

令和3年度（2021年度） 事業計画書

1. 申請者の概要

申請者	団体名		大阪商工会議所		
	代表者職・氏名		会頭 尾崎 裕		
	所在地		〒540-0029 大阪府大阪市中央区本町橋2番8号		
	担当者	職・氏名	中小企業振興部次長兼経営相談室課長 荒井 慎一		
		連絡先	電話番号（直通）：	06-6944-6451	
F a x：			06-6944-6565		
		E - m a i l：	arai@osaka.cci.or.jp		
①設立年月日			明治11（1878）年8月27日		
②職員数			職員数 215 人 （うち経営指導員数 82 人） 令和3年1月時点		
③所管地域			大阪府大阪市		
④管内事業所数			179,252（総務省「平成28年経済センサス－活動調査」）		
⑤管内小規模事業者数			113,699（総務省「平成28年経済センサス－活動調査」）		
⑥会員数（組織率）			30,457（17.0%）		
□主な事業概要（定款記載事項等）					
<p>① 商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。</p> <p>② 行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>③ 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>④ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。</p> <p>⑤ 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。</p> <p>⑥ 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>⑦ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。</p> <p>⑧ 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。</p> <p>⑨ 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。</p> <p>⑩ 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。</p> <p>⑪ 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。</p> <p>⑫ 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行うこと。</p> <p>⑬ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>⑭ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。</p> <p>⑮ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。</p> <p>⑯ 商工業に関する図書を集し、一般の閲覧に供すること。</p> <p>⑰ 国際親善及び通商振興に資する事業を行うこと。</p> <p>⑱ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>⑲ 行政庁等から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>⑳ 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>					

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題**<現状>**

○ 本商工会議所が令和2年11月に会員である中小企業に対して実施した「新型コロナウイルス感染症による企業活動への影響及び資金調達に関する調査」（有効回答数387社）では、全体の81.7%が令和2年度（令和2年4月から3年3月まで）の売上は前年度から減少する見込みであると回答しており、中でも「30%以上50%未満の減少」が20.7%、「50%以上の減少」が6.7%であった。また、仕入れや給与などの支払いに影響が生じる時期については24.3%が「半年以内に影響が出る」と回答するなど、新型コロナウイルスの感染拡大は企業経営に甚だしく深刻な影響を及ぼしている。

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

・製造業については、総務省「平成28年経済センサス－活動調査」の結果（従業員数4人以上の事業所）を平成24年のそれと比較すると、事業所の数が7,591から6,325に減少（-16.7%）、従業員数が132,111人から116,812人に減少（-11.6%）、製造品出荷額等が3,867,881百万円から3,686,994百万円に減少（-4.7%）、粗付加価値額も1,784,805百万円から1,535,624百万円に減少（-14.0%）しており、基礎素材型製造業が高度に集積している当該地区の工業生産力の低下が長期的に続いている。米中経済摩擦などの影響で受注が減退する中での新型コロナウイルスの感染拡大によって、受注のさらなる低下やサプライチェーンの停滞、取引関係の見直しが生じるなど、厳しい環境下にある。

・商業については（同上調査結果を同様に比較）、卸売業の事業所数が16,368から16,524に増加（+1.0%）、年間商品販売額も34,434,073百万円から36,985,516百万円に増加（+7.4%）し、小売業については事業所数が20,121から19,811に減少（-1.5%）したものの、年間商品販売額が3,707,196百万円から4,578,156百万円に増加（+23.5%）した。宿泊業・飲食サービス業については、事業所数が15,931から18,162に増加（+14.0%）、売上（収入）金額が837,655百万円から999,856百万円に増加（+19.4%）した。海外からの来阪者（インバウンド）の増加とその消費などにより物販、宿泊、飲食サービスは堅調に伸びていたが、新型コロナウイルスの感染拡大によってその需要は蒸発してしまった。

<課題>

○ 新型コロナウイルス感染の収束が未だ見通せない状況にあり、その影響がさらに長期化すれば、経営体力が伴わない中小企業・小規模事業者の廃業が一層増加し、雇用や生活が奪われ、ひいては地域の産業力、経済力の低下を招くおそれがある。大阪市では、これまでも数次にわたって新型コロナウイルスの感染者が大幅に増えて、緊急事態宣言が2回発出され、一部業態では休業や営業時間の短縮が要請されてきており、長期間苦境にある中小企業・小規模事業者の事業継続、販路の開拓や事業の再構築などによる業績回復への支援を押し進めていかなければならない。

○ 一方、2025年には大阪・関西万博の開催が計画されており、同万博を産業・経済の強力な推進装置として、中小企業の参画やビジネス機会の拡大を図るとともに、それ以降の大阪・関西の成長を見据えた新ビジネスの創出や中小企業によるイノベティブな成長分野への参入を促進することが肝要である。

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

○ また、中小企業・小規模事業者においては、DX（デジタル・トランスフォーメーション）やITの利活用による生産性の向上、経営者の高齢化に伴う事業承継の円滑化、自然災害や感染症などに対応したBCP（事業継続計画）の策定、若手のみならず高齢者や女性、障がい者、外国人留学生などの人材確保・活用など、さまざまな課題に直面しており、これらの解決も押し進めていかなければならない。

(2) 所管地域の活性化の方向性

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

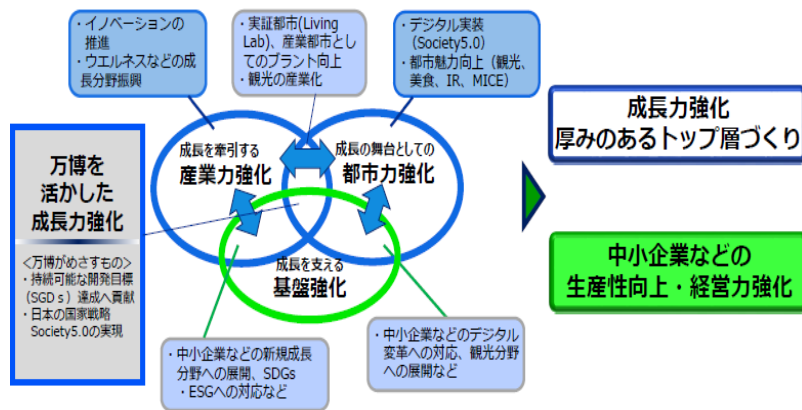
○ 大阪・関西は「日本の成長を牽引する、アジアのイノベーション・ハブ」となることを実現

○ 大阪・関西に強み・ポテンシャルがあり大きな成長が期待される先端分野において、研究開発・産業の集積をはかり、国内外から多様で高度な人材・企業を惹きつけ、大きく育てることで、日本全国・アジア・世界へ賑わいの好循環を拡大

こうした都市像を実現するために強化する方向性は次の通りである。

○ 大阪・関西に強み・ポテンシャルのある分野のトップ層を高める「成長力強化」と、地域経済を支える中小企業などの「生産性向上・経営力強化」の双方を実現

○ 「成長を牽引する産業力強化」「成長の舞台としての都市力強化」「成長を支える基盤強化」の3つを融合し、「万博」を先導するプロジェクトとして、大阪から新しい豊かさを共創



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

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

○ 新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けている事業者の事業継続や業績回復を支援することに重きを置き、資金繰り、財務の健全化、販路の開拓、事業計画の策定・見直しなどの経営課題を抱える小規模事業者1,900者を主たる対象として経営相談支援事業を実施する。

○ 地域活性化事業においては、販路の拡大を志向する約23,200者を主たる対象として、展示会・商談会などを通じて商談機会を提供するとともに、セミナー・交流会などを通じて市場動向などの情報を提供する。また、成長分野への参入や新しいビジネスの展開などを志向する約2,100者を主たる対象として、セミナー・交流会での関連情報の提供や他企業とのマッチングなどを行う。このほか、人手不足などへの対応や業務効率化などに当面する約1,500者を主たる対象として、人材の確保・活用やIT利活用などによる生産性向上のための支援事業を実施する。加えて、新しい生活様式への対応や集客力の向上などを志向する商店街など約90カ所を対象に、活性化（にぎわい創出）の支援を行う。

(4) 事業の目標

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

<経営力の強化> 大阪市内に設置している5支部ならびに本部経営相談室の経営指導員が地域に密着して経営課題の解決や経営力の強化に向けた個社支援（経営相談支援事業）を行う。特に、コロナ禍によって事業活動に甚大かつ深刻な影響を受けている事業者の事業継続や業績回復に向けた支援に注力する。より高度かつ専門的な経営課題の解決にあたっては、経営指導員が専門家とともに伴走型支援を行うほか、専門家の窓口相談や訪問派遣などを実施する（専門相談支援事業）。さらに、税務・会計や人事・労務、企業法務、販路開拓、金融などの経営実務や産業・経済の動向に関するセミナー・講習会などを開催し、経営力の強化に向けた集団指導を行う。

<販路の拡大> コロナ禍で売上が減少している事業者の販路拡大による業績回復を支援することに重きを置き、大手流通業との商談会や多業種型総合展示商談会、地元製品の体験型販売促進イベントなどを開催し、効率的かつ効果的な商談機会を提供する。また、世界的なコロナ禍なれどもビジネスのグローバル化の大きな潮流には変わりはなく、引き続き海外企業とのビジネスマッチング事業、海外市場の開拓などに関する情報提供や相談事業を実施する。加えて、D2C（Direct to Consumer）やクラウドファンディングなどの手法の活用、商品のデザイン力強化やブランディング、観光産業の商談会への出展などによるビジネスの拡大を促進する。

<商店街の活性化と地域のにぎわい創出> 商店街では、新型コロナウイルスの感染拡大による外出の自粛やインバウンド客の消失などで大きなダメージを受けるとともに、安心・安全に人びとが集い、買い物ができるような対策・環境整備が課題となっている。ついては、新しい生活様式に適応した商店街づくりを促進し、個店や地域に活力を取り戻せるよう集客・販売促進のためのイベント開催を協働・支援する。

<新ビジネスの創出> 「2025大阪・関西万博」の開催とその後の地域経済の成長をめざして、また、スタートアップ・エコシステムのグローバル拠点都市として、新ビジネスの創出・育成を図る。さらに、社会課題解決ビジネスに資する先端技術を活用した実証事業を支援するとともに、AI、IoT、ロボティクスをはじめとする第4次産業革命技術の活用などを通じた新ビジネスの創出やライフサイエンス・ヘルスケア産業など成長分野への参入を促進する。

<ものづくりの振興> 研究機関の技術シーズの活用などを促進し、高機能、高性能、高付加価値の製品づくりに向けた技術革新を支援する。また、大企業と中小企業・小規模事業者の連携による技術開発や製品化・事業化（オープンイノベーション）を支援するためのマッチング事業を実施する。さらに、管内に集積する金属

加工・機械関連の中小ものづくり企業同士のネットワークの拡充や取引拡大のための交流会、域外企業からの受注に関する商談会などを開催する。コロナ禍で取引が消失したり、営業活動が停滞したりしている中小ものづくり企業も多く、PRツールとしての動画の制作などを通じて取引の拡大を支援する。

<生産性の向上> 中小企業・小規模事業者においては、人手不足や経営者・従業員の高齢化、低い収益性などから生産性の向上や業務の効率化が課題となっている中、今般のコロナ禍で非対面・非接触のビジネスへの転換やテレワークの導入も求められるようになった。こうした課題の解決に向けてITの導入・利活用を促進（DX：デジタル・トランスフォーメーションへ対応）するため、経営指導員の個別ヒアリングによる動機づけや専門家による導入サポート・相談事業、セミナーなどを実施する。また、産業別のアプローチとして、製造業には現場カイゼンやITの利活用などを、商業・サービス業にはサービス提供のプロセス改善やバックオフィスの効率化などを通じた生産性向上を支援する。

<人材の確保> 中小企業・小規模事業者にとって人材の確保は最重要課題の一つである。その一方で、コロナの影響による解雇や雇い止め、採用抑制など、就労状況の悪化が顕著になっている。ついては、中小企業・小規模事業者を対象に、新規卒業者・若手人材や外国人留学生の採用、女性労働力の育成・活躍・定着、高齢者の活用、障がい者の雇用促進などに関するセミナーや情報交換会などを実施することにより、人材の確保を支援し、就労を促進する。

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

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

<事業の実施により期待される効果>

新型コロナウイルス感染拡大によって影響を受けている小規模事業者などの事業継続や業績回復、小規模事業者個々の生産性向上、事業継続力強化を含めた経営改善、成長分野への進出や販路拡大などによる企業成長、円滑な事業継承など。さらに、これらの総和としての大阪市域の経済力（産業力）の強化、都市魅力の向上など。

<実施しなかった場合の影響>

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

I 経営相談支援事業				
支援メニューの件数				
事業所カルテ・サービス提案	1,900 事業所	支援機関等へのつなぎ	10 支援	
金融支援（紹介型）	40 支援	金融支援（経営指導型）	740 支援	
マル経融資等の返済条件緩和支援	5 事業所	資金繰り計画作成支援	275 事業所	
記帳支援	5 事業所	労務支援	5 支援	
人材育成計画作成支援	0 事業所	マーケティング力向上支援	10 事業所	
販路開拓支援	110 支援	事業計画作成支援	920 支援	
創業支援	5 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	20 事業所	
コスト削減計画作成支援	5 事業所	財務分析支援	445 事業所	
5S支援	0 事業所	IT化支援	10 事業所	
債権保全計画作成支援	0 事業所	事業承継支援	40 事業所	
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援	420 事業所	
結果報告	1,900 事業所			
件数設定の根拠及びその実現に向けた取り組み				
前年度支援企業数	1,900			
<p><件数設定の根拠> 過去2カ年度の実績（平成30年度2,079事業所、平成31（令和元）年度2,189事業所）と令和2年度の間接状況（12月末時点の経営相談支援企業数は1,718事業所で、これまでの1～3月の推移からして最終的には1,900事業所に達する見込み）を勘案して設定した。</p> <p><実現に向けた取り組み> 大阪市内に設置している5支部を基点として地域事業者者に密着した経営相談支援を行う。特に、新型コロナウイルスの感染拡大によって甚大な影響を受けている中小企業・小規模事業者の事業継続、業績回復を最優先課題とし、資金繰り計画や事業計画の作成、資金調達（金融）、販路拡大などの支援を中心に注力する。また、過去の支援先へのフォローアップを行い、経営力強化に向けた新たな課題の洗い出しやその解決を支援する。</p>				
事業所支援の実施方法（専門家や各種支援機関、支援制度の活用など）				
<p>経営指導員が窓口や巡回訪問などにより事業者の相談に対応し、課題の分析を行う。高度に専門的な課題については、専門相談や専門家派遣（エキスパートバンク事業など）と連携して課題解決支援にあたる。特に金融相談については、日本政策金融公庫や民間金融機関などと緊密に連携するとともに、国や大阪府などの施策（特に新型コロナウイルス感染拡大への対応に係る諸施策）を活用を図りながら事業者ニーズに対応する。</p>				
II 専門相談支援事業				
事業名	新規/継続	指標	目標数値	事業概要
専門相談□(窓口)	継続	相談件数	1日1件以上	法律、労務、税務、IT、経営革新・創業、ものづくり・技術、営業・マーケティングの課題解決のための専門相談窓口を設置する。(支援日数838日)
専門相談□(派遣)	継続	派遣回数	350回	事業者の相談ニーズにあわせた専門家を調整し、事業所に派遣して課題解決に対応する（エキスパートバンク事業）。(支援日数350日)
支部専門相談(派遣)	継続	相談件数	1日1件以上	支部管内の事業者が当面する税務に関する課題の解決を図るため、専門家（税理士）を派遣する。(支援日数72日)
決算申告指導	継続	相談件数	1日1件以上	申告時期に5支部において専門家（税理士）による相談窓口を設置し、円滑かつ適正に申告ができるよう支援する。(支援日数64日)
事業実施のポイント・期待される効果				
<p><事業実施のポイント> 弁護士、社会保険労務士、税理士、中小企業診断士、ITコーディネーターなどへ相談員を委嘱し、事業者の専門的な経営課題に対応する。中小企業振興部経営相談室内に相談窓口を設置し、面談・電話のほか、必要に応じて事業所などに赴いて指導する。また、経営指導員と連携して経営課題の解決を支援する。令和3年度は、前年度に続き中小企業・小規模事業者の生産性向上のためITツール導入支援を積極的に実施するほか、経営革新専門相談や専門家派遣にて事業再構築（新分野展開、事業・業種転換など）を支援する。</p> <p><期待される効果> 高度な経営課題に対して専門的見地からアドバイスすることによって、課題解決への道筋が明確になり、経営改善に役立つことが期待できる。</p>				

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				57,832,987
1	○	あべの天王寺・サマーキャンパス	標記地域事業者を対象としたオンラインイベント(講座やワークショップなど)を実施するとともに、リアルイベント(スタンプラリーなど)を開催し、商店街・商業施設とその個店などの集客・販売促進を支援する。	11,110,000
2	○	中小企業のためのデザイン活用促進事業	中小企業・小規模事業者の商品デザインやブランディングについての意識啓発、デザイン力の強化を行い、「売れる商品」の開発を支援する。	5,171,200
3	○	開業サポート事業	創業希望者向けセミナーや、創業手法を具体的に学ぶ集中講座を開催し、創業マインドの向上を図るのに加え、レベルの高いビジネスプランの作成と創業支援を通じて、大阪での創業を促進する。	3,875,000
4	○	BCP支援事業	セミナーやワークショップを通じて中小企業にBCP策定やサイバーセキュリティ対策に関するノウハウを獲得してもらう。	3,272,400
5	○	商業・サービス業の生産性向上支援事業	大阪経済を支える中小企業(商業・サービス業)が、コロナ禍の厳しい環境の中、また「大阪・関西万博」に向けて、事業を維持・継続していくために業務内容の見直し、生産性向上を図るためのセミナーを開催する。	1,212,000
6		中小企業の体質改善強化支援事業	大阪市内5支部と本部において、中小企業・小規模事業者の経営改善・企業体質の強化を目的とした経営実務に関する各種講習会を開催する。	11,534,200
7		業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業	小規模事業者に対し、売上向上や間接業務の効率化に役立つビジネスアプリやクラウドサービス等のITツールの導入を支援し、業務効率化と生産性向上を実現する。	7,575,000
8		西部エリア Amon(えーもん)市	商店街と、個店(チャレンジショップ/近隣店舗)、近隣小型スーパーなどが、共同での販促活動やイベントを通じて、ワンストップショッピングゾーンとしての近隣徒歩圏住民からの認知を得る。	3,282,500

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
9		モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』	動画を活用して自社技術などを効果的にPRし、販路拡大・採用・技術継承などに役立てる方法を学ぶセミナーや、動画制作実践の交流会を開催し、中小製造業者が非対面の時代に適応できるよう支援する。	3,030,000
10		インバウンドによる買い物消費支援事業	民泊など、宿泊施設に訪れている外国人観光客をその周辺の各商店街、個々の店舗に誘導するツールを提供し、外国人観光客の来街者数(来店者数)の増加をめざす。	2,518,687
11		ミナミ再活性化事業	新型コロナウイルスの感染拡大により多大なダメージを被ったミナミエリアの再活性化を目指し、ミナミの街の魅力を積極的に発信し、地元団体の取り組みを支援する。	2,020,000
12		「逸品マルシェ」販売促進支援事業	魅力ある商品・サービスを有する中小・小規模事業者や小物・雑貨などのクリエイターによる展示・販売、ワークショップなどのイベントを実施する。加えて出店効果を高めるための販売促進セミナーを開催する。	1,717,000
13		大阪市東部商店街にぎわい創出事業	東成区の今里新道筋商店街振興組合など6商店街・商店会の独自企画と連動してにぎわい創出のイベントを実施し、商店街単独で新たなイベントが実施できるような体制を構築する。	1,515,000
(2) 広域事業				270,602,824
14	○	海外市場開拓支援事業	海外進出先(貿易・投資・技術提携など)の市場動向やFTA/EPA活用などに関する情報を提供するほか、海外渡航(ミッション派遣)や海外バイヤー・企業との個別商談会などを通じて販路開拓を支援する。	46,056,000
15	○	地域金融支援ネットワーク推進事業	大阪府、大阪信用保証協会、金融機関、日本政策金融公庫が参画する地域金融支援ネットワークの活動として、大阪府の金融施策普及と中小企業、創業希望者の支援強化を目的に、セミナーや交流会などを実施する。	18,786,000
16	○	MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム	技術ニーズマッチングと技術シーズ商談会、オープンイノベーションに関する機運を醸成するキックオフセミナーの開催などを通して大企業と中小企業の連携による技術開発や製品化・事業化を支援する。	17,225,209

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
17	○	中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業	新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に、人材確保・定着のためのノウハウ・手段や事例を学んでもらうセミナーや情報交換会、大学等と企業との就職情報交換会を開催する。	10,302,000
18	○	中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流	大阪産業技術研究所や大学の研究成果、技術シーズの発表会や交流会などを開催し、中小製造業者がそれらを活用して高付加価値製品を開発することや技術力を向上させることなどを支援する。	6,060,000
19	○	大阪・関西IoT活用推進フォーラム ～先端技術を活用したビジネス変革～	中小企業におけるIoTの導入・活用を推進するため、施策や先進事例、活用できるツールなどに関して情報提供を行うとともに、効率化につながる具体的な取り組みを支援する。	6,060,000
20	○	大阪クリエイティブフェア	大阪に縁のあるプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨などの製造者・卸売業者・小売業者などによるデザインや感性の優れた製品・商品の展示販売会を開催する。	5,959,000
21	○	成長企業のための新戦力(女性)発掘・定着支援事業	生産年齢人口が減少するなか、企業活力の増進に不可欠な人材力を強化するため、女性労働力の育成を行う。特に在職中の女性の活躍や定着を通して、人材育成の余力がない中小企業の経営力強化を支援する。	4,848,000
22	○	環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー	中小企業が対象となる環境関連法令や、省エネ・新エネなどへの取り組みに資する情報を提供し、法令順守や環境経営の推進を通じた経営改善や新事業展開などへの取り組みを支援する。	4,545,000
23	○	医療機器等産業事業化促進事業	医療・健康関連産業に参入しようとする製造業・IT企業などを対象に支援セミナーを実施するとともに、医療機器分野などを対象とした商談PR動画作成と販路開拓を支援する。	3,434,000
24	○	第4次産業革命分野における新規事業創出促進事業	大阪府内の中小企業が第4次産業革命技術(IoT、ビッグデータ、AI、ロボットなど)の活用を行い、イノベーションを促進することで、大阪産業の付加価値向上をめざす。	2,828,000
25	○	中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業	高年齢者の継続雇用を円滑に行い、戦力として活用するための方策などに関するセミナーを開催する。	2,626,000

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
26	○	新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援	先端技術を活用した社会課題解決ビジネスの創出に不可欠な、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスの重要性を解説するとともに、大阪における実証支援の取り組みをPRし、同ビジネスの創出につなげる。	2,020,000
27	○	中小企業のための外国人留学生採用支援事業	人材不足への対応をはじめ、海外展開やインバウンドビジネス強化などにもない、外国人留学生の採用に関心をもつ中小企業を支援するための事業を展開する。	1,818,000
28	○	スタートアップ・エコシステムの構築支援事業	スタートアップ・エコシステムの構築を促進するため、株式上場(IPO)への具体的なステップや支援策の情報を提供するとともに、IPOを果たしたスタートアップの体験談を通じ、IPO予備軍のすそ野を広げる。	1,616,000
29	○	クラウドファンディング活用サポート事業	クラウドファンディングを活用するために必要な基本情報を提供するセミナーと、プロジェクト起案に向けて具体的なアドバイスを行う個別相談を実施する。	1,232,200
30	○	経営革新支援事業	「経営革新計画」の概要やメリット、手続きについての解説や先進事例を紹介するセミナーを開催し、同計画に取り組む企業を増やすとともに新規事業の立ち上げを支援する。	1,010,000
31	○	D2C導入促進セミナー	D2C(direct to consumer)の取組・概念や事例紹介を行うことで中小企業のD2Cビジネス創出を支援する。	606,000
32	○	コロナ禍における緊急雇用対策事業	人材確保に困難を感じている中小企業・小規模事業者、人材確保や定着に関する知識やノウハウを提供するとともに、「大阪府雇用促進支援金」を紹介するセミナーを実施する。	404,000
33	○	障がい者の雇用促進事業	障がい者雇用に取り組もうとする中小企業に支援制度や事例を紹介するセミナーを実施する。	303,000
34		中小企業のためのビジネス講演会	中小企業が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに資するテーマに焦点を当てた講演会を開催し、時宜に適した情報を提供する。	35,602,500

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
35		大阪勧業展	出展経験の少ない大阪府内の中小企業を中心とした多業種型の総合展示商談会を開催する。	34,255,590
36		大手流通業等への販路開拓支援事業	大手流通業への販路開拓・拡大を切望する中堅・中小・零細の製造・卸売業を支援する商談会(大規模型および個別)を実施する。	14,907,600
37		小規模事業再生サポートセンター事業	中小企業・小規模事業者を対象に、資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営安定化、さらには整理・清算のための支援などを行う。	11,930,625
38		新しい生活様式に適應した商店街集客支援事業	感染症に對應し、新しい生活様式に適應した商店街の集客支援を行う。	10,352,500
39		販路・取引先開拓マッチング事業	販路開拓支援や仕入先紹介を希望する中小企業・小規模事業者に対し、企業や業界団体・関係機関の紹介、専門相談(営業・マーケティング)窓口と連携したアドバイスなどを行い、ビジネスマッチングを促進する。	6,060,000
40		町工場ネットワークの拡充・強化事業	機械・金属加工関連の中小企業・小規模事業者を対象に、協業ネットワークの拡充・強化を図る交流会や課題解決のセミナー・意見交換会などを開催するほか、受発注商談会やPR動画作成を通じて取引拡大を支援する。	5,757,000
41		生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業	中小企業・小規模事業者の生産性向上や販路開拓に有用なITツールやシステムに関する情報を提供し、その具体的な導入や利活用を促進・支援する。	3,999,600
42		大阪ファッション産業振興フォーラム	AIやIoT、機能性素材など、ファッション産業と他分野との連携の場を提供し、新たなファッション製品や独創的なファッションビジネスの創出を支援する。加えて、目まぐるしく動く最新情報や事例を紹介する。	3,484,500
43		中小ものづくり企業の生産性向上支援事業	中小ものづくり企業などを対象に、現場改善やIT利活用のノウハウを提供し、生産性の向上などを支援する。	3,333,000

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
44		専門家連携型経営相談 交流会	事業者の課題解決に資する専門家制度の利用促進を図るため、制度の紹介、専門家による自己アピールなどを含めた専門家との相談会を開催する。	1,666,500
45		ファッショントレンドセミナー	ファッショントレンドを中心に、業界の市場動向を解説し、商品開発や販売促進に役立つ情報を提供する。	1,212,000
46		観光産業への新規参入・販路拡大支援	「ツーリズムEXPOジャパン2021大阪・関西」に構えた特別ブースへの出展を通じて国内外に向けた新たな販路拡大の機会やニューノーマル時代の観光産業への新規参入を支援する。	303,000
うち府施策連携事業				162,379,009

事業名		あべの天王寺・サマーキャンパス		事業番号	I	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	8	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	標記地域事業者を対象としたオンラインイベント（講座やワークショップなど）を実施するとともに、リアルイベント（スタンプラリーなど）を開催し、商店街・商業施設とその個店などの集客・販売促進を支援する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	天王寺駅を中心とした繁華街は近年目を見張る活性化を遂げつつあるが、コロナ禍により当地域も大きな打撃を受けた。イベントはなくなり、外国人観光客が町から消え、先行きは不透明である。今後は、急速に普及が進むオンラインビジネスに臆することなくチャレンジし、習熟し、実店舗への来客と併用してビジネスを確立することが時代の要請でもある。ビジネスのオンライン化とともにそれに付随するデジタル化やクリエイティブの活用を進め、従来の顧客に加え、新規顧客開拓につなげる。オンライン化を2020年度から取り組み始めたが、そのために必要な知識・ノウハウなどを学ぶ機会を設けた上で、オンラインイベントを企画し、参加を奨励する。オンラインだけでは当地域の賑わい不足は否めないため、連動してリアルイベント（スタンプラリーなど）を開催し、商店街・商店会や商業施設とそれらの入居店舗等の集客・販売促進を支援する。リアルとオンラインを活用して賑わいを創出することで、当地域（阿倍野・天王寺）を“キタ”や“ミナミ”に比肩するエリアとすべく、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・天王寺を中心とした大阪市内の中小・小規模事業者（大阪府内事業者も対象） ②南支部管内（阿倍野区、天王寺区、平野区、東住吉区、住吉区、住之江区）の商店街・商店会、商業施設のテナント会などの団体						
	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（以下、サマキャン）」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、大阪商工会議所がハブとなり、商業施設、商店街、個店、公共団体、学校などの関係企業・団体の協力を得て2014年度から実施してきた。2020年度は新型コロナウイルスの影響を受けて事業の見直しを行い、オンライン上で実施する「おおさかまるごとオンラインキャンパス」としてリニューアルした。「オンラインミーティング活用セミナー」は当初想定を上回る申し込みがあり参加者数は延べ272名に上り、「オンライン体験プログラム」にも40社超が参加するなど、オンライン活用に対する事業者の関心は高い。その一方で、地元事業者からサマキャンのようなリアルのイベントを実施してほしいという要望も受けている。						
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	2020年度の実施状況（新型コロナウイルスの影響により「おおさかまるごとオンラインキャンパス」として実施。 オンライン体験プログラム<販路開拓> 参加事業者数 41社 オンライン謎解きクイズラリー<販路開拓> 参加団体 11団体 オンラインミーティング活用セミナー<人材育成型> 延べ受講者数 272名						
	反省点	2020年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止に配慮し、オンラインでイベントを実施したため、例年大勢を集客するリアルのイベント（ステージプログラム、抽選会など）を開催してきた「サマキャン」と比べ、実店舗の集客や販売促進につなげることが難しかった。次年度は、オンラインに加えて、リアルでも密を生み出さない形のイベントを企画・実施する。						
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	I. あべの天王寺・サマーキャンパス<販路開拓型、支援企業数84社・8団体> 1.開催期間：2021年8～9月（Webサイト公開：7月） 2.主な実施内容						
	人材交流型	(1) オンラインイベント：南支部管内を中心とする地域の事業者がオンライン上で実施する、一般顧客を対象としたイベント（講座、ワークショップなど） (2) リアルイベント：あべの天王寺エリアの商店街・商店会や商業施設とそれらに入居する店舗などの集客・販売促進につながるイベント（スタンプラリーなど） (3) その他：①一般顧客を誘引するための仕掛けとして、上記(1)・(2)の参加者を対象に抽選で景品を提供する。②オンラインとリアルで相互にイベントの告知を行う。						
	○ 販路開拓型	II. オンラインミーティング活用セミナー<人材育成型、支援企業数140社> 1. 開催期間：2021年5～6月 2. 主な実施内容						
	ハズレ型	オンラインイベントを実施する上で必要な知識・ノウハウについて学ぶ、レベル別、テーマ別（5パターン程度）の異なるセミナーを（各2回程度）開催する。なお、受講した事業者には、本セミナーで学んだことを実践する場として、あべの天王寺・サマーキャンパスでのオンラインイベント実施を勧める。						
	独自提案型							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
	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				商業	
	(a)大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会（ODCC）と協働して実施する（①リアルイベントの企画・実施、②オンラインミーティング活用セミナーの企画・調整等について協力を得る）。 (c)区役所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。							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 232 社・団体	これまでに本事業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(代表的な指標)	指標	事業に参加して役にたった(集客、販売促進、新規顧客開拓、PRにつながった)、セミナーに参加して役に立った(ビジネスに活用したい、リテラシー向上につなげたい、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 ×	84	社 ×	1.00	=	4,242,000	円
		50,500	円 ×	8	団体 ×	10.00	=	4,040,000	円
		20,200	円 ×	140	社 ×	1.00	=	2,828,000	円
		合計			232	社	(小計)		11,110,000
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)									
							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					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 84 社	<販路開拓型> これまでに本事業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	地域の事業者、ならびに商店街・商店会や商業施設とその店舗などの集客、販売促進、新規顧客開拓、PRにつながる。		
	指標	事業に参加して役に立った（集客、販売促進、新規顧客開拓、PRにつながった）と回答した割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8 団体	<販路開拓型> これまでに本事業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	地域の事業者、ならびに商店街・商店会や商業施設とその店舗などの集客、販売促進、新規顧客開拓、PRにつながる。		
	指標	事業に参加して役に立った（集客、販売促進、新規顧客開拓、PRにつながった）と回答した割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 140 社	<人材育成型> これまでに本事業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	セミナー参加を通じて、オンラインミーティングツール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	セミナーに参加して役に立った（ビジネスに活用したい、リテラシー向上につなげたい、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⇒			

