

平成27年度 事業計画書

1. 申請者の概要

申請者	団体名	池田商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 服部 盛隆
	所在地	〒563-0025 池田市城南1-1-1
	職・氏名	中小企業相談所長 阿部小百合
担当者	連絡先	電話番号（直通）： 072-751-3344
		Fax： 072-751-3891
		E-mail： soudansho@ikedacci.or.jp
①設立年月日		昭和30年3月31日
②職員数 (うち経営指導員数)		9名(6名)
③所管地域		池田市
④管内事業所数		3,649(平成24年経済センサス一活動調査による)
⑤管内小規模事業者数		2,442(平成24年経済センサス一活動調査による)
⑥会員数(組織率)		1,152(31.6%)
※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)		
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商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容及その他商工業に係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。		

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

本市は人口10万人強の住宅都市であり、管内においては3,649事業所数のうち卸売業・小売業が全体の24.9%と最も多く、卸・小売業、サービス業、飲食店では全体の6割(2,166社)を占めている。市内事業所の約61%(2,215社)は従業員5人以下であり、従業員20人以下の事業所では91%

(3,330社)と小規模事業者が9割を占めている。経営者の高齢化が進み、廃業とともに小規模事業者数が年々減少を続けている。小規模事業者の減少は地域経済の衰退に直結するものであり、地域経済活性化のためには小規模事業者数の維持と創業者の育成が最重要課題と考える。小規模事業者数の維持には、廃業を減少させる必要があり、事業者の挑戦を促す意識改革や経営改善の取り組みなど、事業者の人材育成、発展が管内地域経済活性化に向けた長期的な課題となっている。一方で、本市には歴史、自然、ミュージアム等の文化的観光資源も有しており、年間100万人を超える管外からの観光客が訪れているなど潜在的ビジネスチャンスが存在しているが、事業機会として活用できておらず、お客を呼び込む集客力のアップや経営力の向上が課題となっている。労働人口の減少により、人材の確保も中小企業の経営力に直結する課題となっている。中小企業にとり人材こそ最大の経営資源であるが、労働市場においては厳しい状況にあり、中小企業の人材育成が急務となっている。また、新たな地域経済の担い手となる創業者の創出も必要となっているが、創業関心者や希望者も減少傾向にあり、創業検討者増加に向けた対策が求められる。

(2) 所管地域の活性化の方向性

小規模事業者が持つ魅力や活力等、事業展開の可能性を高めるとともに、事業者個々の経営力の底上げを図ることが地域経済活性化へ向けた基礎となる。近年当所が取組んできた2つの方向性①創業者への支援による地域経済の新陳代謝の強化、②小規模事業者へのセーフティネット機能発揮、の2点を基本としつつ、小規模事業者の持続的な発展に向けて支援を実施する。また、本市においては、歴史、自然、ミュージアム等の文化的観光資源が多く、近隣市町村からの観光訪問客の取り込みを潜在的なビジネスチャンスととらえ、商品・サービスの魅力アップやプロモーション力向上を促し、需要開拓を図る。また、小規模事業者が地域で経営を持続的に行うためのビジネスモデルの再構築の取り組みを促すとともに、事業のさらなる成長を目指す。

(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

経営相談支援事業・専門相談支援事業においては、ヒト・モノ・カネ・情報・ノウハウといった経営資源に乏しく、日々直面する経営課題の発掘や対応が不十分で長期安定した事業運営をすることが困難となっている小規模事業者を主な対象とする。地域活性化事業では、積極的に新たな分野にチャレンジしようとする小規模事業者や経営の安定や長期的発展をめざす事業者を対象とする。上記により、管内の全小規模事業者2,442件を対象とする。また、創業支援事業においては、創業に関心を持つ・将来は創業を希望する創業予備軍と具体的な創業の準備を必要とする創業準備軍を支援対象とする。

(4) 事業の目標

個々の小規模事業者を活力ある経営活動へと導くことを本事業の目的とし、経営相談支援事業・専門相談支援事業・地域活性化事業を通して、小規模事業者の事業環境や成長ステージに合わせた支援を実施することで事業者の経営基盤強化を図る。また、経営指導員によるきめ細かな支援を継続することで、管内小規模事業者と密着した関係性を築き、長期的な事業活動をサポートする。具体的には、販促・需要開拓支援により商品の魅力やPR等の情報発信力の向上を図る。人材の活用方法や定着育成支援等により中小企業の基盤を固める。環境変化変化に対応するビジネスモデルの再構築により新しい事業機会の発見を促す。これらの事業により、管内における事業者減少に歯止めをかけるとともに、小規模事業者の持続的な発展とさらなる成長を図る。将来創業を検討する創業予備者育成のために創業関心者を増やすことと、創業予備者のステージから創業を具体的な事業として形成していく創業準備者への支援を実施して、創業者増加を目指す。

(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(実施する事業の総合的な効果等を記載すること)

本事業を実施することで、小規模事業者のセーフティネット機能により、小規模事業者の経営基盤強化を促し、振興と経営の安定へ導く事が期待できる。また、意欲ある事業や頑張る事業所に経営支援を実施することでさらなる成長・育成が期待できる。以上のような個々の事業者の活力向上により地域経済活性化に資することができるものとする。本事業を実施しなかった場合においては、事業者が抱える経営課題の発見・解決が遅れることで経営に影響が生じ、小規模事業者の強みである機動性や柔軟性が機能せず、経営基盤の脆弱な事業者は廃業に追い込まれて地域の活性が阻害され、地域経済の衰退と地域雇用の縮小が加速すると予想される。また、創業促進事業を実施しなかった場合には、新たな事業の創出が阻害され、事業の新陳代謝が困難となり、雇用の創出が生まれなくなる。

