

2. 経費支出概要書（経費内訳）

豊中商工会議所

(1) 経営相談支援事業

(単位：円)

区 分	変更前			変更後			差額	
	事業所数/回数	算定基準	補助金額	事業所数/回数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
事業所カルテ・サービス提案	276	6,900,000		276	6,900,000		0	
支援機関等へのつなぎ	100	1,000,000		100	1,000,000		0	
金融支援（紹介型）	21	630,000		22	660,000		30,000	
金融支援（経営指導型）	15	600,000		15	600,000		0	
マル経融資等の返済条件緩和支援	2	40,000		2	40,000		0	
資金繰り計画作成支援	2	40,000		2	40,000		0	
記帳支援	30	750,000		31	775,000		25,000	
労務支援	41	820,000		41	820,000		0	
人材育成計画作成支援	5	100,000		5	100,000		0	
マーケティング力向上支援	2	40,000		2	40,000		0	
販路開拓支援	60	1,200,000		60	1,200,000		0	
事業計画作成支援	73	3,650,000		81	4,050,000		400,000	
創業支援	15	300,000		15	300,000		0	
事業継続計画(BCP)作成支援	5	100,000		5	100,000		0	
コスト削減計画作成支援	2	40,000		2	40,000		0	
財務分析支援	8	80,000		8	80,000		0	
5S支援	2	20,000		2	20,000		0	
IT化支援	36	720,000		36	720,000		0	
債権保全計画作成支援	2	20,000		2	20,000		0	
事業承継支援	5	100,000		5	100,000		0	
災害時対応支援	0	0		0	0		0	
フォローアップ支援	40	200,000		40	200,000		0	
結果報告	276	2,760,000		276	2,760,000		0	
小 計	—	20,110,000	20,109,500	—	20,565,000	20,564,000	455,500	454,500

(2) 専門相談支援事業

事業名	変更前			変更後			差額	
	支援日数	算定基準	補助金額	支援日数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
金融相談専門員	81	1,944,000		81	1,944,000		0	
税務支援	90	2,160,000		90	2,160,000		0	
創業・経営革新等支援	160	3,840,000		160	3,840,000		0	
販路開拓支援	25	600,000		25	600,000		0	
IT活用支援	60	1,440,000		60	1,440,000		0	
プロモーション支援	30	720,000		30	720,000		0	
小 計	—	10,704,000	10,704,000	—	10,704,000	10,704,000	0	0

※支援日数×24,000円。ただし、記帳支援のために税理士を活用する場合、事業所数×26,000円

(3) 地域活性化事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	16,703,920	別紙事業調書【変更後】のとおり	16,249,420		▲ 454,500

(4) 商工会等支援事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	858,500	別紙事業調書【変更後】のとおり	858,500		0