【備考】

事業名		中小企業のためのデザイン活用促進事業	事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～ 年度まで	4	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者の商品デザインやブランディングについての意識啓発、デザイン力の強化を行い、「売れる商品」の開発を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	優れた技術の活かし、アイデア・企画を立案、売り方・展開の転換で、売れる自社ブランド商品を開発し、下請けから脱却し、ブランド力強化を実現した中小企業・小規模事業者の実例を取り上げ、「デザイン」を切り口に、その活用の方向性や可能性にかかる「気づき」を与え、自社ブランドの新商品開発を支援することを目的とする。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「自社商品・サービスの企画開発に際して、デザイン活用に関心があるがその方法が分からない」「ブランド構築による経営の安定化や成長のために何らかのヒントをつかみたい」などと考えている中小企業・小規模事業者・スタートアップ				
	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で、大企業からの発注が減少し、既存のマーケットが縮小する中、中小企業、小規模事業者にとっては、コロナ禍でも業績を伸ばしている市場への転換、これまでの商品やデジタル化による販売方法の見直しなど事業再構築を行わないと生き残れない状況である。このような状況下で、企業経営に問題意識を持った企業からは、新商品開発や販売促進のニーズが高い。こうした企業に対し、「デザイン」を切り口に、既存技術の転用や新展開の方向性や可能性に気づく「ヒント」を与え、新商品開発を支援する。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>「大商デザイン活用研究会」 【2019年度】 <第1回>9月12日(木) 53社(支援企業数) / OI DC個別デザイン相談: 9社 <第2回>10月4日(金) 35社 / OI DC個別デザイン相談: 3社 <第3回>11月1日(金) 43社 <第4回>12月6日(金) 41社 / OI DC個別デザイン相談: 3社</p> <p>【2020年度】 <第1回>9月25日(金) 35社(支援企業数) / OI DC個別デザイン相談: 6社 <第2回>10月23日(金) 30社 / OI DC個別デザイン相談: 3社 <第3回>11月20日(金) 42社 / OI DC個別デザイン相談: 9社 <第4回>12月15日(火) 22社 / OI DC個別デザイン相談: 4社 ※2020年度のデザイン相談実施企業22社のうち、2社が相談を継続中。</p>				
	反省点	今年度は、参加者の模範となるような魅力的な講師の招へいや、研究会内容の一層のブラッシュアップなどを通じ、新規の参加者を掘り起こすとともに、満足度の高い研究会をめざす。また、研究会の参加者から新商品開発に取り組む企業を輩出することを目的に、これまでのアイデア出しまでのノウハウを、一歩進んで、自社のケースに落とし込めるよう、自社分析を主としたワークショップを新設し、参加者の新商品・サービス企画、コロナ禍での新しい販売方法などの立案を支援する。				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○をつけてどこで何をどのようにするのかを明確に)	人材育成型	<p>「大商デザイン活用研究会」 【時期】2021年9月頃～12月頃(4回程度) 【時間】3時間程度 【方法】集合形式もしくはオンライン形式 【テーマ・内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第1回 金谷コーディネータによる講義とワークショップ <ul style="list-style-type: none"> ・売れる商品を作り出す重要性、技術・意匠・販路の3軸での考え方、成功事例の紹介 ・ワークショップ、コーディネーターによるまとめ ・大阪府産業デザインセンター(OI DC)の事業紹介 ・第2回、第3回 講師招聘とアイデア出しのワークショップ <ul style="list-style-type: none"> ・成功事例を持つ中小企業者・小規模事業者(製造・サービス・小売など幅広い業種)をゲストに招聘し講演を聞く(ゲスト講師の講演は、オンライン中継になる場合もある) ・4人1グループでのワークショップを開催し、新商品開発へのヒントを学ぶ。 (コーディネーターの出す課題について、ワークシートに基づいたグループ間の意見交換を通じデザイン活用による新商品開発についてアイデアを出し合い共有) ・コーディネーターによるまとめ、大阪府産業デザインセンター(OI DC)の事業紹介 ・第4回 自社分析のワークショップ <ul style="list-style-type: none"> ・アイデア出しから一歩進んだ、自社分析を行うワークショップ、他社の自社分析の事例紹介 ・大阪府産業デザインセンター(OI DC)の事業紹介 <p>【講師・コーディネーター】有限会社セメントプロデュースデザイン代表取締役 金谷勉氏 【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎回、大阪府産業デザインセンター(OI DC)の個別デザイン相談を開催し、希望者をOI DCにつなぐことで、大阪府の施策と連携する。 ・毎回、大阪府産業デザインセンター(OI DC)から施策説明を行う。 ・本研究会は初級レベルではあるが、より高度なOI DC主催のセミナーや講座、大阪府の施策につなげることで、事業者の具体的な新商品開発への道筋をつける。 				
	○ 人材交流型					
	販路開拓型					
	ハンズオン型					
	独自提案型					

事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	○ (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	
	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		販路開拓	
(a)本事業は大阪府産業デザインセンター（OIDC）と連携して実施する。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 128 社	回ごとにテーマを設定し、それぞれ32社×4回程度=128社 [募集方法] 大商ニュース封入や各種セミナー・講演会等の資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、大阪府産業デザインセンター（OIDC）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。		
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	新商品の開発・販売に向け、「デザイン活用」について知識を深めるとともに、その方向性や可能性へのヒントをつかみ、デザイン性に優れた商品の企画・開発および販売促進を通じた経営改善に向けた意識の啓発を図る。			
	指標	研究会で得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つと回答した割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費
		40,400 円 ×	128 社 ×	1.0	5,171,200 円
		合計	128 社	(小計)	5,171,200 円
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）			
				計	5,171,200 円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)					
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等		
	②受益者負担	円	負担金の積算		
	○ (a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)		
	5,171,200 円 ×	1.00	=	5,171,200 円 (円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割 (配分の考え方)	
			円		
			円		
			円		
			円		

【備考】

事業名		開業サポート事業		事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	7	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	創業希望者向けセミナーや、創業手法を具体的に学ぶ集中講座を開催し、創業マインドの向上を図るのに加え、レベルの高いビジネスプランの作成と創業支援を通じて、大阪での創業を促進する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	地域創業の促進と優秀なビジネスプランを持つ創業者に対する継続的な支援により、創業者を育成していくことが必要、との大阪府の考えに沿い、大阪での創業を支援するため本事業を実施する。 具体的には、①創業に関心を持つ方を対象に、創業に必要な情報を提供するセミナーや先輩創業者から体験談を話してもらう講演会を開催し、創業への取り組みを後押しする②集中講義方式の創業講座を開催し、参加者それぞれの創業準備を参加前に比べレベルアップさせる③本商工会議所に寄せられた優秀なビジネスプランに対し、大阪府の大阪起業家グローイングアップ事業「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提にハンズオン支援によるブラッシュアップを行う。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪での創業をめざすものの、ノウハウがなく具体的な進め方が分からない創業予備軍（会社員や学生などを含む）、創業予定者、創業間もないため事業経営を学びたい者、事業承継予定の者など					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	大阪商工会議所の経営相談室では年間のべ400件以上の創業相談に応じており、うち創業を具体的に考えている人から創業を間近に控えた人までが大半を占める。潜在的な創業希望者はさらに存在すると想定される。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【2020年度】 ①創業セミナーを2回開催、支援企業数109社 ②集中講座として大商開業スクール（5回コース）を開催、支援企業数30社 ③ハンズオン支援は2社実施予定					
	反省点	創業気運が高まっているのか、開業スクールは早々に定員に達するなど集客は順調であり、また、2回のセミナーから合計10人が開業スクールに参加した。来年度も同様とは限らないので、引き続き余裕をもって準備を進める。内容も講師と相談しバージョンアップを図り、受講者の満足度を高めるとともに実際の創業につながる内容となるよう努める。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	＜創業希望者向けセミナー＞ 人材育成型 創業に関心を持つ方、もしくは将来創業を考えている方に対し、創業関連情報を提供するセミナー、および先輩創業者の講演会（下記集中講座のプレセミナー）を開催し、創業に役立つ情報提供を行う。セミナーは6～7月頃、講演会は8～9月頃に集合形式もしくはオンライン形式で開催予定。					
	○ 人材交流型	＜創業支援の集中講座（5回コース）＞ 人材交流型 創業に向けて準備中の方や創業後間もない方、将来創業したいと考えているが事業運営のノウハウがない方などを対象に、創業の基礎知識の習得から、個々のビジネスプランの作成・ブラッシュアップまでを支援するとともに、講師と受講生、受講生間の交流を促進する。10～11月に集合形式もしくはオンライン形式で開催予定。					
	販路開拓型	個別の相談には、創業の専門相談窓口と連携して対応し、融資希望の案件は府制度融資「開業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」などの公的融資につなぐ。 セミナー、集中講座とも、募集期間を十分確保するとともに、創業の専門相談窓口利用者に参加勧奨するなどし、集客に努める。 ＜大阪府グローイングアップ事業「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提とした個別支援＞ハンズオン型					
	○ ハンズオン型	本商工会議所の創業相談や経営相談利用者、集中講座受講生などの優秀なビジネスプランに対し、大阪府のグローイングアップ事業「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提に、さらなるブラッシュアップを図るためハンズオン支援を行う。 具体的には、専門相談などで専門家の指導を受けつつ、経営指導員の伴走支援により事業計画に磨きをかける。また、コンテストの求める基準に応じた資料作成支援やプレゼンテーション指導も必要に応じて行う。					
	独自提案型	創業希望者の相談や支援希望は年間を通してあるため、インターネットや連携機関などを活用してタイムリーに情報発信する。情報を希望する方には継続的にメール配信などを行い、セミナー、集中講座、個別支援、融資紹介、創業へと、それぞれの段階に応じた伴走型支援を実施する。					
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
	商-13		起業家の育成、創業の促進				創業・経営革新
	(a)大阪府商業・サービス産業課新事業創造グループと連携し、「大阪起業家グローイングアップ事業」の推薦機関として事業ホームページや大阪府のメールマガジンの活用をはじめ、金融機関などとの地域金融支援ネットワークを通じて、広く府内へ事業をPRする。融資面では府制度融資「開業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」など公的融資へつなぐ。優秀なビジネスプランについては「大阪起業家グローイングアップ事業」への推薦を前提に、さらなるブラッシュアップを図る個別支援を実施する。 (c)大阪市の創業支援等事業計画に参画して、大商開業スクールを特定創業支援等事業として実施し、大阪市のメール配信などで事業PR協力を受ける。 (d)本事業参加中あるいは参加後の創業の個別相談に対応することで、相談事業と連携する。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 132 社	①セミナー100社、②集中講座30社、③ハンズオン支援2社 [募集方法] 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得るとともにモチベーションが高まる。また、具体的な創業準備として集中講座への参加を通じ、創業に関する知識や理解が深まり、事業計画が参加前よりレベルアップする。優秀なプランに対し個別支援によりブラッシュアップを図る。						
	指標	セミナーで役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80%				
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 社 ×	1.0	=	2,020,000 円		
		40,400 円 ×	30 社 ×	1.5	=	1,818,000 円		
		101,000 円 ×	2 社 ×	1.0	=	202,000 円		
		合計	132 社	(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%)						計	4,040,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
	②受益者負担	165,000 円	負担金の積算	参加費@5,500円×30人				
	○ (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 ×	1.00	=	3,875,000 円	(165,000 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割 (配分の考え方)				
			円					
			円					
			円					
			円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 100 社	<人材育成型> 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など	
	支援対象企業の変化	セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得るとともにモチベーションが高まる。		
	指標	セミナーで役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 30 社	<人材交流型> 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など	
	支援対象企業の変化	具体的な創業準備として集中講座への参加を通じ、創業に関する知識や理解が深まり、事業計画が参加前よりレベルアップする。		
	指標	集中講座で事業計画が参加前よりレベルアップしたと回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 2 社	<ハンズオン型> 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など	
	支援対象企業の変化	優秀なプランに対し個別支援によりブラッシュアップを図られる。		
	指標	個別支援により事業計画を作成した社数	数値目標	2社
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

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

事業名		BCP支援事業		事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012	年度～	年度まで	10	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	セミナーやワークショップを通じて中小企業にBCP策定やサイバーセキュリティ対策に関するノウハウを獲得してもらう。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>2019年度版「中小企業白書」の統計によると、中小企業のBCP策定状況は16.9%であり、従業員規模が小さいほど策定割合は低い。こうした状況下で、新型コロナウイルス感染拡大は多くの中小企業の事業活動に甚大なる被害を及ぼした。近年では恒常化している大型台風などの自然災害や、新型コロナウイルスなどの新たな感染症発生のリスクを鑑みると中小企業にとってBCP策定の重要性はますます高まっている。そこで、中小企業がBCP策定の重要性を認識し、BCPの策定に積極的に取り組むためのノウハウを獲得するを目的とする。</p> <p>また、中小企業・小規模事業者を取り巻くリスクとして、サイバー攻撃の急増・巧妙化が懸念される。中小企業・小規模事業者はサイバーセキュリティへの意識や対策が十分でない場合が多く、被害に遭うと、情報漏えいによる信用失墜、業務停止による生産性低下につながる可能性がある。とりわけサプライチェーンに属する中小企業は、取引の停止、損害賠償支払いなどにより、事業継続上の重大な危機を迎えることになる。そこで、BCPという観点から、サイバー攻撃や被害の最新動向の把握、意識・知識の向上、ソリューション商材などによる対策の実践を促進することにより、事業に与える影響を最小限に止めることを目的とする。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>大阪府内の中小企業・小規模事業者</p> <p>※特に、BCP策定、災害対策、サイバーセキュリティについて関心のある事業者（経営者、情報システム担当者、危機管理担当者、コンプライアンス担当者）</p>					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>2019年度版「中小企業白書」によると、BCPを策定していなくても、災害による自社への影響を検討したことがある企業が55.1%、他社への影響を検討したことがある企業は36.5%と、具体的な方策の策定には至っていないが、被災時に備え、なんらかの対策の必要性を認識している企業は相当数存在している。コロナ禍の中でさらなるニーズ拡大が想定される。</p> <p>また、五輪や万博など世界的イベントに向け、サイバー攻撃の増加・巧妙化が懸念される。大阪商工会議所による2017年の調査によると、サイバーセキュリティ対策が進んでいないと回答した中小企業は68%にのぼる。また、2018年度に行った本商工会議所と神戸大学の共同調査では、大阪府内の小企業30社中30社全てでサイバー攻撃が観測された。サプライチェーンの頂点に位置する大企業・中堅企業を対象とした2018年度のアンケートでは、取引先中小企業がサイバー攻撃を受け、その被害が自社（大企業）に及んだ場合に「損害賠償請求を検討する」と回答した企業が118社中55社(47%)、「取引停止」と回答した企業が同35社(29%)あるなど、もし中小企業・小規模事業者がサイバー攻撃を受けると事業継続ができなくなるケースも十分発生しうる。これら事業者向けの意識・知識をさらに高める場、具体的な行動を促進する簡便・安価なソリューション商材の情報提供の場、情報システム担当者同士の情報交換の場などが求められている。</p>					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>○2019年度</p> <p>「サイバーリスクと情報セキュリティ対策セミナー」支援企業数39.5社</p> <p>「中小企業におけるBCP策定の推進に向けて」同49社</p> <p>「情報セキュリティ上やっちはイケナイをやってみよう！」同163社</p> <p>○2020年</p> <p>「セミナー自然災害・感染症対策に強い企業・お店がやっていること」同32社</p> <p>「実践に学ぶ！BCP計画策定ワークショップ」同19社</p> <p>「中小企業が事業を続けていくために考えるサイバーセキュリティ」61.5社</p>					
	反省点	<p>○BCP策定のセミナーについて、コロナ禍の状況もありYouTubeでの動画配信を行ったが目標支援社数に届かなかった。感染症対策のための動画セミナーであることを対象事業者に強くアピールできなかった。</p> <p>○サイバーセキュリティのセミナーについて、コロナ禍により今までの手法での開催が難しくなり、新しい手法（集合形式・オンライン併用）にてセミナーを開催したが、手探り状態であったため、2021年度は「新しい生活様式」を想定した情報提供ならびに手法（集合形式、オンライン）にて開催する。</p>					

具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○	人材育成型	1. BCP策定支援 ①中小・小規模企業向けにBCP策定セミナー（人材育成型） 内容：全国及び大阪市の新型コロナウイルスによる被害状況の統計を発表。BCP策定の重要性を再認識してもらう。これらを外部機関との共催を含め、原則として集合形式で実施計画であるが、新型コロナウイルスの感染拡大状況によってはオンライン形式に変更する。 (開催予定)「新型コロナウイルスによって受けて被害状況とBCP策定の重要性について」(6月頃)								
	○	人材交流型	②中小・小規模企業向けにBCP策定ワークショップ（人材交流型） 内容：外部機関と共催し、BCP策定について関心が強い企業を対象に、少人数方式の集合型でのグループワークを中心に、疑問点を確認・意見交換しながら、実際の策定の基礎ノウハウを獲得してもらう。なお、原則は1回の開催計画であるが、新型コロナウイルスの感染拡大状況によっては参加事業者数を絞り、複数回実施する(10月頃)。								
		販路開拓型	③関連セミナーや経営相談などを通じたBCP（簡易版などを含む）、事業継続力強化計画の策定支援（ハンズオン型）								
	○	ハンズオン型	2.サイバーセキュリティ対策 企業の経営者や情報システム担当者を対象に、サイバーセキュリティー（情報セキュリティー含む）の知識や最新情報、簡便・安価な対策方法（ソリューション商材の紹介含む）などに関するセミナーを開催する。サイバーセキュリティーのみならず自然災害のリスクと対策もBCPの観点から解説する。（人材育成型）								
		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	
			商-10	BCP・BCMの普及促進				BCP			
			(a)大阪府が推薦する大阪府商工会連合会のBCP策定支援事業及びBCPガイドラインの紹介を通じて参加者にBCP策定を促す。D-FAX、メール配信、ウェブサイトへの掲載と過去の支援先への巡回による参加勧奨を通して、広く大阪府内の事業所に参加をよびかける。								
			(d)相談の内容によって、相談事業と連携する。								
主な事業の目標	総支援対象企業数		設定根拠及び募集方法⇒	BCP策定支援：人材育成型35社、人材交流型20社、ハンズオン型10社 サイバーセキュリティー対策：人材育成型37社 メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への巡回による参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。							
			102社								
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)		BCP策定支援 <人材育成型> 災害対策、BCP策定の重要性を理解できる。								
			指標	BCP策定の重要性の理解、ノウハウを獲得できたと感じた事業者の割合				数値目標	80%		
	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 ×	35	社 ×	1.00	=	707,000	円	
			40,400	円 ×	20	社 ×	1.00	=	808,000	円	
			101,000	円 ×	10	社 ×	1.00	=	1,010,000	円	
			20,200	円 ×	37	社 ×	1.00	=	747,400	円	
			合計	102	社	(小計)	3,272,400		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%)								
			計 3,272,400 円								
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)										
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等					
②受益者負担			円	負担金の積算							
○			(a)府施策連携		(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
標準事業費			補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
		3,272,400	円 ×	1.00	=	3,272,400	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						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 35 社	BCP策定支援 <人材育成型> メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への巡回による参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	災害対策、BCP策定の重要性を理解できる。		
	指標	BCP策定の重要性の理解、ノウハウを獲得できたと感じた事業者の割合	数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	BCP策定支援 <人材交流型> メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への巡回による参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	BCP策定ノウハウを獲得することができる。		
	指標	BCP策定の重要性の理解、ノウハウを獲得できたと感じた事業者の割合	数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	BCP策定支援 <ハンズオン型> メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への巡回による参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	BCPや事業継続力強化計画を策定する。		
	指標	事業者がBCP（簡易版を含む）や事業継続力強化計画を策定した件数	数値目標	100件
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 37 社	サイバーセキュリティ対策 <人材育成型> メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への巡回による参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	サイバー攻撃、セキュリティ対策の最新動向、対策の方向性、プロセスに係る意識・知識が高まる。		
	指標	サイバー攻撃、セキュリティの最新動向、対策の方向性やプロセスに係る意識・知識が高まったと回答した参加者の割合	数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

--	--

事業名		商業・サービス業の生産性向上支援事業		事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020年度～	年度まで	2	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪経済を支える中小企業（商業・サービス業）が、コロナ禍の厳しい環境の中、また「大阪・関西万博」に向けて、事業を維持・継続していくために業務内容の見直し、生産性向上を図るためのセミナーを開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪市の各種サービス業、卸・小売業は、総事業所数の約74%を占めており（平成28年度経済センサス）、地域の経済活動において重要な役割を果たしている。サービス業・卸・小売業において、事業を維持・継続していくためには、限られた経営資源を有効活用するために生産性を向上することが喫緊の課題となっている。特にサービス業も含めたあらゆる産業分野における生産性向上の必要性は「大阪の成長戦略」でも指摘されているところであり、国においても、2015年1月に「中小サービス事業者の生産性向上のためのガイドライン」が制定（2016年2月改定）され、支援の拡充が図られているところである。コロナ禍の厳しい環境の中、また、2025年の「大阪・関西万博」に向けて、大阪経済の基盤を支える中小企業が抱える課題を解決し、事業者の生産性向上を図るためのセミナーを開催する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	業務の見える化、人員の適正化、工程などの無駄・ロスなどサービス提供プロセスに問題のあるサービス産業、卸売・小売業に関連する中小企業者、小規模零細事業者など					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	新型コロナウイルス感染症により、中小企業においては厳しい環境が続くことが予想される。今後、大阪府の経済を維持・継続するためには、業務効率化、サービス提供プロセスの改善を図りながら、売上・利益を出していくことが急務となっている。 積極的にサービス提供プロセスを改善するなどの取り組みを行い、国の実施する「日本サービス大賞」に参加される事業者がいる一方、中小企業者からは自社が取り組めるサービス提供プロセスの改善方法がわからないとの声が出ており、こうした事業者に対する適切な情報提供サポートが必要とされている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2020年度（本事業開始） ①11/6 「商業・サービス業のためのIT/IoT/AI活用術」セミナー 支援企業数：31社 ②12/11 「ポストコロナ時代を歩みつづける！営業・販促のためのITツール活用術」					
	反省点	ITを活用しての生産性向上をテーマにする場合には、より業種を限定した内容で実施し、導入イメージの湧きやすい飲食店や店舗型ビジネスモデル以外の事例をたくさん紹介することが必要である。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	「生産性向上（サービス提供プロセスの改善）セミナー」の開催 中小企業（主にサービス産業、卸売・小売業）向けに、サービス提供プロセスの改善による業務効率化や売上・利益率増加などにつながる具体的手法、事例紹介についてのセミナーを大学教授やコンサルタントなどにより2回程度実施する。実施形式は、集合形式もしくはオンラインによる。 【テーマ】 業務フローの把握・分析、作業や工程等の無駄・ロスの改善、バックオフィスの効率化、業務改善提案活動、5S活動、サービス提供プロセスの見える化、人材育成 など					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズパ型						
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			
	商-15	サービス事業者の生産性向上支援		商業			
	(a) 大阪府商工労働部商業・サービス産業課と連携して実施。大阪府や自ら発信するメールマガジンなどを通じて大阪府内事業者の参加を募る。 (d) セミナー参加企業で生産性向上に関心のある企業向けに、個別の経営支援を図り、事業所カルテ化を行う。そのほか、参加者アンケートで経営上の課題などを挙げていけば、適宜相談支援事業につなぐ。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	サービス産業に関連する事業者（60社）。D-FAX、メール配信などで商工会議所会員事業所を中心に募集する。				
		60社					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	○業務効率化や売上増加に資するサービスやツールの導入、プロセスの改善などにより生産性が向上する。 ○生産性向上による経営改善に取り組む意欲が高まる。 ○生産性向上のために具体的な行動を起こす。					
	指標	生産性向上による経営改善に取り組む意欲が高まったと回答した割合			数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	60	社 ×	1.00	=	1,212,000	円		
				合計	60	社	(小計)		1,212,000	円		
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								円	
										計	1,212,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			<input type="radio"/>	(a)府施策連携		(b)広域連携		(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
1,212,000			円 ×	1.00	=	1,212,000	円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		役割 (配分の考え方)					
					円							
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業		事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	11	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪市内5支部と本部において、中小企業・小規模事業者の経営改善・企業体質の強化を目的とした経営実務に関する各種講習会を開催する。					
	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。2020年度に実施した講習会のうち「データからは見えないインバウンドの世界」「LINE公式アカウント活用セミナー」「決算書や試算表からみた銀行の上手なつきあい方」、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1,297件、複数回答）。 「販路拡大・取引先開拓」295件（22.7%） 「人事・労務・人材採用」245件（18.9%） 「助成金や施策等の活用方法」197件（15.2%） 「IT化・情報セキュリティ」195件（15.0%） 「税務・節税」138件（10.6%） 「融資制度・資金繰り」130件（10.0%） 「後継者問題・事業承継」80件（6.2%）					
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年度は講習会を110回開催し、参加者数は3,756人、支援企業数は3,468.5社、満足度は91.4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98.5%であった。 2020年9月末時点で17講座を開催し、参加者数は650人、支援企業数は572.5社、満足度は89.8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98.4%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労務管理のポイントや集客のためのLINEの活用法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。 ※<付表>テーマ例参照 ○集合形式もしくはオンラインで40回程度開催する（1回2時間程度）。 ○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。 ○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る。					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハンズオン型						
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(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	その他		
		(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。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	○支援対象企業数は例年の実績や新型コロナウイルスの影響などを勘案して設定。 ○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 (代表的な指標)	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 ×	1,142	社 ×	1.0	=	23,068,400	円			
			合計		1,142	社	(小計)		23,068,400	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%）												
									計	23,068,400	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		330,000	円	負担金の積算		参加費@5,000円×66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)		
23,068,400			円 ×	0.50	=	11,534,200		円	(330,000 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】

<付表> 事業番号6：中小企業の体質改善強化支援事業 開催テーマ例

カテゴリー	テーマ	講師
法律・法務	労働時間・賃金等トラブルに対応する法律実務	弁護士
	取引先とのトラブルを回避する契約書実務	弁護士
	トラブルを防ぐ債権管理と緊急時の回収策	弁護士
	不動産登記簿謄本を読む・活かす	司法書士
	事業リスク回避のための法律基礎知識	弁護士
	コロナ禍に伴う法務トラブル回避のポイント	弁護士
会計・経理	経営に活かす決算書の読み方	公認会計士・税理士
	決算書・キャッシュフロー分析と経営改善策	経営指導員
	経営体質強化と資金繰り改善	コンサルタント
	事業計画作成のための試算表・決算書の活かし方	税理士
	決算書の分析方法とビジネスモデルの転換策	経営指導員
人事・労務	働き方改革に対応する賃金と労務管理	社会保険労務士
	行動経済学を活用したモチベーションアップ術	大学研究者
	法改正を踏まえた社会保険基礎知識から調査対応まで	社会保険労務士
	今日から使える業務効率アップ術	コンサルタント
	労務管理『はじめが大事』こんなときどうする？	社会保険労務士
	労務トラブル事例と事前回避・解決の要点	社会保険労務士
	「ほめて伸ばす」怒る指導からのステップアップ	コンサルタント
	若手・後輩のためのモチベーションアップ講座	コンサルタント
	中小・小規模企業のための採用と人事	コンサルタント
	ポストコロナ時代の「働き方改革」と「今後の労務管理」	コンサルタント
	テレワーク・働き方改革時代の雇用管理	弁護士・中小企業診断士
	コロナ禍の中で起こる労務管理の問題点と働き方改革の実践的対策	社会保険労務士
税務	会社を守る！中小企業のための税務調査対応術	税理士
	税制改正セミナー	公認会計士・税理士
	基礎からわかる年末調整の実務講座	税理士
営業・販路開拓	見て納得 集客できるホームページの魅力づくり	コンサルタント
	新規顧客を獲得する商談のコツと営業のしくみづくり	コンサルタント
	売れる商品開発に挑戦！	コンサルタント
	初心者でもできる！動画活用	コンサルタント
	繁盛店が実践している売れる仕組み作り	コンサルタント
	商品の魅力を伝える撮影のテクニック	フォトグラファー
	キャッチコピー&セールス文章入門講座	コンサルタント
	コロナ禍でも売れる商品開発に挑戦！	コンサルタント
	HPは営業ツール！「非対面での対応」が増えている今に	コンサルタント
IT・セキュリティー	受講の瞬間から実行できる社内セキュリティ対策	コンサルタント
	HPは営業ツール！「とりあえず作った」ではもったいない	コンサルタント
	中小企業はYouTubeをどうビジネスに活かすべきか？	税理士・コンサルタント
事業戦略・その他	円滑な事業承継を進めるための講座	公認会計士・税理士
	相続・事業承継対策講座	コンサルタント
	経営計画書はなぜ絵に描いた餅になるか？組織目標を達成する方法	コンサルタント
	新事業展開を成功に導く3つのポイント	中小企業診断士
	補助金獲得テクニック	コンサルタント

