

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		松原商工会議所		
	代表者職・氏名		会頭 吉村盛善		
	所在地		〒580-0043 松原市阿保1丁目2番30号		
	担当者	職・氏名	中小企業相談所長 山科友嗣		
		連絡先	電話番号（直通）：	072-331-0291	
			F a x：	072-332-5720	
E - m a i l：	m-cci@matsubara-cci.or.jp				
①設立年月日		昭和47年7月1日			
②職員数		職員数 14人（うち経営指導員数 9人） 令和3年1月時点			
③所管地域		松原市			
④管内事業所数		4,607（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		3,372（平成28年経済センサス活動調査による）			
⑥会員数（組織率）		1,621（44.94％）（令和3年1月1日現在）			
※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。 2. 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 3. 商工業に関する調査研究を行うこと。 4. 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。 5. 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。 6. 輸出品の原産地証明を行うこと。 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。 8. 商工業に関する講演又は講習会を開催すること。 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。 10. 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催の斡旋を行うこと。 11. 商事取引に関する仲介又は斡旋を行うこと。 12. 商事取引の紛争に関する斡旋、調停又は仲裁を行うこと。 13. 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。 14. 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 15. 商工業に関して、観光事業の改善発展を図ること。 16. 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 17. 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 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必要な事業を行うこと。 					

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

松原市は、令和2年3月に阪神高速大和川線が開通し、南大阪の交通の要衝として高速道路網が発達している。また、令和3年秋頃には松原市北部地区、令和4年頃には南部地区に大型商業施設の開業が予定されており、地域経済への影響が大きい事が予想される。

松原商工会議所は、松原市と活力ある地域社会の創造を目的に平成22年10月に「包括協定」を結び、地域産業の活性化と新たな雇用創出を目的とした企業誘致施策(松原市企業立地促進条例)を推進し、地域の活性化を積極的に進めている。しかし、松原市の地域経済循環率は約69% (大阪府全体106.4%)であり、今後は生産(付加価値額)の向上と消費喚起(市内消費)が必須となる。

工業では、日本一の技術力を誇る企業(マイクロメッシュの製造)や中小企業庁が実施する「はばたく中小企業・小規模事業者300社」に選定されるメーカーも現存するものの、小規模事業者が約73% (平成28年経済センサス活動調査)を占めている。また、松原市の第二次産業における一人当たりの付加価値額は583万円であり、大阪府の775万円と比べ低い。付加価値額の向上という課題に対し、優れた製造技術・品質管理技術を持っている事業所に対して展示会などの情報発信の場や製造業における営業方法を学ぶ機会を提供することで付加価値向上に繋げる。

商業面では、市内人口の減少による市場の縮小や大型商業施設への顧客の流出などにより、商店街や小規模小売店舗に対する顧客の減少が懸念されるなど、既存商業の生き残りと活性化が喫緊の課題である。飲食業や小売業が多くを占める第三次産業の一人当たりの付加価値額は松原市が784万円であり大阪府全体の935万円と比べ低い。魅力ある商品やサービスを提供しているにもかかわらず、情報の発信方法や費用面に課題があり、顧客の獲得に苦戦している状況である。

松原市の事業所数は、平成26年では4,889事業所であったが、平成28年では4,607事業所となり約6%減少している。大阪府全体では約5%の減少であり、松原市の事業所数の減少は顕著である。また、松原市の高齢化率が約30% (平成30年時点)であり全国の約27%と比べて高い水準であり、今後も増加する見込みである。高齢化率の高さは、経営者も同様であり今後は後継者不在による廃業を止めることが課題になるため、後継者教育など計画的に事業承継を促す支援が必要になる。

平成26年～平成28年の創業比率(平成26・28年経済センサス)に於いても近隣自治体の平均約4.77%に対して、松原市では創業比率は3.59%となっている。その為、松原商工会議所では、事業承継に対する支援拡充と創業者に対する相談窓口の充実及び創業塾の開催に力を入れている。

