、4,541事業所(平成26年)、4,233事業所(平成28年)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に、商業者を主体として地域・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30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)、1,824事業所(平成26年)、1,670事業所(平成28年)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。

(2) 所管地域の活性化の方向性

商業については地域の逸品を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事業者の発信力強化に努める。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た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するため、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、人材育成等)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。これらの事業者は激動する世界情勢を要因とする為替変動による原油価格・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、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500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。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。また商業、工業の共通の目標として、人材の定着及び育成を図る。

【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2020
- ④リサイクル技術委員会 ⑤北大阪高等職業技術専門校活用事業
- ⑥ものづくり優良企業賞応募企業発掘・支援事業
- 全般:①創業塾 ②CSR普及啓発事業 ③SB/CB創出支援事業 ④人材定着育成研修
- 税務、法務、労務、経営に関する専門家による支援

(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)

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同時に、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人材定着・育成問題を、解決するため人材定着育成研修を実施することで、地域経済の発展に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	35	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)等作成支援	22	事業所
コスト削減計画作成支援	10	事業所	財務分析支援	15	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	フォローアップ支援	90	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				
令和2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、支援事業所は令和元年度実績と同様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人材定着・育成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	19	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	9	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対する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。					

4-1. 地域活性化事業一覧

守口門真商工会議所

府施策 連携	事業名	概要	金額(円)
(1)単独事業			8,471,975
	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	2,095,750
	小規模事業所来店者促進事業	各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	1,758,000
○	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	2,032,625
	人材定着育成研修	従業員の育成、定着を目的とした研修と交流会を実施	1,575,600
(2)広域事業			7,795,390
	ビジネスチャンス発掘フェア2020	幹事 八尾商工会議所の事業計画参照	3,934,273
	大阪勧業展	幹事 大阪商工会議所の事業計画書参照	378,750
○	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	2,428,848
	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	487,641
	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
○	ものづくり優良企業賞 応募企業発掘・支援事業	幹事 高槻商工会議所の事業計画書参照	454,778

