

令和5年度（2023年度）
事業計画書

1. 申請者の概要

申請者	団体名	大阪商工会議所		
	代表者職・氏名	会頭 鳥井 信吾		
	所在地	〒540-0029 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	電話番号（直通）：	06-6944-6451
F a x：			06-6944-6565	
E - m a i l：	sme-promotion@osaka.cci.or.jp			
①設立年月日	明治11（1878）年8月27日			
②職員数	職員数 202人（経営指導員数 73人） 令和5年1月時点			
③所管地域	大阪府大阪市			
④管内事業所数	179,252（総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」）			
⑤管内小規模事業者数	113,699（総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」）			
⑥会員数（組織率）	30,582（17.1%）			
<input type="checkbox"/> 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。 ② 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 ③ 商工業に関する調査研究を行うこと。 ④ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。 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。 ⑥ 輸出品の原産地証明を行うこと。 ⑦ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 ⑧ 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。 ⑨ 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。 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。 ⑪ 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。 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。 ⑬ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。 ⑭ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 ⑮ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 ⑯ 商工業に関する図書を集し、一般の閲覧に供すること。 ⑰ 国際親善及び通商振興に資する事業を行うこと。 ⑱ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 ⑲ 行政庁等から委託を受けた事務を行うこと。 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) 所管地域の産業経済の現状と課題

(1)本商工会議所の中期計画（2023～2025年度）で掲げる現状認識と課題は以下の通り。

<多彩な企業・産業が集積> 民営事業所数が最も多い産業は「卸売業・小売業」（49,355）で、それに「宿泊業、飲食サービス業」（26,607）、「製造業」（16,574）が続く。「不動産業、物品賃貸業」（15,228）、「学術研究、専門・技術サービス業」（12,103）などは全国の構成比を上回っており、商い・食・ものづくりに加えて、大都市として機能を支える産業が大阪市内に集積している（事業所数は総務省・経済産業省「2016年経済センサス-活動調査」による）。多彩な企業・産業の集積を礎として、国際的にも競争力のある新たなビジネスの創出に向けた企業間連携・ネットワークづくりなどを推し進めることが重要である。

<中小製造事業者が多い> 製造業の中小規模事業所数（7,248）は、東京都区部および主要政令指定都市の中では1位の東京都区部に次ぐ（同上調査）。業種別製造品出荷額等では、過去から基礎素材型産業の割合が他の大都市に比べて高い。経営者の高齢化などを理由に廃業が増加し、大阪のものづくりの衰退が加速することが懸念される中、これまでに培ってきた高い技術力をもとに付加価値の高い、イノベティブなものづくりへの展開が望まれる。

<中小企業の収益率は低く、新分野進出、高付加価値化などビジネスモデルの変革が課題> 大阪市域に限らず、日本の中小企業の課題として、収益性や生産性の向上が挙げられる。社会経済がこれまで以上に早く、大きく変化する中では、既存の事業活動のあり方では生き残りが難しくなっており、新分野展開、業種・業態変換、新商品・サービスの開発、事業再編などのチャレンジが必要になっている。

<スタートアップの数が少ない> 全国に約16,000社あるとされるスタートアップのうち、東京都が約10,000社を占めるのに対して大阪府は約1,000社にとどまる。スタートアップは、新しいビジネスモデルを展開し、社会経済にイノベーションと新しい価値を提供する。スタートアップや若年層の起業は、産業経済の成長エンジンとなる。

<2025年大阪・関西万博は、イノベーションや新技術実装、海外連携、大阪の未来のデザインの好機> 2025年に開催が計画されている大阪・関西万博は、社会経済の持続的発展や生活の質的向上、環境への配慮などを志向する革新的な技術・アイデアを世界に発信・提案する絶好の機会である。それは大企業に限られたものではなく、中小企業やスタートアップなどがユニークな技術やアイデアを創出・具現化し、万博を成長の機として参画すべく、機運の醸成や支援を行うことが肝要である。

<大阪が持つ多様な文化が十分活かされていない> 「地域ブランド調査2022」（株式会社ブランド総合研究所）では、大阪府の「魅力度」は都道府県ランキング5位ではあるが、大阪市の全国市町村ランキングは34位で、京都市（2位）や神戸市（6位）の後塵を拝している。その「魅力度」の構成項目ごとに見ると、大阪市の「認知度」は7位、「情報接触度」は8位であるものの、「居留意欲度」「観光意欲度」は上位10位に入っておらず、文化資源の活用が十分でない。

(2)足元では、中小企業・小規模事業者の経営環境は厳しい状況が続いている。本商工会議所が2022年11月に中小企業の会員を対象に行ったアンケート調査では、6割強の企業がコロナ禍前（2019年度）の売上水準に戻っていないと回答した。また、3社に2社が新型コロナウイルス感染症関連の融資を利用しており、当初条件通りで返済できる企業は7割台半ばで、資本金1000万円以下の企業では4社に1社が返済にあたり条件変更が必要としていた。さらに、資金繰りについては、資本金1000万円以下の企業では3割弱が十分な借入れができていなかった。今後の資金繰りに係る懸念事項については、半数弱が「原材料費などの高騰による仕入れコストの増大」を挙げ、「人件費負担の増大」「円安・為替」「売上回復の見通しが立たない」が上位を占めた。

(2) 所管地域の活性化の方向性

本商工会議所の中期計画（2023～2025年度）で掲げる<2030年頃の大阪・関西がめざす姿>と上述の現状とのギャップを解消するための<ビジョン（方向性）>は以下の通り。

<2030年頃の大阪・関西がめざす姿>

○地球環境や人類のウェルビーイング、社会課題解決に貢献するイノベティブな産業が集積し、国際的求心力、国際競争力を発揮する都市

○万博がめざす未来社会を先導する都市

○若い力が集まる魅力のある都市

○文化芸術の魅力があふれる都市

<ビジョン（方向性）>

○中小ものづくり企業による新しい価値や高付加価値、イノベーションの創出

○同業種・異業種・異分野間の連携・融合

○高い国際的求心力、国際競争力

○中小企業やスタートアップの若い力を生かしたチャレンジ

○万博やスーパーシティを機とした世界をリードする分野の確立

○大阪の都市文化・魅力の向上

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

主たる支援の対象として想定する中小企業、小規模事業者、商店街・商店会などのイメージおよびその数は以下の通り。

<経営相談支援事業> 資金繰り、財務の健全化、販路の開拓、事業計画の策定・見直し、事業承継などの経営課題を有する事業者：2,150者（長引くコロナ禍やエネルギー・原材料費の高騰などの影響を受けている事業者の事業継続や業績回復に重点を置き支援する）

<専門相談支援事業> 法務、税務、労務、IT、新事業開発などの分野において専門的あるいは高度な経営課題などを有する事業者：1,300者超（支援1日あたり1者以上を目標とする）

<地域活性化事業> 取引の拡大や売上の増加などを図る事業者：約21,000者、事業再構築や新分野進出などを通じた企業としての成長や経営力の向上を図る事業者：約4,000者、にぎわいの創出や販売の促進などを図る商店街・商店会やそれに属する個店：約300団体・者、ITを利活用して生産性の向上や販売の促進などを図る事業者：約600者、人材の確保を図る事業者：約500者、人材の育成や職場でのさらなる活躍を図る事業者：約200者など

※経営相談支援事業、専門相談支援事業、地域活性化事業の間で支援の相乗を図る。

(4) 事業の目標

上記(1)(2)を踏まえ、以下を主たる目標として小規模事業経営支援事業に取り組む。

<経営基盤の強化> 経営や技術などの改善発達を促し、基盤の強化を支援する。大阪市内に設置している5カ所の支部および本部経営相談室の経営指導員が個々の事業者が抱える経営課題の解決に向けて支援を行う（経営相談支援事業）。また、法務、税務、人事・労務、IT、新事業開発・創業、ものづくり・技術、営業・マーケティングなどの分野で、より高度で専門的な課題の解決を支援するため、専門家による個別相談を実施する（専門相談支援事業）。さらに、税務や人事・労務、IT活用、販売促進、資金調達などの経営実務に関する講習会、企業経営者による講演会、ビジネスの最新動向や企業に対する社会的要請などに関するセミナーを開催し、経営の改善発達を促す。厳しい経営状況下での事業再生や安定化、災害時などの事業継続力の強化などの支援を行う。

<収益力（稼ぐ力）の強化> 事業の再構築などを通じて稼ぐ力を強化することを支援する。新しい事業分野の創出や付加価値の高い製品・サービスの開発などに関するワークショップ（勉強会）や成果発表・マッチング会、セミナーを実施し、稼ぐ力の強化に向けた自己変革を促す。

<生産性の向上> ITの利活用などを通じて生産性を向上させることを支援する。間接業務の効率化、販売促進、税務関連の新制度などへの対応、非対面ビジネスへの転換などに有用なIT・デジタルツールやシステムに関する情報を提供するセミナーや導入に向けた個別説明会を実施するとともに、経営指導員が個々の事業者のニーズを拾い上げ、導入に向けて専門家がサポートする。人事・労務や組織のあり方、業務の改善などにも焦点を当て、低さが課題とされている中小企業・小規模事業者の生産性の引き上げをめざす。

<取引の拡大> 取引を拡大し、売上を伸ばすことはいずれの事業者にとっても最も重要な課題である。大手流通業などとの個別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、効果的かつ効果的な商談の機会を提供する。また、販路開拓の支援や取引先・仕入先の紹介を希望する事業者へかかる情報の提供などを行い、取引の拡大を図る。さらに、海外ビジネスのサポートとして、外国企業とのマッチング事業、海外市場の最新情報を提供するセミナー、国際取引や海外進出に関する個別相談などを実施する。

<2025年大阪・関西万博の機運醸成> 中小企業やスタートアップなどが、当該万博を革新的な技術やアイデアを発信して企業成長につなげる好機としてとらえ、参画できるように支援する。また、万博開催に向けて、商店街を中心とした地域の魅力や最新情報を国内外に発信することを支援するなど、機運の醸成を図る。

<新ビジネスの創出> 2025大阪・関西万博の開催に向けて、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・育成をめざす。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、大企業との協業（オープンイノベーション）による技術開発、事業化・製品化を促進する。また、ライフサイエンス・ヘルスケア産業、観光産業など成長分野への参入を支援する。

<ものづくりの振興> 中小企業・小規模事業者による付加価値の高いものづくりを支援する。研究機関の技術シーズに関する情報や製品開発のノウハウ、高度な技術の伝承などを学ぶ機会を提供するほか、集積する機械・金属加工の事業者によるネットワークを構築・拡充し、受注活動の促進や付加価値の高い製品の試作・製造による収益構造の改善などを行う。

<商店街の活性化と地域のにぎわい創出> 商店街においても、長引くコロナ禍と物価高による消費者の買い控えなどで厳しい状況が続いている。安心・安全に人びとが商店街に集って買い物をし、個店や地域が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・支援するとともに、地域や店舗の魅力などを発信して来街を促進する。

<人材の確保と活躍促進> 人手不足や組織の活性化など人事・労務上の問題を抱える中小企業・小規模事業者に対し、セミナーや情報交換会などを通じて、新卒・若手人材、女性、高齢者、外国人材、障がい者など多様な人材の採用や職場での活躍を促進する。

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

<事業の実施により期待される効果>

長引くコロナ禍やエネルギー・原材料価格の高騰など、厳しい経営環境の中にあって経営体力が弱まっている中小企業・小規模事業者の事業継続や業績回復、事業再構築や成長分野への進出、販路拡大などによる企業成長、円滑な事業継承、生産性向上など。さらに、これらの総和としての大阪市域の経済力（産業力）の強化、都市魅力の向上など。

<実施しなかった場合の影響>

中小企業・小規模事業者の経営体力のさらなる弱化、企業成長の鈍化・後退、廃業の増加など。さらに、これらの総和としての大阪市域の経済力（産業力）の衰退、国内外における大阪の相対的地位の低下など。

I 経営相談支援事業					
支援メニューの件数					
事業所カルテ・サービス提案	2,150 事業所	支援機関等へのつなぎ	25 支援		
金融支援（紹介型）	110 支援	金融支援（経営指導型）	830 支援		
マル経融資等の返済条件緩和支援	5 事業所	資金繰り計画作成支援	135 事業所		
記帳支援	30 事業所	労務支援	5 支援		
人材育成計画作成支援	0 事業所	マーケティング力向上支援	5 事業所		
販路開拓支援	120 支援	事業計画作成支援	1,030 支援		
創業支援	5 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	15 事業所		
コスト削減計画作成支援	5 事業所	財務分析支援	315 事業所		
5S支援	0 事業所	IT化支援	10 事業所		
債権保全計画作成支援	0 事業所	事業承継支援	30 事業所		
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援	210 事業所		
結果報告	2,150 事業所				
件数設定の根拠及びその実現に向けた取り組み					
前年度支援企業数	1,960				
<p><件数設定の根拠> 過年度の実績や令和4（2022）年度の計画などをもとに、支援企業数、件数（事業所カルテ・サービス提案、結果報告を除く）を設定した。また、10月から導入される適格請求書等保存方式（インボイス制度）に関する相談ニーズの増加などが想定され、これを加味した。</p> <p>[令和元/平成31（2019）年度実績] 支援企業数：2,189、件数：1,086事業所・2,122支援</p> <p>[令和2（2020）年度実績] 支援企業数：2,395、件数：695事業所・2,605支援</p> <p>[令和3（2021）年度実績] 支援企業数：2,170、件数：797事業所・2,169支援</p> <p>[令和4（2022）年度計画] 支援企業数：1,960、件数：1,170事業所・2,035支援</p> <p><実現に向けた取り組み> 大阪市内5支部の経営指導員を中心に地域に密着した経営相談支援を行う。経営相談支援事業の周知・広報活動を行い新規支援先を開拓するとともに、過去の支援先や地域活性化事業の参加者へのフォローアップを行って経営力強化に向けた新たな課題を洗い出し、その解決を支援する。</p>					
事業所支援の実施方法（専門家や各種支援機関、支援制度の活用など）					
<p>経営指導員が窓口や巡回訪問などにより事業者の相談ニーズに対応する。各事業者が直面する課題を分析し、解決に向けて具体的な支援・サービスを提案する。高度かつ専門的な課題については、専門相談や専門家派遣（エキスパートバンクなど）と連携して解決の支援にあたる。特に、金融相談については日本政策金融公庫や民間金融機関などと緊密に連携するとともに、国や大阪府・市などの支援施策の活用を図る。</p>					
II 専門相談支援事業					
事業名	新規/継続	指標	目標数値	事業概要	支援日数
法務相談	継続	支援1日あたりの相談対応件数	1件以上	弁護士による法律相談	162
税務相談	継続			①税理士による税務相談（支援日数92日） ②税理士派遣による税務相談（同72日） ③税理士による決算申告相談（同49日）	213
金融相談		—	—	—	0
労務相談	継続	支援1日あたりの相談対応件数	1件以上	社会保険労務士による人事労務相談	137
その他相談	継続			①経営・技術上の課題に応じた専門家の派遣〈エキスパートバンク〉（支援日数350日） ②中小企業診断士による新事業開発・経営力向上、創業相談（同241日） ③専門家と経営指導員が連携した相談対応（同100日） ④技術士、中小企業診断士によるものづくり・技術相談、営業・マーケティング相談（同48日） ⑤ITコーディネータによるIT（情報技術）相談（同47日）	786

事業実施のポイント・期待される効果

<事業実施のポイント> 中小企業振興部経営相談室内に相談窓口を設置し、各分野の専門家が面談・電話などにより課題の解決を支援する。また、専門家が事業所を訪問して密着したアドバイスも行う。さらに、経営指導員が行う経営相談支援において専門性の高いアドバイスを要する場合、専門相談支援と連携して課題の解決へ推し進める。中小企業・小規模事業者の新事業展開や事業再構築（新分野展開、事業・業種転換など）を新事業開発・経営力向上相談や専門家派遣にて支援するほか、インボイス制度への対応を税務相談やIT相談で支援する。

<期待される効果> 高度に専門的ないし複雑な課題に対して専門家の知見、助言を供することによって効率的、効果的に解決が図られる。

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				48,583,912
1	○	「逸品マルシェ」販売促進支援事業	こだわりの強さゆえに大量生産が難しい商品や手間をかけるがゆえに顧客から支持を得ているサービスなど、既存の流通チャネルには乗りにくい優れた商品・サービスを扱う店舗・事業者の展示販売イベントを実施する。	2,878,500
2		中小企業の体質改善強化支援事業	中小企業・小規模事業者の経営改善・企業体質の強化を目的に、経営実務に関する各種講習会を開催する。	8,191,100
3	○	開業サポート事業	創業希望者向けセミナーや、創業手法を具体的に学ぶ集中講座を開催し、創業マインド向上を図るのに加え、レベルの高いビジネスプランの作成と創業支援を通じて、大阪での創業を促進する。	3,875,000
4	○	BCP支援事業	ワークショップやセミナーを通じて中小企業にBCP(事業継続計画)策定やサイバーセキュリティ対策に関するノウハウを習得してもらう。	3,232,000
5	○	あべの天王寺・サマーキャンパス	地域の店舗や事業者に専門性を活かした親子向けの体験プログラムを実施してもらうとともに、抽選会やスタンプラリーなどのイベントを開催するなどし、当該地域のにぎわいを創出する。	11,160,500
6		西部エリア Amon(えーもん)市	商店街と個店(チャレンジショップ/近隣店舗)、近隣小型スーパーなどが、共同での販促活動やイベントを通じて、ワンストップショッピングゾーンとしての近隣徒歩圏住民からの認知を得る。	2,777,500
7		新しい生活様式に適應した商店街集客支援事業	感染症に對應し、新しい生活様式に適應した商店街の集客支援を行う。	2,525,000
8		インバウンドによる買い物消費支援事業	此花、港、西、大正、浪速、西成区内を対象に、民泊など宿泊施設に來訪している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、外国人観光客の來街者数(來店者数)の増加をめざす。	2,329,312

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
9		ミナミ活性化事業	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たミナミエリアの再活性化をめざして、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。	1,515,000
10		大阪市東部商店街にぎわい創出事業	都島区の商店街、区役所、団体と連携し、「もっと京橋が好きになる」参加店舗の体験プログラムを通じて、大阪屈指の東の繁華街「京橋」の魅力を発信し、にぎわい創出を支援する。	1,515,000
11		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	中小企業・小規模事業者を対象に、間接業務の効率化、税務関連の新制度などへの対応、販売促進、非対面ビジネスへの転換に役立つビジネスアプリやクラウドサービスなどのITツールの導入を支援する。	8,585,000
(2) 広域事業				265,887,475
12	○	海外市場開拓支援事業	海外進出先や取引先(貿易・投資・技術提携など)の市場動向やFTA/EPAの活用などに関する情報の提供、海外実務に関する相談、海外バイヤーを含む関連企業との個別商談会などを通じて海外事業展開を支援する。	48,596,150
13		大阪勧業展	出展経験の少ない大阪府内の中小企業を中心とした多業種型の総合展示商談会を開催し、販路拡大を支援する。	34,255,590
14		大手流通業等への販路開拓支援事業	国内外の大手流通業への販路開拓・拡大を切望する中小・小規模の製造・卸売業者を支援する商談会(大規模型および個別)を実施する。	21,816,000
15	○	MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム	技術ニーズマッチングと技術シーズ商談会、オープンイノベーションに関する機運を醸成するセミナーの開催などを通して、大企業と中小企業の連携による技術開発や製品化・事業化を支援する。	15,095,460
16	○	大阪クリエイトフェア	大阪にゆかりのあるプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨などの製造者・卸売業者・小売業者などによるデザインや感性の優れた製品・商品の展示販売会を開催する。	6,716,500

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
17	○	デザイン経営による自社商品開発支援事業	中小・小規模の製造業者等を対象に、自社商品開発セミナー、ワークショップ、成果発表・マッチング会を開催し、「デザイン経営」「ブランディング」の考え方や商品企画の手法、売り方のノウハウを提供する。	5,575,200
18		販路・取引先開拓マッチング事業	販路開拓支援や取引先・仕入先の紹介を希望する中小企業・小規模事業者に対し、企業や業界団体・関係機関の紹介、専門相談(営業・マーケティング)と連携したアドバイスなどを行い、ビジネスマッチングを促進する。	5,454,000
19		町工場ネットワークの構築事業	機械金属加工業を営む小規模事業者の連携を通じて取引機会の増加を促すとともに、企業間連携による受注活動の促進、ベンチャーなどの事業アイデアを試作・製品化することで収益構造の改善、企業体質強化を図る。	3,787,500
20		大阪ファッション産業振興フォーラム	ファッション産業と他分野との連携の場を提供し、大阪・関西万博において広く社会に発信できる新たな製品や独創的なビジネスの創出を支援するとともに、最新情報や事例を紹介する。	3,484,500
21	○	デジタル×デザイン思考による企業変革力強化支援事業	新たなビジネスの創出や事業再構築を検討する中小・小規模事業者を対象に「デザイン思考/サービスデザイン」を活用したセミナーとワークショップを開催し、新たなサービスやビジネスの企画開発を支援する。	3,030,000
22	○	医療機器等産業事業化促進事業	医療・健康関連産業への参入や事業領域の拡大を検討・志向する製造業・IT企業・サービス業などを対象に支援セミナーを実施する。	1,818,000
23	○	新規事業・新商品開発支援事業	中小企業・小規模事業者を対象に、新事業展開のノウハウを習得するワークショップを実施し、自社技術・サービスを活かした新規事業・新商品開発を支援する。	1,414,000
24		ファッショントレンドセミナー	ファッショントレンドを中心に、業界の市場動向を解説し、商品開発や販売促進に役立つ情報を提供する。	1,212,000

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額（円）
25		クラウドファンディング活用サポート事業	購入型クラウドファンディング（CF）を活用するための基本情報を提供するセミナーと、プロジェクト起案に向けて具体的なアドバイスを行う個別相談を実施する。	863,550
26		観光産業への新規参入・販路拡大支援	「ツーリズムEXPOジャパン2023大阪・関西」に構えた特別ブースへの出展を通じて国内外に向けた新たな販路拡大の機会やニューノーマル時代の観光産業への新規参入を支援する。	303,000
27	○	中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業	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人材確保・定着のためのノウハウ・手段や事例を学んでもらうセミナーや情報交換会、研修、大学等と企業との就職情報交換会を開催する。	12,524,000
28	○	中小企業のためのダイバーシティ推進事業	人材不足への対応をはじめ、海外展開やインバウンドビジネス強化などにとまない、多様な人材の採用や定着、ダイバーシティの推進に関心をもつ中小企業を支援するための事業を展開する。	1,616,000
29	○	人材ニーズ対応支援事業	人材不足に悩む企業経営者・人事担当者らを対象に、外部人材、外国人材（特定技能、高度人材など）の採用・活用、兼業・副業などの人材を活用するための制度や採用方法、活用事例などを紹介するセミナーを開催する。	909,000
30	○	障がい者の雇用促進事業	障がい者雇用に取り組もうとする中小企業に支援制度や事例を紹介するセミナーを実施する。	404,000
31	○	成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業	生産年齢人口が減少するなか、企業の成長に不可欠な人材力を強化するため、在職中の女性の活躍推進や定着、女性管理職の育成などを通して、人材育成の余力がない中小企業を支援する。	2,828,000
32	○	中小企業に対する労働啓発・雇用サポート事業	人材確保と雇用の維持、労働環境の整備と生産性向上を支援するため、働き方改革への取り組み方や高齢者雇用・活用策を含めた労務管理などを解説するセミナーを実施する。	2,222,000

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
33		中小企業のためのビジネス講演会	中小企業・小規模事業者が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに資する、時宜に適したテーマの講演会を開催する。	32,269,500
34		大阪・関西万博を活用した中小企業・スタートアップ・小規模事業者の成長支援	大阪・関西万博への参画に関心を持つ中小企業・スタートアップ・小規模事業者を対象に、万博関連情報を提供する広報・プロモーション活動やセミナーなどを行い、万博を活用したビジネス拡大、成長を支援する。	3,787,500
35		経営力向上支援事業	事業効率化や収益力強化などに関する情報や事業者間の交流機会を提供することで、中小企業・小規模事業者が事業環境の急激な変化に対応し、事業変革などを通じて経営力を向上させることを支援する。	3,636,000
36	○	海外スタートアップ連携による事業創出促進事業	大阪府内の中小企業と海外スタートアップとの連携を促進するため、海外スタートアップとの連携に関する先進事例紹介などの情報提供を行う。	2,828,000
37		中小企業の生産性向上支援事業	中小企業を対象に、経営環境の変化や社会的要請などへの対応に向けた人事戦略の刷新やIT活用などによる生産性向上に関する情報やノウハウを提供する。	1,515,000
38	○	新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援	先端技術を活用した社会課題解決ビジネスの創出に不可欠な、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスの重要性を解説するとともに、大阪における実証支援の取り組みをPRし、同ビジネスの創出につなげる。	1,010,000
39	○	経営革新支援事業	「経営革新計画」の概要やメリット、手続きについての解説や先進事例を紹介するセミナーを開催し、同計画に取り組む企業を増やすとともに新規事業の立ち上げを支援する。	909,000
40		生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業	中小企業・小規模事業者の生産性向上や販路開拓に有用なIT・デジタルツールやシステムに関する情報を提供し、その具体的な導入や利活用を促進・支援する。	4,242,000

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
41	○	地域金融支援ネットワーク推進事業	大阪府、大阪信用保証協会、地元金融機関、日本政策金融公庫が参画する地域金融支援ネットワークの活動として、大阪府の金融施策普及と中小企業、創業希望者の支援強化を目的に、セミナーや交流会などを実施する。	17,210,400
42		小規模事業再生サポートセンター事業	中小企業・小規模事業者を対象に、資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営安定化、さらには整理・清算のための支援などを行う。	11,173,125
43	○	環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー	中小企業が対象となる環境関連法令や、省エネ・新エネなどへの取り組みに資する情報を提供し、法令順守や環境経営の推進を通じた経営改善や新事業展開などへの取り組みを支援する。	6,868,000
44	○	中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流	大阪産業技術研究所や大学の研究成果、技術シーズの発表会や交流会などを開催し、中小製造業者がそれらを活用して高付加価値製品を開発することや技術力を向上させることを支援する。	4,848,000
45		専門家連携型経営相談 交流会	事業者の課題解決に資する専門家派遣制度の利用促進を図るため、制度の紹介、専門家による自己アピールなどを含めた専門家との交流会を開催する。	1,666,500
合計(1+2)				314,471,387
(うち、府施策連携事業)				154,689,210

事業名		「逸品マルシェ」販売促進支援事業		事業番号	1	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2020年度～		4	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	こだわりの強さゆえに大量生産が難しい商品や手間をかけるがゆえに顧客から支持を得ているサービスなど、既存の流通チャンネルには乗りにくい優れた商品・サービスを扱う店舗・事業者の展示販売イベントを実施する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	新商品開発や事業再構築に意欲的ではあるものの、経営資源が限られ売上拡大に苦慮している、地元の中小企業・小規模事業者展示販売の機会を提供し、認知向上とファンづくりを支援することでバイローカルの取り組みを促進する。さらに、来街者減少や空き店舗増加で衰退が懸念される商店街・商店会ににぎわいを創出し、需要喚起につなげる。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	①主に南支部管内(天王寺・阿倍野・東住吉・平野・住之江・住吉区)で新商品開発・新サービス開発に意欲的な中小企業・小規模事業者 ②南支部管内の商店街・商店会などの団体						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	展示・販売イベントは、商品・サービスのPRや販路開拓につながるだけでなく、顧客との対話を通じた消費者ニーズの把握にも役立つ。そのため、これまでに開催した「逸品マルシェ」では、出店を案内するとその場で申し込みを決める事業者もおり、短期間で出店枠が埋まるなど出店を希望する事業者は多い。一方、店主の高齢化が進むなどの事情で、単独での活性化が難しい地域の商店街にとっては、商店街独自のイベントと併せて「逸品マルシェ」を開催することで、集客の相乗効果を発揮できる。2022年10月の「逸品マルシェ@安立商店街」は、商店街主催のハロウィンイベントと同時開催することにより多くの来街者でにぎわい、需要を喚起して好評を得ることができた。これらのことから、本事業は、出店する小規模事業者と開催地及びその近隣の商店街・商店会双方のニーズを充足する取り組みである。						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年度支援企業・団体数 販売促進イベント「逸品マルシェ」 27社・6団体 販売促進セミナー 1月以降実施予定						
	反省点	前年度の時点ではコロナの状況が不透明だったこともあり、本事業を「府施策連携」とするには時期尚早と判断し「市町村連携」としたが、今年度は予定通りイベントを実施でき集客にも成功したため、来年度から「府施策連携」として申請することとした。ちなみに、今年度の1回目のイベント(7月2日開催)は気温が35℃近くに達して客足が伸び悩んだため、次回は開催時期を早めることを検討する。また、2回目のイベント(10月29日)は想定を上回る集客で一部の出店者や店舗で抽選券が不足することがあったため、景品を多めに用意して販売促進をさらに盛り上げる。						
具体的な実施内容・手法	人材育成型	販売促進イベント「逸品マルシェ」 1. 時期 春期1回、秋期1回(予定) 2. 場所 阿倍野・天王寺ターミナル周辺(例、天王寺ミオ、Q'sモール) 南支部管内の商店街・商店会(例、玉造、文の里、駒川、粉浜、安立など)						
	人材交流型	3. 内容 ①販売コーナー:地元中小企業・小規模事業者の優れた商品・サービスを展示販売 ②抽選会:展示販売コーナーや商店街・商店会の店舗で購入した顧客を対象に実施						
	○ 販路開拓型	4. 広報 出店者ならびに開催地周辺の店舗の魅力を伝えるチラシ(タブロイド判)を制作し、近隣住居を対象に新聞折り込みを行う。 なお、商店街・商店会で開催する逸品マルシェのチラシには、当該商店街・商店会のイベントや店舗の情報も掲載する。						
	ハズ'w'型	5. その他 ①チラシにQRコードを掲載し、出店者のWebサイトへ誘導することで来場者以外にも認知向上を図る。また、出店者に対し必要に応じてLINE公式アカウントの開設及び運用について助言するなど、SNSによるプロモーションの土台構築を支援し、ICTの活用を進める。						
	独自提案型	②商店街・商店会とつながりのある地域の団体(自治会、学校など)にも協力を求め、来場動機を高める企画を立案する。						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
	商-17		商店街の需要喚起の促進				販路開拓	
		(a)中小企業支援室商業・サービス課商業振興グループが取り組むバイローカル及びICT活用の促進につながる事業として、同グループと連携して実施する。 (c)南支部管内の区役所などと連携して効果的なPRを行う。 (d)出店者の希望に応じて、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談支援を行い、本事業との相乗効果を狙う。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	17社・4団体 南支部の経営相談利用者や地域活性化事業参加者の中で対象となる事業者などに 出店を案内する。また、活性化に積極的に取り組む商店街・商店会に開催を呼び かける。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	出店を通じ、販売促進、新規顧客開拓、認知度向上、消費者ニーズの把握などにつながる。また、 LINE公式アカウントやインスタグラムなどSNSに対する苦手意識が強い出店者が、ICTコミュニ ケーションツールを活用して、自らの力で顧客深耕および新規顧客開拓ができるようになる。							
	指標	アンケートで、(販売促進イベントが)PRや売上増、地 域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500	円 ×	17	社 ×	1.00	=	858,500	円
		50,500	円 ×	4	団体 ×	10.00	=	2,020,000	円
			合計	21	社・団体	(小計)		2,878,500	円
						計	2,878,500	円	
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠								
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
		②受益者負担	円	負担金の積算					
		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果				
		標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)					
	2,878,500	円 ×	1.00	=	2,878,500	円	(円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 17社	(個店など) 南支部の経営相談支援先や地域活性化事業参加者の中で対象となる事業者に出店を案内する。	
	支援対象企業の変化	出店を通じ、販売促進、新規顧客開拓、認知度向上、消費者ニーズの把握などにつながる。また、LINE公式アカウントやインスタグラムなどSNSに対する苦手意識が強い出店者が、ICTコミュニケーションツールを活用して、自らの力で顧客深耕および新規顧客開拓ができるようになる。		
	指標	アンケートで、(販売促進イベントが)PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 4団体	(商店街・商店会) 活性化に積極的に取り組む商店街・商店会に参画を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	イベント開催により来街者が増加し、にぎわい創出と需要喚起につながる。また、イベント運営を通じて蓄積される無形資産(地域の諸団体などとのネットワーク構築や人脈、経験、知恵、ノウハウなど)を活かすことで、商店街・商店会を中心とする地域の経済活動の活性化が可能になる。		
	指標	アンケートで、(販売促進イベントが)PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業		事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011年度～		13	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者の経営改善・企業体質の強化を目的に、経営実務に関する各種講習会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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・ノウハウを習得して経営改善をめざす事業者)					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	参加者には毎回アンケートを実施し、関心のある事項を調査・収集している。2022年度に実施した講習会のうち「LINE公式アカウントで集客力をUPしよう!」「中小企業が知っておきたいパワハラ防止法への対応実務と労災認定に関する基礎知識」「展示会で売上を飛躍的に高める3つの鉄則」、大阪弁護士会と共催した「法律講演会」などの参加者アンケートの結果は次の通り(回答のべ1,099件、複数回答)。 「販路拡大・取引先開拓」311件(28.3%) 「人事・労務・人材採用」180件(16.4%) 「助成金や施策等の活用方法」164件(14.9%) 「IT化・情報セキュリティ」160件(14.6%) 「税務・節税」109件(9.9%) 「融資制度・資金繰り」108件(9.8%) 「後継者問題・事業承継」67件(6.1%)					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2021年度は講習会を62回開催し、支援企業数は1614.5社、満足率は94.7%であった。また、講習会で得た知識や情報を「今後の経営改善に役立てる」と回答した参加者の割合は97.5%であった。2022年度は12月末までに22講座を開催し、支援企業数は799.5社、満足率は94.9%である。また、講習会で得た知識や情報を「今後の経営改善や経営力向上に役立てる」と回答した割合は98.8%で、目標数値の90%を上回っている。					
	反省点	オンラインを活用して実施した場合、当日不参加やアンケート未回答が多い。募集時、講習会前後にアンケートへの協力を依頼していく。2022年度上半期に実施したセミナーの中では、特にSNSを活かしたPR・販促法、資金繰り改善、インボイス制度対策などをテーマとしたものが参加者から好評を得た。2023年度においても地域事業者のニーズに沿い、時宜に適したテーマを取り上げる。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	○営業・販路拡大、労務、税務・会計、法務、ITなど、中小企業・小規模事業者の関心が高い分野・テーマに焦点を当て、経営実務に役立つ内容の講習会を開催する。 ※「<付表>2021年度開催実績」参照 ○集合形式もしくはオンライン形式で35~40回程度開催する(1回2時間程度)。 ○毎回、参加者アンケートを実施し、PDCAを通じてより参加者の満足度が高い講習会へと改善を図る。 ○参加者の中で経営相談などの個社支援を希望する事業者には、経営指導員が訪問するなどして課題解決の支援にあたる。より高度専門的な課題については、専門家と同行して課題解決を図る。					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズメ型						
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	(b)広域連携	○(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	創業・経営革新		
		(c)各支部管轄区域内の区役所や産業会・工業会・納税協会などと連携して参加者を募る。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	○支援対象企業数は例年の実績や新型コロナウイルスの影響などを勘案して設定。 ○参加募集は、主として経営指導員による直接的な勧誘、ウェブサイト掲載、メールマガジンの配信、他の事業での開催チラシの配布、会員企業などへのファックス送信などによる。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	アンケートにおいて、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	数値目標	90%		
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	811	社 ×	1.00	=	16,382,200	円		
				合計	811	社	(小計)		16,382,200	円		
										計	16,382,200 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
	算出額		①市町村等補助			円	交付市町村等					
			②受益者負担	110,000		円	負担金の積算	参加費@5,000円×22人				
			(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果				
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			16,382,200	円 ×	0.50	=	8,191,100	円	(110,000 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

