

2. 経費支出概要書（経費内訳）
 (1) 経営相談支援事業

東大阪商工会議所
 (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	855	21,375,000		855	21,375,000		0	
支援機関等へのつなぎ	15	150,000		15	150,000		0	
金融支援（紹介型）	25	750,000		25	750,000		0	
金融支援（経営指導型）	360	14,400,000		361	14,440,000		40,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	10	200,000		10	200,000		0	
資金繰り計画作成支援	5	100,000		5	100,000		0	
記帳支援	5	125,000		5	125,000		0	
労務支援	30	600,000		30	600,000		0	
人材育成計画作成支援	5	100,000		5	100,000		0	
マーケティング力向上支援	3	60,000		3	60,000		0	
販路開拓支援	250	5,000,000		250	5,000,000		0	
事業計画作成支援	85	4,250,000		85	4,250,000		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	3	60,000		3	60,000		0	
財務分析支援	5	50,000		5	50,000		0	
5S支援	15	150,000		15	150,000		0	
IT化支援	2	40,000		2	40,000		0	
債権保全計画作成支援	2	20,000		2	20,000		0	
事業承継支援	10	200,000		10	200,000		0	
災害時対応支援	0	0		0	0		0	
フォローアップ支援	210	1,050,000		210	1,050,000		0	
結果報告	855	8,550,000		855	8,550,000		0	
小 計	—	57,730,000	57,730,000	—	57,770,000	57,750,500	40,000	20,500

(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	61	1,464,000		61	1,464,000		0	
法務相談	15	360,000		15	360,000		0	
税務相談	2	48,000		2	48,000		0	
労務相談	10	240,000		10	240,000		0	
その他支援	7	168,000		7	168,000		0	
倒産防止	1	24,000		1	24,000		0	
小 計	—	2,304,000	2,304,000	—	2,304,000	2,304,000	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		47,367,824		47,347,324		-20,500

(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		0		0		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		107,401,824		107,401,824		0

事業名		商い賑わい祭り事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～ 2020 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)	市内小売商業者においては、消費税引き上げに伴い消費者の低価格指向・節約志向は更に強まり、インターネット販売の普及も相まって、依然として厳しい状況が続いている。しかし、駅周辺に位置し利便性の高い商店街ならびに個店は、地域のコミュニティ活動の場などとして地域住民から重要な役割を期待されている。よって、商店街の魅力を発信して地域商業を活性化することを目的とする。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	東大阪市内の47商店街、2市場			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「平成28年経済センサス活動調査」の調査において本市における小売業の店舗数や年間商品販売額は大阪府下で3番目の規模であるものの減少傾向にある。しかし、価格訴求型の大型店には無い商品に対する知識と商品へのこだわりや消費者のニーズに応じたサービス等の提供が商業集積地を構成する各店舗では出来る。よって、消費者に商店街・市場へ足を運んでもらえるイベント情報の発信を強化し来街者の増加につなげる必要がある。			
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	市内の商店街・市場を対象とし、11月下旬から年末にかけて集客を目的に実施される歳末イベントを集約したチラシを作成。同チラシを新聞折込や掲載商店街に配布し掲載商店街・市場の近隣住民を対象に集客に繋げた(掲載数：29商店街・市場)。			
	反省点	商店主の高齢化に伴い商店街・市場で開催される歳末イベントが減少傾向にある。商店街・市場へ歳末イベントのメリットを周知しイベント開催を呼びかけると共に本事業を告知、参加を促し、集客および商店街のPRを実施することで市内商店街全体の商業活性化を目指す。			
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				
	人材交流型	市内の商店街・市場を対象に、集客に繋がる歳末イベントをチラシへ掲載する目的で公募。各商店街・市場が開催する歳末イベントに掲載したチラシを作成し「商い賑わい祭り」と称して、新聞折込や掲載商店街・市場に配布し、商店街・市場への集客を図る。また、チラシ掲載商店街・市場からの要請で本所職員を派遣しイベント(福娘パレード、ガラガラ抽選会、クリスマスイベント、餅つき大会など)PRを補助する。			
	○ 販路開拓型	【スケジュール】 8月～10月：参加商店街・市場を募集 11月下旬：商店街・市場の催事を掲載したチラシを新聞折込 11月下旬～12月中旬：事業実施			
	ハブ型				
	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"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携
		(d) 相談事業相乗効果：既カルテ化事業者の地域活性化事業への参加促進			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 32 <small>商店街 市場</small>	設定：市内の商店街組織・市場を掲載対象とする 募集方法：各商店街・市場の会長・役員等や商店会連合会へ周知し参加を募る。		
	支援対象企業の変化	本事業を通じて商店街・市場のイベントに集客を図る事により、賑わい創出及び商店街加盟店舗の販売促進に繋げる。			
	その他目標値	指標	売上向上に対する貢献度	数値目標	70%
		目標値の内容⇒			

