

令和5年度（2023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 吉村 直樹		
	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 吉田 哲平	
		連絡先	電話番号（直通）：	06-6845-8001
F a x：			06-6857-0474	
E - m a i l：	<a href="mailto:shien@ooana.or.jp">shien@ooana.or.jp</a>			
①設立年月日	昭和24年12月			
②職員数	職員数 13人（うち経営指導員数 7人） 令和5年1月時点			
③所管地域	豊中市			
④管内事業所数	13,006（令和3年 経済センサス活動調査結果）			
⑤管内小規模事業者数	8,688（平成28年 経済センサス 市町村別小規模事業者数）			
⑥会員数（組織率）	2,825（21.72/令和4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				
<input type="checkbox"/> 主な事業概要（定款記載事項等）				
<p>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。</p> <p>2、行政庁等の諮問に応じて、答申すること。</p> <p>3、商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>6、輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>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。</p> <p>8、商工業に関する講演会及び講習会を開催すること。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>11、商事取引に関する仲介及びあっ旋を行うこと。</p> <p>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。</p> <p>13、商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと。</p> <p>14、商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。</p> <p>15、商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。</p> <p>16、社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>17、行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>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。</p>				

**(1) 所管地域の産業経済の現状と課題**

豊中市は、大阪府北部の北摂豊能地域に位置する中核市で、人口は39.9万人（2022年12月1日現在）と、府内第4位の人口を擁する。

令和3年経済センサス基礎調査結果によると、豊中市は事業所の集積では大阪府内で4番目(13,006社)に数えられ、その約66%(※平成28年経済センサス基礎調査結果では8,688社)を小規模事業者が占める。その内訳は卸売業・小売業21.5%、宿泊業・飲食サービス業12.9%、医療・福祉12.6%、不動産業・物品賃貸業10.0%、製造業9.6%、その他33.5%となり、地場産業がないこと等を一因として、偏りのない産業構成を示している。また、全体の約9割(11,775社)を従業員20人以下の事業所が占めており、幅広い業種の中小零細企業が集積する地域となっている。

豊中市による産業状況調査より、当市の特徴として以下があげられる。

1. 優れた交通利便性：空港、新幹線、高速道路、都心へのアクセスの良さ
2. 多種多様な業種の事業所の立地：特定の業種・大企業に依存しない産業構造であり、社会経済情勢の変化に対するリスクヘッジができてきていること
3. 職住近接の需要の高まり：住宅都市・教育文化都市としての資源、潜在的な労働力（女性の年齢階級別の労働力率を示す指標・M字カーブが顕著で、アクティブシニアが多いこと）
4. 大学や研究機関が近接：大阪大学、大阪音楽大学、産業技術総合研究所が近接
5. 事業者間ネットワーク・コミュニティ：事業者間連携による事業成長がみられること

また、エリアごとでは、以下の特性があげられる。

- 千里地域：①職・商・住・交通が充実、②再整備、新規投資が進行
- 阪急宝塚線沿線（蛸池～服部天神）：駅前の商業・業務機能が集積
- 空港周辺地域：①宿泊施設の需要、②空港を拠点とした活性化の可能性
- 西部地域：①古くから製造業が集積、②現在も立地ニーズが高い
- 南部（庄内）地域：①事業者間のつながりが強い、②南部活性化構想、南部コラボ等による事業環境の向上、③新規投資、活性化のチャンスあり

一方、課題としては、以下の項目があげられる。

- ◆操業環境の維持・形成：①住工混在によるトラブル（騒音、振動、臭気等）、②事業用地の確保、インフラ整備、③労働力の確保難
- ◆中小企業が多く・経営者が高齢化：①事業所数の減少、②事業承継支援等が必要
- ◆DX・デジタル化の遅れ：小規模事業者が多く、社内に人材が不足している
- ◆SDGs・脱炭素化への取組み：2050年カーボンニュートラル等の目標に向けたビジネススタイルの再考
- ◆事業所の課題の多様化・複雑化：一律ではない個別支援が求められる

令和4年度（2022年度）より引き続き、新型コロナウイルス感染症が管内の中小企業経営に深刻な影響を及ぼしている上に、原材料・燃料価格高騰、円安の影響もプラスされ、事業継続と雇用維持、ウィズコロナ・アフターコロナ時代におけるビジネス変革は重要な鍵であり喫緊の課題となっている。

域内には、めまぐるしい環境変化に適応しながら成長をめざすため、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。構造変化が加速する地域経済のなか、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、新たな需要にきめ細かく対応できる「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」の強化、およびIT/IoT等を活用したニューノーマル時代に対応できる働き方への改革や生産性向上・業務効率化、事業承継・新事業創出、カーボンニュートラル対応に向けた事業改革等による「改善力」、あと2年に迫った2025大阪・関西万博の機会活用、そして地場の産業的特徴に頼らない「個の発信力」の徹底強化が急がれる状況にある。

## (2) 所管地域の活性化の方向性

豊中商工会議所では中期の基本方針として「チャレンジングな“豊中づくり”」を掲げ、「希望を生み出す強い地域経済」の浮揚を目指すとともに、挑戦する中小企業や小規模事業者の「稼ぐ力」を高めるため、「変化への着実な対応」に向けて、3つの重点項目に取り組んでいくこととしている。

1. チャレンジングな“人材づくり”：「地域経済を牽引する次世代リーダーの発掘」を目指し、若手企業家によるチャレンジングな事業実践と切磋琢磨を促すネットワークの構築に取り組み、地域経済の新陳代謝に繋げる。
2. チャレンジングな“企業づくり”：独立系フリーランスを含めた小規模事業者や中小企業の伴走型支援に取り組み、変化する地域経済への着実な対応に繋げる。
3. チャレンジングな“地域づくり”：「地域経済の強靱化」を目指して、頻発する自然災害等により事業活動の継続に支障をきたさないよう、事業継続力の強化支援事業に取り組み、持続可能な地域経済の発展に繋げる。

当所の基本方針に沿って、以下の地域活性化を図っていくこととする。

- WEB活用とEC化の促進：低感染リスク型ビジネスモデルへの転換を目的としたWEB活用とEC化の促進、ならびに越境ECの参入も支援し、「個の稼ぐ力・情報発信力」の強化を後押ししていく。
- プロモーション力の強化：当エリアは地域を代表するような産業集積がないため、地域としての発信力が弱く、そこからもたらされる経済的な波及効果に乏しいことから、自社の強み・魅力を再発見・把握し、その事業を必要としている顧客に正確に届ける発信力の向上をサポートしていく。
- コロナ後の新たな事業展開支援：コロナ禍で大きなダメージを受けた事業者のうち、事業再構築や新事業展開によりアフターコロナに向けて意欲的に回復・成長を図ろうとする事業者に対し、事業計画策定や伴走支援、事業者ネットワークの構築を手掛けていく。
- 脱炭素経営の推進：2050年のカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けて、中小企業ができる脱炭素経営やカーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発を支援する。
- 人手不足対策と人材活用の向上：フリーランス等の活用も含めた多様な人材の活用力を提案するとともに、採用後の人材育成・定着を図ることで、人材活用力を総合的に向上させる。
- 事業承継対策：経営者の高齢化と後継者不足による廃業が加速していくなか、事業承継の円滑な促進を図るべく、承継前企業への事業計画作成やM&A等による各種支援を実施していく。
- 大阪・関西万博に向けた対策：豊中を含む豊能地域が一丸となって当地の魅力を生み出すように、「売れる」商品の開発をビジネスプラン面から後押しし、地域活性化に繋げていく。
- インバウンド対策：2025年の大阪・関西万博を契機として、地域の中小企業が域外（海外）からの需要の取込みにも繋がられるようにビジネスチャンスの創出を支援していく。
- 事業継続力の強化：企業の自然災害等への事前の備え、事後のいち早い復旧を支援するため、BCPの策定ならびにBCMへの取組を促進していくとともに、災害・感染症などの事業中断を引き起こす脅威への対応力向上を図っていく。

また、事業所の課題の多様化、複雑化に対応し、一律ではない個別支援を各種実施していく。

### (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

上記の産業経済の現状より、コロナ禍の影響で苦境に立たされている中小企業、ウィズコロナ・アフターコロナ時代のビジネス変革に取り組もうとする中小企業を喫緊の支援対象とする。なかでも、めまぐるしい環境変化に適応しながらも事業の維持・存続に奮闘している豊中市内の小規模事業者8,688社、さらに主要な事業連携先となる豊能地域の小規模事業者も含めて、広く伴走型で支援を行っていく。とりわけ、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て、異分野連携にも果敢に挑戦し、新たな事業を創出することで一步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にフォーカスを当てていく。

具体的な支援対象となる小規模事業者のイメージは以下を想定している。

- Webを活用した販路開拓に取り組んでいるものの成果が得られていない事業者、新たな販路として(越境)ECサイトを開設しようとする事業者・開設したが売上が伸び悩む事業者
- 経営理念や事業計画が明確化されていない等、企業としての基盤が整っていない事業者、発信力に課題を持つ事業者
- 飲食業、旅行関連業等、コロナ禍で大きなダメージを受けた事業者
- カーボンニュートラルに関心があり、企業内部の脱炭素経営や環境マネジメントシステムの構築を検討されている事業者、製造業等でカーボンニュートラルに貢献できる商品・サービスの開発を検討されている事業者等
- 労働力人口減少の中、様々な人材活用法を検討し、人的資源の最適化と労働環境変化への対応を図ろうとしている事業者
- 経営者の高齢化と後継者不足に直面し、事業承継対策に着手しなければならない事業者
- 大阪・関西万博に向けて、新たな商品開発を考えている事業者、インバウンドの取り込みに意欲のある事業者
- 自然災害・感染症等への事前の備え、事後のいち早い復旧を図るためにBCP・BCM対策を講じようとする事業者

その他、課題の多様化、複雑化に対応すべく支援を求める小規模事業者に対し支援を展開していく。

### (4) 事業の目標

新型コロナウイルス感染症により、大きな影響を受けた管内の中小企業が、事業継続と雇用維持、ウィズコロナ・アフターコロナ時代のビジネス変革を成し遂げられるようにすること。また、当所管内から成長企業の創出、イノベーションの促進、企業の経営強化、幅広い人材の活用などに取り組み、活性化が図られることを目標とする。

そのために、「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の解決にチャレンジする企業に重点を置いて支援し、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を創出し、意欲と潜在力を有する企業の発掘を目指す。
- (4)目的意識を共有できる企業群による研究会を立上げ、PDCA実践によ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を加速させていくと共に、広域での企業間連携の促進を目指す。

具体的には、WebとECを活用した販路開拓の強化、自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力の向上、アフターコロナにおける新事業展開へのチャレンジ促進、脱炭素経営やカーボンニュートラルに貢献する商品・サービス開発の後押し、労働力人口減少における人材活用力の向上、事業承継できる会社を目指した経営力の強化、大阪・関西万博に向けた新商品開発とビジネスプランの構築、インバウンド需要取り込みによるビジネスチャンスの創出、業態転換・事業再編の取組み促進、事業継続力強化計画やBCPの策定、持続可能な開発目標(SDGs)経営、独立系フリーランスなど働き方改革とコロナ禍により顕在した多様な起業の在り方促進など、ウィズコロナ・アフターコロナ時代における中小企業や小規模事業者によるチャレンジングな経営モデルの推進にフォーカスしていく。



(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（実施する事業の総体的な効果等を記載すること）

ウィズコロナ・アフターコロナ時代における管内中小企業が、先行き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。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、市内事業所の約66%が従業員5人未満（20人未満を含めると約91%）という小規模事業者が占める当市地域経済の安定・活性化、さらには主要な事業連携先となる豊能地域の小規模事業者も含めた地域産業の成長力底上げへと繋がることが期待される。

