

令和3年度（2021年度） 事業実績報告書

1. 申請者の概要

申請者	団体名	大阪商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 鳥井 信吾	
	所在地	大阪府大阪市中央区本町橋2番8号	
	担当者	職・氏名	中小企業振興部次長兼経営相談室課長 荒井 慎一
	連絡先	TEL（直通）：	06(6944)6451
		Fax：	06(6944)6565
		E-mail：	sme-promotion@osaka.cci.or.jp
①設立年月日		1878（明治11）年8月27日	
②職員数 （経営指導員数）		204名（経営指導員76名） ※令和4年4月1日現在	
③所管地域		大阪府大阪市	
④管内事業所数		179,252（平成28年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数		113,699（平成28年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）		30,252（16.9%） ※令和4年4月1日現在	
□主な事業概要（定款記載事項等）			
<p>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。</p> <p>② 行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>③ 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>④ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。</p> <p>⑤ 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。</p> <p>⑥ 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>⑦ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。</p> <p>⑧ 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。</p> <p>⑨ 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。</p> <p>⑩ 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。</p> <p>⑪ 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。</p> <p>⑫ 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行うこと。</p> <p>⑬ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>⑭ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。</p> <p>⑮ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。</p> <p>⑯ 商工業に関する図書を収集し、一般の閲覧に供すること。</p> <p>⑰ 国際親善及び通商振興に資する事業を行うこと。</p> <p>⑱ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>⑲ 行政庁等から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>⑳ 前各号に掲げるもののほか、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。</p>			

(1) 事業の目標

以下を主たる目標として、令和3年度（2021年度）小規模事業経営支援事業を実施した。

<経営力の強化> 大阪市内に設置している5支部ならびに本部経営相談室の経営指導員が地域に密着して経営課題の解決や経営力の強化に向けた個社支援（経営相談支援事業）を行う。特に、コロナ禍によって事業活動に甚大かつ深刻な影響を受けている事業者の事業継続や業績回復に向けた支援に注力する。より高度かつ専門的な経営課題の解決にあたっては、経営指導員が専門家とともに伴走型支援を行うほか、専門家の窓口相談や訪問派遣などを実施する（専門相談支援事業）。さらに、税務・会計や人事・労務、企業法務、販路開拓、金融などの経営実務や産業・経済の動向に関するセミナー・講習会などを開催し、経営力の強化に向けた集団指導を行う。

<販路の拡大> コロナ禍で売上が減少している事業者の販路拡大による業績回復を支援することに重きを置き、大手流通業との商談会や多業種型総合展示商談会、地元製品の体験型販売促進イベントなどを開催し、効率的かつ効果的な商談機会を提供する。また、世界的なコロナ禍なれどもビジネスのグローバル化の大きな潮流には変わりはなく、引き続き海外企業とのビジネスマッチング事業、海外市場の開拓などに関する情報提供や相談事業を実施する。加えて、D2C（Direct to Consumer）やクラウドファンディングなどの手法の活用、商品のデザイン力強化やブランディング、観光産業の商談会への出展などによるビジネスの拡大を促進する。

<商店街の活性化と地域のにぎわい創出> 商店街では、新型コロナウイルスの感染拡大による外出の自粛やインバウンド客の消失などで大きなダメージを受けるとともに、安心・安全に人びとが集い、買い物ができるような対策・環境整備が課題となっている。ついては、新しい生活様式に適應した商店街づくりを促進し、個店や地域に活力を取り戻せるよう集客・販売促進のためのイベント開催を協働・支援する。

<新ビジネスの創出> 「2025大阪・関西万博」の開催とその後の地域経済の成長をめざして、また、スタートアップ・エコシステムのグローバル拠点都市として、新ビジネスの創出・育成を図る。さらに、社会課題解決ビジネスに資する先端技術を活用した実証事業を支援するとともに、AI、IoT、ロボティクスをはじめとする第4次産業革命技術の活用などを通じた新ビジネスの創出やライフサイエンス・ヘルスケア産業など成長分野への参入を促進する。

<ものづくりの振興> 研究機関の技術シーズの活用などを促進し、高機能、高性能、高付加価値の製品づくりに向けた技術革新を支援する。また、大企業と中小企業・小規模事業者の連携による技術開発や製品化・事業化（オープンイノベーション）を支援するためのマッチング事業を実施する。さらに、管内に集積する金属加工・機械関連の中小ものづくり企業同士のネットワークの拡充や取引拡大のための交流会、域外企業からの受注に関する商談会などを開催する。コロナ禍で取引が消失したり、営業活動が停滞したりしている中小ものづくり企業も多く、PRツールとしての動画の制作などを通じて取引の拡大を支援する。

<生産性の向上> 中小企業・小規模事業者においては、人手不足や経営者・従業員の高齢化、低い収益性などから生産性の向上や業務の効率化が課題となっている中、今般のコロナ禍で非対面・非接触のビジネスへの転換やテレワークの導入も求められるようになった。こうした課題の解決に向けてITの導入・利活用を促進（DX：デジタル・トランスフォーメーションへ対応）するため、経営指導員の個別ヒアリングによる動機づけや専門家による導入サポート・相談事業、セミナーなどを実施する。また、産業別のアプローチとして、製造業には現場カイゼンやITの利活用などを、商業・サービス業にはサービス提供のプロセス改善やバックオフィスの効率化などを通じた生産性向上を支援する。

<人材の確保> 中小企業・小規模事業者にとって人材の確保は最重要課題の一つである。その一方で、コロナの影響による解雇や雇止め、採用抑制など、就労状況の悪化が顕著になっている。ついては、中小企業・小規模事業者を対象に、新規卒業者・若手人材や外国人留学生の採用、女性労働力の育成・活躍・定着、高齢者の活用、障がい者の雇用促進などに関するセミナーや情報交換会などを実施することにより、人材の確保を支援し、就労を促進する。

<事業継続力の強化> 事業継続力強化支援計画に基づき、中小企業・小規模事業者の経営の強靭化（災害対応力の強化）を図る。災害や感染症に対する日頃の備え、発災時や感染時の事業継続計画（BCP）などを啓発するセミナーやBCP策定のワークショップを開催するとともに、経営相談支援事業などを通じてBCPや事業継続力強化計画の策定を支援する。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

<経営相談支援事業> 支部および経営相談室に、「新型コロナウイルスに関する経営相談窓口」に加えて「原油価格高騰に関する特別相談窓口」「ウクライナ情勢・原油価格上昇等に関する特別相談窓口」を設置し、事業者からのかかる相談に対応した。資金繰りに苦慮する事業者に対しては、小規模事業者経営改善資金（マル経融資）の推薦などを行い、販路開拓によって業績の回復をめざす事業者に対してはその事業計画の作成などの支援を行うとともに、国・自治体の支援施策の活用などもサポートした。経営相談の実施にあたっては、従来の窓口や事業所訪問に加え、非接触や相談にかかる移動時間の排除などを企図してオンライン方式を導入した。

<専門相談支援事業> 専門的な経営課題の解決を支援するため、法律、人事労務・メンタルヘルス対策、経理・会計、税務、金融、IT、知的財産、ものづくり・技術、営業・マーケティングなどの分野ごとに、弁護士や社会保険労務士、税理士、ITコーディネータなどの専門家が相談対応を行った。また、専門家の派遣も行い、生産管理や技術、IT、労務対策などの実務的課題の相談指導をした。さらに、決算申告時期には各支部において税理士による相談会を開催した。

<地域活性化事業> 令和3年度（2021年度）も前年度に引き続き、新型コロナウイルス禍で厳しい経営環境が続く中小企業・小規模事業者の取引拡大・売上回復を支援するため、商談会・マッチング事業の実施に注力した。展示商談会や個別商談会、交流会は、オンライン形式よりも対面・集合形式を望む声が根強いため、新型コロナウイルスの感染状況に十分に留意しつつ、感染防止策を重層的に講じたうえで、可能な限り対面・集合形式で実施した。一会場に会した大手流通業などのバイヤーに商材を売り込む「買いませ！売れ筋商品発掘市」を2年ぶりに開催するとともに、大手小売業者やプロダクションなど1社ごとに商談会を設定した「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」を8回（8社）開催した。展示商談会への出展経験が少ない大阪府内の中小企業・小規模事業者などの販路拡大を支援する多業種型総合展示商談会「大阪勤業展」を今年度も府内商工会・商工会議所、大阪府商工会連合会との連携により開催した。また、阿部野駅・天王寺駅周辺の集客イベント「あべの天王寺・サマーキャンパス」を2年ぶりに開催するなど、各支部において地元商店街などの振興・集客を支援した。さらに、機械・金属加工分野の受注拡大を支援する「ものづくり加工商談会」を、昨年度に引き続き東京圏の企業を発注側として招き開催した。

2025年の大阪・関西万博とその後に向けて新ビジネスの創出を図る「第4次産業革命分野における新規事業創出促進事業」「新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援」「医療機器産業事業化促進事業」などを実施した。

人材の確保・活用やダイバーシティを推進のため、「新規学卒者人材確保支援事業」「外国人材採用支援事業」「成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業」「障がい者の雇用促進事業」「高齢者雇用サポート事業」などを実施した。

さらに、生産性の向上を支援するため、「業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業」「生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業」「商業・サービス業の生産性向上支援事業」「中小ものづくり企業の生産性向上支援事業」を継続して実施したほか、経営力の強化に向けて、経営実務に関する講座・講習会、「経営革新支援事業」「小規模事業再生サポートセンター事業」「専門家連携型経営相談 交流会」などを実施した。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

<経営相談支援事業> 2,172事業所に対して、のべ2,658件（フォローアップ支援を除く）の支援を行った。その内訳として、「事業計画作成支援」1,246件、「金融支援（経営指導型）」679件、「財務分析支援」254件、「資金繰り計画作成支援」150件、「金融支援（紹介型）」118件などを行い、小規模事業者の経営基盤強化を推し進めた。

<専門相談支援事業> 弁護士、社会保険労務士、税理士などが窓口で、のべ1,723件の専門的な経営課題の解決に向けて支援した。また、専門家を事業所にのべ466回派遣し、経営戦略やマーケティング、ITなどの指導を行った。

<地域活性化事業> 取引の拡大は、すべての事業者にとっての課題であり、販路開拓の支援を主要な柱の一つとして地域活性化事業に取り組んだ。大阪府内の323企業・団体（支援対象外を含む）が参加した多業種型総合展示商談会「大阪勤業展」では、のべ2,405件の商談が行われ、110社・256件（金額ベースで1億5,641万円）の商談が成立した。大手流通業などとの商談会「買いませ！売れ筋商品発掘市」では3,489件の商談が行われ、うち775件が成約に向けて商談を継続した。また、「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」では、のべ280件の商談が行われ、うち129件が成約に向けて商談を継続した。「大阪・東京ものづくり加工商談会」では、のべ200件の商談・情報交換が行われ、うち105件が受発注に向けて商談を継続した。さらに、海外への販路開拓においては、飲料・食品関連の企業などがヨーロッパやアジアの企業と商談し、いくつかの案件が成約や成約の見込みに至った。これらを取り組みの一部として、大阪府内企業の取引を促進した。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

新型コロナウイルスの波状的な感染再拡大によって緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が長期にわたって発出され、事業実施に制約がかかり続けた。新型コロナウイルスの感染状況を見はからいながら事業を実施しつつも、セミナー・講習会を含め一部の地域活性化事業において、計画通りに参加者を集めることができなかった。また、新型コロナウイルス禍の2年度目になるものの、オンライン形式で開催したセミナー・講習会の参加者からのアンケート収集に劇的な改善が得られず、参加（視聴）者数と実績としての支援企業数のギャップが大きいままであった。コロナ禍が収束してもオンライン形式は継続すると考えられ、ウェブでより簡便に回答できるようにするなど改善を図っていかねばならない。

一方、新型コロナウイルス関連の支援施策によって廃業や倒産が抑えられてきたが、今後本格的な融資返済が始まることにより経営危機に直面する事業者が増えるおそれがある。単なる金融・資金繰りの支援の枠内に留まらず、企業成長に向けた事業の再構築や新しい事業分野の開拓などの支援を強化する必要がある。

(5) 次年度の取り組み

<経営力の強化> 大阪市内に設置している5支部ならびに本部経営相談室の経営指導員が地域に密着して経営課題の解決や経営力の強化に向けた個社支援（経営相談支援事業）を行う。特に、コロナ禍や原材料費の高騰によって事業活動に甚大かつ深刻な影響を受けている事業者の事業継続や業績回復、新事業展開・事業再構築に向けた支援に注力する。より高度かつ専門的な経営課題の解決にあたっては、経営指導員が専門家とともに伴走型支援を行うほか、専門家の窓口相談や訪問派遣などを実施する（専門相談支援事業）。さらに、インボイス対応が課題となる税務・会計や人事・労務、企業法務、販路開拓、金融などの経営実務や産業・経済の動向に関するセミナー・講習会などを開催し、経営力の強化に向けた集団指導を行う。

<販路の拡大> コロナ禍で売上が減少している事業者の販路拡大による業績回復を支援することに重きを置き、大手流通業との商談会や多業種型総合展示商談会、地元製品の体験型販売促進イベントなどを開催し、効果的かつ効率的な商談機会を提供する。また、世界的なコロナ禍なれどもビジネスのグローバル化の大きな潮流には変わりはなく、引き続き海外企業とのビジネスマッチング事業、海外市場の開拓などに関する情報提供や相談事業を実施する。クラウドファンディングなどの手法の活用、新商品のデザイン強化やブランディングなどによるビジネスの拡大も促進する。

<商店街の活性化と地域のにぎわい創出> 商店街では、新型コロナウイルスの感染拡大による外出の自粛やインバウンド客の消失などで大きなダメージを受けるとともに、安心・安全に人びとが集い、買い物ができるような対策・環境整備が課題となっている。ついては、新しい生活様式に適應した商店街づくりを促進し、個店や地域に活力を取り戻せるよう集客・販売促進のためのイベント開催を協働・支援する。

<新ビジネスの創出> 「2025年大阪・関西万博」の開催とその後の地域経済の成長をめざして、また、スタートアップ・エコシステムのグローバル拠点都市として、新ビジネスの創出・育成を図る。さらに、社会課題解決ビジネスに資する先端技術を活用した実証事業を支援するとともに、ライフサイエンス・ヘルスケア産業など成長分野への参入を促進する。

<ものづくりの振興> 研究機関の技術シーズの活用などを促進し、高機能、高性能、高付加価値の製品づくりに向けた技術革新を支援する。また、大企業と中小企業・小規模事業者の連携による技術開発や製品化・事業化（オープンイノベーション）を支援するためのマッチング事業を実施する。さらに、管内に集積する金属加工・機械関連の中小ものづくり企業同士のネットワークの拡充や取引拡大のための交流会、域外企業からの受注に関する商談会などを開催する。コロナ禍で取引が消失したり、営業活動が停滞したりしている中小ものづくり企業も多く、PRツールとしての動画の制作などを通じて取引の拡大を支援する。

<生産性の向上> 中小企業・小規模事業者においては、人手不足や経営者・従業員の高齢化、低い収益性などから生産性の向上や業務の効率化が課題となっている中、今般のコロナ禍で非対面・非接触のビジネスへの転換やテレワークの導入も求められている。こうした課題の解決に向けてIT、IoTの導入・利活用を促進するため、経営指導員の個別ヒアリングによる動機づけや専門家による導入サポート・相談事業、セミナーなどを実施する。また、産業別のアプローチとして、製造業には現場カイゼンやIT、IoTの利活用などを、商業・サービス業にはサービス提供のプロセス改善やバックオフィスの効率化などを通じた生産性向上を支援する。

<人材の確保> 中小企業・小規模事業者にとって人材の確保は最重要課題の一つである。その一方で、コロナの影響による解雇や雇い止め、採用抑制など、就労状況の悪化が顕著になっている。ついては、中小企業・小規模事業者を対象に、働き方改革への取組み方や新規卒業者・若手人材や外国人留学生の採用、女性労働力の育成・活躍・定着、高年齢者の活用、障がい者の雇用促進、外部人材、特定技能など外国人材の採用・活用などに関するセミナーや情報交換会などを実施することにより、人材の確保を支援し、就労を促進する。

<事業継続力の強化> 事業継続力強化支援計画に基づき、中小企業・小規模事業者の経営の強靭化（災害対応力の強化）を図る。災害や感染症に対する日頃の備え、発災時や感染時の事業継続計画（BCP）などを啓発するセミナーやBCP策定のワークショップを開催するとともに、経営相談支援事業などを通じてBCPや事業継続力強化計画の策定を支援する。

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

新型コロナウイルスの感染が波状的に再拡大し、厳しい経営環境が長期化している中、中小企業・小規模事業者の事業継続や業績回復、さらには事業の再構築などに重きを置き、財務状況の改善や資金の調達、販路拡大に向けた事業計画の策定など、それぞれの事業者が当面する経営課題の解決を図った。特に、資金調達に関しては、小規模事業者経営改善資金（マル経融資）の推薦や金融機関への紹介を行い、経営の安定化や新たな事業展開を支援した。また、販路拡大や事業再構築の事業計画策定の支援にあたっては、補助金をはじめとする国・自治体の施策の活用を促した。

また、「新型コロナウイルスに関する経営相談窓口」に加えて、「原油価格高騰に関する特別相談窓口」「ウクライナ情勢・原油価格上昇等に関する特別相談窓口」を設置し、かかる相談に対応するとともに、中小企業・小規模事業者が受けている影響の把握などを行った。

なお、「フォローアップ支援」については、これまでの支援先538事業所に接触した結果、「フォローアップ支援」が309件、「新規支援の開始（新規カルテの作成）」が229件であった。

<代表事例①>

飲食店（ダイニングバー）。波状的な新型コロナウイルス感染再拡大の影響によってほとんど営業ができず、直近決算で大きな営業赤字に陥った。厳しい環境が当面続くことが予想されることから、今後も事業を継続していくためには資金繰りの管理を強化する必要があった。そこで、資金繰り計画の作成を支援するとともに、資金繰りを安定化させるためには運転資金の調達が必要な状況にあることからマル経融資の推薦を行い、推薦通りの内容で融資が決定した。今後も新型コロナウイルスの影響を受ける不安があることから、事業の多角化として開始した食品加工卸を事業の柱にしていく。

<代表事例②>

太陽光発電、蓄電池、エコキュートなどエコ商材の販売・設置工事業。新型コロナウイルス感染拡大により、海外でロックダウンが実施されたり、工場の稼働が停止するなどして商品の供給が滞り、発注しても納品されない状況が続いた。また、国内でも新型コロナウイルスの影響により十分な営業活動ができず、また卸先が休業するなどして受注が大幅に減少した。そこで、運転資金を調達すべく、一般のマル経融資とコロナマル経融資を推薦し、いずれも融資が決定した。また、将来の事業拡大を見込んで資金調達先の幅を広げるため、信用金庫への紹介も行った。今後は卸売とは別の部門の立ち上げを計画する。

<代表事例③>

業務用厨房機器製造業。業況が安定的に推移しており、長期的な経営に対する視点が欠如しているとともに、代表者が職人気質で販路拡大への取り組みが疎かになっていた。そこで、革新的な試作品の開発や手作業から機械化への生産プロセスの改善などの具体的な取り組みを整理した事業計画の策定を支援し、ものづくり補助金の活用を図ることとした。また、発災時の初動対応や事業継続策の確立をめざして、事業継続力強化計画の策定を支援した。今後は本格的な事業継続計画（BCP）の策定を支援する。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	1,900	2,172	114.3%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	11	33	300.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	40	118	295.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	747	679	90.9%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	5	3	60.0%	3
資金繰り計画作成支援	事業所	275	150	54.5%	2
記帳支援	事業所	6	18	300.0%	5
労務支援	支援数	5	3	60.0%	3
人材育成計画作成支援	事業所	0	0	-	-
マーケティング力向上支援	事業所	10	7	70.0%	3
販路開拓支援	支援数	110	91	82.7%	4
事業計画作成支援	支援数	920	1,246	135.4%	5
創業支援	事業所	5	6	120.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	20	16	80.0%	4
コスト削減計画作成支援	事業所	5	0	0.0%	1
財務分析支援	事業所	445	254	57.1%	2
5S支援	事業所	0	0	-	-
IT化支援	事業所	10	7	70.0%	3
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	-	-
事業承継支援	事業所	40	27	67.5%	3
災害時対応支援	事業所	0	0	-	-
フォローアップ支援	事業所	420	309	73.6%	3
結果報告	事業所	1,900	2,191	115.3%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

《専門相談（窓口）》機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ、事業紹介チラシの会報紙封入や支部経営指導員による紹介などを通じて、各種専門相談事業を幅広く案内した。『専門相談』においては、弁護士、社会保険労務士、税理士の有資格者などを活用し、事業者の専門的な経営課題の解決を支援した。本商工会議所経営相談室にて相談窓口を常設し、面談・電話・オンラインで相談に対応した。また、支部経営指導員と連携し、専門的知識が必要な案件に対応した。専門相談全体で延べ1,723件の相談があり、98.0%から「満足」「おおむね満足」の評価を得た。経営革新計画は3件が承認取得に至った。

《専門相談（派遣）》『アドバイザー派遣事業』では、専門家を製造業や卸・小売業、サービス業などへ延べ125回派遣し、営業・マーケティング、技術、情報化、経営戦略などの指導を行った。その結果、アンケート回答では「直接の営業活動が困難な場合、関連業者に接触する間接的なアプローチ方法を教えて頂き、理解できた」「従来型と違った商品の企画、売れ筋商品にターゲットを絞れるようになった」などの声が寄せられ、97.7%から「満足」「おおむね満足」の評価を得た。また、『エキスパートバンク事業』では、専門家を延べ341回派遣し、経営戦略、事業計画策定支援、ウェブマーケティング支援、販路開拓、IT、労務対策など実務的課題の解決を支援した。その結果、全体で97.0%から「満足」「おおむね満足」の評価を得た。

《支部専門相談（派遣）》小規模事業者が正しい税務・記帳の知識を習得し、経営の実態を計数的に把握できるように、税理士に専門相談員を委嘱し、事業所へ派遣した。相談・指導件数はのべ72件。

《決算申告指導》申告時期にあわせて5支部において相談日を設定し、税理士が相談・指導を行った。相談件数はのべ168件。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
専門相談（窓口）	継続	相談件数	1日1件以上	2.42	242.3%	5
専門相談（派遣）	継続	派遣回数	350回	466回	133.1%	5
支部専門相談（派遣）	継続	相談件数	1日1件以上	1.00	100.0%	5
決算申告指導	継続	相談件数	1日1件以上	2.83	283.1%	5

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

長引く新型コロナウイルス禍によって厳しい経営環境が続く中小企業・小規模事業者、商店街などの業績回復や事業再構築はもとより、2025大阪・関西万博を見据えた新ビジネスの創出や成長分野への参入などを支援することに重きを置き、地域活性化事業を実施した。主な取り組みは以下の通り。

〈販路の拡大〉異業種間の交流を促進して取引の拡大を支援する多業種型総合展示商談会「大阪勧業展」に出展した323の企業・団体のべ2,405件の商談を行い、110社が256件（金額ベースで1億5,641万円）の商談を成立させた。また、大手流通業などのバイヤーに商材を売り込む「買いませ！売れ筋商品発掘市」には全国から479社が参加して3,489件の商談を行い、うち775件の商談が継続することとなった。デザイン性あふれる日用雑貨などを百貨店の催事場で対面販売し、情報発信やさらなる商品開発などに生かしてもらう「大阪クリエイティブフェア」には32社が出店し、合計797万円を売り上げた。さらに、東京圏の企業から機械・金属加工関連の受注拡大を支援する「大阪・東京ものづくり加工商談会」には大阪の59社が参加し、のべ200件の商談・情報交換が行われた。

〈商店街の活性化と地域のにぎわい創出〉新型コロナウイルス禍でインバウンド需要が消失したミナミの再活性化をめざし、ガイドブックの発行や商店街の広報支援を行った。また、東淀川区、淀川区、東成区、港区、阿倍野区、天王寺区などにおいても商店街の活性化を支援するため、集客イベントの開催や催事情報の発信などを行った。

〈新ビジネス創出の支援〉2025年大阪・関西万博の開催とその後の地域経済の成長をめざし、また、スタートアップ・エコシステムのグローバル拠点都市として、社会課題解決ビジネスに資する先端技術を活用した実証事業、AI、IoT、ロボティクスをはじめとする第4次産業革命技術の活用などを通じた新ビジネスの創出、ライフサイエンス・ヘルスケア産業などの成長分野への参入を促進するためのセミナーなどを実施した。

〈ものづくりの振興〉オープンイノベーションを促進するため、大手企業と中小企業とのマッチング事業「MoTTO OSAKAオープンイノベーションフォーラム」を実施した。また、町工場同士の「顔が見える」連携を促進するため、「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」を3回開催した。

〈生産性の向上〉ITの利活用による生産性の向上を図るため、支部の経営指導員が363社に活用状況などをヒアリングし、うち87社に対して専門家が導入の支援を行った結果、50社がアプリの導入などを行った。また、ITの導入・利活用による生産性向上のセミナー、交流会、相談会を開催した。さらに、製造業、商業・サービス業のそれぞれを対象にした（業種別の）セミナー、交流事業も行った。

〈人材確保の支援〉中小企業の人材確保やダイバーシティの推進を支援するため、新規学卒者採用のための大学との情報交換会やセミナー、外国人留学生の採用や女性、高齢者、障がい者の活躍を促進するためのセミナー、交流会などを開催した。また、「コロナ禍における緊急雇用対策事業」として、経営者や人事担当者などを対象とした採用支援セミナーを実施した。

〈事業継続力の強化〉中小企業・小規模事業者の事業継続力の強化（災害発生時や感染症拡大への対応力の強化）を図るため、事業継続計画（BCP）などの策定の啓発セミナーやワークショップを開催し、参加者は簡易版BCPの策定演習を行った。

(1) 単独事業

府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	【事業番号1】 あべの天王寺・サ マーキャンパス	232	310.5	133.8%	75.6%	事業に参加して役にたった（集客、販売促進、新規顧客開拓、PRにつながった）、セミナーに参加して役に立った（ビジネスに活用したい、リテラシー向上につなげたい、経営改善や情報発信力の向上に役立てたい）と回答した割合	70%	24.8%	35.4%	2

○	【事業番号2】 中小企業のためのデザイン活用促進事業	128	167.0	130.5%	98.2%	研究会で得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つと回答した割合	80%	97.0%	121.3%	5
○	【事業番号3】 開業サポート事業	132	139.5	105.7%	92.8%	セミナーで役立つ知識を得たと回答した割合	80%	96.7%	120.9%	5
○	【事業番号4】 BCP支援事業	122	183.0	150.0%	97.0%	BCP策定の重要性の理解、ノウハウを獲得できたと感じた事業者の割合	80%	100.0%	125.0%	5
○	【事業番号5】 商業・サービス業の生産性向上支援事業	60	48.0	80.0%	93.3%	生産性向上による経営改善に取り組む意欲が高まったと回答した割合	80%	64.4%	80.6%	4
	【事業番号6】 中小企業の体質改善強化支援事業	1142	1,614.5	141.4%	94.7%	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の経営改善や経営力向上に役立てると回答した割合	90%	97.5%	108.3%	5
	【事業番号7】 業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業	300	450.0	150.0%	96.6%	IT導入に着手する事業者数	50社	87社	174.0%	5
	【事業番号8】 西部エリア A m o n (えーもん) 市	32	33.0	103.1%	93.9%	売り上げ向上効果、空き店舗の活用、他地域・店舗との連携などにつながったとの回答割合	70%	69.2%	98.9%	4
	【事業番号10】 インバウンドによる買い物消費支援事業	16	21.0	131.3%	66.7%	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合	70%	29.4%	42.0%	2
	【事業番号11】 ミナミ再活性化事業	8	9.0	112.5%	100.0%	商店街へのアンケートで「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に（やや役立った）（役立った）」と評価した割合	80%	55.6%	69.5%	3

	【事業番号12】 「逸品マルシェ」販売促進支援事業	53	54.0	101.9%	98.1%	<個店など>イベント参加によりマーケティング効果をもたらしたと回答した割合	70%	100.0%	142.9%	4
	【事業番号13】 大阪市東部商店街にぎわい創出事業	6	6.0	100.0%	100.0%	アンケートにおいて「来場者が増えた」とする回答の割合	70%	100.0%	142.9%	5

(2) 広域事業（幹事事業のみ）

府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
	【事業番号9】 モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』	150	163.0	108.7%	94.4%	<人材育成型>アンケートで「動画の活用について学べた」「動画活用を検討する」あるいは「今回得た知識を今後活用したい」と回答した企業割合	80%	98.2%	122.8%	5
○	【事業番号14】 海外市場開拓支援事業	1,424	1,518.5	106.6%	95.6%	<人材育成型>セミナーなどで得た情報やノウハウを事業戦略に活かすと回答した企業の割合	75%	96.6%	128.8%	4
○	【事業番号15】 地域金融支援ネットワーク推進事業	580	646.0	111.4%	96.7%	説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てるとの回答の割合	80%	94.1%	117.6%	5
○	【事業番号16】 MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム	658	385.0	58.5%	94.4%	当該事業は自社技術の用途開発を検討するうえで参考になったと回答した割合	70%	94.7%	135.3%	2

○	【事業番号17】 中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業	300	366.5	122.2%	91.5%	アンケート回答事業所のうち、「セミナーで得た知識を、今後の若手人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答した事業所の割合	80%	97.8%	122.3%	5
○	【事業番号18】 中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流	300	269.0	89.7%	93.7%	得た知識を今後の製品や技術の開発に役立てると回答した割合	70%	91.8%	131.1%	4
○	【事業番号19】 大阪・関西IoT活用推進フォーラム～先端技術を活用したビジネス変革～	300	189.5	63.2%	74.5%	アンケートでIoTの活用さらに努めたいと回答した割合	70%	99.4%	142.0%	3
○	【事業番号20】 大阪クリエイティブフェア	24	32.0	133.3%	90.6%	売上合計	450万円	797万円	177.1%	5
○	【事業番号21】 成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業	200	290.0	145.0%	99.3%	「今後、女性の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きに検討したい」と回答した企業割合	80%	99.3%	124.1%	5
○	【事業番号22】 環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー	225	658.0	292.4%	96.0%	当該事業で得た知識などを自社の課題解決や新事業の展開などに役立てると回答した割合	80%	98.3%	122.9%	4
○	【事業番号23】 医療機器等産業事業化促進事業	152	164.5	108.2%	98.1%	セミナーで得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の事業運営・経営に役立てると回答した割合	70%	100.0%	142.9%	4
○	【事業番号24】 第4次産業革命分野における新規事業創出促進事業	140	116.0	82.9%	88.8%	各回のアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合	75%	95.6%	127.5%	4

○	【事業番号25】 中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業	130	171.0	131.5%	97.6%	セミナーで得た知識を、自社の今後の労働環境や処遇の見直しなど労務改善につなげる・役立てると回答した割合	85%	99.4%	116.9%	5
○	【事業番号26】 新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援	100	47.5	47.5%	93.3%	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合	70%	98.0%	140.0%	2
○	【事業番号27】 中小企業のための外国人留学生採用支援事業	90	135.0	150.0%	97.0%	外国人留学生の採用について理解できたと回答した企業の割合	80%	100.0%	125.0%	5
○	【事業番号28】 スタートアップ・エコシステムの構築支援事業	80	36.0	45.0%	100.0%	アンケートで「IPOを検討するうえで参考になった」と回答した割合	70%	100.0%	142.9%	2
○	【事業番号29】 クラウドファンディング活用サポート事業	53	82.5	155.7%	98.8%	セミナーで得た知識や情報は今後の事業展開に役立つ（役立てたい）とする回答の割合	90%	100.0%	111.1%	5
○	【事業番号30】 経営革新支援事業	50	71.0	142.0%	89.6%	大阪府への経営革新計画の申請紹介件数（年間）	5社	4社	80.0%	4
○	【事業番号31】 D2C導入促進セミナー	30	21.0	70.0%	95.2%	「セミナーで得た知識を事業に役立てる」や「ビジネスモデルへの理解が深まった」と回答する割合	70%	95.2%	136.0%	3
○	【事業番号32】 コロナ禍における緊急雇用対策事業	20	35.0	175.0%	94.3%	セミナーで得た知識を、今後の人材採用や定着に向けて活用したい事業所の割合	70%	85.9%	122.7%	5
○	【事業番号33】 障がい者の雇用促進事業	15	59.5	396.7%	96.4%	「障がい者雇用に関して、理解を深めることができた」と回答した企業割合	70%	100.0%	142.9%	5

