

特集 令和3年度助成事業等のあらまし

京都府中央会の助成事業は、京都府・京都市・全国中央会などの補助等を受け実施しています。毎年、本会では京都府等に対し来年度（令和3年度）の予算要望を行うにあたり、8月中旬までに組合等のニーズの取りまとめを行います。

今回、令和3年度に助成事業等の活用をお考えの組合等からの希望を受付致します。下記一覧を参考にして頂き、会員組合に同封している「令和3年度助成事業等アンケート（事業活用希望・相談調査票）」に必要事項をご記入の上、令和2年8月5日（水）までに本会宛FAX送信頂きますようお願い申し上げます。

下記の記載内容に関わらず、「こんなことに取り組みたい」、「このようなことを考えているが、助成事業を活用できないか」といった内容でも結構ですので、組合等でお考えになっていることについてのお声をお聞かせ頂ければ幸いです。

また、今年度に活用や応募ができる事業もありますので、お気軽にお問合せ下さい。

なお、令和3年度につきまして、事業内容そのものを含め経費負担や助成金額、補助率等について変更や廃止されることがありますので予めご了承願います。

※一覧は令和2年度の実施内容、実施予定数で記載しています。

A. 中小企業連携組織等支援事業

1. 専門家による助言・指導を受けたい

区分	事業内容	事業費・経費負担	備考
(1-1) 個別テーマに絞った課題解決	法律、税務、労働、経営、技術、商標、情報化、マーケティング、デザイン、環境問題等の課題について、スポット的に専門家を派遣しアドバイスを行う。	事業費3万円 (うち1万円は組合等負担)	スポット対応(1回) 対象：組合等 (3組合等)

【活用事例】

- 【組合の運営・管理】
- ①消費税課税事業者の税務会計処理
 - ②管財人からの通知・照会に対する対応
 - ③地域団体商標の申請・活用
 - ④組合ホームページの活用・運営 等々

2. 組合員の資質向上のための研修会・講習会を開催したい

区分	事業内容	補助率・補助金額	備考
(2-1) 研修支援	組合員の資質の向上を図るとともに、組合等の活力と創意工夫を引き出すため、独自で組合等が組合員等を対象に行う研修事業に対して協力・支援する。	補助対象経費総額の2/3以内(補助金額は全体調整により変動あり。)	対象：組合等 令和2年度補助金総額65万5千円/8組合等

3. 組合青年部・女性部に対する支援

区分	事業内容	補助率・補助金額	備考
(3-1) 青年部・女性部が実施する研修会・研究会の支援	青年・女性経営者等の資質の向上を図るとともに、組合等の組織活動に青年・女性経営者等の活力と創意工夫を発揮させるための事業の取組みに対して支援する。	補助対象経費総額の2/3以内(補助金額は全体調整により変動あり。)	組合等に青年部又は女性部が組織されていること 対象：組合等 令和2年度補助金総額11万円/1組合等

B. 京都ブランド・新分野開拓事業

地域ブランドの確立、地元産品活用による新商品の開発、地域活性化等に対する助成

区 分	事業内容	補助率・補助金額	備 考
(4-1) 地域ブランド確立、 地元産品活用、地域 活性化の特産品開発 等に対する助成	京ブランド等に新たな付加価値の付与に関する調査・研究や将来ビジョンの策定、その成果を具体的に事業化・実現化しようとする事業に対して助成する。	補助対象経費総額の10分の6以内(補助金額は全体調整により変動あり。)	対象：組合等 令和2年度補助金総額 120万円/2組合等

【活用事例】

- ①伝統産業の技術と素材を活用した販路開拓
- ②地域のブランド商品の確立 等々

C. 小企業者組合等を対象とした事業

小企業者組合等を対象とし、その組合等の抱える様々な課題の解決、共同事業の改善や新たな事業展開についての支援、人材育成や技術向上のための研修会・講習会に対する支援、展示会等販路開拓や市場調査、取引力の強化等に対して支援を行います。

※小企業者組合とは、組合員の4分の3以上が小企業者（製造業で5人以下、商業・サービス業で2人以下の従業員規模の事業者）の組合等。企業組合は制限なし。

小企業者組合等に対する助成

区 分	事業内容	補助率・補助金額	備 考
(5-1) 共同事業の活性化や 受注促進等の取組に 対する支援	(取引力強化推進事業) 小企業者組合等が行う、共同購買や共同宣伝、受注促進のために行う組合ホームページやチラシ等の作成、連携によるブランド構築のための統一ロゴの作成等の事業に必要な経費を助成する。	補助対象経費総額の2/3以内であって50万円を限度	対象：小企業者組合等 (3組合等)
(5-2) 小企業者組合の講習 会に対する支援	(小企業者組織化特別講習会) 小企業者組合の組合員等を対象として、組織制度・共同事業・経営・労働・中小企業施策等について講習を行い、小企業者組合の運営向上、組合員の経営力向上を図る。	補助対象経費総額の2/3以内であって、5万円を限度	対象：小企業者組合 (2組合等)
(5-3) 販路開拓・人材育成 に関する研修等に対 する助成	(中小企業組合等振興対策活性化事業) 見本市・展示会等開催・出展、市場開拓に関する事業、商品・意匠・技術等の開発・改善に関する各種講習会・研修会等に対し助成する。	補助対象経費のうち5万円を限度	対象：小企業者組合等 (27組合等)

D. 全国中央会公募事業

全国中央会が公募する下記の「将来ビジョン策定・新商品開発・成果の実現化」と「情報ネットワークシステム構築・システム開発」の事業があり、例年、3月頃（令和2年度分は3月2日）に翌事業年度の公募が行われます。令和3年度につきましては、詳細が決まり次第、本会ホームページ等でご案内します。

