

令和8年度（2026年度）  
事業計画書

1. 申請者の概要

団体名	羽曳野市商工会
代表者職・氏名	会長 原 誠
所在地	〒583-0854
	大阪府羽曳野市軽里1丁目1番1号 羽曳野市立生活文化情報センター1階
設立年月日	昭和39年05月01日
職員数	8
うち経営指導員数	8
所管地域	羽曳野市
管内事業所数	3,394（令和3年事業所統計調査による）
うち小規模事業者数	2,367（令和3年事業所統計調査による）
会員数	1,574（令和8年1月16日現在）
組織率	46.3%
担当者職・氏名	事務局長 藤田 博仁
連絡先電話番号	072-958-2331
連絡先メールアドレス	h8233105@silver.ocn.ne.jp
□主な事業概要（定款記載事項等）	
<p>(1)商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行なうこと。 (2)商工業に関する情報又は資料を収集し、及び提供すること。 (3)商工業に関する調査研究を行なうこと。 (4)商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。 (5)展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催の斡旋を行なうこと。 (6)商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運営すること。 (7)大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済事業の業務を行なうこと。 (8)商工業者の福利厚生に資する事業を行なうこと。 (9)輸出品の原産地証明を行なうこと。 (10)商工会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。 (11)行政庁等の諮問に応じて、答申すること。 (12)社会一般の福祉の増進に資する事業を行なうこと。 (13)商工業者の委託を受けて、当該商工業者が行うべき事務(その従業員のための事務を含む。)を処理すること。 (14)行政庁から委託を受けた事務を行なうこと。 (15)国際親善の増進を図ること。 (16)無料職業紹介事業を行なう。 (17)会員の為の外国人技能実習制度に基づく技能実習生の受入事業。 (18)前各号に掲げるもののほか、本商工会の目的を達成するために必要な事業を行なうこと。</p>	

**(1) 所管地域の産業経済の現状と課題**

地域経済循環率を見ると、当市は68.5%であり、近隣の松原市や富田林市とほぼ同水準であるものの、藤井寺市の73.2%、柏原市の85.7%と比較すると低い値となっている。このことから、当市においては大阪市内への消費流出に加え、近隣の八尾市や奈良県橿原市への流出が生じている可能性が高いと考えられる。その要因としては、レジャー施設として定着している大型ショッピングセンターの集客力の高さに加え、公共交通機関の利便性や幹線道路・高速道路網の充実により、市外への移動が容易であることが挙げられる。次に、産業別事業所数を見ると、卸売業・小売業は21.2%と、近隣市の平均値と比較してやや低い水準にとどまっている一方、製造業は12.5%、建設業は11.0%と比較的高い割合を示している。しかしながら、宿泊・飲食業は8.5%、生活関連サービス業・娯楽業は7.6%と低い水準にあり、特に宿泊・飲食業については、藤井寺市の14.2%と比較しても大きな差が見られる。又、製造品出荷額の推移に着目すると、当市の食料品製造業における製造品出荷額は、近隣の藤井寺市と比較して倍以上の規模となっている。これは、食肉関連産業をはじめ、ワインや梅酒の製造、さらには地場産業であるイチヂクやぶどうを活用した食品製造業が集積していることによるものと考えられる。また、当市における外出・来訪先としては、平日・休日を問わず、地場産業の特産品や生鮮野菜の販売に加え、飲食機能を備えた「道の駅しらとりの郷」が突出した集客を示している。加えて、レジャー施設も引き続き高い利用実績を有しており、駐車場を完備した施設が市民利用を促進するとともに、地域における雇用創出や経済活動の維持・拡大に寄与していることがうかがえる。

**(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）**

本市において支援の対象として想定する小規模事業者は、羽曳野市内で営業する、従業員数が少人数の商店、工場、サービス業、建設業等であり、主に家族経営の飲食店、個人商店、町工場、理美容業、介護・福祉関連事業者、農産物の加工・販売を行う事業者などが挙げられる。これらの小規模事業者は、地域に密着した事業活動を通じて市民生活を支える重要な存在である一方、経営資源が限られているという共通の課題を抱えている。特に、後継者不足や人手不足、デジタル化への対応の遅れ、売上の伸び悩みなどが顕在化しており、持続的な事業継続に向けた支援が求められている。こうした課題を踏まえ、本市の産業経済の活性化を図るため、特に小規模事業者・商店街を対象とした人材確保・育成・定着支援事業や、求人・求職マッチングフェアの実施と、昨年度に引き続き創業支援・BCPの普及を推進する。これにより、若年層に地元企業の魅力を発信し、地元就職の促進につなげることを目指す。また、地域ブランドの確立も重要な施策の一つである。本市の特産品や歴史・文化資源を生かした商品開発を支援するとともに、観光施策と連携した取組を展開することで、市外からの需要創出を図る。さらに、行政、商工会、各種専門家が連携した支援体制を強化し、補助金制度や相談支援体制の充実を図ることで、小規模事業者が安心して新たな取組に挑戦できる環境を整備する。これらの施策を重点的に推進することにより、地域経済の活性化と持続的な発展につなげていく。

**(3) 事業を実施した効果**

○実績時記入

**(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題・次年度への取り組み**

○実績時記入

I 経営相談支援事業						
前年度支援企業数		230 社				
支援メニュー		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
1	事業所カルテ・サービス提案	事業所	230			0.0%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	2			0.0%
3	金融支援（紹介型）	支援数	15			0.0%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	60			0.0%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	5			0.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	15			0.0%
7	記帳支援	事業所	40			0.0%
8	労務支援	支援数	90			0.0%
9	人材育成計画作成支援	事業所	1			0.0%
10	販路開拓支援	支援数	5			0.0%
11	事業計画作成支援	支援数	2			0.0%
12	創業支援	事業所	5			0.0%
13	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	2			0.0%
14	生産性向上支援	事業所	5			0.0%
15	財務分析支援	事業所	5			0.0%
16	債権保全計画作成支援	事業所	1			0.0%
17	事業承継支援	事業所	2			0.0%
18	制度対応等	事業所	2			0.0%
19	災害時対応支援	事業所	0			-
20	フォローアップ支援	事業所	8			0.0%
21	結果報告	事業所	230			0.0%
件数設定の根拠（今年度の特徴等）						
<p>前年度の相談支援実績を基に、小規模事業者を取り巻く経営課題の解決のため支援メニューの提供を行う。新しい担当業務を任されることが多くなり、更なる活躍を期待できる中堅経営指導員、その補佐をしながら業務を習得している新任経営指導員が、今まで以上の研鑽と経験を積むことにより、相談業務・指導業務の充実と強化を図っていく。中小企業支援の専門家と経営指導員の連携を密に図り、親切・丁寧・迅速な対応により、事業所が抱える問題の把握と、その解決に向けた適切な支援を行う。</p>						
支援のポイント・成果						
○実績時記入						

## II 専門相談支援事業

事業名		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
24	法務相談	日数	12			0.0%
25	税務相談	日数	60			0.0%
26	金融相談	日数	12			0.0%
27	労務相談	日数	12			0.0%
28	その他相談	日数	12			0.0%

