

令和6年度（2024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
Fax：			072-956-1950	
	E-mail：	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 8人） 令和6年1月時点			
③所管地域	羽曳野市			
④管内事業所数	3,394（令和3年事業所統計調査による）			
⑤管内小規模事業者数	2,367（令和3年事業所統計調査による）			
⑥会員数（組織率）	1,645（48.4%） 令和6年1月12日現在			
	※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）				
<p>(1)商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行なうこと。</p> <p>(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。</p> <p>(3)商工業に関する調査研究を行なうこと。</p> <p>(4)商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(8)商工業者の福利厚生に資する事業を行なうこと。</p> <p>(9)輸出品の原産地証明を行なうこと。</p> <p>(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。</p> <p>(11)行政庁等の諮問に応じて、答申すること。</p> <p>(12)社会一般の福祉の増進に資する事業を行なうこと。</p> <p>(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。</p> <p>(14)行政庁から委託を受けた事務を行なうこと。</p> <p>(15)国際親善の増進を図ること。</p> <p>(16)無料職業紹介事業を行なう。</p> <p>(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。</p> <p>(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69.5%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72.5%、柏原市の71.5%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5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平日・休日ともに地場産業の物産品・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

「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、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。来年の大阪・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運動を昨年引き続き取り組んでいきたい。また、万博参入促進事業も2年目になり、中小零細企業であっても商品情報を閲覧でき、発注等のやり取りも可能なシステムを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時代を迎える中で、地域経済の活力を高め、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、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、製造業や小規模な建設業で全事業所数の45%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。来年に開催される大阪・関西万博を見据え、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2,300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っている。

(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、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昨年に引き続き、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ていく。又地域小規模店舗利用促進のための販促キャンペーンを実施する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、更なる新規顧客の開拓に繋げたい。又今後労働力人口の減少時代を迎える中で、幅広い年齢層の採用に取り組む中小企業事業主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を行う。大阪府経営支援課・労働環境課・大阪産業局等と連携し、労働啓発・BCP普及啓発・事業計画作成支援やデジタル化支援の各セミナーを開催し、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

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。現在問題視されている大都市一極集中も、地域内の産業衰退と雇用縮小が要因の一つと言われている。地域課題の解決や新しい地域事業の展開によって労働力不足や後継者不足といった問題が少しでも解消され、創業機会や雇用拡大の促進に向け各事業に取り組んでいき、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を目指す。

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）		8 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		3 事業所	資金繰り計画作成支援		16 事業所
記帳支援		100 事業所	労務支援		60 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		3 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		15 事業所
5S支援		4 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		14 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	270				
<p>前年度の相談支援実績を基に、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、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う。感染症による経済への影響が落ち着きを見せる一方で、物価高による家計への負担が経済の回復に歯止めをかけ、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等作成支援にも継続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、迅速的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昨年から適用となったインボイス制度等については、専門家につなぎ小規模事業者が抱える問題解決に向けてサポートしていく。</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、昨年より適用となった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していく。</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				6,544,800
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、国内外の関連企業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に繋がる為、企業情報・商品内容を公開、紹介する事ができ、企業や万博協会等から発注、情報等のやり取りが可能なシステムを紹介し、活用出来るよう支援を行い、販路開拓へと結びつける。	656,500
2	○	はびきのBuyLocalキャンペーン	地域小規模店舗利用促進のための販促キャンペーン(共同懸賞)を実施する。また、事業者向けにSNS活用のセミナーも実施する。	2,323,000
3	○	小規模事業者の業務のデジタル化支援事業	小規模事業者の業務改善、生産性向上のため、業務のデジタル化、IT活用を支援する。ChatGPTのような生成AIツールの活用方法を紹介する。	303,000
4	○	中小企業事業主と高校生との交流支援事業	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。	646,400
5	○	事業計画作成支援セミナー	中小企業・小規模事業者の事業再構築を支援する為の事業計画作成支援を行う。	303,000
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。	1,161,500
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
8	○	求人・求職マッチングフェア	幅広い年齢層の採用に取り組む中小企業と、働く意欲のある求職者との企業説明会や就職面接会を実施する。	848,400
(2) 広域事業				3,590,724
9	○	人材確保支援セミナー	労働力人口の減少時代を迎える中で、地域経済の活力を高め、将来を担っていく社員を育て、優れた雇用関係を築く。	303,000
10		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
11	○	南河内特産品ブランディング化推進事業	富田林商工会(幹事)の事業計画書参照	383,800
12	○	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	530,000
13	○	創業促進事業	富田林商工会(幹事)の事業計画書参照	1,911,324
14	○	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
15		大阪勸業展	大阪商工会議所(幹事)の事業計画書参照	50,500
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	106,050
17	○	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)				10,135,524
(うち、府施策連携事業)				8,823,524