	【事業番号34】 中小企業のためのビジネス講演会	2,350	2,861.5	121.8%	94.8%	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合	90%	96.8%	107.6%	5
	【事業番号35】 大阪勤業展	300	320.0	106.7%	74.4%	商談件数	2600件	2405件	92.5%	4
	【事業番号36】 大手流通業等への販路開拓支援事業	499	484.0	97.0%	92.1%	全商談件数（府外企業も含む）	5100件	3769件	73.9%	3
	【事業番号37】 小規模事業再生サポートセンター事業	185	190.0	102.7%	100.0%	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」	20	28	140.0%	5
	【事業番号38】 新しい生活様式に適應した商店街集客支援事業	7	9.0	128.6%	100.0%	アンケートで、当事業の実施により「情報発信に役立った」「誘客・集客につながった」「顧客との会話が増えた」のいずれかを回答した割合	70%	100.0%	142.9%	5
	【事業番号39】 販路・取引先開拓マッチング事業	200	206.0	103.0%	99.0%	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数	90件	95件	105.6%	5
	【事業番号40】 町工場ネットワークの拡充・強化事業	173	232.0	134.1%	99.6%	事業が今後の事業活動、企業経営に役立つと回答した割合	80%	100.0%	125.0%	5
	【事業番号41】 生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業	217	196.0	90.3%	92.1%	①生産性向上IT導入支援フォーラム「各種ITサービスの内容が理解できた」もしくは「IT導入が今後の経営合理化に役立つ」と回答した割合	75%	86.8%	115.7%	4

	【事業番号42】 大阪ファッション産業振興フォーラム	180	186.0	103.3%	97.2%	得られた情報を事業拡大や新しいビジネスの開発に活かしたいと回答した割合	70%	91.0%	130.0%	5
	【事業番号43】 中小ものづくり企業の生産性向上支援事業	160	199.0	124.4%	93.8%	アンケートで「今後のモノづくりや企業経営に活用する」または「生産性向上などへの取り組みにつなげる」と回答した割合	70%	97.2%	138.9%	5
	【事業番号44】 専門家連携型経営相談交流会	55	58.0	105.5%	91.4%	本事業の参加をきっかけに「専門家・企業OB派遣事業」に申し込み、アンケートで「成果があった」「ややあった」あるいは「課題が解決できた」「課題への取り組みの方向性が明らかになった」と回答した事業者数	10	8	80.0%	4
	【事業番号45】 ファッショントレンドセミナー	80	108.0	135.0%	98.0%	参加者アンケートにおいて商品政策の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合	70%	96.9%	138.4%	5

大阪商工会議所

事業名

あべの天王寺・サマーキャンパス

想定する実施期間

2014 年度～ 年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること

事業の目的
(現状や課題をどのよ
うな状態にしたいか)

天王寺駅を中心とした繁華街は近年目を見張る活性化を遂げつつあるが、コロナ禍により当地域も大きな打撃を受けた。イベントはなくなり、外国人観光客が町から消え、先行きは不透明である。今後は、急速に普及が進むオンラインビジネスに臆することなくチャレンジし、習熟し、実店舗への来客と併用してビジネスを確立することが時代の要請でもある。ビジネスのオンライン化とともにそれに付随するデジタル化やクリエイティブの活用を進め、従来の顧客に加え、新規顧客開拓につなげる。オンライン化を2020年度から取り組み始めたが、そのために必要な知識・ノウハウなどを学ぶ機会を設けた上で、オンラインイベントを企画し、参加を奨励する。オンラインだけでは当地域の賑わい不足は否めないため、連動してリアルイベント（スタンプラリーなど）を開催し、商店街・商店会や商業施設とそれらの入居店舗等の集客・販売促進を支援する。リアルとオンラインを活用して賑わいを創出することで、当地域（阿倍野・天王寺）を“キタ”や“ミナミ”に比肩するエリアとすべく、魅力向上・活性化を図る。

支援する対象
(業種・事業所数等)

①阿倍野・天王寺を中心とした大阪市内の中小・小規模事業者（大阪府内事業者も対象）
②南支部管内（阿倍野区、天王寺区、平野区、東住吉区、住吉区、住之江区）の商店街・商店会、商業施設のテナント会などの団体

事業の概要

実施時期・具体的な
内容及び事業手法

1. あべの天王寺・サマーキャンパス<販路開拓型> 支援企業数：149社・8団体
(1)デジタルスタンプラリー
①開催期間：8月12～22日
②内 容：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリアの商業施設や商店会に設置された11カ所のポイントを巡る、スマホを利用した非接触型のスタンプラリー
③参加者数：554人
(2)We b 抽選会
①開催期間：8月21～22日
②内 容：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリアの対象店舗で税込100円以上の買い物や飲食をした人、またはリアル体験プログラムを受講した人を対象にWe b上で実施する抽選会
③場 所：阿倍野・天王寺周辺の対象店舗（232店）、リアル体験プログラム会場
④参加者数：1,161人
(3)体験プログラム
A. リアル体験プログラム
①開催期間：8月21～22日
②内 容：阿倍野・天王寺の店舗や施設で開催される子ども向けのプログラム（職業体験やクラフト教室などのワークショップ等）
③場 所：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリア
④結 果：24事業者・35プログラム、延べ参加者数468人
B. オンライン体験プログラム
①開催期間：8月12～22日
②内 容：オンライン上（Zoom等）で開催される大人や子ども向けのプログラム（フィットネスや料理教室などの各種レッスン等）
③結 果：19事業者・24プログラム、延べ参加者数1,989人

2. オンラインミーティングツール活用セミナー<人材育成型> 支援企業数：153.5社
(1)Aコース Zoomなどなど「オンライン」サービスでビジネスチャンスを広げよう！
1回目 5月12日、2回目 5月21日 支援企業数：25.0社
(2)Bコース Zoomを使いこなそう！明日から使えるちょい足しテクニック
1回目 5月19日、2回目 5月26日 支援企業数：31.0社
(3)Cコース オンラインをビジネスに活用！（ワークシート使用）
1回目 5月17日、2回目 5月28日 支援企業数：34.0社
(4)Dコース Zoomでオンラインイベントに挑戦！
1回目 5月20日、2回目 5月31日 支援企業数：33.5社
(5)Eコース オンラインイベント集客に効く！SNS活用術
1回目 5月27日、2回目 6月4日 支援企業数：30.0社

<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>

①府施策連携 大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会（ODCC）と協働で実施した。具体的には、オンラインミーティングツール活用セミナーの企画・講師手配、ならびに体験プログラム（リアル開催とオンライン開催）の企画・調整をしていただいた。
③市町村連携 阿倍野、天王寺の両区役所などの協力を得て、小学校での児童へのチラシ配布や広報紙への記事掲載を行い、集客した。
④相談相乗 参加店舗・事業者に対してアンケートを行い、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談を希望する先にアプローチした。

	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	232.0	総支援企業数(実績)	310.5	支援実績率	133.8%	満足率	75.6%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	<p>①デジタルスタンプラリーに554人、②Web抽選会に延べ1,161人、③体験プログラムにはリアルとオンライン合わせて延べ2,457人が参加した。アンケートでは、「店舗や商品・サービスをPRできた」が18件、「集客につながった」が12件、「新規顧客開拓につながった」が6件、「消費者ニーズの把握に役立った」が5件、「売上増につながった」が4件あり、Web抽選会対象店舗としての参加や体験プログラムの企画・実施を通じて、知名度向上や集客、新規顧客開拓などの効果があった。加えて、地域の子供達やその保護者などに様々な体験や学びの場を提供するとともに、賑わいを創出することができた。</p>							
	代表指標	<p>事業に参加して役にたった(集客、販売促進、新規顧客開拓、PRにつながった)、セミナーに参加して役に立った(ビジネスに活用したい、リテラシー向上につなげたい、経営改善や情報発信力の向上に役立てたい)と回答した割合</p>							
	数値目標	70%	実績数値	24.8%	目標達成度	35.4%			
実施結果	成果の代表事例	<p><u>1.あべの天王寺・サマーキャンパス</u> ○デジタルスタンプラリー 「40組ほどの親子と30人程度のお一人様が来館され、お店のご案内ができありがたかった」(あべのベルタ商店街振興組合)、「コロナ禍で独自でイベント等の開催が難しく、たすかりました」(新宿ごちそうビルテナント会)といった声が寄せられた。 ○Web抽選会 対象店舗から「お客様が楽しそうに抽選していた」「(抽選会に)参加した方はけっこう当たっていたので、喜んでいただけました」といった声が寄せられた。 ○体験プログラム 実施事業者から「参加して下さったご家族から喜びの感想をいただけて地域貢献ができて良かった」「コロナ禍での消費者ニーズの把握に役立ちました」といった声が寄せられた。</p> <p><u>2.オンラインミーティングツール活用セミナー</u> 「実践的な内容で助かった」「具体的でとてもわかりやすかった」「(セミナーで学んだことを)活用していきたい」「実際にZoomの画面をみて、とてもイメージしやすくよかった」「各SNSにどんな違いがあるのかとてもよく理解できた。LINEも広告ツールとして使用できることも新しい気づきだった」などの声が寄せられ、好評を博した。</p>							
	課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p><u>1.あべの天王寺・サマーキャンパス</u> ○デジタルスタンプラリー 全参加者554人のうち、11カ所全てのポイントを回った方は186人(33.6%)だったので、次回はより多くの方に全ポイントを回ってもらい回遊性を高めるような工夫を行う。 ○Web抽選会 今回初めて非接触型のQRコードを使ったWeb抽選システムを採用したため、抽選会対象店舗に登録したにも関わらずスタッフへの周知不足で顧客に抽選会の参加を案内をしていないケースが散見され、想定より抽選参加者が伸びず、例年と比べ対象店舗に販売促進等の効果を十分に感じてもらえなかった。だが一方で新たな抽選システムによって、これまで把握できなかった、抽選会参加者の属性やどの店舗で買い物・飲食をしたか等の情報を収集することができた。次回は抽選システムについて各店舗のスタッフへの周知・徹底を図り、販売促進の取り組みとして積極的に活用するように働きかける。 ○体験プログラム リアル体験プログラムは当初57プログラムの実施を予定していたが、緊急事態宣言発出の影響で開催中止が相次ぎ35プログラムの実施にとどまった。新型コロナウイルス感染状況によるが、次回はプログラム数を増やして、より多くの人に来街してもらえるようにする。</p> <p><u>2.オンラインミーティングツール活用セミナー</u> 共催者の大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会(ODCC)の企画に基づき、5つのコースそれぞれにおいて実務に長けた専門家を講師に迎え、充実した内容にすることができた。今年度は、オンラインイベントについて説明するコース(Dコース)を開設した結果、僅かではあるが受講した事業者による「オンライン体験プログラム」の企画につながった。次年度も引き続き、同様のコースを開設するとともに内容の充実を図り、受講者に「オンライン体験プログラム」を提供してもらえるようにする。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	84.0	支援企業数(実績)	149.0	支援実績率	177.4%	満足率	58.4%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<あべの天王寺・サマーキャンパス（個店支援）> ①デジタルスタンプラリーに554人、②Web抽選会に延べ1,161人、③体験プログラムにはリアルとオンライン合わせて延べ2,457人が参加した。アンケートでは、「店舗や商品・サービスをPRできた」が18件、「集客につながった」が12件、「新規顧客開拓につながった」が6件、「消費者ニーズの把握に役立った」が5件、「売上増につながった」が4件あり、Web抽選会対象店舗としての参加や体験プログラムの企画・実施を通じて、知名度向上や集客、新規顧客開拓などの効果があった。加えて、地域の子供達やその保護者などに様々な体験や学びの場を提供するとともに、賑わいを創出することができた。								
		指標	事業に参加して役に立った（集客、販売促進、新規顧客開拓、PRにつながった）と回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	24.8%	目標達成度	35.4%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<あべの天王寺・サマーキャンパス（団体支援）> ①デジタルスタンプラリーに554人、②Web抽選会に延べ1,161人、③体験プログラムにはリアルとオンライン合わせて延べ2,457人が参加した。アンケートでは、「知名度向上に役立った」という回答が4件、「集客につながった」が4件、「個店やテナントの売上拡大につながった」が1件、その他「施設内の賑わい感に繋がった」という回答が1件あり、本事業を通じて、知名度向上や集客、売上拡大などの効果があった。また、地域に賑わいを創出することができた。								
		指標	事業に参加して役に立った（集客、販売促進、新規顧客開拓、PRにつながった）と回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	87.5%	目標達成度	125.0%			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	140.0	支援企業数(実績)	153.5	支援実績率	109.6%	満足率	91.3%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<オンラインミーティングツール活用セミナー> アンケートでは、「本日学んだ内容をできることから実践し、ビジネスに活用していきたい」（86件）、「さらに関連する情報を集め、オンラインのリテラシー向上につなげたい」（46件）、「本日学んだ内容に加えて別の分野の情報収集も行い、経営改善や情報発信力の向上をはかりたい」（33件）という回答を得た。オンラインミーティングツールのリテラシー向上を図るとともに、ビジネスでの活用や情報発信力の強化に取り組む意欲を喚起することができた。								
		指標	セミナーに参加して役に立った（ビジネスに活用したい、リテラシー向上につなげたい、経営改善や情報発信力の向上に役立てたい）と回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	98.0%	目標達成度	140.0%			

大阪商工会議所

事業名		中小企業のためのデザイン活用促進事業							
想定する実施期間		2018 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	優れた技術の活かし、アイデア・企画を立案、売り方・展開の転換で、売れる自社ブランド商品を開発し、下請けから脱却し、ブランド力強化を実現した中小企業・小規模事業者の実例を取り上げ、「デザイン」を切り口に、その活用の方向性や可能性にかかる「気づき」を与え、自社ブランドの新商品開発を支援することを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「自社商品・サービスの企画開発に際して、デザイン活用に関心があるがその方法が分からない」「ブランド構築による経営の安定化や成長のために何らかのヒントをつかみたい」などと考えている中小企業・小規模事業者・スタートアップ							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「デザイン経営」「自社商品企画」に精通したクリエイティブ・ディレクターを講師・コーディネーターとして、以下の通り「デザイン活用研究会」を4回開催した。</p> <p><第1回研究会> 開催日：9月10日 支援企業数：53社、OIDC相談会へのつなぎ：20社 講演「強みを見つけ、自走を目指す『デザイン経営』」・ワークショップ</p> <p><第2回研究会> 開催日：10月22日 支援企業数：51社、OIDC相談会へのつなぎ：5社 講演「強みを見つけ、展開先を変える『デザイン経営』」・ワークショップ 大阪府産業デザインセンター（OIDC）の事業紹介</p> <p><第3回研究会> 開催日：11月26日 支援企業数：58社、OIDC相談会へのつなぎ：5社 講演「技術を見つめ、活かし方を変える『デザイン経営』」・ワークショップ 大阪府産業デザインセンター（OIDC）の事業紹介</p> <p><第4回研究会> 開催日：12月23日 支援企業数：5社 新商品・サービス開発に取り組む企業を輩出することを目的とした自社分析のワークショップ 大阪府産業デザインセンター（OIDC）から「新商品開発マニュアル」の配付と説明</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
	①府施策連携	大阪府産業デザインセンター（OIDC）と連携し、本研究会参加者に対して、OIDCから事業の紹介、OIDC作成の「新商品開発マニュアル」の配付や説明等を行い、大阪府の施策普及に努めた。また、本研究会の全参加者のうち30社をOIDC主催の「個別デザイン相談」へつないだ。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	128.0	総支援企業数(実績)	167.0	支援実績率	130.5%	満足率	98.2%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○支援対象企業167社のうち、アンケートで「研究会で得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つ」と回答したのは104社、「やや役立つ」と回答した58社と合わせ、全体の97%が役立つと回答した。</p> <p>○新商品の開発・販売に向け、「デザイン活用」について知識を深めるとともに、その方向性や可能性へのヒントをつかみ、デザイン性に優れた商品の企画・開発および販売促進を通じた経営改善に向けた意識の啓発ができた。</p> <p>○研究会に参加した企業のうち3社は自社商品開発に向けて具体的に行動し、取り組んでいる。</p>							
	代表指標	研究会で得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つと回答した割合							
	数値目標	80%	実績数値	97.0%	目標達成度	121.3%			
	成果の代表事例	<p>○菓子などの包装材や紙袋を製造しているA社は、自社ブランド商品を開発し、消費者に直販できる事業に取り組みたいと参加され、コーディネーターのアドバイスにより、土産物等のラッピングなど、デザインを活かした他社との差別化ができる自社ブランド商品の開発を進めている。</p> <p>○運送会社のB社は、現在価格競争になるので、新たな宅配サービスを検討しており、コーディネーターのアドバイスにより、他の参加者と連携し、特殊車両の運搬サービスを検討している。</p> <p>○帽子の卸業者C社は、本研究会の参加がきっかけとなり、自社ブランドで紳士用帽子を企画開発中であり、本所では取引先（布地卸業社）の紹介や販路開拓相談などに対応し、伴走支援を行っている。</p>							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	来年度も引き続き、自社の新商品・新サービス開発については本気でやる気のある事業者を集めて、自社分析と新商品・サービス企画開発までを立案するワークショップを実施し、自社製品化の事例輩出に向けて取り組みを進めていく。また、今年度のワークショップ参加者で、現在、自社の新商品・新サービス開発に向けて取り組む事業者3社については、引き続き伴走支援を行う。							

大阪商工会議所

事業名		開業サポート事業							
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>地域創業の促進と優秀なビジネスプランを持つ創業者に対する継続的な支援により、創業者を育成していくことが必要、との大阪府の考えに沿い、大阪での創業を支援するため本事業を実施する。</p> <p>具体的には、①創業に関心を持つ方を対象に、創業に必要な情報を提供するセミナーや先輩創業者から体験談を話してもらう講演会を開催し、創業への取り組みを後押しする②集中講義方式の創業講座を開催し、参加者それぞれの創業準備を参加前に比べレベルアップさせる③本商工会議所に寄せられた優秀なビジネスプランに対し、大阪府の大阪起業家グローイングアップ事業「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提にハンズオン支援によるブラッシュアップを行う。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪での創業をめざすものの、ノウハウがなく具体的な進め方が分からない創業予備軍（会社員や学生などを含む）、創業予定者、創業間もないため事業経営を学びたい者、事業承継予定の者など							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><創業セミナーの開催>（人材育成型：支援対象107.5者） 7月17日「創業のイロハとポイント まるわかりセミナー」（支援対象43者） 8月25日 創業経営者による講演ほか（支援対象24.5者） 2月19日「創業をかなえる『融資』『事業計画書』がよくわかるセミナー」（支援対象40者） <大商開業スクール2021>（人材交流型：支援対象30者） 第1日（10月9日） 経営理念と経営戦略、組織と人材育成、マーケティングの基礎、先輩起業家の体験談、交流会 第2日（10月16日） マーケティングの応用、ビジネスプランについて、会計知識と収支計画の立て方、創業時に必要な手続きと税金 第3日（10月23日） マイビジネスプラン・創業計画書のチェック、創業資金調達のポイント、自社の収支計画を作成してみる 第4日（10月30日） 先輩経営者の企業家精神と志、ビジネスプラン・創業計画書、商品プレゼン等の見える化 第5日（11月6日） ビジネスプラン・創業計画書、商品プレゼン等のブラッシュアップ、大商の創業・経営支援、交流会 <「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提とした個別支援> （ハンズオン型：支援対象2者） 昨年度の大商開業スクール受講生2者のビジネスプランに対し、今年度の大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへの推薦を前提にブラッシュアップ支援を行なった。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		① 府 施策連携	大阪府商業サービス産業課新事業創造グループと連携（府施策事業：商13「起業家の育成、創業の促進」）し、金融機関等との地域金融支援ネットワークを通じて広く府内へ事業をPRした。金融面では府制度融資「開業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」など公的融資へつなぐとともに、今年度の大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへの推薦を前提に事業計画ブラッシュアップの個別支援を実施した。						
	③ 市 町 村 連携	大阪市の創業支援事業計画に参画し、大商開業スクールを特定創業支援等事業として実施した。また、大阪市（大阪産業創造館）の協力を得て、大阪産業創造館のメール配信等で事業PRを行った。							
	④ 相 談 相 乗	本事業参加中あるいは参加後の創業の個別相談について、希望に応じて本部および支部から連絡するなどしフォローアップを行って相談事業と連携した。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	132.0	総支援企業数(実績)	139.5	支援実績率	105.7%	満足率	92.8%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	創業セミナー3回の参加者のうち、セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得たとする割合は96.7%であった。セミナー参加を通じ、11者が開業スクールに参加した。							
		代表指標	セミナーで役立つ知識を得たと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	96.7%	目標達成度	120.9%		
成果の代表事例	<p>○A氏は創業セミナーへの参加をきっかけに開業スクールを受講。開業スクールで講師のアドバイスのもと創業計画を練り上げ、3月に会社を設立した。</p> <p>○B氏は専門家の指導のもと事業計画をブラッシュアップ。大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストで最終のプレゼンテーション審査に進んだ。</p>								

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	緊急事態宣言下かつ新型コロナ感染者数が増加するなかリアル開催したセミナーは、申し込みが伸び悩み当日の出席率も低調であった。また、勤務者にとって平日午後6時開始に都合を合わせるの難しい点も集客に影響したと考えられる。次年度は参加しやすい日時で設定し、新型コロナの感染拡大状況によってはオンラインで開催する。
------	--	--

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100.0	支援企業数(実績)	107.5	支援実績率	107.5%	満足率	92.5%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<創業セミナー> 3回の参加者のうち、セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得たとする割合は96.7%であった。セミナー参加を通じ、11者が開業スクールに参加した。								
		指標	セミナーで役立つ知識を得たと回答した割合							
		数値目標	80%	実績数値	97%	目標達成度	120.9%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	30.0	支援実績率	100.0%	満足率	93.3%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<開業スクール> 参加者のうち、83.3%が事業計画が参加前よりレベルアップしたとしている。1者がサービス業で開業した。								
		指標	集中講座で事業計画が参加前よりレベルアップしたと回答した割合							
		数値目標	80%	実績数値	83%	目標達成度	104.1%			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提とした個別支援> 2者に対し事業計画をブラッシュアップするためのハンズオン支援を実施し、大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストに推薦。うち1者は最終のプレゼンテーション審査に進んだ。								
		指標	個別支援により事業計画を作成した社数							
		数値目標	2	実績数値	2	目標達成度	100.0%			

大阪商工会議所

事業名		BCP支援事業																	
想定する実施期間		2012 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること																	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>2019年度版「中小企業白書」の統計によると、中小企業のBCP策定状況は16.9%であり、従業員規模が小さいほど策定割合は低い。こうした状況下で、新型コロナウイルス感染拡大は多くの中小企業の事業活動に甚大なる被害を及ぼした。近年では恒常化している大型台風などの自然災害や、新型コロナウイルスなどの新たな感染症発生のリスクを鑑みると中小企業にとってBCP策定の重要性はますます高まっている。そこで、中小企業がBCP策定の重要性を認識し、BCPの策定に積極的に取り組むためのノウハウを獲得するを目的とする。</p> <p>また、中小企業・小規模事業者を取り巻くリスクとして、サイバー攻撃の急増・巧妙化が懸念される。中小企業・小規模事業者はサイバーセキュリティーへの意識や対策が十分でない場合が多く、被害に遭うと、情報漏えいによる信用失墜、業務停止による生産性低下につながる可能性がある。とりわけサプライチェーンに属する中小企業は、取引の停止、損害賠償支払いなどにより、事業継続上の重大な危機を迎えることになる。そこで、BCPという観点から、サイバー攻撃や被害の最新動向の把握、意識・知識の向上、ソリューション商材などによる対策の実践を促進することにより、事業に与える影響を最小限に止めることを目的とする。</p>																	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者（特に、BCP策定、災害対策、サイバーセキュリティーについて関心のある経営者、情報システム担当者、危機管理担当者、コンプライアンス担当者）																	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>1. BCP策定支援</p> <p>①新型コロナウイルス感染症対策セミナー（7月8日） 支援企業数：35社（人材育成型）</p> <p>②事業継続力強化計画「認定支援」ワークショップ（9月10日） 支援企業数：20社（人材交流型）</p> <p>③セミナーなどを通じたBCP（簡易版などを含む）の策定支援 支援企業数：10社</p> <p>2. サイバーセキュリティー対策</p> <p>①「やっちはイケナイ」をやってみる！セミナー（10月22日） 支援企業数：75社（人材育成型）</p> <p>②サイバーセキュリティー基礎演習「ファイルを開いただけなのに～囚われの情報機器～」（1月17日） 支援企業数：43社（人材育成型）</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="5">経営支援課経営革新グループと連携し、セミナーテーマの設定およびそれぞれがもつ広報媒体を活用して集客した。また、大阪府が推奨する「超簡易版BCP『これだけは！』シート」を活用し、参加者にBCP策定を促した。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="5">セミナーやワークショップ、演習の参加の個別ニーズに応じて、経営相談支援や専門相談支援につなぐこととした。</td> </tr> </table>						①府施策連携	経営支援課経営革新グループと連携し、セミナーテーマの設定およびそれぞれがもつ広報媒体を活用して集客した。また、大阪府が推奨する「超簡易版BCP『これだけは！』シート」を活用し、参加者にBCP策定を促した。					④相談相乗	セミナーやワークショップ、演習の参加の個別ニーズに応じて、経営相談支援や専門相談支援につなぐこととした。				
	①府施策連携	経営支援課経営革新グループと連携し、セミナーテーマの設定およびそれぞれがもつ広報媒体を活用して集客した。また、大阪府が推奨する「超簡易版BCP『これだけは！』シート」を活用し、参加者にBCP策定を促した。																	
④相談相乗	セミナーやワークショップ、演習の参加の個別ニーズに応じて、経営相談支援や専門相談支援につなぐこととした。																		
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	122.0	総支援企業数(実績)	183.0	支援実績率	150.0%	満足率	97.0%										
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	BCPの策定やサイバーセキュリティー対策の重要性を認識し、具体的な対応の緒につくよう誘導することができた。																	
		代表指標	BCP策定の重要性の理解、ノウハウを獲得できたと感じた事業者の割合																
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%												
事業全体の実績／目標達成度	成果の代表事例	<p>1. BCP策定支援</p> <p>セミナーでは「大阪府の簡易版BCPシートを積極的に活用した」「連携先と一緒にBCPの計画策定を進めていきたい」などの声があり、感染症対策などの備えとなるBCPの重要性が再認識された。また、ワークショップではBCP策定のノウハウを獲得してもらえるとともに、さらに詳細な「事業継続力強化計画」の申請へ進めたい」という事業者の声を受け、伴走支援につながる高い成果となった。</p> <p>2. サイバーセキュリティー対策</p> <p>セミナーでは「公衆無線LANの危険性」「アンチウイルスソフトの必要性」などの意識を新たにすると回答した受講者が多く、演習では「社内研修のとっかかりにする」「難解で縁遠い分野が身近で当事者意識を持てる分野となった」「自社のセキュリティー知識がどのあたりか確認できた」との感想を得た。また、BCPの啓発にあたっては、大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」の単なる施策説明ではなく、その場で策定もしくは策定の目的を付けてもらうことをめざす演習も組み込み、作成の必要性、作成の簡便さに気付く機会となった。</p>																	
	実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>1. BCP策定支援</p> <p>新型コロナウイルスの影響はまだ続くと思われるので、次年度もBCP計画策定の支援を引き続き進めていく。次年度はワークショップに絞り内容を充実させ、より実践的な支援を実施する。次回も感染症対策に十分留意しながら、活発な意見交換できるよう開催方法を検討する。</p> <p>2. サイバーセキュリティー対策</p> <p>サイバー、ICTは複雑化が増しており、経営者向け、情報システム担当者向けの2つに分けて開催する必要がある。今年度の開催結果から、大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」はワークショップ型で開催する意義が高く、その配分時間も多めに必要性がある。</p>																

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	35.0	支援企業数(実績)	35.0	支援実績率	100.0%	満足率	97.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><BCP策定支援：人材育成型> セミナーについては、35社を支援し、目標達成率は100%であった。すでに策定している自社のBCP計画を見直すきっかけとなる参加事業者に、危機管理への意識づけを行うことができた。</p>							
		指標	BCP策定の重要性の理解、ノウハウを獲得できたと感じた事業者の割合						
数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	20.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><BCP策定支援：人材交流型> ワークショップでも20社を支援し、目標達成率は100%であった。支援対象事業者20社すべてにおいて満足・おおむね満足の結果となり非常に好評であった。実践的なBCP策定のワークショップに取り組むことで策定のノウハウを獲得してもらうことができた。</p>							
		指標	BCP策定の重要性の理解、ノウハウを獲得できたと感じた事業者の割合						
数値目標	80%	実績数値	70.0%	目標達成度	87.5%				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	100.0%	満足率	—
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><セミナーなどを通じたBCPの策定支援> 当該事業のセミナー、ワークショップにおいて、事業者が簡易版BCPの策定作業を行った。</p>							
		指標	事業者がBCP（簡易版を含む）や事業継続力強化計画を策定した件数						
数値目標	100	実績数値	158	目標達成度	158.0%				
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	57.0	支援企業数(実績)	118.0	支援実績率	207.0%	満足率	96.5%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><サイバーセキュリティ対策> セミナー参加者の43%、演習参加者の51%が、社員の意識改革や具体的行動を実施や計画の意思を示すなど一定の変化を促した。また、セミナー参加者のうち、大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」を既にBCP策定済みとしているのは10%を占めるに過ぎず、その意味でセミナーでの周知は有意義な機会となった。未策定のうち「本セミナー中に策定できたので帰社後に実践」「本セミナー中に策定方法が理解できたので帰社後に策定」が計49%と、未策定のおよそ半分が近日に策定するとした。</p>							
		指標	サイバー攻撃、セキュリティの最新動向、対策の方向性やプロセスに係る意識・知識が高まったと回答した参加者の割合						
数値目標	80%	実績数値	94.8%	目標達成度	118.5%				

大阪商工会議所

事業名		商業・サービス業の生産性向上支援事業							
想定する実施期間		2020 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪市の各種サービス業、卸・小売業は、総事業所数の約74%を占めており（平成28年度経済センサス）、地域の経済活動において重要な役割を果たしている。サービス業・卸・小売業において、事業を維持・継続していくためには、限られた経営資源を有効活用するために生産性を向上することが喫緊の課題となっている。特にサービス業も含めたあらゆる産業分野における生産性向上の必要性は「大阪の成長戦略」でも指摘されているところであり、国においても、2015年1月に「中小サービス事業者の生産性向上のためのガイドライン」が制定（2016年2月改定）され、支援の拡充が図られているところである。コロナ禍の厳しい環境の中、また、2025年の「大阪・関西万博」に向けて、大阪経済の基盤を支える中小企業が抱える課題を解決し、事業者の生産性向上を図るためのセミナーを開催する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業務の見える化、人員の適正化、工程などの無駄・ロスなどサービス提供プロセスに問題のあるサービス産業、卸売・小売業に関連する中小企業者、小規模零細事業者など							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	(1)セミナー「サービス品質カイゼンによる利益率の向上」 開催日：1月27日 支援企業数：10社 (2)「3つの視点で解決する生産性向上セミナー」 開催日：3月4日 オンライン配信：3月24日～29日 支援企業数：38社 <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	府施策連携商-15（サービス事業者の生産性向上支援） セミナーテーマの設定など大阪府商工労働部商業・サービス産業課と連携して実施した。						
	④相談相乗	参加者に各種経営相談事業を紹介するとともに、アンケートにて経営相談の有無を調査し、相談事業との相乗効果を図った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	60.0	総支援企業数(実績)	48.0	支援実績率	80.0%	満足率	93.3%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	ひとつの回でアンケートの設問に不備があったため、指標の実績数値は目標に達しなかったものの、満足度の平均はいずれの回も90%を超えており、ITを活用した生産性向上の取り組み推進を後押しすることができた。							
		代表指標	生産性向上による経営改善に取り組む意欲が高まったと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	64.4%	目標達成度	80.6%		
成果の代表事例	「生産性向上は企業利益向上の重要な要素、効率良く業務を推進の参考にしたい」「組織の活性化に悩んでいたが、受講したことで考えが整理できた。組織の歯車をうまく動かしていきたい」「品質管理の考え方が身近な事例でよく理解できた」「現実的に即実施できることができそうなテーマから取り組んでいきたい」といったようにセミナー受講をきっかけに生産性向上の重要性を認識し、自社の考えを整理し、具体的な取り組みを行おうとする事業者がみられた。								
実施結果	セミナー「サービス品質カイゼンによる利益率の向上」においては、一部事例もあったが、小売・卸・サービス業の方がより具体的な手法をイメージできるような内容が望ましかった。反省点としては、思うように集客ができなかったことである。新型コロナウイルス・オミクロン株のまさに感染拡大傾向の最中の開催となったこともあり、参加者は11人で、申し込み24人に対して45.8%の参加率であった。申込人数が振るわなかったのは、「生産性向上」や「サービス品質カイゼン」というキーワード（タイトルや内容）が小売・卸・サービス事業者にとってではわかりにくかったものと思われる。同内容のテーマは集客が難しいことを痛感。しかし、一定のニーズがあり、必要性が大きいと思われる。来年度は実施をとりやめ、再開する際には対象・テーマを深く検討したうえで実施する。								

