

平成27年度
事業計画書

1. 申請者の概要

申請者	団体名		豊中商工会議所
	代表者職・氏名		会頭 國貞 眞司
	所在地		〒561-0884 大阪府豊中市岡町北1丁目1番2号
	担当者	職・氏名	事務局長・中小企業相談所長 東 能久
		連絡先	電話番号（直通）：
F a x：			06-6857-0474
		E - m a i l：	shien@ooaana.or.jp
①設立年月日			昭和24年12月
②職員数 (うち経営指導員数)			14名 (6名)
③所管地域			豊中市
④管内事業所数			13,587 (平成24年度 経済センサス基礎調査結果)
⑤管内小規模事業者数			9,446 (平成24年度 経済センサス 市町村別小規模事業者数)
⑥会員数 (組織率)			2,075 (15.27%/平成26年12月末日現在)
※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)			
<ol style="list-style-type: none"> 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。 3、商工業に関する調査研究を行う。 4、商工業に関する情報及び資料の収集及び刊行を行うこと。 5、商品の品質及び数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定及び検査を行うこと。 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、及び運用すること。 8、商工業に関する講演会及び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及び検定を行うこと。 10、博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催のあっ旋を行うこと。 11、商事取引に関する仲介及びあっ旋を行うこと。 12、商事取引の紛争に関するあっ旋、調停及び仲裁を行うこと。 13、商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと。 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外、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

本市では、昭和11年の市制施行以来、良好な住宅都市・教育文化都市として発展を続けてきたところで、平成24年4月には中核都市へと移行した。また、市の南部・西部における工業など事業の集積では府内でも4番目(13,587社)に数えられる都市でもある。こうした背景には、交通利便性や人材といった都市としての高いポテンシャルがあげられる。しかしながら、業種別では、卸売業・小売業が全体の22%を占め最も多いものの、北摂の他地域と比べてその比率は低く、製造業の比率が高い。また、市内事業所の約66%(9,027社)は従業員5人以下で、従業員20以下の事業所になると全体の9割強(12,361社)を占めており、中小零細事業所が集積している地域である。産業の特化係数(府内比率)から見ると、府内他都市にくらべサービス業等の都市型産業が高い比重を占めている。一方、産業の構成比率から見ると、卸売業・飲食店、サービス業、製造業の割合が依然高い割合を占めているが、各産業のピーク(従業者数)時期を見ると、ここでもサービス業等の都市型産業が伸びている。急激な景気後退のなか、めまぐるしい環境変化に適応しながら成長をめざしている市内中小企業は、将来に向けた経営戦略の再構築を進めていくうえで、企業間連携はもちろん異分野連携の可能性を積極的に探りはじめている一方、根本的な経営力の向上および資金調達や販路開拓、人材不足、事業承継等の様々な経営課題を抱えている。

(2) 所管地域の活性化の方向性

本市では、「大阪国際空港周辺地域における移転跡地の有効利用による『まちづくり』と『産業再生』」をめざす地域再生計画が国に採択(平成18年7月)され、航空機騒音防止法に基づく補償事業による移転跡地(国有地)について、国と市が協力して産業的な有効利用を図るものとなっている。さらに、「豊中市企業立地促進条例」(平成20年4月施行、平成25年10月改正)、および大阪府による「第二種産業集積促進地域」(平成20年8月指定)による企業立地促進制度と組み合わせることにより、より大きな事業効果が期待できる。また、平成19年7月に豊能地域活性化推進協議会により策定された「豊能地域活性化プラン」においては、「ものづくりにおける新たな付加価値創出の可能性、豊富な農林資源を活用した新たな商品の開発の可能性、新たな集客産業の可能性、衣食住関連サービス・商品の可能性を追求し、個性豊かな地域産業づくりを進める。」として広域的な地域活性化の方向性が示されている。

(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

多くの小規模事業者においては、事業承継や人材不足などの難しい課題を抱えたまま、高齢化が進む経営者のマインドに大きく依存する形で、なんとか事業の維持・存続が保たれているのが実情である。一方、こうした状況下においても、自社の優れた技術やサービス、また地域に存在する様々な資源を活用し、異分野連携にも果敢に挑戦して、新たな事業を創出することで一歩前へ出ようとする潜在力と意欲を持った企業も一定存在している。既存企業への継続的な支援はもとより、こうした前向きな企業を一社でも多く輩出するとともに、その裾野を広げていくことが重要であることから、①「地域経済を支える地域密着型の事業所群が抱える課題等に関するキメ細かな相談・支援」、②「今後の地域経済の活性化に不可欠な新たな事業を創出する事業所群への支援」を柱に事業を展開するとともに、各種支援機関や専門家等とのコーディネートに注力する。主たる支援対象としては、市内小規模事業者9,446社の約5%を占める470事業者とする。

(4) 事業の目標

前年度から、「気づき」とチャレンジマインド醸成の機会創出に広域で取り組む一方、自ら意欲的に経営課題解決にチャレンジする企業に重点を置いて支援し、一定の成果も見えてきたことから、本年度も引き続き以下のとおり取り組む。(1)自らを大胆に“変革”して新分野・新市場へ果敢に“挑戦”しようとする意欲的な企業に対して成長戦略の立案を支援するとともに、計画・実施・検証・改善活動の実践に伴走しながら、自律的にPDCAを運用できる経営力のコア構築、強化を目指す。(2)専門家や専門支援機関の活用および広域企業間連携を積極的にコーディネートすることで、経営戦略の精度向上と的確なPDCAサイクルによる成果の顕在化を目指す。(3)セミナー、交流会、展示会等の開催、成功事例集の作成配布等を通じて「気づき」とチャレンジマインド醸成の機会創出を図り、意欲と潜在力を有する企業の発掘を広域で目指す。(4)目的意識を共有できる企業群による研究会を広域で立上げ、PDCA実践における具体的な情報共有の促進および、ハンズオン支援による課題解決と成果創出の加速向上を図ると共に、さらなる自律的PDCA運用および広域企業間連携の促進を目指す。

(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)

市内中小企業においては、先行きが不透明で目まぐるしくも急激に変化する経営環境に素早く対応していくために、自ら経営改善・革新戦略を立案し、自律的にPDCAサイクルを継続して実践できる「経営力」の向上および強化が期待される。また、とりわけ経営資源が乏しい小規模企業等への重点的な経営支援事業の展開により、市内事業所数の90%強を小規模企業等が占める当市地域経済の安定・活性化、さらには地域産業の成長力底上げへと繋がることが期待される。

次に、本事業を実施しなかった場合、小規模事業者が抱える日常的な課題の発見・解決や、後継者を始めとする人材育成などの機会が減少するなど、個別事業者の経済活動にマイナス影響を及ぼし、経営者マインドの低下を招くことから廃業率を押し上げる危険性がある。さらに、地域における雇用の受け皿機能の低下や、地域産業情報の発信力低下、チャレンジ・マインドを有する事業者同士の連携・交流によるビジネスチャンスの喪失など、地域経済全体における活力向上の機会を失うこととなる。

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	170	事業所	支援機関等へのつなぎ	70	支援
金融支援（紹介型）	40	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	2	事業所	資金繰り計画作成支援	5	事業所
記帳支援	15	事業所	労務支援	15	支援
人材育成計画作成支援	20	事業所	マーケティング力向上支援	5	事業所
販路開拓支援	45	支援	事業計画作成支援	20	事業分野
創業支援	6	事業所	事業継続計画(BCP)作成支援	3	事業所
コスト削減計画作成支援	2	事業所	財務分析支援	2	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	結果報告	170	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	162社（平成25年12月末現在）				
<p>主に小規模事業者9,446社の約5%を占める470事業者のうち、特に経営改善・革新に能動的に取り組む企業約170社に対して、その経営課題を整理するとともに、課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用などのサービス提案を行うなど、必要な経営支援を行う。支援対象企業の発掘については、自治体をはじめ地域の金融機関や各種支援機関および事業者団体との連携、さらには豊能地域活性化推進協議会や地域ジョブ・カード・サポートセンターおよび、政府による中小企業施策等により設置される専門家との連携により積極的に掘り起こす。特に、セミナーや実践講座、研究会・交流会等へ積極的に参加するなど、自らを大胆に“変革”して新分野・新市場へ果敢に“挑戦”しようとする意欲的な企業へ積極的にアプローチする。</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>(1)経営の改善・革新に能動的に取り組む企業に対し、その経営課題を整理するとともに、課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用などの支援サービス提案を行う。(2)事業者の自助努力を前提として、個別経営課題解決に向けた具体的な支援を実施し、経営改善・革新戦略を自ら立案し、計画・実施・検証・改善（PDCA）が実践できる経営力のコア構築、強化を目指す。(3)専門家や専門支援機関の活用および広域企業間連携を積極的にコーディネートすることで、戦略立案精度の向上とPDCA運用成果の顕在化を目指す。(4)成果が顕在化した企業には、地域活性化事業による研究会等への参加を促し、さらに自律的発展の促進を図る。</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	
税務支援	継続	相談件数	100	窓口相談にて税理士による税務全般から決算・確定申告相談支援	
創業・経営革新支援	継続	相談件数	200	窓口及び巡回相談にて中小企業診断士等による創業・経営革新等に関する相談支援	
販路開拓支援	継続	相談件数	120	窓口及び巡回相談にて専門家による販路開拓の相談支援	
IT活用支援	継続	相談件数	70	窓口及び巡回相談にてIT専門家によるIT活用相談支援	
プロモーション支援	継続	相談件数	100	窓口及び巡回相談にて専門家によるプロモーション相談支援	
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>税務支援においては、経営指導員による相談では対応しきれない専門的な税務課題解決ニーズに確実に対応するとともに、決算・確定申告にともなう相談および申告書作成についての確かな指導を行なうことにより、専門的課題の迅速な解決と事業者の満足度向上に繋げる。創業・経営革新支援においては、新分野・新市場等に果敢に挑戦するビジネス・モデルの客観的な評価および専門的な視点による的確なブラッシュアップにより、事業計画における実践精度の向上を図り、創業・起業においては立ち上げ段階における安定経営に繋げる一方、経営革新においては計画法承認ならびに、おおさか地域創造ファンド事業採択に繋げるとともに、農商工連携法、六次産業化法、中小ものづくり高度化法などの国プロ認定まで目指す。販路開拓支援においては、手法としてのfacebook,Line等のソーシャルネットワーク等の積極的な活用支援や、ECによる直販の支援などWEBやIT技術を活用した販路開拓に精通した専門家による指導の下、ネットにおける顧客開拓・売上アップの具体的な成果の創出を目指す。また、販路開拓に不可欠となる新たなサービスの開発や商品(商材)の発掘等の支援も行う。IT活用支援においては、卸・小売店等における商品管理・取引先管理・商品分析、そして製造業等における生産性向上やコストダウンなど、コストや人材などの活用環境に適した身の丈にあった活用戦術に基づき、日進月歩のIT最新情報を踏まえて専門的な診断による的確な活用提案を行うことで、高いコストパフォーマンスによるスピーディーかつ明確な成果の創出に繋げる。プロモーション支援においては、経営指導員では対応が困難な専門的な個別課題の解決ニーズに的確に対応することにより、販路開拓の具体的な成果の創出を目指す。</p>					

