

# 平成28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）： 06-6845-8002
Fax： 06-6857-0474			
		E-mail： <a href="mailto:shien@ooaana.or.jp">shien@ooaana.or.jp</a>	
①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率）  ※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと		昭和24年12月  14名 (7名)  豊中市  13,587（平成24年度 経済センサス基礎調査結果） 9,446（平成24年度 経済センサス 市町村別小規模事業者数） 2,057（15.13%/平成28年2月末日現在）	
□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。 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。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。市内の約70%(9,446社)を小規模事業者が占め、その内訳は小売業30%、サービス業25%、卸売業5%、製造業及びその他40%と、地場産業が存在しないこともあり偏りの少ない産業構造を示しており、全体の9割強(12,361社)を従業員20人以下の事業所が占める、中小零細事業所が集積した地域となっている。こうした背景のもと中小零細企業にとっては景気低迷が長引くなか、域内の多くの小規模事業者においては、高齢化が進む経営者のマインドに依存する形で、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、目まぐるしい環境変化に適応しながら成長を目指すため、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強い意欲と、高い潜在力を持ったチャレンジ意欲旺盛な小規模事業者も一定存在している。将来の成長に向けた経営戦略の再構築を進めていくうえで、地域経済の構造変化が加速するなか、新たな需要にきめ細やかに対応できる「稼ぐ力」と、「事業の持続的発展」に向けて自ら「気づき」「考え」「行動」できる「自立力」の徹底強化が急がれる。

**(2) 所管地域の活性化の方向性**

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。

また、豊中市では、平成2年3月に策定された「豊中市産業振興ビジョン」において、「まちづくりと産業振興の一体化」による地域活性化の方向性を示しており、産業振興施策に留まらず、都市整備、観光、環境、文化振興、都市イメージ、ブランド化などが連動することで相乗効果を生み出す総合的なビジョンが示されている。

さらに、平成24年3月に作成された「中小企業チャレンジ促進プラン」では、産業振興の基本姿勢として「環境の変化に対応できる、自立した企業が育つことを応援【事業者のチャレンジを支援】」する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チャレンジして、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、こうしたチャレンジ意欲の高い企業を一社でも多く輩出するとともに、その裾野を拡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度向上を図ると共に、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、市内事業所数の約70%を小規模事業者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	180	事業所	支援機関等へのつなぎ	80	支援
金融支援（紹介型）	35	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	10	事業所	労務支援	15	支援
人材育成計画作成支援	15	事業所	マーケティング力向上支援	3	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	15	事業所	事業継続計画(BCP)作成支援	2	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	180	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	176社(平成27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180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・経営革新等支援	継続	相談件数	250	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	45	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	100	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	30	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だけでなく経営改善に必要な支援も行うとともに、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的確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・経営革新等支援においては、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・商品分析に加え、攻めのIT活用支援や、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			24,021,630
	WEB活用販路開拓支援事業	Webを活用した新規顧客の開拓。販路としてのWEBを活用し経営戦略立案から実践的な販路開拓に向けて支援を実施。	6,079,748
	自社の[ええとこ] 発見・発信支援事業	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。	1,449,461
	北摂地域 地デカラフェスタ	幹事会議所 箕面商工会議所の事業計画書を参照	350,000
	もっと上手に付き合いたい!北摂金融機関交流会	幹事会議所 箕面商工会議所の事業計画書を参照	60,300
	小規模事業者向け販促 WEBサイト構築支援事業	幹事会議所 北大阪商工会議所の事業計画書を参照	90,450
	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
○	中小企業[攻めのIT] 活用推進事業	小売・サービス業が持つ顧客データの有効活用法を学び、売上向上のためにITの効果的な利活用を支援。	1,528,605
○	「クラウドファンディングでファン創り」促進事業	資金調達と優良顧客創出の-new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。	1,251,225
○	小規模事業者の海外 販路開拓支援事業	T P P 協定交渉の大筋合意等を背景に、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。	1,472,325
○	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。	1,226,100
○	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	増加傾向にある訪日外国人旅行者を豊能・北摂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。	2,030,100
○	中小企業の技能継承に向けた 人材採用・定着・育成支援事業	人材採用ミスマッチを防ぎ、求める人材の採用・育成ニーズを支援	857,265
○	デザイン活用による 高付加価値商品創出事業	小規模事業者が持つ商品のパッケージデザインを支援し、商品価値、ブランド力を高めて売上増へとつなげる。	1,209,015
○	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、地域資源を活かして新分野・新市場に挑戦する企業をハンズオン体制で支援する。	5,950,736
○	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	80,400
○	医療ビジネス支援事業	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
○	地域ブランドの強化 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	104,500
○	事業承継計画(BCP) 策定支援事業	幹事 大阪府商工会連合会の事業計画書を参照	155,775

うち府施策連携事業

15,966,546

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	<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)	<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90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100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、受講生や研究会に所属する事業者からの要望を多くを取り入れたカリキュラムで構成した。特に経営戦略やSNS関連の講座において要望の高かった広告の打ち出し方について、新たに講座を設け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	H27年度は、Webサイトの新規構築を促す事を目的とした「WordPressを利用したWebサイト構築講座」を新設。自社でWebサイトの制作/管理をしたいと言ったニーズに応えたもの。事業者からの反響は多く、定員(15社)を遙かに超える(キャンセル待ち7社で受付を打ち切った)申込があった。サイトの魅せ方講座では、成果を得るための要素を取り入れたワイヤフレーム設計から、ホームページ作成講座[実践編]では、Webサイトも実店舗同様の販売戦略も含めたノウハウを盛り込んだ内容で実施。参加事業者の84%が、これらの要素を取り入れた新しいWebサイトを立ち上げ、または、完全リニューアルが実行された。今後、PDCAの継続による成果が期待される。		
	反省点	「WordPressを利用したWebサイト構築講座」では、受講者には受講初日までにドメイン取得とサーバ(契約)をご用意いただき、実際に利用可能なWebサイト構築を習得する講座として行った。講座修了後は、取りあえず実際に利用できるWebサイトの構築はできたが、WordPressを利用して本格的な運用が可能なサイトに仕上げ、本格運用を開始するには、更に高度な知識や技術の習得が必要となるようであり時間を要する。その為、WordPressを利用したサイト構築では、成果(売上)を得る(目的)まで繋がり難いと判断した。北大阪商工会議所において実施している「Webサイト構築の初歩的な事業(講座)」が、成果を上げているとの情報を得たことから、新たに北大阪商工会議所と連携して事業の拡充を図る。		
<input checked="" type="radio"/>	人材育成型	<p>【人材交流型】</p> <p>①Webプロモーション勉強会 ブログの活用方法編(仮称) facebookページや企業ブログを活用している方、または活用を検討中の事業者が対象。ブログへの投稿内容における注意点について解説。ブログの文章の見せ方や、ブログに欠かせない写真の重要性や、写真の選び方、ブログ又はSNSと自社ページとの連動方法などを紹介。(7社×1日間)</p> <p>【人材育成型】</p> <p>②WEB販路開拓セミナー 有益なWeb広告の打ち出し方(仮称) 事業においてWebサイトを活用しており、Web広告に興味のある事業者、今後打ち出す予定の事業者が対象。Web広告やSNS広告などの出現により多様化し、どの広告媒体が適しているのかの見極めが重要であり、判断が難しくなっている。各広告媒体の特徴と活用事例を解説する。そして、広告を打つ際の注意点として、費用対効果を得られる、転換率の高いサイトが準備出来ているかの注意喚起を行う。具体的にどのような箇所に注意すべきか事例を交えて解説。(30社×1日間)</p> <p>【人材交流型】</p> <p>③ネットショップ塾 入門編 商品の魅せ方講座(仮称) ネットショップを運用中、または今後ネットショップを運用する予定で扱う商材が決まっている事業者が対象。商材の強み(USP)をグループディスカッションを通して他者の視点からの意見を取り入れることで洗い出し、サイトの構成、情報の優先順位についての考え方の整理を行う。サイト制作に関する基本的かつ重要な「企画」の部分テーマとする。(15社×3日間)</p> <p>【人材交流型】</p> <p>④Web活用ディスカッション勉強会 商品ページとサイト構成について(仮称) 主にネットショップ塾の卒業生に案内、ネットショップ運用者を対象とする。グループごとに各社のサイトを見ながらディスカッションを行い、商材の良さが伝わるか、ユーザー目線での自社サイトの使い勝手についてなどの意見収集、情報交換を目的とする。講師に実際に事例として挙げて頂き、改善点を見出す。(7社×1日間)</p> <p>【人材交流型】</p> <p>⑤SNS活用講座 facebookページ作成&amp;運用実践塾(仮称) 新規事業立ち上げなど、facebookページ(企業紹介ページ)を開設したい事業者が対象。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>		