本事業を実施しなかった場合、コロナ禍および原材料・燃料価格高騰等の影響による足元の苦境を管内中小企業が克服できなくなるとともに、ウィズコロナ・アフターコロナ時代における中小企業のビジネス変革への対応が遅れてしまうことが大きく懸念される。とりわけ小規模事業者においては、日常的な課題の発見・解決や、アフターコロナの需要構造の変化への遅れなどが表面化してくるとともに、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で、廃業率の更なる押し上げや、労働生産性の更なる低下等による競争力の低下を招く危険性がある。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	286 事業所	支援機関等へのつなぎ	97 支援
金融支援（紹介型）	20 支援	金融支援（経営指導型）	10 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	2 事業所
記帳支援	30 事業所	労務支援	25 支援
人材育成計画作成支援	2 事業所	マーケティング力向上支援	2 事業所
販路開拓支援	25 支援	事業計画作成支援	90 支援
創業支援	20 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	10 事業所
コスト削減計画作成支援	2 事業所	財務分析支援	5 事業所
5S支援	2 事業所	IT化支援	25 事業所
債権保全計画作成支援	2 事業所	事業承継支援	5 事業所
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援	39 事業所
結果報告	286 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	273社 ※2022年12月末現在		
<p>主に小規模事業者8,688社のうち、特に経営改善・革新に能動的に取り組む企業約273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、伴走型の経営支援を行う。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大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、政府による中小企業施策等により設置される専門家など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>主にウィズコロナ・アフターコロナ時代において積極的に経営改善、回復・成長を図ろうとする企業約290社に対して、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、支援機関等の活用を提案し、必要な経営支援を行っていく。支援対象企業については、自治体をはじめ地域金融機関や各種支援機関とも連携して、積極的に支援メニューを提供し、経営の立て直し・経営改善を図る企業、新規事業に取り組む企業や創業者を支援するとともに、経営革新・販路拡大・生産性の向上に前向きな企業を掘り起こし、課題の多様化、複雑化に対応した個別支援を実施していく。</p> <p>とりわけ、新型コロナの長期化、原材料・エネルギー価格等の高騰により厳しい経営環境に置かれている企業への対応には引き続き注力し、災害時対応支援はもとより、事業計画作成支援、労務支援、金融支援、IT化支援を厚くすることで、ウィズコロナでの販路開拓・事業の再構築を図ろうとする事業者への支援体制を強化する。また、財務分析や資金繰り・資金調達に伴う各種相談、創業・事業承継・引継ぎ案件、インボイス対応については当所の専門相談支援事業・外部の支援機関へのつなぎ支援も取り入れて積極的にカバーしていく。</p> <p>具体的な支援策として、国・大阪府・豊中市の各種施策や「小規模事業者持続化補助金」「事業再構築補助金」「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」「IT導入補助金」のほか、「中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画」「経営力向上計画」「先端設備等導入計画」「事業継続力強化計画」等の採択・認定、「日本政策金融公庫の各種融資」「大阪府制度融資の各種資金」「ゼロゼロ融資の新借り換え保証制度」への繋ぎ、大阪産業局の各種実施事業、特定創業支援事業の修了などの制度を活用していく。</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	支援日数
法務相談	継続	相談回数	36	事業活動に伴う法律に関連した課題の解決	12
税務相談	継続	相談回数	150	事業活動に伴う税務に関連した課題の解決	90
金融相談	継続	相談回数	20	事業活動に伴う金融に関連した課題の解決	10
労務相談	継続	相談回数	20	事業活動に伴う労務に関連した課題の解決	10
その他相談	継続	相談回数	310	事業活動に伴う創業・経営革新、IT活用、プロモーション等に関連した課題の解決	201
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>中小企業・小規模事業者の経営に関する様々な相談や悩みに対して、経営指導員がコーディネートした上で各分野の専門家へ繋ぎ、課題解決を図っていく。具体的には、定例相談として、創業/経営・税務・記帳・IT活用・知財(商標・意匠等)・ビジネス法務・労務の各窓口を開設するとともに、プロモーション・デザイン・ブランディング等のその他分野や相談内容に応じたスポット対応も実施し、以下のようなポイントで専門相談を提供していく。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●法務相談：弁護士より、契約や法令、取引先とのトラブルや役職員間のハラスメント、労務問題、社内規程や社内決裁フロー、個人情報の取扱い、事業承継に関連する法務、などを対応。</li> <li>●税務相談：税理士・記帳アドバイザーより、経理処理・決算・確定申告など財務会計的な支援、業務改善や課題解決・経営の意思決定に関わる管理会計的な支援。また2023年10月から導入されるインボイス制度への対応支援、電子帳簿保存法、IT(クラウド会計)の活用促進、事業承継に関連する税務、などを対応。</li> <li>●金融相談：中小企業診断士より、資金調達・資金繰り支援として国・大阪府の制度融資の説明、融資に伴う銀行対策についてのアドバイス、借入を行うための事業計画の策定に関するサポート、などを対応。</li> <li>●労務相談：社会保険労務士より、労働時間制度、賃金、採用・退職・解雇、安全衛生、労働契約書、労使協定書、労働・社会保険手続き、メンタルヘルス対策、問題社員対策、人事諸制度の改定・構築、就業規則策定、といった人事労務管理上の問題、などを対応。</li> <li>●その他相談（創業・経営革新）：中小企業診断士より、特定創業支援事業にも対応した創業者支援、経営改善・経営革新に関するアドバイス、持続化補助金・事業再構築補助金・ものづくり補助金・経営革新計画・経営力向上計画・先端設備等導入計画等の申請における事業計画作成やブラッシュアップ支援、などを対応。</li> <li>●その他相談（IT活用、プロモーション等）：ITサポーターや販路開拓分野の各種専門家等より、SNS等の活用支援、ECによる直販支援、WEB活用による顧客開拓・売上アップ、販路開拓に不可欠となる新たなサービスの開発・商品(商材)の発掘等支援、ITの最新情報を踏まえた専門診断、商品管理・取引先管理・売上分析、ITによる生産性向上やコストダウン支援、DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進、商品・サービスの認知拡大、プロモーション・デザイン・ブランディングによる顧客獲得、などを対応。</li> </ul> <p>以上の専門相談体制により、企業を取り巻く課題が高度化・複雑化するなかで、経営指導員だけでは対応が困難で専門的な個別課題に対しても、各企業の状況に応じた最善の「答え」をワンストップでスピーディーに提供できるようになる。</p>					

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
<b>(1) 単独事業</b>				
<b>(2) 広域事業</b>				
				<b>15,862,590</b>
1		Web/EC/SNS活用販路開拓支援事業	低感染リスク型ビジネスモデルへの転換を目的としたWEB/ECの活用及び、新たに越境ECに参入する事業者や更なるWEB/SNS活用による販路強化を図る事業者の広報・集客および売上アップ等の販路開拓力を強化するための事業	5,514,600
2		自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業	自社の事業を本当に必要としている顧客層に強みや魅力を伝えることができるように把握し、正確に届ける発信力を身に付け、事業の多様性をもって地域の発信力向上を図る事業	2,636,100
3	○	新事業で輝かしい未来へテイクオフ支援事業	コロナ禍、原油・物価の高騰、円安によるコスト増等、経済環境の変化に適応するため、新たな事業展開を検討している事業者に対して事業化するための支援を行い、経済の構造転換を促す。	555,500
4	○	カーボンニュートラルの実現に向けた脱炭素経営推進事業	2050年のカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けて、中小企業ができる脱炭素経営やカーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発を支援する。	732,250
5	○	人材活用力向上事業	労働力人口減少の中、様々な人材活用法を活用し人的資源の最適化を支援するとともに、労働関係法令の改正をはじめとする環境変化への対応を支援し、人材活用力を総合的に向上させることで事業の持続的な発展を支援する。	1,898,800
6	○	小規模事業者のためのスモールM&Aを活用した事業承継支援事業	後継者のいない小規模事業者を中心に、スモールM&Aによる事業承継を提案。事業承継にかかる事業計画書の策定支援や連携機関のマッチング支援を活用し、円滑な事業承継の実現を目指す。	686,800
7	○	EXPO2025をインバウンドに繋げる事業	大阪・関西万博（EXPO2025）を今後回復するインバウンドに繋げることで、地域の中小企業の万博への参画機運を醸成するとともに、域外(海外)からの需要の取込みにも繋げられるようにビジネスチャンスの創出を支援していく。	1,227,150
8	○	大阪・関西万博に向けた新商品発掘&開発プランコンテスト	大阪・関西万博（EXPO2025）を、地域の中小企業が自社の商品・製品を国内外の多くの消費者にアピールする機会と捉え、万博への参画機運を情勢するとともに、万博後も広く全国に販売していける製品開発を支援していく。	1,610,950
		大阪勧業展	大阪商工会議所(幹事)の事業計画書参照	101,000
		北摂地域 地デカラフェスタ	箕面商工会議所(幹事)の事業計画書参照	350,000
	○	シニア向け創業支援事業	箕面商工会議所(幹事)の事業計画書参照	80,800
	○	経営革新支援事業	池田商工会議所(幹事)の事業計画書参照	60,600
	○	障がい者向け企業面接会	吹田商工会議所(幹事)の事業計画書を参照	105,040
		小規模事業者向け販促 WEBサイト構築支援事業	北大阪商工会議所(幹事)の事業計画書参照	90,900
	○	事業計画作成・実施支援事業	大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画書を参照	212,100
<b>合計(1+2)</b>				<b>15,862,590</b>
<b>(うち、府施策連携事業)</b>				<b>7,169,990</b>



事業名		Web/EC/SNS活用販路開拓支援事業	事業番号	I	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013 年度～	年度まで	11	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	低感染リスク型ビジネスモデルへの転換を目的としたWEB/ECの活用及び、新たに越境ECに参入する事業者や更なるWEB/SNS活用による販路強化を図る事業者の広報・集客および売上アップ等の販路開拓力を強化するための事業				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>経済産業省 令和3年度電子商取引に関する市場調査報告書によると、日本国内のBtoC-EC(消費者向け電子商取引)市場規模は、20.7兆円(前年19.3兆円、前々年度19.4兆円、前々比7.35%増)であり、BtoC-ECの市場規模及び各分野別の伸長率では、物販系分野2020年12兆2,333億円(EC化率8.08%)、2021年13兆2,865億円(EC化率8.78%)であり、2021年のEC伸長率は8.61%(2020年のEC伸長率は8.08%)と拡大傾向にある。しかし世界のBtoC-EC化率は、2019年で19.6%と推計されており、日本国内の8.78%と比較すると、現状においても日本国内のEC化はかなり遅れているといえる。豊中市および広域連携エリアにおいても同様の印象であるが、逆に言えば市場の伸びしろは大きく、更なる市場拡大と日々更新されるトレンドへの対応に向けて各種支援が必要となる。特に本年度は2025年の大阪・関西万博の開催に向けて、また円安基調を背景として、海外に向けた顧客開拓としての越境ECや、海外で利用されているSNSを活用した情報発信によるインバウンドを対象とした顧客開拓も視野に入れたい。ただし、これまでEC等に取り組んでいなかった事業者が、新たにEC等への取組みを始めても直ぐに売上に反映するものではなく、Webを始め各種SNSサービス等の機能を駆使した地道な情報発信活動を続け、認知を高めていく必要がある。当事業では、コロナ禍における変革期において、事業を持続的に発展させられるよう、域内小規模事業者に対してWebを活用したより感染リスクの低いビジネスモデル導入の更なる促進と、2025年の大阪・関西万博の開催に向けて海外の顧客開拓を視野に入れた「個の稼ぐ力・情報発信力」の強化を後押ししたい。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	本市においては、サービス業と卸小売業を合わせると約50%となることから、これらの支援の必要性は非常に高い。本市を含む北摂地域に拠点を構え、かつBtoCサービス業(小売を含む)、特にWeb/SNSを活用した顧客の販路開拓に取り組んでいるものの成果が得られていない事業者、コロナ禍で新たな販路としてECサイトを開設したが売上が伸び悩む者等が主な対象となる。また、これまで当事業で支援した事業者のうち、さらに精力的に学び実践しようとする事業者(EC研究会等所属者計約210名)のWeb戦略やビジョン再構築や実践をサポートする。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	当事業OB・OG等によるネットショップ研究会(85社)及び、Webプロモーション勉強会(110社)に所属する事業者があり、下記の項目(具体的な実施内容)に記載している内容は、先述の事業目的を踏まえ、受講生や研究会に所属する事業者からの要望を取り入れたカリキュラムで新たに構成し直した。最近再び注目を集めている動画を用いたソーシャルメディア活用関連の講座やSNSと連携したEC及び、実店舗等への誘導による販売力の強化、都度要望に適宜対応した勉強会などの実施を行い、更に事業者の取組意欲を高めていくことを考えている。				
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	飲食店ではテイクアウトメニューの開発及び、UBER Eats等のデリバリーサービスの利用が進みつつある。何れの場合もテイクアウトメニューを告知する手段として、Web/SNS等を駆使した需要開拓に向けた取組みをされる事業者も多くみられたが、SNSへの投稿内容の訴求力が乏しく見込み顧客の開拓に至らず悩まれる事業者が散見された。これらの課題解決に向け、ブランディングの基礎を組み入れたSNS活用講座を実施した。また、コロナ禍で新たにECへの取組みを始めようとする事業者もあり、Web/ECサイトへの掲載情報が整理できずに悩まれる方も散見された。これらの課題解決に向け、サイト構築の目的や目標を整理・見える化するための計画書作成を推進する実践講座を実施した。何れも満足度は100%と高い結果となっている。その他、検索対策に効果の高いGoogleビジネスプロフィールによるMEO、およびSNSと親和性が高くパソコンがなくてもスマホだけでECの立ち上げが可能なBASE(ベース)の活用、動画活用の関心の高まりからビジネス活用に視点を置いたビジネスYouTube活用実践講座や、同じく動画活用で効果が期待できるInstagram活用を中心に、ブランディングの要素を加えたSNS集客実践講座を実施し前年度はセミナー/講座実施7事業において延約80社(2023年1月16日現在)が参加した。当事業参加事業者の約80社の内、SNS活用へ現在新たなチャレンジに取り組まれている事業者は約20社、ECの新規開設への取組みでは7社、既存ECサイト運営中の事業者では6社が新たな取組みを開始し始めている。ネットショップ塾 実践編の受講事業者の中には、単価の高いギフト商品を設定したり、また記念日を想定したギフト商品のバリエーションを増やした事で売上が徐々に伸びつつある事業者も現れてきている。				
	反省点	多種多様なSNSツールの出現により、ビジネス用途では向かないと言われてきたTikTokの事業者利用が進むなど、SNSのトレンドは、YouTube活用による長編動画から、InstagramやTikTok、YouTubeショート等のショート動画を活用したプロモーションへ移行しつつある。また、以前ではSNSの機能として単純に写真と短いコメントを投稿するだけのものから、見る側の要求が高くなるにつれ、様々な機能(リール・ストーリーズ・ShopNow・ライブ等)が追加されており、業種や業態、提供サービスにあった投稿方法や活用方法を選び、投稿方法も多様化(カルーセル投稿等)しているため、投稿内容のストーリー性やデザイン性の重視から投稿後のインサイト分析など、1つのSNSを取ってもやるべき事が増えており、これらの内容を熟知した上で活用する必要があるまでに進化している。また、商材などに応じてターゲットが利用しているSNSを分析し、どのSNSに重点を置いて活用すべきかを検討する必要があるなど、SNSを事業PR活用すると言った単純なものではなくなってきたり、徐々にハードルが高くなりつつある。更にはライブコマースといった販売手法にもSNSが活用され始めており、海外に向けた商品販売も盛んになりつつある。Webサイト・プロモーション目的として活用するクラウドファンディング・既存顧客の囲い込みに活用するLINE公式アカウント、メルマガ配信・Google検索対策を意識したGoogleビジネスプロフィールの他、ECで重要となるキャッシュレス決済を含むDX化対応など、前年度に計画作成当時では想像していなかったニーズへの対応に苦労した。来期は、見えてきた新しいWeb/SNSのトレンドを取り入れて商圏を国内に限らず、海外へ目を向けた新たなSNS活用も視野に入れたい。				