4-1. 地域活性化事業一覧

豊中商工会議所

府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業			0
(2) 広域事業			24,244,069
	Web活用販路開拓支援事業	Webを活用した新規顧客開拓に関する様々な手法活用法と、経営戦略の立て方等を取り入れた実践的な内容に基づいた支援を実施。	6,969,549
	プロモーション支援事業	お客様の「ファン化」により、「売り込まなくても売れていく」状態を創り出すことを目標に、戦略作り・ツール作りを支援する。	2,261,250
	北摂地域 地チカラフェスタ	幹事会議所 箕面商工会議所の事業計画書を参照	350,000
	大阪勧業展	幹事会議所 大阪商工会議所の事業計画書を参照	25,125
	BtoC事業者店舗 プロデュース事業	幹事会議所 池田商工会議所の事業計画書を参照	40,200
○	クラウド・ファンディング 活用促進事業	資金調達と優良顧客創出の新手段である、クラウド・ファンディングを地域中小企業向けに普及し、活用のための各種支援を実施する。	1,909,500
○	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	増加傾向にある訪日外国人旅行者を豊能地域の事業者が取り込めるように、外国人留学生を活用したインバウンド対策の各種ノウハウを提供する。	2,015,225
○	北摂地域ものづくり 中小企業連携促進支援事業	北摂地域のものづくり中小企業に対して、自社技術の発信力強化を提案するとともに、若者技能者人材育成と定着の実践を啓発・支援する。	1,648,200
○	小規模事業者の 海外販路開拓支援事業	円安回復傾向を背景に、これまで海外展開に着手し難かった小規模事業者の海外向け販路開拓を支援する。	1,065,300
○	ダイバーシティ 経営促進事業	精神・発達障害者をはじめとした多様な人材の強みを生かし、経営力向上に繋げることのできる(結果的に障害者雇用創出に繋がる)企業を育成する。	1,346,700
○	おおさか地域創造 ファンド活用支援事業	おおさか地域創造ファンド事業を活用して、地域資源を活かして新分野・新市場に挑戦する企業をハズオン体制で支援する。	6,001,980
○	女性のための創業塾	幹事会議所 箕面商工会議所の事業計画書を参照	48,240
○	海外ビジネス支援事業	幹事会議所 吹田商工会議所の事業計画書を参照	20,100
○	創業促進事業	幹事会議所 池田商工会議所の事業計画書を参照	80,400
○	人材定着育成支援事業	幹事会議所 池田商工会議所の事業計画書を参照	60,300
○	事業承継計画(BCP) 策定支援事業	幹事 大阪府商工連合会の事業計画書を参照	402,000

うち府施策連携事業

14,597,945

事業名		Web活用販路開拓支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		25 年度～ 29 年度まで	←複数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>インターネットにおける情報収集端末が、固定されたPCからモバイル(スマートフォンやタブレット等)へと変化している。優れた製品や技術・商品を製造、または、サービスを提供している事業者にとって、新規顧客の開拓(販路開拓)は常に課題であり、販路開拓にWeb(インターネット)の活用は、益々欠かせない時代に突入している。</p> <p>しかしながら、どのような情報を発信し、どのようにWebを活用し運用をすれば成果があがるのか、理解している事業者は多くはない。また、創業予定者からは、ネットショップで売上を上げる計画を盛り込んでいる場合が散見されるが、具体的な運用計画や運用手法が盛り込まれておらず、安易に売上が上げられると考えられている。</p> <p>小規模事業者にとって、Webは新規顧客との最初の接点であり売上を作り出す大きな入り口でもある。Webは、商圏の限られたリアルな営業とは異なり、インターネットにより商圏の幅が大きく広がり顧客獲得に重要である事に気付いて欲しいが、まだまだ、理解している事業者は多くない。当事業では、具体的なネット活用の手法(How to)から、経営戦略の必要性を理解していただき、確実に売上を伸ばすノウハウを身に付け新規顧客開拓・売上の向上を図る。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に北摂地域に拠点を構え(業種を問わず)、WEBを活用して自社製品、自社独自サービス等の新規顧客の開拓を検討している、または、既に取り組んでいるが成果が得られていない事業者。ECサイトを運営しているが、売上げが伸びない等の課題を抱えている事業者。創業予定者で販路の1つにネットショップを盛り込んで計画している者等。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	ネット社会における現在、販路開拓にWebの活用は欠かせない状況である。当所では、既存のネットショップ研究会(約100社)及び、昨年度新たに組織したWebプロモーション勉強会(約60社)に所属する事業者があり、ネットショップやWebサイト運営に不可欠となるテーマによる講座等を実施してきた。下記の項目(具体的な実施内容)に記載している内容は、研究会に所属する事業者からの要望を多くを取り入れてカリキュラムに反映させた。また、昨年度に実施したネットショップ運営塾では経営戦略の要素を強めており、受講者の評価が高かったことから、今年度は明確に経営戦略塾として取り組みたいと考えている。		
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>ソーシャルネットワーク(Facebook)を活用した販路開拓は、依然として関心が高くFacebookページ作成講座では、各回定員10名のところ定員を越える申込みがあり急遽PCを増設して実施(延べ定員40社のところ、49社が参加)。ネットショップ運用塾[実践編]では、他者からの意見を取り入れるワールドカフェ形式のグループディスカッションを導入。第三者からの自社サイトに対する忌憚のない意見を聞くことができ、修正すべきポイントが分かるため、是非継続して実施欲しいとの要望もいただいた。受講者満足度も平均4.5(5点満点)と高く、また成果(売上)として商材等によりバラツキはあるものの7割の参加事業者は、売上がアップしはじめている。</p>		
	反省点	<p>ネットショップ運用塾にて、新たにワールドカフェ風のグループディスカッションを導入。参加事業者の商材、既存サイト・新たに構築したサイト、リニューアルされたサイトに関して、率直で忌憚の無い顧客目線で指摘し合う、意見交換会を実施。結果、「修正すべきポイントが良く分かった」、「もっと意見の聞ける時間を取って欲しい」との要望も多く出てきた。自社サイトを他社に評価して貰う機会は、これまではあまり多く取り入れていなかった。成果が出るサイトにするために、認識してもらう必要がある内容(サイトデザイン・商材の強み・ターゲット層・誘導方法・SNS活用等)をテーマとして設定し、グループディスカッションの時間を増やす必要がある。</p>		
○	人材育成型	<p>【①WEB販路開拓セミナー(仮称)】 サイトの有無を問わず、Webサイト、ECショップを活用しての販路拡大に興味がある方を対象とする。前半に、これまでの受講企業の成功事例パターンを、1.パイヤー型、2.特殊商材型、3.サービス特化型、4.実店舗集客型等に分けて紹介し、参加者に成功のイメージを持って貰う。後半には今年度を実施する課題別のゼミナール講座への参加誘導を行う。(50社×1日間)</p>		

事業名	Web活用販路開拓支援事業	新規/継続	継続
<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</p>	<p>○ 人材交流型</p> <p>【②EC(ネットショップ)塾(仮称)】 商材が決まっており、新たにECショップを開設される方、ECショップを開設済みであるが運営等が滞っており改善が必要な方を対象とする。ベンチマークするサイトや商材の写真などを準備してもらい、3日間の成果物として「TOPページと商品ページのワイヤーフレームを仕上げる」。(15社×3日間)</p> <p>【③WordPressでWebサイト構築塾(仮称)】 サイトを新設したい方が対象。サーバー契約やドメインの取得方法、WordPressの設定など、WordPressを利用したサイト構築に必要な基礎知識の解説を行い、実際にPC操作を行いながら操作方法を習得していただき、サイトを開設。ページ作成やテーマの設定などの基本操作からSNSとの連携、SEO対策の設定などサイトの利活用までを一貫して講義内で実践し運用を促す。同じように段階を踏んでいく事業者同士の連携を図る。(15社×4日間)</p> <p>【④facebookページ作成&運用実践塾[入門編](仮称)】 Facebookページ(企業プロモーションページ)に興味はあるが構築手法が分からない初心者を対象。1人1台のパソコン環境を用意し、Facebookページの現状と活用事例から運用方法を学び、3日間で実機(パソコン)にてFacebookページの作成実践を行います。ここで作成されたFacebookページは、受講後も実際に企業用プロモーションページとして運用が可能なものとします。(15社×3日間)</p> <p>【⑤facebookページ作成&運用実践塾[活用編](仮称)】 Facebookページを立ち上げているが、運用方法が良く解らず、想定している成果が得られていない、活用が出来ていないなどの事業者やWeb担当者を対象に、Facebookページの効果的な運用方法(企業ページのファン獲得方法、ファンを創るためのユーザー心理の理解、Facebook広告の効果的な活用等)を習得し、顧客開拓に効果的な運用方法を学ぶ。(15社×3日間)</p> <p>【⑥WEB掲載用 写真撮影・編集実体験講座(仮称)】 Webサイトに掲載する画像を作成する為の技術を身に着けたい方を対象とする。初回は主なカメラの操作方法から撮影に適した環境づくり、その際に必要な機材の紹介をし、実際に手持ちのカメラで実践型の講習を受けて頂く。次回以降2日間は1人1台PC環境を用意し、画像編集ソフトの基本操作を解説し、実際に撮影した写真を使用してWebサイト用バナーを成果物として作成する。(15社×3日間)</p> <p>【⑦WEB活用経営戦略塾(仮称)】 Webサイト、ECショップに限らず、Webページを活用した経営戦略の打ち出し方を、広告の打ち出し方など事例を用いて解説。自社のホームページないしはECサイトを運営している方を対象とし、ディスカッション方式で他者の視点から見解を集め、自社のサイトの改善点を洗い出し、ブラッシュアップを図る。(15社×5日間)</p> <p>【⑧WEBサイト解析 Google Analytics活用講座(入門編)(仮称)】 HP,ECサイト等における来訪者の分析方法を習得する事で、サイト来訪者の動向を掴み、サイト来訪者がどのような商品やサービスに興味を示しているのかを確認することが可能となり、次に力を入れるべき商品やサービスが掲載されたコンテンツの強化を図る事が可能となる。講座ではGoogle Analyticsタグの埋め込み方法を修得して頂き、サイト分析が重要であることの理解を深める。(15社×1日間)</p> <p>【⑨WEBサイト解析 Google Analytics活用講座(活用編)(仮称)】 分析可能なサイトを所有し、Google Analyticsを設置済みだが、分析手法がわからない方が対象。1人1台のPC環境を用意し、実際に自身の解析データを閲覧しながら、分析手法を解説。実際に参加者の事例を用いて意見交換を図る。Webサイト解析の重要性と活用方法を学んでいただき、サイトの最適化につなげていく。(15社×2日間)</p>		

事業名		Web活用販路開拓支援事業	新規/継続	継続
○	人材育成型	<p>【⑩WEBサイトデザイン講座(仮称)】 自社サイトの運営、制作をされている方を対象とした、サイト構成に関するデザインの重要性を解説。キャッチコピーの見せ方や、画像と文字との組み合わせなど、魅せるデザインを事例を交えて解説し、基礎的な構成の作り方や目的別のサイト構成の在り方を学んでいただく。(30社×1日間)</p>		
	人材交流型	<p>【⑪SEO的デザイン vs ロジック ディスカッション講座(仮称)】 Webサイトの検索対策に興味がある方が対象。サイト運営にはサイトへの来訪者を作るための対策と、サイト来訪者を目的とする成果へつなげる対策が必要である。来訪者対策であるロジカルな技術を専門とする講師と、成果対策であるデザインを専門とする講師によるパネルディスカッション形式。共に重点を置いている対策に不可欠な基礎知識や、最新の情報を公開いただき、サイト運営に不可欠なSEO対策への理解を深めて頂く。(20社×1日間)</p> <p>【⑫WEBプロモーション勉強会(仮称)】 プロモーションに特化し、自社サイトや実店舗等への誘導に向けた、SNSとWEB連動による集客をテーマとした講座を、約2～3ヶ月毎に招集をかけて実施。(10社×5日間)</p> <p>【⑬WEB活用ディスカッション勉強会(仮称)】 昨年度以前に実施した当事業に参加をされた事業者と、今期に参加された事業者に参加していただく。商材についてや、Webサイトで打ち出し方等、各回にテーマを決め、他者からの忌憚のない評価や意見交換、情報交換などを行う。各参加事業者の自立的なPDCA促進を目的とする。(10社×4日間)</p>		
		事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<p><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</p> <p>(b)豊中商工会議所が主管としてゼミの企画・調整・広報・運営・事後フォローを担当し、共催として参画する団体は、参加者募集広報、終了後の個別相談支援等を分担・連携して推進する。広域連携により、参加企業募集範囲が拡大することから企業の多様な交流が広がり、当事業の活性化と企業間連携の可能性も高まるメリットが期待できる。(d)支援対象企業のうち、20%のカルテ化を見込む。</p>	
支援対象企業数	<p>設定根拠及び募集方法⇒</p> <p>①50 社</p> <p>設定根拠：昨年度実施した当事業に参加された事業者数は、約100社あった。インターネットの閲覧端末の主流がスマートフォンに移行し始めている。いつでも・どこでもWebが閲覧されるようになりWebを活用した顧客開拓を考えている事業者は益々増加傾向にある。80社を応募目標にするが、そのうち支援対象は50社程度とする。 集客方法：各団体(今期は新たに高槻エリアも加える)の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。</p>			
支援対象企業数	<p>設定根拠及び募集方法⇒</p> <p>②15 社</p> <p>設定根拠：昨年度のEC塾(Yahoo!ショッピング)参加事業者数が19社であった。交流型事業であるため、支援の目が十分に届く15社程度としたい。 集客方法：各団体の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。①参加者へ参加を促す。</p>			
支援対象企業数	<p>設定根拠及び募集方法⇒</p> <p>③15 社</p> <p>設定根拠：昨年度の当事業の講座参加者で自社サイトが無い方 5社、当年度新規にWeb活用を検討されている方で自社サイトが無い方(①参加者からの参加誘導含む) 10社の合わせて15社程度を見込む。 集客方法：各団体(今期は新たに高槻エリアも加える)の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。①参加者へ参加を促す。</p>			

