

# 令和3年度（2021年度） 事業計画書

## 1. 申請者の概要

申請者	団体名		柏原市商工会		
	代表者職・氏名		会長 早川 巖		
	所在地		〒582-0007 柏原市上市1丁目2番2号 アゼリア柏原5階		
	担当者	職・氏名	局長 大井 晃		
		連絡先	電話番号（直通）：	072-972-0881	
Fax：			072-973-1201		
E-mail：	<a href="mailto:info@kashiwara-good.org">info@kashiwara-good.org</a>				
①設立年月日		昭和36年5月1日			
②職員数		職員数 8人（うち経営指導員数 8人） 令和3年1月時点			
③所管地域		柏原市			
④管内事業所数		2, 268（平成28年経済センサス活動調査）			
⑤管内小規模事業者数		1, 836（平成28年経済センサス活動調査）			
⑥会員数（組織率）		1, 096（48,32%）（令和2年12月末現在）			
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと					
<input type="checkbox"/> 主な事業概要（定款記載事項等）					
<p>地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資し、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。この目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。</li> <li>② 商工業に関する情報又は資料を収集し、提供すること。</li> <li>③ 商工業に関する調査研究を行うこと。</li> <li>④ 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。</li> <li>⑤ 展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。</li> <li>⑥ 商工業に関する施設を設置し、維持し又は運用すること。</li> <li>⑦ 大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済事業の業務を行うこと。</li> <li>⑧ 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。</li> <li>⑨ 商工会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。</li> <li>⑩ 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。</li> <li>⑪ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</li> <li>⑫ 商工業者の委託を受けて当該商工業者が行うべき事務（その従業員のための事務を含む。）を処理すること。</li> <li>⑬ 前各号に掲げるもののほか、その他商工会の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</li> </ol>					

**(1) 所管地域の産業経済の現状と課題**

本市は、令和元年12月末で面積は25.33平方km人口68,874人世帯数31,572世帯2268事業所である。製造業は408件で全事業所の22.2%、小売業は509件で28.7%、サービス業は902件49.1%である。近隣の自治体は八尾市・藤井寺市・羽曳野市・奈良県香芝市・王寺町・生駒郡三郷町で三分の二が山間部である。地場産業としては、染色加工業、ブドウ栽培、ぶどう狩、ワイン製造などが主要産業となっている。染色に関しては、機械染め(プリント染)に押され、また中国からの輸入などもあり、伝統的な注染法(手染め)の生産量も減少している。商業については、大和川に挟まれ商圏が柏原地区、国分地区に二分化している。商店街においては、大型店の出店、空き店舗の増加、事業主の高齢化に伴う後継者問題等により、事業所数が減少傾向にあり、既存の商店街の活性化が必要化を図ることが一番の課題となっている。工業については、製造業の付加価値構成比は大阪府平均の構成比を上回っている。なかでも生産用機械器具・業務用機械器具において、優れた技術を有する事業者が多い。独自技術を持つ製造業が地域経済牽引の担い手になるよう育成することが課題となる。

**(2) 所管地域の活性化の方向性**

柏原市は、農業者のうち約8割がぶどう栽培しており、「ぶどう」「ワイン」を核として、ワイナリー・農業者・飲食店・観光名所をつなぎ合わせることで、市全体の魅力を向上を目指す。商業面については、行政、地元大学、連合商店会、各種機関との連携を図り地域観光資源を積極的に利用した活性化事業を図る。また既存商店街を中心市街地と位地づけ地域の個店の良さを継続PRし、地域での購買力を促進していくため、柏原市と連携を深めて、各種支援など取り組みを今年度も力を入れて行う。また、特に企業の後継問題である、事業承継にも昨年同様に力を入れて行く。工業面については、独自技術を持つ製造業を中心に地域経済牽引するような企業に成長するよう技術向上や販路開拓、人材確保・育成について支援に取り組む。