### 支援のポイント・成果

○実績時記入

事業名		はびきの Buy Local キャンペーン		事業番号	1	新規/継続	継続		
想定する実施期間		令和2 年度~	年度まで	7	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	市内5地区の商店会が連携し、小規模店の認知度向上と利用促進のための販促キャンペーンを実施する。店舗紹介MAPの作成や景品配布等を通じ、地域の生活者に地域の小規模店の利用を促し、地域商業の活性化を図る。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	本事業は、地域の生活者に地域の商店街や小規模店の良さを知らせていただき、小規模店の利用を促すことを目的とする。 当地域の商店街や小規模店は、人口減少、顧客の高齢化、大型チェーン店の地域進出、EC市場の拡大等により、厳しい経営環境に置かれている。日常の買い物で地域の小規模店をあまり利用していない生活者が、もっと地域の小規模店を積極的に利用するよう取組むものである。 令和6年の販促キャンペーンには69店、令和7年のキャンペーンには70店が参加した。また、小規模店は単独で販促キャンペーンの実施をするのは予算的にも困難との声も多く、市内各商店会の役員からは、毎年継続して市内商店会が連携して販促キャンペーンを実施することを要望されており、本事業に対する事業者ニーズは多いと考えている。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の5地区(古市・白鳥・羽曳山・高鷲・恵我之荘)の商店会地域の小規模店(約200店)を支援対象とし、そのうち、本事業に興味をもっていただける80店を支援する。 支援業種: 小売、サービス、飲食業等							
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		・はびきの BuyLocal プレゼントキャンペーン 【実施時期】令和7年11月21日~ 【実施内容】キャンペーン参加店で1000円以上、お買い上げのお客様、先着50名様に卓上カレンダーをプレゼントするキャンペーンを実施した。 【実績数値】参加数: 70店/支援実績率: 87.5%/満足率: 84.8%/支援対象企業の変化の指標: 39.4% 【改善点】令和7年はキャンペーン告知において、キャンペーン参加店MAPを作成し、市内公共施設や市内郵便局にMAPを配架し、キャンペーン認知度向上を図った。今後の改善点として、キャンペーンの認知度及び魅力の向上のため、地域の生活者が自身の「応援したいお店」をWebや投票用紙(MAPに掲載)等で投票する企画(投票者に抽選で賞品があたるオープン懸賞)を実施する。また、投票用紙で応援しているお店の良い点や要望等、地域の生活者の声を集め、その内容を店舗にフィードバックし、店舗運営の改善につながる仕組みをつくっていく。参加店募集にあたって、商店会地域の店舗に対し、本事業への参加メリットの個別PRをよりいっそう強化し、参加店の増加を目指す。							
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<地域の小規模店利用促進のための販促キャンペーン> 【事業手法】販路開拓型 【実施時期】令和8年11月1日~ 【実施場所】羽曳野市内5地区の商店会地域 【実施内容】地域の生活者に地域のお店を知っていただく、また、利用していただくきっかけとして、プレゼントキャンペーン(一般懸賞)等の販促活動を実施する。また、キャンペーンにあわせて、市内5地区の商店会地域の店舗紹介のMAPを作成する。 店舗紹介MAP、キャンペーンポスター、チラシをキャンペーン参加店の店頭、市内公共施設、郵便局等で掲示、配架し、キャンペーンのPRを実施し、地域の生活者に参加店の利用を促す。 一般懸賞にあわせて、地域の生活者が自身の「応援したいお店」を投票する企画(オープン懸賞)も実施する。							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		○ (a) 府施策連携		○ (b) 広域連携		○ (c) 市町村連携		○ (d) 相談事業相乗効果	
		商-18		商店街の活性化		商業			
		(a) 大阪府商業振興課と連携し、府の商店街支援施策のPRを図る。 (c) 羽曳野市の広報誌に記事を掲載し、事業の広報を実施する。 (d) 事業実施後に各店舗のフォローを行い、個別の経営相談事業の実施につなげていく。							
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⇒		過去に実施した本事業への参加状況を踏まえて、支援対象企業数を設定。羽曳野市商店会連合会と連携し、本事業の参加店を募集する。また、商店会加盟店以外の商店街地域の事業者に対しても本事業への参加を募る。					
		80	社	代表指標		キャンペーン期間中の売上が従来より増加した事業者の割合	数値目標	50	%
	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)	⇒ 50,500	円 ×	80	社 ×	0.50	=	2,020,000	円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		合計		80	社	(小計)		2,020,000	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%)								計	2,020,000	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)	本事業の販路開拓支援は、直接商談の場を提供しないため、係数0.5に減補正。									
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						
	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	(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)				
	○	羽曳野市商工会	2,020,000 円		80					
			円							
			円							
			円							

事業名		小規模事業者の業務のデジタル化支援事業		事業番号	2	新規/継続	継続			
想定する実施期間		令和6	年度~	年度まで	3	年目	※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	小規模事業者の生産性向上を図るため、IT、AI等のデジタル技術の活用支援を実施する。最新情報の提供に加え、事業者間での活用事例の共有・交流会を行うことで、業務のデジタル化を推進する。								
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>本事業は、小規模事業者が業務のデジタル化に取り組むことにより、業務改善、生産性向上を実現することを目的とする。</p> <p>2025年版小規模企業白書によると、中小企業・小規模事業者におけるデジタル化・DXの取組状況について、2024年は、2023年調査の結果に比べて、デジタル化の取組が進んでいるが、他方で、デジタル化に取り組めていない中小企業・小規模事業者も一定数存在しているとなっており、デジタル化の進捗状況は依然途上段階にある。</p> <p>小規模事業者が業務のデジタル化に取り組み、業務改善や生産性向上を実現し、ビジネス環境の変化に対応していくことができる状態にしたい。</p> <p>過去の当会の経営支援の実績やIT関連のセミナーの参加率を考慮し、一定程度のニーズがあると考えている。</p>								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	本事業の対象となる市内小規模事業所数は2367。(令和3年経済センサス活動調査による) また、当会が実施している創業セミナー参加者等、創業予定者も対象とする。(業種問わず)								
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>AIで「お悩み業務」を劇的に改善！最新AI活用セミナー</p> <p>【実施日時】 令和7年10月15日15時~16時30分</p> <p>【実施場所】 LICはびきの パソコン教室</p> <p>【実績数値】 参加者数：11事業者 / 支援実績率：73.3% / 満足率：100% / 支援対象企業の変化の指標：100%</p> <p>【実施内容】 DX支援の専門家を講師に招き、生成AIのトレンドやGoogleのAIサービス、NotebookLMの活用方法を解説するセミナーを実施した。</p> <p>【改善点】 セミナー実施後のアンケートにおいて、他の事業者がどのようにAIを活用しているか知りたい、グループワークを希望するとの回答があったため、令和8年度は事業者間の情報交換ができる交流会をセミナー後半部で実施する。セミナー参加者募集にあたって、今年度より、創業予定者も対象とし、創業セミナー参加者等にもセミナーの告知を実施し、参加者数の増加を目指す。</p>								
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>&lt;AI活用セミナー・事業者交流会の開催&gt;</p> <p>【事業手法】 人材交流型</p> <p>【実施時期】 令和8年10月上旬に実施予定 (計1回、2時間)</p> <p>【実施場所】 LICはびきの パソコン教室</p> <p>【実施方法】 対面</p> <p>【参加対象】 小規模事業の経営者及び担当者、創業予定者</p> <p>【実施内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・AI活用セミナー： AIに精通している専門家を講師に招き、AIの最新活用方法を解説する。</li> <li>・事業者交流会： 各社の業務課題に対し、AIをどう活用できるか、講師を交えてグループディスカッションを実施する。</li> <li>・大阪府施策の周知： 大阪府・大阪産業局の支援策を紹介。</li> </ul>								
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-2		大阪府DX※推進パートナーズ及び業務スマート化支援事業(大阪産業局)との連携による府内中小		IT・IoT				
		(a) セミナー講師の調整やセミナー内での大阪府施策の紹介について、大阪府商工労働総務課と連携して実施する。								
		(c) 羽曳野市の広報誌に記事を掲載し、事業の広報を実施する。								
		(d) 事業実施後に参加事業者のフォローを行い、個別の経営相談や専門家紹介支援につなげていく。								
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⇒		過去のセミナー等の集客実績を考慮し、支援対象企業数を設定。羽曳野市広報誌、商工会のWeb、LINE、会報等により、事業を告知し、参加者を募集する。						
		15	社	代表指標		事業実施後アンケートで、今後、AIの活用に取り組むと回答した事業者の割合		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)	40,400	円 ×	15	社 ×	1.00	=	606,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
合計				15	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%)										
							計	606,000	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					
	標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)				
	606,000	円 ×	1.00	=	606,000	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		支援企業数	役割 (配分の考え方)			
	○	羽曳野市商工会		606,000 円		15				
				円						
				円						
				円						