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	300	事業所	支援機関等へのつなぎ	20	支援
金融支援（紹介型）	30	支援	金融支援（経営指導型）	50	支援
マル経融資等の返済条件緩和支援	2	事業所	資金繰り計画作成支援	60	事業所
記帳支援	30	事業所	労務支援	30	支援
人材育成計画作成支援	13	事業所	マーケティング力向上支援	75	事業所
販路開拓支援	75	支援	事業計画作成支援	50	事業分野
創業支援	40	事業所	事業継続計画(BCP)作成支援	5	事業所
コスト削減計画作成支援	5	事業所	財務分析支援	60	事業所
5S支援	5	事業所	IT化支援	20	事業所
債権保全計画作成支援	0	事業所	結果報告	300	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	300事業所				
<p>本市のような小さなエリアでは、地域に密着した経営指導で小規模事業者と信頼関係を構築してきた。小規模事業者の経営相談は、事業と生計の分離できていない零細事業所も多く、経営相談は信頼関係の構築と密接に結びついている。当所では永年に亘り、管内小規模事業者と密着した、経営指導員によるきめ細やかな支援を基本方針としており、今年度も継続した取り組みを進める。経営指導員は、経営者に寄り添うとともに、事業の持続的発展やさらなる成長に向けて各種支援メニューの展開により多面的な支援を実施する。また、地域活性化事業の実施により新たな相談支援対象者の発掘を行い、経営相談につなげていく。以上により、カルテ化する事業所数を300事業所と設定する。</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>経営指導員の地区担当制による積極的な巡回活動を中心に、窓口相談や地域活性化事業参加事業者へのフォローアップなど、あらゆる機会を捉えて小規模事業者の課題発掘に努める。身近な相談先として、地域に密着して支援できるのが商工会議所の強みであり、当所においてはワンストップ支援機関として、抽出された課題解決に向けて各種支援機関、金融機関、各分野専門家等のネットワークを活用し迅速かつ的確な対応を図ることで事業者の個別課題の解決へと導く。また、高度専門的な知見を必要とする課題については、専門相談支援事業による専門家の支援を実施することで、経営に関する悩みに足して課題解決まで支援するワンストップ機能を高めた支援体制で取り組む。</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	
法律相談	継続	相談件数	24件	取引や契約、法律等に関する個別相談を実施	
労務相談	継続	相談件数	10件	人事労務問題や法改正、給付金等に関する個別相談を実施	
税務相談	継続	相談件数	12件	所得税や消費税、その他税務に関する個別相談を実施	
金融相談	継続	相談件数	24件	日本政策金融公庫の地区担当者による融資相談会を実施	
専門家相談	継続	相談件数	20件	経営課題に関する専門家の個別相談を実施	
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>本事業では小規模事業者が抱える個別具体的な課題解決に向けて、経営指導員では対応しきれない相談において、各種の専門家を活用し連携を図って支援を実施する。結果、事業者においては専門的かつ急を要する課題解決への道が開けるとともに支援サービスの選択肢の拡大と多様な課題への支援がワンストップで受けられる。</p> <p>法律相談や、金融にかかる専門相談については、弁護士や日本政策金融公庫の担当職員とも連携を図り、よりスピーディーな課題解決に向け臨時的専門相談を開催するなどして対応する。税務にかかる専門相談については、従来より記帳支援として実施している事業所における自主申告体制の支援を近畿税理士会や関係機関と連携を図っていくとともに、体制を構築する。労務問題が複雑化しつつあることから円滑な事業運営に向けて、社会保険労務士による相談窓口を設置し、事業者の労務面での課題解消へと導く。専門家相談では、経営全般に関する専門的な相談に対し、中小企業診断士等の専門家による随時相談体制を整備し、事業者の個別課題への解消へと導く。</p>					

4-1. 地域活性化事業一覧

池田商工会議所

府施策 連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業			2,170,950
○	ブランド力強化事業	ブランディング手法の習得を図る勉強会の開催、商品やサービスの認知度・信用度を高める情報発信に向けて個別集中支援を実施する。	1,718,550
○	経営革新支援事業	中小企業の既存事業の活性化や新事業創出に対する支援事業を実施する。	452,400
(2) 広域事業			5,759,764
○	創業促進事業	創業へきっかけづくりを促すセミナー開催、創業に至るまでいくつかあるステージ別に対応した勉強会の開催、創業への具体的な準備にむけての個別集中支援を実施する。	1,648,700
○	人材定着育成支援事業	中小企業における非正規労働者の企業貢献・労働意欲の向上につながる育成セミナーを開催、また、若年労働者の早期離職を防ぐための人材定着を目的とした勉強会を開催する。	1,420,065
	BtoC事業者店舗 プロデュース事業	小規模事業者の持続的発展に向けて集客・販促力アップを図る勉強会の開催、具体的な販促体制の構築に向けて個別集中支援を実施する。	1,328,358
○	女性のための創業塾	箕面商工会議所の事業計画書参照	48,240
	北摂地チカラフェスタ	箕面商工会議所の事業計画書参照	350,000
	Web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	90,450
	プロモーション支援事業	豊中商工会議所の事業計画書参照	60,300
○	おおさか地域創造ファンド 活用支援事業	豊中商工会議所の事業計画書参照	201,000
○	クラウド・ファンディング 活用促進事業	豊中商工会議所の事業計画書参照	60,300
○	ダイバーシティ 経営促進事業	豊中商工会議所の事業計画書参照	80,400
○	小規模事業者の 海外販路開拓支援事業	豊中商工会議所の事業計画書参照	80,400
○	インバウンド対策に向けた 外国人留学生人材活用促進 事業	豊中商工会議所の事業計画書参照	40,200
○	北摂地域ものづくり 中小企業連携促進事業	豊中商工会議所の事業計画書参照	40,200
○	海外ビジネス支援事業	吹田商工会議所の事業計画書参照	20,100
	大阪勧業展	大阪商工会議所の事業計画書参照	25,125
○	コスト削減計画事業	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	265,926

