

令和8年度（2026年度）

## 事業計画書

### 1. 申請者の概要

団体名	大阪狭山市商工会
代表者職・氏名	会長 中嶋 芳彦
所在地	〒589-0021
	大阪府大阪狭山市今熊一丁目540番地の3
設立年月日	昭和43年10月28日
職員数	5
うち経営指導員数	5
所管地域	大阪狭山市の区域
管内事業所数	1,761（令和3年経済センサス-活動調査による）
うち小規模事業者数	1,140（令和3年経済センサス-活動調査による）
会員数	1,150（令和6年12月現在）
組織率	65.3%
担当者職・氏名	振興課長兼総務課長 梅川 幸嗣
連絡先電話番号	072-365-3194
連絡先メールアドレス	oscsocai@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あつせんを行うこと。 (6)商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 (7)商工業に関する意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。 (8)行政庁等の諮問に応じて、答申すること。 (9)社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 (10)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。 (11)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うこと。 (12)商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。 (13)行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 (14)外国人技能実習生の受入に関する事業を行うこと。 (15)職業紹介事業を行うこと。 (16)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業務を行うこと。</p>	

**(1) 所管地域の産業経済の現状と課題**

はじめに、大阪狭山市の人口であるが、令和7年11月末時点で、57,353人、世帯数は、26,476世帯であり、横ばい傾向が続いている。大阪狭山市域における事業所数の推移は平成18年度：1,947件をピークに、平成28年度：1,835件、令和3年度：1,761件と減少傾向にある。また、小規模事業者はそのうちの65%（1,140件：3年度）を占めている。産業の構成比は、第1次・第2次産業あわせて259件（15%）、第3次産業は、1,502件（85%）を占めており、大阪狭山市は事業所数の上では商業のまちといえる。本市域の主要産業である小売・サービス業の多くは小規模事業者であり、エネルギー・原材料価格の高騰等、楽観を許さない厳しい経営状況が続いている。

地域経済分析システム（RESAS）を活用し、大阪狭山市の経済循環率をみると、73.2%（2018年データ）と、近隣の富田林市（71.1%）、河内長野市（72.0%）と比較しても優位な数字となっている。これはロードサイドを中心にいわゆる大型店・チェーン店が多く、交通の地理的環境要因も加わり近隣市町村より個人消費を吸収している傾向を反映しているものと思われる。

また、本市の抱える特記的な課題として、近畿大学医学部及び附属病院の転出を契機とした狭山ニュータウン地区の再開発や金剛駅周辺エリアの開発等が挙げられ、まち全体が大きな変革期を迎えており、市行政、本会、事業者、住民が一体となってまちづくりを進めていく必要がある。

**(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）**

大阪狭山市は、先にみたように小売・サービス業が主要産業であり、またその多くを小規模事業者が占めている。地域経済を下支えするこれら小規模事業者の持続的な経営・発展なくして、地域経済の活性化、ひいては大阪狭山市の活性化は実現しない。そのため、本会としては、従前以来の税務・労務・金融等の「解のある課題」の解決を図る支援業務に加えて、経営の改善、果敢に変革に挑戦する取り組み等「解のない課題」にも事業者寄り添う伴走型の支援を積極的に推進していく方向性である。

今年度においても引き続き、小規模事業者が抱える経営課題（金融・税務・労務等）の相談・支援に、関係支援機関、各種専門家等と連携しながらきめ細かく実施し、小規模事業者の経営の安定化・効率化に寄与したい。行政の講じる施策メニューに対しても、管内事業者への周知・情報提供に努めるとともに、各種専門家と綿密に連携し、きめ細かい支援を推進し、より充実した事業所支援体制を構築していく。

大阪狭山市が商業性の高い産業構造であることから、本会としては「個店売上拡大支援事業」「個店魅力発信支援事業」等の事業に取り組むとともに、地域内の創業促進を図る「創業支援事業」を各種機関と連携しながら実施していく。また、「産業フェア」の開催等、活力ある地域づくりにも市行政と綿密に連携しながら取り組むとともに、一方で「長野・狭山異業種交流会」「番頭さん養成講座」等、工業系事業所に対する支援事業も積極的に推進し、参画事業所の販路拡大、ひいては地域経済活性化の大きな一翼を担っていきたい。

**(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	240			0.0%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	20			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	15			0.0%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1			0.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	1			0.0%
7	記帳支援	事業所	1			0.0%
8	労務支援	支援数	45			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	55			0.0%
11	事業計画作成支援	支援数	25			0.0%
12	創業支援	事業所	3			0.0%
13	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	3			0.0%
14	生産性向上支援	事業所	25			0.0%
15	財務分析支援	事業所	20			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	1			0.0%
18	制度対応等	事業所	15			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	5			0.0%
21	結果報告	事業所	240			0.0%
件数設定の根拠（今年度の特徴等）						
<p>小規模事業者が抱える経営課題の整理・解決支援に経営指導員が日常的に対応するとともに、必要性が認められる場合、各種専門機関・専門家等への『つなぎ機能』を十分に発揮することで、効率的な経営の支援を実現し、小規模事業者の経営の安定化・発展に寄与したい。また、国・府・市の施策メニューに対しても各種専門家と連携し、地域に密着した商工会だからこそできるきめ細かい支援を充実させ対応していきたい。令和6年度・令和7年度の実績に照合した結果、また当会の目標件数として設定根拠としたい。</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	6			0.0%
25	税務相談	日数	77			0.0%
26	金融相談	日数	0			-
27	労務相談	日数	6			0.0%
28	その他相談	日数	15			0.0%

