

令和2年度（2020年度） 商工会等事業変更概要書（2回目以降）

大阪商工会議所

（単位：円）

1. 事業変更一覧

変更区分	事業区分	事業名	変更の理由	補助金額
廃止	地域活性化事業	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」	新型コロナウイルス感染拡大により、計画していた集客イベントが実施できなくなったため廃止する。	▲ 11,110,000
追加	地域活性化事業	オンライン活用による顧客開拓支援「大阪まるごとオンラインキャンパス」	上記事業の代替として、非接触型の販路開拓を支援する事業を実施する。	11,110,000
変更	地域活性化事業	中小企業の体質改善強化支援事業	新型コロナウイルス感染拡大とその予防のため、集合形式の講習会開催が制約されるため、事業規模を縮小する。	▲ 3,535,000
変更	地域活性化事業	ライブ・エンターテインメントの街 ミナミ活性化事業	新型コロナウイルス感染拡大により、計画していた商店街とのイベントが中止せざるを得なくなったため、支援の計画内容を変更する。	0
変更	地域活性化事業	海外市場開拓支援事業	米中経済摩擦、日EU・EPA発効、新型コロナウイルス感染拡大などによる海外取引に関する個別相談の増加へ対応するため事業規模を拡大する。	6,908,400
変更	地域活性化事業	環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー	「水素関連産業新技術ニーズ説明会」が、共催する大阪府の事情により開催できなくなったため、当該事業の実施回数を5回程度から4回程度に下方修正する（支援企業数の変更なし）。	0
変更	地域活性化事業	医療機器産業事業化促進事業	新型コロナウイルス感染拡大により、企業の医療分野等への貢献意欲が高まるほか、医療資材等の国産化の重要性も増してきている一方で、既存事業に大きな打撃を受けた企業はきわめて多く、新規分野への参入支援としての当該事業を拡充する。	3,434,000
変更	地域活性化事業	中小企業のためのビジネス講演会	慶應義塾大学丸の内シティキャンパス社から供される「夕学五十講」が新型コロナウイルス感染拡大により中止になったため、その代替として大阪商工会議所独自で同じ趣旨の講演会を企画し、オンラインで配信する。	0
廃止	地域活性化事業	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	新型コロナウイルス感染拡大により、商店街を対象にしたインバウンド需要の取り込み支援や販促イベントの開催支援などが困難になったため、今年度の事業実施を見送る。	▲ 15,150,000
追加	地域活性化事業	商店街の感染症対策と個店の集客支援（コロナパッケージ④）	上記事業に替わり、商店街の感染症対策の環境整備・周知、近隣住民を新たに取り込むための支援などを行う。	7,827,500
追加	地域活性化事業	買いまっせ！売れ筋商品発掘市	新型コロナウイルス感染拡大防止のため、「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」は大人数を一会場に集める方式を避けて小規模な商談会を分散して開催するとともに、新型コロナウイルス感染拡大により影響を受けている事業者の販路開拓支援を拡充する（「ザ・ベストバイヤーズ」を統合）。	7,181,100
廃止	地域活性化事業	ザ・ベストバイヤーズ		▲ 7,272,000
変更	地域活性化事業	生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業	新型コロナウイルス感染拡大で、中小企業・小規模事業者においては、在宅勤務や非対面、非接触の新しい販売方法など、さまざまな変化への対応が課題となっており、ICTツールの具体的な導入や利活用に向けた支援を強化する。	606,000

※変更区分には、「追加」、「廃止」、「変更」、「未実施」のいずれかを選択してください。

0

2. 経費支出概要書（経費内訳）
 (1) 経営相談支援事業

大阪商工会議所
 (単位：円)

区 分	変更前			変更後			差額	
	事業所数/回数	算定基準	補助金額	事業所数/回数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
事業所カルテ・サービス提案	1,900	47,500,000		1,900	47,500,000		0	
支援機関等へのつなぎ	45	450,000		45	450,000		0	
金融支援（紹介型）	90	2,700,000		90	2,700,000		0	
金融支援（経営指導型）	940	37,600,000		940	37,600,000		0	
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	100,000		5	100,000		0	
資金繰り計画作成支援	330	6,600,000		330	6,600,000		0	
記帳支援	5	125,000		5	125,000		0	
労務支援	5	100,000		5	100,000		0	
人材育成計画作成支援	0	0		0	0		0	
マーケティング力向上支援	10	200,000		10	200,000		0	
販路開拓支援	120	2,400,000		120	2,400,000		0	
事業計画作成支援	580	29,000,000		580	29,000,000		0	
創業支援	5	100,000		5	100,000		0	
事業継続計画(BCP)作成支援	20	400,000		20	400,000		0	
コスト削減計画作成支援	5	100,000		5	100,000		0	
財務分析支援	550	5,500,000		550	5,500,000		0	
5S支援	0	0		0	0		0	
IT化支援	10	200,000		10	200,000		0	
債権保全計画作成支援	0	0		0	0		0	
事業承継支援	60	1,200,000		60	1,200,000		0	
災害時対応支援	0	0		0	0		0	
フォローアップ支援	420	2,100,000		420	2,100,000		0	
結果報告	1,900	19,000,000		1,900	19,000,000		0	
小 計	—	155,375,000	155,375,000	—	155,375,000	155,375,000	0	0