<付表> 中小企業の体質改善強化支援事業 2021年度開催実績

カテゴリー	テーマ
営業・販路開拓	「営業が苦手」を克服！「来てくれて有難う」と言われる営業学
	HPは営業ツール！「とりあえず作った」ではもったいない
	お客様の心をつかむ「はがき」活用の秘訣
	コロナ後の「ニューノーマル営業」
	商品の魅力を伝える撮影のテクニック
	ネットショップの立ち上げと運用のポイントセミナー
	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！
	はじめてのホームページ作成セミナー
	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
	人事・労務
会計・経理	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～ 経営に活かす決算書の読み方 決算書の見方と資金繰り表の作成 補助金活用と資金調達のポイント
IT・セキュリティ	<初心者向け>動画作成のコツ withコロナ時代 中小企業の"動画"活用 アフターコロナ時代の情報セキュリティ対策 うちの会社もこれでテレワーク これだけは知っておきたい！SNS活用セミナー 小規模企業はYouTubeをどうビジネスに活かすべきか？
税務	基礎からわかる年末調整の実務講座 コロナ後の税務調査の対応方法 税制改正「賢く上手に節税する方法」 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～ やさしくわかる年末調整実務講座 令和4年度 税制改正セミナー
事業戦略・その他	「結局、どう使えるの？」が分かるSDGs 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～ アフターコロナを見据えた戦略的な事業承継 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 コロナ後の経営戦略 戦略的な中期経営計画の進め方！ コロナ後の世界・勝ち残る条件！ 事業計画作成と補助金活用のポイント 持続可能な開発目標の実践 SDGs 取組セミナー 事務業務の業務マニュアル作成術 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 小規模事業者向け、初めての「事業計画作成」 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つくり方 中小・小規模事業者のためのBCP作成・運用セミナー デジタル化時代の新たな利益を生む仕組みづくり ビジネスモデルの転換と補助金活用法 補助金申請書作成に役立つ事業計画書セミナー より良い会社を作るための処方箋

事業名		開業サポート事業		事業番号	3	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2015年度～		9	年月	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	創業希望者向けセミナーや、創業手法を具体的に学ぶ集中講座を開催し、創業マインド向上を図るのに加え、レベルの高いビジネスプランの作成と創業支援を通じて、大阪での創業を促進する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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。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の体験談を聞く講演会を開催し、創業への取り組みを後押しする②集中講義形式の創業講座を開催し、各参加者の創業準備段階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。						
	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						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	本商工会議所の経営相談室では年間のべ450件以上の創業相談に応じており、そのうち創業を具体的に考えている人から創業を間近に控えた人までが大半を占める。潜在的な創業希望者はさらに数多く存在すると想定される。						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【2022年度】 ①創業セミナーを集合形式で2回開催、支援企業数84社 ②集中講座として大商開業スクール（全5回）を開催、支援企業数30社 ③ハンズオン支援は1社実施し、ビジネスプランコンテストに推薦。さらに1社実施予定						
	反省点	先輩創業者の講演会は会社員などが参加しやすいよう土曜日に開催。昨年より参加者は増えたものの予想に届かなかった。また、集中講座のプレセミナーと位置付けているが、開催前に集中講座が定員になってしまった。次年度は開催時期をできるだけ前倒しするとともに、先輩創業者の講演以外の内容を集客につながるものとなるよう検討する。						
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	①創業希望者向けセミナー（人材育成型） 創業に関心を持つ者や創業を考えている者を対象に、創業関連情報を提供するセミナー、先輩創業者の講演会（下記集中講座のプレセミナー）を開催し、創業に役立つ情報提供を行う。セミナーは5～7月頃、講演会は8～9月頃に集合形式もしくはオンライン形式で開催予定。						
	○ 人材交流型	②創業支援の集中講座（人材交流型） 創業に向け準備中の者や創業後間もない者、創業を志すものの事業運営ノウハウがない者などを対象に、創業の基礎知識習得から個々のビジネスプランの作成・ブラッシュアップまでを支援するとともに、講師と受講生、受講生同志の交流を促進する。10～11月頃に集合形式もしくはオンライン形式で開催予定（5回コース）。個別の相談には、創業の専門相談窓口と連携して対応し、融資希望案件は府制度融資「開業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」などの公的融資につなぐ。セミナー、集中講座とも、募集期間を十分確保したうえで創業の専門相談窓口利用者に参加勧奨するなどし、集客に努める。						
	販路開拓型	③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」への推薦を前提とした個別支援（ハンズオン型） 本商工会議所の創業相談や経営相談利用者、集中講座受講者などの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、さらなるブラッシュアップのためのハンズオン支援を行う。具体的には、専門相談などで専門家の指導を受けつつ、経営指導員の伴走支援により事業計画に磨きをかける。また、コンテストの求める基準に合った資料作成支援やプレゼンテーション指導も必要に応じて行う。						
	○ ハンズオン型	本商工会議所の創業相談や経営相談利用者、集中講座受講者などの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、さらなるブラッシュアップのためのハンズオン支援を行う。具体的には、専門相談などで専門家の指導を受けつつ、経営指導員の伴走支援により事業計画に磨きをかける。また、コンテストの求める基準に合った資料作成支援やプレゼンテーション指導も必要に応じて行う。						
	独自提案型	インターネットや連携機関などを活用してタイムリーに創業支援に関する情報を発信することにより、創業希望者から相談や支援希望を募る。創業希望者に対しそれぞれの準備段階に応じて、セミナー、集中講座、個別支援、融資紹介など伴走型支援を実施し、創業実現につなげる。						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
	商-18		起業家の育成、創業の促進				創業・経営革新	
	(a)大阪府商業・サービス産業課新事業創造グループと連携し、「大阪起業家グローイングアップ事業」の推薦機関として同事業ウェブサイトや大阪府メールマガジンの活用に加え、金融機関などとの地域金融支援ネットワークを通じて広く府内に事業をPRする。融資面では、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。優秀なビジネスプランに対しては、「大阪起業家グローイングアップ事業」への推薦を前提にさらなるブラッシュアップを図る個別支援を実施する。 (c)大阪市の創業支援等事業計画に参画して、大商開業スクール、個別相談指導を特定創業支援等事業として実施し、大阪市のメール配信などで事業PR協力を受ける。 (d)本事業参加中あるいは参加後の創業の個別相談に対応することで、相談事業と連携する。							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 132社	①セミナー100社、②集中講座30社、③ハンズオン支援2社 [募集方法] 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など							
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得るとともにモチベーションが高まる。また、具体的な創業準備として集中講座への参加を通じ、創業に関する知識や理解が深まり、事業計画が参加前よりレベルアップする。個別支援により優秀なプランがさらにブラッシュアップされる。								
	指標	アンケートにおいて、セミナーで創業に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80%						
その他目標値	目標値の内容⇒									
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200	円 ×	100	社 ×	1.00	=	2,020,000	円	
		40,400	円 ×	30	社 ×	1.50	=	1,818,000	円	
		101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円	
			合計	132	社	(小計)		4,040,000	円	
					計		4,040,000	円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担	165,000	円	負担金の積算	集中講座参加費@5,500円×30人				
		○ (a)府施策連携		(b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果				
標準事業費			補助率	(①市町村等+②受益者負担)						
	4,040,000	円 ×	1.00	=	3,875,000	円	(165,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							
			円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 100社	<人材育成型> 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など	
	支援対象企業の変化	セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得るとともにモチベーションが高まる。		
	指標	アンケートにおいて、セミナーで創業に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 30社	<人材交流型> 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など	
	支援対象企業の変化	具体的な創業準備として集中講座への参加を通じ、創業に関する知識や理解が深まり、事業計画が参加前よりレベルアップする。		
	指標	アンケートにおいて、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%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 2社	<ハンズオン型> 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など	
	支援対象企業の変化	個別支援により優秀なプランがさらにブラッシュアップされる。		
	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社
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

当該事業の参加者は、大阪府内での創業や府内に新たな事業所を設けるため、もしくはかかる情報収集が目的であり、大阪府内の創業や新規事業所の立ち上げを促進する観点からも、府外の個人や事業者ならびに大企業勤務者も支援対象に加える。

事業名		BCP支援事業		事業番号		4	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012年度～		12	年月	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	ワークショップやセミナーを通じて中小企業にBCP（事業継続計画）策定やサイバーセキュリティ対策に関するノウハウを習得してもらう。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>2022年度版「中小企業白書」の統計によると、中小企業におけるBCPの策定状況の推移は、2021年時点で15%となっている。策定している中小企業の割合は増加傾向にあるものの依然として低い水準である。こうした状況下で、新型コロナウイルスの感染拡大から3年経とうとしている。近年では恒常化している豪雨や大型台風などの自然災害や、新型コロナウイルスなどの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、まだBCPを策定していない事業者に対しては、BCP策定の重要性を認識し、BCP策定に積極的に取り組むためのノウハウ獲得、具体的にBCP策定に着手する支援を行い、これまでにBCPを策定した事業者に対してはブラッシュアップにより実用性の高いBCPを備える支援を行うことで、BCP策定の普及、災害に強い事業者の増加をめざす。</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（広範な業種）						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>2022年度版「中小企業白書」によると、BCPを策定しない理由として、策定に必要なスキル・ノウハウがない（41.7%）、策定する人材を確保できない（28.3%）、書類作りでおわってしまい実践的に使える計画にすることが難しい（28.0%）となっている。企業が単独でBCPを作成することが難しい状況となっており専門機関による支援を求める企業ニーズが一定数存在すると考えられる。また、BCPは策定するだけでなく定期的な見直しをしていくことが重要である。長年BCP支援を実施してきた実績があり、一度策定した計画の見直し、ブラッシュアップを求める企業ニーズが一定数存在すると考えられる。</p> <p>また、万博など世界的イベントに向け、サイバー攻撃の増加・巧妙化が懸念される。本商工会議所による2017年の調査によると、サイバーセキュリティ対策が進んでいないと回答した中小企業は68%にのぼる。また、2018年度に行った本商工会議所と神戸大学の共同調査では、大阪府内の中小企業30社中30社全てでサイバー攻撃が観測された。サプライチェーンの頂点に位置する大企業・中堅企業を対象とした2018年度のアンケートでは、取引先中小企業がサイバー攻撃を受けその被害が自社に及んだ場合に「損害賠償請求を検討する」と回答した企業が118社中55社(47%)、「取引停止」と回答した企業が同35社(29%)あるなど、中小企業・小規模事業者がサイバー攻撃を受けると事業継続ができなくなるケースも十分発生しうる。一方で本商工会議所が2020年以降提供している「商工会議所サイバーセキュリティお助け隊サービス」のユーザ数も徐々に増加傾向にあり、本分野への関心や改善ニーズは高まりつつある。こうした状況を受け、小規模事業者向けの意識・知識をさらに高め、かつ維持させる場、具体的行動を促進する簡便・安価なソリューション商材の情報提供の場などが求められている。</p>						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>2021年度： 新型コロナウイルス感染症対策セミナー 支援企業数38社 事業継続力強化計画「認定支援」ワークショップ 同17社 BCP・サイバーセキュリティセミナー 同143社</p> <p>2022年度： 大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」策定ワークショップ 同38社 「サイバー攻撃は災害！被災地で見た当事者からのメッセージ」同56社</p>						
	反省点	<p>○一対多によるワークショップのため、どのような業種業態でも参考になる内容で構成した。そのためすでにBCP計画策定をおこなっている意識の高い事業者には若干物足りない内容だった。</p> <p>○サイバーセキュリティのセミナーについて、受講者間の意識・知識レベルの格差が見受けられるため、高レベル層を取り込みつつも、低レベル層（専門知識や情報システム担当経験のない受講者）にも理解できる噛み砕いた内容での開催を引き続き心がける。</p>						

具体的な実施内容・手法	○	人材育成型	①中小企業・小規模事業者向けBCP策定ワークショップ<人材交流型> ○外部機関と共催し、直近の感染症、自然災害の被害状況を説明し、少人数方式の集合型でのグループワークを中心に疑問点を確認・意見交換しながら、実際の策定の基礎ノウハウを獲得してもらう。なお、資料は大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」を活用する。							
	○	人材交流型	○初めて事業継続計画（BCP）を策定する事業者、すでに策定し、計画の見直しやブラッシュアップを求める事業者、それぞれを対象としたワークショップを開催し、それぞれのニーズに応じた支援を実施する（7月、10月頃の開催を予定）。							
		販路開拓型	②サイバーセキュリティ対策に関するセミナー<人材育成型> ○企業の経営者や情報システム担当者を対象に、サイバーセキュリティ（情報セキュリティ含む）の知識や最新情報、簡便・安価な対策方法（ソリューション商材の紹介含む）などに関するセミナーを集合形式もしくはオンライン形式で開催する。							
	○	ハンズオン型	○サイバーセキュリティのみならず自然災害のリスクと対策もBCPの観点から解説する。							
		独自提案型	③上記ワークショップ、セミナーなどを通じたBCP、事業継続力強化計画の策定支援<ハンズオン型>							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○		(a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	○			(d)相談事業相乗効果	
	商-14		BCP・BCMの普及促進及び策定支援				BCP			
	(a)大阪府が推薦する大阪府商工会連合会のBCP策定支援事業及びBCPガイドラインの紹介を通じて参加者にBCP策定を促す。D-FAX、メール配信、ウェブサイトへの掲載と過去の支援先への巡回による参加勧奨を通して、広く大阪府内の事業所に参加をよびかける。 (d)相談の内容によって、相談事業と連携する。									
主な事業の目標	総支援対象企業数		設定根拠及び募集方法⇒		①中小企業・小規模事業者向けBCP策定ワークショップ：35社 ②サイバーセキュリティ対策に関するセミナー：40社 ③BCP、事業継続力強化計画の策定支援：10社					
	85社		メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)		これから策定する事業者は具体的にBCP策定にかかるノウハウを獲得し、ブラッシュアップの事業者はより実用性の高いBCPを策定できる。							
その他目標値	指標		BCP（簡易版を含む）や事業継続力強化計画の策定件数			数値目標		75件		
	目標値の内容⇒									
算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数	係数	標準事業費			
			40,400	円 ×	35社	×	1.00	=	1,414,000円	
			20,200	円 ×	40社	×	1.00	=	808,000円	
			101,000	円 ×	10社	×	1.00	=	1,010,000円	
			合計		85社	(小計)		3,232,000円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠										
算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		○		(a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	○			(d)相談事業相乗効果
		標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
		3,232,000	円 ×	1.00	=	3,232,000	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）		
					円					
					円					
					円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 35社	①中小企業・小規模事業者向けBCP策定ワークショップ メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	これから策定する事業者は具体的にBCP策定にかかるノウハウを獲得し、ブラッシュアップの事業者はより実用性の高いBCPを策定できる。		
	指標	アンケートにおいて、BCP策定のノウハウを獲得・向上できたと感じた事業者の割合	数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 40社	②サイバーセキュリティー対策に関するセミナー メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	サイバー攻撃、セキュリティー対策の最新動向、対策の方向性、プロセスに係る意識・知識が高まる。		
	指標	アンケートにおいて、サイバー攻撃、セキュリティーの最新動向、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%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10社	③BCP、事業継続力強化計画の策定支援 メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	BCPや事業継続力強化計画を策定し、事業体としての危機管理が図られる。		
	指標	BCPや事業継続力強化計画の策定件数	数値目標	10件
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

--

事業名		あべの天王寺・サマーキャンパス		事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014年度～年度		10	年目	←複数段階の実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	地域の店舗や事業者専門性を活かした親子向けの体験プログラムを実施してもらうとともに、抽選会やスタンプラリーなどのイベントを開催するなどし、当該地域のにぎわいを創出する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍からの回復を目指す地元商店街・商店会や商業施設、およびそれらの入居店舗などを支援すべく集客・販売促進につながるイベントを開催する。また、今後普及が進むオンラインビジネスに挑戦し、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ることで、従来の実店舗の顧客に加えてオンラインでの新規顧客開拓につなげるために必要な知識・ノウハウなどを学ぶセミナーを開催する。なお、受講事業者にはセミナーで学んだことを実践してもらうため、オンラインで行う“体験プログラム”の企画・実施を奨励する。阿倍野・天王寺ターミナルエリアの主要な商店街・商店会や商業施設の一一致力を得てイベントを開催し、にぎわいを創出することで、当地域を“キタ”や“ミナミ”に比肩する魅力的なエリアとすることを旨とする。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	阿倍野区・天王寺区を中心とする大阪市内の中小・小規模事業者（大阪府内の事業者も対象）、地域の商店街・商店会、商業施設のテナント会などの団体					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「あべの天王寺・サマーキャンパス（以下、サマキャン）」は、地元商店街から「子供連れの来街者に好かれ、安心して過ごせる街にしたい」という“イメージチェンジ”の意向を受け、商業施設、商店街、個店、公共団体、学校などの関係企業・団体の協力のもと、2014年度から実施してきた。2020年度は新型コロナウイルスの影響を受けて急遽事業の見直しを行い、全てのイベントをオンライン上で開催する「おおさかまるごとオンラインキャンパス」を企画・実施したが、来街者増につながるリアルイベントを開催してほしいという要望を受けた。そこで、2021年度から感染対策に配慮しつつ、再びリアルイベントを取り入れたサマキャンを実施した。2022年度の体験プログラム数は、2021年度（59プログラム）を上回る95プログラムに上り、抽選会対象店舗には274店舗（2021年度は232店舗）が登録した。地域の店舗や事業者にとって、サマキャンのような集客・販売促進につながる事業に対するニーズは高い。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<あべの天王寺・サマーキャンパス2022>（8月13～21日） 支援企業数：140社・9団体 体験プログラム ①リアル開催 84プログラム、②オンライン開催 11プログラム お楽しみ抽選会 参加店舗 274店舗、抽選回数 7,405回 スタンプラリー 達成者数 446人 <オンラインミーティングツール活用セミナー>（5コース）支援企業数93社					
	反省点	新型コロナ感染拡大の緊急事態宣言下で開催した2021年度と比較して、抽選会の参加（2021年参加者数1,161人→2022年抽選回数7,405回）やスタンプラリー達成者数（2021年186人→2022年446人）が増えるなど、集客・販売促進ならびに地域のにぎわい創出につながった。抽選会・スタンプラリーともに昨年採用した「QRコードを読み取って参加する非接触型システム」を見直し、抽選券を配付する、パンフレットの裏表紙にスタンプを押すなど、わかりやすい方法に変更したことも功を奏した。ただ、抽選会について抽選会対象店舗やリアル体験プログラム実施事業者の一部で、スタッフにオペレーションが浸透しておらず顧客や参加者に対し抽選券を配付していないケースがあったため、次回は着実に配布し、より多くの人に抽選会へ参加してもらえるようにする。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	I. あべの天王寺・サマーキャンパス <販路開拓型、支援企業数115社・8団体> 1.開催時期：2023年8月下旬（Webサイト公開：7月下旬頃） 2.主な実施内容					
	人材交流型	(1)リアルイベント：阿倍野・天王寺を中心とするエリアの商店街・商店会や商業施設とそれらに入居する店舗などの集客・販売促進につながるイベント（リアル体験プログラム、抽選会、スタンプラリーなど） (2)オンラインイベント：南支部管内を中心とする地域の事業者がオンライン上で実施する、一般顧客を対象としたイベント（オンライン体験プログラムなど）					
	○ 販路開拓型	(3)その他：①一般顧客を誘引するための仕掛けとして、上記(1)(2)の参加者を対象に抽選で景品を提供する。②オンラインとリアルで相互にイベントの告知を行う。					
	ハズ'w'型	II. オンライン活用セミナー <人材育成型、支援企業数65社> 1.開催時期：2023年5～6月頃 2.主な実施内容					
	独自提案型	オンラインイベントを通じた新規顧客開拓など、オンラインをビジネスで活用するために必要な知識・ノウハウについて学ぶ、レベル別、テーマ別（5パターン程度）の異なるセミナーを開催する。なお、受講した事業者には、本セミナーで学んだことを実践する場として、あべの天王寺・サマーキャンパスのオンラインイベントの実施を勧める。					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	(b)広域連携		○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果		
	商-19	デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業				商業	
	(a)大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会と協働して実施する（①リアルイベントの企画・実施、②オンライン活用セミナーの企画・調整などについて協力を得る）。 (c)区役所などと連携して広報を行い、集客を強化する。 (d)参加店舗のうち希望する先に対して、店舗の魅力向上、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談に応じることで本事業との相乗効果を狙う。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 188 社・団体	<販路開拓型>115社・8団体 <人材育成型>13社×5回=65社 これまでに参加した事業者のほか、本事業の取り組みに関心のある事業者、南支部管内の商業施設や商店街・商店会などに参加勧誘する。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	地域の事業者ならびに商店街・商店会や商業施設とその店舗などのPR、集客、売上増、新規顧客開拓、消費者ニーズの把握および地域のにぎわい創出につながる。また、セミナー参加を通じて、オンラインミーティングツールに関する知識が向上し、自社のビジネスにおけるオンラインの活用やオンラインのリテラシー向上に対する意欲が高まる。								
	指標	実施後のアンケートで、(自社・自店の)PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%						
その他目標値	目標値の内容→									
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		50,500	円 ×	115	社 ×	1.00	=	5,807,500	円	
		50,500	円 ×	8	団体 ×	10.00	=	4,040,000	円	
		20,200	円 ×	65	社 ×	1.00	=	1,313,000	円	
		合計		188	社・団体	(小計)		11,160,500	円	
				計		11,160,500	円			
独自提案単価及び独自補正係数の根拠										
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等							
	②受益者負担	円	負担金の積算							
	<input type="radio"/> (a)府施策連携		<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
	11,160,500	円 ×	1.00	=	11,160,500	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							
			円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 115社	(あべの天王寺・サマーキャンパス) これまでに本事業に参加した事業者や、南支部管内の商業施設や商店街・商店会などに参加勧誘する。		
	支援対象企業の変化	地域の事業者ならびに商店街・商店会や商業施設とその店舗などのPR、集客、売上増、新規顧客開拓、消費者ニーズの把握および地域のにぎわい創出につながる。			
	指標	アンケートで、(自社・自店の)PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8団体	(あべの天王寺・サマーキャンパス) 南支部管内の商業施設や商店街・商店会などに参加勧誘する。		
	支援対象企業の変化	商店街・商店会や商業施設の知名度向上、集客、売上拡大、空き店舗対策・テナント確保、地域のにぎわい創出につながる。			
	指標	アンケートで、(商店街・商店会・商業施設の)PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 65社	(オンライン活用セミナー) オンラインイベントを通じた新規顧客開拓など、ビジネスにおけるオンライン活用に関心がある事業者に参加勧誘する。		
	支援対象企業の変化	セミナー参加を通じてオンラインミーティングツールに関する知識が向上し、自社のビジネスにおけるオンラインの活用やオンラインのリテラシー向上に対する意欲が高まる。			
	指標	実施後のアンケートで、オンラインの活用方法などに対する理解が深まったと回答した割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

--

事業名		西部エリア Amon (えーもん) 市		事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～ 年度		9	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	商店街と個店（チャレンジショップ/近隣店舗）、近隣小型スーパーなどが、共同での販促活動やイベントを通じて、ワンストップショッピングゾーンとしての近隣徒歩圏住民からの認知を得る。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>【現状と課題】本商工会議所は過去8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>【本事業を通じてめざす状態】</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の相互協力をさらに強化し、販促支援を行う。 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。 ③商店街とスーパーなどの協力を仲立ちし、地域と共存共栄する商圈を意識する。 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（此花・西・港・大正・浪速・西成区）の小売店・製造・卸売店及び商店街、協同組合					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	上記地域の商店街は近隣型、地域密着型商店街が大半であるが、これらの商店街の課題は、ワンストップ・集客機能の維持と、構成店舗の売り上げ拡大である。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2017年度：浪速区、大正区、西成区、港区、此花区にて情報紙「Amon」発行。西成区、港区にてイベント開催支援（15商店街、55個店） 2018年度：此花区、西成区、港区にてAmon発行・イベント開催支援（15商店街、51個店） 2019年度：西区、西成区にてAmon発行・イベント開催支援（19商店街、43個店） 2020年度：西区、西成区にてAmon発行（18商店街支援） 2021年度：港区、此花区、西区にてAmon発行（13商店街支援） 2022年度：西区、此花区、港区にてAmon発行。					
	反省点	2021年度はコロナ禍により、商店街イベントが開催できず、イベント以外の商店街告知をもって、販路拡大をめざすAmon発行もあった。できる限り、新規顧客獲得効果が大きいイベントや効果が長続きする販促活動の内容にこだわるが、コロナ禍など特段の状況によっては柔軟に対応する。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	1.商店街の販促企画実施を通じた中小小売店舗との連携強化 ○徒歩圏内の住民を対象とした、一通りの生活必需品が揃う相互補完的なワンストップお買いものゾーンの形成をめざす。販促企画に取り組んでいる意欲のある商店街を核として、周辺個店との企画連携を進める。常時の買い物客誘引を達成するため、商店街の近隣に所在するミニスーパーなどとの連携を進める。					
	人材交流型	○商店街などと個別店舗を仲立ちし、行政やコミュニティとの連絡調整を行い、協力して共通企画を計画、実行する。					
	○ 販路開拓型	2.情報紙「Amon (えーもん)」の発行 ○2014年から商店街と個店の販促ツールとして発行している情報紙「Amon (えーもん)」を引き続き発行する。 ○情報紙では、商店街の販促イベントや、新たな顧客を求める地元の小売店や連携するミニスーパーなど一体としてまとまった商圈があることを紹介する。また他の商店街、各区商店会連盟や団体が主催する販促企画、その他商業関係のイベントも掲載する。ネットでの記事紹介も視野に入れる。					
	ハズお型	3.個店への支援 ○情報紙掲載によるPR、販路拡大を支援。販促方法や改善策などを提案し、カルテ化につなげる。 ○支援の成果として、他地域の商店街へ出店し、あるいは販促活動を共同で行うことにより、通常の商圈ではない商店街に来街する顧客への販売・アピールによる商圈拡大の機会、他地域の商店主との交流による経営改善のヒントが得られる。					
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	商業	
		(c)上記各区の区役所とのイベント情報の共有や出店企業の紹介、広報支援などでの連携を行う。 (d)販促方法改善策の支援の実施によりカルテ化を図る。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 11 団体	商店街・協同組合：11団体 経営指導員が個別に事業提案を行う。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	アンケートで、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回答した割合			数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
			50,500	円 ×	11	団体 ×	10.00	=	5,555,000	円	
				合計	11	団体	(小計)		5,555,000	円	
										計	5,555,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)										
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等					
			②受益者負担		円	負担金の積算					
			(a)府施策連携		(b)広域連携	○	(c)市町村連携		○	(d)相談事業相乗効果	
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
			5,555,000	円 ×	0.50	=	2,777,500	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)			
					円						
					円						
					円						
					円						

【備考】

事業名		新しい生活様式に適應した商店街集客支援事業		事業番号	7	新規/継続	継続
想定する実施期間		2021 年度～ 年度		3	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	感染症に對應し、新しい生活様式に適應した商店街の集客支援を行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	対面販売を基本とする商店街は、長引くコロナ禍や物価の上昇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、苦境が続いており、将来的な集客不安を抱え続けている。そこで、商店街が新しい生活様式に適應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と連動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)	大阪市内を中心とした商店街、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)					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	コロナ禍による住民の外出控えやインバウンドの消失に、物価上昇による買い控えなどもあいまって、商店街の苦境が続いている。テレワークの普及により住宅地域では昼間人口の増加傾向も見られており、近隣に住む顧客の維持・獲得が求められている。新しい生活様式に適應しながら、これまで実施していた一定の時間に人が集中する恐れがある集客・販路拡大のイベントを工夫して開催することや新たな集客・販路開拓施策を検討する必要がある。また、商店街役員や店主は高齢者が多く、ITに疎いため、一過性でないきめ細やかな支援を望む声が複数寄せられている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	○「100円商店街」「ワンコイン市」を、千林商店街(4月、11月)、野田新橋筋商店街(4月、6月、10月)、地下鉄あびこ中央商店街(7月)、今里新道商店会(10月)、今里新道筋商店街(10月)、今里一番街商店会(10月)、神路銀座商店会(10月)、神路新道商店会(10月)、神路一番街商店街(10月)、駒川商店街(11月)、駒川中通商店会(11月)で開催した。また、京橋中央商店街、新京橋商店街の大阪・関西万博「共創チャレンジ」登録の支援をした。 ○淀川区で3商店街を対象にインスタグラムの活用を学び集客につなぐ勉強会を月1回程度開催している。また、東淀川区では2商店街を対象に東淀川まちゼミを11月に開催した。					
	反省点	○100円商店街は徐々に再開する商店街が増えているが、コロナ前の水準には戻っていない。現行事業に加え、近隣や府内・国内から新規の顧客を開拓する振興策が求められる。 ○SNSの活用に関しては事業者ごと、また商店街ごとの意識やレベルの差が激しく、勉強会のレベルをどこに合わせるかが非常に難しい。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	商店街を「安全・安心な商店街」とするために、商店街の実情に合わせて既存顧客離れの防止や新規顧客獲得に向けた集客支援事業を行う。					
	人材交流型	[実施内容例] ○感染症対策を実施済みの商店街に対しては、「安全・安心な商店街」を訴求しつつ、従来から商店街と協働し、集客・販路拡大手法として定着している「100円商店街イベント」や、「まちゼミ」「バル」などの継続実施を促す(商店街振興組合からの要請によりブラッシュアップを行う)。					
	○ 販路開拓型	○広報誌やマップ、ICT(グーグルマップ、SNS、ウェブサイトなど)活用による情報発信についてアドバイス・広報支援を行う。また、講習会・勉強会を必要に応じて実施する。					
	ハズ'オ'型	○商店街の活動を大阪・関西万博の「共創チャレンジ」に登録し、大阪・関西万博との連携をアピールした情報発信力の強化に取り組む。 ○商店街と地元観光資源(寺院、神社、その他集客施設など)との連携を促し、情報発信を行うことで、イベントによる一過性の集客ではなく、持続的で分散した集客支援に取り組む。					
	独自提案型	○その他、商店街の集客につながる新しい情報発信、集客イベントに取り組む。					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)府施策連携	(b)広域連携	○(c)市町村連携	○(d)相談事業相乗効果	商業	
		(c)商店街が所在する区の役所と適宜、広報などを連携する。 (d)事業実施がきっかけで事業所カルテ化など、相談事業につながっている。また、商店街の実務についても、会計や労務管理上の課題があれば、適宜専門家を派遣する。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	商店街・商店会など10団体 個別に支援・協働を提案・調整をする。 10団体 また、区商連の会議などを通じて呼びかけを行う。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	アンケートにおいて、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%
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費				
			50,500	円 ×	10	団体 ×	10.00	=	5,050,000	円			
			合計		10	団体	(小計)		5,050,000	円			
										計	5,050,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)												
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等							
			②受益者負担		円	負担金の積算							
			(a)府施策連携			(b)広域連携		○	(c)市町村連携		○	(d)相談事業相乗効果	
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
			5,050,000	円 ×	0.50	=	2,525,000	円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)					
					円								
					円								
					円								
					円								