### 支援のポイント・成果

○実績時記入

事業名		個店売上拡大支援事業 (まちゼミ)		事業番号	1	新規/継続	継続			
想定する実施期間		平成26 年度~	年度まで	13	年目	※複数年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	個店ならではの魅力を伝える事ができ、消費者の意見を直に聞き取る事ができる「まちゼミ」事業を実施し、個店に集客並びに売上を、消費者には満足と、そして、地域には賑わいを創出する事で、地域の活性化を目指す。								
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】</p> <p>大阪狭山市では商業集積が小規模かつ点在しており、加えて大型商業施設の増加や少子高齢化の影響により、個店の認知度低下や売上減少が深刻化している。本事業では、店舗が点在していても実施可能な「まちゼミ」を通じ、店主自らが講師となり、来店客との対話を通じて個店ならではの魅力や価値を伝えることで、新規顧客の獲得と売上拡大を図る。あわせて、顧客満足度の向上と継続的な来店につなげ、個店力の底上げと地域全体の賑わい創出を目指す。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>小規模事業者からは、広告費を抑えながら集客や顧客との関係性を強化したいとのニーズが高く、「コト」消費に対応した対面型のPR手法への関心も強い。令和6年度参加事業所からも、継続実施による効果を期待する声が寄せられている。これらのニーズは、日常の巡回指導や相談対応、参加事業所からの意見聴取等を通じて把握し、事業内容の改善と充実に活かしていく。</p>								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市内の地域活性化及び個店の魅力アップ (=売上拡大) に積極的に取り組もうとしている小売・サービス業等を中心とした小規模事業所を対象とする								
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【実施内容】</p> <p>令和7年度は、①キッズまちゼミ (7/26~8/7の期間内で開催) : 8社8講座、で実施し、136名での参加であった。②まちゼミは、令和8年3月1日~3月31日【参加・講座数: 15社・19講座【予定】】の期間で実施予定。広報については、チラシを商工会をはじめ市役所等の公共機関での配布に加え、市内配布の4大紙にも折り込みを行う予定。また、情報発信として商工会HPやフェイスブックを活用。今後、結果報告会についても開催を行い、次回に向けてのブラッシュアップを行う予定としている。</p> <p>【改善点等】</p> <p>「まちゼミ」を実施する新しい店舗は増えているものの過去の開催時の参加者等の結果により実施店舗・講座の定数化を図るのが厳しいことから、再度「まちゼミ」の主旨についての共有化を図る事で、個店及び事業のPRには参加店同士の連携の重要さが欠かせない事をしっかりと伝え、参加店舗間の連携を促進し、個店・お客・地域それぞれの三方よしに繋げていけるよう努めていきたい。継続参加事業者による伴走支援と講座づくりの個別フォローにより、創業間もない事業者も参加しやすい環境整備を行い、また、創業セミナー等の他事業と連携し、認知度の低い事業者のPRを通じて事業価値の向上と担い手育成を図り、参加事業者の掘り起こしに努める。</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>まちゼミ事業</p> <p>【事業手法】 販路開拓型</p> <p>【実施時期】 キッズまちゼミ: 令和8年7月~8月 まちゼミ: 今回実施のアンケート等により参加店のヒアリングにより開催時期を決定</p> <p>【実施場所】 キッズまちゼミ: 大阪狭山市立公民館 まちゼミ: 大阪狭山市内の各店舗</p> <p>【実施内容】 「まちゼミ」の実施前には、参加予定者向けに説明会を行い、初参加者へのサポートも提供することで事業の効果的な実施を図る。実施時には、フェイスブックページや商工会HP、市の広報などを活用して事業情報を発信し、事業のPRを行う。事業の継続性を重視し、成果と課題の報告を行う「結果報告会」等についても開催し、意見をフィードバックして今後の事業実施を効果的に進める。また、「結果報告会」や独自の「勉強会」を通じて、参加店同士の交流や連携を促進する。なお、「まちゼミ」について市民にPRする事と開催をPRする事を目的として市立公民館と共催で「キッズまちゼミ」を実施する予定。</p>								
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<input checked="" type="checkbox"/> (a) 府施策連携		<input checked="" type="checkbox"/> (b) 広域連携		<input type="checkbox"/> (c) 市町村連携		<input type="checkbox"/> (d) 相談事業相乗効果		
		番号選択				販路開拓				
		<p>(c) 市町村連携: 大阪狭山市に対し、事業実施に係る情報提供を積極的にを行い、市広報等への掲載による連携を図る。市全体の活性化と個店の魅力アップ・売上増加に繋がるよう相乗効果を上げたい。また、市への後援申請も行う。</p> <p>(d) 「まちゼミ」事業への参加店に対して、事業実施が効果的に図られるようにSNSの活用支援や自社商品・サービスのPRを積極的に行うIT活用の向上支援といった具体的な支援を行うことで相談事業(カルテ化)に繋げていきたい。</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⇒		商工会報、HP等により大阪狭山市内に店舗を設ける事業者に向けて幅広く事業内容を周知する。また、既に「まちゼミ」事業に参加された事業者による効果のロコミも狙う。設定根拠としては、夏の参加8事業者と今回開催分の15事業所(令和7年度実績予定数)による数字。また、4大紙への折込を活用する事で、「まちゼミ」の周知にも繋げる。						
	25	社		代表指標		「まちゼミ」事業参加後のアンケートにおいて販売促進・新規顧客の開拓に役立っ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⇒								
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 ×	8	社 ×	1.00	=	404,000	円	
		50,500	円 ×	17	社 ×	1.00	=	858,500	円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
		合計	25	社	(小計)		1,262,500	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%)										

