

令和6年度（2024年度） 事業実績報告書

I. 申請者の概要

申請者	団体名		大阪商工会議所	
	代表者職・氏名		会頭 鳥井 信吾	
	所在地		〒540-0029 大阪府大阪市中央区本町橋2番8号	
	担当者	職・氏名	中小企業振興部次長兼経営相談室課長 宮浦 康浩	
		連絡先	TEL（直通）：	06-6944-6451
			Fax：	06-6944-6565
		E-mail：	sme-promotion@osaka.cci.or.jp	
①設立年月日			明治11（1878）年8月27日	
②職員数 （うち経営指導員数）			206名（経営指導員73名）（令和7年3月31日現在）	
③所管地域			大阪府大阪市	
④管内事業所数			177,184（令和3年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数			109,752（令和3年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）			31,941（18.02％）（令和7年3月31日現在）	
□主な事業概要（定款記載事項等）				
<p>① 商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。</p> <p>② 行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>③ 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>④ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。</p> <p>⑤ 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。</p> <p>⑥ 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>⑦ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。</p> <p>⑧ 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。</p> <p>⑨ 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。</p> <p>⑩ 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。</p> <p>⑪ 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。</p> <p>⑫ 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行うこと。</p> <p>⑬ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>⑭ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。</p> <p>⑮ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。</p> <p>⑯ 商工業に関する図書を収集し、一般の閲覧に供すること。</p> <p>⑰ 国際親善及び通商振興に資する事業を行うこと。</p> <p>⑱ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>⑲ 行政庁等から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>⑳ 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>				

(1) 事業の目標

○大阪市内に設置している5カ所の支部および本部経営相談室の経営指導員が、経営相談支援事業を通じて、個々の事業者が抱える経営課題の解決を支援する。

○専門相談支援事業を通じて、法務、税務、人事・労務、IT、新事業開発・創業、ものづくり・技術、営業・マーケティングなどの分野における、より高度で専門的な課題の解決を支援する。

○地域活性化事業を通じて、以下の通り中小企業・小規模事業者の成長や産業の振興、地域のにぎわい創出などを図る。

〈中小企業・小規模事業者の成長など〉

- ・税務、人事労務、IT活用、販売促進、資金調達などに関する実務スキルの向上、経営力の強化
- ・円滑な創業の準備、創業後の経営安定と成長
- ・IT・デジタルツールやシステムを活用した生産性の向上、業務の効率化
- ・健康経営や環境経営の実施など、社会経済の動向や企業に対する社会的要請を踏まえた経営の改善発達

- ・人材の確保、多様な人材の活躍促進

- ・新たな取引先・仕入れ先の開拓、大手流通業や海外市場への進出など国内外の取引の拡大

- ・新しい事業分野の創出や付加価値の高い製品・サービスの開発による収益力（稼ぐ力）の強化

- ・事業の再生や経営の安定化

- ・災害時などにおける事業継続力の強化 など

〈産業の振興、地域のにぎわい創出など〉

- ・新ビジネスの創出

- ・先端技術を活用した実証事業の促進

- ・大企業との協業（オープンイノベーション）による技術開発や事業化

- ・新たな技術シーズの活用などによる技術力の向上や事業者間ネットワークの構築などによるものづくりの振興

- ・ライフサイエンス・ヘルスケア産業など成長分野への参入

- ・2025年大阪・関西万博の機運醸成、中小企業やスタートアップなどの参画

- ・商店街を中心とした地域への集客促進とそれによる活性化

- ・地域の情報発信やイベント協働などによるにぎわいの創出 など

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

＜経営相談支援事業＞ 物価・人件費の上昇（価格転嫁難）、人手不足、後継者難、金利の上昇傾向など、厳しい環境にある中、資金繰り計画の作成、財務状況の分析などの支援や小規模事業者経営改善資金（マル経融資）の推薦などの金融支援、事業承継支援などによって経営の安定を図る一方、業績の向上や企業成長をめざして販路開拓のための事業計画作成の支援などを行った。

＜専門相談支援事業＞ 法律、人事労務、税務・会計、ITなどの分野ごとに弁護士や社会保険労務士、税理士、ITコーディネータなどの専門家が窓口相談を行うとともに、事業所への専門家派遣により、各種課題の解決を支援した。また、大阪市の特定制業等支援事業としての創業に関する個別相談や、南支部において税理士による決算申告の相談会を開催した。

＜地域活性化事業＞ 前年度に引き続き、中小企業・小規模事業者の取引拡大を支援するため、大手流通業のバイヤーなどに商材を売り込む「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」や、大手小売業者など1社ごとに商談会を設定した「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」を開催した。展示商談会への参加経験が少ない事業者を支援するため、「大阪勧業展」を今年度も府内商工会・商工会議所、大阪府商工会連合会との連携により開催した。また、阿部野・天王寺周辺の個店、商業施設などと連携した集客イベント「あべの天王寺・サマーキャンパス」を開催するなど、支部において地元商店街などの振興・集客を支援した。新ビジネスの創出をめざして「新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援」「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」「医療機器産業事業化促進事業」などを実施した。多様な人材の確保・活用に向け、「新卒・若手人材の採用・定着支援事業」「中小企業のためのダイバーシティ推進事業」「成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業」「障がい者の雇用促進事業」などを実施した。さらに、生産性の向上を支援するため、「業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業」「生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業」などを実施したほか、経営力の強化に向けて、経営実務に関する講座・講習会、「課題解決型マッチングフェア」などを実施した。2025年大阪・関西万博に関しては、「『展示・出展ゾーン』出展支援事業」で出展事業者へのフォローを行ったほか、「大阪・関西万博を活用した中小企業・スタートアップ・小規模事業者の成長支援」「ミナミ活性化事業」を通じて地域事業者などの参画、機運醸成を促進した。

（３）事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

＜経営相談支援事業＞ 経営指導員が、2,083事業所に対してのべ3,160件（フォローアップ支援を除く）の支援を行った。その内訳として、「事業計画作成支援」809件、「財務分析支援」749件、「金融支援（経営指導型）」729件、「資金繰り計画作成支援」249件などを行い、小規模事業者の経営基盤強化を推し進めた。

＜専門相談支援事業＞ 弁護士、社会保険労務士、税理士などが窓口にてのべ2,120件の相談対応（専門的な助言）を行った。また、専門家を事業所にのべ529回派遣し、経営戦略やマーケティング、ＩＴ、税務などの指導・助言を行った。

＜地域活性化事業＞ 販路の拡大は、すべての事業者にとっての課題であり、販路開拓の支援を主要な柱の一つとして地域活性化事業に取り組んだ。大阪府内の344企業・団体が参加した多業種型総合展示商談会「大阪勧業展」では、のべ1,675件の商談が行われ、346件（金額ベースで8,800万円）の商談が成立した。大手流通業などとの商談会「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」では6,167件の商談が行われ、うち1,514件が成約に向けて商談を継続した。

（４）事業を実施した結果浮かび上がった課題

○中小企業・小規模事業者が直面する現下の課題として、物価上昇によるコスト高（価格転嫁難）、人手不足、賃上げ要請、金利の上昇、コロナ関連融資の返済などがあり、まずもって経営基盤の安定・強化を図り、収益力を向上することがきわめて重要である。

○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肝要である。

○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。

（５）次年度の取り組み

○大阪市内に設置している5つの支部および本部経営相談室の経営指導員が、経営相談支援事業を通じて、個々の事業者が抱える経営課題の解決を支援し、経営基盤の安定・強化や収益力向上などを図る。また、専門相談支援事業を通じて、より高度で専門的な経営課題の解決を支援する。

○地域活性化事業では、「デザイン経営による自社商品開発支援事業」などを通じた収益力の強化、「中小企業のDX推進支援事業」「生産性向上・販路開拓のためのＩＴ導入・利活用支援事業」などでの生産性の向上、「大阪勧業展」「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」など各種商談会による販路開拓、「海外市場開拓支援事業」を通じて海外市場の開拓を支援する。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をめざして、「町工場ネットワーク」「MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム」の運営に取り組む。中小企業を対象とした「新卒・若手人材の採用・定着支援事業」「ダイバーシティ推進事業」「健康経営サポート事業」などを実施し、人的資源の確保と活用を支援する。

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

原材料費・エネルギー代の高騰、深刻な人手不足など、厳しい経営環境におかれている中小企業・小規模事業者の事業継続や業績回復などに重きを置き、自社の財務、資金繰り状況の理解と改善を中心に、それぞれの事業者が当面する経営課題の解決を図った。資金調達に関しては、小規模事業者経営改善資金（マル経融資）の推薦や金融機関への紹介を行い、経営の安定化や新たな事業展開を支援した。また、販路拡大や事業再構築の事業計画策定の支援にあたっては、補助金をはじめとする国・自治体の施策の活用を促した。

<代表事例①> 創業間もない訪問介護美容業者への創業・販路開拓支援。従業員全員が看護師資格を有していることが強み。まず、資金繰りを安定させるため、日本政策金融公庫の創業融資を支援した。富裕層向けの介護施設をターゲットに営業することをアドバイスし、プレゼン資料の作成も支援したところ反響があり、当初の月商目標をクリア、17か所の施設と契約することができた。

<代表事例②> 脱毛エステ事業者への価格転嫁の支援。業界の価格競争は厳しいものの差別化を図りながら値上げを進めていきたいと相談があり、まず、価格を改定する前に、顧客に値上げ可能であるかをヒアリング、あわせて業界の価格相場も情報収集するようにアドバイスした。顧客へのヒアリングから値上げをすることも可能であると判断し、価格を改定。その後も、新規顧客の流入数は変化なく、存顧客も価格を受け入れられたようで、価格転嫁は概ね成功した。

<代表事例③> 2004年創業の金属加工業のタップ加工と脱脂の加工業を営んでいる事業者。車両購入のためのマル経融資のあっせんを行ったほか、大阪の匠の認定（大阪ものづくり優良企業賞）や健康経営優良法人2025（中小企業法人部門）など、様々な認証取得を支援した。企業の信用力向上につながり、販路開拓に好影響をもたらすことが期待される。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	2,000	2,083	104.2%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	20	17	85.0%	4
金融支援（紹介型）	支援数	110	130	118.2%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	740	729	98.5%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	10	9	90.0%	4
資金繰り計画作成支援	事業所	280	249	88.9%	4
記帳支援	事業所	35	37	105.7%	5
労務支援	支援数	20	12	60.0%	3
人材育成計画作成支援	事業所	5	2	40.0%	2
マーケティング力向上支援	事業所	10	16	160.0%	5
販路開拓支援	支援数	200	184	92.0%	4
事業計画作成支援	支援数	700	809	115.6%	5
創業支援	事業所	20	16	80.0%	4
事業継続計画（BCP）等作成支援	事業所	15	13	86.7%	4
コスト削減計画作成支援	事業所	5	3	60.0%	3
財務分析支援	事業所	650	749	115.2%	5
5S支援	事業所	—	—	—	—
IT化支援	事業所	15	13	86.7%	4
債権保全計画作成支援	事業所	3	1	33.3%	1
事業承継支援	事業所	150	171	114.0%	5
災害時対応支援	事業所	—	—	—	—
フォローアップ支援	事業所	195	181	92.8%	4
結果報告	事業所	2,000	2,092	104.6%	5

Ⅱ 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p><窓口での相談（法務、税務、労務、その他）></p> <p>○経営相談室に相談窓口を常設して、弁護士、社会保険労務士、税理士の有資格者などが面談、電話、オンラインで事業者の専門的な経営課題の相談に対応し、その解決を支援した。また、大阪市の特定制業支援等事業として個別相談指導（経営、財務、人材育成、販路開拓）を実施した。相談対応件数はのべ2,084件（昨年度は2,183件）。</p> <p>○南支部において税理士による決算申告の相談会を実施した（相談は36件）。</p> <p><専門家の派遣></p> <p>○「エキスパートバンク事業」では、専門家を事業所にのべ340回派遣し、経営戦略や事業計画の策定支援、ウェブマーケティング支援、販路開拓、IT、労務対策など実務的課題の解決を支援した。支援先の96.9%から「満足」「おおむね満足」の評価を得た。</p> <p>○支部の経営指導員と専門家が連携し、支部への相談の中でさらなる専門的な知識や情報が必要な案件に対応した。相談対応回数は、営業・マーケティング、技術、情報化、経営戦略など、のべ117回。支援先へのアンケートでは、「満足」「おおむね満足」の評価の割合は合計100.0%であった。</p> <p>○小規模事業者が正しい税務・記帳の知識を習得し、経営の実態を係数的に把握できるよう、税理士に専門相談員を委嘱し、事業所へ派遣した。相談・指導件数はのべ72件。</p>						
事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務相談	継続	支援1日あたりの相談対応件数	1件以上	2.3	230.9%	5
税務相談	継続			1.9	191.6%	5
金融相談	—	—	—	—	—	—
労務相談	継続	支援1日あたりの相談対応件数	1件以上	1.7	166.0%	5
その他相談	継続			2.1	206.5%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>コロナ収束後も物価上昇によるコスト高、人手不足など厳しい経営環境が続く中小企業・小規模事業者、商店街などの業績回復や事業再構築と、2025大阪・関西万博の開催に向けて新ビジネスの創出や成長分野への参入などを支援することに重きを置き、地域活性化事業を実施した。主な取り組みは以下の通り。</p> <p>〈販路の拡大〉異業種間の交流を促進して取引の拡大を支援する多業種型総合展示商談会「大阪勧業展」に出展した344の企業・団体のべ1,675件の商談を行い、346件（金額ベースで8,800万円）の商談を成立させた。また、大手流通業などのバイヤーに商材を売り込む「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」では6,167件の商談が行われ、うち1,514件が成約に向けて商談を継続することとなった。デザイン性あふれる日用雑貨などを百貨店の催事場で対面販売し、情報発信やさらなる商品開発などに生かしてもらう「大阪クリエイティブフェア」には30社が出店し、合計798万円を売り上げた。</p> <p>〈商店街の活性化と地域のにぎわい創出〉ミナミの活性化をめざし、ガイドブックの発行や地域イベント開催支援を行ったほか、市内各エリアにて、子供だけでなく大人をターゲットとした体験プログラム、万博をテーマにしたイベント実施などの集客支援を行った。</p> <p>〈新ビジネス創出の支援〉地域経済の成長をめざし、また、スタートアップ・エコシステムのグローバル拠点都市として、社会課題解決ビジネスに資する先端技術を活用した実証事業、収益力の強化などを志向した新しい商品・サービスの創出、ライフサイエンス・ヘルスケア産業などの成長分野への参入を促進するセミナーなどを実施したほか、大阪経済を支える人材の創出をめざして開業サポート、女性起業家の成長支援事業に取り組んだ。</p> <p>〈ものづくりの振興〉オープンイノベーションを促進するため、大手企業と中小企業とのマッチング事業「MoTTO OSAKAオープンイノベーションフォーラム」を実施した。また、町工場同士の「顔が見える」連携を促進するため、「ものづくり加エネネットワーク強化交流会」を開催したほか、製品・商品の販促動画の制作を支援した。</p> <p>〈生産性の向上〉ITの利活用による生産性の向上を図るため、支部の経営指導員がヒアリングを実施し、必要に応じて専門家が導入の支援を行った。また、ITの導入・利活用による生産性向上のセミナー、交流会、相談会を開催した。</p> <p>〈人材確保の支援〉中小企業の人材確保やダイバーシティの推進を支援するため、新規卒卒者採用のための大学との情報交換会やセミナー、外国人留学生の採用や女性、高齢者、障がい者の活躍を促進するためのセミナー、交流会などを開催した。また、人材確保に困難を生じている企業を対象に外部人材・外国人材の活用セミナーを実施した。</p> <p>〈事業継続力の強化〉事業者の事業継続力の強化（災害発生時や感染症拡大への対応力の強化）を図るため、事業継続計画（BCP）策定のワークショップを開催し、参加者は簡易版BCPの策定演習を行った。</p> <p>〈2025大阪・関西万博への機運醸成〉2025大阪・関西万博への機運醸成のため、中小企業・スタートアップ・小規模事業者の参画を促進するセミナーを開催したほか、ミナミにおいて地元と連携したイベントを開催した。</p>										
(1) 単独事業										
府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	1_「逸品マルシェ」販売促進支援事業	24	28.0	116.7%	96.4%	アンケートで、（販売促進イベントが）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	70.0%	92.9%	132.7%	5
	2_中小企業の体質改善強化支援事業	656	1,052.5	160.4%	96.2%	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	90.0%	97.6%	108.4%	5
○	3_開業サポート事業	132	142.0	107.6%	97.2%	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	80.0%	98.1%	122.7%	5

○	4_女性起業家成長支援事業	160	256.0	160.0%	98.8%	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	80.0%	96.8%	120.9%	5
○	5_BCP支援事業	55	93.5	170.0%	97.8%	BCP（簡易版を含む）や事業継続力強化計画の策定件数	45件	40件	88.9%	5
○	6_あべの天王寺・サマーキャンパス	178	343.0	192.7%	89.1%	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	70.0%	63.6%	90.8%	5
	7_西部エリア Amon（えーもん）市	11	19.0	172.7%	100.0%	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	70.0%	94.7%	135.3%	5
	8_商店街の観光振興と集客支援事業	15	21.0	140.0%	90.5%	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」「顧客との会話が增えた」のいずれかを回答した割合	70.0%	90.5%	129.3%	5
	9_ミナミ活性化事業	7	11.0	157.1%	90.9%	商店街へのアンケートで、「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に（やや役立った）（役立った）」と評価した割合	80.0%	90.9%	113.6%	5
	10_大阪市東部商店街にぎわい創出事業	40	41.0	102.5%	95.1%	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	70.0%	92.7%	132.4%	5
	11_業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業	310	364.0	117.4%	96.7%	IT導入に着手する事業者数	60社	90社	150.0%	5

(2) 広域事業（幹事事業のみ）										
府施策 連携	事業名	総支援企業数		支援 実績率	利用者 満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	12_海外市場開拓支援事業	1,399	1,896.5	135.6%	96.7%	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	75.0%	93.0%	124.0%	5
	13_大阪勧業展	300	344.0	114.7%	76.2%	商談件数	2,600件	1,675件	64.4%	4
	14_大手流通業等への販路開拓支援事業	480	460.0	95.8%	95.4%	全商談件数（大阪府外の企業も含む）	5,000件	6,167件	123.3%	5
○	15_MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム	510	286.0	56.1%	94.5%	商談マッチング（引き合わせ）数	60件	22件	36.7%	3
○	16_大阪クリエイティブフェア	24	30.0	125.0%	100.0%	売上合計	460万円	798万円	173.5%	5
○	17_デザイン経営による自社商品開発支援事業	125	124.0	99.2%	94.4%	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	80.0%	95.1%	118.9%	5
	18_販路・取引先開拓マッチング事業	180	188.0	104.4%	100.0%	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数	90件	79件	87.8%	5
	19_課題解決型マッチングフェア	180	164.0	91.1%	98.2%	アンケートにおいて、マッチングフェアで自社の経営課題の解決策となり得る具体的な方法を得たと回答した割合	80.0%	99.4%	124.2%	5
	20_町工場ネットワークの構築事業	105	150.0	142.9%	99.3%	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	80.0%	100.0%	125.0%	5

	21_大阪ファッション産業振興フォーラム	180	211.5	117.5%	95.6%	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	70.0%	91.4%	130.6%	5
○	22_デジタル×デザイン思考による企業変革力強化支援事業	105	130.0	123.8%	98.4%	アンケートにおいて、セミナー・ワークショップで得た知識や情報を新たなビジネスの開発や事業再構築に役立てると回答した割合	80.0%	99.2%	124.0%	5
○	23_医療機器等産業事業化促進事業	120	103.0	85.8%	97.9%	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	70.0%	100.0%	142.9%	5
○	24_新規事業・新商品開発支援事業	95	116.0	122.1%	95.7%	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・新商品開発や事業再構築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	80.0%	98.6%	123.2%	5
	25_ファッショントレンドセミナー	80	103.0	128.8%	99.0%	アンケートにおいて、商品政策の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合	70.0%	100.0%	142.9%	5
	26_クラウドファンディング活用サポート事業	49	64.5	131.6%	93.8%	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	90.0%	96.2%	106.9%	5
○	27_中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業	390	654.5	167.8%	98.6%	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	80.0%	100.0%	125.0%	5
○	28_中小企業のためのダイバーシティ推進事業	70	87.0	124.3%	96.5%	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	80.0%	90.5%	113.1%	5
○	29_人材ニーズ対応支援事業	45	54.0	120.0%	84.3%	アンケートにおいて、「セミナーで得た知識を、人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答した企業の割合	80.0%	98.0%	122.5%	5

○	30_障がい者の雇用促進事業	35	38.5	110.0%	100.0%	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	80.0%	97.4%	121.7%	5
○	31_成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業	40	112.0	280.0%	98.2%	アンケートにおいて、「女性の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きに検討したい」と回答した企業の割合	80.0%	96.0%	120.0%	5
○	32_中小企業に対する労働啓発・雇用サポート事業	115	150.0	130.4%	95.9%	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	85.0%	100.0%	117.6%	5
	33_健康経営サポート事業	200	217.0	108.5%	97.6%	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	80.0%	99.4%	124.3%	5
	34_中小企業のためのビジネス講演会	1,655	1,908.0	115.3%	93.1%	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	85.0%	94.7%	111.5%	5
○	35_大阪・関西万博を活用した中小企業・スタートアップ・小規模事業者の成長支援	50	53.0	106.0%	94.3%	交流会で得た情報を大阪・関西万博時にまちなかで開催する実証実験やイベント等への企画検討に活かすと回答した企業の割合	80.0%	96.2%	120.3%	5
	36_経営力向上支援事業	145	200.0	137.9%	93.9%	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	80.0%	97.0%	121.2%	5
○	37_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	140	50.0	35.7%	81.3%	各回のアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合	75.0%	87.5%	116.7%	4
	38_中小企業の生産性向上支援事業	70	112.0	160.0%	98.1%	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	70.0%	98.1%	140.1%	5

○	39_新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援	60	23.5	39.2%	91.3%	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合	70.0%	100.0%	142.9%	4
	40_生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業	305	350.5	114.9%	85.8%	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	75.0%	87.6%	116.8%	5
○	41_地域金融支援ネットワーク推進事業	553	606.0	109.6%	96.7%	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	85.0%	98.1%	115.4%	5
	42_小規模事業再生サポートセンター事業	175	178.0	101.7%	98.3%	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」	20社	14社	70.0%	5
○	43_環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー	340	237.0	69.7%	94.2%	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	80.0%	98.7%	123.3%	4
○	44_中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流	240	119.5	49.8%	89.7%	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	70.0%	90.6%	129.4%	4
	45_専門家連携型経営相談交流会	60	95.0	158.3%	93.7%	本事業の参加をきっかけに「専門家派遣事業」に申し込み、アンケートで「課題が解決できた」「課題への取り組みの方向性が明らかになった」「派遣前と比べ課題が整理できた、参考となる情報を得た」と回答した事業者数	10社	12社	120.0%	5
	46_2025年大阪・関西万博「展示・出展ゾーン」出展支援事業	160	211.0	131.9%	95.0%	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ができたと回答した割合	70.0%	100.0%	142.9%	5

