

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	羽曳野市商工会		
	代表者職・氏名	会長 原 誠		
	所在地	〒583-0854 大阪府羽曳野市軽里1丁目1番1号 羽曳野市立生活文化情報センター1階		
	担当者	職・氏名	事務局長 藤田博仁	
		連絡先	電話番号（直通）：	072-958-2331
F a x：			072-956-1950	
E - m a i l：	h8233105@silver.ocn.ne.jp			
①設立年月日	昭和39年5月1日			
②職員数	職員数 9人（うち経営指導員数 9人） 令和5年1月時点			
③所管地域	羽曳野市			
④管内事業所数	3,638（平成28年事業所統計調査による）			
⑤管内小規模事業者数	2,573（平成28年事業所統計調査による）			
⑥会員数（組織率）	1,658（45.5%） 令和5年1月16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、又は指導を行なうこと。 (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なうこと。 (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なうこと。 (6)商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運営すること。 (7)大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済事業の業務を行なうこと。 (8)商工業者の福利厚生に資する事業を行なうこと。 (9)輸出品の原産地証明を行なうこと。 (10)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。 (11)行政庁等の諮問に応じて、答申すること。 (12)社会一般の福祉の増進に資する事業を行なうこと。 (13)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。 (14)行政庁から委託を受けた事務を行なうこと。 (15)国際親善の増進を図ること。 (16)無料職業紹介事業を行なう。 (17)会員の為の外国人技能実習制度に基づく技能実習生の受入事業。 (18)前各号に掲げるもののほか、本商工会の目的を達成するために必要な事業を行なうこと。</p>				

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

地域経済循環率によると、当市の69.7%は近隣の松原市や富田林市とほぼ似たような数字を示しているものの、藤井寺市の71.9%、柏原市の84.2%と比較すると低い値を示し、大阪市内への流出はもちろんのこと近隣の八尾市、また奈良県の橿原市への流出が考えられる。要因としては、レジャー施設として定着してきている大型ショッピングセンターの集客力の強さと、公共交通機関の利用と幹線道路・高速道路等使用による利便さによる人の流出が推測できる。産業別事業所数から見てくることは、近隣市と比べ、卸売業・小売業は22.0%と平均値より若干低い数値ではあるが、製造業は12.7%・建設業は10.4%と高い数値を示している。しかし、宿泊・飲食業は9.5%、生活関連サービス業・娯楽業は7.9%と低く、特に宿泊・飲食業は近隣の藤井寺市の16.0%と比べると6割以下と云う極端な少なさである。但し、製造品出荷額の推移については、当市の食料品製造業における製造品の出荷額は、近隣の藤井寺市と比較すると倍以上の数字を示している。この要因としては、食肉関係・ワイン・梅酒等と地場産業のイチヂクとぶどうを利用した食品製造が主産業であるためと考えられる。また、出かける目的地としても地場産業の物産品・生鮮野菜等の販売と飲食が楽しめる「道の駅しらとりの郷」の数字が群を抜いており、「延羽の湯」「はびきのコロセアム」等のレジャー施設が引き続き上位を占め、駐車場が完備されている施設が市民の利用度の高いことが認識できる。

(2) 所管地域の活性化の方向性

当羽曳野市では「百舌鳥・古市古墳群」が大阪初の世界文化遺産登録となり、決定後は観光客の増加に期待したものの、新型コロナウイルスの感染症の長引く影響により観光客は伸び悩む状態であった。2025年の大阪・関西万博の開催で様々なビジネスチャンスが考えられるなか、改めて古墳群やその周辺地域の周遊ルートの充実を図るのは勿論の事、物産製造業・小売業・飲食業及び商店街を中心としたBuyLocal運動にも取り組んでいきたい。また、万博参入促進事業も計画し中小零細企業であっても製品やサービス等を世界に紹介し販路開拓の支援をしたい。さらに、今後の労働力人口の減少社会に適切に対応するため、職場環境改善にも取り組み、賑わいと交流を創出するとともに住み心地よい魅力あふれる街を創出して、いかに住民の経済環境を市内に留まらせるか、指定地域に来場される方が多いことに目を引く現状を考えると、経済循環と指定地域をつながり合わせることは無理なのか、本年度も昨年同様の重点課題として考えられる。

(3) 主たる支援の対象として想定する小規模事業者等のイメージ及び対象事業者数

当市内の事業所は、地域に密着した卸売業・小売業の他、製造メーカーや小規模な建設業で全事業所数の46%を占めており、市場の縮小・原材料費の高騰・少子化による労働者不足・事業承継など様々な問題を抱え、経営環境は依然厳しく先行き不透明な状況が続いている。一方、自社製品と地場産業特産品のミックス型新製品の開発が民間レベルでは進んでいる。今後は、自社製品の地域観光に不可欠な特産品開発のための補助金の紹介を行ない、販路開拓を目的として観光客を始めとする指定地域の目的地への流入に伴い、市内において従来からの店舗はもちろんの事、新規創業する小売・飲食の各店舗に対して創業支援事業をはじめとする新しい取り組みにより地域経済循環率の増加を図る。当商工会地域の小規模事業者2,500余の支援対象事業者については、業種・規模にとらわれず的確な判断の下、柔軟な発想による対応を行なっていく。

(4) 事業の目標

小規模事業者が抱える経営問題解決のため相談指導業務の強化を図り、指導員間での相談内容の共有化と情報の提供により、きめ細やかで親切・丁寧な対応を行ない、事業所の抱えている経営課題を迅速に把握して解決に導いていく。また、経営指導員の尚一層の飛躍と成長を期待して、長引く新型コロナウイルス感染症の影響を受けた小規模事業者の経営相談指導事業の充実を図っていく。今年度地域活性化事業では新たに、2025年に開催される大阪・関西万博の参入促進事業に取り組み、多くの小規模事業者の販路開拓に役立てるように準備したい。又「地域のお店をもっと利用してほしい」この想いを市民に届ける為、当地域においてもBuyLocal運動や、羽曳野市との連携による地場産業製造製品のブランド認定事業も引き続き取り組み地元店舗の利用を促し、商いを育てることで、新規顧客の開拓に繋げたい。更に今後労働力人口の減少を迎える中で、中小企業事業主と高校生との交流の場を提供し地元企業の魅力の発信及び人材確保の支援、大阪府経営支援課・労働環境課・商業・サービス産業課と連携し、労働啓発・BCP普及啓発セミナーやデザイン・プロモーション戦略活用事業を開催し、これらの事業を行う事により、今後もより一層の小規模事業者への支援を計画し地域活性化の充実を図りたい。