人材確保等の労働面では、大阪府における有効求人倍率が1.1 (令和2年10月)であり、全国平均の1.04より高く、費用面や情報発信力に劣る小規模事業者の人材確保がより難しくなっている。また、松原市の従業者数も平成26年の40,554名から平成28年には39,255名と市内就労者の減少が起きている。今後は、市内就労に繋げるために市内事業所の魅力発信等のPRを強化することが課題となっている。PRの強化により、地元で働く意欲のある学卒者と地元の事業所を結びつけ、地元企業の業績確保と地域活性化に繋げる。また、企業の働き方関連法等の労働法規の理解の向上と実施及び経営者間の交流の促進による情報交換等により企業の魅力を上向きに人材確保に繋げていく。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により飲食店のみならずその他業種においても多大な影響を受けている。事業継続に寄与するための販売促進事業等の支援を継続して実施する。

(2) 所管地域の活性化の方向性

本市管内に存在する事業所は、平成28年経済センサスより4,607事業所であり、小規模事業者が3,372事業所である。約73%が小規模事業者に分類されるため、地域経済の総合窓口として事業所目線に合わせた細やかな支援が当所として果たすべき役割である。全体の方向性としては、「顧客視点に立った地域総合窓口の充実」「地域特性を活かした事業の展開」「時代変化に適応した施策の推進」「情報発信基地としての機能強化」「集っていただける、使っていただける商工会議所の確立」を指針としている。本指針を実行するためには、松原市・阪南大学および地域金融機関等の「産官学金労言」の枠組みで連携して対応する。具体的な内容については、以下の通りである。

- ①商業……………情報発信支援による集客力の向上、販路開拓のサポートによる活性化
- ②工業……………優れた技術力や製品を有する企業の発掘およびその販路開拓のサポート
- ③全体……………人手不足の解消、事業承継・創業の促進

(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

管内で事業を営む事業者（4,607：平成28年経済センサス活動調査による）のうち、約73%を占めている小規模事業者と潜在的創業希望者を含めたものを支援対象事業所と想定する。（当所部会別会員事業所では、商業・サービス業部会710、工業部会305、建設部会411、財務部会108、医療・社会福祉部会87の事業所となっている。）事業分野別の支援などきめ細かい支援を実施する。

これらの小規模事業者は、依然として厳しい経営状況にあることは否めず、経営課題の発掘や対応が不十分で、長期安定した事業運営をすることが困難となっている小規模事業者を主な対象とする。

(4) 事業の目標

上記の方向性を常に考慮し、管内小規模事業者の抱える経営課題の把握とその課題解決への経営指導により、活力ある経営活動へと導くことを本事業の目的とし、経営相談支援事業・専門相談支援事業・地域活性化事業を通して、窓口相談や巡回指導等、あらゆる機会を捉えて潜在的な経営上の問題点やニーズを掘り起し、小規模事業者の事業環境に合わせた適切かつ具体的な支援を実施することで事業者の経営基盤強化を図る。広域的な地域活性化については、南河内地域の商工会、関係団体・機関と連携を図り、ビジネスマッチング・物産展等販路開拓を中心に相乗効果を狙い事業を推進する。

また、新型コロナウイルス感染症により事業運営に影響を受けている事業所に対して事業継続のための支援を実施する。

以上、企業と同じ目線で考える、機能する商工会議所を目指す。

(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）

こうした取り組みが、市内の小規模事業者へのさまざまな情報を発信する基地局としての役割を果たす。更に、事業者が抱える課題を把握して解決に向けての支援を行うことで地域商工業の活性化に繋げる。

様々な課題については地道な活動による支援を継続して行うことが必要である。府・市・各種関係機関との連携を図り小規模施策事業を展開する中で、管内の中小企業の持続的発展を目指す。

