

# 令和2年度（2020年度） 事業計画書

## 1. 申請者の概要

申請者	団体名	大阪商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 尾崎裕
	所在地	〒540-0029 大阪府大阪市中央区本町橋2番8号
	担当者	職・氏名 中小企業振興部次長兼経営相談室課長 荒井慎一
	連絡先	電話番号（直通）： 06（6944）6451 F a x： 06（6944）6565 E－m a i l： arai@osaka.cci.or.jp
①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率）		明治11（1878）年8月27日  209人（82人）  大阪府大阪市 179,252（総務省「平成28年経済センサス - 活動調査」） 113,699（総務省「平成28年経済センサス - 活動調査」） 29,139（16.3%）
□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つせんを行うこと。 ⑪ 商事取引に関する仲介又はあつせんを行うこと。 ⑫ 商事取引の紛争に関するあつせん、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

<現状>

○ 本商工会議所の所管地域である大阪市の民営事業所179,252のうち、小規模事業者は113,699(全体の63.4%)で、これを産業別にみると、小売業34,611(構成比30.4%)、サービス業26,321(同23.1%)、製造業14,685(同12.9%)、卸売業11,734(同10.3%)、その他26,348(同23.2%)となっている(総務省「平成28年経済センサスー活動調査」)。

○ 大阪市の製造業について、総務省「平成28年経済センサスー活動調査」の結果(従業員数4人以上の事業所)を平成24年のそれと比較すると、事業所の数が7,591から6,325に減少(-16.7%)、従業員数が132,111人から116,812人に減少(-11.6%)、製造品出荷額等が3,867,881百万円から3,686,994百万円に減少(-4.7%)、粗付加価値額も1,784,805百万円から1,535,624百万円に減少(-14.0%)しており、基礎素材型製造業が高度に集積している当該地区の工業生産力の低下が長期的に続いている。

○ 商業については(同上調査結果を同様に比較)、卸売業の事業所数が16,368から16,524に増加(+1.0%)、年間商品販売額も34,434,073百万円から36,985,516百万円に増加(+7.4%)し、小売業については事業所数が20,121から19,811に減少(-1.5%)したものの、年間商品販売額が3,707,196百万円から4,578,156百万円に増加(+23.5%)した。宿泊業・飲食サービス業については、事業所数が15,931から18,162に増加(+14.0%)、売上(収入)金額が837,655百万円から999,856百万円に増加(+19.4%)した。海外からの来阪者(インバウンド)の増加とその消費などにより、物販、宿泊、飲食サービスは堅調な伸びを示した。

<課題>

○ 「2025年大阪・関西万博」を産業・経済の強力な推進装置として、中小企業の参画やビジネス機会の拡大を図るとともに、それ以降の大阪・関西の成長を見据えた新ビジネスの創出や中小企業によるイノベティブな成長分野への参入を促進することが肝要である。

○ 大阪経済の活性化、成長を図るには、それを支える中小企業のビジネス環境を大阪府・市、大阪産業局などと連携し整備していかなければならない。とりわけ国内他地域からの需要を取り込むとともに、海外との取引をさらに活発化させるなど、販路の拡充に積極的に取り組んでいく必要がある。

○ 本商工会議所と関西経済連合会が令和元年11月に実施した「第76回経営・経済動向調査」によると、中小企業がこの1年間に自社の業績にマイナスの影響を与えたものとして最も多く挙げた項目は「人手不足」(全体の23.2%)であった。若手人材の確保が難しい中小企業にとって、女性、外国人材(留学生)、高齢者の活用のみならず、IT導入などによる生産性向上を図っていかなければならない。

○ 本商工会議所が令和元年5月から6月にかけて実施した「企業の防災・減災対策に関するアンケート調査」では、事業継続計画(BCP)を「策定済み」「策定中」の企業は38.8%であった。また、市町村が作成したハザードマップを確認していない企業は38.3%あった。自然災害の危険度は増しており、特に経営基盤が脆弱な中小企業・小規模事業者の事業継続力強化を推し進めていかなければならない。

○ 中小企業の経営者の高齢化が進む中、経済の持続的な成長には価値ある事業、企業を次世代に引き継ぐことが重要である。後継者が見つからない、資金が乏しい、借入金の個人保証が障壁となっているなど個別の課題を整理・解決していかなければ承継を成就できず、そのための専門的かつきめ細やかな支援が必要である。

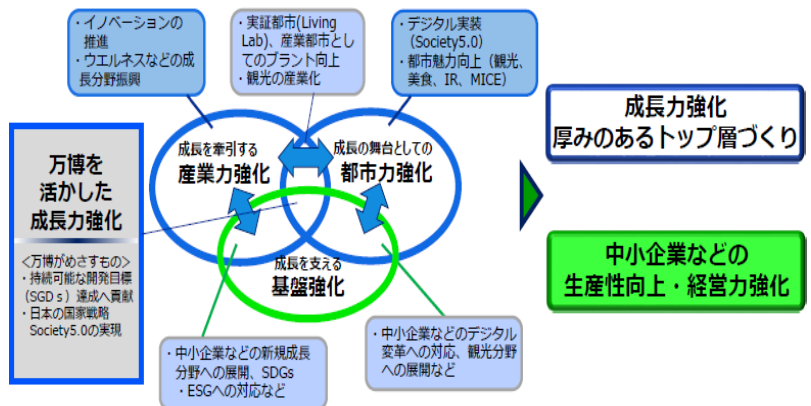
(2) 所管地域の活性化の方向性

大阪商工会議所が令和2(2020)年度からの3年間取り組む中期計画「たんと繁盛 大阪アクション NeXT～産業×都市×基盤で新しい豊かさを共創～」では、「2025年大阪・関西万博」に向け、また2025年以降の大阪・関西の成長も見据え、大阪・関西がめざすべき都市像(2025～2030年頃)は以下としている。

- 大阪・関西は「日本の成長を牽引する、アジアのイノベーション・ハブ」となることを実現
- 大阪・関西に強み・ポテンシャルがあり大きな成長が期待される先端分野において、研究開発・産業の集積をはかり、国内外から多様で高度な人材・企業を惹きつけ、大きく育てることで、日本全国・アジア・世界へ賑わいの好循環を拡大

こうした都市像を実現するために強化する方向性は次の通りである。

- 大阪・関西に強み・ポテンシャルのある分野のトップ層を高める「成長力強化」と、地域経済を支える中小企業などの「生産性向上・経営力強化」の双方を実現
- 「成長を牽引する産業力強化」「成長の舞台としての都市力強化」「成長を支える基盤強化」の3つを融合し、「万博」を先導するプロジェクトとして、大阪から新しい豊かさを共創



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

大阪市内の小規模事業者113,699者(総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査結果」)を全体的な支援の対象とし、そのうち主たる支援の対象として想定する小規模事業者などのイメージと対象事業者数は以下の通りとする。

○ 事業資金の確保、資金繰り、財務の健全化、販路の開拓、事業計画の策定・見直しなどの経営課題を抱える小規模事業者1,900者を主たる対象として経営相談支援事業を実施する。

○ 地域活性化事業においては、販路の拡大を志向する約23,000者を主たる対象として、展示会・商談会などを通じて商談機会を提供するとともに、セミナー・交流会などを通じて市場動向などの情報を提供する。また、成長分野への参入や新しいビジネスの展開などを志向する約1,800者を主たる対象として、セミナー・交流会での関連情報の提供や他企業とのマッチングなどを行う。このほか、人手不足などへの対応に迫られる約1,400者を主たる対象として、生産性の向上や人材の確保・活用のための支援事業を実施する。加えて、集客力の向上などを志向する商店街約80カ所を対象に、活性化(にぎわい創出)の支援を行う。

**(4) 事業の目標**

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

**<経営力の強化>** 大阪市内に5支部を設置し、経営指導員が地域に密着して経営課題の解決や経営力の強化に向けた個社支援(経営相談支援事業)を行う。また、より高度かつ専門的な経営課題の解決の支援にあたっては、経営指導員が専門家とともに伴走型支援を行うほか、専門家の窓口相談や訪問派遣などを実施する(専門相談支援事業)。さらに、税務・会計や人事・労務、企業法務、販路開拓などの経営実務や産業・経済の動向に関するセミナー・講習会などを開催し、経営力の強化に向けた集団指導を行う。

**<新ビジネスの創出>** 「2025大阪・関西万博」の開催とその後の地域経済の成長をめざして新ビジネスの創出・育成を図る。社会課題解決ビジネスに資する先端技術を活用した実証事業や、AI、IoT、ロボティクス、ブロックチェーンなどの第4次産業革命技術の活用などを通じた新ビジネスの創出を図るとともに、ライフサイエンス・ヘルスケア産業など成長分野への参入を促進する。

**<販路の拡大>** 大手流通業との商談会や多業種型総合展示商談会、地元製品の体験型販売促進イベントなどを実施し、中小企業・小規模事業者の販路拡大を支援する。また、海外企業とのビジネスマッチング事業を国内外で実施するとともに、海外市場の開拓などに関する情報提供や相談事業を行い、海外ビジネスを支援・促進する。加えて、D2C(Direct to Consumer)やクラウドファンディングなどの手法を活用したビジネスの拡大を支援する。

**<ものづくりの振興>** 先端技術やデザインの活用などを促進し、高機能、高性能、高付加価値な製品づくりを支援する。また、大企業と中小企業・小規模事業者の連携による技術開発や製品化・事業化(オープンイノベーション)を支援するためのマッチング事業を実施する。さらに、管内に集積する金属加工・機械関連の中小ものづくり企業の協業ネットワークの拡充や取引拡大のための交流会、商談会などを実施する。

**<商店街の活性化と地域のにぎわい創出>** 商店街やその近隣商店が地元だけでなく広域から集客できるよう、情報の発信やイベント開催、地域内の連携体制の確立などを支援する。また、インバウンドを増進するため、訪日外国人客に向けた商店街、個店、地域の情報発信や集客ツールの提供、商品開発の支援などを行う。

**<生産性の向上>** 人手不足や経営者・従業員の高齢化、低い収益性などの問題に直面する中小企業・小規模事業者の生産性向上や業務効率化に向けたITの導入・利活用を促進するため、経営指導員の個別ヒアリングによる動機づけや専門家による導入サポート、啓発セミナー・相談事業などを実施する。また、産業別のアプローチとして、製造業には現場カイゼンやIoT、ロボットの利活用などを、商業・サービス業にはマーケティングやサービス提供のプロセス改善などを通じた生産性向上を支援する。

**<事業継続力の強化>** 事業継続力強化支援計画に基づき、管内中小企業・小規模事業者の経営の強靭化(災害対応力の強化)を図る。災害に対する日頃の備えや発災時の事業継続計画(BCP)などを啓発するセミナーやBCP策定のワークショップを開催するとともに、経営相談支援事業などを通じてBCPや事業継続力強化計画の策定を支援する。

**<人材の確保>** 中小企業・小規模事業者にとって人手不足は深刻な問題であり、新規卒者・若手人材や外国人留学生の採用、女性労働力の発掘・育成・定着、高齢者の活用などに関するセミナーや情報交換会を開催することなどにより人材の確保を支援する。また、「働き方改革」への対応とあわせた人材の活用・定着に関するセミナーなども実施する。

**<円滑な事業承継>** 経営指導員が経営相談事業の一環として事業承継をサポートするほか、「事業承継相談デスク」を設置して、大阪府内の商工会・商工会議所との連携の下、中小企業経営者・小規模事業者の相談を受け付け、課題整理、助言、他の支援機関への橋渡しなどを行う。

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

小規模事業者個々の生産性向上、事業継続力強化を含めた経営改善、成長分野への進出や販路拡大などによる企業成長、円滑な事業継承など。さらに、これらの総和としての大阪市域の経済力(産業力)の強化、都市魅力の向上など。

**<実施しなかった場合の影響>**

小規模事業者個々の経営力の弱化や停滞、企業成長の鈍化・後退、廃業の増加など。さらに、これらの総和としての大阪市域の経済力(産業力)の衰退、国内外における大阪の相対的地位の低下など。

I 経営相談支援事業					
支援メニューの件数					
事業所カルテ・サービス提案	1,900	事業所	支援機関等へのつなぎ	45	支援
金融支援(紹介型)	90	支援	金融支援(経営指導型)	940	支援
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	事業所	資金繰り計画作成支援	330	事業所
記帳支援	5	事業所	労務支援	5	支援
人材育成計画作成支援	0	事業所	マーケティング力向上支援	10	事業所
販路開拓支援	120	支援	事業計画作成支援	580	支援
創業支援	5	事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	20	事業所
コスト削減計画作成支援	5	事業所	財務分析支援	550	事業所
5S支援	0	事業所	IT化支援	10	事業所
債権保全計画作成支援	0	事業所	事業承継支援	60	事業所
災害時対応支援	0	事業所	フォローアップ支援	420	事業所
結果報告	1,900	事業所			
件数設定の根拠及びその実現に向けた取り組み					
前年度支援企業数	1,600				
<p>&lt;件数設定の根拠&gt; 過去2カ年度の実績(平成29年度1,971件、平成30年度2,079件)と令和元年度の中間状況(12月末時点の経営相談支援企業数は1,365事業所で、これまでの1～3月の推移からして最終的には1,900事業所には達する見込み)を勘案して設定した。</p> <p>&lt;実現に向けた取り組み&gt; 引き続き小規模企業振興基本法と商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律の一部を改正する法律の趣旨に則り、小規模事業者の事業計画の策定と実行を支援する。大阪市内に5支部を設置して地元事業者に密着した課題解決支援にあたることとし、過去支援先のフォローアップや新規の金融相談などを端緒として、事業計画や資金繰り計画の作成支援、財務分析支援などさらなる経営改善に向けた多角的なアプローチに結びつける。</p>					
事業所支援の実施方法(専門家や各種支援機関、支援制度の活用など)					
<p>経営指導員が窓口や巡回訪問などにより事業者の相談に対応し、課題の分析を行う。高度に専門的な課題については、専門相談や専門家派遣(エキスパートバンク事業など)と連携して課題解決支援にあたる。大阪商工会議所では従前から金融相談が多いことから、日本政策金融公庫や民間の金融機関などと密に連携するとともに、国や大阪府などの施策を活用を図りながら事業者ニーズに対応する。</p>					
II 専門相談支援事業					
事業名	新規/継続	指標	目標数値	事業概要	
専門相談(窓口)	継続	相談件数	1日1件以上	法律、労務、税務、IT、経営革新・創業、ものづくり・技術、営業・マーケティングの課題解決のための専門相談窓口を開設して対応する。	
専門相談(派遣)	継続	派遣回数	350回	事業者の相談ニーズにあわせた専門家を調整し、事業所に派遣して課題解決に対応する(エキスパートバンク事業)。	
支部専門相談(派遣)	継続	課題解決に向けて役立ったと回答した事業者の割合	80%	支部管内の事業者が当面する税務に関する課題の解決を図るため、専門家(税理士)を派遣する。	
決算申告指導	継続	課題解決に向けて役立ったと回答した事業者の割合	80%	申告時期に5支部において専門家(税理士)による相談窓口を設置し、円滑かつ適正に申告ができるよう支援する。	
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>&lt;事業実施のポイント&gt; 弁護士、社会保険労務士、税理士、中小企業診断士、ITコーディネーターを活用し、事業者の専門的な経営課題に対応する。本部経営相談室にて専門相談窓口を設置し、面談・電話による相談対応を行うほか、必要に応じて事業所などでも指導する。また、経営指導員と連携して経営課題解決を支援する。特に、令和2年度は、中小企業・小規模事業者の生産性向上のため、IT専門相談におけるITツール導入支援などを積極的に実施する。</p> <p>&lt;期待される効果&gt; 高度な経営課題に対して専門的見地からアドバイスすることによって、課題解決への道筋が明確になり、経営改善に役立つことが期待できる。</p>					

府施策 連携	事業名	概要	金額(円)
(1)単独事業			67,175,487
○	大阪南エリア販路創造支援「あべの天王寺サマーキャンパス」【1】	地元店舗などに子供を対象とした職業体験やものづくりなどの体験プログラムを提供してもらう。また、併せて子供向けのイベントを実施することでファミリー層などを集客する。	11,110,000
○	中小企業のためのデザイン活用促進事業【2】	中小企業・小規模事業者の商品デザインについての意識啓発、デザイン力の強化を行い、市場に受け入れられる「売れる商品」の開発を支援する。	5,171,200
○	開業サポート事業【3】	創業希望者向けセミナーや、具体的に創業手法を学ぶ集中講座を開催し、創業マインドの向上を図るだけでなく、レベルの高いビジネスプランの作成と創業支援を通じて、大阪での創業を促進する。	3,875,000
○	モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』【4】	中小製造業者が動画を活用して自社技術などを効果的にPRし、販路拡大につなぐことができるよう促す交流会を開催するとともに、動画を集合的にインターネットに掲載する。	3,838,000
○	BCP支援事業【5】	中小企業・小規模事業者に災害時の事業継続計画(BCP)策定やサイバー攻撃に対するセキュリティマネジメントに関する知識を提供し、啓発するためのセミナー、ワークショップを実施する。	3,232,000
	中小企業の体質改善強化支援事業【6】	大阪市内5支部と本部において、小規模事業者の経営改善・企業体質の強化を目的とした経営実務に関する各種講習会を開催する。	19,301,100
	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【7】	小規模事業者に対し、間接業務の負担を軽減するビジネスアプリや簡易ホームページなどのITツール導入を支援し、業務効率化と生産性向上を実現する。	7,070,000
	西部エリア Amon【えもん】市【8】	商店街と、個店(チャレンジショップ/近隣店舗)、近隣小型スーパーなどが、共同での販促活動やイベントを通じて、ワンストップショッピングゾーンとしての近隣徒歩圏住民からの認知を得る。	3,282,500
	大阪市北部地域における商店街活性化支援事業【9】	北支部管内5区(北、福島、東淀川、淀川、西淀川区)の具体的事業へ向けて主体的に取り組む意欲のある商店街に対して、意見集約支援やコーディネーター派遣、勉強会の開催などを通して組織としての活動を支援し、希望する課題解決へつながる仕組みをつくる。	2,525,000
	インバウンドによる買い物消費支援事業【10】	民泊など、宿泊施設に訪れている外国人観光客をその周辺の各商店街、個々の店舗に誘導するツールを提供し、外国人観光客の来街者数(来店者数)の増加をめざす。	2,518,687
	ライブ・エンターテイメントの街 ミナミ活性化事業【11】	大阪の都市魅力の集積地であるミナミの特性を活かしたガイドブックの作成などを通じて国内外への情報発信を支援するほか、地元商店街、企業、団体と連携したイベントの開催の支援により、大阪のさらなる集客力向上をめざす。	2,020,000
	「逸品マルシェ」販売促進支援事業【12】	魅力ある商品・サービスを有する中小・小規模事業者や小物・雑貨などのクリエイターによる展示・販売、ワークショップなどのイベントを実施する。加えて出店効果を高めるための販売促進セミナーを開催する。	1,717,000

## 4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

府施策連携	事業名	概要	金額(円)
	大阪市東部商店街にぎわい創出事業【13】	東成区の今里新道筋商店街振興組合など6商店街・商店会の独自企画と連動してにぎわい創出のイベントを2年間実施する。3年目は商店街単独で新たなイベントが実施できるような体制を構築する。	1,515,000
<b>(2)広域事業</b>			<b>283,376,185</b>
○	海外市場開拓支援事業【14】	海外ビジネスに取り組む企業(新規・既存)に対し、海外進出先(貿易・投資・技術提携など)に関する最新の市場動向やTPP11と日欧EPA参加国のFTA/EPA活用などに関する情報を提供するほか、海外渡航(ミッション派遣)や海外バイヤーや海外企業の招へいによる個別商談会開催などを通して販路を開拓する。	43,329,000
○	地域金融支援ネットワーク推進事業【15】	大阪府、大阪信用保証協会、四信金(大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか)、関西みらい銀行、日本政策金融公庫を参画機関とした地域金融支援ネットワークの活動として、大阪府の金融施策普及と中小企業、開業希望者の支援強化に向け、セミナーや交流会などを実施する。	19,392,000
○	MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム【16】	技術ニーズマッチングと技術シーズ商談会、オープンイノベーションに関する機運を醸成するキックオフセミナーの開催などを通して、大企業と中小企業の連携による技術開発や製品化・事業化を支援する。	19,050,620
○	中小企業の新規学卒者人材確保支援事業【17】	新規学卒者採用を検討している、または、採用計画数を確保できていない中小企業に対して「人材獲得のためのノウハウ・手段」を学んでもらうための「セミナー」や、大学などとのネットワーク構築に寄与する「大学等と企業との就職情報交換会」を開催する。	9,090,000
○	中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流【18】	大阪産業技術研究所や大学の研究成果、技術シーズの発表会や交流会などを開催し、中小製造業者がそれらを活用して高付加価値製品を開発することや技術力を向上させることなどを支援する。	6,060,000
○	大阪クリエイティブフェア【19】	大阪に縁のあるプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨などの製造者・卸売業者・小売業者などによるデザインや感性の優れた製品・商品の展示販売会を開催する。	5,959,000
○	大阪・関西IoT活用推進フォーラム～先端技術を活用したビジネス変革～【20】	中小企業におけるIoTの導入・活用を推進するため、施策や先進事例、活用できるツールなどに関して情報提供するとともに、効率化につながる具体的な取り組みを支援する。	5,454,000
○	成長企業のための新戦力【女性】発掘・定着支援事業【21】	生産年齢人口が減少するなか、企業活力の増進に不可欠な人材力を強化するため、女性労働力の発掘・育成を行う。特に在職中の女性の活躍や定着を通して、人材育成の余力がない中小企業の経営力強化を支援する。	4,848,000
○	環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー【22】	中小企業が対象となる環境関連法令や、省エネ・新エネなどへの取り組みに資する情報を提供し、府内中小企業の法令順守や環境経営の推進を通じた経営改善や新事業展開などへの取り組みを支援する。	4,545,000

## 4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

府施策連携	事業名	概要	金額(円)
○	第4次産業革命分野における新規事業創出促進事業【23】	府内中小企業と第4次産業革命技術(IoT、ビッグデータ、AI、ロボットなど)とを結びつけ、イノベーションを促進することで、大阪産業の付加価値向上をめざす。	2,828,000
○	中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業【24】	高年齢者の継続雇用を円滑に行い、戦力として活用するための方策などに関するセミナーを開催する。	2,222,000
○	中小企業のための外国人材採用支援事業【25】	人材不足への対応をはじめ、海外展開やインバウンドビジネス強化などにともない、外国人留学生の採用に関心をもつ中小企業を支援するための事業を展開する。	2,020,000
○	医療機器産業事業化促進事業【26】	これから健康・医療産業(医療機器、デジタルヘルス含む)に参入しようとする製造業・IT企業などを対象とした参入促進を含む事業化促進セミナーを実施するとともに、具体的な商取引につながるよう医療機器分野を対象としたBtoB展示会を実施する。	1,717,000
○	ブロックチェーンを活用した新ビジネス創出事業【27】	ブロックチェーン(BC)の実装に向けた情報提供・ミートアップを開催する。	1,616,000
○	中小企業の若年人材確保支援事業【28】	企業の経営者や人事担当者などに、先進企業の事例や、求職者に自社の魅力等を効果的に紹介するためのヒントを提供することで、若年人材の採用・定着につなげる。	1,616,000
○	商業・サービス業の生産性向上支援事業【29】	大阪経済の基盤を支える中小企業(商業・サービス業)が、人手不足が深刻化する情勢下においても、事業を維持・継続していくために、業務内容の見直し、生産性向上を図るためのセミナーを開催する。	1,212,000
○	クラウドファンディング活用サポート事業【30】	クラウドファンディングを活用するために必要な基本情報を提供するセミナーと、プロジェクト起案に向けて具体的なアドバイスを行う個別相談を実施する。	1,131,200
○	経営革新支援事業【31】	「経営革新計画」の概要やメリット、手続きについての解説や先進事例を紹介するセミナーを開催し、同計画に取り組む企業を増やすとともに新規事業の立ち上げを支援する。	1,111,000
○	新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援【32】	社会課題解決ビジネスの創出に不可欠な「実証実験」のプロセスの重要性を解説するとともに、大阪における実証支援の取り組みを広くPRし、同ビジネスの創出につなげる。	1,010,000
○	体感型D2CブランドMeetUp【33】	ライフスタイル関連のプロダクトを扱うD2C(direct to consumer)ブランドによるトークセッションとプロダクトの体験イベントを開催するとともに、D2C企業の海外展開を支援する。	606,000
	中小企業のためのビジネス講演会【34】	中小企業が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに資するテーマに焦点を当てた講演会を開催し、時宜に適した情報を提供する。	39,390,000
	大阪勧業展【35】	大阪府内すべての商工会議所・商工会が取り組む多業種型の総合展示商談会を開催する。	35,714,590

## 4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

府施策 連携	事業名	概要	金額(円)
	商店街ショッピングツーリズム振興と個店の集客支援事業【36】	海外も含め広域に商店街の魅力を発信し、集客につなげるため、商店街の外国人観光客受け入れ環境整備や外国人観光客のニーズに合わせた商品の開発・PR、国内の若者・子育て世代などに向けた集客イベントの支援といった商店街振興事業を展開する。	15,150,000
	小規模事業再生サポートセンター事業【37】	中小企業・小規模事業者を対象に、資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営安定化、さらには整理・清算のための支援などを行う。	11,173,125
	買いまっせ！売れ筋商品発掘市【38】	大手流通業及び海外企業への販路開拓・拡大を切望する中堅中小・零細の製造・卸売業を支援する商談会。一般的な見本市とは逆で、買い手となる大手流通業のバイヤーがブースを構え、そこに売り手となる中小企業が商品などを持参し直接売り込みを行う。	10,998,900
	町工場ネットワークの拡充・強化事業【39】	機械・金属加工関連の中小企業・小規模事業者を対象に、協業ネットワークの拡充・強化を図る交流会や受発注に関する商談会を開催するとともに、直面する課題の解決を支援するセミナー・意見交換会、地域内外へのPR事業などを行う。	8,105,250
	ザ・ベストバイヤーズ【40】	大手流通業などからバイヤーらを招へいし、事前マッチングを行ったうえで時間予約制の個別商談会およびバイヤー企業によるセミナーを開催する。	7,272,000
	販路・取引先開拓マッチング事業【41】	販路開拓支援や仕入先紹介を希望する中小企業・小規模事業者に対し、企業や業界団体・関係機関の紹介、専門相談(営業・マーケティング相談)窓口と連携したアドバイスなどを通じ、具体的なBtoBのビジネスマッチングを促進する。	6,060,000
	生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業【42】	中小企業・小規模事業者の生産性向上や販路開拓に有用なITツールやシステムに関する情報を提供し、その具体的な導入や利活用を促進・支援する。	3,787,500
	大阪ファッション産業振興フォーラム【43】	AIやIoT、機能性素材など、ファッション産業と他分野との連携の場を提供し、新たなファッション製品や独創的なファッションビジネスを創出する動きを支援する。加えて、目まぐるしく動く最新情報や事例を紹介する。	3,484,500
	中小ものづくり企業の生産性向上支援事業【44】	中小ものづくり企業を対象に、現場改善やIT利用のノウハウを提供し、生産性の向上などを支援する。	3,333,000
	専門家連携型経営相談交流会【45】	中小事業・小規模事業者の課題解決に資する「専門家・企業OB派遣制度」の利用促進を図るため、セミナー形式の制度紹介と交流会を開催する。交流会では、参加事業者がそれぞれの経営課題の解決にふさわしいパートナーを見出してもらえよう、各種専門家との相互理解を促す。	1,666,500
	ファッショントレンドセミナー【46】	ファッショントレンドを中心に、業界の市場動向を解説し、商品開発や販売促進に役立つ情報を提供する。	1,212,000



## 4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

府施策 連携	事業名	概要	金額(円)
	M&A市場【47】	大阪府内でM&Aニーズを持つ事業者、特に「成長戦略としてのM&A」に関心のある中小・若手企業を主たる対象としたセミナーを開催し、M&Aの進め方・メリット・留意点などを理解してもらうとともに、M&A市場を通じて具体的なM&A支援を行う。	1,212,000

うち府施策連携事業

162,043,020

事業名		大阪南エリア販路創造支援「あべの天王寺サマーキャンパス」	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	地元店舗などに幼児や小学生を対象とした職業体験やものづくりなどの体験プログラムを提供してもらうとともに、子供向けのイベントを実施することでファミリー層などを集客して参加店舗に誘引し、新規顧客開拓や売上増加につなげる。本事業を通じて、賑わいを創出し、当地域“あべの天王寺(あべてん)”をキタやミナミに比肩する街として、魅力向上・活性化を図る。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	①阿倍野・天王寺ターミナル周辺で店舗を運営する中小・小規模事業者 ②南支部管内の商店街・商店会		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	天王寺駅を中心とした繁華街“あべの天王寺(あべてん)”は従前に比べ明るく、活気に溢れている。地元商店街から「当地を子供連れの来街者に好かれ、安心して過ごせる街にしたい」という“イメージチェンジ”の意向を受け、2014年度から商工会議所がハブとなり、各商業施設、商店街、個店、公共団体、学校などの“ALLあべの天王寺”で本事業を実施し、地域の活性化に取り組んでいる。 経営相談や事業所訪問を通じた聞き取りによると、中小・小規模事業者の安定した経営、発展には各事業者の不断の努力とともに、商工会議所のような支援機関との連携が有効かつ必要である。2018年度に実施した事業(あべの天王寺・サマーキャンパス2018)における支援企業数は、210社の計画に対し、実績は303社に上り、事業実施後の参加店舗アンケートでは、そのうち68%が「お店、商品のPRに役立った」「来店者が増えた」「売上が上がった」と回答している。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【あべの天王寺・サマーキャンパス2018】 開催日:8月25日(土)～26日(日)、支援企業数:303社 【あべの天王寺・サマーキャンパス2019】 開催日:8月24日(土)～25日(日)		
	反省点	サマーキャンパスについては、通算6回の開催となり、前回から参加店舗の利用促進を図るため、ガイドブックの構成をエリア別に体験プログラムと参加店舗を掲載する形に変更するとともに、参加者の回遊性を高めるべく新たな企画としてスタンプラリーを実施した。その結果、スタンプラリーには延べ892人が参加した。次年度は、対象とするエリアを拡大したスタンプラリーの実施を企画・検討するなど、さらなるブラッシュアップに取り組む。今後は経営相談を希望する参加店舗を増やし、相談事業との相乗効果を高める。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	あべの天王寺・サマーキャンパス2020		
	人材交流型	1. 時期 8月下旬 2. 場所 阿倍野・天王寺ターミナル周辺の各所		
	○ 販路開拓型	3. 内容 ①子供を対象とした体験プログラム(職業体験やモノづくりなど) ②ステージプログラム(キッズダンスなど) ③抽選会(体験プログラム参加者、店舗利用者などが対象) 他		
	ハンズオン型	4. 広報 ①ポスター:イベントの告知 ②チラシ:体験プログラムの紹介 ③ガイドブック:体験プログラムと参加店舗の紹介 ④Web:公式ホームページ、フェイスブック		
	独自提案型	事業実施にあたっては、大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会(以下、ODCCという)と連携する。		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携 ○ (b)広域連携 ○ (c)市町村連携 ○ (d)相談事業相乗効果 府施策連携商-14(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) (a)ODCCと協働して実施する(①子供向け職業体験やものづくりなどのワークショップを実施し、新規顧客獲得を支援する。②デザイン・クリエイティブ系の大学・専門学校などの学生の人材育成のため、産学連携の取り組みを行う)。 (c)区役所、教育委員会、小学校などと連携して広報を行い、集客を強化する。 (d)参加店舗のうち希望する先に対して、店舗の魅力向上、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談に応じることで本事業との相乗効果を狙う。			

