

令和8年度（2026年度）
事業計画書

1. 申請者の概要

団体名	大阪商工会議所
代表者職・氏名	会頭 鳥井 信吾
所在地	〒540-0029
	大阪府大阪市中央区本町橋2番8号
設立年月日	明治11年8月27日
職員数	212
うち経営指導員数	75
所管地域	大阪府大阪市
管内事業所数	177,184（総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」）
うち小規模事業者数	109,752（総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」）
会員数	32,003
組織率	18.1%
担当者職・氏名	中小企業振興部次長兼経営相談室課長 宮浦 康浩
連絡先電話番号	06-6944-6451
連絡先メールアドレス	sme-promotion@osaka.cci.or.jp
□主な事業概要（定款記載事項等）	
<p>(1)商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。 (2)行政庁等の諮問に応じて答申すること。 (3)商工業に関する調査研究を行うこと。 (4)商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。 (5)商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。 (6)輸出品の原産地証明を行うこと。 (7)商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 (8)商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。 (9)商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。 (10)博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。 (11)商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。 (12)商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行うこと。 (13)商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。 (14)商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 (15)商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 (16)商工業に関する図書を収集し、一般の閲覧に供すること。 (17)国際親善及び通商振興に資する事業を行うこと。 (18)社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 (19)行政庁等から委託を受けた事務を行うこと。 (20)前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>	

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

本商工会議所が所管する大阪市域には多種多様な産業が集積しており、中小企業・小規模事業者がその大半を占め、地域の経済や雇用を担っている。しかし、その中小企業・小規模事業者の多くは、喫緊の課題として、コスト上昇による収益の圧迫、深刻な人手不足と人件費圧力の上昇、引き続きコロナ関連融資の返済負担や金利の上昇、後継者難などに直面しており、取り巻く経営環境は厳しさを増している。こうした中、付加価値が高く市場競争力のある商品・サービスの創出や新たな販路の開拓、上昇したコスト・人件費の価格転嫁などを推し進めることによって収益性を高めるとともに、多様な人材やデジタル技術、省力化機械の活用などをもって生産性を向上させ、「稼ぐ力」を強化することがきわめて重要である。また、2025年大阪・関西万博の開催を経て、スタートアップや中小企業のイノベティブな技術・サービスの社会実装や事業化が促進され、次代を切り拓く産業・ビジネスが萌芽し、成長していくことが強く求められている。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

前述の現状と課題を踏まえ、以下を主たる目標として、中小企業・小規模事業者の経営力強化と地域経済の活性化を図る。

○経営基盤の強化

経営相談や専門相談などを通じて個々の事業者が直面する経営課題の解決を図るとともに、経営実務に関する各種講習会を開催し、経営改善を支援する。また、起業や事業承継、事業継続力の強化、社会的要請への対応などを支援する。

○「稼ぐ力」の強化

付加価値の高い商品の開発や新事業展開などによる収益力向上を支援する。また、AI・SNSを含むデジタル技術などの活用による生産性の向上や情報発信力の強化を図る。

○販路の拡大と取引の活発化

大規模展示商談会の開催、商談・マッチング機会の提供により販路拡大を支援する。また、ASEANなど海外の成長市場への事業展開をはじめ、海外企業との取引拡大を支援する。加えて、商店街などの集客を支援し、地域の活性化を図る。

○イノベーションの創出

海外スタートアップや国内大手企業との協業、大学・公設試の技術シーズの活用、実証事業の実施、2025年大阪・関西万博展示品・技術の事業化などを支援し、イノベーションを促進する。

○人的資本の強化

新卒者採用、若手人材・女性・高齢者・障がい者の活躍、外国人材の活用、リスキング、健康経営の推進などを支援し、人材の確保と活用を図る。

(3) 事業を実施した効果

○実績時記入

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題・次年度への取り組み

○実績時記入

I 経営相談支援事業						
前年度支援企業数		2,100	社			
支援メニュー		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
1	事業所カルテ・サービス提案	事業所	2,100			0.0%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	35			0.0%
3	金融支援（紹介型）	支援数	150			0.0%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	725			0.0%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	5			0.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	150			0.0%
7	記帳支援	事業所	25			0.0%
8	労務支援	支援数	5			0.0%
9	人材育成計画作成支援	事業所	0			-
10	販路開拓支援	支援数	100			0.0%
11	事業計画作成支援	支援数	775			0.0%
12	創業支援	事業所	5			0.0%
13	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	20			0.0%
14	生産性向上支援	事業所	20			0.0%
15	財務分析支援	事業所	400			0.0%
16	債権保全計画作成支援	事業所	0			-
17	事業承継支援	事業所	40			0.0%
18	制度対応等	事業所	0			-
19	災害時対応支援	事業所	0			-
20	フォローアップ支援	事業所	0			-
21	結果報告	事業所	2,100			0.0%
件数設定の根拠（今年度の特徴等）						
<p>【件数設定の根拠】 過年度の実績などをもとに、支援企業数ならびに件数を設定した。 [令和5（2023）年度実績] 支援企業数：2,471、件数：703事業所・2,430支援 [令和6（2024）年度実績] 支援企業数：2,083、件数：1,460事業所・1,881支援 大阪市内5支部・経営相談室に経営指導員を配置し、金融支援や「稼ぐ力」の強化や生産性の向上などに関する事業計画策定支援を中心に、個々の事業者が直面する経営課題の解決を図る。</p>						
支援のポイント・成果						
○実績時記入						

II 専門相談支援事業						
事業名		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
24	法務相談	日数	162			0.0%
25	税務相談	日数	201			0.0%
26	金融相談	日数	—			-
27	労務相談	日数	137			0.0%
28	その他相談	日数	846			0.0%
支援のポイント・成果						
○実績時記入						

事業名		開業サポート事業		事業番号	1	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度から		年度まで	12	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	創業希望者向けの啓発セミナーや創業のノウハウを習得する集中講座の開催、ビジネスプラン作成の個別支援を通じて、大阪府内での創業を促進、支援する。					
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】 創業希望者や創業後間もない事業者らを対象に、起業や企業経営に必要な知識の習得やビジネスプランの策定などを支援し、大阪での創業を促進する。</p> <p>【企業ニーズ】 本商工会議所の経営相談室では2024年度にのべ750件の創業に関する相談に応じており、年々増加傾向にある（2023年度は700件）。そのうち、創業の準備を始めた人から創業を間近に控えた人までが大部分を占める。総務省の「就業構造基本調査」によると副業者の数は増加傾向にあり、また日本政策金融公庫の「2024年度起業と起業意識に関する調査」によると、開業費用は少額化の傾向にあり、小さく始める「スモールビジネス起業」が主流となり、そのニーズが高まっている。</p>					
	支援する対象 （業種・事業所数等）	創業への具体的な進め方について学習を希望する者、企業経営に関する知識を深めたい創業後間もない事業者、事業承継を予定している者など					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を 含めること		<p>【2025年度実績】</p> <p>○啓発を目的とした創業希望者向けセミナーを1回開催（8月9日）支援数54者</p> <p>○創業のノウハウを習得するための集中講座を開催（8月23日～9月27日・全5回）支援数31者</p> <p>○第23回ビジネスプランコンテスト ドリームDASH！（主催：大阪産業局、共催：大阪府）に2者を推薦した。</p> <p>集中講座の受講者に対して伴走支援できるように、継続的に本商工会議所の事業を案内し、創業後の各種課題（資金繰り、資金調達、顧客・販路の開拓、財務・税務・法務に関する知識の習得）の解決を図る。</p>					
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>①創業希望者向け啓発セミナー</p> <p>【事業類型】人材育成型 【実施時期】7月～8月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】創業関連の情報を提供するセミナーを開催し、創業に向けた円滑な準備を支援する。</p> <p>②企業経営に必要な知識、創業ノウハウを習得するための集中講座（開業スクール）</p> <p>【事業類型】人材交流型 【実施時期】8月～10月頃（5回連続） 【実施場所】大阪商工会議所もしくは大阪市内の会議・研修施設 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】創業の基礎知識の習得からビジネスプランの作成・ブラッシュアップまでを支援するとともに、講師と先輩起業家、受講生同士の交流を促進する。個別の相談には、創業の専門相談窓口と連携して対応し、融資希望案件は大阪府制度融資「開業スタートアップ応援資金（地域支援ネットワーク型）」などの公的融資につなぐ。</p> <p>③大阪府内のビジネスプランコンテストへの推薦を前提とした個別支援</p> <p>【事業類型】ハンズオン型 【実施時期】通年 【実施方法】専門家の指導などを通じた伴走支援 【実施内容】本商工会議所の専門相談窓口の相談者、有望なビジネスプランを有する集中講座の受講者などに対して、府内のビジネスプランコンテストへの推薦を前提に、さらなるブラッシュアップのためのハンズオン支援を行う。また、コンテストの求める基準に合った資料作成やプレゼンテーションの指導も必要に応じて行う。</p> <p>大阪府や大阪市・各協力金融機関などの連携機関などを活用してタイムリーに創業支援に関する情報を発信することにより、創業希望者からの相談や支援希望を募る。創業希望者に対しそれぞれの準備段階に応じて、セミナー、集中講座、個別支援、融資紹介などを実施し、創業実現につなげる。</p>					

		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果	
		商-17	起業家の育成、創業の促進		創業・経営革新	
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		<p>(a)大阪府経営支援課経営革新グループと連携し、大阪府のウェブサイトやメールマガジンの活用に加え、金融機関などとの地域金融支援ネットワークを通じて広く府内に事業をPRする。融資面では、府制度融資「開業スタートアップ応援資金（地域支援ネットワーク型）」など公的融資へつなぐ。優秀なビジネスプランに対しては、府内のビジネスコンテストへの推薦を前提にさらなるブラッシュアップを図る個別支援を実施する。</p> <p>(c)開業スクールを大阪市の特定創業支援等事業として実施。大阪市のメール配信などで事業PRの協力を得る。</p> <p>(d)本事業の参加中あるいは参加後、専門相談（創業）で個別相談に対応する。</p>				
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	①セミナー50者、②集中講座30者、③ハンズオン支援2者 [募集方法] 大商ニュースやウェブサイトでの告知、各協力金融機関など関係機関を通じてチラシの配布など			
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、セミナーで創業に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
		20,200円 ×	50者 ×	1.00 =	1,010,000円	
		40,400円 ×	30者 ×	1.50 =	1,818,000円	
		101,000円 ×	2者 ×	1.00 =	202,000円	
		合計	82者	(小計)	3,030,000円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）						
計 3,030,000円						
独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）						
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等		
	②受益者負担		165,000円	負担金の積算		
	標準事業費		補助率	（①市町村等+②受益者負担）		
	3,030,000円 ×	1.00 =	2,865,000円	（ 165,000円）		
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）	
	○	大阪商工会議所	2,865,000円	82		
			円			
			円			
			円			

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 50 者	①創業希望者向け啓発セミナー 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など		
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、セミナーで創業に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 30 者	②企業経営に必要な知識、創業ノウハウを習得するための集中講座 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など		
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、集中講座で事業計画が参加前よりレベルアップしたと回答した割合	数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 2 者	③大阪府内のビジネスプランコンテストへの推薦を前提とした個別支援 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など		
	支援対象企業の変化	指標	個別支援により事業計画を作成した数	数値目標	2 者
	その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

当該事業の参加者は、大阪府内での創業や府内に新たな事業所を設けること、もしくはかかる情報収集が目的であること、大阪府内の創業や新規事業所の立ち上げを促進する観点から、大阪府外の個人や事業者も支援対象とする。

事業名		女性起業家成長支援事業		事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		2024年度から		年度まで	3	年目	※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	<p>起業予定もしくは起業間もない女性を対象に、ロールモデルとなる先輩女性起業家を招聘したワークショップを開催する。創業7年未満の成長志向のある女性起業家に対しては、スケールアップに必要なスキル・ネットワークを獲得できるグループメンタリングや講義などのプログラムを提供する。また、自身の商品やサービスなどを宣伝するテストマーケティングの場を提供し、大阪でのスモールビジネスの開業を促進する。</p>					
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】 副業の解禁など、女性が働き続ける環境が整いつつあるほか、出産・育児・介護などにより離職を余儀なくされた女性でもデジタル化の広がりにより、スモールビジネスの起業を選びやすくなった。女性の活躍推進が叫ばれる中、大阪および日本全体の開業率を底上げする、また地域活性化や後継問題の解消などにつながるためにも女性の起業をサポートしていくことには意義がある。起業予定の女性には、そのノウハウの提供や開業資金の調達支援を行うことで、起業に対する心理的ハードルを下げ、起業への第一歩を踏み出してもらおう。起業間もない女性起業家には、ビジネスプランのブラッシュアップ支援、メンターや起業家同士のコミュニティ構築により、経営課題の解決を図る。</p> <p>【企業ニーズ】 本商工会議所の経営相談室では2024年度にのべ750件の創業に関する相談に応じており、年々増加傾向にある（2023年度は700件）。2025年度「開業スクール」受講者は31人で、その内、女性が半数を占めている。日本政策金融公庫の「2024年度新規開業実態調査」によると、2024年度の開業者に占める女性開業者の割合は過去最高の25.5%となり、1991年度の調査開始以来最も高く、女性の起業ニーズが高まっている。</p>					
	支援する対象 （業種・事業所数等）	<p>企業経営や創業に関する知識を深めたい創業前や起業間もない女性、既に事業を数年運営していて、売上の拡大に向けて「次の成長」や「仕組み化」を本気で考えている成長志向のある女性起業家など</p>					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月現在）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○女性起業家を招聘したセミナーを集合形式で開催（6月28日） 支援数167者 ○少人数制の勉強会「女性起業家カフェ（全4回）」を実施 支援数79者 ○トークイベント・チャレンジショップ 支援数9者（予定） <p>これまでセミナーや勉強会を実施してきたが、起業初期フェーズからの脱却し、今ある事業を次のフェーズに引き上げるための支援事業がなかったため、次年度は成長志向のある起業家を対象に、スケールアップに必要な経営知識・スキル・ネットワークを獲得できるグループメンタリングや講義等のプログラムを提供する。</p>					

具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・ どのようにするのかを明確に)	①ロールモデルとなる女性起業家を招聘したワークショップ（ダイアログ&交流会） 【事業類型】人材交流型 【実施時期】5月～3月頃（年4回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】起業予定もしくは起業間もない女性を対象に、毎回、ロールモデルとなる先輩女性起業家を招聘したワークショップを開催する。創業時から成長の壁をどう乗り越えたのか、ビジネスモデルの優位性から起業家の核心となるところまでを対話形式で掘り下げる。講演後は、講師から提示された課題に対し、グループにて意見交換を行うワークを行う。			
	②女性起業家のためのメンタリングプログラム 【事業手法】人材交流型 【実施時期】10月～12月頃（8回連続） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】既に事業を数年運営して「次の成長」や「仕組み化」を本気で考えている成長志向のある女性起業家を対象に、現在の課題分析と事業計画のブラッシュアップなどスケールアップに必要な経営知識・スキル・ネットワークを獲得できるメンタリングや体系的な講義等のプログラムを提供し、収益モデルの再構築を目指す。具体的には、毎回参加者が宿題にもとづくプレゼンを行い、講師・メンター、聴衆側参加者がフィードバックを行い、年商1000万円を超える中長期計画を練り上げる。			
③女性起業家のトークイベント&チャレンジショップ (トークイベント) 【事業類型】人材育成型 【実施時期】11月～12月頃（1回） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】起業を志望する女性を対象に、先輩起業家のトークイベントを開催し、成功や失敗談、起業に関するアドバイスを行う。また交流会においては、先輩起業家や出店者（起業間もない女性）と直接話をする機会を設け、参加者同士のネットワークづくりを支援する。 (チャレンジショップ) 【事業類型】ハンズオン型 【実施時期】11月～12月頃（1回） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】起業間もない女性が創業支援施設などに店舗し、自身の商品・サービスなどを宣伝・PRする場を提供する。自身の創業のきっかけや商品・サービスの開発の思い、プロセスを参加者に伝え、商品・サービスを実際に提供することで、テストマーケティング・新たな顧客の開拓を図る。この出店に際し、準備の段階から、既存の商品・サービスの見直し、起業ストーリー発信によるリブランディングなどの個別支援を行う。				
個別の相談には、創業の専門相談窓口と連携して対応し、融資希望案件は大阪府制度融資「開業スタートアップ応援資金（地域支援ネットワーク型）」などの公的融資につなぐ。優秀なビジネスプランに対しては、府内のビジネスプランコンテストへ推薦する。本商工会議所のブルーローズ表彰受賞者とも連携し、メンターとして招聘する。				
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携		<input type="radio"/> (b)広域連携	
	<input type="radio"/> (c)市町村連携		<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果	
商-17		起業家の育成、創業の促進		創業・経営革新
(a)大阪府経営支援課経営革新グループと連携し、大阪府のウェブサイトやメールマガジンの活用に加え、金融機関などとの地域金融支援ネットワークを通じて広く府内に事業をPRする。融資面では、府制度融資「開業スタートアップ応援資金（地域支援ネットワーク型）」など公的融資へつなぐ。 (c)大阪市の創業支援等事業計画に参画し、大阪市のメール配信などで事業PR協力を受ける。 (d)本事業の参加中あるいは参加後に専門相談（創業）で個別相談に対応する。				
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 223 者	①ワークショップ：35者×4回=140者 ②メンタリングプログラム：15者 ③トークイベント&チャレンジショップ 人材育成：60者、ハンズオン：8者 [募集方法]大商ニュースやウェブサイトでの告知、各協力金融機関など関係機関を通じたチラシの配布など	
	主な支援対象企業の変化	代表指標	個別支援によってリブランディングができて、チャレンジショップに出店した事業者数	数値目標
	その他目標値	目標値の内容⇒		
				8 者

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		40,400	円 ×	140	者 ×	1.00	=	5,656,000	円	
		40,400	円 ×	15	者 ×	1.80	=	1,090,800	円	
		20,200	円 ×	60	者 ×	1.00	=	1,212,000	円	
		101,000	円 ×	8	者 ×	1.00	=	808,000	円	
		合計		223	者	(小計)		8,766,800	円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円
						計		8,766,800	円	
		独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
②受益者負担		円	負担金の積算							
標準事業費		補助率				（①市町村等+②受益者負担）				
8,766,800		円 ×	1.00	=	8,766,800	円	（円）			
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）				
	○	大阪商工会議所	8,766,800 円		223					
					円					
					円					
					円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 140 者	①ワークショップ 大商ニュースやウェブサイトでの告知、各協力金融機関など関係機関を通じたチラシの配布など			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、ワークショップで創業や会社経営に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 者	②メンタリングプログラム ウェブサイトでの告知、各協力金融機関など関係機関を通じたチラシの配布、開業スクールの卒業生など			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、スケールアップに必要な課題分析と事業計画のブラッシュアップができたと回答した割合	数値目標	80 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 60 者	③女性起業家のトークイベント 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、セミナーで創業や会社経営に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8 者	③チャレンジショップ 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など			
	支援対象企業の変化	指標	個別支援によってリブランディングができて、チャレンジショップに出店した事業者数	数値目標	8 者	
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

当該事業の参加者は、大阪府内での創業や府内に新たな事業所を設けること、もしくはかかる情報収集が目的であること、大阪府内の創業や新規事業所の立ち上げを促進する観点から、大阪府外の個人や事業者も支援対象とする。

事業名		親族内承継支援事業		事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		2025年度から		年度まで	2	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	親族内承継を予定している中小企業・小規模事業者に対し、「事業承継計画書（骨子）」の作成体験や事業承継を控える事業者間の交流機会を提供することで、事業承継の準備を進めるきっかけづくりを支援する。					
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】 日本の企業数の99.7%（約336.5万社）、雇用の69.7%（約3,310万人）を占めている中小企業（2021年時点）において、経営者の高齢化と事業承継の取り組みの遅れが問題となっている。計画的に事業承継に取り組まなければ、経営が不安定になり、事業の継続に支障が出るおそれがある。しかしながら、中小企業の経営者は、事業承継に関する準備を後回しにしがちで、早い段階から誰かに相談するケースが少なく、最悪の場合、準備を全くせずに承継せざるを得なくなることもある。そこで、親族内事業承継を行う予定の事業者に対し、事業承継に関するセミナーやワークショップ、事業者同士の交流の機会を提供することで、早めの事業承継の準備の大切さを認識させ、促すことを目的とする。</p> <p>【企業ニーズ】 中小企業白書（2023年版）によると、親族内承継のうち、「事業承継準備期間はなかった」14.7%、「1年未満」22.8%となっており、事業承継を決断してから社長就任までにかかった期間が非常に短い実情がうかがえる。また、帝国データバンクの集計によると、『後継者難倒産』が2023年1-10月で463件発生した。代表者が病気や死亡により事業継続がままならないケース以外に、後継者問題は経営課題として認識はあったものの「後継者育成」に頓挫し、承継完了が間に合わずに自社単独での事業継続を断念するケースが目立っている。以上の状況から、早い段階から事業承継の準備を行い、承継計画を立てることで、後継者育成を含む円滑な事業承継を行うことができ、代表者の急死や急病など予期せぬ事態による事業承継時の混乱を回避・減少することにもつながることが期待できる。</p>					
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内の事業承継を予定している中小企業・小規模事業者（主に親族内事業承継）					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年実績（12月末時点）】 ○9月11日「親族内承継で失敗しない5原則と計画づくり（ワークショップの開催） 支援企業数10社（11名） 満足9名、おおむね満足2名と非常に高い結果。ターゲットを絞ったテーマだったため、受講者との間で認知的不協和が生じにくかったと考えられる。アンケートでは「早めの準備が必要だという認識になりました」と、狙いどおりの声が寄せられた。テーマの性質上、集客に苦戦することは想定していましたが、申込18名で、想定よりキャンセルが多く発生。今後は、事前にセミナー等を開催して長い時間認知が行える状況を作り出、集客につなげるなどの工夫が必要。 ○ハンズオン1社支援中。12月に3度目の訪問予定。</p>					
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>①セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】5月～9月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所北支部（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】事業承継全般に関するテーマ、制度を理解してもらう。</p> <p>②ワークショップ（交流会）の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】8～12月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面 【実施内容】主に親族内承継を中心とした情報提供や事業承継・引継ぎ支援センター、事業承継計画書作成支援の存在を伝えるとともに、潜在的に同様の課題を抱える事業者同士の交流の場を提供する。 テーマ（案）： ・事業計画作成ワークショップ タイトル例「親族内承継で失敗しない5原則と計画づくり」 ・事業者同士の課題共有、意見交換の場の提供など ※講習会・交流会開催時に「事業承継診断」を実施する。オンライン開催の場合は告知記載依頼。 ※事業承継税制が延長されればワークショップ開催時に「事業承継税制の周知」を実施する。</p> <p>③個別支援の実施 【事業類型】ハンズオン型 【実施場所】大阪商工会議所、支援先の事業所ほか 【実施内容】経営指導員による経営指導先事業者、交流会参加事業者に対し「事業承継・引継ぎ支援センター」や「中小機構」と連携し、相談対応や事業承継計画書（骨子）のブラッシュアップ・完成などの個別支援を行う。なお、個別支援に際しては、経営者が安心して専門家にうまく伝えられるように経営指導員として同席し作成する。</p>					

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	○ (a)府施策連携		□ (b)広域連携		□ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果		
	商-11		事業承継の支援事業				事業承継		
(a)大阪府と連携し、府の事業承継施策の取組をPRする。 (d)交流会参加企業に対し経営指導員がヒアリングを実施し、必要に応じて支援を行う。									
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	①セミナーの開催 20社 ②ワークショップの開催 10社 経営指導員による参加勧誘、本商工会議所や大阪府中小企業支援室、大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、他の産業支援機関などの広報媒体（ウェブサイト、メールマガジンなど）の活用、金融機関への広報依頼など ③個別支援の実施 1社 人材交流型事業参加者の中から「事業承継計画書（骨子）」のブラッシュアップ・完成を希望する事業者を募集。また経営指導先を中心に希望があるところは対応し支援する。						
	31社	代表指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理解が深まったと回答した企業の割合			数値目標	80%		
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数	標準事業費			
		20,200円 ×	20社 ×		1.00 =	404,000円			
		40,400円 ×	10社 ×		1.00 =	404,000円			
		101,000円 ×	1社 ×		1.00 =	101,000円			
	合計	31社		(小計)	909,000円				
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）									
計 909,000円									
独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）									
算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等				
	②受益者負担		円		負担金の積算				
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
909,000円 ×		1.00 =		909,000円		(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数		役割（配分の考え方）	
	○	大阪商工会議所		909,000円		31			
				円					
				円					
				円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	①セミナー 経営指導員による参加勧誘、本商工会議所や他の産業支援機関などの広報媒体（ウェブサイト、メールマガジンなど）の活用、金融機関への広報依頼など		
		20 社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理解が深まったと回答した企業の割合	数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	②ワークショップ 経営指導員による参加勧誘、本商工会議所や大阪府中小企業支援室、大阪府事業承継・引継ぎ支援センター、他の産業支援機関などの広報媒体（ウェブサイト、メールマガジンなど）の活用、金融機関への広報依頼などを行う。		
		10 社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、事業承継について理解が深まったと回答した企業の割合	数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	③個別支援 ワークショップ参加者の中から「事業承継計画書（骨子）」のブラッシュアップ・完成を希望する事業者を募集。希望がない場合は、経営指導先を中心に募集する。		
		1 社			
	支援対象企業の変化	指標	「事業承継計画書（骨子）」をブラッシュアップ・完成した企業数	数値目標	1 社
	その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業		事業番号	4	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2011 年度から		年度まで	16	年目	※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者の経営改善・企業体質の強化を目的に経営実務に関する講習会を開催する。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】 営業・販売力の強化、財務改善、人事労務問題への対応、ビジネス法務、税務対策、IT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。</p> <p>【企業ニーズ】 参加者には毎回アンケートを実施し、経営課題や関心事項を調査・収集している。2024年度に実施したアンケートにおいて、多くの事業者が人事・労務・人材採用、販路拡大・取引先開拓、融資・資金繰り、IT化などの課題を有していると回答しており、こうしたテーマに対する支援が求められている。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪市内の中小企業・小規模事業者（すべての業種を対象とし、経営実務に関する情報・ノウハウを習得して経営改善をめざす事業者）							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <p>○12月末までに16講座を開催し、支援企業数602社、満足率96.8%である。また、講習会で得た知識や情報を「今後の経営改善や経営力向上に役立てる」と回答した割合は98.2%で、目標数値の90%を上回っている。</p> <p>○2025年度上半期に実施したセミナーの中では、特に生成AIの活用方法、年末調整・確定申告の処理、法務、販促に効果的なパンフレットの作り方などをテーマとしたものが参加者から好評を得た。2026年度においても地域事業者のニーズに沿い、時宜に適したテーマを取り上げる。</p>							
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>セミナーの開催</p> <p>【事業類型】人材育成型</p> <p>【実施時期】5月頃～3月頃（30回程度・1回2時間程度）</p> <p>【実施場所】大阪商工会議所各支部ほか</p> <p>【実施方法】対面もしくはオンライン</p> <p>【実施内容】営業・販路拡大、労務、税務・会計、法務、ITなど、中小企業・小規模事業者の関心が高い分野・テーマに焦点を当て、経営実務に役立つ内容の講習会を開催する。毎回、参加者アンケートを実施し、PDCAを通じてより参加者の満足度が高い講習会へと改善を図る。</p> <p>※「<付表>中小企業の体質改善強化支援事業 2024年度開催実績」参照</p>							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)府施策連携		(b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
		番号選択		創業・経営革新					
		(c)各支部管轄区域内の区役所や産業会・工業会・納税協会などと連携して参加者を募る。 (d)参加者の中で経営相談などの個社支援を希望する事業者には、経営指導員が訪問するなどして課題解決の支援にあたる。より高度専門的な課題については、専門家と同行して課題解決を図る。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒		○支援対象企業数は、これまでの実績などを勘案して設定 ○募集方法は、主として経営指導員による直接的な勧誘、ウェブサイト掲載、メールマガジンの配信、他の事業での開催チラシの配布、会員企業などへのファックス送信など					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の経営改善や経営力向上に役立てる」と回答した割合			数値目標	90 %		
	その他目標値	目標値の内容⇒							

5-4. 地域活性化事業 事業調書（計画）

大阪商工会議所

（担当者：宮浦康浩）

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200	円 ×	846	社 ×	1.00	=	17,089,200	円	
		合計		846	社	(小計)		17,089,200		円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）									
	計 17,089,200 円									
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）									
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		標準事業費		補助率				((①市町村等+②受益者負担)		
		17,089,200	円 ×	0.50	=	8,544,600	円	(円)		
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）			
	○	大阪商工会議所		8,544,600 円		846				
				円						
				円						
				円						

