令和2年度(2020年度) 商工会等事業変更概要書(2回目以降)

守口門真商工会議所

1. 事業	変更一覧			<u>単位:円)</u>
変更区分	事業区分	事業名	変更の理由	補助金額
変更	地域活性化事業	商業活性化促進事業	新型コロナウイルス感染症対策のため実 施方法の変更	0
変更	地域活性化事業	小規模事業者来店促進事業	新型コロナウイルス感染症対策のため実 施方法の変更	0

2. 経費支出概要書(経費内訳)

守口門真商工会議所 (1)経営相談支援事業 (単位:円)

(1)経宮相談文援事業		変更前			変更後		差	<u>(単位:円)</u> 額
区 分	717CII 1 11073 II 0X			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	390	9,750,000		390	9,750,000		0	
支援機関等へのつなぎ	20	200,000		20	200,000		0	
金融支援(紹介型)	30	900,000		30	900,000		0	
金融支援(経営指導型)	60	2,400,000		60	2,400,000		O	
マル経融資等の返済条件緩和支援	0	0		O	0		0	
資金繰り計画作成支援	10	200,000		10	200,000		0	
記帳支援	35	875,000		35	875,000		О	
労務支援	20	400,000		20	400,000		0	
人材育成計画作成支援	2	40,000		2	40,000		0	
マーケティングカ向上支援	20	400,000		20	400,000		0	
販路開拓支援	70	1,400,000		70	1,400,000		0	
事業計画作成支援	90	4,500,000		90	4,500,000		0	
創業支援	30	600,000		30	600,000		0	
事業継続計画(BCP)作成支援	22	440,000		22	440,000		O	
コスト削減計画作成支援	10	200,000		10	200,000		O	
財務分析支援	15	150,000		15	150,000		O	
5S支援	0	0		O	0		O	
I T化支援	30	600,000		30	600,000		O	
債権保全計画作成支援	0	0		O	Ο		O	
事業承継支援	10	200,000		10	200,000		0	
災害時対応支援	0	0		O	0		0	
フォローアップ支援	90	450,000		90	450,000		0	
結果報告 —————	300	3,000,000		300	3,000,000		0	1
小 計	_	26,705,000	26,705,000		26,705,000	26,705,000	0	0

(2) 専門相談支援事業

事業名		変更前			変更後	差額		
学 未 つ	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
税務支援	10	240,000		10	240,000		0	
税務(確定申告)	19	456,000		19	456,000		0	
法務支援	12	288,000		12	288,000		0	
労務支援	9	216,000		9	216,000		0	
経営支援	80	1,920,000		80	1,920,000		0	
小計	_	3,120,000	3,120,000	_	3,120,000	3,120,000	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	
	小言十	別紙事業調書のとおり	16,267,365	別紙事業調書【変更後】のとおり	16,267,365		0	

(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		606,000		606,000		0

(5) 合計

(9) 011				
	変更前	変更後	差	額
	補助金額	補助金額		補助金額
申請合計	46,698,365	46,698,365		0

4-2. 地域活性化事業 事業調書【変更前】

		事業		商業活性化促進事業 新規/継続	継続
π	』、「」、「」	9 ර	実施期間	22 年度~ 年度まで 「世域数中段階間美間事業は生物にしてまた、別紙にて計画を提出すること」 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。地域に	_
事業	(現	状や	美の目的 課題をどのよ にしたいか)	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(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、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、日常業がでいただく。 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、	の出店 る。本事 指すと共 務につな
の 概 要			する対象 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妥労を持つ、前向さな事業所、 慢の商品を持つ事業所を対象とする。	XU, E
	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」、「自店をもっと知ったいが、どのようにPRしたら良いかが分からない。」との商業者からの声が、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。 委員会を中心として意見交換を行い、事業を進めていく。	は多い
取:※継	1まで 組状 続事績 のみ!	況 業の	実施内 容•実績 数値	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に比べ増ことで、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。 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※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。	くでできまたい。
		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、完売した店あった。来場者が午前に多く見られることから、滞在時間の確保や午後から関する内容の検討が必要である。	舗も多く
			人材育成 型	■	
	_		^空 人材交流 型	さまがする安気なと中と回径及所能の、思れる内ながら具体来と次足のでいる。 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 い店舗への来場促進につなげる。	
具体な事		0	販路開拓 型	【事業スケジュール(予定)】 8月~10月:イベント内容決定	
内容	፟ •		ハソス゛オソ型	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	
(該にいどでをのごった)	当つ・こ・よっるがある		独自提案型	イベント当日に、出店者同士の積極的な交流を図る。 ※集客として、①プレスリリースできるコンテンツを活用する。②地域団体ニティを活用し、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。	
明確	ξ (Ξ)	(該 C	事業手法 (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。本番の前後で活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	報や公的 濃密な個

