

平成30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 水上 英雄	
	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）： 06-6845-8002
Fax： 06-6857-0474			
		E-mail： shien@ooaana.or.jp	
①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率） ※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと		昭和24年12月 13名 (6名) 豊中市 13,632（平成26年度 経済センサス基礎調査結果） 9,236（平成26年度 経済センサス 市町村別小規模事業者数） 2,178（15.98／平成29年12月末日現在）	
□主な事業概要（定款記載事項等）			
1、商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。 2、行政庁等の諮問に応じて、答申する。 3、商工業に関する調査研究を行う。 4、商工業に関する情報及び資料の収集及び刊行を行うこと。 5、商品の品質及び数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定及び検査を行うこと。 6、輸出品の原産地証明を行うこと。 7、商工業に関する施設を設置し、維持し、及び運用すること。 8、商工業に関する講演会及び講習会を開催すること。 9、商工業に関する技術及び技能の普及及び検定を行うこと。 10、博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催のあっ旋を行うこと。 11、商事取引に関する仲介及びあっ旋を行うこと。 12、商事取引の紛争に関するあっ旋、調停及び仲裁を行うこと。 13、商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと。 14、商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 15、商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 16、社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 17、行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 18、前各号に掲げるものの外、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。			

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

・本市は、昭和11年の市制施行以来、良好な住宅都市・教育文化都市として発展を続けてきた地域であり、平成24年4月には中核都市へと移行した。大阪都心から15Km圏であるため、良質な住環境を抱える大阪のベッドタウンエリアとしての評価が高い。また、地理的には大阪府の北西部（豊能地域）に位置し、能勢街道の中間地点として栄えた歴史を持つほか、市内に大阪国際空港が所在することや、阪急電鉄・大阪モノレール・北大阪急行電鉄等により、大阪市内をはじめとした市外エリアからの公共交通機関によるアクセスの利便性、および名神高速道路・阪神高速道路・新御堂筋等、幹線道路網が充実していることなどから、「ハイモビリティ都市・豊中」としてそのポテンシャルの高さが評価されている。一方、本市の事業所数は、平成26年の経済センサスによると、府内でも4番目(13,632社)に数えられる都市であり、そのうち約70%(9,236社)を小規模事業者が占める。その内訳は宿泊業、飲食サービス、その他サービス業27.1%、卸売、小売業19.7%、製造業12.2%、その他を41%と、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9割強(12,355社)を従業員20人以下の事業所が占めており、まさに中小零細企業が集積する地域といえる。あえて業種別に市域の特徴をあげるとすれば、製造業の集積（府内5番目の事業所数）と、全国平均（24.1%）より高い割合（25.3%）で存在する飲食料点小売業である。製造業は準工業地域・工業地域である市域西部・南部への集積があるが、同地域においても住宅都市としてのイメージ等を背景にマンション建設や戸建住宅の開発等が進み、住工混在による諸々の問題が顕在化するなど安定した操業環境の確保が大きな課題となっている。飲食料点小売業および飲食店等関連サービス業においては、1950年代後半に市北部(千里ニュータウン)の開発が進んだことによる急激な人口の増加に伴って発展してきた経緯があり、同エリアでの高齢化や新興富裕層・転勤族の流入等、マーケットの特徴的な動向変化を捉えつつ、業績を伸ばす企業も出てきている。

一方、本市の地域経済循環率（自立度）をみると、2013年調査のデータで71.1%（2010年調査で71.2%）と2010年対比▲0.1ポイントと僅かながら減少。住宅地域の経済循環率としては50～70%と言われているなか、多少高い値となっはいるものの、一昨年の隣接市域における大規模商業施設（吹田市 エキスポシティ）のオープンの影響等から2016年以降は更に減少傾向となる可能性が懸念される。そのため、第3次産業の付加価値額の減少も懸念され、施策を施さない場合はこの状況がさらに加速する可能性がある。また、事業所数は前述のとおり平成26年時点で府下4番目（13,632社）にあげられるものの、平成21年時点（14,576社）と比べると約1,000社の純減となっているほか、総務省・経済産業省「平成24年経済センサスー活動調査」再編加工データによると、豊中市の労働生産性（企業単位）は3,766千円/人となっており、全国平均（4,574千円/人）、大阪府平均（4,858千円/人）と比べて著しく低い状況にある。

こうした背景からも推察されるとおり、本市の9割(12,355社)を占める中小零細企業は、景気が緩やかに拡大基調にあるとされるものの、その実感が伴っているとは言い難いなかで、現経営者によるマインドに依存する形でなんとか事業の維持・存続が保たれているのが実情である。また、依然として経営者の高齢化が進んでいる状況下であり、事業承継の問題は依然として解決されておらず、前述のような事業所数減少の大きな一因となっている。一方、目まぐるしい環境変化に適応しながら成長を目指すため、自社の優れた技術やサービス、また地域に存在する様々な資源を活用し、異分野連携にも果敢に挑戦して、新たな事業を創出することで一歩前へ出ようとする強い意欲と、高い潜在力を持ったチャレンジ意欲旺盛な小規模事業者も一定存在している。将来の成長に向けた経営戦略の再構築を進めていくうえで、地域経済の構造変化が加速するなか、新たな需要にきめ細やかに対応できる「稼ぐ力」、「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」および、IT/IoT等を活用した生産性向上や業務効率化、事業承継・新事業創出等による「改善力」、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。

(2) 所管地域の活性化の方向性

・IT/IoT利活用による労働生産性向上

先述のとおり、本市においては飲食料品小売業や飲食店等、関連サービス業が比較的多い。特に本市は小規模事業者の比率が高いこと等から全国および大阪府平均と比較しても労働生産性の低さは深刻であることは前述したとおりである。日本再興戦略2016においてもサービス業の労働生産性の低さは課題として記されるなど、本市域に限らず日本全体の課題となっており、それを受けて平成29年6月に閣議決定された「未来投資戦略2017」において第4次産業革命（IoT、ビッグデータ、AI等）の産業への取入れが現状を打開する鍵となるとされ、「中小企業・小規模事業者、サービス産業現場の付加価値生産性を抜本向上させる投資・イノベーション等の促進」が掲げられた。特に今後10年間でキャッシュレス決済比率の倍増や、バックオフィス業務のクラウド化率を現状の4倍にする等のKGIが設定されるなど、FinTech対応による労働生産性向上・経営力強化が急がれる。しかし実際は、その活用メリットを正確に把握できていない（特別なものという先入観）ことや、スキル、投資額等の問題から、依然としてその多くは積極的に取り組むに至っていない。そこで経済産業省の示す「中小サービス事業者の生産性向上のためのガイドライン」における「付加価値向上につながるIT利活用」「効率の向上につながるIT利活用」などに積極的に取り組もうとする事業者をサポートし、特に2020年東京五輪、誘致活動中の2025年大阪・関西万博実現による更なる訪日旅行客増等も見据え、先進国としてはやや遅れが目立つIT/IoT及び、Web/SNS活用、FinTech/クラウド活用等により、労働生産性向上と稼ぐ力の向上を実現するための支援を行う。

・人材採用力・育成力・定着力の強化

本市内企業だけでなく全国の中小企業における共通の課題であるが、特に製造業、飲食業等における人材不足の深刻さは甚大である。2011年(独)労働政策研究・研修機構「ものづくり現場の中核を担う技術者の育成の現状と課題に関する調査データ」では、大企業の「やや不足している(42.6%)」、「不足している(10.%)」に対し、中小企業では「やや不足している(47%)」、「不足している(14.6%)」と、大企業と比較すると高い値を示している。国際競争が激化する中、人材の確保・育成・定着は大きな課題であり、これらの課題に対する支援を行う必要がある。一方では、経営者層の高齢化が更に進んでおり、技能の承継などを考慮すれば労務面から見た常用雇用者の安定的確保は事業を継続する上では解決すべき重要な課題でもある。人材の「採用」・「育成」・「定着」の3つのポイントを押さえた「人材力の強化」の支援を行う。

・事業承継の促進

平成30年度税制改正(中小企業・小規模事業者向け)で、事業承継税制の抜本拡充が行われるなど、国としても事業承継は1丁目1番地政策となっており、今後10年を限定の集中期間と位置づけ、事業承継・再編・統合の推進のため、経営者の早期の気づきの促進、後継者とのマッチング、事業承継、第二創業まで、シームレスな支援を行うことが掲げられている。総務省「平成21年経済センサス-基礎調査結果」と「平成26年経済センサス-基礎調査結果」を比較すると、この5年間で事業所数は全国では5,886,193か所から5,541,634か所へと減少(94%)、大阪府でも443,848か所から403,852か所へと減少(91%)している。本市においても例に漏れず14,576か所から13,632か所へ減少(94%)しており、既に待ったなしの状態と言える。緊急性の高い案件については大阪府事業引継ぎ支援センター等専門機関との連携のもとサポートをしていく一方、今後10年間で70歳を超える経営者が急増する(全国で約245万人)とされるが、その半数が後継者未定という状態を解消していくべく、中長期的に事業承継ができる会社となり、その後も長期に亘り持続的発展を続けられる企業への変革を支援する「ブレ承継」支援による「自立力」「改善力」向上にも力を入れる。なお、本市では平成30年度より「豊中市企業立地促進計画」が10年計画で実行に移されることとなる。本計画は先述の市内準工業地域・工業地域における無秩序な開発による住工混在問題を防ぐことで、住宅と事業所が共存・共生し、事業所の安定した操業環境を維持・形成することが主目的であるが、地域特性や産業トレンドを踏まえた企業立地の促進および既存企業の発展に資する施策を推進することも目的のひとつとなっており、大企業承継時代となる今後10年の中でその一助となることも期待される。

・個の稼ぐ力・発信力強化

先述のとおり、当市域には地場産業がないこともあり、産業分野においては地域としての発信力に乏しい。そのため、各個別の事業者が自ら発信できる力をつけ、大阪府内はもちろん首都圏や他地域からの集客や売上につなげていくための戦略の構築が必要である。一方で、良質な住環境を背景とした良質な消費地であることの強みとアクセス至便な地理的優位性を生かし、能勢町・豊能町をはじめ地域資源の豊富なエリアとの広域連携を推進していくことで、地域間の課題を相互に補いつつ、地域内での経済循環も促進したい。そのためWEBによる発信力・販売力向上はもちろん、その他戦略的な販促ツールの制作と活用による発信力強化、10年間のおおさか地域創造ファンド事業において蓄積されたノウハウを生かした地域資源を活用した事業開発、投資型クラウドファンディング等を活用しての広域での自社のファン創りと資金調達力向上にも取り組んでいく。

・訪日・滞日外国人需要の取込

アジア圏からの「レジャー・観光目的」による訪日外国人の数は、全都道府県の中で大阪が1位(1,621,199人)(参考:2位 東京 1,454,168人)であるが、大阪を訪れる訪日外国人のうち、北摂地域を訪れる外国人は、約4.3%(RESAS観光マップ 外国人メッシュ分析の結果[(株)ナビタイムジャパンインバウンドGPSデータ])と、非常に少ない。先述のとおり、当市域が誇るアクセスの利便性を最大限活用し、北摂地域にある農村や里山などの自然豊かな観光資源や質の高い飲食店への外国人観光客の誘致に力を入れ、同地域の小規模事業者等に外国人観光客を取り込むために必要な支援を行い、東京五輪や大阪・関西万博実現による当

地域への波及効果も見据え、外国人観光客に対するサービスの満足度向上による、売上アップのための支援を行う。また、大阪大学をはじめ学術機関が集積する地域柄、学術機関関係者および留学生等、高度人材ともいえる滞日人材が多いエリアでもある。そういった環境から茨木市には大阪茨木モスクが所在するなど、滞日・来日のムスリム市場への参入も期待される。また、これらに付随して懸念される、商品や技術、サービス等の模倣や無断使用を防ぐべく、国際商標制度等、知財への理解と意識付けも行う。

(3) 主たる支援の対象として想定する小規模事業者等のイメージ及び対象事業者数

多くの小規模事業者においては、事業承継や人材不足などの難しい課題を抱えたまま、高齢化が進む経営者のマインドに大きく依存する形で、なんとか事業の維持・存続が保たれているのが実情である。一方、こうした状況下においても、自社の優れた技術やサービス、また地域に存在する様々な資源を活用し、異分野連携にも果敢にチャレンジして、新たな事業を創出することで一歩前へ出ようとする潜在力と意欲を持った企業も一定存在している。既存企業への継続的な支援はもとより、こうしたチャレンジ意欲の高い企業を一社でも多く輩出するとともに、その裾野を拡げていくことが重要であることから、①「地域経済を支える地域密着型の事業所群が抱える課題等に関するキメ細かな相談・支援」、②「今後の地域経済の活性化に不可欠な新たな事業を創出する事業所群への支援」、③「特に小規模事業者に遅れが目立つ、ITを活用した販路開拓支援や、生産性向上・業務効率化の支援」を柱に事業を展開するとともに、各種支援機関や専門家等のコーディネートに注力する。主たる支援対象としては、市内小規模事業者9,236社の約5%を占める460事業者とする。

(4) 事業の目標

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

(5) 事業の実施により期待される効果及び実施しなかった場合の影響（実施する事業の総合的な効果等を記載すること）

市内中小企業においては、先行きが不透明で目まぐるしくも急激に変化する経営環境に素早く対応していくために、自ら経営改善・革新戦略を立案し、自律的にPDCAサイクルを継続して実践できる「経営力」の向上および強化が期待される。また、とりわけ経営資源が乏しい小規模企業等への重点的な経営支援事業の展開により、市内事業所数の約70%を小規模事業者が占める当市地域経済の安定・活性化、さらには地域産業の成長力底上げへと繋がるのが期待される。

次に、本事業を実施しなかった場合、小規模事業者が抱える日常的な課題の発見・解決や、事業承継問題を始めとする後継者の育成などの機会が減少するなど、個別事業者の経済活動にマイナス影響を及ぼし、経営者マインドの低下を招くことから廃業率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	170	事業所	支援機関等へのつなぎ	70	支援
金融支援（紹介型）	37	支援	金融支援（経営指導型）	15	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	16	事業所	労務支援	28	支援
人材育成計画作成支援	6	事業所	マーケティング力向上支援	3	事業所
販路開拓支援	45	支援	事業計画作成支援	20	支援
創業支援	15	事業所	事業継続計画(BCP)作成支援	5	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	30	事業所
債権保全計画作成支援	0	事業所	事業承継支援	10	事業所
			結果報告	170	事業所

件数設定の根拠及びその実現に向けた取り組み

前年度支援企業数 170社 ※平成29年12月末現在

主に小規模事業者9,236社の約5%を占める460事業者のうち、特に経営改善・革新に能動的に取り組む企業約170社に対して、その経営課題を整理するとともに、課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用などのサービス提案を行うなど、必要な経営支援を行う。支援対象企業の発掘については、自治体をはじめ地域の金融機関や各種支援機関および事業者団体との連携、さらには豊能地域活性化推進協議会や地域ジョブ・カード・サポートセンターおよび、政府による中小企業施策等により設置される専門家との連携により積極的に掘り起こす。特に、セミナーや実践講座、研究会・交流会等へ積極的に参加するなど、自らを大胆に“変革”して新分野・新市場へ果敢に“挑戦”しようとする意欲的な企業へ積極的にアプローチする。

