

令和5年度（2023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	中小企業相談所長・藤本太恒	
		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4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）	1235（28%）			
	※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと			
□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年度末に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、コロナの長期化、加えて、原油・物価高騰、円安による調達コスト増によって経営環境は厳しさを増している。喫緊の課題としては、ゼロゼロ融資を利用している一定数の事業者が元本返済の猶予期間を終え、資金繰りの悪化が懸念されることから、目先の危機を乗り越えるための各種支援施策の活用があげられる。また、新型コロナウイルス感染症や価格高騰の影響を受け息切れしている事業者が、経営のモチベーションを取り戻し、新たな事業展開によって、地域経済の構造を再構築させることが課題である。

(2) 所管地域の活性化の方向性

(1)で述べた課題を解消するために、相談事業を通して、まずは資金繰り不安に陥った事業者に、各種支援施策活用を促し、目先の危機を乗り越えてもらう。そして、中小企業庁が推進する「経営力再構築伴走支援モデル」をベースにした伴走支援によって、本質的経営課題の掘り下げを行う。また、今後事業中断を引き起こす可能性のある様々な脅威に備えるため、BCP策定にも取り組んでもらう。次に、新事業に積極果敢にチャレンジしている事業者との交流会や事例の発表会によって、経営のモチベーションを取り戻し、新事業展開を促していく。また、新たなサービスや商品を顧客に知ってもらうための販路開拓の場を提供し事業化につなげる。同時に、新時代の起業家たちに対しても相談事業及び創業セミナーで円滑な創業支援を実施し、イノベーションの機運を高める。

(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

コロナの長期化、加えて、原油・物価高騰、円安による調達コスト増によって厳しい経営環境下に置かれている中小企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。

(4) 事業の目標

①資金繰り等、目先の危機にさらされている事業者が、中小企業施策を把握・活用し、足下の経営が維持されること、②災害などの事業中断を引き起こす脅威への対応力が強化されること、③厳しい環境下においても「変革と挑戦」のマインドを持つ事業者（創業者）たちが増え、地域を活性化させるための土壌が、当所管地域に醸成されること、④事業者が、環境変化に対応した新たな事業展開によって、持続可能な収益基盤を構築すること、を目標とする。

目標の実現により、地域に根差した「必要とされる商工会議所」として企業からの評価・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、その結果、個社の経営力の向上に繋げる、といった正のサイクルを回す。

(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）

「変革と挑戦」のマインドを持つ経営者たちが新事業を展開し、地域内の活力と購買が促され、地域経済の構造が再構築される。また、地域の魅力の向上によって、イノベーション精神を持つ個性的な起業家が地域から創出される。以上によって、地域経済循環率が向上することが、事業を実施することで期待される効果である。

事業を実施しなかった場合、新型コロナウイルス感染症の長期化や物価高騰による心理的・経済的不安により、経営のモチベーションが下がり続け、環境変化に適応できず、事業者の廃業が進み、地域経済循環率は減少する。また、地域の魅力低下は、創業率の低下につながり、個性的・魅力的な起業家が地域から創出されず、益々地域経済が停滞していく、という負のサイクルが回ってしまう。

