

令和7年度（2025年度）

実績報告書

Ⅰ. 申請者の概要

団体名	大阪商工会議所
代表者職・氏名	会頭 鳥井 信吾
所在地	〒540-0029 大阪府中央区本町橋2番8号
設立年月日	明治11（1878）年8月27日
職員数	211名（令和8年3月31日現在）
うち経営指導員数	75名
所管地域	大阪府大阪市
管内事業所数	177,184（令和3年度経済センサス）
うち小規模事業者数	109,752（令和3年度経済センサス）
会員数	32,753（令和8年3月31日現在）
組織率	18.5%
担当者職・氏名	中小企業振興部次長兼経営相談室課長 宮浦 康浩
連絡先電話番号	06-6944-6451
連絡先メールアドレス	sme-promotion@osaka.cci.or.jp

□主な事業概要（定款記載事項等）

- ① 商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。
- ② 行政庁等の諮問に応じて答申すること。
- ③ 商工業に関する調査研究を行うこと。
- ④ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。
- ⑤ 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。
- ⑥ 輸出品の原産地証明を行うこと。
- ⑦ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。
- ⑧ 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。
- ⑨ 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。
- ⑩ 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。
- ⑪ 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。
- ⑫ 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行うこと。
- ⑬ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。
- ⑭ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。
- ⑮ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。
- ⑯ 商工業に関する図書を収集し、一般の閲覧に供すること。
- ⑰ 国際親善及び通商振興に資する事業を行うこと。
- ⑱ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。
- ⑲ 行政庁等から委託を受けた事務を行うこと。
- ⑳ 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。

（１）所管地域の産業経済の現状と課題

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

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

○社会経済がこれまで以上に早く、大きく変化する中で、既存の事業活動のあり方のままでは生き残りが難しい。収益性や生産性の向上のために、付加価値の高い、イノベティブな事業展開が望まれる。新分野展開、業種・業態変換、新商品・サービスの開発、事業再編などのチャレンジを促す環境整備が必要である。

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

○スタートアップや若年層の起業は、新しいビジネスモデルを展開し、社会経済にイノベーションと新しい価値を提供し、産業経済の成長エンジンとなるものであるが、その数は東京に比べ非常に少ない。創造や変革の知恵と意欲を持つ「企業家精神」あふれる人材の育成が必要である。

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

（２）所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

本商工会議所の中期計画（2023～2025年度）で掲げる＜2030年頃の大阪・関西がめざす姿＞とそれを実現するための＜ビジョン（方向性）＞は以下の通り。

＜2030年頃の大阪・関西がめざす姿＞

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

○万博がめざす未来社会を先導する都市

○若い力が集まる魅力のある都市

○文化芸術の魅力があふれる都市

＜ビジョン（方向性）＞

○中小企業の稼ぐ力の強化

○中小ものづくり企業による新しい価値や高付加価値、イノベーションの創出

○同業種・異業種・異分野間の連携・融合

○高い国際的求心力、国際競争力の強化

○中小企業やスタートアップの若い力を生かしたチャレンジ

○万博やスーパーシティを機とした世界をリードする分野の確立

○大阪の都市文化・魅力の向上

（３）事業を実施した効果

経営相談支援事業を通じて、2,354事業所に対して延べ2,896件（フォローアップ支援を除く）の支援を行った。なかでも、新たな販路開拓を目的とする「事業計画作成支援」を1,329件、資金繰りの安定化に寄与する「金融支援（経営指導型）」「金融支援（紹介型）」をあわせて883件実施し、小規模事業者の経営基盤強化を推し進めた。

それとあわせて具体的な売上、収益力の向上を支援するため、販路開拓の支援を主要な柱の一つとして地域活性化事業に取り組んだ。大阪府内の335の企業・団体が参加した多業種型総合展示商談会「大阪勧業展」では、延べ1,844件の商談が行われ、成約件数346件、8,180万円の商談が成立した。大手流通業などとの商談会「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」では5,695件の商談が行われ、うち1,560件が成約に向けて商談を継続している。

（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

中小企業・小規模事業者の多くは、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いる。加えて、昨今は、先の見えない国際情勢により、事業者を取り巻く経営環境はますます複雑化し、厳しさの度合いを増している。こうした事業者に対して、適切なタイミングで、正確で有用な情報を提供し、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、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るといった事業を引き続き実施し、「稼ぐ力」の強化を中心に、中小企業・小規模事業者の様々な経営課題の解決を支援する。

大阪商工会議所

前年度支援企業数		2,083				
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	2,300	2,354	112.1%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	33	10	7	21.2%
3	金融支援（紹介型）	支援数	140	150	163	116.4%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	755	755	720	95.4%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	5	5	3	60.0%
6	211名（令和8年3月31日現在）	事業所	200	200	128	64.0%
7	記帳支援	事業所	35	10	10	28.6%
8	労務支援	支援数	5	5	4	80.0%
9	人材育成計画作成支援	事業所	0	0	1	-
10	マーケティング力向上支援	事業所	5	5	4	80.0%
11	販路開拓支援	支援数	100	100	81	81.0%
12	事業計画作成支援	支援数	880	1,100	1,329	151.0%
13	創業支援	事業所	5	30	29	580.0%
14	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	15	15	4	26.7%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	3	0	0	0.0%
16	財務分析支援	事業所	340	400	370	108.8%
17	5S支援	事業所	0	0	1	-
18	IT化支援	事業所	10	10	5	50.0%
19	債権保全計画作成支援	事業所	0	0	0	-
20	事業承継支援	事業所	45	50	37	82.2%
21	災害時対応支援	事業所	0	0	0	-
22	フォローアップ支援	事業所	225	250	209	92.9%
23	結果報告	事業所	2,100	2,300	2,342	111.5%

件数設定の根拠（今年度の特徴等）

【件数設定の根拠】
 過年度の実績などをもとに、支援企業数ならびに件数を設定した。
 [令和4（2022）年度実績] 支援企業数：2,496、件数：948事業所・2,378支援
 [令和5（2023）年度実績] 支援企業数：2,471、件数：703事業所・2,430支援
 事業計画作成支援、金融支援を中心に、「稼ぐ力」の強化、資金繰り・企業基盤の強化に取り組む事業者を支援する。

支援のポイント・成果

経営相談支援事業を通じて、2,354事業所に対して延べ2,896件（フォローアップ支援を除く）の支援を行った。なかでも、新たな販路開拓のための「事業計画作成支援」を1,329件、資金繰りの安定化に寄与する「金融支援（経営指導型）」「金融支援（紹介型）」をあわせて883件実施し、小規模事業者の「稼ぐ力」の強化、経営基盤の強化を推し進めた。また、29件の「創業支援」を実施し、経験の乏しい事業者の経営力強化を支援した。

<代表事例>
 鍼灸院の開業を目指す事業者に対し、事業の内容や特徴、強み・弱みを整理することから始め、出店候補地の商圈・収益性の分析や、事業を開始してからの自社の資金繰りをリアルタイムで確認し資金ショートを未然に防ぐため、資金繰り計画表の作成を支援し、そのうえで必要な資金を算定し、金融機関から融資を得て、開業を実現した。

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	162	188	116.0%
25	税務相談	日数	201	201	174	86.6%
26	金融相談	日数	0	0	0	-
27	労務相談	日数	137	137	140	102.2%
28	その他相談	日数	816	816	820	100.5%

[illegible]

○弁護士による法律相談、税理士による税務・会計相談と税務申告相談、社会保険労務士による人事・労務相談、ITコーディネータによるIT相談、中小企業診断士による新事業展開・営業・マーケティングに関する相談などを実施し、個々の事業者が直面する専門的・複雑な経営課題の解決を支援した。

○大阪市の特定創業支援等事業の一環として個別相談を実施するなど、事業計画の策定や資金繰りなどを着実に進め、円滑に創業が行えるよう支援した。

○経営指導員が事業者の経営課題を丁寧ヒアリングし、その解決に適した専門家を事業所に派遣（経営指導員が同行）して助言・指導を行った。

事業名		開業サポート事業			事業番号		I	新規/継続		継続	
想定する実施期間		2015 年度から			年度まで		11	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 創業希望者や創業後間もない事業者らを対象に、起業や企業経営に必要な知識の習得やビジネスプランの策定などを支援し、大阪での創業を促進する。 【企業ニーズ】 本商工会議所の経営相談室では年間延べ700件以上の創業に関する相談に応じており、年々増加傾向にある。そのうち、創業の準備を始めた人から創業を間近に控えた人までが大部分を占める。また、日本政策金融公庫の「2023年度新規開業実態調査」によると、開業費用は少額化の傾向にあり、スモールビジネスの開業が身近なものとなって、そのニーズが高まっている。									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	創業への具体的な進め方について学習を希望する者、企業経営に関する知識を深めたい創業後間もない事業者、事業承継を予定している者など									
	211名（令和8年3月31日現在）	大阪での創業をめざすもののノウハウがなく具体的な進め方が分からない創業予備軍（会社員や学生などを含む）、創業予定者、創業間もないため事業経営を学びたい者、事業承継予定の者などを対象に、創業の促進を図り、大阪での創業や事業成長を支援した。 ※（ ）内は支援者数 ①創業希望者向け啓発セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】8月9日「創業のすすめ方セミナー」（54者） ②創業のノウハウを習得するための集中講座（開業スクール2025） 【事業類型】人材交流型 【実施内容】全5回（30者） 第1日（8月23日）：経営理念と経営戦略、組織と人材育成、マーケティングの基礎、先輩起業家体験談 第2日（8月30日）：マーケティングの応用、ビジネスプランについて、会計知識と収支計画の立て方、創業時に必要な手続きと税金 第3日（9月6日）：マイビジネスプラン・創業計画書のチェック、創業資金調達のポイント、自者の収支計画を作成してみる 第4日（9月13日）：先輩経営者の企業家精神と志、ビジネスプラン・創業計画書、商品プレゼン等の見える化 第5日（9月27日）：ビジネスプラン・創業計画書、商品プレゼン等のブラッシュアップ、先輩起業家の体験談、大商の創業・経営支援、交流会 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（2者） 【事業類型】ハンズオン型 【実施内容】大商の開業スクールを修了した2者のビジネスプランに対し、ブラッシュアップ支援を行い、大阪産業局主催のビジネスコンテストへ推薦した。 <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>									
	①府施策連携	(商-19：起業家の育成、創業の促進) 大阪府中小企業支援室経営支援課経営革新グループと連携し、金融機関などとの地域支援ネットワークを通じて広く府内へ事業をPRした。金融面では府制度融資「開業・スタートアップ応援資金（地域支援ネットワーク型）」など公的融資へつなぐとともに、大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへの推薦を前提に事業計画ブラッシュアップの個別支援を実施した。また同グループからの要請を受けて、起業家パートナーズに2者を推薦した。									
	③市町村連携	大阪市の特定創業支援等事業として、大商開業スクールを実施した。また、大阪市（大阪産業創造館）の協力を得て、大阪産業創造館のメール配信などで事業PRを行った。									
④相談相乗	本事業参加中または参加後の創業に関する個別相談を創業の専門相談窓口などにつないだ。										
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	82.0	総支援企業数(実績)	86.0	支援実績率	104.9%	満足率	97.7%		
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	代表指標	アンケートにおいて、セミナーで創業に役立つ知識を得たと回答した割合								
		数値目標	80%		実績数値	98.1%		目標達成度	122.7%		
	成果の代表事例	2024年、2025年の開業スクールを修了した2者のビジネスプランに対して、ブラッシュアップ支援を行い、大阪産業局主催の大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへ推薦を行った。そのうちの1者は、書類審査に合格したが、面談審査では不合格となった。2者とも評価コメントを今後に反映させ、事業遂行、事業計画のブラッシュアップが着実に進むよう支援している。									
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度		

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

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50.0	支援企業数(実績)	54.0	支援実績率	108.0%	満足率	96.3%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、セミナーで創業に役立つ知識を得たと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	98.1%	目標達成度	122.7%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	30.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、集中講座で事業計画が参加前よりレベルアップしたと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	86.7%	目標達成度	108.3%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	個別支援により事業計画を作成した数						
		数値目標	2	実績数値	2	目標達成度	100.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		女性起業家成長支援事業		事業番号	2	新規/継続	継続					
想定する実施期間		2024 年度から		年度まで	2	年 目	※複数年段階的实施事業は 別紙にて計画を提出すること					
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 日本でも兼業・副業の解禁など、女性が働き続ける環境が整いつつあるほか、出産・育児などにより離職を余儀なくされた女性でもデジタル化の広がりにより、次のステップとしてスモールビジネスの起業を選びやすくなった。こうした状況も踏まえ、大阪および日本全体の開業率を底上げするためにも、女性の開業をサポートしていくことに意義がある。起業予定の女性には、そのノウハウの提供やビジネスプランのブラッシュアップ、開業資金の調達支援を行うことで、起業に対する心理的ハードルを下げ、スモールビジネスへの第一歩を踏み出してもらう。開業間もない女性起業家には、メンターや起業家同士のコミュニティ構築により、現在の経営課題の解決を図り、中長期的なキャリア形成支援を行う。 【企業ニーズ】 本商工会議所の経営相談室では年間のべ700件以上の創業相談に応じており、年々増加傾向にある。2024年度「開業スクール」受講者は32人で、女性が半数を占めるようになった。日本政策金融公庫の「2023年度新規開業実態調査」によると、2023年度の開業者に占める女性開業者の割合は過去最高の24.8%となり、1991年度の調査開始以来最も高く、女性の起業ニーズが高まっている。										
	支援する対象 (業種・事業所数等)	起業のノウハウが乏しく具体的な進め方が分からない女性、企業経営に関する知識を深めたい創業間もない女性など										
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	起業予定もしくは起業間もない女性を対象に、ロールモデルとなる先輩女性起業家を招聘したセミナーや勉強会を開催した。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した。 ※（ ）内は支援者数 ①ロールモデルとなる女性起業家を招聘したセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】 ○女性起業家支援セミナー 6月28日「自分らしく歩み続ける女性起業家たちが伝えたい 起業するための最良のアドバイス」（167者） ○トークイベント・チャレンジショップ 11月29日「Empower WOMEN トークイベント・チャレンジショップ」（53者） ②女性起業家のためのテーマ別少人数制の勉強会 【事業類型】人材交流型 【実施内容】<人材交流型> ○女性起業家カフェ（少人数制勉強会） 7月12日「SNS活用による集客のコツ、よくある疑問とその解決策、起業をサポートする公的サービス、交流会」（39者） 10月18日「日本政策金融公庫の創業融資での注意点、審査のポイント、現在の課題とその解決策、起業をサポートする公的サービス、交流会」（22者） 12月6日「確定申告の基本と帳簿のつけ方、現在の課題とその解決策、新規開業資金のご案内、交流会」（18者） 3月7日「今年度の振り返り、現在の課題とその解決策、新規開業資金のご案内、起業をサポートする公的サービス、交流会」（14者） ③女性起業家のトーク&ワークショップ 【事業類型】ハンズオン型 【実施内容】 ○トークイベント・チャレンジショップ 11月29日「Empower WOMEN トークイベント・チャレンジショップ」出店支援（9者） -----<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>----- <table><tr><td>①府施策連携</td><td>（商-19：起業家の育成、創業の促進）大阪府中小企業支援室経営支援課経営革新グループと連携し、Osaka起業家応援メールマガジンに掲載するとともに、金融機関などとの地域支援ネットワークを通じて広く府内へ事業をPRした。金融面では府制度融資「開業・スタートアップ応援資金（地域支援ネットワーク型）」など公的融資へつないだ。</td></tr><tr><td>③市町村連携</td><td>大阪市（大阪産業創造館）の協力を得て、大阪産業創造館のメール配信などで事業PRを行った。</td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td>本事業参加中あるいは参加後の創業に関する個別相談を創業の専門相談窓口などにつないだ。</td></tr></table>						①府施策連携	（商-19：起業家の育成、創業の促進）大阪府中小企業支援室経営支援課経営革新グループと連携し、Osaka起業家応援メールマガジンに掲載するとともに、金融機関などとの地域支援ネットワークを通じて広く府内へ事業をPRした。金融面では府制度融資「開業・スタートアップ応援資金（地域支援ネットワーク型）」など公的融資へつないだ。	③市町村連携	大阪市（大阪産業創造館）の協力を得て、大阪産業創造館のメール配信などで事業PRを行った。	④相談相乗
①府施策連携	（商-19：起業家の育成、創業の促進）大阪府中小企業支援室経営支援課経営革新グループと連携し、Osaka起業家応援メールマガジンに掲載するとともに、金融機関などとの地域支援ネットワークを通じて広く府内へ事業をPRした。金融面では府制度融資「開業・スタートアップ応援資金（地域支援ネットワーク型）」など公的融資へつないだ。											
③市町村連携	大阪市（大阪産業創造館）の協力を得て、大阪産業創造館のメール配信などで事業PRを行った。											
④相談相乗	本事業参加中あるいは参加後の創業に関する個別相談を創業の専門相談窓口などにつないだ。											

事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	235.0	総支援企業数(実績)	322.0	支援実績率	137.0%	満足率	98.8%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	代表指標	アンケートにおいて、セミナーやワークショップで創業に役立つ知識を得たと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	97.3%	目標達成度	121.6%		
	成果の代表事例	女性起業家セミナー・カフェの参加者が、専門相談窓口にて個別相談を受け、事業計画をブラッシュアップし、2026年開催予定の大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへ挑戦することになった。チャレンジショップに出店した事業者2者は、チャレンジショップ後に横のネットワークができ、2者は共同でイベントを実施し、連携体制で販路開拓に挑んでいる。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	現在は起業初期に応じた事業、起業の普及啓発の事業を中心に行っているが、今後は創業間もなく売り上げが停滞している事業者に対して事業成長の支援を行い、起業の幅広い成長ステージに応じた支援を行う。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	150.0	支援企業数(実績)	220.0	支援実績率	146.7%	満足率	98.2%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、セミナーやワークショップで創業に役立つ知識を得たと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	97.3%	目標達成度	121.6%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	80.0	支援企業数(実績)	93.0	支援実績率	116.3%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、勉強会で創業に関する知識や理解が深まり、課題解決への取り組みを始めたと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	98.9%	目標達成度	123.7%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	5.0	支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	180.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	個別支援によってリブランディングができ、ワークショップに出店した事業者数						
		数値目標	5	実績数値	9	目標達成度	180.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		親族内承継支援事業			事業番号	3	新規/継続	新規					
想定する実施期間		2025 年度から		年度まで	1	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	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 日本の企業数の99.7%（約336.5万社）、雇用の69.7%（約3,310万人）を占めている中小企業（2021年時点）において、経営者の高齢化と事業承継の取り組みの遅れが問題となっている。計画的に事業承継に取り組まないと、様々な理由で経営が不安定になり、事業の継続に支障が出る場合がある。しかしながら、中小企業の経営者は、事業承継に関する準備を後回しにしがちで、早い段階から誰かに相談するケースが少なく、最悪の場合準備を全くせずに承継せざるを得なくなる状況が生じることもある。そこで、親族内事業承継を行う予定の事業者に対し、事業承継に関するワークショップや事業者同士の交流の機会を提供することで、事業承継の準備を進めることの大切さを認識させ、早期の対応準備を促すことを目的とする。 【企業ニーズ】 中小企業白書（2023年版）によると、親族内承継のうち、「事業承継準備期間はなかった」14.7%、「1年未満」22.8%となっており、事業承継を決断してから社長就任までにかかった期間が非常に短い実情がうかがえる。また、帝国データバンクの集計によると、『後継者難倒産』が2023年1-10月で463件発生した。代表者が病気や死亡により事業継続がままならないケース以外に、後継者問題は経営課題として認識はあったものの「後継者育成」に頓挫し、承継完了が間に合わずに自社単独での事業継続を断念するケースが目立っている。以上の状況から、早い段階から事業承継の準備を行い、承継計画を立てることで、後継者育成を含む円滑な事業承継を行うことができ、代表者の急死や急病など予期せぬ事態による事業承継時の混乱を回避・減少することにもつながることが期待できる。											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の親族内事業承継を予定している中小企業・小規模事業者											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①ワークショップの開催 【事業類型】人材交流型 【実施時期】9月11日「親族内承継で失敗しない5原則と計画づくり」（10社） 【実施内容】事業承継に関する情報提供や事業承継・引継ぎ支援センター、事業承継計画書作成支援の存在を伝えるとともに、潜在的に同様の課題を抱える事業者同士の交流の場を提供した。あわせて「事業承継診断」、「事業承継税制」を周知した。 ②個別支援の実施 【事業類型】ハンズオン型 【実施時期】1回目：10月9日、2回目：11月5日、3回目：12月10日に訪問 【実施内容】交流会参加事業者に対し「中小機構」と連携し、個別相談対応や事業承継計画書（骨子）の作成を行った。なお、個別支援に際しては、相談者の会社に訪問し行い、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が同席した。 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ <table><tr><td>①府施策連携</td><td>府施策連携商12番： 大阪府と連携し、府の事業承継施策の取組をPRした。 交流会開催時に「事業承継診断」を実施し、また講師から「事業承継税制」の説明をした。</td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td>交流会参加企業に対して、経営指導員がアンケートを基に希望者にヒアリングを実施した。今後要望に応じて支援を行う。</td></tr></table>								①府施策連携	府施策連携商12番： 大阪府と連携し、府の事業承継施策の取組をPRした。 交流会開催時に「事業承継診断」を実施し、また講師から「事業承継税制」の説明をした。	④相談相乗	交流会参加企業に対して、経営指導員がアンケートを基に希望者にヒアリングを実施した。今後要望に応じて支援を行う。
	①府施策連携	府施策連携商12番： 大阪府と連携し、府の事業承継施策の取組をPRした。 交流会開催時に「事業承継診断」を実施し、また講師から「事業承継税制」の説明をした。											
④相談相乗	交流会参加企業に対して、経営指導員がアンケートを基に希望者にヒアリングを実施した。今後要望に応じて支援を行う。												
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	11.0	総支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%				
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	代表指標	アンケートにおいて、事業承継について理解が深まったと回答した企業の割合										
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%						
	成果の代表事例	○ワークショップではアンケートで「早めの準備が必要だという認識になりました」と狙い通りの声が寄せられた。 ○ハンズオン支援では、事業承継計画書を策定するにあたり、先延ばしにしていた自社株評価を進めること、5年後に事業承継を完了することを決定した。											
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度					

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	満足度は、11名中「満足」9名、「おおむね満足」2名と、非常に評価は高かった。ターゲットを絞ったテーマだったため、受講者との間で誤解は生じにくかったと考えられるが、集客に苦戦した。事前にセミナーを開催して認知度や事業承継計画書の作成への意識を高め、集客につなげるなどの工夫が必要であり、次年度はワークショップの前にまず、セミナーを開催することを予定している。
------	--	---

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	1.0	支援企業数(実績)	1.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	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	実績数値	1	目標達成度	100.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業				事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度から		年度まで		15	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 営業・販売力の強化、財務改善、人事労務問題への対応、ビジネス法務、税務対策など、中小企業・小規模事業者の関心が高いテーマの講座・講習会を開催し、大企業に比べて経営基盤が弱い中小企業・小規模事業者の経営体質強化を支援する。 【企業ニーズ】 参加者には毎回アンケートを実施し、経営課題や関心事項を調査・収集している。2024年度に実施したアンケートにおいて、多くの事業者が人事・労務・人材採用、販路拡大・取引先開拓、融資・資金繰り、IT化などの課題を有していると回答しており、こうしたテーマに対する支援が求められている。							
	211名（令和8年3月31日現在）	大阪市内の中小企業・小規模事業者（すべての業種を対象とし、経営実務に関する情報・ノウハウを習得して経営改善をめざす事業者）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施内容】（別紙）開催実績一覧表を参照 5月から3月にかけて、支部ならびに本部（中小企業振興部）において小規模事業者を主たる対象に経営実務に関する講習会を集合形式もしくはオンライン形式で29テーマ、延べ31回開催し、支援企業数の合計は1,028.5社であった。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		③市町村連携	地域内の区役所や産業会・工業会・納税協会などと連携して参加者を募った。						
④相談相乗		アンケートにて、経営相談支援事業の利用希望を聴取し、希望のあった事業者へフォローを行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	871.0	総支援企業数(実績)	1,028.5	支援実績率	118.1%	満足率	95.7%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	代表指標	アンケートにおいて、講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の経営改善や経営力向上に役立てると回答した割合						
		数値目標	90%		実績数値	98.3%		目標達成度	109.2%
	成果の代表事例	「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」のアンケートでは「社内で作成している広報ツールなどに工夫を加えていきたい」「SNS動画に力を入れているので、POPや動画作成に役立つ内容であった」、「2026年トレンドに合わせた 小さな会社の採用の始め方」では「今行っている採用方法が一度見直す機会になった。本日学んだことを元に採用チームで取り組んでいこうと思う」、「求人票ブラッシュアップのヒントがあった」「今日から使える生成AI活用セミナー」では、「AIシステムで営業活動を活性化したい」と、それぞれ得た情報を自社の経営改善のなかで実践していく声が寄せられた。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	日頃の相談対応など事業者と接する機会を通じて、事業者の抱える課題、関心の高いテーマの情報収集を行い、事業者の経営課題解決に役立つ講習会となるよう今後も工夫する。また、セミナー参加をきっかけとして、経営相談をはじめとした事業利用につながるよう広報をより積極的に実施し、新規支援先の開拓につなげる。							

