

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	大阪狭山市商工会			
	代表者職・氏名	会長 中嶋 芳彦			
	所在地	〒589-0021 大阪府大阪狭山市今熊一丁目540番地の3			
	担当者	職・氏名	振興課長兼総務課長 梅川 幸嗣		
		連絡先	電話番号（直通）：	072-365-3194	
Fax：			072-366-8584		
E-mail：	oscsocai@silver.ocn.ne.jp				
①設立年月日		昭和43年10月28日			
②職員数		職員数 6人（うち経営指導員数 6人） 令和2年12月時点			
③所管地域		大阪狭山市の区域			
④管内事業所数		1, 835（平成28年経済センサス-活動調査による）			
⑤管内小規模事業者数		1, 251（平成28年経済センサス-活動調査による）			
⑥会員数（組織率）		1, 200（65.4%）（令和2年12月現在）			
※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）					
<ol style="list-style-type: none"> 1. 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。 2. 商工業に関する情報又は資料を収集し、及び提供すること。 3. 商工業に関する調査研究を行うこと。 4. 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。 5. 展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催のあつせんを行うこと。 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。 7. 商工業に関する意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。 8. 行政庁等の諮問に応じて、答申すること。 9. 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 10. 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。 11. 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。 12. 商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。 13. 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 14. 外国人技能実習生の受入に関する事業を行うこと。 15. 職業紹介事業を行うこと。 16. 前各号に掲げるもののほか、本商工会の目的を達成するために必要な業務を行うこと。 					

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

はじめに、大阪狭山市の人口であるが、令和2年11月末時点で、58,723人、世帯数は、26,017世帯である。大阪狭山市域における事業所数の推移は平成3年度の1,725件：平成3年（事業所統計）から15年後の平成18年度：1,947件、25年後の平成28年度：1,835件と推移している。また、小規模事業者はそのうちの68%（1,251件：28年度）を占めている。産業の構成比は、28年度では、第1次・第2次産業あわせて246件（13%）、第3次産業は、1,589件（87%）を占めており、大阪狭山市は数字の上では商業のまちといえる。本市域の主要産業である小売・サービス業の多くは小規模事業者という状況で、大型店・チェーン店の過剰な出店による競争の激化、社会・消費構造の激変に加え、新型コロナウイルス感染症の拡大により、楽観を許さない厳しい経営状況となっている。

地域経済分析システム（RESAS）を活用し、大阪狭山市の経済循環率をみると、76.9%（2015年データ）と、近隣の富田林市（67.6%）、河内長野市（66.3%）と比較しても優位な数字となっている。これは先述の、ロードサイドを中心にいわゆる大型店・チェーン店の過剰な出店が、交通の地理的環境要因も加わり近隣市町村よりの個人消費を吸収している傾向を反映しているものと思われる。

また、本市の抱える特記的な課題として、2021年の帝塚山学院大学・狭山キャンパスの閉鎖、2024年の近畿大学医学部及び附属病院の堺市泉ヶ丘への転出が挙げられ、移転に伴い「人」の流れが大きく変動することが予想され、市行政、本会、事業者、住民が一体となって対策を講じていく必要がある。

(2) 所管地域の活性化の方向性

大阪狭山市は、先にみたように小売・サービス業が主要産業であり、またその多くが小規模事業者である。地域経済を下支えするこれら小規模事業者の持続的な経営・発展なくして、地域経済の活性化、ひいては大阪狭山市の活性化は実現しない。そのため、本会としては、従前以来の税務・労務・金融等の「解のある課題」解決を図る支援業務に加えて、経営の改善等「解のない課題」にも事業者に寄り添う伴走型の支援を積極的に推進していく方向性である。加えて、市行政が打ち出している『住み続けたいまちづくり』に商工業がいかに関わっていくのか、地域全体を俯瞰しながら市行政と綿密に連携し、地域活性化事業等を推進することで、大阪狭山市のまちづくりの大きな一翼を担っていきたい。

特に、令和3年度は昨年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症拡大により影響を受けている事業所に対して、各種助成制度の活用や資金繰り支援等を実施し、経営の持続化を図るとともに、ウイズコロナ・アフターコロナ社会を見据えた大きな変革期に小規模事業者が十分対応していけるような伴走型の支援に取り組んでいくものである。

(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

大阪狭山市の小規模事業所の状況は、地域に密着した小売業やサービス業、飲食業が多くを占めており、地域コミュニティ、消防や防犯等、地域に果たしている役割は大きい。しかし、近年、大規模小売店舗・チェーン店等の過剰な進出による競争の激化、また社会・消費構造の激変等によりますます厳しい経営環境にあり、経営者の高齢化が進むなど、まずは事業の持続に力を注いでいるのが実情である。また、こうした小規模事業者の減少は先述したコミュニティの減少等、地域社会に様々な課題を生んでいる。

商工会では、小規模事業者をさまざまな分野（金融・税務・労務・IT等）においてサポートするとともに、小規模事業所単体では取り組めない事業、個店売上拡大支援事業、商業活性化事業等に積極的に取り組んでいく。支援対象として想定する事業者として、「卸売・小売業」、「飲食店」、「サービス業」等の小規模事業者とし、その対象事業者数は1,251事業所としたい。加えて、創業に意欲のある方、興味のある方も支援対象と本会は捉えており、「創業支援事業」を実施することで、地域内での起業を積極的に促進していく。

(4) 事業の目標

今年度においても引き続き、小規模事業者が抱える経営課題（金融・税務・労務等）の相談・指導に、関係支援機関、各種専門家等と連携しながらきめ細かく実施し、小規模事業者の経営の安定化・効率化に寄与したい。また、国の施策メニューに対しても、各種専門士と綿密に連携し、きめ細かい支援を推進し、より充実した事業所支援体制を構築したい。専門相談支援事業においてはウイズコロナ・アフターコロナ社会に対応した販売・経営体制の実現等に迅速かつ柔軟に対応していくものである。

また、大阪狭山市が商業性の高い産業構造であることから、本会としては「個店売上拡大支援事業」「個店魅力発信支援事業」「販路開拓支援事業」等の事業に感染状況を鑑みながら柔軟に取り組むとともに、「長野・狭山異業種交流会」「番頭さん養成講座」等、工業系事業所に対する支援事業も積極的に推進し、参画事業所の販路拡大、生産性の向上、ひいては地域経済の活性化に貢献していきたい。

(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）

小規模事業者にとって、商工会は、税務・労務・金融・IT等、経営のさまざまな分野においてきめの細かい指導を継続的に受け続けることのできる地域唯一の団体である。また、商工会では、応援センター、税務署、監督署、日本政策金融公庫等の各種行政機関、あるいは税理士、司法書士等各種専門家団体とも緻密に連携しており、より高度な課題にも迅速に対応してゆける体制を整えている。このことは、新型コロナウイルス感染症が席卷する昨年、その機能を十分に果たすことで地域での存在意義を再認識したところである。