(5) 合計

	変更前		変更後		差額	
		補助金額		補助金額		補助金額
申請合計		48,375,920		48,375,920		0

事業名		自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019 年度～	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)	豊中を中心とした豊能地域は里山・観光地・工業エリア・新旧商業エリア・良質な住宅地域等、非常に多種多様な性格を持つ地域である。その地域特性から多種多様な事業が存在するが、東大阪市や堺市などのように地域を代表するような産業集積がない。それ故に地域としての発信力は弱く、そこからもたらされる経済的な波及効果に乏しい。2019年10月に消費税が増税され、軽減税率の導入など事業者側の工数が増えた一方で、一般消費者の消費活動は落ち込み、多くの中小企業で売上減少が続いている。このような状況下において、自社の事業を本当に必要としている顧客層に強みや魅力を伝えることができなければ、今後の売上維持又は増加は見込めず、事業の発展・成長は見込めない。よって、豊能地域ではこれに備えるべく、自社の強み・魅力を再発見・把握し、その事業を必要としている顧客に正確に届ける発信力を身に付け、事業の多様性をもって地域の発信力向上を図る事業としたい。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	消費税増税の影響を特に受けているであろうBtoC事業を行う小売業・飲食業・サービス業などの中小企業のうち、経営理念や事業計画が明確化されていない等、企業としての基盤が整っていない小規模事業者、および発信力に課題を持つ小規模事業者を対象とする。特にこれらの課題が顕著な、創業から5年以内の事業者または事業承継後5年以内の小規模事業者を想定する。過去6年間に亘って実施したプロモーション支援事業の受講者又は過去3年間実施した自社のええとこ発信・発見支援事業の受講者のうち、上記の課題を持つ事業者や、小規模事業者持続化補助金採択事業者のうち事業成果が乏しい事業者、クラウドファンディングを活用して新事業展開を始めた事業者、その他過去の経営相談事業における販促支援カルテ化企業等、約300社程度を想定。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	直近の過去5年間で小規模事業者持続化補助金申請に向けた経営計画(販路開拓)の策定支援を行ったなかで、自社の強みや魅力を正確にお客様目線で把握できている事業者が少なく、発信力以前の課題が散見された。自社の強みや魅力を把握しないままに販促ツールを作成しても、それを必要としている顧客まで響かず、効果的な販路開拓が期待できない。また経費も嵩み、資金力の乏しい小規模事業者にとっては大きな痛手となる。小規模事業者は自社の製品・サービスの最大の強みは何か、どのような使命感・想いをもってその事業に取り組んでいるのか等を理解し、それらを的確に反映させた販促ツールの作成および活用をしていかなければならない。当事業では、その深い自社(自己)理解から始め、自社の本当の強み・魅力は何であるかの見直しを図り、その本当の強み・魅力を反映させた販促ツールの作成を行い、発信力の習得を図る。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年度は、人材育成型2事業および人材交流型・独自提案型・ハンズオン型でのサポートを実施。人材育成型では「自社の強みの掘り起こし」「自分と相手の特性を踏まえた信頼関係の構築」を、独自提案型では「戦略的な販促ツール制作」、人材交流型では「自社の魅力をYouTubeで発信すること」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。計約30社に対して支援を実施した。		
	反省点	自社の魅力発信の前にUSPを見つけ出せていない事業所がほとんどであり、今後もブランディングに関するセミナーやフォローアップの必要性を強く感じている。それと同時に販促ツールを戦略的に使えるようにしていき、効果的な売上アップを狙っていけたら事業の発展も見えてくる。ブランディング・販促ツール作成ともに定期的な見直しが必要であり、受講生同士の勉強会も定期的に行っていきたい。		

