

# 令和5年度（2023年度） 事業計画書

## 1. 申請者の概要

申請者	団体名	忠岡町商工会		
	代表者職・氏名	会長 萬野 俊史		
	所在地	〒595-0812 大阪府泉北郡忠岡町忠岡中1-1-23		
	担当者	職・氏名	事務局長 森 孝博	
		連絡先	電話番号（直通）：	0725-33-3208
F a x：			0725-32-4880	
E - m a i l：	info@tadaoka.or.jp			
①設立年月日	昭和35年11月28日			
②職員数	職員数 6人（うち経営指導員数 4人） 令和5年1月時点			
③所管地域	泉北郡忠岡町			
④管内事業所数	580（平成28年経済センサス）			
⑤管内小規模事業者数	401（平成28年経済センサス）			
⑥会員数（組織率）	745（令和5年1月20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商工業に関し相談に応じ又は指導を行うこと。 ②商工業に関する情報又は資料を収集し及び提供すること。 ③商工業に関する調査研究を行うこと。 ④商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。 ⑤展示会、共進会等を開催し又はこれらの開催の斡旋を行うこと。 ⑥商工業に関する施設を設置し、維持し又は運用すること。 ⑦商工会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。 ⑧行政庁等の諮問に応じて答申すること。 ⑨社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 ⑩大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済事業を行うこと。 ⑪商工業者の委託を受けて当該商工業者が行うべき事務（その従業員のための事務を含む）を処理すること。 ⑫行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 ⑬外国人研修生の受入に関する事業を行うこと。 ⑭前各号に掲げるもののほかその他商工会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**

本町の現状を2018年の地域経済循環図から見ると、地域経済循環率が87.2%と近隣3市（泉大津市・和泉市・岸和田市）の68.3%～79.6%に比して高く自立性が高い。支出においては、民間消費で地域外への流出が2013年の21億円から25億円と推移し、民間投資が383億円から165億円と大きく減少した。忠岡町では、大手製造現場の海外移転や原材料費の高騰などにより、下請けが中心の地域産業は構造的にその影響を大きく受け、企業数・出荷額ともに減少している。地場産業である繊維製品の出荷額等の推移から見ても、ピークの1996年496億円から2019年には134億円と大幅に減少し、その影響が顕著となっている。商業においても、繊維産業の規模縮小の影響を受け売上の減少と後継者不足による廃業が相次ぎ、新規開業者も少なく閉塞感が漂っている。雇用の状況を見ると、大阪全体の直近(2022年11月)の有効求人倍率1.30倍（ハローワーク泉大津管内0.85倍）と企業の求人数は減少している。また、直近の創業比率は3.31%と大阪府の5.17%に遠く及ばず、将来の地域を担う産業の育成が急務である。このように地域産業の低迷の原因を探ると、外的要因によるもののほか、後継者の不在や新規開業者の減少、販売力・提案力の不足など内的要因によるものの両方があると考えられる。さらに長引くコロナ禍の影響で、ビジネスの仕組みや方法の転換が求められている。

**(2) 所管地域の活性化の方向性**

地域事業者を新たな事業領域への展開や人材育成・定着に向けて支援するとともに、創業者の増加により地域全体の活性化に向けて導いていく。活性化の方向性として「①製造業の活性化②創業者の支援③人材支援④事業承継支援」を柱に、工業においては、現場力を強化するための人材確保や情報発信、デジタル化など新事業展開支援のワークショップを通じて製造現場の問題解決を図る。また、その知識を共有することによって、技術伝承への取り組みや経営革新に挑戦するものづくり人材の育成を支援する。さらに大阪勧業展や各地産業フェアへの出展により販路拡大の道筋を探り、商工展示即売会による消費者とのマッチングの支援、各種販路開拓支援を実施する。商業においては、スムーズな事業承継や後継者の育成並びに承継を契機として、コロナ禍においても新たな事業にチャレンジする企業へと事業転換を図るべく支援の方向を指し示す。さらに専門相談支援事業を活用して、中小企業診断士等の専門家と経営指導員の連携による企業診断や売上アップの方策など個者支援を実施するとともに、事業承継の普及啓発も行う。創業支援については、効果的な創業セミナーや経営指導員による創業相談を通じて、将来の大阪や地域を支える事業者の育成とネットワーク作りの伴走型支援を実施し、創業者の増加を図るとともに行政施策の活用等について方策を講じていく。

**(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**

忠岡町では、繊維関連事業、建設・設備工事業などの下請業者が大半で、独自技術を持ってはいるものの、十分生かし切れていない企業や技術的な価値の認識すらない事業者も多数存在している。また、小規模事業所であるがために人材の採用や育成がままならず、技術の承継に支障をきたしている企業も見受けられる。商業においては、当地域には商店街や商業集積はなく、南海本線忠岡駅周辺に商店が点在し、スーパー・コンビニ以外はほとんどが家族経営である。サービス業は、理美容業、整骨院、介護福祉サービスが多く、美容業、整骨院は特に過当競争にある。このような事業者はITの進展や法改正に疎く、大きな時代の変化に適切に対応するための経営資源が不足しているため、本事業において積極的に支援していく。

支援の対象事業者数は、平成28年経済センサスでの事業所数580件とする。

主な内訳は、販路拡大を目指す事業者28件、自立的な記帳を目指す事業者30件、新規事業や第二創業などを目指す事業者12件の他、新規創業を目指す事業所12件とする。

**(4) 事業の目標**

事業者が抱える問題点と課題を的確に把握しその解決を図るため、諸施策のPR・情報発信提供を継続的に実施しながら、課題解決を目指す企業に対して相談事業として経営指導員による事業所カルテ・サービス提案を行い、種々の支援メニューの利用を促進・支援することにより、事業者の持続的な発展に寄与する。また、地域活性化事業では、大阪府施策に則った事業や単独で実施するよりも広域実施で効果の上がる事業については、近隣商工会・商工会議所とともに連携して広域で実施する。国の経済対策である事業再構築補助金や持続化補助金に代表される諸施策については、商工会が伴走しながら適切な支援を効果的に実施する。事業計画策定や販路開拓、金融、BCP、創業に軸足を置くとともに、過年度相談のフォローアップにも傾注しながら、ビジネスチャンスの創出や地域経済全体の浮揚に繋げ活性化に寄与する。