【備考】

事業名		インバウンドによる買い物消費支援事業		事業番号	8	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011年度～		13	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	此花、港、西、大正、浪速、西成区内を対象に、民泊など宿泊施設に訪れている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。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>【現状と課題】新型コロナの水際対策緩和を受け、インバウンド観光客回復への期待が増す中、商店街などのローカルな商業施設の外国人に対する集客力、対応力は依然弱く、万博開催に向け、外国人観光客の受け入れ態勢強化は一層重要性を増している。これまで当事業の各種施策によるPRに加え、YouTubeによるPR動画を通じて世界に発信することで、ネットとリアルの間で有機的な結合を図りながら外国人観光客の来街者数（来店者数）の増加をめざす必要がある。</p> <p>【目標とする状態】YouTubeにPR動画(EXPO2025 Come on KAIMON(買いもん=Shopping in Osaka)!チャンネル)を投稿する。また、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、2022年度に制作したYouTube動画、2018-2021年度に制作した顔出し看板やその設置MAPなどの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					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2025大阪・関西万博を控え、これらを販売チャンスと捉えたり、条件・環境が整えば積極的にインバウンド需要を取り込みたいと考える商店街や商工業者は多い。とは言うものの、予算や能力などの制約により、インバウンド系観光客に対する販売促進活動を具体的に行えていない商店街や商工業者も多い。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>○2016、2017年度に此花・港・西・大正・浪速・西成の各区の管内60商店街と115事業所を訪日外国人に紹介するツールとしてYouTube動画192本(各40秒程度)と14エリアの観光マップを製作。</p> <p>○2018年度には、そのうち20商店街、20事業所に対し、訪日外国人の集客ツール（店頭ステッカーなど）、接客ツール（指差し通訳シート、メニューの英語化など）を製作。</p> <p>○2019年度は、16商店街に顔出し看板、6商店街に指差し通訳シート、1商店街にWelcomeステッカー、4事業所に英語メニューを製作。</p> <p>○2020年度は、14商店街に顔出し看板、5商店街に指差し通訳シート、1事業所に顔出し看板、3事業所にWelcomeステッカーを製作。</p> <p>○2021年度は、3商店街に顔出し看板を製作。</p> <p>○2022年度は、YouTube用PR動画のパイロット版を1本製作。</p>					
	反省点	店頭ステッカーにYouTube動画を表示するQRコードを掲載し、近隣の宿泊施設に観光マップも設置したため、YouTube動画のアクセス数、来街（店）者数は増加したが、情報拡散力はまだ弱い。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	<p>①YouTubeに「EXPO2025 Come on KAIMONチャンネル」を開設し、管内の商店街、店舗に関するEXPO2025の観客誘致に向けたPR動画を製作、適時配信する。</p> <p>②必要に応じて、Welcomeステッカーなどの「集客ツール」、外国語メニュー、案内マップなどの「接客ツール」も上記YouTube動画と有機的に関連付けて新たに製作する。</p> <p>③大阪市の教育機関（専門学校）である大阪市立デザイン教育研究所と連携し、「集客ツール」「接客ツール」の製作を同校に依頼する。同校のフィールドワーク教材としても製作物を利用し、教育機関への実学実習の場を提供する。</p>					
	人材交流型						
	○ 販路開拓型						
	ハズお型						
独自提案型							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	(b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	商業		
	(c)大阪市立デザイン教育研究所と連携して動画や各種ツールを製作する。 (d)観光客、特に外国人観光客への対応や店づくりなど、商店街やその周辺店舗の販路開拓支援を実施。また、店舗改装や設備追加のニーズがあれば資金調達支援を実施する。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	商店街・協同組合：12団体 個店（小売店・飲食店など）：3店舗 経営指導員が経営相談支援などを通じて案内する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	実施後のアンケートで、誘客・集客につながった割合	数値目標	70%		
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		50,500	円 ×	12	団体 ×	7.50	=	4,545,000	円	
		50,500	円 ×	3	社 ×	0.75	=	113,625	円	
			合計	15	社・団体	(小計)		4,658,625	円	
						計		4,658,625	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	補正係数について以下を根拠とする。 ①商店街・協同組合10.00×多言語による支援に要するスキル・専門性1.50×ツール作成による支援0.50=7.50 ②個店1.00×多言語による支援に要するスキル・専門性1.50×ツール作成による支援0.50=0.75								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
		標準事業費	補助率		((①市町村等+②受益者負担)					
	4,658,625	円 ×	0.50	=	2,329,312	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
				円						
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 12 団体	<商店街・協同組合> 経営指導員が経営相談支援などを通じて案内する。		
	支援対象企業の変化	誘客、集客につながり、新たなターゲットとして観光客などの顧客の拡大が図れ、売上増加が期待できる。			
	指標	実施後のアンケートで、誘客・集客につながった割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 3 社	<個店> 経営指導員が経営相談支援などを通じて案内する。		
	支援対象企業の変化	誘客、集客につながり、新たなターゲットとして観光客などの顧客の拡大が図れ、売上増加が期待できる。			
	指標	実施後のアンケートで、誘客・集客につながった割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		ミナミ活性化事業		事業番号	9	新規/継続	継続
想定する実施期間		2016年度～		8	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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たミナミエリアの再活性化をめざして、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。					
	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きた。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。現在もコロナ禍は続くが、ウィズコロナの対応が浸透し、海外からの観光客受け入れ態勢も再開するなど、徐々に海外からの観光客が戻りつつある。一方で国内の観光客も増加に転じており、今後一層の来街者増、ミナミエリアの再活性化をめざして、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、せんば心齋橋筋商店街、宗右衛門町商店街振興組合など）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	新型コロナウイルス感染拡大に関する緊急事態宣言の発出などによりミナミエリアの来街者は一時インバウンドピーク時の10%にまで減少した。その後回復傾向ではあるものの、かつてのにぎわいを取り戻すには継続した情報発信の取り組みが重要であり、かつ商店街として地元に対して訴求する取り組みへの支援が求められている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	○道頓堀春フェス2022（5月3～5日開催）、にぎわいスクエア2022（7月16～17日開催）にブース出展し、地元商店街のPRに努めた。 ○ガイドブック「OSAKA MINAMI MAP」を発行(7月11日)。商店街、中央区内のホテル、大阪メトロや南海電鉄の駅などに設置した。					
	反省点	5月、7月のブース出展時は、国内観光回復局面であり予定数のガイドブックを配布することができた。10月から海外観光客が回復したが、外国語版がなくニーズに応えられなかった可能性がある。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	イベント連携の中心となっている(一社)大阪活性化事業実行委員会、地域の商店街連携の組織であるいっとこミナミ実行委員会、中央区役所、各商店街などと連携し、各イベントの企画・実施、PRならびに地域の商店街の情報発信支援を行う。					
	人材交流型	①ミナミならびに船場エリアの魅力ある買い物や食、イベント、ライブ・エンターテインメント情報を集め、地元商店街と連携して、地元だからこそ作成できるガイドブックを発行する。回復しつつあるインバウンドに対応するため、外国人観光客の受け入れ状況に応じて、日本語版とバイリンガル版を併設する。ガイドブックはミナミの各ホテル、商店街、駅、観光案内所などを通じて配布する。QRコードを活用し、各商店街や店舗、ミナミの情報を発信するWebサイトとリンクすることで、インターネットとの親和性を高め、より効果的かつ持続的な集客が期待できるガイドブックの作成する。					
	○ 販路開拓型	②コロナ感染拡大防止に留意しつつ、とんぼりリバーウォークや船場エリアなどにて開催されるミナミ・船場の魅力を発信する取り組み・イベント実施に、地元団体・区役所とともに参画するなど、コロナ感染拡大により大きなダメージを受けた地元商店街への集客をめざす。					
	ハズメ型						
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)府施策連携	(b)広域連携	○ (c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
		商業					
		(c)中央区役所などと連携して、ミナミのイベントなどの情報発信、地域の商店街などへの集客支援を行う。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	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、せんば心齋橋筋商店街、宗右衛門町商店街振興組合など）				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	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（やや役立った）（役立った）」と評価した割合			数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			50,500	円 ×	6	団体 ×	10.00	=	3,030,000	円		
				合計	6	団体	(小計)		3,030,000	円		
										計	3,030,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			(a)府施策連携		(b)広域連携		○	(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			3,030,000		円 ×	0.50	=	1,515,000		円	(円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

事業名		大阪市東部商店街にぎわい創出事業		事業番号	10	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018年度～		年度	6	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	都島区の商店街、区役所、団体と連携し、「もっと京橋が好きになる」参加店舗の体験プログラムを通じて、大阪屈指の東の繁華街「京橋」の魅力を発信し、にぎわい創出を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	京橋地区をはじめとして都島区の商店街も2025年の大阪・関西万博に対する地域経済・産業の起爆剤としての期待が高く、機運醸成に向けたイベントを実施し、万博への出展をめざしている。本事業は、2025年の万博開催にあわせて「京橋」が国内外からのインバウンドに受け皿となるよう、集客支援イベントなどを実施するとともに、地域の魅力・情報を国内外に発信する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	都島区(京橋)の商店街地域を中心とした中小企業・小規模事業者 同地域の商店街・商店会、商業施設のテナント会など					
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	本事業ではこれまで生野区内の商店街で2カ年度、東成区内の商店街で3カ年度、集客支援イベントを実施し、事業者、一般参加者の双方から高い評価を得ることができた。商店街へのヒアリングなどでは、コロナ禍からの需要回復の後押しに対する要望が非常に強い。また、地元商店街振興団体からイベントなどの活性化事業や万博関連イベントを本商工会議所に望む声強い。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	○2018、2019年度は生野区で実施(4商店街を支援)。若手演奏家によるジャズセッションなどを行い、幅広い年齢層にアピールする集客支援イベントを行った。 ○2020～2022年度は東成区で実施(6商店街を支援)。大阪市立デザイン教育研究所、「モノふえす」参加企業の協力の下、「ハロウィン」を題材にしたフェースガードや紙マスク、手洗い紙石鹸ワーク、モーショングラフィックの上映、風船デコレーションの作成、モノづくりワーク、スタンプラリーなど、親子で楽しめる集客支援イベントを行った。					
	反省点	一過性のイベントとしては商店街に集客ができ、一時的には集客の機運の高めることができたが、個店の本質的な集客力向上には必ずしもつながっておらず、個店の集客力向上に関する事前・事後のフォローが課題であった。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	街の魅力発見!～大阪屈指の東の繁華街「京橋」の魅力を発信!もっと京橋が好きになる!～ 1. 開催期間(予定):2023年9～11月(Webサイト公開:8月頃) 2. 主な内容:大人が楽しめる体験プログラムを30以上実施 フラダンス、居合道、ネイル、美味しいカクテルの作り方、英会話、初めてのプログラミング、シャンプーづくり、キーホルダーづくりなど 3. その他:魅力ある体験プログラムづくり及び体験プログラムを発信していくためのSNSの使い方やインバウンド需要へのアプローチ方法も支援する。					
	人材交流型						
	○ 販路開拓型						
	ハズ 〇型	※本事業は、2025年の大阪・関西万博に向け、毎年体験プログラムに参加する店舗を増やしていくことで機運を盛り上げていく。最終年は万博の開催にあわせ、参加店舗の体験プログラムを、万博をより意識したものにアレンジし、フラダンス万博体験バージョン、万博カクテル体験づくり、英会話で万博体験、万博ネイル京橋バージョン、万博キーホルダーづくりなどで大いに盛り上げ、参加店舗のみならず街の魅力を広く伝える。					
	独自提案型						
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	商業	
	(c)都島区役所、都島区商店会連盟、工業会などと連携し、周知・広報の依頼する。 (d)事業実施後のアンケートにおいて経営課題の把握などを行い、個店や商店街に対してニーズに応じた相談支援を行う。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	個店やものづくり企業など30社 商店街・商店会・商業施設テナント会など3団体 33社・団体 東支部への相談履歴のある事業者のほか、本事業に関心のある事業者、東支部管内の商業施設や商店街・商店会などに呼びかけて参加を募る。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	地域の事業者ならびに商店街・商店会や商業施設とその店舗などのPR、集客、売上増、新規顧客開拓、消費者ニーズの把握および地域のにぎわい創出につながる。また、イベントの周知にSNSなどを活用することで、自社のビジネスにおけるSNSの活用や情報発信に対する意欲が高まる。					
		指標	実施後のアンケートで、PR・情報発信や地域のにぎわいなどにつながった旨を回答した割合		数値目標	70%	
	その他目標値	目標値の内容→					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			50,500	円 ×	30	社 ×	1.00	=	1,515,000	円		
			50,500	円 ×	3	団体 ×	10.00	=	1,515,000	円		
			合計		33	社・団体	(小計)		3,030,000	円		
										計	3,030,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果				
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
3,030,000			円 ×	0.50	=	1,515,000	円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)						
				円								
				円								
				円								
				円								

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 30社	<個店やものづくり企業など> 東支部への相談履歴のある事業者のほか、本事業に関心のある事業者などに呼びかけて参加を募る。	
	支援対象企業の変化	地域の店舗・事業者のPR、集客、売上増、新規顧客開拓、消費者ニーズの把握および地域のにぎわい創出につながる。また、イベントの周知にSNSなどを活用することで、自社のビジネスにおけるSNSの活用や情報発信に対する意欲が高まる。		
		指標	実施後のアンケートで、PR・情報発信や地域のにぎわいなどにつながった旨を回答した割合	数値目標
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 3団体	<商店街・商店会・商業施設テナント会など> 東支部管内の商業施設や商店街・商店会などに呼びかけて参加を募る。	
	支援対象企業の変化	商店街・商店会や商業施設とその店舗などのPR、集客、売上増、新規顧客開拓、消費者ニーズの把握および地域のにぎわい創出につながる。また、イベントの周知にSNSなどを活用することで、自社のビジネスにおけるSNSの活用や情報発信に対する意欲が高まる。		
		指標	実施後のアンケートで、PR・情報発信や地域のにぎわいなどにつながった旨を回答した団体数	数値目標
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

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		事業番号	11	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020年度～		年度	4	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者を対象に、間接業務の効率化、税務関連の新制度などへの対応、販売促進、非対面ビジネスへの転換に役立つビジネスアプリやクラウドサービスなどのITツールの導入を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	人手不足により、経営者や部門担当者の業務負担が大きくなっており、「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、2023年10月に導入される「インボイス制度」に対応するため、インボイスに対応できるソフトやクラウドサービスへの転換が求められている。経営相談室と支部との連携により、小規模事業者などへ無料もしくは安価なアプリやクラウドサービスなどのIT導入を支援し、業務効率化と生産性向上による売上向上に寄与する。またIT導入補助金や小規模事業者持続化補助金を活用したデジタル化についても提案を行うため、ITに大きな投資ができない小規模事業者へのデジタル化の推進につながる。					
	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や、ITを活用して新たな利益を生むビジネスモデルの構築を希望する中小企業・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2022年中小企業白書・小規模事業白書によると、新型コロナウイルス感染症の流行前後で、「デジタル化により業務効率化などに取り組む事業者」は増加している。しかし、依然として、紙や口頭による業務が中心の事業者が約1割程度存在する。本商工会議所では、経営指導の一環として、IT導入に向けての環境確認、優先課題の抽出を行ったうえで、現有人材や課題、コストなどを踏まえ、無料もしくは安価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う。IT導入補助金や小規模事業者持続化補助金を活用したデジタル化も提案できるため、ITに大きな投資ができない小規模事業者からの要望が非常に高い。また、本事業を無料で利用できる点も高く評価されている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>【2021年度実績】</p> <p>ヒアリングシート回答件数：363件 指導件数：87社 アプリ・クラウドサービス導入件数：50社・106件</p> <p>【2022年度実績（11月末現在）】</p> <p>ヒアリングシート回答件数：265件 指導件数：74社 アプリ・クラウドサービス導入件数：36社・71件</p> <p>支援例： ・支部のインボイスセミナー参加者のT社が、インボイス対応のスマレジを導入した。 ・R社は、インボイス対応のスマレジを導入。また勤怠管理と給与のクラウドを導入し、給与計算を自動化を行った。 ・本事業で支援したA社が、「中小企業クラウド実践大賞 近畿・中国四国大会」に出場し、事例を発表。その結果、近畿総合通信局長賞を受賞、近畿代表として全国大会への出場を果たした。</p>					
	反省点	事業者の都合や補助金申請状況などで、アプリやクラウドサービスの導入まで至らなかったケース、また、支援後に事業者自身で更新ができていないケースもある。事業者からの要望があれば、2023度も引き続きそれらの事業者のフォロー支援を行う。来年度も成功事例をさらに輩出し、中小企業クラウド実践大賞に応募するなど、中小企業のデジタル化の模範事例として全国に発信していく。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	1. IT導入状況についてのヒアリング 経営指導員らが巡回や窓口相談、またセミナー開催時などを通じて、小規模事業者などに対し、ホームページの有無や間接業務におけるIT導入状況、業務上の困りごと、支援希望の有無などをシートを用いてヒアリングする。また、2022年度にヒアリングを行った企業についても、現状や課題、新たなニーズについて、ヒアリングする。					
	人材交流型	2. 専門家によるIT導入支援 経営指導員によるヒアリングシートやその他の広報手段などにより、IT導入についての支援ニーズを集め、経営相談室内に設置した「IT・ビジネスアプリ導入サポートデスク」でそのニーズに対応する。派遣を希望する事業者に対しては、適格な専門家を事業所に3～5回程度派遣し、IT導入に向けての環境確認、優先課題の抽出、現有人材や課題などを踏まえ、最適なアプリやクラウドサービスなどITツールの選定・提案、初期設定までの支援を行う。（昨年度の支援企業であっても、新規のIT導入や継続支援を希望する場合は、支援を行う）事業者からの要望により対面ではなく、オンラインでの支援になる場合もある。					
	販路開拓型						
	ハズレ型						
	○ 独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		IT・IoT
(d) ヒアリングシートの実施先に対し、融資や資金繰り、各種補助金申請などの経営相談を実施し、本事業との相乗を図る。							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 310社	市内5支部や経営相談室に配備された経営指導員が「IT導入ヒアリングシート」を回収(250事業者)。ヒアリングシートやその他の広報手段などで集めた支援希望事業者に対して導入支援を行う(60事業者)。						
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	簡易ホームページの立ち上げやクラウドサービス導入などを、売上向上、間接業務の効率化の実現に向けて着手する。							
	指標	IT導入に着手する事業者数	数値目標	60社					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200	円 ×	250	社 ×	1.00	=	5,050,000	円
		202,000	円 ×	60	社 ×	1.00	=	12,120,000	円
			合計	310	社	(小計)		17,170,000	円
					計		17,170,000	円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)	○IT導入状況のヒアリングについては、経営指導員が事業者に対して個別に行う作業量などを勘案してサービス単価を20,200円とする。 ○IT導入のためには専門家(ITコーディネータ)が同一事業所に3~5回は訪問・指導を行う必要があるため、サービス単価を202,000円とする。								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	(a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	○(d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
17,170,000	円 ×	0.50	=	8,585,000	円	(円)			
補助金の団体配分(「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割(配分の考え方)			
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 250社	<IT導入状況についてのヒアリング> 市内5支部や経営相談室に配備された経営指導員が「IT導入ヒアリングシート」を用いて事業者との面談を行い、ニーズを掘り起こす。	
	支援対象企業の変化	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なる。		
	指標	「IT導入ヒアリングシート」の回収数	数値目標	250枚(社)
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 60社	<専門家によるIT導入支援> ヒアリングシートやその他の広報手段などで集めた支援希望事業者に対して導入支援を行う。	
	支援対象企業の変化	簡易ホームページの立ち上げやクラウドサービス導入などを、売上向上、間接業務の効率化の実現に向けて着手する。		
	指標	IT導入に着手する事業者数	数値目標	60社
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

事業名		海外市場開拓支援事業	事業番号	12	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010年度～	年度	14	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	海外進出先や取引先（貿易・投資・技術提携など）の市場動向やFTA/EPAの活用などに関する情報の提供、海外実務に関する相談、海外バイヤーを含む関連企業との個別商談会などを通じて海外事業展開を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	円安の進行やコロナ対策が緩和された国への市場開拓、また将来の国内市場の縮小に備えて、海外市場に注目する企業が増える中、中小企業もその例外ではない。しかしながら、経済的・人的資源に限られる中小企業にとって海外事業の展開は容易に着手（拡大）できるとはいえない。本商工会議所ではこれまでも日本企業の投資や貿易の相手国として関係が深い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、日本への海外バイヤー招聘などを通じて海外ビジネス展開はもとより2次進出も含めて支援してきた。とくに東アジア地域包括的経済連携（RCEP）が発効したことによって、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、日本が初めてEPAを結ぶことになった中国や韓国向けなど海外取引が一層活発になることが予想される。また、オープンイノベーションをめざす中小企業にとって、先端技術を持つ海外のスタートアップとの連携機会を模索することも今後重要となるが、海外企業であるために企業情報や案件の探索が困難であるほか、そもそも海外スタートアップとの連携の潜在性について認識していない企業も多い。オンラインも活用しながら、海外ビジネスの最新事情やFTA/EPA活用などに関する情報提供や個別相談、海外展開に資する国内外のバイヤーや企業との商談などの事業を通じて、中小企業の海外市場開拓やビジネスを円滑に行えるよう支援する。				
	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を締結している各国とのビジネス交流をめざす事業者特に積極的に支援を行う。（食品、機械、繊維(素材、製品)） ※サプライチェーンの観点から中小企業にも取り組みが求められている、ESG、カーボンニュートラル関連の情報や経済安全保障・貿易管理などについても積極的に情報提供する。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p><ニーズ></p> <p>○国内市場の縮小、若年労働力の確保難などの状況下、日本商品への関心が高い中国やアジア各国、欧米諸国とのビジネス交流を望む中小企業の声が少ない。また、世界情勢が複雑化する中、日本企業の海外直接投資はアセアン、中国向けともに高水準で推移しており、引き続きアセアンや中国に関する情報の提供を望む声が多い。</p> <p>○日本と初めてのEPAを結ぶ中国や韓国など、大阪の主要な貿易国を多く含むRCEPが2022年1月に発効したことによって、海外との物的取引が今後一層活発化することが予想される。中小企業も含め、日本企業に与えるインパクトは非常に大きい。</p> <p>○日本・大阪進出に関心があり、先端的な技術を持つ海外スタートアップの紹介を行う事業は数が少なく、企業は独自に情報収集をしなければならないため、専門人材や語学人材の不足が大きな課題となっている。</p> <p><把握方法></p> <p>各種関連事業を通じて常に海外ビジネス関心企業の発掘、ニーズの把握を行い、事業企画を行っている。海外ビジネスに関心を持つメール登録者は現在約10,400人。その他のデータベースとして、アセアン（登録約430人）、SDGs/ESG（登録1,100人）、別途、関心企業のデータベースを保有している。</p>				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年度実績（11月現在の支援企業数） ○海外市場動向などに関するセミナーなど（人材育成型）388社 ○勉強会など（人材交流型）49社 ○商談会など（販路開拓型）28社 ○食輸出促進セミナー（人材育成型）支援企業数：12社、同商談会（販路開拓型）支援企業数：11社				
	反省点	○RCEPが発効されたことによってEPAに関する相談は、今後ますます増える見込みであり、相談体制の整備が必要である。 ○オンラインでのセミナー開催も行っているが、アンケート回答者に講演資料を提供するなど工夫はしているが、アンケート回収が厳しい。 ○オンラインでの商談会開催も行っているが、商談セットの主導権をバイヤーが握ることになり、商談数が絞られてしまう。				

具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	中小企業・小規模事業者の海外進出や販路拡大を支援すべく、集合・対面形式もしくはオンライン形式で以下の実施をする。 ①「海外市場開拓プログラム」〈販路開拓型：2回程度50社〉 ○海外調査団派遣時の現地企業などとの商談や海外から来阪するミッションなどとの商談、その他国外（日本拠点を含む）のバイヤーとの商談会を開催する。 ②海外視察会の実施〈人材交流型：1回15社〉 ○現地パートナーがいる地域（アジアなど）を主なターゲットとして、現地の投資環境や工業団地などの視察会を実施する。 ③海外ビジネス勉強会〈人材交流型：2回程度35社〉 ○主にASEAN諸国でのビジネスを検討する企業や二次進出・拡大投資を検討する企業を対象に、法律制度、人材、資金、市場動向などの切り口で、情報提供やディスカッション、交流会などを行う。 ④海外ビジネスワンストップサービス事業（海外に出向かず、大阪で海外の市場動向などの情報が入手できる「ビジネスワンストップサービス」の提供）〈人材育成型：827社〉 ○海外の市場動向・ビジネス機会に関する情報の提供など、中小企業の海外市場展開に資するセミナーを実施する。 ○テーマ例としては、各国ビジネスの動向、FTA/EPAを活用した海外販路開拓、カーボンニュートラルなどのグリーン分野における海外ビジネス機会・ニーズ提供、海外スタートアップとの連携、アジアにおける水・環境ビジネスの展開、経済安全保障など ⑤海外ビジネスに関する個別相談〈人材交流型：605社〉 ○専門家によるEPAなどに関する相談 ○中国関連の専門家などによる相談、中国、ASEAN関連専門の士業などによる1日相談会の実施 ○アジアを中心とした、その他地域に関する相談 ⑥食輸出促進事業〈人材育成型：10社、販路開拓型：15社〉 ○関西国際空港、大阪港からの食品輸出拡大のため、日本食の人気が高い東南アジアなどへの(A)輸出促進セミナー(B)各国バイヤーとの個別商談会を実施する。 ○セミナーおよび商談会は関西国際空港、大阪港からの輸出を想定した講師やバイヤーを招聘して実施する。 ○集合形式で開催する場合は、セミナーや商談会の会場に、関西・食・輸出推進事業協同組合や近畿農政局などの関係機関に相談ブースの出展を要請し、参加企業に対してコンテナの混載サービスの周知やその他食輸出に関する多面的な支援メニューの紹介を行う。			
	○ 人材交流型				
	○ 販路開拓型				
	ハズ'w型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	
	商-5	海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業		販路開拓	
	(a)海外市場開拓プログラムについては、バイヤーを国内外関係機関と連携し発掘するとともに、具体的な商談に結びつく可能性がある在阪企業を大阪府や大阪産業局などと連携して探索を行い、「大阪産」をはじめとした大阪独自の製品やサービスを中心に輸出拡大に取り組む。また、商談にあたっては、企業のニーズに応じて、デジタルツールを活用したオンラインなども併用しながら取り組む。さらに個別相談（中国・アセアンビジネス、EPA利活用、海外展開支援など）については、大阪産業局の国際ビジネスサポートセンターと情報を共有する。商談会や視察会の実施は、訪問国、時期などを担当部局とすり合わせし、連携を検討するとともに、相互事業において広報などの協力を行う。セミナーの開催については、大阪産業局、大阪府に事前に情報提供し、当日は大阪産業局の「ビジネスサポートデスク」や大阪府の施策などを説明する時間を確保する。 (b)参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。				
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	〈販路開拓型〉65社 ①「海外市場開拓プログラム」50社、⑥(B)食輸出促進事業・商談会15社 〈人材育成型〉837社 ④海外ビジネスワンストップサービス事業827社、⑥(A)食輸出促進事業・セミナー10社 〈人材交流型〉655社 ②海外視察会15社、③海外ビジネス勉強会35社、⑤海外ビジネスに関する個別相談605社		
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	海外進出や輸出について必要な知識を得ることで具体的な拠点設立や海外販路開拓への取り組みを進めることができるようになる。			
	指標	アンケートにおいて、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%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
		①	50,500	円 ×	50	社 ×	1.50	=	3,787,500	円		
		②	40,400	円 ×	15	社 ×	1.50	=	909,000	円		
		③	40,400	円 ×	35	社 ×	1.00	=	1,414,000	円		
		④	20,200	円 ×	827	社 ×	1.00	=	16,705,400	円		
		⑤	40,400	円 ×	605	社 ×	1.00	=	24,442,000	円		
		⑥(A)	20,200	円 ×	10	社 ×	1.00	=	202,000	円		
		⑥(B)	50,500	円 ×	15	社 ×	1.50	=	1,136,250	円		
					合計	1,557	社			(小計)	48,596,150	円
									計	48,596,150	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠	<p>①販路開拓型（海外企業・バイヤーとの商談会）については、現地協力先などとの調整が必要であること、大阪府内でこうした海外関連事業を実施できるのは、本商工会議所のほかはJETROなど支援機関も限られていること、海外機関などとの連携から海外企業・バイヤーの掘り起こしを行うこと、事業者にとっても商工会議所など公的機関が中に入ることで安心してマッチングにのぞめることなどから付加価値があるとし、係数を1.5とする。</p> <p>②海外視察会については、現地企業の調整、通訳の手配などが必要であること、大阪府内でこうした海外関連事業を実施できるのは、本商工会議所のほかはJETROなど支援機関も限られていることなどから付加価値があるとし、係数を1.5とする。</p>										
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等							
		②受益者負担		円	負担金の積算							
		<input type="radio"/>	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果			
		標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)				
		48,596,150	円	×	1.00	=	48,596,150	円	(円)		
	補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）				
						円						
						円						
						円						
						円						
						円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 50 社	①「海外市場開拓プログラム」 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。	
	支援対象企業の変化	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、海外企業との接触によって海外市場参入への足掛かりを得ることができる。		
	その他目標値	指標	商談件数	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	②海外視察会 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。	
	支援対象企業の変化	個別ニーズに沿った最新情報や個別のアドバイスを受けたり、海外企業との交流を通じて、一層効率的な海外展開が可能となり、成功する確率が高まる。		
	その他目標値	指標	アンケートにおいて、(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
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 35 社	③海外ビジネス勉強会 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。	
	支援対象企業の変化	個別ニーズに沿った最新情報や個別のアドバイスを受けたり、参加者間の情報交換などを通じて、一層効率的な海外展開が可能となり、成功する確率が高まる。		
	その他目標値	指標	アンケートにおいて、(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
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 827 社	④海外ビジネスワンストップサービス事業 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。	
	支援対象企業の変化	海外ビジネスについて必要な知識を得ることで具体的な拠点設立や海外販路開拓、技術連携などへの取り組みを進めることができるようになる。		
	その他目標値	指標	アンケートにおいて、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
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 605 社	⑤海外ビジネスに関する個別相談 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。	
	支援対象企業の変化	専門家から提供されたアドバイスや情報などをもとに海外ビジネスに関する課題の解決を図る。		
	その他目標値	指標	アンケートにおいて、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