具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○	人材育成型	【人材育成型】 ①お店・商品の良さが伝わる！キャッチコピー基本講座【仮称】(9～10月頃開催) お客様が求めているのはモノではなくコト。それが伝わるキャッチコピーの作成法を学び、POP・チラシ・DMなどに活かし、効果的な販促活動に繋げる。開催はWEBもしくは当所会議室を予定。
	○	人材交流型	②お店・商品の良さが伝わる！手書きPOP基本講座【仮称】(9～10月頃開催) POPの講義・実習で効果的な自社での手書きPOPの作成利用を促し、店舗前集客からレジ前の商品誘導など、集客アップ・客単価アップを目指す。開催はWEBもしくは当所会議室を予定。
		販路開拓型	【人材交流型】 ③愛される会社になる秘訣勉強会【仮称】(全3回開催)(10～12月頃開催) 今や押しも押されぬトップ企業になったS社をはじめとする数々の事例から、自社を愛され企業とするために必要なもの(既にあるものから足りないものまで)をグループワークにてあぶり出し、販促ツールの改善や戦略再構築へとつなげる。3回の内容はだまかに「1回目：自社分析、2回目：他社からの意見を踏まえたブラッシュアップ、③まとめ・見える化」を予定。開催はWEBもしくは当所会議室を予定。
	○	ハンズオン型	④自社の魅力発信勉強会【仮称】(年1回開催) 当事業の参加企業及び22～27年のプロモーション支援事業、28～30年の自社のええとこ発見・発信支援事業の参加企業の中から参加者を募り、特に要望のあった内容についての勉強会や、戦略を伴った販促活動を行っている事業者による事例報告会を行う。他社の取組や成果を共有することで自社の課題解決を図る。開催はWEBもしくは当所会議室を予定。
		独自提案型	【ハンズオン型】 ⑤ ①～④の受講企業のうち、社内への浸透及び利活用のため個別に支援が必要とする企業、または個別でツール作成等を支援する必要がある企業を個別およびグループとして支援。
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 (b)広域連携：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・各商工会地域活性化事業・相談事業における販促課題の解決を図る場としても想定している。 (d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。		
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直近の過去5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、消費税増税の影響で販促活動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30社程度想定。うち20社を支援対象とする。
		20 社	
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【人材育成型】②直近の過去5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、消費税増税の影響で販促活動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30社程度想定。うち20社を支援対象とする。
		20 社	
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【人材交流型】③直近の過去5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、消費税増税の影響で販促活動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20社程度想定。うち15社を支援対象とする。
15 社			
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【人材交流型】④22～27年実施のプロモーション支援事業及び28～30年実施の自分のええとこ発見・発信支援事業、当事業の受講事業者のうち、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20社程度を想定。うち15社を支援対象とする。	
	15 社		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【ハンズオン型】⑤ ①～④の受講企業等のうち、個別でツール作成支援が必要、および当該事業で取組んだことの社内浸透を図るための支援を必要とする企業を個別及びグループとして支援。7社予定。	
	7 社		