大阪商工会議所

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業							
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	営業・販売力の強化、財務改善、人事労務問題への対応、ビジネス法務、税務対策など中小企業・小規模事業者の関心が高いテーマの講座・講習会を開催し、大企業に比べて経営基盤が弱い中小企業・小規模事業者の経営体質強化を支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪市内の中小企業・小規模事業者（すべての業種を対象とし、経営実務に関する情報を習得して経営力向上をめざす事業者）							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	<p>6月から3月にかけて、支部ならびに本部（中小企業振興部）において小規模事業者を主たる対象に経営実務に役立つ講習会を延べ62回開催し、支援企業数の合計は1614.5社であった。</p> <p>支部で開催した講習会は、「税務・経理」「販路拡大」「営業力強化」「労務」「資金繰り」「組織強化」など小規模事業者の関心が高いテーマに絞った。中小企業振興部では、7月8日に人事法務をテーマに「法律講演会」を開催した。</p> <p>※（別紙）開催実績一覧表</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <p>③市町村連携 地元の区役所や産業支援団体（産業会・工業会・納税協会など）と連携して広く参加者を募った。</p>							
	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	1,142.0	総支援企業 数(実績)	1,614.5	支援 実績率	141.4%	満足率	94.7%
事業全体の 実績／ 目標達成度	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	<p>○支部では、「持続可能な開発目標の実践SDGs取組セミナー」「商品の魅力を伝える撮影のテクニック」「これだけは知っておきたい！SNS活用セミナー」など小規模事業者の販路拡大や税務・経理、労務、IT等、組織基盤強化に役立つテーマで、延べ61回の講習会を開催した。支援企業数は1,549社、満足度は95であり、97.5%の事業者から「今後の経営改善に役立つ」との回答を得た。</p> <p>○「法律講演会」においては、「コロナ禍で雇用を維持する賃金等労働条件の検討と見直し」をテーマに開催し、支援企業数65.5社、参加者の98.5%から「今後の経営改善に役立つ」との回答を得た。</p>							
	代表指標	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の経営改善や経営力向上に役立けると回答した割合							
	数値目標	90%	実績数値	97.5%	目標達成度	108.3%			
成果の代表事例	A社「提案書・パンフ作成セミナーで学んだノウハウをWeb販売サイトの作成にも応用したい。参考になった」、B社「新規事業の立ち上げに向けて事業計画を作成したい」、C社「労務リスクを再認識し、自社の労務管理の改善点に気づくことができ、有意義だった」								
実施結果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	支部の講習会では、新型コロナウイルスの感染状況によりオンライン形式（集合形式との併用含む）の開催は23講座、支援企業数663.5社、全体の41.1%）を実施、非接触で安全安心な講座環境の提供や、在宅勤務が増えている中でも受講者を確保できるなどのメリットがあった。一方、集合形式においてもワークシートを活用した実践的な講座が評価されており、リアルとオンライン双方のメリットを活かした企画を今後も工夫する。また、セミナー参加をきっかけとして、経営相談をはじめとした支部事業に参加し、伴走型支援に取り組む事業者も一定数見受けられるため、支部ではセミナーでの情報提供などをより積極的に実施し、新規支援先の開拓につなげる。							

(別紙) 開催実績一覧表

開催日	名 称	支援企業数
6月8日	税制改正「賢く上手に節税する方法」	21.0
7月8日	法律講演会「コロナ禍で雇用を維持する賃金等労働条件の検討と見直し」	65.5
7月13日	商品の魅力を伝える撮影のテクニック	61.5
7月15～21日	<オンライン>～「営業が苦手」を克服!～「来てくれて有難う」と言われる営業学	35.0
7月20～27日	<オンライン>withコロナ時代の人事労務 最新情報お伝えします	31.0
9月2日	<オンライン>コロナ後の「ニューノーマル営業」	24.0
9月9日	コロナ後の経営戦略 戦略的な中期経営計画の進め方!	14.5
9月15日	<オンライン>持続可能な開発目標の実践 SDGs 取組セミナー	67.5
9月16日	経営改善と資金繰り改善のポイント～アフターコロナを見据えた企業経営について～	36.5
9月21日	補助金活用と資金調達のポイント	8.0
10月7日	<オンライン>小規模企業はYouTubeをどうビジネスに活かすべきか?	21.0
10月7日	経営に活かす決算書の読み方	17.5
10月12日	デジタル化時代の新たな利益を生む仕組みづくり	27.5
10月15日	<集合・オンライン>中小・小規模事業者のためのBCP作成・運用セミナー	27.0
10月18日	アフターコロナを見据えた戦略的な事業承継	11.0
10月19日	HPは営業ツール!「とりあえず作った」ではもったいない	22.0
10月25日	コロナ後の税務調査の対応方法	51.0
11月9日	<オンライン>デジタル化時代の新たな利益を生む仕組みづくり	22.0
11月10日(集合) 11月18～26日(オンライン)	withコロナ時代 中小企業の"動画"活用	35.5
11月12日	<オンライン>はじめてのネットショップ開設。ネット販売開始で販路拡大・売上アップ!	32.0
11月12日	経営に活かす決算書の読み方	31.5
11月15日	基礎からわかる年末調整の実務講座	32.0
11月16～17日	決算書の見方と資金繰り表の作成	25.0
11月16日	中小企業の2021年度の労働関係の法改正のポイントとコロナ禍の人事労務対策	35.5
11月17日	魅力的な求人票作成と助成金活用の方法	14.0
11月18日	ダイバーシティ時代の働き方改革への対応	7.0
11月25日	備えるべきコロナ対応における労務管理のポイント	27.0
11月25日	従業員に伝えたい!暮らしを守るお金の知識と判断力向上	14.0
12月2日	「生産性向上」を促す人事制度の設計と運用の進め方	16.5
12月2日	<リアル、オンライン>リモートワーク、70歳就業機会確保、パワハラ防止措置義務化等々大きく変わる労働環境と人事労務の課題	14.5
12月2日	やさしくわかる年末調整実務講座	31.0
12月8日	補助金申請書作成に役立つ事業計画書セミナー	25.0
12月13日	アンガーマネジメントの観点からの正しい叱り方～パワハラにならないために～	46.0
12月14日	会社を強くする!働き方改革と目指すべき組織	13.0
12月17日	知っているのと得する!スタッフの労務管理	14.0
1月11～25日	<オンライン>はじめてのホームページ作成セミナー	27.5
1月18日	アサーティブ・コミュニケーションのすすめ	26.0
1月19日	外国人労働者採用のメリットとリスク回避方法	9.5
1月19日、1月26日	小規模事業者向け、初めての「事業計画作成」	21.0
1月25日	皆様が社内でお作りの提案書やパンフレットをさらに効果が上がるものにするノウハウ講座	46.5
2月1～7日(11月18日の配信)	<オンライン>ダイバーシティ時代の働き方改革への対応	4.0
2月8日	アフターコロナ時代の情報セキュリティ対策	16.0
2月9日	<集合、オンライン>お客様の心をつかむ「はがき」活用の秘訣	15.0
2月15日	うちの会社もこれでテレワーク	6.0
2月16日	<オンライン>より良い会社を作るための処方箋	37.0
2月16日	中小企業のとるべき労務対策	20.5
2月16日	事業計画作成と補助金活用のポイント	13.0
2月17日	コロナ禍の世界を生き残る売れる新商品の作り方と売り方	30.0
2月18日(集合) 3月1～7日(オンライン)	ビジネスモデルの転換と補助金活用法	34.5

開催日	名 称	支援企業数
2月22日	令和4年度 税制改正セミナー	24.0
2月25日	働き方改革推進&公的支援徹底解説セミナー	14.5
3月2日	<オンライン>これだけは知っておきたい！SNS活用セミナー	68.5
3月3日	<オンライン>アフターコロナで大きく変わる人事・労務管理	14.0
3月3日 3月7～11日	<オンライン>事務業務の業務マニュアル作成術	37.0
3月7日	税制改正セミナー～法人税・消費税・所得税・その他実務への影響を知り経営に役立てる～	22.0
3月9日	<初心者向け>動画作成のコツ	31.0
3月10日	<オンライン>助成金・補助金を活用して目標達成が当たり前になる最速成長営業の作り方	28.5
3月11日	<オンライン>「結局、どう使えるの？」が分かるSDGs	34.0
3月14日	ネットショップの立ち上げと運用のポイントセミナー	19.0
3月17日	<オンライン>コロナ禍にこそ見直すべき中小企業の目標管理	8.0
3月18日	<オンライン>BCPセミナー：自然災害の”今”～異常気象を理解し、自然災害に備える～	19.5
3月25日	コロナ後の世界・勝ち残る条件！	11.0
合 計		1614.5

令和3年度（2021年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

大阪商工会議所

事業名		業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業							
想定する実施期間		2020 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	小規模事業者の経営者の業務負担は大きくなっており、売上向上に直接つながる業務に注力するには、「財務・会計」「給与管理・勤怠管理」「販売・仕入れ・在庫管理」といった間接業務の負担軽減が不可欠である。また昨今のコロナ禍においては、ITを活用した非対面型ビジネスモデルや販売方法への転換等も求められる。経営相談室と支部との連携により、小規模事業者などへのアプリ活用やクラウドサービス、簡易HPなどのIT導入を支援し、業務効率化と生産性向上に寄与する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	IT導入による業務の効率化、事業のデジタル化を希望する中小企業・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><内容></p> <p>○5支部の経営指導員がヒアリングシートを用いて、小規模事業者等のIT活用状況、問題点、経営課題などを把握し、支援ニーズを集めた。</p> <p>○ヒアリングシートをもとに、支援を希望する事業者に対しては、「IT・ビジネスアプリ導入サポートデスク」のコーディネーターが事業所を訪問、IT導入に向けての環境確認、優先課題の抽出を行った上で、現有人材や課題、コストなどを踏まえ、最適なアプリやクラウドサービスなどの提案と初期設定までの支援を行った。</p> <p><実績></p> <p>ヒアリングシート回答件数：363件 支援企業数：87社 アプリ導入件数：50社（106件）</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
	④ 相談相乗	ヒアリングシートの実施先で支援を求める事業者については、面談時に小規模持続化補助金やIT導入補助金も紹介し、アプリやクラウドサービス導入に係る経費の補助金申請については、本所の専門相談や支部で対応するなど、経営相談と本事業との相乗効果を図った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	300.0	総支援企業数(実績)	450.0	支援実績率	150.0%	満足率	96.6%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○ヒアリングシートによると、約30%の事業者がHPを持っておらず、約60%がEC販売に着手していない、また約20%の事業者が経理処理について税理士に任せている状況である。</p> <p>○上記事業者に対し、同デスクでIT活用支援を推進し、87社を訪問・支援した。87社のうち、アプリあるいはクラウドサービスを導入した企業は50社になり、約6割の企業が今回の支援を機に、具体的な行動をとっている。</p> <p>○50社が実際に導入したアプリあるいはクラウドサービスの延べ件数は、106件になる。 (導入内容内訳：販促：62件、HP：18件、EC通販：11件、オンライン予約：7件、POSレジ・クラウド会計：6件、販売管理：2件)</p> <p>○IT導入をした企業からは、ネット通販やSNSによる新規得意先の確保、業務の効率化・労働時間の削減につながったとの意見があった。</p>							
	代表指標	IT導入に着手する事業者数							
	数値目標	50	実績数値	87	目標達成度	174.0%			
成果の代表事例	<p>○大阪市内に数店舗飲食店を経営するA社は、IT導入補助金を活用した上で、クラウドサービスを導入し、全店舗の日報の一元管理や販売・会計・給与の連動による給与明細のウェブ化や勤怠管理の効率化ができた。</p> <p>○和菓子店Bは、ネット通販とウェブサイト、SNSを開設し、商圏を全国に拡大できた。</p> <p>○土木・舗装工事業C社は、予約システムを活用し、ホームページ上から、工事や重機のレンタル予約が受け付けられる仕組みを構築し、業務時間の削減につなげた。</p> <p>○清掃業D社は「インボイス制度」に対応の販売管理ソフトに変更し、集計手間を大幅に削減した。</p> <p>○旋盤加工を行うE社は、既存の無料アプリを活用することで、製造現場での工程管理を行った。</p>								
	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>コロナ禍で落ち込んだ収益を確保するためにも、個人事業者や中小事業者にもEC販売が広がり、今年度はネット通販やSNSを活用した集客や販促の仕組みづくりなどへの支援ニーズが多かった。</p> <p>本デスクでは、来年度も引き続き、これらのIT支援を継続するほか、特にインボイス制度や電帳法に対応する会計ソフトやクラウド会計の導入など、IT導入補助金や小規模事業者持続化補助金の活用も併せて、中小企業者の生産性向上に向けて総合的に支援していく。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	250.0	支援企業数(実績)	363.0	支援実績率	145.2%	満足率		
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<ヒアリングシートを用いたニーズ把握> 自社のIT活用状況、IT活用の問題点、経営課題を把握するとともに、IT・アプリサポートデスクの活用の動機づけとした。								
		指標	「IT導入ヒアリングシート」の回収数（社数）							
		数値目標	250	実績数値	363	目標達成度	145.2%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50.0	支援企業数(実績)	87.0	支援実績率	174.0%	満足率	96.6%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<コーディネーターによる導入支援> 簡易HPの立ち上げやEC通販開始、クラウドサービスの導入など間接業務の効率化や販売促進の仕組み構築の実現に向けて着手した。								
		指標	IT導入に着手する事業者数							
		数値目標	50	実績数値	87	目標達成度	174.0%			

大阪商工会議所

事業名		西部エリア Amon（えーもん）市							
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>本商工会議所は過去5年間、商店街を核とした集客・認知度アップイベントの支援、周辺店舗と商店街との関係強化、相互販促支援を進め、商店街とさまざまな協力・連携コミュニティ（行政・学校など）との関係も広がってきた。</p> <p>【本事業を通じて目指す状態】</p> <p>①商店街と周辺の外部店舗、行政や地域コミュニティとの相互協力をさらに強化し、販促支援を行う。</p> <p>②商店街が担うコミュニケーションとイベントスペースとしての有効性・潜在能力の可能性を探る。</p> <p>③商店街と反目しがちなスーパーなどとの協力を仲立ちし、地域と共存共栄する商圈を意識する。</p> <p>④商店街を核として、徒歩で生活必需品の購入が可能な商圈の形成をめざす。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	西支部管内の小売店・製造・卸売店及び商店街、協同組合							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>○近隣区域の複数の商店街、個店、スーパーを同一の情報紙で紹介し、またイベントで連携させることにより、一体の商圈を形成するものとして消費者にアピールした。</p> <p>○12月8日に情報紙「Amon」第19号(港区版)を16,500部作成し港区内に新聞折り込みを行った。スーパー業態（セルフ）のカームを含め、区内4団体の催事等を掲載した。掲載催事のうち12月11日開催の商店街イベント「繁栄ワイワイ市場」には当日も参画し、商店街店舗への抽選券配布、当日出店者のPR、港区地場産品（みなトクモン）のPRを行った。近隣店舗についても、紙面で紹介するほか抽選券を配布した。</p> <p>○3月12日に情報紙「Amon」第20号(此花区・西区版)を21,000部作成し、此花区・西区内に新聞折り込みを行った。此花区2、西区8の計10商店街（うちアンケート回収9団体）のマップを制作し掲載した。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		③市町村連携	港区役所との連携により、区役所認定の地場産品「みなトクモン」を、情報紙「Amon」掲載や催事当日のPRコーナー設置（区役所職員常駐）、ガラポン景品提供などにより支援した。						
	④相談相乗	今年度は個店支援も復活させ、課題解決ニーズに応じて相談につなげることにした。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	32.0	総支援企業数(実績)	33.0	支援実績率	103.1%	満足率	93.9%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○19号においては、港区の4商店街を同じ情報紙で紹介し、催事を紹介するとともに、広域お買いものゾーンとしての消費者の認識を深めた。</p> <p>○20号においては、1面で千鳥橋駅付近のマップと2商店街の集客取り組みを掲載。2面で九条新道130周年歴史探訪マップと8商店街(アンケート回収7)の祝賀PRコメントを掲載した。</p> <p>○それぞれワンストップお買いものゾーンとしての消費者の認識を深めた。</p>							
		代表指標	売り上げ向上効果、空き店舗の活用、他地域・店舗との連携などにつながったとの回答割合						
		数値目標	70%	実績数値	69.2%	目標達成度	98.9%		
	成果の代表事例	<p>繁栄ワイワイ市場では、商店で当日お買上の方にガラポン抽選券を進呈したところ、想定を大きく上回るお客様にお買い上げいただき、回収した抽選券を各店に戻し再利用することとなった。</p>							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>前年度に続き商店街集客催事が低調であり、此花区に関しては当初は阿波踊り・ハロウィンを掲載する予定であったところ、いずれも中止となった。一方で繁栄ワイワイ市場はいち早く復活しており、情報紙への案内掲載に加え、催事当日も支援ができた。</p> <p>大がかりな集客催事をしない商店街でも、シャッターアートや恒例セール、ワゴンセールなど地道な取り組みを取り上げて支援につとめた。</p> <p>次年度以降も商店街の細かいニーズを丁寧に取り上げて支援につとめる。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	12	支援企業数(実績)	13.0	支援実績率	108.3%	満足率	92.3%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><商店街・協同組合> 「賑わいづくりに役立った」「イベントを楽しみに客が来てくれた」などの回答が多い。一方、「商店主同士で商店街について話し合うきっかけになった」という声があるなど、具体的な集客効果がなくとも、商店街の地域・歴史の紹介を通じて意識面での変化も見られた。</p>								
		指標	売り上げ向上効果、空き店舗の活用、他地域・店舗との連携などにつながったとの回答割合							
		数値目標	70%	実績数値	69.2%	目標達成度	98.9%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	20.0	支援実績率	100.0%	満足率	95.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><個店> ガラガラ抽選会で売上増に直接寄与できた。今回をきっかけに今後も団体や他個店と連携が期待できる。 支援企業の声：「店も目立つ場所でないため、認知されていくのに悩んでいたところでしたので、このような機会をいただき感謝しています。」「平時の人通りが減っており、イベントは助かる。」</p>								
		指標	商品・店舗のPR・改善・開発、売上・顧客の増加、他との連携などにつながったとの回答割合							
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			

大阪商工会議所

事業名		モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』							
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小製造業では、優れた技術や製品を生産しているにもかかわらず、日々の業務に忙殺され、また人材不足などの要因もあり、なかなかウェブサイトや動画など非対面手段を活用したタイムリーな広報活動に手が回らないことが多い。また、人員募集時に自社の魅力を伝える手段、熟練作業員による技術の記録・承継に悩んでいる事業者も多い。急速な非対面化の進む時代への適応は大きな課題である。そこで当事業では、目的に応じた動画制作・活用ノウハウを学んでもらい、事業者間での学びあいの環境を提供することで、販路拡大・採用・技術継承を促す。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内のものづくり中小企業（製品分野は問わない）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>自社で加工を行うものづくり事業者を対象に、4月から動画を通じての企業価値訴求の考え方・やり方を提案するセミナーを企画した。</p> <p><7月14日集合開催><7月21～27日web配信（7月14日の録画配信）> モノづくり企業の”動画”活用「準備編」を開催 支援企業数54.5社</p> <p><8月25日集合開催><9月1～7日web配信（8/25の録画配信）> モノづくり企業の”動画”活用「制作編」を開催 支援企業数57.5社</p> <p>動画で企業PRをしたいと考えているが、最初のハードルが高いと捉えているモノづくり企業に対し、同様の悩みを抱える事業者同士の交流を図り、動画編集の導入を体験できる体験会を企画し、10回開催した。</p> <p><1月13日午前/午後><1月25日午前/午後><2月2日午前/午後> <2月25日午前/午後><3月1日午前/午後> 支援企業数51社</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		②広域連携	○大阪府ものづくり支援課のメルマガでの周知・広報を依頼した。 ○商工会議所の広報ツール（メール・大商ニュース同梱など）を用いて大阪府内の製造業に参加を募った。						
	④相談相乗	○指導先に参加勧奨を行い、参加に至った。 ○セミナー参加者に対してアンケートなどで経営相談事業を広報し、新たに経営相談を希望する事業者が3社あった。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	150.0	総支援企業数(実績)	163.0	支援実績率	108.7%	満足率	94.4%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	動画制作においては、まずコンセプトをしっかりと構築し、自社の何をどのように伝えるかが重要と気付いた事業者がたいへん多かった。多くの参加事業者が今後動画を作成したい、活用したいとの意向を示し、動画編集の体験会を実施したことで、動画制作は自身が認識していたよりも非常に簡単と認識された事業者がたいへん多かった。							
		代表指標	<人材育成型>アンケートで「動画の活用について学べた」「動画活用を検討する」あるいは「今回得た知識を今後活用したい」と回答した企業割合						
		数値目標	80%	実績数値	98.2%	目標達成度	122.8%		
	成果の代表事例	<p>○M社は、短い動画であってもいろいろ考えられていて、たくさんのアイデアを動画を作る前から考える必要があることも知れて勉強になった。</p> <p>○T社は、今日得た知識を社内共有させ、動画資料作成できる人材を増やしたい。</p> <p>○M社は、動画作成は、手間と費用が掛かるといったイメージでなかなか（社内の）案として出なかったが、今回の講座で手軽にできるイメージができた。</p>							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	今回のセミナー・体験交流会から、動画利用は実際の基礎的編集作業は簡単であることから、きっかけさえつかめば自社事業に取り組んでいきたいとする事業者が多いことがわかった。次期以降は、より多くのモノづくり事業者に動画を利用したアフターコロナのスタイルを構築していただけるような企画をする。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100.0	支援企業数(実績)	112.0	支援実績率	112.0%	満足率	94.6%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<セミナーの開催> 動画制作においては、まずコンセプトをしっかり構築し、自社の何をどのように伝えるかが重要と気付いた事業者がたいへん多かった。多くの参加事業者が今後動画を作成したい、活用したいとの意向を示し、動画編集の体験会を実施したことで、動画制作は自身が認識していたよりも非常に簡単と認識された事業者がたいへん多かった。								
		指標	アンケートで「動画の活用について学べた」「動画活用を検討する」あるいは「今回得た知識を今後活用したい」と回答した企業割合							
		数値目標	80%	実績数値	95.5%	目標達成度	119.4%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50.0	支援企業数(実績)	51.0	支援実績率	102.0%	満足率	94.1%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<交流・体験会の開催> 大阪府内の遠隔地など広範囲な事業者の参加につなげることができた。基本的な作業を受講後、受講生同士で教える側・教えられる側として交流を図るプログラムで、自分だけでは気づけない部分の気づきを得ることができた事業者もいた。								
		指標	アンケートで「動画の作成について学べた」「今後動画を作成・活用したい」あるいは「今回得た知識・体験を今後活用したい」と回答した企業割合							
		数値目標	80%	実績数値	98.0%	目標達成度	122.5%			

大阪商工会議所

事業名		インバウンドによる買い物消費支援事業																							
想定する実施期間		2011年度～ 年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること																							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>【現状の課題】新型コロナウイルス感染拡大で1年先延ばしになった東京オリンピック・パラリンピックが開催されること、ワクチンを含めた今般の医療技術の進歩を考慮すると、2021年は渡航制限の緩和とともに外国人観光客の来阪が再び増加に転ずることが期待される。その一方で、商店街をはじめとしたローカルな商業施設の外国人に対する集客力、対応力は一朝一夕に向上するものではなく、2025年の万博開催が秒読みになる中、外国人観光客の受け入れ態勢強化は一層重要性が増してきている。これまで当事業の各種施策により、商店街、飲食店など、地域資源の発掘と海外へのPRを、YouTube動画の制作や顔出し看板の設置、Welcomeステッカーの店頭掲示により行い、集客力を高める一方で、外国語メニュー、指差し通訳シートによる外国語コミュニケーション支援を行い、受け入れ側の接客対応力向上も図ってきた。しかし、大正区ではまだ顔出し看板の設置ができておらず、西支部管内全域に行き渡っていない。また、境港市の水木しげるロードでは、各所にある妖怪オブジェと記念撮影することでスタンプラリーのような回遊性向上効果が生まれているが、当事業の顔出し看板は設置場所の地点情報が公になっていないため、境港のような回遊性向上効果が外国人観光客にはまだ生まれていない。これまで行ってきた各種支援ツール（特に顔出し看板）を西支部管内（特に大正区）に行き渡らせると同時に、顔出し看板の設置場所を広報するマップ（Google、紙媒体など）の製作を新たに行うことで海外のみならず国内消費者の商店街やその周辺店舗への集客ならびに回遊性の向上が課題となっている。</p> <p>【目標とする状態】顔出し看板やその設置マップなど外国人観光客をその周辺の各商店街、個々の店舗に誘導するツールを提供し、外国人観光客の来街者数（来店者数）の増加をめざす。その際、2016、2017年度に制作したYouTube動画、2018-2020年度に制作した販促ツール類も有効に活用されている状態を目標とする。</p>																							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	此花区、港区、西区、大正区、浪速区、西成区の商店街、協同組合などで、インバウンド系観光客の取り込みに課題を感じている組織とその周辺店舗																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>インバウンド観光客からの情報発信を促すツール「顔出し看板」を大正区に3台設置した。加えて、看板の設置場所の所在を明らかにするマップを紙媒体とGoogleMapで3種類製作し、九条、鶴見橋、八幡屋の各エリアで23商店街に納品した(うちアンケート回収17商店街)。</p> <p>また、インバウンド観光客に対する集客力、接客力を向上させる外国語メニューを西支部管内の3店舗に支援した。(各事業とも製作協力：大阪市立デザイン教育研究所)。</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">年間を通して10事業所程度(組合・組織を含む)、大商の職員が講師となり大阪市立デザイン教育研究所の教員のために「デザインによる地元企業・商店街の活性化に関する現地視察OJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)」を行う協定を締結した。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">外国人とのコミュニケーションやWiFi対応に課題を感じる商店街もあり、引き続き販促ツールを提供するとともに今後は翻訳アプリの紹介やルーター設置などのIT支援での相談事業への展開を行う。</td> </tr> </table>								③市町村連携	年間を通して10事業所程度(組合・組織を含む)、大商の職員が講師となり大阪市立デザイン教育研究所の教員のために「デザインによる地元企業・商店街の活性化に関する現地視察OJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)」を行う協定を締結した。							④相談相乗	外国人とのコミュニケーションやWiFi対応に課題を感じる商店街もあり、引き続き販促ツールを提供するとともに今後は翻訳アプリの紹介やルーター設置などのIT支援での相談事業への展開を行う。						
③市町村連携	年間を通して10事業所程度(組合・組織を含む)、大商の職員が講師となり大阪市立デザイン教育研究所の教員のために「デザインによる地元企業・商店街の活性化に関する現地視察OJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)」を行う協定を締結した。																								
④相談相乗	外国人とのコミュニケーションやWiFi対応に課題を感じる商店街もあり、引き続き販促ツールを提供するとともに今後は翻訳アプリの紹介やルーター設置などのIT支援での相談事業への展開を行う。																								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	16.0	総支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	131.3%	満足率	66.7%																
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>新型コロナウイルス禍にあって、すぐに外国人観光客の集客にはつながらなかったが、地元住民や国内観光客の来街が増え、好評を得た。日本人の顔出し看板設置マップについては、商店街会員店舗に常設し来街者に配布するほか、商店街主催イベントの際に来街者に配布するなどの利用を図った。</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="7">アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>29.4%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">42.0%</td> </tr> </table>								代表指標	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合							数値目標	70%	実績数値	29.4%	目標達成度	42.0%		
	代表指標	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合																							
	数値目標	70%	実績数値	29.4%	目標達成度	42.0%																			
成果の代表事例	<p>支援先の商店街から次のような声が寄せられた。</p> <p>「日本人観光客の来街者が増えた」「日本人居住者の来街者が増えた」「写真撮影に来街される」</p>																								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>この3年間を通して西支部管内(此花区、港区、西区、浪速区、西成区、大正区)の希望する商店街組織に顔ハメ看板を一通り設置することができた。顔ハメ看板は主として設置現場周辺で効果を発揮するが、大阪・関西万博を3年後に控えた今、地域の情報を再度、世界に発信する飛び道具が必要になってきたと思われる。従って、来年度は、西支部管内の魅力を世界に発信するYouTube動画を制作し、商工会議所ならではの地域に根差した観点で一般のガイドブックに掲載されにくい埋もれた商業資源のPRをしていく。</p>																							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	13.0	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	130.8%	満足率	64.7%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><商店街・協同組合> 新型コロナウイルス禍にあって、すぐに外国人観光客の集客にはつながらなかったが、地元住民や国内観光客の来街が増え、好評を得た。日本人の顔出し看板設置マップについては、商店街会員店舗に常設し来街者に配布するほか、商店街主催イベントの際に来街者に配布するなどの利用を図った。</p>								
		指標	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合							
		数値目標	70%	実績数値	29.4%	目標達成度	42.0%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	3.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	133.3%	満足率	75.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><個店> 新型コロナウイルス感染防止対策として強固な防疫措置がとられる中、外国人観光客は蒸発したとまで言われたが、アフターコロナを見据えていまからでも外国人観光客の誘致に前向きな事業者に対して、顔ハメ看板マップや英語メニューの製作を提案した。今のところそれらのツールを使用する機会は限られているようだが、アンケートの回答からはその日が来ることを待ち望むニュアンスが感じ取れた。</p>								
		指標	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合							
		数値目標	70%	実績数値	0.0%	目標達成度	0.0%			

大阪商工会議所

事業名		ミナミ再活性化事業							
想定する実施期間		2016 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪ミナミエリアは新型コロナウイルスの感染拡大により多大なダメージを被っている。外出自粛による観光客の減少、各国からの入国制限によるインバウンドの消失により、一時は来街者が90%減少した。また、マスコミでは大阪のコロナが取り上げられる際には決まってミナミの風景が象徴的に放送され、加えて自治体によるミナミエリアに限定した休業要請などにより、ひろく「ミナミは危ない」とイメージをひろめることとなってしまった。そうした負のイメージを払拭し、来街者増、ミナミエリアの再活性化を目指し、ミナミの街の魅力を積極的に発信し、地元団体の取り組みを支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ミナミならびに南船場エリアの商店街（千日前道具屋筋商店街振興組合、道頓堀商店会、戎橋筋商店街振興組合、心齋橋筋商店街振興組合、宗右衛門町商店街振興組合、千日前商店街振興組合、道頓堀商店街振興組合、道頓堀商店連盟、せんば心齋橋筋商店街、心齋橋筋北商店街など）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><ガイドブックの発行> ミナミ・南船場エリアの商店街、観光スポット、イベント情報など様々な体験情報をMAPで紹介し、回遊行動を喚起し、商店街等地域振興をはかる「WELCOME! OSAKA MINAMI MAP」を発行。主要商店街のHPへリンクしたQRコードを掲載したほか千日前から順次開始されている音声ガイドのQRコードを掲載。日本語版20,000部を作製し、近隣のホテルや駅、商店街、観光案内所等で配布した。</p> <p><地元商店街の広報支援> ○7月22日、23日の「道頓堀復活フェス2021」ならびに11月13日・14日の「道頓堀リバーフェスティバル2021 & にぎわいスクエア2021」にブース出展し、ミナミを紹介する各種パンフレット配布を通じて情報発信を行った。また、「にぎわいスクエア2021」ではYouTubeなどでミナミの店舗が実施しているコロナ感染拡大防止の取り組みを紹介し、ミナミの安全・安心をPRした ○10月2日の船場まつり連携事業として、大阪企業家ミュージアムにて講演会「明治期に活躍した企業家を知ろう!!～五代友厚、広岡浅子、渋沢栄一など～」&見学会を開催した。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		③市町村連携	○「にぎわいスクエア2021」は中央区主催のイベント。 ○商店街、大阪府中央区役所のホームページ（大阪中心）などの各媒体を通じて、当事業の広報活動ができた。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	8.0	総支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	112.5%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	事業参加した9商店街へのアンケートでは、全ての商店街が事業に対して「満足（役立つ）」、「やや満足（やや役立つ）」と回答した。また、コロナ禍のなかでも、事業実施前と比べて、来街者が「増加した」・「少し増加した」との回答が5商店街見られた。この他、コロナ禍で失われた街の賑わいを取り戻すため、6商店街で販路開拓事業への取り組み意欲が「高まった」「少し高まった」と回答した。							
	代表指標	商店街へのアンケートで「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に（やや役立つ）（役立つ）」と評価した割合							
	数値目標	80%	実績数値	55.6%	目標達成度	69.5%			
成果の代表事例	ガイドブック発行の取り組みはコロナの影響によるマイクロツーリズムのニーズに特にマッチしており、コロナ禍で苦境にある宿泊施設から大変好評を得た。コロナ禍で緊急事態宣言や外出自粛、時短要請など、営業活動が制限された状況であったにもかかわらず、5商店街で来街者が「増加した」・「少し増加した」との回答を得た。								
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	大阪の都市魅力の集積地であるミナミ・南船場エリアの情報を発信するため、地元商店街、区役所、団体などと連携したイベントへの参画をより一層推進していく。ガイドブックの作成に際しては、地元、大阪近郊の住民をターゲットにマイクロツーリズムを促進するためのコト情報を充実を目指すとともに地域を紹介する音声ガイドなどの地元団体で実施されている取り組みと連携し、スマホ情報とタイアップするなど、紙面上だけでなく、幅広い情報へアクセスする入口となるような紙面作りに努める。							