**(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**

管内事業所の約8割を占める1836事業者が小規模事業者である。地域密着した家内工業的な小規模事業者が大半を占め、景気の動向に大きく影響されている。コロナウイルス感染症拡大の影響により経済活動の停滞、低迷が続いており、製造業については、一部受注回復の兆しが見えるが、前向きな経営姿勢が取れない状況が未だにある。商業、特に飲食業にいたっては、営業時間の規制も相まって客離れ等活気がなくなっている。このような中で事業展開に前向きな事業所を把握し、地域に合った支援強化を図ることにより、ものづくり支援、地域の観光を組み入れた商業の活性化を事業の柱と考え推進すべく小規模事業者数として、約1,000余りの事業所と想定する。

**(4) 事業の目標**

商業活性化事業としては、コロナウイルス感染症拡大の影響をもっとも受けている飲食業に対して街バル、テイクアウト促進事業を通じて集客力、知名度のアップを図り販路開拓、販売促進に取り組む。商品の開発と魅力発信を通じて、個店の知名度・ブランド力の向上に取り組む事業所に対して積極的なサポートを続ける。工業面については、昨年に続きJOB・マッチング・フェアの実施により地元企業の人材育成・確保に関する支援を行なう。柏原市内のみならず、羽曳野市・藤井寺市・松原市とも連携をとり、優れた人材を求める地元企業の労働環境の整備向上に取り組む。また、知的財産のセミナー等を通して事業所に知的財産について関心を持ち、積極的に活用できるように支援する。各支援推進にあたっては、経営指導員間の連携、情報の共有を親密に図り、企業への巡回指導、窓口相談等をより一層強化充実を図ることで効果を向上に繋げる。

**(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)**

小規模事業者の振興・活性化については、長期的な支援がまだまだ必要である。柏原市ブランド化事業の実施により空き店舗の増加、事業主の高齢化にともなう後継者問題による商店街の空洞化を防ぎ、活性化を図ることが可能となる。小規模事業者にとって人材確保や育成により生産性の向上は重要な問題である。JOB・マッチング・フェアにより、雇用創出の機会提供により人材確保や生産性の向上の支援に取り組む。こうした活性化事業に取り組むを行うことで、小規模事業者が抱える課題の把握に努め、今後の具体的取り組みに繋がっていき、商工会はもとより、府、市、その他各種機関とも連携を図ることにより、ワンストップサービスの拠点としての役割を果たすことにより、信頼のおける商工会として今後も地域貢献を行う。本事業を実施しなかった場合、小規模事業者の経営改善に取り組むきっかけや販路拡大を図る意欲も失われてしまい、地域商工業の活力向上の妨げ・衰退に繋がりがかねないと考えられる。

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	250 事業所	支援機関等へのつなぎ		3 支援
金融支援（紹介型）	30 支援	金融支援（経営指導型）		45 支援
マル経融資等の返済条件緩和支援	3 事業所	資金繰り計画作成支援		45 事業所
記帳支援	15 事業所	労務支援		61 支援
人材育成計画作成支援	3 事業所	マーケティング力向上支援		10 事業所
販路開拓支援	30 支援	事業計画作成支援		3 支援
創業支援	3 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援		21 事業所
コスト削減計画作成支援	25 事業所	財務分析支援		5 事業所
5S支援	30 事業所	IT化支援		3 事業所
債権保全計画作成支援	0 事業所	事業承継支援		5 事業所
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援		60 事業所
結果報告	250 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	250			
<p>前年度に引き続き新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けている事業所が多いと想定される。金融支援、資金繰り計画作成支援を重点支援として取り組む。経営悪化が想定される中、収益改善に向け販路開拓支援、コスト削減計画支援に重点を置く。一方、労働環境の整備、働き方改革への対応として労務支援についても支援を続ける。</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>金融支援については、マル経融資に限らず日本政策金融公庫との連携を密に図り支援を続ける。創業支援、事業承継支援など支援メニューに応じて、大阪府よろず支援拠点、INPT等支援機関を活用し支援する。その他いづれの支援においても高度専門的な内容については専門家と連携を図りながら支援する。</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
税務支援	継続	相談件数	30	税理士による税務相談を支援(25日)
金融支援	継続	相談件数	15	金融公庫担当者による金融相談の支援(12日)
経営支援	継続	相談件数	6	中小企業診断士による経営相談の支援(6日)
労務支援	継続	相談件数	6	社会保険労務士による労務相談の支援(6日)
事業実施のポイント・期待される効果				
<p>日頃の巡回、窓口相談のなかで経営指導員では対応できない事業所が抱える様々な法的・税務的・経営的等問題について、高度かつ専門的な課題に対応するために、専門家を活用する。定期的な相談だけでなく経営者の要望に随時対応できるような体制を作り、専門家の具体的なアドバイスにより、事業所が抱える色々な問題を解決し経営の改善と経営基盤の強化に役立てることができる。全体としては、専門的分野の支援から事業所が抱える高度な課題の解決が出来、企業の経営基盤強化する事により、安定した経営が図れる。</p>				

