

令和2年度（2020年度） 商工会等事業変更概要書（3回目以降）

地域活性化事業で「コロナパッケージ事業」の場合は、事業名の後に「コロナパッケージ（番号）」と記載してください。

柏原市商工会
（単位：円）

1. 事業変更一覧

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	企業知的財産活用事業	コロナウイルス感染症拡大防止のため、セミナーの実施方法を変更した。	0
変更	地域活性化事業	柏原市ブランド化事業 「コロナパッケージ⑦」	コロナウイルス感染症拡大防止のため、セミナーの実施方法を変更した。	0

※変更区分には、「追加」、「廃止」、「変更」、「未実施」のいずれかを選択してください。

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	253	6,325,000		253	6,325,000		0	
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	82	1,640,000		82	1,640,000		0	
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	36	360,000		36	360,000		0	
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	253	2,530,000		253	2,530,000		0	
小 計	—	17,320,000	17,316,550	—	17,320,000	17,316,550	3,450	0

(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
	101	2,424,000		101	2,424,000		0	
	25	600,000		25	600,000		0	
	12	288,000		12	288,000		0	
	6	144,000		6	144,000		0	
	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	9,374,121	別紙事業調書【変更後】のとおり	9,374,121		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	別紙事業調書のとおり	523,700	別紙事業調書【変更後】のとおり	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		企業知的財産活用事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		27 年度～	年度まで	←複数段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	柏原市内には約500社程度のもので、中心とした知的財産活用の可能性を有する企業が存在するが、その多くは知的財産についての知識が不足しており、活用法においても理解が浅い状態である。また企業運営に必要な税理士等の専門家とは異なり、知的財産の専門家である弁理士は、企業サイドから積極的に活用する機会も少なく、密に知的財産に関する相談ができる専門家が、身近にいない現状である。そこで企業が、知的財産について関心を持ち、知的財産を積極的に活用を行えるよう、大阪府ものづくり支援課と連携し、セミナーの開催をするとともに、大阪府ものづくり支援課等の知的財産支援機関との繋がりを作り、個別支援に発展させてゆくことを目的とする。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	市内ものづくり企業を中心とした 約500社			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業の中には、知的財産に興味があるものの、どのように活用すればいいかわからない、身近に相談できる機会がない等の知的財産を経営に十分活かしていない企業が存在する。それら企業の隠れた知的財産を掘り起こし、企業の強みに成長させる。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	大阪府ものづくり支援課と連携し、知的財産活用セミナーを開催。参加は20社で満足度89%と大部分の企業が知的財産に関する理解が深まり、活用促進について意欲が高まった。またセミナー内ではINPITを含めた大阪府による知財サポートチームの説明も行った。参加者においては関連機関とのパイプができて有意義だったと声をいただいた。個別企業訪問においては大阪府ものづくり支援課、大阪発明協会とともに各企業それぞれ複数回の訪問を行い商標に関する登録申請、知財の掘り起こしを行うなど2社の優れた企業の知的財産活用を行うことができた。			
	反省点	優れた技術を持つにも関わらず、知的財産の知識が不足しているためその技術を武器として活用できていない市内企業がまだ多く存在する。それらの企業にセミナー斡旋を行い、1社でも多くの企業が知的財産の知識を習得し活用できるように支援をするべきである。またそれらの企業は知的財産関連の専門機関を知らないことが多く、INPIT近畿統括拠点など関連機関の周知を進め、知的財産の苦手意識をケアしつつ知的財産を活用することを身近に感じていただきたい。個別訪問においては実際に意匠・商標・特許などの出願を行いたい企業も多いと考えられるなか複数回の支援を通し、スムーズな登録ま			
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)	<input type="radio"/> 人材育成型	【知的財産セミナーの開催】 大阪府ものづくり支援課と連携し、ものづくり企業対象の知的財産活用セミナーを開催。			
	<input type="radio"/> 人材交流型	内容：知的財産に興味を持てるよう、企業活動に身近な知的財産の事例を中心としたセミナー内容とする。			
	<input type="radio"/> 販路開拓型	回数：1～2回			
<input type="radio"/> ハズル型	【支援機関との連携による知財支援】 過去のセミナー受講者を中心に知財に関する課題を抱えている企業を平成29年度に設置された「INPIT近畿統括拠点」やMOBIO知財サポートチームへ繋ぎ、支援機関と連携し、複数回の実施訪問を行い、課題解決に向けた支援を実施する。				
<input type="radio"/> 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="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				
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	市の広報、HP、会報、DMの発送により、市内ものづくりを中心とする企業の約5%程度のセミナー参加を目指す。			
	20 社				
支援対象企業の変化	知的財産権に関する基礎知識を習得することにより、自社の技術やノウハウの権利化、他社の知的財産権侵害について適切な判断を行えるようになる。知的財産支援機関とのつながりを持てるようになり、知的財産についての相談ができるようになる。				
	指標	セミナー後実施したアンケートで「理解できた」と回答した割合	数値目標	80%	