事業名		Web活用販路開拓支援事業	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)	○ 人材交流型	<p>【人材交流型】 ⑥Webプロモーション勉強会 facebookページ活用応用編(仮称) 既にfacebookページを活用中の事業者が対象。facebookページの活用方法について、受講者が持つ疑問などヒアリングし、質疑応答に答える。1人1台のパソコン環境を用意し、facebookページインサイト(アクセス解析機能)の解説にて効果測定方法を習得して頂き、facebookページを活用したマーケティング力を高める。(8社×1日間)</p> <p>【人材交流型】 ⑦商材撮影&amp;画像編集講座(仮称) ネットショップを運用している事業者、自社でWebサイトを運営している事業者が対象。商品の社内撮影の技術向上、画像編集の基礎の習得を目的とする。講座申込用紙にて事前ヒアリングを行い、各受講者の課題に応じた講義を初日の座学で行い、二日目にそれに伴った実技実習を、実際に商材を持参して撮影を行い、スタジオ機材などの解説を行う。最終日には1人1台のパソコン環境を用意し、画像編集ソフトでの編集作業を体験して頂く。(15社×3日間)</p> <p>【人材交流型】 ⑧ネットショップ塾 実践編 Webサイト運用講座(仮称) ネットショップや企業サイトを運用中の事業者が対象。Webサイトをより活用するための経営計画の打ち出し方を解説。様々な用途のサイト事例から、Web広告の打ち出し方や、それに合わせたランディングページの制作や商品ページの見直しなど、具体的な対策方法を開示。グループディスカッション方式で、現状のサイトの改善点の洗い出しを行い、各自ブラッシュアップを行えるように促す。(15社×5日間)</p> <p>【人材交流型】 ⑨Web活用ディスカッション勉強会 PDCA報告会(仮称) 過去のネットショップ塾の卒業生、または企業サイトを運用中の事業者が対象。グループごとに各社のサイトを見ながら行うディスカッションにて改善点の洗い出し、または過去に修正した箇所の発表などから、新たな改良点を見出す。こういった見直しの重要性を説き、この交流から今後のPDCAの促進を促す。(7社×1日間)</p> <p>【人材交流型】 ⑩SNS活用講座 SNS広告活用塾(仮称) facebookページなどSNSを活用している事業者が対象。1人1台のパソコン環境を用意しfacebookページ等の管理画面を実際に見ながらfacebook広告などの実用方法を学ぶ。その他のSNS広告との連携やWeb広告であるPPC広告等、事例紹介を交えて解説。実践ノウハウを習得し、費用対効果のある広告の打ち出しを促す。(15社×2日間)</p>			
	販路開拓型	<p>【人材交流型】 ⑪Webプロモーション勉強会 SNS広告活用応用編(仮称) facebook広告などSNS広告やWeb広告を活用している事業者、または検討中である事業者が対象。より費用対効果が出るように、広告を打ち出す際に重要な文言、写真の選定などを事例を交えて解説。受講者の抱えている悩みや疑問に対する質疑応答を行う。facebook広告やその他SNS広告、Web広告の各受講者の活用方法の確認、実践報告にて最新の情報交換とブラッシュアップを行う。(8社×1日間)</p> <p>【人材交流型】 ⑫GoogleAnalytics活用講座(仮称) GoogleAnalyticsを設定しているWebサイトを運用している事業者が対象。1人1台のパソコン環境を用意し、実際にGoogleAnalyticsの管理画面の解説と、データ解析方法を事例を交えて解説。Webサイトの改善点を見出す方法を解説し、Webサイト活用の向上へつなげていく。(15社×2日間)</p> <p>【人材交流型】 ⑬Webプロモーション勉強会 GoogleAnalytics活用応用編(仮称) 過去のGoogleAnalytics活用講座の受講者、または既にGoogleAnalyticsを設定したWebサイトを運用している事業者が対象。1人1台のパソコン環境を用意し、実際に管理画面を操作しながら行う。行き詰っている課題をヒアリングし、課題解決へ導き、解決スキームを共有することで受講者間の交流も促進する。広告やサイト修正などの効果の測定や、より発展した活用に向けたノウハウ供給を目的とする。(7社×1日間)</p> <p>【人材育成型】 ⑭Webプロモーション強化セミナー(仮称) Webサイトをすでに活用しており、Webサイトによる情報発信力をより強化したい事業者が対象。Webサイトを利活用して行うプロモーションについて、根本的な情報の整理から、広告やSNSによる効果的な情報の見せ方などを解説。価格競争に巻き込まれにくい潜在顧客からの顧客開拓を推進する。最新のSEO情報や、マーケティング情報をもとに解説する。(30社×1日間)</p>			
	ノウハウ型	<p>【人材交流型】 ⑮Web活用ディスカッション勉強会 ユーザー導線の在り方について(仮称) Webサイトを運用中、または自社で構築中の事業者が対象。グループごとに各社のサイトを見ながら行うディスカッションにより、自社サイトページの他者からの視点の意見を収集し合い、情報交換を行う。現状のWebサイトではユーザーがどのように誘導されるのかを実際に検証し、改善点について洗い出しを行う。(7社×1日間)</p> <p>【人材育成型】 ⑯Webデザインセミナー(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、写真の選び方など、魅せるデザインを事例を交えて解説し、基礎的な構成の考え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>			
	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)		(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
	(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。				

事業名		Web活用販路開拓支援事業	新規/継続	継続
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠：昨年度の参加事業者数が7社ほどであった。参加者間の交流密度向上と、多様な支援要望に応えられる伴走支援の許容態勢から想定。10社程度の応募を目指す。		
	①7 社	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にも受講を促す。		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠：昨年度実施した当事業に参加された事業者から広告の打ち出し方についての要望が多くあった。特に要望が多かったSNS関連の講座の受講者数が概ね30社であるため。		
	②30 社	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。		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠：昨年度の魅せ方講座の参加事業者数が15社であった。交流型事業であるため、引き続き支援の目が十分に届く15社程度としたい。		
	③15 社	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。		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠：実施時間内にグループディスカッションにて参加者の各Webサイトを検証する時間と解説の時間を考慮。10社程度の応募を目指す。		
	④7 社	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にも受講を促す。		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠：昨年度の実施実績は15名であった。用意するPCの台数に限りあるため15社と設定。		
	⑤15 社	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。②③の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⇒	設定根拠：昨年度の参加事業者数が7社ほどであった。参加者間の交流密度向上と、多様な支援要望に応えられる伴走支援の許容態勢から想定。10社程度の応募を目指す。		
	⑥8 社	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受講を促す。		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠：昨年度の当事業参加者からの誘導及び、③④参加者から、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。		
	⑦15 社	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⇒	設定根拠：昨年度のホームページ活用塾[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。		
	⑧15 社	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。		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠：実施時間内にグループディスカッションにて参加者の各Webサイトを検証する時間と解説の時間を考慮。10社程度の応募を目指す。		
	⑨7 社	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受講を促す。		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠：用意するPCの台数に限りあるため15社と設定。		
	⑩15 社	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。		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠：昨年度の参加事業者数が7社ほどであった。参加者間の交流密度向上と、多様な支援要望に応えられる伴走支援の許容態勢から想定。10社程度の応募を目指す。		
	⑪8 社	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受講を促す。		
	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠：用意するPCの台数に限りあるため15社と設定。		

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	⑫15 社	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。⑧の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⇒	設定根拠：昨年度の参加事業者数が7社ほどであった。参加者間の交流密度向上と、多様な支援要望に応えられる伴走支援の許容態勢から想定。10社程度の応募を目指す。		
		⑬7 社	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受講を促す。		
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	設定根拠：平成27年度実施した当事業に参加された事業者数は、約120社あった。Webサイト運営者の情報発信力の強化とマーケティングへのニーズは高いと想定。		
		⑭30 社	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。また、⑧⑩参加者へ参加を促す。		
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	設定根拠：実施時間内にグループディスカッションにて参加者の各Webサイトを検証する時間と解説の時間を考慮。10社程度の応募を目指す。		
⑮7 社		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受講を促す。			
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	設定根拠：平成27年度実施した同セミナーは受講申込数35社であったため、同様の参加を見込む。			
	⑯30 社	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。特に昨年度以前のネットショップ関連の塾の卒業生へメールでの案内を実施する。			
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	企業ブログの注意点を理解し、今後の利活用法を見出した事業者の割合	数値目標	80%	
	②指標	多様な広告の違いを理解し、今後利用する広告の選定の材料としての知識を得られた事業者の割合	数値目標	70%	
	③指標	商材の強み、USPを見出した事業者の割合	数値目標	80%	
	④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、次の改善点を見出した事業者の割合	数値目標	70%	
	⑤指標	facebookページを立ち上げられた事業者の割合	数値目標	80%	
	⑥指標	facebookページインサイト（アクセス解析機能）の活用で得られる情報を理解した事業者の割合	数値目標	60%	
	⑦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%	
	⑧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	60%	
	⑨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、次の改善点を見出した事業者の割合	数値目標	70%	
	⑩指標	各種Web広告の特色について理解した事業者の割合	数値目標	60%	
	⑪指標	SNS広告についての疑問点を解決した事業者の割合	数値目標	50%	
	⑫指標	サイト解析ツールを利用して得られる情報の重要性和、分析方法を理解した事業者の割合	数値目標	60%	
	⑬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	60%	
	⑭指標	Webにおける情報発信方法の最新動向に理解を深めた事業者の割合	数値目標	70%	
	⑮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、次の改善点を見出した事業者の割合	数値目標	70%	