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

経営相談支援事業では相談業務を中心に、それぞれの事業者ニーズにワンストップで対応し課題解決を行う。専門相談支援事業では、経営指導員だけでは解決できない課題を弁護士・税理士・中小企業診断士等の専門家と連携することにより、事業者の認識する課題の解決や未知の課題の発掘とその対応により、企業としてのステップアップを後押しする効果がある。地域活性化事業の実施では、支援企業の経営力を高め現下の厳しい経営環境に対応できる人材の育成や販路開拓の実績向上、創業者の増加などが見込め地域の活性化に資する効果がある。また、セミナーや交流会に参加することにより、同じ経営課題を持つ企業との人脈形成ができ、目標に向けて能動的な経営につながり、それが企業の収益に繋がっていく。次に、本事業が実施されなかった場合、日常的な課題の発見・解決や各種法改正への対応が遅れ、国・府等施策の無知や認識遅延による利益の喪失など、事業者の経営に悪影響を及ぼすとともにビジネスチャンス喪失の懸念がある。

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	230 事業所	支援機関等へのつなぎ		10 支援	
金融支援（紹介型）	25 支援	金融支援（経営指導型）		20 支援	
マル経融資等の返済条件緩和支援	1 事業所	資金繰り計画作成支援		12 事業所	
記帳支援	30 事業所	労務支援		50 支援	
人材育成計画作成支援	3 事業所	マーケティング力向上支援		3 事業所	
販路開拓支援	28 支援	事業計画作成支援		12 支援	
創業支援	12 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援		10 事業所	
コスト削減計画作成支援	10 事業所	財務分析支援		5 事業所	
5S支援	0 事業所	IT化支援		5 事業所	
債権保全計画作成支援	1 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		50 事業所	
結果報告	228 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	235				
<p>目標設定については、令和4年度の実績見込み及び小規模企業振興基本法の施行を受け、国の諸施策の利用促進を考え伴走型支援の重要性を認識し設定する。</p> <p>事業所カルテ・サービス提案を実施するにあたっては、年平均3～4回程度の巡回または窓口相談が必要と考えられる。よって、今年度は約230企業への巡回や域内に新聞折込する商工会会報(町内新聞折込)、役場広報、HP、メールマガジン及びDMによる相談事業周知を行い、企業ニーズの掘り起こしを図るとともに、事業所カルテ・サービス提案と支援メニューの利用促進の更なる効率化を目指すため、過年度相談事業者のフォローアップにも傾注する。また、長期化するコロナ禍での事業継続についても、国や大阪府、忠岡町の施策を活用しながらウィズコロナ・アフターコロナを意識して事業所支援を実施する。特に金融、事業計画、販路、BCP、創業支援については重点支援として位置付ける。</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>相談申込により把握した経営課題については、経営指導員による相談を機軸に経営相談全般に対応する。</p> <p>さらに、高度な支援が必要な案件については、弁護士、税理士、社会保険労務士、中小企業診断士、行政書士等の専門家と連携を図りその解決を図る。</p> <p>金融相談ではマルケイ融資や大阪府制度融資だけでなく、必要に応じて日本政策金融公庫国民生活事業を中心に、地元金融機関である池田泉州銀行・大阪信用金庫との連携を強化し、事業者ニーズに合った相談に適宜対応する。さらに近隣の商工会・商工会議所とも連携を強化して、経営支援やセミナーを実施する中で参加者のニーズに合わせて相談事業との連携を図る。その他、必要に応じ専門家・支援機関等と連携して事業者の課題を解決する。</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	支援日数
法務相談	継続	延相談回数	18	事業活動に伴う法律に関連した課題の解決	6
税務相談	継続	延相談回数	18	事業活動に伴う税務に関連した課題の解決	6
金融相談				事業活動に伴う金融に関連した課題の解決	
労務相談				事業活動に伴う労務に関連した課題の解決	
その他相談	継続	延相談回数	12	上記以外の事業活動に伴う課題の解決	12
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>経営指導員で対応できない非常に高度で複雑な相談について、弁護士・税理士・中小企業診断士等と連携して、法務相談・税務相談・経営相談を実施することにより、課題の解決を図り円滑な事業運営に貢献する。</p> <p>なお、弁護士・税理士と連携する理由としては、本会の過去の実績から法務相談、税務相談、労務相談に対する事業者のニーズが突出して高いためであり、今回計画した法務・税務以外の労務相談については、経営相談支援事業により本会職員である社会保険労務士が対応する。</p> <p>期待される効果としては、相談者の経営課題に対して専門的な立場からよりの確な助言を行うことによって、課題解決や今後進むべき方向あるいはその対策が明確になることによって、事業者の経営判断や経営戦略の立案等に寄与する効果がある。</p>					

## 4-1. 地域活性化事業一覧

忠岡町商工会

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
<b>(1) 単独事業</b>				<b>1,515,000</b>
1	○	ただおかあきんど応援事業	町内の人口減少、コロナ禍により加速した消費行動の変化、経営者の高齢化等、小規模な小売業やサービス業の課題に対応するため事業承継や販売促進等を支援し、経営の改善を図ることを目的として、本事業を実施する。	303,000
2	○	デザイン活用による地域中小企業支援事業	中小企業・小規模事業者を対象に、事業者間での交流の機会を設け、デザイン思考・ブランディングについての意識啓発や地域産業の活性化を促すセミナー・ワークショップを実施する。	1,212,000
<b>(2) 広域事業</b>				<b>6,147,050</b>
3	○	現場チカラの支援事業	製造現場等の技術力・品質力・現場力を戦略的に製造工程やマーケティングに活用できるよう、中小企業間で交流の機会を設け、知識・ノウハウ等を共有することで、人材育成と組織の持続的発展を支援する。	1,212,000
4	○	商工展示即売会事業	企業の優れた製品や商品をPR・販売する事業を通じて、コロナ禍で変化する消費者ニーズのリサーチや新製品開発のヒントを把握する機会を提供する。くわえて、大阪府技能士会連合会と連携し、若者等にもものづくり体験の場を提供する。	2,710,000
5	○	求人・求職マッチング事業	中小企業の求人支援及び求職者のための合同就職面接会の開催	184,800
6	○	商工展示即売会事業(産業フェア)	「大阪狭山市商工会(幹事)の事業計画書参照」	100,000
7	○	くまとり産業フェア事業	「熊取町商工会(幹事)の事業計画書参照」	225,000
8	○	地域連携型「泉南まるごと物産展」事業	「泉南市商工会(幹事)の事業計画書参照」	132,000
9	○	脱炭素経営へ向けた取組み支援事業	「泉南市商工会(幹事)の事業計画書参照」	36,000
10	○	おおさか湾もん産業フェア事業	「岬町商工会(幹事)の事業計画書参照」	150,000
11	○	はんなん産業フェア	「阪南市商工会(幹事)の事業計画書参照」	160,000
12	○	インボイス制度の普及啓発・対応促進事業	「泉大津商工会議所(幹事)の事業計画書参照」	202,000
13	○	創業セミナー	「高石商工会議所(幹事)の事業計画書参照」	80,800
14	○	BCP策定支援事業	「高石商工会議所(幹事)の事業計画書参照」	222,200
15	○	大阪府立南大阪高等職業技術専門学校 活用事業	「和泉商工会議所(幹事)の事業計画書参照」	297,950
16	○	次代を担う若手経営者等の育成支援事業	「大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画書参照」	136,350
17	○	地域資源販路開拓支援事業	「大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画書参照」	40,400
18	○	事業継続計画(BCP)策定支援事業	「大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画書参照」	80,800
19	○	経営トピックセミナー配信事業	「大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画書参照」	90,900
20	○	小規模事業者の継業支援事業	「大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画書参照」	30,300
21	○	事業計画作成・実施支援事業	「大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画書参照」	30,300
22		大阪勧業展	「大阪商工会議所(幹事)の事業計画書参照」	25,250
合計(1+2)				<b>7,662,050</b>
(うち、府施策連携事業)				<b>7,636,800</b>