事業名		人材確保・育成・定着支援事業		事業番号	3	新規/継続	新規						
想定する実施期間		令和8	年度~	年度まで	1	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要	事業概要	地域中小企業の生産性向上と人手不足解消のため、人材育成のノウハウと働きやすい環境整備事例等を共有するセミナー及び課題解決型交流会を実施する。											
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	本事業は、地域中小企業の人材育成の体系化と魅力ある職場環境の整備を支援することにより、企業の生産性向上、従業員の定着率向上、人手不足解消を実現することを目的とする。 現状、地域中小企業では、採用難に加え、従業員のスキルアップ・キャリア形成支援が不十分のため、組織力の低下や早期離職が課題となっている。そこで、本事業を通じて、労働環境の整備や人材育成に積極的に取り組むための具体的なノウハウを提供することで、従業員のモチベーション向上と組織の活性化を促し、企業の人材確保、育成、定着を支援していく。 事業に対する企業ニーズについて、令和7年10月実施の「人材採用・人材育成セミナー」では、定員15名に対し11名が参加し、また、当商工会の経営相談支援事業において、令和6年度の労務相談は57回の実施(全支援件数の約20%)で、人材育成・労務関連テーマへの高い関心が確認できる。											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の雇用保険適用事業所、約1,600事業所(すべての業種)を対象とする。特に、当商工会で雇用保険事務手続き支援を実施している約250事業所と羽曳野市雇用開発協会に加入の17事業所に対して参加を促す。											
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること													
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<人材確保・育成・定着を目的としたセミナー及び課題解決型交流会の開催> 【事業手法】人材交流型 【実施時期】令和8年10月下旬に実施予定(計1回、2時間) 【実施場所】LICはびきの会議室 【実施方法】対面 【参加対象】地域中小企業の経営者及び人事労務担当者 【実施内容】 ・セミナー：人事管理制度の構築、労働関連法令の改正事項、働き方改革に対応した魅力的な職場環境づくりの具体的な事例、人材育成関連の助成金、大阪府施策等の情報を提供し、企業の課題認識を深める。 ・課題解決型交流会：人材確保、育成、定着に関する具体的な成功事例や課題を共有するグループディスカッションを実施。参加者間の情報交換とネットワーキングを促進する。 ・個人ワーク：セミナー・交流会での学びを振り返り、今後取り組むべき具体的なアクションプランを作成する。											
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					
		労-2		雇用・労働啓発セミナー事業(地域労働ネットワーク事業)		人材育成・労務							
		(a) 大阪府労働環境課と連携し本事業を実施する。府担当課がセミナーで府施策の説明、広報物の配布をおこなう。 (c) 羽曳野市広報誌に記事を掲載し、事業の広報を実施。セミナー実施時、羽曳野市の労働施策等のPRを実施。 (d) 事業実施後に参加事業者のフォローを行い、個別の経営相談や専門家紹介支援につなげていく。											
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⇒		過去のセミナー等の集客実績を考慮し、支援対象企業数を設定。羽曳野市広報誌、商工会のWeb、LINE、会報等により、事業を告知し、参加者を募集する。									
	主な支援対象企業の変化	代表指標	15 社			事業実施後アンケートで、今後、新たに人材育成の取組を始めたい、または、既存の人材育成計画を見直したいと回答した事業者の割合		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	40,400	円 ×	支援企業数	15	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	606,000	円
				円 ×			社 ×			=		円	
				円 ×			社 ×			=		円	
				円 ×			社 ×			=		円	
				円 ×			社 ×			=		円	
			合計			15	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%)													

		計				606,000	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		
	標準事業費		補助率			((①市町村等+②受益者負担)	
	606,000	円	×	1.00	=	606,000	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		支援企業数	役割 (配分の考え方)
	○	羽曳野市商工会		606,000 円		15	
				円			
				円			
				円			