(別紙) 開催実績一覧表

開催日	セミナー名称	支援企業数
4月24日	中小企業の体質改善強化支援事業	34.0
4月25日	持続化補助金の申請にも活用できる小規模事業者向け、初めての「事業計画作成」	22.0
6月18日	生成AIの集客・業務活用 ～コスト0円から始めよう～	40.0
6月26・27日	決算書の見方と資金繰り表の作成	37.0
7月11日	ゼロから始める中小企業のための価格転嫁と値上げ交渉の進め方	44.5
7月15日	取引先の信用不安・倒産に備える中小企業の対応策	86.5
7月24日	生成AIで、業務を効率化「ChatGPT活用講座」	39.5
8月1日	211名（令和8年3月31日現在）	23.0
9月3日	生成AIの新常識 戦略的活用セミナー ～ChatGPTだけでは限界！？ 生成AIを賢く使い分けて差をつけよう！～	35.5
9月11日	人手不足を解消する！ 高卒人材の「採用と定着」の進め方のコツ	17.5
9月17日	若手人材の採用や定着につながる“刺さる会社”の共通点	24.0
10月17日	「事業主のためのCanva&AI活用実践」セミナー	18.5
10月21日	人材リスクに先手を打つ！ もめない「問題社員」対応と戦略的「採用」	22.0
10月21日	「経営に活かす決算書の読み方」セミナー	15.5
10月21日	2025年度 銀行との付き合い方で会社の未来が決まるセミナー	60.5
10月23日	2025年度 展示会営業力向上セミナー	49.5
10月24日	『2025年 年収の壁改正（税・社会保険）について』	71.5
10月28日	持続化補助金の計画作成を自社で取り組めるレベルを目指す小規模事業者向け、初めての「事業計画作成」	17.0
11月6日	社長のしんどさは「仕組み化」で解決しよう	23.5
11月12日	【実務直結！】今日から使える生成AI活用セミナー	36.0
12月2日	社内手作りの提案書・パンフレットなどを さらに効果が上がるツールに仕上げるノウハウ講座	85.5
1月16日	アジア地域の債権回収と紛争解決はこうする	11.5
1月23日	【ゼロから採用を理解する】2026年トレンドに合わせた 小さな会社の採用の始め方 ～自社の魅力が伝わる求人票作成ワークを通じて～	35.5
2月3日	画像デザイン作成セミナー	52.0
2月3日	生成AI 2.0時代の到来 ～生成AIを経営・販売促進・生産性向上の現場でどう生かすかを解説～	33.0
2月18日	スポットワーク活用講座	8.0
2月20日	令和8年度税制改正セミナー	37.0
2月6・12日	中小企業のビジネスアプリ活用&DXの取組方法	29.0
3月12日	中小企業がとるべき即戦力となる管理職・経営幹部の採用手法と見極め方	19.5
合 計		1028.5

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	14	年 目	※複数年度段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 2024年の帝国データバンクの調査によると、中小企業におけるBCPの策定状況は、19.8%となっている。策定している中小企業の割合は増加傾向にあるものの、依然として低い水準にある。近年では地震、豪雨などの自然災害で、BCPの重要性はますます高まっている。そこで、BCP策定の重要性を認識し、積極的に取り組むためのノウハウ獲得、具体的な策定着手に向けた支援を行い、BCP策定の普及、災害に強い事業者の増加をめざす。また、近年は、サイバー攻撃が急増・巧妙化し、被害を被ると情報漏えいによる信用失墜、業務停止による生産性低下につながり、とりわけサプライチェーンに属する中小企業は、取引の停止、損害賠償支払いなどにより、事業継続上の重大な危機を迎えることになる。そこで、BCPの観点から、サイバー攻撃や被害の最新動向の把握、意識・知識の向上、ソリューション商材などによる対策の実践を促進することにより、事業に与える影響を最小限に抑えることを目的とする。 【企業ニーズ】 BCPを策定していない事業者の中には策定の必要性を感じている事業者も存在しているが、事業者単独ではBCPの策定は困難である。よって、専門機関による支援を求める企業ニーズが一定数存在すると考えられる。サイバーセキュリティについては、本商工会議所が2020年以降提供している「商工会議所サイバーセキュリティお助け隊サービス」のユーザー数は徐々に増加傾向にあることから、本分野への関心や改善ニーズは高まりつつある。サイバーセキュリティの意識・知識をさらに高め、かつ具体的行動を促進する簡便・安価なソリューション商材の情報提供の場などが求められている。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者（広範な業種）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法A4:E18	※（ ）内は支援企業数 ①中小企業・小規模事業者向けBCP策定ワークショップ 【事業類型】人材交流型 【実施内容】7月18日「大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」ワークショップ」（36社） ②サイバーセキュリティ対策に関するセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】6月24日「事業継続計画（BCP）分かり易いサイバー攻撃対策セミナー」（34社） ③BCP、事業継続力強化計画の策定支援 【事業類型】ハンズオン型 【実施内容】上記ワークショップ、セミナーなどを通じたBCP、事業継続力強化計画の策定支援（2社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ ①府施策連携 (商-14：BCP・BCMの普及促進及び策定支援) 大阪府が推奨する「超簡易版BCP「これだけは！」シート」を活用し、参加者にBCP策定を促した。 ④相談相乗 セミナーやワークショップの参加者のニーズに応じて、経営相談支援や専門相談支援につないだ。							
	事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	58.0	総支援企業数(実績)	72.0	支援実績率	124.1%	満足率
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	代表指標	BCP（簡易版を含む）や事業継続力強化計画の策定件数						
		数値目標	24件	実績数値	36件	目標達成度	150.0%		
	成果の代表事例	①BCP策定支援 BCP策定に関心の強い企業を対象に大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」を活用してワークショップを行った。36社の事業者が計画書を作成した。 ②サイバーセキュリティ対策 セミナーでは、サイバーセキュリティの対策を怠っていると企業のホームページがサイバー攻撃の被害に遭う可能性がある等その具体的な対策について学んでもらった。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	次年度もBCP計画策定の支援を引き続き進めていく。新たにBCP計画を策定する事業者に加え、すでに計画書を策定している事業者に対してもブラッシュアップの支援を行う。またサイバー関係の情報発信も継続していく。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	24.0	支援企業数(実績)	36.0	支援実績率	150.0%	満足率	97.2%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	BCP（簡易版を含む）や事業継続力強化計画の策定件数						
		数値目標	24	実績数値	36	目標達成度	150.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	24.0	支援企業数(実績)	34.0	支援実績率	141.7%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、サイバー攻撃、セキュリティの最新動向、対策の方向性やプロセスに係る意識・知識が高まったと回答した参加者の割合						
		数値目標	80%	実績数値	83.9%	目標達成度	104.8%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	20.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	BCPや事業継続力強化計画の策定件数						
		数値目標	10	実績数値	2	目標達成度	20.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		あべの天王寺・サマーキャンパス			事業番号	6	新規/継続	継続																									
想定する実施期間		2014 年度から		年度まで	12	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること																										
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 あべの天王寺エリアを“キタ”や“ミナミ”に比肩する、独自路線を打ち出す魅力的なエリアとするために「産業拠点であるにもかかわらず居住者・生活者が多く、文化・教育機関に恵まれている」という地域の特性を生かした事業を展開して、当地域の活性化・ブランディング、地元商店街・商店会や商業施設、およびそれらの入居店舗・事業所などの集客・販売促進を支援する。また、普及が加速するデジタル手法のビジネス活用やオンラインビジネスに挑戦し、それに付随するデジタル化やクリエイティブの活用を進められるように、あべの天王寺エリアの事業者が実店舗・事業所とオンラインの両面での新規顧客開拓につなげるために必要な知識・ノウハウなどを習得し、実践できる機会を提供する。 【企業ニーズ】 これまで地元の商工業者とともに本事業に取り組んできた結果の一つとして、イメージカラーとして使用してきた黄色が定着しており、2023年度の実施後の地元商店会連盟会長との面談の際、本事業に対して、日々の売上増、地域の賑わい創出はもちろんのこと、ファミリー消費の促進、将来の顧客へのアプローチ、若者の地元愛の醸成にまで関心・期待が寄せられた。																															
	支援する対象 (業種・事業所数等)	阿倍野区・天王寺区を中心とする大阪市内の中小・小規模事業者（大阪府内の事業者も対象）、地域の商店街・商店会、商業施設のテナント会などの団体																															
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 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15日～24日 【実施場所】あべの・天王寺エリア 【実施内容】各参加事業者が用意する91の体験プログラムと飲食・物販283店舗が参加する抽選会を実施、集客を支援した。（149社、8団体（商店街振興組合や商業施設のテナント会））、体験プログラム利用客数：3,740人、スタンプラリーの参加者：430人 ②体験プログラムの企画力・PR力強化の為にデジタル活用ワークショップ 【事業類型】人材交流型 【実施内容】6月2日「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） ③体験プログラムのプロモーション・セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】＜セミナーA＞5月15日「無料ツール+AIで、楽々プロモーション」（29社）、＜セミナーB＞5月23日「営業・マーケティング+AIで、時代に残されないビジネス」（25.5社）、＜セミナーC＞5月29日「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） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ <table><tr><td>①府施策連携</td><td colspan="7">(商-17 デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業) ○万博の人気キャラクター"ミャクミャク"着ぐるみに参加を依頼、てんしばに大勢の集客を得た。 ○大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会と協働して実施した。（①リアルイベントの企画・実施、②オンライン活用セミナーの企画・調整など）</td></tr><tr><td>③市町村連携</td><td colspan="7">阿倍野、天王寺、住吉区の3区役所などの協力を得て、小学校での児童へのチラシ配布や広報紙への記事掲載を行い、集客した。</td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td colspan="7">参加店舗・事業者とのコンタクトの機会を活かして、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談を希望する先には支援を継続した。</td></tr></table>								①府施策連携	(商-17 デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業) ○万博の人気キャラクター"ミャクミャク"着ぐるみに参加を依頼、てんしばに大勢の集客を得た。 ○大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会と協働して実施した。（①リアルイベントの企画・実施、②オンライン活用セミナーの企画・調整など）							③市町村連携	阿倍野、天王寺、住吉区の3区役所などの協力を得て、小学校での児童へのチラシ配布や広報紙への記事掲載を行い、集客した。							④相談相乗	参加店舗・事業者とのコンタクトの機会を活かして、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談を希望する先には支援を継続した。						
	①府施策連携	(商-17 デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業) ○万博の人気キャラクター"ミャクミャク"着ぐるみに参加を依頼、てんしばに大勢の集客を得た。 ○大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会と協働して実施した。（①リアルイベントの企画・実施、②オンライン活用セミナーの企画・調整など）																															
	③市町村連携	阿倍野、天王寺、住吉区の3区役所などの協力を得て、小学校での児童へのチラシ配布や広報紙への記事掲載を行い、集客した。																															
	④相談相乗	参加店舗・事業者とのコンタクトの機会を活かして、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談を希望する先には支援を継続した。																															
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	178.0	総支援企業数(実績)	259.5	支援実績率	145.8%	満足率	89.1%																								
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	代表指標	実施後のアンケートで、（自社・自店の）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合																														
		数値目標	70%	実績数値	66.4%	目標達成度	94.9%																										
	成果の代表事例	○万博リボンチャレンジに出展を予定していた体験プログラム実施企業A社は、サマーキャンパスを万博出展のPRとプレ出展として位置づけ、万博本番への運営体制、来場者の反応、稼働状況などを検証し、展示内容の改善につなげることができた。また、化粧品に関するプログラムだったため、会場では常に親子連れが列をなし、老若男女問わず多数の嗜好性データを取得することができた。 ○てんしばを運営するB社はラジオ体操inてんしばを実施し、大勢（300名）の客を招くことができ、より一層の認知度向上に役立てることができた。																															
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度																											
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	集客にあたり、従来の紙によるパンフレットから、HPやSNSを活用した広報にシフトしつつあるが、体験プログラム提供事業者の中には依然としてデジタル化に対して苦手意識があり、取り組みが進まない事業所が少なからずある。当イベントを契機として接触を図り、集客に効果的なHPやSNS関連のアプリの活用、商品やサービスの写真のアップや申込受付のオンライン化を勧めるなど、日常の営業に反映するよう促す。																															

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	115.0	支援企業数(実績)	149.0	支援実績率	129.6%	満足率	83.2%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートで、（自社・自店の）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	66.4%	目標達成度	94.9%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートで、（商店街・商店会・商業施設の）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	18.0	支援実績率	120.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	84.5	支援実績率	211.3%	満足率	96.3%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	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%	実績数値	96.3%	目標達成度	137.6%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		西部エリア Amon（えーもん）市		事業番号	7	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2015 年度から		年度まで	11	年 目	※複数年段階的实施事業は 別紙にて計画を提出すること		
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 商店街を核とした集客・認知度アップイベントの支援、周辺店舗と商店街との関係強化、相互販促支援を通じ、商店街と周辺の外部店舗、行政や地域コミュニティの相互協力をさらに強化し、商店街が担うコミュニケーションとイベントスペースとしての有効性を活かした販促支援を行い、商店街を核とした商圏の形成をめざす。 【企業ニーズ】 下記地域の商店街は近隣型、地域密着型商店街が大半であるが、ワンストップ・集客機能の維持と、構成店舗の売り上げ拡大が課題である。							
	211名（令和8年3月31日 現在）	西支部管内（此花・西・港・大正・浪速・西成区）の商店街、協同組合							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	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 【実施内容】近隣区域の複数の商店街で実施しているイベントを同一の情報紙で紹介したことで、当該エリアをワンストップのお買い物ゾーンとして消費者にアピールした。この中で当該エリアに立地する独立系生鮮スーパーの情報発信をサポートし、商店街との連携を促すと共に商店街内で調達できる調理食品、雑貨、そして住民サービスに加えて生鮮3品の買い物が成立することを広く告知した。此花区でのイベントには地域で活動するコミュニティ団体、学校、周辺店舗の出店を配置、実施にあたっては出店からの企画提案を組み込むなどの連携でもって地域全体としての内容の底上げを図った。本年度は万博開催年であったことから、大阪市の商店街団体によるかつての「一国一商店街運動」のような統一盛り上げ企画要素を期待したが、団体からは市域全体での企画はなく、結果的には本商工会議所が独自に用意した100本の幟を提供して万博開催をアピールした。 ②情報紙「Amon（えーもん）」の発行 【事業類型】販路開拓型 【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】 ○西区と港区に所在する11商店街を掲載した、情報紙「Amon」第28号(西区・港区版)を7月19日に25,600部発行し、うち23,600部は西区と港区の全域に新聞折り込みチラシを配布、2,000部は各商店街に掲示するとともに、各商店街内で手配りをした。併せて、ポスター100枚を製作し貼り出すことで、イベントのPRを行った。 ○10月18日には、此花区内の6商店街を掲載した、情報紙「Amon」第29号(此花区版)を15,000部発行し、うち9,200部は此花区全域に新聞折り込みチラシを配布、5,800部は各商店街に掲示するとともに、各商店街内で手配りするとともに、此花区域の小学校に配布して告知に努めた。併せて、ポスター100枚を製作し貼り出すことで、イベントのPRを行った。 ----- ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞							
		③市町村連携	イベントの企画進行に際しては大阪市西区役所と情報を共有しながら、開催当日には西区長が来場して盛り上げに寄与した。港区については区政100周年を告知した。						
		④相談相乗	商店街ほかの各個店に対し、販売促進など課題解決に向けた支援を行った。						
事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	14.0	総支援企業 数(実績)	17.0	支援 実績率	121.4%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	代表指標	アンケートで、売り上げ向上効果、空き店舗の活用、他地域・店舗との連携などにつながったと回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	成果の代表事例	西区で7商店街が参加するイベント「九条フェスタ」においては、情報紙「Amon」による告知と当日の運営支援を実施した結果、「大変集客に有効で効果がある」「たくさんのお客様が来られて大成功でした」とのコメントを得た。							
	その他目標値の実績	目標値 (計画)			目標値 (実績)			目標達成度	
実施 結 果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達してい ない場合は、その理由や今後ど のようにフォローするのか)	今年度は、西区版と港区版を1つの号にまとめ、此花区版と合わせて計2号の情報紙を発行し、新聞折込を実施したほか、ポスター100枚を製作し貼り出すことで、イベントのPRを行った。西区と港区を1つの号にすることで、より広域なエリアをワンストップのお買い物ゾーンとして、紹介することができ、互いに隣の区から集客するなどの相乗効果が得られた。次年度以降も、商店街ごとの細かなニーズを丁寧に聴き取り、適切な支援を実施する。							

事業名		商店街の観光振興と集客支援事業			事業番号	8	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2021 年度から		年度まで	5	年 目	※複数段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 2023年8月の大阪府の外国人延べ宿泊者数は1,704,020人で前年同月比2,694.8%増、19年同月比でも12.0%増、また、大阪市内へのマンション新築・住民回帰が進み、2022年大阪市は9,103人の転入超過となっており、国内外から大阪への人出の回復は、対面販売を基本とする商店街に集客のチャンスをもたらすと同時に、従来と異なる客層への対応という課題をもつづけている。このため、①都心部にとどまらず周辺まで足を運びつつある外国人観光客を取り込むため、商店街の受け入れ環境を整備、観光客のニーズを反映した商店街の魅力を発信する。②商店街近隣の新築マンションなどの新住民を取り込むため、100円商店街などによる集客と販路開拓を行う。 【企業ニーズ】 外国人観光客の恩恵を受けている商店街が都心部にとどまらず周辺まで徐々に拡がりつつあり、国内外からの観光客を顧客として取り込むための環境づくり・集客事業の必要性が高まっている。また、2025年大阪・関西万博に備えた外国人客対応施策も必要であるほか、これまで100円商店街など実施した商店街の多くが継続実施を希望している。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪市内を中心とした商店街、商店街振興組合、商店会、専門店の集まった商業施設（商業ビル、地下街など）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	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した。 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】通年 【実施場所】大阪市内を中心とした商店街、商店街振興組合、商店会、商業施設 【実施内容】 ○東淀川区の3商店街を対象に、事務局機能育成と広報強化などを中心に、1年通じての支援を行った。具体的には、前年の振り返りを経て、商店街イベント開催概要の決定、新たな参加店募集説明会の開催、研修会及び実行委員会等の会議開催、新形式のちらし等作成配布、まちゼミウェブサイトのリニューアル、11月に「第8回東淀川まちゼミ」を実施した。1月に結果検証会を開催した。 ○大阪府下の商店街団体を対象に「100円商店街」を中心とした商店街加盟店舗の販路開拓につながる事業の実施ノウハウについて情報提供するとともに、SNSなどを活用した広報支援を行った。 ○商店街独自で実施する事業についても必要に応じてSNSなどでの広報支援を行った。								
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>								
		③市町村連携	東淀川区役所にてチラシ配布、区掲示板掲載、まちゼミを後援した。 商店街が所在する区の役所と適宜、広報などを連携して実施した。							
④相談相乗	○商店街の各個店に経営支援事業の利用勧奨を行うとともに、指導先に本事業への参加を奨励した。融資や事業計画の策定、セミナー等への参加にもつながった。 ○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た。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。									
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	13.0	総支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	123.1%	満足率	87.5%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートにおいて、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 aument した」のいずれかを回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	81.3%	目標達成度	116.1%			
	成果の代表事例	○東淀川区のまちゼミでは、A店は生活習慣についてレクチャーを受ける講座を実施、店主と参加受講生同士も交流を深め、知名度向上につながった。B店は事業所のサービス体験講座を実施、後日、受講生が有料でサービスを申し込んだため売上増加につながった。 ○100円商店街を行うことで、「店のPRができた」「新規顧客から利用してもらえた」とアンケート回答した商店街が多くあった。グーグルマップ活用支援事業では「情報発信に役立った」とのアンケート回答があった。								
	その他目標値の実績	目標値（計画）	目標値（実績）			目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	○まちゼミは参加店舗を増やして、より多くの受講生を呼び込みまちゼミを活性化させる必要がある。商店会への新規入会店舗に向けて、新規参加店舗募集説明会を実施、SNSで参加店舗募集をPRすることでまちゼミへの参加を促す。 ○100円商店街は賑わい創出には貢献しているものの、マンネリ化や物価高による商品確保が困難であることを課題にあげる商店街もあるので、必要に応じて専門家を派遣するなど、具体的なノウハウを提供する。また、他の商店街の開催事例なども共有する。商店街の情報発信力強化やICT活用についてはグーグルマップや翻訳アプリの活用等、専門家を派遣するなどの支援に取り組む。								

事業名		ミナミ活性化事業			事業番号	9	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2016 年度から		年度まで	10	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	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 大阪ミナミエリアは、コロナ禍を経て、2022年秋ごろから、全国旅行支援などの観光支援策により国内旅行者が増加。また、2023年には新型コロナの類型変更に伴い国内・海外とも観光客が増加し、2024年には2019年の水準に並ぶほどまでに回復した。2025年は大阪・関西万博を機会にさらなるインバウンド需要が見込めるため、観光客のミナミエリアへの誘致と回遊性を高めるために、街の魅力を積極的に発信し、地元団体の取組を支援する。また同時に、来街者に向け大阪・関西万博の魅力を発信し、相乗効果を図る。 【企業ニーズ】 観光客の回復に伴い、団体客を中心にガイドブックの需要が高まっている。また2022年度から作成しているバイリンガル版は、インバウンド向けに特にホテルからの要望が増加している。万博で大阪を訪れた観光客のミナミエリアへの誘致と街中の回遊性を高めるためには継続した情報発信の取組が必要である。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ミナミならびに南船場エリアの商店街（千日前道具屋筋商店街振興組合、道頓堀商店会、戎橋筋商店街振興組合、心斎橋筋商店街振興組合、せんば心斎橋筋商店街、心斎橋北商店街振興組合、宗右衛門町商店街振興組合 他）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	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 【事業類型】販路開拓型 【実施内容】イベント連携の中心となっている(一社)大阪活性化事業実行委員会、地域の商店街連携の組織であるいっとこミナミ実行委員会、中央区役所、各商店街などと連携し、各イベントの企画・実施、PRならびに地域の商店街の情報発信支援を行った。 ①ミナミならびに船場エリアの魅力ある買い物や食、イベント、ライブ・エンターテインメント情報を集め、地元商店街と連携して、地元だからこそ作成できるガイドブック「OSAKA MINAMI MAP」を発行した。インバウンドに対応するため、日本語版、英語版（印刷物およびデータ）、中国簡体語版と韓国語版（データのみ）を作成し、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た。また、別途チラシを作成し、QRコードを活用して、各商店街や店舗、ミナミの情報を発信するWebサイトへの動線を確保、インターネットとの親和性を高め、より効果的かつ持続的な集客につながるよう取り組んだ。 ②大阪・関西万博の機運醸成を図るため、最新の万博情報をガイドブックの内容に盛り込むことで、万博と共に発展を目指す地元商店街への集客との相乗効果を図った。 ③なんば広場、とんぼりリバーウォークなどで開催されるイベント（5月3日、4日「道頓堀春フェス」、7月12日、13日「大阪ミナミ夏祭り&にぎわいスクエア」、11月15日、16日「みなみフェス」）に地元団体・区役所とともに参画（ブース出展し、ミナミを紹介する各種パンフレット配布を通じた情報発信を実施）するなどし、万博の機運醸成及び地元商店街への集客を図った。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
	③市町村連携	中央区役所と連携して、ミナミで開催される3つのイベントに参画した（ブース出展）。 情報発信、地域の商店街などへの集客支援を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	8.0	総支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	125.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	商店街へのアンケートで、「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に（やや役立った）（役立った）」と評価した割合						
		数値目標	80%		実績数値	100.0%		目標達成度	125.0%
	成果の代表事例	○地元商店街からは、事業実施前と比べて来街者・売上ともに増えたという声があり、「他県からの評価が高い」「特に英語版に関心がある」といった意見もあった。 ○ミナミエリアのほとんどが網羅されていて、裏なんばまで分かりやすく掲載されていると評価された。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	○物価上昇、印刷費の高騰により印刷部数を減らさざるを得なかった。 ○MAPを手にした外国人旅行者が実際に掲載されている店舗に行きたくなるよう工夫する余地がある。 ○次年度は、より来街者数や売上向上につながるようデジタル（WEB等）をうまく活用した取り組みを行う方針である。							

事業名		大阪市東部商店街にぎわい創出事業			事業番号	10	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2018 年度から			年度まで	8	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 京橋(都島区・城東区)をはじめとして当該エリアの商店街は2025年大阪・関西万博に対する地域経済・産業の起爆剤としての期待が高く、機運醸成に向けたイベントを実施している。本事業は、万博開催にあわせて「京橋・がもよん」が国内外からのインバウンドの受け皿となるよう、集客支援イベントなどを実施するとともに、地域の魅力・情報を発信するものである。 【企業ニーズ】 個店及び商店街へのヒアリングでは、地元住民の集客やインバウンド取り込みをはじめとする販路拡大に対する要望が非常に強い。また、地元商店街振興団体からイベントなどの活性化事業や万博関連イベントを本商工会議所に望む声大きい。							
	211名(令和8年3月31日現在)	都島区(京橋)および城東区(蒲生四丁目：がもよん)の商店街地域を中心とした個店・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	大人が楽しめる！京橋・がもよんオススメ体験2025 【事業類型】販路開拓型 【実施場所】都島区(京橋)および城東区(蒲生四丁目)の商店街地域 【実施時期】9月14日～10月13日(Webサイト公開：7月) 【実施内容】大人が楽しめる体験プログラムを50以上実施した。フラワーアレンジメント、ワインや地酒の飲み比べ、水彩画・書道、美味しいコーヒーの煎れ方、ものづくりの体験、パステルアートなど、可能であれば万博にちなんだプログラムを実施。本事業は、大阪・関西万博に向け、毎年体験プログラムに参加する店舗を増やしていくことで機運を盛り上げた。最終年は万博のフィナーレの盛り上げに向けて、実施期間を万博開催の最終月に合わせ、またパンフレットも万博のキャラクターであるミャクミャク等を使用し、機運の醸成を図った。							
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>							
		③市町村連携	実施商店街の近くの都島区役所および城東区役所と連携し、当イベント等を区報等で告知してもらい、地元への周知ができた。これにより、地域一体型のイベントができた。						
④相談相乗	京橋エリア、蒲生四丁目エリアの商店街の各団体や事業者との距離が近くなり、各団体のお困りごと相談以外にも個店の各種相談を受け付けた。								
事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	50.0	総支援企業数(実績)	55.0	支援実績率	110.0%	満足率	87.3%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	実施後のアンケートで、PR・情報発信や地域のにぎわいなどにつながった旨を回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	94.5%	目標達成度	135.0%		
	成果の代表事例	参加事業者から「SNSの閲覧数が増えた」、「イベントから通常の予約につながった」、「自店について考え直すきっかけとなった」と販路拡大につながる効果を得たとの声が寄せられた。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)				目標値(実績)			目標達成度
実施結果	課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	昨年度と比較すると満足度がやや低下した。昨年度よりもイベントが認知され、来客が増加したものの、出展企業が増加するにつれて、来客がない店舗なども複数あった。「イベントの周知が弱い」という声もいただいているので、近隣住民への周知方法の改善が必要と思われる。広報についても見直しを行う。また、より体験に来てもらいやすいプログラムにしてみようべく、募集時にプログラム構築のポイントなどを周知できるようさらなる改善を図っていく。							

