

令和3年度（2021年度） 事業計画書

1. 申請者の概要

申請者	団体名		池田商工会議所		
	代表者職・氏名		会頭 池田 吉清		
	所在地		〒563-0025 池田市城南1-1-1		
	担当者	職・氏名	中小企業相談所長 岩尾 俊明		
		連絡先	電話番号（直通）：	072-751-3344	
Fax：			072-751-3876		
		E-mail：	soudansho@ikedacci.or.jp		
①設立年月日		昭和30年3月31日			
②職員数		職員数 7人（うち経営指導員数 6人） 令和2年12月時点			
③所管地域		池田市			
④管内事業所数		3,647（平成28年経済センサスによる）			
⑤管内小規模事業者数		2,358（平成28年経済センサスによる）			
⑥会員数（組織率）		1,170（管内事業所数対組織率32%）（令和2年12月末現在）			
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと					
<input type="checkbox"/> 主な事業概要（定款記載事項等）					
<p>(1) 商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し及び建議すること。</p> <p>(2) 行政庁の諮問に応じて答申すること。</p> <p>(3) 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>(4) 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。</p> <p>(5) 商品の品質及数量商工業の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明鑑定及び検査を行うこと。</p> <p>(6) 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>(7) 商工業に関する施設を設置し維持し及び運用すること。</p> <p>(8) 商工業に関する講演会及び講習会を開催すること。</p> <p>(9) 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。</p> <p>(10) 博覧会見本市等を開催し及びこれらの開催のあっ旋を行うこと。</p> <p>(11) 商事取引に関する仲介及びあっ旋を行うこと。</p> <p>(12) 商事取引の紛争に関するあっ旋調停及び仲裁を行うこと。</p> <p>(13) 商工業に関して相談に応じ及び指導を行うこと。</p> <p>(14) 商工業に関して商工業者の信用調査を行うこと。</p> <p>(15) 商工業に関して観光事業の改善発達を図ること。</p> <p>(16) 旅行業法に基づく旅行業</p> <p>(17) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>(18) 行政庁から委託を受けた事業を行うこと。</p> <p>(19) 前各号に掲げるものの外、商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>					

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

池田市の市域は南北に細長く、総面積は22.14K㎡、人口約10万人の住宅都市であり、昭和14年の市制施行以来、教育・文化都市として発展を続けてきた。本市の事業所数は、平成28年の経済センサスによると、管内事業所数は3,647社、業種別内訳では卸売業が184社（5%）、小売業が1,287社（35.3%）、サービス業が1,370社（37.6%）、製造業が806社（22.1%）となっている。RE S A Sによれば、池田市の地域経済循環率（2015年）は82.2%であり、2013年次より3.9%上がっている。付加価値額が最も高い業種を中分類で分析すると「輸送用機械器具製造業」（52.2%）となっており、売上高についても「輸送用機械器具製造業」（67.6%）が最も高くなっているが、これは大手自動車メーカー1社によるところが大きい。市域が小さいことから当市には製造業集積地はなく、小売・サービス業で2,657社と対消費者事業が72.9%を占めており、当該地域の中心的な業種となっている。

平成28年経済センサスによれば管内事業所数は前回に比し、151事業所減少しており、卸売・小売業、宿泊・サービス業、不動産・物品賃貸業、の減少幅が他業種と比較し大きい。令和2年に発生した新型コロナウイルス感染症による影響は経済の流れを止め、対人機会の低下、インバウンドの蒸発を招き所管地域の宿泊業・飲食業を中心とした多岐にわたる業種に大きな経営ダメージを与えており、日銀の異次元金融緩和による融資支援、国の給付金・協力金・雇調金支援により中小零細・小規模事業者のダメージ軽減をかるうじて図っているが、終息しない感染症への消費者心理不安から域内経済は鈍化している。

一方で感染症の影響は「都心部から地域への消費回帰」「巣ごもり需要」など人々の生活スタイルに新たな変化を起こしており、その時流・需要を捉えた事業者は売り方や商品・サービスの見直しを行い、業況を維持・拡大している。だが、それは一部の事業者であり、大半の中小零細・小規模事業者は綱渡りの資金繰りに追われ、出口の見えない不安から突発的に迫られた長年の事業スタイルや売り方の見直しを考える余裕がなく、行き詰まり感を感じているケースもある。

(2) 所管地域の活性化の方向性

感染症についてはワクチンの普及が待たれるが年内に終息する可能性は少ない。金融緩和による融資支援策は本年度前半も継続するため、中小零細・小規模事業者の資金繰り支援等セーフティネットの強化を継続実施し、財務基盤を支えつつ、間接金融による資金調達企業が単なる延命措置にならないように生き残りをかけた事業の持続化支援を強化する。

感染症により人々の生活スタイルは多方面で大きく変化していることからこの難局をチャンスと捉え、果敢に事業に取り組んでいく経営意欲を高められるよう経営力強化につながる支援を展開する。所管地域の活性化に向けた方向性としては都市部での購買から地域での購買にシフトしている消費者の需要を捉えた商品・サービスの改良・開発支援（デザイン思考・マーケティングを活用した地域中小企業支援事業）、コロナ禍における事業の選別に対応するための既存事業の強みを活かした新規事業展開支援（経営革新支援事業）、対面接客・販売から非対面販売への売り方の転換を図るためECサイト等構築に向けた支援（サービス事業者のための販路開拓・生産性向上支援事業）を展開する。また、所管地域全体として高齢経営者を中心にコロナをきっかけとして、廃業時期が早まり加速度的に廃業が増加する懸念があることから地域経済の新たな担い手の創出を目指す創業支援（創業促進事業）を実施する。待ったなしで起こる自然災害への備え、事業継続を目的とした事業継続力強化支援（BCP普及啓発事業）を実施する。

(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

ヒト・モノ・カネ・情報・ノウハウといった経営資源が限られており、日々直面する経営課題の発掘や対応が不十分な小規模事業者数2495社を中心とした中小企業。創業に関心をもつ創業希望者。

(4) 事業の目標

1. 個性的で魅力あふれる商業者育成

コロナ禍により地域への消費回帰が起きていることをふまえ、小規模事業者が本来持つ自らの強みを活かし、個性的で魅力あふれる「小さくともキラリと光る」経営に変えていく商業者の育成を目標とする。経営環境の変化をチャンスととらえる意識改革を促すとともに、新たな需要にきめ細かく対応できる対応力を強化し、それぞれの個性と魅力を磨き上げて、魅力ある店づくり、地域のニーズに対応した品揃え、商品開発、サービス提供のできる事業者の育成を図る。

2. 小規模事業者の経営基盤の強化

域内の小規模事業者は、昔からの成り行き任せの経営姿勢で事業をしている事業者がまだまだ多く、コロナ禍をきっかけとして構造変化が今後加速度的に進むことが予想されることから、小規模事業者が本来持つ強みを発揮できるよう土台となる経営基盤の強化を目指す。需要を見据えた計画的な経営への転換を働きかけ、経営者の意識改革を促すとともに、財務分析・資金繰り計画・金融支援等による財務基盤の強化、在庫管理・予約管理等のクラウド化による業務効率化、マーケティング・販路開拓等による売り手と買い手のつながりの深化、災害リスクを回避するための事業の強靱化を図る。

3. 創業・事業承継による新陳代謝の促進

地域経済の活性化を図るため、創業を人生の新たな働き方として選択する創業関心者を増やすとともに、創業希望者→創業準備者→創業者へと創業に向けてスムーズなステージアップを支援し、新たに市場に参入する創業を増やす。また、今後は経営者の高齢化にコロナの影響が加わり、廃業が増加する懸念があることから、持続可能な事業形態への転換（ダウンサイジング）の推進、円滑な事業承継への移行支援を継続して進める。

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

本事業を実施することで、コロナ禍における厳しい経営環境の中でも果敢に事業に挑戦する意欲が高まり、新たな需要の開拓、経営基盤の強化に向けた取組みが積極的に行われる。域内の消費者には都心部から地域への回帰がみられ、「巣ごもり需要」のように購買意欲が落ちているわけではない。消費者需要を深堀し、変化を捉えた事業転換や商品・サービスの改良・開発、売り方の見直しを行えばこの難局を乗り越えることができ、乗り越えた経験が強い経営体質と経営への自信につながる。本事業を実施しなかった場合においては財務基盤の脆弱な中小零細・小規模事業者は課題解決が行えず、経営意欲が低下し、市場からの退出が迫られる。結果、所管地域の経済は衰退し、雇用の縮小や域経済循環の低下につながる。