	支援対象企業数		設定根拠及び 募集方法⇒ 45 社	均等にす	生化促進事業 するよう出店 内商業者に対	数目標を	設定。	自慢の	の商	品やサー		
事業の	支援対象企業の 変化	たな求交	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%									
目標		指	標消費者ニース							値目標	80	
	その他目標値	□	標値の内容⇒	アップを	への顧客数を: を図り常連客 0約85名の来	となって	もらう					
		Θ	3,800 名	また、。	より魅力的な 直し・改善を	商品サー	ビスが				集客コ)	ンテン
			サービス単価		支援企業数		係	数		標準事	業費	
			50,500	円×	45	×		00	=		2,500	円
	算定基準	\Rightarrow	50,500	円×	3,800	×	0.0	01	=	1,91	9,000	円
	(行が足りない場合 は、⇒の行に挿入)			円 ×		X		(=	4.40	0	円 -
		% 立⋤+	現の広域連携事	**の担合	计广试连维尺字	生弗なもの名		(小計 の 5.9		4,19	1,500	円円
		公 利17	兄の囚以连拐争	未り场口	10四以建污灰)	生見 乙川学	マー・ロット マー・アー・アー・アー・アー・アー・アー・アー・アー・アー・アー・アー・アー・アー))	o) 計	4,19	1,500	D 円
算定基	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)											
定基準により		1 1	5町村等補助		円]]村等					
り算出さ	算 出 額	23	受益者負担		円	負担金 <i>0</i>	D積算					
される額			(a) 府施策連排	隽	(b) 広域連携	O (c) †	5町村連	携		(d)相談	事業相乗	効果
る額		†	票準事業費		補助率				(1	市町村等-	H②受益者	負担)
			4,191,500	円 ×	0.50 =	2,09	5,750	円	(0	円)
		代	商工会•会	議所名	配分割	頁		役害] ([配分の考え	え方)	
	補助金の団体配分					円						
	(「代」欄には、中核 団体またはヒアリングで説					<u>円</u>						
	明する代表団体に〇)					円 円						
						円						
						וי						