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		「逸品マルシェ」販売促進支援事業							
想定する実施期間		2020 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	新商品開発や事業再構築に意欲的ではあるものの、経営資源が限られ売上拡大に苦慮している、地元の中 小企業・小規模事業者に展示販売の機会を提供し、認知向上とファンづくりを支援することでバイローカ ルの取り組みを促進する。さらに、来街者減少や空き店舗増加で衰退が懸念される商店街・商店会ににぎ わいを創出し、需要喚起につなげる。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	①主に南支部管内（天王寺・阿倍野・東住吉・平野・住之江・住吉区）で新商品開発・新サービス開発に 意欲的な中小企業・小規模事業者 ②南支部管内の商店街・商店会などの団体							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	<販路開拓型> 実施時期・場所 ・春期：6月8日（JR天王寺駅公園口） ・秋期：9月29日（安立本通商店街） 内容 (1)展示・販売 地元中小・小規模事業者の優れた商品を販売するブースを設置した。春・秋あわせて24者が出店し、2日 間で合計923,610円を売り上げた。 (2)抽選会 出店者ならびに商店街の一部店舗の買い物客を対象にしたガラポン抽選会を実施した。 抽選券は1会計（税込330円以上）につき1枚（1枚で1回抽選可）を配付した。 (3)広報 イベント告知のためのタブロイド判チラシ（開催概要や出店者ならびに商店街の一部店舗紹介等を掲載） を発行し、新聞折込（春期、秋期ともに1.2万部）を行った。 <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載> ①府施策連携 商-17（商店街の需要喚起の促進）：同府施策が促進するQRコードを活用した需要喚起の取組み を実践し、成果を中小企業支援室商業振興課商業振興グループに報告・共有した。 ③市町村連携 イベント開催地周辺の商業施設の商店街、地域団体などと連携して効果的な催事企画を立案・PR を実施した。 ④相談相乗 本事業をきっかけに引き続き伴走支援を希望する出店者に対し、その他の販促支援を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	24.0	総支援企業 数(実績)	28.0	支援 実績率	116.7%	満足率	96.4%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化 させることができた か）	初回6月8日の開催時は、売上総額は757,910円、1店舗当たりの平均売上高は37,896円であっ た。出店者の多くは新規顧客開拓、及び認知度向上を目的に出店されていたため、積極的に実店舗 に誘導されていた。開催前日に実施した新聞折込チラシ（1.2万部）を手に来場した人も多くいた 一方、「立ち止まって下さった方のお財布を開くことができなかった」など改善点が発見でき、今 後のセールの重要性を認識してもらう機会ともなった。 2回目9月29日の開催時についても、自店のインスタをフォローしてもらった人にサービスを提供 するなど、積極的なプロモーション活動に取り組んでもらった。その結果、A店は商品売完、B店は イベント時間終了後も追加販売をするなど当日の売上を最大化してもらうことができた。 2回のイベントを通じ、各店舗が多くの優良顧客と接点を持てたことで、マルシェ出店から実店舗 に誘導することが可能となった。							
		代表指標	アンケートで、（販売促進イベントが）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつな がったと回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	92.9%	目標達成度	132.7%		
	成果の代表事例	当日の売上獲得のみならず実店舗への誘導をゴールとしていたため、通常メニューと共にインス タをフォローしてもらった人に商品をプレゼントするよう助言した。その結果、新規顧客の獲得に つながったほか、「インスタの投稿を頑張ろうと思った」といった声が集まり、今後の販促活動を 後押しすることができた。							
	その他目標値の実績	目標値 （計画）		目標値 （実績）		目標達成度			
実施結果	課題及び次期 以降への取組み （実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか）	春期の天王寺駅前での開催については、出店場所である天王寺Mioからの食品表示に係る要請に十 分に 대응することができず、当日指導を受けた。小規模事業者として最大限努力していただいたもの の、大手の流通チャネルの常識に完璧に沿うことはできず、小規模事業者の限界を感じた。今年で 5年目の節目を迎えたこともあり、今年度で当該事業は一旦休止とし、次年度以降は新たな切り口 で地域活性化事業を行うべきと判断するに至った。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	120.0%	満足率	95.8%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	24店舗の売上総額は923,610円、1店舗当たりの平均売上高は38,484円であった。開催前日に実施した新聞折込チラシ（1.2万部）効果により指名買いの来場者もあった。その結果、90%を超える事業者から、「売上を上げることができた」「自社ならびに自社製品をPRすることができた」「新規顧客開拓につながった」との回答を得た。								
		指標	アンケートで、（販売促進イベントが）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	91.7%	目標達成度	131.0%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	4.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	商店街のみならず、地元有志により同時開催していた「安立市（あんりゅういち）」ともお互いのイベント告知をし合うなどの関係性が構築でき、秋季の安立商店街では通常の週末の1.8倍超の集客となった。								
		指標	アンケートで、（販売促進イベントが）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		中小企業の体質改善強化支援事業								
想定する実施期間		2011 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	営業・販売力の強化、財務改善、人事労務問題への対応、ビジネス法務、税務対策など、中小企業・小規模事業者の関心が高いテーマの講座・講習会を開催し、大企業に比べて経営基盤が弱い中小企業・小規模事業者の経営体質強化を支援する。								
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪市内の中小企業・小規模事業者（すべての業種を対象とし、経営実務に関する情報・ノウハウを習得して経営改善をめざす事業者）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<人材育成型> 5月から3月にかけて、支部ならびに本部（中小企業振興部）において小規模事業者を主たる対象に経営実務に関する講習会を集合形式もしくはオンライン形式で26テーマ、延べ30回開催し、支援企業数の合計は1,052.5社であった。 ※（別紙）開催実績一覧表								
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>								
		③市町村連携	地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った。							
	④相談相乗	アンケートにて、経営相談支援事業の利用希望を聴取し、希望のあった事業者へフォローを行った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	656.0	総支援企業数(実績)	1,052.5	支援実績率	160.4%	満足率	96.2%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の97.6%が「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」と回答しており、多数の事業者に、それぞれ参加したセミナーで得た情報を自社の経営改善・実践の活用する前向きな変化が見られた。								
		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%		実績数値	97.6%		目標達成度	108.4%	
	成果の代表事例	「決算書の見方と資金繰り表の作成」のアンケートでは「資金繰り表の作成を検討しようと思います」、「Chat GPTの活用術」では「少しずつですが挑戦していきます」、「中小企業のDXとビジネスアプリ活用法」では、「DXを活用して商品提案、見積書作成し、営業事務改善を図りたい」、「ChatGPT×インスタ」セミナーでは、「具体的な方法を教えていただけたので、明日からAIを活用してインスタ投稿していきたい」などの回答があった。「展示会営業セミナー」では「今まで資料作成に自信がなく、1つの資料を作るのにもビジュアルや配置等考えすぎて作成にかなりの時間がかかっていましたが、今回のセミナー内容のおかげで今後はもっとスムーズに作成できそうです」「全ての内容を今日帰社後すぐに社内で共有したい」、「経営者が知っておくべき金融機関とのつきあい方」セミナーでは「ローカルベンチマークを具体的に作成してみたい」、「情報セキュリティ対策と小規模事業者の儲けるIT導入」では「問題の原因を見つけ課題設定しPDCAサイクルを回す/社員のITリテラシーやモラルの教育を進めていきたい」と、それぞれ得た情報を自社の経営改善のなかで実践していく声が寄せられた。								
その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	日頃の巡回などを通じて、事業者の抱える課題、関心の高いテーマの情報収集を行い、事業者の経営課題解決に役立つ講習会となるよう今後も工夫する。また、セミナー参加をきっかけとして、経営相談をはじめとした事業利用につながるよう広報をより積極的に実施し、新規支援先の開拓につなげる。								

(別紙) 開催実績一覧表

開催日	講習会名称	支援企業数
6月12日	企業の未来を切り開く、データ活用術セミナー	23.5
6月13日	決算書の見方を資金繰り表の作成	49.0
6月21日	展示会営業セミナー	41.0
7月16日	法律講演会「取引先の信用不安・倒産への対応」	110.5
7月17日	事業承継セミナー「中小企業の持続的成長と円滑な引継ぎのために」	18.0
7月18日	2024年に運送事業者が取り組む労務のポイント	14.0
7月23日	中小企業のための人事制度設計の基礎知識と補助金の活用	24.0
7月23日	講習会 緩和!?電帳法・インボイスのいま 2024夏の巻	37.0
7月26日	即戦力で自社にマッチした人材採用のコツ	17.0
9月5日	経営者が知っておくべき金融機関とのつきあい方セミナー	41.5
9月10日	「話しの引き出し方極意」講習会	23.5
9月27日	～事例から学ぶ予防と解決策～まったなし！中小企業の労働トラブル	29.5
10月17日	年末調整・確定申告における定額減税の対応	128.5
10月22日	経営に活かす決算書の読み方	19.0
10月23日	インバウンド対策も！小さなお店のGoogleマップ活用術	13.5
10月25日	「大地変動の時代」を賢く生きのびる経営	14.5
11月19日	「生成AI」すぐに使える入門講座	30.5
11月28日	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」	20.0
12月3日	Chat GPTの活用術	129.0
12月3日	社内手作りの提案書・パンフレットなどをさらに効果が上がるツールに仕上げるノウハウ講座	82.0
12月4日	「わかりやすい」「記憶に残る」マンガを活用した自社アピール	14.0
12月10日	～銀行取引のリアル～融資は受け身で待たない自社主導の銀行取引	24.0
1月17・22	中小企業のDXとビジネスアプリ活用法	32.5
2月12・19	「ChatGPT×インスタ」セミナー～投稿作成を”もっと簡単に”する方法～	61.5
2月20日	情報セキュリティ対策と小規模事業者の儲けるIT導入	17.0
3月4日	令和7年度税制改正セミナー	38.0
合 計		1052.5

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		開業サポート事業							
想定する実施期間		2015 年度から 年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	創業の促進と優秀なビジネスプランを持つ創業者に対する継続的な支援により、大阪での創業や事業成長を支援する。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪での創業をめざすものの、ノウハウがなく具体的な進め方が分からない創業予備軍（会社員や学生などを含む）、創業予定者、創業間もないため事業経営を学びたい者、事業承継予定の者など							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援者数 <人材育成型> ○創業セミナー 7月3日「A I活用！自身の強みを発掘しビジネスに活かす方法」（54者） 7月27日「創業のすすめ方セミナー」（54者） <人材交流型> ○開業スクール2024（全5回）（32者） 第1日（10月5日）：経営理念と経営戦略、組織と人材育成、マーケティングの基礎、先輩起業家の体験談 第2日（10月12日）：マーケティングの応用、ビジネスプランについて、会計知識と収支計画の立て方、創業時に必要な手続きと税金 第3日（10月19日）：マイビジネスプラン・創業計画書のチェック、創業資金調達のポイント、自者の収支計画を作成してみる 第4日（10月26日）：先輩経営者の企業家精神と志、ビジネスプラン・創業計画書、商品プレゼン等の見える化 第5日（11月2日）：ビジネスプラン・創業計画書、商品プレゼン等のブラッシュアップ、先輩起業家の体験談、大商の創業・経営支援、交流会 <ハンズオン型> ○「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提とした個別支援（2者） 大商の専門相談にいられた2者のビジネスプランに対し、ブラッシュアップ支援を行い、大阪産業局主催のビジネスコンテストへ推薦を行った。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	（商-18：起業家の育成、創業の支援）大阪府中小企業支援室経営支援課経営革新グループと連携し、金融機関などとの地域支援ネットワークを通じて広く府内へ事業をPRした。金融面では府制度融資「開業・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とともに、大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへの推薦を前提に事業計画ブラッシュアップの個別支援を実施した。また大阪府のOsaka起業家応援ポータルサイトに本所の創業事例を推薦した。						
		③市町村連携	大阪市の創業支援等事業として、大商開業スクールを実施した。また、大阪市（大阪産業創造館）の協力を得て、大阪産業創造館のメール配信などで事業PRを行った。						
		④相談相乗	本事業参加中あるいは参加後の創業に関する個別相談に対し、創業の専門相談窓口につなぎ応じることによって、相談事業と連携した。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	132.0	総支援企業数(実績)	142.0	支援実績率	107.6%	満足率	97.2%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	創業セミナー2回の参加者のうち、「セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得た」と回答した割合は98.1%であった。開業スクールのアンケートでは参加者の8割以上が事業計画が参加前よりレベルアップしたと回答している。また、大商の専門相談にいられた2者のビジネスプランに対し、ブラッシュアップ支援を行い、大阪産業局主催のビジネスコンテストへ推薦を行った。							
		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%		実績数値	98.1%		目標達成度	122.7%
	成果の代表事例	専門相談にきた2者のビジネスプランに対して、ブラッシュアップ支援を行い、大阪産業局主催の大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへ推薦を行ったところ、そのうちの1者が、2024年12月に開催された大阪産業局主催のビジコンで、多言語翻訳ツール「Mチャット」を使った仲介事業を発表し、関西みらい銀行特別協賛賞を受賞した。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	開業スクールの受講者には、事業終了の約半年後に開業の状況調査を実施しているが、その後のフォローアップが十分ではない。受講後も必要であれば、本所の支援を受けれるよう支援メニューを継続的に案内していく。
------	--	---

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100.0	支援企業数(実績)	108.0	支援実績率	108.0%	満足率	96.3%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	創業セミナー2回の参加者のうち、「セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得た」と回答した割合は98.1%であった。								
		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%	実績数値	98.1%	目標達成度	122.7%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	32.0	支援実績率	106.7%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	開業スクールのアンケートでは受講者の87.5%が事業計画が参加前よりレベルアップしたと回答した。								
		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%	実績数値	87.5%	目標達成度	109.4%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	専門相談で対応した2者のビジネスプランを個別支援でさらにブラッシュアップし、大阪府のビジネスプランコンテストに推薦し、1者が登壇し、関西みらい銀行特別協賛賞を受賞した。								
		指標	個別支援により事業計画を作成した数							
		数値目標	2	実績数値	2	目標達成度	100.0%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	80.0	支援企業数(実績)	154.0	支援実績率	192.5%	満足率	98.7%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	セミナーの参加者のうち、「セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得た」と回答した割合は96.8%であった。							
		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%	実績数値	96.8%	目標達成度	120.9%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	80.0	支援企業数(実績)	102.0	支援実績率	127.5%	満足率	99.0%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	起業家カフェ（少人数制勉強会）の参加者のうち、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は、99%であった。							
		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%	実績数値	99.0%	目標達成度	123.8%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		BCP支援事業								
想定する実施期間		2012 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	○2023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の策定状況の推移は、2023年時点で18.4%となっている。策定している中小企業の割合は増加傾向にあるものの依然として低い水準である。近年では恒常化している豪雨や大型台風などの自然災害でBCP策定の重要性はますます高まっている。そこで、災害発生時におけるBCP策定の重要性を認識し、BCP策定に積極的に取り組むためのノウハウ獲得、具体的にBCP策定に着手する支援を行いBCP策定の普及、災害に強い事業者の増加をめざす。 ○中小企業・小規模事業者を取り巻くリスクとして、サイバー攻撃の急増・巧妙化が懸念される。中小企業・小規模事業者はサイバーセキュリティへの意識や対策が十分でない場合が多く、被害に遭うと、情報漏えいによる信用失墜、業務停止による生産性低下につながる可能性がある。とりわけサプライチェーンに属する中小企業は、取引の停止、損害賠償支払いなどにより、事業継続上の重大な危機を迎えることになる。そこで、BCPという観点から、サイバー攻撃や被害の最新動向の把握、意識・知識の向上、ソリューション商材などによる対策の実践を促進することにより、事業に与える影響を最小限に止めることを目的とする。								
	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）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援者数 <人材交流型> 9月18日 大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」ワークショップ（39社） <人材育成型> 11月22日 セミナー「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」（53.5社） <ハンズオン型> 上記ワークショップ、セミナーなどを通じたBCP、事業継続力強化計画の策定支援（1社） ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載> ①府施策連携 （商-14：BCP・BCMの普及促進及び策定支援）大阪府が推奨する「超簡易版BCP「これだけは！」シート」を活用し、参加者にBCP策定を促した。 ④相談事業相乗 セミナーやワークショップの参加の個別ニーズに応じて、経営相談支援や専門相談支援につないだ。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	55.0	総支援企業数(実績)	93.5	支援実績率	170.0%	満足率	97.8%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	BCPの策定やサイバーセキュリティ対策の重要性を認識し、具体的なBCPの策定や自社のセキュリティ対策のブラッシュアップなど対応の緒につくよう誘導することができた。								
		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	45件	実績数値	40件	目標達成度	88.9%			
	成果の代表事例	①BCP策定支援 BCP策定に関心の強い企業を対象に大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」を活用してワークショップをおこなった。39社の事業者が計画書を作成した。 ②サイバーセキュリティ対策 セミナーでは、サイバーセキュリティ対策としてWordPressのセキュリティ対策について講演した。対策を怠っていると企業のホームページがサイバー攻撃の被害に遭う可能性があること、その具体的な対策について学んでもらった。基本的な対策がセキュリティ対策には効果が大きいことを認識してもらい、今回の講演で得た情報をもとに、自社のセキュリティ対策をブラッシュアップ、新たに進める、検討する、といった具体的な行動を促すことにつながった。								
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	①BCP策定支援 次年度もBCP計画策定の支援を引き続き進めていく。新たにBCP計画を策定する事業者に加え、すでに計画書を策定している事業者に対してもブラッシュアップの支援をおこなう。 ②サイバーセキュリティ対策 今回はリアルとオンライン併用で実施し、オンラインでの参加が多かった。参加者の顔が見れないので、アンケートでしか理解度がわからない。オンラインでも受講者参加型のセミナーを実施できるようにすることが今後の課題である。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	39.0	支援実績率	195.0%	満足率	97.4%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<ワークショップを通じたBCPの策定支援> 当該事業のワークショップにおいて、事業者が簡易版BCPの策定作業を行った。								
		指標	アンケートにおいて、BCP策定のノウハウを獲得・向上できたと感じた事業者の割合							
		数値目標	80%		実績数値	100.0%		目標達成度	125.0%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	53.5	支援実績率	214.0%	満足率	98.1%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<サイバーセキュリティ対策> セミナー参加者の1名を除いてほぼ全員が、本日得た情報などを基に、自社のセキュリティ対策のブラッシュアップや自社のセキュリティ対策を新たに進めていきたい、あるいは検討すると回答しており、具体的な行動を促した。また、アンケートのコメントからも、WordPressの対策を本セミナーで認知（再認識）し、受講者の知識が高まったことがうかがえる。								
		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%		実績数値	98.1%		目標達成度	122.6%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	1.0	支援実績率	10.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<BCP、事業継続力強化計画の策定支援> 支部経営指導員が1社の事業継続力強化計画の策定を支援した。								
		指標	BCPや事業継続力強化計画の策定件数							
		数値目標	10件		実績数値	1件		目標達成度	10.0%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書			
大阪商工会議所			
事業名		あべの天王寺・サマーキャンパス	
想定する実施期間		2014 年度から	年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	<p>コロナ禍からの回復、大阪・関西万博を契機とした飛躍を目指す地元商店街・商店会や商業施設、およびそれらの入居店舗などを支援すべく集客・販売促進につながるイベントを開催する。また、今後普及が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。さらに、地域として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て、子供を対象とした特化事業を展開して「将来の顧客へのアプローチ」「ファミリー消費の促進」をテコに当地域のブランディングを促す。</p>	
	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	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援者数 <販路開拓型> 「あべの天王寺・サマーキャンパス」（214社、9団体） ○8月24～25日 「スタンプラリー」 ①内容：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリアの商業施設や商店会に設置された10カ所のポイントを巡るスタンプラリー ②参加者数：417人（スタンプ収集達成者数） 「抽選会」 ①内容：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリアの対象店舗（289店）で税込100円以上の買い物や飲食をした人、あるいはリアル体験プログラムを受講した人を対象に実施する抽選会 ②抽選回数：8,110回 「リアル体験プログラム」 ①内容：阿倍野・天王寺の店舗や施設で開催される子ども向けのプログラム（職業体験やクラフト教室などのワークショップ等） ②場所：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリア ③実績：63事業者が77プログラムを実施し、延べ参加者数3,187人が参加 ○8月17～25日 「大人のサマーキャンパス（大人のサマキャン）」 ①内容：阿倍野・天王寺の店舗や施設、およびオンライン上で開催される大人向けのプログラム（教育資金の準備講座、手作りざる豆腐づくり、エアコン解体ショー、資産形成セミナーなど） ②場所：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリア、およびオンライン上 ③実績：20事業者が21プログラムを実施し、延べ参加者数260人が参加 「オンライン体験プログラム」 ①内容：オンライン上（Zoom等）で開催される大人や子ども向けのプログラム ②結果：4事業者・4プログラム、延べ参加者数29人 <人材交流型> 6月7日「プロモーションに効く！PR映像制作の基本&撮影ワークショップ」（24社） 個人でも当たり前のように使われるようになったデジタル「映像」について、プロモーション映像を制作する手順、撮影手法など、プロの制作技術を撮影実習を交えての体験型ワークショップ。 <人材育成型> 5月15日「プロモーションに効く！インターネット広告活用術」（31.5社） 初心者を含めて、インターネット広告に関心を持つ事業所が、その概要、始め方、出稿先の選び方、出稿方法、押さえておきたいポイント、活用方法など、ビジネスにおけるインターネット広告の活用について解説した。 5月22日「プロモーションに効く！SNS活用術」（31.5社） FacebookやX、YouTubeをはじめ様々なSNSについて、それぞれの特徴を知り、ターゲットに合わせて効果的な活用方法を解説した。 5月29日「プロモーションに効く！生成AI活用術」（33社） 精度向上によって文章生成や画像生成のビジネス利用が進む生成AI（ChatGPTやMicrosoft Copilotなど）について最新の現状と効果的な利用方法、また利用する上での注意点などを基本から学び、無料で使える生成AIツールでの体験も行った。</p>	
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>	
		①府施策連携	（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）大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会（ODCC）と協働で実施した。同協議会は「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」の企画・講師手配、ならびに体験プログラム（リアル開催とオンライン開催）の企画・調整を担った。
		③市町村連携	阿倍野、天王寺、住吉区の3区役所などの協力を得て、小学校での児童へのチラシ配布や広報紙への記事掲載を行い、集客した。
		④相談相乗	参加店舗・事業者に対してアンケートを行い、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談を希望する先にアプローチした。

事業 全体 の実績／ 目標 達成 程度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	178.0	総支援企業 数(実績)	343.0	支援 実績率	192.7%	満足率	89.1%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化 させることができたか)	「あべの天王寺・サマーキャンパス」 リアル体験プログラムへの延べ参加者数3,187人（前回：3,038人）、大人のサマーキャンパスへの延べ参加者数260人（前回：151人）、抽選会対象店舗登録数289店（前回：274店）となり、昨年を上回る規模で実施できた。体験プログラムを企画・実施した事業者や抽選会対象店舗に登録した店舗から、本事業のパンフレットや公式サイトで紹介されPRができたほか、集客や新規顧客の開拓、消費者ニーズの把握などにも役立ったという声が寄せられた。また、抽選会場には開催期間中に多くの参加者が来場し、地域の活性化にもつながった。 「PR映像制作の基本＆撮影ワークショップ」 今回の体験と交流を通じて参加者はデジタル技術の習得、とりわけデジタル動画編集によるビジネス活用意欲の喚起につながった。 「プロモーションに効く！インターネット広告活用術」 様々なインターネット広告活用術を学ぶことで、受講者のオンライン活用意欲を喚起するとともに、リテラシーの向上を図ることができた。 「プロモーションに効く！SNS活用術」 様々なSNS活用術を学ぶことで、受講者のオンライン活用意欲を喚起するとともに、リテラシーの向上を図ることができた。 「プロモーションに効く！生成AI活用術」 様々な生成AI活用術を学ぶことで、受講者の生成AI活用の導入を支援するとともに、そのリテラシーの向上を図ることができた。							
		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%		実績数値	63.6%		目標達成度	90.8%
	成果の代表事例	「あべの天王寺・サマーキャンパス」 体験プログラム実施事業者より「おかげさまで今後のサービス展開に関するニーズを把握することができた」「本業では触れ合いの機会が少ない、地域のお子さまとそのご家族に当社を認識いただき、理解を深めていただくことができた」といった声が寄せられた。 「PR映像制作の基本＆撮影ワークショップ」 参加者より「学んだ内容をビジネスに活用していきたい」「理解が深まり、実践に取り入れる意欲が高まった」といった声が多かった。 「デジタル活用PRセミナー」 「自己流でやってきたので体系的に整理出来た点が良かった」「事例がわかりやすかった」「実際SNSを運用してみても難しさを感じていたが、目的設定などを詳しく聞けて、改めて活用していきたいと思った」といった声が寄せられた。							
その他目標値の実績	目標値 (計画)				目標値 (実績)			目標達成度	
実施 結果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	・住吉区からの要望により、これまでの天王寺区、阿倍野区に加えて新たに住吉区の小学校にも案内した。印刷物のコストアップを抑えるために冊子の印刷を一部ネットに置き換えたことで、リアル体験プログラムの事前予約減少につながった。 ・スタンプラリーのスタンプポイント設置を希望する商店会・振興組合等の声があり、それに応える必要が出てきた。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	115.0	支援企業数(実績)	214.0	支援実績率	186.1%	満足率	85.0%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<p><販路開拓型：あべの天王寺・サマーキャンパス（企業）> 体験プログラムを企画・実施した事業者や抽選会対象店舗に登録した店舗から、本事業のパンフレットや公式サイトで紹介されPRができたほか、集客や新規顧客の開拓、消費者ニーズの把握などにも役立ったという声が寄せられた。また、抽選会場には開催期間中に多くの参加者が来場し、地域の活性化にもつながった。</p>							
		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%	実績数値	63.6%	目標達成度	90.8%		