本事業を実施しなかった場合、小規模事業者の事業意欲の低下を招き、ひいては市内産業の発展を妨る。さらには、事業継続を断念せざる得ない事業所の増加を招く。

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	200 事業所	支援機関等へのつなぎ	30 支援	
金融支援（紹介型）	15 支援	金融支援（経営指導型）	40 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	4 事業所	労務支援	40 支援	
人材育成計画作成支援	1 事業所	マーケティング力向上支援	1 事業所	
販路開拓支援	17 支援	事業計画作成支援	42 支援	
創業支援	4 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	18 事業所	
コスト削減計画作成支援	5 事業所	財務分析支援	20 事業所	
5S支援	1 事業所	IT化支援	1 事業所	
債権保全計画作成支援	1 事業所	事業承継支援	10 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	195 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	211			
<p>令和2年11月までの実績を基に、支援企業数を設定する。</p> <p>経営相談支援事業をより効果的に実施するために、経営指導員間での支援内容の共有化や地域活性化事業との相乗効果を図る。</p> <p>また、小規模事業者のニーズと経営課題の把握に努め、地域経済の総合窓口として変化し、経営指導員のきめ細やかな支援を基本方針としている。「顧客視点に立った地域総合窓口」「地域特性を活かした事業の展開」「時代変化に適応した施策の推進」「地域の情報発信基地としての機能強化」「集っていただける、使っていただける商工会議所の確立」に努め、管内事業者から最初に相談したい支援機関を目指す。</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>企業ニーズの把握に努め、相談があった課題は、敏速な対応を図る。窓口相談も同様に、あらゆる機会を捉えて小規模事業者の課題発掘に努める。公的機関である㈱日本政策金融公庫 阿倍野支店、大阪府信用保証協会、松原市内民間金融機関、藤井寺公共職業安定所、羽曳野労働基準監督署、全国健康保険協会 大阪支部、日本年金機構 天王寺年金事務所、中小企業基盤整備機構、公益財団法人 大阪産業局、各種個別専門家等と連携強化を図り、小規模事業者の経営環境向上に寄与する。</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
税務相談	継続	相談者数	12	税理士による専門相談（支援日数12日）
金融相談	継続	相談者数	12	㈱日本政策金融公庫地域担当者による融資相談（支援日数12日）
特急相談	継続	相談者数	24	弁護士・税理士・社会保険労務士・専門相談員による経営相談（支援日数24日）
事業実施のポイント・期待される効果				
<p>本事業では、小規模事業者が抱える具体的な課題解決に向けて、専門家と直接相談ができる窓口を設ける。特急相談では、法律・社会保険などの相談に対して、専門的かつ急を要する課題解決への道が開ける効果がある。税務相談や金融にかかる専門相談については、税理士や日本政策金融公庫の担当職員とも連携を図り、迅速な課題解決を目指す。また、専門家に相談する機会と依頼費用の軽減を踏まえ、諸問題の解決手段として専門相談の活用が、企業経営に専念できる環境づくりへと繋がることを期待する。</p>				

4-1. 地域活性化事業一覧

松原商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				2,555,300
1		商業活性化支援事業	一般消費者を顧客対象とする事業所(BtoC)の販路拡大のため、複数事業者が合同で折込チラシとWEBチラシを実施することで周知を計る。	1,262,500
2	○	経営者交流会	働き方改革をテーマとして経営交流会(①働き方改革セミナーと異業種交流勉強会②先進事業所視察の2部構成)を行う。	1,111,000
3		BtoB営業スキル向上講座	BtoBの事業所の販路拡大のため、対事業者への営業スキルを学ぶ。	181,800
(2) 広域事業				6,517,137
4		物産展inまつばら	南河内地域の産業特性を広く周知するとともに、出展企業の新規顧客の獲得や商品PRの場として提供する。	2,430,000
5		ビジネスチャンス発掘フェア	八尾商工会議所事業調書参照	2,262,544
6	○	事業承継支援ネットワーク	東大阪商工会議所事業調書参照	404,000
7		売りメッセ取引商談会in東大阪事業	東大阪商工会議所事業調書参照	244,743
8		大阪府東部地区商工会議所リサイクル技術委員会	北大阪商工会議所事業調書参照	111,100
9		大阪勧業展	大阪商工会議所事業調書参照	25,250
10		JOB・マッチングフェア	柏原市商工会事業調書参照	799,500
11		南河内特産品販路開拓事業	柏原市商工会事業調書参照	240,000
うち府施策連携事業				1,515,000