大阪商工会議所

事業名		「逸品マルシェ」販売促進支援事業							
想定する実施期間		2020 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	魅力ある商品・サービスを有していながら、販路拡大や商品・サービスの差別化に悩む中小・小規模事業者を対象に、販路開拓・認知向上を目的として開催する。あわせて、来街者減少や空き店舗増加で衰退が懸念される商店街に賑わいを創出し、活性化につなげる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	南支部管内（天王寺区、阿倍野区、東住吉区、平野区、住吉区、住之江区）で主に消費者向けの商品・サービスを製造、販売、提供し、販路拡大を望む中小・小規模事業者、商店街・商店会							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>I. 販売促進イベント「逸品マルシェ」</p> <p>1. 逸品マルシェ@あべの天王寺</p> <p>(1)開催日：10月23日</p> <p>(2)場所：JR天王寺駅公園口</p> <p>(3)内容：①販売コーナー、②抽選会等</p> <p>(4)支援企業数：14社・4団体</p> <p>II. 販売促進セミナー</p> <p>1. 第1回 コロナ時代の売り方セミナー（流通・小売業向け）</p> <p>(1)開催日：12月16日</p> <p>(2)集合形式およびオンライン形式（Zoom）</p> <p>(3)支援企業数：3社</p> <p>2. 第2回 実はそれが間違い？ 売れるお店になるための秘訣が分かるセミナー</p> <p>(1)開催日：2月25日</p> <p>(2)オンライン形式（Zoom）</p> <p>(3)支援企業数：33社</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		③市町村連携	イベント開催地周辺の商業施設などと連携して効果的な企画・PRを実施した。						
	④相談相乗	相談指導先に巡回して参加勧奨を行ったほか、事業実施の過程において、出店者の販売戦略をはじめ、経営課題解決に向けた支援を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	53.0	総支援企業数(実績)	54.0	支援実績率	101.9%	満足率	98.1%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置が約9ヶ月に渡って発出されたことに伴い、事業者の販売意欲がさがただけでなく、消費者の購買意欲も著しく低下した。そうした中、久しぶりにイベント出店できたことで、新たな顧客との出会いがあり、販売意欲が高まったという声が多く聞かれた。また、JR天王寺駅という好立地で顧客や同時出店者から多くの声を収集でき、商品開発やプロモーションのヒントが得られたとの声が相次いだ。							
		代表指標	<個店など>イベント参加によりマーケティング効果をもたらしたと回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	成果の代表事例	<p>I. 販売促進イベント「逸品マルシェ」</p> <p>1. 逸品マルシェ@あべの天王寺</p> <p>500円で自分の名前を絵文字で書くという「パチパチ絵文字」に行列ができたほか、通常4,000円程度の革ベルトを半額の2,000円で販売することにした「サンクベア」ではほぼ商品が完売するなど、多くの店舗で完売が相次いだ。今回は10社中8社が逸品マルシェ初出店となり、目新しさもあった。出店者全員の満足度が高く、「来年もまた出たい」「大変良い機会になった」と大いに喜ばれた。</p> <p>II. 販売促進セミナー</p> <p>1. 第1回：コロナ時代の売り方セミナー</p> <p>今回は会場参加が3名と少数だったため、セミナー終了後に各自の課題を挙げていただき、個社ごとにお悩み相談の時間を設けた。販促戦略は短時間で解決するものではないが、セミナーで説明した汎用的な手法を個社に落とし込むための道筋を示せたことで、2社からの経営相談依頼につながった。</p> <p>2. 第2回：実はそれが間違い？ 売れるお店になるための秘訣が分かるセミナー</p> <p>「将来のお店作りに役立つ」という声があり、すぐに使えるノウハウを提供できた点が評価された。セミナーの中盤には、「実際に自分のお店の販促を考えるとしたら」といったミニワークを設けた。参加者も飽きることなく、むしろ積極的に自社の販促について考えていただくことができた。また、「次はネットショップもやってほしい」という声があがるなど、ネットショップ経営者からも次回セミナーへの期待の声があった。</p>							

<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>I. 販売促進イベント「逸品マルシェ」 当初は13社の出店予定だったが、菓子製造業3社が相次いでキャンセルとなり、食べ物関連の出店者が急減する形となった。コロナ禍で試食ができないことや、生産体制が追い付かないことがキャンセルの理由だった。いずれも良質素材を手間暇かけて製造する小規模事業者であり、大量生産できず、代替品のないことが魅力である一方、突然の出店キャンセルというリスクがある。次年度以降は出店者を確保するため、キャンセル待ちのリストを作成し、最大15者の出店を確保できるよう準備する。</p> <p>II. 販売促進セミナー 新型コロナ感染拡大のリスク軽減のため、1回目のセミナーはハイブリッド開催とし、セミナー終了後に双方向でコミュニケーションできるような仕立てとしたが、オンライン参加者からはアンケートを回収ができなかった。また、2回目は全面オンライン開催としたが、やはりアンケート回収に係る労力が大きかった。今後は支援企業数を上回る集客に努めるとともに、アンケートの回収率を高める工夫を講じる。</p>
-------------	--	--

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	46.7%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><販売促進イベント（個社支援）> 緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置が約9ヶ月に渡って発出されたことに伴い、事業者の販売意欲がさがられただけでなく、消費者の購買意欲も著しく低下した。そうした中、久しぶりにイベント出店できたことで、新たな顧客との出会いがあり、販売意欲が高まったという声が多く聞かれた。また、JR天王寺駅という好立地で顧客や同時出店者から多くの声を収集でき、商品開発やプロモーションのヒントが得られたとの声が相次いだ。</p>								
		指標	イベント参加によりマーケティング効果をもたらしたと回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	3.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	133.3%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><販売促進イベント（団体支援）> 緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置が約9ヶ月に渡って発出されたことに伴い、いずれの商店街・商店会や商業施設とも販促イベントの実施が難しく来場者が減少していた。そうした中、本イベントに参加したことで、チラシでのPRやガラポン抽選会の実施により、各団体の店舗やテナントへの集客につながるとともに、地域の賑わいづくりにも役立った。</p>								
		指標	イベントの実施が賑わい創出につながったと回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	36.0	支援実績率	180.0%	満足率	97.1%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><販売促進セミナー> 第1回「コロナ時代の売り方セミナー」では、セミナー終了後の簡単なワークショップで自社の販促課題を言語化し、講師と共に具体的な解決策をディスカッションしたことで、自らの頭で考えることがどのように有効かを疑似体験してもらえた。第2回「実はそれが間違い？ 売れるお店になるための秘訣が分かるセミナー」では、「本日得た情報をもとに販売促進方法を実践し、売上の強化を図りたい」「本日得た情報に加えて、別の分野の情報収集も行い、経営改善につなげたい」といった、前向きな姿勢を引き出すことができた。オンラインセミナーは一方向的な発信になりがちだが、セミナー中に各自でアイデアを出してもらった時間を作ったほか、質問の時間をこまめに作るなど、参加型としたことが、主体性を引き出すことにつながった。</p>								
		指標	セミナーで得た情報が販売促進や経営に役立ったと回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	97.1%	目標達成度	138.7%			

大阪商工会議所

事業名		大阪市東部商店街にぎわい創出事業							
想定する実施期間		2018 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	東成区の商店街も独自集客イベントを実施しているが、コロナ禍により来場者は減少気味である。しかも「密」を避けるためイベントの開催自体、商店街の会員間でも論議になっている。そこで「コロナ禍でも開催可能な商店街イベント」を各商店街・商店会、イベント企画で定評のある大阪市立デザイン教育研究所並びに東支部で持続可能なイベントを企画・実施する。商店街等の会合に積極的に参加し、現場の意見を取り入れながら、商店街のイベントを支援すると同時に商店街の活性化にも貢献する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	今里新道筋商店街振興組合、今里新道商店会、今里一番街商店会、神路銀座商店会、神路新道商店会、神路一番街商店街振興組合							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>○実施日：10月30日</p> <p>○具体的内容：大阪市立デザイン教育研究所ならびに東成生野地域のモノづくり企業5社の協力のもと以下の内容を実施し、商店街の集客支援を行った。</p> <p>①子供向け「モノづくり体験ワークショップ」（3カ所）</p> <p>②ハロウィン用体験型モーショングラフィック（1カ所）</p> <p>③子供向け「モノづくり体験ワークショップ」と連携したスタンプラリー（5カ所）</p> <p>④上記に伴う商店街キャラクターの制作とブース装飾、のぼり旗の制作設置</p> <p>⑤各ブース等における新型コロナ対策手順の策定と感染対策の実施</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		③市町村連携	東成区役所と連携して周知、広報を依頼。近隣大阪市立小学校へ事業実施のビラを配布。イベント実施後神路小学校区「はぐくみ新聞」にイベントの記事が掲載された。						
	④相談相乗	事業実施後アンケートにおいて相談支援ニーズのある商店街（個別事業者を含む）に対して経営課題の把握やニーズに応じた相談支援を行うこととした。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	6.0	総支援企業数(実績)	6.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>新型コロナの影響が長引くなか、人々の外出控えやインターネットの活用などによる消費スタイルの変化により商店街の来場者数の減少が続いている。感染症対策の点からも商店街による商店街活性化事業の実施が困難となるなか、昨年度に引き続き「ハロウィン」をテーマにした集客イベントを感染症対策を施して実施した。今回のイベントを通じて来場者数が増加し商店街の賑わいが回復するとともに、商店街自身が大阪市立デザイン教育研究所やモノづくり企業等異業態との「連携」効果を認識することができ、多様な形態の独自イベント開催意識が高まった。</p>							
		代表指標	アンケートにおいて「来場者が増えた」とする回答の割合						
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	成果の代表事例	<p>事業実施後に商店街へのアンケートおよび参加団体による反省会を実施した。商店街からは次の意見があった。①2年目となる本イベントの認知度も高まり、商店街イベントへの地域の期待度も大きくなり、イベントが来場者数の増加に大きく寄与した。②大阪市立デザイン教育研究所、モノづくり企業、大阪商工会議所東支部との連携による企画、運営力は商店街の想定を超える集客を生み出しており、商店街自身によるイベント開催意欲が高まるとともに、各種団体と連携した商店街事業を考えるうえで大いに役立つものとなった。</p>							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>商店街来場者数が昨年イベントを上回る形で増加した。また、地域小学校区会報誌にイベント内容が掲載される等地域イベントとしての認知度や期待も高まり、事業目標は達成した。このようななか、子供を対象としたイベントブースの運営であるため待ち時間を含む滞留時間が想定以上に長くなり、ブース内で参加者が「密」となる場面があった。ポストコロナにおいては感染症に対するすべての参加者の安心感が事業の基本となることから、さまざまな場面に対応できる感染症対策ルール策定と実施を図る。また滞留時間を短縮するため、次回開催時には商店街内空き店舗をさらに賃借し、体験ブースを増やすことも必要と考える。</p>							

大阪商工会議所

事業名		海外市場開拓支援事業
想定する実施期間		2010 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	国内市場の縮小により、海外市場に目を向ける企業が増加しており、中小企業も例外ではない。しかし、資本力・人的資源に限られる中小企業が容易にできるわけではなく、大阪商工会議所はこれまでも日本企業の投資・貿易が集中するアジア地域を中心に、工業団地などへの視察団派遣、現地での展示会出展、バイヤー招聘事業などを通じて海外ビジネス展開や2次進出などを支援してきた。特に2022年1月に発効した東アジア地域包括的経済連携（RCEP）によって、日本は中国や韓国と初めて経済連携協定を結ぶことになり、農林水産品や工業製品など幅広い分野で関税の削減や撤廃がなされ、国境を越えた取引が今後一層活発になることが予想される。貿易並びに投資拡大のチャンスととらえ、参加国の市場に関する最新情報を積極的に提供するほか、FTA/EPA活用などに関する実務セミナーや個別相談の実施、参加国などのバイヤー・企業との商談会などを通じて日本製品や食品の輸出を促進する。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	海外ビジネスへの参入、拡大などをめざす中小企業・小規模事業者 ※日本とFTA/EPAを締結（予定含む）している参加各国とのビジネス交流をめざす事業者に、とくに積極的に支援を行う。
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数</p> <p>①「海外市場開拓プログラム」の展開<販路開拓型>（23社） 8月2日・18日、9月2日 / 3月22日・24日・29日 アセアンバイヤーとのオンライン商談会（10社） 2月15～18日、24日 欧州バイヤーとの個別商談会（13社）</p> <p>②海外現地法人の設置・運営・活用化支援<人材交流型>（34社） 6月18、25、30日 英文webサイトアップデート講座（34社）</p> <p>③海外ビジネスワンストップサービス事業<人材育成型> (a)（587社） 5月12日 SDGs・ESGセミナー&個別商談会（154.5社） 6月8日 <中級編>EPA特恵原産地証明書を活用してみよう！セミナー（54.5社） 6月15日 中国ビジネスセミナー「中国での特許・商標・実用新案の基礎知識」（59社） 7月20日 アセアン販路開拓セミナー（29社） 9月1日 英国EU離脱後に商標所有者が取るべき対応（29社） 9月9日 北欧スタートアップエコシステムと日本企業の連携機会（19社） 12月9日 コロンビアビジネスセミナー（19.5社） 12月13日 貿易関連セミナー（67.5社） 1月18日 アジア各国の最新法務リスク概覧（60.5社） 2月1日 欧州向け食品輸出セミナー（18.5社） 3月9日 トルコビジネスセミナー（48社） 3月22日 新興国市場開拓セミナー（28社） (b)（84社） 11月29日 アジアにおける水ビジネス連携セミナー（84社）</p> <p>④各地域・国を対象としたビジネスに関する個別相談<人材交流型>（697社） EPA等に関する相談（555社） 中国を主とするビジネス相談（142社）</p> <p>⑤食輸出関連事業（人材育成型17社、販路開拓型17社） KIX AIRCARGO MEETING 食輸出セミナー&WEB商談会2021 セミナー配信：10月20～27日（人材育成型9社）、商談会：10月27日（販路開拓型8社） 第5回大阪港 食の輸出商談会 セミナー配信：1月14日（人材育成型8社）、商談会：1月24～31日（販路開拓型9社）</p> <p>⑥コロナ禍における海外ビジネス強化・拡充の支援<人材育成型>（59.5社） 12月15日 中国ビジネスセミナー「契約書作成の重要性と紛争解決に備えて」（59.5社）</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>
	① 府施策連携	大阪府や大阪産業局と事前調整し、参加者への大阪府の事業告知（オンラインでのチラシ投影、チラシデータ提供など）への協力をはじめ、国際ビジネス相談においても本商工会議所で解決できない案件については、大阪産業局での対応を依頼するなど連携した。
② 広域連携	参加募集にあたっては独自の広域的な関心企業リストなどを活用した。水ビジネスの展開支援については、近畿経済産業局、Team E-Kansai、ICETT、大阪府からメール配信を行い、府内企業を中心に幅広く広報活動を行った。また、食輸出関連事業については、関西・食・輸出推進事業協同組合や関西エアポート、大阪港湾局等の共催・協力団体とともに、FAXやメールにて幅広く参加企業を募集した。	

事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	1424.0	総支援企業数(実績)	1,518.5	支援実績率	106.6%	満足率	95.6%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	海外ビジネス展開時の販路開拓や輸出入などについて必要な知識を得て、効率的かつ具体的に戦略を検討することができることでコロナの影響による海外戦略見直しのための一助となった。また、コロナ禍にあっても、「新規開拓が困難な中多くのバイヤーとの出会いが有り機会を得た」「これまで商談機会のなかったインポーターとの商談機会を得た」などの意見もあり、企業独自でアプローチできないような海外バイヤーとの商談の機会を提供できた。							
		代表指標	〈人材育成型〉セミナーなどで得た情報やノウハウを事業戦略に活かすと回答した企業の割合						
	数値目標	75%	実績数値	96.6%	目標達成度	128.8%			
成果の代表事例	<p>○欧州商談会（オンライン開催）では、飲料・食品OEM専門企業がドイツの企業と成約に至るなど、商談を行った過半数の企業が情報交換のみならず商談を継続している。</p> <p>○ASEAN版商談会（オンライン開催）では、お茶専門企業がシンガポールの企業と成約見込み。</p> <p>○中国相談では、「出資している中国の会社が債務超過の危機。このまま事業継続してよいものか」との相談に対して、まずは有限責任であり持ち株譲渡後の追徴がないことを再確認するよう助言を行った。</p> <p>○食輸出関連事業においては、シンガポールのバイヤー企業と茶製品製造業、マレーシアのバイヤー企業と貿易業などの間で商談が継続されている。</p>								
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p>○ミッションはコロナ禍の中でもリアルでの開催を睨みながら対応してきたが全て中止（変更申請で対応）。商談会も、回を重ねて目標達成を目指したものの、オンライン開催ではバイヤー側の意向を尊重せざるをえないため商談セットのハンドリングを行えず目標をクリアできなかった。</p> <p>○セミナーや商談会もほぼオンラインでの開催となった。回を重ねるにつれ、オンラインでの開催について要領を得てきた。引き続きノウハウの蓄積に努める。</p> <p>○水ビジネスの展開支援については、昨年度に引き続きオンラインでの開催となったため、定員を設けずに広報活動を行ったところ、昨年度以上の参加申し込みあり、水ビジネスへの期待・関心は依然として高いことが分かった。アジアにおける水・環境に詳しい専門家から、公的資金によるアジアでの水質改善プロジェクトの実施状況などを、コンサルタントの視点から解説してもらい、企業から事例発表として注目度の高い中国をはじめとして、ベトナム、インドの水ビジネス事例紹介を幅広く行うことで、参加者の満足を得た。次年度も、同様のプログラム構成を心がけ、ビジネスに役立てていただける情報を提供できるよう努める。</p> <p>○食輸出関連事業については、オンライン開催に変更になったことにより、広域的に参加しやすくなったことに加え、バイヤーによる事前マッチングも行われるため、結果として大阪府内の参加企業数が少なくなった。次回もオンラインでの開催を検討しているが、サプライヤー（特に大阪府内企業）に対して積極的に参加を呼び掛けていく。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	70	支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	32.9%	満足率	95.7%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<「海外市場開拓プログラム」の展開> 参加した在阪企業は「新規開拓が困難な中多くのバイヤーとの出会いが有り機会を得た」「これまで商談機会のなかったインポーターとの商談機会を得た」などの意見もあり、企業独自でアプローチできないような海外バイヤーとの商談の機会を提供できた。							
		指標	商談件数						
数値目標	170	実績数値	37	目標達成度	21.8%				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	35	支援企業数(実績)	34.0	支援実績率	97.1%	満足率	91.2%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<海外現地法人の設置・運営・活用化支援> 英文Webサイトの骨格となるブランドの構築を基盤とし、その上PRとしての英語表現を行い、さらにWebサイトを見つめてもらうための基本的なSEO対策を理解してもらうことができた。また、各回ワークショップを設定を通して手を動かすことで、ブランディング、英語表現、SEO対策を具体的にを行う上での最初のアクションにつなげることができた。							
		指標	(得た情報をもとに) 海外ビジネスにさらに取り組むと回答した企業の割合						
数値目標	75%	実績数値	100.0%	目標達成度	133.3%				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	580	支援企業数(実績)	587.0	支援実績率	101.2%	満足率	93.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<海外ビジネスワンストップサービス事業> 海外ビジネス展開時の販路開拓や輸出入などについて必要な知識を得て、効率的かつ具体的に戦略を検討することができることでコロナの影響による海外戦略見直しのための一助となった。							
		指標	セミナーなどで得た情報やノウハウを事業戦略に活かすと回答した企業の割合						
数値目標	75%	実績数値	96.6%	目標達成度	128.8%				
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	616	支援企業数(実績)	697.0	支援実績率	113.1%	満足率	98.7%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<各地域・国を対象としたビジネスに関する個別相談> 相談企業は、アドバイザーや専門家の助言を活かして眼下の疑問や課題を解決することで、海外事業にさらに取り組むことができるようになった。							
		指標	アドバイスや情報などを課題の解決に活かすと回答した企業の割合						
数値目標	75%	実績数値	99.7%	目標達成度	133.0%				
実績／達成度⑤	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	170.0%	満足率	94.1%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<食輸出関連事業：人材育成型> ○KIX AIRCARGO MEETING 食輸出セミナー&WEB商談会2021では、支援対象企業9社の内、8社から「満足」「おおむね満足」という回答を得ることができており、本事業に対する満足度が非常に高かった。また、コロナ禍における現地の現状など、今後の輸出の際に有益となる情報を学んでもらうことができた。 ○第5回大阪港食の輸出商談会(勉強会)についても、支援対象企業8社全てから「満足」「おおむね満足」という回答を得ることができ、本事業に対する満足度が非常に高かった。また、大阪港における食輸出への取組みや商社目線の販路開拓に向けた価値ある情報を学んでもらうことができた。							
		指標	セミナーなどで得た情報やノウハウを事業戦略に活かすと回答した企業の割合						
数値目標	75%	実績数値	94.1%	目標達成度	125.5%				
実績／達成度⑥	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	113.3%	満足率	88.2%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<食輸出関連事業：販路開拓型> ○KIX AIRCARGO MEETING 食輸出セミナー&WEB商談会2021では、支援対象企業8社のうち7社から「満足」「おおむね満足」という回答を得ることができており、本事業に対する満足度が非常に高かった。また、海外バイヤーと直接オンライン上で商談するため、これまで優良な製品、技術を持ちながら自社でコンタクト先が得られなかった企業は、この海外企業との接触機会によって海外市場参入への足掛かりを得ることができた。 ○第5回大阪港食の輸出商談会についても、支援対象企業9社のうち8社から「満足」「おおむね満足」という回答を得ることができており、本事業に対する満足度が非常に高かった。また、商社を介して海外バイヤーと直接商談するため、海外で求められている商品に関する情報を得ることができ、今後の商品開発に役立つ情報を得ることができた。							
		指標	商談件数						
数値目標	20	実績数値	17	目標達成度	85.0%				

実績 ／ 達成度 ⑦ <small>(事業の概要③b)</small>	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	58.0	支援企業数(実績)	84.0	支援実績率	144.8%	満足率	94.7%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<海外ビジネスワンストップサービス事業(アジアにおける水・環境ビジネス)> セミナーへの参加を通して、大阪府内の中小企業へアジア諸国における経済の概況、環境政策・規制動向等の情報を提供し、水・環境ビジネスへの新規参入の検討および同ビジネスにおける海外事業展開の方針策定に役立ててもらった。								
		指標	セミナーなどで得た情報やノウハウを事業戦略に活かすと回答した企業の割合							
		数値目標	75%	実績数値	98.7%	目標達成度	131.6%			
実績 ／ 達成度 ⑧	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	59.5	支援実績率	148.8%	満足率	89.5%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<コロナ禍における海外ビジネス強化・拡充の支援> 参加企業は海外ビジネスにおいて契約書作成の重要性と、紛争防止のために言語や内容はどのような契約書が望ましいかを学ぶことができた。また実際に紛争が起きた場合はどのような仲裁を取れば良いかということの情報を知ることができた。								
		指標	セミナーなどで得た情報やノウハウを事業戦略に活かすと回答した企業の割合							
		数値目標	75%	実績数値	100%	目標達成度	133.3%			

大阪商工会議所

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業					
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること					
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>大阪府、大阪信用保証協会、5信金（大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか、永和）、関西みらい銀行、日本政策金融公庫が地域金融支援ネットワークに参画し、「開業サポート資金・小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」「チャレンジ応援資金」をはじめとする大阪府の制度融資およびその他の公的融資制度の普及を促進する。特に「開業サポート資金・小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」は、地元金融機関と緊密に連携し、本商工会議所が事業計画策定支援や経営指導に加え、資金調達後にはフォローを行う「金融と経営支援の一体的取り組み」により、創業者や小規模・中小企業の資金需要に応え成長を支援する。</p> <p>創業者や中小事業者に対し、経営指導員、専門相談員などが経営支援を行うほか、高度な課題解決には専門家による支援の枠組みも利用。本部・支部の拠点を活用し、新型コロナウイルス感染症により影響を受けた事業者の各種支援ニーズをはじめ、創業者や中小企業者のさまざまなニーズに対し「金融と経営支援の一体的取り組み」の推進を強化する。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者・中小企業、大阪府内での創業をめざす者（大企業の社員、府外に在住する個人などを含む）					
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【地域金融懇談会など】 本事業の母体となる地域支援ネットワーク機関の情報共有や情報交換のため、「地域金融懇談会」を1回（2月17日）開催し、以下の事業を実施した。（参画機関：大阪府、大阪信用保証協会、大阪信用金庫、大阪シティ信用金庫、大阪商工信用金庫、北おおさか信用金庫、永和信用金庫、関西みらい銀行、日本政策金融公庫、大阪商工会議所）</p> <p><人材育成型>大阪府の融資制度などを紹介するセミナー 支援企業数：124.5社 制度融資説明会（7月7日） 支援企業数：51.5社 金融力強化セミナー（2月17日、オンライン配信3月15日～3月22日） 支援企業数：73社</p> <p><人材交流型>交流会・相談会 支援企業数136社 個別相談会（7月7日） 支援企業数：21社 地元金融機関との交流会（11月15日） 支援企業数：83社 金融個別相談（通年） 支援企業数：32社</p> <p>その他、制度融資等施策普及のため、「開業サポート資金」「公的融資制度のご紹介」等の印刷物の作成配布をはじめ、ホームページなどでも周知した。</p> <p>【大阪市内全域における公的融資・各種制度融資の普及促進】 「開業サポート資金」「小規模企業サポート資金」など大阪府の制度融資や大阪信用保証協会の各種保証制度、マル経融資などを中心に説明した。 「融資制度説明会」<人材育成型> 支援企業数：101.5社 11月17日 支援企業数：42.5社 12月1日 支援企業数：41社 3月11日 支援企業数：18社 「個別相談会」<人材交流型>156回（支援企業数：284社） 北支部（42回）支援企業数：64社、東支部（65回）支援企業数：79社、 中央支部（19回）支援企業数：32社、西支部（20回）支援企業数：72社、 南支部（7回）支援企業数：17社 1月17日・支援企業数：6社、1月18日・支援企業数：6社、1月19日・支援企業数：8社</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>① 府施策連携</td> <td>大阪府商工労働部金融課および地域支援ネットワーク参画金融機関等と事業運営において連携（府施策事業：商26「地域の金融機関や支援機関との「地域支援ネットワーク」推進事業」）しながら実施した。事業実施の際には、必ず府施策の説明等をプログラムに盛り込み、府の担当者から説明してもらった。セミナー・相談会等におけるアンケート内容を報告することにより、効果的な府制度融資への反映に努めた。</td> </tr> <tr> <td>② 広域連携</td> <td>地域支援ネットワーク参画機関等の協力を得て、大阪府内全域からの集客に努めた。具体的には、金融機関等の各支店の店頭へのチラシ設置などで、広く案内した。</td> </tr> <tr> <td>④ 相談相乗</td> <td>交流会やセミナー、個別相談等を通じて、創業（予定）者や潜在的な成長力を持つ小規模・中小企業への啓蒙普及を進めていく中で、相談ニーズを把握し経営支援につなげた。また、既カルテ化事業所にも各種事業をPRし、参加を勧奨した。</td> </tr> </table>	① 府施策連携	大阪府商工労働部金融課および地域支援ネットワーク参画金融機関等と事業運営において連携（府施策事業：商26「地域の金融機関や支援機関との「地域支援ネットワーク」推進事業」）しながら実施した。事業実施の際には、必ず府施策の説明等をプログラムに盛り込み、府の担当者から説明してもらった。セミナー・相談会等におけるアンケート内容を報告することにより、効果的な府制度融資への反映に努めた。	② 広域連携	地域支援ネットワーク参画機関等の協力を得て、大阪府内全域からの集客に努めた。具体的には、金融機関等の各支店の店頭へのチラシ設置などで、広く案内した。	④ 相談相乗
① 府施策連携	大阪府商工労働部金融課および地域支援ネットワーク参画金融機関等と事業運営において連携（府施策事業：商26「地域の金融機関や支援機関との「地域支援ネットワーク」推進事業」）しながら実施した。事業実施の際には、必ず府施策の説明等をプログラムに盛り込み、府の担当者から説明してもらった。セミナー・相談会等におけるアンケート内容を報告することにより、効果的な府制度融資への反映に努めた。						
② 広域連携	地域支援ネットワーク参画機関等の協力を得て、大阪府内全域からの集客に努めた。具体的には、金融機関等の各支店の店頭へのチラシ設置などで、広く案内した。						
④ 相談相乗	交流会やセミナー、個別相談等を通じて、創業（予定）者や潜在的な成長力を持つ小規模・中小企業への啓蒙普及を進めていく中で、相談ニーズを把握し経営支援につなげた。また、既カルテ化事業所にも各種事業をPRし、参加を勧奨した。						

事業 全体 の実績 ／ 目標 達成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	580.0	総支援企業 数(実績)	646.0	支援 実績率	111.4%	満足率	96.7%
	目標の達成度 （支援企業を どう変化させる ことができたか）	7月の制度融資説明会および2月の金融力強化セミナーの参加者が「得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」とした回答割合は95.3%。支部実施において「支援対象企業の中で、事業参加で得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」との回答は説明会で92.9%であった。							
		代表指標	説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てるとの回答の割合						
数値目標	80%	実績数値	94.1%	目標達成度	117.6%				
成果の代表事例	<p>A社は金融機関の融資等に関する生の声を聞くことができ、今後の経営に役立てたいとしている。創業予定のB社は、開業サポート資金の相談から創業相談窓口につないだ結果、同制度に申し込み資金調達することができた。</p> <p>支部実施分においては、C社は新規店舗開店に伴う工事費・備品等購入の資金について相談し、日本政策金融公庫の創業融資借入とともに信用金庫からも借入することができ、1月に新店舗をオープンした。D社は新製品制作費や商品仕入れ等の運転資金について相談し、マル経融資を借入、資金繰りを安定させることができた。</p>								
実施 結果	課題及び次期 以降への取組み （実績が目標値に達 していない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか）	<p>本部実施の説明会・セミナーは出席率が想定に届かず、またオンライン開催に変更したものもあり、目標支援数の確保に至らなかった。新型コロナの影響により資金面で不安を抱えるなど、厳しい状況下にある事業者のニーズを捉えた内容で企画し訴求力を高め、より多くの申し込みを獲得するよう努める。</p> <p>支部実施の個別相談会については、新型コロナウイルスの影響で金融機関担当者が会場に来ることができない場合もあったが、各支部の経営指導員がオンラインでの面談も取り入れながら資金繰りや創業融資などの相談に応じ、案件によっては相談会後に金融機関担当者と連携した。また説明会では、事業者の関心の高い資金繰りなど金融支援のテーマを説明するとともに制度金融について紹介した。今後も引き続き大阪府商工労働部金融課や地域金融ネットワーク参画機関との連携を図りながら、制度融資の情報提供を行っていく。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160.0	支援企業数(実績)	124.5	支援実績率	77.8%	満足率	92.7%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<大阪府の融資制度などを紹介するセミナー> 7月の制度融資説明会および2月の金融力強化セミナーの参加者が「得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」とした回答割合は95.3%であった。								
		指標	説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てるとの回答の割合							
数値目標	80%	実績数値	97.4%	目標達成度	121.8%					
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	135.0	支援企業数(実績)	136.0	支援実績率	100.7%	満足率	98.5%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<交流会・相談会> ○11月の交流会で「自社に役立つ融資に関する情報、課題解決に関する情報、金融機関とのパイプを得た」との回答は97.6%であった。 ○個別相談を実施した事業者が「融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直し等を検討する」との回答は100%であった。								
		指標	交流会で自社に役立つ融資に関する情報、もしくは課題解決に関する情報、あるいは金融機関とのパイプを得たとの回答の割合							
	数値目標	80%	実績数値	98%	目標達成度	122.0%				
その他目標値の実績	目標値(計画)	80%	目標値(実績)	100.0%	目標達成度	125.0%				
		個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する割合								
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	70.0	支援企業数(実績)	101.5	支援実績率	145.0%	満足率	92.9%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<融資制度説明会> 「事業参加で得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」との回答は説明会で92.9%であった。								
		指標	説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てるとの回答の割合							
数値目標	80%	実績数値	92.9%	目標達成度	116.1%					
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	215.0	支援企業数(実績)	284.0	支援実績率	132.1%	満足率	98.9%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<個別相談会> 「融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する」との回答は個別相談会で93.7%であった。								
		指標	個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する割合							
数値目標	80%	実績数値	93.7%	目標達成度	117.1%					