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

本年度も事業所が抱える問題点と課題について、的確な判断による現況把握に努め迅速・丁寧な支援を行ない、小規模事業者の振興・発展により地域の活性化に導いていく。また、中小企業専門家との連携を図り、管内の小規模事業者育成支援機関としての使命と役割を果たしていく。こうした取り組みにより「頼りになり信頼される商工会」と呼ばれるよう全力を傾注していく。本事業を実施しなかった場合、小規模事業者が抱える経営課題の発見と問題の解決ができず、前途に希望をもつ新規創業が阻害される。一方、労働力人口の減少時代を迎える中で、若年・女性求職者の人材確保に支障をきたし、地域雇用が減速傾向に陥ると考えられる。また、長引く新型コロナウイルス感染症の影響もあり事業承継問題に拍車をかけることとなり、円滑な事業活動に悪影響を及ぼすとともに、中小企業の振興・発展はもちろんのこと地域経済全体の活力向上と活性化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	270 事業所	支援機関等へのつなぎ	2 支援		
金融支援（紹介型）	10 支援	金融支援（経営指導型）	70 支援		
マル経融資等の返済条件緩和支援	5 事業所	資金繰り計画作成支援	15 事業所		
記帳支援	82 事業所	労務支援	82 支援		
人材育成計画作成支援	1 事業所	マーケティング力向上支援	6 事業所		
販路開拓支援	5 支援	事業計画作成支援	5 支援		
創業支援	5 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	15 事業所	財務分析支援	20 事業所		
5S支援	5 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	3 事業所		
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援	16 事業所		
結果報告	270 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	300				
<p>前年度の相談支援実績を下に、小規模事業者が山積する経営課題の解決のため支援メニューの提供を行う。一通りの仕事を経験し、業務を任せられることも多くなり、ある程度の力がつき更なる飛躍を期待できる中堅経営指導員が、今まで以上の研鑽と経験を積むことにより、相談業務・指導業務の充実と強化を図っていく。支援にあたっては、中小企業専門家と経営指導員の連携を密に図り、親切・丁寧・迅速な対応により、事業所が抱える問題の把握と、その解決に向けた適切な支援を行なう。また経済は、需要と供給の両面でコロナ危機から回復傾向をたどってきたが、高インフレと金融引き締めで景気の回復ペースが鈍化しており継続して相談が多い、金融支援・労務支援・創業支援に加えて、事業継続力強化支援計画によるBCP等作成支援にも積極的に取り組んでいきたい。</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>小規模事業者が抱える諸問題解決についての確に判断し処理するため、経営指導員が迅速な対応ときめ細やかな巡回・窓口相談指導を行ない、経営相談内容の共有化と情報の提供を密接にする。また、日常業務に追われる小規模事業者に対して経営課題を丁寧に聞き取り、迅速な支援と専門知識を要する支援とに分けて対応することで、利用者の満足度を向上させる。特に、法律・労働・経営戦略・取引・事業承継・事業継続計画・創業・許認可・技術革新等の専門的な問題や令和5年10月から始まるインボイス制度については、専門家につなぎ小規模事業者が中長期的に繁栄するとともに、経営の円滑化を図りより多くのビジネスチャンスが得られるよう支援していく。</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	支援日数
法務相談	継続	延べ相談件数	12	弁護士による法律相談を実施(支援日数12日)	12
税務相談	継続	延べ相談件数	680	税理士による税務相談を実施(支援日数60日)	60
金融相談	継続	延べ相談件数	12	日本政策金融公庫担当者による金融相談を実施(支援日数12日)	12
労務相談	継続	延べ相談件数	12	社会保険労務士による労務相談を実施(支援日数12日)	12
その他相談	継続	延べ相談件数	12	中小企業診断士による経営相談を実施(支援日数12日)	12
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>小規模事業者が抱える経営課題に適宜対応するため、税務支援・労務支援・金融支援・法務支援・経営支援を行なう。税務支援については税理士が、納税者に対して個別面談による指導と電子申告の推進を促し、令和5年10月から始まるインボイス制度や源泉徴収・年末調整の指導と記帳指導から決算指導・確定申告指導等一連の流れによる税務支援の充実を図る。労務支援については社会保険労務士が、労働関係法令の制定と改正、また就業規則の作成・変更等の指導により小規模事業者が抱える人事・労務・働き方改革等の問題を解決していく。金融支援については日本政策金融公庫の担当者により、事業所が必要としている資金調達についての的確なアドバイスと支援を行ない経営の円滑化を推進する。法務支援については弁護士が、商取引・契約行為・各種権利等に係る訴訟や仲裁・和解等の最善策についてアドバイスを行ない、経営の健全化に寄与していく。その他支援については中小企業診断士が、小規模事業者が抱える経営全般の諸問題について解決する方向に導き、事業承継等に対する課題解決を導くための支援も強化する。</p>					

4-1. 地域活性化事業一覧

羽曳野市商工会

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				6,009,500
1	○	大阪・関西万博参入促進事業	2025年開催の大阪・関西万博は、国内外の企業関係者や旅行者など間接的な需要を含めた様々なビジネスチャンスが見込まれ、各種事業参入への支援とする。	909,000
2	○	はびきのBuyLocalキャンペーン	「地域のお店をもっと利用して欲しい」この想いを地域の生活者に届けるため、事業者向けのセミナー及び共同懸賞を実施する。	2,323,000
3	○	デザイン・プロモーション戦略活用事業	SNSで効果的な宣伝をするために、商品・製品・サービスのセンスを向上させて事業者の支援に繋げる。	363,600
4	○	中小企業事業主と高校生との交流支援事業	就職希望の高校生との交流を図ることにより、中小企業には人材を確保できる場を提供し、今後の業務の効率化と活性化を目指す。	646,400
5	○	パワーハラスメント防止の為のアンガーマネジメント研修	令和4年4月より中小企業においてもパワーハラスメント防止措置法が義務化され、アンガーマネジメント研修を行い、パワーハラスメント防止に繋げる。	404,000
6		羽曳野ブランド認定事業	地元特産品を活用した商品を市認定のブランド商品とし、他市で販売促進活動を行い販路拡大及び新規顧客の開拓に繋げ、新たな事業展開の支援を行う。	1,060,500
7	○	BCP普及・啓発セミナー	BCP(事業継続計画)を策定することにより、緊急時に事業継続を阻む負の連鎖を断ち切る。	303,000
(2) 広域事業				3,899,364
8	○	広域セミナー(労働啓発 ワークライフバランスとは)	ワークライフバランスの基本を再確認し、働き方の課題を解消することを目的とし、どのように労働環境を整えるかを検討する。	378,750
9		物産展inまつばら	松原商工会議所(幹事)の事業計画書参照	100,000
10	○	JOB・マッチング・フェア	柏原市商工会(幹事)の事業計画書参照	791,550
11		南河内特産品販路開拓事業	柏原市商工会(幹事)の事業計画書参照	240,000
12	○	創業促進事業	富田林商工会(幹事)の事業計画書参照	2,026,464
13	○	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
14		大阪勤業展	大阪商工会議所(幹事)の事業計画書参照	50,500
15	○	次代を担う若手経営者の育成支援事業	大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画書参照	106,050
16	○	女性経営者等による地域リーダー養成事業	大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画書参照	106,050
合計(1+2)				9,908,864
(うち、府施策連携事業)				8,457,864

