

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		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。</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○) いくつかの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)		
	○ 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。 ※ミッションを除く上記すべての事業について、新型コロナウイルスの感染状況や国・大阪府の対応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="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-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95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〉 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	1,571 社	〈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⇒						
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 ×	95	× 1.0 =	1,919,000 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="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)		
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】

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○) いくつかの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) 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)		
	○ 販路開拓型	④EPA(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。 ⑤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)		
	○ ハンズオン型	○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 ⑥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。 ※ミッションを除く上記すべての事業について、新型コロナウイルスの感染状況や国・大阪府の対応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。		
	○ 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="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95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〉 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③④⑤⑥⑦)〉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①⑤⑥⑦)〉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⇒						
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 ×	95	×	1.0 =	1,919,000 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)	49,631,400 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	49,631,400 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)		<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、1.5の増補正をした。</p> <p>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、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	<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)		
		49,631,400 円		× 1.00 =		49,631,400 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)

10→0

支援企業
数(実績)

支援
実績率

【参考】
参加者数

理 由

「新興国市場開拓ミッション」（人材交流型）として2021年1月に台湾を訪問すべく、JETRO大阪本部をはじめ、台北駐大阪経済文化辦弁事處、台湾貿易センター大阪事務所と調整していたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響によりミッション派遣が難しいと判断し、当該事業を中止する。

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>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。 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) 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 12月6日「ORIST技術シーズ・成果発表会」開催 2～3月 大学による研究成果発表会 開催予定</p>		
	反省点	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。		
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) 【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 【内容】</p>		
	人材交流型	<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) <開催時期>2020年5月～2021年2月頃 <開催場所>大阪商工会議所など <テーマ分野(予定)>接合技術、基礎工学、人工知能、ロボティクス、IoT、ビッグデータ解析など</p>		
	販路開拓型	<p><発表者>大阪・関西圏の大学の教員・研究者 ②大阪産業技術研究所等の研究成果(技術シーズ)活用など、産業技術支援に関する発表会(1回) <開催時期>2020年12月頃 <開催場所>大阪産業創造館など</p>		
	ハンズオン型	<p><共催(予定)>大阪産業技術研究所、大阪産業局など <テーマ分野(予定)>化学・バイオ、金属、機械・システム、電子・電池・ナノテク、高分子などを網羅的にカバー <発表者>大阪産業技術研究所の研究員など</p>		
	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
<p>府施策連携商-18((地独)大阪産業技術研究所(ORIST)連携事業) 府施策連携商-19(ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業) (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、MoTTo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)の参考にしてもらい、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%)		
					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="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)				
	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		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>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。 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) 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 12月6日「ORIST技術シーズ・成果発表会」開催 2～3月 大学による研究成果発表会 開催予定</p>		
	反省点	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。		
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】3回(大阪府内及び周辺地域の大学2回、大阪産業技術研究所1回) 【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 【内容】</p>		
	人材交流型	<p>①大学の研究成果(技術シーズ)活用のための交流会(2回) <開催時期>2020年5月～2021年2月頃 <開催場所>大阪商工会議所など <テーマ分野(予定)>接合技術、基礎工学、人工知能、ロボティクス、IoT、ビッグデータ解析など</p>		
	販路開拓型	<p><発表者>大阪・関西圏の大学の教員・研究者 ②大阪産業技術研究所等の研究成果(技術シーズ)活用など、産業技術支援に関する発表会(1回) <開催時期>2020年12月頃 <開催場所>大阪産業創造館など</p>		
	ハンズオン型	<p><共催(予定)>大阪産業技術研究所、大阪産業局など <テーマ分野(予定)>化学・バイオ、金属、機械・システム、電子・電池・ナノテク、高分子などを網羅的にカバー <発表者>大阪産業技術研究所の研究員など</p>		
	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
		<p>府施策連携商-18((地独)大阪産業技術研究所(ORIST)連携事業) 府施策連携商-19(ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業) (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×2回=100社、②200社×1回=200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、MoTTo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%)		
					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="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)		
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】

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

中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

300
(変更なし)

支援企業
数(実績)

支援
実績率

【参考】
参加者数

理 由

①大学の研究成果（技術シーズ）活用のための交流会については、大学側が新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から開催に慎重なため、開催回数を当初計画から2回減らし、年間2回に変更する。これに伴い、減じる2回分の支援企業数100社（50社/回×2回）は、以下により大阪産業技術研究所等の研究成果（技術シーズ）活用など産業技術支援に関する発表会の支援企業数に振り替え加算する。

②大阪産業技術研究所等の研究成果（技術シーズ）活用など産業技術支援に関する発表会については、大阪産業技術研究所および関西の公設試験機関とともに、産業技術総合研究所との共催で、各研究所・機関の技術シーズ等のeポスター（電子ポスター）展示をオンラインで行うとともに、WEB講演会（講演者は7名）を開催する「産業技術支援フェア in KANSAI 2020」を実施することになった。当初計画に比べ、プログラム内容の拡充、主催者各機関からの広報による集客力のアップが図られることで、支援企業数を100社から200社に上方修正する。