事業名		ただおかあきんど応援事業		事業番号		I	新規/継続	継続
想定する実施期間		H31	年度～	年度まで	5	年目	←複数年段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	町内の人口減少、コロナ禍により加速した消費行動の変化、経営者の高齢化等、小規模な小売業やサービス業の課題に対応するため事業承継や販売促進等を支援し、経営の改善を図ることを目的として、本事業を実施する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	忠岡町は日本一小さな町(3.97km <sup>2</sup> )で、人口は令和4年12月末現在16,675人。前年同期16,793人と比べて118人が減少している。人口比率は、府内平均と比べて、①老年人口(65歳以上4,717人28.2%)は高く、②生産年齢人口(15歳以上64歳以下10,058人60.3%)と③年少人口(14歳以下1,886人11.3%)は低い。忠岡町の人口減少、高齢化のスピードは大阪府内の各自治体と比べると緩やかであるものの、平均年齢も47.3歳と大阪府内の水準では高いとみられる。 町内の小売業やサービス業は、狭い商圏内で営業活動をされていることが多い。人口が減少するということは、自社の経営の良し悪しに関わらず、お客様が減るということであるため、経営は厳しくなるものと考えられる。また、経営者自体の年齢も上がっており、投資意欲の低下やリスクを回避する傾向が高くなってきている。そのため、利益向上のためには事業承継や後継者の育成等も重要となっている。さらにコロナ禍により加速した消費行動の変化により対応すること、例えば実店舗とオンラインをうまく活用すること等も課題となってきた。これらの状況を放置しておく「あのお店は●●だから行かない」とお客様の選択肢から外れる可能性がある。 そこで本会では、小規模な小売業やサービス業等の各事業者・個店が各種施策の活用を事業機会と捉え、①弱みの克服に取り組むこと、②強みを活かした販売促進に取り組むこと等を支援し、経営の改善を図ることを目的として、本事業を実施する。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	忠岡町内の小売業、サービス業等の事業者・個店、忠岡町小売商連合会会員等。						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	事業承継やM&Aなど、センシティブかつ知っておきたいことを情報提供していることが評価されている。販促活動に係る本事業の支援も、入門的なものから実践的なものまでとあって参加者からの評価が高い。						
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	令和4年度は以下の事業を会場(リアル)と配信(オンライン)を併用して実施した。  1) 「事業承継」「M&A」支援セミナー 1/26 支援実績 11社12人 大阪府が実施する「インターネット《事業引継ぎ支援》プロジェクト」、M&A引継ぎによる起業などを含め事業承継のポイントなどを情報提供した。  2) 事業承継のためのマーケティング応援講座 3/17、3/22 支援実績 10社見込み 事業承継のタイミングで取り組んだEC事業等の事例を、当時の後継者である現代表者より紹介いただき、ECサイトの活用等により新たな事業へのチャレンジを応援するため実施した。  【参考】 (令和3年度) ① 事業承継セミナー(補助金・IT活用編) 9社10人 ② 事業承継のためのマーケティング応援講座(クラウドファンディング活用編) 10社10人 ③ 事業承継のためのマーケティング応援講座(ECサイト活用編) 10社13人 (令和2年度) ① ウィズコロナ対応セミナー(キャッシュレス推進セミナー2回シリーズ) 9社10人 (令和1年度) ① 「キャッシュレス・消費者還元事業」入門&体験セミナー 17社17人 ② トークセッション 元学生起業家×アトツギ(事業承継セミナー) 12社12人						
	反省点	コロナ等の影響により事業実施が遅れた。令和5年度事業については影響が極力少なくなるよう日程や事務局体制を考慮して実施する。						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	令和4年度は以下の事業を実施する。新型コロナウイルス感染症等の影響により会場開催が困難な場合には、配信等も利用し実施する予定である。						
	人材交流型	1) 事業承継セミナー (実施時期:12月。対象:町内事業者等 15社。) 対象:主として後継者や創業希望者等						
	販路開拓型	後継者不在の中小企業・小規模事業者が保有している顧客、仕入先、店舗等の経営資源を第三者である創業希望者が引き継いで行う事業承継モデルや支援制度を紹介し、事業の引継ぎ支援につなげる。						
	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-12	事業承継の支援事業			事業承継			
	○府施策連携商12番「事業承継の支援事業」 (a)事業全般については、大阪府 経営支援課、(公財)大阪産業局と連携する。 (c)参加者の募集については、「広報ただおか」への掲載など忠岡町と連携する。 (d)前さばきや事後フォローについては、大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、大阪産業局 事業承継支援チーム、よろず支援機関等と連携し相談事業で対応する。							

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⇒ 15 社	コロナ禍前も含め、過去4年の実施状況も勘案し支援対象企業数を設定した。募集は広報ただおか（町内全戸配布）、商工会報（新聞折込）、チラシ配布、（公財）大阪産業局等、大阪府の関係団体にもホームページ掲載、メルマガ等の広報協力を依頼して参加者を募る。										
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	中小企業・小規模事業者などからのスモールM&Aや経営資源引継ぎ型の創業などの事例、支援施策の情報を得ることができ、事業引継ぎへの意識が高まる。											
	指標	事業引継ぎに向け意識が高まったと回答した割合	数値目標	75%									
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	15	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	303,000	円	
			合計	15	社	(小計)				303,000	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	303,000	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)								
303,000		円 ×	1.00	=	303,000	円	( 円)						
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）						
	○	忠岡町商工会		303,000 円		15							
				円									
				円									
				円									

