

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	北大阪商工会議所		
	代表者職・氏名	会頭 久門 哲男		
	所在地	〒573-1159 大阪府枚方市車塚1丁目1番1号輝きプラザ6階 枚方市立地域活性化支援センター内		
	担当者	職・氏名	中小企業相談所指導課 課長 大町 聡英	
		連絡先	電話番号（直通）：	072-843-5154
F a x：			072-841-0173	
E - m a i l：	s_omachi@kocci.or.jp			
①設立年月日	昭和23年4月17日			
②職員数	職員数 61人（うち経営指導員数 29人） 令和4年12月時点			
③所管地域	枚方市・寝屋川市・交野市			
④管内事業所数	19,104事業所 2016年経済センサスより（RESAS調べ）			
⑤管内小規模事業者数	12,766事業所 2016年経済センサスより（RESAS調べ）			
⑥会員数（組織率）	3,938事業所（20.6%）			
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと				
□主な事業概要（定款記載事項等）				
①商工会議所としての意見の公表、国会、行政庁等に具申・建議、行政庁等の諮問への答申 ②商工業に関する相談・指導、情報収集・提供、調査研究、講習会又は講演会の開催、施設の設置・維持・運用 ③商品の品質又は数量、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、鑑定又は検査 ④輸出品の原産地証明 ⑤商工業に関する技術又は技能の普及又は検定 ⑥博覧会、見本市等の開催・あっせん ⑦商事取引に関する仲介又はあっせん、紛争に関するあっせん、調停又は仲裁 ⑧商工業者の信用調査、観光事業の改善発達 ⑨行政庁から委託を受けた事務 ⑩社会一般の福祉の増進に資する事業 ⑪上記のほか、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。）を処理し、その他商工会議所の目的を達成するために必要な事業				

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

域内の小規模事業者は12,766事業所で全事業者数の66.8%を占める（枚方市63.4%、寝屋川市70.7%、交野市70.2%）（リーサス調べ）。業種別に小規模事業者の割合の高いものから見ると、建設・不動産業、の95%台、生活関連・学術専門サービス業、情報通信業の80%台と続く。域内製造事業者に占める小規模事業者の割合は、76.6%（枚方市68.2%、寝屋川市86.3%、交野市72.2%）である。大手メーカーや中堅企業より生産委託を受け、生産機能に特化する下請け型経営が多いため、経済のグローバル化の進展や事業の合理化等により、工場の海外移転や統廃合で減少し、小規模事業者もその影響を大きく受けている。商業・サービス業に関しては域内には住民約72万人の大きな購買力があると考えられるが、RESASでの分析によると民間消費の地域外への流出が見て取れ、過去に実施したアンケートでも「専門性の高い商業施設が少なく買い物客が地域外へ流出している」との結果が出ている。三市の労働生産性（企業単位）は枚方市4,196千円・寝屋川市4,303千円・交野市3,753千円となっており全国平均5,449千円・大阪府6,021千円と比べても低い水準である。令和4年度は、国・府・市による支援策に関する相談件数・割合ともに増加傾向にある（令和3年度比件数10%増、割合4%増）。資金繰り悪化や既存事業が低迷する状況においても、各種支援施策を活用し経営安定化や新事業で活路を見出したいという事業者が多かったこと、また販路拡大や人材育成等において課題を抱える地域事業者が多いことから、引き続き地域活性化事業と経営相談事業を両軸に総合的かつ伴走型の支援を行う。

(2) 所管地域の活性化の方向性

当地域の活性化の方向性は、継続して交流を主体とした販路拡大（ビジネスマッチング）・人材育成・IT活用に注力していくことである。

●地域内外の事業者をマッチングさせる機会を設け、管内への消費・投資を促していく。当地域周辺だけでなく広域でのマッチングを目指し、地元の高い技術や特徴ある製品を有する事業者の販路拡大を支援していく。また製造業だけでなく小売業・サービス業等にも販路拡大支援の取組を広げる。具体的には幅広い業種の事業所に展示会への出展を勧める、ビジネス交流会等を開催しマッチングの機会を提供する、価値創出に長けたクリエイターと事業者の交流会を開催するなど販路拡大につながる場の提供を加速させ、新たな付加価値を生み出していく。

●人材育成支援を引き続き強化し、専門知識の習得や技能水準の向上、雇用安定化、労働生産性を高めるセミナーや専門的な体験技術学習を令和4年度以上に行うことで経営力の強化、労働生産性の向上、地域課題でもある業種間での人手の偏り等の雇用問題の解消を目指す。

●当所は事業者のIT活用を専門的に支援する部署「情報センター」を設置している。この情報センターの機能を活用することで、事業者のIT投資・活用を支援し経営の合理化や収益力の向上を図る。また、ウェブサイト構築や集客プロモーションを支援することで事業者の情報発信力を高め、効率的な販路拡大につなげる。

●災害時に従業員の安全と事業を継続することは地域経済全体の課題であるため、大阪府の支援機関等と連携することで事業の相乗効果を図り、効果的な支援を進める。

(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

事業継続に必要な様々な計画を持ち、計画性のある事業を遂行しようとする事業者。

地域密着経営により、地域内での消費や受注への取り込みに積極的な事業者。

自社の製品・技術情報を地域内外に発信し、受注を獲得したい事業者

新たな商品やサービスを開発し、創業や新たな事業を興す事業者

域内での事業者同士の交流により、資質向上に努める事業者

人材を定着させ、かつ能力を高めることで生産性の向上に努める事業者。

積極的にITの導入・活用・DX推進を行い、経営の合理化、収益力の向上に努める事業者

クリエイターとの連携によりデザイン性の強い自社広告や情報発信を行い、新たな販路拡大を目指す事業者。

相談事業で380者、地域活性化事業では約600者を支援対象とする。

(4) 事業の目標

地域活性化事業については、販路拡大、人材育成、IT活用、新事業・創業のネットワーク構築等をテーマに、より経済効果が高いと考えられる事業を中心に行っていく。また府内商工会議所・商工会との広域連携により当所単独では実施困難な事業を企画運営することで、中小企業・小規模事業者の経営に関するニーズに応じていく。事業実施の際には参加者アンケートを活用し、相談事業や専門相談事業に繋げる仕組みで事業者への伴走型支援を進める。

経営相談事業については、枚方本所・寝屋川支所・交野支所・情報センターに29名の経営指導員を配置し、地域中小企業・小規模事業者に対して地域特性や得意分野を活かした支援を行う。令和5年度は経営指導員の習熟度向上により、幅広い経営相談ニーズに応えることが可能であり、資金繰り支援、事業再構築・販路開拓・IT化等の各種補助金申請をきっかけとした事業計画書作成、および専門家・大阪産業局をはじめとした各関係支援機関と連携することで事業者ニーズに沿った支援を行うことで、地域の経営相談拠点としての役割を果たしていく。

専門相談事業については、事業者の各種ニーズに対応するため、引き続き幅広い分野の専門家を配置し、経営指導員と連携していくことで、迅速かつ丁寧に経営課題解決を図る。

(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）

当所が本事業を実施することで、中小企業・小規模事業者が抱える経営課題や悩みに対する相談窓口として機能するとともに、国・府・市等の行政機関からの各種支援施策の情報発信拠点としての機能を発揮できる。また、コロナ禍において真に必要な情報の重要度が高まるなか、膨大な情報から必要な情報を厳選して発信できる当所の情報発信機能はこれまで以上に期待されると考えられる。さらに地域活性化事業を開催することで、参加事業者に新事業創出、販路拡大、人材育成などに取り組むうえでのヒントや気づきを提供することができ、地域経済活性化が期待される。

当所が中小企業・小規模事業者に対して本事業を実施しなかった場合、地域経済衰退に繋がる可能性が高い。昨今の経営環境の急激な変化に対応し事業を継続・成長させるためには、必要な時に必要な情報を迅速に収集し対策を講じること、また対策を実行に移す際に経営の専門家に気軽に相談できる環境が身近に存在することが不可欠である。したがって、当所が本事業を実行することは地域の中小企業・小規模事業者にとって意義のあることと考える。