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	II	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2020 年度から		年度まで	6	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 近年の深刻な人手不足により、経営者や部門担当者の業務負担が大きくなっており、デジタル化による間接業務の負担軽減が不可欠である。小規模事業者などへ無料もしくは安価なアプリやクラウドサービスなどのIT導入を支援し、業務効率化と生産性向上による売上向上に寄与する。IT導入補助金や補助金を活用したデジタル化についても提案を行うため、ITに大きな投資ができない小規模事業者へのデジタル化の推進につながる。また、省力化、省人化だけではなく、デジタル化による「稼ぐ力の向上」も図るため、デジタル化による集客についての勉強会も開催し、各事業者が独自でITを活用し、販路を切り開いていくことができるよう支援する。 【企業ニーズ】 2024年中小企業白書・小規模事業白書によると、売上高が新型コロナウイルスの影響による落ち込みから回復する中で、より人手不足が深刻化しており、DXに向けた取組に着手する企業は年々増加している。特に「デジタル化による業務効率化などに取り組む」段階の事業者が、2019年から3倍近い水準まで増加し、ニーズが拡大している。本事業はIT導入補助金や補助金を活用したデジタル化も提案できるため、ITに大きな投資ができない小規模事業者からの要望が非常に高い。また、本事業を無料で利用できる点も高く評価されている。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	IT導入による業務の効率化や、ITを活用して新たな利益を生むビジネスモデルの構築を希望する中小企業・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ① IT導入状況についてのヒアリング 【事業類型】独自提案型 【実施内容】5支部の経営指導員がヒアリングシートを用いて、小規模事業者等のIT活用状況、問題点、経営課題などを把握し、支援ニーズを集めた。※実績：ヒアリングシート回答件数：313件 ②専門家によるIT導入支援 【事業類型】独自提案型 【実施内容】ヒアリングシートをもとに、支援を希望する事業者に対しては、「IT・ビジネスアプリ導入サポートデスク」のコーディネーターが事業所を訪問、IT導入に向けての環境確認、優先課題の抽出を行った上で、現有人材や課題、コストなどを踏まえ、最適なアプリやクラウドサービスなどの提案と初期設定までの支援を行った。※実績：89社 アプリ導入件数：64社 ③SNS戦略勉強会 【事業類型】人材交流型 【実施内容】10月3日「SNS運用をAIでもっと楽にする！」（46社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞							
		②広域連携	本商工会議所ホームページやメールマガジンなどで案内したことで府内全域からの集客を図った。参加者のうち、13社が大阪市外からの参加となった。						
		④相談相乗	ヒアリングシートの実施先で支援を求める事業者については、面談時に小規模事業者持続化補助金やIT導入補助金も紹介し、アプリやクラウドサービス導入に係る経費の補助金申請については、本商工会議所の専門相談や各支部で対応するなど、経営相談と本事業との相乗効果を図った。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	350.0	総支援企業数(実績)	448.0	支援実績率	128.0%	満足率	97.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	I T 導入に着手する事業者数						
		数値目標	60社	実績数値	89社	目標達成度	148.3%		
	成果の代表事例	○飲食業のA社は、経営計画等に基づき必要なIT・ビジネスアプリを取捨選択し、店舗会計業務にクラウドレジシステムを導入した。結果として、開店時の初期費用と店舗運営を行う上での間接業務を削減できた。 ○小売業（和菓子）のB社は、SNSやWEBマップによる実店舗への新規集客と、既存顧客をECサイトに誘導するためのHP改善を支援した。結果として、SNS経由の新規来客や売上が増加した。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	本デスクでは2026年度も引き続きこれらのIT支援を継続する。特に事務作業時間の削減やインボイス制度に対応する会計ソフトやクラウド会計の導入、人材採用難でのAIを活用した間接業務の効率化など、IT導入補助金や小規模事業者持続化補助金の活用も併せて、中小企業者の生産性向上に向けて総合的に支援していく。また、導入したITツールが定着し継続して活用できる力を養う実践型のワークショップを実施する。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	250.0	支援企業数(実績)	313.0	支援実績率	125.2%	満足率	-
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	「IT導入ヒアリングシート」の回収数						
		数値目標	250	実績数値	313	目標達成度	125.2%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60.0	支援企業数(実績)	89.0	支援実績率	148.3%	満足率	97.8%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	IT導入に着手する事業者数						
		数値目標	60	実績数値	89社	目標達成度	148.3%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	46.0	支援実績率	115.0%	満足率	95.7%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、勉強会で得た情報やノウハウ・人脈を今後のIT活用に役立てると回答した割合						
		数値目標	75%	実績数値	97.8%	目標達成度	130.4%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		海外市場開拓支援事業		事業番号	12	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度から		年度まで	16	年 目	※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 日本国内の市場規模縮小という課題が続く中で、2020年に発効したRCEPを始めとした各種協定により、農林水産品、工業製品など幅広い分野で関税の削減または撤廃が進んでおり、海外ビジネスに取り組みやすい環境が整いつつある。また、2025年度は、大阪・関西万博を契機に多数の国・地域からの来訪者が想定されており、在阪中小企業にとって、海外のビジネスに取り組む絶好の機会となりうる。しかし、資金面や人的資源の制約という課題を抱える中小企業にとって、海外ビジネスへの取り組み・拡大は容易ではない。また、海外の先端技術を保有する企業との連携を通じた、オープンイノベーションによる大阪経済の活性化も必要とされており、海外企業との情報交換やマッチングが求められる。ついては、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はもとより2次進出も含めて支援してきた本商工会議所の知見を活かし、オンラインも活用しながら、海外ビジネス事情やFTA/EPA活用などに関する情報提供、個別相談、海外展開に資する国内外のバイヤーや企業との商談などの事業を通じて、海外ビジネスがスムーズに行えるよう支援する。 【企業ニーズ】 本商工会議所の海外ビジネスに関心を持つメール登録者は現在約10,000人。その他のデータベースとして、アセアン、中国、国際オープンイノベーション関心企業、海外進出関心スタートアップ、輸出企業、輸入企業、SDGs/ESG等、関心企業のデータベースを保有している。今後も、中国や韓国等、大阪の主要な貿易国を中心に、海外との物的取引が引き続き活発化することが予想され、日本商品への関心が高い中国やアジア各国、欧米諸国とのビジネス交流を望む声が少なくない。また、国内市場の縮小、若年労働力の確保難などの状況下、引き続きアセアンや中国に関する情報の提供を望む声も多い。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	海外ビジネスに関心を持つ中小企業・小規模事業者 ※日本とFTA/EPAを締結している各国とのビジネス交流をめざす事業者に特に積極的に支援を行う。(食品、機械、繊維(素材、製品))					
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①海外市場開拓プログラム(販路開拓型) ※カッコ内は支援企業数 5月12日「Korea-Japan Business Connect」(3社) 6月25日「マレーシアヘルスケア・ウェルネスビジネス商談会」(12社) 6月27日「マレーシア食品輸入商談会」(5社) 7月8日～9日「タイビューティー&ウェルネス製品商談会」(30社) 7月9日「フィリピン商談会2025 in 大阪(ジェグテック商談会)」(10社) 9月4日「韓国輸入企業との商談会」(15社) 9月4日「英・テムズバレー企業との商談会」(7社) 10月22日～31日「大阪港輸出商談会」(12社) 11月12日「食輸出商談会(KIX AIRCARGOMEETING)」(9社) ②海外ビジネス勉強会(人材交流型) 5月16日「ベトナム企業経営者とのビジネス交流会」(24社) 5月27日「日本式経営を実践するラオス企業経営者とのビジネス交流会」(12社) ③海外ビジネスに関する個別相談(人材交流型) EPA(経済連携協定)活用貿易相談(932社) 中国ビジネス無料個別相談(38社) アセアン個別相談会(20社) ④海外ビジネスワンストップサービス事業(人材育成型) 5月19日「トランプ政権下における米国ビジネスのポイント セミナー」(2社) 5月22日「2025ベトナム南部ピンフック省投資環境セミナー」(2社) 6月11日「インドネシア-日本貿易&経済政策最新セミナー」(5.5社) 6月12日「日印間における人材交流・協力セミナー」(13.5社) 7月9日「フィリピン投資環境セミナー」(11社) 7月22日「次期万博開催国“サウジアラビア”の最新動向セミナー」(43社) 7月24日「コロンビア投資セミナー」(5社) 7月27日「モンゴル・日本ビジネスセミナー」(8社) 7月28日「フィリピン投資フォーラム in 大阪」(10.5社) 7月29日「テムズバレーセミナー」(8社) 8月1日「中国進出企業の経営戦略セミナー」(35社) 8月7日「アセアンビジネスフォーラム」(23社) 9月4日「英国Day ビジネスフォーラム」(17社) 9月11日「海外でのビジネス活動における投資先国との紛争解決のツール：ICSID仲裁・調停のキーポイント」(5社) 9月11日「バングラデシュ経済・現地人材視察団 参加者募集説明会」(16.5社) 9月21日「クロアチアビジネスフォーラム」(30.5社) 9月25日「外国人留学生採用ノウハウセミナー」(26.5社) 10月1日「バングラデシュ・ビジネス動向セミナー&ネットワーキング」(13.5社) 10月8日「セミナー&ビジネスマッチング：タイ東部経済回廊（EEC）におけるビジネス機会」(8.5社) 10月23日「EPA活用実務勉強会入門編」(77.5社) 11月12日「KIX食輸出セミナー」(5.5社) 11月13日「フィリピンビジネスフォーラム2025」(24社) 12月12日「インド製造業セミナー」(14社) 11月14日「EPA活用実務勉強会実務編」(68.5社) 12月18日「AI活用セミナー」(88.5社) 12月10日「EPA活用実務勉強会特別編」(81.5社) 2月13日「パキスタン人材セミナー」(14社) 3月11日「アフリカビジネス勉強会」(20社)					

		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	大阪産業局による大阪・関西海外ビジネス支援　大相談会において連携機会を設けた他、一部セミナーにおいては共催の上、事業を実施。また、相談案件を大阪産業局と共有し、同局キャラバン事業と連携した。同事業において、大阪産業局の各種事業紹介を行った。						
		②広域連携	参加募集にあたっては独自の広域的な関心企業リストなどを活用した。各種事業において、近畿経済産業局や大阪産業局からも案内を行い、府内企業を中心に幅広く広報活動を行った。また、食輸出関連事業については、関西エアポートをはじめ、共催・協力団体とともに、メールやHPにて幅広く参加企業を募集した。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	1,660.0	総支援企業数(実績)	1,800.5	支援実績率	108.5%	満足率	97.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	代表指標	アンケートにおいて、セミナーなどで得た情報やノウハウを事業戦略に活かすと回答した企業の割合						
		数値目標	75%	実績数値	96.6%	目標達成度	128.8%		
	成果の代表事例	○「タイビューティー&ウェルネス製品商談会」において、アジアンSPAを経営する店舗がタイのスキンケア製造販売業者よりマッサージオイルを1,300本受注した。 ○「食輸出商談会（KIX AIRCARGOMEETING）」において、こめ油の製造、販売を手掛ける企業がマレーシアのレストラン等食品卸との商談を通じ300万円の成約（輸出） ○EPA活用勉強会では、実例などを用いた説明が分かりやすかった、これまで敬遠していた部分があったが知識をつけて積極的に取り組んでいきたい、といった感想が寄せられた。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	○人材不足の課題のもと、各社の業務多忙により、イベント参加のハードルが上昇している。オンライン方式での開催で利便性を高めているが、対面形式での開催を望む声も根強い。参加者の希望に沿った形式でイベントを実施していく。また、万博への来阪者増加に対応し、大阪企業とのビジネス交流が深まるよう取り組む。 ○RCEP等の貿易協定については、手続きの煩雑さや現地税関等とのトラブルリスク懸念から、活用を敬遠する企業が多い。個別に相談対応し、具体的な進め方やメリット・デメリットを明確に説明することで、協定活用への検討を促していく。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	65.0	支援企業数(実績)	103.0	支援実績率	158.5%	満足率	86.4%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	商談社数						
		数値目標	100	実績数値	169.0	目標達成度	169.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	36.0	支援実績率	80.0%	満足率	72.2%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、（得た情報をもとに）海外ビジネスにさらに取り組むと回答した企業の割合						
		数値目標	75%	実績数値	94.4%	目標達成度	125.9%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	800.0	支援企業数(実績)	984.0	支援実績率	123.0%	満足率	99.9%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	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%	実績数値	77.8%	目標達成度	103.8%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	750.0	支援企業数(実績)	677.5	支援実績率	90.3%	満足率	95.6%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、（得た情報をもとに）海外ビジネスにさらに取り組むと回答した企業の割合						
		数値目標	75%	実績数値	96.6%	目標達成度	128.7%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		大阪勤業展			事業番号	13	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2010 年度から		年度まで	16	年 目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 中小企業の今後のさらなる成長を促すために提携先開拓による新たな事業分野への進出や販路拡大が肝要となる。本展示商談会は、展示商談会への出展経験が少ない事業者を中心に、普段出会う機会のない他業種の企業との商談や情報交換をフェイストウフェイスで行う機会を提供し、販路拡大や異業種間での交流を促すことで、地域経済の活性化に資する。 【企業ニーズ】 2024年度出展者（359社）のうち76.9%（276社）からプラス評価を得ている(内訳：満足20.9%（75社）、やや満足56.0%（201社）)							
	211名（令和8年3月31日現在）	大阪府内の中小企業（企業間取引などを希望することが前提のため、出展者は小売業などは除く）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	多業種型総合展示商談会「大阪勤業展2025」 【事業手法】販路開拓型 【実施場所】マイドームおおさか 1～3階展示ホール 【実施時期】12月3日・4日 【実施内容】大阪府内全ての商工会議所・商工会と協力して出展者を4月下旬～6月上旬に募集。主催・共催団体による出展選考会を経て出展を決定。開催の2か月後には、出展企業に対して、商談成約件数・商談成約合計金額をたずねるフォローアップ調査を実施した。出展者数：358企業・団体（大阪府外・大企業を一部含む）支援企業数300社 -----事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載-----							
		②広域連携	大阪府内の商工会議所・商工会を共催団体とし、これらの団体と連携して出展者募集・来場促進を行った。						
		④相談相乗	大阪勤業展への参加を契機として、販路開拓支援が展開できる。あるいは販路開拓の個社支援を行う中で大阪勤業展への参加を勧めることができる。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	300.0	総支援企業数(実績)	300.0	支援実績率	100.0%	満足率	80.7%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	代表指標	商談件数						
		数値目標	2,600件	実績数値	1,844件	目標達成度	70.9%		
	成果の代表事例	成約金額・件数のいずれも大きい事例として、A社が雑貨等受注100件で計1,000万円。 1案件の成約額が大きい事例として、B社がAI関連の受注で900万円。 成約件数が多い事例として、C社が設備更新等受注15件で約350万円。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）	20,000	目標値（実績）	17,613	目標達成度	88.1%		
名刺交換社数									
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	課題：来場者数のさらなる増加。商談成約件数・商談成約合計金額の増加 対策：2025年度の特設事情として、万博会期を避けて12月の開催としたため、来場者が集まりにくかった面がある（アンケートでも指摘あり）。また年度内に成果レポート・実績報告書を作成する都合上、フォローアップ調査を開催2か月後（例年は3か月後）とせざるをえず、しかもその間に年末年始休みを挟むため、成果を十分に把握しきれなかった面は否めない（自由記述欄に「商談中」との記載も多く見られた）。2026年度は10月開催に戻るため、これら問題点はある程度解消されると思われる。加えて、引き続き、大阪府内の各商工会議所・商工会へチラシ・DMなどのさらなる広報協力を依頼する。集客広報を行うにあたって、購買・調達担当者の目に触れるような引き続き検討し、実施する。							

事業名		大手流通業等への販路開拓支援事業			事業番号	14	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2015 年度から		年度まで	11	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 中小・小規模の製造業、卸売業者が、大手流通業と商談を行う機会は限られている。本事業の実施により、多数の大手流通業のバイヤーと効率的に直接商談をし、かつ自社商品についての意見やアドバイスを聞くことができる機会を提供し、販路の拡大や自社の商品開発力の向上を支援する。 【企業ニーズ】 商談会参加者へのアンケート調査では、売り手企業・買い手企業とも毎回満足度が80%を超えており、大手流通業者、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。								
	211名（令和8年3月31日現在）	大手流通業などと取引を望む中小企業・小規模事業者（製造業、卸売業）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①大規模商談会「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」 【事業類型】販路開拓型 【実施時期】11月14日 【実施場所】マイドームおおさか 【実施方法】対面型 【実施内容】＜売り手企業＞全国42の都道府県から620社911人名参加、うち支援企業数285社 ＜買い手企業＞84社（百貨店12社、スーパー16社、通信販売18社、生活協同組合4組合、コンビニエンスストア2社、ホームセンター3社、専門店など22社、外食・ホテル3社、海外企業4社 ＜成果＞商談件数5460件。うち、商談継続・成約可能性あり件数1443件 ②個別商談会（「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」） 【事業類型】販路開拓型 【実施内容】 7月3日 ロイヤルホームセンター(34社) 7月10日 G7ジャパンフードサービス(7社) 7月11日 寺内(7社) 7月17日 平和堂(11社) 7月23日 キリン堂(27社) 7月29日 ゴダイ(6社) 7月31日 快適生活(20社) 8月5日 コーナン商事(22社) 1月23日 吉本興業(29社) ＜成果＞商談件数235件。うち、商談継続・成約可能性あり件数117件 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞								
		②広域連携	本商工会議所機関紙、大阪府内企業へのメルマガでの案内、各種セミナーでの案内状配布。D－FAX、WEB-FAXシステム活用による大阪府内企業への案内。「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」等販路開拓事業に参加した企業へのDM送付。在阪の各県事務所へのPR依頼。全国の商工会議所、商工会への同事業のPR依頼。							
④相談相乗		相談支援先に商談会への参加を勧めることで、販路開拓支援のひとつとした。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	490.0	総支援企業数(実績)	448.0	支援実績率	91.4%	満足率	92.2%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	代表指標	全商談件数（大阪府外の企業も含む）							
		数値目標	5,000件	実績数値	5,695件	目標達成度	113.9%			
	成果の代表事例	各商談会開催当日の商談総数5,695件のうち1,560件が商談継続・成約の可能性ありとの回答を得ることができ、総商談数の27.3%が今後の販路開拓につながる可能性があった。また実際に大手スーパーや、通販会社と参加売り手企業との成約事例もあった。								
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	引き続き販路拡大を目指す大阪府内の売り手企業にとって魅力的な流通業バイヤーを招請する。流通業以外にも商談希望が強い買い手企業(宿泊・サービス・外食等)があれば、仕入れ担当者を招いての商談会を行う。また、商談の質向上のため、買い手・売り手それぞれに下記の案内をする。 買い手：参加バイヤー人数の確保・仕入方針や仕入れ商材を具体的にしよう協力を仰ぐ 売り手：「自社PR用紙」を詳しく記入したうえで商談会に持参するよう案内する								

事業名		MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム		事業番号	15	新規/継続	継続			
想定する実施期間		2017 年度から		年度まで	9	年 目	※複数段階的実施事業は 別紙にて計画を提出すること			
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 国内外の大企業と中小企業、スタートアップ、大学や研究機関などがチームを組み、材料・部材や要素製品、さらには機器間を制御するシステムなど互いの優れた技術・ノウハウを結び付けるビジネスマッチング方式の共同開発をめざす。分野を限らず、幅広い分野において、ハイエンド技術の開発、製品の創出を目指す「開発型プラットフォーム」としての機能を高める。 【企業ニーズ】 昨今、自社の保有する資源・技術のみを用いて製品開発などを行う「自前主義」を脱却し、戦略的に組織外の知識や技術を積極的に取り込むオープンイノベーションの取り組みが注目を集めており、専属部署を立ち上げる企業も増えてきている。一方、独力ではなかなか大企業や海外企業とつながりを持ってない中小企業にとっては、こうした機会を利用することによって、大企業等の担当者との直接のやり取りが実現できるため、オープンイノベーションへの期待度は高い。大手企業等と中小のどちらの立場からも、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。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	オープンイノベーションによる新規製品・技術開発をめざす事業所など								
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 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 【実施内容】7月31日「中堅・中小企業のためのオープンイノベーション促進セミナー」（30.5社）、8月19日～8月29日「中堅・中小企業のためのオープンイノベーション促進セミナー アーカイブ配信」（17社）、12月18日「中堅・中小企業のための技術提案力向上セミナー」（13社）、1月15日～1月30日「中堅・中小企業のための技術提案力向上セミナー アーカイブ配信」（13社） 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 【実施内容】7月14日「MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム 技術ニーズ説明会～大阪ガスとライオン～」(75社)、12月8日「MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム 技術ニーズ説明会 withローム・リョービ」（42.5社） ③技術シーズ商談会 シーズ説明会 【事業類型】人材育成型 【実施内容】9月24日「第1回技術シーズ商談会」（43社）、11月27日「第2回技術シーズ商談会」（35.5社） ④海外シーズマッチング会 【事業類型】人材育成型 【実施内容】2月9日「海外シーズマッチング会」（8社） ⑤技術ニーズマッチング ビジネスマッチング 【事業類型】販路開拓型 【実施内容】8～9月「大阪ガスとのビジネスマッチング会」（7社）、9～10月「ライオンとのビジネスマッチング会」（5社）、2～3月「ロームとのビジネスマッチング会」（3社）、3月「リョービとのビジネスマッチング会」（6社） ⑥技術シーズ商談会 個別商談会 【事業類型】販路開拓型 【実施内容】11～12月「第1回技術シーズ商談会」個別商談会（6社）、1月～3月「第2回技術シーズ商談会」個別商談会（4社） ⑦海外シーズマッチング会 【事業類型】販路開拓型 【実施内容】3月12日「Xvision AIとの個別商談会」（1社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞								
		①府施策連携	(局-3：ものづくり支援拠点（MOBIO）連携推進事業） 大阪産業局MOBIO事業部と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報に協力を得た。大阪府主催の事業「セミオープン型オープンイノベーション」（大阪府産業創造課が主催、大阪商工会議所が共催）への参加者や関係者に対して、本事業を紹介してもらうなど、両者の事業を相互広報する形で連携を行った。							
		②広域連携	MOBIO・大阪府産業創造課のネットワークを利用して広報を行ったほか、府内金融機関・支援機関（大阪産業局他）・業界団体等に「協力支援機関」として登録してもらい、メール配信やチラシの配布など関係企業への広報協力を依頼した。また、共催している府内の各商工会議所ネットワークを生かした広域での広報（チラシ、メール等）を行った。							
事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	510.0	総支援企業 数(実績)	309.5	支援 実績率	60.7%	満足率	95.3%	
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	代表指標	商談マッチング（引き合わせ）数							
		数値目標	60件	実績数値	34件	目標達成度	56.7%			
	成果の代表事例	技術ニーズマッチングでは、年間を通して延べ260人（対象外も含む）が説明会に参加、延べ87件のエントリーがあり、51件の面談を行った。技術シーズ商談会/海外シーズマッチング会では、年間を通して延べ202人が説明会に参加、延べ19件のエントリーがあり、18件の商談を行った。								
	その他目標値の実績	目標値 (計画)				目標値 (実績)			目標達成度	

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	○技術ニーズ説明会は、新たな参加者層を獲得するため、初登壇企業の探索を続けた結果、2社（ライオン、リョービ）の登壇がなかった。情報収集を目的とした公的機関・支援機関の参加者や府内に拠点を持たない企業も多く、支援対象数の目標値には届かなかった。次年度以降は、協力支援機関への広報依頼を強化するとともに、特に府内で連携している商工会議所や支援機関には、ニーズに合った企業への個別声掛けを依頼する。 ○技術シーズ商談会等では、大企業に加えて関西に拠点を置くスタートアップ企業や、大阪・関西万博に出展した研究機関、海外のスタートアップなどが持つ技術を発表いただき、前年度より支援対象数を増加することができた。しかし、府外や大企業の参加も多く目標値は未達となった。次年度は効果的な広報、関係機関との連携強化を通して、府内中小企業の参加と提案を促進する。 ○オープンイノベーションセミナーでは、本フォーラムに参加し成果がでた中小企業に登壇していただき、フォーラム活用のきっかけづくりを行うなどの工夫を行ったが、支援企業数の目標値には届かなかった。次年度は、オープンイノベーションに取り組む前の（取り組みたい）企業も参加しやすいような企画を検討する。
------	--	---

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	450.0	支援企業数(実績)	277.5	支援実績率	61.7%	満足率	95.5%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、当該事業で得た情報を事業展開の参考にすると回答した企業の割合						
		数値目標	85%	実績数値	97.0%	目標達成度	114.1%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60.0	支援企業数(実績)	32.0	支援実績率	53.3%	満足率	93.8%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	商談マッチング（引き合わせ）数						
		数値目標	60	実績数値	34	目標達成度	56.7%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			