事業名		大阪・関西万博 参入促進事業		事業番号	I	新規/継続	継続	
想定する実施期間		令和5 年度～	年度まで	2	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	2025年開催の大阪・関西万博は、国内外の関連企業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に繋がる為、企業情報・商品内容を公開、紹介する事ができ、企業や万博協会等から発注、情報等のやり取りができるシステムを紹介し、活用出来るよう支援を行い、販路開拓へと結びつける。						
	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、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も可能となり、販路拡大や新規顧客の開拓を推進していく事を目的としている。						
	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、人々の興味は非常に高まっており、ビジネスチャンスを創出したい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、自社の技術や製品を広くアピールできる場でもあり、ビジネス交流やパートナーシップの機会も期待される。						
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	商工会会報にてセミナー案内 令和5年8月30日に登録・活用セミナーを開催 13企業が参加。 内3企業のハンズオン型支援を希望され、詳細登録を実施。						
	反省点	2025年開催の大阪・関西万博は、現状世界情勢の不安定さからの建設資材価格の高騰による会場建設費の上振れが懸念されており、会場や海外パビリオンの建設が危ぶまれている事が、各企業の関心を薄くしている原因と思われる。 令和6年は、万博のPRを重点的に行い、機運醸成活動を実施するものとする。						
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	【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とし、現在大阪府管理のもと、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が運営されており、登録する事により万博に関連したビジネスチャンスに繋がるセミナーの案内や、企業紹介、会社情報の登録サポートを実施する予定である。						
	人材交流型	登録して頂いた上で、専門家相談事業とも連携し、自社の強みと弱みを認識して頂き、登録する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、支援を行う事で、今後のビジネスチャンスの獲得や販路開拓へと結びつける。						
	○ 販路開拓型	① 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						
	○ ハンズオン型	② 万博関連事業受注者登録システム活用セミナー 万博関連事業受注者登録システムの活用方法について 講師：中小企業支援室 担当課職員						
	独自提案型	③ 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。						
	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-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		
		(a)大阪府経営支援課企画調整グループと連携し、万博関連事業参入セミナーを開催、万博関連事業受注者登録システムへの登録を促進し、販路開拓方法の確立を支援する。 (c)羽曳野市の広報誌、商工会の会報、HP等にてPRと募集を行った後、羽曳野市観光局と連携し、多くの事業者に周知する。 (d)個別に経営事業相談を実施し、企業課題の把握と商品の改良、商品や企業のPR方法など、継続的な支援を行う事により、販路開拓へ繋げる。						
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、10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)	10 社	2025年開催の大阪・関西万博に関与する事により、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。					
	指標	万博関連事業受注者登録システムに登録された事業者の割合	数値目標	70%				
その他目標値	目標値の内容⇒							

