

令和4年度（2022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 13人（うち経営指導員数 7人） 令和4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）	2,711（20.78／令和3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。</p> <p>2、行政庁等の諮問に応じて、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及び刊行を行うこと。</p> <p>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。</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及び検定を行うこと。</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、社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>17、行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>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（2021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いていること
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

令和3年度（2021年度）より引き続き、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いる上に、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、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”：独立系フリーランスを含めた小規模事業者や中小企業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」を目指して、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。

- WEB活用とEC化の促進：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に、WEBを活用したより感染リスクの低いビジネスモデルの導入と、「個の稼ぐ力・情報発信力」の強化を後押ししていく。
- 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。
- コロナ後のV字回復への支援：コロナ禍で大きなダメージを受けた事業者のうち、事業再構築や新事業展開によりアフターコロナに向けて意欲的に回復・成長を図ろうとする事業者に対し、事業計画策定や伴走支援、事業者ネットワークの構築を手掛けていく。
- 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。
- 人手不足対策と人材活用の向上：労働関係法令の改正をはじめとする環境変化への対応を支援し、求人活動の見直し改善や、フリーランス等外部人材の活用も含めた多様な人材の活用力を総合的に向上させる。
- 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
- 飲食業、旅行関連業等、コロナ禍で大きなダメージを受けた事業者
- 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導入を検討しているが何から取り組めばよいか分からない事業者
- 労働力人口減少の中、様々な人材活用法を検討し、人的資源の最適化と労働環境変化への対応を図ろ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、Webを活用した販路開拓の強化、自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力の向上、アフターコロナにおけるV字回復へのチャレンジ促進、働き方改革の実現に向けたIT/IoTの導入と利活用の後押し、労働力人口減少における人材活用力の向上、事業承継できる会社を目指した経営力の強化、大阪・関西万博に向けたキャッシュレス化の推進に重点を置くとともに、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生産性向上）、業態転換・事業再編の取組み促進、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、持続可能な開発目標(SDGs)経営、独立系フリーランスなど働き方改革とコロナ禍により顕在した多様な起業の在り方促進など、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していく。

(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）

未だ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、市内事業所の約66%が従業員5人未満（20人未満を含めると約91%）という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	280 事業所	支援機関等へのつなぎ	100 支援
金融支援（紹介型）	20 支援	金融支援（経営指導型）	10 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	30 事業所	労務支援	30 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	15 支援	事業計画作成支援	89 支援
創業支援	15 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	13 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	30 事業所
債権保全計画作成支援	2 事業所	事業承継支援	5 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	280 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	245社 ※2021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280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、伴走型の経営支援を行う。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>主にコロナ禍を克服するために積極的に経営改善を図ろうとする企業約280社に対して、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、支援機関等の活用を提案し、必要な経営支援を行っていく。支援対象企業については、自治体をはじめ地域金融機関や各種支援機関とも連携して、積極的に支援メニューを提供し、各種補助金・助成金・給付金の申請で経営の立て直しを図る事業者、新規事業に取り組む事業者や創業者を支援するとともに、経営革新・販路拡大・生産性の向上に前向きな事業者を掘り起こし、課題の多様化、複雑化に対応した個別支援を実施していく。</p> <p>とりわけ、新型コロナウイルス感染症関連の支援対応には引き続き注力し、災害時対応支援はもとより、事業計画作成支援、労務支援、金融支援、IT化支援を厚くすることで、コロナ禍での販路開拓・事業の再構築を図ろうとする事業者への支援体制を強化するとともに、相談の増加が想定される各種補助金・助成金・融資・支援金・創業案件については当所の専門相談支援事業・外部の支援機関へのつなぎ支援で積極的にカバーしていく。</p> <p>具体的な支援策として、国・大阪府・豊中市の各種支援金・応援金や「小規模事業者持続化補助金」「事業再構築補助金」「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」「IT導入補助金」のほか、「中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画」「経営力向上計画」「先端設備等導入計画」「事業継続力強化計画」等の採択・認定、日本政策金融公庫への融資推薦・斡旋、大阪産業局の各種実施事業、特定創業支援事業の修了などの制度を活用していく。</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	相談回数	150	主に税理士による税務・記帳、決算・確定申告の相談対応を実施（支援日数90日）
創業・経営革新等支援	継続	相談回数	250	主に中小企業診断士による創業・経営革新等に関する相談対応を実施（支援日数153日）
販路開拓支援	継続	相談回数	25	主にWEB専門家による販路開拓の相談対応を実施（支援日数25日）
IT活用支援	継続	相談回数	50	主にIT専門家によるIT活用の相談対応を実施（支援日数25日）
プロモーション支援	継続	相談回数	60	主に広報専門家によるプロモーションの相談対応を実施（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、記帳・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など財務会計的な支援を行なうとともに、業務改善や課題解決、経営の意思決定に関わる管理会計的な支援も行っていく。特に、2023年10月から導入されるインボイス制度への対応支援、2022年1月に改正される電子帳簿保存法、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ほか、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にも注力する。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助言や事業計画作成による実践精度の向上を図っていく。特に、各種補助金申請における事業計画作成やブラッシュアップ、資金繰り計画に基づく融資制度の選定など、創業・経営革新・事業再構築に関する様々な相談ニーズに対応して課題解決に導く。今年度も小規模事業者持続化補助金、事業再構築補助金等の活用・申請に向けた相談案件が多くなることが想定されるため、相談日数を強化していく。販路開拓支援においては、販路開拓に精通した各種専門家による指導の下、主にSNS等の活用支援やECによる直販の支援など、WEBを活用することで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、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。特に、商品管理・取引先管理・商品分析に加え、生産性向上やコストダウンなど、活用環境に適した攻めのIT活用支援を実施することで、中小企業のDX(デジタルトランスフォーメーション)の推進を後押ししていく。プロモーション支援においては、商品やサービスの認知拡大、顧客の獲得、ブランディングなど、経営指導員だけでは対応が困難で専門的な個別課題の解決ニーズに的確に対応するとともに、伝える力の向上や自社の強みを発見するサポートによって、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				
(2) 広域事業				16,136,603
1		Web活用販路開拓支援事業	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	5,454,000
2		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	2,416,425
3	○	アフターコロナV字回復チャレンジ事業	飲食業等、コロナ禍で大きなダメージを受けた事業者の事業再構築や新事業展開を促進・支援する	1,115,040
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活用の必要性が高まった。IT/IoT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。	1,777,600
5	○	人材活用力向上事業	労働力人口減少の中、様々な人材活用を活用し人的資源の最適化を支援するとともに、労働関係法令の改正をはじめとする環境変化への対応を支援し、人材活用力を総合的に向上させることで事業の持続的な発展を支援する。	1,964,248
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・させたいくなる」会社になるための支援を実施する。	1,333,200
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。	1,070,600
		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
		大阪勤業展	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	60,600
	○	クラウドファンディング活用促進 事業	池田商工会議所(幹事)の事業計画書参照	20,200
	○	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
	○	事業計画作成・実施支援事業	大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画書を参照	222,200
うち府施策連携事業				7,749,528

