

令和2年度（2020年度） 商工会等事業変更概要書（2回目以降）

藤井寺市商工会

（単位：円）

1. 事業変更一覧

変更区分	事業区分	事業名	変更の理由	補助金額
追加	経営相談支援事業	-	支援件数が増加したため	23,250
変更	地域活性化事業	商業活性化事業ふじいでらハル	支援する対象を飲食業以外にも拡大したことで支援対象企業数が増加したため	934,250
未実施	地域活性化事業	得する街のゼミナール	新型コロナウイルス感染症拡大防止策を検討した結果、事業実施が困難と判断したため	▲ 757,500
未実施	地域活性化事業	物産展 in まつばら2020（松原商工会議所幹事）	新型コロナウイルスの感染防止の観点より、大規模な集客を伴う本事業は中止と判断したため	▲ 100,000
未実施	地域活性化事業	商工展示即売会事業（産業フェア）（大阪狭山市商工会幹事）	新型コロナウイルスの感染症拡大防止の観点より、開催中止と判断したため	▲ 100,000

※変更区分には、「追加」、「廃止」、「変更」、「未実施」のいずれかを選択してください。 0

2. 経費支出概要書（経費内訳）

藤井寺市商工会

(1) 経営相談支援事業

(単位：円)

区 分	変更前			変更後			差額	
	事業所数/回数	算定基準	補助金額	事業所数/回数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
事業所カルテ・サービス提案	260	6,500,000		260	6,500,000		0	
支援機関等へのつなぎ	10	100,000		10	100,000		0	
金融支援（紹介型）	20	600,000		20	600,000		0	
金融支援（経営指導型）	40	1,600,000		41	1,640,000		40,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	1	20,000		1	20,000		0	
資金繰り計画作成支援	1	20,000		1	20,000		0	
記帳支援	10	250,000		10	250,000		0	
労務支援	150	3,000,000		150	3,000,000		0	
人材育成計画作成支援	1	20,000		1	20,000		0	
マーケティング力向上支援	15	300,000		15	300,000		0	
販路開拓支援	20	400,000		20	400,000		0	
事業計画作成支援	20	1,000,000		20	1,000,000		0	
創業支援	1	20,000		1	20,000		0	
事業継続計画(BCP)作成支援	20	400,000		20	400,000		0	
コスト削減計画作成支援	10	200,000		10	200,000		0	
財務分析支援	1	10,000		1	10,000		0	
5S支援	1	10,000		1	10,000		0	
IT化支援	1	20,000		1	20,000		0	
債権保全計画作成支援	1	10,000		1	10,000		0	
事業承継支援	5	100,000		5	100,000		0	
災害時対応支援	0	0		0	0		0	
フォローアップ支援	60	300,000		60	300,000		0	
結果報告	260	2,600,000		260	2,600,000		0	
小 計	—	17,480,000	17,480,000	—	17,520,000	17,503,250	40,000	23,250

(2) 専門相談支援事業

事業名	変更前			変更後			差額	
	支援日数	算定基準	補助金額	支援日数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
金融専門相談員	116	2,784,000		116	2,784,000		0	
法務支援	12	288,000		12	288,000		0	
税務支援	32	768,000		32	768,000		0	
労務支援	12	288,000		12	288,000		0	
金融支援	12	288,000		12	288,000		0	
小 計	—	4,416,000	4,416,000	—	4,416,000	4,416,000	0	0

※支援日数×24,000円。ただし、記帳支援のために税理士を活用する場合、事業所数×26,000円

(3) 地域活性化事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	8,216,998	別紙事業調書【変更後】のとおり	8,193,748		-23,250

(4) 商工会等支援事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	785,700	別紙事業調書【変更後】のとおり	785,700		0