<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>人材育成型</p>	<p><b>【人材育成型】</b></p> <p>①リピーター顧客を獲得するSNS活用セミナー【30社×1回】        本セミナーでは、主に実店舗やECサイトをお持ちの事業者向けに、顧客情報を活用したリピーター獲得を促すSNSツールの活用について最新SNSツールの活用法を習得いただく内容として実施する。一度でも店舗に来店されご利用いただいた顧客に対し、リターゲティングを行う手法やSNSの仕組みにベネフィットをアプローチする手法を取り入れ、商品認知から商品の購買意欲を向上させる提案を行っていく。        対象者：これまで、顧客情報を活用したリピーター獲得にSNSを活用している方、または、これから活用を考えている方        目的：初回利用者や既存顧客に対し、リターゲティング広告を配信してリピーター顧客化させて安定的な売上アップに繋げていただくことを目的とする。</p>
	○	<p>人材交流型</p>	<p>②越境EC開設セミナー【15社×2回連続講座】        コロナウイルス感染拡大に伴いEC需要はこれまで以上に高まっている。越境ECの需要も高まっているが、海外向けというハードルは依然として高い。そんな中、低コストで、国内取引のような感覚で世界に向けて商品を販売することができる越境ECモールもあり、海外への販路拡大のハードルは下がってきている。越境ECの中でも、主にB to Cでの販売ノウハウ、事例を挙げ、海外での人気商品、最新のトレンドについて学ぶ。本セミナーを通じて、自社製品の海外需要にも目を向けていただく機会とする。        対象者：越境ECに興味がある事業者        目的：販路拡大の活路として海外も視野に入れていただき、挑戦を後押しすることを目的とする。        自社製品の海外需要について考えるディスカッションを行い、自社製品、販路を見直す機会とする。</p> <p>③Web Design 講座【15社×3回連続講座】        まずは、お手本となるチラシやPOPを模倣しながらデザインを学習する。Webサイトは必須ではあるが、力を入れても上位表示されるかは分からない。店舗の場合、随時更新されているSNS・Webサイトがあると安心感・信頼性をもたらす。何のためにWebサイトが必要なのか。高度なことを考えていないのであれば、テンプレートを使うだけで見栄えの良いWebサイトを手軽に制作できる。業者とのやりとりの中でのトラブルやストレスがなくなり、本当の意味で自社サイトになる。チラシやPOPを制作しながらデザインを学んだ後、テンプレートを用いてWebサイトを制作する。        対象者：自社サイトがなく、相手にサービスを伝える手段がなくて困っている事業者。        目的：自社サイトがなくて困っている課題を解決し、販路拡大に繋げていただくことを目的とする。        課題に沿ってグループディスカッションを行い、自社サイトの企画・設計・制作までのイメージを膨らませ、最終的には自社サイトの公開へと繋げていく。そして、営業ツールとして活用していただき、新規顧客の獲得、販路の拡大に繋げていただく。</p> <p>④『Live Commerce』講座【15社×3回連続講座】        ECモール大手がライブコマースプラットフォーム事業を始めたものの、多くが撤退している。ECサイトが盛り上がりつつある中で、実店舗の良さも取り入れられる【ライブコマース】は現在どうなっているのか。向いているサービス、向いている人の特徴の具体例を挙げつつ、実際にその場でライブコマースの動画を見ていただく。どんな販売スタッフ、商品が向いているのか、海外と日本で異なる環境の違い等について考えていただく。実際に売り上げを伸ばしているホットな事業者をゲストに招き、インタビューを交えながら、他の販売方法との違いや今後の動向について考える。        対象者：ライブコマースに興味があり、参入するかどうか検討されている事業者。        目的：ライブコマースを身近に感じていただき、今後の販路開拓の選択肢の1つなることを目的とする。        3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施する。自社商品をどのような構成で【ライブコマース】販売するのか、講義の内容を通して気づいたことや【ライブコマース】における自社強み、弱み等をグループ内で発表し、意見交換を行う。販路拡大へ糸口を掴んでいただく。</p> <p>⑤ブランディング×SNS集客実践講座【15社×3回連続講座】        最終着地点となるWebは受け皿であり、各種SNSからの同Webサイトへ誘導するには消費者の心を動かす必要がある。そこで必要なブランディングについて合わせて学んでいただき、Webサイトへの導線強化を図る。        対象者：販路開拓、新規販路開拓ツールとして各種SNSの活用を始める事業者、SNS活用による効果が得られていない事業者        目的：商材、ターゲットに合った集客ツール(SNS選定)による情報配信力の強化を目的とする。        講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し、各社の取り組み案をグループ内で発表するなど、情報交換・意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深める。</p> <p>⑥GA4活用 Web/EC 解析講座【15社×3回連続講座】        実際のサイト来訪者の動きを分析・解析し課題を抽出。UAから新しくなったGA4を駆使して勘にたよらず、データに基づいた正しいページ修正を繰り返しPDCAを実践することができるよう、その手法・ポイント等について学び、実践していただく講座。        対象者：HPやECサイトを開設済みで、SEOやWeb広告を活用してもCVRが低い(成果が得られない)といった方        目的：データ分析の結果に基づいて、合理的なアクションを取り、新規顧客獲得、販路開拓に繋げることを目的とする。        講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し意見交換の場を設け、参加事業者同士の交流を深める。</p>



		<p>⑦消費者の購買行動を自然に高める！ECサイト運営事例から学ぶ行動経済学講座【15社×3回連続講座】  これまで15年間続けて実施してきた「ネットショップ塾 実践編」を完全リニューアル。15年間満足度100%を誇る講師による、売れない理由の分析～EC運営のノウハウを習得する3日間とする。国内向けECサイトを多数運営しながら、米国サングラスメーカー日本法人代表として、僅か5年で従業員1,000人規模の企業に育てあげ米国本社の売上を超え、一昨年には米国のCEOに就任された敏腕経営者から、ECを活用した売上拡大ノウハウと経営ノウハウを学ぶ講座。毎回、グループディスカッションにて、ワークの実施と事業者同士の交流を深める。  対象者：ECを開設済みで売上に伸び悩む事業者  目的：ECを活用して売上・利益アップのみならず事業経営ノウハウの習得を目的とする。  3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを行う。どのような目的、心理状態でサイトに訪問し、まず初めに何を感じるのかを考えていただく。そして、行動経済学の理論を学び、実際のHPに対して、意見交換を行い、自社サイトでの売り出し方のヒントにしていただく。</p> <p>⑧訴求力を一歩先へ『SNSでウケるshort動画制作セミナー』【20社×3回連続講座】  SNSのトレンドは静止画からショートムービーへと移行しつつある。Instagramのリールを始め、TikTok、YouTube ショートは男女を問わず幅広い年代の方が見られるようになってきている。当講座では、動画で見られる各種SNSの動画の役割や、スマホ・タブレットで動画編集に至るまでのテクニック習得から、自社のWebサイトや各種SNSとの連携について理解を深めていただく。  対象者：販路開拓、新規販路開拓ツールとしての各種動画SNSの活用を始めようとする事業者  目的：商材、ターゲットに合った集客ツールの選定による情報配信力の強化を目的とする。  講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションにて作成されたコンテンツを発表実施し意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深める。</p>
	○ ハズレ型	<p>⑨Web/SNS活用勉強会【8社】  今年度新しく参加された事業者だけでなく、以前に当事業に参加された事業者も対象に、Web活用の最新情報を元にしたノウハウの習得や、現サイト運営のブラッシュアップ支援を時期を定めずに継続して実施する。</p> <p>⑩EC勉強会(ネットショップ研究会)【7社】  今年度新しく参加された事業者だけでなく、前年度以前に当事業におけるEC関連塾に参加された事業者を対象に、EC運営に必要なWeb/ECの最新トレンドの共有や、現ECサイト運営の更なるブラッシュアップ支援を時期を定めずに継続して実施する。</p>
	独自提案型	

		(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		
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)						販路開拓			
		(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)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。								
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 155 社	【設定根拠】前年度の支援実績事業者数より算出。 【募集方法】当所および連携先商工会の会報等へのチラシ同封、Webサイトへの掲載、メールマガジンでの周知、Facebook等SNSでの情報発信、ターゲット企業への個別DMにより募集する。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	SNSの活用により、実店舗やECサイトへ流入する顧客増による売上向上。Web/ECサイトの新設・リニューアル及び、各種SNSとの連動連携により、ファンの獲得・見込み顧客の発掘と売上向上。								
	その他目標値	指標	Web/EC/SNSの活用により新規顧客を獲得した事業者数	数値目標	40					
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	20,200	円 ×	30	社 ×	1.00	=	606,000	円	
	②	40,400	円 ×	15	社 ×	1.20	=	727,200	円	
	③	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	④	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	⑤	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	⑥	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	⑦	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	⑧	40,400	円 ×	20	社 ×	1.30	=	1,050,400	円	
	⑨	101,000	円 ×	8	社 ×	1.00	=	808,000	円	
	⑩	101,000	円 ×	7	社 ×	1.00	=	707,000	円	
			合計	155	社	(小計)		7,837,600	円	
								0	円	
						計		7,837,600	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%)										
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		670,000 円	負担金の積算		①@3,000円×30社 = 90,000円 ②~⑧@5,000円×110社 = 550,000円 ⑨@2,000円×8社 = 16,000円 ⑩@2,000円×7社 = 14,000円				
	(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)				
	7,837,600 円	×	0.75	=	5,878,200 円	( 670,000 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	支援企業数	役割(配分の考え方)					
	○	豊中商工会議所	5,514,600 円	143	豊中は主管として企画調整・広報・運営を担当する。吹田商工会議所は人材交流型事業の講座より5社の参加事業者の発掘を行う。					
		吹田商工会議所	151,500 円	5	箕面商工会議所は、各3社の参加事業者の発掘を行う。能勢町・豊能町商工会は各2社の参加事業者の発掘を行う。					
		箕面商工会議所	90,900 円	3	※交流型(40,400円)×社数×補助率					
		豊能町商工会	60,600 円	2						
	能勢町商工会	60,600 円	2							



別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒  30 社	リピーター獲得に主に利用されているSNSツールの大きな仕様変更が予定されており、関心が高まる事が予想される。過去に実施した同内容のセミナーでは、43社の申込みで40社が参加した実績があり、同程度の需要が見込まれる。 募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・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。	
	支援対象企業の変化	リピーター顧客へのアプローチにより再来店・再利用を促す方法を習得いただくこと。		
	その他目標値	指標	本セミナーにより、今後の活用方針を得られた事業者数	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒  15 社	円安基調、今後のコロナ禍の収束、大阪関西万博に向けてインバウンド客が増加することなど、海外向け販売の需要が伸びることが予想される。国内需要が飽和してきていることもあり、当事業OB・OG等によるネットショップ研究会(85社)及び、Webプロモーション勉強会(110社)の所属企業など、ECを手掛ける企業のうち、今後の販路として海外に目を向けられた15社を見込んでいる。 募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・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。	
	支援対象企業の変化	自社製品の海外需要にも目を向け、販路として海外も視野に入れていただくこと。		
	その他目標値	指標	実際に商品を出品された事業者の数。	数値目標
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒  15 社	昨年度の補助金に関わる事業計画書作成支援案件のうち、チラシ・HPに関わる案件が102件中63件であった。また、IT相談窓口では、毎月2～3件程度の相談がWeb制作や運用に関わる内容であった。事業予算的に制作会社に依頼できない小規模事業者や、デザイン面も含め自ら制作・更新することでWEBサイトの価値を高めたい事業者など、少なくとも15社程度の参加を見込んでいる。 募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・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。	
	支援対象企業の変化	制作したページを自社の販路開拓ツールとして活用すること。		
	その他目標値	指標	実際にサイト制作を行い公開された事業者の数。	数値目標
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒  15 社	過去2年間の当事業におけるSNS活用、ネットショップ塾等EC系講座の参加者など約187社(2023年1月16日現在)のうち、新たな販路としてライブコマースに取り組みようとする少なくとも15社程度を見込んでいる。 募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・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	
	支援対象企業の変化	新たな販路開拓としてライブコマースに活路を見い出すこと。		
	その他目標値	指標	実際にライブ配信された事業者の数	数値目標

