

令和4年度（2022年度）
事業計画書

1. 申請者の概要

申請者	団体名	河内長野市商工会		
	代表者職・氏名	会長 西尾 元嗣		
	所在地	〒586-0025 河内長野市昭栄町7番3号		
	担当者	職・氏名	事務局長 竹之内 徳男	
		連絡先	電話番号（直通）：	0721-53-9900
F a x：			0721-52-2606	
E - m a i l：	info@ksci.or.jp			
①設立年月日	昭和36年6月1日			
②職員数	職員数 10人（うち経営指導員数 9人） 令和4年1月時点			
③所管地域	河内長野市			
④管内事業所数	2,701（平成28年経済センサスによる）			
⑤管内小規模事業者数	1,793（平成28年経済センサスによる）			
⑥会員数（組織率）	1,443（53.4%）			
※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商工業に関し、相談に応じ又指導を行なうこと。 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なうこと。 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っ旋を行なうこと。 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商工会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。 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なうこと。 ⑩商工業者の委託を受けて、当該商工業者が行なうべき事務(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なうこと。</p>				

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

地域の経済循環率をみると住宅地域では、50%~70%と言われている中、河内長野市は66.5%となっている。富田林市(67.7%)、大阪狭山市(76.5%)、羽曳野市(69.7%)と比較すると河内長野市は最も低い値となっている。民間消費の支出流出率については、河内長野市は▲1.6%、富田林市(▲7.2%)、大阪狭山市(9.1%)、羽曳野市(▲9.5%)となっており、河内長野市、富田林市、羽曳野市は市外からの流入より流出が多い数値となっている。

産業別事業所数をみると、卸売業、小売業が449社(21.5%)、宿泊業、飲食サービス業が231社(11.0%)、製造業206社(9.8%)、となっている。また、製造業が大阪府全体(13.3%)と比較すると低い割合となっている。

また、付加価値額(大分類)全体の推移をみると、多い順から医療・福祉、製造業、卸売・小売業、建設業、運輸・郵便業、教育学習支援業、サービス業他の順となっている。

また、製造業を中分類で分析すると「鉄鋼業」、「はん用機械器具製造業」、「金属製品製造業」の順となっている。付加価値額と労働生産性の散布図では、「パルプ・紙加工品製造業」、「はん用機械器具製造業」、「鉄鋼業」が比較的高くなっている。減少率については、製造業が最も高く、要因としては、急速な人口減少と少子・高齢化等の影響と相まった後継者不足や、住工混在による操業困難等から、市外転出や廃業等に歯止めがかからない傾向にある。商業においては、販売力・集客力・情報発信等を強化することが急務である。工業は、産業用地の確保・企業誘致・加工技術の向上・伝統ある技術を生かした新製品の開発等が課題である。

(2) 所管地域の活性化の方向性

本市は、産業振興を進めるにあたり、既存産業の振興や新規産業の参入、商業や観光、サービス産業の充実、都市近郊農林業の活性化など、本市特有の地域資源を生かした河内長野市らしい産業のあり方について、具体的に示していかねばなりません。

しかしながら、本市は少子高齢化が急速に進んでおり、総人口に対して65歳以上の人口が3割を超え、大阪府下では上位にランクイン(令和2年総務省統計局参考)しています。加えて、事業拡大を希望する事業者の高速道路ネットワーク地域への移転が現実化しており、就労場所の移転に伴う人口の流出、人口減少に拍車がかかり、その要因による市の財政状況の悪化が市内の経済循環に影響を及ぼすことが懸念されています。さらに、労働人口の減少が問題視されている中、ITを駆使することで労働生産性の向上や業務効率化を図ることが求められている一方で、時代の流れに乗りづらいシニア世代への支援についても、より一層必要とされるものであると考えています。

この状況下において商工会としては、「産業用地の確保・企業誘致」「後継者不足」「販売力・集客力・情報発信」などについて特に注力するとともに、効率化を図る事業者とこれまでのアナログでの事業者の両者に対する支援を継続し、市行政や各種支援機関、専門家との連携を密にすることで、課題解決の一助となるよう取り組んでまいります。その一端として、令和元年11月に産業振興に関する提言書を河内長野市長に提出し、産業用地を創出するための取り組みとして、市有地の産業用地化に向けて動き始め、令和4年1月現在では、市所有のスポーツ施設を産業用地化するため、企業ニーズの調査やスポーツ施設の代替地の検討が行われています。

一方、観光面については、当商工会創立60周年記念事業として、「E-BIKE(スポーツタイプの電動アシスト自転車)を活用したレンタサイクル事業」を令和3年9月にスタートしました。車両の行き違いが困難である幅の狭い道や他市に比べて道路の起伏に富んだ箇所も多く、加えて観光地が点在している本市においては、E-BIKEを利用してもらうことが非常に有効な地域活性化事業であると期待されています。地元特産品・地場産業のPR、市内店舗利用による販路拡大等、市行政と一層連携を強化し、更なる地域活性化が図られるよう取り組んでまいります。

(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

本市は、急速な人口減少と高齢化、事業所数の減少が相まって、消費・サービスに対する潜在需要が期待できない状態となっている。商業においては、空洞化等による集客力の低下、既存商店街等の商圈縮小など環境は厳しく、製造業や建設業においても下請企業が多く、材料の高騰・人材不足等により存続すら厳しい経営環境にある。また、コロナウイルス感染症拡大の影響により経済活動の停滞、低迷が続いており、特に飲食業は、休業要請や営業時間の規制による客離れ等もあり、活気がなくなっている。

このような状況下、継続的な支援はもとより、事業所が抱える課題等を巡回・窓口相談等で把握し、事業者を前向きに導き各支援機関等との連携を図って支援し、また、新規創業者や創業後間もない経営者に対して、関係機関と連携を密にして、セミナー・交流会・河内長野市起業家支援補助金等の情報提供し、地域経済の新陳代謝の強化にも取り組みます。管内小規模事業者数1,793事業所を対象とする。

(4) 事業の目標

小規模事業者が抱える課題の把握と解決に向けて、経営指導員間での情報の共有化を図り、支援関係機関等の専門家とも連携しながら迅速かつ適切な相談・指導支援を行うことを主たる目標とする。また、コロナウイルス等の感染症対策、対応しながら、各種セミナー・交流会・展示会等を実施し、事業承継・事業継続力強化計画の策定・働き方改革・キャッシュレス化・IT化・販路開拓・人材育成・コスト削減・異業種連携等経営力を強化し安定的持続発展を目指す。

創業希望者に対して、セミナー・交流会等の情報提供はもとより、効果的な事業を計画し、約30件の支援と約20件の創業を目指す。

地域活性化に合理的・効果的な事業を計画し、積極的に取り組み、地域ブランド(特産品)の販路拡大・地場産業や観光PR等推進を図り、地域全体の活性化を目指したい。

(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)