【備考】

<付表> 中小企業の体質改善強化支援事業 2024年度実績

カテゴリー	講習会名称	支援企業数
営業・販路開拓	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
	展示会営業セミナー	41.0
	「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
人事・労務	~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
	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
	2024年に運送事業者が取り組む労務のポイント	14.0
会計・経理	決算書の見方を資金繰り表の作成	49.0
	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
	~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
	経営に活かす決算書の読み方	19.0
税務	年末調整・確定申告における定額減税の対応	128.5
	令和7年度税制改正セミナー	38.0
	講習会 緩和!?電帳法・インボイスのいま 2024夏の巻	37.0
法務	法律講演会「取引先の信用不安・倒産への対応」	110.5
IT・セキュリティ	Chat GPTの活用術	129.0
	「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
	中小企業のDXとビジネスアプリ活用法	32.5
	「生成AI」すぐに使える入門講座	30.5
	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
	インバウンド対策も！小さなお店のGoogleマップ活用術	13.5
事業戦略・その他	企業の未来を切り開く、データ活用術セミナー	23.5
	「話しの引き出し方極意」講習会	23.5
	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
	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
	即戦力で自社にマッチした人材採用のコツ	17.0
	「大地変動の時代」を賢く生きのびる経営	14.5
合 計		1052.5

事業名		BCP支援事業		事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012年度から	年度まで	15	年目	※複数段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	ワークショップやセミナーを通じて中小企業にBCP（事業継続計画）策定やサイバーセキュリティ対策に関するノウハウを習得してもらう。					
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】</p> <p>帝国データバンクの2025年調査で、中小企業のBCP策定率は17.1%にとどまり、大企業の38.7%との差は年々拡大している。2024年の能登半島地震など自然災害が激甚化する中、BCPの重要性はますます高まっている。そこで、策定の重要性を再認識させ、ノウハウ獲得や具体的な策定着手を支援し、BCPの普及と災害に強い事業者の増加をめざす。また、サイバー攻撃は急増・巧妙化し、特にセキュリティが手薄な中小企業を狙う「サプライチェーン攻撃」が深刻化している。ランサムウェア被害は中小企業で増加しているとの報告もあり、情報漏えいや業務停止は事業継続の重大な危機となる。BCPの観点から、最新動向の把握、意識・知識の向上、対策ソリューションの実践を促進し、事業への影響を最小限に止めることを目的とする。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>BCPを策定していない事業者は、必要性を感じつつも「スキル・ノウハウがない」「人的余裕がない」等の理由で、単独での策定が困難な状況にある。そのため、専門機関による支援を求める企業ニーズは高い。サイバーセキュリティについては、本商工会議所の「サイバーセキュリティお助け隊サービス」のユーザー数が徐々に増加していることから、関心や改善ニーズの高まりがうかがえる。多くの中小企業が脅威を認識しつつも、予算や専門知識の不足から具体的な対策に踏み出せていない。簡便かつ安価に導入できるソリューション商材の情報提供などが求められている。</p>					
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内の中小企業・小規模事業者（広範な業種）					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月現在）】</p> <p>○事業継続計画（BCP）分かり易いサイバー攻撃対策セミナー（6月24日）支援企業数34社</p> <p>○BCP無料ワークショップ 大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」ワークショップ（9月18日）支援企業数36社</p> <p>規模が大きい地震、水害などの自然災害が相次ぐとともに、企業のサイバー攻撃被害が頻発していることから、2026年度は当該事業による支援を拡充する。</p>					
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>①中小企業・小規模事業者向けBCPセミナー</p> <p>【事業類型】人材育成型</p> <p>【実施時期】通年（3回程度）</p> <p>【実施場所】大阪商工会議所（予定）</p> <p>【実施方法】対面もしくはオンライン</p> <p>【実施内容】南海トラフ地震の最新の被害予測や直近の自然災害、サイバー攻撃の被害状況などを紹介し、会社が取べき今後の防災、サイバーセキュリティ対策について情報を提供する。また、大阪府作成の「社員と会社を守る防災ガイド」や「超簡易版BCP『これだけは！』シート」についても説明し、その活用やブラッシュアップの方法などについて情報提供を行う。</p> <p>②中小企業・小規模事業者向けBCP策定ワークショップ</p> <p>【事業類型】人材交流型</p> <p>【実施時期】通年（2回程度）</p> <p>【実施場所】大阪商工会議所、阿倍野防災センター（予定）</p> <p>【実施方法】対面</p> <p>【実施内容】少人数方式のグループワーク。直近の自然災害の被害状況を説明し、災害発生時の対応策や日頃からの備えなど、減災に向けて企業が取べき対策について参加者間で疑問点を確認・意見交換を行い、実際のBCP策定、ノウハウ、ブラッシュアップの方法などを獲得してもらう。資料は大阪府の「超簡易版BCP『これだけは！』シート」を活用する。</p> <p>③BCP、事業継続力強化計画の策定支援</p> <p>【事業類型】ハンズオン型</p> <p>【実施時期】通年</p> <p>【実施内容】経営指導員などがBCP（簡易版含む）や事業継続力強化計画の策定を個別支援する。</p>					

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果		
	商-12	BCP・BCMの普及促進及び策定支援					BCP		
(a)大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」を活用し、参加者にBCP策定を促す。D-FAX、メール配信、ウェブサイトへの掲載と過去の支援先への巡回による参加勧奨を通して、広く大阪府内の事業所に参加をよびかける。 (c)大阪市と共同で策定した事業継続力強化支援計画に基づき実施する。 (d)BCP、事業継続力強化計画作成においては、必要に応じて専門相談窓口と連携して対応する。									
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 183社		①中小企業・小規模事業者向けBCPセミナー：125社 ②中小企業・小規模事業者向けBCP策定ワークショップ：48社 ③BCP、事業継続力強化計画の策定支援：10社 メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	BCPや事業継続力強化計画の策定件数			数値目標	10件		
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200円	×	125社	×	1.00	=	2,525,000円	
		40,400円	×	48社	×	1.00	=	1,939,200円	
		101,000円	×	10社	×	1.00	=	1,010,000円	
		合計		183社		(小計)		5,474,200円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
								計	5,474,200円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等				
	②受益者負担		円		負担金の積算				
	標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
	5,474,200円		×	1.00	=	5,474,200円		(円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数		役割(配分の考え方)	
	○	大阪商工会議所		5,474,200円		183			
				円					
				円					
				円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業 の 目 標 ①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 125 社	①中小企業・小規模事業者向けBCPセミナー メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。		
	支援対象企業 の変化	指標	アンケートにおいて、セミナーで防災・サイバーセキュリティ対策に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業 の 目 標 ②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 48 社	②中小企業・小規模事業者向けBCP策定ワークショップ メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。		
	支援対象企業 の変化	指標	アンケートにおいて、減災に向けて企業が取るべき対策について知識が深まったと回答した割合	数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業 の 目 標 ③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 10 社	③BCP、事業継続力強化計画の策定支援 メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。		
	支援対象企業 の変化	指標	BCPや事業継続力強化計画の策定件数	数値目標	10 件
	その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

--

事業名		商店街と商業施設を核としたまちづくり事業		事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度から 年度まで		13	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	商店街や商業施設を核として、既存の店舗・事業者に加えて新創業者や他地域からの事業者も含めた支援を通して、地域コミュニティや消費者との3者が共に各々の地域を自らが盛り上げるイベントの実施、その定着を図り、地域の賑わいを創出する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【地域の現状】</p> <p>天王寺駅は乗降客数も多く（JR西日本内で3位）、駅を中心として商業施設、動物園や公園、美術館や寺社仏閣などが徒歩圏内に集積し、一帯は店舗の経営に関して他地域に比べ立地に恵まれ優位にある。一方、周辺の他地域にある商店街や商業施設や店舗は、高齢化や施設店舗の老朽化、空き店舗が目立つケースが増え、徐々に衰退しつつある。</p> <p>【事業の課題と目的】</p> <p>地域コミュニティの担い手、地域ニーズに対応した「生活を支える街」となるよう、当地域特有の文化・観光資源の魅力を活かして観光・消費を促進する。今般、盛況裡に終えた2025年大阪・関西万博の“いのち輝く未来社会のデザイン”の各テーマを継承し、当地域が次世代を担う子供を中心とした来街者に愛される、安心して過ごせる活気あふれる街を目指したいという商店街からの希望・期待もあり、各商業施設や各地各店舗と連携してまちづくりに役立つ事業を実施する。併せて、AI・ChatGPT・各種デジタルツールを活用したプロモーション手法等に関するセミナー・ワークショップの実施等により、商店街の事業者の経営力向上とスキルアップを図り、来街者減少や空き店舗増加で衰退が懸念される商店街・商店会に賑わいを創出し、バイローカルを促し、需要喚起につなげる。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>★商業施設や商店街間の連絡調整、地域一体イベントの運営や支援を商工会議所に期待する声がある。 ★営業や事務手法にAIといった新しいテクノロジーへの関心が高く、情報収集についてニーズが高い。 ★創業者の商品開発や大量生産に向かない既存商品、顧客から支持を得ている独自サービスなど、販売支援のニーズがある。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	①天王寺・阿倍野地域の商店街・商店会、商業施設のテナント会などの団体とその構成店舗、周辺の店舗 ②主に天王寺・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					
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>	○あべの天王寺・サマーキャンパス2025（8月15～24日） まちごと万博として、2025年大阪・関西万博を天王寺から応援。 体験プログラム 71（子供向け）、18（大人向け）、4（オンライン開催） 抽選会 参加店舗 283店舗、抽選回数 8,269回 スタンプラリー 達成者数 430人 ○逸品マルシェ販売促進支援事業 2024年度支援企業・団体数 販売促進イベント「逸品マルシェ」6/8 JR天王寺駅前 21社・3団体 販売促進イベント「逸品マルシェ」9/29 安立本通商店街 3社・1団体 ○デジタル活用セミナー・ワークショップ（3コース+ワークショップ） デジタル活用セミナー「〇〇+AIで事業を推進！AI時代の仕事術」 2025年度支援企業 Aコース：無料ツール+AIで楽々プロモーション 29社 Bコース：営業・マーケ・経営+AIで、時代に取り残されないビジネス 25.5社 Cコース：広告+AIで、ターゲットに届くAI時代のインターネット広告活用術 30社 Dコース：ここからはじめる生成AI—うまく使えない人のためのChatGPT実践ワークショップ 18社						

具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・ どのようにするのかを明確に）	①あべの天王寺・サマーキャンパス 【事業類型】 販路開拓型 【実施時期】 8月下旬 【実施場所】 あべの・天王寺エリア 【実施内容】 当エリアの商店街・商店会や商業施設内外の店舗・事業所などの集客・販売促進につながるイベントを実施する。参加店舗は「リアル体験プログラム」を用意し、事務局と商業施設は顧客を誘引する仕掛けに「スタンプラリー」や「抽選会」などを実施する。一般顧客を対象としたイベントもオンラインで実施する。大人向けサービスを提供する企業の参加も募り“大人のサマキャン”プログラムの充実を図り来街者層の幅を広げる。							
	②販売促進イベント「逸品マルシェ」 【事業類型】 販路開拓型 【実施時期】 春期、秋期（2回程度） 【実施場所】 阿倍野・天王寺ターミナル周辺（例、天王寺ミオ、Q'sモール）、東住吉区、平野区、住之江区、住吉区の商店街・商店会（例、玉造、文の里、駒川、粉浜、安立など）を予定 【実施内容】 ①地元中小企業・小規模事業者の優れた商品・サービスを展示販売、②展示販売コーナーや商店街・商店会の店舗で購入した顧客を対象に抽選会を実施、③出店者ならびに開催地周辺の店舗の魅力伝えるチラシを制作し、近隣住居を対象に新聞折り込みを行う。チラシには商店街・商店会のイベントや店舗の情報のほか、QRコードを掲載し、出店者のWebサイトへ誘導することで来場者以外にも認知向上を図る。また、出店者に対し必要に応じてLINE公式アカウントの開設及び運用について助言するなど、SNSによるプロモーションの土台構築を支援し、ICTの活用を進める。④商店街・商店会とつながりのある地域の団体（自治会、学校など）にも協力を求め、来場機運を高める企画を立案する。							
事業手法 （該当する場合は ○印と下欄に その根拠）	③-1「デジタルツール・デザインを活用した企画・集客力強化セミナー」 【事業類型】 人材育成型 【実施時期】 5月～11月頃（4回程度） 【実施場所】 大阪商工会議所（予定）、天王寺駅界隈の会議室 【実施方法】 対面 【実施内容】 AIやSNSなどのデジタル対応力向上を目指し、各企業・店舗がプロモーション戦略に活用できる最新情報を紹介、自らの経営力向上につなげる機会、販路拡大に使えるデジタル活用手法を習得してもらう集客促進・プロモーションセミナーを開催する。							
	③-2「企画力・PR力強化の為のデジタル活用ワークショップ」 【事業類型】 人材交流型 【実施時期】 11月頃（1回） 【実施場所】 大阪商工会議所（予定） 【実施方法】 対面 【実施内容】 自社の事業やサービス・商品の説明・広報に役立つデジタルやデザインの活用方法を学ぶワークショップを実施、座学・発表・意見交換・交流などを通じて事業者のデジタル対応力向上、技術のスキルアップと活用を支援する。							
		○	(a) 府施策連携	(b) 広域連携	○	(c) 市町村連携	○	(d) 相談事業相乗効果
		商-15	デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業			販路開拓		
		商-18	商店街の活性化			販路開拓		
		①あべの天王寺・サマーキャンパス<商-18> (a) 寺社仏閣、動物園やスポーツなど当地域の観光需要と商店街イベントとの連携を探り商店街の観光コンテンツ化や周遊を促す。 (c) 各区役所や地域活動協議会、近在の大学（大阪キリスト教短期大学）などと連携して効果的なPRやイベント運営を行う。 ②販売促進イベント「逸品マルシェ」<商-18> (a) 中小企業支援室商業・サービス課商業振興グループが取り組むバイローカル及びICT活用の促進につながる事業として、同グループと連携して実施する。 (d) 店舗・事業の魅力向上、販路拡大、融資や補助金などの経営相談に応じて本事業との相乗効果を図る。 ③-1「デジタルツール・デザインを活用した企画・集客力強化セミナー」、③-2「企画力・PR力強化の為のデジタル活用ワークショップ」<商-15> (a) 大阪産業局デザイン活用支援oidcのデザイン相談周知および相談希望の事前受付を行う。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 252 <small>団体・社</small>	①あべの天王寺・サマーキャンパス 110社・8団体 ②逸品マルシェ 店舗20社・4団体 経営相談利用者や地域活性化事業参加者の中で対象となる事業者などに参加、出店を案内する。また、活性化に積極的に取り組む商店街・商店会にイベント運営・連携を呼びかける。 ③-1「デジタルツール・デザインを活用した企画・集客力強化セミナー」 90社 ③-2「企画力・PR力強化の為のデジタル活用ワークショップ」 20社 サマーキャンパスや逸品マルシェ事業の関係者他、生成AIなど、デジタル手法のビジネス活用に関心のある事業主や担当者に参加勧誘する。				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	実施後のアンケートで、(自社・自店の)PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%		
	その他目標値	目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		50,500円 ×	110社 ×	1.00 =	5,555,000円		
		50,500円 ×	8団体 ×	10.00 =	4,040,000円		
		50,500円 ×	20社 ×	1.00 =	1,010,000円		
		50,500円 ×	4団体 ×	10.00 =	2,020,000円		
		20,200円 ×	90社 ×	1.00 =	1,818,000円		
		40,400円 ×	20社 ×	1.00 =	808,000円		
	合計	252 <small>団体・社</small>	(小計)	15,251,000円			
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						
	計 15,251,000円						
独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)							
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等			
	②受益者負担		円	負担金の積算			
	標準事業費		補助率	(①市町村等+②受益者負担)			
15,251,000円 ×		1.00 =	15,251,000円 (円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)		
	○	大阪商工会議所	15,251,000円	252			
			円				
			円				
			円				

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 110 社	①あべの天王寺・サマーキャンパス これまでに本事業に参加した事業者や、南支部管内の商業施設や商店街・商店会などに参加勧誘する。		
	支援対象企業の変化	指標	アンケートで、（自社・自店の）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8 団体	①あべの天王寺・サマーキャンパス 南支部管内の商業施設や商店街・商店会などに参加勧誘する。		
	支援対象企業の変化	指標	アンケートで、（商店街・商店会・商業施設の）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	②販売促進イベント「逸品マルシェ」（個店など） 経営相談支援先や地域活性化事業参加者の中で対象となる事業者に出店を案内する。		
	支援対象企業の変化	指標	アンケートで、（販売促進イベントが）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 4 団体	②販売促進イベント「逸品マルシェ」（商店街・商店会） 活性化に積極的に取り組む商店街・商店会に参画を呼びかける。		
	支援対象企業の変化	指標	アンケートで、（販売促進イベントが）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 90 社	③-1「デジタルツール・デザインを活用した企画・集客力強化セミナー」 サマーキャンパスや逸品マルシェ事業の関係者の他、生成AIなど、デジタル手法のビジネス活用に関心のある事業主や担当者に参加勧誘する。		
	支援対象企業の変化	指標	アンケートで、デジタル手法のビジネス活用方法などに対する理解が深まったと回答した割合	数値目標	70 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標⑥	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	③-2「企画力・PR力強化の為のデジタル活用ワークショップ」 サマーキャンパスや逸品マルシェ事業の関係者他、生成AIなど、デジタル手法のビジネス活用に関心のある事業主や担当者に参加勧誘する。		
	支援対象企業の変化	指標	アンケートで、デジタル手法のビジネス活用方法などに対する理解が深まり、実践に取り入れる意欲が高まったと回答した割合	数値目標	70 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

--

事業名		西部エリア Amon（えーもん）市		事業番号	7	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2015 年度から 年度まで		12	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	商店街と個店（チャレンジショップ/近隣店舗）、近隣小型スーパーなどが、共同での販促活動やイベントを通じて、ワンストップショッピングゾーンとしての近隣徒歩圏住民からの認知を得る。							
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】 商店街を核とした集客・認知度アップイベントの支援、周辺店舗と商店街との関係強化、相互販促支援を通じ、商店街と周辺の外部店舗、行政や地域コミュニティの相互協力をさらに強化し、商店街が担うコミュニケーションとイベントスペースとしての有効性を活かした販促支援を行い、商店街を核とした商圏の形成をめざす。</p> <p>【企業ニーズ】 下記地域の商店街は近隣型、地域密着型商店街が大半であるが、ワンストップ・集客機能の維持と、構成店舗の売り上げ拡大が課題である。</p>							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	此花・西・港・大正・浪速・西成区の商店街、協同組合							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <p>○西区、此花区、港区にて「Amon」発行 イベントに積極的で、かつ支援が必要な商店街は限定的であり、支援先がやや偏重している点を勘案し、2026年度は西区・港区を連携させた広報を行い、より広域的なイベント紹介と来街者増を企図する（予定）。これにより、隣接区間での相乗効果が得られると共に、実施イベント手法を双方が参考にすることで内容の深化が期待できる。</p>							
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>①商店街の販促企画実施を通じた中小小売店舗との連携強化 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】通年 【実施場所】此花・西・港・大正・浪速・西成区エリア 【実施内容】徒歩圏内の住民を対象とした、一通りの生活必需品が揃う相互補完的なワンストップお買いものゾーンの形成をめざす。販促企画に取り組んでいる意欲のある商店街を核として、周辺個店との企画連携を進める。常時の買い物客誘引するため、商店街の近隣に所在するミニスーパーなどとの連携を進める。商店街などと個別店舗を仲立ちし、行政やコミュニティとの連絡調整を行い、協力して共通企画を計画、実行する。</p> <p>②情報紙「Amon（えーもん）」の発行 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】夏頃、冬頃 【実施場所】此花・西・港・大正・浪速・西成区エリア 【実施方法】商店街と個店の販促ツール情報紙「Amon（えーもん）」を発行 【実施内容】商店街の販促イベントや、新たな顧客を求める地元の小売店や連携するミニスーパーなど一体としてまとまった商圏があることを紹介する。また他の商店街、各区商店会連盟や団体が主催する販促企画、その他商業関係のイベントも掲載する。ネットでの記事紹介も視野に入れる。</p>							
事業手法 （該当する場合は○印と下欄にその根拠）		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
番号選択						商業			
		(c)上記各区の区役所とのイベント情報の共有や出店企業の紹介、広報支援などでの連携を行う。 (d)上記事業を通じて商店街などの個店のカルテ化を図る。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒		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					
		14	団体						
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートで、売り上げ向上、空き店舗の活用、他地域・店舗との連携・協働に役立ったと回答した割合				数値目標	70 %	
その他目標値		目標値の内容⇒							

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		50,500	円 ×	14	団体 ×	10.00	=	7,070,000	円	
		合計		14	団体	(小計)		7,070,000	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）									
	計 7,070,000 円									
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）									
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		標準事業費			補助率		((①市町村等+②受益者負担)			
		7,070,000	円 ×	0.50	=	3,535,000	円	(円)		
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）				
	○	大阪商工会議所	3,535,000 円		14					
					円					
					円					
					円					

【備考】

事業名		商店街の観光振興と集客支援事業		事業番号	8	新規/継続	継続
想定する実施期間		2021 年度から		年度まで	6	年目	※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	国内外からの人出の回復と客層・経営環境の変化に対応する商店街の集客支援を行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】</p> <p>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し、観光客のニーズを反映した商店街の魅力を発信する。②また、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。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>外国人観光客の恩恵を受けている商店街が都心部にとどまらず周辺まで徐々に拡がりつつあり、国内外からの観光客を顧客として取り込むための環境づくり・集客事業の必要性が高まっている。また外国人客対応施策も必要であるほか、これまで100円商店街など実施した商店街の多くが継続実施を希望している。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪市内を中心とした商店街、商店街振興組合、商店会、専門店の集まった商業施設（商業ビル、地下街など）					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <p>○「100円商店街」「ワンコイン市」「ポッキリ市」などを、野田新橋筋商店街(4月、6月、10月)、粉浜商店街(5月、10月)、粉浜駅前商店街(5月、10月)、地下鉄あびこ中央商店街(4月)、今里新道商店会(6月、10月)、今里新道筋商店街(6月、10月)、今里一番街商店会(6月、10月)、神路銀座商店会(6月、10月)、神路新道商店会(6月、10月)、神路一番街商店街(6月、10月)、生野本通商店街(10月)、生野本通中央商店街(10月)、生野本通センター商店街(10月)、生野中銀座商店会(10月)、千林商店街(10月)で開催した。</p> <p>○「レトロビル商店街集客支援事業」を、6月にあべのベルタ商店街にて、7月にうえぼんまちハイハイタウンにて開催した。</p> <p>○東淀川区で3商店街を対象に東淀川まちゼミを11月に開催。</p>					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>○商店街が国内外からの観光客や新住民を顧客として取り込み、受け入れ環境を整えるために、商店街の実情に合わせた支援を実施</p> <p>【事業類型】販路開拓型</p> <p>【実施時期】通年</p> <p>【実施場所】大阪市内を中心とした商店街、商店街振興組合、商店会、商業施設</p> <p>【実施内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・従来から商店街と協働し、新規顧客獲得手法として定着している「100円商店街」「まちゼミ」「バル」などの継続実施・新規実施を促す（商店街振興組合からの要請等によりブラッシュアップする）。 ・商店街と地元観光資源（寺院、神社、その他集客施設など）との連携を促し、魅力発信を行うことで、持続的で分散した集客支援に取り組む。 ・観光客のICT活用（特にスマホの地図アプリや翻訳アプリなど）への商店街の対応を促し、情報発信およびインバウンド客への接客向上に取り組む。 ・商店街・専門店街そのものの観光要素（ショッピングツーリズム、レトロビル、レトロ横丁など）の魅力発信を行うことで、同様の集客支援に取り組む。 ・広報誌やマップ、ICT（Googleマップ、SNS、ウェブサイトなど）活用による情報発信についてアドバイス・広報支援を行う。また、講習会・勉強会を必要に応じて実施する。 ・その他、商店街の集客につながる新しい魅力発信、集客イベントに取り組む。 					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)府施策連携		(b)広域連携		○ (c)市町村連携	
		○ (d)相談事業相乗効果		商業			
		番号選択		(c)商店街が所在する区の役所と適宜、広報などを連携する。			
		(d)事業実施がきっかけで事業所カルテ化など、相談事業につながっている。また、商店街の実務についても、会計や労務管理上の課題があれば、適宜専門家を派遣する。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 13 団体	路面商店街、商業ビルや地下街の専門店会など13団体 個別に支援・協働を提案・調整をする。 また、区商連の会議などを通じて呼びかけを行う。									
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、当事業の実施により「情報発信に役立った」「誘客・集客につながった」「顧客との会話が増えた」のいずれかを回答した割合	数値目標	70	%						
	その他目標値	目標値の内容⇒										
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	50,500 円	×	支援企業数	13 団体	×	係数	10.00	=	標準事業費	6,565,000 円
					合計	13 団体		(小計)			6,565,000 円	
					※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							
								計			6,565,000 円	
		独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）										
算出額	①市町村等補助			円	交付市町村等							
	②受益者負担			円	負担金の積算							
	標準事業費	6,565,000 円	×	補助率	0.50	=	3,282,500 円	(①市町村等+②受益者負担)				
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）						
	○	大阪商工会議所	3,282,500 円		13							
			円									
			円									
			円									

【備考】

事業名		ミナミ活性化事業		事業番号	9	新規/継続	継続
想定する実施期間		2016 年度から		11	年目	※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	インバウンド需要が増加しているミナミエリアにおいて、街の魅力を来街者に分かりやすく情報提供することで、地元団体の取組を支援するとともに、商店街や店舗の集客・販売促進を図り、地域消費の拡大寄与を図る。					
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】</p> <p>大阪ミナミエリアは、コロナ禍を経て、2022年秋ごろから、全国旅行支援などの観光支援策により国内旅行者が増加。また、2023年には新型コロナの類型変更に伴い国内・海外とも観光客が増加し、2024年には2019年の水準に並ぶほどまでに回復した。2025年は大阪・関西万博を機会にさらなるインバウンド需要が生じた。アフター大阪・関西万博となる2026年には、観光客のミナミエリアへの誘致と回遊性を高める（来街者が情報を得て、店舗を訪れ、消費につなげる）ために、街の魅力を集約し、来街者に分かりやすく情報提供することで、地元団体の取組を支援する。</p> <p>【店舗・商店街のニーズ】</p> <p>①集客拡大：ネット上で店舗の魅力を発信し、GoogleMapと連動させることで新規顧客を呼び込みたい。 ②信用力アップ：単なる広告ではなく、地元商人のおススメとして紹介される安心感を得たい。 ③多言語対応：インバウンド対応が不十分な店舗にとって、翻訳つきの紹介ページは魅力的である。</p>					
	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）					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <p>○道頓堀春フェス2025（5月3～4日開催）、にぎわいスクエア2024（7月12～13日開催）、みなみフェス（11月15～16日開催）にブース出展し、地元商店街のPRに努めた。道頓堀春フェス、にぎわいスクエアでは万博のチラシやグッズを配布するなど機運醸成を図った。 ○ガイドブック「OSAKA MINAMI MAP」を発行。一般のガイドブックに載らないような地元の飲食店などの口コミ情報を紹介し、大阪国際空港、観光案内所、商店街、中央区内のホテル、大阪メトロや南海電鉄の駅などに設置した。 ○日本語版と英語版を冊子化し、中国語簡体字版・ハングル版はデータのダウンロード版を作成した。</p> <p>【課題】</p> <p>○印刷費等の高騰 ・物価上昇、賃上げの流れを受け、印刷費や外注費などの経費が増大。発行部数を抑えることで対処したが既存の予算では限界があり、実施方法を変更・改善する必要がある。</p>					
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>○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 （一社）大阪活性化事業実行委員会、いっとこミナミ実行委員会、中央区役所や各商店街と連携し、イベントの企画・実施やPR、商店街の情報発信支援を行う。</p> <p>【事業類型】 販路開拓型 【実施場所】 中央区ミナミ・船場エリア 【実施時期】 通年 【実施方法】 「ミナミマップWEBサイト（仮称）」の制作、PR用チラシ等印刷物の作成、イベント支援 【実施内容】</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、インバウンド向けお役立ち情報（医療機関情報、災害時対応など）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WEBサイト（観光サイト）をスマートフォン閲覧を前提として制作する。インバウンド向けに翻訳機能を備える。PR用チラシ等印刷物をミナミの各ホテル、商店街、駅、空港、観光案内所などを通じて配布し、QRコードで「ミナミマップWEBサイト（仮称）」へ誘導する。情報が整理・集約されていることを顧客提供価値として重視し、来街者（特にインバウンド）が情報を得て、店舗訪問や消費につながる仕組みを構築する。</p> <p>②新設された「なんば広場」や「とんぼりリバーウォーク」で開催されるイベントに参加し、区役所と地元団体と協力してPRを実施。イベント会場でチラシ等印刷物を配布することで「ミナミマップWEBサイト（仮称）」や地元商店街の魅力を発信し、来街者の回遊や消費を促進する。</p>					
事業手法 （該当する場合は○印と下欄にその根拠）		(a)府施策連携		(b)広域連携		○ (c)市町村連携	
		番号選択				商業	
		(c)中央区役所などと連携して、ミナミのイベントなどの情報発信、地域の商店街などへの集客支援を行う。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 9 団体	ミナミならびに南船場エリアの商店街 (千日前道具屋筋商店街振興組合、道頓堀商店会、戎橋筋商店街振興組合、心齋橋筋商店街振興組合、せんば心齋橋筋商店街、心齋橋北商店街振興組合、宗右衛門町商店街振興組合など)									
	主な支援対象企業の変化	代表指標	商店街へのアンケートで、「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に (やや役立った) (役立った)」と評価した割合			数値目標	80 %					
	その他目標値	目標値の内容→										
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	50,500 円	×	支援企業数	9 団体	×	係数	10.00	=	標準事業費	4,545,000 円
		合計			9 団体		(小計)				4,545,000 円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)										
	計 4,545,000 円											
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等							
	②受益者負担		円		負担金の積算							
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)					
4,545,000 円		×		0.50		=		2,272,500 円		(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数		役割 (配分の考え方)				
	○	大阪商工会議所		2,272,500 円		9						
				円								
				円								
				円								