(2) 専門相談支援事業

事業名	変更前			変更後			差額	
	支援日数	算定基準	補助金額	支援日数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
金融相談専門員	305	7,320,000		305	7,320,000		0	
専門相談（窓口）	879	21,096,000		879	21,096,000		0	
専門相談（派遣）	350	8,400,000		350	8,400,000		0	
支部専門相談（派遣）	72	1,728,000		72	1,728,000		0	
決算申告指導	64	1,536,000		64	1,536,000		0	
小 計	—	40,080,000	40,080,000	—	40,080,000	40,080,000	0	0

※支援日数×24,000円。ただし、記帳支援のために税理士を活用する場合、事業所数×26,000円

(3) 地域活性化事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	350,551,672	別紙事業調書【変更後】のとおり	350,551,672		0

(4) 商工会等支援事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	7,500,000	別紙事業調書【変更後】のとおり	7,500,000		0

(5) 合計

	変更前		変更後		差額	
		補助金額		補助金額		補助金額
申請合計		553,506,672		553,506,672		0

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	<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)	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ったとともに、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)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<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)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	
					×		=		
	(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="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)		
	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】

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 廃止理由書

大阪商工会議所

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」

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

160

支援企業
数(実績)

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

支援企業
数(計画)

6

支援企業
数(実績)

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

理 由

2014年から実施している「あべの・天王寺サマーキャンパス」は、毎年8月下旬に、幼児や小学生向けのさまざまな体験プログラムやステージイベント、スタンプラリーなどを開催し、多くの児童や保護者の参加により、大阪を代表するターミナルの一つである同地域の賑わいを創出してきた。

今年度も、同事業を実施する準備を進めていたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、これまでのように不特定多数の人々を集めるイベントの実施は困難であることから、同事業の実施を見送ることとした。

事業名		オンライン活用による顧客開拓支援「大阪まるごとオンラインキャンパス」	新規/継続	新規
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)	事業者がオンラインを通じてさまざまなプログラムを提供してもらうことで、全国の子どもたちとその家族を対象に学校では学べない課外体験を提供するとともに、オンライン上のプログラムに参加した親子に、南支部管内の個性豊かな商店街や商業施設をPRし、地域の魅力を発信することでコロナ終息後の集客につなげる。加えて、事業者がオンラインについて学ぶセミナーを開催し、コンテンツの作成や活用スキルの向上をはかるとともに、その実践の場として本事業への参加を促すことで顧客開拓を支援する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	①南支部管内を中心とした大阪市内の中小・小規模事業者 ②南支部管内の商店街・商店会等の団体		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「あべの天王寺サマーキャンパス」は、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」の意向を受けて、地域を活性化すべく、当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、学校などの関係企業・団体等の協力を得て2014年度から実施してきた。 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。2019年度に実施した事業(あべの天王寺・サマーキャンパス2019)における支援企業数は、200社の計画に対し、実績は283社にのぼり、事業実施後の参加店舗アンケートでは、そのうち56.2%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			
	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	I. 大阪まるごとオンラインキャンパス<販路開拓型> 1.開催期間(予定):体験プログラム:令和2年11月~12月 (Webサイト公開:令和2年10月) 2.主な実施内容(予定)		
	人材交流型	本事業専用のWebサイトを開設して、下記(1)(2)のコンテンツを掲載する。 (1) オンライン体験プログラム:南支部管内を中心とする地域の事業者、職業体験やものづくり等、様々な子供向けの学びのプログラムを、オンライン上で提供してもらうことで、事業者の認知度向上とイメージアップを図るとともに、新規顧客開拓や販売促進につなげる。 (2) オンライン謎解きクイズラリー:支援対象である商店街・商業施設のWebサイトを元にした謎解きクイズを出題する。正解者に抽選で景品を提供することで参加者を誘引し、Webサイトへのアクセスを増やしてPR効果を高め、認知度向上を図り集客につなげる。		
	○ 販路開拓型			
	ハンスオン型	II. オンライン活用セミナー<人材育成型> 1. 開催期間(予定):令和2年8月~11月 2. 主な実施内容(予定) オンラインを新規顧客開拓や販売促進に活用するスキルの習得をはかるとともに、レベル別、テーマ別等の5パターンの異なるセミナーを各2回開催する。なお、受講した事業者のうち希望者には、実践の場としてオンライン体験プログラムへの参加を勧める。(大阪府内の事業者に限る) 上記事業(I、II)の実施にあたっては、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。		
	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)ODCCと協働して実施する(①事業者がオンラインについて学ぶセミナーを開催し、コンテンツ作成や活用スキルの向上をはかるとともに、その実践の場を提供して新規顧客獲得を支援する、②オンライン謎解きクイズラリーの企画・実施に協力を得る)。 (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		オンライン活用による顧客開拓支援「大阪まるごとオンラインキャンパス」					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⇒ 48社・10団体・180社	あべの天王寺・サマーキャンパスに参加した事業者や、南支部管内の商業施設や商店街・商店会などに呼び掛けて、参加を促す。						
	支援対象企業の変化	商業施設や商店街・商店会ならびに、店舗等のPRや新規顧客の開拓につながる。セミナー参加を通じて、オンラインに関する知識が向上し、自社のビジネスにオンラインを活用する意欲が高まる。							
	指標	事業に参加して「PRができた」「新規顧客の開拓につながった」、セミナーに参加して「オンラインに関する知識が向上した」「セミナーで得た知識を今後の経営改善や情報発信力の向上に役立てたい」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		
	50,500 円 ×		48 ×		1.0 =		2,424,000 円		
	50,500 円 ×		10 ×		10.0 =		5,050,000 円		
	20,200 円 ×		180 ×		1.0 =		3,636,000 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			
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)		
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	<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)	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	※新型コロナウイルスの感染状況や国・大阪府の対策方針に応じてオンライン形式(インターネットの活用)を導入する。		
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携
(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	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の経営改善や経営力向上に役立てると回答した割合	数値目標	90%			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		20,200 円 ×	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				