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	380 事業所	支援機関等へのつなぎ		25 支援	
金融支援（紹介型）	30 支援	金融支援（経営指導型）		35 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	15 事業所	労務支援		5 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		25 事業所	
販路開拓支援	10 支援	事業計画作成支援		150 支援	
創業支援	45 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援		6 事業所	
コスト削減計画作成支援	1 事業所	財務分析支援		0 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	1 事業所	事業承継支援		20 事業所	
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援		3 事業所	
結果報告	380 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	335事業所（令和3年度）				
令和3年度実績及び令和4年度相談事業の進捗状況（令和4年12月31日時点で265件、前年同日比+47件、122%）を根拠とする。当所では枚方本所・寝屋川支所・交野支所の他、情報センターに経営指導員を配置しているが、各所指導員の経営指導における習熟度向上や国の令和5年度中小企業支援策が今年度と大きく変化しないことも支援企業数を増加させた根拠である。380事業所支援の実現に向けては、当所HP・公式アプリ・公式LINEでの相談事業の告知をより積極的に行い相談者を増やすこと、指導員が最新かつ有益な情報を把握して相談事業者に課題解決提案が出来るようにすること、指導員から金融機関・支援機関・専門家への案件の繋ぎを迅速かつ確に行えるように当所内部での情報共有と相談体制を整備することである。					
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）					
コロナ感染拡大が断続的に続くなかでも、新事業展開・IT化等への投資を考える事業所から相談が多いため、国・府・市からの支援策の周知や制度の説明、また事業計画書の作成においては、方向性や実現性等をきめ細かく指導し機会とリスクもしっかりとお伝えしたうえで既存の支援メニューに繋げつつ伴走型支援を行っていく。金融支援においては、マル経融資や創業融資の支援に加えてコロナ特別貸付の返済が始まり資金繰りに窮する事業者も増加すると考えられるため、引き続き日本政策金融公庫との連携強化や地域金融機関とのネットワークを活用した協調融資なども検討しながら、事業者（創業者及び既存の事業者）にとって最適な融資制度を提案していく。その他専門的かつ幅広い知識・スキルが必要とされる相談に関してもよろず支援拠点等の専門家や関係支援機関と連携しながら事業者支援体制を拡充していく。					
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	相談件数	35	弁護士による法律相談を実施（支援日数30日）	30
税務相談	継続	相談件数	200	税理士による税務相談を実施（支援日数80日）	80
労務相談	継続	相談件数	25	社会保険労務士による労務相談を実施（支援日数25日）	25
その他相談	継続	相談件数	205	中小企業診断士による経営相談を実施（支援日数60日）、弁理士による知財相談を実施（支援日数15日）、MBA取得者によるマーケティング相談を実施（支援日数10日）、企業OBによるものづくり・人材育成等相談を実施（支援日数120日）	205
事業実施のポイント・期待される効果					
弁護士・税理士・社会保険労務士・中小企業診断士・弁理士の士業専門家以外にも、MBA取得者・シニア企業OB等を配置することで、事業者の抱える経営課題に対し、全方位型で迅速に対応する。令和4年度と同様の専門家を配置することで、支援を必要とする事業者に対して継続的な支援を提供出来ている。令和5年度は引き続き新型コロナウイルス感染症の影響でダメージを抱える事業に対し、資金繰りや事業計画策定等に関して積極的な支援を行うことに加え、インボイス制度や電子帳簿保存法などへの各種制度変更対応に苦慮している事業者に対しても迅速かつ効果的な相談を行い、伴走型支援を実施していくことで高い満足度を得ることができると考える。また、経営指導員による事業者への相談対応からの専門相談への繋ぎもタイムリーに行い、事業者支援体制を整備・強化していく。					

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				10,776,700
1	○	新産業創出プログラム事業	枚方市駅周辺の集客力の高い施設にて、地域事業者からニーズの高いテーマで交流会を行い、新事業・創業に関わる支援機関との橋渡しを行う。	3,716,800
2	○	雇用・労働啓発セミナー	個別紛争に発展しかねない労務管理のうち、解雇・雇止め・退職勧奨・契約期間満了等退職に関する事項を、主に法律のルールや民事上の問題点をデメリットを含めて事例を基に解説する。また、雇用保険上の取扱い等も解説し、トラブルにならないための労務管理を説明する。	505,000
3	○	BCP策定セミナー	BCP策定セミナーを開催することで地域事業者のBCP策定のきっかけ作りと防災意識向上を図る。	505,000
4		商店街魅力発掘事業	本事業は、商店街・小売市場を取り巻く環境が益々厳しさを増すなか、商店街の魅力向上による地域商業の活性化を目的とする。	4,797,500
5		ビジネスマッチング交流会開催による販路開拓ネットワークの構築	新規取引先の開拓を希望する小規模事業者等に対してビジネスマッチング交流会を開催し、専門アドバイザー事業（中小企業診断士）との連携による専門的アドバイスや関係支援機関への繋ぎを行うことで、販路開拓および人的ネットワーク構築を支援する。	707,000
6		課題別人材育成事業	独自で職場外教育訓練を実施することが困難である中小企業・小規模事業者の経営力強化を図るため、事業者のニーズや社会情勢に見合ったテーマのセミナーを開催する。	545,400
(2) 広域事業				10,070,628
7	○	大阪府北大阪高等職業技術専門校活用事業	大阪府立北大阪高等職業技術専門校のテクノ講座を活用したものづくり人材育成事業	4,466,624
8		小規模事業者向け販促Webサイト構築支援事業	Web専任者をおけない小規模事業者でも、Webサイトを軸としたインターネットによる販路開拓について戦略を立て実行していただけるよう、講義・ワークショップ・実践により支援を行う。	2,575,500
9		売りメッセ取引商談会IN東大阪	東大阪商工会議所の事業計画書のとおり	586,177
10		大阪勧業展	大阪商工会議所の事業計画書のとおり	126,250
11		ビジネスチャンス発掘フェア2023	八尾商工会議所の事業計画書のとおり	1,988,837
12		製造業のための安全道場	大東商工会議所の事業計画書のとおり	327,240
合計(1+2)				20,847,328
(うち、府施策連携事業)				9,193,424

事業名		新産業創出プログラム事業		事業番号		I	新規/継続	継続
想定する実施期間		R3	年度～	年度まで	3	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	枚方市駅周辺の集客力の高い施設にて、地域事業者からニーズの高いテーマで交流会を行い、新事業・創業に関わる支援機関との橋渡しを行う。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>人やモノ、文化やサービスなど、さまざまな分野でIT化が進んでおり、次々と新しい技術やサービスが生み出されている。加えて新型コロナウイルスの影響も依然残っており、人々のライフスタイルや産業の構造も大きく変化している。新事業の創出を行うにあたって、事業者の抱えている課題は多様化している中、支援機関が事業者に対して様々な支援策を打ち出している。新事業を検討されている事業者や創業者が適切な支援策を選択できるよう枚方市駅周辺の集客力の高い商業施設や貸会議室にて、新事業創出プログラムを実施することで、事業者、創業者、支援機関による交流を促す。幅広い課題に対応できるように多様な支援機関との連携、橋渡しを行うなかで、当所管内地域でネットワークが出来つつある「デザイン」と当所経営相談においてニーズが高い「女性起業家」の2つを今年度も主要テーマとして支援機関と連携を図り、新産業創出事業者の掘り起こしを交流会や発表会を通じて行う。「デザイン」がテーマの交流会では1度に多くの方と交流がしたいという声が多かったこともあり、令和4年度の実績も踏まえ16人程度での交流会を中心に開催する。「女性起業家」がテーマの交流会ではより深い交流やつながりを求める声が多かったことから、令和4年度に引き続き7人程度での交流会を開催する。新事業を行う上での2事業の目的は下記の通り。</p> <p>「デザイン」 中小企業が激しい競争環境のなかで優位性を発揮し、市場で存在感を高めて売上・利益を創出していくためには、デザイン活用とブランディング強化が有効な手段の一つであるが、その有効な手段を認知できず、またどこにアプローチしているのかを理解されていない事業者が散見される。一方で当所管内地域にゆかりのあるグラフィックデザイン、WEBデザイン、プロダクトデザイン、ブランディング、イラストなどを専門とするクリエイターが多数存在しているものの、地域企業とつながる場や得意分野をアピールする機会が少ないといった課題もある。事業者とクリエイターの双方の課題を解決するために、MEBICと連携し、管内事業者とクリエイターとが良好な関係を構築したうえで、デザイン活用とブランディング強化につなげ、新産業創出に繋げることが目的である。</p> <p>「女性起業家」 多くのライフステージの変化を迎える女性の起業家の悩みは、男性起業家に比べて複雑多岐であり共感できる相手が少ないことである。これから起業する女性や事業経験の浅い女性起業家からは、悩みや思いを話すことのできる女性起業家とつながりたいという希望や身近に相談できるが支援窓口がほしいとの希望もお聞きしている。先輩女性起業家の体験談を聞くセミナーや交流会を行い、女性起業家同士のつながりを構築するとともに、交流会の中でLED関西のビジネスプランコンテストを案内、希望者にはLED関西と連携した個別支援を行っていく等、女性起業家を大阪産業局と連携して支援していき、女性起業家の課題解決および新産業創出が目的である。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	新事業者の中で、「デザイン」「女性起業家」に関する支援を希望される事業者、創業者						
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	ビジネスを取り巻く環境が目まぐるしく変化し、予測困難な現在社会の中で、支援機関を活用し、新しい事業を創出しようと考えている事業者は多い。当所においても依然続く新型コロナウイルスの影響があるなかで、令和4年度のデザイン交流会参加者および女性起業家交流会参加者からの交流会開催ニーズは高かったことに加え、当所がアプローチ出来ない事業者・創業者からのニーズも高いと考えられる。						
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	<p>「デザイン交流会」9回開催、2回開催予定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「少人数制（7人程度）の交流会」（クリエイター同士の交流会をクリエイティブセッションと称す） ①令和4年 6月23日開催 参加者10名（クリエイティブセッションVol.1） ②令和4年 7月26日開催 参加者 6名（クリエイティブセッションVol.2） ③令和4年 8月31日開催 参加者 9名（クリエイティブセッションVol.3） ④令和4年11月25日開催 参加者 4名（クリエイティブセッションVol.4） ⑤令和4年12月14日開催 参加者 7名（デザイン活用座談会Vol.1「展示会・商談会で活用出来るデザインを知る」） ⑥令和5年1月24日開催予定 (クリエイティブセッションVol.5) ⑦令和5年2月開催予定 (デザイン活用座談会Vol.2) <ul style="list-style-type: none"> ・「大人数制（18人程度）の交流会」（事業者とクリエイターとの交流会をクリエイティブサロンと称す） ①令和4年 4月21日開催 参加者21名（クリエイティブサロンVol.7「人を惹きつける発信の極意」） ②令和4年 5月26日開催 参加者21名（クリエイティブサロンVol.8「事例で紹介！“自社らしさ”を打ち出すデザイン」） ③令和4年 7月20日開催 参加者10名（クリエイティブサロンVol.9「モノを買うのは消費者だけではない！売場に刺さる販促計画」） ④令和4年 9月14日開催 参加者12名（クリエイティブサロンVol.10「デザイナーがお菓子屋を手伝うと起こること」） <p>「女性起業家交流会（少人数制の交流会）」4回開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ①令和4年 6月21日開催 参加者6名（LED関西ビジネスプランコンテストファイナリストを講師として実施） ②令和4年 8月 4日開催 参加者7名（LED関西ビジネスプランコンテストファイナリストを講師として実施） ③令和4年 9月22日開催 参加者6名（LED関西ビジネスプランコンテストファイナリストを講師として実施） ④令和4年11月29日開催 参加者3名（LED関西ビジネスプランコンテストファイナリストを講師として実施） <p>●デザイン交流会 参加者を増やしていくにあたって、クリエイターとマッチングするメリットや協業することで生まれる成果等を事業所に普及する必要があると感じている。これまでに当事業に参加した方々のコラボ事例等を効果的に情報発信し、新産業創出やブランディング強化への機運を高めていきたい。</p>						
	反省点	<p>●女性起業家交流会 直前の欠席連絡等で申込人数と実際の参加者人数との差があった。 引き続き事前連絡をしていき、より多くの方に申し込ただけのような収容人数の多い会場にする。 また、交流会後もネットワークを築いていけるようなコミュニティの作成を検討する。</p>						

