

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	豊中商工会議所		
	代表者職・氏名	会頭 吉村 直樹		
	所在地	〒561-0884 大阪府豊中市岡町北1丁目1番2号		
	担当者	職・氏名	事務局長・中小企業相談所長 吉田 哲平	
		連絡先	電話番号（直通）：	06-6845-8001
F a x：			06-6857-0474	
	E - m a i l：	shien@ooana.or.jp		
①設立年月日	昭和24年12月			
②職員数	職員数 12人（うち経営指導員数 6人） 令和6年1月時点			
③所管地域	豊中市			
④管内事業所数	13,180（令和3年 経済センサス-活動調査）			
⑤管内小規模事業者数	8,804（令和3年 経済センサス-活動調査）			
⑥会員数（組織率）	2,775（21.05／令和5年12月末日現在）			
	※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと			
□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。 2、行政庁等の諮問に応じて、答申すること。 3、商工業に関する調査研究を行うこと。 4、商工業に関する情報及び資料の収集及び刊行を行うこと。 5、商品の品質及び数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定及び検査を行うこと。 6、輸出品の原産地証明を行うこと。 7、商工業に関する施設を設置し、維持し、及び運用すること。 8、商工業に関する講演会及び講習会を開催すること。 9、商工業に関する技術及び技能の普及及び検定を行うこと。 10、博覧会、見本市等を開催し、及びこれらの開催のあつ旋を行うこと。 11、商事取引に関する仲介及びあつ旋を行うこと。 12、商事取引の紛争に関するあつ旋、調停及び仲裁を行うこと。 13、商工業に関して、相談に応じ、及び指導を行うこと。 14、商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 15、商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 16、社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 17、行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 18、前各号に掲げるものの外、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。				

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

豊中市は、大阪府北部の北摂豊能地域に位置する中核市で、人口は39.9万人（2023年12月1日現在）と、府内第4位の人口を擁する。

令和3年経済センサス基礎調査結果によると、豊中市は事業所の集積では大阪府内で4番目(13,180社)に数えられ、その約66.7%(※令和3年経済センサス活動調査では8,804社)を小規模事業者が占める。その内訳は卸売業・小売業18.3%、不動産業・物品賃貸業16.9%、製造業11.9%、宿泊業・飲食サービス業11.6%、生活関連サービス業10.5%、建設業10.2%、その他20.6%となり、地場産業がないこと等を一因として、偏りのない産業構成を示している。また、全体の89.9%(11,858社)を従業員20人以下の事業所が占めており、幅広い業種の中小零細企業が集積する地域となっている。

豊中市による産業状況調査より、当市の特徴として以下があげられる。

1. 優れた交通利便性：空港、新幹線、高速道路、都心へのアクセスの良さ
2. 多種多様な業種の事業所の立地：特定の業種・大企業に依存しない産業構造であり、社会経済情勢の変化に対するリスクヘッジができてきていること
3. 職住近接の需要の高まり：住宅都市・教育文化都市としての資源、潜在的な労働力（女性の年齢階級別の労働力率を示す指標・M字カーブが顕著で、アクティブシニアが多いこと）
4. 大学や研究機関が近接：大阪大学、大阪音楽大学、産業技術総合研究所が近接
5. 事業者間ネットワーク・コミュニティ：事業者間連携による事業成長がみられること

また、エリアごとでは、以下の特性があげられる。

- 千里地域：①職・商・住・交通が充実、②再整備、新規投資が進行
- 阪急宝塚線沿線（蛍池～服部天神）：駅前の商業・業務機能が集積
- 空港周辺地域：①宿泊施設の需要、②空港を拠点とした活性化の動き、③「インバウンドの中継点」としての地位獲得の可能性
- 西部地域：①古くから製造業が集積、②現在も立地ニーズが高い
- 南部（庄内）地域：①事業者間のつながりが強い、②南部活性化構想、南部コラボ等による事業環境の向上、③新規投資、活性化のチャンスあり

一方、課題としては、以下の項目があげられる。

- ◆操業環境の維持・形成：①住工混在によるトラブル（騒音、振動、臭気等）、②事業用地の確保、インフラ整備、③労働力の確保難
- ◆中小企業が多く・経営者が高齢化：①事業所数の減少、②事業承継支援等が必要
- ◆DX・デジタル化の遅れ：小規模事業者が多く、社内に人材が不足している
- ◆SDGs・脱炭素化への取組み：2050年カーボンニュートラル等の目標に向けたビジネススタイルの再考
- ◆事業所の課題の多様化・複雑化：一律ではない個別支援が求められる

足下の業況については、新型コロナウイルス感染症流行前の水準に戻りつつある一方で、経営環境については、賃金・原材料・燃料価格高騰により、中小企業は収益減少等の影響を受けているほか、人手不足も深刻な状況にあり、事業継続と雇用維持、ニューノーマル時代におけるビジネス変革は重要な鍵であり喫緊の課題となっている。

域内には、めまぐるしい環境変化に適応しながら成長をめざすため、自社の優れた技術やサービス、また地域に存在する様々な資源を活用し、異分野連携にも果敢に挑戦して、新たな事業を創出することで一步前へ出ようとする強い意欲と、高い潜在力を持ったチャレンジ意欲旺盛な小規模事業者も一定存在している。構造変化が加速する地域経済のなか、将来の成長に向けた経営戦略の再構築を進めていくうえで、新たな需要にきめ細かく対応できる「稼ぐ力」と、「事業の持続的発展」に向けて自ら「気づき」「考え」「行動」できる「自立力」の強化、およびIT/IoT等を活用したニューノーマル時代に対応できる働き方への改革や生産性向上・業務効率化、事業承継・新事業創出、カーボンニュートラル対応に向けた事業改革等による「改善力」、1年後に迫った2025大阪・関西万博の機会活用、そして地場の産業的特徴に頼らない「個の発信力」の徹底強化が急がれる状況にある。

(2) 所管地域の活性化の方向性

豊中商工会議所では中期の基本方針として「チャレンジングな“豊中づくり”」を掲げ、「希望を生み出す強い地域経済」の浮揚を目指すとともに、挑戦する中小企業や小規模事業者の「稼ぐ力」を高めるため、「変化への着実な対応」に向けて、3つの重点項目に取り組んでいくこととしている。

1. チャレンジングな“人財づくり”：「次世代を牽引する起業家の輩出」を目指して、多様な経営人財のチャレンジングな事業実践と、切磋琢磨を促すネットワークの拡充に取り組み、地域経済の新陳代謝に繋げる。
2. チャレンジングな“企業づくり”：「チャレンジングな経営モデルの創出」を目指して、グローバル市場開拓やグリーントランスフォーメーション（GX）などの推進に取り組み、独立系フリーランスを含めた小規模事業者や中小企業の伴走型支援を通じて、地域経済の新たな発展に繋げる。
3. チャレンジングな“地域づくり”：「持続可能な地域経済の発展」を目指して、頻発する自然災害や感染症、サイバー攻撃などにより、企業による事業活動の継続に支障をきたさないよう、省エネや脱炭素経営を踏まえた事業継続力の強化支援に取り組み、地域経済の強靱化に繋げる。

当所の基本方針に沿って、以下の地域活性化を図っていくこととする。

- WEB活用とEC化の促進：低感染リスク型ビジネスモデルへの転換を目的としたWEB活用とEC化の促進、ならびに万博効果を見据えた越境ECの参入も支援し、「個の稼ぐ力・情報発信力」の強化を後押ししていく。
- プロモーション力の強化：当エリアは地域を代表するような産業集積がないため、地域としての発信力が弱く、そこからもたらされる経済的な波及効果に乏しいことから、自社の強み・魅力を再発見・把握し、その事業を必要としている顧客に正確に届ける発信力の向上をサポートしていく。
- 脱炭素経営の推進：2050年のカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けて、中小企業ができる脱炭素経営やカーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発を支援する。
- 人手不足対策と人材活用の向上：フリーランス等の活用も含めた多様な人材の活用力を提案するとともに、採用後の人材育成・定着を図ることで、人材活用力を総合的に向上させる。
- 事業承継対策：経営者の高齢化と後継者不足による廃業が加速していくなか、事業承継の円滑な促進を図るべく、承継前企業への事業計画作成やM&A等による各種支援を実施していく。
- 大阪・関西万博に向けた対策：豊中を含む豊能地域が一丸となって当地の魅力を生み出すように、「売れる」商品の開発と販路開拓を後押しし、地域活性化に繋げていく。
- インバウンド対策：2025年の大阪・関西万博を契機として、地域の中小企業が域外（海外）からの需要の取込みにも繋げられるようにビジネスチャンスの創出を支援していく。
- 事業継続力の強化：企業の自然災害等への事前の備え、事後のいち早い復旧を支援するため、BCPの策定ならびにBCMへの取組を促進していくとともに、災害・感染症などの事業中断を引き起こす脅威への対応力向上を図っていく。
- 女性経営者の応援：フリーランス、副業人材を含む女性経営者による新規事業の創出や事業拡大の支援を行うとともに、女性経営者同士の横のつながりを広めることで女性活躍による地域振興を推進する。
- ニューノーマル時代の新たな事業展開支援：コロナ禍で大きなダメージを受けた事業者のうち、事業再構築や新事業展開により意欲的に回復・成長を図ろうとする事業者に対し、事業計画策定や伴走支援、事業者ネットワークの構築を手掛けていく。

また、事業所の課題の多様化、複雑化に対応し、一律ではない個別支援を各種実施していく。

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

上記の産業経済の現状より、物価・燃料・人件費高騰、人手不足、コロナ禍の影響等で苦境が続いている中小企業、ニューノーマル時代のビジネス変革に取り組もうとする中小企業を支援対象とする。なかでも、めまぐるしい環境変化に適応しながらも事業の維持・存続に奮闘している豊中市内の小規模事業者8,804社、さらに主要な事業連携先となる豊能地域の小規模事業者も含めて、広く伴走型で支援を行っていく。とりわけ、自社の優れた技術やサービス、また地域に存在する様々な資源を活用して、異分野連携にも果敢に挑戦し、新たな事業を創出することで一歩前へ出ようとする強い意欲と、高い潜在力を持ったチャレンジ意欲旺盛な小規模事業者をフォーカスしていく。

具体的な支援対象となる小規模事業者のイメージは以下を想定している。

- Web/EC/SNSを活用した顧客の販路開拓に取り組んでいるものの成果が得られていない事業者、（越境）ECサイト、情報セキュリティなど新たな対策に取り組む意欲のある事業者
- 経営理念や事業計画が明確化されていない等、企業としての基盤が整っていない事業者、発信力に課題を持つ事業者
- カーボンニュートラルに関心があり、企業内部の脱炭素経営や環境マネジメントシステムの構築を検討されている事業者、製造業等でカーボンニュートラルに貢献できる商品・サービスの開発を検討されている事業者等
- 労働力人口減少の中、様々な人材活用法を検討し、人的資源の最適化と労働環境変化への対応を図ろうとしている事業者
- 経営者の高齢化と後継者不足に直面し、事業承継対策に着手しなければならない事業者
- 大阪・関西万博に向けて、新たな商品開発を考えている事業者、新たな販路開拓を希望する事業者、インバウンドの取込みに意欲のある事業者
- 自然災害・感染症等への事前の備え、事後のいち早い復旧を図るためにBCP・BCM対策を講じようとする事業者
- 女性活躍の推進が図られるなか、女性経営者ならではの悩みや課題の解決を図り、横のつながりを求めたいと考える女性経営者・フリーランス、創業間もない女性起業家、経営経験や知識の乏しい女性経営者

その他、課題の多様化、複雑化に対応すべく支援を求める小規模事業者に対し支援を展開していく。

(4) 事業の目標

コロナ禍の影響による消費者側の意識・行動の変容や働き方の多様化などで大きな影響を受けた上、物価・燃料・人件費高騰、人手不足などの苦境に喘ぐ管内の中小企業が、事業継続と雇用維持、ニューノーマル時代のビジネス変革を成し遂げられるようにすること。また、当所管内から成長企業の創出、イノベーションの促進、企業の経営強化、幅広い人材の活用などに取り組み、活性化が図られることを目標とする。そのために、「気づき」とチャレンジマインド醸成の機会創出に広域で取り組む一方、自ら意欲的に経営課題の解決にチャレンジする企業に重点を置いて支援し、本年度も引き続き以下のとおり取り組む。

- (1) 自らを大胆に“変革”して新分野・新市場へ果敢に“挑戦”しようとする意欲的な企業に対して成長戦略の立案を支援するとともに、計画・実施・検証・改善活動の実践に伴走しながら、自律的にPDCAを運用できる経営力のコア構築、強化を目指す。
- (2) 専門家や専門支援機関の活用および広域企業間連携を積極的にコーディネートすることで、経営戦略の精度向上と的確なPDCAサイクルによる成果の顕在化を目指す。
- (3) セミナー、交流会、展示会等の開催、成功事例集の作成配布等を通じて「気づき」とチャレンジマインド醸成の機会を創出し、意欲と潜在力を有する企業の発掘を目指す。
- (4) 目的意識を共有できる企業群による研究会を立上げ、PDCA実践による具体的な情報共有の促進および、ハンズオン支援による課題解決と成果創出を加速させていくと共に、広域での企業間連携の促進を目指す。

具体的には、WebとECを活用した販路開拓の強化、自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力の向上、脱炭素経営やカーボンニュートラルに貢献する商品・サービス開発の後押し、労働力人口減少における人材活用力の向上、事業承継できる会社を目指した経営力の強化、大阪・関西万博に向けた新商品開発とビジネスプランの構築、インバウンド需要取り込みによるビジネスチャンスの創出、事業再構築や新事業展開へのチャレンジ促進、事業継続力強化計画やBCPの策定、持続可能な開発目標(SDGs)経営、独立系フリーランスなど働き方改革と女性経営者の参画による地域振興、多様な起業の在り方促進など、ニューノーマル時代における中小企業や小規模事業者によるチャレンジングな経営モデルの推進にフォーカスしていく。

