

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	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3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）	1,200（28.5%）			
※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。 (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。 (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会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あっせんを行うこと。 (11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。 (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。 (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、観光事業の改善発達を図ること。 (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

箕面市は、大阪府の北西部に位置し、人口136,355人（令和3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、箕面の滝百選のひとつ「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。箕面市の豊かな自然環境と住環境の利便性をうまく融合させ、「みどり豊かで住み続けたい、子育て・教育日本一のまちづくり」として、魅力ある街づくりを目指している。2023年には北大阪急行が延伸し、「箕面船場阪大前」駅と「箕面萱野」駅の2駅が開業予定であり、産官学民の連携、憩いや賑わいの創出により、更なる街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、4,215事業所であり、うち62.4%の2,630事業所を小規模事業者が占めている。（平成28年経済センサスより）内訳は、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%であり、（RESASより）生活に密着した商業・サービス業が多いことが特徴である。

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、飲食業を中心とした対面サービス業が大きな打撃を受けているなか、箕面市と商工会議所が一体となり、「小さなお店応援チケット」と銘打った地域の中小店舗のみで使える商品券の発行、PR冊子の発行により、地域の店舗での消費に一定効果が見られているが、感染拡大が余談を許さない状況であり、経営環境は厳しい状況が続いている。

喫緊の課題としては、コロナ禍において長期化する外出自粛等の影響により、小売・サービス店舗の売上の減少、資金繰りの悪化が懸念されることから、新たな資金調達を含めた各種支援施策の活用があげられる。

ウィズコロナ・ポストコロナにおける顧客の消費行動の変化に対応した事業の再構築、新たな価値の創造、デジタル技術の活用や新商品・新サービスの開発や新規販路開拓、持続的発展に向けた地域の魅力創造・発信、新たなチャレンジをしたい企業や個人の発掘・育成による地域産業の活性化と、不測の事態に対応できる経営基盤の構築が課題である。

(2) 所管地域の活性化の方向性

地域中小企業が、変化のスピードの早いウィズコロナ・ポストコロナにおいて、中長期的な持続的発展を実現させるために、足下の経営を維持させるための支援と、新たな価値の創造に向けた支援を両輪でおこなうとともに、基盤となる事業継続に関する支援を実施する。

1. 足下の経営維持に向けた支援

まずは、足下の経営を維持するための金融施策、支援施策の活用に関しての情報提供、およびきめ細かな個別相談により、最適な課題解決と今後の事業展開全般に関する伴走支援を実施する。

2. 事業再構築・新たな価値創造に関する支援

コロナ禍を乗り越え、新たな顧客購買行動の変化や顧客ニーズを把握しポストコロナに合わせた事業再構築に向けた新商品・新サービスの開発に関する支援、地域・店舗の新たな魅力創出・発信に向けた商業活性化のための販路開拓、プロモーション支援や、新規顧客獲得、生産性向上やDX化に向けた支援を行う。また、後継者不足による廃業、事業承継も見据えたセカンドキャリアとしての、創業支援のほか、新規事業展開を行うためのビジネスアイデア創出と具体的な実行に向けた支援を行う。

3. 事業継続に関する支援

近年増加している自然災害、感染症による脅威を乗り越え事業を継続させるためのBCP策定支援のほか、生産性向上や働き方改革の実現に向けたIT活用支援等、専門家や近隣商工会議所と連携しながら支援を行う。

(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

コロナ禍の影響で厳しい状況が続いている中小企業者、「変革と挑戦」に取り組む成長意欲の高い事業者を重点支援事業者とし、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府内の創業希望者を対象と想定している。なかでも、コロナ禍で売上の回復が難しく、新商品・サービスの開発の必要性に迫られている事業者、ポストコロナの顧客購買行動に沿ったマーケティング施策を展開したい事業者、新たな販路開拓、自社の魅力発掘、発信をしたい事業者等を具体的な支援対象者として、伴走支援を実施していく。