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
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	<ul style="list-style-type: none"> ○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 ○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) ○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。 		
	反省点	<ul style="list-style-type: none"> ○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。 ○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。 		
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。 ※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。		
	○ 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)。 ※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(「大正ものづくりフェスタ」への参加を除く)。		
	○ 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。		
	○ ハンズオン型	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。		
	○ 独自提案型	⑤「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	<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	
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と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も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も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との連携により大阪府内から参加を募る。						
	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⇒							
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)								

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	<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)		
	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					
			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	○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 ○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) ○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。		
	反省点	○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。 ○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。		
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。 ※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。		
	○ 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)。 加えて、現場改善などをテーマに学識者を交えたグループセッションを行う交流会を開催する。 ※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(「大正ものづくりフェスタ」への参加を除く)。		
	○ 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 2回程度 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		
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)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と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も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も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:100社 ③ものづくり加工ネットワーク強化交流会:5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との連携により大阪府内から参加を募る。						
	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⇒							
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 ×		100	×	1.0	=	4,040,000 円	
		50,500 円 ×		5	×	1.0	=	252,500 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)									

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	<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)		
	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					
			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

町工場ネットワークの拡充・強化事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

25→5

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)

75→100

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の感染拡大の影響により、町工場同士が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して取引拡大を図る「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の開催回数（3回から2回程度へ）と規模を縮減する。
その代替的な対応として、参加者を多くしないとともに参加者間の交流を所定のグループ単位に抑えることにより新型コロナウイルスの感染リスクをできる限り回避した交流会（現場改善などをテーマに、学識者を交えたグループセッション）を追加計画する。

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應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應した新たな集客・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> 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感染症対策の取組みを「見える化」し、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。 また、実施にあたっては以下の点に留意して進める。 ・商店街組織の合意を得て組織全体で感染症対策に取り組む。 (府に提出する「啓発素材の使用申請書」のとりまとめを行う。) ・全振連が公表している「商店街における感染症防止対策に向けた基本的な方針」の遵守する。 ・大阪府の「大阪コロナ追跡システム」「感染防止宣言ステッカー」の活用を促進し、活用店舗数を報告する。 ・商店街の取組みを商店街感染症対策等支援事業特設サイトの商店街レポートなどで情報発信する。		
	人材交流型			
	○ 販路開拓型			
	○ ハンズオン型	(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] ○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)。		
	独自提案型			

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		
		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 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						
	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 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 ×		1	×	10.0	=	1,010,000 円		
		50,500 円 ×		15	×	12.0	=	9,090,000 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	
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。									
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)					
	1,010,000 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							
			円							

【備考】

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應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應した新たな集客・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> 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感染症対策の取組みを「見える化」し、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。 また、実施にあたっては以下の点に留意して進める。 ・商店街組織の合意を得て組織全体で感染症対策に取り組む。 (府に提出する「啓発素材の使用申請書」のとりまとめを行う。) ・全振連が公表している「商店街における感染症防止対策に向けた基本的な方針」の遵守する。 ・大阪府の「大阪コロナ追跡システム」「感染防止宣言ステッカー」の活用を促進し、活用店舗数を報告する。 ・商店街の取組みを商店街感染症対策等支援事業特設サイトの商店街レポートなどで情報発信する。		
	人材交流型			
	○ 販路開拓型			
	○ ハンズオン型	(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] ○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)。		
	独自提案型			

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		
		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 の 目 標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	(1)商店街感染症対策等支援事業 大阪府内商店街・商業施設:7団体 (2)個店の集客支援事業 大阪府内商店街・商業施設:3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・安心にお買い物の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 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 ×		7	×	10.0	=	7,070,000 円		
		50,500 円 ×		3	×	12.0	=	1,818,000 円		
					×		=			
									(小計) 8,888,000 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							8,888,000 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)	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。									
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)							
	7,070,000 円 ×	1.00	=	7,070,000 円	(円)				
1,818,000 円 ×	0.75	=	1,363,500 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							

【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

商店街の感染症対策と個店の集客支援

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

1→7

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)

15→3

支援企業
数(実績)

支援
実績率

【参考】
参加者数

理 由

①商店街感染症対策等支援事業<ハンズオン型>

・商店街は、新型コロナウイルス感染拡大に伴い認識が広がった「商店街＝3密」のイメージを払拭することが求められている。また、「Go to 商店街事業」の募集要件にも「新型コロナウイルス感染症対策の徹底」が挙げられている。これらにより、商店街全体で消毒液の設置等の感染症対策に取り組む必要性が増している。

・大阪府の「商店街感染症対策等支援事業」未実施の商店街においても、商店街全体での感染症対策への関心や「Go to 商店街事業」への申請意欲が高い商店街が多数ある。そのため、支援商店街数を増やし、各商店街の状況や要望を聞きながら支援を行う。

・当該府施策連携事業の担当である大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス課商業振興グループからも「商店街感染症対策等支援事業」の横展開の数（＝大阪商工会議所の支援商店街数）を増やすよう要請があった。

②個店の集客支援事業<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。特に100円商店街やバルといった一定の時間に大勢の人が集まるイベントや、まちゼミといった屋内で数時間にわたって実施するイベントについては、今年度は実施を見送るといった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。