【備考】

事業名		大阪市東部商店街にぎわい創出事業		事業番号	10	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2018 年度から	年度まで	9	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	都島区・城東区の商店街、区役所（都島区・城東区）、都島区商店会連盟などの団体と連携し、「大人が楽しむ！がもよん・京橋オススメ体験」と題して、参加店舗の体験プログラムを通じ、大阪屈指の東の繁華街「がもよん・京橋」の魅力を発信し、にぎわい創出を支援する。							
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】 蒲生四丁目（通称：がもよん城東区）や京橋（都島区）の商店街等の個店は大阪東部の玄関口としてにぎわいを見せており、これら玄関口の活性化は大阪全体の活性化にも寄与する。また、本事業は、大阪・関西万博のレガシー（海外との交流促進）を意識した取り組みの一助として、「がもよん・京橋」が国内外からのインバウンドの受け皿となるよう、集客支援イベントなどを実施するとともに、地域の魅力・情報を発信するものである。</p> <p>【企業ニーズ】 個店及び商店街へのヒアリングでは、地元住民の集客やインバウンド取り込みをはじめとする販路拡大に対する要望が非常に強い。また、地元商店街振興団体からイベントなどの活性化事業を本商工会議所に望む声大きい。</p>							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	城東区（蒲生四丁目：がもよん）および都島区（京橋）の商店街地域を中心とした個店・小規模事業者							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月末現在）】 ○2020～2022年度は東成区で実施（6商店街を支援）。大阪市立デザイン教育研究所、「モノふえす」参加企業の協力の下、「ハロウィン」を題材にしたモノづくりワーク、スタンプラリーなど、親子で楽しめる集客支援イベントを行った。 ○2023～2025年度は秋ごろに、都島区を中心とした京橋エリアで、「大人が楽しむ！京橋オススメ体験」を実施した。（2025年度は蒲生四丁目も加わり「京橋・がもよんオススメ体験」として実施） 「ハロウィン」のイベントについては、一過性のイベントとしては商店街に集客ができ、一時的には集客の機運を高めることができたが、個店の本質的な集客力向上にはつながらなかった。また「大人が楽しむ！京橋オススメ体験」においては、個店の集客力アップに寄与した。さらなる本イベントの周知が必要。</p>							
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>○大人が楽しめる！がもよん・京橋オススメ体験2026 【事業類型】販路開拓型 【実施場所】城東区（蒲生四丁目）および都島区（京橋）の商店街地域 【実施時期】11月1日～11月30日（Webサイト公開：9月頃） 【実施方法】イベント開催支援 【実施内容】大人が楽しめる体験プログラムを50以上実施。フラワーアレンジメント、ワインや地酒の飲み比べ、水彩画・書道、美味しいコーヒーの煎れ方、ものづくりの体験、パステルアートなどを実施する。</p>							
事業手法 （該当する場合は○印と下欄にその根拠）		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
番号選択		商業							
		(c)都島区役所、城東区役所、都島区商店会連盟、城東区商店会連盟、都島産業会、城東鶴見工業会などと連携し、周知・広報の依頼する。 (d)事業実施後のアンケートにおいて経営課題の把握などを行い、個店や商店街に対してニーズに応じた相談支援を行う。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒		個店など50社 支部への相談履歴のある事業者のほか、本事業に関心のある事業者、支部管内の商業施設や商店街・商店会などに呼びかけて参加を募る。					
	50 社	代表指標	実施後のアンケートで、PR・情報発信や地域のにぎわいなどにつながった旨を回答した割合			数値目標	70 %		
	その他目標値	目標値の内容⇒							

5-10. 地域活性化事業 事業調査（計画）

大阪商工会議所

（担当者：黒瀬公啓）

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		50,500 円 ×		50 社 ×		1.00 =		2,525,000 円		
		合計		50 社		(小計)		2,525,000 円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円
						計		2,525,000 円		
		独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		標準事業費		補助率		((①市町村等+②受益者負担)				
		2,525,000 円 ×	0.50 =	1,262,500 円	(円)					
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）				
	○	大阪商工会議所	1,262,500 円		50					
			円							
			円							
			円							

【備考】

事業名		商店街マッチング商談会		事業番号	11	新規/継続	新規		
想定する実施期間		2026 年度から		年度まで	1	年目	※複数段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	将来の出店につながる事業者との関係構築を望む商店街と、商店街内の空き店舗やコミュニティスペース、イベントなどへ短期出店を希望する事業者とのマッチング商談会を開催する。							
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】</p> <p>近年、地域商業の活性化策として、商店街内の空き店舗やコミュニティスペース、イベント等を活用したチャレンジショップ事業を実施する商店街が増加している。しかしながら、多くの商店街においては、出店事業者の募集やマッチングに関するノウハウが不足しており、事業推進に苦戦している状況にある。一方、事業者側には、新商品のテストマーケティングの場や、新規出店のリサーチとして商店街スペースの活用を希望する声が一定数存在している。このように、場の提供を求める商店街と、実証実験の場を求める事業者の双方にニーズが存在するにもかかわらず、両者を結びつける仕組みが不十分なため、マッチング機会の損失が生じている。本事業は、商店街のチャレンジショップにおける出店事業者の募集活動を支援するとともに、参画事業者の販路拡大及び商品開発力の向上を支援することにより、双方にとって有益な事業展開の実現を目的とする。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>これまでに開催したテスト事業では、アンケートのうち90%以上が「満足」と回答しており、実際に商談の半数以上がチャレンジショップ出店に至った。同出店者からも「今後も府内の商店街にて出店したいため、商談会をぜひ継続してほしい」との声が寄せられた。</p>							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	府内の商店街並びに商店街に出店を希望する中小企業・小規模事業者（製造業、卸売業、小売業など）							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること									
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>個別商談会を以下により開催する。</p> <p>【事業類型】 販路開拓型</p> <p>【実施時期】 2026年7月～3月で2回</p> <p>【実施場所】 大阪商工会議所</p> <p>【実施方法】 対面</p> <p>【実施内容】 商店街振興組合から担当者を招き、事前マッチング方式で1商談25分程度の商談会を開催する。</p> <p>【募集】 開催の2～3カ月前から募集。希望者の募集にあたっては、商店街担当者の希望商談分野を明示する。</p> <p>【事前セレクション】 開催の3週間前に、当日の商談がスムーズに運ぶよう、参加企業のリストを商店街担当者に提供し、事前選考を実施する。</p> <p>【時間予約制】 開催の2週間前に参加確定および商談時間について参加事業者に連絡する。</p> <p>【成果把握・フォローアップ】 開催後、成約状況のフォローアップを行う。</p>							
事業手法 （該当する場合は○印と下欄にその根拠）		<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
		番号選択		商業					
		(b)商工会議所の取引開拓支援サイト「ザ・ビジネスモール」や、商工会議所、大阪府が発信するメールマガジンなどを通じて大阪府内事業者の参加を募る。 (d)経営相談支援先に当該事業に参加を勧めることで販路開拓支援の一つのメニューとして活用することができる。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	<p>①府内の路面商店街、商業ビルや地下街の専門店会など2団体個別に支援・協働を提案・調整をする。</p> <p>②出展希望企業5者 機関紙、メールマガジンなどの個別案内で募集をする。 また、行政や府内商工会議所などにも参加推奨の協力を求める。</p>						
	主な支援対象企業の変化	代表指標	マッチング商談会によって、出店が決まった件数			数値目標	4 件		
	その他目標値	目標値の内容⇒							

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		50,500	円 ×	2	団体 ×	10.00	=	1,010,000	円	
		50,500	円 ×	5	社 ×	1.00	=	252,500	円	
		合計		7	団体・社	(小計)		1,262,500	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)									
	計 1,262,500 円									
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		50,000 円	負担金の積算		参加費10,000×5社			
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
1,262,500 円 ×		0.75	=	946,875 円		(50,000 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)			
	○	大阪商工会議所		946,875 円		7				
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒		①府内の路面商店街、商業ビルや地下街の専門店会など2団体個別に支援・協働を提案・調整をする。			
		2	団体				
	支援対象企業の変化	指標	マッチング商談会によって、出店が決まった件数			数値目標	4
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒		②出展希望企業5者 機関紙、メールマガジンなどの個別案内で募集をする。 また、行政や府内商工会議所などにも参加推奨の協力を求める。			
		5	社				
	支援対象企業の変化	指標	全商談件数			数値目標	8
	その他目標値	目標値の内容⇒					

【備考】

事業名		業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業	事業番号	12	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020年度から	年度まで	7	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	中小事業者を対象に、間接業務の効率化、生産性の向上、法改正への対応、販売促進に役立つビジネスアプリやクラウドサービスなどのITツールの導入・利活用を支援する。				
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】</p> <p>近年の深刻な人手不足により経営者や部門担当者の業務負担が増大しており、一層の間接業務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・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寄与する。IT導入補助金や小規模事業者持続化補助金などの補助金を活用したデジタル化についても提案を行い、大きな投資ができない小規模事業者へのデジタル化推進につながる。また、導入後の定着支援や「稼ぐ力の向上」の視点から、デジタル化による集客についての勉強会も開催し、各事業者が独自でITを活用し、販路を切り拓いていくことができるよう支援する。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>2025年中小企業白書・小規模事業白書によると、「アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態（段階2）」の事業者が最も増加（35.4%→52.3%）。「デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態（段階3）」の事業者に比べて、「顧客データの一元管理」や「営業活動や受発注管理のオンライン化」などに取り組めていない割合が高い。本事業はIT導入補助金などを活用したデジタル化も提案できるため、ITに大きな投資ができないものの、単純なデジタルツールの利用だけではなく、業務効率化に取り組みたい小規模事業者からの要望が非常に高い。また、本事業を無料で利用できる点も高く評価されている。</p>				
	支援する対象 （業種・事業所数等）	IT導入による業務の効率化や、ITを活用して新たな利益を生むビジネスモデルの構築を希望する中小企業・小規模事業者				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（10月末現在）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ヒアリングシート回答件数：220件 ○指導件数：83社 ○アプリ・クラウドサービス導入件数：44社（導入準備中を除く） ○業務効率化のための相談は17社、導入済み6社 ○10/3開催 第1回ワークショップ&交流会「SNS運用をAIでもっと楽にする！」支援企業数46社 <p>事業者の都合や補助金申請状況などで、アプリやクラウドサービスの導入まで至らなかったケースや支援後に事業者自身で更新ができていないケースもある。事業者からの要望があれば、2026度も引き続きそれらの事業者のフォロー支援を行う。</p>				
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>①IT導入状況についてのヒアリング</p> <p>【事業類型】独自提案型 【実施時期】通年 【実施内容】経営指導員らがヒアリングシートを用いて、巡回や窓口相談、セミナーなどを通じて、IT導入状況、業務上の困りごと、支援希望の有無などの聞き取りを行う。また、2025年度にヒアリングを行った企業についても、現状や課題、新たなニーズについてヒアリングする。</p> <p>②専門家によるIT導入支援</p> <p>【事業類型】独自提案型 【実施時期】通年 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】ヒアリングシートなどによりIT導入における課題や支援ニーズを集め、専門家の派遣を希望する事業者に対しては、経営相談室内の「IT・ビジネスアプリ導入サポートデスク」で適切な専門家を選定し、3～5回程度派遣する。専門家は、最適なアプリやクラウドサービスなどを選定・提案し、初期設定までの支援を行う（昨年度の支援企業であっても、新規のIT導入や継続支援を希望する場合は、支援を行う）。</p> <p>③SNS戦略勉強会</p> <p>【事業類型】人材交流型 ※広域連携 【実施時期】4～6月頃と9～11月頃（年2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】対象者は、①②の過去支援先（主として大阪市内）に加え、大阪府内のITアプリ・SNSなどの集客ツールの初期設定を終えた事業者や集客に課題を持つ事業者。SNS活用による販促等の最新情報を提供する基礎編とAIを活用した具体的な集客方法を習得する応用編のワークショップ（年2回程度）を実施し、ITアプリ・SNSを自ら継続的に活用できるよう支援を行う。また、IT導入と活用に取り組む事業者間の交流の場を設ける。</p>				

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		(a)府施策連携		○ (b)広域連携		(c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果				
		番号選択				IT・IoT						
		(b)③SNS戦略勉強会については、メールマガジンなどで広報し、大阪府内全域からの集客を図る。 (d) ヒアリングシートの実施先に対し、融資や資金繰り、各種補助金申請などの経営相談を実施し、本事業との相乗を図る。										
主な事業の 目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 400 社		①市内5支部や経営相談室に配備された経営指導員が「IT導入ヒアリングシート」を回収(250社) ②ヒアリングシートやその他の広報手段などで集めた支援希望事業者に対して導入支援を行う(70社) ③集客ツールの初期設定を終えた事業者や集客に課題を持つ事業者などを対象としたSNS戦略勉強会(全2回)を実施する(80社)								
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	IT導入に着手する事業者数				数値目標	70 社				
	その他目標値	目標値の内容⇒										
算定 基準 により 算出さ される 額	算定基準		サービス単価	支援企業数		係数		標準事業費				
			20,200 円 ×	250 社 ×		1.00 =		5,050,000 円				
			202,000 円 ×	70 社 ×		1.00 =		14,140,000 円				
			40,400 円 ×	80 社 ×		1.00 =		3,232,000 円				
			合計		400 社		(小計)		22,422,000 円			
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								計	
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)		○IT導入状況のヒアリングについては、経営指導員が事業者に対して個別に行う作業量などを勘案してサービス単価を20,200円とする。 ○IT導入のためには専門家(ITコーディネータ)が同一事業所に3~5回は訪問・指導を行う必要があるため、サービス単価を202,000円とする。										
算出額		①市町村等補助		円		交付市町村等						
		②受益者負担		円		負担金の積算						
		標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
		19,190,000 円 ×		0.50 =		9,595,000 円		(円)				
		3,232,000 円 ×		0.75 =		2,424,000 円		(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割(配分の考え方)				
		○	大阪商工会議所		12,019,000 円		400					
					円							
					円							
					円							
					円							

別紙: 積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒	① IT導入状況についてのヒアリング 市内5支部や経営相談室に配備された経営指導員が「IT導入ヒアリングシート」を用いて事業者との面談を行い、ニーズを掘り起こす。			
		250	社			
	支援対象企業の変化	指標	「IT導入ヒアリングシート」の回収数	数値目標	250	枚(社)
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒	② 専門家によるIT導入支援 ヒアリングシートやその他の広報手段などで集めた支援希望事業者に対して導入支援を行う。			
		70	社			
	支援対象企業の変化	指標	IT導入に着手する事業者数	数値目標	70	社
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒	③ SNS戦略勉強会 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイトなどで参加を募集する。			
		80	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、勉強会で得た情報やノウハウ・人脈を今後のIT活用に役立てると回答した割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名	海外市場開拓支援事業		事業番号	13	新規/継続	継続
想定する実施期間	2010年度から 年度まで		17	年目	※複数段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	進出先や取引先（貿易・投資・技術提携など）の国・地域の動向やFTA/EPAなど海外実務に関する情報提供、個別相談、海外バイヤーを含む関連企業との個別商談会などを通じて海外事業展開を支援する。				
	事業の目的 （現状と課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】 日本国内の市場規模縮小という課題が続く中で、2020年に発効したRCEPをはじめとした各種協定により、農林水産品、工業製品など幅広い分野で関税の削減または撤廃が進んでおり、海外ビジネスに取り組むやすい環境が整いつつある。2025年の大阪・関西万博を契機に海外との経済交流が一層活発化しており、在阪中小企業にとって、引き続き海外ビジネスに取り組む好機となっている。については、日本への海外バイヤー招聘などを通じて海外ビジネス展開を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。</p> <p>【企業ニーズ】 本商工会議所の海外ビジネスに関心を持つメール登録者は現在約10,000人。その他、アセアン、中国、国際オープンイノベーション関心企業、海外進出関心事業スタートアップ等、関心企業のデータベースを保有している。今後も、中国や韓国等、大阪の主要な貿易国を中心に、海外との物的取引が引き続き活発化することが予想され、日本商品への関心が高い中国やアジア各国、欧米諸国とのビジネス交流を望む声が少ない。</p>				
	支援する対象 （業種・事業所数等）	海外ビジネスに関心を持つ中小企業・小規模事業者 ※日本とFTA/EPAを締結している各国とのビジネス交流をめざす事業者に特に積極的に支援を行う。（食品、機械、繊維(素材、製品)）				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること	<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <p>○人材育成型：海外市場動向などに関するセミナーなど支援企業数508.5社 ○人材交流型：勉強会、視察会など支援企業数36社 ○販路開拓型：商談会支援企業数85社 ○人材交流型：相談会支援企業数7社</p> <p>RCEP発効後はEPA利用者の裾野が広がっており、RCEP含め既存EPA利用のための相談が今後も増える見込みであることを踏まえ、引き続き企業に応じたきめ細かい相談体制の整備が必要。オンラインセミナーでは、アンケート回収率の向上が課題となっている。また、オンライン商談会では、商談セット数をバイヤーが決定するため、商談数が限定される傾向にある。アンケート回収率向上のため、オンラインセミナー終了時に画面上でアンケートリンクを表示することに加え、終了後にメールを送付し、回答を促すようにしている。</p>					
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）	<p>①海外市場開拓プログラム 【事業類型】販路開拓型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】海外から来阪するミッションなどとの商談会や、輸出入もしくは国際協業を目的とした国内外企業による商談会を開催する。</p> <p>②海外ビジネス勉強会 【事業類型】人材交流型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】アジア圏内を中心に各国とのビジネスを検討する企業や二次進出・拡大投資を検討する企業を対象に、投資環境、法制度、人材、資金、市場動向などの切り口で、情報提供やディスカッション、交流会などを行う。</p> <p>③海外ビジネスに関する個別相談 【事業類型】人材交流型 【実施時期】通年 【実施場所】大阪商工会議所 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】EPA、中国関連談、ASEAN関連の相談会を開催するほかアジアを中心とした、その他地域に関する相談に対応する。</p> <p>④海外ビジネスワンストップサービス事業 【事業類型】人材育成型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】海外の市場動向・ビジネス機会に関する情報の提供など、中小企業の海外市場展開に資するセミナーを実施する。テーマ例としては、各国ビジネスの動向、FTA/EPAを活用した海外販路開拓、食の輸出、カーボンニュートラルなどのグリーン分野における海外ビジネス機会・ニーズ提供、海外スタートアップとの連携、アジアにおける環境ビジネスの展開、国内スタートアップの海外展開、経済安全保障など</p>					

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
		商-7		海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業				販路開拓	
		(a)海外市場開拓プログラムは、国内外関係機関と連携してバイヤーを発掘するとともに、大阪府や大阪産業局などと連携して在阪企業を探索し、大阪独自の製品やサービスを中心に輸出拡大に取り組む。個別相談(中国・アセアンビジネス、EPA利活用、海外展開支援など)では、大阪産業局の国際ビジネスサポートセンターとも連携する。商談会実施に際しては、時期や対象などを担当部局とすり合わせし連携を検討するとともに、セミナー開催時には大阪産業局や大阪府が実施する事業の広報なども行う。 (b)参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自のプラットフォームによる関心企業リストなどを活用する。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒		①海外市場開拓プログラム 65社 ②海外ビジネス勉強会 45社 ③海外ビジネスに関する個別相談 800社 ④海外ビジネスワンストップサービス事業 674社 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。					
	1,584 社	代表指標	商談件数				数値目標	80 件	
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サブス単価	支援企業数	係数	標準事業費				
		50,500 円 ×	65 社 ×	1.50 =	4,923,750 円				
		40,400 円 ×	45 社 ×	1.00 =	1,818,000 円				
		40,400 円 ×	800 社 ×	1.00 =	32,320,000 円				
		20,200 円 ×	674 社 ×	1.00 =	13,614,800 円				
	合計	1,584 社	(小計)	52,676,550 円					
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)									
計 52,676,550 円									
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)		①海外市場開拓プログラム(販路開拓型)は、現地協力先などとの調整が必要であること、大阪府内でこうした海外関連事業を実施できるのは、本商工会議所のほかはJETROなど支援機関も限られていること、海外機関などとの連携から海外企業・バイヤーの掘り起こしを行うこと、事業者にとっても商工会議所など公的機関が中に入ることで安心してマッチングにのぞめることなどから付加価値があるとし、係数を1.5とする。							
算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等				
		②受益者負担		円	負担金の積算				
		標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)	
		52,676,550 円	×	1.00	=	52,676,550 円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)			
		○	大阪商工会議所	52,676,550 円	1,584				
				円					
				円					
				円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業 の 目 標 ①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 65 社	①海外市場開拓プログラム ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府 内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。			
	支援対象企業 の変化	指標	商談件数	数値目標	80 件	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業 の 目 標 ②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 45 社	②海外ビジネス勉強会 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府 内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。			
	支援対象企業 の変化	指標	アンケートにおいて、（得た情報をもとに）海外ビジネス にさらに取り組むと回答した企業の割合	数値目標	75 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業 の 目 標 ③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 800 社	③海外ビジネスに関する個別相談 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府 内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。			
	支援対象企業 の変化	指標	アンケートにおいて、得たアドバイスや情報などを今後の 活動に活かすと回答した企業の割合	数値目標	75 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業 の 目 標 ④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 674 社	④海外ビジネスワンストップサービス事業 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府 内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。			
	支援対象企業 の変化	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 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		大阪勤業展		事業番号	14	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2010 年度から		年度まで	17	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	出展経験の少ない大阪府内の中小企業を中心とした多業種型の総合展示商談会を開催し、販路拡大を支援する。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】 中小企業の今後のさらなる成長を促すために提携先開拓による新たな事業分野への進出や販路拡大が肝要となる。本展示商談会は、展示商談会への出展経験が少ない事業者を中心に、普段出会う機会のない他業種の企業との商談や情報交換をフェースツーフェースで行う機会を提供し、販路拡大や異業種間での交流を促すことで、地域経済の活性化を促進する。</p> <p>【企業ニーズ】 2025年度出展者（358社）のうち79.1%（283件）からプラス評価を得ている(内訳＝満足19.1%（69件）、やや満足59.3%（214件）)</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業（企業間取引などを希望することが前提のため、出展者は小売業などは除く）							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績】 ○2025年度は12月3～4日にマイドームおおさかで開催。 ○出展数：358企業・団体、382ブース、来場者数：9,259人（2日間合計）、商談件数：2,116件（2日間合計）、名刺交換枚数：17,640枚（2日間合計） ※いずれも支援対象外を含む。 2024年度の出展者数は前回より1社減の358社。申込数はこれを上回るが、会場キャパシティの制約のため一部は断っている。来場者は9,566人から9,259人に減少したが、名刺交換枚数や商談件数は24年度から増加した。効果的な広報手段の強化を図る。引き続き商談機会の拡大を図りつつ、かつ円滑に入場できるよう工夫する。</p> <p>※2025年度まで過去20回の開催累計：出展6,309社、来場174,118人、商談件数53,012件（いずれも延べ数）</p>							
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>○多業種型総合展示商談会「大阪勤業展2026」 【事業手法】販路開拓型 【実施場所】マイドームおおさか（予定） 【実施時期】10月14日（水）・15日（木） 【実施内容】大阪府内全ての商工会議所・商工会と協力して出展者を4月下旬～6月頃に募集。主催・共催団体による出展選考会を経て出展を決定する。 開催から3か月後頃に、出展企業に対して、商談成約件数・商談成約合計金額を伺うフォローアップ調査を実施する。</p>							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
		番号選択				販路開拓			
		(b)大阪府内の商工会議所・商工会を共催団体とし、これらの団体と連携して出展者募集・来場者促進を行う。 (d)大阪勤業展参加を契機として、販路開拓支援が展開できる。あるいは販路開拓の個社支援を行うなかで大阪勤業展への参加を勧めることができる。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒		支援対象企業数は、これまでの実績（大阪府外の企業の出展を数社程度想定）、会場のキャパシティなどを勘案して設定。 大阪府内の全商工会議所・商工会を通じて参加を募集。					
	300 社			代表指標		商談件数	数値目標		2,600 件
	その他目標値	目標値の内容⇒		名刺交換社数 (過去実績に基づく。2021年度16,190社、2022年度18,250社、2023年度23,030社、2024年度16,387社、2025年度17,640社)					
算定基準			サービス単価			支援企業数	係数		標準事業費
	70,500	円	×	300	社	×	1.00	=	21,150,000 円
	70,500	円	×	18,700	社	×	0.05	=	65,917,500 円
		合計		19,000	社	(小計)		87,067,500 円	
						※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）		円	
						計		87,067,500 円	

算出額	本事業は以下の理由から独自単価を設定する。 ①不特定多数の来場が見込まれ、事業効果が広く波及することが想定される展示会形式の事業であること。 ②100社以上の企業が出展し、府内だけでなく府外からも不特定多数の来場者を集める大阪市内等で開催されることにより、非常に高い事業効果が見込めること。 ③BtoB向けの展示会であり、商談成立による経済波及効果が高いと考えらえること。 【単価積算】 50,500円(販路開拓型支援のサービス単価)×1.4≒70,500円(本事業における独自単価) 開催予定場所とそれ以外の会場使用料の差及び、当該事業とそれ以外の事業の支援企業数の差から計算。					
	①市町村等補助	円		交付市町村等		
	②受益者負担	46,200,000 円		負担金の積算		
	標準事業費				補助率	
87,067,500 円		×	0.75	=	40,867,500 円	
				(①市町村等+②受益者負担)		
				(46,200,000 円)		
算定基準により算出される額	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）	
	○	大阪商工会議所	34,252,090 円	16,780	1. 直接支援 展示商談会出展企業を300社と想定し、各商工会・商工会議所の申請に応じて配分。直接支援については、幹事商工会議所以外の支援機関については、1社当たりの補助金として25,250円を配分。のこり額は幹事商工会議所に配分する。 2. 間接支援 来場者数に基づく間接支援企業数については、主催団体（大阪商工会議所、堺商工会議所、大阪府商工会連合会）で按分する。 なお、主催する堺商工会議所と大阪府商工会連合会は、中核として主催する大阪商工会議所の要請に従い、相応の業務負担ならびに支出に係る事業費負担を分担する。 ※実際の受益者負担（出展料収入）総額が計画の金額を上回った場合は、出展料収入全額を収受する幹事商工会議所（大阪商工会議所）への配分額から当該超過額を差し引く。	
		堺商工会議所	2,600,705 円	1,082		
		東大阪商工会議所	252,500 円	10		
		泉大津商工会議所	円			
		高槻商工会議所	75,750 円	3		
		岸和田商工会議所	50,500 円	2		
		貝塚商工会議所	25,250 円	1		
		茨木商工会議所	126,250 円	5		
		吹田商工会議所	75,750 円	3		
		八尾商工会議所	176,750 円	7		
		豊中商工会議所	101,000 円	4		
		池田商工会議所	25,250 円	1		
		泉佐野商工会議所	50,500 円	2		
		北大阪商工会議所	151,500 円	6		
		守口門真商工会議所	404,000 円	16		
		松原商工会議所	50,500 円	2		
		高石商工会議所	25,250 円	1		
		箕面商工会議所	円			
		和泉商工会議所	126,250 円	5		
		大東商工会議所	101,000 円	4		
		忠岡町商工会	円			
		柏原市商工会	50,500 円	2		
		河内長野市商工会	50,500 円	2		
		藤井寺市商工会	円			
		摂津市商工会	101,000 円	4		
		富田林商工会	50,500 円	2		
		島本町商工会	円			
		羽曳野市商工会	50,500 円	2		
		阪南市商工会	円			
	岬町商工会	円				
	能勢町商工会	25,250 円	1			
	大阪狭山市商工会	25,250 円	1			
	四條畷市商工会	円				
	泉南市商工会	50,500 円	2			
	豊能町商工会	円				
	熊取町商工会	円				
	大阪府商工会連合会	1,792,705 円	1,050			