(5) 事業の実施により期待される効果

ニューノーマル時代における管内中小企業が、先行き不透明で目まぐるしくも急激に変化する経営環境に素早く対応していくために、自ら経営改善・革新戦略を立案し、自律的にPDCAサイクルを継続して実践できる「経営力」の向上および強化が期待される。とりわけ経営資源が乏しい小規模企業等への重点的な経営支援事業の展開により、市内事業所の約64.8%が従業員5人未満(20人未満を含めると約89.9%)という小規模事業者が占める本市地域経済の安定・活性化、さらには主要な事業連携先となる豊能地域の小規模事業者も含めた地域産業の成長力底上げへと繋がることが期待される。

本事業を実施しなかった場合、アフターコロナおよび賃金・原材料・燃料価格高騰等の影響による足元の苦境を管内中小企業が克服できなくなるとともに、ニューノーマル時代における中小企業のビジネス変革への対応が遅れてしまうことが大きく懸念される。とりわけ小規模事業者においては、日常的な課題の発見・解決や、需要構造の変化への遅れなどが表面化してくるとともに、個別事業者の経済活動にマイナス影響を及ぼし、経営者マインドの低下を招くことで、廃業率の更なる押し上げや、労働生産性の更なる低下等による競争力の低下を招く危険性がある。さらに、地域における雇用の受け皿機能の低下や、地域産業情報の発信力低下、チャレンジ・マインドを有する事業者同士の連携・交流によるビジネスチャンスの喪失など、地域経済全体における活力向上の機会を失うこととなる。

I 経営相談支援事業			
支援メニューの件数			
事業所カルテ・サービス提案	288 事業所	支援機関等へのつなぎ	95 支援
金融支援（紹介型）	16 支援	金融支援（経営指導型）	10 支援
マル経融資等の返済条件緩和支援	2 事業所	資金繰り計画作成支援	2 事業所
記帳支援	45 事業所	労務支援	25 支援
人材育成計画作成支援	2 事業所	マーケティング力向上支援	2 事業所
販路開拓支援	30 支援	事業計画作成支援	85 支援
創業支援	15 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	10 事業所
コスト削減計画作成支援	2 事業所	財務分析支援	5 事業所
5S支援	2 事業所	IT化支援	15 事業所
債権保全計画作成支援	2 事業所	事業承継支援	5 事業所
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援	40 事業所
結果報告	288 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	267社 ※2023年12月末現在		
<p>前年度途中の支援実績と前年度末の支援実績見込みより、主に小規模事業者8,804社のうち、特に経営改善・革新に能動的に取り組む企業約288社に対して、その経営課題を整理するとともに、課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用などのサービス提案を行うなど、伴走型の経営支援を行う。支援対象企業の発掘については、自治体をはじめ地域の金融機関や各種支援機関および事業者団体との連携、さらには豊能地域活性化推進協議会や大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、政府による中小企業施策等により設置される専門家などとの連携により積極的に掘り起こす。特に、セミナーや実践講座、研究会・交流会等へ積極的に参加するなど、自らを大胆に"変革"して新分野・新市場へ果敢に"挑戦"しようとする意欲的な企業へ積極的にアプローチする。</p>			
事業所支援の実施方法（専門家や各種支援機関、支援制度の活用など）			
<p>主にアフターコロナ・ニューノーマル時代において積極的に経営改善、回復・成長を図ろうとする企業約288社に対して、経営課題を整理するとともに、課題解決に向けて適切な支援施策や制度、支援機関等の活用を提案し、必要な経営支援を行っていく。支援対象企業については、自治体をはじめ地域金融機関や各種支援機関とも連携して、積極的に支援メニューを提供し、経営の立て直し・経営改善を図る企業、新規事業に取り組む企業や創業者を支援するとともに、経営革新・販路拡大・生産性の向上に前向きな企業を掘り起こし、課題の多様化、複雑化に対応した個別支援を実施していく。</p> <p>とりわけ、コロナ禍の影響で苦境が続いている企業、原材料・エネルギー価格等の高騰により厳しい経営環境に置かれている企業への対応には引き続き注力し、災害時対応支援はもとより、事業計画作成支援、労務支援、金融支援、IT化支援を厚くすることで、アフターコロナでの販路開拓・事業の再構築を図ろうとする事業者への支援体制を強化する。また、財務分析や資金繰り・資金調達に伴う各種相談、創業・事業承継・引継ぎ案件、インボイス対応については当所の専門相談支援事業・外部の支援機関へのつなぎ支援も取り入れて積極的にカバーしていく。</p> <p>具体的な支援策として、国・大阪府・豊中市の各種施策や「小規模事業者持続化補助金」「事業再構築補助金」「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」「IT導入補助金」のほか、「中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画」「経営力向上計画」「先端設備等導入計画」「事業継続力強化計画」等の採択・認定、「日本政策金融公庫の各種融資」「大阪府制度融資の各種資金」「民間ゼロゼロ融資の借り換え保証制度」への繋ぎ、大阪産業局の各種実施事業、特定創業支援事業の修了などの制度を活用していく。</p>			

II 専門相談支援事業					
事業名	新規/継続	指標	目標数値	事業概要	支援日数
法務相談	継続	相談回数	38	弁護士による法律相談を実施（支援日数15日）	15
税務相談	継続	相談回数	150	税理士・記帳アドバイザーによる法律相談を実施（支援日数90日）	90
金融相談	継続	相談回数	20	中小企業診断士による金融相談を実施（支援日数10日）	10
労務相談	継続	相談回数	20	社会保険労務士による労務相談を実施（支援日数10日）	10
その他相談	継続	相談回数	380	中小企業診断士等による創業・経営革新、IT活用、プロモーション等に関連した相談を実施（支援日数223日）	223
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>中小企業・小規模事業者の経営に関する様々な相談や悩みに対して、経営指導員がコーディネートした上で各分野の専門家へ繋ぎ、課題解決を図っていく。具体的には、定例相談として、創業/経営・税務・記帳・IT活用・知財(商標・意匠等)・ビジネス法務・労務の各窓口を開設するとともに、プロモーション・デザイン・ブランディング等のその他分野や相談内容に応じたスポット対応も実施し、以下のようなポイントで専門相談を提供していく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●法務相談：弁護士より、契約や法令、取引先とのトラブルや役職員間のハラスメント、労務問題、社内規程や社内決裁フロー、個人情報の取扱い、事業承継に関連する法務、などを対応。 ●税務相談：税理士・記帳アドバイザーより、経理処理・決算・確定申告など財務会計的な支援、業務改善や課題解決・経営の意思決定に関わる管理会計的な支援。また2023年10月に導入されたインボイス制度への対応支援、2024年1月から義務化された電子帳簿保存法、IT(クラウド会計)の活用促進、事業承継に関連する税務、などを対応。 ●金融相談：中小企業診断士より、資金調達・資金繰り支援として国・大阪府の制度融資の説明、融資に伴う銀行対策についてのアドバイス、借入を行うための事業計画の策定に関するサポート、などを対応。 ●労務相談：社会保険労務士より、労働時間制度、賃金、採用・退職・解雇、安全衛生、労働契約書、労使協定書、労働・社会保険手続き、メンタルヘルス対策、問題社員対策、人事諸制度の改定・構築、就業規則策定、といった人事労務管理上の問題、雇用・労働分野の助成金などを対応。 ●その他相談（創業・経営革新）：中小企業診断士より、特定創業支援事業にも対応した創業者支援、経営改善・経営革新に関するアドバイス、持続化補助金・事業再構築補助金・ものづくり補助金・経営革新計画・経営力向上計画・先端設備等導入計画の申請における事業計画作成やブラッシュアップ支援、などを対応。 ●その他相談（IT活用、プロモーション等）：ITサポーターや販路開拓分野の各種専門家等より、SNS等の活用支援、ECによる直販支援、WEB活用による顧客開拓・売上アップ、販路開拓に不可欠となる新たなサービスの開発・商品(商材)の発掘等支援、ITの最新情報を踏まえた専門診断、商品管理・取引先管理・売上分析、ITによる生産性向上やコストダウン支援、DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進、商品・サービスの認知拡大、プロモーション・デザイン・ブランディングによる顧客獲得、などを対応。 <p>以上の専門相談体制により、企業を取り巻く課題が高度化・複雑化するなかで、経営指導員だけでは対応が困難で専門的な個別課題に対しても、各企業の状況に応じた最善の「答え」をワンストップでスピーディーに提供できるようになる。</p>					

4-1. 地域活性化事業一覧

豊中商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				505,000
1		女性経営者ネットワーク構築促進事業	女性経営者を対象としたセミナーや交流会を開催することにより、女性経営者同士の横のつながりを広め、女性経営者ならではのお悩みや課題の解決を図る。新規事業の創出や事業拡大の支援を行い、女性経営者による地域振興を推進する。	505,000
(2) 広域事業				15,017,220
2		Web/EC/SNS活用販路開拓支援事業	大阪万博に向けたWEB/EC/SNS活用によるインバウンドを含めた事業者の広報・集客および売上アップ等の販路開拓力の強化及び、被害に遭わないための情報セキュリティ対策強化を含んだ事業。	5,193,420
3		自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業	自社の事業を本当に必要としている顧客層に強みや魅力を伝えることができるように把握し、正確に届ける発信力を身に付け、事業の多様性をもって地域の発信力向上を図る事業。	2,817,900
4	○	カーボンニュートラルの実現に向けた脱炭素経営推進事業	2050年のカーボンニュートラル、脱炭素社会、GXの実現に向けて、中小企業ができる脱炭素経営やカーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発について解説する。	848,400
5	○	人材活用力向上事業	労働力人口減少の中、様々な人材活用法を活用し人的資源の最適化を支援するとともに、労働関係法令の改正をはじめとする環境変化への対応を支援し、人材活用力を総合的に向上させることで事業の持続的な発展を支援する。	1,797,800
6	○	小規模事業者のためのスモールM&Aを活用した事業承継支援事業	事業計画の作成やM&A等による事業承継を円滑に進める支援及び、自社の魅力を様々な角度から社内外の利害関係者に伝えられるようにすることで「事業承継したくなる・させたいくなる」会社になるための支援を実施する。	343,400
7	○	EXPO2025をインバウンドに繋げる事業	大阪・関西万博（EXPO2025）を波及効果が見込まれるインバウンドに繋げることで、地域の中小企業の万博への参画機運を醸成するとともに、海外からの需要の取込みにも繋げられるようにビジネスチャンスの創出を支援していく。	1,272,600
8	○	大阪・関西万博に向けた新商品発掘&開発プランコンテスト	大阪・関西万博（EXPO2025）を、地域の中小企業が自社の商品・製品を国内外の多くの消費者にアピールする機会と捉え、万博への参画機運を醸成するとともに、万博後も広く全国に販売していける製品開発と販路開拓を支援していく。	1,797,800
		大阪勧業展	大阪商工会議所(幹事)の事業計画書参照	101,000
		北摂地域地デカラフェスタ	箕面商工会議所(幹事)の事業計画書参照	350,000
	○	シニア向け創業支援事業	箕面商工会議所(幹事)の事業計画書参照	80,800
	○	人材ニーズ対応支援	箕面商工会議所(幹事)の事業計画書参照	40,400
	○	経営革新支援事業	池田商工会議所(幹事)の事業計画書参照	60,600
		小規模事業者向け販促WEBサイト構築支援事業	北大阪商工会議所(幹事)の事業計画書参照	90,900
	○	事業計画作成・実施支援事業	大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画書を参照	222,200
合計(1+2)				15,522,220
(うち、府施策連携事業)				6,464,000