(4) 事業の目標

1. 課題の早期発見と解決

迅速な情報提供、きめ細やかな支援をおこなうことで、課題が複雑化する前に早期発見・解決に繋がり、環境変化に柔軟に対応できる経営体制を構築すること。

2. 地域の魅力向上につながる企業・店舗の増加

箕面市が目指す豊かなみどりと利便性の高い住環境を下支えする魅力溢れる店舗、企業、創業者の創出により、地域ブランドの更なる向上に繋げること。

3. 地域を支える中小企業の経営基盤の安定化

ウィズコロナ・ポストコロナに対応した新たなビジネスモデルの再構築や、事業継続と持続的な発展を遂げることで、経営基盤の安定化に繋げること。

これら目標を実現させ、「必要とされる商工会議所」として地域企業からの評価・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、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）

事業の実施により、日々刻々と目まぐるしく変化する時代を乗り越え、素早い意思決定と行動に繋がる企業経営の実現により、地域産業の活性化が期待できる。

事業を実施しなかった場合の影響としては、急激な環境変化に対応できず、成長意欲が低下し、競争力の低下、生産性の低下、雇用の縮小、地域経済の衰退に繋がる。

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	210 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）	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	10 事業所	
記帳支援	5 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	30 事業所	
販路開拓支援	30 支援	事業計画作成支援	75 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	210 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	230			
<p>足下の経営を維持しながら、中長期的な持続的発展を実現させるため、事業者の置かれている環境を客観的に分析するとともに、迅速かつきめ細やかな相談対応が必要であることから、支援対象事業者数は210とする。事業再構築や新事業チャレンジに伴い支援ニーズが高まっている事業計画作成支援は75とする。ポストコロナの購買行動に対応した新たな販路開拓や顧客との関係性構築に向けた支援となる販路開拓支援、マーケティング力向上支援を中心に、創業支援、事業承継やDX化を見据えたIT化支援等、顧客の真の課題解決に向けた支援を実施する。実施後はフォローアップ支援を通じ、持続的発展に向けた伴走支援を実施する。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>相談の実施方法については、経営指導員による事業所訪問や窓口相談、オンライン相談を実施するとともに、広報誌やホームページ、SNS等を活用し情報発信を実施する。経営指導員が、事業者と信頼関係を構築し、対話のなかから経営の全体像を把握し、事業者自身も気付いていない課題の掘り起こしと構造化をおこない、課題解決に繋がる施策の活用提案、地域活性化事業や各種セミナー、交流会等への参加を促していく。また、地域プラットフォーム、金融機関や大阪産業局や各種支援機関との連携、様々な分野の専門家とのネットワークを活用し、中長期的な持続的発展に繋がる支援を実施する。</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
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>コロナ禍において、専門相談支援事業のニーズは高まっており、専門家との連携は益々重要になってくると考えられる。法律相談は、引き続き迅速な対応が課題解決の糸口となることから、個別面談の他に随時電話でも相談対応を実施する。金融相談は、オンライン相談を併用しながら月に2回日本政策金融公庫の担当者による相談会を実施し、コロナ禍を乗り切る資金繰り支援を行える環境を整備する。税務相談は、確定申告時における需要対応に加え、インボイス制度等新たな制度改正に伴う相談対応を実施する。経営相談は、経営指導員と専門家が一体となり、新たな事業展開に向けた事業再構築に向けた支援を実施する。専門家の活用が当所利用のメリットと経営指導員の資質向上に繋がっており、引き続き支援体制の強化に繋げていく。</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				3,373,400
1		商業活性化アクションプラン推進事業	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	○	コロナに打ち勝つビジネスアイデア創出事業	新型コロナウイルス感染症の影響を受けている中小企業が、ウィズコロナ・アフターコロナの顧客ニーズを把握し、新商品・新サービス等を検討するためのビジネスアイデア創出を目的としたワークショップを開催する。	1,454,400
3	○	BCP普及啓発事業	管内事業者に対してBCPの策定ならびにBCMへの取組を促進し、事業中断を引き起こす様々な脅威への対応力向上を図り、箕面市における経済・雇用の維持・安定体制を強化する。	505,000
(2) 広域事業				6,160,475
4	○	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。	2,163,200
5		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
	○	人材活用力向上事業	豊中商工会議所の事業計画参照	40,400
	○	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	60,600
	○	クラウドファンディング活用促進事業	池田商工会議所の事業計画参照	20,200
		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				4,365,000