具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	「デザイン」「女性起業家」の2つを今年度も主要テーマとして支援機関と連携を図り、新産業創出事業者の掘り起こしを行い、7人程度での交流会や16人程度での交流会によるネットワークづくりを行う。「デザイン」は16人程度での交流会4回程度、「女性起業家」は7人程度での交流会を4回程度、枚方市駅前の商業施設や貸会議室にて実行する。							
	○ 人材交流型	●「デザイン」局-1 クリエイターと連携した新たなビジネスや価値の創出支援							
	販路開拓型	メビックと連携し大阪産業局が保有する地元クリエイターと新事業を検討している事業者の交流会を会場参加型で実施する。地域のクリエイターの販路開拓、地域事業者の広報力強化を目的とし、クリエイターと事業者の名刺交換会、これまでの当事業参加者のコラボ事例等を共有することで、デザインやブランディングに関しての共創意欲を高める。							
	ハズレ型	●「女性起業家」局-2 女性起業家支援ネットワークの推進 女性の起業家を対象とした交流会を会場参加型で実施する。LED関西のビジネスプランコンテストファイナリストの方などの先輩女性起業家及び交流会に参加している仲間との交流を通じ、参加者同士での情報交換やネットワークの構築を図る。また、LED関西ビジネスプランコンテストの案内をすることで、コンテスト参加者の掘り起こしを行う。							
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		
	局-1	クリエイターと連携した新たなビジネスや価値の創出支援				その他			
		(a)府施策連携事業：下記2つの府施策連携事業の推進 局-1 クリエイターと連携した新たなビジネスや価値の創出支援との連携 局-2 女性起業家支援ネットワークの推進との連携 (d)相談事業相乗効果：参加企業に対する2割の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⇒	●設定根拠は、「デザイン」で16人程度の交流会事業を4回開催する。「女性起業家」で7人程度の交流事業を4回開催する。令和4年度の実績および引き続きニーズの高い事業であるため。 ●募集方法は、当所会報誌やHP、集客効果の高いLINE配信、各団体の会合等でPRする。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	新事業事業の創出への有益な情報やアイデアを得ることができる。 同じ考えや課題を持つ事業者とネットワークを構築することができる。新事業創出へのマインドを高めることができる。							
	指標	有益な情報交換やネットワークを構築できたと回答した事業者	数値目標	80%					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価			支援企業数			係数	標準事業費	
	⇒ 40,400	円 ×	64	社 ×	1.00	=	2,585,600	円	
	40,400	円 ×	28	社 ×	1.00	=	1,131,200	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	円 ×		社 ×		=		円		
	合計		92	社	(小計)		3,716,800	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%)									
					計		3,716,800	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	円		負担金の積算					
	○ (a)府施策連携	(b)広域連携		(c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
3,716,800	円 ×	1.00	=	3,716,800	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)	
	○	北大阪商工会議所		3,716,800 円		92			
				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⇒ 64 社	●「デザイン」局ー1 クリエイターと連携した新たなビジネスや価値の創出支援との連携	
	支援対象企業の変化	新事業事業の創出への有益な情報やアイデアを得ることができる。同じ考えや課題を持つ事業者とネットワークを構築することができ、新事業創出へのマインドを高めることができる。		
	その他目標値	指標	有益な情報交換やネットワークを構築できたと回答した事業者	数値目標 80%
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⇒ 28	●「女性起業家」局ー2 女性起業家支援ネットワークの推進との連携	
	支援対象企業の変化	新事業事業の創出への有益な情報やアイデアを得ることができる。同じ考えや課題を持つ事業者とネットワークを構築することができ、新事業創出へのマインドを高めることができる。		
	その他目標値	指標	有益な情報交換やネットワークを構築できたと回答した事業者	数値目標 80%

【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		雇用・労働啓発セミナー		事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		H26	年度～	年度まで	10	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	個別紛争に発展しかねない労務管理のうち、解雇・雇止め・退職勧奨・契約期間満了等退職に関する事項を、主に法律のルールや民事上の問題点をデメリットを含めて事例を基に解説する。また、雇用保険上の取扱い等も解説し、トラブルにならないための労務管理を説明する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	毎年、厚生労働省が公表している「個別労働紛争解決制度の施行状況」の最新公表の令和3年度をみると、民事上の個別労働紛争相談件数は複数相談を含め、352,914件あり、うち、解雇・退職勧奨・雇止めは72,138件であった。これに自己都合退職をふくめると112,639件となり、「退職」に関する紛争が浮かび上がる。相談におよばないが紛争となったケースはかなりの件数になると推測される。法律のルールを理解し、遵守し、民事トラブルに発展しないための正しい労務管理の運用を企業にさせていただき、職場の安定と紛争で費やす時間・費用等を会社の運営に当てていただくことを目的とする。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	経営者・管理職・人事労務担当者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	セミナーのアンケートから、今後希望するセミナーとして、育児介護セミナー、働き方改革、人間力向上、ハラスメント、長時間労働問題等あったが、労使トラブルになりそうなことを具体的な事例で説明したことが「分かり易かった」「イメージがわきやすかった」「参考に対応を検討したい」とあった。「退職」に関する具体的な希望の記載はなかったが「労務管理の基本的なことが学べた」「トラブルを減少させるために労務管理を適正に行う」「再度労基法を中心に見直しを行う」「民法も考慮する必要がある」等々の答えがあったので、個別労働紛争になりそうな事案から、相談がかなりあり、企業が潜在的に困っていると思われることを取り上げた。					
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11月18日にセミナーを行った。内容は、労働トラブルの発生原因や帰趨、労務管理の必要性、具体的な事例をいれて社会保険の加入・上限規制や安全配慮義務を含めた長時間労働・ハラスメント等を説明した。(申込企業35社47名、参加企業30社41名であった。セミナー後、大阪府雇用推進室労働環境課から労働環境課の事業内容の説明とパンフレット等の配布を行い、個別労働相談を行った(相談企業1社)					
	反省点	セミナーのアンケートから、セミナーの受講が上司からの指示や新しく業務について等で指標となる質問に対し「わからない」という回答が何件もあった。マイクの声が少し大きいという意見が1件あったがそれ以外は役に立ったとか分かり易かったという意見だった。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	○開催時期 : 7月～11月頃を予定					
	人材交流型	○開催場所 : 民間企業の貸会議室					
	販路開拓型	○セミナーの内容 : ①講師のセミナーとして、解雇・退職勧奨・契約期間満了・雇止め等について法的に解説を行い、ルールを説明し、リスクを含めた事例(民事事例を含む)を持ってトラブルにならない労務管理方法を説明する。雇用契約書や雇用保険上の取扱いも説明する。②大阪府の事業として、実施するセミナー参加者に対し府政策(労働相談センター事業)の説明を行い、府指定広報物を配布する。また、相談ブースを設け、個別相談に応じる。					
	ハズオン型	○講師予定 : ①社会保険労務士					
独自提案型	○講師予定 : ①社会保険労務士						
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	
		①府施策連携：大阪府雇用推進室労働環境課が事務局を担う、国・府・市町村・労働団体等が構成する地域労働ネットワーク事業と位置づけ、同ネットワーク構成団体との協力関係により本事業を実施する。 ②相談事業相乗効果：事業カルテ 1割					
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⇒	当所のホームページ掲載・メルマガ配信・チラシの配布(所報での折り込み、企業への個別郵送等)				
	25社	大阪府雇用推進室労働環境課からメルマガ配信・チラシの配布等を行う					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	法律を遵守し、ルールに沿った労務管理をすることは、従業員にとって働きやすい職場をつくることにもなり、人材が定着するとともに、新規採用にかかるコストや労力を抑えられる。					
	指標	セミナーのアンケートから、「法律を遵守し適切に労務管理することがトラブルを未然に防ぐと思った」と回答した企業数			数値目標	18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 ×	25	社 ×	1.00	=	505,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		25	社	(小計)		505,000	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							505,000	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		(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)				
	505,000	円	×	1.00	=	505,000	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"/>	北大阪商工会議所		505,000 円		25			
				円					
				円					
				円					