うち府施策連携事業

6,674,251

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、個店の魅力強化を図る。地域の課題としては、①消費者ニーズの変化、②少子高齢化による消費の低下、③大型店の出店(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。本事業を通じて、変化に対応し、大型店等との差別化を図り、特色ある個店を目指すと共に、広くPRを行う。また、キャッシュレス決済を活用することで、日常業務につなげていただく。		
	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」、「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多いが、小規模事業者にとって広くPRする機会・手段・資金が限られている。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	<p>出店募集において、地域商品を集めたネット通販サイトを運営する出店者から参加申し込みを募ったところ10社程度の申し込みがあった。ネット販売だけでなくこのようなイベントに出店することで、来場者に自店および商品をPRすることができ、販路拡大の機会を創出することができたほか、お客様の反応を直に見ることができ今後の商品開発に役立ったとの声をいただいた。また、当日、キャッシュレス決済をおこなっていた店舗も6事業所程度見られ、導入店舗での利用者は昨年比で増えたとのことで、キャッシュレス決済の浸透が本事業でも見ることができた。</p> <p>実施予定日：令和2年1月26日(日) 支援企業数：45社 来場者数：2,700人 ※出店者同士をつなげることで、事業者間の取引も活発におこなえるようにした。 ※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。</p>		
	反省点	イベントとしては、種々の広告により地域に浸透してきている。今回、直前まで雨予報であり、出店者側で仕入れや商品量を抑えていたこともあり、完売した店舗も多くあった。来場者が午前が多く見られることから、滞在時間の確保や午後からの集客に関する内容の検討が必要である。		
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	<p>【事業スケジュール(予定)】</p> <p>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</p>		
	ハズカ型			
	独自提案型	<p>イベント当日に、出店者同士の積極的な交流を図る。</p> <p>※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。 ※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た上で選定。 ※キャッシュレス決済の活用を推進する。</p>		
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出店数目標を設定。自慢の商品やサービス、PRしたい管内商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。					
	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%			
その他目標値	目標値の内容⇒	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85名の来客を見込む。また、より魅力的な商品サービスがある店舗の出店や集客コンテンツの見直し・改善を図ることで、集客に繋げる。					
	3,800 名						
算定基準	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 ×	3,800 ×	0.01 =	1,919,000 円		
		円 ×	×	=	円		
					(小計)	4,191,500 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		4,191,500 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要)						
	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)		
4,191,500 円 ×		0.50 =		2,095,750 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活性化を図るため、自社の商品やサービスなどを「逸品」としてPRする。守口門真地域では近年、ホテルや企業ミュージアム（パナソニックミュージアム等）が建設され、東京オリンピックや大阪万博に向けた開発が進行しており、両市への訪問者数の増加が予想される。地域はもちろんのこと、一時的に来訪された方々へも商品やサービスを広くPRし、来店者数の増加及び再来店につなげられるよう支援を行う。またインバウンド需要の増加も見据えた支援も併せて行っていく。		
	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、前向きな事業所かつ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、満足していただける商品やサービスを提供していきこうと、各事業所が販売促進・キャッシュレス決済・インバウンド等への意識改革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、参加店、両市のほか、地元の協力いただける金融機関、郵便局、大学、ホテル、百貨店等にポスターを掲示、冊子を設置し、より広くPRを行うとともに、フェイスブックやInstagramによるPRも行った。</p> <p>記載方法は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、カードやキャッシュレス決済、プレミアム商品券の取扱店の表記を行ったことで、PRはもちろんのこと他の施策と連動した内容とした。</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と応募できる「お買い物しようキャンペーン」を昨年に引き続き実施。250を超える応募があり、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>2019年度実績：76社（発行月：11月）</p> <p>さらに、商工会議所独自事業として、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。12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。また、キャンペーン当選者へも参加事業所で使える商品券を配布しており、名店パスポート掲載店への循環を促している。</p>		
	反省点	<p>掲載事業所と消費者をつなぐ取り組みである「お買い物しようキャンペーン」の実施に際し、30年度にできなかった広報（新聞折込・Instagram）を行うことで認知度を高めることができた。ただし予算の都合上、配布数が限られ、参加事業所へもお渡しできなかったため、販促物としてぜひほしいとの声を頂戴した。</p> <p>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とともに、インバウンド対応についての支援も随時行っていく必要がある。</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	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Instagram等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"> 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。 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。 		
	ハズオン型	<ul style="list-style-type: none"> イベント等を開催し、来店につなげる。 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。 		
	独自提案型	<ul style="list-style-type: none"> インバウンド対応について検討し、必要に応じてその支援も行う。（TASTE OSAKAの活用等） 		
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			
		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する。カルテ化は参加事業所のうち、10%を目標とする。		

事業名		小規模事業所来店促進事業				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⇒ 80	会議所ニュースを基本とし募集を行う。会議所ニュース、当所ホームページやSNS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。							
	支援対象企業の変化	自社の「逸品」PRと各種イベント、SNSの活用により、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。								
	指標	来店客数が増加した企業数			数値目標	64				
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		
		⇒	50,500 円 ×	80 ×	0.50 =	2,020,000 円				
			円 ×	×	=	円				
			円 ×	×	=	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%)									
	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		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、「創業したいが自分に何ができるかわからない」「やりたいことはあるが、それを実現するための方法が分からない」など、創業に対する意欲は高いものの、具体的な実現可能性を描けていない創業希望者に対し創業機運を醸成するような支援を行い、創業を実現させることにより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、「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>【令和元年度 実施状況】</p> <p>①女性のための創業カフェ 開催日時：令和元年7月28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 三根 早苗 参加人数：14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た。その結果、参加者のうち5名が引き続き創業塾に参加し、創業意欲の掘り起こしという点において一定の成果を挙げた。</p> <p>②創業塾 開催日時：令和元年8月24日・31日・9月7日・14日・21日・28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：13名 「大阪起業家グローイングアップ事業」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おう場を設け、今後開催される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。 本年度は、創業塾受講生の中から1名が創業済。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>		
	反省点	事業PRとして、従来から行ってきた方法に加え新たにインターネット広告の利用による参加者増を狙ったが、その効果は薄く参加者数に関しても昨年度に比べ大幅に減少した。次年度以降はインターネット広告だけでなく従来から行っている新聞折込等についても見直しを行い、より効果的なPR方法を探る。 また、創業塾を修了した後の受講生に対してのフォローが手薄であった。セミナー最終日に行った地域金融機関との金融相談会は受講者とのニーズとも見事にマッチし、参加者のほとんどが熱心に相談を受けていたことから、創業者が抱えている不安を取り除くことができるような取り組みを行っていく。		