事業名		大阪クリエイティブフェア			事業番号	16	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2013 年度から		年度まで	13	年 目	※複数年段階的実施事業は 別紙にて計画を提出すること		
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 才能あるプロダクトデザイナー・クリエイターをはじめ、デザイン性の高いリビング用品などを製造・販売しているが、規模が小さいために認知向上や販路開拓に苦戦している、在阪もしくは大阪にゆかりのある、新たな取り組みへの意欲の高い中小・小規模企業を発掘し、百貨店などの展示・販売イベントへ出店する機会を提供する。当該催事期間中の売上増だけでなく、消費者や業界関係者への認知度向上、今後の取引拡大や販路開拓につなげていく。さらに、一般消費者と普段接触する機会がないプロダクトデザイナーやメーカーなどが、催事期間中の接客を通じて来場客のニーズなどを直接把握できるので、エンドユーザーを意識した新製品の企画や開発などにつながることも期待できる。また、優秀なプロダクトデザイナーや中小・小規模企業の成長を促し、業界全体の活性化につなげるだけでなく、商品や出展者の「大阪らしさ」をPRできるよう注力する。 【企業ニーズ】 取引拡大、販路開拓をめざす出展申し込みは、2022年度53社、2023年度54社、2024年度52社であり、2023年度出展者アンケートでは、支援企業27社中24社から満足・やや満足の回答を得た。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に大阪府内のプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨、食品の製造業者・卸売業者・小売業者など							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	大阪にゆかりのあるプロダクトデザイナー・クリエイターなどのデザインや感性の優れた製品・商品の展示販売会を開催 【事業類型】ハンズオン型 【実施内容】 6月下旬 出展者募集 8月22日 1次（書類）審査 9月4日 2次（現物）審査 9月16日 出展者個別面談（近鉄百貨店から大手百貨店で販売する上で必要となる商品表示や価格表示、販売商品選択、陳列、什器備品、関連法規、品質規格・表示管理基準等に関する支援・助言）など 11月5日～11日 近鉄百貨店あべのハルカスにて開催（一般消費者への販売行為。一般客、専門事業者からの反応を確認する機会、意見を直接聞く機会、会社のPRの機会、従業員の士気向上・人材育成の機会の提供） <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	（局-4：中小企業における自社商品開発の促進（「大阪製ブランド認定事業」ほか）） 2022年度より出展料無料となる大阪府の認定企業を「大阪製ブランド」「大阪産(もん)」「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」「地域団体 商標登録産品を用いた製品または加工品の出展企業」に拡大しており、(公財)大阪産業局MOBIO事業部及び大阪府の協力のもと、大阪製ブランド認定事業者等、該当事業者に案内した。						
②広域連携		大阪府内の商工会議所・商工会の会員も出展料を無料とし、協力を依頼したほか、府内のリビング関連メーカーへの案内、デザイン関連団体などに加盟企業への周知を依頼した。							
事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	24.0	総支援企業 数(実績)	34.0	支援 実績率	141.7%	満足率	97.1%
	目標の達成度 （支援企業を どう変化させる ことができたか）	代表指標	売上合計						
		数値目標	460万円		実績数値	989.3万円		目標達成度	215.1%
	成果の代表事例	【A社】百貨店の催事出店は初めてであったが、経験のある出展者から接客技術や効果的な展示方法など多くを学びがあった。また、百貨店担当者より販売方法についての助言もあり、百貨店販売におけるノウハウ蓄積の貴重な機会となった。 【B社】お客様から欲しい商品についてや改善要望点など意見を聞くことができ、新商品開発のアイデアを得ることができた。またバイヤーより声掛けもあり販路拡大につながった。 【C社】昨今、健康志向が高まっていることから無添加の商品を求めている方が多く、新たな顧客獲得につながった。また自然派、健康志向のスーパーとの商談がまとまり販路拡大の絶好の機会となった。							
	その他目標値の実績	目標値 （計画）	1,700		目標値 （実績）	4,149		目標達成度	244.1%
商品購入件数									

実施 結 果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達していな い場合は、その理由や今後ど のようにフォローするのか)	○出展企業の募集 応募数が前年度に比べ約1.5倍となり、大阪・関西万博へ向けて「大阪みやげ」を意識して商品づくりをしていた事業者が多かったようで新規の応募企業が大幅に増加した。また審査を通過した企業も昨年度を上回り、過去最高の出店者数となった。引き続き、(公財)大阪産業局MOBIO事業部及び大阪府との連携はもとより、府内の商工会議所、商工会等に協力をお願いするほか、リビング関係の展示商談会等に出向き、魅力ある企業の発掘に努める。 ○集客 ワークショップの人気は高く集客効果もあるが、体験場所が売り場とは別途必要となるため、売り場面積の割り当て上、百貨店が難色を示すことが多い。百貨店の許可を得られるよう実現に向けて積極的に働きかける。併設催事についてもより集客が見込まれるものとなるよう百貨店側に働きかける。またSNS発信についてはInstagramに加え、今年度より新たにFacebook、ThreadsのSNSアカウントを作成し、開催前・開催中に複数回、出展者情報を発信し告知に努めた。引き続き、SNSでより効果的な情報発信を行うことができるよう各出展者とも連携を取っていく。 ○大阪らしさ 大阪製ブランド等との連携を一層強化する。次年度以降も大阪府認定企業(大阪製ブランド、大阪産、大阪商品計画、大阪の伝統工芸品、地域ブランド商標登録商品)に対する出展料無料のインセンティブの継続を検討する。 ○売上拡大 催事の展開面積が前年度より広がったことにより出展者数も増加となり売上も増加したので、今後も売り場面積を多く提供してもらうことと、客導線から大きく外れる売り場が発生しないよう百貨店に働きかける。
--------------	--	--

事業名		デザイン経営による自社商品開発支援事業		事業番号	17	新規/継続	継続						
想定する実施期間		2018 年度から 年度まで		8	年 目	※複数年段階的实施事業は 別紙にて計画を提出すること							
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 中小事業者の高付加価値商品の企画開発と脱下請け、収益力の向上を支援することが目的である。原材料の高騰下において価格決定力を持つため、自社商品の企画開発を検討する中小製造業者などが商流を見据えた商品開発の流れを実践的に学び、中長期的に独自で販路を切り開いていく商品展開ができるよう、商品化から販路開拓・プロモーションまでをワンストップで支援する。 【企業ニーズ】 2024年中小企業白書・小規模事業白書によると、2019年度と比較して2023年度の顧客が増加する見通しの事業者が行う販路開拓に向けた取り組みは、「新規製品・商品・サービスの開発・投入」（全体の48.5%）が最も多い。そこで、本商工会議所が新たな製品やサービス開発においての課題である「知識・ノウハウ」について情報提供し、伴走支援する。											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「自社商品の企画開発に際して、関心があるがその方法が分からない」「新商品開発には意欲的だが、商品の売り方についてノウハウが蓄積されておらず、プロダクトアウトな開発になる」「下請けから脱却し、経営の安定や若手人材採用を強化したい」などの課題がある 大阪府内の中小・小規模の製造事業者約18,000社											
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①「 <u>先行事業者によるセミナー・交流会</u> 」 【事業類型】人材交流型 【実施内容】 8月22日「熱量と共創が組織を動かす——その挑戦は、どう壁を越えたのか 商品開発のためのブランディングセミナー」（41社）、大阪産業局デザイン活用支援oidc主催「個別デザイン相談会」へのつなぎ（11社） ワークショップ、登壇者を交えた交流会 ②「 <u>新商品開発ゼミ</u> 」 【事業類型】人材交流型 【実施内容】 第1回9月19日「自社分析」、第2回10月27日「自社の立ち位置確認」、第3回11月17日「コンセプト立案」、第4回12月19日「事業・商品の計画」（24社）、個別デザイン相談会へのつなぎ（14社） 各回テーマに沿った課題に取り組み、講師と参加者に発表しアドバイスを得る。大阪産業局デザイン活用支援oidcの事業紹介。 ③「 <u>新商品企画発表・マッチングイベント</u> 」 【事業類型】人材交流型 【実施内容】 1月27日「新商品開発ゼミ～Session大阪～ 成果発表会&交流会」（30社）、個別デザイン相談会へのつなぎ（5社） 「新商品開発ゼミ」にて、新商品開発に取り組んできた事業者から選抜された7社が、これまでの成果を新商品プランとして発表し、バイヤーなどのゲストからアドバイスを受けた。また、デザイン経営やブランディングに関心のある事業者も招き、交流の場とすることで、コラボレーションによる新たなアイデアや事業創出を目指した。 ④ <u>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</u> 【事業類型】独自提案型 【実施内容】 2月4日、5日、6日 東京インターナショナル・ギフト・ショーへの出展（10社） ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載> <table><tr><td>①府施策連携</td><td>（商-17：デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業） 大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、本事業参加者に対して、デザイン活用支援oidcから事業の紹介を行い、大阪府の施策普及に努めた。また、本事業の全参加者のうち30社をデザイン活用支援oidc主催の「個別デザイン相談」へつないだ。</td></tr><tr><td>②広域連携</td><td>本商工会議所のメールマガジンやホームページなどで開催告知するとともに、大阪府、大阪産業局デザイン活用支援oidcなどとの連携によりメールマガジンにて配信し、大阪府内全域の企業やスタートアップから参加を募った。参加者のうち、のべ33人が大阪市外からの参加となった。</td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td>本事業参加中あるいは参加後の新商品開発に関する個別相談に対して、新事業開発の専門相談窓口につないだ。</td></tr></table>						①府施策連携	（商-17：デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業） 大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、本事業参加者に対して、デザイン活用支援oidcから事業の紹介を行い、大阪府の施策普及に努めた。また、本事業の全参加者のうち30社をデザイン活用支援oidc主催の「個別デザイン相談」へつないだ。	②広域連携	本商工会議所のメールマガジンやホームページなどで開催告知するとともに、大阪府、大阪産業局デザイン活用支援oidcなどとの連携によりメールマガジンにて配信し、大阪府内全域の企業やスタートアップから参加を募った。参加者のうち、のべ33人が大阪市外からの参加となった。	④相談相乗	本事業参加中あるいは参加後の新商品開発に関する個別相談に対して、新事業開発の専門相談窓口につないだ。
		①府施策連携	（商-17：デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業） 大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、本事業参加者に対して、デザイン活用支援oidcから事業の紹介を行い、大阪府の施策普及に努めた。また、本事業の全参加者のうち30社をデザイン活用支援oidc主催の「個別デザイン相談」へつないだ。										
②広域連携		本商工会議所のメールマガジンやホームページなどで開催告知するとともに、大阪府、大阪産業局デザイン活用支援oidcなどとの連携によりメールマガジンにて配信し、大阪府内全域の企業やスタートアップから参加を募った。参加者のうち、のべ33人が大阪市外からの参加となった。											
④相談相乗	本事業参加中あるいは参加後の新商品開発に関する個別相談に対して、新事業開発の専門相談窓口につないだ。												

事業 全体 の実績 ／ 目標 達成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	118.0	総支援企業 数(実績)	105.0	支援 実績率	89.0%	満足率	98.1%	
	目標の達成度 （支援企業を どう変化させる ことができたか）	代表指標	アンケートにおいて、セミナー、ワークショップで得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進に役立てると回答した割合							
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
	成果の代表事例	○製造業（建設・建築用金属製品）のA社は、素材や技術とデザインを掛け合わせ、インテリアやDIY商材を取り扱う業界に提案するため、BtoC向けの商品開発を進めている。 ○製造業（電球・電気照明器具）のB社は、本事業で得た情報やバイヤー、支援機関からのアドバイスを取り入れ、自社オリジナルのBtoC向けの商品開発とブランディングに取り組んでいる。 ○ギフト・ショーへの出展により、関東圏百貨店での催事出展が決定したほか、出展者アンケートによれば、今後の見込み引き合いが83件、見込み成約高が770万円となった。								
	その他目標値の実績	目標値 （計画）	1,000	目標値 （実績）	2,515	目標達成度	251.5%			
大規模展示商談会出展企業の名刺交換数										
実施 結果	課題及び次期 以降への取組み （実績が目標値に達してい ない場合は、その理由や今後ど のようにフォローするのか）	○新商品開発ゼミに目標値以上の参加があったものの、セミナー・交流会形式の回の支援企業数は少なかったため、次年度は社会課題解決など時流に沿ったテーマに絞って、より商品開発に取り組もうとする前段階の事業者の関心を取り込めるよう工夫をする。 ○今年度のゼミ参加者で、現在、自社の新商品開発に向けて取り組む事業者7社については引き続き、伴走支援を行い、商品開発からプロモーション、販路開拓までを一貫して支援できる体制を整備する。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50.0	支援企業数(実績)	41.0	支援実績率	82.0%	満足率	95.1%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、セミナー・交流会で得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進に役立てると回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	92.7%	目標達成度	115.9%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	120.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、ワークショップで得た知識やノウハウを商品企画・開発や販売促進に役立てると回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	30.0	支援実績率	75.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、成果発表・マッチングイベントで得たフィードバックや人脈を新たな商品の企画開発や販売促進に役立てると回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	125.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	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	実績数値	10	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）	1,000	目標値（実績）	2,515	目標達成度	251.5%		
		大規模展示商談会展出企業の名刺交換数							

事業名		販路・取引先開拓マッチング事業			事業番号	18	新規/継続	継続			
想定する実施期間		2011 年度から		2025 年度まで		15	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	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 個々の事業者の実情に合わせて、仕入れ先、卸売業者、問屋、材料メーカー、製造委託先、展示会や業界団体などの情報、効果的な商材や外注先の探し方のアドバイスを行う。「ザ・ビジネスモール」をはじめ、本商工会議所が持つさまざまなツールや情報を駆使して適宜、情報提供するとともに、専門相談なども連携しながら、効果的な販路開拓の進め方やマーケティングについてアドバイスを行うことで、商取引の促進と経営基盤の強化を支援する。 【企業ニーズ】 本商工会議所への入会理由の上位は、「取引先・販路の開拓、拡大」、「人脈の拡大」となっている。そうした傾向は恒常的なものであり、「販路・取引先開拓」は中小企業者等の最重要経営課題のひとつである。									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者、創業予定者									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	販路開拓支援、取引先・仕入先紹介 【事業類型】人材交流型 【実施内容】販路開拓や仕入先・委託先紹介を希望する小規模事業者・中小企業者等に対して専門相談と連携したアドバイス、企業や業界団体、関係機関や展示会等の紹介、情報提供を行った。その際、本商工会議所が保有する企業データやザ・ビジネスモール・商談モール等の事業者検索ツール等を活用し、取引先紹介を希望する事業者のニーズに応じて検索・照会を行い、具体的なBtoBのマッチングを進めた。また、専門相談では主にヒアリングを行う中で事業者の強みを引き出し、効果的な販路開拓の進め方、マーケティング手法、営業マネジメント強化、Webマーケティング強化策支援を行い相談者の営業力強化を図った。 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞									
		②広域連携	金融機関の大阪府内店舗でのパンフレットの配布、本商工会議所機関紙への同梱を行い、大阪府内の事業者に広く配布した。また、本商工会議所のHPへの掲載を行った。本事業の利用企業のうち、約23社が大阪府内（大阪市外）の事業者の参加であった。								
		④相談相乗	必要に応じて、専門相談や専門家派遣につなぐなど、相談事業との相乗効果を図った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	180.0		総支援企業数(実績)	180.0		支援実績率	100.0%	満足率	99.4%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	代表指標	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数								
		数値目標	90		実績数値		88		目標達成度	97.8%	
	成果の代表事例	180件の相談に対応し、うち88件に対し販路開拓に向けた情報提供や取引先の紹介のマッチングにつなげた。特徴的な取引先紹介、販路開拓の案件として、新分野の婦人用パンプスに進出を考えている靴製造業のA社は、革靴専門の職人を見つけることができず外注先を紹介してほしいと相談があり、大阪の地場産業の革靴製造業界に精通し職人を育成している西成製靴塾を紹介したところ、婦人パンプス制作に目途が立ったとのことであった。また、物件を活用して民泊事業に新規参入を考えている不動産業のB社に対し、民泊運営の基礎知識、OTA等を活用した集客戦略等について専門家の支援を行った結果、開業に向けて強固な基盤が構築でき事業開始に向け踏み出すことができた。									
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度		
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	当該事業は本年度で終了し、今後は商工会議所・商工会が運営する商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」の利用などを勧める。									

事業名		町工場ネットワークの構築事業			事業番号	19	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2012 年度から			年度まで	14	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 小規模な町工場間の緩やかなネットワークを再構築し、アイデアを製品化する試作開発を促す。具体的には、参加者を町工場に限定し、互いの得意技術や保有設備、対応可能な素材、主たる加工数量などを参加者間で情報交換する交流会を実施する。こうして培われた「顔の見える加工ネットワーク」からものづくりベンチャーやスタートアップ、世の中にイノベーションをもたらすアイデアを形にする活動を促すとともに、下請け事業所が最終製品を製造するメーカーを志向するために必要な情報を得る機会を提供する。 【企業ニーズ】 企業にとって販路・取引先の拡大は普遍的ニーズであり、町工場が新たな取引先を探すニーズに対応する。また、代表者の多くは、閉鎖的な環境で事業を営んでおり、他の同業者との情報交換の機会を求める声は多く、事業主・従業員のモチベーションを維持するためにも「思いを同じくする他事業所と連携して新しいものを生み出す」機会を提供する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	・ものづくり企業のうち、機械・金属加工業で、取引拡大に取り組む事業所 ・経営安定度の強化を志向する下請け事業所（取引先数の拡大を通じて経営リスクの分散を図る） ・参画事業所との情報交換を通じて経営力強化を企図する事業所 ・取引先・関係先の強化や情報交換を通じて事業承継の前に業界知識の蓄積を図る若手後継者 ・下請加工からメーカーへの構造転換を図るにあたり、必要となる経営資源を身に付けようと指向する事業所							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①中小ものづくり企業が抱える経営課題に対する情報提供 【事業類型】人材育成型 【実施内容】10月24日「ものづくり企業セミナー（生成AI）」（17社）、11月19日「ものづくり企業セミナー（町工場共創）」（9社） ②中小ものづくり企業の特定の経営課題を軸とした情報提供と相互交流 【事業類型】人材交流型 【実施内容】8月9日「大正ものづくりフェスタ」（18社）、2月24日「ものづくり企業交流会（企業会計）」（19社） ③「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の開催 【事業類型】販路開拓型 【実施内容】8月4日「ものづくり加工ネットワーク強化交流会(平野区開催)」（40社）、3月23日「ものづくり加工ネットワーク強化交流会(大正区開催)」（23社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞							
		②広域連携	メールにて大阪府内事業所への開催告知をしたほか、大阪市外で活動する機械金属加工グループや大阪信用金庫の協力を得て、広く広報を行った。この結果、東大阪市、門真市、八尾市など、大阪市外の機械・金属加工を営む事業所が集積する地域から参加を得た。						
③市町村連携		交流事業の開催にあたって、ものづくり振興に熱心な大阪市大正区役所、港区役所と連携。相互にもものづくり関連事業の告知や案内を実施。そうした関係性から共催団体として会場の無償提供（協力事業としての位置づけによる減免措置）を受けるなどした。							
④相談相乗		当該事業への参加がきっかけで、機械金属加工を営む事業所が会議所と「顔の見える関係」構築に寄与している。取引拡大に伴って必要となった経営改善、事業計画の策定、事業再構築補助金申請、製品開発について、相談を受けるケースもあった。これに対しては個別対応だけでなく、集合形式での情報提供も実施した。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	108.0	総支援企業数(実績)	126.0	支援実績率	116.7%	満足率	98.4%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	成果の代表事例	当該事業への参加を通じて「顔の見える加工ネットワーク」を構築した事業所群が、大阪・関西万博のヘルスケアパビリオン「リポーンチャレンジ」最終週「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（大阪商工会議所・大阪信用金庫主催）」に出展を果たした。会場内では自社PRをすることが許されなかったが、事前報道を中心に多様なメディアの取材を受けることができたことで、取引拡大や価格交渉時の優位性など、参加した事業所の経営力強化に寄与した。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	支援企業総数を増やす必要がある。開催内容を充実させ、開催回数を増やす、開催地を工夫する、スムーズな運営を通じて交流機会と満足度を高め、口コミによる自然発生的な参加者数を増加させるよう努める。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	26.0	支援実績率	130.0%	満足率	96.2%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	参加者へのアンケートで、自社の経営改善に向けた情報を得ることができたと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	41.0	支援企業数(実績)	37.0	支援実績率	90.2%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	参加者へのアンケートで、課題解決、経営改善に向けた情報の入手や人脈・取引先づくりができたと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	47.0	支援企業数(実績)	63.0	支援実績率	134.0%	満足率	98.4%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム			事業番号		20		新規/継続		継続	
想定する実施期間		2010 年度から			年度まで		16		年 目		※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 大阪の繊維業界はOEM生産を中心とする企業や素材メーカーなどが多く、自社ブランドの育成のほか、競争力のある新たなビジネスモデルを構築することが必要である。このため、新たな社会課題の解決など今後需要が見込まれる分野への製品開発やビジネスモデルの創出、企業間連携のきっかけとなる場を定期的に提供し、繊維関連企業全体の競争力強化につなげる。 【企業ニーズ】 嗜好が多様化した時代にあってもニーズをとらえた商品は売り上げを伸ばしており、事業者にとって業界内外の最新情報を常に把握しておく必要がある。また、他業種や他社との連携により新たなビジネスモデルを構築することが求められている。										
	211名 (令和8年3月31日現在)	○ファッション・アパレル関連業界団体、業界団体の傘下企業をはじめとするファッションクリエイターやアパレルメーカー、その関連企業（素材メーカー、バッグなどの小物関連、美容関連など） ○ファッション関連企業との連携を求める企業										
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①講演会、セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施内容】6月19日 第20回例会「カーボンニュートラルについて、今取引先が考えていること」（43.5社）、8月1日第21回例会「デザイナーに聞く！パビリオンユニフォームから楽しむ万博」（31.5社）、2月20日第22回例会「万博後の繊維ファッション産業の課題と産業政策について」（28.5社） 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 【実施内容】5月16日 プレゼン＆交流会「ファッションとAIの今後」（43社） ③「素材商談会」の開催 【事業類型】販路開拓型 【実施内容】6月5日「アイトス株式会社」との商談会(4社)、6月18日「株式会社エミネント」との商談会(11社)、6月26日「大西衣料株式会社」との商談会(13社) ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ ②広域連携 協同組合関西ファッション連合に組合員への周知を依頼するなど業界団体と連携して事業を実施した。										
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	145.0	総支援企業数(実績)	174.5	支援実績率	120.3%	満足率	92.3%			
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートにおいて、得られた情報を事業拡大や新しいビジネスの開発に活かしたいと回答した企業の割合									
		数値目標	70%	実績数値	95.9%	目標達成度	137.0%					
	成果の代表事例	○例会では、繊維・ファッション企業の課題を踏まえ「カーボンニュートラル」や「万博のユニフォームから見るサステナブルな取り組み」、「繊維産業における現状やサステナブル対応等繊維産業政策の方向性」などをテーマで開催し、参加者に業界の最新情報や課題への対応策を認識してもらうことができた。 ○素材調達商談会では、大手SPAとの商談の機会を提供し、参加者にニーズやトレンドを掴んでもらうことができた。 ○プレゼン＆交流会では、参加者は「AI活用」の概要を理解し、活用を検討するきっかけとなった。										
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	例会参加者からは、今後の業務に役立つ情報を得たという声が多数寄せられており、引き続き関心が高いテーマについて、情報提供や参加者同士の交流の場を設ける。より多くの繊維関連企業に参加してもらうために業界団体を通じて案内するほか、セミナーについては講師の了解を得られれば期間限定でアーカイブ配信を実施する。例会、素材調達商談会、プレゼン＆交流会に限らず、一層業界内外の企業連携を促進する事業を実施する。										

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100.0	支援企業数(実績)	103.5	支援実績率	103.5%	満足率	93.8%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、得られた情報を事業拡大や新しいビジネスの開発に活かしたいと回答した企業の割合						
		数値目標	70%	実績数値	95.9%	目標達成度	137.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	43.0	支援実績率	172.0%	満足率	86.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、交流会を通じて今後の事業運営のヒントが得られたと回答した企業の割合						
		数値目標	70%	実績数値	90.7%	目標達成度	129.6%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	28.0	支援実績率	140.0%	満足率	96.4%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	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%	実績数値	89.3%	目標達成度	127.6%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		デジタル×デザイン思考による企業変革力強化支援事業			事業番号	21	新規/継続	継続			
想定する実施期間		2022 年度から		2025 年度まで		4	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 生成AIの普及や、インバウンド観光客の増加、消費者ニーズの多様化、コスト高騰など、急速に変化する経営環境の中で、既存ビジネスの売上が減少し、新たな収益の柱として新ビジネスの創造や事業再構築の動きが拡大しつつあり、企業が前向きに自らを変革し、稼ぐ力を強化していくことが求められている。本事業では、中小企業・小規模事業者に対して、デジタルなども活用しながら、どのように新たなビジネスを構築していくのか、また、顧客に対してどのような新たな価値を提供することができるのか、「デザイン思考/サービスデザイン」という新たなビジネスの発想手法を普及啓発し、顧客から選ばれる新たなサービスやビジネスの企画開発を支援する。 【企業ニーズ】 2024年中小企業白書・小規模事業白書によると、事業再構築を行っている企業は、毎年増加する傾向にある。また、製品・サービスの優位性が価格へ「十分に反映されている」企業は、「十分に反映されていない」企業と比較して、販売単価が上昇したと回答する割合が高い。このことから、自社の製品・商品・サービスの付加価値、優位性を高めることは、収益の確保につながると考えられる。そこで、本商工会議所が新たな製品やサービス開発においての課題である「知識・ノウハウ」について情報提供することが重要である。									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	既存ビジネスの売上減少に直面し、新たなビジネスや事業再構築を模索する 大阪府内の中小・小規模の商業・サービス事業者 約16,000社									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施内容】 6月17日「DESIGN+CREATIVE AI時代に愛される新事業をつくる」（99社） ※「デザイン思考」を普及啓発するセミナーを実施。セミナーでは、大阪産業局デザイン活用支援oidcのデザイン相談とセミナーを案内した。 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞									
		①府施策連携	(商-17：デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業) 大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、参加者に対してデザイン活用支援oidcから事業の紹介、「新商品開発マニュアル」の配付や説明等を行い、大阪府の施策普及に努めた。また、本事業の全参加者のうち9社をデザイン活用支援oidc主催の「個別デザイン相談」へつないだ。								
		②広域連携	本商工会議所のメールマガジンやホームページなどでの開催告知するとともに、大阪府、大阪産業局デザイン活用支援oidcなどとの連携によりメールマガジンにて配信し、大阪府内全域の企業やスタートアップから参加を募った。参加者のうち、19社が大阪市外からの参加となった。								
	④相談相乗	本事業参加中あるいは参加後の新サービス・新事業開発に関する個別相談に対しては、新事業開発の専門相談窓口につないだ。									
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	100.0		総支援企業数(実績)	99.0		支援実績率	99.0%	満足率	94.4%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を新たなビジネスの開発や事業再構築に役立てると回答した割合								
		数値目標	80%		実績数値	93.3%		目標達成度	116.6%		
	成果の代表事例	「事業再構築を行っているところなので、今回のセミナーで気づいた事を取り入れたい」「顧客価値の創造という視点が欠けていたことを気づかされた」「積極的にDXに取り組んでいるが、今回のセミナーのおかげでひらめきがあった。」といった感想があり、セミナーで得た知識や情報を新たなビジネス開発や事業再構築につなげることができた。									
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	中小企業や小規模事業者に対して「デザイン思考」実践者からの講演により普及啓発したほか、中小企業の事例発表により具体的な行動変容につなげることができた（よって2025年度をもって本事業は終了する）。									