【備考】

事業名		大手流通業等への販路開拓支援事業		事業番号	15	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度から 年度まで		12	年目	※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	国内外の大手流通業等への販路開拓・拡大を切望する中小・小規模の製造・卸売業者を支援する商談会（大規模型および個別）を実施する。					
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】 中小・小規模の製造業、卸売業者が、大手流通業と商談を行う機会は限られている。本事業の実施により、多数の大手流通業等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。</p> <p>【企業ニーズ】 商談会参加者へのアンケート調査では、売り手企業・買い手企業とも毎回満足が80%を超えており、大手流通業社、中小企業・小規模事業者ともに本事業へのニーズは極めて高い。また、全国の都道府県行政・支援団体からも、「自県の農業者、製造・卸売業者の販路拡大に役立つ商談会であるので、是非とも継続してほしい」との声が寄せられている。</p>					
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大手流通業などと取引を望む中小企業・小規模事業者（製造業、卸売業）					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <p>○事前マッチング制の個別商談会「ザ・ベストバイヤーズ」を7～8月に8回開催 ○11月14日にマイドームおおさかにおいて大規模商談会「買いませ！売れ筋商品発掘市」を開催 両事業併せて、買い手企業はのべ102社、売り手企業（支援対象）は423社（91.9%が「満足」「やや満足」と回答）した（いずれも12月末時点集計）。</p> <p>ザ・ベストバイヤーズの買い手企業による書類選考の厳しさ。府内売り手申込者の多くが落選してしまう状況にあるため、幅広い商品を扱うバイヤーなどの招聘が必要。</p>					
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>①大規模商談会「買いませ！売れ筋商品発掘市」 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】10～11月頃、1回 【実施場所】マイドームおおさか（予定） 【実施方法】対面型 【実施内容】一般的な見本市とは逆で、大手流通業などのバイヤーがブースを構え、そこに売り手の中小企業が直接売り込みを行う。 1. 買い手企業への参加勧奨依頼（4～9月頃） バイヤーの招請（過去参加バイヤーへの参加招請活動・新規先の開拓） 2. 売り手企業への参加勧奨依頼（4～10月頃） ①過去参加者などへの案内状送付 ②全国の商工会議所、商工会、行政関係に参加勧奨協力の依頼 ③金融機関との連携強化（協力要請） 3. 直前準備、当日の運営（10～11月頃） 4. 効果測定（11月～翌年3月頃） ①当日の参加アンケートの実施 ②成約事例アンケートの実施（商談後のフォローアップを実施） ③成果レポートの作成、実績報告書の作成、来年度の勧誘準備など ④次年度運営の企画・検討</p> <p>②個別商談会（「ザ・バストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」） 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】通年（10回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面型もしくはオンライン形式 【実施内容】大手流通業やライセンス保有企業などから毎回1社程度のバイヤーや担当者を招き、事前マッチング方式で1商談25分程度の商談会を開催する。 【募集】開催の2～3カ月前から募集。商談希望者の募集にあたっては、バイヤーやライセンス担当者の希望商談分野を明示。 【事前セレクション】開催の3週間前に、当日の商談がスムーズに運ぶよう、参加企業のリストをバイヤー・ライセンス担当者に提供し、事前選考を実施。 【時間予約制】開催の2週間前に参加確定および商談時間について参加企業に連絡。 【成果把握・フォローアップ】開催後、成約状況のフォローアップを行う。</p>					
事業手法 （該当する場合は○印と下欄にその根拠）		<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	
		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		販路開拓			
		番号選択					
		(b)事業効果をあげるため、売り手企業にとって魅力の高い企業からバイヤーを招聘し、全国規模の事業として実施する。売り手企業は大阪府内にとどまらず全国から募集する。大阪府内事業者にはFAXやDMによる個別案内や商工会議所・商工会、金融機関のネットワークを活用して参加招請を行う。 (d)経営相談支援先に当該事業に参加を勧めることで販路開拓支援の一つのメニューとして活用することができる。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 470社	商談会10回程度で470社 売り手企業は、機関紙、FAX、DM、e-mailによる個別案内などで募集する。また、行政や、各地商工会議所・商工会、地銀・信用金庫などにも参加勧奨の協力を求める。				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	全商談件数（大阪府外の企業も含む）	数値目標	5,000	件	
	その他目標値	目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		50,500円 ×	470社 ×	1.20	=	28,482,000円	
		合計	470社	(小計)		28,482,000円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）					円
		計					28,482,000円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	「買いませ 売れ筋商品発掘市」・個別商談会ともに、全国から売り手企業を集めており、中小企業・小規模事業者が商談を望むような大手のバイヤーも全国から多数招聘できている。広域的な売り手募集が大手バイヤーの参加につながり、大阪府内事業者にも大手とのビジネスチャンスを創造する相乗効果が認められることから、係数を1.2とする。					
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	8,460,000円	負担金の積算	参加費18,000円×470人		
		標準事業費	補助率	((①市町村等+②受益者負担)			
		28,482,000円 ×	0.75	=	20,022,000円	(8,460,000円)	
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）	
		○	大阪商工会議所	20,022,000円	470		
				円			
				円			
				円			

【備考】

事業名		MoTTO OSAKA オープンイノベーションフォーラム	事業番号	16	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度から	年度まで	10	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	技術ニーズマッチングと技術シーズ商談会、海外シーズマッチング、オープンイノベーションに関する機運を醸成するセミナーの開催などを通して、大企業と中小企業、海外企業と府内中小企業の連携による技術開発や製品化・事業化を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】 国内外の大企業と中小企業、スタートアップ、大学や研究機関などがチームを組み、材料・部材や要素製品、さらには機器間を制御するシステムなど互いの優れた技術・ノウハウを結び付けるビジネスマッチング方式の共同開発をめざす。分野を限らず、幅広い分野において、ハイエンド技術の開発、製品の創出を目指す“開発型プラットフォーム”としての機能を高める。</p> <p>【企業ニーズ】 昨今、自社の保有する資源・技術のみを用いて製品開発などを行う「自前主義」を脱却し、国内外を含む組織外の知識や技術を戦略的・積極的に取り込むオープンイノベーションの取り組みが注目を集めており、専属部署を立ち上げる企業も増えてきている。一方、独力ではなかなか大企業や先進的な技術を持つ海外企業・外資系企業とつながりを持ってない中小企業にとっては、こうした機会を利用することによって、大企業等の担当者との直接のやり取りが実現できるため、オープンイノベーションへの期待度は高い。大手企業等と中小のどちらの立場からも、オープンイノベーションへの取り組み意欲が高まっている。なお、大阪では水素、蓄電池、フュージョンエネルギーなど、次世代型のカーボンニュートラル技術をリードする大企業やスタートアップなどが集積し、域内の中小企業等においても関心が高まっていることを踏まえ、GX分野の技術ニーズについても次年度は取り上げる。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	オープンイノベーションによる新規製品・技術開発をめざす事業所など				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（10月末現在）】 ○オープンイノベーションセミナー（①7月31日・支援企業数30.5社、②12月18日開催） オープンイノベーションを積極的に活用したことで、新規ビジネスの開拓などに成功した中小企業に登壇いただくセミナーを開催した。結果として、大企業や支援機関からの参加者が多く、府内中小企業の参加割合が伸び悩んだため、技術ニーズ説明会や技術シーズ商談会に参加している中小企業を中心にセミナーにも参加してもらえよう努める。</p> <p>「技術ニーズマッチング」 <技術ニーズ説明会>○大阪ガス、ライオン（7月14日）支援企業数75社 ○ローム、リョービ（12月8日開催） <ビジネスマッチング会> ○大阪ガス：対面開催（参加企業16社）、ライオン：オンライン開催（参加企業18社）○ローム、リョービ（2月以降順次開催） 初登壇のライオン、多様なニーズを持つ大阪ガスに登壇いただき、多くの面談を実施することができた。しかし、参加者のうち半数以上は大企業や支援機関等の支援対象であったため、府内中小企業の参加をさらに促すことができるよう共催団体や協力支援機関との連携もより一層強めながら広報を進める。</p> <p>「技術シーズ商談会」 <シーズ説明会> ○第1回「トヨタ自動車、エースジャパン、ベホマル」（9月24日・支援企業数43社）○第2回「パナソニック、ロータス・サーマル・ソリューション、神戸大学、関西大学/ナノスパイク」（11月27日開催） <個別商談会> ○第1回「トヨタ自動車、エースジャパン、ベホマル」（10月以降随時面談）○第2回「パナソニック、ロータス・サーマル・ソリューション、神戸大学、関西大学/ナノスパイク」（26年1月以降随時面談予定）</p> <p>「海外シーズマッチング会」 <シーズ説明会> ○1月以降開催(調整中) <個別商談会> ○2月以降随時面談)</p>				

<p>具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・ どのようにするのかを明確に）</p>	<p>①オープンイノベーションセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】7月、11月、1月（予定）（3回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン（または併用） 【実施内容】オープンイノベーションの重要性や中小企業が大企業に対して技術提案を行う際のポイント、オープンイノベーションから新製品開発や共同研究などを成功させた企業の事例発表、オープンイノベーションを進めるにあたっての知的財産権の取り扱いについて、昨今の経済安全保障や技術流出防止に関する情報提供など</p> <p>②技術ニーズマッチング ニーズ説明会 【事業類型】人材育成型 【実施時期】7月、11月（予定）（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン（または併用） 【実施内容】大企業におけるオープンイノベーションの取り組み紹介、大・中堅企業のニーズの発表、人的交流活動など</p> <p>③技術シーズ商談会 シーズ説明会 【事業類型】人材育成型 【実施時期】9月、11月（予定）（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン（または併用） 【実施内容】大手・中堅企業のシーズの発表、シーズ活用のメリットに関する情報提供、シーズ活用事例の紹介など</p> <p>④GX分野特化型 技術商談会 【事業類型】人材育成型 【実施時期】10月（予定）（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン（または併用） 【実施内容】大企業におけるオープンイノベーションの取り組み紹介、大・中堅企業のGX分野における技術ニーズ・シーズの発表、人的交流活動など</p> <p>⑤海外・外資系企業技術説明会 【事業類型】人材育成型 【実施時期】12月（予定）（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン（または併用） 【実施内容】大阪の中小企業との連携を模索する海外企業からの技術シーズの発表、シーズ活用のメリットに関する情報提供、シーズ活用事例の紹介など</p> <p>⑥技術ニーズマッチング ビジネスマッチング会 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】8月、2027年1月（予定）（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン（または併用） 【実施内容】大企業と中小企業の面談 <コーディネーターが支援></p> <p>⑦技術シーズ商談会 個別商談会 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】10月、12月（予定）（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン（または併用） 【実施内容】個別商談会</p> <p>⑧GX分野特化型 商談会 個別商談会 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】11月（予定）（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式（または併用） 【実施内容】個別商談会</p> <p>⑨海外・外資系企業技術マッチング会 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】2027年1月（予定）（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】集合形式もしくはオンライン形式（または併用） 【実施内容】個別商談会</p>
---	--

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		□ (c)市町村連携		□ (d)相談事業相乗効果	
		局-3		ものづくり支援拠点 (MOBIO) 連携推進事業				販路開拓	
		(a)関西広域連合、大阪府商工労働部ものづくり支援課、成長産業支援室産業創造課と連携して実施する。 (b)MOBIO、関西商工会議所連合会などのネットワークを利用し、大阪府全域の中小企業への広報を行う。大商メルマガやD-FAXシステムなどを活用し、さまざまな業種の企業へ案内する。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 514 社		○ニーズやシーズの発表を行う企業の探索は年々困難になっているが、オープンイノベーションのニーズは引き続き高いと見込まれるため、人材育成型480社、販路開拓型34社と設定。 ○「MoTTO OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部ものづくり支援課、成長産業支援室産業創造課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	商談マッチング (引き合わせ) 数				数値目標	34 件	
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
	①~④	20,200 円	×	430 社	×	1.20	=	10,423,200 円	
	⑤	20,200 円	×	50 社	×	1.50	=	1,515,000 円	
	⑥~⑧	50,500 円	×	29 社	×	1.20	=	1,757,400 円	
	⑨	50,500 円	×	5 社	×	1.50	=	378,750 円	
	合計		514 社		(小計)		14,074,350 円		
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)									
計 14,074,350 円									
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	本事業の実施にあたっては、大阪府内にとどまらず、関西商工会議所連合会や北陸・関西連携会議といった商工会議所ネットワークを活用して、広域から参加企業を募集する。大企業と中小企業のマッチング事業などの場合、いかに大企業からの発注案件を得られるかが、事業成功の鍵をにぎる。大阪府内だけを対象とせず広く府外からも事業者を募集し、発注側を十分に満足させる技術力の高い事業者に大阪にいながらにして出会えるという参加意義を発注側の企業に感じさせ、継続的に良質な発注案件を提供してもらえるよう努める。大阪府内事業者にとっても商談相手の拡大・ビジネスチャンスの創造、海外販路拡大につながるという高付加価値があることから、係数を1.2 (海外は1.5) とする。								
算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等				
	②受益者負担		円		負担金の積算				
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
14,074,350 円		×		1.00		=		14,074,350 円	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはアソシエイトで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数		役割 (配分の考え方)	
	○	大阪商工会議所		13,657,220 円		489		参加企業数は、①オープンイノベーションセミナー (人材育成型) 各回50社、②技術ニーズマッチングのニーズ説明会 (人材育成型) 各回75社、③技術シーズ商談会のシーズ説明会 (人材育成型) 各回50社、④GX特化型商談会 (人材育成型) 30社、⑤海外・外資系企業技術説明会 (人材育成型) 50社、⑥同ビジネスマッチング会 (販路開拓型) 各回7社、⑦同個別商談会 (販路開拓型) 各回5社、⑧同マッチング5社、⑨同マッチング5社と想定。このうち、前年度実績に基づき、共催の東大阪・八尾の各商工会議所へ団体配分する。本商工会議所は企画・運営業務ならびに事業費 (東大阪・八尾の各商工会議所の募集及びフォローアップなどの経費を除く) を負担する。本事業は1.2の独自補正係数がついているが、支援企業数に応じた補助金を各商工会議所に団体配分する際には、1社当たりの補助率は0.7を適用し、残りの0.5は主に運営を担う本商工会議所に配分する。	
		東大阪商工会議所		254,520 円		15			
		八尾商工会議所		162,610 円		10			

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 480 社	①～⑤（人材育成型） 「MoTTO OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部産業創造課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、当該事業で得た情報を事業展開の参考にすると回答した企業の割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 34 社	⑥～⑦（販路開拓型） 「MoTTO OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部産業創造課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。			
	支援対象企業の変化	指標	商談マッチング（引き合わせ）数	数値目標	34	件
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		大阪クリエイティブフェア		事業番号	17	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013 年度から	年度まで	14	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪にゆかりのあるプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨などの製造者・卸売業者・小売業者などによるデザインや感性の優れた製品・商品の展示販売会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】 才能あるプロダクトデザイナー・クリエイターをはじめ、デザイン性の高いリビング用品などを製造・販売しているが、規模が小さいために認知向上や販路開拓に苦戦している、在阪もしくは大阪にゆかりのある、新たな取り組みへの意欲の高い中小・小規模企業を発掘し、百貨店などの展示・販売イベントへ出店する機会を提供する。当該催事期間中の売上増だけでなく、消費者や業界関係者への認知度向上、今後の取引拡大や販路開拓につなげていく。さらに、一般消費者と普段接触する機会がないプロダクトデザイナーやメーカーなどが、催事期間中の接客を通じて来場客のニーズなどを直接把握できるので、エンドユーザーを意識した新製品の企画や開発などにつながることも期待できる。また、優秀なプロダクトデザイナーや中小・小規模企業の成長を促し、業界全体の活性化につなげるだけでなく、商品や出展者の「大阪らしさ」をPRできるよう注力する。</p> <p>【企業ニーズ】 取引拡大、販路開拓をめざす出展申し込みは、2023年度54社、2024年度52社、2025年度79社であり、2025年度出展者アンケートでは、支援企業34社中33社から満足・やや満足の回答を得た。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に大阪府内のプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨、食品の製造業者・卸売業者・小売業者など					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>高島屋大阪店にて過去4回、あべのハルカス近鉄本店で10回実施。</p> <p>【2024年度実績】 11月6～11日の6日間、同店ウイング館9階催会場にて実施。応募企業は52社、出展企業は33社、支援企業数30社。</p> <p>【2025年度実績（12月末現在）】 11月5～11日の7日間、同店ウイング館9階催会場にて実施。応募企業は79社、出展企業は36社、支援企業数34社。</p> <p>また、府内の商工会議所・商工会の会員も無料とし、協力を依頼したほか、東京の展示会などに出向き新規開拓に努めたことから、多くの応募者、新規の参加者を得ることもできた。ただし、来場者については百貨店側の個人情報保護制度から、これまでの来場者データがなく、消費者への直接の案内が難しかったことから、Facebook、ThreadsのSNSアカウントを新たに作成し、Instagramと併せてSNS発信を開催前・開催中に複数回更新をして告知に努めた。</p> <p>2026年度も引き続き、応募企業の増加をめざして(公財)大阪産業局MOBIO事業部と連携を図り、大阪府認定企業を「大阪製ブランド」「大阪産(もん)」「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」に加え「地域団体商標登録産品を用いた製品または加工品の出展」も拡大し、出展料無料とすることを継続する。</p>					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>大阪にゆかりのあるプロダクトデザイナー・クリエイターなどのデザインや感性の優れた製品・商品の展示販売会を開催</p> <p>【事業類型】ハンズオン型・販路開拓型 【実施時期】春～秋ごろ 【実施場所】大阪商工会議所・大手百貨店（近鉄百貨店を想定） 【実施内容】 ○大阪・関西に縁のある専門家（編集者、プロデューサーなど）をコーディネータ役に任命する。 ○今年度のコンセプトをコーディネータ役と協議の上、決定する。決定したコンセプトに基づき、プロダクトデザイナーやクリエイター、その他生活雑貨製造業者・卸売業者・小売業者などから出展プロダクトを募集する。 ○大阪府の「大阪製ブランド」と連携を図り、認定・採択企業への応募を呼びかけるとともに、同認定の処遇とプロモーションにつきタイアップする百貨店と相談する。 ○コーディネータ役と大手百貨店（近鉄百貨店を想定）などの担当者による2度の選考（1次選考：書類、最終選考：現物）で出展プロダクトを決定する。 ○出展プロダクトにつき、大手百貨店などの販売促進担当者およびリビング用品担当バイヤーから、品質、スペック表示、価格表示、効果的な販売方法と陳列などを、個別面談形式でアドバイスしてもらい、販売前の段階でも、具体的かつ実践的な販売力アップの機会を設ける。 ○大手百貨店などで展示・販売イベントを開催（秋頃7日間）。出展者（プロダクトデザイナーやクリエイター本人、または出展企業の従業員など）には、期間中、販売員として売場に常駐してもらうことで、接客を通じて一般消費者から直接ニーズなどをヒアリングし今後の商品開発の参考にしてもらうとともに、大手百貨店の顧客対応のマナーや個人情報の管理などを学んでもらう。</p>					

		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		局-4	中小企業における自社商品開発の促進 (「大阪製ブランド認定事業」ほか)		販路開拓
事業手法 (該当する場合は <input type="radio"/> 印と下欄に その根拠)		(a)「大阪製」「大阪産(もん)」「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」認定企業に加えて、「地域団体商標登録産品を用いた製品または加工品の出展企業」に応募を呼びかけるべく、(公財)大阪産業局MOBIO事業部及び大阪府ものづくり支援課と連携を図るとともに、できる限り出展できるよう百貨店側に働きかける。また、「大阪製」「大阪産(もん)」「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」「地域団体商標登録産品を用いた製品または加工品の出展」認定企業については出展料を免除するなどのインセンティブの継続を検討する。 (b)府内の商工会議所・商工会と連携をして実施する。府内のリビング関連メーカーなどに応募要項をDMするとともに、リビング関係の展示商談会などのイベントにて出展者を開拓していく。			
主な事業の 目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 24 社	出展企業数: 2023年度28社(支援企業数27社)、2024年度33社(支援企業数30社)、2025年度36社(支援企業数34社) (公財)大阪産業局MOBIO事業部及び大阪府ものづくり支援課などとの連携や支部経営指導員を通じて出展審査会を通過できる、より魅力ある事業者の発掘を図る。		
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	売上合計	数値目標	460 万円
	その他目標値	目標値の内容⇒ 1,700 件(者)	商品購入件(者)数 ※過去3年推移(2023年度3,524、2024年度2,250、2025年度4,218)		
算定 基準 により 算出 される 額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費
		101,000 円 ×	24 社 ×	1.00 =	2,424,000 円
		50,500 円 ×	1,700 件(者) ×	0.05 =	4,292,500 円
		合計	1,724 社	(小計)	6,716,500 円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)				
	計 6,716,500 円				
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	過去に本事業での出展を機に、別の百貨店催事への出展要請を受けた事業者が出るなど、百貨店などへの出展により実績とノウハウをつけることが実際の販路開拓につながることから、商品購入件(者)数をBtoBに準ずるものとして係数を0.05とする。			
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等	
		②受益者負担	円	負担金の積算	
		標準事業費		補助率	(①市町村等+②受益者負担)
		6,716,500 円 ×	1.00 =	6,716,500 円	(円)
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数
		○	大阪商工会議所	6,716,500 円	1,724
				円	
				円	
				円	
				円	
				円	
				円	

【備考】

--

事業名		デザイン経営による自社商品開発支援事業		事業番号	18	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018年度から 年度まで		9	年目	※複数段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	<p>新商品開発セミナー、ゼミ、成果発表会を開催し、「デザイン経営」に基づく商品企画手法の情報を提供するとともに、企画案に対してバイヤーからフィードバックを行う。また、商品化や既存商品の改良に向けて個別の伴走支援を行い、販路開拓機会の提供（展示商談会への出展支援）を行う。</p>					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】 原材料や資材、エネルギー価格の上昇、人件費の上昇と人手不足に直面する今、コストカットは限界を迎えており、付加価値を高める経営に転換していくことが必要である。本事業では、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を目的とする。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拓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。</p> <p>【企業ニーズ】 2025年中小企業白書・小規模事業白書によると、経営課題として「受注・販売の拡大」と回答した割合が最も高く、特に「小規模事業者」は、他の経営課題の回答割合が2割以下である中、「受注・販売の拡大」のみ回答割合が約4割となっており、販売機会を得るためにも、最新の消費者ニーズに応じた商品開発が必要になる。そこで、本商工会議所が新たな製品やサービス開発においての課題である「知識・ノウハウ」について情報提供し、伴走支援する。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>「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・小規模の製造事業者</p>					
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		<p>【2025年度実績 (12月末日現在)】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○「ブランディングセミナー・交流会」(8月22日) 支援企業数41社 ○大阪産業局(デザイン活用支援) デザイン相談へのつなぎ: 20社(予定) ○「新商品開発ゼミ~Session大阪(全5回)」(2025年9月~2026年1月) 支援企業数24社 ○「大規模展示商談会への出展支援」東京インターナショナル・ギフト・ショー: 10社(予定) <p>2023年度からはワークショップを少人数制とし、参加申込みの受付段階で成長志向があり、やる気のある事業者に絞り込んで開催している状況ではあるが、毎回の課題(宿題)の量が多く、事前説明会で脱落した事業者が1社あった(受講企業25社予定が24社に減少)。途中で脱落した事業者を今後どのようにフォローしていくかが課題である。</p>					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>①「社会課題解決型プロダクツ開発ワークショップ(仮称)」</p> <p>【事業類型】人材交流型 【実施時期】5月~8月頃(2回程度) 【実施場所】大阪商工会議所(予定) 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】基調講演「社会課題を解決する商品開発」、体験ワークショップ、社会課題の解決に取り組む自社商品を出し、先行する事業者による事例発表、交流会、大阪産業局(デザイン活用支援oidc)の事業紹介とデザイン相談の予約会を実施。後日のデザインの個別相談の利用につなぐ。</p> <p>②「新商品開発ゼミ(仮称)」</p> <p>【事業類型】人材交流型 【実施時期】8月~3月頃(4回連続) 【実施場所】大阪商工会議所(予定) 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】自社分析から市場・顧客のターゲティング、マーケット情報の取得、コンセプト固め・商品企画の作成、商品企画案の中間発表を行い、講師や参加者からフィードバックを得る。大阪産業局(デザイン活用支援oidc)の事業紹介とデザイン相談の予約会を実施。後日のデザインの個別相談の利用につなぐ。</p> <p>③「新商品企画発表・マッチングイベント(仮称)」</p> <p>【事業類型】人材交流型 【実施時期】8月~3月頃(1回) 【実施場所】大阪商工会議所(予定) 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】具体的な新商品の企画案を有する事業者(新商品開発ゼミの参加者など)がプレゼンテーションを行い、バイヤーや知財専門家、大阪産業局(デザイン活用支援oidc)などが企画案に対する論評や助言を行う。あわせて、製造事業者に参加を呼びかけ、これら事業者との連携を促進・支援するための交流会を実施する。さらに、大阪産業局(デザイン活用支援oidc)の事業紹介とデザイン相談の予約会を実施。後日のデザインの個別相談の利用につなぐ。</p> <p>④新商品開発に向けた個別支援と大規模展示商談会への出展支援</p> <p>【事業類型】独自提案型・販路開拓型 【実施時期】4月~3月頃 【実施場所】大阪商工会議所(予定) 【実施内容】有望な商品企画案を有する事業者などに対して、そのさらなるブラッシュアップに向けて個別支援する。また、専門相談なども連携して技術面や資金面でのアドバイスを実施し、商品化までを支援する。さらに、大規模展示商談会において、新たに開発した商品や改良した商品(サンプルも含む)を出展し、一般消費者やバイヤーに対してプロモーションと意見聴取を行う。大阪府の事業者数社が一つのブースでまとめて出展することにより、大阪の地域産業のブランド力向上を図る。出展する企業に対しては、商談件数や成約件数、成約金額などもフォローアップ調査を行う。</p>					