事業名		Web活用販路開拓支援事業		事業番号	I	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013	年度～	年度まで	10	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)	経済産業省の調査結果では、日本の物販系のEC化率(全産業)は、2018年は6.22%、コロナ禍の2020年はかつてない程の伸長率になったものの8.08%となっている。世界のBtoC-EC化率は18%と推計されるなか、日本の8.08%と比べると、現状において日本でEC普及は遅れていると言える。日本国内のEC市場において最も伸長率が高かった分野(物販系)は、「生活家電・AV機器・PC・周辺機器」でコロナ禍前と比較すると28.79%、「書籍、映像、音楽ソフト」で24.77%、「生活雑貨・家電・インテリア」で22.35%と、どれも大幅に伸びている(経済産業省 令和2年度 電子商取引に関する市場調査報告書より)。コロナ禍の影響を受け、2022年度も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への取組みを始めると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等によるネットショップ研究会(80社)及び、Webプロモーション勉強会(100社)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	昨年度は、コロナ禍の緊急事態宣言等による時短営業・休業要請等により、飲食/サービス業において店舗の売上げが激減する中で、テイクアウトメニューを開発し、SNS活用によりこれらの需要開拓を期待する事業者が多く見られたが、SNSへの投稿内容の訴求力が乏しく見込み顧客の開拓に至らず悩まれる事業者が散見された。これらの課題解決に向け、ブランディングの基礎を組み入れたSNS活用講座を実施した。また、コロナ禍で新たにECへの取組みを始めようとする事業者もあり、Web/ECサイトへの掲載情報が整理できずに悩まれる方も散見された。これらの課題解決に向け、サイト構築の目的や目標を整理・見える化するための計画書作成を推進する実践講座を実施した。どれも満足度も98%と高い結果となっている。その他、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ビジネス活用に視点を置いたビジネスYouTube活用講座や、同じく動画活用で効果が期待できるInstagram活用を中心に、ブランディングの要素を加えたSNS+MEO+ブランディング講座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110社(2022年1月現在)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、2020年度に引き続き新型コロナウイルス感染症対策の影響により外出を控える人が増えたことからネット利用者が増え、事業者にとってのWeb活用の重要度がかつてないほど高くなっている。加えて、昨年度も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。一昨年度の参加事業者の要望から、初の「ビジネスYouTube活用」を講師と共にコンテンツを手作りで構築し、初の実践講座として実施したが、想定の2倍を超える参加申込みがあり、また、参加者の動画活用における学びたい内容が想定していた内容からズレがあり2日目・3日目の講座内容の調整に苦慮した。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。また、既存顧客へのリピート戦略として有効なSNS(LINE公式アカウント)の活用ニーズが高まるなど、当計画作成時では想定していなかったニーズへの対応に苦慮した。					

<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)</p>	○	<p>人材育成型</p> <p>【人材育成型】</p> <p>①Googleビジネスプロフィールを活用セミナー【30社×1回】 ECサイトやWebサイトの運営において無視できない検索エンジン対策。Googleは、検索エンジンにおいて「Googleビジネスプロフィール」に正しい情報を登録している事業者の検索結果を優先的に上位表示すると発表し、特に実店舗をお持ちの事業者にとってMEO対策は重要となっている。ネットを活用した顧客を呼び込むための第一歩として、「Googleビジネスプロフィール」の活用ポイントを解説し、実践につなげる。 対象者：実店舗があり、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</p>
	○	<p>人材交流型</p> <p>②ビジネスYouTube活用講座(動画活用編)【20社×3回連続講座】 YouTubeを本格的にビジネス活用するために、実践に取り組むために必要な基礎知識と基本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、スマホ・タブレットで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YouTubeチャンネルを開設して本格的に活用を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 講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションにて作成されたコンテンツを発表実施し意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深めます。</p> <p>③Web活用×SNS×ブランディング講座【15社×3回連続講座】 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各種SNSの活用を始める事業者、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 講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し、各社の取組み案をグループ内で発表するなど、情報交換・意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深めます。</p> <p>④LINE公式アカウント開設・運用講座【15社×3回連続講座】 顧客のリピーター戦略に欠かせないSNSであるLINE公式アカウントの開設から運用の基礎を習得していただき、顧客の囲い込み戦略を学んでいただく。講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し、各社の取組み案をグループ内で発表するなど、情報交換・意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深めます。</p> <p>⑤Web/ECサイト開設塾【15社×3回連続講座】 パソコンをお持ちの事業者で、ネットとパソコンのリテラシーが少し高めの方に向けて、BASEやWix、ペライチ等の活用方法を習得し、Web/ECサイトの運営に必要なSNSとの連携やSEOやMEOの基本を理解していただくことで、自社Web/ECサイトを開設から基本的な運用までを学んでいただく。講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深めます。</p> <p>⑥ネットショップ塾 実践編(ECサイト運営者向け)【10社×6回連続講座】 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取り組み(PDCA)により、売れる・利益があがるECサイトの運営ノウハウを習得していただく。講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深めます。</p> <p>⑦Webサイト運営塾【15社×3回連続講座】 HPやECサイトを既に開設済でHPからの問い合わせやECの売上があがらないといった方を対象に、Webデザイン、SEO基礎、Web広告活用方などワークショップを取り入れて実施。成果の出るWebサイト運営のノウハウを習得していただきます。講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深めます。</p> <p>⑧Googleアナリティクス解析実践講座【15社×3回連続講座】 HPやECサイトを開設済みで、SEOやWeb広告を活用してもCVRが低い(成果が得られない)といった方を対象に、実際のサイト来訪者の動きを分析・解析し課題を抽出。勤にたよらず、データに基づいた正しいページ修正を繰り返しPDCAを実践できるようになるべく、その手法・ポイント等について学び、実践していただく講座。講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深めます。</p>
	○	<p>ハンズオン型</p> <p>⑨Webプロモーション勉強会【8社】 前年度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実施する。</p> <p>⑩EC勉強会(ネットショップ研究会)【7社】 前年度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運営に必要なWeb/ECの最新トレンドの共有や、現ECサイト運営の更なるブラッシュアップ支援を時期を定めずに継続して実施する。</p> <p>※上記の各事業①～⑩は、それぞれの開催時期における新型コロナ感染状況に応じて、会場開催に加えてオンラインを併用したハイブリッド、またはオンラインのみによる開催も検討。</p>

