

令和7年度（2025年度）

事業計画書

Ⅰ. 申請者の概要

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
設立年月日	明治11年8月27日
職員数	203
うち経営指導員数	72
所管地域	大阪府大阪市
管内事業所数	177,184（総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」）
うち小規模事業者数	109,752（総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」）
会員数	31,558
組織率	17.8%
担当者職・氏名	中小企業振興部次長兼経営相談室課長 宮浦 康浩
連絡先電話番号	06-6944-6451
連絡先メールアドレス	sme-promotion@osaka.cci.or.jp
□主な事業概要（定款記載事項等）	
(1) 商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。 (2) 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 (3) 商工業に関する調査研究を行うこと。 (4) 商工業に関する情報及び資料の収集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収集し、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。	

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

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。

○喫緊の課題として物価上昇によるコスト高、人手不足、賃上げ要請、デジタル化の加速、金融機関の金利上昇、コロナ関連融資の返済など、中小企業を取り巻く環境は厳しさを増しており、企業基盤の強化、「稼ぐ力の強化」が必要である。

○社会経済がこれまで以上に早く、大きく変化する中で、既存の事業活動のあり方のままでは生き残りが難しい。収益性や生産性の向上のために、付加価値の高い、イノベーティブな事業展開が望まれる。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を促す環境整備が必要である。

○大阪市内には、多彩な企業・産業が集積しており、同業種・異業種・異分野間の連携・融合を誘発するネットワークづくりなどを推し進め、国際的にも競争力のある新たなビジネスを創出することが重要である。

○スタートアップや若年層の起業は、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し、産業経済の成長エンジンとなるものであるが、その数は東京に比べ非常に少ない。

創造や変革の知恵と意欲を持つ「企業家精神」あふれる人材の育成が必要である。

○2025年に開催が計画されている大阪・関西万博は、中小企業やスタートアップなどにとって、自社の有する革新的な技術・アイデアを世界に発信・提案する絶好の機会である。万博を中小企業やスタートアップの成長の機として成功すべく、機運の醸成や支援を行うことが肝要である。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

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＞とそれを実現するための＜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ー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）＞

○中小企業の稼ぐ力の強化

○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、国際競争力の強化

○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) 事業を実施した効果

○実績時記入

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題・次年度への取り組み

○実績時記入

I 経営相談支援事業						
前年度支援企業数		2,150 社				
支援メニュー		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
1	事業所カルテ・サービス提案	事業所	2,100			0.0%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	33			0.0%
3	金融支援（紹介型）	支援数	140			0.0%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	755			0.0%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	5			0.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	200			0.0%
7	記帳支援	事業所	35			0.0%
8	労務支援	支援数	5			0.0%
9	人材育成計画作成支援	事業所	0			-
10	マーケティング力向上支援	事業所	5			0.0%
11	販路開拓支援	支援数	100			0.0%
12	事業計画作成支援	支援数	880			0.0%
13	創業支援	事業所	5			0.0%
14	事業継続計画（BCP）等作成支援	事業所	15			0.0%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	3			0.0%
16	財務分析支援	事業所	340			0.0%
17	5S支援	事業所	0			-
18	IT化支援	事業所	10			0.0%
19	債権保全計画作成支援	事業所	0			-
20	事業承継支援	事業所	45			0.0%
21	災害時対応支援	事業所	0			-
22	フォローアップ支援	事業所	225			0.0%
23	結果報告	事業所	2,100			0.0%
件数設定の根拠（今年度の特徴等）						
【件数設定の根拠】 過年度の実績などをもとに、支援企業数ならびに件数を設定した。 〔令和4（2022）年度実績〕支援企業数：2,496、件数：948事業所・2,378支援 〔令和5（2023）年度実績〕支援企業数：2,471、件数：703事業所・2,430支援 事業計画作成支援、金融支援を中心に、「稼ぐ力」の強化、資金繰り・企業基盤の強化に取り組む事業者を支援する。						
支援のポイント・成果						
○実績時記入						

Ⅱ 専門相談支援事業						
事業名		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
24	法務相談	日数	162			0.0%
25	税務相談	日数	201			0.0%
26	金融相談	日数	0			-
27	労務相談	日数	137			0.0%
28	その他相談	日数	816			0.0%
支援のポイント・成果						
○実績時記入						

事業名		開業サポート事業		事業番号	I	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度から		年度まで	II	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	創業希望者向けの啓発セミナーや創業のノウハウを習得する集中講座の開催、ビジネスプラン作成の個別支援を通じて、大阪府内での創業を促進、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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 創業希望者や創業後間もない事業者らを対象に、起業や企業経営に必要な知識の習得やビジネスプランの策定などを支援し、大阪での創業を促進する。 【企業ニーズ】 本商工会議所の経営相談室では年間のべ700件以上の創業に関する相談に応じており、年々増加傾向にある。そのうち、創業の準備を始めた人から創業を間近に控えた人までが大部分を占める。また、日本政策金融公庫の「2023年度新規開業実態調査」によると、開業費用は少額化の傾向にあり、スモールビジネスの開業が身近なものとなって、そのニーズが高まっている。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	創業への具体的な進め方について学習を希望する者、企業経営に関する知識を深めたい創業後間もない事業者、事業承継を予定している者など					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○啓発を目的とした創業希望者向けセミナーを2回開催（7月3日、27日） 支援108者 ○創業のノウハウを習得するための集中講座を開催（10月5日～11月2日・全5回） 支援32者 ○第21回ビジネスプランコンテスト ドリームDASH！（主催：大阪産業局、共催：大阪府）に2者を推薦し、そのうち1者は12月18日のプレゼンテーション審査に出場し、特別協賛による賞金を獲得 創業のノウハウを習得するための集中講座の受講者に対して伴走支援できるよう、継続的に本商工会議所の事業を案内し、創業後の各種課題の解決を図る。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①創業希望者向け啓発セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】7～8月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】創業関連の情報を提供するセミナーを開催し、創業に向けた円滑な準備を支援する。 ②創業のノウハウを習得するための集中講座（開業スクール） 【事業類型】人材交流型 【実施時期】10～11月頃（5回連続） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】創業の基礎知識の習得から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、講師と先輩起業家、受講生同士の交流を促進する。個別の相談には、創業の専門相談窓口と連携して対応し、融資希望案件は大阪府制度融資「開業スタートアップ応援資金（地域支援ネットワーク型）」などの公的融資につなぐ。 ③大阪府内の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 【事業類型】ハンズオン型 【実施時期】通年 【実施方法】専門家の指導などを通じた伴走支援 【実施内容】本商工会議所の創業などの相談者、有望なビジネスプランを有する集中講座の受講者などに対して、府内の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。また、コンテストの求める基準に合った資料作成やプレゼンテーションの指導も必要に応じて行う。 大阪府や大阪市・各協力金融機関などの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-19		起業家の育成、創業の促進				創業・経営革新	
		(a)大阪府経営支援課経営革新グループと連携し、大阪府のウェブサイトや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「開業スタートアップ応援資金（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、府内のビジネス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を図る個別支援を実施する。 (c)開業スクールを大阪市の特定創業支援等事業として実施。大阪市のメール配信などで事業PRの協力を得る。 (d)本事業の参加中あるいは参加後、専門相談（創業）で個別相談に対応する。							
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セミナー50者、②集中講座30者、③ハンズオン支援2者 [募集方法] 大商ニュースやウェブサイトでの告知、各協力金融機関など関係機関を通じたチラシの配布など					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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 ×	50	者 ×	1.00	=	1,010,000	円
		40,400	円 ×	30	者 ×	1.50	=	1,818,000	円
		101,000	円 ×	2	者 ×	1.00	=	202,000	円
		合計		82	者	(小計)		3,030,000 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%） 円								
					計		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		165,000 円		負担金の積算		集中講座参加費@5,500円×30者	
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	=	2,865,000	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）	
	○	大阪商工会議所		2,865,000 円		82			
				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 者		①創業希望者向け啓発セミナー 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	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 者		②創業のノウハウを習得するための集中講座 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	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 者		③大阪府内の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 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	指標	個別支援により事業計画を作成した数		数値目標	2	者
	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こと、もしくはかかる情報収集が目的であること、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、大阪府外の個人や事業者も支援対象とする。

事業名		女性起業家成長支援事業		事業番号		2	新規/継続	継続
想定する実施期間		2024 年度から		年度まで		2	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	起業予定もしくは起業間もない女性を対象に、ロールモデルとなる先輩女性起業家を招聘したセミナーや勉強会を開催する。また、自身の商品やサービスなどを宣伝するテストマーケティングの場を提供し、大阪でのスモールビジネスの開業を促進する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 日本でも兼業・副業の解禁など、女性が働き続ける環境が整いつつあるほか、出産・育児などにより離職を余儀なくされた女性でもデジタル化の広がりにより、次のステップとしてスモールビジネスの起業を選びやすくなった。こうした状況も踏まえ、大阪および日本全体の開業率を底上げするためにも、女性の開業をサポートしていくことに意義がある。起業予定の女性には、そのノウハウの提供やビジネスプランのブラッシュアップ、開業資金の調達支援を行うことで、起業に対する心理的ハードルを下げ、スモールビジネスへの第一歩を踏み出してもらう。起業間もない女性起業家には、メンターや起業家同士のコミュニティー構築により、現在の経営課題の解決を図り、中長期的なキャリア形成支援を行う。 【企業ニーズ】 本商工会議所の経営相談室では年間のべ700件以上の創業相談に応じており、年々増加傾向にある。2024年度「開業スクール」受講者は32人で、女性が半数を占めるようになった。日本政策金融公庫の「2023年度新規開業実態調査」によると、2023年度の開業者に占める女性開業者の割合は過去最高の24.8%となり、1991年度の調査開始以来最も高く、女性の起業ニーズが高まっている。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	起業のノウハウが乏しく具体的な進め方が分からない女性、企業経営に関する知識を深めたい創業間もない女性など						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○女性起業家を招聘したセミナーを集合形式で開催（6月1日） 支援数154者 ○少人数制の勉強会として「女性起業家カフェ（全4回）」 支援数76者 セミナーや勉強会の参加者には、起業のノウハウを提供しているが、今後は、参加者同士の横のネットワークを活かした販売促進支援のための仕掛けづくりも図る。						
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<u>①ロールモデルとなる女性起業家を招聘したセミナー</u> 【事業類型】人材育成型 【実施時期】5～6月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】起業を志望する女性を対象に、先輩女性起業家の講演を開催し、具体的な成功・失敗談や起業に関するアドバイスを提供する。 <u>②女性起業家のためのテーマ別少人数制の勉強会</u> 【事業類型】人材交流型 【事業手法】人材交流型 【実施時期】2025年6月～2026年3月頃（4回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】起業の準備をしているまたは起業後間もない女性、起業や副業を志すものの事業運営ノウハウがない女性などを対象に「資金調達」「確定申告」「集客・営業」など、スモールビジネスに必須のテーマを設定した勉強会を開催する。勉強会では、そのテーマで課題を抱える参加者を毎回募集し、参加者が課題を提示し、メンターや先輩起業家、金融機関、参加者らが解決に向けてアドバイスを行う。 <u>③女性起業家のトーク＆ワークショップ</u> 【事業類型】ハンズオン型 【実施時期】11～12月頃（1回） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】起業間もない女性が創業支援施設などに来店し、自身の商品・サービスなどを宣伝・PRする場を提供する。自身の創業のきっかけや商品・サービスの開発の思い、プロセスを参加者に伝え、商品・サービスを実際に提供することで、テストマーケティング・新たな顧客の開拓を図る。これらについては、既存の商品・サービスの見直し、起業ストーリー発信によるリブランディングを出店準備の段階から個別支援を行う。 個別の相談には、創業の専門相談窓口と連携して対応し、融資希望案件は大阪府制度融資「開業スタートアップ応援資金（地域支援ネットワーク型）」などの公的融資につなぐ。優秀なビジネスプランに対しては、府内のビジネスプランコンテストへ推薦する。本商工会議所のブルーローズ表彰受賞者とも連携し、メンターとして招聘する。						

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-19		起業家の育成、創業の促進				創業・経営革新		
		(a)大阪府経営支援課経営革新グループと連携し、大阪府のウェブサイトや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「開業スタートアップ応援資金（地域支援ネットワーク型）」など公的融資へつなぐ。 (c)大阪市の創業支援等事業計画に参画し、大阪市のメール配信などで事業PR協力を受ける。 (d)本事業の参加中あるいは参加後に専門相談（創業）で個別相談に対応する。								
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セミナー、ワークショップ：150者 ②テーマ別勉強会：20者×4回=80者 ③女性起業家のトーク&ワークショップ：5者 [募集方法] 大商ニュースやウェブサイトでの告知、各協力金融機関など関係機関を通じたチラシの配布など						
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、セミナーやワークショップ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 ×	150	者 ×	1.00	=	3,030,000	円	
		40,400	円 ×	80	者 ×	1.00	=	3,232,000	円	
		101,000	円 ×	5	者 ×	1.00	=	505,000	円	
		合計		235	者	(小計)	6,767,000		円	
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							
					計		6,767,000		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				
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)						
6,767,000		円 ×	1.00	=	6,767,000	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）		
	○	大阪商工会議所		6,767,000 円		235				
				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⇒		①セミナー・ワークショップ 大商ニュースやウェブサイトでの告知、各協力金融機関など関係機関を通じたチラシの配布など		
		150	者			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、セミナーやワークショップで創業に 役立つ知識を得たと回答した割合		数値目標	80 %
事業 の 目 標 ②	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テーマ別少人数制の勉強会 ウェブサイトでの告知、各協力金融機関など関係機関を通じたチラシの配布、開業ス クールや特定創業等支援事業の参加者など		
		80	者			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、勉強会で創業に関する知識や理解が 深まり、課題解決への取り組みを始めたと回答した割合		数値目標	80 %
事業 の 目 標 ③	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⇒		③女性起業家のトーク＆ワークショップ 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		
		5	者			
	支援対象企業の変化	指標	個別支援によってリブランディングができて、ワーク ショップに出店した事業者数		数値目標	5 者
事業 の 目 標 ③	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こと、もしくはかかる情報収集が目的であること、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、大阪府外の個人や事業者も支援対象とする。

事業名		親族内承継支援事業		事業番号	3	新規/継続	新規
想定する実施期間		2025 年度から		年度まで	I	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	親族内承継を予定している中小企業・小規模事業者に対し、「事業承継計画書（骨子）」の作成体験や事業承継を控える事業者間の交流機会を提供することで、事業承継の準備を進めるきっかけづくりを支援する。					
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	【事業の目的】 日本の企業数の99.7%（約336.5万社）、雇用の69.7%（約3,310万人）を占めている中小企業（2021年時点）において、経営者の高齢化と事業承継の取り組みの遅れが問題となっている。計画的に事業承継に取り組まないと、様々な理由で経営が不安定になり、事業の継続に支障が出る場合がある。しかしながら、中小企業の経営者は、事業承継に関する準備を後回しにしがちで、早い段階から誰かに相談するケースが少なく、最悪の場合準備を全くせずに承継せざるを得なくなる状況が生じることもある。そこで、親族内事業承継を行う予定の事業者に対し、事業承継に関するワークショップや事業者同士の交流の機会を提供することで、事業承継の準備を進めることの大切さを認識させ、早期の対応準備を促すことを目的とする。 【企業ニーズ】 中小企業白書（2023年版）によると、親族内承継のうち、「事業承継準備期間はなかった」14.7%、「1年未満」22.8%となっており、事業承継を決断してから社長就任までにかかった期間が非常に短い実情がうかがえる。また、帝国データバンクの集計によると、『後継者難倒産』が2023年1-10月で463件発生した。代表者が病気や死亡により事業継続がままならないケース以外に、後継者問題は経営課題として認識はあったものの「後継者育成」に頓挫し、承継完了が間に合わずに自社単独での事業継続を断念するケースが目立っている。以上の状況から、早い段階から事業承継の準備を行い、承継計画を立てることで、後継者育成を含む円滑な事業承継を行うことができ、代表者の急死や急病など予期せぬ事態による事業承継時の混乱を回避・減少することにもつながることが期待できる。					
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内の親族内事業承継を予定している中小企業・小規模事業者					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること							
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		①ワークショップの開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】6～8月頃、1～2回程度 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式 【実施内容】事業承継に関する情報提供や事業承継・引継ぎ支援センター、事業承継計画書作成支援の存在を伝えるとともに、潜在的に同様の課題を抱える事業者同士の交流の場を提供する。 テーマ（案）： ・「事業承継計画書（骨子）」作成ワークショップ （タイトル例：「親子で考える事業承継のストーリー」） ・「事業価値を高める経営レポート」作成ワークショップ ・現社長・後継者候補が事業承継について話し合う場の提供 ・後継者候補同士が事業承継について意見交換・交流する場の提供 ・事業者同士の課題共有、意見交換の場の提供 など ※交流会開催時に「事業承継診断」を実施する。 ※ワークショップ開催時に「事業承継税制の周知」を実施する。 （手法：リーフレットの配布、大阪府職員による説明 等） ②個別支援の実施 【事業類型】ハンズオン型 【実施場所】大阪商工会議所ほか 【実施内容】経営指導員による経営指導先事業者、交流会参加事業者に対し「事業承継・引継ぎ支援センター」や「中小機構」と連携し、相談対応や事業承継計画書（骨子）のブラッシュアップ・完成などの個別支援を行う。なお、個別支援に際しては、経営者が安心して専門家にうまく伝えられるように経営指導員として同席し作成後のフォロー（年度内1回）までを実施する。					