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		大阪・関西万博 参入促進事業		事業番号	I	新規/継続	新規
想定する実施期間		令和5	年度～	年度まで	I	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	2025年開催の大阪・関西万博は、国内外の企業関係者や旅行者など間接的な需要を含め様々なビジネスチャンスが見込まれる。本年度より府内中小企業の特徴ある商品や、サービス、技術を取り扱っている企業の登録システムが発足される為、事業紹介や登録促進を行い、大阪・関西万博に関連し今後実施される各種事業参入への第一歩とする。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	2025年開催の大阪・関西万博は、準備の段階で世界中から企業関係者等が訪れられ、関連事業により経済の活性化に繋がる。本事業に参入される登録事業者は、大阪・関西万博が開催されるまでに、様々な業種、多種多様な事業者や関係者、消費者と交流する機会を得る事により、更なる成長をとげ、新事業へも進出する事が可能となり、販路拡大や新規顧客の開拓を推進する事を目的とする。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	独自の製品・商品・サービス等を有する個人事業者及び中小企業					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	日本では20年ぶりの万博という事もあり、出展、参入、登録希望事業者は多いと予想される。開催時期も約6か月間と長く、令和5年から出展者の募集受付が開始される事もあり、出展希望企業数は途方もない数になると予想される。 現在大阪府では、ITシステムを利用した万博関連事業受注者登録システムの準備が行われており、企業によっては参入方法やシステムの活用方法等が理解、利用出来ない方も存在するので、需要があると予想される。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値						
	反省点						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	【販路開拓】 独自の製品・商品・サービス等を有する個人事業者及び中小企業を対象に、万博参入セミナーの案内、紹介を行い、府の万博受注システムの登録を促した上で、専門家相談事業と連携し、自社の強みと弱みを認識してもらう事でPRの方向性を決め、会社や商品、技術に関する情報を明確にし、今後のビジネスチャンスの獲得や販路拡大に繋ぐ支援を実施する。 ① 自社のPR、商品・サービス等の効果的な魅せ方、課題の解決をサポートする専門家相談を実施する。 ② 万博関連事業調達参入セミナー (8月予定) 講師：中小企業支援室 担当課職員 ③ 万博関連事業受注者登録システム活用セミナー I.万博関連事業受注者登録システムの活用方法について II.万博関連事業受注者登録システムの調達コードについて 講師：中小企業支援室 担当課職員 【ハンズオン】 セミナー受講企業を対象とした、万博関連事業受注者登録システムの登録へ向けたトータル的なハンズオン型支援を実施する。					
	人材交流型						
	○ 販路開拓型						
	○ ハンズオン型						
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<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 万博関連事業受注者登録システムへの登録促進 販路開拓						
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→	商工会及び羽曳野市の広報誌、HPにてセミナー募集を行い、セミナー開催後参加者にシステム登録を推進し、15社の登録を目指す。支援対象企業は、羽曳野市のふるさと納税返礼品取扱企業や、大阪産(もん)登録企業、地域のブランド認定商品取扱企業の数に設定。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	2025年開催の大阪・関西万博に参入する事により、中小企業であっても自社の独自製品・商品・サービス等を世界に紹介・販売する事が可能となり販路開拓の手段を会得される。					
	その他目標値	指標	万博関連事業受注者登録システムに登録された企業数		数値目標	70%	
		目標値の内容→					

