

2. 経費支出概要書（経費内訳）
 (1) 経営相談支援事業

柏原市商工会
 (単位：円)

区 分	変更前			変更後			差額	
	事業所数/回数	算定基準	補助金額	事業所数/回数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
事業所カルテ・サービス提案	250	6,250,000		253	6,325,000		75,000	
支援機関等へのつなぎ	1	10,000		1	10,000		0	
金融支援（紹介型）	10	300,000		10	300,000		0	
金融支援（経営指導型）	45	1,800,000		45	1,800,000		0	
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	100,000		5	100,000		0	
資金繰り計画作成支援	25	500,000		25	500,000		0	
記帳支援	15	375,000		15	375,000		0	
労務支援	80	1,600,000		82	1,640,000		40,000	
人材育成計画作成支援	4	80,000		4	80,000		0	
マーケティング力向上支援	18	360,000		18	360,000		0	
販路開拓支援	40	800,000		40	800,000		0	
事業計画作成支援	4	200,000		4	200,000		0	
創業支援	1	20,000		1	20,000		0	
事業継続計画(BCP)作成支援	21	420,000		21	420,000		0	
コスト削減計画作成支援	40	800,000		40	800,000		0	
財務分析支援	6	60,000		6	60,000		0	
5S支援	35	350,000		36	360,000		10,000	
IT化支援	2	40,000		2	40,000		0	
債権保全計画作成支援	0	0		0	0		0	
事業承継支援	15	300,000		15	300,000		0	
災害時対応支援	0	0		0	0		0	
フォローアップ支援	60	300,000		60	300,000		0	
結果報告	250	2,500,000		253	2,530,000		30,000	
小 計	—	17,165,000	17,165,000	—	17,320,000	17,316,550	155,000	151,550

(2) 専門相談支援事業

事業名	変更前			変更後			差額	
	支援日数	算定基準	補助金額	支援日数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
金融専門相談員	101	2,424,000		101	2,424,000		0	
税務支援	25	600,000		25	600,000		0	
金勇支援	12	288,000		12	288,000		0	
経営支援	6	144,000		6	144,000		0	
労務支援	6	144,000		6	144,000		0	
小 計	—	3,600,000	3,600,000	—	3,600,000	3,600,000	0	0

※支援日数×24,000円。ただし、記帳支援のために税理士を活用する場合、事業所数×26,000円

(3) 地域活性化事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	9,525,671	別紙事業調書【変更後】のとおり	9,374,121		▲ 151,550

(4) 商工会等支援事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計		523,700		523,700		0

(5) 合計

	変更前		変更後		差額	
		補助金額		補助金額		補助金額
申請合計		30,814,371		30,814,371		0

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とともに、参加各店の売上アップにつなげることができる。 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)			
	人材交流型				
	販路開拓型				
	ハズル型	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。 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。				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	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	30 社			
	その他目標値	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
	支援対象企業数	目標値の内容⇒	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。			

事業名		南河内特産品販路開拓事業				新規/継続	継続			
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要)										
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	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								

※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人來場があった。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とともに、参加各店の売上アップにつなげることができる。 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)			
	人材交流型				
	○ 販路開拓型				
	ハブ型	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。 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る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を行うための支援販路開拓などの相談に繋がることが期待される。				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	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。			
	その他目標値	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
	支援対象企業数	目標値の内容→	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→	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。			
		36 社			
		28 社			

事業名		南河内特産品販路開拓事業					新規/継続	継続
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 (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 ×		36 ×		1.20 =	2,181,600 円	
		50,500 円 ×		3,000 ×		0.01 =	1,515,000 円	
		50,500 円 ×		28 ×		0.50 =	707,000 円	
		(小計)						4,403,600 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)		※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 4,403,600 円						
算定基準により算出される額	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	<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)			
	4,403,600 円 ×		0.75 =		3,302,700 円		(0 円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはアリツ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	1,002,700 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					
		松原商工会議所	300,000 円					

【備考】松原商工会議所追加 (コロナパッケージ⑦)

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

柏原市商工会

事業名

南河内特産品販路開拓事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

36

支援企業
数(実績)