経営指導員による日常的な巡回・窓口相談は、様々な経営情報を小規模事業者に届けるとともに、事業者が抱える経営課題の抽出・整理・解決に努めることで、小規模事業者の事業の安定化、活性化につながることを期待され、また、そのことで地域経済、地域社会の活性化に寄与することが期待される。また、商工会は産業フェアの開催等、地域全体の活性化にも大阪狭山市と連携しながら取り組んでいる。

これら事業を実施しなかった場合、小規模事業者は商工会で受けることのできるワンストップ相談や継続的な指導を受ける機会を失うことになり、持続的な経営が困難になることが予想される。また、地域活性化事業（産業フェア等）において果たしている中核的役割の大きさを考えると、実施しなかった場合、地域全体の活力が低下する等、地域に与える影響は大きいものである。

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	255 事業所	支援機関等へのつなぎ	25 支援	
金融支援（紹介型）	20 支援	金融支援（経営指導型）	20 支援	
マル経融資等の返済条件緩和支援	1 事業所	資金繰り計画作成支援	1 事業所	
記帳支援	1 事業所	労務支援	25 支援	
人材育成計画作成支援	5 事業所	マーケティング力向上支援	5 事業所	
販路開拓支援	40 支援	事業計画作成支援	15 支援	
創業支援	5 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	15 事業所	
コスト削減計画作成支援	5 事業所	財務分析支援	5 事業所	
5S支援	5 事業所	IT化支援	5 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	255 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	—			
<p>経営指導員が各種関係機関と連携し、小規模事業者が抱える経営課題の整理・解決に努め、各種専門機関・専門家等への『つなぎ機能』を十分に発揮することで、小規模事業者の効率的な経営の支援と事業の安定化・発展に寄与したい。また、国・府の施策メニューに対しても事業承継等の支援について各種専門家と連携し、地域に密着した商工会だからこそできるきめ細かい支援を充実させ対応していきたい。平成31年度・令和2年度の実績に照合した結果、また当会としての目標として件数の設定根拠としたい。</p> <p>特に令和3年度は、新型コロナウイルス感染症対策支援施策の情報提供を引き続き強化するとともに、資金繰りや各種給付金の活用支援等、セーフティーネット的な役割を担うとともに、ウイズコロナ・アフターコロナ社会を見据えたビジネスモデルと経営体質への変革を伴走的に支援して参りたい。</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>小規模事業者のニーズ・課題把握のため、また事業所へのきめの細やかなサービスのため、経営指導員6人が年間を通じ巡回、窓口において経営相談支援を実施。小規模事業者の抱える経営課題の解決と、事業改善の提案を実施していく。</p> <p>小規模事業者にとって、商工会における経営相談は時間的にも効率的であり、経営指導員にとっても経営実態を把握でき相談支援・改善提案する効果は大きいと考えている。</p> <p>小規模事業者にとって抱える様々な経営課題、事業承継等について、すばやくワンストップ的に専門家への相談できるメリットがあるとともに、地域活性化事業において個店の魅力づくりに取り組む活動と平行しながら、継続的な相談・指導を実施していくことでその相乗効果も見込まれる。</p> <p>特に、新型コロナウイルスの感染状況等が持続的な経営に与える影響が極めて大きいことから、【大阪府・超簡易版BCP「これだけは！」シート】を活用する等、小規模事業者におけるBCP作成支援には従前にも増して取り組んで参りたい。</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	支援件数	330	税理士による税務相談会、年末調整指導会、確定申告指導を実施（支援日数延66日）
法務支援	継続	支援件数	5	司法書士による法律相談会を実施（支援日数5日）
経営支援	継続	支援件数	18	中小企業診断士による経営/IT相談会を実施（支援日数12日）
労務支援	継続	支援件数	7	社会保険労務士による労務相談会を実施（支援日数5日）
事業実施のポイント・期待される効果				
<p>日常の経営相談（税務・労務・金融等）についてワンストップ的に応じている経営指導員が、小規模事業者の抱える高度な経営課題を事前にその問題点等の要約をまとめ、各種専門家へとコーディネートし、課題解決に努める。課題におけるポイントの抽出、事前準備書類の整理を経営指導員が各種専門家と連携し行い、税理士・司法書士・中小企業診断士・社会保険労務士へのつなぎ機能を充分発揮していくことで、小規模事業者の効率的な経営とその発展に貢献したい。地域に根ざした商工会だからこそできる、日常的に事業者とのかかわりのある商工会だからこそできる強みを活かした支援を引き続き、より一層強化して参りたい。</p>				

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				3,484,500
1		個店売上拡大支援事業(まちゼミ)	個店ならではの魅力を伝える事が出来、消費者の意見を直に聞き取る事ができる「まちゼミ」事業を実施し、個店に集客並びに売上を、消費者には満足を、そして、地域には賑わいを創出する事で、地域の活性化を目指す。	631,250
2		個店魅力発信支援事業(まちバル)	店舗の魅力発信並びに新規顧客の獲得に繋げる為に「まちバル」を実施し、市内外より消費者流入の強化を図る事で、経営力の更なる向上を狙う。	1,010,000
3	○	創業支援事業	起業家の育成、創業の促進を積極的に推進し、強い企業の実現を目指す。また、市の創業支援事業計画にも参画し、起業家の育成等を目指す。	707,000
4		販路開拓支援事業	事業所の持つ魅力を的確に情報発信できるよう努め、事業者の認知度向上と販路拡大を目指す。事業実施は市行政や各団体と連携しながら実施することでより効果的なまちぐるみの取り組みとしたい。	1,136,250
(2) 広域事業				4,290,052
5	○	商工展示即売会事業(産業フェア)	市内の商工業及び農業の各業種間の交流を促すとともに、地産地消の促進を目指すため、市内の特産品や工業製品などの展示・即売を行うことにより、市民とのふれあいや相互の理解を通じて、市民の商工業等の振興に対する意識の高揚を図り、もって地域の活性化と地域産業の振興・発展につなげる。	1,151,250
6		長野・狭山異業種交流会	事業所間相互の交流を図ることで、新たなビジネス開拓や経営力向上を目指す事業	436,320
7		“番頭さん”養成講座	事業経営に必要な様々な分野を「横断的に」「より実践的に」身につける講座の実施を通じて、事業経営を支える人材の育成を目指す。	468,135
8		ITツール活用支援事業	富田林商工会の事業計画書参照	224,523
9	○	製品・商品・サービス魅力強化発信事業	富田林商工会の事業計画書参照	115,140
10	○	求人・求職マッチング事業	河内長野市商工会の事業計画書参照	347,109
11	○	BCP策定支援事業	河内長野市商工会の事業計画書参照	222,200
12	○	広域セミナー(労働環境の改善について)	羽曳野市商工会の事業計画書参照	287,850
13		南河内特産品販路開拓事業	柏原市商工会の事業計画書参照	240,000
14		大阪勧業展	大阪商工会議所の事業計画書参照	25,250
15		物産展inまつばら	松原商工会議所の事業計画書参照	100,000
16		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の事業計画書参照	303,625
17		女性リーダー養成事業	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	106,050
18	○	事業継続計画(BCP)策定支援事業	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	50,500
19	○	経営トピックスセミナー配信事業	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	212,100
うち府施策連携事業				3,093,149