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果	販路開拓			
	(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。										
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⇒ 150 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、実店舗やECサイト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。									
	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							
その他目標値	目標値の内容⇒										
算定基準 (行が足りない場合は、⇒ の行に挿入)	サービス単価			支援企業数		係数		標準事業費			
	①	20,200	円 ×	30	社 ×	1.00	=	606,000	円		
	②	40,400	円 ×	20	社 ×	1.30	=	1,050,400	円		
	③	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円		
	④	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円		
	⑤	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円		
	⑥	40,400	円 ×	10	社 ×	1.60	=	646,400	円		
	⑦	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円		
	⑧	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円		
	⑨	101,000	円 ×	8	社 ×	1.00	=	808,000	円		
⑩	101,000	円 ×	7	社 ×	1.00	=	707,000	円			
			合計	150	社	(小計)		7,756,800	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	7,756,800	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	650,000 円			負担金の積算						
	(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)						
	7,756,800	円 ×	0.75	=	5,817,600	円	(650,000 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	5,454,000 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、各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						
		豊能町商工会	60,600 円								
		能勢町商工会	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 社	一昨年度、当事業の参加事業者の自主的な勉強会にて「Googleマイビジネス」の活用がテーマに挙げられ、昨年度は公式なセミナーとして実施し27社が参加された。2020年末、Googleは検索エンジンにおいて、「Googleビジネスプロフィール」を管理している事業者を優先して検索上位に表示させるアルゴリズムに切り替えると発表があり、昨年度同様30社以上の参加を見込んでいる。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	Googleビジネスプロフィールの存在の認知とGoogle検索エンジンとの関係性の理解。また、Googleビジネスプロフィールを活用して自ら情報発信のための管理を開始すること。		
	その他目標値	指標	来店客数昨対120%以上の事業者数	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⇒ 20 社	昨年度実施の「ビジネスYouTube活用講座」では、実践的な取り組みの具体的な内容で実施し、30社の参加があった。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。		
	その他目標値	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
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	昨年度実施のSNS×MEO+ブランディング講座では、定員15社に対して14社が参加。本年度も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。		
	その他目標値	指標	新たにSNS活用を開始した事業者数	数値目標
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	昨年度は、専門家による個別相談等に対応にあたっていたが、Webプロモーション勉強会のメンバーからもリピート顧客の囲い込みに有効なLINE公式アカウントの実践的な取り組みの具体的な講座の開催を望む声が多数聞かれるようになった。初の実践講座となるが、15社の参加を見込む。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	既存顧客の囲い込みツールとして活用できるようになること。		
	その他目標値	指標	既存顧客からのリピート注文があった事業者数	数値目標
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⇒ 15 社	コロナ禍で非対面型の新たな販路として、スマホがあれば簡単に開設出来るECの開設ニーズが高まっている。昨年度は12社の参加申込みがあり、今回もそれ以上の需要を見込む。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の開設は難しくないことを体験いただくこと。		
	その他目標値	指標	簡易なECサイトを開設した事業者	数値目標

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⇒ 10 社	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を学んでいただく。過去、実践編や上級編として10年以上の実績があり10社前後が参加されている。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	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。 指標 既存ECサイトの改善PDCAの取組みを開始した事業者数 数値目標 5社	
	その他目標値	目標値の内容⇒	
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⇒ 15 社	コロナ禍でWebサイトの重要度が増す中で、Webで新規顧客開拓等の成果を得るためには、デザイン(綺麗なだけでなく、情報が整理され来訪者が得たい情報が見つけやすいか?等)の他、基本的な検索対策や、Google Adsに代表されるWeb広告活用のトレンド等、Webサイト運営に必要な最低限の有しておくべき内容をレクチャー。20社程度の参加を見込むが、初の講座となるため15社に設定。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	Webサイト運営においても成果を得るためにはPDCAが必要であるということの認識。 指標 Webサイトから新規顧客の開拓の成果を得た事業者数 数値目標 5社	
	その他目標値	目標値の内容⇒	
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⇒ 15 社	過去の実績があり、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	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。 指標 解析ツールを活用し自社サイトの分析を行った事業者数 数値目標 10社	
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標⑨	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8 社	当勉強会は、9年前より継続して実施しており取り組み意欲の高い10社を目処に支援を行う。募集方法は、過年度に当事業に参加された事業者より、取り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のブランディングを意識した情報発信。 指標 取組成果として、新規顧客の開拓に繋がった事業者数 数値目標 5社	
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標⑩	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 7 社	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社を目途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、取り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。 指標 PDCAに継続して取り組まれ成果が現れている事業者 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。