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	20	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	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)	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おり、商店街活性化のソフト事業として一定の効果が出ていたが、コロナウイルス感染症の蔓延により状況が一変し、新たな販路開拓の取り組みが必要である。 コロナ禍において、地域を支える商店街を中心とした店舗も大きなダメージを受けており、新たな顧客の消費行動に合わせた店舗と顧客の接点の構築、魅力の創出・発信と顧客との関係性強化による新たな販路開拓が喫緊の課題である。 地域のお店が自店の魅力を知りその情報を顧客に届け、顧客にとって新たな価値の提供に繋げることで、顧客との信頼関係を構築し、なくてはならない唯一無二の存在になることで、環境変化に左右されない店舗となることを目的とする。				
	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>【箕面街かどぶらり】</p> <p>普段は店舗に足を運ばないと分からない、お店の中や店主のこだわりをパーソナリティーが視聴者目線で紹介する番組として、ラジオの生放送とインターネットでの配信を行った。お店が作りこんだPR動画より、リアルタイムの臨場感溢れる音声と動画をお届けすることで、お客様にとって欲しい生の情報を盛り込んだ配信となることを目指し、店舗が集積している地域に絞り込んで、観光需要が多い11月に箕面と桜井の商店街を中心とする20店舗を2日間4回に分けて放送をおこなった。店舗にとっての一番の課題は、集客・売上向上であり、配信後、お店のPRができたという回答する店舗約8割を占め、撮影した動画をオンラインでのPRに活用する動きが見られた。視聴者からも、「実際に自分が歩いて回れる範囲のお店がたくさん紹介されており、行ってみたいくなった」と番組に感想が寄せられ、新たな販路開拓の機会となったと考えられる。</p> <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3年度は第18回、第19回目の実施でそれぞれ23、24事業所が参加している。夏は42講座、冬は45講座を実施、夏の集客数はのべ108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、昨年同様に緊急事態宣言発令中ではあったが、予定通り夏・冬の2回実施した。従来のまちゼミの定員5～6名のところ、まちゼミ創始者である松井洋一郎氏のアドバイスを受け、感染予防対策として推奨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、昨年初めて導入した「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・オンライン共に受講者の満足度が、大満足満足で100%であった。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初めて」の方が全体の7割、オンライン受講者は6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>【箕面街かどぶらり】</p> <p>タイトルのとおり、消費者であるパーソナリティーが箕面の街をぶらりと歩きながら素敵なお店を発見していく、というコンセプトで進めていたが、ラジオの生放送と動画撮影を行ううえで、タイムマネジメントが肝となってくることから、ぶらりという雰囲気あまり出せず、タイトルに少し違和感を感じてしまう結果となった。また、ぶらりと発見するという臨場感を出すために、内容に関して詳細な打合せをせず、パーソナリティーの興味に準ずる形でインタビューを進めていただいたが、店舗の意図と異なることもあったことから、次回以降は事業の目的の周知をしっかりと行っていきたい。</p> <p>【みのおのまち商学校】</p> <p>第18・19回目を迎え初開催より9年が経過した。これまで少しずつ参加店は増えていたが、新型コロナウイルス感染症による影響により、昨年度同様、参加店・受講者ともに例年より減少傾向が続いており、今年度は昨年度よりもさらに減少した。今年度はコロナ禍のため、まちゼミ創始者である松井洋一郎氏による勉強会や交流会等を開催する事ができなかったため、参加店同士のつながりや異業種交流を持つ機会が創出できなかった。箕面では、「オンライン」講座の開催は減少する一方で、受講者数もなかなか増えない。アンケートからは、事業者も受講者も「オンライン」講座より、「リアル」講座の開催を希望する方が多いと感じられた。この2年、参加店の士気を上げにくい状況が続いているので、感染状況をしっかりと見ながら、「オンライン」講座についてや、withコロナ時代の集客できる「リアル」講座などを題材に取り上げ、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必要がある。</p>				