	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	112.5%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<販路開拓型：あべの天王寺・サマーキャンパス（団体）> アンケートでは「地域の賑わい創出に役立った」が8件、「商店街・商店会や施設の知名度向上に役立った」が2件、「商店街・商店会や施設への集客に役立った」が6件、「個店やテナントの売上拡大に役立った」が1件の回答があり、本事業が集客に役立ち、地域の活性化につながった。								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	160.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<人材交流型：PR映像制作の基本&撮影ワークショップ> 個人でも当たり前のように使われるようになったデジタル「映像」について、プロモーション映像を制作する手順、撮影手法など、プロの制作技術を撮影実習を交えての体験型ワークショップで学んだ。アンケートでは「学んだ内容をビジネスに活用していきたい」（17件）、「理解が深まり、実践に取り入れる意欲が高まった」（13件）、「さらに関連する情報を集め、デジタル活用のリテラシー向上につなげたい」（4件）、「経営改善や情報発信力の向上に役立てたい」（3件）という回答を得た。今回の体験と交流を通じて参加者はデジタル技術の習得、とりわけデジタル動画編集によるビジネス活用意欲の喚起につながった。								
		指標	実施後のアンケートで、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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	96.0	支援実績率	240.0%	満足率	94.7%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<人材育成型：デジタル活用PRセミナー> ビジネスにおけるインターネット広告の活用、SNSのターゲットに合わせた効果的な活用方法を学び、生成AI（ChatGPT や Microsoft Copilot など）について最新の現状と効果的な利用方法、また利用する上での注意点などを基本から学び、無料で使える生成AIツールでの体験を行った。アンケートで「ビジネスに活用していきたい」（57件）、「経営改善や情報発信力の向上に役立てたい」（22件）、「オンライン活用のリテラシー向上につなげたい」（21件）という回答を得た。受講者のオンライン活用意欲を喚起するとともに、様々な生成AI活用術を学ぶことで、受講者の生成AI活用の導入を支援し、リテラシーの向上を図ることができた。								
		指標	実施後のアンケートで、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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業　　地域活性化事業実績報告書													
大阪商工会議所													
事業名		西部エリア Amon（えーもん）市											
想定する実施期間		2015　年度から　　　　　　　　　年度まで　※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること											
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	【現状と課題】本商工会議所は過去9年間、商店街を核とした集客・認知度アップイベントの支援、周辺店舗と商店街との関係強化、相互販促支援を進め、商店街とさまざまな協力・連携コミュニティ（行政・学校など）との関係も広がってきた。 【本事業を通じてめざす状態】 ①商店街と周辺の外部店舗、行政や地域コミュニティの相互協力をさらに強化し、販促支援を行う。 ②商店街が担うコミュニケーションとイベントスペースとしての有効性・潜在能力の可能性を探る。 ③商店街とスーパー、キッチンカーなどの協力を仲立ちし、地域と共存共栄する商圏を意識する。 ④商店街を核として、徒歩で生活必需品の購入が可能な商圏の形成をめざす。											
	支援する対象 （業種・事業所数等）	西支部管内（此花・西・港・大正・浪速・西成区）の小売店・製造・卸売店及び商店街、協同組合											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<div><販路開拓型> ○近隣区域の複数の商店街で実施しているイベントを同一の情報紙で紹介したほか、12月のイベントでは、繁栄商店街を核として、周辺の個店が参加する「ワイワイ市場」を開催し、当該エリアをワンストップのお買い物ゾーンとして消費者にアピールした。 ○西区内の9商店街を掲載した、情報紙「Amon」第25号(西区版)を7月20日に17,000部発行し、うち15,000部は西区全域に新聞折り込みチラシを配布、2,000部は各商店街に掲示するとともに、各商店街内で手配りをした。 ○10月12日には、此花区内の6商店街を掲載した、情報紙「Amon」第26号(此花区版)を15,000部発行し、うち9,350部は此花区全域に新聞折り込みチラシを配布、5,650部は各商店街に掲示するとともに、各商店街内で手配りをした。 ○11月30日には、情報紙「Amon」第27号(港区版)を13,100部作成し、うち11,100部は港区全域に新聞折り込みチラシを配布、2,000部は各商店街に掲示するとともに、各商店街内で手配りをした。港区内4商店街の催事等を掲載し、掲載催事のうち12月14日開催の商店街イベント「繁栄ワイワイ市場」には当日も参画し、商店街店舗への抽選券配布、当日出店者のPR、港区地場産品（みなトクモン）のPRを行った。</div> <div><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></div> <table><tr><td>③市町村連携</td><td>港区役所との連携により、区役所認定の地場産品「みなトクモン」を、情報紙「Amon」掲載やガラポン景品提供などにより支援した。</td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td>商店街ほかの各個店に対し、販売促進など課題解決に向けた支援を行った。</td></tr></table>								③市町村連携	港区役所との連携により、区役所認定の地場産品「みなトクモン」を、情報紙「Amon」掲載やガラポン景品提供などにより支援した。	④相談相乗	商店街ほかの各個店に対し、販売促進など課題解決に向けた支援を行った。
	③市町村連携	港区役所との連携により、区役所認定の地場産品「みなトクモン」を、情報紙「Amon」掲載やガラポン景品提供などにより支援した。											
	④相談相乗	商店街ほかの各個店に対し、販売促進など課題解決に向けた支援を行った。											
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	11.0	総支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	172.7%	満足率	100.0%				
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	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%	実績数値	94.7%	目標達成度	135.3%						
	成果の代表事例	繁栄ワイワイ市場では、「事前告知の効果でイベントを楽しみに来街されたお客様をキャッチできた」「この取り組みを通じて区役所とも連携ができた」との声が寄せられた。また、同時に告知した域内商店街のイベント告知についても、「既存商圏以外の広い範囲に告知してもらったことで集客と売上向上に役立った」とのコメントを得た。											
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度							
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	今年度は、西区版・此花区版・港区版の3号の情報紙を発行し・新聞折込に加え、港区については催事当日も支援するなど、コロナ前と同等の活動を実施した。次年度以降も、コロナ前の賑わいを目指し、商店街ごとの細かなニーズを丁寧に聴き取り、適切な支援を実施する。											

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		商店街の観光振興と集客支援事業							
想定する実施期間		2021 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	国内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。							
	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）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><販路開拓型> 商店街の実情にあわせた既存顧客離れ防止、新規顧客獲得に向けた集客支援事業を実施した。 ○大阪府下の商店街団体を対象に「100円商店街」を中心とした商店街加盟店舗の販路開拓につながる事業の実施ノウハウについて情報提供するとともに、SNSなどを活用した広報支援を行った。 ○商店街独自で実施する事業についても必要に応じてSNSなどでの広報支援を行った。 ○阿倍野区の文の里商店街にて、ICT活用による情報発信力強化のため、グーグルマップ活用支援事業を行った。 ○東淀川区の3商店街を対象に、事務局機能育成と広報強化などを中心に、1年通じての支援を行った。具体的には、前年の振り返りを経て、商店街イベント開催概要の決定、新たな参加店募集説明会の開催、研修会及び実行委員会等の会議開催、新形式のちらし等作成配布、まちゼミウェブサイトのリニューアル、11月に「第7回東淀川まちゼミ」を実施。1月に結果検証会を開催。 ○淀川区の3商店街を対象に「Googleビジネスプロフィール」の活用方法について3回（9月、10月、11月）にわたり講習を実施し、オーナー登録や情報入力をするなど実践を通じた集客支援を行った。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
	③市町村連携	東淀川区役所にてチラシ配布、区掲示板掲載、まちゼミを後援した。							
	④相談相乗	商店街の各個店に経営支援事業の利用勧奨を行うとともに、指導先に本事業への参加を奨励した。融資や事業計画の策定、セミナー等への参加にもつながっている。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	15.0	総支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	140.0%	満足率	90.5%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<p>○100円商店街開催にあたってプレスリリースやSNSでの広報支援をし、例年同様多くの来客があった。 ○グーグルマップ活用支援事業では23店舗のグーグルビジネスプロフィールの登録・有効活用等を支援したほか、セミナー開催によりグーグルマップを活用した情報発信について理解を深めた。アンケートにおいても「情報発信に役立った」との回答が得られたほか、各個店からも「役立った」との声があがった。 ○東淀川区の3商店街では、自主的に研修会を実施することができたほか、チラシ配り、小学校や学童保育でのチラシ配布依頼、SNSでの発信など自主的に広報活動を行っており、徐々に自主的に集客事業運営を実施しつつある。 ○淀川区の3商店街では、「Googleビジネスプロフィール」を使用した情報掲載方法について学ぶことができた。また、参加各店舗は、オーナー登録をはじめ、店舗情報入力や投稿機能、英語変換やロコミ対応方法など、「Googleビジネスプロフィール」を活用した集客や運営方法について一通り理解し、実践できるようになった。</p>							
	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」「顧客との会話が増えた」のいずれかを回答した割合							
	数値目標	70%		実績数値	90.5%		目標達成度	129.3%	
	成果の代表事例	<p>○100円商店街を行うことで、「店のPRができた」「新規顧客から利用してもらえた」とアンケート回答した商店街が多くあった。グーグルマップ活用支援事業では「情報発信に役立った」とのアンケート回答があった。 ○東淀川区のまちゼミでは、A店はフラワーアレンジメントを体験する講座を実施、店主と参加受講生同士も交流を深め、知名度向上につながった。B店は事業所のサービス体験講座を実施、後日、受講生が有料サービスを申込したため売上増加につながった。 ○ChatGPTを用いた文章作成術によりGoogleビジネスプロフィールのみならず、Instagramでの投稿やロコミ対応に活用することができた。それにより投稿のスピードが上がり投稿頻度が向上した。</p>							
その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度	

実施 結果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	<p>○100円商店街は賑わい創出には貢献しているものの、マンネリ化や物価高による商品確保が困難であることを課題にあげる商店街もあるので、必要に応じて専門家を派遣するなど、具体的なノウハウを提供する。また、他の商店街の開催事例なども共有する。商店街の情報発信力強化やICT活用についてはグーグルマップや翻訳アプリの活用等、専門家を派遣するなどの支援に取り組む。</p> <p>○まちゼミは参加店舗を増やして、より多くの受講生を呼び込みまちゼミを活性化する必要がある。新規参加店舗募集説明会を実施、SNSで参加店舗募集をPRすることでまちゼミへの参加を促す。</p> <p>○GoogleビジネスプロフィールやInstagramは仕様変更や運営会社の方針変更により効果的な使い方が毎年のように変化する。その変化に対応すべく数年に1度程度の継続的な支援が必要である。</p>
----------	--	---

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		ミナミ活性化事業								
想定する実施期間		2016 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	大阪ミナミエリアは、2020年からのコロナ禍により一時は来街者が90%減少するなど、多大な影響を受けてきた。しかし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、コロナ禍の収束に伴い、海外からのインバウンドがコロナ前に迫る水準で回復している。そこで今後一層の来街者増、ミナミエリアの再活性化をめざして、ミナミの街の魅力を積極的に発信し、地元団体の取組を支援するとともに、来街者に向け大阪・関西万博の機運醸成を図る。								
	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など）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><販路開拓型> イベント連携の中心となっている(一社)大阪活性化事業実行委員会、地域の商店街連携の組織であるいっとこミナミ実行委員会、中央区役所、各商店街などと連携し、各イベントの企画・実施、PRならびに地域の商店街の情報発信支援を行った。</p> <p>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。回復し拡大しつつあるインバウンドに対応するため、外国人観光客の受け入れ状況に応じて、日本語版を17,200部、英語版を16,200部発行し、ミナミの各ホテル、商店街、駅、観光案内所、閑空などを通じて配布。また中国簡体語版と韓国語版はHPからのPDFデータを閲覧できるようにし、観光案内書などにチラシを150部配布した。なおガイドブックは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ものとした。また万博情報を記載することで、大阪・関西万博の機運醸成を図るとともに、大阪の魅力向上を図った。</p> <p>②5月3、4日の道頓堀春フェス(とんぼりリバーウォーク)や7月20、21日の中央区にぎわいスクエア(なんば広場)、9月28日、29日のみなみフェス（なんば広場）にて開催されるミナミの魅力を発信する取り組み・イベント実施に、地元団体・区役所とともに参画するなど、地元商店街への集客を図った。また各会場において、イベント「ミナミの街でミyakミyakを探せ」を実施。万博の機運醸成を図った。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>								
		③市町村連携	中央区役所などと連携して、紙媒体やHP等を通じ、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った。							
		計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	7.0	総支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	157.1%	満足率	90.9%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	総合的な地域マップということで、観光客への説明や商店街視察での理解が深まり、地域の回遊や消費に役立った。商店街としては、商店街のPRに役立ち、来街者や売上の増加に貢献した。結果として販路開拓への意欲を高めることができた。紙面に万博情報を掲載し、イベントにて「ミyakミyakを探せ」を実施することで、商店街および観光客の万博機運醸成に寄与することができた。								
		代表指標	商店街へのアンケートで、「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に（やや役立った）（役立った）」と評価した割合							
		数値目標	80%	実績数値	90.9%	目標達成度	113.6%			
	成果の代表事例	グーグルのクチコミにない、地元でしか入手できない情報を伝えており、観光案内所への配布が非常に喜ばれたほか、観光客に満足いただいており、再来訪・回遊の面で不可欠だったとの感想があった。中国簡体語、韓国語についてはHPのみでの提供となったが、アクセス解析によると閑空や海外からのアクセスもあり、大阪に訪れる前からのデータ収集に役立ったものと見られ、ミナミ地区に訪れてからのスムーズな回遊や目的地探しに効果があった。								
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	中国簡体語・韓国語に関してはWEBでの提供となったが、観光局でのチラシのほかは商店街や区役所HPでの広報となり、周知に限界があったと見られる。このため、予算内での広報活動が課題となる。								

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		大阪市東部商店街にぎわい創出事業								
想定する実施期間		2018 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	京橋地区をはじめとして都島区の商店街も2025年の大阪・関西万博に対する地域経済・産業の起爆剤としての期待が高く、機運醸成に向けたイベントを実施している。本事業は、2025年の万博開催にあわせて「京橋」が国内外からのインバウンドに受け皿となるよう、集客支援イベントなどを実施するとともに、地域の魅力・情報を発信するものである。								
	支援する対象 （業種・事業所数等）	都島区（京橋）の商店街地域を中心とした個店・小規模事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援者数 ＜販路開拓型＞ 本事業を通じて、2025年の大阪・関西万博に向けて機運を盛り上げていくとともに、参加店舗のみならず街の魅力を発信。 ○11月1日～11月30日（Webサイト公開：9月） 都島区の商店街、区役所、団体と連携し、大人が楽しめる！京橋オススメ体験」参加店舗の体験プログラム（フラダンス、居合道、ネイル、美味しいカクテルの作り方、英会話など）の開催を通じて、大阪屈指の東の繁華街「京橋」の魅力を発信し、にぎわい創出を支援した。（41店舗） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞								
		③市町村連携	実施商店街の近くの都島区役所と連携し、当イベント等を区報等で告知してもらい、地元への周知ができた。これにより、地域一体型のイベントができた。							
		④相談相乗	京橋エリアの商店街の各団体や事業者との距離が近くなり、各団体のお困りごと相談以外にも個店の各種相談を受け付けた。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	40.0	総支援企業数(実績)	41.0	支援実績率	102.5%	満足率	95.1%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	今年度も非常に良い反響を得た。本事業の参加を通じて、「新しいお客様が増えた」「知名度が上がった」「自店のサービスを考える良いきっかけとなった」等のポジティブな意見が多数占めた。また、ほぼ全ての事業者が「来年度も参加したい」「来年度は日数を増やす」「プログラムの内容をブラッシュアップする」など、意欲的な姿勢であった。京橋エリアの商店に、販路開拓の機運を醸成することができた。また、積極的な発信が重要であることを実感してもらえた。								
		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%		実績数値	92.7%		目標達成度	132.4%	
	成果の代表事例	参加事業者から「イベントの参加を通じてファンを増やすことができた」、「東京からお客様が来られ、そのままファンになってもらえた」、「自店の商品を見直すきっかけとなった」と販路拡大につながる効果を得たとの声が寄せられた。								
その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	昨年度に続き、非常に満足度の高い結果となった。昨年度よりもイベントが認知され、来客が増加した。しかしながら、まだ体験プログラムの参加がない事業所もあったので、より体験に来てもらいやすいプログラムにしてみようべく、募集時にプログラム構築のポイントなどを周知できるようにする。また、来年度は万博開催時期と期間を重複させ、イベントとの相乗効果で盛り上げる。								

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業							
想定する実施期間		2020 年度から 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	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、「財務・会計」「給与管理・勤怠管理」「販売・仕入れ・在庫管理」といった間接業務の負担軽減が不可欠である。小規模事業者などへ無料もしくは安価なアプリやクラウドサービスなどのIT導入を支援し、業務効率化と生産性向上による売上向上に寄与する。またIT導入補助金や小規模事業者持続化補助金を活用したデジタル化についても提案を行うため、ITに大きな投資ができない小規模事業者へのデジタル化の推進につながる。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	IT導入による業務の効率化や、ITを活用して新たな利益を生むビジネスモデルの構築を希望する中小企業・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<独自提案型> ○5支部の経営指導員がヒアリングシートを用いて、小規模事業者等のIT活用状況、問題点、経営課題などを把握し、支援ニーズを集めた。 ○ヒアリングシートをもとに、支援を希望する事業者に対しては、「IT・ビジネスアプリ導入サポートデスク」のコーディネーターが事業所を訪問、IT導入に向けての環境確認、優先課題の抽出を行った上で、現有人材や課題、コストなどを踏まえ、最適なアプリやクラウドサービスなどの提案と初期設定までの支援を行った。 ※実績：ヒアリングシート回答件数：274件、支援企業数：90社 アプリ導入件数：60社（81件）							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		④相談相乗	ヒアリングシートの実施先で支援を求める事業者については、面談時に小規模事業者持続化補助金やIT導入補助金も紹介し、アプリやクラウドサービス導入に係る経費の補助金申請については、本商工会議所の専門相談や支部で対応するなど、経営相談と本事業との相乗効果を図った。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	310.0	総支援企業数(実績)	364.0	支援実績率	117.4%	満足率	96.7%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	○同デスクでは、IT活用支援を推進し、90社を訪問・支援した。90社のうち、新たなアプリあるいはクラウドサービスを導入した企業は60社となったほか、勤怠管理や会計業務の効率化などの生産性向上を課題に同デスクを利用した企業が10社となった。全体では6割以上の事業者が今回の支援を機に、具体的な行動をとっている。 ○60社が実際に導入したアプリあるいはクラウドサービスの延べ件数は81件であった。 ○IT導入をした企業からは、HP改善やネット通販・SNSによる新規得意先の確保、業務の効率化・労働時間の削減につながったとの意見があった。							
		代表指標	IT導入に着手する事業者数						
		数値目標	60社	実績数値	90社	目標達成度	150.0%		
	成果の代表事例	○酒類卸・小売のA社は、販売管理や請求管理にデータ管理クラウドシステムを導入し、営業所や倉庫から管理するデータを共有・編集等ができるようになった結果、業務コストを大幅に削減できた。 ○生地卸のB社は、ホームページ運営を改善し新たにECサイトを立ち上げることで、これまでなかった新規問い合わせを、月1～3件受けられるようになった。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	本デスクでは、2025年度も引き続き、これらのIT支援を継続する。特に事務作業時間の削減やインボイス制度に対応する会計ソフトやクラウド会計の導入、人材採用難でのAIを活用した間接業務の効率化など、IT導入補助金や小規模事業者持続化補助金の活用も併せて、中小企業者の生産性向上に向けて総合的に支援していく。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	250.0	支援企業数(実績)	274.0	支援実績率	109.6%	満足率	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<IT導入状況についてのヒアリング> 自社のIT活用状況、IT活用の問題点、経営課題を把握するとともに、IT・アプリサポートデスクの活用の動機づけとした。							
		指標	「IT導入ヒアリングシート」の回収数						
		数値目標	250枚（社）		実績数値	274枚（社）		目標達成度	109.6%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60.0	支援企業数(実績)	90.0	支援実績率	150.0%	満足率	96.7%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<専門家によるIT導入支援> 請求処理と会計業務が連動したクラウドシステムの導入など間接業務の効率化やSNSを活用した販売促進の仕組み構築の実現に向けて着手した。							
		指標	IT導入に着手する事業者数						
		数値目標	60社		実績数値	90社		目標達成度	150.0%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業		地域活性化事業実績報告書
大阪商工会議所		
事業名	海外市場開拓支援事業	
想定する実施期間	2010 年度から	年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	国内市場の縮小の一方、東アジア地域包括的経済連携（RCEP）が発効したことによって、農林水産品や工業製品など幅広い分野で関税の削減や撤廃がなされたほか、日本が初めてEPAを結ぶことになった中国や韓国向けなど、海外取引が一層活発になることが予想され、海外市場に目を向ける企業が増加しており、中小企業もその例外ではない。しかしながら、資金・人的資源が限られる中小企業にとって海外事業の展開は容易に着手（拡大）できるとはいえない。また、オープンイノベーションをめざす中小企業にとって、先端技術を持つ海外の企業との連携機会を模索することも今後重要となるが、海外企業であるために企業情報や案件の探索が困難である。こうした事業者に対し、これまで日本企業の投資や貿易の相手国として関係が深いアジア地域を中心に、工業団地などへの視察団派遣、現地での展示会出展、日本への海外バイヤー招聘などを通じて海外ビジネス展開はもとより2次進出も含めて支援してきた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。
	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)) ※サプライチェーンの観点から中小企業にも取り組みが求められている、ESG、カーボンニュートラル関連の情報や経済安全保障などについても積極的に情報提供する。
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <販路開拓型> ①海外市場開拓プログラム 4月25日「日韓マッチング商談会」（3社） 6月26～27日「タイコスメ・美容製品商談会」（27社） 7月4日「『2024 OSAKA K-LIFESTYLE FAIR』商談会」（4社） 7月18日「台湾デジタル技術商談交流会」（5社） 9月25日～10月4日「第8回「大阪港 食の輸出セミナー＆商談会」」（16社） 11月13日「食輸出商談会2024～KIX AIRCARGO MEETING～」(9社) 3月4日、5日「グローバル・バイヤーズ英国編 オンライン商談会」（4社） 3月25日～27日「グローバル・バイヤーズ 欧州編 オンライン商談会」（8社） <人材交流型> ②海外視察会 8月19日「マレーシアオンライン視察会」（29社） ③海外ビジネス勉強会 5月17日「ホーチミン市投資促進セミナー＆商談交流会」（26社） 1月31日「日本・ウズベキスタン企業連携促進のためのビジネス交流会」（17社） ④海外ビジネスに関する個別相談 「EPA(経済連携協定)活用貿易相談」（900社） 「中国ビジネス無料個別相談」（34社） 「アセアン個別相談会」（20社） <人材育成型> ⑤海外ビジネスワンストップサービス事業 4月22日「中国経済展望セミナー「中国全人代政府活動報告から見る中国経済の変異」（52.5社） 4月25日「インバウンドと越境ECセミナー インバウンド対策基本のキ」（25.5社） 5月14日「インド人材セミナー」（54.5社） 5月17日「タイスタートアップ企業とのビジネスマッチング会」（5.5社） 5月20日「タイ投資促進セミナー」（13.5社） 5月30日「イラン・イスラエル衝突を巡る国際動向とビジネスへの影響」（47社） 5月31日「タンザニア投資セミナー」（20.5社） 6月12日「アメリカ進出支援セミナー ～インディアナ州の魅力～」（19社） 6月17日「インド投資セミナー」17.5社） 7月4日「バングラデシュビジネスセミナー兼バングラデシュ視察事前説明会」（19.5社） 7月9日「EPA利用勉強会 Vol.1入門編」（64.5社） 7月10日「アジア外国人材活用・共創フォーラム」（62社） 7月11日「アジアビジネスセミナー「中国・アジア地域における海外の支払い動向」」（21.5社） 7月16日「CES2025 JAPAN TECH 出展説明会（第1回）」（9社） 7月22日「日本式経営を実践するベトナム企業経営者とのビジネス交流会」（16社） 7月30日「マレーシア・オンライン視察プレセミナー」（43社） 7月30日「生成AIを用いた日本企業の海外展開（オンライン）」（59社） 7月31日「CES2025 JAPAN TECH 出展説明会（第2回）」（3社） 8月1日「農林水産物・食品輸出商談スキルセミナー2024 in 大阪」（13.5社） 8月6日「ミャンマー人材活用セミナー」（44.5社） 8月6日「EPA利用勉強会 vol.2実務編」（73社） 9月17日「2024年ベトナム進出支援セミナー」（28社） 9月24日「米国大統領選挙の行方と日本経済セミナー」（43.5社） 11月13日「食輸出セミナー2024～KIX AIRCARGO MEETING～」（4社） 12月5日「【アフリカビジネス勉強会 第1回】アフリカビジネスを知る」（35社）

		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	大阪産業局による大阪・関西海外ビジネス支援 大相談会において連携機会を設けた他、一部セミナーにおいては共催の上、事業を実施。また、相談案件を大阪産業局と共有し、同局キャラバン事業との連携を行った。同事業において、大阪産業局の各種事業紹介を行った。						
		②広域連携	参加募集にあたっては独自の広域的な関心企業リストなどを活用した。各種事業において、近畿経済産業局や大阪産業局からも案内を行い、府内企業を中心に幅広く広報活動を行った。また、食輸出関連事業については、関西エアポートをはじめ、共催・協力団体とともに、メールやHPIにて幅広く参加企業を募集した。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	1,399.0	総支援企業数(実績)	1,896.5	支援実績率	135.6%	満足率	96.7%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	セミナーから勉強会、商談会、現地視察会（オンライン）、個別相談会とこれまで海外ビジネスに取り組んだことのない企業が実際に海外ビジネス・展開に取り組めるよう、流れを持って各事業を企画。特にビジネスの種を探す企業が多い中で、商談会については、フィジカル及びオンラインでの開催や、海外バイヤーとの商談機会だけではなく、海外販路を持つ日本人バイヤーとの商談機会を設けることで、輸出経験のない企業からも、今後積極的な海外ビジネスへ取り組んでいきたい、といった声が聞かれた。また、具体的な成果につながった、といったコメントを複数聞くことができるなど、各社が今後の事業展開を行う一助となるような事業を実施することができた。個別相談会に参加した企業からは、自社が保有する課題に対して有用なアドバイスを受けることができた、といった声が聞かれた。							
		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%	実績数値	93.0%	目標達成度	124.0%		
	成果の代表事例	○食輸出商談会においては、シンガポール・香港のバイヤー企業が同商談会におけるBtoBミーティングを通じて、生鮮品等の食品を発注した。 ○EPA利用勉強会では、初心者でも実用的に使えるような内容でわかりやすかった、実際に起こった例の説明によっても理解できた、といった感想が寄せられた。 ○アセアン個別相談では、ベトナムでの売上増加に向けた取り組みについて相談企業の状況を踏まえた上で、アドバイスを行い、次の取り組みの選択肢として検討してもらうこととなった。							
その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	○各社が人材不足に悩む中、社業多忙のため、各種イベントへの参加へのハードルが高くなっている。参加がしやすいよう、オンラインでのイベント開催に積極的に取り組んでいるが、リアルな形での開催希望も根強くあり、より参加者の希望する開催方法に沿った形で実施していく。また、万博にあわせて来販する視察団も多く見込まれるため、大阪企業とのビジネス交流が進むよう、上手く取り組みを進める。 ○RCEPをはじめとした各種貿易協定は、作成プロセスの煩雑さや現地税関等とのトラブルリスク等から敬遠している企業もあるため、個別に相談対応し、具体的にどう取り組みを進められるのか、メリットと手間を理解してもらいながら、活用を検討できるよう促す。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	65.0	支援企業数(実績)	76.0	支援実績率	116.9%	満足率	92.1%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<①海外市場開拓プログラム> 商談後、「今後取引につながりそうな商談ができたので、自社商材のブラッシュアップや価格競争力・交渉力の強化など、販路開拓に向けて引き続き前向きに取り組む」といった声をはじめ、成約に至らず、バイヤーとの情報交換程度にとどまった企業からも、次の取り組みにつながる情報を得られた、といったフィードバックがあった。							
		指標	商談件数						
		数値目標	100件		実績数値	118件		目標達成度	118.0%
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度