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	220 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		12 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	35 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	220 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	220				
<p>支援対象事業者数は220とする。コロナの長期化に加え、物価高騰等、厳しさが一層増していく経営環境の中で、事業者が、経営モチベーションを取り戻し、新事業展開によって持続的発展を実現させるための経営支援には、経営者の自己変革力、潜在力を引き出し、経営力を強化・再構築するための「経営力再構築伴走支援モデル」が適切であると考えられる。よって、中小企業診断士の資格を持った経営指導員を中心に、本モデルをベースとした伴走支援を実施する。新事業展開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。小規模事業者持続化補助金創業枠によって相談が増加傾向にある創業支援、新時代の購買行動に対応したマーケティング力向上支援を中心に支援を実施する。実施後はフォローアップ支援を通じ、持続的発展に向けて継続支援を行う。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、経営者との対話を通じ、信頼の醸成及び本質的課題の掘り下げを行い、課題解決の自走化を図ると共に、個々の課題解決に適応する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	支援日数
法務相談	継続	相談件数	6	事業活動に伴う法律に関連した課題の解決	6
税務相談	継続	相談件数	10	事業活動に伴う税務に関連した課題の解決	10
金融相談	継続	相談件数	10	事業活動に伴う金融に関連した課題の解決	10
その他相談	継続	相談件数	60	事業活動に伴う経営に関連した課題の解決	60
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>不確実性の高い経営環境によって、専門相談支援事業のニーズは一層高まっている。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、脅威を乗り越え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。その他相談は、経営指導員と専門家が一体となり、新事業展開に向けた経営支援等を実施する。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				2,727,000
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	○	箕面の「新事業展開事例」発表会	経営環境の変化が激しく複雑さを増した時代の中においても、新たな事業に果敢にチャレンジするマインドを創出するための事例発表会及び交流会を実施。	808,000
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				6,301,875
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/EC/SNS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
	○	カーボンニュートラルの実現に向けた脱炭素経営推進事業	豊中商工会議所の事業計画参照	40,400
	○	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
	○	小規模事業者のためのスモールM&Aを活用した事業承継支援事業	豊中商工会議所の事業計画参照	40,400
	○	EXPO2025をインバウンドに繋げる事業	豊中商工会議所の事業計画参照	60,600
	○	大阪・関西万博に向けた新商品発掘&開発プランコンテスト	豊中商工会議所の事業計画参照	141,400
	○	経営革新支援事業	池田商工会議所の事業計画参照	60,600
		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
合計(1+2)				9,028,875
(うち、府施策連携事業)				3,860,000

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	21	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。しかし、今般の新型コロナウイルス感染症の長期化や物価高騰による心理的・経済的不安により、地域を支える商店街を中心とした店舗は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>【みのおのまち商学校】</p> <p>平成24年度の事業開始から夏と冬の年に2回開催しており、令和4年度は第20回、第21回目の実施でそれぞれ28、25事業所が参加している。夏は56講座、冬は48講座を実施、夏の集客数はのべ91名であった。今年度は、3年ぶりに制限のない開催となった。夏は依然感染予防の観点から、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、受講者数を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、引続き「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、「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7割5分を占めた。オンライン受講者も、事業者の工夫で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、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> <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って、箕面の魅力ある20店舗（滝道・牧落・粟生ショッピングセンター・みのおキューズモール）を4日間4回に分けて放送をおこなった。事業後、撮影した動画を顧客にPRする店舗などが見られ、店舗にとっての一番の課題である集客・売上向上の一助となったと考えられる。</p>				
	反省点	<p>【みのおのまち商学校】</p> <p>第20・21回目を迎え初開催より10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、参加店は減少傾向であったが、今年度は参加店も徐々に戻ってきた。受講者はコロナ前に比べるとまだ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。コロナ禍が続いていた為、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ておらず、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、今年度も事業者も受講者も「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3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、withコロナ時代の集客できる「リアル」講座のアイデア出しができるような、またSNSを活用した情報発信の方法など少人数での勉強会開催や、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> <p>【箕面街かどぶらり】</p> <p>前回の反省を活かし、事前に店舗・事務局・パーソナリティーの三者で打ち合わせを行うことにより、スムーズな撮影を行うことができた。一方で、箕面にはまだまだ魅力的な店舗が集積する地域があり、その掘り起こしが課題である。引き続き同事業を継続し、店舗の販路開拓につなげていきたい。</p>				

