

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	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）：	06-6845-8001
F a x：			06-6857-0474	
E - m a i l：	shien@ooana.or.jp			
①設立年月日	昭和24年12月			
②職員数	職員数 12人（うち経営指導員数 7人） 令和3年1月時点			
③所管地域	豊中市			
④管内事業所数	13,044（平成28年 経済センサス基礎調査結果）			
⑤管内小規模事業者数	8,688（平成28年 経済センサス 市町村別小規模事業者数）			
⑥会員数（組織率）	2,440（18.70／令和2年12月末日現在）			
	※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、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。</p>				

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

豊中市は、大阪府北部の北摂豊能地域に位置する中核市で、人口は40.1万人（2020年12月1日現在）と、府内第4位の人口を擁する。

平成28年経済センサス基礎調査結果によると、豊中市は事業所の集積では大阪府内で4番目(13,044社)に数えられ、その約66%(8,688社)を小規模事業者が占める。その内訳は卸売業・小売業21.5%、宿泊業・飲食サービス業12.9%、医療・福祉12.6%、不動産業・物品賃貸業10.0%、製造業9.6%、その他33.5%となり、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、全体の約9割(11,775社)を従業員20人以下の事業所が占めており、幅広い業種の中小零細企業が集積する地域となっている。

豊中市による産業状況調査より、当市の特徴として以下があげられる。

1. 優れた交通利便性：空港、新幹線、高速道路、都心へのアクセスの良さ
2. 多種多様な業種の事業所の立地：特定の業種・大企業に依存しない産業構造であり、社会経済情勢の変化に対するリスクヘッジができてきていること
3. 職住近接の需要の高まり：住宅都市・教育文化都市としての資源、潜在的な労働力（女性の年齢階級別の労働力率を示す指標・M字カーブが顕著で、アクティブシニアが多いこと）
4. 大学や研究機関が近接：大阪大学、大阪音楽大学、産業技術総合研究所が近接
5. 事業者間ネットワーク・コミュニティ：事業者間連携による事業成長がみられること

また、エリアごとでは、以下の特性があげられる。

- 千里地域：①職・商・住・交通が充実、②再整備、新規投資が進行
- 阪急宝塚線沿線（蛍池～服部天神）：駅前の商業・業務機能が集積
- 空港周辺地域：①宿泊施設の需要、②空港を拠点とした活性化の可能性
- 西部地域：①古くから製造業が集積、②現在も立地ニーズが高い
- 南部（庄内）地域：①事業者間のつながりが強い、②南部活性化構想、南部コラボ等による事業環境の向上、③新規投資、活性化のチャンスあり

一方、課題としては、以下の項目があげられる。

- ◆操業環境の維持・形成：①住工混在によるトラブル（騒音、振動、臭気等）、②事業用地の確保、インフラ整備、③労働力の確保難
- ◆中小企業が多く・経営者が高齢化：①事業所数の減少、②事業承継支援等が必要
- ◆事業所の課題の多様化・複雑化：一律ではない個別支援が求められる
- ◆DXの遅れ：小規模事業者が多く、社内に人材が不足している

2020年より、新型コロナウイルス感染症が管内の中小企業経営に深刻な影響を及ぼしており、事業継続と雇用維持、ポストコロナを見据えたビジネス変革は重要な鍵であり喫緊の課題となっている。

域内には、めまぐるしい環境変化に適応しながら成長をめざすため、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。構造変化が加速する地域経済のなか、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、新たな需要にきめ細かく対応できる「稼ぐ力」と、「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」の強化、およびIT/IoT等を活用したニューノーマル時代に対応できる働き方への改革や生産性向上・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状況にある。

(2) 所管地域の活性化の方向性

豊中商工会議所では中期の基本方針として「チャレンジングな“豊中づくり”」を掲げ、「希望を生み出す強い地域経済」の浮揚を目指すとともに、挑戦する中小企業や小規模事業者の「稼ぐ力」を高めるため、「変化への着実な対応」に向けて、3つの重点項目に取り組んでいくこととしている。

1. チャレンジングな“人材づくり”：「地域経済を牽引する次世代リーダーの発掘」を目指し、女性も含めた若手企業家によるチャレンジングな事業実践と切磋琢磨を促すネットワークの構築に取り組み、地域経済の新陳代謝に繋げる。
2. チャレンジングな“企業づくり”：「チャレンジング経営モデル事例の輩出」を目指し、中小企業や小規模事業者の伴走型支援に取り組み、変化する地域経済への着実な対応に繋げる。
3. チャレンジングな“地域づくり”：「地域経済の強靱化」を目指し、頻発する自然災害等により事業活動の継続に支障をきたさないよう、事業継続力の強化支援事業に取り組み、持続可能な地域経済の発展に繋げる。

当所の基本方針に沿って、以下の地域活性化を図っていくこととする。

- デジタル化への対応：5G元年といわれるなか、モバイルデバイスの高度化・多様化に対応すべく、各種IT化に伴って蓄積される顧客データの活用、各顧客に「刺さる」Web戦略の構築、ソーシャルメディア等Webツールの選択・活用による販路開拓方法の変革・発展をサポートしていく。
- プロモーション力の強化：当エリアは地域を代表するような産業集積がないため、地域としての発信力が弱く、そこからもたらされる経済的な波及効果に乏しいことから、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の向上をサポートしていく。
- 生産性向上とイノベーションの創出：働き方改革を実現するために、AI・IT・ドローン（ロボット）を活用し、業務効率・生産性の向上を後押ししていく。
- 働き方改革対応と人手不足対策：法令順守やテレワーク対応に向けて就業規則を整備するとともに、採用ノウハウの習得により人手不足が続く中でも人員を採用し、定着化を図れるようにする。
- 事業承継対策：経営者の高齢化と後継者不足による廃業が加速していくなか、事業承継の円滑な促進を図るべく、承継前企業への各種対策を実施していく。
- 大阪・関西万博に向けた対策：生産性の向上と将来的な大阪・関西万博を契機としたインバウンド需要の取り込みにも繋げていけるようにキャッシュレス化の環境整備を行う。
- 事業継続力の強化：企業の自然災害等への事前の備え、事後のいち早い復旧を支援するため、BCPの策定ならびにBCMへの取組を促進していくとともに、災害・感染症などの事業中断を引き起こす脅威への対応力向上を図っていく。

また、事業所の課題の多様化、複雑化に対応し、一律ではない個別支援を各種実施していく。

(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

上記の産業経済の現状より、コロナ禍の影響で苦境に立たされている中小企業、ポストコロナを見据えてビジネス変革に取り組もうとする中小企業を喫緊の支援対象とする。なかでも、めまぐるしい環境変化に適応しながらも事業の維持・存続に奮闘している豊中市内の小規模事業者8,688社、さらに主要な事業連携先となる豊能地域の小規模事業者も含めて、広く伴走型で支援を行っていく。とりわけ、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て、異分野連携にも果敢に挑戦し、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にフォーカスを当てていく。

具体的な支援対象となる小規模事業者のイメージは以下を想定している。

- Webを活用した販路開拓に取り組んでいるものの成果が得られていない事業者、コロナ禍で新たな販路としてECサイトを開設しようとする事業者・開設したが売上が伸び悩む事業者
- 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事業者、発信力に課題を持つ事業者
- 人手不足で業務の効率化を求められる事業者、経営に対する意欲は高いながらもIT/IoT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、IT/IoT導入を検討されてはいるが、何から取り組めばよいか分からない事業者
- 人手不足対策と働き方改革に対応しようとしている事業者
- 経営者の高齢化と後継者不足に直面し、事業承継対策に着手しなければならない事業者
- 自然災害・感染症等への事前の備え、事後のいち早い復旧を図るためにBCP・BCM対策を講じようとする事業者
- キャッシュレス化の動きに後れを取ることなく生産性の向上を図っていこうとする事業者、大阪・関西万博に向けた備えに関心のある事業者

その他、課題の多様化、複雑化に対応すべく支援を求める小規模事業者に対し支援を展開していく。

(4) 事業の目標

新型コロナウイルス感染症により、大きな影響を受けた管内の中小企業が、事業継続と雇用維持、ポストコロナを見据えたビジネス変革を成し遂げられるようにすること。また、当所管内から成長企業の創出、イノベーションの促進、企業の経営強化、幅広い人材の活用などに取り組み、活性化が図られることを目標とする。

そのために、「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の解決にチャレンジする企業に重点を置いて支援し、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を創出し、意欲と潜在力を有する企業の発掘を目指す。
- (4)目的意識を共有できる企業群による研究会を立上げ、PDCA実践によ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を加速させていくと共に、広域での企業間連携の促進を目指す。

具体的には、デジタル実装による生産性向上の後押し（デジタル技術の活用による中小企業の実産性向上）、業態転換・事業再編・事業承継の取り組み促進、事業継続力強化計画やBCPの策定、新規事業等の計画認定や補助金採択、多様な人材の活用や働き方改革対応、大阪・関西万博も視野に入れた投資の促進、持続可能な開発目標(SDGs)経営など、ポストコロナを見据えた中小企業や小規模事業者によるチャレンジングな経営モデルの推進にフォーカスを当てていく。

(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）

コロナ禍にある管内中小企業が、先行き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。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66%を小規模事業者が占める当市地域経済の安定・活性化、さらには主要な事業連携先となる豊能地域の小規模事業者も含めた地域産業の成長力底上げへと繋がることが期待される。