事業名		BCP策定セミナー		事業番号		3	新規/継続	継続	
想定する実施期間		R2	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	BCP策定セミナーを開催することで地域事業者のBCP策定のきっかけ作りと防災意識向上を図る							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	甚大な被害をもたらす自然災害や依然猛威を振るう新型コロナウイルス感染症など、事業者を取り巻く外部環境は不確実性が高く、多くのリスクにさらされている。そのような環境下において事前の備えが必要であると理解していても、実際にBCPを策定している事業者の割合は様々な調査で2~3割と言われており、策定していない事業者のほうが圧倒的に多い。一方で取り組む意思はあるがなんらかの理由で取り組んでいない事業者も多いことから、事業者のBCP策定段階に応じて知識習得型とワークショップ型の2種類のセミナーを別日で開催することにより関心を高め、全体として幅広く多くの事業者にBCP策定のきっかけ作りや防災意識の向上を図ることを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北大阪管内(枚方市・寝屋川市・交野市)の経営者・管理者・防災担当者							
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	直近3年でBCP策定セミナーを開催したところ好評を得る一方で、参加事業者の業種やBCP策定段階がバラバラのため、それぞれニーズが異なる。BCP策定が進んでいる事業者には知識習得型、BCP策定が進んでいない事業者にはワークショップ型のセミナーを別日開催することでニーズが一定程度集約され、参加事業者に対して必要かつ的確な情報提供が可能と考える。							
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	<p>*BCP策定セミナー 2022年度実績 12月7日(水)14:00~17:00 会場にて10社12名 アンケート回収10社 1.「災害の影響とBCPの必要性」講演(東京海上日動火災保険株式会社 山川 しずか氏 2.①「VR防災シミュレーション」による防災体験 大阪工業大学情報科学部 佐野 教授 ②「枚方市の災害リスクとハザードマップの見方」説明 枚方市危機管理部 3.大阪府「超簡易版BCP『これだけは!』シート(自然災害対策版)」の策定</p>							
	反省点	集客が不十分であった。広報手段として、当所広報誌への折込チラシ3,500部、当所公式LINE配信2回、議員総会での案内チラシ配布、関係機関での案内チラシ配架、大阪府HPへの掲載とメルマガ対応を実施したが目標の20社集客に届かなかった。2023年度は上記広報に加え、当所関連団体へのFAXおよびメール告知、枚方市広報誌への掲載を行うことで集客を強化する。							
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	日時:2023年6月~11月頃に2時間程度のセミナーを2回開催。 場所:枚方市駅周辺のセミナールーム 内容:							
	人材交流型	●自然災害・感染症のリスクおよびBCP策定の必要性を講師に説明いただいたのち、参加者に「これだけは!」シートを記入して頂く。記入後、講師による講評や意見交換等を行うことで参加事業者の困りごとや悩みを聞きだし、BCP策定の必要性を実感していただくとともに策定の契機にしていただく。							
	販路開拓型	●知識習得型セミナーでは、BCP知識習得に加えて講師への質問機会を設ける、また希望者には大阪府や関係機関と連携し専門家による取組み支援を行う。ワークショップ型セミナーでは、一般的なBCPの知識習得と防災意識向上を目的にグループディスカッションや防災体験シミュレーションなどを提供する。							
	ハズル型	●知識習得型セミナーで15社、ワークショップ型セミナーで10社の合計25社を支援対象として会場参加型で行う。							
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)府施策連携 商-14		BCP策定セミナー開催による関心のある事業者の発掘および普及啓発を行う。							
(c)市町村連携:		枚方市広報誌にセミナー開催案内を掲載する。							
(d)相談事業相乗効果:		参加事業者の2割のカルテ化を目標とする。							
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⇒	●設定根拠は、2022年度BCP策定セミナーで12社14人の応募があったこと、また参加者アンケート結果からBCP策定段階に応じてセミナーを別開催することで、より事業者のニーズに応えることができると考えられるため。 ●募集方法は、当所広報誌への折込チラシ3,500部、当所公式LINE配信1回、議員総会での案内チラシ配布、関係機関での案内チラシ配架、大阪府HPへの掲載とメルマガ対応、当所関連団体へのFAXおよびメール告知、枚方市広報誌への掲載を行う。						
	25社								
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	大阪府簡易版BCP「これだけは!」シートを作成することで、BCP策定の機運が高まることに加え、災害発生時でも事業の継続と早期復旧を実現し、顧客からの信用・従業員の安全と雇用を維持し事業継続力を高めることができる。							
	指標	「これだけは!」シートをおおむね作成した事業所の数				数値目標	20		
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 ×	25	社 ×	1.00	=	505,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		25	社	(小計)		505,000	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	505,000	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)		
	505,000	円	×	1.00	=	505,000	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"/>	北大阪商工会議所		505,000 円		25			
				円					
				円					
				円					

事業名		商店街魅力発掘事業		事業番号		4	新規/継続	継続	
想定する実施期間		H29	年度～	年度まで	7	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	本事業は、商店街・小売市場を取り巻く環境が益々厳しさを増すなか、商店街の魅力向上による地域商業の活性化を目的とする。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	管内の市街地の賑わいの創出は、商業を活性化させるだけでなく、地域コミュニティや高齢者等の社会的弱者の「居場所」や「見守りの場」を作るうえでも重要である。 そこで、各商店街の実施する催しやサービスを管内の商店街が共有・連携して、地域にとって魅力的なイベントや催事を企画し、広域かつ集中的・効果的にPRすることで、普段、地域の催事等を気に留めていない潜在顧客の興味をひき、来街者を増やし、商店街・小売市場の活性化を図る。 商店街が安心・安全であり、「人々が集う生活になくてはならない場所」として認知されることで、来街者が増加し、自然と地域コミュニティーも形成され地域商業の継続的な賑わいも期待できる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内の45商店街、市場、市内個店等が対象							
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	前年度、枚方市・寝屋川市・交野市の19団体より本事業参加の要望があった。 管内の統計調査においても年々店舗数が減少している。その背景には、少子・高齢化による来街者の減少、商店街内の空き店舗の増加、後継者不足、コロナ禍による閉店等が挙げられる。そのため商店街を構成する店舗の退店や廃業に繋がっている。 市街地にある商店街の集客により、「賑わい」と「一体感」を取り戻し、周辺個店にも顧客を誘導する必要がある。そのために個店や商店街単位の枠を取り払い、地域一丸となって様々な催しや企画・サービスを実施することにより魅力を広範囲に発信し地域への来街者の増加につなげる必要がある。							
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	19団体参加。 6月下旬 商店街に本事業についての説明を実施。 7月初旬 実際に応募してきた商店街に対して、今後のスケジュールとイベント内容を確認。 ▶具体例 昨年度と同様にウィズコロナにおける感染拡大防止対策の取り組み等の提案があった。 8月～9月 関係者(商店会代表含む)との連絡調整を行い、最終的な参加商店街の決定。 10月～12月 WEBで製作を開始し、新聞折込などの告知について実行。							
	反省点	ウィズコロナの状況下であったが申込が19団体からあり、イベント実施期間等の告知をすることができ、当事業に対するニーズは確認できた。 「安心・安全の取組み」については新型コロナウイルス感染症対策の取組みを告知したが、引き続きコロナが収束するまで商店街・市場ごとに更なる取り組みを支援する必要があると感じた。 発行日と掲載希望期間とのより綿密な調整が必要である。また、当初は申込意思を示したものの、実際にイベント開催を断念する商店街が出るなどしたため、各商店街との更なる情報共有、協力関係を構築する必要がある。							
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	【事業内容】 商店街ならびに市場に対して、集客に繋がる催事を行うにあたり、各商店街の催事計画を支援する。 本所において参加商店街の事業内容を集約し、これらの事業の開催については同時期に実施を行い、催事開催におけるノウハウを合わせて各商店街に提供する。							
	人材交流型	各商店街にとっては、他商店街の催事と自商店街の催事情報を共有し、商工会議所が取り纏めることにより今後の商店街活性化に繋げる。							
	○ 販路開拓型	告知方法としては、集約した催事内容を掲載したチラシを作成(お得!楽しい!商店街へ出かけよう<仮称>)し、地域ポータルサイト、新聞折込等により広範囲にプロモーションする。							
	ハズレ型	【スケジュール】 6月～: 市内商店街に本事業内容の説明を行う。 7月～: 本事業の参加商店街を公募。事業計画作成を支援。 8月～9月: 支援した内容の取りまとめと共有化を図る。							
	独自提案型	10月: 各商店街に事業の確認後、当事業を新聞折込チラシ配布ならびにWEBでの情報配信を実施。 11月～12月: 事業実施							
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	商業			
(d)相談事業相乗効果: 支援した商店街に属する店舗の内5店舗をカルテ化目標とする。									

