



2. 経費支出概要書（経費内訳）  
 (1) 経営相談支援事業

藤井寺市商工会  
 (単位：円)

区 分	変更前			変更後			差額	
	事業所数/回数	算定基準	補助金額	事業所数/回数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
事業所カルテ・サービス提案	300	7,500,000	/	300	7,500,000	/	0	/
支援機関等へのつなぎ	5	50,000		5	50,000		0	
金融支援（紹介型）	15	450,000		15	450,000		0	
金融支援（経営指導型）	40	1,600,000		40	1,600,000		0	
マル経融資等の返済条件緩和支援	1	20,000		1	20,000		0	
資金繰り計画作成支援	1	20,000		1	20,000		0	
記帳支援	10	250,000		10	250,000		0	
労務支援	120	2,400,000		120	2,400,000		0	
人材育成計画作成支援	1	20,000		1	20,000		0	
マーケティング力向上支援	3	60,000		3	60,000		0	
販路開拓支援	10	200,000		15	300,000		100,000	
事業計画作成支援	25	1,350,000		30	1,500,000		150,000	
創業支援	5	100,000		5	100,000		0	
事業継続計画(BCP)作成支援	20	400,000		20	400,000		0	
コスト削減計画作成支援	3	60,000		5	100,000		40,000	
財務分析支援	5	50,000		14	140,000		90,000	
5S支援	2	20,000		2	20,000		0	
IT化支援	1	20,000		1	20,000		0	
債権保全計画作成支援	0	0		0	0		0	
事業承継支援	10	200,000		10	200,000		0	
災害時対応支援	0	0	0	0	0			
フォローアップ支援	70	350,000	70	350,000	0			
結果報告	300	3,000,000	300	3,000,000	0			
小 計	—	18,120,000	18,120,000	—	18,500,000	18,498,750	380,000	378,750

(2) 専門相談支援事業

事業名	変更前			変更後			差額	
	支援日数	算定基準	補助金額	支援日数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
法務支援	12	288,000	/	12	288,000	/	0	/
税務支援	31	744,000		31	744,000		0	
労務支援	12	288,000		12	288,000		0	
金融支援	12	288,000		12	288,000		0	
	0	0		0	0		0	
小 計	—	1,608,000	1,608,000	—	1,608,000	1,608,000	0	0

※支援日数×24,000円。ただし、記帳支援のために税理士を活用する場合、事業所数×26,000円

(3) 地域活性化事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	6,048,923	別紙事業調書【変更後】のとおり	5,670,173	/	▲ 378,750

(4) 商工会等支援事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	937,200	別紙事業調書【変更後】のとおり	937,200	/	0