(5) 合計

	変更前		変更後		差額	
		補助金額		補助金額		補助金額
申請合計		30,898,698		30,898,698		0

事業名		商業活性化事業 ふじいでらバル	新規/継続	継続
想定する実施期間		24 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよ うな状態にしたいか)	藤井寺駅前には通勤・通学客の利用が沿線では阿部野橋駅次いで多く、1日で35,802名の利用がある(平成30年11月13日調査日)のに対して、駅前で足を止め、飲食する方は少ない。土師ノ里駅や道明寺駅界隈も飲食客は同様に減少傾向にある。まず各駅前を中心に多数ある飲食店を周知し、気軽に利用できるような仕組みの構築を目指す。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺駅・土師ノ里駅・道明寺駅周辺および藤井寺市全域の飲食店		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業側としては、普段の固定客を大切にす一方、バルを新規顧客を獲得のきっかけとして参加を希望する店主が多く、また新規開業店舗からもバル参加の問い合わせが増加している。参加客側からも、気軽に入店するきっかけとなり、忘年会や新年会などの会場選びに下見として利用しているという声も上がっている。双方でwin-winとなるイベントである為、バル開催へのニーズが高いと言える。		
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	第9回となった令和1年11月開催のデラバルは、46店舗参加、バルチケットは1,356冊販売し、1冊が5枚綴りの為6,780食が藤井寺市内にて3日間で消費された。過去の販売冊数は、平成30年1,570冊(50店舗掲載・実参加)平成29年1,350冊(50店舗掲載、49店舗実参加)平成28年1,141冊(50店舗掲載・実参加)平成27年1,098冊(61店舗掲載・実参加)平成26年10月928冊(65店舗掲載・63店舗実参加)5月671冊(56店舗掲載・実参加)平成25年692冊(65店舗掲載・実参加)と順調に販売冊数が伸びていた。		
	反省点	第9回は以前より課題としていた「前売販売チケット」の販売状況の管理として、バル本部での当日チケットの販売を各日先着20枚に限定した。参加店舗が密集している地域や人気店舗などは、行列や待ち時間の問題もあることから、負担が大きくなる。そしてイベント自体へのトラブル回避を目的とするための措置であったが、実際に換金を終えて各店舗のチケット販売冊数を確定させると、想定よりも下回っており且つ店舗数も減少していたことから、例年通り当日本部での販売数を限定せず、定期的開催しているバル会議などで店舗側の現場の意見を交えながら改善を行う。		
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	前回までのこの事業はバルチケット5枚綴りを販売し、1枚にて1食(ワンドリンク・ワンフード)を提供。各参加店舗を1店約30分で飲み歩き、気軽に個人の飲食店に入店してもらい、新規顧客の開拓を目指すイベントであった。令和1年開催時から実行側に新たに事業主が2名参加し、開催後にブレインストーミングを取り入れた会議を行った。参加店舗側からの活きた意見を汲み上げた結果20代~30代の若者世代をターゲットにして行きたいことが分かった。気軽に参加できるようリストバンドをとってはどうかとの意見が出た。リストバンドを販売し参加店舗をハシゴしてもらう。リストバンドを付けている人にはワンコインで1食(ワンドリンク・ワンフード)を提供。またこのリストバンドは20歳以上と20歳未満で色分けをして販売価格も変える予定にしている。令和2年4月から全面施行される受動喫煙対策を受け、飲酒だけでなく受動喫煙の面でも未成年かどうかの判断が必要となってくることもあり、消費者側の手軽さだけでなく参加店側の判断基準とすることが出来る。今回の周知方法は例年通りの近鉄藤井寺駅改札口での吊り看板掲示、藤井寺市広報、市内広報板への掲示(①5月頃参加店舗募集②10月頃開催案内)株式会社ばどが発行する「フリーペーパーばど」への記事掲載を行い藤井寺市外(松原市・羽曳野市)へのPRをする。加えて市内で行われる既存イベント(①5月の道明寺歴史まつり②10月のデラハロ③10月の藤井寺西地区秋祭りパレード)にて「デラバルキッチン&Bar」を出店予定にしている。この「デラバルキッチン&Bar」はデラバル参加予定の複数店舗で1ブースを借り店舗のコラボメニューを作成し出店する。既存のイベントに1年を通して参加することにより「デラバル」というワードが周知されるとともに複数店舗で出店することにより各店舗のスタンドプレーではなくチームプレーが出来、飲食店の横繋がりを作り、飲食店の横繋がりを作ることでデラバル会議等にも参加しやすくなるのがねらいであり、令和2年は、11月27日~28日に開催予定で進めている。		
	人材交流型			
	○ 販路開拓型			
	ハズ 杓型			
	独自提案型			