実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	29.0	支援実績率	145.0%	満足率	96.6%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	②海外視察会 「SNSを使用し情報収集が弊社にとって今できることであると明確になりました」「経費の面などから、なかなか訪問することが難しいので、このような機会はとてもありがたい」といった声が寄せられるなど、多くの企業にとって次の一手につながる情報提供を行うことができた。							
		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%	実績数値	96.6%	目標達成度	128.7%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	35.0	支援企業数(実績)	43.0	支援実績率	122.9%	満足率	95.3%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	③海外ビジネス勉強会 ウズベキスタン企業経営者とのビジネス交流会への参加企業からは、「生の声が聴けて貴重な機会と思います」「各ブースの設置、展示の内容が分かりやすかった」、ベトナム企業経営者（ホーチミン市）とのビジネス交流会では「現時点での商談はありませんが、ベトナム進出ご希望の当行お客さまと将来的にマッチングができればと思います」といった声が寄せられ、海外ビジネス展開を行う上で有益な機会を提供することができた。							
		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%	実績数値	97.7%	目標達成度	130.2%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	605.0	支援企業数(実績)	954.0	支援実績率	157.7%	満足率	99.0%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	④海外ビジネスに関する個別相談 相談企業は、相談員やアドバイザーから提供されたアドバイスや情報などをもとに、海外ビジネスに関する課題の解決を図ることができるようになった。							
		指標	アンケートにおいて、アドバイスや情報などを課題の解決に活かすと回答した企業の割合						
		数値目標	75%	実績数値	99.1%	目標達成度	132.1%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度⑤	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	674.0	支援企業数(実績)	794.5	支援実績率	117.9%	満足率	94.3%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	⑤海外ビジネスワンストップサービス事業 オンライン及び会場にて開催したセミナーを通じて、中小企業の海外市場開拓や海外ビジネスの円滑化を進めるための一助となった。							
		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%	実績数値	93.0%	目標達成度	124.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		大阪勤業展							
想定する実施期間		2010 年度から 年度まで ※複数年度段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	中小企業の今後のさらなる成長を促すために提携先開拓による新たな事業分野への進出や販路拡大が肝要となる。本展示商談会は、展示商談会への出展経験が少ない事業者を中心に、普段出会う機会のない他業種の企業との商談や情報交換をフェースツーフェースで行う機会を提供し、販路拡大や異業種間での交流を促すことで、地域経済の活性化に資する。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内の中小企業（企業間取引などを希望することが前提のため、出展者は小売業などは除く）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ＜販路開拓型＞ ○多業種型総合展示商談会「大阪勤業展2024」（344社） 会期：10月16日・17日 会場：マイドームおおさか 1～3階展示ホール 出展者数：359企業・団体（大阪府外・大企業を一部含む）							
		大阪府内全ての商工会議所・商工会と協力して出展者を4月下旬～6月上旬に募集。主催・共催団体による出展選考会を経て出展を決定。大阪勤業展を開催した3か月後には、出展企業に対して、商談成約件数・商談成約合計金額をたずねるフォローアップ調査を実施した。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		②広域連携	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・来場促進を行った。						
④相談相乗	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。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	300.0	総支援企業数(実績)	344.0	支援実績率	114.7%	満足率	76.2%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	開催後3か月時点で実施したフォローアップ調査によると、合計346件（全1,773商談の約19.5%。前回は366件）の成約を果たし、その金額は合計で約8,180万円（前回は1億7401万円）である。また、約24.3%が「問合せ・来店・HP閲覧数が増えた」と回答しており、本事業が、出展企業の売上・販路の拡大に貢献している点がうかがえる。なお、出展者の約40.5%が「他社の新製品・商品・技術・事業への取り組みを知ることができた」、約25.1%が「材料仕入先・加工外注先を探すことができた」と回答するなど、売上や販路の拡大など所謂「売り案件」のみならず、付随的に「買い案件」の開拓や情報収集などの面でも、本事業が役に立っている点がうかがえる。また、約39.9%が「販路拡大イベントへの参加意欲が増した」、約31.0%が「製品・商品・サービスを改良する意欲が増した」と回答するなど、出展企業の人材育成や士気向上にも寄与している点が確認できる。							
		代表指標	商談件数						
		数値目標	2,600件	実績数値	1,675件	目標達成度	64.4%		
	成果の代表事例	成約金額が大きい事例として、F社が生産管理ソフトの受注成約で1,300万円。 成約単価が低いものの、成約件数が多い事例として、K社が看板施工・印刷物・製作物全般ステッカーの受注27件で約50万円。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）	20,000	目標値（実績）	16,387	目標達成度	81.9%		
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	課題：来場者数の更なる増加。商談成約件数・商談成約合計金額の増加 対策：大阪府内の各商工会議所・商工会へチラシ・DMなどのさらなる広報協力を依頼する。集客広報方法を行うにあたって、購買・調達担当者の目に触れるような引き続き検討し、実施する。							

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業										地域活性化事業実績報告書	
大阪商工会議所											
事業名		大手流通業等への販路開拓支援事業									
想定する実施期間		2015 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること									
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	中小・小規模の製造業、卸売業者が、大手流通業と商談を行う機会は限られている。本事業の実施により、多数の大手流通業のバイヤーと効率的に直接商談をし、かつ自社商品についての意見やアドバイスを聞くことができる機会を提供し、販路の拡大や自社の商品開発力の向上を支援する。									
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大手流通業などと取引を望む中小企業・小規模事業者（製造業、卸売業）									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ＜販路開拓型＞ ①第28回買いまっせ！売れ筋商品発掘市 開催日：11月14日 会 場：大阪府立体育会館 ＜売り手企業＞全国47都道府県から669社993人名参加、うち支援企業数270社 ＜買い手企業＞82社（百貨店11社、スーパー15社、通信販売16社、生活協同組合6組合、コンビニエンスストア2社、ホームセンター3社、専門店など19社、外食・ホテル8社、海外企業2社 ＜成果＞商談件数5,923件。うち、商談継続・成約可能性あり件数1,408件 ②ザ・ベストバイヤーズ、ザ・ライセンスフェア 6月21日 オーケー編（14社） 7月5日 サミット編（12社） 7月10日 ニッセン編（17社） 7月11日 アピデ編（14社） 7月17日 エディオン編（36社） 7月25日 東海テレビ事業編（14社） 7月26日 南海フードシステム編（7社） 7月29日 せのや編（44社） 8月5日 JR西日本デイリーサービスネット編（12社） 9月6日 エキ・リテール・サービス阪急阪神・神戸高速鉄道編（3社） 10月9日 近鉄リテリング編（17社） ＜成果＞商談件数244件。うち、商談継続・成約可能性あり件数106件 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞									
		②広域連携	本商工会議所機関紙、大阪府内企業へのメルマガでの案内、各種セミナーでの案内状配布。 D－FAX、WEB-FAXシステム活用による大阪府内企業への案内。 「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」等販路開拓事業に参加した企業へのDM送付。 在阪の各県事務所へのPR依頼。全国の商工会議所、商工会への同事業のPR依頼。								
		④相談相乗	相談支援先に商談会への参加を勧めることで、販路開拓支援のひとつとした。								
		計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	480.0	総支援企業数(実績)	460.0	支援実績率	95.8%	満足率	95.4%	
事業全体の実績／目標達成度		目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	全国各地からのべ1,086社の参加申込があり、買い手企業による事前選考の結果などから913社が実際に商談に参加した。うち支援企業数は460社。支援企業のうち439社(95.4%)が「満足・やや満足」と回答。21社(4.6%)が「やや不満・不満」と回答した。参加企業全体のアンケートでは「事業に役立った」と回答した企業は877社(96.1%)あった。一方、バイヤーは全参加バイヤーのうち95.8%が「満足・やや満足」と回答した。								
	代表指標		全商談件数（大阪府外の企業も含む）								
	数値目標		5,000件	実績数値	6,167件	目標達成度	123.3%				
	成果の代表事例	各商談会開催当日の商談総数6,167件のうち1,514件が商談継続・成約の可能性ありとの回答を得ることができ、総商談数の24.5%が今後の販路開拓につながる可能性があった。また実際に大手スーパーや、通販会社と参加売り手企業との成約事例もあった。									
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度					
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	引き続き販路拡大を目指す大阪府内の売り手企業にとって魅力的な流通業バイヤーを招請する。また、商談会に参加するバイヤーの7割が専門商社が必要としている中、専門商社との取引がない売り手も多い。そこで、専門商社をバイヤーとして招聘する「ザ・ベストバイヤーズ」を行うことで、新規販路拡大支援に注力する。流通業以外にも商談希望が強い買い手企業(宿泊・サービス・外食等)があれば、仕入れ担当者を招いての商談会を行う。また、各企業からのバイヤーについてはできる限り参加バイヤー人数の確保・仕入方針や仕入れ商材を具体的に明らかにするよう協力を仰ぎ、商談の質の向上に努める。									

大阪商工会議所

事業名		MoTTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム
想定する実施期間		2017 年度から 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大企業と中小企業、大学や研究機関などがチームを組み、材料・部材や要素製品、さらには機器間を制御するシステムなど互いの優れた技術・ノウハウを結び付けるビジネスマッチング方式の共同開発をめざす。分野を限らず、幅広い分野において、ハイエンド技術の開発、製品の創出を目指す“開発型プラットフォーム”としての機能を高める。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	オープンイノベーションによる新規製品・技術開発をめざす事業所など
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数</p> <p><人材育成型></p> <p>(1)オープンイノベーションセミナー</p> <p>7月20日「中堅・中小企業のためのオープンイノベーション促進セミナー」(38.5社)</p> <p>12月19日「中堅・中小企業のための技術提案力向上セミナー」(17.5社)</p> <p>(2)技術ニーズマッチング 技術ニーズ説明会</p> <p>7月9日「MoTTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム 技術ニーズ説明会 ～【2社登壇】大阪ガスと椿本チエイン～」(93社)</p> <p>12月6日「MoTTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム 技術ニーズ説明会 Withローム」(42.5社)</p> <p>(3)技術シーズ商談会 技術シーズ説明会</p> <p>11月28日「第1回技術シーズ商談会」(25.5社)</p> <p>1月27日「第2回技術シーズ商談会」(35社)</p> <p>(4)海外シーズマッチング会 技術シーズ説明会</p> <p>12月17日「海外シーズマッチング会」(17社)</p> <p><販路開拓型></p> <p>(1)技術ニーズマッチング ビジネスマッチング会</p> <p>9月下旬「大阪ガスとのビジネスマッチング会」(5社)</p> <p>「椿本チエインとのビジネスマッチング会」(5社)</p> <p>2月中旬「ロームとのビジネスマッチング会」(3社)</p> <p>(2)技術シーズ商談会 個別商談会</p> <p>1月中旬「リコー・ネクスファイ・テクノロジーとの個別商談会」(2社)</p> <p>3月中旬「第2回 三菱ケミカルとの個別商談会」(1社)</p> <p>(3)海外シーズマッチング会 個別商談会</p> <p>2月下旬「クラフトブロックとの個別商談会」(1社)</p>
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>
	①府施策連携	(局-3：ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業) 大阪産業局MOBIO事業部と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報に協力を得た。大阪府主催の事業「セミオープン型オープンイノベーション」(大阪府産業創造課が主催、大阪商工会議所が共催)への参加者や関係者に対して、本事業を紹介してもらうなど、両者の事業を相互広報する形で連携を行った。
	②広域連携	MOBIO・大阪府産業創造課のネットワークを利用して広報を行ったほか、府内金融機関・支援機関(大阪産業局他)・業界団体等に「協力支援機関」として登録してもらい、メール配信やチラシの配布など関係企業への広報協力を依頼した。また、共催している府内の各商工会議所ネットワークを生かした広域での広報(チラシ、メール等)を行った。

事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	510.0	総支援企業 数(実績)	286.0	支援 実績率	56.1%	満足率	94.5%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化 させることができたか)	今年度の技術ニーズ説明会では、第1回・第2回ともに初登壇の大企業に参加してもらうことで、新規参加者の獲得や、中堅・中小企業にとって新たな協業の機会を創出できるよう支援した。また、技術ニーズ説明会当日にフォーラムの座長によるオリエンテーションを行うことやエントリー受付期間中にセミナーを開催し、技術提案時のポイントや知財の取扱いにおける留意点を紹介してもらうことで、中堅・中小企業の技術提案力とマッチング率の向上とオープンイノベーションの促進を後押しした。技術ニーズマッチングのビジネスマッチング会では、のべ支援企業13社の個別面談をアレンジした。技術シーズ商談会/海外シーズマッチング会においては、説明会にはのべ77.5社の支援対象企業が参加し、個別商談会では支援対象企業4社の商談をアレンジした。							
		代表指標	商談マッチング（引き合わせ）数						
		数値目標	60件		実績数値	22件		目標達成度	36.7%
	成果の代表事例	技術ニーズマッチングでは、年間を通して延べ282人（対象外も含む）が説明会に参加、延べ79件のエントリーがあり、47件の面談を行った。技術シーズ商談会/海外シーズマッチング会では、年間を通して延べ246人が説明会に参加、延べ13件のエントリーがあり、12件の商談を行った。							
その他目標値の実績	目標値 (計画)				目標値 (実績)			目標達成度	
実 施 結 果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	○技術ニーズ説明会は、新たな参加者層を獲得するため、初登壇企業の探索を続けた結果、2社の登壇が叶った。新たな取引先を求める中小企業からの参加者は昨年よりも増えたものの、情報収集を目的とした公的機関・支援機関の参加も多く、支援対象数の目標値には届かなかった。次年度以降は、支援機関に対して”府内に拠点を持つ中小企業”を紹介してもらうよう協力依頼を強化する。 ○技術シーズ商談会等では、新たな取り組みにより参加者数は増加したが、府外や大企業の参加も多く目標未達となった。次年度は適切な技術シーズ選定や効果的な広報、関係機関との連携強化、きめ細かいフォローアップにより、府内中小企業の参加と提案を促進する。 ○オープンイノベーションセミナーは、技術ニーズ説明会と同時期から広報を開始し、広報期間を長くしたほか、ハイブリッド形式で開催するなどの工夫を行ったが、支援企業数の目標値には届かなかった。次年度は、技術ニーズ説明会との連動をより一層意識して広報を行う。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	450.0	支援企業数(実績)	269.0	支援実績率	59.8%	満足率	94.1%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	＜人材育成型＞ 技術ニーズ説明会では、年間を通して延べ282人が説明会に参加、技術シーズ商談会では、年間を通して延べ257人が説明会に参加し、ほとんどの参加者が自社技術の用途開発を検討するうえで参考になったと回答した。							
		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%	実績数値	95.7%	目標達成度	112.6%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60.0	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	28.3%	満足率	100.0%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	＜販路開拓型＞ 技術ニーズ説明会では、延べ79件のエントリーがあり、延べ47件が面談に進んだ（うち、支援対象企業の面談は13件）。 技術シーズ商談会では、延べ13件のエントリーがあり、延べ13件が面談に進んだ（うち、支援対象企業の面談は4件）。							
		指標	商談マッチング（引き合わせ）数						
		数値目標	60件	実績数値	17件	目標達成度	28.3%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		大阪クリエイティブフェア							
想定する実施期間		2013 年度から 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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。							
	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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><ハンズオン型> 6月下旬 出展者募集 8月20日 1次（書類）審査 9月6日 2次（現物）審査 9月17日 出展者個別面談（近鉄百貨店から大手百貨店で販売する上で必要となる商品表示や価格表示、販売商品選択、陳列、什器備品、関連法規、品質規格・表示管理基準等に関する支援・助言）など 11月6日～11日 近鉄百貨店あべのハルカスにて開催（一般消費者への販売行為。一般客、専門事業者からの反応を確認する機会、意見を直接聞く機会、会社のPRの機会、従業員の士気向上・人材育成の機会の提供）</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	(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）） 2022年度より出展料無料となる大阪府の認定企業を「大阪製ブランド」「大阪産(もん)」「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」「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」に拡大しており、(公財)大阪産業局MOBIO事業部及び大阪府の協力のもと、大阪製ブランド認定事業者等、該当事業者に案内した。						
		②広域連携	大阪府内の商工会議所・商工会の会員も出展料を無料とし、協力を依頼したほか、府内のリビング関連メーカーへの案内、デザイン関連団体などに加盟企業への周知を依頼した。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	24.0	総支援企業数(実績)	30.0	支援実績率	125.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	○BtoCの催事であるため、出展者及び近鉄百貨店とも売上金額が大きな関心事項。 今年度の総売上は税込み8,600,863円（出展企業数33社。1社平均:約26万円）※支援企業に限れば、7,982,883円（支援企業数30社。1社平均:約26.6万円）。昨年は総売上5,912,247円（出展企業数28社。1社平均:約21.1万円）、※5,600,892円（支援企業数27社。1社平均:約20.7万円）。 ○今後の取引の信用力となる百貨店での催事出展・納品実績を得た。 ○対面販売から消費者のニーズや接客技術を学ぶ良い機会となった。 ○出展者間での交流から今後連携による新商品開発や販路開拓などに発展した。							
		代表指標	売上合計						
		数値目標	460万円		実績数値	798万円		目標達成度	173.5%
	成果の代表事例	○出展企業の声 【A社】初出展であったが、接客技術や効果的な販売方法などノウハウ蓄積の貴重な機会となった。会期中だけでなく出展に至るまでの過程でも多くの学びがあり、現時点での課題も認識できたため、とても有意義であった。またバイヤーからの声掛けもあったことから販路拡大の絶好の機会となった。 【B社】百貨店の催事出展は初めてであったが、百貨店担当者より効果的な展示方法などの助言もあり、毎日レイアウトを少しずつ変更してお客様の反応を見るなど、百貨店での販売について多くの学びになった。 【C社】お客様から既存商品の改善要望点など様々な意見を聞くことができ、今後の商品企画の参考になったとコメントがあった。また近鉄百貨店外商担当より声掛けがあり、販路拡大に繋がった。							
その他目標値の実績	目標値（計画）	1,700件		目標値（実績）	2,105件		目標達成度	123.8%	
	商品購入件数								

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>○出展企業の募集 2024年度の応募数は前年度に比べて同等であったが、新規の応募企業が大幅に増加した。また審査を通過した企業も昨年度を上回り、過去最高の出展者数となった。引き続き、(公財)大阪産業局MOBIO事業部及び大阪府との連携はもとより、府内の商工会議所、商工会やプロダクトデザイナー、専門学校等に協力をお願いするほか、リビング関係の展示商談会等に出向き、魅力ある企業の発掘に努める。</p> <p>○集客 ワークショップの人気は高く集客効果もあるが、体験場所が売り場とは別途必要となるため、売り場面積の割り当て上、百貨店が難色を示すことが多い。百貨店の許可を得られるよう実現に向けて積極的に働きかける。併設催事についてもより集客が見込まれるものとなるよう百貨店側に働きかける。またInstagramの運用をしており、募集案内から出展者情報まで発信している。引き続き、SNSでより効果的な情報発信を行うことができるよう各出展者とも連携を取っていく。</p> <p>○大阪らしさ 大阪製ブランド等との連携を一層強化する。次年度以降も大阪府認定企業(大阪製ブランド、大阪産、大阪商品計画、大阪の伝統工芸品、地域ブランド商標登録商品)に対する出展料無料のインセンティブの継続を検討する。</p> <p>○売上拡大 催事の展開面積が前年度より広がったことにより出展者数も増加となり売上も増加したので、今後も売り場面積を多く提供してもらうことと、客導線から大きく外れる売り場が発生しないよう百貨店に働きかける。また、デザイン性やクオリティの高い商品は価格も高めなものが多く購入に至らないことも多いため、価格も考慮し、購入しやすい実用的な商品の品揃えを働きかける。</p>
------	--	--

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業				地域活性化事業実績報告書	
大阪商工会議所					
事業名		デザイン経営による自社商品開発支援事業			
想定する実施期間		2018 年度から 年度まで ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	中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。			
	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」などの課題がある中小企業・小規模事業者			
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 「デザイン経営」「自社商品開発」に精通したクリエイティブ・ディレクターを講師・コーディネーターとして、以下の通り「先行事業者によるセミナー・交流会」（1回）、「新商品開発ゼミ」（全4回）、「成果発表・マッチングイベント」（1回）を開催した。 ＜人材交流型①＞ ○セミナー・交流会 8月23日「熱量と共創とデザインにより新商品開発の壁をどう乗り越えたのか ものづくり企業のためのブランディングセミナー」（54社）、大阪産業局デザイン活用支援oidc主催「個別デザイン相談会」へのつなぎ（7社） ワークショップ、登壇者を交えた交流会 ＜人材交流型②＞ ○新商品開発ゼミ 第1回9月20日「自社分析」、第2回10月25日「自社の立ち位置確認」、第3回11月15日「コンセプト立案」、第4回12月13日「事業・商品の計画」（28社）、個別デザイン相談会へのつなぎ（11社） 各回テーマに沿った課題に取り組み、講師と参加者に発表しアドバイスを得る。大阪産業局デザイン活用支援oidcの事業紹介。 ＜人材交流型③＞ ○成果発表・マッチングイベント 1月24日「新商品開発ゼミ～Session大阪～ 成果発表会＆交流会」（36社） 「新商品開発ゼミ」にて、新商品開発に取り組んできた事業者から選抜された6社が、これまでの成果を新商品プランとして発表し、バイヤーなどのゲストからアドバイスを受けた。また、デザイン経営やブランディングに関心のある事業者も招き、交流の場とすることで、コラボレーションによる新たなアイデアや事業創出を目指した。 ＜独自提案型＞ ○商業施設や大規模展示商談会への出展支援＞ 11月23日、24日 なんばマルイ 2月12日、13日、14日 東京インターナショナル・ギフト・ショー（計6社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞			
		①府施策連携	（商-20：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） 大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、本事業参加者に対して、デザイン活用支援oidcから事業の紹介を行い、大阪府の施策普及に努めた。また、本事業の全参加者のうち18社をデザイン活用支援oidc主催の「個別デザイン相談」へつないだ。		
②広域連携		本商工会議所のメールマガジンやホームページなどでの開催告知するとともに、大阪府、大阪産業局デザイン活用支援oidcなどとの連携によりメールマガジンにて配信し、大阪府内全域の企業やスタートアップから参加を募った。			
	④相談相乗	本事業参加中あるいは参加後の新商品開発に関する個別相談に対しては、新事業開発の専門相談窓口につなぎ応じることによって、相談事業と連携した。			

事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	125.0	総支援企業数(実績)	124.0	支援実績率	99.2%	満足率	94.4%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	○支援企業124社のうち、アンケートで「セミナー・交流会・ゼミで得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つ/やや役立つ」と回答したのは117社で、全体の約94%が役立つと回答した。 ○新商品の開発・販売に向け、「デザイン活用」について知識を深めるとともに、その方向性や可能性へのヒントをつかみ、デザイン性に優れた商品の企画・開発および販売促進を通じた経営改善に向けた意識の啓発ができた。 ○新商品開発ゼミに参加した企業のうち9社は自社商品開発に向けて具体的に行動し、うち3社は具体的な新商品化に至り、ギフトショーに出展した。							
		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%	実績数値	95.1%	目標達成度	118.9%			
	成果の代表事例	○卸売業（表具等）のA社は、伝統的な素材や技術とデザインを掛け合わせ、現代的な生活スタイルやそのような商材を取り扱う業界に提案するため、BtoC向けの商品開発を進めている。 ○卸売業（食肉）のB社は、本事業で得た情報やバイヤー、支援機関からのアドバイスを取り入れ、自社オリジナルのBtoC向けの商品開発とブランディングに取り組んでいる。 ○サービス業のC社は、新規事業としてお香の製造を開始、新商品開発ゼミを通して新商品の改良を行い、今回東京ギフト・ショーに初出展したことで、海外バイヤーを含む10社から引き合いがあり、現在商談を進めている。							
その他目標値の実績	目標値（計画）	800社	目標値（実績）	500社	目標達成度	62.5%			
	出展企業の名刺交換数								
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	○新商品開発ゼミに目標値以上の参加があったものの、セミナー・交流会形式の回の支援企業数は少なかったため、具体的に商品開発に取り組もうとする前段階の事業者の取り込みに工夫をする。また、外部出展時にブースに来訪はあったものの、名刺交換にまで至らない案件が多かったため、来年度は参加者に展示会での営業活動の進め方についてのフォローを行う。また、セミナーや交流会で、今まさに新商品開発やリブランディングに取り組む事業者の声や交流の機会を提供することで、より新商品開発への意欲を高める。 ○今年度のゼミ参加者で、現在、自社の新商品開発に向けて取り組む事業者9社については引き続き、伴走支援を行い、商品開発からプロモーション、販路開拓までを一貫して支援できる体制を整備する。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60.0	支援企業数(実績)	54.0	支援実績率	90.0%	満足率	92.6%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<セミナー・交流会> 「開発までにどのような課題を洗い出していくべきか等、今後何をすべきか明確になった」「ワークショップで他社と話すことが出来たのが良かった」「ブランディングの考え方、進め方、アウトプットのかたちなどが勉強になった」といった感想があり、セミナー・交流会で得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進につなげることができた。							
		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%	実績数値	94.4%	目標達成度	118.1%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	28.0	支援実績率	140.0%	満足率	96.4%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<ゼミ（ワークショップ）> アンケートによると、「自社商品×生活×感性などのかけ算を考えていくことの重要性がわかった」「ユーザーイメージをまとめる内容の課題が今後の方針の参考になった」「他業種との意見交換が役立った」「受講生とのコラボ商品を検討している」といった感想があり、ゼミで得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進につなげることができた。							
		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%	実績数値	96.4%	目標達成度	120.5%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	36.0	支援実績率	90.0%	満足率	94.4%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<新商品企画発表・マッチングイベント> アンケートによると、「参加したことで成長できたと感じた。学びを自社に持ち帰り今後に活かしたい」「バイヤーからのコメントが的確で、自社だけではなく他社へのコメントも自社に置き換えて使える」「発表の機会と貴重な意見をもらったので、この企画をさらにブラッシュアップしたい。今後の開発に非常にプラスになった」といった感想があり、今回得たフィードバックや人脈を役立てることができた。							
		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%	実績数値	97.2%	目標達成度	121.5%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	5.0	支援企業数(実績)	6.0	支援実績率	120.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<個別支援・出展支援> アンケートによると、「普段出会うことのない企業や小売店の担当者にコメントがもらえた」「資料作りやブースデザインなど、出展に至るまで細やかなサポートがあった」「商品に関してさまざまな生の意見や感想を感じ取れたことは大きな成果だった」といった感想があり、個別支援により商品化や既存商品の改良を行うことができた。							
		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	5社	実績数値	6社	目標達成度	120.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		課題解決型マッチングフェア								
想定する実施期間		2024 年度から 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	脱炭素、デジタルトランスフォーメーション（DX）、事業承継・M&A、人材雇用、技術・知財、販路拡大などの課題に中小企業が対処するためには、士業に代表される専門家のみならず、公的機関・大学・企業・団体などの様々な支援機関の支援サービスを活用することが効果的である。そこで、多種多様な中小企業の課題解決を図る支援機関が一堂に集結してブースを構え、中小企業へ具体的なアドバイスをフェースツーフェースで行う機会を提供し、活用を促進、経営課題の解決を支援する。								
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内の小規模事業者・中小企業								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ＜人材交流型＞ 3月11日「課題解決型マッチングフェア」（164社） 海外進出、脱炭素、DX、事業承継・M&A、人材雇用、技術・知財、販路拡大など多種多様な中小企業の課題解決を図る34支援機関・連携企業が一堂に集結してブースを構え、フェースツーフェースで中小企業へ具体的にアドバイスした。								
		＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞								
		②広域連携	大阪府、大阪信用金庫などに開催広報を協力してもらうとともに、本商工会議所のウェブサイトやメールマガジンなどを通じて、大阪府内からの参加を募った。これらにより大阪市域外（大阪府内）から85社の参加が得られた。							
	④相談相乗	希望する参加者を支部の経営相談支援や経営相談室の専門相談支援につないだ。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	180.0	総支援企業数(実績)	164.0	支援実績率	91.1%	満足率	98.2%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	○課題解決型マッチングフェアの参加者が「自社の経営課題の解決策となり得る具体的な方法を得た」とした回答割合は99.4%。「今後の事業運営に役立てたい」、「今後の経営に役立てたい」、「今後さらに情報収集を行いたい」と回答した企業が164社中163社であった。 ○中小企業は、単に生き残るだけでなく、持続的な成長を実現するために、新たなビジネスモデルの構築や、既存事業の革新といった、より積極的な取り組みが求められている。課題解決型マッチングフェアをきっかけに、自社の課題解決に向けて、積極的に行動を起こすきっかけとなった。								
		代表指標	アンケートにおいて、マッチングフェアで自社の経営課題の解決策となり得る具体的な方法を得たと回答した割合							
		数値目標	80%		実績数値	99.4%		目標達成度	124.2%	
	成果の代表事例	ベトナムでの日本式そろばん教室の進出事例を紹介し、オンライン面談設定を打診した結果、A社の海外進出に向けた具体的な相談につながった。ベトナム駐在員と連携し、販売先候補の探索および海外送金に関する情報提供を実施した結果、B社への海外展開に向けた具体的な支援につながった。上海駐在員事務所から従業員教育にかかる支援機関を紹介した結果、C社の海外拠点の課題解決に貢献できた。								
	その他目標値の実績				目標値 (実績)				目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	本フェアに参加することで、以下のメリットを得ることができる。 1.専門家からの具体的なアドバイス 2.新たなビジネスパートナーとの出会い 3.最新のビジネス情報収集 課題解決型マッチングフェアを、今後も継続的に開催していくことで、中小企業の成長を支援するプラットフォームを構築する。また、地域経済の活性化にも貢献できるよう、他の金融機関や行政機関とも連携し、より幅広い支援体制を築く。								