事業名		Web活用販路開拓支援事業	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⇒ ④15 社	設定根拠：昨年度の実施の実績から、定員10名のところ15社を越える参加希望がありキャンセル待ちの状態であった。PCの台数に限りあるため15社と設定。 集客方法：各団体の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。①②参加者へ参加を促す。	
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ ⑤15 社	設定根拠：④同様。定員10名のところ15名まで受け入れ、更にキャンセル待ちの状態となった。PCの台数に限りあるため15社と設定。 集客方法：各団体の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。④受講者へステップアップを促す。	
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ ⑥15 社	設定根拠：昨年度の当事業参加者からの誘導及び、①②③参加者から、ニーズのある事業者を想定。撮影体験や実際に画像編集を体験していただくため、フォローの行き届く15社が限度。 集客方法：①②③受講者へ参加を促す。	
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ ⑦15 社	設定根拠：昨年度のネットショップ塾[実践編]の参加事業者数15社(15名)あり。今年度も同等の参加者を見込む。 集客方法：各団体(今期は新たに高槻エリアも加える)の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。また、①②③参加者へ参加を促す。	
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ ⑧15 社	設定根拠：②③⑦参加者には、全社参加して欲しいと考えているため、実際には20社以上が参加すると見込んでいる。 集客方法：②③⑦参加者へ、参加を促す。また、WebやFacebook等を活用して、特に昨年度以前のネットショップ関連の塾の卒業生への案内を実施する。また、Webやfacebookグループ機能を活用して案内を行う。	
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ ⑨15 社	設定根拠：⑧参加事業者から、更に具体的な運用方法について知識を深める方が約半数以上はあると想定。PCを使う内容のため、15社の制限による。 集客方法：⑧参加事業者へステップアップ参加を促す。また、Webやfacebookグループ機能を活用して案内を行う。	
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ ⑩30 社	設定根拠：②③⑦とほぼ同等(15社程度)の事業者数の参加を見込む。 集客方法：集客方法：②③⑦参加者へ、参加を促す。また、WebやFacebook等を活用して、特に昨年度以前のネットショップ関連の塾の卒業生への案内を実施する。また、Webやfacebookグループ機能を活用して案内を行う。	
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ ⑪20 社	設定根拠：Webサイト運営者であれば、SEOのニーズは高いと想定。昨年度も20社程の参加があり。 集客方法：各団体(今期は新たに高槻エリアも加える)の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。また、②③⑦参加者へ参加を促す。	
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ ⑫10 社	設定根拠：昨年度の参加事業者数17社あり。20社以上の応募を目指す、うち15社程度を支援対象とする。 集客方法：今年度の当事業参加者及び、昨年度以前の参加者への案内を促す。	
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ ⑬10 社	設定根拠：過去のネットショップ関連塾の参加事業者からのニーズに答えたもの。過去の参加者及び、今年度実施する講座の参加者を合わせて10社程度と見込む。 集客方法：過去の当事業参加者及び、今年度の講座等の参加者へ参加を促す。	

事業名		Web活用販路開拓支援事業				新規/継続	継続
支援対象企業の変化	WEBサイトに掲載する商材、提供サービス等のコンセプトの再確認とサイトの再構築により、新規顧客の増加及び、顧客(ECサイトにおいてはリピータ)の増加を目標とする。また、各社、WEBから(EC部門等)の新規開拓顧客による売上げを年商ベース10%増を目指す。アンケート・ヒアリング等により、支援対象企業の変化を把握する。						
	①指標	自社サイト構築・またはリニューアルの際のイメージが沸き、取組意欲を増した事業者の割合				数値目標	70%
	②指標	TOPページ、商品ページのワイヤフレームを作成出来た事業者の割合				数値目標	70%
	③指標	Word Press を活用してサイトを立ち上げた事業者の割合				数値目標	80%
	④指標	facebookページ(商品・サービスページ等含む)を立ち上げられた事業者の割合				数値目標	80%
	⑤指標	facebookページの運用における情報収集・分析に必要な知識を身に付けた事業者の割合				数値目標	60%
	⑥指標	撮影テクニックとソフトの基本を理解し、Web掲載用バナーを作成した事業者の割合				数値目標	70%
	⑦指標	現状サイトの改善点を見出し、Web経営戦略を理解した上で目標の設定を行った事業者の割合				数値目標	50%
	⑧指標	サイト解析ツールを利用した分析の重要性の理解と導入方法を理解した事業者の割合				数値目標	70%
	⑨指標	サイト解析ツールの結果から得られた情報を元に改善点を見出した事業者の割合				数値目標	80%
	⑩指標	ユーザビリティを意識したデザインの重要性と設計方法を理解した事業者の割合				数値目標	70%
	⑪指標	SEO対策において技術的な手法だけでなくデザイン設計の重要性を理解した事業者の割合				数値目標	50%
	⑫指標	Webにおける集客等、技術的手法の最新動向に理解を深めた事業者の割合				数値目標	80%
	⑬指標	ディスカッションにより他者の視点からの意見を収集し、次の改善点を見出せた事業者の割合				数値目標	70%
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)		サービ単価		支援企業数		係数	標準事業費
	①	20,100	円 ×	50	×	1.00	= 1,005,000 円
	②	40,200	円 ×	15	×	1.30	= 783,900 円
	③	30,150	円 ×	15	×	1.40	= 633,150 円
	④	40,200	円 ×	15	×	1.30	= 783,900 円
	⑤	40,200	円 ×	15	×	1.30	= 783,900 円
	⑥	40,200	円 ×	15	×	1.30	= 783,900 円
	⑦	40,200	円 ×	15	×	1.50	= 904,500 円
	⑧	40,200	円 ×	15	×	1.00	= 603,000 円
	⑨	40,200	円 ×	15	×	1.20	= 723,600 円
	⑩	20,100	円 ×	30	×	1.00	= 603,000 円
	⑪	40,200	円 ×	20	×	1.00	= 804,000 円
	⑫	40,200	円 ×	10	×	1.50	= 603,000 円
	⑬	40,200	円 ×	10	×	1.40	= 562,800 円
(小計)						9,577,650	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%)						478,883	円
計						10,056,533	円

事業名		Web活用販路開拓支援事業			新規/継続	継続			
基準により算出される額	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	480,000 円	負担金の積算	①500円×50社=25,000円 ②3,000円×15社=45,000円 ③3,000円×15社=45,000円 ④⑤5,000円×30社=150,000円 ⑥3,000円×15社=45,000円 ⑦5,000円×15社=75,000円 ⑧1,000円×15社=15,000円 ⑨1,000円×15社=15,000円 ⑩1,000円×15社=15,000円 ⑪1,000円×20社=20,000円 ⑫1,000円×15社=15,000円 ⑬1,000円×15社=15,000円				
			(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)			
			10,056,533 円	×	0.75	=	7,542,399 円	(480,000 円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「リッパ」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)				
	○	豊中商工会議所	6,969,549 円		豊中は、主管として企画調整・広報・運営等について担当する。 吹田・茨木 5社、池田・箕面・高槻は3社の新たな参加事業者の発掘を行う。 ※各40,000円×社数×補助率 事後フォロー及び、カルテ化については各団体と相談の上で分担する。				
		吹田商工会議所	150,750 円						
		池田商工会議所	90,450 円						
		箕面商工会議所	90,450 円						
		茨木商工会議所	150,750 円						
	高槻商工会議所	90,450 円							

【備考】
 Web環境は、急速に変化を続けている。大多数のアクセスデバイスは、パソコン中心から移動体モバイルデバイス(スマートフォン・タブレット)へのシフトが始まっており、また、FacebookやLine等に代表されるSNSは、Web上におけるマーケティングの考え方、変革に大きな影響を与えている。この計画を作成している段階においては、想定の出来なかった変化の可能性もあり、適宜ニーズに応じた内容に置き換えて各事業の実施を行うものとした。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		プロモーション支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		22 年度～ 27 年度まで	<input checked="" type="radio"/>	←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)	発信力の弱い小規模事業者にとって「いかにお金をかけずに効果の高い広報をするか」、またその広報を通じて獲得した見込客の顧客化、新規顧客のリピーター化は、特に不況下において大きな課題である。過去4年の成果が出つつあるファン創りツール作成およびメディア活用支援について、継続的に支援を行うと共に、これらファン創りツールを戦略的に活用し、集客や売上という成果に繋げていけるよう、事業計画と連動させながら広報戦略を立てて実践していける企業をサポートし、残り1年で数字上において実質的な成果を上げられる企業の輩出を急ぐ。また、北摂地域らしいハイクオリティーな商品・サービスを扱う小売・飲食・サービス業のファン創り事例を収集し、地域をあげてノウハウを共有できる機会創出を行う。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に北摂地域においてBtoC事業を実施する小売業、サービス業、飲食業などの中小企業者のうち、発信力に課題を持つ中小企業者で、これまで広報ツール作成に未着手、メディア露出のない事業者100社程度。およびプレスリリースセミナー等広報関連セミナーの過去受講者100名をはじめ、22～26年度に当事業において支援した約500名程度の中から、自社の強み・ウリを見直し、戦略的に使える広報ツールを作成したい企業15社程度、および過去4年ファン創りツール作成支援を行った約70社のうち15社程度、あらたにこれらの支援を希望する、過去の経営相談事業における販促支援カルテ化企業約90社程度を想定する。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	発信力が弱く、資本力に乏しい小規模事業者にとって「如何に低コストで効果的なプロモーションを行うか」は永遠の課題である。だからこそ、自社および自身の強みやウリをしっかりと把握し、その強みが伝えるべき人に伝わるプロモーションが出来なければ、意味をなさない。小規模事業者はその自己理解と、販促ツールの作成およびそれを活用したプロモーションノウハウを自ら身につけ、実践していく必要がある。今年度は、今一度自社の強みやウリを徹底的に見直し、それを短い時間の中でプレゼンができる、かつ話題作りのできる究極のプレゼン名刺を作成する勉強会、および現役テレビプロデューサーによる、テレビ局が取材したくなるネタ作りをする勉強会をワークショップ型で実施する。また、これまでの販促ツール作成に係る講座を受講された企業を対象とした「ファン創り研究会」を継続(年4回)させ、販促ツールの見直し、成功・失敗事例の共有、事業者間の交流をはかっていく。		
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	これまで大きく分けて「メディア活用」「ファン創り」「SNS活用」をメインテーマにプロモーション支援を実施してきた。26年度は、よりファン創りを意識し、見込み客と直接接点を持ちファン創りに寄与するためのオリジナルイベントを企画実践する講座を実施した他、プロモーションに必要な基礎知識を提供するシリーズ講座を実施した。		
	反省点	小規模事業者が更にプロモーション効果をあげていくためには、各媒体の持つ強みを複合的に生かし、その商品や会社、経営者自身をブランディングしていく必要性を感じている。一時的な売上ではなく、継続的に売上が底上げしていくためには、各媒体を戦術として終わらせるのではなく、戦略的に使えるようにしなければならない。また、それを実践せざるを得ない(何をいつまでにやるか、メンバー間で宣言し合う等)状況を用意しなければ、事業の忙しさから学んだことを実践するに至らない事業者も多く見られ、それをフォローする必要がある。		
具体的	人材育成型	【人材交流型】 ①ファン創り名刺作成講座(6月、10月より各全5回開催) 自社および受講者自身の強みやウリをあぶり出すワークを通じて、自社を本当に必要としているお客様にとっての魅力を把握する。それを名刺化し、名刺交換を「一番最初のプレゼンタイム」と位置づけ、1.そのプレゼンの補助ツールとして、2.口コミを巻き起こすきっかけツールとして、機能する「ファン創り名刺」を作成する講座。		
	<input checked="" type="radio"/> 人材交流型	5社×2回(各5日間)開催。		