の 目 標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 2 社	大阪府ものづくり支援課とものづくり企業を中心に訪問し、個別企業 アドバイスをを行う。				
	支援対象企業の 変化	セミナーを受講し、自ら知的財産権について活用したい部分が出てきた企業はもちろん、知的財産権に興味がある企業に大阪府、専門機関と個別訪問を行うことにより、掘り起こしや実際に知的財産権の申請支援を行うことができ、企業は知的財産権についてより具体的な取組みができる。					
	指標	知的財産に関する理解が深まり、活用促進に取り組む企業			数値目標	2社	
算 定 基 準 に よ り 算 出 さ れ る 額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	20,100 円 ×	20 ×	1.00 =	402,000 円	
			100,500 円 ×	2 ×	1.00 =	201,000 円	
			(小計)				603,000 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				603,000 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			
		○ (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)			
		603,000 円 ×	1.00 =	603,000 円	(0 円)	
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核 団体またはヒアリングで説 明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)		
				円			
				円			
				円			
				円			

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		企業知的財産活用事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		27 年度～	年度まで	←複数年段階の実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	柏原市内には約500社程度のもので、中心とした知的財産活用の可能性を有する企業が存在するが、その多くは知的財産についての知識が不足しており、活用法においても理解が浅い状態である。また企業運営に必要な税理士等の専門家とは異なり、知的財産の専門家である弁理士は、企業サイドから積極的に活用する機会も少なく、密に知的財産に関する相談ができる専門家が、身近にいない現状である。そこで企業が、知的財産について関心を持ち、知的財産を積極的に活用を行えるよう、大阪府ものづくり支援課と連携し、セミナーの開催をするとともに、大阪府ものづくり支援課等の知的財産支援機関との繋がりを作り、個別支援に発展させてゆくことを目的とする。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	市内ものづくり企業を中心とした 約500社			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業の中には、知的財産に興味があるものの、どのように活用すればいいかわからない、身近に相談できる機会がない等の知的財産を経営に十分活かしていない企業が存在する。それら企業の隠れた知的財産を掘り起こし、企業の強みに成長させる。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	大阪府ものづくり支援課と連携し、知的財産活用セミナーを開催。参加は20社で満足度89%と大部分の企業が知的財産に関する理解が深まり、活用促進について意欲が高まった。またセミナー内ではINPITを含めた大阪府による知財サポートチームの説明もを行い、参加者においては関連機関とのパイプができて有意義だったと声をいただいた。個別企業訪問においては大阪府ものづくり支援課、大阪発明協会とともに各企業それぞれ複数回の訪問を行い商標に関する登録申請、知財の掘り起こしを行うなど2社の優れた企業の知的財産活用を行うことができた。			
	反省点	優れた技術を持つにも関わらず、知的財産の知識が不足しているためその技術を武器として活用できていない市内企業がまだ多く存在する。それらの企業にセミナー斡旋を行い、1社でも多くの企業が知的財産の知識を習得し活用できるように支援をするべきである。またそれらの企業は知的財産関連の専門機関を知らないことが多く、INPIT近畿統括拠点など関連機関の周知を進め、知的財産の苦手意識をケアしつつ知的財産を活用することを身近に感じていただきたい。個別訪問においては実際に意匠・商標・特許などの出願を行いたい企業も多いと考えられるなか複数回の支援を通し、スムーズな登録ま			
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)	<input type="radio"/> 人材育成型	【知的財産セミナーの開催】			
	<input type="radio"/> 人材交流型	大阪府ものづくり支援課と連携し、ものづくり企業対象の知的財産活用セミナーを開催。			
	<input type="radio"/> 販路開拓型	内容：知的財産に興味を持てるよう、企業活動に身近な知的財産の事例を中心としたセミナー内容とする。 回数：1～2回			
	<input type="radio"/> ハズル型	【知的財産セミナーのオンライン開催】 <u>上記セミナー内容をもとに動画を作成し、オンラインでの視聴を可能にすることで、より多くの事業者が知的財産セミナーを受講できるようにする。</u>			
<input type="radio"/> 独自提案型	【支援機関との連携による知財支援】 過去のセミナー受講者を中心に知財に関する課題を抱えている企業を平成29年度に設置された「INPIT近畿統括拠点」やMOBIO知財サポートチームへ繋ぎ、支援機関と連携し、複数回の実施訪問を行い、課題解決に向けた支援を実施する。				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" 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 checked="" type="radio"/> (d)相談事業相乗効果				
支援対象企業数		設定根拠及び募集方法⇒	市の広報、HP、会報、DMの発送により、市内ものづくりを中心とする企業の約5%程度のセミナー参加を目指す。		
		20 社			