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）

(1)経営の改善・革新に能動的に取り組む企業に対し、その経営課題を整理するとともに、課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用などの支援サービス提案を行う。(2)事業者の自助努力を前提として、個別経営課題解決に向けた具体的な支援を実施し、経営改善・革新戦略を自ら立案し、計画・実施・検証・改善（PDCA）が実践できる経営力のコア構築、強化を目指す。(3)専門家や専門支援機関の活用および広域企業間連携を積極的にコーディネートすることで、戦略立案精度の向上とPDCA運用成果の顕在化を目指す。(4)成果が顕在化した企業には、地域活性化事業による研究会等への参加を促し、さらに自律的発展の促進を図る。(5)事業承継に関連する税務・労務・法務、その他の総合的な事業承継計画の立案を行い、スムーズな事業承継の促進を図る。

II 専門相談支援事業

事業名	新規/継続	指標	目標数値	事業概要
税務支援	継続	相談件数	150	窓口相談にて税理士による税務全般から決算・確定申告相談支援
創業・経営革新等支援	継続	相談件数	250	窓口及び巡回相談にて中小企業診断士等による創業・経営革新等に関する相談支援
販路開拓支援	継続	相談件数	30	窓口及び巡回相談にて専門家による販路開拓の相談支援
IT活用支援	継続	相談件数	100	窓口及び巡回相談にてIT専門家によるIT活用相談支援
プロモーション支援	継続	相談件数	20	窓口及び巡回相談にて専門家によるプロモーション相談支援

事業実施のポイント・期待される効果

税務支援においては、経営指導員による相談では対応しきれない専門的な税務課題解決ニーズの課題解決に確実に対応するだけでなく、経営改善や事業承継問題の解決に必要な支援を行うとともに、決算・確定申告にともなう相談および申告書作成についての確かな指導を行なうことにより、専門的課題の迅速な解決と事業者の満足度向上に繋げる。創業・経営革新等支援においては、新分野・新市場等に果敢に挑戦するビジネス・モデルの客観的な評価および専門的な視点による的確なブラッシュアップや事業承継計画の策定及び、事業計画における実践精度の向上を図り、創業・起業においては立ち上げ段階における安定経営に繋げる一方、経営力向上計画認定、経営革新においては計画法承認ならびに、農商工連携法、六次産業化法、中小ものづくり高度化法などの国プロ認定まで目指す。販路開拓支援においては、手法としてのソーシャルネットワーク等の積極的な活用支援や、ECによる直販の支援などWEBやIT技術を活用した販路開拓に精通した各専門家等による指導の下、ネットにおける顧客開拓・売上アップの具体的な成果の創出を目指す。また、販路開拓に不可欠となる新たなサービスの開発や商品(商材)の発掘等の支援も行う。IT活用支援においては、卸・小売店等における商品管理・取引先管理・商品分析に加え、攻めのIT活用支援や、製造業・サービス産業等における生産性向上やコストダウンなど、コストや人材などの活用環境に適した活用戦術に基づき、日進月歩のIT最新情報を踏まえて専門的な診断による的確な活用提案を行なうことにより、高いコストパフォーマンスによる高収益の創出に繋げる。プロモーション支援においては、

1) かつとして、高いコストパフォーマンスによるスリーパーが、明確な成長の劇画に繋がる。プロモーション支援においては、経営指導員では対応が困難な専門的な個別課題の解決ニーズに的確に対応することにより、販路開拓の具体的な成果の創出を目指す。

4-1. 地域活性化事業一覧

豊中商工会議所

府施策 連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業			0
(2) 広域事業			23,645,952
	目社のおえとこ発見 発信支援事業	お客様の「ファン化」により、「売り込まなくても売れていく」状態を創り出すことを目標に、戦略作り・ツール作りを支援する。	2,623,050
	北摂地域 地チカラフェスタ	幹事会議所 箕面商工会議所の事業計画書を参照	350,000
	小規模事業者向け販促 WEBサイト構築支援事業	幹事会議所 北大阪商工会議所の事業計画書を参照	90,450
	大阪勧業展	幹事会議所 大阪商工会議所の事業計画書を参照	50,250
○	Web活用販路開拓支援事業	WEB/SNSを活用した戦略的な顧客開拓から実践的な販路開拓に向けた行動計画の立案等を含めた支援を実施。	6,065,175
○	FinTech活用事業	Fintechサービスの活用を促し、会計業務から融資まで業務効率化・生産性向上を図れるように支援する。	1,507,500
○	「投資による資金調達とファン 創り」チャレンジ事業	新たな資金調達手段およびファン創りの両面から「投資」による資金調達へのチャレンジを促し、将来性豊かな企業のテイクオフを支援する。	944,700
○	ドローン等 IT/IoT導入 ・利活用促進事業	小規模事業者がIT/IoT導入・活用により生産性向上を図れるようIT/IoTのメリットに触れ、その導入・利活用を促進する。	1,286,400
○	中小企業の技能承継に向けた 人材採用・定着・育成支援事業	採用難時代を背景に、人材の「採用」「定着」「育成」の3つを柱とした「人づくり」に係る総合力の強化を支援する。	2,713,500
○	サービス事業者の インバウンド参入支援事業	豊能地域のサービス事業者がインバウンド需要を取り込み新規顧客層への展開・付加価値の向上を図れるように支援する。	1,909,500
○	地域資源を活用した 新事業展開支援事業	豊能地域の多彩な地域資源を活用して事業化しようとする事業者のチャレンジを様々な角度から支援する。	3,135,600
○	事業承継できる会社を目指す中小 企業のための経営力向上支援事業	今後10年間の事業承継を見据え、承継したいと思われる企業に変革するための計画作成を含めた様々な支援を実施する。	2,603,352
○	シニア向け創業支援事業	幹事 箕面商工会議所の事業計画書を参照	80,400
○	雇用環境整備支援事業	幹事 池田商工会議所の事業計画書を参照	40,200
○	経営革新支援事業	幹事 池田商工会議所の事業計画書を参照	40,200
○	障がい者向け企業面接会	幹事 吹田商工会議所の事業計画書を参照	60,300
○	BCP策定支援事業	幹事 大阪府商工会連合会の事業計画書を参照	75,375
○	中小企業・小規模事業者 サービス品質向上支援事業	幹事 大阪府商工会連合会の事業計画書を参照	70,000

うち府施策連携事業

20,532,202

事業名		自社のええとこ発見・発信支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		28年度～30年度まで	<input checked="" type="radio"/>	←複数段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	豊中を中心とした豊能地域には地場産業と呼べるほどの産業集積はない一方、里山・観光地・ものづくり・新旧商業地域・良質な住環境等、非常に多彩な性格を持つエリアである。それが故に東大阪や堺といった大阪産業の代名詞とされるような地域と比べて、地域としての発信力は圧倒的に弱いのが実情である。一定の産業や業界の考え方や慣習がない分、地域同様多種多彩な事業が増えてきている。しかし、地域としての発信力が弱く、そこからもたらされる波及効果に乏しい。そのため各事業者が自社や自社商品の強みやウリ(ええとこ)をしっかりと把握する「発見力」、自社にふさわしいお客さまに届けることのできる「発信力」を身に付け、鍛えていくことで、「個」の力を結集して地域の発信力向上を図る事業としたい。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に豊能地域においてBtoC事業を実施する小売業、サービス業、飲食業などの中小企業者のうち、経営理念やビジョンが明確でない等、企業としての基礎が不備な中小企業者、および発信力に課題を持つ中小企業者。特にこれらの課題が顕著な、創業から5年以内のアーリーステージおよび事業承継後5年以内の中小企業者を想定する。過去6年に亘って実施したプロモーション支援事業の受講者のうち上記課題を持つ事業者や、地域の特徴的な資源を使って新事業展開をする「おおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業」採択事業者、小規模事業者持続化補助金採択事業者のうち事業成果が乏しい事業者、クラウドファンディングを活用して新事業展開を始めた事業者、その他過去の経営相談事業における販促支援カルテ化企業等、約300社程度を想定する。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	ここ4年に亘り行ってきた小規模事業者持続化補助金申請に向けた経営計画(販路開拓計画)の策定支援を通じて、自社の強みやウリを正確に(お客さま目線で)把握できていないことから同計画の策定ができない、また採択されても外的な販促ツールを制作してしまうなど、発信力向上以前の課題が散見された。自社や商品の強みやウリをしっかりと把握し、その強みが伝えるべき人に伝わらなければ意味をなさず、それをしないまま販促ツール等を作成してしまえば、資金力に乏しい小規模事業者にとっては大きな痛手となるだけである。小規模事業者は深い自社(自己)理解と、販促ツールの作成およびそれを活用した発信力を自ら身につけ、実践を通じて鍛えていく必要がある。1年目(28年度)は、今一度自社の強みやウリを徹底的に見直し、見える化し、何らかの販促ツールとして形にすることで、「発見力」を習得いただく1年とした。2年目である昨年度はそれに加え、「いかに必要な人にその情報を届けるか」という「発信力」の強化にも力を入れて、広報を戦略的に行える力を付けてきた。最終年度となる今年度は、この2年から見えてきた細かい「戦術」面の強化を行うと共に、獲得した顧客を離さない仕組みの構築と、参加企業同士が切磋琢磨できる環境の充実に力を入れたい。		
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	28年度は、「言っていること」、つまり「自社の強みをお客様目線で把握すること(P)」「それを戦略的に発信すること(D)」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した。29年度は引き続きこれらの要素をサポートしつつも、「やっていること」、つまり「言っていることが行動として現場で表現できているか(C)」に焦点を当てた。2年間計約70社に対して支援を実施した。		
	反省点	これまでもここで学んだことや、ワークショップを通じて分析した内容等を実践に使う(行動する)ことを推し進めてきたが、実質的には参加企業に委ねる形となっており、実践できていない参加企業も少なくない。行動を促す環境づくりと、ハンズオンによるフォローアップを徹底し、PDCAの「A」に力を入れていく最終年度とした。		
	<input checked="" type="radio"/>	人材育成型	【人材育成型】 ①当事業過去2年で紡いできた自社の「ええとこ」を、伝えるべき人により伝わるように戦術面を強化すべく、「顧客(見込客含む)とのコミュニケーション力向上」および「伝える力養成」など課題となったポイントについて、当該専門家からセミナー形式でフォローする。特に消費行動の8割を担うという女性目線を取り込むべく、講師はすべて女性を予定している。テーマ別で4回計80社を予定。会場はすべて豊中市内を想定。	

事業名		自社のええとこ発見・発信支援事業	新規/継続	継続	
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に	○ 人材交流型	【ハンズオン型1】 ②自社のファンクラブ通信を作ろう！ ニュースレター作成講座【仮称】（8月より全5回開催） 見込み客の獲得やファン作りのツールとして最適な「顔の見える会社レター」の編集について、自社および受講者自身の強みやウリをあぶり出すワークを通じて、その内容や継続体制を構築する。講座期間中および終了後を通じて、個別相談を随時実施すると共に、ニュースレターの創刊に向けて添削等のサポートも行う。6社×1回（5日間）開催。会場は豊中市内を想定。 【人材交流型】 ③ええとこ発見・発信研究会【仮称】（年2回開催） 当事業参加企業および27年度までの6年間で実施したプロモーション支援事業の参加企業の中から、常に販促ツールや広報ツールの改善を切磋琢磨しながらしていきたい15社程度を研究会化し、取組や成果の共有と、共通課題解決に向けた勉強会を実施する。15社×2回開催。会場は豊中市内を予定。 【ハンズオン型2】 ④①③の受講企業等のうち、社内でのPDCA化が必要な企業、および個別でツール作成等を支援する必要がある企業を個別およびグループとして支援。5社予定。			
			販路開拓型		
	○ ハズカ型				
	○ 独自提案型				
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input 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	豊中商工会議所が中心となり、箕面・池田の各商工会議所、能勢町・豊能町の各商工会と連携して実施。各会議所・商工会地域活性化事業・相談事業における販促課題の解決を図る場としても想定している。カルテ化は独自提案型および人材交流型参加者のうち50%を想定。		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 80 社	①【人材育成型】ここ4年で小規模事業者持続化補助金に応募した企業をはじめ、効果的な販促活動、接客現場の様々な改善等が必要と思われる約300社に対し、会報・HP・メルマガ・FB等を活用して広く募集する。参加企業は4回各30社程度想定。うち各20社を支援対象とする。		
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 6 社	②【ハンズオン型1】ここ4年で小規模事業者持続化補助金にチャレンジした企業のうち、約150社他に対し、会報・HP・メルマガ・Facebook等を活用して広く募集する。参加企業は10社程度を想定、うち6社を支援対象とする。		
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 15 社	③【人材交流型】28年度からの当事業受講事業者および、22~27年度実施のプロモーション支援事業受講事業者のうち、販促ツール制作系の講座等に参加した企業約100社に対し、Facebookグループでの通知機能やメルマガ等を活用して募集する。参加企業は30社程度を想定。うち15社を支援対象とする。		
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 5 社	④【ハンズオン型2】①③の受講企業等のうち、個別でツール作成支援が必要、およびここで取組んだことの社内浸透を図るための支援を必要とする企業を個別およびグループとして支援。5社予定。		
	支援対象企業の変化	各社の軸を定めた上で、本当の強み・ウリを紡ぎ、それを本当に必要な方に伝えていくための戦略と、それに合った手法とそのノウハウ取得により、①新規顧客獲得数の増加、②リピート率の向上、③実践し続ける仕組み化までを目標とする。 指標 【人材育成型】当セミナーへの参加により学んだことの実践を宣言した企業 数値目標 70%	指標 【ハンズオン型1】当講座への参加により、ニュースレター作成のための基礎資料を完成させ、年度内に1号以上発行した企業 数値目標 50%		

事業名		自社のええとこ発見・発信支援事業				新規/継続	継続		
	指標	【人材交流型】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				数値目標	70%		
	指標	【ハンズオン型2】学んだことを会社の取組として社内で実践もしくは、チラシなどの販促ツール作成に生かして配布実践した企業				数値目標	80%		
その他目標値		目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		⇒ 20,100	円 ×	80	×	1.00	=	1,608,000	円
		100,500	円 ×	6	×	1.50	=	904,500	円
		40,200	円 ×	15	×	1.20	=	723,600	円
		100,500	円 ×	5	×	1.00	=	502,500	円
	(小計)							3,738,600 円	
	新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
	計							3,738,600 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)		ニュースレター作成に関しては、講座開講期間中の個別相談や、内容およびデザイン原稿の複数回の添削等個別での対応がかなり多く、講師・経営指導員共に労力が大きいため。						
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等			
②受益者負担			155,000 円	負担金の積算		①@1,000円×80名 ②@10,000円×6名 ③@1,000円×15名			
(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)				
		3,738,600 円 × 0.75 =		2,803,950 円		(155,000 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはリアルクワで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
		○	豊中商工会議所	2,623,050 円		豊中は全事業の企画運営広報事後フォローを各商工会議所・商工会と連携して実施。連携会議所・商工会は参加者掘り起こしと事後の個別支援(カルテ化)を実施する。配分は人材育成型事業への参加者数による。各商工会議所4社・各商工会2社を想定。			
			箕面商工会議所	60,300 円					
			池田商工会議所	60,300 円					
			豊能町商工会	30,150 円					
	能勢町商工会	30,150 円							