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果		
		商-15		デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業				販路開拓		
		(a)本事業は大阪府経営支援課経営革新グループ、大阪産業局(デザイン活用支援oidc)と連携して実施する。 (b)本商工会議所や大阪産業局(デザイン活用支援oidc)、他の産業支援機関などのメール配信などにより府内全域を対象に参加募集をする。 (d)本事業参加中あるいは参加後の個別相談に対応することで、相談事業と連携する。								
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 128 社	セミナー・交流会:60社(30社×2回) ワークショップ(参加者は各回とも同じ):20社 新商品企画発表・マッチングイベント:40社 個別支援・出展支援:8社 [募集方法]大商ニュース封入や各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールでの案内も行う。また、大阪産業局(デザイン活用支援oidc)の協力も得る(メール案内、案内状配布など)。							
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、セミナー、ワークショップで得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進に役立てると回答した割合	数値目標	80 %					
	その他目標値	目標値の内容⇒ 1,000 社	出展企業の名刺交換数(社)							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費					
		40,400 円 ×	60 社 ×	1.00 =	2,424,000 円					
		40,400 円 ×	20 社 ×	1.40 =	1,131,200 円					
		40,400 円 ×	40 社 ×	1.00 =	1,616,000 円					
		202,000 円 ×	8 社 ×	1.00 =	1,616,000 円					
		50,500 円 ×	1,000 社 ×	0.05 =	2,525,000 円					
		合計	1,128 社	(小計)	9,312,200 円					
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								
		計 9,312,200 円								
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)		独自提案単価:新商品企画案の作成から商品化、販路開拓までをワンストップで支援するため、専門家(技術や新事業開発担当)や事務局(事業計画作成・資金調達)が同一事業所に3~5回は訪問・指導を行う必要があるため、サービス単価を202,000円とする。								
算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
		9,312,200 円 ×	1.00 =	9,312,200 円	(円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)				
		○	大阪商工会議所	9,312,200 円	128	大阪府: 1,128→128に修正				
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	①ワークショップ 大商ニュース封入や各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。 ※過去実績により、支援対象企業数を設定			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、セミナー・交流会で得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進に役立てると回答した割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	②新商品開発ゼミ 大商ニュース封入や各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。 ※過去実績により、支援対象企業数を設定			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、ワークショップで得た知識やノウハウを商品企画・開発や販売促進に役立てると回答した割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	③新商品企画発表・マッチングイベント 大商ニュース封入や各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）や地域金融機関など支援機関の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。 ※過去実績により、支援対象企業数を設定			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、成果発表・マッチングイベントで得たフィードバックや人脈を新たな商品の企画開発や販売促進に役立てると回答した割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	④個別支援・出展支援 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など ※2023、2024年度のワークショップ卒業生で、自社製品を開発した企業数を設定			
	支援対象企業の変化	指標	個別支援により商品化や既存商品の改良を行った事業者	数値目標	8	社
	その他目標値	目標値の内容⇒	出展企業の名刺交換数（社）			
		1,000	社			

【備考】

事業名		町工場ネットワーク構築事業		事業番号	19	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012 年度から 年度まで		15	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	ものづくり加工業を営む小規模事業者の企業間連携を促すことで大阪府域内取引機会増加を図り、企業体質強化、収益構造の改善をめざす。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】 小規模な町工場間の緩やかなネットワークを構築・強化する。顔の見える関係性を軸に、自社だけでは受注できない加工案件を他社との連携で対応し、個社の売り上げ拡大と収益性向上を促す。</p> <p>【企業ニーズ】 企業にとって販路・取引先の拡大は普遍的ニーズ。直接顔の見える情報交換の機会を求める声は多い。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<ul style="list-style-type: none"> ものづくり企業のうち、機械・金属加工業で、取引拡大に取り組む事業所 経営安定度の強化を志向する下請け事業所 (取引先数の拡大を通じて経営リスクの分散を図る) 参画事業所との情報交換を通じて経営力強化を企図する事業所 					
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		<p>2012年度に「西部エリアものづくり企業データブック (100社掲載)」刊行。それ以降、加工ネットワークを作る試みと、ものづくり企業が直面する課題解決に向けた情報提供や交流会を実施。この事業からコロナ下での加工連携や最終製品の開発事例、ベンチャー支援事例が現れた。そうした成果の一つが2025大阪・関西万博の大阪ヘルスケアパビリオン、リボンチャレンジ「身近な課題や世界のお困りごとを大阪の町工場が解決します (10月7~13日)」への出展として結実。</p> <p>【2025年度実績 (12月末現在)】</p> <ul style="list-style-type: none"> ものづくり加工ネットワーク強化交流会 (8月4日) 支援企業数40社 大正ものづくりフェスタ出展支援 (8月9日) 支援企業数18社 生成AIの落とし穴~町工場が留意すべきポイント (10月24日) 支援企業数17社 <p>万博出展を例とする試作品・新製品開発は参画企業の収益性を阻害するケース (開発に要するマンパワーと時間負担の重さ) が散見された。2026年度は取引拡大・収益性拡大、出展成果を取引や価格交渉交渉に活用する広報に重点を置いた活動を行う。</p>					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>①中小ものづくり企業が抱える経営課題に対する情報提供</p> <p>【事業類型】人材育成型 【実施時期】通年 (2回程度) 【実施場所】大阪商工会議所、産業会館・区民ホールなど公共施設 (予定) 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】ものづくり企業が直面する経営課題 (人材育成、製品開発のノウハウ、AI活用、効果的な自社PR、技能伝承、BCP策定、知財、健康経営など) に対応する情報提供</p> <p>②中小ものづくり企業の特定の経営課題・連携の強化を軸とした情報提供と相互交流</p> <p>【事業類型】人材交流型 【実施時期】通年 (2回程度) 【実施場所】大阪商工会議所、QUINTBRIDGE、産業会館・区民ホールなど公共施設 (予定) 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】</p> <p>(1)特定の経営課題をテーマとした情報提供と相互交流: 製造業、特に下請け金属加工業が直面する人材育成や技術力向上を登壇者と参加者が一体となって双方向でディスカッションする機会を設ける。 (2)連携強化を図るための情報提供と相互交流: 町工場などのものづくり事業所が直面する課題や連携事例などを共有する場を提供するとともに、相互交流が可能な場を設ける。</p> <p>③「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」</p> <p>【事業類型】販路開拓型 【実施時期】通年 (2回程度) 【実施場所】大阪商工会議所、産業会館・区民ホールなど公共施設 (予定) 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】中小企業・小規模下請け機械金属加工事業所の取引拡大に焦点を当てた「顔の見える加工ネットワーク」の活発化を促す。保有設備の情報交換を通して、取引拡大に的を絞った交流会を経営指導員らによるファシリテーションのもとで開催する。</p>					

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		
		番号選択				販路開拓				
		(b)各事業の開催にあたっては大阪府内の加工連携グループと連携し、広域事業として府内から広く参加を促す(2024年度には東大阪市での開催実績あり)。 (c)交流会や情報交換会の開催にあたって、域内区役所と協働する。 (d)マンパワー成約の多い小規模事業所が、経営改善、事業計画策定などに取り組む際に経営指導員に相談・支援を求めることが予想される。								
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒		①中小ものづくり企業が抱える経営課題に対する情報提供:20社 ②中小ものづくり企業の特定の経営課題・連携の強化を軸とした情報提供と相互交流:61社 ③「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の開催:27社 過去参加者はじめ経営指導員と接点を持った事業者やその関係先などへ参加を促す。						
	主な支援対象企業の変化	代表指標	近隣加工ネットワークの活用を通じて参加企業の取引先数の増加があった、可能性がある」と回答した割合			数値目標	80%			
	その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価	支援企業数		係数		標準事業費		
			20,200 円 ×	20 社 ×		1.00 =		404,000 円		
			40,400 円 ×	61 社 ×		1.00 =		2,464,400 円		
			50,500 円 ×	27 社 ×		1.00 =		1,363,500 円		
			合計 108 社		(小計)		4,231,900 円			
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						円	
			計						4,231,900 円	
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
	算出額		①市町村等補助		円		交付市町村等			
			②受益者負担		円		負担金の積算			
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
		4,231,900 円 ×		0.75 =		3,173,925 円		(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割(配分の考え方)			
		○	大阪商工会議所	3,067,875 円		105	大阪商工会議所分(乗数0.75) 人材育成型×20社=303,000円 人材交流型×60社=1,818,000円 販路開拓型×25社=946,875円 合計3,067,875円			
			松原商工会議所	106,050 円		3	松原商工会議所分(乗数0.75) 人材交流型×1社=30,300円 販路開拓型×2社=75,750円 合計106,050円			
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒		① 中小ものづくり企業が抱える経営課題に対する情報提供 過去参加者、経営相談支援などで経営指導員と接点を持った事業者やその関係先などへ開催情報を提供し、告知と参加を募る。		
		20	社			
	支援対象企業の変化	指標	参加者へのアンケートで、本事業で得た情報が自社の経営改善に役立つと回答した割合		数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒		② 中小ものづくり企業の特定の経営課題・連携の強化を軸とした情報提供と相互交流 過去参加者、経営相談支援などで経営指導員と接点を持った事業者やその関係先などへ開催情報を提供し、告知と参加を募る。		
		61	社			
	支援対象企業の変化	指標	参加者へのアンケートで、経営課題の解決、新たな人脈・取引先・協力先づくりに役立ったと回答した割合		数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒		③ 「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」 過去参加者、経営相談支援などで経営指導員と接点を持った事業者やその関係先などへ開催情報を提供し、告知と参加を募る。		
		27	社			
	支援対象企業の変化	指標	近隣加工ネットワークの活用を通じて参加企業の取引先数の増加があった、可能性があるとして回答した割合		数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名	大阪ファッション産業振興フォーラム		事業番号	20	新規/継続	継続
想定する実施期間	2010 年度から 年度まで		17	年目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	ファッション産業と他分野、川上（素材メーカー、加工業など）と川中・川下（アパレルメーカー、SPA、商社など）との連携や商談の場を提供し、新たな製品や独創的なビジネスの創出や拡大を支援するとともに、最新情報や事例を紹介する。				
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】 大阪の繊維業界はOEM生産を中心とする企業や素材メーカーが多く、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。また、実践的な販路拡大やイノベーション創出のため、業界内外のサプライチェーン再構築を目的に、商談会や海外への販路拡大、人脈拡大の機会も提供する。</p> <p>【企業ニーズ】 嗜好が多様化した時代にあってもニーズをとらえた商品は売り上げを伸ばしており、事業者にとって業界内外の最新情報を常に把握しておく必要がある。また、他業種や他社との連携、海外展開により新たなビジネスモデルを構築することが求められている。</p>				
	支援する対象 （業種・事業所数等）	<p>○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）</p> <p>○ファッション関連企業との連携を求める企業</p>				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること	<p>【2025年度実績（12月末現在）】 ファッション企業の販路拡大・交流を目的とした講演会や交流会を開催した。 ○講演会（6月19日）支援企業数43.5社、2026年2月に開催予定 ○プレゼン&交流会（5月16日）支援企業数43社 ○買い付け商談会（6月5日）支援企業数4社 講演会、プレゼン&交流会とも、参加者数も多く、内容についても非常に好評であった。次年度も参加者数の増加に向け、関心の高いテーマの設定や講演会は後日にアーカイブで配信するなどの取り組みを行う。</p>					
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）	<p>①講演・勉強会、セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】通年（3回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】各回の設定テーマに即した講師に登壇してもらい、ファッション産業をめぐる新たな動き、ビジネスモデル、海外販路などの情報提供を行う。</p> <p>②「プレゼン&交流会」などの交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】通年（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】テーマに即した最新の技術や製品を有する企業などの担当者に話題を提供し参加者も交えて情報交換する「プレゼン&交流会」や、参加者同士によるイノベーション創出のための新たな製品やビジネスモデルなどの共創を目的とした交流会、業界内外のサプライチェーンの再構築のための人脈拡大や海外販路拡大を目的とした交流会を実施し、参加者同士の情報交換、協業先との出会いの場を提供する。</p> <p>③素材・技術などの商談会 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】6月～3月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】繊維・ファッション産業のサプライチェーンの再構築や他業種との協業等のきっかけにすべく、川上（素材メーカーや加工業など）と、川中・川下（アパレルメーカー、SPA、商社など）、他業種との商談会を、事前選考を経た売り込み型方式等で開催。業界内の企業や他業種との交流の拡大・深化および販路拡大の機会を提供する。</p>					

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果
		番号選択						販路開拓
		(b)大阪府内全域をカバーする関西ファッション連合やアパレル、ハンドバッグや帽子・靴下といった服飾雑貨などの各業界団体・組合と連携して事業を実施する。						
主な事業の 目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	①講演・勉強会、セミナー180社、②「プレゼン&交流会」などの交流会85社、③素材・技術などの商談会25社 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。					
	290 社	代表指標	アンケートにおいて、得られた情報を事業拡大や新しいビジネスの開発に活かしたいと回答した企業の割合			数値目標	70 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×	180 社 ×		1.00 =		3,636,000 円	
		40,400 円 ×	85 社 ×		1.00 =		3,434,000 円	
		50,500 円 ×	25 社 ×		1.00 =		1,262,500 円	
	合計		290 社		(小計)		8,332,500 円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)						
				計		8,332,500 円		
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等			
	②受益者負担		250,000 円		負担金の積算		商談会参加費10,000円×25社	
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)	
8,332,500 円 ×		0.75 =		6,249,375 円		(250,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)	
	○	大阪商工会議所		6,249,375 円		290		
				円				
				円				
				円				

別紙: 積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業 の 目 標 ①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 180 社	①講演・勉強会、セミナー 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、得られた情報を事業拡大や新しいビジネスの開発に活かしたいと回答した企業の割合	数値目標	70	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業 の 目 標 ②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 85 社	②「プレゼン&交流会」などの交流会 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、今後の事業運営のヒントが得られたと回答した企業の割合	数値目標	70	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業 の 目 標 ③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 25 社	③素材・技術などの商談会 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業などを募集する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、「商談が継続となった」または「今後の商品開発のヒントを得た」と回答した企業の割合	数値目標	70	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		医療機器等産業事業化促進事業		事業番号	21	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2018年度から		年度まで	9	※複数段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること 年目			
事業の概要	事業概要	医療・健康関連産業への参入や事業領域の拡大を検討・志向する製造業・IT企業・サービス業などを対象に支援セミナーを実施する。							
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】</p> <p>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、規制の異なる海外への事業展開を見据えた事業戦略の策定や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、顧客接点の構築や、Bto（Bto）Cのビジネスモデル構築、ヘルスケアデータの活用などの課題がある。そこで、規制や先進事例の紹介に加え、新規参入の進め方や事業化に資する情報提供などを行い、大阪のライフサイエンス産業全体の振興や企業の新規参入促進につなげる。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>本商工会議所は、医療機器等開発支援事業を20年以上実施しており、新規参入に対する問い合わせも少なくない。すでに参入している企業の中にも、今後本格的に事業展開を図るため、医療機器産業について基本的な知識を確認したいという企業もある。また、ヒアリングを進める中で、最近では医療分野からのヘルスケア展開を模索する企業も増えている。</p>							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	医療分野への参入を検討・志向する企業、さらなる事業展開をめざしている企業、健康分野での事業展開を検討・参入する企業など							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績】</p> <p>○「海外展開を見据えた医療機器ビジネスへの参入セミナー」（6月18日）支援企業数56社 中小企業における医療機器ビジネスへの参入パターンや国内外の法規制について専門家が解説を行ったほか、異業種から参入を果たし、海外展開を見据えた事業を展開している企業からの取り組み事例の紹介を行った。時流に沿って、企業ニーズの高いテーマで企画・構成したことで、参加者申込者数は280名を超え、支援対象企業からの満足度も大変高い結果となり、目標を大きく上回った。次年度以降の事業でも、海外展開など関心の高いテーマを企画内容に盛り込み、中小企業からの参加が増えるような企画・広報を継続していく。</p>							
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>○医療機器やヘルスケア（健康）などの産業分野への新規参入を促進するためのセミナー</p> <p>【事業類型】 人材育成型 【実施時期】 1回 【実施場所】 大阪商工会議所（予定） 【実施方法】 対面もしくはオンライン 【実施内容】 ＜テーマ例＞ ・ 医療機器産業事業化／新規参入促進 ・ 医療周辺分野やヘルスケア分野の取り組み、課題の解決 ・ 医療分野における環境対応の必要性や対応事例の紹介 など ＜登壇者例＞ ・ 医療機器メーカーの開発責任者 ・ 医療機器／ヘルスケア産業のアドバイザー ・ 大学などの研究者／病院関係者 ・ コメディカルスタッフ／介護士 ・ スポーツやウェルネスビジネスの専門家／有識者 ・ 医療／ヘルスケア関連のスタートアップの責任者 など</p>							
事業手法 （該当する場合は○印と下欄にその根拠）		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
		商-9		医療機器分野への中小企業の参入促進、成長支援				販路開拓	
		<p>(a)大阪府成長産業振興室ライフサイエンス振興担当と情報交換、連携してライフサイエンス産業の振興を図っており、当該事業も緊密に連携して実施する。 (b)大阪府全域の企業との連携を可能とする事業で広く府内から参加企業を募集する。（本商工会議所は当該支援については全国的にも先駆者であり、大阪府内を代表する支援機関としての実績がある。「次世代医療システム産業化フォーラム」を大阪府下の東大阪、八尾、堺、豊中、北大阪、茨木、大東、守口門真、吹田の各地商工会議所と共催で開催している。）</p>							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 45社	本商工会議所が実施してきた事業の参加者を中心に、大阪府内で医療機器産業などに関心を持つ企業に参加を呼びかける。									
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートで、セミナーで得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の事業運営・経営に役立てると回答した割合	数値目標	70	%						
	その他目標値	目標値の内容→										
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	20,200円	×	支援企業数	45社	×	係数	1.00	=	標準事業費	909,000円
		合計			45社			(小計)			909,000円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）										
								計			909,000円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）											
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等									
	②受益者負担	円	負担金の積算									
	標準事業費	909,000円	×	補助率	1.00	=	909,000円	((①市町村等+②受益者負担) (円))				
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）							
	○	大阪商工会議所	909,000円	45								
			円									
			円									
			円									

【備考】

事業名		プロダクト・イノベーション創出事業	事業番号	22	新規/継続	継続
想定する実施期間		2023 年度から	年度まで	4	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	中小企業・スタートアップのイノベーション創出を支援する。具体的には、大阪・関西万博で醸成されたレガシー、新技術・製品開発の機運と成果を継承し、応用力と創造力に富んだ新たな技術・製品の事業再構築を支援し、市場投入の機会を提供することで、企業の持続的な成長を促進する。				
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】</p> <p>昨今、物価高騰によるコスト増が経営を圧迫し、従来の受託型ビジネスのみで収益を維持することは困難となっており、加えて人手不足も深刻化している。この課題を解決するためには、『少ない工数で高い利益を生む（省力化と高付加価値化）』プロダクト・イノベーションを促進し、自ら価格決定権を持つ事業への転換を図る必要がある。そのため、企業が持つ技術から、コアとなる技術の価値を再定義し、新たな市場ニーズと結びつける発想により、実現可能で継続性のあるプロダクト・イノベーションや新規事業・生産性向上に向けた省力化推進（製品・商品・サービス・ビジネスモデルの差別化や効率化）に取り組み、新規顧客獲得や新市場参入を促す。具体的には、セミナー、ワークショップ、相談会、ハンズオン支援などを通じて、企業の創造性を高める機会を提供し、開発アイデアの具体化から製品化、市場投入までのプロセスを迅速かつ個別にサポートする。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>2025年版中小企業白書によると、「スケールアップ」を実現した事業者では、「横ばい・スケールダウン」の事業者に比べ、製品・商品・サービス・ビジネスモデルの差別化や効率化などのプロダクト・イノベーションに「取り組んだ」と回答した割合が高くなっているが、売上規模が小さい事業者では、自社の強みを認識する知識習得の機会提供や、専門家から具体的な知見を得るための支援が必要とされている。</p>				
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内の中小企業の経営者・経営幹部・企画開発担当者、小規模事業者				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <p>○セミナー（6月6日）支援企業数47社、2月頃に録画配信実施予定</p> <p>○ワークショップ（7月9日）支援企業数49社</p> <p>○個別相談（7月24・25日）支援企業数3社</p> <p>○伴走支援（2025年7月～2026年2月頃）支援企業数3社</p> <p>経営資源の限られた中小企業にとって、既存技術を応用した新市場開拓を成功させるには、コア技術の価値を再定義して新たなニーズと結びつけるアイデア発想の具体化や、ビジョンの明確化と事業ドメインの構築が不可欠となっている。そのため、次年度の個別相談や伴走支援では、顧客・技術・機能の3つの軸を中心に自社の強みを最大限に活かせる事業ドメイン構築にも支援を広げ、新規事業の成功確度を高めるプログラムの提供やアドバイスを強化していく。</p>				
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>①セミナー</p> <p>【事業類型】人材育成型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施時期】5月～6月頃（1回） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】中小企業の既存商品の改善やニーズ開拓、コンセプト構築をもとに、新たな価値と顧客を創造する商品づくりや、既存商品の市場拡大に向けた事業計画作成を支援、ビジネスチャンスの創出を促す。</p> <p>②ワークショップ</p> <p>【事業類型】人材交流型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施時期】6月～7月頃（1回） 【実施方法】対面 【実施内容】自社の強みの棚卸し、顧客の課題の深掘り、事業コンセプトの構築を通じて、既存商品をもとにしたアイデアの生み出し方と新事業・新商品開発の進め方を説明する。また、グループ演習により具体的な開発のプロセスをモデルケースを使って体験してもらう。</p> <p>③個別相談会</p> <p>【事業類型】人材交流型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施時期】5月～9月頃（2回程度） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】アイデアを具体化した事業者に、専門家による個別相談を実施。顧客像具体化やポジショニング設定等をもとにコンセプトや事業ドメインの設定を見直す方法や、新事業・新商品の有用性を高めるためのターゲット・市場性分析やコンセプトの検証、商品の魅力訴求などのブラッシュアップ支援を行う。</p>				

		(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果	<input type="radio"/>
		販路開拓							
事業手法 (該当する場合は <input type="radio"/> 印と下欄に その根拠)		(b)大阪府内事業者を対象に実施。本商工会議所や大阪府内の産業支援機関などの協力を得てメール配信などを行い、参加募集をする。 (d)アンケートで融資や資金繰りなどの相談を希望する事業者には、経営相談との連携を図り、本事業との相乗を図る。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	セミナー55社、ワークショップ33社、個別相談会6社 [募集方法]大阪府内の中小企業へ、本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどに事業案内を依頼する。						
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を新事業・新商品開発や既存商品の事業機会拡大などの事業運営や経営改善のための取り組みに役立てると回答した企業の割合	数値目標	80	%			
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費				
		20,200 円 ×	55 社 ×	1.00 =	1,111,000 円				
		40,400 円 ×	33 社 ×	1.00 =	1,333,200 円				
		40,400 円 ×	6 社 ×	1.00 =	242,400 円				
	合計	94 社	(小計)	2,686,600 円					
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)							
		計 2,686,600 円							
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)						
2,686,600 円 ×		0.75 =	2,014,950 円	(円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)				
	<input type="radio"/>	大阪商工会議所	2,014,950 円	94					
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 55 社	①セミナー [募集方法] 大阪府内の中小企業へ本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどに事業案内を依頼する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を新事業・新商品開発や既存商品の事業機会拡大などの事業運営や経営改善のための取り組みに役立てると回答した企業の割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 33 社	②ワークショップ [募集方法] 大阪府内の中小企業へ本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどに事業案内を依頼する。また①の参加者にも案内する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、ワークショップで得た知識や情報を新商品開発アイデアの創出、新たな新事業・新商品開発のための取り組みや経営改善に役立てると回答した企業の割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 6 社	③個別相談会 [募集方法] 大阪府内の中小企業へ本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどに事業案内を依頼する。また②の参加者にも案内する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、個別相談会で得た知識やフィードバックを新商品開発アイデアのブラッシュアップ、新たな新事業・新商品開発のための取り組みや経営改善に役立てると回答した企業数	数値目標	5	社
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業	事業番号	23	新規/継続	継続			
想定する実施期間		2017年度から	年度まで	10	年目	※複数段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に人材確保・定着のためのノウハウ・手段や事例を学んでもらうセミナーや情報交換会、研修、大学などと企業との就職情報交換会を開催する。							
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】 新卒・若手人材の確保に課題を感じている中小企業は多い。また、入社後3年以内に離職する若手人材が3割にのぼるなど、定着も課題になっている。そこで、新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に対して、人材確保や定着を支援する「セミナー」や「研修」「情報交換会」を開催する。また、中小企業が新卒者を採用するために、大学の就職支援担当者や接点を持ちたいというニーズが高い。そこで「大学等と企業との就職情報交換会」を開催し、大学とのネットワーク構築を支援する。</p> <p>【企業ニーズ】 新卒採用にあたり、大学の就職支援担当者や接点を持ちたいとのニーズは強く、2025年10月に実施した「大学等と企業との就職情報交換会」には244社が参加した。中小企業の企業採用担当者からは、今後も一度に多数の大学との接点を持つ機会を継続提供してほしいというニーズがある。</p>							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内で事業を営んでいる中小企業の経営者、人事担当者、若手社員など							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○「新卒採用支援セミナー」アーカイブ配信 実施回数：2回（7月5日～7月16日配信分） 支援企業数43社、（8月1日～8月31日配信分9 支援企業数239.5社 計282.5社 ○「若手社員キャリアデザイン塾」（7月23日・8月27日・9月25日）支援企業数27社 ○「大学等と企業との就職情報交換会」支援企業数（10月30日）支援企業数248.5社 予定 ○「採用担当者同士の情報交換会（新卒採用について）」（7月26日）支援企業数35社 ○「採用担当者同士の情報交換会（中途採用について）」（8月29日）支援企業数31社 <p>採用担当者同士で情報交換する機会を継続して複数回設けてほしいという意見が寄せられた。</p>							
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>①セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】6月～7月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン、アーカイブ配信 【実施内容】自社の魅力の伝え方、採用プロセスや手法、事例、コミュニケーション手法などを解説する。</p> <p>②大学等と企業との就職情報交換会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】10月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所もしくはマイドーム大阪（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】大学の就職支援担当者が設けたブースに企業の採用担当者らが訪れ、大学と企業の接点をつくる。</p> <p>③情報交換会、研修の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】7月～12月頃（3回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】採用担当者同士、もしくは大学の就職支援担当者や採用担当者が少人数のグループに分かれて交流し、情報交換を行うことで、自社の採用活動に参考となる情報を得る。また、若手社員同士が交流することで、キャリア形成を支援する研修を実施する。</p>							
事業手法 （該当する場合は○印と下欄にその根拠）		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
		労-6		若手人材の採用・定着支援事業				雇用・求人	
		<p>(a)大阪府就業促進課企業支援グループやOSAKAしごとフィールドなどと連携を図り、実施する。セミナーや情報交換会中に大阪府施策説明時間を設ける、大阪府からのアンケート項目を追加する、就職情報交換会参加者にチラシを配布するなどして、OSAKAしごとフィールド事業への誘導を図る。</p> <p>(b)OSAKAしごとフィールドや大阪府労働環境課のメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。</p>							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 530社	①セミナー：280社 ②大学と企業との就職情報交換会：180社 ③情報交換会、研修：70社 商工会議所会員を中心に大阪府などの関連団体と連携して広報集客する。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識を今後の若手人材の採用や定着、キャリア形成に向けて活用したいと回答した企業の割合			数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容→						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200円 ×	280社 ×	1.00	=	5,656,000円		
		40,400円 ×	180社 ×	1.00	=	7,272,000円		
		40,400円 ×	70社 ×	1.00	=	2,828,000円		
	合計	530社	(小計)		15,756,000円			
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								
							計	15,756,000円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準とおりの場合不要）								
算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等			
	②受益者負担		円		負担金の積算			
	標準事業費		補助率		((①市町村等+②受益者負担)			
15,756,000円 ×		1.00 =		15,756,000円 (円)				
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）		
	○	大阪商工会議所	15,756,000円		530			
			円					
			円					
			円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 280社	①セミナー 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識を今後の若手人材の採用や定着、キャリア形成に向けて活用したいと回答した企業の割合	数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 180社	②大学等と企業との就職情報交換会 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、就職情報交換会で大学の就職支援担当者との接点を増やすことができたと回答した企業の割合	数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 70社	③情報交換会、研修 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、情報交換会や研修で得た知識を若手人材（自身も含む）の採用や定着、キャリア形成に向けて活用したいと回答した企業の割合	数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		人材ニーズ対応支援事業		事業番号	24	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2022年度から	年度まで	5	年目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	人材不足に悩む企業経営者・人事担当者らを対象に、多様な人材（外部人材（副業・兼業など）、外国人材（特定技能、高度人材など）、スポットワーカーなど）について、就労制度や採用・活用方法やその事例を紹介するセミナーを開催する。							
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】 生産年齢人口の減少により人材確保が難しくなる中、外国人を含む多様な人材の活用に関心が高まっている。一方で、就労資格制度や採用方法の理解不足から採用に踏み出せない企業も多い。そこで、中小企業の経営者・人事担当者を対象に、外国人や外部人材の採用・活用事例や関連制度の紹介、情報交換を通じて多様な人材活用に関する理解を深めるセミナー・情報交換会を開催する。</p> <p>【企業ニーズ】 人材確保が全体的に困難となる中、知識・スキルを持つ人材への需要は高く、外国人留学生を含む外国人材の採用に対する企業ニーズは年々高まっている。一方で、就労資格制度やその活用方法の理解不足から、採用に踏み出せていない企業も多い状況にある。</p>							
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内で事業を営んでいる中小企業の経営者、人事担当者など							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <p>○「人材確保セミナー」（7月11日）支援企業数23.5社、アーカイブ配信 支援企業数4.5社 計28社 「人材確保セミナー」のリアル開催時の参加者数は想定よりもやや少なかった。中小企業の人事担当者を対象とした他の小規模事業では、他社との情報交換を求める声が多い。次年度は交流型に変え、充実した情報交換になるようなテーマの検討が必要。</p> <p>○「【学校×企業】外国人留学生採用のための情報交換会」（11月11日）支援企業数25社 ※2025年度は【労-6】で実施 「【学校×企業】外国人留学生採用のための情報交換会」での参加者数がやや少なかった。中小企業の人事担当者や経営者を対象とした他の小規模事業での事前周知をより強化し、集客改善を図る。</p>							
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>①交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】6月～8月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】人材不足に悩む企業経営者・人事担当者などを対象に、多様な人材（外部人材・外国人材・IT人材など）の就労制度、採用方法や活用事例等を紹介、参加者同士の交流会を開催する。</p> <p>②留学生採用のための情報交換会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】8月～11月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】留学生が在席する大学・専門学校等の就職支援担当者や採用支援機関と企業の採用担当者の情報交換会を開催。</p>							
事業手法 （該当する場合は○印と下欄にその根拠）		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
		商-1		人材ニーズ対応支援				雇用・求人	
		<p>(a)大阪府施策説明時間を設ける、チラシを配布するなどして、参加者を大阪産業局「中小企業のための人材採用コンシェルジュ事業」もしくは「外国人材マッチングプラットフォーム事業」につなぐ。 (b)大阪府の事業と連携し、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。</p>							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 40 社	商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、「セミナーや交流で得た知識を、人材の採用や定着および社内の生産性向上に向けて活用したい」と回答した企業の割合		数値目標	80 %	
	その他目標値	目標値の内容→					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		40,400 円 ×	20 社 ×	1.00 =	808,000 円		
		40,400 円 ×	20 社 ×	1.00 =	808,000 円		
		合計	40 社	(小計)	1,616,000 円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）					円
					計	1,616,000 円	
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等			
	②受益者負担		円	負担金の積算			
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
	1,616,000 円 ×	1.00 =	1,616,000 円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）		
	○	大阪商工会議所	1,616,000 円	40			
			円				
			円				
			円				