うち府施策連携事業

6,076,481

事業名		ブランド力強化事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		23 年度～ 27 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)	当所管内の中小零細企業はものづくり企業を中心に顧客のニーズやシーズを捉えた商品やサービスを企画・製造を行っているが、自社ブランドとして成長させることができていないという課題を抱えている。自社ブランドとして確立できていない要因としては社内に販促強化やブランディングを行う専門部署がないことや、研究開発費等の先行投資で資金的ゆとりがないことなどが上げられるが、それ以前にブランディングのノウハウを蓄積できていないことが大きな要因である。これらの企業に対し、経営コンサルタント等専門家によるデザインを活用したブランディング手法や、マスメディア等を活用したブランディング手法の習得を図るための勉強会及び個別集中支援を実施することで、ブランディングのノウハウを蓄積を図り、自社ブランドとして確立させていくことを目的とする。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種を問わず新しい商品やサービスのブランド力を高めたい中小企業、販売チャネルの拡充など販売促進力の強化を図りたい中小企業が対象である。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	顧客のニーズやシーズを捉えた商品やサービスを開発し、自社ブランドとして成長させたいが、ブランディングのノウハウが蓄積されていない中小零細企業からはブランディング手法の習得に関するニーズが高い。平成26年度に行った新商品・新サービスのブランド強化支援事業デザインブランド活用の参加者からも実施要望がある。		
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	平成23年度～平成25年度の3年度間に大阪府産業デザインセンターと連携して実施したデザイン・活用による競争力強化事業の参加企業は129社ある。内訳としてはマーケティング・ブランディングを学ぶセミナーの参加企業が62社、デザイナーとの交流会の参加企業が45社、中小企業診断士によるブランドやプロモーションの強化を目的としたハンズオン支援の参加企業が22社ある。そのうち、デザインを活用したブランド強化の重要性を認識・実行することで業績を着実に伸ばしている企業は2社ある。まず、平成23年度に参加したK社はこれまで行ってきた内食用和菓子の販売に限界を感じ、贈呈用和菓子の販売への転換を行うため、パッケージデザインや店舗ロゴを一新するブランディングを行った。今年で3年目となるが、徐々に高級和菓子店のイメージが顧客に定着し、現在では近畿圏の大手百貨店、駅中商業施設にて月平均2～3の催事出展を行う実力店舗となってきており、今年、生産数を上げるため工場の増設を行った。また、同時に従業員の雇用数も増加している。次に平成24年度に参加した平成23年に開業したA社は代表者1人のときから営業先である介護施設での信頼を得るため、会社案内や名刺などすべての販促ツールにデザインを導入した。今年4年目となるが、現在では池田、吹田、伊丹の3営業所、13名を雇用する企業に成長している。平成26年度の新商品・新サービスのブランド強化支援事業では平成25年度までに行ってきたデザイン活用によるブランディングに加え、報道関係各社への商品・サービスの魅力発信によるブランディングを実施した。デザインとプレスリリースを活用したブランディング勉強会には20社23名の参加があり、報道関係各社に向けた参加企業11社による新商品・新サービスの発表会では7社の雑誌・新聞・テレビの記者が集まり、3社が新聞・雑誌に取り上げられる予定である。		
	反省点	平成23年度より実施してきたブランド強化を目的とした事業への参加企業のほとんどがデザインを活用したブランディングについての必要性を強く感じているが、その多くが小規模零細企業であり、資金的な課題等からパッケージやグラフィック、WEBデザインを活用したブランディングの実施につなげることができていない。		

事業名		ブランド力強化事業	新規/継続	新規
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするかを明確に)	○	人材育成型	①<ブランディング力強化勉強会>人材交流型 デザインを活用したブランディング、プロモーションを専門とする経営コンサルタント等専門家を招き、自社の商品やサービスのブランド力を強化したい事業者を対象にブランディングの一環として、デザインやマスメディアを活用した情報発信を行う手法について学べる受講者参加型のグループディスカッション形式による勉強会を開催する。支援対象企業20社 ②ハンズオン型 人材交流型参加事業者を対象に経営コンサルタント等専門家による以下の個別支援を行う。①自社の商品やサービスのストロングポイント(USP)を抽出し、求められている市場や顧客層を分析する。②商品やサービスの顧客認知度を向上させるための戦略について検討する。③②で検討した戦略にもとづき、商品やサービスの認知度を高めるためのブランディング活動で重要となる会社案内、プレスリリース、WEB等情報発信について支援する。支援対象企業10社	
	○	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 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 checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 (a)大阪府産業デザインセンターとの連携により、上記人材交流型事業において同センターの施策情報提供を行う。また、上記人材交流型・ハンズオン型支援事業終了後、ブランド力を高めたい事業者を対象に同センターのデザイン総合相談への参加を斡旋しデザイン活用促進を行う。(d)本事業参加によって習得したブランディング手法を用いて、自社ブランドの強化を図りたい事業者に対し、経営指導員による公的融資制度の活用支援や大阪府産業デザインセンターとのマッチング支援を行うことでブランディングを促進させる。カルテ化する目標事業所数5件	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	平成26年度に行った新商品・新サービスのブランド強化支援事業では20社23名の参加の参加があったことから自社ブランドを高め、収益を高めたい事業者のニーズはあるものと推測される。	
		20社		
	支援対象企業の変化	顧客へ商品やサービスの「魅力」や「価値」を認知してもらうことを目的として、デザインやマスメディア等を活用した情報発信のブランディング手法について習得を促すことで、ブランディングノウハウの蓄積が図られ、事業強化につながるものと思われる。		
		指標	ブランディングに向けた取組を実施したい事業者	数値目標
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	上記人材交流型支援事業者のうち、ブランディングの一環として、デザインやマスメディア等を活用し、商品やサービスの情報発信を行いたい事業者10社を対象とする。10社の内訳：前年度からブランディング支援を行っている事業者5社、今年度よりブランド強化の必要性を認識し、本事業に参加している事業者5社	
10社				
支援対象企業の変化	自社の商品やサービスの独自の強み(USP)を抽出し、商品やサービスを求める市場・顧客ターゲットを絞った上での情報発信を行っていくことで、顧客の商品やサービスへの認知度・信用度が高まり、売上増強につながっていくものと思われる。			
	指標	ブランディングを実施した事業者	数値目標	5社
その他目標値	目標値の内容⇒			