		計		1,262,500	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	125,000		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)			
	1,262,500		円	×	0.50	=		
		631,250		円	( 125,000 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)	
	○	大阪狭山市商工会		631,250		円	25	
						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⇒		・「キッズまちゼミ」・・・「まちゼミ」に参加されている事業者や大阪狭山市内に店舗を設ける事業者に向けて幅広く事業内容を周知する。また、既に「まちゼミ」事業に参加された事業者による効果のロコミも狙う。設定根拠としては、夏の参加8事業者 (令和7年度実績数) による数字。				
	支援対象企業の変化	指標	「まちゼミ」事業参加後のアンケートにおいて販売促進・新規顧客の開拓に役立っ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②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒		・「まちゼミ」・・・「キッズまちゼミ」に参加している事業者や商工会報、HP等により大阪狭山市内に店舗を設ける事業者に向けて幅広く事業内容を周知する。また、既に「まちゼミ」事業に参加された事業者による効果のロコミも狙う。設定根拠としては、今回開催分の15事業所 (令和7年度実績予定数) による数字。				
	支援対象企業の変化	指標	「まちゼミ」事業参加後のアンケートにおいて販売促進・新規顧客の開拓に役立っ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⇒						

事業名		個店魅力発信支援事業 (まちバル)		事業番号	2	新規/継続	継続						
想定する実施期間		平成28 年度~	年度まで	11	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	店舗の魅力発信並びに新規顧客の獲得に繋げる為に「まちバル」を実施し、市内外より消費者流入の強化を図る事で、経営力の更なる向上を狙う。											
	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>【事業の目的】</p> <p>大阪狭山市は商業集積が小規模かつ点在しており、個店の魅力が消費者に十分認知されていない状況にある。本事業では「まちバル」を実施し、市内外からの来街者を呼び込み、ランチタイムや通勤・通学帰りの夜間利用を促進することで、新規顧客の獲得と常連客化を図る。あわせて、店主自らがメニューやサービスを考え主体的に参画する仕組みとすることで、個店力と経営意識の向上を促し、将来的には地域を牽引する人材の発掘と持続的な地域活性化につなげる。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>小規模飲食店は、独自の魅力を持ちながらも広報費用や情報発信力の不足、物価高騰による経営環境の厳しさに課題を抱えている。低コストで効果的な集客手法や新規顧客との接点創出へのニーズは高く、「まちバル」事業への期待も大きい。これらのニーズは、日常の巡回指導や相談対応、事業実施後の意見聴取を通じて把握し、運営方法や内容改善に反映していく。</p>											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市内の地域活性化及び個店の魅力発信に積極的に取り組もうとしている飲食業及び食品製造小売業を中心とした事業所を対象とする。 対象事業所数：191社 (令和3年度経済センサス事業者数)											
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>【実施内容】</p> <p>令和7年度においては、令和7年10月3日(金)~5日(日)の3日間の日程で市内の飲食店を中心に36店舗の参加にて事業を実施。チケット販売及び開催期間中の本部については、市の新たな観光拠点となる狭山池に立地する「さやりんBase」にて行い、「さやりんBase」の独自イベントと合わせて狭山池に訪れる市内外の方に幅広く事業および参加店のPRを行った。</p> <p>【改善点等】</p> <p>事業のPRやチケットの取り扱いについて市内外より多くの方が来訪される「さやま池」での実施が可能となった事から単なる販売だけでなく、立地の優位性を活かした形で事業当日の盛り上げを意識したものとなるよう施設関係者とも協力し引き続き行っていききたい。市内へのPRについては、市広報やSNS等により一定の効果が見込まれる事より、近隣市からの人の呼び込みについては引き続き工夫を図っていききたい。また、利用者の利用動向を踏まえたチケット単価の見直しや、チケット使用枚数を可視化したマップ表現の工夫により、参加店舗間の回遊性向上と事業効果を改善できるよう努める。</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>まちバル事業</p> <p>【事業手法】 販路開拓型</p> <p>【実施時期】 令和8年9月~10月頃 (週末を利用した3日間)</p> <p>【実施場所】 大阪狭山市内全域の各店舗 (一部隣接市域含む) ・さやりんBase (本部)</p> <p>【実施内容】 大阪狭山市内にお店を構える飲食業を中心に事業の周知を行い、募集をかける。参加店のオリジナル商品やこだわりメニューが事前及び当日発行するチケット (500円×5枚綴り、予定) により定額で提供を受ける事が出来る。事業実施時には、事業の情報発信のためにSNSやHP、また、市広報等も活用する予定である。店舗に来店したことのない消費者に各店舗の商品やサービスを知っていたくきっかけとし、今後の新規顧客獲得及び売上アップに繋げていく。</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					
		販路開拓											
		(c)市町村連携：大阪狭山市に対し、事業実施に係る情報提供を積極的に行い、市広報等への掲載による連携を図る。市全体の活性化と個店の魅力アップ・売上増加に繋がるよう相乗効果を上げたい。											
		(d)「まちバル」事業への参加店に対して、事業実施が効果的に図られるようにSNSの活用支援や自社商品・サービスのPRを積極的に行うマーケティング力の向上支援といった具体的な支援を行うことで相談事業 (カルテ化) に繋げていきたい。											
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⇒		商工会報、HP等により大阪狭山市内に店舗を設ける事業者に向けて幅広く事業内容を周知する。設定根拠としては、今回 (令和7年度) の参加店舗36店に新たな店舗を見越し38店とする。									
	38	社			代表指標		事業実施後のアンケートにおいて新規顧客が増加した店舗の割合	数値目標	70	%			
	その他目標値	目標値の内容⇒											
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	50,500	円 ×	支援企業数	38	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	1,919,000	円
				円 ×			社 ×			=		円	
				円 ×			社 ×			=		円	
				円 ×			社 ×			=		円	
				円 ×			社 ×			=		円	
			合計			38	社	(小計)				1,919,000	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											1,919,000	円	