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒	①交流会 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。			
		20社				
	支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、「交流会で得た知識を、人材の採用や定着および社内の生産性向上に向けて活用したい」と回答した企業の割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒	②留学生採用のための情報交換会 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。			
		20社				
	支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、留学生の採用について前向きに検討したいと回答した企業の割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		障がい者の雇用促進事業		事業番号	25	新規/継続	継続						
想定する実施期間		2021 年度から		年度まで	6	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要	事業概要	障がい者雇用に取り組もうとする中小企業に支援制度や事例を紹介するセミナーを実施する。											
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】 障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が2026年7月から2.7%に引き上げられる。そこで、セミナーを実施し、支援制度や事例を紹介することで、障がい者雇用に取り組もうとする中小企業を支援する。</p> <p>【企業ニーズ】 障害者雇用促進法の改正により企業の法定雇用率が2026年7月から2.7%に引き上げられるため、企業は対応を迫られている。コンプライアンスの観点からも障がい者雇用は企業の経営課題となっている。</p>											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	障がい者雇用に取り組もうとする大阪府内の中小企業・小規模事業者											
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績】</p> <p>○「障がい者雇用促進セミナー」(5月22日) 支援企業数41.5社 事例紹介として登壇する企業の規模について、中小企業が自社に活かしやすいように中堅・中小企業規模の事例を紹介。</p>											
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>○セミナーの開催</p> <p>【事業類型】人材育成型 【実施時期】5月~6月頃(1回) 【実施場所】大阪商工会議所(予定) 【実施方法】対面もしくはオンライン、アーカイブ配信 【実施内容】障がい者の採用実績がある企業の経営者や人事担当者、専門家などを招き、障がい者雇用に関する知識やノウハウを提供することで、企業の障がい者雇用に関する理解を深めてもらう。</p>											
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果					
		労-7		障がい者人材確保支援事業				雇用・求人					
		(a)大阪府就業促進課と連携してセミナーを実施する。 (b)大阪府と連携し、障がい者雇用に関心を持つ大阪府内の中小企業に広く案内する。											
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→		商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。									
		40 社											
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、「障がい者雇用に関して、理解を深めることができた」と回答した企業割合				数値目標	80 %					
その他目標値	目標値の内容→												
算定基準により算出される額	算定基準		サビ*単価	20,200 円	×	支援企業数	40 社	×	係数	1.00	=	標準事業費	808,000 円
			合計			40 社		(小計)				808,000 円	
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)										
			計										
			808,000 円										
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)													
算出額		①市町村等補助		円		交付市町村等							
		②受益者負担		円		負担金の積算							
		標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)					
		808,000 円		×		1.00		=		808,000 円		(円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数		役割(配分の考え方)				
		○	大阪商工会議所		808,000 円		40						
					円								
					円								

【備考】

事業名		成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業		事業番号	26	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度から 年度まで		13	年目	※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	生産年齢人口が減少するなか、女性従業員の活躍推進や定着などを通して、人材育成の余力がない中小企業の事業継続・成長に不可欠な人材力強化を支援する。					
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】 生産年齢人口が減少する時代には、中小企業において即戦力となる労働力の確保が重要となる。そこで、テレワークや育児・介護との両立支援など、企業の職場環境整備に関して情報提供することや、女性雇用に関心のある企業同士が接点を持ち、様々な女性活躍推進策について意見交換することで、女性の確保・定着や活躍を支援する。</p> <p>【企業ニーズ】 中小企業では、育児や介護との両立支援、テレワークなど柔軟な働き方の促進など、女性の定着・活躍推進に必要な就業環境の整備に課題を抱えており、社内制度を含む様々な事例などの情報提供の支援が必要とされている。あわせて、女性の雇用や活躍推進について十分に情報を得ていない企業において、企業同士の交流も必要とされている。</p>					
	支援する対象 （業種・事業所数等）	<p>○女性を雇用したいと考える中小事業者（経営者、人事担当者など）</p> <p>○企業における女性の活躍促進、離職防止を図りたい中小事業者（経営者、人事担当者、管理職、働く女性・男性など）</p> <p>○多様で柔軟な働き方や、育児や介護などの両立支援など働く環境整備に関心のある中小事業者（経営者、人事担当者など）</p>					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること	<p>【2025年度実績】</p> <p>○「育児・介護休業法改正の実践対応セミナー&交流会」（7月29日）支援企業数35社 女性従業員の定着・モチベーション向上や職場環境の整備については、依然として多くの中小企業で十分なノウハウが蓄積されていない。引き続き、他企業との交流や意見交換の機会を求める声が多く、2026年度もセミナー&交流会の継続実施を図るとともに、内容の充実をめざす。</p>						
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）	<p>○交流会の開催</p> <p>【事業類型】人材交流型 【実施時期】7月～8月（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】以下を勘案して交流会を開催する。</p> <p>○社内の労働環境制度の構築・運用に精通する専門家などからの事例紹介とこれらの事例を元に参加者（経営者や人事担当者）同士でディスカッションすること</p> <p>○モチベーション維持やワークライフバランスなどに不安を抱える働く女性と、ロールモデルとなる女性従業員とがそれらの維持・不安解消のために交流すること</p> <p>○女性の雇用に関心のある企業同士が交流すること など</p>						
事業手法 （該当する場合は○印と下欄にその根拠）	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果
	労-9	中小企業における女性の就業、定着支援事業				人材育成・労務	
<p>(a)大阪府の雇用推進室就業促進課やOSAKAしごとフィールドと連携し、実施の時期や内容の調整の連絡を密にとる。また、OSAKA女性活躍推進会議の構成員として適宜連携する。</p> <p>(b)OSAKAしごとフィールドや大阪府労働環境課が発行するメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。セミナー内でOSAKAしごとフィールド事業への誘導を図る。</p>							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 25社	商工会議所会員を中心に大阪府市・関係団体と連携し広報集客する。				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、「女性の雇用・定着、活躍推進、働きやすい環境整備に向けて、前向きに検討したい」と回答した企業の割合	数値目標	80	%	
	その他目標値	目標値の内容→					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		40,400円 ×	25社 ×	1.00 =	1,010,000円		
		合計	25社	(小計)	1,010,000円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)					
		計 1,010,000円					
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	円	負担金の積算			
		標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)			
		1,010,000円 ×	1.00 =	1,010,000円	(円)		
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)	
		○	大阪商工会議所	1,010,000円	25		
				円			
				円			
				円			

【備考】

事業名		中小企業に対する労働啓発・雇用サポート事業		事業番号	27	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2013 年度から 年度まで		14	年目	※複数段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	雇用安定と労働環境の改善を促進し、中小企業の人材確保と生産性の向上を目指すため、働き方改革や高齢者の雇用・能力開発策を取り入れた労務管理や人事戦略のあり方を解説する。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】 人手不足の問題が深刻化するなかで、本事業では、人材確保対策の推進や、意欲と能力を發揮できる多様で柔軟な働き方の推進と労働生産性の向上などによる労働環境の整備を進めるため、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。</p> <p>【企業ニーズ】 「令和6年度大阪府労働関係調査」（大阪府商工労働部）によれば、今後、働き方改革に優先的に取り組みたい項目は、「人材確保・定着」43.0%に次いで、「給料等の引き上げ」17.4%、「時間外労働短縮」12.6%となっている。また、「人材確保・定着」の取り組みに向けて、研修費用の補助、取り組み事例の紹介、セミナーの実施などが希望する支援内容として挙げられている。 一方、「令和6年高齢者雇用状況等報告」（厚生労働省）によれば、65歳までの雇用確保措置を実施済の企業は99.9%に上るが、70歳までの就業確保措置では31.9%に留まる。これらの調査結果により、雇用・労働の課題について企業が見直しを検討するニーズは高く、時宜に適したテーマにて啓発機会を提供するセミナー実施の意義は大きい。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業の経営者・経営幹部・人事担当者、小規模事業者							
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		<p>【2025年度実績】</p> <p>○人手不足に対応する生産性向上と人事・評価制度の見直し方セミナー（6月26日）支援企業数82社</p> <p>○高齢者活用、戦力化のための賃金設計と人事処遇セミナー（10月28日）支援企業数59.5社</p> <p>中小企業が取り組むべき実務問題として捉えられるよう内容を工夫し、事例を交えて説明する。</p>							
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>①転換期の働き方改革と労務管理セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】春～夏頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】構造的な人手不足に対応した労働生産性の向上や、従業員の能力向上支援・ワークエンゲージメントの向上などによる多様な人材の活躍推進に配慮した働き方を推進するため、人事管理・処遇制度の見直しなどによる労働環境の整備についてセミナーで解説、先進事例も紹介する。また、大阪府商工労働部雇用推進室労働環境課による府の事業や施策等に関する説明も計画する。 ・協力：大阪府</p> <p>②高齢者雇用に関するセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】秋～冬頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】高齢者活用を推進する環境整備や賃金・処遇の改善、70歳超を見据えた就業機会確保などに対応するため、企業の動向や事例を交えながら解説する。 ・共催：大阪府社会保険労務士会 ・協力：OSAKAしごとフィールド、(公財)産業雇用安定センター</p>							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
		労-2		雇用・労働啓発セミナー事業（地域労働ネットワーク事業）				人材育成・労務	
		労-3		中小企業に対する高齢者雇用サポート事業				人材育成・労務	
		<p>(a) 労-2：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、労-3：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とそれぞれ連携して実施する。</p> <p>(b) 本商工会議所や他の産業支援機関、上記機関のメール配信などにより大阪府内全域を対象に参加募集をする。</p> <p>(d) 経営指導員が経営相談を受ける中で、高齢者雇用や労務管理などの課題解決を求めている場合は、当該事業への参加を勧める。</p>							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 104社	①転換期の働き方改革と労務管理セミナー：59社 ②高年齢者雇用に関するセミナー：45社 大阪府内の中小企業へ、本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどにセミナー案内を依頼する。				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立てると回答した企業の割合	数値目標	85	%	
	その他目標値	目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		20,200円 ×	59社 ×	1.00 =	1,191,800円		
		20,200円 ×	45社 ×	1.00 =	909,000円		
		合計	104社	(小計)	2,100,800円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）					
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等			
	②受益者負担		円	負担金の積算			
	標準事業費			補助率	(①市町村等+②受益者負担)		
	2,100,800円 ×	1.00 =	2,100,800円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）		
	○	大阪商工会議所	2,100,800円	104			
			円				
			円				
			円				

別紙: 積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	①転換期の働き方改革と労務管理セミナー 大阪府内の中小企業へ、本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどにセミナー案内を依頼する。			
		59社	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立てると回答した企業の割合	数値目標	85%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	②高年齢者雇用に関するセミナー 大阪府内の中小企業へ、本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどにセミナー案内を依頼する。			
		45社	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立てると回答した企業の割合	数値目標	85%
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		健康経営サポート事業		事業番号	28	新規/継続	継続
想定する実施期間		2024 年度から 年度まで		3	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業の健康経営をサポートするため、セミナーによる啓発、また専門家による経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加、社内体制整備などの支援を行うとともに、企業の健康経営の成熟度に合わせて段階的な成長を促す、継続的な学習・実践プログラムを実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】</p> <p>健康経営を十分に理解していない事業者に対して、引き続き優良法人取得に向けた啓発・具体的なアドバイスを提供するとともに、既に優良法人認定を受けた企業に対しては、健康投資の効果測定（PDCA）と対外発信を強化することで、上位認定であるブライト500やネクスト1000取得等に向けた、実践的な伴走支援を提供し、活用を促進する。この取り組みにより、従業員の「心と体の健康」を、「企業の競争力」へと昇華させるためのロードマップを提供し、次世代の経営課題（高齢者雇用リスク、生産性損失）への対応を可能とする。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>大阪府内の中小規模法人の健康経営優良法人認定数は引き続き全国最多だが、健康経営を実践する企業の割合は依然として低い水準にある。これに加え、既に認定を取得した企業からは、取り組みの維持継続と効果検証に関する新たなニーズ（次のステップへの移行、健康診断データの戦略的な活用、高齢化・労災リスクへの対応）が顕在化している。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者・中小企業					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <p>○「健康経営セミナー2025」（8月5日）支援企業数178社、（9月30日）支援企業数203社</p> <p>○個別相談会（9月30日）支援企業数8社</p> <p>○毎月の個別支援 支援企業数23社を実施。</p> <p>健康経営のトレンド（DXの活用、ESG投資の重要性、働き方改革との連携、コロナ禍以降の新しい生活様式への対応、メンタルヘルス対策の強化）を捉え、中小企業が抱える課題を解決するための具体的な情報や支援策を提供していく。</p>					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>①健康経営セミナーの開催</p> <p>【事業類型】人材育成型</p> <p>【実施時期】7月～9月頃（2回程度）</p> <p>【実施場所】大阪商工会議所（予定）</p> <p>【実施方法】対面もしくはオンライン</p> <p>【実施内容】中小企業経営者や企業の労務管理者、総務人事担当者を対象に、健康経営に関する情報を提供するセミナーを開催し、経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加に役立つ情報提供を行う。</p> <p>②個別相談会の開催</p> <p>【事業類型】人材交流型</p> <p>【実施時期】7月～9月頃（1回）</p> <p>【実施場所】大阪商工会議所（予定）</p> <p>【実施方法】対面</p> <p>【実施内容】経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加のためのノウハウがない事業者と中小企業診断士や保健師らとの個別相談会をで実施し、取り組みに必要な知識と実践の習得につながる関係構築を支援する。</p> <p>③経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加を前提とした個別支援</p> <p>【事業類型】ハンズオン型</p> <p>【実施時期】通年</p> <p>【実施方法】対面もしくはオンライン</p> <p>【実施内容】専門家との相談を希望する事業者に対して、健康経営の評価、改善計画の策定、健康診断やデータ分析の導入、健康教育プログラムの設計と実施などのハンズオン支援を行う。</p> <p>④企業の健康経営の成熟度に応じた段階的な成長を促すセミナーの開催</p> <p>【事業類型】人材育成型</p> <p>【実施時期】6月～11月頃（4回程度）</p> <p>【実施場所】大阪商工会議所（予定）</p> <p>【実施方法】対面もしくはオンライン</p> <p>【実施内容】中小企業経営者や企業の労務管理者、総務人事担当者を対象に、企業の健康経営をより戦略的かつ実践的なレベルへと引き上げることに役立つ情報提供を行う。</p> <p>⑤健康経営に有効なヘルスケアサービス導入の支援</p> <p>【事業類型】独自提案型</p> <p>【実施時期】通年</p> <p>【実施方法】対面もしくはオンライン</p> <p>【実施内容】アンケートなどにより課題や支援ニーズを集め、健康経営の維持継続と効果検証、健康診断データの戦略的な活用に資するアプリやクラウドサービスの導入を希望する事業者に対して、適切な専門家を選定し、3～5回程度派遣する。専門家は、最適なアプリやクラウドサービスなどを提案し、初期設定から運用までの支援を行う。</p> <p>インターネットや大阪府健康医療部、全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などと連携してタイムリーに情報を発信することにより、相談や支援希望を募る。</p>					

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		(a)府施策連携		○ (b)広域連携		(c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果			
		番号選択						その他			
		(b)大阪府健康医療部、全国健康保険協会 大阪支部 (協会けんぽ) などの協力を得て、大阪府内全域からの集客に努める。 (d)経営相談支援先のニーズに応じて、当該事業での支援につなげる。									
主な事業の 目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 603 社	①④セミナー566社、②個別相談会12社、③個別支援20社、⑤ヘルスケアサービス導入5社 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載、経営相談支援先への案内などに加え、大阪府健康医療部・全国健康保険協会 大阪支部 (協会けんぽ) を通じて広くPRする。								
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	アンケートにおいて、セミナーで健康経営に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80 %						
	その他目標値	目標値の内容⇒									
算定基準 により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費						
	①④	20,200 円 ×	566 社 ×	1.00 =	11,433,200 円						
	②	40,400 円 ×	12 社 ×	1.00 =	484,800 円						
	③	101,000 円 ×	20 社 ×	1.00 =	2,020,000 円						
	⑤	202,000 円 ×	5 社 ×	1.00 =	1,010,000 円						
		合計	603 社	(小計)	14,948,000 円						
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)									
		計 14,948,000 円									
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準と異なる場合不要)		健康経営の維持継続と効果検証、健康診断データの戦略的な活用に資するアプリやクラウドサービスの導入のためには専門家が同一事業所に3~5回は訪問・指導を行う必要があるため、サービス単価を202,000円とする。									
算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
		②受益者負担		円	負担金の積算						
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
		14,948,000 円 ×	0.75 =	11,211,000 円	(円)						
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
		○	大阪商工会議所	11,211,000 円	603						
				円							
				円							
				円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	①健康経営セミナー、④企業の健康経営の成熟度に応じた段階的な成長を促すセミナー 大商ニュースやウェブサイトでの告知、経営相談支援先への案内、大阪府健康医療部、全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などを通じたチラシの配布など また、ハイブリッド（集合形式とオンライン形式）開催に加え、アーカイブ配信を行う			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、セミナーで健康経営に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	②個別相談会 大商ニュースやウェブサイトでの告知、経営相談支援先への案内、大阪府健康医療部、全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などを通じたチラシの配布など			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、個別相談会で経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加に関する知識や理解が深まり、健康経営への取り組みを始めた と回答した割合	数値目標	80	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	③個別支援 大商ニュースやウェブサイトでの告知、経営相談支援先への案内、大阪府健康医療部、全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などを通じたチラシの配布など			
	支援対象企業の変化	指標	個別支援により経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加を行った事業者	数値目標	20	社
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	⑤健康経営に有効なヘルスケアサービス導入の支援 大商ニュースやウェブサイトでの告知、経営相談支援先への案内、大阪府健康医療部、全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などを通じたチラシの配布など			
	支援対象企業の変化	指標	個別支援によりヘルスケアサービスの導入を行った事業者	数値目標	5	社
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

--

事業名		中小企業のためのビジネス講演会		事業番号	29	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度から	年度まで	16	年目	※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに資する、時宜に適したテーマの講演会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】 中小企業・小規模事業者が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに役立つ講演会を開催する。目まぐるしく変化する経営環境・社会的要求への対応事例、注目されているビジネストレンド、経営革新や企業成長をもたらした経営者の経営戦略・経営理念などを取り上げ、自らの事業の実践に役立ててもらおう。</p> <p>【企業ニーズ】 企業経営者・経営幹部らの関心は高く、参加者にアンケートを実施のほか、本商工会議所では、年間約1,200件の会員企業ヒアリング(ヒアリング先は主に新たに加わった中小企業)や約2,000件の会員入会勧誘を行っており、各企業の経営課題として、「人手不足・人材定着」や「販路開拓」、「資金繰り」など、各企業はさまざまな課題を有している。このような声を踏まえ、これらの課題解決の一助となるテーマを企画し、講演会を実施する。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者、創業(予定)者					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績(12月末現在)】</p> <p>①チェンバーカレッジ(年度内11回開催予定)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○「推し消費をビジネスに活かすためのマーケティング」支援企業数84.5社 ○「～資料作成に役立つ～ 図」で伝える技術」支援企業数126社 ○「社員が主体的に自己啓発・改善・提案する風土をつくる」支援企業数94.5社 ○「専門家が教える『カスタマーハラスメント対策』」支援企業数83社 ○「大阪・関西万博出展企業が語る!ものづくり企業の未来」支援企業数66.5社 <p>②支部経済講演会</p> <ul style="list-style-type: none"> ○「トランプ関税に我が国はどう対応すべきか～景気後退とアメリカの苦悩～」支援企業数68社 ○「人手不足に立ち向かう!採用と定着の秘訣」支援企業数38社 ○「企業価値担保権」を活用した事業を成長させる資金調達戦略～もう資金繰りに悩まない!小規模・中小企業のための新しい融資のカタチ～」支援企業数18社 ○「水害リスク対策セミナー」支援企業数33社 ○「ものづくり企業の共創による未来社会のデザイン」支援企業数50社 <p>中小企業の経営支援につながるよう、経営環境や時代の潮流を踏まえ、引き続きより多くの中小企業経営者・経営幹部に参加してもらえるようニーズの高いテーマ・講師の発掘に努める。</p>					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>①チェンバーカレッジ</p> <p>【事業類型】人材育成型 【実施時期】5月頃～3月頃(9回程度) 【実施場所】大阪商工会議所(予定) 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】企業経営や社会情勢に関するテーマを中心に開催する</p> <p>②支部経済講演会</p> <p>【事業類型】人材育成型 【実施時期】6月頃～3月頃(5回程度) 【実施場所】大阪商工会議所各支部(予定) 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】大阪市内に設置している支部において、地域の産業・経済の動向や経営者・経営幹部らの関心が高く参考となりうる企業の事業戦略、景気動向などをテーマに開催する。</p>					

		<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果			
		番号選択			創業・経営革新			
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		(b)大阪府内の商工会議所、地域金融懇談会、大阪府商工関連ニュースを配信する大阪府などの協力を得て、大阪府内全域のさまざまな業種の企業に向けて参加募集・PRを実施する。また、「地域金融支援ネットワーク」に参画する地方銀行、信用金庫などの協力を得て、広く大阪府内の中小企業に案内状を配布する。 (d)アンケートで経営課題を把握し、今後の相談支援先の候補として活用する。また、経営相談支援先に対して講演会への参加勧奨を行い、経営相談支援との相乗効果を図る。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	①チェンバーカレッジ：910社 ②支部経済講演会：435社 過去実績などをもとに算出 ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業でのチラシ配布などで広く案内、募集する。					1,345 社
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを自社の経営や事業運営に役立てると回答した割合			数値目標	90 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数	標準事業費		
		20,200 円 ×	910 社 ×	1.00 =	18,382,000 円			
		20,200 円 ×	435 社 ×	1.00 =	8,787,000 円			
		合計	1,345 社	(小計)	27,169,000 円			
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)				円		
				計	27,169,000 円			
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
	②受益者負担	円	負担金の積算					
	標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
		27,169,000 円 ×	0.75 =	20,376,750 円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)		
	○	大阪商工会議所	20,376,750 円		1,345			
			円					
			円					
			円					

別紙: 積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒		①チェーンカレッジ ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業でのチラシ配布などで広く案内、募集する。		
		910	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合		数値目標	90 %
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒		②支部経済講演会 ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業での配布、事業協力金融機関などにより配布、広く案内、募集する。		
		435	社			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合		数値目標	90 %
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

<付表> 中小企業のためのビジネス講演会 2024年度開催実績

テーマ	支援企業数
(1)チェンバーカレッジ	1,168
父から娘へ「わが社の事業承継」	86
従業員エンゲージメント向上が強い組織をつくる	101
近年の新卒採用市場とダイレトリクルーティング	103
文系でもわかる！統計学の基本	154
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
デザインの科学	112
BtoBデジタルマーケティングで差をつける実践術	76
「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
ニュースを読み解くための経済講座	127.5
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
働く人のためのメンタル術	102
(2)支部経済講演会	542.0
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
命を守る 最低限の災害対策	72
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
2代目コロッケ社長の業績回復手法	32
2025年の景気展望	194
～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
中小製造業を取り巻く環境と生き残り成長戦略	52

1,710.0

事業名		経営力・生産性向上支援事業		事業番号	30	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2023 年度から		年度まで	4	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	事業効率化や収益力強化、生産性向上などに関する情報や事業者間の交流機会を提供することで、中小企業・小規模事業者が事業環境の急激な変化に対応し、事業変革などを通じて経営力・生産性を向上させることを支援する。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】</p> <p>中小企業・小規模事業者においては、物価上昇によるコスト高、人手不足、デジタル化の加速、社会的要請への対応など、さまざま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・生産性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・生産性向上を促す。</p> <p>※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。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>過年度に実施した際には、大阪府外からも参加希望があるなど、本テーマに関するニーズが幅広い業種で非常に高いことが確認された。特に「生成AIを企業経営にどう活用すれば良いのか」というニーズが高く、IT活用に詳しくない経営者や担当者にも分かりやすい情報提供が求められている。人手不足対策の一環としての生産性向上や収益性の高い事業展開、組織変革への生成AIを中心としたIT活用について、早急かつ実践的な支援が必要と感じている。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	企業進化や収益力強化に取り組み、経営力・生産性の向上を図る大阪府内の中小企業・小規模事業者							
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <p>○「中小企業がゼロから始める生成AIの活用～基礎編～生成AIでビジネスを加速しよう！」（6月19日）支援企業数65.5社</p> <p>○「生成AIで事業計画を策定しよう！中小企業がゼロから始める生成AIの活用～応用編～」（7月25日）支援企業数18社</p> <p>○「Instagram（インスタ）基礎セミナー」（9月10日）支援企業数27社</p> <p>○「～実践！Google AIの活用体験～Google AI（Gemini、notebookLMの活用）で、中小企業の業務効率化を目指す」（10月2日）支援企業数28社</p> <p>特に生成AIを活用することに対するニーズが多く、満足度も高かった。生成AIの活用は、人手不足のなか経営力向上に向けて大きく寄与数すると考えられる。</p>							
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>①勉強・交流会の開催</p> <p>【事業類型】人材交流型</p> <p>【実施時期】5月頃～3月頃（2回程度）</p> <p>【実施場所】大阪商工会議所（予定）</p> <p>【実施方法】対面もしくはオンライン</p> <p>【実施内容】収益力強化、生産性向上に向けたIT活用などの手法に関する情報やノウハウを共有し、ネットワークづくりを促す。</p> <p>②セミナーの開催</p> <p>【事業類型】人材育成型</p> <p>【実施時期】5月頃～3月頃（4回程度）</p> <p>【実施場所】大阪商工会議所（予定）</p> <p>【実施方法】対面もしくはオンライン</p> <p>【実施内容】生産性向上、既存事業の改善、経営計画の策定、社会情勢を踏まえた経営戦略の構築、収益力強化、組織変革などをテーマとしたセミナーを開催する。</p>							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
		番号選択		創業・経営革新					
		(b)本商工会議所などの広報ツール（ウェブサイト、メールマガジンなど）を用いるとともに、金融機関などの協力を得て、大阪府内の事業者の参加を募る。 (d)経営相談支援先への参加勧奨を行うとともに、事業実施後の事業者のニーズに応じた個別支援を行う。							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 210 社	①勉強・交流会：40社 ②セミナー：170社 経営指導員による参加勧誘、本商工会議所や他の産業支援機関などの広報媒体（ウェブサイト、メールマガジンなど）の活用、金融機関への広報依頼など				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理解が深まったと回答した企業の割合	数値目標	80	%	
	その他目標値	目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		40,400 円 ×	40 社 ×	1.00 =	1,616,000 円		
		20,200 円 ×	170 社 ×	1.00 =	3,434,000 円		
		合計	210 社	(小計)	5,050,000 円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）						計 5,050,000 円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準とおりの場合不要）							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	標準事業費	補助率	((①市町村等+②受益者負担)				
5,050,000 円 ×	0.75 =	3,787,500 円	(円)				
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）		
	○	大阪商工会議所	3,787,500 円	210			
			円				
			円				
			円				