事業名		羽曳野ブランド認定事業		事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成31年度～	年度まで	7	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	地元特産品を活用した商品を市認定のブランド商品とし、他市での販売促進活動を実施する事で、販路拡大及び新規顧客の開拓に繋げ、新たな事業展開を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	羽曳野市内の小規模事業所において、自社の強みを活かし開発した商品はあるものの、市場ニーズの把握が不十分で販売ルートを確認できていなかったり、自社の情報発信力が不足している為、事業展開が思うように進んでいない商品(製品)が多く見受けられる。そういった商品を羽曳野ブランド認定委員会を通じて認定し、認定された商品(製品)を商工会と市役所が連携し、大々的にPRをすることで、販路拡大や新規顧客の開拓、今後の新たな事業展開に繋げられるよう支援する事を目的とする。 また、ブランド化した特産品をホームページに掲載する事で、登録された商品(製品)の情報発信だけでなく、事業所自体の情報発信も同時に行う事で、事業所の認知度向上を図る。 また、事業の活性化だけでなく地域振興や発展に貢献したいとの要望も寄せられている。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の小売、サービス、製造、農林業等含めた全事業者、羽曳野市産古墳水藻酵母を使用する事業者					
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		<p>○羽曳野ブランド認定委員会を開催。 (10月28日開催 応募企業3社内、2社2品認定)</p> <p>○大阪府内で開催されたイベントにて羽曳野ブランドの紹介や販売、募集活動を実施。 (6つのイベントに参加し、21企業のPRを行った。)</p> <p>○新たな認定商品をホームページに掲載して追加。</p> <p>○販売促進活動用PRパンフレットの配布。</p> <p>○道の駅での展示即売会の開催。(19企業の出展及び紹介)</p> <p>ブランド認定事業者・商品が多様である一方、十分なPRができておらず、認定商品の応募数も減少している。このため認定基準の見直しを行うとともに、羽曳野独自の古墳水藻酵母を活用した商品化を支援し、発信力を高めることで羽曳野ブランドの価値向上を図る。</p>					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p><b>【羽曳野ブランド認定事業】</b> 事業手法はハンズオン型。 羽曳野ブランド認定委員会は令和8年10月頃に実施を予定。(計1回) 実施場所は、羽曳野市立生活文化情報センター2階中会議室を使用予定。 実施方法として、市広報やHP等で羽曳野ブランド認定希望事業者を募集(3社予定)し、申請商品が認定基準を満たせるよう改善支援と、申請書類の作成支援を実施する。 実施内容は、中小企業診断士を講師に招き、事業内容に協力して頂けた市役所、地元の大学教授、農業協同組合、商工会の部会長の方々(認定委員)による申請書類の確認と、商品の品質審査を実施し、認定する。</p> <p><b>【羽曳野ブランド認定商品 周知事業】</b> 事業手法はハンズオン型。 令和7年までに羽曳野ブランド認定商品となった20社23商品のPR方法として、道の駅「しらとりの郷」にて認定商品紹介チラシの配布を実施する。 また、羽曳野ブランド専用HPの更新を実施し、認定商品(製品)だけでなく、事業所の情報発信も行う事で消費者が直接商品を購入できるような仕組みを組み込み、販路開拓を促す。</p> <p><b>【羽曳野ブランド認定商品販売促進事業】</b> 事業手法は販路開拓型。 令和8年4月より開催される市内外のイベント事業に参加する。 令和7年度と変更が無ければ、市民フェスティバル・道の駅周年記念イベント、河内長野市・富田林市・松原市・大阪狭山市・天王寺区等の催事等に参加を試みる。(7つのイベントに参加し22社のPR、販売を実施する。) 羽曳野ブランド認定商品となった22認定企業に、イベント情報の共有と紹介を通じて参加を促し、販路拡大と新規顧客の開拓に繋げる。 認定企業が参加できない場合は、羽曳野ブランド認定委員会として出店し、羽曳野ブランド商品の積極的な告知活動(看板による宣伝、チラシ配布など)と販売を実施する。</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
		番号選択		販路開拓			
		(c)市役所担当課の職員がブランド認定委員会の認定委員としての参加されている。募集記事等の広報への掲載、PRリーフレットの公共施設への配布、市及び観光協会イベント等でのPR活動、認定商品のふるさと納税返礼品への参入協力等、市と連携し事業を展開する。 (d)新規申請者の申請書作成や商品サポートを行うとともに、認定事業者の現状確認や新規認定事業者のフォローを実施し、個別支援に繋げる。					

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⇒		羽曳野ブランド認定事業者数(22社)を基本として、今年度は新規認定事業者を3社に設定、市発行の広報及び商工会報、羽曳野ブランド認定募集リーフレット、HP等での告知を実施する。 既存の22認定事業者について、各種展示会・イベント出展支援、ホームページ、PRパンフレット等による広報支援を実施する。 今年度予定される各種イベント・即売会にて認定企業(22社)の商品を販売、PRを実施、参加希望事業者の募集は認定事業所へのDMや認定商品HP等で募集する。						
	主な支援対象企業の変化	代表指標	ブランド認定により、販路が拡大が図れ、新規顧客の開拓が行え、販路拡大となったと回答した割合			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		
		101,000	円 ×	3	社 ×	1.00	=	303,000	円	
		101,000	円 ×	22	社 ×	0.50	=	1,111,000	円	
		50,500	円 ×	22	社 ×	1.00	=	1,111,000	円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
		合計		47	社	(小計)		2,525,000	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%)							円	
		計							2,525,000	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					
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
	2,525,000	円 ×	0.50	=	1,262,500	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		支援企業数	役割(配分の考え方)			
	○	羽曳野市商工会		1,262,500 円		47				
				円						
				円						
				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⇒	昨年度までに認定された事業者数(22社)を基本に、今年度は古墳濠水酵母を使用した商品開発への取組を行うことから新規3社の認定事業者への支援を予定。認定事業者の募集方法については、市発行の広報及び羽曳野ブランド認定募集リーフレット、HP等での告知を実施する。			
	支援対象企業の変化	指標	3	社	自社製品のブランド化により販路拡大となったと回答した割合	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⇒	既存の22認定事業者について、各種展示会・イベントへの出展支援やHP、PRパンフレット等による広報支援を実施する。			
	支援対象企業の変化	指標	22	社	認定製品をPRできたと回答した事業所の割合	数値目標 80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	昨年度地域のイベント・展示即売会に7回出展でき、20社のブランド認定商品のPRと販売が実施できた。 今年度も同様予定されているイベント・即売会に22社の認定商品の販売、PRを予定。			
	支援対象企業の変化	指標	22	社	新規顧客へのPRや、販路が拡大できたと回答した割合	数値目標 80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		求人・求職マッチングフェア		事業番号	5	新規/継続	継続	
想定する実施期間		令和6	年度～	年度まで	3	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	幅広い年齢層の採用に取り組む中小企業と、働く意欲のある求職者との企業説明会や就職面接会を実施する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業の発展の為に人材を求める中小企業と、働く意欲はあるものの就職には結びついていない求職者との企業説明会や就職面接会を行い、中小企業の人材不足の解消と経営の安定化を目的とする。 令和7年10月の大阪府内の有効求人倍率は1.17倍となっており、前年同月の有効求人倍率も1.21倍と企業側にとっては依然として人材採用が難しい状況が続いている。窓口での相談時や巡回指導の際、中小企業にとっては人材採用が難しく、人材不足が慢性化・深刻化しているという相談を多く受けている。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ハローワーク藤井寺管内の羽曳野市内の雇用保険加入企業約1,600社及びハローワーク藤井寺の求職登録者を中心とした求人企業・求職者を対象とする。						
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		<p>令和7年度の求人・求職マッチングフェアを下記の通り実施した。</p> <p>①令和7年6月18日(水) 介護のおしごと合同説明会・面接会マッチングフェア          合同企業説明会 参加企業6社 来場者数37人          就職面接会 参加企業数6社 面接者数4人 採用者数2人</p> <p>②令和7年10月20日(月) ものづくり企業でのお仕事マッチングフェア          合同企業説明会 参加企業数6社 来場者数48人          就職面接会 参加企業数6社 面接者数10人 採用者数1人</p> <p>③令和7年12月7日(日) 子育て保育のおしごとマッチングフェア          保育業界への就職セミナー 来場者数17人          就職面接会 参加企業数11社 来場者数22人 面接者数10人</p> <p>今年度中に下記の通り実施する予定である。</p> <p>④令和8年2月3日(火) パートのおしごとマッチングフェア          合同企業説明会 参加企業数6社を予定          合同企業説明会及び就職面接会を実施予定</p> <p>【改善点等】求職者が企業説明会や就職セミナー後に各企業ブースでの面接会に参加せずにそのまま帰る方もいたので、今後の課題としては企業説明会を受けた求職者が各企業ブースで面接を受けたいと思えるようなアピールができるよう企業に対するフォローアップや職種の選定に注力していく必要がある。また同時に来場者数をもう少し増やせるようにイベントの早めの周知などを行っていく。</p>						
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>事業手法：人材交流型          実施時期：令和8年6月～令和9年2月頃に実施予定(計4回)          実施場所：LICはびきの及びハローワーク藤井寺          実施手法：対面          実施内容：1日6社を目安に集めて企業説明会及び就職面接会を年4回(6月・10月・12月・2月を予定)に実施する予定である。          人材不足の業種別やシニア採用に積極的に取り組んでいる企業や、パート採用に積極的な企業など、テーマをあらかじめ設定した企業説明会及び就職面接会を実施することで、効率的でお互いにミスマッチが生じにくい求人求職マッチング事業を行っていく。          開催場所は求職者の利便性の良いハローワーク藤井寺内と、羽曳野市民にとって行きやすいLICはびきのでの開催を予定している。就職面接会の参加企業の立地場所や会場のキャパシティに応じて臨機応変に会場を決定していく。          羽曳野市の協力により羽曳野市広報や市ホームページ等で求職者に対して広く周知していく。</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
		労-1		求人・求職マッチング事業(地域労働ネットワーク事業)		雇用・求人		
		(a,c) ハローワーク藤井寺、羽曳野市及び大阪府との連携により求人企業・求職者の発掘と参加を促し、求人企業・求職者を支援する。また参加企業・求職者に対し、府指定広報物の配布や府施策事業の利用を促す。						
主な事業の	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒		過去2年実施の求人・求職マッチングフェアの参加企業数に基づき算出。ハローワーク藤井寺に求人登録をしている企業及び人材を求める企業に対して巡回・商工会報・ホームページ等により募集する。				
		24	社					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	面接件数		数値目標	30	件	