地域に密着した経営指導員が相談・指導業務を通じて、小規模事業者が抱える課題の把握に努め、国・府・市や各種中小企業支援機関が実施している施策を普及啓発し、これら機関とのコーディネートを積極的に行うとともに、民間専門家との連携を図り、地域におけるワンストップサービスの拠点としての役割を果たし「頼りになる商工会」と呼ばれるよう、全力を傾注していく。

本事業を実施しなかった場合、小規模事業者が抱える日常的な課題の発見・解決や、後継者問題を始めとする人材育成などの機会が減少するなど、事業者の経営に影響を及ぼすとともに、事業者同士の交流によるビジネスチャンスの喪失など、地域経済全体の活力向上の機会を失うことになる。

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	330 事業所	支援機関等へのつなぎ		10 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		20 事業所
記帳支援	32 事業所	労務支援		110 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		3 事業所
販路開拓支援	10 支援	事業計画作成支援		10 支援
創業支援	3 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	50 事業所	財務分析支援		10 事業所
5S支援	5 事業所	IT化支援		45 事業所
債権保全計画作成支援	1 事業所	事業承継支援		3 事業所
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援		80 事業所
結果報告	330 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	388			
<p>前年度の支援企業数に基づき設定する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本会のホームページ並びに商工会報・市広報・市商店連合会広報・地域コミュニティ誌等により周知する。 ・巡回・窓口相談指導を通じて支援事業を周知する。 ・中小企業強靱化法施行に伴い「事業継続力強化計画」策定を市と連携し事業者支援に取り組む。 ・相談支援後の事業者に対しフォローアップ支援の強化に取り組む。 ・市各関連課と情報交換等連絡を密にし情報提供する。 				
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>巡回・窓口相談指導を通じて、事業所の問題・課題・新型コロナウイルスの影響などを把握し専門家や各種支援機関との連携協力を得て迅速に対応し、ワンストップの機能を果たし幅広い支援活動を実施する。特に新型コロナウイルスの影響を受けている事業所に対しては、各種助成制度の活用や資金繰り支援等を行い、事業の安定的な継続が出来るように伴走型の支援に取り組む。</p> <p>また、経営指導員の資質向上を図るため、経営指導員相互での情報・意見交換等を習慣づけ各自が業務分担に拘らず事業者の相談等に対応する。</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
税務個別相談	継続	開催日数	17	税理士による税務個別相談を実施（支援日数17日）
金融個別相談	継続	開催日数	12	日本政策金融公庫職員による金融個別相談を実施（支援日数12日）
労務個別相談	継続	開催日数	12	社会保険労務士による労務個別相談を実施（支援日数12日）
経営個別相談	継続	開催日数	12	中小企業診断士による経営個別相談を実施（支援日数12日）
事業実施のポイント・期待される効果				
<p>専門知識を要する高度かつ複雑な課題の解決に向けて、各専門家と直接相談が出来る相談窓口を設ける。</p> <p>また、指導員が専門家と連携を図り、迅速な課題解決が出来る体制を作ることで、事業所の抱える様々な問題を早期に解決し、経営の改善と経営基盤の強化が期待出来る。</p>				

4-1. 地域活性化事業一覧

河内長野市商工会

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				4,062,725
1		◎ラブリーハロウィーン in かわちながの2022 +ライン公式アカウント事業強化 で新規顧客拡大	消費者がスタンプラリー形式で、市内商店会、商店組合の各店及び個店に赴き、店舗は自社のこだわり商品、こだわったサービス等をPRし売上拡大やリピーターにつなげる。	883,750
2		奥河内フルーツラリー2022 +ライン公式アカウント事業強化 で新規顧客拡大	低農薬等安全性の一定の審査基準をクリアした奥河内産のフルーツや野菜を飲食店、菓子店が新規料理として創作し、又、自店の魅力も発信しながら消費者にアピールし売り上げ拡大につなげる。	441,875
3	○	キャッシュレス化の推進事業	キャッシュレス社会の実現に向けて、キャッシュレスセミナーを開催し、キャッシュレス導入店舗を増やし、イベントを実施することにより消費者と店舗のキャッシュレス化意識につなげる。	1,767,500
4		最新SNSを活用した経営向上セミナー ～非対面での接客術で売上アップ～	アフターコロナ、ウィズコロナを見据え、非対面(SNS)での接客術を学び、新規顧客層の開拓を図る。	363,600
5		創業者交流会(起業家支援事業)	これから創業を検討・準備している方や創業後間もない方を対象に、既に創業した方や地域の創業者に創業までの過程や課題、創業の魅力等を紹介してもらう。参加者同志の名刺交換、意見交換、情報交換する機会を設け、今後の活動に活かしていただく。	606,000
(2) 広域事業				4,043,952
6	○	求人・求職マッチング事業	地域労働ネットワーク事業でハローワークや市町村等と連携のうえ、求人企業と求職者をマッチングし、採用件数の増加を図るため、合同企業面接・相談会を実施する。	517,120
7	○	BCP策定支援事業	事業の継続、企業価値の維持・向上の観点から重要となる事業継続計画(BCP)の策定を支援し、本地域での普及啓発を目指す。	383,800
8		ITツール活用支援事業	富田林商工会 事業計画参照	954,222
9	○	製品・商品・サービス 魅力強化発信事業	富田林商工会 事業計画参照	191,900
10	○	広域セミナー(女性従業員の活躍 推進・離職防止の取り組み)	羽曳野市商工会 事業計画参照	287,850
11		長野・狭山異業種交流会	大阪狭山市商工会 事業計画参照	436,320
12		“番頭さん”養成講座	大阪狭山市商工会 事業計画参照	349,965
13	○	商工展示即売会事業	大阪狭山市商工会 事業計画参照	100,000
14		南河内特産品販路開拓事業	柏原市商工会 事業計画参照	240,000
15		地元商品発信事業	松原商工会議所	50,000
16		大阪勧業展	大阪商工会議所 事業計画参照	50,500
17	○	経営トピックセミナー配信事業	大阪府商工会連合会 事業計画参照	80,800
18		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 事業計画参照	295,425
19	○	女性リーダー養成事業	大阪府商工会連合会 事業計画参照	106,050
うち府施策連携事業				3,435,020