事業名		女性経営者ネットワーク構築促進事業	事業番号	1	新規/継続	新規
想定する実施期間		2024 年度～	年度まで	1	年目	←複数年度段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	女性経営者を対象としたセミナーや交流会を開催することにより、女性経営者同士の横のつながりを広め、女性経営者ならではの悩みや課題の解決を図る。新規事業の創出や事業拡大の支援を行い、女性経営者による地域振興を推進する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	日本政策金融公庫総合研究所が2022年12月に行った「2022年度新規開業実態調査(特別調査)」によると、現在の月商について、女性起業家は「100万円未満」との回答が62.7%と一番多く、同質問に対し男性起業家は「100万円未満」の回答は37.2%、「100万～500万円未満」との回答が41.8%と一番多かった。平均月収については、女性起業家は166万円に対し、男性起業家は504万円とこちらでも大きな差が開いている。しかし、商圏を「事務所や店舗の近隣」「同じ市区町村内」としている女性起業家は53.1%と半数を超え、地域経済の担い手として活躍されていることがうかがえる。主な相談先としては、男女ともに、同じ境遇である「経営者仲間」が一番大きな割合を占めたが、女性起業家が58.7%に対し、男性起業家は68.8%であり、女性起業家は横のつながりが男性に比べて薄い分、親兄弟や商工会議所などに相談しているケースが多い。そこで、小規模な女性経営者を対象に事業者同士の交流の促進を商工会議所が行い、女性経営者のコミュニティを形成することで持続的な地域振興を図る。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に豊中市内において、売上規模が1000万円以下を中心とした小規模な女性経営者・フリーランス。創業間もない女性起業家。経営経験や知識の乏しい女性経営者を支援の対象とする。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	㈱東京商エリサーチによれば、2023年の全国の女性社長の人数が約61万人となり、2013年より増加傾向にある。地区別女性社長率では、近畿がトップの15.88%ではあるが、全体の割合としては依然と低く、男性経営者には相談しにくい女性ならではの悩み・課題を解決できる場としてニーズの高まりを感じる。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値					
	反省点					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	①女性経営者・フリーランスのためのしゃべりバ! (仮称) 女性経営者・フリーランスを対象に、ロールモデルとなるような女性経営者を講師に招きビジネスセミナーを開催する。その後、トークセッションを行い、参加者の悩み・課題解決に向けた相談の場を提供する。セミナー後、名刺交換会の場として会場を開放する。7～9月頃開催予定。20社を支援対象とする。【人材育成型】				
	○ 人材交流型					
	○ 販路開拓型	②女性経営者のための視察勉強会 (仮称) 地域で活躍されている女性経営者の事業所を訪問し、経営のノウハウを学び、現場を体験する。視察勉強会終了後は互いの考えを披露する場を設け、交流を図る。11月～2月頃開催予定。10社を支援対象とする。【人材交流型】				
	○ ハンズオン型	③上記の参加者を中心に2社を対象に、女性経営者又は女性起業家のロールモデルとなるような支援事例をハンズオン型支援にて創出する。				
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
						創業・経営革新
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【設定根拠】支援対象企業のうち女性で代表をしている小規模事業者を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。			
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	ご自身が抱えている課題・悩みについて、事前にヒアリングを行い、セミナー・交流会に参加したことにより、解決につながったかどうかをアンケートにて回答を回収する。				
	指標	課題解決に繋がったと回答した事業所の割合			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 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円	
	40,400	円 ×	10	社 ×	1.00	=	404,000	円	
	101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
	合計		32	社	(小計)		1,010,000	円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							0	円	
							計	1,010,000	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)				
1,010,000	円 ×	0.50	=	505,000	円	(0 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する代 表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)				
	○	豊中商工会議所	505,000 円	32					
				円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】支援対象企業のうち女性で代表をしている小規模事業者を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	ご自身が抱えている課題・悩みについて、事前にヒアリングを行い、セミナー・交流会に参加したことにより、解決につながったかどうかをアンケートにて把握する。	
	その他目標値	指標 課題解決に繋がったと回答した事業所の割合	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⇒ 10 社	【設定根拠】支援対象企業のうち女性で代表をしている小規模事業者を想定して算出 【募集方法】当所および連携先商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	視察勉強会に参加したことにより、新たな刺激を受けたかどうかをアンケートにて把握する。新たな刺激を受けたという事業所に対しては、自社の事業にて新たな取り組みや仕組みを導入する支援を実施する。	
	その他目標値	指標 自社内に新たな取り組み等を導入し始めた事業所数	数値目標 6件
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⇒ 2 件	【設定根拠・募集方法】①～②のセミナー・勉強会参加企業等のうち、新たな事業の創出に至った事業者に対して個別支援を行う。
	支援対象企業の変化	上記の支援対象企業を中心に、ビジネスコンテストや表彰制度、補助金制度等への申請・エントリーの支援を行い、女性経営者・女性起業家としてロールモデルの創出を行う。	
	その他目標値	指標 地域の女性経営者・女性起業家としてロールモデルとなるような新事業を起こした事業者数	数値目標 2件

事業名		Web/EC/SNS活用販路開拓支援事業	事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013 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・関西万博とアフター万博に向けて、インバウンド需要や海外も見据えたWEB/EC/SNS活用による、広報・集客および売上アップ等の販路開拓力の強化及び、情報セキュリティ対策強化を図る事業				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	経済産業省 令和4年度電子商取引に関する市場調査報告書によると、令和4年の日本国内のBtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模は、22.7兆円（前年20.7兆円、前々年19.3兆円、前年比9.91%増）に拡大している。また、令和4年の日本国内のBtoB-EC（企業間電子商取引）市場規模は420.2兆円（前年372.7兆円、前々年334.9兆円、前年比12.8%増）に増加した。また、EC化率は、BtoC-ECで9.13%（前年比0.35ポイント増）、BtoB-ECで37.5%（前年比1.9ポイント増）と増加傾向にあり、商取引の電子化が引き続き進展している。一方、訪日外国人をターゲットにした場合、WEBサイトの信頼性が低いことから「SNS」を有力な情報源としており、訪日外国人観光客へのアプローチを考えるにあたっては、SNSマーケティングは大きなカギとなります。また、日本国内においても同様で、幅広い世代でSNSが活発に利用されており、ロコミと生成と拡散性、消費者行動に影響を与えやすいSNSの活用は欠かせないものとなっている。当事業では、大阪・関西万博開催に向けて機運が高まる時期を、海外顧客の開拓に着手するチャンスと捉え、事業を持続的に発展させられるよう、域内小規模事業者に対してWeb/EC/SNSを活用したビジネスモデル導入の更なる促進と、2025年の大阪・関西万博開催期間とアフター万博に向けて、インバウンド需要や大阪・関西を経験した外国人顧客開拓も意識した「個の稼ぐ力・情報発信力」の強化を後押ししたい。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	本市においては、サービス業と卸小売業を合わせると約50%となることから、これらの支援の必要性は非常に高い。本市を含む北摂地域に拠点を構え、かつBtoCサービス業（小売を含む）、特にWeb/EC/SNSを活用した顧客の販路開拓に取り組んでいるものの成果が得られていない事業者が主な対象となる。また、2025年に開催される大阪・関西万博に向けてインバウンド需要の取込や海外販路構築への期待も少なくない。また、これまで当事業で支援した事業者のうち、さらに精力的に学び実践しようとする事業者（EC/Webプロモーション勉強会登録メンバー約200名）のWeb戦略やビジョン再構築や実践をサポートする。				
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	過去年度に実施した講座に参加された事業者や当事業OB・OG等によるネットショップ研究会(85社)及び、Webプロモーション勉強会(112社)に所属する事業者があり、下記の項目(具体的な実施内容)に記載している内容は、先述の事業目的を踏まえ、受講生や勉強会に所属する事業者からの要望を取り入れたカリキュラムで新たに構成し直した。特に大阪・関西万博への期待が少なくなく、ソーシャルメディアを活用したインバウンド向けSNS講座やEC及び、実店舗への誘導による販売力強化の他、都度要望に適宜対応した勉強会などの実施を行い、更に事業者の取組意欲を高めていくことを考えている。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	SNSを駆使して新規顧客開拓にショート動画によるアプローチやライブ配信で需要開拓に向けた取り組みを始める事業者が多数見られた。ライブによる販売手法を取り入れて売上・利益を伸ばす事業者も出てきている。自社の特徴をSNSの動画でPRし新規人材の開拓に取り組む事業者や、商品やサービスのプロモーションに取り組む事業者も一定は出て来ているが、動画にする題材に悩む事業者や、継続して実践するためのモチベーションの維持ができずに数回程度の取り組みで挫折している事業者も少なくない。セミナーや講座に参加することで集客ができる魔法のようなものを期待する事業者も実は少なくない。SNS関連講座では、マーケティングの要素を取り入れて、数値目標を決め計画通りに実施し定期的な振り返りと改善策の検討などPDCAサイクルを回すための手法を取り入れたが、実践出来ている事業者は数える程度である。越境EC講座では、7名の参加のうち、5社が越境ECへの出品を始めたところである。また、WebDesign講座受講者のうち自身でWebサイトを作成公開する事業者が4社。その他、ライブコマース実践講座13名、既存顧客の囲い込みにSNS活用への実践を目指して21名が取り組んでいる。また、SNSマーケティング戦略講座の受講者15名の内、PDCAにチャレンジする事業者も現れ始めている。また、行動経済学を取り入れたWeb/ECブランディング/マーケティング成長戦略講座では、参加者は9名と少なかったが参加者全員が意識の改革に繋がり新たなチャレンジに向けて実践を開始されている。(R5年12月15日現在)				
	反省点	前々年度では、主に各ツールの活用方法が中心となる内容の講座を多く実施してきたが、前年度より一部の講座では、ブランディングやAIDMA等の消費プロセスの考え方やマーケティングと販売計画等、PDCAに欠かせない内容を盛り込んでいった。また、行動経済学と成長戦略等、学術的な要素を含めた内容の講座の実施を試験的に行うなど、新たな講座としてチャレンジをすべく盛り込んだが難しく捉えられてしまう傾向にあり参加者の募集に苦勞をした。また、前年度はEC関連の講座を実施しなかったが、特に創業者や既存ECを運営されている事業者からの一定のニーズがあることが分かった。昨今巧妙になりつつある不正アクセスやWEB/ECサイトの改竄やSNSアカウントの乗っ取りなどによる被害を考慮したセキュリティ対策の視点が抜けていたため、情報セキュリティ対策の視点を追加したいと考える。				

<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)</p>	○	人材育成型	<p>①Web/EC/SNS運用/活用で被害に遭わないための情報セキュリティ対策セミナー【30社×1回】</p> <p>5月～6月頃実施。SNSアカウントの乗っ取りによる詐欺被害、Webサイト改竄により顧客情報の漏洩等による企業イメージの毀損や、基幹業務停止による損失など、ネット活用の負の側面の台頭が著しい。大阪府警サイバーセキュリティ対策課(協力依頼要請予定)や情報セキュリティ対策ツールのメーカーや専門家の協力によりサイバーセキュリティについてセミナーを行う。</p> <p>対象者：販路開拓や売上向上に向けてWeb,EC,SNSなど事業活動にインターネットを利用する事業者全員。</p> <p>目的：情報セキュリティ対策の被害想定による危機感を持ったうえで防御策を講じていただき未然に被害を防ぐこと。</p>
	○	人材交流型	<p>②Webデザイン基礎講座【12社×2回連続講座】</p> <p>Webサイトは、サービスを提供する事業者であれば必須といっても過言ではない。顧客が新規取引を検討する場合や、サービス提供事業者のサービスの利用を検討する際、実在する事業者であるかの確認や、提供サービスの内容等の確認にWebサイトを参照されることが多く、Webサイトを持っていない場合、提供事業やサービス内容の実在確認ができず新規取引に影響を及ぼすものである。そこで、その重要性を認識された事業者に自身で開設・更新が容易となる新たな今ではトレンドとなっているノーコードでWebサイトを制作する実体験を行い、事業者自身でのWebサイト運営を行っていただく内容とする。</p> <p>対象者：自社サイトがなく、見込客にサービス内容を伝える手段がなくて困っている事業者。</p> <p>目的：課題に沿ってグループディスカッションを行い、自社サイトの企画・設計・制作までのイメージを膨らませ、最終的には自社サイトの公開へと繋げていく。そして、営業ツールとして活用していただき、新規顧客の獲得、販路の拡大に繋げていただく。</p>
	○	人材交流型	<p>③はじめてのEC開設【15社×3回連続講座】</p> <p>パソコンをお持ちの事業者で、ネットとパソコンの基本操作が出来る事業者を対象に、ノーコードでECサイトの構築～活用方法を習得し、WEB/ECサイトの運営に必要な基本的なSNSとの連携やECサイトにアップする商材写真の撮り方の基礎やSEO、MEOの基本を理解しECサイトの開設から基本的な運用までを学んでいただく。講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深めます。</p> <p>対象者：販売する商品を持っている事業者で、初めて国内ECサイトの運営をする事業者を対象にする。</p> <p>目的：ECサイト開設～販売、在庫管理～商品発送業務に必要な梱包資材など準備物など含めて初めてECを運営するためにやらなければならない必要なことへの理解を深める。</p>
	○	人材交流型	<p>④大阪・関西万博までにやっておきたいインバウンドSNS攻略講座【15社×3回連続講座】</p> <p>官公庁認定インバウンド専門家を講師に招いて、北摂地域に店舗を構えて外国人観光客をターゲットにした売上アップを目指す事業者向けに、親日国を中心としたインバウンド集客上位国(台湾、香港、中国、マレーシア、シンガポール・タイ・ベトナム等)に焦点をあてた海外観光市場の実情を踏まえた実践的なインバウンド集客に備える講座。講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深めます。</p> <p>補足情報：令和4年度の国別訪日外国人3,832,110人の内、56%がアジア圏から(日本政府観光局(JNTO)発表統計)。</p> <p>対象者：北摂地域に実店舗を持つ事業者でインバウンドもターゲットとした商品を扱う売上アップを狙っている事業者</p> <p>目的：大阪・関西万博開幕までに商品やサービスをSNSを活用して訪日前の外国人に向けて情報発信・拡散させることで話題性を高め実店舗への誘導を促し売上のアップを目的とする。</p>
	○	人材交流型	<p>⑤ライブコマース実践講座【15社×3回連続講座】</p> <p>現在ライブコマースは、世界の複数の国でその市場を拡大させている。それを受け、日本でも徐々に若い世代を中心に認知度が高まってきている。ライブコマースの活用はEC販売だけでなく、実店舗販売を行う企業・ブランドにとっても活路となる可能性を持っている。当講座では、当所ネットショップ塾卒業生の中から先行してライブコマースに取り組み売上が大きく伸ばしている事業者をゲストに迎え、インタビューを交えながら、ライブコマースへのチャレンジをする事業者を募り新たな販路の拡大を目指す。</p> <p>対象者：ライブコマースに興味があり、参入するかどうか検討されている事業者。</p> <p>目的：ライブコマースを身近に感じていただき、今後の販路開拓の選択肢の1つなることを目的とする。</p> <p>3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施する。自社商品をどのような構成で【ライブコマース】販売するのか、講義の内容を通して気づいたことや【ライブコマース】における自社強み、弱み等をグループ内で発表し意見交換を行う。新たな販路により売上拡大へ糸口を掴んでいただく。</p>
	○	人材交流型	<p>⑥EC塾 完全攻略 + 越境ECチャレンジ講座【10社×7回連続講座】</p> <p>(ブランディング・行動経済学を取り入れたEC販売戦略構築講座)</p> <p>既に開設済のECサイトを運営している事業者で売上が伸びない、利益が得られていない事業者を対象とし、売れる・利益を上げるための取り組み(ブランディング・行動経済学要素・PDCA)により、売れる・利益があがるECサイトの運営ノウハウを習得いただく。また、国内ECだけでなく越境ECも視野に入れた内容で実施。講座の2日目以降は毎回3～4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深めます。</p> <p>対象者：既にECを開設・運営を行っている事業者で、売上が思うように伸びていない事業者。また、既存商材を国内ECの販売だけでなく越境ECへのチャレンジに興味のある事業者。</p> <p>目的：ECによる売上・利益の向上を目指す。また、越境ECへチャレンジする事業者の支援。</p>