事業名		医療機器等産業事業化促進事業			事業番号	22	新規/継続	継続																	
想定する実施期間		2018 年度から			年度まで	8	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること																	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 医療・健康関連産業（医療機器、看護関連機材、ヘルスケア機器・用品など）は、国内外ともに市場拡大が見込まれている。従来、自動車、電機産業に関わっていた製造業のみならず、IT企業、ベンチャー企業の中にも、同産業への参入に関心を持つ企業も少なくない。しかし、医療産業では、医療現場などとの関係構築や医薬品医療機器法などへの対応、販路の確保をはじめ、参入にあたって他の産業とは異なる課題がある。一方、医療分野に強みを有する製薬企業、医療機器メーカーが、ヘルスケア分野に進出する動きも増加しており、この場合は上記とは逆に、LTVを強く意識した顧客接点の構築や、Bto（Bto）Cのビジネスモデル構築、ヘルスケアデータの活用などの課題がある。そこで、規制や先進事例の紹介に加え、新規参入の進め方や事業化に資する情報提供などを行い、大阪のライフサイエンス産業全体の振興や企業の新規参入促進につなげる。 【企業ニーズ】 本商工会議所は、医療機器等開発支援事業を20年以上実施しており、新規参入に対する問い合わせも少なくない。すでに参入している企業の中にも、今後本格的に事業展開を図るため、医療機器産業について基本的な知識を確認したいという企業もある。また、ヒアリングを進める中で、最近では医療分野からのヘルスケア展開を模索する企業も増えている。																							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	医療分野への参入を検討・志向する企業、さらなる事業展開をめざしている企業、健康分野での事業展開を検討・参入する企業など																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 医療機器やヘルスケア(健康)などの産業分野への新規参入を促進するためのセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】 6月18日「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」（56社） (開催概要) 中小企業における海外展開を見据えた医療機器産業への参入を支援するため、世界の医療機器市場の動向や、異業種から医療機器産業に参入し、海外展開を実現している企業の事例等を紹介するセミナーを開催した。 ・講演：「海外展開を見据えた医療機器市場への新規参入」 ・事例紹介：「イシダの医療事業への展開」 ・事例紹介：「海外展開を見据えた医療機器ビジネス戦略」 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ <table><tr><td>①府施策連携</td><td colspan="7">(商-9：ものづくり中小企業の医療機器分野等への参入促進) 大阪府成長産業振興室ライフサイエンス振興担当と企画段階から緊密に連携・調整して事業を実施した。</td></tr><tr><td>②広域連携</td><td colspan="7">大阪府内のネットワークを活用し、医療機器開発に関心を有する次世代医療システム産業化フォーラムへの関心企業に広報を行った。また、本商工会議所の府内会員企業にも開催告知をし、参加を募った。</td></tr></table>								①府施策連携	(商-9：ものづくり中小企業の医療機器分野等への参入促進) 大阪府成長産業振興室ライフサイエンス振興担当と企画段階から緊密に連携・調整して事業を実施した。							②広域連携	大阪府内のネットワークを活用し、医療機器開発に関心を有する次世代医療システム産業化フォーラムへの関心企業に広報を行った。また、本商工会議所の府内会員企業にも開催告知をし、参加を募った。						
	①府施策連携	(商-9：ものづくり中小企業の医療機器分野等への参入促進) 大阪府成長産業振興室ライフサイエンス振興担当と企画段階から緊密に連携・調整して事業を実施した。																							
	②広域連携	大阪府内のネットワークを活用し、医療機器開発に関心を有する次世代医療システム産業化フォーラムへの関心企業に広報を行った。また、本商工会議所の府内会員企業にも開催告知をし、参加を募った。																							
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	45.0	総支援企業数(実績)	56.0	支援実績率	124.4%	満足率	96.0%																	
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートで、セミナーで得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の事業運営・経営に役立てると回答した割合																						
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%																		
	成果の代表事例	自社だけでは調査が難しい各国の法規制などについての解説を行ったほか、異業種からの参入を果たした中小企業、海外売上が売上全体の半数以上を占める中小企業からの事例紹介を行ったことにより、参加者の関心の高い情報提供ができた。支援対象のうち、「満足」「おおむね満足」と回答した割合は95%を超え、全ての支援対象企業がセミナーで得た知識・ノウハウを今後の事業運営・経営に役立てると回答したことから、医療機器分野への新規参入・事業拡大を検討する企業にとって、次のアクションを起こすための有意義な情報提供になったと考えられる。																							
	その他目標値の実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度																			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	ものづくり中小企業にとって関心の高い医療機器分野への異業種参入に関する情報提供や事例紹介などを継続して行う。また次年度以降のテーマを選定する際には、今年度テーマとした「海外展開」のキーワードへの関心が特に高いことが分かったので、継続してテーマとして取り上げるなどの検討を進める。																							

事業名		プロダクト・イノベーション創出事業			事業番号	23	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2023 年度から		年度まで	3	年 目	※複数年度段階的实施事業は 別紙にて計画を提出すること		
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 万博に向けて新事業・新商品創出への機運が醸成されるなか、中小企業の既存製品の改善やニーズ開拓、 コンセプト構築をもとに、新たな価値と顧客を創造する商品づくりや既存商品の市場拡大に向けて、実現 性・継続性のある事業計画の作成を支援し、ビジネスチャンスの創出を促す。それにより、新たな新商品 創出に向けて、中小企業の創造性とイノベーション力向上に寄与する。さらに、個別支援では製品化に向 けてアイデアを具体化した企業には、マーケティング力向上支援などを実施する。 【企業ニーズ】 2024年版中小企業白書によると、競合との差別化や販路拡大等につながる成長に向けて、プロダクト・ イノベーションをはじめとするイノベーション活動に「取り組んだ」と回答した企業の割合は42.6%に 達している。また、自社の強みを活かせるニーズの探索、ニーズを把握するためのマーケティングなどを 課題として挙げる企業も多い。そのため、自社のコア技術や強みの把握、コンセプト構築やマーケティ ング戦略に基づいた既存商品の高付加価値化、新商品開発による新規顧客開拓など、中小企業のイノー ベーション活動の拡大に向けて、自社の強みを認識する知識習得の機会提供や専門家から具体的な知見を得る ための支援が必要とされている。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業の経営者・経営幹部・企画開発担当者、小規模事業者							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①新商品創出支援セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】 6月6日「顧客視点で創造する新商品開発の進め方セミナー」（46社） 2月25日「顧客視点で創造する新商品開発の進め方セミナー（アーカイブ配信）」（11社） ②ワークショップ 【事業類型】人材交流型 【実施内容】7月9日「自社技術の活用による新規事業・新商品開発」（49社） ③個別相談会 【事業類型】人材交流型 【実施内容】7月24日（2社）、7月25日（1社） ④専門家による個別支援 【事業類型】ハンズオン型 【実施内容】9月～1月（3社） 9月18日、10月17日 新製品開発のためのアイデア創出指導 11月19日、1月28日 消費者行動マーケティング支援・商品コンセプト構築支援 10月10日、1月29日 商品コンセプト構築支援 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ ①府施 策連携 （局-4：中小企業における自社商品開発の促進（「大阪製ブランド認定事業」ほか）公益財団法 人 大阪産業局MOBIO事業部 技術支援チームと連携して企画・実施した。大阪産業局のメール配 信などにより参加募集を行った。 ②広域 連携 大阪府内事業者を対象に実施。本商工会議所や大阪府内の産業支援機関などの協力を得てメール 配信などを行い、参加募集をした。 ④相談 相乗 個別相談などでブランドマーケティングや新商品開発、大阪製ブランド認定事業申請の支援を求 めている場合は、大阪産業局のデザイン相談や経営相談につないだ。							
		計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	92.0	総支援企業 数(実績)	112.0	支援 実績率	121.7%	満足率
目標の達成度 (支援企業を どう変化させ ることができたか)		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%		実績数値		98.2%		目標達成度
事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度	成果の代表事例	セミナー、個別相談、個別支援の受講企業のうち、試作品完成3社、新商品発売2社、発売予定2社。個別 支援のアンケートにおいて、A社「イノベーションに関する企業の取り組み事例とその研究からの情報提 供について理解した」、B社「問題点を解決するための課題抽出や課題解決の方法について、自ら気づか ないところまで、専門家が丁寧に指導した」、C社「自社が抱える課題について、多くの知見を持つ専門 家に支援いただき、タイムリーでピントの合ったアドバイスをいただけた」との回答を得た。							
	その他目標値の実績	目標値 (計画)			目標値 (実績)			目標達成度	

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	構想段階から実行段階へ移行するため、「だれに」「どのような場面で」「何を訴求するか」を明確化するための製品コンセプトの立案や、マーケティング戦略の支援とともに、事業体制の明確化と持続的な資金循環モデルの具体化や物語性を一貫して発信する広報戦略の構築が不可欠。そのため、次年度は個別相談においてより幅広い分野の専門家に相談する機会を創出するとともに、製品開発を具体化した企業に、マーケティング支援からブランディングや広報戦略までの一貫した相談体制を備えた事業を実施する。
------	--	--

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55.0	支援企業数(実績)	57.0	支援実績率	103.6%	満足率	91.1%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	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%	実績数値	98.2%	目標達成度	122.8%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	32.0	支援企業数(実績)	49.0	支援実績率	153.1%	満足率	95.9%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、ワークショップで得た知識や情報を新事業・新商品開発や既存商品の事業機会拡大などの事業運営や経営改善のための取り組みに役立てると回答した企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	3.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、個別相談で得た知識や情報を新事業・新商品開発や既存商品の事業機会拡大などの取り組みに役立てると回答した企業数						
		数値目標	2	実績数値	3	目標達成度	150.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	150.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、個別支援で得た知識や情報を新事業・新商品開発や既存商品の事業機会拡大などの取り組みに役立てると回答した企業数						
		数値目標	1	実績数値	3	目標達成度	300.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		ファッショントレンドセミナー		事業番号		24	新規/継続		継続	
想定する実施期間		2010 年度から 2025 年度まで		16	年 目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること				
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 近年は、川上・川下の垣根がなくなりつつあり、いずれの立ち位置の企業においても商品政策を踏まえた積極的な提案が求められている。本セミナーを継続的に実施し、市場動向を体系的に解説することで、企業の商品政策の強化を支援する。 【企業ニーズ】 多くの企業は、自社の商品軸にファッショントレンドの要素を掛け合わせて鮮度のある商品を企画しており、商品開発の参考情報として、客観的なトレンド情報のニーズがある。また、商品サイクルが短期化し、需要予測が難しくなるなか、経営者や売り場担当者、営業からもトレンド情報を求める声がある。								
	211名（令和8年3月31日現在）	アパレル企業を中心に、OEMやテキスタイル・雑貨など、ファッション性が求められる企業								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 「ファッショントレンドセミナー」の開催 【事業類型】人材育成型 【実施内容】 ○各種ファッション関係セミナーで活躍している識者を講師として、協同組合関西ファッション連合と共催した。 ○2025年春夏シーズン・秋冬シーズンの注目されるMDテーマ（マーチャンダイジングテーマ）を提案・検証した。 「ファッショントレンドセミナー2026年春夏ゼネラルトレンド情報」 5月20日（リアル）、5月27日～6月2日（オンライン配信）（58.5社） 「ファッショントレンドセミナー2026年秋冬ファッショントレンドの兆し～コレクションとストリートと交差点～」11月21～27日（オンライン配信）（45.5社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞								
		②広域連携	協同組合関西ファッション連合と連携し、ウェブサイトでの告知、メールマガジン配信、各会員企業へのFAX送信などを行い、大阪府内から参加を募った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	80.0	総支援企業数(実績)	104.0	支援実績率	130.0%	満足率	94.8%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートにおいて、商品政策の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合							
		数値目標	70%		実績数値	95.8%		目標達成度	136.9%	
	成果の代表事例	「海外ファッションショーの情報をわかりやすくまとめてあり参考になった」「カラー、素材トレンドからコレクションのまとめに加え、時代背景の説明もありわかりやすかった」「わかりやすくテイスト別にまとまっているので商品開発の方向の参考になる」「ハイブランドなどのファッショントレンド参考画像に加え、ストリートスナップなどの画像も多く、よりリアルなトレンドなども分かりやすい」「トレンドや実際の街頭でのスナップありきで参考になった」「季節ごとのトレンドの配色や素材、リアルな街の方の装いについて知ることができた」といった声が寄せられた。								
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）			目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	長年依頼をしていた講師が高齢のため引退し、11月開催時は講師を変更し実施したが、ニーズの実態について再度検討するため、一旦今年度で当該事業は休止とする。								

事業名		クラウドファンディング活用サポート事業			事業番号		25	新規/継続		継続	
想定する実施期間		2014 年度から2025 年度まで			12	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	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 購入型クラウドファンディング（CF）は、商品・サービスを開発するために不特定多数の人から出資を募り、その対価として開発した商品・サービスをリターンとして提供する資金調達方法であり、事前マーケティングによる販路拡大や顧客開拓の手段としても注目されている。そうしたCFの活用法を十分に理解していない事業者へCFに関する情報やプロジェクト起案に向けた具体的なアドバイスをし、活用を促進する。 【企業ニーズ】 2024年上半年期における各クラウドファンディングプラットフォームの達成金額合計は216億円を超えている。クラウドファンディングは、一過性の資金調達手段ではなく、長期的なマーケティングおよび顧客獲得戦略の一環としての活用が期待されており、今後もその市場性は高いと推察される。									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業や小規模事業者									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】9月10日「AI×新事業開発×クラウドファンディング3サイト活用法セミナー」（44.5社） 内容：Makuake、CAMPFIRE、Kickstarterを活用して新商品を創造する方法や、AIを活用して企画したCFプロジェクトを効率的に成功に導くための秘訣などを解説。トークセッションでは事業者の体験談を紹介した。 ②購入型CFサイト運営事業者などへの個別相談 【事業類型】人材交流型 【実施内容】9月10日「クラウドファンディング個別相談会」（8社）									
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載> ②広域連携 セミナー参加者への配布、会員事業所へのFAX・メール配信、HPへの掲載、本商工会議所機関紙への掲載、中小企業基盤整備機構のメール配信・HP掲載などを通じて大阪府内に案内した。									
事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	49.0	総支援企業数(実績)	52.5	支援実績率	107.1%	満足率	96.2%		
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートにおいて、クラウドファンディングについての理解が深まったと回答した割合								
		数値目標	90%		実績数値	97.7%		目標達成度	108.6%		
	成果の代表事例	セミナーアンケートにおいて「クラウドファンディングに挑戦したい」「社内で検討したい」とのコメントが6件あった。セミナー・個別相談後、4社がサイト運営事業者に引き続き相談、本事業参加を契機にプロジェクト開発に取り組んだ。									
	その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）				目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	本年度限りにて本事業を終了する。今後は、経営相談の事業計画作成支援や販路開拓支援などを通じて、事業者の事業開発に向けた支援を行っていく。									

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	43.0	支援企業数(実績)	44.5	支援実績率	103.5%	満足率	95.5%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、クラウドファンディングについての理解が深まったと回答した割合						
		数値目標	90%	実績数値	97.7%	目標達成度	108.6%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	6.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	133.3%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、個別相談で受けたアドバイスなどを今後の事業展開に役立てると回答した割合						
		数値目標	90%	実績数値	100.0%	目標達成度	111.1%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業		事業番号		26		新規/継続		継続		
想定する実施期間		2017 年度から		年度まで		9		年 目		※複数年段階的实施事業は 別紙にて計画を提出すること		
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 新卒・若手人材の確保に課題を感じている中小企業は多い。また、入社後3年以内に離職する若手人材が3割にのぼるなど、定着も課題になっている。そこで、新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に対して、人材確保や定着を支援する「セミナー」や「研修」「情報交換会」を開催する。また、中小企業が新卒者を採用するために、大学の就職支援担当者と接点を持ちたいというニーズが高い。そこで「大学等と企業との就職情報交換会」を開催し、大学とのネットワーク構築を支援する。 【企業ニーズ】 新卒採用にあたり、大学の就職支援担当者と接点を持ちたいとのニーズは強く、2024年10月に実施した「大学等と企業との就職情報交換会」には263社が参加した。中小企業の企業採用担当者からは、今後一度に多数の大学との接点を持つ機会を継続提供してほしいというニーズがある。										
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内で事業を営んでいる中小企業の経営者、人事担当者、若手社員など										
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施内容】7月2日～7月16日「新卒採用支援セミナー」（43社）、8月1日～8月29日「新卒採用支援セミナー（アーカイブ配信）」（239.5社） 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 【実施内容】10月30日「大学等と企業との就職情報交換会」（191社） ③情報交換会、研修の開催 【事業類型】人材交流型 【実施内容】7月23日、8月27日、9月25日「若手社員キャリアデザイン塾＜全3回＞」（27社）、7月24日「採用担当者同士の情報交換会」（35社）、8月29日「採用担当者同士の情報交換会」（31社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ ①府施策連携 (労-7：若手人材の採用・定着支援事業) セミナーや交流会を大阪府の協力のもと開催した他、参加者に大阪府の施策を紹介した。 ②広域連携 本商工会議所のホームページやメールマガジンなどを通じて、大阪府内からの参加を募った。										
事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度		計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	435.0	総支援企業 数(実績)	566.5	支援 実績率	130.2%	満足率	98.8%		
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	代表指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識を今後の若手人材の採用や定着、キャリア形成に向けて活用したいと回答した企業の割合									
		数値目標	80%	実績数値	99.1%	目標達成度	123.9%					
	成果の代表事例	「採用担当者同士の情報交換会」のアンケートにおいて、参加者の声から各回の情報交換テーマを細かく設定しても「テーマから脱線することが多い」という意見より、今年度は各回のテーマを第1回は「新卒採用について」第2回は「中途採用について」と大きな枠組みに設定したことで、特定のテーマに縛られることなく、より幅広く自由な情報交換ができたとの意見が多く寄せられた。										
	その他目標値の実績	目標値 (計画)				目標値 (実績)				目標達成度		
実施 結 果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達してい ない場合は、その理由や今後 どのようにフォローするのか)	中小企業においては人材確保の重要性が一層高まる一方、採用手法の多様化やノウハウ不足等により、具体的な取組みに課題を抱える企業が多い。次年度以降も、引き続き企業同士が交流できる場を提供するとともに、新卒採用支援セミナーや情報交換会、大学等との連携事業等を通じて、採用に関する知見の共有とネットワーク形成を促進するとともに、府内企業における多様な人材の採用に関心を高めていくとともに、実務に関する情報提供も行いながら具体的な対応を支援していく。										

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	200.0	支援企業数(実績)	282.5	支援実績率	141.3%	満足率	99.5%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識を今後の若手人材の採用や定着、キャリア形成に向けて活用したいと回答した企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	99.1%	目標達成度	123.9%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	165.0	支援企業数(実績)	191.0	支援実績率	115.8%	満足率	97.9%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、就職情報交換会で大学の就職支援担当者との接点を増やすことができたと回答した企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	96.9%	目標達成度	121.1%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	70.0	支援企業数(実績)	93.0	支援実績率	132.9%	満足率	98.9%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、情報交換会や研修で得た知識を若手人材（自身も含む）の採用や定着、キャリア形成に向けて活用したいと回答した企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		中小企業のためのダイバーシティ推進事業		事業番号	27	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2017 年度から		年度まで	9	年 目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 外国人留学生を採用するには、価値観の違い、求人方法、査証申請などわからないことが多く、採用に踏みだせない企業も多い。そこで、中小企業の経営者や人事担当者などを対象に、外国人留学生を採用している企業の事例や外国人留学生を採用するための制度などについて紹介するセミナーを開催し、外国人留学生をはじめとした多様な人材の採用に関する知識を深めてもらう。 【企業ニーズ】 日本・東京商工会議所が2024年9月に発表した「人手不足の状況および多様な人材の活躍等に関する調査」では、外国人材を受け入れている／今後受け入れる予定／検討中の企業が51.6%であり、半数以上の企業が外国人材の受け入れに前向きな意向を示している。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	人手不足やグローバル化、ダイバーシティなどに対応するために多様な人材の採用や活躍推進に関心をもつ大阪府内の中小企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施内容】9月3日「外国人留学生採用支援セミナー」（16社）、12月2日～12月16日「外国人留学生採用支援セミナー（アーカイブ配信）」（28.5社） ②交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施内容】11月11日「【学校×企業】外国人留学生採用のための情報交換会」（25社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞							
		①府施策連携	(労-6 中小企業のための、ダイバーシティ推進支援事業) 「持続可能な大阪の成長を支えるダイバーシティ推進事業」を実施する大阪府商工労働部就業促進課と連携し、セミナー参加企業情報を大阪府に提供したり、セミナー中に同事業の施策説明時間を設けるなど、相乗効果が発揮できるような事業とした。「OSAKA外国人材受入促進・共生推進協議会」の一員として、必要に応じて大阪産業局など他機関・団体とも連携して実施した。						
②広域連携		大阪府と連携し、外国人留学生の採用に関心を持つ大阪府内の中小企業に広く案内した。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	45.0	総支援企業数(実績)	69.5	支援実績率	154.4%	満足率	92.6%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートにおいて、多様な人材の採用について前向きに検討したいと回答した企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	86.0%	目標達成度	107.6%		
	成果の代表事例	「外国人留学生採用支援セミナー」の参加企業から「受け入れる企業側の改善点が多いと思いました」「制度の概要、解説、活躍事例も何れ当社のイメージ（風土）に合うか検討が出来た」「ビザの申請が課題でしたが、今回のセミナーでやってみようと思えました。定着については、”外国人” だけではなく、日本人でも一緒。みんなが働きやすい環境が必要だと思いました」など、多様な人材の採用について役立てられる」との声が寄せられた。また「【学校×企業】外国人留学生採用のための情報交換会」の参加企業からは「時間枠が決まっており、15分間面談が確定している貴重な機会でありがたかった」「学校側の就職の状況、就職に伴う資格獲得の状況など確認できました。」等の声が多く寄せられた。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	大阪府内中小企業においては、人手不足の解消やグローバル化への対応、ダイバーシティ経営促進などの観点から、外国人留学生の採用ニーズが今後さらに高まっていくことが予想される。よって、来年度は外国人留学生の採用メリットを紹介するセミナーを継続実施するとともに、企業と留学生所属学校との情報交換会を実施するなど、採用に役立つ事業を新たに実施する予定である。また、外国人材をマネジメントするうえで必要な考え方やスキルを学ぶリーダー向け事業も引き続き実施する。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	44.5	支援実績率	222.5%	満足率	90.7%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、多様な人材の採用について前向きに検討したいと回答した企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	86.0%	目標達成度	107.6%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	25.0	支援実績率	100.0%	満足率	96.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、多様な人材の活躍推進について前向きに検討したいと回答した企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	96.0%	目標達成度	120.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		人材ニーズ対応支援事業			事業番号	28	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2022 年度から 年度まで			4	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 企業の人材確保の動きは活発化している。しかしながら、生産年齢人口が減少するなか、人材確保に困難を生じている企業は多い。そこで、人材不足に悩む企業経営者・人事担当者などを対象に、多様な人材（外部人材・外国人材・スポットワーカー等）の採用方法・活用事例などを紹介するセミナーを開催する。 【企業ニーズ】 人材確保自体が難しいなか、専門的な知識・スキルを持つ人材が不足している企業は多い。また、恒常的な人手不足に悩む企業では、外国人材の採用・活用やスポットワーカーの活用も視野にいれているものの、制度の内容や活用方法がわからずに着手できていないケースがある。							
	211名（令和8年3月31日現在）	大阪府内で事業を営んでいる中小企業の経営者、人事担当者など							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施内容】7月11日「人材確保セミナー」（23.5社）、12月2日～12月16日「人材確保セミナー（アーカイブ配信）」（4.5社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞							
		①府施策連携	(商-I：人材ニーズ対応支援) 「OSAKA外国人材受入促進・共生推進協議会」の一員として、大阪府商工労働部総務課企画グループや大阪産業局などと連携を図り実施した。セミナー中に大阪府施策説明時間を設ける、チラシを配布するなどして、参加者を大阪産業局「中小企業のための人材採用コンシェルジュ事業」もしくは「外国人材マッチングプラットフォーム事業」につないだ。						
		②広域連携	OSAKAしごとフィールドや大阪府商工労働部労働環境課のメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行った。						
事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	25.0	総支援企業数(実績)	28.0	支援実績率	112.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートにおいて、「セミナーで得た知識を、人材の採用や定着・生産性向上に向けて活用したい」と回答した企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	88.9%	目標達成度	111.1%		
	成果の代表事例	参加企業のアンケートでは「『外国人就労制度解説』」がとてもわかりやすく、かかる費用や外国人以外の雇用の選択も…という話も参考になりました」「スポットではなく、長期雇用をしたい」「実際に受入れている代表者からリアルなトラブル事例やアットホームなお話も聞くことが出来た」「苦勞された事例が大変参考になった」など声が多く寄せられ、参加企業が人材の採用や定着・生産性向上に向けて活用できる有意義な情報を提供できた。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	中小企業における人材不足状況は深刻化しており、特に外国人材の活用需要が非常に高まっている。次年度以降は高度人材（技術人）、特定技能外国人材をはじめ、2027年から施行される育成就労制度などの解説を行った後に参加者同士が意見交換できる時間を設け、各社の現状・課題・成功のポイントを共有し、いち早く活かせる学びと気づきの場を提供する。同時に府内企業における多様な人材の採用に関心を高めていくとともに、実務に関する情報提供も行いながら具体的な対応を支援していく。							

