

# 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		箕面商工会議所		
	代表者職・氏名		会頭 竹内 陽治		
	所在地		〒562-0003 箕面市西小路3-2-30		
	担当者	職・氏名	中小企業相談所・渡部真衣子		
		連絡先	電話番号（直通）：		072-721-1300
			F a x：		072-721-1305
E - m a i l：			info@minohcci.or.jp		
①設立年月日		昭和61年4月1日			
②職員数		職員数 8人（うち経営指導員数 7人） 令和2年12月末時点			
③所管地域		箕面市			
④管内事業所数		4,215（平成28年経済センサスより）			
⑤管内小規模事業者数		2,630（平成28年経済センサスより）			
⑥会員数（組織率）		1,119（26.5%）			
※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>(1) 商工会議所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。</p> <p>(2) 行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>(3) 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>(4) 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。</p> <p>(5) 商品の品質または数量、商工業者の事業の内容その他商工業にかかる事項に関する証明、鑑定、又は検査を行うこと。</p> <p>(6) 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>(7) 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。</p> <p>(8) 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。</p> <p>(9) 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。</p> <p>(10) 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。</p> <p>(11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。</p> <p>(12) 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行うこと。</p> <p>(13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>(14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。</p> <p>(15) 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。</p> <p>(16) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>(17) 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>(18) 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>					

**(1) 所管地域の産業経済の現状と課題****(箕面市の特性と産業構造)**

箕面市は、大阪府の北西部に位置し、人口135,997人（令和2年11月末箕面市統計データより）、面積47.9平方キロメートルの住宅都市である。市域のうち3分の2が北摂山系の山間部であり、その中には、日本の滝百選のひとつ「箕面の滝」を中心とする「明治の森箕面国定公園」を擁している。充実した子育て支援や利便性と共存する”身近な緑”をブランド化する取り組み、そしてそれらを徹底的に外部に向けて発信するなどの戦略的な施策によって、人口増加率を横ばいで維持できている。2023年度には北大阪急行線が延伸予定であり、まちの魅力向上と高い経済波及効果を見込んでいる。箕面市の事業所数は、平成26年は4,414事業所であったが、平成28年には4,215事業所となり、約4.5%減少している。（経済センサスより）産業別では、商業・サービス業が多くを占めており、内訳として卸売業・小売業が23.1%、不動産業、物品賃貸業が16.5%、宿泊業、飲食サービス業と医療、福祉が11.4%を占めている。次いで、建設業は9.2%であり製造業は3.8%と低い値であることが特徴である。（RESASより）地域経済循環率は75.4%と、近隣市（豊中市：76.5%、池田市：82.2%、吹田市：86.8%、茨木市：77.8%）と比べ低い値となっている。創業比率は5.52%と全国平均5.04%を上回るが、赤字企業の割合が18.7%と全国平均16.4%を大きく上回っており、近隣市と比較した際の経営環境は厳しいといえる。

**(新型コロナウイルス感染拡大による産業経済の影響)**

新型コロナウイルスの感染拡大によって、箕面市事業者は飲食業を中心に大きな経済的打撃を受けている。この状況下に対して箕面市は、大阪府休業要請外支援金上乘せや、テイクアウト・デリバリーを実施する市内飲食店で使用できるクーポン（箕面テイクアウトクーポン）の全世帯配布等を実施し、企業の事業継続を支えてきたが、緊急事態宣言後も、第二波、第三波が到来し、事業者にとっての経営環境は、極めて厳しい状況下にある。

**(課題)**

地域経済を支える中小企業が、新型コロナウイルスをはじめとした様々な脅威を乗り越え、事業を継続させ、中長期的な成長を実現すること、地域の魅力発信と新たな価値の創出により、感染拡大防止と需要を喚起することが課題である。

**(2) 所管地域の活性化の方向性**

地域中小企業が新型コロナウイルス感染症をはじめとした様々な脅威を克服し、中長期的な成長を実現するためには、

①「コロナ禍による社会変化に対応し、持続可能な経営に取り組んでいく」という経営マインドの創出、②足下の経営を維持するための資金繰り及び環境の整備、③コロナを踏まえた新たなビジネスやサービスの取り組み、という「3段階のステップ」を踏む必要がある。①に対しては、相談体制を強化し、コロナ不安に陥った事業者に対して、きめ細かいヒアリングや支援メニュー提案を行い、また、従来取り組んできた地域活性化事業についても、感染拡大防止策を講じながら引き続き適切に推進していくことで、事業者のチェンジマインドを促す。②に対しては、政府や自治体が間断なく実施する支援施策の周知及び活用の促進、また、コロナ感染症に対応できるBCP（業種別ガイドライン遵守した店づくり等）の実行支援によって、足下の経営維持につなげる。③に対しては、デジタル技術を活用した非対面ビジネス等、事業転換、新規事業開発に関する支援や、地域の魅力ある商品・サービスの創出、販路開拓支援により、社会変化に対応したビジネスモデル構築を図る。