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		○ (a)府施策連携		(b)広域連携		(c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
		商-12		事業承継の支援事業				事業承継	
		(a) 府施策連携商12番：大阪府と連携し、府の事業承継施策の取組をPRする。 (d) 交流会参加企業に対し経営指導員がヒアリングを実施し、必要に応じて支援を行う。							
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⇒		①ワークショップの開催 10社 経営指導員による参加勧誘、本商工会議所や大阪府中小企業支援室、大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、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 ②個別支援の実施 1社 人材交流型事業参加者の中から「事業承継計画書（骨子）」のブラッシュアップ・完成を希望する事業者を募集。希望がない場合は、経営指導先を中心に募集する。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、事業承継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	
		40,400	円 ×	10	社 ×	1.00	=	404,000	円
		101,000	円 ×	1	社 ×	1.00	=	101,000	円
		合計		11	社	(小計)		505,000	円
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							円
			計 505,000 円						
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等			
		②受益者負担		円		負担金の積算			
		標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)	
505,000		円 ×	1.00	=	505,000	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数		役割（配分の考え方）	
	○	大阪商工会議所		505,000 円		11			
				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⇒ 10 社		①ワークショップの開催 経営指導員による参加勧誘、本商工会議所や大阪府中小企業支援室、大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、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を行う。		
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、事業承継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⇒ 1 社		②個別支援の実施 人材交流型事業参加者の中から「事業承継計画書（骨子）」のブラッシュアップ・完成を希望する事業者を募集。希望がない場合は、経営指導先を中心に募集する。		
	支援対象企業の変化	指標	「事業承継計画書（骨子）」をブラッシュアップ・完成した企業数	数値目標	1	社
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業		事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度から		年度まで	15	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	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 (現状と課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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。 【企業ニーズ】 参加者には毎回アンケートを実施し、経営課題や関心事項を調査・収集している。2024年度に実施したアンケートにおいて、多くの事業者が人事・労務・人材採用、販路拡大・取引先開拓、融資・資金繰り、IT化などの課題を有していると回答しており、こうしたテーマに対する支援が求められている。					
	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）					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○12月末までに18講座を開催し、支援企業数は622社、満足率は96.2%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97.1%で、目標数値の90%を上回っている。 ○2024年度上半期に実施したセミナーの中では、特に展示会などを活用した販促法、金融機関との付き合い方、決算書の読み方などをテーマとしたものが参加者から好評を得た。2025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 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2025年5月頃～2026年3月頃 25回程度・1回2時間程度 【実施場所】大阪商工会議所各支部ほか 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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。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。 ※「<付表>中小企業の体質改善強化支援事業 2023年度開催実績」参照					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)府施策連携		(b)広域連携		○ (c)市町村連携	
		○ (d)相談事業相乗効果		○		○	
		番号選択				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。 (d)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。					
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、これまでの実績などを勘案して設定 ○募集方法は、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			
		871	社				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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 ×	871 社 ×	1.00 =	17,594,200 円				
		合計	871 社	(小計)	17,594,200 円				
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）				円			
	計								17,594,200 円
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)								
	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				
		標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
		17,594,200 円 ×	0.50 =	8,797,100 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	8,797,100 円		871				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

<付表> 中小企業の体質改善強化支援事業 2023年度開催実績

カテゴリー	講習会名称	支援企業数
営業・販路開拓	確実に成果を出す！展示会営業③の鉄則	87
	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	83
	超実践コト売りPOP講座	40
人事・労務	インターンシップ活用方法セミナー～人財の採用・育成・定着に効果あり！～	13
	若手人材（Z世代）の人材育成の進め方	20
	中小企業の失敗しない人材採用のコツ	21
	人事トラブルを回避する企業の対応と法律知識	118
	あらゆる角度からの人材不足対策セミナー	30
会計・経理	決算書の見方と資金繰り表の作成	33
	改正電子帳簿保存法の経理処理はこうなる！	105
	メインバンクと対等に取引をするためのノウハウ	69
	経営に活かす決算書の読み方	13
IT・セキュリティ	サイバー攻撃の今を知る！事例から学ぶ現実的なセキュリティ対策セミナー	28
	令和時代の仕事につながるInstagram活用術	46
	小さなお店のためのChatGPT・AI活用	10
	ランディングページは会社の営業マン	22
	SNSの仕組みを知って販路拡大につなげよう	45
	「ChatGPT」活用の第一歩	34
	犯罪はインターネットからやってくる	30
	Googleビジネスプロフィールの活用術	65
	サイバーリスク「事例」と「対策」 リスクマネジメントのプロが解説	14
	中小企業のDX推進方法と補助金活用法	27
税務	消費税インボイス制度・電子帳簿等保存制度について	114
	令和6年度税制改正セミナー	73
事業戦略・その他	コロナ後の法改正と、いま使える助成金活用法を徹底解説	26
	持続化補助金の申請にも活用できる小規模事業者向け、初めての「事業計画作成」	21
	健康経営の始め方	19
	より良い会社を作るための処方箋	15
	行動経済学を活かした労働トラブルの予防・解決と働きやすい会社づくり	32

事業名		BCP支援事業		事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012 年度から 年度まで		14	年目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 2024年の帝国データバンクの調査によると、中小企業におけるBCPの策定状況は、19.8%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にある。近年では地震、豪雨などの自然災害で、BCPの重要性はますます高まっている。そこで、BCP策定の重要性を認識し、積極的に取り組むためのノウハウ獲得、具体的な策定着手に向けた支援を行い、BCP策定の普及、災害に強い事業者の増加をめざす。 また、近年は、サイバー攻撃が急増・巧妙化し、被害を被る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り、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の観点から、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。 【企業ニーズ】 BCPを策定していない事業者の中には策定の必要性を感じている事業者も存在しているが、事業者単独ではBCPの策定は困難である。よって、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。 サイバーセキュリティについては、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」のユーザー数は徐々に増加傾向にあることから、本分野への関心や改善ニーズは高まりつつある。サイバーセキュリティの意識・知識をさらに高め、かつ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。					
	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）					
	これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること	【2024年度実績（12月末現在）】 ○大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」ワークショップ」（9月18日）支援企業数39社 ○「WordPressを250万サイト運用してわかったセキュリティ問題とその対策セミナー」（11月22日）支援企業数53.5社 ワークショップについて、直近の災害における被害状況を提供するよう心がける。サイバーセキュリティのセミナーについては、受講者の関心の高いテーマのセミナーの開催を心がける。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①中小企業・小規模事業者向けBCP策定ワークショップ 【事業類型】人材交流型 【実施時期】1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】少人数方式の集合型でのグループワーク 【実施内容】直近の自然災害の被害状況を説明し、疑問点を確認・意見交換しながら、実際の策定、ノウハウ、ブラッシュアップの方法などを獲得してもらう。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。 ②サイバーセキュリティ対策に関するセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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開催する。 ③BCP、事業継続力強化計画の策定支援 【事業類型】ハンズオン型 【実施時期】通年 【実施内容】経営指導員などがBCPや事業継続力強化計画の策定を個別支援する。					

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-13		BCP・BCMの普及促進及び策定支援				BCP	
		(a)大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」を活用し、参加者にBCP策定を促す。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、経営相談支援事業と連携する。							
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：24社 ②サイバーセキュリティ対策に関するセミナー：24社 ③BCP、事業継続力強化計画の策定支援：10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よびかける。					
	58 社								
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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	24	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 ×	24	社 ×	1.00	=	969,600	円
		20,200	円 ×	24	社 ×	1.00	=	484,800	円
		101,000	円 ×	10	社 ×	1.00	=	1,010,000	円
		合計		58	社	(小計)		2,464,400	円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円
	計								2,464,400 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)								
	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			
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
2,464,400		円 ×	1.00	=	2,464,400	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）	
	○	大阪商工会議所		2,464,400 円		58			
				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⇒		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。		
		24	社			
	支援対象企業の変化	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	24 件
事業 の 目 標 ②	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サイバーセキュリティ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。		
		24	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、サイバー攻撃、セキュリティの最新動向、対策の方向性やプロセスに係る意識・知識が高まったと回答した参加者の割合		数値目標	80 %
事業 の 目 標 ③	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⇒		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。		
		10	社			
	支援対象企業の変化	指標	BCPや事業継続力強化計画の策定件数		数値目標	10 件
事業 の 目 標 ③	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	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度から		年度まで	12	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	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して、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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 あべの天王寺エリアを“キタ”や“ミナミ”に比肩する、独自路線を打ち出す魅力的なエリアとするために「産業拠点であるにもかかわらず居住者・生活者が多く、文化・教育機関に恵まれている」という地域の特性を生かした事業を展開して、当地域の活性化・ブランディング、地元商店街・商店会や商業施設、およびそれらの入居店舗・事業所などの集客・販売促進を支援する。 また、普及が加速するデジタル手法のビジネス活用や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られるように、あべの天王寺エリアの事業者が実店舗・事業所とオンラインの両面での新規顧客開拓につなげるために必要な知識・ノウハウなどを習得し、実践できる機会を提供する。 【企業ニーズ】 これまで地元の商工業者とともに本事業に取り組んできた結果の一つとして、イメージカラーとして使用してきた黄色が定着しており、2023年度の実施後の地元商店会連盟会長との面談の際、本事業に対して、日々の売上増、地域の賑わい創出はもちろんのこと、ファミリー消費の促進、将来の顧客へのアプローチ、若者の地元愛の醸成にまで関心・期待が寄せられた。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○あべの天王寺・サマーキャンパス2024（8月17～25日） 体験プログラム ①リアル開催 77プログラム、②大人向け開催 21プログラム、③オンライン開催 4プログラム／抽選会 参加店舗 289店舗、抽選回数 8,110回／スタンプラリー 達成者数 417人 ○デジタル活用PRセミナー・PR映像制作の基本&撮影ワークショップ（3コース+ワークショップ） 当初企画した「デジタル活用して小学生に自社ビジネスを伝える」というテーマは小規模事業者にはレベルが合わず、結局「デジタル動画の撮影・編集によって事業PR」に活用するという具体的なテーマへの落とし込みを行って実施した。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①あべの天王寺・サマーキャンパス 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】8月下旬（Webサイト公開：7月下旬頃） 【実施場所】あべの・天王寺エリア 【実施内容】(1)リアルイベント：あべの天王寺エリアの商店街・商店会や商業施設とそれらに入居する店舗・事業所などの集客・販売促進につなげるイベントの実施。「リアル体験プログラム（大人のサマキャンを含む）」の実施を中心に、一般顧客を誘引するための仕掛けとして「スタンプラリー」や体験プログラム参加者や抽選会対象店舗の消費者を対象に景品を提供する「抽選会」などを実施する。(2)オンラインイベント：南支部管内を中心とする大阪府内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）。 ②体験プログラムの企画力・PR力強化の為のデジタル活用ワークショップ 【事業類型】人材交流型 【実施時期】5～6月頃 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】ワークショップを実施予定 【実施内容】主に「あべの天王寺・サマーキャンパス 2025」の体験プログラム実施者に対して、デジタル活用によって体験プログラムの企画・集客促進、自社の事業やサービス・商品の説明・広報に役立つワークショップを実施、座学・発表・意見交換・交流等を通じて事業者のデジタル技術のスキルアップと活用を支援する。テーマ例として「企画も告知もAIに頼ろう！生成AIワークショップ」など。 ③体験プログラムのプロモーション・セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】5～6月頃 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】サマキャンにて体験プログラムを提供・実施する事業者を中心に、デジタル活用によって体験プログラムの参加者を募る手法を習得してもらう集客促進セミナーを開催して、事業者のデジタル技術のスキルアップを支援する。テーマ例として「無料でもここまでできる！プロモーションツール活用術」「低予算でも効果的に！インターネット広告術」「スマホでもここまでできる！プロモーションフォト撮影術」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-17		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・事業所のうち希望する先に対して、店舗・事業の魅力向上、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⇒ 178 社・団体		①あべの天王寺・サマーキャンパス 115社・8団体 ②体験プログラムの企画力・PR力強化の為のデジタル活用ワークショップ 15社 ③体験プログラムのプロモーション・セミナー 20社×2回=40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。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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				
		40,400 円 ×	15 社 ×	1.00 =	606,000 円				
		20,200 円 ×	40 社 ×	1.00 =	808,000 円				
		合計	178 社・団体	(小計)	11,261,500 円				
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）				円		
			計		11,261,500 円				
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)								
	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					
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
11,261,500 円 ×		1.00 =	11,261,500 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）	
	○	大阪商工会議所		11,261,500 円		178			
				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⇒		①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。		
		115	社			
	支援対象企業の変化	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⇒		①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。		
		8	団体			
	支援対象企業の変化	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⇒		②体験プログラムの企画力・PR力強化の為のデジタル活用ワークショップ オンラインイベントを通じた新規顧客開拓など、デジタル手法のビジネス活用に関心がある事業者に参加勧誘する。		
		15	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートで、デジタル手法のビジネス活用方法などに対する理解が深まり、実践に取り入れる意欲が高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⇒				
事業 の 目 標 ④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒		③体験プログラムのプロモーション・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、デジタル手法のビジネス活用に関心がある事業者に参加勧誘する。		
		40	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートで、デジタル手法のビジネス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	7	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2015 年度から 年度まで		11	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	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） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	【事業の目的】 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、相互販促支援を通じ、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、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を活かした販促支援を行い、商店街を核とした商圏の形成をめざす。 【企業ニーズ】 下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、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が課題である。							
	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）の商店街、協同組合							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○西区、此花区、港区にて「Amon」発行予定 イベントに積極的で、かつ支援が必要な商店街は限定的であり、支援先がやや偏重している点を勘案し、2025年度は西区・港区を連携させた広域イベントを提案する（予定）。これにより、隣接区間での相乗効果が得られると共に、実施イベント手法を双方が参考にすることで内容の深化が期待できる。							
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		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 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】通年 【実施場所】此花・西・港・大正・浪速・西成区エリア 【実施内容】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。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。2025年は大阪・関西万博が開催されるに伴い、商店街や商工業者などによる万博に絡めた販促活動が見込まれることから、連携の中でそうした動きを把握すると共に効果拡大を支援する。 ②情報紙「Amon（えーもん）」の発行 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】夏頃、冬頃 【実施場所】此花・西・港・大正・浪速・西成区エリア 【実施方法】商店街と個店の販促ツール情報紙「Amon（えーもん）」を発行 【実施内容】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圏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。							
事業手法 （該当する場合は○印と下欄にその根拠）		(a)府施策連携		(b)広域連携		○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
		番号選択						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)上記事業を通じて商店街などの個店のカルテ化を図る。							
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⇒		商店街・協同組合：14団体 経営指導員が個別に事業提案を行う。					
		14	団体						
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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 ×	14 団体 ×	10.00 =	7,070,000 円				
		合計	14 団体	(小計)	7,070,000 円				
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）				円			
					計	7,070,000 円			
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)								
	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				
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
		7,070,000 円 ×	0.50 =	3,535,000 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）			
	○	大阪商工会議所	3,535,000 円		14				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		商店街の観光振興と集客支援事業		事業番号		8	新規/継続	継続
想定する実施期間		2021 年度から		年度まで	5	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	国内外からの人出の回復と客層・経営環境の変化に対応する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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 2023年8月の大阪府の外国人延べ宿泊者数は1,704,020人で前年同月比2,694.8%増、19年同月比でも12.0%増、また、大阪市内へのマンション新築・住民回帰が進み、2022年大阪市は9,103人の転入超過となっており、国内外から大阪への人出の回復は、対面販売を基本とする商店街に集客のチャンスをもたらすと同時に、従来と異なる客層への対応という課題をもつきつけている。このため、①都心部にとどまらず周辺まで足を運びつつある外国人観光客を取り込むため、商店街の受け入れ環境を整備、観光客のニーズを反映した商店街の魅力を発信する。②商店街近隣の新築マンションなどの新住民を取り込むため、100円商店街などによる集客と販路開拓を行う。 【企業ニーズ】 外国人観光客の恩恵を受けている商店街が都心部にとどまらず周辺まで徐々に拡がりつつあり、国内外からの観光客を顧客として取り込むための環境づくり・集客事業の必要性が高まっている。また、2025年大阪・関西万博に備えた外国人客対応施策も必要であるほか、これまで100円商店街など実施した商店街の多くが継続実施を希望している。						
	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（商業ビル、地下街など）						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○「100円商店街」「ワンコイン市」「ポッキリ市」などを、野田新橋筋商店街(4月、6月、10月)、粉浜商店街(5月、10月)、粉浜駅前商店街（5月、10月）、地下鉄あびこ中央商店街(6月、10月)、今里新道商店会（6月、9月、12月）、今里新道筋商店街（6月、9月、12月）、今里一番街商店会（6月、9月、12月）、神路銀座商店会（6月、9月、12月）、神路新道商店会（6月、9月、12月）、神路一番街商店街（6月、9月、12月）、生野本通商店街(10月)、生野本通中央商店街(10月)、生野本通センター商店街(10月)、生野中銀座商店会(10月)、千林商店街（6月）駒川商店街(12月)で開催した。 ○「グーグルマップ活用セミナー」を、5月に文の里商店街で開催した。 ○「レトロビル商店街集客支援事業」を、6月にあべのベルタ商店街にて開催した。 ○東淀川区で2商店街を対象に東淀川まちゼミを11月に開催。 ○淀川区で3商店街を対象に、グーグルマップを活用した新規顧客開拓による集客支援を実施中。 2023年度までコロナ禍対策を主目的に実施していたが、国内外からの人出が戻っており、そうした事業環境変化を踏まえた新規顧客開拓事業が求められる。徐々に対面での事業への参加も増加しているものの、コロナ前に比べると依然として商店街への集客は厳しい。住民として増えつつある若手ファミリー層に向けた広報活動支援を個店レベルでも強化する必要があるが、新規出店がある一方で、高齢化のためにSNSなどを活用した対策の実施が困難な現実がある。商店街全体としての新規顧客開拓支援を継続して行う必要がある。						
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		商店街が国内外からの観光客や新住民を顧客として取り込み、受け入れ環境を整えるために、商店街の実情に合わせた支援を実施 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】通年 【実施場所】大阪市内を中心とした商店街、商店街振興組合、商店会、商業施設 【実施内容】 ○従来から商店街と協働し、新規顧客獲得手法として定着している「100円商店街」「まちゼミ」「バル」などの継続実施・新規実施を促す（商店街振興組合からの要請等によりブラッシュアップする）。 ○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、魅力発信を行うことで、持続的で分散した集客支援に取り組む。 ○観光客のICT活用（特にスマホの地図アプリや翻訳アプリなど）への商店街の対応を促し、情報発信およびインバウンド客への接遇向上に取り組む。 ○商店街・専門店街そのものの観光要素（ショッピングツーリズム、レトロビル、レトロ横丁など）の魅力発信を行うことで、同様の集客支援に取り組む。 ○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。 ○その他、商店街の集客につながる新しい魅力発信、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	
		番号選択		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⇒		路面商店街、商業ビルや地下街の専門店会など13団体 個別に支援・協働を提案・調整をする。 また、区商連の会議などを通じて呼びかけを行う。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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 aumentata」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 ×		13 団体 ×		10.00 =		6,565,000 円	
		合計		13 団体		(小計)		6,565,000 円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%） 円							
	計						6,565,000 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				
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
	6,565,000 円 ×		0.50 =		3,282,500 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）	
	○	大阪商工会議所		3,282,500 円		13			
				円					
				円					
				円					