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		町工場ネットワークの構築事業								
想定する実施期間		2012 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	小規模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①ものづくりベンチャーのアイデアを形にする活動を促すとともに、②下請け事業所がメーカーを志向するために必要な情報提供や、交流会を行う。								
	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事業所								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ＜人材育成型＞ 8月9日 AI活用セミナー（9社） 2月18日 空圧動力の活用セミナー（12社） 経営課題に資する情報を提供した。 ＜人材交流型＞ 8月3日 西部エリアものづくり企業による「大正ものづくりフェスタ2024」出展・運営（18社） 11月20日ものづくり企業の価値創出のための交流会（47社） 共通の経営課題を軸とした情報交換の場を提供し、相互交流を促進した。 ＜販路開拓型＞ 6月18日 ものづくり加工ネットワーク強化交流会（38社） 2月20日 ものづくり加工ネットワーク強化交流会（26社） ものづくり企業（町工場）を対象として、事前に配布した自社の特徴を記したエントリーシートを基にFace to Faceでの情報交換、協業の促進、取引拡大を支援した。								
		＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞								
		②広域連携	メールにて大阪府内事業所への開催告知をしたほか、大阪市外で活動する機械金属加工グループや大阪信用金庫の協力を得て、東大阪市、門真市、八尾市など、大阪市外の機械・金属加工を営む事業所が集積する地域から参加を得た。							
		④相談相乗	取引拡大に伴う経営改善、事業計画の策定、事業再構築補助金申請、製品開発の伴走支援を希望する参加者に対して支援を行った。また、人材育成、生産性の向上など各社の状況に応じた情報提供、支援を実施した。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	105.0	総支援企業数(実績)	150.0	支援実績率	142.9%	満足率	99.3%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	人材交流型においては、今後の人脈づくりや課題解決のための情報を得ることができたなど、高い満足度を示すコメントが多く見られた。販路拡大型においては、のべ83件の商談が行われ、参加者から「取引につながった」「可能性あり」との回答を得ており、受発注取引先の拡大に寄与した。								
		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	80%		実績数値	100.0%		目標達成度	125.0%	
	成果の代表事例	ものづくり加工ネットワーク強化交流会の参加者から「新しいネットワークを築くことができた」「お互いの強みが活きるマッチングができた」「異業種の方との情報交換ができた」との声が寄せられたほか、A社に事後訪問したところ、交流会参加後に参加企業より仕事の問い合わせを複数受け、厳しい経済環境下において案件の照会を受ける機会となったことを喜んでいた。今後の事業展開に期待が持てる状況となっている。								
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	ものづくり加工ネットワーク強化交流会において、もう少し新規の参加者が多ければという声も聞かれたほか、「具体的に話をする時間を設けて欲しい」との意見もあった。次回開催時は広報、プログラム運営方法を検討し、引き続き満足度の高い交流会を実施する。今後も販路拡大につながるように本交流会をブラッシュアップしていく。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	105.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<人材育成型> A I というビジネス上で話題のテーマや空圧動力という製造現場では欠かせないテーマに対し、同じ地域で操業する同業種（機械金属加工業）が集まって、自分ごとに落とし込めるようディスカッションすることで身の丈に合った知識の習得と取り組むきっかけを提供できた。参加企業からは、「たいへんわかりやすく、理解できた」との意見をもらい経営改善の一助になった。							
		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%	実績数値	38.1%	目標達成度	47.6%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	65.0	支援実績率	162.5%	満足率	98.5%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<人材交流型> 対象業種を機械・金属加工を営む事業所に限定して事業を実施したことで、今後の人脈づくりや課題解決のための情報を得ることができたなど、高い満足度を示すコメントが多く見られた。							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	64.0	支援実績率	142.2%	満足率	100.0%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<販路開拓型：ものづくり加工ネットワーク強化交流会> 対象業種を機械・金属加工を営む事業所に限定して事業を実施したことで、のべ83件の商談が行われ、受発注取引先の拡大に寄与した。							
		指標	参加者へのアンケートで、企業間交流やネットワークづくりができたと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム							
想定する実施期間		2010 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	大阪の繊維業界はOEM生産を中心とする企業が多く、自社ブランドの育成のほか、競争力のある新たなビジネスモデルを構築することが必要である。このため、新たな社会課題の解決など、今後需要が見込まれる分野への製品開発やビジネスモデルの創出、企業間連携のきっかけとなる場を定期的に提供し、繊維関連企業全体の競争力強化につなげる。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	○ファッション・アパレル関連業界団体、業界団体の傘下企業をはじめとするファッションクリエイターやアパレルメーカー、その関連企業（素材メーカー、バッグなどの小物関連、美容関連など） ○ファッション関連企業との連携を求める企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ＜人材育成型＞ 6月14日 第16回例会「グローバルな視点から見た、カーボンフットプリントの現状と今後の取り組み」」（53.5社） 7月16日、7月29日～8月31日（アーカイブ配信） 第17回例会「従業員のやる気を引き出し、働きがいを高める職場づくり」」（41.5社） 10月22日 第18回例会「これからのものづくりと、創造、新しい価値」（24社） 2月14日、2月19日～3月17日（アーカイブ配信） 第19回例会「「ファッショントレンドは巡る！？～『ストリートファッション1980-2020 定点観測40年の記録』から過去のトレンドを振り返る～」」（39.5社） ＜人材交流型＞ 6月6日 素材調達商談会「㈱スクロールとの商談会」（18社） 9月12日 プレゼン＆交流会「国際認証制度」（35社） ----- ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞							
		②広域連携	協同組合関西ファッション連合に組合員への周知を依頼するなど、業界団体と連携して事業を実施した。						
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	180.0	総支援企業数(実績)	211.5	支援実績率	117.5%	満足率	95.6%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	○例会では、繊維・ファッション企業の課題を踏まえ「環境配慮のためのカーボンフットプリント」や「人手不足に対応するための働きがい向上」、「イノベーション創出のための協業」、「ファッショントレンド予測のための定点観測」などをテーマで開催し、参加者に業界の最新情報や課題への対応策を認識してもらうことができた。 ○素材調達商談会では、大手SPAとの商談の機会を提供し、参加者にニーズやトレンドを掴んでもらうことができた。 ○プレゼン＆交流会では、参加者は欧米で取得が求められる「国際認証」の概要を理解し、取得の検討を進める意欲が高まった。							
		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%	実績数値	91.4%	目標達成度	130.6%		
	成果の代表事例	○例会を通して、イノベーション創出のために協業することへの意欲が高まった。 ○素材調達商談会では、㈱スクロールとの商談が継続となり、商品化やカタログ掲載につながった。 ○プレゼン＆交流会では、各社プレゼンで「国際認証」の概要を理解し、交流会にて国際認証の担当者に直接相談をすることで、自社で取り組むべき内容を明確にできた。							
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	例会参加者からは、今後の業務に役立つ情報を得たという声が多数寄せられており、引き続き関心が高いテーマについて、情報提供や参加者同士の交流の場を設ける。より多くの繊維関連企業に参加してもらうために業界団体を通じて案内するほか、セミナーについては講師の了解を得られれば期間限定でアーカイブ配信を実施する。例会、素材調達商談会、プレゼン＆交流会に限らず、一層業界内外の企業連携を促進する事業を実施する。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	130.0	支援企業数(実績)	158.5	支援実績率	121.9%	満足率	94.7%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<講演会> 参加者は、業界の最新情報や今後について認識できた。参加者からは「CFPを算定された企業の重要な事例を聞くことができ、大変参考になった」「協業についての重要性がわかった」「ストリートファッションのリサーチの手法が実に興味深く、実務に活かしていきたい」などの感想を得た。								
		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%	実績数値	91.4%	目標達成度	130.6%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50.0	支援企業数(実績)	53.0	支援実績率	106.0%	満足率	98.1%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<素材調達商談会> 参加者は、買い手企業との商談が継続し販路開拓ができたほか、バイヤーのニーズや商品トレンドをつかむことができた。参加者からは「商談のいい機会が得られた」「今後もこのような商談会を開催してほしい」などの感想を得た。 <プレゼン&交流会> 参加者は、欧米で取得が求められる「国際認証」の概要について理解できたほか、参加者・プレゼンターとの交流ができた。参加者からは「環境を意識したもののづくりの参考になった」などの感想を得た。								
		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%	実績数値	98.1%	目標達成度	140.2%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業										地域活性化事業実績報告書		
大阪商工会議所												
事業名		デジタル×デザイン思考による企業変革力強化支援事業										
想定する実施期間		2022 年度から 年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること										
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	円安による原材料高やインバウンド観光客の増加、デジタルテクノロジーの発展や消費者ニーズの多様化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る。また、これからは融資や補助金頼みではなく、企業が前向きに自ら変革し、稼ぐ力を向上していくことが求められている。本事業では、中小企業・小規模事業者に対して、デジタルなども活用しながら、どのように新たなビジネスを構築していくのか、また、顧客に対してどのような新たな価値を提供することができるのか、「デザイン思考/サービスデザイン」という新たなビジネスの発想手法を体得してもらい、顧客から選ばれる新たなサービスやビジネスの企画開発を支援する。										
	支援する対象 (業種・事業所数等)	マーケットの変化や人手不足、原材料高などの影響により、既存ビジネスの売上減少に直面し、新たなビジネスや事業再構築を模索する中小企業・小規模事業者の経営者、新規事業担当者、マネージャー										
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 「デザイン思考」を普及啓発するセミナーとワークショップ、ハンズオン支援を組み合わせたプログラムを提供した。専門家によるハンズオン支援から、新事業取り組みに至った事業者は2社となった。 <人材育成型> 6月3日「ニッポン・中小企業のためのデザイン思考」（105社） <人材交流型> 6月18日、6月25日、7月2日、7月9日（4日間）「デザイン思考/サービスデザイン活用 新事業創出ワークショップ」（25社） ※ワークショップの初回では、大阪産業局デザイン活用支援oidcから施策説明を行った。 ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>										
		①府施策連携	(商-20：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) 大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、参加者に対してデザイン活用支援oidcから事業の紹介、「新商品開発マニュアル」の配付や説明等を行い、大阪府の施策普及に努めた。また、本事業の全参加者のうち18社をデザイン活用支援oidc主催の「個別デザイン相談」へつないだ。									
		②広域連携	本商工会議所のメールマガジンやホームページなどでの開催告知するとともに、大阪府、大阪産業局デザイン活用支援oidcなどとの連携によりメールマガジンにて配信し、大阪府内全域の企業やスタートアップから参加を募った。									
		④相談相乗	本事業参加中あるいは参加後の新サービス・新事業開発に関する個別相談に対しては、新事業開発の専門相談窓口や専門家派遣につなぎ応じることによって、相談事業と連携した。									
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	105.0		総支援企業数(実績)	130.0		支援実績率	123.8%		満足率	98.4%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	○参加者からは「セミナーに参加しなければ得られない内容があり役立った」「社内の新商品を企画している中でのヒントになった」「理論と実践の両方を学ぶことができ有意義だった」「進みたい方向を考えるときにデザイン思考を取り入れたいと思う」「他部署・他業種と役割関係なく意見を出し合う環境を作り、事業開発を進めようと思った」との感想・意見があった。 ○成果として、本事業の参加企業から2社が具体的に新規事業開発に取り組んだ。いずれの企業も本商工会議所の事業への参画を通じ、「デザイン思考」を活用することで顧客が抱える真の課題を解決できる新たなサービスを提供するという視点で、新規事業を立案できる企業へ転換できた。										
		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%		実績数値		99.2%		目標達成度		124.0%	
	成果の代表事例	○サービス業（人材）のA社は、ワークショップ参加をきっかけに、カードゲームを使ったゲーミフィケーションの手法を取り入れた研修事業のブラッシュアップに取り組み、地域の体験型イベントに採用されるなどの成果をあげた。 ○サービス業（IT）のB社は、市場のデジタル化というニーズに合わせたプラットフォーム事業などを新たに検討し、顧客ニーズに合わせたサービスを提供できる企業への転換を図っている。										
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）				目標達成度		

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	セミナーについては、中小企業や小規模事業者に対して「デザイン思考」を普及啓発するために、中小企業の事例発表の内容を一層、ブラッシュアップし、新規の中小企業の参加者を掘り起こす。また、これまでの成果を広く共有するため、過去ワークショップ参加者から事例発表を行うなど、具体的な行動をイメージしやすい構成で実施する。
------	--	---

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	80.0	支援企業数(実績)	105.0	支援実績率	131.3%	満足率	97.9%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<セミナー> 参加者のうち、「セミナーで得た知識や情報は、新たなビジネス開発や事業再構築に役立つ」とする割合は99%であった。「社内の新商品を企画している中でのヒントになった」とのコメントがあり、本セミナーをきっかけに13社がデザイン思考ワークショップに参加し、引き続き具体的な新サービス・商品の創出に取り組んだ。								
		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%	実績数値	99.0%	目標達成度	123.7%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	25.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<ワークショップ> 参加者のうち、「ワークショップで得た知識や情報は、新たなビジネス開発や事業再構築に役立つ」とする割合は100%であった。2者が新たに事業を企画立案し、展開を始めた。								
		指標	アンケートにおいて、ワークショップで得た知識やノウハウを新たなビジネスの開発や事業再構築に役立てると回答した割合							
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		医療機器等産業事業化促進事業								
想定する実施期間		2018 年度から 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	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。また近年の欧州では、他の産業分野と同様に医療分野においても環境負荷低減を求める規制や品質規格が示されるなどの動きが活発化しており、環境対応にも適した医療機器等の開発を推進することは、日本における医療機器等の産業振興のみならず、医療安全保障の視点からの重要といえる。そこで、規制や先進事例の紹介に加え、新規参入の進め方や事業化に資する情報を提供するとともに、ヘルスケア分野におけるビジネスモデルの構築や環境対応の医療機器開発を推進するために必要な情報提供を行い、大阪のライフサイエンス産業全体の振興や企業の新規参入促進につなげる。								
	支援する対象 （業種・事業所数等）	医療分野への参入を検討・志向する企業、さらなる事業展開をめざしている企業、健康分野での事業展開を検討・参入する企業など								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> 9月3日「医療機器ビジネスへの新規参入セミナー」（31.5社） 2月21日「超高齢社会に挑む 介護テクノロジー開発促進セミナー」（31社） 3月17日「在宅医療機器 開発促進セミナー」（40.5社） ----- <<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>								
		①府施策連携	（商-7：ものづくり中小企業の医療機器分野等への参入促進） 大阪府成長産業振興室ライフサイエンス振興担当と企画段階から緊密に連携・調整して事業を実施した。							
	②広域連携	大阪府内のネットワークを活用し、医療機器開発に関心を有する次世代医療システム産業化フォーラムへの関心企業に広報を行った。また、本商工会議所の府内会員企業にも開催告知をし、参加を募った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	120.0	総支援企業数(実績)	103.0	支援実績率	85.8%	満足率	97.9%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	いずれのセミナーにおいても、満足度や今後の事業展開に役立つと回答した割合が非常に高かったため、医療機器分野への新規参入や事業拡大を検討する企業群にとって、次のアクションを起こすために十分な情報や機会を提供できた。								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	成果の代表事例	本商工会議所のネットワークを通じて、有識者からの業界動向に関する解説だけでなく、新規参入や事業拡大を果たした中小企業やスタートアップからの事例紹介、医師や老人ホームの運営機関といった現場を最も知る人を講演者として招いたことで、参考になる情報提供の機会だったという声が多く集まった。そのほか、新規参入や事業化を検討していくフローの中でグローバルな視点を持つことが重要だといった具体的な気づきを得た声もあり、新規参入・事業拡大を促進する機会となった。								
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度					
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	いずれのセミナーにおいても、目標支援企業数を上回る申込があったが、オンライン開催でのアンケート回収率や参加者の企業規模等が要因となり、達成には至らなかった。アンケート回収率の向上に向けては、見逃し配信の実施や粘り強い声掛けで地道に回収していくほか、参加者層の改善に向けては、より中小企業が参加したくなるようなセミナーを企画していく。								

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書			
大阪商工会議所			
事業名		新規事業・新商品開発支援事業	
想定する実施期間		2023 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	セミナーとワークショップにより、既存商品の課題改善やニーズ分析、コンセプト構築をもとに、イノベーションに繋がるアイデアの創造方法と実現可能性の高い事業・商品開発の進め方について説明する。さらに、製品化に向けてアイデアを具体化した企業には、専門家による個別支援を実施し、事業計画作成支援および新事業・新製品開発支援を行う。	
	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	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数</p> <p><人材育成型> 10月9日「新規事業・新商品開発の進め方セミナー」（70社） 内容：基調講演、講演、企業の先行事例発表。新規事業立ち上げまでのプロセスとアイデア創出、事業計画作成のポイントから実際の成功事例までをわかりやすく解説。大阪産業局からの中小企業向け施策の紹介</p> <p><人材交流型①> ○ワークショップ 1月22日「自社技術から生み出す新規事業・新商品のつくり方」（40社） 内容：講義、ワークショップ演習、演習発表、個別ワーク。企業の活用事例やグループ演習・発表などを交えながら、新製品開発につながるアイデアや新たなターゲットを創出するコンセプトの創り方について解説。大阪産業局からの中小企業向け施策の紹介</p> <p><人材交流型②> ○個別相談会 6月7日（2社）、3月6日（1社） 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。新商品の実現可能性を高めるためのターゲット設定やコンセプトの検証、新商品アイデアの魅力訴求などのマーケティング力向上支援を実施。</p> <p><ハンズオン型> 11月～2月（3社） ○11月11日 顧客分析等マーケティング力向上支援 ○11月13日、27日、12月19日、1月30日、2月25日 企業ブランドコンセプト・商品コンセプト構築支援 ○1月24日、29日 商品コンセプト構築支援 新商品のプロジェクトに向けて取り組む事業者に、コンセプト構築や製品化に向けた検証を支援。</p> <p>―――<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>―――</p>	
		①府施策連携	（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）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企画・実施した。大阪産業局のメール配信等により参加募集を行った。
		②広域連携	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、参加募集をした。
		④相談相乗	個別相談などでブランドマーケティングやプロダクトデザイン、大阪製ブランド認定事業申請の支援を求めている場合は、大阪産業局のデザイン相談や経営相談につないだ。

	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	95.0	総支援企業 数(実績)	116.0	支援 実績率	122.1%	満足率	95.7%
事業 全体 の実績 ／ 目標 達成 度	目標の達成度 (支援企業をどう変化 させることができたか)	<セミナー>アンケートにおいて33社から「新事業・新商品開発や事業再構築などについて理解が深まり、さらに情報を収集したい」、31社から「新事業・新商品開発や事業再構築などについて理解したので、今後検討したい」との回答を得た。 <ワークショップ>アンケートにおいて10社から「新事業・新商品開発や事業再構築などについて理解したのでさらに情報を収集したい」、9社から「自社の強みを再認識したため、それを踏まえた顧客ニーズやターゲット設定を考え直したい」との回答を得た。 <個別相談会>アンケートにおいて3社から「専門家からの指導・支援を受けて、新規事業・新商品開発や事業再構築のブラッシュアップ等、具体的な取り組みにつなげたい」、2社から「専門家からの指導・支援を受けて、新規事業・新商品開発や事業再構築に向けて、商品アイデア・事業計画等の理解が深まった」との回答を得た。 <個別支援>アンケートにおいて2社から「専門家からの指導・支援を受けて、新規事業・新商品開発や事業再構築に向けて、商品アイデア・事業計画等の理解が深まった」、2社から「専門家からの指導・支援を受けて、新規事業・新商品開発や事業再構築のブラッシュアップ等、具体的な取り組みにつなげたい」、1社から「新規事業・新商品開発や事業再構築に反映させたい」との回答を得た。							
		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・新商品開発や事業再構築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%		実績数値	98.6%		目標達成度	123.2%
	成果の代表事例	○A社は、顧客目線を反映させて商品仕様を見直し、2度のサンプル制作を経て製品化を実現、販売開始した。また、大阪製ブランド認定事業申請を希望したため、本商工会議所事務局帯同のもと大阪産業局の経営相談を受けて新製品の魅力訴求をブラッシュアップし、同事業に申請した。 ○B社は、モノ発想の開発のあり方を見直し、BtoC向け新商品開発の企業ブランドコンセプト・商品コンセプトを構築、今後具体的な商品開発に向けて社員の自律的な取り組みを促進するための啓発・教育を検討している。 ○C社は、既存技術を活かしたBtoC新商品開発に向けて商品アイデアを具体化するための商品コンセプトを構築した。また、本商工会議所事務局帯同のもと大阪産業局のデザイン相談を受け、次年度に商品デザイン、試作品完成、販売開始を目指すため、同相談の継続を予定している。 ○D社は、新製品アイデアを具体化して個別相談申込後に試作品を完成、個別相談で顧客分析により試作品を改良、サブスクで近日中に販売開始の予定。 ○E社は、新製品開発のため、大阪府テイクオフ補助金申請や大阪製ブランド認定事業申請を目指しており、本商工会議所事務局帯同のもと大阪産業局の経営相談の指導を受けて同補助金を申請した。							
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度			
実施 結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	新商品の開発においては、既存商品の強みを活かして新しいアイデアを生み出し、実現可能性の高いコンセプトの構築を支援し、創造力を持った製品を市場に投入する機会を提供する。特に個別支援においては、市場や顧客課題の検討が、強みや事業機会の明確化、具体的な新商品創出に結びつくよう、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。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55.0	支援企業数(実績)	70.0	支援実績率	127.3%	満足率	97.1%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートにおいて「新事業・新商品開発や事業再構築などについて理解したので、今後検討したい」と回答した企業が31社、新事業・新商品開発や事業再構築などについて理解が深まり、さらに情報を収集したい」が33社、指標を達成した企業の割合は98.6%となった。								
		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・新商品開発や事業再構築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%		実績数値	98.6%		目標達成度	123.2%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	35.0	支援企業数(実績)	40.0	支援実績率	114.3%	満足率	92.5%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートにおいて「新事業・新商品開発や事業再構築などについて理解したのでさらに情報を収集したい」が10社、「自社の強みを再認識したため、それを踏まえた顧客ニーズやターゲット設定を考え直したい」が9社、指標を達成した企業の割合は100%となった。								
		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・新商品開発や事業再構築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%		実績数値	100.0%		目標達成度	125.0%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	3.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートにおいて「専門家からの指導・支援を受けて、新規事業・新商品開発や事業再構築に向けて、商品アイデア・事業計画等の理解が深まった」が2社、「専門家からの指導・支援を受けて、新規事業・新商品開発や事業再構築のブラッシュアップ等、具体的な取り組みにつなげたい」が3社、指標を達成した企業の割合は100%となった。								
		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・新商品開発や事業再構築などの取り組みに役立てると回答した企業の割合							
		数値目標	2社		実績数値	3社		目標達成度	150.0%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	150.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートにおいてや情報を新事業・新商品開発や事業再構築などの取り組みに役立てる」と回答した割合は100%。このうち「専門家からの指導・支援を受けて、新規事業・新商品開発や事業再構築に向けて、商品アイデア・事業計画等の理解が深まった」が2社、「専門家からの指導・支援を受けて、新規事業・新商品開発や事業再構築のブラッシュアップ等、具体的な取り組みにつなげたい」が2社、「新規事業・新商品開発や事業再構築に反映させたい」が1社、指標を達成した企業の割合は100%となった。								
		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・新商品開発や事業再構築などの取り組みに役立てると回答した企業の割合							
		数値目標	1社		実績数値	3社		目標達成度	300.0%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		ファッショントレンドセミナー							
想定する実施期間		2010 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	近年は、川上・川下の垣根がなくなりつつあり、いずれの立ち位置の企業においても商品政策を踏まえた積極的な提案が求められている。本セミナーを継続的に実施し、市場動向を体系的に解説することで、企業の商品政策の強化を支援する。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	アパレル企業を中心に、OEMやテキスタイル・雑貨など、ファッション性が求められる企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数 ＜人材育成型＞ 5月22～28日（オンライン配信）「ファッショントレンドセミナー2025春夏」（53社） 11月21～27日（オンライン配信）「ファッショントレンドセミナー2025秋冬」（50社）</p> <p>大手百貨店のチーフコーディネーターや顧問コーディネーターを歴任し、各種ファッション関係セミナーで活躍している識者を講師として、協同組合関西ファッション連合と共催した。2025年春夏シーズン・秋冬シーズンの注目される素材傾向、カラー傾向、MDテーマを提案・検証した。また、テーマから落とし込むスタイルイメージ、重要アイテム、ディティールなどを多数のビジュアルを用いて解説した。</p> <p>----- ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ -----</p>							
		②広域連携	協同組合関西ファッション連合と連携し、ウェブサイトでの告知、メールマガジン配信、各会員企業へのFAX送信などを行い、大阪府内から参加を募った。						
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	80.0	総支援企業数(実績)	103.0	支援実績率	128.8%	満足率	99.0%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	セミナー参加企業が、トレンド情報や需要予測に基づき、次の商品企画開発や販売促進計画等の商品政策を強化することを目標としていた。セミナーのアンケートでは「トレンドがとても解りやすく商品化しやすい」「知らない素材について学ぶきっかけになった」「トレンドのアイテムを参考に活かせる商品展開を考えたい」「カラー、素材、傾向等わかりやすくまとめられていた」「新素材、新ディティール開発に役立ちそう」などの声が寄せられた。支援企業すべてが「商品企画やMDの参考になる」との回答もあり、目標は達成できた。							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	成果の代表事例	「知らない素材のことについて学ぶきっかけになった」「市場や世界的流れが学べ、大変勉強になった」「素材傾向からカラートレンド、小物雑貨までわかりやすい説明で企画に役立つ」「カラー展開で迷ったときは資料を見返し企画に活かしている」といった声が寄せられた。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	トレンドカラー、スタイリングの傾向、アイテムまで最新のトレンド情報をわかりやすく解説してくれるので次期シーズンの商品企画に役立つため、次回も参加したい、という声が多数寄せられており、今後も継続して実施する。また、配布資料はビジュアルは充実しているが、文章でのポイント説明が少ないという声があったため、事前配布できない資料やキーワードをまとめた資料をアンケート回答者に特典として渡すようにしたところ好評であった。							