事業名		Web活用販路開拓支援事業					新規/継続	継続	
	⑩指標	ユーザービリティを意識したデザインの重要性を理解し、今後のWebサイト活用の対策を見出せた事業者の割合					数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
	①	40,200 円 ×		7	×	1.00	=	281,400 円	
	②	20,100 円 ×		30	×	1.00	=	603,000 円	
	③	40,200 円 ×		15	×	1.30	=	783,900 円	
	④	40,200 円 ×		7	×	1.00	=	281,400 円	
	⑤	40,200 円 ×		15	×	1.30	=	783,900 円	
	⑥	40,200 円 ×		8	×	1.00	=	321,600 円	
	⑦	40,200 円 ×		15	×	1.30	=	783,900 円	
	⑧	40,200 円 ×		15	×	1.50	=	904,500 円	
	⑨	40,200 円 ×		7	×	1.00	=	281,400 円	
	⑩	40,200 円 ×		15	×	1.20	=	723,600 円	
	⑪	40,200 円 ×		8	×	1.00	=	321,600 円	
	⑫	40,200 円 ×		15	×	1.20	=	723,600 円	
	⑬	40,200 円 ×		7	×	1.00	=	281,400 円	
	⑭	20,100 円 ×		30	×	1.00	=	603,000 円	
	⑮	40,200 円 ×		7	×	1.00	=	281,400 円	
	⑯	20,100 円 ×		30	×	1.00	=	603,000 円	
	(小計)								8,562,600 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%)								428,130 円
	計								8,990,730 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)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担	852,000	円	負担金の積算		①2,000 円×7社=14,000円 ②1,000 円×30社=30,000円 ③5,000 円×15社=75,000円 ④2,000 円×7社=14,000円 ⑤5,000 円×15社=75,000円 ⑥2,000 円×8社=16,000円 ⑦6,000 円×15社=90,000円 ⑧14,000円×15社=210,000円 ⑨2,000 円×7社=14,000円 ⑩5,000 円×15社=75,000円 ⑪2,000 円×8社=16,000円 ⑫5,000 円×15社=75,000円 ⑬2,000 円×7社=14,000円 ⑭2,000 円×30社=60,000円 ⑮2,000 円×7社=14,000円 ⑯2,000 円×30社=60,000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)		
8,990,730 円 ×			0.75 =			6,743,048 円 ( 852,000 円)			

事業名		Web活用販路開拓支援事業		新規/継続	継続
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核 団体または「リンク」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	6,079,748 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・北大阪は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。 ※平成28年度より北大阪商工会議所が追加。	
		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		
		北大阪商工会議所	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、想定の出る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		自社の「ええとこ」発見・発信支援事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		28 年度～ 30 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)	<p>豊中を中心とした豊能地域には地場産業と呼べるほどの産業集積はない一方、里山・観光地・ものづくり・新旧商業地域・良質な住環境等、非常に多彩な性格を持つエリアである。それが故に東大阪や堺といった大阪産業の代名詞とされるような地域と比べて、地域としての発信力は圧倒的に弱いのが実情である。一方で当地域には非常にユニークかつ貪欲に成長しようとする小規模事業者が多い。一定の産業や業界の考え方や慣習がない分、地域同様多種多彩な事業が増えてきている。しかし、地域の発信力が弱く、そこからもたらされる波及効果に乏しい。そのため各事業者が自社や自社商品の強みやウリ（ええとこ）をしっかりと把握する「発見力」、自社にふさわしいお客さまに届けることのできる「発信力」を身に着け、鍛えていくことで、「個」の力を結集して地域の発信力向上を図る事業としたい。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>主に豊能地域において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、経営理念やビジョンが明確でない等、企業としての基礎が不備な中小企業者、および発信力に課題を持つ中小企業者。特にこれらの課題が顕著な、創業から5年以内のアーリーステージおよび事業承継後5年以内の中小企業者を想定する。過去6年に亘って実施したプロモーション支援事業の受講者のうち上記課題を持つ事業者や、地域の特徴的な資源を使って新事業展開をする「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業」採択事業者、小規模事業者持続化補助金採択事業者のうち事業成果が乏しい事業者、クラウドファンディングを活用して新事業展開を始めた事業者、その他過去の経営相談事業における販促支援カルテ化企業等、約300社程度を想定する。</p>		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>ここ2年に亘り行ってきた小規模事業者持続化補助金申請に向けた経営計画（販路開拓計画）の策定支援を通じて、自社の強みやウリを正確に（お客さま目線で）把握できていないことから同計画の策定ができない、また採択されても的外れな販促ツールを制作してしまうなど、発信力向上以前の課題が散見された。自社や商品・役務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らなければ意味をなさず、それをしないまま販促ツール等を作成してしまっは、資金力に乏しい小規模事業者にとっては大きな痛手となるだけである。小規模事業者は深い自社（自己）理解と、販促ツールの作成およびそれを活用した発信力を自ら身につけ、実践を通じて鍛えていく必要がある。今年度は、今一度自社の強みやウリを徹底的に見直し、見える化し、何らかの販促ツールとして形にすることで、「発見力」を習得いただく1年とする。</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			
	反省点			
具体的	人材育成型	<p>【人材交流型】 ①ええ会社に学ぶ「軸づくり」講座【仮称】（5月より全3回開催） 自社の強みやウリを考える前に、自社の経営理念やビジョンとなる「軸」を見出すため、いわゆる「ええ会社（モデル企業）」が実践していることを見える化し、自社に取り入れる（真似する）形で軸づくりを行う。何から取り組んで良いかわからない、売上が思うように伸びないアーリーステージの企業を対象とする。10社×1回（3日間）開催。</p>		
	<input checked="" type="radio"/> 人材交流型			

事業名		自社の「ええとこ」発見・発信支援事業	新規/継続	新規
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お客引き寄せ名刺作成講座【仮称】(6月より全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、機能する名刺を作成する講座。6社×1回(5日間)開催。  【ハンズオン型】 ③①②の受講企業等のうち、社内でのPDCA化が必要な企業、および個別でツール作成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。		
	○ ハズオン型			
	○ 独自提案型			
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input 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	
		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・相談事業における販促課題の解決を図る場としても想定している。カルテ化は人材交流型参加者のうち50%を想定。		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【人材交流型①】「支援する対象」で示した約300社のうち、自社の軸(経営理念・ビジョン等)が定まっていなかったアーリーステージおよび事業承継後間もない企業を対象とし、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。15社の参加を想定し、うち10社を支援対象とする。		
	10 社			
	設定根拠及び募集方法⇒	【人材交流型②】ここ2年で小規模事業者持続化補助金にチャレンジした企業のうち、当該事業成果の乏しい企業約100社他に対し、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10社程度を想定、うち6社を支援対象とする。		
6 社				
設定根拠及び募集方法⇒	【ハンズオン③】①②の受講企業のうち、個別でツール作成支援が必要、およびここで取組んだことの社内浸透を図るための支援を必要とす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	各社の軸を定めた上で、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実践し続ける仕組み化までを目標とする。			
	指標	【人材交流型①】経営理念・ビジョン等、自社の軸を見出すことのできた企業	数値目標	50%
	指標	【独自提案型②】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	【ハンズオン型】①②で学んだことを会社の取組として社内実践もしくは、名刺などの販促ツール作成に生かして配布実践した企業。	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			

事業名		自社の「ええとこ」発見・発信支援事業					新規/継続	新規	
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	×	1.30	=	522,600	円
		60,300	円 ×	6	×	1.50	=	542,700	円
		100,500	円 ×	10	×	1.00	=	1,005,000	円
		(小計)							2,070,300
	※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%)							103,515	円
	計							2,173,815	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)	名刺作成に関しては、講座開講期間中の個別相談や、カメラマンによる写真撮影、名刺デザイン原稿の複数回の添削等個別での対応がかなり多く、講師・経営指導員共に労力が大きい。							
	算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等				
		②受益者負担	250,000 円		負担金の積算		<small>人材交流型①@10,000円×10名=100,000円 人材交流型②@25,000円×6名=150,000円</small>		
		(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)		
	2,173,815 円 × 0.75 =		1,630,361 円		( 250,000 円 )				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒリツ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	1,449,461 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①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						
		能勢町商工会	30,150 円						
	豊能町商工会	30,150 円							