	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	⇒ 50,500	円 ×	7	社 ×	1.00	=	353,500	円	
	101,000	円 ×	3	社 ×	1.00	=	303,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		10	社	(小計)		656,500	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	656,500	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)			
	656,500	円 ×	1.00	=	656,500	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		656,500 円		10			
				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⇒ 7 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・関西万博に関与する事により、自社の独自製品・商品・サービス等を世界に紹介・販売・関与する機会を得れるので、今後のビジネスチャンスの獲得や販路開拓、事業展開に繋がる。 指標 万博関連事業受注者登録システムに登録された事業者の割合 数値目標 70%	
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 3	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で、自社の強みと弱みを認識し、PRする情報の方向性も明確になり、会社や商品、技術に関する情報を精査でき、今後のビジネスチャンスの獲得や販路開拓、事業展開に繋がる。 指標 万博関連事業受注者登録システムに登録された事業者の割合 数値目標 100%	
	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		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	5 年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること				
事業の概要	事業概要	地域の小規模店利用促進のための販促キャンペーン（共同懸賞）を実施する。また、事業者向けにSNS活用のセミナーを実施する。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	羽曳野市の地域経済循環率は69.5%、民間消費額の地域外への流出は223億円で、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が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。 当地域においても、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良さを知っていただき、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。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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（約200店）を支援対象とし、そのうち、本事業に興味をもっていただける80店を支援する。							
	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には63店が参加、令和5年に実施した抽選券配布キャンペーンには65店が参加した。市内各商店会の役員からは、毎年継続して市内商店会が連携してキャンペーンを実施することを要望されており、本事業に対する事業者のニーズはあると考える。							
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	令和5年8月2日にBuyLocal運動に以前から取り組んでおられるビーローカルパートナーズより講師を招聘し、BuyLocalの取組みについての研修会を実施した。参加事業者数は8事業者。 令和5年12月11日から12月17日まで、「抽選でQUOカードが当たる！はびきのBuyLocalキャンペーン2023」として、キャンペーン参加店で1000円以上のお買い上げのお客様に抽選券を配布し、QUOカードが当たる共同懸賞を実施した。事業に参加した店舗数は65店。							
	反省点	令和5年8月2日に実施した研修会の参加率が53%と低かった。令和6年は事業者がより興味を持てるように、自身の店の販路拡大に役立てられるようなテーマを選定し、セミナーを開催する。販促キャンペーンについて、地域でのキャンペーンの認知度が低かったため、事業の広報に課題が残った。令和6年度はキャンペーンを告知するInstagramアカウントを開設し、イベントの告知に注力する。							
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	<はびきの Buy Local キャンペーン参加事業者向けセミナー> 今後、BuyLocalキャンペーン参加店のPR、情報発信をSNS（Instagram）で実施していくため、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、SNS（Instagram）の活用についてのセミナーを1回開催する。 時期：令和6年7月下旬 場所：LICはびきの							
	人材交流型	<地域の小規模店利用促進のための販促キャンペーン> 地域の生活者にBuy Localに取組んでもらうきっかけとして、共同懸賞を実施する。 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。							
	○ 販路開拓型	・キャンペーン参加店数：80店 ・共同懸賞実施期間：令和6年11月22日～30日							
	ハズル型	・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を実施する。令和6年度より、キャンペーン参加店の個別のPR、情報発信をSNS(Instagram)で実施する。							
	独自提案型	○ (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							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		商-18	商店街の地域商業機能・地域コミュニティ機能の促進		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、80店の本事業への参加を想定。羽曳野市商店会連合会と連携し、本事業の参加店を募集。 セミナー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	来店客が増加し、売上が増加する。			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	50%
	その他目標値	目標値の内容→							

	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	⇒ 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%)									
							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					
	○	(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)				
	2,323,000	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)		
	○	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、80店の本事業への参加を想定。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	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	50%
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	SNS活用をテーマとするセミナー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、セミナーの参加店を募集。		
	支援対象企業の変化	指標	SNS(Instagram)の活用方法を理解し、SNSでの情報発信に取り組む。 セミナー後のアンケートでSNSの活用方法を理解できたと回答した事業者の割合	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。