支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を引き出し、その強み・魅力を必要としている人々へ伝えるための方策・手法を会得。①新規顧客獲得数の増加、②リピーターの増加、実践を継続できる仕組みづくりまでを目標とする。								
	指標	【人材育成型】①②当講座への参加により自社や商品の強み・ウリの効果的な表現方法が把握できたと回答した企業数					数値目標	70%	
	指標	【人材交流型】③④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】⑤学んだことを会社の取組として社内で実践もしくは、販促ツール作成に生かして改善・改良を行った企業					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		
	20,200 円 ×		20	×	1.00	=	404,000 円		
	20,200 円 ×		20	×	1.00	=	404,000 円		
	40,400 円 ×		15	×	1.30	=	787,800 円		
	40,400 円 ×		15	×	1.00	=	606,000 円		
	101,000 円 ×		7	×	1.00	=	707,000 円		
	(小計)							2,908,800 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%)							0 円	
	計							2,908,800 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		200,000 円	負担金の積算		①@2,000円×20名=40,000 ②@2,000円×20名=40,000 ③@6,000円×15名=90,000 ④@2,000円×15名=30,000			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	2,908,800 円 ×		0.75 =		2,181,600 円		(200,000 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		役割(配分の考え方)				
	○	豊中商工会議所	1,999,800 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①②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	60,600 円						
		池田商工会議所	60,600 円						
		能勢町商工会	30,300 円						
	豊能町商工会	30,300 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		自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019 年度～	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)	豊中を中心とした豊能地域は里山・観光地・工業エリア・新旧商業エリア・良質な住宅地域等、非常に多種多様な性格を持つ地域である。その地域特性から多種多様な事業が存在するが、東大阪市や堺市などのように地域を代表するような産業集積がない。それ故に地域としての発信力は弱く、そこからもたらされる経済的な波及効果に乏しい。2019年10月に消費税が増税され、軽減税率の導入など事業者側の工数が増えた一方で、一般消費者の消費活動は落ち込み、多くの中小企業で売上減少が続いている。このような状況下において、自社の事業を本当に必要としている顧客層に強みや魅力を伝えることができなければ、今後の売上維持又は増加は見込めず、事業の発展・成長は見込めない。よって、豊能地域ではこれに備えるべく、自社の強み・魅力を再発見・把握し、その事業を必要としている顧客に正確に届ける発信力を身に付け、事業の多様性をもって地域の発信力向上を図る事業としたい。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	消費税増税の影響を特に受けているであろうBtoC事業を行う小売業・飲食業・サービス業などの中小企業のうち、経営理念や事業計画が明確化されていない等、企業としての基盤が整っていない小規模事業者、および発信力に課題を持つ小規模事業者を対象とする。特にこれらの課題が顕著な、創業から5年以内の事業者または事業承継後5年以内の小規模事業者を想定する。過去6年間に亘って実施したプロモーション支援事業の受講者又は過去3年間実施した自社のええとこ発信・発見支援事業の受講者のうち、上記の課題を持つ事業者や、小規模事業者持続化補助金採択事業者のうち事業成果が乏しい事業者、クラウドファンディングを活用して新事業展開を始めた事業者、その他過去の経営相談事業における販促支援カルテ化企業等、約300社程度を想定。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	直近の過去5年間で小規模事業者持続化補助金申請に向けた経営計画(販路開拓)の策定支援を行ったなかで、自社の強みや魅力を正確にお客様目線で把握できている事業者が少なく、発信力以前の課題が散見された。自社の強みや魅力を把握しないままに販促ツールを作成しても、それを必要としている顧客まで響かず、効果的な販路開拓が期待できない。また経費も嵩み、資金力の乏しい小規模事業者にとっては大きな痛手となる。小規模事業者は自社の製品・サービスの最大の強みは何か、どのような使命感・想いをもってその事業に取り組んでいるのか等を理解し、それらを的確に反映させた販促ツールの作成および活用をしていかなければならない。当事業では、その深い自社(自己)理解から始め、自社の本当の強み・魅力は何であるかの見直しを図り、その本当の強み・魅力を反映させた販促ツールの作成を行い、発信力の習得を図る。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年度は、人材育成型2事業および人材交流型・独自提案型・ハンズオン型でのサポートを実施。人材育成型では「自社の強みの掘り起こし」「自分と相手の特性を踏まえた信頼関係の構築」を、独自提案型では「戦略的な販促ツール制作」、人材交流型では「自社の魅力をYouTubeで発信すること」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。計約30社に対して支援を実施した。		
	反省点	自社の魅力発信の前にUSPを見つけ出せていない事業所がほとんどであり、今後もブランディングに関するセミナーやフォローアップの必要性を強く感じている。それと同時に販促ツールを戦略的に使えるようにしていき、効果的な売上アップを狙っていけたら事業の発展も見えてくる。ブランディング・販促ツール作成ともに定期的な見直しが必要であり、受講生同士の勉強会も定期的に行っていきたい。		