事業名		ブランド力強化事業					新規/継続	新規	
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	
		⇒ 40,200	円 ×	20	×	1.20	=	964,800 円	
		100,500	円 ×	5	×	1.00	=	502,500 円	
		100,500	円 ×	5	×	0.50	=	251,250 円	
	(小計)							1,718,550 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							1,718,550 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="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	
標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
1,718,550 円 ×			1.00 =		1,718,550 円 (円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「アリソグ」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		経営革新支援事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		H27 年度～ H27 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)	目まぐるしい経営環境の変化がある昨今においては、現状維持だけでなく経営の見直しや経営革新を行い、常に新しい視点で事業を行うことが課題といえる。しかし当所管内においては事業者の高齢化および後継者不足による廃業に追い込まれるケースが後を絶たず、既存事業の活性化や新規事業成立の支援が急務と言える。そこで経営の根幹となる「経営計画」作成のための勉強会を実施し、管内事業者の経営長期安定化を図るとともに、経営革新計画の承認を目指す。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	池田市内の中小企業者10事業所		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	当所管内では高齢化・後継者不足による廃業が多く、現在事業を行っている事業所に対して事業存続のための経営体制構築は対策が急がれるところである。ただし昨年度、国が実施した小規模事業者持続化補助金において、当所管内でははじめて経営計画・事業計画に着手し、書き方がわからず苦戦した事業所がほとんどであったため、受講者に対しては基本的なレベルから教授していく必要があるといえる。		
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			
	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)	○ 人材育成型	＜人材育成型＞ 経営計画セミナーを実施し、経営計画の基礎的な知識を身につけることで、事業所における経営革新実施のための土壌を形成する(2H×3回)。		
	○ 人材交流型	(主なテーマ) ・経営計画の必要性と策定手順 ・経営計画に必要な経営指標、自社分析方法 ・策定後の予実管理、軌道修正について ・金融機関から融資を引き出す方法		
	販路開拓型			
	ハコ型			
	独自提案型	＜人材交流型＞ 経営革新塾を3H×3回で実施する。経営革新計画承認制度の概要を学習したうえで、自社の経営課題を明確化し経営戦略の検討を行う。その後、自社の内容についてグループディスカッションや、ワークでの見直し・ブラッシュアップを行う。また発表する事で情報の共有化を図る。「経営革新計画」承認については、基本的な知識の講義、大阪府の担当課紹介と担当職員による個別相談やグループワークで、受講生の認識の拡大を図る。 経営革新塾終了後は、経営革新に前向きに取り組む意欲のある受講生に対し、経営指導員及び専門家相談員による個別フォローを実施し、経営革新計画の作成や承認申請の支援を実施する。		
	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 (a)大阪府商工労働部中小企業支援室経営支援課と連携・協議のもと、「経営革新計画」の制度の紹介を行うなどして事業を進める。(d)継続的な支援を行い、相談事業との相乗効果を図る。カルテ化する目標40%		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	(人材育成型) 池田商工会議所会報誌及びホームページ、経営指導員の巡回・窓口相談をとおして本支援の案内を行う。		
	15 社			
支援対象企業の変化	受講生が今後の経営活動に必要な「経営計画」に対する認識を深める。			