事業名		大阪南エリア販路創造支援「あべの天王寺サマーキャンパス」				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 160社・6団体	これまでの参加した事業者や商業施設ならびに共催団体の阿倍野区商店会連盟と天王寺区商店会連盟の傘下の商店街・商店会などに呼び掛け、参加を促す。						
	支援対象企業の変化	店舗のPRや新規顧客の獲得、売上増、利益確保につながる。							
	指標	「お店、商品のPRができた」「来店者が増えた」「売上が上がった」と回答した割合			数値目標	70%			
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500	円 ×	160	×	1.0	=	8,080,000	円
		50,500	円 ×	6	×	10.0	=	3,030,000	円
			円 ×		×		=		円
	(小計)							11,110,000	円
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円	
							計	11,110,000	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	11,110,000 円 ×		1.00 =		11,110,000 円		( 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		中小企業のためのデザイン活用促進事業	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	優れた商品開発力を持ちながら、それをどのように活かし、どのようにすれば新商品開発や販路開拓につなげることができ、大企業と対等に伍していけるかが分からない中小企業・小規模事業者は多い。本事業は、こうした事業者が「自社ブランドの売れ筋商品」を開発・販売し、それらを大手ブランドの商品に引けを取らない主力商品として育てていくことで経営を安定化させ、さらなる成長軌道に乗せていくために、「デザイン」を切り口に、その活用の方向性や可能性にかかる「気づき」を与えることを目的とする。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「商品企画・開発に際してデザイン活用に関心があるがその方法が分からない」「経営の安定化や成長のために何らかのヒントをつかみたい」などと考えている中小企業・小規模事業者			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	新商品を開発・販売し、それを通じて経営の安定化や成長を図りたいと考える中小企業・小規模事業者は多いが、そのための「デザイン活用」の重要性や具体的な進め方についての認識はまだまだ低い。本事業の目的は、こうした中小企業・小規模事業者に対し、「デザイン」を切り口に、その活用の方向性や可能性に気づく「ヒント」を与えることであり、その潜在的ニーズは高い。実際、2019年度の「デザイン活用研究会」では、初年度同様、目標を大幅に上回る企業の参加(または申込)があり、定員オーバーのために参加をお断りせざるを得ない事業者も複数出た。本事業に対する関心の高さ、企業ニーズの高さを裏付ける結果と言える。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<b>【2019年度】</b> 「大商デザイン活用研究会」 <第1回>9月12日(木)53社(支援企業数)/OIDC個別デザイン相談:9社 <第2回>10月4日(金)35社/OIDC個別デザイン相談:3社 <第3回>11月1日(金)43社 <第4回>12月6日(金)41社/OIDC個別デザイン相談:3社			
	反省点	実施2年目となった2019年度も、毎回当初の予想を大幅に上回る事業者の参加があった。これは、事業者の「デザイン」に対する関心や企業経営にかかる問題意識の高さを示す一方、コーディネーターや講師の高い実力と巧みな話術によって多くの参加者にデザイン活用や新商品開発への「気づき」を与えられたことも大きい。 昨年度の課題であった「時間不足」については、交流会の時間を15分削り(60分→45分)講演・グループ討議に回した(120分→135分)ことや、コーディネーターがタイムキープに慣れてきたことなどで多少改善された。次年度はさらに魅力的な講師の招へいや、研究会の組み立ての一層のブラッシュアップなどを通じ、参加者はもとより、本研究会に参画するすべての関係者にとって満足度の高い研究会をめざす。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	人材育成型	◆「大商デザイン活用研究会」<人材交流型>			
	○ 人材交流型	<b>【時期】</b> 2020年9月頃～2020年12月頃(年4回) <b>【時間】</b> 午後の3時間程度 <b>【対象】</b> 各回中小企業者32社程度 <b>【テーマ・内容(案)】</b> ・毎回異なるテーマ(1回完結型)で、成功事例を持つ中小企業者をゲストに迎えて講演を聞く。 ・4人1グループで毎回コーディネーターの出す課題への取組やグループ間の交流を通じ、デザイン活用による新商品開発、そして経営改善につながる「気づき」を与える。 ・コーディネーターによるまとめ、他 <b>【その他】</b> 毎回、大阪府産業デザインセンター(OIDC)の個別デザイン相談を開催し、希望者をOIDCにつなぐことで、大阪府の施策と連携する			
	販路開拓型				
	ハンズオン型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○	(a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果
		府施策連携商-14(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) (a)本事業は大阪府産業デザインセンター(OIDC)と連携して実施する。			

事業名		中小企業のためのデザイン活用促進事業				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 128 社	回ごとにテーマを設定し、それぞれ32社×4回=128社 [募集方法]デザイン性に優れた案内状を作成し、大商ニュース封入や各種セミナー・講演会等の資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。必要に応じ、大阪府経営支援課や大阪府産業デザインセンター(OIDC)の協力も得る(メール案内、案内状配布など)。				
	支援対象企業の変化	新商品の開発・販売に向け、「デザイン活用」について知識を深めるとともに、その方向性や可能性へのヒントをつかみ、デザイン性に優れた商品の企画・開発および販売促進を通じた経営改善に向けた意識の啓発を図る。					
	指標①	研究会で得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つと回答した割合	数値目標	80%			
	指標②	大阪府産業デザインセンター(OIDC)の個別相談に付けた事業者数	数値目標	8社			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		40,400 円 ×	128 ×	1.0 =	5,171,200 円		
		円 ×	×	=	円		
		円 ×	×	=	円		
		(小計)			5,171,200 円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)			円			
	計			5,171,200 円			
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	○ (a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)				
	5,171,200 円 ×	1.00 =	5,171,200 円	( 円)			
	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)			
			円				
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		開業サポート事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか)	<p>地域創業の促進と優秀なビジネスプランを持つ創業者に対する継続的な支援により、創業者を育成していくことが必要、との大阪府の考えに沿い、大阪での創業を支援するため本事業を実施する。</p> <p>具体的には、①創業に関心を持つ方を対象に、創業に必要な情報を提供するセミナーや先輩創業者から体験談を話してもらい講演会を開催し、創業への取り組みを後押しする②集中講義方式の創業講座を開催し、参加者それぞれの創業準備を参加前に比べレベルアップさせる③本商工会議所に寄せられた優秀なビジネスプランに対し、大阪府の大阪起業家グローイングアップ事業「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提にハンズオン支援によるブラッシュアップを行う。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪での創業をめざすものの、ノウハウがなく具体的な進め方が分からない創業予備軍(会社員や学生などを含む)、創業予定者、創業間もないため事業経営を学びたい者、事業承継予定の者など		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	本商工会議所の経営相談室では年間100件以上の創業相談に応じており、それらは創業直前のものが多い。潜在的な創業希望者はさらに多くいると想定される。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>【2019年度】</p> <p>①創業セミナーを2回開催、支援企業数117社</p> <p>②集中講座として大商開業スクール(5回コース)を開催、支援企業数32社</p> <p>③ハンズオン支援は2社実施予定</p>		
	反省点	2回のセミナー、開業スクールとも募集期間を十分確保したため、順調に集客できた。また、2回のセミナーから合計10人が開業スクールに参加した。来年度も創業予定者を十分取り込めるよう余裕をもって準備を進め、創業予定者のモチベーションが高まり具体的に創業につながる内容となるよう努める。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<p>&lt;創業希望者向けセミナー&gt; 人材育成型</p> <p>創業に関心を持つ方、もしくは将来創業を考えている方に対し、創業関連情報を提供するセミナー、および先輩創業者の講演会(下記集中講座のプレセミナー)を開催し、創業に役立つ情報提供を行う。セミナーは6～7月頃、講演会は8～9月頃に開催予定。</p>		
	○ 人材交流型	<p>&lt;創業支援の集中講座(5回コース)&gt; 人材交流型</p> <p>創業に向けて準備中の方や創業後まもない者、将来創業したいと考えているが事業運営のノウハウがない者などを対象に、創業の基礎知識の習得をはじめ、個々のビジネスプランの作成からブラッシュアップまでを支援するとともに、講師と受講生、受講生同士の交流を促進する。10～11月に開催予定。</p> <p>個別の相談に対しては、創業の専門相談窓口と連携して対応し、融資希望の案件は府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」などの公的融資につなぐ。</p>		
	販路開拓型	<p>セミナー、集中講座とも、募集期間を十分確保するとともに、創業の専門相談窓口利用者への働きかけを強化するなど、集客増に努める。</p> <p>&lt;大阪府グローイングアップ事業「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提とした個別支援&gt; ハンズオン型</p>		
	○ ハンズオン型	<p>本商工会議所の創業相談や経営相談利用者、集中講座受講生などの優秀なビジネスプランに対し、大阪府のグローイングアップ事業「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提に、さらなるブラッシュアップを図るためハンズオン支援を行う。</p> <p>具体的には、専門相談などで専門家の指導を受けつつ、経営指導員の伴走支援により事業計画に磨きをかける。また、コンテストの求める基準に応じた資料作成支援やプレゼンテーション指導も必要に応じて行う。</p>		
独自提案型	<p>創業希望者の相談や支援希望は年間を通してあるため、インターネットや連携機関などを活用してタイムリーに情報発信する。情報を希望する方には継続的にメール配信などを行い、セミナー、集中講座、個別支援、融資紹介、創業へと、それぞれの段階に応じた伴走型支援を実施する。</p>			

事業名		開業サポート事業				新規/継続	継続		
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		<input type="radio"/> (a)府施策連携		<input type="radio"/> (b)広域連携		<input type="radio"/> (c)市町村連携		<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果	
		府施策連携商-13(起業家の育成、創業の促進) (a)大阪府商業・サービス産業課新事業創造グループと連携し、「大阪起業家グローイングアップ事業」の推薦機関として事業ホームページや大阪府のメールマガジンの活用をはじめ、金融機関などとの地域金融支援ネットワークを通じて、広く府内へ事業をPRする。融資面では府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」など公的融資へつなぐ。優秀なビジネスプランについては「大阪起業家グローイングアップ事業」への推薦を前提に、さらなるブラッシュアップを図る個別支援を実施する。 (c)大阪市の創業支援等事業計画に参画して、大商開業スクールを特定創業支援等事業として実施し、大阪市のメール配信などで事業PR協力を受ける。 (d)本事業参加中あるいは参加後の創業の個別相談に対応することで、相談事業と連携する。							
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	①セミナー100社、②集中講座30社、③ハンズオン支援2社 [募集方法]大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など						
	支援対象企業 の変化	132 社	セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得るとともにモチベーションが高まる。また、具体的な創業準備として集中講座への参加を通じ、創業に関する知識や理解が深まり、事業計画が参加前よりレベルアップする。優秀なプランに対し個別支援によりブラッシュアップを図る。						
	指標①	セミナーで役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80%					
	指標②	集中講座で事業計画が参加前よりレベルアップしたと回答した割合	数値目標	80%					
その他目標値	目標値の内容⇒	指標③ 個別支援により事業計画を作成した社数 数値目標 2社							
算定基準 により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費				
		20,200 円 ×	100 ×	1.0 =	2,020,000 円				
		40,400 円 ×	30 ×	1.5 =	1,818,000 円				
		101,000 円 ×	2 ×	1.0 =	202,000 円				
		(小計)				4,040,000 円			
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)					円			
					計	4,040,000 円			
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
		②受益者負担	165,000 円	負担金の積算	参加費@5,500円×30人				
		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果				
		標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)					
		4,040,000 円 ×	1.00 =	3,875,000 円	( 165,000 円)				
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)				
				円					
				円					

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

事業名		モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府では『おおさかもものづくり優良企業賞』の表彰などにより中小製造業の販路開拓を応援しているが、受賞企業を含め中小製造業では、優れた技術や製品を生産しているにもかかわらず、日々の業務に忙殺され、また人材不足などの要因もあり、なかなかウェブサイトや動画などを活用したタイムリーな広報活動に手が回らないことが多い。 そこで当事業では、受賞企業を含め、自社製品や技術PRを希望する府内中小事業者、インターネット上での動画活用を主眼としたPRノウハウを学んでもらい、ものづくり企業を対象としたウェブサイトを活用した販路開拓を行うとともに、意欲的な事業者の中から同賞への応募企業の開拓につなげる。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「大阪ものづくり優良企業賞」受賞企業および、同賞に関心がある、もしくは同賞への応募の可能性のある大阪府内のものづくり中小企業		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	動画を使った自社PRを効果的に行える中小企業は数少ない。大阪商工会議所が事務局を務める「ザ・ビジネスモール」でも、今年8月の全国研修会で動画活用を事例紹介し、活用を呼び掛けている状況である。しかし、活用への意欲はあり、昨年度の当事業の動画活用交流会への参加希望も可能な限り受け入れたが締め切って断らざるを得なかった。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2015年から『大阪ものづくり優良企業賞』受賞企業を含む30社の動画を作成。2018年から自社での動画作成支援に切り替え、動画作成のセミナー・交流会を開催し、2018年は123社、2019年は63社が参加、また2019年度新たに開催した応募勸奨と受賞企業見学会に21人が参加した。Web Knowledge Xpoへは2018年度31社、2019年度これまでに13社の動画を掲載した。		
	反省点	動画を実際に作るまでのハードルが高く、また、完璧な動画を求めてしまい掲載にしり込みする企業も多く、プログラムは初心者向けの具体的なものに改良をめざす。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	企業PR、特に製品や技術に焦点をおいたものづくり企業の販路開拓支援を行う。 また、その活動を通じて自社のものづくり技術を再確認させ、自社PRや販路開拓の一環として『大阪ものづくり優良企業賞』への応募企業の開拓につなげる。		
	○ 人材交流型	【人材交流型】 ○動画作成・活用などの自社PRや『大阪ものづくり優良企業賞』について学び、参加企業同士で交流する企業は70社。 ○地元工業会などとも連携して広く募集を行い、自社製品や技術PRに意欲的な事業者を集める。		
	○ 販路開拓型	○『大阪ものづくり優良企業賞』募集期間には同賞の応募を主眼とした内容とする。 ○既に受賞した事業者の参加も可能とし、過去の動画を活用する内容も盛り込む。 ○交流により参加者間での学び合いや協力などを促すことが期待できる。 ○開催時期および回数：通年で3回程度とし、初回は同賞募集期間中の5月を予定。		
	ハンス'オン型	【販路開拓型】 ○動画を活用して販路開拓に取り組む事業者は20社。 ○既に受賞した事業者をはじめ、実際に動画作成あるいは既存動画の活用を進める企業に対し、自社ホームページのみならず、本商工会議所が事務局を務める企業情報サイト「ザ・ビジネスモール」内での製造業向け取引支援サービス「BMファクトリー」や(一社)日本技術者連盟の「Web Knowledge Xpo」などのものづくり企業に特化したウェブサイトへ「おおさかもものづくり企業」として特集出展を行うなど、複数のサイトを利用し、おおさかもものづくり企業の技術PRを集合的に図ることで、販路開拓・拡大へつなぐ。		
	独自提案型			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="radio"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果 府施策連携商-25(ものづくり優良企業賞応募企業の発掘) (a)大阪府商工労働部中小企業支援室ものづくり支援課と連携し、事業実施、周知・広報を行う。また、事業実施を通じて、「大阪ものづくり優良企業賞」への応募企業の発掘に寄与する。 (d)相談指導先に巡回・参加勸奨を行うとともに、事業実施後のアンケートにおいて相談支援ニーズのある企業については、経営課題の把握や先方のニーズに応じた相談支援を行う。			



事業名		モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』				新規/継続	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 90 社	○人材交流型:70社 ○販路開拓型:20社					
	支援対象企業の変化	自社・製品・技術PR方法としての動画活用について学び、自社での動画制作に取り組む意欲を持たせるとともに、実際に動画を作成済みの事業者には、ものづくり企業に特化したWEBサイトを活用することで販路開拓につなげるとともに、大阪ものづくり優良企業賞の事業PRに寄与する。						
		指標①	交流会:アンケートで「動画の活用を検討する」あるいは「今回得た知識を今後活用したい」と回答した企業割合	数値目標	80%			
		指標②	販路開拓:自社動画のものづくりウェブサイトでのPRにより販路開拓に役立った、もしくは今後役立つと思われると回答した事業者数	数値目標	14社			
	指標③	交流会参加企業:『大阪ものづくり優良企業賞』への応募を検討したいと回答した企業数(受賞企業が参加していることを加味)	数値目標	5社				
その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		40,400 円 ×	70 ×	1.0 =	2,828,000 円			
		50,500 円 ×	20 ×	1.0 =	1,010,000 円			
	(小計)					3,838,000 円		
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						円		
					計	3,838,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		円	負担金の積算				
	○	(a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
	3,838,000 円 ×			1.0 =	3,838,000 円	( 円 )		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
			円					
			円					

【備考】

事業名		BCP支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか)	<p>2019年版「中小企業白書」の統計によると中小企業のBCP策定状況は16.9%であり、従業員規模が小さいほど策定割合は低い。こうした状況下で、大阪で災害が発生すれば、多くの中小企業の経済活動が大きな打撃を受け、地域経済全体に深刻な悪影響を及ぼすことは、昨年の大阪府北部地震、台風21号による被害を顧みれば明らかである。今後も南海トラフ地震など甚大な被害を与える大規模災害の発生が予想されるなか、事業継続のためにBCP策定の重要性はますます高まっている。そこで、中小企業にBCPや事業継続力強化計画の策定の重要性を認識し、策定に積極的に取り組むノウハウを獲得してもらおう。</p> <p>また、中小企業・小規模事業者を取り巻くリスクとして、サイバー攻撃の急増・巧妙化が懸念される。中小企業・小規模事業者はサイバーセキュリティへの意識や対策が十分でない場合が多く、被害に遭うと、情報漏えいによる信用失墜、業務停止による生産性低下につながる可能性がある。とりわけサプライチェーンに属する中小企業は、取引の停止、損害賠償支払いなどにより、事業継続上の重大な危機を迎えることになる。そこで、BCPという観点から、サイバー攻撃や被害の最新動向の把握、意識・知識の向上、ソリューション商材等による対策の実践を促進することにより、事業に与える影響を最小限に止めることを目的とする。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>大阪府内の中小企業・小規模事業者 ※特に、災害対策やサイバーセキュリティやBCP策定について関心のある事業者(経営者、情報システム担当者、危機管理担当者、コンプライアンス担当者)</p>		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>上述の通りまだ83.1%の事業者がBCPを策定していないが、2019年度版「中小企業白書」によると、BCPを策定していなくても、災害による自社への影響を検討したことがある企業が55.1%、他社への影響を検討したことがある企業は36.5%と、具体的な方策の策定には至っていないけれども、発災時に備えてなんらかの対策の必要性を認識している企業は相当数存在している。</p> <p>また、五輪や万博など世界的イベントに向け、サイバー攻撃の増加・巧妙化が懸念される。本商工会議所による2017年の調査によると、サイバーセキュリティ対策が進んでいないと回答した中小企業は68%にのぼる。また、2018年度に行った本商工会議所と神戸大学の共同調査では、大阪府内の中小企業30社中30社全てでサイバー攻撃が観測された。サプライチェーンの頂点に位置する大企業・中堅企業を対象とした2018年度のアンケートでは、取引先中小企業がサイバー攻撃を受け、その被害が自社(大企業)に及んだ場合に「損害賠償請求を検討する」と回答した企業が118社中55社(47%)、「取引停止」と回答した企業が同35社(29%)あるなど、もし中小・小規模事業者がサイバー攻撃を受けると事業継続ができなくなるケースも十分発生しうる。これら事業者向けの意識・知識を更に高める場、具体的行動を促進する簡便・安価なソリューション商材の情報提供の場、情報システム担当者同士の情報交換の場などが求められている。</p>		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>&lt;2018年度&gt; 6月14日「サイバー社会の脅威とリスク」(支援企業数43社) 10月5日「地震や水害から学ぶ事業継続計画」(同91.5社) 11月26日「デジタルトランスフォーメーションとサイバーセキュリティ」(同23.5社) 3月15日「サイバーリスクと情報セキュリティ対策セミナー」(同39.5社) &lt;2019年度&gt; 10月10日「中小企業におけるBCP策定の推進に向けて」(同49社) 12月4日「情報セキュリティ上やっぴはイケナイをやってみよう！」</p>		
	反省点	<p>BCPに関するセミナーはさまざまな機関で行われており集客数が減少傾向にある。台風などに被災した直後などの開催のタイミング、テーマによって参加者数は大きく変動する。こういった外的要因に左右されることなく日常からBCPの必要性を認識し、導入を促進する取り組みが必要。また、2018年度は、本事業を実施した結果、サイバーセキュリティにつき意識改革は十分図れたと思われるが、立案・再検討もしくは具体的行動を実践すると意思表示した企業数は6社(受講企業の14%)にとどまった点が反省点として残った。2019年度は、2018年度のような総論ベースの話ではなく、各論として、サイバー(情報)セキュリティ上、身近にある「罨」の部分に焦点を当て、その罨を踏む実演と問題点、対策などをリアリティをもって示す形式の情報提供・意識喚起を行うこととし、2020年度も当事者意識を持ってもらえる内容・手法にて開催する。</p>		

事業名		BCP支援事業	新規/継続	継続		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	①BCP策定支援 2019年版「中小企業白書」によると、策定していない理由として、人手不足に次いで「複雑で取り組むハードルが高い」ことが挙げられている一方で、BCP策定事業者が策定の際に参考としたものは、中小企業庁の指針に次いで、「セミナーなどへの参加」を挙げられていることを鑑みると、セミナーなどを通じてBCP策定に対する疑問を解消することが策定の後押しにつながる。				
	○ 人材交流型	(a)中小・小規模企業向けBCP策定セミナー <人材育成型> 「BCP策定のメリットと策定のポイント」(5月頃) (内容)具体的な災害による経営上のリスクを認識し、BCP策定の重要性を理解してもらう。これらを外部機関との共催などによりセミナー形式で実施する。				
	販路開拓型	(b)中小・小規模企業向けBCP策定ワークショップ <人材交流型> (内容)外部機関と共催し、具体的にBCP策定について関心が高い企業を対象に、少人数方式のグループワークを中心に、疑問点を確認・意見交換しながら、実際の策定の基礎ノウハウを獲得してもらう。(8月頃開催予定)				
	○ ハンズオン型	(場所)大阪商工会議所会議室ほか (c)関連するセミナーや経営相談支援などを通じたBCP(簡易版などを含む)・事業継続力強化計画の策定支援 <ハンズオン型>				
	独自提案型	②サイバーセキュリティ対策 企業の経営者や情報システム担当者を対象に、サイバーセキュリティ(情報セキュリティ含む)の知識や最新情報、簡便・安価な対策方法(ソリューション商材の紹介含む)などに関するセミナーを開催する。サイバーのみならず自然災害のリスクと対策もBCPの観点から解説する。<人材育成型> また、情報システム担当者同士の情報交換の場を設定する。<人材交流型>				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		○ (a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	
		府施策連携商-9(BCP・BCMの普及促進) (a)大阪府が推薦する大阪商工会連合会のBCP策定支援事業やBCPガイドラインの紹介などの紹介を通じて参加者にBCP策定を促す。メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への巡回による参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。 (d)相談の内容によって経営相談事業と連携する。				
事業の目標	支援対象企業数		設定根拠及び募集方法⇒	①BCP策定支援(人材育成型40社、人材交流型15社、ハンズオン型10社) ②サイバー(情報)セキュリティ対策(人材育成型30社、人材交流型5社)		
	100 社			メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への巡回による参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。		
	支援対象企業の変化		指標 ①(a)	災害対策、BCP策定の必要性を感じた・何か取り組まないといけないと考えた事業者の割合	数値目標	80%
			指標 ①(b)	BCP策定のノウハウを獲得できたと感じた事業者の割合	数値目標	80%
			指標 ①(c)	事業者がBCP(簡易版を含む)や事業継続力強化計画を策定した件数	数値目標	100件
		指標②	サイバー攻撃・セキュリティに係る最新動向、必要な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割合	数値目標	80%	
その他目標値		目標値の内容⇒				

事業名		BCP支援事業						新規/継続	継続
		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
算定基準		20,200	円 ×	40	×	1.0	=	808,000	円
		40,400	円 ×	15	×	1.0	=	606,000	円
		101,000	円 ×	10	×	1.0	=	1,010,000	円
		20,200	円 ×	30	×	1.0	=	606,000	円
		40,400	円 ×	5	×	1.0	=	202,000	円
								(小計)	3,232,000
								※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)	円
							計	3,232,000	円
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	①市町村等補助			円	交付市町村等				
	②受益者負担			円	負担金の積算				
	○	(a)府施策連携		(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
	3,232,000 円 ×			1.00 =			3,232,000 円 ( 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割(配分の考え方)			
				円					
				円					
				円					
				円					
				円					

【備考】

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	営業・販売力の強化、財務改善、人事労務問題への対応、ビジネス法務、税務対策など中小企業・小規模事業者の関心が高いテーマの講座・講習会を開催し、大企業に比べて経営基盤が弱い中小企業・小規模事業者の経営体質強化を支援する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪市内の中小企業・小規模事業者(すべての業種を対象とし、経営実務に関する情報を習得して経営力向上をめざす事業者)		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	参加者には毎回アンケートを実施し、関心のある事項を調査・収集している。2019年度に実施した講習会のうち「労務時間・賃金等トラブルに対応する法律実務」「集客できるホームページの魅力づくり」「経営に活かす決算書の読み方」、経営相談室が実施した「モバイルPOSレジ補助金活用セミナー」、大阪弁護士会と共催した「法律講演会」の参加者アンケートの結果は次の通り(回答のべ1,621件、複数回答)。 「人事・労務・人材採用」419件(25.8%)、「販路拡大・取引先開拓」348件(21.5%)、「IT化・情報セキュリティ」229件(14.1%)、「助成金や施策等の活用方法」165件(10.2%)、「税務・節税」161件(9.9%)、「融資制度・資金繰り」128件(7.9%)、「後継者問題・事業承継」101件(6.2%)、「消費税率引上げ・軽減税率導入への対策」70件(4.3%)		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2018年度は講習会を114回開催し、参加者数は3,902人、支援企業数は3,578.5社、満足度は91であった。また、講習会で得た知識や情報を「今後の経営改善に役立てる」と回答した参加者の割合は98%であった。 2019年9月末時点で43講座を開催し、参加者数は1,519人、支援企業数は1,401.5社、満足度は91である。また、講習会で得た知識や情報を「今後の経営改善や経営力向上に役立てる」と回答した割合は98%で、目標数値の90%を上回っている。		
	反省点	2019年度の上半期に実施したセミナーの中では特に、働き方改革に対応した賃金・労務時間管理のポイントや集客のためのHPの作り方などをテーマとしたものが参加者から好評を得た。2020年度においても地域事業者のニーズに沿い、時宜に適したテーマを取り上げる。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	○営業・販路拡大、労務、税務・会計、法務など、中小企業・小規模事業者の関心が高い分野・テーマに焦点を当て、経営実務に役立つ内容の講習会を開催する。		
	人材交流型	○大阪市内5支部を中心に74回の開催を計画する(別添一覧表参照)。 「経営一般」23回、「労務」16回、「経理・税務」15回、「営業、販路拡大」7回、「IT」6回、「法務」5回、「与信管理・金融」2回(計74回)		
	販路開拓型	○開催は、平日午後の2時間程度を基本とするが、夜間開催や出張開催も行うことなどにより、参加企業の確保・拡大に努める。また、毎回、参加者アンケートを実施し、PDCAを通じてより参加者の満足度が高い講習会へと改善を図る。		
	ハンズオン型	○参加者の中で経営相談などの個社支援を希望する事業者には、経営指導員が訪問するなどして課題解決の支援にあたる。より高度専門的な課題については、専門家と同行して課題解決を図り、カルテ化するよう努める。		
	独自提案型			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	(b)広域連携	○(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果
(c)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る。				

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 1,911 社	○支援対象企業数は例年の実績を勘案して設定。 ○参加募集は、主として経営指導員による直接的な勧誘、ウェブサイト掲載、メールマガジンの配信、他の催事での開催チラシの配布、会員企業などへのファックス送信などによる。				
	支援対象企業の変化	参加者自身の資質向上に役立たせるとともに、自社の経営課題を把握し、課題解決に向けて能動的なアクションを起こすことができるよう支援する。				指標	数値目標
	その他目標値	目標値の内容⇒	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の経営改善や経営力向上に役立てると回答した割合		90%		
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		20,200 円 ×	1,911 ×	1.0 =	38,602,200 円		
		円 ×	×	=	円		
		円 ×	×	=	円		
		(小計)			38,602,200 円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)				円		
	計			38,602,200 円			
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	460,000 円	負担金の積算	参加費@5,000円×92人		
		(a)府施策連携	(b)広域連携	○(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
		標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)			
		38,602,200 円 ×	0.50 =	19,301,100 円	( 460,000 円)		
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)		
				円			
				円			
				円			
				円			
				円			

【備考】

事業名		業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業		新規/継続	新規
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	人手不足が深刻化する中、とりわけ小規模事業者の経営者の業務負担は大きくなっており、売上向上に直接つながる業務に注力するには、「財務・会計」「給与管理・勤怠管理」といった間接業務の負担軽減が不可欠である。経営相談室と支部との連携により、小規模事業者などの間接業務へのアプリ活用や簡易HPなどのIT導入を支援し、業務効率化と生産性向上に寄与する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	IT導入が遅れている中小企業・小規模事業者			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2018年版「小規模企業白書」によれば、「財務・会計」「給与管理・勤怠管理」など5つの間接業務についていずれも未導入の事業者は42.1%にのぼる。一方、間接業務のIT化がさほど進んでいない小規模事業者の約半数が利用するツールをIT化したいという意向を持ち、ニーズは大きい。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値				
	反省点				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	1. IT導入状況についてのヒアリング実施 経営指導員等が巡回や窓口相談、またセミナー開催時などを通じて、小規模事業者などに対し、HPの有無や間接業務におけるIT導入状況、業務上の困りごと、支援希望の有無などをシートを用いてヒアリングする。			
	人材交流型				
	販路開拓型	2. 専門家によるIT導入支援 経営相談室内に「ビジネスアプリ導入サポートデスク」(仮称)を設置。経営指導員によるヒアリングシートや、その他の広報手段などによりIT導入についての支援ニーズを集め、同デスクで対応する。希望する事業者に対して専門家が事業所に3～5回程度出向き、IT導入に向けての環境確認、優先課題の抽出、現有人材や課題などを踏まえた最適アプリやITツールなどの選定・提案、初期設定までの支援を行う。			
	○ ハンズオン型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
	(d) ヒアリングシートの実施先に対し、融資や資金繰りなどの経営相談を実施し、本事業との相乗効果を狙う。				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	市内5支部や経営相談室に配備された経営指導員が「IT導入ヒアリングシート」を回収(300事業者)。ヒアリングシートやその他の広報手段などで集めた支援希望事業者に対して導入支援を行う(40社)。		
	支援対象企業の変化	ヒアリングシートで自社の現状と課題等を踏まえ、IT導入を希望する事業者が増加するとともに、これらの事業者の各業務などで簡易HPの立ち上げやビジネス用アプリの導入など具体的な導入実績(ツール数)を実現する。			
		指標	IT導入に着手する事業者数	数値目標	40社
その他目標値	目標値の内容⇒				

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					新規/継続	新規	
算定基準 算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×		300 ×		1.0 =	6,060,000 円		
		202,000 円 ×		40 ×		1.0 =	8,080,000 円		
	(小計)							14,140,000 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円	
	計							14,140,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)		IT導入のためには専門家(ITコーディネータ)が同一事業所に3~5回は訪問・指導を行う必要があるため。						
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
		②受益者負担		円	負担金の積算				
(a)府施策連携		(b)広域連携	(c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果					
標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)				
14,140,000 円 ×		0.50 =	7,070,000 円	( 円 )					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						
		円							