具体的な実施内容・手法 (該当型に○印をつけてどこで何をどのようにするのかを明確に)	人材育成型	新たな消費行動の変化に合わせた顧客接点の構築方法について、①新たな店舗の魅力の発掘・創出を行うための【箕面街かどぶらり】と、②構築した接点から継続的な関係性の構築、ファン顧客創出のための事業として【みのおのまち商学校】を実施する。								
	人材交流型	◇箕面街かどぶらり【販路開拓型】 箕面市内の、店舗の魅力を知らせたいと意欲的に販路開拓に取り組む店主へインタビューをおこない、レポート形式にて店舗や商品・サービスを紹介する。インタビューの様子は動画共有サイトへのアップロード等によって、市民に店舗の魅力をアピールする。本事業のねらいは、参加事業者が自店の新たな魅力に気づききっかけになること、また、市民が魅力ある店舗の存在を知ることである。参加店舗は20店舗程度を見込む。								
	○ 販路開拓型									
	ハズレ型	◇みのおのまち商学校【独自提案型】 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店舗を目指す。まちゼミの創始者「松井洋一郎氏」による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、withコロナ時代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。								
	○ 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な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⇒	50 社	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)	【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。								
		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		
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 ×	20	社 ×	1.00	=	1,010,000	円		
	50,500	円 ×	30	社 ×	1.20	=	1,818,000	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	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)					
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。	
		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】参加事業所数。店舗の魅力を知ってもらいたいと意欲的に販路開拓に取り組む20店舗に参加してもらうことを目標とする。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。	
		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		コロナに打ち勝つビジネスアイデア創出事業		事業番号	2	新規/継続	新規
想定する実施期間		R4	年度～	年度まで	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	新型コロナウイルス感染症の影響を受けている中小企業が、ウィズコロナ・アフターコロナの顧客ニーズを把握し、新商品・新サービス等を検討するためのビジネスアイデア創出を目的としたワークショップを開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	新型コロナウイルス感染症の影響を受けている中小企業が、ウィズコロナ・アフターコロナにおける顧客購買行動の変化や顧客ニーズを把握し、「新分野展開」「新商品・新サービスの開発」「第2創業・事業転換」「新規顧客獲得」等を検討するためのワークショップを開催することで、事業化に向けたアイデアの作り方を学ぶ。また、大阪府が実施する「新事業チャレンジ支援事業」の普及啓発を図る。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	新型コロナウイルス感染症の影響を受けた箕面市内または府内の事業所で、 ・既存商品では売り上げの回復が難しく、新たなサービスや商品の必要性を感じている ・回復の見込めない事業から新ビジネスへ転換を検討している ・新事業展開・新商品・新サービス開発に関するノウハウ等を学びたい ・アフターコロナの顧客購買行動・コロナ禍におけるマーケティング手法を学びたい ・共に苦境を乗り越えるため、様々なことを相談しあえる事業者仲間が欲しい という経営者、幹部従業員、若手後継者等を対象とする。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	箕面商工会議所が実施した景況調査によると、昨年に比べやや持ち直したと回答する割合が多いものの、依然としてコロナ禍以前の需要水準には戻っておらず、経営安定化のためには変化する顧客ニーズを的確にとらえ、顧客が望む商品やサービスをいち早く供給する必要があり、そのための学びの場は必要不可欠となっている。					
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						
	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	コロナに打ち勝つマーケティングセミナーとビジネスアイデア創出ワークショップに分けて下記の要領で開催する。 <コロナに打ち勝つマーケティングセミナー> 場所：箕面商工会議所（状況によっては外部会場やリモートで対応） 時期：5月予定 実施内容：新型コロナウイルス感染症による事業環境の変化に伴う新事業展開等の必要性を訴求し、大阪府が実施する「新事業チャレンジ支援事業」への登録を促す。また、登録にかかわらず、希望者に対し本セミナーへの参加を誘導する。					
	○ 人材交流型	<ビジネスアイデア創出ワークショップ> 場所：箕面商工会議所（状況によっては外部会場やリモートで対応） 時期：プレセミナー実施後～計3回実施。 実施内容：新事業等のアイデア創出にかかる一連の流れについて、ワークセミナー形式にて実施。 実施イメージ 第1回…参加者自己紹介、経営環境現状分析、アフターコロナの需要動向についての意見交換 第2回…市場分析・顧客購買行動変化の検討、アイデア創出、戦略策定プロセスの理解 第3回…マーケティングアプローチ、顧客関係性強化手法の検討、ビジネスアイデアの創出 各回2～3時間×3回を想定 [全3回連続講座]					
	販路開拓型	場所：箕面商工会議所（状況によっては外部会場やリモートで対応） 時期：プレセミナー実施後～計3回実施。 実施内容：新事業等のアイデア創出にかかる一連の流れについて、ワークセミナー形式にて実施。 実施イメージ 第1回…参加者自己紹介、経営環境現状分析、アフターコロナの需要動向についての意見交換 第2回…市場分析・顧客購買行動変化の検討、アイデア創出、戦略策定プロセスの理解 第3回…マーケティングアプローチ、顧客関係性強化手法の検討、ビジネスアイデアの創出 各回2～3時間×3回を想定 [全3回連続講座]					
	ハンズオン型	場所：箕面商工会議所（状況によっては外部会場やリモートで対応） 時期：プレセミナー実施後～計3回実施。 実施内容：新事業等のアイデア創出にかかる一連の流れについて、ワークセミナー形式にて実施。 実施イメージ 第1回…参加者自己紹介、経営環境現状分析、アフターコロナの需要動向についての意見交換 第2回…市場分析・顧客購買行動変化の検討、アイデア創出、戦略策定プロセスの理解 第3回…マーケティングアプローチ、顧客関係性強化手法の検討、ビジネスアイデアの創出 各回2～3時間×3回を想定 [全3回連続講座]					
	独自提案型	本セミナー、ワークショップにより、具体的なアイデアが見つかり、その後の事業化支援を希望する事業者には、セミナー終了後、最大5回の専門家派遣を行い支援を行う。					
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-11	新事業展開チャレンジ支援事業費□			その他		
セミナーについては、大阪府の「新事業展開チャレンジ事業支援費（商-11）」における啓発セミナーであることから、府施策連携事業である。 また、セミナー終了後は希望する事業者に対し、最大5回の専門家派遣を行い、浮かんだビジネスアイデアを具現化するための支援を行うことから、相談事業相乗効果が見込める。							