別紙: 積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業 の 目 標 ①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒		①勉強・交流会 経営指導員による参加勧誘、本商工会議所や他の産業支援機関などの広報媒体（ウェブ サイト、メールマガジンなど）の活用、金融機関への広報依頼など		
		40	社			
	支援対象企業 の変化	指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理 解が深まったと回答した企業の割合		数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業 の 目 標 ②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒		②セミナー 経営指導員による参加勧誘、本商工会議所や他の産業支援機関などの広報媒体（ウェブ サイト、メールマガジンなど）の活用、金融機関への広報依頼など		
		170	社			
	支援対象企業 の変化	指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理 解が深まったと回答した企業の割合		数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		海外スタートアップとのオープンイノベーション支援・促進	事業番号	31	新規/継続	継続
想定する実施期間		2022年度から	年度まで	5	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	大阪府内の中小企業と海外スタートアップとの連携を促進するため、海外スタートアップとの連携に関する先進的な事例の紹介など情報提供、およびビジネスマッチングなどを通じたプロジェクト創出支援を行う。				
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p>【事業の目的】</p> <p>デジタル変革（DX）やAIといった新たな技術が加速的に発展する中で、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の方策として、海外スタートアップとの連携に関心が集まる一方で、契約や商慣習の違いやその技術・サービスの先進性、信用度を確認する方策がない（「目利き」ができない）などの理由から、海外スタートアップとの連携が実現に至っていない企業も多い。そこで、大阪府内の中小企業と海外スタートアップとの連携を促進・支援し、新規事業の創出につなげる。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>海外スタートアップとの連携は大企業が中心であり、かつ海外スタートアップも連携先として大企業を挙げるケースが多く、中小企業と海外スタートアップとのマッチング事例はまだ少ない。しかし、単一の市場において中小企業が大きなシェアを持っているケースも少なからずあり、より良いマッチングが期待できる可能性も高いことから、各地で中小企業と海外スタートアップとの連携を支援する動きが進んでいる。大阪においても、海外スタートアップとの連携による新規事業の創出に向けて、本事業を実施する意義は大きい。</p>				
	支援する対象 （業種・事業所数等）	海外スタートアップとの連携を通じて、オープンイノベーションに挑戦する中小企業				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2023年度実績】</p> <p>海外スタートアップ協業促進セミナー／韓国スタートアップとのビジネスマッチング事業 支援企業数40.5社</p> <p>【2024年度実績】</p> <p>インドスタートアップとのビジネスマッチング事業／海外スタートアップ協業促進セミナー／海外ビジネス事情セミナー 支援企業数51.5社</p> <p>【2025年度実績（12末現在）】</p> <p>○海外スタートアップ協業促進セミナー 支援企業数30社</p> <p>○インドスタートアップとのビジネスマッチング事業 支援企業数11社</p> <p>○インド企業とのビジネスマッチング事業</p> <p>○海外スタートアップ協業促進セミナー</p> <p>“海外”“スタートアップ”という両面から、ハードルの高さを感じている中小企業も多いことから、海外スタートアップに対するハードルの高さを解消できるよう、広報方法・プログラムを工夫、検討する。</p>				
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）		<p>①海外スタートアップとの連携や有する技術・サービスに係る先進性や信用度に関する情報提供、海外スタートアップからの具体的な協業ニーズ発表を行うマッチングセミナー</p> <p>【事業類型】人材育成型</p> <p>【実施時期】7月頃、12月頃（2回程度）</p> <p>【実施場所】大阪商工会議所（予定）</p> <p>【実施方法】対面もしくはオンライン</p> <p>【実施内容】</p> <p>○海外スタートアップアクセラレータなど、海外スタートアップの技術・サービス、日本企業とのマッチングに精通した有識者からの最新動向や連携ポイントの解説</p> <p>○実際に海外スタートアップと連携して事業を推進している企業事例の紹介</p> <p>○海外スタートアップから事業プレゼン、協業ピッチなどの実施</p> <p>②海外スタートアップと在阪中小企業との個別商談支援</p> <p>【事業類型】販路開拓型</p> <p>【実施時期】7月頃、12月頃（2回程度）</p> <p>【実施場所】大阪商工会議所ほか（予定）</p> <p>【実施方法】対面もしくはオンライン</p> <p>【実施内容】上記マッチングセミナーにおける海外スタートアップと在阪中小企業との個別商談支援、必要に応じて事務局やコーディネーターを介したコミュニケーション支援の実施</p>				

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		□ (c)市町村連携		□ (d)相談事業相乗効果		
		商-5		海外スタートアップと在阪の中小・中堅・大企業とのオープンイノベーション支援・促進				創業・経営革新		
		(a)大阪府商工労働部成長産業振興室国際ビジネス・スタートアップ支援課スタートアップ拠点形成グループと連携して実施する。大阪イノベーションハブが実施する「OSAKA SPRINGBOARD」とも連携し、双方の事業効果を高める。 (b)本会議所の国際部をはじめとした部署とも連携し、弊所が保有する広報ツール(機関紙、メールマガジンなど)を広く活用するとともに、あわせてMOBIOや大阪イノベーションハブ(OSAKA SPRINGBOARD実施主体)のネットワークを活用し、大阪府内事業者にも広く周知・募集を行う。								
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 110 社		○前年度開催のセミナー参加者数において、支援対象企業の申し込みが30~40社程度となっているため、人材育成型の企業数を35社×2回程度の70社に設定。 ○そのうち、半数の企業からの提案受付、商談実施を見込み、販路開拓型は20社×2回程度で40社に設定。 本商工会議所国際部が実施する海外スタートアップとのマッチング事業とも積極的な連携を行い、海外スタートアップとの連携に関心のある中堅・中小企業への広報等を実施し参加につなげる。また、本商工会議所の広報ツール(機関紙、メールマガジンなど)の他、連携している大阪イノベーションハブ等の各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集を行い、参加者数の向上をめざす。						
	主な支援対象企業の変化	代表指標	各回のアンケートで「海外企業との連携、新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合				数値目標	75 %		
	その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数		標準事業費			
		20,200 円 ×	70 社 ×		1.00 =		1,414,000 円			
		50,500 円 ×	40 社 ×		1.50 =		3,030,000 円			
		合計	110 社		(小計)		4,444,000 円			
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								計
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	②販路開拓型(海外スタートアップと在阪中小企業との個別商談支援)については、現地協力先などとの調整が必要であること、大阪府内でこうした海外関連事業を実施できるのは、本商工会議所のほかはJETROなど支援機関も限られていること、海外機関などとの連携から海外企業の掘り起こしを行うこと、事業者にとっても商工会議所など公的機関が中に入ることで安心してマッチングにのぞめることなどから付加価値があるとし、係数を1.5とする。								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
		4,444,000 円 ×	1.00 =	4,444,000 円		(円)				
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割(配分の考え方)			
		○	大阪商工会議所	4,444,000 円		110				
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 70 社	①マッチングセミナー 前年度開催のセミナー参加者数において、支援対象企業の申し込みが30～40社程度となっているため、人材育成型の企業数を35社×2回程度の70社に設定。 本所国際部や他支援機関等との連携により参加者の増加につなげる。			
	支援対象企業の変化	指標	各回のアンケートで「海外企業との連携、新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合	数値目標	75 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒ 40 社	②個別商談支援 前年度開催の商談会参加者数において支援対象企業の申し込みが15～20社程度となっているため、販路開拓型の企業数を20社×2回程度で40社に設定。他支援機関等との協業促進体制の強化により事業提案件数獲得を図る。			
	支援対象企業の変化	指標	商談マッチング（引き合わせ）数	数値目標	40 件	
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援		事業番号	32	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019 年度から 年度まで		8	年目	※複数段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪で実証実験を希望する企業を対象にした専門家等による個別支援の実施、セミナーにおける実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスの解説や大阪での取組みのPRを通して、より効果的な実証実験の実施を後押しし、大阪でのビジネス創出につなげる。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】</p> <p>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るとともに、2025年大阪・関西万博においても中小企業・スタートアップが大阪ヘルスケアパビリオンでその技術力等を展示・発表し、今後の社会実装支援が課題となっている。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。本事業では、こうした動きをさらに加速させるため、専門家等からの事業内容に対するアドバイスやセミナーでの「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。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>2025年大阪・関西万博では、「未来社会の実験場」がコンセプトに掲げられた。大阪で革新的な実証が次々に実施される「実証事業都市・大阪」実現に対する企業の期待、自社技術の社会実装や社会課題の解決を図るための実証実験を行う際、課題の設定や実証実験の方法など、専門家等からアドバイスを求めるニーズは非常に高い。今後、こうした万博で展示した先端技術をはじめとする技術の社会実装や社会課題解決ビジネスの創出をめざす企業を支援することが肝要である。</p>					
	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・スタートアップ					
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		<p>【2024年実績】</p> <p>○「実証事業都市・大阪セミナー」（2月17日）支援企業数20.5社 実証実験を通じて新ビジネスの立ち上げを検討する中堅・中小企業を対象に、実証実験の取り組み方に関するセミナーを開催した。支援対象企業の9割以上が今回のセミナーに満足する結果となったが、実証実験をテーマとするセミナー、イベント等が増加したことで参加社数は昨年度より減少した。2025年度は、多様化・高度化する実証実験の実施方法についての解説などをテーマに取り扱う。</p> <p>【2025年度実績（12月未現在）】</p> <p>○「実証事業都市・大阪セミナー」を開催予定（2026年3月）。自治体連携のポイントや心構え、チーム大阪支援企業からの実証報告を中心に開催する。</p> <p>○「専門家等による個別支援」は16件（12月現在）実施済みだが、小規模対象は1件に止まる。大阪ヘルスケアパビリオンリボンチャレンジに出展した企業を中心に、改めて実証実験を呼び掛ける。2026年度は、セミナーでの集客をハンズオン支援に結びつけ、実証実験のプロセスをより効果的にサポートできるよう、セミナー開催時期の見直しを行う。また、万博開催を契機に、先端技術を活用した実証実験への関心が高まっている中、支援機関の取り組みも増加している。今後はこれらの支援機関等と連携しながら、支援企業数の増加につなげていく。</p>					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>①専門家等による個別支援</p> <p>【事業類型】ハンズオン支援</p> <p>【実施時期】随時実施</p> <p>【実施方法】専門家等が実証希望企業の事業計画書について書面で内容確認、アドバイスをを行う。</p> <p>【実施内容】大阪で実証実験を希望する企業を対象に、実証実験の方法や技術課題へのアプローチ方法などを記載した事業計画書の確認および事業内容に対するアドバイスを専門家等が実施することで、より効果的な実証実験の実施につなげる。</p> <p>②実証事業都市・大阪セミナー</p> <p>【事業類型】人材育成型</p> <p>【実施時期】2027年6～8月頃（1回）</p> <p>【実施場所】大阪商工会議所（予定）</p> <p>【実施方法】対面とオンラインの併用、もしくはオンラインのみ</p> <p>【実施内容】現在のさまざまな社会課題を解決するために、AIやIoTといった先端技術の活用が期待されている。ただ、そうした先端技術を活用したビジネスを創出するためには、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスが不可欠。そこで、先端技術を活用した社会課題解決ビジネスの創出に向け、個別支援先の企業をはじめ、大阪で実証実験を希望する企業を対象に、実証実験の「プロセス」の重要性を解説するとともに、大阪における実証支援の取り組みや実施事例を紹介し、大阪で実証実験を行うことの優位性を伝えるセミナー開催し、大阪が実証都市の先端というイメージを作り、より効果的な実証実験の実施へ向けた支援、実証実験案件の発掘に取り組む。なお、2026年度は実証実験希望企業が年度内に実証実験に着手できるよう、本セミナーを前倒しして実施する。</p> <p><講師案>大学教授、コンサルタント、実証実験実施企業など</p>					

		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		商-3	社会課題解決ビジネスの創出・成長支援		創業・経営革新
事業手法 （該当する場合は ○印と下欄に その根拠）		(a)大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施する。特に、本事業で連携する専門家は、同課の審査会の委員やこれまで実証実験を実施した企業や本商工会議所の有するネットワークを活用する。 (b)セミナー参加者に対し、同課が所轄する「新技術社会実装支援プログラム」との連携、大阪府や民間金融機関などが実施するビジネスプランコンテストへの応募を促す。また、本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）を広く活用し、府内事業者に広く周知・募集を行う。			
主な事業の 目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 60 社	【専門家等による個別支援】10社 万博開催後の機運の高まりや民間支援機関等との連携状況を踏まえ、10社程度を見込む。 【実証事業都市・大阪セミナー】50社 社会課題解決ビジネスや万博後の社会実装への関心の高さから、50社程度の参加を見込む。 本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集する。		
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合	数値目標	70 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
算定 基準 により 算出 される 額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費
		101,000 円 ×	10 社 ×	1.00 =	1,010,000 円
		20,200 円 ×	50 社 ×	1.00 =	1,010,000 円
		合計	60 社	(小計)	2,020,000 円
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）			
	計 2,020,000 円				
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 （基準どおりの場合不要）				
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等	
		②受益者負担	円	負担金の積算	
		標準事業費		補助率	(①市町村等+②受益者負担)
		2,020,000 円 ×	1.00 =	2,020,000 円	(円)
	補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代 商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）
		○ 大阪商工会議所	2,020,000 円	60	
			円		
			円		
			円		

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10社	①専門家等による個別支援 万博開催後の機運の高まりや民間支援機関等との連携状況を踏まえ、10社程度を見込む。本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集する。			
	支援対象企業の変化	指標	実証事業推進チーム大阪（構成：大阪府、大阪市、大商）等での実証実験実施を検討する企業への個別支援実績（企業数）	数値目標	10	社
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 50社	②実証事業都市・大阪セミナー 社会課題解決ビジネスや万博後の社会実装への関心の高さから、50社程度の参加を見込む。本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合	数値目標	70	%
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名	生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業	事業番号	33	新規/継続	継続
想定する実施期間	2020年度から	年度まで	7	年目	※複数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	事業概要	中小企業・小規模事業者の生産性向上や販路開拓に有用なIT・デジタルツールやシステムに関する情報を提供し、その具体的な導入や利活用を促進・支援する。			
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】</p> <p>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・デジタルツールやシステムの導入である。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、その変化に対応し、IT・デジタル・動画・SNSなどを活用して、効果的に販路開拓に取り組んでいる中小企業・小規模事業者は少ない。加えて、コロナ後、中小企業・小規模事業者においては、ITやSNS等を活用した新しい販売方法などさまざまな変化への対応が課題となっている。そこで、中小企業・小規模事業者が導入しやすいツール・システムに関する情報を提供し、具体的な導入や利活用を支援する。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>IT導入を通じた生産性向上は、必ずしも経営者層に浸透していない。また、IT・デジタル・動画・SNSを活用した販売・営業活動に関心があるものの、具体的なサービスや活用方法を把握していない中小企業・小規模事業者は多い。ITによる生産性向上・販路拡大の成功事例を多数紹介することで、より多くの企業の関心を喚起する必要がある。さらに、IT活用に前向きな企業に対し、IT人材育成や費用対効果、自社に合ったITシステムなど、多様なメニューを提示、具体的なサービスの導入サポートが求められる。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>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中小企業など。</p> <p>②IT・デジタル・動画・SNSを活用して販路拡大したいが何から手を付けてよいかわからない中小企業・小規模事業者、商店街。ITを活用して新たな利益を生むビジネスモデルの構築を希望する中小企業・小規模事業者。</p>			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること	<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <p>○「中小企業DXセミナー」（7月25日）支援企業数100.0社 大阪信用金庫、日本電信電話ユーザー協会との共催で開催。中小企業のデジタル化推進を支援するため、関連内容の基調講演を行った。また、参加者に対し、ITコーディネータによる相談や、会員向けに優待提供する関連各社のITツールの利用を呼び掛けた。</p> <p>○「アマゾン」「メルカリShops」「Instagram活用支援」などをテーマにセミナー・相談会を開催。 支援企業数：セミナー 184社、相談会 20社</p> <p>セミナーの内容自体には満足であり、何かしなくてはと考えているが、人材不足で取り組めないといった声の他、顧客がデジタル化できないと自社のデジタル化もできないという感想も見受けられた。次年度は、テーマ選択や他団体との協力等で広報、個々の参加者のニーズへの対応力を強化し、実際のIT導入相談やツール導入につなげる割合を増やすなど、情報提供だけにとどまらない構図をめざす。</p>				
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	<p>①中小企業DXセミナー（仮称） 【事業類型】人材育成型 【実施時期】6月～1月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面またはオンライン 【実施内容】「大商IT化推進サポーターズ」のサービス紹介、集客力のある関連団体もしくは企業と共催のセミナーを開催し、中小企業経営におけるIT導入を支援する。</p> <p>②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画・SNS活用セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施時期】6月頃～3月頃（3回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面またはオンライン 【実施内容】IT・デジタルを活用したサービスを提供する企業や、動画制作やSNSマーケティングの専門家などが1回に1～複数社登壇し、各社のサービスやそれらを活用した販路開拓の手法などについて講話する。</p> <p>③販路開拓などのためのIT・デジタル・動画・SNS活用相談会・交流会 【事業類型】人材交流型 【実施時期】5月頃～10月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】個別面談または参加者同士の交流会 【実施内容】テーマに応じてIT・デジタルを活用したサービスを提供する企業の担当者や、動画制作やSNSマーケティングの専門家との個別面談または参加者同士の交流会、意見交換を実施する。個別面談実施時参加者は、導入に向けた具体的な流れや業務改善方法などについて登壇企業担当者から直接説明を受けることができる。また、参加者がサービスを導入することになった場合、面談した担当者に導入までサポートしてもらう。交流会・意見交換会の場合は、同じ悩みを持つ参加者同士で交流・意見交換してもらう。</p>				

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
		番号選択		IT・IoT					
		(b)商工会議所の取引開拓支援サイト「ザ・ビジネスモール」や、商工会議所、大阪府が発信するメールマガジンなどを通じて大阪府内事業者の参加を募る。 (d)経営相談支援先の事業者に当該事業の参加を勧めるとともに、当該事業の参加事業者が別途経営上の課題に当面している場合には適宜経営相談支援につなぐ。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 270社		①中小企業DXセミナー(仮称):100社 ②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画・SNS活用セミナー:160社 ③販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー、相談会、交流会:10社 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイト、共催先の協力などで参加を募集する。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、「IT導入が今後の自社の経営の合理化や業務効率化に役立つと考える」と回答した企業の割合				数値目標	75%	
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200円	×	100社	×	1.00	=	2,020,000円	
		20,200円	×	160社	×	1.00	=	3,232,000円	
		40,400円	×	10社	×	1.00	=	404,000円	
	合計		270社		(小計)		5,656,000円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)				計		5,656,000円	
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等				
	②受益者負担		円		負担金の積算				
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
5,656,000円		×		0.75		=		4,242,000円	(円)
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数		役割(配分の考え方)	
	○	大阪商工会議所		4,242,000円		270			
				円					
				円					
				円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 100 社	①中小企業DXセミナー（仮称） 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイト、共催先の協力などで参加を募集する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、「IT導入が今後の自社の経営の合理化や業務効率化に役立つと考える」と回答した企業の割合	数値目標	75 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 160 社	②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用・SNSセミナー 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイトなどで参加を募集する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、「IT・デジタル・動画・SNSを活用したサービスの動向について理解できた」もしくは「今後の販路開拓に役立てることができる」と回答した企業の割合	数値目標	75 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	③販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用・SNS相談会・交流会 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイトなどで参加を募集する。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、「IT・デジタル・動画を活用したサービスの動向について理解できた」もしくは「今後の販路開拓に役立てることができる」と回答した企業の割合	数値目標	75 %	
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業		事業番号	34	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度から		年度まで	16	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	大阪府、大阪信用保証協会、地元金融機関、日本政策金融公庫が参画する地域金融支援ネットワークの活動として、大阪府の金融施策普及と中小企業・創業希望者の支援強化を目的にセミナーや交流会などを実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】</p> <p>大阪府、大阪信用保証協会、5 信金（大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか、永和）、関西みらい銀行、日本政策金融公庫が参画する地域金融支援ネットワークにおいて、「開業・スタートアップ応援資金・小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」「チャレンジ応援資金」をはじめとする大阪府の制度融資やその他の公的融資制度の普及を促進する。特に「開業・スタートアップ応援資金・小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」は、地元金融機関と緊密に連携し、本商工会議所が事業計画策定支援や経営指導に加え、資金調達後にはフォローアップする「金融と経営支援の一体的取り組み」により、中小企業や創業希望者の資金需要に応え、成長を支援する。これら事業者に対し、経営指導員、専門相談員などが経営支援を行うほか、高度な課題の解決には専門家による支援の枠組みも利用。本部・支部で、事業者の各種支援ニーズをはじめ、中小企業や創業希望者のさまざまなニーズに対し「金融と経営支援の一体的取り組み」の推進を強化する。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>2025年度に本商工会議所会員事業者から商工業者法定台帳などで聞いた経営の関心項目のうち、「融資・資金繰り」を挙げた事業者は18,274件中2,736件で、全体の14.97%を占めている。また、本商工会議所の創業支援を受けた創業者などからは、相談により事業計画の作成方法がわかった、内容が改善した、客観視できた、などの成果があったとの声があり、金融支援と併せて事業計画策定などの経営支援を行う効果は高く、その入口として当事業が大きな役割を果たすと考えられる。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者・中小企業、大阪府内での創業をめざす者（大企業の社員、府外に在住する個人などを含む）					
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <p>「本部開催分」</p> <ul style="list-style-type: none"> ○中小企業と創業者のための公的融資制度説明会「上手に活用しよう 有利な資金調達法」（6月19日）支援企業数75.5社 ○相談会（6月19日）支援企業数33社 ○地元金融機関との交流会（11月20日）支援企業数115社 ○金融力強化セミナー（2026年2月に実施予定） ○また、公的融資制度紹介冊子を新規作成し、「開業・スタートアップ応援資金」「小規模企業サポート資金」のチラシとあわせセミナーなどで参加者に提供し、広くPRした。 <p>次年度は、昨今の金利上昇や物価上昇下の資金繰り対策など、中小企業は今後も資金繰りに頭を悩ます状況が続くと考えられる。そのような中小企業の経営課題解決に資する企画内容で事業参加を促し、制度融資の周知・利用促進につなげる。</p> <p>「支部開催分」</p> <ul style="list-style-type: none"> ○制度融資説明会（中央支部）支援企業数43.5社 ○支部金融個別相談会（市内5支部にて実施） <p>制度説明会では大阪府商工労働部金融課や税理士などを講師に迎え、大阪府制度融資の情報提供を行い、金融個別相談会では継続的な金融支援と一体化した制度融資の利用を促進した。</p>					

具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・ どのようにするのかを明確に)	<p>地域支援ネットワーク参画機関間の情報共有・交換と「金融と経営支援の一体的取り組み」のさらなる推進のため、地域金融懇談会を2回程度開催する。地域の中小企業の経営状況や動向を把握し、以下のセミナー・相談会などに効果的に反映させ、大阪府の金融施策を実現できるように参画機関間の協力体制を強化する。また、参画機関と連携し、大阪府の制度融資に関する広報物を作成し広く配布して制度の普及を図る。①②ともに府制度融資の説明・PRを行い、事業実施後などに随時実績を報告する。</p> <p>①大阪府の制度融資などを紹介する説明会、セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】6月頃と2月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】中小企業や創業希望者向けに、大阪府の制度融資や地域支援ネットワークの取り組みを紹介する説明会、セミナーを開催。開催に際しては、その時々に応じた事業者の経営課題解決に役に立つ企画とし、訴求力を高めるよう留意する。</p> <p>②地域金融機関との交流会や個別相談会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】6月頃と11月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】事業者と参画機関の交流会や相談会などを実施し、資金調達や経営支援につながる関係構築を支援する。また「開業・スタートアップ応援資金」などについて、計画的にPRを行う。</p> <p>③金融説明会の開催 【事業類型】人材育成型 【実施時期】通年（4回程度） 【実施場所】大阪商工会議所各支部 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】必要に応じて、大阪府、公益財団法人大阪産業局 設備支援部、大阪信用保証協会、日本政策金融公庫、民間金融機関などに協力を仰ぎ、経営指導員の支援のもと、府制度融資や公的融資の利用に向けたセミナーを開催する。</p> <p>④金融相談会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】通年(支部により毎週もしくは年2回程度開催) 【実施場所】大阪商工会議所各支部 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】必要に応じて、大阪府、公益財団法人大阪産業局 設備支援部、大阪信用保証協会、日本政策金融公庫、民間金融機関などに協力を仰ぎ、経営指導員の支援のもと、府制度融資や公的融資の利用に向けた事業計画書作成や資金繰り計画書作成などの相談会、個別相談を実施する。支部の各管轄区に所在する納税協会、産業会、工業会、個人タクシー協会、商店街振興組合などと連携して、きめ細かい伴走型の支援を行う。</p>											
	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:25%; text-align:center;">○ (a)府施策連携</td> <td style="width:25%; text-align:center;">○ (b)広域連携</td> <td style="width:25%; text-align:center;">○ (c)市町村連携</td> <td style="width:25%; text-align:center;">○ (d)相談事業相乗効果</td> </tr> <tr> <td style="text-align:center;">商-23</td> <td>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</td> <td></td> <td style="text-align:center;">その他</td> </tr> </table> <p>(a)大阪府商工労働部金融課および地域支援ネットワーク参画機関などと事業運営で連携しながら実施する。セミナーや相談会などにおけるアンケート内容を報告することにより、効果的な府制度融資への反映に努める。 (b)地域支援ネットワーク参画機関などの協力を得て、大阪府内全域からの集客に努める。 (d)交流会やセミナー、個別相談などにより、創業希望者や潜在的な成長力を持つ小規模事業者・中小企業への啓発普及を通じて相談ニーズを把握し経営支援につなげ、事業所カルテ化を図る。また、既カルテ化事業所にも各種事業をPRし、参加を勧奨する。</p>					○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	商-23	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	
○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果									
商-23	地域の金融機関や支援機関との「地域支援ネットワーク」推進事業		その他									
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 575 社	【本部開催分】セミナーなど160社、交流会・相談など135社 【支部開催分】金融説明会90社、相談会190社 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。									
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てると回答した割合	数値目標	85 %							
	その他目標値	目標値の内容⇒										

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200	円 ×	160	社 ×	1.00	=	3,232,000	円	
		40,400	円 ×	135	社 ×	1.00	=	5,454,000	円	
		20,200	円 ×	90	社 ×	1.00	=	1,818,000	円	
		40,400	円 ×	190	社 ×	1.00	=	7,676,000	円	
		合計		575	社	(小計)		18,180,000	円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円
						計		18,180,000	円	
		独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
②受益者負担		円	負担金の積算							
標準事業費		補助率				（①市町村等+②受益者負担）				
18,180,000		円 ×	1.00	=	18,180,000	円	（円）			
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）			
	○	大阪商工会議所		18,180,000 円		575				
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 160社	①本部開催分 説明会・セミナーなど（人材育成型） 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てると回答した割合	数値目標	85%	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 135社	②本部開催分 交流会・相談など（人材交流型） 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、交流会で自社に役立つ融資に関する情報、もしくは課題解決に関する情報、あるいは金融機関とのパイプを得たと回答した割合	数値目標	85%	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 90社	③支部開催分 金融説明会（人材育成型） 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てると回答した割合	数値目標	85%	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 190社	④支部開催分 金融相談会（人材交流型） 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。			
	支援対象企業の変化	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%	
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

当該事業は、大阪府の制度融資やその他の公的融資制度を広く普及し、大阪府内の創業や新規事業所の立ち上げを促進する観点から、大阪府外の個人や事業者ならびに大企業勤務者も支援対象とする。