事業名		小規模事業者の業務のデジタル化支援事業		事業番号	3	新規/継続	新規	
想定する実施期間		令和6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	小規模事業者の業務改善、生産性向上のため、業務のデジタル化、IT活用を支援する。今年度は生成AIツール（ChatGPT等）の活用方法を紹介するセミナーを実施する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	小規模事業者のデジタル化への取組について、「小規模企業白書2023」掲載のデータによると、デジタル化が図られていない割合が23.1%、電子メールの利用や会計業務等でのデジタルツールの利用が47.3%となっており、小規模事業者の約7割が業務効率化やデータ分析、ビジネスモデルの変革といった、高次のデジタル化に取組んでいない。小規模事業者が業務改善や生産性向上を目指し、業務のデジタル化に取組む余地が十分にある。 本事業は、小規模事業者が業務のデジタル化・IT活用に取組むことにより、業務改善、生産性向上、各種経営課題の解決が実現できることを目的とする。今年度は、昨年話題になったChatGPT等の生成AIツールのビジネスでの活用方法を紹介するセミナーを実施し、事業者の業務改善、生産性向上に向けたきっかけとなることを目指す。						
	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事業所数は2367。(令和3年経済センサス-活動調査 市町村別小規模事業所数より) そのうち、業務のデジタル化に取組みたい事業者、15者を支援予定。(業種問わず)						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	過去の当会の経営支援の実績やIT関連のセミナーの参加率を考慮し、一定程度のニーズがあると判断した。また、昨今の社会環境を鑑みて、小規模事業者への業務のデジタル化・IT活用の啓発・支援は積極的にすすめていく必要がある。						
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							
	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	<業務のデジタル化・IT活用セミナー「ChatGPT(生成AIツール)のビジネス活用」の開催> 開催時期：令和6年8月上旬(90分間のセミナーを1回開催) 開催場所：LICはびきの						
	人材交流型	セミナー内容 ・ChatGPTでできること、できないこと ・ビジネスでの活用方法						
	販路開拓型	・小規模事業者のChatGPT活用事例 ・ChatGPTの使い方、質問の仕方のコツ、リスクについて ・ChatGPT以外の生成AIツールについて						
	ハンズオン型	・自社での活用方法の検討(グループ対話) ・大阪産業局の事業紹介(大阪DX推進プロジェクト・MOBIO事業等)						
	独自提案型	セミナー講師の選定は大阪産業局に相談し決定する。また、セミナー実施後の参加企業へのフォローを、必要に応じて、大阪産業局と連携して実施する。						
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	
	局-5		中小企業のIT/IoT導入、DX推進支援				IT・IoT	
		(a) 小規模事業者が業務のデジタル化、ITの活用について学び、事業者の業務改善、生産性向上を目指す。 (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(セミナー等)への参加状況を踏まえ、15社の本事業への参加を想定。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	15社						
	指標	事業実施後のアンケートにおいて、業務のデジタル化、IT活用に取り組むと回答した事業者の割合	数値目標	50%				
その他目標値	目標値の内容→							

	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	⇒ 20,200	円 ×	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="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)		
	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)		
	○	羽曳野市商工会		303,000 円		15			
				円					
				円					
				円					

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	5	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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56社(羽曳野市内にある事業所で令和6年3月高校生の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5年11月現在の大阪府の有効求人倍率は1.26倍となっており、前年同月の有効求人倍率も1.31倍と企業側にとっては人材採用が難しい状況が続いている。また就職を希望するハローワーク藤井寺管内の高等学校の令和6年3月新規学校卒業予定者の内定率は、令和5年11月末時点では86.1%となっており、また前年同月においても86.4%と高い水準で推移しており、中小企業にとっては新規学卒者の採用活動が厳しい状況が続いている。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規学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製造業・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年度は令和5年1月18日には大阪府内の私立高等学校の就職を希望する高校2年生と、また令和5年1月27日には大阪府内の公立高等学校の高校2年生と、主に羽曳野市に事業所がある中小企業事業主が直接高校に出向き、交流支援事業を実施した。 交流支援事業内容としては、①企業の自己紹介 ②企業の事業内容や経営方針、経営理念 ③若年者に求める能力や資質、社会人としての心構え、中小企業の魅力等について ④高校生からの質問による懇談 という形で行った。 ・参加企業数：大阪府内の私立高等学校4社、大阪府内の公立高等学校6社(重複1社) ・実施日時：令和5年1月18日 11:50～12:40 令和5年1月27日 13:20～15:10 ・参加学生数：大阪府内の私立高等学校28名、大阪府内の公立高等学校36名の計64名 令和5年度に関しては令和5年4月12日に大阪府内の公立高等学校で実施しており、令和6年2月2日に別の大阪府内の公立高等学校で実施予定となっている。					
	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。 令和5年4月に実施した時は一部の参加学生が参加企業に対して興味が無かったようだったので、もう少し学生のニーズに沿うような企業の選定が必要であったと思われる。					
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2～3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						
	販路開拓型						
	ハズ'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			
	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⇒ 12 社	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。						
	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。				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 人	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	人 ×	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%)								
							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	<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)			
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)				
	○	羽曳野市商工会	646,400 円	12					
			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⇒ 6 社	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。	
	支援対象企業の変化	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回答した企業 の割合	数値目標
その他目標値	目標値の内容⇒ 40 人	本事業において中小企業事業主と交流する学生数		
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⇒ 6 社	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。	
	支援対象企業の変化	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回答した企業 の割合	数値目標
その他目標値	目標値の内容⇒ 40 人	本事業において中小企業事業主と交流する学生数		