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		クラウドファンディング活用サポート事業								
想定する実施期間		2014 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	購入型クラウドファンディング（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。								
	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								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> 8月7日 「新規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」（53.5社） 内容：講義（①Makuake、②CAMPFIRE、KICKSTARTER）、企業の先行事例発表、トークセッション アイデアを発想し、既存技術・製品を応用して新商品を創造する方法、企画したプロジェクトを成功に導く手順を事例を交えて解説し、クラウドファンディング運営事業者、プロジェクト公開事業者から「成功の秘訣」を体験談を交えて情報提供した。 <人材交流型> 8月7日 「クラウドファンディング個別相談会」（11社） ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>								
		②広域連携	セミナー参加者への配布、会員事業所へのFAX・メール配信、HPへの掲載、本商工会議所機関紙への掲載、中小企業基盤整備機構のメール配信・HP掲載などを通じて大阪府内に案内した。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	49.0	総支援企業数(実績)	64.5	支援実績率	131.6%	満足率	93.8%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	参加者アンケートでは、「クラウドファンディングの理解が深まったので、具体的に実施を検討したい」が20社、「セミナーを通じてクラウドファンディングの理解が深まり、実施に向けて情報を収集したい」が26社あった。								
		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%	実績数値	96.2%	目標達成度	106.9%			
	成果の代表事例	セミナー・個別相談後、3社がサイト運営事業者に引き続き相談、5社がセミナー参加を契機に新商品開発に取り組んだ。うち4社6件（Makuake3件、CAMPFIRE1件、READYFOR2件）が本年度中に公開して全件で目標達成、1社が次年度中にMakuake公開予定。								
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度					
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	次回はより多くの事業者に参加してもらえるよう、Makuakeに加えて、CAMPFIRE、READYFOR等のプラットフォーム事業者との利用目的やメリットを比較しながらクラウドファンディング公開への意欲を喚起してもらえるセミナーを企画するとともに、個別相談会においては、相談者が円滑にプロジェクト構築・事業化まで実現できるよう、引き続き講師や運営事業者等と連携した支援を行う。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	43.0	支援企業数(実績)	53.5	支援実績率	124.4%	満足率	94.3%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	参加者アンケートでは、「クラウドファンディングの理解が深まったので、具体的に実施を検討したい」が20社、「セミナーを通じてクラウドファンディングの理解が深まり、実施に向けて情報を収集したい」が26社あった。								
		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%		実績数値	96.2%		目標達成度	106.9%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	6.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	183.3%	満足率	90.9%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	相談企業向けのアンケートで、11社が「個別相談で受けたアドバイスは役立つ」、このうち6社が「プロジェクトに反映させて、サイト掲載等の事業展開に結び付けたい」、8社が「さらに情報を集めて、プロジェクト等の事業展開を練り上げたい」、3社が「製品・サービスの企画、マーケティング等の事業展開に反映させたい」と回答、クラウドファンディングに向けたプロジェクト構築の機運を醸成することができた。								
		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%		実績数値	100.0%		目標達成度	111.1%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業								
想定する実施期間		2017 年度から 年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	新卒・若手人材の確保・定着に課題を感じている中小企業は多い。また、入社後3年以内に離職する若手人材が3割にのぼるなど、定着も課題になっている。そこで、新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に対して、人材確保や定着を支援する「セミナー」や「研修」「情報交換会」を開催する。また、中小企業が新卒者を採用するために、大学の就職支援担当者との接点を持ちたいというニーズが高い。そこで「大学等と企業との就職情報交換会」を開催し、大学とのネットワーク構築を支援する。								
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内で事業を営んでいる中小企業の経営者、人事担当者、若手社員など								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ＜人材育成型＞ ○新卒採用支援セミナー 会場開催：7月5日（51社）、アーカイブ配信：8月1日～8月30日（277.5社） ＜人材交流型①＞ ○10月8日「第8回大学等と企業との就職情報交換会」（220社） ＜人材交流型②＞ ○情報交換会 ①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(全3回)（28社） ②採用担当者の情報交換会 第1回（9月26日・30社）、第2回（10月23日・25社）、第3回（11月26日・23社） ----- ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞								
		①府施策連携	（労-3：中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業） 新卒採用支援セミナーでは大阪府担当者が大阪府施策を説明、情報交換会では参加者に大阪府施策案内資料を配布し、OSAKAしごとフィールド事業への誘導を図った。							
		②広域連携	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った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	390.0	総支援企業数(実績)	654.5	支援実績率	167.8%	満足率	98.6%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	新卒・若手を採用する企業に対して、採用に関する情報提供型セミナーや採用担当者同士の交流、大学キャリアセンターとの情報交換会などの提供に加え、若手のキャリア形成を支援した。アンケートでは全参加者が「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、各イベントで得た知識を活用してもらえた。								
		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%		実績数値	100.0%		目標達成度	125.0%	
	成果の代表事例	大学と企業との就職情報交換会では、アンケートにて「面談した大学と後日WEB面談にて詳しい採用について情報交換を行う機会を得た」との回答があり、情報交換会での面談機会を採用活動に活かしてもらえた。								
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度	

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	新卒・若手人材に関しては、採用はもとより定着にも困難を抱えている中小企業が増加している。また、採用担当者は企業を越えた交流機会がなく他社事例を知る機会が少なく。次期も引き続き、採用に関する有益な情報を提供するセミナーや「大学等と企業との就職情報交換会」のような中小企業と大学との情報交換の場を提供するとともに、「採用担当者のための情報交換会」のように参加者同士が情報交換することができる事業の中で定着に関するテーマも取り上げながら、中小企業の新卒人材の確保・定着を支援する。
------	--	---

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160.0	支援企業数(実績)	328.5	支援実績率	205.3%	満足率	99.2%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートから「大学と連携することの必要性や方法等を理解することができた」「学生や大学目線に立った求人活動に必要な要素を垣間見れた」「採用手法・考え方・活動方法が非常に学びが多かった。自社の活動に役立てたい」などのコメントがあり、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てもらうことができた。								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160.0	支援企業数(実績)	220.0	支援実績率	137.5%	満足率	97.3%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートから「面談した学校と後日WEB打合せを行う機会を得た」「学生の動向について情報交換ができ、次年度以降の採用活動に役立てられる情報収集ができた」「収集した情報は社内で共有し採用活動に活かしている」などのコメントがあり、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。								
		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%	実績数値	96.8%	目標達成度	121.0%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	70.0	支援企業数(実績)	106.0	支援実績率	151.4%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートから「新たなサービスや視点を知ることができ、大変勉強になった」「（情報交換で他社が取り組んでいた）インターンシップを短時間で継続的に行うことを実行してみようと思う」「他者の話を聞いて、キャリアの選択肢が広がった」などのコメントがあり、情報交換会やキャリアデザイン塾で得た知識を若手人材の採用や定着、キャリア形成に向けて活用してもらうことができた。								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		中小企業のためのダイバーシティ推進事業							
想定する実施期間		2017 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	外国人留学生を採用するには、価値感の違い、求人方法、査証申請などわからないことが多く、採用に踏みだせない企業も多い。そこで、中小企業の経営者や人事担当者などを対象に、外国人留学生を採用している企業の事例や外国人留学生を採用するための制度などについて紹介するセミナーを開催し、外国人留学生をはじめとした多様な人材の採用に関する知識を深めてもらう。さらに、外国人留学生をはじめ、多様な人材を受け入れる企業の経営者や管理職らが、外国人に特有の考え方を受け入れ、能力を生かした活躍を推進できるよう、グローバルなリーダーシップや異文化理解を学んでもらう。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	人手不足やグローバル化、ダイバーシティなどに対応するため、多様な人材の採用や活躍推進に関心をもつ大阪府内の中小企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> ○9月18日 「外国人留学生採用支援セミナー」（22社） <人材交流型> ①【大商×関大】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 11月6日 「異文化間コミュニケーション～日本人の“あたり前”外国人の“あたり前”～」（18社） 11月20日 「ビジネスと人権～ダイバーシティ・マネジメントの根幹にあるもの～」（16社） 12月11日 「マネジメントの実際ーグローバルリーダーに学ぶー」（9社） ②【学校×企業】外国人留学生採用のための情報交換会（22社） ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	（労－2 中小企業のための、ダイバーシティ推進支援事業） 「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した。「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した。						
		②広域連携	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した。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	70.0	総支援企業数(実績)	87.0	支援実績率	124.3%	満足率	96.5%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	「多様な人材の採用や活躍推進に関心があるがどのように進めたらよいかわからない」といった中小企業を対象に、専門家による知識やノウハウを提供するセミナー、先進企業における事例紹介、留学生の在籍する学校と企業との採用に関する情報交換会等を実施した。アンケートでは各イベント8～9割の企業が、セミナーで学んだことを活かすなどして「多様な人材の採用や活躍推進について前向きに検討したい」と回答し、企業の意識向上につながった。							
		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%	実績数値	90.5%	目標達成度	113.1%		
	成果の代表事例	アンケートでは参加企業から「在留資格の説明と、事例紹介がセットになっており外国人留学生の採用に向けた具体的なステップがイメージしやすかった」「これまでつながりのなかった学校と接点を持ち、留学生の採用に関する情報を交換できた」「価値観や考え方、日本人、社内外もすべて異文化としてとらえ、一人ひとりと向き合える自分にレベルアップしたいと痛感できた」等のコメントが寄せられた。							
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	大阪府内の中小企業においては、人材不足やグローバル化、ダイバーシティ経営促進への対応などの観点から、外国人留学生の採用ニーズが今後さらに高まっていくことが予想される。来年度は引き続き、外国人留学生の採用メリットを紹介するセミナーや企業と留学生在籍学校との情報交換会を実施予定。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	22.0	支援実績率	110.0%	満足率	95.2%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートにて「制度解説が分かりやすく、事例紹介も示唆に富む内容だった」「実際に働いている外国籍社員の实体験が参考になった」などのコメントがあり8割以上の企業が「セミナーで得た知識をもとに、多様な人材の採用について前向きに検討したい」と回答。多様な人材の採用を検討してもらうことができた。								
		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%	実績数値	90.5%	目標達成度	113.1%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50.0	支援企業数(実績)	65.0	支援実績率	130.0%	満足率	96.9%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートにて「色々な学校・機関と情報交換ができた」「学校と機関の双方に採用に関する意見をいただくことができて参考になった」「ケーススタディをグループディスカッションすることでいろいろな視点で多くの方々と情報交換そて、考え方・視点を深められた」などのコメントがあり8割以上の企業が「セミナーで得た知識をもとに、多様な人材の採用について前向きに検討したい」と回答。多様な人材の採用を検討してもらうことができた。								
		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%	実績数値	92.3%	目標達成度	115.4%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	80%	目標値（実績）	81.8%	目標達成度	102.3%			
アンケートにおいて、他の企業と情報交換ができたと回答した企業の割合										

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		人材ニーズ対応支援事業								
想定する実施期間		2022 年度から 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	企業の人材確保の動きは活発化している。しかしながら、生産年齢人口が減少するなか、人材確保に困難を生じている企業は多い。そこで、人材不足に悩む企業経営者・人事担当者などを対象に、外部人材、外国人材（特定技能、高度人材など）の採用・活用、兼業・副業など、新たな人材を活用するための制度説明や採用方法、活用事例などを紹介するセミナーを開催する。								
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内で事業を営んでいる中小企業の経営者、人事担当者など								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> ○7月18日（オンライン） 「副業・兼業人材活用セミナー（19社） ○11月15日 「特定技能制度」活用促進セミナー（35社） ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>								
		①府施策連携	（商-I：人材ニーズ対応支援） 「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した。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」につないだ。							
		②広域連携	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った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	45.0	総支援企業数(実績)	54.0	支援実績率	120.0%	満足率	84.3%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートでは各イベント9割以上の企業が「セミナーで得た知識を、人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答し、人材不足の解消に向けて、本セミナーで得た情報を活用することができた。								
		代表指標	アンケートにおいて、「セミナーで得た知識を、人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答した企業の割合							
		数値目標	80%		実績数値	98.0%		目標達成度	122.5%	
	成果の代表事例	副業・兼業人材活用セミナーでは「副業兼業人材活用の概念と現況を知り、実際に活用されている企業の話も聞いたことで自社での活用方法の青写真を描くことができた」「採用難の中で副業兼業人材が有効な選択肢であるとわかった」との声、また外国人材活躍セミナーでは「育成就労制度を理解することができた」「受け入れの失敗・成功事例を聞いたので非常に参考になった」などの回答が寄せられた。								
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	中小企業における人材不足状況は深刻化している。一方で、現状「副業・兼業人材」については中小企業で活用を検討されている企業が依然として少なく、外国人材等のテーマと比較してセミナーの集客率も低い。次年度は、特定技能外国人材の受入れに係る諸制度や先進企業事例等を紹介するとともに、比較的活用ハードルの低いスポットワーカーについても取り上げ、人材ニーズに対応していく。								

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		障がい者の雇用促進事業								
想定する実施期間		2021 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が2024年4月から2.5%、さらに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。								
	支援する対象 （業種・事業所数等）	障がい者雇用に取り組もうとする大阪府内の中小企業・小規模事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> ○5月16日「障がい者雇用促進セミナー」（38.5社） セミナープログラムにおいて、障がい者雇用の基本知識の情報提供や実際の受入れ企業の活躍事例、公的支援施策の紹介を盛り込み幅広い情報提供を行った。								
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>								
		①府施策連携	（労-7：障がい者人材確保支援事業） 大阪府障がい者雇用促進センターと連携し共催で実施。大阪府障がい者雇用促進センターが障がい者雇用の基本について解説した。							
	②広域連携	大阪府と連携し、本商工会議所ホームページやメールマガジンなどで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した。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	35.0	総支援企業数(実績)	38.5	支援実績率	110.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートでは9割以上の参加者が「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、障がい者雇用に向けて、本セミナー理解を深めることができた。								
		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%	実績数値	97.4%	目標達成度	121.7%			
	成果の代表事例	アンケートで、「具体的な取組の事例を伺うことで、障がい者雇用への理解が深まった。知ることで少しずつ意識が変わってくると思うので人事担当以外にも情報展開したい」「事例を自社に置き換え考えるイメージが可能となる有意義なセミナーだった」「障がい者雇用を行っているが、継続できない方が多く、どんな支援が必要か悩み中。本日、学んだことのうちすぐに始められることから取り組みたい」等の回答が寄せられた。								
その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	「障害者雇用促進法」に基づき、企業の障がい者雇用率は2026年7月までに2.7%と引き上げられる。今後も大阪府と連携して、雇用方法や受け入れ体制の整備方法等について、制度解説はもちろん、中小企業が参考にしやすい先進事例紹介を通じて情報提供することで、中小企業における障がい者雇用に関する理解を深める。								

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業							
想定する実施期間		2014 年度から							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	78.0	支援実績率	520.0%	満足率	97.3%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートには「自分の目指したいカッコいいロールモデルを見つけることができました」「他社で行われている取り組みや制度について詳しく知れ、それを利用した方の意見まできけて有益だった」「具体的な規則例や転載許可済みの資料などもいただき、スムーズに法改正対応につながると感じました」とのコメントが寄せられ、参加者に女性の活躍推進に向けて前向きに検討してもらうことができた。								
		指標	アンケートにおいて、「女性の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きに検討したい」と回答した企業の割合							
		数値目標	80%	実績数値	96.0%	目標達成度	120.0%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	34.0	支援実績率	136.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートには「経験者の方や、子育て中の方々の話をきけて貴重な機会になりました」「緊急・重要を考えて、優先順位をつけることや「捨てる・まかせる・やらない」「心・時間の余裕をもつ」「60%」など、考え方が参考になりました」とのコメントが寄せられ、参加者に女性の活躍推進に向けて前向きに検討してもらうことができた。								
		指標	アンケートにおいて、「女性（自身も含む）の活躍推進に向けて前向きに検討したい」と回答した企業の割合							
		数値目標	80%	実績数値	94.1%	目標達成度	117.6%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		中小企業に対する労働啓発・雇用サポート事業							
想定する実施期間		2013 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	成長分野への人材の移動を促し、経済の底上げと賃上げを目指すため、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が求められている。この状況を踏まえ、本事業では賃金などの処遇改善、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律の構築に焦点を置き、「70歳までの就業機会確保」が努力義務となっている高年齢者雇用・活用推進の取り組み方なども交えて、セミナーを実施する。それにより、中小企業・小規模事業者の労働・雇用環境の改善に向けて周知と啓発を図り、専門相談などを利用して具体的な支援につなげていく。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内の中小企業の経営者・経営幹部・人事担当者、小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ＜人材育成型①＞ ○中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業 9月25日「人手不足時代の高年齢者活用戦略と人事賃金制度・処遇設計セミナー」（78社） 内容：講義、企業の先行事例発表 ＜人材育成型②＞ ○雇用・労働啓発セミナー事業 6月27日「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」（72社） 内容：講義、大阪府労働環境改善事業のご紹介 大阪府商工労働部 雇用推進室労働環境課 労働環境推進グループ担当者ほか ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞							
		①府施策連携	（労-8：中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業、労-11：雇用・労働啓発セミナー事業）大阪府商工労働部雇用推進室 就業促進課就業支援グループ、労働環境課 労働環境推進グループと連携して企画・実施した。大阪府のメールマガジン等により参加募集を行った。						
		②広域連携	大阪府や他の産業支援機関、本商工会議所のメール配信やFAXなどにより府内全域を対象に参加募集した。						
		④相談相乗	参加者へのアンケートで高年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、経営相談室の専門相談支援につないだ。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	115.0	総支援企業数(実績)	150.0	支援実績率	130.4%	満足率	95.9%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業、雇用・労働啓発セミナー事業とも、「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」と回答した割合は100%。							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	117.6%		
	成果の代表事例	○中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業 アンケートで「役立つ」と回答した企業のうち、A社は「高年齢社員が社内で増えているので見直しを検討したい」、B社は「直近で五十代を超える社員はいないが、幅広い年齢を包括して人事評価の見直しを検討したい」、C社は「高年齢者を積極採用したい」と回答した。 ○雇用・労働啓発セミナー事業 アンケートで「役立つ」と回答した企業のうち、D社は「人を流出させないために、業務の自動化やジョブ型制度に取り組むよう考えていきたい」、E社は「人事制度を見直さないと生き残れないと感じ、将来に向けたイメージを持つことができました」と回答した。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>○中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業</p> <p>次年度においては、深刻化する労働力問題への対応や企業の生産性向上を図るために、高年齢者の雇用や活躍推進を図る人材活用戦略がより重要になると想定される。そのため、高年齢者の能力・意欲等にあった職務の与え方や、その役割と整合性の取れた賃金・処遇制度の導入・構築、適切な評価の実施などに焦点を当て、より幅広い企業規模・業種の事業者の関心を喚起する。</p> <p>○雇用・労働啓発セミナー事業</p> <p>物価や人件費単価が上昇するなかで、優秀な人材雇用と労働生産性向上を実現するために、「働きがい」と「働きやすさ」が実現できる“働き手に選ばれる職場”への組織変革や、環境整備、賃金・処遇の制度設計について関心が高まっている。そのため次年度は、多様化する働き方に対応し、ワーク・エンゲイジメントや生産性を高めるための職場づくり、その労働価値と成果を適正に反映できる賃金・評価制度の再構築や採用のあり方をテーマに解説、中小企業者のニーズに合ったセミナーを企画する。</p>
------	--	---