事業名		◎ラブリーハロウィン in かわちながの2022 +ライン公式アカウント事業強化で新規顧客拡大		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	9	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	消費者がスタンプラリー形式で、市内商店会、商店組合の各店及び個店に赴き、店舗は自社のこだわり商品、こだわったサービス等をPRし売上拡大やリピーターにつなげる。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	市内商店会、商店組合が手を合わせ一となり市内全体において、自社のこだわり商品、こだわったサービス等を消費者へPRし売上や常連客の拡大、参加店周辺店舗への集客効果を波及させるなど市内の商業活力強化へと繋げていく。又、R2年度より実施しているLINE公式アカウントからの情報発信をより強化し店舗PRや新規顧客拡大に繋げる。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	河内長野市内商店会、商店組合、市内小売店					
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	市内商店会、商店組合の各店において、普段、考えることの少ない自社に対する強み、弱み、自慢の商品、自慢のサービスをあらためてブラッシュアップして考えていただきそれを発信することにより顧客拡大と地域一帯の活性化へと繋がる。消費者の高齢化が進む中、ハロウィンに関係するスタンプラリー形式で若い方をターゲットに顧客拡大を図る為に、各店集客の為に努力をいたしたき活性化を図る。又、昨年に引き続きLINE公式アカウント事業も実施しより一層幅広く新規顧客拡大に繋げる。					
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	参加店について前年度は、小売店95店、今年度全体で114店で郵便局等除く小売店は97店であった。コロナ禍により参加を自粛する店舗もあった。例年ラブリーホールへスタンプ台紙を持参いただき抽選会を行っていたがコロナにより今年度も中止し商工会事務局までスタンプ台紙を送付いただく方法で実施し抽選を行った。台紙の送付枚数は、昨年度は490通で今年度754通あり264通増となった。若い世代の方をターゲットに、R2年よりLINE公式アカウントの発信を開始し週に2回新規店舗情報を消費者に発信している。現在登録参加店243店、消費者登録者数858人、今後も数を増やしていき地域の活性化へとつなげていく。					
	反省点	コロナ禍の中、商店会が一つになっての安心安全な集客事業の方法やその仕掛けづくりなど、商工会がフォローし創意工夫しながら意識の向上につなげていき顧客拡大の必要があると感じた。又、各商店会独自で開催する新規事業を同時開催できるように商工会より提案する必要もあると感じた。					
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	河内長野市内の商店会、商店組合に対してイベント趣旨を通知し自社をあらためて見てもらうポイント、事業目的などを記載した申込書を通知し、参加いただく店舗をまとめて、マップ(地区別・所在地表示)形式にラリー台紙を作成し、市内参加店や市関係施設等に設置。又、市の教育委員会を通じて市内全小学校の児童より保護者に手渡しして幅広く周知する。					
	人材交流型	昨年度に引き続き消費者の高齢化が進む中、若い方の新規顧客拡大を目指し、今回もラリー形式(ハロウィン形式)で実施する。又、昨年に引き続きLINE公式アカウント登録者数(現在 店舗243店・消費者858人)を増やしていき週に2回発信しより一層の新規顧客拡大を図る。					
	○ 販路開拓型	①事業者は、同伴の親、親族の方に店舗並びに商品紹介を行い購入意識を高め、店舗紹介のチラシと次回来店時のクーポン券等手渡すなど顧客拡大の努力をいただく。 ②本事業と連携して集客効果を上げる為、各商店会独自の事業も商工会より提案して検討いただく。 ③ラリー台紙の抽選については、商工会事務局で行い当選者に景品を渡す。実施時期：10月					
	ハズル型						
	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	
	(d)昨年度に引き続き、LINE公式アカウント登録者数(店舗側・消費者側)を増やし大々的にイベントのPRを消費者に向けて発信し、新規顧客拡大と売上の向上を図り、販路支援を中心として相談指導(カルテ化)に繋げる。						
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→ 7商店会	本会が主体となり既存の7商店会(組合)を取りまとめる。募集については、ダイレクトメール、地域コミュニティ誌、ホームページ、LINE公式アカウント上にて行なう。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	常連客の来店数の増加と新規顧客の拡大並びに売上の増加					
	指標	事業参加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→ 1000 人	LINE公式アカウントの消費者の登録数					