事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	昨年度実施のSNS集客実践講座では、定員15社に対して18社が参加。ブランディングの要素を取り入れたことにより人気の講座となっており、本年度も15社に限定して実施する。	
		15 社	募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・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。	
	支援対象企業の変化	指標	販路開拓を目的としてSNSの活用を再開又は新たに活用を開始した事業者数	数値目標 5社
その他目標値	目標値の内容⇒	販路開拓ツールとしてSNSを活用できるようになること。		
事業の目標⑥	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	昨年度実施のGoogleAnalytics GA4講座では、定員15社に対して20社の参加申込みがあった。本年度は、Google AnalyticsのUAが新たにGA4へ移行するため、旧UAではデータが取れなくなることから、当講座の需要は高まると予想され、同数以上の受講を見込む。	
		15 社	募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・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。	
	支援対象企業の変化	指標	自社が運用するWeb/ECサイトの改善ポイントが掌握できるようになること。	数値目標 5社
その他目標値	目標値の内容⇒	解析ツールを活用し自社サイトの分析を行った事業者数		
事業の目標⑦	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	昨年度実施のネットショップ塾 実践編講座では、定員10社に対して8社の参加申込みあった。これまで毎年同一セミナー名であったこと、ネットショップ、実践というハードルを高めるワードを用いていたこと、6日間開催というハードルもあったため、参加事業者の幅を狭めてしまっていた。内容・セミナー名を一新すると共に、行動経済学の理論も取入れ、3日間に凝縮させることで、参加のハードルを下げる。過去の当事業の参加事業者約60社や、IT相談での個別対応事業者のうち、少なくとも15社程度の受講を見込む。	
		15 社	募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・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。	
	支援対象企業の変化	指標	消費者の購買行動を自然に高めるための理論を学び、自社にあった運営方法を見つけること。	数値目標 8社
その他目標値	目標値の内容⇒	講座内で説明したノウハウに基づき新たな取組みを開始された事業者数		
事業の目標⑧	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	SNSのトレンドは静止画からショートムービーへと移行しつつあり、これまで制作することがなかった方でも始めやすくなっている。日常的にやり取りさせている本セミナー講師によると、YouTube ショート動画のオンラインセミナーを開催したところ、30社の応募に対して、150社以上から応募があり、想定以上の反響を得られている。本セミナーでは、20社を対象にYouTube ショート動画だけでなく、Instagram、TikTokのプラットフォームごと、事業者の業種ごとに適したショート動画の制作ノウハウを学んでいただく。	
		20 社	募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・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。	
	支援対象企業の変化	指標	ショート動画を広報・集客および売上アップの手段の一つとすること。	数値目標 8社
その他目標値	目標値の内容⇒	セミナーでの学びを活かし、販路拡大のためにショート動画を制作された事業者数。		

事業の目標⑨	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8 社	当勉強会は、10年前より継続して実施しており取り組み意欲の高い8社を目処に支援を行う。 募集方法は、過年度または当年度に当事業に参加された事業者より、取り組み意欲の高い希望者に限定し募ります。	
	支援対象企業の変化	Web/SNSを活用したファン創りに必要な自社のブランディングを意識した情報発信。	指標 新規顧客の開拓による前年度比売上5%アップした事業者数	数値目標 5社
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標⑩	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 7 社	当研究会は11年以上前より継続実施しており、本気で取り組む意欲の高い事業者7社を目途に継続支援を行います。 募集方法は、過年度または当年度に当事業に参加された事業者より、取り組み意欲の高い希望者に限定し募ります。	
	支援対象企業の変化	PDCAへの取組に対するモチベーションの向上または維持すること。	指標 PDCAに取り組み、対前年比5%の売上アップした事業者数	数値目標 5社
	その他目標値	目標値の内容⇒		



事業名		自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業	事業番号		2	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019 年度～	年度まで	5	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	自社の事業を本当に必要としている顧客層に強みや魅力を伝えることができるように把握し、正確に届ける発信力を身に付け、事業の多様性をもって地域の発信力向上を図る事業					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	豊中を中心とした豊能地域は里山・観光地・工業エリア・新旧商業エリア・良質な住宅地域等、非常に多種多様な性格を持つ地域である。その地域特性から多種多様な事業が存在するが、東大阪市や堺市などのように地域を代表するような産業集積がない。それ故に地域としての発信力は弱く、ここからもたらされる経済的な波及効果に乏しい。新型コロナウイルス感染症による経営の影響が長引く中、営業自粛要請は行われなくなったものの、感染拡大は今も続いているうえに、円安基調やエネルギー・原材料高騰による物価高が重なり、一般消費者の消費活動は悪化している。また、多くの中小・小規模事業者においては消費税インボイス制度への対応や、賃上げへの取組などから、コスト面においても向かい風が続く。このような状況下において、コロナ後の消費活動を見据えて変革すると共に、自社の事業を本当に必要としている顧客層に強みや魅力を伝えることができなければ、今後の売上維持又は増加は見込めず、事業の発展・成長は見込めない。よって、豊能地域ではこれに備えるべく、自社の強み・魅力を再発見・把握し、その事業を必要としている顧客に正確に届ける発信力を身に付け、事業の多様性をもって地域の発信力向上を図る事業としたい。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	コロナ禍および原材料・燃料高等の影響を特に受けているであろうBtoC事業を行う小売業・飲食業・サービス業などの中小企業のうち、経営理念や事業計画が明確化されていない等、企業としての基盤が整っていない小規模事業者、および発信力に課題を持つ小規模事業者を対象とする。特にこれらの課題が顕著な、創業から5年以内の事業者または事業承継後5年以内の小規模事業者を想定する。過去6年間に亘って実施したプロモーション支援事業の受講者又は過去3年間実施した自社のええとこ発信・発見支援事業の受講者のうち、上記の課題を持つ事業者や、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。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	直近の過去5年間で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)の策定支援を行ったなかで、自社の強みや魅力を正確にお客様目線で把握できている事業者が少なく、発信力以前の課題が散見された。自社の強みや魅力を把握しないままに販促ツールを作成しても、それを必要としている顧客まで響かず、効果的な販路開拓が期待できない。また経費も嵩み、資金力の乏しい小規模事業者にとっては大きな痛手となる。小規模事業者は自社の製品・サービスの最大の強みは何か、どのような使命感・想いをもってその事業に取り組んでいるのか等を理解し、それらを的確に反映させた販促ツールの作成および活用をしていかなければならない。当事業では、その深い自社(自己)理解から始め、自社の本当の強み・魅力は何であるかの見直しを図り、その本当の強み・魅力を反映させた販促ツールの作成を行い、発信力の習得を図る。					
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	2022年度は、人材育成型3事業および独自提案型・人材交流型・ハンズオン型でのサポートを実施。人材育成型では「コミュニケーションスキルの向上でパフォーマンスUPと信頼関係構築」「効果的なPOP作成のコツ」を、独自提案型では「お客様の声を販促ツールに活かす」を、人材交流型では「TikTokのビジネス利用と実践」に焦点を当て、少人数でのゼミナール形式と個別サポートを織り交ぜた支援を実施。計47社を支援(2023.1.16現在)。					
	反省点	自社の魅力発信のためにはUSP(自社が持つ独自の強み)の見直しとターゲットの設定が重要であり、今後もブランディングに関するセミナーやフォローアップの必要性を強く感じている。また、魅せ方の工夫・販促ツール作成についても積極的に支援し、効果的な売上アップを狙っていったら事業の継続・発展が見えてくる。ブランディング・販促ツール作成ともに定期的な見直しが必要であり、受講生同士の勉強会も定期的に行っていきたい。					



具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○	人材育成型	<p>【人材育成型】</p> <p>①商品・サービスの魅せ方を学ぶ講座・WEBサイト編【仮称】（15社参加1回講座）（8～10月頃開催） 今売れてるサイトが実践していることは何か。何を軸に構築して広げていき、それがどういう効果をあげているのか。事例から学ぶ。リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p> <p>②商品・サービスの魅せ方を学ぶ講座・販促企画編【仮称】（15社参加1回講座）（8～10月頃開催） モノではなく体験を売る、大切なのは売り込むのではなく欲しくなってもらう仕掛け。顧客のついついを生みさせるコツ、考え方を学ぶ。リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p>				
	○	人材交流型	<p>③商品・サービスの魅せ方を学ぶ講座・デザイン編【仮称】（15社参加1回講座）（8～10月頃開催） 同じ商品がデザイン一つで個性になったり、別の需要を掘り起こしたり。たかがデザインと侮るなかれ、作り込むべき必要性を事例とともに学ぶ。リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p> <p>④味のあるPOPを目指せ！筆ペンPOP講習会【仮称】（15社参加1回講座）（9～12月頃開催） 筆ペンを使った文字は日本語との相性バッチリ。字が得意でなくても、ポイントさえ覚えれば目を引くPOPがすぐに書けるように。筆ペンPOP作成のコツを学び、売上アップを目指す。リアル開催で実施。</p>				
		販路開拓型	<p>【独自提案型】</p> <p>⑤ファン創り名刺作成講座【仮称】（6社参加6回連続講座）（9～12月頃開催） 自社（自分）および自社商品・サービスの本当の強みや魅力（ウリ）をあらゆる角度から分析し、それを涙を流して喜んでくれるお客様（ファン）は誰で、どのようにアプローチしていくのかをワークショップや宿題を通して徹底的に考え抜く。そしてそのウリをファンへ効果的に伝えるプレゼンツールとして、受講生同士の意見交換や個別添削等を通じて掲載内容を考え、最終日までに4面勝負名刺の作成を目指す。講座中1回は写真撮影と編集、もう1回は無料アプリCanvaの使い方を学んでデザイナーを介さず自分で作成できるよう支援。リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p>				
	○	ハンズオン型	<p>【人材交流型】</p> <p>⑥自社の魅力発信勉強会【仮称】（8社参加1回講座）（年1回開催） 当事業の参加企業及び22～27年のプロモーション支援事業、28～30年の自社のええとこ発見・発信支援事業の参加企業の中から参加者を募り、特に要望のあった内容についての勉強会や、戦略を伴った販促活動を行っている事業者による事例報告会を行う。他社の取組や成果を共有することで自社の課題解決を図る。リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p> <p>⑦海外プロモーション実践塾【仮称】（15社参加3回連続講座）（6～9月頃開催） 国内需要の停滞や円安等、海外市場開拓に取り組む必要性が高まっている中、海外向けプロモーションは国内向けとどう違うのか、どういったものが求められるのか、自社ならどうするか、塾形式で参加者同士が交流しながら学んでいく。リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p>				
	○	独自提案型	<p>【ハンズオン型】（5社）</p> <p>⑧ ①～④・⑥・⑦の受講企業のうち、社内への浸透及び利活用のため個別に支援が必要とする企業、または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。</p>				
	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>販路開拓</p> <p>(b) 広域連携：豊中商工会議所が中心となり、箕面商工会議所、能勢町・豊能町の各商工会と連携して実施。各会議所・各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。</p> <p>(d) 相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。□</p>					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	<p>【設定根拠】 セミナー・講座・ハンズオン等での支援対象企業数合計。</p> <p>【募集方法】 当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。</p>				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	94 社	<p>各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を引き出し、その強み・魅力が必要としている人々へ伝えるための方策・手法を会得し、自社に取り入れ実践する。</p>				
	指標	当講座への参加により自社や商品の強みを活かして何らかの改善・改良を行うつもりである、または行ったと回答した企業の割合	数値目標	80%			
その他目標値	目標値の内容⇒						