大阪商工会議所

事業名		MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム							
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大企業と中小企業、大学や研究機関などがチームを組み、材料・部材や要素製品、さらには機器間を制御するシステムなど互いの優れた技術・ノウハウを結び付けるビジネスマッチング方式の共同開発をめざす。分野を限らず、幅広い分野において、ハイエンド技術の開発、製品の創出を目指す“開発型プラットフォーム”としての機能を高める。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	オープンイノベーションによる新規製品・技術開発をめざす事業所など							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> (345社) (1)オープンイノベーションセミナー 6月18日「中堅・中小企業のための技術提案力向上セミナー」(52社) 3月25日「中堅・中小企業のためのオープンイノベーション活用セミナー」(31.5社) (2)技術ニーズマッチング 技術ニーズ説明会 7月1日「MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム With 大阪ガス」(128社) 12月15日「MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム With 日立造船」(80.5社) (3)技術シーズ商談会 技術シーズ説明会 10月28日「技術シーズ商談会 テーマ：環境・エネルギー/ICT」(25社) 12月6日「技術シーズ商談会 テーマ：材料・化学」(28社) <人材交流型> (40社) (1)技術ニーズマッチング ビジネスマッチング会 9月15日～12月8日「大阪ガスとのビジネスマッチング会」(16社) 3月7日「日立造船とのビジネスマッチング会」(17社) (2)技術シーズ商談会 個別商談会 1月11～14日「個別商談会(技術シーズ商談会 テーマ：環境・エネルギー/ICT)」(5社) 1月26日「個別商談会(技術シーズ商談会 テーマ：材料・化学)」(2社)</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	大阪府施策連携事業「MOBIO連携推進事業」として実施。大阪産業局MOBIO事業部と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報に協力を得た。大阪府主催の事業「セミオープン型オープンイノベーション」(大阪府産業創造課が主催、大阪商工会議所が共催)への参加者や関係者に対して、本事業を紹介してもらうなど、両者の事業を相互広報する形で連携を行った。						
	②広域連携	本商工会議所のメール配信やD-FAXのシステム、MOBIO・大阪府産業創造課のネットワークを利用して広報を行ったほか、府内金融機関・支援機関(大阪産業局他)・業界団体等に「協力支援機関」として登録してもらい、メール配信やちらしの配布など関係企業への広報協力を依頼し、府全域の中小企業への網羅的なPRを行った。また、関西商工会議所連合会の加盟商工会議所に対して共催を募り、東大阪・茨木・高槻・北大阪・八尾・姫路・西宮の各商工会議所、「技術シーズ商談会」は、東大阪・八尾の各商工会議所との共催体制となり、商工会議所ネットワークを生かした、より広域での広報を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	658.0	総支援企業数(実績)	385.0	支援実績率	58.5%	満足率	94.4%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	①今年度のマッチング事業が始まる前に「中堅・中小企業のための技術提案力向上セミナー」を開催して技術提案を行う際の具体的なポイントなどを紹介し、中堅・中小企業の技術提案力とマッチング率の向上を目指した。また、年度末にも、「中堅・中小企業のためのオープンイノベーション活用セミナー」を開催し、オープンイノベーションの活用事例を紹介し、来年度のフォーラムに向けた動機付けを行った。大企業からの技術ニーズ説明会には延べ208社の支援対象企業が参加し、フォーラムの座長がオープンイノベーションの意義や大企業に対する販路拡大の可能性について気づきを与えるレクチャーを行うなど、ビジネスマッチングへのさらなる動機付けを行った。 ②技術ニーズマッチングのビジネスマッチング会では、のべ56社の個別面談をアレンジし、そのうち51社が面談企業との協業の可能性を示している。 ③技術シーズ商談会においては、のべ53社の支援対象企業が参加し、個別商談会では支援対象企業7社の商談をアレンジした。そのうち6社が商談企業との協業の可能性を示している。							
		代表指標	当該事業は自社技術の用途開発を検討するうえで参考になったと回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	94.7%	目標達成度	135.3%		
	成果の代表事例	技術ニーズマッチングでは、年間を通して延べ353社が説明会に参加、そのうち80社からエントリーがあり、さらに延べ56社が面談に進んだ。 技術シーズ商談会では、年間を通して延べ66社が説明会に参加、そのうち11件のエントリーがあり、さらに延べ8社8件が面談に進んだ。							

<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>技術ニーズマッチングは、参加者増を目指して、日立造船と技術ニーズ説明会・ビジネスマッチング会をはじめオンラインで開催し、新たな取引先を求める中堅・中小企業の参加を期待したが、大阪府外からの参加者も多く、アンケートの回収も難しかったため、多くの方に参加いただけたが、支援企業数には至らなかった。次年度以降は、オンラインも活用しながら新たに技術ニーズを発表いただく企業の探索を続けるとともに、関心の高い技術ニーズを提示いただくなどの調整を行う。</p> <p>技術シーズ商談会においては、参加者増を目指して、久方の登壇となる大学を含む、複数の大企業・大学からの技術シーズ発表を行った。結果、昨年度と比較し、多くのエントリーをいただき、参加者にとっては、注目度は他かったと考えられる。一方で、同商談会の参加者について、開催時期は新型コロナウイルスの感染拡大は収まっていたものの、それでも集客に伸び悩みがあった。これは世間のトレンドが、感染予防の観点、また簡易に参加できることから、オンライン形式を求めている可能性がある。このため、今後は、オンライン参加と会場参加のハイブリッド開催をするなど、ウイルスの流行下でも、多くの方が参加できるよう検討する。</p> <p>オープンイノベーションセミナーは、新型コロナウイルス感染拡大の影響を鑑み、オンラインでの開催とし、府内全域から多く参加してもらった。しかし、会場開催のみの場合と比べると、アンケートの回収率が低くなってしまったので、オンライン開催であってもアンケート回収率を高められるよう工夫する。</p>
-------------	--	--

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	584.0	支援企業数(実績)	345.0	支援実績率	59.1%	満足率	94.4%	
	目標の達成度 （支援企業を どう変化させる ことができたか）	<人材育成型> 技術ニーズマッチングでは、年間を通して延べ353社が説明会に参加、そのうち80社からエントリーがあり、さらに延べ56社が面談に進んだ。								
		指標	商談マッチング（引き合わせ）数							
		数値目標	30	実績数値	17	目標達成度	56.7%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	74.0	支援企業数(実績)	40.0	支援実績率	54.1%	満足率	95.0%	
	目標の達成度 （支援企業を どう変化させる ことができたか）	<人材交流型> 技術シーズ商談会では、年間を通して延べ66社が説明会に参加、そのうち11件のエントリーがあり、さらに延べ8社8件が面談に進んだ。								
		指標	商談マッチング（引き合わせ）数							
		数値目標	37	実績数値	40	目標達成度	108.1%			

大阪商工会議所

事業名		中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業											
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること											
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍で有効求人倍率は低下したが、新卒・若手人材の確保・定着に課題を感じている中小企業は依然として多い。また、入社後3年以内に離職する若手人材が3割にのぼるなど、定着も課題になっている。そこで、新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に対して、人材確保や定着を支援する「セミナー」や「情報交換会」を開催する。また、中小企業が新卒者を採用するために、大学との関係を深めたいというニーズが高い。そこで「大学等と企業との就職情報交換会」を開催し、大学とのネットワーク構築を支援する。											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内で事業を営んでいる中小企業の経営者、人事担当者など											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【セミナー】（人材育成型）</p> <p>(1)新卒採用セミナー「アフターコロナの採用と教育」 4月20日（オンライン開催）、支援企業数 39.5社 5月6日～31日（アーカイブ配信）、支援企業数12.5社</p> <p>(2)新卒採用セミナー「科学で考える中小企業の採用戦略」&人事と人事の交流会 11月12日（オンライン配信）、支援企業数 29.5社 11月29日～12月24日（アーカイブ配信）、支援企業数17社</p> <p>【交流会】（人材交流型）</p> <p>(1)第5回大学等と企業との就職情報交換会 開催日：10月7日 関西を中心とした西日本の62大学・短期大学が出席 支援企業数：244社</p> <p>(2)本音で話す人事と学生の交流会 開催日：11月24日 採用担当者と就職活動を終了した学生との情報交換会 支援企業数：（オンライン開催）24社</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <p>①府施策連携 新卒採用セミナー、人事と学生の交流会では、大阪府担当者、大阪労働協会担当者が府施策を説明。就職情報交換会では、参加者に大阪府施策の紹介資料を配布した。</p> <p>②広域連携 大阪府やOSAKAしごとフィールドのメールマガジン、大商HP・メールマガジン等で大阪府内広域に案内した。</p>											
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	300.0	総支援企業数(実績)	366.5	支援実績率	122.2%	満足率	91.5%				
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケート回答事業所のうち、「セミナーで得た知識を、今後の若手人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答した事業所の割合						数値目標	80%	実績数値	97.8%	目標達成度
成果の代表事例	アンケートでは、「理論的な内容と実際の事例を結び付けながらのご説明であったため、各項目の内容について、具体的なイメージをもって理解することができた。」「新たな観点からのヒントを頂いた。」という回答が寄せられた。												
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	新型コロナウイルス感染症の影響により、新卒・若手人材採用市場は、先の読めない状況が今後も続く。今後も「大学等と企業の情報交換会」のような中小企業と大学の就職支援課との情報交換の場の提供や、採用に関する有益な情報を提供するセミナーを実施し、引き続き中小企業の新卒人材の確保・定着を支援する。											

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	90.0	支援企業数(実績)	98.5	支援実績率	109.4%	満足率	95.9%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<セミナー> アンケートで、「セミナーで得た知識を若手人材の採用や定着に向けて活用したい」との回答が多数得られるなど、参加者は新卒・若手人材の採用に関する有意義な情報を得ることができた。								
		指標	セミナーで得た知識を、今後の若手人材の採用や定着に向けて活用したい事業所の割合							
		数値目標	80%	実績数値	97.4%	目標達成度	121.8%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	200.0	支援企業数(実績)	244.0	支援実績率	122.0%	満足率	88.9%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<大学等と企業との就職情報交換会> 「つながりたい大学と接点を持つことができ、人的ネットワークが広がった」「大学生の就職活動に関する動向を知ることができた」「インターンシップについて必要な情報を得た」など、企業が新規学卒者を採用するため、大学との関係構築を支援することができた。								
		指標	就職情報交換会で大学と接触し、大学との関係を構築できた事業所の割合							
		数値目標	80%	実績数値	97.1%	目標達成度	121.4%			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	240.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<人事と学生の交流会> 「企業選びの基準・内定先の決め手がわかった」「就職活動に関する情報収集方法がわかった」「インターンシップ・説明会の内容を考えるについて必要な情報を得た」など、人事担当者が今後の人材確保について検討する機会を与えることができた。								
		指標	情報交換会で得た知識を新卒採用に向けて活用したい事業所の割合							
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			

大阪商工会議所

事業名		中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流							
想定する実施期間		2012 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>大手企業の生産拠点が海外（特にアジア地域）に流出し、大手企業と中小製造業者の下請・協力関係が解消・希薄化するなどの経営環境の変化もあいまって、中小製造業者は自律的な事業展開に向けて付加価値の高い自社製品の開発や次世代ものづくりに向けた技術力の向上などを求めている。しかしながら、中小製造業者は、財政的にも人的にも制約があり、それらに投入できる経営資源に限界がある。その一方で、大阪府域には高度な基礎研究などを行っている大学や中小製造業者の技術支援を長年にわたって行ってきた大阪産業技術研究所があり、広く産業界においてその研究成果の活用を求めている。</p> <p>本事業は産学公の連携を促進し、中小製造業者の技術的課題の解決を支援する。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	幅広い製品分野の中小製造業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①大阪府内及び周辺地域の大学の研究成果（技術シーズ）活用のための交流会 7月2日「第18回産学連携シンポジウム」（支援企業数：72.5社） 11月24日「第36回 大阪大学大学院基礎工学研究所 産学交流会」（支援企業数：83.5社） 12月13日～20日「産学連携マッチングセミナー」（支援企業数：41.5社）</p> <p>②大阪産業技術研究所等の研究成果（技術シーズ）活用など、産業技術支援に関する発表会 11月12日～12月17日「産業技術支援フェアinKANSAI2021」（支援企業数：71.5社）</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	大阪府施策連携事業「MOBIO連携推進事業」及び「（地独）大阪産業技術研究所（ORIST）連携事業」として実施。大阪産業局MOBIO事業部と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報に協力してもらったほか、大阪産業技術研究所とは企画段階から連携して研究所の研究を広く発表する機会として活用してもらったほか、広報面でもメールマガジン配信やチラシ配布、今年度はラジオやWEB広告など幅広く広報を行うなどの協力を得た。						
	②広域連携	大阪府下に多くの会員企業・案内先を有する、MOBIOや大阪産業技術研究所などのネットワークを利用し、大阪府内の中小製造業者へ広報を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	300.0	総支援企業数(実績)	269.0	支援実績率	89.7%	満足率	93.7%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>昨年度はオンライン開催となったが、今年度は新型コロナウイルスの感染対策を講じながら、会場開催も併用したハイブリッド形式でも開催し、多くの方にご参加いただいた。公設試験研究機関や大学を「売れる製品づくり、ものづくりのテクノパートナー」として認識し、中小企業がこれらの機関と連携した、技術力強化に取り組む動機づけを行うことを目標として、公設試験研究機関や大学が有する最新の研究成果に関する情報を、セミナー形式やポスター形式で入手できる機会を提供した。のべ269社の支援企業が参加し、アンケート調査では支援対象企業の回答者の約92%が「得た情報は今後の技術・製品の開発に役立てる」と回答した。</p> <p>また、イベントに併せて、本所が行う「産学官技術相談窓口」の事業内容や大阪産業技術研究所等の施設概要を参加者に紹介することにより、より強固な産学連携（技術相談、共同研究、委託研究、施設利用など）に結び付ける情報提供も行った。</p>							
		代表指標	得た知識を今後の製品や技術の開発に役立てると回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	91.8%	目標達成度	131.1%		
	成果の代表事例	支援対象企業のうち、いずれのイベントでも8割以上の方が、得た知識を今後の製品や技術の開発に役立てると回答し、平均では91.8%と高い水準となった。よって、いずれのイベントも事業者にとって有意義なものとなった。							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>「中小製造業者と大阪府内公設試験研究機関・大学の技術交流」というテーマに沿って、より効果が得られる開催形式・テーマ設定・プログラム構成・広報方法等を検討する。開催方法についても、交流を促す意味でも、可能な限り会場での開催を視野に入れながら、オンラインも検討し、より良いセミナーになるよう企画する。また、より強固な産学連携（技術相談、共同研究、委託研究、施設利用など）に結び付けるため、このような情報提供セミナーの参加者に対し、他の産学官連携事業の紹介や利用勧奨を継続して行う。</p>							

大阪商工会議所

事業名		大阪・関西IoT活用推進フォーラム～先端技術を活用したビジネス変革～							
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	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・小規模事業者の生産性革命のさらなる強化」が謳われる中、IoTの導入や企業間データ連携を促進することで、革新的な製品・サービスの創出、無駄のない最適化されたサプライチェーン、安全で生産性の高い製造プロセスの実現が期待されている。経済産業省が推進する「ロボット革命イニシアティブ協議会」では、「IoTによるビジネス変革WG」の下で、中堅・中小企業のIoT化への取り組みを支援すべく、B to B向けIoTの将来像やセキュリティーなどが議論されるとともに、製造業向けIoTツールの紹介などが継続的に実施されている。当事業はこうした動向を踏まえ、第4次産業革命の実現による新ビジネスの創出、中堅・中小企業への波及を推進する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	先端技術を活用したビジネス変革を志向する幅広い製品・サービス分野の中小企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「大阪・関西IoT活用推進フォーラム」 IoTなどの先端情報技術の最新動向やIoT活用による中小事業者への影響、IoTの活用方法やメリットなど、各種IoTツールの事例をYouTube上で期間限定のオンデマンド配信にて紹介した。 第16回例会（8月25～27日）支援企業数：86.5社 第17回例会（12月6～12月8日）支援企業数：44社 第18回例会（3月7～14日）支援企業数：59社</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		① 府施策連携	大阪産業局の大阪府IoT推進Lab担当と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報に協力してもらったほか、大阪府商工労働部と連携し、大阪府DX推進パートナーズについての情報提供を行った。						
② 広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府や大阪市の広報ツール（メールマガジン等）を活用し、府内事業者に広く周知・募集を行った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	300.0	総支援企業数(実績)	189.5	支援実績率	63.2%	満足率	74.5%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	支援対象企業のうち、99%を超える企業から、事業参加の後「本日得た情報をもとに、できるところからIoTの活用につなげたい」など、IoT活用に向け取り組む旨回答していることから、自社でのIoTの導入意欲の向上に十分に寄与した。							
		代表指標	アンケートでIoTの活用さらに努めたいと回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	99.4%	目標達成度	142.0%		
成果の代表事例	第16回例会、第17回例会のいずれもすべての支援対象企業が得た情報をIoTの活用につなげたいとの回答した。また、参加者から「中小企業にとって具体的な事例は理解を深めるきっかけになる。紹介された事例はわかりやすく、理解しやすかった」などの感想を得た。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて、オンラインでのオンデマンド配信となった。各回において、100人以上の申込があったが、アンケートの回収が難しく、支援目標には至らなかった。ただ、各回における満足度や、IoTの活用努めたいと回答した割合は高かったため、今後も、中堅・中小企業が求めるIT/IoTを活用した生産性向上や付加価値向上などに関する関心の高いテーマ設定に努め、支援策等の情報提供を行うことで、IT/IoTの導入支援ができるよう意識する。次年度は新型コロナウイルスの感染状況を見ながら、会場での開催も検討し、IoTの最新動向や導入にむけた支援策などの情報提供を行う。							

大阪商工会議所

事業名

大阪クリエイティブフェア

想定する実施期間

2013 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること

事業の概要

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

才能あるプロダクトデザイナー・クリエイターをはじめ、デザイン性の高いリビング用品などを製造・販売する中小・小規模企業などは、規模が小さいために認知向上や販路開拓に苦戦している。在阪もしくは大阪にゆかりのある、新たな取り組みへの意欲の高い事業者を発掘し、百貨店などの展示・販売イベントへ出店する機会を提供する。当該催事期間中の売上増だけでなく、消費者や業界関係者への認知度向上、今後の取引拡大や販路開拓につなげていく。さらに、一般消費者と普段接触する機会がないプロダクトデザイナーやメーカーなどが、催事期間中の接客を通じて来場客のニーズなどを直接把握できるので、エンドユーザーを意識した新製品の企画や開発などにつながることも期待できる。また、優秀なプロダクトデザイナーや中小・小規模企業の成長を促し、業界全体の活性化につなげるだけでなく、商品や出展者の「大阪らしさ」をPRできるように注力する。

支援する対象
(業種・事業所数等)

プロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨、食品の製造業者・卸売業者・小売業者など

実施時期・具体的な内容及び事業手法

6月 出品者募集
8月 1次(書類)審査
9月上旬 2次(現物)審査
9月下旬 出品者個別面談(近鉄百貨店から大手百貨店で販売する上で必要となる商品表示や価格表示、販売商品選択、陳列、什器備品、関連法規、品質規格・表示管理基準等に関する支援・助言)など
11月10～16日 近鉄百貨店あべのハルカス催事(一般消費者への販売行為。一般客、専門事業者からの反応を確認する機会、意見を直接聞く機会、会社のPRの機会、従業員の士気向上・人材育成の機会の提供)

<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>

①府施策連携 府施策連携局-4(中小企業における自社商品開発の促進(「大阪製」ブランド連携推進事業))前年度より出展料無料となる大阪府の認定企業を「大阪製ブランド」「大阪産(もん)」「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」に拡大しており、大阪府商工労働部中小企業支援室ものづくり支援課モビオ事業推進グループの協力のもと、大阪製ブランド認定事業者等、該当事業者に案内した。

②広域連携 府内の商工会議所・商工会の会員も出展料を無料とし、協力を依頼したほか、府内のリビング関連メーカーへの案内、デザイン関連団体などに加盟企業への周知を依頼した。

事業全体の実績/目標達成度

計画に対する実績(数値)

総支援企業数(計画)	24.0	総支援企業数(実績)	32.0	支援実績率	133.3%	満足率	90.6%
------------	------	------------	------	-------	--------	-----	-------

目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)

○今年度の総売上は7,970,311円(1社平均:約24.1万円)。なお、昨年度は7,079,547円(同:約23.5万円)。
○今後の取引の信用力となる百貨店での催事出品・納品実績を得た。
○店頭や広告物を通じて消費者にPRできた。

代表指標 売上合計(万円)

数値目標	450	実績数値	797	目標達成度	177.1%
------	-----	------	-----	-------	--------

成果の代表事例

【A社】開催したワークショップは連日、予約がすぐ満席となり大変好評であった。百貨店催事出品は初心者であったが、陳列や接客販売について学ぶことができ良い経験になったとコメントがあった。
【B社】百貨店の催事出品は初めてであったが、来場者に直接手に取ってもらうことで製品のこだわりを体感してもらうことができ、社員の士気向上にもつながり、BtoCビジネスのノウハウ蓄積の貴重な機会となった。

その他目標値の実績

目標値(計画)	1,400	目標値(実績)	4,508	目標達成度	322.0%
---------	-------	---------	-------	-------	--------

商品購入件数

実施結果

課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)

○出品企業の募集
2021年度も新型コロナウイルス禍ではあったが、募集締切から会期期間まで日にちがあるため収束を期待した事業者も多かったようで応募数は前年度より増加した。また大阪府の認定企業の応募も多数あり、審査を通過した企業も昨年度を上回り、過去最高の出展者数となった。引き続き、モビオ事業推進グループとの連携はもとより、府内の商工会議所、商工会やプロダクトデザイナー、専門学校等に協力をお願いし、魅力ある企業の発掘に努める。
○集客
ワークショップや実演型販売は百貨店の許可を得られるよう実現に向けて積極的に働きかける。また、今回新たにインスタグラムのアカウントを作成し、各出店企業の紹介をSNSで発信した。引き続き、SNSでより効果的な情報発信を行う。
○大阪らしさ
大阪製ブランド等との連携を一層強化する。次年度以降も大阪府認定企業(大阪製ブランド、大阪産、大阪商品計画、大阪の伝統工芸品)に対して出展料無料とする他、地域ブランド商標登録商品も出展料無料の適用を検討する。

大阪商工会議所

事業名

成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業

想定する実施期間

2014 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること

事業の概要

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

生産年齢人口が減少する時代には、中小企業において即戦力となる労働力の確保が重要となる。近年は女性の社会進出が進んでいるが、大阪における女性の就業率は全国の中でも低く、女性管理職比率も低い状態が続いている。
そこで、テレワークや育児・介護との両立支援など、企業の職場環境整備に関する情報を提供することで、女性の確保・定着と活躍を支援する。また、大阪サクヤヒメ表彰の実施によるロールモデルの発掘など、これまでの取り組み成果に基づき、ロールモデルや事例を紹介するとともに、女性管理職等の交流・ネットワーク構築の場を設ける。さらに、2025大阪・関西万博に向け、ジェンダー平等の実現など、働く女性の連携によるSDGs達成のための活動に関する取り組みを支援する。

支援する対象
(業種・事業所数等)

・大阪市内を中心に大阪府内に存する質の高い即戦力となる人材を確保・定着させたい中小事業者
・女性の活躍促進を図り、経営力を強化したい中小事業者（経営者、管理職、女性就業者等）
・テレワークなど柔軟な働き方や、育児や介護などの両立支援に関心がある中小事業者
・2025大阪・関西万博に向け、ジェンダー平等の実現など、働く女性の連携によるSDGs達成のための活動に関心がある中小事業者（経営者、管理職、女性就業者等）。

実施時期・具体的な内容及び事業手法

【フォーラム・セミナー】（支援企業数221社）
(1)第1回万博サクヤヒメ会議
5月26日（オンライン開催）、支援企業数125.5社
(2)日独共同オンラインセミナー「仕事と育児の両立支援～行政・企業の取り組み～」
7月14日（オンライン開催）、支援企業数36社
8月16日～9月17日（アーカイブ配信）、支援企業数15社
(3)テレワーク応援セミナー ～新しい働き方へ ホップ・ステップ・テレワーク！～
9月28日（オンライン開催）、支援企業数15社
11月1～30日（アーカイブ配信）、支援企業数9.5社
(4)ロールモデルに学ぶ！働く女性のスキルアップ研修
10月11日（オンライン開催）、支援企業数20社

【交流会】（支援企業数69社）
(1)サクヤヒメと語るキラリカフェ
「リフレッシュ&リラックス編」6月23日（オンライン開催）、支援企業数18社
「「駄言」は風と共に去りぬ編」10月21日（オンライン開催）、支援企業数10社
(2)SDGs働き方カードゲームbyサクヤサロン～自分らしい働き方を発見しましょう～
9月3日（オンライン開催）、支援企業数14社
(3)大阪サクヤヒメまちづくりカフェ「今日から始めるエシカルなこと」
9月3日（オンライン開催）、支援企業数17社
(4)働く女性向けセミナー～皆が働きやすい職場づくり・なりたい私について考える～
9月3日（オンライン開催）、支援企業数10社

<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>

①府施策連携 一部セミナーを大阪府と共催した他、大阪府事業をPRする、大阪府職員が聴講するなどして、大阪府と連携した。
②広域連携 大阪府労働環境課、OSAKAしごとフィールドが発行するメールマガジンや、本商工会議所ホームページ、メールマガジンなどを通じて、広く案内した

事業全体の実績／目標達成度

計画に対する実績（数値）

総支援企業数(計画)	200.0	総支援企業数(実績)	290.0	支援実績率	145.0%	満足率	99.3%
------------	-------	------------	-------	-------	--------	-----	-------

目標の達成度
(支援企業をどう変化させることができたか)

アンケートで「本日得た情報に加えて、別の分野の情報収集も行い、女性の確保・定着や活躍推進に関する取組みを進めたい。」と回答いただいたように、参加企業が自社における女性（自身も含む）の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きな検討を促すことができた。<人材育成型>

代表指標 「今後、女性の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きに検討したい」と回答した企業割合

数値目標	80%	実績数値	99.3%	目標達成度	124.1%
------	-----	------	-------	-------	--------

成果の代表事例

参加者アンケートでは「ジェンダーに関する現状と課題や解決に向けた具体的な取り組みの発信があり、とても参考になりました。」「弊社でも海外の女性が活躍してくれています。彼女たちの持っているポテンシャルは、日本の女性達にも伝わります。もっとグローバルにそして、魅力ある関西の街作りが若い方々の希望となればと思います。この講演会でも楽しく熱い想いを感じました。」というご意見が寄せられた。

実施結果

課題及び次期以降への取組み
(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)

「コロナ禍」など予測がつかない時代に生き残るには、多様な視点を経営に取り入れることが必要。そのため、女性の活躍は組織の成長のカギを握る。今後もセミナー開催を通じて、女性が活躍できる職場の先進事例の普及に努めるとともに、女性管理職などの交流の場を設け、女性従業員の活躍・定着を支援する。

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160.0	支援企業数(実績)	221.0	支援実績率	138.1%	満足率	99.5%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><フォーラム・セミナー> アンケートで「本日得た情報に加えて、別の分野の情報収集も行い、女性の確保・定着や活躍推進に関する取組みを進めたい。」と回答いただいたように、参加企業が自社における女性（自身も含む）の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きな検討を促すことができた。</p>								
		指標	「今後、女性の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きに検討したい」と回答した企業割合							
		数値目標	80%	実績数値	99.3%	目標達成度	124.1%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	69.0	支援実績率	172.5%	満足率	98.6%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><交流型> アンケートで「女性（自身も含む）の活躍促進に向けて前向きに検討したい」と回答するなど、参加者に新たな視点や取組み方法に関する知識を得ていただくことができた。</p>								
		指標	アンケートで「女性（自身も含む）の活躍推進に向けて前向きに検討したい」と回答した企業数							
		数値目標	32	実績数値	69	目標達成度	215.6%			

大阪商工会議所

事業名

環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー

想定する実施期間

2014 年度～ 年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること

事業の概要

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

国が2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにする方針、いわゆる「カーボンニュートラル」を表明したことを受けて、わが国のCO2排出の9割を占めるエネルギー分野において、省エネルギーへの取り組みはもとより、エネルギー需要の電化や水素化を進展させ、電源の再エネ主力化・次世代蓄電池等や安価な水素の大量供給など需給両面の抜本的な構造転換を図ることが求められている。企業にとっては、新エネ・省エネへ取り組むチャンスであり、具体的な対応策についての情報ニーズも高まっている。また、環境関連法令は、規制強化の方向で新規制定・改正されている一方で、中小企業はこうした情報をタイムリーに収集できる機会が不足しており、知らぬ間に法令違反を犯してしまう可能性がある。そこで、省エネ・新エネや、環境法令に関する情報を提供するセミナーを開催することにより、自社の課題の解決や新事業展開のための課題抽出に役立ててもらう。

支援する対象
(業種・事業所数等)

- 大阪府内中小企業の環境部門責任者・担当者
- 省エネの取り組みに関心のある中小企業の経営者、施設・エネルギー管理担当者
- エネルギー分野で新規事業展開を目指す中小事業者

実施時期・具体的な内容及び事業手法

- ※（ ）内は支援企業数
- ①7月30日「令和3年度「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」」（96社）
 - ②10月26～29日「カーボンニュートラル最新動向セミナー」（245社）
 - ③1月28日「令和3年度「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」」（218社）
 - ④3月9～18日「水素関連産業技術ニーズ説明会」（99社）

<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>

①府施策連携

大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課、MOBIOと連携したほか、①③は共催団体である（地独）大阪府立環境農林水産総合研究所・スマートエネルギーセンターと連携し、事業者の省エネを支援する大阪府の取り組みを紹介するとともに、「無料省エネ診断」や「再エネ調達マッチング事業」の活用を促し、府内事業者の省エネへの取り組みを支援した。

②広域連携

本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府や大阪市の広報ツール（メールマガジン等）を活用し、府内事業者に広く周知・募集を行った。

事業全体の実績／目標達成度

計画に対する実績（数値）

総支援企業数(計画)	225.0	総支援企業数(実績)	658.0	支援実績率	292.4%	満足率	96.0%
------------	-------	------------	-------	-------	--------	-----	-------

目標の達成度
(支援企業をどう変化させることができたか)

<セミナー①③> 注目度の高まっているカーボンニュートラル社会の実現をテーマに、中小企業が取り組むべき省エネ・CO2の見える化といった具体例を取り上げ、国の機関から最新動向や補助金等の情報提供を行うことで、参加企業は自社独自で取り組める具体的なノウハウやテクニックを身につけることができた。また、おおさかスマートエネルギーセンターによる各種支援メニュー紹介なども盛り込んだことで、環境・エネルギー問題に関する幅広い知識を習得することができた。
<セミナー②④> 再生可能エネルギーを活用したカーボンニュートラル最新動向セミナーの開催や、水素エネルギーの現状や課題、技術ニーズを公開する説明会を実施することで、大手企業の最新動向や中小企業の事例紹介を通じて、中小企業が今後取り組むべき方向性や、当該分野への新規参入を目指すきっかけを提供できた。

代表指標

当該事業で得た知識などを自社の課題解決や新事業の展開などに役立てると回答した割合

数値目標

80%	実績数値	98.3%	目標達成度	122.9%
-----	------	-------	-------	--------

成果の代表事例

アンケートでは、参加者の大半が「満足」「おおよそ満足」と回答。さらには、「得た知識を自社の課題解決や新事業の展開に役立てる」というへ前向きな回答が多く得られた。

実施結果

課題及び次期以降への取り組み
(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)

カーボンニュートラル社会の実現に向けた取り組みは、大企業だけではなく、中小企業にも求められている。省エネのよりいっそうの推進をはじめとして、CO2排出量の見える化や新エネルギーの活用が重要視されているので、今後も、省エネについては中小の事業者が自社だけで取り組める節電事例等やカーボンニュートラル動向の紹介、支援メニューの説明などを行い、事業者の省エネの取り組みを支援していく。また、新エネルギー関連産業の市場動向や中小事業者の参入事例、技術ニーズ等を紹介することで、新エネルギー分野への円滑な参入を支援していくにあたっては、大阪府・市などと連携し、開催時期や社会情勢などを考慮しながら企業ニーズに沿ったプログラムの検討を行う。

大阪商工会議所

事業名		医療機器等産業事業化促進事業							
想定する実施期間		2018 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>高齢化の進展と医療費等の負担軽減などの課題があるなか、医療・健康関連産業（予防・診断・治療・予後・介護などに資する医療機器、デジタルヘルス、介護など）は、日本国内のみならず海外も含め、今後、市場が拡大することが見込まれている。従来、自動車、電機産業に関わっていた製造業のみならず、IT企業、ベンチャー企業の中にも、同産業への参入に関心を持つ企業も少なくない。しかし、この産業は、医療現場等との関係構築や医薬品医療機器などに関する法律、販路の確保など、参入にあたって他の産業とは異なる課題もある。</p> <p>そこで、主にこれから同産業に参入を検討する企業などを対象に、規制や先進事例に加え、新規参入の進め方や事業化に資する情報を提供するとともに、具体的なビジネスを生み出すための機会を提供することで、大阪のライフサイエンス産業全体の振興や企業の新規参入促進につなげる。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	これから医療・研究分野産業に参入するメーカー、ならびに既に参入しているがこれから本格的に事業展開をめざしているメーカーなど							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①医療機器産業事業化促進セミナー <人材育成型：支援企業数152.5社></p> <p>(1)医療×異業種連携による新たな製品・サービス開発の潮流 開催日：4月22日 支援企業数：143.5社 講演「ヘルスケアビジネスの潮流と今後の展望」 「住宅メーカーによる医住連携と今後の展望」 「健康・医療・介護分野におけるDX化の取り組みと今後の展望」</p> <p>(2)医療関連機器参入セミナー～高齢化社会におけるQOL向上を目指して～ 開催日：3月18日 支援企業数：9社 講演「医療機器ビジネスへの参入について」 「医療現場における認知症ケア～看護の視点から～」 「オーラルフレイル予防の実践 ～大阪歯科大学と大阪介護老人保健施設協会の取組について～」</p> <p>②自社PRのための動画作成および広報の支援 <販路開拓型：支援企業数12社> オンラインを使った販路開拓支援の一環として、随時動画作成支援（編集作業等）を行い、作成した動画を年間を通じて掲載・広報した。 掲載期間：随時 支援企業数：12社 動画の内容：企業の技術や医療分野の取り組み紹介など 広報手法：メールマガジン、HP掲載、オンラインイベントでの放映など</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	大阪府成長産業振興室ライフサイエンス振興担当と緊密な情報交換を行い、大阪府の関連メールマガジンなどでも広報を実施した。						
		②広域連携	大阪府内の9商工会議所と共催で実施している医療機器支援プラットフォーム事業「次世代医療システム産業化フォーラム」のネットワークを活用し、積極的に広報を実施した。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	152.0	総支援企業数(実績)	164.5	支援実績率	108.2%	満足率	98.1%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	セミナーで得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の事業運営・経営に役立てると回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
成果の代表事例	販路開拓型事業について、メールにて動画掲載企業の紹介を行った際、掲載していた部品メーカーの動画を閲覧した事業者から、製造依頼の相談をしたい旨の連絡があった。直接企業にも問い合わせを行い、製造したい製品仕様などの確認まで発展した。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>人材育成については、大阪府外、大企業の参加が多かったため、大阪商工会議所の会員ネットワークを活かした広報なども併用し、大阪府下中小企業への案内を強化する。</p> <p>販路開拓については、満足度は高いにも関わらず、販路開拓効果についてはオンライン配信のため閲覧者のリアクションを即時に把握し辛い等の声があり、動画などのツールも適宜活用しながら各社の技術・サービスをリアルで紹介・PRする機会も必要であると考えられる。今後は、企業同士の接点やPR機会を求めるニーズなどに対応した交流事業の実施を主軸とする。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	140.0	支援企業数(実績)	152.5	支援実績率	108.9%	満足率	98.6%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<医療機器産業事業化促進セミナー> 全て支援対象企業から「セミナーで得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の事業運営・経営に役立てる」と回答があり、有益な情報提供を行うことができた。また、「通信技術を持っており、院内通信で活用できると考えている」など、医療分野への新規参入に前向きな回答が得られた。								
		代表指標	セミナーで得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の事業運営・経営に役立てると回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	100.0%	満足率	91.7%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<自社PRのための動画作成および広報の支援> 支援対象の企業の12社について、販路開拓に向けて、動画を魅力ある内容に変更する必要性を感じた企業や、動画を通じて多くの人から意見を貰い勉強になったと感じた企業、ヘルスケア医療機器事業部の取り組みに関する動画を改めて作成する動きに至った企業等が見受けられた。								
		代表指標	今後の販路開拓に効果があったと回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	16.7%	目標達成度	23.8%			