本事業を実施しなかった場合、コロナ禍の影響による足元の苦境を管内中小企業が克服できなくなるとともに、アフターコロナを見据えた中小企業のビジネス変革への対応が遅れてしまうことが大きく懸念される。とりわけ小規模事業者においては、日常的な課題の発見・解決や、アフターコロナの需要構造の変化への遅れなどが表面化してくるとともに、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で、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	276 事業所	支援機関等へのつなぎ	100 支援	
金融支援（紹介型）	25 支援	金融支援（経営指導型）	12 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	31 事業所	労務支援	45 支援	
人材育成計画作成支援	2 事業所	マーケティング力向上支援	2 事業所	
販路開拓支援	30 支援	事業計画作成支援	89 支援	
創業支援	10 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	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	4 事業所	
5S支援	2 事業所	IT化支援	35 事業所	
債権保全計画作成支援	2 事業所	事業承継支援	12 事業所	
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援	40 事業所	
結果報告	276 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	288社 ※2020年12月末現在			
<p>主に小規模事業者8,688社のうち、特に経営改善・革新に能動的に取り組む企業約260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大阪府事業承継ネットワーク等および、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。</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>税務支援においては、2023年10月から導入されるインボイス制度への対応支援、消費税率引き上げ・軽減税率制度導入後のフォローアップを行いつつ、IT(クラウド会計)活用を継続的に促進し、クラウドPOSシステム、キャッシュレス決済システム導入等を支援する。また、事業承継に関連する税務・労務・法務、その他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。創業・経営革新等支援においては、特に小規模事業者の事業計画作成やブラッシュアップ、資金繰りに基づく制度融資の選定など、創業支援～経営革新、経営力向上計画策定等の支援に必要な様々な相談ニーズに対応して課題解決に導く。なかでも、販路開拓・生産性向上に向けた支援では、今年度も小規模事業者持続化補助金等の各種補助金の活用・応募に向けた相談案件が多くなることが想定されるため、相談体制を充実させていく予定である。さらに、IT活用、プロモーションに係る専門性の高い相談案件については、地域活性化事業の講座・セミナーによる課題抽出過程および抽出後において、各事業者個別の事情に合わせて理解度を深め、最適化することを目的に専門家派遣を実施し、当該事業において明確になった課題をリアルタイムかつピンポイントで解決できるよう支援を行っていく。</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
税務支援	継続	相談件数	150	主に窓口相談にて税務・記帳支援、決算・確定申告相談支援。支援日数90日
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。支援日数153日
販路開拓支援	継続	相談件数	25	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。支援日数25日
IT活用支援	継続	相談件数	50	窓口及び巡回相談にてIT専門家によるIT活用相談支援。支援日数25日
プロモーション支援	継続	相談件数	60	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。支援日数30日

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、経営指導員では対応しきれない専門的な税務課題の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、消費税率引き上げ・軽減税率制度導入後のインボイス制度対応等の必要な支援を行う。また、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的確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満足度の向上に繋げる。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る。なかでも、創業・起業支援においては、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・経営革新支援においては、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SNS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っていく。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、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攻めのIT活用支援を実施。さらに、日進月歩のIT最新情報を踏まえた専門的な診断による的確な活用提案を行うとともに、高いコストパフォーマンスによるスピーディーかつ明確な成果の創出に繋げていく。プロモーション支援においては、経営指導員だけ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していく。

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				606,000
1	○	中小企業強靱化支援事業	管内事業者に対してBCPの策定ならびにBCMへの取組を促進していくとともに、災害などの事業中断を引き起こす脅威への対応力向上を図り、中小・小規模事業者のリスクマネジメントと「稼ぐ力」を強化していく。	606,000
(2) 広域事業				14,802,090
2		Web活用販路開拓支援事業	コロナ禍でWebやSNSを活用した事業活動の周知宣伝、Webを通じて販路開拓を強化するための事業	3,878,400
3		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	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るように把握し、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	1,848,300
4	○	働き方改革の実現に向けたIT/IoT導入・利活用促進事業	新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、テレワークを実施する事業者が急増し、それに伴いクラウドツールの導入も増加した。事業者に見合ったシステムを案内することで「業務効率・生産性の向上」に繋げる。	1,777,600
5	○	「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	就業規則の整備やテレワーク対応等の観点から「働き方改革」への対応を進めることで、人材を採用・定着化する環境を整備し、経営における「人」の課題を改善することで事業の持続的な発展を支援する。	2,080,600
6	○	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	事業計画の作成やM&A等による事業承継を円滑に進める支援及び、自社の魅力を様々な角度から社内外の利害関係者に伝えられるようにすることで「事業承継したくなる・させたくない」会社になるための支援を実施する。	2,989,600
7	○	大阪・関西万博に向けたキャッシュレス化推進事業	管内事業者のキャッシュレス化を推進し生産性の向上を図るとともに、キャッシュレス化の環境整備を行うことで将来的な大阪・関西万博を契機としたインバウンド需要の取り込みにも繋げていけるようにフォローアップしていく。	1,444,300
		北摂地域 地デカラフェスタ	箕面商工会議所(幹事)の事業計画書参照	350,000
		小規模事業者向け販促 WEBサイト構築支援事業	北大阪商工会議所(幹事)の事業計画書参照	90,900
		大阪勧業展	大阪商工会議所(幹事)の事業計画書参照	75,750
	○	シニア向け創業支援事業	箕面商工会議所(幹事)の事業計画書参照	80,800
	○	経営革新支援事業	池田商工会議所(幹事)の事業計画書参照	80,800
	○	障がい者向け企業面接会	吹田商工会議所(幹事)の事業計画書を参照	105,040
うち府施策連携事業				9,164,740