【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	<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)	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30回程度の開催を計画する。 「経営一般」10回程度、「労務」5回程度、「経理・税務」5回程度、「営業、販路拡大」「IT」「法務」「与信管理・金融」など10回程度		
	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	※新型コロナウイルスの感染状況や国・大阪府の対策方針に応じてオンライン形式(インターネットの活用)を導入する。		
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携
(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⇒ 1,561 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	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の経営改善や経営力向上に役立てると回答した割合	数値目標	90%					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×		1,561 ×		1.0 =	31,532,200 円		
	(小計)							31,532,200 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								
							計	31,532,200 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		200,000 円	負担金の積算		参加費@5,000円×40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)				
31,532,200 円 ×		0.50 =		15,766,100 円		(200,000 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】

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

大阪商工会議所

事業名

中小企業の体質改善強化支援事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

1,911
→1,561

支援企業
数(実績)

支援
実績率

#####

【参考】
参加者数

理 由

新型コロナウイルス感染拡大とその防止のため、集合形式の講習会の開催回数などを下方修正しなければならなくなった。
 ・当初計画していた支援企業数1,911社
 ・変更後の支援企業数1,561社

事業名		ライブ・エンターテインメントの街 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・エンターテイン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、地域の商店街や企業、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&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・エンターテイン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・エンターテインメント情報、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・エンターテインメント情報を集め、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」「道頓堀リパーフェスティバル」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"/> (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)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・エンターテインメントの街 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)					
	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	商店街へのアンケートで「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に(やや役立った)(役立った)」と評価した割合	数値目標	80%				
その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準	サービス単価	50,500 円 ×	支援企業数	8	係数	10.0 =	標準事業費	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	
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	標準事業費		(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		ライブ・エンターテインメントの街 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	←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・エンターテイン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 & 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・エンターテイン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・エンターテインメント情報、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	<p>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。</p> <p>①ミナミの魅力ある買い物や食、イベント、ライブ・エンターテインメント情報を集め、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。</p> <p>②コロナ禍でも負けないミナミをPRする動画撮影に参加するなど、地元団体・区役所とともに、コロナ感染拡大防止に留意しつつ、ミナミの魅力を発信する取り組みを実施し、新型コロナ感染拡大により大きなダメージを受けた地元商店街への集客をめざす。</p>			
	人材交流型				
	○ 販路開拓型				
	ハンスオン型				
	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)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	商店街へのアンケートで「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に(やや役立った)(役立った)」と評価した割合			数値目標	80%			
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	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)				
4,040,000 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】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

大阪商工会議所

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

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

8

支援企業
数(実績)