事業名		プロモーション支援事業		新規/継続	継続
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	②メディア活用実践塾【仮称】(8月より全5回開催) テレビ・ラジオ局の現役プロデューサーを講師として、ワークショップ形式でテレビ・ラジオが取材に行きたくなる自社のネタ作りを行い、メディア向けリリースを実践する。10社×1回(全5日)開催。			
	○ ハズカ型	③ファン創り研究会(4月、7月、10月、1月の計4回開催) これまで、ファン創りのための販促ツール作成関連講座受講企業を対象に、そのフォローアップ、見直しと、成功・失敗事例の共有、受講企業間の交流促進を目的として実施。年4回開催。			
	独自提案型	【ハンズオン型】 ④①～③の受講企業のうち、個別でツール作成、メディアへのアプローチ、SNS活用を支援する必要がある企業を個別およびグループとして支援。10社予定。			
	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 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
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	【人材交流型①】これまで当事業の講座を受講した約500社のうち、プロモーションにあたっての自社のウリを把握できていないと感じている企業。15社の参加を想定しうち10社。これらの企業へのDMのほか、会報・HP・メルマガ・Facebook等を活用して広く募集する。			
	10 社				
	設定根拠及び 募集方法⇒	【人材交流型②】22～26年度実施の各種プロモーション支援講座受講企業500社程度、経営相談事業における販促支援カルテ化企業90社のほか、会報・HP・メルマガ・Facebook等を活用して広く募集する。参加企業は20社程度を想定、うち15社を支援対象とする。			
	15 社				
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	【人材交流型③】①受講企業および、過去のファン創り系事業受講企業90社程度を対象に、そのフォローアップ、見直しと、成功・失敗事例の共有、受講企業間の交流促進を目的として実施。30社の参加を想定し、うち20社を支援対象とする。			
	20 社				
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	【ハンズオン型④】①～③の受講企業のうち、個別で広報戦略構築、ツール作成、メディアへのアプローチ等を支援する必要がある企業を個別およびグループとして支援。10社予定。			
	10 社				
支援対象企業の 変化	各社の本当の強み・ウリを紡ぎ、それを本当に必要な方に伝えていくための戦略と、それに合った手法とそのノウハウ取得により、①新規顧客獲得数の増加、②リピート率の向上、③前年比販売管理費低減化 が目標。学びっぱなしにならず、学んだことを実践し、市場の反応を見、改善し、最終的に自社にマッチする戦略と手法を身に付けることを目的として、前述目標を毎年達成していける企業になることを目指す。				
	指標	【人材交流型①】ファン創りするための自社のウリや本当のお客様を見出し、その基礎資料と名刺原稿が完成した企業	数値目標	80%	
	指標	【人材交流型②】メディア向けにプレスリリースを実践し、実際に取材(掲載・出演)に繋がった企業	数値目標	20%	
	指標	【人材交流型③】これまで作成したファン創りツールを見直し、リニューアルを実践した企業	数値目標	50%	
	指標	【人材交流型④】①～③で学んだことを名刺などの販促ツール作成に生かし、配布実践した企業もしくはメディア露出した企業	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		プロモーション支援事業						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)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		⇒ 40,200 円 ×		10 ×		1.50 =	603,000 円			
		40,200 円 ×		10 ×		1.50 =	603,000 円			
		40,200 円 ×		20 ×		1.40 =	1,125,600 円			
		100,500 円 ×		10 ×		1.00 =	1,005,000 円			
	(小計)							3,336,600 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							3,336,600 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			550,000 円		負担金の積算		<small>人材交流型①@30,000円×10名=300,000円 人材交流型②@10,000円×15名=150,000円 人材交流型③5,000円×20名=100,000円</small>			
(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)				
3,336,600 円 ×			0.75 =		2,502,450 円		(550,000 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒソカ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)				
		○	豊中商工会議所	2,261,250 円		豊中は全事業の企画運営広報事後フォローを各商工会議所・商工会と連携して実施。連携会議所・商工会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。配分は人材交流型事業①②への参加者数による。各商工会議所2社・各商工会1社を想定。				
			箕面商工会議所	60,300 円						
			池田商工会議所	60,300 円						
			吹田商工会議所	60,300 円						
			能勢町商工会	30,150 円						
	豊能町商工会	30,150 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		クラウドファンディング活用促進事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		26年度～27年度まで	<input checked="" type="radio"/>	←複数年度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>起業・ベンチャーの創出や中小企業等の新事業展開に必要な資金の調達手段として、国の成長戦略でも注目されているクラウド・ファンディングについて、北摂地域の中小企業での活用を促進し、活用事業者の資金調達はもちろん、販路開拓やファン創りに繋げ、同事業者の成長の加速を図る。</p> <p>当所では平成25年8月にクラウドファンディング事業者と業務提携すると共に、同時期よりスタートした大阪府の「クラウド型ファンド活用促進事業」およびその後の「クラウド・ファンディング活用サポート事業」と連携して独自に普及に努め、平成27年1月現在、9社11ファンドが募集された（府外事業者3社含む）。しかし、まだまだクラウド・ファンディングへの理解は十分に進んでおらず、より一層の普及啓発と活用促進を図り、「資金調達の新手段」としてだけでなく、非常に有用な「優良顧客の囲い込み手段」として活用できる事業者の輩出に努めたい。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>主に北摂地域において出資者（＝顧客候補）の共感を得やすい、主にBtoC製品・サービス等を展開する中小企業者および創業予定者のうち、主に①酒蔵、6次産業化事業者等取扱製品やサービスの性格上売上が立つまでに時間を要し、金融機関からの資金調達が困難な中小企業者・創業予定者、②出資者を「ファン＝優良顧客」として囲い込み、全国に販路を構築していきたい中小企業者・創業予定者、③商品やサービス開発の過程および会社や経営者に共感を呼べるストーリーと将来性豊かな商品・サービスがありながら、財務的に金融機関等からの資金調達が困難な事業者、などを対象とする。おおさか地域創造ファンド採択事業者および不採択となった過去の応募事業者合わせて約120社程度その他、多様な産業（ものづくり、小売、サービス、飲食、クリエイティブ系等）を含め、北摂地域を中心に広く支援していきたい。</p>		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>平成26年度において、大阪府の「クラウド・ファンディング活用サポート事業」との連携のもと、25年度から通算して9社11ファンドの立上げ支援を実施してきた。既に5社6ファンドが募集を終え、運用途中である。26年度中には普及啓発型のセミナー1本と、先述のクラウドファンディングによる資金調達を実践した企業経営者による座談会を実施したが、彼ら先駆者の動向を注視し、スタートするか否かを測る事業者が数多く存在することもわかった。また一方で、興味はあるもののクラウドファンディングでの資金調達に必要な「事業のストーリー性」や「投資家への発信力」に欠ける上、「魔法の資金調達手段」として誤解している企業も少なくない。活用のすそ野を少しでも広げるため、正しい情報発信と少人数でのワークショップ型とハンズオン支援を実施し、クラウドファンディングでの資金調達に合う計画づくりが必要だと感じている。</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	<p>これまで9社11ファンドの立上げを支援した。セミナーでは初心者向けの解説と、クラウドファンディングの本質を体感していただくワークショップを開催。また既に活用実践している企業の経営者による座談会を実施した。また、中小企業白書2014に大阪府と当所のクラウドファンディング活用支援の取組が掲載され、各地から多くの問合せがあった。</p>		
	反省点	<p>クラウドファンディング活用に至るまでの事業とストーリーのブラッシュアップが肝となるが、そのポイントを押さえた講座ができていない。また、数百万円以上を募集するのに適している投資型の場合は、初期費用の高さに二の足を踏む企業が多く、そこを何らかの形で支援する必要性を感じている。また、運用を開始した企業においては、投資家（購入者）との関係強化を図り、プライオリティの高い顧客としてファン化していくことが非常に重要であるが、集まってしまうことで安心し、本当のファンに育て上げられていない事態が見受けられる。金額が集まった後のより密な支援が必要と考えている。</p>		
	<input checked="" type="radio"/> 人材育成型	<p>【人材育成型】 ①初心者向けクラウドファンディングセミナー（6～7月開催予定） クラウドファンディングの基礎知識や各種プラットフォームを紹介し、それぞれの特徴を解説。簡単なワークショップを入れて、受講者同士でディスカッションしながら、各社における活用イメージを高めていただくセミナー。30社の参加を想定し、うち25社を支援対象とする（支援対象外となる府外事業者、金融機関等を除いた数字）。開催時間は2.5時間程度を想定。</p>		
	<input checked="" type="radio"/> 人材交流型	<p>【人材交流型】 ②クラウドファンディングを活用した新事業実践塾（8～10月開催予定）</p>		

事業名		クラウドファンディング活用促進事業	新規/継続	継続
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いくつかのところで、何をどのようにするのかを明確に	販路開拓型	新たな事業にチャレンジする小規模事業者および創業予定者を対象に、クラウドファンディングでの資金調達を想定した事業計画(ストーリー)を作るために必要な知識・感覚養成と実際の作成を行っていく講座を実施。10社の参加を想定。開催時間は3時間×5日間を想定。		
	○ ハズオン型	【ハンズオン型】 ③25・26年度に投資募集を開始し、27年度中が運用期間となるプロジェクトを持つ事業者4社と、上記①②の受講企業のうち、個別で活用に向けた支援を希望する企業6社の計10社に対し、ハンズオン支援を実施する。前者においては、投資家(支援者)に進捗状況をはじめとした各種情報を優先的に提供し、ミュージシャンのファンクラブ会員のようにプライオリティの高い顧客として囲い込むことで、計画的かつ安定的にプロジェクトを成功させ、事業の持続化と成長を図る必要がある。そのためには運用開始後の伴走型支援が重要である。後者については、クラウドファンディングによる資金調達とファン獲得に向けた計画策定やストーリー戦略の立案などを実施し、各プラットフォームでの案件化を目指す。		
	独自提案型	同		
	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
		(a)「13.クラウド・ファンディングの活用促進」商業・サービス産業課新事業創造G(クラウド・ファンディング活用サポート事業委託事業者)と密に連携し、当施策の普及に努める。(b)豊中商工会議所が中心となり、箕面・池田の各商工会議所、能勢町・豊能町の各商工会と連携して実施。各会議所・商工会地域活性化事業・相談事業における資金調達および販促課題の解決を図る場としても想定している。(d)カルテ化はハンズオン型参加者のうち50%を想定。		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【人材育成型①】おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業応募事業者(採択事業者含む)約120社をはじめ、過去の地域活性化事業(農商工連携事業、ファン創り事業等)に参画した事業者のうち、主にBtoCの商品・サービスを取扱う事業者および創業予定者等。30社の参加を想定しうち25社。これらの企業へのDMのほか、会報・HP・メルマガ・Facebook等を活用して広く募集する。		
	25 社			
	設定根拠及び募集方法⇒	【人材交流型②】おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業応募事業者(採択事業者含む)約120社をはじめ、過去の地域活性化事業(当事業、農商工連携事業、ファン創り事業等)に参画した事業者のうち、主にBtoCの商品・サービスを取扱う事業者および創業予定者等計10社。これらの企業へのDMのほか、会報・HP・メルマガ・Facebook等を活用して広く募集する。		
支援対象企業数	10 社			
	設定根拠及び募集方法⇒	【ハンズオン型③】25・26年度に投資募集を開始し、27年度中が運用期間となる4社(見込み含む)と、上記①～②の受講企業のうち、個別で活用に向けた支援および資金調達完了後のプロジェクト実行支援を希望する企業6社の計10社に対し、ハンズオン支援を実施する。		
支援対象企業の変化	「クラウド・ファンディング」という、いわば「共感を担保とした資金調達手段」を普及させる一方で、資金調達以外のメリットを少しでも多くの事業者に知っていただき、1社でも多く「自社ファンクラブ」の創設・運用プロジェクトとして実践に移す企業を輩出し、自立的にPDCAが回せるまで支援したい。			
	指標	【人材育成型①】クラウドファンディングについて学び、自社でも検討してみたいと感じた事業者。	数値目標	20%
	指標	【人材交流型②】クラウドファンディングを活用した新事業立上げの計画(ストーリー)が完成した企業	数値目標	20%
	指標	【ハンズオン型③】クラウドファンディングを活用し資金調達を始めた企業もしくは投資家(購入者)との関係強化のための取組を実施し	数値目標	50%