【備考】



事業名		西部エリア Amon(えーもん)市	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>【現状と課題】本商工会議所は過去4年間、商店街を核とした集客・認知度アップイベントの支援、周辺店舗と商店街との関係強化、相互販促支援を進め、商店街とさまざまな協力・連携コミュニティ(行政・学校など)との関係も広がってきた。</p> <p>【本事業を通じて目指す状態】</p> <p>①商店街と周辺の外部店舗、行政や地域コミュニティとの相互協力をさらに強化し、販促支援を行う。</p> <p>②商店街が担うコミュニケーションとイベントスペースとしての有効性・潜在能力の可能性を探る。</p> <p>③商店街と反目しがちなスーパーなどとの協力を仲立ちし、地域と共存共栄する商圈を意識する。</p> <p>④商店街を核として、徒歩で生活必需品の購入が可能な商圈の形成をめざす。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	西支部管内の小売店・製造・卸売店及び商店街、協同組合		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	西支部管内の商店街は近隣型、地域密着型商店街が大半であるが、これらの商店街の課題は、ワンストップ・集客機能の維持と、構成店舗の売り上げ拡大である。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>2016年度：浪速区、西成区、西区にてAmon発行、イベント開催支援。14商店街、56個別店舗を支援。</p> <p>2017年度：浪速区、大正区、西成区、港区、此花区にてAmon発行、西成区、港区にてイベント開催支援。15商店街、55個店を支援。</p> <p>2018年度：此花区、西成区、港区にてAmon発行・イベント開催支援。15商店街、51個店を支援。</p> <p>2019年度：西区、西成区にてAmon発行・イベント開催支援。10月末時点で14商店街、26個店を支援。</p>		
	反省点	商店街には近隣スーパーとの連携を必ずしも良しとしない店もあるため、事前説明・同意の取り付けが重要。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	(商店街の従来型イベント実施を通じた中小小売店舗との連携強化) ○徒歩圏内の住民を対象とした、一通りの生活必需品が揃う相互補完的なワンストップお買いものゾーンの形成をめざす。販促イベントを開催している意欲のある商店街を核として、周辺個店とのイベント開催を進める。常時の買い物客誘引を達成するため、商店街の近隣に所在するミニスーパーなどとの連携を進める。		
	人材交流型	○商店街とミニスーパーなどと個別店舗を仲立ちし、行政やコミュニティとの連絡調整を行い、協力してイベントの開催、共通企画、セールを計画、実行する。 ○定期的なイベントの定着していない商店街については、意欲のある商店街を選び、販促イベントを提案、実施する。 ○積極経営で新規顧客獲得を図ろうとしている小売店と活性化を図ろうとする商店街をマッチングし、販促イベント時の体験出店あるいは共同での販促活動により、補完協力関係を構築する。		
	○ 販路開拓型	(情報紙「Amon(えーもん)」の発行) ○2014年から商店街と個店の販促ツールとして発行している情報紙「Amon(えーもん)」を引き続き発行する。 ○情報紙では、商店街の販促イベントや、新たな顧客を求めるとする地元の小売店や連携するミニスーパーなど一体としてまとまった商圈があることを紹介する。また他の商店街、各区商店会連盟や団体が主催する販促イベント、その他商業関係のイベントも掲載する。ネットでの記事紹介も視野に入れる。		
	ハンズオン型	(個店への支援) 支援：情報紙掲載によるPR、販路の拡大。その他、販促方法や改善策などを提案し、カルテ化にもつなげる。 メリット：他地域の商店街へ出店し、あるいは販促活動を共同で行うことにより、通常の商圈ではない商店街に来街する顧客への販売・アピールによる商圈拡大の機会、他地域の商店主との交流による経営改善のヒントが得られる。		

事業名		西部エリア Amon(えーもん)市						新規/継続	継続
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	(c)支部管内各区役所とのイベント情報の共有や出店企業の紹介、広報支援などでの連携 (d)販促方法改善策の支援の実施によりカルテ化								
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒  12団体・20社	①商店街・協同組合:12団体 ②個店(小売店・製造・卸売業者):20店舗						
	支援対象企業の変化	各小売店は新規顧客の拡大が図れるとともに、商店街は販促イベントで集客・誘客につながり、賑いづくり、商店街活性化が期待できる。							
	指標①	商店街:集客・誘客効果、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の回答割合	数値目標	70%					
	指標②	個店:商品・店舗のPR・改善・開発、売上・顧客の増加、他との連携などにつながったとの回答割合	数値目標	70%					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費				
		50,500 円 ×	12 ×	10.0 =	6,060,000 円				
		50,500 円 ×	20 ×	0.5 =	505,000 円				
		円 ×	×	=					
		(小計)				6,565,000 円			
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)					円			
					計	6,565,000 円			
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)				
	6,565,000 円 ×	0.50 =	3,282,500 円	( 円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)					
			円						
			円						

【備考】

事業名		大阪市北部地域における商店街活性化支援事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪市北部地域は、梅田という巨大商業地域を擁しているものの、概して周辺地域の商店街は徒歩圏内の住民のみが顧客である。それらの商店街組織は、販売不振や地域環境の変化への対応の遅れなど様々な問題を抱え、どのように打開すべきか悩んでいる場合も多い。また商店街役員の高齢化、空き店舗増加による傘下商店数の減少などもあまって、商店街事業を担う人材が不足し、財源も減少しつつある。そういった商店街の中で、具体的事業へ向けて主体的に取り組む意欲のある先に対し、意見集約支援やコーディネーター派遣、勉強会の開催などを通して組織としての活動を支援し、希望する課題解決へつながる仕組みをつくる。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北支部管内(淀川区、東淀川区、西淀川区、北区、福島区)で、問題意識があり課題解決意欲の高い商店街			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	商店街役員などへのヒアリングによると、空き店舗対策、役員の高齢化、事業のマンネリ化、環境変化への対応の遅れ、先進事例の情報不足など、商店街により問題となっている喫緊の課題はまちまちであるが、いずれの場合もその事業実施を担う人材が不足しており、商工会議所の継続的な事業バックアップを期待している。また、商店街役員の持つ問題意識は非常に高いが、一般店舗の意識がつかないことに危機感がある。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2018年度は東淀川区で4商店街で「まちゼミ」研修を6回行い、2月に区役所も連携して「東淀川まちゼミ」を実施した。また北区の2商店街で大阪市立大学と連携した周辺商店街への意識調査の実施支援を行った。2019年度は東淀川区の3商店街で「まちゼミ」の拡大や独立実施に向けた支援を行うとともに、淀川区の3商店街の共同事業実施に向けた準備を行っている。			
	反省点	複数商店街での合同事業では意見調整が難しく、事業の実施が予定スケジュールより遅れがちである。また、課題には解決の糸口が見えないなど支援実施に至らないものもあり、段階的かつ長期的視点が必要である。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	<b>【課題解決のための自主事業の取り組み支援】 ハンズオン支援型</b> 商店街から寄せられている課題や事業希望の例： ・商店街リーダーの育成、世代交代の促進 商工会議所の支援により外部事例などを学ぶことで打開策を見出したい ・イベントを新規に商店街周辺店舗や商店街以外の個店・団体を巻き込み行いたい 商工会議所へは商店街外の個店・団体などへの広報・つなぎなども期待 ・商店街事業の拡大実施(周辺店舗を含めたり、近隣商店街との連携)  ついては、商店街の役員をはじめ、個店の店主などを対象として、下記の4段階を基本に支援を行う。 ①商店街全店舗を対象とする全体集会などで課題を共有し、皆で取り組む意識づけを行う。 ②課題解決へ向けて取り組む内容を修正・再策定する。 ③実施に向けた体制づくりと進捗を確認する。 ・必要に応じてコーディネーターや専門家派遣などの実施や勉強会の開催、アンケート調査の実施などを行う。 ・可能なものは年度内に目に見える事業化を進め、イベントなどの実施時には広報支援なども行う。 ・商店街内だけで解決できないものについては、周辺の店や商店街と関わりたい事業者、地域住民、学校なども連携する。 ④取り組み終了後、もしくは年度末に効果確認を行い、次年度へ向けた活動の策定支援を行う。			
	人材交流型				
	販路開拓型				
	○ ハンズオン型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	(b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	
		(c)商店街の魅力掘り起しやイベントの開催、情報発信などを各区役所と連携する。 (d)商店街支援の中で各個店でのニーズや課題聞き取りを行い、必要に応じて個別相談につなぐ。これまでもマル経融資などの実績あり。			

事業名		大阪市北部地域における商店街活性化支援事業				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 5 商店街	管内には多数の商店街組織があるが、意欲の高い商店街を予定。直接および各区商連等を通じて募集するなど広く呼びかける。						
	支援対象企業の変化	支援を通じて課題解決の認識を商店街内で共有し、課題解決へ向けた取り組みが具体化する。							
	指標	支援を通じて課題解決へ前進した、あるいは支援により取り組んだ事業が円滑に実施できたと回答した商店街の数	数値目標	4商店街					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		101,000 円 ×		5 ×		10.0 =	5,050,000 円		
	(小計)						5,050,000 円		
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						円			
計						5,050,000 円			
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
	②受益者負担	円		負担金の積算					
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率					(①市町村等+②受益者負担)		
	5,050,000 円 ×	0.50 =	2,525,000 円	( 円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		インバウンドによる買い物消費支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>【現状の課題】2020年のオリンピックに向けて着々と訪日外国人は増加している。また、外国人がこれまで来なかったエリアにも、民泊などの宿泊施設が点在するようになった。しかし、そういったエリアにおいては、どうしても宿泊のみを目的として来訪する外国人が多く、エリア内での消費につながっていない現状がある。また、宿泊施設と最寄りの駅をGoogleマップで直接移動するため、動線の中に中心市街地やその周辺の商店街、商工業者が入らないケースも多い。偶然に通過する訪日外国人を客待ちするのではなく、積極的に商店街、商工業者の所在地を訪日外国人の動線に入れ、訪日外国人の来街者数(来店者数)を増加させることが課題である。</p> <p>【目標とする状態】民泊などの宿泊施設に来訪している外国人観光客をその周辺の各商店街、個々の店舗に誘導するツールを提供し、外国人観光客の来街者数(来店者数)の増加をめざす。その際、2016、2017年度に制作した観光マップとYouTube動画、2018、2019年度に制作した販促ツール類も有効に活用されている状態を目標とする。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	此花区、港区、西区、大正区、浪速区、西成区の商店街、協同組合などで、インバウンド系観光客の取り込みに課題を感じている組織とその周辺店舗		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>○いわゆる「民泊」の増加により従来では考えられなかった地域密着型商店街のエリアにまでインバウンド系観光客が浸透しつつある。これらを販売チャンスと捉えたり、条件・環境を整えれば積極的に活用したいと考える商店街や商工業者は多い。</p> <p>○とは言うものの、予算や能力などの制約により、インバウンド系観光客に対する販売促進活動を具体的に行えていない商店街や商工業者も多い。</p>		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>○2016、2017年度に此花・港・西・大正・浪速・西成の各区の管内60商店街と115事業所を訪日外国人に紹介するツールとしてYouTube動画192本(各40秒程度)と14エリアの観光マップを制作済。2018年度には、そのうち20商店街、20事業所に対し、訪日外国人の集客ツール(店頭ステッカーなど)、接客ツール(英語通訳シート、メニューの英語化など)を製作。</p> <p>○2019年度は、15商店街に顔出し看板、5商店街に指差し通訳シート、2事業所に英語メニューを製作中。</p>		
	反省点	○店頭ステッカーにYouTube動画を表示するQRコードを掲載し、近隣の宿泊施設に観光マップも設置したため、YouTube動画のアクセス数、来街者数(来店者数)は増加したが、情報拡散力はまだ弱い。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	①2019年度までに制作した訪日外国人の「集客ツール」(店頭ステッカー等)、「接客ツール」(英語通訳シート、メニューの英語化等)を、2020年度も引き続き、まだ提供できていない商店街に製作する。		
	人材交流型	②特に2019年度より始めた「顔出し看板」は未設置の商店街も多い。「集客ツール」「接客ツール」を提供した商店街やその周辺店舗に客動線を作るため引き続き「顔出し看板」を製作し、商店街やその周辺店舗に設置する。興味を感じた訪日外国人が記念撮影を行い、その写真をSNSで拡散する。看板の存在が撮影した外国人の友人を通じて世界中に知れ渡る。SNSを見た外国人が訪日した際、また、看板で記念写真を撮影し、連鎖を生むことで商店街へ訪日外国人を誘導する。設置場所は空き店舗前などとする、商店街の空き店舗前を有効に利用できる。		
	○ 販路開拓型	また、YouTube動画のアクセス数の増加と、YouTube経由での拡散も期待して看板にはQRコードを掲示する。スマホでQRコードを読むと、2016-2017年度に制作した商店街を紹介するYouTube動画を再生する。		
	ハンズオン型	③大阪市の教育機関(専門学校)である大阪市立デザイン教育研究所と連携し、「集客ツール」「接客ツール」「顔出し看板」の製作を同校に依頼する。同校のフィールドワーク教材としても製作物を利用し、教育機関への実学実習の場を提供する。また、製作コストを下げ、商店街やその周辺店舗に無償提供することで、導入障壁を低減させ、普及を図る。		
独自提案型	④必要に応じて観光マップの増刷を行う。エリアによって配布数に多寡はあるものの観光マップには配布して3年が経過するものもあり、必要な観光マップには増刷を行う。			



「顔出し看板」の一例

事業名		インバウンドによる買い物消費支援事業				新規/継続	継続	
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		(a)府施策連携	(b)広域連携	○(c)市町村連携	○(d)相談事業相乗効果			
		(c)大阪市立デザイン教育研究所と連携して各種ツールを製作。 (d)相談事業相乗効果…観光客、特に外国人観光客への対応や店づくり等々、商店街やその周辺店舗の販路開拓支援を実施。また、店舗改装や設備追加のニーズがあればマル経融資など資金調達支援を実施する。						
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒  13団体・3社	①商店街・協同組合:13団体 ②個店(小売店・飲食店など):3店舗					
	支援対象企業の変化	商店街、小売店では誘客、集客につながり、新たなターゲットとして観光客等の顧客の拡大が図れ、売上増加が期待できる。						
	その他目標値	指標	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合	数値目標	70%			
算定基準 により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		50,500 円 ×	13 ×	7.5 =	4,923,750 円			
		50,500 円 ×	3 ×	0.75 =	113,625 円			
						(小計)	5,037,375 円	
						※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)		円
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
	②受益者負担	円	負担金の積算					
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○(c)市町村連携	○(d)相談事業相乗効果				
	標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
5,037,375 円 ×		0.50 =	2,518,687 円	( 円 )				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)				
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		ライブ・エンターテイメントの街 ミナミ活性化事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2016 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>「大阪の成長戦略」では、今後大阪が成長するために必要とされるテーマの筆頭に「内外の集客力の強化」が掲げられ、具体的取り組みとして「買い物、食、クルーズなど大阪の都市魅力であるコンテンツや観光資源との連携した集客力の向上」が挙げられている。</p> <p>ミナミは大阪を代表する「買い物、食」の集積地であることは言うまでもなく、古くは江戸時代に浪花五座を中心に一大芝居町として栄えた歴史を持ち、現在も大阪松竹座、国立文楽劇場、なんばグランド花月など多くの劇場で、日常的に多彩な芸能の公演、ライブ・エンターテイメントが興行される文化コンテンツ・観光資源を有する。また、地元の商店街や企業、地域団体などからなる(一社)大阪活性化事業実行委員会(代表理事:千田忠司 大阪市中央区商店会連合会長)を中心に活発にイベントが開催され、さまざまなパフォーマーが出演し、多くの人々が集う地域の賑わい創出に取り組んでいる。</p> <p>こうした大阪の都市魅力の集積地であるミナミの特性を活かした国内外への情報発信を支援するほか、地元商店街、企業、団体と連携したイベントの開催の支援を通じて、大阪のさらなる集客力向上をめざす。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ミナミの商店街(千日前道具屋筋商店街振興組合、道頓堀商店会、戎橋筋商店街振興組合、心齋橋筋商店街振興組合、宗右衛門町商店街振興組合、千日前商店街振興組合、道頓堀商店街振興組合、道頓堀商店連盟 など)		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	地域の各商店街ではさまざまなイベントなどを実施して集客を図っているが、個々の集客力には限界がある。ミナミエリアにポイントを絞ったガイドブックの発行はユニークな取り組みであり、地域の商店街をまとめて、情報発信を行うことにより、ミナミ地域全体の来街者、近隣の商店街へ集客の増加をめざす。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>2019年度は「道頓堀春フェス2019」(5月)、「大阪ミナミ夏祭り2019 &amp; にぎわいスクエア」(7月)の開催に参画、ブース出展し、来場者に対してミナミの商店街のイベントやライブ・エンターテイメント情報を発信し、ミナミの商店街並びに近隣エリアの集客アップに努めた。</p> <p>また、ミナミのイベントやライブ・エンターテイメント情報、店舗の情報を集めた「大阪ミナミマップ」日本語版(4,000部)、英・中国語版(10,000部)を作成し、イベントを通じてPRするとともに、ホテル(35カ所)、駅、観光案内所、関西国際空港などを通じて配布した。</p> <p>このうち、日本語版は特に好評で、1ヶ月あまりで全て配布してしまったので、その後2,000部の増刷を行った。</p>		
	反省点	ガイドブックの配布部数見込みを誤ったために、在庫がなくなってしまったため、来阪者の多い夏のシーズンにもかかわらず一時期情報発信機会を失った。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	人材育成型	イベント連携の中心となっている(一社)大阪活性化事業実行委員会、地域の商店街連携の組織であるいっとこミナミ実行委員会、中央区役所、各商店街などと連携し、各イベントの企画・実施、PRならびに地域の商店街の情報発信支援を行う。		
	人材交流型	①ミナミの魅力ある買い物や食、イベント、ライブ・エンターテイメント情報を集め、地元商店街と連携して、ミナミエリアにポイントを絞った、地元だからこそ作成できるガイドブックを発行する。ガイドブックはミナミの各ホテル、商店街、駅、観光案内所、空港などを通じて配布する。2020年度はミナミのイベント情報などを多言語で紹介することに加え、QRコードを活用し、各商店街や店舗、ミナミの情報を発信するWebサイトとリンクすることで、インターネットとの親和性を高め、より効果的かつ持続的な集客が期待できるガイドブックの作成する。		
	○ 販路開拓型	②地元団体が開催する「道頓堀春フェス」「大阪ミナミ夏祭り&にぎわいスクエア」「道頓堀リバーフェスティバル」など、ミナミエリアの賑わいを創出するイベント開催に際し、企画段階から参画し、イベント当日にはブース出展を行いガイドブックの配布や各商店街の案内を配布、ミナミの商店街などの情報を発信し、商店街への集客増をめざす。		
	ハンズオン型			
	独自提案型			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		(c)中央区役所他と連携して、ミナミのイベントなどの情報発信、地域の商店街などへの集客支援を行う。		

事業名		ライブ・エンターテイメントの街 ミナミ活性化事業				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 8 団体	ミナミの商店街(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、宗右衛門町商店街振興組合、千日前商店街振興組合、道頓堀商店街振興組合、道頓堀商店街連盟 など)						
	支援対象企業の変化	イベントへの参加やガイドブックの配布などによって、国内外の観光客のミナミエリアの回遊性を高めることができ、各商店街の集客力アップが期待できる。				指標	数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒ 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							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500 円 ×	8	×	10.0	=	4,040,000 円		
		円 ×		×		=	円		
		円 ×		×		=	円		
	(小計)							4,040,000 円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円		
計							4,040,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	4,040,000 円 ×		0.50	=	2,020,000 円	( 円 )			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】



事業名		「逸品マルシェ」販売促進支援事業		新規/継続	新規
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	地域に密着した体験型イベントの開催を通じて、魅力ある商品・サービスを有していながら、販路拡大や商品・サービスの差別化に悩む中小・小規模事業者の販路開拓・認知向上などを図るとともに、来街者減少や空き店舗増加で衰退が懸念される商店街に賑わいを創出し、活性化につなげる。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	南支部管内(天王寺区、阿倍野区、東住吉区、平野区、住吉区、住之江区)で消費者向けの商品・サービスを製造、販売、提供し、販路拡大を望む中小・小規模事業者、商店街・商店会			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	南支部は従来「H2O」(東住吉区、平野区の80弱の名産品・サービス)の地域ブランド推進事業を実施してきたが、東住吉区と平野区という、大阪市の中でも辺縁地域にあって、「優れた商品を開発したが販路に困っている」「(商品・サービスの)差別化ができず売上が低迷している」など販路拡大に悩む声がある。また、賑わい創出のため、複数の商店街が商工会議所と連携したイベント開催を望んでいる。ある商店街からは「周りのお店や団体、地域の皆さんとつながりを持ち、一緒に商店街を会場に使ってもらって元気な町にしたい。商店街のお店の立場ではまともにくいところがある」との意見がある。商工会議所のような組織が核となり仲介することを望んでいる。近年「モノ消費からコト消費」といわれており、ワークショップなど体験型イベントに対するニーズが高い。各地でさまざまなハンドメイドイベントが開催され、作品を展示・販売したいというクリエイターも多い。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値				
	反省点				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	1. 販売促進イベント「逸品マルシェ」(仮称) <販路開拓型> (1)時期 春期1回、秋期1回(予定) (2)場所 阿倍野・天王寺ターミナル周辺(例. 天王寺ミオ、Q'sモール)			
	人材交流型	(3)内容 展示・販売: 地元企業等の優れた商品・サービスを展示・販売する ※個人で活動しているクリエイターの作品も展示・販売 ※BtoBのみで一般向け販売していない企業は展示のみでも参加可。 ワークショップ: 小物や雑貨等のものづくり体験コーナーを設ける。 表彰: 出店した商品・サービスを対象に投票や審査を行い表彰する。 抽選会: 購入者とワークショップ参加者などを対象。			
	○ 販路開拓型	(4)広報 集客のためチラシを制作し、配布する。			
	ハンスオン型	2. 販売促進セミナーの開催 <人材育成型> (1)時期 秋頃(1回) (2)場所 南支部(予定) (3)内容 販売促進イベントの出店の効果を高めるための秘訣。出張販売の際に必要なノウハウ、マーケティングリサーチ、商品開発へのヒントなどに関する講演			
	独自提案型	(4)対象 小売・サービス業者(商店街・商店会内)、クリエイターなど			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携
	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		(c)南支部管内の区役所などと連携して効果的な企画・PRを実施。 (d)相談指導先に巡回して参加勧奨を行うほか、事業実施の過程において、出店者のブランド構築や販売戦略をはじめ、経営課題解決に向けた支援を行う。		

事業名		「逸品マルシェ」販売促進支援事業				新規/継続	新規
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 50社・3団体	販売促進イベント:30社・3団体 販売促進セミナー:20社 ①経営相談支援先の中で該当する事業者などに案内する。②あべの天王寺・サマーキャンパスに参加したクリエイターに案内する他、ODCC経由で参加者を募集する。③活性化に積極的に取り組む商店街・商店会に参画を呼びかける。				
	支援対象企業の変化	1. 販売促進イベント「逸品マルシェ(仮称)」 個店、クリエイターについては、展示・販売やワークショップを通じ、認知向上が期待できる。また、顧客から意見・感想を得ることで、商品やサービスの更なる改善につながる。商店街については、イベントを通じて来街者が増加し、賑わいの創出につながる。新規イベントの立ち上げ、従来イベントの強化・改善が期待できる。また、イベント運営を通じて会場となる商店街周辺のお店や他の商店街との交流、地域の諸団体、人材とのネットワークが生まれ、以後の自発的なイベント運営のノウハウと実績となることが期待できる。 2. 販売促進セミナー 出張販売の際に必要なノウハウ、マーケティングリサーチ、商品開発へのヒントなどを得て、効率的な営業を準備することができる。出張販売の意義をつかみ、多店舗展開への可能性、自信、展望が見込める。					
	指標①	<個店など>イベントへの参加が販売促進につながったと回答した割合	数値目標	70%			
	指標②	<商店街・商店会>イベントの実施が賑わい創出につながったと回答した割合	数値目標	70%			
	指標③	<個店など>セミナーで得た情報が販売促進に役立ったと回答した割合	数値目標	70%			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		50,500 円 ×	30 ×	1.0 =	1,515,000 円		
		50,500 円 ×	3 ×	10.0 =	1,515,000 円		
		20,200 円 ×	20 ×	1.0 =	404,000 円		
		(小計)			3,434,000 円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						円
							計 3,434,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等			
	②受益者負担	円		負担金の積算			
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)				
	3,434,000 円 ×	0.50 =	1,717,000 円		( 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)			
			円				
			円				

【備考】

事業名		大阪市東部商店街にぎわい創出事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	東成区の商店街も独自集客イベントを実施しているが、ここ数年はマンネリ化したものとなり、来街者も午前中のみで午後からは通常どおりの人通りになっている。商店街単独では独自の有効なイベントを実施するのが困難な状況にある。そこで東成区を担当する東支部が商店街の独自イベントと連動して安価で将来は単独でも実施できる新しいイベントメニューの開発などを支援し、また商店街の会合に参加するなどして東成区の商店街の活性化に貢献する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	今里新道筋商店街振興組合、今里新道商店会、今里一番街商店会、神路銀座商店会、神路新道商店会、神路一番街商店街振興組合			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	東成区の商店街でも商店街衰退を避けるため、各種イベントに取り組んでいるが、集客が思わしくない状況である。さらに東成区商店街連盟連合会から生野区で実施した商店街にぎわい創出事業を今年度は東成区内で支援してほしいとの要請がある。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年度は10月27日に生野区内の商店街を対象に実施。実施後の商店街へのヒアリングやアンケートにより、「大阪市立デザイン教育研究所とつながることができ、今後も商店街独自イベント実施時にも協力いただける関係がくれた」という意見も得た。またアンケート結果も支援した4商店街とも全て満足度100%と高い実績を残すことができた。			
	反省点	より集客を得るためには、相乗効果のある商店街、商店会の独自事業と同時に本事業を行うことが肝要である。それにより本事業がさらに効果の高いものとなる。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	人材育成型	各商店街、商店会のイベント(秋頃実施予定)に合わせて以下を実施し、相乗的ににぎわいを創出する。			
	人材交流型	①フェイスペインティング			
	○ 販路開拓型	②幼稚園、保育所、小学校低学年向けの影絵(各地で好評上映の実績あり)			
	○ ハンスオン型	③空き店舗でのモーショングラフィックス(人体の動きをセンサーで捉えてその動きを映像に反映させる技術・装置)			
	独自提案型	④若手演奏家によるジャズセッション(大人向け) ※①～③は大阪市立デザイン教育研究所の協力の下、実施する。 上記のイベントは生野区内の商店街、商店街のにぎわい創出の際にも実施した人気イベントであるが、東成区内で実施するにあたっては地元の学校や大阪市立デザイン教育研究所などと連携して独自メニューを企画する。			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	(b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	
		(c)東成区役所と連携し、周知・広報を依頼する。 (d)事業実施後のアンケートにおいて相談支援ニーズのある商店街については、経営課題の把握や先方のニーズに応じた相談支援を行う。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	今里新道筋商店街振興組合、今里新道商店会、今里一番街商店会、神路銀座商店会、神路新道商店会、神路一番街商店街振興組合		
	支援対象企業の変化	6	商店街		
	指標	アンケートにおいて「来場者が増えた」とする回答の割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		大阪市東部商店街にぎわい創出事業					新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500 円 ×		6 ×		10.0 =	3,030,000 円		
			円 ×		×		=		円
			円 ×		×		=		円
	(小計)							3,030,000 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
	計							3,030,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
		②受益者負担		円	負担金の積算				
(a)府施策連携			(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
3,030,000 円 ×		0.50 =	1,515,000 円		( 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		海外市場開拓支援事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか)	<p>国内市場の縮小により、海外市場に目を向ける企業が増加している。その動きは中小企業にも見られるが、経済的・人的資源に限られる中小企業にとってその全てが容易に着手できる(もしくは拡大できる)とは言えない。これまでも日本企業の投資・貿易が集中するアジア地域を中心に、工業団地などへの視察団派遣、現地での展示会出展、バイヤー招聘事業などを通じて、海外ビジネス展開や2次進出などを支援してきた。これら事業を継続するとともに、特に2018年末発効のTPP11と2019年2月発効の日欧EPAを貿易・投資拡大のチャンスととらえて参加国の市場に関する最新情報を積極的に提供するほか、FTA/EPA活用などについての実務セミナーや個別相談の実施、参加国からのバイヤーの招聘などを行い、日本製品・食品の輸出を促進する。</p> <p>また、海外での日本産の人気の高まっていることを追い風に、日本の農林水産物と食品の年間輸出額は6年連続で増加し、2018年度は過去最高の9,068億円(農林水産省発表)となっており、中小企業の売り上げを増加させるには、海外輸出は非常に有効な手段である。しかし、中小企業にとって独力で海外の販路開拓を行うことは、費用面や手続き面からハードルが高いのが現状である。そこで、本事業を通じて、食輸出をはじめのきかけづくりや小ロット輸出に関する情報提供などを行うことにより、海外輸出を促進し、中小企業の売り上げ増加につなげる。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>海外ビジネスへの参入、拡大などをめざす中小企業・小規模事業者 ※「TPP11」および「日欧EPA」参加各国とのビジネス交流をめざす事業者には積極的に支援を行う。(食品、機械、繊維(素材、製品)) ※食品輸出については、マレーシア、マカオ、シンガポール、台湾などのアジア地域を主たるターゲットとする飲食店舗、飲食品製造業・卸業など</p>			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>&lt;ニーズ&gt; ○国内市場の縮小、若年労働力の確保難などの状況下、中小企業から日本商品の人気を有する中国やアジア各国、欧米諸国とのビジネス交流を望む声が少なくない。また、日本企業の海外直接投資はアセアン、中国向けともに高水準で推移しており、引き続きアセアンや中国に関する情報の提供を望む声が多い。 ○日欧EPAの発効により、日本から輸出するしょうゆや緑茶、日本酒の関税が即時撤廃され、EUから輸入するワインや衣類の関税も即時撤廃となるなど、そのメリットは大きく、輸出入業者双方とも歓迎している。 ○2018年1～6月期(上期)の農林水産物と食品の輸出額は、前年同期比15.2%増の4,359億円で、上期として6年連続で過去最高となった。このことから海外での日本産農産品・食品のニーズの高さがうかがえる。2018年度、本事業に参加した企業について、セミナーの82%、商談会の90%から満足・やや満足との回答があり、事業に対する企業ニーズは高い。 ○産業水道関連や、上下水道関連分野の市場規模は、2013年時点で約50兆～60兆円であるが、人口増加や、水不足による上下水道の需要増、新興国の経済発展・工業化による工業用水の需要増などで、同市場は2025年頃に100兆円、アジアの環境ビジネスの市場規模は2030年に300兆円へ拡大すると予測されているとともに、2019年度、本事業(セミナー)への参加者が100名近くあり、また、満足・やや満足との回答が90%程度であったため、事業に対する企業ニーズは高い。 &lt;把握方法&gt; 各種関連事業を通じて常に海外ビジネス関心企業の発掘、ニーズの把握を行い、事業企画を行っている。海外ビジネスに関心を持つメール登録者は現在約9,000人。アセアンについては別途、関心企業のデータベースを保有しており、現在約250人が登録している。</p>			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>2018年度実績(支援企業数) ○情報セミナー、食輸出セミナー、EPA活用セミナーなど人材育成型 672.5社 ○ミッション、中国ビジネス・EPA関連相談、勉強会など人材交流型 302社 ○商談会など販路開拓型 166社 中小企業が個別に持つ課題に対して情報や解決の糸口、商談の機会を提供した結果、支援した企業の満足度は全体平均で91であった。</p>			
	反省点	<p>○相談対応に関して、TPP、日EU EPAの自己証明制度についての相談の増加に加えて、日米貿易協定や近年の発効が見込まれているRCEP(東アジア地域包括的経済連携)の相談も増える見込みであり、相談体制の整備や新協定を活用した事業の組み立てが必要である。 ○2019年度の食輸出促進の支援事業について、連携する企業側の意向により商談会とセミナーを別日程で開催したが、セミナーの支援企業数が大幅に減少した。実際にバイヤーと接する機会がないセミナーだけでは、中小企業に対して訴求力が乏しかったことが原因である。ただ、セミナーを通じて幅広い情報提供を行うことは、海外への販路開拓を行う上で重要であるため、2020年度は同日に開催するよう当該連携企業に働きかけを行う。</p>			