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⇒ 19 商店街	設定：管内商店街組織、市場を対象とする。 前年度、当年実績から算出した。 募集：上記の役員等への周知、他当所報・ホームページ等での周知。									
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	本事業を通じて、管内の商店街で共有し、広範囲へプロモーションすることで参加商店街への集客を図る。地域の活性化として、商店街の賑わい創出として、加盟店舗の販売促進としての活動に繋がる。										
	指標	集客につながったと答えた商店街数の割合	数値目標	60%								
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	50,500	円 ×	支援企業数	19	社 ×	係数	10.00	=	標準事業費	9,595,000	円
	⇒		円 ×			社 ×			=		円	
			円 ×			社 ×			=		円	
			円 ×			社 ×			=		円	
			円 ×			社 ×			=		円	
			円 ×			社 ×			=		円	
			円 ×			社 ×			=		円	
		合計			19	社	(小計)				9,595,000	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			9,595,000	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠												
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)								
	9,595,000	円	×	0.50	=	4,797,500	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)						
	○	北大阪商工会議所	4,797,500 円		19							
			円									
			円									
			円									

事業名		ビジネスマッチング交流会開催による販路開拓ネットワークの構築		事業番号	5	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	新規取引先の開拓を希望する小規模事業者等に対してビジネスマッチング交流会を開催し、専門アドバイザー事業（中小企業診断士）との連携による専門的アドバイスや関係支援機関への繋ぎを行うことで、販路開拓および人的ネットワーク構築を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナウイルス感染症による社会変化により、消費者の行動・事業環境が大きく変化している現況において、地域の事業者にとって、新たなビジネスモデルの構築・販路開拓等が喫緊の課題となっている。そこで事業者が本交流会において情報交換・意見交換できる場を提供することにより参加者がつながり、新たなビジネスモデル構築のヒントを得たり、新規取引先を見つけることを目的とする。また事業者同士の口コミによる販路拡大（広告効果）をメインに、中長期的にはSNSを活用した販路開拓のためのネットワーク構築やネットワーク上でのビジネスマッチングも促していく。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	令和4年度に開催した本事業において、ビジネスマッチング交流会への参加数は66名と多く、事業者アンケートにおいても「満足」「おおむね満足」の参加者の割合が97%と非常に高かったことから、府内事業者からのニーズは確実に存在する。また専門相談事業においても新しいビジネスモデル構築や販路開拓に関しての相談も多いことから、本事業継続による府内事業者のベネフィットは高まると考える。					
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	「ビジネスマッチング交流会」8回開催、合計58.5社が参加。枚方市駅前T-Siteにて会場実施。 ①令和4年 5月19日開催 支援社数 7 ②令和4年 6月16日開催 支援社数 7 ③令和4年 7月21日開催 支援社数 9.5 ④令和4年 8月18日開催 支援社数 7 ⑤令和4年 9月14日開催 支援者数 6 ⑥令和4年10月20日開催 支援社数 8 ⑦令和4年11月17日開催 支援社数 7 ⑧令和4年12月15日開催 支援社数 7					
	反省点	交流会の集客や満足度の高さにおいては一定の成果を残せたが、交流会後の参加者の繋がりや販路開拓実績の把握が不十分であったことが反省点である。後追いの仕組みを作り成果の把握と交流会内容のブラッシュアップにつなげる。					
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	新規取引先・事業連携先の開拓を希望する事業者を商工会議所HPや公式LINE等で募集し、ビジネスマッチング交流会を会場開催する。交流会では、専門アドバイザー事業に登録している中小企業診断士にコーディネーターとして参加頂き、適切な情報提供やアドバイスを行ったり、関係機関への繋ぎ等を行うことで参加者の経営力向上も狙う。さらに参加事業者が交流することにより、日々の営業活動において交流会で知り合いになった事業者を紹介しあう仕組みの重要性を商工会議所職員からお伝えし、交流会以外のビジネスシーンでも、当交流会でのネットワークを活用してもらう。中長期的には上記仕組みを補完するために、参加企業同士のSNSでの連携（コミュニティ作り）を職員主導で行い、販路開拓や事業者連携を進めていく。					
	○ 人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズオン型	開催時期：令和5年4月から令和6年2月の間に合計5回程度開催する。 開催場所：枚方市駅周辺の貸会議室・貸スペース 開催内容：府内小規模事業者によるビジネスマッチング交流会、中小企業診断士がコーディネーターとして参加する。 開催手順 1. 職員から交流会の趣旨と開催の流れを説明 2. 中小企業診断士から販路開拓の重要性の説明と経営に関するアドバイス実施 3. 参加者による事業内容や繋がりたい業種などの発表 4. 意見交換を含めた名刺交換会 (お互いが日々の営業で知り合う方々へ紹介してもらいたい事業内容を共有する) 5. 経営指導員からの国・府・市の経営に関する施策や支援策等の情報提供 6. 口コミをベースとしたネットワークを補完するためのSNS (FB) への登録依頼					
	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		
		(d) 相談事業相乗効果：参加事業所に対し、1割のカルテ化（販路開拓支援・マーケティング支援）を目指す。					

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⇒ 35 社	設定根拠：7名程度のビジネスマッチング交流会を5回程度開催する。令和4年度実績から算出。 募集方法：商工会議所の公式LINE（会員・非会員）による募集 ホームページからの募集（会員・非会員） 窓口相談からの募集（会員・非会員）									
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	交流会での情報交換等で新たな販路開拓に関するヒントや有益な情報を手にすることができる。中小企業診断士による適切なアドバイス・交流会後の専門相談等が期待できる。販路に関する紹介や連携先の情報を交換できるネットワーク構築ができる。										
	指標	交流会を通じて商談に繋がった事業所数	数値目標	5								
その他目標値	目標値の内容⇒											
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	40,400	円 ×	支援企業数	35	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	1,414,000	円
	⇒		円 ×			社 ×			=		円	
			円 ×			社 ×			=		円	
			円 ×			社 ×			=		円	
			円 ×			社 ×			=		円	
	合計			35	社		(小計)			1,414,000	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			1,414,000	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)							
	1,414,000	円 ×	0.50	=	707,000	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）				
	○	北大阪商工会議所		707,000 円		35						
				円								
				円								
				円								