事業名		経営革新支援事業				新規/継続	新規	
事業の目標	指標	経営計画策定の必要性の認識度			数値目標	70%		
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	(人材交流型) 池田商工会議所会報誌及びホームページ、経営指導員の巡回・窓口相談をとおして本支援の案内を行う。					
	支援対象企業の変化	参加企業が経営革新塾を受講することで経営革新計画申請の足がかりとなり、最終的には承認に結び付けることを目標とする。						
	その他目標値	指標	経営革新に向けての意思決定事業数		数値目標	2社		
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			
	⇒	30,150 円 ×	10 ×	1.60 =	482,400 円			
		円 ×	×	=	円			
		円 ×	×	=	円			
		(小計)				482,400 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				482,400 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	30,000 円		負担金の積算	受講料として受講者より徴収 @3,000×10=30,000		
<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)				
	482,400 円 × 1.00 =		452,400 円	(30,000 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはアリ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		創業促進事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		H21 年度～ H27 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>経営者の高齢化に伴い、中小企業・小規模事業者の数は年々減少を続けている。このため新たな地域経済の担い手を創出すべく、起業希望者を増やすための取り組みと起業希望者が起業家になりやすい環境を整備するための取り組みが課題となっている。起業に至るまでには「潜在的起業希望者」「起業希望者」「初期起業準備者」「起業準備者」といくつかの段階がある。準備状況も様々であることから、それぞれの段階と準備状況に応じた支援を行うことによって起業家予備軍を次のステージに移行させて起業に至る道筋を作ることにより地域内の創業者増を図る。</p> <p>また、高齢化社会を迎えるにあたって介護事業は社会的課題解決ビジネスとして地域に必要とされているが、その専門性から創業支援が難しい業種でもある。しかしながら、従業者数では産業に占める割合が3.2%と1位となっており、介護事業の創出は地域における雇用創出効果が大いことから、専門的な集中支援を行うことで、地域における介護事業の創出を支援する。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	対象者は、池田市内を中心とした広域で創業に興味がある方、関心のある方、将来創業したいと考えている方、創業に向けて準備中の方、創業後間もない方を対象とする。		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	平成26年度当該事業において、参加者より「創業段階にあった勉強・準備を知りたい」「参加者の創業意識・段階がバラバラでグループワークが難しい」との意見がある。参加してみたい勉強会の開催日数は3日～5日間、希望する時間帯は午前中や午後など、比較的短期間の勉強会の開催希望が多かった。現在仕事を持っており、土日に従事していた人もおられ、働きながら独立開業の勉強をするにはまとまった時間の確保が厳しいことが伺える。できるだけ創業に興味を持った人が参加しやすいよう、ステージ（準備状況）段階別に支援を行うとともに、柔軟な事業構成で支援を実施する。		
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	平成26年度の当該事業では、10月に創業関心者を増やすための創業セミナーを開催。創業を身近に感じてもらうために、先輩体験談として、主婦から起業された池田市の起業家を講師に迎え25名の参加があった。11月からは介護事業に特化した全5回の創業塾を開催。26名の参加申込、20名の参加があった。H25年度においては、起業予定者向け創業促進勉強会（全3回）と起業後概ね3年以内の事業者向け創業促進勉強会ではそれぞれ22名と15名の参加があった。当所ではH21年度より創業支援に取り組んできており、創業促進事業はすぐに創業に結び付くことが少ない事業であるが、当所管内は新設事業所割合が7.5%（新設事業所数274/事業所数3,694、全国平均5.3%、H24年経済センサスより）と高い数字を維持できているのは、数年にわたって地道に創業支援に取り組んできた結果だと考えている。		
	反省点	起業に至るまでには「潜在的起業希望者」「起業希望者」「初期起業準備者」「起業準備者」といくつかの段階があるが、創業塾では様々な準備段階の参加者が混在することとなり、学習に対する姿勢、理解度にバラつきが出る。積極的な創業の後押しには、創業関心者・検討者を「起業希望者」や「初期起業準備者」のステージに移行を促す支援が必要であるが、創業に関心があるので創業塾を受講するがどんな事業をしたいのか定まっていない状態も多く、事業化アイデアや事業化プランからの支援が必要な参加者もあり、様々な創業ステージに応じた支援が必要である。		
○	人材育成型	<p>起業準備者にはさまざまな段階やニーズがあることから、起業準備を起業に結び付けてくためには、一律の創業塾講義ではなく、各段階で必要とされる支援を、必要とする人に支援を実施する。</p> <p>場所：池田商工会議所 時期：平成27年7月～平成28年1月の休日で実施。</p> <p>①【創業セミナー】<人材育成型> 起業希望者を増やすための取り組みとして、「潜在的起業希望者」を対象に、「起業」に関心や現実感をもってもらえるよう先輩体験談のセミナーを開催し、起業を意識するきっかけをつくり、起業に向けた一歩を踏み出しやすくする。 （20名×1日）</p>		

事業名		創業促進事業	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)	○ 人材交流型	②【介護事業創業塾】<人材交流型> ヘルパーステーション、デイサービス、グループホーム等の介護3事業の経営について学習することで、介護事業の事業化可否と創出、創業後の経営課題への対応に備える。介護事業は、全業種の中で一番雇用者数が多い事業でもあり、「経営」という観点からも事業運営の知識が必要とされる業種であるが、事業の特殊性から開業にあての専門知識も必要とされる。知識習得と実技、そして創業者同士のネットワーク構築の為に、講義+グループワーク+交流会の形式で実施するが、創業に向けての講義だけでなく介護事業の講義も必要な為、比較的講義の割合が多くなる。5H×5日間で約25時間を予定。うち講義12H、グループワーク8H、交流会及び質疑応答・個別相談時間を5Hの構成で予定。 (20名×5日)		
	○ 販路開拓型	③【創業準備セミナー】<人材育成型> 具体的な起業の準備に着手している「起業準備者」を対象に、公的融資・支援策の紹介を行い、積極的な創業支援策の活用を促すとともに、具体的に経営に必要な労務等の知識を学習することでスムーズな起業へ導く。 (15名×1日)		
	○ ハンズオン型	④【創業個別支援】<ハンズオン型> 創業後の生存率を高めるために、起業準備段階において、個別に集中支援を実施する。創業に向けての個別の課題解決を支援することで、具体的な準備を促進させるとともに、創業後の生存率の高い事業とするため、中小企業診断士等の専門家の支援により創業準備活動促進に向けた個別支援を実施する。(3名)		
	○ 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 checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 (a) No.10【起業家の育成、創業の促進】 大阪府商工労働部商業・サービス産業課新事業創造グループと連携し、大阪府の創業者向け支援施策の紹介支援を行う。(b)池田商工会議所が主幹となり、セミナーの企画・広報・運営を行う。広報・募集・フォロー等の業務は豊中商工会議所と箕面商工会議所と分担。(d)本事業後に継続した創業準備や創業後の各種経営支援について、経営指導員による相談支援事業につなげる。カルテ化目標10件。			
① 【創業セミナー】 支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 20 社	【創業セミナー】 池田市内事業所および近隣市民を対象として広報誌、チラシ、ホームページにて案内募集を行う。		
支援対象企業の変化	起業に関して漠然とした興味のある人に、起業マインドを高め、「起業を身近に感じた」「起業がイメージできた」などのアンケート結果により、将来有望な起業検討者の起業への意識や準備などの変化を促し、潜在的起業希望者から起業希望者・初期起業準備者へとステージアップを導く。 指標 アンケートによる満足度 数値目標 70%			
② 【介護事業創業塾】 支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 20 名	【介護事業創業塾】 平成26年度実施した創業促進事業参加者実績に加え、広域連携による参加者が期待できる。		
支援対象企業の変化	介護事業の創業に関する漠然とした興味から、知識習得やグループワークを通じて「介護事業」の可能性の検討や実現化に向けてのモチベーションをもってもらい、次の行動につなげていく。創業者同士のネットワーク構築も図れ、同じ志を持つ人脈ができる。 指標 受講者の勉強会受講後における意識の変化 数値目標 受講者の5割以上			
③ 【創業準備セミナー】 支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 15 名	【創業準備セミナー】 平成26年度実施した創業促進事業参加者実績による。会議所のHP・会報・巡回・窓口相談時、池田市広報、管内公営施設等を活用して事業の告知を行い、大阪府下より受講者募集を行う。		
支援対象企業の変化	創業にするにあたり、実際的な運営に必要な知識(労務)の必要性や、創業を応援する公的支援施策や公的融資制度の活用方法を理解する。 指標 受講者のセミナー受講後における理解度 数値目標 受講者の5割以上			