事業名		海外市場開拓支援事業	新規/継続	継続
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	①「海外市場開拓プログラム」の展開(販路開拓型) ○海外調査団派遣時の現地企業などとの商談や海外から来阪するミッションとの商談(随時) ○海外(欧州およびアセアン地域)のバイヤーとの商談会開催(年2回予定)  ②海外現地法人の設置・運営・活用化支援(人材交流型) ○主にASEAN諸国への進出を検討する企業や二次進出・拡大投資を検討する企業を対象に、法制度、人材、資金、市場動向などの切り口で、情報提供やディスカッションを行う(勉強会年2回予定)。		
	○ 人材交流型	③中国・アセアン諸国ビジネス支援事業(人材育成型、人材交流型) ○中国・香港・台湾ビジネスセミナーの開催(年7回予定) ○専門家などによる相談(中国市場への販路拡大、中国から第3国への事業展開などについて)を実施(年間予定稼働95日) ○中国専門の士業による一日相談会の実施(年5回予定) ○中華圏、東南アジアなどへの展開のためのマッチング、展示会共同出展を実施(年1回予定)		
	○ 販路開拓型	④新興国市場開拓ミッションの派遣(人材交流型) ○TPP11などメガFTAスキームを利活用できる国をターゲット(東南アジアなど)として、現地の投資環境や工業団地を調査するミッションを派遣(年1回予定)  ⑤EPA(FTA)活用ビジネスの支援(人材育成型、人材交流型) ○EPA(FTA)を活用した海外販路開拓についてセミナーの開催(年10回予定) ○専門家による相談事業の開催(年間予定稼働210日予定) ※特に、TPP11、日欧EPA協定については、原産地証明書の取得が関税減免の必須条件になり、この作成は企業の「完全自己証明」によるもの。そのため、中小企業に対し、自己証明書作成についての相談対応を行う。		
	ハンスオン型	⑥海外ビジネスワンストップサービス事業(海外に出向かず、大阪にて海外の市場動向などの情報が入手できる「ビジネスワンストップサービス」の提供)(人材育成型、人材交流型、販路開拓型) ○海外ビジネスを支援・促進するためのセミナーの開催(海外の市場動向などの情報提供、国際目標であるSDGsに対する中小企業の取り組み強化支援、アジアにおける水・環境ビジネスの展開など) ○各地域・国を対象としたビジネスに関する個別相談 ○来阪する海外企業との個別商談会の実施		
	独自提案型	⑦食輸出関連事業(人材育成型、販路拡大型) 関西国際空港および大阪港からの食品輸出拡大のため、日本食の人気が高いマレーシア、マカオ、シンガポール、台湾などへの(a)輸出促進セミナー(b)各国バイヤーとの個別商談会を実施する。セミナーおよび商談会は関西国際空港、大阪港からの輸出を想定した講師やバイヤーを招へいして、それぞれ1回ずつ開催。セミナーや商談会の会場には、関西・食・輸出推進事業協同組合や近畿農政局などの関係機関に相談ブースの出展を要請し、参加企業に対してコンテナの混載サービスの周知やその他食輸出に関する多面的な支援メニューの紹介を行う。		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果  府施策連携商-4(海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業) (a)海外バイヤー招へいは、大阪府流通対策室や大阪産業局と連携し、具体的な商談に結びつく可能性がある在阪企業の紹介を要請して「大阪産」の輸出拡大に取り組む。また、海外から来阪する企業と日本企業との商談会については、大阪産業局と連携し、同局のコーディネータを活用した参加日本企業の発掘、マッチングを行う。さらに個別相談(中国・アセアンビジネス、EPA利活用)は、大阪産業局の国際ビジネスサポートセンターと情報を共有する。商談会や海外ミッションの派遣は、訪問国、時期などを担当部局とすり合わせし、連携を検討するとともに、相互事業において広報などの協力を行う。セミナーの開催については、大阪産業局、大阪府に事前に情報提供し、当日には、大阪産業局の「ビジネスサポートデスク」や大阪府の施策などを説明する時間を確保する。 (b)参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。食輸出関連事業は、本事業をきっかけに誕生した「関西・食・輸出推進事業協同組合」と連携して参加募集を行う。			

事業名		海外市場開拓支援事業		新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 1,390 社	〈人材育成型〉 中国・香港・台湾ビジネスセミナー80社、EPA活用ビジネス支援セミナー60社、海外ビジネスワンストップサービス事業(セミナー)550社、アジアにおける水・環境ビジネス(セミナー)60社、食輸出関連事業(セミナー)40社 〈人材交流型〉 中国ビジネスミッション5社、新興国市場開拓ミッション10社、海外進出勉強会35社、中国・アセアン諸国ビジネス相談100社、EPA関連相談340社、海外ビジネスワンストップサービス事業(個別相談)5社 〈販路開拓型〉 海外市場開拓プログラム(商談)60社、海外ビジネスワンストップサービス事業(個別商談)10社、食輸出関連事業(商談会)35社		
	支援対象企業の変化	〈人材育成型(事業番号③⑤⑥⑦)〉海外進出や輸出について必要な知識を得ることで具体的な拠点設立や海外販路開拓への取り組みを進めることができるようになる。 〈人材交流型(事業番号②③④⑤⑥)〉個別ニーズに沿った最新情報や個別のアドバイスを受けることで、効率的な海外展開が可能となり、成功する確率が高まる。 〈販路開拓型(事業番号①⑥⑦)〉優良な製品、技術を持ちながら自社でコンタクト先が得られなかった企業は、海外企業との接触によって海外市場参入への足掛かりを得ることができる。			
	指標①	〈人材育成型〉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%	
	指標②	〈人材交流型〉(課題解決に向け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割合	数値目標	75%	
	指標③	〈販路開拓型〉商談件数	数値目標	のべ190件	
	その他目標値	目標値の内容⇒			

事業名		海外市場開拓支援事業						新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		50,500 円 ×		60 ×		1.5 =	4,545,000 円			
		40,400 円 ×		35 ×		1.0 =	1,414,000 円			
		20,200 円 ×		80 ×		1.0 =	1,616,000 円			
		40,400 円 ×		5 ×		1.5 =	303,000 円			
		40,400 円 ×		100 ×		1.0 =	4,040,000 円			
		40,400 円 ×		10 ×		1.5 =	606,000 円			
		20,200 円 ×		60 ×		1.0 =	1,212,000 円			
		40,400 円 ×		340 ×		1.0 =	13,736,000 円			
		20,200 円 ×		550 ×		1.0 =	11,110,000 円			
		20,200 円 ×		60 ×		1.0 =	1,212,000 円			
		40,400 円 ×		5 ×		1.0 =	202,000 円			
		50,500 円 ×		10 ×		1.5 =	757,500 円			
		20,200 円 ×		40 ×		1.0 =	808,000 円			
		50,500 円 ×		35 ×		1.0 =	1,767,500 円			
(小計)							43,329,000 円			
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円		
計							43,329,000 円			
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)		<p>海外調査団派遣事業(現地商談会参加や現地展示会出展などを含むミッション派遣)については、大阪府内でこうした事業が展開できるのは、本商工会議所のほかは、JETROなど支援機関も限られていることから付加価値があるとし、1.5の増補正をした。</p> <p>海外企業を招へいた個別商談については、EU諸国やアセアン諸国などの海外機関との調整が必要であること、海外から招へいすることによる旅費などの支出増、また、事業者にとっても、商工会議所など公的機関が中に入ることで安心してマッチングにのぞめること、大阪府内でこうした事業が展開できるのは本商工会議所のほかはJETROなど支援機関も限られているから付加価値があるとし、1.5の増補正をした。</p>								
算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		<input type="radio"/>	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果			
		標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
		43,329,000 円 ×			1.00 =			43,329,000 円 (円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
				円						
				円						
				円						
				円						

【備考】



事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>「開業サポート資金・小規模企業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」「チャレンジ応援資金」をはじめとする大阪府の制度融資およびその他の公的融資制度の普及を促進する。特に「開業サポート資金・小規模企業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」は、地元金融機関と緊密に連携し、本商工会議所が事業計画策定支援や経営指導に加え、資金調達後にはフォローを行う「金融と経営支援の一体的取り組み」により、開業者や小規模・中小企業の資金需要に応え成長を支援する。</p> <p>創業者や中小事業者に対し、経営指導員、専門相談員などが経営支援を行うほか、高度な課題解決には専門家による支援の枠組みも利用。本部・支部の拠点を活用し、事業者のさまざまなニーズに対し「金融と経営支援の一体的取り組み」の推進を強化する。</p>		
	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、大阪府内での開業をめざす者(大企業の社員、府外に在住する個人などを含む)		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>大阪市内事業者に法定台帳などで経営の関心項目を聞いたところ、「融資・資金繰り」を挙げた事業者は、2019年度は13,764件中2,310件で、全体の約17%を占めている。</p> <p>また、本商工会議所の創業支援を受けた開業者などからは、相談によって事業計画の内容が改善した、事業計画書の作成方法がわかった、事業計画を客観視できた、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書策定などの経営支援を行う効果は高く、その入口として当事業が大きな役割を果たすと考えられる。</p>		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>2019年度の開催状況</p> <p>【本部開催分】 5月に制度説明会(支援企業数64社)、相談会(同29社)、9月に地元金融機関との交流会(同75社)を実施。2月26日に金融力強化セミナーを実施予定。また、公的融資制度紹介冊子を新規に作成し、「開業サポート資金」「小規模企業サポート資金」のチラシとあわせセミナーなど参加者に提供するとともに、メール配信などにより広くPRした。また、開業サポート資金の利用希望者に対し、具体的な申し込みや相談事業につなげるため、個別相談を10月末までに23件実施。</p> <p>【支部開催分】 2018年度の支援実績は、支部金融説明会140.5社 支部金融個別相談会373社。2019年9月末現在、制度融資説明会は4回(支援企業数84.0社、参加者86人、利用者満足度は92.3)、支部金融個別相談会は15回(支援企業数117社)を実施。制度説明会では、大阪信用保証協会や北おおさか信用金庫などから大阪府制度金融などについて情報提供を行い、金融個別相談会では継続的な金融支援と一体化した制度融資の利用を促進した。</p>		
	反省点	<p>本部開催分については、融資制度紹介等に際しポイントを絞って情報を伝えてもらい、情報過多で分かりづらいとの声はなくなったものの、調べて分かる内容との指摘もあった。参加してでないと得られない情報も可能な限り盛り込み、満足度を高めるとともに融資制度利用喚起を図りたい。</p> <p>支部開催分については、地域支援ネットワーク参画機関に加え、今年度から新たに大阪府商工労働部金融課にも出講いただき、制度金融について事業者のニーズに沿った具体的な支援策を説明した。制度説明会においては、資金繰りや融資審査のポイント等をテーマとしたほか、今年度は事業性評価による金融取引円滑化の促進策など、事業者の関心を促すテーマを工夫して説明会の参加を促し、制度融資の情報提供を行った。</p>		

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業	新規/継続	継続	
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを 明確に)	○ 人材育成型	<b>【本部開催分】</b> 地域支援ネットワーク参画機関間の情報共有・交換および「金融と経営支援の一体的取り組み」のさらなる推進のため、地域金融懇談会を2回程度開催する。地域の実情を把握し、以下のセミナー・相談会などに効果的に反映させ、大阪府が目指す金融施策を実現できるよう参画機関間の協力体制を強化する。 また、地域支援ネットワーク参画機関と連携し、大阪府の制度融資に関する広報物を作成し広く配布して制度の普及を図る。 ①大阪府の制度融資などを紹介するセミナー、講演会などの開催 地域支援ネットワークの仕組みや大阪府の制度融資を紹介する開業(予定)者や中小事業者向けのセミナーを開催する。開催時には、事業者の役に立つ融資や事例について、参加してこそ得られる情報も可能な限り盛り込むよう留意する。 ②地域金融機関との交流会や個別相談会の開催、および「開業サポート資金」の出張相談や個別相談の実施 事業者と参画機関との交流会や相談会などを通じて、資金調達や経営支援につながる関係構築を支援する。また「開業サポート資金」などについて、計画的にPRを行うとともに、「特定創業支援等事業」として実施する開業スクールでチラシ配布・説明を行う。このほか、本事業以外も含め、イベント実施時などの出張相談や利用希望者への個別相談対応を行い、具体的な申込みに向け相談事業につなぎ、円滑な融資実行を目指す。 ①②ともに、府制度融資については必ず説明・PRを行い、事業実施後などに随時実績を報告する。 <b>【支部開催分】</b> 市内5支部の各管轄区に所在する納税協会、産業会、工業会、個人タクシー協会、商店街振興組合などと連携して、制度説明会と個別相談会を開催する。必要に応じて、大阪府、四信金(大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか)、関西みらい銀行、大阪信用保証協会、日本政策金融公庫、公益財団法人大阪産業局 設備支援部などに協力を仰ぎ、「地域支援ネットワーク」を活用しながら、支部の経営指導員の指導のもと、府制度融資や公的融資に具体的につながるよう実践的に対応するほか、そうした融資の際に不可欠となる企業の財務状況を把握するため、事業計画書作成や資金繰り計画書作成等の相談事業にもつなげていく。			
	○ 人材交流型				
	販路開拓型				
	ハンズオン型				
	独自提案型				
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="radio"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果			
		府施策連携商-26(地域の金融機関や支援機関との「地域支援ネットワーク」推進事業) (a)大阪府商工労働部金融課および地域支援ネットワーク参画機関などと事業運営で連携しながら実施する。セミナー・相談会などにおけるアンケート内容を報告することにより、効果的な府制度融資への反映に努めていく。 (b)地域支援ネットワーク参画機関などの協力を得て、大阪府内全域からの集客に努める。 (d)交流会やセミナー、個別相談などを通じて、開業(予定)者や潜在的な成長力を持つ小規模・中小企業への啓発普及を進めていく中で、相談ニーズを把握し経営支援につなげ、事業所カルテ化を図る。また、既カルテ化事業所にも各種事業をPRし、参加を勧奨する。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 610 社	<b>【本部開催分】</b> セミナーなど160社、交流会・相談など135社 <b>【支部開催分】</b> 金融説明会など100社、相談会215社 大商ニュース、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域金融懇談会参画機関を通じて広くPRする。		
	支援対象企業の変化	指標①	説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てるとの回答の割合	数値目標 80%	
		指標②	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の回答の割合	数値目標 80%	
		指標③	個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する割合	数値目標 80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業					新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×		160 ×		1.0 =	3,232,000 円		
		40,400 円 ×		135 ×		1.0 =	5,454,000 円		
		20,200 円 ×		100 ×		1.0 =	2,020,000 円		
		40,400 円 ×		215 ×		1.0 =	8,686,000 円		
	(小計)							19,392,000 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円	
	計							19,392,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等			
②受益者負担			円	負担金の積算					
<input type="radio"/> (a)府施策連携			<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携		<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果			
標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
19,392,000 円 ×			1.00 =		19,392,000 円		( 円 )		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)				
				円					
				円					
				円					
				円					

【備考】大阪府内での創業や府内に新たな事業所を設けるため、もしくはそのための情報収集が目的であり、大阪府内での創業や新規事業所立ち上げを促進する観点からも、当該事業については、引き続き府外の個人や事業者ならびに大企業事業者も支援対象に加える。

事業名		MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大企業と中小企業、大学や研究機関などがチームを組み、材料・部材や要素製品、さらには機器間を制御するシステムなど互いの優れた技術・ノウハウを結び付けるビジネスマッチング方式の共同開発をめざす。分野を限らず、幅広い分野において、ハイエンド技術の開発、製品の創出を目指す“開発型プラットフォーム”としての機能を高める。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	オープンイノベーションによる新規製品・技術開発をめざす事業所など		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	昨今、自社の保有する資源・技術のみを用いて製品開発などを行う「自前主義」を脱却し、戦略的に組織外の知識や技術を積極的に取り込むオープンイノベーションの取り組みが注目を集めており、専属部署を立ち上げる企業も増えてきている。一方、独力ではなかなか大企業とつながりを持ってない中小企業にとっては、こうした機会を利用することによって、大企業の担当者との直接のやり取りが実現できるため、オープンイノベーションへの期待度は高い。大手企業と中堅・中小のどちらの立場からも、オープンイノベーションへの取り組み意欲が高まっている。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【オープンイノベーションセミナー】7月3日開催(参加者63人、支援企業数50社) 【技術ニーズマッチング】<技術ニーズ説明会>大阪ガス:7月10日開催(参加者280人、支援企業数138社)、ダイキン工業:8月29日開催(参加者262人、支援企業数169社)、日立造船:10月18日開催(参加者228人、支援企業数147社)<ビジネスマッチング会>大阪ガス:9月27日～10月11日の7ヵ日開催(参加企業56社、支援企業数33社)、ダイキン工業:11月18日～25日の4ヵ日開催、日立造船:12月開催 【技術シーズ商談会】<シーズ説明会>材料・化学テーマ:10月24日開催(参加者50人、支援企業数38社)、環境・エネルギー/ICTテーマ:11月28日開催、<個別商談会>材料・化学テーマ(大阪ガス、住化コベストロウレタン、ダイヘン):1月開催、環境・エネルギー/ICTテーマ(大阪ガス、コニカミノルタ、富士通):2月開催		
	反省点	【オープンイノベーションセミナー】企画に時間を要した関係で広報を始めるのが遅くなってしまった。来年度はより余裕をもって効果的な広報を行うよう改善する。 【技術シーズ商談会】今年度は中小企業の関心を高めるため、各商談会に技術テーマを設定し、1回の商談会で複数の大企業から技術シーズを発表する形式とした。しかしながら、シーズ発表企業の決定に時間を要した関係で広報を始めるのが遅くなってしまった。来年度はより余裕をもって効果的な広報を行うよう改善する。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<人材育成型> 計610社 (1)オープンイノベーションセミナー(1回) 支援企業数:70社程度 ・オープンイノベーションの重要性について ・中堅・中小企業が大企業に対して技術提案を行う際のポイント ・オープンイノベーションから新製品開発や協同研究などを成功させた企業の事例発表		
	○ 人材交流型	(2)技術ニーズマッチング ニーズ説明会(3回) 支援企業数:1回150社程度 ・大企業におけるオープンイノベーションの取り組み紹介 ・大・中堅企業のニーズの発表		
	販路開拓型	・人的交流活動 (3)技術シーズ商談会 シーズ説明会(2回) 支援企業数:1回45社程度 ・大手・中堅企業のシーズの発表 ・シーズ活用のメリットに関する情報提供		
	ハンズオン型	・シーズ活用事例の紹介		
	独自提案型	<人材交流型事業> 計104社 (1)技術ニーズマッチング ビジネスマッチング(3回) 支援企業数:1回30社程度 ・大企業と中小企業の面談 <コーディネータが支援> (2)技術シーズ商談会 個別商談会(2回) 支援企業数:1回7社程度		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携 ○ (b)広域連携 ○ (c)市町村連携 ○ (d)相談事業相乗効果			
	府施策連携商-19番(ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業) (a)関西広域連合、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課と連携して実施する。 (b)MOBIO、関西商工会議所連合会などのネットワークを利用し、府全域の中小企業への広報を行う。D-FAXシステムなどを活用し、さまざまな業種の企業へ案内する。			

事業名		MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム		新規/継続	継続
事業 の 目 標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	オープンイノベーションのニーズは引き続き高いと見込まれるため、人材育成型610社、人材交流型104社と設定。 「MoTTo OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。		
	支援対象企業の変化	714 社	①人材育成事業参加者には、事例紹介などを通じてオープンイノベーションとはどういうものかを周知し、販路開拓への具体的な気づきを与え、マッチングへの動機づけを行う。 ②技術ニーズマッチングのビジネスマッチング会については、引き合わせ数が各回30件以上となるように努め、参加企業の販路開拓に寄与する。 ③技術シーズ商談会の個別商談会については、引き合わせ数が7件以上となるように努め、参加企業の販路開拓に寄与する。		
		指標①	当該事業は自社技術の用途開発を検討するうえで参考になったと回答した割合	数値目標	70%
		指標②	商談マッチング(引き合わせ)数	数値目標	30件
		指標③	商談マッチング(引き合わせ)数	数値目標	7件
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム					新規/継続	継続
算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
	20,200 円 ×		610 ×		1.2 =	14,786,400 円		
	40,400 円 ×		104 ×		1.2 =	5,041,920 円		
	(小計)						19,828,320 円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
計							19,828,320 円	
算定基準により算出される額	本事業の実施にあたっては、大阪府内にとどまらず、関西商工会議所連合会や北陸・関西連携会議といった商工会議所ネットワークを活用して、広域から参加企業を募集する。大企業と中小企業のマッチング事業等の場合、いかに大企業からの発注案件を得られるかが、事業成功の鍵をにぎる。大阪府内だけを対象とせず広く府外からも事業者を募集し、発注側を十分に満足させる技術力の高い事業者に大阪にいながらにして出会えるという参加意義を発注側の大企業に感じさせ、継続的に良質な発注案件を提供してもらえるよう努める。よって、府内事業者にとっても商談相手の拡大・ビジネスチャンスの創造につながるという高付加価値があることから、0.2の増補正を行った。							
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		円	負担金の積算				
	○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
	19,828,320 円 ×			1.00 =		19,828,320 円 (円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
	○	大阪商工会議所	19,050,620 円		参加企業数は、オープンイノベーションセミナー(人材育成型)70社、技術ニーズマッチングのニーズ説明会(人材育成型)各回150社、同ビジネスマッチング会(人材交流型)各回30社、技術シーズ商談会のシーズ説明会(人材育成型)各回45社、同個別商談会(人材交流型)各回7社と想定。このうち、前年度実績に基づき、共催の茨木・北大阪・高槻・東大阪・八尾の各商工会議所へ団体配分する。本商工会議所は企画・運営業務ならびに事業費(茨木・北大阪・高槻・東大阪・八尾の各商工会議所の募集及びフォローアップなどの経費を除く)を負担する。本事業は1.2の独自補正係数がついているが、支援企業数に応じた補助金を各商工会議所に団体配分する際には、1社当たりの補助率は0.7を適用し、残りの0.5は主に運営を担う本商工会議所に配分する。			
		茨木商工会議所	14,140 円					
		北大阪商工会議所	56,560 円					
		高槻商工会議所	28,280 円					
		東大阪商工会議所	424,200 円					
		八尾商工会議所	254,520 円					
			円					
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		中小企業の新規学卒者人材確保支援事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>求人倍率は高い水準で推移している。また、中堅・中小企業が新卒者を採用するための主な取り組みとして、「就職サイトへの掲載」に次いで「大学への訪問」「大学が学内で実施する企業説明会への参加」を挙げており、大学との関係を深めたいという企業のニーズが高い。そこで、新卒採用を検討している、または、採用計画数を確保できていない中小企業に対して「セミナー」や「大学等と企業との情報交換会」を通して、大学とのネットワーク構築や、人材確保のための知識やノウハウを身に付けるための支援を行う。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内で事業を営んでいる中小企業の経営者、人事担当者			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	人手不足が顕著となっているなか、新卒採用に課題を感じている企業は多い。大学の就職支援担当者との関係を深めたいとのニーズも強く、2019年11月に実施した「大学等と企業との就職情報交換会」は9月中旬に申込社数が定員の200社に達し、早々に受付を締め切るほどであった。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年度は、①6月に「この時期から中小企業が新卒採用を成功させるためのすべてを学ぶセミナー」を開催し、79人が参加した(支援企業数69.5社)。②11月に「大学等と企業との就職情報交換会」を開催し、西日本中心の61大学などが出展し、200社・324人が来場した。			
	反省点	「大学等と企業との就職情報交換会」では、1か月半前の9月中旬で申込社数が定員を上回ったため、早々に申込受付を締め切った。運営を工夫して、受付可能な申込者数を増やし、より多くの企業に参加してもらえるようにする。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	(1)セミナーの開催 セミナーでは新卒者採用の現状をはじめ、学生に対しどのようにアプローチすれば自社の魅力を伝えられるか、また、中小企業に適した採用のプロセスや手法など、中小企業が押さえるべき実務ポイントなどについて解説する。 時期:6月頃を予定、場所:大商会議室等を予定 <支援企業数:50社(人材育成型)>			
	○ 人材交流型				
	販路開拓型	(2)就職情報交換会の開催 大学などの就職支援担当者や企業の経営者・人事担当者などが一堂に会し、各大学が設置したブースに、企業の採用担当者が訪問する形式の情報交換会を開催し、大学・企業間の情報交換・ネットワークづくりなどの場を提供する。 時期:11月を予定、場所:マイドームおおさかを予定 <支援企業数:200社(人材交流型)>			
	ハンズオン型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="radio"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果 府施策連携労-3(若手人材の採用・定着支援事業) (a)大阪府就業促進課企業支援グループやOSAKALごとフィールドなどと連携を図り、実施するなどして、OSAKALごとフィールド事業への誘導を図る。 (b)OSAKALごとフィールドや大阪府総合労働事務所のメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知をはかり、関心企業の募集を行う。				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	①セミナー:50社 ②就職情報交換会:200社 ※商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。		
	支援対象企業の変化	250 社			
		指標①	アンケート回収事業所のうち、採用に対する自社の課題が明確になった事業所の割合	数値目標	80%
		指標②	情報交換会で大学と接触し、大学との新たな関係を構築できた事業所の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		中小企業の新規学卒者人材確保支援事業					新規/継続	継続
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		20,200 円 ×		50 ×		1.0 =	1,010,000 円	
		40,400 円 ×		200 ×		1.0 =	8,080,000 円	
	(小計)							9,090,000 円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円
	計							9,090,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等			
		②受益者負担		円	負担金の積算			
<input type="checkbox"/>		(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果
標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
9,090,000 円 ×			1.00 =			9,090,000 円 ( 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
			円					
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】



事業名		中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか)	<p>大手企業の生産拠点が海外(特にアジア地域)に流出し、大手企業と中小製造業者の下請・協力関係が解消・希薄化するなどの経営環境の変化もあいまって、中小製造業者は自律的な事業展開に向けて付加価値の高い自社製品の開発や次世代ものづくりに向けた技術力の向上などを求めている。しかしながら、中小製造業者は、財政的にも人的にも制約があり、それらに投入できる経営資源に限界がある。その一方で、大阪府域には高度な基礎研究などを行っている大学や中小製造業者の技術支援を長年にわたって行ってきた大阪産業技術研究所があり、広く産業界においてその研究成果の活用を求めている。</p> <p>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。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	幅広い製品分野の中小製造業者を主たる対象とする。		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小製造業者が大学や大阪産業技術研究所が有する最新の研究成果(技術シーズ)に関する情報を入手できる機会として、下欄の通り参加者を得ている。第4次産業革命など今後成長・発展が見込まれる産業分野・テーマをさらに取り上げることで企業のニーズを掘り起こし得る。		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>10月4日「大阪産業技術研究所との産官技術交流会(新チャレンジ大阪3)」(参加者数125人、支援企業数約70社)</p> <p>11月27日「第35回 大阪大学 大学院基礎工学研究科 産学交流会」開催</p> <p>12月6日「ORIST技術シーズ・成果発表会」開催</p> <p>2～3月 大学による研究成果発表会 開催予定</p>		
	反省点	<p>実出席者に対するアンケート回収率が低下しないよう、各セミナー終了時の会場退出の際の提出の呼びかけを徹底する。また、プログラム企画にあたっては、時流を踏まえ関心が高い技術テーマを扱うよう心掛け、実出席者をできる限り多く確保できる内容とする。</p>		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこで・ 何を・ どのよう にする のかを 明確に)	○ 人材育成型	<p>【開催回数】5回(大阪府内及び周辺地域の大学4回、大阪産業技術研究所1回)</p> <p>【対象】発表分野における技術力向上やビジネス展開を求める中小製造・加工業者など</p> <p>【内容】</p> <p>①大学の研究成果(技術シーズ)活用のための交流会(4回)</p> <p>&lt;開催時期&gt;2020年5月～2021年2月頃</p> <p>&lt;開催場所&gt;大阪商工会議所など</p> <p>&lt;テーマ分野(予定)&gt;接合技術、基礎工学、人工知能、ロボティクス、IoT、ビッグデータ</p>		
	人材交流型	<p>解析など</p> <p>&lt;発表者&gt;大阪・関西圏の大学の教員・研究者</p>		
	販路開拓型	<p>②大阪産業技術研究所等の研究成果(技術シーズ)活用など、産業技術支援に関する発表</p>		
	ハンズオン型	<p>会(1回)</p> <p>&lt;開催時期&gt;2020年12月頃</p> <p>&lt;開催場所&gt;大阪産業創造館など</p> <p>&lt;共催(予定)&gt;大阪産業技術研究所、大阪産業局など</p>		
	独自提案型	<p>&lt;テーマ分野(予定)&gt;化学・バイオ、金属、機械・システム、電子・電池・ナノテク、高分子などを網羅的にカバー</p> <p>&lt;発表者&gt;大阪産業技術研究所の研究員など</p>		
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	<p>府施策連携商-18((地独)大阪産業技術研究所(ORIST)連携事業)</p> <p>府施策連携商-19(ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業)</p> <p>(a)(b)大阪府商工労働部ものづくり支援課、MOBIO、大阪産業技術研究所と連携して事業を運営。そのネットワークを利用して大阪府内中小製造業者への広報を行う。</p>	

事業名		中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流				新規/継続	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 300 社	①50社×4回=200社、②100社×1回=100社 募集方法は、商工会議所や大学・大阪産業技術研究所、ものづくり振興事業の過去参加者、MoTTtoメール、MOBIOメルマガ、その他産業支援機関のメールマガジン配信(けいはんなメール、中小機構近畿メルマガなど)を中心とする。					
	支援対象企業の変化	大学や大阪産業技術研究所などの研究成果を今後のビジネス(ものづくり)の参考にしてもらうほか、技術相談、共同研究、委託研究、施設利用など、より強固な産学公の連携に結びつける。						
	指標	得た知識を今後の製品や技術の開発に役立てると回答した割合			数値目標	70%		
その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
	20,200 円 ×		300 ×		1.0 =		6,060,000 円	
(小計)							6,060,000 円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円	
計							6,060,000 円	
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)							
	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		円	負担金の積算				
	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果
	標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
	6,060,000 円 ×			1.00 =		6,060,000 円 (円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		大阪クリエイティブフェア	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	才能あるプロダクトデザイナー・クリエイターをはじめ、デザイン性の高いリビング用品などを製造・販売する中小・小規模企業などは、規模が小さいために認知向上や販路開拓に苦戦している。在阪もしくは大阪にゆかりのある、新たな取り組みへの意欲の高い事業者を発掘し、百貨店などの展示・販売イベントへ出店する機会を提供。当該催事期間中の売上増だけでなく、消費者や業界関係者への認知度向上、今後の取引拡大や販路開拓につなげていく。さらに、一般消費者と普段接触する機会がないプロダクトデザイナーやメーカーなどが、催事期間中の接客を通じて来場客のニーズなどを直接把握できるので、エンドユーザーを意識した新製品の企画や開発などにつながることも期待できる。また、優秀なプロダクトデザイナーや中小・小規模企業の成長を促し、業界全体の活性化につなげるだけでなく、商品や出展者の「大阪らしさ」をPRできるよう注力する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に大阪府内のプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨、食品の製造業者・卸売業者・小売業者など		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	取引拡大、販路開拓をめざす出展申し込みは、2018年度が49社で、2019年度は53社に増加した。 [2018年度出展者アンケート(抜粋)] 全体的な評価→満足・やや満足:全26社中19社 [2019年度出展者アンケート(抜粋)] 全体的な評価→満足・やや満足:全21社(1社未回答)中17社		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	高島屋大阪店にて過去4回、あべのハルカス近鉄本店では過去3回実施。 <2018年度> 11月21日(水)～27日(火)の7日間、あべのハルカス近鉄本店ウイング館9階催会場にて実施。応募企業は49社、出展企業は26社。 <2019年度> 11月20日(水)～26日(火)の7日間、あべのハルカス近鉄本店ウイング館9階催会場にて実施。応募企業は53社、出展企業は21社。		
	反省点	2019年度は、応募企業の増加をめざし、大阪府の「大阪製ブランド」に加えて「大阪産(もん)」に案内したほか、府内の商工会議所・商工会にも協力を依頼した。その結果、2018年度の49社を上回る53社の応募があったが、審査会を通過した企業は昨年度を下回る21社となった。 2020年度はより魅力ある事業者を発掘していく必要がある。		
具体的な実施 内容・手法 (該当型 に○) いつ・ どこで・ 何を・ どのよう にする のかを 明確に)	人材育成型	【実施プロセス】 (1)大阪・関西に縁のある専門家(編集者、プロデューサーなど)を、本事業のコーディネータ役に任命する。 (2)今年度のコンセプトをコーディネータ役と協議の上、決定する。 (3)決定したコンセプトに基づき、プロダクトデザイナーやクリエイター、その他生活雑貨製造業者・卸売業者・小売業者などから出展プロダクトを募集する。 (4)大阪府の「大阪製ブランド」と連携を図り、認定・採択企業への応募を呼びかけるとともに、同認定の処遇とプロモーションにつきタイアップする百貨店と相談する。 (5)コーディネータ役と大手百貨店などの担当者による2度の選考(1次選考:書類、最終選考:現物)で出展プロダクトを決定する。 (6)出展プロダクトにつき、大手百貨店など(近鉄百貨店を想定)の販売促進担当者およびリビング用品担当バイヤーから、品質、スペック表示、価格表示、効果的な販売方法と陳列などを、個別面談形式でアドバイスしてもらい、販売前の段階でも、具体的かつ実践的な販売力アップの機会を設ける。 (7)大手百貨店など(近鉄百貨店を想定)で展示・販売イベントを開催(7日間)。出展者(プロダクトデザイナーやクリエイター本人、または出展企業の従業員など)には、期間中、販売員として売場に常駐していただくことで、接客を通じて一般消費者から直接ニーズなどをヒアリングし今後の商品開発の参考にしてもらおうとともに、大手百貨店の顧客対応のマナーや個人情報の管理などを学んでもらう。		
	人材交流型			
	○ 販路開拓型			
	○ ハンズオン型			
	独自提案型			