事業の目標⑥	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10社	⑥(A)食輸出促進事業・セミナー ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。	
	支援対象企業の変化	輸出について必要な知識を得ることで海外販路開拓への取り組みを進めることができるようになる。		
	指標	アンケートにおいて、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%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標⑦	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15社	⑥(B)食輸出促進事業・個別商談会 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。	
	支援対象企業の変化	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、海外企業との接触によって海外市場参入への足掛かりを得ることができる。		
	指標	商談件数	数値目標	15件
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		大阪勧業展		事業番号	13	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010年度～		年度	14	←複数段階の実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	出展経験の少ない大阪府内の中小企業を中心とした多業種型の総合展示商談会を開催し、販路拡大を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業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は除く）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	○波動的な新型コロナウイルスの感染拡大が連続し、企業は十分な営業活動ができない状況が続いてきた。長期にわたっていくつもの展示商談会の開催が見合わされてきており、大阪勧業展2022の出展募集（340ブース）には、販路拡大をめざして398社から申し込みがあった。 ○また、出展企業340社の80.5%が出展に対して「満足」もしくは「やや満足」と回答した。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	○過去17回の累計：出展5,032社、来場145,815人、商談件46,807件（いずれも延べ数） ○2022年度の実績は以下のとおり（10月12・13日、マイドームおおさかにて開催）。 出展数：340企業・団体、361ブース 来場者数：8,677人 商談件数：2,359件 名刺交換枚数：18,250枚 支援企業数：337社					
	反省点	2022年度は、出展者数が323社から340社に増加。来場者数についても、カーボンニュートラル・チャレンジフェアとの併催によるセミナーの実施などに伴い、来場者が8,405人から8,677人に増加した。反省点としては、可能な限り申込者が出展できるよう、受け入れたが、会場内に入りきらずロビーにブース設置した出展者からは来訪者が少ないという声があったので、次回は出展企業数やロビーの使用について再検討する。次年度も、来場者、出展者を確保するため、安心して相談できる商談環境を整える。具体的には、感染の拡大状況を考慮しつつ、事前登録の実施、通路幅の確保、入口での検温の実施などの対策を実施する。また、より多くの商談を実施してもらうために、2022年度は、「カーボンニュートラル・チャレンジフェア」と併催し来場者増を図った。2023年度については、駅貼りポスターやチラシ配布を見直し、メールマガジンなど電子媒体での広報を強化する。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	<多業種型総合展示商談会「大阪勧業展2023」> 会期：2023年10月中旬予定（2日間）					
	人材交流型	会場：マイドームおおさか 1～3階展示ホール 出展者数：約300企業・団体（大阪府外・大企業を一部含む）					
	○ 販路開拓型	○大阪府内全ての商工会議所・商工会と協力して出展者を4月下旬～6月上旬に募集。主催・共催団体による出展選考会を経て出展を決定する。					
	ハズメ型	○大阪勧業展を開催した3か月後に、出展企業に対して、商談成約件数・商談成約合計金額などのフォローアップ調査を実施する。					
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
					販路開拓		
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	設定はこれまでの実績などに基づく（支援実績：2021年度320社、2022年度337社）。 大阪府内すべての商工会議所・商工会と協力して出展企業を募集する。				
		300 社					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	参加支援企業は、企業のPR、製品・商品の市場調査、販路開拓、来場者との情報交換などの場として、本展示商談会を利用することで、売上を拡大するとともに業績向上を図る。					
		指標	商談件数			数値目標	2,600件
その他目標値	目標値の内容⇒	名刺交換数 (2019年度19,938社、2020年度16,364社、2021年度16,190社、2022年度18,250社)					
	20,000 社						

算定基準	サービス単価			支援企業数		係数		標準事業費		
	50,500	円 ×		300	社 ×	1.00	=	15,150,000	円	
	50,500	円 ×		20,000	社 ×	0.05	=	50,500,000	円	
		合計		20,300	社	(小計)		65,650,000	円	
									計	65,650,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
	算出額	①市町村等補助	円			交付市町村等				
		②受益者負担	24,779,000 円			負担金の積算	出展料 小ブース66,000円×120社 大ブース88,000円×160社 ブース×2コマ132,000円×20社 角ブース追加料金など139,000円			
		(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
		標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
65,650,000		円 ×	0.75	=	40,871,000	円	(24,779,000 円)			
算定基準により算出される額	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
	○	大阪商工会議所	34,255,590 円	18,080	1. 直接支援 展示商談会出展企業を300社と想定し、各商工会・商工会議所の申請に応じて配分。直接支援については、幹事商工会議所以外の支援機関については、1社当たりの補助率に関しては単独事業の0.5を適用する。のこり支援企業数×0.25の補助金は幹事商工会議所に配分する。 2. 間接支援 来場者数に基づく間接支援企業数については、主催団体(大阪商工会議所、堺商工会議所、大阪府商工会連合会)で按分する。 なお、主催する堺商工会議所と大阪府商工会連合会は、中核として主催する大阪商工会議所の要請に従い、相応の業務負担ならびに支出に係る事業費負担を分担する。 ※実際の受益者負担(出展料収入)総額が計画の金額を上回った場合は、出展料収入全額を収受する幹事商工会議所(大阪商工会議所)への配分額から当該超過額を差し引く。					
		堺商工会議所	2,651,205 円	1,084						
		東大阪商工会議所	277,750 円	11						
		泉大津商工会議所	25,250 円	1						
		高槻商工会議所	75,750 円	3						
		岸和田商工会議所	25,250 円	1						
		貝塚商工会議所	25,250 円	1						
		茨木商工会議所	126,250 円	5						
		吹田商工会議所	50,500 円	2						
		八尾商工会議所	101,000 円	4						
		豊中商工会議所	101,000 円	4						
		池田商工会議所	25,250 円	1						
		泉佐野商工会議所	25,250 円	1						
		北大阪商工会議所	126,250 円	5						
		守口門真商工会議所	404,000 円	16						
		松原商工会議所	50,500 円	2						
		高石商工会議所	25,250 円	1						
		箕面商工会議所	25,250 円	1						
		和泉商工会議所	50,500 円	2						
		大東商工会議所	50,500 円	2						
		忠岡町商工会	25,250 円	1						
		柏原市商工会	50,500 円	2						
		河内長野市商工会	50,500 円	2						
		藤井寺市商工会	25,250 円	1						
		摂津市商工会	75,750 円	3						
		富田林商工会	75,750 円	3						
		島本町商工会	25,250 円	1						
		羽曳野市商工会	50,500 円	2						
		阪南市商工会	25,250 円	1						
	岬町商工会	25,250 円	1							
	能勢町商工会	25,250 円	1							
	大阪狭山市商工会	25,250 円	1							
	四條畷市商工会	25,250 円	1							
	泉南市商工会	25,250 円	1							
	豊能町商工会	25,250 円	1							
	熊取町商工会	25,250 円	1							
	大阪府商工会連合会	1,792,705 円	1,050							

【備考】

事業名		大手流通業等への販路開拓支援事業		事業番号	14	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015年度～		9	年月日	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	国内外の大手流通業への販路開拓・拡大を切望する中小・小規模の製造・卸売業者を支援する商談会（大規模型および個別）を実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小・小規模の製造業、卸売業者が、大手流通業と商談を行う機会は限られている。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)	大手流通業などと取引を望む中小企業・小規模事業者（製造業、卸売業）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	商談会参加者へのアンケート調査では、売り手企業・買い手企業とも毎回満足が80%を超えており、大手流通業社、中小企業・小規模事業者ともに本事業へのニーズは極めて高い。また、全国の都道府県行政・支援団体からも、「自県の農業者、製造・卸売業者の販路拡大に役立つ商談会であるので、是非とも継続してほしい」との声が寄せられている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年度は、事前マッチング制の個別商談会（「ザ・バストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」）を4～10月に9回、11月10日に大阪府立体育館において大規模商談会「買いませ！売れ筋商品発掘市」を実施した。新企画として催事ポップアップ出店に特化した個別商談会を開催した。両事業併せて、買い手企業はのべ65社、売り手企業（支援対象）は493社（91.3%が「満足」「やや満足」と回答）した（いずれも12月末時点集計）。					
	反省点	売り手企業の集客にやや苦戦した。新たな広報手段を探しながら引き続き集客に努める。また売り手企業の魅力を高めるため新規買い手企業の開拓は継続的に実施する必要がある。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	○販路開拓を支援するための商談会を下記により10回程度実施し、合計800社程度（府内支援対象480社程度）の参加を得る。 ○対面型（新型コロナウイルス感染拡大状況によってはオンライン形式）で実施する。 ○一般的な見本市とは逆で、買い手の大手流通業バイヤーがブースを構え、そこに売り手の中小企業が直接売り込みを行う。					
	人材交流型	<大規模商談会「買いませ！売れ筋商品発掘市」> 1. 買い手企業への参加勧奨依頼（4～9月頃） バイヤーの招請（過去参加バイヤーへの参加招請活動・新規先の開拓） 2. 売り手企業への参加勧奨依頼（4～10月頃） ①過去参加者などへの案内状送付 ②全国の商工会議所、商工会、行政関係に参加勧奨協力の依頼 ③金融機関との連携強化（協力要請） 3. 直前準備、当日の運営（10～11月頃） 4. 効果測定（11月～翌年3月頃） ①当日の参加アンケートの実施 ②成約事例アンケートの実施（商談後のフォローアップを実施） ③成果レポートの作成、実績報告書の作成、来年度の勧誘準備など ④次年度運営の企画・検討					
	○ 販路開拓型	○個別商談会（「ザ・バストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」）> 大手流通業やライセンス保有企業などから毎回1社程度のバイヤーや担当者を招き、事前マッチング方式で1商談25分程度の商談会を開催する。 [募集] 開催の2～3カ月前から募集。商談希望者の募集にあたっては、バイヤーやライセンス担当者の希望商談分野を明示。 [事前セレクション] 開催の3週間前に、当日の商談がスムーズに運ぶよう、参加企業のリストをバイヤー・ライセンス担当者に提供し、事前選考を実施。 [時間予約制] 開催の2週間前に参加確定および商談時間について参加企業に連絡。 [成果把握・フォローアップ] 開催後、成約状況のフォローアップを行う。					
	ハズオン型	○個別商談会（「ザ・バストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」）> 大手流通業やライセンス保有企業などから毎回1社程度のバイヤーや担当者を招き、事前マッチング方式で1商談25分程度の商談会を開催する。 [募集] 開催の2～3カ月前から募集。商談希望者の募集にあたっては、バイヤーやライセンス担当者の希望商談分野を明示。 [事前セレクション] 開催の3週間前に、当日の商談がスムーズに運ぶよう、参加企業のリストをバイヤー・ライセンス担当者に提供し、事前選考を実施。 [時間予約制] 開催の2週間前に参加確定および商談時間について参加企業に連絡。 [成果把握・フォローアップ] 開催後、成約状況のフォローアップを行う。					
	独自提案型	○個別商談会（「ザ・バストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」）> 大手流通業やライセンス保有企業などから毎回1社程度のバイヤーや担当者を招き、事前マッチング方式で1商談25分程度の商談会を開催する。 [募集] 開催の2～3カ月前から募集。商談希望者の募集にあたっては、バイヤーやライセンス担当者の希望商談分野を明示。 [事前セレクション] 開催の3週間前に、当日の商談がスムーズに運ぶよう、参加企業のリストをバイヤー・ライセンス担当者に提供し、事前選考を実施。 [時間予約制] 開催の2週間前に参加確定および商談時間について参加企業に連絡。 [成果把握・フォローアップ] 開催後、成約状況のフォローアップを行う。					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
	販路開拓						
		(b)事業効果をあげるため、売り手企業にとってより認知度の高い企業からバイヤーを招聘し、全国規模の事業として実施する。売り手企業は大阪府内にとどまらず全国から募集する。大阪府内事業者にはFAXやDMによる個別案内や商工会議所・商工会、金融機関のネットワークを活用して参加招請を行う。 (d)相談支援先に当該事業に参加を勧めることで販路開拓支援の一つのメニューとして活用することができる。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 480 社	商談会10回程度で480社 売り手企業は、機関紙、FAX、DM、e-mailによる個別案内などで募集する。また、行政や、各地商工会議所・商工会、地銀・信用金庫などにも参加勧奨の協力を求める。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	バイヤーとの商談を通じ、支援企業の販路を拡大や取引のきっかけをつかむ。また、自社商品などに対するバイヤーの意見や考えを今後の商品開発に役立てることができる。							
	指標	全商談件数 (大阪府外の企業も含む)			数値目標	5,000件			
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500 円 ×		480 社 ×		1.20 =		29,088,000 円	
		合計		480 社		(小計)		29,088,000 円	
						計		29,088,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	「買いませ 売れ筋商品発掘市」、個別商談会ともに、全国から参加企業が集まる事業であり、中小企業・小規模事業者が参加を望むような大手バイヤーも全国から多数招聘している。広域的な事業実施が大手バイヤーの参加意欲を高め、大阪府内事業者に大手とのビジネスチャンス創造するなど高付加価値が認められることから、係数を1.2とする。							
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
	②受益者負担	5,760,000 円		負担金の積算		参加費 会員 8,000円×240人 非会員16,000円×240人			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
	29,088,000 円 ×	0.75	=	21,816,000 円	(5,760,000 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)			
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		MoTTO OSAKA オープンイノベーションフォーラム	事業番号	15	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度	7	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	技術ニーズマッチングと技術シーズ商談会、オープンイノベーションに関する機運を醸成するセミナーの開催などを通して、大企業と中小企業の連携による技術開発や製品化・事業化を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	昨今、自社の保有する資源・技術のみを用いて製品開発などを行う「自前主義」を脱却し、戦略的に組織外の知識や技術を積極的に取り込むオープンイノベーションの取り組みが注目を集めており、専属部署を立ち上げる企業も増えてきている。一方、独力ではなかなか大企業とつながりを持ってない中小企業にとっては、こうした機会を利用することによって、大企業の担当者との直接のやり取りが実現できるため、オープンイノベーションへの期待度は高い。大手企業と中小のどちらの立場からも、オープンイノベーションへの取り組み意欲が高まっている。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>【オープンイノベーションセミナー】6月28日（支援企業数32.5社）</p> <p>【技術ニーズマッチング】</p> <p><技術ニーズ説明会>大阪ガス：7月4日（支援企業数89.5社）</p> <p><ビジネスマッチング会>①大阪ガス：オンライン開催（参加企業6社）</p> <p>【技術シーズ商談会】</p> <p><シーズ説明会>大学発/ICT：11月7日(参加者22人)</p> <p><個別商談会>大学発/ICT（KAHMジャパン、富士通、大阪大学）：1月随時面談</p>				
	反省点	<p>【オープンイノベーションセミナー】会場開催のみとし、大阪府内の企業をターゲットにした結果、参加者数に占める支援企業数の割合は高くなったが、総参加者数の減少が見られた。当日欠席も多かったため、リマインドメールなどを活用しながら当日の参加率を高めるとともに、魅力のあるテーマ設定にも努める。</p> <p>【技術ニーズマッチング】第1回の登壇企業からは、事業の方向転換などにより、提供されたニーズ数が少なくなったため、参加者や面談数の減少が見られた。また、登壇企業の固定化脱却に向け、接点のある企業へのヒアリングなどを継続しながら登壇候補企業の探索を実施し、新規開拓を検討する。また、登壇企業には、新規のニーズや関心の高い分野のニーズをはじめとした幅広いニーズ発表いただくことで、中小企業にとって、提案しやすい環境を整えるように努める。</p> <p>【技術シーズ商談会】昨年度に引き続き、大企業のシーズだけでなく、大学発シーズを発表してもらい、その結果、興味・関心を寄せる企業があった。については、引き続き企業のみならず大学など、技術・研究シーズの新たな発表者を探索し、幅広いシーズを用意することで、中小企業にとって、提案しやすい環境を整えるように努める。</p>				
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	<p><人材育成型> 計457社</p> <p>(1)オープンイノベーションセミナー（1回）支援企業数：67社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ○オープンイノベーションの重要性について ○中小企業が企業に対して技術提案を行う際のポイント ○オープンイノベーションから新製品開発や協同研究などを成功させた企業の事例発表など 				
	人材交流型	<p>(2)技術ニーズマッチング ニーズ説明会（2回程度）支援企業数：1回150社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ○大企業におけるオープンイノベーションの取り組み紹介 ○大・中堅企業のニーズの発表 ○人的交流活動 				
	○ 販路開拓型	<p>(3)技術シーズ商談会 シーズ説明会（2回程度）支援企業数：1回45社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ○大手・中堅企業のシーズの発表 ○シーズ活用のメリットに関する情報提供 ○シーズ活用事例の紹介 				
	ハズメ型	<p><販路開拓型> 計74社</p> <p>(1)技術ニーズマッチング ビジネスマッチング（2回程度）支援企業数：1回30社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ○大企業と中小企業の面談 <コーディネータが支援> 				
	独自提案型	<p>(2)技術シーズ商談会 個別商談会（2回程度）支援企業数：1回7社程度</p> <p>※集合形式またはオンライン形式で開催。</p>				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
	局-3	ものづくり支援拠点（MOBIO）連携推進事業			販路開拓	
<p>(a)関西広域連合、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課と連携して実施する。</p> <p>(b)MOBIO、関西商工会議所連合会などのネットワークを利用し、府全域の中小企業への広報を行う。D-FAXシステムなどを活用し、さまざまな業種の企業へ案内する。</p>						

主な事業の目標	設定根拠及び募集方法⇒	○ニーズやシーズの発表を行う企業の探索は年々困難になっているが、オープンイノベーションのニーズは引き続き高いと見込まれるため、技術ニーズマッチング・技術シーズ商談会は今年度と同様に2回実施し、オープンイノベーションセミナーは1回の開催とする。人材育成型457社、販路開拓型74社と設定。 ○「MoTTO OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。									
	総支援対象企業数	531社									
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	大企業などとの協業(技術開発、製品化・事業化)に向けた商談機会を得る。									
その他目標値	指標	商談マッチング(引き合わせ)数				数値目標	74件				
	目標値の内容⇒										
算定基準	サービス単価	20,200円	×	支援企業数	457社	×	係数	1.20	=	標準事業費	11,077,680円
		50,500円	×		74社	×		1.20	=		4,484,400円
				合計	531社		(小計)				15,562,080円
							計				15,562,080円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠	本事業の実施にあたっては、大阪府内にとどまらず、関西商工会議所連合会や北陸・関西連携会議といった商工会議所ネットワークを活用して、広域から参加企業を募集する。大企業と中小企業のマッチング事業などの場合、いかに大企業からの発注案件を得られるかが、事業成功の鍵をにぎる。大阪府内だけを対象とせず広く府外からも事業者を募集し、発注側を十分に満足させる技術力の高い事業者に大阪にいながらにして出会えるという参加意義を発注側の大企業に感じさせ、継続的に良質な発注案件を提供してもらえよう努める。よって、府内事業者にとっても商談相手の拡大・ビジネスチャンスの創造につながるという高付加価値があることから、係数を1.2とする。										
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等							
	②受益者負担	円		負担金の積算							
	○(a)府施策連携	○(b)広域連携	○(c)市町村連携		○(d)相談事業相乗効果						
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
	15,562,080円	×	1.00	=	15,562,080円	(円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割(配分の考え方)				
	○	大阪商工会議所		15,095,460円		489	参加企業数は、オープンイノベーションセミナー(人材育成型)67社程度、技術ニーズマッチングのニーズ説明会(人材育成型)各回150社、同ビジネスマッチング会(人材交流型)各回30社、技術シーズ商談会のシーズ説明会(人材育成型)各回45社、同個別商談会(人材交流型)各回7社と想定。このうち、前年度実績に基づき、共催の茨木・高槻・東大阪・八尾の各商工会議所へ団体配分する。本商工会議所は企画・運営業務ならびに事業費(茨木・高槻・東大阪・八尾の各商工会議所の募集及びフォローアップなどの経費を除く)を負担する。本事業は1.2の独自補正係数がついているが、支援企業数に応じた補助金を各商工会議所に団体配分する際には、1社当たりの補助率は0.7を適用し、残りの0.5は主に運営を担う本商工会議所に配分する。				
		茨木商工会議所		9,427円		1					
		高槻商工会議所		18,853円		2					
		東大阪商工会議所		278,087円		25					
		八尾商工会議所		160,253円		14					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 457 社	<人材育成型> 「MoTTO OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。	
	支援対象企業の変化	事例紹介などを通じてオープンイノベーションとはどういうものを周知し、販路開拓への具体的な気づきを与え、マッチングへの動機づけを行う。		
	指標	アンケートにおいて、当該事業で得た情報を事業展開の参考にとすると回答した企業の割合	数値目標	90%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 74 社	<販路開拓型> 「MoTTO OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。	
	支援対象企業の変化	大企業などとの協業（技術開発、製品化・事業化）に向けた商談機会を得る。		
	指標	商談マッチング（引き合わせ）数	数値目標	74件
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