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60.0	支援企業数(実績)	78.0	支援実績率	130.0%	満足率	96.1%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートでは「高年齢者の人事処遇等や労働環境の整備について理解したので、労務管理の見直しを検討したい」と回答した企業が35社、「セミナーを通じて高年齢者の雇用や労務管理の理解が深まり、さらに情報を収集したい」が42社あった。								
		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%		実績数値	100.0%		目標達成度	117.6%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55.0	支援企業数(実績)	72.0	支援実績率	130.9%	満足率	95.8%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートでは「自社の労働環境の改善や労務管理の整備について理解したので、労務管理の見直しを検討したい」と回答した企業が18社、「セミナーを通じて労働環境の改善や労務管理の理解が深まり、さらに情報を収集したい」が33社あった。								
		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%		実績数値	100.0%		目標達成度	117.6%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業　地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		健康経営サポート事業								
想定する実施期間		2024 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	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。								
	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								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ＜人材育成型＞ 7月26日 健康経営セミナー2024（74.5社） ・女性のヘルスリテラシー ・成果が上がる健康経営の進め方 9月2日 健康経営セミナー2024（105.5社） ・睡眠の謎に挑む ～ 基礎研究から睡眠ウェルネスへ ～ ・「健康経営優良法人2025」について ・協会けんぽの健康経営サポートについて ＜人材交流型＞ 7月26日 相談会（5社） 9月2日 相談会（12社） ＜ハンズオン型＞ 毎月第3水曜日に開催 健康経営相談会（20社） 「大阪府健康づくりアワード」「健康経営ナビゲーター」「健活10（ケンカツテン）」など大阪府の各種取組などを中心に説明した。 ----- ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞								
		②広域連携	大阪府、全国健康保険協会大阪支部などに開催広報を協力してもらうとともに、本商工会議所のウェブサイトやメールマガジンなどを通じて、大阪府内からの参加を募った。これらにより大阪市域外（大阪府内）から延べ35社の参加が得られた。							
		④相談相乗	参加者を健康経営相談支援につないだ。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	200.0	総支援企業数(実績)	217.0	支援実績率	108.5%	満足率	97.6%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	7月および9月の健康経営セミナー2024の参加者が「健康経営に役立つ知識を得た」とした回答割合は99.4%。								
		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%		実績数値	99.4%		目標達成度	124.3%	
	成果の代表事例	A社は専門家のアドバイスにより、申請スケジュール管理や書類作成がスムーズに行え、申請も安心してのぞめるようになり、初めての申請で健康経営優良法人の認定を受けた。B社は申請書類の添削や他社事例の提供により、具体的な推進計画を立てることができた。C社はサポートブックや詳しい要件・基準の説明により、申請に必要な情報を的確に把握できた。								
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	健康経営の重要性を認識し、今後の取り組みへの意欲が高まるとともに、会社としての課題や取り組み内容について、認識を持たせることができた。また、健康経営優良法人認定の継続や、より高度な取り組みへの意欲が見られ、健康経営優良法人2026の申請も引き続き予定している企業もあった。さらに、大阪府健康づくりアワードにも参加する等、新たな取り組みへの挑戦も見られた。一方で、健康経営に取り組む余裕がない企業も多く、健康経営のクリアすべき項目に対しての具体策について情報不足の企業もあったので、来年度の事業の内容に取り入れていく。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	170.0	支援企業数(実績)	180.0	支援実績率	105.9%	満足率	98.8%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	7月および9月の健康経営セミナー2024の参加者が「健康経営に役立つ知識を得た」とした回答割合は99.4%であった。								
		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%		実績数値	99.4%		目標達成度	124.3%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	85.0%	満足率	88.2%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	全ての企業が、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。								
		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%		実績数値	100.0%		目標達成度	125.0%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	20.0	支援実績率	200.0%	満足率	95.0%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	経済産業省「健康経営優良法人」を取得した企業は11社あった。								
		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		実績数値	11社		目標達成度	110.0%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		中小企業のためのビジネス講演会								
想定する実施期間		2011 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	中小企業・小規模事業者が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。								
	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								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> 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、災害対策、万博、景気展望、事業承継、ブランディングなど、注目されているビジネストrendなどを取り上げ、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した。 ①ビジネス講演会（198社） ②チェンバーカレッジ（1,168社） ③支部経済講演会（542社） ※（別紙）開催実績一覧表参照								
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>								
		②広域連携	本商工会議所ホームページ・フェイスブックページへの掲載、メールマガジン、過去事業参加者へのメール配信など府内の事業者にも広く周知した。大阪府外からの参加を強化するため、大阪府商工関連ニュースを配信する大阪府、地域金融懇談会に参画する信用金庫等の金融機関、大阪府内の各商工会議所の協力を得て広報した。							
		④相談相乗	参加者へのアンケートで直面する経営課題や経営相談支援の希望の有無などを回答してもらい、経営相談支援を希望する参加者を支部の経営相談支援や経営相談室の専門相談支援につないだ。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	1,655.0	総支援企業数(実績)	1,908.0	支援実績率	115.3%	満足率	93.1%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の94%以上が「講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答しており、自社の経営課題に気付き、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけの機会となった。								
		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	85%		実績数値	94.7%		目標達成度	111.5%	
	成果の代表事例	講演会で得た情報を経営改善や経営革新に向けて実践する前向きな意見が多く寄せられた。 ①ビジネス講演会 「自社のハザードマップを見直したい」「自社の防災計画を作成し直します」「志が大切であるという経営者マインドを知ることができた」「自分の思いを伝える重要性を再認識した」 ②チェンバーカレッジ 「経費予測、予算検討等に担当者への指導も含めて早速役立てたい」「水平思考と垂直志向の訓練をコンサル業務に取り入れて顧問先に提供したい」「デジタルマーケティングの課題の再発見に役立った」 ③支部ビジネス講演会 「新規商品の扱いに役立てたい」「紹介されたサイバーセキュリティのサービス等について今後の選択肢の一つとして参考にできる」「（得た情報を）従業員に伝えたい」「情勢に合った経営のあり方を知ることが大切」「日本人だけでなく海外に向けた取り組みにも目を向けて役立てれるようにしたい」								
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	中小企業経営者を中心とする参加対象に企業経営に資する情報提供に努めた。引き続き中小企業経営者の関心が高く、経営に役立つタイムリーな情報を提供していくとともに、受講者アンケートを通じて個別の経営相談ニーズも把握し、支部と連携しながらきめ細かな支援を継続実施していく。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	200.0	支援企業数(実績)	198.0	支援実績率	99.0%	満足率	89.6%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の92.2%が「講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答しており、自社の経営課題に気づき、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけの機会となった。								
		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%		実績数値	92.2%		目標達成度	102.4%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	1,000.0	支援企業数(実績)	1,168.0	支援実績率	116.8%	満足率	92.2%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	事業承継、統計学、人材採用・定着、デザイン思考、メンタルヘルス、マーケティングなど、注目度の高いテーマで講演を行うことで、アンケートでは「講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答するなど、自社の経営課題に気づき、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけの機会となった。								
		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%		実績数値	94.0%		目標達成度	104.4%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	455.0	支援企業数(実績)	542.0	支援実績率	119.1%	満足率	96.6%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の97.3%が「講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答しており、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけの機会となった。								
		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%		実績数値	97.3%		目標達成度	108.1%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		

(別紙) 開催実績一覧表

開催日	講習会名称	支援企業数
①ビジネス講演会		
8月28日	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	99.0
3月7日	私の企業家人生 ～大同門と私～	99.0
②チェンバーカレッジ		
5月22日～6月5日	父から娘へ「わが社の事業承継」	86.0
6月12日～6月26日	従業員エンゲージメント向上が強い組織をつくる	101.0
7月10日～7月24日	近年の新卒採用市場とダイレトリクルーティング	103.0
8月21日～9月4日	文系でもわかる！統計学の基本	154.0
9月11日～9月25日	ラテラルシンキング習得で未来を生き抜く！イノベーションを生む思考術	117.5
10月2日～10月16日	デザインの科学	112.0
11月6日～11月20日	BtoBデジタルマーケティングで差をつける実践術	76.0
12月4日～12月18日	「活用」から「躍進支援」へ～ミドル・シニアが躍進するために個人と会社がすべきこととは	66.5
1月8日～1月22日	ニュースを読み解くための経済講座	127.5
1月29日～2月12日	今日から始める！中小企業のための企業ブランディング入門	122.5
2月19日～3月5日	働く人のためのメンタル術	102.0
③支部経済講演会		
7月24日	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－	88.5
10月22日	命を守る 最低限の災害対策	72.0
11月21日	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生かし方	49.5
11月26日	2代目コロッケ社長の業績回復手法	32.0
12月11日	2025年の景気展望	194.0
12月13日	～中小企業も狙われている～急拡大するサイバーリスクから自社を守る方法	54.0
3月18日	中小製造業を取り巻く環境と生き残り成長戦略	52.0
合 計		1908.0

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		大阪・関西万博を活用した中小企業・スタートアップ・小規模事業者の成長支援							
想定する実施期間		2023 年度から 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	<p>○中小企業・スタートアップ・小規模事業者においては、万博に参画したい、万博を成長のきっかけにしたい、との思いはあるものの、万博に出展・参加できる企業は限られている。</p> <p>○そこで、万博時に万博会場だけでなく、大阪府内のまちなかで実証実験やイベント等が開催できるよう、大阪府内のエリアを管理・運営する企業・団体等とコンテンツをもつ中小企業・スタートアップ・小規模事業者との交流会を開催し、新製品・サービスの開発促進や、認知度向上、販路拡大などによるビジネス拡大、企業成長につなげられるよう支援する。</p> <p>○なお、まちなかで開催する実証事業やイベントへの参画支援については、万博推進局や大阪府内の商工会議所などと連携して取り組むことで、オール大阪での相乗効果も期待できる。</p>							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪・関西万博への参画をめざす中小企業・スタートアップ・小規模事業者（業種は問わない）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数 ＜人材交流型＞</p> <p>①「大阪まちごと万博交流会」（32社） 8月29日 内容：○大阪まちごと万博共創プラットフォームの紹介 ○万博に向けた取組みやエリアの活用方法についてご紹介 【梅田】阪急阪神不動産株式会社 【なんば】南海電気鉄道株式会社 【北加賀屋】千島土地株式会社 ○参加者紹介 ○交流会</p> <p>②「大阪まちごと万博交流会【第2回】」（21社） 10月4日 内容：○大阪まちごと万博共創プラットフォームの紹介 ○万博に向けた取組みやエリアの活用方法についてご紹介 【中之島】関西電力株式会社 【東横堀川】株式会社ワイキューブ・ラボ／一般社団法人 水辺ラボ 【天王寺・あべの】天王寺・阿倍野ターミナル連絡協議会／株式会社近鉄百貨店 【登録文化財】大阪住宅株式会社、国登録有形文化財全国所有者の会 大阪府登録文化財所有者の会 一般社団法人 文化資産デザイン研究推進機構 ○参加者紹介 ○交流会 ○東横堀川見学会</p> <p>＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞</p>							
		①府施策連携	大阪府商工労働部経営支援課と相談しながら交流会を企画・実施した。交流会当日には大阪府が実施する施策のチラシ（もずやんモール、工場視察受入れコンシェルジュ）を配布して参加者にPRした。						
		②広域連携	大阪商工会議所はじめ、大阪府・大阪市万博推進局、関西経済連合会、関西経済連合会が参画する「大阪まちごと万博協力推進プラットフォーム」のHPや、大阪府が発行する「デザイン活用支援メールマガジン」等で交流会の案内を行い、幅広い大阪府内商工事業者が参加した。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	50.0	総支援企業数(実績)	53.0	支援実績率	106.0%	満足率	94.3%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<p>大阪・関西万博の開催に向けてまちなかでのイベント等の実施を希望している企業に対し、共創先の候補となる企業との交流を促進することができた。参加企業からは「自社に興味を持ってくれる企業や、また共創できそうな会社と交流ができた。また連絡を取り、実際にイベント運営までできそうか、議論を重ねたいと思う」「様々なイベントスペースの情報を得ることができ、次のファッションショーの開催に向けて具体的な情報が得られた。今回交流した人と連絡を取り、次回イベント開催に向けて議論を進めた」「自社としてもまちごと万博のイベントに参入できるような情報を得ることができ、参画するキッカケを頂きました。様々な取り組みをされている方と出会え、参画する可能性が高まりました」「まちなかで様々な活動をされている企業と知り合うことができた。また、その中でも、自社の取り組みや関心と親和性のある企業と出会えたので、これから催しを開催できるか検討していきたい」といったコメントがあった。</p>							
		代表指標	交流会で得た情報を大阪・関西万博時にまちなかで開催する実証実験やイベント等への参画検討に活かすと回答した企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	96.2%	目標達成度	120.3%		

	成果の代表事例	参加者から、「登録有形文化財の活用を希望する企業と連絡先を交換することができた。今回知り合った企業と連携を深め、共創の場としての文化財をさらに活用してもらい、街中でのイベントを普及させたい」「登壇者の発表を聞き、具体的なイベント活動の内容を知ることができ、参考になった。これをもとに自社イベントの実施を進めたい」「万博の会場だけでなく、大阪そのものがイベント会場になることが良くわかった。今回交流した人と一緒に、ぜひ、街中でのイベント等でお手伝いできればと願っています」などのコメントが寄せられた。					
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度	
実施 結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)						
		中小企業・スタートアップ・小規模事業者においては、万博に参画したい、万博を成長のきっかけにしたい、との思いはあるものの、万博に出展・参加できる企業は限られている。万博時に万博会場だけでなく、大阪府内のまちなかで実証実験やイベント等の開催に取り組む中小企業・スタートアップ・小規模事業者を「大阪まちごと万博共創プラットフォーム」を通じて国内外に広くPRすることで、中小企業が万博をビジネス拡大、成長支援につなげられるよう支援する。					

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書											
大阪商工会議所											
事業名		経営力向上支援事業									
想定する実施期間		2023 年度から 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること									
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	中小企業・小規模事業者においては、長期にわたるコロナ禍で大きなダメージを受け、回復もままならない段階で、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完し、経営課題の解決にとどまらず、企業としての成長に向けて支援の相乗を企図する。									
	支援する対象 （業種・事業所数等）	企業進化や事業変革に取り組み、経営力の向上を図る大阪府内の中小企業・小規模事業者									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ＜人材交流型＞ 6月5日「画像生成AI活用セミナー」（27社） 6月27日「元新聞記者が教える！自社のウリの見つけ方と伝え方のワークショップ」（17社） 1月24日「間違いだらけのSNS交流で学ぶ！集客できる人が”いま”、やっていること」（20社） ＜人材育成型＞ 9月3日「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～」（21.5社） 2月14日「中小企業のための経営分析の仕方」（26社） 3月5日「初めての外国人材雇用、その疑問解決！人材確保の新戦略」（19.5社） 3月6日・10日「～中小企業経営者のA I 活用法～生成AI活用（ChatGPT,Google Gemini,Claude）で販売や財務を強化する」（69社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞									
		②広域連携	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った。								
		④相談相乗	経営相談支援先への参加勧奨を行った。また受講者の中から経営支援へと相談につながる事例がある。								
		計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	145.0		総支援企業数(実績)	200.0		支援実績率	137.9%	満足率
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	経営力向上に向けて、①経営分析の仕方、②外国人材雇用、人材確保について、③生成AIを使って販売や財務を強化する方法、④経営者保証ガイドラインなどを学び、また少人数で、①生成AIを使って画像を作成する方法、②自社のウリの見つけ方と伝え方、③SNSで集客事例などをグループワーク等で学び、参加者間でディスカッションを実施したことにより、自社の事業を再構築し、企業価値や経営力の向上に取り組む第一歩につながり、事業者間での情報共有やネットワークづくりができた。									
		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%		実績数値	97.0%		目標達成度	121.2%		
	成果の代表事例	A社はマーケティングの講座に参加し、「自社のウリの情報発信方法について学ぶことができた。今後プレスリリースを行ってみたい。」 B社は経営分析の講座に参加し、「思い込みがないか改めて考えた。分析も含め今後の経営に取り組みます」との声を得た。そのほか、生成AIの活用のための講座では、「少人数での仕事の効率化、生産性向上には生成AIは必要不可欠なツールだと思う。まずは実践して自分なりの利用場面、方法を確立したい」といった声が寄せられている。また、9月3日には、セミナー開催後、参加者間で意見交換を実施したことにより、自社と他社の違いを再認識をされた企業が多かった。その後、自社の企業価値向上に向けて「パートナーシップ構築宣言を作成し認定となった企業も現れた。									
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	集合開催をメインとしたため、一部に参加人数が少ないテーマもあったが、経営力向上に必要な内容も時代に反映させながら今後も引き続き開催していく。特に生成AIに関してはニーズも高く、人手不足の中での生産性向上に向けてのツールとしても有効なので、来年度も企画する。今期は開催日程に偏りがあったので、実施のタイミングを考慮し、引き続き満足度の高いセミナー実施に努める方針である。									

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	64.0	支援実績率	142.2%	満足率	93.8%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	企業の経営力向上に向けて、①生成AIを使って画像を作成する方法、②自社のウリの見つけ方と伝え方、③SNSで集客事例などを学び、自社の企業価値や経営力の向上に取り組む第一歩につながった。								
		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%		実績数値	96.9%		目標達成度	121.1%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）	80%		目標値（実績）	78.1%		目標達成度	97.7%	
		アンケートにおいて、他の事業者との情報共有やネットワークづくりができたと回答した企業の割合								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100.0	支援企業数(実績)	136.0	支援実績率	136.0%	満足率	94.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	企業の経営力向上に向けて、①経営分析の仕方、②外国人材雇用・人材確保について、③生成AIを使って販売や財務を強化する方法、④経営者保証ガイドラインなどを学び、自社の企業価値や経営力の向上に取り組む第一歩につながった。								
		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%		実績数値	97.0%		目標達成度	121.2%	
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		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								
想定する実施期間		2022 年度から 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	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などから、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。								
	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								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> 7月30日「大阪×インド Startup Matchup ～海外スタートアップ企業との連携による新ビジネス創出へ～」（14社） 12月6日「海外ビジネス事情セミナー～海外企業・スタートアップとの連携で課題解決、イノベーションを実現する～」（36社） -----<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>-----								
		①府施策連携	（商-21：海外スタートアップと在版の中小・中堅・大企業とのオープンイノベーション支援・促進）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と調整を行い、各事業ではOSAKA INNOVATION HUBによる支援施策の紹介を行った。							
		②広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪スタートアップ・エコシステムや中小企業基盤整備機構の広報ツール（ホームページ等）を活用し、大阪府内事業者に広く周知・募集を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	140.0	総支援企業数(実績)	50.0	支援実績率	35.7%	満足率	81.3%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	1回目のイベントでは、インドのスタートアップ企業6社によるピッチイベントをオンラインで開催した。日印経済連携を推進する国際協力機構(JICA)から解説を加えたほか、インド政府のスタートアップ政策を担当するStartup Indiaがインドの経済的ポテンシャルを紹介するなど、海外連携に慣れない中小企業にとって連携のハードルが高くないような工夫を実施した。 2回目のセミナー開催では、アジアのスタートアップに精通する36Kr Japanが、アジアのスタートアップのテックトレンドと、同スタートアップとの連携のノウハウについてお話しいただき、技術探索の場として、海外スタートアップのソーシングへの関心度を高めた。								
		代表指標	各回のアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合							
		数値目標	75%	実績数値	87.5%	目標達成度	116.7%			
	成果の代表事例	参加者の主な意見は次の通り。 ○アジアの最新トレンドを知ることができました、ありがとうございました。 ○予算不足や言語・コミュニケーション不足等の課題はまだあるが、海外企業との連携を検討するうえで参考になった。								
その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	具体的な製品・サービスを持つスタートアップに参画してもらったことで、海外スタートアップとの連携に関心のある企業からは高い評価を得られた。しかし、海外スタートアップとの連携に関しては、大企業と比較し、中小企業にとっての言語や商習慣に対する不安感や抵抗感、またその準備へのハードルは高く、想定していた支援企業数には大きく届かなかった。また、海外スタートアップとの連携に係る事業は他地域では少ないことから、府外の地域からの参加者も多く見られ、支援企業数未達の一因となった。 次年度のセミナーでは、大阪府の関係団体やスタートアップ支援機関等と連絡を密にし、大阪府内の中小企業に広く開催を呼びかけ、在阪企業の参加に力を入れていくとともに、海外スタートアップとの連携に係る不安感や抵抗感を低減するプログラムを組み込むとともに、在版中小企業が具体的な連携をイメージできるよう、海外スタートアップが有する技術やサービスをより具体的に提示する。								

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		中小企業の生産性向上支援事業								
想定する実施期間		2020 年度から 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	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。								
	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・商店主等を中心に幅広い業種）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> ①10月28日 「売上が激変するたったひとつのコンテンツ」(40.5社) ②11月18日 「DXへの第一歩は”IE” から」 (48社) ③2月6日 「お金をかけずに上手くいく！個店商店のWEB集客必勝法」 (23.5社) ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載> ②広域連携 大阪府内事業者への参加募集を増強するため、共催者にセミナー開催告知を依頼した。また、他事業で連携している地域工業会等にも告知を依頼した。 ④相談相乗 セミナー参加者に対してアンケートを行い、経営相談を希望する事業者には利用方法などを説明し、経営相談事業の利用拡大を図った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	70.0	総支援企業数(実績)	112.0	支援実績率	160.0%	満足率	98.1%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	セミナー後のアンケート、ヒアリングにより「販促活動DX化の有用性が理解できた。すぐにセミナー内容を取り入れた販促を行いたい」「DX実現に向けて、検討すべき事が分かった。自社のペースでDX化を進めていきたい」との回答があった。								
		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%	実績数値	98.1%	目標達成度	140.1%			
	成果の代表事例	①「売上が激変するたったひとつのコンテンツ」 ○ワイン販売のA社は、AIを活用し「潜在顧客を探す・潜在顧客にアプローチする」に取り組むことになった。（事後ヒアリング） ②「DXへの第一歩は”IE” から」 ○コンサル企業のB社は、DXの重要性を理解し、他社のDX提案を積極的に受け検討することになった。（アンケート結果） ③「お金をかけずに上手くいく！個店商店のWEB集客必勝法」 ○生成AIの具体的な活用方法が分かった（アンケート結果）								
その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取り組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	「売上が激変するたったひとつのコンテンツ」に関しては、SNSやHPで販促活動を行っている（これから行いたい）事業者の申込が多く、事業者の課題に合致した内容であった。一方、「DXへの第一歩は”IE” から」はテーマ対象が広く、DXについてある程度の知見がある事業者にはやや物足りない側面があった。今後の開催にあたっては、セミナー内容（レベル）とターゲットを合わせる必要がある。								

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業										地域活性化事業実績報告書		
大阪商工会議所												
事業名		新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援										
想定する実施期間		2019 年度から 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること										
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	現在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。										
	支援する対象 （業種・事業所数等）	先端技術を活用した実証実験の実施を通じて、社会課題解決ビジネスの創出をめざす中小企業										
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ＜ハンズオン型＞（3社） アドバイザリーボードを設置し、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が記載された事業計画書に対して専門家からアドバイスを行った。 ＜人材育成型＞ 2月17日「実証事業都市・大阪セミナー」（20.5社） 内容：①講演「自治体と連携した実証実験で、自社製品をブラッシュアップする手法をおしえます」 ②実証事例の紹介 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞										
		①府施策連携	大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施し、セミナー参加者に対し、同課が実施する令和7年度新技術社会実装支援プログラムの公募について紹介した。									
		②広域連携	本商工会議所の広報ツール（大商ニュース、メールマガジンなど）を広く活用し、あわせて大阪府商工労働部のネットワーク、メールマガジンなどを活用し、府内事業者にも広く周知・募集を行った。									
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	60.0		総支援企業数(実績)	23.5		支援実績率	39.2%		満足率	91.3%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	○実証事業都市・大阪セミナーを開催し、これまで複数の実証支援に携わってきた講師による、実証のはじめ方や実施方法に関する講演を行った後、「実証事業推進チーム大阪」の支援を受けた企業による事例発表、大阪府・市、大阪商工会議所の支援制度を紹介した。 ○アドバイザリーボードを設置し、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が記載された事業計画書に対して専門家からアドバイスを行った。これらの取り組みによって、参加企業に実証事業を通じた社会課題解決ビジネスの創出を促した。										
		代表指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合									
		数値目標	70%		実績数値	100.0%		目標達成度	142.9%			
	成果の代表事例	アンケートでは参加者の大半が「満足」「おおむね満足」と回答。「実証事業都市・大阪セミナー」では、「大阪実証実験支援事業にエントリーしたい」といった、実証事業を通じたビジネスの創出に対して前向きな回答が多く得られた。また、アドバイザリーボードでは、専門家のアドバイスを受けて、安全性を考慮に入れた実証方法の見直しが図られた。そのため、効果的な情報提供及び適切なアドバイスを企業に提供できたと考える。										
その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）				目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	実証事業都市・大阪セミナーは、参加者数は昨年度よりも減少した。実証実験や自治体の課題をテーマとするセミナー、イベント等が増加し、参加企業が分散していること等が考えられる。次年度以降は、本商工会議所でしか聞くことができない情報提供が行える講師の選定、オンデマンド配信等を検討し、支援企業数の達成に努める。また、ハンズオン支援において、フィールド提供以外に実際に市井の人々に活用してもらい、そこから技術のブラッシュアップを希望する実証希望が増加しており、今後、チーム大阪での支援内容の拡充も課題。実証実験を希望する企業の掘り起こしに向け、他の自治体が行う実証支援事業との連携や相互PRなども検討する。										

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	30.0%	満足率	66.7%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	専門家からのコメントやアドバイスによって、実験実施企業は実証方法や検証内容の見直しを行うことができた。アドバイスを受けた企業からは、「第3者からの意見、アドバイスとして、当方としても課題と思っていたことを指摘頂いたので重要性を確認する意味で良かったです」という意見があり、実証前に課題の把握及び整理につながる取り組みであったと考える。								
		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		実績数値		3社		目標達成度	30.0%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）				目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50.0	支援企業数(実績)	20.5	支援実績率	41.0%	満足率	95.0%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	参加者から、「実証実験の組み立て方を知ることができた」や「実証事業についてどのような準備が必要がわかりました。」などの実証実験自体への理解を示すコメントだけでなく、「行政で実証を行う価値について学ぶことができた」「府・市・商工会議所の取り組みの全容が理解できた」といった行政及び本商工会議所が行う支援内容について理解を示すコメントもあり、企業の実証実験への意識を変化させることができたと考える。								
		指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合							
		数値目標	70%		実績数値		100.0%		目標達成度	142.9%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）				目標達成度	

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業							
想定する実施期間		2020 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	中小企業・小規模事業者における生産性向上で最も効果的なのがIT・デジタル導入である。昨今、多種多様なクラウドサービスが充実してきたが、自社に適したメニューを選んだり、導入効果を見きわめるのは難しい。また、スマートフォンとキャッシュレス決済の普及により、商品の購入場所や支払方法などの消費スタイルが多様化しているが、その変化にともなってIT・デジタル・動画などを活用した新サービスを導入し、販路開拓に取り組んでいる中小企業・小規模事業者は少ない。加えて、今般のコロナ禍で、中小企業・小規模事業者においては、在宅勤務や新しい販売方法などさまざまな変化への対応が課題となっている。そこで、中小企業・小規模事業者が導入しやすいツール・システムに関する情報を提供し、具体的な導入や利活用を支援する。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	①既に何らかのIT投資をしているものの、社内に情報系の専門人材がおらず、システム更新のりかえにあっても費用対効果がわかりにくい中小企業。IT導入で業務効率化を図りたいが、何から手を付けてよいかわからない中小企業。事業承継のタイミングで経営を高度化させたいと考えている中小企業など ②IT・デジタル・動画を活用して販路拡大したいが何から手を付けてよいかわからない中小企業・小規模事業者、商店街							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> ①中小企業DXセミナー 10月21日 中小企業DXセミナー「人手不足問題をITで解決！これから始めるDX～ITの力で“求人に応募が来る会社”になろう～」(108社) ②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー 6月20日「動画制作促進セミナー」(59.5社) 8月2日「売上アップにつながる企業X活用術セミナー」(90社) 9月27日「ロコミを売上アップにつなげる方法セミナー」(47.5社) 12月23日「売上アップにつながる楽天市場活用術セミナー」(21.5社) <人材交流型> ○販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用相談会 6月20日「動画制作促進相談会」(5社) 8月2日「売上アップにつながる企業X活用術相談会」(11社) 9月27日「ロコミを売上アップにつなげる方法相談会」(4社) 12月23日「売上アップにつながる楽天市場活用術相談会」(4社) <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		②広域連携	本商工会議所の広報ツールのみならず、商工会議所の取引開拓支援サイト「ザ・ビジネスモール」や、商工会議所が発信するメールマガジン、金融機関からの協力などを通じて大阪府内事業者の参加を募った。						
		④相談相乗	参加者へのアンケートでIT導入に関する相談の希望の有無を回答してもらい、専門相談支援につないだ。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	305.0	総支援企業数(実績)	350.5	支援実績率	114.9%	満足率	85.8%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	○中小企業DXセミナー 約9割のアンケート回答企業が、本セミナーを通じて「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」と回答しており、大阪府内の中小企業に対し、生産性向上や販路開拓などに向けてITが有用であることの認識を深める機会を提供できた。また、参加者からは「初歩的な内容と高度な内容の両面があり、大変勉強になった。」「小さなステップで進めていくことで業務の効率化ができるとわかった。」等の声があがったほか、10社がIT導入相談を希望した。 ○販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー 参加者からは、「小さな会社の動画広告について基本的な考え方が理解できた」「自社ホームページの埋め込み動画の見直し、オチをつけることから始めてみたいと思う」「動画制作会社に依頼した場合の費用感を知ることができた」という声があった。参加者の動画制作や動画広告に取り組む意欲を高めた他、動画制作のポイントやその活用方法について理解を深めることができた。 ○販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用相談会 「個別相談を行った企業の動画制作サービスを利用もしくは利用検討することとなった」「動画制作サービスの内容や費用感を知ることができた」「動画制作企業に直接相談ができ、疑問が解消できた」などSNS管理ツール提供者などとの相談・マッチングの場をつくることで、販路拡大に向けて具体的な行動を起こすことができた。							
	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%		実績数値	87.6%		目標達成度	116.8%	

