

令和6年度（2024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
Fax：			072-721-1305	
E-mail：	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 7人（うち経営指導員数 6人） 令和5年12月時点			
③所管地域	箕面市			
④管内事業所数	4,159（令和3年経済センサスより）			
⑤管内小規模事業者数	2,585（令和3年経済センサスより）			
⑥会員数（組織率）	1,236（29.7%）			
	※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。</p> <p>(2) 行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>(3) 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(6) 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(8) 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>(14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。</p> <p>(15) 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。</p> <p>(16) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>(17) 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>(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136,081人（令和5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。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。また、2024年3月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駅が開業した。これに伴い、産官学民の連携、憩いや賑わいの創出による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、4,159事業所であり、うち62.1%の2,585事業所を小規模事業者が占めている。内訳は、卸売業・小売業が23.2%、不動産業・物品賃貸業が19.6%、宿泊業・飲食サービス業と医療・福祉が15.7%であり、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。（事業所数データは令和3年経済センサスより）

このような店舗においては、アフターコロナで緩やかに客足が戻るものの、消費者の行動変化、加えて、物価高騰、円安による調達コスト増、人手不足など、経営環境は依然として厳しく不透明な状況にある。よって、箕面の地域経済に再び成長と分配の好循環を回すことが課題である。

(2) 所管地域の活性化の方向性

(1)で述べた課題の解消が方向性である。そのために以下の3つの局面に分けて、小規模事業経営支援に取り組んでいく。

- ①喫緊の経営課題に対する支援：賃上げや人手不足に悩む事業者には、各種支援施策活用や対策セミナーへの参加を促し、目先の危機を乗り越えてもらう。
- ②経営戦略策定支援：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、本質的経営課題を掘り下げ、事業者の自己変革力・潜在力を引き出し、経営力を強化する。
- ③新事業展開等発展的支援：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、新事業展開を促していく。また、アクションプランや地デカラフェスタで、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

物価高騰、円安による調達コスト増、人手不足など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社及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、人手不足等、喫緊の経営課題に悩む事業者が、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、③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、以上3つを目標とする。

また、経営指導員の支援力向上も目標とする。本事業に真摯に取り組むことによって、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、経営指導員のモチベーションおよび支援力を向上させる。その結果として、個社の経営力の向上がさらに高まる、といった好循環を回す。

(5) 事業の実施により期待される効果

(4)で述べた目標を達成することで、箕面の地域経済に成長と分配の好循環が回ることが期待される効果である。具体的には以下の通り。

（相談支援事業における効果）

賃上げや資金繰り等、目下の課題の解決を求める事業者に対して課題解決型の相談支援を実施することで、直面の脅威を乗り越えてもらう。また、経営力再構築伴走支援モデルをベースにした課題設定型の相談支援により、事業者の自己変革力、潜在力を引き出し、経営力を強化する。必要に応じて、個々の課題解決に適応する地域活性化事業への参加も促していく。以上によって、事業者の成長及び持続的発展を図る。

（地域活性化事業における効果）

【商業活性化アクションプラン推進】【北摂地デカラフェスタ】：顧客関係性の向上及び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の提供により、事業化につなげる。