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	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019 年度～ 年度まで	4 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	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。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。これに加え新型コロナウイルス感染症拡大による消費活動の更なる落ち込みで、壊滅的な経営状況陥る事業者も少なくない。このような状況下において、コロナ後の消費活動を見据えて変革すると共に、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)	コロナ禍および消費税増税等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	2021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「お客様の心に響く自社ストーリーの作成」「コロナ禍をチャンスに変えるビジネスアイデア創出法」を、ハンズオン型では「お客様の声を販促に活かす」を、人材交流型では「コミュニケーションスキルでモチベーションとパフォーマンスUP・戦略再構築やツール改善を目指す」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。計34社を支援。				
	反省点	自社の魅力発信の前にUSP(自社が持つ独自の強み)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。				

<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)</p>	○	人材育成型	<p>【人材育成型】</p> <p>①売上をアップさせる社内活性化マネジメント術セミナー【仮称】(8~10月頃開催) コロナ禍で笑顔が少ない今だからこそ、自らの働きかけで相手の笑顔を引き出し、社内を活性化させ、お客様を引き寄せ、売上をアップするマネジメント術を学ぶ。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p> <p>②売上をアップさせるビジネス雑談力強化セミナー【仮称】(8~10月頃開催) モノでもサービスでも売るにはまずお客様との関係づくりが大切だが、信頼関係構築の基本となるコミュニケーションは常に苦手なスキルの上位にランキングされている。コミュニケーションスキルの向上でお客様との信頼関係を構築し、売上アップを目指す。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p> <p>③集客力倍増！黒板POP講習会【仮称】(15者参加3回連続講座)(9~12月頃開催) POPの中でも店前等で集客に圧倒的な力を発揮する黒板POP。初めてでもすぐに実践できる作成のコツを学び、売上アップを目指す。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p>			
	○	人材交流型	<p>【独自提案型】</p> <p>④お客様インタビュー徹底活用講座【仮称】(6者参加5回連続講座)(9~12月頃開催) 自社のファンであるお客様の「生の声」を活かすべく、インタビューのテクニックから文章編集・レイアウトのコツを学び、最終日までにサイトへのアップもしくは販促物の作成を目指す。講座中1回は写真・動画撮影と編集のノウハウを学び、SNS等へもすぐに活かせるようサポート。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p>			
	○	販路開拓型	<p>【人材交流型】</p> <p>⑤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2010~2015年のプロモーション支援事業、2016~2018年の自社のええとこ発見・発信支援事業、2019~2021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。新型コロナウイルス感染症の拡大状況により、リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p> <p>⑥プレスリリース実践塾(仮称)(15者参加3回連続講座)(9~11月頃開催) 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、その具体的な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、リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p>			
	○	ハンズオン型	<p>【ハンズオン型】</p> <p>⑦ ①~⑥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。</p>			
	○	独自提案型				
<p>事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)</p>		<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>地域ブランド</p> <p>(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。</p> <p>(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>				
<p>主な事業の目標</p>	<p>総支援対象企業数</p>	<p>設定根拠及び募集方法⇒ 79 社</p> <p>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。参加企業数・支援対象企業数の想定は過去の実績より。</p>				
	<p>支援対象企業の変化 (代表的な指標)</p>	<p>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。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td>当講座への参加により自社や商品の強みを活かして何らかの改善・改良を行うつもりである、または行ったと回答した企業数</td> <td>数値目標</td> <td>80%</td> </tr> </table>	指標	当講座への参加により自社や商品の強みを活かして何らかの改善・改良を行うつもりである、または行ったと回答した企業数	数値目標	80%
	指標	当講座への参加により自社や商品の強みを活かして何らかの改善・改良を行うつもりである、または行ったと回答した企業数	数値目標	80%		
<p>その他目標値</p>	<p>目標値の内容⇒</p>					