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		デザイン活用による地域中小企業支援事業	事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		R4 年度～ 年度まで	2 年目	←複数段階の実施事業は左欄に○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	中小企業・小規模事業者を対象に、事業者間での交流の機会を設け、デザイン思考・ブランディングについての意識啓発や地域産業の活性化を促すセミナー・ワークショップを実施する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	テクノロジーの進化、グローバル化、アフターコロナなど複雑で不確実な社会で、価値観も多様化し変化に対応できずに窮地に立たされている中小企業・小規模事業者は多い。新しい事業の立ち上げや、新サービスの提供を考えたくてもそれらに充てる時間、人材、資金が不足している場合も多い。忠岡はかつては繊維産業（毛布・ニット等）製造業中心の街であったが、安価な海外製品の流入や生産拠点の移転に伴い、町内の企業数・生産額ともに減少の一途を辿っている。また、忠岡の地域産業は下請けが大半で、独自技術を持ってはいるものの十分生かし切れていない企業や技術的な価値の認識すらない事業者も多数存在している。自社の強みや魅力を生かし新しい取り組みを始めるために、まず自社のパーパスを見つめ直しブランディング視点で事業やサービスについて考える必要がある。物が飽和状態のいまの時代では、ただ良いものというだけではなく、人から人に伝えたい商品やサービスを作る必要があり、ブランディングが重要である。ブランディングこそが経営戦略そのものであり、売上策の根幹であることから、経営資源では決して大企業に勝てない中小企業にこそブランディングが必要だと感じ本事業を実施する。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	忠岡町内の製造業・商業の中小企業・小規模事業者（251事業所）、スタートアップ企業を対象				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	相談事業や他の地域活性化事業を通して「売れているのにあまり知られていない」「いいものをつくっているのに売れない」「競合他社と差別化ができていない」「優秀な人材を採用できない」などという声がある。また前年度にデザイン経営の導入編として行ったセミナー・ワークショップが好評であり、デザイン経営を知ってもらうきっかけとなった。続編を要望する声があったので、「ブランディング」を切り口に、新商品や新サービスの開発のヒントとなるよう支援する。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	令和4年度は、「中小企業×技術×デザインセミナー～デザイン経営のはじめ方・導入編～」を10/21、11/4（各日2.5時間）の2日間コースで会場（リアル）のみで実施し、12社13名（計画15社）が受講した。 10/21の前半部では、基礎的なデザイン経営の理論、講師が行ったプロデュース事例から、デザイン経営は大企業の為だけの概念ではなく中小企業にこそ必要とされていることを紹介した。後半部は、実際にデザイン経営を取り入れてBtoBからBtoC向け商品開発に挑戦した経営者をゲストとして迎え、講師とのトークセッション形式で行った。 11/4はワークショップ・交流形式で行った。2名でペアを組み、相互のインタビューからニーズや課題を整理し、アイデア出しをする体験を行い、新規の商品・サービス考え出す「きっかけ」となった。 11/4のセミナー後、事前予約制で3社、大阪府産業デザインセンターの専門家による製品・パッケージデザイン、ウェブデザイン、販路等の個別相談会を行った。				
	反省点	令和4年度はチラシやメルマガでの事業PRが遅くなってしまい、2回連続のコースとしていたため、両日参加の日程調整ができず参加を見送った事業所があったので、早めの告知が必要であったと反省している。全体的に高評価であり、参加事業所からは「事業者間で交流でき意見を聞いて良かった」という感想やセミナー後に実際に互いの事務所に行きあい、コラボ商品などの話も出てきているので、今後も事業者間で交流がとれるものが望ましいと感じた。				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	令和5年度は以下の事業を実施する。第三者と意見交換することで新たな柔らかい視点が生まれるメリットがあると考え、実際に手を動かし交流してもらうワークショップを組み込んだセミナーを開催する。新型コロナウイルス感染症等の影響により会場開催が困難になる場合には、配信なども利用し、実施する予定である。				
	○ 人材交流型	①ブランディングセミナー～企業編～ 開催時期：令和5年10月頃 時間：2.5時間 参加企業数：10社 場所：忠岡町商工会館 実施内容：・企業ブランディングとはなにかの基礎講座 事業の魅力や社会的な価値を整理し、社内外に伝えるようにすることで、持続的な事業成長を後押し、中小企業にこそブランディングが有効なことを啓発する。 ・自社の強み・弱みを抽出し、自社の目的、目指すビジョン、自社の顧客価値を把握するワークショップ ・大阪府産業デザインセンター（OIDC）の事業紹介を行う。				
	販路開拓型	②ブランディングセミナー～製品編～ 開催時期：令和5年10月頃 時間：2.5時間 参加企業数：10社 場所：忠岡町商工会館 実施内容：・製品ブランディングの基礎講座 ・3C、4P、ポジショニング、ペルソナ設定などのマーケティング手法を使い、グループワークで製品・サービスの企画・開発・改良のアイデアと顧客価値の確認方法を習得する。 ・セミナー後又は後日オンライン相談にてOIDCの専門家による個別相談会を開催する。				
	ハズお型	③ブランディングセミナー～WEBサイト制作編～ 開催時期：令和5年11月頃 時間：2.5時間 参加企業数：10社 場所：忠岡町商工会館 実施内容：・「見つけてもらう」施策を行わなければ、いくら磨き抜いたブランディングでも、また関心を高めるWebサイトでも社会に知ってもらうことはできない。「ブランディング」「Webサイト作成」「Webマーケティング施策」の連携のトライアングルの必要性を啓発する。 ・顧客体験を向上させるために自社のブランドプロミスを見つめなおすワークショップ ・大阪府産業デザインセンター（OIDC）の事業紹介を行う。				
	独自提案型					