事業の目標	支援対象企業の変化	知的財産権に関する基礎知識を習得することにより、自社の技術やノウハウの権利化、他社の知的財産権侵害について適切な判断を行えるようになる。知的財産支援機関とのつながりを持てるようになり、知的財産についての相談ができるようになる。									
	指標	セミナー後実施したアンケートで「理解できた」と回答した割合			数値目標	80%					
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 2社	大阪府ものづくり支援課とものづくり企業を中心に訪問し、個別企業アドバイスをを行う。								
事業の目標	支援対象企業の変化	セミナーを受講し、自ら知的財産権について活用したい部分が出てきた企業はもちろん、知的財産権に興味がある企業に大阪府、専門機関と個別訪問を行うことにより、掘り起こしや実際に知的財産権の申請支援を行うことができ、企業は知的財産権についてより具体的な取組みができる。									
	指標	知的財産に関する理解が深まり、活用促進に取り組む企業			数値目標	2社					
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	20,100	円 ×	20	×	1.00	=	402,000	円	
			100,500	円 ×	2	×	1.00	=	201,000	円	
			(小計)						603,000	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						603,000	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						
		○	(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)				
		603,000	円 ×	1.00	=	603,000	円	(0	円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはリアクト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。

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

企業知的財産活用事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

22

支援企業
数(実績)

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

コロナ禍の中、各々企業の判断によるセミナー参加の自粛等が見受けられる。セミナーを開催するにあたり受講したいが参加できない事業所やその従業員に対し、オンラインで視聴できる環境を整えることにより、知識を習得できる者の人数や機会が増えることが考えられるため。