**(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**

管内で事業を営む小規模事業者約2,600社および潜在的創業希望者を含めた府内の創業希望者。商業・サービス業を営む事業者を「重点支援対象者」と位置づけ、地域特性に沿った支援を実施する。他の業種についても、近隣商工会・商工会議所や他支援機関と連携しながら、経営状況に応じた支援を実施していく。

**(4) 事業の目標**

当支援を実施することで、①「コロナ危機をのりこえていく」というマインドを持った事業者（創業者）たちが増えることで、未曾有の経済環境下においても、地域を活性化させるための土壌が、当所管地域に醸成されること、②事業者が、コロナ禍における中小企業施策を把握・活用し、また、感染拡大防止を徹底した店づくりによって、足下の経営が維持できること、③事業者が、環境変化に対応した事業の再構築をはかり、持続可能な収益基盤を構築すること、を目標とする。

目標の実現により、地域に根差した「必要とされる商工会議所」として企業からの評価・信頼を得ることで、経営指導員のモチベーションおよび支援力を向上させ、その結果、個社の経営力の向上に繋げる、といった自己強化ループの構築を目指す。

(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）

効果として、①感染拡大防止と需要喚起を両立させた経営によって、地域内の活力と購買が促され、地域経済循環率が向上すること、②DX化等、時代変化に適応した新ビジネスの創出によって、新たな販路や人材の雇用が促されること、が期待できる。事業を実施しなかった場合、コロナ危機による心理的・経済的不安により、経営マインドの気概が削がれ、環境変化に適応できず、事業者の廃業が進み、地域経済循環率は減少する。また、地域の魅力低下は、創業率の低下につながり、個性的・魅力的な起業家が地域から創出されず、益々地域経済が停滞していく、という負のバランスループに陥ってしまう。

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	230 事業所	支援機関等へのつなぎ	6 支援	
金融支援（紹介型）	10 支援	金融支援（経営指導型）	35 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	10 事業所	
記帳支援	3 事業所	労務支援	6 支援	
人材育成計画作成支援	2 事業所	マーケティング力向上支援	38 事業所	
販路開拓支援	30 支援	事業計画作成支援	85 支援	
創業支援	28 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	10 事業所	
コスト削減計画作成支援	1 事業所	財務分析支援	5 事業所	
5S支援	0 事業所	IT化支援	10 事業所	
債権保全計画作成支援	0 事業所	事業承継支援	7 事業所	
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援	50 事業所	
結果報告	230 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	220			
<p>事業概要で述べた目標を達成するためには、個社に対して、経営指導員がきめ細かい経営支援を実施できる体制を整備しておく必要がある。よって、支援事業者数は前年より増やし230とし、また、環境変化に対応した事業の再構築に伴い、策定へのニーズが高まっている事業計画作成支援は85とする。まずは、地域を支える個社に対して、コロナ危機に起因する心理的・経済的不安を和らげ、経営マインドを活性化させる支援に重きを置く。次に、DX化等、個社の特性と時代変化に適応したビジネスモデルの構築と実施において、各種経営課題解決に繋げていく。各種支援の内訳については、これまでの実績や地域の特性、事業環境等に応じ妥当と思われる数値を計上した。</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>経営指導員が、感染拡大防止（マスク着用、相談テーブル間仕切り、等）に留意しつつ、管内小規模事業者への訪問・窓口相談・オンライン対応のほか、情報発信を中心に実施していく。情報発信においては、間断なく施行される新型コロナウイルス感染症に係る中小企業政策に適切に対応するため、相談所が、常に最新の情報を共有・発信できる体制を確保する。経営相談対応は、主に中小企業診断士の資格を持った経営指導員を中心に、事業者が「（概要で述べた）3段階のステップ」を踏むための、伴走型支援を実施。そのうえで、事業者の課題解決に向けて、地域活性化事業や各種セミナー、交流会等への参加を促すとともに、地域事業者とのコミュニケーションを図りながら事業を実施していく。また、地域プラットフォーム、金融機関やよろず支援拠点等の各種支援機関との連携、専門家とのネットワークを活用し、経営課題解決に向けた支援を実施していく。</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
法律相談	継続	相談件数	6	弁護士による法律相談（支援日数6日）
金融相談	継続	相談件数	10	日本政策金融公庫の担当者による融資相談会の実施（支援日数10日）
税務相談	継続	相談件数	10	税理士による税務相談（確定申告時期の5日間を含む）（支援日数10日）
経営相談	継続	相談件数	60	中小企業診断士等の専門家による経営相談（支援日数60日）
事業実施のポイント・期待される効果				
<p>コロナ禍によって、専門相談支援事業の重要性は一層高まってくると思われる。法律相談は、コロナ対応型経営の実施によって、ECサイト運営による商トラブル等の相談増加が懸念される。個別面談の他に随時電話でも相談対応を実施することで、迅速な対応により早期の課題解決を目指していく。金融相談は、月に2回日本政策金融公庫の担当者による相談会を実施し、コロナ禍に必要な、機動的かつきめ細かい資金繰り支援を行える環境を整備する。税務相談は、確定申告時等における一定の需要対応に加え、新型コロナウイルス感染症緊急経済対策における税制措置等の相談に対応していく。経営相談は、環境変化に対応した事業の再構築において、専門家の充実を図りながら経営指導員と連携し、対応を実施していく。専門相談サービスを受けることも、当所利用のメリットとなっており、引き続き充実を図るとともに、経営指導員の資質向上機会に役立てていく。</p>				