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	330 事業所	支援機関等へのつなぎ	10 支援	
金融支援（紹介型）	55 支援	金融支援（経営指導型）	45 支援	
マル経融資等の返済条件緩和支援	10 事業所	資金繰り計画作成支援	15 事業所	
記帳支援	51 事業所	労務支援	37 支援	
人材育成計画作成支援	1 事業所	マーケティング力向上支援	50 事業所	
販路開拓支援	60 支援	事業計画作成支援	60 支援	
創業支援	45 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	15 事業所	
コスト削減計画作成支援	10 事業所	財務分析支援	62 事業所	
5S支援	1 事業所	IT化支援	15 事業所	
債権保全計画作成支援	0 事業所	事業承継支援	17 事業所	
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援	50 事業所	
結果報告	330 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	330			
<p>巡回・窓口相談に加え、電話やオンラインによるWEB相談とあらゆる相談手法をとり、経営課題を抱える小規模事業者との接点を増やす。厳しい経営環境の中にある中小零細・小規模事業者が抱えている多様な経営の悩みを整理し、経営課題の解決にあたって、経営者に寄り添い伴走して励ましながら課題解決に向けた経営支援を行う。小規模事業者の事業持続化に向けて各種経営支援を展開し、経営基盤の強化、新事業展開、販路開拓、業務効率化へ経営者と共に取り組む。今年度の支援事業者数は330事業者を設定、重点的に行う支援としては当面の難局を乗り切るための金融・資金繰り等支援によるセーフティネットの強化、withコロナ・アフターコロナを見据えたマーケティング・販路開拓支援による既存顧客の掘り起こしと新規顧客開拓、事業計画策定支援による新たな需要を捉えたビジネスモデルの転換、地域経済の担い手を創出・育成する創業支援に力を入れる。</p>				
事業所支援の実施方法（専門家や各種支援機関、支援制度の活用など）				
<p>コロナ禍においては高度かつ専門的な緊急を要する経営課題に対してワンストップで迅速に対応できる地域支援機関としての機能を発揮する。専門性（国家資格等）のある経験値の高い経営指導員が強みを活かした相談支援業務を行う。専門家や各種支援機関、支援制度の活用については専門家、専門家団体、金融機関といった各支援機関とのネットワークをフルに活用し、課題解決につながる的確な支援を行う。経営指導員が中小零細・小規模事業者の抱える経営課題を十分なヒアリングにより深掘し、表面的・顕在化している課題だけではなく顕在化していない、経営者も気づいていない課題を抽出、解決に適した専門家相談支援を実施する。課題解決のために専門家相談支援事業・大阪産業局よろず支援拠点・ミラサポ専門家派遣制度の活用、専門家団体、金融機関との連携により、経営課題解決まで伴走支援を行う。</p>				
II 専門相談支援事業				
事業名	新規/継続	指標	目標数値	事業概要
法律相談	継続	支援日数	7	弁護士による個別相談会の実施
労務相談	継続	支援日数	2	特定社会保険労務士による個別相談会の実施
税務相談	継続	支援日数	5	税理士会豊能支部所属税理士による個別相談会の実施
金融相談	継続	支援日数	12	日本政策金融公庫の地区担当者による個別相談会の実施
専門家相談	継続	支援日数	28	中小企業診断士等による個別相談会の実施
事業実施のポイント・期待される効果				
<p>専門的かつ高度な個別課題については専門相談支援事業において、経営指導員と専門家が連携して相談支援を行う。金融相談については、原則月2回の日本政策金融公庫出張相談窓口を開設、事前相談から本面談まで実施し、資金調達が迅速に行える体制をとる。労務相談については本年4月から施行される正規・非正規の格差是正を目的とした同一労働同一賃金についての企業対応相談が増えることが予想されるため専門性の高い特定社会保険労務士による相談支援を実施する。税務相談については税理士会と連携し、申告・記帳相談を実施、消費税・所得税を中心とした税制改正への対応、申告業務の適正推進を行う。法律相談についてはコロナ禍において取引先間や労使間のトラブルの増加が予想されるため事業トラブルに経験のある弁護士による相談支援を実施する。IT化・経営革新・プロモーション等多岐にわたる課題についてはIT専門家や中小企業診断士等の専門家を活用し、課題解決にあたる。期待される効果としては中小零細・小規模事業者の経営課題解決につながるだけでなく、専門家と連携した支援を行うことで経営指導員の資質向上にもつながる。</p>				

4-1. 地域活性化事業一覧

池田商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				4,162,760
1	○	創業促進事業	コロナ禍でも持続可能な事業計画作成支援、地域の創業機運醸成のため、女性創業コンテストを開催し、意欲のある創業者を伴走的に支援する。創業スクールで創業者の交流、創業に必要な基礎知識の伝授を行う。	1,809,460
2	○	デザイン思考・マーケティングを活用した地域中小企業支援事業	デザイン思考・マーケティングを活用し、ワークショップ・個社支援・グループインタビューを実施。中小零細企業の収益維持・増加を目的に商品・サービスのブランド力強化・販売力強化を図る。	1,080,700
3	○	サービス事業者のための販路開拓・生産性向上支援事業	コロナショックにより多くのサービス事業者が売上減少に直面しており、利益減少のため賃金を上げられず人材採用ができない。そのため、既存社員の長時間勤務が起きている。そこでITを活用した事務の効率化、生産性の向上が求められている。	808,000
4	○	BCP普及啓発事業	災害が及ぼす経営リスクへの危機意識を高め、事業の早期復旧、リスク回避を図るためBCP策定への一歩を踏み出すための事業としてBCP策定入門セミナーを実施、意欲の高い事業者については個社支援を行う。	464,600
(2) 広域事業				1,304,450
5	○	経営革新支援事業	経営革新に取り組む前向きな中小企業を掘り起こし、時代のニーズに対応するため経営革新に取り組む中小企業を増加させるとともに、中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画の承認取得を支援する。	808,000
		大阪勧業展	大阪商工会議所(幹事)の事業計画参照	25,250
		北摂地デカラフェスタ	箕面商工会議所(幹事)の事業計画参照	350,000
		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	豊中商工会議所(幹事)の事業計画参照	60,600
	○	「働き方改革」に対応し人材の採用・育成・定着化に取り組む中小企業を支援する事業	豊中商工会議所(幹事)の事業計画参照	60,600
うち府施策連携事業				5,031,360