事業名		商業活性化支援事業		事業番号	1	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2020	年度～	2025	年度まで	2	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	一般消費者を顧客対象とする事業所（BtoC）の販路拡大のため、複数事業者が合同で折込チラシとWEBチラシを実施することで周知を図る。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	BtoCの市内事業者の中には販売促進につながる情報発信が、コストの問題やIT知識により積極的な周知活動情報発信ができない事業者が多く存在している。また、市内での周知方法については依然としてチラシ折込が効果的であることが否めない。そこで市内商業の活性化のためにチラシ折込を実施する。また、新聞を取っていない若年層へのアプローチ方法としてWEBチラシも同様に行うことにより補完的な周知をする。チラシも数十社集まって1つの紙面を作成することにより、個々に行うよりも効率が良い、効果大きい。支援事業を数年間実施することにより、市内商業全体の活性化とともに効果的に販売する方法を事業所が理解することを目指す。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原商工会議所管内の事業所の中で、一般消費者を対象としている事業所。小売業とサービス業が主とした対象となるが、一般消費者を顧客とする事業者は対象とする。事業所数は2692社（RESAS2016年資料参照）						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	巡回や窓口相談の中で自店の周知に対する相談を受ける。その課題解決において障害となるのは、折込チラシやポスティングは費用面の問題で難しく、HPやSNSなどITを用いたものは、対象の顧客層が合わなかったり、経営者の技術面の問題で実施に至らない。そのため、複数の事業所が合同して実施する折込チラシ・WEBチラシは費用面・技術面は、販路開拓したい企業ニーズに応えることができる。						
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	2020年は新型コロナウイルス感染症による3密回避のために、実施回数が1回にせざるを得なかった。しかしながら、実施においては、緊急事態宣言のなか、営業方法などを変更しながら実施する事業所も見受けられるなど、販売促進意欲の向上に繋がり、85社以上の支援となった。						
	反省点	応募事業者の中には、自社のアピール力が弱く、新規顧客の獲得に繋がらないと見られるものもあったので、各事業者の内容にも個別に改善を促す。						
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	【時期】 7月・11月の年に2回フリーペーパー（折込チラシ）を発行する。 【掲載事業者数】 1回の開催で60事業所を目標に年間のべ120事業所（事業所数としては100事業所） 【発行部数】 1回につき42,000部 新聞折込 33,000部、参加店舗 6,000部（120×50部）、 当所会報 2,000部、その他 1,000部						
	人材交流型	【配架方法】 ①松原市全戸に新聞折込 ②参加店舗に設置 ③駅に設置 ④その他市内の公共施設や金融機関に設置						
	○ 販路開拓型	【事業周知方法】 ①当所HP ②市報 ③当所会報 【事業スケジュール】 ・募集、配布 春ごろ・秋ごろ ・改善 1回目終了時のアンケートを参考 ・アンケート送付・回収 1回目・2回目終了時						
	ハズレ型	【特記】新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う、公的機関よりの要請や、管内事業所の状況を勘案して、実施時期を変更する可能性がある。						
	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							
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⇒	市内対象事業所数2,692事業所、商店街連合会の会員数約250事業所への案内及び令和2年度「がんばる事業者応援クーポン」に参加した246社に対する案内等を考慮する。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	独自資源で折込チラシを作成・配布できない事業者が、新規顧客の獲得や客単価の向上に繋がる。また、自店にあった割引やアピールを考え、その反応を見ることにより店内・店頭プロモーションの意識向上に繋げる。						
		指標	集客に効果があった事業所数				数値目標	80
	その他目標値	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 ×	100	社 ×	0.50	=	2,525,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		100	社	(小計)		2,525,000	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	2,525,000	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		300,000 円	負担金の積算		3,000円×100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)			
	2,525,000	円 ×	0.50	=	1,262,500	円	(300,000 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)			
	○	松原商工会議所		1,262,500 円					
				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。