事業名		クラウドファンディング活用促進事業						新規/継続	継続	
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		
		20,100	円 ×	25	×	1.00	=	502,500	円	
		40,200	円 ×	10	×	1.50	=	603,000	円	
		100,500	円 ×	10	×	1.00	=	1,005,000	円	
		(小計)							2,110,500	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									2,110,500	円
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
	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				
	<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)			
	2,110,500 円			× 1.00 =			2,110,500 円 (円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはアリガ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)				
	○	豊中商工会議所		1,909,500 円		豊中は全事業の企画運営広報事後フォローを各商工会議所・商工会と連携して実施。連携会議所・商工会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。配分は、商工会議所は①②への参加者各1社、商工会は①参加者2社もしくは②参加者1社を想定。				
		箕面商工会議所		60,300 円						
		池田商工会議所		60,300 円						
		能勢町商工会		40,200 円						
		豊能町商工会		40,200 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		インバウンド対策に向けたグローバル人材活用促進事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		26 年度～ 28 年度まで	<input checked="" type="radio"/>	←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)	2020年の東京オリンピック開催が決定し、大阪の成長戦略として訪日外国人(来阪数)を2020年までに年間650万人にすることが目標値として掲げられる中で、大阪においてもインバウンド対策は必要不可欠になりつつある。一方、豊中以北の豊能地域においてはインバウンド対策をまだ実践している企業は少なく、そのためのノウハウ、人材が不足している状況にある。中小企業・小規模事業者におけるインバウンドマーケットへの参入に向けた大きな障壁となっている人材面での課題解決手法として、増加している多様なグローバル人材(外国人留学生)の活用を提案し、事業者とグローバル人材(外国人留学生)の交流機会を創出するとともに、マッチングを推進していく。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	飲食、小売、宿泊、サービス業を中心に、医療、介護や温泉、交通、観光関連企業等なども含めて、約100社程度を対象とする。		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	これまで、当該地域においてはインバウンド対策にそれほど目を向けてこなかったが、今日の産業構造の変化、少子高齢化による域内市場の縮小、近年増加している訪日外国人数などにより、海外・その他地域からの集客をめざす必要性を感じている中小企業・小規模事業者は、年々増えてきている。一方で、多くの事業者はインバウンド対策を自力で行うノウハウを持ち合わせていないため、日本と母国を熟知し海外との架け橋になりうるグローバル人材(外国人留学生)を戦力として確保ならびに活用していくことへの潜在ニーズは高いと思われる。		
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	人材育成型においては、平成26年6月25日に「外国人留学生人材活用セミナー」を開催し20社超の参加を得た。人材交流型においては、平成26年12月16日に「インバウンド現地研修会in関西国際空港」を実施し、関西国際空港(株)と関西国際空港関西観光情報センターとの2部構成で交流事業を開催した。また「外国人留学生と行くインバウンド・モニタリングツアー」を平成26年10月29日に池田コース、11月18日に箕面コース、12月1日に豊中コースとして実施し、1月28日に当ツアーの報告会を開催。計6講座で延べ20社超の参加を得ており、新たなインバウンドビジネス参入企業の掘り起しと外国人留学生とのマッチング機会創出に努めることができた。		
	反省点	これまで実施してきたインバウンド対策支援事業において、ターゲットにしていた豊能地域の企業の参加が少なかった反省を踏まえて、前年度に実施した「外国人留学生と行くインバウンド・モニタリングツアー」では豊中・池田・箕面のターゲット企業に参加いただくことができ、企業の掘り起しの面では大きく前進できたと思われる。反省点としては、外国人留学生の人材活用にまだ結びついていないので、国内においてもインバウンド市場で当人材の有用性があることを伝えていき、グローバル人材の活用に結びつくように事業を展開していきたい。		

事業名		インバウンド対策に向けたグローバル人材活用促進事業	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)	○ 人材育成型	<p>【①人材育成型】</p> <p>急速に進むグローバル化を背景に企業の多様な人材活用ニーズに対応するため、グローバル人材（外国人留学生）活用セミナーを開催する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 内容：グローバル人材を雇用するための制度・手続き、採用と育成、グローバル人材を活用しているインバウンド実践企業の事例紹介など 開催時期：2015年6月頃 開催場所：豊中商工会議所 		
	○ 人材交流型	<p>【②人材交流型】</p> <p>1. 講座：グローバル人材（外国人留学生）をアドバイザーとして参加させ、おもてなし対策、現場対応策、各国別対応策、地域観光事例（産業観光等）などをテーマにしたゼミナールを2本（2日）開催し、中小企業にグローバル人材（外国人留学生）の雇用を考えるきっかけを提供する。</p> <p>2. モニタリングツアー：旅行社等と連携して訪日外国人旅行者を豊能地域へ連れてくるモニタリングツアーを2本（2日）企画し、訪問する事業所を募り、グローバル人材（外国人留学生）をアドバイザーとして参加させることで、インバウンド対策のノウハウを吸収するとともに、グローバル人材（外国人留学生）の活用を考えるきっかけを提供する。</p> <p>以上、4日間</p> <ul style="list-style-type: none"> 開催時期：2015年8月～2016年1月頃 開催場所：豊中商工会議所、実践事業所 		
	○ ハンズオン型	<p>【③ハンズオン型】</p> <p>旅行社等が主催するインバウンドツアーに豊能地域の事業所を組み込み、インバウンド実践事業所としての自立を後押しする。その際、インバウンド対応で不足する部分をハンズオンによるコンサルティング支援で補うとともに、グローバル人材（外国人留学生）の活用に繋げることで外国人対応の実践力を強化していく。</p> <p>※事業実施にあたり、参加企業・参加者に対し、OSAKAしごとフィールドのPRを行い、利用促進につなげる。（会員登録の誘導なども含む）</p>		
	○ 独自提案型	<p>※事業実施にあたり、参加企業・参加者に対し、OSAKAしごとフィールドのPRを行い、利用促進につなげる。（会員登録の誘導なども含む）</p>		
	○ (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	<p>○ (a)府施策連携：中小企業のためのグローバル人材（留学生）確保支援事業。大阪府就業促進課と連携し、中小企業の外国人留学生採用促進にかかる支援を行う。</p> <p>○ (b)広域連携：企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は箕面・池田・能勢・豊能と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上をめざす。</p> <p>○ (d)相談事業相乗効果：参加企業に対するカルテ化（予定）企業数の割合：20%</p>		
事業	支援対象企業数【①人材育成型】	<p>設定根拠及び募集方法⇒</p> <p>20 社</p>	<p>【設定】20社×1回（参加は30社を予定、うち20社を支援対象とする） 23～26年度セミナー受講企業のうち、外国人活用意欲の高い企業。</p> <p>【募集方法】23～26年度セミナー受講企業へのDM。ものづくり企業、商業・サービス業関連企業へのDM、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。</p>	
	支援対象企業数【②人材交流型】	<p>設定根拠及び募集方法⇒</p> <p>25 社</p>	<p>【設定】25社×4日間（同じ事業者が複数回参加することを想定）</p> <p>【募集方法】23～26年度ゼミナール受講企業へのDM。商業・サービス業関連企業へのDM、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。</p>	
	支援対象企業数【③ハンズオン型】	<p>設定根拠及び募集方法⇒</p> <p>3 社</p>	<p>【設定】ツアー2、3本の中に組み込むことを想定して3社</p> <p>【募集方法】旅行社が企画する豊能地域向けインバウンドツアーにおいて、旅行社と共同で候補企業を募集し、企業のニーズ、インバウンド対応力にあわせてコンサルティング支援を実施する。</p>	

事業名		インバウンド対策に向けたグローバル人材活用促進事業				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業の変化	指標	【①人材育成型】 インバウンド対策のためのグローバル人材（外国人留学生）の活用に向けた意識が向上した企業の割合			数値目標	40%		
		指標	【②人材交流型】 インバウンド対策の知識・実践力を習得し、グローバル人材（外国人留学生）の活用に向けた意識が向上した企業の割合			数値目標	20%		
		指標	【③ハンズオン型】 インバウンド対策に向けた取り組みをスタートさせ、グローバル人材（外国人留学生）の活用を積極的に推進しようとした企業の割合			数値目標	30%		
	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	
		①	20,100 円 ×	20	×	1.00	=	402,000 円	
		②	40,200 円 ×	25	×	1.40	=	1,407,000 円	
		③	100,500 円 ×	3	×	1.00	=	301,500 円	
						(小計)		2,110,500 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%)		105,525 円	
						計		2,216,025 円	
		独自提案単価及び独自補正係数の相加							
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
		②受益者負担		40,000 円	負担金の積算		ゼミナール参加費1,000円/1名×10名×4日分		
<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)					
2,216,025 円 ×		1.00 =		2,176,025 円		(40,000 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「リソク」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)				
	○	豊中商工会議所	2,015,225 円		豊中商工会議所は、主管として企画調整・広報・運営等について主に担当する。箕面・池田の各商工会議所、能勢町・豊能町の各商工会は、ゼミナール参加企業を1社以上開拓し、当該企業に対しては事後フォロー、カルテ化等について分担する。				
		箕面商工会議所	40,200 円						
		池田商工会議所	40,200 円						
		能勢町商工会	40,200 円						
	豊能町商工会	40,200 円							

【備考】複数年計画
 平成26年度はグローバル人材（外国人留学生）を活用したインバウンド対策の実践講座を行うことで、中小企業・小規模事業者がグローバル人材（外国人留学生）の人材面での有用性に理解を深めてもらうことに主眼を置き、インバウンド実践事業者の掘り起しに繋げていく。平成27・28年度はグローバル人材（外国人留学生）を活用してインバウンド対策に取り組もうとする事業者の数を増やしていき、インバウンド実践事業者が点から面に広がり、当該地域の対外的な集客力の向上に発展していくことを目指していく。