	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 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円
	20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円
	20,200	円 ×	15	社 ×	1.30	=	393,900	円
	141,400	円 ×	6	社 ×	1.00	=	848,400	円
	40,400	円 ×	8	社 ×	1.00	=	323,200	円
	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円
	101,000	円 ×	5	社 ×	1.00	=	505,000	円
	合計		79	社	(小計)		3,464,300	円
							0	円
					計		3,464,300	円
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	お客様インタビュー作成講座に関しては、講座内において講師および経営指導員による全参加事業者への個別ハンズオン対応によりブラッシュアップを行うほか、講座期間中もしくは講座終了後に個別相談対応が非常に多く、講師・経営指導員共に労力が大きいため。(人材交流型+ハンズオン型のイメージ)							
算出額	①市町村等補助	0 円		交付市町村等				
	②受益者負担	391,000 円		負担金の積算		①@2,000円×15名=30,000 ②@2,000円×15名=30,000 ③@10,000円×15名=150,000 ④@15,000円×6名=90,000 ⑤@2,000円×8名=16,000 ⑥@5,000円×15名=75,000		
	(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)				
	3,464,300 円	×	0.75	=	2,598,225 円	(391,000 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		2,416,425 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				
		能勢町商工会		30,300 円				
	豊能町商工会		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⇒ 15 社	【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	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を伝えるべき人に伝えるべくコミュニケーションスキルの向上を図り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	当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを伝えるコミュニケーションのコツを理解したと回答した企業数	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	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を伝えるべき人に伝えるべくコミュニケーションスキルの向上を図り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	当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを伝えるコミュニケーションのコツを理解したと回答した企業数	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⇒ 15	【人材育成型】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。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・魅力を伝えるべき人に伝えるべくPOP広告作成のコツを学び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・ウリを伝える効果的なPOP作成について理解できたと回答した企業数	数値目標 70%
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⇒ 6	【独自提案型】④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数	数値目標 80%
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⇒ 8	【人材交流型】⑤2010～2015年実施のプロモーション支援事業及び2016～2018年実施の自分のええとこ発見・発信支援事業、2019年～実施の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数	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			
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	【人材交流型】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。	
	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	20%
その他目標値	目標値の内容⇒			
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⇒ 5	【ハンズオン型】⑦①～⑥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。5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	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		アフターコロナV字回復チャレンジ事業		事業番号	3	新規/継続	新規
想定する実施期間		2022 年度～ 2022 年度まで		年目	1	←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	飲食業等、コロナ禍で大きなダメージを受けた事業者の事業再構築や新事業展開を支援・促進する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	飲食業等、コロナ禍で大きなダメージを受けた事業者のうち、事業再構築や新事業展開によりアフターコロナに向けて意欲的に回復・成長を図ろうとする事業者に対し、当該事業計画策定や伴走支援だけでなく、同じ境遇の事業者同士のネットワークを構築し、切磋琢磨しながら共に成長していける基盤を作る。また、早期に事例を創出し、その機運醸成を図る。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	飲食業、旅行関連業他サービス・小売業等、コロナ禍で大きなダメージを受けた業種を中心に、20～30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年度から2021年度において、新事業展開・事業再構築・事業の低感染リスク化等の相談を多数受けており、これらの事業者に対して直接アプローチを行う。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値						
	反省点						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	1. 事業計画策定チャレンジワークショップ【人材交流型】 2022年度に事業転換・業態転換・新事業展開等にチャレンジし、自社の事業再構築等を行う事業者に対し、事業計画策定に係るポイント解説と、ワークショップによる事業転換イメージの構築を図る。10社の参加を想定。状況に応じてオンライン開催の場合あり。					
	○ 人材交流型	2. コロナ禍での決断事例シェア勉強会【人材交流型】 2020～2021年度において、事業転換や再構築等の大きな決断をし、現在回復途上にある事業者の取組事例発表を行い、参加各社の今後の取組のヒントを提供する。10社参加を想定(2回連続講座)。状況に応じてオンライン開催の場合あり。					
	○ 販路開拓型	3. ハンズオン支援 大阪府が実施する「新事業展開チャレンジ支援事業」への応募に向けた支援と、当該事業に採択されなかった事業者へのフォローアップ支援。3社を想定。					
	○ 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)	<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-11	新事業展開チャレンジ支援事業費			その他	
		(a) 府施策「新事業展開チャレンジ支援」を促進、(b) 池田商工会議所、豊能町商工会、能勢町商工会と連携(支援事業者は地域内事業者に限らない)、(d) カルテ化率50%を想定					
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⇒	2020年度以降にコロナ禍のダメージを受け、当所等にてコロナ関連施策活用・補助金申請・資金調達等の支援を行った事業者約200社のうち、現状打破への意欲が高い事業者を想定。広報も行うが、主に各経営指導員から直接の参加アプローチを行う。				
	23 社	指標	アンケートにより他社の事業転換・再構築・新事業展開事例からヒントを得、自社の事業転換等の取組に繋がる機会となったと回答した事業者の割合			数値目標	90%
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)						
	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 ×	10	社 ×	1.00	=	404,000	円	
	40,400	円 ×	10	社 ×	1.20	=	484,800	円	
	101,000	円 ×	3	社 ×	1.00	=	303,000	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
	円 ×		社 ×		=	0	円		
	合計		23	社	(小計)		1,191,800	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%)							44,440	円
							計	1,236,240	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)				
	1,236,240 円 ×		1.00 =		1,236,240 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		1,115,040 円		豊中商工会議所が幹事となり、企画・広報・運営等全般を行う。連携する商工会議所・商工会においては、広報協力のほか、人材交流型の事業において各1社の参加を想定する。			
		池田商工会議所		40,400 円					
		豊能町商工会		40,400 円					
		能勢町商工会		40,400 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⇒ 10 社	これから事業再構築・新事業展開等にチャレンジする事業者で、2021年度において事業再構築補助金等の申請に不採択となった事業者等。メルマガ他で広報を行うが、各経営指導員から直接アプローチを行うことを想定。	
	支援対象企業の変化	事業計画書作成に向けた書き出しシートを通じて、再構築・新事業等の方向性を見出す。		
	その他目標値	指標	事業計画書作成に向けた書き出しシートを完成させた事業者数	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	2020年度以降にコロナ禍のダメージを受け、当所等にてコロナ関連施策活用・補助金申請・資金調達等の支援を行った事業者約200社のうち、既に事業再構築等への取組に着手するなど、その途上にある事業者を想定。広報も行うが、主に各経営指導員から直接の参加アプローチを行う。	
	支援対象企業の変化	他社の事業転換・再構築・新事業展開事例からヒントを得、自社の事業転換等の取組に繋がる機会となったか。		
	その他目標値	指標	アンケートにより他社の事業転換・再構築・新事業展開事例からヒントを得、自社の事業転換等の取組に繋がる機会となったと回答した事業者の割合	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⇒ 3 社	1・2参加企業を中心に、コロナ禍の影響による現状打破への意欲が高い事業者。各経営指導員から直接アプローチを行う。	
	支援対象企業の変化	大阪府「新事業展開チャレンジ支援事業」へのチャレンジ		
	その他目標値	指標	「新事業展開チャレンジ支援事業」への採択者数	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。