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	◇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。SNSの上手な活用方法についても学びを取り入れていく。			
	人材交流型				
	○ 販路開拓型				
	ハズ ㊦型	◇箕面街かどぶらり【販路開拓型】箕面市内の、店舗の魅力を知ってもらい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。			
	○ 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店舗当たりのまちゼミ事業への集客人数を指標とする。	指標 1店舗当たりのまちゼミ事業への集客人数	数値目標 6人	
	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 ×	1.20	=	1,818,000	円	
	50,500	円 ×	20	社 ×	1.00	=	1,010,000	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%)									
							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)	「みのおまち商学校」は、店舗の魅力を知ってもらい集客につなげることを目標としている販路開拓型「箕面街かどぶらり」と同趣旨の事業となる。よって、販路開拓型の単価50,500円を根拠として設定している。								
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	支援企業数	役割(配分の考え方)				
	○	箕面商工会議所	1,414,000 円	50					
			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店舗当たりのまちゼミ事業への集客人数を指標とする。		
	その他目標値	指標	1店舗当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。		
	その他目標値	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		箕面の「新事業展開事例」発表会		事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		R4	年度～	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	経営環境の変化が激しく複雑さを増した時代の中においても、新たな事業に果敢にチャレンジするマインドを創出するための事例発表会及び交流会を実施。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	新型コロナウイルス感染症や価格高騰の影響を受け息切れしている中小企業が、再び高い経営マインドを持ち、新事業にチャレンジし、事業再構築へのファーストステップを踏むことを目的とする。					
	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や価格高騰の影響を受けている箕面市内または府内の事業所で、①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、②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、③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、④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、⑤共に苦境を乗り越えるため、様々なことを相談しモチベーションを高め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ている景況調査では、依然としてコロナ禍以前の需要水準には戻っていないという声が多く、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「新事業展開」が必要であり、新事業実施のためのマインドセットや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	新事業展開を促すため、「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」を箕面商工会議所で開催した。 <コロナに打ち勝つマーケティングセミナー>全1日 5/18 2時間 (24名参加) 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。また、大阪府が実施する「V字回復に向けた新事業展開チャレンジ支援事業」への登録を促した(結果、参加者のうち2名が同事業に採択された)。 <ビジネスアイデア創出ワークショップ>全3日 10/17 10/26 11/8 各回3時間(19名参加) 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。					
	反省点	<セミナー> 定員を超えた参加申し込みがあり満足度の高い内容であった反面、「V字回復に向けた新事業展開チャレンジ支援事業」の魅力を中心に説明できず、予想していたほどの申込にはつながらなかった。 <ワークショップ> 参加者交流型のワークが盛り上がり熱量の高いワークショップとなった。一方で「マインドは高まったが、具体的な新事業アイデア創出までは至らなかった」という声もあったので、次回は新事業展開を経験したゲストを招き、イメージをクリアにしたい。					
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	<箕面の「新事業展開事例」発表会> 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：秋頃					
	○ 人材交流型	実施内容：新事業展開で一定の成果をだした事業経験者をゲストに招き事例を発表してもらう。参加事業者に経験を共有してもらうことでモチベーションとイメージを高め、発表後はグループごとに対話を中心としたワークを実施し、参加者同士の交流を深める。					
	販路開拓型	ゲストは「V字回復に向けた新事業展開チャレンジ支援事業」「事業再構築補助金」等に採択され、一定の成果が得られた箕面の事業者を予定している。					
	ハズレ型	前回の反省点を活かし、新事業の取り組みが具体的にイメージできるよう留意する。また、受講後、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。以上の取り組みによって新事業展開の横展開を促す。					
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
	商-13		新事業展開テイクオフ支援				その他