【備考】2年目は当年度の受講者を核に、「ええとこ発見研究会」をグループ化し、各種実践成果の報告および各種販促ツールのブラッシュアップ、他社取組の共有化を行う。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		中小企業の「攻めのIT」活用推進事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		28 年度～ 28 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)	欧米先進国では、IT活用は企業戦略上で重要な位置付けにあるのに対し、日本企業の多くはITを戦略的な攻めの活用でなく、守りのためのIT活用となっており(JEITA JDC Japanのデータより)、国内企業の多くが経営にITを活かせていない現状がある。経産省のデータ(経産省 H26年情報処理実態調査より)では、ITを戦略的に活用できない企業の4割が、将来的に消えてしまう可能性があるとし唆をしている。IT活用に対する”社長の関心”が低い多くの日本企業にIT活用で事業の変革をもたらす、製品・サービスの開発強化やビジネスモデル変革といった「攻めのIT活用」の投資を促す。攻めのためのIT投資による収益拡大や事業変革に向けた礎を築く。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北摂地域において、主にサービス業を営み顧客や売上等の情報の蓄積はできているが、経営に活かす事が出来ない事業者の内、攻めのIT活用で売上向上のための変革に取り組むチャレンジ意欲のある事業者(他人任せではなく、事業者自らがチャレンジする意欲がある者)。		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	経営指導の巡回時に事業者より受ける相談である。小売サービス業の一例ではPOSシステムを導入し顧客情報や商品の売上情報等が蓄積されているものの、どう活用すれば良いのか分からない等の相談や、他のサービス業では各営業所から毎日メールで日報が100通以上届くがフィードバックどころか確認すらできないなど、情報(データ)の収集までは出来ているが、肝心の活用が出来ていない事業者は多いようです。これは、担当者が実際に現場に巡回して把握した中小企業のIT活用の現状です。		
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	当事業は新規事業ですが、個別支援による昨年度の成果として、支援対象事業者2社が経産省の「攻めのIT経営中小企業百撰」に採択されました。		
	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】 ①「売上をあげる！効果的な顧客データの活用方法」(仮称) ～(お客様が見えていますか?)顧客管理のすべてがわかる～ ・本当にお客様を理解していますか? 既存顧客は何人? リピーター率は? 新規顧客数は? ・埃まみれの顧客台帳になっていませんか DMが出せますか? 不要な顧客情報を持っていませんか? ・顧客管理ができれば、様々なことが見えてきます。 登録した情報で見える顧客の地域分布 新規登録した数が新規顧客数になる 顧客データを収集出来ている事業者が多く見受けられますが、顧客データの有効活用が出来ている事業者が多くないようです。DM発行、メールマガジン発行が、来店歴や購入歴と連動できるようになればお客様の行動が見えるようになり、マーケティングや攻めの営業に活用が可能となります。セミナー形式でその手法について解説します。 (25社×1日間)		
	○ 人材交流型	【人材交流型】 ②「売上をあげる！効果的な顧客データの活用実践塾」(仮称) ①の内容について、更に具体的な実践に取り組む意欲の高い事業者を絞り込み、「顧客管理の方法と効果的活用」をテーマとして、①に挙げる内容を基に具体的な取り組み実施計画を作成し、実践に向けて指導による3日間のカリキュラムとする。取り組み成果目標は、経産省の「攻めのIT経営中小企業百選」へ1社でも多くの応募に繋ぎ、採択事業者の輩出を目指す。 (10社×3日間)		
	販路開拓型			

事業名		中小企業の「攻めのIT」活用推進事業	新規/継続	新規
	ハズレ型	<p>【人材育成型】 ③社内業務IT化セミナー(ITを仕事で有効活用するために必要な知識や仕組みのつくり方) 国内の中小企業経営者の多くはITシステムの活用に必要な知識が不足している傾向が多く見られ、社内にもIT知識に長けた人材が居ないがため、IT化が遅れていたり、高額な投資で使えないITシステムを導入してしまう等、IT業者とのトラブルも少なくない。ITシステムの導入トラブルを未然に防ぎ、攻めのITとして使えるシステムを導入するために、経営者として最低限もっておきたい知識(改善したい事、情報漏洩対策、労力とコストの考え方、現場と経営者を繋ぐIT等々)や、外部事業者(ITシステム)の開発等を委託する場合に、必要となる適切なIT業者との付き合い方等を解説する。(30社×1日間)</p>		
	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 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)府施策連携…大阪府小規模事業経営支援事業「地域活性化事業」商工関係11「IT、デザイン、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業 (b)豊中商工会議所が主管となり、各塾/講座等の企画・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>		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	蓄積した顧客データの活用は、多くの事業者が共通の課題として巡回相談の際にも良く耳にする内容であることから、25社に設定する。	
		①25社		
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	①の受講者のステップアップ(5社)及び、既に①の認識はあり、取り組みを始める意欲を持つ事業者5社の計10社とする。	
		②10社		
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	個別相談としても良く受ける内容であり、IT業者による専門用語を多用した提案内容が難解で、社内にも理解できる人材が居ないことから、正確な経営判断ができていない状況が多いと想定し、35社と設定する。	
		③30社		
	支援対象企業の変化	次の売上に繋がる有効的なデータ活用を見越した顧客情報収集や、商品の売上データ等の解析・分析により、仕入れや販売計画の立案の仕方など、攻めのIT活用の基本となる考え方を身に付け、経営戦略としてのIT活用に向けて「攻めのIT活用」の理解を深める。		
指標		事業の供するIT活用に興味を持った事業者の割合	数値目標	60%
指標		経産省「攻めのIT経営 中小企業百撰」応募事業者数	数値目標	2社
指標		IT業者との正しい付き合い方を理解した事業者の割合	数値目標	60%
指標			数値目標	
その他目標値	目標値の内容⇒			

事業名		中小企業の「攻めのIT」活用推進事業						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		
		①	20,100 円 ×	25	×	1.00 =	502,500 円				
		②	40,200 円 ×	10	×	1.30 =	522,600 円				
		③	20,100 円 ×	30	×	1.00 =	603,000 円				
			円 ×		×		0 円				
	(小計)							1,628,100 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%)							81,405 円			
	計							1,709,505 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			0 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)					
1,709,505 円 ×				1.00 =		1,709,505 円 ( 0 円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒア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)					
		<input type="radio"/>	豊中商工会議所	1,528,605 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と連携して実施。連携会議所は参加事業者の掘り起こし及び、事後の個別支援(カルテ化)を実施する。配分は、各商工会議所①③を2社、②を1~2社で設定。					
			池田商工会議所	60,300 円							
			箕面商工会議所	60,300 円							
			吹田商工会議所	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		「クラウドファンディングでファン創り」促進事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		28 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)	<p>当所では平成25年8月に投資型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」と連携していち早く独自に普及に努め、平成28年1月現在、10社15ファンドが募集された（府外事業者3社6ファンド含む）。ここまでの2年余り、主に投資型を中心にセミナー・イベント・勉強会・ハンズオン支援等で普及および活用促進に努めてきた。ここ1年程度は大阪府下を中心に数多くのセミナー等が行われたこともあり、一定の認知度向上や活用促進に繋がっているものの、特に投資型においては、投資募集段階において必要となる初期費用等各種経費や財務審査等手続の煩雑さ等の理由から、ネガティブな情報が先行している傾向がある。これらの情報は、クラウドファンディングの目的を「資金調達」とのみしていることが一因になっており、本質的な理解や活用の仕方が十分に進んでいないことの表れと考えている。そこで、いち早く活用支援に乗り出して蓄積した経験や、既にファンド償還済みもしくはファンド運用中で、目下投資家との関係強化に努めているこれまでの支援事業者の実践事例を活かして、「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」、言わば「ファンクラブ運営」としての活用を促進したい。一方で、これまで主に経営相談事業内で行っていた購入型の活用についても積極的に普及促進し、活用に向けてチャレンジしようとする事業者を掘り起し、クラウドファンディングの裾野を拡大すると共に、クラウドファンディング活用のPR効果を最大限に高められるよう、伴走支援を行いたい。</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、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130社程度その他、過去2年において販路開拓支援のための国の補助金（小規模事業者持続化補助金）の応募に係る支援を行った約200社、平成26～27年度実施の「クラウドファンディング活用促進事業」への参加事業者等、新規顧客開拓や優良顧客（ファン）創出、リピーター創出に課題を持つ事業者を対象に、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26～27年度の「クラウドファンディング活用促進事業」において、「クラウドファンディングの基礎セミナーやワークショップ、実践者のホンネを聞くイベント、ふるさと投資を題材としたセミナー、クラウドファンディングを見据えた自社ストーリー作成講座等を実施し、いずれも想定した定員を超えるなど、一定のニーズは感じている。また、平成25年度よりいち早くクラウドファンディング活用促進支援を行っていることもあり、「中小企業白書2014」での取組紹介の他、平成27年度には飲食店経営者・創業予定者向け雑誌「月刊 飲食店経営（9月号）」および日本商工会議所のビジネス情報誌「月刊 石垣（11月号）」に各誌数ページに亘って支援事例が紹介されたことなどから、具体的な直接の個別問合せ・相談も以前に比べてかなり増えている。しかし「資金調達」目的のものが大半であり、経験を活かした本質的な活用方法の更なる発信の必要性を感じている。</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			
	反省点			