## 4-1. 地域活性化事業一覧

柏原市商工会

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
<b>(1) 単独事業</b>				<b>4,388,450</b>
		柏原市ブランド化事業	事業所の魅力づくりの掘り起こしを伴走支援し、魅力発信(PR)を積極的に行う。	2,651,250
	○	創業支援事業	創業環境を整え、起業家の育成、新たな事業者の創出を支援する。	1,131,200
	○	企業知的財産活用事業	市内にはものづくり企業を中心に知的財産の基礎を学び、知的財産に対する意識改革及び積極的活用を目指す。	606,000
<b>(2) 広域事業</b>				<b>4,203,814</b>
	○	JOB・マッチング・フェア	優秀な人材を求める中小企業と就職意欲のある求職者を結びつけるため合同就職説明会、地元企業の若手人材確保のために高校、大学との情報交換会を実施する。	2,299,500
		南河内特産品販路開拓事業	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に販売会を開催する。	643,125
	○	広域セミナー(労働環境の改善について)	羽曳野市商工会幹事の事業計画参照	287,850
	○	商工展示即売会事業(産業フェア)	大阪狭山市商工会幹事の事業計画参照	100,000
		物産展inまつばら	松原商工会議所幹事の事業計画参照	100,000
		女性リーダー育成事業	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	106,050
		次代を担う若手経営者等の育成支援事業	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	113,625
	○	経営トピックセミナー配信事業	大阪府商工会連合会幹事の事業計画参照	101,000
		大阪勧業展	大阪商工会議所幹事の事業計画参照	50,500
	○	求人確保支援事業	八尾商工会議所幹事の事業計画参照	381,964
	○	事業継続計画(BCP)策定支援事業	八尾商工会議所幹事の事業計画参照	20,200
<b>うち府施策連携事業</b>				<b>4,927,714</b>

事業名		柏原市ブランド化事業		事業番号	1	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27 年度～	年度まで	7	年	後数年段階的実施事業は上欄に○を付すること。また、別紙にて計画を提出すること。	
事業の概要	事業概要	事業所の魅力づくりの掘り起こしを伴走支援し、魅力発信（PR）を積極的に行う。					
	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くと考えている。</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・ブランド力を高めると共に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)	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					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	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。 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。					
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	令和2年度において、魅力開発事業として新型コロナウイルスの影響で売上減少した飲食店においてテイクアウト商品5社開発を支援。 魅力発信事業としては、国分エリアで特売市に40社参加。三密回避のためひと月にわたり国分ぶらり市を開催した。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している飲食店36社に対し、テイクアウトの事業形態を取り入れてもらい、忘年会、クリスマス、新年会でのテイクアウト利用を広告宣伝し、同時期の販売促進の支援を行った。柏原市内の飲食小売業者を対象に意見交換会を開催する。参加36社。					
	反省点	新型コロナウイルスの影響で飲食店を中心に厳しい経営状況が続く中、テイクアウト事業など可能なことを展開することによって、事業者の中に募集、企画、集客などについて主体的に関わり、地域の活性化に繋がってほしいという意見が多くなってきた。このコロナ禍の中で、より効果の高い事業の手法をとるためにはいままでと変化をつける必要性も発生してくることが予想される。そのような中、地域活性化に意欲ある事業者の意見を取り入れ、事業者と共に事業展開することで、より効果の高いものに変えていきたい。					
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	ブランド化をすすめる特産品・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、各エリアを中心とした特売市を開催する(ネット配信も考慮する)					
	人材交流型	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、および、魅力づくりと魅力発信を積極的に推進すべき柏原エリアの商店街を対象に、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。また特売市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。					
	○ 販路開拓型	<ul style="list-style-type: none"> <li>特売市： 年2回、柏原地域、国分地域でそれぞれ1回開催を予定。</li> <li>街バル(テイクアウト事業)： 年1回、柏原市内全域で開催を予定。</li> </ul>					
	ハズカ型	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感ず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。					
	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)		(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
		販路開拓					
		当事業は(c)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、(d)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、相談事業相乗効果を高めることで本事業の魅力発進に大きく繋がる事が期待される。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	95	社	魅力づくりで開発した商品やお店の魅力について「特売市」を通じて発信を行う。昨年同様国分エリアに加え、柏原エリアの商店街の事業所を中心に、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。昨年国分特売市(国分ぶらり市)の参加事業所は、40店舗。本年度もそれ同等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。			
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	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、売上高アップに繋がってほしい。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くよう企業の意識改革を図ってほしい。					
	その他目標値	目標値の内容⇒		指標		数値目標	
		1000名		売上高のアップに繋がった事業所の割合		50%以上	
		来客者数					