4-2. 地域活性化事業 事業調書

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 ×	12	社 ×	1.00	=	606,000	円	
	101,000	円 ×	3	社 ×	1.00	=	303,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		15	社	(小計)		909,000	円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								円	
							計	909,000	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)				
	909,000	円 ×	1.00	=	909,000	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)				
	○	羽曳野市商工会	909,000 円	15					
			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⇒ 12 社	羽曳野市のふるさと納税返礼品取扱企業や、大阪産(もん)登録企業、地域のブランド認定商品取扱企業の数に参考を設定。 市の広報誌、商工会の会報、HP等にて募集を実施する。	
	支援対象企業の変化	2025年開催の大阪・関西万博に参加する事により、自社の独自製品・商品・サービス等を世界に紹介・販売・関与する機会を得るので、今後のビジネスチャンスの獲得や販路開拓、事業展開の基盤となる。		
	その他目標値	指標	万博関連事業受注者登録システムに登録された企業数	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⇒ 3 社	羽曳野市のふるさと納税返礼品取扱企業や、大阪産(もん)登録企業、地域のブランド認定商品取扱企業の数に参考を設定。 市の広報誌、商工会の会報、HP等にて募集を実施し、ビジネスの展開方法に関する基礎づくりから相談を希望される企業には、ハンズオン型支援を実施する。	
	支援対象企業の変化	ハンズオン型支援を実施する事により、専門相談で自社の強みと弱みを認識し、PRの方向性も明確にする事で、今後のビジネスチャンスの獲得や販路開拓、事業展開の基盤となる。		
	その他目標値	指標	万博関連事業受注者登録システムに登録された企業数	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		はびきの Buy Local キャンペーン		事業番号	2	新規/継続	継続	
想定する実施期間		令和2 年度～	年度まで	4	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	「地域のお店をもっと利用して欲しい！」この想いを地域の生活者に届けるためのキャンペーンを実施。事業者向けのセミナーおよび生活者向けの共同懸賞を実施。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	羽曳野市の地域経済循環率は69.7%、民間消費額の地域外への流出は182億円で、地域外から流入する所得への依存度が高く、地域外への消費流出額も高く、地域内での所得の好循環を作り出せていない。(数値はRESAS 2018年データによる)また、当地域の商店街や小規模店は、人口減少、顧客の高齢化、大型チェーン店の地域進出、EC市場の拡大等により、厳しい経営環境に置かれている。日常の買い物で地域の小規模店をあまり利用していない生活者をもっと地域の小規模店を積極的に利用するようになると、地域内での経済循環につながり、小規模店の経営環境の改善にもつながると考えられる。 そこで、今回、当地域でBuy Local キャンペーンを実施し、地域の生活者に地域の商店街や小規模店の利用を促し、地域の小規模店の販路開拓につなげることを目指す。 また、地域の商店街や小規模店が地域になくはならない存在であると、地域の生活者に思ってもらえるように、キックオフミーティングにおいて、先進地域の状況や事業者として取組むべき事項を学び、事業者側の意識改革を促す。それにより、事業者、生活者ともにBuy Local運動に取組み、地域経済の好循環につなげていく。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	本事業の対象となる市内小規模店数は約400店(飲食・小売・サービス業等)と想定。 そのうち20%の店舗の参加を見込む。 羽曳野市内の5地区(古市・白鳥・はびき山・高鷲・恵我之荘)の商店街地域の小規模店60店、商店街地域以外の小規模店20店の支援を実施する。						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	令和4年に実施したレシートキャンペーンでは、商店街地域で63店の参加があった。商店街地域でない事業者からもキャンペーンに対する問合せがあり、商店街地域以外の小規模店も本事業に参画いただけると想定している。また、商店街の店舗からの要望にもとづき、令和4年のキャンペーンより単純な仕組みとするため、事業に対するニーズは従来より高いと見込む。						
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10月1日から12月31日まで、「はびきの 地域商店街でお買いものキャンペーン」として、キャンペーン参加店の合計3000円以上のレシート貼付け応募でQUOカードが抽選で当たるレシートキャンペーンを実施した。事業に参加した店舗数は63店。キャンペーン応募延べ人数は565人。令和3年度に実施したスタンプラリーキャンペーンの応募人数17人と比較すると大きく応募者が増加した。						
	反省点	レシートキャンペーンの実施を羽曳野市の商品券事業と絡めて実施し、市の広報、商工会Webページや商品券販売窓口の市内郵便局店頭等においてキャンペーンを告知し、令和3年度事業よりキャンペーン応募数も大きく伸びたが、キャンペーン参加店の約1/3の店舗においてはお客様のキャンペーンの利用がなく、効果がなかったとの声も一定程度あった。キャンペーンのPRや、キャンペーンの事前、期間中、事後の各店舗へのフォローを強化する必要があると考えている。						
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	<はびきの Buy Local キャンペーン キックオフミーティング> Buy Localキャンペーン活動の中心となる商店会のリーダー等を対象に、Buy Local運動の先進事例を学ぶセミナーを1回開催する。 時期：7月 場所：LICはびきの						
	○ 販路開拓型	<はびきの Buy Local キャンペーン> 地域の生活者にBuy Localに取組んでもらうきっかけとして、共同懸賞を実施。 羽曳野市内のキャンペーン参加店で、1回の会計1000円以上のお買い物をされたお客様に抽選券を配布し、抽選で賞品が当たる共同懸賞とする。 ・キャンペーン参加店数：80店 ・共同懸賞実施期間：11月1日～30日の1ヶ月間 ・ポスター、チラシをキャンペーン参加店の店頭、市内公共施設、市内郵便局等で掲示、配架し、キャンペーンのPRを実施。 ・ICT活用の取組みとして、Googleマイマップを利用し、キャンペーン参加店一覧マップを作成、羽曳野市商工会のWebページでPRを実施。						
	○ ハズ'w'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-17		商店街の需要喚起の促進				販路開拓	
		(a) バイローカルの取組を商店街等の事業者・生活者双方に理解していただく事業を実施する。 (c) 羽曳野市の広報誌に記事を掲載し、事業の広報を実施する。 (d) 事業実施後に各店舗のフォローを行い、個別の経営相談事業の実施につなげていく。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	過去に実施した事業への参加状況を踏まえ、羽曳野市内5地区の商店街地域約200店のうち、60店の本事業への参加を想定。また、商店街地域以外で20店の参加を想定。羽曳野市商店会連合会と連携し、本事業の参加店を募集。 キックオフミーティングにはキャンペーン参加80店のうち、15店の参加を想定。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	95 社	店舗への来店客が増加し、売上が増加する。					
	その他目標値	指標	キャンペーン期間中の売上が従来より増加した事業者の割合	数値目標	40%			
		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		
	⇒ 50,500	円 ×	80	社 ×	0.50	=	2,020,000	円	