事業名		業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業		事業番号	7	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	2	年目	←複数段階の実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	小規模事業者に対し、売上向上や間接業務の効率化に役立つビジネスアプリやクラウドサービス等のITツールの導入を支援し、業務効率化と生産性向上を実現する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	小規模事業者の経営者の業務負担は大きくなっており、売上向上に直接つながる業務に注力するには、「財務・会計」「給与管理・勤怠管理」「販売・仕入れ・在庫管理」といった間接業務の負担軽減が不可欠である。また昨今のコロナ禍においては、ITを活用した非対面型ビジネスモデルや販売方法への転換等も求められる。経営相談室と支部との連携により、小規模事業者などへのアプリ活用やクラウドサービス、簡易HPなどのIT導入を支援し、業務効率化と生産性向上に寄与する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	IT導入による業務の効率化、事業のデジタル化を希望する中小企業・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2018年版「小規模企業白書」によれば、「財務・会計」「給与管理・勤怠管理」「受発注」「在庫管理」「顧客管理」など5つの間接業務についていずれも未導入の事業者は42.1%にのぼる。間接業務のIT導入が進んでいる企業ほど、売上が増加傾向にある。また、今日のコロナ禍においては、顧客の消費行動が変化し、既存のビジネスのIT化など非対面ビジネスモデルへの転換が進んでおり、小規模事業者からのニーズは非常に高い。また、事業者より、本事業を無料で利用できる点も高く評価されている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【2020年度実績（10月末現在）】 ヒアリングシート回答件数：289件 指導件数：80社（延べ135回） アプリ・クラウドサービス導入件数：26社（37件）					
	反省点	一事業者に対し、年度内に5回までの支援としているため、事業者にとっては、アプリやクラウドサービスの導入まで至らなかったケース、また、支援後に更新ができていないケースもある。事業者からの要望があれば、2021年度も引き続きそれらの事業者のフォロー支援を行うとともに、成功事例を数社輩出し、モデルケースとして広く周知する。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	1. IT導入状況についてのヒアリング実施 経営指導員等が巡回や窓口相談、またセミナー開催時などを通じて、小規模事業者などに対し、ホームページの有無や間接業務におけるIT導入状況、業務上の困りごと、支援希望の有無などをシートを用いてヒアリングする。また、2020年度にヒアリングを行った企業についても、現状や課題、新たなニーズについて、ヒアリングする。					
	人材交流型						
	販路開拓型	2. 専門家によるIT導入支援 経営指導員によるヒアリングシートやその他の広報手段などにより、IT導入についての支援ニーズを集め、経営相談室内に設置した「IT・ビジネスアプリ導入サポートデスク」でそのニーズに対応する。派遣を希望する事業者に対しては、専門家が事業所に3～5回程度出向き、IT導入に向けての環境確認、優先課題の抽出、現有人材や課題などを踏まえ、最適アプリやITツールなどの選定・提案、初期設定までの支援を行う。（昨年度の支援企業であっても、新規のIT導入や継続支援を希望する場合は、支援を行う）					
	○ 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)	(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	IT・IoT	
	(d) ヒアリングシートの実施先に対し、融資や資金繰りなどの経営相談を実施し、本事業との相乗効果を狙う。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	市内5支部や経営相談室に配備された経営指導員が「IT導入ヒアリングシート」を回収(250事業者)。ヒアリングシートやその他の広報手段などで集めた支援希望事業者に対して導入支援を行う(50社)。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	ヒアリングシートでの自社の現状と課題等を踏まえ、IT導入を希望する事業者へ最適な提案をすることで、事業者は、簡易HPの立ち上げや業務効率化や販売促進に役立つビジネス用アプリやクラウドサービス導入などの実現に向けて具体的に作業に取り掛かる。					
	指標	IT導入に着手する事業者数			数値目標	50社	
その他目標値	目標値の内容⇒						

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	250	社 ×	1.0	=	5,050,000	円		
			202,000	円 ×	50	社 ×	1.0	=	10,100,000	円		
			合計		300	社	(小計)		15,150,000	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	15,150,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)		IT導入のためには専門家(ITコーディネータ)が同一事業所に3~5回は訪問・指導を行う必要があるため、ハンズオン型のサービス単価を上記の通りとする。									
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			(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)					
15,150,000			円 ×	0.50	=	7,575,000	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							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 250 社	< I T 導入状況についてのヒアリング > 市内5支部や経営相談室に配備された経営指導員が「 I T 導入ヒアリングシート」を用いて事業者との面談を行い、ニーズを掘り起こす。	
	支援対象企業の変化	自社の I T 活用状況、 I T 活用の問題点、経営課題を把握するとともに、 I T ・アプリサポートデスクの活用の動機づけとする。		
	指標	「 I T 導入ヒアリングシート」の回収数	数値目標	250枚（社）
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 50 社	< 専門家による I T 導入支援 > ヒアリングシートやその他の広報手段などで集めた支援希望事業者に対して導入支援を行う。	
	支援対象企業の変化	簡易HPの立ち上げやクラウドサービス導入など間接業務の効率化の実現に向けて着手する。		
	指標	I T 導入に着手する事業者数	数値目標	50社
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

--

事業名		西部エリア Amon (えーもん) 市		事業番号	8	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	7	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	商店街と、個店（チャレンジショップ/近隣店舗）、近隣小型スーパーなどが、共同での販促活動やイベントを通じて、ワンストップショッピングゾーンとしての近隣徒歩圏住民からの認知を得る。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>本商工会議所は過去5年間、商店街を核とした集客・認知度アップイベントの支援、周辺店舗と商店街との関係強化、相互販促支援を進め、商店街とさまざまな協力・連携コミュニティ（行政・学校など）との関係も広がってきた。</p> <p>【本事業を通じて目指す状態】</p> <p>①商店街と周辺の外部店舗、行政や地域コミュニティとの相互協力をさらに強化し、販促支援を行う。</p> <p>②商店街が担うコミュニケーションとイベントスペースとしての有効性・潜在能力の可能性を探る。</p> <p>③商店街と反目しがちなスーパーなどとの協力を仲立ちし、地域と共存共栄する商圏を意識する。</p> <p>④商店街を核として、徒歩で生活必需品の購入が可能な商圏の形成をめざす。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	西支部管内の小売店・製造・卸売店及び商店街、協同組合					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	西支部管内の商店街は近隣型、地域密着型商店街が大半であるが、これらの商店街の課題は、ワンストップ・集客機能の維持と、構成店舗の売り上げ拡大である。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>2017年度：浪速区、大正区、西成区、港区、此花区にてAmon発行、西成区、港区にてイベント開催支援。15商店街、55個店を支援。</p> <p>2018年度：此花区、西成区、港区にてAmon発行・イベント開催支援。15商店街、51個店を支援。</p> <p>2019年度：西区、西成区にてAmon発行・イベント開催支援。10月末時点で14商店街、26個店を支援。</p>					
	反省点	2020年度は商店街イベントがほとんど見送りとなり、情報紙「Amon (えーもん)」の発行が遅れた。商店街が開催する集客イベントとの連動にこだわり過ぎない事業形態を考える。					
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>【商店街の販促企画実施を通じた中小小売店舗との連携強化】</p> <p>○徒歩圏内の住民を対象とした、一通りの生活必需品が揃う相互補完的なワンストップお買いものゾーンの形成をめざす。販促企画に取り組んでいる意欲のある商店街を核として、周辺個店との企画連携を進める。常時の買い物客誘引を達成するため、商店街の近隣に所在するミニスーパーなどとの連携を進める。</p>					
	人材交流型	<p>○商店街とミニスーパーなどと個別店舗を仲立ちし、行政やコミュニティとの連絡調整を行い、協力して共通企画を計画、実行する。</p> <p>○積極経営で新規顧客獲得を図ろうとしている小売店と活性化を図ろうとする商店街をマッチングし、販促イベント時の体験出店あるいは共同での販促活動により、補完協力関係を構築する。</p> <p>○「集客イベント」とは異なる形の、密につながらない「販促イベント」の可能性を検討する。</p>					
	○ 販路開拓型	<p>【情報紙「Amon (えーもん)」の発行】</p> <p>○2014年から商店街と個店の販促ツールとして発行している情報紙「Amon (えーもん)」を引き続き発行する。</p> <p>○情報紙では、商店街の販促イベントや、新たな顧客を求める地元の小売店や連携するミニスーパーなど一体としてまとまった商圏があることを紹介する。また他の商店街、各区商店会連盟や団体が主催する販促企画、その他商業関係のイベントも掲載する。ネットでの記事紹介も視野に入れる。</p> <p>※従来型集客イベントとは異なる販促企画の一例</p> <p>ウイルス感染防止に有効な取り組みを商店街・地域店一体で取組む。取り組みを経営指導員が指導する。取り組みを情報紙で広報する。</p>					
	ハズ'オ'型	<p>【個店への支援】</p> <p>支援：情報紙掲載によるPR、販路の拡大。その他、販促方法や改善策などを提案し、カルテ化にもつなげる。</p>					
	独自提案型	<p>メリット：他地域の商店街へ出店し、あるいは販促活動を共同で行うことにより、通常の商圏ではない商店街に来街する顧客への販売・アピールによる商圏拡大の機会、他地域の商店主との交流による経営改善のヒントが得られる。</p>					
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	
					販路開拓		
(c)支部管内各区役所とのイベント情報の共有や出店企業の紹介、広報支援などでの連携 (d)販促方法改善策の支援の実施によりカルテ化							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 32 <small>団体・社</small>	①商店街・協同組合：12団体 ②個店（小売店・製造・卸売業者）：20店舗 経営指導員が個別に事業参加を呼びかける。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	商店街：販促イベントで売り上げにつながり、活性化が期待できる。					指標	売り上げ向上効果、空き店舗の活用、他地域・店舗との連携などにつながったとの回答割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		50,500	円 ×	12	団体 ×	10.00	=	6,060,000	円	
		50,500	円 ×	20	社 ×	0.50	=	505,000	円	
		合計		32	団体・社	(小計)		6,565,000	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）									
				計			6,565,000	円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)										
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等						
	②受益者負担		円	負担金の積算						
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
6,565,000		円 ×	0.50	=	3,282,500	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割（配分の考え方）				
				円						
				円						
				円						
				円						

別紙:積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 12 団体	経営指導員が個別に事業参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	商店街：販促イベントで売り上げにつながり、活性化が期待できる。		
	指標	売り上げ向上効果、空き店舗の活用、他地域・店舗との連携などにつながったとの回答割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	経営指導員が個別に事業参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	新規顧客の拡大が図れる。		
	指標	商品・店舗のPR・改善・開発、売上・顧客の増加、他との連携などにつながったとの回答割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

--	--

事業名		モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』	事業番号	9	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで	7 年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	動画を活用して自社技術などを効果的にPRし、販路拡大・採用・技術継承などに役立てる方法を学ぶセミナーや、動画制作実践の交流会を開催し、中小製造業者が非対面の時代に適応できるよう支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小製造業では、優れた技術や製品を生産しているにもかかわらず、日々の業務に忙殺され、また人材不足などの要因もあり、なかなかウェブサイトや動画など非対面手段を活用したタイムリーな広報活動に手が回らないことが多い。また、人員募集時に自社の魅力を伝える手段、熟練作業員による技術の記録・承継に悩んでいる事業者も多い。急速な非対面化の進む時代への適応は大きな課題である。そこで当事業では、目的に応じた動画制作・活用ノウハウを学んでもらい、事業者間での学びあいの環境を提供することで、販路拡大・採用・技術継承を促す。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内のものづくり中小企業（製品分野は問わない）				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	動画を使った自社PRを効果的に行える中小企業は数少なく、次世代を見据えての関心は高い。昨年度の当事業の動画活用交流会への参加希望も可能な限り受け入れたが締め切って断らざるを得なかった。今年度は新型コロナウイルス感染症の影響により本業が打撃を受け動画作成の余力がない企業も多いものの、従来の対面でのPR機会が確実に減少しているため、採用活動ともども非対面でのPRツールとして動画の重要性はより一層増している。また熟練工の技術承継に紙ではなく動画として残したいというニーズも増えている。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2015年から30社の動画を作成。2018年から自社での動画作成支援に切り替え、動画作成のセミナー・交流会を開催し、2018年は123社、2019年は84社が参加、2020年は10～11月に集合形式で2回開催し60社が参加し、3回目を3月開催予定で募集中。動画のネット掲載による販路開拓は2018・2019年度各31社、2020年は1月現在コロナ禍で2社に留まっているが、希望する事業者のこれまでの動画を掲載するYouTube専用チャンネルを立ち上げた。				
	反省点	コロナ禍でセミナーでの交流を活発に行うことが難しかった。また自社への訪問を忌避する企業が増え丁寧な支援ができず掲載動画申請数を下方修正せざるを得なかった。実際の作成へのハードルが高いことに鑑み、次年度は、制作・活用法を学ぶことと実践研修とを分けて段階的に進みやすくする。				
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	企業PR、特に製品や技術に焦点をおいたものづくり企業の動画活用につながる支援を行う。				
	○ 人材交流型	セミナー・講習会の開催【人材育成型】 ○自社PRにつながる動画の制作・活用の基本について学ぶ企業が100社（50社×2回程度）。 ○販売促進・採用活動・技術承継など目的ごとにどのようにアプローチすればよいかを学ぶ。				
	販路開拓型	交流会の開催【人材交流型】 ○動画制作の初歩を体験し、参加企業同士で交流する企業は50社（25社×2回程度）。 ○自身のスマートフォンで実際に動画を撮影するなど、動画制作を身近に感じることで、発展的に動画を利用していく契機とする				
	ハズブロ型	○地元工業会などとも連携して広く募集を行い、自社製品や技術PRに意欲的な事業者を集める。 ○交流により参加者間での学び合いや協力などを促すことが期待できる。 ○作成できた動画について、事業者のニーズに応じてインターネットへの掲載などの活用支援を行う。				
	独自提案型	※いずれも集合形式もしくはオンライン形式で実施。				
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
						販路開拓
		(b)工業会や金融機関など関係協力機関を通じた案内を広く大阪府内の事業者に対して行うとともに、商工会議所のメールマガジンによる広報を行う。 (d)経営相談支援先への参加勧奨を行うとともに、事業実施後のアンケートにおいてフォローや支援ニーズのある企業に対して経営課題の把握や先方のニーズに応じた支援を行う。				

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 150 社	○人材育成型：100社 ○人材交流型：50社 メールマガジン、ホームページなどを用いて広く大阪府内の事業者の参加を募る。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	<人材育成型>アンケートで「動画の活用について学べた」「動画活用を検討する」あるいは「今回得た知識を今後活用したい」と回答した企業割合				数値目標	80%	
	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 社 ×	1.00	=	2,020,000 円			
		40,400 円 ×	50 社 ×	1.00	=	2,020,000 円			
		合計	150 社	(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%)								
				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	×	0.75	=	3,030,000 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						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 100 社	<人材育成型> メールマガジン、ホームページなどを用いて広く大阪府内の事業者の参加を募る。		
	支援対象企業の変化	自社・製品・技術PR方法としての動画活用について基本的な知識を習得し、また、自社での動画作成・活用に取り組む意欲を持たせる。			
	指標	アンケートで「動画の活用について学べた」「動画活用を検討する」あるいは「今回得た知識を今後活用したい」と回答した企業割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 50 社	<人材交流型> メールマガジン、ホームページなどを用いて広く大阪府内の事業者の参加を募る。		
	支援対象企業の変化	自社・製品・技術PR方法としての動画活用について基本的な知識を習得し、また、自社での動画作成・活用に取り組む意欲を持たせる。			
	指標	アンケートで「動画の作成について学べた」「今後動画を制作・活用したい」あるいは「今回得た知識・体験を今後活用したい」と回答した企業割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

--

事業名		インバウンドによる買い物消費支援事業		事業番号		10	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011	年度～	年度まで	11	年目	←複数年段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	民泊など、宿泊施設に訪れている外国人観光客をその周辺の各商店街、個々の店舗に誘導するツールを提供し、外国人観光客の来街者数（来店者数）の増加をめざす。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>【現状の課題】新型コロナウイルス感染拡大で1年先延ばしになった東京オリンピック・パラリンピックが開催されること、ワクチンを含めた今般の医療技術の進歩を考慮すると、2021年は渡航制限の緩和とともに外国人観光客の来阪が再び増加に転ずることが期待される。その一方で、商店街をはじめとしたローカルな商業施設の外国人に対する集客力、対応力は一朝一夕に向上するものではなく、2025年の万博開催が秒読みになる中、外国人観光客の受け入れ態勢強化は一層重要性が増してきている。これまで当事業の各種施策により、商店街、飲食店など、地域資源の発掘と海外へのPRを、YouTube動画の制作や顔出し看板の設置、Welcomeステッカーの店頭掲示により行い、集客力を高める一方で、外国語メニュー、指差し通訳シートによる外国語コミュニケーション支援を行い、受け入れ側の接客対応力向上も図ってきた。しかし、大正区ではまだ顔出し看板の設置ができておらず、西支部管内全域に行き渡っていない。また、境港市の水木しげるロードでは、各所にある妖怪オブジェと記念撮影することでスタンプラリーのような回遊性向上効果が生まれているが、当事業の顔出し看板は設置場所の地点情報が公になっていないため、境港のような回遊性向上効果が外国人観光客にはまだ生まれていない。これまで行ってきた各種支援ツール（特に顔出し看板）を西支部管内（特に大正区）に行き渡らせると同時に、顔出し看板の設置場所を広報するマップ（Google、紙媒体など）の製作を新たに行うことで海外のみならず国内消費者の商店街やその周辺店舗への集客ならびに回遊性の向上が課題となっている。</p> <p>【目標とする状態】顔出し看板やその設置マップなど外国人観光客をその周辺の各商店街、個々の店舗に誘導するツールを提供し、外国人観光客の来街者数（来店者数）の増加をめざす。その際、2016、2017年度に制作したYouTube動画、2018-2020年度に制作した販促ツール類も有効に活用されている状態を目標とする。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	此花区、港区、西区、大正区、浪速区、西成区の商店街、協同組合などで、インバウンド系観光客の取り込みに課題を感じている組織とその周辺店舗						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	東京オリンピック・パラリンピックや大阪・関西万博を控え、これらを販売チャンスと捉えたり、条件・環境が整えば積極的にインバウンド需要を取り込みたいと考える商店街や商工業者は多い。とは言うものの、予算や能力などの制約により、インバウンド系観光客に対する販売促進活動を具体的に行っていない商店街や商工業者も多い。						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>○2016、2017年度に此花・港・西・大正・浪速・西成の各区の管内60商店街と115事業所を訪日外国人に紹介するツールとしてYouTube動画192本(各40秒程度)と14エリアの観光マップを制作済。2018年度には、そのうち20商店街、20事業所に対し、訪日外国人の集客ツール（店頭ステッカーなど）、接客ツール（指差し通訳シート、メニューの英語化など）を製作。2019年度は、16商店街に顔出し看板、6商店街に指差し通訳シート、1商店街にWelcomeステッカー、4事業所に英語メニューを製作。</p> <p>○2020年度は、14商店街に顔出し看板、5商店街に指差し通訳シート、1事業所に顔出し看板、3事業所にWelcomeステッカーを製作中。</p>						
	反省点	店頭ステッカーにYouTube動画を表示するQRコードを掲載し、近隣の宿泊施設に観光マップも設置したため、YouTube動画のアクセス数、来街（店）者数は増加したが、情報拡散力はまだ弱い。						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	①2019年度までに製作した「顔出し看板」「集客ツール」(店頭ステッカーなど)「接客ツール」(指差し通訳シート、メニューの英語化等)を、2021年度も引き続きまだ提供できていない商店街に製作する。						
	人材交流型	②特に2019年度より始めた「顔出し看板」は2020年末時点で大正区には未設置であり、2021年度は大正区にも設置する。						
	○ 販路開拓型	③顔出し看板やYouTube動画に掲載した商店街、店舗の所在を示すマップ(Google、紙媒体)を新規に製作し、紙媒体は顔出し看板に設置。回遊性を高める。						
	ハズおん型	④大阪市の教育機関（専門学校）である大阪市立デザイン教育研究所と連携し、「集客ツール」「接客ツール」「顔出し看板」の製作を同校に依頼する。同校のフィールドワーク教材としても製作物を利用し、教育機関への実学実習の場を提供する。また、製作コストを下げ、商店街やその周辺店舗に無償提供することで、導入障壁を低減させ、普及を図る。						
	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	販路開拓		
		(c)大阪市立デザイン教育研究所と連携して各種ツールを製作。 (d)相談事業相乗効果…観光客、特に外国人観光客への対応や店づくりなど、商店街やその周辺店舗の販路開拓支援を実施。また、店舗改装や設備追加のニーズがあれば資金調達支援を実施する。						



主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 16 <small>団体・社</small>	①商店街・協同組合：13団体 ②個店（小売店・飲食店など）：3店舗 経営指導員が個別に事業参加を呼びかける。						
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	商店街、小売店では誘客、集客につながり、新たなターゲットとして観光客等の顧客の拡大が図れ、売上増加が期待できる。							
	指標	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合			数値目標	70%			
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 ×	13	団体 ×	7.50	=	4,923,750	円
		50,500	円 ×	3	社 ×	0.75	=	113,625	円
		合計		16	団体・社	(小計)	5,037,375		円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円
				計	5,037,375		円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
5,037,375	円 ×	0.50	=	2,518,687	円	(円)			
補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		役割（配分の考え方）				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 13 団体	経営指導員が個別に事業参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	商店街、小売店では誘客、集客につながり、新たなターゲットとして観光客等の顧客の拡大が図れ、売上増加が期待できる。		
		指標	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合	数値目標
	その他目標値	目標値の内容→		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 3 社	経営指導員が個別に事業参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	商店街、小売店では誘客、集客につながり、新たなターゲットとして観光客等の顧客の拡大が図れ、売上増加が期待できる。		
		指標	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合	数値目標
	その他目標値	目標値の内容→		

【備考】

事業名		ミナミ再活性化事業		事業番号	11	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2016 年度～	年度まで	6	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	新型コロナウイルスの感染拡大により多大なダメージを被ったミナミエリアの再活性化を目指し、ミナミの街の魅力を積極的に発信し、地元団体の取り組みを支援する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪ミナミエリアは新型コロナウイルスの感染拡大により多大なダメージを被っている。外出自粛による観光客の減少、各国からの入国制限によるインバウンドの消失により、一時は来街者が90%減少した。また、マスコミでは大阪のコロナが取り上げられる際には決まってミナミの風景が象徴的に放送され、加えて自治体によるミナミエリアに限定した休業要請などにより、ひろく「ミナミは危ない」とイメージをひろめることとなってしまった。そうした負のイメージを払拭し、来街者増、ミナミエリアの再活性化を目指し、ミナミの街の魅力を積極的に発信し、地元団体の取り組みを支援する。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ミナミならびに南船場エリアの商店街（千日前道具屋筋商店街振興組合、道頓堀商店会、戎橋筋商店街振興組合、心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、せんば心齋橋筋商店街、心齋橋筋北商店街など）						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	緊急事態宣言の発出などによりミナミエリアの来街者は一時昨年比90%減の10%にまで減少した。その後回復傾向ではあるものの、依然として昨年比60%程度で推移しており、かつてのにぎわいを取り戻すには継続した情報発信の取り組みが重要である。						
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	ミナミの店舗の情報を集めた「WELCOME! OSAKA MINAMI MAP」日本語版（20,000部）を作成し、ホテル、駅、観光案内所、地元商店街などを通じて配布した。随時、ホテルや観光案内所から追加の配布を要請されるなど好評を得た。 マスコミなどの報道によりイメージが悪化したミナミの感染防止の取り組みを紹介し、安全・安心なミナミをアピールする動画を作成し、中央区役所主催の「にぎわいスクエア2020」ほかで配信した。						
	反省点	ミナミの安全・安心をPRする動画については、10月にイベントを通じてYouTubeなどでも配信したが、8月のミナミに対する休業要請解除直後などもう少し早いタイミングで実施したほうが効果があったのではないかとと思われる。						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	イベント連携の中心となっている(一社)大阪活性化事業実行委員会、地域の商店街連携の組織であるいっとこミナミ実行委員会、中央区役所、各商店街などと連携し、各イベントの企画・実施、PRならびに地域の商店街の情報発信支援を行う。						
	人材交流型	①ミナミならびに船場エリアの魅力ある買い物や食、イベント、ライブ・エンターテイメント情報を集め、地元商店街と連携して、地元だからこそ作成できるガイドブックを発行する。今年はさらに回遊性を高めるために船場エリアも加えた内容とする。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。2021年度はまずは国内来街者をしっかりと確保するため国内向けであることを意識したモデルコースの提案などを行うとともに、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コロナ感染拡大防止に留意しつつ、とんぼりリバーウォークなどにて開催されるミナミの魅力を発信する取り組み・イベント実施に、地元団体・区役所とともに参画するなど、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。						
	ハズおん型							
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	販路開拓	
	(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。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	ミナミならびに南船場エリアの商店街（千日前道具屋筋商店街振興組合、道頓堀商店会、戎橋筋商店街振興組合、心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、せんば心齋橋筋商店街、心齋橋筋北商店街など）					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	8 団体	イベントへの参加やガイドブックの配布などによって、ミナミエリアの回遊性を高めることができ、各商店街の集客力アップが期待できる。			指標	数値目標	80%
		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					
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 ×	8	団体 ×	10.00	=	4,040,000	円		
				合計	8	団体	(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】

事業名		「逸品マルシェ」販売促進支援事業		事業番号	12	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	2	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	魅力ある商品・サービスを有する中小・小規模事業者や小物・雑貨などのクリエイターによる展示・販売、ワークショップなどのイベントを実施する。加えて出店効果を高めるための販売促進セミナーを開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	魅力ある商品・サービスを有していながら、販路拡大や商品・サービスの差別化に悩む中小・小規模事業者を対象に、販路開拓・認知向上を目的として開催する。あわせて、来街者減少や空き店舗増加で衰退が懸念される商店街に賑わいを創出し、活性化につなげる。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	南支部管内(天王寺区、阿倍野区、東住吉区、平野区、住吉区、住之江区)で主に消費者向けの商品・サービスを製造、販売、提供し、販路拡大を望む中小・小規模事業者、商店街・商店会					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>人的資源に乏しい小規模事業者では、「良い商品ができたが、販路開拓の方法が分からない」など、販路拡大が大きな課題となっている。社会を一変させたコロナ禍により、モールや百貨店など他社資本に頼らず、独自の販路を見出したいという小売・サービス業者の声も多く聞かれるようになった。今後は益々、複数の販路で顧客ニーズを弾力的に把握する力が、事業継続のトリガーとなることが想定される。</p> <p>一方、旧態依然とした商店街では、単独での活性化が難しいという事情があり、商工会議所がハブとなって地域の企業や消費者とをつなぐことに、非常に好意的である。</p> <p>2020年度は、あべの・天王寺エリアと安立商店街の2カ所で逸品マルシェ事業を実施したが、いずれも出店者・商店街から好評だったことから、当該事業は双方のニーズを充足するものと思慮する。</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	2020年度支援企業・団体数(見込み) 1. 販路開拓型 販売促進イベント「逸品マルシェ」 30社・3団体 2. 人材育成型 販売促進セミナー 20社					
	反省点	前回(春期開催時)は他団体との交渉に時間がかかったため、チラシ制作の期間が圧迫された。余裕を持ったスケジュールリングを策定するとともに、意思決定の期日を明確に設けることが必要。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<p>1. 販売促進イベント「逸品マルシェ」 <販路開拓型> (1) 時期 春期1回程度、秋期1回程度(予定) (2) 場所 阿倍野・天王寺ターミナル周辺(例、天王寺ミオ、Q'sモール) 南支部管内の商店街・商店会(例、玉造、文の里、駒川、粉浜など) (3) 内容 展示・販売: 地元企業等の優れた商品・サービスを展示・販売する ※個人で活動しているクリエイターの作品も展示・販売 ※BtoBで一般向け販売していない企業、あるいは商品・サービスが高額でマルシェでの販売に不向きな企業は展示のみでも参加可。 ワークショップ: 小物や雑貨等のものづくり体験コーナーを設ける。 →コロナ蔓延度合により中止する可能性あり 抽選会: 購入者とワークショップ参加者などが対象。 (4) 広報 集客のためのチラシ(タブロイド判)を制作し、配布する。</p> <p>2. 販売促進セミナー <人材育成型> (1) 時期 秋頃(1回程度) (2) 場所 南支部会議室、もしくはZoomオンライン開催 (3) 内容 販売会型イベントの出店の効果を高めるための秘訣、出張販売の際に必要なノウハウや店舗へ誘導するためのコツを伝える。 (4) 対象 小売・サービス業の事業者(商店街・商店会内)</p>					
	人材交流型						
	○ 販路開拓型						
	ハズパ型						
	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	
	販路開拓						
	(c)南支部管内の区役所などと連携して効果的な企画・PRを実施する。 (d)相談指導先に巡回して参加勧奨を行うほか、事業実施の過程において、出店者のブランド構築や販売戦略をはじめ、経営課題解決に向けた支援を行う。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 53 <small>団体・社</small>	販売促進イベント：30社・3団体 販売促進セミナー：20社 経営相談利用者や支部の地域活性化事業参加者の中で対象となる事業者などに案内する。また、活性化に積極的に取り組む商店街・商店会に参画を呼びかける。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	1. 販売促進イベント「逸品マルシェ」 <個店など> 展示・販売やワークショップにより、認知度向上が期待できる。新しい顧客と直接接点を持つことで、商品・サービスの改善点を発見する機会として活用してもらう。							
	指標	<個店など> イベント参加によりマーケティング効果をもたらしたと回答した割合			数値目標	70%			
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500	円 ×	30	社 ×	1.00	=	1,515,000	円
		50,500	円 ×	3	社 ×	10.00	=	1,515,000	円
		20,200	円 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円
		合計		53	社	(小計)		3,434,000	円
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)									
				計		3,434,000		円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
3,434,000		円 ×	0.50	=	1,717,000	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 30 社	販売促進イベント「逸品マルシェ」 <個店など> 経営相談利用者や支部の地域活性化事業参加者の中で対象となる事業者などに案内する。	
	支援対象企業の変化	展示・販売やワークショップにより、認知度向上が期待できる。新しい顧客と直接接点を持つことで、商品・サービスの改善点を発見する機会として活用してもらう。		
	指標	イベント参加によりマーケティング効果をもたらしたと回答した割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 3 団体	販売促進イベント「逸品マルシェ」 <商店街・商店会> 活性化に積極的に取り組む商店街・商店会に参画を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	商店街については、イベントを通じて来街者が増加し、賑わい創出につながる。イベント運営を通じて商店街周辺のお店や他商店街との交流が活性化し、地域の諸団体、人材とのネットワーク構築が見込まれる。こうした無形資産（人脈、経験、知恵、ノウハウなど）の蓄積により、今後の商店街を中心とした自発的なイベントの開催など、地域活性化に向けた継続的な取り組みを期待する。		
	指標	イベントの実施が賑わい創出につながったと回答した割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	販売促進セミナー <個店など> 経営相談利用者や支部の地域活性化事業参加者の中で対象となる事業者などに案内する。	
	支援対象企業の変化	出張販売の際に必要なノウハウ、マーケティングリサーチ、商品開発へのヒントなどを得て、効率的な営業を準備することができる。小さな変化の積み重ねで、売上達成への可能性を感じて自信をつけてもらう。		
	指標	セミナーで得た情報が販売促進や経営に役立ったと回答した割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

事業名		大阪市東部商店街にぎわい創出事業		事業番号	13	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	4	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	東成区の今里新道筋商店街振興組合など6商店街・商店会の独自企画と連動してにぎわい創出のイベントを実施し、商店街単独で新たなイベントが実施できるような体制を構築する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	東成区の商店街も独自集客イベントを実施しているが、コロナ禍により来場者は減少気味である。しかも「密」を避けるためイベントの開催自体、商店街の会員間でも論議になっている。そこで「コロナ禍でも開催可能な商店街イベント」を各商店街・商店会、イベント企画で定評のある大阪市立デザイン教育研究所並びに東支部で持続可能なイベントを企画・実施する。商店街等の会合に積極的に参加し、現場の意見を取り入れながら、商店街のイベントを支援すると同時に商店街の活性化にも貢献する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	今里新道筋商店街振興組合、今里新道商店会、今里一番街商店会、神路銀座商店会、神路新道商店会、神路一番街商店街振興組合					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	東成区の商店街でも商店街の衰退を避けるため、各種イベントに取り組んでいるが、集客が思わしくない。さらにコロナ禍で商店街の来場者はより一層減少している状況にあるため、商店街などから、コロナ禍で可能な「にぎわい創出」のイベント支援を行ってほしいとの要請がある。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<ul style="list-style-type: none"> ・2018、2019年は生野区にて本事業を実施。2020年度から東成区で実施。 ・大阪市立デザイン教育研究所の協力の下、ハロウィン用のフェイスペインティングや『ハロウィン』を題材とした影絵の上映などを、また若手演奏家によるジャズセッション（大人向け）も行い、広い年齢層にアピールするイベントとした。 					
	反省点	イベント企画は多々あったが、空き店舗など開催できる会場の確保が難しく、イベント数が当初考えていた数より少なくなってしまった。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の独自企画イベントと併催。新型コロナウイルス感染症などへ対策を十分にとった上での非接触型イベントであることをおねとし、新型コロナウイルス感染症により減少した商店街来場者の回復の一助とする。 ・大阪市立デザイン教育研究所の協力の下、感染症対策を考えた以下の事業を実施する予定。 <ol style="list-style-type: none"> ①ハロウィン仕様のフェースガード（フィルム仕様）や紙マスクの作成ワーク ②『ハロウィン』を題材とした子供向けモーショングラフィックスの上映 ③非接触型風船デコレーション ④手洗い推奨のための紙石鹸を使った折り紙作り ⑤自粛で体力が低下していないか知るための体力測定会 					
	人材交流型						
	○ 販路開拓型						
	ハズオン型						
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
				販路開拓			
	(c)東成区役所と連携し、周知・広報を依頼する。 (d)事業実施後のアンケートにおいて相談支援ニーズのある商店街については、経営課題の把握や先方のニーズに応じた相談支援を行う。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	今里新道筋商店街振興組合、今里新道商店会、今里一番街商店会、神路銀座商店会、神路新道商店会、神路一番街商店街振興組合				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	6	商店街				
	指標	アンケートにおいて「来場者が増えた」とする回答の割合			数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒						