【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 年度から		年度まで	10	※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	インパウンド需要が増加しているミナミエリアにおいて、街の魅力を積極的に発信することで、地元団体の取組を支援するとともに、大阪・関西万博の成功に向けた機運醸成を図る。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 大阪ミナミエリアは、コロナ禍を経て、2022年秋ごろから、全国旅行支援などの観光支援策により国内旅行者が増加。また、2023年には新型コロナの類型変更に伴い国内・海外とも観光客が増加し、2024年には2019年の水準に並ぶほどまでに回復した。2025年は大阪・関西万博を機会にさらなるインパウンド需要が見込めるため、観光客のミナミエリアへの誘致と回遊性を高めるために、街の魅力を積極的に発信し、地元団体の取組を支援する。また同時に、来街者に向け大阪・関西万博の魅力を発信し、相乗効果を図る。 【企業ニーズ】 観光客の回復に伴い、団体客を中心にガイドブックの需要が高まっている。また2022年度から作成しているバイリンガル版は、インパウンド向けに特にホテルからの要望が増加している。万博で大阪を訪れた観光客のミナミエリアへの誘致と街中の回遊性を高めるためには継続した情報発信の取組が必要である。					
	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、心斎橋筋商店街振興組合、せんば心斎橋筋商店街、心斎橋北商店街振興組合、宗右衛門町商店街振興組合 他）					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○道頓堀春フェス2024（5月3～4日開催）、にぎわいスクエア2023（7月20～21日開催）、みなみフェス（9月28～29日開催）にブース出展し、地元商店街のPRに努めた。イベントでは「ミナミの街でミャクミャクを探せ」を実施。万博の機運醸成を図った。 ○ガイドブック「OSAKA MINAMI MAP」を発行。一般のガイドブックに載らないような地元の飲食店などの口コミ情報を紹介し、大阪国際空港、観光案内所、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。 ○2025年日本国際博覧会協会の協力のもと、ミナミの商店街に万博テーマソングのCDを配布し、商店街で流すよう呼びかけた。 予算の関係もあり、日本語版と英語版のみを冊子化し、中国語簡体字版・ハングル版はデータのダウンロード版のみの対応となった。2024年は韓国・中国からの観光客が多かったため、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 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		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 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。 【事業類型】販路開拓型 【実施場所】中央区ミナミ・船場エリア 【実施時期】通年 【実施方法】ガイドブックの発行、イベント開催支援 【実施内容】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。インパ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、空港、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。 ②2025年に開催される大阪・関西万博の機運醸成を図るため、最新の万博情報をガイドブックの内容に盛り込むことで、万博と共に発展を目指す地元商店街への集客との相乗効果を目指す。 ③新設されたなんば広場、とんぼりリバーウォークなどで開催されるイベントに地元団体・区役所とともに参画するなどし、万博の機運醸成及び地元商店街への集客をめざす。					
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	
		番号選択				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、心斎橋筋商店街振興組合、せんば心斎橋筋商店街、心斎橋北商店街振興組合、宗右衛門町商店街振興組合など）									
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	商店街へのアンケートで、「事業が商店街の来街者の増 加・売上向上に（やや役立った）（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	×	8	団体	×	10.00	=	4,040,000	円		
		合計		8	団体	(小計)		4,040,000		円			
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）										円	
					計		4,040,000		円				
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)												
	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							
		標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)					
		4,040,000	円	×	0.50	=	2,020,000	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）					
	○	大阪商工会議所		2,020,000		8							
				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 年度から		年度まで	8	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	都島区・城東区の商店街、区役所（都島区・城東区）、都島区商店会連盟などの団体と連携し、「大人が楽しむ京橋・がもよんオススメ体験」と題して、参加店舗の体験プログラムを通じ、大阪屈指の東の繁華街「京橋・がもよん」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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 京橋(都島区・城東区)をはじめとして当該エリアの商店街は2025年大阪・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ている。本事業は、万博開催にあわせて「京橋・がもよん」が国内外からのインバウンドの受け皿となるよう、集客支援イベントなどを実施するとともに、地域の魅力・情報を発信するものである。 【企業ニーズ】 個店及び商店街へのヒアリングでは、地元住民の集客やインバウンド取り込みをはじめとする販路拡大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大きい。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	都島区（京橋）および城東区（蒲生四丁目：がもよん）の商店街地域を中心とした個店・小規模事業者							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○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。 ○2023～2024年度は11月に、都島区を中心とした京橋エリアで、「大人が楽しむ！京橋オススメ体験」を実施した。 「ハロウィン」のイベントについては、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を高めることができたが、個店の本質的な集客力向上にはつながらなかった。また「大人が楽しむ！京橋オススメ体験」においては、個店の集客力アップに寄与したが、万博の機運醸成のためには地域の魅力ある多くの店舗の参加が必要である。							
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		大人が楽しめる！京橋・がもよんオススメ体験2025 【事業類型】販路開拓型 【実施場所】都島区（京橋）および城東区（蒲生四丁目）の商店街地域 【実施時期】2025年9月14日～10月13日（Webサイト公開：7月頃） 【実施方法】イベント開催支援 【実施内容】大人が楽しめる体験プログラムを50以上実施。フラワーアレンジメント、ワインや地酒の飲み比べ、水彩画・書道、美味しいコーヒーの煎れ方、ものづくりの体験、パステルアートなど、可能であれば万博にちなんだプログラムを実施。 ※本事業は、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きた。最終年は万博のフィナーレの盛り上げに向けて、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たい。例えば万博をイメージしたお菓子づくりやフラワーアレンジメントまた音楽レッスン（万博のテーマ曲を上手に歌おう）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。							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)府施策連携		(b)広域連携		○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
		番号選択				商業			
		(c)都島区役所、城東区役所、都島区商店会連盟、城東区商店会連盟、都島産業会などと連携し、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50社 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。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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	×	50 社	×	1.00	=	2,525,000 円	
		合計		50 社	(小計)			2,525,000 円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							円
	計								2,525,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準とおりの場合不要）								
	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				
		標準事業費	補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
		2,525,000 円	×	0.50	=	1,262,500 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）		
	○	大阪商工会議所		1,262,500 円		50			
				円					
				円					
				円					
				円					

【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 年度から 年度まで		6	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小事業者を対象に、間接業務の効率化、生産性の向上、法改正への対応、販売促進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・利活用を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 近年の深刻な人手不足により、経営者や部門担当者の業務負担が大きくなっており、デジタル化による間接業務の負担軽減が不可欠である。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。IT導入補助金や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。また、省力化、省人化だけではなく、デジタル化による「稼ぐ力の向上」も図るため、デジタル化による集客についての勉強会も開催し、各事業者が独自でITを活用し、販路を切り開いていくことができるよう支援する。 【企業ニーズ】 2024年中小企業白書・小規模事業白書によると、売上高が新型コロナウイルスの影響による落ち込みから回復する中で、より人手不足が深刻化しており、DXに向けた取組に着手する企業は年々増加している。特に「デジタル化による業務効率化などに取り組む」段階の事業者が、2019年から3倍近い水準まで増加し、ニーズが拡大している。本事業はIT導入補助金や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。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○ヒアリングシート回答件数：214件 ○指導件数：84社 ○アプリ・クラウドサービス導入件数：35社（導入準備中を除く） ○業務効率化のための相談は21社、導入済み2社 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や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、2025度も引き続きそれらの事業者のフォロー支援を行う。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		① IT導入状況についてのヒアリング 【事業類型】独自提案型 【実施時期】通年 【実施内容】経営指導員らがヒアリングシートを用いて、巡回や窓口相談、セミナーなどを通じて、IT導入状況、業務上の困りごと、支援希望の有無などの聞き取りを行う。また、2024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。 ② 専門家によるIT導入支援 【事業類型】独自提案型 【実施時期】通年 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】ヒアリングシート等によりIT導入における課題や支援ニーズを集め、専門家の派遣を希望する事業者に対しては、経営相談室内の「IT・ビジネスアプリ導入サポートデスク」で適切な専門家を選定し、3～5回程度派遣する。専門家は、最適なアプリやクラウドサービスなどを選定・提案し、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）。 ③ SNS戦略勉強会 【事業類型】人材交流型 ※広域連携 【実施時期】8～11月頃、1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】①②の過去支援先（主として大阪市内）に加え、大阪府内のITアプリ・SNSなどの集客ツールの初期設定を終えた事業者や集客に課題を持つ事業者に対して、実践的に活用方法を学ぶワークショップを実施し、ITアプリ・SNSを自ら継続的に活用できるよう支援を行う。また、IT導入と活用に取り組む事業者間の交流の場を設ける。					

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	
		番号選択						IT・IoT	
		(b)③SNS戦略勉強会については、メールマガジンなどで広報し、大阪府内全域からの集客を図る。 (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⇒ 350 社		①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社） ②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社） ③集客ツールの初期設定を終えた事業者や集客に課題を持つ事業者などを対象としたSNS戦略勉強会を実施する（40社）					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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
		40,400	円 ×	40	社 ×	1.00	=	1,616,000	円
		合計		350	社	(小計)		18,786,000	円
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%） 計 18,786,000 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			
		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)		
	1,616,000	円 ×	0.75	=	1,212,000	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）	
	○	大阪商工会議所		9,797,000 円		350			
				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⇒		① 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。		
		250	社			
	支援対象企業の変化	指標	「IT導入ヒアリングシート」の回収数		数値目標	250
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⇒		② 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。		
		60	社			
	支援対象企業の変化	指標	IT導入に着手する事業者数		数値目標	60
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⇒		③ SNS戦略勉強会 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。		
		40	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、勉強会で得た情報やノウハウ・人脈を今後のIT活用に役立てると回答した割合		数値目標	75
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 年度から	年度まで	16	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	海外進出先や取引先（貿易・投資・技術提携など）の国・地域の動向やFTA/EPAなど海外実務に関する情報提供、個別相談、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） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	【事業の目的】 日本国内の市場規模縮小という課題が続く中で、2020年に発効したRCEPを始めとした各種協定により、農林水産品、工業製品など幅広い分野で関税の削減または撤廃が進んでおり、海外ビジネスに取り組みやすい環境が整いつつある。また、2025年度は、大阪・関西万博を契機に多数の国・地域からの来訪者が想定されており、在阪中小企業にとって、海外のビジネスに取り組む絶好の機会となりうる。しかし、資金面や人的資源の制約という課題を抱える中小企業にとって、海外ビジネスへの取り組み・拡大は容易ではない。また、海外の先端技術を保有する企業との連携を通じた、オープンイノベーションによる大阪経済の活性化も必要とされており、海外企業との情報交換やマッチングが求められる。ついでには、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本商工会議所の知見を活かし、オンラインも活用しながら、海外ビジネス事情やFTA/EPA活用などに関する情報提供、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、海外ビジネスがスムーズに行えるよう支援する。 【企業ニーズ】 本商工会議所の海外ビジネスに関心を持つメール登録者は現在約10,000人。その他のデータベースとして、アセアン、中国、国際オープンイノベーション関心企業、海外進出関心スタートアップ、輸出企業、輸入企業、SDGs/ESG等、関心企業のデータベースを保有している。今後も、中国や韓国等、大阪の主要な貿易国を中心に、海外との物的取引が引き続き活発化することが予想され、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声が少なくない。また、国内市場の縮小、若年労働力の確保難などの状況下、引き続きアセアンや中国に関する情報の提供を望む声も多い。				
	支援する対象 （業種・事業所数等）	海外ビジネスに関心を持つ中小企業・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に特に積極的に支援を行う。（食品、機械、繊維(素材、製品)）				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○人材育成型：海外市場動向などに関するセミナーなど 支援企業数759.5社 ○人材交流型：勉強会、視察会など 支援企業数55社 ○販路開拓型：商談会 支援企業数66社 ○人材交流型：相談会 支援企業数438社 特にRCEP発効後はEPA利用者の裾野が広がっており、RCEP含め既存EPA利用のための相談が今後も増える見込みであることを踏まえ、引き続き企業に応じたきめ細かい相談体制の整備が必要。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では、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。 アンケート回収の件数を増やすため、オンラインセミナー終了後、画面を閉じた際にアンケート回答用のリンクを表示することに加え、終了後にメールを送付し、アンケートへの回答を促すようにしている。				

具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・ どのようにするのかを明確に)		①海外市場開拓プログラム 【事業類型】販路開拓型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合・対面形式もしくはオンライン形式 【実施内容】海外から来阪するミッションなどとの商談会や、輸出入もしくは国際協業を目的とした国内外企業による商談会を開催する。 ②海外ビジネス勉強会 【事業類型】人材交流型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合・対面形式もしくはオンライン形式 【実施内容】アジア圏内を中心に各国と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、投資環境、法制度、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。 ③海外ビジネスに関する個別相談 【事業類型】人材交流型 【実施時期】通年 【実施場所】大阪商工会議所 【実施方法】専門家が対面もしくはオンラインで相談に対応 【実施内容】EPA、中国関連談、ASEAN関連の相談会を開催するほかアジアを中心とした、その他地域に関する相談に対応する。 ④海外ビジネスワンストップサービス事業 【事業類型】人材育成型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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、食の輸出、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、アジアにおける環境ビジネスの展開、国内スタートアップの海外展開、経済安全保障など																					
		<table border="1"> <tr> <td>○</td> <td>(a)府施策連携</td> <td>○</td> <td>(b)広域連携</td> <td></td> <td>(c)市町村連携</td> <td></td> <td>(d)相談事業相乗効果</td> </tr> <tr> <td colspan="2">商-7</td> <td colspan="4">海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業</td> <td colspan="2">販路開拓</td> </tr> </table>						○	(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		海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業				販路開拓	
		○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果														
		商-7		海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業				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)海外市場開拓プログラムでは、パイヤーの探索は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の探索を大阪府や大阪産業局などと連携して行い、「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。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）では、大阪産業局の国際ビジネスサポートセンターとも都度、連携する。商談会の実施に際しては、時期や対象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他、セミナーの開催時には、大阪産業局や大阪府が実施する事業の広報なども行う。 (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プラットフォーム形成などによる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⇒	①海外市場開拓プログラム 65社 ②海外ビジネス勉強会 45社 ③海外ビジネスに関する個別相談 800社 ④海外ビジネスワンストップサービス事業 750社 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。																				
	1,660 社																						
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	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	
		50,500	円 ×	65	社 ×	1.50	=	4,923,750	円
		40,400	円 ×	45	社 ×	1.00	=	1,818,000	円
		40,400	円 ×	800	社 ×	1.00	=	32,320,000	円
		20,200	円 ×	750	社 ×	1.00	=	15,150,000	円
		合計		1,660	社	(小計)		54,211,750	円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								
	計								54,211,750 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）								
	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。								
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					
	標準事業費		補助率					(①市町村等+②受益者負担)	
	54,211,750	円 ×	1.00	=	54,211,750	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		54,211,750 円		1660			
				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⇒		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。		
		65	社			
	支援対象企業の変化	指標	商談件数	数値目標	100	件
事業の目標②	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。		
		45	社			
	支援対象企業の変化	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	75	%
事業の目標④	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒		③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。		
		800	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、得たアドバイスや情報などを今後の活動に活かすと回答した企業の割合	数値目標	75	%
事業の目標⑥	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⇒		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。		
		750	社			
	支援対象企業の変化	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	75	%
事業の目標⑧	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		大阪勤業展		事業番号	13	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2010 年度から		年度まで	16	年目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	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） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	【事業の目的】 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。 【企業ニーズ】 2024年度出展者（359社）のうち76.9%（276社）からプラス評価を得ている（内訳＝満足20.9%（75社）、やや満足56.0%（201社））							
	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）							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		過去19回の開催累計：出展5,951社、来場164,859人、商談件数50,896件（いずれも延べ数） 【2024年度実績】 ○出展数：359企業・団体、371ブース、来場者数：9,566人（2日間合計）、商談件数：1,739件（2日間合計）、名刺交換枚数：16,387枚（2日間合計） ※いずれも支援対象外を含む。 2024年度の出展者数は前回より1社減の359社。申込数はこれを上回るが会場キャパシティの制約のため一部は断っている。来場者は9,478人から9,566人に増加したが、名刺交換枚数や商談件数は23年度から減少した。2025年度は郵便料金の値上げにより、DMによる集客が難しくなる。2024年度から採用した日経ネット広告をさらに活用するなど、効果的な広報手段の強化を図る。2024年度から来場者パスの業種色分けを行い、出展者に役立てられた。引き続き商談機会の拡大を図りつつ、かつ円滑に入場できるよう工夫する。							
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		多業種型総合展示商談会「大阪勤業展2025」 【事業手法】販路開拓型 【実施場所】マイドームおおさか（予定） 【実施時期】2025年12月3日（水）・4日（木） 【実施内容】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月上旬頃に募集。主催・共催団体による出展選考会を経て出展を決定する。 大阪勤業展を開催した2か月後頃には、出展企業に対して、商談成約件数・商談成約合計金額を伺うフォローアップ調査を実施する。							
事業手法 （該当する場合は○印と下欄にその根拠）		(a)府施策連携		○	(b)広域連携				
		(c)市町村連携		○	(d)相談事業相乗効果				
		番号選択					販路開拓		
		(b)大阪府内の商工会議所・商工会を共催団体とし、これらの団体と連携して出展者募集・来場者促進を行う。							
		(d)大阪勤業展参加を契機として、販路開拓支援が展開できる。あるいは販路開拓の個社支援を行う中で大阪勤業展への参加を勧めることができる。							
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⇒		支援対象企業数は、これまでの実績（大阪府外の企業の出展を数社程度想定）、会場のキャパシティなどを勘案して設定。					
		300	社	大阪府内の全商工会議所・商工会を通じて参加を募集。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	商談件数			数値目標	2,600	件	
	その他目標値	目標値の内容⇒		名刺交換社数					
20,000		社	（過去実績に基づく。2021年度16,190社、2022年度18,250社、2023年度23,030社、2024年度16,387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
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							
計								65,650,000	円

算定基準により算出される額	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)											
	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 角ブース追加料金等139,000円				
		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)				
	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		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。				
			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		円			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。				
			高槻商工会議所		75,750 円		3					
			岸和田商工会議所		50,500 円		2					
			貝塚商工会議所		25,250 円		1	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。				
			茨木商工会議所		151,500 円		6					
			吹田商工会議所		50,500 円		2					
			八尾商工会議所		151,500 円		6	※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。				
			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		50,500 円		2					
			北大阪商工会議所		176,750 円		7					
			守口門真商工会議所		378,750 円		15					
			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		円							
			和泉商工会議所		75,750 円		3					
			大東商工会議所		101,000 円		4					
			忠岡町商工会		円							
			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		円							
			摂津市商工会		101,000 円		4					
			富田林商工会		75,750 円		3					
			島本町商工会		円							
			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		円							
			能勢町商工会		円							
			大阪狭山市商工会		25,250 円		1					
			四條畷市商工会		円							
			泉南市商工会		25,250 円		1					
			豊能町商工会		円							
			熊取町商工会		円							
			大阪府商工会連合会		1,792,705 円		1,050					