○	人材交流型	<p>⑦Web/SNS集客マーケティング実践術講座【15社×3日間連続講座】 (セールスファネルマネジメントをWeb/SNSで実践する講座) WebやSNSを活用して、ただ闇雲に計画性もなく情報発信しても効果は薄い。見込み客を掘り起こすための明確なターゲティング、目標・目的の設定と計画、Webサイトの修正やSNSなどを活用した集客方法の改善など計画した内容の実行、GA4や各SNSのインサイトによるライバル他社との比較分析、検証結果を受け次の対策や改善策の検討と新たな実行計画といった具体的な集客に効果が得られるPDCAの取り組みを講座実施期間に実践してもらいグループディスカッションによるグループ毎の評価や意見交換を行いモチベーションアップに繋げ、集客に向けた取り組みを行っていただく。</p> <p>対象者：Webサイトを開設済みでSNSを活用して集客や人材確保等に情報発信を行っているが効果が得られていない事業者 目的：計画性のない効果が得られない情報発信からの脱却。成果が得られるWeb/SNSの正しい活用方法の理解と実践により堅実な安定的な売上アップを目指す。</p>
	人材交流型	<p>⑧Google 対策 SEO講座【15社×3日間連続講座】 自社が取り扱っている商材・サービスをWeb/ECやSNSで伝える場合、魅せ方や伝え方次第で売上に大きく差が生まれる。Web/ECサイトの基本は5W1Hであり、コンバージョンに繋ぐ戦略を構築した上でWeb/ECサイトへ導く。また、Web/ECサイトへの誘導にはSEO対策が有効であるが、Googleのアルゴリズムは、常に変化しており以前では有効であったSEO対策の概念が過去と異なっている。商品の魅せ方を学び最新のSEOに必要な対策を学ぶ。講座の2日目以降は毎回3~4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深めます。</p> <p>対象者：優れた商材やサービスを提供している事業者でWeb/ECサイトへの来訪者が少なく集客・売上が伸び悩んでいる事業者 目的：商品の魅せ方を学び、成果の得られる検索対策を行うことによる新規顧客の開拓。</p>
	人材交流型	<p>⑨Web/EC/SNSを効率良く運営するための業務改善DX講座【15社×3日間連続講座】 Webサイトの更新・ブログの執筆、各種SNSへの最新情報発信、実店舗の運営、事務業務等々、事業活動において人手不足の影響が大きく1人の担当者または個人事業者の場合は経営者自身が多くの業務をこなす必要がある。現在では様々クラウドを活用することで場所を選ばずに効率よく業務が出来る時代でもあるが、それに気付いていない事業者も少なくない。様々なクラウドツールを活用して業務効率をあげ顧客増・売上アップを目指す。講座の2日目以降は毎回3~4名ずつのグループに分かれて、グループディスカッションを実施し意見交換の場を設け参加事業者同士の交流を深めます。</p> <p>対象者：人手不足のため、非効率な業務をクラウドツール等を駆使して改善に取り組んでみたいと考える事業者 目的：業務効率をあげてWebサイト/ECサイト運営運営やSNSによる情報発信のための時間を確保する営業業務への時間を確保する。</p>
	ハズオン型	<p>⑩EC/WEB/SNSブランディング/マーケティング戦略勉強会 ①~⑨の各セミナー講座参加者や、過去年度に当事業に参加した事業者を主な対象として、意欲的に取り組みをおこなう事業者を対象に更にレベルアップのための勉強会を実施し確実に成果をあげる支援を行う。</p> <p>対象者：過去に当事業で実施した講座の参加者で取り組みを実践されたことによる新たな壁に悩む事業者 目的：継続的支援を行うことによるモチベーションの維持とステップアップにより確実な売上/利益のアップを目指す。</p>
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
		番号選択 販路開拓
		(b)豊中商工会議所が主管としてゼミの企画・調整・広報・運営・事後フォローを担当し、共催として参画する団体は、参加者募集広報、終了後の個別相談支援等を分担・連携して推進する。広域連携により、参加企業募集範囲が拡大することから企業の多様な交流が広がり、当事業の活性化と企業間連携の可能性も高まるメリットが期待できる。 (d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 152 社 【設定根拠】前年度の支援実績事業者数より算出。 【募集方法】当所および連携先商工会の会報等へのチラシ同封、Webサイトへの掲載、メールマガジンでの周知、Facebook等SNSでの情報発信、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	SNSの活用により、実店舗やECサイトへ流入する顧客増による売上向上。Web/ECサイトの新設・リニューアル及び、各種SNSとの連動連携により、ファンの獲得・見込み顧客の発掘と売上向上。 指標 Web/EC/SNSの活用により新規顧客を獲得した事業者数 数値目標 40 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)	①	20,200	円 ×	30	社 ×	1.00	=	606,000	円	
	②	40,400	円 ×	12	社 ×	1.20	=	581,760	円	
	③	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	④	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	⑤	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	⑥	40,400	円 ×	10	社 ×	1.70	=	686,800	円	
	⑦	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	⑧	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	⑨	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円	
	⑩	101,000	円 ×	10	社 ×	1.00	=	1,010,000	円	
	合計			152	社	(小計)		7,611,360	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							0	円	
								計	7,611,360	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		0 円		交付市町村等					
	②受益者負担		640,000 円		負担金の積算		①@2,000円×30社 = 60,000円 ②~⑨@5,000円×112社 = 560,000円 ⑩@2,000円×10社 = 20,000円			
	(a)府施策連携		<input type="radio"/>		(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)	
7,611,360 円		×		0.75		=		5,708,520 円 (640,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する代 表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数		役割(配分の考え方)		
	○	豊中商工会議所		5,193,420 円		135		豊中は主管として企画調整・広報・運営を担当する。吹田商工会議所/池田商工会議所は人材交流型事業の講座より5社の参加事業者の発掘を行う。 箕面商工会議所は、3社の参加事業者の発掘を行う。能勢町・豊能町商工会は各2社の参加事業者の発掘を行う。 ※交流型(40,400円)×社数×補助率		
		吹田商工会議所		151,500 円		5				
		池田商工会議所		151,500 円		5				
		箕面商工会議所		90,900 円		3				
		豊能町商工会		60,600 円		2				
	能勢町商工会		60,600 円		2					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 30 社	今回当事業において、初の内容となる。Web/ECサイトを運営するサーバの脆弱性を突いたWeb/ECサイトの改竄や、Webサーバ内のDBに蓄積されている顧客データ等の漏出、SNSアカウントの乗っ取りなどの被害は絶えない。セキュリティ対策が十分でないパソコンよりWeb/ECサイトの情報更新やSNSへの情報発信・管理をしている場合が見られる。最近では、メディアでも騒がれたが大阪府内において医療機関がemotet等によるランサムウェアの被害により業務の継続が困難な状況に陥ったという報道もあったが、小規模・中小企業もターゲットになりうる状況にある。そこで、少しでも多くの事業者の情報セキュリティ対策の重要性参加を促す。過去に実施してきた人材育成型のセミナーでは概ね30社程度の参加が見られた。今回も同様に30社程度の参加を見込んでいる。募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。
	支援対象企業の変化	自社の情報資産における情報セキュリティ対策の重要性を認識し、しっかりと情報セキュリティ対策を行っていただき、顧客に安心してご利用いただけるWeb/EC/SNS運営を行うことで信頼性を向上させることによる受注増を狙う。	
	その他目標値	指標 情報セキュリティ対策の強化に取り組んだ事業者	数値目標 30社
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 12 社	IT相談窓口では、毎月2～3件程度の相談がWeb制作や運用に関わる内容であった。事業予算的に制作会社に依頼できない小規模事業者や、デザイン面も含め自ら制作・更新することでWEBサイトの価値を高めたい事業者など、少なくとも15社程度の参加を見込んでいる。募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。
	支援対象企業の変化	制作したページを自社の販路開拓ツールとして活用すること。	
	その他目標値	指標 実際にサイト制作を行い公開された事業者の数。	数値目標 5社
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	昨年度は当講座の実施を見合わせて様子を見ていたところ、昨年度より創業相談(特定創業相談者221名※12月21日現在)が大幅に増加しており、ECで販売する商品を扱う事業の場合、内5%程度の事業者によるECへの取り組みが想定される。また、既に事業をされている事業者の参加も見込んでいる。募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。
	支援対象企業の変化	ECの運営に必要な受注から商品(在庫)管理・発送業務と顧客対応などの一連の業務を理解しECへの取り組み準備を整えること。	
	その他目標値	指標 簡易なECサイトを開設した事業者	数値目標 5社
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	2025大阪・関西万博では約2800万人の来場者のうち約350万人のインバウンド客を見込んでおり、インバウンドに対する期待は大きい。これまでSNS活用関連講座として実施してきた講座では、概ね15～20社が参加されていたため同等以上の参加者を見込んでいる。募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。
	支援対象企業の変化	これまでインバウンドへ向けた集客アプローチを行ってこなかった事業者へ迫る大阪・関西万博2025開催に伴うインバウンド客増に向けたSNSによる情報発信への準備・取組みを行う。	
	その他目標値	指標 インバウンド客を見込んだ情報発信を開始した事業者	数値目標 5社

事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	過去2年間の当事業におけるSNS活用、ネットショップ塾等EC系講座の参加者など約200社(2024年12月21日現在)のうち、新たな販路としてライブコマースに取り組もうとする少なくとも15社程度を見込んでいる。 募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う
	支援対象企業の変化	新たな販路開拓としてライブコマースに活路を見出すこと。 指標 実際にライブ配信された事業者の数	数値目標 5社
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標⑥	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	既にECを開設済みの方で、売上が伸びない原因を探求し売上を上げるためのサイト運営のノウハウとサイト運営のPDCAを学んでいただく。過去、実践編や上級編として10年以上の実施実績があり10名前後が参加されている。募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。
	支援対象企業の変化	ECサイトの運営においても、計画の立案とそのPDCAが重要であることの認識を高めること。 指標 既存ECサイトの改善PDCAの取組みを開始した事業者数	数値目標 5社
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標⑦	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	昨年度実施のSNS集客マーケティング実践講座では、定員15社に対して19社が参加。ブランディング及び、セールスファネルマネジメント等のマーケティング要素を取り入れたことにより人気の講座となっており、本年度も15社に限定して実施する。 募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。
	支援対象企業の変化	販路開拓ツールとしてWeb/SNSを活用できるようになること。 指標 販路開拓を目的としてWebサイトの更新やSNSの活用を再開又は新たに活用を開始した事業者数	数値目標 5社
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標⑧	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	昨年度、他事業にて同様のセミナーを開催した際は、18社(20名)の参加実績があり関心が高いことが覗えた。そこで、今年度は切り口を変えた内容として実施し少なくとも15社を見込んでいる。募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。
	支援対象企業の変化	商品・サービスの魅せ方を変えた上で、SEO対策を開始すること。 指標 成果として新規顧客の開拓により初年度売上3%以上アップ	数値目標 5社
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標⑨	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	当講座は、過去年度の多数の受講者からの要望で実施するものであり、一定のニーズが顕在化していることを確認している。当事業で実施するのは初となるため、設定の根拠は示し難いが、少なくとも15社程度を目標としたい。募集方法は、当所及び連携先商工会議所・商工会の会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・当所運営のSNS・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。
	支援対象企業の変化	DXへの取り組みは、難しくないということへの気付きを与えること。 指標 実際にDXへの取り組みを開始した事業者	数値目標 7社
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標⑩	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	募集方法は、過年度または当年度に当事業に参加された事業者のうち、取り組み意欲の高い10社に限定し募る。
	支援対象企業の変化	新規顧客の開拓に向け継続したPDCAの取り組みを継続すること。 指標 PDCAの取り組みにより対前年比売上5%以上のアップ	数値目標 3社
	その他目標値	目標値の内容⇒	