事業名		商い賑わい祭り事業					新規/継続	継続
算定基準により算出される額	算定基準 (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 ×		32 ×		10.00 =		16,160,000 円
			円 ×		×		=	0 円
			円 ×		×		=	0 円
	(小計) 16,160,000 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%)							0 円
	計 16,160,000 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)			
16,160,000 円 ×		0.50 =	8,080,000 円	(0 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒリック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。

事業名		商い賑わい祭り事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～ 2020 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)	市内小売商業者においては、消費税引き上げに伴い消費者の低価格指向・節約志向は更に強まり、インターネット販売の普及も相まって、依然として厳しい状況が続いている。しかし、駅周辺に位置し利便性の高い商店街ならびに個店は、地域のコミュニティ活動の場などとして地域住民から重要な役割を期待されている。よって、商店街の魅力を発信して地域商業を活性化することを目的とする。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	東大阪市内の47商店街、2市場			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「平成28年経済センサス活動調査」の調査において本市における小売業の店舗数や年間商品販売額は大阪府下で3番目の規模であるものの減少傾向にある。しかし、価格訴求型の大型店には無い商品に対する知識と商品へのこだわりや消費者のニーズに応じたサービス等の提供が商業集積地を構成する各店舗では出来る。よって、消費者に商店街・市場へ足を運んでもらえるイベント情報の発信を強化し来街者の増加につなげる必要がある。			
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	市内の商店街・市場を対象とし、11月下旬から年末にかけて集客を目的に実施される歳末イベントを集約したチラシを作成。同チラシを新聞折込や掲載商店街に配布し掲載商店街・市場の近隣住民を対象に集客に繋げた（掲載数：29商店街・市場）。			
	反省点	店主の高齢化に伴い商店街・市場で開催される歳末イベントが減少傾向にある。商店街・市場へ歳末イベントのメリットを周知しイベント開催を呼びかけると共に本事業を告知、参加を促し、集客および商店街のPRを実施することで市内商店街全体の商業活性化を目指す。			
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	市内の商店街・市場を対象に、集客に繋がる歳末イベントをチラシに掲載する目的で公募。各商店街・市場が開催する歳末イベントに掲載したチラシを作成し「商い賑わい祭り」と称して、新聞折込や掲載商店街・市場に配布し、商店街・市場への集客を図る。また、チラシ掲載商店街・市場からの要請で本所職員を派遣しイベント（福娘パレード、ガラガラ抽選会、クリスマスイベント、餅つき大会など）PRを補助する。			
	人材交流型				
	○ 販路開拓型	但し、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、イベントを中止する商店街もある。それらの商店街についてはそれぞれの概要や特徴などを掲載することで、来街者の増加を図る。			
	ハズ 刈型	【スケジュール】 8月～10月：参加商店街・市場を募集 11月下旬：商店街・市場の催事を掲載したチラシを新聞折込 11月下旬～12月中旬：事業実施			
	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
		(d) 相談事業相乗効果：既カルテ化事業者の地域活性化事業への参加促進			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 32 商店街 市場	設定：市内の商店街組織・市場を掲載対象とする 募集方法：各商店街・市場の会長・役員等や商店会連合会へ周知し参加を募る。		
	支援対象企業の変化	本事業を通じて商店街・市場のイベントに集客を図る事により、賑わい創出及び商店街加盟店舗の販売促進に繋げる。			
	その他目標値	指標	売上向上に対する貢献度	数値目標	70%
目標値の内容→					

事業名		商い賑わい祭り事業					新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	算定基準 (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 ×		32	×	10.00	=	16,160,000 円	
			円 ×		×		=	0 円	
			円 ×		×		=	0 円	
	(小計)							16,160,000 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%）							0 円	
	計							16,160,000 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)					
16,160,000 円 ×		0.50 =		8,080,000 円		(0 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒリツ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】