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 年度から		年度まで	11	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	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） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	【事業の目的】 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。 【企業ニーズ】 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。					
	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）					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○事前マッチング制の個別商談会「ザ・ベストバイヤーズ」を6～10月に11回 ○11月14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」 両事業併せて、買い手企業はのべ88社、売り手企業（支援対象）は460社（95.8%が「満足」「やや満足」と回答）した（いずれも12月末時点集計）。 ザ・ベストバイヤーズの買い手企業による書類選考の厳しさ。府内売り手申込者の多くが落選してしまう状況にあるため、幅広い商品を扱うバイヤーなどの招聘が必要。					
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		①大規模商談会「買いませ！売れ筋商品発掘市」 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】10～11月頃、1回 【実施場所】マイドームおおさか（予定） 【実施方法】対面型 【実施内容】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。 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 ②個別商談会（「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」） 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】通年（10回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面型もしくはオンライン形式 【実施内容】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	
		番号選択						販路開拓	
		(b)事業効果をあげるため、売り手企業にとって魅力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)経営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⇒ 490 社		商談会10回程度で490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。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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 ×	490	社 ×	1.20	=	29,694,000	円
		合計		490	社	(小計)		29,694,000	円
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							
		計 29,694,000 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)	「買いまっせ 売れ筋商品発掘市」・個別商談会ともに、全国から売り手企業を集めており、中小企業・小規模事業者が商談を望むような大手のバイヤーも全国から多数招聘できている。広域的な売り手募集が大手バイヤーの参加につながり、大阪府内事業者にも大手とのビジネスチャンス創造する相乗効果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		6,615,000 円		負担金の積算		参加費 会員 9,000円×245人 非会員18,000円×245人		
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
	29,694,000	円 ×	0.75	=	22,270,500	円	(6,615,000 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）		
	○	大阪商工会議所		22,270,500 円		490			
				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 年度から		年度まで		9	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	技術ニーズマッチングと技術シーズ商談会、海外シーズマッチング、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、海外企業と府内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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 国内外の大企業と中小企業、スタートアップ、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。 【企業ニーズ】 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や海外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、大企業等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。大手企業等と中小のどちらの立場から、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。						
	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						
	これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること	【2024年度実績（12月末現在）】 ○オープンイノベーションセミナー(①7月26日・支援企業数38.5社、②12月9日開催・支援企業数17.5社) 大企業のオープンイノベーション経験者と、中小企業で社外連携の取り組みを推進した経験者の2者に登壇いただき、両者の視点からオープンイノベーションを成功させるための秘訣を解説いただいた。結果として、大企業や支援機関からの参加者が多く、府内中小企業の参加割合が伸び悩んだため、技術ニーズ説明会や技術シーズ商談会に参加している中小企業を中心にセミナーにも参加いただけるよう努める。 「技術ニーズマッチング」 <技術ニーズ説明会>○大阪ガス、椿本チエイン（7月9日）支援企業数93社 ○ローム（12月9日開催） <ビジネスマッチング会> ○大阪ガス：オンライン開催（参加企業12社）、椿本チエイン：オンライン開催（参加企業14社）○ローム（2月以降順次開催） 初登壇の椿本チエイン、多様なニーズを持つ大阪ガスに登壇いただき、参加者数を増やすことができた。しかし、参加者のうち半数以上は大企業や支援機関等の支援対象であったため、府内中小企業の参加をさらに促すことができるよう共催団体や協力支援機関との連携もより一層強めながら広報を進める。 「技術シーズ商談会」 <シーズ説明会> ○第1回「リコー、Thinker、ネクスファイ・テクノロジー」（11月28日）○第2回「産総研、三菱ケミカル」（1月27日開催） <個別商談会> ○第1回「リコー、Thinker、ネクスファイ・テクノロジー」（12月以降随時面談）○第2回「産総研、三菱ケミカル」（3月随時面談予定） 「海外シーズマッチング会」 <シーズ説明会> ○欧州発スタートアップ（Flyability SA、Kraftblock GmbH）（12月17日開催） <個別商談会> ○欧州発スタートアップ（Flyability SA、Kraftblock GmbH）（1月以降随時面談） 本事業については、第1回（リコー、Thinker、ネクスファイ・テクノロジー）、第2回（産総研、三菱ケミカル）、海外シーズマッチング会（Flyability SA、Kraftblock GmbH）をそれぞれ予定しているが、現時点ではまだ実施していないため、追って記載する。						

具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・ どのようにするのかを明確に)	<u>①オープンイノベーションセミナー</u> 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2回程度（7月、11月（予定）） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式または併用 【実施内容】オープンイノベーションの重要性や中小企業が大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共同研究などを成功させた企業の事例発表、昨今の経済安全保障や知的財産権の取り扱いについての情報提供など							
	<u>②技術ニーズマッチング ニーズ説明会</u> 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2回程度（7月、11月（予定）） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式または併用 【実施内容】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、人的交流活動など							
	<u>③技術シーズ商談会 シーズ説明会</u> 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2回程度（9月、11月（予定）） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式または併用 【実施内容】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など							
	<u>④海外シーズマッチング会</u> 【事業類型】人材育成型 【実施時期】1回（12月（予定）） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式または併用 【実施内容】大阪の中小企業との連携を模索する海外企業からの技術シーズの発表、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など							
	<u>⑤技術ニーズマッチング ビジネスマッチング</u> 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】2回程度（8月、1月（予定）） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式または併用 【実施内容】大企業と中小企業の面談　＜コーディネータが支援＞							
	<u>⑥技術シーズ商談会 個別商談会</u> 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】年2回程度（10月、12月（予定）） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式または併用 【実施内容】個別商談会							
	<u>⑦海外シーズマッチング会</u> 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】年1回（1月（予定）） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式または併用 【実施内容】個別商談会							
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	
	(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。 (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、大阪府全域の中小企業への広報を行う。大商メルマガや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。							

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⇒		○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、人材育成型450社、販路開拓型60社と設定。 ○「MoTTto 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。										
		510	社											
	主な支援対象企業の変化	代表指標	商談マッチング（引き合わせ）数						数値目標	60		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		
			20,200	円	×	450	社	×	1.20	=	10,908,000	円		
			50,500	円	×	60	社	×	1.20	=	3,636,000	円		
			合計		510	社	(小計)		14,544,000		円			
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）										円	
		計										14,544,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 （基準どおりの場合不要）	本事業の実施にあたっては、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るよう努める。よって、大阪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							
		標準事業費				補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
	14,544,000	円	×	1.00	=	14,544,000	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）					
	○	大阪商工会議所			14,172,024 円			475	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）50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100社、同ビジネスマッチング会（販路開拓型）各回15社、技術シーズ商談会のシーズ説明会（人材育成型）各回50社、同個別商談会（販路開拓型）各回10社と想定。このうち、前年度実績に基づき、共催の東大阪・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(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。なお、吹田・茨木は共催団体となるが、小規模連携は実施しないため、団体配分は行わない。					
		東大阪商工会議所			242,077 円			23						
		八尾商工会議所			129,899 円			12						
					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⇒ 450 社		①～④（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、大阪府商工労働部産業創造課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。		
	支援対象企業の変化	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す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⇒ 60 社		⑤～⑦（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、大阪府商工労働部産業創造課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。		
	支援対象企業の変化	指標	商談マッチング（引き合わせ）数		数値目標	60 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 年度から		年度まで		13	年目	※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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・販売しているが、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中小・小規模企業を発掘し、百貨店などの展示・販売イベントへ出店する機会を提供する。当該催事期間中の売上増だけでなく、消費者や業界関係者への認知度向上、今後の取引拡大や販路開拓につなげていく。さらに、一般消費者と普段接触する機会がないプロダクトデザイナーやメーカーなどが、催事期間中の接客を通じて来場客のニーズなどを直接把握できるので、エンドユーザーを意識した新製品の企画や開発などにつながることも期待できる。また、優秀なプロダクトデザイナーや中小・小規模企業の成長を促し、業界全体の活性化につなげるだけでなく、商品や出展者の「大阪らしさ」をPRできるよう注力する。 【企業ニーズ】 取引拡大、販路開拓をめざす出展申し込みは、2022年度53社、2023年度54社、2024年度52社であり、2023年度出展者アンケートでは、支援企業27社中24社から満足・やや満足の回答を得た。								
	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								
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		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9回実施。 【2023年度実績】 11月8～14日の7日間、同店ウイング館9階催会場にて実施。支援企業数27社。 【2024年度実績（12月末現在）】 ○11月6～11日の6日間、同店ウイング館9階催会場にて実施。応募企業は52社、出展企業は33社、支援企業数30社見込み 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、Instagram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。 2025年度も引き続き、応募企業の増加をめざして(公財)大阪産業局MOBIO事業部と連携を図り、大阪府認定企業を「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」も拡大し、出展料無料とすることを継続する。								
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		大阪にゆかりのあるプロダクトデザイナー・クリエイターなどのデザインや感性の優れた製品・商品の展示販売会を開催 【事業類型】ハンズオン型・販路開拓型 【実施時期】春～秋ごろ 【実施場所】大阪商工会議所・大手百貨店（近鉄百貨店を想定） 【実施内容】 ○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。 ○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。 ○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。 ○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。								

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-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	
		(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⇒		出展企業数：2022年度28社（支援企業数27社）、2023年度28社（支援企業数27社）、2024年度33社（支援企業数30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。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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 ※過去3年推移（2022年度2,922、2023年度3,524、2024年度2,250）					
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 社	×	0.05	=	4,292,500 円	
		合計		1,724 社	(小計)		6,716,500 円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%） 円								
	計 6,716,500 円								
算出額	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)	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。							
		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			
		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）
○		大阪商工会議所		6,716,500 円		24			
				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 年度から 年度まで		8	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	新商品開発セミナー、ゼミ、成果発表会を開催し、「デザイン経営」に基づく商品企画手法の情報を提供するとともに、企画案に対してバイヤー等からフィードバックを行う。また、商品化や既存商品の改良に向けて個別の伴走支援を行い、販路開拓機会の提供（展示商談会への出展支援）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） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	【事業の目的】 中小事業者の高付加価値商品の企画開発と脱下請け、収益力の向上を支援することが目的である。原材料の高騰下において価格決定力を持つため、自社商品の企画開発を検討する中小製造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、中長期的に独自で販路を切り開いていく商品展開ができるよう、商品化から販路開拓・プロモーションまでをワンストップで支援する。 【企業ニーズ】 2024年中小企業白書・小規模事業白書によると、2019年度と比較して2023年度の顧客が増加する見通しの事業者が行う販路開拓に向けた取り組みは、「新規製品・商品・サービスの開発・投入」（全体の48.5%）が最も多い。そこで、本商工会議所が新たな製品やサービス開発における課題である「知識・ノウハウ」について情報提供し、伴走支援する。					
	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」「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」「下請けから脱却し、経営の安定や若手人材採用を強化したい」などの課題がある 大阪府内の中小・小規模の製造事業者 約18,000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・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○「ブランディングセミナー・交流会」（8月23日）支援企業数57社見込み ○大阪産業局（デザイン活用支援）デザイン相談へのつながり：7社 ○「新商品開発ゼミ～Session大阪（全5回）」（2024年9月～2025年1月）支援企業数10月末現在28社 ○「商業施設や大規模展示商談会への出展支援」難波マルイへの出店：4社 東京インターナショナル・ギフト・ショー：5社（予定） 2023年度からはワークショップを少人数制とし、参加申込みの受付段階でやる気のある事業者に絞り込み、開催している状況ではあるが、毎回の課題（宿題）の量が多く、事前説明会で脱落した事業者が1社あった（受講企業29社予定が28社に減少）。途中で脱落した事業者を今後どのようにフォローしていくかが課題である。					

具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・ どのようにするのかを明確に)	①「先行事業者によるセミナー・交流会（仮称）」 【事業類型】人材交流型 【実施時期】6～8月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の事業紹介。 ②「新商品開発ゼミ（仮称）」 【事業類型】人材交流型 【実施時期】2025年8月～2026年3月頃（全4回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】自社分析から市場・顧客のターゲットニング、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。大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の事業とデザイン開発思考マニュアルを紹介。 ③「新商品企画発表・マッチングイベント（仮称）」 【事業類型】人材交流型 【実施時期】2025年8月～2026年3月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】具体的な新商品の企画案を有する事業者（新商品開発ゼミの参加者、過去ゼミの卒業生など）がプレゼンテーションを行い、バイヤーや金融機関、知財専門家、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）などが企画案に対する論評や助言を行う。あわせて、製造事業者に参加を呼びかけ、これら事業者との連携を促進・支援するための交流会を実施する。さらに、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）との個別相談会も実施。 ④新商品開発に向けた個別支援と大規模展示商談会への出展支援 【事業類型】独自提案型・販路開拓型 【実施時期】2025年8月～2026年3月頃 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】個別支援 【実施内容】有望な商品企画案を有する事業者などに対して、そのさらなるブラッシュアップに向けて個別支援する。また、専門相談などとも連携して技術面や資金面でのアドバイスを実施し、商品化までを支援する。さらに、大規模展示商談会において、新たに開発した商品や改良した商品（サンプルも含む）を出展し、一般消費者やバイヤーに対してプロモーションと意見聴取を行う。大阪府の事業者数社が一つのブースでまとめて出展することにより、大阪の地域産業のブランド力向上を図る。出展する企業に対しては、商談件数や成約件数、成約金額などもフォローアップ調査を行う。																				
	<table border="1" style="width:100%"> <tr> <td style="width:10%">☐</td> <td style="width:30%">(a)府施策連携</td> <td style="width:10%">☐</td> <td style="width:30%">(b)広域連携</td> <td style="width:10%">☐</td> <td style="width:30%">(c)市町村連携</td> <td style="width:10%">☐</td> <td style="width:30%">(d)相談事業相乗効果</td> </tr> <tr> <td colspan="2">商-17</td> <td colspan="3">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</td> <td colspan="3">販路開拓</td> </tr> </table> (a)本事業は大阪府経営支援課経営革新グループ、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）と連携して実施する。 (b)本商工会議所や大阪産業局（デザイン活用支援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。 (d)本事業参加中あるいは参加後の個別相談に対応することで、相談事業と連携する。						☐	(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		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)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		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																
主な事業の目標	総支援対象企業数	<table border="1" style="width:100%"> <tr> <td style="width:20%">設定根拠及び募集方法⇒</td> <td colspan="5"> セミナー・交流会：50社、ワークショップ（参加者は各回とも同じ）：20社、新商品企画発表・マッチングイベント：40社（新商品の企画案を有する事業者、製造事業者）、個別支援・出展支援：8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、メールでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。 </td> </tr> <tr> <td style="width:20%">118 社</td> <td colspan="5"></td> </tr> </table>					設定根拠及び募集方法⇒	セミナー・交流会：50社、ワークショップ（参加者は各回とも同じ）：20社、新商品企画発表・マッチングイベント：40社（新商品の企画案を有する事業者、製造事業者）、個別支援・出展支援：8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、メールでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。					118 社								
	設定根拠及び募集方法⇒	セミナー・交流会：50社、ワークショップ（参加者は各回とも同じ）：20社、新商品企画発表・マッチングイベント：40社（新商品の企画案を有する事業者、製造事業者）、個別支援・出展支援：8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、メールでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。																			
	118 社																				
主な支援対象企業の変化	代表指標	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	<table border="1" style="width:100%"> <tr> <td style="width:20%">目標値の内容⇒</td> <td colspan="5">出展企業の名刺交換数</td> </tr> <tr> <td>1,000 社</td> <td colspan="5"></td> </tr> </table>					目標値の内容⇒	出展企業の名刺交換数					1,000 社									
目標値の内容⇒	出展企業の名刺交換数																				
1,000 社																					

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 ×	50	社 ×	1.00	=	2,020,000	円		
		40,400	円 ×	20	社 ×	1.40	=	1,131,200	円		
		40,400	円 ×	40	社 ×	1.00	=	1,616,000	円		
		202,000	円 ×	8	社 ×	1.00	=	1,616,000	円		
		50,500	円 ×	1,000	社 ×	0.05	=	2,525,000	円		
		合計		1,118	社	(小計)		8,908,200	円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5％）										円
	計										8,908,200 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)		独自提案単価：新商品企画案の作成から商品化、販路開拓までをワンストップで支援するため、専門家（技術や経営革新担当）や事務局（事業計画作成・資金調達）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							
	標準事業費		補助率					(①市町村等+②受益者負担)			
	8,908,200	円 ×	1.00	=	8,908,200	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）				
	○	大阪商工会議所		8,908,200 円		118					
				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⇒		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、メールでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。 ※過去実績により、支援対象企業数を設定					
		50	社						
	支援対象企業の変化	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	%
事業の目標②	その他目標値	目標値の内容⇒							
	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒		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、メールでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。 ※過去実績により、支援対象企業数を設定					
		20	社						
	支援対象企業の変化	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⇒		③新商品企画発表・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、メールでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）や地域金融機関など支援機関の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。 ※過去実績により、支援対象企業数を設定			
		40	社				
	支援対象企業の変化	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	%
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⇒		④個別支援・出展支援 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 ※2023、2024年度のワークショップ卒業生で、自社製品を開発した企業数を設定			
		8	社				
	支援対象企業の変化	指標	個別支援により商品化や既存商品の改良を行った事業者		数値目標	8	社
	その他目標値	目標値の内容⇒		出展企業の名刺交換数			
		1,000	社				