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		事業計画作成支援セミナー		事業番号	5	新規/継続	新規
想定する実施期間		令和6	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	中小企業・小規模事業者の事業再構築を支援する為の事業計画作成支援を行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業庁の2023年版「中小企業白書・小規模企業白書」によれば足下の新型コロナや物価高騰、深刻な人手不足など、中小企業・小規模事業者は引き続き厳しい状況にある。このような状況において、企業存続の為には、ポストコロナの時代の経済環境の変化に対応できる新たな新事業展開による売上創出、販路開拓、業務改善等の取り組みによる売上増加は必要不可欠な状況である。そこで本事業では中小企業・小規模事業者の事業再構築を支援する為の事業計画作成支援をおこなう。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	新事業展開などの思い切った事業再構築を検討、または販路開拓等の取り組みを検討している羽曳野市内の中小企業・小規模事業者を対象とする。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	窓口や巡回指導の際、ポストコロナの時代に対応する為の新たな取り組みについて相談したいという事業主からの相談がある為、本事業へのニーズは高いと考える。					
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						
	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	<事業計画作成支援セミナー> 新事業展開テイクオフ支援に関する案内や事業再構築や販路開拓等の為の事業計画書の作成支援セミナーを開催する。					
	人材交流型						
	販路開拓型	*開催時期 10月初旬(9月募集開始) *開催場所 LICはびきの *講師 未定 *参加募集事業者数 15社 (感染症等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)					
	ハズオン型						
	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-13	新事業展開テイクオフ支援			創業・経営革新	
		(a) 中小企業支援室 経営支援課 経営革新グループと連携しセミナーを実施し新事業展開テイクオフ支援をおこなう。 (d) 事業実施後にフォローを行い、個別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。				
		15 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、事業計画書の必要性を認識し事業計画書を作成し事業再構築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、事業計画書の作成を希望する企業の割合			数値目標	70%	
	その他目標値	目標値の内容→					

	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	⇒ 20,200	円 ×	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	<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)			
	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						

【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		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		平成31 年度～	年度まで	5 年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	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、市役所魅力づくり推進課が連携し、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。(11月) ○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。(14社)					
	反省点	ブランド認定事業者、商品は増加傾向であるが、すべての商品に対してPRができていないのが現状である。多くの商品の魅力を発信していけるようなプロモーションを計画的に実施していく必要がある。					
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	○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。(10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。(3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。 ○認定商品の大阪・関西万博への販売支援。 ○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委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	○世界遺産である百舌鳥古市古墳群の一つである墓山古墳の水郷より培養した酵母(古墳濠水酵母)を使用した商品の開発支援を実施する。 【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ツツミいちじくソース、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はにわのかくれんば、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古墳クロワッサン、㉒原始パイトルティヨン、㉓古墳濠水酵母パン、㉔クワトロデニッシュ、㉕菊芋オートミルクッキー(22社25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
	番号選択		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(22社うち新規登録2社)を基本として、今年度は新規認定事業者を3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)	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⇒					

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 ×	3	社 ×	1.00	=	303,000	円	
	101,000	円 ×	22	社 ×	0.50	=	1,111,000	円	
	50,500	円 ×	18	社 ×	1.00	=	909,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		合計	43	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%)									
							計	2,323,000	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	(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)				
	2,323,000	円 ×	0.50	=	1,161,500	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		1,161,500 円		43			
				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⇒ 3 社	昨年度の羽曳野ブランド認定事業者数(22社うち新規登録2社)を基本に、今年度は古墳濠水酵母を使用した商品開発への取組を行うことから新規3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⇒ 22 社	既存の22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5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	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	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					
	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30年には大阪府北部地震や台風21号により大阪が被災地となり、一般の新型コロナウイルス感染症の発生など経営上の危機管理強化が望まれており、引き続き普及啓発活動を進めていく必要がある。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が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る。間接的な倒産原因として、得意先や仕入れ先の被災・親会社の倒産等があるようだが、もし事前にBCPを策定していたなら、廃業等を免れた場合もあるかもしれない。中小企業のように資本が脆弱な会社こそがBCPを策定することが重要であり、BCPの普及・啓発を目指す。					
	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対策に取り組む事で、事業所の強み・弱みを再確認し、事前の整えをとる準備とする。					
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	BCP普及・啓発セミナーの講師に、東京海上日動火災保険株式会社 藤井寺支店 支社長代理をお招きし、令和6年1月24日にLICはびきの会議室において開催した。会社・従業員・ご家族を守り、緊急事態に遭遇した場合において、手段などを取り決めていく計画や、実際に大阪府超簡易版BCP「これだけはシート」の作成について講義した。当日の参加事業所数は16社。					
	反省点	啓発活動を進めていても、中小・零細企業にはまだまだ事業継続計画(BCP)の意義が伝わっていないように感じられた。当地区は沿岸地域と比べて取り組みは進んでおらず、実際にパンフレット等を手渡し説明しても、反応が無いのが現状であり、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○印をつけて、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啓発・普及セミナーを開催 策定支援の手引きなどを周知して、それを活用して小規模事業者が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、その他BCPに対する取り組みに繋げていきたい。2024年4月から介護業のBCP策定が義務付けられたので、BCP策定のメリット・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所に対しては、希望に応じて大阪府施策の連携として、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。					
	ハズオン型	【開催場所】 LICはびきの 【開催時期】 2024年9月～12月予定 【内容】 BCP普及・啓発セミナー					
	○ 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支援グループ・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する。 【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・啓発に務める。					
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	15社	
	その他目標値	目標値の内容→					