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 ×	60	社 ×	1.00	=	3,030,000	円		
	50,500	円 ×	35	社 ×	1.00	=	1,767,500	円		
	50,500	円 ×	1,000	社 ×	0.01	=	505,000	円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
合計			1,100	社	(小計)		5,302,500	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	5,302,500	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)					
	5,302,500	円 ×	0.50	=	2,651,250	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)				
	○	プルダウンから選択してください		円						
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 60 社	魅力づくりで開発した商品やお店の魅力について「特売市」を通じて発信を行う。昨年同様国分エリアに加え、柏原エリアの商店街の事業所を中心に、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する。
	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、売上高アップに繋がっていききたい。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きけるよう企業の意識改革を図っていききたい。	
	その他目標値	指標   売上高のアップに繋がった事業所の割合	数値目標   50%
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 35 社	ブランド化をすすめる商品、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。実施が難しい場合は、昨年同様に魅力ある商品を掲載したテイクアウト冊子等の作成、市内事業所を中心に配布することにより、魅力づくり・魅力発信、売上拡大を支援する。
	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、売上高アップに繋がっていききたい。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きけるよう企業の意識改革を図っていききたい。	
	その他目標値	指標   売上高のアップに繋がった事業所の割合	数値目標   50%

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。



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 ×	20	社 ×	1.40	=	1,131,200	円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
	合計		20	社	(小計)		1,131,200	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%)								円		
								計	1,131,200	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		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)					
	1,131,200	円	×	1.00	=	1,131,200	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはビジネス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)				
	<input type="radio"/>	プルダウンから選択してください		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		事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		27	年度～	年度まで	7	年	日
事業概要		市内ものづくり企業を中心に知的財産の基礎を学び、知的財産に対する意識改革及び積極的活用を目指す					
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社程度のものづくり企業を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、知的財産の積極的活用を行えるよう、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、そもそも知的財産が自社に関係があるのか、また、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2月に開催予定。参加は20社を目指す。コロナウイルスの影響もありネットでの配信と会場での開催のハイブリット型で事業を進めている。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い、参加者においては関連機関とのパイプができる。個別企業訪問においては大阪府ものづくり支援課、INPITアドバイザーとともに各企業それぞれ複数回の訪問を行い商標、意匠に関する登録申請など2社の企業の知的財産活用掘り起こしができた。				
	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、スムーズな登録まで手厚い支援を継続したい。					
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	【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。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					
	○ 人材交流型						
	○ 販路開拓型						
	○ ハズル型	【知的財産セミナーのオンライン開催】 状況次第では、上記セミナー内容をもとに動画を作成し、オンライン視聴を可能にすることも考慮する。					
	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「INPIT近畿統括本部」やMOBIO知財サポートチーム、支援機関と連携しながら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)	○ (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		
		局-6	中小企業の知的財産の活用促進に向けた支援事業			人材育成・労務	
		大阪府ものづくり支援課と連携し、知的財産セミナーを開催。また知的財産活用を考える企業においては、個別による積極的サポートを行う。(局6)					
主な事業の目標	総支援対象企業数	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。				
		22	社				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	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%

