

令和4年度（2022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	中小企業振興部経営相談室課長 古川 美奈子	
		連絡先	電話番号（直通）：	06-6944-6451
F a x：			06-6944-6565	
E - m a i l：	minako@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 204人（うち経営指導員数 78人） 令和4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年経済センサスー活動調査」）			
⑤管内小規模事業者数	113,699（総務省「平成28年経済センサスー活動調査」）			
⑥会員数（組織率）	29,807（16.6%）			
<input type="checkbox"/> 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。 ② 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 ③ 商工業に関する調査研究を行うこと。 ④ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。 ⑤ 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。 ⑥ 輸出品の原産地証明を行うこと。 ⑦ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 ⑧ 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。 ⑨ 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。 ⑩ 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。 ⑪ 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。 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。 ⑬ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。 ⑭ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 ⑮ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 ⑯ 商工業に関する図書を収集し、一般の閲覧に供すること。 ⑰ 国際親善及び通商振興に資する事業を行うこと。 ⑱ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 ⑲ 行政庁等から委託を受けた事務を行うこと。 ⑳ 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>				

**(1) 所管地域の産業経済の現状と課題****<現状>**

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

・製造業については、総務省「平成28年経済センサスー活動調査」の結果(従業員数4人以上の事業所)を平成24年のそれと比較すると、事業所の数が7,591から6,325に減少(-16.7%)、従業員数が132,111人から116,812人に減少(-11.6%)、製造品出荷額等が3,867,881百万円から3,686,994百万円に減少(-4.7%)、粗付加価値額も1,784,805百万円から1,535,624百万円に減少(-14.0%)しており、基礎素材型製造業が高度に集積している当該地区の工業生産力の低下が長期的に続いている。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ダメージを受けている中、原油価格の高騰、半導体をはじめとする原材料や部品の供給不足などによる影響も受け、大阪の製造業の経営環境は厳しい状況にある。

・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%)した。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。また、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%)し、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。このように物販、宿泊、飲食サービスは堅調に伸びていたが、令和2年1月以降は、新型コロナウイルスの感染拡大により、インバウンドをはじめとする消費の大幅な減少、外出自粛などの影響を受け、特に対面4業種(宿泊・観光、飲食、サービス、運輸)については非常に厳しい状況下にある。

**<課題>**

○ 本商工会議所が令和3年12月に会員である中小企業に対して実施した「コロナ禍の経営への影響及び資金調達に関する調査」(有効回答数318社)では、全体の50.0%が令和3年度(令和3年4月から4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いる。前年から増加する見込みであると回答した事業所は34.3%あるものの、全体の65.7%がコロナ前の売上水準に戻らないと回答しており、コロナ禍は企業経営に深刻な影響を及ぼしている。また、経営指導員が経営指導の際に行うヒアリングでは、コロナの影響とともに原材料費の高騰による経営環境の悪化を訴える事業者が増えている。このため中小企業の事業継続や事業再構築に向けた支援がますます重要となっている。

○ 令和3年11月に大阪商工会議所と関西経済連合会が行った「第84回経営・経済動向調査」(有効回答数359社)では、全体の27.3%がコロナ禍からの経済回復に向けて「企業のデジタル化促進・IT導入支援」を求めている。

○ 本商工会議所が令和3年4月に実施した「中堅・中小企業の経営状況・課題に関するアンケート調査」(有効回答数396社)では、重点的に取り組みたい経営課題は「新規取引先・顧客の開拓」(64.1%)が最多であり、また全体の35.9%が「人材の確保(人手不足)・育成」を事業継続上、不安に思う点としてあげている。

○ 令和7(2025)年には大阪・関西万博が開催され、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、外国人及び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推し進めていかなければならない。

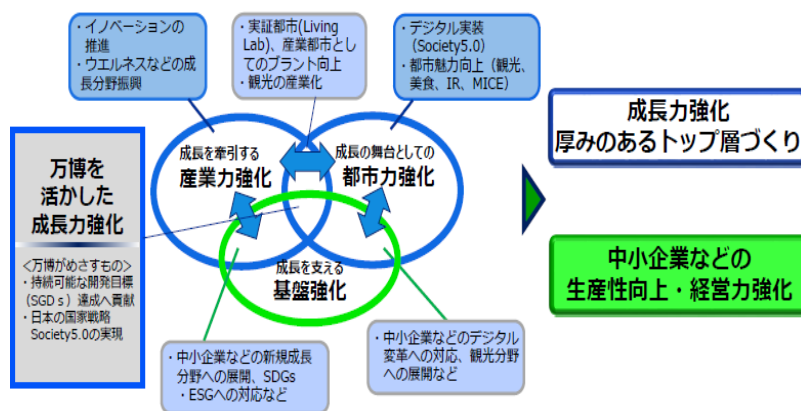
**(2) 所管地域の活性化の方向性**

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、また令和7(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（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、想定する小規模事業者などのイメージは以下の通りとする。