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			50,500	円 ×	6	商店街 ×	10.00	=	3,030,000	円		
				合計	6	商店街	(小計)		3,030,000	円		
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								円	
										計	3,030,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			(a)府施策連携		(b)広域連携		○	(c)市町村連携		○	(d)相談事業相乗効果	
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
3,030,000			円 ×	0.50	=	1,515,000		円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		役割 (配分の考え方)					
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

事業名		海外市場開拓支援事業	事業番号	14	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	12 年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	海外進出先（貿易・投資・技術提携など）の市場動向やFTA/EPA活用などに関する情報を提供するほか、海外渡航(ミッション派遣)や海外バイヤー・企業との個別商談会などを通じて販路開拓を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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おり、中小企業も例外ではない。しかし、資本金・人的資源に限られる中小企業が容易にできるわけではなく、大阪商工会議所は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。特に2020年秋に合意した東アジア地域包括的経済連携（RCEP）によって、日本は中国や韓国と初めて経済連携協定を結ぶことになり、農林水産品や工業製品など幅広い分野で関税の削減や撤廃がなされ、国境を越えた取引が一層活発になることが予想される。貿易並びに投資拡大のチャンスととらえ、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活用などに関する実務セミナーや個別相談の実施、参加国などのバイヤー・企業との商談会などを通じて日本製品や食品の輸出を促進する。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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 ※日本とFTA/EPAを締結（予定含む）している参加各国とのビジネス交流をめざす事業者に、とくに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、香港、中国、台湾、シンガポール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・卸売業など				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p><ニーズ></p> <p>○国内市場の縮小、若年労働力の確保難などの状況下、中小企業から日本商品の人気を有する中国やアジア各国、欧米諸国とのビジネス交流を望む声が少なくない。また、日本企業の海外直接投資はアセアン、中国向けともに高水準で推移しており、引き続きアセアンや中国に関する情報の提供を望む声が多い。</p> <p>○RCEPはアセアン10カ国、そのFTAパートナー5カ国で提案されている自由貿易協定であり、世界の人口の3割、GDPの3割を占めており、発効されれば輸出入に与えるインパクトは大きい。</p> <p>○2020年上半期の農林水産物輸出額は、4120億円で去年の同じ時期と比べ366億円、率にして8.2%減少したが、これは新型コロナウイルスの影響で、海外の日本料理店が休業したため、引き続き海外での日本産農産品・食品のニーズは高いと考えられる。</p> <p>○産業水道関連や上下水道関連分野の市場規模は、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。2020年12月の水ビジネス関連セミナーは前年度を上回る110名を超える参加申し込みがあり、事業に対する企業ニーズは高い。</p> <p><把握方法></p> <p>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>2019年度実績（支援企業数）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○海外市場動向などに関するセミナー、EPA活用セミナーなど（人材育成型）749.5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）527社 ○商談会など（販路開拓型）127社 ○食輸出促進セミナー（人材育成型）49社、同商談会（販路開拓型）35社 ○水ビジネス関連セミナー（人材育成型）122.5社 				
	反省点	<p>○TPP、日EU EPAの自己証明制度に関する相談は、RCEP（東アジア地域包括的経済連携）への署名によって今後ますます増える見込みなので、相談体制の整備が必要である。</p> <p>○コロナ禍でオンラインでのセミナー開催が増え、アンケート回収が難しくなっており、一段の対策が必要である。</p> <p>○2019年度の食輸出促進支援事業は、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。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（2020年度は同日開催を目指していたが、新型コロナウイルスの影響で、セミナー・商談会ともオンラインで開催）。</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>中小企業・小規模事業者の海外進出や販路拡大を支援すべく、集合・対面形式もしくはオンラインで以下の実施をする。</p> <p>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等との商談(随時) ○海外(欧州およびアセアン地域など)のバイヤーとの商談会開催(2回程度)</p>																
	○	人材交流型	<p>②新興国市場開拓ミッションの派遣〈人材交流型〉 ○東南アジアなどをターゲットとして、現地の投資環境や工業団地などを調査するミッションをジェトロと共同で派遣(1回程度)</p> <p>③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、交流会などを行う(2回程度)</p>																
	○	販路開拓型	<p>④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、大阪で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〉 ○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、中国・香港・台湾ビジネスの動向、FTA/EPAを活用した海外販路開拓、アジアにおける水・環境ビジネスの展開など)</p>																
		ハズボ型	<p>⑤各地域・国を対象としたビジネスに関する個別相談〈人材交流型〉 ○専門家によるEPA等に関する相談 ○中国関連等の専門家などによる相談、中国関連等専門の士業による一日相談会の実施(5回程度) ○アジアを中心とした、その他地域に関する相談</p>																
		独自提案型	<p>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東南アジアなどへの(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聘して2回程度開催する。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。</p>																
			<table border="1"> <tr> <td>○</td> <td>(a)府施策連携</td> <td>○</td> <td>(b)広域連携</td> <td></td> <td>(c)市町村連携</td> <td></td> <td>(d)相談事業相乗効果</td> </tr> <tr> <td>商-5</td> <td colspan="3">海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業</td> <td colspan="4">販路開拓</td> </tr> </table> <p>(a)海外バイヤーの招聘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・アセアンビジネス等、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。</p>	○	(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	商-5	海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業			販路開拓			
○	(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												
商-5	海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業			販路開拓															
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	<p>〈人材育成型〉648社 海外ビジネスワンストップサービス事業(セミナー)580社、食輸出関連事業10社、アジアにおける水・環境ビジネス58社 〈人材交流型〉661社 新興国市場開拓ミッション10社、海外進出勉強会35社、各種専門相談(中国アセアン諸国ビジネス、EPA関連相談)616社 〈販路開拓型〉85社 海外企業との商談会70社、食輸出関連事業15社</p>																
		1,394 社																	
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	指標	〈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%														
	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 ×	70	社 ×	1.50	=	5,302,500	円	
	40,400	円 ×	10	社 ×	1.50	=	606,000	円	
	40,400	円 ×	35	社 ×	1.00	=	1,414,000	円	
	20,200	円 ×	580	社 ×	1.00	=	11,716,000	円	
	40,400	円 ×	616	社 ×	1.00	=	24,886,400	円	
	20,200	円 ×	10	社 ×	1.00	=	202,000	円	
	50,500	円 ×	15	社 ×	1.00	=	757,500	円	
	20,200	円 ×	58	社 ×	1.00	=	1,171,600	円	
		合計		1,394	社	(小計)		46,056,000	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	46,056,000	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） 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。 海外企業との個別商談については、欧州諸国やアセアン諸国などの機関との調整が必要であること、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などの支援機関も限られていること、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などから、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	<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)		
	46,056,000	円	×	1.00	=	46,056,000	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				

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 70 社	〈販路開拓型〉海外企業との商談会 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。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。	
	支援対象企業の変化	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。		
	その他目標値	指標	商談件数	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	〈人材交流型〉新興国市場開拓ミッション ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。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。	
	支援対象企業の変化	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たり、海外企業との交流を通じて、一層効率的な海外展開が可能となり、成功する確率が高まる。		
	その他目標値	指標	(得た情報をもとに) 海外ビジネスにさらに取り組むと回答した企業の割合	数値目標
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 35 社	〈人材交流型〉海外進出勉強会 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。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。	
	支援対象企業の変化	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たり、参加者間の情報交換などを通じて、一層効率的な海外展開が可能となり、成功する確率が高まる。		
	その他目標値	指標	(得た情報をもとに) 海外ビジネスにさらに取り組むと回答した企業の割合	数値目標
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 580 社	〈人材育成型〉海外ビジネスワンストップサービス事業 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。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。	
	支援対象企業の変化	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。		
	その他目標値	指標	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
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 616 社	〈人材交流型〉各種専門相談 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。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。	
	支援対象企業の変化	専門家から提供されたアドバイスや情報などをもとに海外ビジネスに関する課題の解決を図る。		
	その他目標値	指標	アドバイスや情報などを課題の解決に活かすと回答した企業の割合	数値目標

事業の目標⑥	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	〈人材育成型〉食輸出関連事業 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。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。	
	支援対象企業の変化	輸出について必要な知識を得ることで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。		
	指標	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%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標⑦	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	〈販路開拓型〉食輸出関連事業 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。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。	
	支援対象企業の変化	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	商談件数	数値目標	20件
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標⑧	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 58 社	〈人材育成型〉アジアにおける水・環境ビジネス ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。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。	
	支援対象企業の変化	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。		
	指標	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%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業	事業番号		15	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	11	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪府、大阪信用保証協会、金融機関、日本政策金融公庫が参画する地域金融支援ネットワークの活動として、大阪府の金融施策普及と中小企業、創業希望者の支援強化を目的に、セミナーや交流会などを実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府、大阪信用保証協会、5信金（大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか、永和）、関西みらい銀行、日本政策金融公庫が地域金融支援ネットワークに参画し、「開業サポート資金・小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」「チャレンジ応援資金」をはじめとする大阪府の制度融資およびその他の公的融資制度の普及を促進する。特に「開業サポート資金・小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」は、地元金融機関と緊密に連携し、本商工会議所が事業計画策定支援や経営指導に加え、資金調達後にはフォローを行う「金融と経営支援の一体的取り組み」により、創業者や小規模・中小企業の資金需要に応え成長を支援する。 創業者や中小事業者に対し、経営指導員、専門相談員などが経営支援を行うほか、高度な課題解決には専門家による支援の枠組みも利用。本部・支部の拠点を活用し、新型コロナウイルス感染症により影響を受けた事業者の各種支援ニーズをはじめ、創業者や中小企業者のさまざまなニーズに対し「金融と経営支援の一体的取り組み」の推進を強化する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者・中小企業、大阪府内での創業をめざす者（大企業の社員、府外に在住する個人などを含む）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	大阪市内事業者に商工業者法定台帳などで経営の関心項目を聞いたところ、「融資・資金繰り」を挙げた事業者は、2020年度は14,460件中2,605件で、全体の約18%を占めている。 また、本商工会議所の創業支援を受けた創業者などからは、相談により事業計画の内容が改善した、事業計画書の作成方法がわかった、事業計画を客観視できた、などの成果があったとの声があり、金融支援と併せて事業計画書策定などの経営支援を行う効果は高く、その入口として当事業が大きな役割を果たすと考えられる。					
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>【本部開催分】</p> <p>2020年度は、8月に制度説明会（支援企業数56社）、相談会（同27社）、11月に地元金融機関との交流会（同75社）を実施。2月に金融力強化セミナーを実施予定。また、公的融資制度紹介冊子を新規に作成し、「開業サポート資金」「小規模企業サポート資金」のチラシとあわせセミナーなど参加者に提供するとともに、メール配信などにより広くPRした。また、開業サポート資金の利用希望者に対し、実際の申し込みや相談事業につなげるため、個別相談を10月末までに27件実施。</p> <p>【支部開催分】</p> <p>2019年度の支援実績は、支部金融説明会174.5社 支部金融個別相談会397社。制度説明会では、大阪信用保証協会や北おおさか信用金庫などから大阪府制度金融などについて情報提供を行い、金融個別相談会では継続的な金融支援と一体化した制度融資の利用を促進した。2020年度はコロナ禍のため、制度融資説明会はコロナ禍のため年度後半に繰り延べて開催。制度融資説明会においては、2020年9月末現在、支部金融個別相談会は8回（支援企業数65社）を実施。</p>					
	反省点	<p>本部開催分については、融資制度紹介等に際し参加してないと得られない情報も可能な限り盛り込んでもらうよう努めた。また、コロナの影響を受け困っている事業者に役立つ内容とそれが伝わる打ち出し方となるよう工夫したところ、出席率が7割以上となった。次年度も時宜に合った内容となるよう企画し、事業者の役に立つ情報を提供したい。</p> <p>2020年度後半に開催予定の支部開催分については、地域支援ネットワーク参画機関に加え、大阪府商工労働部金融課にも出講いただき、制度金融について事業者のニーズに沿った具体的な支援策を説明する。制度説明会においては、資金繰りやキャッシュフローの基礎知識等をテーマとするほか、今後は融資審査のポイント等など、事業者の関心を促すテーマを工夫して説明会の参加を促し、制度融資の情報提供を行っていく。</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	【本部開催分】 地域支援ネットワーク参画機関間の情報共有・交換および「金融と経営支援の一体的取り組み」のさらなる推進のため、地域金融懇談会を2回程度開催する。地域の実情を把握し、以下のセミナー・相談会などに効果的に反映させ、大阪府が目指す金融施策を実現できるよう参画機関間の協力体制を強化する。 また、参画機関と連携し、大阪府の制度融資に関する広報物を作成し広く配布して制度の普及を図る。							
	○	人材交流型	①大阪府の制度融資などを紹介する説明会、セミナーなどの開催 創業(予定)者や中小事業者向けに、地域支援ネットワークの取組みや大阪府の制度融資を紹介するセミナーを集合形式もしくはオンライン形式で開催する。開催に際しては、事業者の役に立つ時宜にかなった企画となるよう留意する。 ②地域金融機関との交流会や個別相談会の開催、および「開業サポート資金」の出張相談や個別相談の実施 事業者と参画機関の交流会や相談会などを集合形式もしくはオンライン形式で実施し、資金調達や経営支援につながる関係構築を支援する。また「開業サポート資金」などについて、計画的にPRを行うとともに「特定創業支援等事業」として実施する開業スクールでチラシ配布・説明を行う。このほか、本事業以外も含め、イベント実施時などの出張相談や利用希望者への個別相談対応を行い、実際の申込みに向け相談事業につなぎ、円滑な融資実行を目指す。 ①②ともに府制度融資については必ず説明・PRを行い、事業実施後などに随時実績を報告する。							
		販路開拓型	事業者と参画機関の交流会や相談会などを集合形式もしくはオンライン形式で実施し、資金調達や経営支援につながる関係構築を支援する。また「開業サポート資金」などについて、計画的にPRを行うとともに「特定創業支援等事業」として実施する開業スクールでチラシ配布・説明を行う。このほか、本事業以外も含め、イベント実施時などの出張相談や利用希望者への個別相談対応を行い、実際の申込みに向け相談事業につなぎ、円滑な融資実行を目指す。 ①②ともに府制度融資については必ず説明・PRを行い、事業実施後などに随時実績を報告する。							
		ハズ'お型	【本部開催分】 支部にて制度説明会と個別相談会を開催する。必要に応じて、大阪府、四信金（大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか）、関西みらい銀行、大阪信用保証協会、日本政策金融公庫、公益財団法人大阪産業局 設備支援部などに協力を仰ぎ、支部の経営指導員の指導のもと、府制度融資や公的融資に具体的につながるよう実践的に対応するほか、そうした融資の際に不可欠となる企業の財務状況を把握するため、事業計画書作成や資金繰り計画書作成等の相談事業にもつなげていく。また、支部の各管轄区に所在する納税協会、産業会、工業会、個人タクシー協会、商店街振興組合などと連携して開催する。さらに、来所が困難な事業者に対しては、電話やオンライン形式等を取り入れ、本事業の支援を必要とする小規模事業者に広く利用してもらえるよう柔軟な対応を行う。							
		独自提案型	【本部開催分】 支部にて制度説明会と個別相談会を開催する。必要に応じて、大阪府、四信金（大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか）、関西みらい銀行、大阪信用保証協会、日本政策金融公庫、公益財団法人大阪産業局 設備支援部などに協力を仰ぎ、支部の経営指導員の指導のもと、府制度融資や公的融資に具体的につながるよう実践的に対応するほか、そうした融資の際に不可欠となる企業の財務状況を把握するため、事業計画書作成や資金繰り計画書作成等の相談事業にもつなげていく。また、支部の各管轄区に所在する納税協会、産業会、工業会、個人タクシー協会、商店街振興組合などと連携して開催する。さらに、来所が困難な事業者に対しては、電話やオンライン形式等を取り入れ、本事業の支援を必要とする小規模事業者に広く利用してもらえるよう柔軟な対応を行う。							
		○	(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	
		商-22	地域の金融機関や支援機関との「地域支援ネットワーク」推進事業				その他			
		事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠) (a)大阪府商工労働部金融課および地域支援ネットワーク参画機関などと事業運営で連携しながら実施する。セミナーや相談会などにおけるアンケート内容を報告することにより、効果的な府制度融資への反映に努めていく。 (b)地域支援ネットワーク参画機関などの協力を得て、大阪府内全域からの集客に努める。 (d)交流会やセミナー、個別相談などにより、創業(予定)者や潜在的な成長力を持つ小規模・中小企業への啓発普及を通じて相談ニーズを把握し経営支援につなぎ、事業所カルテ化を図る。また、既カルテ化事業所にも各種事業をPRし、参加を勧奨する。								
主な事業の目標	総支援対象企業数		設定根拠及び募集方法⇒ 580 社	【本部開催分】 セミナーなど160社、交流会・相談など135社 【支部開催分】 金融説明会70社、相談会215社 大商ニュース、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)		参加企業が説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる<人材育成型>。	指標	説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てるとの回答の割合			数値目標	80%	
	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 ×	160	社 ×	1.0	=	3,232,000	円	
		40,400	円 ×	135	社 ×	1.0	=	5,454,000	円	
		20,200	円 ×	70	社 ×	1.0	=	1,414,000	円	
		40,400	円 ×	215	社 ×	1.0	=	8,686,000	円	
		合計		580	社	(小計)		18,786,000	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	18,786,000 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)				
18,786,000		円 ×	1.00	=	18,786,000	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							

別紙:積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 160 社	<人材育成型> 本部開催分 説明会・セミナーなど 大商ニュース、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。	
	支援対象企業の変化	参加企業が説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる。		
	指標	説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てるとの回答の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒ %			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 135 社	<人材交流型> 本部開催分 交流会・相談など 大商ニュース、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。	
	支援対象企業の変化	交流会への参加企業が、自社に役立つ融資に関する情報や、課題解決に関する情報、あるいは金融機関とのパイプを得ることができる。個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する。		
	指標	交流会で自社に役立つ融資に関する情報、もしくは課題解決に関する情報、あるいは金融機関とのパイプを得たとの回答の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒ 80 %	個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する割合		
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 70 社	<人材育成型> 支部開催分 制度説明会 大商ニュース、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。	
	支援対象企業の変化	参加企業が説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる。		
	指標	説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てるとの回答の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒ %			
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 215 社	<人材交流型> 支部開催分 相談会 大商ニュース、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。	
	支援対象企業の変化	個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する。		
	指標	個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

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

事業名		MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム	事業番号	16	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで	5	年目	←複数段階の実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	技術ニーズマッチングと技術シーズ商談会、オープンイノベーションに関する機運を醸成するキックオフセミナーの開催などを通して 大企業と中小企業の連携による技術開発や製品化・事業化を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大企業と中小企業、大学や研究機関などがチームを組み、材料・部材や要素製品、さらには機器間を制御するシステムなど互いの優れた技術・ノウハウを結び付けるビジネスマッチング方式の共同開発をめざす。分野を限らず、幅広い分野において、ハイエンド技術の開発、製品の創出を目指す“開発型プラットフォーム”としての機能を高める。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	オープンイノベーションによる新規製品・技術開発をめざす事業所など				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	昨今、自社の保有する資源・技術のみを用いて製品開発などを行う「自前主義」を脱却し、戦略的に組織外の知識や技術を積極的に取り込むオープンイノベーションの取り組みが注目を集めており、専属部署を立ち上げる企業も増えてきている。一方、独力ではなかなか大企業とつながりを持ってない中小企業にとっては、こうした機会を利用することによって、大企業の担当者との直接のやり取りが実現できるため、オープンイノベーションへの期待度は高い。大手企業と中堅・中小のどちらの立場からも、オープンイノベーションへの取り組み意欲が高まっている。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>*2020年度</p> <p>【オープンイノベーションセミナー】6月29日開催【オンライン】(参加者87人、支援企業数38.5社)</p> <p>【技術ニーズマッチング】<技術ニーズ説明会>7月1日開催(参加者269人、支援企業数146.5社)、8月24日開催(参加者107人、支援企業数60.5社)、第3回目:実施調整中</p> <p><ビジネスマッチング会>9月24日に大商・随時大阪ガスで開催(参加企業28社、支援企業数15社)、11月5日、9日、12日の3日間実施(参加企業6社、支援企業数3社)、第3回目:実施調整中</p> <p>【技術シーズ商談会】<シーズ説明会>環境・エネルギー/ICT:11月4日開催(参加者52人、支援企業数30.5社)、材料・科学:11月24日開催、<個別商談会>材料・化学テーマ:1月開催、材料・化学:2月開催</p>				
	反省点	<p>【オープンイノベーションセミナー】オンラインでの実施ということで、アンケートの回答率がかかり低くなってしまった。オンラインでもアンケートを確実に回収できる方法を検討する。</p> <p>【技術ニーズマッチング】今回、初めて技術ニーズを発表した企業は、世界的にオープンイノベーションを推進する企業だったが、その分、探索事業領域の難易度が高く、また外資系という点でのコミュニケーションの不安や知財面での懸念もあり、参加者数の伸びに結び付かなかった。中堅・中小企業にとって、提案しやすい大企業を探索するとともに、登壇企業にはより広い範囲の技術ニーズを発表いただけるように努める。また、外資系企業が登壇する場合は、特に知財に関する不安を払拭できるような対応・案内方法を検討する。</p>				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<p><人材育成型> 計584社</p> <p>(1)オープンイノベーションセミナー(2回程度) 支援企業数:67社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オープンイノベーションの重要性について ・中堅・中小企業が大企業に対して技術提案を行う際のポイント 				
	○ 人材交流型	<ul style="list-style-type: none"> ・オープンイノベーションから新製品開発や協同研究などを成功させた企業の事例発表 <p>(2)技術ニーズマッチング ニーズ説明会(2回程度) 支援企業数:1回180社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大企業におけるオープンイノベーションの取り組み紹介 				
	販路開拓型	<ul style="list-style-type: none"> ・大・中堅企業のニーズの発表 ・人的交流活動 <p>(3)技術シーズ商談会 シーズ説明会(2回程度) 支援企業数:1回45社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大手・中堅企業のシーズの発表 				
	ハズル型	<ul style="list-style-type: none"> ・シーズ活用のメリットに関する情報提供 ・シーズ活用事例の紹介 				
	独自提案型	<p><人材交流型> 計74社</p> <p>(1)技術ニーズマッチング ビジネスマッチング(2回程度) 支援企業数:1回30社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大企業と中小企業の面談 <コーディネータが支援> <p>(2)技術シーズ商談会 個別商談会(2回程度) 支援企業数:1回7社程度</p>				
	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	
局-3		ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業			販路開拓	
(a)関西広域連合、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課と連携して実施する。 (b)MOBIO、関西商工会議所連合会などのネットワークを利用し、府全域の中小企業への広報を行う。D-FAXシステムなどを活用し、さまざまな業種の企業へ案内する。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 658 社	ニーズ発表を行う企業が隔年での発表を希望している事例もあることから、技術ニーズマッチングの回数を1回減らすものの、オープンイノベーションのニーズは引き続き高いと見込まれるため、オープンイノベーションセミナーを追加開催し、人材育成型584社、人材交流型74社と設定。 「MoTTo OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	当該事業は自社技術の用途開発を検討するうえで参考になったと回答した割合	数値目標	70%				
	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 ×	584	社 ×	1.20	=	14,156,160	円
		40,400	円 ×	74	社 ×	1.20	=	3,587,520	円
		合計		658	社	(小計)		17,743,680	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 17,743,680 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)	本事業の実施にあたっては、大阪府内にとどまらず、関西商工会議所連合会や北陸・関西連携会議といった商工会議所ネットワークを活用して、広域から参加企業を募集する。大企業と中小企業のマッチング事業等の場合、いかに大企業からの発注案件を得られるかが、事業成功の鍵をにぎる。大阪府内だけを対象とせず広く府外からも事業者を募集し、発注側を十分に満足させる技術力の高い事業者に大阪にいながらにして出会えるという参加意義を発注側の大企業に感じさせ、継続的に良質な発注案件を提供してもらえよう努める。よって、府内事業者にとっても商談相手の拡大・ビジネスチャンスの創造につながるという高付加価値があることから、0.2の増補正を行った。								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	<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)				
17,743,680	円 ×	1.00	=	17,743,680	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはアソシエイトで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
	○	大阪商工会議所	17,225,209 円		参加企業数は、オープンイノベーションセミナー(人材育成型)各回67社程度、技術ニーズマッチングのニーズ説明会(人材育成型)各回180社、同ビジネスマッチング会(人材交流型)各回30社、技術シーズ商談会のシーズ説明会(人材育成型)各回45社、同個別商談会(人材交流型)各回7社と想定。このうち、前年度実績に基づき、共催の茨木・北大阪・高槻・東大阪・八尾の各商工会議所へ団体配分する。本商工会議所は企画・運営業務ならびに事業費(茨木・北大阪・高槻・東大阪・八尾の各商工会議所の募集及びフォローアップなどの経費を除く)を負担する。本事業は1.2の独自補正係数がついているが、支援企業数に応じた補助金を各商工会議所に団体配分する際には、1社当たりの補助率は0.7を適用し、残りの0.5は主に運営を担う本商工会議所に配分する。				
		茨木商工会議所	9,427 円						
		北大阪商工会議所	37,706 円						
		高槻商工会議所	18,853 円						
		東大阪商工会議所	282,805 円						
		八尾商工会議所	169,680 円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 584 社	<人材育成型> 「MoTT0 OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。	
	支援対象企業の変化	事例紹介などを通じてオープンイノベーションとはどういうものを周知し、販路開拓への具体的な気づきを与え、マッチングへの動機づけを行う。		
	指標	商談マッチング（引き合わせ）数	数値目標	30件
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 74 社	<人材交流型> 「MoTT0 OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。	
	支援対象企業の変化	・技術ニーズマッチングのビジネスマッチング会については、引き合わせ数が各回30件以上となるように努め、参加企業の販路開拓に寄与する。 ・技術シーズ商談会の個別商談会については、引き合わせ数が7件以上となるように努め、参加企業の販路開拓に寄与する。		
	指標	商談マッチング（引き合わせ）数	数値目標	37件
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

事業名		中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業		事業番号	17	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	5	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に、人材確保・定着のためのノウハウ・手段や事例を学んでもらうセミナーや情報交換会、大学等と企業との就職情報交換会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍で有効求人倍率は低下したが、新卒・若手人材の確保・定着に課題を感じている中小企業は依然として多い。また、入社後3年以内に離職する若手人材が3割にのぼるなど、定着も課題になっている。そこで、新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に対して、人材確保や定着を支援する「セミナー」や「情報交換会」を開催する。また、中小企業が新卒者を採用するために、大学との関係を深めたいというニーズが高い。そこで「大学等と企業との就職情報交換会」を開催し、大学とのネットワーク構築を支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内で事業を営んでいる中小企業の経営者、人事担当者など					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	コロナ禍であっても、若年人口が減少するなかで、新卒・若手人材の採用・定着に課題を感じている企業は多い。新卒採用にあたり大学の就職支援担当者との関係を深めたいとのニーズも強く、2020年11月に実施した「大学等と企業との就職情報交換会」は10月上旬に申込社数が定員を上回り、早々に受付を締め切るほどであった。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2020年度は、①5月、6月、8月、10月にセミナーを開催し、95人(5月)、38人(6月)、21人(8月)、26人(10月)が参加した。②11月に「大学等と企業との就職情報交換会」を開催し、57大学等が出展、264社・403人が来場した。					
	反省点	10月に開催したセミナーは、金曜日の午後開催であったためか、申込者の約半数しか参加しなかった。今後は参加しやすい曜日・時間帯に設定するなど、出席率を上げる工夫をする。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	(1)セミナーの開催 自社の魅力の伝え方、採用プロセスや手法、事例、コミュニケーション手法などについて解説する。 時期：5月頃、10月頃に2回程度、場所：大商会議室等での集合形式もしくはオンライン形式 <支援企業数：90社(人材育成型)>					
	○ 人材交流型	(2)大学等と企業との就職情報交換会の開催 大学の就職支援担当者が設置したブースに、企業の採用担当者等が訪問し、大学・企業間の関係ネットワーク構築を支援する。 時期：10月～11月頃に1回程度、場所：大商会議室等の集合形式もしくはオンライン形式 <支援企業数：200社(人材交流型)>					
	販路開拓型	(3)学生と人事の情報交換会の開催 就職活動を終えた学生と採用担当者等が少人数のグループにわかれて交流し、参加企業からの質問(会社説明会の時期や内容、就職活動で使用したツール等)に、学生が本音で回答をすることで、参加企業が採用活動に参考となる情報を得る。 時期：11月頃に1回程度、場所：大商会議室等の集合形式もしくはオンライン形式 <支援企業数：10社(人材交流型)>					
	ハズレ型						
	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		
	労-3	若手人材の採用・定着支援事業			雇用・求人		
	(a)大阪府就業促進課企業支援グループやOSAKAしごとフィールドなどと連携を図り、実施する。セミナーや情報交換会中に大阪府施策説明時間を設ける、大阪府からのアンケート項目を追加する、就職情報交換会参加者にチラシを配布するなどして、OSAKAしごとフィールド事業への誘導を図る。 (b)OSAKAしごとフィールドや大阪府総合労働事務所のメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	①セミナー：90社 ②就職情報交換会：200社 ③情報交換会：10社 ※商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	300 社	指標		数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒	アンケート回答事業所のうち、「セミナーで得た知識を、今後の若手人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答した事業所の割合				