その他目標値	目標値の内容⇒									
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 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円	
		101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
		合計		22	社	(小計)		606,000	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		606,000	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		(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)			
	606,000	円	×	1.00	=	606,000	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)					
	○	プルダウンから選択してください	円							
			円							
			円							
			円							
			円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	そもそも自社に知的財産は関係あるのか、興味はあるが活用方法がわからない、身近に相談できるところがない等問題を抱える企業は多い。それら企業の隠れた知的財産の掘り起こしや活用促進支援をするため、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。
	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%	
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 2	大阪府ものづくり支援課、専門機関アドバイザー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り組みができる。 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	
	その他目標値	目標値の内容⇒	

【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		JOB・マッチング・フェア		事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		H23 年度～	年度まで	11	年目	←複数年段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	優秀な人材を求める中小企業と就職意欲のある求職者を結びつけるため合同就職説明会、地元企業の若手人材確保のために高校、大学との情報交換会を実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	企業発展のため優秀な人材を求める中小企業と意欲はあるものの、就職につながっていない求職者を結びつけること、また地域における中小企業の若手人材確保を支援すること、就職した若手社員が離職することなく職場に定着できるように労働環境の整備を企業内で促進させることを目的とする。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ハローワーク藤井寺管内雇用保険加入企業約4600社及びハローワーク藤井寺登録求職者を中心とした求人企業・求職者を対象とする。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	令和2年度JOBマッチングフェア参加企業によるアンケート調査、および巡回、窓口相談により企業ニーズを把握する。					
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	①合同企業説明会・就職面接会を下記のとおり実施した 9月24日 場所 アゼリア柏原 参加企業 11社 来場者 56人 9月29日 場所 アゼリア柏原 参加企業 3社 来場者 34人 セミナー受講者 52人 ②企業PR冊子を作成することで企業と高校及び大学生の就職支援担当者との交流、情報交換を図る 参加企業 30社程度 学校 25校程度 ③公正採用と人権、従業員のSNS利用と人権についてセミナーを実施した 参加企業 50社程度					
	反省点	コロナウイルス感染症拡大の影響により合同企業説明会の参加企業が減少、面接件数が昨年実績を下回ってしまった。					
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	ハローワーク藤井寺管内商工会・商工会議所(柏原市商工会・羽曳野市商工会・藤井寺市商工会・松原商工会議所)の地域で人材を求める中小企業と就職先が決まらない求職者を支援するために、合同企業説明会・就職面接会を開催する。また求職者に対して就職支援セミナーを開催する。 就職をめざす若者に対して企業に関する情報、魅力を伝えることで中小企業の人材確保、地元企業への就職の増大を図るよう高校、大学との情報交換会をそれぞれ1回開催する。 早期離職を防ぎ働きやすい職場づくりを進めるために経営者層や人事担当者向けにセミナーを開催する。					
	○ 人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズ* 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)	○ (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			
	労-9	求人・求職マッチング事業(地域労働ネットワーク事業)		雇用・求人			
		(a,b,c)ハローワーク、市及び羽曳野市商工会・藤井寺市商工会・松原商工会議所・中河内及び南河内地域労働ネットワークとの連携により各地域から求人企業・求職者の発掘と参加を促し、求人企業・求職者を支援する。また、(a)大阪府労働相談センターの労働相談ブースを設け、労使トラブルを抱える離職者等の相談に応じる。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	ハローワーク藤井寺に求人登録をしている企業及び、人材を求める企業に対して巡回、広報・ホームページ等により募集する。実績 ①、②参加企業				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	105 社					
	指標	面接件数		数値目標	60		
その他目標値	目標値の内容⇒						