	20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		95	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%)								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)	本事業の販路開拓支援は、直接商談の場を提供しないため、係数0.5に減補正。								
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	(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)				
	<input type="radio"/>	羽曳野市商工会	2,323,000 円	95					
			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⇒ 80 社	過去に実施した事業への参加状況を踏まえ、羽曳野市内5地区の商店街地域約200店のうち、60店の本事業への参加を想定。また、商店街地域以外で20店の参加を想定。羽曳野市商店会連合会と連携し、本事業の参加店を募集。	
	支援対象企業の変化	店舗への来店客が増加し、売上が増加する。		
	その他目標値	指標	キャンペーン期間中の売上が従来より増加した事業者の割合	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 15 社	キックオフミーティングにはキャンペーン参加80店のうち、15店の参加を想定。羽曳野市商店会連合会と連携し、本事業の参加店舗を募集。	
	支援対象企業の変化	Buy Localキャンペーン実施の意義・手法・事例を理解し、事業者として積極的にBuy Localキャンペーンに取り組む。		
	その他目標値	指標	Buy Localの取組み・手法を理解できた事業者の割合	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		デザイン・プロモーション戦略活用事業		事業番号	3	新規/継続	新規
想定する実施期間		令和5 年度～	年度まで	1	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	SNS等で効果的な宣伝をするために～商品・製品・サービスのセンスアップ作戦～					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	消費者の印象に残るような魅力ある商品・製品・サービスを作るために、デザインを用いたセンスある包装や容器、贈答用パッケージや紙袋等、トータルでブランドイメージを構築できるようになることを目的とする。また広告媒体としてSNS等に映える写真の撮影方法、自社の商品・製品・サービスをより効果的にアピールする方法を学ぶ。 2025年大阪・関西万博開催に向けて、国内外への販路を視野に入れた地域の商品づくりに貢献できるような支援を実施し、機運醸成に向けた取り組みを行う。 新型コロナウイルスや物価の上昇により、小規模事業者を取り巻く環境はますます厳しくなっているが、新たな販路拡大を目指すためにも、小規模事業者が自身で自社のブランド力を高め、SNS等で効果的な宣伝ができるようにしたい。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の小規模事業者（サービス業、飲食店、小売業、製造業等）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	SNS等を活用した新たな販路開拓や新規顧客の獲得を目指している事業者の相談が多く寄せられておりニーズがある。しかしながら小規模事業者の個の力量ではどのようにSNSを活用すれば良いのか、戸惑う事業者も多い。デジタル化になかなか踏み切れない事業者や創業して間もない方、新製品を検討している事業者へ、デザインを取り入れた店舗づくりやプロモーションの講習会をおこなうことで事業者の支援につながる。					
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	<セミナー> 実施時期：令和5年11月頃 開催場所：LICはびきの会議室 開催回数：2日間開催 セミナー2時間 講師：デザイン・プロモーションの専門家					
	人材交流型	実施内容：専門家を招いてデザイン・プロモーションを学ぶ 1日目<デザインを用いたブランディングについて>					
	販路開拓型	・容器・パッケージ・紙袋等、商品・製品・サービスをセンス良く見せる方法について学ぶ ・どのような効果があるのか、事例の紹介など 2日目<販路拡大に活かせるSNS活用セミナー>					
	ハンズオン型	・SNSの特徴と活用方法について学ぶ YouTube、Facebook、Instagram、LINEなど ・ECサイト等で使用する写真や動画の撮影について、自社商品の撮影ノウハウを学ぶ ・事例の紹介 ・大阪府施策の説明					
	独自提案型	セミナー後、参加者自身がSNS等を活用して自社の商品・製品・サービスの”映える”写真や動画の撮影をおこなうことができるようになり、パッケージや包装などトータルでデザインを活かしたセンスのある店舗づくりができるようになって欲しいと考える。					
	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		
	商-16	2025大阪・関西万博開催に向けた出展・機運醸成に向けた取組み		販路開拓			
	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			
	(a)大阪府商業・サービス産業課・大阪府産業デザインセンターと提携して事業を実施し、事業者の経営力、商品・サービス開発力の強化等を推進し、事業の活性化をはかる。 (d)受講後、個別に現状や課題を把握することで相談事業につなげ、新規顧客の獲得や販路拡大へ継続的に支援を実施する。						
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⇒	羽曳野市の広報、羽曳野市商工会からの会報、郵便物、HP、メール等で案内する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	15 社					
	指標	アンケートで、取り組む意欲が高まったと回答する事業者割合	数値目標	70%			
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 ×	1.20	=	363,600	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		15	社	(小計)		363,600	円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								円	
							計	363,600	円
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	セミナー開催回数が2回のため、係数を1.2にしました。								
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
	②受益者負担	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)				
	363,600	円	×	1.00	=	363,600	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)	
	<input type="radio"/>	羽曳野市商工会		363,600 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		中小企業事業主と高校生との交流支援事業		事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		令和2年度～	年度まで	4	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	中小企業事業主と就職希望の高校生との交流を図ることにより、中小企業には人材を確保できる場を提供し、今後の業務の効率化と活性化を目指す。中小企業事業主が高校に出向き、中小企業事業主が各々のブースを設け、高校生と対面形式で中小企業の魅力と会社のPRを行い新規採用に繋げる。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	労働力人口の減少が予想される中、大阪の産業を支える地域の中小企業の事業主と、就職という進路を考えている高校生との交流を図ることにより、中小企業には必要な人材の確保ができる場を提供し、今後の業務の効率化と活性化を目指す。現在、就職を目指す高校生に対して中小企業に関する情報を伝える手段が少ない為、高校生に中小企業・地元企業の魅力が伝わらず、必要な人材を確保できないという相談を多く受ける。