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	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	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。IT/IoT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>2020年以降、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。従業員が自宅にし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>また2022年には電子帳簿保存法改正、2023年にはインボイス制度の開始が予定されており、システムの更新が求められる。これを機会に、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、法律や制度改正によりシステムの更新が必要な事業者、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	2021年度の人材育成型においては、「経理だってテレワークできる！経費精算 請求書発行を楽楽にする方法」(9月16日開催。参加事業者数：9社)、「ドローンビジネス活用セミナー」(10月14日開催。参加事業者数：18社)、「ジンバルカメラ活用セミナー」(10月15日開催。参加事業者数：15社)を実施。計42事業者が参加した。人材交流型では10月21日に「産業用ドローンフライト体験講座in能勢」を実施し、10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	「経理だってテレワークできる！経費精算 請求書発行を楽楽にする方法」の受講者が少なかった点である。2022年度はシステムの紹介だけではなく、法改正や制度改正と併せたセミナーを実施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「電子帳簿保存法・インボイスにも対応！制度改正やテレワークに対応できるシステム導入セミナー」（仮称） クラウド型の会計・請求書発行システム、テレワーク、業務自動化・効率化に繋がるシステム等の紹介、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「働き方改革や業務効率化に活用できるクラウドサービス導入セミナー」（仮称） クラウド型の勤怠管理システム、人材採用、与信管理等、人材管理や業務効率化に繋がるクラウドサービスのシステムの紹介や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 ・15社の参加を想定
		販路開拓型	③「航空法改正！免許制度創設!? 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、現状法規制、今後の法改正や活用事例等を紹介する。 ・実施時期：9～11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：10～11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。
	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 局-5 中小企業のIT/IoT導入支援 IT・IoT	
	(a)府施策連携…大阪産業局MOBIO事業部技術支援チームと広報・周知について連携して実施。 (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)	指標 年度内に、業務自動化・効率化の為にIT/IoTシステムやクラウド・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 3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	
	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%)							0	円	
							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、クラウド・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・効率化の為に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	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	様々なクラウドサービスの活用により業務効率改善とDX化につながる。	指標 クラウドサービスの新規導入、もしくは導入を検討する企業数 数値目標 5社
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15	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	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	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 3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		人材活用力向上事業	事業番号	5	新規/継続	新規
想定する実施期間		2022 年度～	年度まで	1	年目	○ ←複数年度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	労働力人口減少の中、様々な人材活用法を活用し人的資源の最適化を支援するとともに、労働関係法令の改正をはじめとする環境変化への対応を支援し、人材活用力を総合的に向上させ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)	中小企業は新卒採用においても中途採用においても大企業に比べて難しい状況にあり、また今後のDX化の進展により一層人材確保が困難となることから、求人活動の見直しによる改善を支援するほか、外部人材の活用も含めた多様な人材の活用を検討するきっかけを提供し、実際の活用に向けて支援を行う。 また、採用後の定着率向上に向けて社内環境の改善や法令順守等につながる支援を提案する。				
	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、大阪府地域労働ネットワーク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)	「大阪労働市場ニュース令和3年10月分(大阪労働局 2021年11月29日発表)によれば、有効求人倍率は1.12倍、また新規求人数は4カ月連続の増加と、求人ニーズは底堅く推移することが確認できる。また、「企業のフリーランス活用実態に関する調査結果(株Lbose 2021年11月4日発表)」によれば、フリーランス活用経験のある企業の78%が「今後もフリーランスを活用したい」と回答しており、外部人材活用に対するニーズが確認できる。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値					
	反省点					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○	人材育成型	①外部人材活用セミナー(仮称) 「フリーランス実態調査結果(令和2年5月・内閣官房日本経済再生総合事務局発表)」によれば、約4割のフリーランス人材が資本金1000万円以下の企業との取引実績があるなど、中小企業においてもフリーランス人材の活用が増えてきている。また、中小企業においてもIT・IoTへの対応は急務となってきており、IT人材が不足する中、中小企業がフリーランスを活用するためのポイントを、事例を交えて紹介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15名、7月～9月に実施予定。【人材育成型】			
	○	人材交流型	②フリーランス創業ワンポイントセミナー(仮称) ランサーズ株式会社が公表した「フリーランス実態調査2021」によれば、2021年のフリーランス人口は約1670万人と、昨年より約600万人増加となった。今後も増加が見込まれる一方、内閣府の調査によれば半数以上が年収300万円未満となっており、業務を依頼する企業側からすれば、継続性に不安が残る。そこで、創業に向けての意識付けや知っておくべき基礎的な知識を伝えるセミナーを実施し、企業とのマッチングにつながる、事業継続意欲の高いフリーランス創出への寄与を目指す。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15名、6月～8月に実施予定。【人材育成型】			
		販路開拓型	③ハラスメント全般に関するトラブル対策セミナー(仮称) パワーハラスメント対策が2022年4月から中小企業にとっても義務化される中、労使トラブルにつながりやすい各種ハラスメントについて網羅的に解説し、トラブル事例をもとに未然に防ぐ、あるいは対策するための知識を習得するための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15名、6月～8月に実施予定。【人材育成型】			
	○	ハンズオン型	④パワハラを発生させないためのワークショップ(仮称)[全2回連続講座] ハラスメントを防ぐためには、ルールや予防措置などの知識のほか、相手の「感情」への配慮など行動の変容も必要である。そこで、パワハラ予防に向けた知識と実践項目を楽しみながら学べる2日間のワークショップを開催する。豊中商工会議所での開催を検討しているが、新型コロナウイルス感染症の拡大状況によっては、オンラインでの開催、会場とオンラインのハイブリッドでの実施のいずれかでの実施に変更する可能性がある。定員12名、6月～8月に実施予定。【人材交流型】			
		独自提案型	⑤人材採用力向上セミナー(仮称) 「人手不足に対する近畿企業の動向調査(2021年10月 株帝国データバンク)」によれば、コロナ禍前の水準には戻っていないものの、「正社員が不足している企業」の割合は中小企業で38.3%、小規模企業で34.3%と、人材ニーズは高まってきている。一方、フリーランス人口が増えていることと相俟って、「欲しい人材」を採用することは一層困難になっている。求人充足に向け、各種媒体の活用と求職者へのPR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15名、6月～8月に実施予定。【人材育成型】 ⑥ 上記①～⑤の参加者を中心に、ハンズオンにて課題解決に向けた支援を実施する。3社を目標とする。【ハンズオン型】			