	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	⇒ 20,200	円 ×	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					
	○	(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)		
	○	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		求人・求職マッチングフェア		事業番号	8	新規/継続	新規
想定する実施期間		令和6 年度～	年度まで	1 年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	幅広い年齢層の採用に取り組む中小企業と、働く意欲のある求職者との企業説明会や就職面接会を実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	企業の発展の為に人材を求める中小企業と、働く意欲はあるものの就職には結びついていない求職者との企業説明会や就職面接会を行い、中小企業の人材不足の解消と経営の安定化を目的とする。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ハローワーク藤井寺管内の羽曳野市内の雇用保険加入企業約1604社及びハローワーク藤井寺の求職登録者を中心とした求人企業・求職者を対象とする。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	令和5年11月の大阪府内の有効求人倍率は1.26倍となっており、前年同月の有効求人倍率も1.31倍と企業側にとっては人材採用が難しい状況が続いている。窓口での相談時や巡回指導の際、中小企業にとっては人材採用が難しく、人材不足が慢性化・深刻化しているという相談を多く受けている。					
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						
	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	企業説明会及び就職面接会を1日2～3社を目安に5～7回程度に分けて実施を予定している。実施時期については大体6月から翌年1月にかけての実施を予定している。					
	○ 人材交流型	人材不足の業種別やシニア採用に積極的に取り組んでいる企業別、パート採用に積極的な企業別など、テーマをあらかじめ設定した企業説明会及び就職面接会を実施することで、効率的でお互いにミスマッチが生じにくい求人求職マッチング事業を行っていく。					
	販路開拓型	開催場所は求職者の利便性の良いハローワーク藤井寺内と、羽曳野市民にとって行きやすい羽曳野市民会館及びLICはびきのでの開催を予定している。就職面接会の参加企業の立地場所や会場のキャパシティに応じて臨機応変に会場を決定していく。					
	ハズナ型	また今回羽曳野市の協力により羽曳野市広報や市ホームページ等で求職者に対して広く周知することができる。					
	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-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		
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⇒	企業説明会・就職面接会への参加企業数。ハローワーク藤井寺に求人登録をしている企業及び人材を求める企業に対して巡回・商工会報・ホームページ等により募集する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	15 社	参加企業が働く意欲ある求職者とマッチングすることで人手不足の解消、経営の安定化及び活性化を図る。				
	その他目標値	指標	面接件数	数値目標		15	
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	目標値の内容⇒	企業説明会・就職面接会への来場者数					
	⇒	サービス単価	円 ×	支援企業数	社 ×	係数	標準事業費
		40,400	円 ×	15	社 ×	1.00	= 606,000
		40,400	円 ×	120	人 ×	0.05	= 242,400
			円 ×		社 ×		=
			円 ×		社 ×		=
		円 ×		社 ×		=	
		円 ×		社 ×		=	
		合計		135	社	(小計)	848,400
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)						
						計	848,400
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							

算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等			
	②受益者負担		円		負担金の積算			
	<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)			
	848,400	円	×	1.00	=	848,400	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		848,400 円		15		
				円				
				円				