事業名		創業塾	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・どのようにするかを明確に)	人材育成型	【創業塾】 ○実施時期：令和2年8月～10月までの期間で5日間（予定） ○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。 ○スケジュール（予定）： <1日目>経営 <2日目>経営・販路開拓 <3日目>販路開拓 <4日目>財務・人材育成 <5日目>ビジネスプラン発表・金融機関相談会 等 ○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。 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。最終日には、地域金融機関の担当者との相談会を開催し、創業希望者の資金調達について個別支援を行っていく。また、資金調達方法の一つとして、クラウドファンディングについての説明と情報提供も行う。 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、法人設立時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。		
	○ 人材交流型			
	販路開拓型			
	ハズカシ型			
	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		
		【府施策連携商13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「大阪起業家グローイングアップ事業」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。		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【創業塾】 行政機関広報誌・当所及び産業支援機関ホームページ・当所公式SNS・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、並びにインキュベーションオフィスやコワーキングスペース等創業希望者が多く集まる場所でのパンフレット配置により募集を行う。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。 また、過去に実施した一般市民を対象にした事業の成功例を参考に、日曜開催とすることで、集客の改善を見込む。		
	30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。			
	指標	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	創業に向けて取組を始めた創業予定者数	数値目標	5件
その他目標値	目標値の内容⇒			

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	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 ×		30 ×		1.50 =		1,818,000 円	
	(小計)							1,818,000 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							1,818,000 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		60,000 円	負担金の積算		2,000円×30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)					
1,818,000 円 ×		1.00 =		1,758,000 円		(60,000 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		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)	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)	普段の巡回活動の中で、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31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(7/24)、選定委員会(10/30)、認定式・交流会(2/6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: 95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・5社認定 ※パンフレット配布【作成: 3,000部】: 府内商工会議所、団体会議・行政・金融機関・巡回等1, 800部、ビジネスチャンス発掘フェア等各種展示会1, 000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。		
	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、令和元年度認定が10月初旬に確定したため、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。 ●ハンズオン支援数について 令和元年度で過去の認定事業者数が100社を超え、守口市及び門真市内の中堅製造業の認定はできたものと考えられる。小規模事業者の申請支援では人材不足の中、作業時間を割いて加工方法等のヒアリングを行うため申請書作成に時間がかかってしまう。また特に家族経営の製造業者はQCDや人材育成計画等が確立しておらず点数が伸びない事業所も多くなってきている。令和元年度は10社支援に大きな時間を要したためハンズオン支援数を10社から7社支援に変更することにより、1社あたりの申請支援をきめ細やかにやっていく。		
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 製造現場や製品・設備を確認し、技術面・QCD等の強みを理解した上で、申請書の磨き上げを行う。		
	人材交流型	④【11月】選定委員会: 守口門真商工会館にて実施		
	○ 販路開拓型	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 ※令和元年度認定事業所の「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。 ※パンフレット配布(掲載企業: H24認定34社<3社廃業1社休眠2社市外移転により減少>、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、R1認定10社)(作成予定4,000部、以下配布予定先: 認定事業所500部、匠認定事業所1,000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、各団体・行政・金融機関・巡回等1,000部)		
	○ ハンズオン型	※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	○ (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		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	【府施策連携商工25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。			