事業名		小規模事業者経営安定支援事業		事業番号	35	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2010 年度から		年度まで	17	年目	※2025年度まで名称を「小規模事業再生サポートセンター事業」として実施。		
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者を対象に、資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営安定化、さらには整理・清算のための支援などを行う。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】 大阪府内全域を対象に、特に小規模事業者の資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営の安定化、清算などに特化したサポート事業を展開することで、小規模事業者の事業再生を促し、大阪府内の廃業率の改善に資することをめざす。事業の実施にあたっては、案件内容に応じて「大阪府中小企業活性化協議会」とも連携を行う。</p> <p>【企業ニーズ】 現在の小規模事業者を取り巻く環境は、原材料やエネルギー価格の高騰や人手不足、賃上げへの対応を迫られる一方、価格転嫁が追いつかない状況も重なり、引き続き厳しい状況にある。これまで、コロナ融資やリスクスケジュールなどで資金繰りをしのいできたが、人手不足や代表者の高齢化などにより事業の先行きが見通せず、廃業も視野に入れた相談が増加しており、収益力改善や事業再生支援が急務である。今後も「大阪府中小企業活性化協議会」と連携しながら、危機回避、倒産回避に向けて支援していく。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者							
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		<p>【2025年度上半期実績】</p> <p>○新規54社、継続35社の合計89社の相談があった。 ○小規模企業（従業員数 製造業20名以下、商業・サービス業5名以下）からの相談が前年度比1.3倍。 ○事業継続や廃業の相談を中心に、サービス業からの相談が半数を占めている。 ○相談利用の事業者数は、前年同期比80.2%と減少しており、感染症流行初期と比べ緊急の支援ニーズが一旦の落ち着きを見せているが、中小・零細の事業者からの事業縮小や法的整理の相談が目立つ。引き続き本事業の一層の周知に努めるほか、早めの相談、継続的な相談を積極的に喚起し的確な対応に努める。また、これからは融資や補助金頼みではなく、企業が前向きに自ら変革し、稼ぐ力を向上していくことが求められ、本商工会議所としては、販路拡大やデジタル化支援、新事業創出支援など専門相談や他の地域活性化事業とも連携し、危機回避、倒産回避に向けて売上拡大の支援も併せて行っていく。</p>							
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営安定化、さらには整理・清算のための支援</p> <p>【事業類型】 ハンズオン型 【実施時期】 通年 【実施方法】 対面もしくはオンライン 【実施内容】 以下の(1)~(4)の支援を事業者に対して継続的に実施する。 (1) 資金繰り難や経営難に陥っている事業者に対して経営指導員が再生に向けた事業計画書作成や資金繰り対策、金融機関との折衝方法などについて助言する。 (2) 経営難など相談内容に応じて専門家の助言を得て再生や事業計画書作成などを支援する。 (3) 危機回避後は、経営の安定化を図るため各種支援を継続的に行う。 (4) やむなく事業を整理せざるを得ないと判断される事業者については、速やかな清算に向けての指導を行う。</p> <p>大阪市外の事業者については必要に応じて大阪府内各商工会議所・商工会と連携するとともに、案件の内容によっては「大阪府中小企業活性化協議会」との連携を密にして事業効果の拡大を図る。同協議会との連携については、同協議会のスキームを活用するのが適切と判断できるものは同協議会へつなぎを行い、また、同協議会から紹介を受けた事業者の相談について当該事業にて対応する。</p>							
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
		番号選択						その他	
		<p>(b)大阪市外の事業者については大阪府内商工会議所・商工会と、また案件に応じて大阪府中小企業活性化協議会との連携を密にして事業を実施する。 (d)相談支援で対応できない、資金繰りなどの高度な経営課題に対応することで、相談支援から地域活性化事業への参加という相乗効果が図られる。他の商工会議所・商工会から相談案件をつないでもらうことで他団体の「支援機関へのつなぎ」実績に貢献できる。</p>							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	新規支援企業120社、前年度支援企業55社 (2024年度実績(新規・133社、継続・52社)、2025年度進捗状況から算出) 本事業の周知は、機関紙「大商ニュース」やウェブサイト・メール案内などによる広報、各種セミナーなどでの案内パンフレット・リーフレットの配布などを通じて行う。				
	主な支援対象企業の変化	代表指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」		数値目標	20 社	
	その他目標値	目標値の内容→					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数	標準事業費	
		101,000 円 ×	120 社 ×	1.00 =	12,120,000 円		
		101,000 円 ×	55 社 ×	0.50 =	2,777,500 円		
		合計	175 社	(小計)	14,897,500 円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)			計	14,897,500 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
	14,897,500 円 ×	0.75 =	11,173,125 円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割(配分の考え方)	
	○	大阪商工会議所	11,173,125 円		175		
			円				
			円				
			円				

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒	＜新規支援企業＞ 本事業の周知は、機関紙「大商ニュース」やウェブサイト・メール案内などによる広報、案内パンフレット・リーフレットの配布などを通じて行う。		
		120 社			
	支援対象企業の変化	指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」	数値目標	事業の目標②とあわせて20社
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び 募集方法⇒	＜前年度支援企業＞ ※前年度から支援継続		
		55 社			
	支援対象企業の変化	指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」	数値目標	事業の目標①とあわせて20社
	その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー		事業番号	36	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度から 年度まで		13	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業が対象となる環境関連法令や、省エネ・新エネなどへの取り組みに資する情報を提供し、法令順守や環境経営の推進を通じた経営改善や新事業展開などへの取り組みを支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】</p> <p>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おう。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>企業規模を問わずコンプライアンスが求められる中、自社だけでは十分な情報収集ができない中小企業からは、規制強化の方向で新規制定・改正される環境関連法令について、法令の内容や企業の対応方法などの分かりやすい解説を求めるニーズが高い。また、電気料金の値上げなどが背景で、積極的に省エネ・節電に取り組む企業が増えている。一方で、燃料電池車、水素ステーションなど、新エネルギー活用の機運が高まりつつあり、新たなビジネスチャンスをめざし、新エネルギー関連産業の情報が求められている。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内中小企業の環境部門責任者・担当者 省エネの取り組みに関心のある中小企業の経営者、施設・エネルギー管理担当者 エネルギー分野で新規事業展開をめざす中小事業者					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること	<p>【2025年度実施状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○「省エネ・省CO2セミナー」（7月11日）支援企業数38.5社/アーカイブ配信 支援企業数51社 ○「省エネ・省CO2セミナー」（2026年1月28日開催） ○「カーボンニュートラル情報発信セミナー」（2026年2月開催） <p>省エネ・省CO2セミナーでは、カーボンニュートラル達成に向けた省エネの重要性について、専門家から解説したほか、企業の取り組み事例、行政からの施策紹介を行うことで、幅広く省エネ・省CO2に資する情報提供を行った。また、アーカイブ配信を実施することで、より多くの府内中小企業へ情報提供することができた。</p>						
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	<p>①カーボンニュートラル情報発信セミナー</p> <p>【事業類型】人材育成型 【実施時期】2027年1月末頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】水素関連産業や蓄電池、再生可能エネルギー分野などのカーボンニュートラルに資する先端技術などの現状・見通しの解説や、先進的に同分野に取り組む企業の事例発表、大手企業の最新ニーズ発表、講演会後に名刺交換会や交流会を実施し、参加者と講演者との交流の場を設け、同分野に中小企業が新規参入しやすい環境を整え、大阪でのカーボンニュートラル技術のビジネス化を後押しする。講師は、エネルギービジネス分野事業者、先進的にカーボンニュートラル技術に取り組む大手・中堅・中小事業者、所管省庁や大阪府、大学教授など。</p> <p>②中小企業のための省エネ・省CO2セミナー</p> <p>【事業類型】人材育成型 【実施時期】7月および2027年1月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】エネルギー政策・カーボンニュートラル達成に向けた現状や見通し、先進的に節電・省エネや再生可能エネルギーの活用に取り組む企業の事例発表、CO2排出量の見える化や測定方法の解説などにより、エネルギー課題への対応を支援する。あわせて、国の施策や省エネ機器導入などに活用できる補助金の情報なども提供する。講師は、省エネの専門家、大阪府、先進的に省エネに取り組む事業者（省エネ大賞受賞企業など）。</p>						

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		□ (c)市町村連携		□ (d)相談事業相乗効果			
	商-4	カーボンニュートラル技術実装促進				その他				
	商-13	脱炭素経営へ向けた取組み支援				その他				
<p>(a)脱炭素経営へ向けた取組み支援の府施策連携として実施する。また、大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と共同で実施。大阪府のおおさかカーボンニュートラルビジネスネットワーク参加企業等とのネットワーク強化を図る。</p> <p>(b)MOBIOのネットワークや大阪府立環境農林水産総合研究所、大阪府のメールマガジンを活用し、大阪府内事業者にも周知・募集を行う。</p>										
主な事業の目標	設定根拠及び募集方法⇒		カーボンニュートラル情報発信セミナー：70社×1回程度 中小企業のための省エネ・省CO2セミナー：100社×2回程度 本商工会議所主催水ビジネス関連セミナーの過去参加者への案内やTeam E-Kansaiなど関係団体のメールマガジンも活用しながら、大阪府内の中小企業に参加を呼びかける。セミナーの告知は、本商工会議所の広報ツール（メールマガジン、FAX案内、過年度の同事業におけるセミナー参加者への一斉情報提供）の他、各連携機関・支援機関のメールマガジン（MoTToメール、MOBIOメルマガ、けいはんなポータル、中小機構近畿メルマガなど）を通して周知・募集する。							
	270社		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%	
	主な支援対象企業の変化									
その他目標値		目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
			20,200円 ×		70社 ×		1.00 =		1,414,000円	
			20,200円 ×		200社 ×		1.00 =		4,040,000円	
			合計		270社		(小計)		5,454,000円	
					※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）				円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)										
算出額		①市町村等補助		円		交付市町村等				
		②受益者負担		円		負担金の積算				
		標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
		5,454,000円 ×		1.00 =		5,454,000円		(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または7リングで説明する代表団体に○)		代 商工会・会議所名		配分額		支援企業数		役割 (配分の考え方)		
		○ 大阪商工会議所		5,454,000円		270				
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	①カーボンニュートラル情報発信セミナー 本商工会議所主催水ビジネス関連セミナーの過去参加者への案内やTeam E-Kansaiなど関係団体のメールマガジンも活用しながら、大阪府内の中小企業に参加を呼びかける。セミナーの告知は、本商工会議所の広報ツール（メールマガジン、FAX案内、過年度の同事業におけるセミナー参加者への一斉情報提供）の他、各連携機関・支援機関のメールマガジン（MoTToメール、MOBIOメルマガ、けいはんなポータル、中小機構近畿メルマガなど）を通して周知・募集する		
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、当該事業で得た知識などを自社の課題解決や新事業の展開などに役立てると回答した割合	数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	②中小企業のための省エネ・省CO2セミナー 本商工会議所主催水ビジネス関連セミナーの過去参加者への案内やTeam E-Kansaiなど関係団体のメールマガジンも活用しながら、大阪府内の中小企業に参加を呼びかける。セミナーの告知は、本商工会議所の広報ツール（メールマガジン、FAX案内、過年度の同事業におけるセミナー参加者への一斉情報提供）の他、各連携機関・支援機関のメールマガジン（MoTToメール、MOBIOメルマガ、けいはんなポータル、中小機構近畿メルマガなど）を通して周知・募集する		
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、当該事業で得た知識などを自社の課題解決や新事業の展開などに役立てると回答した割合	数値目標	80 %
	その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		中小製造業者と大阪産業技術研究所等・大学の技術交流		事業番号	37	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2012年度から		年度まで	15	※複数段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること 年目			
事業の概要	事業概要	大阪産業技術研究所や大学の研究成果、技術シーズの発表会や交流会などを開催し、主に中小製造業者がそれらを活用して高付加価値製品を開発することや技術力を向上させることを支援する。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】</p> <p>近年の資材の高騰や海外企業の台頭もあり、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が求められている。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。本事業は産学公の交流を促進し、より連携しやすい環境へと後押しするとともに、大学さらには公設試の研究によって中小製造業者の技術的課題の解決することを支援する。</p> <p>【企業ニーズ】</p> <p>大学や大阪産業技術研究所が有する最新の研究成果（技術シーズ）に関する情報を中小製造業者が入手できる機会として、今後成長・発展が見込まれる産業分野・テーマを取り上げることで、さらなる企業ニーズの掘り起こしにもつなげる。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	幅広い製品分野の中小製造業者（技術力向上やビジネス展開を求める中小製造・加工業者など）							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		<p>【2025年度実績（12月末現在）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○「第40回 大阪大学大学院基礎工学研究科 産学交流会」（11月18日）支援企業数80社見込み ○「ORIST・MOBIO技術シーズ・研究成果発表会」（12月5日）同80社見込み ○産学連携をテーマにセミナーを2月頃開催予定。 <p>産学連携に向けて、講演者や関係各所と調整するとともに、大学や公設試が注力している最新の研究成果や先端技術に触れる機会を提供する。さらにイベント後半には交流会も実施することで今後の相談にむけた情報交換等を行うよう促すなど産学連携の促進に努める。</p>							
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>①大阪府内及び周辺地域の大学の研究成果（技術シーズ）活用のためのセミナー</p> <p>【事業類型】人材育成型 【実施時期】5月～2月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】 ＜テーマ分野（予定）＞基礎工学、人工知能、ロボティクス、エネルギーなど ＜発表者＞大阪・関西圏の大学の教員・研究者など</p> <p>②大阪産業技術研究所等の研究成果（技術シーズ）活用など、産業技術支援に関する発表会</p> <p>【事業類型】人材育成型 【実施時期】11月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所、大阪産業創造館（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】 ＜共催（予定）＞大阪産業技術研究所、大阪産業局など ＜テーマ分野（予定）＞化学・バイオ、金属、機械・システム、電子・電池・ナノテク、高分子、エネルギー、情報などを網羅的にカバー ＜発表者＞公設試の研究員など</p> <p>③大阪府内の大学及び公設試の産学連携促進のための交流会</p> <p>【事業類型】人材交流型 【実施時期】5月～2月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】各大学や公設試と在阪中小企業との交流支援。各大学や公設試のコーディネーターを介したコミュニケーション支援の実施</p>							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
		商-20		(地独)大阪産業技術研究所 (ORIST) 連携事業				その他	
		局-3		ものづくり支援拠点 (MOBIO) 連携推進事業				その他	
		(a)(b)大阪府商工労働部ものづくり支援課、MOBIO、大阪産業技術研究所と連携して事業を運営。そのネットワークを利用して大阪府内中小製造業者への広報を行う。							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 230 社	○前年度開催分の支援対象企業の申し込み数などを勘案し、人材育成型を220社に設定。 ○新規の取り組みとなる交流会は10社以上の参加を想定。 募集方法は、本商工会議所や大学・大阪産業技術研究所、ものづくり振興事業の過去参加者、MoTTo OSAKAメール、MOBIOメルマガ、その他産業支援機関(けいはんな、中小機構近畿など)のメールマガジン配信などを活用する。					
	主な支援対象企業の変化	代表指標	アンケートにおいて、得た知識を今後の製品や技術の開発に役立てると回答した割合	数値目標	70	%		
	その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		20,200 円 ×	220 社 ×	1.00 =	4,444,000 円			
		40,400 円 ×	10 社 ×	1.00 =	404,000 円			
		合計	230 社	(小計)	4,848,000 円			
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)					円	
			計	4,848,000 円				
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)							
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
		②受益者負担	円	負担金の積算				
		標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)				
		4,848,000 円 ×	1.00 =	4,848,000 円	(円)			
	補助金の団体配分(「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)		
		○	大阪商工会議所	4,848,000 円	230			
				円				
				円				
				円				

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 220 社	①②セミナー・発表会 前年度開催分の支援対象企業の申し込み数などを勘案し、支援対象企業数を220社に設定。本商工会議所の関係先(MoTTo OSAKA)をはじめ、大阪府商工労働部ものづくり支援課、ORIST、MOBIO、OIHなどの機関と連携し、広く府内から参加者を集める。				
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、得た知識を今後の製品や技術の開発に役立てると回答した割合	数値目標	70	%	
	その他目標値	目標値の内容⇒					
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	③交流会 新規の取り組みとなる交流会では10社程度の参加を見込む。本商工会議所の関係先(MoTTo OSAKA)をはじめ、大阪府商工労働部ものづくり支援課、ORIST、MOBIO、OIH等の機関と連携し、広く府内から参加者を集める。				
	支援対象企業の変化	指標	各大学や公設試のコーディネーターとの面談数	数値目標	10	件	
	その他目標値	目標値の内容⇒					

【備考】

事業名		専門家連携型経営相談 交流会		事業番号	38	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度から		年度まで	13	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	事業者の課題解決に資する専門家派遣制度の利用促進を図るため、制度の紹介、専門家による自己アピールなどを含めた専門家との交流会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】 中小企業・小規模事業者が抱える高度な経営課題に対応するため、本商工会議所では専門家派遣制度による支援を行っている。経営指導員と各種専門家がお互いの強みを活かして連携強化を図り、より効果的な経営支援サービスを提供することで支援先から高い評価を受けている。そこで、本事業を通じて、中小企業・小規模事業者に対し専門家派遣制度を周知・紹介するとともに、自社の課題解決にふさわしい専門家との出会いの場を提供する。</p> <p>【企業ニーズ】 2025年度のエキスパート、アドバイザー派遣の専門家派遣事業は、121社、411回と順調に推移しており(2025年10月現在)、専門家派遣事業への関心や専門家への支援ニーズは高い。特徴としては、収益力の向上やコスト削減、事業継続に課題を抱えている事業者からの派遣要請が増加しており、「生成AIなどを用いたDX、新商品開発、事業再構築、新たなビジネスモデルの構築、ブランディング、販促・ウェブマーケティング」をテーマとする支援要請が多く寄せられている。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	自社の経営力強化に向けて、さまざまな経営課題を抱えている、もしくは新分野進出、販路開拓など、将来の成長に向けた取り組みを進めたい大阪府内の中小企業・小規模事業者					
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		<p>【2025年度実績(12月末日現在)】 「“攻め”の新規事業開発!“売れる仕組み”を3ヶ月で構築する方法」(8月6日)支援企業数71社 専門家派遣制度の説明に続き、参加した8名の専門家が各自5分程度の自己PRを行い、参加者が専門家をより知る機会となった。結果として、参加者から12社が専門家派遣制度を利用した。</p> <p>新規事業立ち上げとそれに必要なマーケティング戦略等をテーマにした講演は、時宜を得た内容で支援実績が目標値を上回った。今後とも、ニーズに合致したテーマ設定を行い本事業の内容充実に努める。</p>					
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>専門家による講演・交流会の開催</p> <p>【事業類型】人材交流型 【実施時期】夏頃(1回) 【実施場所】大阪商工会議所(予定) 【実施方法】対面もしくはオンライン 【実施内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> 講演会 専門家との交流 <ol style="list-style-type: none"> 専門家派遣制度の内容説明 専門家による自己PR 専門家との名刺交換 <p>実施後のフォローとして、</p> <ul style="list-style-type: none"> 専門家派遣を希望する事業者に対し、経営指導員が経営課題をヒアリングする。 その経営課題を解決するために、適任の専門家を派遣する。 専門家による支援状況を把握し、課題解決に導く。 					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)府施策連携		<input type="radio"/>	(b)広域連携		<input type="radio"/>
		(c)市町村連携		<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果		<input type="radio"/>
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		番号選択		その他			
		(b)地域金融支援ネットワーク事業を推進している大阪府や保証協会、日本政策金融公庫、地元信用金庫の協力を得てPRするとともに、大阪府内の各商工会議所にも協力依頼し、府内全域から集客を図る。 (d)交流会の開催を通じて専門家連携型経営相談の制度普及と利用促進を図る。本交流会の参加者はさまざまな経営課題を抱えていると想定される。本相談会には経営指導員も出席して参加者の経営課題を把握し、その解決に向けた支援をすることによって事業所カルテ化につなげる。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒		本商工会議所のホームページ、機関紙、メール配信などのほか、各協力金融機関などに案内配布を依頼し、広報、募集を行う。			
	60 社	代表指標	本事業の参加をきっかけに「専門家派遣事業」を利用した事業者数		数値目標	10 社	
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		40,400 円 ×		60 社 ×		1.00 =		2,424,000 円		
		合計		60 社		(小計)		2,424,000 円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円
						計		2,424,000 円		
		独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準とおりの場合不要）								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		標準事業費		補助率		((①市町村等+②受益者負担)				
		2,424,000 円 ×	0.75 =	1,818,000 円	(円)					
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）				
	○	大阪商工会議所	1,818,000 円		60					
			円							
			円							
			円							

【備考】

事業名	課題解決型マッチングフェア	事業番号	39	新規/継続	新規
想定する実施期間	2026 年度から	年度まで	1	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	大阪府内の支援機関・大学・企業などが一堂に集結し、多種多様な経営課題を持つ中小企業の課題解決につなげるための関係構築に取り組む。			
	事業の目的 （現状や課題をどのような状態にしたいか） 企業ニーズ （内容・把握方法等）	<p><事業の目的> 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個人では限界がある。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もあわせて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に資する知見・サービスを有す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。</p> <p><企業ニーズ> 2025年度に本商工会議所会員事業者から商工業者法定台帳などで聞いた経営の関心項目のうち、「人事・労務・人材の確保と育成」を挙げた事業者は18,274件中6,444件で、全体の35.2%を占めている。同じく、「営業・販売・取引先開拓」は5,029件（27.5%）、「事業承継・後継者確保」は2,007件（10.9%）、「IT・情報化、デジタル変革」は6,039件（33.0%）。他団体での同様の取り組みでは、中小企業が約180社参加している。</p>			
	支援する対象 （業種・事業所数等）	大阪府内の小規模事業者・中小企業			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること					
具体的な実施内容・手法 （いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に）	<p>①課題解決型マッチングフェア 【事業類型】人材交流型 【実施時期】2月～3月頃（1回） 【実施場所】大阪商工会議所 【実施方法】対面 【実施内容】中小企業の多くが経営課題としている脱炭素、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、販路拡大などについて支援を提供できる団体・大学・企業などがブースを出展する。 【出展支援機関数（予定）】約40団体・大学・企業など（大阪府外・大企業を一部含む） ※出展支援機関の情報は事前に案内パンフ、HPなどで告知する。参加企業は、参加申込の際に、話を聞きたい支援機関名と現在抱えている課題を記載して、申込を行い、当日、支援機関の担当者から直接、具体的なアドバイスを得て、自社の課題解決に活用する。 ※また、例えば、事業承継が課題で参加した場合、事業承継の支援を提供する支援機関が複数出展しているので、参加者は、様々な支援機関の担当者から支援の詳細や具体的なアドバイスを直接聞く機会を得ることで、幅広い情報を収集し、自社の課題解決に最適な方法を効率的に見出すことができる。 ※さらに、申込の際に現在抱えている課題を明示してもらうことで、最適な支援機関を提案し、ミスマッチを防ぐことも可能となる。</p> <p>※特に人手不足に関しては、高いニーズが見込まれるので、雇用支援に特化した事業を実施する。</p> <p>②ミドル・シニア雇用相談フェア （1）ミドル・シニア雇用・戦力化・活躍推進に関するセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施時期】9月～11月頃（1回） 【実施方法】対面またはオンライン 【実施内容】若年層の雇用環境が厳しさを増す中、即戦力となるミドル・シニア人材の雇用・活用推進のため、主に中高年層を対象とした雇用の最新動向や人事管理・戦力化マネジメントに関するセミナーを開催する。</p> <p>（2）個別相談会 【事業類型】人材交流型 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施時期】9月～11月頃（1回） 【実施方法】対面 【実施内容】人材派遣企業・団体・企業などによる各種施策の紹介や人材マッチングを支援するブース出展を実施する。 【出展支援機関数（予定）】約4～9団体・企業など（大阪府外・大企業を一部含む）</p>				

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
	番号選択						その他	
(b)金融機関などの協力を得て、大阪府内全域から集客する。 (d)経営相談支援先の課題解決のリソースとして、ニーズに応じて当該フェアの参加を勧誘する。								
主な事業の 目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 261社	課題解決マッチングフェア(交流)180社、ミドル・シニア雇用相談フェアセミナー(育成)55社、個別相談会(交流)26社 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、インターネットや金融機関、支部などと連携してタイムリーに広く情報を発信することにより、参加を募る。					
	主な支援対象企業 の変化	代表指標	アンケートにおいて、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%	
	その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数		標準事業費	
		40,400円 ×	180社 ×	1.00 =	7,272,000円			
		20,200円 ×	55社 ×	1.00 =	1,111,000円			
		40,400円 ×	26社 ×	1.00 =	1,050,400円			
		合計	261社	(小計)	9,433,400円			
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)				計	9,433,400円		
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		円	負担金の積算				
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
9,433,400円 ×		0.75 =	7,075,050円		(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割(配分の考え方)		
	○	大阪商工会議所	7,075,050円		261			
			円					
			円					
			円					

別紙: 積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 180社	①課題解決マッチングフェア 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、インターネットや金融機関、支部などと連携してタイムリーに広く情報を発信することにより、参加を募る。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、自社の経営課題の解決に役立ったと回答した割合	数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 55社	②ミドル・シニア雇用相談フェア (セミナー) 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、インターネットや金融機関、支部などと連携してタイムリーに広く情報を発信することにより、参加を募る。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、雇用相談フェア (セミナー) で得た知識や情報を自社の雇用の課題解決や経営改善のための取り組みに役立てる、と回答した割合	数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 26社	③ミドル・シニア雇用相談フェア (個別相談会) 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、インターネットや金融機関、支部などと連携してタイムリーに広く情報を発信することにより、参加を募る。			
	支援対象企業の変化	指標	アンケートにおいて、雇用相談フェア (個別相談会) で得た知識や情報を自社の雇用の課題解決や経営改善のための取り組みに役立てる、と回答した割合	数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		アフター万博支援事業		事業番号	40	新規/継続	新規		
想定する実施期間		2026 年度から		年度まで	1	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	2025年大阪・関西万博「大阪ヘルスケアパビリオン」における共創の成果を最大化し、出展企業が開発した革新的な試作品・新製品を、国際市場も見据えた持続可能な自社ブランド製品として早期に事業化・上市できるよう、多角的な支援を実施する。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>【事業の目的】 万博出展で得られた知見、ネットワーク、ブランド力を継承・活用し、出展企業による「町工場起点」の独自製品開発を加速させる。これにより、大阪の中小・町工場企業が、下請け依存から脱却し、「稼ぐ力」を強化した自立性の高い企業へと変革することを目的とする。</p> <p>【企業ニーズ】 万博出展後のアンケート調査でも、国内外の大手企業、スタートアップとの共同開発・量産に向けたマッチング支援や 試作品の上市に必要な実証実験支援、専門家支援、海外プロモーションや「ザ・ビジネスモール」での広域販路開拓支援など、ブランディング、マーケティング、IT（リカレント/リスキリング）、自社ブランド事業に必要な経営スキル支援など、今後も継続した支援を求める回答が多かった。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<ul style="list-style-type: none"> 万博レガシーの担い手として、「大阪ヘルスケアパビリオン リボーンチャレンジ」出展の中小・町工場企業とその共同開発グループ（約73社を想定） その他、アフター万博支援事業を通じて関係を深めた在阪中小モノづくり企業とその関連企業・グループ 							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること									
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		<p>○交流会の開催</p> <p>【事業類型】人材交流型 【実施時期】4月～2月頃（2回程度） 【実施場所】大阪商工会議所（予定） 【実施方法】対面 【実施内容】リボーンチャレンジ出展企業・グループを中心に実施。製品化等に必要なスキル、ノウハウ、知識等に関して講師等を招いてセミナーを実施。その他マッチングを希望する企業との交流の機会を設ける。</p>							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)府施策連携		○(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果	
		番号選択		その他					
		(b)2025年10月大阪・関西万博に出展した企業・グループ（大阪市内外73社）に加え、府内の金融機関の協力を得て、府内ものづくり関連企業に告知する。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒		(設定根拠) 交流会1回20社前後 (募集方法) 共同事業体の金融機関等と協力し、集客する。出展企業・グループを中心として案内し一般からの参加、リボーンチャレンジメンバー以外にも、取引を希望する企業があれば参加を受け入れていく。					
	40 社	代表指標	参加者へのアンケートで、交流会等で得た知識、経験、人脈などが製品化や上市に役立つと回答した割合				数値目標	70	%
	その他目標値	目標値の内容⇒							

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
		40,400	円 ×	40	社 ×	1.00	=	1,616,000	円		
		合計		40	社	(小計)		1,616,000		円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）										
									計	1,616,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準とおりの場合不要）										
	算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等					
		②受益者負担		円		負担金の積算					
		標準事業費		補助率				((①市町村等+②受益者負担)			
		1,616,000	円 ×	0.75	=	1,212,000	円	(円)			
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはアソシエーションで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）				
	○	大阪商工会議所		1,212,000		円	40				
						円					
						円					
						円					

【備考】