本事業では府内の高校と地元の中小企業との交流の場を確保することにより、中小企業の魅力の発信及び理解促進の充実を図る。今回の新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、府内の就職希望者の地元企業志向が高まっており、また採用に積極的な中小企業を支援することで地域雇用の安定と中小企業の経営の安定化を図る。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	新規学卒の採用を毎年行い、同時に従業員教育に熱心な中小企業事業主。 また、若者労働者の就業意識の確認を行うと同時に交流により職場の活性化を目的として意見交換会に積極的に参加を希望する中小企業事業主 46社(羽曳野市内の事業所で令和5年3月新規学校卒業予定者を対象とする学卒求人申込みを行った事業所数)					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	令和4年10月現在の大阪府の有効求人倍率は1.30倍となり、前年同月の有効求人倍率の1.13倍と比較して大幅に上回っており、企業側にとっては人材採用が難しくなっている状況である。またハローワーク藤井寺管内の令和5年3月新規学校卒業予定者の内定率は、令和4年11月末時点では86.4%となっており、前年同月では76.7%でありこちらも内定率が大幅に上がっている。窓口での相談時や巡回指導の際、少子高齢化による労働力人口の減少や新卒者の大企業志向や安定志向に伴い、ハローワーク藤井寺管内の中小企業にとっては特にサービス業・建設業・介護業において人材不足が深刻化しているという相談を多く受けるので、就職を希望する高校生との交流事業に関心を持つ中小企業は多い。					
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2年度及び令和3年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響で実施できなかった。 令和4年度に関しては令和5年1月18日、令和5年1月27日に実施予定。参加事業所数は両日で10社参加予定となっている。					
	反省点	新型コロナウイルス感染症拡大の状況下においても、高校との連絡折衝を適宜行い、高校側のニーズや実施時期を見定めながら、事業が実施できるように対応するべき箇所があったと思われる。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	近隣の高校との連絡調整を行い、当商工会が高校と企業との交流の場を確保できるよう折衝する。進学、就職と将来の進路を考える近隣の高校2年生及び高校3年生を対象に、中小企業の事業主等が高校に出向き、中小企業事業主が各々のブースを設け、高校生と対面形式で中小企業や地元企業で働く魅力や業界の説明、企業の魅力を事業主自らが話せる機会を作ると同時に、学生と中小企業事業主等がお互いに意見交換できる場にする。高校生にとっては、中小企業事業主から直接事業主の夢や仕事の取り組み方、また仕事・企業の魅力や地元で働く意義や喜びなどを聞くことで、将来の働くことへの興味や関心に繋げることとなる。同時に、中小企業事業主にとっては、就職を希望する高校生からの色々な意見を聞くことができ、また中小企業や地元企業で働く魅力を発信し理解促進の充実を図る。本事業ではハローワーク藤井寺管内の高等学校を中心に3校程度の訪問を予定している。なお本事業の開催に際し、事前に管内高校との打ち合わせを行い、進路指導教諭からも開催の強い要望があった。					
	○ 人材交流型	近隣の高校との連絡調整を行い、当商工会が高校と企業との交流の場を確保できるよう折衝する。進学、就職と将来の進路を考える近隣の高校2年生及び高校3年生を対象に、中小企業の事業主等が高校に出向き、中小企業事業主が各々のブースを設け、高校生と対面形式で中小企業や地元企業で働く魅力や業界の説明、企業の魅力を事業主自らが話せる機会を作ると同時に、学生と中小企業事業主等がお互いに意見交換できる場にする。高校生にとっては、中小企業事業主から直接事業主の夢や仕事の取り組み方、また仕事・企業の魅力や地元で働く意義や喜びなどを聞くことで、将来の働くことへの興味や関心に繋げることとなる。同時に、中小企業事業主にとっては、就職を希望する高校生からの色々な意見を聞くことができ、また中小企業や地元企業で働く魅力を発信し理解促進の充実を図る。本事業ではハローワーク藤井寺管内の高等学校を中心に3校程度の訪問を予定している。なお本事業の開催に際し、事前に管内高校との打ち合わせを行い、進路指導教諭からも開催の強い要望があった。					
	販路開拓型	近隣の高校との連絡調整を行い、当商工会が高校と企業との交流の場を確保できるよう折衝する。進学、就職と将来の進路を考える近隣の高校2年生及び高校3年生を対象に、中小企業の事業主等が高校に出向き、中小企業事業主が各々のブースを設け、高校生と対面形式で中小企業や地元企業で働く魅力や業界の説明、企業の魅力を事業主自らが話せる機会を作ると同時に、学生と中小企業事業主等がお互いに意見交換できる場にする。高校生にとっては、中小企業事業主から直接事業主の夢や仕事の取り組み方、また仕事・企業の魅力や地元で働く意義や喜びなどを聞くことで、将来の働くことへの興味や関心に繋げることとなる。同時に、中小企業事業主にとっては、就職を希望する高校生からの色々な意見を聞くことができ、また中小企業や地元企業で働く魅力を発信し理解促進の充実を図る。本事業ではハローワーク藤井寺管内の高等学校を中心に3校程度の訪問を予定している。なお本事業の開催に際し、事前に管内高校との打ち合わせを行い、進路指導教諭からも開催の強い要望があった。					
	ハズレ型	近隣の高校との連絡調整を行い、当商工会が高校と企業との交流の場を確保できるよう折衝する。進学、就職と将来の進路を考える近隣の高校2年生及び高校3年生を対象に、中小企業の事業主等が高校に出向き、中小企業事業主が各々のブースを設け、高校生と対面形式で中小企業や地元企業で働く魅力や業界の説明、企業の魅力を事業主自らが話せる機会を作ると同時に、学生と中小企業事業主等がお互いに意見交換できる場にする。高校生にとっては、中小企業事業主から直接事業主の夢や仕事の取り組み方、また仕事・企業の魅力や地元で働く意義や喜びなどを聞くことで、将来の働くことへの興味や関心に繋げることとなる。同時に、中小企業事業主にとっては、就職を希望する高校生からの色々な意見を聞くことができ、また中小企業や地元企業で働く魅力を発信し理解促進の充実を図る。本事業ではハローワーク藤井寺管内の高等学校を中心に3校程度の訪問を予定している。なお本事業の開催に際し、事前に管内高校との打ち合わせを行い、進路指導教諭からも開催の強い要望があった。					
独自提案型	近隣の高校との連絡調整を行い、当商工会が高校と企業との交流の場を確保できるよう折衝する。進学、就職と将来の進路を考える近隣の高校2年生及び高校3年生を対象に、中小企業の事業主等が高校に出向き、中小企業事業主が各々のブースを設け、高校生と対面形式で中小企業や地元企業で働く魅力や業界の説明、企業の魅力を事業主自らが話せる機会を作ると同時に、学生と中小企業事業主等がお互いに意見交換できる場にする。高校生にとっては、中小企業事業主から直接事業主の夢や仕事の取り組み方、また仕事・企業の魅力や地元で働く意義や喜びなどを聞くことで、将来の働くことへの興味や関心に繋げることとなる。同時に、中小企業事業主にとっては、就職を希望する高校生からの色々な意見を聞くことができ、また中小企業や地元企業で働く魅力を発信し理解促進の充実を図る。本事業ではハローワーク藤井寺管内の高等学校を中心に3校程度の訪問を予定している。なお本事業の開催に際し、事前に管内高校との打ち合わせを行い、進路指導教諭からも開催の強い要望があった。						
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-1		中小企業の社長と若年求職者の交流事業			雇用・求人		
(a)大阪府商工労働部雇用推進室人材育成課産業人材育成グループと連携し、交流支援事業のPR及び事業の実施。							
(d)本事業実施後に参加各事業に対するフォローを行い、人材採用等個別の労務相談事業の実施に繋げていく。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	商工会報・商工会HP及び巡回により募集し、支援企業の掘り起こしを行う				
	12社						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	地域中小企業の人材確保の充実と、中小企業事業主にとっては高校生との交流により自社の夢や魅力・経営理念・従業員教育等を再発見する機会となる。					
指標	事業実施後アンケートを行い、高校生と交流することで中小企業や自社の魅力を伝えることができたという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⇒						
	80	本事業において中小企業事業主と交流する学生数					