事業名		課題別人材育成事業		事業番号		6	新規/継続	継続
想定する実施期間		H25	年度～	年度まで	11	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	独自で職場外教育訓練を実施することが困難である中小企業・小規模事業者の経営力強化を図るため、事業者のニーズや社会情勢に見合ったテーマのセミナーを開催する。						
	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・小規模事業者の経営力強化にとって、人材の能力育成が課題である一方で、独自で職場外教育訓練を実施することは、費用などの諸問題により困難であることが見受けられる。そこで地域の経営支援機関である商工会議所が研修事業を実施することにより、中小・小規模事業者に対する人材育成の場を提供し、その経営力強化を図る。本事業では経営課題別の人材育成事業を実施する。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	全業種を対象とする。 経営課題を認識し、課題解決を目指す中小・小規模事業者の経営者又は社員を対象とする。						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	小規模事業者の多くは、社員教育の重要性を認識しているものの、費用負担などの理由により、自社単独での職場外教育訓練の実施は困難とされる。過去数年の事業実績および令和4年度新入社員セミナーへの参加者実績からも、小規模事業者の人材育成に対する関心と、地域経済団体である商工会議所が実施する研修事業へ高いニーズが伺える。						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	1回目「新入社員セミナー」 令和4年4月28日(木) 10:00～15:00 支援事業所数21.5社 参加者数34人 2回目「元奈良県庁のスーパー公務員、福野博昭さんと一緒に考えよう!地域を元気にするオモロいプロジェクト」 令和5年2月11日(土) 13:00～16:00 第1回目セミナーで合計21.5社を支援。また、今年度残り1回のセミナーも2月に開催予定。						
	反省点	「新入社員セミナー」については、参加者数は多かったものの、同事業者からの複数人申し込みが多く、支援事業所数が想定を若干下回った。次年度はより多くの事業者に積極的な広報を行い、支援事業所数を増やす必要がある。						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	開催期間 4月～2月の間に2回開催する。 開催場所 枚方ビオルネ5階「ビーゴ」イベントルーム等						
	人材交流型	内 容 令和4年度に実施した「新入社員セミナー」及び、令和3年度に実施した「元吉本興業、伝説の広報マン 竹中功さんが語る広報PRの極意」のアンケート内容などから、事業者のニーズにあったセミナーを開催する。						
	販路開拓型	実施方法 セミナーは座学形式で実施。						
	ハズオン型	予定するテーマ ○新入社員向けセミナー、ビジネスモデル構築・集客力向上についてのセミナーを開催予定。 ○また状況に応じて、経済・国際情勢、CS向上支援などを検討している。						
	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)		<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	人材育成・労務		
		(d)相談事業相乗効果：参加事業者の1割のカルテ化を目標とする。						
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⇒	令和4年度に実施した「新入社員セミナー」及び、令和3年度に実施した「元吉本興業、伝説の広報マン 竹中功さんが語る広報PRの極意」を基に算出 ○各所広報誌・ホームページを利用した広報 ○過去参加者へのDM ○他地域活性化事業参加者への案内 ○当所公式LINEアカウントでの案内					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	54 社	○経営者又は従業員が本事業で取り上げたテーマに関する知識を深めることで、自社課題の問題点を浮き彫りにし、解決策を講じて事業運営を円滑化する。					
	指標		事業課題解決に役立ったとする事業所数の割合			数値目標	90%	
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 ×	23	社 ×	1.00	=	464,600	円		
	20,200	円 ×	31	社 ×	1.00	=	626,200	円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		合計	54	社	(小計)		1,090,800	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%)								円		
								計	1,090,800	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		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)			
	1,090,800	円	×	0.50	=	545,400	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)			
	○	北大阪商工会議所		545,400 円		54				
				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⇒ 23 社	「新入社員向けセミナー」(予定) 令和4年度「新入社員セミナー」の実績(支援事業所数21.5社 参加者数34人)を基にし、より多くの事業者積極的に広報を行う予定である事を踏まえ、算出。	
	支援対象企業の変化	経営者又は、従業員が本事業で取り上げたテーマに関する知識を深める事で、自社課題の問題点を浮き彫りにし、解決策を講じて事業運営を円滑化する。		
	その他目標値	指標	事業課題解決に役立ったとする事業所数の割合	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⇒ 31 社	「ビジネスモデル構築・集客力向上セミナー」(予定) 令和4年度2回目セミナーが台風により延期となり、2月に開催予定であることから、令和3年度開催セミナー「元吉本興業、伝説の広報マン 竹中功さんが語る 広報PRの極意」の実績を基に算出。	
	支援対象企業の変化	経営者又は、従業員が本事業で取り上げたテーマに関する知識を深める事で、自社課題の問題点を浮き彫りにし、解決策を講じて事業運営を円滑化する。		
	その他目標値	指標	事業課題解決に役立ったとする事業所数の割合	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		大阪府北大阪高等職業技術専門校 活用事業	事業番号	7	新規/継続	継続
想定する実施期間		H25 年度～ 年度まで	12 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	大阪府立北大阪高等職業技術専門校のテクノ講座を活用したものづくり人材育成事業				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	管内では、平成25年4月に大阪府立北大阪高等職業技術専門校が津田サイエンスヒルズに開校されており、ものづくり・建築関連事業者の人材育成事業が実施されている。2016年経済センサス(RESAS調べ)において、企業単位における製造業ひとりあたりの労働生産性は大阪府が8,422千円であるのに対し、枚方市7,242千円・寝屋川市6,705千円・交野市6,382千円・守口市4,440千円・門真市9,494千円・大東市6,111千円・四條畷市4,493千円となっており、総じて低いため、製造業従業者の生産性を継続して高めていく必要がある。管内事業者に対する人材育成事業を実施し、大阪の成長を支える上で不可欠な基盤である人材を育成・労働生産性を高める事を目的とする。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北大阪商工会議所・守口門真商工会議所・大東商工会議所・四條畷市商工会管内の製造業・建設業をメインとした事業所を支援対象とする。また、事務系職員を対象とした講座にも好評があり、幅広い職種への支援も行う。技術習得講座が多いため、技専校対応可能数をベースに支援企業数を調整していく。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	一般的な経営セミナーと違い、実際に工作機械等を使用したものづくり製造業・CADをメインとした建築系の実習を開催しており、本事業実施を望む事業者が多いことがアンケートより伺える。さらに受講生が学んだ技術の延長や他の技術を習得したいという声も多くある。また、人材開発支援助成金におけるOFF-JTとして活用されている事業者もある。定員を超える申込によるキャンセル待ちがでる講座が多く企業からの当事業へのニーズを伺える。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	北大阪高等職業技術専門校へのオーダーメイド講座として下記13講座を開催 (今期残り1講座も順次開催予定) ①中小企業の総務・経理の日常業務入門(前期) 令和4年5月12日・16日・18日 17.5社支援 ②機械図面作成のためのAutoCAD基礎講座 令和4年5月13日・20日・27日 9.5社支援 ③自由研削砥石特別教育 令和4年5月23日・24日 6社支援 ④建築図面作成のためのJw_CAD基礎講座(前期) 令和4年6月3日・10日・17日 11.5社支援 ⑤工業簿記入門 令和4年6月9日・16日・23日 9社支援 ⑥安全衛生と機械製図(手描き) 令和4年6月13日・14日 5.5社支援 ⑦宅地建物取引士勉強会 令和4年6月29日・7月13日・8月3日・24日・9月7日 6.5社支援 ⑧3次元CAD応用編(Solideorks2012) 令和4年7月14日・21日・28日 7社支援 ⑨はじめから学ぶ簿記知識入門 令和4年9月29日・30日・10月3日 19.5社支援 ⑩機械工作(旋盤)入門 令和4年10月6日・7日 3.5社支援 ⑪中小企業の総務・経理の日常業務入門(後期) 令和4年10月24日・27日・31日 20社支援 ⑫建築図面作成のためのJw_CAD基礎講座(土曜) 令和4年11月19日・26日・12月3日 5社支援 ⑬機械工作(フライス盤)入門 令和4年12月5日・6日 4社支援 現在までで合計124.5社を支援。 また、今期残り1講座も順次開講予定				
	反省点	新型コロナウイルス感染症の拡大により申込者が減少した。また、体調不良や発熱等での欠席も目立った。感染症対策に伴う定員確保・徹底した予防に関して、今後は技専校とさらなる連携を深め、スムーズな事業遂行を目指していきたい。				
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	人材育成型	北大阪高等職業技術専門校へのオーダーメイド講座として下記18講座を開催予定				
	人材交流型	①5月	測定基本、誤差の原因対策(前期)	2日間		
		②5月	中小企業の総務・経理の日常業務入門(前期)	3日間		
	販路開拓型	③5月	建築図面作成のためのJw_cad基礎講座(前期)	3日間		
		④5月	自由研削砥石特別教育	2日間		
	ハズレ型	⑤6月	工業簿記入門	3日間		
⑥6月		安全衛生と機械製図(手描き)	2日間			
○ 独自提案型	⑦7月	宅地建物取引士勉強会	5日間			
	⑧7月	マシニングセンタ(プログラミング編)	3日間			
	⑨7月	機械製図(寸法・幾何公差編)	2日間			
	⑩8月	3次元CAD入門(SolidWorks2012)	3日間			
	⑪9月	はじめから学ぶ簿記知識入門	3日間			
	⑫10月	測定基本、誤差の原因対策(後期)	2日間			
	⑬10月	機械加工入門(フライス盤・旋盤)	2日間			
	⑭11月	中小企業の総務・経理の日常業務入門(後期)	3日間			
	⑮11月	機械加工(フライス盤・旋盤)技能編	3日間			
	⑯11月	建築図面作成のためのJw_cad基礎講座(土曜)	3日間			
	⑰12月	3次元CAD応用(SolidWorks2012)	3日間			
	⑱1月	マシニングセンタ(加工・段取り)	3日間			