【備考】昨年度立ち上げた「ええとこ発見・発信研究会」を、本年度はメンバー30名以上にし、4年目以降に会費制にて継続していけるようサポートし、自主運営の基礎を作る。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		Web活用販路開拓支援事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		25 年度～	年度まで	<input checked="" type="radio"/>	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>モノでもサービスでも、様々な業種のプロモーションにSNSが活用され始めている現在、日経BP社による最新動向データ(2017年11月データ)では、全企業の内、63%の企業がソーシャルメディアを既に活用し始めており、今後取り組みたい企業は35%と依然として関心度は高い。企業の規模別では、従業員100人未満の利用率は52%と低い割合を示しているが、約47%の企業は今後取り組みたいと回答している。ソーシャルメディアを活用している企業における活用目的は、認知向上(64%)、販売促進(25%)、サポート(8%)と続き、オンラインで露出し消費者に触れる事を狙っているが、狙った効果を得られていないとの解答が多く目立つ。業界別の影響度として、ソーシャルメディアがもたらす事業活動への変化では、消費行動スコアの点数で見た場合、ファーストフード・コーヒー・宅配(61)、電気・精密・PC(57)、ドラッグストア(56)、専門店・百貨店(53)、化粧品(52)、食品(52)、旅行・ホテル等(47)と小売業やサービス業への影響度が高いことが分かる。好感スコアでは、ロイヤリティ向上にソーシャルメディアが貢献するのが、スポーツブランドやテーマパークなど固定ファンが付きやすい分野に反応がみられる。RESASのデータが示す通り、飲食料点小売業+その他小売業が占める率は大阪府全体(20.4%+23.1%)に対し、本市は(25.3%+25.2%)と高い比率を示している。 ※日経BP社 ソーシャルメディア情報の利活用を通じたBtoC市場における消費者志向経営の推進に関する調査 報告書より引用</p> <p>これまでは、消費者の購買行動理論としてAIDMAの法則が一般的であったが、ネット社会の現在は、AISCEASの法則(消費者の購買行動プロセス)が適合するとされている。消費者が興味・関心を示す情報は、WebやSNSから入手され、商品を購入した消費者自身が商品の評価をSNS等を利用して発信する時代となっている。また、現在のホームページの役割は、興味・関心を示したユーザーのクローリングサイトとしての役割が強くなりつつある。Webを活用するためには現在のWeb/SNSのトレンドやユーザー動向(活用実態)の把握が必要であるが、それを理解している事業者は、特に大阪では少ないと言われている。また、本市では、古くから経営を続けてきた小規模小売店も多く存在しており、経営者の高齢化が目立つ。事業承継の観点からも、WebやSNSの活用で業績を伸ばし経営環境を整えてから、次世代の経営者へバトンタッチしやすい環境を整えるきっかけを提供する。</p> <p>また、大阪府内の中小企業の中には、都内に比べるとまだまだ企業の持つWebサイトの精度が低いものが散見される。特に小売業・サービス業の多い豊中市内の事業所では、自社の製品・サービス情報をより効果的に伝わるようにブランディングが出来ていないこと、デザインの重要性和波及効果の認識の低さが課題と考える。自社の強みを引き出した上で販促効果の高いコンテンツを活用し、自社の商材に最適な販促ツールを活用することで売上の強化と業務効率の向上を図る。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>主に北摂地域に拠点を構え(業種を問わず)、WEB/SNSを活用して自社製品、自社独自サービス等の新規顧客の開拓を検討している、または、既に取り組んでいるが成果が得られていない事業者。ECサイトを運営しているが、売上げが伸びない等の課題を抱えている事業者。または創業予定者や新規事業を立ち上げる事業者の中で、販路開拓のビジョンが明確でない等、発信力に課題を持つ中小企業者。特にこれらの課題が顕著な、創業予定者、創業から5年以内のアーリーステージおよび事業承継後5年以内の中小企業者を想定する。</p>			

事業名		Web活用販路開拓支援事業	新規/継続	継続
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>ネット社会における現在、販路開拓にWeb/SNSの活用は欠かせない状況である。当所では、既存のネットショップ研究会(約80社)及び、Webプロモーション勉強会(約110社)に所属する事業者があり、ネットショップやWebサイト運営に不可欠となるテーマ毎による講座等を実施してきた。下記の項目(具体的な実施内容)に記載している内容は、受講生や研究会に所属する事業者からの要望を多くを取り入れたカリキュラムで構成した。特に経営戦略やSNS関連の講座において要望の高かったインスタグラムやLINE@などのSNS活用講座の強化や撮影・動画利用について新たに講座を設け取り組みたいと考えている。</p> <p>また、「デザイン」についての相談は経営指導の巡回時に事業者より受ける相談である。過去5年に亘って実施したWeb活用販路開拓支援事業の受講者のうち上記課題を持つ事業者等約120社程度を想定する。デザイン力のあるコンテンツの持つ付加価値と、それを制作するために必要なブランディングの重要性を解説し、プロモーション戦略・計画の基礎を築く。</p>		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>H29年度(12月末現在)は、Web/ECサイト及び、SNSと連動させたブランディングとプロモーションに関する内容を中心に行ってきた。延約300事業者が参加。創業や新規事業の開始等に伴いWebサイト(EC含む)リニューアル又は、新規立ち上げをされる方の多くは、取り組む事業に対する計画を明確にしていなかったため、Web/ECサイトへの掲載情報が整理できずに悩まれる方が見られた。そのため、目的や目標を掲げるための計画を作成することの重要性の理解を深めるべく、計画書の作成を推進する実践講座を新たに実施。当セミナー/講座には42名が参加。満足度も高く、受講後はスムーズに事業の方向性を明確にしたうえで、実行を始める事業者が参加者の半数以上となった。本年度も計画を立てることへの重要性と説く講座を取り入れて実施を継続する。</p>		
	反省点	<p>当初、EC実践塾への参加者は、意欲的で且つある程度の計画性を持っている方を主な対象としてイメージしていたが、結果的には意欲はあっても具体的な計画がなく、また、自社が取り扱う商品の強みを明確に把握されていないようであった。そのため、当初の予定よりレベルを下げた内容で実施した。特に、販売計画等の目標の設定とそれを実現させる実行計画等を作成することへの意識付けは大事と考えた。</p>		
	○ 人材育成型	<p>広域連携 【人材育成型】 ① Webサイト活用強化セミナー(仮称)【30社×1日間】 対象者 Webサイトへ掲載する内容にお困りの方、サイトの活用法・戦略について学びたい方。 目的 Webサイトを設置する目的と、目的に対する目標数値を設定しサイト運営力の強化、Web site運営に投入する費用対効果の強化を行う。 Webサイトを効果的に活用するためには、数値目標を基にした予算計画が重要であることを解説。広告活用についても計画の立て方の基礎について解説。Webサイトの構築においても計画不可欠であることの説明と段取り・工程の説明。</p> <p>【人材交流型】 ②使えるホームページの作り方入門講座(仮称)【15社×2日間】 対象者 Webサイト掲載の内容、サイトの活用法・戦略について方向性を定めたい方 目的 自社の強みを引き出しターゲット層を明確にした上で、Webサイトの構築計画・サイト運営力の強化をはかる。事業としてのコンセプトやターゲットとなる客層の明確化等、狙った効果が得られるWebサイト構築の際に必要な最低限の情報の洗出し等をグループワークを取り入れて実施。方向性を明確にした上でサイトの構築計画を作成。また、計画実行時に欠かせないPDCAが運用できるよう、数年後の計画まで見据えて作成する。PDCAが重要である意識付けを促す。</p>		

事業名		Web活用販路開拓支援事業	新規/継続	継続
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材交流型	③ ネットショップにおける商品の魅せ方講座(仮称)【15社×3日間】 対象者 EC(ネット販売)を始めたい方 目的 商材の強みを見出し、販売計画の基礎を築く。 自社や商材の強み(USP)についてグループディスカッション等を通して洗い出し、サイトの構成、情報の優先順位についての考え方を解説。EC(ネット販売)に関する基本的な「企画」の部分を中心とする。 ④ Webサイト運用実践講座(仮称)【15社×5日間】 対象者 ECサイト又は自社Webサイトを運用中の事業者 目的 Webサイトの運用に不可欠となるサイクル(PDCA)を伝授 Webページを活用した戦略の打ち出し方、基礎から応用までを事例を交えて紹介。LP、SEO、各種広告などの活用方法を解説。ディスカッション方式で、現状サイトの改善点洗い出しを行い、各自ブラッシュアップを行えるように促す。 ⑤ Web活用ディスカッション勉強会【15社×2日間】 対象者 Webサイトを運用中、または自社で構築中の事業者 目的 現状のWebサイトの改善点について洗い出し グループごとに各社のサイトを見ながら行うディスカッションにて改善点の洗い出し、または過去に修正した箇所の発表などから、新たな改良点を見出す。こういった見直しの重要性を説き、この交流から今後のPDCAの促進を促す。		
	販路開拓型	⑥ Webプロモーション勉強会【15社×2日間】 対象者 当事業講座の卒業生 目的 SNS活用やWeb広告活用などプロモーション全般の最新情報発信 最新情報を基に、プロモーションに特化した、自社サイトや実店舗等への誘導方法やSNSとWEB連動など、集客をテーマとした内容で意見交換を行う。 ⑦ GoogleAnalytics活用講座(仮称)【15社×2日間】 対象者 GoogleAnalyticsを設定しているWebサイトを運用している事業者 目的 GoogleAnalyticsを活用しWeb解析の重要性を説く。 1人1台のパソコン環境を用意し、実際にGoogleAnalyticsの管理画面の解説と、データ解析方法を事例を交えて解説。Webサイトの改善点を見出す方法を解説し、Webサイト活用の向上へつなげていく。行き詰っている課題をヒアリングし、課題解決へ導き、解決スキームを共有することで受講者間の交流も促進する。広告やサイト修正などの効果の測定や、より発展した活用に向けたノウハウ供給を目的とする。		
	ハンズオン型	【ハンズオン型】 ⑧個別相談会【15社予定】 上記各セミナー受講者のうち、社内でのPDCA化が必要な企業、および個別でツール作成等を支援する必要のある事業者を個別およびグループとして支援。 以下、府施策連携 【人材育成型】 ⑨ 販促コンテンツ強化セミナー(仮称)【30社×1日間】 SNSやWebサイトの活用に興味のある事業所は多い。しかし、商材に合ったツール(Webサイト・Web広告・SNS・チラシ等)を的確に選定・把握している事業所は少ない。Webコンテンツに限らず、自社のサービス・商品に最適なコンテンツ(チラシ・広告も含)の活用を促す。また、大阪府より大阪府産業デザインセンターでの支援事例の紹介を行う。 ⑩ Webサイトデザインセミナー(仮称)【30社×1日間】		

事業名		Web活用販路開拓支援事業	新規/継続	継続
	独自提案型	<p>⑨ Webサイト制作セミナー（仮称）【10社予定】 自社サイトの制作を自社で行っている事業者、またはこれから自身でサイト作成を考えている創業者を対象とし、Webサイト構成を中心に訴求力のあるデザインについて解説。キャッチコピーの見せ方や、写真の選び方など、魅せるデザインを事例を交えて解説し、基礎的な構成の考え方や目的別のサイト構成の在り方を学んでいただくと同時に、Webに限らず、販促効果の高いコンテンツの制作には技術力は不可欠であり、本業とのバランスを考慮することの重要性を解説。また、大阪府産業デザインセンターなど、気軽にデザインへの相談が出来る施設の紹介を行う。</p> <p>【ハンズオン型】 ⑩ 個別相談会【10社予定】 ⑨⑩の受講者に対し具体的な施策の打ち出しについての個別の相談会を開催し、伴走支援に繋げる。実際に方向性を定め、販促コンテンツの制作計画に至る事業所10社を想定。</p>		
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<p><input type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="radio"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果</p> <p>(a)府施策連携…大阪府小規模事業経営支援事業「地域活性化事業」商工関係10「デザイン・マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業」(b)豊中商工会議所が主管としてゼミの企画・調整・広報・運営・事後フォローを担当し、共催として参画する団体は、参加者募集広報、終了後の個別相談支援等を分担・連携して推進する。広域連携により、参加企業募集範囲が拡大することから企業の多様な交流が広がり、当事業の活性化と企業間連携の可能性も高まるメリットが期待できる。(d)支援対象企業のうち、20%のカルテ化を見込む。</p>		
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	<p>設定根拠：前年度に参加された事業者には、目標設定が明確になっておらず、Webサイト作成への着手に時間を要することが散見されたWebサイト運用の講座の受講者数が概ね20社強であるため。</p>		
	①30 社	<p>集客方法：各団体の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。</p>		
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	<p>設定根拠：①参加者から、ニーズのある事業者を想定。多様な支援要望に応えられる伴走支援の許容態勢から想定。</p>		
	②15 社	<p>集客方法：各団体の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。①の受講者へ参加を促す。</p>		
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	<p>設定根拠：グループディスカッションの組み分けや参加者間の交流密度向上と、多様な支援要望に応えられる伴走支援の許容態勢から想定。</p>		
	③15 社	<p>集客方法：各団体の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。ステップアップとして②の受講者へ参加を促す。</p>		
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	<p>設定根拠：グループディスカッションの組み分けや参加者間の交流密度向上と、多様な支援要望に応えられる伴走支援の許容態勢から想定。</p>		
	④15 社	<p>集客方法：各団体の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。ステップアップとして③の受講者へ参加を促す。</p>		
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	<p>設定根拠：グループディスカッションの組み分けや参加者間の交流密度向上と、多様な支援要望に応えられる伴走支援の許容態勢から想定。</p>		
	⑤15 社	<p>集客方法：今年度の当事業参加者及び、昨年度以前の参加者にも受講を促す。④の受講者へ参加を促す。</p>		