## 4-1. 地域活性化事業一覧

箕面商工会議所

事業 番号	府施策 連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				1,414,000
1		商業活性化アクションプラン推進 事業	まちの賑わいづくり、個店の魅力発掘や創出、 ファン顧客の創造に向けたソフト事業の実施。	1,414,000
(2) 広域事業				5,902,675
2	○	シニア向け創業支援事業	北摂における55歳以上の起業気運を醸成し、 セカンドキャリア起業や中継ぎ起業を推進す る。	1,885,200
3		北摂地デカラフェスタ	北摂各地から選りすぐりの商品やサービスを選定し、全国に通用するブ ランドづくりを行う第一歩として情報発信を行うイベント。	3,428,125
		Web活用販路開拓支援事業	豊中商工会議所の事業計画参照	90,900
		自社の魅力を引き出すセルフプロ デュース力向上支援事業	豊中商工会議所の事業計画参照	60,600
	○	働き方改革の実現に向けてIT/IoT 導入・利活用促進事業	豊中商工会議所の事業計画参照	60,600
	○	「働き方改革」に対応し人材の採用・育成・定着 化に取り組む中小企業を支援する事業	豊中商工会議所の事業計画参照	60,600
	○	事業承継できる会社を目指す中小 企業のための経営力向上支援事業	豊中商工会議所の事業計画参照	60,600
	○	経営革新支援事業	池田商工会議所の事業計画参照	80,800
		茨木・箕面オムニチャネル3.0事 業	茨木商工会議所の事業計画参照	150,000
		大阪勧業展	大阪商工会議所の事業計画参照	25,250
うち府施策連携事業				2,147,800