事業名		自社の魅力を引き出すセルフプロデュース力向上支援事業	事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019 年度～	年度まで	6 年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	自社の事業を本当に必要としている顧客層に強みや魅力を伝えることができるように把握し、正確に届ける発信力を身に付け、事業の多様性をもって地域の発信力向上を図る事業				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	豊中を中心とした豊能地域は里山・観光地・工業エリア・新旧商業エリア・良質な住宅地域等、非常に多種多様な性格を持つ地域であり、その特性から多種多様な事業が存在するが、東大阪市や堺市などのように地域を代表するような産業集積がない。それ故に地域としての発信力は弱く、そこからもたらされる経済的な波及効果に乏しい。コロナ禍は脱したものの、円安やエネルギー・原材料高騰による物価高が重なり、一般消費者の消費活動は思うように回復していない。また、インボイス制度への対応や、賃上げへの取組などから、多くの中小・小規模事業者はコスト面においても向かい風が続いている。そんな中、2025年大阪・関西万博開催により、豊中市に所在する大阪国際空港（伊丹空港）を拠点とした人の往来が増大することは、当地域の小売・飲食・サービス業等にとって、新たな顧客開拓のチャンスである。自社の事業を本当に必要としている顧客層に強みや魅力を伝えることができれば、今後の売上増加、また事業の発展・成長が見込める。よって、豊能地域ではこれに備えるべく、自社の強み・魅力を再発見・把握し、その事業を必要としている顧客に正確に届ける発信力を身に付け、事業の多様性をもって地域の発信力向上を図る事業としたい。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	特に上記の影響を受けているであろうBtoC事業を行う小売業・飲食業・サービス業などの中小企業のうち、経営理念や事業計画が明確化されていない等、企業としての基盤が整っていない小規模事業者、および発信力に課題を持つ小規模事業者を対象とする。				
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	小規模事業者こそ自社の製品・サービスの最大の強みは何か、どのような使命感・想いをもってその事業に取り組んでいるのか等を理解し、的確に反映させた販促ツールの作成および活用をしていかなければならない。当事業では、それを支援する。				
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	2023年度は、人材育成型4事業および独自提案型・人材交流型2事業・ハンズオン型でのサポートを実施。人材育成型では成功者から魅せ方を学ぶとして「WEBマーケティング編」「販促企画編」「デザイン編」と「効果的なPOP作成」を、独自提案型では「自社の魅力を再確認して販促ツールに活かす」を、人材交流型では「生成AIのプロモーション活用」「海外向けのプロモーション」に焦点を当て、少人数でのゼミナール形式と個別サポートを織り交ぜた支援を実施。計86社を支援（2023.12.21現在）。				
	反省点	自社の効果的な魅力発信のためにはUSP（自社が持つ独自の強み）の見直しとターゲットの詳細設定が重要であり、今後もそれに関するセミナーやフォローアップの必要性を強く感じている。魅せ方の工夫・販促ツール作成についても積極的に支援し、発信力の強化による売上増加と事業の発展・成長を目指していきたい。また勉強会を継続して開催することにより、受講生同士の交流の中で事業の定期的な見直しと改善を促せたらと考えている。				

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	<p>【人材育成型】</p> <p>①豊能地域を代表する起業成功事例から学ぶ①【仮称】(20社参加1回講座)(9~10月頃開催) 自身の育児の困りごと解決をヒントにおこづかいで起業、ママ目線の商品開発・雇用維持・コミュニティづくりから大阪のみならず全国にファンを拡大、企業としていまだ成長を続けるその秘訣を聞く。リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p> <p>②豊能地域を代表する起業成功事例から学ぶ②【仮称】(20社参加1回講座)(9~10月頃開催) 地域に特化した情報提供・コミュニティづくりで支持を得て、こどもから大人まで幅広い認知度と安定したスポンサー契約で収益化に成功した情報サイト、その10年にわたる取り組みの軌跡について聞く。リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p>														
	○	人材交流型	<p>【人材交流型】</p> <p>③笑いのビジネスセミナー【仮称】(15社参加2回連続講座)(9~12月頃開催) お笑いの専門家が教える「大喜利からビジネスに使える発想法を学ぶ」セミナー。購買につながる自社のキャッチコピーや商品のネーミングの考え方、人を引き込むストーリーの作り方のコツを学び、ワークショップで自社に落とし込んで実際にいくつかの案を作成する。リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p>														
		販路開拓型	<p>④自社の魅力発信勉強会【仮称】(8社参加1回講座)(年1回開催) 当事業の参加企業及び22~27年のプロモーション支援事業、28~30年の自社のええとこ発見・発信支援事業の参加企業の中から参加者を募り、特に要望のあった内容についての勉強会や、戦略を伴った販促活動を行っている事業者による事例報告会を行う。他社の取組や成果を共有することで自社の課題解決を図る。リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p> <p>⑤プレスリリース実践塾【仮称】(15社参加3回連続講座)(7~10月頃開催) 企業価値の拡大を図るにあたり、社会的信用度の向上も大きな要素となる。中長期的にメディアを通じた露出を増やし、その蓄積を大きな武器としていくため、その具体的手法と有用性を学ぶ機会とする。塾形式で参加者同士が交流しながら学んでいく。豊中商工会議所にてリアル開催にて実施。</p>														
	○	ハンズオン型	<p>【独自提案型】</p> <p>⑥ファン創り名刺作成講座【仮称】(6社参加6回連続講座)(10~12月頃開催) 自社(自分)および自社商品・サービスの本当の強みや魅力(ウリ)をあらゆる角度から分析し、それを涙を流して喜んでくれるお客様(ファン)は誰で、どのようにアプローチしていくのかをワークショップや宿題を通して徹底的に考え抜く。そしてそのウリをファンへ効果的に伝えるプレゼンツールとして、受講生同士の意見交換や個別添削等を通じて掲載内容を考え、最終日までに4面勝負名刺の作成を目指す。講座中1回は写真撮影と編集、もう1回は無料アプリCanvaの使い方を学んでデザイナーを介さず自分で作成できるよう支援。リアル開催、オンライン開催、両者のハイブリッド開催のいずれかで実施。</p>														
	○	独自提案型	<p>【ハンズオン型】(5社)</p> <p>⑦ ①~⑤の受講企業のうち、社内への浸透及び利活用のため個別に支援が必要とする企業、または個別でツール作成等を支援する必要がある企業を個別およびグループとして支援。</p>														
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<table border="1"> <tr> <td>(a)府施策連携</td> <td>○</td> <td>(b)広域連携</td> <td></td> <td>(c)市町村連携</td> <td>○</td> <td>(d)相談事業相乗効果</td> </tr> <tr> <td>番号選択</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>販路開拓</td> </tr> </table> <p>(b) 広域連携：豊中商工会議所が中心となり、箕面・池田の各商工会議所、能勢町・豊能町の各商工会と連携して実施。各会議所・各商工会地域活性化事業・相談事業における販促課題の解決を図る場としても想定している。</p> <p>(d) 相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。□</p>	(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
(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											
主な事業の目標	総支援対象企業数		<table border="1"> <tr> <td>設定根拠及び募集方法⇒</td> <td>【設定根拠】セミナー・講座・ハンズオン等での支援対象企業数合計。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。</td> </tr> <tr> <td>89 社</td> <td></td> </tr> </table>	設定根拠及び募集方法⇒	【設定根拠】セミナー・講座・ハンズオン等での支援対象企業数合計。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。	89 社											
	設定根拠及び募集方法⇒	【設定根拠】セミナー・講座・ハンズオン等での支援対象企業数合計。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。															
	89 社																
支援対象企業の変化 (代表的な指標)		<p>各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を引き出し、その強み・魅力を必要としている人々へ伝えるための方策・手法を会得し、自社に取り入れ実践する。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td>当講座への参加により自社や商品の強みを活かして何らかの改善・改良を行うつもりである、または行ったと回答した企業の割合</td> <td>数値目標</td> <td>80%</td> </tr> </table>	指標	当講座への参加により自社や商品の強みを活かして何らかの改善・改良を行うつもりである、または行ったと回答した企業の割合	数値目標	80%											
指標	当講座への参加により自社や商品の強みを活かして何らかの改善・改良を行うつもりである、または行ったと回答した企業の割合	数値目標	80%														
その他目標値		<table border="1"> <tr> <td>目標値の内容⇒</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	目標値の内容⇒														
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 ×	40	社 ×	1.00	=	808,000	円
	40,400	円 ×	15	社 ×	1.20	=	727,200	円
	40,400	円 ×	8	社 ×	1.00	=	323,200	円
	40,400	円 ×	15	社 ×	1.30	=	787,800	円
	141,400	円 ×	6	社 ×	1.00	=	848,400	円
	101,000	円 ×	5	社 ×	1.00	=	505,000	円
		合計		89	社	(小計)		3,999,600
							0	円
					計		3,999,600	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)	ファン創り名刺作成講座に関しては、講座内において講師および経営指導員による全参加事業者への個別ハンズオン対応によりブラッシュアップを行うほか、講座期間中もしくは講座終了後に個別相談対応が非常に多く、講師・経営指導員共に労力が大きいため。(人材交流型+ハンズオン型のイメージ)							
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		321,000 円	負担金の積算			①②@2,000円×40名=80,000 ③@4,000円×15名=60,000 ④@2,000円×8名=16,000 ⑤@5,000円×15名=75,000 ⑥@15,000円×6名=90,000	
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)	
	3,999,600 円	×	0.75	=	2,999,700 円		(321,000 円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する代 表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)			
	○	豊中商工会議所	2,817,900 円	77	豊中は全事業の企画運営広報事後フォローを各商工会議所・商工会と連携して実施。連携会議所・商工会は参加者掘り起こしと事後の個別支援(カルテ化)を実施する。配分は人材育成型事業①②への参加者数による。各商工会議所4社、各商工会2社を想定。			
		池田商工会議所	60,600 円	4				
		箕面商工会議所	60,600 円	4				
		能勢町商工会	30,300 円	2				
		豊能町商工会	30,300 円	2				

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】直近3年間の人材育成型セミナー参加企業数および支援対象企業数より想定。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を必要としている人に伝えるべく、セミナーで学んだ内容を参考に自社へと置き換え改善を実施する。	
	指標	当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを活かした事業の魅せ方やファン創りの工夫などの考え方を理解し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⇒		
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	【設定根拠】直近3年間の人材育成型セミナー参加企業数および支援対象企業数より想定。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を必要としている人に伝えるべく、セミナー内容を参考に自社へと置き換え改善を実施する。	
	指標	当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを活かした事業の魅せ方やファン創りの工夫などの考え方を理解し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⇒		
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】直近3年間の人材交流型セミナー参加企業数および支援対象企業数より想定。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を必要としている人に伝えるべく、より効果的なキャッチコピー・ネーミング・ストーリー作成の発想法を学び実施する。講座内でいくつか案を作成した後、個別支援等で後日完成を目指す。	
	指標	当セミナーへの参加により自社や商品の強み・ウリを伝える効果的なキャッチコピー・ネーミング・ストーリーが完成した企業の割合	数値目標 30%
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⇒ 8 社	【設定根拠】直近3年間の勉強会参加企業数および支援対象企業数実績より想定。 【募集方法】当事業と過去のプロモーション支援事業・自社のええところ発見・発信支援事業の販促ツール制作系講座参加事業者に向けて、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を引き出し、それを必要としている人々へ伝えるための方策・手法について新しいアイデアや改善点を話し合い、実践を継続できる仕組み作りを実施する。	
	指標	他の参加企業の取組やここで学んだことを参考に、自社販促ツールの改善や戦略再構築に取り組んだ企業の割合	数値目標 70%
その他目標値	目標値の内容⇒		