算出額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)					
	①市町村等補助		円	交付市町村等		
	②受益者負担	114,000	円	負担金の積算	3,000円×38=114,000円	
	標準事業費		補助率		((①市町村等+②受益者負担)	
	1,919,000	円	×	0.50	=	959,500 円 ( 114,000 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)
	○	大阪狭山市商工会	959,500 円		38	
					円	
					円	
					円	

事業名		創業支援事業		事業番号	3	新規/継続	継続		
想定する実施期間		令和3年度～	年度まで	6	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	起業家の育成、創業の促進を積極的に推進し、強い企業の実現をめざす。また、市の創業支援事業計画にも参画し、起業家の育成等をめざす。							
	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)	<p>【事業の目的】</p> <p>大阪狭山市は全国・府平均と比較して創業比率がやや低い状況にあり、創業への関心はあるものの、具体的な行動に踏み出せていない層が一定数存在している。本事業では、市の創業支援事業計画に参画し、創業前段階から創業後間もない事業者までを切れ目なく支援することで、創業への不安や課題を解消し、実現性の高い創業と持続的に成長する「強い企業」の輩出をめざす。創業を新しい働き方の選択肢として捉える人材も含め、地域に根差した起業家の育成と地域経済の活性化を図る。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>創業希望者のニーズは、事業計画作成、資金調達、制度・手続きなど実務的知識の習得に加え、身近な場所で参加しやすい講座や個別相談への要望が高い。特に女性の参加割合が高い点を踏まえ、柔軟な学びの場が求められている。これらのニーズは、過去のセミナー参加者アンケート、個別相談内容、申込状況等を通じて把握し、事業内容へ反映していく。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者(創業5年未満)に加え、新たな事業を立ち上げようとする中小企業経営者、中小企業従業員、大学生等							
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>大阪狭山市と共催、また、日本政策金融公庫堺支店国民生活事業、および大阪府商工会連合会の後援のもとセミナーを10/14、21、28、11/11の4日間に開催し、25名の募集数に対し、18名の申込・受講となった。その中から大阪狭山市の特定創業支援修了証明書を6件発行(12/31時点)。セミナー後の11/26に「フォローアップ交流会」を開催。今年度の受講者のみでなく、過去の受講者にも参加を促し、15名の募集に対し、11名の申込・参加となり、既に創業された方の事業計画のブラッシュアップや創業に向けて悩んでいる方の創業に向けた取り組みへの後押しなど創業後のフォローや創業意欲の高まりに繋げることが出来た。</p> <p>引き続き担当講師や関連機関との連携を密にして、受講申込者のフォローをしていけるように努めていきたい。また、セミナー受講後の支援体制についてもニーズを汲み取りながら創業者の育成・創出に繋げていけるよう工夫を凝らし実施したい。課題となった募集面においても申込が減少していることを踏まえ、市広報への事業チラシの折込を市に要請するとともに大阪府メルマガ及びポータルサイト等の活用に加え、近年の広報トレンドを参考にした多様な周知手法を参考にし、受講者募集の改善を図る事で、創業者の掘り起こしに努めたい。</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>①創業セミナー 【事業手法】人材交流型 【実施時期】令和8年10月～11月頃に実施(4日間) 【実施場所】SAYAKAホール 会議室 【実施方法】原則対面形式 【実施内容】大阪狭山市・日本政策金融公庫堺支店・大阪府商工会連合会と連携し、4日間にわたり開催予定。経営、財務、販路開拓、人材育成の4つのテーマに焦点を当て、初歩的な内容から創業に関する必要な知識や事業計画書の作成を学び、受講者同士のコミュニケーションも促進。また、セミナー前後のフォローとして、大阪府商工会連合会・大阪産業局とも連携し、個別相談の機会創出等を計画。</p> <p>②フォローアップ交流会 【事業手法】人材育成型 【実施時期】令和8年11月～12月(1日間) 【実施場所】大阪狭山市役所 会議室 【実施方法】原則対面方式 【実施内容】セミナーを受講された方々等に対し、創業における「ありたい姿」と「現状」の差異を確認することで様々な不安を解消し、セミナー事業をより効果的なものとするため、情報交換・ネットワーク構築の場として創業後の課題解消や創業の後押しといった創業者創出に向けた支援を行う。</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			
		(a)府施策連携: 商-17 創業セミナーを開催することで、創業支援機関ネットワークへの参画、Osaka起業家応援ポータルサイトの活用、「グローイングアップビジネスプランコンテスト」へのつなぎ等、創業者へ継続的な支援を行う。							
		(c)市の特定創業支援事業計画に参画し、参加者にとってより身近な相談窓口として支援を行う。							
		(d)創業後も現状や課題を把握することで、相談事業につなげ事業所支援を継続的に実施する。また、専門家の個別相談を活用し、具体的な相談内容にも対応することで効果的な支援を行う。							
主要事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒		①創業セミナーへの参加者数。大阪狭山市・大阪狭山市商工会によるチラシ配付およびHPにより募集する。設定根拠としては、令和5年度以前の募集に対する実際の申込者(25名)の平均実績より算出。②丁寧なフォローが出来るように人数をセミナーより絞る事とし、募集については、セミナー内及び、メール配信、DM等でのチラシ配布により募集する。					
	40 社	代表指標	創業する事業者数			数値目標	3	社	
	主な支援対象企業の変化	目標値の内容⇒							
その他目標値									
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サビ`ス単価	支援企業数		係数	標準事業費			
		40,400	円 ×	25	社 ×	1.40	=	1,414,000 円	
		20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000 円	
			円 ×		社 ×		=	円	
			円 ×		社 ×		=	円	
			円 ×		社 ×		=	円	
		合計	40	社	(小計)		1,717,000 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						1,717,000 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)								
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)			
	1,717,000	円	×	1.00	=	1,717,000	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)	
	○	大阪狭山市商工会		1,717,000		円	40	
						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⇒		①創業セミナーへの参加者数。大阪狭山市・大阪狭山市商工会によるチラシ配付およびHPにより募集する。設定根拠としては、令和5年度以前の募集に対する実際の申込者(25名)の平均実績より算出。					
		25	社						
	支援対象企業の変化	指標	創業する事業者数			数値目標	3	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丁寧なフォローが出来るように人数をセミナーより絞る事とし、募集については、セミナー内及び、メール配信、DM等でのチラシ配布により募集する。					
		15	社						
	支援対象企業の変化	指標	創業前後における課題や不安の解消に繋がった事業者数			数値目標	10	社	
	その他目標値	目標値の内容⇒							