具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	○	人材育成型	【人材育成型】 ①お店・商品の良さが伝わる！キャッチコピー基本講座【仮称】(9～10月頃開催) お客様が求めているのはモノではなくコト。それが伝わるキャッチコピーの作成法を学び、POP・チラシ・DMなどに活かし、効果的な販促活動に繋げる。開催はWEBもしくは当所会議室を予定。
	○	人材交流型	②お店・商品の良さが伝わる！手書きPOP基本講座【仮称】(9～10月頃開催) POPの講義・実習で効果的な自社での手書きPOPの作成利用を促し、店舗前集客からレジ前の商品誘導など、集客アップ・客単価アップを目指す。開催はWEBもしくは当所会議室を予定。
		販路開拓型	【人材交流型】 ③愛される会社になる秘訣勉強会【仮称】(全3回開催)(10～12月頃開催) 今や押しも押されぬトップ企業になったS社をはじめとする数々の事例から、自社を愛され企業とするために必要なもの(既にあるものから足りないものまで)をグループワークにてあぶり出し、販促ツールの改善や戦略再構築へとつなげる。3回の内容はだまかに「1回目：自社分析、2回目：他社からの意見を踏まえたブラッシュアップ、③まとめ・見える化」を予定。開催はWEBもしくは当所会議室を予定。
	○	ハンズオン型	④自社の魅力発信勉強会【仮称】(年1回開催) コロナウイルス感染症拡大防止等のため中止 当事業の参加企業及び22～27年のプロモーション支援事業、28～30年の自社のええとこ発見・発信支援事業の参加企業の中から参加者を募り、特に要望のあった内容についての勉強会や、戦略を伴った販促活動を行っている事業者による事例報告会を行う。他社の取組や成果を共有することで自社の課題解決を図る。開催はWEBもしくは当所会議室を予定。
		独自提案型	【ハンズオン型】 ⑤ ①～③④の受講企業のうち、社内への浸透及び利活用のため個別に支援が必要とする企業、または個別でツール作成等を支援する必要がある企業を個別およびグループとして支援。
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 (b)広域連携：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・各商工会地域活性化事業・相談事業における販促課題の解決を図る場としても想定している。 (d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。		
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直近の過去5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、消費税増税の影響で販促活動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30社程度想定。うち20社を支援対象とする。
		20 社	
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【人材育成型】②直近の過去5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、消費税増税の影響で販促活動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30社程度想定。うち20社を支援対象とする。
		20 社	
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【人材交流型】③直近の過去5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、消費税増税の影響で販促活動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20社程度想定。うち15社を支援対象とする。
15 社			
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【人材交流型】④22～27年実施のプロモーション支援事業及び28～30年実施の自分のええとこ発見・発信支援事業、当事業の受講事業者のうち、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20社程度を想定。うち15社を支援対象とする。	
	15 社		
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【ハンズオン型】⑤ ①～③④の受講企業等のうち、個別でツール作成支援が必要、および当該事業で取組んだことの社内浸透を図るための支援を必要とする企業を個別及びグループとして支援。7社予定。	
	7 社		

支援対象企業の 変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を引き出し、その強み・魅力 を必要としている人々へ伝えるための方策・手法を会得。①新規顧客獲得数の増加、②リピー ターの増加、実践を継続できる仕組みづくりまでを目標とする。								
	指標	【人材育成型】①②当講座への参加により自社や商 品の強み・ウリの効果的な表現方法が把握できたと回 答した企業数					数値目標	70%	
	指標	【人材交流型】③④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】⑤学んだことを会社の取組として社内 で実践もしくは、販促ツール作成に生かして改善・改 良を行った企業					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		
	20,200 円 ×		20	×	1.00	=	404,000 円		
	20,200 円 ×		20	×	1.00	=	404,000 円		
	40,400 円 ×		15	×	1.30	=	787,800 円		
	40,400 円 ×		15	×	0.00	=	0 円		
	101,000 円 ×		7	×	1.00	=	707,000 円		
	(小計)							2,302,800 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%)							0 円	
	計							2,302,800 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		170,000 円	負担金の積算		①@2,000円×20名=40,000 ②@2,000円×20名=40,000 ③@6,000円×15名=90,000 ④@2,000円×0名=0			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
	2,302,800 円 ×		0.75 =		1,727,100 円		(170,000 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		役割(配分の考え方)				
	○	豊中商工会議所	1,545,300 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 しと事後の個別支援(カルテ化)を実施す る。配分は人材育成型事業①②への参加 者数による。 各商工会議所4社、各商工会2社を想 定。				
		箕面商工会議所	60,600 円						
		池田商工会議所	60,600 円						
		能勢町商工会	30,300 円						
	豊能町商工会	30,300 円							

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

豊中商工会議所

事業名

自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

55

支援企業
数(実績)

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

新型コロナウイルス感染拡大の影響で会場への集合が困難、且つそれぞれの事業所の課題が多岐にわたりオンライン対応も難しいため、交流会を取りやめ個別相談対応へと変更する。

【支援効果】

【今後の改善方策】

【経費内訳】