事業名		大阪クリエイティブフェア		事業番号	16	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013年度～年度		11	年目	←複数年度段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪にゆかりのあるプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨などの製造者・卸売業者・小売業者などによるデザインや感性の優れた製品・商品の展示販売会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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。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できるよう注力する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に大阪府内の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					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	取引拡大、販路開拓をめざす出展申し込みは、2021年度、2022年度とも53社であった。 [2022年度出展者アンケート] 全体的な評価→満足・やや満足：支援企業27社中25社					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	高島屋大阪店にて過去4回、あべのハルカス近鉄本店で過去7回実施。 <2021年度> 11月10～16日の7日間、同店9階催会場にて実施。応募企業は53社、出展企業は33社。 <2022年度> 11月9～15日の7日間、同店ウイング館9階催会場にて実施。応募企業は53社、出展企業は28社(支援企業数27社)。					
	反省点	2022年度も引き続き、応募企業の増加をめざして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」に加え、「地域団体商標登録産品を用いた製品または加工品の出展」へ拡大した。また、府内の商工会議所・商工会の会員も無料とし、協力を依頼したほか、東京の展示会などに出向き新規開拓に努めたことから、多くの応募者、新規の参加者を得ることもできた。ただし、来場者については百貨店側の個人情報保護制度から、これまでの来場者データがなく、消費者への直接の案内が難しかったことから、出展者紹介の動画などを作成し、インスタグラムを利用したSNS発信を開催前・開催中に複数回更新をして告知に努めた。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	○大阪・関西に縁のある専門家(編集者、プロデューサーなど)をコーディネータ役に任命する。 ○今年度のコンセプトをコーディネータ役と協議の上、決定する。決定したコンセプトに基づき、プロダクトデザイナーやクリエイター、その他生活雑貨製造業者・卸売業者・小売業者などから出展プロダクトを募集する。					
	人材交流型	○大阪府の「大阪製ブランド」と連携を図り、認定・採択企業への応募を呼びかけるとともに、同認定の処遇とプロモーションにつきタイアップする百貨店と相談する。					
	○ 販路開拓型	○コーディネータ役と大手百貨店(近鉄百貨店を想定)などの担当者による2度の選考(1次選考：書類、最終選考：現物)で出展プロダクトを決定する。 ○出展プロダクトにつき、大手百貨店などの販売促進担当者およびリビング用品担当バイヤーから、品質、スペック表示、価格表示、効果的な販売方法と陳列などを、個別面談形式でアドバイスしてもらい、販売前の段階でも、具体的かつ実践的な販売力アップの機会を設ける。					
	○ ハズメ型	○大手百貨店などで展示・販売イベントを開催(秋頃7日間)。出展者(プロダクトデザイナーやクリエイター本人、または出展企業の従業員など)には、期間中、販売員として売場に常駐してもらうことで、接客を通じて一般消費者から直接ニーズなどをヒアリングし今後の商品開発の参考にしてもらうとともに、大手百貨店の顧客対応のマナーや個人情報の管理などを学んでもらう。					
	独自提案型	○(a)府施策連携 ○(b)広域連携 (c)市町村連携 (d)相談事業相乗効果 局-4 中小企業における自社商品開発の促進(「大阪製ブランド認定事業」ほか) 販路開拓					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)「大阪製」「大阪産(もん)」「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」認定企業認定企業に加えて、「地域団体商標登録産品を用いた製品または加工品の出展企業」に応募を呼びかけるべく、(公財)大阪産業局MOBIO事業部及び大阪府ものづくり支援課と連携を図るとともに、できる限り出展できるよう百貨店側に働きかける。また、「大阪製」「大阪産(もん)」「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」「地域団体商標登録産品を用いた製品または加工品の出展」認定企業については出展料を免除するなどのインセンティブの継続を検討する。 (b)府内の商工会議所・商工会と連携をして実施する。府内のリビング関連メーカーなどに応募要項をDMするとともに、リビング関係の展示商談会などのイベントにて出展者を開拓していく。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 24社	出展企業数：2020年度30社→2021年度33社→2022年度28社（支援企業数27社） (公財)大阪産業局MOBIO事業部及び大阪府ものづくり支援課などとの連携や支部経営指導員を通じて出展審査会を通過できる、より魅力ある事業者の発掘を図る。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	自力では大手百貨店などに出店が難しい小規模事業者が、本事業を通じて百貨店での出店の実績をつくることできる。さらに、そのプロセスを通じて百貨店が好む商品を知ることができるほか、プロダクトデザイナーのアドバイスをもらうことにより、消費者が好む商品のデザインができる。また、接客を通じて直接意見を聞くことにより、消費者のニーズに合致した商品開発に改良する機会を得ることが可能となり、それが今後の信用拡大、取引拡大、販路開拓につながることを期待できる。また、今回は出展社間での交流も活発に行われたことから今後連携による新製品開発や販路開拓など発展する可能性も期待できる。							
	指標	売上合計	数値目標		460万円				
その他目標値	目標値の内容⇒	商品購入件数							
	1,700件	※過去3年推移（2020年度3,780、2021年度4,508、2022年度2,922）							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		101,000	円 ×	24	社 ×	1.00	=	2,424,000	円
		50,500	円 ×	1,700	件 ×	0.05	=	4,292,500	円
		合計		1,724	社・件	(小計)		6,716,500	
	計							6,716,500	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠	係数：①ヒアリングなどにより各出展者が販売を通じて学び得た内容や今後の課題の把握に努めるなど、個々の出展者に対して密接なフォローアップを行うこと、②過去に本事業での出展を機に、別の百貨店催事への出展要請を受けた事業者が出るなど、百貨店などへの出展により実績とノウハウをつけることが実際の販路開拓につながることから、BtoBに準ずるものとして係数を0.05とする。								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
6,716,500	円 ×	1.00	=	6,716,500	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		デザイン経営による自社商品開発支援事業		事業番号	17	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018年度～		年度	6	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	中小・小規模の製造業者などを対象に、自社商品開発セミナー、ワークショップ、成果発表・マッチング会を開催し、「デザイン経営」「ブランディング」の考え方や商品企画の手法、売り方のノウハウを提供する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	原材料の高騰などで、従来の商品では収益が確保できず、新たな自社商品の企画開発を検討する中小・小規模の製造業者などを対象に、売れる商品の企画手法と売り方のノウハウについての情報を提供するとともに、バイヤーなどから企画案についての意見やアドバイスを受ける機会を提供することにより、大阪府内の中小製造事業者などが商流を見据えた商品開発の流れを実践的に学び、独自で販路を切り開いていくことができるよう支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「自社商品の企画開発に際して、関心があるがその方法が分からない」「下請けから脱却し、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」「新商品開発には意欲的だが、商品の売り方についてノウハウが蓄積されておらず、プロダクトアウトな開発になる」などの課題がある中小企業・小規模事業者・スタートアップ					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2022年中小企業白書・小規模事業白書によると、組織形態や資本金の規模によらず、小規模事業者は積極的に事業の見直しに取り組んでおり(全体の76%)、その中でも、53%の小規模事業者が新商品開発に取り組んでいる。取り組むにあたって、知識・ノウハウの不足や販売先の開拓・確保、資金調達、人材確保が課題と答えている。ある企業からも「中小企業は営業員も多くないため、ロットの稼げる大手に持ち込みがちだが、そうすると、大手企業から特許の共同出願を求められ、応じざるを得ない。さらに、生産は最終的には自社ではなく、より安価に製造できる他社に発注されてしまう。そうならないよう、大商は脱下請け、マーケティング、プロモーションへのバックアップをしてほしい」との要望もあった。このような状況を捉え、本商工会議所も、商品開発支援から販売・プロモーション支援まで一連した支援を行い、中小企業の高付加価値商品の企画開発と収益力の強化、脱下請けを支援する。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	※2022年度まで「中小企業のためのデザイン活用促進事業」として実施。 【2021年度】「大商デザイン活用研究会」4回開催 支援企業数：167社/大阪府産業デザインセンター(OIDC)個別デザイン相談へのつなぎ：30社 【2022年度】「大商デザイン活用研究会」4回開催予定 <第1回> 8月19日 支援企業数：53社、OIDC個別デザイン相談へのつなぎ：12社 <第2回> 9月16日 支援企業数：48社、OIDC個別デザイン相談へのつなぎ：8社 <第3回> 10月21日 支援企業数：53社、OIDC個別デザイン相談へのつなぎ：4社 <第4回> 12月9日 支援企業数：6社					
	反省点	デザイン活用研究会を過去5年間実施してきたが、自社ブランド商品の開発事例の輩出が課題である。そこで2023年度からはワークショップを少人数制とし、地域金融機関の協力も得ながら、参加申し込みの受付段階でやる気のある事業者に絞り込み、最後に成果発表会・マッチング会を開催することで、有望な案件を発見する。その後、個別フォローを行うことで商品開発までの道筋をつける。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	【時期】2023年8月～2024年1月頃 【方法】集合形式もしくはオンライン形式 【テーマ・内容(仮題)】 ①「先行事業者によるセミナー・交流会」(1回) <人材交流型> 基調講演「商流を見据えた商品開発」、体験ワークショップ、自社ブランド商品を出し、先行する事業者による商品開発の事例発表、交流会、OIDCの事業紹介。 ②「販路を見据えた新商品開発ゼミ」(4回) <人材交流型> グループワークにて、自社分析から市場・顧客のターゲットング、マーケット情報の取得、コンセプト固め・商品企画の作成、商品企画案の中間発表を行い、講師や参加者からフィードバックを得る。OIDCのデザイン開発思考のマニュアルを紹介、OIDCの無料相談会を実施。 ③「成果発表・マッチングイベント」(1回) <人材交流型> 発表者(6～8社程度)は事前に選抜。上記のゼミ参加者、過去のデザイン経営研究会の参加者、発表者と関連性の高そうな製造事業者を招聘。バイヤーやクラウドファンディング事業者、金融機関、知財専門家、OIDCなどをゲストコメンテーターとして招聘し、発表者へフィードバックをもらう。OIDCとの個別相談会を実施。 【その他】 本事業で出た有望な案件については、個別フォローを行い、商品開発まで伴走支援を行う。新商品開発にあたり、クラウドファンディングやネット通販について支援を希望する場合は、地域活性化事業「ビジネスアプリ等導入サポート事業」と連携し支援する。					
	○ 人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズル型						
	独自提案型						
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
	商-19	デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業			販路開拓		
	(a)本事業はOIDCと連携して実施する。 (b)本商工会議所やOIDC、他の産業支援機関などのメール配信などにより府内全域を対象に参加募集をする。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 130社	セミナー・交流会：70社、ワークショップ（参加者は各回とも同じ）20社、成果発表・マッチングイベント：40社 [募集方法] 大商ニュース封入や各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、OIDCの協力も得る（メール案内、案内状配布など）。						
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	指標	アンケートにおいて、セミナー、ワークショップで得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進に役立てると回答した割合	数値目標	80%				
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		40,400	円 ×	70	社 ×	1.00	=	2,828,000	円
		40,400	円 ×	20	社 ×	1.40	=	1,131,200	円
		40,400	円 ×	40	社 ×	1.00	=	1,616,000	円
		合計		130	社	(小計)		5,575,200	円
						計		5,575,200	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
	5,575,200	円 ×	1.00	=	5,575,200	円	(円)	
補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 70社	①セミナー・交流会 大商ニュース封入や各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、OIDCの協力も得る（メール案内、案内状配布など）。	
	支援対象企業の変化	新商品の開発に向け、「デザイン経営」や「ブランディング」について知識を深めるとともに、商流を見据えた商品開発の流れを実践的に学び、独自で販路を切り開いていくことができるようになる。		
	指標	アンケートにおいて、セミナー・交流会で得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進に役立てると回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20社	②ワークショップ 大商ニュース封入や各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、OIDCや地域金融機関の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。	
	支援対象企業の変化	新商品の開発に向け、「デザイン経営」や「ブランディング」について知識を深めるとともに、商流を見据えた商品開発の流れを実践的に学び、独自で販路を切り開いていくことができるようになる。		
	指標	アンケートにおいて、ワークショップで得た知識やノウハウを商品企画・開発や販売促進に役立てると回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 40社	③成果発表・マッチングイベント 大商ニュース封入や各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、OIDCや地域金融機関の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。	
	支援対象企業の変化	新商品の開発に向け、「デザイン経営」や「ブランディング」について知識を深めるとともに、商流を見据えた商品開発の流れを実践的に学び、独自で販路を切り開いていくことができるようになる。		
	指標	アンケートにおいて、成果発表・マッチングイベントで得たフィードバックや人脈を新たな商品の企画開発や販売促進に役立てると回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		販路・取引先開拓マッチング事業		事業番号	18	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011年度～		13	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	販路開拓支援や取引先・仕入先の紹介を希望する中小企業・小規模事業者に対し、企業や業界団体・関係機関の紹介、専門相談（営業・マーケティング）と連携したアドバイスなどを行い、ビジネスマッチングを促進する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	個々の企業の実情に合わせて、仕入れ先、卸売業者、問屋、材料メーカー、製造委託先、業界団体などの情報や効果的な商材や外注先の探し方のアドバイスを行う。「ビジネスモール」をはじめ、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「営業・マーケティング」などとも連携しながら、販路開拓の進め方やマーケティングについてアドバイスを行うことで、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					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2022年版中小企業白書・小規模企業白書によると、組織形態や資本金の規模によらず、小規模事業者は積極的に事業の見直しに取り組んでおり（全体の76%）、取り組むにあたって、知識・ノウハウの不足や販売先の開拓・確保、資金調達、人材確保が課題と答えている。そこで、本商工会議所が、事業見直しの際の課題の一つである「取引先（仕入れ先・販売先網）」について支援することは重要である。事業見直し時に支援機関を活用した小規模事業者は、活用していない小規模事業者と比べ、今後の売り上げへの期待度が高い。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>【2021年度実績】 相談数：208社 マッチング数：95社</p> <p>【2022年度実績（11月末現在）】 相談数：132社 マッチング数：70社</p> <p><2021年度、2022年度のマッチング成功事例></p> <p>①大阪市の企業が香川県でパレットを使いたいので、パレットを扱う企業を紹介してほしいとの話があり対応可能な企業を数社紹介し、好条件を提示した企業との取引につながった。</p> <p>②かばんの卸・小売業から、仕入先の紹介依頼があった。対応可能なメーカーを数社紹介し、結果として、交渉が進み、取引が成立した。</p> <p>③玩具・スポーツ用具製造業から、新商品開発のため菓子製造委託先の紹介依頼があり、対応可能な企業を数社紹介し、結果として、交渉が進み、取引が成立した。</p> <p>④建物サービス業から、金属の切断、溶接加工の委託先の紹介依頼があり、対応可能な企業を数社紹介し、商談を重ねた結果、取引が成立した。</p> <p>⑤菓子卸売業から菓子の袋詰め、倉庫での保管管理、配送業務を委託できる先を紹介してほしいとの依頼があり、12社を紹介したところ、委託先がみつきり、取引開始に至った。</p>					
	反省点	本商工会議所主催事業の参加者アンケートなどより、「販路・取引先開拓」を経営課題に挙げる企業を把握し、本事業の広報に努めるとともに、本商工会議所の専門相談（営業・マーケティング）、専門家派遣、外部協力機関（金融機関など）との連携を進め、事業者のニーズに合致したきめ細かな支援を行ってきた。今後も、「販路・取引先拡大」関心事業者、創業相談者や入会間もない事業所へのアプローチに力を入れ、各種制度の活用や関係機関との連携を通じ、事業者の立場に立った相談対応、支援後のフォローアップにも努めていく。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	中小企業・小規模事業者からの販路開拓や取引先・仕入先の取引照会などの相談に対し、本商工会議所が持つさまざまなツールや情報に基づいて個別に対応する。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う。					
	○ 人材交流型	①マッチングの実施 本商工会議所が保有する企業データや、ビジネスモール・商談モールなどの事業者検索ツールなどをフルに活用し、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、具体的なBtoBのビジネスマッチングを進める。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あたる。					
	販路開拓型	②事後フォローの実施 紹介後の進捗状況を適切に把握し、必要に応じて専門家派遣やIT・ビジネスアプリ導入サポートデスクにつなぐなど、継続的にサポートする。					
	ハンズオン型	③その他 「販路・取引先開拓」を経営課題に挙げる企業を本商工会議所各種事業のアンケートなどで把握するとともに、より広い範囲で本事業の案内、周知を行う。					
	独自提案型						
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
	(b)大阪府内の商工会議所経営指導員、協力金融機関及び本商工会議所のほかの事業担当者に事業PRリーフレットを配布し、活用を促進する。 (d)直接に販路・取引先開拓の相談に応じる中で、経営課題を把握することによって、専門家派遣型経営相談など他の支援メニューの提供につなげ、事業所カルテ化を図る。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 180社	支援企業数は2021年度実績、2022年度進捗状況より算出。 [募集方法] ホームページ、大商ニュース、各協力金融機関や各地商工会議所による案内配布、メール配信などで広報、募集を行う。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	仕入先・取引先の開拓を求める事業者は、本商工会議所のビジネスモールなどの検索ツールの活用を含めた仕入先・取引先の情報提供により、新たな販路を開拓する。また、専門相談（営業・マーケティング）と連携した支援によりマーケティング手法を学び、営業スキルの向上により販売促進を図る。仕入先を探している要望に合致する先を本商工会議所から紹介を受け、新たな商取引の機会創出につなげる。						
	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件				
その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		40,400 円 ×	180 社 ×	1.00	=	7,272,000 円		
		合計	180 社	(小計)		7,272,000 円		
					計	7,272,000 円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算					
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
	7,272,000 円 ×	0.75	=	5,454,000 円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		町工場ネットワークの構築事業		事業番号	19	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012年度～		12	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	機械金属加工業を営む小規模事業者の連携を通じて取引機会の増加を促すとともに、企業間連携による受注活動の促進、ベンチャーなどの事業アイデアを試作・製品化することで収益構造の改善、企業体質強化を図る。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	「どんな加工も大阪なら対応可能」を目指して町工場間の緩やかなネットワークを再構築するとともに、その中から「アイデアを製品に」するための試作開発を促す。具体的には、参加者を町工場に限定し、互いの得意技術や保有設備、対応可能な素材、主たる加工数量などを参加者間で情報交換する交流会を実施する。こうして培われた「顔の見える加工ネットワーク」から①ものづくりベンチャーのアイデアを形にする活動を促すとともに、②下請け事業所がメーカーを志向するために必要な情報提供を軸とした交流会を行う。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<ul style="list-style-type: none"> ものづくり企業のうち、機械・金属加工業で、取引拡大に取り組む事業所 経営安定度の強化を志向する下請け事業所（取引先数の拡大を通じて経営リスクの分散を図る） 参画事業所との情報交換を通じて経営力強化を企図する事業所 取引先・関係先の強化や情報交換を通じて事業承継の前に業界知識の蓄積を図る若手後継者 下請加工からメーカーへの構造転換を図る事業所 					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業にとって販路・取引先の拡大は普遍的ニーズである。コロナ禍で従来の受発注関係が混乱を来す中、新たな取引先を探すニーズに対応する。また、事業主・従業員のモチベーションを維持するためにも「思いを同じくする他事業所と連携して新しいものを生み出す」機会を提供する。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2012年度に「西部エリアものづくり企業データブック（100社掲載）」刊行。それ以降、エリア内で加工ネットワークを作る試みと、ものづくり企業が直面する課題解決に向けた情報提供や交流会を実施。また、当事業に参画する企業が顔の見える関係を活かして連携し、選手のニーズに応じた野球練習具を開発。また、コロナ禍において地域医療機関に対し特急仕事で飛沫防止具を仕上げて提供（後に製品化）するなど、当事業による「顔の見える機械金属加工ネットワーク」は取引量の増加、医工+介護福祉連携、ベンチャー支援などの分野で成果を上げている。 <2022年度の実施状況> 主要マスコミ各社×町工場ディスカッション会（7月14日）：支援企業数5社 ワークショップ「企業価値と経営力向上に役立つ事業計画作成」（8月3日）：同16社 ものづくり加工ネットワーク強化交流会（9月13日）：同32社 など					
	反省点	取引拡大の分野はともかく、試作品・新製品開発の場で結果として参画企業の収益性を阻害するケース（開発支援に要するマンパワー負担の重さ）が散見される。ベンチャーのアイデアを製品化するにあたっての最適な経路や手法を確立させることが課題である。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	(1)中小ものづくり企業が抱える経営課題に対する情報提供<人材育成型> ものづくり企業が直面する経営課題（人材育成、技能伝承、BCP策定、製品開発のノウハウ、効果的な自社PR、知財、健康経営など）に対応する情報提供をタイムリーに行う。					
	○ 人材交流型	(2)中小ものづくり企業の特定の経営課題を軸とした情報提供と相互交流<人材交流型> 製造業、特に下請け金属加工業が直面する人材育成や技術力向上を専門家やエキスパート技術者（大阪市認定による大阪テクノマスター）を交えた交流会、大阪の町工場が2025大阪・関西万博で世界と未来に何を提案できるのかを参加者間でディスカッションする会合など、登壇者と参加者が一体となって双方向で情報交換する機会を設ける。					
	○ 販路開拓型	(3)「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の開催<販路開拓型> 中小企業・小規模下請け機械金属加工事業所の取引拡大に焦点を当てた「顔の見える加工ネットワーク」の活発化を促す。保有設備の情報交換を軸とし、取引拡大に的を絞った交流会を3回程度開催。					
	ハズお型	(3)「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の開催<販路開拓型> 中小企業・小規模下請け機械金属加工事業所の取引拡大に焦点を当てた「顔の見える加工ネットワーク」の活発化を促す。保有設備の情報交換を軸とし、取引拡大に的を絞った交流会を3回程度開催。					
	独自提案型	※いずれも集合形式もしくはオンライン形式で実施。					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
	販路開拓						
		(b)大阪府内の公設・私設の加工連携グループと連携し、府内から広く参加を促す。 (c)交流会や情報交換会の開催には、区役所や大阪市が実施するものづくり支援事業と協働する。 (d)マンパワーに成約の多い小規模事業所が、取引拡大に伴う経営改善に取り組むにあたって、経営指導員が介在して経営相談支援を行う可能性は大きく、各種施策の利用申請にあたって本商工会議所の指導を求めてくることも想定される。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 115社	<人材育成型>15社 <人材交流型>30社 <販路開拓型>70社 (15社+30社+25社 回ごとに開催地域が異なる) 過去参加者、経営相談支援などで経営指導員と接点を持った事業者やその関係先などへ参加を募る。また、本商工会議所などの広報媒体も活用して大阪府内からの参加を募る。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	搬送コストを抑えられる近隣加工ネットワークの活用を通じて参加企業の競争力向上をめざす。							
	指標	参加者へのアンケートで、企業間交流やネットワークづくりができたと回答した割合	数値目標	80%					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費				
		20,200 円 ×	15 社 ×	1.00 =	303,000 円				
		40,400 円 ×	30 社 ×	1.00 =	1,212,000 円				
		50,500 円 ×	70 社 ×	1.00 =	3,535,000 円				
		合計	115 社	(小計)	5,050,000 円				
				計	5,050,000 円				
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費	補助率	((①市町村等+②受益者負担)						
	5,050,000 円 ×	0.75 =	3,787,500 円	(円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15社	<人材育成型> 過去参加者、経営相談支援などで経営指導員と接点を持った事業者やその関係先などへ参加を募る。また、本商工会議所などの広報媒体も活用して大阪府内からの参加を募る。		
	支援対象企業の変化	個社では取り組みにくい経営改善を進めるきっかけを得る。			
	指標	参加者へのアンケートで、自社の経営改善に向けた情報を得ることができたと回答した割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 30社	<人材交流型> 過去参加者、経営相談支援などで経営指導員と接点を持った事業者やその関係先などへ参加を募る。また、本商工会議所などの広報媒体も活用して大阪府内からの参加を募る。		
	支援対象企業の変化	同業企業間で情報交換を進め、ものづくり企業が地域活性化へ参画する基礎を構築する。			
	指標	参加者へのアンケートで、課題解決、経営改善に向けた情報の入手や人脈・取引先づくりができたという回答した割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 70社	<販路開拓型> 過去参加者、経営相談支援などで経営指導員と接点を持った事業者やその関係先などへ参加を募る。また、本商工会議所などの広報媒体も活用して大阪府内からの参加を募る。		
	支援対象企業の変化	搬送コストを抑えられる近隣加工ネットワークの活用を通じて参加企業の競争力向上をめざす。			
	指標	参加者へのアンケートで、企業間交流やネットワークづくりができたという回答した割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

--

事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム		事業番号	20	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010年度～		年度	14	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	ファッション産業と他分野との連携の場を提供し、大阪・関西万博において広く社会に発信できる新たな製品や独創的なビジネスの創出を支援するとともに、最新情報や事例を紹介する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	嗜好が多様化した時代にあっても、ニーズをとらえた商品は売り上げを伸ばしている。また、他業種との連携により新たなビジネスモデルを構築することが求められているが、繊維ファッション事業者は主導権を取れないケースも多い。こうした課題の解決を図っていくことが業界の発展につながる。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<2022年度>前年度に引き続きファッション企業の販路拡大・交流を目的とした講演会や交流会を開催した(6月2日(講演会):支援企業数36社、8月31日(講演会):同28社、10月25日(講演会):同44社、3月予定(講演会)、10月25日(プレゼン&交流会):同13社、他2月頃に開催予定)。なお、コロナ対策として6月はオンライン形式で開催した。					
	反省点	例会での情報提供を通して「新事業開発の参考になった」との声も多く挙がっていたため、今後企業間連携を促進するよう、一層交流の機会を増やしていく。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	※集合形式またはオンライン形式で開催 ①講演会の開催:3回程度(人材育成型・支援企業数130社) 各回の設定テーマに即した講師に登壇してもらい、ファッション産業をめぐる新たな動き、ビジネスモデルなどの情報提供を行う。 ②プレゼン&交流会の開催:2回程度(人材交流型・支援企業数50社) 2025年大阪・関西万博「大阪ヘルスケアパビリオン」に出展を予定している企業など各回の設定テーマに即した最新の技術や製品を有する企業などの担当者にプレゼンをしてもらい、参加者同士の情報交換、協業先との出会いの場を提供する。					
	○ 人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズお型						
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果
	販路開拓						
	(b)大阪府内全域をカバーする関西ファッション連合やアパレルをはじめハンドバッグや帽子・靴下といった服飾雑貨などの各業界団体・組合と連携して事業を実施する。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	①講演会130社、②プレゼン&交流会50社 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	最新の情報を提供することで、今後の事業運営に役立てることができる。					
	指標	アンケートにおいて、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企業の割合	数値目標	70%			
その他目標値	目標値の内容⇒						

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	130	社 ×	1.00	=	2,626,000	円		
			40,400	円 ×	50	社 ×	1.00	=	2,020,000	円		
			合計		180	社	(小計)		4,646,000	円		
			計								4,646,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果					
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
4,646,000			円 ×	0.75	=	3,484,500	円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 130社	①講演会（人材育成型） 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。	
	支援対象企業の変化	最新の情報を提供することで、今後の事業運営に役立てることができる。		
	指標	アンケートにおいて、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企業の割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 50社	②プレゼン&交流会（人材交流型） 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。	
	支援対象企業の変化	ユニークな製品や技術をプレゼンすることで、企業に新たな視点を提供する。併せて交流会を開催することで、講師・参加者間の連携・交流を促進する。		
	指標	アンケートにおいて、プレゼン・交流会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企業の割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		デジタル×デザイン思考による企業変革力強化支援事業		事業番号	21	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2022年度～		年度	2	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	新たなビジネスの創出や事業再構築を検討する中小・小規模事業者を対象に「デザイン思考/サービスデザイン」を活用したセミナーとワークショップを開催し、新たなサービスやビジネスの企画開発を支援する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍で急速に変化するマーケットの中で、既存ビジネスの売上が減少し、新たな収益の柱として新ビジネスの創造や事業再構築の動きが拡大しつつある。また、これからは融資や補助金頼みではなく、企業が前向きに自ら変革し、稼ぐ力を向上していくことが求められている。本事業では、中小企業・小規模事業者に対して、デジタルなども活用しながら、どのように新たなビジネスを構築していくのか、また、顧客に対してどのような新たな価値を提供することができるのか、「デザイン思考/サービスデザイン」という新たなビジネスの発想手法を体得してもらい、顧客から選ばれる新たなサービスやビジネスの企画開発を支援する。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	コロナ感染症や原材料高などの影響により、既存ビジネスの売上減少に直面し、新たなビジネスや事業再構築を模索する中小企業・小規模事業者・スタートアップの経営者、新規事業担当者、マネージャー						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2022年中小企業白書・小規模事業白書によると、組織形態や資本金の規模によらず、小規模事業者は積極的に事業の見直しに取り組んでおり(全体の76%)、事業者の自社変革への意欲は高まっている。具体的な取り組みとして、「情報発信の強化」や「商品・サービスの向上」に取り組む小規模事業者が多い。取り組みにあたって、知識・ノウハウの不足や販売先の開拓・確保、資金調達、人材確保が課題と答えている。そこで本商工会議所が事業見直しの際の課題である「知識・ノウハウ」について情報提供し、伴走支援することが重要である。						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>【2022年度】</p> <p>4月20日「新ビジネスを生み出すクリエイティブな思考法」セミナー 支援企業数：161.5社</p> <p>6～7月「デザイン思考/サービスデザインを活用した新事業創造ワークショップ」(4回開催)</p> <p>支援企業数：26社、個別相談案件(ハンズオン支援を継続中)4件</p> <p>※本事業の参加企業3社は本商工会議所の伴走支援のもと、今回初めて「デザイン思考」のメソッドを活用し、真の顧客や社会課題を発見し、その課題を解決すべく新たなビジネスモデルを創造した。</p>						
	反省点	セミナーについては、中小企業や小規模事業者に対して「デザイン思考」を普及啓発するために、中小企業の事例発表の内容をより一層ブラッシュアップし、新規の参加者を掘り起こす。また、ワークショップについては、卒業生から新ビジネスの企画開発に着手し、実施する事業者を輩出することを目的に、卒業後は専門家の支援にスムーズに移行できるよう、支援体制を強化する。						
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	【実施時期】2023年5～8月頃 【方法】集合形式もしくはオンライン形式 【テーマ・内容(仮題)】						
	○ 人材交流型	①講演会「新ビジネスを生み出す思考法セミナー」 ＜人材育成型・1回＞ ・発想を飛躍させるための創造的な思考法(「1つのフレームワーク」と「3つの思考法」) ・デザイン思考テスト開発担当者による開発経緯、導入した中小企業の事例 ・中小企業による事例発表、コーディネーターによる解説						
	販路開拓型	②「デザイン思考/サービスデザイン活用」新事業創出ための実践型ワークショップ ＜人材交流型・4回＞ ・ガイダンス、チームビルディング						
	ハンズオン型	・顧客起点からの課題発見、解決のアイデア選定 ・アイデアの具体化、チームでの新事業プレゼン ・自社の新事業企画案の発表						
	独自提案型	【その他】 講演会では、大阪府産業デザインセンター(OIDC)の事業を案内する。また、ワークショップでは、OIDCから施策説明と新商品開発マニュアル「中小企業デザイン開発思考」の配布、紹介を行うとともに、希望者にはOIDCの無料相談につなげる。						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
	商-19		デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業				販路開拓	
		(a)本事業はOIDCと連携して実施する。 (b)本商工会議所やOIDC、他の産業支援機関などのメール配信などにより大阪府内全域を対象に参加募集をする。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 105社	セミナー80社、ワークショップ25社 [募集方法] 開催案内を機関紙「大商ニュース」へ封入するほか、各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、OIDCの協力も得る（メール案内、案内状配布など）。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	アンケートにおいて、セミナー・ワークショップで得た知識や情報を新たなビジネスの開発や事業再構築に役立てると回答した割合	数値目標	80%				
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200円	×	80社	×	1.00	=	1,616,000円	
		40,400円	×	25社	×	1.40	=	1,414,000円	
			合計	105社		(小計)		3,030,000円	
						計		3,030,000円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
		②受益者負担	円	負担金の積算					
		○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果			
		標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
		3,030,000円	×	1.00	=	3,030,000円	(円)	
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)			
				円					
				円					
				円					
				円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 80社	①セミナー [募集方法] 開催案内を機関紙「大商ニュース」へ封入するほか、各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、OIDCの協力も得る（メール案内、案内状配布など）。	
	支援対象企業の変化	事業再構築や新たなビジネス創出を考えるにあたり、「デザイン思考/サービスデザイン」について知識を深めてもらうことにより、急速に変化するマーケットや社会の課題に適応したビジネスの企画開発を継続的に行う組織へと変革することができる。		
	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を新たなビジネスの開発や事業再構築に役立てると回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 25社	②ワークショップ [募集方法] 開催案内を機関紙「大商ニュース」へ封入するほか、各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、OIDCの協力も得る（メール案内、案内状配布など）。	
	支援対象企業の変化	事業再構築や新たなビジネス創出を考えるにあたり、「デザイン思考/サービスデザイン」について知識を深め、ワークショップにて体得することにより、急速に変化するマーケットや社会の課題に適応したビジネスの企画開発を継続的に行う組織へと変革することができる。		
	指標	アンケートにおいて、ワークショップで得た知識やノウハウを新たなビジネスの開発や事業再構築に役立てると回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		医療機器等産業事業化促進事業		事業番号	22	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018年度～年度		6	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	医療・健康関連産業への参入や事業領域の拡大を検討・志向する製造業・IT企業・サービス業などを対象に支援セミナーを実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	医療・健康関連産業（医療機器、看護関連機材、ヘルスケア機器・用品など）は、国内外ともに市場拡大が見込まれている。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、医療産業では、医療現場などとの関係構築や医薬品医療機器法などへの対応、販路の確保をはじめ、参入にあたって他の産業とは異なる課題がある。一方、医療分野に強みを有する製薬企業、医療機器メーカーが、ヘルスケア分野に進出する動きも増加している。この場合、上記とは逆に、LTVを強く意識した顧客接点の構築や、Bto (Bto) Cのビジネスモデル構築、ヘルスケアデータの活用などの課題がある。そこで、規制や先進事例の紹介に加え、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、ヘルスケア分野におけるビジネスモデルを構築するために必要な情報提供を行い、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。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	医療分野への参入を検討・志向する企業、さらなる事業展開をめざしている企業、健康分野での事業展開を検討・参入する企業など					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	本商工会議所は、医療機器等開発支援事業を20年以上実施しており、新規参入に対する問い合わせも少なくない。すでに参入している企業の中にも、今後本格的に事業展開を図るため、医療機器産業について基本的な知識を確認したいという企業もある。また、ヒアリングを進める中で、最近では医療分野からのヘルスケア展開を模索する企業も増えている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年度 <人材育成型>医療分野への参入などをテーマとしたセミナーを2回実施予定 7月7日 支援企業数84.5社 3月頃に実施予定 <人材交流型>医療現場の課題・ニーズ把握のための、CNS（看護師）との交流会 3月頃に実施予定					
	反省点	新規参入に関する事例を紹介できたため、満足度が高かった一方で、アンケートでは新規参入者として知っておくべき基本事項に対するニーズも見られた。次年度以降の事業では、具体的な事例と抽象的な戦略の両方を踏まえた内容を設計するなど、工夫する。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	医療機器やヘルスケア(健康)などの産業分野への新規参入、およびそれらの産業の融合領域における取り組みを促進するためのセミナーを3回程度、オンラインまたは会場で開催する。					
	人材交流型	<テーマ例> ・医療機器産業事業化/新規参入促進 ・医療周辺分野やヘルスケア分野の課題の解決 ・医療/ヘルスケアおよびその周辺との融合領域の取り組み など					
	販路開拓型	<登壇者例> ・医療機器メーカーの開発責任者 ・医療機器/ヘルスケア産業のアドバイザー ・大学などの研究者/病院関係者 ・メディカルスタッフ/介護士 ・スポーツやウェルネスビジネスの専門家/有識者 ・医療/ヘルスケア関連のスタートアップの責任者 など					
	ハズ'w'型						
	独自提案型						
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
	商-7	ものづくり中小企業の医療機器分野等への参入促進		販路開拓			
	(a)大阪府成長産業振興室ライフサイエンス振興担当と情報交換、連携してライフサイエンス産業の振興を図っており、当該事業も緊密に連携して実施する。 (b)大阪府全域の企業との連携を可能とする事業で広く府内から参加企業を募集する。(本商工会議所は当該支援については全国的にも先駆者であり、大阪府内を代表する支援機関としての実績がある。「次世代医療システム産業化フォーラム」を大阪府下の東大阪、八尾、堺、豊中、北大阪、茨木、大東、守口門真、吹田の各地商工会議所と共催で開催している。)						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 90社	30社×3回程度 本商工会議所が実施してきた事業の参加者を中心に、大阪府内で医療機器産業などに関心を持つ企業に参加を呼びかける。										
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	セミナーで得た有益な情報を今後の事業戦略に活用することにより、既存の取り組み分野以外の領域に第一歩を踏み出すことをめざす。					指標	アンケートで、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%			
	その他目標値	目標値の内容⇒											
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	20,200	円 ×	支援企業数	90	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	1,818,000	円
				合計	90	社	(小計)				1,818,000	円	
								計			1,818,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠												
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等									
	②受益者負担	円	負担金の積算										
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果									
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)										
	1,818,000	円 ×	1.00	=	1,818,000	円	(
	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)								
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		円										
			円										
			円										
			円										
			円										

【備考】

事業名		新規事業・新商品開発支援事業		事業番号	23	新規/継続	新規
想定する実施期間		2023年度～		年度	1	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者を対象に、新事業展開のノウハウを習得するワークショップを実施し、自社技術・サービスを活かした新規事業・新商品開発を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	既存商品の分析や課題改善をもとにニーズを把握し、実現可能性の高い新規事業・新商品開発をめざす。新商品コンセプトの構築や商品分析などのプロセスをワークショップで体験・検証することで、実現可能な事業計画策定に取り組めるよう支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業の経営者・経営幹部・企画開発担当者、小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	○2022年度「V字回復に向けた新事業展開チャレンジ支援事業」には136社の応募があるなど、新事業展開に対する関心や意欲が高まっている。 ○大阪府商工労働部「2022年度大阪府内企業経営実態調査」(2022年11月)によると、事業再構築を実施した府内企業は、大企業では41.3%にのぼるが、中小企業で25.3%、小規模事業者では17.0%に止まっている。一方、事業再構築の実施企業は、未実施企業に比べて売り上げの見通しが明るい傾向がある。このため、府内事業者においては、事業再構築による新たな成長を模索する動きが一層拡大するものと予測される。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値						
	反省点						
具体的な実施内容・手法	人材育成型	[開催回数・時期] 1回、2022年11月～2023年2月頃					
	○ 人材交流型	[開催方法] 集合形式もしくはオンライン形式					
	販路開拓型	[支援企業数] 35社					
	ハズオン型	[内容] 自社の既存技術・サービスを応用した新事業創出に取り組む中小企業・小規模事業者を対象に、実現可能な新規事業・新商品開発ができるよう、新商品コンセプトの構築や商品分析などのプロセスを体験、検証するワークショップを実施する。新事業展開への機運醸成を図るため、大阪府経営支援課からの「新事業展開テイクオフ支援事業」に関する説明も盛り込む。また、ワークショップ実施後に、新規事業・新商品開発に向けて事業計画作成などに取り組む事業者を専門相談(経営革新分野)や専門家派遣などの個別支援につなげる。					
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果
	商-13		新事業展開テイクオフ支援			販路開拓	
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	35社×1回 大阪府内の中小企業へ、本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどにセミナー案内を依頼する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	セミナーで得た情報を今後の経営に活用し、事業再構築や新事業展開への動機づけとなる。					
		指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を事業再構築・新事業展開などの事業運営や経営改善のための取り組みに役立てると回答した企業の割合			数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			40,400	円 ×	35	社 ×	1.00	=	1,414,000	円		
				合計	35	社	(小計)		1,414,000	円		
										計	1,414,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			1,414,000	円 ×	1.00	=	1,414,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

事業名		ファッショントレンドセミナー		事業番号	24	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010年度～		14	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	ファッショントレンドを中心に、業界の市場動向を解説し、商品開発や販売促進に役立つ情報を提供する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	多くの企業は、自社の商品軸にファッショントレンドの要素を掛け合わせて鮮度のある商品を企画しており、商品開発の参考情報として、客観的なトレンド情報のニーズがある。また、商品サイクルが短期化し、需要予測が難しくなるなか、経営者や売り場担当者、営業からもトレンド情報を求める声がある。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年5月20～24日、11月25～29日にトレンドセミナーをオンライン形式で実施。5月の支援企業数49.5社、11月は50社。参加者からは今後も継続して実施してほしいとの声が寄せられた。					
	反省点	本セミナーは専門性が高いため継続受講者も多いが、オンライン形式で開催していることの周知が足りなかったため、インターネットなどの広報にも力を入れる。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	「ファッショントレンドセミナー」を以下により2回程度開催する。					
	人材交流型	＜開催時期とテーマ＞ 5月頃 2024年春夏ファッショントレンド 11月頃 2024年秋冬ファッショントレンド					
	販路開拓型	＜内容＞ 注目される素材傾向、カラー傾向、MDテーマなどの提案・検証					
	ハンズオン型	テーマから落とし込むスタイルイメージ、重要アイテム、ディテールなどをビジュアルを用いて解説					
	独自提案型	＜方法＞ 集合形式もしくはオンライン形式					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	販路開拓	
	(b)協同組合関西ファッション連合と連携し、大阪府内の関連事業者に開催を案内する。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	40社×2回 本商工会議所のウェブサイトや機関紙などで開催を告知する。協同組合関西ファッション連合と連携し、大阪府内の関連事業者に案内する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	80社	セミナーを通じて、商品政策を強化する。商品内容、タイミング、場所、量、価格など、トレンド情報や需要予測に基づいて適正化し、業績向上を図る。				
		指標	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%
その他目標値	目標値の内容⇒						

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	80	社 ×	1.00	=	1,616,000	円		
			合計		80	社	(小計)		1,616,000	円		
										計	1,616,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
	算出額		①市町村等補助	円		交付市町村等						
			②受益者負担	88,000 円		負担金の積算	参加費@1,100円×80人					
			(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果				
			標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)				
			1,616,000	円 ×	0.75	=	1,212,000	円	(88,000 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)						
				円								
				円								
				円								
				円								