28

支援
実績率

77.8%

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

南河内特産品販路開拓事業に松原商工会議所がコロナの為産業フェア in まつばらが中止となったので特産品フェアにはいることになった。

【支援効果】

【今後の改善方策】

【経費内訳】

事業名		商工展示即売会事業（産業フェア）		新規/継続	継続
想定する実施期間		19 年度～ 年度まで		※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	地元事業所の展示会を商工会が行政と連携してこの事業を実施することにより、参加事業者にとって ①一社では呼べない範囲と規模で潜在的顧客を呼びよせる ②製品の試用・体験で、よりインパクトのあるPRが可能 ③新たな一般客や企業との出会いがある ④今後の営業活動に活かすデータ収集ができる ⑤展示即売会を通じ自社の強みや特徴に気づくことができる、などの効果が期待され参加事業所の販路拡大や事業改善に寄与することを目的とする。また、この事業を通じて参加者に展示即売会出展のスキルを身につけてもらい他の展示即売会に参加し、より多くの販路拡大の機会を持てるよう支援する。更に大阪府人材育成課・大阪府技能士会連合会の協力を得て「ものづくり体験教室」を開催し、多くの人にもものづくりへの関心を持ってもらい、次世代の事業者育成のきっかけとなる場を提供する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市を中心とした中小事業所（業種は問わない） 特に個々では顧客開拓力の低い小規模小売業者など、広く一般顧客への販路開拓を支援する。			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	大阪狭山市へ新たに店出・開業した企業、また地域に根ざした企業を目指す事業所にとっては、絶好のPRの機会となっており販売実績も良好で、アンケート調査結果からも開催の要望は強い。			
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	大阪狭山市の農業及び商工業の各業種間の交流を促進するとともに、企業展示即売会を実施することにより、商工業の振興に対する意識の高揚を図り、もって商工業の振興・発展に寄与した。好天に恵まれ、出展企業数31社、パネル展示8社、参加者約10,000人を記録（令和元年度）し、まちの賑わいづくり、参加企業のPR、販路開拓に貢献した。また、ケーブルテレビ、イベント情報誌等各種メディアにも度々取りあげられ、注目度も高いモノであった。			
	反省点	本事業の開催意義の周知徹底を図ることにより、出展企業の増加を目指す。また、本事業参加の開催意義を理解していても、人材確保の問題などから参加の難しい企業に対しパネル展示による参加も勧めていく。毎年の課題でもあるが天候による影響が大きい点についても改善を進める必要がある。			
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 明確に)	人材育成型	大阪狭山市産業フェア 開催日時：令和2年11月21日（土） 開催場所：大阪狭山市野球場・施設駐車場			
	人材交流型	企業展示ブース（1ブース：3m×3m）を設置し、参加事業者による商品PRや即売会、商談会を実施し、新規顧客の獲得や企業PRを目指す。また、より効果の高い展示方法・内容等、事業者からの相談にも応じられるよう専門相談支援事業とも連携し事業展開を図っていくものである。加えて、波及効果、宣伝効果を高めるため、JAによる農業、市・南河内地域行政と連携したイベント等を同時開催し、これまで以上にフェアへの集客を拡大し、取引・販売の促進・強化を図る。			
	○ 販路開拓型				
	ハズ 刈型	5月…大阪狭山市等、関係機関との打合せ会議開始 9月…出展企業募集開始 10月…出展企業説明会・展示ブースに関する相談会（展示方法等） 出展企業向けセミナー「効果的な展示即売会出展について」 11月21日…大阪狭山市産業フェア開催			
	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="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="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 (a)府施策連携：労働関係5。大阪府人材育成課産業人材育成グループ・大阪府技能士連合会と連携して「ものづくり体験教室」を開催する。(b)広域連携：南河内ブロック商工会連絡協議会等と連携し広域での出展を募る。(c)市町村連携：大阪狭山市産業まつり実行委員会として大阪狭山市・JA・大阪狭山市商工会が連携し、事業自体の企画、統括及び実行委員会の事務、会計は商工会が担い、特に産業フェアの企業募集や出展者への説明、事前準備及び当日の運営などその役割は大きい。				
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	出展可能事業所数を想定し設定。 市窓口、市広報、商工会報、商工会HPにより広募すると共に巡回により募集。支援企業の掘り起こしに努める。		
	支援対象企業の 変化	事業所PR、製品・商品のPR、新規販路開拓、来場者・消費者との情報交換の場として、本フェアを利用してもらうことで、売上拡大を目指すとともに業績向上をはかる。また「ものづくり体験教室」の開催によって参加者のものづくり事業への関心を高め、次世代の人材の育成の効果を期待できる。			
	指標	参加店舗の販売拡大・認知度の向上（事業実施後のアンケート調査を実施し、事業が店舗における販売拡大や店舗の認知度・商品PRに貢献したという回答が全回答に占める割合）	数値目標	10段階評価中7以上	
	その他目標値1 (事業費の積算あり)	目標値1の内容⇒	出展40社に対し50名の来客		
その他目標値2 (事業費の積算なし)	目標値2の内容⇒	ものづくり体験教室参加人数（5ブース分）			
	サービス単価	支援企業数	報告書	係数	標準事業費
	@50,500 円 ×	30 社 ×	1.00	=	1,515,000 円 出展