※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

東大阪商工会議所

事業名

商い賑わい祭り事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

32

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感染症拡大の影響による国からの営業自粛要請や感染拡大防止対策のため、市域事業者の打撃は大きく、深刻な状況である。こうした苦境から脱却するため、各商店街・市場で開催される年末催事情報をイベントPRチラシで広く周知することで、地域商業の活性化を図る予定であったが、商店街・市場によっては、当初予定していた歳末イベントを「蜜を避ける」「接触を最小限に抑える」などの理由から中止せざるを得ない商店街もある。しかし、苦境から脱却するためには、商店街への集客は欠かせないことから、それらの商店街についてはそれぞれの商店街の概要や特徴、例年のイベント時期などを掲載することで、来街者の増加を図る。

【支援効果】

【今後の改善方策】

【経費内訳】

事業名		テクノメッセ東大阪事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		1987 年度～ 2020 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)	ものづくりの街・東大阪に位置する中小製造業者の多種多様な工業製品を一堂に展示し、市域企業の技術力の高さを広くPRして新たな顧客開拓に結びつけると共に、新技術や最新情報の入手、技術提携先としてのパートナー開拓に繋げることを目的とする。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	府内製造業者 42,680社 *平成28年経済センサス基礎調査結果より			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	過去32回の開催を誇る展示会であり、その継続性から近畿一円では一定の知名度を確保しており、例年出展企業のキャンセル待ちが出るほどニーズが高い。			
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	「次世代に繋がる新たな発想力」をテーマに市域企業の工業製品や技術等を一堂に展示し、本市の技術力を広くPRすると共に、特別企画展として農業・林業用として活躍するドローンやスマートグラス及びVR防災訓練の体験、3Dプリンタを活用した樹脂金型で金属プレスを行う実演など実施した。 出展数:92社・団体104小間 来場者数:8,958人 引き合い件数:6,027件			
	反省点	NHKの取材やきたしんビジネスマッチングフェアとの同時開催による相乗効果で来場者・引き合い件数共に増加。同展示会とは初の同時開催であったことから両展示会出展者間の交流が少なかった。次年度も同時開催を継続する方向で進め、両展示会出展者間での交流を促すことでより一層強化し、更なる引き合い件数の増加を目指したい。			
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	日程：2020年11月11日(水)・12日(木) 予定 会場：マイドームおおさか1階展示場 内容：東大阪市域製造業等の製品・技術等を一堂に展示し、支援対象企業の技術力を広くPRすると共に、出展企業の取引拡大に寄与することを目的とする。			
	人材交流型				
	○ 販路開拓型				
	ハズル型				
	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) 本所は事業の企画・運営を担い、市役所は事業に対して補助金を交付。事業の連携については、市の広報(市政だより)で事業のPRに対して側面的に協力を得る。また、実行委員会を組織し、市担当者が委員として参画する。				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	設定：会場に設営可能な小間数を基に設定 募集方法：行政の広報や会議所会報誌・ホームページ等にて周知すると共に、過去出展企業にDMにて募集する		
		100 社			
	支援対象企業の変化	多くの集客を確保する展示会への出展により、新たな取引先の開拓、提携先の発掘に繋がる。また、多くの来場者を対象に市場ニーズの調査を行うことができる。			
		指標	引合い件数	数値目標	5,500件
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		テクノメッセ東大阪事業					新規/継続	継続
算定基準により算出される額	算定基準 (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 ×		100 ×		1.00 =	5,050,000 円	
		50,500 円 ×		5,500 ×		0.05 =	13,887,500 円	
		(小計)						18,937,500 円
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								
計 18,937,500 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	10,000,000 円		交付市町村等	東大阪市			
	②受益者負担	4,300,000 円		負担金の積算	@45,000×80小間 (出展料) @35,000×20小間 (出展料)			
	(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)			
	18,937,500 円 ×		0.50 =		4,637,500 円	(14,300,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「リソク」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。