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	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 7	対象事業所数は約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。							
	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%						
その他目標値	目標値の内容⇒	平成24年度34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、令和元年度10社の合計105社がすでに認定。								
	105									
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 ×	7	×	1.00	=	707,000	円	
		50,500	円 ×	105	×	0.50	=	2,651,250	円	
			円 ×		×		=		円	
	(小計)							3,358,250	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							3,358,250	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)				
707,000 円 ×		1.00	=	707,000		円	(円)		
2,651,250 円 ×		0.50	=	1,325,625		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		人材定着育成研修	新規/継続	新規
想定する実施期間		2020 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)	中小企業、小規模事業者を取り巻く経営環境はより一層厳しさを増す中、特に人手不足の問題については対応が急がれる。若者の大手志向もあり、中小企業は人材の確保に苦戦しており、優秀な人材の確保は今後も難しい状況が続くことが容易に想像できる。そこで、人材を会社に定着させ、自社で活躍できるような人材へと成長させることで、会社の基盤強化を図る事業を実施する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	内部人材の育成により、人手不足を解消したい企業 新入社員の定着率を向上させたい企業		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2019年度に民間調査会社が実施した調査では、入社2年目の従業員の7%が転職活動を行っており、入社3年目の従業員の55%が転職を考えているという結果が出ている。転職を考える理由が「育成の体制が整っていない」という回答が約30%を占めている。このような状況下において、中小企業が新入社員を自社に定着させるには相当の努力とコストが必要であるが、これらを自社のみで賄いきれる企業は多くない。従業員の成長は企業成長に欠かせない要素であり、人材を定着させるための従業員教育に対するニーズは高いと考えられる。		
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			
	反省点			
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	従業員の定着、育成を目的に、新人と管理職を区別し、それぞれの対象に応じた研修セミナーを実施。 各コース3回セミナーを行い、それぞれの初日に交流会を開催。 新人ならではの悩みや管理者としての課題を共有し、参加者同士が企業の枠を越えた横の繋がりが持てるようにする。 従業員同士が繋がることで新たな受発注機会の発掘や同期意識の構築に繋げる。		
	○ 人材交流型	①新任研修 ・新入社員～入社後5年目を対象 ・仕事の取り組み方、コミュニケーション能力等、新入社員フォローアップ研修 ・参加者同士の同期意識を構築するため、交流会を実施 日 時:令和2年4～6月頃(計3回) 講 師:未定 場 所:守口門真商工会館(門真市殿島町) 参加企業:30社		
	販路開拓型	②マネジメント研修 ・現場リーダー職、中間管理職や幹部社員を対象。経営者も参加可とする ・部下の管理能力、意思決定力等、リーダーシップの強化を図る ・悩みの共有や横のつながりのため、交流会を開催 日 時:令和2年7～9月頃(計3回) 講 師:未定 場 所:守口門真商工会館(門真市殿島町) 参加企業:30社		
	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 type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		事業実施後、参加企業へのフォローアップにより個別相談を見込む。 必要に応じて人材育成計画の作成支援や労務支援等を行い、カルテ化を目指す。		

事業名		人材定着育成研修				新規/継続	新規		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 60社	商工会議所ニュースやSNS等を通じて広くPRする。 大阪府、守口市、門真市や関係各所のメールマガジンへの掲載依頼を行う。 過去の類似事業の実績に基づいて支援対象企業数を設定した。						
	支援対象企業の変化	①組織の一員としての役割を認識し、社会人としての責任を自覚する。 ②管理者としての立場と責任を自覚し、マネジメント能力の向上、リーダーシップの強化を図る。							
	指標	個人の基礎的能力が向上し、会社で活かせると回答した割合	数値目標	70%					
	指標	自身の役割を理解し、能力の向上が人材の定着に繋がると回答した割合	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 ×		30	×	1.30	=	1,575,600 円	
		40,400 円 ×		30	×	1.30	=	1,575,600 円	
					×		=		
							(小計)	3,151,200 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%)		
						計	3,151,200 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	240,000 円		負担金の積算	@4,000円×30名×2コース				
	(a)府施策連携			(b)広域連携		(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)	
	3,151,200 円 ×	0.50	=	1,575,600 円	(240,000 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				

【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	35	25,000	875,000	
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)等作成支援	22	20,000	440,000	
コスト削減計画作成支援	10	20,000	200,000	
財務分析支援	15	10,000	150,000	
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	
フォローアップ支援	90	5,000	450,000	
結果報告	300	10,000	3,000,000	
小 計	—		26,705,000	
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	
税務支援	10		240,000	
税務(確定申告)	19		456,000	
法務支援	12		288,000	
労務支援	9		216,000	
経営支援	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		補助金額	
	別紙事業調書のとおり		16,267,365	
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		606,000	
V 合計				
合 計				補助金額
				46,698,365