		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (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-19	デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業		販路開拓	
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)大阪府産業デザインセンターと連携し、上記セミナーを開催する。大阪府産業デザインセンターから施策説明や個別相談会を実施していただく。事業者が抱える商品開発やデザインに関する悩みに対して、大阪府産業デザインセンターと連携し、課題解決へと導く。 (c)事業への参加者募集活動において、忠岡町と連携し、事業を実施する。 (d)参加者へのマーケティング力向上支援・販路開拓支援(カルテ化)を通じて、相談事業の相乗効果を図る。				
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⇒	支援対象企業数は、当会が開催する各種セミナーにおける過去の実績に基づき算定した。広報ただおか(町内全戸配布)、商工会報(新聞折込)、チラシ配布、大阪府産業デザインセンター、大阪府の関係団体にもホームページ掲載、メルマガ等の広報協力を依頼して参加者を募る。			
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	30 社	自社の強みを把握し、今後の新事業展開や新商品開発のきっかけとすることができる。			
	指標	本事業で得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つと答えた企業の割合	数値目標	75%		
	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	
	40,400	円 ×	10	社 ×	1.00 = 404,000	
	40,400	円 ×	10	社 ×	1.00 = 404,000	
		円 ×		社 ×	=	
		円 ×		社 ×	=	
	合計		30	社 (小計)	1,212,000	
	※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%)					
				計	1,212,000	
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="checkbox"/> (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)	
	1,212,000	円 ×	1.00	=	1,212,000 円 (円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)	
	○	忠岡町商工会	1,212,000 円	30		
			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⇒	支援対象企業数は、当会が開催する各種セミナーにおける過去の実績に基づき算定した。広報ただおか(町内全戸配布)、商工会報(新聞折込)、チラシ配布、大阪府産業デザインセンター、大阪府の関係団体にもホームページ掲載、メルマガ等の広報協力を依頼して参加者を募る。		
	支援対象企業の変化	10 社	自社の強みを把握することができ、解決すべき課題を見つけ、持続的な事業成長につながるきっかけとすることができる。		
	指標	自社の目的・ビジョンを見つめなおすことができたと回答した企業の割合	数値目標	75%	
	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	支援対象企業数は、当会が開催する各種セミナーにおける過去の実績に基づき算定した。広報ただおか（町内全戸配布）、商工会報（新聞折込）、チラシ配布、大阪府産業デザインセンター、大阪府の関係団体にもホームページ掲載、メルマガ等の広報協力を依頼して参加者を募る。	
	支援対象企業の変化	「選ばれるための商品・サービスになるためには、どうあるべきか」を考え、顧客目線での新商品・新サービスの考える手法を身に着けることができる。		
	指標	本事業で得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つと回答した企業の割合	数値目標	75%
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⇒ 10 社	支援対象企業数は、当会が開催する各種セミナーにおける過去の実績に基づき算定した。広報ただおか（町内全戸配布）、商工会報（新聞折込）、チラシ配布、大阪府産業デザインセンター、大阪府の関係団体にもホームページ掲載、メルマガ等の広報協力を依頼して参加者を募る。	
	支援対象企業の変化	WEBブランディングを実現するために、顧客体験を向上させるために必要な情報設計やWEBサイト作成のポイントについて知識を得ることができる。		
	指標	本事業で得た知識がWEBサイト作成時に役立つと回答した企業の割合	数値目標	75%
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		現場デカラの支援事業		事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		H28	年度～	年度まで	8	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	製造現場等の技術力・品質力・現場力を戦略的に製造工程やマーケティングに活用できるよう、中小企業間で交流の機会を設け、知識・ノウハウ等を共有することで、人材育成と組織の持続的発展を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	製造業の今後の課題は、技術力・品質力・現場力の裏付けとなる蓄積されたデータを、いかに戦略的に製造工程やマーケティングに活用することができるかだと、ものづくり白書では指摘している。コロナ禍後の社会変化やイノベーションに対応するため、ものづくり人材にはデジタル技術を活用できるスキルだけでなく、熟練技能の能力向上も今まで通り求められている。そこで、これらの課題について、泉北地域の中小企業間で交流の機会を設け、知識・ノウハウ等を共有することで、人材育成と組織の持続的発展を支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	泉北地域（広域連携する高石市、和泉市、泉大津市、忠岡町を中心とした）ものづくり企業1518事業所を、主たる支援事業所として実施する。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	参加企業へのアンケートや各事業実施後のフォローにより、本事業は「今から使える実践的な内容」「社内でノウハウが蓄積できる」「モチベーションがあがる」という声をいただいている。					
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	<p>部門担当者向けに、初級～実践的なワークショップ・交流会を中心に実施している。</p> <p>令和4年度は以下の事業を実施。内容によって、①と②はハイブリッド開催（会場とオンライン）と③は会場開催のみとして実施した。</p> <p>ハイブリッド開催においては、会場参加者間の名刺交換や交流は活発に行えたが、WEB参加者に対して、事務局からもチャット等を活用し、意見交換できるよう誘導した。</p> <p>令和4年度</p> <p>①中小企業だからこそ売上アップにつながる「プレゼン×YouTubeの活用術」（9/15） 21.5社23名 中小企業の皆様を対象に売上アップや求人募集につながるプレゼン理論とYouTubeの活用術を紹介し、自社の経営資源の棚卸を実施。</p> <p>②事業環境の変化に対応する「補助金活用セミナー」（11/28） 14社14名 「インボイス」「賃上げ」「入国制限の緩和」などのキーワードやそれを支援する補助金等を紹介し、事業環境の変化に対応するための事業計画書の作成を支援。</p> <p>③ドローンから考える自社のいいところを伸ばす「新事業展開セミナー」（2日間コース 1/24、2/9） 15社16名 令和4年12月に改正航空法によるレベル4飛行（目視外、有人地帯飛行）が可能になったドローンの活用と新事業展開をテーマに実施。</p> <p>令和3年度 3テーマ 48社、51名（会場・オンライン併用開催） 令和2年度 3テーマ 28社、32名（会場開催のみ。コロナ禍後） 令和1年度 3テーマ 54社、58名（会場開催のみ。コロナ禍前） 平成30年度 3テーマ 56社、62名（会場開催のみ）</p>					
	反省点	令和3年度よりハイブリッド開催を中心に実施しているため、オンライン参加者の不便や不満解消によるレベルアップを図っている。事前予告、当日のチャットや事業終了後のメールでのフォローなど、オンライン参加者への対応に注意した。結果、経営相談、カルテ化等にもつながっている。コロナ等の影響により日程の後ろ倒しがあったため、令和5年度事業については影響が極力少なくなるよう日程や事務局体制を考慮して実施する。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	MOBIOと連携し「お出かけMOBIO-Cafe」として実施する。ワークショップで受講者等に対して、リスキリングを含めた能力の維持向上と情報共有を図る。また、各ワークショップにおいては、ものづくり支援施策やMOBIOの活用事例等も併せて紹介する。新型コロナウイルス感染症等により、会場開催が困難な場合には、配信等も利用し実施する。					
	○ 人材交流型	【テーマ別 部門・担当者向けワークショップ】 ①採用及び採用以外の人材不足解消 2.5時間×1日間。8月に実施。主として総務担当者等を対象。 人材不足解消のために、経営状況、今後の展開、予算などを踏まえ、採用及び採用以外のノウハウとそれらに係る支援機関、支援策等を紹介し支援する。					
	販路開拓型	②情報発信・プレゼン 2.5時間×2日間。9月に実施。主としてマーケティング担当者等を対象。 自社の強みを把握し、既存市場への浸透、新市場の開拓のヒントにSNS等を活用した情報発信を支援する。個人ワークを中心に、交流会を実施するなど参加者の意識を高める。					
	ハンズオン型	③デジタル化など新事業への展開支援（ドローン、ITツール、アプリなどの活用） 2.5時間×1日間。10月に実施。主としてITやDXの担当者等を対象。 令和4年12月に改正航空法によるレベル4飛行（目視外、有人地帯飛行）が可能になったドローンや便利なITツールを体験し、事業環境の変化に対応するスキル向上と新事業展開のきっかけとする。					
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		
	局-3	ものづくり支援拠点 (MOBIO) 連携推進事業		人材育成・労務		
○府施策連携局3番 ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業 (a) (公財)大阪産業局、大阪府 ものづくり支援課と連携。 (b)高石商工会議所、和泉商工会議所、泉大津商工会議所、忠岡町商工会が連携して事業周知・実施をすること とで、広域で企業同士の交流を図ることができる。 (d)ワークショップ等により把握した課題で、特にフォローアップが必要なものは経営相談にて対応する。						
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⇒ 45 社	支援対象企業数は、令和3年度、令和4年度実績をもとに設定した。高石商工会議所、和泉商工会議所、泉大津商工会議所、忠岡町商工会が広域広報を実施するとともに、MOBIO、(公財)大阪産業局等、大阪府の関係団体にもホームページ掲載、メルマガ等の広報協力を依頼して参加者を募る。			
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	各テーマのワークショップ等で得た知識、作成した企画案等を、自社にあてはめ改善、応用することができる。				
	その他目標値	指標	ワークショップで得た知識等を自社で応用することができた企業の割合	数値目標	75%	
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 ×	15	社 ×	1.00 = 606,000 円	
	40,400	円 ×	15	社 ×	1.20 = 727,200 円	
	40,400	円 ×	15	社 ×	1.00 = 606,000 円	
	合計		45	社	(小計)	1,939,200 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	1,939,200 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)	
1,939,200	円 ×	1.00	=	1,939,200	円 (円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)	
	○	忠岡町商工会	1,212,000 円	27	役割、配分について ○忠岡町商工会 ・事業の企画 ・講師、連携団体等との調整 ・チラシ、WEB等の作成、集客 ・事業 (ワークショップ等) の運営 ・WEB配信のみとなった場合の対応 ・実績の集計 ・運営にかかる費用、講師謝金等 ・ワークショップ9社×3回 1,212,000円	
		高石商工会議所	242,400 円	6		
		和泉商工会議所	242,400 円	6		
		泉大津商工会議所	242,400 円	6		
			円		○各商工会議所 ・広報、集客、事業の運営協力 ・ワークショップ2社×3回 242,400円	
			円			
			円			
			円			
			円			
		円				