大阪商工会議所

事業名		第4次産業革命分野における新規事業創出促進事業								
想定する実施期間		2018 年度～ 2021 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	第4次産業革命技術の進展により、個別顧客のニーズに基づく新しい市場が創造される中、現場力を有する中小企業には新たなビジネスチャンスの獲得が期待されている。その一方、第4次産業革命技術に関心はあるものの、取り組みには至っていない中小企業も多い。そこで、府内中小企業の第4次産業革命技術活用を支援し、新規事業創出につなげる。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	第4次産業革命技術を取り入れた新規事業創出を通じて、イノベーションに挑戦する中小企業								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>IoTやAI、ビッグデータなどの「デジタル技術」を活用してビジネスモデルや産業構造そのものをさらに進化させるDX（デジタルトランスフォーメーション）は、第4次産業革命技術の根幹を成す技術である。そこで、特に中小企業の第4次産業革命分野の技術活用を促進させる、情報提供、企業によるシーズ（ツール）を紹介するセミナーを2回開催した。</p> <p><第1回> 7月27～30日 支援企業数：87社 「第4次産業革命技術の根幹を成す『DX』の正しい理解」 「DX」そのものの正しい理解とシステムを構築（デザイン）できる人材の育成に着目し、失敗しない第4次産業革命技術の導入方法、ベンダの活用法等について考察・紹介した。</p> <p><第2回> 8月3～6日 支援企業数：29社 「業績を”爆上げ”するPRAのつかいどころとは？身の丈DXの事例紹介」 中小企業における第4次産業革命分野の技術を活用した「DX」の事例のひとつとして、RPA（ロボティックプロセスオートメーション、単純作業の自動化）に着目し、生産性向上に直結するソリューションであるRPAの効果的な導入について紹介した。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>								
		①府施策連携	大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課新事業創造グループと共同で実施した。セミナー参加者には、同グループが所管し大阪産業局が実施する「大阪共創ビジネスプログラム（OCBP）」への参加を促した。							
		②広域連携	商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジンなど）を広く活用し、あわせてMOBIOのネットワークや大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課などのメールマガジンを活用し、大阪府内事業者にも広く周知・募集を行った。この結果、支援対象企業116社のうち26社が大阪市外からの参加となった。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	140.0	総支援企業数(実績)	116.0	支援実績率	82.9%	満足率	88.8%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	各回のアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合							
		数値目標	75%	実績数値	95.6%	目標達成度	127.5%			
	成果の代表事例	アンケートでは、参加者の大半が「満足」「やや満足」と回答。さらには、「第4次産業革命関連技術を活用した新規事業を企画・検討したい」という新規事業参入へ前向きな回答が多く得られた。このことから、府内中小事業者にとって本セミナーは良い情報収集の機会となった。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>前年度の実績を踏まえ、オンライン開催の場合でも、参加者と講師との直接のつながりを構築できるよう、セミナー内で個別質問の希望を募り、希望した数社に対し、セミナー後に講師と直接やり取りができる機会を提供した。</p> <p>第1回では、中堅・中小企業者に対してDX推進を支援してきた経験を豊富に持つ講師を招き、DXに対し初歩から正しく理解いただけるように企画した。多くの参加を得ることができ、満足度も高かったが、「もっと専門的な話が聞きたい」「具体的な事例ももっと紹介してほしい」との声もあった。</p> <p>第2回では、中堅・中小企業者に対してRPA導入の経験を豊富に持つ講師を招き、RPAに関心はあるが何から始めてよいかわからない、という参加者に対しても、基礎からファーストステップ、その先の活用促進まで段階的に情報収集いただけるように企画した。ただRPAというテーマのため、講演にはデータ収集や分析に関する専門用語が含まれ、すべての参加者に内容を理解いただくことは難しかった。</p> <p>今後、同様のテーマでセミナーを実施する際には、中堅・中小企業者が実感をもって理解しやすい事例をより多く含めることを意識し、第4次産業革命関連技術を活用した新規事業創出を支援できるよう努める。</p>								

大阪商工会議所

事業名		中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業																															
想定する実施期間		2013 年度～ 年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること																															
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	企業に対して70歳までの就業機会の確保や高年齢者就業確保措置を努力義務とする「改正高年齢者雇用安定法」の施行が2021年4月に施行され、2025年には現行法の経過措置も終了することから、政府は希望する高年齢者社員が年齢にかかわらず働くことができるよう、雇用環境の整備に取り組む企業への支援を行っている。その一方で、特に中小企業・小規模事業者においては、高年齢者の柔軟な働き方や環境整備を進め、モチベーションを維持し即戦力として活用することが重要な課題となっている。そこで、本事業はセミナーを通じて、70歳までの雇用年齢の引き上げに向けた企業の動向などの情報を提供するとともに、高年齢者の賃金や人事処遇制度のあり方について解説し、中小企業・小規模事業者の高年齢者雇用を支援する。																															
	支援する対象 (業種・事業所数等)	高年齢者の活用を志向する中小企業の経営者・経営幹部、人事担当者																															
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(1)「高年齢者戦力化のための活用策と賃金・処遇制度セミナー」 開催日：9月2日 支援企業数：77.5社 特定社会保険労務士による講演および企業の先行事例発表</p> <p>(2)「高年齢者活用戦略のための雇用と賃金処遇制度の見直しセミナー」 開催日：1月27日、オンライン配信：2月24～25日 支援企業数：93.5社 特定社会保険労務士による講演および企業の先行事例発表</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7">府施策連携労-8（中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業） 大阪府商工労働部雇用推進室就業促進課就業支援グループ、OSAKAしごとフィールドと連携して実施した（セミナーで事業案内の配布などを行った）。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">本商工会議所や他の産業支援機関、上記機関のメール配信やFAXなどにより府内全域を対象に参加募集した。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">経営指導員が経営相談を受ける中で、高年齢者雇用を推進したい、または推進することによりさらなる事業の安定化がのぞめる事案があった場合など、当該事業への参加を勧めた。</td> </tr> </table>								①府施策連携	府施策連携労-8（中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業） 大阪府商工労働部雇用推進室就業促進課就業支援グループ、OSAKAしごとフィールドと連携して実施した（セミナーで事業案内の配布などを行った）。							②広域連携	本商工会議所や他の産業支援機関、上記機関のメール配信やFAXなどにより府内全域を対象に参加募集した。							④相談相乗	経営指導員が経営相談を受ける中で、高年齢者雇用を推進したい、または推進することによりさらなる事業の安定化がのぞめる事案があった場合など、当該事業への参加を勧めた。						
	①府施策連携	府施策連携労-8（中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業） 大阪府商工労働部雇用推進室就業促進課就業支援グループ、OSAKAしごとフィールドと連携して実施した（セミナーで事業案内の配布などを行った）。																															
②広域連携	本商工会議所や他の産業支援機関、上記機関のメール配信やFAXなどにより府内全域を対象に参加募集した。																																
④相談相乗	経営指導員が経営相談を受ける中で、高年齢者雇用を推進したい、または推進することによりさらなる事業の安定化がのぞめる事案があった場合など、当該事業への参加を勧めた。																																
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	130.0	総支援企業数(実績)	171.0	支援実績率	131.5%	満足率	97.6%																								
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートで「高年齢者が活躍できる労働環境を整えたい」と99.4%の支援企業が回答。希望する社員が70歳まで働ける環境整備に向けて企業が取り組んでいけるよう、高年齢者の賃金・人事制度の見直し方や評価制度の導入などについて解説し、高年齢者に対する労働環境の整備に対する理解が進んだ。																															
	代表指標	セミナーで得た知識を、自社の今後の労働環境や処遇の見直しなど労務改善につなげる・役立てると回答した割合																															
	数値目標	85%	実績数値	99.4%	目標達成度	116.9%																											
	成果の代表事例	A社「高年齢者の継続雇用や雇用の考え方について新しい視点を持つことができた」、B社「多くの社員が50歳代であるため高年齢者雇用の賃金体系について考えなければならないと実感し、対応を検討したい」など、参加者からのアンケートで感想を得た。																															
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	次年度は70歳までの就業機会確保に向けた企業の動向や、高年齢者の能力と多様な働き方に合った活用を実現する環境整備、継続雇用・定年延長の賃金・人事処遇制度のあり方について解説し、中小企業・小規模事業者の高年齢者雇用と人材活用を支援する。また60歳以上の新規雇用・採用の方法についても説明し、より幅広い企業規模・業種の事業者の関心を喚起する。																															

大阪商工会議所

事業名		新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援																							
想定する実施期間		2019 年度～ 年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること																							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	現在のさまざまな社会課題を解決するために、AIやIoTといった第4次産業革命技術の活用が期待されている。ただ、そうした先端技術を活用したビジネスを創出するためには、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスが不可欠である。大阪府・市・大阪商工会議所では、「実証事業推進チーム大阪」を設置し、実証実験の支援を希望する事業者からの提案を一元的に受け付け、大阪府・大阪市の関連施設や公共空間、賛同いただいた民間企業の工場や施設等のフィールドを提供し、大阪での実証実験の実施をより強力に支援している。当事業では、こうした動きをさらに加速させるため、実証支援の取り組みを広くPRし、実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出につなげる。																							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	先端技術を活用した実証実験の実施を通じて、社会課題解決ビジネスの創出をめざす中小企業																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>1月31日「実証事業都市・大阪セミナー」 内容：①講演「大阪を新ビジネス創出のメッカにするには シリコンバレーから学ぶー」 ②実証事例の紹介 支援企業数：47.5社</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:10%;">①府施策連携</td> <td colspan="7">大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施し、セミナー参加者に対し、同課が実施する補助事業への申請や、同課が連携する「社会課題解決ファンド」への申し込み、「関西イノベーションネットワーク投資事業有限責任組合（通称「イノベーションファンド25」）」の利用、大阪府や民間金融機関などが実施するビジネスプランコンテストへの応募を促した。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">本商工会議所の広報ツール（大商ニュース、メールマガジンなど）を広く活用し、あわせて大阪府商工労働部のネットワーク、メールマガジンなどを活用し、府内事業者に広く周知・募集を行った。</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施し、セミナー参加者に対し、同課が実施する補助事業への申請や、同課が連携する「社会課題解決ファンド」への申し込み、「関西イノベーションネットワーク投資事業有限責任組合（通称「イノベーションファンド25」）」の利用、大阪府や民間金融機関などが実施するビジネスプランコンテストへの応募を促した。							②広域連携	本商工会議所の広報ツール（大商ニュース、メールマガジンなど）を広く活用し、あわせて大阪府商工労働部のネットワーク、メールマガジンなどを活用し、府内事業者に広く周知・募集を行った。						
	①府施策連携	大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施し、セミナー参加者に対し、同課が実施する補助事業への申請や、同課が連携する「社会課題解決ファンド」への申し込み、「関西イノベーションネットワーク投資事業有限責任組合（通称「イノベーションファンド25」）」の利用、大阪府や民間金融機関などが実施するビジネスプランコンテストへの応募を促した。																							
②広域連携	本商工会議所の広報ツール（大商ニュース、メールマガジンなど）を広く活用し、あわせて大阪府商工労働部のネットワーク、メールマガジンなどを活用し、府内事業者に広く周知・募集を行った。																								
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	100.0	総支援企業数(実績)	47.5	支援実績率	47.5%	満足率	93.3%																	
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	シリコンバレーから学ぶ大阪を新ビジネス創出のメッカにするといった視点で、実証実験の重要性や効果的な進め方などに関する講演を行ったほか、推進チームの支援で実証実験を実施した企業による事例を紹介することで、実証事業を通じた社会課題解決ビジネスの創出を促した。																							
	代表指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合																							
	数値目標	70%	実績数値	98.0%	目標達成度	140.0%																			
実施結果	成果の代表事例	アンケートでは参加者の大半が「満足」「おおむね満足」と回答。さらには、「本日得た情報をもとに、実証実験の実施を検討したい」「今後の実証実験の実施も視野に、情報をさらに収集したい」といった、実証事業を通じた社会課題解決ビジネスの創出に対して前向きな回答が多く得られた。このことから、府内中小事業者にとって本セミナーは良い情報収集の機会となった。																							
	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	実証実験の重要性や効果的な進め方などに関する基調講演を行ったが、スタートアップによるイノベーション創出に関するテーマと解釈され、参加者が限定されたきらいがあるとともに、大阪府外の参加者が多く、特にオンライン参加者からのアンケートの回収が進まず、目標に達しなかった。 このため、次年度以降は、より多くの参加者を募れる講演を企画するとともに、アーカイブ配信の実施も検討し、当日視聴できなかった企業が後日視聴できる環境を整え、支援企業数の達成に努める。																							

大阪商工会議所

事業名		中小企業のための外国人留学生採用支援事業								
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	現在約30万人の外国人留学生が日本で学んでいる。卒業後、約6割が日本国内の企業への就職を希望しているものの、実際に就職しているのは3割程度に留まっている。人材不足に悩む企業にとっては人材確保の大きなチャンスだが、留学生を採用するには、価値感の違い、求人募集方法などわからないことが多く、採用に踏みだせない企業も多い。そこで、中小企業の経営者や人事担当者などを対象に、外国人留学生を採用している企業の事例や外国人留学生を採用するための制度などについて紹介するセミナーを開催し、外国人留学生の採用について知識を深めてもらう。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	人手不足やグローバル化、ダイバーシティなどに対応するため、外国人留学生の採用に関心をもつ大阪府内の中小企業								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	(1) 外国人留学生採用支援セミナー 開催日：6月17日 支援企業数：45社 (2) 日本人社員と外国人社員とのトークセッション 「外国人社員から始まるダイバーシティ効果と職場づくり」 開催日：7月8日 支援企業数：23社 (3) 外国人留学生採用意欲向上セミナー「外国人留学生の雇用の手続きと評価軸」 開催日：9月17日 支援企業数：20社 (4) 外国人留学生採用意欲向上セミナー「異文化理解と評価」 開催日：10月22日 支援企業数：9社 (5) 第2回留学生採用企業と外国人社員とのトークセッション 「先駆企業が実践する外国人社員の採用・活躍の秘策を知る」 開催日：12月9日 支援企業数：12社 (6) グローバル人材職場定着セミナー&ジョブトレーナー養成ワークショップ（第1回） 開催日：1月19日 支援企業数：14社 (7) グローバル人材職場定着セミナー&ジョブトレーナー養成ワークショップ （高度外国人コース） 開催日：2月16日 支援企業数：12社								
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>								
		①府施策連携	大阪府（グローバル人材(外国人留学生)採用・定着支援事業）と共催した。							
	②広域連携	大阪府と連携し、本商工会議所HPやメールマガジンを活用し、府内中小企業に対して広く案内した。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	90.0	総支援企業数(実績)	135.0	支援実績率	150.0%	満足率	97.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートで「外国人留学生の採用について理解できた」と回答するなど、参加者に新たな視点や取り組み方法に関する知識を得ていただくことができた。								
		代表指標	外国人留学生の採用について理解できたと回答した企業の割合							
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
成果の代表事例	参加者アンケートで、「日本人より優秀な外国人を採用できるチャンスがあることが良く理解できました」、「外国人採用については、具体的にはこれからで、まだまだクリアしなければならない事を感じております。単純に良い方を雇用できても、現状では規則の整備など問題があります。これから考える上では、勉強になりました」との回答があった。									
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	大阪府内内中小企業においては、人手不足の解消やグローバル化への対応、ダイバーシティ経営促進などの観点から、外国人留学生の採用ニーズが今後更に高まっていくことが予想される。よって、来年度以降も外国人留学生の採用メリットを紹介するセミナーを継続実施し、外国人留学生の採用に関心を持つ企業を増やしていくとともに、外国人雇用に係る諸手続きや採用後の定着に向けた対応など、幅広い情報を提供していく。								

大阪商工会議所

事業名

スタートアップ・エコシステムの構築支援事業

想定する実施期間

2021 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること

事業の概要

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

2020年7月にスタートアップ・エコシステムのグローバル拠点都市として京阪神エリアが選定されたことを受け、地域をあげてスタートアップの成長を加速することが求められている。IPOは、スタートアップの成長ステージにおいて一つのメルクマールとされるが、2020年1月～9月の全国でのIPO実績59社のうち、1位の東京都42社と2位の大阪府9社との開きは大きい。そこで、本セミナーでは、東京証券取引所や支援団体から、IPOに向けた具体的なステップやその支援策を情報提供するとともに、既にIPOを果たした先輩スタートアップからの身近な体験談を通じて、IPO予備軍のすそ野を広げ、スタートアップの成長を加速させる。

支援する対象
(業種・事業所数等)

成長意欲が高く、IPOに関心を有するスタートアップなど

実施時期・具体的な内容及び事業手法

IPOセミナーin大阪（支援企業数：36社）

開催日：1月19日

プログラム：

- ・関係団体支援施策（スタートアップ支援制度）紹介
- ・パネルディスカッション「スマレジにとってIPOとは？」
- ・個別相談会

<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>

①府施策連携

本フォーラムの実施にあたっては協賛団体である大阪府の商工労働部商工労働部 中小企業支援室 商業サービス産業課 新事業創造グループと事業企画の調整を行い、当日は大阪府の支援施策などの発表もいただいた。

②広域連携

本所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メールマガジンなど）を広く活用するとともに、大阪スタートアップ・エコシステムコンソーシアムに参加者募集の協力を依頼し、府内事業者にも広く周知・募集を行った。

事業全体の実績／目標達成度

計画に対する実績（数値）

総支援企業数(計画)

80.0

総支援企業数(実績)

36.0

支援実績率

45.0%

満足率

100.0%

目標の達成度
(支援企業をどう変化させることができたか)

主催団体等から、現在実施しているスタートアップ支援制度を紹介し、IPOに向けて活用できる支援策を知っていただいたほか、アンケートにて支援施策等に関心があると答えた企業については、支援機関に紹介を行った。

また、実際のIPO経験者を交えてのパネルディスカッションにおいては、IPOに向けた具体的な道筋やその経験談をお話いただくことで、IPOについて理解を促すとともに、IPOへの動機付けを行った。

その結果、アンケートでは、支援対象企業のうち、100%が「満足もしくはおおむね満足」、本セミナーで得た情報が「IPOを検討するうえで参考になった」と回答した。

代表指標

アンケートで「IPOを検討するうえで参考になった」と回答した割合

数値目標

70%

実績数値

100.0%

目標達成度

142.9%

成果の代表事例

参加者からの意見・感想：

- ・大阪におけるIPOの現状や取組など非常にわかりやすくご説明いただくとともに、各登壇者の方々の熱意が伝わり非常に有意義な時間を過ごす事ができました。
- ・今回のようなIPO事例の生の声は参考になりますので、今後もお願いできますと助かります。
- ・IPOまでの経緯などがハードシップであるとともにどのように克服したのかなどを知ることができて良かったです。

実施結果

課題及び次期以降への取組み
(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)

直近に上場を行い、知名度の高いスタートアップのIPOに至った取り組みをピックアップしたことにより、参加者の関心度も高く、100人を超える参加申し込みを得たが、オンライン開催で大阪府以外の地域からの参加者が多かったうえ、アンケートの回収も難しかったため、目標支援企業数には及ばなかった。次年度のセミナーでは、大阪府の関係団体等やスタートアップ支援機関等と連絡を密にし、府下の支援対象企業に広く開催を呼びかけ、参加につなげていくとともに、関心の高いテーマや講演者選び、リアルでの開催も検討するなど、支援企業数達成に向けて工夫を行う。

大阪商工会議所

事業名		クラウドファンディング活用サポート事業							
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	クラウドファンディングは、起業や中小企業などの新事業展開に必要な資金の調達手段として着目されているが、その仕組みなどを理解していない事業者は多い。そこで、クラウドファンディングに関する基本情報やプロジェクト起案に向けた具体的なアドバイスを提供し、活用を促進する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業や小規模事業者、創業希望者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<人材育成型> 10月20日 クラウドファンディング活用セミナー 支援企業数：71.5社 ・講演「テストマーケティングや新規顧客獲得・販路開拓に何度でも挑戦できる 購入型クラウドファンディングの活用法」 ・クラウドファンディング活用体験談 <人材交流型> 10月20日 クラウドファンディング個別相談会 支援企業数：11社 クラウドファンディングサイト運営事業者 <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	企画段階から大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課新事業創造グループと調整、連携をはかり、同グループを通じて案内チラシの配布や大阪府のメール配信を行った。						
		②広域連携	本支部の接触事業者やセミナー参加者への配布、会員事業所へのFAX、HPへの掲載、メール配信、大商ニュースへの掲載、大阪府のメール配信や中小企業基盤整備機構のメール配信・HP掲載などを通じて広く案内した。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	53.0	総支援企業数(実績)	82.5	支援実績率	155.7%	満足率	98.8%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	当該事業はクラウドファンディングに関する情報を得ることができ、それをきっかけにクラウドファンディングを活用したい、あるいは活用を検討したいとのニーズを創出することを目的としている。参加者アンケートでは「セミナーで得た知識や情報は今後の事業展開に役立つ（役立てたい）」「個別相談で受けたアドバイスなどが役に立った」とする回答はいずれも全員から得ることができた。							
		代表指標	セミナーで得た知識や情報は今後の事業展開に役立つ（役立てたい）とする回答の割合						
	数値目標	90%	実績数値	100.0%	目標達成度	111.1%			
成果の代表事例	A社は本セミナーに参加し、クラウドファンディングに関する知識や情報を得ることができ、さらに個別相談会で運営事業者からアドバイスを受けた結果、クラウドファンディングに挑戦し、達成率263.5%と、多くの支援を集めた。同社はその後も他のプロジェクトでクラウドファンディングを実施している。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	個別相談会において、相談希望者がより円滑にプロジェクト構築・事業化を実現できるよう、今回から専門家による個別相談シートの事前審査制を取り入れ、運営を工夫した。さらに、相談希望者については運営事業者等と個別相談実施後も連携して支援につなげた。今後も中小企業経営者等のクラウドファンディングへの支援に継続して取り組んでいく。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	71.5	支援実績率	158.9%	満足率	98.6%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<人材育成型> 当該事業はクラウドファンディングに関する情報を得ることができ、それをきっかけにクラウドファンディングを活用したい、あるいは活用を検討したいとのニーズを創出することを目的としている。参加者アンケートでは「セミナーで得た知識や情報は今後の事業展開に役立つ（役立てたい）」とする回答は全員から得ることができた。								
		指標	セミナーで得た知識や情報は今後の事業展開に役立つ（役立てたい）とする回答の割合							
		数値目標	90%	実績数値	100.0%	目標達成度	111.1%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	137.5%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<人材交流型> アンケートにおいて「個別相談で受けたアドバイスなどが今後の事業展開に役に立った」とする回答は全員から得ることができた。								
		指標	個別相談で受けたアドバイス等が今後の事業展開に役に立つ（役立てたい）とする回答の割合							
		数値目標	90%	実績数値	100.0%	目標達成度	111.1%			

大阪商工会議所

事業名		経営革新支援事業																																		
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること																																		
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	経営課題を抱える中小企業に対し、大阪府との連携のもと、(1)経営革新計画の概要と申請方法、公的支援策などの紹介、(2)経営革新計画承認企業による、同計画立案や計画承認の意義および事業展開の紹介、(3)本商工会議所や大阪府などによる、新事業展開に役立つ各種支援事業の情報提供を通じて、経営革新の承認や本商工会議所専門相談サービスなどの公的支援サービス・制度の活用を促進するとともに、企業の経営力向上を支援し、大阪府内のビジネス活性化に資する。また、(4)新規事業に取り組もうとする中小企業に、指導経験豊富な講師から事業展開のヒントを与える。																																		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者、中小企業者など。本商工会議所の会員・特定商工業者などにおいて事業者の関心項目について、営業・販売・取引先開拓、経営改善に記載のあった事業者および新商品開発や新事業開発への経営課題が把握できた事業者など																																		
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型> 支援企業数：71社 8月6日 経営革新セミナー 「新規事業・補助金活用に役立つ経営革新計画の作り方～事例で学ぶ経営革新の取り組み方と活用方法～」 ◇新規事業の組み立て方 「経営革新の申請にあたって（留意点、関連支援策等）」 大阪府商工労働部中小企業支援室 「補助金申請でも力になる 経営革新計画の作り方」 大阪商工会議所 専門相談員（経営革新、創業担当者） 事例発表 ◇利用しよう！公的支援策 「無料専門相談事業（経営革新、法律、人事労務、会計・税務）」他 大阪商工会議所担当者</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="8">企画段階から大阪府商工労働部中小企業支援室経営支援課経営革新グループと日程や内容構成などの調整を経て企画し、PRや同計画申請関連の留意点や関連施策等説明など、連携を図った。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="8">本支部の接触事業者やセミナー参加者等への配布、会員へのFAX、大商HPへの掲載およびメール配信、大商ニュースへの掲載、大阪府商工関連メールや中小企業基盤整備機構HPへの掲載・メール配信、大阪府庁などを通じて広く案内した。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="8">参加者には専門相談を案内し利用を勧奨した。また、アンケート結果に基づき、該当者に専門相談を案内した。</td> </tr> </table>								①府施策連携	企画段階から大阪府商工労働部中小企業支援室経営支援課経営革新グループと日程や内容構成などの調整を経て企画し、PRや同計画申請関連の留意点や関連施策等説明など、連携を図った。								②広域連携	本支部の接触事業者やセミナー参加者等への配布、会員へのFAX、大商HPへの掲載およびメール配信、大商ニュースへの掲載、大阪府商工関連メールや中小企業基盤整備機構HPへの掲載・メール配信、大阪府庁などを通じて広く案内した。								④相談相乗	参加者には専門相談を案内し利用を勧奨した。また、アンケート結果に基づき、該当者に専門相談を案内した。							
	①府施策連携	企画段階から大阪府商工労働部中小企業支援室経営支援課経営革新グループと日程や内容構成などの調整を経て企画し、PRや同計画申請関連の留意点や関連施策等説明など、連携を図った。																																		
②広域連携	本支部の接触事業者やセミナー参加者等への配布、会員へのFAX、大商HPへの掲載およびメール配信、大商ニュースへの掲載、大阪府商工関連メールや中小企業基盤整備機構HPへの掲載・メール配信、大阪府庁などを通じて広く案内した。																																			
④相談相乗	参加者には専門相談を案内し利用を勧奨した。また、アンケート結果に基づき、該当者に専門相談を案内した。																																			
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	50.0	総支援企業数(実績)	71.0	支援実績率	142.0%	満足率	89.6%																											
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートでは、「経営革新計画の作成や申請を検討したい」が27件、「事業計画作成立案や補助金申請に役立てたい」が32件と経営革新計画や事業計画作成を前向きにとらえる回答が8割を超えた。他にも「本日得た情報に加えて、別の分野の情報収集も行い、経営力向上に役立てたい」との回答が24社あり、今回の受講が経営革新に向けた次の行動につながっている。																																		
	代表指標	大阪府への経営革新計画の申請紹介件数（年間）																																		
	数値目標	5	実績数値	4	目標達成度	80.0%																														
実施結果	成果の代表事例	本セミナーを通じて12社が専門相談「経営革新」を申し込み、1社はセミナーで学んだ経営革新計画の知識をもとに事業再構築補助金を申請した。																																		
	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	①従来からの方針通り、十分なPR期間を設けて産業支援機関等と広報連携を行い、府内事業所に幅広く告知する。②コロナ禍で、新分野展開や新しいマーケットへの挑戦等の取り組みが中小企業の事業継続にとって重要である点を伝える。また、次年度は申請直後の事業所の事例紹介に加えて、申請後2、3年を経た事業所の経営革新の現状や経営への波及効果についても講師が事例を取り上げることで、より多くの中小企業・小規模事業者の関心を喚起し、経営革新計画の申請、承認につなげる。																																		

大阪商工会議所

事業名		D2C導入促進セミナー																				
想定する実施期間		2020 年度～ 2021 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること																				
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	D2Cは、顧客とダイレクトにつながり、自社のプロダクトとサービスを「メディア（媒体）」として、顧客に付加価値の高い「体験」を提供するニューヨーク発祥のビジネスモデルである。関西圏では、D2Cについて意欲的に取り組みを進める中小企業が現れる一方で、全体的な認知度はまだ十分でない。そこで、D2Cの概念や取り組み事例の紹介を通じて理解を促し、中小企業のD2Cビジネス創出を支援する。																				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	製造業、製造業に隣接する企業、ブランディング・マーケティングに関心のある企業																				
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>実施日：3月1日 手法：youtube Live配信 内容：D2Cをビジネススタイルの一つと捉え、その本質的な価値である「ブランドの世界観」と「生活者と直接向き合うこと」を深掘りすることで、生活者とのコミュニケーションを起点とした既存ビジネスの変革や、新たなビジネスの立ち上げのあり方を考える。まず話題提供として、複数のD2Cブランドの成長を支援する株式会社フラクタから、D2Cから見るビジネスの本質を解説する。次に、アパレルのOEMメーカーから自社ブランド「OLENO」を立ち上げた昌和莫大小株式会社、「世の中の体温をあげる」というユニークな理念を掲げ、食べるスープを展開する株式会社スープストックトーキョーから、ビジネスに対する姿勢を紹介した。その後、3者を交えてビジネスにおける世界観の意味や、生活者とのコミュニケーションについて議論した。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="6">大阪府産業デザインセンターと企画段階から情報交換し、イベント告知ページでは同団体が作成した動画のリンクを公開した。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="6">関西情報センターとの共催により、府内の企業に広く参加を呼び掛けた。</td> </tr> </table>							①府施策連携	大阪府産業デザインセンターと企画段階から情報交換し、イベント告知ページでは同団体が作成した動画のリンクを公開した。						②広域連携	関西情報センターとの共催により、府内の企業に広く参加を呼び掛けた。					
	①府施策連携	大阪府産業デザインセンターと企画段階から情報交換し、イベント告知ページでは同団体が作成した動画のリンクを公開した。																				
②広域連携	関西情報センターとの共催により、府内の企業に広く参加を呼び掛けた。																					
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	30.0	総支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	70.0%	満足率	95.2%													
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>「D2CがECと異なるということが理解できた」など、D2Cそのものに対する理解を深められたほか、「自社で設定しているペルソナを超えて、ブランド自体の擬人化をする」など既存事業や今後の事業に生かしていただけるだけの知識や熱量を共有できた。</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="6">「セミナーで得た知識を事業に役立てる」や「ビジネスモデルへの理解が深まった」と回答する割合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>95.2%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="2">136.0%</td> </tr> </table>							代表指標	「セミナーで得た知識を事業に役立てる」や「ビジネスモデルへの理解が深まった」と回答する割合						数値目標	70%	実績数値	95.2%	目標達成度	136.0%	
代表指標	「セミナーで得た知識を事業に役立てる」や「ビジネスモデルへの理解が深まった」と回答する割合																					
数値目標	70%	実績数値	95.2%	目標達成度	136.0%																	
	成果の代表事例	<p>「今後の事業展開を考えるうえで、昌和莫大小さんの消費者のニーズを探るのは中小企業として非常に参考になった」や「ディスカッションの中で、ブランド成長にコアのファンはどうかかわるか、苦しかった時の話などはたいへ参考になり、事業展開に生かしたい」など、本セミナーの目的である既存事業の変革や新規事業の立ち上げにあたっての具体的な考え方を示すことができた。</p>																				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>ユニーク視聴者数に比べて、アンケートが伸び悩んだ。受講ターゲットの設定、オンラインという開催手法、時間帯など複数の要因が考えられるため、今後はチューニング可能な要素を変化させて実施したい。</p>																				