事業名		個店売上拡大支援事業（まちゼミ）	事業番号	1	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成 26 年度～ 年度まで	8	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	個店ならではの魅力を伝える事が出来、消費者の意見を直に聞き取る事ができる「まちゼミ」事業を実施し、個店に集客並びに売上を、消費者には満足をし、そして、地域には賑わいを創出する事で、地域の活性化を目指す。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪狭山市の商業環境は商店等の商業集積の形成が、小規模で点在型であり、個店に対する知名度が低いのが現状である。また、周辺市域での大型商業施設の増加や少子高齢化などで従来の顧客が減少してきている事も原因となって個店の売上、並びに集客力の低下にも拍車をかけており、その事は深刻な問題となっている。そこで、一過性の集客イベントではなく、各個店に人が集まり、店舗が比較的点在していても実施が可能である「まちゼミ」事業を新規顧客獲得及び売上拡大の一助となる事を目的として実施する。今、「モノ」よりもそこでしか体験する事が出来ない体験型サービスである「コト」が求められている事からもお店の独自性を磨き、また、事業の実施を店主自らが主体的に考えて行動してもらう仕組みを取る事で個店力のアップを図り、更に地域の牽引役となり地域の活性化にも尽力しうる人材の発掘にも繋げていきたい。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市内で事業を行っている地域活性化及び個店の魅力アップ（＝売上拡大）に積極的に取り組もうとしている小売・サービス業等を中心とした小規模事業所を対象とする【対象事業所数：767社（平成28年経済センサス）】				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	日頃の巡回指導等で、各個店からニーズを吸い上げるとともに、令和2年度「まちゼミ」参加予定者、並びにコロナにより参加を自粛された事業所からも当事業は継続する事で効果を得られるといった意見もあり、引き続きニーズは高いものと感じられる。また、地域活性化には、個店力のアップが欠かせない事からも個店が中心となる本事業による効果は大きいものと思われる。				
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	令和2年度は「まちゼミ」参加店向けに勉強会を本事業実施前の11月に行った。その上で、「まちゼミ」事業を令和3年1月18日（月）～2月14日（日）【参加店：15店 講座数：17講座（内：オンライン5講座）】の期間で実施予定。広報については、チラシを商工会をはじめ市役所等の公共機関で配布、大阪狭山市を中心に発刊している情報誌「コミュニティ」を活用し、情報発信として商工会HPやフェイスブックを活用。また、結果報告会についても事業実施後（3月予定）に開催し、次回に向けてのブラッシュアップを行う予定。本来8月に実施予定であった「キッズまちゼミ」についても3月28日（日）・29日（月）の春休み期間中において市公民館との共催において開催予定【参加店：7店 講座数：7講座】。前回実施後において発足した世話人会により、引き続き参加店募集のチラシ作成等について自主的な動きが少しずつであるが、定着してきた。				
	反省点	過去の反省を生かし、実行委員会的な役割を行う「大阪狭山まちゼミの会」を設立し、自主的な取り組みが行えるようになったが、参加される店舗間での温度差も顕著になってきている。今後において「まちゼミ」を市内により浸透させるには、委員会のメンバーを中心に横の連携を緊密にし、事業実施に前向きに取り組めるかが重要となる。商工会としても参加店が主体的に動けるようまちゼミ実施時期外でも交流できる機会を設け、協力していきたい。				
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	人材育成型	【販路開拓型】 「まちゼミ」の実施前には、事業が効果的に行えるように参加予定者を対象に「まちゼミ」の進め方等についての説明会を行い、初めて参加を希望する事業者に対してのフォローも行っていく。事業実施時には、事業の情報発信のためにフェイスブックページや商工会HP及び市の広報等を活用し、積極的なプレスリリースも行う予定である。また、「まちゼミ」事業は、継続していく事が重要である為、事業成果の把握と課題を報告できる機会として「結果報告会」を開催し、そこで出てきた意見をフィードバックする事で今後の事業実施を効果的なものとしていく。また、「結果報告会」や独自の「勉強会」を活かし、参加店同志の交流や連携を図る。【事業スケジュール（予定）】事業実施に向けた準備（新規の参加者の掘り起こし、参加店の募集）／「まちゼミ」に関する説明会の開催（実施に向けた取り組み等について勉強、初めて参加する事業者の為に開催）／「まちゼミ」事業の実施・結果報告会の開催※開催時期については、事業者のニーズによって決定を行う予定。（夏～秋頃）また、「まちゼミ」について市民にPRする事と開催をPRする事を目的として市立公民館と共催で「子供向けのまちゼミ」を実施する予定。（8月）				
	人材交流型	新型コロナウイルス感染症の状況により、今回試験的に実施する「オンラインまちゼミ」の質を高める事で、オンラインに切り替えしても開催が可能な体制を構築し、実施したい。				
	○ 販路開拓型	また、令和3年9月～11月には、「全国一斉まちゼミ」も企画されており、大阪狭山でのまちゼミも参画し、事業への訴求効果を図りたい。				
	ハズオ型					
	独自提案型					