事業名		Web活用販路開拓支援事業		新規/継続	継続
事業 の 目 標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	設定根拠：参加者間の交流密度向上と、多様な支援要望に応えられる伴走支援の許容態勢から想定。		
		⑥15 社	集客方法：今年度の当事業参加者及び、昨年度以前の参加者にも受講を促す。		
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	設定根拠：用意するPCの台数に限りあるため15社と設定。		
		⑦15 社	集客方法：各団体の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。		
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	設定根拠：各セミナー受講企業等のうち、個別支援が必要、および受講により習得したことの社内浸透を図るための支援を必要とする企業への個別支援に応えられる伴走支援の許容態勢から想定。15社程度を目指す。		
		⑧15 社	集客方法：今年度の当事業参加者向け		
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	設定根拠：Webサイトコンテンツでの表現についてや、掲載内容への相談は多く、昨年度の要望件数が概ね30社程度であるため。		
		⑨30 社	集客方法：各団体の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。		
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	設定根拠：Webサイトの制作に関する相談は多く、昨年度の要望件数が概ね30社程度であるため。		
		⑩30 社	集客方法：各団体の管轄エリアにおいて募集チラシ会報同封・Web・Facebook・メルマガ・指導員による勧誘。		
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	設定根拠：⑨⑩の受講者の内、内容を理解し、年度内にコンテンツの制作に着手し計画を立てるに至る事業を各セミナーより5社ずつを想定。			
	⑪5 社	集客方法：個別相談会をセミナー後日に開催。			
支援対象企業の	数ある販促ツール（Webサイト・Web広告・SNS・チラシ・看板等）から費用対効果を重視し自社に適切なツールを選び、最も効率的で効果的なツールの活用を促す。また、デザインに関する知識取得する。また、SNS等販促ツールの活用並びにWEBサイトに掲載する商材、提供サービス等のコンセプトの再確認とデザインされたサイトの再構築により、新規顧客の増加及び、顧客（ECサイトにおいてはリピータ）の増加を目標とする。各社、WEBから（EC部門等）の新規開拓顧客による売上げを年商ベース10%増を目指す。アンケート・ヒアリング等により、支援対象企業の変化を把握する。				
	①指標	Webサイト作成において目標数値の設定の重要性を理解した事業者の割合	数値目標	80%	
	②指標	自社商材のターゲット層を明確にした事業者の割合	数値目標	80%	
	③指標	サイトで打ち出す「商材の強み」を明確にした事業者の割合	数値目標	80%	
	④指標	現状サイトの改善点を見出し、Web経営戦略を理解した上で目標の設定を行った事業者の割合	数値目標	70%	

事業名		Web活用販路開拓支援事業				新規/継続	継続		
変化	⑤指標	ディスカッションにより他者の視点からの意見を収集し、次の改善点を見出せた事業者の割合				数値目標	90%		
	⑥指標	SNSやWeb広告などの最新動向について知識を深めた事業者の割合				数値目標	90%		
	⑦指標	サイト解析ツールを利用して得られる情報の重要性和、分析・活用方法を理解した事業者の割合				数値目標	60%		
	⑧指標	現状の改善点を見出せた事業者の割合				数値目標	70%		
	⑨指標	自社サービスや商材等に適切な販促コンテンツを見出した事業者				数値目標	80%		
	⑩指標	ユーザービリティを意識したデザインの重要性を理解し、今後のWebサイト活用の対策を見出せた事業者の割合				数値目標	70%		
	⑪指標	販促コンテンツの制作計画を作成した事業所				数値目標	60%		
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
	①	20,100	円 ×	30	×	1.00	=	603,000	円
	②	40,200	円 ×	15	×	1.20	=	723,600	円
	③	40,200	円 ×	15	×	1.30	=	783,900	円
	④	40,200	円 ×	15	×	1.50	=	904,500	円
	⑤	40,200	円 ×	15	×	1.20	=	723,600	円
	⑥	40,200	円 ×	15	×	1.20	=	723,600	円
	⑦	40,200	円 ×	15	×	1.20	=	723,600	円
	⑧	100,500	円 ×	15	×	1.00	=	1,507,500	円
	(小計)							6,693,300	円
	⑨	20,100	円 ×	30	×	1.00	=	603,000	円
⑩	20,100	円 ×	30	×	1.00	=	603,000	円	
⑪	100,500	円 ×	5	×	1.00	=	502,500	円	
(小計)							1,708,500	円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								円	
計							8,401,800	円	
算定基準に	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)								

事業名		Web活用販路開拓支援事業			新規/継続	継続	
より算出される額	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	510,000 円	負担金の積算	①1,000円 × 30社=30,000円 ②3,000円 × 15社=45,000円 ③5,000円 × 15社=75,000円 ④15,000円 × 15社=225,000円 ⑤3,000円 × 15社=45,000円 ⑥3,000円 × 15社=45,000円 ⑦3,000円 × 15社=45,000円		
		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		
		標準事業費			補助率	(①市町村等+②受益者負担)	
		6,693,300 円 × 0.75 =			5,019,975 円	(510,000 円)	
		1,708,500 円 × 1.00 =			1,708,500 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	役割 (配分の考え方)		
○		豊中商工会議所	6,065,175 円	豊中は、主管として企画調整・広報・運営等について担当する。 吹田・茨木 5社、池田・箕面・高槻・摂津市は3社の新たな参加事業者の発掘を行う。 ※各40,200円×社数×補助率 事後フォロー及び、カルテ化については各団体と相談の上で分担する。			
		吹田商工会議所	150,750 円				
		池田商工会議所	90,450 円				
		箕面商工会議所	90,450 円				
		茨木商工会議所	150,750 円				
		高槻商工会議所	90,450 円				
	摂津市商工会	90,450 円					
【備考】							

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名	FinTech活用事業		新規/継続	継続
想定する実施期間	29 年度～ 31 年度まで		○	←複数段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	<p>事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)</p>	<p>豊中市内の事業所は従業者規模が1～4人の小規模企業者の割合が59.5%と高く(全国平均58.2%、大阪府平均57.2% 平成26年経済センサスより)、また創業比率も6.7%と高い(全国平均6.33% RESASより)。小規模の事業所や創業者が多い地域であるといえる。中小企業、特に小規模事業者や創業者に共通するのが、事業主や特定の社員が営業・販売・総務・経理・人事等の多数の業務を1人で行っているということである。その為、業務効率が悪くなり、豊中市の労働生産性は3,766千円/人と低い水準に留まっている(全国平均4,574千円/人、大阪府平均4,858千円/人 RESASより)。経理業務を例に挙げると、手書き記帳やインストール型の会計ソフトを導入している事業所の中には、本業である販売・営業業務に注力するあまり、日々の仕訳が入力できない。その結果、①タイムリーに自社の経営状況が把握できない ②蓄積されたデータの活用ができない ③ただの面倒な作業でしかなく、日々の記帳や確定申告書作成に向けた作業手法について、商工会議所等で毎年繰り返し指導せざるを得ないという現状がある。</p> <p>こういった「作業に手を取られる時間が膨大」かつ「ここで得られる貴重なデータを経営に生かせていない」という現状が中小企業の生産性向上が実現しない大きな原因の一つであり、その改善に向けた段階的なサポートが必要と考えている。</p> <p>大阪府においては大阪府IoT推進Lab事業が発足され、その中で「IoTリスタート(「最小限の事業から始める」ことを意味するシリコンバレー発の起業手法)」が開始され、中小企業における費用を最小限におさえたIoT導入が推進されている。</p> <p>当事業における支援のステップとしては、経済産業省の「攻めのIT活用指針」における、「①IT導入による『置き換えステージ』への引き上げ」(置き換えステージとは、紙や口頭等で行われていたものをITに置き換えるという意味)、「②IT活用による効率化ステージ」、「③ITの高度活用による競争力強化ステージ」を踏む必要があると考えている。本丸は②と③であり、単なる置き換えに留まるのではなく、業務の効率化はもちろん、そのデータをいかに販路拡大や更なる改善など、経営にいかしていくかということを主眼に実施していく。</p> <p>当事業では、導入・利活用することで生産性向上が期待されるFintech(ICTを駆使した革新的【innovative】、あるいは破壊的【disruptive】な金融商品・サービスの潮流)サービスのうち、最も身近でかつすべての小規模事業者に通ずる事項である「会計・POSデータ活用」をサポートすることで、業務の効率化を実現し、顧客・販売管理機能により顧客ニーズを迅速にとらえて効果的なマーケティング、プロモーション等の活動を促し、売上を向上させ、生産性向上につながる企業が増加することと、間接的に記帳指導が必要な事業者を減らし、より本質的な経営力を向上させる支援にシフトしていくことを目的とする。</p>		
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p>	<p>北摂地域における中小企業・創業予定者を対象とするが、特に小売業、飲食・サービス業等、会計・POSデータの利活用により生産性向上が見込まれる小規模事業者を対象とする。具体的には、毎年確定申告書作成指導および記帳指導を行う約130事業所や創業予定者をはじめ、概ね従業員5人以下の法人・個人事業主を支援対象とする。</p>		
	<p>事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)</p>	<p>人口減少・労働力人口減少・人手不足に直面する中、中小企業・小規模事業者においては、IT等の活用による業務効率化・生産性向上が喫緊の課題となっている。</p> <p>国から商工会議所に対する要請として、事業者の生産性向上に向けた伴走支援・IT化支援の推進が求められており、中小企業・小規模事業者へのIT化支援の強化を図る必要がある。国の「日本再興戦略2016」(平成28年6月2日閣議決定)では、「小規模事業者の最も身近な支援機関である商工会議所等とも連携しながら、IT活用・導入事例紹介及び相談会を開催し、中小企業・小規模事業者の経営者のITに対する意識改革を進める」と記載されており、商工会議所の伴走支援・IT化支援に対する大きな期待が示されている。また、経営力強化・生産性向上に向けた取組として、中小・小規模事業者の生産性向上、業務効率化にはITの導入が不可欠。これまでの政策の効果や、IT導入の課題を踏まえ、単なる機器システムの導入支援にとどまらない総合的な政策が必要。これらの対策に際しては、個々の事業者のIT利活用のレベル感に配慮しつつ行う事が重要と記載されている(中小企業庁資料より)。</p> <p>また、小規模事業者にとってのFinTechへの対応は、単なる手段・ノウハウの導入にすぎないと見られがちであるが、既にキャッシュレス化、シェアリングエコノミー化してきている現在から、金融のあり方も大きく変革がおきるとされる第4次産業革命後の経済においても自社を持続・発展させていくにあたっての最低条件のひとつであると言える。感度の高い事業者については、既に民間のベンダー等を通じてその入口に立てていると思われるが、その他の多くの「潜在需要」に直接アプローチして課題を顕在化させ、対応への道筋を作るサポートができるのは、地域産業に密着した支援機関である商工会議所・商工会だからこそできることであるとする。</p> <p>平成29年度補正予算にてIT導入補助金の公募がはじまり、FinTechサービスの導入を検討する事業所がさらに増えること、また2019年10月の消費増税・軽減税率制度導入によりレジの購入や買い替えが必要となる事業所もあり、これらの事業所からのニーズが高いと思われる。</p>		

事業名		FinTech活用事業	新規/継続	継続
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	29年度の人材育成型においては、「IT導入補助金&クラウド会計活用セミナー」を実施し、21事業者が参加。人材交流型では「モバイルPOSレジ・クラウドシステム体験講座」を実施し、10事業者が参加。クラウド会計やPOSレジ等、クラウドシステム導入希望者に対してハンズオン支援を実施した。		
	反省点	人材交流型「モバイルPOSレジ・クラウドシステム体験講座」を3日間にかけて開催したが、小規模事業者にとっては3日間全てに参加するのが難しいとの声があった為、今年度については全2日間での実施とする。		
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	<p>【人材育成型】</p> <p>①「中小企業のためのFin Tech入門セミナー」(仮称)</p> <p>内容 FinTechサービスの導入により企業にどのような変化がもたらされるのか、金融だけではなく、会計や決済について、中小企業にとって特にメリットのあるサービスについて説明を行う。 クラウド会計の導入効果は、単に自動仕訳や税理士等からの遠隔指導が可能になるだけに留まらず、ビッグデータから得られる同業社と自社の違い(同業と比較して、自社の強みや、改善が必要となる弱み等の把握)や、また、自社の経営状態がリアルタイムに分かるため、スピーディーな攻めの戦略を立てる事ができるなど、「攻め」の経営体質への変化が可能であることを、知っていただくためのセミナーを実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施時期：2018年7～10月頃 開催場所：豊中商工会議所 30社の参加を想定 		
	○ 人材交流型	<p>【人材交流型】</p> <p>②「売上UPに繋がる！クラウド体験講座」(仮称)</p> <p>クラウドの活用は、会計業務のみに留まらず、クラウドを利用したPOSレジシステムと連動させる事により、経営者はリアルタイムに店舗の売上・利益状況の把握が可能となる。またPOSシステムから蓄積されたデータを基にしたABC分析等により、次の販売戦略の策定が可能となる。</p> <p>当講座では複数あるPOSレジシステムの内、代表的な3社程度のシステムを実際に体験操作して頂くことで、自社の業種に適したシステム選択が可能となる。さらに会計・POSレジシステム以外のキャッシュレス決済、給与計算システム、勤怠管理システム等との連動も体験して頂くことで、さらなる業務効率化に繋がることを理解していただく。また既に複数のクラウドシステムを導入されている事業者から活用事例を聞いた後、その事業所を見学し現場の声を聞くことで、より実践的な体験ができる講座を実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 実施時期：2018年8～11月頃 開催場所：豊中商工会議所 10社×2日間を想定 		
	○ ハンズオン型	<p>【ハンズオン型】</p> <p>③ ①②参加企業のうち、クラウド/Fin Techサービスを新規導入する事業所、既に導入しているが活用できていない事業所に対し、指導員・専門家によるハンズオン支援を行う。</p>		
	独自提案型	<p>【ハンズオン型】</p> <p>③ ①②参加企業のうち、クラウド/Fin Techサービスを新規導入する事業所、既に導入しているが活用できていない事業所に対し、指導員・専門家によるハンズオン支援を行う。</p>		

事業名		FinTech活用事業		新規/継続	継続
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		○ (a)府施策連携 ○ (b)広域連携 □ (c)市町村連携 ○ (d)相談事業相乗効果			
		(a)府施策連携：「16. 中小企業のIT/IoT導入支援」。 (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：カルテ化はハンズオン型参加企業のうち60%を想定。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	【人材育成型①】 当所会員、当所にて記帳相談・確定申告相談を実施している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。		
		30 社			
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	【人材交流型②】 上記①のセミナー参加者への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。		
		10 社			
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	【ハンズオン型③】 上記①②の参加企業や、クラウドシステムの活用を検討している事業所、既にクラウドシステムを導入しているが、活用できていない事業所に対し支援を行う。		
		5 社			
	支援対象企業の変化	Fin Techサービスの導入により、経理等のバックオフィス業務もかける時間を削減することができる。その削減した時間を本業である営業・販売業務に回すことができ、売上高・利益高が増加し、労働生産性が向上する。			
		指標	①Fin Techの概要を学び、活用に向けた意識が向上した企業の割合	数値目標	70%
		指標	②業務効率化・生産性向上の為にFin Tech・クラウドシステムの具体的な導入に向けて踏み出した企業。	数値目標	50%
		指標	③年度内にクラウド会計、POSレジ等のクラウドシステムを新規導入する事業者数	数値目標	10件
その他目標値	目標値の内容⇒				
	複数のクラウドシステムを連動させての新規導入 3件	クラウドシステムは複数のシステムを連動させて導入することで、さらなる経営分析・業務効率化が可能となる。それにより、効果的な販売戦略の策定に繋がることになる。			