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
		20,200	円 ×	90	社 ×	1.0	=	1,818,000	円		
		40,400	円 ×	200	社 ×	1.0	=	8,080,000	円		
		40,400	円 ×	10	社 ×	1.0	=	404,000	円		
		合計		300	社	(小計)		10,302,000	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	10,302,000	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)					
10,302,000		円	×	1.00	=	10,302,000	円	(円)		
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名		配分額		役割（配分の考え方）					
				円							
				円							
				円							
				円							
				円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 90 社	(1)セミナー 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。	
	支援対象企業の変化	セミナーで得た知識を若手人材の採用や定着に向けて活用することをめざす。		
	指標	セミナーで得た知識を、今後の若手人材の採用や定着に向けて活用したい事業所の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 200 社	(2)大学等と企業との就職情報交換会 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。	
	支援対象企業の変化	就職情報交換会で事業者が大学と接触し、大学との関係を構築することをめざす。		
	指標	就職情報交換会で大学と接触し、大学との関係を構築できた事業所の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	(3)学生と人事の情報交換会 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。	
	支援対象企業の変化	情報交換会で得た知識を新卒採用に向けて活用することをめざす。		
	指標	情報交換会で得た知識を新卒採用に向けて活用したい事業所の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【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	事業番号	18	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012 年度～ 年度まで	10	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪産業技術研究所や大学の研究成果、技術シーズの発表会や交流会などを開催し、中小製造業者がそれらを活用して高付加価値製品を開発することや技術力を向上させることなどを支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>大手企業の生産拠点が海外（特にアジア地域）に流出し、大手企業と中小製造業者の下請・協力関係が解消・希薄化するなどの経営環境の変化もあいまって、中小製造業者は自律的な事業展開に向けて付加価値の高い自社製品の開発や次世代ものづくりに向けた技術力の向上などを求めている。しかしながら、中小製造業者は、財政的にも人的にも制約があり、それらに投入できる経営資源に限界がある。その一方で、大阪府域には高度な基礎研究などを行っている大学や中小製造業者の技術支援を長年にわたって行ってきた大阪産業技術研究所があり、広く産業界においてその研究成果の活用を求めている。</p> <p>本事業は産学公の連携を促進し、中小製造業者の技術的課題の解決を支援する。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	幅広い製品分野の中小製造業者				
	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	6月26日「産学連携シンポジウム」開催（参加申込者数215人、支援企業数58.5社） 11月27日～12月18日「産業技術支援フェアinKANSAI2020」（オンライン開催） 12月8日「大阪市立大学の最新研究成果発表会」				
	反省点	オンライン参加者に対しては、従来のように会場でのアンケート回収ができないため、アンケート回答者にのみ配布資料を送付するように工夫し、アンケートの回答を呼びかける案内を各セミナー開催中や終了後数日間にわたって粘り強くするなど、より多くのアンケートを回収するよう努める。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	【開催回数】4回程度 【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】				
	人材交流型	①大阪府内及び周辺地域の大学の研究成果（技術シーズ）活用のための交流会（3回程度） ＜開催時期＞2021年5月～2022年2月頃 ＜開催場所＞大阪商工会議所など（もしくはオンライン） ＜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				
	販路開拓型	＜発表者＞大阪・関西圏の大学の教員・研究者				
	ハズ'ン型	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 ＜開催時期＞2021年12月頃 ＜開催場所＞大阪産業創造館など（もしくはオンライン） ＜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				
	独自提案型	＜発表者＞大阪産業技術研究所の연구원など				
	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	
	商-19	(地独)大阪産業技術研究所(ORIST)連携事業		その他		
	局-3	ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業		その他		
(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。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 300 社	①45社×1回、70社×1回、80社×1回=195社、②105社×1回=105社 募集方法は、商工会議所や大学・大阪産業技術研究所、ものづくり振興事業の過去参加者、MoTTtoメール、MOBIOメルマガ、その他産業支援機関のメールマガジン配信（けいはんなメール、中小機構近畿メルマガなど）を中心とする。							
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	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		
		20,200	円 ×	300	社 ×	1.00	=	6,060,000	円	
			合計	300	社	(小計)		6,060,000	円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円
						計		6,060,000	円	
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)					
	6,060,000	円 ×	1.00	=	6,060,000	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割（配分の考え方）				
				円						
				円						
				円						
				円						

【備考】

事業名		大阪・関西IoT活用推進フォーラム ～先端技術を活用したビジネス変革～		事業番号	19	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	5	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業におけるIoTの導入・活用を推進するため、施策や先進事例、活用できるツールなどに関して情報提供を行うとともに、効率化につながる具体的な取り組みを支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	「中小・小規模事業者の生産性革命のさらなる強化」が謳われる中、IoTの導入や企業間データ連携を促進することで、革新的な製品・サービスの創出、無駄のない最適化されたサプライチェーン、安全で生産性の高い製造プロセスの実現が期待されている。経済産業省が推進する「ロボット革命イニシアティブ協議会」では、「IoTによるビジネス変革WG」の下で、中堅・中小企業のIoT化への取り組みを支援すべく、B to B向けIoTの将来像やセキュリテなどが議論されるとともに、製造業向けIoTツールの紹介などが継続的に実施されている。当事業はこうした動向を踏まえ、第4次産業革命の実現による新ビジネスの創出、中堅・中小企業への波及を推進する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	先端技術を活用したビジネス変革を志向する幅広い製品・サービス分野の中小企業					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	本フォーラム参加者アンケートでは、「IoTの活用メリットや施策などに関する最新情報の提供」あるいは「先進企業におけるIoT活用事例に関する情報提供」への期待が7割を占めている。また、IoT活用ニーズ(複数回答)では、「自社内での情報共有」、「業務の効率化」、「新たなビジネスモデルの創造」という回答が半数近くあり、IoTを活用した経営力強化へのニーズはきわめて高い。					
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	「大阪・関西IoT活用推進フォーラム」 ＜第13回例会＞2020年7月28日-29日開催(参加者数258人、支援企業数131社) ＜第14回例会＞2020年10月30日-11月2日開催(参加者数98人) ＜第15回例会＞2021年2月開催					
	反省点	新型コロナウイルスの影響により、従来の業務やビジネスモデルの在り方を幅広く見直す動きが広がることを想定し、「IoTを起点としたデジタルトランスフォーメーションの情報提供をオンラインで行ったところ、多くの参加者を得ることができた。一方で、参加者が求める情報・内容は非常に多岐にわたっており、さまざまな業界において、新型コロナウイルス感染症に対応するためのIoT活用の情報提供が求められていると考えられる。2021年度、さらに多くの参加者を集めるため、IoTやさまざまな先端デバイスを実際に導入、成功した企業の事例をわかりやすく紹介することで、参加者自身が実践する機運を高める。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	開催数：3回程度 実施方法：オンライン(YouTube等の動画プラットフォームを利用し、オンデマンド配信) ※事前収録済みの動画を期間限定で公開。					
	人材交流型	支援企業数：1回100社程度 内容：					
	販路開拓型	・IoTの活用方法やメリット、施策等の情報提供 ・IoTに関連するデジタル、ネットワークインフラなどの技術動向紹介(5G、量子コンピュータ、画像解析などの技術動向や活用事例など) ・ドローン等の活用の事例紹介(例：インフラ点検、工場点検など) ・製造業におけるIoT活用による改善事例紹介					
	ハブ型	・新型コロナウイルス感染症に対応するためのIT/IoT活用方法の紹介 ・IoT活用によるビジネスモデル変革事例の紹介(例：製品のスマート化、製造業のサービス化など)					
	独自提案型	・データをビジネスで利活用するためのデータ分析の代表的な手法・ツールの紹介など ・サービス業へのIoT活用の展開紹介 ・IoT活用ツールの紹介					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (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
	局-5	中小企業のIT/IoT導入支援			IT・IoT		
		(a)事業運営については、大阪府商工労働部 中小企業支援室 大阪府IoT推進Lab担当と連携して実施する。 (b)商工会議所の広報媒体(機関紙やメールマガジンなど)を広く活用するとともに、あわせて協力団体(一般財団法人関西情報センターを予定)の広報ツールを活用する。また、関西商工会議所連合会のネットワークを活用して、関西広域から参加企業を募集する。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 300 社	幅広い業種を対象としたテーマでの開催を想定し、100社×3回と設定した。フォーラムメンバーをはじめ、大阪府などの他機関と連携し、広く大阪府内から事業者を集める。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	自社でのIoTに対する取り組み意欲の向上								
	指標	アンケートでIoTの活用にさらに努めたいと回答した割合	数値目標	70%						
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 ×	300	社 ×	1.00	=	6,060,000	円	
		合計		300	社	(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
	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)					
	6,060,000	円 ×	1.00	=	6,060,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							
			円							

【備考】

事業名		大阪クリエイティブフェア		事業番号	20	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013	年度～	年度まで	9	年目	←複数年度段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	大阪に縁のあるプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨などの製造者・卸売業者・小売業者などによるデザインや感性の優れた製品・商品の展示販売会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	才能あるプロダクトデザイナー・クリエイターをはじめ、デザイン性の高いリビング用品などを製造・販売する中小・小規模企業などは、規模が小さいために認知向上や販路開拓に苦戦している。在阪もしくは大阪にゆかりのある、新たな取り組みへの意欲の高い事業者を発掘し、百貨店などの展示・販売イベントへ出店する機会を提供する。当該催事期間中の売上増だけでなく、消費者や業界関係者への認知度向上、今後の取引拡大や販路開拓につなげていく。さらに、一般消費者と普段接触する機会がないプロダクトデザイナーやメーカーなどが、催事期間中の接客を通じて来場客のニーズなどを直接把握できるので、エンドユーザーを意識した新製品の企画や開発などにつながることも期待できる。また、優秀なプロダクトデザイナーや中小・小規模企業の成長を促し、業界全体の活性化につなげるだけでなく、商品や出展者の「大阪らしさ」をPRできるよう注力する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	プロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨、食品の製造業者・卸売業者・小売業者など					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	取引拡大、販路開拓をめざす出展申し込みは、2019年度53社、2020年度41社であった。 [2019年度出展者アンケート] 全体的な評価→満足・やや満足：全21社（1社未回答）中17社 [2020年度出展者アンケート] 全体的な評価→満足・やや満足：全30社中28社					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	高島屋大阪店にて過去4回、あべのハルカス近鉄本店で過去5回実施。 <2020年度> 11月11日（水）～17日（火）の7日間、あべのハルカス近鉄本店ウイング館9階催会場にて実施。応募企業は41社、出展企業は30社。					
	反省点	2020年度は、応募企業の増加をめざし、出展料無料となる大阪府の認定企業を「大阪製ブランド」「大阪産（もん）」に加え、「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」に拡大したほか、大阪府内の商工会議所・商工会の会員も無料とし、協力を依頼した。新型コロナウイルス禍であることもあり、応募数は減少したが、大阪府の認定企業の申込が多数あり、審査会を通過した企業は昨年度を上回る30社となった。当日の販売にあたり、来場者への商品説明が不慣れな出展者が見られた。そのような事業者には商品説明のレベルアップが必要と感じられた。					
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	【実施プロセス（展示・販売イベントを秋に開催）】 (1)大阪・関西に縁のある専門家（編集者、プロデューサーなど）を、本事業のコーディネータ役に任命する。 (2)今年度のコンセプトをコーディネータ役と協議の上、決定する。					
	人材交流型	(3)決定したコンセプトに基づき、プロダクトデザイナーやクリエイター、その他生活雑貨製造業者・卸売業者・小売業者などから出展プロダクトを募集する。 (4)大阪府の「大阪製ブランド」と連携を図り、認定・採択企業への応募を呼びかけるとともに、同認定の処遇とプロモーションにつきタイアップする百貨店と相談する。					
	○ 販路開拓型	(5)コーディネータ役と大手百貨店などの担当者による2度の選考（1次選考：書類、最終選考：現物）で出展プロダクトを決定する。 (6)出展プロダクトにつき、大手百貨店などの販売促進担当者およびリビング用品担当バイヤーから、品質、スペック表示、価格表示、効果的な販売方法と陳列などを、個別面談形式でアドバイスしてもらい、販売前の段階でも、具体的かつ実践的な販売力アップの機会を設ける。また一般消費者への商品が不慣れな出展者を対象に商品説明のセミナーも開催する。					
	○ ハズメ型	(7)大手百貨店など（近鉄百貨店を想定）で展示・販売イベントを開催（7日間）。出展者（プロダクトデザイナーやクリエイター本人、または出展企業の従業員など）には、期間中、販売員として売場に常駐していただくことで、接客を通じて一般消費者から直接ニーズなどをヒアリングし今後の商品開発の参考にしてもらうとともに、大手百貨店の顧客対応のマナーや個人情報の管理などを学んでもらう。					
	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
	局-4	中小企業における自社商品開発の促進（「大阪製ブランド認定事業」ほか）			販路開拓		
(a)「大阪製」「大阪産（もん）」認定企業に加えて、「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」認定企業に出展応募を呼びかけるべく、大阪府ものづくり支援課MOBIO事業推進グループと連携を図るとともに、できる限り出展できるよう百貨店側に働きかける。 (b)大阪府内の商工会議所・商工会と連携をして実施する。府内のリビング関連メーカーなどに応募要項をDMするとともに、リビング関係の展示商談会などのイベントにて出展者を開拓していく。							

主な事業の目標	設定根拠及び募集方法⇒	出展企業数：2018年度26社→2019年度21社→2020年度30社 大阪府ものづくり支援課MOBIO事業推進グループなどとの連携や支部経営指導員を通じて出展審査会を通過できるより魅力ある事業者の発掘を図る（2020年度は同グループの協力を得て「大阪製」認定企業が6社、「大阪産（もん）」企業が2社、「大阪商品計画」企業が5社、「大阪の伝統工芸品」企業が1社出展）。また、「大阪製」「大阪産（もん）」「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」認定企業については出品料を免除するなどのインセンティブの継続を検討する。						
	総支援対象企業数	24	社					
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	自力では大手百貨店などに店が出ない小規模事業者が、本事業を通じて百貨店での出店の実績をつくることのできる。そのプロセスを通じて大手百貨店からさまざまな助言やノウハウの習得、ならびに販売経験の蓄積に加え、消費者や業界関係者に広く認知されることによって、今後の信用拡大、取引拡大、販路開拓につながることを期待できる。また、一般消費者と普段接触する機会がないプロダクトデザイナーなどが、百貨店催事場での接客を通して消費者ニーズを直接把握し、新製品の企画や開発などに活かすことが期待できる。						
	指標	売上合計					数値目標	450万円
その他目標値	目標値の内容⇒	商品購入件数 ※過去3年推移（2018年度2,178、2019年度2,756、2020年度3,780）						
	1400	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
		101,000	円 ×	24	社 ×	1.00	=	2,424,000
		50,500	円 ×	1,400	社 ×	0.05	=	3,535,000
		合計		1,424	社	(小計)		5,959,000
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）							計
独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）	係数：①ヒアリングなどにより各出展者が販売を通じて学び得た内容や今後の課題の把握に努めるなど、個々の出展者に対して密接なフォローアップを行うこと、②過去に本事業での出展を機に、別の百貨店催事への出展要請を受けた事業者が出るなど、百貨店などへの出展により実績とノウハウをつけることが実際の販路開拓につながることから、BtoBに準ずるものとして係数を0.05とする。							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
	②受益者負担	円	負担金の積算					
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
5,959,000	円 ×	1.00	=	5,959,000	円	(円)	
補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		役割（配分の考え方）			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業	事業番号	21	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで	8 年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	生産年齢人口が減少するなか、企業活力の増進に不可欠な人材力を強化するため、女性労働力の育成を行う。特に在職中の女性の活躍や定着を通して、人材育成の余力がない中小企業の経営力強化を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	生産年齢人口が減少する時代には、中小企業において即戦力となる労働力の確保が重要となる。近年は女性の社会進出が進んでいるが、大阪における女性の就業率は全国の中でも低く、女性管理職比率も低い状態が続いている。 そこで、テレワークや育児・介護との両立支援など、企業の職場環境整備に関する情報を提供することで、女性の確保・定着と活躍を支援する。また、大阪サクヤヒメ表彰の実施によるロールモデルの発掘など、これまでの取り組み成果に基づき、ロールモデルや事例を紹介するとともに、女性管理職等の交流・ネットワーク構築の場を設ける。さらに、2025大阪・関西万博に向け、ジェンダー平等の実現など、働く女性の連携によるSDGs達成のための活動に関する取り組みを支援する。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪市内を中心に大阪府内に存する、質の高い即戦力となる人材を確保・定着させたい中小事業者 ・女性の活躍促進を図り、経営力を強化したい中小事業者（経営者、管理職、女性就業者等） ・テレワークなど柔軟な働き方や、育児や介護などの両立支援に関心がある中小事業者 ・2025大阪・関西万博に向け、ジェンダー平等の実現など、働く女性の連携によるSDGs達成のための活動に関心がある中小事業者（経営者、管理職、女性就業者等）。 				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	女性の活躍推進は政府の成長戦略の中核におかれ、働き方改革の一端を担っている。しかしながら、中小企業においては今なお「女性の活用方法がわからない」などの声があるほか、育児や介護との両立支援、テレワークなど柔軟な働き方の促進など、女性の定着・活躍推進に必要な就業環境の整備には課題も多い。また、女性の管理職比率は低い状態にとどまっており、社外とのネットワーク構築を含む働く女性のキャリアアップ支援が必要とされている。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2020年度実施状況 ①6月・女性活躍推進フォーラム（36人参加）、7～8月・同フォーラム動画配信。（55名視聴）、9月・女性活躍推進シンポジウム（36人参加）。9月・テレワーク応援！セミナー&相談会（55人参加）など ②8月/10月・大阪サクヤヒメ・オンライントーク交流会（16名参加/6名参加）、8月・ロールモデル研修（会場31人、オンライン71人）など				
	反省点	社内にロールモデルとなる女性がない企業はまだ多い。大阪サクヤヒメ表彰受賞者がロールモデルとして登壇するセミナーやフォーラム、交流会を継続して実施する必要がある。				
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	(1)フォーラム・シンポジウム・セミナー・説明会などの開催 テレワークなど柔軟な働き方の推進や、育児・介護支援の充実などによって、人材の確保・定着や女性活躍推進につながった企業の経営者や人事担当者、女性管理職などを招き、女性の活躍推進メリットを紹介するフォーラム・シンポジウム・セミナーなどを開催する。また、女性活躍推進法や企業主導型保育事業など、女性の活躍推進に資する施策等を紹介する説明会などを開催し、企業の人材確保・定着を支援する。さらに、2025大阪・関西万博に向け、ジェンダー平等の実現など、働く女性の連携によるSDGs達成のためのフォーラムやシンポジウムなどを開催する。 ＜支援企業数：160社（人材育成型）＞ 集合形式もしくはオンライン形式で実施。				
	○ 人材交流型					
	販路開拓型					
	ハズメ型					
	独自提案型	(2)交流会の開催 ロールモデルとなる女性役員・管理職などと働く女性の交流会 ＜支援企業数：40社（人材交流型）＞ 集合形式もしくはオンライン形式で実施。				
		○ (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	
		労-6	中堅・中小企業における女性の活用・戦力化支援事業		人材育成・労務	
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		(a)雇用推進室就業促進課やOSAKAしごとフィールドと連携し、実施の時期や内容の調整の連絡を密にとる。また、OSAKA女性活躍推進会議の構成員として適宜連携する。テレワーク関連事業は労働環境課とも連携を図り進める。 (b)OSAKAしごとフィールドや大阪府労働環境課が発行するメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。セミナー内でOSAKAしごとフィールド事業への誘導を図る。 ※大阪市と「大阪市きらめき女性応援会議」の構成団体の一員として企業向け事業について連携を行うとともに、大阪市女性活躍促進リーディングカンパニー事業や女性活躍推進企業調査等なども適宜連携する。				

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 200 社	フォーラム・シンポジウム、セミナー・説明会等160社、交流会40社 ※商工会議所会員を中心に大阪府市・関係団体と連携し広報集客する。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	自社における女性(自身も含む)の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きに検討することが可能になる。<人材育成型>					指標	「今後、女性の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きに検討したい」と回答した企業割合	数値目標	80%
	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 ×	160	社 ×	1.0	=	3,232,000	円	
		40,400	円 ×	40	社 ×	1.0	=	1,616,000	円	
		合計		200	社	(小計)		4,848,000	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)									
				計		4,848,000		円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)										
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等						
	②受益者負担		円	負担金の積算						
	○	(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)			
4,848,000		円 ×	1.00	=	4,848,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割(配分の考え方)				
				円						
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 160 社	<人材育成型> フォーラム・シンポジウム・セミナー・説明会など 商工会議所会員を中心に大阪府市・関係団体と連携し広報集客する。OSAKAしごとフィールドや大阪府労働環境課が発行するメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。	
	支援対象企業の変化	自社における女性（自身も含む）の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きに検討することが可能になる。 指標 「今後、女性の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きに検討したい」と回答した企業割合	数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 40 社	<人材交流型> 交流会 商工会議所会員を中心に大阪府市・関係団体と連携し広報集客する。OSAKAしごとフィールドや大阪府労働環境課が発行するメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。	
	支援対象企業の変化	ロールモデルとなる女性役員や管理職などと働く女性が交流することで、女性（自身も含む）の活躍推進に向けて前向きに検討することが可能になる。 指標 アンケートで「女性（自身も含む）の活躍推進に向けて前向きに検討したい」と回答した企業数	数値目標	32社
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー		事業番号	22	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	8	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業が対象となる環境関連法令や、省エネ・新エネなどへの取り組みに資する情報を提供し、法令順守や環境経営の推進を通じた経営改善や新事業展開などへの取り組みを支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	国が、2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにする方針、いわゆる「カーボンニュートラル」を表明したことを受けて、わが国のCO2排出の9割を占めるエネルギー分野において、省エネルギーへの取り組みはもとより、エネルギー需要の電化や水素化を進展させ、電源の再エネ主力化・次世代蓄電池等や安価な水素の大量供給など需給両面の抜本的な構造転換を図ることが求められている。企業にとっては、新エネ・省エネへ取り組むチャンスであり、具体的な対応策についての情報ニーズも高まっている。また、環境関連法令は、規制強化の方向で新規制定・改正されている一方で、中小企業はこうした情報をタイムリーに収集できる機会が不足しており、知らぬ間に法令違反を犯してしまう可能性がある。そこで、省エネ・新エネや、環境法令に関する情報を提供するセミナーを開催することにより、自社の課題の解決や新事業展開のための課題抽出に役立ててもらう。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	○大阪府内中小企業の環境部門責任者・担当者 ○省エネの取り組みに関心のある中小企業の経営者、施設・エネルギー管理担当者 ○エネルギー分野で新規事業展開を目指す中小事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	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。					
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	「省エネ・省CO2セミナー」10月22日開催（参加申込者数149人、支援企業数51社） 「水素関連産業への参入オンラインセミナー」11月10日開催（参加申込者数227人） 「新エネルギー関連産業への参入オンラインセミナー」2～3月開催 「省エネ・省CO2セミナー」3月3日開催					
	反省点	省エネ・省CO2セミナーでは、コロナ禍の昨今、注目を浴びるを業務用ビル全体における換気対策やZEB化を切り口としたテーマでセミナーを開催することで、参加者が約150人と前回は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。					
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カーボンニュートラル最新動向セミナー（仮称）（1回程度、集合形式またはオンライン） 先進的にカーボンニュートラルに取り組む企業や団体の事例発表などにより、グリーンイノベーションの実現に向けた対応を支援する。カーボンニュートラルを目指すうえで不可欠となる、水素（FCV、エネファーム、水素製造装置）、蓄電池（PHV・EV、無人搬送機、産業用ロボット）、洋上風力発電などの再生可能エネルギーを中心に、最先端の環境・エネルギー技術を網羅しながら、大阪府内の事業者が情報収集しやすい環境を整備する。産学官が連携した取組が重要視されていることから、講師は、国の関係機関や大学教授をはじめ、カーボンニュートラルの実現に向けて先進的な活動をしている企業や団体など。＜支援企業数：60社程度＞					
	人材交流型						
	販路開拓型	②「新エネルギー関連産業参入促進セミナー」（1回程度、集合形式またはオンライン） 一層の成長が期待できる水素関連産業分野の現状・見通しの解説や、先進的に同分野に取り組む企業の事例発表などにより、水素関連産業分野への参入を後押しする。大手企業の最新ニーズ発表の機会なども設け、水素関連産業分野への参入を図る。さらには、新型コロナウイルスの感染状況を見極め、実施可能な場合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、とくに水素関連産業分野以外のものづくり中小企業が新規参入しやすい環境を整える。講師は、水素関連産業事業者、水素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。＜支援企業数：1回65社程度＞					
	ハズメ型						
	独自提案型	③「中小企業のための省エネ・省CO2セミナー」（2回程度、集合形式またはオンライン） エネルギー政策の現状や見通し、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、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）。＜支援企業数：1回50社程度＞					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果
	商-4		新エネルギー産業分野への参入促進			その他	
	(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。 (b)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。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	商工会議所主催水ビジネス関連セミナーの過去参加者への案内やTeam E-Kansaiなど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参加を呼びかける。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 (代表的な指標)	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。								
	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%			
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 ×	225	社 ×	1.00	=	4,545,000	円	
			合計	225	社	(小計)		4,545,000	円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円
						計		4,545,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等						
	②受益者負担		円	負担金の積算						
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
	4,545,000	円 ×	1.00	=	4,545,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割（配分の考え方）					
					円					
					円					
					円					
					円					

【備考】

事業名		医療機器等産業事業化促進事業		事業番号	23	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	4	年目	←複数段階の実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	医療・健康関連産業に参入しようとする製造業・IT企業などを対象に支援セミナーを実施するとともに、医療機器分野などを対象とした商談PR動画作成と販路開拓を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>高齢化の進展と医療費等の負担軽減などの課題があるなか、医療・健康関連産業（予防・診断・治療・予後・介護などに資する医療機器、デジタルヘルス、介護など）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、医療現場等との関係構築や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、規制や先進事例に加え、新規参入の進め方や事業化に資する情報を提供するとともに、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)	これから医療・研究分野産業に参入するメーカー、ならびに既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、医療機器等開発支援事業を20年近く実施しており、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	2020年度 <人材育成型> 医療分野等への新規参入をテーマとしたセミナーを4回実施（支援企業数計230社） <販路開拓型> 自社PRのための動画作成および広報の支援を実施（支援企業数計10社）					
	反省点	Withコロナ対応として、本年度初めてオンラインセミナーとして実施。時間や場所の制約が減少し参加（視聴）しやすい環境が生じた一方で、主催者・参加者ともに慣れない面もあり、名刺交換含むリアルなネットワーク構築の面で課題が残る。販路開発支援についても、年度当初予定の併設展示による事業が実施できなかったため、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・広報を行ったが、新たな取り組みとして魅力があると評価いただく一方、一方通行の情報提供になり、実際にターゲット顧客との関係構築ができにくい面が課題である。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	①医療機器産業事業化促進セミナー <人材育成型> ○3回程度開催 ○支援企業数1回40～50社程度 ○集合形式もしくはオンライン 企業が医療機器などの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、医療機器業承認手続き、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、介護分野との共通点・相違点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	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> ○Vimeoなどを活用した動画作成および関係先への広報 ○支援企業数：12社 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などへの配信や、大阪商工会議所が実施しているフォーラムHPへの掲載などにより、医療機器分野の新たな商取引につなげる。					
	○ 販路開拓型						
	ハズ'わ型						
	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			
	商-7	ものづくり中小企業の医療機器分野等への参入促進			販路開拓		
	(a)大阪府成長産業振興室ライフサイエンス振興担当と日常的に情報交換、連携してライフサイエンス産業の振興を図っており、当該事業も緊密に連携して実施する。 (b)大阪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。)						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 152 社	<人材育成型>140社 <販路開拓型>12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など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 (代表的な指標)	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第一歩を踏み出すことをめざす。<人材育成型> 指標 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%	
	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 ×	140	社 ×	1.00	=	2,828,000	円
		50,500	円 ×	12	社 ×	1.00	=	606,000	円
		合計		152	社	(小計)		3,434,000	円
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%) 計 3,434,000 円							
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
		②受益者負担	円	負担金の積算					
		○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果				
		標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
		3,434,000	円 ×	1.00	=	3,434,000	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					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 140 社	<人材育成型> 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など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	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第一歩を踏み出すことをめざす。 指標 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%	
	その他目標値	目標値の内容⇒							
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 12 社	<販路開拓型> 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など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	販路開拓につながることをめざす。 指標 今後の販路開拓に効果があ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⇒							

【備考】

--

事業名		第4次産業革命分野における新規事業創出促進事業		事業番号	24	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	4	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪府内の中小企業が第4次産業革命技術（IoT、ビッグデータ、AI、ロボットなど）の活用を行い、イノベーションを促進することで、大阪産業の付加価値向上をめざす。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	第4次産業革命技術の進展により、個別顧客のニーズに基づく新しい市場が創造される中、現場力を有する中小企業には新たなビジネスチャンスの獲得が期待されている。その一方、第4次産業革命技術に関心はあるものの、取り組みには至っていない中小企業も多い。そこで、府内中小企業の第4次産業革命技術活用を支援し、新規事業創出につなげる。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	第4次産業革命技術を取り入れた新規事業創出を通じて、イノベーションに挑戦する中小企業					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	第4次産業革命技術の活用に関心を持っている中小企業は多いものの、他のAI関連事業のアンケート結果などによると、身近な手の付け所や具体的な取り組み方が分からない企業が多く、活用に向けた支援のニーズは高いと解される。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	12月8-11日：「ドローンと共創し生み出す新たなビジネス」セミナー 12月15-18日：「ウイズコロナ時代に必要なロボットとの共創」セミナー					
	反省点	当初の計画では、「大阪共創ビジネスプログラム（OCBP）」との連携も踏まえて、7～8月頃を目途に実施予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により、12月の開催となった。また、参加者と技術シーズ発表企業とのマッチングも実施予定であったが、対面の事業運営が難しかったため、アンケートに登壇企業に対する質問の項目を設けることにより、参加者が登壇企業とコミュニケーションをとれる環境を用意した。2021年度以降も、新型コロナウイルスの影響を踏まえたうえで、引き続きOCBPとの連携や参加者と登壇企業とのコミュニケーションを意識し、第4次産業革命関連技術を活用した新規事業創出を支援できるよう努める。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	第4次産業革命技術に関する情報提供、企業によるシーズ（ツール）や事例発表など（2回程度実施）					
	人材交流型	＜概要＞ 有識者からの第4次産業革命技術に関する動向の解説や、第4次産業革命を支援する企業（ITベンダーなど）からの技術シーズ（ツール）説明、活用事例の紹介により、大阪府内中小企業の第4次産業革命を活用した新規事業創出を促進する。あわせて、アンケートなどを通じて参加者が登壇企業へ質問ができる環境を整える。					
	販路開拓型	＜実施方法＞ オンライン開催（YouTubeなどの動画プラットフォームを利用し、オンデマンド配信） ※事前収録済みの動画を期間限定で公開。					
	ハンズオン型	＜講師案＞ 大学教授、コンサルタント、第4次産業革命技術を活用・提供している企業など					
	独自提案型	＜参加者数＞ 100人程度 ＜支援企業数＞ 1回70社程度					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (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
	商-16	IT/IoTなどの新技術を活用した新事業創出の支援				IT・IoT	
		(a)大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課新事業創造グループと共同で実施する。セミナー参加者は、同グループの「大阪共創ビジネスプログラム（OCBP）」への参加を促す。 (b)商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）を広く活用し、あわせてMOBIOのネットワークや大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課などのメールマガジンを活用し、大阪府内事業者に広く周知・募集を行う。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 140 社	商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集する。										
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	第4次産業革命技術の動向や先進企業の活用事例などを通じて、第4次産業革命技術を活用した新規事業創出を促す。				指標	各回のアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合	数値目標	75%				
	その他目標値	目標値の内容⇒											
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	20,200	円 ×	支援企業数	140	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	2,828,000	円
				合計	140	社	(小計)				2,828,000	円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）											
		計											
		2,828,000 円											
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）												
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等									
	②受益者負担	円		負担金の積算									
	○ (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)								
	2,828,000	円 ×	1.00	=	2,828,000	円	(円)					
補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		役割（配分の考え方）								
			円										
			円										
			円										
			円										