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⇒ 40 社	箕面商工会議所広報誌、チラシ、ホームページによる広報、青年部への協力依頼、経営指導員の巡回・窓口相談対応を通して本事業の周知をおこなう。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	本事業における目的として、 ①コロナ禍による自社の置かれている状況（内部要因）を客観的に把握すること、 ②ウィズコロナ・アフターコロナにおける顧客購買行動の変化（外部環境変化）を理解すること、 ③変化した顧客ニーズに適応する新商品やサービスを検討し、アイデアを具現化すること、 ④志を同じくする仲間同士が連携し、意見交換の場を創出すること、 ⑤大阪府が実施する「新事業展開チャレンジ支援事業」への応募の普及啓発、 が挙げられ、本事業においては、③における「新たなサービス等の「ビジネスアイデアシート」策定事業者数」を指標とする。								
	指標	新たなサービス等の「ビジネスアイデアシート」策定事業者数	数値目標	10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 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円	
		40,400	円 ×	20	社 ×	1.30	=	1,050,400	円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
		合計		40	社	(小計)		1,454,400	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	1,454,400	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠										
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)			
	1,454,400	円	×	1.00	=	1,454,400	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"/>	箕面商工会議所		1,454,400 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⇒ 20 社	箕面商工会議所広報誌、チラシ、ホームページによる広報、青年部への協力依頼、経営指導員の巡回・窓口相談対応を通して本事業の周知をおこなう。					
	支援対象企業の変化	コロナに打ち勝つマーケティングセミナーに参加した事業者が新事業チャレンジへの意欲が高まり、ビジネスアイデア創出ワークショップ参加のきっかけとなることを指標とする。						
	指標	新事業へチャレンジしようと思った事業者数	数値目標	70%				
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	箕面商工会議所広報誌、チラシ、ホームページによる広報、青年部への協力依頼、経営指導員の巡回・窓口相談対応を通して本事業の周知をおこなう。					
	支援対象企業の変化	本事業における目的として、 ①コロナ禍による自社の置かれている状況（内部要因）を客観的に把握すること、 ②ウィズコロナ・アフターコロナにおける顧客購買行動の変化（外部環境変化）を理解すること、 ③変化した顧客ニーズに適応する新商品やサービスを検討し、アイデアを具現化すること、 ④志を同じくする仲間同士が連携し、意見交換の場を創出すること、 ⑤大阪府が実施する「新事業展開チャレンジ支援事業」への応募の普及啓発、 が挙げられ、本事業においては、③における「新たなサービス等の「ビジネスアイデアシート」策定事業者数」数を指標とする。						
	指標	新たなサービス等の「ビジネスアイデアシート」策定事業者数	数値目標	10社				