○ 新型コロナウイルス感染拡大及び原材料費の高騰の影響を受けている事業者の事業継続や業績回復、新事業展開等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1,960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、以下の支援を行う。

- ・販路の拡大を志向する事業者約25,000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。

- ・創業を希望する者、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事業者約3,000を対象として、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。

- ・人手不足などへの対応や業務効率化などに当面する事業者約1,900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。

- ・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60団体を対象に、活性化（にぎわい創出）の支援を行う。

- ・ウイズコロナ、ポストコロナをにらみ、新事業展開や事業再構築を模索する事業者約220を主たる対象として、セミナー・ワークショップを通じて、デジタルを活用した新事業展開や事業再構築の取組み、また高付加価値商品の開発を支援する。

### (4) 事業の目標

上記を踏まえ、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、コロナ禍や原材料費の高騰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、新事業展開・事業再構築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、インボイス対応が課題となる税務・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、効果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、クラウドファンディングなどの手法の活用、新商品のデザイン強化やブランディング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。については、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年大阪・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、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ている。こうした課題の解決に向けてIT、IoTの導入・利活用を促進するため、経営指導員の個別ヒアリングによる動機づけや専門家による導入サポート・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、IoT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。については、中小企業・小規模事業者を対象に、働き方改革への取組み方や新規卒業者・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、外部人材、特定技能など外国人材の採用・活用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及び原材料費の高騰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、事業再構築、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、円滑な事業承継など。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、雇用の悪化など。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	1960 事業所	支援機関等へのつなぎ	5 支援	
金融支援（紹介型）	105 支援	金融支援（経営指導型）	810 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	210 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	160 支援	事業計画作成支援	950 支援	
創業支援	5 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	30 事業所	
コスト削減計画作成支援	5 事業所	財務分析支援	430 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	1960 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	1900			
<p>&lt;件数設定の根拠&gt; 過去2カ年度の実績（平成31（令和元）年度2,189事業所、令和2年度2,395事業所）令和3年度の中間状況（12月末時点の経営相談支援企業数は1,226事業所で、これまでの1～3月の推移からして最終的には1,960事業所に達する見込み）を勘案して設定した。</p> <p>&lt;実現に向けた取り組み&gt; 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に着目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827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61日)
事業実施のポイント・期待される効果				
<p>&lt;事業実施のポイント&gt; 弁護士、社会保険労務士、税理士、中小企業診断士、ITコーディネーター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・電話等での指導のほか、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4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新事業展開や事業再構築(新分野展開、事業・業種転換など)を支援する。</p> <p>&lt;期待される効果&gt; 高度な経営課題に対して専門的見地からアドバイスすることによって、課題解決への道筋が明確になり、経営改善に役立つことが期待できる。</p>				

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				47,816,312
1	○	あべの天王寺・サマーキャンパス	標記地域事業者に専門性を活かした体験プログラム(職業体験やワークショップ等)を実施してもらうとともに、エリア内でスタンプラリー等を開催し、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。	11,514,000
2	○	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
3	○	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ー対策に関するノウハウを獲得してもらう。	3,434,000
4		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。	8,888,000
5		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、間接業務の効率化、販売促進・非対面ビジネスへの転換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による売上向上を実現する。	7,575,000
6		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。	2,777,500
7		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。	2,525,000
8		インバウンドによる買い物消費支援事業	民泊など、宿泊施設に來訪している外国人観光客をその周辺の各商店街、個々の店舗に誘導するツールを提供し、外国人観光客の來街者数(來店者数)の増加をめざす。	2,329,312