【備考】

事業名		中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業		事業番号	25	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013 年度～	年度まで	9	年目	←複数年度段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	高年齢者の継続雇用を円滑に行い、戦力として活用するための方策などに関するセミナーを開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	企業に対して70歳までの就業機会の確保や高年齢者就業確保措置を努力義務とする「改正高年齢者雇用安定法」の施行が2021年4月に施行され、2025年には現行法の経過措置も終了することから、政府は希望する高年齢者社員が年齢にかかわらず働くことができるよう、雇用環境の整備に取り組む企業への支援を行っている。その一方で、特に中小企業・小規模事業者においては、高年齢者の柔軟な働き方や環境整備を進め、モチベーションを維持し即戦力として活用することが重要な課題となっている。そこで、本事業はセミナーを通じて、70歳までの雇用年齢の引き上げに向けた企業の動向などの情報を提供するとともに、高年齢者の賃金や人事処遇制度のあり方について解説し、中小企業・小規模事業者の高年齢者雇用を支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	高年齢者の活用を志向する中小企業の経営者・経営幹部、人事担当者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2020年度前半に開催したセミナーで、終了後に行ったアンケート調査ではすべての参加者が「高年齢者が活躍できる労働環境を整えたい」と答え、セミナーでの情報提供をきっかけに高年齢者の賃金制度や人事処遇制度の見直しを検討を考える企業が多く、それに関連した支援ニーズは高い。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p><2019年度>セミナー「企業に活力を与える高年齢者の雇用と処遇」を6回開催、支援企業数は199社であった。</p> <p><2020年度>セミナー「高年齢者継続雇用 戦力としての賃金、処遇、働き方」を、9月に集合形式、10月にオンライン（集合形式のセミナーを録画配信）で実施。支援企業数は97社。1月に集合形式・オンラインの両方で、セミナー「今から準備する！定年再雇用時から賃金設計と評価制度構築」を開催。</p>					
	反省点	2020年度のセミナー参加者からは「高年齢者継続雇用に加え、人生100年時代における40～50代のセカンドキャリアの棚卸しが重要と思います。企業としてその世代が戦力として自覚を持ってもらうための気づきを与える活動をしていきたい」との声があった。また「助成金と評価制度の説明は役立つ」との感想もあり、そうした事業者のニーズを踏まえて、2021年度は、70歳までの継続雇用や就業機会の確保に向けた対策のほか、高年齢者の評価制度導入も踏まえた賃金・処遇制度や雇用管理、企業向け助成金の活用などについて事例を交えて解説する。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	高年齢者の継続雇用の進め方と企業の最新動向に関するセミナーを2回程度開催（集合形式もしくはオンライン、またはその両方）する。					
	人材交流型	(内容) 希望する社員が70歳まで働ける環境整備に向けて企業が取り組んでいけるよう、高年齢者の柔軟な働き方に応じた環境整備や賃金・処遇制度の見直し方、働く意欲を高めて戦力とするための評価制度導入を踏まえた人事処遇、雇用のための助成金の活用の仕方などを企業の動向や事例を交えながら解説する。					
	販路開拓型	(実施方法) 大阪府社会保険労務士会と共催し、同会に講師の派遣を依頼する。セミナー終了後は、必要に応じて本商工会議所の専門相談（人事・労務関連）につないで個別支援も行う。事業実施にあたっては、OSAKAしごとフィールドならびに大阪市域労働ネットワーク事務局（大阪府商工労働部雇用推進室労働環境課）に開催広報などの協力を得る。					
	ハズレ型						
	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		
		労-8	中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業			人材育成・労務	
		(a)大阪府商工労働部雇用推進室就業促進課就業支援グループ、OSAKAしごとフィールドと連携して実施する。また参加者にOSAKAしごとフィールドへの登録を呼びかける。 (b)本商工会議所や他の産業支援機関、上記機関のメール配信などにより府内全域を対象に参加募集をする。 (d)経営指導員が経営相談を受ける中で、高年齢者雇用を推進したい、または推進することによりさらなる事業の安定化がのぞめる事案があった場合など、当該事業への参加を勧める。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 130 社	○2020年度前半期の支援企業数は97社。2021年度は2回開催、支援企業数を130社とする。 ○大阪府内の中小企業へのファックス、メールの送信などに参加者を募集する。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	継続雇用者の評価制度や処遇水準の新たな設定方法などについて理解し、見直しを図ることで、健全な労働環境の整備、労使関係の安定を図る一助としてもらう。							
	指標	セミナーで得た知識を、自社の今後の労働環境や処遇の見直しなど労務改善につなげる・役立てると回答した割合	数値目標	85%					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費				
		20,200 円 ×	130 社 ×	1.0	=	2,626,000 円			
		合計	130 社	(小計)		2,626,000 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	2,626,000 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)						
	2,626,000 円 ×	1.00	=	2,626,000 円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)					
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援		事業番号	26	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019 年度～	年度まで	3 年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	先端技術を活用した社会課題解決ビジネスの創出に不可欠な、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスの重要性を解説するとともに、大阪における実証支援の取り組みをPRし、同ビジネスの創出につなげる。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	現在のさまざまな社会課題を解決するために、AIやIoTといった第4次産業革命技術の活用が期待されている。ただ、そうした先端技術を活用したビジネスを創出するためには、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスが不可欠である。大阪府・市・大阪商工会議所では、「実証事業推進チーム大阪」を設置し、実証実験の支援を希望する事業者からの提案を一元的に受け付け、大阪府・大阪市の関連施設や公共空間、賛同いただいた民間企業の工場や施設等のフィールドを提供し、大阪での実証実験の実施をより強力に支援している。当事業では、こうした動きをさらに加速させるため、実証支援の取り組みを広くPRし、実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出につなげる。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	先端技術を活用した実証実験の実施を通じて、社会課題解決ビジネスの創出をめざす中小企業					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2025年大阪・関西万博では、「未来社会の実験場」がコンセプトに掲げられており、大阪で革新的な実証が次々に実施される「実証事業都市・大阪」実現に対する企業の期待は非常に高い。また、SDGs（持続可能な開発目標）が世間の注目を集める中、社会課題解決ビジネスの創出をめざす企業も増えてきている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	9月30日：実証事業都市・大阪セミナー～スマートシティ会津若松から、2025年大阪・関西万博へ～（参加者数：220人、支援企業数89社）					
	反省点	会場参加とオンライン参加のハイブリッド開催で実施したことにより、非常に多くの参加希望があり、本事業のテーマに対する府内中小事業者の関心度の高さがうかがえた。一方で、大阪における実証実験への関心については、「関心はあるが、具体的な事業のイメージがなく、今後検討したい」という回答が7割あったため、引き続き大阪における実証実験の事例を紹介し、より多くの参加者が大阪での実証実験を検討するための有益な情報を提供できるよう努める。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	＜概要＞ 現在のさまざまな社会課題を解決するために、AIやIoTといった第4次産業革命技術の活用が期待されている。ただ、そうした先端技術を活用したビジネスを創出するためには、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスが不可欠。そこで、この「実証実験」の重要性を解説するとともに、大阪における実証支援の取り組みや大阪での実証実験実施事例を紹介するセミナーを1回開催する。					
	人材交流型	＜開催方法＞ 集合形式かつオンライン形式のハイブリッド開催 もしくは、YouTube等の動画プラットフォームを利用したオンデマンド配信によるオンライン形式 (※事前収録済みの動画を期間限定で公開)					
	販路開拓型	＜講師案＞ 大学教授、コンサルタント、実証実験実施企業など					
	ハズメ型	＜参加者数＞ 80人程度					
	独自提案型	＜支援企業数＞ 100社					
	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		
	商-2	社会課題解決ビジネスの創出・成長支援			創業・経営革新		
	(a)大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施する。セミナー参加者に対し、同課が実施する補助事業への申請や、同課が連携する「社会課題解決ファンド」への申込み、「関西イノベーションネットワーク投資事業有限責任組合（通称「イノベーションファンド25」）」の利用、大阪府や民間金融機関などが実施するビジネスプランコンテストへの応募を促す。 (b)商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）を広く活用し、あわせて大阪府商工労働部のネットワーク、メールマガジンなどを活用し、府内事業者に広く周知・募集を行う。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 100 社	社会課題解決ビジネスや2025年大阪・関西万博への関心の高さから、100社程度の参加を見込む。商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集する。										
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	実証実験のプロセスの重要性の解説や実証支援の取り組み紹介、企業事例の紹介などにより、実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出を促す。				指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合	数値目標	70%				
	その他目標値	目標値の内容⇒											
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	20,200	円 ×	支援企業数	100	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	2,020,000	円
				合計	100	社		(小計)			2,020,000	円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）											
		計											
												2,020,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)												
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等									
	②受益者負担	円		負担金の積算									
	○ (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)								
	2,020,000	円	×	1.00	=	2,020,000	円	(円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割（配分の考え方）							
				円									
				円									
				円									
				円									

【備考】

事業名		中小企業のための外国人留学生採用支援事業		事業番号	27	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	5	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	人材不足への対応をはじめ、海外展開やインバウンドビジネス強化などにもない、外国人留学生の採用に関心をもつ中小企業を支援するための事業を展開する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	現在約30万人の外国人留学生が日本で学んでいる。卒業後、約6割が日本国内の企業への就職を希望しているものの、実際に就職しているのは3割程度に留まっている。人材不足に悩む企業にとっては人材確保の大きなチャンスだが、留学生を採用するには、価値感の違い、求人募集方法などわからないことが多く、採用に踏みだせない企業も多い。そこで、中小企業の経営者や人事担当者などを対象に、外国人留学生を採用している企業の事例や外国人留学生を採用するための制度などについて紹介するセミナーを開催し、外国人留学生の採用について知識を深めてもらう。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	人手不足やグローバル化、ダイバーシティなどに対応するため、外国人留学生の採用に関心をもつ大阪府内の中小企業					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2019年12月に民間調査機関が実施した外国人留学生採用見込み調査では、従業員数300人未満の企業の5割前後が外国人留学生を採用する予定と回答。一方「社内の受入体制が未整備」「在留資格の変更手続きなどが負担」といった課題を抱えている。また、日本・東京商工会議所が2020年9月に発表した「多様な人材の活躍に関する調査」では、外国人材の受け入れニーズがあると回答した企業は48.7%と、依然として多い。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2020年度は、7/9 (7人)、7/16 (31人)、8/19 (28人)、8/27 (24人)、9/9 (10人)、9/16 (12人)、9/29 (16人)、10/23 (22人)、10/29 (23人) にセミナーを実施した。() は参加者数。					
	反省点	人手不足であっても、言葉の問題などにより留学生の採用に抵抗がある企業は多い。留学生の採用に関心をもつ企業をいかに増やし、セミナー等に参加していただくかが今後の課題。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	セミナー等の開催					
	人材交流型	外国人留学生の採用実績がある企業の経営者や人事担当者、外国人採用に関する知識やノウハウをもつ専門家や企業などを招き、外国人材の採用に関する制度や事例などを知ってもらうセミナー等を開催し、企業の外国人留学生採用に関する理解を深めてもらう。					
	販路開拓型	実施時期：7月頃、9月、11月頃に3回程度開催、場所：大商会議室等を予定 集合形式もしくはオンライン形式で実施。 <支援企業数：90社(人材育成型)>					
	ハズレ型						
	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			
	労-2	中小企業のための「外国人留学生」採用・定着支援事業			雇用・求人		
	(a)「グローバル人材(外国人留学生)採用・定着支援事業」を実施する大阪府就業促進課と連携し、セミナー参加企業情報を大阪府の「グローバル人材(外国人留学生)採用・定着支援事業」へ提供したり、セミナー中に同事業の施策説明時間を設けるなど、相乗効果が発揮できるような事業とする。また、必要に応じて、大阪産業局など他機関・団体とも連携して実施する。 (b)大阪府と連携し、外国人留学生の採用に関心を持つ大阪府内の中小企業に広く案内する。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	セミナー等：90社 ※商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。				
	90 社						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	外国人留学生の採用に関心があるが、どのように進めたらよいかわからない、といった中小企業に知識やノウハウを提供し、外国人留学生の採用について理解できるようにする。					
	指標	外国人留学生の採用について理解できたと回答した企業の割合			数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒						

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 ×	90	社 ×	1.0	=	1,818,000	円		
				合計	90	社	(小計)		1,818,000	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	1,818,000	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)			
1,818,000			円	×	1.00	=	1,818,000		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		スタートアップ・エコシステムの構築支援事業	事業番号	28	新規/継続	新規
想定する実施期間		2021 年度～	年度まで	1	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	スタートアップ・エコシステムの構築を促進するため、株式上場（IPO）への具体的なステップや支援策の情報を提供するとともに、IPOを果たしたスタートアップの体験談を通じ、IPO予備軍のすそ野を広げる。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	2020年7月にスタートアップ・エコシステムのグローバル拠点都市として京阪神エリアが選定されたことを受け、地域をあげてスタートアップの成長を加速することが求められている。IPOは、スタートアップの成長ステージにおいて一つのメルクマールとされるが、2020年1月～9月の全国でのIPO実績59社のうち、1位の東京都42社と2位の大阪府9社との開きは大きい。そこで、本セミナーでは、東京証券取引所や支援団体から、IPOに向けた具体的なステップやその支援策を情報提供するとともに、既にIPOを果たした先輩スタートアップからの身近な体験談を通じて、IPO予備軍のすそ野を広げ、スタートアップの成長を加速させる。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	成長意欲が高く、IPOに関心を有するスタートアップなど				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	スタートアップの成長ステージにおいて、一つのメルクマールとしてIPOがある。IPOに至るまでに、スタートアップは成長に必要な様々な要素（事業構築、資金調達、グローバル展開等）を獲得していく必要があるが、そのためには、支援団体や、実際にIPOを果たしたスタートアップからの情報提供が求められている。				
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					
	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	IPOに関心を有するスタートアップに向けた支援団体からの情報提供や、先輩スタートアップからのIPO体験談を行い、事業構築やチームビルディング、資金調達などのヒントを参加スタートアップが得られるセミナーを実施する。また、セミナーを通じてIPOへの関心が高まったスタートアップについては、東京証券取引所上場推進部と連携し、IPO予備軍につなげていく。				
	人材交流型	<プログラム案> 支援団体からの事業紹介 ・株式会社東京証券取引所 ・独立行政法人中小企業基盤整備機構 近畿本部 ・大阪府商工労働部 ・大阪商工会議所				
	販路開拓型	先輩IPOスタートアップからの体験談 パネルディスカッション				
	ハズル型	<参加者数> 100人程度 <支援企業数> 80社程度 <実施回数> 1回				
	独自提案型	<実施方法> 集合形式もしくはオンライン				
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		
	商-18	スタートアップ・エコシステムの構築促進		創業・経営革新		
	(a)大阪府商工労働部商工労働部 中小企業支援室 商業サービス産業課 新事業創造グループと共同で実施する。 (b)商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）を広く活用し、あわせて大阪スタートアップ・エコシステムコンソーシアムやMOBIOのネットワーク、大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課などのメールマガジンを活用し、大阪府内事業者に広く周知・募集を行う。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 80 社	スタートアップ・エコシステム拠点都市への選定を受けて、京阪神エリアでは、行政や支援機関からの支援プログラムが一層拡充される予定であり、成長志向のスタートアップの裾野拡大が期待されるため、80社の参加を見込む。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	IPOに向けた具体的なステップやそのための支援策の情報や先輩スタートアップの体験談などを通じて、IPOへの動機づけを行う。					指標	アンケートで「IPOを検討するうえで参考になった」と回答した割合	数値目標	70%
	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 ×	80	社 ×	1.00	=	1,616,000	円	
			合計	80	社	(小計)		1,616,000	円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
						計		1,616,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等		②受益者負担	円	負担金の積算		
		○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果				
		標準事業費 補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
		1,616,000	円 ×	1.00	=	1,616,000	円	(円)		
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)					
				円						
				円						
				円						
				円						
				円						

【備考】

--	--

事業名		クラウドファンディング活用サポート事業		事業番号	29	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	8	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	クラウドファンディングを活用するために必要な基本情報を提供するセミナーと、プロジェクト起案に向けて具体的なアドバイスを行う個別相談を実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	クラウドファンディングは、起業や中小企業などの新事業展開に必要な資金の調達手段として着目されているが、その仕組みなどを理解していない事業者は多い。そこで、クラウドファンディングに関する基本情報やプロジェクト起案に向けた具体的なアドバイスを提供し、活用を促進する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業や小規模事業者、創業希望者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	今年度、コロナ禍にあってクラウドファンディングは市場規模の拡大が加速し、新たなサポートサービスが誕生するなど、中小企業にとっても使いやすい身近なものになりつつある。資金調達だけでなく、宣伝プロモーションやマーケティングの手法としても有効で、年間を通じて本会議所への問い合わせや相談が増えている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>【2019年度】支援企業数：人材育成型51.5社、人材交流型11社 11月5日に「クラウドファンディング活用セミナー&個別相談会」を実施。参加者の中から2社、クラウドファンディングに挑戦し、目標を達成するなどの成果があった。</p> <p>【2020年度】支援企業数：人材育成型69.5社、人材交流型11社 11月6日に「クラウドファンディング活用セミナー&個別相談会」を実施</p>					
	反省点	個別相談を実行性の高いものにする、そのためには具体的なアイデアを持っている事業者を対象に、プロジェクト開始に向けた具体的な相談であることをさらに明確にし、きめ細やかな事前調整が必要である。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	＜人材育成型＞セミナーは年度中1回(秋頃)、集合形式もしくはオンライン形式で開催。大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課と連携するとともに、購入型クラウドファンディングサイト運営事業者の協力を得て、クラウドファンディングの仕組み・種類、メリット、留意すべきリスク、プロジェクト成功のポイント、事例紹介など、活用のための基本情報を提供する。また、アイデアを整理しプロジェクト案を作成する個人ワークを充実させ、具体的な取り組みにつなげる。					
	○ 人材交流型	＜人材交流型＞個別相談を、①上記セミナー開催時に対面形式、または別の日程も含めてオンライン形式などで実施し、購入型クラウドファンディングサイト運営事業者などが相談に対応する。相談に際しては、事前にプランなどをまとめたシートを提出してもらうなど、効率的に行う。②具体的なプランを持つ事業者(創業希望者)がプロジェクト起案(サイトへ掲載し、支援を募集)に導くことに主眼を置く。 そのためには以下を実践する。					
	販路開拓型	①具体的なプランを持つ事業者向けの相談であることを案内状で明記する。②シート記載の見本を提示する。③参加確定から相談日まで時間的な余裕を持たせ、アイデアの完成度を高めてもらえるようフォローする。					
	ハズレ型						
	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	
	商-17	クラウドファンディングの活用促進			その他		
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	(人材育成型) クラウドファンディング活用セミナー45社 (人材交流型) 個別相談8社 大阪商工会議所のウェブサイト、メールマガジン、機関紙などを通じて参加募集する。また、大阪府や中小企業基盤整備機構などのメールマガジン、クラウドファンディング運営事業者などを通じて開催を広報する。				
	53 社						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	セミナーで得た知識や情報は今後の事業展開に役立つ(役立てたい)とする回答の割合			数値目標	90%
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 ×	45	社 ×	1.0	=	909,000	円		
			40,400	円 ×	8	社 ×	1.0	=	323,200	円		
			合計		53	社	(小計)		1,232,200	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	1,232,200	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)											
	算出額											
	①市町村等補助			円			交付市町村等					
	②受益者負担			円			負担金の積算					
○ (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)				
1,232,200		円 ×		1.00		=		1,232,200		円 (円)		
補助金の団体配分(「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)												
代		商工会・会議所名			配分額			役割(配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	＜人材育成型＞ 大阪商工会議所のウェブサイト、メールマガジン、機関紙などを通じて参加募集する。また、大阪府や中小企業基盤整備機構などのメールマガジン、クラウドファンディング運営事業者などを通じて開催を広報する。			
	支援対象企業の変化	クラウドファンディングを活用するための基本情報を得て、クラウドファンディングを活用したい、活用を検討したいというニーズが生まれる。				
	指標	セミナーで得た知識や情報は今後の事業展開に役立つ(役立てたい)とする回答の割合			数値目標	90%
	その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒	＜人材交流型＞ 大阪商工会議所のウェブサイト、メールマガジン、機関紙などを通じて参加募集する。また、大阪府や中小企業基盤整備機構などのメールマガジン、クラウドファンディング運営事業者などを通じて開催を広報する。			
	支援対象企業の変化	クラウドファンディングを活用するための基本情報を得て、クラウドファンディングを活用したい、活用を検討したいというニーズが生まれる。				
	指標	個別相談で受けたアドバイス等が今後の事業展開に役に立つ(役立てたい)とする回答の割合			数値目標	90%
	その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		経営革新支援事業		事業番号	30	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	11	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	「経営革新計画」の概要やメリット、手続きについての解説や先進事例を紹介するセミナーを開催し、同計画に取り組む企業を増やすとともに新規事業の立ち上げを支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	経営課題を抱える中小企業に対し、大阪府との連携のもと、(1)経営革新計画の概要と申請方法、公的支援策などの紹介、(2)経営革新計画承認企業による、同計画立案や計画承認の意義および事業展開の紹介、(3)本商工会議所や大阪府などによる、新事業展開に役立つ各種支援事業の情報提供を通じて、経営革新の承認や本商工会議所専門相談サービスなどの公的支援サービス・制度の活用を促進するとともに、企業の経営力向上を支援し、大阪府内のビジネス活性化に資する。また、(4)新規事業に取り組もうとする中小企業に、指導経験豊富な講師から事業展開のヒントを与える。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者、中小企業者など。本商工会議所の会員・特定商工業者などにおいて事業者の関心項目について、営業・販売・取引先開拓、経営改善に記載のあった事業者および新商品開発や新事業開発への経営課題が把握できた事業者など					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	今年度はものづくり補助金申請に関する相談が増え、評価加点項目である「経営革新」承認をあわせて検討する中小企業が何社か見受けられた。また、コロナ禍にあって新商品開発や新事業展開などへの取組みに意欲を持つ事業者の相談・問合せは多く、経営革新計画策定のニーズは高い。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	10月15日に「～コロナ禍での新常态を生き抜く～『経営革新計画を活用した新規事業開発のすめ』」を開催、支援実績は34.5社。セミナー受講を契機に2社が「経営革新」専門相談、1社が「営業・マーケティング」専門相談の申込となった。大阪府への経営革新計画の申請紹介件数は11月17日時点で3件(承認件数3件)					
	反省点	過去の反省により早めの準備を心掛け、PRスケジュールに余裕を持たせ集客に努めたが、当日欠席が多く、目標とする支援企業数を確保できなかった。経営革新計画を取得するメリットをより実感してもらうため、承認後3～5年程度を経た企業の話も聴くことも検討する。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	＜経営革新計画紹介セミナー＞ 7～8月頃実施予定。内容は以下の通り。 1. 経営革新計画の概要 経営革新計画の立案方法、申請書の作成、経営革新承認企業の新事業計画策定・展開実例解説、公的支援策の紹介など					
	人材交流型	2. 経営革新計画承認企業事例紹介 経営革新計画の承認企業(法人事業者)から申請の背景、立案経過、承認後の事業進捗状況、成果などを紹介。					
	販路開拓型	3. 大阪府などの中小企業支援策(説明) 経営革新計画の承認後や新事業展開に際して活用できる公的支援策を紹介。 専門相談(創業・経営革新)をはじめ大阪府、大阪商工会議所など各団体の支援事業紹介。					
	ハズレ型	経営革新計画承認のメリットをより実感できるように、承認後3～5年程度を経た企業の取り組みを発表してもらう。さらに年度の早い時期にセミナーを実施し、出席者の事後フォローをきめ細やかに、経営革新申請者数を増やす。開催案内の広報にあたっては、府内公的機関および業界団体などにおける案内リーフレット設置や広報媒体を通じてPRする。					
	独自提案型	○ (a)府施策連携 ○ (b)広域連携 ○ (c)市町村連携 ○ (d)相談事業相乗効果					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	商-11	経営革新の支援				創業・経営革新	
		(a)大阪府商工労働部経営支援課経営革新グループと上記の通り連携して実施する。 (b)大阪府内事業者などを対象に実施。大阪府内の金融機関、ビジネス支援機関などの協力を得て参加募集・PRを実施する。 (d)実施にあたっては、専門相談と連動して、ビジネス支援成果や承認企業の新事業展開手法、公的支援策活用の実例提示を通じ相談利用の増進を図る。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 50 社	大商ニュースやウェブサイトによる広報、本商工会議所主催セミナーなどでの配布、地域金融機関府内支店などを通じてのチラシ配布、大阪府ほか各種団体のメール配信などのPRを実施。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	新商品・新事業展開への具体的なヒントを得ることができる。公的支援策については整理した形で情報を得ることができ、相談窓口や各種公的支援機関を利用したい・検討したいというニーズが生まれる。経営革新へのモチベーションが高まる。							
	指標	大阪府への経営革新計画の申請紹介件数(年間)				数値目標	5社		
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200	円 ×	50	社 ×	1.0	=	1,010,000	円
	合計		50	社	(小計)		1,010,000	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円	
	計							1,010,000	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助	円			交付市町村等				
	②受益者負担	円			負担金の積算				
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
1,010,000	円 ×	1.00	=	1,010,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		D2C導入促進セミナー		事業番号	31	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	2	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	D2C (direct to consumer) の取組・概念や事例紹介を行うことで中小企業のD2Cビジネス創出を支援する。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	D2Cは、顧客とダイレクトにつながり、自社のプロダクトとサービスを「メディア（媒体）」として、顧客に付加価値の高い「体験」を提供するニューヨーク発祥のビジネスモデルである。関西圏では、D2Cについて意欲的に取り組みを進める中小企業が現れる一方で、全体的な認知度はまだ十分でない。そこで、D2Cの概念や取り組み事例の紹介を通じて理解を促し、中小企業のD2Cビジネス創出を支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	製造業、製造業に隣接する企業、ブランディング・マーケティングに関心のある企業							
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2020年度事業として実施した「体感型D2CブランドMeetUp」を通じ、依然としてEコマースとD2Cを混同している企業が見られるなど、関西ではD2Cの概念が十分に浸透していないことが分かった。本事業では、D2Cの概要を含む基礎的知識、具体的な事例紹介を行い、より幅広い中小企業の理解を促し、D2Cビジネス導入の基礎とする。							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2020年度事業では228名の参加があり、アンケート回収は100件、うち対象支援企業数は53社で、回答内容（セミナーで得た知識を事業に役立てる、ビジネスモデルへの理解が深まった）の達成率は目標対比140.2%となった。							
	反省点	集客や目標達成率は十分。同様にD2Cへの理解を促すべく、幅広い企業への知識提供を行うプログラムで実施したい。							
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	D2Cビジネスへの理解を深め、新たなビジネス手法としてその導入を促進するため、オンラインもしくは集合形式で講演会を1回開催する。							
	人材交流型	D2Cについては、Eコマースとの混同や、単純な販売手法の一つという誤解も多いため、プログラムとしては、これらの用語との明確な違いを明らかにするとともに、経営の根幹に根付かせるための考え方の概念、実際に顧客とのコミュニケーションを構築するための手法などを分かりやすく説明する。							
	販路開拓型								
	ハズお型								
	独自提案型	加えて、D2Cの取り組みで成功している先事例を取り上げ、中小企業がD2Cを進める上で足掛かりとなる知識や経験を共有する。							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	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	販路開拓	
		(a)大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課などと連携して実施する。 (b)関西情報センターと共催するほか、連携するスタートアップや、登壇するD2C企業の顧客基盤を通じて広報を行う。また、大阪府内のデザイン団体との連携も図る。さらにアセアンの有力なECサイト運営者との協働も模索する。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	関西情報センターや大阪府内デザイン団体など連携する機関・企業などを通じても大阪府内広域的に事業者へ広報する。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	30 社	D2Cについての追加的な調査、自社のビジネスモデルへの導入の検討につなげる。			指標	「セミナーで得た知識を事業に役立てる」や「ビジネスモデルへの理解が深まった」と回答する割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒							

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

【備考】

事業名		コロナ禍における緊急雇用対策事業		事業番号	32	新規/継続	新規		
想定する実施期間		2021 年度～	2021 年度まで	1	年目	←複数段階の実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	人材確保に困難を感じている中小企業・小規模事業者に、人材確保や定着に関する知識やノウハウを提供するとともに、「大阪府雇用促進支援金」を紹介するセミナーを実施する。							
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍で有効求人倍率は低下したが、人材の確保・定着に課題を感じている中小企業・小規模事業者は依然として多い。また、入社後3年以内に離職する若手人材が3割にのぼるなど、定着も課題になっている。そこで、人材の採用や定着に困難を感じている企業に対して、人材確保や定着に関する知識やノウハウを提供するとともに、大阪府が民間人材サービス事業者と連携して実施している「大阪府雇用促進支援金」を紹介する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内で事業を営んでいる中小企業・小規模事業の経営者・人事担当者など							
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	コロナ禍であっても、若年人口が減少するなかで、人材の採用・定着に課題を感じている企業は多い。一方、新型コロナウイルス感染症拡大により、大阪府内の雇用情勢は悪化しており、人手不足に悩む企業が、失業者を早期に採用できるように、知識やノウハウを提供する必要がある。							
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	セミナーの開催 自社の魅力の伝え方、採用プロセスや手法、事例、コミュニケーション手法などに関する知識やノウハウを企業に提供するとともに、大阪府雇用促進支援金の概要や申請手続きなどを大阪府から紹介する。 時期：6月頃に1回程度、場所：大商会議室等での集合形式もしくはオンライン形式 <支援企業数：20社(人材育成型)>						
		人材交流型							
		販路開拓型							
		ハンズオン型							
		独自提案型							
		事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	
		労-11	コロナ禍における緊急雇用対策			雇用・求人			
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	セミナー：20社 ※商工会議所会員を中心に大阪府と連携し広報集客する。						
		20 社							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	セミナーで得た知識を、人材の採用や定着に向けて活用することをめざす。							
		指標	セミナーで得た知識を、今後の人材採用や定着に向けて活用したい事業所の割合			数値目標	70%		
	その他目標値	目標値の内容⇒							

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	20	社 ×	1.0	=	404,000	円		
				合計	20	社	(小計)		404,000	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	404,000	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)			
404,000			円 ×	1.00	=	404,000	円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		役割（配分の考え方）					
					円							
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

