

令和2年度（2020年度） 商工会等事業変更概要書（2回目以降）

箕面商工会議所
（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
変更	地域活性化事業	北摂地チカラフェスタ	リアルでの開催が難しい場合、オンラインにて実施のため。	0

※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。

2. 経費支出概要書（経費内訳）

箕面商工会議所

（単位：円）

(1) 経営相談支援事業

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	205	5,125,000	/	205	5,125,000	/	0	/
支援機関等へのつなぎ	6	60,000		6	60,000		0	
金融支援（紹介型）	10	300,000		10	300,000		0	
金融支援（経営指導型）	35	1,400,000		35	1,400,000		0	
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	10	200,000		10	200,000		0	
記帳支援	3	75,000		3	75,000		0	
労務支援	6	120,000		6	120,000		0	
人材育成計画作成支援	2	40,000		2	40,000		0	
マーケティング力向上支援	50	1,000,000		50	1,000,000		0	
販路開拓支援	32	640,000		32	640,000		0	
事業計画作成支援	48	2,400,000		48	2,400,000		0	
創業支援	28	560,000		28	560,000		0	
事業継続計画(BCP)作成支援	10	200,000		10	200,000		0	
コスト削減計画作成支援	1	20,000		1	20,000		0	
財務分析支援	5	50,000		5	50,000		0	
5S支援	0	0		0	0		0	
IT化支援	10	200,000		10	200,000		0	
債権保全計画作成支援	0	0		0	0		0	
事業承継支援	3	60,000		3	60,000		0	
災害時対応支援	0	0		0	0		0	
フォローアップ支援	50	250,000	50	250,000	0			
結果報告	205	2,050,000	205	2,050,000	0			
小 計	—	14,770,000	14,770,000	—	14,770,000	14,770,000	0	0

(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
金融相談専門員	116	2,784,000	/	116	2,784,000	/	0	/
法律相談	6	144,000		6	144,000		0	
金融相談	10	240,000		10	240,000		0	
税務相談	10	240,000		10	240,000		0	
経営相談	55	1,320,000		55	1,320,000		0	
小 計	—	4,728,000	4,728,000	—	4,728,000	4,728,000	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	11,433,435	別紙事業調書【変更後】のとおり	11,433,435	/	0

(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	479,750	別紙事業調書【変更後】のとおり	479,750	/	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	/	31,411,185	/	31,411,185	/	0

事業名		北摂地チカラフェスタ	新規/継続	継続
想定する実施期間		H 23 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)	<p>”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し、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。</p> <p>(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「地チカラブース」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、イベントへの出店に興味はあるが、出店費用の捻出が困難であったり、出店のノウハウがない事業所に”実験的出店”の機会を提供する。</p>		
	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>【令和元年度実績】 第9回北摂地チカラフェスタ 3日間(令和元年11月1日(金)、2日(土)、3日(日))開催 参加店舗数57店舗、来場者数約33,070人。</p> <p>出展企業数、来場者数は共に目標は超えており、全日天候にも恵まれた。出展した効果としては、多くの事業者が出展前に感じていた「お客様が当社の商品に興味を持ってもらえるか」や「お客様の期待に応えられるのか」といった不安が、実施後には「商品のPRになった」「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」「従業員への良い経験となった」等への変化があった。</p> <p>また、魅力的な店舗づくりや効果的な店舗への集客を目的とした事前勉強会では、(株)シティライフNEWの職員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、後日の出展に繋がった。ブースの配置に関しては、毎年シティライフNEWと協議をし、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	<p>地チカラフェスタの事業自体を「出展経験」「販路開拓」としているため初出展の事業所も多く、「当日どんな商品をどれだけ準備したらいいのかわからない」「事前告知や当日の誘導や看板が少なく不安だった」という声があった。今回は、地チカラフェスタの案内ハガキに加え、ロハスフェスタのMAPにも地チカラフェスタ出展企業名とブースの掲載依頼をし、実現することが出来た。これにより、当日の来場客への認知・誘導に対する大きな効果があったと考える。しかし、店舗側の事前集客ができるようなツール(案内ハガキ)を配布したが、全事業者が活用出来ていないとまでは言い難い上、事業者自身の情報発信も、まだまだ不足していると考えられる。また、店舗づくりについては、初出展事業者が多いにも関わらず、年々魅力的になってきている。いい意味でロハスフェスタに溶け込んできていることで、「北摂ブランド」の構築・浸透に繋がっていないのではという意見もあった。出展企業が増えることで様々な意見が出てくるため、地チカラフェスタの目的や出展に関するアドバイスを経営指導員や専門家を交えながら実施し、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。</p>		

事業名		北摂地デカラフェスタ	新規/継続	継続
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10回北摂地デカラフェスタ」 会場 万博記念公園 東の広場 時期 2020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			
	○ 販路開拓型	毎年好評の、出店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の事前勉強会を実施する。		
	ハンズオン型	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			
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 <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 (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も交えての勉強会、懇親を兼ねた反省会等も実施。 (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。			
事業の目標	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	
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 12,500 社	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。	
	支援対象企業の変化	効果としては以下が考えられる。 ①来場者への商品販売等による当日売上高 ②来場者が各店舗等へ再来店することによる顧客化 今回は効果測定可能な①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
	その他目標値	目標値の内容⇒ 20 社	当日店舗で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の勉強会、他事業者とのコラボレーション促進、イベント情報等交換のための交流会への参加事業所。過去の出展映像により効果的なブースを学んだり、出店者同士が連携し新商品を作るなど、大きな効果があったので引き続き実施する。	
その他目標値	目標値の内容⇒ 30,000 人	来場者目標(令和元年度実績33,070人) * 令和元年度は3日間開催。令和2年度は2~3日間開催予定のため同程度と想定。		