目標	その他目標値	目標値の内容⇒		企業説明会・就職面接会への来場者数						
		120	人							
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		
		40,400	円 ×	24	社 ×	1.00	=	969,600	円	
		40,400	円 ×	120	人 ×	0.05	=	242,400	円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
		合計		144	社	(小計)			1,212,000	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%)								
		計								1,212,000
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						
	標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)					
	1,212,000	円 ×	1.00	=	1,212,000	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		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
	○	羽曳野市商工会	1,212,000 円		24					
			円							
			円							
			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⇒	令和7年度のパート採用に積極的な企業の合同企業説明会・就職面接会への参加企業数に基づき算出。ハローワーク藤井寺に求人登録をしている企業及び人材を求める企業に対して巡回・商工会報・ホームページ等により募集する。					
	6	社						
	支援対象企業の変化	指標	面接件数	数値目標	8	件		
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⇒	令和7年度のものづくり企業の合同企業説明会・就職面接会への参加企業数に基づき算出。ハローワーク藤井寺に求人登録をしている企業及び人材を求める企業に対して巡回・商工会報・ホームページ等により募集する。					
	6	社						
	支援対象企業の変化	指標	面接件数	数値目標	8	件		
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⇒	令和7年度の介護業界の合同企業説明会・就職面接会への参加企業数に基づき算出。ハローワーク藤井寺に求人登録をしている企業及び人材を求める企業に対して巡回・商工会報・ホームページ等により募集する。					
	6	社						
	支援対象企業の変化	指標	面接件数	数値目標	7	件		
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⇒	令和6年度の健康・生きがい就労トライアルの合同企業説明会・就職面接会への参加企業数に基づき算出。ハローワーク藤井寺に求人登録をしている企業及び人材を求める企業に対して巡回・商工会報・ホームページ等により募集する。					
	6	社						
	支援対象企業の変化	指標	面接件数	数値目標	7	件		
その他目標値	目標値の内容⇒	パート採用に積極的な企業の合同企業説明会・就職面接会への来場者数						
	30	人						
その他目標値	目標値の内容⇒	ものづくり企業の合同企業説明会・就職面接会への来場者数						
	30	人						
その他目標値	目標値の内容⇒	介護業界の合同企業説明会・就職面接会への来場者数						
	30	人						
その他目標値	目標値の内容⇒	シニア採用に積極的な企業の合同企業説明会・就職面接会への来場者数						
	30	人						

事業名		Webプロモーション活用事業		事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		令和7年度～	年度まで	2	年目	※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	Webプロモーションはデジタル時代におけるマーケティング活動にとって必要不可欠な手法であり、今回小規模事業者向けにWebマーケティングやWebデザイン、Webコンテンツの活用に関するセミナーを実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	近年多くの人のオンラインでの購入行動が活発化しており、事業者にとってはデジタルマーケティングの重要性が増している。また従来のオフライン広告と比べて効率的で低コストであるとされており、小規模事業者こそWebプロモーションの活用に取り組む必要性がある。 本事業ではWebマーケティングやWebデザイン、Webコンテンツの活用に関するセミナーを開催することで、小規模事業者の情報発信の強化を促し、新たな販路開拓へのきっかけとなることを目指す。 現在ではスマートフォンの使用が全年齢層で普及しており、SNSをはじめとしたWebプロモーション活動のニーズは高く、直接事業者からこれからSNSを使っていきたいという声、SNSを活用しているが現状集客に繋がっていないとの相談、投稿するコンテンツの質を向上させたいという声を聞くので、実際にWebプロモーションを活用していくことができるように支援していく。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	対象となる市内小規模事業者数は2367事業者。(令和3年経済センサス-活動調査 市町村別小規模事業者数より)及び市内での創業予定者。そのうちWebプロモーション活用に取り組みたい事業者を支援予定している。(業種問わず)					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>令和7年度 実施内容</p> <p>①YouTube・TikTok活用セミナー (人材育成型) 日程: 令和7年10月15日(水) 13:00~15:00 内容: 集客に役立つSNSのビジネス活用について・TikTokとYouTubeのショート動画について・スマホ写真/動画の撮影と編集方法など・デザイン活用支援oidcからの施策紹介</p> <p>②デザインツール (Canvaなど) 活用セミナー (人材育成型) 日程: 令和7年10月28日(火) 14:00~16:00 内容: デザインツール (Canvaなど) でできることの紹介と説明・デザインツールを使っての集客のためのWebプロモーション活用法について・集客方法の視覚化 (AISASを用いたWebプロモーション計画作成及びグループでの意見交換会)・デザイン活用支援oidcからの施策紹介</p> <p>③集客につながる! 初心者のためのInstagram活用講座 (人材育成型) 日程: 令和7年11月10日(月) 14:00~16:00 内容: Instagramの説明及びビジネス活用方法について・プロアカウントの作成とビジネス活用における投稿方法やハッシュタグの選び方・デザイン活用支援oidcからの施策紹介</p> <p>実施場所: LICはびきの</p> <p>参加事業者数: ①YouTube・TikTok活用セミナー11社・②デザインツール (Canvaなど) 活用セミナー14社・③集客につながる! 初心者のためのInstagram活用講座20社</p> <p>満足率 (満足・やや満足と回答した割合): ①YouTube・TikTok活用セミナー100%・②デザインツール (Canvaなど) 活用セミナー85%・③集客につながる! 初心者のためのInstagram活用講座85%</p> <p>【改善点等】各セミナー共に定員を超える申し込みがあり途中で申込みを締め切ったにも関わらず、当日の欠席が多かったため、申込み締切の判断基準の見直しと次年度はセミナー申込者へのセミナー開催前の最終意向確認などを行う。</p>					