事業名		中小企業強靱化支援事業		事業番号	1	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2020	年度～	2024	年度まで	2	年目	←複数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	管内事業者に対してBCPの策定ならびにBCMへの取組を促進していくとともに、災害などの事業中断を引き起こす脅威への対応力向上を図り、中小・小規模事業者のリスクマネジメントと「稼ぐ力」を強化していく。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>平成30年度は大阪府北部地震、台風21号により大阪が大きな被害を受けたほか、全国的にも平成30年西日本豪雨、令和元年台風19号と毎年大きな災害が発生する状況が続いている。近年は、首都直下地震や南海トラフ地震といった大規模地震の発生も想定されている中、企業のサプライチェーンにも大きな影響を与えるおそれがある。大企業では、事前対策の取組が一定程度進んでいる一方で、中小・小規模事業者における災害への備えの取組は、一部にとどまっている状況にあり、大企業に比べて経営資源が脆弱な中小・小規模事業者は、ひとたび被災すると経営に大きな影響を受ける可能性が高いと考えられる。また、2020年の新型コロナウイルス感染症により大きな影響を受けている企業が多いなか、BCP策定済み企業であっても感染症リスクに対する計画が未整備であるところが少なくないこともわかってきた。</p> <p>このような現状を踏まえ、中小・小規模事業者の自然災害等への事前の備え、事後のいち早い復旧を支援するため、「中小企業強靱化法」が令和元年7月に施行されるとともに、当法律の中で小規模事業者の事業継続力強化の取組を商工会議所が市町村と共同で支援していく「小規模事業者支援法」が改正された。</p> <p>当所においては、当支援法に基づき、豊中市とともに「事業継続力強化支援計画」を令和2年4月1日から5年間の実施期間で策定し、同3月19日付で大阪府の認定を受けた。当支援計画に従い、管内事業者に対してBCPの策定ならびにBCMへの取組を促進していくとともに、災害などの事業中断を引き起こす脅威への対応力向上を図り、中小・小規模事業者のリスクマネジメントと「稼ぐ力」を強化していく。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主要リスクである自然災害のほか、サプライチェーンの途絶、情報セキュリティ事故、伝染病・感染症、家畜伝染病、テロリズムなど、事業をとりまく様々な脅威に対して、BCP・BCM対策を講じていかなければならないと感じている管内の中小・小規模事業者を対象とする。						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>「『企業の事業継続及び防災の取組に関する実態調査』及び『大阪府北部を震源とする地震の状況』の調査結果報告書」(平成30年11月、大阪府危機管理室)によると、府内企業の事業継続計画の策定状況については、大企業では71.5%と策定が進んでいる一方、資本金1億円以下の企業では、概ね12.5%に止まっている。近年多発する自然災害を目の当たりにして、何か対策を講じなければならぬと考えている中小・小規模事業者は多いが、実際にBCP・BCM対策に着手できていない状況にあり、法律に基づいて各種支援を実施していく意義は大きい。</p> <p>また、今般の新型コロナウイルス感染症の発生に際して、感染症が発生した場合にも対応していく必要性があるとの声があり、企業経営上の危機管理強化が望まれている状況が窺える。</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>・「やっておきたいリスク対策とBCP(事業継続計画)の作成セミナー」(人材育成型)</p> <p>10月15日に東京海上日動火災保険(株)を講師に、中小企業に自然災害など非常事態への「予防・そなえ」「災害発生時の行動」「被災後の対処法」、ならびにウイルス感染症対策についてもポイントを伝授するセミナーを開催。20社の目標に対して13社の参加実績であった。</p>						
	反省点	結果として、目標の7割の参加・支援に届かなかったことが反省点となる。BCP(事業継続計画)という言葉にまだ馴染みが無い事業者、重要なテーマだと分かっているにもかかわらず優先順位が後回しになっている事業者が多いのではないかとと思われるため、分かり易い表現でBCP(事業継続計画)の必要性、対策することのメリットを伝えていけるように事業を工夫をしていきたい。						
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	<p>【人材育成型】</p> <p>①「中小企業強靱化セミナー(仮称)」</p> <p>◆内容:損害保険会社、行政機関等を講師とし、以下の項目を取り上げ、災害事例を通じたリスクファイナンスについて理解していただく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業を取り巻く環境変化とBCPの必要性 ・大阪府、豊中市など大阪北部を取巻く自然災害 ・自然災害シミュレーション ・感染症対策BCP 						
	人材交流型	<ul style="list-style-type: none"> ・「中小企業・小規模事業者のための事業継続計画」の作成と解説 ・事業継続力強化計画認定申請について ・ビジネス総合保険の解説 						
	○ ハンズオン型	<p>◆実施時期:2021年10月～11月頃</p> <p>◆場所:豊中商工会議所、またはオンラインかハイブリッドにて開催</p>						
	独自提案型	<p>【ハンズオン型】</p> <p>②セミナー受講企業を主な対象に、BCP策定に向けたハンズオン型の支援を行う。</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-10	BCP・BCMの普及促進		BCP				
	(C)市町村連携:事業継続力強化支援計画に則り、豊中市の各商工部局・防災部局と連携する。							
	(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。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【設定根拠】支援対象企業のうちリスクファイナンス、BCP対策に関心を示す企業を想定して算出					
		20社	【募集方法】当所および連携先商工会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、ターゲット企業への個別DMにより募集する。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」等を活用して、BCP策定に取り組む企業数			数値目標	20社	
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 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円	
	101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
				合計 22	社	(小計)		606,000	円
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							0	円	
							計	606,000	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	○ (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)				
	606,000	円 ×	1.00	=	606,000	円	(0 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	606,000 円		豊中商工会議所が、豊中市と連携のもと、事業の企画・広報・運営等を行っていく。				
			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⇒ 20 社	【設定根拠】支援対象企業のうちリスクファイナンス、BCP対策に関心を示す企業を想定して算出 【募集方法】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、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	リスクファイナンスについてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」等を活用して、BCP策定に取り組む企業数で変化を把握する。	
	指標	大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」等を活用して、BCP策定に取り組む企業数	数値目標 20
	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	【設定根拠】支援対象企業のうちBCP策定に向けたハンズオン型支援を望まれる企業を想定して算出 【募集方法】事業①への参加企業、ならびにターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	リスクファイナンスについてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」等を活用して、BCP策定に取り組む企業数で変化を把握する。	
	指標	大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」等を活用して、BCP策定に取り組む企業数	数値目標 2
	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		Web活用販路開拓支援事業	事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013 年度～	年度まで	9 年目	←複数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	低感染リスク型ビジネスモデルへの転換を目的に新たにWEB活用およびECに参入する事業者および更なるWEB販路強化を図る事業者の広報・集客および売上アップ等の販路開拓力を強化するための事業				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍で生活様式が大きく様変わりし、テレワークなど在宅時間の増加等を要因として、生活必需品や食品・日用雑貨・酒類、楽器・音響機材、インテリア・寝具等々のEコマース(以下、EC)流通額が昨対比で約3倍強((E-Commerce Magazine掲載記事より)となるなど、2020年はECの大きな変革期となった。2021年もコロナ収束の見通しが立たない中、EC需要は高水準で推移するものと予想される。しかしこれまでECに取り組んでいなかった事業者が、新たにECへの取組を始めても直ぐに売上に反映するものではなく、SNSをはじめとした各種WEBサービス等の機能を駆使した地道な情報発信活動を続け、認知を高めていく必要がある。当事業では、コロナ禍における変革期において、事業を持続的に発展させられるよう、域内小規模事業者に対してWEBを活用したより感染リスクの低いビジネスモデル導入を促進し、コロナ禍を乗り越え、かつ「個の稼ぐ力・情報発信力」の強化を後押ししたい。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	本市においては、サービス業と卸小売業を合わせると約50%となることから、これらの支援の必要性は非常に高い。本市を含む北摂地域に拠点を構え、かつBtoCサービス業(小売を含む)、特にWebを活用した顧客の販路開拓に取り組んでいるものの成果が得られていない事業者、コロナ禍で新たな販路としてECサイトを開設する、もしくは開設したが売上が伸び悩む者等が主な対象となる。また、これまで当事業で支援した事業者のうち、さらに精力的に学び実践しようとする事業者(EC研究会等所属者計約200名)のWeb戦略やビジョン再構築や実践をサポートする。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	当事業OB・OG等によるEC研究会(80事業者)及び、Webプロモーション勉強会(100事業者)に所属する事業者があり、下記の項目(具体的な実施内容)に記載している内容は、先述の事業目的を踏まえ、受講生や研究会に所属する事業者からの要望を取り入れたカリキュラムで新たに構成し直した。最近再び注目を集めている動画を活用したソーシャルメディア活用関連の講座やSNSと連携したECの強化、都度要望に適宜対応した勉強会などの実施を行い、更に事業者の取組意欲を高めていくことを考えている。				
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	前年度も、創業や新規事業の開始等に伴うサイトリニューアルやサイト新設をされる方の多くは、当該ネット事業に係る指針や計画が確立されていない事業者が少なくなかった。また、コロナ禍で新たにECへの取り組みを始めようとする事業者が目立ち、Web/ECサイトへの掲載情報が整理できずに悩まれる方が散見された。そのため、目的や目標を掲げるための計画書の作成を推進する実践講座を実施した。満足度も98%と高い結果となっている。また、検索対策に効果の高いGoogleマイビジネスによるMEO、およびSNSと親和性が高くパソコンがなくてもスマホだけでECの立ち上げが可能なBASE(ベース)の活用、動画活用の関心の高まりからYouTube活用、同じく動画活用で効果が期待できるInstagram活用を中心に、SNS+SEO対策セミナーを実施し前年度はセミナー/講座実施8事業において延約150事業者が参加した。運営もオンラインおよびハイブリッド配信の体制を整え、事業者の受講環境確立へのサポートも実施した。				
	反省点	Web活用におけるトレンドや各ツールのトレンドの移り変わりは想像以上に早く、また、コロナ禍で外出を控える人が多く増えたことからネット利用者が増え、Web活用の重要度がかつてないほど高まった。しかし、当初の計画がコロナ禍を想定した内容ではなかったため、WEBツールトレンドの目まぐるしい変化と並行して、事業者におけるコロナ禍でのWEB活用ニーズにタイミングよく対応していくことに苦慮した。在宅時間増加に伴うネット閲覧時間の増加を背景として、当初予定になかった動画活用に係るセミナーを実施。定員の2倍以上の申込があったうえ、更なる詳しい内容の講座開講要望を受けている。また、飲食店等では時短営業の要請や外出自粛により売上が激減したことから、アナログ媒体では情報を届けにくくなったことを背景に、SNS活用の需要が増大。SNS活用セミナーに例年の2倍を超える申し込みがあるなどコロナ前とは様相の異なる年度となった。EC関連では、これまでと異なり、コロナ禍を背景とした非接触型販路構築の取り組みとして、新たにECサイト開設に取り組もうとする事業者が多かった。初心者向けのEC関連の講座を準備はしていたものの、募集時期が夏前と早すぎたため、ニーズのピークに合わせるができず、開講後に受講希望を多数受けるなどしたため、コロナ禍の様相を見極めつつ、実施時期を調整すべきであったと感じている。				
○	人材育成型	【人材育成型】 ①Googleマイビジネス活用セミナー【30社×1日間】 スマホをお持ちの方なら、スマホからのGoogle検索で気づかないうちに利用しているGoogleマイビジネス。同サービスに自店の店舗情報をしっかりと掲載することで、スマホ検索で表示がされるようになり、店舗情報を見つけた見込み客に、アプローチが可能となる。コロナ禍においてはテイクアウトやデリバリー対応の有無確認、コロナ禍の収束を見据えては、実店舗への来店客を増やすための戦術として実践を見据えた情報提供を行う。 対象者：実店舗がありコロナ禍収束を見据え、来店客数を伸ばしたい事業者。 目的：実店舗への誘導するための情報配信力の強化 ※実施方法として、会場来場者10名程度+20名をWeb会議システムを利用したオンライン参加型で実施予定。				