事業名		創業促進事業	事業番号	I	新規/継続	継続
想定する実施期間		H21 年度～	年度まで	13	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	コロナ禍でも持続可能な事業計画作成支援、地域の創業機運醸成のため、女性創業コンテストを開催し、意欲のある創業者を伴走的に支援する。創業スクールで創業者の交流、創業に必要な基礎知識の伝授を行う。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	令和2年2月以降の新型コロナウイルス感染症の経済に対する影響は誠に甚大であり、創業者も例外ではない。日本政策金融公庫総合研究所「2020年度新規開業実態調査」(2020年11月19日発表)によると、新型コロナウイルス感染症によるマイナスの影響を「受けた」創業者は、80.2%に上がることがわかる。一方で、創業者に占める女性の割合は21.4%と過去20年で一番高い水準となっており(日本公庫同調査)、今後も女性創業者の活躍範囲は拡大していくものと想定される。令和3年度以降も続くであろうコロナ禍による経済低迷の中で、ウィズコロナ時代でも展開可能な新たなビジネスモデルのアイデア出しや、女性起業家への支援体制の確立等、創業者にとって希望を感じられる事業を推進し、創業を後押ししていくことが今後の中長期的な地域経済発展の要になるものと考えられる。 本事業では、当所管内地域初の女性起業家コンテストを実施し、当日までの創業セミナー、登壇者向けの個別支援、当日の交流事業までトータル的に支援することで、創業機運の醸成、環境変化に対応した持続可能な事業計画の作成・ブラッシュアップ、プレゼンテーション力の向上、創業者同士のネットワーク形成に結び付ける。更に性別・世代を問わず創業準備者・創業間もない方向けの創業スクールを実施し、創業に必要な具体的な知識の提供および創業者のネットワーク形成を図る。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<人材育成型>池田市内の創業希望者あるいは創業5年以内で、ビジネスアイデアを実現したい女性 <ハンズオン型>池田市内の創業希望者あるいは創業5年以内で、ビジネスアイデア実現のために具体的な取組みを始めたい女性 <独自提案型>創業希望者あるいは創業5年以内でビジネスプランの評価の場を求めている者、創業やビジネスプラン作成に関心がある者で、業者間の交流を希望する者 <人材交流型>池田市内の起業準備者、起業して間もない者で、創業のノウハウや知識を体系的に学びたいと考えている者				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	平成27年から池田市が実施している特定創業支援申込件数は、6件(H27)、20件(H28)、25件(H29)、34件(H30)、34件(H31)、そしてR2年度は12月末現在で30件と、高い申込数を保っている。窓口相談からわかる傾向として、コロナ禍による経済低迷に伴う雇用の先行き不安の影響で、勤め先側の雇用維持が難しく独立の時期が早まるケースや、これまで創業に関心のなかった層が創業を視野に入れるケースもある。皆一様にコロナ禍での創業に不安を抱えており、起業前後に創業知識を体系的に学び、事業を成功・持続させたいという創業者のニーズが伺える。				
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	R2年度の本事業では、創業機運醸成事業として創業に関心のある女性をターゲットにオンライン創業セミナーを9月に2回と1月に3回の計5回開催した(全て同一内容)。創業に関して女性が抱えやすい悩みや気になる事の解決にフォーカスした内容を提供し、40名の定員に対し28名の申込があった。また、10~12月の期間に全8回で創業に必要な知識・ノウハウを学習する創業スクールを開催。特定創業支援事業の構成団体である池田市、日本政策金融公庫十三支店、池田泉州銀行の協力を得て実施した。8名の定員に対し12名の申込・参加があった。				
	反省点	創業セミナーは集客が想定よりも少なく、当初9月のみの実施の予定であったところを1月も実施し参加機会を増やして対応した。要因は複数あると考えられるが、ひとつは本事業のターゲット層である創業関心者層がコロナ禍で創業に向けての取組みを不急と判断し、行動を先送りしたことが一因であると考えられる。創業間近な創業準備者層、あるいは創業後5年以内の層は新型コロナウイルス感染症の拡大状況に関係なく相談・問い合わせがあり創業スクールへの申込も順調であったが、例年に比し既創業者の割合が高くなったこととスクールの回数が全8回と多かったことが影響し、事業とスクールの両立が難しく途中で通えなくなってしまう受講生も少なくなかった。				

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. 「(仮称) いけだ女性創業チャレンジコンテスト」プレセミナー <人材育成型> (2H×1回×14社) ■実施時期: R3年5月頃に実施予定。 ■会場: 池田商工会議所 (またはオンライン) ■事業内容: 創業希望あるいは創業5年以内で、ビジネスアイデアを実現したい女性を対象に、後述の「(仮称) いけだ女性創業チャレンジコンテスト」に向けたプレセミナーを開催する。ビジネスアイデアをビジネスプランに引き上げるきっかけを与え、創業の基礎知識や事業計画策定の基本について学びを提供する。受講者に対し「(仮称) いけだ女性創業チャレンジコンテスト」へのエントリーの呼びかけを行い、創業の次ステージへの一歩を踏み出しやすくする。集合形式で実施予定であるが、新型コロナウイルス感染症防止対策のため、状況によってオンライン形式のみかオンライン型と集合型のハイブリッドでの実施となる場合がある。			
	○	人材交流型	2. 「(仮称) いけだ女性創業チャレンジコンテスト」ファイナリスト個別支援 <ハンズオン型> (5社) ■実施時期: R3年7~9月頃に実施予定。 ■会場: 池田商工会議所 (またはオンライン) ■事業内容: 「(仮称) いけだ女性創業チャレンジコンテスト」の書面審査を通過した者を対象に、事業計画のブラッシュアップおよび経営者に必要な自社事業のプレゼンテーション能力向上のための集中個別支援を実施する。個別の課題解決を専門家が支援することで、具体的な準備や対策実行を促進させる。集合形式で実施予定であるが、新型コロナウイルス感染症防止対策のため、状況によってオンライン形式のみかオンライン型と集合型のハイブリッドでの実施となる場合がある。			
		販路開拓型	3. 「(仮称) いけだ女性創業チャレンジコンテスト」 <独自提案型> (3H×1回×15社) ■実施時期: R3年9~10月頃に実施予定。 ■会場: 池田商工会議所 (またはオンライン) ■支援件数: 15社 ■事業内容: 創業希望者あるいは創業5年以内でビジネスプランの評価の場を求めている者、創業やビジネスプラン作成に関心がある者で、業者間の交流を希望する者を対象に、「(仮称) いけだ女性創業チャレンジコンテスト」を開催する。前半はコンテストのファイナリストによるビジネスプランの発表を行い、創業やビジネスプラン作成に関心がある者は一般参加者として聴講する。後半は登壇者や一般参加者が交流できる時間を設けることで、ステークホルダーの創出や創業に対する意識改革を促す。集合形式で実施予定であるが、新型コロナウイルス感染症防止対策のため、状況によってオンライン形式のみかオンライン型と集合型のハイブリッドでの実施となる場合がある。			
	○	ハンズオン型	4. 創業スクール <人材交流型> (5H×4回×11社) ■実施時期: R3年秋~冬にかけて実施予定。 ■会場: 池田商工会議所 (またはオンライン) ■事業内容: 創業準備者、創業後間もない方までを主な対象に創業スクールを開催する。専門家の指導のもと、経営・財務・人材育成・販路開拓等、創業に必要な幅広い知識の習得を支援する。グループディスカッション、グループワーク等を重視して受講者同士の交流を促すことで、創業のモチベーションを相互に支え合うコミュニティ形成を図る。先輩创业者の体験談を聞き交流することで、創業の実態を認識し実現可能性の高いビジネスプラン作成の意識を高める。スクール最終日にはビジネスプラン発表会を行い、各自の創業計画を共有する。スクール終了後もカルテ化支援で継続的に支援を継続する。集合形式で実施予定であるが、新型コロナウイルス感染症防止対策のため、状況によってオンライン形式のみかオンライン型と集合型のハイブリッドでの実施となる場合がある。			
	○	独自提案型	■事業内容: 創業準備者、創業後間もない方までを主な対象に創業スクールを開催する。専門家の指導のもと、経営・財務・人材育成・販路開拓等、創業に必要な幅広い知識の習得を支援する。グループディスカッション、グループワーク等を重視して受講者同士の交流を促すことで、創業のモチベーションを相互に支え合うコミュニティ形成を図る。先輩创业者の体験談を聞き交流することで、創業の実態を認識し実現可能性の高いビジネスプラン作成の意識を高める。スクール最終日にはビジネスプラン発表会を行い、各自の創業計画を共有する。スクール終了後もカルテ化支援で継続的に支援を継続する。集合形式で実施予定であるが、新型コロナウイルス感染症防止対策のため、状況によってオンライン形式のみかオンライン型と集合型のハイブリッドでの実施となる場合がある。			
		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="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果
		商-13	起業家の育成、創業の促進		創業・経営革新	
		(a) 府施策連携 商13番【起業家の育成、創業の促進】				
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⇒	主に当所管内の創業希望者、創業5年以内の方を対象として会議所報、市報、有料広報誌、チラシ、ホームページ、メールにて案内募集を行う。			
		45 社				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	事業化に向けて必要な知識を得て、講義とディスカッションを通じて事業化に対する意識付けを行う。特定創業支援等事業に必要な4つの知識(経営、財務、人材育成、販路開拓)が身につく。また、グループワークや討議、発表等を通じて志を同じくする仲間の交流が図られ、起業家のネットワーク形成が図れる。	指標	創業・創業予定者数	数値目標	5社
その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
	20,200	円 ×	14	社 ×	1.00	=	282,800	円	
	101,000	円 ×	5	社 ×	1.00	=	505,000	円	
	30,300	円 ×	15	社 ×	1.00	=	454,500	円	
	40,400	円 ×	11	社 ×	1.40	=	622,160	円	
	合計		45	社	(小計)		1,864,460	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	1,864,460	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)	「(仮称)いけだ女性創業チャレンジコンテスト」では、前半にコンテストファイナリストによるプレゼンテーションを実施し、後半では交流会の時間を設けるため、人材育成型と人材交流型の中間の金額である30,300円の単価設定とした。								
算出額	①市町村等補助			円	交付市町村等				
	②受益者負担	55,000		円	負担金の積算	②5,000円×11名=55,000円			
	○(a)府施策連携		(b)広域連携		○(c)市町村連携		○(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
	1,864,460	円	×	1.00	=	1,809,460	円	(55,000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)			
	○	池田商工会議所		1,809,460		円			
						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⇒	【「(仮称)いけだ女性創業チャレンジコンテスト」プレセミナー】R2年度事業の参加数、および池田市の特定制業支援事業の申込数に基づき設定。当所管内の創業希望者、創業5年以内の女性を対象として会議所報、市報、有料広報誌、チラシ、ホームページにて案内募集を行う。また、当所の過去創業塾受講者へメールにて案内募集を行う。	
	支援対象企業の変化	自身のビジネスプランが評価され地域にPRできる機会を提示されることで、自身のビジネスアイデアのプラン化に向けて意欲が高まる。事業計画書の作成方法や考え方をすることで、計画的経営の重要性に気付き、取り掛かることができる。		
	その他目標値	指標	創業時の事業計画の重要性を意識できた受講者割合	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	【「(仮称)いけだ女性創業チャレンジコンテスト」ファイナリスト個別支援】「(仮称)いけだ女性創業チャレンジコンテスト」ファイナリスト想定数に基づき設定。「(仮称)いけだ女性創業チャレンジコンテスト」の書面審査を通過した実現可能性の高いビジネスプランを持った女性創業者を対象とする。	
	支援対象企業の変化	自身のビジネスプランを実現可能性の高いプランへとブラッシュアップすることができる。自身の計画をステークホルダーとなりうる第三者に明快に説明し、共感を得られるようなプレゼンテーション能力を身につけられる。		
	その他目標値	指標	プレゼンテーション資料の完成	数値目標

