



2. 経費支出概要書（経費内訳）  
（1）経営相談支援事業

大阪狭山市商工会  
（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	255	6,375,000		255	6,375,000		0	
支援機関等へのつなぎ	25	250,000		5	50,000		▲ 200,000	
金融支援（紹介型）	20	600,000		20	600,000		0	
金融支援（経営指導型）	20	800,000		10	400,000		▲ 400,000	
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	1	25,000		1	25,000		0	
労務支援	25	500,000		80	1,600,000		1,100,000	
人材育成計画作成支援	5	100,000		1	20,000		▲ 80,000	
マーケティング力向上支援	5	100,000		1	20,000		▲ 80,000	
販路開拓支援	40	800,000		80	1,600,000		800,000	
事業計画作成支援	15	750,000		20	1,000,000		250,000	
創業支援	5	100,000		3	60,000		▲ 40,000	
事業継続計画(BCP)作成支援	15	300,000		2	40,000		▲ 260,000	
コスト削減計画作成支援	5	100,000		2	40,000		▲ 60,000	
財務分析支援	5	50,000		2	20,000		▲ 30,000	
5S支援	5	50,000		1	10,000		▲ 40,000	
IT化支援	5	100,000		1	20,000		▲ 80,000	
債権保全計画作成支援	0	0		0	0		0	
事業承継支援	5	100,000		1	20,000		▲ 80,000	
災害時対応支援	0	0		0	0		0	
フォローアップ支援	60	300,000		60	300,000		0	
結果報告	255	2,550,000		255	2,550,000		0	
小 計	—	13,990,000	13,990,000	—	14,790,000	14,783,250	800,000	793,250

（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
税務支援	66	1,584,000		80	1,920,000		336,000	
法務支援	5	120,000		5	120,000		0	
経営支援	12	288,000		55	1,320,000		1,032,000	
労務支援	5	120,000		5	120,000		0	
	0	0		0	0		0	
小 計	—	2,112,000	2,112,000	—	3,480,000	3,480,000	1,368,000	1,368,000

※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	7,774,552	別紙事業調書【変更後】のとおり	5,613,302		▲ 2,161,250

（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	643,700	別紙事業調書【変更後】のとおり	643,700		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		24,520,252		24,520,252		0

4-2. 地域活性化事業 事業調書 【変更前】 大阪狭山市商工会

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					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	労-5	産業祭・物産展・ものづくり教室				販路開拓	
(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により広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						
			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により広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⇒ 1500 人	出展30社に対し50名の来客。
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により広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⇒ 250 人	ものづくり体験教室5ブースに対し50名の参加者。

【備考】

--

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書 【変更後】 大阪狭山市商工会

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	*新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点より開催中止を決定しました。					
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-5						販路開拓
		(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により広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 ×	0	社 ×	1.00	=	0	円			
	50,500	円 ×	0	社 ×	0.50	=	0	円			
	50,500	円 ×	0	社 ×	0.01	=	0	円			
	50,500	円 ×	0	社 ×	0.01	=	0	円			
		円 ×		社 ×		=	0	円			
		合計	0	社	(小計)			0	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	0	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	0 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	0 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)						
	0 円	×	0.75	=	0 円	( 0 円)					
	0 円	×	1.00	=	0 円						
		合計		0 円 ( 0 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	0 円		<del>一団体につき定額100,000円</del>						
		藤井寺市商工会	0 円								
		柏原市商工会	0 円								
		羽曳野市商工会	0 円								
		河内長野市商工会	0 円								
		富田林商工会	0 円								
		忠岡町商工会	0 円								
		熊取町商工会	0 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により広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 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⇒ 1500 人	出展30社に対し50名の来客。
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により広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⇒ 250 人	ものづくり体験教室5ブースに対し50名の参加者。

【備考】

新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点より、令和3年度の本事業の実施を中止いたします。

※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	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）					
	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行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ない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)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→	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で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		支援企業数		係数		標準事業費		
	50,500	円 ×	40	社 ×	1.00	=	2,020,000	円	
		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%)									
							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	○	(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)				
	2,020,000	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					

※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）					
	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行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○)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	「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ない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)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⇒	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で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		支援企業数		係数		標準事業費		
	50,500	円 ×	0	社 ×	1.00	=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
	合計		0	社	(小計)		0	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	0	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		0 円	負担金の積算		@3,000×40=120,000			
	(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)				
	0 円	×	0.50	=	0 円	( 0 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		0 円					
				円					
				円					
				円					

【備考】

新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点より、令和3年度の本事業の実施を中止いたします。

※別添で補足する内容があれば添付してください。