事業名		商業活性化事業 ふじいでらバル				新規/継続	継続	
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	<input checked="" type="radio"/>	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
		事業を継続して行うことにより、チョーヤ梅酒株式会社からの協賛品の配布（先着1,000名）近鉄タクシー株式会社の協力で店舗間の移動がバルチケットで行うことができ飲酒運転の回避などが可能になっていた。リストバンド制にすることで課題はあるが今後も協力を見込めている。行政からの関心も高まりイベントのPRなども協力を得ている。今年度も引き続き行政・民間企業からの協力が見込める。また、参加店舗に対しては販路開拓支援や商工会の各種支援も伝えることができ、更なる藤井寺市内の盛り上がり期待できる。（c）市広報誌掲載、市広報板掲示等で連携を図る。						
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法→	令和1年に参加した店舗数(46店)をベースにイベント後に問い合わせのあった4店舗を加え、藤井寺市内にて新規開業した店舗への参加勧誘を行い、10店舗の増加を見込み、合計60店舗を支援の対象とする。					
	支援対象企業の変化	60	バルをきっかけに新規来店した顧客が常連化することにより、市内外PRの重要性を再認識したという声があり、また、忙しい3日間を経験することによって店主・従業員の間の連携やスキルが向上している。藤井寺市内にて3日間で6,780食が消費されることにより、その周辺商店への波及効果も期待できる。					
	その他目標値	指標	新規来店客が増加した店舗の割合	数値目標	80%			
算定基準により算出される額	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 ×	60 ×	1.00 =	3,030,000 円			
			円 ×	×	=			
			円 ×	×	=			
						(小計)	3,030,000 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	3,030,000 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					
	(a)府施策連携	(b)広域連携	<input checked="" type="radio"/>	(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)				
3,030,000 円 ×		0.50 =		1,515,000 円		(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核 団体または「リツク」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）				
			円					
			円					
			円					
			円					

事業名		商業活性化事業 ふじいでらバル	新規/継続	継続
想定する実施期間		24 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	藤井寺駅前には通勤・通学客の利用が沿線では阿部野橋駅次いで多く、1日で35,802名の利用がある(平成30年11月13日調査日)のに対して、駅前で足を止め、飲食する方は少ない。土師ノ里駅や道明寺駅界隈も飲食客は同様に減少傾向にある。まず各駅前を中心に多数ある飲食店を周知し、気軽に利用できるような仕組みの構築を目指す目的で計画したが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響、コロナ禍で疲弊した藤井寺市内の店舗(飲食店以外も含めて)支援を目的として実施する。事業タイトルを「店へ、帰ろう!」とし、まずは固定客から店舗への来店を促す。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺駅・土師ノ里駅・道明寺駅周辺および藤井寺市全域の飲食店、小売店、サービス業等の幅広い店舗		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業側としては、普段の固定客を大切にする一方で、バルを新規顧客を獲得のきっかけとして参加を希望する店主が多く、また新規開業店舗からもバル参加の問い合わせが増加している。参加客側からも、気軽に入店するきっかけとなり、忘年会や新年会などの会場選びに下見として利用しているという声も上がっている。双方でwin-winとなるイベントである為、バル開催へのニーズが高いと言える。今般の新型コロナウイルス感染症拡大の影響による休業要請や自粛などによる来店客減少に伴う売り上げ減少に対処する改善策が求められている。		
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	第9回となった令和1年11月開催のデラバルは、46店舗参加、バルチケットは1,356冊販売し、1冊が5枚綴りの為6,780食が藤井寺市内にて3日間で消費された。過去の販売冊数は、平成30年1,570冊(50店舗掲載・実参加)平成29年1,350冊(50店舗掲載、49店舗実参加)平成28年1,141冊(50店舗掲載・実参加)平成27年1,098冊(61店舗掲載・実参加)平成26年10月928冊(65店舗掲載・63店舗実参加)5月671冊(56店舗掲載・実参加)平成25年692冊(65店舗掲載・実参加)と順調に販売冊数が伸びていた。		
	反省点	第9回は以前より課題としていた「前売販売チケット」の販売状況の管理として、バル本部での当日チケットの販売を各日先着20枚に限定した。参加店舗が密集している地域や人気店舗などは、行列や待ち時間の問題もあることから、負担が大きくなる。そしてイベント自体へのトラブル回避を目的とするための措置であったが、実際に換金を終えて各店舗のチケット販売冊数を確定させると、想定よりも下回っており且つ店舗数も減少していたことから、例年通り当日本部での販売数を限定せず、定期的開催しているバル会議などで店舗側の現場の意見を交えながら改善を行う。		