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	<p>②YouTube実践編(簡単動画編集編)【15社×3日間】 YouTubeを本格的に活用するために、実践に取り組むために必要な知識とノウハウを身に付けていただく3日間とする。YouTubeの市場、動画の役割、動画編集に至るまでの知識とテクニックの習得から、自社のWebサイトや各種SNSとの連携について理解を深めていただく。 対象者：販路開拓、新規販路開拓ツールとしての選定YouTube活用を本格的に始めようとする事業者 目的：商材、ターゲットに合った集客ツールの選定による情報配信力の強化 ※実施方法として、会場来場者10名程度+を10名程度をWeb会議システムを利用したオンライン参加型で実施予定。</p> <p>③Web活用×SNS×ブランディング講座【15社×3日間】 最終着地点となるWebは受け皿であり、各種SNSからの同WEBサイトへ誘導するには消費者の心を動かす必要がある。そこで必要なブランディングについて合わせて学んでいただき、WEBサイトへの導線強化を図る。 対象者：販路開拓、新規販路開拓ツールとしての各種SNSの活用始める事業者/SNS活用による効果が得られていない事業者 目的：商材、ターゲットに合った集客ツール(SNS選定)による情報配信力の強化 ※実施方法として、会場来場者10名程度+5名程度をWeb会議システムを利用したオンライン参加型で実施予定。</p> <p>④ネットショップ塾 開設塾(入門編)【10社×3日間】 パソコンを所有していない事業者でもスマホがあれば開設できる簡易ネットショップ開設サービス(BASE)を実際に使用してECを立ち上げていただく。 対象者：コロナ禍で、新たな販路の1つとして簡易なECサイトから運営を始めようとする事業者。毎月のECの売上として数十万円程度を目指す方。 目的：非対面による自社の簡易ECサイトを開設するきっかけを提供します。 ※実施方法として、会場来場者10名程度+を5名程度をWeb会議システムを利用したオンライン参加型で実施予定。</p> <p>⑤ネットショップ塾 運用編(上級者向け)【10社×6日間】 既に開設済のECサイトを運営している事業者で売上が伸びない、利益が得られていない事業者を対象とし、売れる/利益を上げるためのECサイトの本格運営ノウハウを習得いただく。 ※実施方法として、会場来場者5名程度+5名程度をWeb会議システムを利用したオンライン参加型で実施予定。</p> <p>⑥Googleアナリティクス講座【15社×3日間】 ECサイトやWebサイトは、開設して終わりではなく、売上に結びつくまでの道のりは、そう簡単ではない実情がある。そこで、サイト来訪者がどのコンテンツに関心が高いのか、ECサイトであればなぜ決済に結びつかないのかを実際のサイト来訪者の動きを分析・解析する手法を学び、勘に頼るのではなくそのデータに基づいた正しい改善をするための知識を身に付けていただく。 ※実施方法として、会場来場者5名程度+10名程度をWeb会議システムを利用したオンライン参加型で実施予定</p>				
		○ ハズ' 型	<p>⑦Webプロモーション勉強会【8社の支援】 前年以前に当事業に参加された事業者を対象に、Web活用の最新情報を元にしたノウハウの習得や、現サイト運営のブラッシュアップ支援を時期を定めずに継続して行う。 ※実施方法としては、適宜状況に合わせて対面で行う場合と、オンライン会議システムを利用して実施を検討します。</p> <p>⑧EC研究会【7社の支援】 前年以前に当事業におけるEC関連塾に参加された事業者を対象に、EC運営に必要となる最新情報の習得や、現ECサイト運営のブラッシュアップ支援を時期を定めずに継続して行う。 ※実施方法としては、適宜状況に合わせて対面で行う場合と、オンライン会議システムを利用して実施を検討します。</p>			
			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)	<p>(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</p> <p>IT・IoT</p> <p>(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)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。</p>			
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 110 社	【設定根拠】前年度の支援実績事業者数より算出。 【募集方法】当所および連携先商工会の会報等へのチラシ同封、Webサイトへの掲載、メールマガジンでの周知、Facebook等SNSでの情報発信、ターゲット企業への個別DMにより募集する。			
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	SNSの活用により、実店舗へ流入する顧客増による売上向上。Web/ECサイトの新設・リニューアル及び、各種SNSとの連動連携により、ファンの獲得・見込み顧客の発掘と売上向上。				
	その他目標値	指標	Web/EC/SNSの活用により新規顧客を獲得した事業者数	数値目標	40	

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 20,200	円 ×	30	社 ×	1.00	=	606,000	円	
	② 40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	③ 40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	④ 40,400	円 ×	10	社 ×	1.30	=	525,200	円	
	⑤ 40,400	円 ×	10	社 ×	1.60	=	646,400	円	
	⑥ 40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	⑦ 101,000	円 ×	8	社 ×	1.00	=	808,000	円	
	⑧ 101,000	円 ×	7	社 ×	1.00	=	707,000	円	
	合計			110	社	(小計)		5,656,000	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%)							0	円	
							計	5,656,000	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		590,000 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)			
5,656,000 円		× 0.75		=		4,242,000 円		(590,000 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		3,878,400 円		豊中は主管として企画調整・広報・運営を担当する。吹田商工会議所は人材交流型事業の講座より5社の参加事業者の発掘を行う。			
		吹田商工会議所		151,500 円		箕面商工会議所は3社の参加事業者の発掘を行う。能勢町・豊能町商工会は各2社の参加事業者の発掘を行う。			
		箕面商工会議所		90,900 円		※40,400円×社数×補助率			
		能勢町商工会		60,600 円					
		豊能町商工会		60,600 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⇒	30	昨年度、同様の内容でZoomを活用し卒業生達による自主的に実施されていた勉強会では、「Googleマイビジネス」の活用がテーマに挙げられ、参加事業者同士がお互いのGoogleマイビジネスをフォローし合うなどが行われ、店舗のPR効果に繋がった。事業者による自主開催されたWeb塾では20事業者が所属しており、これを公開形式による実施を想定した場合、最低でも30事業者を確保可能と考えます。募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員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・当所運営のSNS・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。		
	支援対象企業の変化	Googleマイビジネスの存在の認知。また、Googleマイビジネスを活用して自ら情報発信のための管理を開始すること。	指標	来店客数の昨対比120%以上の事業者数	数値目標	5
	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⇒	15	昨年度実施の「YouTubeスタートアップセミナー」では、実践的な取り組みの具体的な内容を求める事業者が約20事業者あった。募集方法は、及び連携先商工会議所・商工会の会員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・当所運営のSNS・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。		
	支援対象企業の変化	YouTubeの具体的な活用方法の習得により、自社の商品・サービスのPRが出来るようになる。	指標	YouTubeチャンネルの開設または、本格運用開始事業者	数値目標	5
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	15	昨年度実施のSNS活用関連セミナーでは、定員20社に対して60社を超える申込みがあった。コロナ禍でSNS活用に関心が高まっていることが推察される。SNS活用を本格的に取り組みを始めた事業者は30社以上あると推測されるが、塾形式で実施するため15社に限定して実施する。募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員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・当所運営のSNS・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。		
	支援対象企業の変化	販路開拓ツールとしてSNSを活用できるようになること。	指標	新たにSNS活用を開始した事業者数	数値目標	7
	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⇒ 10	コロナ禍で非対面型の新たな販路として、スマホがあれば開設出来るECサイトの開設のニーズが高まっています。個別支援に近い形で実施するため、10社を限度として設定しました。 募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員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・当所運営のSNS・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。
	支援対象企業の変化	ECサイトの開設は難しくないことを認識いただくこと。	
	その他目標値	指標	数値目標
		目標値の内容⇒	5
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10	既にECを開設済みの方で、売上が伸びない原因を探求し売上を上げるためのサイト運営のノウハウとサイト運営のPDCAを学んでいただきます。過去、実践編や上級編として10年以上の実施実績があり10名前後が参加されています。 募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員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・当所運営のSNS・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。
	支援対象企業の変化	ECサイトの運営においても、計画の立案とそのPDCAが重要であることの認識を高めること。	
	その他目標値	指標	数値目標
		目標値の内容⇒	5
事業の目標⑥	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15	過去から実施実績があり、自社サイトのアクセス解析に関心の高い事業者に15～20社の方が参加されています。募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員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・当所運営のSNS・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。
	支援対象企業の変化	自社が運用するWeb/ECサイトの改善ポイントが掌握できるようになること。	
	その他目標値	指標	数値目標
		目標値の内容⇒	10
事業の目標⑦	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8	当勉強会は、8年前より継続して実施しており意欲の高い8社を目処に支援を行います。募集方法は、過年度に当事業に参加された事業者より、取組み意欲の高い希望者に限定し募ります。
	支援対象企業の変化	Web/SNSを活用したファン創りに必要な自社ならではの発見。	
	その他目標値	指標	数値目標
		目標値の内容⇒	5
事業の目標⑧	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 7	当研究会は10年以上前より継続実施しており、本気で取り組む意欲の高い事業者7社の目処に継続支援を行います。募集方法は、過年度に当事業に参加された事業者より、取組み意欲の高い希望者に限定し募ります。
	支援対象企業の変化	PDCAへの取組に対するモチベーションの向上または維持すること。	
	その他目標値	指標	数値目標
		目標値の内容⇒	5