事業名		FinTech活用事業					新規/継続	継続
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数	標準事業費	
		20,100 円 ×		30 ×		1.00 =	603,000 円	
		40,200 円 ×		10 ×		1.20 =	482,400 円	
		100,500 円 ×		5 ×		1.00 =	502,500 円	
					(小計)	1,587,900 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	1,587,900 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			
<input type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果				
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
1,587,900 円 ×		1.00 =	1,587,900 円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「アソシ」で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)			
	○	豊中商工会議所	1,507,500 円		豊中商工会議所は主管として企画調整・広報・運営等について主に担当する。連携会議所・商工会は参加者掘り起こしと事後の個別支援(カルテ化)を実施する。配分は、商工会議所は①への参加者各2社、商工会は各1社を想定。			
		箕面商工会議所	40,200 円					
		能勢町商工会	20,100 円					
		豊能町商工会	20,100 円					
		円						

【備考】1年目はFin Techサービスの「導入」の為に支援を中心とした事業を実施し、特にクラウド会計については多数の事業者が導入された。2年目は導入されたシステムを使いこなす為の支援や、会計以外のシステムとのクラウド連動支援を行い、バックオフィス業務のさらなる効率化支援を実施する。3年目は導入したシステムを「活用」したマーケティングやプロモーション活動を行い、売上増加、生産性向上に結びつけられるよう支援を実施する。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		「投資による資金調達とファン創り」チャレンジ事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		30 年度～ 30 年度まで	<input type="checkbox"/> 一複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	当所においてはこれまで、大阪府が全国に先駆けて平成25年度に実施した「クラウド型ファンド活用促進事業」および平成26年度に実施した「クラウド・ファンディング活用サポート事業」と密に連携し、新しい資金調達手段として、またファン創り、テストマーケティングの手段として有効なクラウドファンディングの活用について、特に資金調達額の大きさと投資家のファン化を行いやすい「投資型」活用のサポートを積極的に行ってきた。過去5年間で大きな成果を上げる事業者も輩出してきたが、購入型クラウドファンディングに比べて活用に向けた一歩を踏み出す企業はまだまだ少ない。しかし、豊中市や箕面市においては、「住む街」としての課題となる介護・福祉・教育分野をはじめ社会課題解決に資する事業のニーズが高く、能勢町・豊能町においては過疎化や獣害対策、6次化等による農業活性等、山間部特有の課題解決型ビジネスの更なる創出が期待される。このような社会課題解決型ビジネスや地域課題を解決しようという取組は、初期投資額が大きいものや事業化に時間を要するものも多く、融資による資金調達が困難な場合も見受けられる一方で共感を得やすいという特性から、投資型クラウドファンディングを含む「投資」による資金調達へのチャレンジが、社会課題解決型ビジネスの資金調達力を向上させる可能性がある。投資を受けることにより融資の呼び水となることも期待され、これら社会課題解決型ビジネスや創業期の事業者の資金調達力を高めることで、中長期的にこれらのビジネスを豊能地域に根付かせ、地域内外からの応援を呼び込み、地域活性化に資することを目的とする。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に豊能地域において地域活性化、6次化、介護、福祉、教育等、社会課題・地域課題解決型事業を実施する小規模事業者、および創業間もないステージにある事業者もしくは創業予定者など、事業化までの時間が長い、初期投資額が大きい、現在研究・検証ステージにあるなど、融資による資金調達が比較的困難な事業者を支援対象とする。また、過去10年間のおおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業応募事業者、昨年度実施の豊能地域応援ファンド応募事業者等のうち、事業化に至っていない企業や、主にコミュニティビジネスのインキュベーションを行う、とよなか起業・チャレンジセンターの入居者および卒業生、その他これまでのクラウドファンディング支援事業参加企業、過去の経営相談事業における金融相談カルテ化企業等、約300社程度を想定する。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	過去5年間、投資型クラウドファンディング（以下CF）活用支援を実施してきた中で、融資による資金調達が困難であることを理由に、豊能地域内外から当所に相談に来られる事業者が後を絶たない。中には投資型CFにより資金調達とファン創りに成功した企業もあるものの、CFに向かない事業者も少なくなく、資金調達手段の更なる選択肢を提示していく必要性を感じている。 そこでこれまでの投資型CF活用支援の経験と実績をもとにして、更なるCF活用による資金調達とファン創りにチャレンジする企業を掘り起こす一方、大阪府の実施する小規模事業者や創業者向けの投資による資金調達施策「おおさか社会課題解決ファンド」「おおさか創業ファンド」の周知を行い、資金調達手段としての「投資」の心理的ハードルを下げると共に、これら事業者の資金調達手段の幅を広げ、当該事業者の経営力強化および持続的発展に寄与する。		
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			
	反省点			

事業名		「投資による資金調達とファン創り」チャレンジ事業	新規/継続	新規
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	【人材育成型】 ①「投資を受ける」を身近に！小規模事業者のための投資による資金調達入門セミナー 投資型クラウドファンディング（インパクト投資）や「おおさか社会課題解決ファンド」「おおさか創業ファンド」など、「投資による資金調達」方法と制度の紹介と共に、融資との違いや親和性、その他メリット等、小規模事業者が活用できる投資について詳しく解説する。8～11月頃開催予定。15社×2回開催予定。会場は豊中市内を想定。		
	人材交流型			
	販路開拓型	【独自提案型】 ②投資を受けたい企業によるピッチ大会&投資機関・金融機関交流会 過去10年間のおおさか地域創造ファンド採択事業者や豊能地域応援ファンド事業（H29年度実施）採択事業者の他、小規模事業者持続化補助金採択事業者、その他社会課題解決型ビジネスおよび創業5年未満で融資による資金調達は困難だが将来性が見込める事業者等が自社事業についてプレゼンを行い、VCや投資型クラウドファンディングプラットフォーム事業者、出資金融機関等による講評・フィードバック、出資検討表明等を行うと共に、事業者と投資側とのマッチングを行う。 エントリーは10社程度（うち5社を支援対象）を想定し、各ファンドの制度説明とプレゼン指導（希望者のみ）、本番ピッチ大会&交流会を含め、2日間で行う。会場は豊中市内を予定。		
	○ ハズカ型			
	○ 独自提案型	【ハンズオン型】 ③投資型クラウドファンディング、おおさか社会課題解決ファンド、おおさか創業ファンド等にチャレンジしようとする事業者へのハンズオン支援。3社予定。		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="radio"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果 (a)府施策連携：商13番「クラウドファンディングの活用促進」・24番「社会課題解決ビジネスの創出・成長支援」両担当課と連携して実施する。 (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。(d)カルテ化は独自提案型参加者を各種カルテで支援を実施する。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 20	【人材育成型①】おおさか地域創造ファンド採択事業者の他、共感および成長性が期待できるビジネスに取り組む事業者・創業予定者等。会報・HP・メルマガ・FB等を活用して広く募集する。参加企業は30社程度を想定。うち20社を支援対象とする。	
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 5	【独自提案型②】過去10年間のおおさか地域創造ファンド採択事業者や豊能地域応援ファンド事業（H29年度実施）採択事業者の他、小規模事業者持続化補助金採択事業者、その他社会課題解決型ビジネスおよび創業5年未満で融資による資金調達は困難だが将来性が見込める事業者等。同事業者へのDMをはじめ、会報・HP・メルマガ・FB等を活用して広く募集する。参加企業は10社程度を想定。うち5社を支援対象とする。	
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 3	【ハンズオン型③】上記①②の参加企業等のうち、投資型クラウドファンディングやおおさか社会課題解決ファンド、おおさか創業ファンド等により投資を受けることを希望する企業3社に対し、その実現に向けたハンズオン支援を行う。	
	支援対象企業の変化	指標	【人材育成型①】投資による資金調達のメリットを理解し、自社での活用の可能性を感じた事業者	数値目標

事業名		「投資による資金調達とファン創り」チャレンジ事業				新規/継続	新規
	指標	【独自提案型②】ピッチ等を通じて、投資型クラウドファンディングもしくはVC等による投資を受けようとする事業者				数値目標	30%
	指標	【ハンズオン型③】クラウドファンディングもしくは各ファンドによる投資に申請した事業者				数値目標	1社
	その他目標値	目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数	標準事業費
		⇒ 20,100 円 ×		20	×	1.00 =	402,000 円
		60,300 円 ×		5	×	1.20 =	361,800 円
		100,500 円 ×		3	×	1.00 =	301,500 円
					(小計)	1,065,300 円	
				新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)		円	
				計	1,065,300 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)	プログラムとして、「投資」について学ぶ勉強会、プレゼン実践指導、ピッチ大会、交流会と2日間で多くのプログラムを実施する予定である。また、ピッチ大会・交流会の開催に向けてVC、投資型CF事業者、金融機関等の協力を得る必要があるなど、準備に多くの工数を割く必要があるため。					
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等			
	②受益者負担		円	負担金の積算			
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
	1,065,300 円 ×		1.00 =		1,065,300 円 (円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)		
	○	豊中商工会議所	944,700 円		豊中は全事業の企画運営広報事後フォローを各商工会議所・商工会と連携して実施。連携会議所・商工会は参加者掘り起こしと事後の個別支援(カルテ化)を実施する。配分は人材育成型事業への参加者数による。各商工会議所2社・各商工会1社を想定。		
		箕面商工会議所	40,200 円				
		豊能町商工会	40,200 円				
	能勢町商工会	40,200 円					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		ドローン等IT/IoT導入・利活用促進事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		29 年度～ 31 年度まで	○ ←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>国内の中小・小規模事業者のIT利活用は、先進国として最も遅れをとっている。モバイル環境に適した通信インフラが整備され始めている東南アジア諸国では、急速にスマホ・タブレットの利用者が増加しており、その環境に合わせたアプリやクラウド等を中心とした、交通サービス、飲食サービス等々のIT(モバイルインターネット)サービスの利活用が急速に進みつつある。日本では、そうした発展途上国と比較しても、日常生活の分野におけるIT利活用面では、既に遅れを取りつつある現状がある。業種業態を問わず、様々な分野で導入効果が期待できるIT/IoTであるが、多様な方法や技術があるため、却って導入方法の具体化・ビジネスプラン化が難しく、かつ導入効果も測りづらく、小規模事業者への導入は進んでいないと言える。国内でIT/IoT導入が進まないひとつの要因として、その導入およびその効果を自分事として考えられる小規模事業者は少ないという実情がある。</p> <p>大阪府においては大阪府IoT推進Lab事業が発足され、その中で「IoTリーンスタート(「最小限の事業から始める」ことを意味するシリコンバレー発の起業手法)」が開始され、中小企業における費用を最小限におさえたIoT導入が推進されている。</p> <p>まずは地域内に実践に向けた訓練までできる施設・設備があり、先端かつ比較的身近なIT/IoTとも言えるドローン等に親しんでいただくことにより、「自社ならどう使えるか」という思考を持つきっかけを提供するとともに、自社へのIT導入による生産性向上や新事業開発に向けての波及を促す。当事業の計画は3年計画とし、毎年、IT/IoTに係る最新情報を提供していくとともに、3年かけて、導入による生産性向上やイノベーション創出を実現する小規模事業者を5社以上創出する。</p>		
	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小規模事業者で、経営に対する意欲は高いながらも、IT導入による生産性向上や新事業開発等に取り組めていない事業者やIT導入を検討されてはいるが、何から取り組みればよいか分からない事業者。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	何らかの形でインターネットを活用する事業者がほとんどとなっている中、その恩恵を活用して業務効率化、生産性向上の為の取組をされている小規模事業者は非常に少ない。ITに係る投資額の大きさと専門スキルが必要である等の先入観が経営者側にあることがその理由の大きな部分を占めると推察する。経営相談事業等を通じて細かなニーズを拾うと共に、ここ数年のクラウド活用による大幅な低コスト化の説明やドローン等比較的親しみやすいところからアプローチをすることで、IT活用のメリットを訴求したい。		
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	29年度の人材育成型においては、「IoT超入門セミナー」、「3Dプリンター活用セミナー」を実施し、計28事業者が参加。人材交流型では「ドローンフライト体験講座」を実施し、19事業者が参加。セミナー・体験講座参加者の中から、IoTやドローンを事業活用しようとする企業3社に対してハンズオン支援を実施した。		
	反省点	ドローン活用への関心は高かったが、「IoT」全般への興味・認識はまだまだ頭在化していないと感じた。「IoT」という言葉やその意味を知らないという潜在層にアプローチできるよう、手段としての「IoT」ではなく「これにより何がもたらされるか」に、より焦点を当てた内容や見せ方を検討したい。		
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	<p>【人材育成型】</p> <p>①AI・ロボット活用セミナー(仮称)</p> <p>製造業・サービス業をはじめ、AIやロボットを活用して事業のイノベーションを期待できる中小・小規模事業者に向けて、活用事例や最新動向の解説を中心としたセミナーを実施。時期は5～7月もしくは10～11月頃。場所は豊中市内or大阪市内を予定。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施時期：2018年8～11月頃 ・開催場所：豊中商工会議所 ・20社の参加を想定 		
	○ 人材交流型	<p>【人材交流型】</p> <p>②ドローンの事業活用フィールドワーク(仮称)</p> <p>ドローンの自社活用を具体的に目指す企業に向けて、豊中商工会議所内におけるワークショップと、能勢町内「能勢高原ドローンフィールド」において、インストラクターの指導の下、飛行体験実習とデータ解析実習等を行う2部構成とする。時期は8～10月頃を予定。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施時期：2018年8～10月頃(2日間) ・開催場所：豊中商工会議所、能勢高原ドローンフィールド ・15社の参加を想定 		
	○ ハンズオン型	<p>【ハンズオン支援】</p> <p>③人材育成型、人材交流型参加企業のうち、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。</p>		
	独自提案型	<p>【ハンズオン支援】</p> <p>③人材育成型、人材交流型参加企業のうち、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。</p>		

事業名		ドローン等IT/IoT導入・利活用促進事業		新規/継続	継続		
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		○ (a)府施策連携 ○ (b)広域連携 ○ (c)市町村連携 ○ (d)相談事業相乗効果					
		○府施策連携商16番「中小企業のIT/IoT導入支援」において、ものづくり支援課産学官連携推進グループと連携。 ○当所が幹事となり、箕面商工会議所、能勢町、豊能町の各商工会と連携する。能勢町商工会は能勢高原ドローンフィールドとの調整等を実施する。その他、すべての連携団体において広報および利用事業者の発掘を連携して実施する。 ○カルテ化は、人材交流型参加企業の40%を想定。					
事業 の 目 標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 20 社	【人材育成型①】 29年度中に当事業で開催したセミナー等の参加企業約40社をはじめ、新事業開発や生産性向上を課題とする建設業、製造業、サービス業者等約200社を対象に実施する。30社程度の参加を見込み、うち20社を支援対象とする。				
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 15 社	【人材交流型②】 上記①のセミナー参加者への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。20社程度の参加を見込み、うち15社を支援対象とする。				
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 3 社	【ハンズオン型③】 上記①②参加企業等のうち、自社でのドローン・IoT活用を本格的に検討すべく、個別でのサポートが必要となる企業。				
	支援対象企業の変化	AI・ロボット・ドローン等は中小企業においてはまだ導入が進んでいるとは言えない。ドローンにおいては今後、市場の急成長が見込まれており、他社より早く市場開拓・参入することで先行優位を得ることができる。		指標	【人材育成型①】 AI・ロボット活用の可能性や自社への導入イメージを抱き、IT/IoT活用への意欲が高まった企業。	数値目標	70%
		指標	【人材交流型②】 本格的なドローン他IT/IoT導入・活用を検討し、実機の操縦訓練等、具体的な活用に向けて踏み出した企業。	数値目標	50%		
		指標	【ハンズオン型③】 年度内に、ドローン他IT/ IoTの導入・活用に至った企業。	数値目標	1社		
	その他目標値	目標値の内容⇒					