事業名		商業活性化事業 ふじいでらバル	新規/継続	継続
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いくつかのようにするのかを明確に	人材育成型	前回までのこの事業はバルチケット5枚綴りを販売し、1枚にて1食(ワンドリンク・ワンフード)を提供。各参加店舗を1店約30分で飲み歩き、気軽に個人の飲食店に入店してもらい、新規顧客の開拓を目指すイベントであった。令和1年開催時から実行側に新たに事業主が2名参加し、開催後にブレインストーミングを取り入れた会議を行った。参加店舗側からの活きた意見を汲み上げた結果20代~30代の若者世代をターゲットにして行きたいことが分かった。気軽に参加できるようリストバンド制をとってはどうかとの意見が出た。リストバンドを販売し参加店舗をハシゴしてもらう。リストバンドを付けている人にはワンコインで1食(ワンドリンク・ワンフード)を提供。またこのリストバンドは20歳以上と20歳未満で色分けをして販売価格も変える予定にしている。令和2年4月から全面施行される受動喫煙対策を受け、飲酒だけでなく受動喫煙の面でも未成年かどうかの判断が必要となってくることもあり、消費者側の手軽さだけでなく参加店側の判断基準とすることが出来る。今回の周知方法は例年通りの近鉄藤井寺駅改札口での吊り看板掲示、藤井寺市広報、市内広報板への掲示(①5月頃参加店舗募集②10月頃開催案内)株式会社ばどが発行する「フリーペーパーばど」への記事掲載を行い藤井寺市外(松原市・羽曳野市)へのPRをする。加えて市内で行われる既存イベント(①5月の道明寺歴史まつり②10月のデラハロ③10月の藤井寺西地区秋祭りパレード)にて「デラバルキッチン&Bar」を出店予定にしている。 この「デラバルキッチン&Bar」はデラバル参加予定の複数店舗で1ブースを借り店舗のコラボメニューを作成し出店する。既存のイベントに1年を通して参加することにより「デラバル」というワードが周知されるとともに複数店舗で出店することにより各店舗のスタンドプレーではなくチームプレーが出来、飲食店の横繋がりを作り、飲食店の横繋がりを作ることでデラバル会議等にも参加しやすくなるのがねらいであり、 令和2年は、11月27日~28日に開催予定で進めていたが、国の緊急事態宣言が解除された7月後半期から12月末までを開催予定期間に変更した。従来の計画であった2日間ではなくできるだけ顧客来店が重なる密をさけて新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を考えた。更に参加店舗は、新型コロナウイルス感染症拡大防止策を実施している店に限定し、大阪コロナ追跡システム導入、店舗入口で消毒液の設置など安全性も担保した。チケットは、600円×5枚つづりで1冊販売し、それとは別にパスポート(リストバンドに替わるもの)を200円で発行し、チケットがなくなっても顧客は、パスポートを提示することで何らかのサービスを受けられるようにした。顧客は、何らかのメリットを受けられる反面、経営者は、マーケティング戦略を考える機会になる。		
	人材交流型			
	販路開拓型			
	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)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
事業を継続して行うことにより、チョーヤ梅酒株式会社からの協賛品の配布(先着1,000名)近鉄タクシー株式会社の協力で店舗間の移動がバルチケットで行うことができ飲酒運転の回避などが可能になっていた。リストバンド制にすることでの課題はあるが今後も協力を見込んでいる。行政からの関心も高まりイベントのPRなども協力を得ている。今年度も引き続き行政・民間企業からの協力が見込める。また、参加店舗に対しては販路開拓支援や商工会の各種支援も伝えることができ、更なる藤井寺市内の盛り上がり期待できる。(c)市広報誌掲載、市広報板掲示等で連携を図る。リストバンドをパスポートに変更し、協賛品の配布はなくなったが、顧客と店舗のコロナ禍の中で新しい接点が構築できる。				