のかを 明確に)	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	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果
		販路開拓			
<p>(c)市町村連携：大阪狭山市とは、地域の事業実施についての情報提供を積極的に行い、市広報等への掲載による連携を図る。市全体の活性化と個店の魅力アップ・売上増加に繋がるよう相乗効果を上げたい。また、市への後援申請も行う。(d)「まちゼミ」事業への参加店に対して、事業実施が効果的に図られるようにSNSの活用支援や自社商品・サービスのPRを積極的に行うIT活用の向上支援といった具体的な支援を行うことで相談事業(カルテ化)に繋げていきたい。</p>					
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⇒	商工会報、HP等により大阪狭山市内に店舗を設ける事業者に向けて幅広く事業内容を周知する。また、既に「まちゼミ」事業に参加された事業者による効果のロコミも狙う。設定根拠としては、のべ19店舗(令和2年度実績予定数)による事業所数を元に今回、コロナにより参加をキャンセルされた事業所の増加分を見込んでいる。		
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	事業を通して新規顧客を獲得し売上向上を図ろうとする意識の改善が期待される。また、店主が講師となり自店の紹介や専門知識等を受講者(=お客様)へ伝える事によって店舗の特長等を知ってもらい、新規顧客の獲得及び今後の売上拡大にも繋げる。			
	指標	「まちゼミ」事業参加後のアンケートにおいて販売促進・新規顧客の開拓に役立ったと回答した事業所の割合		数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容⇒	社		
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 ×	25 社 ×	1.00 =	1,262,500 円
		円 ×	社 ×	=	円
		円 ×	社 ×	=	円
		円 ×	社 ×	=	円
		円 ×	社 ×	=	円
	合計	25 社	(小計)	1,262,500 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%)					
			計	1,262,500 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	125,000 円	負担金の積算	@5,000×25=125,000	
	(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)		
	1,262,500 円 ×	0.50 =	631,250 円	(125,000 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)	
	○	大阪狭山市商工会	631,250 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		個店魅力発信支援事業（まちバル）		事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成 28 年度～	年度まで	6	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	店舗の魅力発信並びに新規顧客の獲得に繋げる為に「まちバル」を実施し、市内外より消費者流入の強化を図る事で、経営力の更なる向上を狙う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪狭山市の商業環境は商店等の商業集積の形成が、小規模で点在型であり、個店に対する知名度が低いのが現状である。また、市内には魅力的な飲食店も連なっているが通学、通勤客は車で降車してから直接帰路に着くケースが多い。そこで、大阪狭山市を中心とした飲食店等を対象にして気軽に来店できる環境を作り、ランチタイムや通勤、通学帰りの夜間に人を呼び込み常連客へと発展する支援に繋げ、一過性の集客イベントではなく、各個店に人が集まる「まちバル」事業を新規顧客獲得及び魅力発信の一助となる事を目的として実施する。また、事業実施時におけるメニューやサービス等を店主自らが主体的に考えて行動してもらう仕組みを取る事で個店力のアップを図り、更に地域の牽引役となり地域活性化にも尽力しうる人材の発掘にも繋げる。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市内で事業を行っている地域活性化及び個店の魅力発信に積極的に取り組もうとしている飲食業及び食品製造小売業を中心とした事業所を対象とする。 対象事業所数：234社 (「RESAS」 2016年企業数)					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	小規模事業者においては、独自の魅力を持ちながらも自社のみで広報や販路開拓を積極的に打ち出すには費用面等からも困難であったり、また、地域に根ざしている事から地域を盛り上げる為に何か出来ないかという声も引き続き多く聞かれる。その上で、日頃の巡回指導等を活用し、各個店からニーズを吸い上げ、より参加しやすく効果的な事業の実施に繋がるよう改善しうる意見等を吸い上げながら、個店が中心となる本事業（まちバル）を実施する事で得られる効果は大きいものと思われる。					
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	令和3年2月1日（月）～28日（日）の1ヶ月間の日程で市内の飲食店を中心に約30店舗（予定）が参加し、事業を実施予定。新型コロナウイルスの影響を鑑み、短い期間で人が集中するのを防ぐ為、期間を延長し、また、接触の削減を図るため従来のチケット方式も中止。ただ、回遊性を持たせ、市内の店舗を廻っていただく為にスタンプラリー方式に切り替え、市内全域での食イベントという意味合いを残す事で実施する予定である。募集時での参加予定店舗からは「GoToイートも中断しているので、お店をPRしたい」、「コロナが収束するまでの頑張るきっかけにしたい」との声が聞かれた。多人数の来店や長時間の飲食といった制限を設けることで、感染対策を徹底し、厳しい飲食業にとって有意義な事業にしたい。					
	反省点	事業の実施にあたり、従来の手法では、参加店や参加されるお客様においては密になるリスクが高い事から、感染のリスクを抑えながら、かつ、厳しい環境下でも事業所をPRし、顧客の獲得に繋がるように実施する見込みである。今後は、非常時でも対応できるようにテイクアウトメニューの開発やデリバリーの試みなど店舗運営に更なる工夫を施していけるよう支援やアドバイスをい事業の継続実施に繋げていきたい。					
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	「まちバル」事業・・・大阪狭山市内にお店を構える飲食業を中心に事業の周知を行い、募集をかける。参加店のオリジナル商品やこだわりメニューが事前及び当日発行するチケット（600円×5枚綴り）【予定】により定額で提供を受ける事が出来る。事業実施時には、事業の情報発信のためにフェイスブックページや商工会HP、また、市広報等も活用する予定である。店舗に来店したことの消費者に各店舗の商品やサービスを知っていただくきっかけとし、今後の新規顧客獲得及び売上アップに繋げていく。【事業スケジュール（予定）】事業実施に向けた準備（参加店の募集、事業内容の周知）／「まちバル」に関する説明会や個別支援でのフォロー（実施に向けた取り組み、事業内容についての理解等といった意識の共有）／「まちバル」事業の実施・結果報告会の開催※開催時期については、近隣の市町村等及び本会実施の別事業との開催時期も考慮に入れ、効果的な集客が図れるように行う予定。（9月の第2週または第3週の週末を予定）					
	人材交流型	上記に加え、他の事業開催時等での広報にも努めたり、チケットを市のふるさと納税の返戻品に取り上げて頂き、情報発信の強化を図る					
	○ 販路開拓型	また、新型コロナウイルス感染症の状況によっては、テイクアウトメニュー限定やキッチンカー（所有事業者）等の活用を検討し、感染防止対策を図りながら、最善の手法を検討し、開催する。					
	ハズオン型						
	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)	(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		
(c)市町村連携：大阪狭山市とは、地域の事業実施についての情報提供を積極的に行い、市広報等への掲載による連携を図る。市全体の活性化と個店の魅力アップ・売上増加に繋がるよう相乗効果を上げたい。また、ふるさと納税とのタイアップも検討。(d)「まちバル」事業への参加店に対して、事業実施が効果的に図られるようにSNSの活用支援や自社商品・サービスのPRを積極的に行うマーケティング力の向上支援といった具体的な支援を行うことで相談事業（カルテ化）に繋げていきたい。							