【備考】

事業名		クラウドファンディング活用サポート事業		事業番号	25	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014年度～		10	年月	←複数段階の実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	購入型クラウドファンディング（CF）を活用するための基本情報を提供するセミナーと、プロジェクト起案に向けて具体的なアドバイスを行う個別相談を実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	購入型CFは、商品・サービスを開発するために不特定多数の人から出資を募り、その対価として開発した商品・サービスをリターンとして提供する資金調達方法であり、事前マーケティングによる販路拡大や顧客開拓の手段としても注目されている。そうしたCFの活用法を十分に理解していない事業者は多い。そこで、CFに関する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					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	CFの国内市場規模は2022年度には前年度比16.3%増の1,909億8,200万円を見込んでいる。CFの起案者の量的増加と全国的な広がり、支援者や投資者の支援状況などから、CFの市場性は高いと見ている（矢野経済研究所調べ、2022年8月）。こうした既存の販売経路に束縛されない新たな販売チャネルの開拓や販売経路確保の手段としても、CFに対する企業のニーズは高まっている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【2021年度】支援企業数:人材育成型71.5社、人材交流型11社。 10月に「クラウドファンディング活用セミナー」「個別相談会」を実施。参加者の中から2社、CFに挑戦し、目標金額を達成するなどの成果があった。 【2022年度】支援企業数:人材育成型53.5社、人材交流型9社 9月に「クラウドファンディング活用セミナー」「個別相談会」を実施。参加者の中から3社が購入型CFサイト運営事業者と別日程にて個別相談を行った。うち1社は目標額300万～1,000万円程度の案件をマクアケに公開予定。					
	反省点	個別相談を実効性の高いものにするため、個別相談を希望する事業者から提出された相談シートによる事前審査を行い、プロジェクト開始に向けた実現可能なアイデアをまとめるよう支援しているが、期日までに具体的なアイデアがまとまらない事業者が多い。相談シートを簡潔化して工夫するなど、関心のある事業者の掘り起こしに注力する。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	＜人材育成型＞ セミナーを1回（夏または秋頃）、集合形式もしくはオンライン形式で開催。購入型CFサイト運営事業者の協力を得て、CFの仕組み・種類、メリット、留意すべきリスク、プロジェクト成功のポイント、事例紹介など、活用のための基本情報を提供する。また、アイデアを整理しプロジェクト案を作成する個人ワークを充実させ、具体的な取り組みにつなげる。					
	○ 人材交流型	＜人材交流型＞ 購入型CFサイト運営事業者などへの個別相談を対面形式またはオンライン形式で1回開催する。相談に際しては、事前にプランなどをまとめたシートを提出してもらい、CFにつながる可能性のある案件を持つ積極的な事業者を事前審査で選定するなどして効率的に行う。具体的なプランを持つ事業者（創業希望者）がプロジェクト起案（サイトへ掲載し、支援を募集）に導くことに主眼を置く。そのために、①具体的なプランを持つ事業者向けの相談であり、事前審査があることを案内状で明記する、②シート記載の見本を詳しく提示する、③参加確定から相談日まで、より時間的な余裕を持たせ、アイデアの完成度を高めてもらえるようフォローする。					
	販路開拓型	購入型CFサイト運営事業者などへの個別相談を対面形式またはオンライン形式で1回開催する。相談に際しては、事前にプランなどをまとめたシートを提出してもらい、CFにつながる可能性のある案件を持つ積極的な事業者を事前審査で選定するなどして効率的に行う。具体的なプランを持つ事業者（創業希望者）がプロジェクト起案（サイトへ掲載し、支援を募集）に導くことに主眼を置く。そのために、①具体的なプランを持つ事業者向けの相談であり、事前審査があることを案内状で明記する、②シート記載の見本を詳しく提示する、③参加確定から相談日まで、より時間的な余裕を持たせ、アイデアの完成度を高めてもらえるようフォローする。					
	ハズレ型	購入型CFサイト運営事業者などへの個別相談を対面形式またはオンライン形式で1回開催する。相談に際しては、事前にプランなどをまとめたシートを提出してもらい、CFにつながる可能性のある案件を持つ積極的な事業者を事前審査で選定するなどして効率的に行う。具体的なプランを持つ事業者（創業希望者）がプロジェクト起案（サイトへ掲載し、支援を募集）に導くことに主眼を置く。そのために、①具体的なプランを持つ事業者向けの相談であり、事前審査があることを案内状で明記する、②シート記載の見本を詳しく提示する、③参加確定から相談日まで、より時間的な余裕を持たせ、アイデアの完成度を高めてもらえるようフォローする。					
	独自提案型	購入型CFサイト運営事業者などへの個別相談を対面形式またはオンライン形式で1回開催する。相談に際しては、事前にプランなどをまとめたシートを提出してもらい、CFにつながる可能性のある案件を持つ積極的な事業者を事前審査で選定するなどして効率的に行う。具体的なプランを持つ事業者（創業希望者）がプロジェクト起案（サイトへ掲載し、支援を募集）に導くことに主眼を置く。そのために、①具体的なプランを持つ事業者向けの相談であり、事前審査があることを案内状で明記する、②シート記載の見本を詳しく提示する、③参加確定から相談日まで、より時間的な余裕を持たせ、アイデアの完成度を高めてもらえるようフォローする。					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
					販路開拓		
		(b)本商工会議所ホームページ掲載や機関紙「大商ニュース」の活用のほか、大阪府や中小企業基盤整備機構近畿本部などにメールマガジンへの開催告知の掲載やCFサイト運営事業者に情報発信（SNS）を依頼するなどして、大阪府内の中小企業、小規模事業者、創業希望者の参加を得る。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	(人材育成型) セミナー45社、(人材交流型) 個別相談6社 本商工会議所のウェブサイト、メールマガジン、機関紙などを通じて参加募集する。また、大阪府や中小企業基盤整備機構などのメールマガジン、CF運営事業者などを通じて開催を広報する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	CFに関する基本情報を得て、CFを活用したい、活用を検討したいというニーズが生まれる。	指標	アンケートにおいて、CFについての理解が深まったと回答した割合	数値目標	90%	
	その他目標値	目標値の内容→					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	45	社 ×	1.00	=	909,000	円		
			40,400	円 ×	6	社 ×	1.00	=	242,400	円		
			合計		51	社	(小計)		1,151,400	円		
							計	1,151,400	円			
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果					
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
1,151,400			円 ×	0.75	=	863,550	円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
					円							
					円							
					円							
					円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 45社	<人材育成型・セミナー> 本商工会議所のウェブサイト、メールマガジン、機関紙などを通じて参加募集する。また、大阪府や中小企業基盤整備機構などのメールマガジン、クラウドファンディング運営事業者などを通じて開催を広報する。	
	支援対象企業の変化	CFに関する基本情報を得て、CFを活用したい、活用を検討したいというニーズが生まれる。		
	指標	アンケートにおいて、CFについての理解が深まったと回答した割合	数値目標	90%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 6社	<人材交流型・個別相談> 本商工会議所のウェブサイト、メールマガジン、機関紙などを通じて参加募集する。また、大阪府や中小企業基盤整備機構などのメールマガジン、クラウドファンディング運営事業者などを通じて開催を広報する。	
	支援対象企業の変化	個別相談でのアドバイスをもとに、CFの起案に向けた具体的な検討を進める。		
	指標	アンケートにおいて、個別相談で受けたアドバイスなどを今後の事業展開に役立てると回答した割合	数値目標	90%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		観光産業への新規参入・販路拡大支援		事業番号	26	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019年度～		年度	2	年目	←複数年度段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	「ツーリズムEXPOジャパン2023大阪・関西」に構えた特別ブースへの出展を通じて国内外に向けた新たな販路拡大の機会やニューノーマル時代の観光産業への新規参入を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍で、これまでインバウンドおよび観光産業を主軸としていた事業者は大きな打撃を受け、とりわけ中小企業・小規模事業者への影響が大きい。倒産・廃業に追い込まれた事業者も多く、存続する事業者も、新たな活路を見出せずにいる。大阪で2回目の開催となる世界最大級の観光産業イベント「ツーリズムEXPOジャパン」が、2019年に続き2023年10月に再び開催されることを受け、通常では費用面や人員面、その他事務的なハードルにより出展が難しい事業者と同イベントへの出展機会の提供、出展支援および旅行関連業者や海外含めたバイヤーらとの商談を支援することで、観光産業への新規参入・販路拡大を促進する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	観光・インバウンド分野に携わる、もしくは参入を検討している事業者（業種は問わない） 特に、コロナ禍で打撃を受け、回復策を探っている事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	コロナ禍で、観光産業の行く先が不透明な状況にある。しかし、アフターコロナを見据えると、新たな観光資源の磨き上げや国内外への発信が重要であり、事業者としても、回復策を求めている。また、既存の事業者が廃業に追い込まれる中、ニューノーマル時代の観光分野では新たに活躍する事業者が求められている。インバウンドの回復が期待されるタイミングで開催される同イベントへの出展は、今後の展開を考える上で大きな契機となり得る。また、オンラインにより海外との商談もより活発となるため、自社製品やサービスの海外販路の拡大が期待できる。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年度実績：「ツーリズムEXPOジャパン2019大阪・関西」へブースを設置。3つのブース種別を設けて出展を支援した。イベント全体には、4日間合計で15万人以上の来場があった。 【支援企業数】18社 【商談件数】計272社（うち目標であった1社あたり2社以上との商談達成=12社） ※2020、2022年度は大阪開催でなかったため実施せず。2021年度は大阪での開催が予定されていたが、開催延期となった。					
	反省点	2019年度は3種ブースを設けたが、通常小間の出展者満足度74.3%/平均商談件数27件、その他出展者出展者満足度60%/平均商談件数8件（実績0の事業者3社）と大きな差が開いた。よって、今回は通常小間のみの出展を受け付ける。また、共有スペースを設け、自社PRのセミナーなどを行える場としたが、集客が思うようにならず、一部の事業者から不満が出た。よって今回は共有スペースは設けず、その分共益費を減額し、その他の支援に注力する。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	「ツーリズムEXPOジャパン2023大阪・関西」に設置する特別ブースへの出展支援					
	人材交流型	[開催期間] 2023年10月26～29日 [開催場所] インテックス大阪およびその周辺					
	○ 販路開拓型	[支援内容] 1. 商談支援 ・特別ブース出展事業者限定の説明会を実施するほか、個別相談を受け付ける。 ・会期中の商談マッチングを斡旋する。 ・会期中、自社スタッフ不在時に、事務局が来場者対応を行う。					
	ハズおん型	2. 広報支援 機関紙「大商ニュース」特集ページ、大商Facebookページなどで出展企業をPRする。					
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果
	販路開拓						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	商工会議所の各種広報媒体の活用のほか、これまでの関連事業に参加した大阪府内の事業者や大阪観光局賛助会員などに対して募集活動を行う。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	8社					
		直接・オンライン双方ともに観光・インバウンド分野の国内外のバイヤーとの商談が可能になることで、同分野におけるビジネスチャンス、海外を含めた販路開拓の機会が生じる。					
	指標	バイヤーなどとの商談件数（オンライン含む、1社平均）	数値目標	10件			
その他目標値	目標値の内容→						

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			50,500	円 ×	8	社 ×	1.00	=	404,000	円		
				合計	8	社	(小計)		404,000	円		
											計	404,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
	算出額		①市町村等補助			円	交付市町村等					
			②受益者負担			80,000 円	負担金の積算	出展共益費10,000円×8社				
			(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果			
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			404,000	円 ×	0.75	=	303,000	円	(80,000 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)					

【備考】

事業名		中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業	事業番号	27	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017年度～	年度	7	年目	←複数年度段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に人材確保・定着のためのノウハウ・手段や事例を学んでもらうセミナーや情報交換会、研修、大学などと企業との就職情報交換会を開催する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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「研修」「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、大学の就職支援担当者との接点を持ち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、若手社員など				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	新卒採用にあたり、大学の就職支援担当者との接点を持ちたいとのニーズは強く、2022年10月に実施した「大学等と企業との就職情報交換会」には394人が参加した。また、企業には、学生の就職活動の動向や、他企業の採用動向を知りたい、若手のキャリア形成を支援してほしいというニーズがある。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年度 ①5月26日「新卒採用お悩み相談セミナー」(支援企業数17社)、6月15日～7月27日同アーカイブ配信(同12社)、②10月6日「大学等と企業との就職情報交換会」(同234社)、③9月13日「採用担当者の情報交換会」(同25社見込み)、④10月18日「採用担当者のための情報交換会・インターンシップの活用方法」(同28社見込み)、⑤12月6日「若手人材定着・活躍セミナー/若手社員のキャリア自律を考える」、⑥1月26日「若手人材定着・活躍セミナー/若手社員が活躍する職場とは」				
	反省点	企業にヒアリングをしたところ、採用だけでなく、定着にも課題があり、若手のキャリア形成を支援してほしいとの声が寄せられた。				
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	①セミナーの開催<支援企業数:160社(人材育成型)> 自社の魅力の伝え方、採用プロセスや手法、事例、コミュニケーション手法などを解説する。 時期:5月、7月頃に2回程度、場所:本商工会議所などでの集合形式もしくはオンライン形式				
	○ 人材交流型	②大学等と企業との就職情報交換会の開催<支援企業数:160社(人材交流型)> 大学の就職支援担当者が設けたブースに企業の採用担当者らが訪れ、大学と企業の接点をつくる。 時期:10月頃に1回、場所:本商工会議所などでの集合形式もしくはオンライン形式				
	販路開拓型	③情報交換会、研修の開催<支援企業数:70社(人材交流型)> 大学の就職支援担当者や就職活動を終えた学生と採用担当者、もしくは採用担当者同士が少人数のグループに分かれて交流し、情報交換を行うことで、自社の採用活動に参考となる情報を得る。また、若手社員同士が交流することで、キャリア形成を支援する研修を実施する。 時期:9～11月頃に4回程度、場所:本商工会議所などでの集合形式もしくはオンライン形式				
	ハズメ型					
	独自提案型					
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	
	労-3	若手人材の採用・定着支援事業		雇用・求人		
	(a)大阪府就業促進課企業支援グループやOSAKAしごとフィールドなどと連携を図り、実施する。セミナーや情報交換会中に大阪府施策説明時間を設ける、大阪府からのアンケート項目を追加する、就職情報交換会参加者にチラシを配布するなどして、OSAKAしごとフィールド事業への誘導を図る。 (b)OSAKAしごとフィールドや大阪府労働環境課のメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	①セミナー:160社 ②大学と企業との就職情報交換会:160社 ③情報交換会、研修:70社 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携して広報集客する。			
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	390社	参加企業が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することをめざす。			
		指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識を今後の若手人材の採用や定着、キャリア形成に向けて活用したいと回答した企業の割合	数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒				

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200	円 ×	160	社 ×	1.00	=	3,232,000	円	
		40,400	円 ×	160	社 ×	1.00	=	6,464,000	円	
		40,400	円 ×	70	社 ×	1.00	=	2,828,000	円	
			合計	390	社	(小計)		12,524,000	円	
					計		12,524,000	円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果			
標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
12,524,000		円 ×	1.00	=	12,524,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							
			円							
			円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 160社	①セミナー（80社×2回程度） 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。		
	支援対象企業の変化	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することをめざす。			
	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識を今後の若手人材の採用や定着、キャリア形成に向けて活用したいと回答した企業の割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 160社	②大学等と企業との就職情報交換会 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。		
	支援対象企業の変化	就職情報交換会で事業者が大学の就職支援担当者との接点を増やすことをめざす。			
	指標	アンケートにおいて、就職情報交換会で大学の就職支援担当者との接点を増やすことができたと回答した企業の割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 70社	③情報交換会、研修（4回程度で70社） 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。		
	支援対象企業の変化	情報交換会や研修で得た知識を若手人材の採用や定着、キャリア形成に向けて活用することをめざす。			
	指標	アンケートにおいて、情報交換会や研修で得た知識を若手人材（自身も含む）の採用や定着、キャリア形成に向けて活用したいと回答した企業の割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

--

事業名		中小企業のためのダイバーシティ推進事業		事業番号	28	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017年度～		7	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	人材不足への対応をはじめ、海外展開やインバウンドビジネス強化などにもない、多様な人材の採用や定着、ダイバーシティの推進に関心をもつ中小企業を支援するための事業を展開する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	外国人留学生を採用するには、価値感の違い、求人方法、査証申請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、外国人留学生をはじめとした多様な人材の採用に関する知識を深めてもらう。さらに、外国人留学生をはじめ、多様な人材を受け入れる企業の経営者や管理職らが、外国人に特有の考え方を受け入れ、能力を生かした活躍を推進できるよう、グローバルなリーダーシップや異文化理解を学んでもらう。					
	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、多様な人材の採用や活躍推進に関心をもつ大阪府内の中小企業					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	日本・東京商工会議所が2022年9月に発表した「女性、外国人材の活躍に関する調査」では、外国人材を今後受入れる予定/検討中の企業が22.6%あった。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	※2022年度までは「中小企業のための外国人留学生採用支援事業」として実施 「外国人留学生採用支援セミナー～留学生採用の最新動向と企業の対応ポイント～」 (2022年7月21日) 支援企業数19社、アーカイブ配信(2022年8月22日～9月22日) 同4社					
	反省点	留学生を採用するだけでなく、外国人ならではの能力を生かして活躍してもらえかが今後の課題となる。受け入れ側の経営者や管理職らの意識を変えるような研修も計画する。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	①セミナーの開催<支援企業数:20社(人材育成型)> 外国人留学生の採用実績がある企業の経営者や人事担当者、外国人採用に関する知識やノウハウをもつ専門家や企業などを招き、外国人材の採用に関する制度や事例などを知ってもらうセミナーを開催し、多様な人材の採用に関する理解を深めてもらう。					
	○ 人材交流型	実施時期・回数:6～7月頃に1回開催、場所:本商工会議所など 集合形式もしくはオンライン形式で実施					
	販路開拓型	②外国人材をはじめとした多様な人材を受け入れる経営者や管理職らを対象とした異文化理解やグローバルリーダーシップに関する研修・交流の実施<支援企業数:30社(人材交流型)> 実施時期・回数:5～11月頃に3回程度、場所:本商工会議所など 集合形式もしくはオンライン形式で実施					
	ハズメ型						
	独自提案型						
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
	労-2	中小企業のための、ダイバーシティ推進支援事業		雇用・求人			
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	①セミナー:20社 ②研修・交流:30社(10社×3回程度) 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	多様な人材の採用や活躍推進に関心があるが、どのように進めたらよいかかわからない、といった中小企業に知識やノウハウを提供し、多様な人材の採用や活躍推進について前向きに検討できるようにする。					
		指標	アンケートにおいて、多様な人材の採用について前向きに検討したいと回答した企業の割合			数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円		
			40,400	円 ×	30	社 ×	1.00	=	1,212,000	円		
			合計		50	社	(小計)		1,616,000	円		
										計	1,616,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
1,616,000			円 ×	1.00	=	1,616,000	円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20社	①セミナー 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。	
	支援対象企業の変化	多様な人材の採用や活躍推進に関心があるが、どのように進めたらよいかわからない、といった中小企業に知識やノウハウを提供し、多様な人材の採用や活躍推進について前向きに検討できるようにする。		
	指標	アンケートにおいて、多様な人材の採用について前向きに検討したいと回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 30社	②研修・交流（10社×3回程度） 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。	
	支援対象企業の変化	多様な人材の活躍推進に関心があるが、どのように進めたらよいかわからない、といった中小企業に知識やノウハウを提供し、他企業との交流を通じて、多様な人材の活躍推進について前向きに検討できるようにする。		
	指標	アンケートにおいて、多様な人材の活躍推進について前向きに検討したいと回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒ 80%	アンケートにおいて、他の企業と情報交換ができたと回答した企業の割合		

【備考】

--	--

事業名		人材ニーズ対応支援事業		事業番号	29	新規/継続	継続
想定する実施期間		2022年度～		2	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	人材不足に悩む企業経営者・人事担当者らを対象に、外部人材、外国人材（特定技能、高度人材など）の採用・活用、兼業・副業などの人材を活用するための制度や採用方法、活用事例などを紹介するセミナーを開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	企業の人材確保の動きは活発化している。しかしながら、生産年齢人口が減少するなか、人材確保に困難を生じている企業は多い。そこで、人材不足に悩む企業経営者・人事担当者などを対象に、外部人材、外国人材（特定技能、高度人材など）の採用・活用、兼業・副業など、新たな人材を活用するための制度説明や採用方法、活用事例などを紹介するセミナーを開催する。					
	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					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	時代に即した経営を行いたいものの、専門的な知識・スキルを持つ人材が不足している企業は多い。また、製造業や建設業など、恒常的な人手不足に悩む企業では、外国人材の採用・活用も視野にいれているものの、制度の内容や活用方法がわからずに、二の足を踏むケースも多い。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年度実施状況 「外部人材活用セミナー」（7月7日）支援企業数35.5社 同アーカイブ配信（8月1～31日）同10.5社 「外国人材活躍セミナー」（10月21日）同50社					
	反省点	セミナーの内容が充実していたため満足度は高かったが、各登壇者の話をもっと聞きたかったという声もあった。今後セミナーを企画する際、全体の長さや時間配分を再検討する。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	人材不足に悩む経営者・人事担当者などを対象に、外部人材、外国人材（特定技能、高度人材など）の採用・活用、兼業・副業の活用などの説明や採用方法、活用事例などを紹介するセミナーを開催する。 時期・回数：6～7月頃、9～10月頃に2回程度 方法：本商工会議所などでの集合形式もしくはオンライン形式 <支援企業数：45社（人材育成型）>					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズお型						
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果			
	商-I	人材ニーズ対応支援		雇用・求人			
	(a)「OSAKA外国人材受入促進・共生推進協議会」の一員として、大阪府商工労働部総務課企画グループや大阪産業局などと連携を図り実施する。セミナー中に大阪府施策説明時間を設ける、チラシを配布するなどして、参加者を大阪産業局「中小企業のための人材採用コンシェルジュ事業」もしくは「外国人材マッチングプラットフォーム事業」につなぐ。 (b)OSAKAしごとフィールドや大阪府商工労働部労働環境課のメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	1回あたり20社強（2回程度で45社） 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	45社	参加企業がセミナーで得た知識を人材の採用や定着に向けて活用することをめざす。				
		指標	アンケートにおいて、「セミナーで得た知識を、人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答した企業の割合	数値目標	80%		
その他目標値	目標値の内容⇒						

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	45	社 ×	1.00	=	909,000	円		
			合計		45	社	(小計)		909,000	円		
										計	909,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			909,000	円 ×	1.00	=	909,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

事業名		障がい者の雇用促進事業		事業番号	30	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2021年度～		3	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	障がい者雇用に取り組もうとする中小企業に支援制度や事例を紹介するセミナーを実施する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が2021年に2.3%に引き上げられた。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						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が2021年に2.3%に引き上げられたため、企業は対応を迫られている。コンプライアンスの観点からも、障がい者雇用は企業の経営課題となっている。						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	障がい者雇用促進セミナー（2022年5月12日）支援企業数40.5社 同セミナーアーカイブ配信（2022年6月6日～7月8日）同16社						
	反省点	大阪府から、障がい者雇用に関する理解を深めていただくために、より多くのセミナーを連携して開催してほしいとの要望があり、社会的な要請もあることから、より緊密に大阪府と連携して効果的なセミナーを企画・開催する。						
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	セミナーの開催：障がい者の採用実績がある企業の経営者や人事担当者、専門家などを招き、障がい者雇用に関する知識やノウハウを提供することで、企業の障がい者雇用に関する理解を深めてもらう。 実施時期・回数：5～6月頃、1回 場所：本商工会議所など 実施形式：集合形式もしくはオンライン形式 支援企業数：20社（人材育成型）						
	人材交流型							
	販路開拓型							
	ハズメ型							
	独自提案型							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	労-7		障がい者人材確保支援事業	雇用・求人
		(a)大阪府就業促進課と連携してセミナーを実施する。 (b)大阪府と連携し、障がい者雇用に関心を持つ大阪府内の中小企業に広く案内する。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	20社×1回 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	20社						
		指標	アンケートにおいて、「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	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒							

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円		
			合計		20	社	(小計)		404,000	円		
										計	404,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			404,000	円 ×	1.00	=	404,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)						
				円								
				円								
				円								
				円								

【備考】

事業名		成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業	事業番号	31	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014年度～	年度	10	年目	←複数年度段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	生産年齢人口が減少するなか、企業の成長に不可欠な人材力を強化するため、在職中の女性の活躍推進や定着、女性管理職の育成などを通して、人材育成の余力がない中小企業を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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。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、女性の健康問題解決など、企業の職場環境整備に関する情報や、女性が活躍することで成長する分野の情報を提供することで、女性の確保・定着や活躍を支援する。また、「大阪サクヤヒメ表彰」や「活躍する女性リーダー表彰」の受賞者等をロールモデルとして紹介し、受賞者が働く女性と交流する場を設けるとともに、受賞者をはじめとした働く女性と連携し、2025大阪・関西万博に向け、ジェンダー平等の実現などSDGs達成のための活動を行うことで、女性の確保・定着や活躍を支援する。				
	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の、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たい中小事業者（経営者、管理職、働く女性・男性など） 多様で柔軟な働き方や、育児や介護などの両立支援、女性の健康問題解決、女性が活躍することで成長する分野など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、働く女性と連携した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、働く女性など）				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	女性の活躍推進は、「女性活躍・男女共同参画の重点方針2022（女性版骨太の方針）」が発表されるなど、政府の成長戦略の中核におかれている。しかしながら、中小企業は、育児や介護との両立支援、テレワークなど柔軟な働き方の促進、女性の健康問題への対応など、女性の定着・活躍推進に必要な就業環境の整備に課題を抱えている。また、女性の管理職比率は低い状態にとどまっており、社外とのネットワーク構築を含む働く女性のキャリアアップ支援が必要とされている。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年度実施状況（括弧内は支援企業数） ①人材育成型 6月8日「万博サクヤヒメ会議」（59社） 9月16～26日「第4回大阪サクヤヒメ国際女性会議」（35社） 11月9日「ロールモデルに学ぶ！働く女性のキャリアアップ研修」（14.5社） 12月14日「女性リーダーが輝く企業に学ぶ 業績アップに導く女性社員の活かし方」（28.5社） ②人材交流型 5月13日～10月13日「大商×関学 女性リーダー育成カレッジ（78社） 9月7日「サクヤヒメと語るキラリカフェ（8社） 9月16日「SDGsの視点を養うカードゲーム」（20社）				
	反省点	社内にロールモデルとなる女性がいらない企業はまだ多い。活躍している女性役員・管理職などがロールモデルとして登壇するセミナーや交流会を継続して実施する必要がある。				
具体的な実施内容・手法	<input type="radio"/> 人材育成型	(1)フォーラム・シンポジウム・セミナー・説明会などの開催 多様で柔軟な働き方の推進や、育児・介護支援の充実などによって、人材の確保・定着や女性活躍推進につながった企業の経営者・人事担当者や女性管理職、女性の健康問題解決など女性の活躍推進を支援する事業者などを招き、フォーラム・シンポジウム・セミナーなどを開催する。また、女性の活躍推進に資する施策を紹介する説明会などを開催し、企業の人材確保・定着を支援する。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、働く女性と連携したSDGs達成のためのフォーラムやシンポジウムなどを開催する。 <支援企業数：60社（人材育成型）> 集合形式もしくはオンライン形式で実施 (2)交流会の開催 ロールモデルとなる女性役員・管理職などと働く女性の交流会 <支援企業数：40社（人材交流型）> 集合形式もしくはオンライン形式で実施				
	<input type="radio"/> 人材交流型					
	販路開拓型					
	ハズメ型					
	独自提案型					
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果	労-6 中堅・中小企業における女性の活用・戦力化支援事業 人材育成・労務
(a)大阪府の雇用推進室就業促進課やOSAKAしごとフィールドと連携し、実施の時期や内容の調整の連絡を密にとる。また、OSAKA女性活躍推進会議の構成員として適宜連携する。 (b)OSAKAしごとフィールドや大阪府労働環境課が発行するメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。セミナー内でOSAKAしごとフィールド事業への誘導を図る。 ※大阪市と「大阪市きらめき女性応援会議」の構成団体の一員として企業向け事業について連携を行うとともに、大阪市女性活躍推進リーディングカンパニー事業なども適宜連携する。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 100社	フォーラム・シンポジウム、セミナー・説明会など60社、交流会40社 商工会議所会員を中心に大阪府市・関係団体と連携し広報集客する。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	自社における女性(自身も含む)の確保・定着や活躍推進、ジェンダー平等の実現に向けて、前向きに検討することが可能になる。					指標	アンケートにおいて、「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」と回答した企業の割合	数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費					
		20,200 円 ×	60 社 ×	1.00 =	1,212,000 円					
		40,400 円 ×	40 社 ×	1.00 =	1,616,000 円					
		合計	100 社	(小計)	2,828,000 円					
				計	2,828,000 円					
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
		②受益者負担	円	負担金の積算						
		○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果					
		標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)						
		2,828,000 円 ×	1.00 =	2,828,000 円	(円)					
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)				
				円						
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 60社	(フォーラム・シンポジウム・セミナー・説明会など) 商工会議所会員を中心に大阪府市・関係団体と連携し広報集客する。OSAKAしごとフィールドや大阪府商工労働部労働環境課が発行するメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。	
	支援対象企業の変化	自社における女性（自身も含む）の確保・定着や活躍推進、ジェンダー平等の実現に向けて、前向きに検討することが可能になる。		
	指標	アンケートにおいて、「女性の確保・定着や活躍推進、ジェンダー平等の実現に向けて、前向きに検討したい」と回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 40社	(交流会) 商工会議所会員を中心に大阪府市・関係団体と連携し広報集客する。OSAKAしごとフィールドや大阪府労働環境課が発行するメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。	
	支援対象企業の変化	ロールモデルとなる女性役員や管理職などと働く女性が交流することで、女性（自身も含む）の活躍推進に向けて前向きに検討することが可能になる。		
	指標	アンケートにおいて、「女性（自身も含む）の活躍推進、ジェンダー平等の実現に向けて前向きに検討したい」と回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

--

事業名		中小企業に対する労働啓発・雇用サポート事業	事業番号	32	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013年度～	年度	11	年目	←複数段階の実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	人材確保と雇用の維持、労働環境の整備と生産性向上を支援するため、働き方改革への取り組み方や高齢者雇用・活用策を含めた労務管理などを解説するセミナーを実施する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	生産年齢人口の減少に伴う雇用安定化と成長分野などへの労働移動の円滑化、人への投資の強化（転職・副業受け入れ先支援、リスクリング支援など）が求められるなか、本事業では、働き方改革の3つの柱である①賃金などの処遇改善、②柔軟な働き方による労働環境整備と生産性向上、③リスクリングなどによるキャリア自律の構築に焦点を置き、「70歳までの就業機会確保」が努力義務となっている高齢者雇用・活用推進の取り組み方なども交えて、セミナーを実施する。それにより、中小企業・小規模事業者の労働・雇用環境の改善に向けて周知と啓発を図り、専門相談などを利用して具体的な支援につなげていく。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業の経営者・経営幹部・人事担当者、小規模事業者				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「大阪府労働関係調査」（2022年2月、大阪府商工労働部）によれば、働き方改革に取り組みたい項目は「年次有給休暇の取得促進」57.3%、「長時間労働の縮減」49.7%、「同一労働同一賃金などの処遇改善」16.1%などとなっている。一方、「令和3年高齢者雇用状況等報告」（2022年6月、厚生労働省）によれば、65歳までの雇用確保措置を実施済の企業は99.7%に上るが、70歳までの就業確保措置では25.6%に留まる。これらの調査結果により、雇用・労働の課題について企業が見直しを検討するニーズは高く、時宜に適したテーマにて啓発機会を提供するセミナー実施の意義は大きい。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	○中小企業に対する高齢者雇用サポート事業（2013年度開始） 2021年度：セミナー2回実施、支援企業数計171社 2022年度：セミナー2回実施予定。支援企業数6月実施分83.5社（1月に1回実施予定） ○転換期の働き方改革と労務管理セミナー事業（2022年度開始） 2022年度：1回実施、支援企業数74社 ※上記2事業を当該1事業に統合する。				
	反省点	セミナー受講者からは、働き方改革による生産性向上と賃金、雇用形態の転換、シニアの活用や兼業・副業制度などについて役立つとの意見があった。2023年度は、賃金・労働条件・処遇の見直し方や70歳までの継続雇用や就業機会確保に向けた対策に加えて、働き手の多様な価値観を尊重した自律的なキャリア形成やリスクリングの取り組み方なども踏まえて深化させ、中小企業が取り組むべき実務問題として捉えられるよう内容を工夫し、事例を交えて解説する。				
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	【開催回数】2回程度 【内容・手法】集合形式もしくはオンライン形式で実施 ＜高齢者雇用に関するセミナー＞ ・支援企業数：60社				
	人材交流型	・開催回数、時期：1回、秋頃 ・内容：70歳までの就業機会確保に向けて、高齢者の活躍を推進する環境整備や賃金・処遇の改善、70歳超を見据えたキャリア形成支援などを企業の動向や事例を交えながら解説する。				
	販路開拓型	・共催：大阪府社会保険労務士会 ・協力：大阪市域労働ネットワーク事務局およびOSAKAしごとフィールド、(公財)産業雇用安定センター				
	ハズ'w'型	＜転換期の働き方改革と労務管理セミナー＞ ・支援企業数：50社 ・開催回数、時期：1回、春～夏頃 ・内容：デジタル化による働き方の変化や勤務形態の変更に伴う対応（長時間労働対策、賃金・労働条件・処遇の改善、キャリア形成支援）など、労働生産性を高め、従業員が働きやすい労働環境の整備について解説し、先進事例も紹介する。また、大阪府商工労働部雇用推進室労働環境課による労働環境改善事業に関する説明も計画する。				
	独自提案型					
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	
	労-8	中小企業に対する高齢者雇用サポート事業		人材育成・労務		
	労-11	雇用・労働啓発セミナー事業		人材育成・労務		
	(a)労-8：大阪府商工労働部就業促進課就業支援グループ、労-11：雇用推進室労働環境課とそれぞれ連携して実施する。 (b)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などにより大阪府内全域を対象に参加募集をする。 (d)経営指導員が経営相談を受ける中で、高齢者雇用や労務管理などの課題解決を求めている場合は、当該事業への参加を勧める。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 110社	高年齢者雇用に関するセミナー：60社 転換期の働き方改革と労務管理セミナー：50社 大阪府内の中小企業へ、本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどにセミナー案内を依頼する。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	柔軟で働きやすい労働環境を整備することで、中小企業の良質な人材確保を支援するとともに雇用維持につなげ、労働者のモチベーションを向上させることで、中小企業の経営の安定化につなげる。							
	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立てると回答した企業の割合	数値目標	85%					
その他目標値	目標値の内容→								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200	円 ×	60	社 ×	1.00	=	1,212,000	円
		20,200	円 ×	50	社 ×	1.00	=	1,010,000	円
		合計		110	社	(小計)		2,222,000	円
								計	2,222,000
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	2,222,000	円 ×	1.00	=	2,222,000	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 60社	(高年齢者雇用に関するセミナー) 大阪府内の中小企業へ、本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどにセミナー案内を依頼する。	
	支援対象企業の変化	継続雇用者の評価制度や処遇水準の新たな設定方法などについて理解し、見直しを図ることで、健全な労働環境の整備、労使関係の安定を図る。		
	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立てると回答した企業の割合	数値目標	85%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 50社	(転換期の働き方改革と労務管理セミナー) 大阪府内の中小企業へ、本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどにセミナー案内を依頼する。	
	支援対象企業の変化	柔軟で働きやすい労働環境を整備することで、良質な人材確保を支援するとともに雇用維持につなげ、労働者のモチベーションを向上させることで、経営の安定化につなげる。		
	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立てると回答した企業の割合	数値目標	85%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