【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	事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019 年度～ 年度まで	3 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	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るように把握し、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				
	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。2020年のコロナ禍により生活様式が大きく変わったことや、SDGsの理念浸透等を背景に、「なぜ買うか」「誰から買うか」といった、消費動機の変化への対応が求められる状況にある。このような状況下において、自社および経営者自身、またそのサービス・商品等の強みや魅力を本当に必要としている顧客層に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)	コロナ禍の影響を特に受けている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)	2020年度において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)の策定支援数はかつてないほど多かったが、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	2020年度は、人材育成型2事業および人材交流型・ハンズオン型でのサポートを実施。人材育成型では「自社独自のキャッチコピー作成」「キャッチコピーを活かす手書きPOP作成」を、人材交流型では「自社の強みとその原点とは何か振り返りプレゼン力を極める」「コロナ禍ならではの悩みや新たな展開」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】 ①WITHコロナ時代のチャレンジアイデアセミナー【仮称】(8~10月頃開催) 長引く新型コロナの影響で何らかの変革を迫られる中、独自の強み・ウリを活かしながら小さな会社でもできることを学び改善していくことで、コロナ禍でも売上を伸ばし生き残れる事業に。豊中市内の会場、またはオンラインかハイブリッドにて開催。支援企業数20社を予定。				
	○ 人材交流型	②共感を得るストーリー作成講座【仮称】(全2回)(8~10月頃開催) モノが溢れネットを介して距離感関係なく誰からでも購入できる今、中小企業ほど自社のファンを作ることが鉄板であることから、お客様の共感を得る自社独自のストーリー作成について学ぶ。豊中市内の会場、またはオンラインかハイブリッドにて開催。支援企業数15社を予定。				
	販路開拓型	【ハンズオン型】 ③リモート時代の「お客様の声」徹底活用講座【仮称】(全5回開催)(9~12月頃開催) 「お客様の声」は買い手の立場に立った評価だからこそ、重要なコンテンツ。HP、SNS、チラシなどいろいろなところで使えるが、質問する方にある程度のテクニックが無いとただダラダラと話して終わってしまう。インタビューのやり方から、参加者同士のロープレを通して業種ごとの必ず聞くことリスト作成、また動画撮影と編集のノウハウを学び、自社のHP・SNS等へすぐに活かせるようサポート。豊中市内の会場、またはオンラインかハイブリッドにて開催。支援企業数6社を予定。				
	○ ハンズオン型	【人材交流型】 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、31~2年の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。豊中市内の会場、またはオンラインかハイブリッドにて開催。支援企業数8社を予定。				
	独自提案型	【ハンズオン型】 ⑤①~④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。支援企業数7社を予定。				

事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	販路開拓									
(b) 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。□										
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【設定根拠】前年度の支援実績事業者数より算出。 【募集方法】当所および連携先商工会の会報等へのチラシ同封、Webサイトへの掲載、メールマガジンでの周知、Facebook等SNSでの情報発信、ターゲット企業への個別DM等により募集する。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	56 社	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・魅力が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	上記③の事業において、新たにお客様インタビューを実施し、自社のHP・SNS・チラシ等に掲載を行った企業の割合	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						
	⇒ 20,200 円 ×	20 社 ×	1.00 =	404,000 円						
	20,200 円 ×	15 社 ×	1.20 =	363,600 円						
	101,000 円 ×	6 社 ×	1.50 =	909,000 円						
	40,400 円 ×	8 社 ×	1.00 =	323,200 円						
	101,000 円 ×	7 社 ×	1.00 =	707,000 円						
	合計		56 社	(小計)	2,706,800 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	2,706,800 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	206,000 円		負担金の積算						
	①@2,000円×20名=40,000 ②@4,000円×15名=60,000 ③@15,000円×6名=90,000 ④@2,000円×8名=16,000									
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○)	(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)						
2,706,800 円 ×		0.75 =	2,030,100 円 (206,000 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	1,848,300 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。					
		池田商工会議所	60,600 円							
		箕面商工会議所	60,600 円							
		豊能町商工会	30,300 円							
	能勢町商工会	30,300 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⇒	【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。過去の実績より。					
	支援対象企業の変化	20 社	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、それを活かした新しい取り組みについて考え実践し①新規顧客獲得数の増加、②リピーターの増加を目指す。					
	指標	当講座への参加により自社や商品の強み・ウリを活かした新しい事業アイデアが浮かんだと回答した企業の割合	数値目標	70%				
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⇒ 15	【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20社程度想定。うち15社を支援対象とする。過去の実績より。
	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、それを必要としている人々に伝えるためのストーリー作成を学び実践し①新規顧客獲得数の増加、②リピーターの増加を目指す。	
	指標	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の割合	数値目標 70%
その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 6	【ハンズオン型】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6社程度想定。うち6社を支援対象とする。それぞれ個別に時間をかけて対応するため。
	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、それを効果的に伝えるための手法の一つ「お客様インタビュー」を学び実践し①新規顧客獲得数の増加、②リピーターの増加を目指す。	
	指標	当講座への参加により、新たにお客様インタビューを実践し、自社のHP・SNS・チラシ等に掲載を行った企業の割合	数値目標 80%
その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8	【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10社程度を想定。うち8社を支援対象とする。過去の実績より。
	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、それを必要としている人々へ伝えるための方策・手法について新しいアイデアや改善点を話し合い、実践を継続できる仕組みづくりを目指す。	
	指標	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の割合	数値目標 70%
その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 7	【ハンズオン型】⑤①～④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。過去の実績より。
	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、それを伝えるための方策・手法を改善・改良し、①新規顧客獲得数の増加、②リピーターの増加を目指す。	
	指標	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		働き方改革の実現に向けたIT/IoT導入・利活用促進事業	事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020 年度～ 2022 年度まで	2 年目	←複数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	新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、テレワークを実施する事業者が急増し、それに伴いクラウドツール活用の必要性が高まった。これらの導入を促進することで働き方のコロナ対応を図りつつ、「業務効率・生産性の向上」に繋げる。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>2018年6月に「働き方改革関連法案」が成立し、2019年4月1日から「働き方改革関連法」が順次施行するなど、政府の主導により「働き方改革」が進められている。大企業から中小企業へと段階的に施行されているが、中小企業においても、2020年4月1日に「時間外労働の上限規制」が導入され、対応が求められている。</p> <p>働き方改革を実現するために、「長時間労働の見直し」が求められるが、少子高齢化、労働力人口が減少している中で実現するためには「業務効率・生産性の向上」を行う必要がある。今まで人によって行われてきた単純作業、顧客対応、長時間かかる作業、危険な作業等をAI、IT、ドローン（ロボット）に置き換えたり、長時間の行程がかかっていたコミュニケーションをIT化することにより速度を高めることで、「業務効率・生産性の向上」、「省力化・無人化」、「不足している労働力の補完」を行い、「働き方改革」を実現させることを目的とする。</p> <p>また2020年は新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、テレワークを実施する事業者が急増し、それに伴いクラウドシステムの導入も増加した。従業員が自宅にいながら仕事ができるシステム、事業所内にいる従業員が少数であったとしても仕事が回せるようなシステムの導入を促進し、「業務効率・生産性の向上」に繋げる。</p> <p>日本企業は欧米企業に比べて意思決定のプロセスが複雑なことが多いとされており、効率の低下を招いているとの指摘がある。AI・ITシステムを導入検討するにあたり、無駄な作業やボトルネックとなっている部分を丁寧に洗い出す「業務プロセスの見直し」が実施されることも当事業の目的とする。</p> <p>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中小企業・小規模事業者の中で、人手不足による業務の効率化を求められる事業者、新型コロナウイルスの感染拡大の影響によりテレワークシステムの導入を検討されている事業者、経営に対する意欲は高いながらも、IT/IoT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、IT/IoT導入を検討されているが、何から取り組めばよいか分からない事業者等。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	労働力人口減少・人手不足・人件費高騰に直面する中、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。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ではあるが、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	2020年度の人材育成型においては、「テレワーク&業務改善を実現する！kintoneセミナー」、「ドローンビジネス活用セミナー」を実施し、計30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in能勢」を実施し、7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	「テレワーク&業務改善を実現する！kintoneセミナー」の受講者が少なかった点である。セミナー後、システム導入まで至った事業者がおられたので、2年目は余裕をもった周知をすることで受講者を増やしたい。				
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	【人材育成型】 ①「テレワークや業務効率化に活用できるシステム導入セミナー」（仮称） クラウド型業務管理システム、テレワーク、RPA、チャットボット、Web会議等、業務自動化・効率化に繋がるシステム紹介、導入事例紹介を行う。 ・実施時期：7～9月頃 ・開催場所：豊中商工会議所及びオンライン ・20社の参加を想定				
	○ 人材交流型	②「動画ツールでデジタル化セミナー」（仮称） 小型ジンバルカメラや簡単動画作成ツールの紹介を行い、事業者のデジタル化を推進する。 ・実施時期：7～10月頃 ・開催場所：豊中商工会議所及びオンライン ・15社の参加を想定				
	販路開拓型	③「免許制度創設!?豊中市内で飛行可!? ドローンビジネス活用セミナー」 ドローンの自社活用を目指す企業に向けて、現状の法規制や活用事例等を紹介する。 ・実施時期：8～11月頃 ・開催場所：豊中商工会議所及びオンライン ・15社の参加を想定				
	○ ハンズオン型	【人材交流型】 ④ドローンの事業活用フィールドワーク（仮称） ドローンの自社活用を具体的に目指す企業に向けて、能勢町内「ノマック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。 ・実施時期：9～11月頃 ・開催場所：ノマックドローンフィールド（能勢町） ・15社の参加を想定				
	独自提案型	【ハンズオン支援】 ⑤ ①②③④参加企業のうち、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。				