(5) 合計

	変更前		変更後		差額	
		補助金額		補助金額		補助金額
申請合計	/	26,714,123	/	26,714,123	/	0

事業名		得する街のゼミナール		事業番号		I		新規/継続		継続	
想定する実施期間		26 年度～ 年度まで		8 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	駅周辺の事業主にとって、顧客離れを防ぐとともに駅周辺を回遊する人の流れを作り出し、買い物客を誘導することを目的とする。									
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	藤井寺市内には、小売業・サービス業が多く、そのほとんどが規模も小さく個人経営の店舗である。これらの店舗は経験・知識が豊富な店主やスタッフ、優れた技術・サービス等の提供を行っている一方で店舗や商品をPRする時間やノウハウがなく、残念ながら認知度が低い。また、若年層や他市から転入してきた方には気軽に入店することも難しく、大手スーパーやコンビニエンスストアで買い物を済ませてしまう。得する街のゼミナール(まちゼミ)では、店主・スタッフの人柄を知って頂くことで訪問しやすい店舗づくりが実現し、顧客となり得る方とのミスマッチを解消することへ繋がる。									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺市内の小売りやサービス業を中心とした事業者									
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	固定客の高齢化が危惧され、5年後10年後と事業を継続していく上での課題は新規顧客の開拓である。2014年2月に閉店した藤井寺のイオンが令和元年に建て替え工事を経て再オープンした為、更なる個人商店での消費の悪化が懸念されているものの、若い世代の来店や市外からの遠方の顧客を獲得するチャンスでもあり、大型ショッピングモールと個人商店の共存を実現させるためにも新規のお客様に気軽に来店してもらう店づくりが求められる。令和2年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響から中止としたが、過去の参加店も感染拡大予防策を講じて営業している。安心安全な店舗をPRするきっかけにもなる。									
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	令和元年7月・8月開催の第11回では23事業者26講座開講、令和2年1月・2月開催の第12回には8事業者12講座開講。「子供専用」「大人専用」「どちらもOK」の3形態の講座を準備し幼稚園(保育園)児から小学・中学生、大人まですべての世代をターゲットとしている。既存のまちゼミの参加者の年齢層は、50代～80代の主婦層であったが、kidsまちゼミを始めた第7回より子育て世代の女性や親子で参加する男性などにも集客効果が表れた。市内への広報活動は公立小・中学校への全校生徒配布を昨年に引き続いて行った。課題としていた他市への広報活動は、堺市の「さかにゅー」の掲載、羽曳野市全域の郵便局ATMにパンフレットを設置し、スーパーマーケットにも設置した									
	反省点	夏季開催に比べ、冬季開催のまちゼミは口座数・集客数ともに減少する傾向にある。夏季は子供が夏休み中ということもあり、外出可能な日が単純に多く、参加店舗側も冬季開催のまちゼミ参加を見送る例も見受けられた。各事業所には夏冬通して参加してもらえるよう再度まちゼミの大前提(三方よし、お店と店主のファン作り)を伝えることを今年度の課題とする。									
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	例年通り夏季・冬季の開催を予定しており、「子供向け講座」「大人向け講座」「子供大人どちらもOK講座」の3つのジャンルを柱とし、老若男女すべての層をカバーできるまちゼミを引き続き目指す。各講座の受講者や、満席でお断りした分を含む予約の電話数も、新規出店の事業所が圧倒的に多く、次いで飲食店などへの集客も多いことから、様々なジャンルの出店者、飲食店で藤井寺市内に新規出店した事業所にも積極的に声掛けを行い、ふじいでらバルへの参加店舗への案内も行う。									
	人材交流型										
	○ 販路開拓型										
	ハズ型										
	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) 募集方法は、商工会DM、藤井寺市広報(予定)、藤井寺市全域に点在する広報板(約150カ所)への掲示。周知方法は、藤井寺市広報への掲載、藤井寺市広報板(約150カ所)への掲示、藤井寺市内・羽曳野市内全域の郵便局窓口、同ATMへのパンフレット設置、藤井寺市公立全小学校・中学校への全校生徒配布を予定。(d) 参加店舗の顧客獲得へ向けた販路開拓支援や、新規雇用者に対する労務支援等、各種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⇒ 30 社	藤井寺市内の小売業・サービス業を中心に参加店舗を募る。募集方法は上記の通り。継続して参加している事業所に加え、問い合わせのあった参加希望店舗や新規開業店舗などにも個別で説明を行う。まちゼミ参加店舗同士の声掛けや、過去に参加経験のある店舗への声掛けも積極的に行う。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	お店の存在は知っていたがまちゼミがきっかけで入店できたというお客様や、藤井寺の個人商店を多数知ることができ、且つ店主の人柄に触れ安心して買い物や相談ができるようになったというお客様の声を耳にすることによって店主やスタッフの向上心UPにつながる。また、店主が講義を行うことで、店主自身のスキルアップや自信に繋がっている。						
	指標	新規顧客開拓、街の賑わい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⇒							
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 ×		社 ×		=		
		円 ×		社 ×		=		
		円 ×		社 ×		=		
		円 ×		社 ×		=		
	合計		30	社	(小計)		1,515,000	
※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		1,515,000	
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)			
1,515,000	円 ×	0.50	=	757,500	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)			
	○	藤井寺市商工会	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		得する街のゼミナール		事業番号		I		新規/継続		継続	