事業名		商業活性化事業 ふじいでらバル				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 97	令和1年に参加した店舗数(46店)をベースにイベント後に問い合わせのあった4店舗を加え、藤井寺市内にて新規開業した店舗への参加勧誘を行い、10店舗の増加を見込み、合計60店舗を支援の対象としていたが、 <u>更に増加を図り97店舗とする。</u>				
	支援対象企業の変化	バルをきっかけに新規来店した顧客が常連化することにより、市内外PRの重要性を再認識したという声があり、また、忙しい3日間を経験することによって店主・従業員の間の連携やスキルが向上している。藤井寺市内にて3日間で6,780食が消費されることにより、その周辺商店への波及効果も期待できたが、開催期間を約6か月に拡大することにより新規顧客拡大を図れる。					
	その他目標値	指標	新規来店客が増加した店舗の割合		数値目標	80%	
算定基準により算出される額	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 ×	97 ×	1.00 =	4,898,500 円	
			円 ×	×	=	円	
			円 ×	×	=	円	
		(小計) 4,898,500 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 4,898,500 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)		
	4,898,500 円 ×	0.50 =	2,449,250 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)		
			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。

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

藤井寺市商工会

事業名 商業活性化事業 ふじいでらバル

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

97

支援企業
数(実績)

97

支援
実績率

100.0%

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

新型コロナウイルスの感染拡大防止の影響で、国の緊急事態宣言や休業要請など休業を余儀なくされ来店顧客数の大幅な減少のなかで、対象業種の拡大（飲食店以外も可）、開催期間の変更など創意工夫を凝らし、いかに固定客を呼び戻せるかをテーマに「店へ、帰ろう！」とタイトルを変えて実施する。

【支援効果】

- ①費用対効果：店舗は無料でこのイベントに参加できる。
- ②コロナ時代における新しい消費スタイルの確立：大阪府コロナ追跡システム導入など感染リスクの理解と消費行動を止めない社会形成。
- ③経営者の学習効果：経営者に対してマーケティング的考え方を持たせることができる。

【今後の改善方策】

次年度以降、今年度の結果を勘案し検討する。

【経費内訳】

消耗品費、印刷代、消毒液費用、会議費用他

事業名		得する街のゼミナール		新規/継続	継続
想定する実施期間		26 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	藤井寺市内には、小売業・サービス業が多く、そのほとんどが規模も小さく個人経営の店舗である。これらの店舗は経験・知識が豊富な店主やスタッフ、優れた技術・サービス等の提供を行っている一方で店舗や商品をPRする時間やノウハウがなく、残念ながら認知度が低い。また、若年層や他市から転入してきた方には気軽に入店することも難しく、大手スーパーやコンビニエンスストアで買い物済ませてしまう。このようなミスマッチを、得する街のゼミナール(まちゼミ)を通して解消し、訪問しやすい店舗づくりを支援する。また、店主・スタッフの人柄を知ってもらう機会とする。※まちゼミとは、各経営者が専門的な知識を活かして開講する受講料無料のミニ講座で市民に生活に役に立つ知識を学んでもらう。一方、経営者としては、市民に自社の事業を訴求し売上増加につなげるものである。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺市内の小売りやサービス業を中心とした事業者			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	固定客の高齢化が危惧され、5年後10年後と事業を継続していく上での課題は新規顧客の開拓である。2014年2月に閉店した藤井寺のイオンが令和元年に建て替え工事を経て再オープンした為、更なる個人商店での消費の悪化が懸念されてはいるものの、若い世代の来店や市外からの遠方の顧客を獲得するチャンスでもあり、大型ショッピングモールと個人商店の共存を実現させるためにも新規のお客様に気軽に来店してもらう店づくりが求められる。			