==	_	1	
Β₹	_	1	
HH 7	╸.	4	
	旨る	睛考	睛考】

		事第	美名	商業活性	化促進事業		新規/継続	継続
7	想定	する	実施期間	22 年度~	年度まで	←複数年段階的実施 また、別紙にて記		
事	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 ①消費者ニーズの変化、②少子高 態)、④経営者の高齢化及び後終 大型店等との差別化を図り、特色 シュレス決済を活用することで、	高齢化による消費の 継者不足などが挙げるある個店を目指す 日常業務につなけ	5の魅力強化を図る 0低下、③大型店の がられる。本事業を でと共に、広くPF でいただく。	る。地域の課題。 D出店(オーバ・ E通じて、変化I Rを行う。また、	としては、 ーストア状 こ対応し、 キャッ
事業の概要			する対象 事業所数等)	地域商業の活性化に向けて積極的 を持つ事業所を対象とする。	的に取り組む姿勢を	持つ、前向きな事	≣業所、及び、1	自慢の商品
	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、 どのようにPRしたら良いかがた とって広くPRする機会・手段・ を行い、事業を進めていく。	分からない。」との	商業者からの声は	は多いが、小規模	莫事業者に
取	ı まて 組状	況	実施内容· 実績数値	出店募集において、地域商品を負募ったところ10社程度の申し込店することで、来場者に自店おとができたほか、お客様の反応をだいた。また、当日、キャッシュ店舗での利用者は昨年に比べ増えことができた。	込みがあった。マッ よび商品をPRする を直に見ることがて ュレス決済をおこな えたとのことで、キ	ト販売だけでなく らことができ、販路 き今後の商品開発 さっていた店舗も6	くこのようなイク 各拡大の機会を終 発に役立ったとの 多事業所程度見	ベントに出 創出するこ の声をいた られ、導入
	迷続事業の 合のみ記入			実施予定日:令和2年1月26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、 イベントとしては、種々の広告に	事業者間の取引も こより地域に浸透し	てきている。今回	回、直前まで雨	
			反省点	り、出店者側で仕入れや商品量を が午前に多く見られることから、 である				
			人材育成型	商工PRイベントを年に1回開催ら具体案を決定していく。消費者も店舗を認知してもらい店舗への密を避けるために各店舗に消費者	者とのコミュニケー の来場促進につなり	-ションをとる一覧 「る。従来の一日覧	かになり新規の-	一般顧客に
			人材交流型	【事業スケジュール(予定)】				
な事	本的 	0	販路開拓型	9月~10月:イベント内容決定 11月~12月:参加店舗の募集 1月~3月:イベント開催・フェー	及び確定ロー	15X837 04		<i>.</i> -
(該)	法 当型 〇)		ハンス・オン型	※集客として、①プレスリリース活用する。 新型コロナウイルス感染症によりのイベントではなく、事業所の容	り「密を避ける」だ 各店舗へ市民が出向	<u>め、従来行ってい</u> な形を取り、密に	<u>)た商工会館を</u> にならないよう	昔 <u>り切って</u> こ配慮す
どこ 何? どの にす のか	で・ようよるかを		独自提案型	る。さまざまな店舗を訪問できる ニュー等を設定、各種媒体により は1~2か月を予定。 また、大阪府「感染防止宣言スラ し、新型コロナウイルスへの不安	<u>) 本事業および参加</u> テッカー」の普及や	<u>I店舗のPRを行う</u> D取得した事業所に	<u>う。スタンプラ</u> こついては、表	ノーの期間
明確	EI-)	(該	事業手法 当する場合は)印と下欄に その根拠)	(a) 府施策連携 (b) が 守口市・門真市については、積極 費者への訴求が必要なため、引き ため、課題を掘り起こしていくる	き続き連携を強める	画を頂いている。 る。本番の前後で濃		的機関で消
+	支	援対	才象企業数	するよう出店	選進事業への参加店 数目標を設定。自 はたへのPRを実施す	慢の商品やサービ		

争業		①消	費者へのPR効	果②商	品販売による層	顧客訴求?	効果な	ĩĽ。				
の	支援対象企業の											
目標	変化											
標		指	消費者ニース		ることで、販売促進 					値目標	80	
		目	標値の内容⇒		への顧客数を増 客となっても							
	その他目標値	;	3,800 名	の来客を	5見込む。また.	、より魅	力的な	せ品商名	ービ	スがある	店舗の出ん	古や集
			サービス単価	各コノフ	ンツの見直し 支援企業数	• 以普仑	図るに		耒谷	標準事		
			50,500	円×	45	×		1.00	=		272,500	円
		1	50,500	口 ^ 円 ×	3,800	×	-	0.01			919,000	円
	算定基準	\Rightarrow	30,300	ł [*] -	3,000			0.01	=	1,3		
	(行が足りない場合は、⇒ の行に挿入)			円×		×		(.1.	=	4 -	0	円
			*/±< 0 - ± b>±	144 - 1 114 -		4 I 7 1/1 + 1	- I I I -	(小		4,	191,500	円
		;	※新規の広域連	携事業の	場合は広域連携	長促進費を	加算((小計のと			0	円
									計	4,	191,500	円
算	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠											
定せ	(基準どおりの場合不要)											
算定基準に		①±	可时村等補助		Ш	交付市 交付市	D+++ <i>5</i> 4	_				
) i	川州守徳助		円	יוו פרצי	4] 个) 🔫	于				
算		⊘ 27	7 ** ** 		П	△ +□ △ /	り佳々	'-				
お算出され	算 出 額	<i>ح</i> 'ک	受益者負担		円	負担金(// (関 昇	<u>-</u>				
れる			(a)府施策連携	<u>‡</u>	(b)広域連携	(c) r	市町村	付連携		(d)相談	事業相乗	効果
額		ħ	票準事業費		補助率				(1)	市町村等·	+②受益	者負担)
			4,191,500	円×	0.50 =	2,0	095,7	50 円	(0	円)
		代	商工会·会記	義所名	配分客	頁		役	割(配分の考	え方)	•
						円						
	補助金の団体配分					円						
	またはLアリングで説明する 代表団体に〇)					円						
	14衣四种(-〇)					円	-					
						円						
						1 1						