松原商工会議所

事業名		経営交流会		事業番号	2	新規/継続	新規
想定する実施期間		2021 年度～ 未定 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	働き方改革をテーマとして経営交流会（①働き方改革セミナーと異業種交流勉強会②先進事業所視察の2部構成）を行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	2019年4月より、働き方改革関連法案の一部が施行され、現在、「働き方改革」は大企業だけではなく、中小企業にとっても重要な経営課題の一つとして世の中に認知されてきている。中小企業は2020年4月から時間外労働の上限が罰則付きで法律に規定された。不況の影響による経営リスクの増大などもあり、雇用を安定的に行えないため残業を余儀なくされるケースも多い。また、中小零細企業者にとって資本や人材では大手企業に対抗出来ない。そこで、中小零細企業の経営者が互いの事業を把握し、互いに勉強する事で経営者の育成、また時にはコラボレーションし、この不安定な経済状況に対抗するための一助となる事を目的に実施する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	全ての業種の若手経営者を対象にやる気のある経営者や新たな出会いやコラボレーションを考えている経営者は誰でも参加可能とする。松原市内4,607事業所。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	経営者としての持っておきたい知識の取得や身近な成功事例やお互いの事業をもっと知りたいという事業者が多い。					
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	中小企業の労働環境の向上を積極的に推進し良好な職場環境を維持することは、労働者のモチベーションの向上と人材の確保・事業所経営の安定の一環となる。又小規模事業者にとっての「働き方改革」とは何なのか。なぜ取り組む必要があるのか、コロナ禍の逆境の中、自社がどのように「働き方改革」に取り組むべきかを課題として取り組みたい。-					
	<input type="radio"/> 人材交流型	-					
	販路開拓型	-					
	ハズレ型	-					
	<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="checkbox"/> (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		
	労-12	雇用・労働啓発セミナー事業		人材育成・労務			
	経営者（働き方改革等）の育成など初見でも参加しやすい事業を実施し、若手経営者にも参加を促していく。						
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⇒	募集方法 当所会報・DM・松原市報、及びホームページPR及び経営指導員巡回チラシ配布				
		35 社					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	働き方改革セミナーにより、働き方の抜本的な改善を行い、多様な働き方を検討するきっかけとなる。労働環境の改善、効率の良い作業による生産性の向上にも繋がる。異業種の交流により身近な成功事例やお互いの事業について学ぶことができる。先進事業所等を視察した結果、自社へ取込みが出来る内容等参考となる。					
		指標	経営改善のきっかけとなった事業所割合			数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容⇒					