事業名		「クラウドファンディングでファン創り」促進事業	新規/継続	新規
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・どこで・何を・どのようにするかを明確に)	○ 人材育成型	【人材育成型】 ①クラウドファンディングフェスタ【仮称】（9～12月頃開催予定） 購入型のプラットフォームとその活用実践者、および投資型のプラットフォームとその活用実践者を招き、それぞれのメリットや活用イメージを確認していただく機会とする。		
	人材交流型	【購入型】クラウドファンディング活用の第一歩として、初期費用がなく、比較的手軽に始めることのできる「購入型」について、そのプラットフォーム提供事業者と活用実践者の事例発表を行う。資金調達手段としてもさることながら、PR戦略、話題作り等、プロモーション的メリットを訴求し、チャレンジ事業者を掘り起こす。		
	販路開拓型	【投資型】自社のファンクラブを持つような要素の高い「投資型」だからこそ得ることのできるメリットをしっかりと訴求し、そのプラットフォーム提供事業者と活用実践者の事例発表を行う。事例発表については特に、これまでの活用サポート経験を活かし、運用期間中および運用期間終了後の投資家との関わりや、その関わりを深めるための実践策等について提供し、資金を集めること以上のメリットについて体感いただき、チャレンジ事業者を掘り起こす。		
	○ ハズオン型	40社程度の参加を想定し、うち30社を支援対象とする。		
	独自提案型	②飲食事業者等のためのクラウドファンディングセミナー【仮称】（7～8月頃開催予定） これまで飲食店開業や多店舗化においてクラウドファンディングを活用してファン創り・資金調達を行ってきた事業者による体験談とクラウドファンディングの基礎知識のセミナー。地域柄、比較的飲食店の多い北摂地域においてブランディングや新規顧客開拓に課題を持つ飲食事業者等や同創業予定者等を掘り起こし、クラウドファンディングを活用して潜在顧客の開拓をサポートすることにより、サービス産業の生産性向上の取組みの一環とする。 30社程度の参加を想定し、うち20社を支援対象とする。		
		【ハンズオン型】 ③上記①②の中から、本格的にクラウドファンディングを活用しようとする事業者について、その資金募集開始に向けた各種支援をハンズオンで実施する。計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)		○ (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)「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)カルテ化は参加者のうち20%を想定。		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	30 社	【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130社、小規模事業者持続化補助金応募事業者（採択事業者含む）約200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、クラウドファンディング活用促進事業等）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。特に最終消費財メーカーやクリエイター、SB・CB事業者等、購入型の活用が期待される40社の参加を想定しうち30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。	
	設定根拠及び募集方法⇒		【人材育成型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130社、小規模事業者持続化補助金応募事業者（採択事業者含む）約200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、クラウドファンディング活用促進事業等）に参画した事業者のうち、飲食店等を経営する事業者および創業予定者（50社程度）。特に新店開業に向けた戦略としてクラウドファンディングを活用しようとする事業者を重点的にサポートしたい。30社の参加を想定しうち20社を支援対象とする。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	設定根拠及び募集方法⇒	20 社		

事業名		「クラウドファンディングでファン創り」促進事業				新規/継続	新規			
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【ハンズオン型③】上記①②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3社に対し、ハンズオン支援を実施する。								
	3 社									
	「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。									
	支援対象企業の変化	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	【人材育成型②】飲食店の開業時にクラウドファンディングを活用してみたいと感じた事業者。			数値目標	20%				
	指標	【ハンズオン型】クラウドファンディングを活用した事業者。			数値目標	30%				
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 ×		30	×	1.00	=	603,000 円		
		20,100 円 ×		20	×	1.00	=	402,000 円		
		100,500 円 ×		3	×	1.00	=	301,500 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%) 65,325 円									
	計 1,371,825 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)									
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市町村等+②受益者負担)			
1,371,825 円 ×		1.00	=	1,371,825 円	( 円 )					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはト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	1,251,225 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2社、商工会は各1社を想定。					
		箕面商工会議所	40,200 円							
		池田商工会議所	40,200 円							
		豊能町商工会	20,100 円							
	能勢町商工会	20,100 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 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)	大阪府・大阪市から発表された「大阪の成長戦略[2015年2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。アベノミクス以前の円高基調のなか、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、越境ECプラットフォームの充実化等、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良い機会とも言える。また、TPP（環太平洋パートナーシップ）協定交渉の大筋合意等を背景に、高付加価値・小ロットのMade in Japan製品・商品は海外市場獲得に向けて追い風となることも予想され、地方創生政策と相俟って、地域と海外が直接繋がる機会が更に増えていくことが予想される。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く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、以前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」「国際郵便からみる海外販売」「海外展開のためのクラウドソーシング」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。TPP（環太平洋パートナーシップ）協定交渉の大筋合意等を受けて、さらに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	26・27年度と小規模事業者でもできる海外販路開拓実践方法等に係る勉強会および個別相談を中心に行ってきたが、自社商品（サービス）を使ってもらおう・食べてもらおうという、販売の一步前のステージを用意し、「売れる」を実感してもらおう仕組みが必要。		
	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。また、海外販路開拓の可能性を実感していただくための場として、将来的に海外での販売を目指す食品等BtoC商材を持つ小規模事業者を対象に、当該国（米国を想定）にサンプルを送っておき、現地で当該商品の現地バイヤー・消費者向け試食・試用会を行うと共に、それをSkype等無料ビデオ通話ソフトを使って海外と繋ぎ、その反応をダイレクトにヒアリングできる機会を作る。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 type="radio"/> 人材交流型			

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
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>①【人材交流型】 27年度までの当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国際ビジネスサポートセンターを積極的に紹介していく。 ■内容(予定)年2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2回の研究会を開催。 ・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:2016年7月~2017年3月頃</p>			
	ハズ 〆型	<p>②【販路開拓型】 27年度までの当事業参画企業のうち、BtoC商材(食品・雑貨・化粧品等)を持つ小規模事業者において、海外でのマーケティングを兼ねた展示会兼試食(試用)会を行う。今回は提携事業者が出先を持つ米国内(ロサンゼルスを予定)にて実施する。参画希望事業者の商品サンプルを事前に現地に発送しておき、当日はSkype等のビデオ通話ソフトで豊中と繋ぎ、現地バイヤーや消費者の試食・試用に対する感想や反応を、その場でダイレクトに事業者にフィードバックする。この結果は海外販売に向けた商品改善やマーケティングの場として機能させると共に、海外販売の可能性を「実感」していただくことを最大の目的とする。 ■内容(予定)1回5社までを年2回 ・会場:豊中市内もしくは大阪市内を予定 ・開催時期:2016年6~8月頃を予定</p>			
	独自提案型	<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>			
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<p>(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、大阪産業振興機構国際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・能勢町・豊能町と分担。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%</p>			
事業の目標	支援対象企業数①	設定根拠及び募集方法⇒	【設定】25社×2回(同じ会社が複数回参加することを想定) 【募集方法】26・27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。		
		25 社			
	支援対象企業数②	設定根拠及び募集方法⇒	【設定】5社×2回【募集方法】26・27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、おおさか地域創造ファンド採択事業者への声掛け、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。		
		10 社			
	支援対象企業の変化	指標	①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%
指標		②その後の具体的な取り組み(商品等改善、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	30%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

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
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	×	1.20	=	1,206,000 円	
		50,250 円 ×		10	×	1.00	=	502,500 円	
					×		=		
	(小計)							1,708,500 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%)							85,425 円	
	計							1,793,925 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)			
1,793,925 円 ×			1.00 =			1,793,925 円 (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		1,472,325 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、勉強会参加企業を各2社、能勢町・豊能町は各1社発掘し、事後フォロー、カルテ化等について分担する。能勢町商工会、豊能町商工会は新規連携。			
		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					
		能勢町商工会		40,200 円					
		豊能町商工会		40,200 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	<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)	<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>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p><input type="checkbox"/>障がい者雇用を検討している企業  <input type="checkbox"/>過去に障がい者雇用をしたが、上手くいかなかった企業  <input type="checkbox"/>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</p> <p>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）、  <input type="checkbox"/>人材採用・育成や定着に課題を持つ企業  <input type="checkbox"/>CS向上や売上低迷等に悩む企業</p> <p>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。ここ3年程度でジョブ・カード制度を活用した約300社および26・27年度当事業に参加した約60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>		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<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「何で???な従業員の活かし方セミナー」を実施。23社26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。12月、「製造業者向け障害特性研修」を実施。11社11名が参加。10～12月にかけて「ダイバーシティ経営まずやってみる塾」を実施。5社が参加。事前の講義・ヒアリングを経て、発達障がい若者を1社につき1名、3日間インターンシップを実施。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ている。		
	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機会として7月のセミナーは効果的であった。しかし、その後に実施したインターンシップ受入は、同セミナー参加企業にとってはかなりハードルが高く、同セミナー受講者からの参加は0。裾野を広げるためには、社内含め、より多様な人材を経営において活用していくマインド醸成が必要と感じている。		
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	【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	【人材交流型】 ②障がい者就労支援事業者に学ぶ、多様な人材を活かす会社になるための5日間		
	販路開拓型	①参加企業のうち、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を対象に、目の前の課題となっている社内人材の特性を見極め、最大限活躍してもらうための講座。職域開拓に係る講義&ワークショップ、視察研修、および個別相談(希望に応じて現地訪問もあり)および成果発表を含めて、全5日間。8～9月実施予定。全10社の参加を想定。		
	○ ハンズオン型	【ハンズオン型】 ③ 27年度に実施した発達障がい者インターンシップ事業参加企業のうち、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)	○ (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)「10.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%		
支援対象企業数①	設定根拠及び募集方法→	【設定】20社×1回 【募集方法】26・27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。		
	20 社			