	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)	⇒ 20,200	円 ×	45	社 ×	1.00	=	909,000	円	
	20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円	
	141,400	円 ×	6	社 ×	1.00	=	848,400	円	
	40,400	円 ×	8	社 ×	1.00	=	323,200	円	
	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	101,000	円 ×	5	社 ×	1.00	=	505,000	円	
		合計		94	社	(小計)		3,676,400	円
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							0	円	
							計	3,676,400	円
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	ファン創り名刺作成講座に関しては、講座内において講師および経営指導員による全参加事業者への個別ハンズオン対応によりブラッシュアップを行うほか、講座期間中もしくは講座終了後に個別相談対応が非常に多く、講師・経営指導員共に労力が大きい。 (人材交流型+ハンズオン型のイメージ)								
算出額	①市町村等補助	0 円		交付市町村等					
	②受益者負担	316,000 円		負担金の積算		①②③@2,000円×45名=90,000 ④@3,000円×15名=45,000 ⑤@15,000円×6名=90,000 ⑥@2,000円×8名=16,000 ⑦@5,000円×15名=75,000			
	(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)				
	3,676,400	円 ×	0.75	=	2,757,300	円	( 316,000 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	支援企業数	役割(配分の考え方)			
	○	豊中商工会議所		2,636,100 円	86	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。配分は人材育成型事業①②への参加者数による。商工会議所4社、各商工会2社を想定。			
		箕面商工会議所		60,600 円	4				
		能勢町商工会		30,300 円	2				
		豊能町商工会		30,300 円	2				
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】直近3年間の人材育成型セミナー参加企業数および支援対象企業数より想定。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を必要としている人に伝えるべくWEBコンテンツの向上を図り改善を実施する。	
	指標	当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを伝えるためのWEBコンテンツの魅せ方・工夫を理解したと回答した企業の割合	数値目標 70%
その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】直近3年間の人材育成型セミナー参加企業数および支援対象企業数より想定。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を必要としている人に伝えるべく販促企画・手法の向上を図り改善を実施する。	
	指標	当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを伝えるための販促企画の考え方のコツを理解したと回答した企業の割合	数値目標 70%
その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】直近3年間の人材育成型セミナー参加企業数および支援対象企業数より想定。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を必要としている人に伝えるべく商品デザインの向上を図り改善を実施する。	
	指標	当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを伝えるための商品デザインの考え方のコツを理解したと回答した企業の割合	数値目標 70%
その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】直近3年間のPOP講習会参加企業数および支援対象企業数より想定。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を伝えるべき人に伝えるべくPOP広告作成のコツを学び改善を実施する。	
	指標	当講習会への参加により自社や商品の強み・ウリを伝える効果的なPOP作成について理解できたと回答した企業の割合	数値目標 70%
その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 6 社	【設定根拠】直近3年間の独自提案型講座参加企業数および支援対象企業数より想定。個別支援をしっかりとするため少なめに設定。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を引き出し、それを効果的に伝えるための手法の一つ「勝負名刺」を学び作成する。	
	指標	当講座への参加により、自社や商品の強み・ウリとそれを喜ぶお客様を見出し、プレゼンツールとして名刺原稿が完成した企業の割合	数値目標 80%
その他目標値	目標値の内容⇒		



事業の目標⑥	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8 社	【設定根拠】直近3年間の勉強会参加企業数および支援対象企業数実績より想定。 【募集方法】当事業と過去のプロモーション支援事業・自社のええとこ発見・発信支援事業の販促ツール制作系講座参加事業者に向けて、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。	
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を引き出し、それを必要としている人々へ伝えるための方策・手法について新しいアイデアや改善点を話し合い、実践を継続できる仕組みを作る。	他の参加企業の取組やここで学んだことを参考に、自社販促ツールの改善や戦略再構築に取り組んだ企業の割合	数値目標 70%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標⑦	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】直近5年間の勉強会参加企業数および支援対象企業数より想定。 【募集方法】小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金、事業再構築補助金に応募した事業者をはじめ、業績向上に向けて海外への販路開拓が必要と思われる企業に対し、会報・HP・メルマガ・FB等を活用して募集する。	
	支援対象企業の変化	各社が自社の商品・サービスの強みを再確認し、海外へ積極的に販路開拓やプロモーション活動を行っていくための方策・手法を習得し、改善・改良していく。	当講座への参加により海外への販路開拓やプロモーションへの取組を開始した企業の割合	数値目標 70%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標⑧	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 5 社	【設定根拠・募集方法】①～④・⑥・⑦の講座・勉強会参加企業等のうち、個別でツール作成支援が必要、および当該事業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支援。過去の実績より。	
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を引き出し、それを伝えるための方策・手法を改善・改良する。	学んだことを会社の取組として社内で実践もしくは、販促ツール作成に生かして改善・改良を行った企業の割合	数値目標 80%
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【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		新事業で輝かしい未来へテイクオフ支援事業		事業番号	3	新規/継続	新規
想定する実施期間		2023 年度～ 2023 年度まで		年目	1	←複数年段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	コロナ禍、原油・物価の高騰、円安によるコスト増等、経済環境の変化に適応するため、新たな事業展開を検討している事業者に対して事業化するための支援を行い、経済の構造転換を促す。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	帝国データバンクによる2022年度上半期の調査結果では、倒産件数が3123件と2019年度上半期以来の増加となった。長引くコロナ禍の渦中、原油・物価高や円安によるコストの増加が事業者を襲い、多くの企業が倒産を余儀なくされた結果と思われる。さらに令和5年度には3割以上の事業者がゼロゼロ融資の元本返済が始まり、首が回らなくなる事業者が今後も増えると予想される。経済環境が激しく変わる中で、企業を存続させるには、変化に適応した新規事業を展開し、新たな売上の創出が必要となる。そこで、新たな事業を生み出すとする事業者に対し、大阪府の「新事業展開テイクオフ支援事業」への応募を促し、事業化への支援を行うことにより新規事業を上昇気流に乗せ、中小・小規模事業者の環境変化への適応を図る。また、前年度行ったアフターコロナV字回復チャレンジ事業で支援した事業者のフォローアップを行い、同様に事業を軌道に乗せる支援を行う。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	飲食業、旅行関連業他サービス・小売業等、コロナ禍や物価・原油高、円安の影響を大きく受けた業種を中心に、20社程度を想定。前年度行ったアフターコロナV字回復チャレンジ事業で支援した事業者も対象とする。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2020年以降、コロナ禍に対応するために新事業展開・事業再構築・事業の低感染リスク化等の相談を150件以上受けており、この流れは今後も続くと予測される。また、売上が先細り危機感を感じている事業者は、国や府、市等の支援施策を積極的に活用し、新たな販路開拓方法を模索する等の動きを見せている。原油・物価高、円安の影響を受けた事業者がこの流れに加わり、大きな需要となると思われる。					
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						
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アナタの挑戦を応援します！新事業展開テイクオフ支援セミナー（仮称） 大阪府が実施する、「新事業展開テイクオフ支援事業」へのチャレンジを検討する事業者を対象に、補助金を含む当事業について情報提供すると共に、事業計画書の策定を促すセミナーを実施する。セミナー参加の機会創出のため、豊中商工会議所での開催とオンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施を予定。4月下旬頃に開催予定。20社を支援対象にする。【人材育成型】					
	人材交流型						
	販路開拓型	②上記の参加者を中心に2社を対象に、事業計画策定および不採択となった場合のフォローアップをハンズオンにて行う。					
	○ ハンズオン型						
	独自提案型						
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (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		
		商-13	新事業展開テイクオフ支援		創業・経営革新		
		(a)府施策連携…大阪府経営支援課経営支援グループと広報・周知について連携して実施。 (b)広域連携…池田商工会議所、能勢町商工会、豊能町商工会で広報・周知なども含めて共同実施。 (d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	2020年度以降にコロナ禍、原油・物価の高騰のダメージを受け、当所等にてコロナ関連施策活用・補助金申請・資金調達等の支援を行った事業者約200社のうち、現状打破への意欲が高い事業者を想定。広報も行うが、主に各経営指導員から直接の参加アプローチを行う。				
		22 社					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	新事業展開テイクオフ支援事業にチャレンジした（応募した）事業者の数			数値目標	4社
	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		
	⇒ 20,200	円 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円	
	101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		合計	22	社	(小計)		606,000	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%)								10,100	円
							計	616,100	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		0 円	交付市町村等					
	②受益者負担		0 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)				
	616,100 円	×	1.00	=	616,100 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	支援企業数	役割 (配分の考え方)				
	○	豊中商工会議所	555,500 円	19	豊中商工会議所が幹事となり、企画・広報・運営等全般を行う。連携する商工会議所・商工会においては、広報協力のほか、人材育成型の事業において各1社の参加を想定する。				
		池田商工会議所	20,200 円	1					
		能勢町商工会	20,200 円	1					
		豊能町商工会	20,200 円	1					
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】2020年度以降にコロナ禍、原油・物価の高騰のダメージを受け、当所等にてコロナ関連施策活用・補助金申請・資金調達等の支援を行った事業者約200社のうち、現状打破への意欲が高い事業者を想定。 【募集方法】広報も行うが、主に各経営指導員から直接の参加アプローチを行う。
	支援対象企業の変化	新事業展開のために事業計画書の作成や補助金の活用に前向きになったか。	
	指標	新事業展開テイクオフ支援事業にチャレンジした(応募した)事業者の数	数値目標 4社
その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 2 社	【設定根拠】事業1年目であり、行動に移せる事業者は少ないことを想定して設定。 【募集方法】事業①への参加企業、ならびにターゲット企業への個別DM等により募集する。
	支援対象企業の変化	新規事業について事業計画を実際に策定するに至ったか。	
	指標	実際に新規事業について事業計画書を策定した事業者数	数値目標 2名
その他目標値	目標値の内容⇒		

【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		カーボンニュートラルの実現に向けた脱炭素経営推進事業		事業番号	4	新規/継続	新規	
想定する実施期間		2023	年度～	2024	年度まで	1	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	2050年のカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けて、中小企業が実施できる脱炭素経営やカーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発を支援する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	2030年に温室効果ガス排出量を46%削減し、2050年にカーボンニュートラルを実現するという目標に向け、2022年、大阪府は「おおさかカーボンニュートラル推進本部」を設置し、豊中市は「とよなか・ゼロカーボンプラン」を策定した。これらを踏まえ、環境保全に対する様々な規制や要請は、今後ますます強化されると予想される為、中小企業においても環境マネジメントにより体系的に取り組むことが必要とされる。 また、SDGsの浸透により消費者の環境意識が急速に高まってきていたり、2025年の大阪関西万博におけるパビリオンでも、カーボンニュートラルを中心とした「2050年の社会像」を意識した展示が実施予定である等、カーボンニュートラルに貢献できる商品・サービスを提供し、環境にやさしい企業であることも求められている。 この事業は商工会議所からカーボンニュートラルに関するセミナーをきっかけとした積極的な働きかけを行い、中小企業の変革・投資を促し、脱炭素経営や新商品・サービスの創出を生み出すことを目的とする。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	豊能地域をはじめとした大阪府内の中小企業・小規模事業者の中で、そもそもカーボンニュートラルとは何かを知らない事業者、カーボンニュートラルに関心があり、脱炭素経営や環境マネジメントシステムの構築を検討されている事業者、製造業等でカーボンニュートラルに貢献できる商品・サービスの開発を検討されている事業者等。						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	国、大阪府、豊中市等が積極的にカーボンニュートラルを目指す取組を実施しており、社会的なニーズが高まってきている。またそのような取組により、一般消費者においても環境意識が高まってきており、消費者の意識変革を迅速に捉えようとする企業ニーズが高まっている。						
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							
	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「カーボンニュートラルを目指した脱炭素経営セミナー」(仮称) カーボンニュートラルとは?脱炭素経営の導入、活用できる制度、環境マネジメントシステム(ISO14001)の構築等について解説する。 ・実施時期:9~11月頃 ・開催場所:豊中商工会議所及びオンライン ・20社の参加を想定						
	人材交流型							
	販路開拓型	②「カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発セミナー」(仮称) 中小企業でもできる脱炭素に貢献する商品・サービスの開発・販売支援、事業者によるゼロカーボン宣言等に関する解説を実施する。 ・実施時期:10~12月頃 ・開催場所:豊中商工会議所及びオンライン ・15社の参加を想定						
	○ ハンズオン型	【ハンズオン型】						
	独自提案型	③ ①②参加企業のうち、更に個別具体的に事業活用サポートを希望する企業に向けて、当事業期間中に随時ハンズオン支援を実施する。 ・1社の支援を想定						
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	
	商-10		脱炭素経営へ向けた取組み支援				創業・経営革新	
	(a)府施策連携…中小企業支援室経営支援課企画調整グループと広報・周知について連携して実施。 (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・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:参加企業に対する各種カルテ化を支援する。							



主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 36 社	【設定根拠】人材育成型①20社、人材育成型②15社、ハンズオン型1社の合計 【募集方法】当所会員事業所への告知の他、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。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	カーボンニュートラルの実現に向けて、脱炭素経営の導入等の取り組みを実行する。					指標	脱炭素経営の導入にあたり、活用できる制度への申請やISO14001の構築に取り組んだ企業。カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発に取り組んだ企業。	数値目標	1社
	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		
		20,200	円 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円	
		20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円	
		101,000	円 ×	1	社 ×	1.00	=	101,000	円	
			円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円		
		合計		36	社	(小計)		808,000	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%)							5,050	円
						計		813,050	円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)										
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等							
	②受益者負担	円	負担金の積算							
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果						
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
	813,050	円 ×	1.00	=	813,050	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	支援企業数	役割(配分の考え方)					
	○	豊中商工会議所	732,250 円	32	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。配分は人材育成型事業①②への参加者数による。商工会議所2社、各商工会1社を想定。					
		能勢町商工会	20,200 円	1						
		豊能町商工会	20,200 円	1						
		箕面商工会議所	40,400 円	2						
		円								