【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 年度から 年度まで		15	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	販路開拓支援や取引先・仕入先の紹介を希望する中小事業者などに対し、企業や業界団体・関係機関の紹介、専門相談と連携したアドバイスなどを行い、ビジネスマッチングの促進や営業力の強化を図る。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 個々の事業者の実情に合わせて、仕入れ先、卸売業者、問屋、材料メーカー、製造委託先、展示会や業界団体などの情報、効果的な商材や外注先の探し方のアドバイスを行う。「ザ・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、専門相談などとも連携しながら、効果的な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。 【企業ニーズ】 本商工会議所への入会理由の上位は、「取引先・販路の開拓、拡大」、「人脈の拡大」となっている。そうした傾向は恒常的なものであり、「販路・取引先開拓」は中小企業者等の最重要経営課題のひとつである。					
	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、創業予定者					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○相談数：101社 マッチング数：53社 大商ニュース記事や案内チラシの挟み込み、セミナー・イベント等での配布等で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、専門家派遣、外部協力機関（金融機関等）等との連携を進め、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が、期待された回答が難しい場合もあった。引き続き本事業を必要とする事業者等へのアプローチに力を入れるとともに、各種制度の活用や外部協力機関との連携を通じ、事業者の立場に立った相談対応ができるよう情報収集や支援後のフォローアップにも努める。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		販路開拓支援、取引先・仕入先紹介 【事業類型】人材交流型 【実施時期】通年 【実施内容】中小企業・小規模事業者等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、展示会情報、関係機関の紹介を行うとともに、マーケティング手法や営業マネジメント強化、自社の強みの発見とその活用を通じた中小企業・小規模事業者等の営業力向上を支援する。 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・商談モール等の事業者検索ツール等をフルに活用し、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B to Bのビジネスマッチングを進める。さらに、営業・マーケティング等専門相談の相談窓口及び金融機関や各地商工会議所等の支援機関との連携により、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・取引先開拓にあたる。 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。 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、広い範囲で本事業の案内、周知を行う。					
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		
		番号選択		販路開拓			
		(b)大阪府内の金融機関などの外部協力機関、関係先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」や「IT・ビジネスアプリ導入サポートデスク」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2023年度実績（215社）、2024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、外部協力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。									
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先 などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数						数値目標	90 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					
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）										円	
		計										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							
		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）					
	○	大阪商工会議所		5,454,000 円		180							
				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 年度から 年度まで		14	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	機械金属加工業を営む小規模事業者の取引機会増加を図る。企業間連携による受注活動促進、社会課題を解決する事業アイデアの試作・最終製品化を行うことで企業体質強化、収益構造の改善を図る。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 小規模な町工場間の緩やかなネットワークを再構築し、「アイデアを製品化する試作開発を促す。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」からものづくりベンチャーやスタートアップ、世の中にイノベーションをもたらすアイデアを形にする活動を促すとともに、下請け事業所が最終製品を製造するメーカーを志向するために必要な情報を得る機会を提供する。 【企業ニーズ】 企業にとって販路・取引先の拡大は普遍的ニーズであり、町工場が新たな取引先を探すニーズに対応する。また、代表者の多くは、閉鎖的な環境で事業を営んでおり、他の同業者との情報交換の機会を求める声は多く、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。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	・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にあたり、必要となる経営資源を身に付けようと指向する事業所					
	これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること	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、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してきた。この活動を通じて匠工連携や最終製品の開発事例が現れるなど、「顔の見える機械金属加工ネットワーク」は取引量の増加のみならずベンチャー支援などの分野でも成果を上げている。当事業の成果が2025大阪・関西万博の大阪ヘルスケアパビリオン、リボンチャレンジ「身近な課題や世界のお困りごとを大阪の町工場が解決します（10月7～13日）」に繋がり、当事業の参加メンバー出展に向けての製品開発に取り組んでいる。 【2024年度実績（12月末現在）】 ○ものづくり加工ネットワーク強化交流会（6月18日）支援企業数38社 ○大正ものづくりフェスタ出展支援（8月3日）支援企業数18社 ○AIで変革を起こす～町工場のアプローチ（8月9日）支援企業数9社 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（開発に要するマンパワーと時間負担の重さ）が散見される。ベンチャー・スタートアップのアイデアを製品化するにあたっての最適なシステムや手法を確立させることが課題。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	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	【事業類型】人材育成型 【実施時期】夏～秋頃（年2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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。併せて万博出展に取り組む町工場群に必要な情報を提供する。					
	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	【事業類型】人材交流型 【実施時期】夏～秋頃（年2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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登壇者と参加者が一体となって双方向でディスカッションする機会を設ける。					
	③「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の開催	【事業類型】販路開拓型 【実施時期】通年（年2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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開催。上半期開催時において、万博出展のための製品開発を行っているグループから試作・パーツ加工の発注や協業要請があった場合、事務局よりマッチングを行うことも想定。					

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		(a)府施策連携		○	(b)広域連携		○	(c)市町村連携		○	(d)相談事業相乗効果	
		番号選択								販路開拓		
		(b)各事業の開催にあたっては大阪府内の公設・私設の加工連携グループ、松原商工会議所と連携し、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あたって、区役所のほか、大阪市が実施するものづくり支援事業と協働する。 (d)マンパワーによる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⇒		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：20社 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：41社 ③「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の開催：47社 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。								
	主な支援対象企業の変化	代表指標	近隣加工ネットワークの活用を通じて参加企業の取引先数の増加があった、可能性があると回答した割合						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 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円			
		40,400	円 ×	41	社 ×	1.00	=	1,656,400	円			
		50,500	円 ×	47	社 ×	1.00	=	2,373,500	円			
		合計		108	社	(小計)		4,433,900		円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）											円
					計		4,433,900		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						
標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)						
4,433,900		円 ×	0.75	=	3,325,425	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		3,219,375 円		105	大阪商工会議所分（乗数0.75） 人材育成型×20社＝303,000円 人材交流型×40社＝1,212,000円 販路開拓型×45社＝1,704,375円 合計3,219,375円					
		松原商工会議所		106,050 円		3						
				円								
				円			松原商工会議所分（乗数0.75） 人材交流型×1社＝30,300円 販路開拓型×2社＝75,750円 合計106,050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⇒		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 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 へ開催情報を提供し、告知と参加を募る。		
		20	社			
	支援対象企業の変化	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 %
事業 の 目 標 ②	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 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 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 へ開催情報を提供し、告知と参加を募る。		
		41	社			
	支援対象企業の変化	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回答した割合		数値目標	80 %
事業 の 目 標 ③	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⇒		③ 「ものづくり加エネットワーク強化交流会」 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 へ開催情報を提供し、告知と参加を募る。		
		47	社			
	支援対象企業の変化	指標	近隣加エネットワークの活用を通じて参加企業の取引先数 の増加があった、可能性があると回答した割合		数値目標	80 %
事業 の 目 標 ③	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 年度から 年度まで		16	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	ファッション産業と他分野、川上（素材メーカー、加工業など）と川中・川下（アパレルメーカー、SPA、商社など）との連携の場を提供し、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） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	【事業の目的】 大阪の繊維業界はOEM生産を中心とする企業や素材メーカーなどが多く、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。 【企業ニーズ】 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おり、事業者にとって業界内外の最新情報を常に把握しておく必要がある。また、他業種や他社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。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 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。 ○講演会（6月14日）支援企業数53.5社、（7月16日）同23社、2025年2月に開催予定 ○オンラインセミナー（7月29日～8月31日）同18.5社 ○プレゼン＆交流会（6月6日）支援企業数18社、（9月19日）同35社 講演会、プレゼン＆交流会とも、参加者数も多く、内容についても非常に好評であった。次年度も参加者数の増加に向け、関心の高いテーマの設定や講演会は後日にアーカイブで配信するなどの取り組みを行う。					
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		①講演会、セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2025年4月～2026年3月頃、3回程度 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】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」などの交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】5月頃、1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】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話題を提供してもらい、そのテーマについて参加者も交えて情報交換する「プレゼン＆交流会」など、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。 ③「素材商談会」 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】2025年6月～2026年3月頃、2回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】川上（素材メーカーや加工業など）と、川中・川下（アパレルメーカー、SPA、商社など）との商談会を開催し、川上企業の販路拡大の機会を提供する。					
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		
		番号選択				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、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100社、②プレゼン&交流会25社、③素材商談会20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。						
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	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 ×	100	社 ×	1.00	=	2,020,000	円	
		40,400	円 ×	25	社 ×	1.00	=	1,010,000	円	
		50,500	円 ×	20	社 ×	1.00	=	1,010,000	円	
		合計		145	社	(小計)		4,040,000	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円	
	計								4,040,000 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		125,000 円		負担金の積算		商談会参加費 大商・KanFA会員 5,000円×15社 非会員10,000円×5社		
標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
4,040,000 円 ×		0.75 =		3,030,000 円		(125,000 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）			
	○	大阪商工会議所		3,030,000 円		145				
				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⇒		①講演会、セミナー 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。		
		100	社			
	支援対象企業 の変化	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⇒		②「プレゼン＆交流会」などの交流会 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。		
		25	社			
	支援対象企業 の変化	指標	アンケートにおいて、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⇒					
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⇒		③「素材商談会」 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などを募集する。		
		20	社			
	支援対象企業 の変化	指標	アンケートにおいて、「商談が継続となった」または「今 後の商品開発のヒントを得た」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 年度から 2025 年度まで		4	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 生成AIの普及や、インバウンド観光客の増加、消費者ニーズの多様化、コスト高騰など、急速に変化する経営環境の中で、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り、企業が前向きに自らを変革し、稼ぐ力を強化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普及啓発し、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。 【企業ニーズ】 2024年中小企業白書・小規模事業白書によると、事業再構築を行っている企業は、毎年増加する傾向にある。また、製品・サービスの優位性が価格へ「十分に反映されている」企業は、「十分に反映されていない」企業と比較して、販売単価が上昇したと回答する割合が高い。このことから、自社の製品・商品・サービスの付加価値、優位性を高めることは、収益の確保につながると考えられる。そこで、本商工会議所が新たな製品やサービス開発においての課題である「知識・ノウハウ」について情報提供することが重要である。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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 大阪府内の中小・小規模の商業・サービス事業者 約16,000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・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○セミナー「ニッポン・中小企業のためのデザイン思考」（6月3日）支援企業数105社 ○ワークショップ「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（全4回）」（6～7月）支援企業数25社、継続支援3件（窓口相談へのつなぎ2件、新商品開発ゼミへのつなぎ1件） ※本事業の参加企業2社は本商工会議所の伴走支援のもと、「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の創造と事業再構築に取り組んでいる。中小事業者に対して「デザイン思考」を普及啓発、また、これまでのセミナー・ワークショップでデザイン思考を取り入れた企業についてはその取り組みが定着するように、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する。							
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】5～7月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】 講演会「デザイン思考を活用した新ビジネス創出セミナー（仮題）」 ・デザイン思考を活用した事業アイデア創出について等 ・中小企業による事例発表 ・コーディネーターによる解説 【その他】 講演会では、大阪産業局（デザイン活用支援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、希望者は個別相談につなげる。							
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-17		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)本事業は大阪府経営支援課経営革新グループ、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）と連携して実施する。 (b)本商工会議所や大阪産業局（デザイン活用支援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。 (d)参加後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⇒	セミナー100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、メールでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。 ※過去実績により支援対象企業数を設定						
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	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⇒							
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				
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							円
			計		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				
		標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
		2,020,000 円 ×	1.00	=	2,020,000 円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはリンク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	2,020,000 円		100				
			円						
			円						
			円						
			円						

【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 年度から 年度まで		8	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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おり、この場合は上記とは逆に、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提供などを行い、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。 【企業ニーズ】 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。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○「医療機器ビジネスへの新規参入セミナー」（9月3日）支援企業数31.5社 ○看護・在宅医療/介護・福祉等に関するセミナー（2025年2～3月頃実施予定） 新規参入セミナーでは、医師の働き方改革をトピックに、医療分野の規制動向や求められる技術に関する情報提供、企業の個別参入事例や医師から見る医工連携のポイントを解説したため、満足度が高かった一方で、大企業に該当する企業の参加も多く、支援企業数は伸び悩んだ。次年度以降の事業では、中小企業における新規参入の体制構築や苦労話についても内容に盛り込み、中小企業からの参加が増えるような企画・広報を検討していく。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		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を促進するためのセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】 <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取り組み、課題の解決 ・医療分野における環境対応の必要性や対応事例の紹介 など <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 ・コ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					
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-9		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⇒	45社×1回 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。										
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	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	45 社	×	係数	1.00	=	標準事業費	909,000 円
		合計				45 社		(小計)			909,000 円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）											
		計 909,000 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							
		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）					
○		大阪商工会議所		909,000 円		45							
				円									
				円									
				円									
				円									

【備考】

事業名		プロダクト・イノベーション創出事業		事業番号	23	新規/継続	継続
想定する実施期間		2023 年度から 年度まで		3	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪・関西万博に向けて新技術・製品の開発業務に取り組む機運が醸成され、それに触発される中小企業やスタートアップが生み出されるなか、応用力と創造力を持った製品を市場に投入する機会を提供する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 万博に向けて新事業・新商品創出への機運が醸成されるなか、中小企業の既存製品の改善やニーズ開拓、コンセプト構築をもとに、新たな価値と顧客を創造する商品づくりや既存商品の市場拡大に向けて、実現性・継続性のある事業計画の作成を支援し、ビジネスチャンスの創出を促す。それにより、新たな新商品創出に向けて、中小企業の創造性とイノベーション力向上に寄与する。さらに、個別支援では製品化に向けてアイデアを具体化した企業には、マーケティング力向上支援などを実施する。 【企業ニーズ】 2024年版中小企業白書によると、競合との差別化や販路拡大等につながる成長に向けて、プロダクト・イノベーションをはじめとするイノベーション活動に「取り組んだ」と回答した企業の割合は42.6%に達している。また、自社の強みを活かせるニーズの探索、ニーズを把握するためのマーケティングなどを課題として挙げる企業も多い。そのため、自社のコア技術や強みの把握、コンセプト構築やマーケティング戦略に基づいた既存商品の高付加価値化、新商品開発による新規顧客開拓など、中小企業のイノベーション活動の拡大に向けて、自社の強みを認識する知識習得の機会提供や専門家から具体的な知見を得るための支援が必要とされている。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○セミナー（10月9日・支援企業数70社） ○ワークショップ（2025年1月22日開催予定） ○個別相談（6月7日・支援企業数2社、2月に予定）、伴走支援（支援企業数3社） 自社技術を活用した新商品創出に取り組む理由やビジョンが明確化されていない、また技術の改善アイデアが市場性に紐づかないケースもあり、次年度は事業者へのアイデア練り直しのプロセスを改善する。具体的には、市場や顧客課題の検討が、強みや事業機会の明確化、具体的な新事業・新製品創出に結び付くよう、マーケティング力向上支援など各分野の専門家による具体的なアドバイスとフィードバックを提供するプログラムを強化する。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①新商品創出支援セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施時期】2025年5～6月頃、1回 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】既存製品を新たな市場や顧客層に広げて売上を増やすため、事業機会拡大の可能性を再検討したい企業、自社技術の活用によって新たな応用力と創造力を持つ新商品創出を目指したい企業などを対象に、顧客像具体化やポジショニング設定等をもとにコンセプト設定を見直す方法や、開発の具体的プロセス、実現性・継続性のある事業計画作成のポイントを説明する。 ②ワークショップ 【事業類型】人材交流型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施時期】2025年6～7月頃、1回 【実施方法】集合形式 【実施内容】既存商品をもとにしたアイデアの生み出し方と新事業・新商品開発の進め方について、イノベーションにつながる創造的思考や、新たなターゲットを想定するコンセプト構築を中心に据えて説明。また、グループ演習により具体的な開発のプロセスをモデルケースを使って体験してもらう。 ③個別相談会 【事業類型】人材交流型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施時期】2025年6～9月頃、1回 【実施方法】面談形式もしくはオンライン形式 【実施内容】アイデアを具体化した事業者に、専門家による個別相談を実施。新事業・新商品の有用性を高めるためのターゲット・市場性分析やコンセプトの検証、商品の魅力訴求などのブラッシュアップ支援を行う。 ④専門家による個別支援 【事業類型】ハンズオン型 【実施時期】2025年10月～2026年2月頃 【実施方法】面談形式もしくはオンライン形式 【実施内容】新事業・新商品開発のプロジェクト企画や事業計画策定に向けて取り組む事業者、ビジョンとの合致度合いや競合との模倣困難性など、製品化に向けた市場性の検証などについて顧客分析等のマーケティングやブランドマーケティング、クラウドファンディングなど専門家による個別支援を実施する。					

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果		
		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		
		(a)公益財団法人 大阪産業局MOBIO事業部 技術支援チームと連携して実施する。中小企業の自社商品開発の機運を高め、本事業案内や受講者への案内配布等により「大阪製ブランド認定事業」を周知する。 (b)大阪府内事業者を対象に実施。本商工会議所や大阪府内の産業支援機関などの協力を得てメール配信などを行い、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⇒		セミナー55社、ワークショップ32社、個別相談会3社、個別支援2社 〔募集方法〕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事業案内を依頼する。						
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を新事業・新商品開発や既存商品の事業機会拡大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		
		20,200	円 ×	55	社 ×	1.00	=	1,111,000	円	
		40,400	円 ×	32	社 ×	1.00	=	1,292,800	円	
		40,400	円 ×	3	社 ×	1.00	=	121,200	円	
		101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円	
		合計		92	社	(小計)		2,727,000 円		
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%） 円							
					計		2,727,000 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						
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)						
2,727,000		円 ×	1.00	=	2,727,000	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）			
	○	大阪商工会議所		2,727,000 円		92				
				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⇒		①新商品創出支援セミナー 〔募集方法〕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事業案内を依頼する。		
		55	社			
	支援対象企業の変化	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事業・新商品開発や既存商品の事業機会拡大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 %
事業 の 目 標 ②	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ワークショップ 〔募集方法〕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事業案内を依頼する。また①の参加者にも案内する。		
		32	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、ワークショップで得た知識や情報を新事業・新商品開発や既存商品の事業機会拡大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 %
事業 の 目 標 ④	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業 の 目 標 ⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒		③個別相談会 〔募集方法〕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事業案内を依頼する。また②の参加者にも案内する。		
		3	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、個別相談で得た知識や情報を新事業・新商品開発や既存商品の事業機会拡大などの取り組みに役立てると回答した企業数		数値目標	2 社
事業 の 目 標 ⑥	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⇒		④専門家による個別支援 〔募集方法〕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事業案内を依頼する。また③の参加者にも案内する。		
		2	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、個別支援で得た知識や情報を新事業・新商品開発や既存商品の事業機会拡大などの取り組みに役立てると回答した企業数		数値目標	1 社
事業 の 目 標 ⑧	その他目標値	目標値の内容⇒				