事業名		大阪クリエイティブフェア			新規/継続	継続
		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		<p>府施策連携商-20(中小企業における自社商品開発の促進(「大阪製」ブランド連携推進事業))</p> <p>(a)「大阪製」認定企業に加えて、「大阪産(もん)」企業に出展応募を呼びかけるべく、大阪府ものづくり支援課MOBIO事業推進グループと連携を図るとともに、できる限り出展できるよう百貨店側に働きかける(2019年度は同グループの協力を得て「大阪製」定企業が6社、「大阪産(もん)企業3社出展)。また、「大阪製」認定企業および「大阪産(もん)」企業については出品料を免除するなどのインセンティブの継続を検討する。</p> <p>(b)府内の商工会議所・商工会と連携をして実施する。府内のリビング関連メーカーなどに応募要項をDMするとともに、リビング関係の展示商談会などのイベントにて出展者を開拓していく。</p>				
事業 の 目 標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	出展企業数:2017年度18社→2018年度26社→2019年度21社 大阪府ものづくり支援課MOBIO事業推進グループなどとの連携や支部 経営指導員を通じて出展審査会を通過できるより魅力ある事業者の発掘 を図る。			
		24 社				
	支援対象企業の 変化	<p>自力では大手百貨店などに出店が難しい小規模事業者が、本事業を通じて百貨店での出店の実績をつくることことができる。そのプロセスを通じて大手百貨店からさまざまな助言やノウハウの習得、ならびに販売経験の蓄積に加え、消費者や業界関係者に広く認知されることによつて、今後の信用拡大、取引拡大、販路開拓につながることを期待できる。また、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などが、百貨店催事場での接客を通して消費者ニーズを直接把握し、新製品の企画や開発などに活かすことが期待できる。</p>				
	指標	売上合計	数値目標	450万円		
	その他目標値	目標値の内容⇒	商品購入件数 ※過去3年推移(2017年度1,165、2018年度2,178、2019年度2,756)			
		1,400 件				

事業名		大阪クリエイティブフェア					新規/継続	継続
算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
	101,000 円 ×	24	×	1.0	=	2,424,000 円		
	50,500 円 ×	1,400	×	0.05	=	3,535,000 円		
			×		=			
	(小計)						5,959,000 円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円	
計							5,959,000 円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)		係数:①ヒアリングなどにより各出展者が販売を通じて学び得た内容や今後の課題の把握に努めるなど、個々の出展者に対して密接なフォローアップを行うこと、②過去に本事業での出展を機に、別の百貨店催事への出展要請を受けた事業者が出るなど、百貨店などへの出展により実績とノウハウをつけることが実際の販路開拓につながることから、BtoBに準ずるものとして係数を0.05とする。						
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		円	負担金の積算				
	<input type="radio"/>	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
	5,959,000 円 ×		1.00 =		5,959,000 円 (円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		大阪・関西IoT活用推進フォーラム ～先端技術を活用したビジネス変革～	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	「中小・小規模事業者の生産性革命のさらなる強化」が謳われる中、企業間でのデータ連携の促進とIoTの導入を進めることで、革新的な製品・サービスの創出、無駄のない最適化されたサプライチェーン、安全で生産性の高い製造プロセスの実現が期待されている。中堅・中小企業のIoT化への取り組みを支援すべく、経済産業省が推進する「ロボット革命イニシアティブ協議会」では、「IoTによるビジネス変革WG」の下で、B to B向けIoTの将来像やセキュリティーなどが議論されるとともに、製造業向けIoTツールの紹介などが継続的に実施されている。当事業はこうした動向を踏まえ、第4次産業革命の実現による新ビジネスの創出、中堅・中小企業への波及を推進する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	先端技術を活用したビジネス変革を志向する幅広い製品分野の中小企業を主たる対象とする。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2019年度の大阪・関西IoT活用推進フォーラムで実施した参加者アンケートにおいて、本フォーラムへの期待(複数回答)を質問したところ、「IoTの活用メリットや施策などに関する最新情報の提供」あるいは「先進企業におけるIoT活用事例に関する情報提供」という回答が7割を占めている。また、IoT活用ニーズ(複数回答)については、「新たなビジネスモデルの創造」という回答が半数を超えており、IoTを活用した経営力強化へのニーズはきわめて高いと考える。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	「大阪・関西IoT活用推進フォーラム」 ＜第10回例会＞7月30日開催(参加者数105人、支援対象企業数69.5社) ＜第11回例会＞10月29日開催(参加者数93人) ＜第12回例会＞2020年2月開催		
	反省点	IoTへの注目は依然として高く、多くの参加者を得ることができたが、一方で、参加者が求める情報・内容は非常に多岐にわたっている。VR・ARの活用動向についての情報提供をしたが、こちらのテーマでも多くの参加者が得られたため、IoTセンサーだけではなく、さまざま先端デバイスをビジネスに活用する情報提供も求められていると考えられる。次年度も、さらに多くの参加者を集めるためにも、IoTやさまざまな先端デバイスを実際に導入、成功した企業の事例をわかりやすく紹介することで、参加者自身が実践する機運を高める。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	＜人材育成型＞ ■例会の開催(年間3回) 支援企業数:1回90社程度		
	人材交流型	・IoTの活用方法やメリット、施策等の情報提供 ・IoTに関連するデジタル、ネットワークインフラなどの技術動向紹介 (5G、量子コンピュータ、画像解析などの技術動向や活用事例など)		
	販路開拓型	・ドローン等の活用の事例紹介(例:インフラ点検、工場点検など) ・製造業におけるIoT活用による改善事例紹介 ・IoT活用によるビジネスモデル変革事例の紹介		
	ハンズオン型	(例:製品のスマート化、製造業のサービス化など) ・データをビジネスで利活用するための、データ分析の代表的な手法・ツールの紹介など		
	独自提案型	・サービス業へのIoT活用の展開紹介 ・IoT活用ツールの紹介		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="radio"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果 府施策連携商-22(中小企業のIT/IoT導入支援) (a)事業運営については、大阪府商工労働部 中小企業支援室 大阪府IoT推進Lab担当、同商業・サービス産業課 新事業創造グループと連携して実施する。 (b)商工会議所の広報媒体(機関紙やメールマガジンなど)を広く活用するとともに、あわせて協力団体(一般財団法人関西情報センターを予定)の広報ツールを活用する。また、関西商工会議所連合会のネットワークを活用して、関西広域から参加企業を募集する。			

事業名		大阪・関西IoT活用推進フォーラム ～先端技術を活用したビジネス変革～				新規/継続	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 270 社	人材育成事業は、幅広い業種を対象としたテーマでの開催を想定し、90社×3回と設定した。フォーラムメンバーをはじめ、大阪府などの他機関と連携し、広く府内から事業者を集める。					
	支援対象企業の変化	自社でのIoTに対する取り組み意欲の向上						
	その他目標値	指標	アンケートでIoTの活用にさらに努めたいと回答した割合	数値目標	70%			
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		20,200 円 ×	270 ×	1.0 =	5,454,000 円			
		円 ×	×	=	円			
		円 ×	×	=	円			
					(小計)	5,454,000 円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						円	
					計	5,454,000 円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等			
		②受益者負担		円	負担金の積算			
<input type="radio"/>		(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果
標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
5,454,000 円 ×			1.00 =		5,454,000 円 ( 円 )			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
			円					
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		成長企業のための新戦力(女性)発掘・定着支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>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ますます重要となる。近年は女性の社会進出が進み、企業は商品やサービス提供において女性の視点やセンスを取り入れる必要に迫られているが、男性と比べると、女性の就業率は低く、女性管理職比率も低い状態が続いている。</p> <p>そこで、女性労働者の定着と活躍を促進すべく、職場環境の整備や制度設計を支援し、中小企業の経営力強化を図る。さらに、企業事例集の発行や女性活躍推進法説明会など、2014年度からの取り組み成果に基づき、セミナー開催を通じて先進事例の普及に努めるとともに、女性管理職などの交流の場を設け、女性従業員の活躍・定着を支援する。加えてテレワークや育児・介護との両立支援など、職場環境の整備を図る中小企業への情報提供の機会を設ける。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>大阪市内を中心に大阪府内に存する、質の高い即戦力となる人材を確保・定着させたい中小事業者、ならびに女性従業員の活躍促進を図り、組織強化をしたい中小事業者(経営者、管理職、女性就業者)また、テレワークなど多様な働き方や、企業主導型保育施設などを活用した育児や介護などの両立支援に関心がある中小事業者</p>		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>女性の活躍推進は政府の成長戦略の中核におかれ、働き方改革の一端を担っている。生産年齢人口が減少し労働力確保が難しくなるなか、女性従業員に期待が寄せられる。さらに、仕事と家庭の両立を目指した働き方を支援し広めることで、生産性の向上も期待できる。受入側の中小企業においては未だに「女性の活用方法がわからない」などの声があるほか、育児や介護との両立支援、テレワーク等多様な働き方の促進など、質の高い人材の定着に必要な就業環境の整備など課題も多い。</p>		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>2019年度は、①6月に女性市場マーケティングフォーラムを開催し、65社を支援した。9月にテレワーク導入セミナーを開催し、182人が参加した。②7月に若手女性社員キャリアデザイン研修と女性活躍推進セミナーを開催し、55社を支援した。③5月に大阪サクヤヒメトーク交流会を開催し、17社を支援した。</p>		
	反省点	<p>社内にロールモデルとなる女性がいらない企業はまだ多い。大阪サクヤヒメ表彰受賞者がロールモデルとして登壇するセミナーや交流会をさらに増やす必要がある。</p>		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	<input type="checkbox"/> 人材育成型	(1)フォーラム・説明会の開催 テレワークなど多様な働き方の推進や、育児・介護支援の充実等によって、人材の確保・定着や女性活躍推進につながった企業の経営者や人事担当者、女性管理職などを招き、女性の活躍推進メリットを紹介するフォーラムの開催や、女性活躍推進法や企業主導型保育事業などの施策を紹介する説明会などを開催し、企業の人材確保・定着を支援する。		
	<input type="checkbox"/> 人材交流型	<p>＜支援企業数:120社(人材育成型)＞</p> <p>(2)セミナーの開催 経営者・人事担当者・女性従業員・育児・介護等で時間の制約のある方向けセミナー ＜支援企業数:40社(人材育成型)＞</p>		
	販路開拓型	(3)交流会の開催 ロールモデルとなる女性役員・管理職などと働く女性の交流会 ＜支援企業数:40社(人材交流型)＞		
	ハンズオン型			
	独自提案型			
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携
<p>府施策連携労-6(中堅・中小企業における女性の活用・戦力化支援事業)</p> <p>(a)雇用推進室就業促進課やOSAKALごとフィールドと連携し、実施の時期や内容の調整の連絡を密にとる。特に就業促進課から要望のある企業主導型保育事業を活用した企業の保育環境整備については連携を継続する。また、OSAKA女性活躍推進会議の構成員として適宜連携する。テレワーク関連事業は労政課や大阪府総合労働事務所とも連携を図り進める。</p> <p>(b)OSAKALごとフィールドや大阪府総合労働事務所のメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。セミナー内でOSAKALごとフィールド事業への誘導を図る。</p> <p>※大阪市と「大阪市きらめき女性応援会議」の構成団体の一員として企業向け事業について連携を行うとともに、大阪市女性活躍促進リーディングカンパニー事業や女性活躍推進企業調査等なども適宜連携する。</p>				



事業名		成長企業のための新戦力(女性)発掘・定着支援事業				新規/継続	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 200 社	フォーラム・説明会120社、セミナー40社、交流会40社 ※商工会議所会員を中心に大阪府市・関係団体と連携し広報集客する。					
	支援対象企業の変化	(1)女性従業員を確保・定着し、活躍を推進する意欲が高まる。 (2)①成功事例などを知り、自社における人材の確保・定着や活躍推進に向けた検討が可能になる。②育児や介護などと仕事を両立するための制度やノウハウなどを知り、両立するための方策の検討が可能になる。③ロールモデルとなる女性役員や管理職などと働く女性が交流することで働く意欲が高まり、女性(自身も含む)の活躍推進に向けて前向きに検討することが可能になる。						
	指標①	フォーラム・説明会に参加し、アンケートで「今後、女性の定着・確保や活躍推進に向けて、前向きに検討したい」と回答した企業割合	数値目標	80%				
	指標②	セミナーに参加し、アンケートで「女性(自身も含む)の活躍方法や環境整備について前向きに検討したい」と回答した企業割合	数値目標	80%				
	指標③	交流会に参加し、アンケートで「女性(自身も含む)の活躍推進に向けて前向きに検討したい」と回答した企業数	数値目標	32社				
その他目標値	目標値の内容→							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		20,200 円 ×	120 ×	1.0 =	2,424,000 円			
		20,200 円 ×	40 ×	1.0 =	808,000 円			
		40,400 円 ×	40 ×	1.0 =	1,616,000 円			
		(小計)				4,848,000 円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)					円	
		計				4,848,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
	②受益者負担	円	負担金の積算					
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果				
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)					
	4,848,000 円 ×	1.00 =	4,848,000 円	( 円 )				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)				
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>○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、中小企業においてはこうした情報をタイムリーに収集できる人材が不足しており、知らぬ間に法令違反を犯してしまう可能性がある。</p> <p>○原発稼働の規制強化などを要因とする国内の不安定なエネルギー供給事情や、国として2030年度までに温室効果ガスを2013年度比26%の削減を求める約束草案を世界に示すなど、各企業に一層の新エネ・省エネへの取り組みが求められており、具体的な対応策についての情報ニーズも高まっている。</p> <p>○そこで、環境法令や、省エネ・新エネ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。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>○大阪府内中小企業の環境部門責任者・担当者</p> <p>○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</p> <p>○エネルギー分野で新規事業展開を目指す中小事業者</p>		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>企業規模を問わずコンプライアンスが求められる中、自社だけでは十分な情報収集ができない中小企業からは、規制強化の方向で新規制定・改正される環境関連法令について、法令の内容や企業の対応方法などの分かりやすい解説を求めるニーズが高い。また、電気料金の値上げなどが背景で、積極的に省エネ・節電に取り組む企業が増えている。一方で、燃料電池車、水素ステーションなど、新エネルギー活用の機運が高まりつつあり、新たなビジネスチャンスを目指し、新エネルギー関連産業の情報が求められている。</p>		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>「省エネ・省CO2セミナー」6月18日開催(参加者数70人、支援企業数37.5社)</p> <p>「スマートエネルギー分野への参入セミナー」10月21日開催(参加者数122人、支援企業数74社)</p> <p>「水素関連産業新技術ニーズ説明会」11月25日開催</p> <p>「省エネ・省CO2セミナー」12月5日開催</p>		
	反省点	<p>新エネルギー参入に関するセミナーでは、昨今、注目を浴びる自動運転技術を切り口としたテーマでセミナーを開催することで、参加者が120人を上回る結果となった。引き続き中小企業の目線に立つことはもちろんのこと、時代の潮流に合わせてテーマ選定を心掛けながら、プログラムの構成を考え、ビジネスに役立つ情報を提供できるよう努める。</p>		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<p>①「中小企業のための省エネ・省CO2セミナー」(年2回程度実施)</p> <p>エネルギー政策の現状や見通し、また、先進的に節電・省エネや再生可能エネルギーの活用に取り組む企業の事例発表などにより、企業のエネルギー課題への対応を支援する。あわせて、省エネ機器導入などに活用できる補助金の情報なども提供する。講師は、省エネの専門家、大阪府、先進的に省エネに取り組む事業者(省エネ大賞受賞企業など)</p> <p>○参加者数 :1回100人程度 ○支援企業数:1回30社強</p>		
	人材交流型			
	販路開拓型	<p>②「新エネルギー関連産業参入促進セミナー」(年3回程度実施)</p> <p>水素(FCV、エネファーム、水素製造装置)や蓄電池(PHV・EV、無人搬送機、産業用ロボット)など、今後一層の成長が期待できる分野の現状・見通しの解説や、先進的に新エネルギー分野に取り組む企業の事例発表などにより、新エネルギー産業分野への参入を後押しする。また、大手企業の最新ニーズ発表の機会なども設け、新エネルギー関連産業参入を図る。さらには、講演会後に名刺交換会や交流会を実施し、参加者と講演者との交流の場を設けることで、とくに新エネルギー産業分野以外の府内ものづくり中小企業者が新規参入しやすい環境を整える。講師は、新エネ関連産業事業者、新エネ分野に取り組む中小事業者、所管省庁や大阪府、大学教授など</p> <p>○参加者数 :1回120人程度 ○支援企業数:1回55社程度</p>		
	ハンズオン型			
	独自提案型			

事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー				新規/継続	継続		
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		□ (c)市町村連携		□ (d)相談事業相乗効果	
		府施策連携商-3(新エネルギー産業分野への参入促進) (a)①大阪府立環境農林水産総合研究所や大阪府環境農林水産部と共同で実施②大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と共同で実施。参加者を大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課の事業である「スマートエネルギー分野『戦略的技術提案講座』」や「大阪スマートエネルギーパートナーズ」、「おおさかスマエネインダストリーネットワーク」の活用を促す。商工会議所主催水ビジネス関連セミナーの過去参加者や、Team E-Kansaiなどの関係団体のメールマガジンも活用しながら、大阪府内の中小企業に事業参加を呼びかける。 (b)商工会議所の広報媒体(機関紙やメールマガジンなど)を活用し、あわせてMOBIOのネットワークや大阪府立環境農林水産総合研究所、大阪府環境農林水産部、大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課などのメールマガジンを活用し、大阪府内事業者にも周知・募集を行う。							
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	30社×2回、55社×3回 セミナーの告知は、商工会議所の広報ツール(メールマガジン、FAX案内、過年度の同事業におけるセミナー参加者への一斉情報提供)の他、各連携機関・支援機関のメールマガジン(MoTToメール、MOBIOメルマガ、けいはんなポータル、中小機構近畿メルマガなど)を通して周知・募集する。						
	支援対象企業の変化	225 社	支援企業が自社に関連のある環境法令とその対応方法やエネルギー課題への理解を深め、受講企業が自社独自で環境法令対応や省エネ・省CO2の取り組み、また、新エネルギー関連産業の参入などを進めていくための実務的基礎知識やスキルの習得・向上する。						
	その他目標値	目標値の内容⇒	指標	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%	
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200 円 ×	225 ×		1.0 =		4,545,000 円		
		円 ×	×		=		円		
		円 ×	×		=		円		
	(小計)							4,545,000 円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円		
計							4,545,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等				
	②受益者負担		円		負担金の積算				
	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		□ (c)市町村連携		□ (d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
4,545,000 円 ×		1.00 =		4,545,000 円		( 円 )			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割(配分の考え方)			
				円					
				円					
			円						

【備考】

事業名		第4次産業革命分野における新規事業創出促進事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	第4次産業革命技術の進展により、個別顧客のニーズに基づく新しい市場が創造される中、現場力を有する中小企業には新たなビジネスチャンスの獲得が期待されている。その一方、第4次産業革命技術に関心はあるものの、取り組みには至っていない中小企業も多い。そこで、府内中小企業の第4次産業革命技術活用を支援し、新規事業創出につなげる。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	第4次産業革命技術を取り入れた新規事業創出を通じて、イノベーションに挑戦する府内中小企業			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	第4次産業革命技術の活用に関心を持っている中小企業は多いものの、他のAI関連事業のアンケート結果などによると、身近な手の付け所や具体的な取り組み方が分からない企業は多いと考えられるため、活用に向けた支援のニーズは高いと思われる。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	7月9日:ミライの事業共創セミナー 基本編 AI・IoTは事業をどう変えるのか?(参加者数124人、支援企業数76社) 8月6日:ミライの事業共創セミナー 実践編 AI・IoTで事業価値を高める方法(参加者数85人、支援企業数63社)			
	反省点	「基本編」と「実践編」の2本立てとし、AIに関して関心はあるが専門知識はない、という参加者に対しても基礎からビジネス活用まで段階的に情報収集してもらえるように企画したが、AIがテーマのため、講演にはデータ収集や分析に関する専門用語が含まれ、すべての参加者に内容を理解してもらうことは難しかった。次年度以降は、事例をより多く含めることを意識し、第4次産業革命関連技術を活用した新規事業創出を支援できるよう努める。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	第4次産業革命技術に関する情報提供、企業によるシーズ(ツール)発表等(7~8月頃を目途に2回実施)			
	人材交流型	＜概要＞ 有識者からの第4次産業革命技術に関する動向の解説や、第4次産業革命を支援する企業(ITベンダーなど)からの技術シーズ(ツール)説明、活用事例の紹介により、府内中小企業の第4次産業革命を活用した新規事業創出を促進する。あわせて、参加者と技術シーズ発表企業とのマッチングも実施する。			
	販路開拓型	＜講師案＞ 大学教授、コンサルタント、第4次産業革命技術を活用・提供している企業など			
	ハンズオン型	＜参加者数＞ 100人程度			
	独自提案型	＜支援企業数＞ 1回70社程度			
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="radio"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果 府施策連携商-16(IT/IoTなどの新技術を活用した新事業創出の支援) (a)大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課新事業創造グループと共同で実施する。セミナー参加者は、同グループの「大阪共創ビジネスプログラム(OCBP)」への参加を促す。 (b)商工会議所の広報ツール(機関紙、メールマガジン、FAX案内など)を広く活用し、あわせてMOBIOのネットワークや大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課などのメールマガジンを活用し、府内事業者に広く周知・募集を行う。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	第4次産業革命技術に関心がある中小企業140社。商工会議所の広報ツール(機関紙、メールマガジン、FAX案内など)の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集する。		
	支援対象企業の変化	第4次産業革命技術の動向や先進企業の活用事例などを通じて、第4次産業革命技術を活用した新規事業創出を促す。			
	指標	各回のアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合	数値目標	75%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		第4次産業革命分野における新規事業創出促進事業					新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×		140 ×		1.0 =	2,828,000 円		
			円 ×		×		=	円	
			円 ×		×		=	円	
	(小計)							2,828,000 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円	
	計							2,828,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
		②受益者負担		円	負担金の積算				
<input type="checkbox"/>		(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>		(d)相談事業相乗効果
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
2,828,000 円 ×		1.00 =		2,828,000 円		( 円 )			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	政府は、高年齢者が意欲と能力がある限り年齢にかかわらず働くことができる企業の拡大に向け、雇用環境の整備に取り組む企業への支援を行っている。その一方で、特に中小企業・小規模事業者においては、深刻な人手不足が続いており、高年齢者の働く意欲を高めて戦力として活用することが重要な課題となっている。そこで、本事業はセミナーを通じて、70歳までの雇用年齢の引き上げに向けた企業の動向などの情報を提供するとともに、高年齢者の活用を目的とした賃金や評価などの人事処遇制度のあり方について解説し、中小企業・小規模事業者の高年齢者雇用を支援する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業の経営者・経営幹部、人事担当者(すべての業種を対象)		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2019年度に市内5支部でセミナーを実施。セミナー終了後に行ったアンケート調査ではすべての参加者が「高年齢者が活躍できる労働環境を整えたい」と答え、セミナーでの情報提供をきっかけに高年齢者の賃金制度や人事処遇制度の見直しを検討を考える企業が多く、それに関連した支援ニーズは高い。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年度は5支部で8～10月に「企業に活力を与える高年齢者の雇用と処遇」セミナーを実施。社会保険労務士が「高年齢者社員の活躍を引き出す定年延長・継続雇用の制度設計や人事処遇・評価体系を見直すポイント」を解説した(参加216人、支援企業数199社)。		
	反省点	2019年度のセミナー参加者からは「再雇用者の賃金設計の再検討の必要性を痛感した」「高年齢者雇用拡大に向けた取り組みを進めたい」「高年齢者の雇用を積極的に行ってきたいと思った」との声があった。また「65歳超の高年齢者をどう活用するか考えてきたい」との感想もあり、そうした事業者のニーズを踏まえて、2020年度は、70歳までの継続雇用や就業機会の確保に向けた対策に焦点を当て、高年齢者の雇用管理、賃金・処遇制度、企業向け助成金の活用などについて事例を交えて解説する。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	高年齢者の継続雇用の進め方と企業の最新動向に関するセミナーを年2回開催する。 (内容)		
	人材交流型	希望する社員が70歳まで働ける環境整備に向けて企業が取り組んでいけるよう、高年齢者の意欲・能力に応じた適正な賃金・処遇制度の見直し方や、モチベーションを維持して即戦力として活躍してもらうための活用戦略、雇用のための助成金の活用の仕方などを最新の企業の動向や事例を交えながら解説する。 (実施方法)		
	販路開拓型	大阪府社会保険労務士会と共催し、同会に講師の派遣を依頼する。セミナー終了後は、必要に応じて本商工会議所の専門相談(人事・労務関連)につないで個別支援も行う。事業実施にあたっては、OSAKALごとフィールドならびに大阪市域労働ネットワーク事務局(大阪府総合労働事務所)に開催広報などの協力を得る。		
	ハンズオン型			
	独自提案型			
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="radio"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果 府施策連携労-8(中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業) (a)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、OSAKALごとフィールドと連携して実施する。また参加者にOSAKALごとフィールドへの登録を呼びかける。 (b)本商工会議所や他の産業支援機関、上記機関のメール配信などにより府内全域を対象に参加募集をする。 (d)経営指導員が経営相談を受ける中で、高年齢者雇用を推進したい、または推進することによりさらなる事業の安定化がのぞめる事案があった場合など、当該事業への参加を勧める。		

事業名		中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 110 社	○2019年度は5支部で6回開催し、支援企業数は199社。2020年度は経営相談室での2回開催に変更し、支援企業数を110社とする。 ○大阪府内の中小企業へのファックス、メールの送信などに参加者を募集する。				
	支援対象企業の変化	継続雇用者の評価制度や処遇水準の新たな設定方法などについて理解し、見直しを図ること、健全な労働環境の整備、労使関係の安定を図る一助としてもらう。					
	指標	セミナーで得た知識を、自社の今後の労働環境や処遇の見直しなど労務改善につなげる・役立てると回答した割合	数値目標	85%			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		20,200 円 ×	110 ×	1.0 =	2,222,000 円		
		円 ×	×	=	円		
		円 ×	×	=	円		
					(小計)	2,222,000 円	
					※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)	円	
				計	2,222,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)				
	2,222,000 円 ×	1.00 =	2,222,000 円	(	円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)			
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		中小企業のための外国人材採用支援事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	外国人留学生は年々増加し、現在約30万人が日本で学んでいる。卒業後、約6割が日本国内の企業への就職を希望しているものの、実際に就職しているのは3割程度に留まっている。人材不足に悩む企業にとっては大きなチャンスだが、留学生を採用するには、価値感の違い、求人募集方法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、外国人留学生の採用について知識を深めてもらう。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	人手不足やグローバル化、ダイバーシティなどに対応するため、外国人留学生の採用に関心をもつ大阪府内の中小企業			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	民間調査機関が実施する外国人留学生採用見込み調査では、従業員数300人未満の企業の5割前後が外国人留学生を採用する予定と回答。一方「社内の受入体制が未整備」「在留資格の変更手続きなどが負担」といった課題を抱えている。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年度は、(1)8月の「ダイバーシティ推進セミナー」に115人、9月の「外国人留学生採用セミナー」に54人、10月の「『人財』確保のための採用ノウハウセミナー」に38人が参加した。(2)10月に「グローバルジョブフェア」(支援企業4社)ならびに「外国人留学生就職面接会(支援企業30社、参加留学生787人)」を開催した。			
	反省点	人手不足であっても、言葉の問題などにより留学生の採用に抵抗がある企業は多い。留学生の採用に関心をもつ企業をいかに増やし、セミナーに参加していただくかが今後の課題。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	セミナーの開催			
	人材交流型	外国人留学生の採用実績がある企業の経営者や人事担当者などを招き、外国人留学生の採用に関する制度や事例などを知ってもらうセミナーを開催し、企業の外国人留学生採用に関する理解を深めてもらう。			
	販路開拓型	実施時期:7月頃、9月頃に2回開催予定、場所:大商会議室等を予定			
	ハンズオン型	<支援企業数:100社(人材育成型)>			
	独自提案型	○ (a)府施策連携 ○ (b)広域連携 ○ (c)市町村連携 ○ (d)相談事業相乗効果			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	府施策連携労-2(中小企業のための「外国人留学生」確保・定着支援事業) (a)「グローバル人材(外国人留学生)採用・定着支援事業」を実施する大阪府就業促進課と連携し、セミナー中に同事業の施策説明時間を設けるなど、相乗効果が発揮できるような事業とする。また、大阪産業局や近畿経済産業局など他機関・団体とも連携して実施する。 (b)大阪府と連携し、外国人留学生の採用に関心を持つ大阪府内の中小企業に広く案内する。				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	セミナー:100社 ※商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。		
	支援対象企業の変化	外国人留学生の採用に関心があるが、どのように進めたらよいかわからない、といった中小企業に知識やノウハウを提供し、外国人留学生の採用について理解できるようにする。			
	指標	セミナー・シンポジウムに参加し、「外国人留学生の採用について理解できた」と回答した企業の割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				



事業名		中小企業のための外国人材採用支援事業					新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×		100 ×		1.0 =	2,020,000 円		
			円 ×		×		=		円
			円 ×		×		=		円
	(小計)							2,020,000 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
	計							2,020,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
		②受益者負担		円	負担金の積算				
<input type="checkbox"/>		(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果	
標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
2,020,000 円 ×			1.00 =		2,020,000 円 ( 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		医療機器産業事業化促進事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>健康・医療分野(医療機器、デジタルヘルスを含む)に関連する産業では日本国内のみならず海外も含め、今後、市場が拡大することが見込まれている。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。</p> <p>しかし、この産業は、医療現場などとの関係構築、医薬品医療機器などに関する法律、販路の確保など、参入にあたって他の産業とは異なる課題もある。</p> <p>そこで、主にこれから同産業に参入を検討する企業などを対象に、参入の進め方や海外展開、デジタルヘルスを含めた事業化に関する情報を伝えるとともに、本分野での具体的なビジネスを生み出すための機会を提供することで、大阪のライフサイエンス産業全体の振興や企業の新規参入促進につなげる。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	これから健康・医療分野産業に参入するメーカー、すでに参入しているが、これから本格的に事業展開をめざしているメーカーなど		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	大阪商工会議所は、医療機器開発支援事業を15年以上にわたり実施しており、新規参入に対する問い合わせも少なくない。また、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、昨今注目を浴びているデジタルヘルスに関する情報を求める声も聞かれる。		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>&lt;人材育成型&gt; 医療分野への新規参入をテーマとしたセミナーを2回実施(支援企業数計70社)。</p> <p>&lt;販路開拓型&gt; 上記セミナーないしは医療機器関連事業との併設で企業展示を実施(支援企業数計6社)。</p>		
	反省点	販路開拓型として実施している企業展示については、「ブースに立ち寄るお客さんが少ない」「過去と比較し、具体的な引合いが少なくなってきた」といった声が聞かれたため、次年度は幅広い分野の企業関係者が展示ブースにより多くの人が立ち寄る仕掛けを講じる。		
具体的な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ どこで 何を どのよ うに する のかを 明確に)	<input type="checkbox"/> 人材育成型	①医療機器産業事業化促進セミナー <人材育成型> ○年間2回 ○支援企業数1回35社程度 企業が医療機器産業新規参入を含む事業化の際に必要な情報を提供する。		
	人材交流型	新規参入を計画している企業には、他の工業製品と同様に安価で革新的に新製品を開発すれば、市場を確保できると考えている企業も少なくない。しかし、医療機器産業には、医療現場との信頼構築、医療機器薬事承認手続き、健康保険手続き、販売会社との関係、さらには海外展開やデジタルヘルスなど業界独特の注意点がある。セミナーでは、これらの点を参入企業に理解してもらうため、本商工会議所で医療機器開発相談をしているアドバイザーや、すでに参入を果たした企業などが具体的な事例を含めて説明する。		
	<input type="checkbox"/> 販路開拓型	②自社PRのための出展 <販路開拓型> ○年間2回(①の「医療機器産業事業化促進セミナー」などに展示を併設) ○支援企業数1回3社程度		
	ハンズオン型	医療機器業界へ高い関心を持つ企業を主な対象に、各社の技術や取り扱う製品、部素材の概要を展示し、医療機器事業化促進セミナー来場者や個別商談会参加者へPRすることで、新たな商取引につなげる。		
	独自提案型	○ (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<p>府施策連携商-6(ものづくり中小企業の医療機器分野等への参入促進)</p> <p>(a)大阪府とは、大阪のライフサイエンス産業の振興について、日常的に成長産業振興室ライフサイエンス振興担当と情報交換、連携を行っている。</p> <p>(b)府全域の企業との連携を可能とする事業で広く府内から参加企業を募集する。(本商工会議所は当該支援については全国的にも先駆者であり、大阪府内を代表する支援機関としての実績がある。「次世代医療システム産業化フォーラム」を大阪府下の東大阪、八尾、堺、豊中、北大阪、茨木、大東、守口門真、吹田の各地商工会議所と共催で開催している。)</p>			