		<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							
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	局-5	中小企業のIT/IoT導入支援	IT・IoT								
		(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：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。										
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⇒ 68 社	当所会員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。									
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	ドローンや業務自動化・効率化システム、テレワークシステムの導入により、「業務効率・生産性の向上」が実現する。										
	指標	年度内に、業務自動化・効率化の為のIT/IoTシステムやテレワークシステム、ドローン等の導入・活用に至った企業数	数値目標	2								
	その他目標値	目標値の内容⇒										
算定基準 (行が足りない場合は、⇒ の行に挿入)	サービス単価	20,200	円 ×	支援企業数	20	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	404,000	円
	⇒	20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円			
		20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円			
		40,400	円 ×	15	社 ×	1.00	=	606,000	円			
		101,000	円 ×	3	社 ×	1.00	=	303,000	円			
		合計		68	社	(小計)	1,919,000		円			
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)										
		計										
		1,919,000 円										
		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)								
	1,919,000	円 ×	1.00	=	1,919,000	円	(0 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		1,777,600 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、①への参加者各1社を想定。						
		能勢町商工会		40,400 円								
		豊能町商工会		40,400 円								
		箕面商工会議所		60,600 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⇒ 20 社	当所会員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。		
	支援対象企業の変化	業務自動化・効率化、テレワークシステム等の導入により、「業務効率・生産性の向上」が実現する。			
	指標	業務自動化・効率化の為のシステムを新規導入、もしくは導入を検討する企業数	数値目標	7社	
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	当所会員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。		
	支援対象企業の変化	動画を活用した業務マニュアルの作成等により、業務効率化が実現される。			
	指標	カメラを活用し、動画撮影を実行、もしくは検討する企業数	数値目標	7社	
	その他目標値	目標値の内容⇒			

事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	当所会員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。	
	支援対象企業の変化	ドローンは今後、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	ドローンの事業活用、もしくは導入を検討する企業数	数値目標	7社
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⇒ 15 社	当所会員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。	
	支援対象企業の変化	ドローンを実際に操縦することで、事業化へのイメージがより鮮明になる。		
	指標	本格的なドローン他IT/IoT導入・活用を検討し、実機の購入・操縦訓練等、具体的な活用に向けて踏み出した企業数	数値目標	3社
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 3 社	当所会員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。	
	支援対象企業の変化	ドローンや業務自動化・効率化システムの導入により、「業務効率・生産性の向上」が実現する。		
	指標	年度内に、業務自動化・効率化の為にIT/IoTシステムやドローン等の導入・活用に至った企業数	数値目標	2社
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		「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	事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019年度～2021年度まで	3	年目	←複数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	就業規則の整備やテレワーク対応等の観点から「働き方改革」への対応を進めることで、人材を採用・定着化する環境を整備し、経営における「人」の課題を改善することで事業の持続的な発展を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	2019年4月より「働き方改革」関連法が順次施行されているが、「人手不足の状況、働き方改革関連法への対応に関する調査(2020年5月20日 日本商工会議所・東京商工会議所)」によれば、未だに認知が十分でない企業や対応の目途がつかない企業は多く、「同一労働同一賃金」については約半数が対応の目途がつかない状況である。一方、同調査によれば、数年後の人員充足の見通しについては「不足感が増す」と回答する企業が44.9%と、採用に関するニーズは依然底堅い。また、働き方改革の一環として注目されていたテレワークが昨年のコロナ禍において急速に広まった一方で、従業員の時間管理やリモハラなど、新たな問題も出てきている。 そのため、法令順守やテレワーク対応に向けて就業規則を整備するとともに採用ノウハウを習得していただくことで、人手不足が続く中でも人材を採用し、定着化させることができる企業になっていただくことを目的とする。 また、国や府の支援施策や助成金の活用についても提案する。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	豊中市内約13,000の事業所のほか、本市を管轄する池田公共職業安定所の管轄地域である能勢町・豊能町・箕面市・池田市の事業所も対象として見込んでいる。また、過去に当所で実施した労務系のセミナーについては、大阪府総合労働事務所のメールマガジンにより大阪府東部や南部からの参加者も多く、オンラインまたはハイブリッドで実施することにより大阪府下全域の事業所が対象となり得る				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「人手不足の状況、働き方改革関連法への対応に関する調査(2020年5月20日 日本商工会議所・東京商工会議所)」によれば、従業員50人以下の企業の方が「働き方改革」への対応の目途がつかない割合が多く、従業員の採用・定着に向けて法令を遵守した働き方を支援していく意義は大きい。また、前述の調査結果に加え、「大阪労働市場ニュース(令和2年11月分)(令和2年12月24日 大阪労働局)」によれば大阪府下の有効求人倍率は1.12倍、新規求人倍率は2.37倍と求人は底堅く推移しており、採用に関するニーズは根強い。				
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	①人材育成型 ・今からでも遅くない、フリーランス活用スタートアップセミナー(12/16) フリーランスの活用に向けて、一般社団法人プロフェッショナル&パラレルキャリア・フリーランス協会の葛谷美里氏と株式会社サーキュレーションの古田聖樹氏を講師に、フリーランスの特徴と効果的な活用について、事例を交えて解説していただいた。 オンラインで実施し、20社の目標に対し12社に支援を行った。 ②人材交流型 ・ニュー・ノーマル時代の労務管理 3つのポイント(11/12) 「テレワーク」、「同一労働同一賃金」、「兼業・副業」を切り口に、働き方改革への対応と非正規社員のモチベーションアップに向けた評価制度の仕組みについて、社会保険労務士の野間信行氏に解説していただいた。 会場受講とオンライン受講どちらでも可能とし、15社の目標に対し11社に支援を行った(会場受講2社、オンライン受講9社) 上記の他、2月16日に外国人材の活用に向けたセミナーを開催予定。				
	反省点	目標の7割の参加・支援を達成できなかった点が反省点となる。 「フリーランス活用」については、参加した事業者の認識に差異が大きかったため、活用のイメージをもっとかみ砕いて業種や活用シーンを具体的に絞った内容にしても良いのでは、と感じた。「評価制度」については、オンライン受講者からのアンケート回収が難航したため、回収率を高める工夫をしていきたい。				
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	①コロナ禍の中、雇用調整助成金等の活用や在籍型出向による雇用維持の取り組みを行う企業が増加する一方で、大阪の新規求人倍率は以前2倍前後を推移しており、求人ニーズは底堅いものがある(令和2年10月大阪労働市場ニュース参照)。採用におけるミスマッチを起こさないよう媒体別の求人特性や定着に向けたセミナーを開催し、合わせて「大阪府雇用促進支援金」の説明会も開催することで、求人ニーズの高い企業への支援を行う。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員20名、5月～7月に実施予定。【人材育成型】(労-11 コロナ禍における緊急雇用対策) ②上記参加企業および人材採用ニーズのある企業を対象としたオンライン合同企業説明会を開催し求人ニーズの充足を支援する。求職者へのアプローチおよびオンライン合同企業説明会当日の運営については大阪府商工労働部雇用推進室労働環境課と連携しながら実施する。企業定員10社、6月～9月に実施予定。【人材育成型】(労-11 コロナ禍における緊急雇用対策)				
	○ 人材交流型	③人材採用、育成、働き方改革への対応、その他労務面の課題解決に当たっては取り組むべきことが多く、当初の費用負担等が影響し躊躇するケースが多いことから、厚生労働省所轄の雇用関係助成金のうち、中小企業でも比較的活用しやすいものに絞って制度の説明と活用イメージを伝えるセミナーを実施し、採用・育成・定着に向けた支援を行う。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員20名、6月～8月に実施予定。【人材育成型】(労-12 雇用・労働啓発セミナー事業)				
	販路開拓型	④「働き方改革」の進展やテレワーク、副業・兼業など多様な働き方が広がってくる中、社内の規律を守り経営三権を適切に行使するためにも、就業規則が現状に合ったものになっているかの確認が一層重要になってくるため、就業規則の作成、見直し、変更に関するノウハウを伝えるセミナーを開催する。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員20名、7月～9月に実施予定。【人材育成型】(労-12 雇用・労働啓発セミナー事業)				
	ハズお型	⑤「働き方改革関連法」の施行にあたり徐々に増えつつあったテレワークについて、昨年のコロナ禍を経て普及が急拡大している一方で制度やセキュリティ、モチベーション管理など、さまざまな面で新たな課題が出てきつつある。労務管理体制を整備し適切に運用していくため、テレワークにおける就業規則やルール整備に関するセミナーを企画し、開催する。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員20名、6月～9月に実施予定。【人材育成型】(労-13 テレワークの導入・定着支援)				

	独自提案型	上記5事業については、大阪府商工労働部雇用推進室労働環境課と広報その他につき連携を行いながら実施する。 ⑥上記の参加者を中心に3社を対象に、採用活度の見直しや従業員定着に向けた取り組み等についてのハンズオン型の支援を行う。
--	-------	--