事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【「(仮称) いけだ女性創業チャレンジコンテスト」】 「(仮称) いけだ女性創業チャレンジコンテスト」ファイナリスト者数と、コンテスト当日に一般参加する創業希望者、創業5年以内の方の数を合算して設定。一般参加については主に、プレセミナー参加者や当所の過去当該事業の参加者にメール等にて案内募集を行う。		
	支援対象企業の変化	登壇者のビジネスプラン発表を聞くことにより、創業への意欲や想いに触発を受け自身の創業に対する関心がより深まる。交流タイムに同じ創業者同士で意見や情報を交換することにより、ネットワーク作りやビジネスマッチングのきっかけとなる。			
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 11 社	【創業スクール】 R2年度当事業の参加数に基づき設定。当所管内事業所および近隣市民を対象として会議所報、市報、有料広報誌、チラシ、ホームページにて案内募集を行う。また、創業プレセミナー受講者へ参加を呼び掛ける。		
	支援対象企業の変化	事業化に向けて必要な知識を得て、講義とディスカッションを通じて事業化に対する意識付けを行う。特定創業支援等事業に必要な4つの知識(経営、財務、人材育成、販路開拓)が身につく。また、グループワークや討議、発表等を通じて志を同じくする仲間の交流が図られ、起業の促進と起業家のネットワーク形成が図れる。			
	その他目標値	目標値の内容⇒			
		指標	交流を通して創業への意欲がより高まった受講者割合	数値目標	85%
		指標	創業・創業予定者数	数値目標	5社

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		デザイン思考・マーケティングを活用した地域中小企業支援事業	事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		H31 年度～ 年度まで	3	年目	←複数年段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	デザイン思考・マーケティングを活用し、ワークショップ・個社支援・グループインタビューを実施。中小零細企業の収益維持・増加を目的に商品・サービスのブランド力強化・販売力強化を図る。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>新型コロナは事業者の経営に深刻なダメージを与えた一方で事業を持続させるための今後の販売戦略、商品・サービスの在り方について様々なヒントを与えた。資本力のある企業は資金を調達しながらポストコロナ・withコロナによる新たな需要を取り込むための新商品・サービスの開発・改良を行い、立て直しを図っている。中小零細企業においてもコロナ禍における経営環境は資本力のある企業と同じであるが、人的及び資金的余力が限られており、現状を乗り切ることには追われ、新しい需要開拓へのシフトが行われていない状況が散見される。</p> <p>これまで通り現状と変わらない商品・サービスの提供を続けていたのでは厳しい環境と目まぐるしい需要の変化に追いつけず市場からの退出を迫られる懸念があることから、本事業において中小零細企業の収益維持・増加を目的とした顧客需要の掘り起こしと新たな需要の開拓、マーケティング手法による整理分析、成長するための課題の見える化、顧客視点に立った商品・サービスの企画・開発・改良についての支援を継続実施していきたい。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>①企業交流会 厳しい経済環境の中、自社の強みを活かしながらブランド力強化に取り組んでいる企業で、新たなアイデアを取り入れながら他社と連携して顧客に支持される商品・サービスを地域市場に提供していきたい企業。</p> <p>②新商品・サービス開発・ブランド力強化ハンズオン（オンライン個社支援への切替有） マーケティング手法を活用し、自社の既存商品・サービスの改良、新商品・サービスの企画・開発、ブランド力やプロモーション力向上を図りたい企業。 [例]食品製造業（洋菓子店、和菓子店等）、製造業（家具製造業、印刷業、プラスチック製品製造業等）、情報サービス業、卸売業、宿泊業、飲食店、教育・学習支援業、専門・技術サービス業、生活関連サービス業（浴場業、旅行業等）など</p> <p>③商品・サービスブラッシュアップのためのグループインタビュー（オンラインインタビューへの切替有） コロナ禍、コロナ終息後における顧客需要の変化を捉え、自社の既存商品・サービスの改良、商品・サービスの開発、販売方法の見直しなどを行いたい企業。 業種は、オリジナル商品を製造・販売しており、おおむね30代・40代の女性を主要なターゲットとしている企業を想定する。 [例]食品製造業（洋菓子店、和菓子店等）、製造小売業（雑貨製造小売、家具製造小売等）等</p>				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>コロナ禍において中小企業の『儲ける力』はこれまで以上に求められるようになってきた。顧客需要が変化している中、市場で生き残るためには事業者目線での商品・サービス開発ではなく、地域における顧客需要を取り込んだ商品・サービス開発に転換していく必要がある。昨年度事業に参加した中小企業の経営者の参加動機を確認したところ、事業強化に向けて経営を変える想いはあるが、顧客需要を捉える機会がないことや新商品・サービスの開発、売り方、ブランド構築の方法が分からないといった内容が多かった。企業を取り巻く環境が大きく変化していく中でもチャレンジ意欲をもつ企業は域内において一定数存在するものと思われる。</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>令和元年の6月から11月にかけて複数のワークショップ、ハンズオン支援を実施した。</p> <p>①ターゲット顧客の『本音』を聞き出そう！5社合同グループインタビュー（計画4社、実績4社、全参加者5名） 参加企業のターゲット層である30代・40代の女性5名を集め、事前に企業より集めた評価対象や質問したい項目をもとにインタビューを実施した。インタビューの様子は経営者がリアルタイムにモニターで観察、見えてきた商品の改善点等について各企業にフィードバックを行った。</p> <p>②商品やサービスを『より良く』するレゴブロックを使ったアイデア発掘セミナー（計画8社、実績9社、全参加者9名） デザイン思考による商品開発の進め方が体験できるワークショップを開催した。典型的なターゲットとなる顧客像（ペルソナ）を想定し、レゴブロックを活用し、ペルソナの生活環境、生活環境から見えてきた顧客ニーズ、ニーズに合った商品・サービスのアイデア出し、見える化を行う体験カリキュラムを実施した。</p> <p>③デザイン思考を使った新商品開発支援（計画5社、実績5社、全参加者5名） 中小企業診断士を中心とした専門家グループが事業の見直し、商品やサービスの改善等をテーマにヒアリング、現状分析、事業戦略の検討、施策の実施提案、施策の施行実施、検証・評価を行った。一連の支援は提案書という形で企業に提供した。</p>				
	反省点	<p>主催者側の立場からコロナにより経営環境が大きく変化していく中で、事業者が求める内容を想定すること、各取組の実施タイミングを図ることが難しかった。前者ではグループインタビューにおいて、インタビューより既存商品・サービスや開発した新商品・サービスの評価をしてもらう内容を中心として構成していたが、事業者側としてはコロナ禍において消費者の生活パターンはどう変化しているのか、変化に伴う新たな需要の確認と需要に合わせた新商品・サービスの企画を進めたいという要望が多かった。後者においてはハンズオン支援において事業者へのヒアリング・状況分析・プロトタイプ提案・実行・検証のスケジュールで動いていたが、複数の専門家による個別支援であることからコロナによる感染拡大・感染縮小タイミングを図るのが難しく結果的に短いスパンによる支援となっていた。前者については令和3年度事業においてこれからの新商品・サービスの企画開発も視野に入れた顧客需要の掘り起こしを実践していきたいと考えている。また、後者においてはコロナ感染対策を徹底した上で支援スパンを長めにとりながら事業実施を行っていききたいと考えている。</p>				