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

○新型コロナウイルスの感染拡大、緊急事態宣言の発出により、4月～7月に企画していたイベントは全て中止された。

○今後、実施できる企画も「3密」など新型コロナ拡大防止を第一に考えた取り組みに変容せざるをえなくなった。

【支援効果】

○イベント開催などによる直接的な集客は、コロナ感染拡大防止のために「3密」を避けるという大前提がある以上、従来どおりの実施は難しいと思われる。

○しかしながら、YouTubeなどにより、直接的な集客以上にさらに多くの人々にミナミの魅力を発信することで、それ以上の効果が期待できる。

○また、ミナミの情報・魅力を発信するガイドブックは当初の計画どおり作成できた。掲載エリアをミナミだけでなく、南船場エリアまで拡大し、それぞれのエリアごとの回遊モデルを提案する内容となっており、コロナにより甚大なダメージを受けたミナミエリアの回遊性を高め、各商店街の集客力回復などへの寄与が期待できる。

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	←複数年度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><ニーズ> ○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。 <把握方法> 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。		
	○ ハンズオン型	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 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-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⇒	〈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160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 ×		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		

事業名		海外市場開拓支援事業				新規/継続	継続	
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)		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。 海外企業を招へいし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。						
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)		
		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		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	←複数年度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)	<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が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、食輸出をはじめめ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><ニーズ> ○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。</p> <p><把握方法> 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。		
	○ ハンズオン型	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 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-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⇒	〈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511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160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 ×		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 ×		511	×	1.0	=	20,644,400 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)	50,237,400 円
								※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)	円
								計	50,237,400 円

事業名		海外市場開拓支援事業				新規/継続	継続
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)	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。 海外企業を招へいし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。						
	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)			
50,237,400 円		× 1.00 =		50,237,400 円 (円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)			
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

大阪商工会議所

事業名

海外市場開拓支援事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

340
→511

支援企業
数(実績)

164

支援
実績率

#####

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

発効した日EU・EPAやTPP11などを活用した海外取引の促進などを目的として個別相談を実施してきたが、今般の米中経済摩擦や新型コロナウイルスの世界的な感染拡大など情勢の複雑化にともなって増加する個別相談に対応する。

- ・当初に計画していた支援企業数340社
- ・令和2年度4～7月相談累計164件（社）
- ・変更後に計画する支援企業数511社

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	←複数年段階の実施事業は左欄に○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)	<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おう。</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>		
	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)		<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		
		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	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	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				
	<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			
	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				

【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	←複数年度段階の実施事業は左欄に○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)	<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おう。</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2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80社、85社程度</p>		
	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)		<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-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、 80社+85社 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	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	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				
	<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)				
4,545,000 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				

【備考】

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

大阪商工会議所

事業名

環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

225

支援企業
数(実績)

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課新エネルギー産業グループと共催する「水素関連産業新技術ニーズ説明会」が同グループの事情により開催できなくなったため、当該事業の実施回数を5回程度から4回程度に下方修正する。なお、全体としての支援企業数は当初計画のまま225社とする。

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"/> ←複数段階の実施事業は左欄に○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)	<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><人材育成型> 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><販路開拓型> 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、「ブースに立ち寄りお客さんが少ない」「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り仕掛けを講じる。		
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)	○ 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。 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。		
	人材交流型			
	○ 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 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。		
	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-6(ものづくり中小企業の医療機器分野等への参入促進) (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。 (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。)			

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⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サ-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%)				円	
		計				1,717,000 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)		
	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		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)	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。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ハードルもある。また、昨今健康・医療・介護・福祉分野がシームレスになってきており、医療のみならず健康、介護・福祉分野についても理解を深める必要がある。そこで、これから同産業に参入を検討する企業などを主な対象に、参入の進め方や海外展開、デジタルヘルス、介護・福祉分野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。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	これから健康・医療・介護・福祉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、昨今デジタルヘルス・介護・福祉分野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	<人材育成型> 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)。 <販路開拓型> 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)。		
	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、「ブースに立ち寄りお客さんが少ない」「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)	○ 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5~6回 ○支援企業数1回45社程度 企業が医療機器等の産業への新規参入を含む事業化の際に必要な情報を提供する。健康・医療・介護・福祉の分野がシームレスな対応が求められる時代において、医療機器産業への新規参入を目指す企業においても、ビジネス展開を検討する上で、医療現場等との信頼構築、医療機器薬事承認手続き、健康保険手続き、販売会社との関係などの医療機器業界独自の商業習慣の理解の他、周辺の健康・デジタルヘルス分野・介護・福祉分野などのビジネス環境・業界動向も理解しておく必要がある。そこで、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、業界の有識者、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。		
	人材交流型	②自社PRのための動画作成および広報の支援<販路開拓型> ○Youtubeを活用した動画作成および関係先への広報 ○支援企業数:10社程度		
	○ 販路開拓型	新型コロナウイルスの影響で営業活動等に制限がかかるなか、オンラインを使った販路開拓支援の一環として、医療や健康・介護分野へ参入に関心を持つ企業を主な対象として、各社の技術や取り扱う製品、部素材の概要を紹介する動画を作成(支援含む)し、同分野の既存メーカーや関連企業等への配信や、大阪商工会議所が実施しているフォーラムHPへの掲載等により、新たな商取引につなげる。		
	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="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-6(ものづくり中小企業の医療機器分野等への参入促進) (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。 (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。)			