事業名		商業活性化アクションプラン推進事業	事業番号	I	新規/継続	継続
想定する実施期間		H15 年度～	年度まで	19	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	まちの賑わいづくり、個店の魅力発掘や創出、ファン顧客の創造に向けたソフト事業の実施。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>箕面市は、全域が都市計画区域に指定されており、市街化区域のうち、住居系の用途地域が全体の約9割を占め、残りの地域は商業系の用途地域で占めている。市内の約85%を占めている商業活性化を目的とし、平成15年度より本事業を継続的に実施している。</p> <p>商店街活性化のソフト事業は、すぐには成果が出にくい、継続して実施していくことで少しずつ成果が表れてきており、着実に成果が出ている事業である。平成22年度より実施している「箕面100円商店街」は個店の魅力発掘や創出、まちの賑わいづくりに寄与しているが、継続的・組織的に商店街を魅力あるものにしていくためには、個店の活性化こそが最重要課題である。この課題を解決するため、平成24年より実施している「みのおのまち商学校」では、高い専門性やこだわり等といった店主（あるいは店舗）の魅力を、顧客にダイレクトに伝える機会を創出している。また、まちゼミのノウハウは、顧客関係性強化や新規顧客獲得策として、小売・サービス業以外の業種でも応用できるため、業種や店舗の立地には特に制約を設けず、商店街に属さない事業所でもチャレンジできる機会を広く提供している。</p> <p>「箕面100円商店街」はまちの賑わいを創出する事業であり、3密を避けることが難しいため、昨年度に引き続き今年度は開催を断念し、オンラインによる販路開拓事業を新たに実施し、感染防止対策と需要喚起を目指す。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	商店街組合及び商店街を形成する箕面地区の事業所（約150事業所）、および桜井地区の事業所（約70事業所）、粟生地区の事業所（約20事業所）、小野原地区の事業所（約30事業所）、牧落地区の事業所（約40事業所） その他商店街以外の小売・サービス業				
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	より実態に即した状況を把握できるよう内容を見直しながら、参加店アンケート調査、参加者アンケート調査等によりニーズを把握している。事業実施後は参加者同士で反省会や報告会を実施することで、より効果の高い事業となるようPDCAを実施している。				
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	<p>【みのおのまち商学校】</p> <p>平成24年度の事業開始から、現在では夏と冬の年に2回開催しており令和2年度は第16回、第17回目の実施でそれぞれ26、23事業所が参加している。夏は58講座、冬は41講座を実施、夏の集客数はのべ136名であった。まちゼミは元々少人数制のゼミであり、ほかのイベントのように一度に集客することはないため、新型コロナウイルス感染症の第2波・第3波の渦中ではあったが、予定通り夏・冬の2回実施した。感染予防対策として、従来のまちゼミの定員5～6名のところ、まちゼミ創始者のアドバイスを受け、推奨3名までとした。またコロナ禍でも受講者が安心して楽しめるように、大阪初となる「オンライン」講座も併せて実施し、この時期出向くのが難しい環境の方々へもアプローチすることができた。受講者アンケート結果から、リアルでは大満足満足が98%、オンラインでは100%を占めた。リアル受講者は「初めてお店を知った」「お店は知っていたが来るのが初めて」の方が全体の8割、オンライン受講者は8割5分を占めた。オンライン受講者も、まちゼミであるため少人数制としており、コミュニケーションも取りやすい環境を作ることができたので、満足度に繋がったと考えられる。まちゼミをきっかけに初来店された見込み客に対し、店主や店のファンとなる絶好の機会を創出し、再来店や新規顧客にも繋がった。</p>				
	反省点	<p>【みのおのまち商学校】</p> <p>第16・17回目を迎え初開催より8年が経過した。これまで少しずつ参加店は増えていたが、夏季は新型コロナウイルス感染症による影響が大きく、参加店・受講者ともに例年よりかなり減少、冬季は夏季より参加店・講座数がさらに減少した。今年度は新しいまちゼミとして、新型コロナウイルス感染予防対策を実施した「リアル」講座と大阪初の「オンライン」講座を開催。申込前の定期勉強会が開催できず、既にオンラインビジネスに着手している店舗だけが「オンライン」講座を開催することになり、夏季は全体の1/3、冬季は1/4程度にとどまった。又夏季開催直前にまちゼミの創始者「松井洋一郎氏」による「オンラインセミナー」を実施したが、参加店は少なく「オンライン」に抵抗がある店舗が多いことがわかった。報告会や勉強会の開催ができず交流の場がなくなり、参加店の士気を上げにくい状況が続いているので、「オンライン」講座についてや、集客できるコロナ禍の「リアル」講座について、少人数での勉強会開催や、SNSを活用した情報交換等の交流を図れる場づくりを行い、各店舗の集客力向上、魅力の向上に向け支援を続けていく。</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	◇みのおのまち商学校【販路開拓型】 夏と冬の年2回、リアル開催とオンライン開催を交えて実施し、参加店舗数は30~35店舗を目指す。まちゼミの創始者によるオンラインセミナーや人数制限を設けたリアル勉強会を実施し、全国のまちゼミの事例やまちゼミを活用したファンづくりについて事前に学ぶ。また、コロナ禍でも集客できるようなテーマ、内容、効果的な講座の進め方や講座実施後のフォロー等について、指導員や専門家の意見を交えながら、参加者同士でゼミの内容等をブラッシュアップする付随活動にも注力していく。						
	人材交流型							
	○ 販路開拓型	◇箕面街かどぶらり生配信【販路開拓型】 箕面市内の4地区（箕面、桜井、粟生、小野原）にて、店主へインタビューをおこなうレポート形式にて店舗や商品・サービスを紹介する。インターネットにて生配信をすることで、魅力ある店舗との出会いに繋げることを目指す。参加店舗は各地区5店舗程度を見込み、感染拡大防止と需要喚起を目指す。						
	ハズレ型							
	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) 箕面市が策定した商業活性化ビジョンを受け、箕面商工会議所が具体的アクションプランを遂行するという形態で、箕面市からの補助金を受けて事業を実施している。その他市内関係施設にチラシ、ポスター設置、後援名義の使用など、協力体制を取る。(d) 本事業がきっかけで接点ができた事業所に、その後の顧客との関係性構築など発展的支援を行うことにより、相談事業カルテと連携させる。							
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→	広報誌やチラシ、経営指導員による勧誘のほか、商店街連合会参加事業所や各事業の参加事業所からの紹介により参加事業所を募る。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	50 社	【みのおのまち商学校】 1開催あたり平均3名程度の受講者であることから、2日開催と想定し、1店舗当たりのまちゼミ事業への集客人数を指標とする。					
	指標	1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数	数値目標	6人				
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	円 ×	30	社 ×	1.20	=	1,818,000	円
	50,500	円 ×	20	社 ×	1.00	=	1,010,000	円
		円 ×		社 ×		=		円
		円 ×		社 ×		=		円
	円 ×		社 ×		=		円	
	合計		50	社	(小計)		2,828,000	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		2,828,000	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	1,414,000 円		交付市町村等				
	②受益者負担			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)				
	2,828,000 円 ×	0.50	=	1,414,000 円	( 1,414,000 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)		
	○	箕面商工会議所		1,414,000 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⇒ 30 社	「みのおのまち商学校」参加事業所数。過去の実績データより算出。広報誌やチラシ、経営指導員による勧誘のほか、参加事業所からの紹介により参加事業所を募る。
	支援対象企業の変化	【みのおのまち商学校】 1開催あたり平均3名程度の受講者であることから、2日開催と想定し、1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数を指標とする。	
	その他目標値	指標	1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数 数値目標 6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⇒ 20 社	「箕面街かどぶらり生配信」参加事業所数。4地区5店舗ずつの参加を目指す。広報誌やチラシ、経営指導員による勧誘のほか、商店街連合会参加事業所や各事業の参加事業所からの紹介により参加事業所を募る。
	支援対象企業の変化	当事業を通じ自社の魅力の発見・再認識した事業者の割合を指標とする。	
	その他目標値	指標	アンケートにて、「放送を通じ自社の魅力を客観的に再認識した」と回答した事業所の割合 数値目標 80%