事業名		創業促進事業				新規/継続	継続
④ 【創業個別支援】 支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法→	【創業個別支援】 平成27年度実施する創業促進事業の参加者から、具体的に起業準備にとりかかろうとしている「起業準備者」を対象とする。					
	3 名						
支援対象企業の変化		個別の課題解決を支援することで、具体的な準備を促進させるとともに、個別の事業プラン作成支援等により、具体的に創業準備を進めて創業の実現に導くことができる。					
指標		創業予定者数				数値目標	3事業所
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
	① 20,100 円 ×	20	×	1.00	=	402,000 円	
	② 30,150 円 ×	20	×	1.50	=	904,500 円	
	③ 20,100 円 ×	15	×	1.00	=	301,500 円	
	④ 100,500 円 ×	3	×	1.00	=	301,500 円	
	(小計)						1,909,500 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	1,909,500 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)							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	100,000 円	負担金の積算	②5,000円×20名=100,000円			
	<input 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			
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
	1,909,500 円 ×		1.00 =		1,809,500 円 (100,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核 団体またはリアクトで説明 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)			
	○	池田商工会議所	1,648,700 円	池田商工会議所が主管として企画・広報・運営を担当し、豊中・箕面商工会議所は広報、事後フォローを担当。40,200円×2事業者。事後フォロー及びカルテ化等については各団体相談の上、分担して実施。			
		豊中商工会議所	80,400 円				
		箕面商工会議所	80,400 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		人材定着育成支援事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		H 27 年度～ 27 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)	非正規労働者の労働人口は総務省統計局の直近の労働力調査(平成26年7~9月期)によると約1,952万人であり、労働人口全体5,257万人のうちの約37%に上る。前年同期比も44万人増となっており、今後も増加する見通しである。しかし、近年、若年非正規労働者を中心に、大手コンビニなどで食の安全を脅かす行為をSNSを通して拡散する「バイトテロ」のようなモラルに反した行動が広がっており、企業は社会的イメージダウンによる業績悪化という大きなリスクを抱えている現状がある。大手企業に比べ、中小零細企業の場合、倒産に至るケースもあるため、非正規労働者の企業への貢献意識、労働意欲を高めるための働きやすい職場環境の整備は企業リスクを減らすためにも欠かすことができないものと思われる。また、非正規労働者の課題と合わせて、中小零細企業にとって課題となっているのが若者の早期離職である。厚労省の「新規学卒就職者の在職期間別離職率の推移」によると特に新入社員の離職率は3年以内で35%と3分の1以上が離職となっている。採用に係る1人当たりの費用は約30万円であり、離職による人材の補充に中途採用などを行う場合は別途費用が必要となる。そのため早期離職は、中小零細企業にとって多大なる経営の負担となっている。このような離職問題を解決するにあたっては早期離職を本人の問題として切り捨てるのではなく、企業の職場環境や人材育成システムにも問題があると捉えることが必要である。以上の現状をふまえて、当所では人材育成及び人材定着(確保)によるマンパワーの強化を目的として、経営側の2つの力【育てる力(上司の指導力、研修の仕組み、機会提供)、育む力(育成社風、風土、育成方針)】を向上させるセミナー及び勉強会を実施する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	人材育成及び人材定着(確保)に課題を抱える中小企業の経営者・人事担当者30名		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	今後想定される若年者層人口の減少や現在の離職率の高さなどを考慮すれば、中小零細企業にとって企業の人材育成及び人材定着(確保)は喫緊の課題であるものと思われる。経営相談支援事業を通して、「従業員の年齢構成を考えると、事業継続のため、若い有能な人材が必要であるがどのような方策をうてばいいかわからない」との企業側からの相談がある。		
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	昨年実施した平成26年度労働啓発セミナー事業「ブラック企業と呼ばれないために!人事・労務管理基礎セミナー」では20社22名の参加があり、労務管理を行うことが従業員の労働意欲向上につながるとの参加企業の認識を高められた。		
	反省点	セミナー内容については概ね「満足」の評価が得られたが「具体事例についてもっと詳しく聞きたかった」等学ぶ意欲が高く、内容の掘り下げや開催時間の見直しを検討していく必要があることを強く感じた。		
○	人材育成型	1. 人材育成型<非正規労働者の人材育成セミナー(全1回)開催> 非正規労働者は正規労働者以上に多種多様な労働への価値観をもって働いている。非正規労働者を大きく<第1ステージ>積極的に業務へ取組み、企業への貢献度も高い有能な人材のステージ、<第2ステージ>与えられた業務以外はせず、働きたい時間数働く人材のステージの2つのステージに分類し、各ステージの労働者の働き方、労働意識レベルの向上を図り、今のステージから1歩ステージアップしてもらうための人材育成制度について学べるセミナーを実施する。		
	人材交流型	<第1ステージ>積極的に業務へ取組み、企業への貢献度も高い有能な人材のステージであり、非正規労働者から正規労働者への道を視野に入れたより責任あるポジション制の導入(アルバイト店長制度等)など成功事例を交えながら人材の育成手法について学ぶ。 <第2ステージ>与えられた業務以外はせず、働きたい時間数働く人材のステージであり、捉え方によっては与えられた業務を確実にこなす責任感のある人材ともい		