【箕面の新事業展開事例発表会】：「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を促す。

【シニア向け創業支援事業】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。

【人材ニーズ対応支援事業】：深刻化する人材不足に対応できるよう、多様な人材の確保や活用を促す。

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	230 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		78 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	230 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230とする。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。賃上げや資金繰り等、目下の課題の解決を求める事業者に対して課題解決型の相談支援を実施することで、直面する危機を乗り越えてもらう。また、経営力再構築伴走支援モデルをベースにした課題設定型の相談支援により、事業者の自己変革力、潜在力を引き出し、経営力を強化する。以上によって、事業者の成長及び持続的発展を図る。事業ビジョンは「紹介される相談所」。</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>実施方法は、経営指導員による、①窓口相談、②訪問相談、③オンライン相談。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應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。情報発信は、広報誌やホームページ、SNS等を活用。</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>アフターコロナによる消費者の行動変化やテクノロジーの急速な進化等によって、経営環境は複雑性を増し、それに伴い、専門相談支援事業のニーズも一層高まっている。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、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、コロナ関連融資の借換え等、資金繰り支援体制を万全にする。税務相談は、確定申告時における需要対応に加え、電子帳簿保存法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、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				1,868,500
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。	1,060,500
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
(2) 広域事業				7,077,075
3	○	人材ニーズ対応支援事業	人材不足に悩む管内事業者・人事担当者らを対象に、外部人材、外国人材（特定技能、高度人材など）の採用・活用、兼業・副業などの人材を活用するための制度や採用方法、活用事例などを紹介するセミナーを開催する。	565,600
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書参照	90,900
		自社の魅力を引き出すセルフブランディング力向上支援事業	豊中商工会議所の事業計画書参照	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書参照	40,400
	○	人材活用力向上事業	豊中商工会議所の事業計画書参照	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書参照	20,200
	○	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書参照	121,200
	○	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書参照	60,600
	○	経営革新支援事業	池田商工会議所の事業計画書参照	60,600
		茨木・箕面オムニチャンネル3.0事業	茨木商工会議所の事業計画書参照	150,000
	○	北摂移動販売車EXPO	茨木商工会議所の事業計画書参照	250,000
		大阪勧業展	大阪商工会議所の事業計画書参照	25,250
合計(1+2)				8,945,575
(うち、府施策連携事業)				4,130,200

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		22	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る。コロナが5類に引き下げられ、消費行動も回復傾向にある中、変化する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>【箕面まちゼミ】</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5年度は第22回、第23回目の実施でそれぞれ24、23事業所が参加している。夏は44講座、冬は41講座を実施、夏の集客数はのべ132名であった。今年度は外出の制限がなくなり、受講者数は回復傾向となった。また引続きオンライン講座も併せて実施し、来店が難しい環境の方々へもアプローチすることができた。参加店の課題の多くは、新規顧客の獲得や認知不足、来店客の減少である。参加した結果、初来店があった、再来店の見込みがあったなど、店舗を知ってもらうきっかけとなったとの回答を多く得られた。受講者の満足度も非常に高く、店主や店のファンとなる絶好の機会を創出し、再来店や新規顧客獲得の見込みにも繋がったと思われる。</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、SNSでの生配信を行った。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、箕面の魅力ある17店舗(箕面・小野原・牧落・粟生外院)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>【箕面まちゼミ】</p> <p>同事業は初開催から既に10年が経過したが、当初と比較すると参加店および受講者数が減少している。これについて参加店の意見交換会で話し合われた結果、「広告宣伝を強化すべき」という意見が多くを占めた。広告宣伝費を増やすと受講者が増え、それに伴い参加店も増える可能性があるが、当初の事業目標は地域の店舗が自分たちの魅力を伝え、顧客に価値を認識してもらうことである。単に広告宣伝を増やして集客力を高めるだけでなく、参加店舗が工夫を凝らし、受講者にとって魅力的な講座を提供し、顧客関係を築くことが重要である。したがって、広告宣伝のみならず、参加店が魅力的なゼミ内容を開発するためのサポートやスキームを強化する。また、参加メンバーの固定化傾向がみられるため、新規メンバー参加を促していく。</p> <p>【箕面街かどぶらり】</p> <p>消費者であるパーソナリティーが箕面市内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おり、一度に多くの店舗を紹介するために商業集積地を中心に展開している。商業集積地に限定されることから、参加意欲の高い事業所だけではないことによる直前のキャンセル、各店舗ごとのスケジュール調整の難航等により、事業をこなすだけで精一杯になってしまった。本来当該事業を通じて自店の魅力を再確認し、今後のプロモーションに活かすことが求められることから、次回以降はもう少し商店数を絞って実施することで集積地に限らず参加意欲の高い事業所に参加してもらえる体制を構築するとともに、事業者とのコミュニケーションを密に取りながら成果が創出できる体制を構築したい。</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	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【箕面まちゼミ】を引き続き実施する。			
	人材交流型	◇箕面まちゼミ【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25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。			
	○ 販路開拓型	◇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12店舗程度を見込む。			
	○ 独自提案型	◇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12店舗程度を見込む。			
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携 番号選択	<input checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (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 37 社	設定根拠及び募集方法⇒ 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)	【箕面まちゼミ】 まちゼミの受講生との関係性が深まり、来店見込み客が増えること。アンケートによって変化を確認する。	指標 来店見込み客の向上につながったと思う事業所数	数値目標 18事業所	
	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 ×	25	社 ×	1.20	=	1,515,000	円	
	50,500	円 ×	12	社 ×	1.00	=	606,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		37	社	(小計)		2,121,000	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	2,121,000	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)	「箕面まちゼミ」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	1,060,500 円		交付市町村等	箕面市				
	②受益者負担			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)				
	2,121,000	円 ×	0.50	=	1,060,500	円	(1,060,500 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		1,060,500 円	37				
				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⇒ 25 社	【箕面まちゼミ】参加事業所数。新規メンバーとの入れ替わりを図るため、昨年度より少し減少させている。広報誌やチラシ、経営指導員による勧誘のほか、創業者を中心に参加勧誘を行う。	
	支援対象企業の変化	【箕面まちゼミ】まちゼミの受講生との関係性が深まり、来店見込み客が増えること。アンケートによって変化を確認する。		
	その他目標値	指標	来店見込み客の増加につながったと思う事業所数	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⇒ 12 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12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