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	支援対象企業数は、令和3年度、令和4年度実績をもとに設定した。高石商工会議所、和泉商工会議所、泉大津商工会議所、忠岡町商工会が広域広報を実施するとともに、MOBIO、(公財)大阪産業局等、大阪府の関係団体にもホームページ掲載、メルマガ等の広報協力を依頼して参加者を募る。	
	支援対象企業の変化	内部人材の育成、DXなどによる生産性向上、副業人材の活用、これらに係る支援機関や支援施策を知ることで、企業の成長と稼ぐ力を強くするきっかけとすることができる。		
	その他目標値	指標	人材の確保や育成等の改善に取り組みたいとした企業の割合	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	支援対象企業数は、令和3年度、令和4年度実績をもとに設定した。高石商工会議所、和泉商工会議所、泉大津商工会議所、忠岡町商工会が広域広報を実施するとともに、MOBIO、(公財)大阪産業局等、大阪府の関係団体にもホームページ掲載、メルマガ等の広報協力を依頼して参加者を募る。	
	支援対象企業の変化	自社の強みを把握することができ、知ってもらうため、SNS等を使った効果的な情報発信・プレゼンの手法を習得していただくことができる。		
	その他目標値	指標	情報発信に取り組んだ企業の割合	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⇒ 15 社	支援対象企業数は、令和3年度、令和4年度実績をもとに設定した。高石商工会議所、和泉商工会議所、泉大津商工会議所、忠岡町商工会が広域広報を実施するとともに、MOBIO、(公財)大阪産業局等、大阪府の関係団体にもホームページ掲載、メルマガ等の広報協力を依頼して参加者を募る。	
	支援対象企業の変化	今後、自社が採用できるデジタル化や新事業展開のきっかけとすることができる。		
	その他目標値	指標	新たな気づきを得ることができたとした企業の割合	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		商工展示即売会事業		事業番号	4	新規/継続	継続	
想定する実施期間		H22	年度～	年度まで	14	年目	←複数年段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	企業の優れた製品や商品をPR・販売する事業を通じて、コロナ禍で変化する消費者ニーズのリサーチや新製品開発のヒントを把握する機会を提供する。くわえて、大阪府技能士会連合会と連携し、若者等にもものづくり体験の場を提供する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍に伴い、中小企業、特に小規模事業者は資金繰りの悪化、消費者の消費動向の変化等経営課題が山積みである。製造業者が衰退し、それに伴い伸び悩む小売・卸売・飲食業者等の事業者に対し、企業認知度の向上や企業・商品のPR、変化する消費者ニーズを調査する機会を提供する。くわえて、大阪府技能士会連合会と連携したものづくり教室を開催し、若者にもものづくり体験の場を提供することで、ものづくりへの興味喚起を目指す。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	忠岡町を中心とした泉州地域の中小・小規模事業者が支援対象。近隣の主たるモノづくり企業である、繊維関係の製造業や小売・卸売・飲食業等を想定している。						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	地元企業のいままでの販売実績に対する期待は高く、売上だけでなく新製品開発のヒント発掘、在庫を処分する機会としても活用していただけている。また他の出店者との交流による情報交換や、最終消費者からの意見を聞く機会として活用していただくこともある。これらは過去のアンケート調査等により把握したものである。						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	令和4年度は11月13日(日)に忠岡町民グラウンドにおいて実施。新型コロナウイルス感染症対策等のため、会場内での飲食は禁止・開催時間の短縮(元年度より2時間短縮の9～13時)にて開催した。 過去5年分の実績は下記の通り。 ( R4年度実績:参加企業26社、総売上高210万円、来場者数約2,800人) ( R3年度実績:参加企業25社、総売上高300万円、来場者数約3,000人) ( R2年度実績:参加企業28社、総売上高260万円、来場者数約3,000人) ( R元年度実績:参加企業40社、総売上高750万円、来場者数約8,000人) (H30年度実績:参加企業42社、総売上高620万円、来場者数約8,000人) 令和4年度の開催については、会場である忠岡町民グラウンドを管理する忠岡町役場との調整の結果、新型コロナウイルス感染症対策等のため、開催時間の短縮・飲食ブースはなしとし、アトラクションを一部中止した。 また令和4年度の実施の際には天候が非常に悪く、来場者数の減少に繋がり、令和2年以降のコロナ禍における開催の中でも総売上高が減少した。しかし、出店者の中にはセットでセール品を販売する事業者や持ち帰り用の袋を無償で提供するなど行い、売上を伸ばした事業者もいた。						
	反省点	事業者向けの事後アンケートにおいて、飲食ブースを復活させてほしいという声は多く、令和5年度は通常通りの開催を行いたいと考える。						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	商工展示即売会事業(忠岡町商工カーニバル) 日時:令和5年11月12日(日)会場:忠岡町民グラウンド 出店予定企業:40社 購入者や出店者同士でのコミュニケーションをはかるイベントとして実施する。大阪府技能士会連合会との連携によるものづくり教室は5ブース程度予定し、若者にもものづくり体験の機会を提供する。						
	人材交流型	<BCP相談ブースの設置> 「新型コロナウイルス感染症」「自然災害」など事業中断を招くような緊急事態の損害を最小限にとどめ、業務の早期復旧を図るための事業継続計画(BCP)の普及啓発をはかるため設置する。						
	○ 販路開拓型	<来場者の集客方法> チラシ折込や出店者へポスターの配布及び掲示依頼を行い告知する。また展示即売会にくわえて、大抽選会・チビッコ抽選会等の催し物を充実させ、さらなる集客を目指す。 <効果測定の手法> ①出店者の売上 各出店者が購入者に配布した大抽選会用の抽選補助券(※)枚数から売上を把握する。 (※)各出店者が200円お買い上げにつき1枚配布する。抽選補助券10枚で抽選が1回できることとする。						
	ハズ'w'型	②来場者の満足度、次回開催にあたっての意見などの調査 抽選補助券裏面にQRコードを印字し、スマホからアンケートに回答できるようにする。対象は小学生以下の子をもつ「子育て世代」とする。大抽選会とは別にチビッコ抽選会として実施する。回答いただいた方の中から、抽選により景品が当たる。副次的効果として、若い世代の来場者数増加と本事業への定着を目指す。						
	独自提案型	<スケジュール> 出店企業募集:9月1日～ 出店者説明会:9月下旬 ポスター掲示:10月下旬 チラシ折込11月11日(土)忠岡町及び近隣市に20,000枚 開催後、アンケート実施による効果や改善点についての検証を実施する。						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (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	
	労-5		産業祭・物産展におけるものづくり教室の実施。				販路開拓	
		(a)府施策連携として大阪府人材育成課、大阪府技能士会連合会と連携したものづくり教室を開催。(5ブースを予定) (b)広域連携は泉州地域の商工会を共催団体とし、出店者・来場者募集を行う。 (c)市町村連携として、忠岡町に後援・忠岡町小売商連合会に協賛を依頼し、出展者募集並びに広報によるイベント周知等を実施する。 (d)相談事業相乗効果としては、募集・説明会・個別による出店調整やフォローアップの中で、経営指導員が企業の経営課題を把握することにより販路開拓以外の支援につなげる効果がある。						