事業名		テクノメッセ東大阪事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		1987 年度～ 2020 年度まで	←複数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症による経済低迷から商工業者への支援が注目されているが、展示会では来場者等の安全確保のため、人が密集するイベントは実施方法が制限されている。今般、これらに対応するため、感染リスクに配慮したWeb展示会「Webテクノメッセ東大阪プラスワン2020」を開催する。これまで工業者を対象とした本事業であったが、今回は特に新型コロナウイルス感染症の影響が著しい商業者を対象に加え、“いつでも・どこでも・誰とでも”繋がることで商工業者の販路拡大を目的とする。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	府内製造業者 42,680社 市内小売業・飲食業 5,775社 *平成28年経済センサス基礎調査結果より		
	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症の影響により、商工業者ともに売上が減少しており、販路開拓が急務である。工業者においては、従来の訪問での営業が難しい状況にあり、よりオンライン(Web)での販路開拓が重要となっている。また、商業者においては、感染リスクを懸念した消費者マインドによる影響で客足が途絶え、集客の方策が必要となっている。		
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	「次世代に繋がる新たな発想力」をテーマに市域企業の工業製品や技術等を一堂に展示し、本市の技術力を広くPRすると共に、特別企画展として農業・林業用として活躍するドローンやスマートグラス及びVR防災訓練の体験、3Dプリンタを活用した樹脂金型で金属プレスを行う実演など実施した。 出展数:92社・団体104小間 来場者数:8,958人 引き合い件数:6,027件		
	反省点	NHKの取材やきたしんビジネスマッチングフェアとの同時開催による相乗効果で来場者・引き合い件数共に増加。同展示会とは初の同時開催であったことから両展示会出展者間の交流が少なかった。次年度も同時開催を継続する方向で進め、両展示会出展者間での交流を促すことでより一層強化し、更なる引き合い件数の増加を目指したい。		
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	<u>サイト名称：第33回東大阪産業展「Webテクノメッセ東大阪プラスワン2020」</u> <u>会期：2020年11月中旬～2021年2月末</u> <u>会場：第33回東大阪産業展「Webテクノメッセ東大阪プラスワン2020」ホーム</u> <u>ページ</u> <u>内容：従来は製造業だけの出展であったが、新型コロナウイルスの影響で業績悪化した市内事業所を支援するため、東大阪市域製造業をはじめとする工業、飲食業をはじめとする商業を対象を拡大して、出展(店)企業の販路拡大に寄与することを目的とした特設サイトを立ち上げ、会社(店舗)概要や製品・技術、商品、サービスを紹介する。また、各出展(店)者のPR動画をサイト内で放映し、自社(店)がイチオシする製品、技術、商品・サービスなどをアピールする。</u>		
	人材交流 型			
	○ 販路開拓 型			
	ハブ/ホ 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)本所は事業の企画・運営を担い、市役所は事業に対して補助金を交付。事業の連携については、市の広報(市政だより)で事業のPRに対して側面的に協力を得る。また、実行委員会を組織し、市担当者が委員として参画する。			
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法→ 200 社	設定：これまでの本事業での出展企業数やWeb開催を勘案 募集方法：行政の広報や会議所会報誌・ホームページ等にて周知すると共に、過去出展企業にDMにて募集する	
	支援対象企業 の変化	新型コロナウイルス感染症の拡大によって、商工業者共に感染回避の観点からこれまでとは違った営業方法を展開する必要がある。今回、Webを活用した販路開拓を行うことで新たな販路拡大が見込める。		
	指標	商談件数及び引き合い件数	数値目標	2,680件
	その他目標値	目標値の内容→		

事業名		テクノメッセ東大阪事業					新規/継続	継続
算定基準により算出される額	算定基準 (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 ×		200 ×		1.00 =	10,100,000 円	
		50,500 円 ×		2,680 ×		0.05 =	6,767,000 円	
	(小計)						16,867,000 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						16,867,000 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	8,000,000 円		交付市町村等	東大阪市		
		②受益者負担	4,250,000 円		負担金の積算	@25,000×150小間(出展料) @10,000×50小間(出展料)		
(a)府施策連携		(b)広域連携	<input type="radio"/>	(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)				
16,867,000 円 ×		0.50 =		4,617,000 円		(12,250,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「アリッパ」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】
コロナパッケージ⑦「地域商工業の需要を喚起するための事業」

※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

東大阪商工会議所

事業名

テクノ Messe 東大阪事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

200

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に対する感染対策として出展者・来場者の安全を確保するため、当初予定の対面型展示会をやめ、WEB展示会に変更するとともに、これまで会場の広さにより出展者数制限があったが、その制限が解かれたことにより、新型コロナウイルスの影響を被っている事業者も支援対象とした。

【支援効果】

【今後の改善方策】

【経費内訳】