事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】直近3年間の人材交流型セミナー参加企業数および支援対象企業数より想定。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	自社の認知度や社会的信用を高めることの重要性についてどの程度理解を深めたかをアンケートにより把握するとともに、プレスリリースを作成し実際にリリースした企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	目標値の内容⇒	指標 プレスリリースを作成し実際にリリースした企業数 数値目標 20%
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⇒ 6 社	【設定根拠】直近3年間の独自提案型講座参加企業数および支援対象企業数より想定。個別支援をしっかりとるため少なめに設定。 【募集方法】当所および連携先商工会議所・商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、SNSやターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を引き出し、それを効果的に伝えるための手法の一つ「勝負名刺」を学び作成する。	
	その他目標値	目標値の内容⇒	指標 当講座への参加により、自社や商品の強み・ウリとそれを喜ぶお客様を見出し、プレゼンツールとして名刺原稿が完成した企業の割合 数値目標 80%
事業の目標⑦	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 5 社	【設定根拠・募集方法】①～⑥のセミナー・講座・勉強会参加企業等のうち、個別でツール作成支援が必要、および当該事業で取組んだことの社内浸透を図るための支援を必要とする企業を個別支援。過去の実績より。
	支援対象企業の変化	各社が自社の柱となる理念・使命・想いを定め、自社の強み・魅力を引き出し、それを伝えるための方策・手法を改善・改良する。	
	その他目標値	目標値の内容⇒	指標 学んだことを会社の取組として社内で実践もしくは、販促ツール作成に生かして改善・改良を行った企業の割合 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		カーボンニュートラルの実現に向けた脱炭素・GX経営推進事業	事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		2023 年度～ 2024 年度まで	2	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	2050年のカーボンニュートラル、脱炭素社会、GXの実現に向けて、中小企業ができる脱炭素・GX経営やカーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発について解説する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>2030年に温室効果ガス排出量を46%削減し、2050年にカーボンニュートラルを実現するという目標に向け、2022年、大阪府は「おおさかカーボンニュートラル推進本部」を設置し、豊中市は「とよなか・ゼロカーボンプラン」を策定、2023年には政府が「GX=グリーントランスフォーメーションの実現に向けた基本方針」を閣議決定。これらを踏まえ、環境保全に対する様々な規制や要請は、今後ますます強化されると予想される為、中小企業においても環境マネジメントにより体系的に取り組むことが必要とされる。</p> <p>また、SDGsの浸透により消費者の環境意識が急速に高まってきていたり、2025年の大阪関西万博におけるパビリオンでも、カーボンニュートラルを中心とした「2050年の社会像」を意識した展示が実施予定である等、カーボンニュートラルに貢献できる商品・サービスを提供し、環境にやさしい企業であることも求められている。</p> <p>この事業は商工会議所からカーボンニュートラルに関するセミナーをきっかけとした積極的な働きかけを行い、中小企業の変革・投資を促し、脱炭素経営や新商品・サービスの創出を生み出すことを目的とする。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	豊能地域をはじめとした大阪府内の中小企業・小規模事業者の中で、そもそもカーボンニュートラルとは何かを知らない事業者、カーボンニュートラルに関心があり、脱炭素・GX経営や環境マネジメントシステムの構築を検討されている事業者、小売業・製造業等でカーボンニュートラルに貢献できる商品・サービスの開発を検討されている事業者等。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	国、大阪府、豊中市等が積極的にカーボンニュートラルを目指す取組を実施しており、社会的なニーズが高まってきている。またそのような取組により、一般消費者においても環境意識が高まってきており、消費者の意識変革を迅速に捉えようとする企業ニーズが高まっている。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>①2023年10月6日「カーボンニュートラルに向けた 省エネ・脱炭素経営支援セミナー」を開催し、13社が参加。 国、大阪府、豊中市における省エネ・脱炭素に関する施策について説明。</p> <p>②2023年12月22日「脱炭素商品開発・ブランディングセミナー」を開催し、7社が参加。 「企業ブランディング」と脱炭素時代に求められる「商品開発・ブランディング」の手法について解説。</p>				
	反省点	2023年度は上記2回のセミナーを実施したが、どちらも想定していた参加者数を下回った。セミナー内容や参加メリットがチラシに具体的に反映されていなかったことおよび、①については既に省エネ・脱炭素に関する補助金の公募が締め切られていたこと、②については年末であったこと等が原因であると考えている。2024年度は適切な時期に実施するとともに、セミナー参加で得られる情報、メリット等をより明確にし、参加者数の増加を図りたい。				
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)	<input type="radio"/> 人材育成型	<p>【人材育成型】</p> <p>①「カーボンニュートラルに向けた脱炭素・GX経営セミナー」(仮称) カーボンニュートラルとは、脱炭素・GX経営の導入に向けて活用できる制度、環境マネジメントシステム(ISO14001)の構築、事業者によるゼロカーボン宣言等について解説する。 ・実施時期：7～9月頃 ・開催場所：豊中商工会議所 ・20社の参加を想定</p>				
	<input type="radio"/> 人材交流型					
	販路開拓型	<p>【人材交流型】</p> <p>②「カーボンニュートラル時代にお客様から求められる商品とは!?新商品・サービスのつくりかた講座」(仮称) カーボンニュートラル時代にお客様から求められる商品・サービスとはどのようなものなのか、開発における企業ブランディング、商品・開発ブランディング等に関する解説を実施する。またSWOT分析や3C分析を通して、個々の事業者毎に商品・ブランド戦略に関するアドバイスをを行い、脱炭素商品・サービスの開発・販売を促す。 実施にあたり、大阪府が2022年度に実施された「脱炭素対応新事業展開モデル創出支援事業」も参考にする。 ・実施時期：9～11月頃、3時間×3日間を想定。 ・開催場所：豊中商工会議所 ・10社の参加を想定</p>				
	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)	<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-10	脱炭素経営へ向けた取組み支援			創業・経営革新	
	(a)府施策連携…中小企業支援室経営支援課企画調整グループと広報・周知について連携して実施。 (b)広域連携：企画立案運営等の主管業務は豊中商工会議所が担当。広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は箕面・能勢・豊能と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上を目指す。 (d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 30 社	【設定根拠】 人材育成型20社、人材交流型10社 【募集方法】 当所会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	カーボンニュートラルの概要、今後の社会的・消費者ニーズを把握すること、自社のSWOT分析や3C分析を通して、商品・サービス開発に活かすようになること。							
	指標	講座のアンケートにて、カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発に取り組む企業、取り組むことを検討すると回答した企業数	数値目標	5社					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
	⇒ 20,200	円 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円	
	40,400	円 ×	10	社 ×	1.30	=	525,200	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		合計		30	社	(小計)		929,200	円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)							0	円
								計	929,200
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)			
	929,200	円 ×	1.00	=	929,200	円	(0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)			
	○	豊中商工会議所	848,400 円		26	豊中商工会議所は主管として企画調整・広報・運営等について主に担当する。連携会議所・商工会は参加者掘り起こしと事後の個別支援 (カルテ化) を実施する。配分は人材育成型事業への参加者数による。商工会議所2社、各商工会1社を想定。			
		能勢町商工会	20,200 円		1				
		豊能町商工会	20,200 円		1				
		箕面商工会議所	40,400 円		2				
		円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】2022年11月30日開催「SDGsビジネスセミナー」の参加者数21名を参考に設定。 【募集方法】当所会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。
	支援対象企業の変化	カーボンニュートラルの概要を理解し、自社における脱炭素経営に取り組むようになること。	
	指標	セミナーのアンケートにて、自社の脱炭素経営に取り組む、取り組むことを検討すると回答した企業数	数値目標 10社
その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	【設定根拠】別事業にて2023年10月に開催した「商品・サービスの魅せ方を学ぶ連続講座」の平均参加者数13社を若干下回ることを想定して設定。 【募集方法】当所会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。
	支援対象企業の変化	カーボンニュートラルの概要、今後の社会的・消費者ニーズを把握すること、自社のSWOT分析や3C分析を通して、商品・サービス開発に活かすようになること。	
	指標	講座のアンケートにて、カーボンニュートラルに貢献する商品・サービスの開発に取り組む企業、取り組むことを検討すると回答した企業数	数値目標 5社
その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		人材活用力向上事業	事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		2022 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	労働力人口減少の中、様々な人材活用法を活用し人的資源の最適化を支援するとともに、労働関係法令の改正をはじめとする環境変化への対応を支援し、人材活用力を総合的に向上させることで事業の持続的な発展を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業は新卒採用においても中途採用においても大企業に比べて難しい状況にあり、今後一層人材確保が困難となることから、求人活動の見直しによる改善を支援するほか、外部人材の活用も含めた多様な人材の活用を検討するきっかけを提供し、実際の活用に向けて支援を行う。 また、採用後の定着率向上に向けて社内環境の改善や法令順守等につながる支援を提案する。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	豊中市内約13,000の事業所のほか、本市を管轄する池田公共職業安定所の管轄地域である能勢町・豊能町・箕面市の事業所も対象として、約18,000の事業所を本事業の対象と見込んでいる。また、過去に当所で実施した労務系のセミナーについては、大阪府のメールマガジンにより大阪府東部や南部からの参加者も多く、オンラインまたはハイブリッドで実施することにより大阪府内全域の事業所が対象となり得る。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「大阪労働市場ニュース令和5年12月分(大阪労働局 2023年11月30日発表)によれば、有効求人倍率は1.29倍、また新規求人倍率も2.63倍と、求人ニーズは底堅く推移することが確認できる。また、建設業・運輸業ではいわゆる「2024年問題」により稼働率維持に向けた人員採用・定着が必要となることが見込まれる。そのほか、会員企業からの求人に関する相談を受ける機会の増加も裏付けとなっている。				
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	2023年度の人材育成型として、「中小企業だからこそ取り組むべき 副業・プロ人材の活用術について」(7月10日開催後オンデマンド配信中、令和5年12月21日時点での参加事業者16社)、「顧客増!単価アップ!実践者に聞く フリーランス売上獲得セミナー」(7月13日開催。参加事業者数:56社)、「中小建設業のための採用・定着セミナー」(10月24日開催。参加事業者数:16社)を実施、計88事業者が参加した。また、従業員定着に向けたセミナーを3月に実施予定。セミナー参加者等の中から、労務・人材に関する課題を解決しようとする企業3社に対してハンズオン支援を実施した。				
	反省点	全般的に集客に苦戦しているが、特にフリーランス活用については事業者の反応が予想以上に芳しくなく、まだまだ地域の企業が活用するには心理的ハードルが高いと感じた。一方、今年度は求人や定着に関する相談が多かったことから、採用と定着に絞った内容で実施する。				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	①求人票ブラッシュアップ1Dayセミナー(仮称) 「人手不足に対する近畿企業の動向調査(2023年10月 株式会社データバンク)」によれば、「正社員が不足している企業」の割合は52.1%、小規模企業で34.3%と、10月としてはこれまで最も高かった2018年(52.5%)に次ぐ高水準となった。また、非正社員の手不足についても、飲食店で82.0%を記録する等高止まりが続いている。そのほか、2024年問題に直面する建設業や物流業においても人手不足が顕著な課題となっている。高まる求人ニーズの充足に向け、求職者に求職者各種媒体の活用と求職者へのPRに関するセミナーを実施する。状況に応じて豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員20名、8月～10月に実施予定。【人材育成型】				
	人材交流型	②面接対応力改善セミナー(仮称) 人手不足により求人募集自体が厳しくなっている中、面接後に「雰囲気が悪かった」、「面接官の態度が悪かった」を理由に辞退されるケースがそれぞれ28%(2023年7月エン・ジャパン株式会社「8000人に聞いた「選考辞退」の実態調査レポート2023年度版」と、面接時の対応が求人充足を妨げている事例が一定程度あることが明らかになっている。このような辞退を回避するため、面接において企業側担当者が知っておくべき事項、および効果的な面接の進め方等に関するセミナーを実施する。状況に応じて豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員20名、8月～10月に実施予定。【人材育成型】				
	販路開拓型	③「多様な働き方」実現セミナー(仮称) 人手不足が深刻化する中、働く者のニーズの多様化に対応する必要性が増大してきている。高齢者雇用や障がい者雇用、外国人雇用など、企業側がこれまで対応できていなかった働き方へのニーズに対応するための方策について解説するセミナーを実施する。状況に応じて豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員20名、8月～10月に実施予定。【人材育成型】				
	○ ハンズオン型	④問題社員対策セミナー(仮称) 従業員の定着に向けては、近年増えてきている「問題社員」に対し適切な対応を取り、職場の士気低下を防ぐことも重要になってきている。そこで、使用者側の立場からの労働問題に強い弁護士を講師に、法的知識と実務ノウハウを習得いただくセミナーを実施する。状況に応じて豊中商工会議所での開催、オンラインでの開催、両者のハイブリッドでの実施のいずれで行うかを決定する。定員20名、8月～10月に実施予定。【人材育成型】				
	独自提案型	⑤上記①～④の参加者を中心に、ハンズオンにて課題解決に向けた支援を実施する。3社を目標とする。【ハンズオン型】				

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果		
	商-I	人材ニーズ対応支援		人材育成・労務		
	労-II	雇用・労働啓発セミナー事業		人材育成・労務		
<p>(a)府施策連携…大阪産業局HR戦略部及び大阪府労働環境課労働環境推進グループと広報・周知について連携して実施。また、参加企業に対し、大阪府による事業・施策等の説明時間を設け、あるいは大阪府が指定する広報物を配布する。</p> <p>(b)広域連携：企画立案運営等の主管業務は豊中商工会議所が担当。広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は箕面・能勢・豊能と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上を目指す。</p> <p>(d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。</p>						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 83 社	当所会員事業所への告知の他、各種メールマガジンへの投稿、ホームページ・機関紙等の組織広報、産業支援担当行政窓口等への広報ツール配架、各種報道機関との連携を活用した周知を行う。			
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	人材採用に向けた取り組みについて理解が深まったかをアンケートにより把握し、人材採用に向けたアクションを起こした企業数で変化を把握する。				
	その他目標値	指標	求人票の作成や変更に取り組んだ企業数	数値目標	5社	
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	
	20,200	円 ×	20	社 ×	1.00 = 404,000	
	20,200	円 ×	20	社 ×	1.00 = 404,000	
	20,200	円 ×	20	社 ×	1.00 = 404,000	
	101,000	円 ×	3	社 ×	1.00 = 303,000	
	合計		83	社	(小計)	1,919,000
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)					
	計					1,919,000
	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"/> (d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)	
1,919,000	円 ×	1.00	=	1,919,000	円 (0 円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する代 表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)	
	○	豊中商工会議所	1,797,800 円	77	豊中商工会議所は主管として企画調整・広報・運営等について主に担当する。連携会議所・商工会は参加者掘り起こしと事後の個別支援(カルテ化)を実施する。配分は、各団体より①から④のいずれかへの参加者2社の掘り起こしを想定。	
		能勢町商工会	40,400 円	2		
		豊能町商工会	40,400 円	2		
		箕面商工会議所	40,400 円	2		
			円			

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】過去に開催した労務や人材採用等に関するセミナーの参加人数を考慮したうえで設定。 【募集方法】当所会員事業所および連携先会員への告知の他、各種メールマガジンへの掲載依頼やSNSでの発信等により、アナログ・デジタル双方からの周知を行う。
	支援対象企業の変化	人材採用に向けた取り組みについて理解が深まったかをアンケートにより把握し、人材採用に向けたアクションを起こした企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標 求人票の作成や変更に取り組んだ企業数	数値目標 5社
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】過去に開催した労務や人材採用等に関するセミナーの参加人数を考慮したうえで設定。 【募集方法】当所会員事業所および連携先会員への告知の他、各種メールマガジンへの掲載依頼やSNSでの発信等により、アナログ・デジタル双方からの周知を行う。
	支援対象企業の変化	面接において注意すべき点、自社の課題等について理解が深まったかをアンケートにより把握し、実際の面接に生かした企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標 面接への取り組み方を変更した企業数	数値目標 2社
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⇒ 20 社	【設定根拠】過去に開催した労務や人材採用等に関するセミナーの参加人数を考慮したうえで設定。 【募集方法】当所会員事業所および連携先会員への告知の他、各種メールマガジンへの掲載依頼やSNSでの発信等により、アナログ・デジタル双方からの周知を行う。
	支援対象企業の変化	多様な働き方のニーズや取り組みの必要性について理解が深まったかをアンケートにより把握し、多様な働き方への対応に向けたアクションを起こした企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標 多様な働き方への対応について取り組み始めた企業数	数値目標 3社
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】過去に開催した労務や人材採用等に関するセミナーの参加人数を考慮したうえで設定。 【募集方法】当所会員事業所および連携先会員への告知の他、各種メールマガジンへの掲載依頼やSNSでの発信等により、アナログ・デジタル双方からの周知を行う。
	支援対象企業の変化	従業員の定着のために問題社員への対応が必要であることについて理解が深まったかをアンケートにより把握し、問題社員への対応に取り組み始めた企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標 問題社員への対応に向けて取り組み始めた企業数	数値目標 2社
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 3 社	【設定根拠】支援対象企業のうち、人材の採用・定着に向けたハンズオン型支援を望まれる企業を想定して算出 【募集方法】事業①～④への参加企業、ならびにターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化	人材の採用や定着など、総合的に取り組みを行う企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標 ハンズオン支援に取り組んだ企業数	数値目標 3社