具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・ どのようにするのかを明確に)	令和8年10月～11月にかけてWebプロモーションを活用するためのセミナーを計3回実施する。 <Instagram活用セミナーの開催> 事業手法：人材育成型 実施時期：令和8年10月予定 実施場所：LICはびきのパソコン教室 実施手法：対面 実施内容：Instagramのビジネス活用について  <ショート動画活用セミナーの開催> 事業手法：人材育成型 実施時期：令和8年10月予定 実施場所：LICはびきのパソコン教室 実施手法：対面 実施内容：ショート動画のビジネス活用について  <デザインツール活用セミナーの開催> 事業手法：人材交流型 実施時期：令和8年11月予定 実施場所：LICはびきのパソコン教室 実施手法：対面 実施内容：Webプロモーションのためのデザインツールの活用について 令和7年度実施の「デザインツール (Canvaなど) 活用セミナー」や「集客につながる！初心者のため Instagram活用講座」はセミナー内容から参加者をグループ分けしていたこともあり、参加者同士が意 見交換を行いグループで事例を検討したりと一緒に出来た点良かったというアンケート回答を見受け る事があったので、今後グループワーク形式を取り入れてより実践的なセミナーを開催していく。										
	○ (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-15      デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地      IT・IoT 域中小企業支援事業 (a)大阪産業局 (デザイン活用支援oidc) と連携し上記セミナーを実施する。セミナーの講演時にoidcの事業紹介を 行い、またセミナー終了後に個別相談会を実施する。 (c)羽曳野市の広報誌に記事を掲載し、事業の周知を図る。 (d)Webプロモーション活用の個社支援や専門家の紹介を中心に行う。										
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	設定根拠及び 募集方法⇒      設定根拠：令和7年度のWebプロモーション活用事業の参加者実績に基づき算出 45      社      募集方法：商工会報・商工会ホームページ・商工会SNS・市の広報誌に掲載し、募 集を行う。										
	総支援対象企業数		代表指標		事業実施後のアンケートにおいてWebプロモーションの活 用に取り組むと回答した事業者の割合			数値目標		80 %	
	主な支援対象企業 の変化		目標値の内容⇒								
主 な 事 業 の 目 標	その他目標値										
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 × 30		社 × 1.00 =		606,000		円		
	40,400		円 × 15		社 × 1.00 =		606,000		円		
			円 ×		社 ×		=		円		
			円 ×		社 ×		=		円		
			円 ×		社 ×		=		円		
		合計 45		社 (小計)		1,212,000		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%)      円											
計      1,212,000      円											
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)											
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											
算出額      標準事業費      補助率      (①市町村等+②受益者負担)											
1,212,000 円 × 1.00 = 1,212,000 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	支援企業数	役割 (配分の考え方)
	○	羽曳野市商工会	1,212,000 円	45	
			円		
			円		
			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⇒	設定根拠: 令和7年度のWebプロモーション活用事業の参加者実績に基づき算出。 募集方法: 商工会報・商工会ホームページ・市の広報誌に掲載し、募集を行う。			
		15	社			
	支援対象企業の変化	指標	事業実施後のアンケートにおいてWebプロモーションの活用に取り組むと回答した事業者の割合	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⇒	設定根拠: 令和7年度のWebプロモーション活用事業の参加者実績に基づき算出。 募集方法: 商工会報・商工会ホームページ・市の広報誌に掲載し、募集を行う。			
		15	社			
	支援対象企業の変化	指標	事業実施後のアンケートにおいてWebプロモーションの活用に取り組むと回答した事業者の割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	設定根拠: 令和7年度のWebプロモーション活用事業の参加者実績に基づき算出。 募集方法: 商工会報・商工会ホームページ・市の広報誌に掲載し、募集を行う。			
		15	社			
	支援対象企業の変化	指標	事業実施後のアンケートにおいてWebプロモーションの活用に取り組むと回答した事業者の割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		BCP普及・啓発セミナー		事業番号	7	新規/継続	継続						
想定する実施期間		令和4 年度～	年度まで	5	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業概要	災害などの緊急事態にも事業を継続、早期復旧を目的とした計画であるBCP(事業継続計画)の策定率向上に向け、中小企業でもBCPが必要な理由や、策定するメリットを解説するセミナーを実施する。											
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	自然災害や感染症の蔓延、大事故やサプライチェーンの途絶など、突発的に不測の事態が発生してもリスクを回避するとともに、重要事業を中断せず、可能な限り短い時間で復旧させるためにBCP(事業継続計画)は必要なプランである。災害等による被害は、大企業に限らず中小企業も想定しておかなければならない。災害が発生した際に一時的に事業が停止したり、復旧に時間がかかると大きなダメージを受けることになるため、場合によっては、小さい会社ほど事業の立て直しが難しく、倒産するリスクもある。中小企業においては、策定のノウハウが無い・策定のための人材や時間を捻出できないといった理由で、BCPの策定が遅れがちだが、中小企業のように資本が小さい脆弱な会社こそがBCPを策定することが重要である。この事業を通じてBCPの必要性を認識していただく事を目的に普及・啓発をめざす。											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域内小規模事業者を中心に、事業継続に関心のある、又は必要とする事業者等											
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		BCP普及・啓発セミナーの講師に、東京海上日動火災保険株式会社 大阪南支店 藤井寺支社の担当者をお招きし、令和8年1月22日にLICはびきのでセミナーを開催。今回のセミナーでは、サイバーリスクを取り巻く環境・サイバー脅威と脆弱性や被害実例等を重点的に説明して頂いた後に、大阪府超簡易版BCP「これだけは!」シートの作成についての内容で当日の参加事業所数は10社。満足率は87.5%でした。中小企業は経営基盤が脆弱な場合が多く、緊急事態が発生すると廃業に追い込まれるリスクが高いためBCPの策定が特に重要です。地域社会の維持やサプライチェーンの安定化にも貢献できる体制を築いておけるよう今まで以上に周知していきたい。											
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>○中小企業向けBCP普及・啓発セミナー 策定支援の手引きなどを周知して、それを活用して小規模事業者がBCPを独自に策定するのを待つだけでは普及が進むとは考えにくい。専門家によるセミナーを開催していき、BCPの基礎知識や重要性を学んでいただき、危機的状況下での事業継続に向けた計画を立て、全ての従業員と事業継続についてコミュニケーションを図ることを目的に策定方法・メリット等について紹介する。</p> <p>○フォローアップ セミナー参加者やBCPの内容に興味のある事業所に対しては、必要に応じて大阪府施策の連携として、大阪府商工会連合会が実施するBCP策定支援制度を紹介するなど個別支援を実施する。</p> <p>[開催場所]LICはびきの [開催時期]2026年10月～2027年1月頃の予定 [内 容]BCP普及・啓発セミナー</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)相談事業乗乗効果					
		商-12		BCP・BCMの普及促進及び策定支援				BCP					
		(a)中小企業支援室経営支援課経営支援グループ・大阪府商工会連合会と連携し、BCP普及・啓発セミナーの企画運営を実施する。 (c)羽曳野市との事業継続力強化支援計画の連携により、BCPの普及・啓発に務める。											
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⇒		BCPに興味のある、又は必要とする小規模事業者を、ホームページ・案内チラシ・LINE・インスタグラム等で広く募集し周知に務める。									
	主な支援対象企業の変化	10	社	代表指標	『これだけは!』シートを使ってBCPの策定に取り組んだ事業所の割合		数値目標	100	%				
	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	20,200	円 ×	支援企業数	10	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	202,000	円
				円 ×			社 ×			=		円	
				円 ×			社 ×			=		円	
				円 ×			社 ×			=		円	
				円 ×			社 ×			=		円	
				合計		10	社	(小計)				202,000	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%)												
計 202,000 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)													