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⇒ 40 社	商工会報、HP等により大阪狭山市内に店舗を設ける事業者に向けて幅広く事業内容を周知する。設定根拠としては、前回の参加店の実績数より42店と今回の本来の予定参加数38店（キャンセル分含む）の平均をとり、計40店とする。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	事業を通して新規顧客の獲得による売上向上、商品やサービスへの顧客の反応や実態を知ることによって商品開発やサービスの向上を図ろうとする意識の改善が期待される。							
	指標	事業実施後のアンケートにおいて新規顧客が増加した店舗の割合	数値目標	70%					
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	円 ×	支援企業数	社 ×	係数	=	標準事業費	円
		50,500		40		1.00		2,020,000	
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
		合計		40	社	(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	
		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	120,000 円		負担金の積算	@3,000×40=120,000				
	(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)					
	2,020,000 円	×	0.50	=	1,010,000 円	(120,000 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）				
	○	大阪狭山市商工会	1,010,000 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		創業支援事業	事業番号	3	新規/継続	新規
想定する実施期間		令和 3 年度～	年度まで	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	起業家の育成、創業の促進を積極的に推進し、強い企業の実現を目指す。また、市の創業支援事業計画にも参画し、起業家の育成等を目指す。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪狭山市内の創業促進を積極的に推進し、起業家の育成、強い企業の実現を目指し、創業支援事業を実施する。創業が気になっているが具体的にはどうしてよいかわからない者から、創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者までを広く対象とし、創業に関して必要な知識や事業計画の作成等知識の習得するセミナーを行うとともに、創業に向けての疑問点、具体的な手続き等を個別相談にて対応することにより、円滑な創業実現のための一助とすることを目的とする。また、2014年～2016年期での大阪狭山市の創業比率は、4.13%と全国(5.04%)並びに大阪府平均(5.17%)【RESAS】と比較しても低い状態であり、2016年(H28)に大阪狭山市が「創業支援事業計画」の認定を受けたことを機運に創業支援を継続していく事で、地域の活性化にも寄与していきたい。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者(創業5年未満)に加え、新たな事業を立ち上げようとする中小企業経営者、中小企業従業員、大学生等				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	創業を具体的に考えている者だけでなく、新しい働き方の一つの選択として創業に取り組みたいという者がいる。そのため、実務的な知識の習得といった創業セミナーが求められている。				
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	【参考】 平成28年度から大阪府商工会連合会を中心に広域連携の形で他市の会場にて創業セミナーを実施。平成30年度より会場を大阪狭山市内にしたところ、募集定員は25名であったが受講申込者は30年度、31年度、令和2年度とともに定員をオーバーする反響があり、定員数の25名と多くの方の受講実績がある。(但し、令和2年度は感染対策防止の為、20名に削減)受講後の満足度も高く、それぞれの受講を受けて合計で10件の創業に加え、メディアに取り上げられるに至る方など、創業への意欲の高まりが見られた。また、参加者からは創業を志す者同士、自主的に交流が出来る体制が年度ごとに設けられている。				
	反省点	今後、より地域密着支援がおこなえるように単独事業として実施していく。創業セミナー受講後に間もなく創業できる方は1～2名ほどであることから、その他の受講生に対して受講後も継続して創業に向けた支援を実施していく必要があり、他の交流事業とのリンクや順次相談対応もおこなっていく。				
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	(人材育成) 創業セミナーの開催。創業に関する具体的な知識習得セミナーとして大阪狭山市・日本政策金融公庫堺支店と連携して開催する。「経営」「財務」「販路開拓」「人材育成」4テーマの基礎的な知識習得に加え、人的ネットワークを構築できるような機会を設ける。創業を考えている者を対象に、創業する際に必要な心構えなど初歩的な内容から創業に関して必要な知識や事業計画書を作成する重要性などを学ぶ。令和3年9月～10月の間に4日間で開催予定。				
	人材交流型	新型コロナウイルス感染症の状況によっては、オンライン等での受講方式も検討すると共に感染対策防止に努め、その時の最善な方式を検討し、実施する。				
	販路開拓型	また、創業セミナー前、及び後のフォローとして、大阪府商工会連合会・大阪産業局とも連携、協力を行うことで、極め細やかな実施にしたい。				
	ハズメ型					
	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	
		商-13	起業家の育成、創業の促進		創業・経営革新	
		(a)府施策連携：商-13 創業へ確実に1歩踏み出してもらうような創業セミナーを開催することで、創業取組者を増やし、創業支援機関ネットワークへの参画、大阪府実施の「オール大阪起業者支援プロジェクト グローイングアップビジネスプランコンテスト」へのつなぎ等、創業者へ継続的な支援を行う。(c)市の特定創業支援事業計画に参画し、参加者にとってより身近な相談窓口として支援を行う。(d)創業後も現状や課題を把握することで、相談事業につなげ事業所支援を継続的に実施する。また、専門家の個別相談を活用し、具体的な相談内容にも対応することで効果的な支援を行う。				
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⇒	創業セミナーへの参加者数。大阪狭山市・大阪狭山市商工会によるチラシ配付およびHPにより募集する。			
		25 社				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	創業意識が向上した割合	数値目標	70%	
	その他目標値	目標値の内容⇒				