別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】2022年11月30日開催「SDGsビジネスセミナー」の参加者数21名を参考に設定。 【募集方法】当所会員事業所への告知の他、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。
	支援対象企業の変化	カーボンニュートラルの概要を理解し、自社における脱炭素経営に取り組むようになること。	
	その他目標値	指標 自社の脱炭素経営に取り組む企業、取り組むことを検討する企業	数値目標 10社
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】2022年11月30日開催「SDGsビジネスセミナー」の参加者数21名を参考に若干下回ることを想定して設定。 【募集方法】当所会員事業所への告知の他、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。
	支援対象企業の変化	カーボンニュートラルの概要、今後の社会的・消費者ニーズを把握し、自社の商品・サービス開発に活かすようになること。	
	その他目標値	指標 カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発に取り組む企業、取り組むことを検討する企業	数値目標 5社
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 1 社	【設定根拠】事業1年目であり、行動に移せる事業者は少ないことを想定して設定。 【募集方法】事業①②への参加企業、ならびにターゲット企業への個別DM等により募集する。
	支援対象企業の変化	カーボンニュートラルの実現に向けて、脱炭素経営の導入等の取り組みを実行する。	
	その他目標値	指標 脱炭素経営の導入にあたり、活用できる制度への申請やISO14001の構築に取り組んだ企業。カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発に取り組んだ企業。	数値目標 1社

【備考】

2025年4月から開催される大阪関西万博に向けて、一旦は2023年～2024年の2年間の事業とする。1年目はカーボンニュートラルへの関心・需要を探ることが主になりそうであるが、2年目は需要がある分野にて成果を出したい。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		人材活用力向上事業	事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		2022 年度～ 年度まで	2 年目		←複数年段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	労働力人口減少の中、様々な人材活用法を活用し人的資源の最適化を支援するとともに、労働関係法令の改正をはじめとする環境変化への対応を支援し、人材活用力を総合的に向上させることで事業の持続的な発展を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業は新卒採用においても中途採用においても大企業に比べて難しい状況にあり、今後一層人材確保が困難となることから、求人活動の見直しによる改善を支援するほか、外部人材の活用も含めた多様な人材の活用を検討するきっかけを提供し、実際の活用に向けて支援を行う。 また、採用後の定着率向上に向けて社内環境の改善や法令順守等につながる支援を提案する。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	豊中市内約13,000の事業所のほか、本市を管轄する池田公共職業安定所の管轄地域である能勢町・豊能町・箕面市の事業所も対象として見込んでいる。また、過去に当所で実施した労務系のセミナーについては、大阪府地域労働ネットワークのメールマガジンにより大阪府東部や南部からの参加者も多く、オンラインまたはハイブリッドで実施することにより大阪府下全域の事業所が対象となり得る。また、フリーランスとして働く方に対する支援も実施することで、企業が多様な人材を活用できる環境整備にも寄与していく。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「大阪労働市場ニュース令和4年11月分(大阪労働局 2022年12月26日発表)によれば、有効求人倍率は1.30倍、また新規求人数は3カ月連続の増加と、求人ニーズは底堅く推移することが確認できる。また、「企業のフリーランス活用実態に関する調査結果(株)Lbose 2021年11月4日発表)」によれば、フリーランス活用経験のある企業の78%が「今後もフリーランスを活用したい」と回答しており、外部人材活用に対するニーズが確認できる。				
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	2022年度の人材育成型として、「稼げる！フリーランス開業7つのポイント」(9月14日開催。参加事業者数：63社)、「はじめての副業・兼業人材フリーランス活用」(9月26日開催。参加事業者数：10社)を実施、計73事業者が参加した。また、1月26日に「会社を守る！パワハラ等よくある労務トラブル10事例」(1月13日時点で支援対象企業数20社に対し申込44社)、2月22日に「求職者の応募を呼び込む！『プレゼン求人票』活用セミナー」(1月13日時点で支援対象企業数15社に対し申込13社)を実施する。人材交流型では2月9日・16日の2日間セミナーとして「カードを使って楽しく学ぶ！パワハラしない・させない組織のつくり方」(1月13日時点で支援対象企業数15社に対し申込7社)を実施する。セミナー参加者等の中から、労務・人材に関する課題を解決しようとする企業3社に対してハンズオン支援を実施した。				
	反省点	新型コロナウイルスによる影響から開催時期を長く検討する状況となり、事業のスタートが遅れる形になったことが反省点となる。また、セミナー当日にどうしても都合がつかずオンデマンド配信を求める声も複数あり、オンライン開催へのニーズのほかオンデマンド配信に対するニーズへの対応についても次年度は検討したい。				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	①外部人材活用セミナー(仮称) 「フリーランス実態調査結果(令和2年5月・内閣官房日本経済再生総合事務局発表)」によれば、約4割のフリーランス人材が資本金1000万円以下の企業との取引実績があるなど、中小企業においてもフリーランス人材の活用が増えてきている。また、中小企業においてもIT・IoTへの対応は急務となってきており、IT人材が不足する中、中小企業が副業・兼業人材を活用するためのポイントを、事例を交えて紹介するセミナーを実施する。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員20名、8月～10月に実施予定。【人材育成型】				
	人材交流型	②フリーランス創業ワンポイントセミナー(仮称) ランサーズ株式会社が公表した「フリーランス実態調査2021」によれば、2021年のフリーランス人口は約1670万人と、昨年より約600万人増加となった。今後も増加が見込まれる一方、内閣府の調査によれば半数以上が年収300万円未満となっており、業務を依頼する企業側からすれば、継続性に不安が残る。そこで、創業に向けての意識付けや知っておくべき基礎的な知識を伝えるセミナーを実施し、企業とのマッチングにつながる、事業継続意欲の高いフリーランス創出への寄与を目指す。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員30名、6月～8月に実施予定。【人材育成型】				
	販路開拓型	③人材育成・定着支援セミナー(仮称) 株式会社帝国データバンクが2022年3月に発表した「令和3年度中小企業実態調査委託費 中小企業の経営力及び組織に関する調査研究報告書」によれば、中小企業経営者の79.9%は従業員の能力開発に積極的に考えている一方で、実際にはOJT、OFF-JTとも半数以上の会社で実施できていない。労働力減少の中、人材育成を投資と捉え着実に実行していくことが欠かせない。そこで、人材育成や定着に向けた取り組みの必要性をわかりやすく伝えるセミナーを開催し、人材育成・定着に関する意欲を高めることを目標とする。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員20名、6月～8月に実施予定。【人材育成型】				
	○ ハンズオン型	④建設業等のための時間外労働上限規制対策&人材採用セミナー(仮称) 働き方改革の一環で時間外労働の上限規制が適用される中、適用が延期されていた建設業や自動車運転業務についても、2024年から上限規制が適用となる。そこで、現行の対策が適切か確認し不足については対応できるよう直前対策となるセミナーを開催し、注意喚起を行う。また、人材不足が顕著な業種でもあることから、求人充足の可能性を高めるための取組についても同時に解説し、労働力不足の解消につなげることを目的とする。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員20名、8月～1月に実施予定。【人材育成型】				
	独自提案型	⑤上記①～④の参加者を中心に、ハンズオンにて課題解決に向けた支援を実施する。2社を目標とする。【ハンズオン型】				

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		
	商-I	人材ニーズ対応支援		人材育成・労務		
	労-II	雇用・労働啓発セミナー事業		人材育成・労務		
<p>(a)府施策連携…大阪産業局HR戦略部及び大阪府労働環境課労働環境推進グループと広報・周知について連携して実施。また、参加企業に対し、大阪府による事業・施策等の説明時間を設け、あるいは大阪府が指定する広報物を配布する。</p> <p>(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・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。</p> <p>(d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。</p>						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 92 社	当所会員事業所への告知の他、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。			
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	時間外労働上限規制への対応についてどの程度理解を深めたかアンケートにより把握するとともに、長時間労働対策や人材採用など、規制への対応に取り組む企業数で変化を把握する。				
	その他目標値	指標	長時間労働対策や人材採用に向けて取り組みを始めた企業数	数値目標	5社	
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	
	⇒ 20,200	円 ×	20	社 ×	1.00 = 404,000	
	20,200	円 ×	30	社 ×	1.00 = 606,000	
	20,200	円 ×	20	社 ×	1.00 = 404,000	
	20,200	円 ×	20	社 ×	1.00 = 404,000	
	101,000	円 ×	2	社 ×	1.00 = 202,000	
	合計		92	社	(小計)	2,020,000
	※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%)					
	計					2,020,000
	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)	
2,020,000	円 ×	1.00	=	2,020,000	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	支援企業数	役割 (配分の考え方)	
	○	豊中商工会議所	1,898,800 円	86	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、各団体より①から④のいずれかへの参加者2社の掘り起こしを想定。	
		能勢町商工会	40,400 円	2		
		豊能町商工会	40,400 円	2		
		箕面商工会議所	40,400 円	2		
		円				



別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】支援対象企業のうち外部人材の活用に関心を持つ企業・積極的な企業を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	フリーランス人材活用のポイントについてどの程度理解できたかをアンケートにより把握し、フリーランス人材の活用実際に取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標	外部人材の活用もしくは導入を検討する企業数 数値目標 5社
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 30 社	【設定根拠】2022年度の当所開催セミナーおよび2022年度に豊中市が開催したフリーランス向けセミナーの参加者数より設定。 【募集方法】当所ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知のほか、「とよなかフリーランス応援団」構成機関からの対象者へのメールマガジン等により募集する。
	支援対象企業の変化	今後の事業拡大に向けた意欲がどの程度高まったかをアンケートにより把握し、開業届の提出や法人設立に取り組む人数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標	開業届を提出、あるいは法人を設立したフリーランス人材数 数値目標 8名
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】人材育成・定着に関心を示す企業を想定して算出。 【募集方法】当所および連携先商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	人材育成・定着の必要性についてどの程度理解を深めたかアンケートにより把握するとともに、人材育成・定着に取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標	人材育成・定着に向けた新たな取り組みを始めた企業数 数値目標 5社
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】長時間労働対策への取組に関心を示す企業を想定して算出。 【募集方法】当所および連携先商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	時間外労働上限規制への対応についてどの程度理解を深めたかアンケートにより把握するとともに、長時間労働対策や人材採用など、規制への対応に取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標	長時間労働対策や人材採用に向けて取り組みを始めた企業数 数値目標 5社
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 2 社	【設定根拠】支援対象企業のうち、外部人材の活用やハラスメント対策、人材の採用に向けたハンズオン型支援を望まれる企業を想定して算出 【募集方法】事業①～④への参加企業、ならびにターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	外部人材活用や人材育成、長時間労働対策等、総合的に取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標	外部人材活用や人材育成、長時間労働対策等に取り組んだ企業数 数値目標 2社