事業名		医療機器産業事業化促進事業				新規/継続	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 76 社	<人材育成型>70社 <販路開拓型>6社 大阪商工会議所が実施してきた事業の参加者を中心に、大阪府内で医療機器産業に関心を持つ企業に参加を呼びかける。					
	支援対象企業の変化	①セミナーで得た有益な情報を今後の事業戦略に活用することにより、医療機器分野への第一歩を踏み出すことをめざす。 ②販路開拓につながることをめざす。						
	指標①	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%				
	指標②	今後の販路開拓に効果があったとする割合	数値目標	70%				
その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
	20,200 円 ×	70	×	1.0	=	1,414,000 円		
	50,500 円 ×	6	×	1.0	=	303,000 円		
			×		=			
	(小計)						1,717,000 円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								
計 1,717,000 円								
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		円	負担金の積算				
	<input type="radio"/>	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
1,717,000 円 ×		1.00 =		1,717,000 円 ( 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		ブロックチェーンを活用した新ビジネス創出事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2019 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪においても、ハイブ・サイクルの幻滅期へと突入しつつあるブロックチェーン(BC)だが、一方でこうした期間には静かに実装が進む。利用される技術として、BCの情報を届けるとともに、身近な実装例を紹介することで、自社ビジネスへの導入を検討いただける機会を作る。また、エンジニアを対象にコードベースでBCを理解するための機会も提供する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	フリーランスのエンジニア、企業内エンジニア、スタートアップ経営幹部、新規事業担当など			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	2018年度に続き、2019年度もBCミートアップを開催してきた。申し込みには一定のハードルを設けているが、テーマによって毎回新規受講者があり、これまでに延べ400人近くの参加を得ている。BCは基盤的なテクノロジーであるため、参加者への個別ヒアリングでは、「さまざまな切り口でのユースケースの紹介」や「他国における取組状況」に関心が高いことが分かった。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年4月11日に開催した第1回BCミートアップには96人が参加、満足度は93。8月2日の第2回には70人が参加し満足度は100であった。一方、エンジニア向けに3回シリーズ(6月12、19、26日)で開催したBCTechミートアップには1回平均24人が参加し、満足度は95であった。			
	反省点	登壇者とフロアとのコミュニケーションを図るため、事務局がファシリテートして会話する機会を設定している。しかし期待したように、フロアから積極的に質問が出るという状況を作ることができなかった。今後は、登壇者がフロアに入った形での質疑応答などの運用を検討する。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	○4～12月に3回程度、大阪市内の会場でミートアップを開催する。			
	人材交流型	○BCビジネス開発者や学識者などによる講演やトークセッション、交流会などで構成する。			
	販路開拓型	○各回、20～40社30～80人程度を対象とし、幅広く参加者を募るため、エンジニアにリーチできる関西情報センターなどと共催する。			
	ハンズオン型	○テクノロジーへの理解とビジネスへの実装をメインテーマとして、技術トレンドの紹介やBC活用のアイデア、レギュレーションなどについて紹介する。			
	独自提案型				
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 府施策連携商-16(IT/IoT等の新技術を活用した新事業創出の支援) (a)大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課や大阪産業局などと連携して実施する。 (b)過去のBC関連事業への参加者や商工会議所の関係企業、関西情報センター、大阪産業局などを通じて、広く大阪府内の事業者に参加を呼びかける。また、SNSで発信することにより口コミでの参加者獲得に努める。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	35社×2回、10社×1回 ＜募集方法＞ 商工会議所と共催団体のウェブサイト、SNS、メールなど		
	支援対象企業の変化	BCの技術やユースケース、グローバルな動向への理解が深まり、新ビジネスや自社ビジネスへの実装のヒントを得る。また、エンジニアが、BCを使う上での最初のハードルをクリアできるようになる。			
	指標	「セミナーで得た知識を事業に役立てる」または「技術への理解が深まった」と回答する割合	数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒			

事業名		ブロックチェーンを活用した新ビジネス創出事業					新規/継続	継続
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		20,200 円 ×		80 ×		1.0 =	1,616,000 円	
			円 ×		×		=	円
			円 ×		×		=	円
	(小計)							1,616,000 円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円
	計							1,616,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等			
		②受益者負担		円	負担金の積算			
<input type="checkbox"/>		(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果
標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
1,616,000 円 ×			1.00 =			1,616,000 円 ( 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		中小企業の若年人材確保支援事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	生産年齢人口が急速に減少する中、中小企業の人材確保・定着は急務である。若年求職者に対して自社の魅力を効果的に伝える方法や、先進企業の事例などを学ぶことで、企業の若年人材の確保と定着率向上を図る。			
	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			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2019年4月に大阪商工会議所が実施した「中堅・中小企業の経営課題に関するアンケート調査」では、重点的に取り組みたい経営課題として、回答企業の55.5%が「人材の確保(人手不足)・育成」と回答している。 さらに、大阪労働局が発表した2019年9月の有効求人倍率は1.77倍(季節調整値)と依然高水準を示しており、中小・小規模企業の人材確保・職場定着に関する問題は、深刻さを増している。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年度は、①「働き方改革セミナー」を11月に開催し、80人が参加した。②10月に若年者採用を対象とした「若年求職者を魅了する『採用の極意』セミナー」を開催し、95人が参加した。			
	反省点	「働き方改革セミナー」では、締切日前に申込社数が定員100人を3割上回る130人となったため、申込受付を締め切ったが、当日の参加者数が80人と想定以上に少なく、予定人数を下回った。今後は開催1週間前に受講票を送付するなど、申込者が確実にセミナーに参加するよう工夫する。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするかを明確に)	○ 人材育成型	セミナーの開催			
	人材交流型	企業の経営者や人事担当者などを対象に、若年人材の採用・定着のため、自社や仕事の魅力の効果的な伝え方や、若年人材にとって魅力ある職場環境を整備するための方策などを紹介するセミナーを開催する。			
	販路開拓型	時期:10月頃を予定、場所:大商会議室等を予定			
	ハンズオン型	<支援企業数:80社(人材育成型)>			
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果
		府施策連携労-3番(若手人材の採用・定着支援事業) (a)大阪府就業促進課企業支援グループやOSAKALごとフィールドと連携を図り実施する。セミナー中に大阪府の施策説明時間を設け、OSAKALごとフィールド事業への誘導を図る。 (b)OSAKALごとフィールドや大阪府総合労働事務所のメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知をはかり、関心企業の募集を行う。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	セミナー:80社 ※商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。		
	支援対象企業の変化	セミナーに参加した事業者が、自社の課題を把握し、若年人材確保に向けた取り組みを進めるための契機となることをめざす。			
	その他目標値	指標	アンケート回答事業所のうち、自社の若年人材確保を進める上で、その課題が明確になった事業所の割合	数値目標	70%
		目標値の内容⇒			

事業名		中小企業の若年人材確保支援事業					新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×		80 ×		1.0 =	1,616,000 円		
			円 ×		×		=		円
			円 ×		×		=		円
	(小計)							1,616,000 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
	計							1,616,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等			
			②受益者負担		円	負担金の積算			
		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果				
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
		1,616,000 円 ×		1.00 =		1,616,000 円 ( 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
				円					
				円					
				円					
				円					
		円							

【備考】

事業名		商業・サービス業の生産性向上支援事業		新規/継続	新規
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪市の各種サービス業、卸・小売業は、総事業所数の約74%を占めており(平成28年度経済センサス)、地域の経済活動において重要な役割を果たしている。しかしながら、いずれの業種も人手不足は顕著で年々深刻化しており、今後、事業を維持・継続していくためには、業務内容の見直し、生産性の向上は喫緊の課題となっている。早急に対策を講じなければ、大阪経済の停滞を招き、今後の「2025年大阪・関西万博」により創出されるビジネスチャンスを逸することになる。そこで、大阪経済の基盤を支える中小企業が抱える課題を解決し、事業者の生産性向上を図るためのセミナーを開催する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	売上を出しても会社の利益が上がらない、人手不足、労働生産性が低いなどといった問題を抱えるサービス産業、卸売・小売業に関連する中小企業者、小規模零細事業者など			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	先述のとおり、中小企業において、人手不足が深刻化している。今後、大阪府の経済を維持・継続するためには、人手不足に対応し、業務効率化を図りながら、売上・利益を出していくことが急務となっている。こうした状況を受け、業務効率化や売上増加につながるサービス・ツールを提供している企業が次々に生まれ、例えば、ITの分野において、スマートフォン、タブレットなどのデバイスやクラウドサービスなどを誰でも利用しやすい環境となっている。しかしながら、その一方で、中小企業者からは自社にあったサービス・ツールがわからないとの声が出ており、こうした事業者に対する適切な情報提供サポートが必要とされている。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値				
	反省点				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	生産性向上セミナー(仮称)の開催 中小企業(主にサービス産業、卸売・小売業)向けに、業務効率化や売上増加などにつながる具体的手法、事例紹介についてのセミナーを年2回(6月、11月)程度実施する。			
	人材交流型	【セミナーのテーマについて】 経済産業省の「中小サービス事業者の生産性向上のためのガイドライン」に記載されている以下のテーマに関連する内容のセミナーをそのテーマに精通した大学教授やコンサルタントなどにより実施予定である。			
	販路開拓型	①新規顧客層への展開 ②商圏の拡大 ③独自性・独創性の発揮 ④ブランド力の強化			
	ハンズオン型	⑤顧客満足度の向上 ⑥価値や品質の見える化 ⑦機能分化・連携			
	独自提案型	⑧IT利活用(付加価値向上につながる利活用) ⑨サービス提供のプロセス改善 ⑩IT利活用(効率の向上につながる利活用)			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果 府施策連携商-15(サービス事業者の生産性向上支援) (a)大阪府商工労働部商業・サービス産業課と連携して実施。大阪府や自ら発信するメールマガジンなどを通じて大阪府内事業者の参加を募る。 (d)セミナー参加企業で生産性向上に関心のある企業向けに、個別の経営支援を図り、事業所カルテ化を行う。特に、間接業務についてのアプリ導入を希望する事業者がいれば、経営相談室に設置予定のサポートデスクにつなぐ。そのほか、参加者アンケートで経営上の課題などを挙げていれば、適宜相談支援事業につなぐ。				



事業名		商業・サービス業の生産性向上支援事業				新規/継続	新規
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 60 社	サービス産業に関連する事業者(60社)。D-FAX、メール配信などで商工会議所会員事業所を中心に募集する。				
	支援対象企業の変化	①業務効率化や売上増加に資するサービスやツールの導入、プロセスの改善などにより、生産性が向上する。 ②生産性向上による経営改善に取り組む意欲が高まる。 ③生産性向上のために具体的な行動を起こす。					
	指標	生産性向上による経営改善に取り組む意欲が高まったと回答した割合	数値目標	80%			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		20,200 円 ×	60 ×	1.0 =	1,212,000 円		
		円 ×	×	=	円		
		円 ×	×	=	円		
	(小計)				1,212,000 円		
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						円	
計					1,212,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
	1,212,000 円 ×	1.00 =	1,212,000 円	( 円 )			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)			
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		クラウドファンディング活用サポート事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	クラウドファンディングは、起業や中小企業などの新事業展開に必要な資金の調達手段として着目されているが、その仕組みなどを理解していない事業者は多い。そこで、クラウドファンディングに関する基本情報やプロジェクト起案に向けた具体的なアドバイスを提供し、活用を促進する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業や小規模事業者、創業希望者		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	クラウドファンディングの国内市場は2013年に約125億円であったのが2018年には2000億円を超えたものと見られており(矢野経済研究所調べ)、規模拡大を続けている。事業者にとって、クラウドファンディングは単に商品製造・サービス提供の資金確保にとどまらず、新製品・サービスのマーケティングやPRなどにも活用が広がっている。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【2018年度】支援企業数:人材育成型47、人材交流型10 11月27日に「クラウドファンディング活用セミナー&個別相談会」を実施 【2019年度】支援企業数:人材育成型51.5、人材交流型11 11月5日に「クラウドファンディング活用セミナー&個別相談会」を実施		
	反省点	2019年度はワークの時間を十分にとれなかったことから、セミナーのスケジュールを再調整し、運営事業者の説明やワークの充実、適切な事後フォローを強化することで関心のある事業者のクラウドファンディングへの挑戦を支援する。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	クラウドファンディング活用を促進するためのセミナー開催と個別相談の実施		
	○ 人材交流型	<人材育成型>セミナーは年度中1回(秋頃)開催。大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課と連携するとともに、購入型クラウドファンディングサイト運営事業者の協力を得て、クラウドファンディングの仕組み・種類、メリット、留意すべきリスク、プロジェクト成功のポイント、事例紹介など、活用のための基本情報を提供する。また、アイデアを整理しプロジェクト案を作成する個人ワークを充実させ、具体的な取り組みにつなげる。		
	販路開拓型	<人材交流型>個別相談は上記セミナー開催時等に実施し、購入型クラウドファンディングサイト運営事業者等が相談に対応する。相談に際しては、事前にプランなどをまとめたシートを提出してもらうなどして、当日の相談を効率的に行う。個別相談は、ある程度具体的なプランを持つ事業者(創業希望者)がプロジェクト起案(サイトへ掲載し、支援を募集)に導くことに主眼を置く。		
	ハンズオン型			
	独自提案型			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
府施策連携商-17(クラウドファンディングの活用促進) (a)大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課新事業創造グループと連携して企画・運営する。 (b)大阪府や中小企業基盤整備機構近畿本部などにメールマガジンへの開催告知の掲載やクラウドファンディングサイト運営事業者に情報発信(SNS)を依頼するなどして、大阪府内の中小企業、小規模事業者、創業希望者の参加を得る。				

事業名		クラウドファンディング活用サポート事業				新規/継続	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 48 社	(人材育成型)クラウドファンディング活用セミナー40社 (人材交流型)個別相談8社 大阪商工会議所のウェブサイト、メールマガジン、機関紙などを通じて参加募集する。また、大阪府や中小企業基盤整備機構などのメールマガジン、クラウドファンディング運営事業者などを通じて開催を広報する。					
	支援対象企業の変化	指標①	<人材育成型>セミナーで得た知識や情報は今後の事業展開に役立つ(役立てたい)とする回答の割合		数値目標	90%		
		指標②	<人材交流型>個別相談で受けたアドバイス等が今後の事業展開に役に立つ(役立てたい)とする回答の割合		数値目標	90%		
	その他目標値	目標値の内容⇒	クラウドファンディングを活用するための基本情報を得て、クラウドファンディングを活用したい、活用を検討したいというニーズが生まれる。					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		20,200 円 ×	40 ×	1.0 =	808,000 円			
		40,400 円 ×	8 ×	1.0 =	323,200 円			
				(小計)	1,131,200 円			
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)			円		
			計			1,131,200 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		円	負担金の積算				
	<input type="radio"/>	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
	1,131,200 円 ×		1.00 =		1,131,200 円 (円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		経営革新支援事業	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	経営課題を抱える中小企業に対し大阪府との連携のもと、(1)経営革新計画の概要と申請方法、公的支援策などの紹介、(2)経営革新計画承認企業による、同計画立案や計画承認の意義および事業展開の紹介、(3)本商工会議所や大阪府などによる、新事業展開に役立つ各種支援事業の情報提供を通じて、経営革新の承認や本商工会議所専門相談サービスなどの公的支援サービス・制度の活用を促進するとともに、企業の経営力向上を支援し、大阪府内のビジネス活性化に資する。また、(4)新規事業に取り組みようとする中小企業に、指導経験豊富な講師から事業展開のヒントを与える。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者、中小企業者など。本商工会議所の会員・特定商工業者などにおいて事業者の関心項目について、営業・販売・取引先開拓、経営改善に記載のあった事業者および新商品開発や新事業開発への経営課題が把握できた事業者など			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2019年度の「経営革新」窓口相談件数は10月末時点で約150件あり、新商品開発や新事業展開などへの取組みに関心・意欲を持つ事業者は多く、経営革新計画策定のニーズは高い。また、国のものづくり補助金の申請において「経営革新計画」承認が評価加点項目になるなどのメリットがある点からも、同計画に関心を寄せる事業者もある。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	9月13日に「新規事業展開セミナー ～『アイデアを事業化！新規事業成功の秘訣』」を開催、支援実績は57.5社。セミナー受講を契機に8社が「経営革新」専門相談窓口を活用、1社は大阪府へ直接連絡している。大阪府への経営革新計画の申請紹介件数は11月15日時点で1件(承認件数1件)。			
	反省点	過去の反省により内容企画や資料については改善し、早めの準備を心掛け、PRスケジュールに余裕を持たせた結果、目標とする受講者数を確保できた。経営革新計画を取得するメリットをより実感してもらうため、承認後3～5年程度を経た企業の話も聴くことも検討する。申請企業発掘のため、日本政策金融公庫国民生活事業本部に連携を持ち掛けたところ、大商独自のPRチラシを作成し、大阪府内の支店に配架してもらえたことになった。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<経営革新計画紹介セミナー> 7月頃実施予定。内容は以下の通り。			
	人材交流型	1. 経営革新計画の概要 経営革新計画の立案方法、申請書の作成、経営革新承認企業の新事業計画策定・展開実例解説、公的支援策の紹介など			
	販路開拓型	2. 経営革新計画承認企業事例紹介 経営革新計画の承認企業(法人事業者)から申請の背景、立案経過、承認後の事業進捗状況、成果などを紹介。			
	ハンズオン型	3. 大阪府などの中小企業支援策(説明) 経営革新計画の承認後や新事業展開に際して活用できる公的支援策を紹介。 専門相談(創業・経営革新)をはじめ大阪府、大阪商工会議所など各団体の支援事業紹介。			
	独自提案型	開催案内の広報にあたっては、府内公的機関および業界団体などにおける案内リーフレット設置や広報媒体を通じてPRする。			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		府施策連携商-10(経営革新の支援) (a)大阪府商工労働部経営支援課経営革新グループと上記の通り連携して実施する。 (b)大阪府内事業者などを対象に実施。大阪府内の金融機関、ビジネス支援機関などの協力を得て参加募集・PRを実施する。 (d)実施にあたっては、専門相談と連動して、ビジネス支援成果や承認企業の新事業展開手法、公的支援策活用の実例提示を通じ相談利用の増進を図る。			

事業名		経営革新支援事業				新規/継続	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 55 社	大商ニュースやウェブサイトによる広報、本商工会議所主催セミナーなどでの配布、地域金融機関府内支店などを通じてのチラシ配布、大阪府ほか各種団体のメール配信などにおけるPRなどを実施予定。					
	支援対象企業の変化	新商品・新事業展開への具体的なヒントを得ることができる。公的支援策については整理した形で情報を得ることができ、相談窓口や各種公的支援機関を利用したい・検討したいというニーズが生まれる。経営革新へのモチベーションが高まる。						
	指標	大阪府への経営革新計画の申請紹介件数(年間)	数値目標	5社				
その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		20,200 円 ×	55 ×	1.0 =	1,111,000 円			
		円 ×	×	=	円			
		円 ×	×	=	円			
	(小計)			1,111,000 円				
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						円		
計						1,111,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		円	負担金の積算				
	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
1,111,000 円 ×		1.00 =		1,111,000 円 ( 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019 年度～ 年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	現在のさまざまな社会課題を解決するために、AIやIoTといった第4次産業革命技術の活用が期待されている。ただ、そうした先端技術を活用したビジネスを創出するためには、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスが不可欠である。昨年度、大阪府・市・大阪商工会議所では、それまでの「実証事業検討チーム」での実証支援メニューを拡充し、チーム名も「実証事業推進チーム大阪」に改めて、大阪における実証実験の実施をより強力に支援している。当事業では、こうした動きをさらに加速させるため、実証支援の取り組みを広くPRし、実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出につなげる。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	先端技術を活用した実証実験の実施を通じて、社会課題解決ビジネスの創出をめざす大阪府内の中小企業		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	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と思われる。また、SDGs(持続可能な開発目標)が世間の注目を集める中、社会課題解決ビジネスの創出をめざす企業も増えてきている。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	7月17日:実証事業都市・大阪セミナー 2025年大阪・関西万博 ～スマートシティ実装の一大実験～(参加者数:80人、支援企業数56.5社)		
	反省点	非常に多くの参加希望があり、本事業のテーマに対する府内中小事業者の関心度の高さがうかがえた。基調講演の内容にはやや専門的な内容が含まれており、すべての参加者に内容を理解してもらうことは難しかったため、講演の内容をより分かりやすいものにするなど、より多くの参加者に対して有益な情報を提供できるよう努める。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	＜概要＞ 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。そこで、この「実証実験」の重要性を解説するとともに、大阪における実証支援の取り組みや大阪での実証実験実施事例を紹介するセミナーを1～2回開催する。		
	人材交流型			
	販路開拓型	＜講師案＞ 大学教授、コンサルタント、実証実験実施企業 など		
	ハンズオン型	＜参加者数＞ 80人程度		
	独自提案型	＜支援企業数＞ 50社		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="radio"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果 府施策連携商-2(社会課題解決ビジネスの創出・成長支援) (a)大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施する。セミナー参加者に対し、同課が実施する補助事業への申請や、同課が連携する「社会課題解決ファンド」への申込み、「関西イノベーションネットワーク投資事業有限責任組合(通称「イノベーションファンド25」)」の利用、大阪府や民間金融機関などが実施するビジネスプランコンテストへの応募を促す。 (b)商工会議所の広報ツール(機関紙、メールマガジン、FAX案内など)を広く活用し、あわせて大阪府商工労働部のネットワーク、メールマガジンなどを活用し、府内事業者にも広く周知・募集を行う。			

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				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 50 社	社会課題解決ビジネスや2025年大阪・関西万博への関心の高さから、50社程度の参加を見込む。商工会議所の広報ツール(機関紙、メールマガジン、FAX案内など)の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集する。						
	支援対象企業の変化	実証実験のプロセスの重要性の解説や実証支援の取り組み紹介、企業事例の紹介などにより、実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出を促す。							
	指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合			数値目標	70%			
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×	50 ×	1.0 =	1,010,000 円				
		円 ×	×	=	円				
		円 ×	×	=	円				
	(小計)							1,010,000 円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円		
計							1,010,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	<input type="radio"/>	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>		(d)相談事業相乗効果
	標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
	1,010,000 円 ×			1.00 =			1,010,000 円 (円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		体感型D2CブランドMeetUp		新規/継続	新規
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	D2C(direct to consumer)は、顧客とダイレクトにつながり、自社のプロダクトとサービスを「メディア(媒体)」として、顧客に付加価値の高い「体験」を提供するニューヨーク発祥のビジネスモデル。関西圏では、D2Cについての認知度が非常に低い。そこで、「体験」にフォーカスして、こうした先進的なビジネスモデルを紹介する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	製造業、製造業に隣接する企業、ブランディング・マーケティングに関心のある企業			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	D2Cに関心を持ちそうなメーカー数社にヒアリングを行ったところ、「聞いたことがある」や「初めて聞いた」との回答であったが、ビジネスモデルやアメリカでの成功事例を紹介すると非常に関心を持ってもらった。これまでBtoBtoCで成長してきた企業であっても、顧客の関心が「体験」に移る中で、ビジネスモデルの変革を迫られている現実もあり、その解決策の一つとして、本事業ニーズは大きいものと解する。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値				
	反省点				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	D2Cへの理解と新たなビジネス手法としての導入を促進するためのイベントを1回開催する。 ○プログラムは、D2C企業によるビジネスモデル(先行事例)の紹介や、D2Cの実際の流れを理解するための自社プロダクトの展示や購入方法の「体験」などで構成する。 ○D2C企業のキュレーションには、D2Cブランド向けにサービスを展開するスタートアップと連携する。 ○海外の有力なECサイトとの連携も模索し、D2C企業の海外展開の支援も計画する。			
	人材交流型				
	販路開拓型				
	ハンズオン型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	府施策連携商-14(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) (a)大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課などと連携して実施する。 (b)関西情報センターと共催するほか、連携するスタートアップや、登壇するD2C企業の顧客基盤を通じて広報を行う。また、大阪府内のデザイン団体との連携も検討する。さらにアセアンの有力なECサイト運営者との協働も模索する。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	30社×1回 ＜募集方法＞関西情報センターや大阪府内デザイン団体など連携する機関・企業などを通じて大阪府内広域的に事業者へ広報する。		
	支援対象企業の変化	指標	「セミナーで得た知識を事業に役立てる」や「ビジネスモデルへの理解が深まった」と回答する割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒			



事業名		体感型D2CブランドMeetUp					新規/継続	新規	
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×		30 ×		1.0 =	606,000 円		
			円 ×		×		=		円
			円 ×		×		=		円
	(小計)							606,000 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
	計							606,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
		②受益者負担		円	負担金の積算				
<input type="checkbox"/>		(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果	
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
606,000 円 ×		1.00 =		606,000 円 ( 円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		中小企業のためのビジネス講演会	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業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、注目されるビジネストレンドなどを取り上げ、中小企業が自らの事業の実践に役立ててもらう。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者、創業(予定)者		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業経営者・経営幹部らの関心は高く、2018年度の支援企業数はビジネス講演会1076社、大商夕学講座1386.5社、支部経済講演会1239社の合計3701.5社であった。参加者にアンケートを実施し、関心の高いテーマなどを企画化している。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>2019年度11月現在の主な実績(支援企業数)は次の通り。</p> <p>(1)ビジネス講演会(2回開催)</p> <p>木下サーカス(株)・木下唯志社長 229社 たねやグループ・山本昌仁CEO 294社</p> <p>(2)大商夕学講座(7回開催)</p> <p>「C2C×デジタルが生み出す新しい経済圏」(株)メルカリ・小泉文明社長 120.5社 「超小型衛星でかわる宇宙ビジネスの潮流」慶應義塾大学・白坂成功教授 81.5社 「対話型リーダーシップのすすめ～リーダーシップ基礎教育への挑戦～」 慶應義塾大学・田村次朗教授 137.5社</p> <p>(3)支部経済講演会(7回開催) 542.5社 「2025年大阪万博だけじゃない～加速する大阪経済 いま、取り組むこと」 (株)朝日新聞社・多賀谷克彦経済部長 「総合スポーツメーカーミズノが事業展開を語る」 ミズノ(株)・久保田憲史執行役員 など</p>		
	反省点	中小企業の経営支援につながるよう、経営環境や時代の潮流を踏まえ、講師やテーマ設定を絶えず工夫しているが、引き続き、より多くの中小企業経営者・経営幹部に参加してもらえるようニーズの高いテーマ・講師の発掘に努める。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	(1)ビジネス講演会 2019年度の反省点を活かし、世のトレンドと経済情勢を踏まえながら、より早い時点で各種事業を通じて中小企業経営者の関心の高いテーマを的確に把握し、ふさわしい著名な経営者及び専門家を招き、年度内に4回程度開催する。		
	人材交流型	中小企業経営者の関心が高い「収益増につながる新規事業の開発」「新商品の開発」「売上増につながるマーケティング戦略」「経営困難を克服する経営者マインド」などのテーマについて、相応しい著名な企業経営者及び専門家を招き、経営に役立つタイムリーな内容で開催する。		
	販路開拓型	(2)大商夕学講座 慶應義塾大学 丸の内シティキャンパス主催の「夕学五十講」と提携し、企業経営に関するテーマのほか、事業者の関心の高く、経営判断に影響を及ぼす政治・経済関連のテーマを中心に、大阪ではなかなか受講できない著名人による講演をサテライト配信にて受講してもらう。 ○定員:各回300人 ○回数:前期(4～9月)、後期(10～3月)にそれぞれ5回計10回開催 ○時刻:各回とも18:30～20:30(2時間、うち質疑応答30分含む)		
	ハンズオン型	(3)支部経済講演会 5つの支部それぞれにおいて、地域の産業・経済の動向や経営者・経営幹部らの関心が高く参考となりうる企業の事業戦略のほか、事業継続力強化などについてもテーマに開催する(5支部で年間10回程度)。		

事業名		中小企業のためのビジネス講演会				新規/継続	継続		
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果				
		(b)大阪府内の商工会議所、地域金融懇談会及び中小企業基盤整備機構などの協力を得て大阪府内全域のさまざまな業種の企業に向けて参加募集・PRを実施する。また、本商工会議所の独自事業である「大商プレミアム融資」や地域金融支援ネットワークに参画する地方銀行、信用金庫などの協力を得て、広く大阪府内の中小企業に案内状を配布する。 (d)アンケートで中小企業の経営課題を把握し、今後の相談支援先の候補として活用する。また、既支援先については、同講演会への参加勧奨を行い、相談事業と地域活性化事業の相乗効果の向上をめざす。							
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒  2,600 社	(1)ビジネス講演会720社、(2)大商夕学講座1050社、(3)支部経済講演会830社 ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業での配布、事業協力金融機関及び各地商工会議所などにより配布、広く案内、募集する。						
	支援対象企業の変化	自社の経営課題に気付き、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけとなる。 指標 講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合 数値目標 90%							
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×		720 ×		1.0 =	14,544,000 円		
		20,200 円 ×		1,050 ×		1.0 =	21,210,000 円		
		20,200 円 ×		830 ×		1.0 =	16,766,000 円		
							(小計)	52,520,000 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
						計	52,520,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		150,000 円	負担金の積算		参加費 ビジネス講演会@5,000円×20人、大商夕学講座@5,000円×10人			
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
52,520,000 円 ×		0.75 =		39,390,000 円		( 150,000 円 )			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						