事業名		商工展示即売会事業 (産業フェア)		事業番号	4	新規/継続	継続		
想定する実施期間		平成 19 年度～	年度まで	19 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	市内の商工業及び農業の各業種間の交流を促すとともに、地産地消の促進を目指すため、市内の特産品や工業製品などの展示即売を行うことにより、市民とのふれあいや相互の理解を通じて、市民の商工業等の振興に対する意識の高揚を図り、もって地域の活性化と地域産業の振興・発展につなげる。							
	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)	地元事業所の展示会を商工会が行政と連携して実施することにより、参加事業者にとって ①一社では呼べない範囲と規模で潜在的顧客を呼びよせる ②製品の試用・体験で、よりインパクトのあるPRが可能 ③新たな一般客や企業との出会いがある ④今後の営業活動に活かすデータ収集ができる ⑤展示即売会を通じ自社の強みや特徴に気づくことができる ⑥大規模なイベントに参加することにより多くの企業ニーズに対応できる。 などの効果が期待され参加事業所の販路拡大や事業改善に寄与することを目的とする。またこの事業を通じて参加者に展示即売会出展のスキルを身につけてもらい他の展示即売会に参加し、より多くの販路拡大の機会を持てるよう支援する。更に大阪府人材育成課・大阪府技能士会連合会の協力を得て「ものづくり体験教室」を開催し、多くの人にもものづくりへの関心を持ってもらい、次世代の事業者育成のきっかけとなる場を提供する。 【企業ニーズ】事業者から「地元地域以外への販路拡大になる」や「店舗へ来てくれない客層へのPRになる」という声がある。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪狭山市を中心とした中小事業所 (業種は問わない) 特に個々では顧客開拓力の低い小規模小売業者など、広く一般顧客への販路開拓を支援する。							
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>		令和7年度の実績としては、出展企業数28社、パネル展示8社に対し、約7,000人の参加者があり、まちの賑わいづくり、参加企業のPR、販路開拓に貢献した。また、ケーブルテレビ、イベント情報誌等の各種メディアにも度々取りあげられ、注目度も高いものであった。 令和7年度は来場者増加をめざすための新規のアトラクションなどを実施したが事前告知がやや不十分であった。令和8年度は青年部のSNSを活用するなど事前に本事業の開催意義の周知徹底を図り、イベント内容をPRすることにより、参加企業と来場者の増加を目指す。また、本事業参加の開催意義を理解していても、人材確保の問題などから参加の難しい企業に対しパネル展示による参加も勧めていく。また農協の野菜の販売が終了した午後の来場者減少を緩和するため、午後限定のイベントを企画していく。そして野外イベントの弱みでもある、悪天候時に影響を最小限に抑える様に対応を考える必要がある。							
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)		【実施手法】販路開拓型 大阪狭山市産業フェア ・開催日時: 令和8年11月28日 (土) ・開催場所: 大阪狭山市野球場・施設駐車場 企業展示ブース (1ブース: 3m x 3m) を設置し、参加事業者による商品PRや即売会、商談会を実施し、新規顧客の獲得や企業PRをめざす。また、より効果の高い展示方法・内容等、事業所からの相談にも応じられるよう専門相談支援事業とも連携し事業展開を図っていくものである。加えて、波及効果、宣伝効果を高めるため、JAによる農業、市・南河内地域行政と連携したイベント等を同時開催し、これまで以上にフェアへの集客を拡大し、取引・販売の促進・強化を図る。  5月...大阪狭山市等、関係機関との打合せ会議開始 9月...出展企業募集開始 10月...出展企業説明会・展示ブースに関する相談会 (展示方法等) 出展企業向けセミナー「効果的な展示即売会出展について」 11月28日...大阪狭山市産業フェア開催							
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-12		産業祭・物産展におけるものづくり教室の実施。		販路開拓			
		(a)府施策連携: 労働関係10。大阪府人材育成課産業人材育成グループ・大阪府技能士連合会と連携して「ものづくり体験教室」を開催する。(b)広域連携: 南河内ブロック商工会連絡協議会等と連携し広域での出展を募る。(c)市町村連携: 大阪狭山市産業まつり実行委員会として大阪狭山市・JA・大阪狭山市商工会が連携し、事業自体の企画、統括及び実行委員会の事務、会計は商工会が担い、特に産業フェアの企業募集や出展者への説明、事前準備及び当日の運営などその役割は大きい。							
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⇒		前年度等の出展事業者数を基に出展可能事業所数を想定し設定。出店30社とパネル10社の合計。事業所PR、製品・商品のPR、新規販路開拓、来場者・消費者との情報交換の場として、本フェアを利用してもらうことで、売上拡大を目指すとともに業績向上をはかる。また「ものづくり体験教室」の開催によって参加者のものづくり事業への関心を高め、次世代の人材の育成の効果を期待できる。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	参加店舗の販売拡大・認知度の向上 (事業実施後のアンケート調査を実施し、事業が店舗における販売拡大や店舗の認知度・商品PRに貢献したという回答が全回答に占める割合)	数値目標	70	%			
	その他目標値	目標値の内容⇒		出展30社に対し50名の来客					
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービ単価		支援企業数		係数	標準事業費		
		50,500	円 ×	30	社 ×	1.00	=	1,515,000	円
		50,500	円 ×	10	社 ×	0.50	=	252,500	円
		50,500	円 ×	1,500	社 ×	0.01	=	757,500	円
		50,500	円 ×	250	社 ×	0.01	=	126,250	円
			円 ×		社 ×		=		円
		合計	1,790	社	(小計)		2,651,250	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						2,651,250	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	400,000 円	交付市町村等	大阪狭山市より実行委員会へ1,500,000円補助金。そのうち、産業ブースにかかる経費補助分	
	②受益者負担	400,000 円	負担金の積算	出展料及び追加機材代等の合計	
	標準事業費		補助率	(①市町村等+②受益者負担)	
	2,525,000 円	×	0.75 =	1,725,000 円 ( 800,000 円)	
	126,250 円	×	1.00 =	126,250 円 ( 円)	
		合計	1,851,250 円	( 800,000 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)
	○	大阪狭山市商工会	1,151,250 円	33	非幹事団体については、一団体につき定額100,000円。残額は、事業費として幹事である大阪狭山市商工会に配分する。
		柏原市商工会	100,000 円	1	
		河内長野市商工会	100,000 円	1	
		藤井寺市商工会	100,000 円	1	
		富田林商工会	100,000 円	1	
		羽曳野市商工会	100,000 円	1	
		忠岡町商工会	100,000 円	1	
		熊取町商工会	100,000 円	1	