	成果の代表事例	<p>○中小企業DXセミナー 製造業のA社は、今回のセミナー参加を経て、まずはデスクトップ保存から脱却するところから始めるなど、今後取り組むべき事項が明らかになった。また、製薬企業B社は今回のセミナー参加を経て、顧問中小企業診断士と連携し、次のステップを整理することとなった。</p> <p>○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 セミナー参加者へのアンケートでは、「自社サイトにてレビュー投稿をしているが、それがもっと購買意欲の後押しになるように工夫していきたいと思った」などのコメントがあり、導入を促進することができた。また、実際にIT・デジタルを活用している事業者の話が非常に参考になったとの声も多く上がった。相談対応したITサービス提供企業と参加者が継続して調整を続け、実際に導入が決定した事例もあり具体的な展開に結びついた。</p>							
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>○中小企業DXセミナー アンケートから、セキュリティ、ITを活用・運用できる人材の確保やIITツールの導入や運用にかかるコストに課題を抱えている企業が多いことが分かったため、その解決につながるような支援を強化する。また、他の商工会議所とも連携しながら、中小企業に対し、より多くの関連情報や、ITツールを紹介していく。</p> <p>○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 オンラインにてセミナーを実施する形式が好評であったため、今後も同様の形式を用いて時宜に合った情報提供に努める。(場合によってはリアルでの開催も検討する。) また、担当者に直接質問できる個別相談の手法も好評だったため、今後も継続して相談・マッチングの場を設ける。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100.0	支援企業数(実績)	108.0	支援実績率	108.0%	満足率	81.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	約9割のアンケート回答企業が、本セミナーを通じて「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」と回答しており、大阪府内の中小企業に対し、生産性向上や販路開拓などに向けてITが有用であることの認識を深める機会を提供できた。また、参加者からは「初歩的な内容と高度な内容の両面があり、大変勉強になった。」「小さなステップで進めていくことで業務の効率化ができるようになった。」等の声があがったほか、10社がIT導入相談を希望した。							
		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%	実績数値	87.6%	目標達成度	116.8%		
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	190.0	支援企業数(実績)	218.5	支援実績率	115.0%	満足率	87.6%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	IT・デジタル・動画を活用した新サービスの動向について理解できた、あるいは今後の販路開拓に役立つと回答した参加者は95%で、IT・デジタル・動画を活用した新サービス導入に対する意欲を高めることができた。							
		指標	アンケートにおいて、「IT・デジタル・動画を活用した新サービスの動向について理解できた」もしくは「今後の販路開拓に役立つことができる」と回答した企業の割合						
		数値目標	75%	実績数値	95.2%	目標達成度	127.0%		
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	160.0%	満足率	91.7%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	販路拡大に役立つIT・デジタルツール提供企業、動画制作企業との相談・マッチングの場をつくることで、支援企業はIT・デジタルサービスの導入、動画の活用に向けて具体的な行動を起こすことができた。							
		指標	アンケートにおいて、「IT・デジタル・動画を活用した新サービスの動向について理解できた」もしくは「今後の販路開拓に役立つことができる」と回答した企業の割合						
		数値目標	75%	実績数値	91.7%	目標達成度	122.2%		
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度			

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業							
想定する実施期間		2011 年度から 年度まで ※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	大阪府、大阪信用保証協会、5 信金（大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか、永和）、関西みらい銀行、日本政策金融公庫が参画する地域金融支援ネットワークにおいて、「開業サポート資金・小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」「チャレンジ応援資金」をはじめとする大阪府の制度融資やその他の公的融資制度の普及を促進する。特に「開業サポート資金・小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」は、地元金融機関と緊密に連携し、本商工会議所が事業計画策定支援や経営指導に加え、資金調達後にはフォローアップする「金融と経営支援の一体的取り組み」により、中小企業や創業希望者の資金需要に応え成長を支援する。これら事業者に対し、経営指導員、専門相談員などが経営支援を行うほか、高度な課題の解決には専門家による支援の枠組みも利用。本部・支部で、事業者の各種支援ニーズをはじめ、中小企業や創業希望者のさまざまなニーズに対し「金融と経営支援の一体的取り組み」の推進を強化する。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内の小規模事業者・中小企業、大阪府内での創業をめざす者（大企業の社員、府外に在住する個人などを含む）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ○地域金融懇談会など 本事業の母体となる地域支援ネットワーク機関の情報共有や情報交換のため、「地域金融懇談会」を2回（4月24日、3月7日）開催し、以下の事業を実施した。（参画機関：大阪府、大阪信用保証協会、大阪信用金庫、大阪シティ信用金庫、大阪商工信用金庫、北おおさか信用金庫、永和信用金庫、関西みらい銀行、日本政策金融公庫、大阪商工会議所） <人材育成型> ○大阪府の融資制度などを紹介するセミナー 6月13日「中小企業と創業者のための公的融資説明会」（69.5社） 3月7日「金融力強化セミナー」（96.5社） <人材交流型> ○交流会・相談会 6月13日「中小企業と創業者のための個別相談会」（28社） 11月26日「地元金融機関との交流会」（102社） その他、制度融資等施策普及のため、「開業・スタートアップ応援資金」「公的融資制度のご紹介」等の印刷物の作成配布をはじめ、ホームページなどでも周知した。 ○大阪市内全域における公的融資・各種制度融資の普及促進 「開業・スタートアップ応援資金」「小規模企業サポート資金」など大阪府の制度融資や大阪信用保証協会の各種保証制度、マル経融資などを中心に説明した。 <人材育成型> 「融資制度説明会」（108社） <人材交流型> 「個別相談会」各支部にて計133回開催（202社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞							
		①府施策連携	（商-27：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）大阪府商工労働部中小企業支援室金融課および地域支援ネットワーク参画機関などと連携して企画・実施した。地域支援ネットワーク参画機関などの協力を得て、大阪府内全域から参加を募集した。						
		②広域連携	地域支援ネットワーク参画機関などに開催広報を協力してもらうとともに、本商工会議所のウェブサイトやメールマガジンなどを通じて、大阪府内からの参加を募った。これらにより大阪市域外（大阪府内）から延べ31社の参加が得られた。						
		④相談相乗	参加者へのアンケートで直面する経営課題や経営相談支援の希望の有無などを回答してもらい、経営相談支援を希望する参加者を支部の経営相談支援や経営相談室の専門相談支援につないだ。						
事業全体の実績／目標達成	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	553.0	総支援企業数(実績)	606.0	支援実績率	109.6%	満足率	96.7%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	6月の制度融資説明会および3月の金融力強化セミナーの参加者が「得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」とした回答割合は98.2%。支部実施分の制度説明会においては「支援対象企業の中で、事業参加で得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」との回答は説明会で100%であった。							
		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%	実績数値	98.1%	目標達成度	115.4%		

	成果の代表事例	<p>○A社は金融機関の担当者等と名刺交換ができた結果、取引金融機関を増やすことに前向きな姿勢を見せられている。B社は大阪府のさまざまな金融施策を初めて理解するとともに、金融機関の提案する商品の情報を収集できたことで、資金繰り改善への具体的なアクションにつなげたいとしている。</p> <p>○支部実施分において、東住吉区でキッチンカーでの飲食業創業を目指すC社は開業資金の調達のため、金融相談会に参加、商工会議所や関係自治体に相談、創業計画書の作成と補助金の活用を検討することとなった。</p>							
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>従来のセミナー・個別相談会の取り組みは好評ではあるものの、原材料価格の高騰による利益の圧迫、マイナス金利の解除など事業者を取り巻く環境が変化するなかで、コロナ禍で環境が変化した企業の二極化（資金繰りの状況では、繰上げ返済を行う企業と、逆に資金繰りに苦しむ企業の二極化）が進んでおり、個々の事業者の抱える課題も多様化している。この幅広い支援ニーズに対応するために、金融機関が実施している支援施策を共同で実施するなど、より一層金融機関との連携を深める取り組みを検討する必要がある。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160.0	支援企業数(実績)	166.0	支援実績率	103.8%	満足率	96.9%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p><本部開催分/説明会・セミナーなど></p> <p>6月の制度融資説明会および3月の金融力強化セミナーの参加者が「得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」とした回答割合は98.2%であった。</p>							
	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%	実績数値	96.9%	目標達成度	114.0%			
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	135.0	支援企業数(実績)	130.0	支援実績率	96.3%	満足率	90.8%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p><本部開催分/交流会・相談など></p> <p>○6月の相談会で、「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」との回答は92.9%だった。</p> <p>○11月の交流会で「自社に役立つ融資に関する情報、課題解決に関する情報、金融機関とのパイプを得た」との回答は95.1%であった。</p>							
	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%	実績数値	94.6%	目標達成度	111.3%			
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	80%	目標値 (実績)	92.9%	目標達成度	116.1%		
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	81.0	支援企業数(実績)	108.0	支援実績率	133.3%	満足率	99.0%

実績／達成度③	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<支部開催分/金融説明会> 「資金繰りの基礎知識」「金融機関融資担当者の本音と融資獲得後にすべきこと」「継続的に事業融資を受けるためにすべきこと」というテーマでそれぞれセミナーを開催し、資金繰り表の活用の仕方、金融機関との付き合い方や民間金融機関での保証協会付融資とプロパー融資の違いについて理解を深めた。資金収支の計算方法や資金繰り表を活用した資金管理の重要性、リスクや借り換えの違いとそのメリットデメリットを再認識してもらった。「説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てるとの回答の割合」との回答は説明会で108社、100%であった。							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	117.6%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実績／達成度④	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	177.0	支援企業数(実績)	202.0	支援実績率	114.1%	満足率	99.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<支部開催分/相談会> 創業資金の相談も多く、審査のポイントの説明を通じ、日々の資金繰り及び財務管理の重要性を初めて認識された。売上規模を追うのではなく、収益性を踏まえた施策を検討するなど、企業の経営姿勢にも変化が見られた。相談会での公庫担当者や経営指導員との相談・検討の結果、今は借入が困難であっても、将来の借入申込のハードルが下がるように、経営課題を提示し、具体的な課題の克服方法を例示するなどして、相談者の満足度も高い結果となった。「個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する割合」との回答は個別相談会で197社、97.5%であった。							
		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%	実績数値	96.5%	目標達成度	113.6%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書									
大阪商工会議所									
事業名		小規模事業再生サポートセンター事業							
想定する実施期間		2010 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	大阪府内全域を対象に、特に小規模事業者の資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営の安定化、清算などに特化したサポート事業を展開することで、小規模事業者の事業再生を促し、大阪府内の廃業率の改善に資することをめざす。事業の実施にあたっては、案件内容に応じて「大阪府中小企業活性化協議会」とも連携を行う。							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内の小規模事業者（約22万事業者）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><ハンズオン型> 経営相談室内に「小規模事業再生サポートセンター」を開設（経営安定特別相談（平日）ならびに金融相談（火・木曜日））。大阪府内の小規模事業者を対象に資金繰りや借入金の返済条件の見直し、金融機関との折衝方法などの支援を行った。また、税理士や弁護士などの専門家を活用し、危機回避・整理に向けた支援も実施した。</p> <p>新規の相談は130事業者、前年度からの継続相談は48事業者、計178事業者に対して支援を行い、相談回数は296回（経営安定特別相談79回、金融相談217回）であった。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
	②広域連携	ウェブサイト、本商工会議所機関紙への記事掲載と案内リーフレット封入、メルマガ等により周知活動を実施した。また、各種事業で案内リーフレットを配布したり大阪府、日本政策金融公庫の府内各支店にリーフレットを設置するなどして周知に努めた。							
	④相談相乗	融資、金融機関との折衝などの相談については金融相談で対応し、資金繰り難や事業再生についての相談は経営安定特別相談で対応するなど、相乗効果を図った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	175.0	総支援企業数(実績)	178.0	支援実績率	101.7%	満足率	98.3%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	経営安定特別相談及び金融相談で助言支援をもとに相談事業者が金融機関や関係者と交渉を行ったり、改善策を実施した結果、資金繰りの改善へ向かった案件は14件（融資決定8件）の改善実績があった。							
	代表指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」							
	数値目標	20社		実績数値	14社		目標達成度	70.0%	
	成果の代表事例	2007年創業のカットサロンの代表者A氏は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で売り上げが激減し、廃業や自己破産を検討したが、昨年ごろから状況が好転し収益・利益ともに過去最高を計上した。コロナ禍での借入の影響で依然資金繰りは厳しいが、売上が上がっている状況だけに、事業を継続したいとのことで経営安定相談室に相談があった。金融機関に相談しながら個人ローンの返済を優先すること、人件費やロイヤリティー、家賃等の経費を削減し、資金繰りの改善をはかるようアドバイスすることで、今後の事業継続について考えることができるようになった。							
その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	売上不振により今後の見通しが立たず、整理や廃業を考える企業が増えている。その他にも、①代表者が傷病により働けなくなり見通しが立たないとの相談、②人手不足により事業が継続できないとの相談、③手元資金が少なく先行きが不安といった相談があった。材料の輸入が多い製造業は、円安やコストの上昇、サービス業は人件費増加のため粗利が減り、経営が厳しくなっているため、引き続き支援が必要である。経営安定特別相談では、今後も「大阪府中小企業活性化協議会」と連携し対応していく。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	120.0	支援企業数(実績)	130.0	支援実績率	108.3%	満足率	98.5%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	＜新規支援企業＞ 「倒産回避および経営の安定化」と「止むを得ない場合の円滑な整理」を2本柱としつつ、事業者の「資金繰り改善」および「危機回避」を実現した。							
		指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」						
		数値目標	事業の目標②とあわせて20社	実績数値	14社	目標達成度	70.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55.0	支援企業数(実績)	48.0	支援実績率	87.3%	満足率	97.9%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	＜前年度支援企業＞ 「倒産回避および経営の安定化」と「止むを得ない場合の円滑な整理」を2本柱としつつ、事業者の「資金繰り改善」および「危機回避」を実現した。							
		指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」						
		数値目標	事業の目標①とあわせて20社	実績数値	14社	目標達成度	70.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書										
大阪商工会議所										
事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー								
想定する実施期間		2014 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること								
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	国が、2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにする方針、いわゆる「カーボンニュートラル」を表明したことを受けて、わが国のCO2排出の9割を占めるエネルギー分野において、省エネルギーへの取り組みはもとより、エネルギー需要の電化や水素化を進展させ、電源の再エネ主力化・次世代蓄電池や安価な水素の大量供給など需給両面の抜本的な構造転換を図ることが求められている。企業にとっては、新エネ・省エネへ取り組むチャンスであり、具体的な対応策についての情報ニーズも高まっている。また、環境関連法令は、規制強化の方向で新規制定・改正されている一方で、中小企業はこうした情報をタイムリーに収集できる機会が不足しており、知らぬ間に法令違反を犯してしまう可能性がある。そこで、省エネ・新エネや、環境法令に関する情報を提供するセミナーを開催することにより、自社の課題の解決や新事業展開のための課題抽出に役立ててもらう。								
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内中小企業の環境部門責任者・担当者 省エネの取り組みに関心のある中小企業の経営者、施設・エネルギー管理担当者 エネルギー分野で新規事業展開をめざす中小事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> ○「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」 7月12日（63社）、1月22日（80社） ※各回のアーカイブ配信を含む実績 中小企業に対し、省エネの実現によって電気使用量の削減とそれに伴いカーボンニュートラルの達成を目指すという切り口で開催。中小企業が取り組むべき省エネ対策やその前提となる省エネ診断の解説や脱炭素経営などの事例を紹介するとともに、国の機関から最新動向や補助金等に関する情報提供を行った。 ○「カーボンニュートラル情報発信セミナー」 11月15日（28.5社）、2月13日（65.5社） 中小企業のカーボンニュートラル分野への参入促進を目的に、専門家による解説や、中堅・中小企業の技術開発に関する最新動向、具体的な取組み事例などを紹介。また、参加者が同分野への参入をより具体的にイメージしやすいよう、登壇企業等による製品展示をはじめ、登壇者・参加者との名刺交換会なども会場で行った。 ----- <<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>>								
		①府施策連携	（商-4：カーボンニュートラル技術実装促進）（商-10：脱炭素経営に向けた取組み支援） 「カーボンニュートラル情報発信セミナー」は大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課、MOBIOと連携したほか、「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」は共催団体である（地独）大阪府立環境農林水産総合研究所、おおさかスマートエネルギーセンター(大阪府・大阪市)、大阪府みどり公社と連携し、事業者の省エネ・脱炭素経営を支援する大阪府の取り組みを紹介するとともに、「省エネ診断」などの国や行政における施策の最新動向を伝え、大阪府内事業者の取り組みを支援した。							
		②広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府や大阪市、近畿経済産業局の広報ツール（メールマガジン等）を活用し、府内事業者に広く周知・募集を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	340.0	総支援企業数(実績)	237.0	支援実績率	69.7%	満足率	94.2%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	事業者から、「得た情報をもとに、自社の課題解決や新事業の展開を行いたい」「できることから省エネ対策を実施し、脱炭素経営につなげていきたい」などといった今後の取り組みに向けた前向きな回答を得ることができ、中小企業の行動変容を促すことができた。								
		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%	実績数値	98.7%	目標達成度	123.3%			
	成果の代表事例	アンケートでは「新しい知見を得ることができた。展開の可能性を探りたい」「業界動向の把握に役立った」との回答が多くを占めた。今後、中小企業が具体的に取り組むべき課題や、カーボンニュートラル分野への参入を検討するきっかけを提供できた。								
その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー> 参加者アンケートを基に企画を考え、中小企業の省エネ実践事例を増やすなどの工夫を行い、昨年よりも支援企業数は増えたが、目標値には届かなかった。次年度も引き続き、中小企業に関心を持っていただける企画を考えるとともに、関係団体にも協力いただき、広報を強化する。 <カーボンニュートラル情報発信セミナー> エネルギー分野から範囲を広げ、カーボンニュートラル分野で新たな技術開発を行った中小企業事例や、大阪府のカーボンニュートラル関連補助金に採択された企業の事例などを中心に、様々な切り口から中小企業向けの情報提供を行ったが、支援対象企業からの参加者数が目標値に届かなかった。今年度は大企業からの参加が多かったため、次年度はより一層「中小企業向け」を意識した講演テーマ・登壇者選定を共催者とともに検討する。								

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業										地域活性化事業実績報告書	
大阪商工会議所											
事業名		中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流									
想定する実施期間		2012 年度から 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること									
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	大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。									
	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）									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> ①大阪府内及び周辺地域の大学の研究成果（技術シーズ）活用のための交流会 11月21日「第39回大阪大学大学院基礎工学研究科産学交流会」（25社） 3月3日「産学連携セミナー～大学や公設試験研究機関を活用して「人材」も「技術」も獲得しましょう！～」(25社) ②大阪産業技術研究所等の研究成果（技術シーズ）活用など、産業技術支援に関する発表会 11月15日～24日「産業技術支援フェアinKANSAI2024」（69.5社） ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>									
		①府施策連携	（商-21：（地独）大阪産業技術研究所（ORIST）連携事業） （局-3：ものづくり支援拠点（MOBIO）連携推進事業） 大阪産業局MOBIO事業部と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報の協力を得た。大阪産業技術研究所とは企画段階から連携して、講演する産学連携企業を紹介してもらったほか、広報面でもメールマガジン配信やチラシ配布など幅広く広報を行うなどの協力を得た。								
		②広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府下に多くの会員企業・案内先を有する、MOBIOや大阪産業技術研究所などの共催団体等のネットワークを利用し、大阪府内の中小製造業者へ広報を行った。								
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	240.0		総支援企業数(実績)	119.5		支援実績率	49.8%		満足率	89.7%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	公設試験研究機関や大学と共同で技術や製品を開発した事例の紹介や、実際に連携した担当者・経営者より、その具体的な取り組みについて紹介いただいた他、情報提供をオンライン・会場のハイブリッド、さらにはアーカイブ配信やオンライン展示なども行うことで、在版中小企業が容易に情報を入手できるよう努めた。また、イベントに併せて、本商工会議所が行う「産学官技術相談窓口」の事業内容を参加者に紹介し、産学連携（技術相談、共同研究、委託研究、施設利用など）につながるよう情報提供も行った。その結果、どの事業においても、アンケート調査では支援対象企業の回答者の80%以上が「得た情報は今後の技術・製品の開発に役立てる」と回答した。									
	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%		実績数値	90.6%		目標達成度	129.4%			
	成果の代表事例	アンケート調査では、いずれのセミナーでも、支援対象の約8割が「満足」「おおよそ満足」と回答し、さらには、「本事業が人脈の構築や技術開発の課題解決等に役立った」というへ前向きな回答が多く得られた。									
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）				目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	オンラインとの併用やアーカイブ配信、オンライン展示等、会場での参加が難しい企業にも情報提供できるような方法を引き続き実践していく。公設試験研究機関や大学が保有する最新の技術に関する情報収集を適宜行い、事業者の関心の高い内容を発信できるよう努める。また、セミナー等での情報発信から、専門機関・施設の見学等、共同開発を具体的にイメージできる機会を創出するとともに、中小企業の参加率をあげるため、本商工会議所が行う「産学官技術相談窓口」の紹介や名刺交換会などの機会についてもアピールしていく。									

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業										地域活性化事業実績報告書			
大阪商工会議所													
事業名		2025年大阪・関西万博「展示・出展ゾーン」出展支援事業											
想定する実施期間		2024 年度から 2025 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること											
事業の概要	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか）	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。											
	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											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 2024年度は前年度に決定した出展（候補）企業を中心とした交流会を実施、出展企業同士の相互交流、情報交換、出展に向けた準備や効果的な出展についての情報提供を行った。 <人材育成型> 2月27日「The Kickoff Meeting」（68社） パネルディスカッションと懇親会 <人材交流型> 4月17日「出展企業・グループとの交流会」（37社） 内容：①講演「2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の活用と機運醸成について」公益社団法人2025年日本国際博覧会協会、②交流会・懇親会 出展企業・グループとの交流会（出展企業・グループから3分間プレゼンテーション） 6月12日「出展準備交流会」（21社） 8月29日「基本設計に関する出展準備交流会」（28社） 10月28日「実施設計に関わる出展準備交流会」（29社） 3月18日「開幕直前 出展準備交流会」（28社） ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>											
		②広域連携	共同事業体である大阪信用金庫の顧客に声をかけ出展企業を府内から広く募集、支援を続けた結果、出展企業84社の内、市内は56社、府内市外が28社が出展決定となった。										
		計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	160.0		総支援企業数(実績)	211.0		支援実績率	131.9%		満足率	95.0%
		目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	中小企業からのリボンチャレンジ事業に、400社を超える企業が参加が決定したが、そのうちの84社（約2割）が当企画に賛同した企業となった。大半の企業が万博初参加であり、従来の展示会との差異が把握できず、戸惑いが見られたが、定期的な交流会を開催し、丁寧な情報交換や相互交流を重ねることで、少しずつそういった課題を払拭していくことができた。										
	代表指標		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ができたと回答した割合										
数値目標	70%		実績数値		100.0%		目標達成度		142.9%				
成果の代表事例	本事業の重要な目的である、企業間連携、グループ化、取引先や関係先の拡大について、この事業を通して成し遂げることができた。おにぎりの自動製造についても自社単独であきらめていたところに、今回の企画を通してグループ化、試作機の製作に取り掛かり、展示を目指している。また、平衡を保つ車いすの開発もやはり自社単独ではあきらめていたところに今回の連携で解決につながる技術の特許をもつ企業と出会い、開発を進めている。各種新聞やテレビの取材も入り、企業のPRにもつながり、万博の効果を実感している。												
その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）				目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み （実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	2025年度、万博は10月で閉会するので、準備期間から展示期間に明らかになった課題や今後の展望について下半期で確認をしたい。今後は企業や製品の知名度も上がり、連携できる企業とともに実際の製品化について検討を行い、可能性を確かめ、開発を進めていくことを支援する。											

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	68.0	支援実績率	170.0%	満足率	98.3%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	①セミナー・講演会・説明会 熱のこもったパネルディスカッションを聴き、参加企業やゲスト参加の企業もアンケートでは中小企業の熱万博の出展企業としての自覚が芽生え、今後の経営に対する意識改革につながった。							
		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ができたと回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	120.0	支援企業数(実績)	143.0	支援実績率	119.2%	満足率	93.7%
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	②出展準備交流会 交流会において今回グループとなることができた企業同士、あるいは他のグループとの情報交換、相互交流を続ける中、新しい事実や他社の取り組み事例を聴くにつれ、企業間連携、グループ化、取引先や関係先の拡大ができた。							
		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%	実績数値	86.0%	目標達成度	122.9%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			