算定基準 (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 ×	25	社 ×	1.40	=	707,000	円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
		合計		25	社	(小計)		707,000	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	707,000	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	<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)	
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"/>	大阪狭山市商工会		707,000 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		販路開拓支援事業		事業番号		4	新規/継続	新規		
想定する実施期間		R 3	年度～	年度まで	1	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○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	事業所の持つ魅力を的確に情報発信できるよう努め、事業者の認知度向上と販路拡大を目指す。事業実施は市行政や各団体と連携しながら実施することでより効果的なまちぐるみの取り組みとしたい。								
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	帝塚山学院大学・近畿大学医学部の転出により、新たな交流人口の確保が大阪狭山市が抱える課題であり、市行政では令和3年度以降、より一層のシティプロモーション事業に注力していく方向性である。 本会としては、市行政と連携しながら、本市の魅力を構成する重要な要素である「特徴ある事業所」の情報発信に取り組み、参加事業所の認知度、売上向上を図ることで、本市のシティプロモーション事業の大きな一翼を担いたい。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	参加事業所 (製造小売店35店、飲食店10店を想定)								
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	新型コロナウイルス感染症の影響により、各種展示会やイベント事業が中止・縮小を余儀なくされ、販促活動自体が停滞している。「事業所をPRしたい」「消費者ニーズを把握したい」という企業ニーズを日常の支援を通して把握していることから、「新しい生活様式」を実践した情報発信や販促支援のあり方を本事業で取り組んで参りたい。								
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									
	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	「魅力あるお店の存在は地域全体の魅力につながる」この方針のもと、地域に根ざした店づくりを目指している事業所の販路支援を実施して参りたい。事業実施は、商工会だけに留まらず、市行政や市内各団体とも連携しながら実施していくことで、より幅広く、より効果的に取り組み、本市のブランド力の向上、交流人口の増加、地域経済の内循環を高めることに寄与して参りたい。								
	人材交流型									
	○ 販路開拓型	■情報発信の強化 実施時期：4月～ 市内外より集客が見込まれる場所に情報発信コーナーを常設置し、情報発信に努める 想定場所：大阪狭山市文化会館（SAYAKAホール）								
	ハズメ型	■ミニ物産展の開催 実施時期：10月～11月 (公財)大阪狭山市文化振興事業団、大阪狭山市文化協会と連携し、市内外より集客が見込まれる公演等にあわせ、「ミニ物産展」を開催し、参加事業者の販路拡大を目指す。								
	独自提案型	公演等、人の流れの時間帯が予め認識できるため、事業者の時間的な負担、感染症リスクの軽減等、効率的な販路支援が図れる。 ■スタンプラリーの開催 実施時期：7月～8月 参加店を巡る「スタンプラリー」を実施。大阪狭山市果樹振興会、府立狭山池博物館（市郷土資料館）と連携し実施することで、消費者には大阪狭山市の魅力を事業への参加を通じて体感していただけるよう工夫する。各々にお店や施設を巡っていただく「スタンプラリー」のため、密にならずに実施できると想定している。大阪狭山市で栽培され、直売店のみでしか流通しない葡萄「大野ぶどう」の販売時期に開催し、夏の風物詩的的事业に育成したい。								
	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	地域ブランド		
		(c)大阪狭山市の各部署と連携し実施 <input type="checkbox"/> 政策推進部 広報・魅力発信 …シティプロモーション事業主体 <input type="checkbox"/> 政策推進部 企画グループ …ふるさと納税の推進 <input type="checkbox"/> 市民生活部 農政商エグループ …地域内事業者の振興、地域内農業従事者の支援 (令和3年4月からスタートする第五次大阪狭山市総合計画に伴い機構改編予定) (d)事業の性質上、参加事業者とのやり取りが多くなり、相談カルテへと繋がっていくことが予想される。								
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⇒	ミニ物産展（5社×3回＝15社）、スタンプラリー（1回30社）。事業展開の規模等を考慮し設定							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	45 社	事業所の認知度と来店者数のアップ。事業実施を通じ、地域を代表する事業所としてのブランド力の向上が図られ、販路開拓につながる。				指標	販路開拓に貢献したという割合	数値目標	70%以上
	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		
	50,500	円 ×	15	社 ×	1.00	=	757,500	円	
	50,500	円 ×	30	社 ×	1.00	=	1,515,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		合計	45	社	(小計)		2,272,500	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%)									
							計	2,272,500	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		750,000 円		交付市町村等		大阪狭山市より商工会へ1,500,000円補助金。そのうち、本事業にかかる経費補助分		
	②受益者負担		90,000 円		負担金の積算		2,000円×45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)		
	2,272,500 円		×	0.50	=	1,136,250 円	(840,000 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)			
	○	大阪狭山市商工会		1,136,250 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⇒ 15	ミニ物産展(5社×3回=15社)。
	支援対象企業の変化	事業所の認知度アップ。また認知されることで、地域を代表する事業所としてのブランド力の向上、販路開拓が図られる。 指標 認知度向上に貢献したという割合 数値目標 70%以上	
	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⇒ 30 社	スタンプラリー(1回30社)。事業展開の規模等を考慮し設定。
	支援対象企業の変化	事業実施を通じ、新たな来店者が増加することで、お店の認知度アップと販路開拓が図られる。 指標 販路開拓に貢献したという割合 数値目標 70%以上	
	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		商工展示即売会事業（産業フェア）		事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成 19 年度～	年度まで	14	年目	←複数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	市内の商工業及び農業の各業種間の交流を促すとともに、地産地消の促進を目指すため、市内の特産品や工業製品などの展示・即売を行うことにより、市民とのふれあいや相互の理解を通じて、市民の商工業等の振興に対する意識の高揚を図り、もって地域の活性化と地域産業の振興・発展につなげる。					
	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	令和2年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、事業は開催中止となった。 一昨年の実績としては、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	新型コロナウイルス感染症の影響を最小限に抑え、開催できるように目指したい。 そのためにマスク着用、手指消毒、ソーシャルディスタンスの確保など会場内で啓蒙し万全の対策を行う。 一昨年からの反省として 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					
	人材交流型	開催日時：令和3年11月20日（土） 開催場所：大阪狭山市野球場・施設駐車場					
	○ 販路開拓型	企業展示ブース（1ブース：3m×3m）を設置し、参加事業所による商品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、事業所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。					
	ハズレ型	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20日…大阪狭山市産業フェア開催					
	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 労-5 産業祭・物産展・ものづくり教室 販路開拓					
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：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。						

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⇒ 40 社	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により応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 (代表的な指標)	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	70%						
	その他目標値1 (事業費の積算あり)	目標値の内容⇒ 1500 人	出展30社に対し50名の来客							
その他目標値2 (事業費の積算なし)	目標値の内容⇒ 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 ×	30	社 ×	1.00	=	1,515,000	円	
		50,500	円 ×	10	社 ×	0.50	=	252,500	円	
		50,500	円 ×	1,500	社 ×	0.01	=	757,500	円	
		50,500	円 ×	250	社 ×	0.01	=	126,250	円	
			円 ×		社 ×		=	0	円	
		合計		1,790	社	(小計)		2,651,250	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%)							0	円
		計							2,651,250	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	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				
	○ (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)			
	2,525,000	円 ×	0.75	=	1,725,000	円	(800,000 円)			
	126,250	円 ×	1.00	=	126,250	円				
		合計		1,851,250 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)				
	○	大阪狭山市商工会		1,151,250 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							

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	出展可能事業所数を想定し設定。出店30社。市窓口、市広報、商工会報、商工会HPにより応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	70%
その他目標値	目標値の内容⇒	出展30社に対し50名の来客。		
	1500 人			
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⇒ 10 社	出展可能事業所数を想定し設定。パネル10社。市窓口、市広報、商工会報、商工会HPにより応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	70%
その他目標値	目標値の内容⇒	ものづくり体験教室5ブースに対し50名の参加者。		
	250 人			