【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 年度から 年度まで		16	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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、企業の商品政策の強化を支援する。 【企業ニーズ】 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。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○トレンドセミナーをオンライン形式で実施（5月22～28日）支援企業数53社、（11月21～27日）同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。 本セミナーは専門性が高いため継続受講者も多いが、オンライン形式だと好きな時間に視聴できるメリットもあるが、業務時間中に視聴することになるため、業務の合間に視聴する参加者からは、2時間近くの時間を集中して視聴することが難しいという声も多いため、配信期間について再考する。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		「ファッショントレンドセミナー」 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2025年5月頃と11月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】 <テーマ> 5月頃：2026年春夏ファッショントレンド、11月頃：2026年秋冬ファッショントレンド <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。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					
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	
		番号選択				その他	
		(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回程度			
		80 社		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案内する。			
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の５％）								円
		計							1,616,000	円
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)									
	算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
		②受益者負担	132,000 円		負担金の積算		参加費@ 1,650円×80人			
		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	(132,000 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）			
	○	大阪商工会議所		1,212,000 円		80				
				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 年度から 年度まで		12	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	【事業の目的】 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へ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し、活用を促進する。 【企業ニーズ】 2024年上半期における各クラウドファンディングプラットフォームの達成金額合計は216億円を超えている。クラウドファンディングは、一過性の資金調達手段ではなく、長期的なマーケティングおよび顧客獲得戦略の一環としての活用が期待されており、今後もその市場性は高いと推察される。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績】 ○「新事業開発のクラウドファンディング3サイト徹底比較・活用法セミナー」（8月5日）支援企業数53.5社 ○「個別相談会」（8月5日）支援企業数11社 参加者の中から2社が本セミナーをきっかけに商品開発の取り組みを進めており、CFに挑戦する予定である。個別相談を希望する事業者から、クラウドファンディングに挑戦したい新規事業や新商品のアイデアを「相談シート」として提出いただき、専門家による事前審査により実現可能なプロジェクトとなるよう支援しているが、市場性の見通しや事業プロセスの検討が不十分なケースが多く、具体的なアクションに結びつけられない事業者が多い。相談シートに、クラウドファンディングの実現に必要な項目をわかりやすく例示するなどの工夫により、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 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		①セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】秋または冬頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】購入型CFサイト運営事業者などの協力を得て、CFの仕組みやメリット、留意すべきリスク、プロジェクト成功のポイント、代表的なCFプラットフォームの特長や利用法、事例紹介など、活用のための基本情報を提供する。また、アイデアをブラッシュアップしてプロジェクト案をまとめるための個人ワークを充実させ、具体的な取り組みにつなげる。 ②購入型CFサイト運営事業者などへの個別相談 【事業類型】人材交流型 【実施時期】秋または冬頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面形式またはオンライン形式 【実施内容】相談に際して、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。事業の実効性を高めるために、①募集時に、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などに明記する、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		
		番号選択				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⇒ 49 社	①セミナー：43社 ②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。									
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、クラウドファンディング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	×	43	社	×	1.00	=	868,600	円	
		40,400	円	×	6	社	×	1.00	=	242,400	円	
		合計		49	社	(小計)		1,111,000		円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）										
							計	1,111,000		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						
		標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
1,111,000		円	×	0.75	=	833,250	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		833,250 円		49						
				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⇒ 43 社		①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	指標	アンケートにおいて、クラウドファンディング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		②購入型CFサイト運営事業者などへの個別相談 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	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】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

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	26	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度から		年度まで	9	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	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、大学等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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 新卒・若手人材の確保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や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。 【企業ニーズ】 新卒採用にあたり、大学の就職支援担当者や接点を持ちたいとのニーズは強く、2024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263社が参加した。中小企業の企業採用担当者からは、今後も一度に多数の大学との接点を持つ機会を継続提供してほしいというニーズがある。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○「新卒採用支援セミナー」（7月5日）支援企業数51社、同アーカイブ配信（8月1日～8月31日）支援企業数277.5社 ○「若手社員キャリアデザイン塾」（7月24日・8月28日・9月19日）支援企業数28社 ○「大学等と企業との就職情報交換会」支援企業数（10月8日）支援企業数220社 ○「採用担当者の情報交換会（学生を集める効果的な広報について）」（9月26日）支援企業数30社 ○「採用担当者のための情報交換会（会社説明会・インターンシップ、採用面接での動機づけについて）」（10月23日）支援企業数25社 ○「採用担当者のための情報交換会（内定辞退への対策、入社後の定着率を高める取り組みについて）」（11月26日）支援企業数23社 学生の動向が知りたいという意見、採用担当者同士で情報交換する機会を継続して複数回設けてほしいという意見が寄せられた。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】7月頃に1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式、アーカイブ配信 【実施内容】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。 ②大学等と企業との就職情報交換会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】10月頃に1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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。 ③情報交換会、研修の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】7～11月頃に4回程度 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】採用担当者同士、もしくは大学の就職支援担当者と採用担当者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。					

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		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⇒ 435 社		①セミナー：200社 ②大学と企業との就職情報交換会：165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。							
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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	×	200	社	×	1.00	=	4,040,000	円
		40,400	円	×	165	社	×	1.00	=	6,666,000	円
		40,400	円	×	70	社	×	1.00	=	2,828,000	円
		合計		435	社	(小計)		13,534,000		円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）										
	計 13,534,000 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					
標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)					
13,534,000		円	×	1.00	=	13,534,000	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）				
	○	大阪商工会議所		13,534,000 円		435					
				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⇒ 200 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	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⇒ 165 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	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	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	27	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度から 年度まで		9	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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。 【企業ニーズ】 日本・東京商工会議所が2024年9月に発表した「人手不足の状況および多様な人材の活躍等に関する調査」では、外国人材を受け入れている／今後受入れる予定／検討中の企業が51.6%であり、半数以上の企業が外国人材の受け入れに前向きな意向を示している。					
	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に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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○「外国人留学生採用支援セミナー」（9月18日）支援企業数22社 ○「国内外で外国人材と働くグローバルリーダーのためのダイバーシティ・マネジメント講座」第1回（11月6日）支援企業社数18社、第2回（11月20日）同16社・第3回（12月11日）同9社 ○「【学校×企業】外国人留学生採用のための情報交流会」（11月13日）支援企業数22社 セミナーと比較して情報交流会への参加申込企業が少ない。次年度はセミナーと情報交流会の連携を強め、情報交流会を利用する企業を増やす。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】6～9月頃に1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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。 ②交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】8～11月頃に1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】留学生が在席する大学・専門学校等の就職支援担当者や採用支援団体と企業の採用担当者の情報交流会を開催。					
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	
		☐ (d)相談事業相乗効果					
		労-6		中小企業のための、ダイバーシティ経営推進		雇用・求人	
		(a)「持続可能な大阪の成長を支えるダイバーシティ推進事業」を実施する大阪府商工労働部就業促進課と連携し、セミナー参加企業情報を大阪府に提供したり、セミナー中に同事業の施策説明時間を設けるなど、相乗効果が発揮できるような事業とする。「OSAKA外国人材受入促進・共生推進協議会」の一員として、必要に応じて大阪産業局など他機関・団体とも連携して実施する。 (b)大阪府と連携し、外国人留学生の採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⇒		①セミナー：20社 ②交流会：25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。						
		45 社								
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	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 ×	25 社 ×	1.00 =	1,010,000 円					
		合計	45 社	(小計)	1,414,000 円					
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）			円					
			計	1,414,000 円						
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
	算 出 額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
		②受益者負担	円	負担金の積算						
		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）					
	○	大阪商工会議所	1,414,000 円	45						
			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⇒		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。		
		20	社			
	支援対象企業 の変化	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 %
事業 の 目 標 ②	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⇒		②交流会 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。		
		25	社			
	支援対象企業 の変化	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⇒				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		人材ニーズ対応支援事業		事業番号	28	新規/継続	継続
想定する実施期間		2022 年度から		年度まで	4	年目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	人材不足に悩む企業経営者・人事担当者らを対象に、多様な人材（外部人材（副業・兼業など）、外国人材（特定技能、高度人材など）、スポットワーカーなど）について、採用・活用方法やその事例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） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	【事業の目的】 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、多様な人材（外部人材・外国人材・スポットワーカー等）の採用方法・活用事例などを紹介するセミナーを開催する。 【企業ニーズ】 人材確保自体が難しいなか、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、恒常的な人手不足に悩む企業では、外国人材の採用・活用やスポットワーカーの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着手できていないケースがある。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○「副業・兼業人材活用セミナー」（7月18日）支援企業数19社 ○「『特定技能制度』活用促進セミナー」（11月15日）支援企業数35社 「副業・兼業人材活用セミナー」の申込数が少なかった。テーマを変えたセミナー開催や、他テーマ（外国人材や生産性向上等）と複合したセミナーなどへの変更を検討する必要がある。					
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】6～8月頃に1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】人材不足に悩む企業経営者・人事担当者などを対象に、多様な人材（外部人材・外国人材・スポットワーカーなど）の採用方法や活用事例等を紹介するセミナーを開催する。					
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	
		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調整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⇒	セミナー：25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。				
		25 社					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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・生産性向上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	×	25 社	×	1.00	=	505,000 円	
		合計		25 社	(小計)			505,000 円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							円
								計	505,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）								
	算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等				
		②受益者負担	円		負担金の積算				
		標準事業費	補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
		505,000 円	×	1.00	=	505,000 円	(円)		
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）			
	○	大阪商工会議所	505,000 円		25				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		中小企業のDX推進支援事業		事業番号	29	新規/継続	新規
想定する実施期間		2025 年度から 年度まで		Ⅰ	年目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	人材不足に悩む企業経営者や各部所属の中堅社員らを対象に、AI・IoTなどを含むITによる生産性向上・業務効率化などについて、活用方法やその事例、人材育成の事例を紹介する交流会（見学会などを含む）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） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	【事業の目的】 生産年齢人口が減少するなか、人材確保・生産性向上に困難を生じている企業は多い。そこで、IT活用に関心の高い企業経営者や各部署の中堅社員を対象にAI・IoTなどを含むITによる生産性向上の活用事例やIT人材の育成事例などを紹介するセミナー交流会（見学会など含む）を開催する。 【企業ニーズ】 恒常的な人手不足に悩む中小企業では、生産性向上・効率化に取り組みたいが、AI・IoTなどを含むIT活用をどのように進めればよいかわからず着手できていないケースがある。					
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内の中小企業でITの活用やIT人材の育成に関心の高い経営者や中堅社員など					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること							
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】6～8月頃にⅠ回 【実施場所】IT活用企業または大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式 【実施内容】IT（AI・IoT等）による生産性向上を実践している企業やIT人材を育成している企業を実際に見学（またはセミナー登壇により紹介）し、参加者同士で意見交換を実施する。					
事業手法 （該当する場合は○印と下欄にその根拠）		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携	
		商-2		大阪府DX※推進パートナーズ及び大阪DX推進プロジェクト（大阪産業局）との連携による府内中小企業のDX推進支援		IT・IoT	
		(a)「大阪府DX推進パートナーズ」や「大阪DX推進プロジェクト」と連携し、大阪府や大阪産業局の取組み内容の説明をするとともに大阪産業局による中小企業の身近なDX推進事例を紹介する。セミナー実施日以前に、「大阪府DX推進パートナーズ」および大阪産業局とミーティングを実施する。 (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⇒		交流会：10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。			
		10 社					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、「今後のIT・DXの活用やその人材育成に向け、役に立った」と回答した人の割合			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 ×	10 社 ×	1.00 =	404,000 円				
		合計	10 社	(小計)	404,000 円				
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）				円			
					計	404,000 円			
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
		②受益者負担		円	負担金の積算				
		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）			
	○	大阪商工会議所	404,000 円		10				
			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 年度から 年度まで		5	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が2026年7月から2.7%に引き上げられる。そこで、セミナーを実施し、支援制度や事例を紹介することで、障がい者雇用に取り組もうとする中小企業を支援する。 【企業ニーズ】 障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が2026年7月から2.7%に引き上げられるため、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。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績】 ○「障がい者雇用促進セミナー」（5月16日）支援企業数38.5社 事例紹介として登壇する企業の規模について、中小企業が自社に活かしやすいように中堅・中小企規模の事例を紹介する。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】5～6月頃に1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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。					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		(c)市町村連携	
		○ (d)相談事業相乗効果					
		労-11		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⇒		35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。			
		35	社				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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	×	35 社	×	1.00	=	707,000 円		
		合計		35 社	(小計)			707,000 円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							円	
								計	707,000 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					
		標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
		707,000 円	×	1.00	=	707,000 円	(円)			
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）				
	○	大阪商工会議所	707,000 円		35					
			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 年度から 年度まで		12	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	生産年齢人口が減少するなか、企業の継続・成長に不可欠な人材力を強化するため、女性従業員の活躍推進や定着などを通して、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） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	【事業の目的】 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。そこで、テレワークや育児・介護との両立支援など、企業の職場環境整備に関して情報提供することや、女性雇用に関心のある企業同士が接点を持ち、様々な女性活躍推進策について意見交換することで、女性の確保・定着や活躍を支援する。 【企業ニーズ】 中小企業では、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おり、社内制度を含む様々な事例などの情報提供の支援が必要とされている。あわせて、女性の雇用や活躍推進について十分に情報を得ていない企業において、企業同士の交流も必要とされている。						
	支援する対象 （業種・事業所数等）	○女性を雇用したいと考える中小事業者（経営者、人事担当者など） ○企業における女性の活躍促進、離職防止を図りたい中小事業者（経営者、人事担当者、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など働く環境整備に関心のある中小事業者（経営者、人事担当者など）						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○人材育成型：「ロールモデルに学ぶ！働く女性のキャリアデザイン研修」（9月18日）・アーカイブ配信（10月28日～11月29日）支援企業数25.5社 ○人材交流型：「SDGsの視点を養うカードゲーム」（9月6日）支援企業数21社 女性従業員の定着・モチベーション向上、環境整備についてノウハウが十分でない中小企業は依然多く、他企業との交流、意見交換を望む声は多い。引き続き交流会の実施を図る。						
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】7～8月に1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】以下を勘案して交流会を開催する。 ○モチベーション維持やワークライフバランスに不安などを抱える働く女性とロールモデルとなる女性従業員とがそれらの維持・不安解消のために交流すること ○社内の労働環境制度の構築・運用に精通する専門家などからの事例紹介とこれらの事例を元に参加者（経営者や人事担当者）同士でディスカッションすること ○女性の雇用に関心のある企業同士が交流すること 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
		労-12		中堅・中小企業における女性の就業、定着活用・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。						
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				
		20 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。				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、「女性の雇用・定着、活躍推進、働きやすい環境整備に向けて、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	
		40,400 円	×	20 社	×	1.00	=	808,000 円	
		合計		20 社	(小計)		808,000 円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							
					計	808,000 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			
		標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)	
		808,000 円	×	1.00	=	808,000 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）		
	○	大阪商工会議所		808,000 円		20			
				円					
				円					
				円					
				円					

【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 年度から 年度まで		13	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 成長型の経済を実現させ、企業の成長力と競争力を強化するため、三位一体の労働市場改革の3つの柱である①人への投資の強化、②職務給（ジョブ型人事）の導入、③成長分野などへの労働移動の円滑化の実現が中小企業にとっても大きな課題となっている。この状況を踏まえ、本事業では、物価上昇に見合う賃金制度見直しなどの処遇改善、柔軟な働き方による労働環境整備と生産性向上、リスクリングなどによるキャリア自立の構築に焦点を置き、人手不足に対応する雇用維持や高齢者雇用・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。 【企業ニーズ】 「令和5年度大阪府労働関係調査」（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、「人材確保・定着」40.7%に次いで、「給料等の引き上げ」19.8%、「時間外労働短縮」13.5%となっている。一方、「令和5年高齢者雇用状況等報告」（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99.9%に上るが、70歳までの就業確保措置では29.7%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。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績】 ○人手不足に対応する生産性向上と人事・賃金制度の見直し方セミナー（6月27日）支援企業数72社 ○人手不足時代の高齢者活用戦略と人事賃金制度・処遇設計セミナー（9月25日）支援企業数78社 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、事例を交えて説明する。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①高齢者雇用に関するセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】秋～冬頃1回開催 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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。 ・共催：大阪府社会保険労務士会 ・協力：OSAKAしごとフィールド、(公財)産業雇用安定センター ②転換期の働き方改革と労務管理セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】春～夏頃1回開催 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】人手不足や原材料高・労務費の価格転嫁などによる賃上げ機運や、ワークライフバランスに配慮した働き方の変化に対応するため、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府の事業や施策等に関する説明も計画する。 ・協力：大阪府					

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-4		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-2		雇用・労働啓発セミナー事業				人材育成・労務	
		(a) 労-4：大阪府商工労働部雇用推進室就業促進課就業支援グループ、労-2：雇用推進室労働環境課労働環境推進グループ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⇒		① 高齢者雇用に関するセミナー：60社 ② 転換期の働き方改革と労務管理セミナー：55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。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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 ×	55	社 ×	1.00	=	1,111,000	円
		合計		115	社	(小計)		2,323,000	円
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							円
					計		2,323,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）								
	算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等			
		②受益者負担		円		負担金の積算			
		標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)	
2,323,000		円 ×	1.00	=	2,323,000	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）		
	○	大阪商工会議所		2,323,000 円		115			
				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⇒		①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。		
		60	社			
	支援対象企業の変化	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 %
事業の目標②	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⇒		②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。		
		55	社			
	支援対象企業の変化	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 %
事業の目標②	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		健康経営サポート事業		事業番号	33	新規/継続	継続
想定する実施期間		2024 年度から 年度まで		2	年目	※複数段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業の健康経営をサポートするため、セミナーによる啓発、また専門家による経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加、社内体制整備などの支援を行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 企業理念に基づき、従業員等への健康投資を行うことは、従業員の活力向上や生産性の向上などの組織の活性化をもたらし、結果的に業績向上や株価向上につながることが期待される。こうした従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践する健康経営を十分に理解していない事業者へ、健康経営に関する情報や経済産業省「健康経営優良法人」取得、協会けんぽ「健康宣言」事業参加に向けた具体的なアドバイスを提供し、活用を促進する。 【企業ニーズ】 2024年に「健康経営優良法人」に認定された大阪府内の中小規模法人数は2,046と全国最多ではあるが、健康経営を実践する企業の割合から見ると水準はまだ低い。大阪においては、中小企業が加盟する「協会けんぽ」の健診受診率等が低く、また大阪府の平均寿命・健康寿命も全国の中で下位にある。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○「健康経営セミナー2024」（7月26日）支援企業数74.5社、（9月2日）105.5社 ○個別相談会（7月26日）支援企業数5社、（9月2日）12社 ○毎月の個別支援（同21社）を実施。 健康経営のトレンド（DXの活用、ESG投資の重要性、働き方改革との連携、コロナ禍以降の新しい生活様式への対応、メンタルヘルス対策の強化）を捉え、中小企業が抱える課題を解決するための具体的な情報や支援策を提供していく。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①健康経営セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】7～9月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】中小企業経営者や企業の労務管理者、総務人事担当者を対象に、健康経営に関する情報を提供するセミナーを開催し、経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加に役立つ情報提供を行う。 ②個別相談会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】7～9月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加のためのノウハウがない事業者と中小企業診断士や保健師らとの個別相談会をで実施し、取り組みに必要な知識と実践の習得につながる関係構築を支援する。 ③経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加を前提とした個別支援 【事業類型】ハンズオン型 【実施時期】通年 【実施方法】専門家を事業所に2～3回程度派遣 【実施内容】専門家派遣を希望する事業者に対して、健康経営の評価、改善計画の策定、健康診断やデータ分析の導入、健康教育プログラムの設計と実施などのハンズオン支援を行う。 インターネットや大阪府健康医療部、全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などと連携してタイムリーに情報を発信することにより、相談や支援希望を募る。					
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		
		番号選択				その他	
		(b)大阪府健康医療部、全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などの協力を得て、大阪府内全域からの集客に努める。					
		(d)経営相談支援先のニーズに応じて、当該事業での支援につなげる。					