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②	設定根拠及び募集方法⇒	【設定】10社×1回 【募集方法】①受講企業および26・27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。						
		10 社							
	支援対象企業数④	設定根拠及び募集方法⇒	【設定】3社 昨年度および②受講企業のうち、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	①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	②当事業への参加を通じて、障がい者の雇用と戦略的活用について理解が深まった企業				数値目標	30%		
	指標	③障がい者の雇用に至った企業				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	
		⇒	20,100 円 ×	20	×	1.00	=	402,000 円	
			40,200 円 ×	10	×	1.50	=	603,000 円	
			100,500 円 ×	3	×	1.00	=	301,500 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="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)				
	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		1,226,100 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2社もしくは人材交流型参加企業を各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		40,200 円					
		池田商工会議所		40,200 円					

【備考】最終年度となる当年度は、前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と共に、事業終了後以降にも障がい者雇用への理解と裾野を広げるべく、社内の活かしていない人材の最大限活用を通じ、障がい者雇用のメリットを体感いただく。

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)	東京オリンピックの開かれる2020年の訪日外国人旅行者について、従来2,000万人としていた目標数が2,500万人に上方修正されるなか、大阪においては来阪外国人を2020年までに年間650万人(訪日の26%)にすることが成長目標として掲げられている。2015年の訪日外国人が既に1,900万人を超え、大幅な成長分野になりつつあるインバウンド市場への対策は大阪経済の活性化にとって益々重要になると思われる。しかしながら、豊中以北の豊能・北摂地域において現状ではインバウンド対策を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、増加している多才なグローバル人材(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、雇用に向けたマッチングを推進することで、豊能地域企業のインバウンド(訪日外国人集客)力の向上に繋げていく。		
	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300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、急増している訪日外国人の動向などにより、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。国内最大級の大型複合施設「EXPOCITY」が2015年11月に開業したことによる当該地域への海外からの注目度も追い風になってくると思われる。 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、6月23日に「グローバル人材の戦力化で攻める！訪日外国人集客の“凄ワザ”セミナー」を開催し45名の参加・20社超の支援対象企業を集めた。人材交流型においては、「外国人留学生と行くインバウンド・モニタリングツアー」を能勢・豊能エリアに対して10月10日、11月20日、1月26日の3回で実施し、3月8日に「当モニタリングツアー報告会・外国人留学生との交流会」を開催する予定で、計画通りの支援対象企業数を見込んでいる。ハンズオン支援においては、モニタリングツアー受講企業より3社の支援を12月に実施し、海外からの旅行ツアーへの組み込み2社、外国人留生活活用1社などの実績に繋がる見込みである。総じて、新たなインバウンドビジネス参入企業の掘り起こしと外国人留学生とのマッチング機会創出に成果を上げることができた。		
	反省点	インバウンド対策とグローバル人材(外国人留学生)の活用に関心の高い企業の掘り起こし、ならびに、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の向上には取り組めたと思うが、実際に企業がグローバル人材を活用していく点では、さらなるマッチング支援によるサポートの必要性を感じた。次年度は、インバウンド対策でグローバル人材の有用性があることを知っていただくとともに、専修学校との交流なども図りながら、グローバル人材の活用に結びつくような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	【①人材育成型】 「グローバル人材（外国人留学生）活用セミナー」 ・内容：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などを紹介する。 ・開催時期：2016年6月頃 ・開催場所：豊中商工会議所		
	○ 人材交流型	【②人材交流型】 1. 「インバウンドゼミナール」 インバウンド実践のために、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）などのテーマよりゼミナールを開催し、中小企業にグローバル人材（外国人留学生）を戦力として活用する提案を行う。 2. 「中小企業と外国人留学生との交流会」 グローバル人材の活用に関心のある中小企業と外国人留学生のマッチングを図るべく、外国人留学生が学ぶ専修学校も交えた交流会を開催し、インバウンドを含む企業のグローバル対策の促進に繋げる。 3. 「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）の活用についても提案する。 4. 「モニタリングツアー報告会」 上記モニタリングツアーの報告会を公開し、モニタリングツアーに参加していない事業者とも情報を共有することで、インバウンドへの取り組みとグローバル人材の活用を広く啓発していく。 以上、4日間 ・開催時期：2016年8月～2017年1月頃 ・開催場所：豊中商工会議所、専修学校、実践事業所		
	販路開拓型	上記モニタリングツアーの報告会を公開し、モニタリングツアーに参加していない事業者とも情報を共有することで、インバウンドへの取り組みとグローバル人材の活用を広く啓発していく。 以上、4日間 ・開催時期：2016年8月～2017年1月頃 ・開催場所：豊中商工会議所、専修学校、実践事業所		
	○ ハズお型	【③ハンズオン型】 旅行社のツアー商品に参入する、又は個人ツアー客を独自に取り込んでいくことを目的に、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に向けた実践力を強化していく。 ※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）		
	独自提案型	※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）		
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 checked="" type="checkbox"/> (d) 相談事業相乗効果 (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。 (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。 (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%			

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	支援対象企業数【①人材育成型】	設定根拠及び募集方法⇒	【設定】グローバル展開とグローバル人材（外国人留学生）の活用に関心の高い企業25社（参加は30社を予定、うち25社を支援対象とする） 【募集方法】商業・サービス業、ものづくり、観光関連企業への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。						
		25 社							
	支援対象企業数【②人材交流型】	設定根拠及び募集方法⇒	【設定】インバウンド対策に関心が高く、グローバル人材（外国人留学生）活用意欲の高い企業25社×4日間（同じ事業者が複数回参加することを想定） 【募集方法】商業・サービス業、ものづくり、観光関連企業への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。						
		25 社							
	支援対象企業数【③ハンズオン型】	設定根拠及び募集方法⇒	【設定】インバウンド対策に関心が高く、グローバル人材（外国人留学生）活用意欲の高い実践力のある企業4社 【募集方法】モニタリングツアー、セミナー、ゼミナールを受講した企業の中から候補企業を募集し、企業のニーズ、インバウンド対応力にあわせてハンズオン支援を実施する。						
		4 社							
	支援対象企業の変化	セミナー、ゼミナール、モニタリングツアー、ハンズオン支援により、グローバル人材（外国人留学生）活用の必要性を認識し、自社のインバウンド対策に活用してみようとするチャレンジ意欲を生み出す。アンケートにより、支援対象企業の変化を把握する。							
	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				30%		
	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				30%		
	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 (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 ×	25	×	1.00	=	502,500	円
	②	40,200	円 ×	25	×	1.40	=	1,407,000	円
	③	100,500	円 ×	4	×	1.00	=	402,000	円
							(小計)	2,311,500	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	2,311,500	円	