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⇒ 40 社	共催の商工会と協力して機関紙・ホームページなどで出店者を募集する。令和元年度実績及び会場面積による制約で設定した。(令和2~4年度はコロナウイルス対策等のため、規模を縮小したため、元年度実績を参考に設定した。)						
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	企業の製品PR・販路開拓・最終消費者の意見を聞けることから今後の製品開発のヒントが得られ、出店者の売上拡大とリピーターの増加につなげることができる。そして、企業の認知度向上やリサーチ結果を活用することにより、企業活動がスムーズに行えるようになる。また、ものづくり教室開催の効果として若者のモノづくり企業へ目を向けるきっかけを創出し、人材確保に繋げる効果がある。							
	指標	認知度が向上した、または収集した消費者ニーズを活かすと回答した企業数	数値目標	25社					
その他目標値	目標値の内容⇒	出店企業40社×100名の来店者							
	4000 名								
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	
	⇒	50,500	円 ×	40	社 ×	1.00	=	2,020,000	円
		50,500	円 ×	4,000	社 ×	0.01	=	2,020,000	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
	合計			4,040	社	(小計)		4,040,000	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		4,040,000	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	400,000 円		負担金の積算		売上負担金：100万円までは売上高の5%、それを超える分は2%			
	○ (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)				
	2,020,000		×	0.75	=	1,515,000			
2,020,000		×	1.00	=	2,020,000				
4,040,000		円	×		=	3,535,000		円	( 400,000 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		支援企業数	役割(配分の考え方)		
	○	忠岡町商工会		2,710,000 円		29	忠岡29社、熊取2社、泉南3社、阪南4社、岬2社。		
		熊取町商工会		150,000 円		2	熊取・岬が各150,000円、		
		泉南市商工会		225,000 円		3	泉南が225,000円、阪南が		
		阪南市商工会		300,000 円		4	300,000円の配分として残額を忠岡町商工会の配分とする。		
	岬町商工会		150,000 円		2				