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セミナー350社、②個別相談会15社、③個別支援10社 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載、経営相談支援先への案内 などに加え、大阪府健康医療部・全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）を通じ て広くPRする。						
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	アンケートにおいて、セミナーで健康経営に役立つ知識を 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 ×	350 社 ×	1.00 =	7,070,000 円				
		40,400 円 ×	15 社 ×	1.00 =	606,000 円				
		101,000 円 ×	10 社 ×	1.00 =	1,010,000 円				
		合計	375 社	(小計)	8,686,000 円				
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%） 円								
					計	8,686,000 円			
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)								
	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			
標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
8,686,000 円 ×		0.75 =	6,514,500 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）			
	○	大阪商工会議所	6,514,500 円		375				
			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⇒		①健康経営セミナー 大商ニュースやウェブサイトでの告知、経営相談支援先への案内、大阪府健康医療部、全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などを通じたチラシの配布など また、ハイブリッド（集合形式とオンライン形式）開催に加え、アーカイブ配信を行う			
		350	社				
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、セミナーで健康経営に役立つ知識を得たと回答した割合		数値目標	80	%
事業の目標②	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個別相談会 大商ニュースやウェブサイトでの告知、経営相談支援先への案内、大阪府健康医療部、全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などを通じたチラシの配布など			
		15	社				
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、個別相談会で経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加に関する知識や理解が深まり、健康経営への取り組みを始めた と回答した割合		数値目標	80	%
事業の目標④	その他目標値	目標値の内容⇒					
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒		③個別支援 大商ニュースやウェブサイトでの告知、経営相談支援先への案内、大阪府健康医療部、全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などを通じたチラシの配布など			
		10	社				
	支援対象企業の変化	指標	個別支援により経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加を行った事業者		数値目標	10	社
事業の目標⑥	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		34	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度から		年度まで	15	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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rendなどを取り上げ、自らの事業の実践に役立ててもらう。 【企業ニーズ】 企業経営者・経営幹部らの関心は高く、参加者にアンケートを実施のほか、本会議所では、年間約1,200件の会員企業ヒアリング（ヒアリング先は主に新たに加入した中小企業）や約2,000件の会員入会勧誘を行っており、各企業の経営課題として、「人手不足・人材定着」や「販路開拓」、「資金繰り」など、各企業は様々な課題を有している。このような声を踏まえ、これらの課題解決の一助となるテーマを企画し、講演会を実施する。						
	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、創業（予定）者						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ①ビジネス講演会 ○「過去の災禍に学ぶ 災害大国ニッポンでの企業経営の在り方」（8月28日）支援企業数99社 ○「私の企業家人生 ～大同門と私～」（2025年3月7日開催予定） ②チェンバーカレッジ（11回開催予定） ○「父から娘へ「わが社の事業承継」」支援企業数支援企業86社 ○「従業員エンゲージメント向上が強い組織をつくる」支援企業数101社 ○「近年の新卒採用市場とダイレトリクルーティング」支援企業数103社 ○「文系でもわかる！統計学の基本」支援企業数154社 ③支部経済講演会 ○「日本の安全保障政策～安全保障と経済成長の好循環に向けて～」（7月24日）支援企業数88.5社 ○「命を守る 最低限の災害対策」（10月22日）支援企業数72社 ○「開幕142日前！いま知っておきたい万博の魅力と企業経営への活かし方」（11月21日）支援企業数49.5社 ○「2代目コロッケ社長の業績回復手法」（11月26日）支援企業数32社 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、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る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 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①ビジネス講演会 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2025年7月頃～2026年3月頃、3回程度 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】いずれも集合形式またはオンライン形式 【実施内容】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いた講演のほか、大阪・関西万博でさらなる増加が見込まれるインバウンド需要の現況、取り込みの必要性や課題などを解説。 ②チェンバーカレッジ 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2025年5月頃～2026年3月頃、10回程度 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】いずれも集合形式またはオンライン形式 【実施内容】企業経営や社会情勢に関するテーマを中心に開催する。 ③支部経済講演会 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2025年6月頃～2026年3月頃、8回程度 【実施場所】大阪商工会議所各支部（予定） 【実施方法】いずれも集合形式またはオンライン形式 【実施内容】大阪市内に設置している支部において、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、景気動向などをテーマに開催する。						

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		
		番号選択						創業・経営革新		
		(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⇒ 1,755 社		①ビジネス講演会：260社 ②チェンバーカレッジ：1,030社 ③支部経済講演会：465社 過去実績などをもとに算出 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。						
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	アンケートにおいて、講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを自社の経営や事業運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 ×	260	社 ×	1.00	=	5,252,000	円	
		20,200	円 ×	1,030	社 ×	1.00	=	20,806,000	円	
		20,200	円 ×	465	社 ×	1.00	=	9,393,000	円	
		合計		1,755	社	(小計)		35,451,000	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）									
	計 35,451,000 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				
標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
35,451,000		円 ×	0.75	=	26,588,250	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		26,588,250 円		1755				
				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⇒ 260 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	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⇒ 1,030 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	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⇒ 465 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	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 2023年度開催実績

テーマ	支援企業数
(1)ビジネス講演会	549
スーパーアキダイ式経営術 とにかく人が大事！	149
ロゴス 大躍進の軌跡 世の中に無いものを作り出せ！	188
鳥貴族 グローバルチキンフードカンパニーへの挑戦！	212
(2)チェンバーカレッジ	1,129
大阪における自然災害リスクと企業が講じるべきBCP対策	99.5
家業を継ぐー事業承継後の3年間とこれから	89
サイバー犯罪の現状と中小企業の効果的な情報セキュリティ対策	84.5
メタバース・VRの最新動向 ～社会変革の可能性とビジネスチャンス～	82
日本のものづくりの心を伝える	81.5
リーガロイヤルホテル（大阪）初の女性総支配人が語る『大阪の迎賓館』が紡ぐ未来	79
これからのマーケティング論～消費者行動の変化と顧客理解を踏まえた新戦略とは～	98
ビジネスパーソンのための生成AI活用入門～話題のChatGPTなどを解説～	143.5
売上3倍を叶えた『老舗家具屋3代目』の企画力とは	104.5
ナッジで人を動かす～ビジネスで使える 行動経済学～	145
職場での若手社員の育て方～ナビゲーション型 人材育成のすすめ～	122.5
3.支部経済講演会	879.5
南海トラフ地震 どう備えるか	89
2025年 大阪・関西万博の最新動向について	72.5
南海トラフ地震・上町断層地震 想定される大阪地域への影響とその対応策	81
大阪・関西万博 リボーンチャレンジ交流会 デザイン思考を活用した新商品の検討	29
下請け企業が如何にして新商品を発信し続けるメーカーに成長したのか	74.5
2025年大阪・関西万博 リボーンチャレンジ交流事業 町工場プロダクト・11月経済講演会	32.5
「こだわり」×「挑戦」×「人がやらない事をやる」 ロート製薬がセルフスキincare No.1メーカーになるまでのチャレンジ	66.5
自然災害・サイバー攻撃に備える 中小企業のためのリスクマネジメントセミナー	14
2024年の景気展望～緊迫化する世界情勢の中の関西経済～	190
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SNS活用のコツと裏話	117.5
情報セキュリティ対策の最新動向2024	11
マーケティングと価格戦略	95
企業連携で生まれる地域と産業の未来～万博で踏み出す第一歩～	7

事業名		経営力向上支援事業		事業番号	35	新規/継続	継続
想定する実施期間		2023 年度から		年度まで	3	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 中小企業・小規模事業者においては、物価上昇によるコスト高、人手不足、デジタル化の加速、社会的要請への対応など、様々な厳しい事業環境に直面している。実際、倒産件数も増えてきており、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、稼ぐ力の向上などの手法に関する情報やノウハウを提供し、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、経営力向上を促す。 ※当該事業は支部を中心に行う経営相談支援と相互補充し、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。 【企業ニーズ】 過年度に実施した際に、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かった。また、資源高や円安によるコスト高、人手不足など、小規模事業者の中には、コロナ禍後も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。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○「画像生成AI活用セミナー」（6月5日）支援企業数27社 ○「自社の”ウリ”の見つけ方と伝え方のワークショップ～ChatGPTも活用します～」（6月27日）支援企業数17社 ○「中小企業のための経営力向上と企業価値向上～経営者保証を理解し経営力向上に繋げる～」（9月3日）支援企業数21.5社 満足度は極めて高かったものの、全参加企業の状況を全員で共有し意見交換も実施したため、終了時刻を大幅にオーバーしてしまった回があった。プログラムを再検討し、より満足度の高い事業実施に努める。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①勉強・交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】2025年5月頃～2026年3月頃、3回程度 【実施場所】大阪商工会議所北支部（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】新商品開発など、稼ぐ力の向上に向けて手法に関する情報やノウハウを共有し、ネットワークづくりを促す。 ②セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2025年5月頃～2026年3月頃、8回程度 【実施場所】大阪商工会議所北支部・南支部（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】生産性向上、既存事業の改善、経営計画の策定、社会情勢を踏まえた経営戦略の構築、収益力強化、組織変革などをテーマとしたセミナーを開催					
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		☐	(d)相談事業相乗効果		
		番号選択		創業・経営革新			
		(b)本商工会議所などの広報ツール（ウェブサイト、メールマガジンなど）を用いるとともに、金融機関などの協力を得て、大阪府内の事業者の参加を募る。					
		(d)経営相談支援先への参加勧奨を行うとともに、事業実施後の事業者のニーズに応じた個別支援を行う。					

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⇒		①勉強・交流会：45社 ②セミナー：140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								
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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	
		40,400	円	×	45	社	×	1.00	=	1,818,000	円	
		20,200	円	×	140	社	×	1.00	=	2,828,000	円	
		合計		185	社	(小計)		4,646,000		円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）										
	計								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		10,000 円		負担金の積算		参加費5,000円×2社				
		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	(10,000 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）				
	○	大阪商工会議所		3,484,500 円		185						
				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⇒		①勉強・交流会 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		
		45	社			
	支援対象企業 の変化	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 %
事業 の 目 標 ②	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⇒		②セミナー 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		
		140	社			
	支援対象企業 の変化	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⇒				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		海外スタートアップとのオープンイノベーション支援・促進		事業番号	36	新規/継続	継続
想定する実施期間		2022 年度から 年度まで		4	年目	※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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的な事例の紹介など情報提供、およびビジネスマッチング等を通じたプロジェクト創出支援を行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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オープンイノベーション実現の一方策として、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やその技術・サービスの先進性、信用度を確認する方策が無い（「目利き」ができない）などの理由から、海外スタートアップとの連携が実現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、新規事業の創出につなげる。 【企業ニーズ】 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可能性も高いことから、各地で中小企業と海外スタートアップとの連携を支援する動きが進んでいる。大阪においても、海外スタートアップとの連携による新規事業の創出に向けて、本事業を実施する意義は大きい。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2023年度実績】 海外スタートアップ協業促進セミナー／韓国スタートアップとのビジネスマッチング事業 支援企業数 40.5社 【2024年度実績（12月末現在）】 ○インドスタートアップとのビジネスマッチング事業／海外スタートアップ協業促進セミナー（7月30日） 支援企業数14社 ○海外スタートアップ協業促進セミナー（12月実施予定） “海外” “スタートアップ” という両面から、ハードルの高さを感じている中小企業も多いことから、海外スタートアップに対するハードルの高さを解消できるよう、広報方法・プログラムを工夫、検討する。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①海外スタートアップとの連携や有する技術・サービスに係る先進性や信用度に関する情報提供、海外スタートアップからの具体的な協業ニーズ発表を行うマッチングセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】7月頃、12月頃 2回程度 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】 ○海外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の技術・サービス、日本企業とのマッチングに精通した有識者からの最新動向や連携ポイントの解説 ○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企業事例の紹介 ○海外スタートアップから事業プレゼン、協業ピッチ等の実施 ②海外スタートアップと在阪中小企業との個別商談支援 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】7月頃、12月頃 2回程度 【実施場所】大阪商工会議所ほか 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】上記マッチングセミナーにおける海外スタートアップと在阪中小企業との個別商談支援、事務局や必要に応じてコーディネーターを介したコミュニケーション支援の実施					
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	
		商-5		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)大阪府商工労働部成長産業振興室国際ビジネス・スタートアップ支援課スタートアップ拠点形成グループと連携して実施する。大阪イノベーションハブが実施する「OSAKA SPRINGBOARD」とも連携し、双方の事業効果を高める。 (b)本会議所の国際部をはじめとした部署とも連携し、弊所が保有する広報ツール（機関紙、メールマガジンなど）を広く活用するとともに、あわせてMOBIOや大阪イノベーションハブ（OSAKA SPRINGBOARD実施主体）のネットワークを活用し、大阪府内事業者にも広く周知・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⇒ 110 社	○前年度開催のセミナー参加者数において、支援対象企業の申し込みが30～40社程度となっているため、人材育成型の企業数を35社×2回程度の70社に設定。 ○そのうち、半数の企業からの提案受付、商談実施を見込み、販路開拓型は20社×2回程度で40社に設定。 本所国際部が実施する海外スタートアップとのマッチング事業とも積極的な連携を行い、海外スタートアップとの連携に関心のある中堅・中小企業への広報等を実施し参加につなげる。同連携を通じて、海外スタートアップと在阪企業のさらなる協業を促進する体制構築を推進する。また、本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジンなど）の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集を行い、参加者数の向上を目指す。					
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	各回のアンケートで「海外企業との連携、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	支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×	70 社 ×	1.00 =	1,414,000 円			
		50,500 円 ×	40 社 ×	1.50 =	3,030,000 円			
		合計	110 社	(小計)	4,444,000 円			
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							
	計 4,444,000 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)	②販路開拓型（海外スタートアップと在阪中小企業との個別商談支援）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。						
	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				
		標準事業費	補助率	(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）			
	○	大阪商工会議所	4,444,000 円	110				
			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マッチングセミナー 前年度開催のセミナー参加者数において、支援対象企業の申し込みが30～40社程度となっているため、人材育成型の企業数を35社×2回程度の70社に設定。 本所国際部や他支援機関等との連携により参加者の増加につなげる。				
	支援対象企業 の変化	指標	各回のアンケートで「海外企業との連携、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⇒					
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個別商談支援 セミナー参加者のうち、半数の企業からの提案受付、商談実施を見込み、20社×2回程度で40社に設定。他支援機関等との協業促進体制の強化により事業提案件数獲得を図る。				
	支援対象企業 の変化	指標	商談マッチング（引き合わせ）数			数値目標	40 件
	その他目標値	目標値の内容⇒					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		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 年度から 年度まで		6	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 人手不足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。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。 【企業ニーズ】 「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、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。					
	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・店主等を中心に幅広い業種）					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○「売上が激変するたったひとつのコンテンツ」（10月28日）支援企業数40.5社 ○「DXへの第一歩は”IE”から」（11月18日）支援企業数48社 ○「DXを活用した商店街の売上拡大」（2025年2月頃） 人材が不足する小規模事業者にとって必要な取組を訴求するテーマを選定し、セミナー内容の理解や、その後の取り組み方に好影響をもたらすセミナーを企画する必要がある。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】秋頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式 【実施内容】 1)「集客に繋がる簡単Webマーケティング」（仮題）セミナー 販促が重要だと分かっているが、「時間がない」「人がいない」ことを理由に集客のための施策を講じられていない小規模事業者は多い。Webをはじめ、DXを活用した販促施策について成功事例を解説しながら、具体的な取り組み内容を紹介する。 2) IT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 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。					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)府施策連携		☐	(b)広域連携		☐
		(c)市町村連携		☐	(d)相談事業相乗効果		☐
		番号選択					IT・IoT
		(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。また、大阪工業大学や地域工業会等と連携し、講師、セミナー周知の協力を仰ぎながら行う。 (d)セミナー参加される小規模事業者に対して、アンケートからお悩みを確認し、希望する企業には個別の支援を行う。					
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⇒		35社×2回程度＝70社			
		70 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。			
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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	×	70 社	×	1.00	=	1,414,000 円		
		合計		70 社	(小計)			1,414,000 円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							円	
					計		1,414,000 円			
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)									
	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					
		標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
		1,414,000 円	×	0.75	=	1,060,500 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）			
	○	大阪商工会議所		1,060,500 円		70				
				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 年度から 年度まで		7	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪で実証実験を希望する企業を対象にした専門家による個別支援の実施、セミナーにおける実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスの解説や大阪での取組みのPRを通して、より効果的な実証実験の実施を後押しし、大阪でのビジネス創出につなげる。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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、専門家からの事業内容に対するアドバイスの活用やセミナーでの「実証実験」のプロセス解説、大阪での取組みのPRを通して、より効果的な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。 【企業ニーズ】 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、会期後にも、万博で展示した先端技術を社会実装するための取組みや社会課題解決ビジネスの創出をめざす企業も増えてくることが予想される。こうした中、自社技術の社会実装や社会課題の解決を図るための実証実験を行う際、課題の設定や実証実験の方法など、専門家などからアドバイスを求めるニーズが出ている。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2023年実績】 ○「実証事業都市・大阪セミナー」支援企業数38社 セミナー参加対象者を、実証実験の実施に関心がある者だけでなく、今後実証実験について検討したい新規事業開発の担当者まで拡大したため、申込者が100人を超えたが、想定していた支援企業数には届かなかった。その理由としては、実証実験や新規事業への取り組み方が分からず、関心を持てなかった中小企業もいたのではないかと考えられる。2024年度は、実証実験の手順や取り組み方から紹介する内容を取り扱う。 【2024年度実績（12月末現在）】 ○2025年2月17日に集合形式とオンライン形式のハイブリッドで開催予定。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①専門家による個別支援 【事業類型】ハンズオン支援 【実施時期】随時実施 【実施方法】専門家が実証希望企業の事業計画書について書面で内容確認、アドバイスをを行う。 【実施内容】大阪で実証実験を希望する企業を対象に、実証実験の方法や技術課題へのアプローチ方法などを記載した事業計画書の確認および事業内容に対するアドバイスを専門家が実施することで、より効果的な実証実験の実施につなげる。 ②実証事業都市・大阪セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2月頃 1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】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 【実施内容】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、個別支援先の企業をはじめ、大阪で実証実験を希望する企業を対象に、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や実施事例を紹介し、大阪で実証実験を行うことの優位性を伝えるセミナー開催し、大阪が実証都市の先端というイメージを作り、より効果的な実証実験の実施へ向けた支援、実証実験案件の発掘に取り組む。 <講師案>大学教授、コンサルタント、実証実験実施企業など					