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	
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							
	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市町村等+②受益者負担)		
		2,311,500 円 × 1.00 =		2,311,500 円		( 円 )		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「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)			
	○	豊中商工会議所	2,030,100 円		豊中は、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・豊能の各団体においては、人材育成型セミナーと人材交流型ゼミナールにて参加企業を各1社以上開拓する。能勢町商工会においては、人材育成型セミナーにて1社以上、人材交流型ゼミナールにて3社以上開拓する。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	60,300 円					
		池田商工会議所	60,300 円					
		能勢町商工会	140,700 円					
		豊能町商工会	20,100 円					
			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、豊能地域の外国人集客力・対応力が向上していくことを目指していく。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		中小企業の技能継承に向けた人材採用・定着・育成支援事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		28 年度～ 30 年度まで	<input 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)	<p>豊中市は、事業所数で府下4位・従業者数で府下5位、製造業事業所数で府下5位（平成26年経済センサス基礎調査より）と、数的には大阪府経済の一端を担っているが、その多くが従業者30名未満であり（平成26年豊中市統計書）、人材採用・定着・育成ノウハウに乏しく、恒常的に課題を抱える事業所が多い。実際に中小企業白書2015のデータからも事業所規模が小さくなるほど人材充足率が低く、また就業者の離職率も高くなる傾向が読み取れる。大阪労働局の「平成27年度第2回ハローワーク雇用等短期観測調査においても、「正社員不足」と回答した企業が調査過去開始以来過去最高となっており、人手不足感が強まっていることが確認できる。また、日常の相談においても「そもそも、求職者の応募がない」、「雇ってすぐに辞めてしまった」といった内容が増えてきており、「人手不足倒産」が現実的なものとなってきている。一方、就業者側からは、資格取得支援、職場環境への配慮、研修制度の充実などの「定着」「育成」へのニーズが高まっており、「人材採用」、「定着」、「育成」を3つの柱とした「人材力の強化」が急務となってきている。</p> <p>「人材採用」については、初年度は求人及び面接といった、採用の「入口の部分」のノウハウを学んでいただき、初年度から2年度めにかけてOSAKAしごとフィールドをはじめとする公的な機関を効果的に活用できるよう支援を行い、最終年度には合同就職説明会等も活用しつつ新卒・中途採用を含め人材戦略を計画的に実施できる企業を増やすことを目的とする。「定着」については、2年度目から各種ハラスメントへの対応や評価制度の構築などの職場環境改善に向けた支援を行い、最終年度には自社で人材評価制度を新たに構築できた企業を増やすことを目的とする。「育成」については、大阪府職業能力開発協会や大阪府立高等職業技術専門学校などの協力を得て「ものづくり企業」の技能継承を確実にを行うことを目的とし、初年度は施策と活用事例の紹介により育成を身近なものと考えていただき、2年目は高等職業技術専門校のオーダーメイド講座の活用などによる育成を体感、最終年度には新規に技能検定に取り組む企業が出てくることを目指す。これらの事業を通して自社の「人材力」を底上げしていくことで、人手が不足していく中でも必要な人材を確保し、事業を継続するための礎としていただくことを目的とする。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	池田公共職業安定所に求人を出す約3,000社のほか、過去3年をめぐりに豊中商工会議所で労務系セミナー等に参加した企業約200社を対象とする。また、ジョブ・カード制度活用事業者にも、各種事業への誘導を行い人材の採用・定着・育成について支援する。		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	ハローワークや各市の求職関係セクション等への求人票の提出状況や、大阪府全体での有効求人倍率の改善からも、中小企業においても採用に関するニーズが高まっていることが確認できる。また、豊中商工会議所で受託している「ジョブ・カード制度普及推進事業（厚生労働省委託事業）」における相談内容からも、ミスマッチの解消、定着率の改善、人材育成に向けた支援ニーズの高まりが見て取れる。		
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			
	反省点			
具体的 な実施	<input type="radio"/> 人材育成 型	<p>【人材育成型】</p> <p>①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「『求人難』時代に克つ！求人力底上げセミナー（仮称）」を行い、採用活動を取り巻く環境が変わる中で「自社に来て欲しい人材」に向けてPRする方法について学習していただく。また、大阪府職業能力開発協会より講師を派遣いただき、技能検定やものづくりマイスター制度など、採用の前に知っておきたい人材育成に関する施策について情報提供いただく。定員50社のうち30社を対象とする。</p>		
	<input type="radio"/> 人材交流 型			

事業名		中小企業の技能継承に向けた人材採用・定着・育成支援事業	新規/継続	新規	
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	【人材交流型】 ②社会保険労務士を講師に、上記①の参加者をメインターゲットとして、より実践的な少人数制の勉強会(名称未定)を開催。人材採用に課題を抱える中小企業を中心に、求人・定着に関するノウハウを習得していただき、求人充足率と定着率向上を目指す。12~2月で3回実施、今後の採用活動に向けた知識とノウハウの共有を目指す。定員10社。			
	ハズカ型	③上記①、②の参加者をメインターゲットとして、各社個別の技術的課題解決につながる「オーダーメイドテクノ講座」などを実施する東大阪高等職業技術専門校の視察および意見交換会を開催し、人材育成に関する知識の共有を目指す。定員10社のうち5社を支援対象とする。			
	独自提案型	また、各事業実施にあたり、参加企業に対し、OSAKAしごとフィールドのPRを行い、会員登録の誘導を図るとともに、技能検定制度やものづくりマイスター制度の活用促進に向けたPR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)	<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 府施策連携…大阪府小規模事業経営支援事業「地域活性化事業」労働関係3「中小企業若手人材確保支援事業」、同16「技能検定の活用促進」、同17「技術専門校を活用した中小企業従業員等の技術向上事業」 広域連携…豊能地域のの商工会・商工会議所で広報・周知なども含めて共同実施			
【人材育成型】① 支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	豊中商工会議所会員、過去のセミナー参加者、ハローワーク池田に求人票を提出している事業者、ジョブ・カード制度活用事業者を中心に広報、周知			
	30 社				
	【人材交流型】② 支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	上記①の参加事業者を主なターゲットとする。		
		5 社			
【人材交流型】③ 支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	上記①、②の参加者、ジョブ・カード制度活用事業者を中心に広報、周知を行う。			
	5 社				
支援対象企業の変化	①においては、現在の求人環境が大きく変わっており求職者へ適切なメッセージを発する必要があることを理解頂き、②において実践し結果を残していただく。 ③においては、従来のOJTのみでなくOFF-JTを組み合わせることで教育効果がアップすることを理解いただき、育成に活用できる府施策や施設について知識を深めていただく。				
	指標	①求人に関する現状を理解し、採用活動に関する意識が向上した企業の割合 ②求人充足事業者数 ③技術専門校等の人材育成に関する府の施策・施設の活用に関するいきが向上した企業の割合	数値目標	①50% ②3社 ③30%	
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 ×	30	× 1.00 =	603,000 円
		40,200 円 ×	5	× 1.30 =	261,300 円
		40,200 円 ×	5	× 1.00 =	201,000 円
				(小計)	1,065,300 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%)	53,265 円	
			計	1,118,565 円	

事業名		中小企業の技能継承に向けた人材採用・定着・育成支援事業				新規/継続	新規	
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)							
	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)	
		1,118,565 円 × 1.00 =		1,118,565 円	( 0 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	857,265 円		箕面・池田商工会議所、豊能町・能勢町商工会は、セミナー参加を2社発掘 $20,100円 \times 2社 = 40,200円$ 吹田・高槻・茨木商工会議所、摂津市・島本町商工会は、セミナー参加を1社発掘 $20,100円 \times 1社 = 20,100円$ 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	20,100 円					
		高槻商工会議所	20,100 円					
		茨木商工会議所	20,100 円					
		摂津市商工会	20,100 円					
	島本町商工会	20,100 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		デザイン活用による高付加価値商品創出事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		28 年度～ 30 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)	平成25年に道の駅が1,000箇所を超え、平成27年にはふるさと納税の返礼品が約1,200の自治体で3万点超が登録される等、地域資源を活用した特産品が開発・販売される機会が増加している。このような背景を受けて特産品においても画一的なものから個性のあるものが求められている。北摂地域においては肉や農産物等の第一次産業における特産品は少なく、第二・三次産業で特産品の創出が求められる。そこで商品・製品・サービス等にデザインの活用による付加価値を付けることにより、これまでは単なる商品であったものを特産品へと創り上げることを目的とする。また「ふるさと納税の返礼品」としての申込みも検討することにより、デザインを活用しつつ地域特産品としてのブランド化を目指す。ふるさと納税は平成27年の改正によりふるさと納税の控除の上限が拡大されたこともあり、今後も寄付金額、納税による返礼品である登録特産品が増加することが見込まれるが、3万点を超える特産品の中では特色のないものは埋もれがちである。デザインの活用により、さらなる付加価値を加えることで他の商品との差別化をはかり、売上・利益を増加させることを目指す。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北摂地域にてBtoC製品やサービスを提供する製造業・小売業・農林水産業・食品・サービス事業者のなかで、特産品をつくらうとしている事業者、または既に特産品を保有しているがデザインによる付加価値を付けることでさらなる「ブランド化」を目指す事業者、自社製品のデザインの見直しをしたい事業者、自社製品の発信力に課題がある事業者。また過去に「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業」の採択事業者・不採用となった事業者の内、自社商品を所有している企業100社程度を支援対象とする。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	大量消費における画一的なものから個性が求められデザインが重要視される傾向が強まっているが、小規模事業者においてはデザイン部門がない、資金がない、デザイナーに依頼する方法が分からない等の課題があるのが現状であり、デザイン活用に着手できている企業は少ない。近年では老舗の和菓子店が商品やパッケージデザインを一新することにより若年層へも認知度が高まり、売上が増加した例も多く挙がっており、このように時代の変化に対する変革を求められている企業や創業間もなく商品デザインまで着手できていない企業等からのニーズが高いと思われる。		
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			
	反省点			
	<input type="radio"/> 人材育成型	<b>【人材育成型】</b> ①「売れるパッケージデザインセミナー」(仮称) 現在、自社商品を所有している企業を対象とし、商品開発に関わるデザイナーから商品販売におけるパッケージデザインの重要性や、マーケティング戦略におけるデザインの役割を学ぶ。また、デザイナーがこれまで行ってきた支援事例やデザイナーへ依頼する方法、依頼するにあたって必要な事前準備、デザイン依頼にかかる料金等について学ぶとともに、「大阪府産業デザインセンター」が実施している支援施策を解説して活用促進を図る。 ・実施時期：2016年5～8月頃 ・開催場所：豊中商工会議所 ・25社の参加を想定		