具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	■実施時期：令和3年4月～令和4年1月の期間に実施予定 ■会場：①③池田商工会議所（またはオンライン）②対象企業もしくは池田商工会議所 ①企業交流会によりブランド強化へ取り組む経営マインドを高め、②個社支援によりブランディングを実施、③顧客のニーズを探り、ブランドのブラッシュアップを図る。 【人材交流型】 ①企業交流会（2.5H×1回×8社） ブランド力強化のヒントが得られるワークショップ及び交流会を実施する。過去から現在において本事業を受講し、ブランド強化を図ってきた企業が相互理解を深め、互いに触発を受けることで更なる新事業に取り組むマインドを醸成することを目的とする。経営者としてのスキルアップと企業間のネットワークの構築、連携による新たな事業の創出を目指す。 【ハンズオン型】 ②新商品・サービス開発・ブランド力強化個社支援（5社） 3C、4P、STPなどのマーケティング手法を使い、専門家（中小企業診断士等）がグループ（3名程度）で事業の現状分析、課題発掘、課題解決提案、実行、検証まで一貫した個社支援を行う。商品・サービスの企画・開発・改良、ブランディングやプロモーションの強化につなげる。 【独自提案型】 ③商品ブラッシュアップのためのグループインタビュー（3.5H×1回 対象5社） 対象は自社オリジナル商品・サービスをもつ5社。ターゲット顧客層として想定されるインタビューを集めインタビューを実施、今後の新商品・サービスの企画・開発、既存商品・サービスの改良、売り方の見直しを行っていく上で必要な顧客需要の掘り起こしを行う。							
	○ 人材交流型								
	販路開拓型								
	○ ハンズオン型								
	○ 独自提案型								
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果					
	商-14	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		地域ブランド					
	(a)府施策連携商-14番【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】 大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課と連携・協議のもと、「大阪府産業デザインセンター」の制度の紹介を行うなどして事業を進める。また、募集にあたっての広報連携も行う。 (d)継続的な支援を行い、相談事業との相乗効果を図りカルテ化につなげる。カルテ化目標70%。								
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⇒	【独自提案型】③商品ブラッシュアップのためのグループインタビュー 令和1年度デザイン思考・マーケティングを活用した地域中小企業支援事業で実施したグループインタビューの募集や実施において適切な企業数であったため、同数の企業数を設定。 池田商工会議所会報誌及びホームページ、SNS、経営指導員の巡回・窓口相談を通して本支援の案内を行うとともに、令和3年秋頃に実施計画中の販路開拓イベントに参加を希望する事業者に参加を促す。						
		18 社							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	【独自提案型】③商品ブラッシュアップのためのグループインタビュー ターゲット顧客層の意見を聞くことで、コロナ禍で生まれた新たな需要を捉えた商品・サービス企画・開発への発想転換、顧客目線での商品・サービスの改善点について気づくことができる。品・サービスの企画開発の進め方や地域における事業価値と顧客認知度を高める手法を身につけることができる。							
	指標	新しい商品・サービスの企画開発や既存商品・サービスの改良、ブラッシュアップに取り組みたい事業者の割合	数値目標	80%					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		40,400	円 ×	8	社 ×	1.00	=	323,200	円
		101,000	円 ×	5	社 ×	1.00	=	505,000	円
		50,500	円 ×	5	社 ×	1.00	=	252,500	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
		合計		18	社	(小計)		1,080,700	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%）								
						計		1,080,700	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)	各参加事業者による商品・サービスブラッシュアップのための交流（人事交流型）に加え、インタビューへのグループインタビューを別室にて約2時間開催実施する予定である。その様子をモニターで参加事業者がリアルタイムに視聴することから人材育成型の2分の1の単価（10,100円）を人材交流型単価に計上している。								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	○ (a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)				
	1,080,700	円 ×	1.00	=	1,080,700	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)
		○	池田商工会議所		
				円	
				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

主な事業の目標	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8 社	【人材交流型】①企業交流会 令和1年度デザイン思考・マーケティングを活用した地域中小企業支援事業で実施したアイデア発掘セミナーの参加企業数および許容可能数を考慮し設定。 池田商工会議所会報誌及びホームページ、経営指導員の巡回・窓口相談を通して本支援の案内を行うとともに、令和3年秋頃に実施計画中の販路開拓イベントに参加を希望する事業者に参加を促す。
	支援対象企業の変化	【人材交流型】①企業交流会 ブランド力強化を図ってきた事業者がワークショップや交流会を通してお互いのブランディング、プロモーション等多岐にわたる取組を共有でき、連携した新しい商品・サービスの創出などのヒントを得ることができる。	
	指標	自社の強みを活かした相互連携による新たな商品・サービスの創出について『気づき』を得られた事業者の割合	数値目標 80%
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 5 社	【ハンズオン】②新商品・サービス開発個社支援 令和1年度デザイン思考・マーケティングを活用した地域中小企業支援事業における重点支援事業者数の実績および専門家とのマッチングの実現可能性を鑑みて設定。 池田商工会議所会報誌及びホームページ、SNS、経営指導員の巡回・窓口相談を通して本支援の案内を行うとともに、令和3年秋頃に実施計画中の販路開拓イベントに参加を希望する事業者に参加を促す。
	支援対象企業の変化	【ハンズオン型】②新商品・サービス開発・ブランド力強化個社支援 マーケティング手法を活用しながらデザイン思考によるブランディングを専門家と一緒に進めることにより、新商品・サービスの企画開発の進め方や地域における事業価値と顧客認知度を高める手法を身につけることができる。	
	指標	新しい商品・サービスの企画開発や既存商品・サービスの改良、ブランディングに取り組む事業者の割合	数値目標 80%
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 5 社	【独自提案型】③商品ブラッシュアップのためのグループインタビュー 令和1年度デザイン思考・マーケティングを活用した地域中小企業支援事業で実施したグループインタビューの募集や実施において適切な企業数であったため、同数の企業数を設定。 池田商工会議所会報誌及びホームページ、SNS、経営指導員の巡回・窓口相談を通して本支援の案内を行うとともに、令和3年秋頃に実施計画中の販路開拓イベントに参加を希望する事業者に参加を促す。
	支援対象企業の変化	【独自提案型】③商品ブラッシュアップのためのグループインタビュー ターゲット顧客層の意見を聞くことで、コロナ禍で生まれた新たな需要を捉えた商品・サービス企画・開発への発想転換、顧客目線での商品・サービスの改善点について気づくことができる。品・サービスの企画開発の進め方や地域における事業価値と顧客認知度を高める手法を身につけることができる。	
	指標	新しい商品・サービスの企画開発や既存商品・サービスの改良、ブラッシュアップに取り組む事業者の割合	数値目標 80%
	その他目標値	目標値の内容⇒	