事業名		中小企業のDX推進支援事業				事業番号	29	新規/継続	新規
想定する実施期間		2025 年度から		2025 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	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 生産年齢人口が減少するなか、人材確保・生産性向上に困難を生じている企業は多い。そこで、IT活用に関心の高い企業経営者や各部署の中堅社員を対象にAI・IoTなどを含むITによる生産性向上の活用事例やIT人材の育成事例などを紹介するセミナー交流会（見学会など含む）を開催する。 【企業ニーズ】 恒常的な人手不足に悩む中小企業では、生産性向上・効率化に取り組みたいが、AI・IoTなどを含むIT活用をどのように進めればよいかわからず着手できていないケースがある。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業でITの活用やIT人材の育成に関心の高い経営者や中堅社員など							
	211名（令和8年3月31日現在）	※（ ）内は支援企業数 交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施内容】8月5日「現場が開発したITツール事例紹介セミナー」（15社） 事例紹介、講話「AIによる業務の効率化」、参加者各グループによる意見交換会、大阪府からの施策紹介 <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携 ②広域連携	（商-2：大阪府DX推進パートナーズ及び大阪DX推進プロジェクト（大阪産業局）との連携による府内中小企業のDX推進支援） 「大阪府DX推進パートナーズ」や「大阪DX推進プロジェクト」と連携し、大阪府や大阪産業局の取組み内容の説明をするとともに中小企業の身近なDX推進事例を紹介した。セミナー実施日以前に、「大阪府DX推進パートナーズ」および大阪産業局とミーティングを実施した。 大阪府と連携し、本商工会議所ホームページやメールマガジンなどで障がい者雇用に関心を持つ大阪府内の中小企業に広く案内した。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	10.0	総支援企業数(実績)	15.0	支援実績率	150.0%	満足率	93.3%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートにおいて、「今後のIT・DXの活用やその人材育成に向け、役に立った」と回答した人の割合						
		数値目標	80%		実績数値	100.0%		目標達成度	125.0%
	成果の代表事例	アンケート結果においては、「他の会社の方の話も参考になりました。自分でもITを勉強して活用していきたいです」「いろいろな取組事例を知ることが出来て良かった。活用したい」など、今後のIT・DXの活用や人材育成に向け役立ててもらうことができた。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度	
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	中小企業におけるDX推進の必要性が高まる一方で、IT人材の不足や具体的な導入手法への理解不足等により、取組みが進んでいない企業が多い。今年度は「現場が開発したITツール事例紹介セミナー」を実施し15社の支援にとどまったことから、参加企業の拡大が課題となった。 次年度以降は本事業としての実施は行わないものの、情報提供型セミナーの開催により、実践的なITツール活用事例の紹介や基礎的な知識の普及を図るとともに、企業のDX推進に向けた理解促進を継続する。あわせて、実務に関する情報提供も行いながら具体的な取組みを支援していく。							

事業名		障がい者の雇用促進事業			事業番号		30	新規/継続		継続	
想定する実施期間		2021 年度から			年度まで		5	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が2026年7月から2.7%に引き上げられる。そこで、セミナーを実施し、支援制度や事例を紹介することで、障がい者雇用に取り組もうとする中小企業を支援する。 【企業ニーズ】 障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が2026年7月から2.7%に引き上げられるため、企業は対応を迫られている。コンプライアンスの観点からも、障がい者雇用は企業の経営課題となっている。									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	障がい者雇用に取り組もうとする大阪府内の中小企業・小規模事業者									
	211名（令和8年3月31日現在）	※（ ）内は支援企業数 セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施内容】5月22日「障がい者雇用促進セミナー」（41.5社） 「障がい者雇用の基本」「障がい者の活躍フィールドと採用定着について」 先進企業の事例紹介									
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>									
		①府施策連携	（労-11：障がい者人材確保支援事業） 大阪府障がい者雇用促進センターと連携し共催で実施。大阪府障がい者雇用促進センターが障がい者雇用の基本について解説した。								
	②広域連携	大阪府と連携し、本商工会議所ホームページやメールマガジンなどで障がい者雇用に関心を持つ大阪府内の中小企業に広く案内した。									
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	35.0	総支援企業数(実績)	41.5	支援実績率	118.6%	満足率	97.4%		
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートにおいて、「障がい者雇用に関して、理解を深めることができた」と回答した企業割合								
		数値目標	80%	実績数値	92.1%	目標達成度	115.1%				
	成果の代表事例	アンケート結果においては、「事例紹介の内容が非常に印象に残った。『特別な扱いではなく、皆が同じ土台で働く』という考え方に強く共感した」「自社においてどのような業務を任せられることができるか、具体的に検討を進めていきたい」「実務に活かせる多くのヒントを得ることができ、大変参考になった」などの回答が多数寄せられた。これらの意見から、単なる制度理解にとどまらず、実際の受入れや業務設計に関する具体的なイメージを持つ契機となったことがうかがえる。また、先進事例の共有を通じて、障がい者雇用に対する心理的ハードルの低減や、自社での取り組み検討の促進につながるなど、参加企業の理解深化および行動変容に寄与することができた。									
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）	目標達成度						
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	「障害者雇用促進法」に基づき、企業に求められる障がい者雇用率は、2024年4月に2.5%へ引き上げられ、さらに2026年7月までに2.7%への引き上げが予定されている。一方で、中小企業においては、具体的な雇用手法や受入体制の整備等について課題を抱え、取り組みの進め方に苦慮しているケースが多い。また、大阪府への相談においては、採用基準の達成を目的として、精神障がい者よりも身体障がい者の雇用を志向する傾向が見られる。その背景には、精神障がい者に対する支援方法への理解不足や、受け入れに対する不安感があると考えられる。このため、次年度は精神障がい者の雇用に係る具体的な配慮事項や職場定着に向けた支援方法等について幅広く周知する内容を充実させるとともに、大阪府と連携し、セミナーを通じた情報提供および先進事例の紹介を行うことで、企業における障がい者雇用への理解促進を図り、円滑な取り組みの推進につなげることとする。									

事業名		成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業		事業番号	31	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2014 年度から 年度まで		12	年 目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 生産年齢人口が減少する時代には、中小企業において即戦力となる労働力の確保が重要となる。そこで、テレワークや育児・介護との両立支援など、企業の職場環境整備に関して情報提供することや、女性雇用に関心のある企業同士が接点を持ち、様々な女性活躍推進策について意見交換することで、女性の確保・定着や活躍を支援する。 【企業ニーズ】 中小企業では、育児や介護との両立支援、テレワークなど柔軟な働き方の促進など、女性の定着・活躍推進に必要な就業環境の整備に課題を抱えており、社内制度を含む様々な事例などの情報提供の支援が必要とされている。あわせて、女性の雇用や活躍推進について十分に情報を得ていない企業において、企業同士の交流も必要とされている。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	○女性を雇用したいと考える中小事業者（経営者、人事担当者など） ○企業における女性の活躍促進、離職防止を図りたい中小事業者（経営者、人事担当者、管理職、働く女性・男性など） ○多様な柔軟な働き方や、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）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施内容】7月29日「育児・介護休業法改正の実践対応セミナー&交流会」（35社） 「改正 育児・介護休業法の改正ポイントと知っておきたい実務対応の勘所」 交流会「他の会社の取り組みを知る！グループ情報交換」、大阪府からの施策紹介 <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	(労-12：中堅・中小企業における女性の就業、定着活用・戦力化支援事業) セミナーや交流会を大阪府の協力のもと開催したほか、参加者に大阪府の施策を紹介した。						
	②広域連携	本商工会議所のウェブサイトやメールマガジンなどを通じて、大阪府内からの参加を募った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	20.0	総支援企業数(実績)	35.0	支援実績率	175.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	成果の代表事例	受講者アンケートより「助成金の情報を得られたのがよかった。他社の状況も参考になった」「座学だけではなく、情報交換も他社の方とすることができ、非常に役立った」「交流会を通して、他社事例を知ることができて参考になった」「柔軟な働き方支援に関して職種と合わせて具体例を知られて良かった。今後の労働環境の改善に役立てたい」と女性の確保・定着や活躍促進に向けて前向きに検討してもらうことができた。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	生産年齢人口の減少が進むなか、中小企業においては人材確保が重要な課題である。一方で、大阪における女性の就業率は全国と比べて依然として低い状況にある。こうした状況を踏まえ、女性の仕事と育児・介護との両立を支援するため、企業の職場環境整備に関する情報提供や、両立する女性の負担軽減につながる情報発信を行うとともに、女性の雇用に関心の高い企業同士の交流・意見交換の場を設けることで、女性人材の確保・定着および活躍の推進を図る。							

事業名		中小企業に対する労働啓発・雇用サポート事業		事業番号	32	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2013 年度から		年度まで	13	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 成長型の経済を実現させ、企業の成長力と競争力を強化するため、三位一体の労働市場改革の3つの柱である①人への投資の強化、②職務給（ジョブ型人事）の導入、③成長分野などへの労働移動の円滑化の実現が中小企業にとっても大きな課題となっている。この状況を踏まえ、本事業では、物価上昇に見合う賃金制度見直しなどの処遇改善、柔軟な働き方による労働環境整備と生産性向上、リスクリングなどによるキャリア自立の構築に焦点を置き、人手不足に対応する雇用維持や高齢者雇用・活用推進の取り組み方なども交えて、セミナーを実施する。それにより、中小企業・小規模事業者の労働・雇用環境の改善に向けて周知と啓発を図り、専門相談などを利用して具体的な支援につなげていく。 【企業ニーズ】 「令和5年度大阪府労働関係調査」（大阪府商工労働部）によれば、働き方改革に取り組みたい項目は、「人材確保・定着」40.7%に次いで、「給料等の引き上げ」19.8%、「時間外労働短縮」13.5%となっている。一方、「令和5年高齢者雇用状況等報告」（厚生労働省）によれば、65歳までの雇用確保措置を実施済の企業は99.9%に上るが、70歳までの就業確保措置では29.7%にとどまる。これらの調査結果により、雇用・労働の課題について企業が見直しを検討するニーズは高く、時宜に適したテーマにて啓発機会を提供するセミナー実施の意義は大きい。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業の経営者・経営幹部・人事担当者、小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①高齢者雇用に関するセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】10月28日「高齢者活用、戦略化のための賃金設計と人事処遇セミナー」（59.5社） ②転換期の働き方改革と労務管理セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】6月26日「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」（82社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞							
		①府施策連携	（労-4：中小企業に対する高齢者雇用サポート事業、労-2：雇用・労働啓発セミナー事業）大阪府商工労働部雇用推進室 就業促進課就業支援グループ、大阪府商工労働部労働環境課 労働環境推進グループと連携して実施した。大阪府のメールマガジンなどにより参加募集を行った。						
②広域連携		大阪府や他の産業支援機関、本商工会議所のメール配信やFAXなどにより府内全域を対象に参加募集した。							
④相談相乗		参加者へのアンケートで高齢者雇用や労務管理などの課題解決を求めている場合は、経営相談室の専門相談につないだ。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	115.0	総支援企業数(実績)	141.5	支援実績率	123.0%	満足率	90.6%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立てると回答した企業の割合						
		数値目標	85%		実績数値	100.0%		目標達成度	117.6%
	成果の代表事例	○中小企業に対する高齢者雇用サポート事業 アンケートで「役立つ」と回答した企業から「高齢社員の労働条件について一定の基準を導入したい」「高齢者の健康・安全・モチベーション管理についても取り組みたい」「高齢者や社員全体の人事処遇について有用な情報だった」とのコメントを得た。 ○雇用・労働啓発セミナー事業 アンケートで「役立つ」と回答した企業から「評価制度・賃金体系の見直しについて、現在接触している経営指導員に相談する」「優秀人材の定義や経営戦略の立案に役立つ」とのコメントを得た。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	○中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業 次年度においては、人手不足が深刻化するなかで、高年齢者雇用による人材確保や、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、専門相談などにつなぎ、具体的な支援を展開する。 ○雇用・労働啓発セミナー事業 次年度においては、最低賃金の引き上げや物価高騰のなかで、優秀な人材雇用と労働生産性向上を実現するため、中小企業が直面する「賃上げ原資の確保」と「人材の定着」の二大課題の解決策を提示する。業務効率化を促す評価指標の設定や、社員の納得感を高める賃金体系の見直しなどをテーマに解説し、中小企業者のニーズに合ったセミナーを企画する。
------	--	--

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60.0	支援企業数(実績)	59.5	支援実績率	99.2%	満足率	93.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立てると回答した企業の割合						
		数値目標	85%	実績数値	100.0%	目標達成度	117.6%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55.0	支援企業数(実績)	82.0	支援実績率	149.1%	満足率	88.9%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立てると回答した企業の割合						
		数値目標	85%	実績数値	96.3%	目標達成度	113.3%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		健康経営サポート事業			事業番号		33		新規/継続		継続	
想定する実施期間		2024 年度から			年度まで		2		年 目		※複数年段階的実施事業は 別紙にて計画を提出すること	
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 企業理念に基づき、従業員等への健康投資を行うことは、従業員の活力向上や生産性の向上などの組織の 活性化をもたらし、結果的に業績向上や株価向上につながることを期待される。こうした従業員等の健康 管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践する健康経営を十分に理解していない事業者へ、健康経営に関 する情報や経済産業省「健康経営優良法人」取得、協会けんぽ「健康宣言」事業参加に向けた具体的なア ドバイスを提供し、活用を促進する。 【企業ニーズ】 2024年に「健康経営優良法人」に認定された大阪府内の中小規模法人数は2,046と全国最多ではある が、健康経営を実践する企業の割合から見ると水準はまだ低い。大阪においては、中小企業が加盟する 「協会けんぽ」の健診受診率等が低く、また大阪府の平均寿命・健康寿命も全国の中で下位にある。										
	211名（令和8年3月31日 現在）	大阪府内の小規模事業者・中小企業										
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①健康経営セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施内容】 6月20日 健康経営シンポジウム（41.5社） 8月5日 健康経営セミナー2025（178社） ・人的資本の変革（HCX）と地域共生で描く未来戦略 ・メンタルヘルス対策のキモ 9月30日 健康経営セミナー2025（203社） ・生活習慣病の重症化予防 ・「健康経営優良法人2026」について ・協会けんぽの健康経営サポートについて ②個別相談会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施内容】9月30日 相談会（8社） ③経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加を前提とした個別支援 【事業類型】ハンズオン型 【実施内容】毎月第3水曜日に開催 健康経営相談会（23社） 「大阪府健康づくりアワード」「健康経営ナビゲーター」「健活10（ケンカツテン）」など大阪府の各 種取組などを中心に説明した。 ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載> ②広域 連携 大阪府、全国健康保険協会大阪支部などに開催広報に協力してもらうとともに、本商工会議所の ウェブサイトやメールマガジンなどを通じて、大阪府内からの参加を募った。これらにより大阪 市域外（大阪府内）から延べ108社の参加が得られた。 ④相談 相乗 経営相談を通じて健康経営に関心を示された事業者を当事業へ参加につないだ。										
		計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	375.0	総支援企業 数(実績)	453.5	支援 実績率	120.9%	満足率	97.3%		
		目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	代表指標	アンケートにおいて、セミナーで健康経営に役立つ知識を得たと回答した割合								
数値目標			80%	実績数値	96.6%	目標達成度	120.7%					
事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度	成果の代表事例	〇A社では健康診断を拒否する社員がいたが、アドバイスに基づき「受診しないことによる本人と会社の リスク」を丁寧に説明した結果、社員が自らの健康管理の必要性を理解し、健康診断受診率100%という 具体的な成果につながった。 〇B社はIT業界特有の長時間労働やメンタル不調の課題に対し、単なる注意喚起に留まらず、「査定基準 の見直し」や「リーダー向けの研修制度確立」に着手し、会社としてリーダーの負担を軽減する構造的な 改革へと踏み出した。										
	その他目標値の実績	目標値 (計画)				目標値 (実績)				目標達成度		
実施 結 果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達してい ない場合は、その理由や今後ど うのようにフォローするのか)	中小企業にとって「人手不足」「人材の定着」が最大の経営課題となる中、健康経営優良法人の「認定取 得」が目的化し、他社の好事例や専門知見とつながる機会が乏しく、自律的な改善活動や生産性向上に結 びついていない企業が多いことがわかった。健康投資を「福利厚生」ではなく、「将来の収益性を高める 投資人的資本経営」として捉え直し、学び合いや専門家との連携を通じた支援が急務である。したがっ て、次期からは「健康経営ステップアップ・ロードマップ推進」および「健康経営ワンストップ・伴走支 援パッケージ」を実施する。										

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	350.0	支援企業数(実績)	422.5	支援実績率	120.7%	満足率	97.1%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、セミナーで健康経営に役立つ知識を得たと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	96.6%	目標達成度	120.7%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	53.3%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、個別相談会で経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加に関する知識や理解が深まり、健康経営への取り組みを始めたと回答した割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	230.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	個別支援により経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加を行った事業者						
		数値目標	10	実績数値	18	目標達成度	180.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		中小企業のためのビジネス講演会			事業番号	34	新規/継続	継続					
想定する実施期間		2011 年度から			年度まで	15	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること					
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 中小企業・小規模事業者が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに役立つ講演会を開催する。企業家精神を発揮して経営革新や企業成長をもたらした経営者の経営戦略・経営理念、変化する経営環境への対応事例、注目されているビジネストレンドなどを取り上げ、自らの事業の実践に役立ててもらう。 【企業ニーズ】 企業経営者・経営幹部らの関心は高く、参加者にアンケートを実施のほか、本会議所では、年間約1,200件の会員企業ヒアリング（ヒアリング先は主に新たに加入した中小企業）や約2,000件の会員入会勧誘を行っており、各企業の経営課題として、「人手不足・人材定着」や「販路開拓」、「資金繰り」など、各企業は様々な課題を有している。このような声を踏まえ、これらの課題解決の一助となるテーマを企画し、講演会を実施する。											
	211名（令和8年3月31日現在）	大阪府内の中小企業・小規模事業者、創業（予定）者											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 企業家精神を発揮して経営革新や企業成長をもたらした経営者の経営戦略・経営理念、災害対策、マーケティング、景気展望、生成AI等、注目されているビジネストレンドなどを取り上げ、中小企業・小規模事業者が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに役立つ講演会を開催した。 ①ビジネス講演会 【事業類型】人材育成型 【実施内容】（別紙）開催実績一覧表参照 ②チェーンバーカレッジ 【事業類型】人材育成型 【実施内容】（別紙）開催実績一覧表参照 ③支部経済講演会 【事業類型】人材育成型 【実施内容】（別紙）開催実績一覧表参照 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ <table><tr><td>②広域連携</td><td>本商工会議所ホームページ・フェイスブックページへの掲載、WEB広告(フェイスブック、インスタグラムを活用)の実施、メールマガジン、過去事業参加者へのメール配信など府内の事業者に広く周知した。本商工会議所ホームページの掲載、メールマガジン、過去事業参加者へのメール配信など府内の事業者に広く周知した。参加者のうち、15社が大阪市外からの参加となった。</td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td>参加者へのアンケートで直面する経営課題や経営相談支援の希望の有無などを回答してもらい、経営相談支援を希望する参加者を支部の経営相談支援や経営相談室の専門相談支援につないだ。</td></tr></table>								②広域連携	本商工会議所ホームページ・フェイスブックページへの掲載、WEB広告(フェイスブック、インスタグラムを活用)の実施、メールマガジン、過去事業参加者へのメール配信など府内の事業者に広く周知した。本商工会議所ホームページの掲載、メールマガジン、過去事業参加者へのメール配信など府内の事業者に広く周知した。参加者のうち、15社が大阪市外からの参加となった。	④相談相乗	参加者へのアンケートで直面する経営課題や経営相談支援の希望の有無などを回答してもらい、経営相談支援を希望する参加者を支部の経営相談支援や経営相談室の専門相談支援につないだ。
	②広域連携	本商工会議所ホームページ・フェイスブックページへの掲載、WEB広告(フェイスブック、インスタグラムを活用)の実施、メールマガジン、過去事業参加者へのメール配信など府内の事業者に広く周知した。本商工会議所ホームページの掲載、メールマガジン、過去事業参加者へのメール配信など府内の事業者に広く周知した。参加者のうち、15社が大阪市外からの参加となった。											
	④相談相乗	参加者へのアンケートで直面する経営課題や経営相談支援の希望の有無などを回答してもらい、経営相談支援を希望する参加者を支部の経営相談支援や経営相談室の専門相談支援につないだ。											
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	1,755.0	総支援企業数(実績)	2,205.5	支援実績率	125.7%	満足率	95.0%				
目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	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%		実績数値	95.9%		目標達成度	106.5%					
成果の代表事例	(参加者の感想) ①ビジネス講演会 「経営者の覚悟について改めて確認できた」「意思決定の方法やスピード感、経営に対する姿勢が役に立った」「M&Aの考え方が特に参考になった」 ②チェーンバーカレッジ 「生成AIの仕組みだけでなく、実際の業務にどう落とし込めるのかが具体的に理解できた。「自分の仕事に置き換えるとどうなるか」が明確になり、すぐに試してみたいと思った」「マネジメント層の行動次第で、従業員の自律が変化するなどの知見を得ることができた」「プレゼンのセオリーについて再確認することができた」 ③支部ビジネス講演会 「タイムリーな内容であった」「新しい気づきが多い講演でした」「高付加価値分野に目を向けずすめていく」「短期・中期計画の参考となります」												
その他目標値の実績	目標値（計画）				目標値（実績）				目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	中小企業経営者を中心とする参加対象に企業経営に資する情報提供に努めた。引き続き中小企業経営者の関心が高く、経営に役立つタイムリーな情報を提供していくとともに、受講者アンケートを通じて個別の経営相談ニーズも把握し、支部と連携しながらきめ細かな支援を継続実施していく。											

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	260.0	支援企業数(実績)	230.5	支援実績率	88.7%	満足率	98.1%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合						
		数値目標	90%	実績数値	96.3%	目標達成度	107.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	1,030.0	支援企業数(実績)	1,298.0	支援実績率	126.0%	満足率	93.2%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合						
		数値目標	90%	実績数値	94.5%	目標達成度	104.9%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	465.0	支援企業数(実績)	677.0	支援実績率	145.6%	満足率	97.4%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合						
		数値目標	90%	実績数値	98.5%	目標達成度	109.4%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

(別紙) 開催実績一覧表

開催日	講習会名称	支援企業数
①ビジネス講演会		
9月9日	インバウンド観光客に刺さる新ビジネス創出セミナー	52.5
2月13日	和食外食チェーンSRSホールディングス社長に学ぶ経営戦略	178.0
②チェンバーカレッジ		
6月11日～6月25日	推し消費をビジネスに活かすためのマーケティング	84.5
7月2日～7月16日	～資料作成に役立つ～ “図” で伝える技術	126.0
7月23日～8月6日	社員が主体的に自己啓発・改善・提案する風土をつくる	94.5
8月20日～9月3日	211名（令和8年3月31日現在）	83.0
9月10日～9月24日	大阪・関西万博出展企業が語る！ものづくり企業の未来	66.5
10月29日～11月12日	人を惹きつけるプレゼンテーション	161.0
11月19日～12月3日	人間関係トレーニング～配慮文化の中での対話力～	141.0
12月10日～12月24日	飛躍を実現する人材を育成する全体最適のマネジメント理論TOC	144.5
1月7日～1月21日	業務を変える生成AIの力～IT初心者でもわかる！はじめてのAI活用入門～	235.0
1月28日～2月11日	顧客の心理・行動を探るマーケティング・リサーチ入門	162.0
③支部経済講演会		
6月19日	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～	68.0
7月16日	人手不足に立ち向かう！採用と定着の秘訣	38.0
9月24日	「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たち～	18.0
10月24日	水害リスク対策セミナー	33.0
11月12日	ものづくり企業の共創による未来社会のデザイン	50.0
12月11日	2026年の景気展望～ポスト万博の関西経済と、金融政策・基軸通貨の行方～	204.5
2月2日	物価・賃上げ時代の価格転嫁の進め方と「取引適正化法」のポイント	63.5
2月10日	値引きせずに選ばれる”特注バネ”経営	49.0
3月9日	中小企業こそAI革命！二代目女性社長の挑戦～ chatGPTだけじゃない、GoogleAIも使いこなせ～	128.5
3月19日	組織の信頼と成果を高めるアンガーマネジメント	24.5
合 計		2205.5

事業名		経営力向上支援事業			事業番号	35	新規/継続	継続																			
想定する実施期間		2023 年度から		年度まで	3	年 目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること																				
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 中小企業・小規模事業者においては、物価上昇によるコスト高、人手不足、デジタル化の加速、社会的要請への対応など、様々な厳しい事業環境に直面している。実際、倒産件数も増えてきており、生き残りをかけて事業の再構築・刷新を推し進め、経営力の向上を図る必要に迫られている。本事業では、既存の事業の効率化や変革、稼ぐ力の向上などの手法に関する情報やノウハウを提供し、事業者間の交流の場を提供することで、企業としての進化、経営力向上を促す。 ※当該事業は支部を中心にして行う経営相談支援と相互補充し、経営課題の解決にとどまらず、企業としての成長に向けて支援の相乗を企図する。 【企業ニーズ】 過年度に実施した際に、大阪府外からも参加が希望されるなど、本テーマに関するニーズが幅広い業種で非常に高かった。また、資源高や円安によるコスト高、人手不足など、小規模事業者の中には、コロナ後も業績が回復せず事業継続が厳しくなりつつある事業所が増加してきており、既存事業の効率化だけでなく、稼げる事業へのシフト・組織改革が早急に求められている。																									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	企業進化や事業変革に取り組み、経営力の向上を図る大阪府内の中小企業・小規模事業者																									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①勉強・交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施内容】7月25日「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～」(18社)、10月2日「～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」(28社) ②セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施方法】6月19日「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！」(65.5社)、9月10日「無料」で新規客を獲得したい方必見！スマホで簡単！Instagram (インスタ)基礎セミナー」(27社)、1月21日「中小企業のための「生成AI」活用セミナービジネスの現場で活用する「生成AI」について判りやすく解説します」(44社)、2月14日「小さな会社が「地域No.1」になる実践戦略」(30.5社)、2月24日「中小企業のためのフレームワーク活用方法」(11社) <事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載> <table><tr><td>②広域連携</td><td colspan="8">本商工会議所などの広報ツール（ウェブサイト、メールマガジンなど）を用いるとともに、金融機関などの協力を得て、大阪府内の事業者の参加を募った。大商メールステーションを主とした案内により、大阪市内の事業者のほか、大阪市外からも3講座12名が参加した。</td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td colspan="8">経営相談支援先への参加勧奨を行った。受講後、本セミナーで学んだ事を活用し事業計画作成及び企業価値向上に取り組まれている企業があると聴取している。また、受講企業の経営支援をする際にも本セミナーで基礎部分を理解されているのでより幅の広い経営支援につながっている。</td></tr></table>								②広域連携	本商工会議所などの広報ツール（ウェブサイト、メールマガジンなど）を用いるとともに、金融機関などの協力を得て、大阪府内の事業者の参加を募った。大商メールステーションを主とした案内により、大阪市内の事業者のほか、大阪市外からも3講座12名が参加した。								④相談相乗	経営相談支援先への参加勧奨を行った。受講後、本セミナーで学んだ事を活用し事業計画作成及び企業価値向上に取り組まれている企業があると聴取している。また、受講企業の経営支援をする際にも本セミナーで基礎部分を理解されているのでより幅の広い経営支援につながっている。							
	②広域連携	本商工会議所などの広報ツール（ウェブサイト、メールマガジンなど）を用いるとともに、金融機関などの協力を得て、大阪府内の事業者の参加を募った。大商メールステーションを主とした案内により、大阪市内の事業者のほか、大阪市外からも3講座12名が参加した。																									
	④相談相乗	経営相談支援先への参加勧奨を行った。受講後、本セミナーで学んだ事を活用し事業計画作成及び企業価値向上に取り組まれている企業があると聴取している。また、受講企業の経営支援をする際にも本セミナーで基礎部分を理解されているのでより幅の広い経営支援につながっている。																									
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	185.0	総支援企業数(実績)	224.0	支援実績率	121.1%	満足率	95.4%																		
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	代表指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理解が深まったと回答した企業の割合																								
		数値目標	80%	実績数値	99.1%	目標達成度	123.9%																				
	成果の代表事例	生成AIセミナー・交流会では「使うと便利だとわかっていても使うアクションを起こせなかったの、今日からやることにします」「まだまだ触り始めたところで、勉強になりました。少しずつでも触って業務に役立てないです」「ワークショップ形式で、他の方の使い方参考になった」との声があり具体的な活用のきっかけを提供できた。また、「顧客管理、在庫、販売データ紙ベースで管理しています。取り入れて経営力向上させたいです」と、AIの活用を後押しするきっかけとなった。																									
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度																			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	経営力向上に向けて、生成AIの活用に関するニーズは多く、「基礎編」で大枠を伝え、「実践編」として実際にPCを用意し体験してもらいながらグループワーク等で学び、参加者間でディスカッションを実施したことにより、自社に具体的に生かし経営力の向上に取り組む第一歩につながり、事業者間での情報共有やネットワークづくりができた。課題として受講者の習熟度や生成AIの劇的な進化により内容も大きく変わるの、伝えるテーマを絞るなどの検討が必要と考える。多様化する世の中において、テーマを絞って実施することが課題となっている。中小企業者の課題は多岐にわたっている。今後、1テーマでのセミナー開催に加えて、横串を入れることができるようなテーマでのセミナーも検討し、中小事業者の持続的発展につながるようにする。																									