事業名		求人・求職マッチング事業		事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成23 年度～	年度まで	13	年 目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業の求人支援及び求職者のための合同就職面接会の開催					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	平成22年以降、有効求人倍率は右肩上がりで見られ、上昇傾向であった。しかしながら、令和2年に新型コロナウイルス感染症が流行して以降、やや低い水準で推移している。求職者の大企業志向は依然として強く、地域の中小企業では必要な人材を確保することに苦勞しており、特に製造業・建設業・介護等は人が実際に不足している分野になかなか人が定着しないという流れが続いている。地域内の中小会員企業についても同様であり、何らかの支援策等を求める声は多い。 当事業では、人材を求める中小企業と勤め先を探す求職者をマッチングし、地元企業に求職者が就職し、中小企業・小規模事業者の人材不足を解消することを狙いとしている。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業種を問わず、地区内で従業員を雇用している、また従業員を雇用したい地元中小企業（20社程度）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	人手不足を訴える企業からは、自社をPRする機会が不足しているとの声をよくいただく。また、求人広告を掲載してもなかなか応募のない企業もあり、求職者と直接接する機会等を求める企業は多い。人手不足の続く企業では、その要因として企業と求職者とのミスマッチによる早期退職等が多いことが考えられており、多様な場での求職者との出会いを求める声は多い。					
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	令和4年度は11月24日(木)に開催。各市町村等のホームページにイベント情報を掲載した。また高石市ホームページには、企業プロフィールという簡易の企業案内を作成してより求職者が興味をもつように告知した。 直近5年の実績は以下の通り。 令和4年度 参加企業16社・来場者 60名・採用6名 令和3年度 参加企業16社・来場者 74名・採用2名 令和2年度 参加企業10社・来場者 102名・採用3名 令和1年度 参加企業19社・来場者 81名・採用4名 平成30年度 参加企業20社・来場者 80名・採用4名					
	反省点	紹介件数や当日応募にて、企業ブースに足を運ぶ方は何人かいるものの、採用まで結びつく求職者は少ない。企業側の声として、求める人材がなかなか見つからなかったという回答が多い。さらなるイベントのPRに加え、企業の魅力をより効果的に伝え、来場者数と当日の就職者増加を目指す必要がある。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	大阪府の地域労働ネットワーク事業の一環として、下記の組織で実施する。					
	○ 人材交流型	【主催】 泉大津公共職業安定所、高石市、泉大津市、忠岡町、高石商工会議所、泉大津商工会議所、忠岡町商工会					
	販路開拓型	・開催内容：合同就職面接会 ・募集企業：20社 ・開催場所：テクスピア大阪（コロナの感染状況によりオンライン開催） ・開催時期：令和5年11月ごろ					
	ハズ'オ型	・同時開催：求職者向け就活に役立つセミナー、各種相談コーナー ・実施内容：各企業ごとに面談ブースを設けて企業説明や面接を行う。同時開催として、求職者を対象としたセミナーを開催して、求職者の来場を増やす。そして、セミナー終了後に面接会へ参加出来るよう、人の動き・動線等を工夫する。					
	独自提案型	昨年の来場者は30～50代が最も多く、働き盛りの方が多く転職先を探していることがわかる。未経験でもチャレンジしたいといった姿勢を持つ方が増えてきており、より活発なマッチングを促すキッカケとなる事業を目指す。					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果			
	労-9	求人・求職マッチング事業（地域労働ネットワーク事業）			雇用・求人		
	(a) 大阪府商工労働部雇用推進室労働環境課と連携し、労働相談・情報コーナーの設置及びホームページ・メールマガジンを活用し、企業・求職者への広報を行う。 (b) 広域連携：商工会議所・商工会で、参加企業の募集並びに求職者への広報を行う。 (c) 市町村連携：各市町のホームページや広報誌に事業開催の記事を掲載して集客を図る。 (d) 相談事業相乗効果：「人材育成」「労務支援」等雇用関係の支援・相談へつなげる狙いがある。						

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⇒ 20 社	過去の事業より支援対象数を設定。各市町や各商工会議所・商工会の広報誌などを活用する。各団体のホームページ、メールマガジン等にて告知・来場者募集を行う。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	「合同就職面接会」に参加し、中途や新卒求人確保することによって、長期的な計画をたてて事業を運営することができ、企業の成長が見込まれる。また、求職者と直接接する機会を得ることで、求職者を通して広い目線で自社を振り返ることができるようになる。				指標	本面接会により求職者を採用した企業	数値目標	5社
	その他目標値	目標値の内容⇒ 80名	求職者数						
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 ×	20	社 ×	1.00	=	808,000	円
		40,400	円 ×	80	社 ×	0.05	=	161,600	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
		合計		100	社	(小計)		969,600	円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								
							計	969,600	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合)									
算出額	①市町村等補助	600,000 円			交付市町村等		高石市 25万円 泉大津市 25万円 忠岡町 10万円		
	②受益者負担	円			負担金の積算				
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
	969,600	円 ×	1.00	=	369,600	円	( 600,000 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	支援企業数	役割 (配分の考え方)				
		高石商工会議所	92,400 円	5	標準事業費を参加予定企業と事務負担の比率で按分 高石 0.25 泉大津 0.25 忠岡 0.5				
		泉大津商工会議所	92,400 円	5					
	○	忠岡町商工会	184,800 円	10					
			円						
		円							



6. 経費支出計画書（経費内訳）

忠岡町商工会

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	230	25,000	5,750,000		
支援機関等へのつなぎ	10	10,000	100,000		
金融支援（紹介型）	25	30,000	750,000		
金融支援（経営指導型）	20	40,000	800,000		
マル経融資等の返済条件緩和支援	1	20,000	20,000		
資金繰り計画作成支援	12	20,000	240,000		
記帳支援	30	25,000	750,000		
労務支援	50	20,000	1,000,000		
人材育成計画作成支援	3	20,000	60,000		
マーケティング力向上支援	3	20,000	60,000		
販路開拓支援	28	20,000	560,000		
事業計画作成支援	12	50,000	600,000		
創業支援	12	20,000	240,000		
事業継続計画(BCP)等作成支援	10	20,000	200,000		
コスト削減計画作成支援	10	20,000	200,000		
財務分析支援	5	10,000	50,000		
5S支援	0	10,000	0		
IT化支援	5	20,000	100,000		
債権保全計画作成支援	1	10,000	10,000		
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	50	5,000	250,000		
結果報告	228	10,000	2,280,000		
小 計	-		14,120,000		14,120,000

II 専門相談支援事業			
事業名	算 定 基 準		補助金額
	支援日数	計	
法務相談	6	144,000	
税務相談※	6	144,000	
金融相談	0	0	
労務相談	0	0	
その他相談	12	288,000	
小 計	24	576,000	

※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	
		22,569,850