【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		小規模事業者のための スモールM&Aを活用した事業承継支援事業		事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018	年度～	年度まで	6	年目	○ ←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	後継者のいない小規模事業者を中心に、スモールM&Aによる事業承継を提案。事業承継にかかる事業計画書の策定支援や連携機関のマッチング支援を活用し、円滑な事業承継の実現を目指す。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>日本政策金融公庫総合研究所の「中小企業の事業承継に関するインターネット調査（2019年調査）」によると、中小企業のうち後継者が決定している企業は12.5%にとどまる。一方、廃業を予定している企業は52.6%にもものぼり、大阪府内をみると、2009年に約34万社あった中小企業数は、2016年には約29万社と、わずか7年間で約5.5万社、約15%減少している。2014年から2016年までの2年間だけでも、約2.2万社、約7.9%減少している。また、中国のロックダウンなど新型コロナウイルス感染症の影響、ロシアによるウクライナ侵攻の影響等に起因する原材料費や光熱費・輸送コスト増、円安など、外部環境の変化により中小企業の業況も急速に悪化し、極めて厳しい状況にある。今後も倒産や転廃業が進むなど、経済に大きな影響をもたらすことが懸念される。同時に、経営者の高齢化も進んでいる。2021年版中小企業白書によると、2000年に経営者年齢のピーク（最も多い層）が「50歳～54歳」であったのに対して、2015年には経営者年齢のピークは「65歳～69歳」となっており、経営者年齢の高齢化が進んできたことが分かる。2020年を見ると、経営者年齢の多い層が「60歳～64歳」、「65歳～69歳」、「70歳～74歳」に分散しており、これまでピークを形成していた団塊世代の経営者が事業承継や廃業などにより経営者を引退していることが示唆される。一方で、70歳以上の経営者の割合は2020年も高まっていることから、経営者年齢の上昇に伴い事業承継を実施した企業と実施していない企業に二極化している様子が見て取れる。</p> <p>当地域でも、今後、経営者の高齢化と後継者不足による廃業が加速することが予想される。本事業においては、後継者のいない小規模事業者に対して、スモールM&amp;Aという新たな選択肢を提案、事業の承継先との橋渡しとなるように連携機関と協力して支援を行う。上記により、大廃業時代においても地域経済の活力が減衰することなく持続的な発展を支援することを目的とする。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	事業を継続し20年、30年と続けていく中で、代表者が交代し新たな経営者がその事業を引き継ぐことは、業態・規模問わず必ず出てくる問題である。また、現時点で廃業予定の会社であってもM&AやEBOによる事業承継の可能性はどの企業にも有りえることであるため、地域内の全事業者が対象となる。その中でも、後継者がおらず、経営者が高齢化し、事業承継の問題に直面している小規模事業者に注力して支援を行う。					
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	近年、事業承継の相談は徐々に増えてきており、コロナ禍や物価高の影響により経営が悪化し引退を考える事業者が増えたと予測している。また、当所の会員事業所の中で、廃業による退会希望者に廃業理由をヒアリングすると、経営状況悪化によるところが一番に上げられるが、合わせて、「後を継いでくれる者がいない」とこぼされる方も多い。中規模以上の法人の場合、親族内承継以外にも従業員に承継させることや同業他社に事業を譲る等、小規模事業者より他の選択肢を取ることが比較的容易だが、小規模事業者の場合、経営者一人で事業を行っていることが多く、親族以外での承継は、自身のコネクションで当たっていくしかない。また、経営状況においては、債務超過に陥っている場合もあり、誰も引き受けてくれず、譲渡先が見つかるまでに心が折れ、廃業を選択する事業者も少なくない。小規模事業者にとっては後継者を見つけるという第一のハードルが高く、事業の譲渡先（買い手）とのマッチングに対する需要は高いと思われる。					
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	<p>①補助金申請、融資審査、事業承継にも効く！「めっちゃ使える」事業計画のつくりかた（10/27） 中小企業診断士を講師に、後継者や従業員などのステークホルダーに伝えるためのツールとしての事業計画の作成について説明するとともに、融資や補助金等も効果的に活用し企業価値を高めていくことについて説明を行った。15社の目標に対し11社11名が参加。</p> <p>②中小企業だからこそ知っておくべき、事業承継ABC(3/7) 自らも事業承継の経験があり、M&amp;A等も含め事業承継に詳しい税理士を講師に、そもそも事業承継とはなにか、中小企業が対策を取る必要性について御理解いただくとともに、事業承継税制を活用するための「特例承継計画」の提出期限まであと1年と迫っているため、同制度の活用についても啓発するセミナーを実施する。15社が支援目標。</p> <p>③自社の企業価値評価セミナー（10/12） 小規模M&amp;Aを手掛けられている専門家にご講演頂いた。M&amp;Aを実施する場合、買い手側は決算書のどの部分を読み解き、企業価値をどのように評価するのかを解説した。買い手側の視点を養うことで、自社の客観的な価値の上げ方が理解できるようになり、将来的に事業を承継（M&amp;A）することを見据えた経営戦略を執ることが出来る。目標15社に対して10社12名が参加。</p> <p>④M&amp;Aが解決する会社を引き継ぐポイント（2/8） 大阪府の事業承継・引継ぎ支援センターの事業承継コーディネーターにご講演頂く予定。スモールM&amp;Aを中心に、M&amp;Aの基礎知識について、多くの事例を交えながら解説する。また、日本政策金融公庫十三支店と連携し、事業承継マッチング支援事業についても紹介する。15社が支援目標。</p>					
	反省点	事業承継というデリケートかつ複雑な問題のため、セミナーの集客には苦慮した。支援先は勿論のこと、金融機関や大阪府事業承継・引継ぎ支援センターにもご協力頂き、周知を行ったが芳しくない結果となった。今年度においては、事業承継におけるM&Aについて、裾野を広げるためにも引き続き基礎知識を解説するセミナーを続けるが、別の切り口からアプローチできるセミナーテーマを準備する。					



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	①「M&Aの基礎のキ」セミナー(仮称) コロナ禍や物価高騰など、経済状況悪化の影響による休廃業の増加、事業再編・再構築の必要性の高まりを受け、第三者承継(M&A)が重要になってきている。しかし、世間一般のM&Aに対するイメージは悪く、大きな金額が絡むテーマであるため、怪しい・難しそう・自分達には関係ない等、積極的な活用に至っていない。事業を引継ぎたくても担い手がいない小規模事業者に対しM&Aについて基礎知識から解説。スモールM&Aを提案することで新たな選択肢を与え、小規模事業者のM&Aの活用を促すセミナーを開催する。セミナー参加の機会創出のため、豊中商工会議所での開催とオンラインでの開催、両方のハイブリッドでの実施を予定。10月頃に開催予定。15社を支援対象にする。【人材育成型】							
		人材交流型								
		販路開拓型	②シナジーを生み出せ！スモールM&Aで創業・新事業展開セミナー(仮称) 経済状況の不安定さから休廃業を選ばれる事業者が増加する中、このような状況下でも創業・新規事業展開を検討している者も数多くいる。創業・新規事業展開を考えている者に対してスモールM&Aを提案。既にある事業資源を引継ぎ、自身(自社)の強みと受け継いだ事業との相乗効果を生み出す手法を事例を交えて解説する。また、連携機関の事業承継マッチング支援を紹介し、買い手と売り手を繋ぐセミナーを開催する。セミナー参加の機会創出のため、豊中商工会議所での開催とオンラインでの開催、両方のハイブリッドでの実施を予定。2024年2月頃に開催予定。15社を支援対象にする。【人材育成型】							
	○	ハンズオン型								
		独自提案型	③上記の参加者を中心に2社を対象に、事業承継計画策定に向けたハンズオン型の支援を行う。							
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	
		商-12	事業承継の支援事業				事業承継			
		(a)府施策連携…大阪府経営支援課経営支援グループと広報・周知について連携して実施。 (b)広域連携…箕面商工会議所、能勢町商工会、豊能町商工会で広報・周知なども含めて共同実施。 (d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。								
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【設定根拠】支援対象企業のうち後継者を探している小規模事業者を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	32社	事業の実施後、アンケートやヒアリングを行い、連携機関によるマッチング支援への希望者に対しては繋ぎ支援を行う。							
	その他目標値	指標	連携機関の事業承継マッチング支援へ繋いだ件数	数値目標	10件					
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						
	⇒ 20,200	円 × 15	社 × 1.00	=	303,000	円				
	20,200	円 × 15	社 × 1.00	=	303,000	円				
	101,000	円 × 2	社 × 1.00	=	202,000	円				
		円 ×	社 ×	=	0	円				
		円 ×	社 ×	=	0	円				
		合計 32	社	(小計)	808,000	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	808,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等							
	②受益者負担	円	負担金の積算							
	○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)				
808,000	円 × 1.00	=	808,000	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	支援企業数	役割(配分の考え方)					
	○	豊中商工会議所	686,800円	26	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。配分は人材育成型事業への参加数による。各2社ずつを想定。					
		能勢町商工会	40,400円	2						
		豊能町商工会	40,400円	2						
		箕面商工会議所	40,400円	2						
			円							



別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】当所にて開催するセミナーの参加者が小規模事業における支援対象外事業者も含めおおむね15社前後で推移していることから設定。 【募集方法】当所および連携先商工会・商工会議所の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、Facebook等SNSでのPR、個別支援における勧奨により募集する。
	支援対象企業の変化	「大阪府における中小企業の事業承継支援の課題と方向性」（大阪産業経済リサーチセンター 平成31年3月）でも言及されている通り、関西圏におけるM&Aのイメージは良くない。しかしながら、自社の事業を誰かに引き継いでほしいと願っている企業にとっては重要な選択肢の一つであり、事業承継の課題を解決できる手法である。そこで、セミナーを通じて事業者に対してM&Aを前向きに取り込めるよう意識改革を行う。	
	指標	M&Aに対して前向きな回答をした企業の割合	数値目標 80%
その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】当所にて開催するセミナーの参加者が小規模事業における支援対象外事業者も含めおおむね15社前後で推移していることから設定。 【募集方法】当所および連携先商工会・商工会議所の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、Facebook等SNSでのPR、個別支援における勧奨により募集する。
	支援対象企業の変化	事業を譲る側（売り手）と事業を引き継ぐ側（買い手）の両方を連携機関先に繋ぎ、事業承継のマッチングを図る。連携機関先としては、日本政策金融公庫、大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、大阪産業局などを想定している。	
	指標	連携機関の事業承継マッチング支援へ繋いだ件数	数値目標 10件
その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 2 社	事業承継計画の策定について、中長期的な視点からの支援となるため、事業者も慎重にならざるを得ず、年間の件数を伸ばすことが困難と予想される。よって、目標数値は低めに設定する。
	支援対象企業の変化	上記の支援対象企業を中心に、事業承継に着手する。	
	指標	事業承継計画を策定した事業者数	数値目標 2件
その他目標値	目標値の内容⇒		

【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		EXPO2025をインバウンドに繋げる事業	事業番号	7	新規/継続	新規
想定する実施期間		2023 年度～ 2025 年度まで	1 年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	大阪・関西万博（EXPO2025）を今後回復するインバウンドに繋げることで、地域の中小企業の万博への参画機運を醸成するとともに、域外（海外）からの需要の取込みにも繋げられるようにビジネスチャンスの創出を支援していく。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>2025年4月から10月に開催される大阪・関西万博（EXPO2025）では、2,820万人の想定来場者数、約2兆円の経済波及効果が試算されている。当万博では、①最先端技術など世界の英知が結集し新たなアイデアを創造発信、②国内外から投資拡大、③交流活性化によるイノベーション創出、④地域経済の活性化や中小企業の活性化、⑤豊かな日本文化の発信のチャンス、を実現することが掲げられるとともに、世界における圏域の認知度向上なども期待されているところである。</p> <p>訪日外客数に目を向けると、新型コロナウイルスの影響で2020年以降の国際的な人の往来は激減してしまっただが、日本政府観光局（JNTO）の2022年12月レポートでは、11月が934,500人と前月498,600人から倍近くの伸びとなり、2019年同月比では4割近くまで回復してきている。2022年10月に日本政府が1日あたりの入国者数の制限を撤廃したことで、インバウンドの本格的な再始動が見えてきた状況である。</p> <p>一大イベントとなる万博（EXPO2025）を、回復が期待されるインバウンドに繋げることで、地域の中小企業がビジネスチャンスを創出できるようにしていくことを事業の目的とし、万博会場でイベントに参画できていない中小企業に対しては、万博開催時期に開催される関連イベントへの出展をはじめ、万博による域外（海外）からの需要の取込みに繋げられるような支援を実施することで、万博とインバウンド対策への気運醸成に向けた動きを創出していきたい。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	EXPO2025に向けたインバウンド需要の取込み意欲のある中小企業を想定し、主として豊能地域の飲食、小売、宿泊、サービス業を中心に、医療、介護や温泉、交通、観光関連業種などを対象とする。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>豊能地域は大阪市の北部に隣接しており、空港、新幹線、高速道路、京阪神の都心へのアクセスが便利なエリアである。さらに、大阪メトロ御堂筋線の「箕面直通」が2024年春に決定したことで、当エリアと大阪・関西万博の会場とはアクセスがより良くなるため、その波及効果への地元企業の関心は非常に高いものがある。</p> <p>また、大阪・関西万博に向けた取り組みとして、当所では、インバウンド支援事業を2011年度より実施。その中で実施しているモニターツアー・ハンズオンツアーでの支援企業約100社に対するアンケート結果では、訪日観光客向けビジネスに取り組むことに対して前向きで、集客方法（プロモーション）・対応方法（おもてなし）への関心が高く示されている。</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					
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>【人材育成型】</p> <p>①「万博への中小企業の参画促進、気運醸成に向けたセミナー」</p> <p>◆内容：大阪・関西万博の直近の動きを紹介し、中小企業の参画に向けた情報提供を実施する。</p> <p>◆開催時期：2023年9月～10月頃</p> <p>◆開催場所：豊中商工会議所、またはオンラインかハイブリッドにて開催</p> <p>◆支援企業数：15社</p>				
	○ 人材交流型	<p>【人材交流型】</p> <p>②「万博からの誘客（インバウンド）実践塾」</p> <p>◆内容：外国人材を活用したインバウンド向けの商品開発、外国人目線での誘客プロモーション、おもてなし等を指南するディスカッション形式の対策講座を開催する。</p> <p>◆開催時期：2023年11月～12月頃</p> <p>◆開催場所：豊中商工会議所</p> <p>◆支援企業数：15社</p>				
	○ ハンズオン型	<p>【ハンズオン型】</p> <p>③「万博からの誘客に繋げるための現地ハンズオン支援」</p> <p>◆店頭対応・商品強化のほか、サービス（おもてなし）・集客（プロモーション）の展開などを現地訪問型でトータル的にコンサルティングすることで、大阪・関西万博に備えたインバウンド対策に繋がるように個社支援していく。</p> <p>◆開催時期：2024年2月頃</p> <p>◆開催場所：豊能地域の参加事業所</p> <p>◆支援企業数：5社</p>				
	独自提案型	大阪・関西万博開催までの3年間で、万博及び万博関連事業へ地域事業者が参画できるよう体系的に事業者を支援する。				