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 ×	7	社 ×	5.00	=	1,767,500	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		7	社	(小計)		1,767,500	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%)								円	
							計	1,767,500	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)			
	1,767,500	円 ×	0.50	=	883,750	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)			
	○	河内長野市商工会		883,750 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		奥河内フルーツラリー2022 +ライン公式アカウント事業強化で新規顧客拡大		事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成29 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	低農薬等安全性の一定の審査基準をクリアした奥河内産のフルーツや野菜を飲食店、菓子店が新規料理として創作し、又、自店の魅力も発信しながら消費者にアピールし売り上げ拡大につなげる。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	小規模な市内飲食小売店では、長引く不況や大型飲食店の競合、又、新型コロナウイルスなどの影響により、厳しい経営状況となっている。これを打破する為には、河内長野市自慢の地域の特色、資源を有効活用し、河内長野ならではの地域一体型での事業を実施し、市内外より消費者流入の強化を図り経営の向上に繋げる。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	飲食店・菓子製造小売店					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	河内長野市は、果物、野菜などの農産物が豊富である。その地場産品と市内飲食関係事業者とコラボし、今までにない新規性にとんだこだわりの新商品をブラッシュアップして開発し、お店めぐり事業のスタンプラリー台紙に料理や菓子などを掲載PRし新規顧客拡大とリピーター確保に繋げて売上拡大を図る。					
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	昨年度に引き続き、R3年度も最もフルーツの種類が多い時期の9月1日より10月31日の2ヶ月間実施した。前年に同様コロナ対策としてテイクアウトも取り入れて実施した。R3年度は35店舗予定のところ29店舗の参加となった。スタンプラリー応募はがき1枚につきスタンプは3個1口(最大6個の2口)で抽選に参加出来る。応募されたはがきの枚数について、昨年度347通でR3年度は、284通の応募があった。LINE公式アカウントでのPRも実施した。					
	反省点	参加予定店舗数が35店舗予定のところ29店舗で6店舗減となった。コロナ禍の中、参加を躊躇される店舗もあった。前年度同様、テイクアウトも取り入れたが、コロナ対策を各店舗万全にしているPRを強化する必要があったと感じた。R2年度は、NHKの番組に取り上げられるなどのPRにより応募はがきも多かったが、各メディアにイベントPR発信したがR3年度は取り上げられなかった為、応募はがきが減少した理由の一つでもあると感じた。メディアへのアピールの強化が必要である。					
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	低農薬等安全性の一定の審査基準をクリアした、「奥河内 food」の河内長野市認定農産物や市内農業者並びに若手農業者(4Hクラブ)と市内飲食関係事業者と連携し奥河内産フルーツ等を新規性のある料理、菓子等に使用し、奥河内感を前面に出して、又、LINE公式アカウントの新規登録者も増やし登録者に一齐に発信しイベントPRを図り、新規顧客拡大を図ると共に市内外より消費者の流入を図る。事業期間終了後も各店舗の魅力や商品の特色を色濃く出し継続的に行なえるよう意識の向上も図っていく。又、コロナ禍の中、テイクアウトも取り入れ安全対策についても全面的にPR強化を図る。					
	人材交流型						
	○ 販路開拓型	◎対象事業者と事業所数：飲食店・菓子製造小売店 35社 ◎スタンプ台紙でのラリー形式 *スタンプ3個(3店舗)で1口、上限2口まで *実施期間は、フルーツ等収穫期の9月～10月の間の2ヶ月 *賞品は、参加店で使用できる共通金券など *スタンプ台紙の配布は、参加店、商工会、市役所、観光案内所、公民館、大型店サービスカウンター、農産物販売所など幅広く配布する。 *LINE公式アカウントにより画像を交えた内容で一般消費者にPR発信する。 *ゴールドステッカーを取得されていない飲食店については、認証取得できるよう支援する。					
	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		
	(d)低農薬等安全な奥河内産フルーツやベジタブルを使用することにより市内事業者とや奥河内産品の知名度を上げる。なるべく多くの店舗に参加いただけるよう、経営指導員が巡回し事業内容を説明し参加をお願いする。又、事業終了後、参加店舗へ訪問等により相談内容をカルテ化へと繋げていく。						
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⇒ 35 社	前年度に引き続き企業数は、35社に設定。募集に当たっては商工会報、商工会・市商連ホームページ、LINE公式アカウントや市広報誌の活用のほか、経営指導員が企業訪問等を通して参加事業所を発掘する。消費者を増やすためにもメディアへのPR強化を図る。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	事業参加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 ×	35	社 ×	0.50	=	883,750	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		35	社	(小計)		883,750	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	883,750	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)				
	883,750	円 ×	0.50	=	441,875	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)			
	○	河内長野市商工会		441,875 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		キャッシュレス化の推進事業		事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		令和2年度～	年度まで	3	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	キャッシュレス社会の実現に向けて、キャッシュレスセミナーを開催し、キャッシュレス導入店舗を増やし、イベントを実施することにより消費者と店舗のキャッシュレス化意識につなげる。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	国においては、令和元年6月に「成長戦略フォローアップ」を閣議決定し、大阪・関西万博(2025年)に向けて、キャッシュレス決済比率40%をめざし、キャッシュレス社会の実現に向けて取り組んでいます。商工会においても小規模事業者のなお一層のキャッシュレス化の導入の強化と消費者に対してキャッシュレス決済を促進する事業を実施しキャッシュレス化の強化を図っていく。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	*市内5つの商店会(各商店会でキャッシュレス化を促進する事業を実施) *キャッシュレスシステムを導入されていない店舗(セミナーと導入の促進)					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	昨年度は、キャッシュレス化のセミナーを行なうなど同時にキャッシュレス化導入運動を実施し、目標25店舗のところ結果29店舗が導入。又、市内5つの商店会でイベントを実施しなお一層のキャッシュレス化の導入の意識の向上が図れた。令和4年度も新型コロナウイルスの対策として、キャッシュレス決済を促進する事業を実施し、河内長野市内のキャッシュレス決済比率のアップに繋げる。又、キャッシュレス化未導入の事業所に対して、導入の促進をする。					
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	R3年度も5つの商店会でキャッシュレス事業を実施した。開催期間は、R2年度は20日間の期間であったがR3年度は、12/1～12/26までの26日間キャッシュレススタンプラリーを実施した。*キャッシュレスセミナーについては参加者23名 *キャッシュレス化導入店舗29店舗 *キャッシュレススタンプラリー参加店は75店あった。*応募はがきは、167枚あった。					
	反省点	*キャッシュレスセミナーについては、今回もコロナ禍の中参加を控える方もおられた為、ZOOMと合わせて実施の検討が必要。*高齢者の事業主等はキャッシュレス化の導入は独力での実施に不安がある為、キャッシュレス事業者と連携し導入や導入後のフォローも必要と感じた。					
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	◎市内5つの商店会の各々のイベントとマッチングしてキャッシュレス化を促進する事業を実施 *じゃんぼスクエア河内長野サテライト 歳末祭 12月実施 *千代田西商店会 イルミネーションイベント 12月実施 *ノバティながの店主会 クリスマスコンサート 12月実施 *咲っく南花台事業者の会 南花台プレミアムフライデー 12月実施 *千代田駅前東商店会 年末大売り出し 12月実施					
	○ 販路開拓型	上記のイベント実施中に本会で期間を決めてキャッシュレス事業を合わせて実施する。各店舗においてキャッシュレス決済をおこなったお客様に対して、応募はがきに販売店名のゴム印等を押す。ゴム印等3個で1口の応募となり、抽選により人気商品をプレゼントする。店舗側も、キャッシュレス化のお得感のPRを行う。					
	○ ハズ'オ型	◎キャッシュレスを導入していない店舗を対象としたキャッシュレスセミナーを開催。導入希望の場合は、キャッシュレス決済事業者を派遣し、導入の手助けをする。また導入後のフォローも行う。 ◎イベント期間中やセミナーの時期に関係なくキャッシュレスを導入希望される店舗がおられれば、キャッシュレス決済事業者を派遣し、導入の手助けをする。					
	○ 独自提案型	◎セミナーについて、新型コロナウイルス等の事情により対面での開催が困難な場合は、オンラインで実施する。					
	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		
		商-9	キャッシュレス化の推進		販路開拓		
		(a)(d)キャッシュレス化事業により新規顧客の拡大や売上の向上を図り、販路支援を中心として相談指導(カルテ化)に繋ぐことができる。					
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⇒	キャッシュレスセミナーの実施と既存の5つ商店会のイベントに共催として実施し集客の相乗効果を上げる。支援対象数は、過去の実績からの推測数。店舗への参加募集については、イベントは、ダイレクトメール、セミナーは、巡回、窓口での案内、会報、ホームページで周知する。事業者のキャッシュレス化の導入や導入後のフォローをキャッシュレス会社と連携し実施する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	キャッシュレス化の導入の強化は、チェーン店やコンビニエンスストアへの得意客の流動を防ぎ、支払方法が多様化する中で、顧客のニーズに対応することにより満足度も上がり売上の拡大に繋げる。					
	その他目標値	指標	キャッシュレス化に取り組む事業所数			数値目標	25社
		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 ×	5	社 ×	5.00	=	1,262,500	円	
	20,200	円 ×	25	社 ×	1.00	=	505,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		合計	30	社	(小計)		1,767,500	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	1,767,500	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					
	<input type="radio"/>	(a)府施策連携		(b)広域連携		(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)		
	1,767,500	円	×	1.00	=	1,767,500	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)			
	<input type="radio"/>	河内長野市商工会		1,767,500 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⇒ 5商店会	◎キャッシュレススタンプラリーイベント 本会が主体となり既存の5つ商店会のイベントに共催として実施し集客の相乗効果 を上げる。支援対象数は、過去の他のイベントの実績からの推測数。店舗への参 加募集については、ダイレクトメールにて行なう。
	支援対象企業の変化	キャッシュレス化の導入の強化は、チェーン店やコンビニエンスストアへの得意客の流動を防ぎ、支 払方法が多様化する中で、顧客のニーズに対応することにより満足度も上がり売上の拡大に繋げる。	
	その他目標値	指標	数値目標
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	◎キャッシュレスセミナー 開催案内の周知方法として、巡回、窓口での案内、会報、ホームページで周知す る。支援対象数は、過去の他のセミナーの実績からの推測数。
	支援対象企業の変化	キャッシュレス決済に対する基本知識 (メリット・デメリット) と対応策を理解することで、事前 準備を計画的に行え、円滑にキャッシュレス化に移行することができ、事業の継続・安定化に繋が る。	
	その他目標値	指標	数値目標