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		サービス事業者のための販路開拓・生産性向上支援事業		事業番号	3	新規/継続	新規
想定する実施期間		R3	年度～	年度まで	1	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	コロナショックにより多くのサービス事業者が売上減少に直面しており、利益減少のため賃金を上げられず人材採用ができない。そのため、既存社員の長時間勤務が起きている。そこでITを活用した事務の効率化、生産性の向上が求められている。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>現在、コロナショックによってサービス事業者の業績は危機的な状況にある。大企業や中小企業の中にはECサイトやデリバリーサービス等を導入し、非対面型ビジネスによる生産性向上を行っているが、中小零細企業にはIT専門の部署がなく、経営者や総務が一括して担当しているケースが多い。中小零細、小規模事業者の大半がIT人材不足に直面しており、IT弱者やITリテラシーが低い人が担当になっている。そのため、導入にあっても、知識・経験がないだけでなく、通常業務があるため新しいものを取り入れる時間も費用も負担がかかっており、遅々として進んでいないのが現状である。</p> <p>コロナ禍において販売手法の見直しやデータに基づく販売戦略、業務効率化に不可欠なIT導入に注力しなければ、販路開拓（商品・サービス等のPR動画配信、ECサイト）や受発注にかかる在庫管理、POSデータを活用した需要予測（天候データ、顧客情報の一元化）に対応できず、サービス産業の活性化（売上増加）、生産性向上（業務効率化）が見込めない。サービス提供プロセスの改善や新規顧客層への展開を行うにあたっては少しずつできることから「サービス産業チャレンジプログラム」に合ったIT導入支援を行い、サービス産業における取引件数の増加による売上増加、およびベストプラクティスによる生産性の向上を経営者が実感してもらえるようにしたい。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	飲食業、小売業を中心としたBtoCのサービス事業者及びBtoB業者。今後も続くであろうコロナ禍の中での非対面型ビジネスモデルへの転換やITを活用した業務の効率化を考えられている事業所。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	本年度の持続化補助金（コロナ型）の要件にもあった「非対面型ビジネスモデルへの転換」の内容についてのECサイト導入に関する問い合わせが多く、関心が高まっている。また、テレワーク体制構築のためへのグループウェアやWEB会議など情報共有システムへの関心も高く、業務の効率化、生産性の向上に繋がるIT活用方法を求めている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値						
	反省点						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<p>■実施時期：令和3年6月～9月</p> <p>■会場：池田商工会議所（またはオンライン）</p> <p>【人材育成型】</p> <p>①「ECサイト構築セミナー」（2H×1回×15社）</p> <p>非対面型ビジネスとして最も有力なECサイトについて出店から運用までを学ぶ内容として、ECとはなに？から始まり、ECサイト（ブラウザ）とECアプリ（スマホ）の違いと特性（利用料、決済手数料メリット、デメリット等）について理解をした上でアプリ（BASE、STORES、shopify）の紹介及び比較し、自社に合ったECアプリを見つける。また、導入するにあたっての戦略テクニカルな部分（ブランド戦略、経営戦略、マーケティング）、WEBのテクニカル（サイト構築、写真、SEO）について説明を行う。最後にECサイトを実現させた事業者の事例を発表し理解を深めていただく。</p>					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	○ ハンズオン型	<p>【人材育成型】</p> <p>②「生産性向上のためのクラウド活用」（2H×1回×15社）</p> <p>中小零細企業における生産性向上のためにはデータ分析が必要であるが、分析する方法として少額でも始められるクラウドでのアプリについて紹介し、自社に合うアプリを見つける。また、会計、在庫管理、受発注、POSシステム等から抽出されるデータを基に分析し、どの部分を改善することで生産性を向上できるのか導入している事例を発表し、理解を深めていただく。</p>					
	独自提案型	<p>【ハンズオン型】（2社）</p> <p>③ECサイト構築もしくはアプリケーションの導入にあたっての支援</p> <p>ECサイト構築もしくはアプリケーション導入にあたって、経営課題への気づき、経営課題の整理・見える化に向けたヒアリング及び問題解決への支援を行う</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-15	サービス事業者の生産性向上支援				IT・IoT	
		「おおさかサービス産業チャレンジプログラム」の中にある①付加価値の向上として（新規顧客層への展開、商圏の拡大、顧客満足度の向上、IT利活用）②効率の向上として（サービス提供プロセスの改善、IT利活用）が該当する。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 32 社	飲食業、小売業を中心としたBtoCのサービス事業者及びBtoB業者。今後も続くであろうコロナ禍の中での非対面型ビジネスモデルへの転換やITを活用した業務の効率化、生産性向上を考えられている事業所。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	販路開拓(商品・サービス等のPR動画配信、ECサイト)や受発注にかかる在庫管理、POSデータを活用した需要予測(天候データ等)、会計処理等のITアプリを導入への検討							
	指標	ECサイト開設もしくはアプリケーションの導入割合			数値目標	100%			
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
	⇒ 20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円	
	20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円	
	101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		32	社	(小計)		808,000	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円	
	計							808,000	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
	②受益者負担	円		負担金の積算					
	○ (a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	808,000	円 ×	1.00	=	808,000	円	(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)				
	○	池田商工会議所	808,000 円						
			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⇒ 15 社	【人材育成型】①「ECサイト構築セミナー」 企業数は令和2年度小規模事業 人材採用・定着と業務効率化のためのコミュニケーション力強化・IT活用促進事業にて開催したセミナーの会場およびオンラインセミナーでの対応可能数を考慮し決定。当所会報誌及びホームページ、経指導員の巡回・窓口相談および過去セミナー参加者へのメール通知等を通して本支援の案内を行う。
	支援対象企業の変化	【人材育成型】 EC（電子商取引）について知識を高め、自社での導入を検討できるようになる。また、今後はどのように魅せるのか、販売顧客データの活用方法についても戦略的に考えられるようになり、より顧客ニーズに合った商品販売を行うことが可能となる。	
	その他目標値	指標 ECサイト構築に向けてのヒントを得られた事業者の割合	数値目標 70%
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【人材育成型】②「生産性向上のためのクラウド活用」 企業数は令和2年度小規模事業 人材採用・定着と業務効率化のためのコミュニケーション力強化・IT活用促進事業にて開催したセミナーの会場およびオンラインセミナーでの対応可能数を考慮し決定。当所会報誌及びホームページ、経指導員の巡回・窓口相談および過去セミナー参加者へのメール通知等を通して本支援の案内を行う。
	支援対象企業の変化	【人材育成型】 様々なアプリケーションを知ることで、自社の中でどのような業務が効率化できるか検討、導入できるようになるだけでなく、導入後のデータを分析することでより業務の改善化が図れるようになる。	
	その他目標値	指標 クラウド活用に向けてヒントをひられた事業者の割合	数値目標 70%
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 2 社	【ハンズオン型】③ECサイト構築もしくはアプリケーションの導入にあたっての支援 企業数は専門家とのマッチングの実現性可能性を鑑みて設定。当所会報誌及びホームページ、経指導員の巡回・窓口相談および過去セミナー参加者へのメール通知等を通して本支援の案内を行う。
	支援対象企業の変化	【ハンズオン型】 ECサイト構築もしくはアプリケーション導入にあたって、ヒアリングを行うことで経営課題が抽出されるため、IT専門家のアドバイスによる支援を受けることで問題が解決するだけでなく、導入、運営までのタイムスケジュール等が明確化し、速やかに導入できるようになる。	
	その他目標値	指標 ECサイト開設もしくはアプリケーションの導入割合	数値目標 100%