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⇒ 240 社	<人材育成型>230社 <販路開拓型>10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-ビス単価		支援企業数		係数		標準事業費
	20,200 円 ×	230	×	1.0	=	4,646,000 円	
	50,500 円 ×	10	×	1.0	=	505,000 円	
			×		=		
	(小計)						5,151,000 円
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							
計							5,151,000 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)	
	5,151,000 円 ×			1.00 =		5,151,000 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】

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

大阪商工会議所

事業名

医療機器産業事業化促進事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

70
→230

支援企業
数(実績)

支援
実績率

#####

【参考】
参加者数

支援企業
数(計画)

6
→10

支援企業
数(実績)

支援
実績率

#####

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、企業の医療分野等への貢献意欲が高まるほか、医療資材等の国産化の重要性も増してきている。また、With/Postコロナ時代の医療等のあり方は、感染対策含め大きく変革する必要に迫られているほか、従前から社会課題となっていた医療費等の社会保障費の増大やQOL向上への対応含め、デジタル技術の活用など新たなアプローチによる取り組みが喫緊の課題となっており、これら社会課題の解決には、医療のみならず健康・予防・介護・福祉分野を含めた人生全体にわたるシームレスな取り組みが求められている。

・一方、企業においては、新型コロナウイルスにより、業務に大きな影響が及んでいる企業も見られ、既存事業の回復とともに、新たな事業展開についての機会提供を求める声は大きいと考えられる。

・そこで、With/Post時代を見据え、医療分野はもちろん、健康・介護・予防分野等への円滑な参入を促進することを目的に、業界動向やそれを取り巻く規制などを解説する情報提供の機会を更に設けるため、事業の変更を求めるものである。

・なお、変更後の事業については、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を考慮し、オンラインを最大限活用するとともに、当初企画をしていたセミナー等での展示ブースへの出展支援についても、リアルでの大人数の会合開催が難しくなっていることから、実施方法を変更し、PR動画の配信を行うこととする。

【支援効果】

・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、医療機器分野等への参入をさらに促進し、地域商工業の需要の喚起を図る。

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	2019年度11月現在の主な実績(支援企業数)は次の通り。 (1)ビジネス講演会(2回開催) 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 (2)大商夕学講座(7回開催) 「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 (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		
	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)。		
独自提案型	※新型コロナウイルスの感染状況や国・大阪府の対処方針に応じてオンライン形式(インターネットの活用)を導入する。			

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)		(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	
		(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⇒	(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					2,600 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%					
算定基準により算出される額	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 ×	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				
	(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)						
	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		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)		(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
		(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⇒	(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。						
	その他目標値	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%			
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	100,000 円	負担金の積算		参加費 ビジネス講演会@5,000円×20人、(削除→大商夕学講座@5,000円×10人)			
	(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)					
		52,520,000 円 ×	0.75	=	39,390,000 円	(100,000 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					

【備考】

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

大阪商工会議所

事業名

中小企業のためのビジネス講演会

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

1,050

支援企業
数(実績)

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

理 由

<大商夕学講座>について

【変更の経過と理由】

例年、本事業は慶應義塾大学丸の内シティキャンパス社が主催する「夕学五十講」と提携し、東京での講演会を大阪商工会議所の大会議室に生中継することで開催していた。しかし、4月21日、同社からコロナ禍のため、前期分を中止にする旨の連絡があり、既にPR済みであった5回分が取りやめとなった。大阪商工会議所としては、これらの状況を踏まえて、後期（10～3月）に10回分を開催することを検討していた。しかし、7月28日、同社からコロナ禍のため、後期分も中止にする旨、連絡があった。これにより、本年度については、従来の方で講演会を実施することができない状況となった。

については、大阪商工会議所単独主催の講演会をコロナ禍の影響を受けにくいインターネット配信形式で実施することとする。ただし、実施できる期間が通常の半分に短縮されることから、開催回数は当初予定の10回ではなく、7回程度に変更する。（支援企業数は当社の予定通りの1,050社のままとする）