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	令和元年7月・8月開催の第11回では23事業者26講座開講、令和2年1月・2月開催の第12回には8事業者12講座開講。「子供専用」「大人専用」「どちらもOK」の3形態の講座を準備し幼稚園(保育園)児から小学・中学生、大人まですべての世代をターゲットとしている。既存のまちゼミの参加者の年齢層は、50代～80代の主婦層であったが、kidsまちゼミを始めた第7回より子育て世代の女性や親子で参加する男性などにも集客効果が表れた。市内への広報活動は公立小・中学校への全校生徒配布を昨年に引き続いて行った。課題としていた他市への広報活動は、堺市の「さかにゅー」の掲載、羽曳野市全域の郵便局ATMにパンフレットを設置し、スーパーマーケットにも設置した			
	反省点	夏季開催に比べ、冬季開催のまちゼミは口座数・集客数ともに減少する傾向にある。夏季は子供が夏休み中ということもあり、外出可能な日が単純に多く、参加店舗側も冬季開催のまちゼミ参加を見送る例も見受けられた。各事業所には夏冬通じて参加してもらえるよう再度まちゼミの大前提(三方よし、お店と店主のファン作り)を伝え例年通り夏季・冬季の開催を予定しており、「子供向け講座」「大人向け講座」「子供大人どちらもOK講座」の3つのジャンルを柱とし、老若男女すべての層をカバーできるまちゼミを引き続き目指す。各講座の受講者や、満席でお断りした分を含む予約の電話数も、新規出店の事業所が圧倒的に多く、次いで飲食店などへの集客も多いため、様々なジャンルの出店者、飲食店で藤井寺市内に新規出店した事業所にも積極的に声掛けを行い、ふじいでらバルへの参加店舗への案内も行う。新規まちゼミ客の開拓を行って既存のまちゼミ参加店舗への集客も相乗効果が期待できる。			
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	(a)府施策連携 <input 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 <input type="checkbox"/>			
	人材交流型				
<input type="checkbox"/> 販路開拓型					
<input type="checkbox"/> ハブ 杓型					
<input type="checkbox"/> 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)	経営者の募集方法は、商工会DM、過去の参加者等に行う。(c)参加者の募集は、藤井寺市広報掲載、市広報板掲示、藤井寺市内・羽曳野市内全域の郵便局窓口、同ATMへのパンフレット設置、藤井寺市立全小学校・中学校への全校生徒へ先生からの手配り、他スーパーマーケットへ依頼予定。(d)経営者がこの事業を通じてその後の展開など様々な相談に対応できる。				
事業の 目録	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法→	経営者には、上記のように参加者を広く募集することを伝えることで、藤井寺市内の小売業・サービス業を中心に参加店舗を募る。また、継続して参加している事業所に加え、問い合わせのあった参加希望店舗や新規開業店舗などにも個別で説明を行う。まちゼミ参加店舗同士の声掛けや、過去に参加経験のある店舗への声掛けも積極的に行う。		
	支援対象企業の 変化	30 社	お店の存在は知っていたがまちゼミがきっかけで入店できたというお客様や、藤井寺の個人商店を多数知ることができ、且つ店主の人柄に触れ安心して買い物や相談ができるようになったというお客様の声を耳にすることによって店主やスタッフの向上心UPにつながる。また、素人相手に簡単な講義を行うという行為がスキルアップや自信に繋がっている。		