【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		長野・狭山異業種交流会	事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成 26 年度～ 年度まで	8	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	事業所間相互の交流を図ることで、新たなビジネス開拓や経営力向上を目指す事業				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	急激に変化する社会環境において中小企業が経営活動を続けていくには、様々な問題等を自社のみで乗り越えていくには厳しい状況にある。そこで、業種に囚われずに広域による人的交流の場を提供し、意見交換や連携により経営課題に対する他業種・他社の手法を学び共に取り組むことで、自社の課題と問題点を発見し、相互の経営力の向上並びにネットワークの広がりにも繋がる。ひいては、自社の経営改善、並びに協働のきっかけを掴む事で地域経済の活性化、そして人材が育つ機会の創出を図る事を目的とする。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	河内長野市・大阪狭山市を中心とした事業所(者)で、人との繋がりや助け合いを大切にし、参加者同士の親睦と情報交換を通じて視野の広がりやお互いの向上を目指す事業改善意欲の高い事業所(者)両市の小規模事業者数の計：3,044者を対象(平成28年経済センサス)				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	令和2年度に実施した事業アンケートからも「本やメディアから得られる情報だけでなく、身近な立場の方からの意見を聞くことで刺激になった」など、地域や業種の域を超えた情報交換や交流できる場の提供へのニーズは引き続き高く、継続を希望する意見も多かった。今回は、コロナにより人と接する機会が減少した事もあり、意見交換等が行える交流の場の重要さも認識する事が出来た。また、ネットワークの構築を広げていく為にも日頃の経営指導時における事業者からのニーズを汲み取り把握する事で事業に活かしていけるように努めたい。				
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	令和2年度においては、10/6・11/4の2回開催。参加実績：22社、22人 交流会は、『アイデア創出で新たな活路を見出す』～他社事例のご紹介・共有からワークショップでのアイデア創出法～をテーマとして開催。新型コロナウイルス感染症により、従来までのやり方では厳しくなる中で、今後において事業を継続していくために必要となる【アイデア創出】に繋がる考え方を学び、また、意見交換を行い交流する機会を提供。また、実践的に活用できるツールとして他社の好事例をそれぞれ紹介し、自社でも直ぐに取り掛かれる行動のヒントを学んで頂いた。参加者からも「コロナを機に発想の転換に繋がるヒントを得た」、「好事例や参加者との意見交換で顧客志向のサービスの見直しに繋がりたい」といった意見を聞く事が出来、満足度の高いものであった。				
	反省点	コロナ禍において、出来るだけ距離を取った形式での開催となった為、今までのようなグループでのワークが積極的に行いにくい結果となった。その事は、アンケートからも「もっと参加者同士で一緒に出来る企画をお願いしたい」といった意見からも確認が出来た。そういった反省を踏まえ、交流会本来の目的を失わないようにコロナ禍でも感染対策に配慮した形で交流が図る事が出来るように工夫を凝らし、有意義な事業にしていきたい。				
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	5月～7月に河内長野市・大阪狭山市の両市に属する事業所へ募集案内・周知9月～11月の間において2回開催予定(約2～3時間/回)会場：大阪狭山市商工会館(予定)【予定支援企業数：24社】「合同会社高津満夫事務所」(一般社団法人 関西学生発イノベーション創出協議会理事)と連携し、参加者のニーズ(アンケート結果等も参考)に沿った内容でグループワーク形式による積極的な企業間の情報交換及び連携が図れるように開催する。 実施案の内容としては、自社及び個人としての課題や挑戦したい事に対し、他の参加者からの意見を聞く事で情報を共有し、課題の解決や新たな連携の構築に繋げていけるよう、ひいては参加者同士の相互刺激や交流を促進させ事業の改善にも繋げていけるものになりたい。 また、新型コロナウイルス感染症の状況によっては、オンラインでの開催等も検討し、感染対策防止に努め、その時の最善となる開催方式にて実施する。				
	○ 人材交流型					
	販路開拓型					
	ハズオン型					
	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)	(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)広域連携：2市での広域実施により、それぞれの市では少数の業種同士の交流が可能となり、参加企業側の連携の幅が広がり、市の枠を超えた地域の活性化にも繋がる。(d)相談事業相乗効果：経営指導員が場に従事する事により、参加企業のニーズを把握し、そのニーズに沿った支援を提案、対応する事で、相談事業との相乗効果も期待できる。						