のかを 明確に)	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果
		労-14	技術専門学校を活用した中小企業従業員等の技術向上事業		人材育成・労務
		(a)府施策連携：大阪府雇用推進室人材育成課技術専門学校グループ・北大阪高等職業技術専門学校と連携し、施設周知・活用とその利用による参加企業の技術力向上を図る。 (b)広域連携：各商工会議所・商工会が管内事業者へ事業周知を行い、北大阪商工会議所が主幹として実施する。			
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⇒ 216 社	前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき平均12社 (北大阪4社・守口門真4社・大東3社・四條畷1社)にて実施 18講座を開催予定。各会議所・商工会会報誌・HP・SNSにて事業案内・事業者 への個別訪問・DM・電話での案内		
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業 効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門学校の役割認識		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合
	その他目標値	目標値の内容⇒	数値目標	90%	
算定基準 (行が足りない場合は、⇒ の行に挿入)	サービ単価	支援企業数	係数	標準事業費	
	1 40,400 円 ×	12 社 ×	1.20 =	581,760 円	
	2 40,400 円 ×	20 社 ×	1.30 =	1,050,400 円	
	3 40,400 円 ×	12 社 ×	1.30 =	630,240 円	
	4 40,400 円 ×	10 社 ×	1.20 =	484,800 円	
	5 40,400 円 ×	10 社 ×	1.30 =	525,200 円	
	6 40,400 円 ×	10 社 ×	1.20 =	484,800 円	
	7 40,400 円 ×	10 社 ×	1.50 =	606,000 円	
	8 40,400 円 ×	10 社 ×	1.30 =	525,200 円	
	9 40,400 円 ×	10 社 ×	1.20 =	484,800 円	
	10 40,400 円 ×	10 社 ×	1.30 =	525,200 円	
	11 40,400 円 ×	20 社 ×	1.30 =	1,050,400 円	
	12 40,400 円 ×	12 社 ×	1.20 =	581,760 円	
	13 40,400 円 ×	10 社 ×	1.20 =	484,800 円	
	14 40,400 円 ×	20 社 ×	1.30 =	1,050,400 円	
	15 40,400 円 ×	10 社 ×	1.30 =	525,200 円	
	16 40,400 円 ×	10 社 ×	1.30 =	525,200 円	
	17 40,400 円 ×	10 社 ×	1.30 =	525,200 円	
	18 40,400 円 ×	10 社 ×	1.30 =	525,200 円	
合計		216 社	(小計)	11,166,560 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	11,166,560 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)	ものづくり分野又は建築分野を受講対象とする講座が多く、そのため参加事業者を募る際、一般的なセミナー 事業と比較し、相応の人的労力(製造業・建設業メインの実習講座が多く、募集時に案内事業者が限られてく るため、個別訪問や電話にて具体的な説明を有するケースがある。アンケートの結果等から受講者からの一定 の評価を頂いており、まだ当事業を活用したことのない域内事業所の掘り起こしをおこなっていくため)が発 生することが予想され、DMなどの広報費の多くの負担も予想される。また事業実施にあたり専門校との連 絡・調整業務の負担が予想される。				
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等		
	②受益者負担	円	負担金の積算		
	<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)		
11,166,560 円	× 1.00 =	11,166,560 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）
	○	北大阪商工会議所	4,466,624 円	72	各会議所・商工会が予定する参加者数 （1事業につき北大阪4社、守口門真4社、大東3社、四條畷1社）で計算した。また補助額の1割を代表団体である北大阪に配分
		守口門真商工会議所	3,349,968 円	72	
		大東商工会議所	2,512,476 円	54	
		四條畷市商工会	837,492 円	18	

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	測定基本、誤差の原因対策（前期） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき12社		
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識			
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標	90%
	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	中小企業の総務・経理の日常業務入門（前期） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき20社		
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識			
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標	90%
	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⇒ 12 社	建築図面作成のためのJw_cad基礎講座（前期） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき12社		
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識			
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標	90%
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	自由研削砥石特別教育 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき10社		
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識			
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標	90%
	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⇒ 10 社	工業簿記入門 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき10社		
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識			
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標	90%
	その他目標値	目標値の内容⇒ 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⇒	安全衛生と機械製図（手描き） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき10社		
		10 社			
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識			
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標	90%
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⇒	宅地建物取引士勉強会 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき10社		
		10 社			
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識			
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標	90%
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⇒	マシニングセンタ（プログラミング編） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき10社		
		10 社			
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識			
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標	90%
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⇒	機械製図（寸法・幾何公差編） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき10社		
		10 社			
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識			
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標	90%
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⇒	3次元CAD入門（SolidWorks2012） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき10社		
		10 社			
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識			
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標	90%
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標⑪	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	はじめから学ぶ簿記知識入門 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき20社		
		20 社			
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識			
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標	90%
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業の目標 ⑫	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 12 社	測定基本、誤差の原因対策（後期） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき12社	
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識		
	その他目標値	指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標
事業の目標 ⑬	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	機械加工入門（フライス盤・旋盤） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき10社	
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識		
	その他目標値	指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標
事業の目標 ⑭	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	中小企業の総務・経理の日常業務入門（後期） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき20社	
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識		
	その他目標値	指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標
事業の目標 ⑮	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	機械加工（フライス盤・旋盤）技能編 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき10社	
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識		
	その他目標値	指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標
事業の目標 ⑯	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	建築図面作成のためのJw_cad基礎講座（土曜） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき10社	
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識		
	その他目標値	指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標
事業の目標 ⑰	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	3次元CAD応用（SolidWorks2012） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき10社	
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識		
	その他目標値	指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標

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⇒	マシニングセンタ（加工・段取り） 前年度までの実績に基づいて設定。1事業につき10社	
		10 社		
	支援対象企業の変化	○ものづくり・建築分野企業在職者の技能向上による企業競争力の強化及び事務系在職者の事務作業効率化による生産性の向上 ○産業人材育成拠点としての北大阪高等職業技術専門校の役割認識		
		指標	参加事業者の内、業務へ実践出来ると回答する割合	数値目標
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		小規模事業者向け販促Webサイト構築支援事業	事業番号	8	新規/継続	継続
想定する実施期間		H27 年度～ 年度まで	9	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	Web専任者をおけない小規模事業者でも、Webサイトを軸としたインターネットによる販路開拓について戦略を立て実行していけるよう、講義・ワークショップ・実践により支援を行う。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>販路としてWebを活用することが一般的となって久しいが、その手法は進化し続けている。また、コロナに加え円安・物価上昇など企業を取り巻く環境の著しい変化に伴い、Webを活用した販路拡大への必要性が更に高まっている。このような現状で、Webサイトを軸としてインターネットを活用したプロモーションや集客に力を入れ、販路拡大に成功した事例を目にすることが多い。</p> <p>しかし、中小企業とりわけ小規模事業者の場合、人材やスキル等の問題により、最新情報の収集や手法の理解が進まず、必要性を理解しながらもWebサイトの開設に至っていない、あるいは、販路拡大のための効果的な活用が進んでいない状況が依然として見受けられる。</p> <p>Webサイト活用は要点を押さえれば事業者の規模にかかわらず取り組むことができ、小規模事業者にとって強力な販路となり、活用成否は事業への影響が大きい。</p> <p>そこで、当事業では、小規模事業者のWebサイト活用を成功に導くため、Webサイト構築支援と集客プロモーション支援を行う。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	あらゆる業種の小規模事業者を対象とする。エリアは昨年度と同様に北大阪（枚方・寝屋川・交野）・東大阪・豊中・守口・門真とする。下記ニーズ調査により販路としてのWeb活用支援を要望する声が多かったためである。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>(管内展開) 会員巡回や相談事業での聞き取り調査により把握している。未だWebサイトを持っていないかたり、持っても販路としての活用方法に悩む小規模事業者が多く、アドバイスが欲しいという声を耳にすることが多い。</p> <p>(広域展開) 管外にも同様の課題を抱える事業者が数多く存在しているものと考えられるため、広域での支援が必要である。</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	<p>【A】Webサイト構築</p> <p>A-① 戦略策定、サイト基礎構築</p> <ul style="list-style-type: none"> 北大阪エリア・東大阪エリア合わせて4クールを終え、参加定員を満了し満足度も高い 東大阪エリアの残る1クールは2～3月開催予定 <p>A-② 販路に活用できるサイト構築</p> <ul style="list-style-type: none"> 1月開催予定で既に満席となっている <p>【B】Webサイト集客プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> 4クール開催済、参加定員を満了し満足度も高い 				
	反省点	昨年同様、実践的なワークを多く含む【A】Webサイト構築をスキルレベルに応じて2つに分けたことでスムーズに実施できている。セミナー内容に最新情報を取り入れるよう講師と共に改善を行い満足度も高い。セミナー時に気づいた参加者のスキル不足や逆に高度なスキル要望に対しては相談事業へ導き支援を行えている。ただ【A】について、北大阪エリアからの申込企業が想定より多く、断るケースがあった点が反省点である。				
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	○	人材育成型	<p>●人材交流型</p> <p>【A】Webサイト構築</p> <p>A-① 戦略策定、サイト基礎構築</p> <p>経営戦略を意識しWeb集客戦略を立てるとともに、Webの最新動向と効果あるサイト構築に必要な正しい基礎知識を得る。戦略にそってサイトのベースとなるトップページを中心とした基礎ページを作成する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 18社×4日間を2クール／開催場所：北大阪商工会議所管内の会場 10社×4日間を3クール／開催場所：東大阪商工会議所 			
	○	人材交流型	<p>A-② 販路に活用できるサイト構築</p> <p>A-① 終了程度の知識前提、Web集客戦略の確認から開始、サイト活用の目標を明確にし、SEO対策や訪問者の動線を考慮した構成の検討、コンテンツへの落とし込みを行い、目標達成に向けてサイト構築または改善を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> 19社×4日間を1クール／開催場所：北大阪商工会議所管内の会場 			
		販路開拓型	①②とも、ワークにより各種手法の定着を、参加者間のディスカッションにより顧客視点の気づきや新たな強み発見を狙う。最終日には専門家がレビューを行い講座後のブラッシュアップを促す。ページ作成やサイト構築は1人1台のパソコンでCMSを用いて行う。			
		ハンズオン型	<p>●人材育成型</p> <p>【B】Webサイト集客プロモーション</p> <p>集客やプロモーションにサイトを活用する手法について要点を解説しスムーズな実施へと導く。具体的には、検索エンジン対策・広告によるサイトへの訪問者増、SNSとサイトを連携させたファンづくり促進、それらの実施効果把握（GoogleアナリティクスやSNSインサイト）とPDCAの重要性について、適宜組み合わせたセミナーとする。</p> <p>講座中にフォローが必要な難易度が高い方を①、座学で理解可能な難易度が低い方を②とする。</p>			