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		小規模事業者のための スモールM&Aを活用した事業承継支援事業		事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	7 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	後継者のいない小規模事業者を中心に、スモールM&Aによる事業承継を提案。事業承継にかかる事業計画書の策定支援や連携機関のマッチング支援を活用し、円滑な事業承継の実現を目指す。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	事業承継に関する現状について、2023年度の中小企業白書に掲載されている(株)帝国データバンクの調査結果では、2000年に経営者の年齢層のピークが「50～54歳」となっており、2005年には「55～59歳」、2010年は「60～64歳」、2015年は「65～69歳」と経営者年齢の高齢化が進んでいた。2022年は、経営者の多い年齢層は「70～74歳」が最も多いが、年齢層の割合が「60～64歳」「65～69歳」にも分散されていることから、団塊世代の引退が促され、年齢層が分散したとかがえる。しかし、中小企業庁が公開している事業承継ガイドラインでも指摘されている通り、事業承継への準備としては60歳から行うことが望ましい。また、中小企業の事業承継においては、日本政策金融公庫総合研究所の調査結果から、後継者の確保が困難化していることを指摘しており、2023年度においてもその傾向は変わっていない。そこで、本事業では、中小企業の事業継続のために第三者承継としてのM&Aを提案し、後継者が不足している中小企業のM&A活用を促進することを目的とする。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	事業を継続し20年、30年と続けていく中で、代表者が交代し新たな経営者がその事業を引き継ぐことは、業態・規模問わず必ず出てくる問題である。また、現時点で廃業予定の会社であってもM&AやEBOによる事業承継の可能性はどの企業にも有りえることであるため、地域内の全事業者が対象となる。その中でも、後継者がおらず、経営者が高齢化し、事業承継の問題に直面している小規模事業者に注力して支援を行う。					
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	近年、事業承継の相談は徐々に増えてきており、コロナ禍や物価高の影響により経営が悪化し引退を考える事業者が増えたと予測している。また、当所の会員事業所の中で、廃業による退会希望者に廃業理由をヒアリングすると、経営状況悪化によるところが一番に上げられるが、合わせて、「後を継いでくれる者がいない」とこぼされる方も多い。中規模以上の法人の場合、親族内承継以外にも従業員に承継させることや同業他社に事業を譲る等、小規模事業者より他の選択肢を取ることが比較的容易だが、小規模事業者の場合、経営者一人で事業を行っていることが多く、親族以外での承継は、自身のコネクションで当たっていくしかない。また、経営状況においては、債務超過に陥っている場合もあり、誰も引き受けてくれず、譲渡先が見つかるまでに心が折れ、廃業を選択する事業者も少なくない。小規模事業者にとっては後継者を見つけるという第一のハードルが高く、事業の譲渡先(買い手)とのマッチングに対する需要は高いと思われる。					
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	『ゼロベースで会社・お店の将来を考えるM&Aキホンのキ』2023年11月15日開催、参加者5名 小規模事業者を対象に、現在のM&Aの実態を知ってもらい、関心をもってもらうことを目的とした。事業承継(特に第三者承継)に関する基礎知識について学べる内容であり、満足度の高い内容となった。しかし、参加者数は目標数値を大きく下回る結果となったため、録画したセミナーの映像をオンデマンド配信を予定。 『スモールM&Aで第二創業・新事業展開セミナー』2024年3月13日開催予定 目標数値15社 事業を拡大したい事業者、又は一度創業したがうまくいかなかった開業予定者を対象にスモールM&Aを提案し、事業資源を引き継いでの事業展開のメリットを伝授する。					
	反省点	事業承継というデリケートかつ複雑な問題のため、セミナーの集客には苦慮した。支援先は勿論のこと、金融機関や大阪府事業承継・引継ぎ支援センターにもご協力頂き、周知を行ったが芳しくない結果となった。今年度においては、事業承継におけるM&Aについて、裾野を広げるためにも引き続き基礎知識を解説するセミナーを続けるが、別の切り口からアプローチできるセミナーテーマを準備する。					
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	①事業拡大のためのM&Aセミナー(仮称) 後継者不足の問題について、切迫しているのは事業の引き継ぎを行う側(売手側)であるが、M&Aセミナーへの参加の心理的ハードルが高いため、あえて事業を受け継ぐ側(買手側)目線のM&Aセミナーを実施する。内容に関しては、事業拡大を飛躍させる一つの手法として、新事業を起こしたいと思っている中小企業・小規模事業者に対しスモールM&Aを提案するが、事業を売却したいと思っている事業者が参加したとしても買手目線を養い自社の企業価値の評価方法が学べる内容とする。10～12月頃開催予定。15社を支援対象にする。【人材育成型】					
	人材交流型						
	○ ハズオン型	②上記の参加者を中心に1社を対象に、事業承継計画策定に向けたハンズオン型の支援を行う。					
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果
	商-12 事業承継の支援事業						事業承継
	(a)府施策連携…大阪府経営支援課経営支援グループと広報・周知について連携して実施。 (b)広域連携…箕面商工会議所、能勢町商工会、豊能町商工会で広報・周知なども含めて共同実施。 (d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 16 社	【設定根拠】 支援対象企業のうち後継者を探している小規模事業者を想定して算出 【募集方法】 当所および連携先商工会の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	「大阪府における中小企業の事業承継支援の課題と方向性」(大阪産業経済リサーチセンター 平成31年3月)でも言及されている通り、関西圏におけるM&Aのイメージは良くない。しかしながら、自社の事業を誰かに引き継いでほしいと願っている企業にとっては重要な選択肢の一つであり、事業承継の課題を解決できる手法である。そこで、セミナーを通じて事業者に対してM&Aを前向きに取り込めるよう意識改革を行う。							
	指標	M&Aへの興味を持った企業の割合	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	
	⇒ 20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円	
	101,000	円 ×	1	社 ×	1.00	=	101,000	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		合計	16	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%)								0 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		(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	(0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割(配分の考え方)			
	○	豊中商工会議所	343,400 円		13	豊中は全事業の企画運営広報事後フォローを各商工会議所・商工会と連携して実施。連携会議所・商工会は参加者掘り起こしと事後の個別支援(カルテ化)を実施する。配分は人材育成型事業への参加数による。各1社ずつを想定。			
		能勢町商工会	20,200 円		1				
		豊能町商工会	20,200 円		1				
		箕面商工会議所	20,200 円		1				
		円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】当所にて開催するセミナーの参加者が小規模事業における支援対象外事業者も含めおおむね15社前後で推移していることから設定。 【募集方法】当所および連携先商工会・商工会議所の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、Facebook等SNSでのPR、個別支援における勧奨により募集する。	
	支援対象企業の変化	「大阪府における中小企業の事業承継支援の課題と方向性」（大阪産業経済リサーチセンター 平成31年3月）でも言及されている通り、関西圏におけるM&Aのイメージは良くない。しかしながら、自社の事業を誰かに引き継いでほしいと願っている企業にとっては重要な選択肢の一つであり、事業承継の課題を解決できる手法である。そこで、セミナーを通じて事業者に対してM&Aを前向きに取り込めるよう意識改革を行う。		
	その他目標値	指標	M&Aへの興味を持った企業の割合	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 1	事業承継計画の策定について、中長期的な視点からの支援となるため、事業者も慎重にならざるを得ず、年間の件数を伸ばすことが困難と予想される。よって、目標数値は低めに設定する。	
	支援対象企業の変化	上記の支援対象企業を中心に、事業承継に着手する。		
	その他目標値	指標	事業承継計画に着手した事業者数	数値目標

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		EXPO2025をインバウンドに繋げる事業	事業番号	7	新規/継続	継続
想定する実施期間		2023 年度～ 2025 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	大阪・関西万博（EXPO2025）を、波及効果が見込まれるインバウンドに繋げることで、地域の中小企業の万博への参画に向けた動きを加速するとともに、域外（海外）からの需要の取込みにも繋がられるようにビジネスチャンスの創出を支援していく。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>2025年4月から10月に開催される大阪・関西万博（EXPO2025）では、2,820万人の想定来場者数、約2兆円の経済波及効果が試算されている。当万博では、①最先端技術など世界の英知が結集し新たなアイデアを創造発信、②国内外から投資拡大、③交流活性化によるイノベーション創出、④地域経済の活性化や中小企業の活性化、⑤豊かな日本文化の発信のチャンス、を実現することが掲げられるとともに、世界における圏域の認知度向上なども期待されているところである。</p> <p>訪日外客数に目を向けると、新型コロナウイルスの影響で2020年以降の国際的な人の往来は激減してしまっていたが、日本政府観光局（JNTO）の2023年11月レポートでは、10月が2019年同月比100.8%の2,516,500人となり、新型コロナウイルス感染症拡大後初めて2019年同月を超えた。個人観光再開から1年が経過し、訪日外客数は堅調に回復をしているところであり、今後もインバウンドにおいては「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」が期待される。</p> <p>また、大阪・関西万博では、観光をはじめ、教育、文化、スポーツ、ビジネス、学術など様々な分野を目的に人々が来訪することで、万博を契機とした交流人口の拡大が期待されている。一般財団法人アジア太平洋研究所（APIR）が2023年7月に発表したレポートによると、大阪・関西万博では、2兆3,759億円の経済波及効果が見込まれるとされている。さらに、万博を契機として、関西広域において観光客にとって魅力的なコンテンツやイベント等といった滞在を促すインセンティブが増加することにより、上述の経済波及効果に加えて約4千～5千億円程度の上振れが見込まれることも発表されている。</p> <p>一大イベントとなる万博（EXPO2025）を、波及効果が見込まれるインバウンドに繋げることで、地域の中小企業がビジネスチャンスを創出できるようにしていくことを事業の目的とし、万博による域外（海外）からの需要の取込みに繋がられるような支援を実施することで、万博とインバウンド対策への参画に向けた動きを加速していきたい。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	EXPO2025に向けたインバウンド需要の取込み意欲のある中小企業を想定し、主として豊能地域の飲食、小売、宿泊、サービス業を中心に、医療、介護や温泉、交通、観光関連業種などを対象とする。				
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>豊能地域は大阪市の北部に隣接しており、空港、新幹線、高速道路、京阪神の都心へのアクセスが便利なエリアである。さらに、大阪メトロ御堂筋線の「箕面延伸」が2024年3月23日開業に決定したことで、当エリアと大阪・関西万博の会場とはアクセスがより良くなるため、その波及効果への地元企業の関心は非常に高いものがある。</p> <p>また、大阪・関西万博に向けた取り組みとして、当所では、インバウンド支援事業を2011年度より実施。その中で実施しているモニターツアー・ハンズオンツアーでの支援企業約100社に対するアンケート結果では、訪日観光客向けビジネスに取り組むことに対して前向きで、集客方法（プロモーション）・対応方法（おもてなし）への関心が高く示されている。</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	2023年度の人材育成型では「EXPO2025をインバウンドに繋げる対策セミナー」を10月31日に開催し、15社・17名（補助対象11社）が参加した。また人材交流型では「外国人から学ぶ誘客（インバウンド）実践交流会」を9月29日に開催し、10社・10名（補助対象10社）が参加した。ハンズオン型においては、「インバウンド×サービス（おもてなし）×集客（プロモーション）による大阪・関西万博に向けた現地訪問支援」を2024年2月15日・17日で開催する予定で、（補助対象）10社の申込を得ている状況である。				
	反省点	人材育成型セミナーについては受講者の利便性を考えて会場とオンライン配信のハイブリッド型で開催したが、受講者のお声の中にライブ受講だけでなく、オンデマンド型での受講希望があった。受講者満足度を上げるためにもセミナー内容に応じて多様な受講方法を提供できるようにしていきたい。				