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 ×	12	社 ×	1.00	=	484,800	円	
	40,400	円 ×	80	社 ×	0.05	=	161,600	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		92	社	(小計)		646,400	円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								円	
							計	646,400	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	<input type="radio"/>	(a)府施策連携		(b)広域連携		(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)				
	646,400	円	×	1.00	=	646,400	円	(円)
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)		
	<input type="radio"/>	羽曳野市商工会		646,400 円		12			
				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		パワーハラスメント防止の為のアンガーマネージメント研修（コミュニケーション編）		事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		令和4 年度～ 年度まで		2	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	令和4年4月より中小企業においてもパワーハラスメント防止措置が義務化されたこともあり、アンガーマネージメント研修を行い、パワーハラスメント防止に繋がる事業を目指す。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	令和2年度に厚生労働省が実施した「職場のハラスメントに関する実態調査」によると、過去3年以内にパワーハラスメントを受けたことがあると回答した者は31.4%であり、セクハラを受けた割合の10.2%よりも多く、パワーハラスメント防止対策は喫緊の課題となっている。このような状況の中、令和4年4月1日より中小事業主においてもパワーハラスメント防止措置が義務化されたこともあり、中小事業主においても積極的な対応が必要となる。本事業では、パワーハラスメントのリスクを理解してもらい、アンガーマネージメントを手法とし、「怒りの感情」が生じづらい職場環境作りを目指す。中小事業主自身の感情の癖を理解することで適切に指導ができ、パワーハラスメントと受け取られることを防ぐことを目的とする。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の中小・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	窓口や巡回指導の際、令和4年4月よりパワーハラスメント防止措置の義務化の対象が中小事業主まで拡大された事に関して相談がある。また、従業員に対しての吐り方が難しく、感情的なわだかまりができ職場の雰囲気が悪くなり、生産性が大きく低下すると感じているという事業主からの相談もある為、本事業へのニーズが高いと考える。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	令和4年10月25日「パワーハラスメント防止の為のアンガーマネージメント研修」実施。 *開催日 10月25日 LICはびきの *内容 パワーハラスメントとは パワーハラスメント防止措置の義務化とは 怒りとパワーハラスメントとの関係 アンガーマネージメントとは アンガーマネージメント的組織作り *実績数値 支援企業18社 支援実績率90% 満足度88.8% 数値目標達成度77.7%					
	反省点	セミナー終了後のアンケートより支援実績率、満足度、数値目標達成度等は概ね高い評価が得られた。しかしながら、自分自身のコントロール方法等、更に具体的の方法等も知りたいとの要望もあった為、来年度はパワーハラスメント防止の為の思考のコントロールやコミュニケーションの具体的な方法等より掘り下げた内容でセミナーを検討したい。					
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	<パワーハラスメント防止の為のアンガーマネージメントセミナー>					
	人材交流型	*開催時期 10月(9月募集開始) *開催場所 LICはびきの *内容 パワーハラスメントとは 怒りとパワーハラスメントとの関係					
	販路開拓型	アンガーマネージメントとは 思考のコントロールやコミュニケーションの具体的な方法					
	ハズお型	*講師 日本アンガーマネージメント協会ファシリテーター (新型コロナウイルス感染症の影響により集団で開催困難な場合は、YouTube配信やリモート開催を検討し実施する)					
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
		労-11 雇用・労働啓発セミナー事業				人材育成・労務	
		(a)大阪府商工労働部 雇用推進室労働環境課 労働環境推進グループと連携し、セミナーを実施する。府施策(労働相談センター事業)説明の時間を設ける。また必要に応じ同施策に誘導する。実施するセミナー参加者に対し、府指定広報物を配布する。 (d)事業実施後にフォローを行い、個別の労務相談支援等のカルテ化に繋げる。					
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⇒	商工会報・商工会HP及び窓口・巡回指導により募集し、支援企業の掘り起こしを行う。				
	20 社						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	参加事業所が本研修に参加することにより、パワーハラスメント・アンガーマネージメントに関する知識やノウハウを取り入れ、職場環境改善意欲が向上し、自社の活性化を促す効果を期待する。					
	指標	事業後のアンケートにおいて、職場環境改善意欲が向上した企業の割合			数値目標	70%	
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		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
	合計		20	社	(小計)		404,000	円		
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								円		
							計	404,000	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)			
	404,000	円	×	1.00	=	404,000	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)			
	<input type="radio"/>	羽曳野市商工会		404,000 円		20				
				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。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		羽曳野ブランド認定事業		事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		31	年度～	年度まで	4	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	地元特産品を活用した商品を市認定のブランド商品とし、他市で販売促進活動を行い販路拡大及び新規顧客の開拓に繋げ、新たな事業展開の支援を行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	羽曳野市内の小規模事業所において、自社の強みを活かし開発した商品はあるが、市場ニーズの把握が不十分で販売ルートを確認できていなかったり、自社の情報発信力が不十分な為、事業展開が思うように進んでいない商品(製品)が多々ある。そういった商品を羽曳野ブランド認定委員会を通し、認定された商品(製品)を大々的にPRすることにより、販路の拡大や新規顧客の開拓に繋げ、今後の新たな事業展開に繋げられる支援を行う。 また、ブランド化した特産商品のHP作成し、商品(製品)のみならず事業所の情報発信もすることにより、事業所の認知度上昇も図れ、事業の活性化だけでなく地域振興や発展に貢献することができる。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	羽曳野市内の小売、サービス、製造、農林業等含めた全事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	消費者ニーズの把握が不十分で販売ルートを確認できていなかったり、自社の情報発信力が不十分な為、事業展開が思うように進んでいない現状に対して新規顧客の獲得、新たな事業者支援等を行うと共に、商工会、羽曳野市役所、市役所観光課が連携し、地元のPRをしつつ、ブランド商品の新規開発及び情報の発信を行いたいとの要望があったため。					
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	○羽曳野ブランド認定審査会を開催。(8月・1月予定) ○大阪府内各種イベントにて羽曳野ブランドや募集活動の実施。 ○販売促進活動用PRパンフレットの配布。 ○道の駅での展示即売会の開催。(12社)					
	反省点	今年度は昨年度と同じく、引き続き新型コロナウイルスの感染拡大の影響があり、思うようにPR活動等ができなかった。このコロナ禍の中より良いPR活動を検討し、イベント実施ができない場合のPR方法などを模索していきたい。					
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	○年1回 羽曳野ブランド認定審査会を実施し、認定商品の選定を行う。(8月予定) ○市広報やHP等で羽曳野ブランド認定希望事業者を募集する。(2社予定) ○認定希望商品の認定基準クリアへの開発等の支援へを実施する。 ○認定商品に選ばれたブランド商品については事業者へ認定証、ブランド認定ロゴシールを発行する。					
	人材交流型	○認定商品のふるさと納税返礼品への登録支援を実施。 ○大阪府内外でのイベント等PR可能な場所へはブランド認定委員会として出店し多くのブランド商品の積極的な告知活動(宣伝看板、配布チラシ)と販売を行う。(3か所 18社) ○道の駅「しらとりの郷」で羽曳野ブランド認定商品をイベント等でPR活動及び販売を行う。					
	○ 販路開拓型	○認定委員会専用HPを作成し、認定商品(製品)のみならず事業所の情報発信も行う事で、消費者が直接購入できるような仕組みを組み込む事により、販路開拓を促す。 ○商工会が中心となり、羽曳野ブランド認定員会と連携して地場の特産品を活用した地域性の高いお土産(特産品等)を試作、開発する。					
	○ ハズメ型	【現在の認定商品】 ①じゃんぼ黒にんにく、②美陵の丘ロール、③無花果マドレーヌ、④黒にんにく、⑤飛鳥デラウェア、⑥古市古墳パフェ、⑦古墳珈琲ドリップバック、⑧ツゾミいちじくソース、⑨金徳葡萄酒デラウェア、⑩無花果ジム、⑪SONAE、⑫古墳・埴輪グッズ、⑬いちじくどら焼き、⑭いちじくプリン、⑮まりこの餃子、⑯はびきの団子、⑰はにわのかくれんぼ、⑱羽曳野いちじくスイーツアソート、⑲百舌鳥古市古墳世界遺産セット、⑳九重部屋直伝ちゃんこ鍋セット、㉑(仮)古墳クロワッサン、㉒(仮)古墳パイ(20社22商品)					
	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
					販路開拓		
		(c)市担当課のブランド認定委員会の認定委員としての参加、募集記事等の広報への掲載、PRリーフレットの公共施設への配布、市及び観光協会のイベント等へのPR活動、認定商品のふるさと納税返礼品の参入協力等、市と連携して事業を展開する。 (d)新規申請者の申請書の作成サポートを行うとともに、認定事業者の現状確認や新規認定事業者のフォローを行い、個別支援を実施していく。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	昨年度の羽曳野ブランド認定事業者数(20社うち新規登録3社)を基本として、今年度は新規認定事業者を2社に設定し、市発行の広報及び商工会報、羽曳野ブランド認定募集リーフレット、HP等での告知を行う。 既存の20認定事業者について、各種展示会・イベント出展支援、ホームページ、PRパンフレット等による広報支援を実施。 今年度予定される各種イベント・即売会(3回予定)にて各回6社ずつ18認定商品の販売を予定し、参加希望事業者の募集は認定事業所へのDMや認定商品HP等で実施する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	40	社	ブランド認定により、販路が拡大が図れ、新規顧客の開拓となる。			
	その他目標値	指標	自社製品のブランド化により販路拡大となったと回答した割合	数値目標	70%		
		目標値の内容⇒					