大阪商工会議所

事業名		コロナ禍における緊急雇用対策事業							
想定する実施期間		2021 年度～ 2021 年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍で有効求人倍率は低下したが、人材の確保・定着に課題を感じている中小企業・小規模事業者は依然として多い。また、入社後3年以内に離職する若手人材が3割にのぼるなど、定着も課題になっている。そこで、人材の採用や定着に困難を感じている企業に対して、人材確保や定着に関する知識やノウハウを提供するとともに、大阪府が民間人材サービス事業者と連携して実施している「大阪府雇用促進支援金」を紹介する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内で事業を営んでいる中小企業・小規模事業者の経営者・人事担当者など							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	(1) 採用支援セミナー 「いま採用に動くべき5つの理由！～コロナ禍をチャンスに変える建設業～」 開催日：6月2日（会場/オンライン ハイブリッド開催）、支援企業数 31社 (2) 【アーカイブ配信】採用支援セミナー 「いま採用に動くべき5つの理由！～コロナ禍をチャンスに変える建設業～」 開催日：6月14日～7月16日（オンライン配信）、支援企業数4社 <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	フォーラムやセミナー中に大阪府施策説明の時間を設けるほか、施策紹介資料を配布し、大阪府施策のPRを行った。			②広域連携	大阪府発行のメールマガジンや大商のHP・メールマガジンなどで大阪府内全域に告知した。		
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	20.0	総支援企業数(実績)	35.0	支援実績率	175.0%	満足率	94.3%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートで「関連する情報をさらに集め、人材採用のためのアクションにつなげたい」との回答が得られるなど、参加企業に今後の人材採用や定着に向けて促すことができた。							
	代表指標	セミナーで得た知識を、今後の人材採用や定着に向けて活用したい事業所の割合			数値目標	70%	実績数値	85.9%	目標達成度
成果の代表事例	参加者アンケートでは、「実例等、非常に参考になりました。有難うございました」「具体的なイメージが持てました」「企業事例は具体的で大いに参考になった。大阪府の雇用促進事業については利用できる状況になったら利用したいと思う」「建設業における採用について、わかりやすく整理された構成になっていたと思います」という回答が寄せられた。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	新型コロナウイルス感染症の影響により、人材採用市場は先の読めない状況が今後も続く一方、慢性的な人手不足に悩む企業も多い。今後もセミナー・交流会を実施を実施し最新の情報を提供することによって、引き続き中小企業の人材の確保・定着を支援する。							

大阪商工会議所

事業名		障がい者の雇用促進事業								
想定する実施期間		2021 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が令和3年4月までに2.3%に引き上げられる。そこで、セミナーを実施し、支援制度や事例を紹介することで、障がい者雇用に取り組もうとする中小企業を支援する。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	障がい者雇用に取り組もうとする大阪府内の中小企業・小規模事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	(1) 障がい者雇用促進に関するセミナー 開催日：5月20日（集合/オンライン形式）、支援企業数 45.5社								
		(2) 【アーカイブ配信】障がい者雇用促進に関するセミナー 開催日：6月1日～6月30日（オンライン配信）、支援企業数14社								
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>								
		①府施策連携	フォーラムやセミナー中に大阪府施策説明の時間を設けるほか、施策紹介資料を配布し、大阪府施策のPRを行った。							
		②広域連携	大阪府発行のメールマガジンや大商のHP・メールマガジン等で大阪府内全域に告知した。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	15.0	総支援企業数(実績)	59.5	支援実績率	396.7%	満足率	96.4%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートで「得た情報をもとに、できることから障がい者雇用に関する取り組みを進めたい」との回答が多数得られるなど、障がい者雇用に関して、参加者の理解を深めることができた。								
		代表指標	「障がい者雇用に関して、理解を深めることができた」と回答した企業割合							
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
成果の代表事例	アンケートでは「障害者雇用にあたって『入社前に共有しておくポイント』などが参考になりました」「特例子会社さんの障がい者への工夫は勉強になりました」「先進企業の事例報告が具体的に分かりやすかったです。弊社ではまだ障害者雇用について具体的に取り組んだことがなかったのが今日得た情報をもとに今後具体的に活動したい」という声があった。									
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	「障害者雇用促進法」への対応は経営課題の1つであるが、対応できていない企業も多い。今後も大阪府と連携して、企業の障がい者雇用への理解が深まるようセミナーで情報提供し、他社の先進事例を紹介することにより障がい者雇用に取り組むやすいようにする。								

大阪商工会議所

事業名	中小企業のためのビジネス講演会
想定する実施期間	2011 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の目的 (現状や課題をどのよ うな状態にしたいか)	中小企業が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに役立つ講演会を開催する。企業家精神を発揮して経営革新や企業成長をもたらした経営者の経営戦略・経営理念、変化する経営環境への対応事例、注目されるビジネストレンドなどを取り上げ、中小企業が自らの事業の実践に役立ててもらう。
支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者、創業（予定）者
事業の概要 実施時期・具体的な 内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数</p> <p>(1)ビジネス講演会 (632.5社)</p> <p>第1回「ワークマン式『しない経営』」(314社) 開催日：8月27日、オンライン配信：9月29日～10月1日</p> <p>第2回「いま何が売れる？コロナが変えた消費者行動」(224.5社) 開催日：11月16日</p> <p>第3回「途上国から世界に通用するブランドをつくる」(94社) 開催日：2月25日、オンライン配信：3月17日～22日</p> <p>(2)大商夕学講座 (1,152社)</p> <p>特別回「変革期を生きた企業家から学ぶ」(145.5社) オンライン配信：7月15～29日</p> <p>第1回「老舗企業のイノベーションと企業変革－三代目女将の奮闘記－」(132社) オンライン配信：8月2～16日</p> <p>第2回「外国人材が国内企業にもたらす多彩なインパクト ～『Society5.0人財』としての視点」(103.5社) オンライン配信：9月13～27日</p> <p>第3回「次世代に遺したい社会を創る～SDGsを経営に取り込むメリット」(132社) 開催日：10月12日、オンライン配信：10月21日～11月4日</p> <p>第4回「『家族の幸せ』の経済学～育休法改正と男性育休のメリット」(118.5社) オンライン配信：11月18日、アーカイブ配信：11月29日～12月13日</p> <p>第5回「中小企業の未来を支える高齢者雇用 ～70歳定年時代に向けて、ベテラン社員をどう生かす？」(103.5社) オンライン配信：12月14～28日</p> <p>第6回「副業は人生100年時代にとるべき経営戦略 ～働き方改革に必要なのは残業削減と副業容認」(137.5社) オンライン配信：1月11～25日</p> <p>第7回「【DX第一歩】なぜDXが必要なのか ～目指すべき未来と本当のゴールとは」(156.5社) オンライン配信：2月1～15日</p> <p>第8回「起業、上場、事業拡大 成長のカギとなる人材育成 ～オフィス、働き方、働く人のこれから」(123社) オンライン配信：2月24日～3月10日</p> <p>(3)支部経済講演会 (1,077社)</p> <p>4月13日 「副業時代」にどう備えるか？～法律を知り、利活用を学ぶ」(23社)</p> <p>6月7日 「大阪を元気に～万博・IR・インバウンドへの期待」(146社)</p> <p>6月23日 「新型コロナウイルス 企業における感染症対策セミナー」(75社)</p> <p>6月29日 「健康経営優良法人セミナー ～コロナ禍の今こそ従業員や家族の心身の健康をサポート」(36社)</p> <p>8月4日 「『食屋』の働き方改革は今 ～afterコロナの時代に向かう新しいビジネスモデル」(75.5社)</p> <p>9月14日 「CSR/SDGsを通じた持続可能な企業への転換」(60.5社)</p> <p>12月2日 「コロナ禍で業績を伸ばしている企業が実際していること」(55社)</p> <p>12月8日 「アフターコロナで”損”をしない人事・労務管理」(30社)</p> <p>12月14日 「2022年の景気展望～アフターコロナの関西経済」(195.5社)</p> <p>1月18日 「2022年、売れる人になる 商売繁盛の4つの法則」(69社)</p> <p>1月24日 「リーダーが知っておきたいマインドフルネス」(41社)</p> <p>1月25日 「ビジネス系トップYouTuberがこっそり教える売上アップのためのYouTube活 用のコツと裏話」(73社)</p> <p>2月10日 「長時間労働やハラスメント…あなたの会社は大丈夫？ コンプライアンスセミ ナー」(33社)</p> <p>2月16日 「変わる税制、変える企業経営の在り方」(31社)</p> <p>2月24日 「社員が主体的に動く！組織づくりセミナー」(52.5社)</p> <p>2月24日 「2022年の世界経済見通し」(81社)</p>

		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>								
		②広域連携	大阪府外からの参加を強化するため、地域金融懇談会に参画する信用金庫等金融機関、大阪府下の各商工会議所の協力を得て広報したほか、大阪府商工関連ニュースでのメール配信、本所HPへの掲載、登録事業者へのメール配信、過去参加者へのメール配信など府内の事業者幅広く周知した。							
		④相談相乗	アンケートで参加中小企業者の経営課題を調査し、経営指導員につないだ。また、経営支援を実施している事業者に対しては本講演会の案内を行うなど、本事業と相談事業との相乗効果を図った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	2,350.0	総支援企業数(実績)	2,861.5	支援実績率	121.8%	満足率	94.8%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の約97%が「講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答しており、自社の経営課題解決に前向きな変化が見られた。								
		代表指標	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合							
		数値目標	90%	実績数値	96.8%	目標達成度	107.6%			
成果の代表事例	<p>(1)ビジネス講演会 V社「もっとじっくりお話を聞きたかったです。気づきが多々ありました」、S社「具体的なお話を伺うことができ、大変勉強になりました。早速、自社の経営に取り入れて実践していきたいと思えます」、D社「時代のトレンドがわかりました。それにより各世代の心理現象によりビジネスチャンスを見つけるきっかけになりました」、N社「世代による考え方の違いにびっくりしました。ここまで世代を意識したことがなかったです。商売や採用にも今日のお話を参考にさせていただきます」などの意見が寄せられ、経営改善や経営革新に前向きな意欲がみられた。</p> <p>(2)大商夕学講座 アンケートで「育休だけに留まらず、業務の属人化は、人事異動計画などの阻害要因と成り得る。あらためて考えさせられた」「今後、弊社として大きな課題となると思われます。今回の講演は非常に参考となりました」「普段接しない世界を見ることができました」などのコメントが寄せられた。</p> <p>(3)支部経済講演会 支部経済講演会では、D社「マーケティングについて新たな知識を得て、自社の課題を認識できた」、E社「総合商社のグローバルネットワークを活かした経済の見通しや大阪経済への影響について、この講演会の参加を契機に再認識でき、今後の経営方針については政治経済の情勢も踏まえて判断するようにしたい」、F社「講演会を通じてマインドフルネスを理解でき、部下指導のあり方などの職場改善につなげていきたい」などのアンケート回答があり、経営改善につなげる意欲を引き出すことができた。</p>									
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p>(1)ビジネス講演会 厳しい経営環境におかれている中小企業経営者に対し、企業経営に資する情報提供に努めた。毎回、多数の経営者を集めて開催した。参加者からのアンケートでは「本事業が大変役に立った、満足した」との声が大多数であった。引き続き中小企業経営者の経営に役立つタイムリーな情報を提供していく。</p> <p>(2)大商夕学講座 コロナ禍によって、時代の変化はますます激しくなっている。大阪府内の企業が変化の波に遅れず、一歩先をリードできるように、今注目されているビジネスに関するテーマ等の講演を通して、今後も経営を支援していく。コロナ禍でも受講してもらえるようオンライン配信も継続する。</p> <p>(3)支部経済講演会 中小企業経営者を中心とする参加者の関心事項や経営課題の第1位は「販路拡大・取引先拡大」であった。こうした小規模事業者や中小企業の関心が高いニーズや課題を考慮して講師の選定やテーマ設定を行う。</p>								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	540.0	支援企業数(実績)	632.5	支援実績率	117.1%	満足率	97.9%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<ビジネス講演会> 参加企業の約97%が「講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答しており、自社の経営課題解決に前向きな変化が見られた。							
		指標	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合						
数値目標	90%	実績数値	96.8%	目標達成度	107.6%				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	1,050.0	支援企業数(実績)	1,152.0	支援実績率	109.7%	満足率	94.8%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<大商夕学講座> 「早速、自社事業の具体的なアクションへつなげたい」「自社の経営力（事業推進力）向上に役立てたい」という回答を多数得たように、講演会で得た情報を用いて今後の経営に役立てる機会を与えることができた。							
		指標	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合						
数値目標	90%	実績数値	95.3%	目標達成度	105.9%				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	760.0	支援企業数(実績)	1,077.0	支援実績率	141.7%	満足率	93.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<支部経済講演会> アンケートで「経営改善に取り組む意欲、企業活性化のヒントになった」「知識が増え、経営力・事業推進力が向上した」と回答した事業者の割合は96.9%であった。							
		指標	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合						
数値目標	90%	実績数値	96.9%	目標達成度	107.7%				

大阪商工会議所

事業名		大阪勧業展							
想定する実施期間		2010 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業の今後のさらなる成長を促すために提携先開拓による新たな事業分野への進出や販路拡大が肝要となる。本展示商談会は、展示商談会への出展経験が少ない事業者を中心に、普段出会う機会のない他業種の企業との商談や情報交換をフェースツーフェースで行う機会を提供し、販路拡大や異業種間での交流を促すことで、地域経済の活性化に資する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業 (企業間取引などを希望することが前提のため、出展者は小売業などを除く)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※10月にマイドームおおさかで開催する計画であったが、同施設が大阪府の新型コロナウイルスワクチン大規模接種会場になったため、時期・会場を変更して開催した。</p> <p>大阪府内の中小企業等が一堂に会し、技術力や企画力のアピール、製品、商品、サービス等のPR、販路の開拓等を行う展示商談会（多業種型総合展示商談会）。出展業種は、金属、機械・器具・部品、化学・エネルギー、繊維、建設・建材、生活関連用品、環境・衛生、紙・印刷、情報・通信、サービス、各種団体など。</p> <p>4月中旬：府内の主催・共催商工会議所・商工会の本事業担当者、本事業の広域的開催につき意思疎通。</p> <p>4月下旬～6月下旬：出展者募集</p> <p>7月上旬：出展審査会（過去の商品事故情報、本勧業展の出展者としての適格性などを審査） 応募企業は、共催商工会議所・商工会が参加する出展審査会にて、出展に相応しい企業かどうか審査した。</p> <p>12月8・9日：大阪勧業展開催（会場：ATCホール）</p> <p>出展者数は323企業・団体、336ブースであった。来場者数は8,405名（前回5,994名）、商談件数は2,405件（前回2,363件）、名刺交換枚数は16,190枚（前回16,364枚）であった。（いずれも2日間合計。北陸3県特別コーナー・デザイン特別コーナーを含まず。府外などの支援対象外3社を含む。）</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
	②広域連携	大阪府内のすべての商工会議所・商工会が連携して実施。各商工会議所・商工会から出展に関心を持つ企業等へ直接働きかけたり、機関紙等へのチラシを挟み込むなど、協力して出展企業を募集した。来場案内については、各商工会議所・商工会から機関紙やホームページを使って広報するなど、大阪府内から広く来場者を集められるよう協力した。大阪府外から広域的に集客を促進するため、積極的に新聞折込や交通広告など各種広報媒体を活用した。							
	④相談相乗	本事業の出展者勧誘は、HPや出展募集チラシのDMなどに加え、地元商工会議所（大阪商工会議所の場合、支部）の経営指導員が行っている。後者においては、出展の勧誘がマル経融資ほか経営指導に結びつくケースがあった。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	300.0	総支援企業数(実績)	320.0	支援実績率	106.7%	満足率	74.4%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>開催後3か月時点で実施したフォローアップ調査によると、110社（全323出展者の34.1%）が合計256件（全2,405商談の10.6%。前は280件）の成約を果たし、その金額は合計で1億5,641万円（前は1億7,625万円）である。また、20.8%が「問合せ・来店・HP閲覧数が増えた」と回答しており、本事業が、出展企業の売上・販路の拡大に貢献している点がかうかがえる。</p> <p>なお、出展者の34.1%が「製造・販売の委託先を探すことができた」、28.8%が「材料仕入先・加工外注先を探すことができた」、39.1%が「他社の新製品・商品・技術・事業への取り組みを知ることができた」と回答するなど、売上や販路の拡大など所謂「売り案件」のみならず、付随的に「買い案件」の開拓や情報収集などの面でも、本事業が役に立っている点がかうかがえる。</p> <p>また、41.9%が「販路拡大イベントへの参加意欲が増した」、33.8%が「製品・商品・サービスを改良する意欲が増した」と回答するなど、出展企業の人材育成や士気向上にも寄与している点を確認できる。</p>							
	代表指標	商談件数							
	数値目標	2,600	実績数値	2,405	目標達成度	92.5%			
事業全体の実績／目標達成度	成果の代表事例	<p>◎合計成約金額の大きいものとして、S社が建設機械保守パーツ製作の成約2件で計約1,600万円。</p> <p>◎受注単価は低いものの成約件数が多い事例として、A社が服飾雑貨の販売などの成約8件で計約120万円。</p>							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	20,000	目標値(実績)	16,190	目標達成度	81.0%		
		名刺交換社数							

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	◎課題：来場者数の更なる増加、商談成約件数・商談成約金額の増加。 ◎対策：大阪府内の各商工会議所・商工会へ機関紙チラシ・DMなどのさらなる広報協力を依頼する。大阪府内の事業者の目に触れるような広報方法を引き続き検討・実施する。また、来場者にとって見やすい展示とするため、近しい出展内容の企業は固めて配置するように工夫する。一方で、出展者スペースと来場者通行スペースをカーペットで色分けし、境界を可視化する。
------	--	--

令和3年度（2021年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

大阪商工会議所

事業名		大手流通業等への販路開拓支援事業							
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中堅・中小・零細の製造業、卸売業が、大手流通業と商談を行う機会に限られている。本事業の実施により、多数の大手流通業のバイヤーと効率的に直接商談をし、かつ自社商品についての意見やアドバイスを聞くことができる機会を提供し、販路の拡大や自社の商品開発力の向上を支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大手流通業と取引を望む中堅・中小・零細の製造業、卸売業、および希少性の高い特産・銘産物の仕入を望む流通業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><第25回買いませ！売れ筋商品発掘市> 11月11日 会場：大阪府立体育会館 <売り手企業>全国40都道府県から479社729人名参加、うち支援企業数266社 <買い手企業>45社（百貨店7社、スーパー5社、通信販売11社、生活協同組合2組合、コンビニエンスストア1社、ホームセンター2社、専門店など8社、外食・ホテル3社、海外企業6社 <成果>商談件数3,489件。うち、商談継続・成約可能性あり件数775件</p> <p><ザ・ベストバイヤーズ、ザ・ライセンスフェア> ※（ ）内は支援企業数 <売り手企業>全国21都府県から280社参加、うち支援企業数218社 <開催状況> 6月2日 パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス(ドン・キホーテ) 編 (37) 6月10日 丸井(なんばマルイ)編 (42) 6月14日 大丸松坂屋百貨店編 (31) 6月25日 タツノコプロ編 (16) 7月1日 ロイヤルホームセンター編 (26) 7月15日 キリン堂編 (47) 7月16日 世界文化リテイリング編 (12) 7月21日 ポプラ編 (7) <成果>商談件数280件。うち、商談継続・成約可能性あり件数129件</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>							
		②広域連携	<ul style="list-style-type: none"> ・本所機関紙、大阪府下企業へのメルマガでの案内、各種セミナーでの案内状配布。 ・D-FAX、WEB-FAXシステム活用による大阪府下企業への案内。 ・「買いませ！売れ筋商品発掘市」等販路開拓事業に参加した企業へのDM送付。 ・在阪の各県事務所へのPR依頼。 ・全国の商工会議所、商工会への同事業のPR依頼。 						
		④相談相乗	相談支援先に商談会への参加を勧めることで、販路開拓支援のひとつとした。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	499.0	総支援企業数(実績)	484.0	支援実績率	97.0%	満足率	92.1%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	全国各地から延べ1,316社の参加申込みがあり、買い手企業による事前選考の結果などから1,009社が実際に商談に参加した。うち支援対象企業は484社。支援企業のうち446社(92.1%)が「満足・やや満足」と回答。38社(7.9%)が「やや不満・不満」と回答した。参加企業全体のアンケートでは、「事業に役立った」と回答した企業は644社(86.6%)あった。一方、バイヤーは全参加バイヤーのうち、91.7%が「満足・やや満足」と回答した。							
		代表指標	全商談件数(大阪府外企業も含む)						
		数値目標	5,100	実績数値	3,769	目標達成度	73.9%		
成果の代表事例	各商談会開催当日の商談総数3769件のうち904件が商談継続・成約の可能性ありとの回答を得ることができ、総商談数の23.9%が今後の販路開拓につながる可能性があった。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	引き続き販路拡大を目指す大阪府内の売り手企業にとって魅力的な流通業バイヤーを招請する。また、アンケート等の結果に応じて、流通業以外にも商談希望が強い買い手企業(宿泊・サービス等)があれば、仕入れ担当者を招いての商談会を行う。また、関西・食・輸出事業共同組合、o-bic等との連携を密にし、年々需要の高まる海外バイヤー(企業)を引き続き招聘する。また、各企業からのバイヤーについてはできる限り参加バイヤー人数の確保・仕入方針や仕入れ商材を具体的に明らかにするよう協力を仰ぎ、商談の質の向上に努める。							

大阪商工会議所

事業名		小規模事業再生サポートセンター事業							
想定する実施期間		2010 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府内全域を対象に、特に小規模事業者の資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営の安定化、清算などに特化したサポート事業を展開することで、小規模事業者の事業再生を促し、大阪府内の廃業率の改善に資することをめざす。事業の実施にあたっては、案件内容に応じて「大阪府中小企業再生支援協議会」とも連携を行う。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内小規模事業者（約12万事業者）のうち、およそ3分の1にあたる約4万事業者がその潜在的支援事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	大阪商工会議所経営相談室内に「小規模事業再生サポートセンター（経営安定特別相談（平日）ならびに金融相談（火・木曜日）」を開設。大阪府内の小規模事業者を対象に資金繰りや借入金の返済条件の見直し、金融機関との折衝方法などの支援を行った。また、税理士や弁護士などの専門家を活用し、危機回避・整理に向けた支援も実施した。 新規の相談は146事業者、前年度からの継続相談は44事業者、計190事業者に対し支援を行い、相談回数は600回（経営安定特別相談220回、金融相談380回）であった。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
	②広域連携	ウェブサイト、大商ニュースへの記事掲載と案内リーフレット封入、メルマガ等により周知活動を実施した。また、各種事業で案内リーフレットを配布したり大阪府、日本政策金融公庫の府内各支店にリーフレットを設置するなどして周知に努め、結果、大阪市外からの事業者の利用は約17%を占める。							
	④相談相乗	融資、金融機関との折衝などの相談内容については、金融相談で対応し、資金繰り難や事業再生については、経営安定特別相談で対応するなど、相乗効果を図った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	185.0	総支援企業数(実績)	190.0	支援実績率	102.7%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	経営安定特別相談の結果、危機を回避したと判断した案件は4件（融資決定1件、その他3件）、経営安定特別相談及び金融相談で助言支援をもとに相談事業者が金融機関や関係者と交渉を行ったり、改善策を実施した結果、資金繰りの改善へ向かった案件（危機回避案件を除く）は24件（融資決定19件、条件変更等1件、助成金・公的支援活用等4件）で、計28件の改善実績があった。相談の中で事業を中止せざるを得ない事業者1件については、破産・整理への方向性を示した。							
		代表指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」						
		数値目標	20	実績数値	28	目標達成度	140.0%		
成果の代表事例	危機回避の事例① フランス産の無添加ワインを取り扱うショップを開店した事業者A社 2017年にバーの営業を開始。コロナの影響で売上が減少。家呑みが増えたことを鑑み、ワインショップを開店することを検討。資金繰りを考える前に、バーにほど近い店舗を賃貸借契約。そこで公庫で店舗改装を含んだ資金の借入申込をしたが、既に借入残高があること、改装資金が過大ということもあり、借入を断られた。困った代表者が本所に相談。本センターで①店舗計画書を見直し借入申込金額を大幅に減少すること、②今回改装できないものは国の補助金等を利用し後日設備投資を行うこと、③借入申込先を保証協会に変更し、信用金庫に口座をつくることをアドバイスした。その後、信用金庫を通じて保証協会から借入できた。8月末にはワインショップを開店。また事業再構築補助金の緊急事態宣言特別枠が採択された。その結果、運転資金に余裕ができ、ワインの品揃えが充実。顧客にも好評で順調に来店数を伸ばした。								
	危機回避の事例② 創業30年以上の婦人服製造卸業者B社 コロナの影響で売上が大幅に減少した70代の代表者は、リスク中で、後継ぎがないこともあり、金融機関で個人のフリーローンを借りようとしたが年齢で借り換えができず公庫で借り換えができないかと相談に来られる。①2口ある日本政策金融公庫の借入を「おまとめ融資」で1口にまとめる。②企業再建計画書を作成し、役員報酬をいくりに減額するのか、黒字転換への努力を具体的な数字で表すように指導した。その結果、希望金額どおりで借り換えでき事業継続ができた。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	2021年度は相談件数は減少。2020年度の件数と比較すると、総相談回数は、前年同期比35%減。経営安定特別相談では、経営不振に陥った理由として、新型コロナウイルス感染拡大によるものが減少し、「既住のしわ寄せ」がトップとなった。これらの背景には、無担保無利子の借入金、各種補助金、各種支援金、助成金が、企業の資金繰りを下支えしている状況がある。このため、破産・整理の件数は1件で留まった。無担保無利子のコロナ対策融資を利用した企業の約6割が据置期間を1年としており、返済開始が始まると同時にリスクを要請する企業が出てきている。また業績不振が長期化し、過剰債務の問題も浮上している。息切れ破たんや事業継続をあきらめて法的整理を選択する事業者なども出てくると見込まれ、今後も「大阪府中小企業活性化協議会」と連携し対応していく。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	130.0	支援企業数(実績)	146.0	支援実績率	112.3%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<新規支援企業> 「倒産回避および経営の安定化」と「止むを得ない場合の円滑な整理」を2本柱としつつ、事業者の「資金繰り改善」および「危機回避」を実現した。							
		指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」（②と合算）						
数値目標	20	実績数値	28	目標達成度	140.0%				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55.0	支援企業数(実績)	44.0	支援実績率	80.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<前年度からの継続支援企業> 「倒産回避および経営の安定化」と「止むを得ない場合の円滑な整理」を2本柱としつつ、事業者の「資金繰り改善」および「危機回避」を実現した。							
		指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」（①と合算）						
数値目標	20	実績数値	28	目標達成度	140.0%				

大阪商工会議所

事業名		新しい生活様式に適応した商店街集客支援事業							
想定する実施期間		2021 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	対面販売を基本とする商店街は、新型コロナウイルスの感染拡大によるインバウンド客の消滅、外出自粛などの影響を多分に受け、売上減少や店舗閉鎖が続くなど、大きな打撃を受けている。新型コロナウイルスの感染が収束しても将来的な集客不安を抱えている。そこで、商店街が新しい生活様式に適応しながら顧客を維持・獲得し、活性化できるよう、販売促進の勉強会や情報発信の強化、大阪・関西万博への機運醸成を活用した誘客事業などを支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の商店街、商店街振興組合、商店会、専門店の集まった商業施設（地下街など）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(1)大阪府下の商店街団体を対象に「100円商店街」を中心とした商店街加盟店舗の販路開拓につながる事業の実施ノウハウについて情報提供するとともに、プレスリリースやSNSを活用した広報支援を行った（4商店街が年間8回「100円商店街」を実施）。また、商店街独自で実施する事業については、必要に応じてSNSなどでの広報支援を行うほか、プレスリリースの作成・配布を支援した。</p> <p>(2)①東淀川区の2商店街を対象に、8月から準備。事務局機能育成と広報強化などを中心に、1年通じての継続支援を行った。具体的には、前年の振り返りを経て、開催概要の決定、新たな参加店の募集、研修会及び実行委員会等の会議開催、新形式のちらしなど作成配布、まちゼミウェブサイトのリニューアル、「第4回東淀川まちゼミ」13講座の11月1か月間での実施。12月の結果検証会を経て次年度5回目開催を決めた。②淀川区の3商店街を対象に、6月から準備。各商店街の集客力向上施策、IT活用について、1年間の継続支援を行った。具体的には、各商店街ともに関心のある商店街HPの運用方法、インスタグラムの運用について専門家を招き、11月1日、商店街事務所にて「商店街ホームページ・インスタグラム勉強会」を開催。勉強会には各商店街の理事だけでなく、個店も参加した。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		②広域連携	大阪府内商工会議所・商工会に対して、適宜SNSなどを通じて情報提供を行った。						
		④相談相乗	商店街の各個店に経営支援事業の利用勧奨を行うとともに、指導先に本事業への参加を奨励した。融資や事業計画の策定、セミナー等への参加にもつながっている。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	7.0	総支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	128.6%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>(1)100円商店街開催にあたってプレスリリースやSNSでの広報支援を行い、コロナ禍の中3密を回避しながら開催を行った商店街では、例年同様多くの来客があった。</p> <p>(2)まちゼミ実行委員会を立ち上げ、まちゼミを実施することができ、次年度継続開催に向けて反省会での情報共有などもできた。また、ITコーディネーターによる「商店街HP・インスタグラム勉強会」を通じて、HPにかわるソーシャルメディアとしてインスタグラムの活用を図ることとなった。</p>							
		代表指標	アンケートで、当事業の実施により「情報発信に役立った」「誘客・集客につながった」「顧客との会話が増えた」のいずれかを回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
実施結果	成果の代表事例	<p>(1)100円商店街を行うことで個店・商店街同士の交流が生まれている。また、100円商店街を行うことで「顧客との会話が増えた」と回答した商店街が多くある。</p> <p>(2)まちゼミA店では、講座参加をきっかけに若年層の固定客を複数獲得できた。新たな店主が参加、講座開催したことで、商店会内での情報交換が行われ、交流が深まった。商店街HP作成ではなく、商店街Instagram作成に変更するかどうかを検討を開始した。</p>							
	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>(1)100円商店街は賑わい創出には貢献しているものの、マンネリ化を課題にあげる商店街もあるので、必要に応じて専門家を派遣し、具体的なノウハウを提供する。また、他の商店街の開催事例なども共有する。感染予防策を講じながら100円商店街を開催する手法について、引き続き検討を行う。さらに、効果的なイベント広報手段について、必要に応じて専門家を派遣し、具体的なノウハウを提供する。</p> <p>(2)東淀川区では、開催4回目まで各店主も慣れてきており、受講者が増え、後の顧客見込みができるなど成果が出始めている。しかし、事務作業や区役所との連携作業に不安があり、次回開催には完全自主開催は難しい。ただ今後の継続開催のためには、事務作業を含めた自主運営が必要となる。淀川区では3商店街で行うことで、お互いにフォローし合いながら事業を進める事ができている。ただ、どの商店街も店主の高齢化に伴い運営への参加者が年々減少しており、早いタイミングでIT化による効率的な運用方法の確立が必須となっている。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	200.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<「100円商店街」を中心とした集客支援> 大阪市内の100円商店街参加商店街は4商店街でのべ8回。プレスリリースやSNSでの広報支援を行い、コロナ禍の中3密を回避しながら開催を行った商店街では、例年同様多くの来客があった。								
		指標	アンケートで、当事業の実施により「情報発信に役立った」「誘客・集客につながった」「顧客との会話が増えた」のいずれかを回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	5.0	支援企業数(実績)	5.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<「まちゼミ」や情報発信強化を中心とした集客支援> ○まちゼミ関連では、まちゼミ実行委員会を立ち上げ、まちゼミを実施することができた。次年度の5回目の継続開催に向け反省会での情報共有などもでき、5月には次回の実行委員会が始動する。商店街での役割分担なども行い始めている。 ○淀川3商店街支援においては、ITコーディネーターによる「商店街HP・Instagram勉強会」を開催することができた。勉強会を通して、Instagramの有効性を認識。HPを代替する活用方法として、HPよりも簡単で、多くの個店に参加頂けるツールとして認識できた。次年度はInstagramの利用方法をスクール形式で行ってほしいとの要望がある。								
		指標	アンケートで、当事業の実施により「情報発信に役立った」「誘客・集客につながった」「顧客との会話が増えた」のいずれかを回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			