松原商工会議所

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		
	30,300	円 ×	30	社 ×	1.00	=	909,000	円	
	40,400	円 ×	5	社 ×	1.00	=	202,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		35	社	(小計)		1,111,000	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	1,111,000	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)	①働き方改革セミナー及び②異業種交流勉強会の独自提案単価について 予定参加者30社 (人材育成型:20,200円) + (人材交流型:40,400円) ÷2 = 30,300円で算出								
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)				
	1,111,000	円 ×	1.00	=	1,111,000	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)					
		松原商工会議所	1,111,000	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	募集方法 当所会報・DM・松原市報、 及びホームページPR及び経営指導員巡回チラシ配布					
	支援対象企業の変化	働き方改革セミナーによって、労働環境の改善、効率の良い作業による生産性の向上にも繋がる。 そして、異業種の交流によって、身近な成功事例やお互いの事業について学ぶことができる。						
	その他目標値	指標	労働環境改善のきっかけとなった事業所割合	数値目標	80%			
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⇒ 5 社	募集方法 当所会報・DM・松原市報、 及びホームページPR及び経営指導員巡回チラシ配布					
	支援対象企業の変化	先進事業所等の視察によって、自社へ取込みが出来る内容等参考となる。また、成功の秘訣について学ぶことができる。						
	その他目標値	指標	自社へ取込みが出来る内容等参考となった事業所割合	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		BtoB営業スキル向上講座		事業番号	3	新規/継続	新規		
想定する実施期間		2021	年度～	未定	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		BtoBの事業所の販路拡大のため、対事業者への営業スキルを学ぶ。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)		<p>松原市内は製造業の盛んな地域である。製造業を中心としたBtoB事業所の取引先の特徴として、限定された取引先と長期間に及び取引関係を結ぶことが挙げられるが、昨今の経済状況において、BtoBの事業所が事業を継続発展していくためには取引先の多角化が必須である。とりわけ、第二次産業における一人当たりの付加価値額が大阪府内の平均より大きく下回る松原市管内の製造業にとっては、新規取引先の開拓が重要である。</p> <p>しかしながら、BtoBの営業は営業先事業所の絶対数が少ないことや、相手先に合わせた専門性が必要とされているため、営業についての高いスキルが求められる。そこで、これまでのような各社の過去の経験や、営業担当者個人の関係性を中心とした営業から、より一段とステップアップしてするために、BtoB営業の専門家を通じて専門的知識やノウハウの吸収とワークショップを通じて各社の営業体制を見直すことにより、営業力のスキルアップに繋げてもらう。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)		<p>工業系の事業所を中心に卸売業など、販売先を一般消費者ではなく企業である(BtoB)事業所が支援対象となる。</p> <p>松原市内で1418社(RESAS2016年資料参照)が対象となる。</p>						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)		<p>当所の工業に関わる会員に対してアンケートを行ったところ、37%(27社中10社)がBtoBの営業スキルを向上したいという結果になった。</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								
	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)	<input type="radio"/>	人材育成型	業種等の棲み分けはせずに、販路開拓を行っている事業所及び販路開拓を行いたい事業所がマーケティングの考え方(儲け続ける仕組み)及びBtoB営業の専門家によるノウハウを学ぶことで、より効果的に販路開拓を行えるようにする。戦略的な販路開拓を実施できるようになるために、販路開拓への意識の向上と投資効果が向上する。						
	<input type="radio"/>	人材交流型	<p>開催時期：秋頃 開催時間：2日間×2時間 対象事業所数：15社 内容：(1日目)「営業の基本」から始まり、 「市場・顧客・自社・競合等の分析」 「顧客・商品・流通」「4P戦略」等の知識の習得 「BtoB営業の特徴」「自社に特化した営業スタイルの考察(2日目までの宿題)」</p>						
		販路開拓型							
		ハズメ型	<p>(2日目)「自社に特化した営業スタイルの発表とブラッシュアップ」 「各社の営業ノウハウの発表」「専門家からの総括」</p>						
		独自提案型	<p>特記：新型コロナウイルス感染症の拡大状況を勘案して、実施スケジュールの変更やオンラインによる実施の可能性がある。</p>						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<input type="checkbox"/>	(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
		販路開拓							
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⇒	募集方法 当所会報・DM(工業部会を主に、卸売を含む商業・サービス部会)及びホームページPR及び経営指導員巡回チラシ配布					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)		同セミナーを通して、自社の営業体制を振り返り改善を行うきっかけとなる。						
			指標	販路拡大・営業スキルの改善につながった事業所の割合		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		支援企業数		係数		標準事業費		
	20,200	円 ×	15	社 ×	1.20	=	363,600	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		15	社	(小計)		363,600	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	363,600	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)			
	363,600	円 ×	0.50	=	181,800	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはリンクで説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割(配分の考え方)			