【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	3	年目	←複数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	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)	先行きが不透明な経営環境の中で、以下のような現状に悩む事業者が一定数存在する。 <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るが、新事業展開・新商品・新サービス開発に関するノウハウが足りない、②アフターコロナの顧客購買行動や新時代のマーケティング手法がわからない、③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ない> この現状を打破し、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本事業の目的とする。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	物価高騰等、環境変化の影響を受け、新たなサービスや商品の必要性を感じている箕面市内または府内の事業所（特に経営者、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、「新たな商品・サービスの必要性を感じているが、どのようにすすめてよいかわからない」という声が多く、また、前年度に行った【箕面の新事業展開勉強会・経営者交流会】の参加者から「次年度も参加したいので継続してほしい」という声があり、このような企業ニーズに対応する事業にする。					
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	<箕面の新事業展開勉強会・経営者交流会> 場所：箕面商工会議所 日時：令和5年11月16日(木) 14:00～16:00 実施内容：中小企業診断士を講師に招き、新事業展開に必要な小規模事業経営理論を講義。その後、「V字回復に向けた新事業展開チャレンジ支援事業」で一定の成果をだした箕面の事業者と講師とのパネルディスカッションを行った。最後に、参加者同士の交流を兼ねたワークショップを実施。 実績：17社参加（うち16社が「満足」、1社が「やや満足」と回答）					
	反省点	アンケートによると、交流型ワークが刺激になったという回答が多く、事業後、交流した参加者同士でコラボする事例も見られた。中には、「もっと交流の時間が欲しかった」という声もあったため、次回への反省点としたい。					
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「新事業展開テイクオフ補助金」等に採択され、一定の成果がではじめ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、交流型ワークの時間配分を増やす。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				販路開拓
	(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⇒	過去のセミナー実績に基づき、20社と設定した。集客方法は、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。また、これまでのセミナー参加者にも案内する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	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。					
		指標	新事業へチャレンジしようと思った事業者数の割合			数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒						