	(a)府施策連携：中小企業支援室経営支援課経営支援グループ(商-13)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。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	20	社	事例発表会に参加した事業者が新事業チャレンジへの意欲が高まる。			
	その他目標値	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%	
	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 ×	20	社 ×	1.00	=	808,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		20	社	(小計)		808,000	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	808,000	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		(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)		
	808,000	円	×	1.00	=	808,000	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		支援企業数	役割(配分の考え方)		
	<input type="radio"/>	箕面商工会議所		808,000 円		20			
				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		BCP普及啓発事業		事業番号	3	新規/継続	継続	
想定する実施期間		R4	年度～	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	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	BCPの策定ならびにBCMへの取組を促進するため、「事例に学ぶ！緊急時に強い会社・お店になるためのBCPセミナー」を箕面商工会議所で開催した。 <事例に学ぶ！緊急時に強い会社・お店になるためのBCPセミナー>全1日 12/15 2.5時間 (14名参加) 実施内容：自然災害・感染症による事業停止リスクと備えの重要性について認識してもらうとともに、地震発生時の初動対応を体験するワークショップ(シミュレーション)を実施した。その上で、大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」の策定手順を説明した。セミナー参加者のうちBCP策定希望者には次のステップであるハンズオン型支援へつなげた。 <BCP策定に向けたハンズオン型の支援> セミナー開催時に各事業者にアンケートやヒアリングを実施した上で、損害保険会社と連携し、BCP策定希望者に対して個別に策定支援を行った。						
	反省点	<セミナー> 会報チラシやHP等での案内、他のセミナーでのプレゼンや個々に声掛け等行うも、BCP策定の必要性や効果をあまり訴求できず、参加希望者数が伸びなかった。次回は、参加者の声を参考にしてチラシの内容等に工夫を行う。 <ワークショップ> 災害発生時のシミュレーションは非常に臨場感があり、リアルな被災状況を体感することができるため、参加者より好評を頂いた。しかし、このシミュレーションによって早急なBCP策定の必要性が高まっているセミナーの中で「超簡易版BCP『これだけは！』シート」の各事業者に合わせた具体的な内容について検討できると、その後の計画策定がよりスムーズになるといった、参加者からの要望があった。次回は時間配分を工夫しワーク中心となるように準備する。						
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	【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策定した場合としていない場合の事例紹介					
		人材交流型	・地震発生時の初動対応を体験するシミュレーション					
		販路開拓型	・大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」の策定ワークショップ ・事業継続力強化計画認定制度など各種制度の情報提供					
	○	ハンズオン型	・ビジネス総合保険の解説 ◆実施時期：2023年秋頃 ◆場所：箕面商工会議所、またはオンラインにて開催					
		独自提案型	【ハンズオン型】 セミナー受講企業を主な対象に、BCP策定に向けたハン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-14		BCP・BCMの普及促進及び策定支援				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-14)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⇒ 17 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)	「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		
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 ×	1.00	=	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%)								
						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				
	○ (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)			
	505,000	円 ×	1.00	=	505,000	円	(円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはリンクで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)		
	○		505,000 円		17	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⇒ 15 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	「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	
その他目標値	目標値の内容⇒						
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⇒ 2 社	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。				
	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	
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。