事業名		北摂地域ものづくり中小企業連携促進事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		25 年度～ 27 年度まで	○ 一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)	北摂地域におけるものづくり中小企業の連携の促進により新たな研究開発プロジェクトの創出や、ものづくりを支援する体制の活用などにより、新たな事業領域への拡大機会創出を目的とする。ハイエンドなものづくりの推進に向けて北摂地域のものづくり中小企業に対して自社技術の発信力強化を提案するとともに若者技能者人材育成と定着の実践を啓発し、競争力を強化する企業を増やすことで北摂地域を中心とした大阪産業の活性化に繋げる。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北摂地域の中小企業者約49,000社。		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	北摂地域におけるものづくり中小企業の潜在能力は高く、ここ数年、大阪ものづくり優良企業賞にも数社選ばれる等の実績がある。しかし、大阪府の施策活用・会議所・商工会の有効活用等が出来ていない企業が多くあり、企業の販路開拓支援、若者技能者の育成と定着に対する潜在需要は高いものがある。		
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	H26年11月 中小企業応援セミナーを実施。2日間で47社（75名）が参加された。初日には開放特許による知財ビジネスマッチング事業について近畿経済産業局担当部署より説明するとともに、開放特許活用成功事例発表を2社より、MOBIO知財サポートチームについて大阪府担当部署より説明。2日目には技術革新支援について大阪府担当部署より説明および2社から事例発表をいただき、該当事業の取組みについて、理解を深めることができた。また、技術評価制度について知財経営ネットワークより両日説明を行った。		
	反省点	セミナー終了後、受講者から個別の相談等の問い合わせが少なかったため、次年度では日頃からMOBIO等と連携しながら企業のニーズ把握に努めるとともにセミナー終了後の支援体制について検討を行っていきたい。		
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	○ 人材育成型	「産産学ビジネスマッチングフェア2015with大阪大学（仮称）」と併催で、「中小企業応援セミナー（仮称）」を11月11・12日にマイドーム大阪で開催予定。ものづくり支援拠点(MOBIO)との連携推進事業とするとともに、就業促進・人材育成事業とも連携して実施する。		
	人材交流型	【人材育成型1】 1日目は、ものづくり企業の販路開拓支援を中心に、先進企業の事例発表、商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」、MOBIOビジネスマッチングサポート、ものづくりB2Bネットワーク、ものづくり優良企業賞、「大阪製」ブランドなどの活用を紹介するとともに、MOBIOの活用促進をはかり、国内外から大阪のものづくり中小企業への受注促進を強化することを目指す。（50社）		
	販路開拓型	【人材育成型2】 2日目は、人材採用・育成ニーズのあるものづくり企業を中心に、社会保険労務士による人材採用・定着に向けたセミナーと、大阪府職業能力開発協会が行う技能検定や「ものづくりマイスター」制度などの従業員教育に資する各種支援施策に関する最新情報を提供するフォーラムを開催し、セミナーに参加された中小企業に従業員の採用・育成・定着についてプラスのイメージを感じていただき、ものづくり中小企業にとって大切な経営資源である「人材」の教育へのチャレンジ意欲の醸成を目指す（50社）		
	ハズレ型			
	独自提案型	セミナー終了後、各商工会議所・商工会および地域金融機関と連携して新たな販路開拓、人材採用・育成に取り組みたい事業者へのフォローとセミナー参加者の連携促進支援を行っていく。		

にするのかを明確に)	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		
		<p>(a)府施策連携：「14、ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業」セミナー開催時にもものづくり支援課担当者より施策説明・具体的な支援案件が出た場合に連携 「16、「大阪製」ブランド連携推進事業」セミナー開催時に「大阪製」ブランド製品の事例発表で連携 「19、ものづくり優良企業賞応募企業の発掘」セミナー開催時にもものづくり支援課担当者より施策説明 「労働関係13、技能検定の活用促進」セミナー開催時に人材育成課担当者より施策説明・具体的な支援案件が出た場合に連携</p> <p>(b)広域連携：豊中商工会議所が主幹としてセミナーの企画調整広報運営事後フォローを担当し、共催として参画する各地商工会・商工会議所は、参加者募集広報、当日運営、終了後のマッチング・新分野への参入への取組み支援等に向けた個別相談支援を分担・連携して推進する。広域連携により、参加企業募集範囲が拡大することから企業の多様な交流機会が広がり、当事業の活性化と企業間連携の可能性も高まるメリットが期待できる。</p> <p>(d)相談事業相乗効果：セミナー参加者の20%を相談事業へ繋げる。</p>								
事業の目標	支援対象企業数 (人材育成型1)	設定根拠及び募集方法⇒	【設定根拠】昨年度、参加者平均実績40名弱および同時開催のビジネスマッチングフェアの2日間の来場者延べ約4,960名の内の3%は来場が見込まれる。 【募集方法】各所と連携して各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、管内金融機関支店・産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行うとともに各指導員による勧誘も行う。							
		50 社								
	支援対象企業数 (人材育成型2)	設定根拠及び募集方法⇒	【設定根拠】昨年度、参加者平均実績40名弱および同時開催のビジネスマッチングフェアの2日間の来場者延べ約4,960名の内の3%は来場が見込まれる。 【募集方法】各所と連携して各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、管内金融機関支店・産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行うとともに各指導員による勧誘も行う。							
		50 社								
	支援対象企業の変化	1日目参加企業：販路開拓を強化するためのプロモーション推進意欲を高めることを目指す。2日目参加企業：若手従業員の教育に向けた各種施策の活用促進意欲を高めることを目指す。アンケート等により、支援対象企業の変化を把握する。								
		指標	1日目のセミナー受講により、販路開拓を強化するためのプロモーション推進への意欲が向上した支援対象企業の割合	数値目標	30%					
その他目標値	指標	2日目のセミナー受講により、従業員教育の実践の醸成・チャレンジ意欲が向上した支援対象企業の割合	数値目標	20%						
	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					
		20,100 円 ×	50	×	1.00 =	1,005,000 円				
		20,100 円 ×	50	×	1.00 =	1,005,000 円				
		円 ×		×	=	0 円				
		(小計)					2,010,000 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%)					0 円				
						計	2,010,000 円			
独自提案単価及び独自補正係数の根拠										

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)	
	2,010,000 円			×	1.00	=	2,010,000 円	(0 円)
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはリー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）			
	○	豊中商工会議所	1,648,200 円		豊中商工会議所以外の団体は、 セミナー参加を各所2社発掘 20,100円×1社×2本=40,200円 セミナー終了後、各所で個別フォロー を行ない、カルテ化に繋げる。			
		池田商工会議所	40,200 円					
		箕面商工会議所	40,200 円					
		豊能町商工会	40,200 円					
		能勢町商工会	40,200 円					
		吹田商工会議所	40,200 円					
		高槻商工会議所	40,200 円					
		茨木商工会議所	40,200 円					
		摂津市商工会	40,200 円					
		島本町商工会	40,200 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		小規模事業者の海外販路開拓支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		26年度～28年度まで	<input checked="" type="radio"/>	←複数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)	2014年9月19日に大阪府・大阪市から発表された「大阪の成長戦略[2014年9月版]」にもあるとおり、国際的な水平分業の進展など、経済活動が国境を越えて広がるなか、大阪の中小企業も世界経済の影響を大きく受ける時代となった。ここ数年の円高基調のなか、大手企業が生産・販売の拠点をアジアを中心とした海外へ大きくシフトを切り、中堅企業がそれに追随するなど、主要な生産拠点を海外へ移す動きを加速させてきたが、多くの中小企業、特に小規模事業者にとっては依然興味の外にあり、縮小していく国内市場にしか目を向けられていない現状があることも事実である。しかし、いわゆるアベノミクス効果により円安が進み、海外を市場として捉えやすい環境が整いつつある昨今は、「国内を拠点に海外に販路を広げる」取組を始めるのには絶好の機会とも言える。ただ、小規模事業者は依然として「海外への販路開拓」の情報と実践ノウハウは乏しく、今こそ積極的な支援を実施する必要がある。アジアをはじめとした新興国や景気が上向き米国市場の可能性やリスクについて普及に努めると共に、輸出入をはじめとした具体的な手続きや、インターネットを使った販路開拓・プロモーション、決済手法など、依然に比べ参入障壁が大きく下がっていることを周知し、大阪府の各種海外展開一貫支援施策との連携や国が展開する海外展開支援ファストパス制度等を活用しながら、小規模事業者が気軽に海外との取引にチャレンジできるような支援を実施したい。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	海外への販路開拓を検討している製造・小売・飲食・サービス業、特に日本にいながら海外を市場に日本製品を販売していこうとする小規模事業者（個人事業主含む）など約100社程度を対象とする。		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	26年度より当事業をスタートし、「はじめての輸出入」「越境EC」等をテーマに講座を実践した。想定を大幅に超える参加があり、当事業へのニーズの高さと、小規模事業者なりの海外展開事例創出の必要性を感じている。		
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	当事業への参加は25社程度と想定していたが、「はじめての輸出入」「越境EC」等、小規模事業者の海外への販路開拓をテーマとした内容は非常に関心が高く、約80社程度（2015年1月現在見込）が参加した。円高を背景とした中堅・中小企業の海外進出から、円安を背景とした小規模事業者の海外販路開拓に支援の舵を切る必要性を感じている。		
	反省点	テーマ、内容の絞り込みが必要と考える。「輸出入」をテーマとしても、それぞれ必要としている情報は異なる。また、小規模事業者を対象とする以上、WEBを活用した海外への販路開拓支援にもっと力を入れる必要性を感じている。		
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	海外を市場として取り込める可能性のある小規模事業者を中心に、「販路開拓」をテーマに相手国市場、越境EC、貿易等手続、プロモーションなどを詳しく学ぶことにより、心理的・物理的参入障壁を下げ、チャレンジマインドを醸成することを狙いとした勉強会を開催する。一方、海外進出について既に具体的な取組をはじめ、各社個別の課題について支援する必要があるレベルの企業については、大阪府の海外展開支援施策はじめ、大阪産業振興機構のビジネスサポートセンターと連携を図るほか、国が推進する「海外展開一貫支援ファストパス制度」を活用して、海外展開の専門支援機関と密に連携し、経営相談事業において個別支援を実施していく。		
	<input checked="" type="radio"/> 人材交流型	【人材交流型】 25年度までのグローバル展開支援事業参画企業等の中から、より本格的に海外販路を開こうとする小規模事業者を募ると共に、北摂地域において特色ある製品・サービス等を提供する事業者を連携会議所と共に掘り起し、既にこれらに取り組み企業や各国に精通する専門家、海外販路開拓やインバウンドビジネスの専門家等を招聘して、テーマ別等の勉強会を実施する。その他具体的な支援施策としての「大阪ビジネスサポートデスク」や大阪産業振興機構のビジネスサポートセンターを積極的に紹介していく。		
	販路開拓型	■内容（予定）年3回程度、1回定員25名まで。 販路開拓をテーマに、輸出入に係る各種手続、プロモーション、越境EC、事例紹介などのテーマ別で計3回の研究会を開催。		
	ハズカ型	・施策紹介：大阪ビジネスサポートデスク、海外トッププロモーション事業等（立地・成長支援課）、大阪産業振興機構ビジネスサポートセンター等 ・開催時期：2015年7月～2016年3月頃		

事業名		小規模事業者の海外販路開拓支援事業				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)		<input 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 (a)「20.海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業」立地・成長支援課 国際経済交流促進グループ：大阪ビジネスサポートデスクの活用事例や海外トッププロモーション事業等を講座で紹介するほか、大阪産業振興機構ビジネスサポートセンターと連携して、各講座とタイアップした個別相談会の実施により、これら施策の活用によるグローバル化促進を目指す。 (b)企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は箕面・池田・吹田と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上を目指す。(d)参加企業に対するカルテ化(予定)企業数の割合：30%					
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【設定】25社×3回(同じ会社が複数回参加することを想定) 【募集方法】26年度当事業参加者へのDM、23~25年度グローバル展開支援事業参画企業へのDM。ものづくり企業、商業・サービス業関連企業へのDM、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、管内金融機関支店・産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。				
	支援対象企業の変化	25 社	支援対象企業における海外市場に向けた販路開拓意欲の向上と、大阪産業振興機構ビジネスサポートセンター等大阪府他支援施策を活用して、具体的な行動に着手する小規模事業者創出を目指す。				
	その他目標値	目標値の内容⇒	指標 海外販路開拓に向けた具体的な取り組み(府支 援施策活用等)を始めた支援対象企業の割合 数値目標 20%				
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 ×	25 ×	1.30 =	1,306,500 円		
		円 ×	×	=	円		
		円 ×	×	=	円		
		(小計) 1,306,500 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					1,306,500 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				
	<input 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						
	標準事業費 補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	1,306,500 円 × 1.00 =		1,306,500 円		(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「リッパ」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)			
	○	豊中商工会議所	1,065,300 円	豊中商工会議所は、主管として企画調整・広報・運営等について主に担当する。箕面・池田・吹田の各商工会議所は、勉強会参加企業を2社発掘し、事後フォロー、カルテ化等について分担する。			
		箕面商工会議所	80,400 円				
		池田商工会議所	80,400 円				
	吹田商工会議所	80,400 円					