--

事業名		中小企業のためのビジネス講演会		事業番号	33	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011年度～年度		13	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに資する、時宜に適したテーマの講演会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者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、注目されているビジネストレンドなどを取り上げ、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					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業経営者・経営幹部らの関心は高く、2021年度の支援企業数はビジネス講演会632.5社、大商夕学講座(2022年度から「チェンバーカレッジ」)1,152社、支部経済講演会1,077社の合計2861.5社であった(付表参照)。企業ニーズを把握するため参加者にアンケートを実施し、関心の高いテーマなどを企画化している。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年度12月末現在の主な実績は次の通り(括弧内は支援企業数)。 (1)ビジネス講演会(3回開催予定) 「業務スーパー大躍進の軌跡」(210.5社) 「すしざんまい 逆境に克つ!ダメだと思った時が夜明け前」(233社) (2)チェンバーカレッジ(9回開催予定) 「連携・共創・シェアリングできないと言わない町工場の挑戦」(136社) 「『あたらしい幸せ』を発明する老舗百貨店-"女性に寄り添う"売場に込めた思い」(116.5社) 「データサイエンスのビジネス応用 中小企業のデータ活用」(165.5社) 「ポストコロナ時代のパーパス経営~いかにパーパスを策定し実現させるか」(165.5社) 「"ゼロカーボン"時代に日本企業が生き残る方法-今後注目されるビジネスとは」(176.5社) (3)支部経済講演会 「『廃業寸前』が世界トップになった奇跡の物語」 「ポスト安倍時代の内外情勢」など4~11月で9回開催(支援企業数595社)					
	反省点	中小企業の経営支援につながるよう、経営環境や時代の潮流を踏まえ、講師やテーマ設定を絶えず工夫しているが、引き続きより多くの中小企業経営者・経営幹部に参加してもらえようニーズの高いテーマ・講師の発掘に努める。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	(1)ビジネス講演会 ○経済情勢を踏まえながら、中小企業経営者の関心の高いテーマを的確に把握し、著名な経営者(特に苦労を重ねた経営者らの体験談は中小企業経営者の関心が高く、「事業経営を実施するうえでたいへん勉強になった」と好評を得ている)および専門家を講師に招く。					
	人材交流型	○3回程度、集合形式やオンライン形式で開催する。					
	販路開拓型	(2)チェンバーカレッジ ○企業経営や社会情勢に関するテーマを中心に9回程度開催する。 ○開催形態は集合形式またはオンライン形式を採用する。					
	ハズ'わ型	(3)支部経済講演会 ○大阪市内に設置している5支部において、地域の産業・経済の動向や経営者・経営幹部らの関心が高く参考となりうる企業の事業戦略、アフターコロナを見据えた事業継続力強化などをテーマに開催する。					
	独自提案型	○合計15回程度、集合形式またはオンライン形式で開催する。					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
	創業・経営革新						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(b)大阪府内の商工会議所、地域金融懇談会、大阪府商工関連ニュースを配信する大阪府などの協力を得て、大阪府内全域のさまざまな業種の企業に向けて参加募集・PRを実施する。また、本商工会議所の独自事業である「大商プレミアム融資」や地域金融支援ネットワークに参画する地方銀行、信用金庫などの協力を得て、広く大阪府内の中小企業に案内状を配布する。 (d)アンケートで経営課題を把握し、今後の相談支援先の候補として活用する。また、経営相談支援先に対して講演会への参加勧奨を行い、経営相談支援との相乗効果を図る。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 2,130 社	(1)ビジネス講演会540社 (180社×3回) (2)チェンバーカレッジ900社 (100社×9回) (3)支部経済講演会 (5支部15回で690社) ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業での配布、事業協力金融機関及び各地商工会議所などにより配布、広く案内、募集する。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	アンケートにおいて、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%		
	その他目標値	目標値の内容→							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200	円 ×	540	社 ×	1.00	=	10,908,000	円
		20,200	円 ×	900	社 ×	1.00	=	18,180,000	円
		20,200	円 ×	690	社 ×	1.00	=	13,938,000	円
	合計			2,130	社	(小計)		43,026,000	円
				計			43,026,000	円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
43,026,000	円 ×	0.75	=	32,269,500	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)			
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 540 社	(1)ビジネス講演会 ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業での配布、事業協力金融機関及び各地商工会議所などにより配布、広く案内、募集する。	
	支援対象企業の変化	自社の経営課題に気づき、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけとなる。		
	指標	アンケートにおいて、講演会で得た知識・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%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 900 社	(2)チェンバーカレッジ ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業でのチラシ配布などで広く案内、募集する。	
	支援対象企業の変化	自社の経営課題に気づき、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけとなる。		
	指標	アンケートにおいて、講演会で得た知識・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%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 690 社	(3)支部経済講演会 ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業での配布、事業協力金融機関などにより配布、広く案内、募集する。	
	支援対象企業の変化	自社の経営課題に気づき、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけとなる。		
	指標	アンケートにおいて、講演会で得た知識・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%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

--

<付表> 中小企業のためのビジネス講演会 2021年度開催実績

テーマ	支援企業数
(1)ビジネス講演会	632.5
ワークマン式「しない経営」	314
いま何が売れる？コロナが変えた消費者行動	224.5
マザーハウス 途上国から世界に通用するブランドをつくる	94
(2)大商夕学講座 ※2022年度から「チェンバーカレッジ」	1,152
変革期を生きた企業家から学ぶ	145.5
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
外国人材が国内企業にもたらす多彩なインパクト～「Society5.0人材」としての視点から～	103.5
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
「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
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
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
【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
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
3.支部経済講演会	1,077
～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
「佰食屋」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
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
2022年、売れる人になる 商売繁盛の4つの法則	69
CSR/SDGsを通じた持続可能な企業への転換	60.5
アフターコロナで”損”をしない人事・労務管理	30
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
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
リーダーが知っておきたいマインドフルネス	41
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
社員が主体的に動く！組織づくりセミナー	52.5
「副業時代」にどう備えるか？～法律を知り、利活用を学ぶ～	23
変わる税制、変える企業経営の在り方	31
2022年の世界経済見通し	81
大阪を元気に～万博・IR・インバウンドへの期待～	146
2022年の景気展望～アフターコロナの関西経済～	195.5

事業名		大阪・関西万博を活用した中小企業・スタートアップ・小規模事業者の成長支援	事業番号	34	新規/継続	新規
想定する実施期間		2023 年度～ 年度	1	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪・関西万博への参画に関心を持つ中小企業・スタートアップ・小規模事業者を対象に、万博関連情報を提供する広報・プロモーション活動やセミナーなどを行い、万博を活用したビジネス拡大、成長を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・スタートアップ・小規模事業者においても、万博に参画したい、万博を成長のきっかけにしたい、との思いはあるものの、万博関連情報が手に入らない、どのようなメニューに参画できるかわからないなどの声が上がっている。そのため、中小企業・スタートアップ・小規模事業者が万博への参画意欲を高められるよう、メールマガジンやPRツールなどを活用した広報・プロモーションを実施するとともに、参画できるメニューや入札情報などを説明するセミナーを開催し、中小企業・スタートアップ・小規模事業者が参画に向けた準備を進められるよう支援する。なお、大阪府では大阪ヘルスケアパビリオンにおける中小・スタートアップ展示ゾーンの設置などに取り組んでいるが、万博関連情報の周知、企業の参画支援については、大阪府内の商工会議所などと連携して取り組むことで、オール大阪での相乗効果も期待できる。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪・関西万博への参画をめざす中小企業・スタートアップ・小規模事業者（業種は問わない）				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	昨年度、大阪商工会議所が大阪・関西万博の企業参画メニューに関するセミナーを開催した際は、「ホームページ上では理解できない具体的な内容を聞くことができた」「セミナー前に疑問に感じていたことがクリアになった」など、直接具体的な参画メニューなどを知ることで、意欲が高まったとの意見が多かった。中小企業・スタートアップ・小規模事業者に参画可能なメニューやスケジュールなどの情報を適切に提供することで、参画に対するハードルが下がり、挑戦する事業者の増加、万博を活用したビジネスの拡大につながるが見込まれる。セミナーの実施にあたっては、大阪府内全域から参加できるように、集合形式とオンライン形式を併用する。また、情報が届かず参画機会を逃す中小企業・スタートアップ・小規模事業者が出ないように開催広報にも力を注ぐ。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値					
	反省点					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	(1)セミナーの開催（集合形式とオンライン形式を併用し、5回程度開催）				
	人材交流型	○大阪・関西万博への企業参画を図るためのセミナー ○大阪ヘルスケアパビリオンの中小・スタートアップ「展示・出展ゾーン」やバーチャル大阪・バーチャル大阪館への出展などを促進するセミナー など				
	販路開拓型	(2)因阪・関西万博に関する情報周知を図るための広報・プロモーションの実施				
	ハズメ型	中小企業・スタートアップ・小規模事業者が万博への参画意欲を高められるよう、メールマガジンやPRツールなどを活用した広報・プロモーションを実施。公益社団法人2025年日本国際博覧会協会、万博推進局などから公表される企業参加メニューを適宜、中小企業・スタートアップ・小規模事業者に情報発信する。				
	独自提案型					
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	創業・経営革新
		(b)大阪府内の商工会議所をはじめ、公益社団法人2025年日本国際博覧会協会、万博推進局、一般社団法人大阪パビリオン、公益財団法人大阪産業局などと情報共有・連携し、大阪府内の中小企業、スタートアップ、小規模事業者の参画機運を高める。				

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 250社	50社×5回程度 本商工会議所会員企業のほか、過去に開催した万博参加セミナーなどに参加した大阪府内の事業者、本商工会議所が実施している万博関係者向けの万博関連メールマガジンの府内登録者、府内の商工会議所会員などに参加を呼び掛ける。										
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	大阪・関西万博の企業参画を図るためのセミナーなどに参加することで、タイムリーに情報を得ることができ、大阪・関西万博への参画機会、入札参加機会が生じ、ビジネス拡大など企業の成長につながる。					指標	アンケートにおいて、セミナーなどで得た情報を大阪・関西万博への参画検討に活かすと回答した企業の割合	数値目標	75%			
	その他目標値	目標値の内容⇒											
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	20,200	円 ×	支援企業数	250	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	5,050,000	円
				合計	250	社	(小計)				5,050,000	円	
								計			5,050,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)												
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等									
	②受益者負担	円	負担金の積算										
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果								
	標準事業費	5,050,000	円 ×	補助率	0.75	=	3,787,500	円	(①市町村等+②受益者負担)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)								
			円										
			円										
			円										
			円										

【備考】

事業名		経営力向上支援事業		事業番号	35	新規/継続	新規
想定する実施期間		2023年度～		年度	1	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	事業効率化や収益力強化などに関する情報や事業者間の交流機会を提供することで、中小企業・小規模事業者が事業環境の急激な変化に対応し、事業変革などを通じて経営力を向上させることを支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者においても、生産年齢人口の減少、デジタル化の加速、社会的要請への対応、混沌とする国際情勢など、さまざまなかたちで急激な事業環境の変化に直面している。加えて、長期にわたるコロナ禍で大きなダメージを受けてきており、生き残りをかけて事業の再構築・刷新を推し進め、経営力の向上を図る必要に迫られている。本事業では、既存の事業の効率化や変革、稼ぐ力の向上、組織づくりなどの手法に関する情報やノウハウを提供し、あわせて事業者間の交流の場を提供することで、企業としての進化、経営力の向上を促す。 ※当該事業は支部を中心にして行う経営相談支援と相互補完し、経営課題の解決にとどまらず、企業としての成長に向けて支援の相乗を企図する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	企業進化や事業変革に取り組み、経営力の向上を図る大阪府内の中小企業・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2021年に実施した製造業の生産性向上などを促進する事業には、製造業以外からの受講希望が対象企業の2倍以上寄せられており、また大阪府外からも参加が希望されるなど、本テーマに関するニーズが幅広い業種で非常に高いことが裏付けられた。また、売上減少で利用できたコロナ対策マル経融資などを利用した小規模事業者の中には、その後の業績が回復せず事業継続が厳しくなりつつある事業所が増加してきており、既存事業の効率化だけでなく、稼げる事業へのシフト・組織改革が早急に求められている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値						
	反省点						
具体的な実施内容・手法	<input type="radio"/> 人材育成型	<人材育成型>生産性向上、収益力強化、組織変革などをテーマにセミナーを開催(9回程度、集合形式またはオンライン形式)					
	<input type="radio"/> 人材交流型	テーマ(予定):事業効率化(既存事業の改善) DX・IT利活用 事業を磨くブランディング 社会的要請としてのSDGsへの取り組み方 組織進化を図るPDCAサイクル構築 企業価値、経営力向上への取り組み ほか					
	販路開拓型						
	ハズメ型						
	独自提案型	<人材交流型>現場改善や上記テーマなどを題材とした勉強・交流会(事業者間の情報共有やネットワークづくり)の開催(4回程度、集合形式またはオンライン形式)					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果	
	創業・経営革新						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	<人材育成型>20社×7回+10社×2回=160社 <人材交流型>10社×4回=40社 経営指導員による参加勧誘、本商工会議所や他の産業支援機関などの広報媒体(ウェブサイト、メールマガジンなど)の活用、金融機関への広報依頼など				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	自社の事業を再構築し、企業価値や経営力の向上に取り組むことが企業としての持続的発展につながることを理解する。					
		指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理解が深まったと回答した企業の割合			数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒						

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	160	社 ×	1.00	=	3,232,000	円		
			40,400	円 ×	40	社 ×	1.00	=	1,616,000	円		
			合計		200	社	(小計)		4,848,000	円		
							計		4,848,000	円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			(a)府施策連携		<input type="radio"/>	(b)広域連携		(c)市町村連携		<input type="radio"/>		(d)相談事業相乗効果
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
4,848,000			円 ×	0.75	=	3,636,000	円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 160社	<人材育成型> 経営指導員による参加勧誘、大阪商工会議所や他の産業支援機関などの広報媒体（ウェブサイト、メールマガジンなど）の活用、金融機関への広報依頼など		
	支援対象企業の変化	自社の事業を再構築し、企業価値や経営力の向上に取り組むことが企業としての持続的発展につながることを理解する。			
	指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理解が深まったと回答した企業の割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 40社	<人材交流型> 経営指導員による参加勧誘、大阪商工会議所や他の産業支援機関などの広報媒体（ウェブサイト、メールマガジンなど）の活用、金融機関への広報依頼など		
	支援対象企業の変化	自社の事業を再構築し、企業価値や経営力の向上に取り組むことが企業としての持続的発展につながることを理解する。			
	指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理解が深まったと回答した企業の割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒ 80%	アンケートにおいて、他の事業者との情報共有やネットワークづくりができたと回答した企業の割合			

【備考】

--

事業名		海外スタートアップ連携による事業創出促進事業	事業番号	36	新規/継続	継続
想定する実施期間		2022年度～	年度	2	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	大阪府内の中小企業と海外スタートアップとの連携を促進するため、海外スタートアップとの連携に関する先進事例紹介などの情報提供を行う。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	デジタル変革(DX)の動きが加速する中で、アジア各国をはじめとする海外のスタートアップへの投資規模は世界的に拡大しており、海外スタートアップの勃興が目覚ましい。日本の特に中小企業においてもイノベーション創出の一手として、海外スタートアップとの連携に関心が集まる一方で、契約や商慣習の違いなどから、海外スタートアップとの連携に向けた取り組みに至っていない企業も多い。そこで、大阪府内の中小企業と海外スタートアップとの連携を促進・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)	海外スタートアップとの連携を通じて、オープンイノベーションに挑戦する中小企業				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	海外スタートアップとの連携は大企業が中心であり、かつ海外スタートアップも連携先として大企業を挙げるケースが多く、中小企業と海外スタートアップとのマッチング事例はまだ少ない。しかし、単一の市場において中小企業が大きなシェアを持っているケースも少なからずあり、より良いマッチングが期待できる場合も多いことなどから、各地で中小企業と海外スタートアップとの連携支援の動きが進んでいる。そのため、大阪においても、海外スタートアップとの連携による産業振興のため、本事業を実施する意義は大きい。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p><2022年度 実施状況></p> <p>①9月27日～10月7日 (Youtubeによるオンデマンド配信) 海外スタートアップ連携事例紹介セミナー【Rainmaking Innovation Japan編】 【視聴者数】60人 【支援企業数】24社</p> <p>②10月11～21日 (Youtubeによるオンデマンド配信) 海外スタートアップ連携事例紹介セミナー【Plug and Play Japan編】 【視聴者数】38人 【支援企業数】11社</p> <p>③2～3月に1回開催予定</p>				
	反省点	近年、中小企業においてもスタートアップとの協業に向けた関心が高まっており、2回のセミナーで海外のスタートアップとの連携事例をオンラインで紹介したが、支援企業数が想定を下回る結果となった。しかし、参加者の満足度は高かったことに鑑み、今後は、関係団体と協力しながら、引き続き中小企業に対し広くアプローチを行うとともに、日本に先行して動き出した、特に欧米諸国のスタートアップの現状を紹介するとともに、今後増加するであろう来日スタートアップとのビジネス交流に向けたテーマ設定を行うことで、海外スタートアップとの接点がより容易に創出・連携できるよう努める。				
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	海外スタートアップとの連携に関する情報提供、事例発表や支援体制の説明など(2回程度実施) <概要>				
	人材交流型	海外のスタートアップアクセラレータなど、海外スタートアップと日本企業とのマッチングに精通した有識者から、最新動向や注意点、実際に海外スタートアップと連携して事業を推進している事例の紹介、支援体制などを解説してもらい、大阪府内中小企業の海外スタートアップとの連携による事業創出を促進する。				
	販路開拓型	<講師案>				
	ハブ型	スタートアップアクセラレータ、コンサルタント、海外スタートアップと連携する企業など <支援企業数>				
	独自提案型	140社 ※集合形式またはオンライン形式で開催。				
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携
	商-20	海外スタートアップと在阪の中小・中堅・大企業とのオープンイノベーション支援・促進			創業・経営革新	
	(a)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連携して実施する。「大阪スタートアップ・エコシステム事業プロジェクト(O-STEP)」とも連携し、双方の事業効果を高める。 (b)本商工会議所の広報ツール(機関紙、メールマガジン、FAX案内など)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、大阪府内事業者に広く周知・募集を行う。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 70社×2回程度 本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集する。	140社						
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	最新の動向や先進企業の事例などを通じて海外スタートアップとの連携による新規事業創出を促す。							
	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%						
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価 20,200円	×	支援企業数 140社	×	係数 1.00	=	標準事業費 2,828,000円	
			合計	140社		(小計)		2,828,000円	
						計		2,828,000円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	2,828,000円	×	1.00	=	2,828,000円	(円)			
補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		中小企業の生産性向上支援事業		事業番号	37	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020年度～		4	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業を対象に、経営環境の変化や社会的要請などへの対応に向けた人事戦略の刷新やIT利活用などによる生産性向上に関する情報やノウハウを提供する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍や原価高騰などの課題に直面し、「生産性向上」や「業務プロセスの見直し」「収益性の向上」に向けての取り組みが急がれる。安価なハードやソフトの投資でも十分に生産性向上につながることを多くの中小企業に知ってもらい、ITを利活用することで稼げる企業体質に改善する。また、DX化やSDGsなどの社会的要請に応じた現場改善や売上高・付加価値の向上を支援する。					
	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（製造業を中心に幅広い業種）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	○改善活動などの「生産性向上」は中小製造業者としても早急に取り組みたい課題であるが、それ以外にもコロナ禍もあり取引先などからさまざまな要請に応えるよう迫られている。 ○中小事業者の多くは、日々の業務に忙殺され、時間が取れない、人材やノウハウが不足しているなどの理由で取り組みが実施されていないのが現状である。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<2022年度実績> 6月29日 セミナー「『生産性向上』を促進する人事評価制度の作り方」（支援企業数30.5社） 10月17日 セミナー「『いま』ロボットにできる仕事」（支援企業数59.5社）					
	反省点	セミナー後のフォローアップが十分ではなく、実際に改善アクションがあったのかが把握しきれていない。今後は、事後の相談も積極的に対応できるようにセミナー中にアナウンスしていく。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	①ITなどを活用した製造現場の生産性向上に関するセミナー（秋頃1回開催） ユーザー目線にたったITなどの活用方法や中小企業の導入事例について情報提供する。 ②生産性向上のための人事戦略・DX化戦略セミナー（春秋2回程度開催） 残業削減のアイデア、モチベーションを高める人事評価制度や教育など、組織の生産性向上を図る具体的な方策ならびに中小企業が可能なDX戦略について、専門家を招いて情報提供する。 ※いずれも集合形式もしくはオンライン形式で開催。					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズお型						
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	創業・経営革新		
		(b)本商工会議所の広報ツール（ウェブサイト、メールマガジンなど）を用いて大阪府内の事業者の参加を募る。地域の工業会などにもPR協力を依頼する。 (d)経営相談支援先への参加勧奨を行うとともに、事業実施後のアンケートにおいて経営相談支援ニーズのある企業に対して経営課題の把握や先方のニーズに応じた支援を行う。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	40社×1回+30社×2回=100社 商工会議所の広報ツール（ウェブサイト、メールマガジンなど）を用いるとともに、大阪府や地域の工業会などの協力を得て広報・募集する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	生産性向上に関する情報や知識を得ることができ、IT活用、現場改善、人事戦略の見直しなどを考えるきっかけとなる。					
	指標	参加者へのアンケートで、生産性向上への取り組みが理解できたと回答した割合	数値目標	70%			
その他目標値	目標値の内容⇒						

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	100	社 ×	1.00	=	2,020,000	円		
				合計	100	社	(小計)		2,020,000	円		
								計	2,020,000	円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			(a)府施策連携		<input type="radio"/>	(b)広域連携		<input type="radio"/>	(c)市町村連携		<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			2,020,000		円 ×	0.75	=	1,515,000	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

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		事業番号	38	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019年度～		年度	5	年目	←複数段階の実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	先端技術を活用した社会課題解決ビジネスの創出に不可欠な、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスの重要性を解説するとともに、大阪における実証支援の取り組みをPRし、同ビジネスの創出につなげる。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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、賛同を得た民間企業の工場や施設など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					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2025年大阪・関西万博では、「未来社会の実験場」がコンセプトに掲げられており、大阪で革新的な実証が次々に実施される「実証事業都市・大阪」実現に対する企業の期待は非常に高い。また、SDGs（持続可能な開発目標）が世間の注目を集める中、社会課題解決ビジネスの創出をめざす企業も増えてきている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年1月31日：実証事業都市・大阪セミナー（参加者数：107人、支援企業数47.5社） 2022年度は2023年2月にオンラインで開催予定。					
	反省点	会場参加とオンライン参加のハイブリッド開催で実施したことにより、多くの参加希望があり、本事業のテーマに対する府内中小事業者の関心度の高さがうかがえた。一方で、府外の参加者が多かったこと、当日都合がつかずに視聴されなかった方が多かったことから、支援企業数が伸び悩んだ。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	現在のさまざまな社会課題を解決するために、AIやIoTといった先端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。そこで、先端技術を活用した社会課題解決ビジネスの創出に向け、大阪における実証支援の取り組みや実証実験実施事例を紹介することで、大阪で実証実験を行うことの優位性を伝えるセミナーを1回程度開催し、大阪が実証都市の先端というイメージを作り、実証実験案件の発掘をめざす。 ＜開催方法＞ 集合形式とオンライン形式のハイブリッド開催、もしくはオンライン形式のみ ＜講師案＞ 大学教授、コンサルタント、実証実験実施企業など ＜支援企業数＞ 50社					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハンズオン型						
	独自提案型						
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	商-2 社会課題解決ビジネスの創出・成長支援 創業・経営革新	
(a)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する。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す。 (b)本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）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・募集を行う。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	50社×1回 社会課題解決ビジネスや2025年大阪・関西万博への関心の高さから、50社程度の参加を見込む。本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	実証実験のプロセスの重要性の解説や実証支援の取り組み、企業事例の紹介などにより、実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出を促す。					
	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%			
その他目標値	目標値の内容⇒						

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	50	社 ×	1.00	=	1,010,000	円		
			合計		50	社	(小計)		1,010,000	円		
										計	1,010,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			1,010,000	円 ×	1.00	=	1,010,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

事業名		経営革新支援事業		事業番号	39	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2011年度～		13	年目	←複数段階の実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	「経営革新計画」の概要やメリット、手続きについての解説や先進事例を紹介するセミナーを開催し、同計画に取り組む企業を増やすとともに新規事業の立ち上げを支援する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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。						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2022年10月末時点の「経営革新」窓口相談件数は198件であり、事業計画作成や新商品・新事業開発への取り組みに関心を持つ事業者は多く、経営革新計画策定のニーズは高い。経営革新計画の承認を取得した事業者はものづくり補助金の加点などの優遇措置を受けることができ、補助金への関心をきっかけに同計画策定を検討する事業者は多い。そうした同計画の承認取得のメリットを積極的に周知し、事業者の意欲を喚起していく。						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年度は、10月19日に「アイデア事業化と補助金申請に役立つ経営革新計画の作り方～事業の新規性・革新性をブラッシュアップ、新事業創出につなげる～」を開催、支援実績は人材育成型53.5社、人材交流型9社。セミナー受講を契機に4社が「経営革新」の専門相談に申し込んだ。						
	反省点	2022年度は、同計画作成を学ぶことで、アイデアの事業化だけではなく、補助金申請のための事業計画作成にも役立つことを広報し、セミナー受講者の関心喚起につなげることができたが、このような経営革新計画を取得するメリットについて認識してもらうため、より分かりやすい情報提供の方法を工夫していく。						
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	<p>「経営革新計画紹介セミナー」を夏または秋頃実施予定（集合形式もしくはオンライン形式）。内容は以下の通り。</p> <p>1. 経営革新計画の概要 経営革新計画の立案方法、申請書の作成、経営革新承認企業の新事業計画策定・展開実例解説、公的支援策の紹介など</p> <p>2. 経営革新計画承認企業事例紹介 経営革新計画の承認企業（法人事業者）から申請の背景、立案経過、承認後の事業進捗状況、成果などを紹介。</p> <p>3. 大阪府などの中小企業支援策 経営革新計画の承認後や新事業展開に際して活用できる公的支援策を紹介。 専門相談（創業・経営革新）をはじめ大阪府、本商工会議所など各団体の支援事業紹介。</p> <p>経営革新計画承認のメリットをより実感できるように、出席者の事後フォローをきめ細やかにを行い、経営革新申請者数を増やす。開催案内の広報にあたっては、府内公的機関および業界団体などにおける案内リーフレット設置や広報媒体を通じてPRする。</p>						
	人材交流型							
	販路開拓型							
	ハズメ型							
	独自提案型							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	商-15		経営革新の支援	創業・経営革新
<p>(a)大阪府商工労働部経営支援課経営革新グループと上記の通り連携して実施する。</p> <p>(b)大阪府内事業者などを対象に実施。大阪府内の金融機関、ビジネス支援機関などの協力を得て参加募集・PRを実施する。</p> <p>(d)実施にあたっては、経営相談、専門相談と連動して、ビジネス支援成果や承認企業の新事業展開手法、公的支援策活用の実例提示を通じ相談利用の増進を図る。</p>								
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	経営革新計画紹介セミナー45社×1回 機関紙「大商ニュース」やウェブサイトによる広報、本商工会議所主催セミナーなどでの配布、地域金融機関府内支店などを通じてのチラシ配布、大阪府ほか各種団体のメール配信などのPRを実施。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	45社	新商品・新事業展開への具体的なヒントを得ることができ、公的支援策については整理した形で情報を得ることができ、相談窓口や各種公的支援機関を利用したい・検討したいというニーズが生まれる。経営革新へのモチベーションが高まる。					
	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	3社				
その他目標値	目標値の内容⇒							

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	45	社 ×	1.00	=	909,000	円		
			合計		45	社	(小計)		909,000	円		
										計	909,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			909,000	円 ×	1.00	=	909,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)						
				円								
				円								
				円								
				円								

【備考】

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		事業番号	40	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020年度～年度		4	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者の生産性向上や販路開拓に有用なIT・デジタルツールやシステムに関する情報を提供し、その具体的な導入や利活用を促進・支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・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・デジタル導入である。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、導入効果を見きわめるのは難しい。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・デジタル・動画など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中小企業・小規模事業者は少ない。加えて、今般のコロナ禍で、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などさまざま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。IT導入で業務効率化を図りたいが、何から手を付けてよいかわからない中小企業。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 ②IT・デジタル・動画を活用して販路拡大したいが何から手を付けてよいかわからない中小企業・小規模事業者、商店街					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	①IT導入を通じた中小企業・小規模事業者の生産性向上は、必ずしも経営者層に浸透していない。ITによる生産性向上の成功事例を多数紹介することで、より多くの企業の関心を喚起する必要がある。さらに、IT活用に前向きな企業に対し、IT人材育成や費用対効果、自社に合ったITシステムなど、多様なメニューを提示する必要がある。 ②IT・デジタル・動画を活用した販売・営業活動に関心があるものの、具体的なサービスや活用方法を把握していない中小企業・小規模事業者は多い。IT・デジタルを活用した販路拡大のサービス・成功事例を多数紹介することでより多くの企業の関心を喚起する必要がある。また、具体的なサービスの導入サポートも求められる。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年度の実施状況は以下の通り。 ①9月に大阪信用金庫、日本電信電話ユーザー協会との共催で「中小企業デジタルエキスポ」を開催。DX関連セミナーやDXに役立つITツールの紹介・導入相談を行った(2021年度にIT関連事業者と組織した「大商IT化推進サポーターズ」各社が出展)。共催先にも広報協力を依頼したところ、254人の申し込みがあり、延べ255人が各社の展示・相談ブースを訪れた(支援企業数:80.5社) ②「クラウドファンディング」「BtoB向け海外マッチングサイト」「クラウドファンディングECサイト」などをテーマにセミナー・相談会を開催。(支援企業数:セミナー174社、相談会24社)					
	反省点	①セミナー、展示・相談会のリアル開催を実現することができ、一定数の参加者を集めることができた。一方で、出展企業と来場者のニーズがマッチしていない、セミナーだけ参加して各社のサービスには関心のない参加者が多かったとの声もあった。広報協力先を増やし、多様な業種の来場者を集める、相談ブースの配置を工夫する、セミナーと展示・相談会の時間配分の調整などを通じ、さらにブラッシュアップしたイベントを開催することで、実際のサービス導入者数拡大を図る。 ②ICTサービスを提供する企業に直接相談し、各サービスの活用方法も知ることができると、参加者からは概ね好評であった。次年度は参加者数の増加に向け、テーマ選択や広報に一層力を入れる。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	①中小企業デジタルエキスポ(集合形式) 「大商IT化推進サポーターズ」のサービス紹介、集客力のある関連団体もしくは企業と共催のセミナーを開催し(9月頃)、中小企業経営におけるIT導入を支援する。支援企業数:100社(人材育成型)					
	○ 人材交流型	②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー、相談会(集合形式またはオンライン形式)					
	販路開拓型	<人材育成型>セミナーを3回程度開催。SNS広告やアプリ活用、自社EC、WEB・オンライン接客ツール、動画など、IT・デジタルを活用したサービスを提供する企業が1回に1~複数社登壇し、各社のサービスやそれを活用した販路開拓などについて講話する。支援企業数:150社					
	ハブ型	<人材交流型>IT・デジタル・動画を活用したサービスを提供する企業の担当者との個別面談を実施。参加者は導入に向けた具体的な流れや業務改善方法などについて直接説明を受ける。参加者がサービスを導入することになった場合、ここでの担当者に導入までサポートしてもらう。支援企業数:15社					
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
							IT・IoT
(b)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る。 (d)経営相談支援先の事業者に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直面している場合には適宜経営相談支援につなぐ。							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 265社	①中小企業デジタルエキスポート 人材育成型：100社 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイト、共催先の協力などで参加を募集する。 ②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー、相談会 人材育成型：150社、人材交流型：15社 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイトなどで参加を募集する。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	アンケートにおいて、「IT導入が今後の自社の経営の合理化や業務効率化に役立つと考える」と回答した企業の割合				数値目標	75%	
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200	円 ×	100	社 ×	1.00	=	2,020,000	円
		20,200	円 ×	150	社 ×	1.00	=	3,030,000	円
		40,400	円 ×	15	社 ×	1.00	=	606,000	円
		合計		265	社	(小計)		5,656,000	円
					計		5,656,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	5,656,000	円 ×	0.75	=	4,242,000	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙:積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 100社	①中小企業デジタルエキスポ 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイト、共催先の協力などで参加を募集する。		
	支援対象企業の変化	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、具体的な導入や利活用の意欲が高まる。			
	指標	アンケートにおいて、「IT導入が今後の自社の経営の合理化や業務効率化に役立つと考える」と回答した企業の割合	数値目標	75%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 150社	②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー・相談会 <人材育成型> 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイトなどで参加を募集する。		
	支援対象企業の変化	生産性向上や販路開拓などに向けてIT・デジタル・動画が有用であることの認識を深め、具体的な導入や利活用の意欲が高まる。			
	指標	アンケートにおいて、「IT・デジタル・動画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てることができる」と回答した企業の割合	数値目標	75%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15社	②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー・相談会 <人材交流型> 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイトなどで参加を募集する。		
	支援対象企業の変化	生産性向上や販路開拓などに向けてIT・デジタル・動画が有用であることの認識を深め、具体的な導入や利活用の意欲が高まる。			
	指標	アンケートにおいて、「IT・デジタル・動画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てることができる」と回答した企業の割合	数値目標	75%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