【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		シニア向け創業支援事業		事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		H30	年度～	年度まで	4	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	北摂における55歳以上の起業気運を醸成し、セカンドキャリア起業や中継ぎ起業を推進する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>令和2年に日本政策金融公庫総合研究所が発表した「中小企業の事業承継に関するインターネット調査(2019年調査)」の概要によると中小企業経営者の2人に1人が自分の代で廃業を予定しており、その予定年齢は平均して72.1歳である。同概要によると令和元年の時点で経営者の年齢分布のピークは65～69才であり、これからその分布ピークが廃業予定年齢を迎えることになる。多くの廃業が起これ、それにより失業者の増加が予想される。この問題を解決するためには、起業数を増やす必要がある。</p> <p>一方でRESASによる人口推移グラフ(人口マップ-人口構成)によると大阪府の老年人口は増加、生産年齢人口は減少しており、老年人口を生産年齢人口へ転換する取り組みが必要である。</p> <p>これら2つの課題に対応するために、本事業では55歳からの子育て終了・及び早期退職からのセカンドキャリアとしての起業を促進したい。また、これからシニアという世代に対しM&amp;Aという手段があることを紹介し、これから増えるであろう黒字廃業に対して、中継ぎでの起業も紹介したい。その意味で当事業では現状の経営者が平均72.1歳での廃業を予定しているという情報も考慮し、あらかじめ次世代へ引き継ぐ方法についても伝えていく方針である。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>箕面市内または府内に居住する50歳以上からの起業に興味がある男女を対象とする。</p> <p>ジブラルタ生命が平成29年9月に実施した「働く男女のお財布事情とホンネに関する調査2017」によると、50代の働く男女の83.8%が将来の生活資金の不安を感じている。また、内閣府の平成26年「高齢者の日常生活に関する意識調査」によると、高齢者の8割以上が65歳を超えて働きたいと考えていることがわかる。</p> <p>これらの調査を踏まえ、高齢者就業ニーズの選択肢の一つとして、シニア・プレシニア層の起業を提案し、それを支援する事業を企画する。</p> <p>想定する具体的なターゲットは以下の通りである。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 自分の経験やスキルを活かした起業を希望するが、何をすればよいかわからない方</li> <li>また、以下のような起業無関心者にもアプローチしていきたいと考えている。</li> <li>② 次世代の働き口に対して危機感を持っている方</li> <li>③ 退職後の生活資金に対して不安を感じている方</li> <li>④ やりたいことをビジネスにできると考えたことのない方</li> <li>⑤ セカンドライフの選択肢を模索している方</li> </ol>					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>コロナ禍においても起業相談はいただいており、ニーズを感じている。高齢者起業のニーズも子育てが落ち着いて起業したいという相談や、過去に起業していたが再開したいという、経験を活かした相談がある。</p> <p>起業塾のアンケートにおいても「何かしたい」が、その程度のモチベーションで参加しているのか不安だったという起業関心層の意見もいただいており、一定数いると考えている。子育て後や早期退職の時期を迎える手前の「何かしたい」層を取り込み、副業などライトな起業を勧めながら、セカンドキャリアとしての創業に向かう機運を醸成したい。</p> <p>総務省統計局発行の「統計でみる市区町村のすがた2020」を参考に「課税対象所得」から「納税義務者数(所得割)」を割った、府内納税者一人当たりの所得ランキングによると、豊中・箕面・吹田・池田は平均所得が高い地域であり、中継ぎ起業の魅力を適切に伝えることができれば、大阪府内において一番M&amp;Aによる中継ぎ起業を促進しやすい地域であると考えている。</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>実施予定となりますので実績数値がありません。</p> <p>&lt;プレセミナー&gt;          1/16(土) 13:00~15:00</p> <p>●先輩起業家体験談          創業に至った動機や、受けた支援などを、また生じた不安と解決策など生の声を聴かせていただきます。          講師(小野恵美子氏) 30分 インタビューでフォロー          講師(山本陽二氏) 30分          質疑応答(15分程度)</p> <p>●「起業に成功する秘訣」          セカンドキャリアとして起業するときを考えるべき内容、またコロナ禍での起業において考えるべき内容、起業により利用できる支援策、補助金、起業塾でできるビジネスモデルキャンバスについて説明します。</p> <p>&lt;創業塾&gt;          講師: 専門家(中小企業診断士)</p> <p>●第1講: 1/30(土) 13:00~16:00          ビジネスモデルキャンバスを用いて、やりたいことが具体的な方やすでに起業されている方には自身のアイデアの見える化を、やりたいことが漠然としている方には「憧れの生き方」が見える化していただきます。事業アイデアが見える化し、事業計画作成につなげる方法を講義します。</p> <p>●第2講: 2/6(土) 13:00~16:00          コロナ禍でも変わらない売れる仕組みをつくるマーケティング戦略</p> <p>●第3講: 2/13(土) 13:00~16:00          創業当初の資金繰りと損益分岐点売上高について考え、損益分岐点の下げ方や、付加価値向上やターゲットの考え方を高くないと思わせることによる損益分岐点達成のための単価向上方法をお伝えします。融資の流れについても説明します。</p> <p>●第4講: 2/27(土) 13:00~16:00          雇始めにおいて必要な知識をお伝えします。また採用と育成についての考え方をお伝えします。承継者を育てるのに必要な考え方もお伝えします。</p> <p>●第5講: 3/6(土) 13:00~16:00          「ビジネスプラン発表会」</p>
	反省点	65歳以上を対象とした創業塾をターゲットとしてきたが、早期退職を含めたセカンドキャリア準備組を明確に狙っていきたいと考える。