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⇒	前年度等の出展事業者数を基に出展可能事業所数を想定し設定。出店30社。市窓口、市広報、商工会報、商工会HPにより広募すると共に巡回により募集。支援企業の掘り起こしに努める。事業所PR、製品・商品のPR、新規販路開拓、来場者・消費者との情報交換の場として、本フェアを利用してもらうことで、売上拡大を目指すとともに業績向上をはかる。また「ものづくり体験教室」の開催によって参加者のものづくり事業への関心を高め、次世代の人材の育成の効果を期待できる。			
	支援対象企業の変化	指標	参加店舗の販売拡大・認知度の向上 (事業実施後のアンケート調査を実施し、事業が店舗における販売拡大や店舗の認知度・商品PRに貢献したという回答が全回答に占める割合)	数値目標	70	%
	その他目標値	目標値の内容⇒	出展30社に対し50名の来客。			
		目標値の内容⇒	ものづくり体験教室5ブースに対し50名の参加者。			
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⇒	前年度等の出展事業者数を基に出展可能事業所数を想定し設定。パネル10社。市窓口、市広報、商工会報、商工会HPにより広募すると共に巡回により募集。支援企業の掘り起こしに努める。事業所PR、製品・商品のPR、新規販路開拓、来場者・消費者との情報交換の場として、本フェアを利用してもらうことで、売上拡大を目指すとともに業績向上をはかる。また「ものづくり体験教室」の開催によって参加者のものづくり事業への関心を高め、次世代の人材の育成の効果を期待できる。			
	支援対象企業の変化	指標	参加店舗の販売拡大・認知度の向上 (事業実施後のアンケート調査を実施し、事業が店舗における販売拡大や店舗の認知度・商品PRに貢献したという回答が全回答に占める割合)	数値目標	70	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		長野・狭山異業種交流会		事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成26年度～	年度まで	13	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	事業所間相互の交流を図り、知見を広めていく事で、地域を跨いだ新たなネットワークの構築や自社(自身)の経営力向上をめざす。					
	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)	<p>【事業の目的】</p> <p>急激に変化する社会環境の中で、中小企業が単独で経営課題を解決していくことは難しくなっている。本事業では、業種や地域の枠を超えた事業所間交流の場を設け、意見交換や相互連携を通じて他社の取組や考え方を学ぶ機会を創出する。これにより、自社の課題や改善点を客観的に認識し、経営力の向上と新たなネットワークの構築を図るとともに、協働の芽を育て、地域経済の活性化と人材が育つ環境づくりを目指す。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>異業種・他地域の事業者からの意見や事例を知ることが経営の参考になるとの声が多く、リアルな交流の場へのニーズは依然として高い。特に情報交換や人脉形成、連携のきっかけを求めるニーズが顕著である。これらは、交流事業後のアンケート結果や経営指導・相談時のヒアリングを通じて把握し、事業内容やテーマ設定に反映していく。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	河内長野市・大阪狭山市を中心とした人との繋がりや助け合いを大切にし、お互いの向上を目指す事業改善意欲の高い事業所(者)両市の小規模事業者数の計:2,902者を対象(令和3年経済センサス)					