大阪商工会議所

事業名		販路・取引先開拓マッチング事業							
想定する実施期間		2011年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	今般のコロナ禍においては、顧客の消費行動が変化し、既存のマーケットが縮小する中で、業態を超える再編、ビジネスモデルの変革、素材や製造、販売方法の見直しなどを行わないと生き残れない状況である。このような状況下では、中小企業・小規模事業者は、新たな取引先・仕入先の確保、販路開拓に活路を求めている。そのための情報やヒントを探す事業者に対し、「ビジネスモール」など、本商工会議所が持つさまざまなツールや情報を駆使して適宜情報提供するとともに、専門相談の「営業・マーケティング相談」などとも連携しながら、販路開拓に関するアドバイスを行うことで、その商取引の促進と経営基盤の強化を支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>新規の販路・取引先開拓や仕入先の取引照会を希望する中小企業・小規模事業者に対し、本商工会議所が持つ様々なツールや情報に基づいて対応した。具体的には、取引先情報、業界団体や関係機関を適切に紹介するとともに、マーケティング手法の活用を通じたBtoBのビジネスマッチングのアドバイスを行った。また、本商工会議所が保有する企業データや、ビジネスモール・商談モールなどといった事業者検索ツールなどをフルに活用し、販路・取引先開拓・仕入先照会を希望する事業者のニーズに応じて検索・照会を行い、BtoBのビジネスマッチングを進めた。さらに、営業・マーケティングの相談窓口及び金融機関や各地商工会議所などの支援機関との連携をより一層緊密化するなど、事業者単体では持ちえない、商工会議所ならではの広範なチャンネルを駆使して、販路や仕入先探しに努めた。</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>							
		②広域連携	金融機関の大阪府内店舗でのパンフレットの配布、大商ニュースへの同梱を行い、大阪府内の事業者に広く配布した。また、本所のHPへの掲載、メール配信を行った。利用企業208社のうち、31社が大阪府内(大阪府外)の事業者の参加であった。						
		④相談相乗	必要に応じて、専門相談や専門家派遣につなぐなど、相談事業との相乗効果を図った。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	200.0	総支援企業数(実績)	206.0	支援実績率	103.0%	満足率	99.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	目標支援企業数200社に対し208社を支援し、指標の目標件数90社に対し95社に具体的な取引先を紹介した。仕入先、外注先の紹介を希望する支援企業に対しては取引先を紹介するだけでなく、企業の探し方や「ビジネスモール」の具体的な活用方法をアドバイスし、自力で取引先を探ることができるよう支援に努めた。また、販路開拓の進め方が分からない支援企業に対しては、専門相談、専門家派遣により、専門家から営業ノウハウや具体的な営業の仕方などに関するアドバイスを行うなど、相談者のニーズを汲み取り、満足度をあげるよう努めた。							
		代表指標	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数						
		数値目標	90	実績数値	95	目標達成度	105.6%		
成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> ・個人事業主A氏は新規事業に取り組むにあたり、環境に配慮した素材の仕入れや協力者を探しており、大手メーカーを紹介したところ、2社から協力の申し出を受けた。以後、その事業を進めるにあたり専門相談「ものづくり・技術」や「税務」などを活用し、課題解決を図った。 ・鞆・バッグの小売店B社からは、従来の仕入先の倒産が相次いでいるため、新たな仕入先紹介の依頼があり、数社を紹介したところ、商談成立となった。 ・C社に対しては、ステンレス加工等行う事業者8社を紹介したところ、その中の1社に仕事を発注し、順調に作業が進み、C社の顧客にも喜ばれた。 								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	販路拡大を切望する中小企業や小規模事業者、特にコロナ禍で苦境にある事業者からの営業活動についての相談は、自社の強みや弱みの把握が不足していたり、ターゲットを絞れず効率的な営業活動ができていない場合が多い。これら事業者に対し、専門性知識を有した専門家から各社の実情にあった効果的な販路開拓方法や営業方法などのスキルを身に付けていただけるよう機動的な支援を実施した。今後、同じ悩みを持つ中小企業同士のつながりが弱い部分を補完できるような企業間交流ができるプラットフォーム事業を提供していくことが必要である。							

令和3年度（2021年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

大阪商工会議所

事業名		町工場ネットワークの拡充・強化事業							
想定する実施期間		2012 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	機械・金属加工関連の中小企業・小規模事業者（町工場）は事業主の高齢化や後継者不足などによって廃業が相次ぎ、地域として一気通貫で加工を請け負う能力が低下している。また、今般の新型コロナウイルス感染拡大によってサプライチェーンの混乱や売上減少などによって苦境に立たされている事業所も多い。については、町工場同士の新たな連携を促進するとともに、試作品・新製品の開発、技能者育成や事業継続、取引拡大などを支援し、大阪の町工場の活性化を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の機械・金属加工関連の中小企業・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数</p> <p>(1)経営課題に資する情報の提供（人材育成型：23社） 10月29日「ものづくり企業セミナー～LINEではじめるDX入門」（10社） 1月25日：「大正・港ものづくりイブニングセミナー 大阪のものづくりの未来を考えるシンポジウム」（13社）</p> <p>(2)経営課題を軸とした情報提供と相互交流（人材交流型） ①大阪テクノマスターによる勉強会&交流会（58社） 6月8日（11社）、9月15日（20社）、11月24日（16社）、2月16日（11社） ②ものづくり加エネットワーク強化交流会（18社） 3月16日「安全・安心、いきいき働ける現場づくり」</p> <p>(3)取引拡大の支援（販路開拓型） ①ものづくり加エネットワーク強化交流会（62社） 11月18日（26社）、2月9日（14社）、3月24日（22社） ②ものづくり企業・技術製品紹介動画（12社） ウェブサイトでの公開やDVDでの配布ができるようPR動画の制作を支援 ③大阪・東京ものづくり加工商談会2021（59社） 12月2、3日に発注側である東京圏の企業と受注側である大阪府内の企業が個別商談を実施</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		②広域連携	本商工会議所のメールマガジンなどでの開催告知や日本金融公庫や大阪府中小企業家同友会などとの連携により大阪府内の企業の参加を募った。大阪・東京ものづくり加工商談会については、大阪府ものづくり支援課と共催し、MOBIOや大阪信用金庫の協力を得て大阪府内ものづくり企業の参加を募集した。						
	④相談相乗	販路開拓だけではなく、資金調達、人材育成、生産性の向上、BCPなどについて関心のある事業者もいることから毎回経営指導員が対応する相談窓口を設置。各社の状況に応じた情報提供、支援を実施した。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	173.0	総支援企業数(実績)	232.0	支援実績率	134.1%	満足率	99.6%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	地域のものづくり企業の取り組みをより深く知ってもらえ、ものづくり企業の役割、今後の発展の方向性や課題について理解を深めることができた。							
		代表指標	事業が今後の事業活動、企業経営に役立つと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	成果の代表事例	<p>「ものづくり加エネットワーク強化交流会」において、幅広い取引先を持つ企業間での詳細な面談の結果、加工先候補が見つかった事例があった。また、参加者の主な感想（成果）は次の通り。</p> <p>○これまで技術的に解決できなかった工程について相談できた。新規事業のヒント、工程改善につながられる。</p> <p>○それぞれの企業の悩みをシェアできた。</p> <p>○分野横断的な話ができた。</p> <p>○先々コラボできる可能性を感じた。</p> <p>○各社の考え方・仕事のあり方を共有できた。</p> <p>○（3月16日の）講義では具体的事例が多く、難しい問題もわかりやすく教えていただき、自社の課題解決のヒントが得られた。課題洗い出しの手法としてブレインストーミングを知ることができて良かった。現在社内改革を進めており、改革委員会で早速この手法を利用し、社内課題をあぶりだしていきたい。</p>							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>○「ものづくり加エネットワーク強化交流会」については、新型コロナウイルス感染再拡大の影響を受けながらも、徹底した感染予防対策を行って集合形式で実施することができ、参加者から多くの感謝の言葉を受けた。しかしながら、もう少し参加者が多ければという声も聞かれたため、次回開催時は、実施のタイミングおよび広報を考慮し、引き続き満足度の高い交流会実施に努める。</p> <p>○「ものづくり加工商談会」については、2年続けて東京圏の企業との商談機会を提供した。次年度は新たな地域の企業との商談を設定し、大阪の中小ものづくり企業の受注拡大を支援する。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	115.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<経営課題に資する情報の提供> 地域のものづくり企業の取組をより深く知っていただき、ものづくり企業の役割、今後の発展の方向性や課題について理解を深めることができた。普段身近に利用しているLINEが事業でも活用できることが実感させ活用意欲を高めた。							
		指標	事業が今後の事業活動、企業経営に役立つと回答した割合						
数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	58.0	支援実績率	290.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<経営課題を軸とした情報提供と相互交流：大阪テクノマスターによる勉強会&交流会> 同業企業間で情報交換を進め、ものづくり企業の取引拡大、地域活性化へ参画する基礎を構築できた。							
		指標	事業が今後の人脈拡大、取引先の増加に役立つと回答した割合						
数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	18.0	支援実績率	72.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<経営課題を軸とした情報提供と相互交流：ものづくり加工ネットワーク強化交流会> 今後IT化を進めることが企業存続に欠かせない要素となることが予想されるが、それを進める上でまず大切なことは、限りある経営資源をどこに集中しデジタル化を進めるかの検討を十分に行うこと。そのための課題抽出方法や解決手法を自社で行えるよう今回の講義とグループワークとで自社に持ち帰ってもらった。							
		指標	事業が他企業との交流に役立ったと回答した割合						
数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%				
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	70.0	支援企業数(実績)	62.0	支援実績率	88.6%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<取引拡大の支援：ものづくり加工ネットワーク強化交流会> 近隣企業間の加工ネットワークを拡充して競争力を強化すべく、取引先候補の企業と接点を持つことができた。							
		指標	事業が今後の事業活動、企業経営に役立ったと回答した割合						
数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%				
実績／達成度⑤	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	150.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<取引拡大の支援：ものづくり企業・技術製品紹介動画> 自社ウェブサイトへのアップやDVDでの配布など、非対面での販売促進活動に活用できる。あわせて、ホームページメニューの多様化が必要なことを理解してもらった。							
		指標	事業が販路開拓・新規取引先拡大に役立つと回答した割合						
数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%				
実績／達成度⑥	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	59.0	支援実績率	196.7%	満足率	98.3%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<取引拡大の支援：大阪・東京ものづくり加工商談会2021> 大阪府内ものづくり中小企業の取引拡大を支援。発注側の東京圏17社と受注側の大阪府内企業がのべ200件の商談を行い、うち105件が商談を継続することとなった。							
		指標	商談件数						
数値目標	50	実績数値	200	目標達成度	400.0%				

大阪商工会議所

事業名		生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業
想定する実施期間		2020 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者における生産性向上で最も効果的なのがIT導入である。昨今、多種多様なクラウドサービスが充実してきたが、自社に適したメニューを選んだり、導入効果を見極めるのは難しい。また、スマートフォンとキャッシュレス決済の普及により、商品の購入場所や支払方法などの消費スタイルが多様化しているが、その変化にともなってITを活用した新サービスを導入し、販路開拓に取り組んでいる小売・サービス業の中小企業・小規模事業者は少ない。加えて、新型コロナウイルス感染拡大で、中小企業・小規模事業者においては、在宅勤務や新しい販売方法等様々な変化への対応が課題となっている。そこで、中小企業・小規模事業者が導入しやすいツール・システムに関する情報を提供し、具体的な導入や利活用を支援する。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	①既に何らかのIT投資をしているものの、社内に情報系の専門人材がおらず、システム更新やのりかえにあたって費用対効果がわかりにくい中小企業。または、事業承継のタイミングで経営を高度化させたいと考えている中小企業など ②消費者に商品・サービスを販売・提供している中小企業・小規模事業者、商店街
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※()内は支援企業数 (1)生産性向上IT導入支援フォーラム ＜人材育成型＞(114社) 第1回：9月1日(オンライン)(26.5社) 講演「中小企業におけるIT導入の進め方」、ITツール サービス紹介 第2回：10月28日(会場・オンライン同時開催)(29社) 講演「商売が長くつづくための、ただしDXの進め方」、ITツール サービス紹介 第3回：11月29日(オンライン開催)(43社) ITツール サービス紹介 第4回：2月16日(オンライン開催)(15.5社) 講演「中小企業のデジタル化推進について」、ITツール サービス紹介 ＜人材交流型＞ITツール導入に向けた個別相談(10社) 第1回：9月1日～10月8日(1社) 第2回：10月28日～11月9日(5社) 第3回：12月10日～23日(2社) 第4回：3月8日、17日(2社) (2)販路開拓などのためのIT利活用セミナー・相談会 ＜人材育成型＞(59社) 7月19日「クラウドソーシング活用のためのセミナー」(14社) 10月4日「キャッシュレス決済導入のためのセミナー」(10.5社) 12月6日「AI画像認識で変わる！流通・小売業界」(19社) 3月10日「「出社しなくてもいい会社」を作る！ ～コロナ後の働き方に合わせたITツールとは～」(15.5社) ＜人材交流型＞(13社) 7月19日「クラウドソーシング活用のための相談会」(4社) 10月4日「キャッシュレス決済導入のための相談会」(6社) 12月6日「AI画像認識で変わる！流通・小売業界 相談会」(1社) 3月16日「はじめてのICT活用お悩み相談会」(2社) ＜事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載＞
		②広域連携 商工会議所の取引開拓支援サイト「ザ・ビジネスモール」や、商工会議所、大阪府、大阪産業創造館などが発信するメールマガジンなどを通じて大阪府内事業者の参加を募った。 ④相談相乗 経営相談支援先の事業者当該事業の参加を勧めるとともに、当該事業の参加事業者が別途経営上の課題に当面している場合には適宜経営相談支援につないだ。

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	217.0	総支援企業数(実績)	196.0	支援実績率	90.3%	満足率	92.1%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の約87%が、本セミナーを通じて「IT導入の必要性の認識は高まった」と回答しており、大阪府内の中小企業に対し、生産性向上や販路開拓などに向けてITが有用であることの認識を深める機会を提供できた。							
	代表指標	(1)生産性向上IT導入支援フォーラム 「各種ITサービスの内容が理解できた」もしくは「IT導入が今後の経営合理化に役立つ」と回答した割合							
	数値目標	75%	実績数値	86.8%	目標達成度	115.7%			
	成果の代表事例	<p>(1)生産性向上IT導入支援フォーラム ソフトウェア業のB社は、紹介した勤怠管理システムに関心を示し、個別相談に進んだほか、IT導入補助金やものづくり補助金を使った設備投資に関心を示し、大阪商工会議所が展開するIT関連の無料の経営相談への意欲を示した。</p> <p>(2)販路開拓などのためのIT利活用セミナー・相談会 セミナー参加者へのアンケートでは、「ICTサービスについて役立つ情報を得ることができた」「関心を持ったので、もっと情報を集めたい」などのコメントがあり、導入を促進することができた。また、相談対応したICTサービス提供企業と参加者が継続して調整を続けるなど、具体的な展開に結び付いた。</p>							
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p>(1)生産性向上IT導入支援フォーラム コロナ感染拡大の影響で、オンラインを中心とした情報提供となった。全4回のセミナーともに、IT導入の必要性の認識、紹介したサービスへの理解度、IT導入の有用性の各項目について、高い評価を得ることができた一方で、個別のITツールにご関心いただいた方の割合はいずれも高くなかった。オンラインセミナーでは、講師からの一方通行になってしまうため、基調講演などであれば満足いただけるが、サービス紹介となると成果につながりにくい。次年度は、当初2020年度の事業計画時に予定していた、集合形式でのセミナー・交流会・相談会を復活させ、個別のきめ細やかな相談につなげる。</p> <p>(2)販路開拓などのためのIT利活用セミナー・相談会 1日に1～複数社の情報が得られるセミナー形式が好評であったため、今後も同様の形式を用いて時宜に合った情報提供に努める。さらに、担当者に直接質問できる個別相談の手法も好評だったため、今後も継続して相談・マッチングの場を設ける。ただし、相談会に関しては参加者人数が伸び悩んだことから開催内容や相談対応企業の選定について再度検討する。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100.0	支援企業数(実績)	114.0	支援実績率	114.0%	満足率	93.7%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<生産性向上IT導入支援フォーラム：人材育成型> 参加企業の約87%が、本セミナーを通じて「IT導入の必要性の認識は高まった」と回答しており、大阪府内の中小企業に対し、生産性向上や販路開拓などに向けてITが有用であることの認識を深める機会を提供できた。							
		指標	「各種ITサービスの内容が理解できた」もしくは「IT導入が今後の経営合理化に役立つ」と回答した割合						
数値目標	75%	実績数値	86.8%	目標達成度	115.7%				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	83.3%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<生産性向上IT導入支援フォーラム：人材交流型> 参加企業の90%が、個別相談を通じ、IT導入の必要性の認識が高まった、サービスへの理解が深まったと回答しており、大阪府内の中小企業者に対し生産性向上の必要性と具体的な進め方について理解させることができた。							
		指標	「各種ITサービスの内容が理解できた」もしくは「IT導入が今後の経営合理化に役立つ」と回答した割合						
数値目標	75%	実績数値	90.0%	目標達成度	120.0%				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	70.0	支援企業数(実績)	59.0	支援実績率	84.3%	満足率	89.3%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<販路開拓などのためのIT利活用セミナー> ICTサービスの動向について理解できた、あるいは今後の販路開拓に役立つと回答した参加者は82.3%で、ICTサービス導入に対する意欲を高めることができた。							
		指標	「ICTを活用した新サービスの動向について理解できた」もしくは「今後の販路開拓に役立つことができる」と回答した割合						
数値目標	75%	実績数値	83.9%	目標達成度	111.9%				
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	35.0	支援企業数(実績)	13.0	支援実績率	37.1%	満足率	84.6%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<販路開拓などのためのIT利活用相談会> ICTサービス提供企業との相談・マッチングの場を作ることで、支援企業はICTサービスの導入に向けて具体的な行動を起こすことができた。							
		指標	「ICTを活用した新サービスの動向について理解できた」もしくは「今後の販路開拓に役立つことができる」と回答した割合						
数値目標	75%	実績数値	76.9%	目標達成度	102.5%				

大阪商工会議所

事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム							
想定する実施期間		2010 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪の繊維業界はOEM生産を中心とする企業が多く、自社ブランドの育成のほか、競争力のある新たなビジネスモデルを構築することが必要である。このため、新たな社会課題の解決など、今後需要が見込まれる分野への製品開発やビジネスモデルの創出、企業間連携のきっかけとなる場を定期的に提供し、繊維関連企業全体の競争力強化につなげる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	○ファッション・アパレル関連業界団体、業界団体の傘下企業をはじめとするファッションクリエイターやアパレルメーカー、その関連企業（素材メーカー、バッグなどの小物関連、美容関連など） ○ファッション関連企業との連携を求める企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型> 支援企業数：122社 7月14日（オンライン配信）第7回例会「テクノロジーでファッションの未来をデザインする」 支援企業数：41.5社 11月30日 第8回例会「これからのサステナブル経営・SDGsへの取り組み」 支援企業数：48社 3月3日（オンライン配信）第9回例会「顧客とのデジタルコミュニケーションが自社EC成功の鍵～最新アパレルEC事例から見る自社EC成功へのロードマップ～」 支援企業数：32.5社</p> <p><人材交流型> 支援企業数：64社 8月20日 プレゼン&交流会「サステナブルな繊維素材」 支援企業数：34社 10月6日 プレゼン&交流会「DX×ファッションでできること」 支援企業数：30社</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <p>②広域 協同組合関西ファッション連合に組合員への周知を依頼するなど、業界団体と連携して事業を実施した。</p>							
	事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	180	総支援企業数(実績)	186.0	支援実績率	103.3%	満足率
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍での繊維業界の現状や、企業のサステナブルな取り組みについての情報を得ることができた。ある参加者からは「サステナブルな産業であるために、多くの課題を見出すことができた」との回答を得た。 ・本事業を通じて、組合の団体名や企業が業界関係者を中心に広くPRされた。 							
	代表指標	得られた情報を事業拡大や新しいビジネスの開発に活かしたいと回答した割合							
	数値目標	70%	実績数値	91.0%	目標達成度	130.0%			
	成果の代表事例	A社は10月のプレゼン&交流会の参加後「ビジネスの発想が広がった」と回答した。また、B社は7月の例会に参加し、「日本には判らない海外動向を知る良い機会となった」と回答した。							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	例会参加者からは、今後の業務に役立つ情報を得たという声が多数寄せられており、引き続きSDGsやDXなど関心が高いテーマについて、情報提供や参加者同士の交流の場を設ける。各種事業について、より多くの繊維関連企業に参加してもらうために業界団体を通じて案内するほか、事業開催時期を調整する等連携を図る。例会・プレゼン&交流会に限らず、一層業界内外の企業連携を促進する事業を実施する。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	130	支援企業数(実績)	122.0	支援実績率	93.8%	満足率	98.2%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><人材育成型> 例会では参加した繊維・ファッション企業に業界の最新情報や今後を認識してもらうことができた。ある参加者からは「新世代のビジネスや開発を知ることができた。得た情報を今後に活かしたい」との回答を得た。</p>								
		指標	得られた情報を事業拡大や新しいビジネスの開発に活かしたいと回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	90%	目標達成度	128.4%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	64.0	支援実績率	128.0%	満足率	95.3%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><人材交流型> プレゼン&交流会では参加者・講師と実際の製品を交えながらの交流を通して、新たな協業の可能性を模索することができた。ある参加者からは「個人事業主で服飾雑貨を製造販売しているの、幅広く生地を探せるプラットフォームを知れて良かった」との回答を得た。</p>								
		指標	プレゼン・交流を通じて今後の事業運営のヒントが得られたと回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	83%	目標達成度	118.6%			

大阪商工会議所

事業名		中小ものづくり企業の生産性向上支援事業							
想定する実施期間		2020 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小ものづくり企業においては、人手不足や働き方改革、取引形態の多様化などの課題に当らし、「生産性向上」や「業務プロセスの見直し」に向けての取り組みを急いでいる。これら企業は、大手に比べて製造現場における改革が遅れており、「現場改善」に向けての取り組みが十分とは言えない状況にある。については、改善活動の具体的な進め方や原理・原則に基づいた正しい改善技法を習得してもらうことで、生産性を向上させること支援する。加えて、安価なハードやソフトの投資でITを利活用する方策や組織運営、人事戦略の再構築などを学び、生産性の向上に役立ててもらう。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小製造業者（機械・金属加工をはじめ、幅広い製品分野）など							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①改善技術習得のための交流事業（人材交流型：74社） 7月28日「オンラインで学ぶ現場改善の基礎」（18社） 10月12日「基礎から学ぶ現場改善」（44社） 12月6日「実践 現場改善演習セミナー」（12社） ②生産性向上のためのセミナー（人材育成型：125社） 7月15日「生産性向上を促進する人事評価制度の作り方の開催について」（35社） 10月5日「人流の見える化で伸びる生産性」（54.5社） 11月9日「オフィス業務のペーパーレス化・自動化の進め方」（35.5社） <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
	②広域連携	○東淀川、淀川、西淀川の3工業会・工業協会と連携し、周知・広報を依頼した。 ○商工会議所の広報ツール（メール・DMなど）で大阪府内の製造業に参加を募った。 ○大阪工業大学と共催を得て大阪府内に広く案内した。							
	④相談相乗	○経営相談支援先へ参加勧奨を行った。 ○事業実施後のアンケートにおいて経営課題の把握を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	160.0	総支援企業数(実績)	199.0	支援実績率	124.4%	満足率	93.8%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	中小製造業の多くが、生産性向上のための改善活動に取り組んでいるが、思うように成果が上がらず、現場の至るところにムダや課題を抱えている。今回交流事業に参加することで、改善技術習得のための基本スキルについて概ね理解してもらえた。現場で起こる異常やトラブルは日頃から改善活動が実施していれば、問題発生の原因を特定しやすく、トラブルの未然防止につながることに気づいてもらった。							
	代表指標	アンケートで「今後のモノづくりや企業経営に活用する」または「生産性向上などへの取り組みにつなげる」と回答した割合							
	数値目標	70%	実績数値	97.2%	目標達成度	138.9%			
成果の代表事例	参加者の主な感想は次の通り。 ○工場を含め社内全体でIT化を進めているが、今回のセミナーに参加したことで、IT化の前に取り組むべき課題が山積していることに気づいた。ムダの排除や3S（整理・整頓・清掃）徹底等改善の基本を見直すきっかけになった。 ○今回、新たな内容が加えられており、非常に参考になった。特に「ECRSの原則」については、改めて考える機会となった。今後の改善活動に活用していきたいと考えている。 ○普段から工場内で組立作業を担当しているが、作業スピードや業務の配分方法等分からないまま実施していた。今回研修会で学んだことは、自らの担当業務の改善に役立ちそうな内容が多かったので、積極的に活用していきたい。								
	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	①改善技術習得のための交流事業 新型コロナウイルス感染症の影響を受け、対面での開催を1回とし（工場見学は実施せず）、残り2回をオンラインで開催した。アンケート結果は概ね良好であったが、オンライン開催については、習得したスキルの理解度や活用状況についての把握ができていない。次年度も対面開催を計画しているが、感染状況によりオンライン開催中心になると思料する。オンラインであっても対面開催並みの成果をあげるため、プログラムについては可能な限りアンケート結果を反映し、講師と相談の上、随時更新していく。 ②生産性向上のためのセミナー 本セミナーは中小企業の実業性向上への取り組みをITや人事の観点から後押しするための情報提供の場である。いずれも専門性の高い分野のなかで、いかに中小企業の事情にあった取り組みにブレークダウンし伝えられるかが課題となっている。セミナーの満足度等に鑑みると一定の目的は達成できていると推察される。次期以降も生産性向上の後押しというテーマを軸に、最新の情報を中小企業に合った形で、情報提供する。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60.0	支援企業数(実績)	74.0	支援実績率	123.3%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><改善技術習得のための交流事業></p> <p>中小製造業の多くが、生産性向上のための改善活動に取り組んでいるが、思うように成果が上がらず、現場の至ところにムダや課題を抱えている。今回交流事業に参加することで、改善技術習得のための基本スキルについて概ね理解してもらえた。現場で起こる異常やトラブルは日頃から改善活動が実施していれば、問題発生の原因を特定しやすく、トラブルの未然防止につながることに気づいてもらった。</p>								
		指標	アンケートで「今後のモノづくりや企業経営に活用する」または「生産性向上などへの取り組みにつなげる」と回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	97.2%	目標達成度	138.9%			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100.0	支援企業数(実績)	125.0	支援実績率	125.0%	満足率	90.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><生産性向上のためのセミナー></p> <p>一朝一夕では済まない難しいテーマではあるが、参加者アンケートの満足度、コメントなどを見ると、生産性向上の機運醸成につながった。</p>								
		指標	アンケートで「今後のモノづくりや企業経営に活用する」または「生産性向上などへの取り組みにつなげる」と回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	94.2%	目標達成度	134.6%			

大阪商工会議所

事業名		専門家連携型経営相談 交流会							
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者が抱える高度な経営課題に対応するため、本商工会議所では専門家派遣制度による支援を行っている。経営指導員と各種専門家がお互いの強みを活かして連携強化を図り、より効果的な経営支援サービスを提供することで支援先から高い評価を受けている。そこで、本事業を通じて、中小企業・小規模事業者に対し専門家派遣制度を周知・紹介するとともに、自社の課題解決にふさわしい専門家との出会いの場を提供する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	さまざまな経営課題を抱えている、あるいは「専門家派遣」などに関心を持つ大阪府内の中小企業・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>開催日：7月2日 内容：○講演「新分野展開・業態転換等の事例から学ぶ コロナ禍での新たな経営戦略」 ・ウィズコロナ・ポストコロナ時代の経済社会の変化 ・いまなぜ新分野展開・業態転換等が必要か ・新分野展開・業態転換等の事例紹介 ○専門家派遣制度と専門家のご紹介 ○専門家との名刺交換・交流会 支援企業数：58社</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		②広域連携	地域金融支援ネットワークに参加している金融機関や大阪府内の商工会議所にも広報を依頼したほか、大阪府商工関連ニュースのメール配信を行うことで、府内全域からの集客を図り、参加者のうち、8社が市外からの参加となった。						
	④相談相乗	専門家との名刺交換・交流会に経営指導員が参加し、事業者と専門家とのマッチングや相談事業との相乗効果を図った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	55.0	総支援企業数(実績)	58.0	支援実績率	105.5%	満足率	91.4%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>コロナが長期化し経営環境が厳しい中、新たな活路を見出すチャンスの場合として本事業を実施した。新分野展開や事業転換など事業再構築に取り組んでいる事例を紹介した。講演会後は、今後のビジネスの見直しや新分野展開に重要である「新事業開発」「経営戦略」「販路開拓」「製造技術」「IT」などの7名の専門家と事業者との交流、名刺交換の場を提供し、経営課題解決につながる専門家派遣制度の活用を促した。この結果、8社からの専門家派遣の申し込みがあり、事業者の経営課題を解決する第一歩となった。</p>							
	代表指標	本事業の参加をきっかけに「専門家・企業OB派遣事業」に申し込み、アンケートで「成果があった」「ややあった」あるいは「課題が解決できた」「課題への取組みの方向性が明らかになった」と回答した事業者数							
	数値目標	10	実績数値	8	目標達成度	80.0%			
成果の代表事例	<p>・本事業に参加した貿易商社のA社から、「事業の多角化戦略として飲食店を新規開業したが、集客がうまくいかない。改善点についてアドバイスがほしい」との相談があった。専門家を派遣し、ターゲット層の見直しやメニューの改善、Webマーケティングを用いた効果的な集客方法などを助言した結果、営業戦略の構築から実行、その検証までのPDCAサイクルを自身で回すことを習得した。</p> <p>・本事業に参加した機械工具・部品販売のB社からは、「現在一人体制であり営業活動が限られる中、どのように売上を上げていけばよいか」との相談があった。専門家を派遣し、ホームページ作成支援を行うことで、同社製品を広く得意先に紹介する、またGoogleマップ上にウェブサイトを設定することで、新規取引先の増加につなげる体制づくりを行った。また、連携先の発掘のため、本所の「モノづくり交流会」を案内し参加に至った。</p>								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>コロナ禍で経営環境が急速に変化する中、従来の勝ちパターンから脱却し、自社の強みを基に、新分野展開や事業転換などの事業再構築を行うことで販路を開拓し、収益力を向上させていくことが急務である。しかし中小事業者が独力で行うのは難しい。そこで、次年度は、専門家派遣制度を広く紹介することで、専門家と伴走して、本質的な経営課題を発掘し、自走と成長に向け、中小事業者のビジネスモデルの再構築、ビジネスの見直し、新ビジネス展開を支援する。</p>							

大阪商工会議所

事業名		ファッショントレンドセミナー							
想定する実施期間		2010 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	近年は、川上・川下の垣根がなくなりつつあり、いずれの立ち位置の企業においても商品政策を踏まえた積極的な提案が求められている。本セミナーを継続的に実施し、市場動向を体系的に解説することで、企業の商品政策を支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	アパレル企業を中心に、OEMやテキスタイル・雑貨など、ファッション性が求められる企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>大手百貨店のチーフコーディネーターや顧問コーディネーターを歴任し、各種ファッション関係セミナーで活躍している識者を講師として、協同組合関西ファッション連合と共催した。2022年春夏シーズン・秋冬シーズンの注目される素材傾向、カラー傾向、MDテーマを提案・検証した。また、テーマから落とし込むスタイルイメージ、重要アイテム、ディテールなどを多数のビジュアルを用いて解説した。</p> <p>5月21～25日（オンライン配信） 「ファッショントレンドセミナー2022春夏」 支援企業数：63.5社 11月25～29日（オンライン配信） 「ファッショントレンドセミナー2022秋冬」 支援企業数：44.5社</p>							
		<p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <p>②広域連携 協同組合関西ファッション連合と連携し、ウェブサイトでの告知、メールマガジン配信、各会員企業へのFAX送信などを行い、大阪府内から参加を募った。</p>							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	80.0	総支援企業数(実績)	108.0	支援実績率	135.0%	満足率	98.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>セミナー参加企業が、トレンド情報や需要予測に基づき、次の商品企画開発や販売促進計画等の商品政策を強化することを目標としていた。セミナーのアンケートでは「時勢を反映したコレクションの解説が企画に反映しやすい」「素材傾向やデザインの方向性などを具体的に知ることが出来、今後の開発の参考になる」「トレンドの取り入れ方等、MD構成の参考になる」「テーマ別に素材や色、トレンド内容を企画に落とし込みやすい」などの声が寄せられた。支援企業の96.9%が「商品企画やMDの参考になる」と回答しており、目標は達成できた。</p>							
		代表指標	参加者アンケートにおいて商品政策の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合						
		数値目標	70%	実績数値	96.9%	目標達成度	138.4%		
	成果の代表事例	<p>「コロナ禍の状況の中での提案商品について具体的に解説されていて参考になる」「最新のトレンド情報を理解することができ、仕入れの適正化の参考になる」という声が寄せられた。</p>							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>トレンドカラー、スタイリングの傾向、アイテムまで最新のトレンド情報をわかりやすく解説してくれるので次期シーズンの商品企画に役立つため、次回も参加したいという声が多数寄せられており、今後も継続して実施する。なおオンライン開催であったため、公開期間については土日を含めていることから、休日に集中して視聴できたので内容を取り込みやすいたいへん勉強になった、という声も多かったが、業務時間中の視聴しかできないので平日の公開日数を増やしてほしいという意見もあり、今後の状況に応じ、開催形式及び公開期間を検討する。</p>							