	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	⇒ 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					
	○	(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)		
	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)		
	○	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		人材ニーズ対応支援事業		事業番号	3	新規/継続	新規
想定する実施期間		R6	年度～	年度まで	1	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	人材不足に悩む管内事業者・人事担当者らを対象に、外部人材、外国人材（特定技能、高度人材など）の採用・活用、兼業・副業などの人材を活用するための制度や採用方法、活用事例などを紹介するセミナーを開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>少子高齢化による生産年齢人口（15歳～64歳）は1995年をピークに減少しており、2050年には5,275万人（2021年から29.2%減）に減少すると見込まれている。生産年齢人口の減少により、労働力の不足、国内需要の減少による経済規模の縮小などの様々な社会的・経済的課題の深刻化が懸念されている。</p> <p>箕面市においては少子高齢化が特に顕著である。子育て世代は増加しているため年少人口増加傾向にあるものの、生産年齢人口は2010～2015年の間で約5000人も減少している。これは就職を機に箕面から他地域へ移動していることを意味し、市内へ就職する若者が減少していることを示唆している。一方で老年人口は前述した5年間で約5000人増加、全体の25%を占めている。管内事業者においても後継者不足のため廃業を余儀なくされるケースが急増している。</p> <p>そこで管内事業者・人事担当者などを対象に、子育て等によってフルタイムで働くことができない地域の優秀な人材や、外国人材等の雇用形態にとらわれない採用や、副業・兼業等の外部人材との協業など、多様な人材活用に関する制度理解の促進や、そういった人材を採用するための業務整理の工夫点や活用事例などを紹介するセミナーを開催する。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	人材不足に悩む管内事業者・人事担当者など					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	箕面市内では、医療福祉業界（約450事業者）や建設業界（約332事業者）、卸小売業界（約1,250事業者）、宿泊・飲食サービス業（約550事業者）を中心とした人手不足の影響は大きい。時代に即した経営を行いたいものの、専門的な知識・スキルを持つ人材が不足している企業は多い。また、建設業や医療福祉業、飲食業など、恒常的な人手不足に悩む企業では、外国人材の採用・活用も視野にしているものの、制度の内容や活用方法がわからずに、二の足を踏むケースも多い。					
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○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	<input type="radio"/> 人材育成型	<p>【人材育成型】</p> <p>人材不足に悩む経営者・人事担当者などを対象に、外部人材、外国人材（特定技能、高度人材など）の採用・活用、兼業・副業の活用などの説明や採用方法、活用事例などを紹介するセミナーを開催する。</p> <p>時期・回数：6～7月頃、9～10月頃に2回程度 方法：本商工会議所などでの集合形式</p> <p><支援企業数：30社（人材育成型）></p>					
	<input type="radio"/> 人材交流型						
	<input type="radio"/> 販路開拓型						
	<input type="radio"/> ハズル型						
	<input type="radio"/> 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-I	人材ニーズ対応支援			雇用・求人		
	<p>(a)府施策連携：大阪府商工労働部総務課企画グループや大阪産業局などと連携を図り実施する。セミナー中に大阪府施策説明時間を設ける、チラシを配布するなどして、参加者を大阪産業局「中小企業のための人材採用コンシェルジュ事業」もしくは「外国人材マッチングプラットフォーム事業」につなぐ。</p> <p>(b)広域連携：セミナー1回目を実施した後、豊中の人材活用セミナー（「求人票ブラッシュアップ」や「面接対応力改善」）へつなげる。反対に豊中の「多様な働き方」実現セミナーから箕面のセミナー2回目につなげて頂く。</p> <p>(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。</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⇒ 30 社	設定根拠：過去のセミナー開催実績より算出 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、経営指導員の相談対応、労働保険関連事務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)	指標	参加企業がセミナーで得た知識を人材の採用や定着に向けて活用することをめざす。			アンケートにおいて、「セミナーで得た知識を、人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答した企業の割合	数値目標	80%		
	その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	円 ×	支援企業数	社 ×	係数	=	標準事業費	円	
		20,200	円 ×	30	社 ×	1.00	=	606,000	円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
		合計		30	社	(小計)		606,000	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	606,000 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)			
	606,000 円	×	1.00	=	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		支援企業数	役割(配分の考え方)				
	○	箕面商工会議所	565,600 円		28	箕面商工会議所は主管として企画調整・広報・運営等について主に担当する。連携会議所は参加者掘り起こしと事後の個別支援(カルテ化)を実施する。セミナー2回のうちいずれかへの参加者2者の掘り起こしを想定。				
		豊中商工会議所	40,400 円		2					
			円							
			円							
		円								