事業名		デザイン活用による高付加価値商品創出事業	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)	○ 人材交流型	<p>【人材交流型】</p> <p>②平成28年度については主にパッケージデザインの作成・改良に関して、専門家デザイナー・大阪府産業デザインセンター専門職員を講師とするワークショップを行う。</p> <p>1. デザインだけではなくマーケティングにおけるパッケージの重要性や、パッケージデザインの進め方を実際の支援事例を参考にしながら学ぶ。自社製品を持参してもらい、自社商品のコンセプトや価格、ターゲット等を整理する。</p> <p>2. 現状のパッケージデザインの課題の抽出を行い、専門家からアドバイスをもらってデザイン作成・改良の方向性を検討する。専門家のアドバイスを受けながら他の参加者と共にパッケージデザインの企画を検討する。</p> <p>3. 上記2で企画検討したパッケージデザインを発表し、専門家や他の参加者より講評を受け、さらなるブラッシュアップを行い、デザイナーやパッケージ制作会社に依頼する準備を整える。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実施時期：上記3日間を2016年6～10月頃</li> <li>・開催場所：豊中商工会議所</li> <li>・5社×3日間を想定</li> <li>・デザイナーへの依頼時に必要な準備や、大阪府産業デザインセンターの施策の活用に向けた解説も織り込む。</li> </ul>		
	販路開拓型			
	○ ハズオン型	<p>【ハズオン型】</p> <p>③ ①②参加企業のうちパッケージデザイン活用を実施する事業者、今年度・次年度以降の「ふるさと納税返礼品」への申請を目指す事業者に対し、指導員・専門家によるハズオン支援を行い実際のパッケージデザインの作成に着手する。</p>		
	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="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)府施策連携：「11. IT、デザイン、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業」。大阪府産業デザインセンターとの連携により施策の活用を促進する。 (b)広域連携：企画立案運営等の主管業務は豊中商工会議所が担当。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目指す。 (d)相談事業相乗効果：カルテ化はハズオン型参加企業のうち60%を想定。		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【人材育成型①】	
		25 社	「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業」の過去応募事業者約100社への告知の他、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。	
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【人材交流型②】	
		5 社	上記①の参加者への告知の他、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。	
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【ハズオン型③】		
	5 社	上記①②の参加企業のうちパッケージデザインの活用を実施する企業、ふるさと納税の返礼品申請等、具体的な目標がある企業に対して支援を行う。		
		セミナー、ワークショップの参加により商品販売時におけるパッケージデザイン活用の重要性を理解する。その上で自社商品の強みを認識し、それに見合ったデザインを活用することで商品価値、ブランド力を高める。その結果特色のある商品・特産品を生み出すことができ、自社の売上増へとつながる。		

事業名		デザイン活用による高付加価値商品創出事業				新規/継続	新規	
支援対象企業の 変化	指標	①パッケージデザイン活用に対する意識の向上割合				数値目標	70%	
	指標	②自社商品におけるパッケージデザイン活用への着手				数値目標	60%	
	指標	③デザイナーとの契約、ふるさと納税の返礼品への応募等				数値目標	1件	
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 ×		5	×	1.30 =	261,300 円	
		100,500 円 ×		5	×	1.00 =	502,500 円	
		(小計) 1,266,300 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%)						63,315 円	
	計						1,329,615 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)		
1,329,615 円 ×		1.00 =		1,329,615 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)		
	○	豊中商工会議所		1,209,015 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。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①への参加者各2社、商工会は各1社を想定。		
		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		20,100 円				
	豊能町商工会		20,100 円					

【備考】1年目はデザインの中でも特にパッケージデザインに焦点を当て、事業・施策・制度の周知を行う。2年目以降は1年目のセミナーやワークショップにおける参加者の状況を見て、製品デザインにも幅を広めることを検討する。また大阪府との連携をさらに高めて府の施策の活用・応募の割合を高める。3年目には北摂地域、特に豊中市においても「ふるさと納税」における返礼品の創出を目指す。

※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)	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ハズカをベースに各種支援を実施する。今年はい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ュアップしていく一方、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。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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44社(事業完了者含む)、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)		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	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(北摂アントレへのリト参加等)し、下半期の具体的な応募申請書作成へ繋げていく。		
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	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ハズカ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27年度末までで3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リトとなったりリト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リト-経営者の講演依頼を受け特別授業を実施、ハッ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、25年度17件(採択6件)、26年度19件(採択6件)、27年度10件(採択5件)といずれも倍率は高い。		
	反省点	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年度に19件と改善したものの平成27年度は10件と減少、同時期実施されたものづくり補助金や持続化補助金等により大きな影響を受けた。平成28年度は公募最終年度で公募時期が例年と変更となるため、持続化補助金などの影響は少なくなると思われるが、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けるようにする必要がある。		

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
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(10月頃実施・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ノウハウや交流のための採択事業者交流会を実施する。新採択事業者のモチベーション喚起を目的とする。 ・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オブザ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。 ・AOPF勉強会【現役採択事業者を中心とする勉強会】(月1回計10~12回・会場は豊中商工会議所) 現在採択期間中の事業者には、個人事業者や創業者も多く、ファンド事業遂行にあたり直面している課題の解決に向けて勉強会を開催することで、事業化に向けた支援を行う。本勉強会参加者のうち希望する方については北摂アントレについても参加を促し、交流の幅を広げる。また、採択事業者以外も対象に、市場ニーズの読み取り方に関するセミナーを開催し、おおさか地域創造ファンド終了後も見据えた、マーケットインの製品・サービス開発についての意識を高めて頂く。 ・北部地域採択事業者交流会【豊能・三島・北河内の三地域の採択事業者を集めた交流会】(実施時期未定、会場は豊中商工会議所) 豊能地域、三島地域、北河内地域の採択事業者(平成27年度新規採択事業者および過去採択事業者)を対象に、新たな気づきの発見や地域を越えた交流を促す為の広域交流会を実施する。		
	人材交流型	以上4事業を合わせて計50社を支援対象とする。 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・モックアップ・PR等の場として実施。出店者計5社を見込む。		
	販路開拓型	③<ハズレ型> ・採択事業者ハズレ型支援(随時実施) 採択事業者13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型で実施する。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	【28年度応募予定者への支援】 ④<独自提案型> ・28年度応募申請書作成支援(5~6月実施予定・会場未定) 28年度に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			

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)	<input checked="" type="radio"/> (a)府施策連携 <input checked="" type="radio"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input checked="" type="radio"/> (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。		
	支援対象企業数①	設定根拠及び 募集方法→ 50 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→ 5 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5社。			
支援対象企業数③	設定根拠及び 募集方法→ 13 社	現採択事業者（事業完了者除く）8社、28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→ 10 社	過去ファンド 関連セミナー受講者約150社への案内、その他会報・HP・メルマガ等による広報、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は応募申請書のたたき台を作成し、応募に向けた具体的な支援を行う。各々アンケート実施や成果物により変化を計る。				
	指標	A. 28年度応募者数 B. 当年度事業化事業者数		数値目標	A. 10件 B. 2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
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 ×		50	×	2.00	=	4,020,000 円	
		50,250 円 ×		5	×	1.00	=	251,250 円	
		100,500 円 ×		13	×	1.00	=	1,306,500 円	
		50,250 円 ×		10	×	1.00	=	502,500 円	
					×		=		
				×		=			
	(小計)							6,080,250 円	
	助成金交付決定額		10,757,867 円 ×		0.03	=	322,736 円		
								計	6,402,986 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)		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@50,250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)	
		6,402,986 円 ×			1.00 =			6,402,986 円 ( 円 )	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「アリアゲ」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	5,950,736 円		応募予定者向けの④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	100,500 円					
			箕面商工会議所	100,500 円					
			豊能町商工会	100,500 円					
			能勢町商工会	150,750 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	180	25,000	4,500,000	
支援機関等へのつなぎ	80	10,000	800,000	
金融支援（紹介型）	35	30,000	1,050,000	
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	10	25,000	250,000	
労務支援	15	20,000	300,000	
人材育成計画作成支援	15	20,000	300,000	
マーケティング力向上支援	3	20,000	60,000	
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	15	20,000	300,000	
事業継続計画(BCP)作成支援	2	20,000	40,000	
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	180	10,000	1,800,000	
小 計	—		12,500,000	12,500,000
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	160	23,600	3,776,000	
販路開拓支援	30	23,600	708,000	
IT活用支援	60	23,600	1,416,000	
プロモーション支援	30	23,600	708,000	
小 計	340	118,000	8,024,000	
※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		24,021,630	
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		753,750	
V 合計				
合 計	算 定 基 準			補助金額
				45,299,380