	○	松原商工会議所		181,800 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		物産展inまつばら		事業番号	4	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2015	年度～	未定	年度まで	7	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	南河内地域の産業特性を広く周知するとともに、出展企業の新規顧客の獲得や商品PRの場として提供する。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	松原商工会議所と南河内地域の6商工会と連携を図り、南河内地域の産業を広く周知することが地域活性化の第一歩と考える。参加事業所に商品・製品・技術のPRの場を提供し、ビジネスチャンスの獲得や販路拡大など、南河内地域の新たな顧客を生み出すことを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	松原商工会議所、南河内地域の商工会の事業所(約23,000事業所)							
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2019年度のアンケート結果より、新規顧客の獲得や商品PRに繋がったなど、開催を望む声が多い。また、直接消費者の声が聴くことができるために、商品開発等の一助となっている。							
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>一昨年は、物産展inまつばら2019として、第10回「まつばらマルシェ(来場者数50,473人)と同時開催を行い、13,278人の来場者があった。2019年度のアンケート結果より、新規顧客の獲得や商品PRに繋がったなど、開催を望む声が多い。また、直接消費者の声が聴くことができるために、商品開発等の一助となっている。</p> <p>※2020年度において新型コロナウイルス感染症の影響により中止</p>							
	反省点	2019年度では、特にBtoCの事業所の顧客に対して、顧客ニーズの調査と商品・サービス開発に繋がるように個別のアンケート(1事業所50部)を作成し、開催当日の来客者に対して配布した。多くの事業所はアンケートの配布に積極的であったが、アンケートを配り切れなかった事業所も見受けられたため、次年度はチラシに工夫をし積極的な配布を促す。							
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>【開催時期】 令和3年11月上旬(土・日) 2日間開催予定</p> <p>【開催場所】 松原市民体育館</p> <p>松原商工会議所と南河内の6商工会(柏原、河内長野、藤井寺、富田林、羽曳野、大阪狭山)と連携をとり、事業所の特色ある商品・製品・技術等のPRの場として活用してもらう。</p>							
	人材交流型	BtoCの事業所は、一般消費者に対して物販を通じて、商品のPR及び情報収集を図る。一方、BtoB及び物販を行わない事業所は、技術等のPRを行うことで、企業PRの場として活用してもらえるようにする。							
	○ 販路開拓型	<p>短期的なPRの場にならないように、来客者に対して出展事業所の個別アンケート(600名を予定)を配布する。アンケートに特典を付けることで、回収を促す。</p> <p>また、アンケートが出展事業所の商品・サービスの改良に繋がるように、回収したアンケート結果を分析し、各出展事業所へ提供する。</p>							
	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
		松原商工会議所が、事業の周知・企業募集・会場設営を行い、南河内6商工会には地元企業の出展者募集を積極的に実施していただく。							
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⇒	6商工会との広域連携として事業実施を計画しており、支援企業数の参考値として、物産展の支援数が見込まれる。募集方法については、当所ホームページ、各広報誌により周知を図る。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	40社	商・サービス業においては、一般消費者の生の声が聞けることができるために、商品やサービスのニーズが得られ、今後の販促活動に活かすことができる。 建設・工業においては、来場者のものづくりへの関心を高め、次世代の人材の育成の効果を期待できる。						
	指標	販路開拓に繋がった事業所の割合				数値目標	75%		
その他目標値	目標値の内容⇒	(来場者実績)平成30年:9,501人 令和元年:13,278人							
	4000人	(来場者目標)13,500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 ×	40	社 ×	1.00	=	2,020,000	円	
	50,500	円 ×	4,000	社 ×	0.01	=	2,020,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		4,040	社	(小計)		4,040,000	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	4,040,000	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		800,000 円	負担金の積算		20,000円×40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)				
	4,040,000	円 ×	0.75	=	3,030,000	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)			
	○	松原商工会議所		2,430,000 円		出展企業按分			
		柏原市商工会		100,000 円		松原商工会議所 28社			
		河内長野市商工会		100,000 円		柏原市商工会 2社			
		藤井寺市商工会		100,000 円		河内長野市商工会 2社			
		富田林商工会		100,000 円		藤井寺市商工会 2社			
		羽曳野市商工会		100,000 円		富田林商工会 2社			
		大阪狭山市商工会		100,000 円		羽曳野市商工会 2社 大阪狭山市商工会 2社			

【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）

松原商工会議所

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)	計	
事業所カルテ・サービス提案	200	25,000	5,000,000	
支援機関等へのつなぎ	30	10,000	300,000	
金融支援（紹介型）	15	30,000	450,000	
金融支援（経営指導型）	40	40,000	1,600,000	
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	4	25,000	100,000	
労務支援	40	20,000	800,000	
人材育成計画作成支援	1	20,000	20,000	
マーケティング力向上支援	1	20,000	20,000	
販路開拓支援	17	20,000	340,000	
事業計画作成支援	42	50,000	2,100,000	
創業支援	4	20,000	80,000	
事業継続計画(BCP)等作成支援	18	20,000	360,000	
コスト削減計画作成支援	5	20,000	100,000	
財務分析支援	20	10,000	200,000	
5S支援	1	10,000	10,000	
IT化支援	1	20,000	20,000	
債権保全計画作成支援	1	10,000	10,000	
事業承継支援	10	20,000	200,000	
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	195	10,000	1,950,000	
小 計	-		14,000,000	

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	
税務相談	12		288,000	
金融相談	12		288,000	
特急相談	24		576,000	
小 計	48		1,152,000	1,152,000

※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	9,072,437

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	303,000

V 合計		
合 計		補助金額
		24,527,437