なお、事業名称「大商夕学講座」は、同社から特別な許可を得て、2020年度も継続して使用できる。

【支援効果】

これまで生中継を集合形式で視聴する方法をとっており、視聴する日時・場所が限定されていた。これと異なり、インターネットによる配信方式では、7日間のうち、視聴環境さえ整えば、いつでも・どこでも視聴することができる。加えて、7日間のうちであれば、何回でも視聴できる。これらにより、講演会の視聴の機会を広く・深く提供できるため、視聴者は講演会で得た情報を経営に活用しやすくなるとともに、自社の経営改善や経営革新につなげやすくなる。

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
想定する実施期間		2017 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)	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るとともに、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)	<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)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	サービス単価	101,000 円 ×	8	×	10.0	=	8,080,000 円
		50,500 円 ×	20	×	12.0	=	12,120,000 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%)						
	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】

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 廃止理由書

大阪商工会議所

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

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

8

支援企業
数(実績)

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

支援企業
数(計画)

20

支援企業
数(実績)

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

理 由

①商店街ショッピングツーリズム振興<ハンズオン型>

・これまで「インバウンド」の取り込みに重点を置いて実施支援を行ってきたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響で海外からの旅行客がゼロとなった。こうしたなか、商店街の「インバウンド」に対する関心は一時的とはいえ低くなっており、支援も様子見とせざるを得ない。

・しかしながら、2025年の「大阪・関西万博」を見据え、長期的に見れば地域商店街のインバウンド取り込みは必要。時期が来れば支援を再開したい。

②個店の集客支援<販路開拓型>

・新型コロナウイルス感染拡大のため、大阪においても祭事や「区民まつり」といった地域イベントが軒並み中止となっている。

・商店街としては、様々な地域イベントが中止となるなか、商店街だけ突出して販促イベントを実施することには抵抗感が強い。100円商店街、まちゼミ、バルといったイベントについても、しばらくは実施見送りという商店街が大半であり、今年度の実施支援は縮小せざるを得ない（一部については継続し、新規の地域活性化事業に編入する）。

事業名		商店街の感染症対策と個店の集客支援	新規/継続	新規
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←複数年度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)	新型コロナウイルス感染拡大に伴うインバウンドの急減や外出自粛等の影響により、大阪府内の商店街は大きな打撃を受けている。商店街は認識が広がった「商店街＝3密」のイメージを払拭するとともに、新しい生活様式に適応しながら顧客を獲得する必要がある。そのため、各商店街のニーズに合わせ、(1)感染症対策の環境整備・周知(2)商店街近隣の住民を新たに取り込むための集客と販路開拓を行う。(2)の実施にあたっては、従来から商店街と協働し集客・販路拡大手法として定着している100円商店街の継続実施や、安全・安心な商店街のPR事業を行う。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内商店街、商店街振興組合、商店会、専門店の集まった商業施設(地下街など)		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	新型コロナウイルス感染拡大に伴うインバウンドの急減や外出自粛等の影響により、商店街は大きな打撃を受けている中、近隣に住む顧客の維持・獲得が求められている。 緊急事態宣言下においても、商店街はライフラインとして営業を継続した。大型商業施設や店舗が休業する中、商店街は一定顧客が集まったことで、3密の象徴としてメディアに取り上げられた。商店街はこの風評被害を払拭する必要がある。 また、商店街でこれまで実施していた集客・販路拡大イベントは一定の時間に人が集中する。商店街は顧客の獲得に向け、新しい生活様式に適応した新たな集客・販路開拓施策を検討する必要がある。		
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			
	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)商店街感染症対策等支援事業<ハンズオン型>(コロナパッケージ④) ひとくりに商店街と言っても、その規模や立地、運営体制は様々である。そのため、各商店街の状況や要望を聞きながら下記事業を実施する。 商店街の入り口や休憩所などの共用部に消毒液を設置するほか感染症対策チェックリストを配布し、各商店主が行うべき感染症対策を周知する。加えて、ポスター・のぼり・ステッカー等の掲示により商店街が安全・安心にお買い物ができる場所であることを周知する。さらに、商店街近隣の住民を新たに取り込むため集客と販路開拓を行う。ここでは、商店街側の要望を聞いたうえで、必要に応じて、Go to 商店街事業の申請企画立案・申請書作成のサポートを行う。		
	人材交流型			
	<input type="checkbox"/> 販路開拓型	(2)個店の集客支援事業<販路開拓型> 商店街を「安全・安心な商店街」とするために、商店街の実情に合わせて集客支援事業を行う。 [実施内容例]		
	<input type="checkbox"/> ハンズオン型	○感染症対策の環境整備や講習会の実施、「安全・安心な商店街」といった文脈での商店街PR事業(新型コロナウイルス感染拡大防止対策についてのチラシ・ウェブサイト・SNSでの情報発信等)についてアドバイス・広報支援。商店街の個店でも「安全・安心な個店」であることのPRを促し、既存顧客離れ防止や新規顧客獲得を目指す。 ○感染症対策を実施済みの商店街に対しては、「安全・安心な商店街」を訴求しつつ、従来から商店街と協働し、集客・販路拡大手法として定着している「100円商店街イベント」や、「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)。		
	<input type="checkbox"/> 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
①<(a)府施策連携>商-27(商店街の感染症対策の促進(コロナパッケージ④)) 大阪府が実施する「商店街感染症対策等支援事業」での取り組みを、既存施策などを活用し未実施の商店街へ横展開を行う。 ②<(b)広域連携>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)相談事業相乗効果>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		商店街の感染症対策と個店の集客支援				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⇒		①大阪府内 商店街・商業施設:1団体 ②大阪府内 商店街・商業施設:15団体				
		16	団体					
	支援対象企業の変化	①感染症対策の環境を整え、商店街が安全・安心にお買い物をできる場所であると周知することで既存顧客の維持ならびに新規顧客の獲得につながる。 ②「安全・安心な商店街」としての環境整備やPRにつながる。新しい顧客層の開拓や広域からの集客を促す。						
	指標①	当事業の実施により「商店街の感染症対策について周知できた」「誘客・集客につながった」と回答した割合			数値目標	70%		
指標②	当事業が「新規客の来場を促す」「個店の情報発信につなげる」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		
	101,000	円 ×	1	×	10.0	=	1,010,000 円	
	50,500	円 ×	15	×	12.0	=	9,090,000 円	
		円 ×		×		=	円	
	(小計)						10,100,000 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						10,100,000 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)	②2019年度は、従来から商店街と協働し集客・販路拡大手法として定着している「100円商店街」を10地域23商店街(実数)、23回(のべ)実施した。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。						
	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)				
	9,090,000 円	× 0.75 =	6,817,500 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		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"/> ←複数年段階の実施事業は左欄に○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)	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 O-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 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)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DMI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。							
	その他目標値	指標	全商談件数(府外企業も含む)		数値目標	6,000件			
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	
					×		=		
	(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%)								
	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創造する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	<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)			
14,665,200 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)				