事業名		BCP普及啓発事業		事業番号	3	新規/継続	新規	
想定する実施期間		R4	年度～	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	管内事業者に対してBCPの策定ならびにBCMへの取組を促進し、事業中断を引き起こす様々な脅威への対応力向上を図り、箕面市における経済・雇用の維持・安定体制を強化する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	首都直下地震や南海トラフ地震といった大規模地震の発生が想定されている現状を踏まえ、中小・小規模事業者の自然災害等への事前の備え、事後のいち早い復旧を支援する「中小企業強靱化法」が令和元年7月に施行された。また、当法律の中で、小規模事業者の事業継続力強化の取組を商工会議所が市町村と共同で支援していく「小規模事業者支援法」が改正された。 当所においても、当支援法に基づき、箕面市とともに「事業継続力強化支援計画」を令和3年10月1日～令和8年3月31日の実施期間で策定し、令和3年8月31日付で大阪府の認定を受けた。当支援計画に従い、管内事業者に対してBCPの策定ならびにBCMへの取組を促進し、事業中断を引き起こす様々な脅威への対応力向上を図り、箕面市における経済・雇用の維持・安定体制を強化する。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	事業をとりまく様々な災害脅威に対して、BCP・BCM対策を講じていかなければならないと感じている管内の中小・小規模事業者を対象とする。						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「『企業の事業継続及び防災の取組みに関する実態調査』及び『大阪府北部を震源とする地震の状況』の調査結果報告書」(平成30年11月、大阪府危機管理室)によると、府内企業の事業継続計画の策定状況については、大企業では71.5%と策定が進んでいるが、資本金1億円以下の企業では、概ね12.5%に止まっているため、中小・小規模事業者に対しては、尚、BCP策定促進の余地がある。一方、当該地域においても、平成30年度の大阪府北部地震や今般の新型コロナウイルス感染症の発生を目の当たりにし、危機管理能力を向上しなければならないと考えている中小・小規模事業者は多い。したがって、BCP・BCM対策に着手するきっかけとなる本事業の必要性及びニーズは高い。						
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○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	【人材育成型】 「BCP策定セミナー(仮称)」 ◆内容：損害保険会社を講師とし、リスクマネジメントについて学んでもらい、BCP策定のノウハウを獲得する。以下、予定講義内容。 ・企業を取り巻く様々な脅威 ・BCPとは ・大阪府「超簡易版BCP『これだけは!』シート」の解説 ・事業継続力強化計画認定制度など各種制度の情報提供 ・ビジネス総合保険の解説 ◆実施時期：2022年秋頃 ◆場所：箕面商工会議所、またはオンラインにて開催						
	人材交流型							
	販路開拓型							
	○ ハズオン型	【ハズオン型】 セミナー受講企業を主な対象に、BCP策定に向けたハズオン型の支援を行う。						
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-12		BCP・BCMの普及促進		BCP			
		(a)府施策連携：大阪府中小企業支援室経営支援課経営革新グループ(商-12)と連携し、事業を実施する。 (c)市町村連携：事業継続力強化支援計画に則り、箕面市箕面営業室、総務部市民安全政策室、健康福祉部地域保健室と連携し、事業を実施する。 (d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。						
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⇒	箕面商工会議所広報誌、チラシ、ホームページによる広報、青年部への協力依頼、経営指導員の巡回・窓口相談対応を通して本事業の周知をおこなう。					
	17社							
支援対象企業の変化 (代表的な指標)	「超簡易版BCP『これだけは!』シート」を活用したBCP策定ノウハウ獲得。							
	指標	「超簡易版BCP『これだけは!』シート」の策定企業数			数値目標	15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 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円	
	101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		17	社	(小計)		505,000	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	505,000	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					
	<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)		
	505,000	円	×	1.00	=	505,000	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)			
	<input type="radio"/>	箕面商工会議所		505,000 円		箕面商工会議所が、箕面市と連携のもと、事業の企画・広報・運営等を行っていく。			
				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⇒	箕面商工会議所広報誌、チラシ、ホームページによる広報、青年部への協力依頼、経営指導員の巡回・窓口相談対応を通して本事業の周知をおこなう。					
		15 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⇒	セミナー受講企業を主な対象に、BCP策定に向けたハンズオン型の支援を行う。					
		2 社						
事業の目標①	支援対象企業の変化	「超簡易版BCP『これだけは!』シート」を活用したBCP策定ノウハウ獲得。						
	指標	「超簡易版BCP『これだけは!』シート」の策定企業数				数値目標	15社	
事業の目標②	支援対象企業の変化	「超簡易版BCP『これだけは!』シート」策定から一段階進んだBCP策定に取り組む。						
	指標	事業継続力強化計画策定に取り組む企業数				数値目標	2社	