【支援効果】

知識を習得できる者の人数や機会が増加が見込まれる

事業名		柏原市ブランド化事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>柏原市では地域経済の発展には生産年齢人口の市内定住化が重要であると考え、柏原市の魅力づくり、魅力発信を積極的に推進することで、市民の郷土愛を育み、人口減少の抑制、若者の市内定着化に結び付けたいと考えている。</p> <p>そこで、商工会では、柏原市の上記施策を推進するため、市と連携し、柏原市の魅力となる市内特産品・商品を掘り起こし、市内外に向けて柏原市の魅力発信を積極的に行っていきたいと考えている。</p> <p>当事業では、市内特産品・商品の開発と魅力発信を通じて、知名度・ブランド力を高め、各事業所の売上アップを図るとともに、その波及効果として特産品・商品開発に取り組む事業所を増やし、市内商工業の活性化に繋げていきたいと考えている。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>市内に店舗を構える小売業・飲食店等 約500店舗 市内で特産品・オリジナル商品を製造する製造業者</p>		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>他店と差別化するためには、各事業所の魅力づくりが必須であり、そのことを認識している事業所は非常に多い。しかし、各事業所だけの取り組みだけでは、効果的な魅力づくりと魅力発信が十分行われておらず、また魅力づくりに対する意識はあっても実際に取り組めていない事業所が多いのが現実がある。</p> <p>そこで当事業においてそのような事業所を積極的にサポートしていききたいと考えている。</p>		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>令和元年度において、魅力開発事業として5社の商品開発を支援。 魅力発信事業としては、臨時道の駅（とくとく市）を3回開催し、35社の魅力ある特産品・商品の発信を行い3回の開催で約9,500人の来場があった。街バルでは、29店舗が参加し363人の消費者が各店舗へ足を運んだ。国分エリアにおける特売市（おいな〜れ国分）では、40店舗の事業所が積極的に参加したことにより、地域としての集客力アップ、知名度アップに繋がったと思われる。これらの事業を通じて、各店舗の取り組みをお互いに知る良い機会となっており、自社の商品やメニューの見直し改良、見せ方の工夫など販売促進に積極的に取り組む事業所が増えつつある。</p>		
	反省点	<p>当事業に参加したことのある各事業者から参加店の募集方法や企画、集客などについて様々な意見があり、これまでも可能な範囲で対応してきたが、ここ1、2年で事業者の中から募集、企画、集客などについて主体的に関わっていき、より地域の活性化に繋げていきたいという意見が多くなってきた。</p> <p>そこで、令和2年度においては、企画段階から参加しても良いという事業者を募り、事業者と共にこれまでの事業を展開することで、より効果の高い事業に変えていきたい。</p>		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	<p>①魅力開発事業 各事業所の魅力ある特産品・商品を発掘、ブラッシュアップし、柏原市の顔となる特産品となるように支援を行う。</p>		
	人材交流型	<p>②魅力発信事業 ブランド認定した特産品・商品やその他魅力開発に取り組む事業所の魅力ある商品や特産品を積極的にPRするため、ネット配信のほか、大阪府と奈良県を繋ぐ主要幹線である国道25号線に面した柏原市役所前大和川河川敷緑地公園において臨時道の駅（とくとく市）を開催する。また臨時道の駅への出店が難しい事業所（飲食店等）については街バルを開催する。 本年度は、商品開発やメニュー改良に積極的である国分エリアの商店街の事業所を対象に、地域としての魅力を広く発信し、地域としての集客力、知名度アップを図るための特売市を開催する。 ・臨時道の駅：年3回程度、市役所前大和川河川敷緑地公園にて開催を予定。 ・街バル：年1回、柏原市内全域で開催を予定。 ・特売市：年1回、柏原市国分地域で開催を予定。 上記事業では、来場者に対し積極的にアンケート調査を実施し、柏原市や特産品の魅力とを感じるポイントを分析し、今後の特産品・商品開発に活用できるよう各事業所にフィードバックする予定。</p>		
	○ 販路開拓型	<p>③飲食小売業交流事業 飲食小売業では地域・地区の境界を越えて、交流・意見交換をする機会が少ないため、他の地区にいるアイデアや知識豊富な事業主に出会えていない可能性が非常に高い。そこで柏原市全域の事業者を対象とした交流・意見交換会を開催し、これからの事業展開についての新たなきっかけ作りを行いたい。また、柏原市ブランド化事業の取り組みの説明等を行い、当事業への積極的な参加、主体的な参加を促していきたい。 開催回数 年1～2回程度</p>		
	○ ハズカ型			
	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)	<p>(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 <input type="checkbox"/></p> <p>当事業は柏原市の商業振興施策をバックアップするとともに市当局と連携し実施していく予定である。また、当事業では、魅力づくりの過程でマーケティング支援や販路支援が必要であり、相談事業を通じてより効果を高めていく予定である。</p>			