【備考】

事業名		大阪勧業展	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか)	中小企業の今後のさらなる成長を促すために提携先開拓による新たな事業分野への進出や販路拡大が肝要となる。本展示商談会は、展示商談会への出展経験が少ない事業者を中心に、普段出会う機会のない他業種の企業との商談や情報交換をフェースツーフェースで行う機会を提供し、販路拡大や異業種間での交流を促すことで、地域経済の活性化に資する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業(企業間での取引などを希望することが前提のため、出展者は小売業などは除く)		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<2019年度出展者(368社)からの事業評価> 出展者のうち81.5%(300社)がプラス評価。 (内訳=満足28.0%(84社)、やや満足72.0%(216社)) 発展する可能性がある案件が「ある」の回答81.8%(301社) <2018年度出展者(373社)からの事業評価> 出展者のうち82.6%(308社)がプラス評価。 (内訳=満足20.4%(76社)、やや満足62.2%(232社)) 発展する可能性がある案件が「ある」の回答85.0%(317社) <2018年度来場者(7,924人)からの事業評価> 回答者3,875人(回収率48.9%)の83.1%(3,219人)がプラス評価。 (内訳=満足30.2%(971名)、やや満足69.8%(2,248名))		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	過去14回開催し、のべ4,061社が出展、のべ122,739人が来場、のべ39,680件の商談が行われた。 <2019年度実績> 出展数:368企業・団体、388ブース(過去最多)、来場者数:7,550人(2日間合計)、商談件数:2,883件(2日間合計)、名刺交換:19,938件(2日間合計)		
	反省点	・2019年度は、出展希望者数は増加したものの、一方で来場者数は減少した(7,924人→7,550人)。今後、さらなる来場者の増進を目指し、効果的なPR方法を検討する。 ・展示商談会に出展する事業者のために、事前説明会の際に研修を併設し、啓発を行っており、今後は内容をさらに充実させていく。		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこで・ 何を・ どのよう にする のかを 明確に)	人材育成型	<多業種型総合展示商談会「大阪勧業展2020」> 会期:2020年10月中旬予定(2日間) 会場:マイドームおおさか 1~3階展示ホール 出展者数:約330企業・団体(大阪府外・大企業を一部含む)  ○来場者数・商談件数の増加が2020年度の課題であり、その対策として、 ①新聞広告、交通広告、大阪市内オフィスへのチラシ配布、インテックス大阪近辺でのチラシ配布などに加え、事業者のDMハガキ郵便代金の助成を実施した。今後もより事業者へ直接届く来場促進を強化 ②出展者の出展内容のレベルアップ などを検討する。		
	人材交流型			
	○ 販路開拓型			
	ハンズオン型			
	独自提案型			
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		(b)大阪府内の商工会議所・商工会を共催団体とし、これらの団体と連携して出展者募集・来場者促進を行う。 (d)大阪勧業展参加を契機として、販路開拓支援が展開できる。あるいは販路支援を展開する中で勧業展への参加を勧めることができる。		

事業名		大阪勧業展				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 300 社	大阪府外の企業の出展が30社程度想定されることを踏まえ、支援対象企業数を設定。(2019年度は368企業のうち支援対象中小企業は340社) 府内全ての商工会議所・商工会と協力して出展者を募集。主催・共催団体による出展審査会を経て出展を決定する。				
	支援対象企業の変化	参加支援企業は、企業のPR、製品・商品の市場調査、販路開拓、来場者との情報交換などの場として、本展示商談会を利用することで、売上を拡大するとともに業績向上を図る。					
	その他目標値	指標	商談件数	数値目標	2,600件		
算定基準により算出される額	算定基準	目標値の内容⇒ 20,000 社	名刺交換社数 (過去実績に基づく。2017年度20,134社、2018年度22,017社、2019年度19,938社)				
		サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		50,500 円 ×	300 ×	1.0 =	15,150,000 円		
	50,500 円 ×	20,000 ×	0.05 =	50,500,000 円			
					円		
					(小計) 65,650,000 円		
					※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%) 円		
					計 65,650,000 円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	23,320,000 円	負担金の積算	出展料 小ブース66,000円×140 大ブース88,000円×160			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
	65,650,000 円 ×	0.75 =	42,330,000 円	( 23,320,000 円)			

事業名		大阪勧業展		新規/継続	継続
		代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する 代表団体に○)	○	大阪商工会議所	35,714,590 円	<p>1. 直接支援 展示商談会出展企業を300社と想定し、各商工会・商工会議所の申請に応じて配分。直接支援については、幹事商工会議所以外の支援機関については、1社当たりの補助率に関しては単独事業の0.5を適用する。のこり支援企業数×0.25の補助金は幹事商工会議所に配分する。</p> <p>2. 間接支援 来場者数に基づく間接支援企業数については、主催団体(大阪商工会議所、堺商工会議所、大阪府商工会連合会)で按分する。</p> <p>なお、主催する堺商工会議所と大阪府商工会連合会は、中核として主催する大阪商工会議所の要請に従い、相応の業務負担ならびに支出に係る事業費負担を分担する。</p> <p>※実際の受益者負担(出展料収入)総額が計画の金額を上回った場合は、出展料収入全額を収受する幹事商工会議所(大阪商工会議所)への配分額から当該超過額を差し引く。</p>	
		堺商工会議所	2,802,705 円		
		東大阪商工会議所	353,500 円		
		泉大津商工会議所	25,250 円		
		高槻商工会議所	101,000 円		
		岸和田商工会議所	75,750 円		
		貝塚商工会議所	25,250 円		
		茨木商工会議所	101,000 円		
		吹田商工会議所	50,500 円		
		八尾商工会議所	75,750 円		
		豊中商工会議所	50,500 円		
		池田商工会議所	25,250 円		
		泉佐野商工会議所	25,250 円		
		北大阪商工会議所	50,500 円		
		守口門真商工会議所	378,750 円		
		松原商工会議所	50,500 円		
		高石商工会議所	25,250 円		
		箕面商工会議所	25,250 円		
		和泉商工会議所	50,500 円		
		大東商工会議所	50,500 円		
		忠岡町商工会	25,250 円		
		柏原市商工会	50,500 円		
		河内長野市商工会	25,250 円		
		藤井寺市商工会	25,250 円		
		摂津市商工会	50,500 円		
		富田林商工会	50,500 円		
		島本町商工会	25,250 円		
		羽曳野市商工会	25,250 円		
		阪南市商工会	25,250 円		
		岬町商工会	25,250 円		
	能勢町商工会	25,250 円			
	大阪狭山市商工会	25,250 円			
	四條畷市商工会	25,250 円			
	泉南市商工会	25,250 円			
	豊能町商工会	25,250 円			
	熊取町商工会	25,250 円			
	大阪府商工会連合会	1,792,705 円			

【備考】

事業名		商店街ショッピングツーリズム振興と個店の集客支援事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	商店街の従来の顧客層は、高齢化や地域からの転出などで減少傾向にあり、商店街の賑わい創出のためには新規顧客の取り込みが求められている。このため、①ミナミなどの繁華街以外にも足を運びはじめた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、外国人観光客のニーズを反映した商品の開発、また、商店街の魅力を発信する。②商店街近隣の若者・子育て世代等の住民を新たに取り込むため、100円商店街による集客と販路開拓を行う。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内商店街(30商店街程度)、活性化への意欲のある商店街振興組合、商店会、専門店の集まった商業施設(地下街など)			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	①ミナミなどの特定の地域を除けば、外国人観光客の恩恵を受けている商店街は限定的。ただし、民泊・ゲストハウスの影響で、商店街周辺に外国人観光客が来訪している状況にある。大阪商工会議所とショッピングツーリズム事業に取り組む商店街へのヒアリングでは、外国人観光客を顧客として取り込むための環境づくり・PR事業を求める声が上がっている。②100円商店街実施商店街からは、継続実施を希望する店舗がほとんど。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年度は、外国人観光客接遇出前講座(1団体)、外国人留学生ロールプレイング研修(1団体)、大阪観光局「大阪周遊パス」ガイドブックへの商店街特集掲載と外国人向け商店街体験ツアーの実施(5団体)。			
	反省点	①外国人観光客を商店街全体に回遊させる仕組みを強化する。②100円商店街のマンネリ化や参加個店の減少を課題にあげる団体が多い。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	①商店街ショッピングツーリズム振興<ハンズオン型> 外国人観光客があまり訪れていない商店街などをメンバーに、大阪府内にショッピングツーリズムを普及させるための検討会を結成。各団体加盟店舗の、外国人観光客受け入れ態勢を整えとともに、新しい地域資源・観光商品・観光ルートなどを開発・海外発信する。			
	人材交流型	①- (1) 外国人観光客接遇研修の実施 検討会のメンバー地域を中心に、外国人観光客への対応力を強化する。接客に関する出前講座や留学生ロールプレイング研修など。			
	○ 販路開拓型	①- (2) 商店街を海外に発信 商店街店舗で外国人観光客向けの体験プログラムを開発。大阪観光局「大阪周遊パス」と連携し、ホームページやアプリで商店街特集ページを設けて掲載する。商店街と体験プログラムの発信をさらに強化するため、SNSハッシュタグを利用した情報発信や旅行者向け口コミサイト掲載を行う。			
	○ ハンズオン型	①- (3) 商店街相互の意見交換会 本事業に参加する・参加を検討する商店街担当者を集め、情報提供や意見交換を行う「商店街わいがや会議」を開催する。			
	独自提案型	②個店の集客支援<販路開拓型> 従来から商店街で展開している、100円商店街イベント、まちゼミ、バルなどの継続実施を促す(商店街振興組合からの要請により専門家を商店街に派遣するなどしてブラッシュアップを行う)。			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携		○	(b)広域連携	
	(c)市町村連携		○	(d)相談事業相乗効果	
		(b)①大阪観光局と連携し、「大阪周遊パス」を活用した商店街の海外PRを実施する。①②府内商工会議所・商工会には、適宜、SNSなどを通じて情報提供を行う。 (d)①②事業実施がきっかけで事業所カルテ化など、相談事業につながっている。また、商店街の実務についても、会計や労務管理上の課題があれば、適宜専門家を派遣する。			

事業名		商店街ショッピングツーリズム振興と個店の集客支援事業				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 28 団体		①外国人観光客誘致支援 商店街・商業施設:8団体 ②広域観光客誘致支援 大阪府内 商店街・商業施設:20団体					
	支援対象企業の変化	①商店街・商店街店舗がインバウンド事業を強化する。 ②新しい顧客層の開拓や広域からの集客を促す。商店街PRにつながる。							
		指標①	商店街・商店街店舗のインバウンド事業を強化すると回答した割合		数値目標	70%			
		指標②	事業が新しい世代の来場を促す・個店の情報発信につなげると回答した団体の割合		数値目標	80%			
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		101,000 円 ×		8	×	10.0	=	8,080,000 円	
		50,500 円 ×		20	×	12.0	=	12,120,000 円	
			円 ×		×		=		
	(小計)							20,200,000 円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円	
							計	20,200,000 円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	①8団体には、外国人向け観光ルートの開発と情報発信に取り組むため、ハンズオン支援を申請する。 ②今年度、4月から12月末までに本商工会議所が大阪市内商店街と実施する「100円商店街」は、10地域23商店街(実数)、19地域43商店街(のべ)となっている。年間各商店街が複数回実施しており、開催のたびに支援していることから、団体補正10×1.2増補正で計数を12とした。								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		110,000 円	負担金の積算		商店街わいがや会議交流会参加費@3,000円×20 大阪周遊パス新規掲載費・商店街店舗負担@10,000円×5			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	20,200,000 円 ×		0.75 =		15,150,000 円		( 110,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						

【備考】



事業名		小規模事業再生サポートセンター事業	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府内全域を対象に、特に小規模事業者の資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営の安定化、清算などに特化したサポート事業を展開することで、小規模事業者の事業再生を促し、大阪府内の廃業率の改善に資することをめざす。事業の実施にあたっては、案件内容に応じて「大阪府中小企業再生支援協議会」とも連携を行う。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内小規模事業者(約12万事業者)のうち、およそ3分の1にあたる約4万事業者がその潜在的支援事業者			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	大阪商工会議所などが実施した2019年9月の「経営・経済動向調査」(対象:1,613社)によると、7-9月期の自社業況は、企業全体では2期ぶりにプラスに転じたものの、企業規模別にみると、中小企業は先行きがマイナスに転じ、その後もマイナス圏を推移する見込みであるなど、一進一退の状況となっている。経常利益は、足もと(7-9月期)でマイナスが続き、先行きも水面下での推移が続くとみるなど、弱さが見られる。こうした中、厳しい経営状況の続く小規模事業者に対する経営安定化や資金繰りの円滑化などといった支援のニーズは引き続き高いと思われる。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【2019年度】当センターには10月までに新規99社、継続48社の相談があった。このうち、支援の結果、融資などにより資金繰りが改善した事業者は11社に上っている。一方、やむなく事業を廃止せざるを得ない事業者も少なくなく、10月までに4社となったほか、数社について現在整理に向けたアドバイスを行っている。なお、大阪府中小企業再生支援協議会とは案件に応じて相互に紹介する体制を整えている。 【2018年度】ハンズオン181社(新規:124社、継続:57社)			
	反省点	わが国経済は、これまでの「緩やかな回復基調」から、数度にわたる「景気判断の下方修正」へと推移しているほか、消費税増税の影響も懸念されるなど、景気の先行きは一層不透明感を増している。このような状況の下、中小企業・小規模事業者は引き続き厳しい経営を余儀なくされており、経営危機に瀕した事業者の当相談室への相談は後を絶たない。例えば、当相談室のアドバイスにより一時的に持ち直しても長続きせず再び危機に陥る事業者、相談が遅れたばかりに円滑な整理が難しくなった事業者など、様々なケースが日々発生している。 本商工会議所としては、こうした事業者を1社でも多く支援するため、当相談室の存在の一層の周知に努める一方、早めの相談、継続的な相談を積極的に喚起し続け、専門家などとも緊密に連携し、的確な対応に努める。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	人材育成型	◆以下の(1)～(4)の支援を年間を通じて事業者に対して継続的に実施する。			
	人材交流型	(1) 資金繰り難や経営難に陥っている小規模事業者に対し、同サポートセンター経営指導員が再生に向けた事業計画書作成や資金繰り対策、金融機関との折衝方法などについて助言を行う。			
	販路開拓型	(2) 経営難など相談内容に応じ、専門家の助言を得て再生に向けた対策や事業計画書作成支援などを行う。			
	○ ハンズオン型	(3) 危機回避後は、経営の安定化を図るため各種支援を継続的に行う。			
	独自提案型	(4) やむなく事業を整理せざるを得ないと判断される事業者については、速やかな清算に向けての指導を行う。			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	本事業の実施にあたり、大阪市外の事業者については必要に応じて府内各地商工会議所・商工会と連携するとともに、案件の内容によっては「大阪府中小企業再生支援協議会」との連携を密にして事業効果の拡大を狙う。「大阪府中小企業再生支援協議会」との連携については、同協議会のスキームを活用するのが適切と判断できるものは同協議会へつなぎを行い、また、同協議会から紹介を受けた事業者の相談については当サポートセンターにて対応を行う。				
		<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		(b)大阪市外の事業者については府内商工会議所・商工会と、また案件に応じて大阪府中小企業再生支援協議会との連携を密にして事業を実施する。 (d)相談支援で対応できない資金繰りの高度な課題に対応することで、相談支援から地域活性化事業への参加という相乗効果が図られる。他の商工会議所・商工会から相談案件をつないでもらうことで他団体の「支援機関へのつなぎ」実績に貢献できる。			

事業名		小規模事業再生サポートセンター事業				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 175 社	新規支援企業120社、前年度支援企業55社 ※設定数は2018年度実績、2019年度進捗状況を考慮して算出。 [募集方法]本事業の周知は、大商ニュースやHP・メール案内などによる広報、案内パンフレット・リーフレットの配布、府内業界団体の機関誌への掲載などを通じて行う。						
	支援対象企業の変化	本事業は「倒産回避および経営の安定化」と「止むを得ない場合の円滑な整理」を2本柱としつつ、事業者の「資金繰り改善」および「危機回避」の実現に向け全力で取り組む。							
	その他目標値	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				
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		101,000 円 ×		120 ×		1.0 =	12,120,000 円		
		101,000 円 ×		55 ×		0.5 =	2,777,500 円		
	(小計)							14,897,500 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
							計	14,897,500 円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
14,897,500 円 ×		0.75 =	11,173,125 円		( 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		買いませ！売れ筋商品発掘市	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中堅・中小・零細の製造業、卸売業が、大手流通業と商談を行う機会は限られている。そこで、本事業の実施により、多数の大手流通業のバイヤーと効率的に直接商談をし、かつ自社商品についての意見やアドバイスを聞くことができる機会を提供し、販路の拡大や自社の商品開発力の向上を支援する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大手流通業と取引を望む中堅・中小・零細の製造業、卸売業、および希少性の高い特産・銘産物の仕入を望む流通業		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「売れ筋商品発掘市」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、大手流通業社、中小・零細企業ともに本事業へのニーズは極めて高い。また、全国の都道府県行政・支援団体からも、「自県の農業者、製造・卸売業者の販路拡大に役立つ商談会であるので、是非とも継続してほしい」との声が寄せられている。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年度は11月14日に実施。買い手は日本国内大手流通業と海外企業計74社がブース出展し、約300人のバイヤーが商談に応じた。売り手企業は46都道府県790社から申し込みがあり、最終的に45都道府県761社1181人(うち府内企業は312社534人)が参加した。		
	反省点	売り手企業・買い手企業ともに新たな案内先を検討し、例年参加する企業にとって常に新鮮かつ新規販路開拓の手助けとなる場を設定する必要がある。また、時間帯・ブース・バイヤーの商談担当分野によって混雑にむらがあるため、引き続き売り手企業・買い手企業それぞれのニーズが合致するよう、双方のバランスを調整する必要がある。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	11月に本事業を実施し、約760社(府内事業者242社)の参加を得る。		
	人材交流型	1. 買い手企業への参加勧奨依頼(4～9月) ①バイヤーの招請(過去参加バイヤーへの参加招請活動・新規先の開拓) ②海外バイヤーの招請協力 ○-BIC、JETRO、開催食輸出推進事業協同組合に依頼		
	○ 販路開拓型	2. 売り手企業への参加勧奨依頼(4～10月) ①過去参加者への案内状送付 ②全国の商工会議所、商工会、行政関係に参加勧奨協力の依頼 ③金融機関との連携強化(協力要請) ③参加勧奨DMを送付、インターネット広告などの実施		
	ハンズオン型	3. 直前準備、当日の運営(10月～11月)		
	独自提案型	4. 効果測定(11月～翌年3月) ①当日の参加アンケートの実施 ②成約事例アンケートの実施(商談後のフォローアップを実施) ③成果レポートの作成、実績報告書の作成、来年度の勧誘準備など ④次年度運営の企画・検討		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		(b)事業効果をあげるため、より売り手企業の認知度の高い企業や海外企業からバイヤーを招聘し、全国規模の事業として実施する。売り手企業は大阪府内にとどまらず全国から募集するほか、大阪府内事業者においては、FAXやDMによる個別案内等や商工会議所・商工会、金融機関のネットワークを活用して参加招請を行う。 (d)相談支援先に当該事業に参加を勧めることで販路開拓支援のひとつのメニューとして活用することができる。		

事業名		買いませ！売れ筋商品発掘市				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 242 社	242社 売り手企業は、機関紙、FAX、DM、e-mail等による個別案内などで募集する。また、行政や、各地商工会議所・商工会、地銀・信用金庫などにも参加勧奨の協力を求める。				
	支援対象企業の変化	「買いませ！売れ筋商品発掘市」では、バイヤーとの商談を通じ、支援企業の販路を拡大や取引のきっかけをつかむ。また、自社商品等に対するバイヤーの意見を参考に、今後の商品開発等に弾みがつく。					
	指標	全商談件数(府外企業も含む)		数値目標	6,000件		
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		50,500 円 ×	242 ×	1.2 =	14,665,200 円		
		円 ×	×	=	円		
		円 ×	×	=	円		
		(小計)			14,665,200 円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)					円	
	計					14,665,200 円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	「買いませ 売れ筋商品発掘市」は、全国の企業約800社が参集し繰り広げられる全国レベルの事業であり、その広域的性格から小規模事業者が参加を望む大手バイヤーが、国内はもとより海外からも多数参加している。広域的な事業実施が大手バイヤーの参加意欲を高め、府内事業者に大手とのビジネスチャンスを生み出す等高付加価値が認められることから、0.2の増補正を行った。						
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	2,904,000 円	負担金の積算	参加費 会員 8,000円×121人 非会員16,000円×121人			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果		
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)				
	14,665,200 円 ×	0.75 =	10,998,900 円	( 2,904,000 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)			
			円				
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		町工場ネットワークの拡充・強化事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪市内および府内には機械・金属加工関連の中小企業・小規模事業者(町工場)が集積し、地域の産業・経済を支えてきた。しかし、近年、経営者の高齢化や後継者難などにより廃業が加速・増加し、大阪市内の当該業種・従業員数20人未満の事業所数は2009年の8,500から2016年の6,541に減少している(大阪市統計書)。こうしたことより町工場同士の協業・技術補完のネットワークが保ち得なくなってきたことから、町工場同士の新たな連携を促進するとともに、試作品・新製品の開発、技能者育成や事業継続、取引拡大などを支援し、大阪の町工場を主にしたものづくりの活性化を図る。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の機械・金属加工関連の中小企業・小規模事業者		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	「仕事を出す側」も廃業が相次ぐ中で、加工先の確保に苦慮しているのが現状。これまでの「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の参加者から「さまざまな部材を扱う当社としては加工先を少しでも多く知っておきたい」「多品種少量生産のわが社としては、取引先はもとより、外注先をたくさん持つことが強みとなる」「この場に参加したことで継続的な取引先が見つかった。先方も商品アイテムが増えたことで喜ばれている」などの意見が寄せられている。また、「ものづくり加工商談会」の参加者からは「一度に複数の企業と面談できて効率的である」「小さな企業ではなかなか接触しにくい企業へ売り込むことができてよかった」などの声が寄せられている。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>○ものづくり加工ネットワーク強化交流会(2012年度開始) 開催回数:17回、参加企業数:のべ582社、面談件数:のべ7,199件 取引につながった数:のべ436件</p> <p>○ものづくり加工商談会(2018年度開始) 開催回数:2回、受注側参加企業数:のべ82社、商談件数:のべ169件 取引開始件数:5件(2018年度開催分)</p> <p>○西支部管内の参画企業から「世界のものづくり課題を解決する」と銘打ったものづくりベンチャー支援ラボ「Garage Minato」「Garage Taisho」が誕生。バッティング練習機「サクゴエ」を開発した。</p>		
	反省点	<p>○ものづくり加工ネットワーク強化交流会 参加者は規模や精度、対応ロット数のレベルが混在しており、それぞれのニーズへのきめ細かな対応が必要。また、ネットワークの拡充には新規参加者を募り続けていく必要がある。</p> <p>○ものづくり加工商談会 受注側となる中小ものづくり企業の取引拡大の機会を提供していくためには、新規の発注側企業と商談案件を発掘し続けていく必要がある。</p>		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	①直面する経営課題に関する情報提供 <人材育成型> 中小ものづくり企業が直面する経営課題(人材育成、技能伝承、効果的な自社PR、知財戦略など)に関する情報をタイムリーに提供する。		
	○ 人材交流型	②技術PRと特定の課題を軸とした相互交流 <人材交流型> 金属加工事業者が求める技術力向上や異種加工技術の解説をエキスパート技術者(大阪市認定による大阪テクノマスター)を交えて双方向でディスカッションする会合を開催する。また、同業種・同地域の機械金属加工事業者が意見を出し合いながら事業継続力強化計画などの策定に取り組む会合を開催する。さらに、事業者が相互交流を行いながら事業・加工技術を広く地域にPRする(「大正ものづくりフェスタ」への参加)。		
	○ 販路開拓型	③「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の開催 <販路開拓型> 町工場同士が“顔の見えるネットワーク”を構築し、取引を拡大するため、自社の保有設備や技術、連携を求める案件などの情報を交換する同交流会を3支部管内で開催する。		
	独自提案型	④「ものづくり加工商談会」の開催 <販路開拓型> 機械・金属加工関連の外注加工や資材調達などの発注側企業(メーカー、商社など)がブースを設け、中小ものづくり企業が自らの技術や製品を売り込む商談会を1回開催する。		

事業名		町工場ネットワークの拡充・強化事業			新規/継続	継続		
		(a)府施策連携	○	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		(b)MOBIO、中小企業基盤整備機構近畿本部などのメールマガジンへの開催告知の掲載、日本政策金融公庫や信用金庫などの連携により大阪府内から参加を募る。 (d)経営相談支援先に対して当該事業への参加を勧奨する。小規模事業者が取引拡大をとまなう経営改善に取り組むにあたって経営指導員が関与してカルテ化される可能性は高い。また、当該事業への参加に関連したものづくり補助金の申請、事業計画の策定、脱下請のための最終製品開発にとまなう知財戦略の策定などを指導することでカルテ化につながる。 ※①②③の実施にあたっては区役所のものづくり支援事業と協働する。						
事業 の 目 標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	①直面する経営課題に関する情報提供:60社 ②技術PRと特定の課題を軸とした相互交流:75社 ③ものづくり加工ネットワーク強化交流会:25社、45社、30社 ④ものづくり加工商談会:30社 経営指導員による参加勧誘のほか、商工会議所、MOBIO、中小企業基盤整備機構近畿本部など他の産業支援機関のメールマガジンへの開催告知の掲載、日本政策金融公庫や信用金庫などの連携により大阪府内から参加を募る。					
		265 社						
	支援対象企業の変化	①個社では取り組みにくい経営改善を進めるきっかけとなる。 ②同業者間で情報交換を行い、経営力を高めることで地域活性化への参画の基礎を構築する。 ③取引先候補との接点を持つことができる。搬送コストを抑えられる近隣の加工ネットワークに参画することにより、参加企業の競争力向上が図られる。 ④取引先候補との接点を持つことができ、商談成立によって受注が拡大する。						
		指標①	事業が今後の事業活動、企業経営に役立つと回答した割合	数値目標	80%			
	指標②	事業が今後の人脈拡大、取引先の増加に役立つと回答した割合	数値目標	80%				
	指標③	事業が販路開拓、取引先拡大に役立つと回答した割合	数値目標	80%				
	指標④	商談件数	数値目標	50件				
	その他目標値	目標値の内容⇒						

事業名		町工場ネットワークの拡充・強化事業						新規/継続	継続
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×		60 ×		1.0 =	1,212,000 円		
		40,400 円 ×		75 ×		1.0 =	3,030,000 円		
		50,500 円 ×		25 ×		1.0 =	1,262,500 円		
		50,500 円 ×		45 ×		1.0 =	2,272,500 円		
		50,500 円 ×		30 ×		1.0 =	1,515,000 円		
		50,500 円 ×		30 ×		1.0 =	1,515,000 円		
		(小計)							10,807,000 円
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円	
計								10,807,000 円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		25,000 円	負担金の積算		ものづくり加工ネットワーク強化交流会参加費@1,000円×25人			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
	10,807,000 円 ×		0.75 =	8,105,250 円		( 25,000 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		ザ・ベストバイヤーズ	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大手の流通業やものづくり企業などへの販路開拓をめざす中小企業は多いが、そのニーズや取引方法、担当窓口がわからず商談の「きっかけ」さえ得ることができていない現実がある。そこで、大手流通業のバイヤー・担当者による事前選考を実施し、「買い手」「売り手」双方のニーズを合致させ、中小零細企業の販路開拓を促進させる。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大手流通業などと取引を望む、主として大阪府内の中小製造業・卸売業		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	①本商工会議所主催の商談会開催後のアンケートにおいて、1社とより深く商談できる機会を数多く設けてほしいという声が大半である。 ②過去に開催した個別商談会では、概ね定員の倍以上の申し込みがある。 ③各回の企業によるセミナーも好評で、もっと企業の枠を超えて、業界全体のトレンドや商談のノウハウについての情報提供を求める意見が寄せられている。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年11月現在、ザ・ベストバイヤーズ(8回)、ザ・ライセンスフェア(1回)を計9回実施済みで、249社(うち府下企業138社)が参加。参加企業の94.3%が「満足」、「やや満足」と回答している。今回は銀行と協働して首都圏のスーパーマーケットを招いたほか、関西圏の有名・大手スーパーを中心に招いた。		
	反省点	買い手企業によっては選考が厳しく、多数の申込があるものの選考を通過する企業数が伸び悩んだ。買い手企業が売り手企業に求めるレベルが年々高くなる傾向がある。今後は買い手企業のニーズや取引条件など、売り手への事前情報提供の際に留意する。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	(内容) 大手流通業やライセンス保有企業などから毎回1社のバイヤーや担当者を招き、事前マッチング方式で1商談25分程度の商談会を10回程度開催する。また、売り手企業・買い手企業の発掘を目的に、金融機関とも連携した商談会なども必要に応じて開催する。		
	人材交流型	(事業運営にあたっての視点) ○大手流通業に加え、中堅規模の流通業、職域販売、中食・給食業者、ホテル、免税店など今まであまり招請してこなかったバイヤーの開拓にも努める。		
	○ 販路開拓型	(スケジュール) ①募集 開催の2～3カ月前から募集。商談希望者の募集にあたっては、バイヤーやライセンス担当者の希望商談分野を明示。 ②事前セレクション 開催の3週間前に、当日の商談がスムーズに運ぶよう、参加企業のリストをバイヤー・ライセンス担当者に提供し、事前選考を実施。 ③時間予約制 開催の2週間前に参加確定および商談時間について参加企業に連絡。		
	ハンスオン型	④成果把握・フォローアップ 開催後、成約状況のフォローアップを行う。		
	独自提案型			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果			
	(b)商談希望企業は、主に大阪府内事業者、FAXやDM、e-mailによる個別案内などで参加募集を行う。また、府内商工会議所・商工会にも協力を要請し参加勧奨する。さらに、各都道府県庁や府外の商工会議所などとも連携し、広く全国から商談希望企業を募る。 (d)参加企業が経営課題に当面し経営相談支援を希望する場合は個社支援につなげる。			



事業名		ザ・ベストバイヤーズ				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 160 社	商談会参加企業 160社 (機関紙、FAX、DM、e-mailなどによる個別案内などで募集する。また、各都道府県庁や、各地商工会議所・商工会、地銀・信用金庫などにも参加勧奨の協力を求める。)				
	支援対象企業の変化	①商談を通じて、販路開拓のきっかけをつかむことができる。さらに、バイヤーらとの商談を通じて、意見や考えを今後の商品開発に役立てることができる。 ②特に最近注目を集めるECの活用について、取り組み意欲を高める。					
		指標① 全商談件数	数値目標	260件			
	指標② 大手流通業界への売り込み方やネット通販について理解できた、今後の販路開拓に役立つと回答した企業の割合	数値目標	80%				
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		50,500 円 ×	160 ×	1.2 =	9,696,000 円		
		円 ×	×	=		円	
		円 ×	×	=		円	
	(小計)				9,696,000 円		
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)					円		
計					9,696,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	大手バイヤーを毎回恒常的に招聘するには、価値のある商品を集める必要がある。大手バイヤーからは府内はもとより広く全国から事業者を集めてほしいという希望が強い。よって、同事業では広く府外からも事業者を集めることで、大手バイヤーの参加意欲を高めている。大手バイヤーのこうした参加は、府内事業者に大手とのビジネスチャンスを生み出すなど、高付加価値が認められることから、0.2の増補正を行う。						
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	1,920,000 円	負担金の積算	参加費 会員@8,000円×8社×10回、 非会員@16,000円×8×10回			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)				
	9,696,000 円 ×	0.75 =	7,272,000 円	( 1,920,000 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)			
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		販路・取引先開拓マッチング事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	わが国経済は、今年に入り景気判断が幾度となく下方修正されているほか、消費税増税の影響も懸念されるなど、先行きの不透明感を増している。こうした中、中小企業・小規模事業者は、販路の新規開拓とそれに伴う取引先・仕入先の確保に活路を求めている。そこで本会議所は、そのための情報やヒントを探す事業者に対し、「ビジネスモール」など、本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、専門相談の「営業・マーケティング相談」などとも連携しながら、販路開拓に関するアドバイスをを行うことで、その商取引の促進と経営基盤の強化を支援する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者。2018年度相談実績及び2019年度の進捗状況を勘案して、年間200社を想定		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	本商工会議所会員および特定商工業者を対象とした関心事項調査(2019年度実施分(10月まで)、回答数13,764社)によれば、「営業・販売・取引先開拓」を挙げる企業は32.5%に上り、「経営全般」と「人事・労務・人材確保育成」に次ぐ高い割合となっている。また、大阪府内の中小企業・小規模事業者を対象とした各種セミナー・講演会などでのアンケート調査においても、「販路開拓」「取引先確保」を経営課題に挙げる事業者が多いほか、「専門家派遣」「企業OB活用相談」などでも、販路拡大支援や営業力強化を希望する企業が多数を占める。以上により、中小企業・小規模事業者の本事業に対するニーズは引き続き高いと考えられる。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【2019年度実績(10月末現在)】 相談数:136社 マッチング数:65社 【2018年度実績】 相談数:223社 マッチング数:120社		
	反省点	本商工会議所会員および特定商工業者を対象とした関心事項調査、本商工会議所主催セミナー・講演会・交流会などの各種イベントにおける参加者アンケートなどにより、「販路・取引先開拓」を経営課題に挙げる企業を把握する一方、本商工会議所の専門相談(営業・マーケティング相談)、専門家派遣、外部協力機関(金融機関など)との連携を進め、事業者のニーズに合致したきめ細かな支援を行ってきた。 今後は、「販路・取引先拡大」関心事業者へのアプローチを積極的に行う一方、各種制度の活用や関係機関との連携を通じ、事業者に対し質量ともにさらに充実した対応を行っていく。支援後のフォローアップにも引き続き努めていく。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	販路開拓や仕入先の取引照会に関する中小企業・小規模事業者からの相談に対し、本商工会議所が持つさまざまなツールや情報に基づいて対応する。具体的には、取引先情報、業界団体や関係機関を適切に紹介するとともに、マーケティング手法の活用を通じたBtoBのビジネスマッチングのアドバイスを行う。		
	○ 人材交流型	＜マッチングの実施＞ 本商工会議所が保有する企業データや、ビジネスモール・商談モールなどといった事業者検索ツールなどをフルに活用し、販路・取引先開拓・仕入先照会を希望する事業者のニーズに応じて検索・照会を行い、具体的なBtoBのビジネスマッチングを進める。さらに、営業・マーケティングの相談窓口及び金融機関や各地商工会議所などの支援機関との連携をより一層緊密化するなど、事業者単体では持ちえない、商工会議所ならではの広範なチャンネルを駆使して販路や仕入先探しにあたる。		
	販路開拓型	＜事後フォローの実施＞ 紹介後の進捗状況を適切に把握し、必要に応じて専門家派遣につなぐなど、継続的にサポートする。		
	ハンズオン型	＜その他＞ 「販路・取引先開拓」を経営課題に挙げる企業を大商各種事業のアンケートなどで具体的に把握するとともに、より広い範囲で本事業の案内、周知を行う。		
	独自提案型			
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携
(b)大阪府内の商工会議所経営指導員、協力金融機関及び本商工会議所のほかの事業担当者に事業PRリーフレットを配布し、活用を促進する。 (d)直接に販路・取引先開拓の相談に応じる中で経営課題を把握することによって、専門家派遣型経営相談など他の支援メニューの提供につなげ、事業所カルテ化を図る。				