事業名		北摂地デカラフェスタ						新規/継続	継続	
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	×	1.00	=	2,525,000	円	
		50,500	円 ×	12,500	×	0.01	=	6,312,500	円	
			円 ×		×		=		円	
		(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)										
算定基準により 算出される額	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		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				
		吹田商工会議所		350,000 円						
		豊中商工会議所		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。				
		池田商工会議所		350,000 円						
		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						
					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		北摂地チカラフェスタ	新規/継続	継続
想定する実施期間		H 23 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)	”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し、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。 (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「地チカラブース」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、イベントへの出店に興味はあるが、出店費用の捻出が困難であったり、出店のノウハウがない事業所に”実験的出店”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>【令和元年度実績】</p> <p>第9回北摂地チカラフェスタ 3日間(令和元年11月1日(金)、2日(土)、3日(日))開催 参加店舗数57店舗、来場者数約33,070人。</p> <p>出展企業数、来場者数は共に目標は超えており、全日天候にも恵まれた。出展した効果としては、多くの事業者が出展前に感じていた「お客様が当社の商品に興味を持ってもらえるか」や「お客様の期待に応えられるのか」といった不安が、実施後には「商品のPRになった」「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」「従業員への良い経験となった」等への変化があった。 また、魅力的な店舗づくりや効果的な店舗への集客を目的とした事前勉強会では、(株)シティライフNEWの職員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、後日の出展に繋がった。 ブースの配置に関しては、毎年シティライフNEWと協議をし、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	地チカラフェスタの事業自体を「出展経験」「販路開拓」としているため初出展の事業所も多く、「当日どんな商品をどれだけ準備したらいいかわからない」「事前告知や当日の誘導や看板が少なく不安だった」という声があった。今回は、地チカラフェスタの案内ハガキに加え、ロハスフェスタのMAPにも地チカラフェスタ出展企業名とブースの掲載依頼をし、実現することが出来た。これにより、当日の来場客への認知・誘導に対する大きな効果があったと考える。しかし、店舗側の事前集客ができるようなツール(案内ハガキ)を配布したが、全事業者が活用出来ていないとまでは言い難い上、事業者自身の情報発信も、まだまだ不足していると考えられる。また、店舗づくりについては、初出展事業者が多いにも関わらず、年々魅力的になってきている。いい意味でロハスフェスタに溶け込んできていることで、「北摂ブランド」の構築・浸透に繋がっていないのではという意見もあった。出展企業が増えることで様々な意見が出てくるため、地チカラフェスタの目的や出展に関するアドバイスを経営指導員や専門家を交えながら実施し、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。		

事業名		北摂地デカラフェスタ		新規/継続	継続			
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10回北摂地デカラフェスタ」 会場 万博記念公園 東の広場 時期 2020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	毎年好評の、出店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、 <u>オンライン配信による事前勉強会</u> を実施する。						
	○ 販路開拓型	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品させ、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。						
	ハンズオン型	<u>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「どこでも地デカラフェスタ」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。</u>						
	独自提案型	(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 <input checked="" type="checkbox"/>						
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 <u>に向けたオンラインによる説明会や勉強会を実施する。</u> (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し、相談事業との相乗効果を図る。							
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	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					
	支援対象企業数	50 社						
	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。アンケート並びに聴き取りによる。 <u>*オンラインの場合は、アクセス数にてカウントを行う。</u>					
	支援対象企業の変化	12,500 社						
	効果としては以下が考えられる。 ①来場者への商品販売等による当日売上高 ②来場者が各店舗等へ再来店することによる顧客化 今回は効果測定可能な①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⇒	当日店舗で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の <u>オンライン勉強会の視聴事業所数。過去人気のあった出展者による効果的なディスプレイ等を盛り込んだ動画を配信することで、当日のブースづくりに活かしていく。</u>						
20 社								
その他目標値	目標値の内容⇒	来場者目標(令和元年度実績33,070人) *令和元年度は3日間開催。令和2年度は2～3日間開催予定のため同程度と想定。 <u>*オンラインの場合は、アクセス数にてカウントを行う。</u>						
30,000 人								
	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
	50,500 円	×	50	×	1.00	=	2,525,000 円	

事業名		北摂地デカラフェスタ					新規/継続	継続		
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)	⇒	50,500	円 ×	12,500	×	0.01	=	6,312,500	円
				円 ×		×		=		円
									(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	<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	<input type="radio"/>		
	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		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					
		吹田商工会議所	350,000 円							
		豊中商工会議所	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。					
		池田商工会議所	350,000 円							
		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							
			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

箕面商工会議所

事業名

北摂地チカラフェスタ

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

支援企業
数(実績)

支援
実績率

#DIV/0!

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

本事業の実施にあたり、万博記念公園東の広場内にて来場者数3万人程度を見込んだイベント実施を予定していた。しかしながら、感染症の状況により、イベント開催中止要請が出る可能性や、天候によって開催が危ぶまれる可能性もあるため、リアルでの実施が難しい場合は、オンラインによる出展に切り替えて開催することとする。

【支援効果】

【今後の改善方策】

【経費内訳】