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	46.0	支援実績率	102.2%	満足率	93.5%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理解が深まったと回答した企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	140.0	支援企業数(実績)	178.0	支援実績率	127.1%	満足率	96.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理解が深まったと回答した企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	98.3%	目標達成度	122.8%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		海外スタートアップとのオープンイノベーション支援・促進		事業番号	36	新規/継続	継続																	
想定する実施期間		2022 年度から		年度まで		4	年 目	※複数年段階的实施事業は 別紙にて計画を提出すること																
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 デジタル変革（DX）の動きが加速する中で、アジア各国をはじめとする海外のスタートアップへの投資規模は世界的に拡大しており、海外スタートアップの勃興が目覚ましい。日本の特に中小企業においてもオープンイノベーション実現の一方策として、海外スタートアップとの連携に関心が集まる一方で、契約や商慣習の違いやその技術・サービスの先進性、信用度を確保する方策がない（「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。 【企業ニーズ】 海外スタートアップとの連携は大企業が中心であり、かつ海外スタートアップも連携先として大企業を挙げるケースが多く、中小企業と海外スタートアップとのマッチング事例はまだ少ない。しかし、単一の市場において中小企業が大きなシェアを持っているケースも少なからずあり、より良いマッチングが期待できる可能性も高いことから、各地で中小企業と海外スタートアップとの連携を支援する動きが進んでいる。大阪においても、海外スタートアップとの連携による新規事業の創出に向けて、本事業を実施する意義は大きい。																						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	海外スタートアップとの連携を通じて、オープンイノベーションに挑戦する中小企業																						
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①海外スタートアップとの連携や有する技術・サービスに係る先進性や信用度に関する情報提供、海外スタートアップからの具体的な協業ニーズ発表を行うマッチングセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】 ○5月12日「大阪×インド Startup Matchup 2025 マッチングセミナー」（30社） 国際協力機構(JICA)、インド工業連盟(CII)と連携し、インドのスタートアップの最新動向を紹介するほか、日本市場への進出、日本企業との提携を希望するインドスタートアップによるピッチイベントを開催した。 ○12月19日「海外ビジネス事情セミナー」（24.5社） 海外企業との連携に向け情報収集を進める企業の検討促進や、海外連携にハードルを感じる中小企業のマインドチェンジを目的に、海外の最新の産業動向や、スタートアップ企業の取り組み事例等を紹介した。 ②海外スタートアップと在阪中小企業との個別商談支援 【事業類型】販路開拓型 【実施内容】 ○5月12日「大阪×インド Startup Matchup 2025 個別商談会」（11社） 大阪府内の中小企業とインド工業連盟が推薦するスタートアップの個別商談会を開催した。 ○10月9日「大阪×インド 商談会 2025 in OSAKA」（9社） 海外スタートアップとの連携強化につなげるよう、インドのスタートアップと在阪企業とのマッチングイベントを開催した。 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ <table><tr><td>①府施策連携</td><td colspan="7">(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) 大阪府 商工労働部 成長産業振興室国際ビジネス・スタートアップ支援課と調整を行い、各事業ではOSAKA INNOVATION HUBによる支援施策の紹介を行った。</td></tr><tr><td>②広域連携</td><td colspan="7">本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪スタートアップ・エコシステムや中小企業基盤整備機構の広報ツール（ホームページ等）を活用し、大阪府内事業者に広く周知・募集を行った。</td></tr></table>							①府施策連携	(商-5：海外スタートアップと在阪の中小・中堅・大企業とのオープンイノベーション支援・促進) 大阪府 商工労働部 成長産業振興室国際ビジネス・スタートアップ支援課と調整を行い、各事業ではOSAKA INNOVATION HUBによる支援施策の紹介を行った。							②広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪スタートアップ・エコシステムや中小企業基盤整備機構の広報ツール（ホームページ等）を活用し、大阪府内事業者に広く周知・募集を行った。						
	①府施策連携	(商-5：海外スタートアップと在阪の中小・中堅・大企業とのオープンイノベーション支援・促進) 大阪府 商工労働部 成長産業振興室国際ビジネス・スタートアップ支援課と調整を行い、各事業ではOSAKA INNOVATION HUBによる支援施策の紹介を行った。																						
	②広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪スタートアップ・エコシステムや中小企業基盤整備機構の広報ツール（ホームページ等）を活用し、大阪府内事業者に広く周知・募集を行った。																						
計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	110.0	総支援企業 数(実績)	74.5	支援 実績率	67.7%	満足率	91.5%																
目標の達成度 （支援企業を どう変化させる ことができたか）	代表指標	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%		実績数値	96.1%		目標達成度	128.1%																
成果の代表事例	5月12日に開催したセミナーと商談会では、同日にイベントを開催することで、海外連携になれていない中小企業にとってハードルが高くないよう、セミナーでHP等ではわからないインド企業の事業詳細を聞いた後、具体的な商談会に進めるよう工夫を行った。その結果、継続的な商談に進むマッチングが生まれた。また、10月9日の商談会では再度インド企業とのマッチングイベントを実施することで継続的な連携先の探索ができるよう工夫した。12月19日のセミナーでは海外企業との連携についてより初歩的な注意点等の情報提供を行い今後の商談会参加を促した。																							
その他目標値の実績	目標値 （計画）			目標値 （実績）			目標達成度																	

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	具体的商品やサービスを持つスタートアップが来日したことにより海外スタートアップ連携に関心のある企業からは特に商談会で高評価を得られた。しかし、中小企業にとって海外スタートアップとの連携は、大企業と比べ言語や商習慣に対する不安感や抵抗感、さらに昨今は不安定な世界情勢の影響でさらにハードルが高くなっており、想定していた支援企業数には大きく届かなかった。次年度は、在阪企業が具体的な連携をイメージできるよう、海外スタートアップが有する技術やサービスをより具体的に提示するとともに、海外情勢や海外スタートアップとの連携に係る不安感や抵抗感を低減するプログラムを組み込む。
------	--	--

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	70.0	支援企業数(実績)	54.5	支援実績率	77.9%	満足率	90.2%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	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%		実績数値	96.1%		目標達成度	128.1%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	20.0	支援実績率	50.0%	満足率	95.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	商談マッチング（引き合わせ）数						
		数値目標	40		実績数値	31		目標達成度	77.5%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	

事業名		中小企業の生産性向上支援事業			事業番号	37	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2020 年度から			年度まで	6	年 目	※複数年段階的实施事業は 別紙にて計画を提出すること	
事業 の 概 要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 人手不足や原価高騰などの課題に直面し、「生産性向上」や「業務プロセスの見直し」「収益性の向上」 に向けての取り組みが急がれる。安価なハードやソフトの投資でも十分に生産性向上につながることを多 くの中小企業に知ってもらい、ITを活用することで稼げる企業体質に改善する。社会的要請に応じた現 場改善や売上高・付加価値の向上を支援する。 【企業ニーズ】 「生産性向上」は中小製造業者としても早急に取り組みたい課題であるが、中小事業者の多くは、日々 の業務に忙殺され、時間が取れない、人材やノウハウが不足しているなどの理由で取り組みが進んでいな いのが現状である。							
	211名(令和8年3月31日 現在)	大阪府内の中小企業・小規模事業者(製造業・商店主等を中心に幅広い業種)							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	※()内は支援企業数 セミナーの開催 【事業類型】人材育成型 【実施内容】 ①10月8日「生成AIの使いどころがわかる!」(26社) 内容:小さな地方の企業が、豊富な人材と資金力を持った大企業と闘うためには生成AIの活用が必須。 ChatGPTをはじめとした生成AIが、マーケティングの現場に大変革を起こす。今話題の生成AI (ChatGPTやGeminiなど)をwebマーケティングの現場でどう活用すればよいのかを、具体的な事例や ワークショップとともに解説。 ②12月19日「真のDXで切り拓く未来」(48社) 内容:少子高齢化による労働力不足、企業間の競争激化や資源価格の高騰による利益圧迫等、中小企業 を取り巻く経営環境が厳しさを増している中、中小企業は生産性を向上させる必要性がある。これらの課題 解決手段として、DX(デジタル・トランスフォーメーション)への取り組みが進められている。真のDX とは単なるデジタル技術の導入やIT化にとどまらず、企業がデジタル技術を活用して、ビジネスモデル、 組織、プロセス、企業文化そのものを根本的に変革し、顧客価値を創造し続けることである。DXへの取 組みを進める際に重要となるのは導入における各企業の視点である。「DX化を進めるために必要な視 点」について神戸市DX推進事例を交えて解説。 ＜事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載＞							
		②広域 連携	○本商工会議所のウェブサイトやメールマガジンなどを通じて、大阪府内からの参加を募った。 ○大阪工業大学と連携し、セミナーの内容の周知を図った。						
		④相談 相乗	○アンケート回答から、経営相談希望企業に連絡をとり、個別対応した。						
事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度	計画に対する 実績(数値)	総支援企業 数(計画)	70.0	総支援企業 数(実績)	74.0	支援 実績率	105.7%	満足率	98.6%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させ ることができ たか)	代表指標	参加者へのアンケートで、生産性向上への取り組みが理解できたと回答した割合						
		数値目標	70%		実績数値	97.1%		目標達成度	138.7%
	成果の代表事例	(参加者のコメント) ①複数の生成AIの特徴を知ることができた。実際のビジネスにおける活用法が分かったため、自身のビ ジネスにおいて実行する。 ②具体的な導入事例を知ることができた。生産性向上のために自身のビジネスに置き換えて、導入可能 なことから始める。							
	その他目標値の実績	目標値 (計画)				目標値 (実績)			目標達成度
実施 結 果	課題及び次期 以降への取組 み (実績が目標値に達してい ない場合は、その理由や今後ど うにフォローするのか)	コスト高や人手不足などの厳しい経営環境に対応するため、中小・小規模事業者には、今後もなお一層の 生産性向上の取り組みが求められると思われる。引き続き事業者のニーズに則した情報提供を行ってい く。							

事業名		新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援			事業番号	38	新規/継続	継続					
想定する実施期間		2019 年度から		年度まで	7	年 目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 現在のさまざまな社会課題を解決するために、AIやIoTといった第4次産業革命技術の活用が期待されている。ただ、そうした先端技術を活用したビジネスを創出するためには、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスが不可欠である。大阪府・市・大阪商工会議所では、「実証事業推進チーム大阪」を設置し、実証実験の支援を希望する事業者からの提案を一元的に受け付け、大阪府・大阪市の関連施設や公共空間、賛同を得た民間企業の工場や施設などのフィールドを提供し、大阪での実証実験の実施をより強力に支援している。当事業では、こうした動きをさらに加速させるため、専門家からの事業内容に対するアドバイスの活用やセミナーでの「実証実験」のプロセス解説、大阪での取組みのPRを通して、より効果的な実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出につなげる。 【企業ニーズ】 2025年大阪・関西万博では、「未来社会の実験場」がコンセプトに掲げられており、大阪で革新的な実証が次々に実施される「実証事業都市・大阪」実現に対する企業の期待は非常に高い。また、会期後にも、万博で展示した先端技術を社会実装するための取組みや社会課題解決ビジネスの創出をめざす企業も増えてくることが予想される。こうした中、自社技術の社会実装や社会課題の解決を図るための実証実験を行う際、課題の設定や実証実験の方法など、専門家などからアドバイスを求めるニーズが出ている。											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	先端技術を活用した実証実験の実施を通じて、社会課題解決ビジネスの創出をめざす中小企業											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①専門家による個別支援 【事業類型】ハンズオン支援 【実施時期】随時実施 【実施内容】アドバイザリーボードを設置し、大阪で実証実験を希望する企業を対象に、実証実験の方法や技術課題へのアプローチ方法などが記載された事業計画書に対して専門家からアドバイスを行った。 (1社) ②実証事業都市・大阪セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】3月5日「実証事業都市・大阪セミナー」(20社) 内容：①講演「自治体共創のススメ～共創の必要性・メリットとは?～」 ②実証事例の紹介 ③実証事業支援策及びビジネス化支援の取組紹介 ＜事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載＞ <table><tr><td>①府施策連携</td><td>大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施し、セミナー参加者に対して同課が令和8年度に実施する万博で披露された技術の産業化等に向けた取組、新たなイノベーション創出に向けた取り組みについて紹介した。</td></tr><tr><td>②広域連携</td><td>本商工会議所の広報ツール(大商ニュース、メールマガジンなど)を広く活用し、あわせて大阪府商工労働部のネットワーク、メールマガジンを活用し、府内事業者にも広く周知・募集を行った。また、大阪市経済戦略局産業振興部イノベーション課経由で大阪市が設置する先端技術を活用したビジネスのサポート拠点・ソフト産業プラザ(TEQS)にも周知を行った。</td></tr></table>								①府施策連携	大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施し、セミナー参加者に対して同課が令和8年度に実施する万博で披露された技術の産業化等に向けた取組、新たなイノベーション創出に向けた取り組みについて紹介した。	②広域連携	本商工会議所の広報ツール(大商ニュース、メールマガジンなど)を広く活用し、あわせて大阪府商工労働部のネットワーク、メールマガジンを活用し、府内事業者にも広く周知・募集を行った。また、大阪市経済戦略局産業振興部イノベーション課経由で大阪市が設置する先端技術を活用したビジネスのサポート拠点・ソフト産業プラザ(TEQS)にも周知を行った。
	①府施策連携	大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施し、セミナー参加者に対して同課が令和8年度に実施する万博で披露された技術の産業化等に向けた取組、新たなイノベーション創出に向けた取り組みについて紹介した。											
	②広域連携	本商工会議所の広報ツール(大商ニュース、メールマガジンなど)を広く活用し、あわせて大阪府商工労働部のネットワーク、メールマガジンを活用し、府内事業者にも広く周知・募集を行った。また、大阪市経済戦略局産業振興部イノベーション課経由で大阪市が設置する先端技術を活用したビジネスのサポート拠点・ソフト産業プラザ(TEQS)にも周知を行った。											
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	60.0	総支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	35.0%	満足率	90.0%				
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合										
		数値目標	70%		実績数値	78.9%		目標達成度	112.8%				
	成果の代表事例	アンケートでは参加者の大半が「満足」「おおむね満足」と回答。「実証事業都市・大阪セミナー」では、「計画している実証実験において、実証事業推進チーム大阪と連携を検討している」といった実証事業を通じたビジネスの創出や、実証事業推進チーム大阪へのエントリーに対して前向きな回答が得られた。また、アドバイザリーボードでは、専門家のアドバイスを受けて、実施企業にとって今後の実証実験や事業化を考えるにあたっての参考となった。											
	その他目標値の実績	目標値(計画)			目標値(実績)			目標達成度					

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	実証事業都市・大阪セミナーについて、次年度以降は本商工会議所でしか聞くことができない情報提供が行える講師の選定、アーカイブ配信等を検討し、支援企業数の達成に努める。また、ハンズオン支援において、「実証事業都市・大阪セミナー」の開催時期を上半期とし、セミナー参加者への実証事業推進チーム大阪のエントリーを促すとともに、他の自治体が行う実証支援事業との連携や、テーマと場所を指定した期間限定の実証実験の公募などを通じて、エントリー件数の増加を目指す。
------	--	---

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	1.0	支援実績率	10.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	実証事業推進チーム大阪（構成：大阪府、大阪市、大商）に実証実験のエントリーを行った企業数						
		数値目標	10	実績数値	1	目標達成度	10.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50.0	支援企業数(実績)	20.0	支援実績率	40.0%	満足率	89.5%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	78.9%	目標達成度	112.7%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業		事業番号	39	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2020 年度から		年度まで	6	年 目	※複数段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 中小企業・小規模事業者における生産性向上で最も効果的なのがIT・デジタル導入である。昨今、多種多様なクラウドサービスが充実してきたが、自社に適したメニューを選んだり、導入効果を見極めるのは難しい。また、スマートフォンとキャッシュレス決済の普及により、商品の購入場所や支払方法などの消費スタイルが多様化しているが、その変化にともなってIT・デジタル・動画・SNSなどを活用して、効果的に販路開拓に取り組んでいる中小企業・小規模事業者は少ない。加えて、コロナ後、中小企業・小規模事業者においては、ITやSNS等を活用した新しい販売方法などさまざまな変化への対応が課題となっている。そこで、中小企業・小規模事業者が導入しやすいツール・システムに関する情報を提供し、具体的な導入や利活用を支援する。 【企業ニーズ】 IT導入を通じた生産性向上は、必ずしも経営者層に浸透していない。また、IT・デジタル・動画・SNSを活用した販売・営業活動に関心があるものの、具体的なサービスや活用方法を把握していない中小企業・小規模事業者は多い。ITによる生産性向上・販路拡大の成功事例を多数紹介することで、より多くの企業の関心を喚起する必要がある。さらに、IT活用に前向きな企業に対し、IT人材育成や費用対効果、自社に合ったITシステムなど、多様なメニューを提示、具体的なサービスの導入サポートが求められる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	①既に何らかのIT投資をしているものの、社内に情報系の専門人材がおらず、システム更新や乗り換えにあっても費用対効果がわかりにくい中小企業。IT導入で業務効率化を図りたいが、何から手を付けてよいかわからない中小企業。事業承継のタイミングで経営を高度化させたいと考えている中小企業など。 ②IT・デジタル・動画・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。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①中小企業DXセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】7月25日 中小企業DXセミナー「小売・店舗型サービス事業者のDX～POS・AIを駆使した、利益をあげるためのデータの使いかた～」(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 【事業類型】人材育成型 【実施内容】 5月27日 売上アップにつながるメルカリShops活用術(37社) 6月3日 誘客・購買につなげる！Instagram活用セミナー「初級編：無料機能の活用」(104.5社) 6月17日 誘客・購買につなげる！Instagram活用セミナー「中級編：Meta広告の活用」(74.5社) 7月15日 誘客・購買につなげる！Instagram活用セミナー「上級編：POP・UP・イベント開催時の活用」(75.5社) 8月6日 中小企業が知っておきたいAmazon活用セミナー(42.5社) 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 【実施内容】 5月27日 売上アップにつながるメルカリShops活用相談会(7社) 7月15日 誘客・購買につなげる！Instagram活用相談会(7社) 8月6日 中小企業が知っておきたいAmazon活用相談会(6社) ＜事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載＞ ②広域連携 本商工会議所の広報ツールのみならず、商工会議所の取引開拓支援サイト「ザ・ビジネスモール」や、商工会議所が発信するメールマガジン、金融機関からの協力などを通じて大阪府内事業者の参加を募った。 ④相談相乗 参加者へのアンケートでIT導入に関する相談の希望の有無を回答してもらい、専門相談支援につないだ。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	335.0	総支援企業数(実績)	454.0	支援実績率	135.5%	満足率	91.7%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートにおいて、「IT導入が今後の自社の経営の合理化や業務効率化に役立つと考える」と回答した企業の割合						
		数値目標	75%	実績数値	86.7%	目標達成度	115.6%		
	成果の代表事例	○中小企業DXセミナー 9割以上のアンケート回答企業が、今回のセミナー参加を経て、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回答した。 ○販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー、相談会 セミナー参加者へのアンケートでは、「Instagramをもっと活用していきたい」などのコメントがあり、導入を促進することができた。また、実際にIT・デジタルを活用している事業者の話が非常に参考になったとの声も多く上がった。相談対応したITサービス提供企業と参加者が継続して調整を続け、実際に導入が決定した事例もあり具体的な展開に結びついた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	○中小企業DXセミナー アンケートから、社内にITに関するノウハウがない、ITを活用・運用できる人材の確保やITツールの導入や運用にかかるコストに課題を抱えている企業が多いことが分かったため、その解決につながるような支援を強化する。また、他の商工会議所等とも連携しながら、中小企業に対し、より多くの関連情報や、ITツールを紹介していく。 ○販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー、相談会 オンラインにてセミナーを実施する形式が好評であったため、今後も同様の形式を用いて時宜に合った情報提供に努める。(場合によってはリアルでの開催も検討する。) また、担当者に直接質問できる個別相談の手法も好評だったため、今後も継続して相談・マッチングの場を設ける。
------	--	---

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	100.0	支援企業数(実績)	100.0	支援実績率	100.0%	満足率	86.7%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	指標	アンケートにおいて、「IT導入が今後の自社の経営の合理化や業務効率化に役立つと考える」と回答した企業の割合						
		数値目標	75%	実績数値	86.7%	目標達成度	115.6%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	220.0	支援企業数(実績)	334.0	支援実績率	151.8%	満足率	92.9%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	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%	実績数値	96.0%	目標達成度	128.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	20.0	支援実績率	133.3%	満足率	95.0%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	133.3%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業		事業番号	40	新規/継続	継続						
想定する実施期間		2011 年度から 年度まで		15	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 大阪府、大阪信用保証協会、5 信金（大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか、永和）、関西みらい銀行、日本政策金融公庫が参画する地域金融支援ネットワークにおいて、「開業・スタートアップ応援資金・小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」「チャレンジ応援資金」をはじめとする大阪府の制度融資やその他の公的融資制度の普及を促進する。特に「開業・スタートアップ応援資金」「小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」は、地元金融機関と緊密に連携し、本商工会議所が事業計画策定支援や経営指導に加え、資金調達後にはフォローアップする「金融と経営支援の一体的な取り組み」により、中小企業や創業希望者の資金需要に応え成長を支援する。これら事業者に対し、経営指導員、専門相談員などが経営支援を行うほか、高度な課題の解決には専門家による支援の枠組みも利用。本部・支部で、事業者の各種支援ニーズをはじめ、中小企業や創業希望者のさまざまなニーズに対し「金融と経営支援の一体的取り組み」の推進を強化する。 【企業ニーズ】 2024年度に本商工会議所会員事業者から商工業者法定台帳などで聞いた経営の関心項目のうち、「融資・資金繰り」を挙げた事業者は18,437件中2,764件で、全体の14.99%を占めている。 また、本商工会議所の創業支援を受けた創業者などからは、相談により事業計画の作成方法がわかった、内容が改善した、客観視できた、などの成果があったとの声があり、金融支援と併せて事業計画策定などの経営支援を行う効果は高く、その入口として当事業が大きな役割を果たすと考えられる。											
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者・中小企業、大阪府内での創業をめざす者（大企業の社員、府外に在住する個人などを含む）											
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	本事業の母体となる地域支援ネットワーク機関の情報共有や情報交換のため、「地域金融懇談会」を2回（4月24日、3月7日）開催し、以下の事業を実施した。 ※（ ）内は支援企業数 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 【実施内容】6月19日「中小企業と創業者のための公的融資説明会」（75.5社）、2月27日「金融力強化セミナー」（74社） 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 【実施内容】6月19日「中小企業と創業者のための個別相談会」（33社）、11月20日「地元金融機関との交流会」（115社） その他、制度融資等施策普及のため、「開業・スタートアップ応援資金」「公的融資制度のご紹介」等の印刷物の作成配布をはじめ、ホームページなどでも周知した。 ③金融説明会の開催 【事業類型】人材育成型 【実施内容】各支部にて、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、府制度融資や公的融資の利用に向けたセミナーを開催した。（100社） 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) 【実施内容】各支部にて、日本政策金融公庫などに協力を仰ぎ、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相談会を開催した。（282社） ----- ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ <table><tr><td>①府施策連携</td><td>（商-25：地域の金融機関や支援機関との「地域支援ネットワーク」推進事業）大阪府商工労働部中小企業支援室金融課および地域支援ネットワーク参画機関などと連携して企画・実施した。地域支援ネットワーク参画機関などの協力を得て、大阪府内全域から参加を募集した。</td></tr><tr><td>②広域連携</td><td>地域支援ネットワーク参画機関などに開催広報を協力してもらうとともに、本商工会議所のウェブサイトやメールマガジンなどを通じて、大阪府内からの参加を募った。これらにより大阪市域外（大阪府内）から延べ31社の参加が得られた。</td></tr><tr><td>④相談相乗</td><td>参加者へのアンケートで直面する経営課題や経営相談支援の希望の有無などを回答してもらい、経営相談支援を希望する参加者を支部の経営相談支援や経営相談室の専門相談支援につないだ。</td></tr></table>						①府施策連携	（商-25：地域の金融機関や支援機関との「地域支援ネットワーク」推進事業）大阪府商工労働部中小企業支援室金融課および地域支援ネットワーク参画機関などと連携して企画・実施した。地域支援ネットワーク参画機関などの協力を得て、大阪府内全域から参加を募集した。	②広域連携	地域支援ネットワーク参画機関などに開催広報を協力してもらうとともに、本商工会議所のウェブサイトやメールマガジンなどを通じて、大阪府内からの参加を募った。これらにより大阪市域外（大阪府内）から延べ31社の参加が得られた。	④相談相乗	参加者へのアンケートで直面する経営課題や経営相談支援の希望の有無などを回答してもらい、経営相談支援を希望する参加者を支部の経営相談支援や経営相談室の専門相談支援につないだ。
	①府施策連携	（商-25：地域の金融機関や支援機関との「地域支援ネットワーク」推進事業）大阪府商工労働部中小企業支援室金融課および地域支援ネットワーク参画機関などと連携して企画・実施した。地域支援ネットワーク参画機関などの協力を得て、大阪府内全域から参加を募集した。											
②広域連携	地域支援ネットワーク参画機関などに開催広報を協力してもらうとともに、本商工会議所のウェブサイトやメールマガジンなどを通じて、大阪府内からの参加を募った。これらにより大阪市域外（大阪府内）から延べ31社の参加が得られた。												
④相談相乗	参加者へのアンケートで直面する経営課題や経営相談支援の希望の有無などを回答してもらい、経営相談支援を希望する参加者を支部の経営相談支援や経営相談室の専門相談支援につないだ。												