事業名		販路・取引先開拓マッチング事業				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 200 社	2018年度実績、2019年度進捗状況より算出。 [募集方法]ホームページ、大商ニュース、各協力金融機関や各地商工会議所による案内配布、メール配信などで広報、募集を行う。				
	支援対象企業の変化	<p>販路開拓を求める事業者は、本商工会議所の支援を受け、ビジネスモールなどの検索ツールの活用を含めた販売先探しによって新たな販路を開拓する。また、専門相談(営業・マーケティング相談)と連携した支援によりマーケティング手法を学び、営業スキルの向上により販売促進を図る。</p> <p>仕入先を探している事業者は、要望に合致する先を本商工会議所から紹介を受け、新たな商取引の機会創出につなげる。</p>					
	指標	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数	数値目標	90件			
	その他目標値	目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		40,400 円 ×	200 ×	1.0 =	8,080,000 円		
			×	=			
			×	=			
				(小計)	8,080,000 円		
				※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)			円
			計	8,080,000 円			
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等			
	②受益者負担		円	負担金の積算			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
8,080,000 円 ×		0.75 =	6,060,000 円		( 円 )		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)		
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業		新規/継続	新規
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>中小企業・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の導入である。昨今、多種多様なクラウドサービスが充実してきたが、自社に適したメニューを選んだり、導入効果を見極めるのは難しい。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を活用した新サービスを導入し、販路開拓に取り組んでいる小売・サービス業の小規模事業者は少ない。そこで、中小企業・小規模事業者が導入しやすいツール・システムに関する情報を提供し、具体的な導入や利活用を支援する。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>①既に何らかのIT投資をしているものの、社内に情報系の専門人材がおらず、システム更新やのりかえにあたって費用対効果がわかりにくい中小企業。または、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。 ②消費者に商品・サービスを販売・提供している中小企業・小規模事業者、商店街。</p>			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>中小企業白書2018では、IT活用による生産性の向上における課題として、「コストが負担できない」30.6%、「導入の効果がわからない、評価できない」29.6%、「従業員がITを使いこなせない」21.5%となっている。 また、消費者向けに商品・サービスを提供する事業者にとって、消費行動の変化に沿った新サービス・システムを積極的に導入する必要がある。人手不足に悩みながらもスタッフの増員が難しい小規模事業者にとって、クラウドソーシングなどで外部資源を有効に活用する必要がある。</p>			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値				
	反省点				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	①生産性向上IT導入支援フォーラム <人材育成型> 中小企業向けのIT導入に関するセミナーを実施し、中小企業経営におけるIT導入の必要性について認識してもらうとともに、具体的な事例の紹介を通じて取り組み意欲を高める。あわせて、実際に操作ができるような展示や相談会を実施。8月21日にマイドームおおさかで開催予定。			
	○ 人材交流型	<人材交流型> 通年で3回、会計、人事労務、販売管理などのテーマを設定し、クラウドサービスを実体験できるハンズオンセミナーを開催するとともに、参加者間でも課題の共有や情報交換を行う。			
	販路開拓型	②販路開拓などのためのIT利活用セミナー・相談会			
	ハンズオン型	<人材育成型> セミナーを3回程度開催。クラウドソーシングや決済システム、シェアリングサービス・O2Oなど、ITを活用したサービスを提供する企業が1回に複数社登壇し、各社のサービスやそれを活用した販路開拓などについて講話する。			
	独自提案型	<人材交流型> ITを活用したサービスを提供する企業の担当者との個別面談を実施。参加者は導入に向けた具体的な流れや業務改善方法などについて直接説明を受ける。参加者がサービスを導入することになった場合、ここでの担当者に導入までサポートしてもらう。			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
	(b)商工会議所の取引開拓支援サイト「ザ・ビジネスモール」や、商工会議所、大阪府が発信するメールマガジンなどを通じて大阪府内事業者の参加を募る。 (d)経営相談支援先の事業者に当該事業の参加を勧めるとともに、当該事業の参加事業者が別途経営上の課題に当面している場合には適宜経営相談支援につなぐ。				

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				新規/継続	新規			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 215 社	①生産性向上IT導入支援フォーラム 人材育成型:100社、人材交流型10社 ②販路開拓などのためのIT利活用セミナー・相談会 人材育成型:80社、人材交流型25社 商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイトなどで参加を募集する。							
	支援対象企業の変化	生産性向上や販路開拓などに向けてITが有用であることの認識を深め、具体的な導入や利活用の意欲が高まる。								
		指標①	生産性向上の必要性を認識し、クラウドサービスなどに関する理解が深まったと回答した割合	数値目標	75%					
		指標②	ICTを活用した新サービスの動向について理解できた、あるいは今後の販路開拓に役立てると回答した割合	数値目標	75%					
その他目標値	目標値の内容⇒									
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200 円 ×		100	×	1.0	=	2,020,000 円		
		40,400 円 ×		10	×	1.0	=	404,000 円		
		20,200 円 ×		80	×	1.0	=	1,616,000 円		
		40,400 円 ×		25	×	1.0	=	1,010,000 円		
					(小計)			5,050,000 円		
					※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)				円	
					計			5,050,000 円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
②受益者負担		円	負担金の積算							
(a)府施策連携		○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)						
5,050,000 円 ×		0.75 =		3,787,500 円		( 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							
			円							

【備考】

事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム		新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪の繊維業界はOEM生産を中心とする企業が多く、自社ブランドの育成のほか、競争力のある新たなビジネスモデルを構築することが必要である。このため、新たな社会課題の解決など、今後需要が見込まれる分野への製品開発やビジネスモデルの創出、企業間連携のきっかけとなる場を定期的に提供し、繊維関連企業全体の競争力強化につなげる。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ファッション・アパレル関連業界団体、業界団体の傘下企業をはじめとするファッションクリエイターやアパレルメーカー、その関連企業(素材メーカー、バッグなどの小物関連、美容関連など)。また、ファッション関連企業との連携を求める企業。			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	嗜好が多様化した時代にあっても、ニーズをとらえた商品は売り上げを伸ばしている。また、他業種との連携により新たなビジネスモデルを構築することが求められているが、繊維ファッション事業者は主導権を取れないケースも多い。こうした課題の解決を図っていくことが、業界の発展につながる。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>&lt;2018年度&gt; 府内服飾専門学校生の力によって、在阪素材メーカーから提供された生地を活用したファッション製品を制作。在阪のメーカーやアパレル、産学コラボによる大阪発の独創的なファッション製品を、昨年度11月28日開催の「ファッション・イノベーション展」で展示販売を行った(支援企業数12社)。</p> <p>&lt;2019年度&gt; ファッション先進企業の事例を紹介する講演会を開催し、情報提供および参加企業間の交流を行った(6月4日:参加者100人、10月10日:参加者77人、12月9日:参加者40人)。また、今後の産学連携の可能性について意見交換会を行った。2月にファッション企業の販路拡大、交流を目的とした展示会などを開催する。</p>			
	反省点	例会での情報提供を通して「新事業開発の参考になった」との声も多く挙がっていたため、今後企業間連携を促進するよう、一層交流の機会を増やしていく。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<人材育成型> 支援企業数150社			
	○ 人材交流型	<p>■講演会の開催:年間3回程度 各回の設定テーマに即した講師に登壇してもらい、ファッション産業をめぐる新たな動き、ビジネスモデルなどの情報提供を行う。</p>			
	販路開拓型	<人材交流型> 支援企業数40社			
	ハンズオン型	<p>■プレゼン&amp;交流会の開催:年間2回程度 各回の設定テーマに即した最新の技術や製品を有する企業の担当者にプレゼンをしてもらい、参加者同士の情報交換、協業先との出会いの場を提供する。</p>			
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	講演会150社、プレゼン&交流会40社 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。		
	支援対象企業の変化	①最新の情報を提供することで、今後の事業運営に役立てることができる。 ②ユニークな製品や技術をプレゼンすることで、企業に新たな視点を提供する。併せて交流会を開催することで、講師・参加者間の連携・交流を促進する。			
		指標①	<人材育成型>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割合	数値目標	70%
	指標②	<人材交流型>プレゼン・交流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割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム					新規/継続	継続
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		20,200 円 ×		150 ×		1.0 =	3,030,000 円	
		40,400 円 ×		40 ×		1.0 =	1,616,000 円	
	(小計)							4,646,000 円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円
	計							4,646,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等		
			②受益者負担		円	負担金の積算		
		(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
		4,646,000 円 ×	0.75	=	3,484,500 円	( 円 )		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)			
				円				
				円				
				円				
				円				

【備考】

事業名		中小ものづくり企業の生産性向上支援事業	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2019 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小ものづくり企業においては、人手不足や働き方改革、取引形態の多様化などの課題に 当面し、「生産性向上」や「業務プロセスの見直し」に向けての取り組みを急いでいる。これら企 業は、大手に比べて製造現場における改革が遅れており、「現場改善」に向けての取り組みや ITの利活用が十分とは言えない状況にある。ついては、ものづくりに携わる管理者・スタッフを対 象に、改善活動の具体的な進め方や原理・原則に基づいた正しい改善技法を習得してもら うとともに、安価なハードやソフトの投資でITを利活用する方策を理解してもらい、生産性を向上 させること支援する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小製造業者(機械・金属加工をはじめ、幅広い製品分野)			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	○事業者へのヒアリングによると、人材が集まらないことを理由に生産現場の自動化を求め るニーズは強い。 ○改善活動は製造業の生産・加工を支える上で欠くことのできない活動であり、多くの事例か らその効果として「生産性向上」や「業務のスリム化」が挙げられており、中小製造業者とし ても早急に取り組みたい課題である。 ○中小製造業者の多くは、改善活動の重要性を認識しているが、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実施されていないのが現状であ る。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	2019年9月26日にIoT導入による生産性向上に関するセミナーを実施。参加者113人。アン ケートの受講満足度は90%を超え、「今後の経営に役立つ」と答えた人の割合は98.8%であ った。コストをあまりかけずに生産性向上に取り組めることと人手を要する仕事の大半が省略で きることをセミナーで伝えることができた。			
	反省点	IoTは専門性の高い分野であるため、参加者の知識レベルや実務経験などでセミナーの満足 度に若干バラつきがあった。受講対象者をより明確にするなどの工夫をし、生産性向上に取 り組む企業の事例を増やす。			
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこで・ 何を・ どのよ うにす るのかを 明確に)	○ 人材育成型	①改善技術習得のための交流事業 <人材交流型> ・実施時期:6月～10月を予定(3回)。 ・講師:IEや工場改善を専門とする大学教員を予定 ・実施内容			
	○ 人材交流型	○ 参加者交流形式による「工程改善」の実践演習 ムダ取りのためのIE手法、ラインバランスの着眼点を学ぶ。 ○ 工場見学(見学先は未定) 治工具改善や3S活動を推進する中小製造業の見学会 ～各種改善活動に取り組む中小製造業から「カイゼン」のヒントを学ぶ～			
	販路開拓型	○ 参加者交流形式による「作業改善」実践演習 作業改善の進め方とムダ取りの基本的な考え方を学ぶ。			
	ハンズオン型	②生産性向上のためのセミナー <人材育成型> (a)IoT、AIなどを活用した製造現場の生産性向上 ユーザー目線にたったIoT、AIなどの活用方法や中小企業の導入事例について情報提供す る。9月頃、大阪工業大学梅田キャンパスにて開催予定。 (b)攻めの人事戦略による生産性向上 残業削減のアイデア、モチベーションを高める人事評価制度や教育など、組織の生産性向 上を図る具体的な方策について、専門家を招いて情報提供する。11月頃開催予定。			
	独自提案型				
		<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		(b)商工会議所や大阪府のメールマガジンの送信や商工会議所の広報ツール(ウェブサイト、 ファックスなど)を用いて大阪府内の事業者の参加を募る。大阪府商工労働部ものづくり支援 課などにもPR協力を依頼する。 (d)経営相談支援先への参加勧奨を行うとともに、事業実施後のアンケートにおいて経営相談 支援ニーズのある企業に対して経営課題の把握や先方のニーズに応じた支援を行う。			



事業名		中小ものづくり企業の生産性向上支援事業				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 160 社	①改善技術習得のための交流事業:60社(3回合計) ②生産性向上のためのセミナー:100社(2回合計) 商工会議所や大阪府のメールマガジンの送信や商工会議所の広報ツール(ウェブサイト、ファックスなど)を用いて大阪府内の事業者の参加を募る。				
	支援対象企業の変化	①「工程改善」や「作業改善」の実践演習から改善活動の効果を体感してもらい、自社工場の改善につなげていく。改善活動の継続が製造現場の「生産性向上」に直結することを、工場見学会から学んでもらい、改善活動に向けての新たな「意識づけ」と「気づき」を与える。 ②生産性向上に関する情報や知識を得て、IoTやAIの活用、現場改善、人事戦略の見直しなどを考えるきっかけを得る。					
	指標	アンケートで「今後のモノづくりや企業経営に活用する」または「生産性向上などへの取り組みにつなげる」と回答した割合	数値目標	70%			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
	40,400 円 ×	60	×	1.0	=	2,424,000 円	
	20,200 円 ×	100	×	1.0	=	2,020,000 円	
			×		=		
	(小計)						4,444,000 円
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						円	
計						4,444,000 円	
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
	①市町村等補助		円	交付市町村等			
	②受益者負担		円	負担金の積算			
	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果
	標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
4,444,000 円 ×	0.75	=	3,333,000 円	( 円 )			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)			
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		専門家連携型経営相談 交流会	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者が抱える高度な経営課題に対応するため、本会議所では「専門家・企業OB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、本交流会事業を通じて、中小企業・小規模事業者に対し「専門家・企業OB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パートナー(専門家など)との出会いの場を提供する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	さまざまな経営課題を抱えている、あるいは「専門家派遣」「企業OB活用事業」などに関心を持つ大阪府内の中小企業・小規模事業者		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2019年度のエキスパート、アドバイザー派遣など、専門家派遣事業は、例年どおり派遣予算枠(エキスパート314回、アドバイザー100回)に向け順調に推移しており、専門家派遣事業への関心や、専門家への支援ニーズは高い。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【2019年度】7月30日に開催。第1部:①講演会「売上をアップするIT活用実践法」②事業利用案内/第2部:交流会(支援目標:55社、支援実績:58社)		
	反省点	2019年度は、「軽減税率制度」やキャッシュレス決済時の「ポイント還元制度」の10月スタートをにらみ、「ITをいかに活用して売上をアップさせるか」をテーマに講演を実施したところ、上記のとおりの実績をあげることができた。一方交流会では、専門家と事業者との活発な交流があったものの、当日「専門家・企業OB派遣」を申し込んだ事業者のうち、実際に派遣できたのが7社であった一方、事業者の都合で派遣に至らなかったケースもあり、交流会後のフォローアップに課題を残した。今後は、事業者の幅広いニーズに応え、高い満足度が得られるよう、様々な分野の専門家・企業OBの登録を促進するとともに、開催後のアフターケアの充実を図る。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印をいつどこで何をどのようにするのかを明確に)	人材育成型	◆「専門家との交流会」(<セミナー>と<交流会>の2部構成) 1. セミナー・事業紹介(2時間) (1) 講演会:「専門家・企業OB派遣制度」でニーズの高い「販路開拓」「マーケティング戦略」「IT」などをテーマに専門家が講演・情報提供。 (2) 制度説明・紹介:「専門家・企業OB派遣制度」説明(事務局)、実際の派遣事例の紹介(専門家・企業OB)		
	○ 人材交流型	2. 交流会(1時間) (1) 各専門家によるプレゼン(事業者へ専門分野をアピール) (2) 自由懇談(専門家と事業者との名刺交換など)		
	販路開拓型	○「販路開拓」「マーケティング戦略」「IT」「人材育成」「経営戦略」「創業支援」「製品開発」「生産管理」などの専門家、参加事業者、支部経営指導員が一堂に会し、中小企業・小規模事業者などが経営課題を気軽に相談できる関係構築を支援する。 ○ 専門家は、事業者と積極的に接触し事業者の潜在的な経営課題を顕在化させ、早期の課題解決につなげるための「専門家・企業OB派遣制度」を紹介する。		
	ハンズオン型	○ 経営指導員は、事業者とそのニーズに見合った専門家とのマッチングを支援する。 ○ 専門家が対応できない分野の課題解決については、経営指導員が対応する。		
	独自提案型	3. 交流会終了後 ○「専門家・企業OB派遣」の利用希望や検討の用意のある企業についてアンケートなどで把握し、当該企業に対し経営指導員がアプローチして経営課題を把握、分析を行った上で最適な専門家とともに伴走支援を行う。 ○ 経営指導員は指導内容を可能な限りカルテ化し、一過性の支援にとどまらず、自己が関与する支援先として、その他の経営課題を含め、課題解決をサポートする。		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		(b)地域金融支援ネットワーク事業を推進している大阪府や保証協会、日本政策金融公庫、地元信用金庫、関西みらい銀行の協力を得てPRをお願いするとともに、大阪府内の各商工会議所にも協力依頼し、府内全域から集客を図る。 (d)交流会の開催を通じて専門家連携型経営相談の制度普及と利用促進を図る。本交流会の参加者は様々な経営課題を抱えていると想定される。本交流会には経営指導員も出席するので、参加者の経営課題を把握し、その解決に向けた支援をすることによって事業所カルテ化につなげる。		

事業名		専門家連携型経営相談 交流会				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 55 社	過去の実績を参考に算出。 [募集方法]ホームページ、大商ニュース、各協力金融機関などによる案内配布、メール配信、FAX送信などの広報、募集を行う。						
	支援対象企業の変化	指標	本交流会参加をきっかけに「専門家・企業OB派遣事業」に申し込み、アンケートで「成果があった」「ややあった」あるいは「課題が解決できた」「課題への取組みの方向性が明らかになった」と回答した事業者数			数値目標	10社		
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		40,400 円 ×	55 ×	1.0 =	2,222,000 円				
		円 ×	×	=	円				
		円 ×	×	=	円				
	(小計) 2,222,000 円								
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円		
計 2,222,000 円									
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
2,222,000 円 ×		0.75 =			1,666,500 円		( 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		ファッショントレンドセミナー		新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	近年は、川上・川下の垣根がなくなりつつあり、いずれの立ち位置の企業においても商品政策を踏まえた積極的な提案が求められている。本セミナーを継続的に実施し、市場動向を体系的に解説することで、企業の商品政策を支援する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	アパレル企業を中心に、OEMやテキスタイル・雑貨など、ファッション性が求められる企業			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	多くの企業は、自社の商品軸にファッショントレンドの要素を掛け合わせて鮮度のある商品を企画しており、商品開発の参考情報として、客観的なトレンド情報のニーズがある。また、商品サイクルが短期化し、需要予測が難しくなるなか、経営者や売り場担当者、営業からもトレンド情報を求める声がある。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2019年5月30日、11月26日にトレンドセミナーを実施。5月は140人、11月は約150人が参加。参加者からは今後も実施してほしいとの声が寄せられている。			
	反省点	本セミナーは専門性が高いため、継続受講者も多いが、新規受講者は他者からの紹介が多かったため、FAX・インターネットなどの広報にももう少し力を入れる。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	「ファッショントレンドセミナー」を以下により年間2回を開催する。 ・開催時期とテーマ 5月頃 2021年春夏ファッショントレンド 11月頃 2021年秋冬ファッショントレンド ・内容 注目される素材傾向、カラー傾向、MDテーマなどの提案・検証 テーマから落とし込むスタイルイメージ、重要アイテム、ディテールなどをビジュアルを用いて解説 ・講師 株式会社TCカンパニー 代表取締役 十三千鶴氏 ・会場 OMMビル会議室			
	人材交流型				
	販路開拓型				
	ハンズオン型				
	独自提案型				
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		(b)協同組合関西ファッション連合と連携し、大阪府内の関連事業者案内する。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	定員150人。1社で複数名参加するケースが多く、支援企業数は各回40社を想定する。		
		80 社			
	支援対象企業の変化	セミナーを通じて、商品政策を強化する。商品内容、タイミング、場所、量、価格など、トレンド情報や需要予測に基づいて適正化し、業績向上を図る。			
		指標	参加者アンケートにおいて商品政策の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		ファッショントレンドセミナー					新規/継続	継続
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		20,200 円 ×		80 ×		1.0 =	1,616,000 円	
	(小計)							1,616,000 円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円
	計							1,616,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等			
		②受益者負担		165,000 円	負担金の積算		参加費@1,100円×150人	
(a)府施策連携		<input type="radio"/>	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果	
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
1,616,000 円 ×		0.75 =	1,212,000 円		( 165,000 円 )			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
			円					
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		M&A市場		新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>近年、後継者難を背景としたM&amp;A(会社・事業の譲渡)が中小企業で増加しているが、自社の成長・発展のために、あえて大手企業などとM&amp;A(資本提携等)を行う「成長戦略としてのM&amp;A」を考える中小企業も決して少なくない。</p> <p>2018年版中小企業白書によれば、今後のM&amp;A実施意向について「積極的に取り組む」「よい話があれば検討する」企業は30.9%、このうち売り手側としてM&amp;Aに関心ある企業は33%(売り買い両方に関心ありも含む)となっている。</p> <p>当事業では、特に成長・発展のためのM&amp;Aを目指す中小企業・若手企業に対し、M&amp;Aの進め方やメリット、留意点などを理解してもらうとともに、M&amp;Aに向けた準備や具体的な取組みを促進するのが目的である。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内で譲渡側としてM&Aに関心ありと思われる中小企業 約30,500社			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小企業白書の調査結果を元に推計すれば、大阪府内の中小企業約30万社のうち、30.9%の約92,700社がM&Aの意向を有しており、そのうち33%の約30,500社が譲渡側として関心を持っているものと推定される。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>【2019年度支援企業実績】(11月18日現在)</p> <p>M&amp;Aセミナー 1回開催:50.5社</p> <p>【2018年度支援企業実績】</p> <p>M&amp;Aセミナー 2回開催:99社</p>			
	反省点	M&Aは専門性が高い分野であるため、アンケートでは「難しく理解しにくい部分があった」という声も時折寄せられる。事例紹介を活用したり、なるべく平易な説明を心がけてもらうなどして、こうした参加者が少なくなるようにする。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<p>M&amp;Aに関心を有する大阪府内の事業者へ、M&amp;Aの進め方やポイント、メリットなどを広く周知し、今後のアクションにつなげてもらうため、M&amp;Aセミナーを開催する(年2回・年度の前半、後半と時期を分けて本商工会議所で開催)。</p> <p>テーマ・講師(案)</p> <p>①「会社の成長・発展につなげるM&amp;A」 (講師:株オンデック・久保良介代表取締役)</p> <p>②「M&amp;Aによる新・成長戦略とは」 (講師:株ストライク・金田和也取締役)</p>			
	人材交流型				
	販路開拓型				
	ハンズオン型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
		(b)本商工会議所が保有するデータを活用し、大阪府内の事業者を対象としてセミナー案内のFAX・メール送信、機関紙へのチラシ挟込を行うほか、ウェブサイトでも広く参加を募る。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	セミナー1回40社×2回 大阪府内の事業者へFAX・メール送信、機関紙などでの案内を行うほか、ウェブサイトでも広く参加を募る。		
	支援対象企業の変化	指標	アンケートで「セミナーで得た情報をもとにM&Aを具体的に進めたい」「セミナーで得た情報を参考にしてM&Aについて検討したい」「セミナー以外でも情報を集めてM&Aについて知識を深めたい」と答えた企業の割合	数値目標	90%
	その他目標値	目標値の内容⇒			

事業名		M&A市場					新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×		80 ×		1.0 =	1,616,000 円		
			円 ×		×		=		円
			円 ×		×		=		円
	(小計)							1,616,000 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
	計							1,616,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
		②受益者負担		円	負担金の積算				
(a)府施策連携		<input type="radio"/>	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果		
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
1,616,000 円 ×		0.75 =	1,212,000 円		( 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】





事業名		事業承継相談デスク		新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか)	<p>この20年間で経営者年齢の山は47歳から66歳に移動した。今後10年間の間に、70歳を超える中小企業・小規模事業者の経営者は、全体の6割を超える。スムーズな事業承継が行われずに、この状態を放置すると経済的に大きな損失になる。事業承継を先延ばしすることなく、スムーズな事業承継が行われるように促すのが本事業の目的である。</p> <p>大阪府内には13万社の法人企業(従業員数300人未満)がある。このうちの約5割の7万社が60歳以上の経営者であると推計される。ここから廃業を予定していない企業の割合、事業承継の準備ができていない企業の割合、廃業予定であるが成長が期待できる企業の割合などを考慮すると、約1万社が本事業の対象となる。この1万社に対して、スムーズな事業承継を促すのが、本事業の目的である。</p>			
	支援する対象	大阪府内に所在する、事業承継の支援が必要と思われる中小企業・小規模事業者1万社			
	事業に対する ニーズ (内容・把握方法等)	今後10年間の間に、70歳を超える中小企業・小規模事業者の経営者は、全体の6割を超える。また、国が策定した「事業承継ガイドライン」では、60～80歳代の経営者で、事業承継の準備ができていないものは全体の半数に満たないというアンケート結果が示されている。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	週2日(火・金曜日)、事業承継相談デスクを開設し、事業承継実務に詳しい専門家が相談対応にあたっている。本商工会議所支部、府内商工会議所などからあがってくる事業承継診断ヒアリングシートに関する相談対応がメイン。10月末までに30社の相談対応を行った。			
	反省点	昨年度同期比での相談対応社数は減少している。より多くの相談が持ち込まれるよう、PRなどが必要である。			
具体的 な実施 内容・ 手法	人材育成型	事業承継相談デスクを大阪商工会議所内に設置・運営する。			
	人材交流型	4月～3月にかけて、事業承継に詳しい専門家などを配置、大阪府内の商工会議所などの経営指導員が作成した事業承継診断ヒアリングシートを回収し、それをもとに相談対応を行うのがメイン。事業承継相談の総合窓口として、親族・従業員承継などについての相談を受け付け、課題整理、簡単なアドバイス、他の支援機関への橋渡し、専門家との連携などを行う。			
	販路開拓型	過去に指導・助言を行った企業を中心に事業承継が完了するまでの支援、フォローアップの相談対応も行うこととする。			
	ハンズオン型				
	○ 独自提案型				
事業の 目標	支援対象数	設定根拠及び 募集方法⇒	・大阪府内の商工会議所などの経営指導員が作成した事業承継診断ヒアリングシートを回収、「事業承継相談デスクでの相談を希望する」などとした中小企業、小規模事業者の相談対応を行う(37社)。 ・事業承継相談デスクを広くPRし、相談対応を受け付ける。 ・電話での相談対応を10社行う(電話連絡の結果、面談での相談対応になったものを含む)。		
		47 社			
	支援対象の 変化	事業承継の専門家から課題整理、簡単なアドバイス、支援機関への橋渡しなどを受け、これまでより、事業承継を意識するようになる。			
	指標	面談での相談対応後のアンケートで事業承継を意識することができた旨の回答をした企業の割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		事業承継相談デスク					新規/継続	継続		
		サービス単価		支援対象数		係数		標準事業費		
算定基準		200,000	円 ×	37	×	1.0	=	7,400,000	円	
		10,000	円 ×	10	×	1.0	=	100,000	円	
									円	
								(小計) 7,500,000	円	
									計 7,500,000	円
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	<p>経営者にとっては初めての経験であり、どこにも相談できず事業承継の対策を先送りにするなど、なかなか着手しないのが現状。経営者が自力で事業承継の課題の把握・整理などを行うことは非常に困難である。事業承継の課題に対応するには、経営、税務、金融などの知識が必要であり、多岐にわたる課題に適切に対応できる経験を持った専門家は少ない。よってサービス単価を200,000円、10,000円とする。</p>								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		標準事業費		補助率					(①市町村等+②受益者負担)	
		7,500,000	円 ×	1.00	=	7,500,000	円	(	円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割(配分の考え方)				
				円						
				円						
				円						
				円						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

## 6. 経費支出計画書(経費内訳)

大阪商工会議所

I 経営相談支援事業				
区 分	算 定 基 準			補助金額
	事業所数/回数	単 価(円)	計	
事業所カルテ・サービス提案	1,900	25,000	47,500,000	
支援機関等へのつなぎ	45	10,000	450,000	
金融支援(紹介型)	90	30,000	2,700,000	
金融支援(経営指導型)	940	40,000	37,600,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	20,000	100,000	
資金繰り計画作成支援	330	20,000	6,600,000	
記帳支援	5	25,000	125,000	
労務支援	5	20,000	100,000	
人材育成計画作成支援	0	20,000	0	
マーケティング力向上支援	10	20,000	200,000	
販路開拓支援	120	20,000	2,400,000	
事業計画作成支援	580	50,000	29,000,000	
創業支援	5	20,000	100,000	
事業継続計画(BCP)等作成支援	20	20,000	400,000	
コスト削減計画作成支援	5	20,000	100,000	
財務分析支援	550	10,000	5,500,000	
5S支援	0	10,000	0	
IT化支援	10	20,000	200,000	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
事業承継支援	60	20,000	1,200,000	
災害時対応支援	0	5,000	0	
フォローアップ支援	420	5,000	2,100,000	
結果報告	1,900	10,000	19,000,000	
小 計	—		155,375,000	155,375,000
II 専門相談支援事業				
事 業 名	算 定 基 準			補助金額
	支援日数		計	
専門相談(窓口)	879		21,096,000	
専門相談(派遣)	350		8,400,000	
支部専門相談(派遣)	72		1,728,000	
決算申告指導	64		1,536,000	
小 計	1,365		32,760,000	32,760,000
III 地域活性化事業				
小 計	算 定 基 準		補 助 金 額	
	別紙事業調書のとおり		350,551,672	
IV 商工会等支援事業				
小 計	算 定 基 準		補 助 金 額	
	別紙事業調書のとおり		7,500,000	
V 合計				
合 計				補 助 金 額
				546,186,672