※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	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		H30 年度～	年度まで	5 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&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>保険会社が平成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"> 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 ② 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。 ③ 次世代の働き口に対して危機感を持っている方 ④ 退職後の生活資金に対して不安を感じている方 ⑤ 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 ⑥ セカンドライフの選択肢を模索している方 				
	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ます。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ます。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&Aによる中継ぎ起業を促進しやすい地域であると考えます。</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>令和3年度は当事業所の専門家に依頼した。専門家の伝手で総勢8名の講師をお呼びすることができ、受講生においては満足いただけた。実際アンケートにおいても「毎回バラエティにとんだ講師陣からお話を伺って自分のものの見方を広げるきっかけになり、ありがたかった。」と多くの講師についての評価は高かった。カリキュラムについては、事業の目的や目標を共有し、効果的な内容となるよう講師と打ち合わせを重ね検討をした。その後の支援につなげるため、交流会には会議所職員も参加した。</p> <p>○実施内容</p> <p>【人材育成型】創業プレセミナー 全1日 11/13 3時間 (令和3年度実績21名参加)</p> <p>起業塾の概要の説明と先輩起業家による体験談をお話いただいた。昨年の起業塾の参加者の体験談もお話いただき、起業塾への期待感を高めることができた。プレセミナー参加前は起業塾の参加を迷っていた方も当日お申込みをいただき、起業塾への参加を促すきっかけとなった。昨年の反省を活かし、箕面地域広報誌へ2回情報宣伝を行った。21名が参加し、およそ半数を人材交流型へ誘導することができた。</p> <p>【人材交流型】箕面起業塾 全5日 11/27 12/4 12/11 12/18 12/25 各回4H (令和3年度実績30名参加)</p> <p>起業初期におけるコミュニティ形成が早期の成功につながるため、起業に関する基礎知識を充足しながら、グループワークに多く時間を割くことで、効率的に受講生同士の交流を促進することができた。回ごとに座席を変更する方法も様々な方との交流を誘発することにつながったと考える。カリキュラムとしては、特定創業支援等事業に準じ、経営、財務・資金調達、マーケティング、人材育成について様々な知識充足を行い、最終日は各個人のビジネスの発表と講師や参加者からのフィードバックをもつ機会とした。カラーマーケティングや発表に関するトレーニングを取り入れ、飽きさせない工夫も行った。完成度の高い発表や活発な意見交換が見られ、アンケートにおいても満足度は高かった。「箕面起業家コミュニティ」を作成し、新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いたら交流の機会をもつことを約束している。新型コロナウイルス感染症を理由に起業を断念することがないよう、今回醸成した起業に対する意思を情報提供などで支援する。</p>				
	反省点	<p>受講生の意見発表や意見交換が活発で非常に盛り上がった起業塾となった。バラエティに富んだ講義内容になったが、反面起業に向けた体系的な内容にはならなかった部分がある。簡易な事業計画作成シミュレーションなど、着実に起業に向けて歩を進めていると感じられるさらなる工夫が必要だと感じた。</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	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 30社 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 30社 5回連続講座 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)								
		ハズオン型	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) 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)								
		独自提案型	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。 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。								
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 25%;"><input type="radio"/> (a)府施策連携</td> <td style="width: 25%;"><input type="radio"/> (b)広域連携</td> <td style="width: 25%;"><input type="radio"/> (c)市町村連携</td> <td style="width: 25%;"><input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果</td> </tr> <tr> <td>商-15</td> <td>起業家の育成、創業の促進</td> <td></td> <td>創業・経営革新</td> </tr> </table>		<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-15	起業家の育成、創業の促進		創業・経営革新	(a)商業・サービス産業課新事業創造グループと連携して実施。 (b)広域から参加者を募るために豊中商工会議所と連携して実施。 (c)特定創業支援事業として事業を実施するほか、市内参加者へ向けた広報のため箕面市と連携して実施。 (d)受講終了後、創業実現に向けて個別の経営課題解決についてフォローし、相談事業との相乗効果を図る。
<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-15	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⇒ 60 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 ×	30	社 ×	1.50	=	1,818,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		60	社	(小計)		2,424,000	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		2,424,000	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	180,000 円		負担金の積算		1,000×30=30,000(セミナー) 5,000×30=150,000(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)				
	2,424,000	円 ×	1.00	=	2,244,000	円	(180,000 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		2,163,200 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：起業無関心者・潜在創業希望者 掘り起しセミナー】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⇒ 30 社	【人材交流型：スタートアップ塾】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