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	スタートアップ塾の実施 ・アプローチ方法 コロナ禍において地域情報誌がなくなってしまったため、シニア層やプレシニア層に対しSNS広告を活用してアプローチしていきたい。  【人材育成型】起業無関心者・潜在創業希望者 掘り起しセミナー 全1日 先輩経営者の話を聞いたり、創業塾のプレセミナーを実施。実施時期は6~7月頃。 事業者の廃業が続き、就労口が減少する中で、「あなたが楽しいと思うことで儲けること」は、就労口を増加させる社会貢献であるという内容を訴える。その後、バックアップ体制としてスタートアップ塾があることを告知する。
	○	人材交流型	【人材交流型】スタートアップ塾 5日 グループワークを交えながら、ビジネスモデルの考え方について学んでいただき、起業に関する心理的ハードルを下げ、起業したい、できると考えられるように、現在の自身のリソースで行えるビジネスについて語ることができるレベルまでアドバイスをを行う。すでに準備中、開業間もない方についても自身のビジネスの見える化を行い、そこから見える自身のビジネスの発展性についての気づきを与え、創業期から成長期にスムーズに移行できるように促す。
		販路開拓型	1日目 経験や才能により、参加者が他の人よりもたやすくできることをブレインストーミングで抽出し、強みとして設定する。その強みを生かして、今存在するものより、より優れたものを生み出すことはできないかを検討する。また多くの事業所について継ぎ手がない現状と小さなM&Aから始める経営についてもアナウンスすることによって、中継ぎ起業という選択肢を提示したい。(経営)  2日目 1日目に検討した事業についてより正確なビジネスモデルとして固める。誰に何をどのように提供するのかを具体化し、より自らの事業について明確にイメージできるように進める。(販路開拓)  3日目 いわゆるドンブリ経営に陥らないための最低限の資金調達・資金繰りについて座学を行う。毎日の帳簿の付け方など。前職が経理職でない場合は、この分野が苦手なことが多いので、経営時の実務がイメージできるように、モデルケースを用いてできるだけ平易に行う。(財務)
		ハズオン型	4日目 事業承継についての座学。事業承継を考える意義と、受け渡すために自らの事業を磨くべきポイントを教授する。座学を踏まえ、自らの事業をどのように成長させていくかを年単位で考えてもらう。(人材育成)  5日目 ビジネスモデルの発表(1人あたり5分程度)・講評 創業に向けてのその後のフォロー体制等について説明。
		独自提案型	小規模企業白書2017にも見られるように、起業家コミュニティへの参加は高成長型の企業の約6割が所属しているという結果もあり、今後の成長の要因となりうるため、今回の創業塾においても交流を促すきっかけとするため、毎回プチ交流会を設け起業家コミュニティへの加入を促すこととする。起業家コミュニティの発生は、そのコミュニティへの情報提供が今後の相談事業への相乗効果も期待できる。  ※コロナ対策のため、集合型講座の開催が難しい場合は、オンラインと併用、もしくはオンラインでの開催に切り替えて実施する。
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<input 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 商-13    起業家の育成、創業の促進    創業・経営革新
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⇒ 55 社    大阪府、箕面市や連携金融機関による広報協力、広域連携、北摂地域の情報誌への広告掲載、チラシ、インターネット広告、ホームページにより、参加者を募集する。
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)		起業に関する基礎知識の習得や、グループワークなどの参加者同士の交流を通じて、起業を実現するための具体的なアクションにつなげていく。参加者個人の得意なことや経験に基づいたビジネスモデルを構築する体験をすることで、参加者は自らに稼ぐ力があり、セカンドライフの選択肢として起業もあるのだと体感する。それにより参加者の起業に取り組む気運を醸成する。また、起業家コミュニティの発生を促すこと、または前年の起業家コミュニティを紹介することにより、参加者同士の高めあいや商工会議所の情報提供先が生まれ、起業の成功確率を高める。
	指標	ビジネスモデル構築者数	数値目標    20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		
	20,200	円 ×	30	社 ×	1.00	=	606,000	円	
	40,400	円 ×	25	社 ×	1.50	=	1,515,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		55	社	(小計)		2,121,000	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	2,121,000	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		155,000 円	負担金の積算		1,000×30=30,000(セミナー) 5,000×25=125,000(塾)			
	<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)		
	2,121,000 円		×	1.00	=	1,966,000 円	( 155,000 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)			
	<input type="radio"/>	箕面商工会議所		1,885,200 円		箕面商工会議所が主管となり、本事業に関する取りまとめ、企画調整を行う。 豊中商工会議所については、2社発掘を目標とし、広報・当該管轄事業所のフォローを行う。			
		豊中商工会議所		80,800 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⇒ 30 社	【人材育成型：起業スタートアップセミナー】大阪府、箕面市や連携金融機関による広報協力、広域連携、北摂地域の情報誌への広告掲載、本所広報誌、チラシ、インターネット広告、ホームページにより、参加者を募集する。		
	支援対象企業の変化	シニア層、プレシニア層の起業無関心者やまだ準備段階にない起業希望者にセカンドライフの選択肢としての起業を紹介する。将来の生活資金のような個人的な問題から、将来の雇用縮小のような社会的な問題を提起し、起業が各問題を解決する一つの選択肢であることを提示。その後、起業を段階ごとに説明し、手順を明確にする。起業に対するモチベーションを醸成し、起業準備者へとステージ移行させるきっかけとする。			
		指標	スタートアップ塾参加者数	数値目標	20社
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⇒ 25 社	【人材交流型：箕面起業塾】大阪府、箕面市や連携金融機関による広報協力、広域連携、北摂地域の情報誌への広告掲載、チラシ、インターネット広告、ホームページにより、参加者を募集する。		
	支援対象企業の変化	起業に関する基礎知識の習得や、グループワークなどの参加者同士の交流を通じて、起業を実現するための具体的なアクションにつなげていく。参加者個人の得意なことや経験に基づいたビジネスモデルを構築する体験をすることで、参加者は自らに稼ぐ力があり、セカンドライフの選択肢として起業もあるのだと体感する。それにより参加者の起業に取り組む気運を醸成する。また、起業家コミュニティの発生を促すこと、または前年の起業家コミュニティを紹介することにより、参加者同士の高めあいや商工会議所の情報提供先が生まれ、起業の成功確率を高める。			