事業名		得する街のゼミナール					新規/継続	継続		
126	指標	新規顧客開拓、街の賑わいに役立ったと回答した事業所の割合				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		支援企業数		係数		標準事業費		
		50,500	円 ×	30	×	1.00	=	1,515,000	円	
			円 ×		×		=		円	
			円 ×		×		=		円	
		(小計)							1,515,000	円
		計							1,515,000	円
算定基準によりの算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)									
	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)			
	1,515,000 円 ×			0.50 =			757,500 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)				
				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		得する街のゼミナール		新規/継続	継続
想定する実施期間		26 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	藤井寺市内には、小売業・サービス業が多く、そのほとんどが規模も小さく個人経営の店舗である。これらの店舗は経験・知識が豊富な店主やスタッフ、優れた技術・サービス等の提供を行っている一方で店舗や商品をPRする時間やノウハウがなく、残念ながら認知度が低い。また、若年層や他市から転入してきた方には気軽に入店することも難しく、大手スーパーやコンビニエンスストアで買い物済ませてしまう。このようなミスマッチを、得する街のゼミナール(まちゼミ)を通して解消し、訪問しやすい店舗づくりを支援する。また、店主・スタッフの人柄を知ってもらう機会とする。※まちゼミとは、各経営者が専門的な知識を活かして開講する受講料無料のミニ講座で市民に生活に役に立つ知識を学んでもらう。一方、経営者としては、市民に自社の事業を訴求し売上増加につなげるものである。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺市内の小売りやサービス業を中心とした事業者			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	固定客の高齢化が危惧され、5年後10年後と事業を継続していく上での課題は新規顧客の開拓である。2014年2月に閉店した藤井寺のイオンが令和元年に建て替え工事を経て再オープンした為、更なる個人商店での消費の悪化が懸念されてはいるものの、若い世代の来店や市外からの遠方の顧客を獲得するチャンスでもあり、大型ショッピングモールと個人商店の共存を実現させるためにも新規のお客様に気軽に来店してもらう店づくりが求められる。			
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	令和元年7月・8月開催の第11回では23事業者26講座開講、令和2年1月・2月開催の第12回には8事業者12講座開講。「子供専用」「大人専用」「どちらもOK」の3形態の講座を準備し幼稚園(保育園)児から小学・中学生、大人まですべての世代をターゲットとしている。既存のまちゼミの参加者の年齢層は、50代～80代の主婦層であったが、kidsまちゼミを始めた第7回より子育て世代の女性や親子で参加する男性などにも集客効果が表れた。市内への広報活動は公立小・中学校への全校生徒配布を昨年に引き続いて行った。課題としていた他市への広報活動は、堺市の「さかにゅー」の掲載、羽曳野市全域の郵便局ATMにパンフレットを設置し、スーパーマーケットにも設置した			
	反省点	夏季開催に比べ、冬季開催のまちゼミは口座数・集客数ともに減少する傾向にある。夏季は子供が夏休み中ということもあり、外出可能な日が単純に多く、参加店舗側も冬季開催のまちゼミ参加を見送る例も見受けられた。各事業所には夏冬通じて参加してもらえるよう再度まちゼミの大前提(三方よし、お店と店主のファン作り)を伝え例年通り夏季・冬季の開催を予定しており、「子供向け講座」「大人向け講座」「子供大人どちらもOK講座」の3つのジャンルを柱とし、老若男女すべての層をカバーできるまちゼミを引き続き目指す。各講座の受講者や、満席でお断りした分を含む予約の電話数も、新規出店の事業所が圧倒的に多く、次いで飲食店などへの集客も多いことから、様々なジャンルの出店者、飲食店で藤井寺市内に新規出店した事業所にも積極的に声掛けを行い、ふじいでらバルへの参加店舗への案内も行う。新規まちゼミ客の開拓を行って既存のまちゼミ参加店舗への集客も相乗効果が期待できる。 <u>※新型コロナウイルス感染症拡大防止策の観点より開催中止を決定した。</u>			
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	(a)府施策連携 <input 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 <input type="checkbox"/>			
	人材交流型				
	○ 販路開拓型				
	ハブ 杓型				
	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)	経営者の募集方法は、商工会DM、過去の参加者等に行う。(c)参加者の募集は、藤井寺市広報掲載、市広報板掲示、藤井寺市内・羽曳野市内全域の郵便局窓口、同ATMへのパンフレット設置、藤井寺市立全小学校・中学校への全校生徒へ先生からの手配り、他スーパーマーケットへ依頼予定。(d)経営者がこの事業を通じてその後の展開など様々な相談に対応できる。				
事業の 目録	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法→	経営者には、上記のように参加者を広く募集することを伝えることで、藤井寺市内の小売業・サービス業を中心に参加店舗を募る。また、継続して参加している事業所に加え、問い合わせのあった参加希望店舗や新規開業店舗などにも個別で説明を行う。まちゼミ参加店舗同士の声掛けや、過去に参加経験のある店舗への声掛けも積極的に行う。		
	支援対象企業の 変化	お店の存在は知っていたがまちゼミがきっかけで入店できたというお客様や、藤井寺の個人商店を多数知ることができ、且つ店主の人柄に触れ安心して買い物や相談ができるようになったというお客様の声を耳にすることによって店主やスタッフの向上心UPにつながる。また、素人相手に簡単な講義を行うという行為がスキルアップや自信に繋がっている。			

事業名		得する街のゼミナール					新規/継続	継続
26	指標	新規顧客開拓、街の賑わいに役立ったと回答した事業所の割合				数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準によりの算出される額	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 ×		×	1.00	=	円
			円 ×		×		=	円
			円 ×		×		=	円
	(小計)							円
	計							円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)							
	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)			
円 × 0.50 =				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)			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】
※新型コロナウイルス感染症拡大防止策の観点より開催中止を決定した。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

藤井寺市商工会

事業名

得する街のゼミナール

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

30

支援企業
数(実績)

0

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

藤井寺市商工労働課と共に今年度開催を検討したが、新型コロナウイルスの感染拡大防止の影響で、藤井寺市内小中学校の休校や夏休み等の変更によるゼミナール開催日の確保などが困難になり、夏季開催は、見送った。更に今後の新型コロナウイルス感染症拡大のリスク面、藤井寺市教育委員会の動向等を勘案すると冬季開催も見送るのが賢明と判断した。

【支援効果】

未実施のため効果なし

【今後の改善方策】

次年度以降、このような影響がなければ、継続して実施検討する。

【経費内訳】

未実施のためなし