事業名	事業内容	助成額	備考
(6-1) 中小企業組合等 活路開拓事業 (展示会等出展・開催事業を含む)	中小企業が経済的・社会的環境の変化に対応するため、新たな活路の開拓等、単独では解決困難な諸課題や「経営基盤の強化」、「地域振興」、「社会的要請への対応」「中小企業が対応を迫られている問題」等のテーマについて、組合等がこれを改善するための事業に対し助成する。	補助対象経費総額の10分の6以内であって、2,000万円を上限とし、100万円を下限とする 但し、展示会等出展・開催事業は500万円を上限とする	対象：組合等
(6-2) 組合等情報ネットワークシステム等 開発事業	組合等を基盤とした情報ネットワークシステムの構築、組合員向け業務用アプリケーションシステムの開発及びこれらシステムの普及のための事業に対し助成する。	補助対象経費総額の10分の6以内であって、2,000万円を上限とし、100万円を下限とする	対象：組合等

【活用事例】

【経営】 ①組合や業界の将来ビジョン策定
②ビジョンに基づく試作・求評・市場調査
③産学公連携による新商品開発・新技術開発
等々

【情報化】 ①共同事業等のネットワークシステム構築
②アプリケーション（カードシステム導入等）開発
等々

E. 上記以外の事業

上記以外にも、国・京都府・中小企業基盤整備機構等が公募する事業があります。本会では、皆さんからのご相談やニーズを踏まえ、応募・活用に向けた検討や支援、採択後の事業運営についての支援を行っております。

事業活用希望・相談調査について

本調査の締切は、令和2年8月5日（水）です。「令和3年度助成事業等アンケート」を本会で受け付けた後、各担当者よりご連絡させて頂き、記載内容の確認や助成事業の活用の可能性の有無、事業の企画・提案、検討等を行います。

また、調査票記載にあたって、事前のご相談もお受け致しますので、各組合担当者までお気軽にお問合せ下さい。

【事業活用希望・相談調査票送信先】

FAX：075-708-3725（京都府中央会総務情報課宛）

【お問合せ・ご相談】

京都府中小企業団体中央会

連携支援課・企画調整課・総務情報課

TEL：075-708-3701

北部事務所（中丹・丹後広域振興局管内）TEL：0773-76-0759

助成事業や支援制度の最新情報は、本会ホームページやメールマガジンでもご案内しております。メールマガジンは、本会ホームページから配信登録が可能です。組合員のみならずみなさまへの情報提供にご活用頂ける内容ですので、ぜひ登録ください。

京都府中央会ホームページ



メルマガ登録はこちら



京都ブランド・新分野開拓事業の活用事例

本会助成事業である“京都ブランド・新分野開拓事業”を令和元年度に活用し、販路開拓に取り組まれた団体の事業概要を紹介します。

ネットを活用したリアルへの集客手法等の研究 動画配信を用いた「o2o (Online to Offline)」による、 新たな需要創出と新規顧客開拓の試行

きものアルチザン京都

きものなど和装関連の作り手の集まりである「きものアルチザン京都」（代表・藤井浩一）は、令和元年11月23日、24日の2日間、東京・南青山のLIGHTBOX STUDIO AOYAMA（東京都港区南青山5丁目）にて、きもの着用経験のない層に向けての発信として、インターネットを用いて展示会へ誘導する取り組みを行った。これは今の消費者の動向・ニーズをつかむための新しい試み。

「きものアルチザン京都」を知ってもらうための取り組みとして、京鹿の子絞りや友禅の工程など、現場で職人の作業風景に触れない限り見ることのできない、貴重な映像を作成、ネット配信するところからスタート。真摯なイメージと知的好奇心を刺激する内容により、きものファンだけでなく伝統工芸ファン、京都ファン、ものづくりファンなどの関心を集め、コミュニティづくりは成功し、SNSのフォロワーは3,500人に達した。

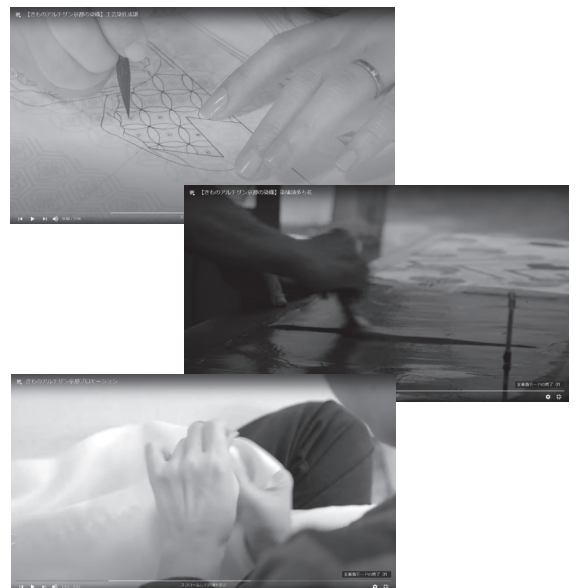
実際に行われた展示会では、メンバーそれぞれの作品をトルソーにコーディネートして並べ、さらに職人による実演や、対談、トークイベントなども企画。ものづくりの臨場感を意識した体験型催事として、来場者の満足度の向上を図った。

展示会ではアンケート調査を行い、70名の方からご協力をいただいた。その結果、来場者の4割がSNSからの誘導であり、来場者の2割はきものアルチザン京都を知らなかった層であったことから、SNSによる顧客候補づくりの活動として効果が出ていることがわかった。

2日間という短い期間であったため、ネット上では、来場できなかったと嘆く声や、地方に住む方からの次回の開催を望む声も聞かれた。これもまたSNSによる効果のひとつと言えよう。



東京・南青山の展示会



動画にて職人の技を配信