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	<p>【人材育成型】</p> <p>①「万博への中小企業の参画促進と、地方（府内各地）への誘客（インバウンド）セミナー」</p> <p>◆内容：約半年後に控えた大阪・関西万博の直近の動きを紹介し、中小企業に万博への理解を深めていただくとともに、万博を通じたインバウンド集客策に向けた情報提供を実施する。</p> <p>◆開催時期：2024年7月～8月頃</p> <p>◆開催場所：豊中商工会議所、またはオンラインかハイブリッド、ビデオオンデマンド型にて開催</p> <p>◆支援企業数：15社</p> <p>◆実施の必要性：令和5年度セミナーに受講できなかった事業者から次回開催を希望する声があることや、万博参画について関心を示す事業者が増えてきたため。</p> <p>◆集客・確保方法：当所ならびに広域連携団体での広報の強化（会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DM、等）</p>
	○	人材交流型	<p>【人材交流型】</p> <p>②「万博からの誘客（インバウンド）実践交流会」</p> <p>◆内容：日本在住の外国人を講師に迎え、インバウンド向けの商品開発、外国人目線での誘客プロモーション、おもてなし等を指南するディスカッション形式の実践交流会を開催する。</p> <p>◆開催時期：2024年9月～10月頃</p> <p>◆開催場所：豊中商工会議所、または千里中央（信用保証ビル）</p> <p>◆支援企業数：15社</p> <p>◆実施の必要性：令和5年度に参加した事業者から引き続きの開催を希望する声が数社からあり、一定のニーズを確認しているため。</p> <p>◆集客・確保方法：当所ならびに広域連携団体での広報の強化（会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DM、等）</p>
		販路開拓型	<p>【ハンズオン型】</p> <p>③「万博からの誘客に繋げるための現地ハンズオン支援」</p> <p>◆店頭対応・商品強化のほか、サービス（おもてなし）・集客（プロモーション）の展開などを現地訪問型でトータル的にコンサルティングすることで、大阪・関西万博に備えたインバウンド対策に繋がるように個社支援を行う。</p> <p>◆開催時期：2025年2月頃</p> <p>◆開催場所：豊能地域の参加事業所</p> <p>◆支援企業数：6社</p>
	○	ハンズオン型	<p>大阪・関西万博開催までに、万博及び万博関連事業へ地域事業者が参画できるよう体系的に事業者を支援する。</p>
		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-17 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
			(a)府施策連携…大阪府中小企業支援室経営支援課経営支援グループと連携して事業を推進する。 (b)広域連携：企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は池田・箕面・能勢・豊能と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上を目指す。 (d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 36 社	【設定根拠】大阪・関西万博への参画とインバウンド対策に関心を示す企業を想定して算出。 【募集方法】当所および連携先団体の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	大阪・関西万博に向けた参画の意向をアンケートにより把握し、インバウンド対策に取り組む企業数で変化を把握する。	
	その他目標値	指標	大阪・関西万博を活用してインバウンド対策を行う企業数
	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		
	40,400	円 ×	15	社 ×	1.00	=	606,000	円		
	101,000	円 ×	6	社 ×	1.00	=	606,000	円		
		円 ×		社 ×		=	0	円		
	円 ×		社 ×		=	0	円			
	合計		36	社	(小計)		1,515,000	円		
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								0	円	
								計	1,515,000	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)										
算出額										
①市町村等補助		円		交付市町村等						
②受益者負担		円		負担金の積算						
○ (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)				
1,515,000		円 ×		1.00		=		1,515,000		
								(0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する代 表団体に○)										
代	商工会・会議所名			配分額		支援企業数	役割(配分の考え方)			
○	豊中商工会議所			1,272,600 円		28	豊中商工会議所は、主管として企画調整・広報・運営等について担当する。池田・箕面・能勢・豊能の各団体は①と②の事業において各1社ずつ新たな参加事業者の掘り起こしを行う。			
	池田商工会議所			60,600 円		2				
	箕面商工会議所			60,600 円		2				
	能勢町商工会			60,600 円		2				
	豊能町商工会			60,600 円		2				

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	【設定根拠】大阪・関西万博への参画とインバウンド対策に関心を示す企業を想定して算出。 【募集方法】当所および連携先団体の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けた参画の意向をアンケートにより把握し、インバウンド対策に取り組む企業数で変化を把握する。		
	その他目標値	指標	大阪・関西万博に向けた具体的な参画プランを立てた企業数	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⇒ 15 社	【設定根拠】大阪・関西万博への参画とインバウンド対策に関心を示す企業を想定して算出。 【募集方法】当所および連携先団体の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けた参画の意向をアンケートにより把握し、インバウンド対策に取り組む企業数で変化を把握する。		
	その他目標値	指標	大阪・関西万博を活用してインバウンド対策を行う企業数	数値目標
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 6 社	【設定根拠】大阪・関西万博への参画と具体的なインバウンド対策支援を求める企業を想定して算出。 【募集方法】当所および連携先団体の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けた参画の意向をアンケートにより把握し、インバウンド対策に取り組む企業数で変化を把握する。		
	その他目標値	指標	大阪・関西万博に向けて具体的な参画プランを立てインバウンド対策を行う企業数	数値目標

事業名		大阪・関西万博に向けた新商品発掘&開発プランコンテスト	事業番号	8	新規/継続	継続
想定する実施期間		2023 年度～ 2024 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	大阪・関西万博（EXPO2025）を、地域の中小企業が自社の商品・製品を国内外の多くの消費者にアピールする機会と捉え、万博への参画機運を醸成するとともに、万博後も広く全国に販売している製品開発と販路開拓を支援していく。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>2025年4月から10月に開催される大阪・関西万博（EXPO2025）では、2,820万人の想定来場者数、約2兆円の経済波及効果が試算されている。当万博では、①最先端技術など世界の英知が結集し新たなアイデアを創造発信、②国内外から投資拡大、③交流活性化によるイノベーション創出、④地域経済の活性化や中小企業の活性化、⑤豊かな日本文化の発信のチャンス、を実現することが掲げられるとともに、世界における圏域の認知度向上なども期待されているところである。</p> <p>「関西空港の将来的な航空需要を分析する調査委員会」の試算では万博期間中は年間発着回数上限を上回る見通しがなされており、大阪国際空港を利用しての来阪観光客の増加も考えられ、豊能地域の中小企業にとってもPRの機会増加につながることを期待できる。</p> <p>本事業においては、商品・製品プランコンテスト&商談会形式で、豊能地域のPRに繋がるような製品・商品の開発・改良を支援していくことを事業の目的とし、万博会場での営業参加を目指すとともに、豊能地域の資源でもある大阪国際空港で「売れる」商品の発掘と開発を行い、万博による国内外からの来阪客の需要の取り込みに繋げられるような支援を実施することで、万博に向けた機運醸成と中小企業の商品・製品開発の動きを支援していきたい。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	EXPO2025への営業参加に向けて新商品・新製品の開発など新たな取組に意欲のある中小企業を想定し、主として豊能地域の飲食、小売・卸売業を中心に、約200社程度を対象とする。				
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>平成19年度～平成28年度にかけて公募された「おおさか地域創造ファンド」や平成30年度・平成31年度に公募された「おおさか地域産業資源活用サポート事業」には安定した応募があり、豊能地域においては新規事業への取組に関心の高い事業者が安定して存在している。また、昨年度実施した「2023 空ー1グランプリ in Toyono」においても、応募対象外の大阪府外の事業者からも問い合わせがあるなど、広範なニーズが確認できている。</p> <p>加えて、豊能地域は大阪市の北部に隣接しており、空港、新幹線、高速道路など京阪神都心へのアクセスが良く、さらに大阪メトロ御堂筋線の「箕面直通」が2024年春に決定したことで、当エリアと大阪・関西万博会場とのアクセスがより良くなるため、その波及効果への地元企業の関心は非常に高いものがある。2022年8月4日に大阪シティ信用金庫が公表した「中小企業における大阪・関西万博に関する意識調査」では、経営にプラスの影響があると考える企業が66.4%、地元大阪が出展するパビリオンへの参加する意向のある企業が24.3%と、2022年7月上旬の時点で既にニーズが顕在化してきており、今後万博開催が近づくとつれ、一層ニーズが高まっていくことが期待できる。</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	「2023 空ー1グランプリ in Toyono」として空港での販売を目指す豊能地域の企業および豊能地域産品を使った商品を開発する府内企業を対象に募集、公募説明会や個別相談などを重ね、最終的に38事業者50商品に対してエントリーに向けた支援を実施、その後試食審査や面接審査についてもフォローを継続、3商品を表彰対象として決定した。3商品については空港での試験販売に向けて商談への同席や商品化に向けたフィードバックなどハンズオン支援を実施している。				
	反省点	初の取り組みということもあり、「食品」の中でも菓子類・飲料・調味料など広範囲のカテゴリーからの応募となったため、審査が非常に難航した。次年度はカテゴリーをもう少し細分化することでより高精度の審査が可能になると考える。また、審査の過程についても再検討の余地がある。				

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	<p>①公募説明会【人材育成型】</p> <p>◆内容：商品・製品プランコンテスト&商談会の趣旨や概要を説明し、併せて大阪・関西万博の直近の動きを紹介する。</p> <p>◆開催時期：2024年8月頃</p> <p>◆開催場所：豊中商工会議所、またはオンラインかハイブリッドにて開催。一定期間オンデマンド配信も実施。</p> <p>◆対象者数：18社</p>								
		人材交流型	<p>本公募説明会参加者その他を中心に豊能地域の事業者および豊能地域の農林水産物を活用した商品を提供している、または開発を検討している大阪府内の事業者を対象に公募を行い、商品の状況に応じてバイヤー商談会または製品コンテストへの応募の支援に繋げていく。</p> <p>②バイヤー商談会支援【販路開拓型】</p> <p>◆内容：当事業におけるバイヤーとの商談会を希望する事業者、エントリーシート完成に向けた支援を実施する。</p> <p>◆実施時期：公募説明会開催後公募期間中に随時</p> <p>◆実施方法：原則対面で実施、感染拡大等の状況によってはオンラインで実施。</p> <p>◆対象者数：20社</p>								
	○	販路開拓型	<p>③商品・製品プランコンテスト参加支援【販路開拓型】</p> <p>◆内容：当事業におけるコンテストへの応募を希望する事業者、エントリーシート完成に向けた支援を実施する。</p> <p>◆実施時期：公募説明会開催後公募期間中に随時</p> <p>◆実施方法：原則対面で実施、感染拡大等の状況によってはオンラインで実施。</p> <p>◆対象者数：12社</p>								
	○	ハンズオン型	<p>④表彰対象者の伴走型支援【ハンズオン型】</p> <p>◆内容：コンテスト表彰対象者の商品・製品プラン等実現に向けて商品開発やプレスリリースその他現地訪問を基本に総合的に支援することで、大阪・関西万博の実施時期に販売・PRしていけるよう個社を支援する。</p> <p>◆開催時期：表彰決定後随時</p> <p>◆開催場所：原則対面で実施、感染拡大等の状況によってはオンラインで実施。</p> <p>◆対象者数：3社</p>								
		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)		<table border="1"> <tr> <td>○ (a)府施策連携</td> <td>○ (b)広域連携</td> <td>(c)市町村連携</td> <td>○ (d)相談事業相乗効果</td> </tr> <tr> <td>商-17</td> <td colspan="2">2025大阪・関西万博開催に向けた出展・機運醸成に向けた取り組み</td> <td>販路開拓</td> </tr> </table> <p>(a)府施策連携…大阪府中小企業支援室経営支援課経営支援グループと連携して事業を推進する。 (b)広域連携：企画立案運営等の主管業務は豊中が担当。広報・募集・運営補助・フォロー等の業務は池田・箕面・能勢・豊能と分担。広域実施により参加企業の拡大と連携の可能性向上を目指す。 (d)相談事業相乗効果：参加企業に対する各種カルテ化を支援する。</p>	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	商-17	2025大阪・関西万博開催に向けた出展・機運醸成に向けた取り組み		販路開拓
○ (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	2025大阪・関西万博開催に向けた出展・機運醸成に向けた取り組み		販路開拓								
主な事業の目標	総支援対象企業数	<p>設定根拠及び募集方法⇒</p> <p>53 社</p>	商品・製品プランコンテスト&商談会全体としての支援者は50社と想定。バイヤー商談会へのエントリー20社、コンテストへのエントリー12社を想定し、それぞれエントリーに向けた支援を実施する。また、コンテスト表彰対象として3社を選定し、継続支援を実施する。								
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)		大阪・関西万博に向けて商品・製品の開発や販路開拓に向けた取り組みを開始した企業数で把握する。								
	その他目標値	目標値の内容⇒	<table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td>大阪・関西万博に向けて製品・商品開発や販路開拓に取り組む企業数</td> <td>数値目標</td> <td>3社</td> </tr> </table>	指標	大阪・関西万博に向けて製品・商品開発や販路開拓に取り組む企業数	数値目標	3社				
指標	大阪・関西万博に向けて製品・商品開発や販路開拓に取り組む企業数	数値目標	3社								

	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 ×	18	社 ×	1.00	=	363,600	円	
	50,500	円 ×	20	社 ×	1.00	=	1,010,000	円	
	50,500	円 ×	12	社 ×	1.00	=	606,000	円	
	101,000	円 ×	3	社 ×	1.00	=	303,000	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
	合計		53	社	(小計)		2,282,600	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%)							0	円	
							計	2,282,600	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)									
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)				
	2,282,600	円 ×	1.00	=	2,282,600	円	(0円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する代 表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割(配分の考え方)		
	○	豊中商工会議所		1,797,800 円		41	豊中商工会議所は主管として企画調整・広報・運営等について主に担当する。連携会議所・商工会は参加者掘り起こしとアフターフォローを実施し、公募説明会への参加、エントリーシート作成支援について応募各回につき各団体3社ずつ(20,200円+50,500円+50,500円)を想定する。		
		池田商工会議所		121,200 円		3			
		箕面商工会議所		121,200 円		3			
		豊能町商工会		121,200 円		3			
	能勢町商工会		121,200 円		3				

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⇒ 18 社	【設定根拠】昨年度実施した「2023 空ーIグランプリ in Toyono」エントリー事業者および公募説明会参加事業者数から設定。なお、エントリーシート作成に取り掛かった事業者は重複するため除外する。 【募集方法】当所および連携先団体の会報へのチラシ同封、ホームページへの掲載、メールマガジンでの周知、ターゲット企業への個別DMにより募集する。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けて、新たな取組を目指す企業をアンケートで把握する。		
	その他目標値	指標	大阪・関西万博に向けた新規事業への取組を希望する企業	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	【設定根拠】昨年度実施した「2023 空ーIグランプリ in Toyono」エントリー事業者数(38事業者50商品)から設定。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けた販路開拓の一環としての商談会へのエントリーを実施した企業数で把握する。		
	その他目標値	指標	バイヤー商談会に向けたエントリーシート作成支援企業数	数値目標
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 12 社	【設定根拠】昨年度実施した「2023 空ーIグランプリ in Toyono」エントリー事業者数(38事業者50商品)から設定。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けて商品・製品の開発や販路開拓等において具体的なプランを作成した企業数で把握する。		
	その他目標値	指標	コンテスト応募に向けたエントリーシート作成支援企業数	数値目標
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 3 社	【設定根拠】昨年度実施した「2023 空ーIグランプリ in Toyono」におけるハンズオン支援企業数(3社)から設定。	
	支援対象企業の変化	大阪・関西万博に向けて商品・製品の開発や販路開拓等に向けた取り組みを開始した企業数で把握する。		
	その他目標値	指標	大阪・関西万博に向けて製品・商品開発に取り組む企業数	数値目標