【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		最新SNSを活用した経営向上セミナー ～非対面での接客術で売上アップ～		事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		令和3	年度～	年度まで	2	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	アフターコロナ、ウィズコロナを見据え、非対面(SNS)での接客術を学び、新規顧客層の開拓を図る。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	新型コロナウイルスの蔓延により、中小・零細企業は多大なる影響を受け、業況の悪化を余儀なくされた事業所も数多く存在している。ワクチン接種が進む中、感染者数も減少傾向にあり、アフターコロナを見据えた事業の取組の必要性が生じている状況にある。 特に、BtoCでかつ対面での事業を営んでいる事業所にとって、今後も厳しい状況が続くと考えられることから、新たな販路の拡大・顧客層の獲得がより求められる。 そこで、非対面(SNS)での事業活動や先行事例について学び、事業に取り入れることで、事業の継続、更なる事業発展となることを目的とする。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	小規模事業者(BtoC事業者)、創業予定者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	アフターコロナ、ウィズコロナを見据えた新たな販路の拡大や顧客の獲得を求められている事業所の相談が多く寄せられている。このような中、SNSの活用について、本格的に取り組むべき事柄であるとの認識を持っており、ニーズも高いと考えられる。					
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	【時期】 令和3年9月30日(木) 14:00～17:00 参加者26名 【内容】 -売り方(販売手法)を変える- ◎Googleマイビジネス マップなどGoogleのサービスにビジネスやお店などの情報を表示し、管理するための無料のツール、インターネット経由での集客に効果的 ◎ネットショップ(EC)構築について(初級編) *ショップを始める前に知っておくべき考え方 *ECの必須知識 *商品登録時に大切なこと *集客力を上げるコツ *リピーター獲得の方法					
	反省点	アフター・ウィズコロナにおいて、今後さらにITやSNSの活用が求められる傾向にある中、「売り方(販売手法)を変える」以外(例えば「集客」)をテーマに据えて継続的に実施することが重要である。 また、コロナ感染症の状況を踏まえ、リアルでの開催のほか、オンライン(またはリアルとオンラインのハイブリットなど)でも開催可能な体制の構築が必要である。					
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	開催時期：新型コロナウイルスの状況を鑑み、今後決定する。					
	人材交流型	場 所：河内長野商工会館3階大会議室 受講者数：30社					
	販路開拓型	内 容：2日間開催。セミナー2時間(質疑応答含む) 1日目-販路拡大！競合他社と差が出るSNSマーケティング(基礎編) 最新のSNS事情を把握、顧客層に合わせた有効なSNSとは？ SNS別・業種別活用事例など					
	ハズレ型	2日目-SNS活用実践！結果の出るデジタル接客(活用編) SNS上での接客術を通じ、いかにファンになってもらうには？ 1日目の課題(自社の伝えたい想いや商品、PR文など)をもとに 受講者同士での意見交換など ※ コロナ感染症の状況によっては、オンラインでの開催も検討する。					
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	人材育成・労務	
(d)本セミナー受講により、SNSを通じた販路拡大や新たな顧客層の獲得などについての手法を学び、事業活動に活かせるべく、個別支援(カルテ化)を行っていく。							
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⇒ 30 社	商工会報・商工会HP及び巡回により、支援企業の募集を行う。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	SNS活用した営業手法について、取り組む意欲が高まったと回答する事業所割合			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		
	20,200	円 ×	30	社 ×	1.20	=	727,200	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		30	社	(小計)		727,200	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	727,200	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)			
	727,200	円 ×	0.50	=	363,600	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)			
	○	河内長野市商工会		363,600 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		創業者交流会（起業家支援事業）		事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成28 年度～	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	これから創業を検討・準備している方や創業後間もない方を対象に、既に創業した方や地域の創業者に創業までの過程や課題、創業の魅力等を紹介してもらう。参加者同志の名刺交換、意見交換、情報交換する機会を設け、今後の活動に活かしていただく。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	若年者の人口流出や産業用地不足による事業者の流出、高齢化に伴う廃業により小規模事業者は減少傾向であり、コロナ禍の影響を受けて廃業する事業者も増えることが予想される。また、市内においては、事業所の交流や情報交換する機会が少ないため、事業者同士の横のつながりが希薄で地域として事業所間の連携を自発的に起こすことは難しい。創業を促進し、当商工会が行政並びに金融機関等と連携して交流会を開催することにより、事業所間の連携、相互の経営力向上等を図り、アフターコロナを見据えての起業家の育成、新たな事業者の創出を見いだすことを目的とする。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	創業を検討・準備している方、創業後間もない方					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	創業予定者、創業して間もない方は、他業種、他社との繋がりが少なく、より多くのネットワークを構築していただくため、また、令和3年度に実施したアンケートからも交流会実施に対するニーズは高いと思われる。					
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	【時期】 令和3年8月28日(土)、12月11日(土) 計2回実施、参加者31名 【内容】創業に向けての準備、考え方、参加者同志の交流、意見・名刺交換、先輩創業者の体験談等、河内長野市の補助金制度の説明、日本政策金融公庫の新創業融資制度の案内を盛り込んでいる。現在13名が創業し18名が創業に向けて準備している。					
	反省点	本事業の認知、周知を行うため、さらに地道な活動が必要である。事業の周知強化を行うにあたって事業者からの紹介や個別相談での周知、河内長野市内の主要駅等に告知資料を設置して参加者増を目指す。また、交流会後の参加者に対する個別支援によるフォローが必要だと思われる。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・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	創業を検討・準備している方、創業後間もない方を対象に、既に創業した方や地域の創業者に創業までの過程や課題、創業の魅力等を紹介してもらう。さらに創業者同志の名刺交換会、情報交換、意見交換会を年2回(予定:8月・12月)行い、創業への意欲を高めていただく。また、後日の交流も可能となるよう参加者リストを作成して参加者へ配布し、連携・マッチングの促進を図る。					
	○ 人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズ'ワ型						
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	創業・経営革新
		日本政策金融公庫、市内の金融機関のネットワーク等を通じて、また、河内長野市産業観光課の協力を得て事業のPRを行い、参加者を募る。本事業終了後についても、創業の個別相談を行うことにより相乗効果を図る。					
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⇒	設定根拠は前年度の実績数を基にしている。募集については、創業を検討・準備している方、創業後間もない方等を対象に巡回、窓口での案内、会報、ホームページで周知する。事業の周知強化を行うにあたって河内長野市内の主要駅等に告知資料を設置して参加者増を目指す。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	30 社	河内長野市産業観光課並びに日本政策金融公庫と連携し、交流会への支援要請及びその他連絡調整・協議を密にしながら、事業者のニーズを把握する。				
	その他目標値	指標	創業に至った事業所数、創業に向けて取り組んだ事業所数	数値目標	18社		
		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 ×	30	社 ×	1.00	=	1,212,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		30	社	(小計)		1,212,000	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	1,212,000	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					
	(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)				
	1,212,000	円 ×	0.50	=	606,000	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)			
	○	河内長野市商工会		606,000 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		求人・求職マッチング事業		事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27 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	地域労働ネットワーク事業でハローワークや市町村等と連携のうえ、求人企業と求職者をマッチングし、採用件数の増加を図るため、合同企業面接・相談会を実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪の有効求人倍率は1.12倍(25～29歳で0.99倍、45～49歳では0.79倍)と厳しい。特に、福祉・介護事業の充足率は9.3%と深刻な人手不足が続いている。当地域の有効求人倍率は0.79倍(45～64歳は0.58倍)。中高年齢者の紹介件数と就職件数も府下では少ない。よって、雇用のミスマッチを解消することが課題である。本事業は地域労働ネットワーク事業として、若者・中高年齢者等を広く対象とした求人企業と働く意欲のある求職者をマッチングし、本面接会での採用件数の増加を目的とする。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ハローワーク河内長野管内の求人企業および就職困難求職者等を対象とする。 (若者・中高年齢者等の求人や在職者の多い企業および業種)					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	R3年度の同マッチング事業参加企業へのアンケートや聴取りで、「次回開催時も参加したい」との要望が大半であった。新規求人数も連続して増加している。					
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	R3年度はコロナ禍でできることを熟考し実施したが、感染症の影響で実績数値が低くなった。 R3年度の参加企業：下記【1】面談会10社、【2】9社 R3年度の参加者・採用者：下記【1】25人・2人、【2】24人・2人					
	反省点	参加者を増やすために、感染防止対策を徹底していることの周知を強化。ウィズコロナに対応し開催日や回数、内容を柔軟に検討する。ハローワーク各課との連携を密にする。広報誌やWebでの周知の強化。各種相談コーナーの充実。					
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	日時・場所 【1】9月 ・場所：すばるホール 【2】5月、7月、11月 ・場所：ハローワーク河内長野					
	○ 人材交流型	【2】5月、7月、11月 ・場所：ハローワーク河内長野					
	販路開拓型	内容 【1】①全業種対象の合同企業面接会と企業紹介コーナー ②中高年齢者就業相談 ③シルバー人材センター就業相談 ④ハローワークの就職活動相談 ⑤ひとり親家庭生活相談 ⑥障がい者就業相談 ⑦若者の就労相談 ⑧生活・人権相談 ⑨労働相談 ⑩社会保険・労働保険相談 ⑪働くことQ&Aコーナー 【2】①業種別(主に介護・福祉)合同企業面接会 ②仕事の説明・相談会					
	ハンズオン型						
	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
	労-9	求人・求職マッチング事業(地域労働ネットワーク事業)			雇用・求人		
	若者・中高年齢者等の求人企業(上記【1】は主に介護・福祉関連)と求職者を発掘し、合同面接会や説明・相談会を実施する。周知に注力する(各市町村・府労働環境課・関係機関・開催会場の広報誌やWebサイトに掲載、ポスター・チラシの作成、ハローワーク内に介護の求人特設コーナーを設置)。ハローワーク同管内の3市2町1村行政・3商工会、府労働環境課、ハローワークが広域で連携する。ウィズコロナに柔軟な対応で事業を実施する。						
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⇒	設定根拠…R元年度24社、R3年度19社の実績数値を考慮 募集方法…求人情報、広報誌、チラシ、ポスター、Webサイト、メール等 配分：河内長野市商工会9社、富田林商工会6社、大阪狭山市商工会6社				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	意欲のある求職者の採用で人手不足を解消し、経営の安定と改善を図る。 求人活動等する中で労務管理等の知識も習得でき、情報収集や法令遵守につながる。					
	指標	採用者数	数値目標		8人		
その他目標値	目標値の内容⇒						
	140 人	本事業への参加者見込み(R元年度24社で171人の実績を考慮)					