算定基準による算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	@50,500 円 ×	10 社	×	0.50	=	252,500 円	ハネル	
			@50,500 円 ×	2,000 人	×	0.01	=	1,010,000 円	商談	
							(小計)	2,777,500 円		
									円	
							計	2,777,500 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	400,000 円	交付市町村等	大阪狭山市より実行委員会へ 1,500,000円補助金。そのうち、産 業ブースにかかる経費補助分					
		②受益者負担	400,000 円	負担金の積算	出展料及び追加機材代等の合計					
		<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		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
1,767,500 円 ×			1.00	=	967,500 円					
1,010,000 円 ×			1.00	=	1,010,000 円					
			合計		1,977,500 円	(800,000 円) <input type="checkbox"/>				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核 団体または「アリク」で説 明する代表団体に○) (申請団体名及び 配分額に網掛け すること)	代	商工会・会議所名	配分額	役割 (配分の考え方)						
	○	大阪狭山市商工会	1,177,500 円	一団体につき定額100,000円						
		藤井寺市商工会	100,000 円							
		柏原市商工会	100,000 円							
		羽曳野市商工会	100,000 円							
		河内長野市商工会	100,000 円							
		富田林商工会	100,000 円							
		忠岡町商工会	100,000 円							
		熊取町商工会	100,000 円							
		松原商工会議所	100,000 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		商工展示即売会事業（産業フェア）		新規/継続	継続			
想定する実施期間		19 年度～ 年度まで		※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること				
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	地元事業所の展示会を商工会が行政と連携してこの事業を実施することにより、参加事業者にとって ①一社では呼べない範囲と規模で潜在的顧客を呼びよせる ②製品の試用・体験で、よりインパクトのあるPRが可能 ③新たな一般客や企業との出会いがある ④今後の営業活動に活かすデータ収集ができる ⑤展示即売会を通じ自社の強みや特徴に気づくことができる、などの効果が期待され参加事業所の販路拡大や事業改善に寄与することを目的とする。また、この事業を通じて参加者に展示即売会出展のスキルを身につけてもらい他の展示即売会に参加し、より多くの販路拡大の機会を持てるよう支援する。更に大阪府人材育成課・大阪府技能士会連合会の協力を得て「ものづくり体験教室」を開催し、多くの人にもものづくりへの関心を持ってもらい、次世代の事業者育成のきっかけとなる場を提供する。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市を中心とした中小事業所（業種は問わない） 特に個々では顧客開拓力の低い小規模小売業者など、広く一般顧客への販路開拓を支援する。						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	大阪狭山市へ新たに新店・開業した企業、また地域に根ざした企業を目指す事業所にとっては、絶好のPRの機会となっており販売実績も良好で、アンケート調査結果からも開催の要望は強い。						