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	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	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>ジブラルタ生命が平成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> <ul 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 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。 ② 次世代の働き口に対して危機感を持っている方 ③ 退職後の生活資金に対して不安を感じている方 ④ 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 ⑤ 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、ニーズを感じている。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、一定数いると考えている。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ている。</p>						

<p>これまでの 取組状況 ※継続事業の場合のみ記入</p>	<p>実施内容・ 実績数値</p>	<p>令和4年度は箕面商工会議所を勇退された元専務理事を講師として依頼した。理由として、当該専門家は経営指導員を経て専務理事となったため、箕面・豊中において創業における経営課題についてミクロ・マクロ両方の視点から教授いただけると考えたためである。実際に毎回講師のコネクションを活用して、箕面において当該専門家が過去に支援した先輩起業家のインタビューを行うなど、箕面ならではの起業塾となった。</p> <p>【人材育成型】創業プレセミナー 全1日 7/30 3時間 (令和4年度実績25名参加)</p> <p>スタートアップ塾(箕面起業塾)の概要説明と、講師支援先の先輩起業家へのインタビューを行った。起業において重要なことについてお話しいただき、スタートアップ塾の期待感を高めることができた。スタートアップ塾の参加を迷っていた方もプレセミナー受講の結果申込みいただき、25名中半数以上の14名が創業プレセミナーとスタートアップ塾両方に参加することとなった。</p> <p>シニア向けとするために、「年齢を指定して比較的少額で広告できるフェイスブック広告」と市の広報誌、新聞折り込み広告を利用して広報活動を行った。年齢を絞っていることに加え、ホームページで詳細を多く説明できるフェイスブック広告の申し込みが多いと想定していたが、新聞折込広告からの参加が想定していたより多かった。起業に関心のある方と新聞購読者層は重なっているのではないかと仮説ができた。紙媒体からの流入が期待できるのであれば、過去に利用していた箕面のフリーペーパーよりも範囲は広がるが、北摂地域のフリーペーパーを利用したい。</p> <p>【人材交流型】スタートアップ塾 全5日 8/13,8/20,8/27,9/3,9/17 各回4時間 (令和4年度実績26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。</p> <p>今回は全講義を通じて先輩起業家に対するインタビューを行ったが、起業のリアルについて参加者が体感する良い機会になったのではないかと思料する。</p> <p>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気運を情報提供などで支援する。</p>
	<p>反省点</p>	<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。毎回の先輩起業家インタビューは起業予定者にとって大変示唆に富んだものになったと思う。しかし、アンケートでは先輩起業家へのインタビューはおおむね好評であったものの、質疑応答が盛り上げられなかった点がやや不満であり、双方向のコミュニケーションが図れるような場のできる工夫が必要であると感じた。</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 コロナ禍において箕面市の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)
		ハズオン型	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) 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
	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-18 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	【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 (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うまれ、起業の成功確率を高める。	
	その他目標値	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	
		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%)								円	
							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					
	<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		支援企業数	役割(配分の考え方)			
	<input type="radio"/>	箕面商工会議所	2,163,200 円		58	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		2				
			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。		
	その他目標値	指標	スタートアップ塾参加者数	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⇒ 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うまれ、起業の成功確率を高める。		
	その他目標値	指標	ビジネスモデル構築者数	数値目標

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	13	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うきっかけとする。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4年度実績】</p> <p>第12回北摂地ヂカラフェスタ 3日間(令和4年11月11日(金)、12日(土)、13日(日))開催 参加店舗数68社、来場者数36,720人、来店客数11,387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、無事開催する事が出来た。今年は悪天候の日が1日あり、その日の結果は散々であったが、3日間トータルでは前年度を上回る結果となった。また、出展企業数も68社と、過去最高値を更新した。出展企業は、開催前に「来店していただけるのか」や「搬入出、店舗レイアウト、来客対応」といった不安を多くの出展者が持っていたが、実施後には「店舗の知名度が向上した」「商品知名度が向上した」等の来店に対する効果や、「イベント出展の際のイメージができた」「消費者のニーズを収集出来た」等の出展者自身が感じる効果を認めており、加えて全体の約35%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。</p> <p>説明会については前年度と変わらず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。ショッピング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、毎年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	2022年度は、日本の新型コロナウイルス感染者数が過去最多の年となるも、制限無く無事開催することができ、出展企業数は68社とこちらも過去最多を記録。天候は悪い日もあったが、減ると思われた来場者数も前年に比べ少し増加となった。増加の要因となったのは平日の来場者数が多かった事が大きく、平日の来場者は近隣の住民である事が想像出来るため、その方々へのPRがその後の集客に繋がる可能性が高い。その為にも増加傾向にある初日の平日から積極的に来場者に届く仕掛け作りを考えていく必要がある。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○)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13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					
	人材交流型	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					
	○ 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展覧させ、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。						

		(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		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(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。 (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。							
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⇒	地チ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。							
		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	
	その他目標値	目標値の内容⇒	地チ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							

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 ×	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	
	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%)								円	
							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		支援企業数	役割 (配分の考え方)		
	○	箕面商工会議所		3,428,125 円		10	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		10			
		高槻商工会議所		350,000 円		5			
		吹田商工会議所		350,000 円		5	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		5			
		池田商工会議所		350,000 円		5			
		摂津市商工会		350,000 円		5	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。		
		島本町商工会		150,000 円		1			
		豊能町商工会		150,000 円		2			
	能勢町商工会		150,000 円		2				

【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	220	25,000	5,500,000		
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	12	20,000	240,000		
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	35	20,000	700,000		
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	220	10,000	2,200,000		
小 計	-		15,915,000		15,915,000

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	
法務相談	6	144,000	
税務相談※	10	240,000	
金融相談	10	240,000	
その他相談	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	
		27,411,875