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-1	人材ニーズ対応支援		人材育成・労務	
	労-12	雇用・労働啓発セミナー事業		人材育成・労務	
<p>(a)府施策連携…大阪産業局HR戦略部及び大阪府労働環境課労働環境推進グループと広報・周知について連携して実施。</p> <p>(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・池田・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。</p> <p>(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⇒ 75 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)	指標	ハラスメント対策への取り組みを始める企業数	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)	サビ	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
		20,200	円 × 15	社 × 1.00	= 303,000 円
		40,400	円 × 12	社 × 1.20	= 581,760 円
		20,200	円 × 15	社 × 1.00	= 303,000 円
		101,000	円 × 3	社 × 1.00	= 303,000 円
		合計	75	社 (小計)	2,096,760 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%)			29,088 円
		計			2,125,848 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)		
	2,125,848 円	× 1.00	=	2,125,848 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	1,964,248 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、人材育成型への参加者各2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	40,400 円		
		池田商工会議所	40,400 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	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	フリーランス人材活用のポイントについてどの程度理解できたかをアンケートにより把握し、フリーランス人材の活用実際に取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標	外部人材の活用もしくは導入を検討する企業数 数値目標 5社
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	今後の事業拡大に向けた意欲がどの程度高まったかをアンケートにより把握し、開業届の提出や法人設立に取り組む人数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標	開業届を提出、あるいは法人を設立したフリーランス人材の数 数値目標 8名
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	ハラスメント問題への対策の重要性をどの程度理解できたかをアンケートにより把握し、ハラスメント問題予防に取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標	ハラスメント対策への取り組みを始める企業数 数値目標 5社
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⇒ 12 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	ハラスメント予防には担当部署以外も理解を深め行動を変容させる必要があることを理解できたかアンケートにより把握し、社内での研修実施に取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標	ハラスメント予防に向けワークショップの内容を社内実施した企業数および研修の実施を検討する企業数 数値目標 5社
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⇒ 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	人材採用に向けた取り組みについて理解が深まったかをアンケートにより把握し、人材採用に向けたアクションを起こした企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標	新たな求人媒体の活用や求人票の変更に取り組んだ企業数 数値目標 5社
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、外部人材の活用やハラスメント対策、人材の採用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	外部人材活用やハラスメント対策、人材採用など、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	外部人材活用やハラスメント対策、人材採用などに取り組んだ企業数 数値目標 3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		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	5	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・させたいくなる」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年代における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くだけである。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、業績の向上につなげ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人材育成型 ・心に響く事業計画書のつくりかた（8/5, 9/8） 事業承継を行うに当たって事業計画を作成し計画的に進めていく必要があるため、事業計画書作成の必要性について御理解いただくセミナーを開催、合計40社の目標に対し29社に支援を行った。</p> <p>②人材交流型 ・プレスリリース実践塾（11/17, 24, 12/1） 事業承継を行う価値のある会社に高めていき、また認知度を上げることでM&AやEBO等、事業承継の様々な形態を活用できる可能性が高まる。そのための一手法としてのプレスリリースの活用に向けた3日間の塾形式の勉強会を開催した。20社の目標に対し17社（参加者数は20名）に支援を行った。</p> <p>③人材育成型 ・アナタの強みを活かす成長戦略とは！？（1/28） 小規模M&Aを手掛けられている専門家にご講演を頂く予定。M&Aの実態について買い手目線でご講義頂き、M&Aを行っていくにはどのような戦略をもっていかなければならないかのノウハウは勿論の事、買い手がどのような箇所に注目して事業買収を行うか等、売り手側にも有益となる情報を事例と共に紹介する。</p> <p>④人材育成型 ・これから始めるTikTokで動画活用セミナー（3/11） ビジネス用動画活用の専門家を講師としてご講演頂く予定。後継者に事業を引き継がせたいが債務超過により、承継すべきノウハウ・ウリがあるのに誰も継ぎたがらない事業者を対象に、自社の承継すべきノウハウ等を見つめ直し、承継する価値のある事業であることを経営者以外にも分かりやすく伝える手段として動画作成を題材に、ワークを通じて自社の見つめ直しを図る。</p>					
	反省点	①、②については目標数に対して支援数はあと一歩届かなかったが、全体的な満足度は高かった。事業計画作成セミナーは事業承継においても必要性が高いため、引き続き開催したい。③については集客に難航し、一度延期を行っているため、来年度以降については見せ方を変える等の対応をしたい。					