【備考】	 		

※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

小戏侯争未在名义拨争未一地以心性化争未一发史连出者									
	守口門真商工会議所								
事業名 商業活性化促進事業									
計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画) 45	支援企業数(実績)	45	支援 実績率	100.0%	【参 考】			
理由	【変更の経過と理由】と理由を受けていたする。 では、	に館を借り切ったる。 それにように配慮がまのための。 スタンプ	ってのイベ を避けるたけ する。さま 特別メニュラリーの期 ラリーの期	ントでは、) め、参加事 ざまな店舗 一等を設定、 間は1~2カ 15店舗)が	業所の各店話を訪問できる。 各種媒体() り月を予定。 出店、市民	舗へ市民がはるよう、スタ こより本事! (3,800名	出向く形 タンプラ 業および		

事業名			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			実施期間	26 年度~ 年度まで ←複数年段階的実 また、別紙にて計		を
事業		犬や誤	美の目的 果題をどのような こしたいか)	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方々へも商品やサービスを広くPRU、来店者数の増加及び再う支援を行う。またインバウンド需要の増加も見据えた支援	A(パナソニッ た開発が進行し と、一時的にデ 来店につなげ	クミュー ノており、 R訪された られるよ
素の概要	_		する対象 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 逸品を持つ事業所を対象とする。	向きな事業所た	いつ自慢の
		企	に対する	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 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 ようになり、事業所が抱える課題解決に繋がる。		
取: ※継	組状続事	実施内容・実績数値 までの 組状況 続事業ののみお記入		「名店パスポート」として冊子を作成し配布することで、小の機会を創出することができた。広報については、参加店、いただける金融機関、郵便局、大学、ホテル、百貨店等についている金融機関、郵便局、大学、ホテル、百貨店等イン行った。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ろんのこと他の施策と連動した内容とした。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「お買い物しようキャンペーン」を昨年に引き続き実施。250、応募用紙に記入された消費者の意見を取りまとめ、参加した。2019年度実績:76社(発行月:11月)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場事業所と消費者をつなぐ取り組みである「お買い物したいる。また、キャンペーン当選者へも参加事業所で使える商場事業所と消費者をつなぐ取り組みである「お買い物しよいる。また、キャンペーン当選者へも参加事業所で使える商場事業所と消費者をつなぐ取り組みである「お買い物しより、30年度にできなかった広報(新聞折込・インスタグ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消費者の声を反映し、「名店パスポート」に相応しい内容と	両スス 立っ いの事 のか品 うず限頂なのーグ せこ を超所 かか券 キムれしよほをう たと すえへ 事店布 ぺそ参。、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、	が見た アス いっぱい ではった アス いっぱい であい こうでいい のでいい いっぱい いっぱい いっぱい いっぱい いっぱい いっぱい いっぱい い
				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 応についての支援も随時行っていく必要がある。		
			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 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F	PRする。
具位	本出 】		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 ホームページやインスタグラム等SNSでも広くPRする。 による水内を保し、服器はまなわらる。		
┃な実 ┃ 内? ┃ 手	・容	0	販路開拓型	による来店を促し、販路拡大をねらう。 ・年間1回(10月予定)、冊子(名店パスポート)を作成 ・配付先は、掲載事業所、両市内の企業、両市役所、公共機		
(該) に(型 (C		ハンス・オン型	業施設、宿泊施設等。 ・イベント等を開催し、来店につなげる。		
いっ どこ 何? どの	で・		独自提案型	・イベント時にお店・商品・サービスへの意見を回収し、フ・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OSAKAの活用等)		
のか明確	する いを	(該	事業手法 3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 会議所ニュースやホームページ・SNSを活用し、広くPRする市商業連盟にも協力を得て同事業をPRする。カルテ化は参加目標とする。		門真の両