事業名		人材定着育成支援事業	新規/継続	新規
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)	販路開拓型	<p>えるため、＜第1ステージ＞に上げられるよう、労働することで得られる達成感・成功体験の積み重ねを目的としたイベント（販売コンテスト等）など成功事例を交えながら人材の育成手法について学ぶ。</p> <p>2. 人材交流型＜人材定着（確保）勉強会開催（全2回）開催＞ 早期離職の原因は企業側にもあるとの観点から、職場改善や人材育成システムの見直しを目的とした、企業現場において人材定着（確保）に実績のある経営コンサルタントによるワークショップ形式での勉強会を開催する。勉強会内容は下記3点を中心に行う。</p> <p>①組織体制 早期離職を防ぐため、職場における各労働者のそれぞれのワーキングステージが各労働者の能力を十分に発揮できるステージかどうかを見極めるためのワークマッチ基準について学ぶ。</p> <p>②人事評価 企業側が各労働者のワーキング能力に合った正当な評価を行っているかを再考することを目的として、評価制度の導入や見直しに向けた啓発を行う。具体的には評価制度を導入した企業の成功事例、失敗事例をもちいながら、労働者のモチベーションを高く維持でき、能力を十分に発揮できるための評価制度のあり方についてケーススタディ形式で学ぶ。</p> <p>③マネジメント 職場の活性化を目指し、上司の部下へのリーダーシップ、コーチングスキル及びコミュニケーションスキルの向上を図る。具体的には職場改善の成功事例・失敗事例をもちいながら、職場における働きやすい風土づくり、能率を向上させる改革についてケーススタディ形式で学ぶ。 個別の事案に対しては、別途相談会にて対応する。</p>		
	ハイクラス型			
	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)		<p><input checked="" type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="radio"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果</p> <p>(a) 上記＜非正規労働者の人材育成セミナー＞については大阪府商工労働部労政課とセミナー内容、講師派遣について連携を図る。上記＜人材定着（確保）勉強会＞については大阪府商工労働部就業促進課とセミナー内容についての連携を図る。また、参加企業に対し、OSAKAしごとフィールドのPRを行う。(b) 池田商工会議所が主管となり、セミナーの企画・広報・運営を行う。広報・募集・フォロー等の業務は豊中・箕面と分担。(d) 労働者の育成・定着（確保）に取り組みたい企業に対し、社会保険労務士による専門相談支援事業、経営指導員による経営相談支援事業による支援実施する。支援企業10社</p>		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠について、平成26年度労働啓発セミナー事業では20社22名の参加があり、労務面に関する意識が高いことが推察された。池田市内事業所および豊中・箕面市内事業者を対象として広報誌、チラシ、ホームページにて案内募集を行う。		
	25 社			
支援対象企業の変化	参加事業所がセミナーを受講することにより自社の人材活用戦略を再度検討し、適切な取組を行うことにより人材育成・活用に意欲的な体質を形成することができる。それにより中小零細企業における労働環境が整備され、事業所の長期的発展につながる。			
	指標	非正規労働者の育成に向けた取組を実施していきたいと回答した事業者	数値目標	15社

事業名		人材定着育成支援事業				新規/継続	新規		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	設定根拠について、平成26年度労働啓発セミナー事業では20社22名の参加があり、労務面に関する意識が高いことが推察された。池田市内事業所および豊中・箕面市内事業者を対象として広報誌、チラシ、ホームページにて案内募集を行う。						
	支援対象企業の変化	本勉強会に参加することで、経営側が人材定着（確保）を行える知識・ノウハウを身につけることができ、優秀な人材の定着が図られる。							
	指標	人材定着（確保）に向けた取組を実施していきたいと回答した事業者	数値目標	10社					
その他目標値	目標値の内容⇒								
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)	サービ単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		⇒ 20,100 円 ×	25	×	1.00	=	502,500 円		
		⇒ 40,200 円 ×	20	×	1.20	=	964,800 円		
		⇒		×		=	円		
		⇒		×		=	円		
	(小計)							1,467,300 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%）							73,365 円	
	計							1,540,665 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						
<input 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					
標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)				
1,540,665 円 × 1.00 =		1,540,665 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）					
	○	池田商工会議所	1,420,065 円	池田商工会議所が主管として企画・広報・運営を担当。豊中・箕面商工会議所は参加者募集の広報協力を担当。＜人材育成型セミナー＞@20,100円×1社。＜人材交流型勉強会＞@40,200円×1社。					
		豊中商工会議所	60,300 円						
		箕面商工会議所	60,300 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		BtoC事業者店舗プロデュース事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		27 年度～ 27 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)	BtoCビジネスを展開する小規模事業者にとって、提供する商品やサービスの魅力を顧客に伝えるための販促媒体（イーゼル、チラシ）や購買意欲喚起媒体（メニュー、POP）を活用した営業活動は、新規顧客開拓を行っていくにあたり、重要な活動の1つである。しかし、当所管内の小規模事業者、特に創業間もない事業者は集客・購買促進のため、戦略的に販促媒体、購買意欲喚起媒体を活用するノウハウが蓄積されていないことなどから十分な営業活動を行えず、結果として収支内容が厳しい状況に追い込まれるケースが多い。大企業のように多額の資金投下を行い、集客・購買促進を行う営業活動は小規模事業者では限界があるため、小規模事業者に合ったローコストハイパフォーマンスな営業活動を行っていく必要があると考える。本事業では限られた経営資源の中でも効果的に集客・購買促進が行えるよう、販促媒体、購買意欲喚起媒体を活用するノウハウの蓄積を図り、小規模事業者の収益の向上につなげていくことを目的とする。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	BtoCビジネスを展開する小規模零細事業者 20社		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	当所経営指導員による経営相談支援事業の販路支援を行っている事業者のほとんどが商品やサービスの店舗での販売活動に関して課題を抱えている。平成26年度に店舗でのプロモーション活動を活性化させるための勉強会を実施したところ、定員20名を上回る26名の参加があり、企業ニーズはあるものと推測された。		
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)	人材育成型	1. 人材交流型<販促媒体及び購買意欲喚起媒体活用勉強会(全6回)> BtoCビジネスで集客力アップのために使われている販促媒体(イーゼル、チラシ、クーポン)ごとの特徴を活かし、効果的に活用する手法を習得するための実践勉強会を3回、BtoCビジネスで購買意欲を高めるために使われているプロダクトメニュー、POPといった購買喚起意欲喚起媒体ごとの特徴を活かし、活用する手法を習得するための実践勉強会3回実施する。		
	○ 人材交流型	2. ハンスオン型<プロモーション力強化支援> 上記勉強会終了後、勉強会参加事業者の中で事業活性化のため、販促媒体や購買意欲喚起媒体を活用した営業活動を行いたい事業者を対象として、店舗全体のトータルプロモーションを専門とする中小企業診断士等専門家による個別集中支援を実施する。		
	販路開拓型	支援対象企業数：20社 開催時期 8月～9月		
	○ ハズカ型	支援対象企業数：5社 実施時期 9月～1月		
	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 type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 (b)池田商工会議所が主管となり、セミナーの企画・広報・運営を行う。広報・募集・フォロー等の業務は豊中商工会議所・箕面商工会議所と分担。(d)本事業参加によって得た集客・購買促進のノウハウをもとに新規顧客開拓を図りたい事業者に対し、経営指導員による販路支援等経営相談支援を行う。カルテ化する目標事業所数5件			