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 ×	21	社 ×	1.00	=	848,400	円	
	40,400	円 ×	140	人 ×	0.05	=	282,800	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		合計	161	社	(小計)		1,131,200	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	1,131,200	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)		
	1,131,200	円	×	1.00	=	1,131,200	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)			
	○	河内長野市商工会		517,120 円		河内長野市商工会は中核団体として企画運営等を調整する(支援企業数割り)			
		富田林商工会		307,040 円					
		大阪狭山市商工会		307,040 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→ 10 社	設定根拠…R3年度9社の実績数値 募集方法…求人情報、広報誌、チラシ、ポスター、Webサイト、メール等
	支援対象企業の変化	意欲のある求職者の採用で人手不足を解消し、経営の安定と改善を図る。 求人活動等する中で労務管理等の知識も習得でき、情報収集や法令遵守につながる。	
	その他目標値	指標 採用者数	数値目標 4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→ 11 社	設定根拠…R元年度15社、R3年度10社の実績数値を考慮 募集方法…求人情報、広報誌、チラシ、ポスター、Webサイト、メール等
	支援対象企業の変化	意欲のある求職者の採用で人手不足を解消し、経営の安定と改善を図る。 求人活動等する中で労務管理等の知識も習得でき、情報収集や法令遵守につながる。	
	その他目標値	指標 採用者数	数値目標 4人