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

事業名		柏原市ブランド化事業					新規/継続	継続		
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 ×	5	×	1.00	=	505,000 円			
		50,500 円 ×	35	×	1.00	=	1,767,500 円			
		50,500 円 ×	29	×	1.00	=	1,464,500 円			
		50,500 円 ×	35	×	1.00	=	1,767,500 円			
		40,400 円 ×	20	×	1.00	=	808,000 円			
	(小計)						6,312,500 円			
	新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円		
	計							6,312,500 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					
		(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
		標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
		6,312,500 円 ×		0.50	=	3,156,250 円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはパ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		柏原市ブランド化事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>柏原市では地域経済の発展には生産年齢人口の市内定住化が重要であると考え、柏原市の魅力づくり、魅力発信を積極的に推進することで、市民の郷土愛を育み、人口減少の抑制、若者の市内定着化に結び付けたいと考えている。</p> <p>そこで、商工会では、柏原市の上記施策を推進するため、市と連携し、柏原市の魅力となる市内特産品・商品を掘り起こし、市内外に向けて柏原市の魅力発信を積極的に行っていきたいと考えている。</p> <p>当事業では、市内特産品・商品の開発と魅力発信を通じて、知名度・ブランド力を高め、各事業所の売上アップを図るとともに、その波及効果として特産品・商品開発に取り組む事業所を増やし、市内商工業の活性化に繋げていきたいと考えている。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>市内に店舗を構える小売業・飲食店等 約500店舗 市内で特産品・オリジナル商品を製造する製造業者</p>		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>他店と差別化するためには、各事業所の魅力づくりが必須であり、そのことを認識している事業所は非常に多い。しかし、各事業所だけの取り組みだけでは、効果的な魅力づくりと魅力発信が十分行われておらず、また魅力づくりに対する意識はあっても実際に取り組めていない事業所が多いのが現実がある。</p> <p>そこで当事業においてそのような事業所を積極的にサポートしていきたいと考えている。</p>		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>令和元年度において、魅力開発事業として5社の商品開発を支援。</p> <p>魅力発信事業としては、臨時道の駅（とくとく市）を3回開催し、35社の魅力ある特産品・商品の発信を行い3回の開催で約9,500人の来場があった。街バルでは、29店舗が参加し363人の消費者が各店舗へ足を運んだ。国分エリアにおける特売市（おいなーれ国分）では、40店舗の事業所が積極的に参加したことにより、地域としての集客力アップ、知名度アップに繋がったと思われる。これらの事業を通じて、各店舗の取り組みをお互いに知る良い機会となっており、自社の商品やメニューの見直し改良、見せ方の工夫など販売促進に積極的に取り組む事業所が増えつつある。</p>		
	反省点	<p>当事業に参加したことのある各事業者から参加店の募集方法や企画、集客などについて様々な意見があり、これまでも可能な範囲で対応してきたが、ここ1、2年で事業者の中から募集、企画、集客などについて主体的に関わっていき、より地域の活性化に繋げていきたいという意見が多くなってきた。</p> <p>そこで、令和2年度においては、企画段階から参加しても良いという事業者を募り、事業者と共にこれまでの事業を展開することで、より効果の高い事業に変えていきたい。</p>		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	<p>①魅力開発事業 各事業所の魅力ある特産品・商品を発掘、ブラッシュアップし、柏原市の顔となる特産品となるように支援を行う。</p>		
	○ 人材交流型	<p>②魅力発信事業 ブランド認定した特産品・商品やその他魅力開発に取り組む事業所の魅力ある商品や特産品を積極的にPRするため、チラシやネットなど様々な媒体を用いて広く宣伝する。<u>また新型コロナウイルス感染症拡大の影響により売上減少に陥った飲食店等については、前期より売上高が減少すると見込まれる忘年会、クリスマス、新年会のイベント時期における売上の下支えを行うべく、テイクアウト、宅配など新しい事業形態での販路開拓を支援し、広く宣伝を行う。</u></p>		
	○ 販路開拓型	<p>また、商品開発やメニュー改良に積極的である国分エリアの商店街の事業所を対象に、地域としての魅力を広く発信し、地域としての集客力、アップを図るための特売市を開催する。</p>		
	○ ハズレ型	<p>③飲食小売業交流事業 飲食小売業では地域・地区の境界を越えて、交流・意見交換をする機会が少ないため、他の地区にいるアイデアや知識豊富な事業主に出会えていない可能性が非常に高い。そこで柏原市全域の事業者を対象とした交流・意見交換会を開催し、これからの事業展開についての新たなきっかけ作りを行いたい。また、柏原市ブランド化事業の取り組みの説明等を行い、当事業への積極的な参加、主体的な参加を促していきたい。</p> <p>開催回数 年3回程度</p>		
	独自提案型	<p><u>新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、臨時道の駅（とくとく市）及び街バルは中止。</u></p>		