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	大阪狭山市の農業及び商工業の各業種間の交流を促進するとともに、企業展示即売会を実施することにより、商工業の振興に対する意識の高揚を図り、もって商工業の振興・発展に寄与した。好天に恵まれ、出展企業数31社、パネル展示8社、参加者約10,000人を記録（令和元年度）し、まちの賑わいづくり、参加企業のPR、販路開拓に貢献した。また、ケーブルテレビ、イベント情報誌等各種メディアにも度々取りあげられ、注目度も高いモノであった。						
	反省点	本事業の開催意義の周知徹底を図ることにより、出展企業の増加を目指す。また、本事業参加の開催意義を理解していても、人材確保の問題などから参加の難しい企業に対しパネル展示による参加も勧めていく。毎年の課題でもあるが天候による影響が大きい点についても改善を進める必要がある。						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	大阪狭山市産業フェア 開催日時：令和2年11月21日（土） 開催場所：大阪狭山市野球場・施設駐車場						
	人材交流型	企業展示ブース（1ブース：3m×3m）を設置し、参加事業者による商品PRや即売会、商談会を実施し、新規顧客の獲得や企業PRを目指す。また、より効果の高い展示方法・内容等、事業者からの相談にも応じられるよう専門相談支援事業とも連携し事業展開を図っていくものである。加えて、波及効果、宣伝効果を高めるため、JAによる農業、市・南河内地域行政と連携したイベント等を同時開催し、これまで以上にフェアへの集客を拡大し、取引・販売の促進・強化を図る。						
	○ 販路開拓型	5月…大阪狭山市等、関係機関との打合せ会議開始 9月…出展企業募集開始 10月…出展企業説明会・展示ブースに関する相談会（展示方法等） 出展企業向けセミナー「効果的な展示即売会出展について」 11月21日…大阪狭山市産業フェア開催						
	ハズ 刈型							
	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="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="checkbox"/> (d) 相談事業相乗効果 (a) 府施策連携：労働関係5。大阪府人材育成課産業人材育成グループ・大阪府技能士連合会と連携して「ものづくり体験教室」を開催する。(b) 広域連携：南河内ブロック商工会連絡協議会等と連携し広域での出展を募る。(c) 市町村連携：大阪狭山市産業まつり実行委員会として大阪狭山市・JA・大阪狭山市商工会が連携し、事業自体の企画、統括及び実行委員会の事務、会計は商工会が担い、特に産業フェアの企業募集や出展者への説明、事前準備及び当日の運営などその役割は大きい。							
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	出展可能事業所数を想定し設定。出店30社とパネル10社の合計。市窓口、市広報、商工会報、商工会HPにより広募すると共に巡回により募集。支援企業の掘り起こしに努める。					
	支援対象企業の変化	事業所PR、製品・商品のPR、新規販路開拓、来場者・消費者との情報交換の場として、本フェアを利用してもらうことで、売上拡大を目指すとともに業績向上をはかる。また「ものづくり体験教室」の開催によって参加者のものづくり事業への関心を高め、次世代の人材の育成の効果を期待できる。						
	指標	参加店舗の販売拡大・認知度の向上（事業実施後のアンケート調査を実施し、事業が店舗における販売拡大や店舗の認知度・商品PRに貢献したという回答が全回答に占める割合）	数値目標	10段階評価中7以上				
	その他目標値1 (事業費の積算あり)	目標値1の内容⇒	出展40社に対し50名の来客					
その他目標値2 (事業費の積算なし)	目標値2の内容⇒	ものづくり体験教室参加人数（5ブース分）						
管定基準	サービス単価		支援企業数	報告書	係数		標準事業費	
	⇒	@50,500 円 ×	0 社	×	1.00	=	0 円	出店
	@50,500 円 ×	0 社	×	0.50	=	0 円	パネル	