【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	←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・零細の製造・卸売業は、大手・中堅流通業等への販路開拓を目指しているが、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・中堅流通業等のバイヤー・担当者を招請し、商談会を開催する。商談にあたっては事前選考を実施し、「買い手」「売り手」双方のニーズを合致させ、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・中堅流通業等と取引を望む中小・零細の製造業、卸売業		
	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	新型コロナウイルス感染拡大防止のため、例年11月に開催していた大規模な先着順方式の商談会を中止。通年で以下の通り事業を実施し、約700社(府内事業者400社)の参加を得る。		
	人材交流型	(内容) 大手・中堅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15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、金融機関等とも連携した商談会も必要に応じて開催する。		
	○ 販路開拓型	(事業運営にあたっての視点) コロナ対策商材や地産地消などこれまで焦点を当ててこなかった商材の発掘に努める。 (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、バイヤーに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。 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。		
	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)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からバイヤーを招請し、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DMI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⇒ 400 社	売り手企業 400社 売り手企業は、大商ニュース、FAX、DM、e-mail等による個別案内等で募集する。また、行政や、各地商工会議所・商工会、地銀・信用金庫等にも参加勧奨の協力を求める。						
	支援対象企業の変化	バイヤーとの商談を通じ、販路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。							
	その他目標値	指標	全商談件数(府外企業も含む)		数値目標	700件			
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 ×		400 ×		1.2 =	24,240,000 円		
	(小計) 24,240,000 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 24,240,000 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・中堅流通業等のバイヤーを毎回恒常的に招請するには、魅力のある商品を多数集める必要がある。大手・中堅流通業等のバイヤーからは、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。そこで、同事業では広く府外からも事業者を集め、大手・中堅流通業バイヤーの参加意欲を高めることで、府内事業者へビジネスチャンス創造する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	4,800,000 円		負担金の積算		参加費 会員 8,000円 × 200社 非会員 16,000円 × 200社			
	(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)				
	24,240,000 円 ×	0.75 =	18,180,000 円	(4,800,000 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】

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

大阪商工会議所

事業名

買いませ！ 売れ筋商品発掘市

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

242
→400

支援企業
数(実績)