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-3		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。特に、本事業で連携する専門家は、同課の審査会の委員やこれまで実証実験を実施した企業や本商工会議所の有するネットワークを活用する。 (b)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」、「関西イノベーションネットワーク2号投資事業有限責任組合（通称「イノベーションファンド25Next」）」の活用、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。また、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⇒		【専門家による個別支援】10社 過去の実証実験支援実績から10件程度の申込を見込む。 【実証事業都市・大阪セミナー】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。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合				数値目標	70	%
	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 ×	10	社 ×	1.00	=	1,010,000	円
		20,200	円 ×	50	社 ×	1.00	=	1,010,000	円
		合計		60	社	(小計)		2,020,000	円
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							円
					計		2,020,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準とおりの場合不要）								
	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			
		標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)	
2,020,000		円 ×	1.00	=	2,020,000	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）		
	○	大阪商工会議所		2,020,000 円		60			
				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⇒		<専門家による個別支援> 過去の実証実験支援実績から10件程度の申込を見込む。		
		10	社			
	支援対象企業の変化	指標	実証事業推進チーム大阪（構成：大阪府、大阪市、大商） に実証実験のエントリーを行った企業数	数値目標	10	社
事業の目標②	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⇒		<実証事業都市・大阪セミナー> 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。		
		50	社			
	支援対象企業の変化	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	%
事業の目標②	その他目標値	目標値の内容⇒				

【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	39	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020 年度から 年度まで		6	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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・SNSなどを活用して、効果的に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、コロナ後、中小企業・小規模事業者においては、ITやSNS等を活用した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。 【企業ニーズ】 IT導入を通じた生産性向上は、必ずしも経営者層に浸透していない。また、IT・デジタル・動画・SNS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による生産性向上・販路拡大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、具体的なサービスの導入サポートが求められる。					
	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・SNS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。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。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○「中小企業DXセミナー」（10月21日）支援企業数：105.5社 大阪信用金庫、日本電信電話ユーザー協会との共催で開催。中小企業のデジタル化推進を支援するため、関連内容の基調講演を行った。また、参加者に対し、ITコーディネータによる相談や、会員向けに優待提供する関連各社のITツールの利用を呼び掛けた。 ○「企業X」「ロコミ」「楽天市場」「動画制作」などをテーマにセミナー・相談会を開催。（6月20日、8月2日、9月27日、12月13日）支援企業数：セミナー218.5社、相談会24社 セミナーの内容自体には満足であり、何かしなくてはと考えているが、人材不足で取り組めないといった声の他、顧客がデジタル化できないと自社のデジタル化もできないという感想も見受けられた。次年度は、テーマ選択や他団体との協力等で広報、個々の参加者のニーズへの対応力を強化し、実際のIT導入相談やツール導入につなげる割合を増やすなど、情報提供だけでなくとどまらない構図を目指す。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①中小企業DXセミナー（仮称） 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2025年6月～2026年1月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】「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、中小企業経営におけるIT導入を支援する。 ②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画・SNS活用セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2025年6月頃～2026年3月頃、3回程度 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】IT・デジタルを活用したサービスを提供する企業や、動画制作やSNSマーケティングの専門家などが1回に1～複数社登壇し、各社のサービスやそれらを活用した販路開拓の手法などについて講話する。					

		③販路開拓などのためのIT・デジタル・動画・SNS活用相談会・交流会 【事業類型】人材交流型 【実施時期】2025年5月頃～10月頃、2回程度 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】個別面談または参加者同士の交流会 【実施内容】テーマに応じてIT・デジタルを活用したサービスを提供する企業の担当者や、動画制作やSNSマーケティングの専門家との個別面談または参加者同士の交流会、意見交換を実施する。個別面談実施時参加者は、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登壇企業担当者から直接説明を受けることができる。また、参加者がサービスを導入することになった場合、面談した担当者に導入までサポートしてもらう。交流会・意見交換会の場合は、同じ悩みを持つ参加者同士で交流・意見交換してもらう。															
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			
		番号選択		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は当該事業の参加を勧めるとともに、当該事業の参加事業者が別途経営上の課題に当面している場合には適宜経営相談支援につなぐ。															
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⇒		①中小企業DXセミナー（仮称）：100社 ②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画・SNS活用セミナー：220社 ③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、交流会：15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。													
	335 社																
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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 ×		220 社 ×		1.00 =		4,444,000 円									
		40,400 円 ×		15 社 ×		1.00 =		606,000 円									
		合計		335 社		(小計)		7,070,000 円									
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）																
	計 7,070,000 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											
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)													
7,070,000 円 ×		0.75 =		5,302,500 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）									
	○	大阪商工会議所		5,302,500 円		335											
				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⇒		①中小企業DXセミナー（仮称） 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。		
		100	社			
	支援対象企業の変化	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⇒		②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用・SNSセミナー 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。		
		220	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、「IT・デジタル・動画・SNSを活用した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⇒		③販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用・SNS相談会・交流会 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。		
		15	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、「IT・デジタル・動画を活用した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】

--

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業		事業番号	40	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度から 年度まで		15	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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・スタートアップ応援資金・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・スタートアップ応援資金・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、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。 【企業ニーズ】 2024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18,437件中2,764件で、全体の14.99%を占めている。 また、本商工会議所の創業支援を受けた創業者などからは、相談により事業計画の作成方法がわかった、内容が改善した、客観視できた、などの成果があったとの声があり、金融支援と併せて事業計画策定などの経営支援を行う効果は高く、その入口として当事業が大きな役割を果たすと考えられる。					
	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）					
	これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること	【2024年度実績（12月末現在）】 「本部開催分」 ○中小企業と創業者のための公的融資制度説明会「上手に活用しよう 有利な資金調達法」（6月13日）支援企業数69.5社 ○相談会（6月13日）支援企業数28社 ○地元金融機関との交流会（11月26日）支援企業数102社 ○金融力強化セミナー（2025年3月に実施予定） ○また、公的融資制度紹介冊子を新規作成し、「開業・スタートアップ応援資金」「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。 次年度は、昨今の金利上昇や物価上昇下の資金繰り対策など、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。 「支部開催分」 ○制度融資説明会（東支部・9月26日）支援企業数36社、（南支部・11月15日）23社、（中央支部・12月6日）49社 ○支部金融個別相談会（市内5支部にて実施） 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、大阪府制度融資の情報提供を行い、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。					

具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・ どのようにするのかを明確に)	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。 ①大阪府の制度融資などを紹介する説明会、セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】6月頃と2月頃、2回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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、セミナーを開催。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 【事業類型】人材交流型 【実施時期】6月頃と11月頃、2回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】事業者と参画機関の交流会や相談会などを実施し、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・スタートアップ応援資金」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。 ③金融説明会の開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】通年、4回程度 【実施場所】大阪商工会議所各支部 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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セミナーを開催する。 ④金融相談会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】通年(支部により毎週もしくは年2回程度開催) 【実施場所】大阪商工会議所各支部 【実施方法】対面形式もしくはオンライン形式 【実施内容】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会、個別相談を実施する。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。			
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-25	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	
	(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。 (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。 (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。			

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80社、相談会180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。 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。							
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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⇒									
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 ×	80 社 ×		1.00 =		1,616,000 円				
		40,400 円 ×	180 社 ×		1.00 =		7,272,000 円				
		合計		555 社		(小計)		17,574,000 円			
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%） 円									
						計		17,574,000 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							
標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)					
17,574,000 円 ×		1.00 =		17,574,000 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）			
	○	大阪商工会議所		17,574,000 円		555					
				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⇒	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。			
		160 社				
	支援対象企業の変化	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	%
事業の目標②	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。			
		135 社				
	支援対象企業の変化	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	%
事業の目標④	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒	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。			
		80 社				
	支援対象企業の変化	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	%
事業の目標⑥	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⇒	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。			
		180 社				
	支援対象企業の変化	指標	個別相談を実施した事業者などが、融資申し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	%
事業の目標⑧	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

当該事業は、大阪府の制度融資やその他の公的融資制度を広く普及し、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、大阪府外の個人や事業者ならびに大企業勤務者も支援対象とする。

事業名		小規模事業再生サポートセンター事業		事業番号	41	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度から		年度まで	16	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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。 【企業ニーズ】 現在の小規模事業者を取り巻く環境は、人手不足や原材料費の高騰が重なり、引き続き厳しい状況にある。コロナ関連融資の元本返済が始まったが、賃上げや原材料の調達費などコスト増で、十分な利益が出せず、資金繰りがうまくいかないなどの相談が増加しており、収益力改善や事業再生支援が急務である。また現在は金利が上昇局面にあり、借入金利の更なる上昇も予想され、倒産予備軍が増える可能性がある。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。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○新規88社、継続39社の合計127社の相談があった。 ○経営安定特別相談室では事業継続や廃業の相談を中心に、サービス業からの相談が半数を占めている。 ○相談利用の事業者数は、前年同期比84.1%と減少しており、新型コロナウイルス感染症流行初期と比べ緊急の支援ニーズが一旦の落ち着きを見せているが、引き続き本事業の一層の周知に努めるほか、早めの相談、継続的な相談を積極的に喚起し的確な対応に努める。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、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。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		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 【事業類型】ハンズオン型 【実施時期】通年 【実施方法】対面もしくはオンライン方式 【実施内容】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。 (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。 (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。 (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。 (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。 大阪市外の事業者については必要に応じて大阪府内各地商工会議所・商工会と連携するとともに、案件の内容によっては「大阪府中小企業活性化協議会」との連携を密にして事業効果の拡大を図る。同協議会との連携については、同協議会のスキームを活用するのが適切と判断できるものは同協議会へつなぎを行い、また、同協議会から紹介を受けた事業者の相談について当センターにて対応する。					
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		
		番号選択					その他
		(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 (2023年度実績(新規・176社、継続・56社)、2024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。									
	主な支援対象企業の変化	代表指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」					数値目標	20 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					
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%) 円											
			計 14,897,500 円										
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)												
	算出額	①市町村等補助			円	交付市町村等							
		②受益者負担			円	負担金の積算							
		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)						
	○	大阪商工会議所		11,173,125 円		175							
				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	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> ※前年度から支援継続									
	支援対象企業の変化	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】

--

※別添で補足する内容があれば添付してください。

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		42	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度から		年度まで		12	年目	※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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。 【企業ニーズ】 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。						
	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						
	これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること	【2024年度実施状況】 ○「省エネ・省CO2セミナー」（7月12日）支援企業数46社/アーカイブ配信 支援企業数17社 ○「カーボンニュートラル情報発信セミナー」（11月15日）支援企業数28.5社/参加者数108名 ○「省エネ・省CO2セミナー」（2025年1月22日開催） ○「カーボンニュートラル情報発信セミナー」（2025年2月開催） 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い、また、カーボンニュートラル情報発信セミナーでは、カーボンニュートラル分野での取り組みを進める中小企業やスタートアップ企業の事例紹介を行ったが、大企業や支援機関からの参加者が多く、府内中小企業の参加者数が伸び悩んだ。中小企業でも取り組みやすい事例紹介を増やすなど、中小企業の参加を促進するプログラム構成で開催するように努める。						
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	①カーボンニュートラル情報発信セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】1月末頃、1回 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】水素関連産業や蓄電池、再生可能エネルギー分野などのカーボンニュートラルに資する先端技術などの現状・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、大手企業の最新ニーズ発表、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、同分野に中小企業が新規参入しやすい環境を整え、大阪でのカーボンニュートラル技術のビジネス化を後押しする。講師は、エネルギービジネス分野事業者、先進的にカーボンニュートラル技術に取り組む大手・中堅・中小事業者、所管省庁や大阪府、大学教授など。 ②中小企業のための省エネ・省CO2セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】7月および1月頃、2回程度 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】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）。							

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		カーボンニュートラル技術実装促進				その他				
		商-11		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。大阪府のカーボンニュートラル技術実装推進事業のプラットフォーム(R7年度「おおさかカーボンニュートラルビジネスネットワーク」)参加企業とのネットワーク強化を図る。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、大阪府内事業者へ周知・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⇒		カarbonニュートラル情報発信セミナー：70社×1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（MoTTo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。								
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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	20,200 円	×	支援企業数	270 社	×	係数	1.00	=	標準事業費	5,454,000 円
		合計			270 社			(小計)			5,454,000 円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）										
		計										
		5,454,000 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						
	標準事業費	補助率				(①市町村等+②受益者負担)						
	5,454,000 円	×	1.00	=	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）					
	○	大阪商工会議所	5,454,000 円		270							
			円									
			円									
			円									

【備考】

事業名		中小製造業者と大阪産業技術研究所等・大学の技術交流		事業番号	43	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2012 年度から 年度まで		14	年目	※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	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、主に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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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公設試があり、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。 【企業ニーズ】 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、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。						
	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）						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○「産業技術支援フェア in KANSAI2024」（11月15日～11月24日）支援企業数80 社見込み ○「第39回 大阪大学大学院基礎工学研究科 産学交流会」（11月21日）支援企業数80社見込み ○産学連携をテーマにセミナーを2月下旬開催予定。 産学連携に向けて、講演者や関係各所と調整するとともに、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の可能性があるか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、会場とオンラインを併用した開催形式とし、幅広い事業者最新の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 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		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 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2025年5月～2026年2月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】 <テーマ分野（予定）>基礎工学、人工知能、ロボティクス、エネルギーなど <発表者>大阪・関西圏の大学の教員・研究者など ②大阪産業技術研究所等の研究成果（技術シーズ）活用など、産業技術支援に関する発表会 【事業類型】人材育成型 【実施時期】2025年11月頃、1回 【実施場所】大阪商工会議所、大阪産業創造館（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】 <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、情報などを網羅的にカバー <発表者>公設試の研究員など						
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、MoTTō 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。					
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	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		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							
	計						4,848,000 円		
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)								
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				
	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）		
	○	大阪商工会議所		4,848,000 円		240			
				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	44	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度から 年度まで		12	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 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。 【企業ニーズ】 2024年度のエキスパート、アドバイザー派遣の専門家派遣事業は、123社、412回と順調に推移しており（2024年10月現在）、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。特徴としては、収益力の向上やコスト削減、事業継続に課題を抱えている事業者からの派遣要請が増加しており、「生成AIなどを用いたDX、新商品開発、事業再構築、新たなビジネスモデルの構築、デザイン思考による新サービスの開発、販促・ウェブマーケティング」をテーマとする支援要請が多く寄せられている。					
	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					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 「今こそチャレンジしたい生成AIを活用した集客と販促」（7月12日） 支援企業数95社 専門家派遣制度の説明に続き、参加した8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。生成AIをテーマにした講演と専門家派遣を利用した事業者の事例発表は、時宜を得た内容で支援実績が目標値を大きく上回った。今後とも、ニーズに合致したテーマ設定を行い本事業の内容充実にも努める。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		専門家による講演・交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】夏頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】 - 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。 - 専門家との交流 - 専門家派遣制度の内容説明 - 専門家による自己PR - 専門家との名刺交換 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、経営指導員が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。					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)府施策連携		☐	(b)広域連携		☐
		(c)市町村連携		☐	(d)相談事業相乗効果		☐
		番号選択				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⇒		60社×1回 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。							
		60 社									
	主な支援対象企業の変化	代表指標	本事業の参加をきっかけに「専門家派遣事業」を利用した事業者数					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		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
			40,400 円	×	60 社	×	1.00	=	2,424,000 円		
			合計		60 社		(小計)		2,424,000 円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円	
		計								2,424,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準とおりの場合不要）										
	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					
		標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
		2,424,000 円		×		0.75	=	1,818,000 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）				
	○	大阪商工会議所		1,818,000 円		60					
				円							
				円							
				円							
				円							

【備考】

事業名		2025年大阪・関西万博「展示・出展ゾーン」出展支援事業		事業番号	45	新規/継続	継続
想定する実施期間		2024 年度から 2025 年度まで		2	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	2025大阪・関西万博の大阪ヘルスケアパビリオンにおいて、モノづくり関連企業が新製品・試作品を展示し、持てる技術力、製品企画力をアピールできるよう支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 2025大阪・関西万博への参加を通じて、下請け依存から脱却し、大阪の町工場の自律性を高めるとともに、中小製造業の雇用吸収力の拡大につなげ大阪の地域経済の基盤を強化する。また、参加企業間での取引拡大、市場性の高い試作品、製品開発を促す。 【企業ニーズ】 これまで本商工会議所が進めてきた「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の参加企業や、万博出展企画の共同事業体の金融機関の顧客からも、大阪で開催される万博への期待は高い。モノづくり小規模事業者は固定の取引先との安定した受注があるとは限らず、経費削減、自社ではできない加工、新規取引、新製品・新技術の協力企業や取引先の開拓を常に必要としている。万博出展を予定している企業・グループの多くは、万博出展はもちろん初めてであり、大規模国際展示会での出展ノウハウも乏しいので、企画・展示のブラッシュアップを継続的に支援していく必要がある。また、直接出展という形はかなわずとも、何らかの形で万博という国際イベントに参画したいと希望する企業は多数存在する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	在阪中小モノづくり企業とその関連企業・グループ					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		【2024年度実績（12月末現在）】 ○交流会を開催（4月17日、6月12日、8月29日、10月28日）支援企業数115社 ○10月2日に大阪ヘルスケアパビリオン”リボンチャレンジ”に74企業が出展決定 出展企業・グループによって進捗具合が異なり、個別に支援を強化する必要が生じている。					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		①出展準備交流会 【事業類型】人材交流型 【実施時期】9月頃までに実施（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】RC出展企業・グループの準備したプロダクト・出展概要の確認、今後の会場内外でのPR方法の検討などを話し合い、万博出展という特別な機会の効果的な活用と具体的な展示について意見交換・調整、出展企画のより一層の魅力向上のほか、出展者間並びに外部の協力企業候補との交流を図ることでネットワーク、取引の拡大をめざす。 ②2025大阪・関西万博RC出展企業・グループ交流会 【事業類型】人材交流型 【実施時期】2025年11月頃～2026年2月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式またはオンライン形式 【実施内容】出展企業・グループ間の万博開催結果の総括、展示試作品製造経過を踏まえて、ディスカッションを行い、今後の展開を検討する機会を提供し、出展者間並びに外部の協力企業候補との交流を図ることでネットワーク、取引の拡大をめざす。					
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)相談事業乗乗効果			
		番号選択					その他
		2024年10月に決定した出展企業・グループ（大阪市内外74社）に加え、府内の金融機関の協力を得て、府内ものづくり関連企業に告知する。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒		(設定根拠) 交流会1回20から25社前後 (募集方法) 共同事業体の金融機関と協力し、集客する。出展企業・グループを中心として案内し一般からの参加、リボンチャレンジメンバー以外にも、取引を希望する企業があれば各会合への参加を受け入れていく。			
	50 社	代表指標	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	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		
			40,400	円 ×	50	社 ×	1.00	=	2,020,000	円	
			合計		50	社	(小計)		2,020,000	円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5％）								円	
		計							2,020,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 （基準とおりの場合不要）										
	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					
		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）			
	○	大阪商工会議所			1,515,000 円		50				
					円						
					円						
					円						
					円						

【備考】