算定基準により算出される額	①市町村等補助 ○ 円		交付市町村等	大阪狭山市より実行委員会へ 1,500,000円補助金。そのうち、産 業ブースにかかる経費補助分				
	②受益者負担 ○ 円		負担金の積算	出展料及び追加機材代等の合計				
	○	(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	補助金額		(①市町村等+②受益者負担)		
	○ 円 ×		0.75	=	○ 円			
	○ 円 ×		1.00	=	○ 円			
			合計		○ 円		(円)	
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核 団体または「アリツ」で説 明する代表団体に○) (申請団体名及び 配分額に網掛け すること)	代	商工会・会議所名	配分額	役割 (配分の考え方)			
		○	大阪狭山市商工会	○ 円				
			藤井寺市商工会	○ 円				
		柏原市商工会	○ 円					
		羽曳野市商工会	○ 円					
		河内長野市商工会	○ 円					
		富田林商工会	○ 円					
		忠岡町商工会	○ 円					
		熊取町商工会	○ 円					
	松原商工会議所	○ 円						

【備考】 新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点より、令和2年度の本事業の実施を中止いたします。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書【変更前】

松原商工会議所

事業名		物産展inまつばら2020		新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 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)	松原商工会議所と南河内地域の6商工会と連携を図り、南河内地域の産業を広く周知することが地域活性化の第一歩と考える。参加事業所に商品・製品・技術のPRの場を提供し、ビジネスチャンスの獲得や販路拡大など、南河内地域の新たな顧客を生み出すことを目的とする。 また、昨年は物産展inまつばら2019として、第10回「まつばらマルシェ（来場者数50,473人）と同時開催を行い、13,278人の来場者があった。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原商工会議所、南河内地域の商工会の事業所（約23,000事業所）			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	昨年度のアンケート結果より、新規顧客の獲得や商品PRに繋がったなど、開催を望む声が多い。また、直接消費者の声が聴くことができるために、商品開発等の一助となっている。			
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：物産展 参加事業所数（36事業所）、来場者数（9,501人）、開催場所（松原市民体育館） 平成31年：物産展 参加事業所数（37事業所）、来場者数（13,278人）、開催場所（松原市民体育館）			
	反省点	昨年度より、特にBtoCの事業所の顧客に対して、顧客ニーズの調査と商品・サービス開発に繋がるように個別のアンケート（1事業所50部）を作成し、開催当日の来客者に対して配布した。多くの事業所はアンケートの配布に積極的であったが、アンケートを配り切れなかった事業所も見受けられたため、次年度はチラシに工夫をし積極的な配布を促す。			
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	【開催時期】 2019年11月上旬（土・日） 2日間開催予定 【開催場所】 松原市民体育館			
	人材交流型	松原商工会議所と南河内の6商工会（柏原、河内長野、藤井寺、富田林、羽曳野、大阪狭山）と連携をとり、事業所の特色ある商品・製品・技術等のPRの場として活用してもらう。			
	○ 販路開拓型	BtoCの事業所は、一般消費者に対して物販を通じて、商品のPR及び情報収集を図る。一方、BtoB及び物販を行わない事業所は、技術等のPRを行うことで、企業PRの場として活用してもらえるようにする。			
	ハズ 刈型	短期的なPRの場にならないように、来客者に対して出展事業所の個別アンケート（600名を予定）を配布する。アンケートに特典を付けることで、回収を促す。 また、アンケートが出展事業所の商品・サービスの改良に繋がるように、回収したアンケート結果を分析し、各出展事業所へ提供する。			
	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 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 type="checkbox"/> (d) 相談事業相乗効果 松原商工会議所が、事業の周知・企業募集・会場設営を行い、南河内6商工会には地元企業の出展者募集を積極的に実施していただく。				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	6商工会との広域連携として事業実施を計画しており、支援企業数の参考値として、物産展の支援数が見込まれる。募集方法については、当所ホームページ、各広報誌により周知を図る。		
	支援対象企業の変化	40 社	商・サービス業においては、一般消費者の生の声が聞くことができるために、商品やサービスのニーズが得られ、今後の販促活動に活かすことができる。 建設・工業においては、来場者のものづくりへの関心を高め、次世代の人材の育成の効果を期待できる。		
	その他目標値	指標	出展後、顧客から事業所への問い合わせ数	数値目標	35件
	その他目標値	目標値の内容⇒	13,500 人 (来場者実績) 平成30年：9,501人 平成31年：13,278人 (来場者目標) 13,500人		
		サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費
		50,500 円 ×	40 ×	1.00 =	2,020,000 円

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)	⇒				50,500	円 ×	4,000	×	0.01	=	2,020,000	円
						円 ×		×		=	0	円	
											(小計)	4,040,000	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	4,040,000	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	800,000	円	負担金の積算	20,000円×40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)							
4,040,000		円 ×	0.75	=	3,030,000	円	(800,000	円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核 団体または「アリソ」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)								
	○	松原商工会議所	2,430,000 円		出展企業按分								
		柏原市商工会	100,000 円		松原商工会議所 23社								
		河内長野市商工会	100,000 円		柏原市商工会 2社								
		藤井寺市商工会	100,000 円		河内長野市商工会 2社								
		富田林商工会	100,000 円		藤井寺市商工会 2社								
		羽曳野市商工会	100,000 円		富田林商工会 2社								
		大阪狭山市商工会	100,000 円		羽曳野市商工会 2社								
	大阪狭山市商工会	100,000 円		大阪狭山市商工会 2社									