支援
実績率

#####

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

- ・従来の「買いませ！売れ筋商品発掘市」は、バイヤー300人、売り手企業1,100人、イベント運営スタッフ100人、合計1,500人の大規模イベントである。商談が先着順で行われることから、開会前に約800人程度の待ち行列ができるほか、開会後の商談会場も多数の人でごった返す。新型コロナ感染対策防止のための「3密」を避けた運営が極めて困難である。
- ・そのため、「買いませ！売れ筋商品発掘市」を分散開催とする。具体的には毎回、1社のバイヤーを招いての小規模開催とする。
- ・同じく個別商談方式の「【40】ザ・ベストバイヤーズ」を当事業に統合して効率的に事業を実施し、2つの事業の支援企業数計を概ね確保する。

【支援効果】

- ・商談は事前予約制を基本とし、行列を作らないため、売り手参加者の待ち時間がなくなる上に、新型コロナ感染症防止対策にもなる。
- ・商談はバイヤーによる事前選考を基本とし、商談のミスマッチを防ぐ。これにより、参加者満足度が上がる。

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	<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。 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。		
	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)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創造するなど、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】

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 廃止理由書

大阪商工会議所

事業名

ザ・ベストバイヤーズ

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

160

支援企業
数(実績)

支援
実績率

0.0%

【参考】
参加者数

理 由

○6月に2つの商談会の開催を予定していたが、新型コロナウイルス感染拡大を受け、開催中止を余儀なくされた。
 ○加えて、当事業と同様の売り込み型商談会として大きなイベントである「【38】 買いまっせ！売れ筋商品発掘市」は、会場での「3密」を避けられないことから、大規模イベントとしての開催を断念した。
 ○しかしながら、中小事業所に対する販路拡大のニーズは依然高く、こうした型式（バイヤーへの売り込み型）による支援は実施したいところである。
 ○そのため、当事業は「【38】 買いまっせ！売れ筋商品発掘市」と合併し、「【38】 買いまっせ！売れ筋商品発掘市」として、効率的に、個別商談会を多数開催することとする。
 ○こうした経緯から当事業の今年度の事業実施を見送ることとする。

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)	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。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	①既に何らかのIT投資をしているものの、社内に情報系の専門人材がおらず、システム更新やのりかえにあたって費用対効果がわかりにくい中小企業。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。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小企業白書2018では、IT利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。		
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 ＜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。		
	ハンズオン型	＜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。		
	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	<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)								
	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)				
	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		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)	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。加えて、 新型コロナウイルス感染拡大で、中小企業・小規模事業者においては、在宅勤務や新しい販売方法等様々な変化への対応が課題となっている。 そこで、中小企業・小規模事業者が導入しやすいツール・システムに関する情報を提供し、具体的な導入や利活用を支援する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	①既に何らかのIT投資をしているものの、社内に情報系の専門人材がおらず、システム更新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。		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小企業白書2018では、IT利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。		
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 ＜人材育成型＞ セミナーを2～3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1～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。		
	ハンズオン型	＜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。		
	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	<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⇒		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:100社、人材交流型35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	245 社		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 ×		100	×	1.0	=	2,020,000 円	
	40,400 円 ×		35	×	1.0	=	1,414,000 円		
	(小計)							5,858,000 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							5,858,000 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	<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)				
5,858,000 円 ×		0.75 =		4,393,500 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】

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

大阪商工会議所

事業名

生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業数(計画)	100	支援企業数(実績)		支援実績率		【参考】 参加者数	
支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)		支援実績率		【参考】 参加者数	
支援企業数(計画)	80 →100	支援企業数(実績)		支援実績率		【参考】 参加者数	
支援企業数(計画)	25 →35	支援企業数(実績)		支援実績率		【参考】 参加者数	

理 由

(1) 生産性向上IT導入支援フォーラム

<人材育成型>

新型コロナウイルス感染拡大に伴い、大規模セミナーや展示会・相談会の開催が難しくなったことを受け、開催形式を「短時間の『オンラインセミナー』の複数回実施」に変更する。

<人材交流型>

「ハンズオンセミナー」は概ね当初計画どおりの実施を予定しているが、オンラインではなく実地開催のため、新型コロナウイルスの感染拡大状況を見ながら開催時期を慎重に検討するとともに、開催回数については2~3回程度とする。

なお、目標支援事業者数はいずれも変更しない。

(2) 販路開拓などのためのIT利活用セミナー・相談会

新型コロナウイルス感染拡大で、中小企業・小規模事業者においては、在宅勤務や非対面、非接触の新しい販売方法など、さまざまな変化への対応が課題となっているが、導入しやすいICTツールに関する情報が少なく、具体的に取り組んでいるところはまだ少ない。そのため、この当該事業を拡大し、ICTツールの具体的な導入や利活用を強力に支援する。中小企業・小規模事業者のICT利活用の促進により生産性向上や販路開拓が進展する。