		指標	ビジネスモデル構築者数	数値目標	20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		北摂地ヂカラフェスタ		事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		23	年度～	年度まで	11	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	北摂各地から選りすぐりの商品やサービスを選定し、全国に通用するブランドづくりを行う第一歩として情報発信を行うイベント。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	”北摂”というブランド価値は非常に高いことから、”北摂”ブランドを構築・浸透させるため、北摂地区に属する商工会・商工会議所が連携し、北摂という括りで新たな魅力を創出する。 ㈱シティライフNEWと連携し、来場者12万人を誇る人気イベント「ロハスフェスタ」と同日に50事業所規模の特設コーナー「地ヂカラブース」を設置し、北摂の魅力店舗や地域資源を知ってもらうきっかけとする。また、イベントへの出展に興味はあるが、出展費用の捻出が困難であったり、出展のノウハウがない事業所に”実験的出展”の機会を提供する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北摂地区の各市町において、選りすぐりの商品やサービスを提供する約50事業所					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	年々出展要項を厳しくしているにもかかわらず、支援対象事業所数を上回り、事後の出展者アンケートにおいても再出展を希望する回答が非常に多い事から、事業者にとってかなり魅力的な事業となっており、ニーズは増加傾向にある。					
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	<p>【令和2年度実績】</p> <p>第10回北摂地ヂカラフェスタ 3日間(令和2年11月6日(金)、7日(土)、8日(日))開催 参加店舗数61店舗、来場者数約28,551人。</p> <p>出展企業数は目標値を大きく超えたが、来場者数は新型コロナウイルスの影響もあり目標値を下回り、天候も2日目に雨が降った。出展した効果としては、多くの事業者が出展前に感じていた「新型コロナウイルスの影響による来店客数の減少」や「搬入出、店舗レイアウト、来客対応」といった不安が、実施後には「店舗の知名度が向上した」「商品知名度が向上した」「イベント出展の際のイメージができた」「スタッフへの良い経験となった」等への変化があった。</p> <p>また、魅力的な店舗づくりや効果的な店舗への集客を目的とした事前勉強会では、今回は新型コロナウイルスの影響で事前に撮影した動画を出展者に配布した。内容としては、㈱シティライフNEWの職員が過去の事例や写真等を交えて説明を実施した。ショップカードやチラシの配布、POP作成等への取り組みにより、当日の集客や売上だけに留まらず、後日の出展に繋がった。ブースの配置に関しては、毎年シティライフNEWと協議をし、より効果的なブース配置となるよう工夫を行い、従来集客に苦勞していた奥側のブースへの集客にも繋がり、場所による極端な集客の差は発生せず不公平感は大きく解消している。</p>					
	反省点	<p>地ヂカラフェスタの事業自体を「出展経験」「販路開拓」としているため初出展の事業所も多く、「商品の選定」、「販売数量」、「現場のオペレーション・レイアウト」、「イベントの告知方法」など事前の準備に対する不安の声があった。今回も、地ヂカラフェスタの案内ハガキと、ロハスフェスタのMAPへの掲載を依頼し、実現することが出来た。これにより、当日の来場客への認知・誘導に対する効果は大きいと考える。今年度は新型コロナウイルスの影響で、会議や説明会、勉強会等をオンラインで開催したが、不慣れな事もあり事業者間や担当者間の連携が取りづらい状況も見受けられたので、一層の工夫が必要と感じた。また、店舗づくりについては、初出展事業者が多いにも関わらず、年々魅力的にはなってきたが、まだまだ不安の声もあり今後も担当職員によるサポートが必要と考える。</p> <p>現在、出展企業は増加傾向にあり、様々な意見が出てくると思われる為、まずは地ヂカラフェスタの目的を担当職員間でしっかりと確認し合い、出展事業者に案内をしていくことが重要と考える。その上で、必要とあらば経営指導員と専門家を交えながら、より効果的なイベントとなるようブラッシュアップしていきたい。</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	イベントタイトル「第11回北摂地デカラフェスタ」 会場 万博記念公園 東の広場 時期 2021年秋頃を予定 開催期間は2~3日間 主催 北摂商工会議所・商工会 広報 情報誌シティライフ・WEB・ブログ・ツイッター・J:COM・FM 大阪・ポスター・当日配布の小冊子・ロハスフェスタ内での誘導看板 など								
	人材交流型	毎年好評の、出展者に向けた当日店舗でのPOPやレイアウトの効果的な魅せ方や、今後の販路開拓や店舗への誘導に繋げるため、事前勉強会を実施する。状況に応じて前年度と同様のオンライン配信も検討する。								
	○ 販路開拓型	北摂の各商工会・商工会議所地区の魅力的な商品やサービスを提供する店舗等を出展させ、そこに来れば”北摂”が味わえるようなイベントにする。 ミニコミ誌「シティライフ」と連携することにより無料パブリシティが可能となる。また、万博記念公園という立地と、来場者12万人の「ロハスフェスタ」と同時開催することにより、圧倒的な集客力が期待できる。								
	ハズレ型	感染症の状況、天候等の影響によりリアルでの開催が難しい場合は、オンラインによる「どこでも地デカラフェスタ」を実施する。Web上にて出展者が動画や特設ページにて自社商品・サービスをPRすることで、北摂の魅力的な商品・サービスを提供する事業者の認知度向上・販路開拓に繋げる。								
	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)	(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) 北摂地区の全商工会・商工会議所が連携して実施。事務局による企画会議や、参加事業所に向けたオンラインによる説明会や勉強会を実施する。 (d) 出店後、他の手法を使って販路開拓を実行したいという事業所に対し、事業実施後具体的なアドバイスを行い、相談事業との相乗効果を図る。								
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⇒	地デカラフェスタ出展事業所数 目安・・・箕面10、池田5、豊中5、吹田5、茨木10、高槻5、摂津5、豊能2、能勢2、島本1							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	来場者への商品販売等による当日売上高を指標とする。								
	その他目標値	指標	1店舗当たりの当日売上高(開催期間の合計)			数値目標	10万円			
	目標値の内容⇒	地デカラフェスタ来場者数 店舗への来店による、ブランド認知が可能な人数。アンケート並びに聞き取りによる。 *オンラインの場合は、アクセス数にてカウントを行う。								
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	円 ×	50	社 ×	1.00	=	2,525,000	円	
	⇒	50,500	円 ×	12,500	社 ×	0.01	=	6,312,500	円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
		合計		12,550	社	(小計)		8,837,500	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	8,837,500	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)	
	8,837,500	円	×	0.75	=	6,628,125 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)	
	○	箕面商工会議所	3,428,125 円		幹事商工会議所…箕面商工会議所 本イベントに関する中核団体。とりまとめ、 企画調整等を行う。豊能地区調整役	
		茨木商工会議所	1,000,000 円			
		高槻商工会議所	350,000 円			
		吹田商工会議所	350,000 円		副幹事商工会議所…茨木商工会議所 本イベントに関する中核団体のサポート及 び、企画調整等を行う。三島地区調整役	
		豊中商工会議所	350,000 円			
		池田商工会議所	350,000 円		その他商工会・商工会議所…地域のブランド 資源を発掘すること及びイベントの周知啓 発、参加促進、当日支援、フォローを行う。	
		摂津市商工会	350,000 円			
		島本町商工会	150,000 円			
		豊能町商工会	150,000 円			
	能勢町商工会	150,000 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）