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⇒ 河内長野市・大阪狭山市の各商工会会員への案内送付、会報及びホームページによる募集案内。日頃の窓口・巡回指導時での参加者の掘り起こし。（創業予定者等への参加も積極的に行う）また、支援対象企業数の設定根拠としては、令和2年度実績である22社（人）に加え、コロナにより参加を見合わせた方の追加を見込む。	24 社		
	支援対象企業の変化 （代表的な指標）	業種を問わない形で様々な企業との交流を行う事で、新たな気づきを得る事が出来るとともに異業種のノウハウ等を取り入れる事により、経営の改善に繋げる事も可能となる。また、事業所同士での新たなネットワークを幅広く構築し、地域経済の活性化が促進される。			
	指標	異業種のノウハウ等を参考にする事で自社の経営改善につなげられるとした事業所割合	数値目標 70%		
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 ×	24 社 ×	1.20 =	1,163,520 円
		円 ×			円
		円 ×			円
		円 ×			円
		円 ×			円
		合計	24 社	(小計)	1,163,520 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	1,163,520 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)		
1,163,520 円	×	0.75 =	872,640 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）	
	○	大阪狭山市商工会	436,320 円	支援企業数	
		河内長野市商工会	436,320 円	河内長野市商工会：12社	
			円	大阪狭山市商工会：12社	
			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		“番頭さん”養成講座		事業番号	7	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27 年度～ 年度まで		7	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	事業経営に必要な様々な分野を「横断的に」「より実践的に」身につける講座の実施を通じ、事業経営を支える人材の育成を目指す。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	“本田宗一郎と藤澤武夫”“井深大と盛田昭夫”、著名な大手企業も、事業拡大・経営の安定化期には有能ないわゆる“番頭さん”の存在が大きな役割を担ったことに異論は少ない。消費の多様化、グローバル経済、超高齢化社会、人手不足、社会の円熟化等、事業所を取り巻く経営環境が厳しさを増す中、事業所内を取り仕切るとともに、将来に対し、経営者と二人三脚で事業計画の立案・財務の調整を担う番頭さんの重要性は増している。本事業では、事業所の「資金」「従業員」等の経営資源の管理・運用能力といった基礎能力を持つ「手代さん」を養成するとともに、経営者に対し「資金繰り」「事業計画」を提案する「番頭さん」の養成を目指す。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内事業所における共同経営者、総務担当者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	いわゆる団塊世代の引退に伴って、事業所における「番頭さん」「手代さん」が不在になるケースが見受けられるため。また、昨今の経営環境の厳しさ、人手不足からいくつかのセクションを掛け持ちする人材が求められている現状がある。人材育成という観点から、年度を重ねての取り組みが必要と考えている					
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年度は (A)手代養成コース【9日間18コマ】 (B)番頭さん養成コース【6日間12コマ】で実施。参加事業所数は (A)25事業所 (B)21事業所 であった。各分野を「縦割り」ではなく「横断的に」「より実践的に」身につけるセミナーを目指し、事業経営を支える「手代さん」「番頭さん」の育成を目指した。長時間にわたる開催であったが、満足度は高いものであった。 日常は、裏方であり営業や開発セクション等とは違い、脚光を浴びることのないセクションではあるが、事業所経営という視点からは欠かすことのできない存在であるという認識から本会としても引き続き取り組んで参りたい。					
	反省点	新型コロナウイルス感染症拡大によりZOOMを併用した開催となった。9割以上の事業所がZOOMを利用された。反省点としては、画面表示されない事業者の方が大半を占めてしまい、受講生のリアクションより理解度や反応が伺いしれなかった点。また、ZOOM受講を通じての受講生同士の情報交換や交流が図れなかった点。					
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	今年度も引き続き、より効率的かつ効果的な実施を図るため、経営資源の基礎的な管理・運用能力の養成を目指す (A)手代養成コース とより応用的な能力の養成を目指す (B)番頭養成コース とに区分し、講座を実施したい。					
	人材交流型	■【9月～(A)手代養成コース】 18コマ(9日) ・経 営 2コマ(中小企業診断士)…総務の役割、コロナ社会での働き方管理 ・経 理 4コマ(税理士)…日常の経理業務の把握、決算書・貸借対照表の作成業務 ・税 務 4コマ(税理士)…給与計算と源泉徴収事務、各種税務事務の把握 ・総務実務 2コマ(中小企業診断士)…各分野を横断、現場での総務実務を理解 ・労 務 6コマ(社会保険労務士)…労働保険事務・社会保険事務の把握、労基法と従業員管理					
	販路開拓型	■【11月～(B)番頭養成コース】 12コマ(6日) ・情報管理 1コマ(中小企業診断士)…事業所におけるIT関連管理 ・危機管理 1コマ(中小企業診断士)…危機管理システムづくりについて ・法 務 2コマ(司法書士)…総会、契約等、事業所にまつわる法務、マイナンバー制度導入に伴う個人情報保護について ・財 務 2コマ(税理士)…財務諸表の読みかた、経営者はどこをみればいいのか ・資金繰り 2コマ(中小企業診断士)…資金繰り計画の立て方、資金調達の準備と金融機関の目のつけどころ ・経 営 2コマ(中小企業診断士)…自社の現状把握と事業計画書の作成及び活用について ・人 事 1コマ(中小企業診断士)…人材活性化の方法について ・営 業 1コマ(中小企業診断士)…チーム目線でのイキイキとした営業体制づくり					
	ハンズオン型	商工会の強みである各種専門士との連携を活かし、横断的、多面的に経営を俯瞰し、事業計画書・予算書の作成能力の養成に努める。事業計画、事業予算書の策定、及び計画的な事業所経営は各種金融機関の活用や、国の助成金活用等の大前提となり、本講座の意義が大きいものと考えている。					
	独自提案型	商工会の強みである各種専門士との連携を活かし、横断的、多面的に経営を俯瞰し、事業計画書・予算書の作成能力の養成に努める。事業計画、事業予算書の策定、及び計画的な事業所経営は各種金融機関の活用や、国の助成金活用等の大前提となり、本講座の意義が大きいものと考えている。					
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	
						人材育成・労務	
		(b)三商工会にて実施 (d)セミナー実施後、各種専門士による個別相談会を活用してもらう等、各事業所のフォローに努めるものである。それは、セミナー受講はあくまで入口・導入部分であり、その後の自発的かつ持続的な取組み・習慣が「手代さん」「番頭さん」を育成するには欠かせないものとなっているため。					

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⇒ 47 社	参加者が受け身で受講するセミナーではない、参加型のセミナーを想定。そのため、それぞれの講師の目の届く範囲に設定。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	会社経営の全体像を俯瞰する能力を身につけ、将来にわたる中・長期的な事業計画の策定・提案能力のある番頭さんを育成する					指標	事業計画書を策定できるという回答	数値目標	70%
	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)	サービ単価			支援企業数		係数		標準事業費		
	⇒ 20,200	円 ×		25	社 ×	1.50	=	757,500	円	
	20,200	円 ×		22	社 ×	1.80	=	799,920	円	
		円 ×			社 ×		=		円	
		円 ×			社 ×		=		円	
		円 ×			社 ×		=		円	
	合計		47	社	(小計)			1,557,420	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	1,557,420 円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠										
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)			
1,557,420 円		×	0.75	=	1,168,065 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)				
	○	大阪狭山市商工会		468,135 円		(A) 大阪狭山 11社 富田林/河内長野 各7社 (B) 大阪狭山 8社 富田林/河内長野 各7社				
		富田林商工会		349,965 円						
		河内長野市商工会		349,965 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⇒ 25 社	参加者が受け身で受講するセミナーではない、参加型のセミナーを想定。そのため、各専門士が目の届く範囲に設定。							
	支援対象企業の変化	会社の大切な経営資源の管理・運用能力を身につけ、事業計画の理解・管理能力のある手代さんを養成する					指標	経営資源の管理・運用ができるという回答	数値目標	70%
	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⇒ 22 社	参加者が受け身で受講するセミナーではない、参加型のセミナーを想定。そのため、各専門士が目の届く範囲に設定。							
	支援対象企業の変化	会社経営の全体像を俯瞰する能力を身につけ、将来にわたる中・長期的な事業計画の策定・提案能力のある番頭さんを育成する					指標	事業計画書を策定できるという回答	数値目標	70%
	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。

6. 経費支出計画書（経費内訳）

大阪狭山市商工会

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)	
事業所カルテ・サービス提案	255	25,000	6,375,000
支援機関等へのつなぎ	25	10,000	250,000
金融支援（紹介型）	20	30,000	600,000
金融支援（経営指導型）	20	40,000	800,000
マル経融資等の返済条件緩和支援	1	20,000	20,000
資金繰り計画作成支援	1	20,000	20,000
記帳支援	1	25,000	25,000
労務支援	25	20,000	500,000
人材育成計画作成支援	5	20,000	100,000
マーケティング力向上支援	5	20,000	100,000
販路開拓支援	40	20,000	800,000
事業計画作成支援	15	50,000	750,000
創業支援	5	20,000	100,000
事業継続計画(BCP)等作成支援	15	20,000	300,000
コスト削減計画作成支援	5	20,000	100,000
財務分析支援	5	10,000	50,000
5S支援	5	10,000	50,000
IT化支援	5	20,000	100,000
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	255	10,000	2,550,000
小 計	-		13,990,000

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	66	1,584,000	
法務支援	5	120,000	
経営支援	12	288,000	
労務支援	5	120,000	
小 計	88	2,112,000	

※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	7,774,552

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	643,700

V 合計		
合 計		補助金額
		24,520,252