+	支援対象企業数		设定根拠及び 募集方法⇒ 80	ムペー		5用し、!			会議所ニュース、当所ホ る。また、両市との連携に。				
事業の目	支援対象企業の 変化		iの「逸品」F また、既存履					り、新規顧客の来店につなげ					
標		指	標	来店	客数が増加し	た企業数	Ţ		数値目標	64	1		
	4 - W - D IF /-	目	標値の内容⇒										
	その他目標値												
			サービス単価		支援企業数		係	数	標準導	業費			
			50,500	円×	80	×	0.	50	= 2,0	020,000	円		
	算定基準	\Rightarrow		円×		×			=	0	円		
	(行が足りない場合は、⇒ の行に挿入)			円×		X			=	0	円		
	の月日に日中ノヘク							(小	計) 2,0	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%) 1 円 計 2,020,000 円											
算定費	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		①市町村等補助			円	交付市!	交付市町村等						
算出さ	算 出 額	②	受益者 負担		160,000 円	負担金の	負担金の積算		2,000円×80社				
れる		0	(a)府施策連排	隽	(b)広域連携	(c)	市町村連	携	○ (d)相談	事業相乗	効果		
額		ħ	票準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担		者負担)		
			2,020,000	円×	0.50 =	1,0	010,000	,000円(160,000	円)		
		代	商工会·会	議所名	配分:	額		役割	割(配分の考	え方)			
	補助金の団体配分					円							
	(「代」欄には、中核団体					円	_						
	またはヒアリングで説明する 代表団体に○)					円	-						
							-						
						円							

【備考】		
【		!
		i
		i

			,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	●未詗音【多史後】 「ロロ具尚上云語 「	120771	-
		事美	業名	小規模事業所来店促進事業	新規/継続	継続
7	想定	する	実施期間	26 年度~ 年度まで ←複数年段階的実 また、別紙にて計		
事業	(現場	犬や誤	美の目的 果題をどのような こしたいか)	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 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。またイン据えた支援も併せて行っていく。	ュージアム等) 「への訪問者数の 「やサービスを」	が建設さ D増加が予 SくPRし、
の概要			する対象 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 つ事業所を対象とする。	業所かつ自慢の	の逸品を持
		企	に対する 業ニーズ 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所が抱える課題解決に繋がる。		
取 ; ※継	実施内容・ 実績数値 れまでの 双組状況 ^{迷続事業の} 合のみ記入			「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、冊子を設置とともに、フェイスブックやインスタグラムによるPRも行った。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、PI策と連動した内容とした。掲載事業所でお買い物をす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。2019年度実績:76社(発行月:11月)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れて、当選者へも参加事業所で使える商品券を配布しており、名店パを促している。	の協力いただけし、より広くしまり広くしまり広くしません。 こと、カードや にはもちろんの ると応募できるがあり、応募用 で使えるがっている。ま	ける金融機 P R を行う やキャッの施 ここがでいる いた記入 るに記入さい。 お品券を配いた。 きに、キャン
			反省点	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30年度にできなかった広報(新聞折込・インスタグラム)を行うこのできた。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促物としてぜひほしいとの声を頂戴した。 消費者の声を反映し、「名店パスポート」に相応しい内容となるようを十分におこない、内容を充実させる必要があるとともに、インバウも随時行っていく必要がある。	とで認知度を高 しできなかった。 、各事業所への	めることが こため、販 Dフォロー
			人材育成型	守口・門真市内の小規模事業所に募集を行い、逸品を特集した内容を する。	当所ホームペー	- ジに <u>掲載</u>
具体な実			人材交流型	30。 新型コロナウイルス感染症対策として、従来の冊子形式ではなく、W う。また第三者による取材を行うことで、逸品の内容について見せ方 受けることができるとともに、仕上がりの統一感を出すこともできる	等をプロのア	
内乳手	容・ 法	0	販路開拓型	本事業の取組については、参加店はもちろん、金融機関や郵便局、自 り消費者へPRするほか、インスタグラム等SNSでも広くPRする	<u> </u> 治体等での複数 。また、参加に	ちと消費者
(該) に(い)))		ハンス・オン型	をつなぐイベント等を実施し来店につなげることで、地域住民に付加 し、販路拡大をねらう。 また、大阪府「感染防止宣言ステッカー」の普及や取得した事業所に		
どこ 何? どの	を・		独自提案型	· +====================================		N D O'AC
(にすのか) 明確	する	(該	事業手法 ぎ当する場合は)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 (c) 市団 (c) 市町村連携 (c) 市団		市商業連