事業名		障がい者の雇用促進事業		事業番号	33	新規/継続	新規	
想定する実施期間		2021 年度～	年度まで	1	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	障がい者雇用に取り組もうとする中小企業に支援制度や事例を紹介するセミナーを実施する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が令和3年4月までに2.3%に引き上げられる。そこで、セミナーを実施し、支援制度や事例を紹介することで、障がい者雇用に取り組もうとする中小企業を支援する。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	障がい者雇用に取り組もうとする大阪府内の中小企業・小規模事業者						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が令和3年4月までに2.3%に引き上げられるため、企業は対応を迫られている。コンプライアンスの観点からも、障がい者雇用は企業の経営課題となっている。						
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	○セミナーなどの開催						
	人材交流型	障がい者の採用実績がある企業の経営者や人事担当者、専門家などを招き、障がい者雇用に関する知識やノウハウを提供することで、企業の障がい者雇用に関する理解を深めてもらう。						
	販路開拓型	実施時期：5月頃、1回程度開催、場所：大商会議室などを予定 集合形式もしくはオンライン形式で実施						
	ハズメ型	<支援企業数：15社（人材育成型）>						
	独自提案型							
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (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				
	労-7	障がい者人材確保支援事業			雇用・求人			
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。					
	15 社							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	「障がい者雇用に関して、理解を深めることができた」と回答した企業割合		数値目標	70%		
その他目標値	目標値の内容→							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数	係数	標準事業費		
		20,200	円 ×	15	社 ×	1.0	=	303,000
		合計	15	社	(小計)	303,000	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	303,000	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)		
303,000	円 ×	1.00	=	303,000	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		中小企業のためのビジネス講演会		事業番号	34	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	11	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに資するテーマに焦点を当てた講演会を開催し、時宜に適した情報を提供する。					
	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、2019年度の支援企業数はビジネス講演会821.5社、大商夕学講座1295.5社、支部経済講演会1,161社の合計3,278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年度の実績は付表の通り。 また、2020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 (株)八天堂・森光社長 144社 アイリスオーヤマ(株)・大山会長 298社 (2)大商夕学講座 「0から100へ～新しい農産物流通への挑戦」 農業総合研究所・及川智正氏 111社(見込み) 「粉飾決算(会計不正)の実例と決算書の見方・点検の仕方」 山添公認会計士事務所・山添清昭氏 135社(見込み) ※3回目は11月25日から配信、4～7回目は1～3月に開催予定。 (3)支部経済講演会 「事例に学ぶ!自然災害・感染症対策に強い企業・お店がやっていること」 東京海上日動火災保険(株) 公務開発部課長代理 新谷松真美氏 など160.5社					
	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(3回程度) 経済情勢を踏まえながら、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3回程度、開催する。実施方法としては、コロナ禍の状況を踏まえて集合形式やオンライン形式で開催する。苦労を重ねた経営者等の体験談は、中小企業経営者の関心が高く「事業経営を実施するうえで大変勉強になった」と好評を得ている。					
	人材交流型						
	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、東京の講演会を生中継で大阪商工会議所の会場に投影し実施。企業経営に関するテーマのほか、事業者の関心の高いテーマを中心に年7回程度開催する。ただし、新型コロナの影響により、慶應義塾大学丸の内シティキャンパスが開催をしない場合は、大阪商工会議所が独自で実施する。また、開催形態は新型コロナウイルスの感染状況を踏まえ、集合、オンライン、両者の併用など参加しやすい形式を採用する。					
	ハンズオン型						
	独自提案型	(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5回程度、集合形式またはオンライン)。					
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
	創業・経営革新						
		(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。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 2,350 社	(1)ビジネス講演会540社、(2)大商夕学講座1,050社、(3)支部経済講演会760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 (代表的な指標)	自社の経営課題に気付き、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけとなる。								
	指標	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合	数値目標	90%						
その他目標値	目標値の内容⇒									
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200	円 ×	540	社 ×	1.0	=	10,908,000	円	
		20,200	円 ×	1,050	社 ×	1.0	=	21,210,000	円	
		20,200	円 ×	760	社 ×	1.0	=	15,352,000	円	
			合計	2,350	社	(小計)		47,470,000	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	47,470,000	円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
	算出額	①市町村等補助	円			交付市町村等				
		②受益者負担	25,000 円			負担金の積算	参加費 大商夕学講座@5,000円×5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)			
47,470,000		円 ×	0.75	=	35,602,500	円	(25,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはリン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							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 540 社	(1)ビジネス講演会 ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業での配布、事業協力金融機関及び各地商工会議所などにより配布、広く案内、募集する。	
	支援対象企業の変化	自社の経営課題に気付き、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけとなる。		
	指標	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合	数値目標	90%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 1050 社	(2)大商夕学講座 ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業での配布、事業協力金融機関及び各地商工会議所などにより配布、広く案内、募集する。	
	支援対象企業の変化	自社の経営課題に気付き、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけとなる。		
	指標	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合	数値目標	90%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 760 社	(3)支部経済講演会 ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業での配布、事業協力金融機関及び各地商工会議所などにより配布、広く案内、募集する。	
	支援対象企業の変化	自社の経営課題に気付き、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけとなる。		
	指標	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合	数値目標	90%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

<付表> 事業番号34：中小企業のためのビジネス講演会 2019年度開催実績

テーマ・講師	支援企業数
1.ビジネス講演会	821.5
木下サーカスのショービジネス経営 木下サーカス株式会社 代表取締役社長 木下 唯志 氏	229.5
「たねや」に学ぶ商いの基本 たねやグループ CEO 山本 昌仁 氏	293
エイチ・アイ・エスの果敢な挑戦 株式会社エイチ・アイ・エス 代表取締役会長兼社長 澤田 秀雄 氏	299
2.大商夕学講座	1295.5
大企業イノベーションの起こし方 パナソニック株式会社 ビジネスイノベーション本部 長馬 場渉 氏	100
シン・ニホン～AI×データ時代における日本の再生と人材育成～ ヤフー株式会社 CSO 安宅 和人 氏	128
C2C×デジタルが生み出す新しい経済圏 株式会社メルカリ 取締役社長兼COO 小泉 文明 氏	120.5
超小型衛星でかわる宇宙ビジネスの潮流 慶應義塾大学大学院 システムデザイン・マネジメント研究科 教授 白坂 成功 氏	81.5
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 法学部 教授 田村 次郎 氏	137.5
ワークマンのビジネス変革と市場戦略 株式会社ワークマン 専務取締役 土屋 哲雄 氏	109
キャッシュレス社会とメルペイの戦略 株式会社メルペイ 代表取締役 青柳 直樹 氏	116
データ駆動社会における新たなヘルス・ケア 慶應義塾大学 医学部医療政策・管理学教室 教授 宮田 裕章 氏	114
渋沢栄一の発創力 シブサワ・アンド・カンパニー株式会社 代表取締役 コモンズ投信株式会社 取締役会長 渋澤 健 氏	153
誰よりも学ぶことができるリーダーが組織を育てる 日本ラグビーフットボール協会 コーチングディレクター 中竹 竜二 氏	142.5
好きなこと“も”仕事にするパラレルキャリアという働き方 ハピキラFACTORY 代表取締役社長 正能 茉優 氏	93.5
3.支部経済講演会	1161
事業所の防災・減災、危機管理を考える 関西大学 社会安全学部 特別任命教授 河田 恵昭 氏	177
「自社株評価の仕方」講演会 大同生命保険株式会社 FP・相続シニアコンサルタント 木野 誠之 氏	12.5
あみだ池大黒7代目の挑戦～200年の老舗が進化させる大阪土産～ 株式会社あみだ池大黒 代表取締役社長 小林 昌平 氏	108.5
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 株式会社朝日新聞社 経済部長 多賀谷 克彦 氏	116
知と汗と涙の近大流コミュニケーション戦略 近畿大学 総務部長 世耕 石弘 氏	82

テーマ・講師	支援企業数
『自社株評価の仕方』講演会 大同生命保険株式会社 FP・相続シニアコンサルタント 木野 誠之 氏	35.5
「大塚正富のヒット塾」に学ぶマーケティング思考 近畿大学 経営学部商学科 教授 廣田 章光 氏	91.5
「デジタル社会のマーケティング」の事例 近畿大学 経営学部商学科 教授 廣田 章光 氏	72.5
上司と部下のためのソーシャルスキル 大阪経済大学大学院 経営学研究科 教授 田中 健吾 氏	56.5
経済講演会「自社株評価の仕方」 大同生命保険株式会社 FP・相続シニアコンサルタント 木野 誠之 氏	14.5
情報セキュリティ対策-2019年総括編- 特定非営利法人ヒューリット経営研究所 ITコーディネータ・情報処理安全確保支援士 渡邊 功 氏	30
2020年の世界経済見通しと大阪ベイエリアへの影響 丸紅経済研究所 経済調査チーム長兼チーフ・エコノミスト 榎本 裕洋 氏	66.5
総合スポーツ品メーカーミズノが事業展開を語る ミズノ株式会社 ダイヤモンドスポーツ事業部 執行役員 久保田 憲史 氏	95.5
2020年の景気展望 りそな総合研究所株式会社 主席研究員 荒木 秀之 氏	202.5

事業名		大阪勧業展		事業番号	35	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	12	年目	←複数年度段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	出展経験の少ない大阪府内の中小企業を中心とした多業種型の総合展示商談会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業の今後のさらなる成長を促すために提携先開拓による新たな事業分野への進出や販路拡大が肝要となる。本展示商談会は、展示商談会への出展経験が少ない事業者を中心に、普段出会う機会のない他業種の企業との商談や情報交換をフェースツーフェースで行う機会を提供し、販路拡大や異業種間での交流を促すことで、地域経済の活性化に資する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業（企業間取引などを希望することが前提のため、出展者は小売業などは除く）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<2020年度出展者（308社）からの事業評価> 出展者のうち83.5%（257社）がプラス評価。 （内訳＝満足20.5%（63社）、やや満足63.0%（194社）） 発展する可能性がある案件が「ある」の回答80.8%（249社） <2019年度出展者（368社）からの事業評価> 出展者のうち81.5%（300社）がプラス評価。 （内訳＝満足22.8%（84社）、やや満足58.7%（216社）） 発展する可能性がある案件が「ある」の回答81.8%（301社） <2019年度来場者（7,550人）からの事業評価> 回答者3,691人（回収率48.9%）の79.5%（2,934人）がプラス評価。 （内訳＝満足22.5%（829人）、やや満足57.0%（2,105人））					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	過去15回の開催累計：出展4,369社、来場128,733人、商談42,043件（いずれものべ数） <2020年度実績> 出展数：308企業・団体、321ブース、来場者数：5,994人（2日間合計）、 商談件数：2,363件（2日間合計）、名刺交換枚数：16,364件（2日間合計）					
	反省点	2020年度は、新型コロナウイルス感染の拡大から出展者数、来場者数が減少した。2021年度は、今年度同様適切な感染防止策をとりつつ、より多くの来場者があるよう広報手段などを工夫する。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	<多業種型総合展示商談会「大阪勧業展2021」> 会期：2021年10月中旬予定（2日間）					
	人材交流型	会場：マイドームおおさか 1～3階展示ホール 出展者数：約300企業・団体（大阪府外・大企業を一部含む）					
	○ 販路開拓型	○適切な感染拡大防止対策を実施 来場者、出展者を確保するため、安心して相談できる商談環境を整える。具体的には、感染の拡大状況を考慮しつつ、事前登録の実施、通路幅の確保、入口での検温の実施などの対策を実施する。					
	ハズメ型	○より一層の来場者確保に向けたPRを実施 より多くの商談を実施してもらうためには、来場者数の確保は不可欠。従来実施している駅貼りポスターやちらし配布に加え、メールマガジンなど電子媒体での広報を強化する。					
	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
	販路開拓						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	大阪府外の企業の出展が数社程度想定されることを踏まえ、支援対象企業数を設定（2020年度は308企業のうち支援対象中小企業は304社）。大阪府内全ての商工会議所・商工会と協力して出展者を募集。主催・共催団体による出展審査会を経て出展を決定する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	参加支援企業は、企業のPR、製品・商品の市場調査、販路開拓、来場者との情報交換などの場として、本展示商談会を利用することで、売上を拡大するとともに業績向上を図る。					
	その他目標値	指標	商談件数	数値目標		2,600件	
	目標値の内容⇒	名刺交換社数 (過去実績に基づく。2018年度22,017社、2019年度19,938社、2020年度16,364社)					
	20,000 社						

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 ×	300	社 ×	1.00	=	15,150,000	円	
	50,500	円 ×	20,000	社 ×	0.05	=	50,500,000	円	
	合計		20,300	社	(小計)		65,650,000	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
								計	65,650,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)								
	算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等				
		②受益者負担	24,779,000 円		負担金の積算	出展料 小ブース66,000円×120社 大ブース88,000円×160社 ブース×2コマ132,000円×20社 角ブース追加料金等139,000円			
		(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
65,650,000		円 ×	0.75	=	40,871,000	円	(24,779,000 円)	
算定基準により算出される額	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)					
	○	大阪商工会議所	34,255,590 円	<p>1. 直接支援 展示商談会出展企業を300社と想定し、各商工会・商工会議所の申請に応じて配分。直接支援については、幹事商工会議所以外の支援機関については、1社当たりの補助率に関しては単独事業の0.5を適用する。のこり支援企業数×0.25の補助金は幹事商工会議所に配分する。</p> <p>2. 間接支援 来場者数に基づく間接支援企業数については、主催団体(大阪商工会議所、堺商工会議所、大阪府商工会連合会)で按分する。</p> <p>なお、主催する堺商工会議所と大阪府商工会連合会は、中核として主催する大阪商工会議所の要請に従い、相応の業務負担ならびに支出に係る事業費負担を分担する。</p> <p>※実際の受益者負担(出展料収入)総額が計画の金額を上回った場合は、出展料収入全額を収受する幹事商工会議所(大阪商工会議所)への配分額から当該超過額を差し引く。</p>					
		堺商工会議所	2,777,455 円						
		東大阪商工会議所	378,750 円						
		泉大津商工会議所	25,250 円						
		高槻商工会議所	75,750 円						
		岸和田商工会議所	75,750 円						
		貝塚商工会議所	25,250 円						
		茨木商工会議所	101,000 円						
		吹田商工会議所	50,500 円						
		八尾商工会議所	101,000 円						
		豊中商工会議所	75,750 円						
		池田商工会議所	25,250 円						
		泉佐野商工会議所	25,250 円						
		北大阪商工会議所	50,500 円						
		守口門真商工会議所	404,000 円						
		松原商工会議所	25,250 円						
		高石商工会議所	25,250 円						
		箕面商工会議所	25,250 円						
		和泉商工会議所	50,500 円						
		大東商工会議所	25,250 円						
		忠岡町商工会	25,250 円						
		柏原市商工会	50,500 円						
		河内長野市商工会	50,500 円						
		藤井寺市商工会	25,250 円						
		摂津市商工会	25,250 円						
		富田林商工会	50,500 円						
		島本町商工会	25,250 円						
		羽曳野市商工会	25,250 円						
		阪南市商工会	25,250 円						
		岬町商工会	25,250 円						
		能勢町商工会	25,250 円						
		大阪狭山市商工会	25,250 円						
	四條畷市商工会	25,250 円							
	泉南市商工会	25,250 円							
	豊能町商工会	25,250 円							
	熊取町商工会	25,250 円							
	大阪府商工会連合会	1,792,705 円							

【備考】

事業名		大手流通業等への販路開拓支援事業		事業番号	36	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	7	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大手流通業への販路開拓・拡大を切望する中堅・中小・零細の製造・卸売業を支援する商談会（大規模型および個別）を実施する。					
	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。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)	商談会参加者へのアンケート調査では、売り手企業・買い手企業とも毎回満足度が80%を超えており、大手流通業社、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	2020年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から大規模型商談会の形式を変更し、買い手企業毎に日程を分散させた事前マッチング制の個別商談会を9月～11月に21回実施した。買い手は日本国内大手流通業21社で、売り手企業はのべ592社（うち府下企業366社）が参加。10月までに商談会に参加した企業の96.2%が「満足」、「やや満足」と回答している。					
	反省点	今年度の事前マッチング制個別商談会では、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。また、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。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	○販路開拓商談会を下記いずれかの手法で8回程度実施し、合計800社程度（府内328社程度）の参加を得る。 ○対面型（新型コロナウイルス感染拡大状況によってはオンライン）で実施する。 一般的な見本市とは逆で、買い手の大手流通業バイヤーがブースを構え、そこに売り手の中小企業が直接売り込みを行う。個別商談会では買い手企業による事前選考を行う。					
	人材交流型	<大規模型（「買いませ！売れ筋商品発掘市」）> 1. 買い手企業への参加勧奨依頼（4～9月） 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. 売り手企業への参加勧奨依頼（4～10月） ①過去参加者等への案内状送付 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. 直前準備、当日の運営（10月～11月） 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					
	○ 販路開拓型	<個別商談会（「ザ・バストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」）> 大手流通業やライセンス保有企業などから毎回1社程度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分程度の商談会を開催する。 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。					
	ハズメ型						
	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
	販路開拓						
		(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。大阪府内事業者にはFAXやDMによる個別案内等や商工会議所・商工会、金融機関のネットワークを活用して参加招請を行う。 (d)相談支援先に当該事業に参加を勧めることで販路開拓支援のひとつのメニューとして活用することができる。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 328 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 (代表的な指標)	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、自社商品などに対するバイヤーの意見や考えを今後の商品開発に役立てることができる。							
	指標	全商談件数 (府外企業も含む)				数値目標	5,000件		
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500	円 ×	328	社 ×	1.20	=	19,876,800	円
			合計	328	社	(小計)		19,876,800	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	19,876,800
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」・個別商談会ともに、全国から参加企業が集まる事業であり、小規模事業者が参加を望むような大手バイヤーも全国から多数招聘している。広域的な事業実施が大手バイヤーの参加意欲を高め、大阪府内事業者に大手との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		3,936,000 円		負担金の積算		参加費 会員 8,000円×164人 非会員16,000円×164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)	
19,876,800	円	×	0.75	=	14,907,600	円	(3,936,000 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		小規模事業再生サポートセンター事業		事業番号	37	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	12	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者を対象に、資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営安定化、さらには整理・清算のための支援などを行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府内全域を対象に、特に小規模事業者の資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営の安定化、清算などに特化したサポート事業を展開することで、小規模事業者の事業再生を促し、大阪府内の廃業率の改善に資することをめざす。事業の実施にあたっては、案件内容に応じて「大阪府中小企業再生支援協議会」とも連携を行う。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内小規模事業者（約12万事業者）のうち、およそ3分の1にあたる約4万事業者がその潜在的支援事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2020年度は、新型コロナウイルスの影響が大きかったが、帝国データバンクによると上半期の倒産件数は微増に留まっている。国や自治体の補助金、支援策等が一定の効果を出していると思われる。しかし、2020年春に借り入れができた企業についても、今後は再度の借り入れが難しくなるので、2021年初より、倒産のケースも増えてくると予想される。また、新型コロナウイルスの終焉が見通せない状況にもあり、先行きへの不安から、経営者自らが事業継続を断念するケースも見込まれる。これらの背景もあり、小規模事業者の経営安定化や資金繰りの円滑化などへの支援ニーズは非常に高い。					
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	【2020年度】当センターには9月まで（上半期）に新規168社、継続47社の相談があった。これは、前年比1.6倍であり、特にこれまで本事業を利用したことがない新規の事業者からの利用が伸びている。支援の結果、融資などにより資金繰りが改善した事業者は19社に上っている。一方、やむなく事業を廃止せざるを得ない事業者もあり、9月までに1社となったほか、現在も整理に向けたアドバイスを行っている。なお、大阪府中小企業再生支援協議会とは案件に応じて相互に紹介する体制を整えている。 【2019年度の実績】 新規：149社、継続：62社					
	反省点	新型コロナウイルス感染症の影響により、景気の先行きは一層不透明感を増している。このような状況の下、中小企業・小規模事業者は厳しい経営を余儀なくされており、経営危機に瀕した事業者の相談は後を絶たない。本商工会議所のアドバイスにより一時的に持ち直しても、再び危機に陥る事業者、相談が遅れたばかりに円滑な整理が難しくなった事業者など、様々なケースが発生している。こうした事業者を1社でも多く支援するため、本事業の一層の周知に努める一方、早めの相談、継続的な相談を積極的に喚起し続け、専門家等とも緊密に連携し、的確な対応に努める。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	以下の(1)～(4)の支援を年間を通じて事業者に対して継続的に実施する。					
	人材交流型	(1) 資金繰り難や経営難に陥っている小規模事業者に対し、同サポートセンター経営指導員が再生に向けた事業計画書作成や資金繰り対策、金融機関との折衝方法などについて助言を行う。					
	販路開拓型	(2) 経営難など相談内容に応じ、専門家の助言を得て再生に向けた対策や事業計画書作成支援などを行う。					
	○ ハズおん型	(3) 危機回避後は、経営の安定化を図るため各種支援を継続的に行う。					
	独自提案型	(4) やむなく事業を整理せざるを得ないと判断される事業者については、速やかな清算に向けての指導を行う。					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(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
	その他						
	(b)大阪市の事業者については大阪府内商工会議所・商工会と、また案件に応じて大阪府中小企業再生支援協議会との連携を密にして事業を実施する。 (d)相談支援で対応できない資金繰りの高度な課題に対応することで、相談支援から地域活性化事業への参加という相乗効果が図られる。他の商工会議所・商工会から相談案件をつないでもらうことで他団体の「支援機関へのつなぎ」実績に貢献できる。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 185 社	新規支援企業130社、前年度支援企業55社 ※設定数は2019年度実績、2020年度進捗状況を考慮して算出。 [募集方法] 本事業の周知は、大商ニュースやウェブサイト・メール案内などによる広報、案内パンフレット・リーフレットの配布、府内業界団体の機関誌への掲載などを通じて行う。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	「倒産回避および経営の安定化」と「止むを得ない場合の円滑な整理」を2本柱としつつ、事業者の「資金繰り改善」および「危機回避」の実現		指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」			数値目標	20社
	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 ×	130	社 ×	1.0	=	13,130,000	円
		101,000	円 ×	55	社 ×	0.5	=	2,777,500	円
		合計		185	社	(小計)		15,907,500	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
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)					
15,907,500	円 ×	0.75	=	11,930,625	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						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 130 社	<新規支援企業> 本事業の周知は、大商ニュースやウェブサイト・メール案内などによる広報、案内パンフレット・リーフレットの配布、府内業界団体の機関誌への掲載などを通じて行う。	
	支援対象企業の変化	「倒産回避および経営の安定化」と「止むを得ない場合の円滑な整理」を2本柱としつつ、事業者の「資金繰り改善」および「危機回避」の実現		
	指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」	数値目標	事業の目標②とあわせて20社
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 55 社	<前年度支援企業> ※前年度から継続	
	支援対象企業の変化	「倒産回避および経営の安定化」と「止むを得ない場合の円滑な整理」を2本柱としつつ、事業者の「資金繰り改善」および「危機回避」の実現		
	指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」	数値目標	事業の目標①とあわせて20社
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		新しい生活様式に適應した商店街集客支援事業		事業番号	38	新規/継続	新規
想定する実施期間		2021 年度～	年度まで	1	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	感染症に對應し、新しい生活様式に適應した商店街の集客支援を行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	対面販売を基本とする商店街は、新型コロナウイルスの感染拡大によるインバウンド客の消滅、外出自粛などの影響を多分に受け、売上減少や店舗閉鎖が続くなど、大きな打撃を受けている。新型コロナウイルスの感染が収束しても将来的な集客不安を抱えている。そこで、商店街が新しい生活様式に適應しながら顧客を維持・獲得し、活性化できるように、販売促進の勉強会や情報発信の強化、大阪・関西万博への機運醸成を活用した誘客事業などを支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の商店街、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などの影響により、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。そこで、商店街では、新しい生活様式に適應しながら、これまで実施していた一定の時間に人が集中する恐れがある集客・販路拡大のイベントを工夫して開催することや新たな集客・販路開拓施策を検討する必要がある。また、商店街役員や店主は高齢者が多く、ITに疎いため、一過性でないきめ細やかな支援を望む声が複数寄せられている。					
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						
	反省点						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印をつけて、どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	商店街を「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]					
	人材交流型	○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)。					
	○ 販路開拓型	○感染症対策の環境整備や講習会・勉強会の実施、「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での情報発信など)についてアドバイス・広報支援を行う。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。					
	ハズレ型	○2025年の大阪・関西万博の開催に向けた機運醸成を通して、商店街への誘客や顧客とのコミュニケーション増加を促すため、大阪・関西万博ポスター、のぼり、タペストリー等やSDGsを活用した商店街PR等を実施する。					
	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
	商業						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	大阪府内の商店街・商業施設：25団体 個別に支援・協働を提案・調整をする。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	25 団体					
		新しい顧客層の開拓や広域からの集客を促す。「安全・安心な商店街」としての環境整備やPRにつながる。大阪・関西万博のポスターなどを活用したイベントなどを通して、商店街への誘客や顧客とのコミュニケーションが促進される。	指標	アンケートで、当事業の実施により「情報発信に役立った」「誘客・集客につながった」「顧客との会話が増えた」のいずれかを回答した割合	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 ×	20	団体 ×	12.00	=	12,120,000	円	
			50,500	円 ×	5	団体 ×	10.00	=	2,525,000	円	
			合計		25	団体	(小計)		14,645,000	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	14,645,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)		<p>○2019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。2020年度は、感染症拡大のため、実施商店街数が減少したが、商店街関係者からは次年度は実施したいという声を聞く。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。</p> <p>○「100円商店街」の実施を想定しない大阪市内の商店街(5団体程度)については、1.2の増補正しない(また「広域連携事業」としない)。</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					
			(a)府施策連携		○	(b)広域連携		(c)市町村連携		○	
標準事業費			補助率						(①市町村等+②受益者負担)		
12,120,000 円			×	0.75		=	9,090,000 円		(円)		
2,525,000 円		×	0.50		=	1,262,500 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						

別紙:積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 団体	<「100円商店街」の実施を想定する商店街> 個別に支援・協働を提案・調整をする。		
	支援対象企業の変化	新しい顧客層の開拓や広域からの集客を促す。「安全・安心な商店街」としての環境整備やPRにつながる。大阪・関西万博のポスターなどを活用したイベントなどを通して、商店街への誘客や顧客とのコミュニケーションが促進される。			
	指標	アンケートで、当事業の実施により「情報発信に役立った」「誘客・集客につながった」「顧客との会話が増えた」のいずれかを回答した割合	数値目標	70%	
	その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 5 団体	<「100円商店街」の実施を想定しない商店街> 個別に支援・協働を提案・調整をする。		
	支援対象企業の変化	新しい顧客層の開拓や広域からの集客を促す。「安全・安心な商店街」としての環境整備やPRにつながる。大阪・関西万博のポスターなどを活用したイベントなどを通して、商店街への誘客や顧客とのコミュニケーションが促進される。			
	指標	アンケートで、当事業の実施により「情報発信に役立った」「誘客・集客につながった」「顧客との会話が増えた」のいずれかを回答した割合	数値目標	70%	
	その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		販路・取引先開拓マッチング事業		事業番号	39	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	11	年目	←複数年度段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	販路開拓支援や仕入先紹介を希望する中小企業・小規模事業者に対し、企業や業界団体・関係機関の紹介、専門相談（営業・マーケティング）窓口と連携したアドバイスなどを行い、ビジネスマッチングを促進する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	今般のコロナ禍においては、顧客の消費行動が変化し、既存のマーケットが縮小する中で、業態を超える再編、ビジネスモデルの変革、素材や製造、販売方法の見直しなどを行わないと生き残れない状況である。このような状況下では、中小企業・小規模事業者は、新たな取引先・仕入先の確保、販路開拓に活路を求めている。そのための情報やヒントを探す事業者に対し、「ビジネスモール」など、本商工会議所が持つさまざまなツールや情報を駆使して適宜情報提供するとともに、専門相談の「営業・マーケティング相談」などとも連携しながら、販路開拓に関するアドバイスを行うことで、その商取引の促進と経営基盤の強化を支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	本商工会議所会員および特定商工業者を対象とした関心事項調査（2020年度実施分（10月まで）、回答数14,544社）によれば、「営業・販売・取引先開拓」を挙げる企業は4,883社、33.6%に上り、「経営全般」と「人事・労務・人材確保育成」に次ぐ高い割合となっている。また、大阪府内の中小企業・小規模事業者を対象とした各種セミナー・講演会などでのアンケート調査においても、「販路開拓」「取引先確保」を経営課題に挙げる事業者が多いほか、「専門家派遣」などでも、販路拡大支援や営業力強化を希望する企業が多数を占める。以上により、中小企業・小規模事業者の本事業に対するニーズは引き続き高いと考えられる。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>【2020年度実績（10月末現在）】 相談数：116社 マッチング数：74社</p> <p>【2019年度実績】 相談数：225社 マッチング数：103社</p> <p>【2019年度のマッチング成功事例】</p> <p>①アパレル・繊維製造業：若者向けアパレルの製造委託先の紹介依頼があった。対応可能な企業を数社紹介し、好条件を提示した企業との取引につながった。</p> <p>②販促品の検品、包装、梱包業：新規受注のため、組立て加工、梱包の委託先の紹介依頼があった。対応可能な企業を数社紹介し、結果として、交渉が進み、取引が成立した。</p> <p>③建築設計・施工業：新商材の販路開拓の相談があった。新規顧客訪問手法、販売ターゲットの絞り方、商品提案書の作成などをアドバイスし、新規顧客獲得につながった。</p>					
	反省点	<p>上記関心事項調査、本商工会議所主催事業の参加者アンケートなどより、「販路・取引先開拓」を経営課題に挙げる企業を把握し、本事業の広報に努めるとともに、本商工会議所の専門相談（営業・マーケティング相談）、専門家派遣、外部協力機関（金融機関など）との連携を進め、事業者のニーズに合致したきめ細かな支援を行ってきた。</p> <p>今後も、「販路・取引先拡大」関心事業者、創業相談者や入会間もない事業所へのアプローチに力を入れ、各種制度の活用や関係機関との連携を通じ、事業者の立場に立った相談対応、支援後のフォローアップにも努めていく。</p>					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	中小企業・小規模事業者からの販路開拓や仕入先の取引照会などの相談に対し、本商工会議所が持つさまざまなツールや情報に基づいて個別に対応する。具体的には、取引先情報、業界団体や関係機関を適切に紹介するとともに、マーケティング手法の活用を通じたBtoBのビジネスマッチングのアドバイスを行う。					
	○ 人材交流型	①マッチングの実施 本商工会議所が保有する企業データや、ビジネスモール・商談モールなどといった事業者検索ツールなどをフルに活用し、販路・取引先開拓・仕入先照会を希望する事業者のニーズに応じて検索・照会を行い、具体的なBtoBのビジネスマッチングを進める。さらに、営業・マーケティングの相談窓口及び金融機関や各地商工会議所などの支援機関との連携をより一層緊密化するなど、事業者単体では持ちえない、商工会議所ならではの広範なチャンネルを駆使して販路や仕入先探しにあたる。					
	販路開拓型	②事後フォローの実施 紹介後の進捗状況を適切に把握し、必要に応じて専門家派遣につなぐなど、継続的にサポートする。					
	ハズメ型	③その他 「販路・取引先開拓」を経営課題に挙げる企業を大商各種事業のアンケートなどで具体的に把握するとともに、より広い範囲で本事業の案内、周知を行う。					
	独自提案型						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(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
							販路開拓
	(b)大阪府内の商工会議所経営指導員、協力金融機関及び本商工会議所のほかの事業担当者に事業PRリーフレットを配布し、活用を促進する。 (d)直接に販路・取引先開拓の相談に応じる中で、経営課題を把握することによって、専門家派遣型経営相談など他の支援メニューの提供につなげ、事業所カルテ化を図る。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 200 社	2019年度実績、2020年度進捗状況より算出。 [募集方法] ホームページ、大商ニュース、各協力金融機関や各地商工会議所による案内配布、メール配信などで広報、募集を行う。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	販路開拓を求める事業者は、本商工会議所の支援を受け、ビジネスモールなどの検索ツールの活用を含めた販売先探しによって新たな販路を開拓する。また、専門相談(営業・マーケティング相談)と連携した支援によりマーケティング手法を学び、営業スキルの向上により販売促進を図る。 仕入先を探している事業者は、要望に合致する先を本商工会議所から紹介を受け、新たな商取引の機会創出につなげる。							
	指標	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数	数値目標	90件					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		40,400	円 ×	200	社 ×	1.0	=	8,080,000	円
		合計	200	社	(小計)		8,080,000	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
	計								8,080,000
算出額	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)				
8,080,000	円 ×	0.75	=	6,060,000	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		町工場ネットワークの拡充・強化事業		事業番号	40	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012 年度～	年度まで	10	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	機械・金属加工関連の中小企業・小規模事業者を対象に、協業ネットワークの拡充・強化を図る交流会や課題解決のセミナー・意見交換会などを開催するほか、受発注商談会やPR動画作成を通じて取引拡大を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	機械・金属加工関連の中小企業・小規模事業者(町工場)は事業主の高齢化や後継者不足などによって廃業が相次ぎ、地域として一気通貫で加工を請け負う能力が低下している。また、今般の新型コロナウイルス感染拡大によってサプライチェーンの混乱や売上減少などによって苦境に立たされている事業所も多い。ついては、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)	中小ものづくり企業にとっても取引拡大は普遍的な課題であり、新規取引に向けたビジネスマッチングを主とする当該事業に対するニーズは高い。また、経営相談支援先のものづくり企業においては、新型コロナウイルス感染拡大によって従来の取引関係が混乱を来している、営業活動が制約されて売上が減少しているなど、苦慮しているところが多い。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>○ものづくり加エネットワーク強化交流会 2012年度から2020年度11月までに通算19回開催。 参加企業数：のべ666社、面談件数：のべ8,636件、取引につながった数：のべ486件</p> <p>○ものづくり加工商談会 2018年度から2020年度11月までに通算3回開催。 受注側参加企業数：のべ175社、商談件数：のべ328件、取引開始件数：5件</p> <p>○西支部管内では当事業に参画する企業が顔の見える関係を活かして連携し、地域の医療機関に対して特急仕事で飛沫防止具を仕上げて提供(後に製品化)。</p>					
	反省点	<p>○ものづくり加エネットワーク強化交流会 コロナ禍の中で「顔の見えるネットワーク」構築には限界がある。さりとてウェブでの補完も難しいため、少人数での開催(対象加工分野を限定するなど)するなどにより、感染防止と参加者の不安感払しょくに努めることが課題。</p> <p>○ものづくり加工商談会 受注側となる中小ものづくり企業の取引拡大の機会を提供していくために、新規の発注側企業と商談案件を発掘し続けていく。</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	<人材育成型>経営課題に資する情報の提供 町工場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、製品開発のノウハウ、BCP策定など)の解決に資する情報を提供する(支援企業数20社)。					
	○ 人材交流型	<p><人材交流型>経営課題を軸とした情報提供と相互交流</p> <p>①製造業、特に下請け金属加工業が直面する人材育成や技術力向上を専門家や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)を交えてディスカッションする(支援企業数20社)。</p> <p>②参加者同士が自社の技術や生産設備、現場改善手法を説明し合って交流を行い、他社企業の持つ有益な手法を学んでもらうとともに、その中で現場改善による利益出しや生産性向上の手法などに関する情報も提供する(「ものづくり企業人材交流会」支援企業数25社)。</p>					
	○ 販路開拓型	<販路開拓型>取引拡大の支援					
	ハズ'オ'型	<p>①町工場同士が保有設備などの情報を交換し合い、「顔の見える加エネットワーク」を構築・活発化させ、取引を拡大させることを支援する(「ものづくり加エネットワーク強化交流会」支援企業数70社)。</p> <p>②町工場各社の持つ技術や製品を紹介する動画を作成し、コロナ禍で減少している対面営業を補い、取引を拡大させることを支援する(「ものづくり企業・技術製品紹介動画」支援企業数8社)。</p> <p>③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開催する(「ものづくり加工商談会」支援企業数30社)。</p>					
	独自提案型	※集合形式もしくはオンラインで実施(<販路開拓型②>を除く)。					
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	
						販路開拓	
		(b)大阪府のメールマガジンなどによる告知や金融機関の協力によって大阪府内から参加を募る。 (d)マンパワーに成約の多い小規模事業所が、取引拡大に伴う経営改善に取り組むにあたって、経営指導員が介在してカルテ化される可能性は大きく、補助金申請時にも指導を求めてくることが想定される。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 173 社	経営指導員による参加勧誘のほか、商工会議所、大阪府、MOBIO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 (代表的な指標)	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ことが期待できる。<人材育成型>							
	指標	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%					
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 ×	20	社 ×	1.0	=	404,000	円
		40,400	円 ×	20	社 ×	1.0	=	808,000	円
		40,400	円 ×	25	社 ×	1.0	=	1,010,000	円
		50,500	円 ×	70	社 ×	1.0	=	3,535,000	円
		50,500	円 ×	8	社 ×	1.0	=	404,000	円
		50,500	円 ×	30	社 ×	1.0	=	1,515,000	円
	合計		173	社	(小計)		7,676,000	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 7,676,000 円								
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
	②受益者負担	25,000 円		負担金の積算		ものづくり加工ネットワーク強化交流会参加費@1,000円×25人			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	7,676,000	円 ×	0.75	=	5,757,000	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					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	<人材育成型> 経営指導員による参加勧誘のほか、商工会議所、大阪府、MOBIO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	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ことが期待できる。			
	指標	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%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	<人材交流型①> 経営指導員による参加勧誘のほか、商工会議所、大阪府、MOBIO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	ものづくり企業が同業者間で情報交換を進め地域活性化へ参画する基礎を構築する。			
	指標	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%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 25 社	<人材交流型②> 経営指導員による参加勧誘のほか、商工会議所、大阪府、MOBIO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	自社の技術や生産設備、現場改善手法を他の参加者と説明し合うことで互いの有益な手法を学ぶ。			
	指標	事業が他企業との交流に役立ったと回答した割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 70 社	<販路開拓型①> 経営指導員による参加勧誘のほか、商工会議所、大阪府、MOBIO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	搬送コストを抑えられる近隣加工ネットワークの活用を通じて参加企業の競争力向上を目指す。受注拡大に向け、取引先候補との接点を持つことができる。			
	指標	事業が今後の事業活動、企業経営に役立ったと回答した割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8 社	<販路開拓型②> 経営指導員による参加勧誘のほか、商工会議所、大阪府、MOBIO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	企業動画を作成することで非対面型の営業活動を行うことができる。			
	指標	事業が今後の事業活動、企業経営に役立ったと回答した割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標⑥	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 30 社	<販路開拓型③> 経営指導員による参加勧誘のほか、商工会議所、大阪府、MOBIO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	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	商談件数	数値目標	50件	
その他目標値	目標値の内容⇒				