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	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15名、6月～8月に実施予定。【人材育成型】			
		人材交流型	②事業承継税制活用セミナー（仮称） 法人版事業承継税制について、平成30年1月から10年間の特例措置として、令和5年3月末までに特例承継計画の提出がなされた事業承継について抜本的改正が行われたものの、今般の感染症の影響により計画策定に時間を要する場合もあることから、特例承継計画の提出期限を令和6年3月末まで1年間延長する措置が令和4年度税制改正大綱に盛り込まれた一方、令和9年12月末までの適用期限については今後とも延長を行わないこととされており、事業承継を検討している中小企業経営者が制度を適切に活用できるよう、制度の解説と活用に向けた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。6～8月頃に開催予定。15社を支援対象にする。【人材育成型】			
		販路開拓型	③M&Aセミナー（仮称） 新型コロナウイルス感染症の影響による休廃業の増加や事業再編・再構築の必要性の高まりを受け、第三者承継（M&A）が重要になってきている。民間オンラインプラットフォームの活用も視野に、小規模事業者へのM&A実施に向けた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。6～8月頃に開催予定。15社を支援対象にする。【人材育成型】			
	○	ハンズオン型	④決算書から読み取る自社の市場価値セミナー（仮称） 第三者承継（M&A）を検討するにあたり、自社が価値ある事業であるのか、買い手側は決算書のどの箇所を見て企業価値を見出しているのか、買い手側の視点を養い、自社の企業価値を高めるにはどうすれば良いかを学ぶ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。10～12月頃に開催予定。15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-10	事業承継の支援事業		事業承継	
		(a)府施策連携…大阪産業局事業承継支援チームと広報・周知について連携して実施。 (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⇒	【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)	63 社	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、事業計画の作成に取り組んだ企業数で変化を把握する。			
	その他目標値	指標	事業計画の作成に取り組んだ企業数	数値目標	5社	
		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		
	20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円		
	20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円		
	101,000	円 ×	3	社 ×	1.00	=	303,000	円		
		合計		63	社	(小計)		1,515,000	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	1,515,000	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)					
	1,515,000	円 ×	1.00	=	1,515,000	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		1,333,200 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。				
		能勢町商工会		60,600 円						
		豊能町商工会		60,600 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⇒ 15 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事業承継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、事業計画の作成に取り組んだ企業数で変化を把握する。		
	その他目標値	指標	事業計画の作成に取り組んだ企業数	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⇒ 15 社	【設定根拠】支援対象企業のうち事業承継に向けて事業承継税制の活用に関心を持つ企業および人事業承継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	事業承継税制の活用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、実際の制度活用への取り組みを検討する企業数で変化を把握する。		
	その他目標値	指標	事業承継税制の活用について相談を行った企業数	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⇒ 15 社	【設定根拠】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15社前後で推移していることから設定。 【募集方法】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を前向きに取り込めるよう意識改革を行う。		
	その他目標値	指標	M&Aに対して前向きな回答をした企業の割合	数値目標
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	【設定根拠】支援対象企業のうち自社の企業価値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	自社の企業価値が他者からはどう見えているかという視点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し、専門家による企業価値診断を実際に受ける企業数で変化を把握する		
	その他目標値	指標	専門家の企業価値診断を受けると答えた企業数	数値目標
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、事業承継計画の策定に取り組む企業数で変化を把握する。		
	その他目標値	指標	事業承継計画の策定への取り組みを開始した企業数	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。

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	継続		
想定する実施期間		2021 年度～ 2025 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、2018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、2020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 ・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デジタル化による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、キャッシュレス決済の候補となりうる、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300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、2018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2019年度に実施した「キャッシュレス・消費者還元事業」を経て、2020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2011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。2020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	2021年度の人材育成型においては、「スマホ(QRコード)決済活用セミナーPayPay編」(第1回)を12月9日に開催し、8社が参加した。また(第2回)を3月16日に開催する予定となっている。ハンズオン型においては、「キャッシュレス×インバウンド×プロモーションによる大阪・関西万博に向けた現地訪問支援」を2月4日・6日・8日で開催する予定で、10社の申込を得ている状況である。						
	反省点	新型コロナウイルスによる影響から開催時期を長く検討する状況となり、事業のスタートが遅れる形になったことが反省点となる。人材育成型セミナーではオンライン開催のノウハウを今後活かしていくこと、1年目となる今年度の事業を上記のスケジュールで実施することでハンズオン支援のスタイルを形作っていきたい。						
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	<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> <p>◆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。</p> <p>◆実施時期：2022年9月～10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>						
	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・関西万博に備えた現地訪問支援」</p> <p>◆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)の展開などを現地訪問型でトータル的にコンサルティングすることで、コロナ収束後の大阪・関西万博に備えたインバウンド対策に繋がるように個社支援していく。</p> <p>◆実施時期：2022年9月～10月頃</p> <p>◆場所：豊中、能勢、豊能地域の参加事業所</p>						
	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-9		キャッシュレス化の推進				販路開拓	
	<p>(a)府施策連携…大阪府中小企業支援室経営支援課企画調整グループと連携して事業を推進する。</p> <p>(b)広域連携：企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は能勢・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。</p> <p>(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⇒ 25 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大阪・関西万博に向けたインバウンド対策を行う企業数	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 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円		
	101,000	円 ×	10	社 ×	1.00	=	1,010,000	円		
		円 ×		社 ×		=	0	円		
		円 ×		社 ×		=	0	円		
	円 ×		社 ×		=	0	円			
	合計		25	社	(小計)		1,313,000	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	1,313,000	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)					
	1,313,000	円 ×	1.00	=	1,313,000	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	1,070,600 円		豊中商工会議所は、主管として企画調整・広報・運営等について担当する。 能勢・豊能の各商工会は①と②の事業において各1社ずつ新たな参加事業者の掘り起こしを行う。					
		能勢町商工会	121,200 円							
		豊能町商工会	121,200 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⇒ 15 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】 過去に当所で実施したインバウンド事業に参加した企業、ならびにキャッシュレス化とインバウンド対策に関心のある企業に対して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大阪・関西万博に向けたインバウンド対策を行う企業数	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	280	25,000	7,000,000	
支援機関等へのつなぎ	100	10,000	1,000,000	
金融支援（紹介型）	20	30,000	600,000	
金融支援（経営指導型）	10	40,000	400,000	
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	30	25,000	750,000	
労務支援	30	20,000	600,000	
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	15	20,000	300,000	
事業計画作成支援	89	50,000	4,450,000	
創業支援	15	20,000	300,000	
事業継続計画(BCP)等作成支援	13	20,000	260,000	
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	30	20,000	600,000	
債権保全計画作成支援	2	10,000	20,000	
事業承継支援	5	20,000	100,000	
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	280	10,000	2,800,000	
小 計	-		19,640,000	19,640,000

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	
		44,286,103