【備考】26・27年度を受講事業者をベースに、自社において小口からでも海外に向けて商品を販売していく事業者を本格的に輩出していくべく、小規模事業者の海外販路開拓の事例紹介や、インターネットを使った海外向け販売、プロモーションおよび決済システムなど、参入障壁をより下げするための情報提供と実践の機会提供などを実施し、実際に海外向けに販路開拓を行う小規模事業者が共に高め合える場創りを行う。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名	ダイバーシティ経営促進事業		新規/継続	継続
想定する実施期間	26 年度～ 28 年度まで		○	←複数年度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	<p>事業の目的 (現状や課題をどのよ うな状態にしたいか)</p>	<p>近年、企業の障がい者雇用を取り巻く環境は、法定雇用率の上昇、納付金制度の厳格化、精神障害者の雇用義務化などを背景に、企業のダイバーシティ戦略上および社会的責任からも欠かせない課題となっている。</p> <p>企業において障がい者雇用が進まない理由は、障がい者の特性がわからない、業務提供の範囲が不明など職域開発における課題、また人事部と現場のギャップによる雇用のミスマッチに課題を抱えていると言われている。結果として、地域に障害当事者が働く場が不足しているのが現状であり、特に、精神障害、発達障害のある当事者については雇用経験がある企業が少なく、雇用促進のためのサポートが必要であると考えられる。</p> <p>一方で、障害のある当事者に目を向けると、上述したように精神障害、発達障害のある人の雇用が進まないなか、その当事者は増え続けている。精神障害はうつ病を中心に増加傾向にある。発達障害は、幼少期から発達障害の診断を受けるケースが増えている一方で、発達障害の診断を受けずに高校・大学と進み、社会に出る際に障害が明らかになるといったケースも増えており、これらの学生の就職率の低さ、離職率の高さが課題となっている。それは、障害のある当事者が自身の特性を理解できていないことや、社会で自立して生活できる/働くことができる能力を高める訓練を行っていないことが原因であると考えられる。つまり、企業、障害のある当事者ともに、障害特性の理解が進んでいないことが課題であり、障がい者雇用率の未達成、障がいのある当事者の離職という問題を引き起こしていると考えられる。そこで、企業に対し障害特性の理解を促進することで、社内に働きやすい環境を整え、離職の防止、ならびに新たな障がい者雇用を創出することを目的とする。</p>		
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p>	<p>□障がい者雇用を検討している企業 □過去に障がい者雇用をしたが、上手くいかなかった企業 □現在、障がい者を雇用しているが、うまく機能していない企業 以上のような、既に障がい者雇用に着手済みもしくは検討中の企業はもちろんであるが、現時点で検討してはいなくても(興味すらなくても)、 □人材採用・育成や定着に課題を持つ企業 □CS向上や売上低迷等に悩む企業 などには、潜在的に当該課題を抱えている可能性が高いため、積極的に参画してもらえようアプローチしたい。25・26年度に人材採用教育支援事業に参加した約100社および26年度当事業に参加した約30社、豊中南部に所在する製造業者のグループ所属企業15社を中心に上記課題を持つ豊能地域の中小企業全般を対象とする。</p>		
	<p>事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)</p>	<p>「ダイバーシティ経営」の考え方(個々の企業が置かれた市場環境や技術構造の中で競争優位を築くために必要な人材活用戦略で、福利厚生やCSR(企業の社会的責任)としてではなく、あくまでも経営戦略の一環として、自社の競争力強化という目的意識を持って戦略的に進める)がもっと浸透すれば、障がい者雇用は推進すると考えている。企業は「障がい者を雇用する」ことを目的としているのではなく、「自社が提供する事業の売上・利益を拡大し、社会に貢献する」ことを目的としている。そこから目を背けることなく(障がい者雇用を「法定雇用率の達成のため」等の消極的理由から行うのではなく)、あくまでも先述の目的達成のための一つの戦略として提示することで、これまで関心のなかった企業にも参画意識を持っていただくことができると考えている。また、国内の障がい者数約741万人(内閣府・平成25年度障害者白書より)のうち、企業に就労している人口は約40万人(厚生労働省HPより)であり、そのほとんどが身体障害者である。平成30年に義務化される予定の精神障がい者(発達障がい者含む)の雇用はなかなか進んでいないが、彼らには個々に得意な分野、不得意な分野がはっきりしているとされ、得意な分野においては健常者以上に職務能力の高さを発揮するともされている。そのため、受入側である企業が環境を整備し、個々の特性を踏まえた職務に配置し、フィットさせることができれば、先述の企業本来の目的を達成する大きな力となる。また、精神・発達障がい者がフィットできる企業は、その他従業員にとっても働きやすい企業であるとも言え、まさに「ダイバーシティ経営」となる。</p> <p>以上のような背景から、「売上に繋げるための人事戦略」としての障がい者雇用であれば、多くの企業にニーズは潜在していると言え、これまでの障がい者雇用推進施策とは違うアプローチの仕方を取っていきたい。</p>		

事業名		ダイバーシティ経営促進事業	新規/継続	継続
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	7月に「業績UPのための従業員の活かし方セミナー」を実施。21社19名が参加。自社内の活躍できていない人材を活躍させるための考え方を発達障害者の職場適用に向けたメソッドをもとに解説。10月に「ダイバーシティ経営入門塾」を実施。8社9名が参加。職域開拓のシミュレーションや、大阪府就業促進課のコーディネートにより先駆取組企業の視察見学会を実施。以後、より本格的に雇用に向けて取り組もうとする事業者3社に向けハンズオン支援を実施した。		
	反省点	障がい者雇用への関心度が低い企業に、いかにダイバーシティ経営の考え方を知っていただき、我が事として捉えていただくかを考えないと裾野が広がらないと感じた。一方で、本気で取り組む事業者に対し、着実にステップアップできるカリキュラムを用意していく必要性も感じた。これら裾野を広げる活動と、着実に雇用につなげていくためのステップを同時並行で実施していくことが重要。		
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】 ①業績アップに繋げるための「従業員の特性把握」入門セミナー これまで障がい者雇用とは無縁であったが、社内での人材育成や採用に課題を抱える企業に向けて、社内の人材の特性把握を、発達障がい者を社内へフィットさせるための考え方(メソッド)を応用し、自社に当てはめることで、ダイバーシティ経営とは何かを知っていただくためのセミナーとする。合わせて、大阪府障がい者雇用促進センターの施策制度の普及を行い、活用を促進する。 6~7月頃の実施で30社の参加を想定し、うち20社を支援対象とする。		
	人材交流型	②製造業向け「障がい者雇用の理解を深める」セミナー 豊中市南部に所在する製造業者のグループに所属する中小・中堅企業を対象に、障がい者(特に発達障害)雇用に関して理解を深めるためのセミナーを実施する。7~12月頃の開催を想定し、全10社の参加を予定。		
	販路開拓型	【独自提案型】 ③3日間インターンシップ付、発達障害者雇用実践塾(仮称) ①②参加企業のうち、より実践的にダイバーシティ経営を目指そうとする企業および26年度における当事業参加企業を対象に、発達障害者の雇用に向けたイメージをより明確にさせていただき、近い将来の雇用実現に繋げていくため、就労移行支援事業所運営事業者と連携して発達障害の若者(大学生を想定)を3日間限定で参加各社が1名ずつ受け入れる短期インターンシップ事業を実施する。実施前の職域開拓に係る講義&ワークショップ、および実施後の振り返り講座を含めて、全5日間。8~9月の大学生の夏休み期間に実施予定。全5社の参加を想定。		
	○ ハズカ型			
	○ 独自提案型	【ハンズオン型】 ④ ③参加企業のうち、次年度に向けて障がい者雇用を実施しようとする事業者を、雇用実現に向けた各社個別の職域開拓等について、ハンズオン支援する。全3社を想定。		
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)「8.障がい者人材確保支援事業」就業促進課 障がい者雇用促進グループ：障がい者雇用促進センターの施策普及、OSAKAしごとフィールドのPR、その他情報提供などにより、施策の活用を促進する。 (b)企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は箕面・池田と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上を目指す。 (d)参加企業に対するカルテ化(予定) 企業数の割合：独自提案型参加企業の50%			

事業名		ダイバーシティ経営促進事業		新規/継続	継続	
事業 の 目 標	支援対象企業数① ②	設定根拠及び 募集方法⇒	【設定】20社×1回 / 10社×1回 【募集方法】26年度当事業参画企業および25・26年度人材採用・教育支援事業参画企業へのDM、ジョブ・カード制度活用企業へのDM、各種メールマガジンへの投稿、当所および連携会議所ホームページ・機関紙等の組織広報、管内金融機関支店・産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。			
		30 社				
	支援対象企業数③	設定根拠及び 募集方法⇒	【設定】5社×1回（3日のインターンシップ含め全5回） 【募集方法】①受講企業および26年度当事業参加企業への勧誘、ジョブ・カード制度活用企業へのDM、各種メールマガジンへの投稿、当所および連携会議所ホームページ・機関紙等の組織広報、管内金融機関支店・産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。			
		5 社				
	支援対象企業数④	設定根拠及び 募集方法⇒	【設定】3社 ②の受講企業のうち、次年度に障がい者雇用を実現しようとする企業。			
		3 社				
	支援対象企業 の変化	初年度に続き、ダイバーシティ経営のメリットと、それが経営改善・売上向上に繋がっていくことを理解いただくため、自社の社員の特性を把握することなどで、考え方を体感いただくことを目的とする一方、短期インターンシップ等の取組を通じ、最終年度となる次年度に雇用を実践できる企業を輩出していくことを目標とする。				
		指標	①②ダイバーシティ経営が売上に寄与するものであることを理解し、障がい者雇用への理解が深まった企業	数値目標	50%	
		指標	③短期インターンシップ受け入れに係る職域開拓体験やインターンシップ受け入れを通じて、障がい者雇用に向けた体制構築を検討することになった企業	数値目標	40%	
		指標	④障がい者雇用（既に雇用している企業はその更なる戦力化）に向けて、具体的な取組を始めた企業	数値目標	30%	
その他目標値	目標値の内容⇒					

事業名		ダイバーシティ経営促進事業						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		
		20,100	円 ×	30	×	1.00	=	603,000	円	
		80,400	円 ×	5	×	1.50	=	603,000	円	
		100,500	円 ×	3	×	1.00	=	301,500	円	
		(小計) 1,507,500 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 1,507,500 円									
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)		人材交流型(ワークショップを中心とした少人数勉強会形式)の要素に加え、参加各社への発達障害者インターンシップを実施するに当たり、就労移行支援事業所との密な連携と受入実施のため、受入事業者への同行による支援が必要となるため。							
	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	1,507,500 円 × 1.00 = 1,507,500 円		(①市町村等+②受益者負担) (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)					
	○	豊中商工会議所	1,346,700 円		豊中商工会議所は、主管として企画調整・広報・運営等について主に担当する。箕面・池田の各商工会議所は、人材育成型参加企業各4社もしくは独自提案型参加企業を各1社発掘し、事後フォロー、カルテ化等について分担する。					
		箕面商工会議所	80,400 円							
		池田商工会議所	80,400 円							