事業名		人材確保支援セミナー		事業番号	9	新規/継続	継続		
想定する実施期間		平成23	年度～	年度まで	14	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	人口減少時代に将来を担う若手社員を育てることにより、優れた雇用関係を築く							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	新卒社員のおよそ3割が、3年以内に離職するというのが現状である。厚生労働省の統計によると、令和2年3月に卒業した新規学卒就職者の離職状況は、就職後3年以内の離職率は、新規高卒就職者が37.0%(前年度と比較し1.1ポイント上昇)、新規大学卒就職者が32.3%(同0.8ポイント上昇)となっている。入社後3年間で仕事に必要なノウハウを覚え、これから会社の戦力となる時期に退職してしまうことは、本人だけでなく、多大な時間とコストを社員の教育に充てた会社にとっても大きな不利益となる。人口減少時代を勝ち抜き若手社員の離職防止に取り組むことが目的である。							
	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)	減り行く若年労働人口、新人育成力が会社の重要課題となる。会社に失望し辞めていく若年層社員は年々増加傾向にあり、又退職者の些細な不満がネットや口コミでの発信材料となる。一方、入社後に真面目に働く新入社員も、ストレス等によりメンタルヘルスになり、出社できなくなるといったことが起きている。会社の将来を担う若手社員を育てることにより、より優れた雇用関係が築けることが目的である。							
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	広域セミナー「ワークライフバランスとは」を講師に特定社会保険労務士をお招きし、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5年11月13日～11月26日の2週間の期間を設け、参加しやすい環境とし、この間に89社の事業所が参加し、受講して頂いた。							
	反省点	事業の実施に関しては、長引く感染症対策としてセミナーを動画配信(2週間)で行った。スマートフォン等でQRコードを読み取り、いつでも参加しやすい環境として参加者には好評であった。動画でのセミナーになり大阪府商工労働部雇用推進室労働環境課の府施策の事業説明が充分できなかったのが検討したい。							
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	労働力人口の減少時代を迎える中で、地域経済の活力を高め、企業の競争力を維持・強化していくためには、将来を担っていく若手社員をいかにして育成していくかが企業の課題となる。若手社員が失敗・成功体験を積みながらできることが増え、さらに新しい目標に向かって成長できる職場作りの足がかりとなり、働きやすい労働環境を整え、中小企業の経営の安定を図ることを目的として取り組む。							
	人材交流型								
	販路開拓型	【開催場所】 LICはびきの(予定) 【開催日時】 2024年9月～12月頃(予定) 【内 容】 超高齢化社会がさらに進んだ2030年には生産年齢人口の不足が深刻化し、さまざまな業界において人手不足が顕著となる。また、生産年齢人口の減少は経済に負担をかけ、労働力人口の減少は国内市場の縮小につながる。企業の労働力不足が続くと、現状の従業員数を前提とした業務のあり方は維持できなくなり、既存事業の運営に支障をきたすおそれもある。業務効率化や生産性向上のための効果的な施策の一環として広域でセミナーを行いたい。							
	ハズメ型								
	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
		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河内ブロック6商工会とで連携し、労働啓発 人材確保・離職防止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・河内長野市・大阪狭山市の6商工会の広域で連携し、府指定広報物を配布し、各商工会の労務支援(個別支援)等に繋げる。							
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に商工会報・案内チラシ・ホームページ等で広く募集し周知に努める。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	せっかく苦勞して採用した人材が、早期離職するケースが増えている。しかし、若年層社員がすぐに辞めてしまう現状を嘆いてばかりでも何も変わらない。人材育成の問題を重要課題と位置付け、より良い職場環境の構築を図る。又セミナー参加者には各商工会が行っている専門相談会も案内し利用してもらう。							
	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	80%					
その他目標値	目標値の内容⇒								

	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	⇒ 20,200	円 ×	72	社 ×	1.00	=	1,454,400	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		合計		72	社	(小計)		1,454,400	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	1,454,400	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					
	○	(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)		
	1,454,400		円 ×	1.00	=	1,454,400	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)		
	○	羽曳野市商工会		303,000 円		12	昨年までの実績を参考に、各商工会の支援企業数は12社		
		柏原市商工会		230,280 円		12			
		藤井寺市商工会		230,280 円		12			
		富田林商工会		230,280 円		12			
		河内長野市商工会		230,280 円		12			
		大阪狭山市商工会		230,280 円		12			

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