【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		物産展inまつばら2020		新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 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)	松原商工会議所と南河内地域の6商工会と連携を図り、南河内地域の産業を広く周知することが地域活性化の第一歩と考える。参加事業所に商品・製品・技術のPRの場を提供し、ビジネスチャンスの獲得や販路拡大など、南河内地域の新たな顧客を生み出すことを目的とする。 また、昨年は物産展inまつばら2019として、第10回「まつばらマルシェ（来場者数50,473人）と同時開催を行い、13,278人の来場者があった。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原商工会議所、南河内地域の商工会の事業所（約23,000事業所）			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	昨年度のアンケート結果より、新規顧客の獲得や商品PRに繋がったなど、開催を望む声が多い。また、直接消費者の声が聴くことができるために、商品開発等の一助となっている。			
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：物産展 参加事業所数（36事業所）、来場者数（9,501人）、開催場所（松原市民体育館） 令和元年：物産展 参加事業所数（39事業所）、来場者数（13,278人）、開催場所（松原市民体育館）			
	反省点	昨年度より、特にBtoCの事業所の顧客に対して、顧客ニーズの調査と商品・サービス開発に繋がるように個別のアンケート（1事業所50部）を作成し、開催当日の来客者に対して配布した。多くの事業所はアンケートの配布に積極的であったが、アンケートを配り切れなかった事業所も見受けられたため、次年度はチラシに工夫をし積極的な配布を促す。			
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	【開催時期】 令和2年11月上旬（土・日） 2日間開催予定 【開催場所】 松原市民体育館 松原商工会議所と南河内の6商工会（柏原、河内長野、藤井寺、富田林、羽曳野、大阪狭山）と連携をとり、事業所の特色ある商品・製品・技術等のPRの場として活用してもらう。			
	人材交流型				
	販路開拓型	BtoCの事業所は、一般消費者に対して物販を通じて、商品のPR及び情報収集を図る。一方、BtoB及び物販を行わない事業所は、技術等のPRを行うことで、企業PRの場として活用してもらえるようにする。 短期的なPRの場にならないように、来客者に対して出展事業所の個別アンケート（600名を予定）を配布する。アンケートに特典を付けることで、回収を促す。 また、アンケートが出展事業所の商品・サービスの改良に繋がるように、回収したアンケート結果を分析し、各出展事業所へ提供する。			
	ハンズオン型				
	独自提案型	※新型コロナウイルスの感染防止の観点より、大規模な集客を伴う本事業は中止とする。			
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 type="checkbox"/> (d) 相談事業相乗効果 松原商工会議所が、事業の周知・企業募集・会場設営を行い、南河内6商工会には地元企業の出展者募集を積極的に実施していただく。				
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	6商工会との広域連携として事業実施を計画しており、支援企業数の参考値として、物産展の支援数が見込まれる。募集方法については、当所ホームページ、各広報誌により周知を図る。			
	40 社				

事業の目標	支援対象企業の変化	商・サービス業においては、一般消費者の生の声が聞くことができるために、商品やサービスのニーズが得られ、今後の販促活動に活かすことができる。 建設・工業においては、来場者のものづくりへの関心を高め、次世代の人材の育成の効果を期待できる。						
		指標	販路開拓に繋がった事業所の割合			数値目標	75%	
その他目標値	目標値の内容⇒	(来場者実績) 平成30年：9,501人 令和元年：13,278人						
	4,000 人	(来場者目標) 13,500人						
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 ×		40	×	1.00	=	2,020,000 円
		50,500 円 ×		4,000	×	0.01	=	2,020,000 円
					×		=	0 円
		(小計) 4,040,000 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 4,040,000 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)								
算定基準により算出される額	①市町村等補助			円	交付市町村等			
	②受益者負担	800,000 円		負担金の積算		20,000円×40社		
	0	(a)府施策連携	0	(b)広域連携	0	(c)市町村連携	0	(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)		
	4,040,000 円 ×		0.75 =			3,030,000 円		(800,000 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)			
	○	松原商工会議所	2,430,000 円		出展企業按分			
		柏原市商工会	100,000 円		松原商工会議所 28社			
		河内長野市商工会	100,000 円		柏原市商工会 2社			
		藤井寺市商工会	100,000 円		河内長野市商工会 2社			
		富田林商工会	100,000 円		藤井寺市商工会 2社			
		羽曳野市商工会	100,000 円		富田林商工会 2社			
		大阪狭山市商工会	100,000 円		羽曳野市商工会 2社 大阪狭山市商工会 2社			

【備考】※新型コロナウイルスの感染防止の観点より、大規模な集客を伴う本事業は中止とする。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

松原商工会議所

事業名 物産展inまつばら2020

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

40

支援企業
数(実績)

0

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

11月上旬の開催に向けて検討をしましたが、約10,000名を集客する本事業の開催は、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、本事業を未実施としました。令和2年7月下旬に、参加予定企業及び関係機関への中止を連絡しました。

【支援効果】

未実施のため効果なし

【今後の改善方策】

次年度以降、このような影響がなければ、継続して実施していきたいです。

【変更の経過と理由】