【備考】最終年度となる次年度は、当年度のインターンシップ経験を経て、実際に障がい者雇用を実現する事業者を輩出するべく事業を実施していく。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		おおさか地域創造ファンド活用支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		20 年度～ 29 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>おおさか地域創造ファンド事業を活用して、地域資源を活用した新規事業へのチャレンジや、果敢に創業を目指す事業者を支援する。ファンド運用期間の10年間で30～40件となる採択事業の計画実現に向け、採択事業の実施主体である企業に対して様々なバリエーションに各種支援を実施する。今年はこれまでの反省材料である落選者の再チャレンジ促進や新たなチャレンジ企業発掘、創業予定者の応募・採択事業創出のための機会を積極的に設けると共に、過去採択事業者との交流により、本人の意識向上やチャレンジ意欲を喚起することで、より優れた応募事業の発掘・創出に繋げる。また、ファンド採択事業者を中心として新しい産業を創出し地域を活性化しようとする企業・人材をグループ化し、22年4月に立ち上げた「豊能創造産業ネットワーク(現：北摂アントレ)」を当地域でのビジネスにおける地域創造と地域活性化に資する団体としてブラッシングしていく一方、ファンド解体後の新事業チャレンジの支援機能(助成・リフト支援等)を持つ団体となることを想定して準備を推進する。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業の現採択事業者29社(事業完了者含む)、27年度採択事業者(5～6社程度予定)、28年度の応募が見込まれる事業者(20社程度)、他地域における、これらの活動に関心の高い事業者(5～10社程度)</p>		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>採択事業者に向けては、月1回の会合や個別支援を通じて、採択事業推進における課題・ニーズの抽出を行い、それら(資金調達、技術・デザイン開発、連携企業マッチング、マーケティング調査、販路開拓、人材確保・育成など)の経営課題解決ニーズに対応する。その他の事業者については、HPやメルマガ・会報等で広く情報発信し、セミナーや交流会への参画・ニーズ抽出を行うほか、過去採択事業者との交流等を経てファンドへのチャレンジ意欲を醸成(北摂アントレへのオブザーバ参加等)し、下半期の具体的な応募申請書作成へ繋げていく。</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	<p>採択事業者支援については、地域活性化コーディネーターと連携した様々な支援を実施してきたほか、交流会(北摂アントレ)運営、各種地域活性化事業との連携、地元金融機関・タウン誌との連携等で一定の実績を上げてきた(計画途中での打切りは25年度までで2件)。当交流会の波及効果は大きく、他地域の採択事業者や今後の応募予定者もオブザーバとなったりオブザーバ参加の希望が絶えない等、毎月活発な議論や交流・講師を招いての勉強会等が行われているほか、地域内の高等学校よりオブザーバ経営者の講演依頼を受け特別授業を実施、イベントや物産展等への共同出展実施など、活動の幅が広がっている。今期は北部地域(三島・北河内)採択事業者との交流も実施。応募者数は、24年度16件(採択3件)、25年度17件(採択6件)、26年度19件(採択6件)といずれも倍率は高い。</p>		
	反省点	<p>平成23年度・24年度が16件、25年度17件と減少傾向にあった応募者数は平成26年度19件と改善傾向にあるが、事業計画規模の縮小傾向はあまり変わらず、また昨年度多く実施された他の助成金との違いを理解しないまま応募してくる事業者も多かった。これまでより各商工会議所・商工会の経営指導員が、地元から採択事業者を輩出すべく発掘にあたり、各地でブラッシュアップし、採択に繋げていく仕組みをつくるとともに、ファンドの趣旨についても十分理解いただいた上で応募していただくようにする必要がある。</p>		

事業名		おおさか地域創造ファンド活用支援事業	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	人材育成型	【採択事業者等への支援】 ①<人材交流型> ・採択事業者交流会(7月中旬~8月実施・会場は豊中) 新たに採択が決まった事業者と過去採択事業者を対象に採択事業の「レベル」や交流のための採択事業者交流会を実施する。新採択事業者の「マインド」喚起を目的とする。 ・北摂アントレ【ファット採択事業者を中心とした交流・勉強会】(月1回計10~12回・会場は豊中商工会議所の他、豊能地域内を想定) 各事業者課題の相互解決と交流を目的に実施。課題ごとに講師を招いての勉強会開催やプレゼンテーションによる事例発表や課題共有等の学習の場を設け、経営者としての成長や地域活性化への貢献に資する場とする。他地域採択事業者・過去採択事業者や応募予定者、その他当該活動に賛同する事業者も「サーバ」参加できる機会も設け、常に新たな風を入れることで新たな「アイデア」や取引の創出を目論む一方、採択事業者以外の参加者にとっても応募意欲や当地域との交流意欲を喚起させる場としても機能させる。 以上2事業を合わせて計30社を支援対象とする。		
	人材交流型	②<販路開拓型> ・試作品あるいは量産品が完成した採択事業者への支援 豊中まつり(8月実施・会場は豊島公園内)、とよなか産業フェア(11月実施予定・会場未定)をはじめとする各種イベントにおいてファンド採択事業者応援ブースを設け、試験販売・陈列場・PR等の場として実施。出店者計10社を見込む。		
	販路開拓型	③<ハズレ型> ・採択事業者ハズレ支援(随時実施) 採択事業者12社(見込)を対象に、指導員一人当たり2社程度を割り振り、採択事業の計画的な推進を目的とした支援をハズレで実施する。月1回を目処に進捗報告と情報共有、各種申請書作成方法指南等のために支援を実施する。その他各種支援機会(進捗報告会、各種セミナーでの事例発表、地域イベントへの「ブース」出展等)を提供・実施していくほか、相談事業および他の地域活性化事業との連携を積極的に行いながら、継続審査通過と早期の事業化を目指す。		
	ハズレ型	【27年度・28年度応募予定者への支援】 ④<人材育成型> ・ファットチャレンジキックオフセミナー【仮称】(2月頃予定・会場は豊中) 28年度応募者発掘を目的に、おおさか地域創造ファンドの制度説明と経営者・企業予定者の新規事業へのチャレンジを支援する内容のセミナーを兼ねたイベントを実施。計40社の参加を見込み、うち30社を支援対象とする。意欲の高い参加者には応募申請書作成講座から個別ハズレ支援に繋げていく。 ⑤<独自提案型> ・27年度応募申請書作成支援(4月中旬~下旬実施、会場は豊中) 過年度不採択事業者を中心に、27年度の応募を目指す事業者を対象にして、ワークショップ型講座を実施。1回あたり5~10名を定員に2回実施する。2回合計で15社の参加を見込み、うち10社程度を支援対象とする。以後相談事業に繋ぎ、応募申請に向け申請書作成を支援し、書類審査通過と採択を目指す。 ・28年度応募申請書作成支援(2~3月実施予定・会場未定) キックオフ参加者を中心に、28年度の応募を目指す事業者を対象にして、ワークショップ型講座を実施。1回あたり5~10名を定員に2回実施する。2回合計で15社の参加を見込み、うち10社程度を支援対象とする。以後相談事業に繋ぎ、応募申請に向け申請書作成を支援し、書類審査通過と採択を目指す。		
独自提案型	⑥<人材交流型> ・商品開発作成支援(8月~12月実施予定・会場は豊中予定) おおさか地域創造ファンドは平成28年度が最終公募年度となるため、採択期間中に販路開拓まで結びつけるには、公募開始までに商品開発の第一段階はクリアしブラッシュアップに移ることができるような準備が必要となる。そのため、商品開発とマーケティングに関する実績のある専門家を講師に依頼し、28年度に応募を目指す事業者を対象として、商品開発のプロセス、マーケティングの解説を行い、商品開発についての検討およびチャレンジ意欲の醸成を図る。			

事業名		おおさか地域創造ファンド活用支援事業			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	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	
		昨年同様、豊能地域内商工会議所・商工会（豊中・池田・箕面商工会議所、豊能町・能勢町商工会と連携）が協力して支援を行う。特に応募事業者発掘については上記④⑤に繋げるため各所連携して支援にあたり、応募申請書作成支援、相談事業に繋げていく。各地域の事情を熟知した地元指導員による発掘が当事業の鍵であり、採択されることでその事業者が当該市町内でのスムーズな事業化推進、およびその枠を超えて事業発信と交流を行うことができる。 カルテ化は採択事業者について100%を目指す。				
事業 の 目 標	支援対象企業数①	設定根拠及び 募集方法⇒ 30 社	採択事業者及び当活動に興味を持つ28年度応募を見込む事業者、他地域採択事業者、過去採択事業者等計50社程度。			
	支援対象企業数②	設定根拠及び 募集方法⇒ 10 社	・採択事業者のうち、試作品or量産品が完成している事業者10社。			
	支援対象企業数③	設定根拠及び 募集方法⇒ 12 社	現採択事業者（事業完了者除く）8社、27年度採択予定事業者4～5社。			
	支援対象企業数④	設定根拠及び 募集方法⇒ 30 社	過去ファット 関連セミナー受講者約150社への案内、その他会報・HP・チラシ等による広報、指導員による掘り起こし。			
	支援対象企業数⑤	設定根拠及び 募集方法⇒ 20 社	過去ファット 関連セミナー受講者約150社への案内、その他会報・HP・チラシ等による広報、指導員による掘り起こし。			
	支援対象企業数⑥	設定根拠及び 募集方法⇒ 10 社	過去ファット 関連セミナー受講者約150社への案内、その他会報・HP・チラシ等による広報、指導員による掘り起こし。			
	支援対象企業の変化	①においては主に意欲高く成果を出し続けている過去採択事業者等との交流・議論等をもって、現採択事業者や今後応募を考えていく事業者の、事業推進やファンドチャレンジへの意欲高揚と、事業者同士のネットワーク構築（取引開始・共同での展示会出展等）実現を目指す。②については、出店を経て採択事業での開発商品・サービスの改善着手、販路・販売方法の見直し等、実際の販売に向けての軌道修正を行う。③は個別採択事業の細かい課題を克服し、計画的に事業推進し、次年度継続交付決定および事業化することを目指す。④はファット（地域・広域）にチャレンジしようとする意欲の向上、⑤は応募申請書のたたき台を作成し、翌年度の応募に向けた具体的な取り組みを始める。各々アンケート実施や成果物により変化を計る。⑥については、商品開発とマーケティングのプロセスについての理解と、それを踏まえた「売れる」商品開発への取組開始を支援する。				
		指標	A. 採択事業者翌年度継続率 B. 27年度応募見込み者数		数値目標	A. 80% B. 20件
	その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名	おおさか地域創造ファンド活用支援事業						新規/継続	継続	
	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)	⇒	40,200 円 ×	30	×	2.00	=	2,412,000 円		
		50,250 円 ×	10	×	1.00	=	502,500 円		
		100,500 円 ×	12	×	1.00	=	1,206,000 円		
		20,100 円 ×	30	×	1.00	=	603,000 円		
		50,250 円 ×	20	×	1.00	=	1,005,000 円		
		40,200 円 ×	10	×	1.30	=	522,600 円		
(小計)							6,251,100 円		
助成金交付決定額		20,171,000 円 ×			0.03	=	605,130 円		
							計	6,856,230 円	
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要) 応募申請者事業計画作成支援については、経営相談事業の事業計画作成支援@50,000を根拠とする。								
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)		
	6,856,230 円 ×			1.00 =			6,856,230 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)			
	○	豊中商工会議所		6,001,980 円		応募予定者向けの④のセミナーについて各地から5社・⑤の講座について各地から2~3社繋いでいけるよう、各地において応募見込み者の発掘と支援を実施する。応募に向けた個別支援についてはカルテ化を行う。現採択事業者支援については、豊中が主となり、各地と密に連携して実施する。			
		池田商工会議所		201,000 円					
		箕面商工会議所		201,000 円					
		豊能町商工会		201,000 円					
		能勢町商工会		251,250 円					

【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）

豊中商工会議所

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	170	25,000	4,250,000	
支援機関等へのつなぎ	70	10,000	700,000	
金融支援（紹介型）	40	30,000	1,200,000	
金融支援（経営指導型）	20	40,000	800,000	
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	5	20,000	100,000	
記帳支援	15	25,000	375,000	
労務支援	15	20,000	300,000	
人材育成計画作成支援	20	20,000	400,000	
マーケティング力向上支援	5	20,000	100,000	
販路開拓支援	45	20,000	900,000	
事業計画作成支援	20	50,000	1,000,000	
創業支援	6	20,000	120,000	
事業継続計画(BCP)作成支援	3	20,000	60,000	
コスト削減計画作成支援	2	20,000	40,000	
財務分析支援	2	10,000	20,000	
5S支援	0	10,000	0	
IT化支援	10	20,000	200,000	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
結果報告	170	10,000	1,700,000	
小 計	—		12,305,000	12,305,000
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	
税務支援	60	23,600	1,416,000	
創業・経営革新等支援	120	23,600	2,832,000	
販路開拓支援	60	23,600	1,416,000	
IT活用支援	40	23,600	944,000	
プロモーション支援	50	23,600	1,180,000	
小 計	330	118,000	7,788,000	7,788,000
※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		24,244,069	
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		854,250	
V 合計				
合 計	算 定 基 準			補助金額
				45,191,319