5-7. 地域活性化事業 事業調書 (計画)

羽曳野市商工会

(担当者: 藤田)

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		
	標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)	
	202,000	円	×	1.00	=	202,000	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		支援企業数	役割 (配分の考え方)
	○	羽曳野市商工会		202,000 円		10	
				円			
				円			
				円			

事業名		地域魅力商品発信事業		事業番号	8	新規/継続	継続	
想定する実施期間		令和7	年度~	年度まで	2	年目	※複数段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	各地域の特産品や独自ブランド、南河内を象徴する地域を代表する商品の認知向上および情報発信の強化を目的として実施するものである。地域の魅力を明確に伝えることで多くの関心を喚起し、商品の付加価値向上を図るとともに、販路拡大や新たな市場の創出を促進する。さらに、魅力ある商品の周知を通じて観光や地域経済の活性化につなげ、持続的な地域発展を図る。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【目的】南河内(羽曳野市・柏原市・藤井寺市・大阪狭山市・富田林市・河内長野市・松原市)各地域が誇る特産品や独自のブランド商品、南河内を象徴する地域代表商品の認知度を一層高め、その価値を地域内外へ効果的に発信することを目的として実施する。南河内の地域代表商品を中心に、地域産品の魅力をより明確に打ち出すことで、信頼と関心を高め、販路拡大や新たな市場の創出を促し、南河内地域全体の経済活動を活性化させる。さらに、地元の魅力ある商品、特に地域の魅力を象徴する地域代表商品を広く周知することで観光にもつなげ、地域の活性の流れをつくり、持続的な地域発展へと繋げていくことを目的とする。</p> <p>【企業ニーズ】ポテンシャルの高い商品を扱っているが地域内にとどまり、事業規模的に単独での十分な販促活動が展開できない事業所が多くあり、継続的かつ広域的なPR場所の提供を望む声がある。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	南河内地域に拠点を置き、地元の特産品や独自ブランド商品、または地域を象徴する代表商品の製造・加工・販売に取り組む事業者を支援対象とする。(農産物や加工食品、工芸品、地場産業による商品など、地域資源を活かした商品を扱う事業者を含む)。						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【地域魅力商品展示即売会】 令和7年度4月26日(土)道の駅しらとりの郷 18周年大感謝祭出展エリア(タケル館前駐車場)にて、地域代表商品、羽曳野ブランド商品、地域特産品等の展示・販売ブースを設置し、来場者に地域と商品の魅力を発信するとともに、認知度を高め、知名度を広げ、販路拡大を図り直接的な売上の増加することを目標に実施した。 参加事業者数: 21社 来場者数: 約1,700人(アンケート集計) ※人の流れやブース配置に多少の問題が生じていたことや商品紹介の掲示物や説明資料が十分でない店舗があり、来場者へ商品の特徴が伝わりにくかった等の会場運営やPR方法など改善すべき点が明確となったことから、これを踏まえ地域全体のブランド価値向上とさらなる売上増加につながるイベント運営を実施する。</p> <p>【地域代表商品PR販売】 令和7年6月1日から10月31日まで道の駅しらとりの郷 タケル館内に特設コーナー設置し、地域代表商品のPR販売を実施した。 参加事業者数: 8社 期間販売額合計(8社合計): 1,373,242円(タケル館売上集計) ※展示販売場所は館内入口付近に設け、来館者が目に留まりやすい位置に配置したものの、スペースが限られていたため、リーフレットや説明掲示物を十分に設置できず、情報提供面ではPR不足となった。しかし、商品を手にとって確認する来館者は増加し、地域代表商品の認知度向上につながったほか、従来からタケル館で取り扱っている商品の販売数も上昇するなど、売場全体の活性化につながった。次回の改善点として入口近くの配置は維持しつつ、壁面や什器を活用した掲示スペースを確保し、リーフレット設置方法を工夫してPR強化を図る。</p>						
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>【地域魅力商品展示即売会】 【事業手法】販路開拓型 【開催時期】令和8年度5月30日(土) 【開催場所】道の駅しらとりの郷 タケル館前駐車場 【実施方法】特産品展示即売 出展予定企業36社 【実施内容】・特産品等を展示・販売するブースを設置し、来場者に地域の魅力を伝える ・ブランドや製品の認知度を高め、知名度を広げる ・新しい顧客を引き込み、将来的な顧客基盤を拡大 ・既存の顧客に対して特典等を提供し、満足度を高め、リピート率を向上させる ・販売促進活動を通じて、直接的な売上の増加を図る</p> <p>【地域代表商品PR販売】 【開催期間】令和8年7月~11月 【開催場所】道の駅しらとりの郷 タケル館 【実施方法】地域代表商品・ブランド商品PR販売 地域代表商品・ブランド商品取扱業者26社(予定) 【実施内容】道の駅「タケル館」にて特設コーナー設置し、ブランド商品・地域代表商品のPR販売を実施</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
		販路開拓						
		(b)南河内地域の魅力を象徴する地域代表商品・ブランド商品の発信力を強化するため、各商工会・会議所と連携し実施する。 (d)事業実施後に各店舗のフォローを行い、個別の経営相談事業を実施する。						