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		令和7年度においては、10/8・11/6の2回開催。参加実績:18社、20人 交流会は、『「問い」で課題解決』(第1回目)『「話すこと」で課題解決アイデア』(第2回目)を主テーマとして開催。ビジネスパートナーを見つける上で、人に問う事で自身の棚卸として強みの言語化、また、話す事でアウトプットする自己表現の手法を学び、事業における課題に対して認識した強みや見せ方を活かし、今後において事業を継続していくための立ち振る舞い方等へも繋げ、グループワークや意見交換を行い交流する機会を提供。実際に人の前で発表し、意見を聞くことで、実践において直ぐに取り掛かれる行動のヒントを学んで頂いた。 本事業でのワークを通じた補助金申請時にも活用可能な自社の強みや課題を言語化し持ち帰れる構成を保ちつつ、交流によるネットワーク構築等の成果に繋げていく事が出来るようテーマの選定や当日の運営について、講師の方や参加者の声を踏まえながら事業実施に努めていきたい。また、大阪府のメルマガ等を活用した情報発信の強化により、参加事業者の裾野拡大を図る。					
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</p> <p>【実施時期】令和8年10月～11月の期間において2回</p> <p>【実施場所】河内長野市商工会 大会議室</p> <p>【実施方法】対面による交流会方式</p> <p>【実施内容】河内長野市・大阪狭山市の両市に属する事業所へ募集案内・周知を行い、2回での開催を予定(約2～3時間/回)【予定支援企業数:24社】</p> <p>「合同会社高津満夫事務所」(一般社団法人 関西学生発イノベーション創出協議会理事)と連携し、参加者のニーズ(アンケート結果等も参考)に沿ったテーマ内容でグループワーク形式による積極的な企業間の情報交換及び連携が図れるように開催する。実施案の内容としては、自社の強みをPRしていく手法や現在の事業活動の付加価値を高めていけるようなものとして、他の参加者からの意見を聞く事で情報を共有し、課題の解決や新たな連携の構築に繋げていけるよう、ひいては参加者同士の相互刺激や交流を促進させ事業の改善にも繋げていけるものになりたい。</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		<input type="radio"/>	(b)広域連携		<input type="radio"/>
		番号選択				その他	
		(b)広域連携:2市での広域実施により、それぞれの市では少数の業種同士の交流が可能となり、参加企業側の連携の幅が広がり、市の枠を超えた地域の活性化にも繋がる。 (d)相談事業相乗効果:経営指導員が場に從事する事により、参加企業のニーズを把握し、そのニーズに沿った支援を提案、対応する事で、相談事業との相乗効果も期待できる。					
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⇒	河内長野市・大阪狭山市の各商工会会員への案内送付、会報及びホームページによる募集案内。日頃の窓口・巡回指導時での参加者の掘り起こし。(創業予定者等への参加も積極的に行う)また、支援対象企業数の設定根拠としては、令和7年度実績である20人という数字に加え、新たに交流の場を求める事業者の発掘を見込む。				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	異業種のノウハウ等を参考にする事で自社の経営改善につなげられるとした事業所割合		数値目標	70	%
	その他目標値	目標値の内容⇒					
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)		サービ単価	支援企業数		係数	標準事業費	
⇒		40,400	円 ×	24	社 ×	1.20	= 1,163,520 円
			円 ×		社 ×		= 円
			円 ×		社 ×		= 円
			円 ×		社 ×		= 円
			円 ×		社 ×		= 円
			合計	24	社	(小計)	1,163,520 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 1,163,520 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)		
	1,163,520	円	×	0.75	=	872,640	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)	
	○	大阪狭山市商工会		436,320 円		12		
		河内長野市商工会		436,320 円		12		
				円				
				円				
			円					