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	
	労-11	コロナ禍における緊急雇用対策		雇用・求人	
	労-12	雇用・労働啓発セミナー事業		人材育成・労務	
	労-13	テレワークの導入・定着支援		人材育成・労務	
(b)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 (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。					
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⇒ 93 社	【設定根拠】支援対象企業のうち人材の採用・定着やテレワークへの対応に関心を示す企業を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会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での情報発信、ターゲット企業への個別DMにより募集する。		
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	人材採用ノウハウについてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、大阪府雇用促進支援金を活用して、求人活動に取り組む企業数で変化を把握する。			
	指標	大阪府雇用促進支援金を活用して求人活動に取り組む企業数	数値目標	3	
	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 社 ×	1.00 =	404,000 円	
	40,400 円 ×	10 社 ×	1.00 =	404,000 円	
	20,200 円 ×	20 社 ×	1.00 =	404,000 円	
	20,200 円 ×	20 社 ×	1.00 =	404,000 円	
	20,200 円 ×	20 社 ×	1.00 =	404,000 円	
	101,000 円 ×	3 社 ×	1.00 =	303,000 円	
	合計	93 社	(小計)	2,323,000 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%)				0 円
	計				2,323,000 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		
	<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)		
2,323,000 円 ×	1.00 =	2,323,000 円	(0 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	2,080,600 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数による。各3社ずつを想定。	
		池田商工会議所	60,600 円		
		箕面商工会議所	60,600 円		
		能勢町商工会	60,600 円		
		豊能町商工会	60,600 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⇒ 20 社	【設定根拠】支援対象企業のうち大阪府雇用促進支援金の活用に関心を持つ企業および人材採用に積極的な企業を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会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、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	人材採用ノウハウについてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、大阪府雇用促進支援金を活用して、求人活動に取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標 大阪府雇用促進支援金を活用して求人活動に取り組む企業数	数値目標 3
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	【設定根拠】上記の参加企業者の一部及び求人ニーズのある企業を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会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、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	合同就職説明会への関心が高まったかをアンケートにより把握し、大阪府雇用促進支援金の活用あるいは合同企業説明会への参加に取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標 大阪府雇用促進支援金の活用も視野にいて合同企業説明会に参加した企業数	数値目標 2
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⇒ 20 社	【設定根拠】労務管理体制の改善や人材採用に関心を持つ企業を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会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、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	助成金の意義や目的についてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、助成金を活用して人材採用や労務管理体制の改善に取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標 助成金を活用して人材採用や労務管理体制の改善に取り組む企業数	数値目標 3
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⇒ 20 社	【設定根拠】支援対象企業のうち就業規則の整備あるいは改正により法令順守に関心を持つ企業を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会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、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	現状の労働関係法令の状況や就業規則作成・改正の意義や目的についてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、就業規則の作成・改正に取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標 就業規則の作成・改正に取り組む企業数	数値目標 2
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】支援対象企業のうちテレワークへの取り組みや自社のテレワークの現状の改善に関心を示す企業を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会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、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	テレワークの注意点や活用方法等についてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、就業規則やITツールの整備など、テレワーク体制の導入・見直しに取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標 就業規則やITツールの整備など、テレワーク体制の導入・見直しに取り組む企業数	数値目標 2
事業の目標⑥	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 3 社	【設定根拠】支援対象企業のうち、人材の採用や定着に向けたハンズオン型支援を望まれる企業を想定して算出 【募集方法】事業①～⑤への参加企業、ならびにターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	人材採用や労務管理体制の見直し、就業規則の作成・改正など、社内体制の整備に向けて総合的に取り組みを行う企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標 人材採用や労務管理体制の見直し、就業規則の作成・改正など、社内体制の整備に向けて総合的に取り組みを行う企業数	数値目標 2

【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	事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～ 年度まで	4	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	事業計画の作成やM&A等による事業承継を円滑に進める支援及び、自社の魅力を様々な角度から社内外の利害関係者に伝えられるようにすることで「事業承継したくなる・させたくなる」会社になるための支援を実施する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<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、既に待ったなしの状態と言える。</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。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。</p> <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>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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が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、事業承継の課題が顕在化していない企業や業績不良の企業へのアプローチと考える。これらの事業者の業績を改善させ、事業承継に向けた課題を認識させることで、スムーズな承継を後押しできる。				
事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	事業承継を前提とした相談はそれほど多くないが、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、事業承継の必要性について認識していただくとともに、業績の向上につながるための支援を地道に行っていくことが必要。					
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>①人材交流型 ・プレスリリース実践塾（10/6,13,20） 会社の認知度・社会的信用を高めて事業承継に向けた意欲を高めるべく、プレスリリースの意義と手法等について伝えるセミナーを、広報ジャーナリスト協会の福満ヒロユキ氏を講師として開催した。15社の目標に対し30社に支援を行った。</p> <p>②人材育成型 ・営業秘密と知財活用で業績UPセミナー（12/10） 人に帰属しがちな自社のノウハウや技術を営業秘密として管理する方法およびその活用事例を紹介するセミナーを当所の専門家である土屋晶義氏を講師として開催した。20社の目標に対して、8社に支援をした。</p> <p>③人材育成型 ・コロナショックで分かった生きるお金の使い方（8/6） ダブルライズ税理士法人の和田浩孝氏からは財務諸表を付ける意義とその読み解き方を伝授。株式会社BuySideBankの吉川翔氏からは小規模M&Aを利用する上でのポイントと実態について講義して頂いた。20社の目標に対して10社に支援。</p> <p>④人材育成型 ・現役ビジネス系YouTuberから学ぶチャンネル開設のススメ！（10/8） 税理士YouTuberとしても活躍されているヒロ総合会計事務所の田淵宏明氏からYouTubeを事業として活用するためのポイントを解説。自社が取り組んでいることを外部に分かりやすく伝えるための方法を伝授して頂いた。30社の目標に対して52社に支援をした。</p> <p>上記に加え、全6回で事業承継に向けて様々な角度からの対策の必要性をご理解いただくセミナーが1月18日で最終回を迎えるほか、事業承継に向けて法的リスクを軽減することの重要性をご理解いただくための民法改正に関するセミナーを2月中旬に実施予定。</p>				
	反省点	②と③については、新型コロナウイルス感染症の第2波・第3波の影響もあり、①や④のような売上にすぐ繋がるといったイメージのテーマに比べると集客が落ち込んだ。ただし、いずれもアンケート結果から満足度は高いものであったため、テーマによっては講義形式ではなく、小規模での勉強会に切り替えるよう配慮に努める。				

具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いくつかのようにするのかを明確に)	○	人材育成型	①事業計画作成セミナー (仮称) 事業承継を行うにあたっては中長期の事業計画の作成が欠かせないが、小規模事業者の47%は事業計画などの経営計画を作成したことがない。経営計画を明確化し事業承継につなげることを目的に、補助金活用等の視点も踏まえて、事業計画の必要性と作成に関するセミナーを実施する。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員20名、6月～8月に実施予定。【人材育成型】		
	○	人材交流型	②プレスリリース実践塾 (仮称) 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いくため、その具体的手法と有用性を学ぶ機会とする。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。9～11月頃、3日間の塾形式で実施、20社を支援対象とする。【人材交流型】		
		販路開拓型	③M&Aセミナー (仮称) 「大阪府における中小企業の事業承継支援の課題と方向性」(大阪産業経済リサーチセンター 平成31年3月)の『まとめと提言』(P.35～p.40)では、大阪府の現状と抱える課題の一つに休廃業比率と比べて倒産比率の高さを挙げ、M&Aが有効な生き残り手段となるのではないかと分析している。また、M&Aの支援については中小企業の中で一番多い年商3億円以下の企業は民間支援機関等のカバーが届きにくい点を挙げ、小規模事業者のM&Aの事例を増やすために、何らかの支援が必要であることが記載されている。そこで、当所では小規模M&Aを中心に活躍している専門家にその具体的な事例と実態等を解説してもらい、小規模事業者へのM&Aへの偏見を払拭し、M&Aの実施を促す。また、フォローアップとして企業価値診断を実施し、現在の事業の価値を高めるにはどうすれば良いか等の支援を行う。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。6～8月頃に開催予定。20社を支援対象にする。【人材育成型】		
	○	ハンズオン型	④動画を通じて自社の存在価値を見つめ直すセミナー (仮称) 事業承継における後継者問題については「中小企業の事業承継に関するインターネット調査(2019年調査)」(日本政策金融公庫総合研究所 令和2年1月)の中でも後継者が決定している企業は12.5%という結果が出ている。この要因の一つが『自社の存在価値が不明確であること』と思われる。「大阪府における中小企業の事業承継支援の課題と方向性」(大阪産業経済リサーチセンター 平成31年3月)の中でも、実際に事業承継を行った中小企業を対象にしたヒアリング結果が報告されており、これから事業承継に取り組む経営者・後継者へのアドバイスの一つとして、自社事業の存在価値を明確化することが挙げられている。(P.32)そこで、当所では動画コンテンツの制作を通じて、自社の魅力(=存在価値)を端的に分かりやすく伝えるにはどうすれば良いかを経営者の方々に考えてもらい、自社の存在価値を再認識しつつ動画という外部に分かりやすいかたちで明確化する方法を提供する。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。9～10月頃予定。30社を支援対象にする。【人材育成型】		
		独自提案型	⑤上記の参加者を中心に3社を対象に、事業承継計画策定に向けたハンズオン型の支援を行う。		
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-9	事業承継の支援事業		事業承継
		(b)広域連携…箕面商工会議所、能勢町商工会、豊能町商工会で広報・周知なども含めて共同実施 (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。			
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⇒ 93 社	【設定根拠】支援対象企業のうち事業承継に向けて事業計画の作成に関心を持つ企業および人材採用に積極的な企業を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会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、ターゲット企業への個別DMにより募集する。		
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	事業計画作成の必要性についてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、補助金や融資の申請を踏まえて事業計画の作成に取り組んだ企業数で変化を把握する。			
	指標	事業計画の作成に取り組んだ企業数	数値目標	5	
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	20	2.00	808,000	
	40,400	20	1.30	1,050,400	
	20,200	20	1.00	404,000	
	20,200	30	1.00	606,000	
	101,000	3	1.00	303,000	
	合計	93	(小計)	3,171,400	
※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	
			計	3,171,400	
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)
	3,171,400	円	×	1.00	= 3,171,400 円 (0 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	2,989,600 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と人材交流型事業への参加数による。各1社ずつを想定。	
		箕面商工会議所	60,600 円		
		能勢町商工会	60,600 円		
		豊能町商工会	60,600 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⇒ 20 社	【設定根拠】支援対象企業のうち事業承継に向けて事業計画の作成に関心を持つ企業および人材採用に積極的な企業を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会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、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	事業計画作成の必要性についてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、補助金や融資の申請を踏まえて事業計画の作成に取り組んだ企業数で変化を把握する。	
	指標	補助金や融資の申請を踏まえて事業計画の作成に取り組んだ企業数	数値目標 5
	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⇒ 20	【設定根拠】支援対象企業のうち自社の認知度や社会的信用の増大に関心を持つ企業および人材採用に積極的な企業を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会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、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	自社の認知度や社会的信用を高めることの重要性についてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、プレスリリースを作成し実際にリリースした企業数で変化を把握する。	
	指標	プレスリリースを作成し実際にリリースした企業数	数値目標 2
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20	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。
	支援対象企業の変化	「大阪府における中小企業の事業承継支援の課題と方向性」(大阪産業経済リサーチセンター 平成31年3月)でも言及されている通り、関西圏におけるM&Aのイメージは良くない。しかしながら、自社の事業を誰かに引き継いでほしいと願っている企業にとっては重要な選択肢の一つであり、事業承継の課題を解決できる手法である。そこで、セミナーを通じて事業者に対してM&Aを前向きに取り入れるよう意識改革を行う。	
	指標	M&Aに対して前向きな回答をした企業数	数値目標 15
	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⇒ 30	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。また、2020年度にて動画を題材にしたセミナーを行ったところ、予想以上の反響を頂いたため。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。
	支援対象企業の変化	今回のセミナーでは、後継者に引き継いでほしい「自社の存在価値」とは何かを再認識・明確化することに重きを置く。動画作成はそのための題材であり、ワークを通じて「自社の存在価値」とは何かを考えてもらい、それを外部に分かりやすく伝えるには何を伝えなければならないかを思案する場とする。	
	指標	動画作成にあたり、自社のテーマ(何を主体にするか)を決めた企業数	数値目標 20
	その他目標値	目標値の内容⇒	