事業名		ドローン等IT/IoT導入・利活用促進事業					新規/継続	継続
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数	標準事業費	
		20,100 円 ×		20 ×		1.00 =	402,000 円	
		40,200 円 ×		15 ×		1.20 =	723,600 円	
		100,500 円 ×		3 ×		1.00 =	301,500 円	
					(小計)	1,427,100 円		
					※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)			円
				計	1,427,100 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					
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果				
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)					
	1,427,100 円 ×	1.00 =	1,427,100 円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割 (配分の考え方)				
	○	豊中商工会議所	1,286,400 円	事業手法欄参照				
		箕面商工会議所	40,200 円					
		能勢町商工会	60,300 円					
		豊能町商工会	40,200 円					

【備考】1年目に実施した「ドローンフライト体験講座」後、具体的に事業化を進められた事業者が複数おられ、その中の1社はドローンを購入された。2年目には、ドローンをはじめ、実際の自社へのIT/IoT導入による新事業創出や生産性向上に向けたアクションを起こす企業を創出し、3年目を目途に5社以上を目標として、これらの取組による成果を見出したい。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		中小企業の技能継承に向けた人材採用・定着・育成支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		28 年度～ 30 年度まで	<input checked="" type="radio"/>	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよ うな状態にしたいか)	<p>豊中市は、事業所数で府下4位・従業員数で府下5位、製造業事業所数で府下5位（平成26年経済センサス基礎調査より）と、数的には大阪府経済の一端を担っているが、その多くが従業員30名未満であり（平成26年豊中市統計書）、人材採用・定着・育成ノウハウに乏しく、恒常的に課題を抱える事業所が多い。実際に中小企業白書2015のデータからも事業所規模が小さくなるほど人材充足率が低く、また従業員の離職率も高くなる傾向が読み取れる。大阪労働局の「大阪労働市場ニュース(平成29年11月分)」によれば府下の有効求人倍率は1.68倍と、平成以降の最高値を2か月連続で更新しており、企業の人材確保が一層厳しくなっていることが明らかになった。また、日常の相談においても「そもそも、求職者の応募がない」、「雇ってもすぐに辞めてしまった」といった内容が増えてきており、「人手不足倒産」が現実的なものとなってきている。一方、就業者側からは、資格取得支援、職場環境への配慮、研修制度の充実などの「定着」「育成」へのニーズが高まっており、「人材採用」、「定着」、「育成」を3つの柱とした「人材力の強化」が急務となってきている。</p> <p>「人材採用」については、初年度は求人及び面接といった、採用の「入口の部分」のノウハウを学んでいただき、初年度から2年度めにかけてOSAKAしごとフィールドや大阪府プロフェッショナル人材戦略拠点事業等をはじめとする公的な機関を効果的に活用できるよう支援を行い、最終年度には合同就職説明会等も活用しつつ新卒・中途採用を含め人材戦略を計画的に実施できる企業を増やすことを目的とする。「定着」については、2年度目から各種ハラスメントへの対応や評価制度の構築などの職場環境改善に向けた支援を行い、最終年度には自社で人材評価制度を新たに構築できた企業や法定雇用率上昇への対応と多様な人材の活用の観点から障害者雇用に取り組む企業を増やすことを目的とする。「育成」については、大阪府職業能力開発協会や大阪府立高等職業技術専門学校などの協力を得て「ものづくり企業」の技能継承を確実にを行うことを目的とし、初年度、2年目に施策と活用事例の紹介により育成を身近なものと考えていただき、最終年度には高等職業技術専門校のオーダーメイド講座の活用や新規に技能検定に取り組む企業が出てくることを目指す。これらの事業を通して自社の「人材力」を底上げしていくことで、人手が不足していく中でも必要な人材を確保し、事業を継続するための礎としていただくことを目的とする。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	池田公共職業安定所に求人を出す約3,000社のほか、過去3年をめどに豊中商工会議所で労務系セミナー等に参加した企業約200社を対象とする。また、ジョブ・カード制度活用事業者にも、各種事業への誘導を行い人材の採用・定着・育成について支援する。		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	ハローワークや各市の求職関係セクション等への求人票の提出状況や、大阪府全体での有効求人倍率の改善からも、中小企業においても採用に関するニーズが高まっていることが確認できる。また、豊中商工会議所で受託している「ジョブ・カード制度普及推進事業（厚生労働省委託事業）」における相談内容からも、ミスマッチの解消、定着率の改善、人材育成に向けた支援ニーズの高まりが見て取れる。		
		<p>①社員定着と生産性向上により収益力アップ！中小企業経営者・リーダーのためのコーチング研修（H.29.9.7） コーチングの専門家でもあるコンサルタントを講師に、コーチングを活用したモチベーションの向上と組織活性化に向けた講義を実施。30社30名参加（うち補助対象企業27社）。</p> <p>②『知らなかった』では済まされない！問題社員対策ファーストステップセミナー（H.29.9.15） 労働関係にも強い弁護士を講師に、近年増加している「問題社員」に関する基礎知識とトラブル発生時の対応等に関する内容について講義を実施。32社34名参加（うち補助対象企業32社）。</p>		

事業名		中小企業の技能継承に向けた人材採用・定着・育成支援事業	新規/継続	継続
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・実績 数値	<p>③求人広告、人材紹介…どれがええの？効果的な募集ルートの選び方と「選ばれる」求人の伝え方、教えます！セミナー（H.29.11.14） 求人に強い社会保険労務士を講師に、人材採用に関する各種ルートの特性と媒体を通じたアプローチの方法について講義し、また、大阪府より講師を派遣いただき、プロ人材戦略拠点事業の概要と活用に向けたセミナーを実施した。27社27名参加（うち補助対象企業24社）</p> <p>④2倍伝わり3倍響く！『欲しい』人材を採用するための、求人・採用面接術（H.29.11.28,12.13） 求人に強い社会保険労務士を講師に、1日目は求職者によりPRできる求人票の創り方を、2日目は就職説明会や面接の進め方を中心とした、少人数制の塾形式の講義を実施。8社8名参加（うち補助対象企業7社）。</p> <p>⑤採用難時代だからこそ必要な、ものづくり企業・建設業のための人材育成施策活用法（H.30.3.14） 大阪府職業能力開発協会より講師を派遣いただき、ものづくり企業・建設業の人材確保・育成に活用できる施策「技能検定」や「ものづくりマイスター制度」について事例発表も踏まえて解説していただくほか、社会保険労務士を講師に、育成効果を本人にも実感してもらい処遇改善にもつなげられる評価制度の構築に使える「職業能力評価基準」等の活用に関する講義を行う。30社定員、補助対象企業20社を目標とする。</p>		
	反省点	<p>①、②、③以外は、日程や内容の調整に時間がかかり当初想定していた時期からずれ込んでの開催となってしまった。特に⑤については「人材開発支援助成金」の「技能検定合格報奨金制度」の活用も併せて提案することで技能検定に取り組む企業を増やすことを想定していたため、当該助成金が今年度で終了することとなったことが誤算であった。</p>		
具体的な実施 内容・	○ 人材育成 型	<p>①人材採用ニーズのある豊能地域の企業を中心に、社会保険労務士を講師として、求人市場の現状と採用ルートの特性を整理するとともに、ハローワーク以外も含めた公的求人機関の活用法について説明し、自社に合った求人施策について考える気づきを提供することを目的としたセミナーを開催する。定員30社のうち20社を支援対象とする。6月頃実施予定。【人材育成型】 （大阪府労働関係施策第3番「中小企業若手人材確保支援事業」、同5番「中小企業人材育成・定着支援事業」）</p> <p>②上記①の参加者をメインターゲットとして、社会保険労務士を講師として「求職者への訴求力が110%アップする！『響く』求人票作成半日ワークショップ（仮称）」を開催。求人票の魅力を高めるためのポイントについて説明するとともに、実際に作成しながらその場でブラッシュアップしていくワークショップを行い、今後の採用活動に向けた知識とノウハウの共有を目指す。7～8月に開催、定員10社のうち8社を支援対象とする。【人材交流型】 （大阪府労働関係施策第3番「中小企業若手人材確保支援事業」、同5番「中小企業人材育成・定着支援事業」）</p>		
	○ 人材交流 型	<p>③上記①、②の参加者のうち、合同就職説明会に参加する企業、あるいは今後参加を検討している企業を対象として、合同就職説明会において企業が準備すべきポイント、実際の説明会の進め方、面接の進め方等のノウハウを提供するセミナーを開催し、合同就職説明会において多数の求職者に参加してもらえるような知識と技術の習得を目指す。8～10月に開催、定員30社のうち20社を支援対象とする。【人材育成型】 （大阪府労働関係施策第3番「中小企業若手人材確保支援事業」、同5番「中小企業人材育成・定着支援事業」）</p> <p>④大阪府プロフェッショナル人材戦略拠点より講師を派遣していただき、「大阪府プロフェッショナル人材戦略拠点」事業について説明していただき、中核人材の採用については一定の適正コストが必要となっている状況を理解していただくとともに、人材紹介会社を効率的に活用するための知識を習得していただく。7～9月に開催、定員30社のうち20社を支援対象とする。【人材育成型】 （大阪府労働関係施策第4番「中小企業の成長戦略実現のための外部人材の確保支援事業」）</p>		

事業名		中小企業の技能継承に向けた人材採用・定着・育成支援事業	新規/継続	継続
手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	販路開拓型	⑤製造業、建設業では人材採用の問題の他中堅クラスの労働者の不足も問題となっている。この課題への対応策として、各社個別の技術的課題解決につながる「オーダーメイドテクノ講座」などを実施するほか、学生の紹介など育成・求人双方で活用を期待できる東大阪高等職業技術専門校の視察および意見交換会を開催し、人材育成に関する知識の共有を目指す。定員10社のうち5社を支援対象とする。【人材交流型】 (大阪府労働関係施策16番「技術専門校を活用した中小企業従業員等の技術向上事業」)		
	○ ハンズオン型	⑥「外国人の技能実習の適正な実施及び技能実習生の保護に関する法律」が平成29年11月1日に施行され、受入れの方法や上限人数などこれまでと変更された点が多く苦慮している企業が多い。一方、製造業や建設業など求人難が激化している中小企業者も多い。そこで、技能実習生の受け入れ実績の豊富な管理団体の担当者を講師にセミナーを開催し、技能実習制度の説明と活用に向けた支援を行う。定員30社のうち20社を対象とする。6~9月頃実施予定【人材育成型】 (大阪府労働関係施策第4番「中小企業の成長戦略実現のための外部人材確保支援事業」、同5番「中小企業人材育成・定着支援事業」)		
	独自提案型	⑦平成30年4月より障がい者の法定雇用率が2.2%に引き上げられ、平成33年4月までにはさらに0.1%引き上げられる見込みとなっている。一方、日本の生産年齢人口7,592万人(平成28年 総務省調べ)に対し、身体・知的・精神のいずれかの障害を持つ18歳以上65歳未満の人口は354.2万人(平成28年 内閣府調べ)、なお、左記の数字のうち精神障害者は20歳以上65歳未満の数値となっていると5%を占めており、障がいを持つ方も働きやすい職場環境を整備することで、法律上の義務を果たすだけでなく生産性向上と人材不足への対応も果たすことが可能となる。そこで、障害者の雇用と育成に実績のある専門家を講師として、障害者の雇用に関するセミナーを開催し、障害者の働きやすい環境づくりと定着、活用に向けたノウハウを提供する。定員30社のうち20社を対象とする。8~11月頃実施予定【人材育成型】 (大阪府労働関係施策第9番「障がい者人材確保支援事業」)		
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	⑧上記各事業の対象者を中心に、人材採用・定着に向けた伴走型の支援を実施する。5社を支援対象とする。【ハンズオン型】 ○ (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 府施策連携…労3番「中小企業若手人材確保支援事業」、労4番「中小企業の成長戦略実現のための外部人材の確保支援事業」、労5番「中小企業人材育成・定着支援事業」、労9番「障がい者人材確保支援事業」、労16番「技術専門校を活用した中小企業従業員等の技術向上事業」 広域連携…豊能地域の商工会・商工会議所で広報・周知なども含めて共同実施"		
支援対象企業数	①	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	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30社前後で推移していることから設定。募集方法については、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。	
	②	設定根拠及び募集方法⇒ 8 社	ワークショップを通じたきめ細やかな助言・指導を実施するために適切な人数として設定。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等による募集のほか、①の参加企業への勧奨のほか現に求人を行っている企業を中心にメール等にて参加を勧奨する。	
	③	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	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30社前後で推移していることから設定。募集方法については、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。	

事業名		中小企業の技能継承に向けた人材採用・定着・育成支援事業	新規/継続	継続
事業 の 目 標	支援対象企業数④	設定根拠及び 募集方法⇒	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30社前後で推移していることから設定。募集方法については、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。	
		20 社		
	支援対象企業数⑤	設定根拠及び 募集方法⇒	初年度に実施した東大阪高等職業技術専門学校見学の参加者数（10社）を基に設定。募集方法については、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。	
		5 社		
	支援対象企業数⑥	設定根拠及び 募集方法⇒	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30社前後で推移していることから設定。募集方法については、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。	
		20 社		
	支援対象企業数⑦	設定根拠及び 募集方法⇒	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30社前後で推移していることから設定。募集方法については、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。	
		20 社		
	支援対象企業数⑧	設定根拠及び 募集方法⇒	上記各事業の参加事業者より1社程度、より本格的な取組に進む事業者があらわれるものとして設定。各事業参加者への継続フォローなどを通じて募集を行う。	
		5 社		
支援対象企業 の変化	本年度が最終年度となることから、人材に関する具体的な課題の解決を目指す。特に、中小企業についてはOJTによる育成が中心となっていることから、「ぎせんこう」や技能検定など、OFF-JTによる人材育成の効果を実感し継続的な人材育成に生かしていける企業を輩出することを成果として設定する。			
	指標	採用・定着等自社の人材に関する課題を解決した企業数	数値目標	3社
	指標	高等職業技術専門学校あるいは技能検定を活用した人材育成に取り組んだ企業数	数値目標	1社
その他目標値	目標値の内容⇒			