事業名		柏原市ブランド化事業				新規/継続	継続
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		(a)府施策連携	(b)広域連携	○(c)市町村連携	○(d)相談事業相乗効果	当事業は柏原市の商業振興施策をバックアップするとともに市当局と連携し実施していく予定である。また、当事業では、魅力づくりの過程でマーケティング支援や販路支援が必要であり、相談事業を通じてより効果を高めていく予定である。	
事業 の 目 標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	5事業者の魅力掘り起こしに取り組みたい。 企業の募集については、市広報や商工会報、HPを活用し、募集したい。				
		5 社					
	支援対象企業の変化	魅力の掘り起こしと掘り起こした魅力をブラッシュアップすることで、支援企業の取扱い商品・特産品をブランド化することに繋がる。					
		指標	魅力ある商品の開発につながった事業所数			数値目標	3社以上
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	新型コロナウイルス感染症拡大の影響により落ち込んでいる飲食業者は非常に多く、今年度は宴会による売上が前年通り見込まない。そこで主に飲食業者50社以上にテイクアウトの事業形態の取入れてもらい、広く宣伝することで、年末年始の売上の下支えを図り、今後の事業の継続に繋げていきたい。募集については市広報や会報、HP等を活用し、広く募集を行う予定。				
		47 社					
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	魅力開発・改良について積極的である国分エリアにおいて「特売市(おいな〜れ国分)」の開催を通しエリア全体の魅力発信を行う。地域としての魅力を市内消費者はもとより市外消費者にも届くよう積極的に発信していく予定。昨年参加事業所は、40店舗あり本年度もそれ以上の参加を目指したい。募集については市広報や会報、HP等を活用し、広く募集を行う予定。				
	40 社						
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	柏原市内全域の飲食小売業者を対象に、新たな事業展開を考えてもらうための意見交換会を開催する。本年度は初年度であるが、事業効果を考え最低35社以上の参加を目指したい。募集については会報、HP、DM等を活用し、広く募集を行う予定。					
	35 社						
支援対象企業の変化	魅力づくりに取り組む事業所の魅力発信を行うことにより、支援対象企業の集客力、売上高アップに繋げていきたい。また参加企業においては、魅力発信の機会を積極的に活用し、自らが主体的に魅力開発、魅力発信を行っていただけるよう企業の意識改革を図っていきたい。						
	指標	売上高のアップにつながった事業所割合			数値目標	50%以上	
その他目標値	目標値の内容⇒	人					
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		
		⇒ 101,000 円 ×	5	×	1.00 =	505,000 円	
		50,500 円 ×	47	×	1.00 =	2,373,500 円	
		50,500 円 ×	40	×	1.00 =	2,020,000 円	
		40,400 円 ×	35	×	1.00 =	1,414,000 円	
						(小計)	6,312,500 円
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						円	
						計 6,312,500 円	
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)							

事業名		柏原市ブランド化事業				新規/継続	継続
に よ り 算 出 さ れ る 額	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	円	負担金の積算			
	(a)府施策連携	(b)広域連携	<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)				
	6,312,500 円 × 0.50 =	3,156,250 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】
コロナパッケージ⑦ (支援企業数の変更：増額はなし)

※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

柏原市商工会

事業名

柏原市ブランド化事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

127

支援企業
数(実績)

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

今年度予定していた臨時道の駅（とくとく市）が、新型コロナウイルス感染症により三密などの現状により中止する事となりました。

新型コロナ感染症拡大の影響により売上げの落ち込んでいる飲食業者は非常に多く、今年度は宴会による売上げが前年通り見込まれない。

そこで主に飲食業者50社以上にテイクアウトの事業形態を取り入れてもらい、広く宣伝する事で年末年始の売上の下支えを図り、今後の事業継続に繋げて行きたい。

募集については市広報や会報、HP等を活用し広く募集を行う予定。

【支援効果】

飲食業者の売上の下支えを図る。