事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 3	上記各事業の参加事業者より計3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	事業承継に向けた取り組みの必要性についてご理解いただき、事業承継に向けた事業計画の策定に取り組む企業数で変化を把握する。		
		指標	事業承継に向けた事業計画を策定する企業数	数値目標
	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		大阪・関西万博に向けたキャッシュレス化推進事業		事業番号	7	新規/継続	新規
想定する実施期間		2021年度～2025年度まで		1	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	管内事業者のキャッシュレス化を推進し生産性の向上を図るとともに、キャッシュレス化の環境整備を行うことで将来的な大阪・関西万博を契機としたインバウンド需要の取り込みにも繋げていけるようにフォローアップしていく。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>国は、キャッシュレス推進のための課題と今後の方向性に関する議論を行い、平成30年4月11日に「キャッシュレス・ビジョン」を公表した。「キャッシュレス・ビジョン」では、大阪・関西万博(2025年)に向けて、「支払い方改革宣言」として「未来投資戦略2017」で設定したキャッシュレス決済比率40%の目標を前倒しし、より高い決済比率の実現を宣言している。</p> <p>また、令和2年7月に「成長戦略フォローアップ」を策定し、以下のキャッシュレス環境整備に取り組むこととしている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・加盟店手数料の引下げを促進 ・2020年9月から、マイナンバーカードを所有する者に対してマイナポイントを付与し、消費活性化を図る ・統一QRコード(JPQR)の海外展開を図る。同時にJPQRの国内での利用を促進 ・災害時にも消費者や店舗がキャッシュレス決済を利用できる環境を整備 ・自治体への公共料金の支払いのキャッシュレス化を後押し ・マイナンバー等と銀行口座の連携等について検討 <p>管内事業者が以上のキャッシュレス化の動きに後れを取ることなく生産性の向上を図っていくとともに、大阪・関西万博に向けたインバウンド需要の取り込みにも繋げていけるようにすることを事業目的とする。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪・関西万博に向けたインバウンド需要の取込みを想定し、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>当所では、平成30年度に豊中市と「豊中市における消費者需要動向調査」を実施し、調査対象者の約95%が何らかのキャッシュレス決済の手段を所持している実態を掴む。その後、国が平成31年度に実施した「キャッシュレス・消費者還元事業」を経て、令和2年10月に豊中市が実施した「がんばろう豊中！最大20%戻ってくるキャンペーン」(PayPayを利用して新型コロナウイルス感染症の影響を受けた市内産業への消費喚起と感染リスクの低減を図るキャッシュレス決済の普及促進)では、2,542店舗の参加があった。企業のキャッシュレス決済導入の関心は年々高まり、利用環境が拡大している状況にある。</p> <p>また、大阪・関西万博に向けた取り組みとして、当所では、インバウンド支援事業を平成23年度より実施。その中で実施したモニターツアー・ハンズオンツアーでの支援企業約90社に対するアンケート結果では、訪日観光客向けビジネスに取り組むことに対して前向きで、集客方法(プロモーション)・対応方法(おもてなし)への関心が高かった。令和2年度は当事業の中でJPQR説明会を開催するなど、キャッシュレス決済がインバウンドの集客・おもてなしツールとして有効であることが徐々に認識されるようになってきているところである。</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						
	反省点						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・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「(大阪・関西万博に向けた)キャッシュレス決済導入セミナー」</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆内容：小売店、飲食店、サービス業事業者向けのキャッシュレス決済導入の取組みを紹介する。 ◆実施時期：2021年9月～10月頃 ◆場所：豊中商工会議所、またはオンラインかハイブリッドにて開催 					
	人材交流型	<p>【ハンズオン型】</p> <p>②「キャッシュレス化の普及推進と大阪・関西万博に備えたコンサルティング支援」</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆内容：JPQR等のキャッシュレス決済を活用するのに合わせて、店頭対応・商品・サービス強化のほか、サービス(おもてなし)・集客(プロモーション)の展開などをトータル的にコンサルティングし、コロナ収束と大阪・関西万博に備えたインバウンド対策として支援していく。 ◆実施時期：2021年7月～2021年8月 ◆場所：豊中、能勢、豊能地域の参加事業所 					
	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-8	キャッシュレス化の推進		販路開拓			
	(b)広域連携：企画立案運営等の主營業務は豊中が担当。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：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。						

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→ 30 社	【設定根拠】キャッシュレス決済の活用に関心を示す企業を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会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、ターゲット企業への個別DMにより募集する。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	キャッシュレス化のメリットについてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、キャッシュレス決済を活用して生産性の向上を図る企業数で変化を把握する。						
	指標	キャッシュレス決済を活用して生産性の向上を図る企業数	数値目標	10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 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	
	101,000	円 ×	10	社 ×	1.00	=	1,010,000	
		円 ×		社 ×		=	0	
		円 ×		社 ×		=	0	
	円 ×		社 ×		=	0		
	合計		30	社	(小計)		1,414,000	
	※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%)						70,700	
					計		1,484,700	
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)			
	1,484,700	円 ×	1.00	=	1,484,700	円	(0 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	1,444,300 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。				
		能勢町商工会	20,200 円	能勢・豊能の各団体は①の事業において各1社ずつ新たな参加事業者の発掘を行う。				
		豊能町商工会	20,200 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→ 20 社	【設定根拠】キャッシュレス決済の活用に関心を示す企業を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会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、ターゲット企業への個別DMにより募集する。				
	支援対象企業の変化	キャッシュレス化のメリットについてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、キャッシュレス決済を活用して生産性の向上を図る企業数で変化を把握する。					
	指標	キャッシュレス決済を活用して生産性の向上を図る企業数	数値目標	5社			
その他目標値	目標値の内容→						
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 10 社	【設定根拠】キャッシュレス決済の活用に関心を示す企業を想定して算出 【募集方法】過去に実施したインバウンド事業に参加した企業、ならびに事業①への参加企業で、未キャッシュレス化の企業に対してDMで周知を行う。				
	支援対象企業の変化	キャッシュレス化のメリットについてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、キャッシュレス決済を活用して大阪・関西万博に向けたインバウンド対策を行う企業数で変化を把握する。					
	指標	キャッシュレス決済を活用して生産性の向上を図る企業数	数値目標	5社			
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。

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	276	25,000	6,900,000	
支援機関等へのつなぎ	100	10,000	1,000,000	
金融支援（紹介型）	25	30,000	750,000	
金融支援（経営指導型）	12	40,000	480,000	
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	31	25,000	775,000	
労務支援	45	20,000	900,000	
人材育成計画作成支援	2	20,000	40,000	
マーケティング力向上支援	2	20,000	40,000	
販路開拓支援	30	20,000	600,000	
事業計画作成支援	89	50,000	4,450,000	
創業支援	10	20,000	200,000	
事業継続計画(BCP)等作成支援	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	4	10,000	40,000	
5S支援	2	10,000	20,000	
IT化支援	35	20,000	700,000	
債権保全計画作成支援	2	10,000	20,000	
事業承継支援	12	20,000	240,000	
災害時対応支援	0	5,000	0	
フォローアップ支援	40	5,000	200,000	
結果報告	276	10,000	2,760,000	
小 計	-		20,335,000	20,335,000

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	90	2,160,000	
創業・経営革新等支援	153	3,672,000	
販路開拓支援	25	600,000	
IT活用支援	25	600,000	
プロモーション支援	30	720,000	
小 計	323	7,752,000	7,752,000

※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	
		44,252,590