事業名		中小企業の技能継承に向けた人材採用・定着・育成支援事業					新規/継続	継続	
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
	①	20,100 円 ×		20	×	1.00	=	402,000 円	
	②	40,200 円 ×		8	×	1.00	=	321,600 円	
	③	20,100 円 ×		20	×	1.00	=	402,000 円	
	④	20,100 円 ×		20	×	1.00	=	402,000 円	
	⑤	40,200 円 ×		5	×	1.00	=	201,000 円	
	⑥	20,100 円 ×		20	×	1.00	=	402,000 円	
	⑦	20,100 円 ×		20	×	1.00	=	402,000 円	
	⑧	100,500 円 ×		5	×	1.00	=	502,500 円	
	(小計)								3,035,100 円
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円	
計								3,035,100 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		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
	3,035,100 円 ×			1.00 =			3,035,100 円 (円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
	○	豊中商工会議所	2,713,500 円		上記セミナーのうち、人材育成型に、商工会議所は計5社、商工会は計3社を勧誘する。				
		池田商工会議所	100,500 円						
		箕面商工会議所	100,500 円						
		能勢町商工会	60,300 円						
	豊能町商工会	60,300 円							

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		サービス事業者のインバウンド参入支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		29 年度～ 31 年度まで	<input checked="" type="radio"/>	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>大阪府内産業を見てみると、小売、飲食、宿泊、娯楽なども含む広義のサービス産業は、事業所数、雇用及び府内総生産でそれぞれ8割（※経済センサス、大阪府民経済計算より）を占めているが、同産業の付加価値額に目を向けるとその割合はかなり低くなる。豊中市においては、大阪府平均と比較して、サービス産業（広義）の付加価値額の向上が求められていることが見て取れる。</p> <p>一方で、日本ならびに大阪府の成長戦略においては、観光施策・訪日外国人集客は大きな柱の一つに掲げられ、地方創生の切り札にも位置付けられている。訪日外国人の目標数は、2020年までに国が4,000万人、大阪府が1,300万人へ従来より倍増されるとともに、大阪府では統合型リゾート施設(IR)の立地および「2025日本万国博覧会」の誘致に向けた取り組みが進むなど、インバウンド市場のさらなる拡大が期待されている。ただし大阪府下における訪日外国人の訪問地は大阪市内を中心とした主要観光スポット・エリアに集中しており、その他の地域の店舗・事業所ではインバウンド需要を取り込めていない状況がある。インバウンドにおいては他方で、SNS・口コミによる個人の情報拡散力が大きくなってきている今日、これまであまり知られていなかった地域・店舗・施設が一躍脚光を浴びる例も国内に出てきている。</p> <p>以上の状況を踏まえ、当事業では豊中を含む豊能地域のサービス事業者が大きなマーケットとして期待されるインバウンド需要を取り込み、新規顧客層への展開・付加価値の向上を図れるようにしていきたい。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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、観光関連企業等なども含めて、約500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>豊能地域においては箕面スパーガーデン、インスタントラーメン発明記念館が大阪府内の観光目的地向っており、当地域がインバウンドの潜在力を持ち合わせていることがうかがえる。またインバウンドの動向として「爆買い」とも言われた消費ブームが一段落し、これからは「モノ」消費から「コト」消費に移行しつつある中、訪日外国人のリピーターはこれまで訪問したことのない新たな場所を探し求めている流れも動き始めている。</p> <p>これまで当地域のサービス事業者はインバウンド対策にそれほど目を向けていなかったが、上記のようなインバウンド需要の高まりを受け、海外・その他地域からの集客の必要性を感じている事業者の声も多く寄せられるようになってきている。</p>		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績 数値	<p>人材育成型においては、6月23日に「ハラル対応&外国人材活用セミナー」を開催し36名の参加・20社超の支援対象企業を集めた。人材交流型においては、「外国人モニターによるインバウンドツアー」を能勢・豊能・豊中・箕面エリアにて11月3日、4日、12月8日、9日にて実施。また3月8日に当インバウンドツアーの「モニタリング報告会」を開催する予定で、計画通りに事業を推進中。ハンズオン支援においては、インバウンドツアー受講企業より4社の支援を実施中で、訪日外国人向けの旅行ツアーへの組み込みが2社見込まれるなど、新たなインバウンドビジネス参入企業の掘り起こしに繋げることができている。</p>		
	反省点	<p>「ハラル対応&外国人材活用セミナー」ではセミナー内容については、講師による充実したレジュメと講演を提供でき、受講者からも概ね満足評価をいただけたが、ターゲットとしていた飲食事業者の参加が少なかつたため、今後はターゲット層にリーチできるように企画・構成していくことを意識していきたい。</p>		

事業名		サービス事業者のインバウンド参入支援事業	新規/継続	継続
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に	人材育成型	【人材交流型】 ①「インバウンドサービス先進企業研究会」 ・内容：サービス事業者の模範となるインバウンドサービス先進企業を訪問し、実践事例が学べる研究会を開催する。先進企業の取組み事例を研究するほか、国の実施する「日本サービス大賞」、サービス品質評価制度「おもてなし規格認証」の普及啓発も行き、サービス事業者のサービス・インバウンド対応力の向上に繋げるようにする。 ・開催時期：2018年8月頃 ・開催場所：サービス先進企業		
	○ 人材交流型	②「外国人モニターによるインバウンドツアー」 ・内容：外国人モニターを訪日観光客に見立てたインバウンドツアーを企画し、参加するサービス事業者を募る。モニターが外国人目線で事業所のインバウンド対応の良い点・悪い点をアンケート報告することで課題の抽出を行うとともに、事業所がモニタリングを通じてインバウンド向け商品・サービスの強化を図るきっかけ作りになるようにする。あわせて、サービス品質評価制度「おもてなし規格認証」の普及啓発も行う。 ・開催時期：2018年9月～2018年12月頃 ・開催場所：豊中、箕面、能勢、豊能地域の参加事業所		
	販路開拓型	③「インバウンドツアー報告会」 ・内容：上記インバウンドツアーのモニタリング報告会を開催し、インバウンドツアーに参加した事業所のほか、参加していない事業所にも情報公開し、インバウンドへの取組み事例を広く啓発し、豊能地域のサービス事業者が訪日観光客向けビジネスについて実践ノウハウを共有できるようにする。あわせて、サービス品質評価制度「おもてなし規格認証」の普及啓発も行う。 ・開催時期：2019年2月頃 ・開催場所：豊中商工会議所		
	○ ハズレ型	【ハンズオン型】 ④内容：上記の研究会、講習会、モニタリングツアーに参加した事業所の中から、インバウンド対策に関心が高く、訪日観光客向けの事業を推進する意欲の高い事業所5社をピックアップし、訪日外国人向けのツアー商品に参入する、又は個人ツアー客を独自に取り込んでいけるようにハンズオン支援する。 ・開催時期：2019年1月～2月 ・開催場所：豊中、箕面、能勢、豊能地域の参加事業所		
	独自提案型			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input 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 ○府施策連携商11番 (a)府施策連携：サービス事業者の生産性向上支援。大阪府商業・サービス産業課 新事業創造グループと連携し、サービス事業者の付加価値向上（新規顧客層への展開）を後押しする。 (b)広域連携：企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は箕面・能勢・豊能と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上をめざす。 (d)相談事業相乗効果：参加企業に対するカルテ化（予定）企業数の割合：20%			

事業名		サービス事業者のインバウンド参入支援事業		新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数【人材交流型①】	設定根拠及び募集方法⇒ 18 社	【設定根拠】支援対象企業のうちサービス・インバウンド対応力の向上に関心の高い企業を想定して算出 【募集方法】商業・サービス業、ものづくり、観光関連企業へのDM、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。		
	支援対象企業数【人材交流型②】	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	【設定根拠】支援対象企業のうちインバウンド集客、モニタリング実践に関心の高い企業を想定して算出 【募集方法】商業・サービス業、ものづくり、観光関連企業へのDM、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。		
	支援対象企業数【人材交流型③】	設定根拠及び募集方法⇒ 13 社	【設定根拠】支援対象企業のうちインバウンド集客、モニタリング事例に関心の高い企業を想定して算出 【募集方法】商業・サービス業、ものづくり、観光関連企業へのDM、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。		
	支援対象企業数【ハンズオン型④】	設定根拠及び募集方法⇒ 5 社	【設定根拠】①②③の事業で支援した企業うち成果が出やすい事業推進意欲の高い企業を想定して算出 【募集方法】セミナー、講習会、モニタリングツアーを受講した企業の中からインバウンド事業の成果に結びつく要素を持つ支援対象企業を選定する。		
	支援対象企業の変化	セミナー、モニタリングツアー、ハンズオン支援により、訪日観光客向けビジネス展開を図ろうとするチャレンジ意欲を生み出す。アンケートにより、支援対象企業の変化を把握する。			
	指標①	【人材交流型①】 インバウンドサービス先進企業の事例研究を通じ、「おもてなし規格認証」を取得して、インバウンド対応を実践していく企業の割合	数値目標	40%	
	指標②	【人材交流型②】 外国人モニターによるインバウンドツアーを通じ、訪日観光客向けのサービス実践力を習得し、インバウンド実践に向けた意識が向上した企業の割合	数値目標	40%	
	指標③	【人材交流型③】 インバウンドツアーモニタリング報告より、訪日観光客向けのサービス事例を習得し、インバウンド実践に向けた意識が向上した企業の割合	数値目標	40%	
	指標④	【ハンズオン型④】 インバウンド対策に向けた取り組みをスタートさせ、訪日観光客向けの事業を積極的に推進しようとした企業の割合	数値目標	40%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		サービス事業者のインバウンド参入支援事業					新規/継続	継続
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		①	40,200 円 ×	18 ×	1.00 =	723,600 円		
		②	40,200 円 ×	10 ×	1.00 =	402,000 円		
		③	40,200 円 ×	13 ×	1.00 =	522,600 円		
		④	100,500 円 ×	5 ×	1.00 =	502,500 円		
	(小計)							2,150,700 円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)							0 円
	計							2,150,700 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					
<input type="radio"/>		(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果
標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
2,150,700 円 ×			1.00 =			2,150,700 円 (0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「アリソク」で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)			
	○	豊中商工会議所	1,909,500 円		豊中は、事業全般の企画・広報・運営等を主管として担う。箕面・能勢・豊能の各団体は、人材交流型①②③の事業において広報協力し、参加企業を2社発掘する。当該企業に対しては事後フォロー、カルテ化等について分担する。			
		箕面商工会議所	80,400 円					
		能勢町商工会	80,400 円					
		豊能町商工会	80,400 円					
			円					
		円						

【備考】東京オリンピックが開催される2020年に向けた対策事業として、2019年まで継続的に対象企業の掘り起こしに努めていく。個別テーマのセミナー・講座による集合型指導のほか、モニタリングツアーによる個別対応型指導を取り入れ、インバウンド実践企業の面的な広がりをも促進する。さらに、統合型リゾート施設(IR)の立地や「2025日本万国博覧会」の誘致に向けた大阪府の取り組みとも連携し、持続的に豊能地域の訪日外国人集客力・対応力が向上していくことを目指していく。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		地域資源を活用した新事業展開支援事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		30 年度～	←複数段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	平成19年から28年の10年間に於いて実施された「おおさか地域創造ファンド事業」において、豊能地域では53の事業を採択し、その中から10年を超えて売れ続ける新製品や海外に通用する技術も開発されたほか、桜川の名水や箕面の柚子、能勢の里山資源など、地域資源そのものについて豊能地域以外へも広く知っていただけることとなった。豊能地域においては採択事業者を中心とした勉強会が平成22年度から立ち上がり、今は採択事業者以外の参加者も増え、新たに地域資源を活用した事業の展開を目指す企業が増えている。これら、10年に亘るおおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業の功績とその良い流れを生かしつつ、能勢地域において動きのある、鹿や猪などのジビエ活用や古民家再生、インバウンド観光資源の開発など、地域活性化につながる新たな地域資源の芽を更にコンテンツ化し、事業化に活かすプレーヤーを支援していきたい。本事業では、これらを有効に活用して豊能地域の魅力を発信できる企業を発掘し支援することを目的とする。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「中小企業による地域産業支援を活用した事業活動の促進に関する法律」に基づき大阪府内では458品目の地域産業資源が指定されている(平成28年12月15日付)。このうち、当地域でも活用できる観光資源として、農林水産品で43、鉱工業品で37、観光資源で22、合計102の観光資源が挙げられている。これらに該当する事業を行うもののほか、豊能地域活性化プラン(平成19年7月策定)においても産業集積資源・産業技術資源、農林資源、観光歴史文化資源、人材資源・その他産業振興資源として挙げられている。本事業では、この双方を「地域資源」と総称し、これらを活用した新事業展開・創業を目指す事業者を広く支援することとする。また、昨年度で終了したおおさか地域創造ファンド豊能地域支援事業採択事業者のうち、事業化に至っていない事業者や、事業の更なる発展を図ろうとする事業者に対しても引き続き支援する。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「おおさか地域創造ファンド」事業では毎年10~20件の応募があり、地域として地域資源活用を目指す企業が継続的に存在することが確認できた。また、「小規模事業者持続化補助金」や「ものづくり補助金」においても、前述の「地域資源」を活用する企業を複数確認できており、潜在的なものも含めると相当数のニーズがあるものと思われる。		
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豊能地域の事業者、あるいは豊能地域で新たに事業を開始しようとする法人・個人のうち、地域資源を活用した新規事業を検討している企業を対象に、地域資源活用の現状について事例発表も踏まえたセミナーを、中小企業診断士を講師として開催。豊能地域の地域資源を活用した新事業を検討する企業の掘り起しを行う。定員30社のうち20社を補助対象とする。9~11月実施予定【人材育成型】		
	○ 人材交流型	②豊能地域で飲食店、食品小売、宿泊業等を行っている事業者、あるいは豊能地域であらたにこれらの事業を行おうとする法人・個人を対象に、豊能地域の地域資源やインフラを活用したBtoC事業についてのセミナーを開催する。定員30社とし20社を支援対象とする。秋~冬頃に実施予定【人材育成型】		
	販路開拓型	③上記各事業の参加者や、平成28年度まで公募されていた「おおさか地域創造ファンド」採択事業者らを中心とした異業種交流会を開催し、他社の取り組みの事例発表などを通じた事業計画立案や地域資源活用等に向けた「気づき」を提供する場を設ける。年3回開催とし、30社の参加を見込む。【人材交流型】		
	○ ハンズオン型	④上記各事業の参加者を中心に、地域資源を活用した新規事業展開に積極的に取り組む事業者を対象に、個別の経営課題の解決に向けた伴走型支援を行う。10社を目標とする。【ハンズオン型】		
	独自提案型			