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		(c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果		
	商-16	2025大阪・関西万博開催に向けた出展・機運醸成に向けた取組み					販路開拓		
<p>(a)府施策連携…大阪府中小企業支援室経営支援課経営支援グループと連携して事業を推進する。</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池田・箕面・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。</p> <p>(d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。</p>									
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【設定根拠】大阪・関西万博への参画とインバウンド対策に関心を示す企業を想定して算出。						
		35 社	【募集方法】当所および連携先団体の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	大阪・関西万博に向けた参画の意向をアンケートにより把握し、インバウンド対策に取り組む企業数で変化を把握する。							
	指標	大阪・関西万博を活用してインバウンド対策を行う企業数				数値目標	5社		
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	
	⇒ 20,200	円 ×		15	社 ×	1.00	=	303,000 円	
	40,400	円 ×		15	社 ×	1.00	=	606,000 円	
	101,000	円 ×		5	社 ×	1.00	=	505,000 円	
		円 ×			社 ×		=	0 円	
		円 ×			社 ×		=	0 円	
		合計		35	社	(小計)		1,414,000 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%)								55,550 円
									計 1,469,550 円
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助		0 円		交付市町村等				
	②受益者負担		0 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)		
	1,469,550 円		× 1.00		=		1,469,550 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	支援企業数	役割 (配分の考え方)			
	○	豊中商工会議所		1,227,150 円	27	豊中商工会議所は、主管として企画調整・広報・運営等について担当する。池田・箕面・能勢・豊能の各団体は①と②の事業において各1社ずつ新たな参加事業者の掘り起こしを行う。			
		池田商工会議所		60,600 円	2				
		箕面商工会議所		60,600 円	2				
		能勢町商工会		60,600 円	2				
		豊能町商工会		60,600 円	2				



別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】大阪・関西万博への参画とインバウンド対策に関心を示す企業を想定して算出。 【募集方法】当所および連携先団体の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けた参画の意向をアンケートにより把握し、インバウンド対策に取り組む企業数で変化を把握する。		
	その他目標値	指標	大阪・関西万博に向けた具体的な参画プランを立てた企業数	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】大阪・関西万博への参画とインバウンド対策に関心を示す企業を想定して算出。 【募集方法】当所および連携先団体の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けた参画の意向をアンケートにより把握し、インバウンド対策に取り組む企業数で変化を把握する。		
	その他目標値	指標	大阪・関西万博を活用してインバウンド対策を行う企業数	数値目標
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 5 社	【設定根拠】大阪・関西万博への参画と具体的なインバウンド対策支援を求める企業を想定して算出。 【募集方法】当所および連携先団体の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けた参画の意向をアンケートにより把握し、インバウンド対策に取り組む企業数で変化を把握する。		
	その他目標値	指標	大阪・関西万博に向けて具体的な参画プランを立てインバウンド対策を行う企業数	数値目標

【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		大阪・関西万博に向けた新商品発掘&開発プランコンテスト	事業番号	8	新規/継続	新規
想定する実施期間		2023 年度～ 2024 年度まで	1 年目		←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪・関西万博（EXPO2025）を、地域の中小企業が自社の商品・製品を国内外の多くの消費者にアピールする機会と捉え、万博への参画機運を醸成するとともに、万博後も広く全国に販売していきける製品開発を支援していく。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>2025年4月から10月に開催される大阪・関西万博（EXPO2025）では、2,820万人の想定来場者数、約2兆円の経済波及効果が試算されている。当万博では、①最先端技術など世界の英知が結集し新たなアイデアを創造発信、②国内外から投資拡大、③交流活性化によるイノベーション創出、④地域経済の活性化や中小企業の活性化、⑤豊かな日本文化の発信のチャンス、を実現することが掲げられるとともに、世界における圏域の認知度向上なども期待されているところである。</p> <p>「関西空港の将来的な航空需要を分析する調査委員会」の試算では万博期間中は年間発着回数上限を上回る見通しがなされており、大阪国際空港を利用しての来阪観光客の増加も考えられ、豊能地域の中小企業にとってもPRの機会増加につながる事が期待できる。</p> <p>本事業においては、商品・製品プランコンテスト&amp;商談会形式で、豊能地域のPRに繋がるような製品・商品の開発・改良を支援していくことを事業の目的とし、万博会場での営業参加を目指すとともに、豊能地域の資源でもある大阪国際空港で「売れる」商品の発掘と開発を行い、万博による国内外からの来阪客の需要の取り込みに繋げられるような支援を実施することで、万博に向けた機運醸成と中小企業の商品・製品開発の動きを支援していきたい。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	EXPO2025への営業参加に向けて新商品・新製品の開発など新たな取組に意欲のある中小企業を想定し、主として豊能地域の飲食、小売・卸売業を中心に、約200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)	<p>平成19年度～平成28年度にかけて公募された「おおさか地域創造ファンド」や平成30年度・平成31年度に公募された「おおさか地域産業資源活用サポート事業」には安定した応募があり、豊能地域においては新規事業への取組に関心の高い事業者が安定して存在している。また、平成26年度以降公募されている小規模事業者持続化補助金においても、新製品・新商品開発や販路開拓に関するニーズが多数確認できている。</p> <p>加えて、豊能地域は大阪市の北部に隣接しており、空港、新幹線、高速道路など京阪神都心へのアクセスが良く、さらに大阪メトロ御堂筋線の「箕面直通」が2024年春に決定したことで、当エリアと大阪・関西万博会場とのアクセスがより良くなるため、その波及効果への地元企業の関心は非常に高いものがある。2022年8月4日に大阪シティ信用金庫が公表した「中小企業における大阪・関西万博に関する意識調査」では、経営にプラスの影響があると考える企業が66.4%、地元大阪が出展するパビリオンへの参加する意向のある企業が24.3%と、2022年7月上旬の時点で既にニーズが顕在化してきており、今後万博開催が近づくにつれ、一層ニーズが高まっていくことが期待できる。</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公募説明会【人材育成型】</p> <p>◆内容：商品・製品プランコンテスト&amp;商談会の趣旨や概要を説明し、併せて大阪・関西万博の直近の動きを紹介する。</p> <p>◆開催時期：2023年9月～10月頃</p> <p>◆開催場所：豊中商工会議所、またはオンラインかハイブリッドにて開催。一定期間オンデマンド配信も実施。</p> <p>◆対象者数：40社</p>				
	○ 人材交流型	<p>②エントリーシート作成支援【販路開拓型】</p> <p>◆内容：当事業へのエントリーを希望する事業者へ、エントリーシート完成に向けた支援を実施する。</p> <p>◆実施時期：公募説明会開催後随時</p> <p>◆実施方法：原則対面で実施、感染拡大等の状況によってはオンラインで実施。</p> <p>◆対象者数：24社</p>				
	○ 販路開拓型	<p>③商品・製品プラン作成支援&amp;ブラッシュアップ【販路開拓型】</p> <p>◆内容：エントリーシート完成後、商品・製品プラン等完成に向けた支援を実施する。</p> <p>◆実施時期：2023年11月～12月頃</p> <p>◆実施方法：原則対面で実施、感染拡大等の状況によってはオンラインで実施。</p> <p>◆対象者数：8社</p>				
	○ ハズオン型	<p>④表彰対象者の伴走型支援【ハズオン型】</p> <p>◆内容：表彰対象者の商品・製品プラン等実現に向けて商品開発やプレスリリースその他現地訪問を基本に総合的に支援することで、大阪・関西万博の実施時期に販売・PRしていきけるよう個社を支援する。</p> <p>◆開催時期：2024年1～3月頃</p> <p>◆開催場所：原則対面で実施、感染拡大等の状況によってはオンラインで実施。</p> <p>◆対象者数：3社</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	
	商-16	2025大阪・関西万博開催に向けた出展・機運醸成に向けた取組み					販路開拓	
<p>(a)府施策連携…大阪府中小企業支援室経営支援課経営支援グループと連携して事業を推進する。</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池田・箕面・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。</p> <p>(d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。</p>								
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	商品・製品プランコンテスト&商談会全体としての支援者は40社と想定。公募説明会参加者等のうち24社のエントリーを想定し、エントリーに向けた支援を実施する。そのうち、プラン作成等に進む事業者を8社と想定しこれを支援する。このうち、表彰対象として3社を選定し、継続支援を実施する。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	大阪・関西万博に向けて商品・製品の開発に向けた取り組みを開始した企業数で把握する。						
	その他目標値	指標	大阪・関西万博に向けて製品・商品開発に取り組む企業数		数値目標	3社		
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			
	⇒ 20,200	円 ×	8	社 ×	1.00	=	161,600	円
	50,500	円 ×	24	社 ×	1.00	=	1,212,000	円
	50,500	円 ×	8	社 ×	1.00	=	404,000	円
	101,000	円 ×	3	社 ×	1.00	=	303,000	円
		円 ×		社 ×		=	0	円
	合計		43	社	(小計)	2,080,600		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%)						95,950	円	
						計	2,176,550	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		円	負担金の積算				
	○ (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)			
2,176,550		円 ×	1.00	=	2,176,550		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		支援企業数	役割 (配分の考え方)	
	○	豊中商工会議所		1,610,950 円		35	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アフターフォローを実施し、公募説明会への参加、エントリーシート作成支援について各団体2社ずつ((20,200円+50,500円)×2)を想定する。	
		池田商工会議所		141,400 円		2		
		箕面商工会議所		141,400 円		2		
		豊能町商工会		141,400 円		2		
	能勢町商工会		141,400 円		2			



別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8 社	【設定根拠】過去に実施した「おおさか地域創造ファンド事業」における公募説明会参加者数から設定。なお、エントリーシート作成に取り掛かった事業者は重複するため除外する。 【募集方法】当所および連携先団体の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けて、新たな取組を目指す企業をアンケートで把握する。		
	その他目標値	指標	大阪・関西万博に向けた新規事業への取組を希望する企業	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 24社	【設定根拠】令和4年度に実施した「豊能地域ビジネスアイデアコンテスト2022」におけるエントリーシート作成企業数(24社)から設定。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けて商品・製品の開発等に取り組む商品・製品プランコンテスト&商談会へのエントリーを実施した企業数で把握する。		
	その他目標値	指標	エントリーシート作成企業数	数値目標
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8社	【設定根拠】令和4年度に実施した「豊能地域ビジネスアイデアコンテスト2022」におけるビジネスプラン作成企業数(8社)から設定。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けて商品・製品の開発や販路開拓等において具体的なプランを作成した企業数で把握する。		
	その他目標値	指標	ビジネスプラン作成企業数	数値目標
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 3社	【設定根拠】令和4年度に実施した「豊能地域ビジネスアイデアコンテスト2022」におけるハンズオン支援企業数(3社予定)から設定。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けて商品・製品の開発や販路開拓等に向けた取り組みを開始した企業数で把握する。		
	その他目標値	指標	大阪・関西万博に向けて製品・商品開発に取り組む企業数	数値目標

【備考】

コンテスト結果の承認等の主体は、おおさか地域創造ファンド以来続いている、豊能地域活性化推進協議会（事務局：豊中商工会議所、構成団体：豊中商工会議所、池田商工会議所、箕面商工会議所、豊能町商工会、能勢町商工会、豊中市、池田市、箕面市、豊能町、能勢町、日本政策金融公庫十三支店）にて行う。

※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	286	25,000	7,150,000	
支援機関等へのつなぎ	97	10,000	970,000	
金融支援（紹介型）	20	30,000	600,000	
金融支援（経営指導型）	10	40,000	400,000	
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	2	20,000	40,000	
記帳支援	30	25,000	750,000	
労務支援	25	20,000	500,000	
人材育成計画作成支援	2	20,000	40,000	
マーケティング力向上支援	2	20,000	40,000	
販路開拓支援	25	20,000	500,000	
事業計画作成支援	90	50,000	4,500,000	
創業支援	20	20,000	400,000	
事業継続計画(BCP)等作成支援	10	20,000	200,000	
コスト削減計画作成支援	2	20,000	40,000	
財務分析支援	5	10,000	50,000	
5S支援	2	10,000	20,000	
IT化支援	25	20,000	500,000	
債権保全計画作成支援	2	10,000	20,000	
事業承継支援	5	20,000	100,000	
災害時対応支援	0	5,000	0	
フォローアップ支援	39	5,000	195,000	
結果報告	286	10,000	2,860,000	
小 計	-		19,915,000	

II 専門相談支援事業			
事 業 名	算 定 基 準		補助金額
	支援日数	計	
法務相談	12	288,000	
税務相談※	90	2,160,000	
金融相談	10	240,000	
労務相談	10	240,000	
その他相談	201	4,824,000	
小 計	323	7,752,000	7,752,000

※記帳支援のために税理士を活用する場合は、単価26,000円×事業所数

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	15,862,590

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	757,500

V 合計		
合 計		補助金額
		44,287,090