【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		BCP普及啓発事業		事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		R2 年度～	年度まで	2 年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	災害が及ぼす経営リスクへの危機意識を高め、事業の早期復旧、リスク回避を図るためBCP策定への一歩を踏み出すための事業としてBCP策定入門セミナーを実施、意欲の高い事業者については個社支援を行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	近年起きている地震・台風・豪雨などの大規模災害は企業の経営活動に深刻な打撃を与えてきた。当市においては特に台風・水害の被害があり、事業継続に向けた災害への対応準備は必要不可欠となっている。特に令和2年に発生した新型コロナウイルス感染症による影響は宿泊業・飲食業を中心に多岐にわたる業種の事業運営に支障を与えており、未だ収束する気配がない状況である。このような状況下においても地震・台風・豪雨などの自然災害は待たないで降りかかるリスクであり、地域事業者の経営を支えていくためにも事業継続力強化支援に向けた取組みは一層の重要性を増している。当所では令和2年8月事業継続力強化支援計画の認定を受けており、池田市と共同で防災対策に向けたリスクの周知・BCP策定支援を行っている。事業継続力強化への経営者意識を高めることを目的に本年度も継続して災害リスクの周知とBCP策定の契機につながるとなるセミナーを実施する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	事業規模的にBCP策定支援が進んでいない中小零細企業も経営者及び経営者に準じる経営判断ができる方(後継者等)					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	大阪北部地震、台風21号等未曾有の自然災害を経験したことに加え、令和2年に起きた新型コロナウイルス感染症により更なる経営危機にも直面していることから身近に迫った経営リスクを回避するための事前対策・準備の必要性を感じている経営者は一定数存在するものと推測される。					
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	緊急時に強い会社・お店がやっていること 事例に学ぶ!セミナー開催 開催日:令和3年1月25日(月) 参加者数:15名予定 内容:①事例に学ぶ!これからの災害対策とは?②事業継続力強化計画について③超簡単版BCPを作ってみよう④損保等を活用したリスクファイナンスについて					
	反省点	主催者側の立場から新型コロナウイルス感染症第3波による再拡大を予想できず、実施準備が遅れたことからセミナー周知ができなかった。経営環境が大きく変化していく中で、セミナーの実施が遅れたことから徹底したセミナー周知等の取組が行えなかった。また、経営者側も中小零細になればなるほど財務基盤が弱い弱であり、当面の事業継続のための資金繰り等に追われ、今後の対策に踏み込む余裕が生まれていない状況であった。次年度に向けては当所及び事業者双方においてセミナー実施のタイミングを図りながら開催準備を行っていききたい。					
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	■実施時期:令和3年秋頃実施予定 ■会場:池田商工会議所(またはオンライン) 【人材育成型】(2H×1回×13社)					
	人材交流型	BCP策定に向けた入門セミナーを実施。内容としては想定される災害シミュレーションによる策定意識の喚起、減災への事前準備、策定に必要な初動対応等各フェーズの理解とコアとなる部分の策定フォロー					
	販路開拓型	【ハンズオン支援】(2社) BCPに取り組みたい企業に対し、個別フォロー(2回程度)を行い、BCPを策定する。					
○ ハズオン型							
独自提案型							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果
商-10		BCP・BCMの普及促進		BCP			
(a)府施策連携商10番【BCP・BCMの普及促進】		BCPの普及促進について連携を図る。					
(c)セミナー内容と広報について相談連携する。							
(d)継続的な支援を行い、相談事業との相乗効果を図る。カルテ化目標50%							
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⇒	【人材育成型】令和2年度BCP普及啓発事業セミナーの募集や実施において適切な企業数であったため、同数の企業数を設定。 池田商工会議所会報誌及びホームページ、SNS、経営指導員の巡回・窓口相談を通して本支援の案内を行う。				
	15 社						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	災害リスクを知ることによって早期復旧、事業継続のためのBCP策定の必要性を理解する。					
指標	BCP策定事業者の割合				数値目標	100%	
その他目標値	目標値の内容⇒						

	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
算定基準 (行が足りない場合は、→ の行に挿入)	20,200	円 ×	13	社 ×	1.00	=	262,600	円	
	101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		15	社	(小計)		464,600	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	464,600	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)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	○	(a)府施策連携		(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○		
	標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
	464,600	円 ×	1.00	=	464,600	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)			
	○	池田商工会議所		464,600 円					
				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⇒ 13 社	【人材育成型】令和2年度BCP普及啓発事業セミナーの参加事業者数を基準に設定。池田商工会議所会報誌及びホームページ、SNS、経営指導員の巡回・窓口相談を通して本支援の案内を行う。		
	支援対象企業の変化	指標	BCP策定事業者の割合	数値目標	100%
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 2 社	【ハンズオン型】令和2年度BCP普及啓発事業セミナーの参加事業者数を基準に設定。池田商工会議所会報誌及びホームページ、SNS、経営指導員の巡回・窓口相談を通して本支援の案内を行う。		
	支援対象企業の変化	指標	BCP策定事業者数	数値目標	2
	その他目標値	目標値の内容⇒	BCP策定支援を行うことでBCP策定にあたって抑えておかなければならない基本的な各フェーズの内容について		

【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		経営革新支援事業	事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27 年度～	年度まで	7	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	経営革新に取り組む前向きな中小企業を掘り起こし、時代のニーズに対応するため経営革新に取り組む中小企業を増加させるとともに、中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画の承認取得を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	消費者ニーズが多様化する中、企業が存続していくためには、常に自社と外部環境との関係を見直し、環境変化への対応を行うことが重要である。中小企業が機動性、柔軟性、創造性を活かし、国内外の社会や個々の顧客ニーズに応えた自社ならではの新たな価値創造に取り組む必要がある。新型コロナウイルス感染症の影響による厳しい経済状況が続くと見込まれる中、既存ニーズが変容し、新しい消費者ニーズが生じている。新しい顧客ニーズをいち早くつかみ、そのニーズに対応すべく、既存商品・サービスを改善していくことが求められており、これまでの価値観とは異なる新たな顧客価値の創造も迫られている。 本事業では、新しい取り組みには意欲的ながらも、事業計画の重要性に気付いていない層に経営革新計画制度の存在を認知させ関心を与える、企業掘り起こしに重点をおいたアプローチと、意欲の高い事業者への本格的な経営革新申請に向けた計画作成支援を実施する。また経営革新に取り組む上で、それぞれステージの違う企業へ適切な支援を実施することで、管内およびその周辺地域の企業成長を推進する。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<人材育成型>池田市とその周辺地域で新事業展開には意欲的だが、経営革新の制度について知らず、必要性に気付いていない小規模事業者。 <人材交流型>池田市とその周辺地域で経営計画作成意欲が高く、計画作成のノウハウ等を学びたいと考えている小規模事業者。 <ハンズオン型>池田市とその周辺地域で経営革新計画申請を希望する小規模事業者				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画の作成支援は、経営革新セミナー並びに商工会議所経営指導員の掘り起こしにより、毎年支援を行い承認を得てきた。当所の支援による経営革新計画承認件数は1件(H27)、2件(H28)、3件(H29)、2件(H30)、1件(H31)、R2年度は12月時点で承認2件、申請中1件、申請準備中1件と、経営革新計画策定・申請のニーズは一定規模あると考えられる。経営強化に向けて今後も本事業を継続することで着実に承認企業を増やしていく予定である。				
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	R2年度は7月2日(木)、31日(金)に全2回で人材育成型「経営革新の為のオンラインzoomセミナー」を実施し、30名募集のところ31名の申込、30名の参加があった。また9月11日(金)～11月16日(金)に全5回で人材交流型「経営革新塾2020」を実施し、8名募集のところ9名の申込、9名の参加があった。うち1名が現在、経営革新申請に向け取組を進めており、ハンズオン支援の実施により申請準備中である。経営革新塾の受講者からは、「すぐに申請したいので準備にとりかかり自社の成長につなげたい」2社、「自社の成長のためにいずれ申請したいと考えるので、申請に向けて準備を始めていきたい」3社、「2年以内に申請出来るよう、今後検討していきたい」2社と、自社の成長に向けて前向きに経営革新に取り組む企業を創出できた。				
	反省点	新型コロナウイルス感染拡大により、人材育成型の経営革新セミナーの実施が当初想定していた対面型による実施から、非対面型のWEB形式でzoomによるオンライン開催となった。当所にとっては初めてのオンライン開催で、zoomでの実施に顔出し参加の依頼の周知徹底や、オンライン受講後アンケートの取り方に工夫が必要など、オンライン実施において受講効果を高めるために改善する必要がある。初めてオンライン受講を体験する事業所も多く、オンラインによる受講へのサポートとして受講前の事前支援も必要であった。また、現在進行形で新型コロナウイルスによる事業へのダメージを受けながらの新事業創出に向けての取り組みには、より多くの時間が必要であると思われる。				