4-2. 地域活性化事業 事業調書

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			
	101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円		
	101,000	円 ×	20	社 ×	0.50	=	1,010,000	円		
	50,500	円 ×	18	社 ×	1.00	=	909,000	円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
			合計	社	(小計)		2,121,000	円		
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								円		
								計	2,121,000	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)					
	2,121,000	円 ×	0.50	=	1,060,500	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)				
	○	羽曳野市商工会	1,060,500 円		40					
			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⇒ 2 社	昨年度の羽曳野ブランド認定事業者数 (20社うち新規登録2社) を基本に新規2社の認定事業者への支援を予定。認定事業者の募集方法については、市発行の広報及び羽曳野ブランド認定募集リーフレット、HP等での告知を行う。
	支援対象企業の変化	ブランド認定により自社製品の強みを理解し、自社製品の知名度アップと販路拡大が図れ、新規顧客の開拓となる。 指標 自社製品のブランド化により販路拡大となったと回答した割合 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⇒ 20 社	既存の20認定事業者について、各種展示会・イベント出展支援やHP、PRパンフレット等による広報支援を実施する。
	支援対象企業の変化	自社製品 (ブランド認定商品) のPRが行え、販路が拡大が図れ、新規顧客の開拓となる。 指標 認定製品をPRできたと回答した事業所数の割合 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⇒ 18 社	昨年度地域でのイベント・展示即売会が3回あり、18社のブランド認定商品の販売。今年度も同様予定されているイベント・即売会に各回6社ずつ18認定商品の販売を予定。募集については認定事業所へのDMや認定商品HP等で参加事業者を募集する。
	支援対象企業の変化	自社製品 (ブランド認定商品) のPRが行え、販路が拡大が図れ、新規顧客の開拓となる。 指標 新規顧客へのPRや販路が拡大したと回答した割合 数値目標 70%	
	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		BCP普及・啓発セミナー		事業番号	7	新規/継続	継続
想定する実施期間		令和4	年度～	年度まで	2	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	緊急時に事業継続を阻む負の連鎖を断ち切るため、BCP(事業継続計画)を策定する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	2020年1月以降、国内外で蔓延している新型コロナウイルス感染症の影響により、事業の継続が困難となっている事業所が多数発生しています。又自然災害(地震・台風等)が起こると多くの企業は倒産や事業縮小といった危機に追い込まれます。被害を直接受けなくても、工程までの役割分担や繋がりがあある会社が被害を受けることで連鎖的に倒産してしまう可能性もあります。「令和3年度介護報酬改定」において、介護業におけるBCP(事業継続計画)の策定が義務付けられました。中小企業のように資本が小さい脆弱な会社こそがBCPを策定することが重要であると考えます。この事業を通じてBCPの必要性を認識していただく事を目的に普及・啓発を目指します。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域内小規模事業者を中心に、事業継続に関心のある、又は必要とする事業者等					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「脅威」が顕在化した際(緊急時)には、平常時の取り組みによって事前に策定しておいた事業継続計画(BCP)を最大限に利用し、事業継続を阻む「負の連鎖」を早い段階で断ち切ることを目的とする。BCP対策に取り組むことで、事業所の強み・弱みを再確認し、事前の備えをとる準備としたい。					
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	BCP普及・啓発セミナーを講師に、ミネルヴァベリタス株式会社コンサルタント 大久保 勇吾氏をお招きし、新型コロナウイルス感染症の防止を考慮して、オンラインセミナーで開催した。動画受講期間として令和4年12月5日～12月18日の2週間の設定で、スマートフォン等でQRコードを読み取り誰でも参加しやすい環境とした。参加事業所数は羽曳野市・柏原市を合わせて31社であった。					
	反省点	大企業に比べ、中小・零細企業にはまだまだ十分に認識されていません。又今回連携した羽曳野・柏原地区の商工会に於いては、沿岸地域と比べ取り組みは進んでいません。商工会報・ホームページを使って周知したり、実際にパンフレット等を手渡して説明しても、反応が無いのが現状ですが、これからも普及・啓発に努めていきたい。					
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	○中小企業向けBCP普及・啓発セミナーを開催 策定支援の手引きなどを周知して、それを活用するだけで小規模事業者がBCPを独自に策定するのを待つだけでは普及が進むとは考えにくい。専門家をお呼びしてセミナーを開催していき、BCPの基礎知識や重要性を学んでいただき、その後BCPに対する取り組みに繋げていきたい。又2024年から介護業のBCP策定が義務付けられたので、BCP策定メリット・策定方法を紹介していきたい。					
	人材交流型						
	販路開拓型	○フォローアップ セミナー参加者やBCPの内容に興味のある事業者に対しては、希望に応じて大阪府施策との連携として、大阪府商工会連合会が実施するBCP策定支援制度を紹介するなど個別支援を実施する。					
	ハンズオン型	【開催場所】未定 【開催日時】2023年9月～12月予定 【内 容】BCP普及・啓発セミナー 令和5年度についても感染症対策としてセミナーをリモートでもできるように準備したい。					
独自提案型							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果
商-14		BCP・BCMの普及促進及び策定支援				BCP	
(a)中小企業支援室経営支援課経営革新グループ・大阪府商工会連合会と連携し、BCP普及・啓発セミナーの企画運営を実施。							
(c)羽曳野市との事業継続力強化支援計画の連携により、BCPの普及・啓発活動に努める。							
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⇒	BCPに興味のある、又は必要とする小規模事業者を、ホームページ・商工会報・策定支援チラシ等で広く募集し周知に努める。				
	15 社						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	脅威が顕在化した際(緊急時)に事業継続を確実にするための各種の手順や情報を文書化して事業を継続できることを目的とする。BCP対策に取り組むことで、事業所の強み・弱みを再確認し、事前の備えをとる準備とする。					
指標	「これだけは！」シートを使ってBCPの策定に取り組んだ事業者の数				数値目標	12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	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		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%)								円	
							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					
	<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	(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)		
	<input type="radio"/>	羽曳野市商工会		303,000 円		15			
				円					
				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		広域セミナー(労働啓発 ワークライフバランスとは)		事業番号	8	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	ワークライフバランスの基本を再確認し、働き方の課題を解消することを目的とします。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	ワークライフバランスという言葉はすでに社会に広く定着してきました。採用シーンでも、新卒・中途限らず、必ずと言っていいほど「ワークライフバランスは実現しやすいか」が入社の検討材料にもなっています。しかし、言葉が普及したからと言って本当に実現されているとは限りません。特に、新型コロナウイルス感染症の影響によって働き方が大きく変わった今、事業主はワークライフバランスの在り方について改めて検討する必要があります。仕事と生活の調和の実現は、労使双方が望む生活ができる社会の実現にとって必要不可欠です。どのように取り組む事で働きやすい労働環境を整えるかを検討することを目的とします。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	従業員を雇用している、又は今後雇用する予定のある小規模事業経営者及び労務管理担当者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	労働者が仕事と生活の調和を実現することは、事業所にとっても重要な課題です。事業所はできるだけ働き方の選択肢を増やし、従業員の生活の充実をサポートすることで、従業員は心身の健康を得て、仕事で良いパフォーマンスを発揮します。この正のスパイラルを双方が意識してワークライフバランスを追究するように普及啓発に取り組みたいと考えます。					
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	広域セミナー「女性従業員の活躍推進・離職防止の取り組み」を講師に特定社会保険労務士の松井一恵氏をお招きし、新型コロナウイルス感染症の防止を考慮して、オンラインセミナーで開催しました。動画受講期間として令和4年11月14日～11月27日の2週間の期間を設け参加しやすい環境としました。この間に95社の事業所が参加し受講して頂きました。					
	反省点	事業の実施に関しては、長引く新型コロナウイルス感染症の影響によりセミナーを動画配信(2週間)で行いました。スマートフォン等でQRコードを読み取り誰でも参加しやすい環境とし参加者には好評でしたが、連携する大阪府商工労働部雇用推進室就業促進課の府施策の事業説明が充分できなかったのが今後検討していきたい。					
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	これからの時代、雇用や組織運営においてワークライフバランスの必要性は理解していますが、新型コロナウイルスで従業員の働き方に変化があり、改めてどのように進めていくか考える必要があります。労働力人口の減少に歯止めがかからない今、労働力確保のためには、一人の人が健康に・幸せに、できるだけ長く働き続けられる環境作りが必要です。ワークライフバランスは、働き方の多様性を認める活動の一環として、重要な役割を果たしています。ワークライフバランスが実現すれば、仕事以外の生活の充実により、仕事へのモチベーションがアップし、長時間労働の改善により、限られた時間内の業務効率を考え、生産性の向上が期待されます。働きやすい労働環境を整備することにより、中小企業の経営の安定を図ることを目的として取り組みます。					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズオン型	【開催場所】未定 【開催日時】2023年9月～12月予定(感染症対策としてセミナーをリモートで実行予定) 【内容】新型コロナウイルス禍で明らかになったことは、リモートワークに代表されるように、事業所が働き方の多様性を認める事は必須になっています。ワークライフバランスの実現に向け、少子高齢化の流れに対応し、又優秀な人材を確保することや多様な人材活用に有効な経営戦略の一環として取り組みます。セミナーの内容としては、ワークライフバランスの基本を再確認し、働き方の課題を少しでも解消できることを目的とします。					
	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="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-11	雇用・労働啓発セミナー事業			人材育成・労務		
	(a)大阪府労働環境課・労働環境推進グループと河内ブロック6商工会とで連携し、労働啓発 ワークライフバランスの内容でセミナーを企画運営する。 (b)羽曳野労働基準監督署管轄区域内の、柏原市・藤井寺市・羽曳野市・富田林市・河内長野市・大阪狭山市の6商工会の広域で連携し、府指定広報物を配付し、各商工会の労務支援(個別相談)に繋げる。						
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⇒	従業員を雇用している、もしくは今後雇用する予定である小規模事業者(90社)に商工会報・市広報・ホームページ等で広く募集し周知に務める。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	ワークライフバランスは「仕事と生活の調和」と定義され、仕事と生活のバランスが取れている状態をいいます。○優秀な人材の確保 ○従業員のモチベーション向上 ○業務の効率化による生産性の向上とコスト削減を目指し、多様な働き方を検討する足がかりとなる効果を期待します。					
	その他目標値	指標	セミナー後実施したアンケートで「理解できた 参考になった」と回答した割合	数値目標	参加者の80%		
	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 ×	90	社 ×	1.00	=	1,818,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		90	社	(小計)		1,818,000	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								円
								計	1,818,000
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="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>		
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	1,818,000	円	×	1.00	=	1,818,000	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)			
	○	羽曳野市商工会	378,750 円		15	昨年までの実績を参考にし、各商工会の支援企業数は15社			
		柏原市商工会	287,850 円		15				
		藤井寺市商工会	287,850 円		15				
		富田林商工会	287,850 円		15				
		河内長野市商工会	287,850 円		15				
		大阪狭山市商工会	287,850 円		15				

【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）

羽曳野市商工会

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	270	25,000	6,750,000	
支援機関等へのつなぎ	2	10,000	20,000	
金融支援（紹介型）	10	30,000	300,000	
金融支援（経営指導型）	70	40,000	2,800,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	20,000	100,000	
資金繰り計画作成支援	15	20,000	300,000	
記帳支援	82	25,000	2,050,000	
労務支援	82	20,000	1,640,000	
人材育成計画作成支援	1	20,000	20,000	
マーケティング力向上支援	6	20,000	120,000	
販路開拓支援	5	20,000	100,000	
事業計画作成支援	5	50,000	250,000	
創業支援	5	20,000	100,000	
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	15	20,000	300,000	
財務分析支援	20	10,000	200,000	
5S支援	5	10,000	50,000	
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	3	20,000	60,000	
災害時対応支援	0	5,000	0	
フォローアップ支援	16	5,000	80,000	
結果報告	270	10,000	2,700,000	
小 計	-		18,150,000	18,150,000

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	12	288,000	
税務相談	60	1,440,000	
金融相談	12	288,000	
労務相談	12	288,000	
その他相談	12	288,000	
小 計	108	2,592,000	2,592,000

※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	
		30,786,914