事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	555.0	総支援企業 数(実績)	679.5	支援 実績率	122.4%	満足率	96.5%	
	目標の達成度 （支援企業を どう変化させる ことができたか）	代表指標	アンケートにおいて、説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てると回答した割合							
		数値目標	85%	実績数値	96.8%	目標達成度	113.9%			
	成果の代表事例	○Ａ社は大阪府の制度融資や日本政策金融公庫の「マル経融資」など、有利な条件の公的融資を活用することで、利息負担を軽減し資金繰りを安定させることができるきっかけとなった。 ○Ｂ社は「金利のある時代」における銀行交渉の秘訣や、銀行員が重視するポイントを学ぶことで、融資申込時の説明能力（資料作成や説明方法）が向上した。 ○Ｃ社はコスト削減だけでなく、人材・仕組み・外部リソースへ資金をどう投じるべきかの視点が得られ、企業価値を高めるための具体的な行動（人材投資やDX化など）へ踏み出せるようになった。								
	その他目標値の実績	目標値 （計画）		目標値 （実績）		目標達成度				
実施 結 果	課題及び次期 以降への取組み （実績が目標値に達してい ない場合は、その理由や今後ど うにフォローするのか）	原材料高騰や金利上昇、ゼロゼロ融資の返済本格化により、事業者の二極化と支援ニーズの多様化が進んでいる。今後は金融機関との連携をさらに深め、以下の取組みを推進する。 ○引き続き「経営と金融の一体的支援」を強化する。 ○価格転嫁や投資対効果に着目した「金利のある時代」対応のセミナーを開催する。 ○成長層には攻めの投資支援を、困窮層には計画策定支援を行うなど、フェーズに応じた階層別支援を展開し、地域経済の活性化を図る。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160.0	支援企業数(実績)	149.5	支援実績率	93.4%	満足率	94.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てると回答した割合						
		数値目標	85%	実績数値	94.6%	目標達成度	111.3%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	135.0	支援企業数(実績)	148.0	支援実績率	109.6%	満足率	97.3%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、交流会で自社に役立つ融資に関する情報、もしくは課題解決に関する情報、あるいは金融機関とのパイプを得たと回答した割合						
		数値目標	85%	実績数値	97.3%	目標達成度	114.5%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	80.0	支援企業数(実績)	100.0	支援実績率	125.0%	満足率	96.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	アンケートにおいて、説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てると回答した割合						
		数値目標	85%	実績数値	99.0%	目標達成度	116.5%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	180.0	支援企業数(実績)	282.0	支援実績率	156.7%	満足率	97.5%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	個別相談を実施した事業者などが、融資申し込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する割合						
		数値目標	85%	実績数値	97.2%	目標達成度	114.3%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		小規模事業再生サポートセンター事業		事業番号	41	新規/継続	継続				
想定する実施期間		2010 年度から		年度まで	16	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること				
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 大阪府内全域を対象に、特に小規模事業者の資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営の安定化、清算などに特化したサポート事業を展開することで、小規模事業者の事業再生を促し、大阪府内の廃業率の改善に資することをめざす。事業の実施にあたっては、案件内容に応じて「大阪府中小企業活性化協議会」とも連携を行う。 【企業ニーズ】 現在の小規模事業者を取り巻く環境は、人手不足や原材料費の高騰が重なり、引き続き厳しい状況にある。コロナ関連融資の元本返済が始まったが、賃上げや原材料の調達費などコスト増で、十分な利益が出せず、資金繰りがうまくいかないなどの相談が増加しており、収益力改善や事業再生支援が急務である。また現在は金利が上昇局面にあり、借入金利のさらなる上昇も予想され、倒産予備軍が増える可能性がある。今後も「大阪府中小企業活性化協議会」と連携しながら、危機回避、倒産回避に向けて支援していく。									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営安定化、さらには整理・清算のための支援 【事業類型】ハンズオン型 【実施内容】経営相談室内に設置している「小規模事業再生サポートセンター」（経営安定特別相談（平日）ならびに金融相談（火・木曜日））にて、大阪府内の小規模事業者を対象に資金繰りや借入金の返済条件の見直し、金融機関との折衝方法などの支援を行った。また、税理士や弁護士などの専門家を活用し、危機回避・整理に向けた支援も実施した。 新規の相談は156事業者、前年度からの継続相談は54事業者、計210事業者に対して支援を行い、相談回数は288回（経営安定特別相談75回、金融相談213回）であった。 ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞									
	②広域連携	ウェブサイト、本商工会議所機関紙への記事掲載と案内リーフレット封入、メルマガ等により周知活動を実施した。また、各種事業で案内リーフレットを配布したり大阪府、日本政策金融公庫の府内各支店にリーフレットを設置するなどして周知に努めた。									
	④相談相乗	融資、金融機関との折衝などの相談については金融相談で対応し、資金繰り難や事業退出などについての相談は経営安定特別相談で対応するなど、相乗効果を図った。									
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	175.0	総支援企業数(実績)	210.0	支援実績率	120.0%	満足率	100.0%		
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」								
		数値目標	20社	実績数値	19社	目標達成度	95.0%				
	成果の代表事例	2003年に創業したペット用品の販売やトリミングサロンなどを運営するA社は、コロナ禍の影響からの回復が遅れたため、売上げはピーク時の半分以上の2,000万円前後で推移しており、借入金も多く、廃業についての相談があった。店舗ごとの売上を分析し、採算が取れていない店舗の整理をアドバイスした。結果として、閉店にかかる費用を考慮し店舗を譲渡する方針となった。また、借り入れについては、店舗譲渡が決まるまでの間は金融機関にリスクを依頼するよう助言。今後は大阪府事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、店舗の譲渡先を探していく。									
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	売上不振により今後の見通しが立たず、整理や廃業を考える企業が増えている。その他にも、①コロナ禍後、収益の回復がないとの相談、②代表者の高齢化により事業が継続できないとの相談、③手元資金が少なく先行きが不安といった相談があった。材料の輸入が多い製造業は、円安やコストの上昇、サービス業は人件費増加のため粗利が減り、経営が厳しくなっているため、引き続き支援が必要である。経営安定特別相談では、今後も「大阪府中小企業活性化協議会」と連携し対応していく。									

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	120.0	支援企業数(実績)	156.0	支援実績率	130.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	<新規支援企業> 「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	②とあわせて20社	実績数値	12	目標達成度	②とあわせて95.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55.0	支援企業数(実績)	54.0	支援実績率	98.2%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	指標	<前年度からの支援継続企業> 「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	①とあわせて20社	実績数値	7	目標達成度	①とあわせて95.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー		事業番号	42	新規/継続	継続			
想定する実施期間		2014 年度から 年度まで		12	年 目	※複数段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること				
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 国が、2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにする方針、いわゆる「カーボンニュートラル」を表明したことを受けて、わが国のCO2排出の9割を占めるエネルギー分野において、省エネルギーへの取り組みはもとより、エネルギー需要の電化や水素化を進展させ、電源の再エネ主力化・次世代蓄電池や安価な水素の大量供給など需給両面の抜本的な構造転換を図ることが求められている。企業にとっては、新エネ・省エネに取り組むチャンスであり、具体的な対応策についての情報ニーズも高まっている。また、環境関連法令は、規制強化の方向で新規制定・改正されている一方で、中小企業はこうした情報をタイムリーに収集できる機会が不足しており、知らぬ間に法令違反を犯してしまう可能性がある。そこで、省エネ・新エネや、環境法令に関する情報を提供するセミナーを開催することにより、自社の課題の解決や新事業展開のための課題抽出に役立ててもらう。 【企業ニーズ】 企業規模を問わずコンプライアンスが求められる中、自社だけでは十分な情報収集ができない中小企業からは、規制強化の方向で新規制定・改正される環境関連法令について、法令の内容や企業の対応方法などの分かりやすい解説を求めるニーズが高い。また、電気料金の値上げなどが背景で、積極的に省エネ・節電に取り組む企業が増えている。一方で、燃料電池車、水素ステーションなど、新エネルギー活用の機運が高まりつつあり、新たなビジネスチャンスをめざし、新エネルギー関連産業の情報が求められている。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業の環境部門責任者・担当者 省エネの取り組みに関心のある中小企業の経営者、施設・エネルギー管理担当者 エネルギー分野で新規事業展開をめざす中小事業者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①カーボンニュートラル情報発信セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】 中小企業のカーボンニュートラル分野への参入促進を目的に、有識者による解説や、中堅・中小企業の技術開発に関する最新動向、具体的な取組み事例などを紹介。また、登壇者・参加者との名刺交換会なども会場で行った。 2月3日「カーボンニュートラル情報発信セミナー」（35.5社） 2月24日～3月6日「カーボンニュートラル情報発信セミナー」アーカイブ配信（11.5社） ②中小企業のための省エネ・省CO2セミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】 中小企業に対し、省エネの実現によって電気使用量の削減とそれに伴いカーボンニュートラルの達成を目指すという切り口で開催。中小企業が取り組むべき省エネ対策やその前提となる省エネ診断の解説や脱炭素経営などの事例を紹介するとともに、国の機関から最新動向や補助金等に関する情報提供を行った。 7月11日「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」（38.5社） 8月1日～8月8日「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」アーカイブ配信（51社） 1月28日「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」（55社） 2月16日～2月27日「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」アーカイブ配信（18.5社） ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞ <table><tr><td>①府施策連携</td><td>(商-4：カーボンニュートラル技術実装促進) (商-10：脱炭素経営に向けた取組み支援) 「カーボンニュートラル情報発信セミナー」は大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課、MOBIOと連携したほか、「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」は共催団体である（地独）大阪府立環境農林水産総合研究所、おおさかスマートエネルギーセンター(大阪府・大阪市)、大阪府地球温暖化防止活動推進センター(大阪府みどり公社)と連携し、事業者の省エネ・脱炭素経営を支援する大阪府や行政の取り組みを紹介するとともに、GXをめぐる国の最新動向、在阪中小企業の省エネ取り組み事例などを伝え、大阪府内事業者の省エネ活動の推進を支援した。</td></tr><tr><td>②広域連携</td><td>本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府や大阪市、近畿経済産業局の広報ツール（メールマガジン等）を活用し、府内事業者にも広く周知・募集を行った。</td></tr></table>						①府施策連携	(商-4：カーボンニュートラル技術実装促進) (商-10：脱炭素経営に向けた取組み支援) 「カーボンニュートラル情報発信セミナー」は大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課、MOBIOと連携したほか、「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」は共催団体である（地独）大阪府立環境農林水産総合研究所、おおさかスマートエネルギーセンター(大阪府・大阪市)、大阪府地球温暖化防止活動推進センター(大阪府みどり公社)と連携し、事業者の省エネ・脱炭素経営を支援する大阪府や行政の取り組みを紹介するとともに、GXをめぐる国の最新動向、在阪中小企業の省エネ取り組み事例などを伝え、大阪府内事業者の省エネ活動の推進を支援した。	②広域連携
①府施策連携	(商-4：カーボンニュートラル技術実装促進) (商-10：脱炭素経営に向けた取組み支援) 「カーボンニュートラル情報発信セミナー」は大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課、MOBIOと連携したほか、「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」は共催団体である（地独）大阪府立環境農林水産総合研究所、おおさかスマートエネルギーセンター(大阪府・大阪市)、大阪府地球温暖化防止活動推進センター(大阪府みどり公社)と連携し、事業者の省エネ・脱炭素経営を支援する大阪府や行政の取り組みを紹介するとともに、GXをめぐる国の最新動向、在阪中小企業の省エネ取り組み事例などを伝え、大阪府内事業者の省エネ活動の推進を支援した。									
②広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府や大阪市、近畿経済産業局の広報ツール（メールマガジン等）を活用し、府内事業者にも広く周知・募集を行った。									

事業 全体 の実績 ／ 目標 達成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	270.0	総支援企業 数(実績)	210.0	支援 実績率	77.8%	満足率	96.5%	
	目標の達成度 （支援企業を どう変化させる ことができたか）	代表指標	アンケートにおいて、当該事業で得た知識などを自社の課題解決や新事業の展開などに役立 てると回答した割合							
		数値目標	80%	実績数値	98.0%	目標達成度	122.5%			
	成果の代表事例	アンケートでは「新しい知見を得ることができた。展開の可能性を探りたい」「業界動向の把握に役立っ た」との回答が多くを占めた。今後、中小企業が具体的にに取り組むべき課題や、カーボンニュートラル分 野への参入を検討するきっかけを提供できた。								
	その他目標値の実績	目標値 （計画）		目標値 （実績）		目標達成度				
実 施 結 果	課題及び次期 以降への取組み （実績が目標値に達してい ない場合は、その理由や今後ど うのようにフォローするのか）	【カーボンニュートラル情報発信セミナー】 大阪・関西万博の開催年であったため、万博で実証・展示された中小企業のカーボンニュートラル技術 を中心に、これから社会実装に向かう技術・サービスの情報提供をおこなったが、支援対象企業からの参 加者数が目標値に届かなかった。大阪府内の企業を意識し、万博をテーマに取り上げたが、大企業や府外 からの参加が多かった。次年度はより一層「大阪府内の中小企業向け」を意識した講演テーマ・登壇者選 定を共催者とともに検討する。 【中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー】 AIを活用した省エネ活動実践の取り組みなどをテーマとすることで、支援企業の目標値には届かなか ったものの、支援企業の参加者数は前年度より増加した。次年度も引き続き、中小企業に関心を持っ てもらえる企画を考えるとともに、関係団体にも協力してもらい、広報を強化する。								

事業名		中小製造業者と大阪産業技術研究所等 大学の技術交流		事業番号	43	新規/継続	継続					
想定する実施期間		2012 年度から		年度まで	14	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること					
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 大手企業の生産拠点が海外（特にアジア地域）に流出し、大手企業と中小製造業者の下請・協力関係が解消・希薄化するなどの経営環境の変化もあいまって、中小製造業者は自律的な事業展開に向けて付加価値の高い自社製品の開発や次世代ものづくりに向けた技術力の向上などを求めている。しかしながら、中小製造業者は、財政的にも人的にも制約があり、それらに投入できる経営資源に限界がある。その一方で、大阪府域には高度な基礎研究などを行っている大学や中小製造業者の技術支援を長年にわたって行ってきた公設試があり、広く産業界においてその研究成果の活用を求めている。本事業は産学公の連携を促進し、中小製造業者の技術的課題の解決を支援する。 【企業ニーズ】 中小製造業者が大学や大阪産業技術研究所が有する最新の研究成果（技術シーズ）に関する情報を入手できる機会として、今後成長・発展が見込まれる産業分野・テーマをさらに取り上げることで企業のニーズを掘り起こし得る。										
	支援する対象 (業種・事業所数等)	幅広い製品分野の中小製造業者（技術力向上やビジネス展開を求める中小製造・加工業者など）										
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①大阪府内及び周辺地域の大学の研究成果（技術シーズ）活用のためのセミナー 【事業類型】人材育成型 【実施内容】 ○11月18日「第40回大阪大学大学院基礎工学研究科産学交流会」（41.5社） 高度な基礎研究を行う大阪大学大学院基礎工学研究科の研究成果を発表することで、中小企業の技術力の向上と新製品開発の支援を行うとともに、産学連携の活性化につなげる。 ○2月19日「産学連携セミナー」（18.5社） 産業技術総合研究所、奈良工業高等専門学校、大阪工業大学、大阪公立大学、近畿大学、大阪大学、大阪産業大学、摂南大学、関西大学、大阪産業技術研究所の取組紹介と参加者同士の交流を通じ、連携のきっかけを提供する。 ②大阪産業技術研究所等の研究成果（技術シーズ）活用など、産業技術支援に関する発表会 【事業類型】人材育成型 【実施内容】12月5日「ORIST・MOBIO技術シーズ・研究成果発表会」（67社） <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載> <table><tr><td>①府施策連携</td><td>(商-22：(地独)大阪産業技術研究所(ORIST)連携事業) (局-3：ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業) 大阪産業局MOBIO事業部と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報の協力を得た。大阪産業技術研究所とは企画段階から連携して、講演する産学連携企業を紹介してもらったほか、広報面でもメールマガジン配信やチラシ配布など幅広く広報を行うなどの協力を得た。</td></tr><tr><td>②広域連携</td><td>本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府下に多くの会員企業・案内先を有する、MOBIOや大阪産業技術研究所などの共催団体等のネットワークを利用し、大阪府内の中小製造業者へ広報を行った。</td></tr></table>							①府施策連携	(商-22：(地独)大阪産業技術研究所(ORIST)連携事業) (局-3：ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業) 大阪産業局MOBIO事業部と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報の協力を得た。大阪産業技術研究所とは企画段階から連携して、講演する産学連携企業を紹介してもらったほか、広報面でもメールマガジン配信やチラシ配布など幅広く広報を行うなどの協力を得た。	②広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府下に多くの会員企業・案内先を有する、MOBIOや大阪産業技術研究所などの共催団体等のネットワークを利用し、大阪府内の中小製造業者へ広報を行った。
	①府施策連携	(商-22：(地独)大阪産業技術研究所(ORIST)連携事業) (局-3：ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業) 大阪産業局MOBIO事業部と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報の協力を得た。大阪産業技術研究所とは企画段階から連携して、講演する産学連携企業を紹介してもらったほか、広報面でもメールマガジン配信やチラシ配布など幅広く広報を行うなどの協力を得た。										
②広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府下に多くの会員企業・案内先を有する、MOBIOや大阪産業技術研究所などの共催団体等のネットワークを利用し、大阪府内の中小製造業者へ広報を行った。											
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	240.0	総支援企業数(実績)	127.0	支援実績率	52.9%	満足率	96.7%			
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートにおいて、得た知識を今後の製品や技術の開発に役立てると回答した割合									
		数値目標	70%	実績数値	94.3%	目標達成度	134.7%					
	成果の代表事例	アンケート調査では、いずれのセミナーでも、支援対象の約8割が「満足」「おおよそ満足」と回答し、さらには、「本事業が自社技術の向上に資する知見・情報が得られたため役立った」というような前向きな回答が多く得られた。										
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度						
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	オンラインとの併用やアーカイブ配信等、会場での参加が難しい企業にも情報提供できるような方法を引き続き実践していく。また、各イベントのテーマを設定する際に、大阪府内の中小企業が関心を持つようなトピックスを入れるよう、公設試験研究機関や大学が保有する最新の技術に関する情報収集を適宜行う。また、セミナー等での情報発信から、専門機関・施設の見学等、共同開発を具体的にイメージできる機会を創出するとともに、中小企業の参加率を上げるため、本商工会議所が行う「産学官技術相談窓口」の紹介や名刺交換会などの機会についてもアピールしていく。										

事業名		専門家連携型経営相談 交流会		事業番号	44	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2014 年度から 年度まで		12	年 目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 中小企業・小規模事業者が抱える高度な経営課題に対応するため、本商工会議所では専門家派遣制度による支援を行っている。経営指導員と各種専門家がお互いの強みを活かして連携強化を図り、より効果的な経営支援サービスを提供することで支援先から高い評価を受けている。そこで、本事業を通じて、中小企業・小規模事業者に対し専門家派遣制度を周知・紹介するとともに、自社の課題解決にふさわしい専門家との出会いの場を提供する。 【企業ニーズ】 2024年度のエキスパート・アドバイザー派遣の専門家派遣事業は、123社、412回と順調に推移しており（2024年10月現在）、専門家派遣事業への関心や専門家への支援ニーズは高い。特徴としては、収益力の向上やコスト削減、事業継続に課題を抱えている事業者からの派遣要請が増加しており、「生成AIなどを用いたDX、新商品開発、事業再構築、新たなビジネスモデルの構築、デザイン思考による新サービスの開発、販促・ウェブマーケティング」をテーマとする支援要請が多く寄せられている。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	自社の経営力強化に向けて、さまざまな経営課題を抱えている、もしくは新分野進出、販路開拓など、将来の成長に向けた取り組みを進めたい大阪府内の中小企業・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 専門家による講演・交流会の開催 【事業類型】人材交流型 【実施内容】 8月6日「専門家との交流会」（71社） ○講演会「“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」 ○専門家派遣制度の紹介 ・専門家派遣制度の説明 ・専門家による自己PR ○専門家との名刺交換							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		②広域連携	地域金融支援ネットワークに参加している金融機関や大阪府内の商工会議所にも広報を依頼したほか、本商工会議所ホームページなどで案内したことで府内全域からの集客を図った。参加者のうち、13社が大阪市外からの参加となった。						
④相談相乗	専門家との名刺交換・交流会に経営指導員が参加し、事業者と専門家とのマッチングや相談事業との相乗効果を図った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	60.0	総支援企業数(実績)	71.0	支援実績率	118.3%	満足率	88.7%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	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	実績数値	12社	目標達成度	120.0%		
	成果の代表事例	本事業に参加した菓子製造業のA社から、「商品ブランディングとマーケティング戦略を策定したい」との依頼があった。専門家を派遣し、原材料費の高騰などによる収益性にも考慮しつつ、今後重点的に営業活動を行う商品を整理するとともに、自社のブランディングをまとめ、それに沿ったパッケージ等が準備できるよう、専門家からの助言指導を実施した。この結果、A社より「自社・他社の分析により自社が目指す方向性が可視化できた。経営状況から事業整理も行うことができた。今後はより実務に踏み込んで取り組みたい」とのコメントが寄せられた。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	経営環境が急速に変化する中、中小企業の稼ぐ力を向上させることが肝要であるが、中小事業者が独力で行うのは難しいのが現状である。今後も中小事業者のニーズに合致したテーマを設定し、専門家との交流会の内容充実を図っていく。また、専門家と伴走して本質的な経営課題を発掘し、自走と企業成長を支援していく。							

事業名		2025年大阪・関西万博「展示・出展ゾーン」出展支援事業				事業番号	45	新規/継続	継続					
想定する実施期間		2024 年度から		2025 年度まで		2	年 目	※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	【事業の目的】 2025大阪・関西万博への参加を通じて、下請け依存から脱却し、大阪の町工場の自律性を高めるとともに、中小製造業の雇用吸収力の拡大につなげ、大阪の地域経済の基盤を強化する。また、参加企業間での取引拡大、市場性の高い試作品、製品開発を促す。 【企業ニーズ】 これまで本商工会議所が進めてきた「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の参加企業や、万博出展企画の共同事業体の金融機関の顧客からも、大阪で開催される万博への期待は高い。モノづくり小規模事業者は固定の取引先との安定した受注があるとは限らず、経費削減、自社ではできない加工、新規取引、新製品・新技術の協力企業や取引先の開拓を常に必要としている。万博出展を予定している企業・グループの多くは、万博出展はもちろん初めてであり、大規模国際展示会での出展ノウハウも乏しいので、企画・展示のブラッシュアップを継続的に支援していく必要がある。また、直接出展という形はかなわずとも、何らかの形で万博という国際イベントに参画したいと希望する企業は多数存在する。												
	支援する対象 (業種・事業所数等)	在阪中小モノづくり企業とその関連企業・グループ												
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 出展前には、説明会を兼ねた交流会を実施し、出展企業同士の相互交流、情報交換、注意点や疑問点の共有を行った。10月7～13日は万博出展本番、12月16日には出展後の成果報告を兼ねた今後の事業を促す交流会を実施した。 ①出展準備交流会 【事業類型】人材交流型 【実施内容】 7月15日 出展前最終説明会(42社) ②2025大阪・関西万博RC出展企業・グループ交流会 【事業類型】人材交流型 【実施内容】 12月16日 ポスト万博に向けた次なる挑戦成果報告・共創交流会(41社) ・万博出展総括 ・挑戦への軌跡（事例・事業計画発表） ・パネルディスカッション ・ネットワーキングセッション ＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞												
		②広域連携	共同事業体である大阪信用金庫の顧客に声をかけ、出展企業を府内から広く募集、支援を続けた結果、出展企業83社のうち、市内は63社、府内市外20社が出展に至った。											
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)		50.0		総支援企業数(実績)		83.0		支援実績率	166.0%	満足率	97.6%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標		参加者へのアンケートで、企業間交流やネットワークづくりができたと回答した割合										
		数値目標		70%		実績数値		88.0%		目標達成度		125.6%		
	成果の代表事例	本事業の最大の成果として、大阪・関西万博における展示企画を事故なく無事に遂行できたことである。出展直前まで企業グループ内での制作、調整が行われ、どのグループも脱落することなく本番を迎えた。当日は万博会期における最終週ということもあり、1日当たり約1万人、通算約7万人超が来場いただき、10を超えるメディアの取材もあるなど、かなりの大盛況ぶりであった。また、その熱の覚めぬうちに成果報告・共創交流会を企画。万博出展社だけでなく、大学関係者や各種支援の専門機関を集め、万博レガシーの実現に向けた取り組みの発表、ネットワークの構築も促した。その成果もあり、翌年には万博製品化第一号となるA社の製品を上市し、メディア発表支援を実施。今後、第二号、第三号の発表も予定。												
	その他目標値の実績	目標値 (計画)				目標値 (実績)				目標達成度				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	上記、製品化第二号、第三号を目指すとともに、そこに至るまでの技術支援やネットワーク形成支援を予定。産学連携でのイベントをはじめ、大手民間企業とのマッチングも視野にさらなる成果形成に向けて支援を継続する。												