箕面商工会議所

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	230	25,000	5,750,000
支援機関等へのつなぎ	6	10,000	60,000
金融支援（紹介型）	10	30,000	300,000
金融支援（経営指導型）	35	40,000	1,400,000
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	10	20,000	200,000
記帳支援	3	25,000	75,000
労務支援	6	20,000	120,000
人材育成計画作成支援	2	20,000	40,000
マーケティング力向上支援	38	20,000	760,000
販路開拓支援	30	20,000	600,000
事業計画作成支援	85	50,000	4,250,000
創業支援	28	20,000	560,000
事業継続計画(BCP)等作成支援	10	20,000	200,000
コスト削減計画作成支援	1	20,000	20,000
財務分析支援	5	10,000	50,000
5S支援	0	10,000	0
IT化支援	10	20,000	200,000
債権保全計画作成支援	0	10,000	0
事業承継支援	7	20,000	140,000
災害時対応支援	0	5,000	0
フォローアップ支援	50	5,000	250,000
結果報告	230	10,000	2,300,000
小 計	-		17,295,000

  

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	
法律相談	6	144,000	
金融相談	10	240,000	
税務相談	10	240,000	
経営相談	60	1,440,000	
小 計	86	2,064,000	2,064,000

※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	7,316,675

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	479,750

V 合計		
合 計		補助金額
		27,155,425