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 ×	60	社 ×	1.00	=	2,424,000	円	
	40,400	円 ×	100	社 ×	0.05	=	202,000	円	
	20,200	円 ×	45	社 ×	1.00	=	909,000	円	
	40,400	円 ×	50	社 ×	0.50	=	1,010,000	円	
	40,400	円 ×	15	社 ×	0.50	=	303,000	円	
	合計		270	社	(小計)		4,848,000	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	4,848,000	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	(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)		
	4,848,000	円	×	1.00	=	4,848,000	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)			
	<input type="radio"/>	柏原市商工会		2,299,500 円		柏原市商工会			
		羽曳野市商工会		799,500 円		本事業計画を企画・立案、事業遂行にあたり 関係団体・機関との調整にあたる。			
		藤井寺市商工会		949,500 円		合同面接会を運営			
		松原商工会議所		799,500 円		藤井寺市商工会 情報交換会、セミナーを運 営			

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 30 社	合同企業説明会・就職面接会への参加企業。 実績 ①参加企業
	支援対象企業の変化	参加企業が意欲のある求職者と出会い、採用することで人手不足の解消、経営の安定、活性化を図る。	
	その他目標値	指標	面接件数
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 30 社	高校及び大学との情報交換会への参加企業 実績 ②参加企業
	支援対象企業の変化	参加企業の若手人材確保にかかる取組みをすすめる。	
	その他目標値	指標	情報交換会後に実施するアンケートによる満足度
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 45 社	早期離職を防ぎ働きやすい職場づくりを進めるために経営者層や人事担当者向けにセミナーへの参加企業 実績 ③参加企業
	支援対象企業の変化	参加企業の働きやすい労働環境の整備にかかる取組みをすすめる。	
	その他目標値	指標	セミナー後実施するアンケートによる満足度(理解度)

【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		南河内特産品販路開拓事業		事業番号		5	新規/継続		継続
想定する実施期間		H27	年度～	年度まで	11	年目	←複数年段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	ブランド認定され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。							
	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、7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、7つの商工会・商工会議所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7商工会・会議所28事業所が大阪市内の天神橋筋商店街において、9月15日(火)、16日(水)及び12月15日(火)、16日(水)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、2200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(28社)							
	反省点	即売会の実施により、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の実施も検討、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	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'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)	(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	販路開拓	
		(b)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、(c)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、(d)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。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	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・商工会議所5社程度。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	35 社	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。						
	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		
その他目標値	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2000 人 1000人以上を目指したい。							

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 ×	35	社 ×	1.00	=	1,767,500	円	
	50,500	円 ×	2,000	社 ×	0.01	=	1,010,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		2,035	社	(小計)		2,777,500	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	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		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)		
	2,777,500	円	×	0.75	=	2,083,125	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)			
	○	柏原市商工会		643,125 円					
		河内長野市商工会		240,000 円					
		藤井寺市商工会		240,000 円					
		富田林商工会		240,000 円					
		羽曳野市商工会		240,000 円					
		大阪狭山市商工会		240,000 円					
		松原商工会議所		240,000 円					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。



6. 経費支出計画書（経費内訳）

柏原市商工会

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	250	25,000	6,250,000	
支援機関等へのつなぎ	3	10,000	30,000	
金融支援（紹介型）	30	30,000	900,000	
金融支援（経営指導型）	45	40,000	1,800,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	3	20,000	60,000	
資金繰り計画作成支援	45	20,000	900,000	
記帳支援	15	25,000	375,000	
労務支援	61	20,000	1,220,000	
人材育成計画作成支援	3	20,000	60,000	
マーケティング力向上支援	10	20,000	200,000	
販路開拓支援	30	20,000	600,000	
事業計画作成支援	3	50,000	150,000	
創業支援	3	20,000	60,000	
事業継続計画(BCP)等作成支援	21	20,000	420,000	
コスト削減計画作成支援	25	20,000	500,000	
財務分析支援	5	10,000	50,000	
5S支援	30	10,000	300,000	
IT化支援	3	20,000	60,000	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
事業承継支援	5	20,000	100,000	
災害時対応支援	0	5,000	0	
フォローアップ支援	60	5,000	300,000	
結果報告	250	10,000	2,500,000	
小 計	-		16,835,000	

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	25	600,000	
金融支援	12	288,000	
経営支援	6	144,000	
労務支援	6	144,000	
小 計	49	1,176,000	1,176,000

※記帳支援のために税理士を活用する場合は、単価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		
			8,592,264

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		
			463,700

V 合計			
合 計	算 定 基 準		補助金額
	別紙事業調書のとおり		
			27,066,964