事業名		BtoC事業者店舗プロデュース事業				新規/継続	新規		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	平成25年度池田市統計によると当所管内における3,649事業者のうち、BtoCビジネスを行っている事業者は約50%あり、平成26年度に行った店舗でのプロモーション活動を活性化させるための勉強会の参加者数からもニーズの高さが伺える。事業者向けの広報誌等で周知を行うことで20社の参加が期待できる。						
	支援対象企業の変化	本勉強会に参加することで、参加事業者は販促媒体や購買意欲喚起媒体を活用したローコストハイパフォーマンスの集客・販売促進ノウハウを身につけることができ、新規顧客の開拓に向けた意欲も高まる。							
		指標	新たに販促媒体や購買意欲喚起媒体を作成、もしくはブラッシュアップを行いたいと回答した事業者	数値目標	10社				
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 5 社	上記勉強会終了後、勉強会参加20社の中から積極的に店舗での販売活動を強化していきたいが、学んだ手法を実践するにあたり、課題を抱えている事業者5社に対し、ハンズオン支援への参加を呼び掛ける。						
	支援対象企業の変化	本支援を受けることにより、参加事業者のプロモーション力の強化が図られ、新規顧客開拓による収益の増加が見込まれる。							
	指標	販促媒体・購買意欲喚起媒体などを活用したプロモーションにより、収益アップにつながった事業者	数値目標	2社					
その他目標値	目標値の内容⇒								
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	
		40,200 円 ×	20	×	1.60	=	1,286,400 円		
		100,500 円 ×	5	×	1.00	=	502,500 円		
		(小計)						1,788,900 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%)						89,445 円	
		計						1,878,345 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)					
	1,878,345 円 ×	0.75	=	1,408,758 円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはパブリッ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)				
	○	池田商工会議所	1,328,358 円		池田商工会議所が主管として企画・広報・運営を担当し、豊中・箕面商工会議所は参加事業者1件の発掘を目標とし、広報・事後フォローを担当。 @40,200×1社。				
		豊中商工会議所	40,200 円						
		箕面商工会議所	40,200 円						
			円		事後フォロー及びカルテ化等については各団体相談の上で、分担して実施。				
		円							

ga

【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）

池田商工会議所

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	300	25,000	7,500,000	
支援機関等へのつなぎ	20	10,000	200,000	
金融支援（紹介型）	30	30,000	900,000	
金融支援（経営指導型）	50	40,000	2,000,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	2	20,000	40,000	
資金繰り計画作成支援	60	20,000	1,200,000	
記帳支援	30	25,000	750,000	
労務支援	30	20,000	600,000	
人材育成計画作成支援	13	20,000	260,000	
マーケティング力向上支援	75	20,000	1,500,000	
販路開拓支援	75	20,000	1,500,000	
事業計画作成支援	50	50,000	2,500,000	
創業支援	40	20,000	800,000	
事業継続計画(BCP)作成支援	5	20,000	100,000	
コスト削減計画作成支援	5	20,000	100,000	
財務分析支援	60	10,000	600,000	
5S支援	5	10,000	50,000	
IT化支援	20	20,000	400,000	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
結果報告	300	10,000	3,000,000	
小 計	—		24,000,000	
II 専門相談支援事業				
事 業 名	算 定 基 準			補助金額
	支援日数	単 価 (円)	計	
法律相談	12	23,600	283,200	
労務相談	5	23,600	118,000	
税務相談	2	25,600	51,200	
金融相談	12	23,600	283,200	
専門家相談	20	23,600	472,000	
小 計	51	120,000	1,207,600	
※支援日数×23,600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×25,600円				
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		7,930,714	
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		402,000	
V 合計				
合 計	51		補助金額	
			33,540,314	