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	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	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5年3月に公表された日本政策金融公庫総合研究所の「中小企業の事業承継に関するインターネット調査(2023年)」によれば、中小企業経営者のうち後継者が決定している企業は10.5%にとどまり、57.4%の企業が廃業を予定している。この廃業予定企業の割合は2019年調査(4年前)の52.6%と比較して4.8ポイント上昇している。廃業を予定している事業者の7割超が70歳以上まで事業を続ける予定としているが、現在の経営者の平均年齢は62.33歳と依然高く、多くの企業の廃業が起こり、それによる失業者の増加が予想される。廃業予定企業の45.2%が「そもそも誰かに継いでもらいたいと思っていない」と考えているため、新たな雇用の受け口を創出することが必要である。</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、経済成長の鈍化は避けられず、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「おおむね55歳以上からの起業」に興味がある男女を対象とする。起業のタイミングが55歳以上であれば現在の年齢は不問とする。</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> <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 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>起業したいというニーズは高まりを見せており、多くの起業相談を受けている。</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、一定数いると模様である。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>						

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5年度も箕面商工会議所を勇退された前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。 【人材育成型】創業プレセミナー 全1日 8/26 3時間 (令和5年度実績25名参加) 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。 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いう仮説ができた。紙媒体からの流入が期待できるのであれば、北摂地域のフリーペーパーを利用していても良いかもしれない。 【人材交流型】スタートアップ塾 全5日 9/9,9/16,9/30,10/7,10/14 各回4時間 (令和5年度実績30名参加) 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。 今回は昨年を経験をもとに起業家同士の交流の時間を多くとったところ、全体的に満足度が高くなった。起業家同士でのLINEを活用したグループが自然と発生しコミュニティ形成は成功したと言える。
	反省点	広報を始めるのが遅く、支援対象企業を確保することが困難であった。何とか定員の申し込みを受け付けることができたが、日常の経営支援において起業塾を開催していることを知らなかった方もおられたため、余裕を持った広報ができるスケジューリングを心がけたい。事業の内容に関しては令和5年度の起業塾は参加者の満足度が軒並み高く、更なる満足度向上を目指したい。
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	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、起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事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)
	ハズレ型	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、今回の起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)	○ (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-19	起業家の育成、創業の促進				創業・経営革新						
		(a)経営支援課経営革新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。											
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⇒	【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)	60 社	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。										
	その他目標値	指標	ビジネスモデル構築者数				数値目標	21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	20,200	円 ×	支援企業数	30	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	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円×30人=30,000円(育成) 5,000円×30人=150,000円(交流)	
	○	(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)	
	2,424,000		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)	
	○	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・潜在起業希望者 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。根拠は前年度実績と講師一人でのコントロールが効く人数で設定。
	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	セカンドライフは起業してみたいという気持ちが高まった数	数値目標 21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⇒ 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。根拠は前年度実績と講師一人でのコントロールが効く人数で設定。
	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 21社
	その他目標値	目標値の内容⇒	

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	14	年目	←複数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ことから、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5年度実績】</p> <p>第13回北摂地ヂカラフェスタ 3日間(令和5年10月27日(金)、28日(土)、29日(日))開催 参加店舗数71社、来場者数42,141人、来店客数10,794人。 今年の天候は初日の終了間際に悪天候となったが、3日間トータルでの来場者数は前年度を上回る結果となった。また、出展企業数も71社と、今年度も過去最高値を更新した。出展企業は、開催前に「来店していただけののか」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90%以上が「出展経験を積む事が出来た」、「スタッフへの良い経験となった」と回答し、約80%以上が「店舗・商品のPRが出来た」や「商品の市場での反応が判明した」と回答をした。 説明会については久々にリアル開催し、出席された出展者どうし交流を図ることが出来たと考えている。説明会の内容としては、(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POP等の助言を行い、その後詳細な出展の説明を実施した。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、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	2023年度は、感染症等の制限無く、開催することができ、出展企業数は71社と過去最多を記録。天候は一時的に悪化した事もあったが、来場者数には影響なく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だけでなく日曜も多かった事が大きい。ただ、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	人材育成型	イベントタイトル「第14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 2024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。状況に応じてオンライン配信も検討する。					
	ハズメ型	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						

明確に)	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	
		番号選択							販路開拓			
(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									
		50 社										
	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		
算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	⇒ 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	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		5			
		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。