4-2. 地域活性化事業 事業調書【変更後】

守口門真商工会議所

	事業名			小	規模	事業所来店促近	進事業	新規/継続 継続						
	支援対象企業数		設定根拠及び 募集方法⇒ 80 社	△^	°-Ξ		用し、加			会議所ニュース、当所ホ また、両市との連携に。				
事業の目	支援対象企業の 変化		社の「逸品」PRと各種イベント、SNSの活用により、新 。また、既存顧客の来店頻度の向上を図る。							沂規顧客の来店につなげ				
標		指	i標 <mark>販売促進</mark>	効果	を得	たまたは来店!	客数が増	<mark>加した企</mark>	:業数	数値目標	64			
	その他目標値	目	標値の内容⇒											
	とり旧日保旧													
			サービス単価			支援企業数		係	数	標準事業	費			
			50,500	円	X	80	×	0.	50 =	= 2,020,	000	円		
	算定基準	\Rightarrow		円	X		×		=	=		円		
	(行が足りない場合は、⇒ の行に挿入)			円	X		×		=	=		円		
	37/11/21#7()								(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%) 円												
	X4. 白担安兴/正元7.8								<u> </u>	+ 2,020,	000	円		
算定基準に	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 #	可时村等補助			円	交付市	町村等						
お算出さ	算 出 額	②受	受益者負担	負担		160,000 円	負担金の積算		2,000円×80社					
れる			(a)府施策連携	复		(b)広域連携	(c) (c)	市町村連	携((d)相談事業	相乗	効果		
額		標準事業費				補助率		(1		(①市町村等+②受益者負担)		皆 負担)		
			2,020,000	円	×	0.50 =	1,	010,000	円 (160	,000	円)		
		代	商工会·会記	義所名	所名 配分額		頁	· 役害						
	補助金の団体配分				円									
	(「代」欄には、中核団体ま						円	-						
	たはヒアリングで説明する代 表団体に〇)						円							
							円							
							円							

ľ	【備考】
l	
l	
l	

	小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書							
守口門真商工会議所								
事業名	小規模事業者来店促進事業							
計画に対する 実績(数値)	支援企業 数(計画) 80 支援企業 数(実績) 80 支援 実績率 100.0% 【参考】 参加者数							
理由	(変更の経過と理由) 従来は冊子を作成し2万部発行していたが、新型コロナウイルス感染症の影響で対象となる業種の各店舗の営業形態が種々変更している(デイクアウト・デリバリー・オンライン)こと、参加店・強者とも高行物を設置・触れることに抵抗がある状況を露み、今回は冊子の作成を行わずに、逸品および店舗情報をホームページ上に掲載する。冊子の作成を行わない代わりに、第三者(新聞社)による取材・写真撮影を行うことで逸品の見せ方を気づく機会を得ることができる。 【支援効果】 【今後の改善方策】							