事業名		地域資源を活用した新事業展開支援事業		新規/継続	新規
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		府施策連携…商6番「地域産業資源を活用した事業」 豊中商工会議所が中心となり、箕面・池田の各商工会議所、能勢町・豊能町の各商工会と連携して実施。カルテ化は人材交流型参加者のうち30%程度を想定。	
事業 の 目 標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 20 社	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30社前後で推移していることから設定。募集方法については、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。		
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 20 社	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30社前後で推移していることから設定。募集方法については、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。		
	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 30 社	豊能地域創造産業ネットワークから発展的に組織された、北摂地域の事業者が主体となった勉強会「北摂アントレ」の毎回の出席者の平均が30社前後であることから、当該勉強会とも連携しながら地域資源を活用した事業計画についてPRを行っていく。		
支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 10 社	上記①～③の参加事業者から3社程度、および「おおさか地域創造ファンド」採択事業者より7社程度、地域資源を活用した新規事業展開に取り組む事業者が出てくることを想定。各事業参加者への継続フォローや同ファンド採択事業者への継続フォローなどを通じて募集を行う。			
支援対象企業の変化	初年度ということもあり、「おおさか地域創造ファンド」採択事業者の事例紹介等も踏まえながら地域資源活用を目指す企業の掘りおこしを当初の目標とし、地域資源を活用した創業・新規事業に取り組む事業者の排出を目指す。				
	指標	地域資源を活用した事業計画作成に取り組んだ企業	数値目標	3社	
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		地域資源を活用した新事業展開支援事業					新規/継続	新規	
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		①	20,100 円 ×	20	×	1.00	=	402,000 円	
		②	20,100 円 ×	20	×	1.00	=	402,000 円	
		③	40,200 円 ×	30	×	1.30	=	1,567,800 円	
		④	100,500 円 ×	10	×	1.00	=	1,005,000 円	
					(小計)		3,376,800 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			3,376,800 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
②受益者負担		円	負担金の積算						
<input type="radio"/>		(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果	
標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
3,376,800 円 ×			1.00 =			3,376,800 円 (円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「アソシ」で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
	○	豊中商工会議所	3,135,600 円		豊中は全事業の企画運営広報事後フォローを各商工会議所・商工会と連携して実施。連携会議所・商工会は参加者掘り起こしと事後の個別支援(カルテ化)を実施する。配分は人材育成型事業への参加者数による。各3社を想定。				
		池田商工会議所	60,300 円						
		箕面商工会議所	60,300 円						
		豊能町商工会	60,300 円						
	能勢町商工会	60,300 円							

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名	事業承継できる会社を目指す中小企業のための経営力向上支援事業		新規/継続	新規
想定する実施期間	30 年度～		←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
<p>事業の目的 (現状や課題をどのよ うな状態にしたいか)</p>	<p>今後10年の間に、70歳（平均引退年齢）を超える中小企業・小規模事業者の経営者（約245万人）のうち約半数（国内企業全体の約3割）が後継者未定と言われる。この現状を放置すると、廃業の急増により、2025年頃までの累計で約650万人の雇用、約22兆円のGDPが失われる可能性があるなど、事業承継問題は国家レベルで深刻化している。事実、RESASに収録されている事業所数データで平成21年度と平成26年度を比較すると、この5年間で事業所数は全国では5,886,193か所から5,541,634か所へと減少（94%）、大阪府でも443,848か所から443,110か所へと減少（93%）している。当所の所在する豊中市では14,576か所から13,632か所へ減少（94%）、本事業の対象とする豊中市・箕面市・豊能町・能勢町の2市2町では19,753か所から18,769か所へと減少（95%）し、減少の傾向はほぼ全国と同じ内容となっており（図表1）、既に待ったなしの状態と言える。</p>			
		<p>←図表1 【出展】総務省統計局「平成21年経済センサス-基礎調査結果」「平成26年経済センサス-基礎調査結果」のデータをもとに加工</p>		
<p>一方、中小企業庁が平成28年11月28日に発表した「事業承継に関する現状と課題について」において、中小企業の経営者年齢の分布は年を追うごとにピークが高年齢へと移行し、また経営者の平均引退年齢も高齢化していることから、全国的に経営者の高齢化と、2020年頃の団塊経営者の引退が今後大きな課題となることが明らかになっている（図表2）。また、法人では3割、個人では7割の経営者が自分の代での廃業を考えており、その理由として後継者不足が挙げられている（図表3）。</p>				
	<p>←図表2 【出展】中小企業庁「事業所承継に関する現状と課題について」</p>			

事業名	事業承継できる会社を目指す中小企業のための経営力向上支援事業	新規/継続	新規
<p>事業の概要</p>	<div data-bbox="437 327 1139 725"> <p>後継者の決定状況について (n=4104)</p> <p>後継予定企業の廃業理由 (n=1929)</p> <p>＜事業形態別の廃業予定者割合＞ 法人経営者: 3割が廃業予定 個人事業者: 7割が廃業予定</p> <p>(出典) 2016年2月 日本経済団体連合会研究所「中小企業の事業承継に関するアンケート調査」(基調・加工)</p> </div> <div data-bbox="437 743 1334 833"> <p>↑図表3 【出展】中小企業庁「事業所承継に関する現状と課題について」(H.28.11.28)より</p> </div> <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が、事業承継について考えることの重要性を認識している企業は現状多くないため、本事業においては、事業を継続していくためには承継が必要なこと、また、承継を受ける方が前向きに事業に取り組んでいけるよう魅力ある企業にしていく必要があることについて認識いただき、実際に行動できるよう支援することを通じて、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>		
<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p>	<p>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と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。その中でも小規模事業経営支援事業として取り組むべきは、放っておくと事業承継までたどり着かない可能性のある、下記4象限図における「Ⅲ」および「Ⅱ」へのアプローチと考える。これらの事業者を「Ⅰ」の象限へ遷移させることにより、スムーズな承継を後押しできる。</p> <div data-bbox="526 1429 1264 1836"> <p>顕在化(相対に早る)</p> <p>顕在化(相対に遅い)</p> <p>事実上の債務の位置</p> <p>資産超過(業績良好)</p> <p>負債超過(業績不良)</p> <p>事実上の債務の位置</p> </div> <p>(出典) 中小企業基盤整備機構 事業承継・引継ぎ支援センター資料を抜粋・加工</p>		

事業名		事業承継できる会社を目指す中小企業のための経営力向上支援事業	新規/継続	新規
事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)		<p>事業承継を前提とした相談はそれほど多くないが、上記4象限図のとおり、事実上の横軸は限りなく上に偏っており、事業承継の必要性を自社の課題として顕在化させている企業が少ないだけである。今後10~20年という期間で見れば事業承継が課題にならない企業はないとも言え、来たる時に向けて経営力の向上を行い、事業承継できる(求められる)企業として中長期的に変革していくためのニーズは非常に大きいと言える。日々実施する経営相談事業における経営力向上に向けた各種相談および、他の地域活性化事業等における、事業承継に係るこまめな情報提供や意識付けを通じて、上記4象限図における「Ⅲ」を「Ⅱ」に、「Ⅱ」を「Ⅰ」に遷移させるための支援を地道に行っていくことが必要。</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近い将来、事業承継が課題になっているもののそれが顕在化していない小規模事業者を掘り起こすべく、その気づきのきっかけとなるセミナーを開催する。事業承継を見据え、今の自社を分析する「知的資産経営報告書」の活用により、承継までに取り組む必要のある事項の明確化を行う。定員30社のうち20社を支援対象とする。6~10月の間に豊中市内で実施予定【人材育成型】</p>		
	○ 人材交流型	<p>②近い将来、事業承継が課題になっているもののそれが顕在化していない小規模事業者を掘り起こすべく、「経営力向上計画」の認定制度の紹介と事業承継を見据えた事業計画の作成の重要性を説明するとともに、従業員や取引先を困らせず事業継続していくための財務管理の考え方について説明するセミナーを開催する。定員30名のうち20社を補助対象とする。6~10月の間に豊中市内で実施予定【人材育成型】</p>		
	販路開拓型	<p>③飲食店・小売店等の個人事業を含む小規模店においても事業承継を促進すべく、商店主を対象とした支援実績の豊富な専門家を講師に、売上・利益が安定して見込めるような体制をつくるための気づきを提供するセミナーを開催する。定員30社のうち20社を支援対象とする。【人材育成型】</p>		
	○ ハズオ型	<p>④事業承継に向けて企業価値の拡大を図るにあたり、社会的信用度の向上も大きな要素となる。中長期的にメディアを通じた露出を増やし、その蓄積を大きな武器として自社事業の売却に成功した経営者の事例発表等を通じ、その具体的な手法と有用性を学ぶ機会とする。30社定員とし、20社を支援対象とする。【人材育成型】</p> <p>⑤①~④の参加者を中心に、事業承継を見据えた「知的資産経営報告書」の作成を行う、4日間のワークショップ型勉強会を実施する。同報告書の作成を通じて事業承継に向けて自社の強みや非財務資産を確認し、「継ぎたい」「買いたい」と思わせる企業に変革するための第一歩を踏み出す機会とする。定員10名のうち8社を支援対象とする。【人材交流型】</p>		
	独自提案型	<p>⑥事業承継は親族内承継という認識が一般的だが、今では承継案件全体の約6割が親族外への承継となっている。この流れは既に中堅企業から小規模企業へも下りてきつつあり、今後はM&Aも含めた「外部への承継」への抵抗感を下げることが必要となる。そこでM&Aに詳しい専門家を講師に、M&Aの現状と中小企業での活用についてのセミナーを開催する。定員30社のうち20社を支援対象とする。【人材育成型】</p> <p>⑦上記の参加者のうち3社を対象に、具体的な取り組みについてのハンズオン型の支援を行う。</p>		

事業名		事業承継できる会社を目指す中小企業のための経営力向上支援事業	新規/継続	新規
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			
	府施策連携…商7番「事業承継の支援事業」 広域連携…箕面商工会議所、能勢町商工会、豊能町商工会と連携し、本事業での活動への周知広報について連携を行う他、経営相談事業や他の地域活性化事業を通じての対象事業者の掘り起こしを行うと共に、緊急を要する案件については専門相談支援事業や大阪府事業引継ぎ支援センター等専門機関との連携により支援を行う。また当事業を通じて事業承継が課題として顕在化した事業者について、相談事業を通じて個別サポートを実施する。			
事業 の 目 標	支援対象企業数①	設定根拠及び 募集方法⇒ 20 社	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30社前後で推移していることから設定。募集方法については、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。	
	支援対象企業数②	設定根拠及び 募集方法⇒ 20 社	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30社前後で推移していることから設定。募集方法については、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、個別支援および巡回における勧奨により募集する。	
	支援対象企業数③	設定根拠及び 募集方法⇒ 20 社	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30社前後で推移していることから設定。募集方法については、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、個別支援および巡回における勧奨により募集する。	
	支援対象企業数④	設定根拠及び 募集方法⇒ 20 社	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30社前後で推移していることから設定。募集方法については、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、個別支援および巡回における勧奨により募集する。	
	支援対象企業数⑤	設定根拠及び 募集方法⇒ 8 社	①～④の参加企業を中心に、事業承継に向けた課題が未だ潜在化している企業。ワークショップを通じて、参加各社へのきめ細やかな助言・指導が必要となってくることから8～10社程度を上限とする。①～④での告知のほか、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、個別支援および巡回における勧奨により募集する。	
	支援対象企業数⑥	設定根拠及び 募集方法⇒ 20 社	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30社前後で推移していることから設定。募集方法については、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、個別支援および巡回における勧奨により募集する。	
	支援対象企業数⑦	設定根拠及び 募集方法⇒ 3 社	⑤の参加事業者より2社、①～④・⑥の参加事業者より1社程度、より本格的な取組に進む事業者があらわれるものとして設定。各事業参加者への継続フォローなどを通じて募集を行う。	
支援対象企業の変化	「事業承継」と聞くと身構えてしまう企業も多い現状を勘案すると、本事業の初年度となる平成30年度については、経営力を高め事業所の魅力を磨いていくことが事業承継への第一歩、いわば「プレ承継」であることを認識いただくことが主目的となる。そのため、経営力向上の一環として、知的資産経営報告書もしくは経営力向上計画等の事業計画を策定し、将来の事業承継も見据えて考えることができるようになることを成果として設定する。			
指標	知的資産経営報告書もしくは事業計画書を作成した企業数	数値目標	3社	

事業名		事業承継できる会社を目指す中小企業のための経営力向上支援事業						新規/継続	新規
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
	①	20,100 円 ×	20 ×	1.00 =	402,000 円				
	②	20,100 円 ×	20 ×	1.00 =	402,000 円				
	③	20,100 円 ×	20 ×	1.00 =	402,000 円				
	④	20,100 円 ×	20 ×	1.00 =	402,000 円				
	⑤	40,200 円 ×	8 ×	1.40 =	450,240 円				
	⑥	20,100 円 ×	20 ×	1.00 =	402,000 円				
	⑦	100,500 円 ×	3 ×	1.00 =	301,500 円				
	(小計)							2,761,740 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%)							22,512 円	
							計	2,784,252 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						
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	2,784,252 円 ×		1.00 =		2,784,252 円		(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはアリックで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割 (配分の考え方)					
	○	豊中商工会議所	2,603,352 円	豊中は全事業の企画運営広報事後フォローを各商工会議所・商工会と連携して実施。連携会議所・商工会は広報等による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。配分は人材育成型各1社、人材交流型各1社を想定。					
		箕面商工会議所	60,300 円						
		豊能町商工会	60,300 円						
		能勢町商工会	60,300 円						
		円							

【備考】初年度となる今年度は、潜在している事業承継課題を顕在化させるべく、事業承継へのステップを踏みやすいあらゆる角度からセミナー等でアプローチを行い、次年度以降の案件発掘を行う。次年度以降も掘り起こしを行う一方、具体的な事業承継案件創出に向けて、各種施策を組み合わせながら、スムーズな承継をサポートする企画を展開する。

※別添で補足する内容があれば添付してください。

6. 経費支出計画書（経費内訳）

豊中商工会議所

I 経営相談支援事業				
区 分	算 定 基 準			補助金額
	事業所数/回数	単 価 (円)	計	
事業所カルテ・サービス提案	170	25,000	4,250,000	
支援機関等へのつなぎ	70	10,000	700,000	
金融支援（紹介型）	37	30,000	1,110,000	
金融支援（経営指導型）	15	40,000	600,000	
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	16	25,000	400,000	
労務支援	28	20,000	560,000	
人材育成計画作成支援	6	20,000	120,000	
マーケティング力向上支援	3	20,000	60,000	
販路開拓支援	45	20,000	900,000	
事業計画作成支援	20	50,000	1,000,000	
創業支援	15	20,000	300,000	
事業継続計画(BCP)作成支援	5	20,000	100,000	
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	30	20,000	600,000	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
事業承継支援	10	20,000	200,000	
結果報告	170	10,000	1,700,000	
小 計	—		12,790,000	12,790,000

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	
税務支援	70	1,652,000	
創業・経営革新等支援	160	3,776,000	
販路開拓支援	30	708,000	
IT活用支援	60	1,416,000	
プロモーション支援	20	472,000	
小 計	340	8,024,000	8,024,000

※記帳支援のために税理士を活用する場合、25,600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

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

V 合計		
合 計	補助金額	
		45,314,202