事業名		北摂地ヂカラフェスタ		事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		23	年度～	年度まで	12	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	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。 (株)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いきっかけとする。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3年度実績】</p> <p>第11回北摂地ヂカラフェスタ 3日間(令和3年10月29日(金)、30日(土)、31日(日))開催 参加店舗数61社、来場者数35,913人、来店客数13,343人。</p> <p>今年度も新型コロナウイルスの影響が心配されたが、大阪府の新規感染者数も50人前後に減少傾向の中であり、また天候にも恵まれた為、出展企業数61社、来場者数35,913人、来店客数13,343人と目標値を超えることが出来た。出展企業は、開催前に「自社や商品のPR方法」や「搬入出、店舗レイアウト、来客対応」といった不安を持っていたが、実施後には多くの出展企業が「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」等の効果を認めており、加えて全体の約30%の出展企業が「売上による利益を獲得出来た」との報告が上がっている。説明会についてはオンラインで開催し、勉強会についても事前に撮影した動画を出展者に配布した。内容としては、(株)シティライフNEWのイベントに精通したスタッフ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、後日お店に来店される事例も増えてきている。ブースの配置に関しては、担当職員とシティライフNEWとで協議し、より効果的なブース配置となるよう工夫を行い、従来集客に苦労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	2021年度は、新型コロナウイルスの感染拡大での開催中止や感染予防による外出控えでの来場者数の減少が懸念されたが、大阪の新規感染者数も大きく下がっていた為、結果的に開催することができ、出展企業数は61社と高値をキープ、天候も良く来場者数も前年に比べ約7000人増加した。 次年度は、店舗作りについてはロハスフェスタの出展ブースと遜色が無くなりつつある為、その後の集客に繋がる仕掛け作りを中心にアドバイスを実施していきたいと考える。例年新規出展者との入れ替わりも一定数あるため、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。その上で今年度同様、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。					
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	イベントタイトル「第12回北摂地ヂカラフェスタ」 会場 万博記念公園 東の広場 時期 2022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	同上					
	○ 販路開拓型	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。					
	ハズレ型	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。					
	独自提案型	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「どこでも地ヂカラフェスタ」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。					
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						
<p>(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。</p> <p>(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。</p>							

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⇒ 50 社	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		
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	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。								
	12,500 社	サービス単価			支援企業数			係数	標準事業費	
	⇒	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	
			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)	計	
事業所カルテ・サービス提案	210	25,000	5,250,000	
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）	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	10	20,000	200,000	
記帳支援	5	25,000	125,000	
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	30	20,000	600,000	
販路開拓支援	30	20,000	600,000	
事業計画作成支援	75	50,000	3,750,000	
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	210	10,000	2,100,000	
小 計	-		15,385,000	15,385,000

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

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

V 合計		
合 計		補助金額