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>■実施時期：R3年7月～R4年3月の期間に実施予定。 ■会場：池田商工会議所(またはオンライン) ■事業内容： 1. 経営革新セミナー<人材育成型> (2.5H×1回) 新事業展開に関心のある事業者に対して、経営革新計画承認企業で経営革新の実績のある企業の経営者を講師に迎え、経営環境変化に対応するために経営革新に取り組む必要性やメリットを知ってもらうためのセミナーを開催する。</p> <p style="text-align: right;">セミナーでは、経営革新に取り組んだ背景や取組み内容、取組にあたっての経営体制について語ってもらい、経営革新による成功事例を知ることで、計画作成の意欲促進を図り、後述の経営革新塾参加者の掘り起こしを行う。</p> <p>新型コロナウイルス感染症防止対策のため状況によってWEB形式のセミナーとする場合がある。</p> 2. 経営革新塾<人材交流型> (2.5H×6回) 新事業実施にあたり事業計画作成を望んでいる方、後継者・幹部候補生として経営力強化を図りたい方を対象に、経営革新計画の作成・承認に向けた経営革新塾を実施する。事業計画の重要性を学ぶところから、分析手法の学習、事業コンセプトや事業フレームの検討など段階を追って学習し、経営計画作成に必要な知識習得を促す。講師には経営革新計画に精通し、策定支援実績がある中小企業診断士を起用する。大阪府職員による経営革新制度の説明、実際に経営革新計画の承認を受けた事業者との交流の場の提供、承認企業の事例紹介等を通して、受講者に制度を身近に感じてもらい、計画承認が自社の成長に必要なステップであると認識してもらい、参加者の各々のリソースを活用し、共同事業や連携が図れるよう、グループワークを通じて参加者同士の交流を図る。個別の経営計画についてはワークの時間を設け、講師のアドバイスや他の受講者との共有の時間の中でブラッシュアップを図る。																																																
	○	人材交流型																																																	
		販路開拓型																																																	
	○	ハズ'オ型																																																	
		独自提案型																																																	
○ (a)府施策連携 ○ (b)広域連携 (c)市町村連携 ○ (d)相談事業相乗効果 商-11 経営革新の支援 創業・経営革新																																																			
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 商-11番【経営革新の支援】 大阪府商工労働部中小企業支援室経営支援課と連携・協議のもと、経営革新計画の制度の紹介を行うなどして事業を進める。また、募集にあたっての広報連携も行う。 (b) 池田商工会議所が中核となり、セミナーの企画・広報・運営を行う。広報・募集・フォロー等の業務は豊中商工会議所・箕面商工会議所・豊能町商工会と分担。 (d) 事業所の経営力向上等の現状、課題の把握等により相談事業につなげて事業所支援を実施し、将来の経営革新計画作成へと繋げていく。																																																			
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 26 社	【人材交流型】R2年度本事業の参加者数に基づき設定。池田・豊中商工会議所・箕面商工会議所、豊能町商工会会報誌、及び池田商工会議所ホームページ、経営指導員の巡回・窓口相談を通して本支援の案内を行う。																																																
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	参加企業が経営革新塾を受講することで、受講生同士の交流を通じたモチベーション向上、経営革新計画の申請が自社の成長に必要なステップであると認識できる。また、経営革新計画申請の基礎となる経営計画書を作成できる。	指標 経営革新計画申請を希望する事業者数 数値目標 3社																																																
	その他目標値	目標値の内容→																																																	
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	<table border="1"> <tr> <th>サービス単価</th> <th>円 ×</th> <th>支援企業数</th> <th>社 ×</th> <th>係数</th> <th>=</th> <th>標準事業費</th> <th>円</th> </tr> <tr> <td>20,200</td> <td>円 ×</td> <td>15</td> <td>社 ×</td> <td>1.00</td> <td>=</td> <td>303,000</td> <td>円</td> </tr> <tr> <td>40,400</td> <td>円 ×</td> <td>10</td> <td>社 ×</td> <td>1.60</td> <td>=</td> <td>646,400</td> <td>円</td> </tr> <tr> <td>101,000</td> <td>円 ×</td> <td>1</td> <td>社 ×</td> <td>1.00</td> <td>=</td> <td>101,000</td> <td>円</td> </tr> <tr> <td></td> <td>円 ×</td> <td></td> <td>社 ×</td> <td></td> <td>=</td> <td></td> <td>円</td> </tr> <tr> <td colspan="2">合計</td> <td>26</td> <td>社</td> <td>(小計)</td> <td></td> <td>1,050,400</td> <td>円</td> </tr> </table>	サービス単価	円 ×	支援企業数	社 ×	係数	=	標準事業費	円	20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円	40,400	円 ×	10	社 ×	1.60	=	646,400	円	101,000	円 ×	1	社 ×	1.00	=	101,000	円		円 ×		社 ×		=		円	合計		26	社	(小計)		1,050,400	円	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)
	サービス単価	円 ×	支援企業数	社 ×	係数	=	標準事業費	円																																											
20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円																																												
40,400	円 ×	10	社 ×	1.60	=	646,400	円																																												
101,000	円 ×	1	社 ×	1.00	=	101,000	円																																												
	円 ×		社 ×		=		円																																												
合計		26	社	(小計)		1,050,400	円																																												
			計			1,050,400	円																																												
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)																																																			

算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等		
	②受益者負担	円	負担金の積算		
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)
	1,050,400	円	×	1.00	= 1,050,400 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)	
	○	池田商工会議所	808,000 円	池田商工会議所が中核として企画・広報・運営を担当。豊中商工会議所・箕面商工会議所・豊能町商工会は広報、参加者発掘を担当。	
		豊中商工会議所	80,800 円		
		箕面商工会議所	80,800 円		
		豊能町商工会	80,800 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⇒ 15 社	【人材育成型】R2年度本事業の参加者数に基づき設定。池田商工会議所会報誌及びチラシ、ホームページによる広報のほか、経営指導員の巡回・窓口相談を通して本支援の案内を行う。	
	支援対象企業の変化	参加者が経営計画作成の重要性に気づき、経営計画作成に意欲を持つ。		
	その他目標値	指標	計画的経営の重要性を認識した事業者の割合	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	【人材交流型】R2年度本事業の参加者数に基づき設定。池田・豊中商工会議所・箕面商工会議所、豊能町商工会会報誌、及び池田商工会議所ホームページ、経営指導員の巡回・窓口相談を通して本支援の案内を行う。	
	支援対象企業の変化	参加企業が経営革新塾を受講することで、受講生同士の交流を通じたモチベーション向上、経営革新計画の申請が自社の成長に必要なステップであると認識できる。また、経営革新計画申請の基礎となる経営計画書を作成できる。		
	その他目標値	指標	経営革新計画申請を希望する事業者数	数値目標
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 1 社	【ハンズオン型】R2年度の当事業支援数に基づき設定。経営革新塾受講者のうち、経営革新申請に繋がりそうな事業者を選定する。	
	支援対象企業の変化	自社の経営革新計画が作成できる。		
	その他目標値	指標	経営革新計画を申請する事業者数	数値目標

【備考】

--

※別添で補足する内容があれば添付してください。

6. 経費支出計画書（経費内訳）

池田商工会議所

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	330	25,000	8,250,000	
支援機関等へのつなぎ	10	10,000	100,000	
金融支援（紹介型）	55	30,000	1,650,000	
金融支援（経営指導型）	45	40,000	1,800,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	10	20,000	200,000	
資金繰り計画作成支援	15	20,000	300,000	
記帳支援	51	25,000	1,275,000	
労務支援	37	20,000	740,000	
人材育成計画作成支援	1	20,000	20,000	
マーケティング力向上支援	50	20,000	1,000,000	
販路開拓支援	60	20,000	1,200,000	
事業計画作成支援	60	50,000	3,000,000	
創業支援	45	20,000	900,000	
事業継続計画(BCP)等作成支援	15	20,000	300,000	
コスト削減計画作成支援	10	20,000	200,000	
財務分析支援	62	10,000	620,000	
5S支援	1	10,000	10,000	
IT化支援	15	20,000	300,000	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
事業承継支援	17	20,000	340,000	
災害時対応支援	0	5,000	0	
フォローアップ支援	50	5,000	250,000	
結果報告	330	10,000	3,300,000	
小 計	-		25,755,000	25,755,000

II 専門相談支援事業				
事 業 名	算 定 基 準			補助金額
	支援日数		計	
法律相談	7		168,000	
労務相談	2		48,000	
税務相談	5		130,000	
金融相談	12		288,000	
専門家相談	28		672,000	
小 計	54		1,306,000	1,306,000

※記帳支援のために税理士を活用する場合は、単価26,000円×事業所数

III 地域活性化事業		
小 計	算定基準	補助金額
		別紙事業調書のとおり

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