【備考】

別添資料の出典 「大阪労働局労働市場月報(令和3年12月号)の3中高年齢者職業紹介状況」 「ハローワーク河内長野の管内の有効求人倍率等の推移」

※別添で補足する内容があれば添付してください。

3 中高年齢者職業紹介状況

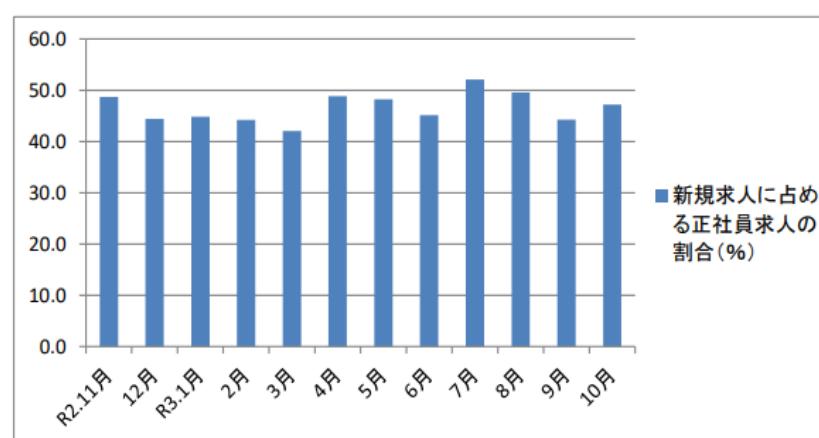
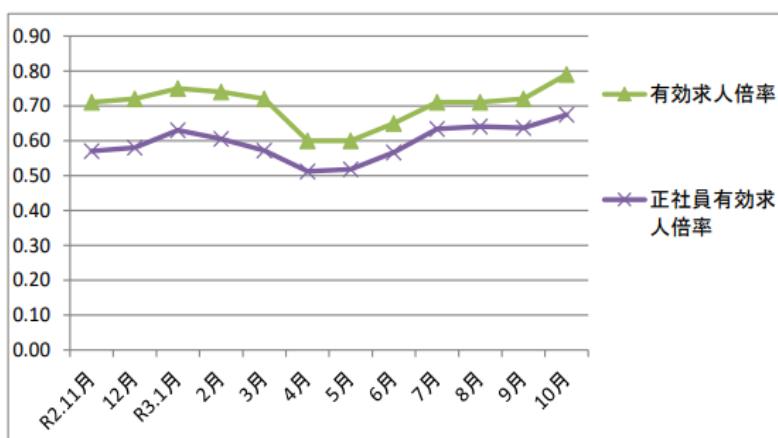
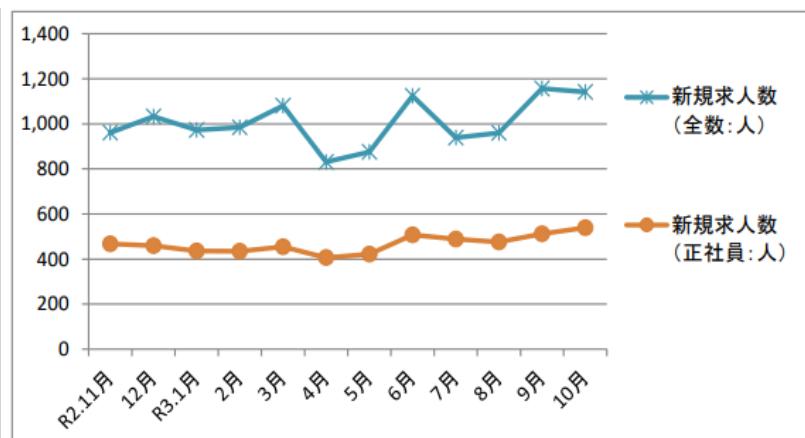
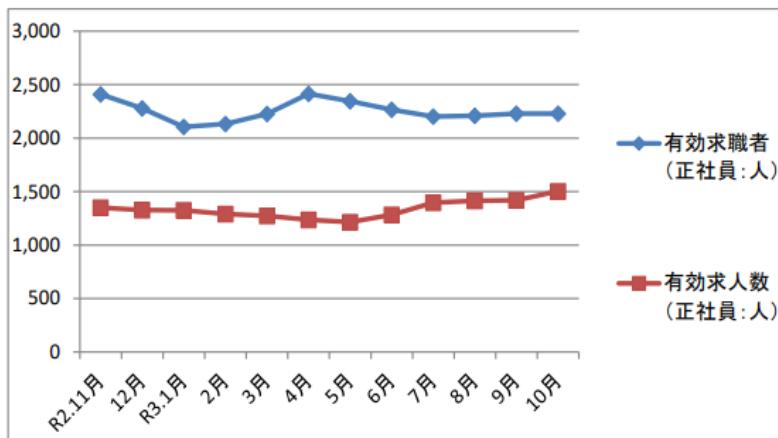
		月間有効求職者数		新規求職申込件数		紹介件数		就職件数	
			55歳以上		55歳以上		55歳以上		55歳以上
月 平 均	平成27年度	65,885	35,087	14,496	7,729	32,619	14,201	4,672	2,370
	28	64,044	34,115	14,164	7,543	30,897	14,194	4,686	2,370
	29	64,172	34,634	13,901	7,537	28,963	13,750	4,765	2,460
	30	64,428	35,686	13,750	7,690	25,932	12,727	4,723	2,524
	令和元年度	66,682	37,637	13,866	7,948	23,444	11,986	4,238	2,315
	2	85,033	48,631	14,754	8,777	21,719	11,613	3,483	1,940
月 別	令和2年10月	83,349	46,490	15,790	9,214	24,695	13,095	3,823	2,105
	11	81,907	45,993	11,626	6,712	21,253	11,247	3,468	1,942
	12	78,252	44,005	10,440	6,020	17,863	9,194	3,133	1,742
	令和3年1月	77,193	43,251	13,774	8,099	20,180	10,465	2,673	1,431
	2	79,326	44,724	14,971	8,891	25,457	13,754	3,255	1,815
	3	84,858	48,134	17,426	10,348	29,328	15,997	4,767	2,679
	4	90,679	53,033	20,509	13,300	24,227	12,962	3,880	2,127
	5	88,234	51,664	12,248	7,115	19,092	10,276	3,308	1,838
	6	86,760	50,651	14,306	8,320	22,689	12,101	3,644	2,009
	7	86,486	49,684	16,706	9,992	19,444	10,125	3,446	1,913
	8	87,996	50,239	14,495	8,371	18,369	9,858	3,098	1,703
9	88,636	50,677	14,373	8,538	20,631	11,333	3,469	1,989	
	10	90,074	51,521	16,178	9,614	22,100	12,040	3,652	2,000
対前月増減率(%)		1.6	1.7	12.6	12.6	7.1	6.2	5.3	5.1
対前年同月増減率(%)		8.1	10.8	2.5	4.3	▲10.5	▲8.1	▲4.5	▲0.7
安 定 所 別 (10 月 分)	大阪東	6,345	3,566	1,057	628	1,418	810	248	140
	梅田	8,980	4,889	1,655	896	3,134	1,621	334	195
	大阪西	5,504	2,974	1,072	609	1,559	873	229	129
	阿倍野	9,309	5,323	1,790	1,073	2,809	1,587	403	234
	淀川	5,957	3,418	1,095	692	1,356	733	214	119
	布施	8,048	4,557	1,261	734	1,670	866	273	164
	堺	8,223	4,763	1,459	890	1,735	958	325	187
	岸和田	2,700	1,595	486	298	571	350	147	72
	池田	5,898	3,439	1,125	674	1,495	850	254	166
	泉大津	2,704	1,600	526	325	704	328	111	55
	10藤井寺	3,427	1,971	546	318	762	399	139	68
	枚方	6,796	3,878	1,223	716	1,701	872	291	172
	月泉佐野	2,726	1,656	439	279	434	243	103	58
	茨木	6,582	3,866	1,124	691	1,216	633	225	127
	分河内長野	2,388	1,499	455	299	489	319	129	81
	(門真)	4,487	2,527	865	492	1,047	598	227	123

(注) 1. ▲は減少を示す。

有効求人倍率等の推移(河内長野所管内)

ハローワーク河内長野

	R2.11月	12月	R3.1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
有効求職者(正社員:人)	2,410	2,278	2,105	2,132	2,226	2,415	2,345	2,266	2,202	2,209	2,228	2,230
有効求人数(正社員:人)	1,351	1,327	1,324	1,290	1,272	1,237	1,215	1,284	1,396	1,415	1,419	1,504
有効求人倍率	0.71	0.72	0.75	0.74	0.72	0.60	0.60	0.65	0.71	0.71	0.72	0.79
正社員有効求人倍率	0.57	0.58	0.63	0.61	0.57	0.51	0.52	0.57	0.63	0.64	0.64	0.67
新規求人数(全数:人)	961	1,033	973	984	1,080	831	875	1,124	939	960	1,157	1,142
新規求人数(正社員:人)	468	459	436	435	454	406	422	507	489	476	512	539
新規求人に占める正社員求人の割合(%)	48.7	44.4	44.8	44.2	42.0	48.9	48.2	45.1	52.1	49.6	44.3	47.2