【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		事業番号	41	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020年度～	年度まで	2	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者の生産性向上や販路開拓に有用なITツールやシステムに関する情報を提供し、その具体的な導入や利活用を促進・支援する。					
	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・サービス業の中小企業・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)	①IT導入を通じた中小企業・小規模事業者の生産性向上は、必ずしも経営者層に浸透していない。ITによる生産性向上の成功事例を多数紹介することで、より多くの企業の関心を喚起する必要がある。さらに、IT活用に前向きな企業に対し、IT人材育成や費用対効果、自社に合ったITシステムなど、多様なメニューを提示する必要がある。 ②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	2020年度の実施状況 ①新型コロナウイルス感染拡大の影響で、当初予定した大規模フォーラムの開催を変更し、「テレワーク」や「クラウドサービスを活用した年末調整」などのテーマでオンラインセミナーを2回開催、合計97社が参加した。また、ハンズオンセミナーも2回開催し、生産性向上に資する各種サービスの実体験の機会を提供、11社が参加し、うち4社が導入に向けた相談を継続している。 ②「デリバリー」「クラウド会計」をテーマにセミナー・相談会を開催。(支援企業数「デリバリー」セミナー：48.5社、相談会：17社、「クラウド会計」セミナー：23.5社、相談会：12社)					
	反省点	①新型コロナウイルス感染拡大の影響で大人数での集会、対面相談や相互交流などが制限され、内容をオンラインセミナーや、説明と実体験のみのハンズオンセミナーにせざるを得なかったが、内容がwithコロナ時代に合致したタイムリーなものであったことなどもあり、参加者から高い評価を受けた。次年度は企業内のIT人材育成やバックオフィスの合理化など、さらにメニューと実施回数を増やし、参加者数の拡大を図る。 ②ICTサービスを提供する企業を一度に比較でき、直接相談できるため、参加者からはおおむね好評である。次年度は参加者数が増加するよう、テーマ選択や広報に一層力を入れる。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	①生産性向上IT導入支援フォーラム ＜人材育成型＞ 中小企業のIT導入を支援する企業のコミュニティを組織し、同コミュニティを構成する各企業と共催で、シリーズものも含め2回程度オンラインまたは集合形式でセミナーを開催する。これにより、中小企業経営におけるIT導入を支援する。					
	○ 人材交流型	＜人材交流型＞ 上記セミナーの延長線上で、中小企業のIT導入支援に関して共催企業の有する各種IT支援メニュー(IT人材育成、人事労務、販売管理など)について実体験できるハンズオンセミナーを開催、導入に向けて支援を実施する。					
	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(集合形式もしくはオンライン) ＜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)	(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
							IT・IoT
(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。							

主な事業の目標	総支援対象企業数	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12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。 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：70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。	217 社		
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	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IT導入支援フォーラム 「各種ITサービスの内容が理解できた」もしくは「IT導入が今後の経営合理化に役立つ」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 社 ×	1.00 =	2,020,000 円
		40,400 円 ×	12 社 ×	1.00 =	484,800 円
		20,200 円 ×	70 社 ×	1.00 =	1,414,000 円
		40,400 円 ×	35 社 ×	1.00 =	1,414,000 円
		合計	217 社	(小計)	5,332,800 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 5,332,800 円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)					
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等		
	②受益者負担	円	負担金の積算		
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)		
	5,332,800 円 ×	0.75 =	3,999,600 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		

別紙:積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 100 社	①生産性向上IT導入支援フォーラム <人材育成型> 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	「各種ITサービスの内容が理解できた」もしくは「IT導入が今後の経営合理化に役立つ」と回答した割合	数値目標	75%
その他目標値	目標値の内容→			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 12 社	①生産性向上IT導入支援フォーラム <人材交流型> 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	「各種ITサービスの内容が理解できた」もしくは「IT導入が今後の経営合理化に役立つ」と回答した割合	数値目標	75%
その他目標値	目標値の内容→			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 70 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> 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	「ICTを活用した新サービスの動向について理解できた」もしくは「今後の販路開拓に役立つことができる」と回答した割合	数値目標	75%
その他目標値	目標値の内容→			
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 35 社	②販路開拓などのためのIT利活用セミナー・相談会 <人材交流型> 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	「ICTを活用した新サービスの動向について理解できた」もしくは「今後の販路開拓に役立つことができる」と回答した割合	数値目標	75%
その他目標値	目標値の内容→			

【備考】

--

事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム		事業番号	42	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	12	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	AIやIoT、機能性素材など、ファッション産業と他分野との連携の場を提供し、新たなファッション製品や独創的なファッションビジネスの創出を支援する。加えて、目まぐるしく動く最新情報や事例を紹介する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪の繊維業界はOEM生産を中心とする企業が多く、自社ブランドの育成のほか、競争力のある新たなビジネスモデルを構築することが必要である。このため、新たな社会課題の解決など、今後需要が見込まれる分野への製品開発やビジネスモデルの創出、企業間連携のきっかけとなる場を定期的に提供し、繊維関連企業全体の競争力強化につなげる。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	○ファッション・アパレル関連業界団体、業界団体の傘下企業をはじめとするファッションクリエイターやアパレルメーカー、その関連企業(素材メーカー、バッグなどの小物関連、美容関連など) ○ファッション関連企業との連携を求める企業					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	嗜好が多様化した時代にあっても、ニーズをとらえた商品は売り上げを伸ばしている。また、他業種との連携により新たなビジネスモデルを構築することが求められているが、繊維ファッション事業者は主導権を取れないケースも多い。こうした課題の解決を図っていくことが、業界の発展につながる。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p><2019年度> ファッション先進企業の事例を紹介する講演会を開催し、情報提供および参加企業間の交流を行った(6月4日:参加者100人、10月10日:参加者77人、12月9日:参加者40人、2月13日:参加者103人)。また、今後の産学連携の可能性について意見交換会を行った。2月13日にファッション企業の販路拡大、交流を目的とした「ファッション・イノベーション展」を開催した。</p> <p><2020年度> 前年度に引き続き講演会を開催し、ファッション業界最新情報の提供、先進企業の事例紹介を行った(6月23日:参加者38人、7月31日:参加者98人、9月1日:参加者47人、ほか11月16~20日、2月に開催予定)。なお、コロナ対策として7月と11月はオンライン形式で開催した。</p>					
	反省点	例会での情報提供を通して「新事業開発の参考になった」との声も多く挙がっていたため、今後企業間連携を促進するよう、一層交流の機会を増やしていく。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<人材育成型> 支援企業数130社					
	○ 人材交流型	○講演会の開催:年間3回程度 各回の設定テーマに即した講師に登壇してもらい、ファッション産業をめぐる新たな動き、ビジネスモデルなどの情報提供を行う。					
	販路開拓型	<人材交流型> 支援企業数50社					
	ハズブロ型	○プレゼン&交流会の開催:年間2回程度 各回の設定テーマに即した最新の技術や製品を有する企業の担当者にプレゼンをしてもらい、参加者同士の情報交換、協業先との出会いの場を提供する。					
	独自提案型	※いずれも集合形式もしくはオンラインで実施。					
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	その他	
		(b)大阪府内の全域をカバーする関西ファッション連合やアパレルをはじめハンドバッグや帽子・靴下といった服飾雑貨などの各業界団体・組合と連携して事業を実施する。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	180 社					
		指標	得られた情報を事業拡大や新しいビジネスの開発に活かしたいと回答した割合	数値目標	70%		
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 ×	130	社 ×	1.00	=	2,626,000	円		
		40,400	円 ×	50	社 ×	1.00	=	2,020,000	円		
		合計		180	社	(小計)		4,646,000	円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)										
									計	4,646,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)										
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等						
		②受益者負担		円	負担金の積算						
		(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果					
標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)					
4,646,000		円 ×	0.75	=	3,484,500	円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)						
			円								
			円								
			円								
			円								

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 130 社	<人材育成型> 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。			
	支援対象企業の変化	最新の情報を提供することで、今後の事業運営に役立てることができる。				
	指標	得られた情報を事業拡大や新しいビジネスの開発に活かしたいと回答した割合	数値目標	70%		
その他目標値	目標値の内容⇒					
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 50 社	<人材交流型> 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。			
	支援対象企業の変化	ユニークな製品や技術をプレゼンすることで、企業に新たな視点を提供する。併せて交流会を開催することで、講師・参加者間の連携・交流を促進する。				
	指標	プレゼン・交流を通じて今後の事業運営のヒントが得られたと回答した割合	数値目標	70%		
その他目標値	目標値の内容⇒					

【備考】

事業名		中小ものづくり企業の生産性向上支援事業	事業番号	43	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020 年度～ 年度まで	2	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小ものづくり企業などを対象に、現場改善やIT活用ノウハウを提供し、生産性の向上などを支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小ものづくり企業においては、人手不足や働き方改革、取引形態の多様化などの課題に当面し、「生産性向上」や「業務プロセスの見直し」に向けての取り組みを急いでいる。これら企業は、大手に比べて製造現場における改革が遅れており、「現場改善」に向けての取り組みが十分とは言えない状況にある。ついては、改善活動の具体的な進め方や原理・原則に基づいた正しい改善技法を習得してもらうことで、生産性を向上させること支援する。加えて、安価なハードやソフトの投資でITを活用する方策や組織運営、人事戦略の再構築などを学び、生産性の向上に役立ててもらう。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小製造業者（機械・金属加工をはじめ、幅広い製品分野）など				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	○改善活動は製造業の生産・加工を支える上で欠くことのできない活動であり、多くの事例からもその効果として「生産性向上」や「業務のスリム化」が挙げられており、中小製造業者としても早急に取り組みたい課題である。 ○中小製造業者の多くは、改善活動の重要性を認識しているが、日々の業務に忙殺され、時間が取れない、人材やノウハウが不足しているなどの理由で実施されていないのが現状である。 ○事業者へのヒアリングによると、人材が集まらないことを理由に生産現場の自動化を求めるニーズは強い。				
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	①改善技術習得のための交流事業 新型コロナウイルス感染拡大を踏まえ、オンラインで実施。製造現場における改善技術をオンライン演習を通じて習得、チャット機能や投票機能を活用し講師及び参加者の交流を促進した。11月17日に開催した第1回の支援企業数は27社。第2回は3月上旬開催予定。 ②生産性向上のためのセミナー 10月27日「オフィス業務のペーパーレス化・自動化セミナー」：支援企業数47.5社 11月10日「データサイエンスで生産現場の変革」：支援企業数63.5社				
	反省点	①改善技術習得のための交流事業 参加対象を製造現場のスタッフ、管理者に絞ったため集客に苦戦したため、参加対象を経営者層にも広げることを検討する。 ②生産性向上のためのセミナー 中小企業でも取り組める内容に特化したことが、参加者の期待と合致につながったと考えられる。今後もテーマの絞り込みと、具体的な情報発信に取り組む。				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	①改善技術習得のための交流事業 <人材交流型> ・実施時期：9月～12月を予定(2回程度) ・講師：IEや工場改善を専門とする大学教員を予定 ・実施内容				
	○ 人材交流型	○参加者交流形式による「工程改善」の実践演習 ムダ取りのためのIE手法、ラインバランスの着眼点を学ぶ。				
	販路開拓型	○参加者交流形式による「作業改善」実践演習 作業改善の進め方とムダ取りの基本的な考え方を学ぶ。				
	ハンズオン型	②生産性向上のためのセミナー <人材育成型> (a)IoT、AIなどを活用した製造現場の生産性向上 ユーザー目線にたったIoT、AIなどの活用方法や中小企業の導入事例について情報提供する。9月頃、開催予定。 (b)攻めの人事戦略による生産性向上 残業削減のアイデア、モチベーションを高める人事評価制度や教育など、組織の生産性向上を図る具体的な方策について、専門家を招いて情報提供する。11月頃開催予定。				
	独自提案型	※①②いずれも集合形式もしくはオンラインで実施。				
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
						その他
						(b)商工会議所の広報ツール(ウェブサイト、メールマガジンなど)を用いて大阪府内の事業者の参加を募る。大阪府商工労働部ものづくり支援課や地域の工業会などにもPR協力を依頼する。 (d)経営相談支援先への参加勧奨を行うとともに、事業実施後のアンケートにおいて経営相談支援ニーズのある企業に対して経営課題の把握や先方のニーズに応じた支援を行う。

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 160 社	①改善技術習得のための交流事業 60社 ②生産性向上のためのセミナー 100社 商工会議所の広報ツール（ウェブサイト、メールマガジンなど）を用いるとともに、大阪府や地域の工業会などの協力を得て広報・募集する。					
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	①改善技術習得のための交流事業 <人材交流型> 「工程改善」や「作業改善」の実践演習から改善活動の効果を体感してもらい、自社工場の改善につなげていく。また、改善活動の継続が製造現場の「生産性向上」に直結することを、工場見学会から学んでもらい、改善活動に向けての新たな「意識づけ」と「気づき」を与える。						
	指標	アンケートで「今後のモノづくりや企業経営に活用する」または「生産性向上などへの取り組みにつなげる」と回答した割合	数値目標	70%				
その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		40,400 円 ×	60 社 ×	1.00 =	2,424,000 円			
		20,200 円 ×	100 社 ×	1.00 =	2,020,000 円			
		合計	160 社	(小計)	4,444,000 円			
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）						計 4,444,000 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)					
	4,444,000 円 ×	0.75 =	3,333,000 円	(円)				
補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	役割（配分の考え方）				
			円					
			円					
			円					
			円					
			円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 60 社	①改善技術習得のための交流事業 <人材交流型> 商工会議所の広報ツール（ウェブサイト、メールマガジンなど）を用いるとともに、大阪府や地域の工業会などの協力を得て広報・募集する。	
	支援対象企業の変化	「工程改善」や「作業改善」の実践演習から改善活動の効果を体感してもらい、自社工場の改善につなげていく。また、改善活動の継続が製造現場の「生産性向上」に直結することを、工場見学会から学んでもらい、改善活動に向けての新たな「意識づけ」と「気づき」を与える。		
	指標	アンケートで「今後のモノづくりや企業経営に活用する」または「生産性向上などへの取り組みにつなげる」と回答した割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 100 社	②生産性向上のためのセミナー <人材育成型> 商工会議所の広報ツール（ウェブサイト、メールマガジンなど）を用いるとともに、大阪府や地域の工業会などの協力を得て広報・募集する。	
	支援対象企業の変化	生産性向上に関する情報や知識を得て、IoTやAIの活用、現場改善、人事戦略の見直しなどを考えるきっかけを得る。		
	指標	アンケートで「今後のモノづくりや企業経営に活用する」または「生産性向上などへの取り組みにつなげる」と回答した割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		専門家連携型経営相談 交流会		事業番号	44	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	8	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	事業者の課題解決に資する専門家制度の利用促進を図るため、制度の紹介、専門家による自己アピールなどを含めた専門家との相談会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者が抱える高度な経営課題に対応するため、本商工会議所では専門家派遣制度による支援を行っている。経営指導員と各種専門家がお互いの強みを活かして連携強化を図り、より効果的な経営支援サービスを提供することで支援先から高い評価を受けている。そこで、本事業を通じて、中小企業・小規模事業者に対し専門家派遣制度を周知・紹介するとともに、自社の課題解決にふさわしい専門家との出会いの場を提供する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	さまざまな経営課題を抱えている、あるいは「専門家派遣」などに関心を持つ大阪府内の中小企業・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2020年度のエキスパート、アドバイザー派遣など、専門家派遣事業は、派遣予算枠（エキスパート350回、アドバイザー100回）に向け順調に推移しており、専門家派遣事業への関心や専門家への支援ニーズは高い。特に、現在のコロナ禍においては、デジタルを活用した非対面型のビジネスへの転換として、ECサイトやSNS活用による販売促進、テレワークによる「就業規則や人事制度の見直し」などの相談も増加している。					
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	【2020年度】10月6日に開催。第1部：①講演会「コロナ禍をチャンスに変える経営」②専門家派遣制度の紹介③専門家との個別相談会（支援目標：55社、支援実績：57社） 今年度初めての試みとして、参加した8名の専門家が各自5分程度の自己PRを行うとともに、専門家派遣を利用した事業者からの体験発表を行った。参加者が専門家をより知ることになった結果、専門家と相談したいと希望する事業者10社を新たに発掘し、事業後は、同社に専門家を派遣した。					
	反省点	講演会では、経営課題を持つ事業者にアピールできるようなテーマと講師を選定し、新規の参加事業者を発掘していく。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	○専門家による講演・相談会の開催 <人材交流型>（1回開催・集合形式またはオンライン）					
	○ 人材交流型	1. 講演会（90分） 事業者のニーズが高い「販路開拓」「マーケティング戦略」「IT」などをテーマに専門家が講演・情報を提供する。					
	販路開拓型	2. 専門家派遣制度の紹介（60分） (1) 専門家派遣制度の内容説明 (2) 事業者による専門家派遣の体験発表 (3) 専門家による自己PR					
	ハズ'わ型	3. 事業者と専門家との相談会（30分） 実施後のフォローとして、 ・ 専門家派遣を希望する事業者に対し、経営課題をヒアリングする。 ・ その経営課題を解決するために、適任の専門家を派遣する。 ・ 専門家による支援状況に目配りし、事業者の課題解決に導く。					
	独自提案型	本事業において、「専門家と事業者との出会いの場」を提供することで、潜在的な課題も含め事業者の課題解決を支援する。					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携		○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果
							その他
		(b)地域金融支援ネットワーク事業を推進している大阪府や保証協会、日本政策金融公庫、地元信用金庫、関西みらい銀行の協力を得てPRするとともに、大阪府内の各商工会議所にも協力依頼し、府内全域から集客を図る。 (d)相談会の開催を通じて専門家連携型経営相談の制度普及と利用促進を図る。本相談会の参加者は様々な経営課題を抱えていると想定される。本相談会には経営指導員も出席するので、参加者の経営課題を把握し、その解決に向けた支援をすることによって事業所カルテ化につなげる。					

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

【備考】

--

事業名		ファッショントレンドセミナー		事業番号	45	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	12	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	ファッショントレンドを中心に、業界の市場動向を解説し、商品開発や販売促進に役立つ情報を提供する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	近年は、川上・川下の垣根がなくなりつつあり、いずれの立ち位置の企業においても商品政策を踏まえた積極的な提案が求められている。本セミナーを継続的に実施し、市場動向を体系的に解説することで、企業の商品政策を支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	アパレル企業を中心に、OEMやテキスタイル・雑貨など、ファッション性が求められる企業					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	多くの企業は、自社の商品軸にファッショントレンドの要素を掛け合わせて鮮度のある商品を企画しており、商品開発の参考情報として、客観的なトレンド情報のニーズがある。また、商品サイクルが短期化し、需要予測が難しくなるなか、経営者や売り場担当者、営業からもトレンド情報を求める声がある。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2020年5月28～29日、11月27～30日にトレンドセミナーをオンライン形式で実施。5月は参加者88名、11月は参加者92名。参加者からは今後も継続して実施してほしいとの声が寄せられている。					
	反省点	本セミナーは専門性が高いため、継続受講者も多いが、コロナ対策としてオンライン形式で開催していることの周知が足りなかったため、インターネットなどの広報にも力を入れる。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	「ファッショントレンドセミナー」を以下により2回程度開催する。 ・開催時期とテーマ 5月頃 2022年春夏ファッショントレンド 11月頃 2022年秋冬ファッショントレンド ・内容 注目される素材傾向、カラー傾向、MDテーマなどの提案・検証 テーマから落とし込むスタイルイメージ、重要アイテム、ディテールなどをビジュアルを用いて解説 ・講師 株式会社TCカンパニー 代表取締役 十三千鶴氏 ・方法 集合形式もしくはオンライン形式					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズメ型						
	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	その他	
		(b)協同組合関西ファッション連合と連携し、大阪府内の関連事業者に案内する。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	1社で複数名参加するケースが多く、支援企業数は各回40社を想定する。協同組合関西ファッション連合などと連携し、関連事業者に参加を呼びかける。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	80 社					
		指標	参加者アンケートにおいて商品政策の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合			数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒						

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費				
			20,200	円 ×	80	社 ×	1.00	=	1,616,000	円			
				合計	80	社	(小計)		1,616,000	円			
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円		
										計	1,616,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）												
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等							
			②受益者負担		88,000	円	負担金の積算		参加費@1,100円×80名				
			(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)						
1,616,000			円 ×	0.75	=	1,212,000	円	(88,000 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		観光産業への新規参入・販路拡大支援		事業番号	46	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2019 年度～ (2020年度は実施せず)		2	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	「ツーリズムEXPOジャパン2021大阪・関西」に構えた特別ブースへの出展を通じて国内外に向けた新たな販路拡大の機会やニューノーマル時代の観光産業への新規参入を支援する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍で、これまでインバウンドおよび観光産業を主軸としていた事業者は大きな打撃を受け、とりわけ中小・小規模事業者への影響が大きい。倒産・廃業に追い込まれた事業者も多く、存続する事業者も、新たな活路を見出せずにいる。大阪で2回目の開催となる世界最大級の観光産業イベント「ツーリズムEXPOジャパン」が、2019年に続き2021年11月に再び開催されることを受け、通常では費用面や人員面、その他事務的なハードルにより出展が難しい事業者に同イベントへの出展機会の提供、出展支援及び旅行関連業者や海外含めたバイヤーらとの商談を支援することで、観光産業への新規参入・販路拡大を促進する。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	観光・インバウンド分野に携わる、もしくは参入を検討している事業者(業種は問わない) 特に、コロナ禍で打撃を受け、回復策を探っている事業者						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2020年はコロナ禍で、今後の観光産業の行く先が不透明になった1年だった。しかし、afterコロナを見据えると、新たな観光資源の磨き上げや国内外への発信が重要であり、事業者としても、回復策を求めている。また、既存の事業者が廃業に追い込まれる中、ニューノーマル時代の観光分野では新たに活躍する事業者が求められている。オリンピック後の海外渡航制限が緩和されるタイミングで開催される同イベントへの出展は、今後の展開を考える上で大きな契機となり得る。また、オンラインにより海外との商談もより活発となるため、自社製品やサービスの海外販路の拡大が期待できる。						
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	「ツーリズムEXPOジャパン2019大阪・関西」へブースを設置。3つのブース種別を設けて出展を支援した。イベント全体には、4日間合計で15万人以上の来場があった。 【支援企業数】17社 【商談件数】計272社(うち目標であった1社あたり2社以上との商談達成=12社) ※2019年度実績を記載。2020年度は大阪開催でなかったため実施せず。						
	反省点	2019年度は3種ブースを設けたが、通常小間の出展者満足度74.3%/平均商談件数27件、その他出展者出展者満足度60%/平均商談件数8件(実績0の事業者3社)と大きな差が開いた。よって、今回は通常小間のみを出展を受け付ける。また、共有スペースを設け、自社PRのセミナーなどを行える場としたが、集客が思うようにいかず、一部の事業者から不満が出た。よって今回は共有スペースは設けず、その分共益費を減額し(通常小間3万円→1万円)、その他の支援に注力する。						
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	「ツーリズムEXPOジャパン2021大阪・関西」に設置する特別ブースへの出展支援 開催期間：2021年11月25日(木)～28日(日) 開催場所：インテックス大阪およびその周辺 ○支援内容 1. 商談支援 (例)・特別ブース出展事業者限定の説明会を実施するほか、個別相談を受け付ける。 ・会期中の商談マッチングを斡旋する。 ・会期中、自社スタッフ不在時に、事務局が来場者対応を行う。 3. 広報支援 大商ニュース特集ページ、大商Facebookページなどで出展企業をPRする。						
	人材交流型							
	○ 販路開拓型							
	ハズレ型							
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	販路開拓		
		(b)大阪商工会議所会員企業のほか、過去主催の関連セミナー(2017～2019年度インバウンドビジネス支援セミナー、食創造都市大阪推進機構シンポジウム)などに参加した大阪府内の事業者、「ツーリズムEXPOジャパン2019」大阪商工会議所ブース出展企業(大阪府域出展：5社)、(公財)大阪観光局の賛助会員にも出展を呼びかける。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	商工会議所の各種広報媒体の活用のほか、これまでの関連事業に参加した大阪府内の事業者や大阪観光局賛助会員などに対して募集活動を行う。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	8 社						
	指標	バイヤーなどとの商談件数(オンライン含む)			数値目標	1社平均10件		
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 ×	8	社 ×	1.00	=	404,000	円	
		合計	8	社	(小計)		404,000	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	404,000 円
算出額	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		80,000 円	負担金の積算		出展共益費 10,000円×8社			
	(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)				
404,000	円 ×	0.75	=	303,000	円	(80,000 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】

6. 経費支出計画書（経費内訳）

大阪商工会議所

I 経営相談支援事業			
区 分	算 定 基 準		補助金額
	事業所数/回数	単 価 (円)	
事業所カルテ・サービス提案	1,900	25,000	47,500,000
支援機関等へのつなぎ	10	10,000	100,000
金融支援（紹介型）	40	30,000	1,200,000
金融支援（経営指導型）	740	40,000	29,600,000
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	20,000	100,000
資金繰り計画作成支援	275	20,000	5,500,000
記帳支援	5	25,000	125,000
労務支援	5	20,000	100,000
人材育成計画作成支援	0	20,000	0
マーケティング力向上支援	10	20,000	200,000
販路開拓支援	110	20,000	2,200,000
事業計画作成支援	920	50,000	46,000,000
創業支援	5	20,000	100,000
事業継続計画（BCP）等作成支援	20	20,000	400,000
コスト削減計画作成支援	5	20,000	100,000
財務分析支援	445	10,000	4,450,000
5S支援	0	10,000	0
IT化支援	10	20,000	200,000
債権保全計画作成支援	0	10,000	0
事業承継支援	40	20,000	800,000
災害時対応支援	0	5,000	0
フォローアップ支援	420	5,000	2,100,000
結果報告	1,900	10,000	19,000,000
小 計	-		159,775,000
159,775,000			
II 専門相談支援事業			
事 業 名	算 定 基 準		補助金額
	支援日数	計	
専門相談（窓口）	838	20,112,000	
専門相談（派遣）	350	8,400,000	
支部専門相談（派遣）	72	1,728,000	
決算申告指導	64	1,536,000	
小 計	1,324	31,776,000	31,776,000
III 地域活性化事業			
小 計	算定基準		補助金額
	別紙事業調書のとおり		328,435,811
IV 商工会等支援事業			
小 計	算定基準		補助金額
	別紙事業調書のとおり		0
V 合計			
合 計			補助金額
			519,986,811