想定する実施期間		26 年度～ 年度まで		8 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	駅周辺の事業主にとって、顧客離れを防ぐとともに駅周辺を回遊する人の流れを作り出し、買い物客を誘導することを目的とする。									
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	藤井寺市内には、小売業・サービス業が多く、そのほとんどが規模も小さく個人経営の店舗である。これらの店舗は経験・知識が豊富な店主やスタッフ、優れた技術・サービス等の提供を行っている一方で店舗や商品をPRする時間やノウハウがなく、残念ながら認知度が低い。また、若年層や他市から転入してきた方には気軽に入店することも難しく、大手スーパーやコンビニエンスストアで買い物を済ませてしまう。得する街のゼミナール(まちゼミ)では、店主・スタッフの人柄を知って頂くことで訪問しやすい店舗づくりが実現し、顧客となり得る方とのミスマッチを解消することへ繋がる。									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺市内の小売りやサービス業を中心とした事業者									
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	固定客の高齢化が危惧され、5年後10年後と事業を継続していく上での課題は新規顧客の開拓である。2014年2月に閉店した藤井寺のイオンが令和元年に建て替え工事を経て再オープンした為、更なる個人商店での消費の悪化が懸念されているものの、若い世代の来店や市外からの遠方の顧客を獲得するチャンスでもあり、大型ショッピングモールと個人商店の共存を実現させるためにも新規のお客様に気軽に来店してもらう店づくりが求められる。令和2年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響から中止としたが、過去の参加店も感染拡大予防策を講じて営業している。安心安全な店舗をPRするきっかけにもなる。									
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	令和元年7月・8月開催の第11回では23事業者26講座開講、令和2年1月・2月開催の第12回には8事業者12講座開講。「子供専用」「大人専用」「どちらもOK」の3形態の講座を準備し幼稚園(保育園)児から小学・中学生、大人まですべての世代をターゲットとしている。既存のまちゼミの参加者の年齢層は、50代～80代の主婦層であったが、kidsまちゼミを始めた第7回より子育て世代の女性や親子で参加する男性などにも集客効果が表れた。市内への広報活動は公立小・中学校への全校生徒配布を昨年に引き続いて行った。課題としていた他市への広報活動は、堺市の「さかにゅー」の掲載、羽曳野市全域の郵便局ATMにパンフレットを設置し、スーパーマーケットにも設置した									
	反省点	夏季開催に比べ、冬季開催のまちゼミは口座数・集客数ともに減少する傾向にある。夏季は子供が夏休み中ということもあり、外出可能な日が単純に多く、参加店舗側も冬季開催のまちゼミ参加を見送る例も見受けられた。各事業所には夏冬通して参加してもらえるよう再度まちゼミの大前提(三方よし、お店と店主のファン作り)を伝えることを今年度の課題とする。									
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	例年通り夏季・冬季の開催を予定しており、「子供向け講座」「大人向け講座」「子供大人どちらもOK講座」の3つのジャンルを柱とし、老若男女すべての層をカバーできるまちゼミを引き続き目指す。各講座の受講者や、満席でお断りした分を含む予約の電話数も、新規出店の事業所が圧倒的に多く、次いで飲食店などへの集客も多いことから、様々なジャンルの出店者、飲食店で藤井寺市内に新規出店した事業所にも積極的に声掛けを行い、ふじいでらバルへの参加店舗への案内も行う。									
	人材交流型										
	○ 販路開拓型	<u>※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、夏季期間に実施出来なかった為。</u>									
	ハズ'オ型										
	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) 募集方法は、商工会DM、藤井寺市広報(予定)、藤井寺市全域に点在する広報板(約150カ所)への掲示。周知方法は、藤井寺市広報への掲載、藤井寺市広報板(約150カ所)への掲示、藤井寺市内・羽曳野市内全域の郵便局窓口、同ATMへのパンフレット設置、藤井寺市公立全小学校・中学校への全校生徒配布を予定。(d) 参加店舗の顧客獲得へ向けた販路開拓支援や、新規雇用者に対する労務支援等、各種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⇒ 30 社	藤井寺市内の小売業・サービス業を中心に参加店舗を募る。募集方法は上記の通り。継続して参加している事業所に加え、問い合わせのあった参加希望店舗や新規開業店舗などにも個別で説明を行う。まちゼミ参加店舗同士の声掛けや、過去に参加経験のある店舗への声掛けも積極的に行う。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	お店の存在は知っていたがまちゼミがきっかけで入店できたというお客様や、藤井寺の個人商店を多数知ることができ、且つ店主の人柄に触れ安心して買い物や相談ができるようになったというお客様の声を耳にすることによって店主やスタッフの向上心UPにつながる。また、店主が講義を行うことで、店主自身のスキルアップや自信に繋がっている。						
	指標	新規顧客開拓、街の賑わい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⇒							
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 ×		社 ×		=		
		円 ×		社 ×		=		
		円 ×		社 ×		=		
		円 ×		社 ×		=		
	合計		15	社	(小計)		757,500	
	※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		757,500	
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)			
757,500	円 ×	0.50	=	378,750	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)				
	○	藤井寺市商工会	円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

新型コロナウイルス感染症の影響による事業内容の変更

※別添で補足する内容があれば添付してください。