明確に)	独自提案型	B-① 10社×1日間を2クール／開催場所：北大阪商工会議所管内の会場 B-② 15社×1日間を2クール／開催場所：北大阪商工会議所管内の会場 ※【A】 【B】ともコロナの状況に応じて、開催方式をハイブリッド型（会場受講+オンライン受講）とする場合あり。					
	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	○
		販路開拓					
		(b)広域連携：北大阪（枚方・寝屋川・交野）・東大阪・豊中・守口門真エリアで事業を展開する。北大阪商工会議所がセミナー内容監修役となり、流行が早いWeb最新動向を考慮したセミナー内容となるように調整する。 (d)相談事業相乗効果：セミナー受講によって得られるWeb戦略策定における基本プロセスおよび実践を上手く自社に適用し販促に繋げられるよう、終了後も経営指導員による伴走型継続支援を行う。（カルテ化20%）					
主な事業の	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	●人材交流型 《A-①》合計66社 北大阪26社、東大阪30社、豊中2社、守口門真8社 募集は会報、ホームページ、SNS、メールマガジン、指導員による 《A-②》合計19社 北大阪14社、東大阪2社、豊中1社、守口門真2社 募集は会報、ホームページ、SNS、メールマガジン、指導員による ●人材育成型 《B-①》合計20社 北大阪18社、東大阪1社、守口門真1社 募集は会報、ホームページ、SNS、メールマガジン、指導員による 《B-②》合計30社 北大阪28社、東大阪1社、守口門真1社 募集は会報、ホームページ、SNS、メールマガジン、指導員による 過年度の実績やアンケートに基づく。ディスカッションや実習を含むため1回当たりの企業数は1会場および1オンライン画面で目が届く範囲とし、講座内容の難易度により講座後の相談事業で支援可能な企業数となるよう設定した。				
		135 社					

目 標	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	下記いずれかの変化とする ・異業種交流により新たな気づきを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・新たな販路として活用できるWEBサイトのベースが構築できる ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く		
	指標	上記変化のいずれかの様子が見られ、課題解決策を得て、その対策に取り組んだ事業者の割合	数値目標	50%
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 ×	66	社 ×	1.40	=	3,732,960	円		
	40,400	円 ×	19	社 ×	1.40	=	1,074,640	円		
	20,200	円 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円		
	20,200	円 ×	30	社 ×	1.00	=	606,000	円		
		円 ×		社 ×		=		円		
	合計		135	社	(小計)		5,817,600	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	5,817,600	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠										
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)			
	5,817,600	円 ×	0.75	=	4,363,200	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)				
	○	北大阪商工会議所		2,575,500 円	86	北大阪は幹事として企画調整・広報・運営等について担当する。 東大阪はA-①について支援企業数を基準に分配し、A-②2社・B-①1社・B-②1社の参加企業の発掘を行う。豊中はA-①2社・A-②1社、守口門真はA-①8社・A-②2社・B-①1社・B-②1社の参加企業の発掘を行う。事後フォロー及び、カルテ化については各団体と相談の上で分担する。				
		東大阪商工会議所		1,363,500 円	34					
		豊中商工会議所		90,900 円	3					
		守口門真商工会議所		333,300 円	12					
				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⇒	《A-①》合計66社 北大阪26社、東大阪30社、豊中2社、守口門真8社 募集は会報、ホームページ、SNS、メールマガジン、指導員による		
		66 社	過年度の実績やアンケートに基づく。ディスカッションや実習を含むため1回当たりの企業数は1会場およびオンライン画面で目が届く範囲とし、講座内容の難易度により講座後の相談事業で支援可能な企業数となるよう設定した。		
	支援対象企業の変化	下記いずれかの変化とする ・異業種交流により新たな気付きを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・新たな販路として活用できるWEBサイトのベースが構築できる ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く			
		指標	上記変化のいずれかの様子が見られ、課題解決策を得て、その対策に取り組んだ事業者の割合	数値目標	50%
	その他目標値	目標値の内容⇒			
	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	《A-②》合計19社 北大阪14社、東大阪2社、豊中1社、守口門真2社 募集は会報、ホームページ、SNS、メールマガジン、指導員による		
		19 社	過年度の実績やアンケートに基づく。ディスカッションや実習を含むため1回当たりの企業数は1会場およびオンライン画面で目が届く範囲とし、講座内容の難易度により講座後の相談事業で支援可能な企業数となるよう設定した。		

事業の目標②	支援対象企業の変化	下記いずれかの変化とする ・異業種交流により新たな気付きを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・新たな販路として活用できるWEBサイトのベースが構築できる ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く	指標	上記変化のいずれかの様子が見られ、課題解決策を得て、その対策に取り組んだ事業者の割合（A-①終了程度の知識前提であるため難易度が上がる）	数値目標	40%
	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⇒ 《B-①》合計20社 北大阪18社、東大阪1社、守口門真1社 募集は会報、ホームページ、SNS、メールマガジン、指導員による	20社	過年度の実績やアンケートに基づく。ディスカッションや実習を含むため1回当たりの企業数は1会場および1オンライン画面で目が届く範囲とし、講座内容の難易度により講座後の相談事業で支援可能な企業数となるよう設定した。		
	支援対象企業の変化	下記いずれかの変化とする ・異業種交流により新たな気付きを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く	指標	講座内容を理解し、上記変化のいずれかの様子が見られた事業者の割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒					
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 《B-②》合計30社 北大阪28社、東大阪1社、守口門真1社 募集は会報、ホームページ、SNS、メールマガジン、指導員による	30社	過年度の実績やアンケートに基づく。ディスカッションや実習を含むため1回当たりの企業数は1会場および1オンライン画面で目が届く範囲とし、講座内容の難易度により講座後の相談事業で支援可能な企業数となるよう設定した。		
	支援対象企業の変化	下記いずれかの変化とする ・異業種交流により新たな気付きを得られる ・Web販路開拓戦略は経営戦略と連携していることを認識する ・顧客視点で考えることの重要性に気付く ・情報技術や消費者動向の変化に応じた販促の必要性に気付く ・自社の強みの分析等が販路開拓の要因として重要であることに気付く ・Webサイトプロモーション手法を理解する ・PDCAによる継続運営の重要性に気付く	指標	講座内容を理解し、上記変化のいずれかの様子が見られた事業者の割合	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。

6. 経費支出計画書（経費内訳）

北大阪商工会議所

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	380	25,000	9,500,000		
支援機関等へのつなぎ	25	10,000	250,000		
金融支援（紹介型）	30	30,000	900,000		
金融支援（経営指導型）	35	40,000	1,400,000		
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	15	25,000	375,000		
労務支援	5	20,000	100,000		
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	25	20,000	500,000		
販路開拓支援	10	20,000	200,000		
事業計画作成支援	150	50,000	7,500,000		
創業支援	45	20,000	900,000		
事業継続計画(BCP)等作成支援	6	20,000	120,000		
コスト削減計画作成支援	1	20,000	20,000		
財務分析支援	0	10,000	0		
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	1	10,000	10,000		
事業承継支援	20	20,000	400,000		
災害時対応支援	0	5,000	0		
フォローアップ支援	3	5,000	15,000		
結果報告	380	10,000	3,800,000		
小 計	-		26,730,000		26,730,000

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	30	720,000	
税務相談※	80	1,920,000	
労務相談	25	600,000	
その他相談	205	4,920,000	
小 計	340	8,160,000	8,160,000

※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	
		56,444,328