事業名		BCP策定支援事業		事業番号	7	新規/継続	継続
想定する実施期間		令和3年度～	年度まで	2	年目	←複数年度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	事業の継続、企業価値の維持・向上の観点から重要となる事業継続計画（BCP）の策定を支援し、本地域での普及啓発を目指す。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	近年、企業には、自然災害や感染症の流行、情報セキュリティ事故などの緊急事態が発生した際の経営資産への影響を最小限にとどめ、事業の継続や早期復旧が求められています。また、事業の継続のみならず企業価値の維持・向上の観点からも、BCP策定のニーズは高まっていると考えます。しかしながら、大阪府内における事業継続計画（BCP）を策定している企業数は全国的に見るとかなり少なく、本地域においても同様で、必要性は感じていても予期せぬ事態への事前準備が整っている企業はわずかであります。 このような中で当会（河内長野市商工会・大阪狭山市商工会）は、事業継続力支援計画を令和3年12月に申請、令和4年4月より実施を予定しており、関係各機関等と連携し中小企業・小規模事業者のBCP策定に関する取り組みを支援するとともに、本地域での普及啓発を目指す。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	中小企業・小規模事業者、BCP策定に関心のある事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	昨年度開催したセミナー・ワークショップは、感染症対策を十分行ったうえで実施し、緊急事態宣言中での開催もあり目標参加者数には達しなかったが、多くの方に参加いただき、BCP策定のニーズは高まっていると感じることができた。今年度も引き続きBCPの普及啓発を行い、BCP策定への取り組みを支援する。					
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9月に、MS&ADインターリスク総研(株)より野崎久之氏をお招きし、BCP構築のためのセミナーと簡易版BCPの策定ワークショップを実施した。またその後のフォローで事業継続力強化計画の申請も支援した。セミナー・ワークショップ参加事業所数は18社。					
	反省点	中小企業、小規模事業者においては、大企業と比べるとBCPの認知度や策定に対する優先順位は低いと感じている。また地域的にも沿岸地域と比べて取り組みは進んでいない状況であり、引き続き、関係各機関と連携してBCP普及啓発に努めていきたい。					
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	①中小企業、小規模事業者向けBCP啓発セミナー・策定ワークショップ（9月頃） BCP啓発セミナーにおいて、BCPの概要やその必要性、災害シナリオ、具体的な災害対策、BCP作成ノウハウなど、BCP策定に係るイメージをつかんでいただき、自然災害に加えて新型コロナウイルス感染症の感染拡大時の事業継続も想定した簡易版BCPの策定ワークショップを実施する。日程の都合上、セミナー・ワークショップに参加できなかった事業者には、巡回等で経営指導員が資料を提供し情報を発信する。 また、具体的なBCP策定に取り組む事業者には、専門家(外部機関)の派遣を行い、伴走型支援を実施する。 ※ コロナ感染症の状況によっては、オンラインでの開催も検討する。					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	○ ハズオン型	②普及啓発活動 普及啓発に係るリーフレットを活用し、より多くの企業がBCPに取り組めるように普及啓発を行う。BCPは1度の作成で永久に使用できるものではないので、外部機関と連携を取り継続的に支援を行う。					
	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="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-12	BCP・BCMの普及促進		BCP		
		(a) 府施策連携：商-12番 BCP・BCM普及促進事業 (b) 広域連携：隣接する河内長野市及び大阪狭山市の地域において連携することにより、幅広い地域での事業周知が見込まれる。 (d) 相談事業相乗効果：より本格的なBCPの策定へ繋げていける。					
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⇒	①BCP啓発セミナー・策定ワークショップ 18社 (うち伴走型支援を行い具体的なBCP策定に取り組んだ事業者数 4社) ②普及啓発活動 メール配信、HP掲載、DM、関係団体を通じたチラシの配布等。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	22 社	BCPの必要性を理解し、BCP策定についての対策が必要だと認識できるようになる。 自社の実態を把握することができ、非常時のマニュアルを明確化することで、事業の継続のみならず企業価値の維持・向上につながる。				
		指標	簡易版BCPの策定に取り組んだ事業者数		数値目標	18社	
	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 ×	18	社 ×	1.00	=	363,600	円	
	101,000	円 ×	4	社 ×	1.00	=	404,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		22	社	(小計)		767,600	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%)									
							計	767,600	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					
	<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)		
	767,600	円	×	1.00	=	767,600	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"/>	河内長野市商工会		383,800 円		支援企業数 河内長野市商工会			
		大阪狭山市商工会		383,800 円		: ①11社(うちハンズオン2社) ②1,400社			
				円		大阪狭山市商工会			
				円		: ①11社(うちハンズオン2社) ②1,100社			

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⇒	①BCP策定に興味のある事業所を各市の広報やSNS、商工会報などで広く募集し周知をする。啓発セミナー・策定ワークショップ 18社					
		18 社	②普及啓発活動 メール配信、HP掲載、DM、関係団体を通じたチラシの配布等。					
	支援対象企業の変化	BCPの必要性を理解し、BCP策定についての対策が必要だと認識できるようになる。自社の実態を把握することができ、非常時のマニュアルを明確化することで、事業の継続のみならず企業価値の維持・向上につながる。						
	指標	簡易版BCPの策定に取り組んだ事業者数				数値目標	18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⇒	③BCP策定に興味のある事業所を各市の広報やSNS、商工会報などで広く募集し周知をする。 具体的なBCP策定に取り組んだ事業者 4社					
		4 社						
	支援対象企業の変化	BCPの必要性を理解し、BCP策定についての対策が必要だと認識できるようになる。自社の実態を把握することができ、非常時のマニュアルを明確化することで、事業の継続のみならず企業価値の維持・向上につながる。						
	指標	伴走型支援を行い具体的なBCP策定に取り組んだ事業者数				数値目標	4社	
	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）

河内長野市商工会

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)	計	
事業所カルテ・サービス提案	330	25,000	8,250,000	
支援機関等へのつなぎ	10	10,000	100,000	
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	20	20,000	400,000	
記帳支援	32	25,000	800,000	
労務支援	110	20,000	2,200,000	
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	3	20,000	60,000	
販路開拓支援	10	20,000	200,000	
事業計画作成支援	10	50,000	500,000	
創業支援	3	20,000	60,000	
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	50	20,000	1,000,000	
財務分析支援	10	10,000	100,000	
5S支援	5	10,000	50,000	
IT化支援	45	20,000	900,000	
債権保全計画作成支援	1	10,000	10,000	
事業承継支援	3	20,000	60,000	
災害時対応支援	0	5,000	0	
フォローアップ支援	80	5,000	400,000	
結果報告	330	10,000	3,300,000	
小 計	-		20,130,000	20,130,000
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	
税務個別相談	17		408,000	
金融個別相談	12		288,000	
労務個別相談	12		288,000	
経営個別相談	12		288,000	
小 計	53		1,272,000	1,272,000
※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		8,106,677	
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		1,383,050	
V 合計				
合 計				補助金額
				30,891,727