事業名		“番頭さん”養成講座		事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成27年度～	年度まで	12	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	事業経営に必要な様々な分野を「横断的に」「より実践的に」身につける講座の実施を通じ、事業経営を支える人材の育成を目指す。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>“本田宗一郎と藤澤武夫”“井深大と盛田昭夫”、著名な大手企業も、事業拡大・経営の安定化期には有能ないわゆる“番頭さん”の存在が大きな役割を担ったことに異論は少ない。消費の多様化、グローバル経済、超高齢化社会、人手不足、社会の円熟化等、事業所を取り巻く経営環境が厳しさを増す中、事業所内を取り仕切るとともに、将来に対し、経営者と二人三脚で事業計画の立案・財務の調整を担う“番頭さん”の重要性は増している。本事業では、事業所の「資金」「従業員」等の経営資源の管理・運用能力といった基礎能力を持つ「手代さん」を養成するとともに、経営者に対し「資金繰り」「事業計画」を提案する「番頭さん」の養成を目指す。</p> <p>事業開始より10年を経ているが、経営を取り巻く環境変化が激しさを増している昨今の状況を鑑れば事業ニーズの高さを感じている。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内事業所における共同経営者、総務担当者					
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年度は (A)手代養成コース【10日間20コマ】 (B)番頭さん養成コース【5日間10コマ】で実施。参加事業所数は (A)23事業所 (B)17事業所であった。各分野を「縦割り」ではなく「横断的に」「より実践的に」身につけるセミナーを目指し、事業経営を支える「手代さん」「番頭さん」の育成を目指した。長時間にわたる開催であったが、満足率は高いものであった。日常は、裏方であり営業や現場セクション等とは違い、脚光を浴びることのないポジションではあるが、事業所経営という視点からは欠かすことのできない存在であるという認識から本会としても引き続き取り組んで参りたい。</p> <p>経営能力の養成を図る(B)コースでは、計画に対し支援企業実績が(A)コースに比べ低い数値となった。知識獲得を主にする(A)コースに比べ、受講成果が即効性を持たず、受講者が満足度・貢献度を感じにくい側面が一因とも考えられる。令和8年度は、講義内容や時間を受講者層にあわせて見直し、より一層の充実を図っていく。</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>今年度も引き続き、より効率的かつ効果的な実施を図るため、経営資源の基礎的な管理・運用能力の養成を目指す(A)手代養成コースとより応用的な能力の養成を目指す(B)番頭養成コースとに区分し、講座を実施したい。</p> <p>【実施手法】人材育成型 【実施場所】商工会館 【実施方法】対面及びオンライン 【実施時期及び内容】</p> <p>≪6月～9月(A)手代養成コース≫ 8項目20コマ(10日) 1コマ:90分</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・総務実務 2コマ(中小企業診断士) ...各分野を横断、現場での総務実務を理解</li> <li>・経 理 4コマ(税理士) ...日常の経理業務の把握、決算書・貸借対照表の作成業務</li> <li>・税 務 4コマ(税理士) ...給与計算と源泉徴収・年末調整事務、各種税務事務の把握</li> <li>・労 務 4コマ(社会保険労務士) ...労働保険事務・社会保険事務の把握</li> <li>・労務管理 2コマ(社会保険労務士) ...労基法と従業員管理、年次有給休暇等働かせ方改革</li> <li>・情報管理 1コマ(中小企業診断士) ...事業所における情報管理</li> <li>・危機管理 1コマ(中小企業診断士) ...事業所における危機管理システムづくり</li> <li>・法 務 2コマ(司法書士) ...総会、契約等、事業所にまつわる法務</li> </ul> <p>≪10月～11月(B)番頭養成コース≫ 6項目8コマ(5日)1コマ:60分</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・財 務 1コマ(税理士) ...財務諸表から事業所の健康状態をみるには</li> <li>・資金繰り 2コマ(中小企業診断士) ...資金繰り計画とは、調達の準備と金融機関の目のつけどころ</li> <li>・人材戦略 1コマ(中小企業診断士) ...人材を活かし、育成する「戦略」視点からの人づくり</li> <li>・チーム力向上 1コマ(中小企業診断士) ...チーム目線での強い組織づくり</li> <li>・リーダーシップ 1コマ(中小企業診断士) ...経営を維持・発展させていくリーダーシップとは</li> <li>・マネジメント 2コマ(中小企業診断士) ...日々問題は起きる!実践的マネジメント</li> </ul> <p>商工会の強みである各種専門士との連携力を活かし、横断的、多面的に経営を俯瞰することで、自ら考え、実践していく経営力の養成を図る。</p>					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	番号選択	
						人材育成・労務	
		(b)三商工会にて実施 (d)セミナー実施後、各種専門士による個別相談会を活用してもらう等、各事業所のフォローに努めるものである。それは、セミナー受講はあくまで入口・導入部分であり、その後の自発的かつ持続的な取組み・習慣が「手代さん」「番頭さん」を育成するには欠かせないものとなっているため。					
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→	参加者が受け身で受講するセミナーではない、参加型のセミナーを想定。そのため、それぞれの講師の目の届く範囲に設定。HPで幅広くPR募集するとともに、日常の支援の中で該当する事業所には参加を促していきたい。				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	経営資源の管理・運用ができるという回答をした事業所の数	数値目標	70	%	
	その他目標値	目標値の内容→					