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 南河内各地域ブランド認定業者及び地域代表商品取扱い事業者の件数をもとに地場産業事業者36社 募集 地域代表商品を中心とした地域特産品取扱い業者 26社を選定 会報誌での案内、市広報誌への掲載、当会HPへの情報掲出、連携団体を通じて案内募集を実施						
	主な支援対象企業の変化	代表指標	自社ブランドの認知度が向上し、販路拡大/新規顧客の開拓につながったと回答した事業者の割合	数値目標	80	%			
	その他目標値	目標値の内容⇒	直近3ヶ月の土・日・祝日の平均買い物者数は260人であり、前回実績1,700人を踏まえると一定の集客実績があることから今回は出展社数が21社から36社に増加することにより来場動機の拡大が見込まれるため、相乗効果を勘案し目標数値を2,000人に設定。						
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				
		50,500	円 × 36	社 × 1.00	=	1,818,000	円		
		50,500	円 × 2,000	社 × 0.01	=	1,010,000	円		
		50,500	円 × 26	社 × 0.50	=	656,500	円		
			円 ×	社 ×	=		円		
			円 ×	社 ×	=		円		
			合計 2,062	社	(小計)	3,484,500	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	3,484,500	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					
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
3,484,500		円 × 0.75	=	2,613,375		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	支援企業数	役割 (配分の考え方)				
	○	羽曳野市商工会	1,353,375 円	20					
		柏原市商工会	210,000 円	7					
		河内長野市商工会	210,000 円	7					
		藤井寺市商工会	210,000 円	7					
		富田林商工会	210,000 円	7					
		大阪狭山市商工会	210,000 円	7					
		松原商工会議所	210,000 円	7					

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⇒	設定 南河内各地域ブランド認定業者及び地域代表商品取扱い事業者の件数をもとに地場産業事業者36社 (柏原市・藤井寺市・富田林・大阪狭山市・河内長野市商工会・松原商工会議所 各4社、羽曳野市商工会 12社予定 募集 ブランド認定業者及び地域代表商品業者については、ダイレクトに依頼し、その他地場産業事業者には会報誌での案内、市広報誌への掲載、HPへの情報掲出、連携団体を通じて案内募集を実施						
	支援対象企業の変化	指標	自社ブランドの認知度が向上し、販路拡大/新規顧客の開拓につながったと回答した事業者の割合	数値目標	80	%			
	その他目標値	目標値の内容⇒	直近3ヶ月の土・日・祝日の平均買い物者数は260人であり、前回実績1700人を踏まえると一定の集客実績があることから今回は出展社数が21社から36社に増加することにより来場動機の拡大が見込まれるため、相乗効果を勘案し目標数値を2000人に設定。						
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⇒	設定 地域ブランド・地域代表商品業者数(柏原市・藤井寺市・富田林・大阪狭山市・河内長野市商工会・松原商工会議所 各3社、羽曳野市商工会 8社予定) を基本に、PR販売 募集 認定業者へダイレクトにアプローチする						
	支援対象企業の変化	指標	製品の知名度アップと販路拡大が図れたと回答した事業者の割合	数値目標	80	%			
	その他目標値	目標値の内容⇒							

事業名		創業者ネットワーク構築支援事業		事業番号	9	新規/継続	継続						
想定する実施期間		令和7	年度~	年度まで	2	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要	事業概要	創業者予定者及び創業期の事業者を対象に交流会を実施する。創業者が地域でネットワークを構築することで、経営課題の相互解決や新ビジネスの創出を促す。											
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	昨今の原材料費高騰、最低賃金上昇、人手不足といった経営環境は、資本力の乏しい創業期の事業者に大きな影響を及ぼしている。創業期の事業者は、身近に相談できる先輩起業家との接点が少なく、情報不足となっているケースも見受けられる。 創業者予定者及び創業期の事業者が地域で人脈を構築し、それにより、経営課題の解決や新ビジネスの創出につなげていくことを目的として、創業者交流会を実施する。 また、創業者予定者及び創業者間のネットワークが地域にできることにより、今後、当地域において創業を検討している方々にとって、創業後の不安解消となる取組みとして、認識されることも目指す。 相談対応時に事業経営者同士の交流会の開催の有無を聞かれることも多く、本事業に対するニーズはあると考えている。											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	創業者予定者及び事業開始後おおむね7年以内の事業者(業種問わず)											
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・創業者交流会</li> <li>【実施日時】令和7年10月2日15時~16時30分</li> <li>【実施場所】カフェ峯屋</li> <li>【実施内容】大阪府よろず支援拠点の専門家をファシリテーターに招き、創業期の事業者による交流会(自社PR、グループディスカッション、名刺交換会)を実施した。</li> <li>【実績数値】参加者数: 10事業者/支援実績率: 100%/満足率: 100%/支援対象企業の変化の指標: 90%</li> <li>【改善点】交流会募集定員が10名では業種に偏りが出ることがあるため、令和8年度事業では定員を20名へ拡充し、多様性を確保する。また、過去の創業支援セミナー受講者へ直接アプローチを行い、「学び(創業支援セミナー)」から「交流(本事業)」へつながるシームレスな創業支援体系を構築する。</li> </ul>											
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>&lt;創業者交流会の開催&gt;</p> <p>【事業手法】人材交流型</p> <p>【実施時期】令和8年11月上旬に実施予定(計1回、2時間)</p> <p>【実施場所】LICはびきの会議室</p> <p>【実施方法】対面</p> <p>【参加対象】創業者予定者及び事業開始後おおむね7年以内の創業期の事業者</p> <p>【実施内容】</p> <p>交流会の内容は、自社PR、名刺交換、グループディスカッション、大阪府の起業家向け施策紹介等とする。大阪府よろず支援拠点の専門家をファシリテーターに招き、交流会を運営する。交流会終了後、希望者に対して大阪府よろず支援拠点の専門家による個別相談(経営全般)を実施する。</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					
		商-17		起業家の育成、創業の促進		創業・経営革新							
		<p>(a) 大阪府経営支援課経営革新グループと連携し、府の創業支援施策のPRを図る。また、創業支援ネットワーク会議に参加するとともに、府のメルマガを活用しPRを図る。</p> <p>(b) 創業支援セミナーを広域連携で実施している富田林商工会と連携し、事業のPR、交流会の運営を行う。</p> <p>(c) 羽曳野市広報誌に記事を掲載し、事業の広報を実施する。また、羽曳野市経済労働課の担当者にオブザーバーとして交流会に参加いただく。</p> <p>(d) 事業実施後に参加事業者のフォローを行い、個別の経営相談や専門家紹介支援につなげていく。</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⇒		過去のセミナー等の集客実績を考慮し、支援対象企業数を設定。 羽曳野市広報誌、商工会のWeb、LINE、Instagram、会報等により、事業を告知し、参加者を募集する。									
	主な支援対象企業の変化	代表指標	20 社			事業実施後アンケートで、創業者交流会への参加により、人脈構築ができた」と回答した事業者の割合		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	40,400	円 ×	支援企業数	20	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	808,000	円
				円 ×			社 ×			=		円	
				円 ×			社 ×			=		円	
				円 ×			社 ×			=		円	
				円 ×			社 ×			=		円	
			合計			20	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%)													

						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			
	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	(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)	
	○	羽曳野市商工会		606,000 円		15		
		富田林商工会		202,000 円		5		
				円				
				円				
			円					