--

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業	事業番号		41	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011年度～	年度	13	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪府、大阪信用保証協会、地元金融機関、日本政策金融公庫が参画する地域金融支援ネットワークの活動として、大阪府の金融施策普及と中小企業・創業希望者の支援強化を目的にセミナーや交流会などを実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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参画する地域金融支援ネットワークにおいて、「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や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アップする「金融と経営支援の一体的取り組み」により、中小企業や創業希望者の資金需要に応え成長を支援する。これら事業者に対し、経営指導員、専門相談員などが経営支援を行うほか、高度な課題の解決には専門家による支援の枠組みも利用。本部・支部で、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、中小企業や創業希望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。					
	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）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2022年度に本商工会議所会員事業者から商工業者法定台帳などで聞いた経営の関心項目のうち、「融資・資金繰り」を挙げた事業者は14,582件中2,518件（17.3%）。「2022年度大阪府内企業経営実態調査」（大阪府商工労働部・2022年11月）によると、府内企業の資金不足感は改善傾向にあるなかで小規模事業者や業績悪化が顕著な業種では依然として資金不足感が強く、また、コロナ制度融資を活用した府内中小企業の半数近くが返済や厳しさに不安を抱え、特に小規模事業者でその傾向が顕著であるとの結果が出ており、金融支援と併せて経営支援を行う効果は高いと考えられる。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>【本部開催分】2022年度は、7月に制度説明会（支援企業数62.5社）、相談会（同34社）、11月に地元金融機関との交流会（同110社）を実施。2月に金融力強化セミナーを実施予定。また、公的融資制度紹介冊子を新規作成し、「開業サポート資金」「小規模企業サポート資金」のチラシとあわせセミナーなどで参加者に提供し、広くPRした。また、開業サポート資金の利用希望者に対し、相談事業や実際の申し込みにつなげるため個別相談を10月末までに19件実施。</p> <p>【支部開催分】2022年度の支援実績（11月現在）は、支部金融説明会63.5社 支部金融個別相談会39社。制度説明会では大阪府商工労働部金融課や税理士などを講師に迎え、大阪府制度金融の情報提供を行い、金融個別相談会では継続的な金融支援と一体化した制度融資の利用を促進した。</p>					
	反省点	<p>【本部開催分】事業再構築など前向きな取り組みに際しての資金需要や、金融機関との関係構築ニーズを取り込むことができ前年度よりも多くの事業者の参加を得られた。次年度は民間ゼロゼロ融資を受けた企業の返済開始が集中するうえ、エネルギー・原材料費高騰、物価高などの影響もあり、中小企業は今後も資金繰りに頭を悩ます状況が続くと考えられる。そのような中小企業の経営課題解決に資する企画内容で事業参加を促し、制度融資の周知・利用促進につなげる。</p> <p>【支部開催分】事業者が自社の財務体質や経営状態を把握するのに必要な「資金繰り」や「金融機関との関係構築の方法」などのニーズが高いテーマを設定し、融資への関心を喚起して説明会の情報提供を行う。さらに、大阪府商工労働部金融課にも出講してもらい、制度金融について事業者のニーズに沿った具体的な支援策を説明して制度融資の周知・普及を行っていく。</p>					

具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	【本部開催分】地域支援ネットワーク参画機関間の情報共有・交換と「金融と経営支援の一体的取り組み」のさらなる推進のため、地域金融懇談会を2回程度開催する。地域の中小企業の経営状況や動向を把握し、以下のセミナー・相談会などに効果的に反映させ、大阪府の金融施策を実現できるよう参画機関間の協力体制を強化する。また、参画機関と連携し、大阪府の制度融資に関する広報物を作成し広く配布して制度の普及を図る。①②ともに府制度融資の説明・PRを行い、事業実施後などに随時実績を報告する。			
	○ 人材交流型	①大阪府の制度融資などを紹介する説明会、セミナーなどの開催（人材育成型） 中小企業や創業希望者向けに、大阪府の制度融資や地域支援ネットワークの取り組みを紹介する説明会、セミナーを集合形式もしくはオンライン形式で開催する。開催に際しては、その時々に応じた事業者の経営課題解決に役に立つ企画とし、訴求力を高めるよう留意する。 ②地域金融機関との交流会や個別相談会の開催および「開業サポート資金」の出張相談や個別相談の実施（人材交流型）			
	販路開拓型	事業者と参画機関の交流会や相談会などを集合形式もしくはオンライン形式で実施し、資金調達や経営支援につながる関係構築を支援する。また「開業サポート資金」などについて、計画的にPRを行うとともに「特定創業支援等事業」として実施する開業スクールでチラシ配布・説明を行う。このほか、本事業以外も含め、イベント実施時などの出張相談や利用希望者への個別相談対応を行い、融資の申し込みに向け相談事業につなぎ、円滑な融資実行をめざす。			
	ハズメ型	【支部開催分】支部において制度融資や公的融資に関する説明会と個別相談会を開催する。必要に応じて、大阪府、公益財団法人大阪産業局 設備支援部、大阪信用保証協会、日本政策金融公庫、民間金融機関などに協力を仰ぎ、経営指導員の支援のもと、府制度融資や公的融資の利用に向けた事業計画書作成や資金繰り計画書作成などの相談につなげる。金融相談会を通じて、支部の各管轄区に所在する納税協会、産業会、工業会、個人タクシー協会、商店街振興組合などと連携して、きめ細かい伴走型の支援を行う。さらに、来所が困難な事業者に対しては、電話やオンラインを活用するなど、本事業の支援を必要とする事業者に広く利用してもらえるよう柔軟に対応する。			
	独自提案型	③金融説明会の開催（人材育成型） ④金融相談会の開催（人材交流型）			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果
	商-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		その他	
<p>(a)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機関などと事業運営で連携しながら実施する。セミナーや相談会など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ていく。</p> <p>(b)地域支援ネットワーク参画機関などの協力を得て、大阪府内全域からの集客に努める。</p> <p>(d)交流会やセミナー、個別相談などにより、創業希望者や潜在的な成長力を持つ小規模事業者・中小企業への啓発普及を通じて相談ニーズを把握し経営支援につなげ、事業所カルテ化を図る。また、既カルテ化事業所にも各種事業をPRし、参加を勧奨する。</p>					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	【本部開催分】セミナーなど160社、交流会・相談など135社 【支部開催分】金融説明会90社、相談会166社 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。		
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	参加企業が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。			
		指標	アンケートにおいて、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回答した割合		数値目標
その他目標値	目標値の内容⇒				

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200	円 ×	160	社 ×	1.00	=	3,232,000	円		
		40,400	円 ×	135	社 ×	1.00	=	5,454,000	円		
		20,200	円 ×	90	社 ×	1.00	=	1,818,000	円		
		40,400	円 ×	166	社 ×	1.00	=	6,706,400	円		
		合計		551	社	(小計)		17,210,400	円		
		計 17,210,400 円									
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠										
	算出額										
	①市町村等補助			円	交付市町村等						
②受益者負担			円	負担金の積算							
<input type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果					
標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)					
17,210,400		円 ×	1.00	=	17,210,400	円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)											
代	商工会・会議所名			配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
				円							
				円							
				円							
				円							
				円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 160社	①本部開催分 説明会・セミナーなど（人材育成型） 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。	
	支援対象企業の変化	参加企業が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。		
	指標	アンケートにおいて、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回答した割合	数値目標	85%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 135社	②本部開催分 交流会・相談など（人材交流型） 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。	
	支援対象企業の変化	交流会への参加企業が、自社に役立つ融資に関する情報や、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ることができる。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。		
	指標	アンケートにおいて、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回答した割合	数値目標	85%
その他目標値	目標値の内容⇒ 80%	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		
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 90社	③支部開催分 金融説明会（人材育成型） 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。	
	支援対象企業の変化	参加企業が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。		
	指標	アンケートにおいて、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回答した割合	数値目標	85%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 166社	④支部開催分 金融相談会（人材交流型） 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。	
	支援対象企業の変化	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。		
	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	85%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

--

事業名		小規模事業再生サポートセンター事業		事業番号	42	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010年度～		14	年度	←複数年度段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者を対象に、資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営安定化、さらには整理・清算のための支援などを行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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「大阪府中小企業活性化協議会」とも連携を行う。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者(約22万事業者)					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	現在の企業を取り巻く環境は、コロナ感染症の影響に燃料・原材料費の高騰が重なり、ほとんどの業種で売上が回復しない厳しい状況にある。原材料高でも価格転嫁ができない、コロナ感染融資の元本返済が始まったが資金繰りがうまくいかないなどの相談が増加している。今後は、支援金などの見込みが乏しくなる中、中小・零細企業を中心に、悪化する一方の経営環境に見切りをつけた「息切れ倒産」の増加傾向が続くものとみられるため、今後も「大阪府中小企業活性化協議会」と連携しながら、危機回避、倒産回避に向けて支援していく。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>【2021年度】新規：146社、継続：44社、支援の結果「資金繰り改善・危機回避」が実現した事業者数：28社</p> <p>【2022年度】11月までに新規90社、継続58社の合計148社の相談があった。これは、前年同期と比べ、新規は19.6%減であったが、継続は87.1%増となり、継続の事業者の利用が大幅に伸びた。特に、経営安定特別相談室では小規模事業者やサービス業を中心に相談が増加。燃料高騰や人手不足が要因で建設業からの相談件数が前年同期と比べ、3倍となっている。事業承継と廃業に関する相談が、新規の相談件数の半数を占めた。主に事業承継では、①70代の経営者から後継者がいないとの相談、②事業承継をした事業所でも借入金の返済の負担が重く、今後の返済に不安を抱えるとの相談、③後継者がいるが、借入金が多く、後継者は社長になりたくないという内容の相談があった。また廃業については、①社会保険料を1年間猶予し、現在は毎月2倍の金額を支払っており資金繰りが厳しい、消費税などの税金の未払いが多く廃業できないとの相談、②事業を止めるといったら、退職金の規定がないが従業員が退職金を請求してきたとの相談、③倒産したいが、弁護士費用が払えず、倒産できないとの相談があった。</p>					
	反省点	支援金などの見込みが乏しくなる中、リスケ中の企業が売上げをあげるために「何か他に対策がないのか」「融資以外で生き延びる方法はないか」など、ビジネスモデルの転換、事業再構築の相談も寄せられてきている。これからは融資や補助金頼みではなく、企業が前向きに自ら変革し、稼ぐ力を向上していくことが求められ、本商工会議所としては、販路拡大やデジタル化支援、新事業創出支援など専門相談や他の地域活性化事業とも連携し、危機回避、倒産回避に向けて売上拡大の支援も併せて行っていく。また、本事業の一層の周知に努める一方、早めの相談、継続的な相談を積極的に喚起し続け、的確な対応に努める。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	以下の(1)～(4)の支援を年間を通じて事業者に対して継続的に実施する(支援企業数：新規120社、継続55社)。					
	人材交流型	(1) 資金繰り難や経営難に陥っている小規模事業者に対し、同サポートセンター経営指導員が再生に向けた事業計画書作成や資金繰り対策、金融機関との折衝方法などについて助言を行う。					
	販路開拓型	(2) 経営難など相談内容に応じ、専門家の助言を得て再生に向けた対策や事業計画書作成支援などを行う。					
	○ ハズ'お'型	(3) 危機回避後は、経営の安定化を図るため各種支援を継続的に行う。					
	独自提案型	(4) やむなく事業を整理せざるを得ないと判断される事業者については、速やかな清算に向けての指導を行う。					
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
		(b)大阪市外の事業者については大阪府内商工会議所・商工会と、また案件に応じて大阪府中小企業活性化協議会との連携を密にして事業を実施する。				(d)相談支援で対応できない、資金繰りなどの高度な経営課題に対応することで、相談支援から地域活性化事業への参加という相乗効果が図られる。他の商工会議所・商工会から相談案件をつないでもらうことで他団体の「支援機関へのつなぎ」実績に貢献できる。	

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 175社	新規支援企業120社、前年度支援企業55社 (2021年度実績、2022年度進捗状況から算出) 本事業の周知は、機関紙「大商ニュース」やウェブサイト・メール案内などによる広報、各種セミナーなどでの案内パンフレット・リーフレットの配布などを通じて行う。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	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社	
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		101,000	円 ×	120	社 ×	1.00	=	12,120,000	円
		101,000	円 ×	55	社 ×	0.50	=	2,777,500	円
		合計		175	社	(小計)		14,897,500	円
								計	14,897,500
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助			円	交付市町村等				
	②受益者負担			円	負担金の積算				
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
	14,897,500	円 ×	0.75	=	11,173,125	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)			
				円					
				円					
				円					
				円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 120 社	<新規支援企業> 本事業の周知は、機関紙「大商ニュース」やウェブサイト・メール案内などによる広報、案内パンフレット・リーフレットの配布などを通じて行う。	
	支援対象企業の変化	「倒産回避および経営の安定化」と「や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」を実現する。		
	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	事業の目標②とあわせて20社
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 55 社	<前年度支援企業> ※前年度から継続	
	支援対象企業の変化	「倒産回避および経営の安定化」と「や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」を実現する。		
	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	事業の目標①とあわせて20社
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

--

事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー		事業番号	43	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014年度～		年度	10	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	中小企業が対象となる環境関連法令や、省エネ・新エネなどへの取り組みに資する情報を提供し、法令順守や環境経営の推進を通じた経営改善や新事業展開などへの取り組みを支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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めざす中小事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業規模を問わずコンプライアンスが求められる中、自社だけでは十分な情報収集ができない中小企業からは、規制強化の方向で新規制定・改正される環境関連法令について、法令の内容や企業の対応方法などの分かりやすい解説を求めるニーズが高い。また、電気料金の値上げなどが背景で、積極的に省エネ・節電に取り組む企業が増えている。一方で、燃料電池車、水素ステーションなど、新エネルギー活用の機運が高まりつつあり、新たなビジネスチャンスをめざし、新エネルギー関連産業の情報が求められている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2022年度 「省エネ・省CO2セミナー」7月15日開催（支援企業数145.5社） 「エネルギービジネス分野参入促進セミナー」10月31日～11月7日開催（同37社） 「省エネ・省CO2セミナー」2023年1月27日開催予定 「新エネルギー関連産業への参入セミナー」2022年2～3月開催予定（調整中）					
	反省点	省エネ・省CO2セミナーでは、カーボンニュートラル達成に向けた省エネの重要性について、専門家から解説したほか、企業の取り組み事例、行政からの施策紹介を行うことで、幅広く省エネ・省CO2に資する情報提供を行うことができた。エネルギービジネス分野参入促進セミナーでは、新エネルギー分野への取り組みを進める企業からの事例紹介を行ったが、オンラインアーカイブ配信となり、参加者数も伸び悩んだ。環境への取り組みを進める企業同士での交流が深められるよう、会場での開催、必要に応じて名刺交換会や交流会などを開催するように努める。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	①エネルギービジネス分野参入促進セミナー（2回程度、集合形式またはオンライン形式） 水素関連産業や蓄電池、再生可能エネルギー分野などの現状・見通しの解説や、先進的に同分野に取り組む企業の事例発表などにより、同分野への参入を後押しする。また、大手企業の最新ニーズ発表の機会なども設けることも検討し、同分野への参入を図る。さらには、新型コロナウイルスの感染状況を見極め、実施可能な場合は講演会後に名刺交換会や交流会を実施し、参加者と講演者との交流の場を設けることで、同分野以外のものづくり中小企業が新規参入しやすい環境を整える。講師は、エネルギービジネス分野事業者、エネルギービジネス分野に取り組む中小事業者、所管省庁や大阪府、大学教授など。＜支援企業数140社＞					
	人材交流型	②中小企業のための省エネ・省CO2セミナー（2回程度、集合形式またはオンライン形式） エネルギー政策・カーボンニュートラル達成に向けた現状や見通し、先進的に節電・省エネや再生可能エネルギーの活用に取り組む企業の事例発表、CO2排出量の見える化や測定方法の解説などにより、エネルギー課題への対応を支援する。あわせて、国の施策や省エネ機器導入などに活用できる補助金の情報なども提供する。講師は、省エネの専門家、大阪府、先進的に省エネに取り組む事業者（省エネ大賞受賞企業など）。＜支援企業数200社＞					
	販路開拓型						
	ハズ' ね型						
	独自提案型						
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
	商-4	エネルギービジネス分野への参入促進		その他			
	商-10	脱炭素経営へ向けた取組み支援		その他			
	(a)①大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と共同で実施。参加者に大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課の事業である「スマートエネルギー分野『技術提案力向上講座』」や「大阪スマートエネルギーパートナーズ」「おおさかスマエネインダストリーネットワーク」の活用を促す。 ②大阪府立環境農林水産総合研究所や大阪府環境農林水産部と共同で実施。 (b)MOBIOのネットワークや大阪府立環境農林水産総合研究所、大阪府のメールマガジンを活用し、大阪府内事業者に周知・募集を行う。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 340 社	エネルギービジネス分野参入促進セミナー：70社×2回程度 中小企業のための省エネ・省CO2セミナー：100社×2回程度 商工会議所主催水ビジネス関連セミナーの過去参加者への案内やTeam E-Kansaiなど関係団体のメールマガジンも活用しながら、大阪府内の中小企業に参加を呼びかける。セミナーの告知は、本商工会議所の広報ツール（メールマガジン、FAX案内、過年度の同事業におけるセミナー参加者への一斉情報提供）の他、各連携機関・支援機関のメールマガジン（MoTTtoメール、MOBIOメルマガ、けいはんなポータル、中小機構近畿メルマガなど）を通して周知・募集する。					
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	支援企業が自社に関連のある環境法令とその対応方法やエネルギー課題への理解を深め、受講企業が自社独自で環境法令対応や省エネ・省CO2の取り組み、また、エネルギービジネス分野への参入などを進めていくための実務的基礎知識やスキルの習得・向上する。						
	指標	アンケートにおいて、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%				
その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		20,200 円 ×	340 社 ×	1.00	=	6,868,000 円		
		合計	340 社	(小計)		6,868,000 円		
				計		6,868,000 円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
	②受益者負担	円	負担金の積算					
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果				
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)					
	6,868,000 円 ×	1.00	=	6,868,000 円	(円)			
補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

--

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		事業番号	44	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012年度～		年度	12	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	大阪産業技術研究所や大学の研究成果、技術シーズの発表会や交流会などを開催し、中小製造業者がそれらを活用して高付加価値製品を開発することや技術力を向上させることを支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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。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。					
	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(技術力向上やビジネス展開を求める中小製造・加工業者など)					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小製造業者が大学や大阪産業技術研究所が有する最新の研究成果(技術シーズ)に関する情報を入手できる機会として、下欄の通り参加者を得ている。第4次産業革命など今後成長・発展が見込まれる産業分野・テーマをさらに取り上げることで企業のニーズを掘り起こし得る。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<2022年度> 6月20日産学連携セミナー「カーボンニュートラルをビジネスチャンスに！」(支援企業数130社) 6月30日「大阪大学 接合科学研究所 第19回 産学連携シンポジウム」(同18.5社) 11月4日～12月9日「産業技術支援フェア in KANSAI2022」(同164社) 11月21日「第37回 大阪大学大学院基礎工学研究科 産学交流会」(同124.5社)					
	反省点	産学連携に向けて、単なる発表会として終わらせないように講演者や関係各所と調整しながら、実施後のアンケートなどで登壇者や発表されたテーマについて連携可能性があるかの聞き取りを参加者に行い、希望者には面談を調整するよう努める。また、状況に応じて会場とオンラインを併用した開催形式とし、幅広い事業者に最新研究成果や先端技術に触れる機会を提供し、産学連携の促進に努める。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	【対象】発表分野における技術力向上やビジネス展開を求める中小製造・加工業者など 【支援企業数】240社 【内容】					
	人材交流型	①大阪府内及び周辺地域の大学の研究成果(技術シーズ)活用のためのセミナー(2回程度) <開催時期>2023年5月～2024年2月頃 <開催場所>本商工会議所など(もしくはオンライン) <テーマ分野(予定)>接合技術、基礎工学、人工知能、ロボティクス、IoT、ビッグデータ解析、エネルギーなど					
	販路開拓型	<発表者>大阪・関西圏の大学の教員・研究者					
	ハズ'オ型	②大阪産業技術研究所の研究成果(技術シーズ)活用など、産業技術支援に関する発表会 <開催時期>2023年11月頃 <開催場所>大阪工業大学、大阪産業創造館など(もしくはオンライン) <共催(予定)>大阪産業技術研究所、大阪産業局など <テーマ分野(予定)>化学・バイオ、金属、機械・システム、電子・電池・ナノテク、高分子、エネルギーなどを網羅的にカバー					
	独自提案型	<発表者>大阪産業技術研究所の연구원など					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果			
	商-22	(地独)大阪産業技術研究所(ORIST)連携事業			その他		
	局-3	ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業			その他		
(a)(b)大阪府商工労働部ものづくり支援課、MOBIO、大阪産業技術研究所と連携して事業を運営。そのネットワークを利用して大阪府内中小製造業者への広報を行う。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	80社×3回程度 募集方法は、本商工会議所や大学・大阪産業技術研究所、ものづくり振興事業の過去参加者、MoTTo OSAKAメール、MOBIOメルマガ、その他産業支援機関(けいはんな、中小機構近畿など)のメールマガジン配信など。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	アンケートにおいて、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%
	その他目標値	目標値の内容→					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	240	社 ×	1.00	=	4,848,000	円		
			合計		240	社	(小計)		4,848,000	円		
										計	4,848,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			4,848,000	円 ×	1.00	=	4,848,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)						
				円								
				円								
				円								
				円								

【備考】

事業名		専門家連携型経営相談 交流会		事業番号	45	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～ 年度		10	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	事業者の課題解決に資する専門家派遣制度の利用促進を図るため、制度の紹介、専門家による自己アピールなどを含めた専門家との交流会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者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)	自社の経営力強化に向けて、さまざまな経営課題を抱えている、もしくは新分野進出、販路開拓など、将来の成長に向けた取り組みを進めたい大阪府内の中小企業・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2022年度のエキスパート、アドバイザー派遣など、専門家派遣事業は、派遣予算枠（エキスパート350回、アドバイザー100回）に向け順調に推移しており、専門家派遣事業への関心や専門家への支援ニーズは高い。現在の特徴としては、コロナ禍などの影響により従来の事業継続に不安を抱いている事業者からの派遣要請が増加しており、「新規事業開発、事業再構築、新たなビジネスモデル構築、デザイン思考による経営戦略、ウェブマーケティング、eコマース開設」をテーマとする支援要請が多く寄せられている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<2022年度> 6月3日開催。①講演会「事業の見直し、変革による新たなビジネスへの取り組み方」②専門家派遣制度の紹介③専門家による自己PR、専門家との名刺交換（支援目標：55社、支援実績：89社）。「②専門家派遣制度の紹介」では、専門家派遣制度の説明に続き、参加した7名の専門家が各自5分程度の自己PRを行い、参加者が専門家をより知る機会となり、事業者と専門家とのマッチングが円滑にできた。					
	反省点	コロナ禍などの影響で先行きの不透明感が強まる中、「新たなビジネスへの取り組み方」のテーマ設定がニーズに合致し支援実績が支援目標を大きく上回った。今後とも、ニーズに合致したテーマ設定を行い専門家派遣制度の充実に努めていく。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	「専門家と事業者との出会いの場」を提供することで、潜在的な課題も含め事業者の課題解決を支援する。					
	○ 人材交流型	○専門家による講演・交流会の開催（1回・集合形式またはオンライン形式） 1. 講演会 事業者のニーズが高いテーマで講演会を実施する。 2. 専門家との交流					
	販路開拓型	(1) 専門家派遣制度の内容説明 (2) 専門家による自己PR (3) 専門家との名刺交換					
	ハズメ型	○実施後のフォローとして、 ・ 専門家派遣を希望する事業者に対し、経営課題をヒアリングする。 ・ その経営課題を解決するために、適任の専門家を派遣する。 ・ 専門家による支援状況を把握し、課題解決に導く。					
	独自提案型						
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○
				その他			
		(b)地域金融支援ネットワーク事業を推進している大阪府や保証協会、日本政策金融公庫、地元信用金庫、関西みらい銀行の協力を得てPRするとともに、大阪府内の各商工会議所にも協力依頼し、府内全域から集客を図る。 (d)交流会の開催を通じて専門家連携型経営相談の制度普及と利用促進を図る。本交流会の参加者はさまざまな経営課題を抱えていると想定される。本相談会には経営指導員も出席して参加者の経営課題を把握し、その解決に向けた支援をすることによって事業所カルテ化につなげる。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 1回×55社 本商工会議所のホームページ、機関紙、メール配信などのほか、各協力金融機関などに案内配布を依頼し、広報、募集を行う。																																
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	<table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td>本事業の参加をきっかけに「専門家派遣事業」に申し込み、アンケートで成果が「あった」「おおむねあった」「普通」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」「派遣前と比べ課題が整理できた、参考となる情報を得た」と回答した事業者数</td> <td>数値目標</td> <td>10社</td> </tr> </table>	指標	本事業の参加をきっかけに「専門家派遣事業」に申し込み、アンケートで成果が「あった」「おおむねあった」「普通」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」「派遣前と比べ課題が整理できた、参考となる情報を得た」と回答した事業者数	数値目標	10社																												
	指標	本事業の参加をきっかけに「専門家派遣事業」に申し込み、アンケートで成果が「あった」「おおむねあった」「普通」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」「派遣前と比べ課題が整理できた、参考となる情報を得た」と回答した事業者数	数値目標	10社																														
その他目標値	目標値の内容⇒																																	
算定基準により算出される額	算定基準	<table border="1"> <tr> <td>サービス単価</td> <td></td> <td>支援企業数</td> <td></td> <td>係数</td> <td></td> <td>標準事業費</td> <td></td> </tr> <tr> <td>40,400</td> <td>円 ×</td> <td>55</td> <td>社 ×</td> <td>1.00</td> <td>=</td> <td>2,222,000</td> <td>円</td> </tr> <tr> <td></td> <td>合計</td> <td>55</td> <td>社</td> <td>(小計)</td> <td></td> <td>2,222,000</td> <td>円</td> </tr> <tr> <td colspan="6" style="text-align: right;">計</td> <td>2,222,000</td> <td>円</td> </tr> </table>	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		40,400	円 ×	55	社 ×	1.00	=	2,222,000	円		合計	55	社	(小計)		2,222,000	円	計						2,222,000	円
	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費																											
	40,400	円 ×	55	社 ×	1.00	=	2,222,000	円																										
		合計	55	社	(小計)		2,222,000	円																										
	計						2,222,000	円																										
独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)																																		
算出額	<table border="1"> <tr> <td>①市町村等補助</td> <td>円</td> <td>交付市町村等</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②受益者負担</td> <td>円</td> <td>負担金の積算</td> <td></td> </tr> <tr> <td>(a)府施策連携</td> <td><input type="radio"/></td> <td>(b)広域連携</td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>(c)市町村連携</td> <td><input type="radio"/></td> <td>(d)相談事業相乗効果</td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>標準事業費</td> <td>補助率</td> <td colspan="2">(①市町村等+②受益者負担)</td> </tr> <tr> <td>2,222,000</td> <td>円 ×</td> <td>0.75</td> <td>=</td> <td>1,666,500</td> <td>円</td> <td>(</td> <td>円)</td> </tr> </table>	①市町村等補助	円	交付市町村等		②受益者負担	円	負担金の積算		(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果	<input type="radio"/>	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)		2,222,000	円 ×	0.75	=	1,666,500	円	(円)					
①市町村等補助	円	交付市町村等																																
②受益者負担	円	負担金の積算																																
(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>																															
(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果	<input type="radio"/>																															
標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)																																
2,222,000	円 ×	0.75	=	1,666,500	円	(円)																											
補助金の団体配分(「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	<table border="1"> <tr> <td>代</td> <td>商工会・会議所名</td> <td>配分額</td> <td>支援企業数</td> <td>役割(配分の考え方)</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>円</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>円</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>円</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>円</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)			円					円					円					円										
代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)																														
		円																																
		円																																
		円																																
		円																																

【備考】

6. 経費支出計画書（経費内訳）

大阪商工会議所

I 経営相談支援事業				
区 分	算 定 基 準			補助金額
	事業所数/回数	単 価 (円)	計	
事業所カルテ・サービス提案	2,150	25,000	53,750,000	
支援機関等へのつなぎ	25	10,000	250,000	
金融支援（紹介型）	110	30,000	3,300,000	
金融支援（経営指導型）	830	40,000	33,200,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	20,000	100,000	
資金繰り計画作成支援	135	20,000	2,700,000	
記帳支援	30	25,000	750,000	
労務支援	5	20,000	100,000	
人材育成計画作成支援	0	20,000	0	
マーケティング力向上支援	5	20,000	100,000	
販路開拓支援	120	20,000	2,400,000	
事業計画作成支援	1,030	50,000	51,500,000	
創業支援	5	20,000	100,000	
事業継続計画（BCP）等作成支援	15	20,000	300,000	
コスト削減計画作成支援	5	20,000	100,000	
財務分析支援	315	10,000	3,150,000	
5S支援	0	10,000	0	
IT化支援	10	20,000	200,000	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
事業承継支援	30	20,000	600,000	
災害時対応支援	0	5,000	0	
フォローアップ支援	210	5,000	1,050,000	
結果報告	2,150	10,000	21,500,000	
小 計	-		175,150,000	175,150,000

II 専門相談支援事業			
事 業 名	算 定 基 準		補助金額
	支援日数	計	
法務相談	162	3,888,000	
税務相談	213	5,112,000	
金融相談	0	0	
労務相談	137	3,288,000	
その他相談	786	18,864,000	
小 計	1,298	31,152,000	31,152,000

III 地域活性化事業		
小 計	算定基準	補助金額
	別紙事業調書のとおり	314,471,387

IV 商工会等支援事業		
小 計	算定基準	補助金額
	-	0

V 合計		
合 計		補助金額
		520,773,387