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
9		「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・販売などのイベントを実施する。加えて事業者同士の横のつながりを深める交流会を開催する。	1,868,500
10		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。	1,515,000
11		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
<b>(2) 広域事業</b>				<b>273,403,054</b>
12	○	海外市場開拓支援事業	海外進出先や取引先(貿易・投資・技術提携など)の市場動向やFTA/EPAなどに関する情報を提供するほか、海外実務に関する相談、海外バイヤーや企業との個別商談会などを通じて海外事業展開を支援する。	47,247,800
13	○	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。	17,225,214
14	○	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、地元金融機関、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。	17,028,600
15	○	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。	11,211,000
16	○	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



事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
17	○	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
18	○	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
19	○	中小企業のためのデザイン活用促進事業	中小・小規模事業者を対象に「デザイン経営」「ブランディング」の考え方を啓発するとともに、自社分析のワークショップを開催し、自社ブランド製品の企画・開発を支援する。	5,171,200
20	○	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推進や定着促進を通して、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
21	○	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
22	○	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、医療機器分野参入企業などを対象とした異業種交流会を開催する。	3,434,000
23	○	海外スタートアップ連携による事業創出促進事業	大阪府内の中小企業と海外スタートアップとの連携を促進するため、海外スタートアップとの連携に関する先進事例紹介等の情報提供を行う。	2,828,000
24	○	デジタル×デザイン思考による「イノベーション・事業再構築」研究会	新たなビジネスモデルや事業再構築を検討する中小企業・小規模事業者に対し、セミナーとワークショップを開催し、「デザイン思考」の普及啓発を通して新たなサービスやビジネスの企画開発を支援する。	2,727,000
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。	2,222,000



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	○	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
28	○	クラウドファンディング活用サポート事業	購入型クラウドファンディングを活用するための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
29	○	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
30	○	転換期の働き方改革と労務管理セミナー事業	人材確保と雇用の維持、労働環境の整備を支援するため、労務管理や働き方改革への取り組み方、助成金の活用方法等を解説するセミナーを実施する。	929,200
31	○	人材ニーズ対応支援事業	人材不足に悩む企業経営者・人事担当者等を対象に、外部人材、特定技能など外国人材の採用・活用、兼業・副業などの人材を活用するための制度説明や採用方法、活用事例等を紹介するセミナーを開催する。	808,000
32	○	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とともに、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。	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。	404,000
34		中小ものづくり企業の生産性向上等支援事業	中小ものづくり企業などを対象に、現場改善やIT利活用による生産性向上や動画活用など、人手不足や取引先の要請などで時代に合わせた対応を迫られる情報やノウハウを提供し、支援する。	4,545,000

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
35		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。	36,360,000
36		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
37		大手流通業等への販路開拓支援事業	国内外の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。	21,816,000
38		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。	11,173,125
39		販路・取引先開拓マッチング事業	販路開拓支援や取引先・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。	5,454,000
40		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。	3,787,500
41		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。	4,658,625
42		大阪ファッション産業振興フォーラム	サステナブル素材、DX、海外市場開拓など、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		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派遣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交流会を開催する。	1,666,500

## 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）
44		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
うち府施策連携事業				163,813,214

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	9	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	標記地域事業者に専門性を活かした体験プログラム（職業体験やワークショップ等）を実施してもらうとともに、エリア内でスタンプラリー等を開催し、商店街・商業施設とその個店等の集客・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)	阿倍野・天王寺ターミナルエリアは、インバウンド効果の後押し等により近年目を見張る活性化を遂げてきたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により大きな打撃を受けた。そこで、コロナ禍で受けたダメージの回復を図る地元商店街・商店会や商業施設、およびそれらの入居店舗等を支援べく集客・販売促進につながるリアルイベント（各事業者が自身の専門分野を活かして企画・実施する“体験プログラム＜職業体験やワークショップ等＞”や“スタンプラリー”、“抽選会”など）を開催する。また、今後普及が進むオンラインビジネスに挑戦し、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ることで、従来の実店舗の顧客に加えてオンラインでの新規顧客開拓につなげるために必要な知識・ノウハウなどを学ぶセミナーを開催する。併せて、セミナーで学んだことを実践する場としてオンラインで行う“体験プログラム”を募集し、企画・実施を奨励する。リアルとオンラインで開催するイベントを通じて販促を創出することで、阿倍野・天王寺を中心とする地域の一体的なまとまり、各施設間の協調・相互相乗効果を維持・強化し、“キタ”や“ミナミ”に比肩する魅力的なエリアとすることを目指す。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	①阿倍野区・天王寺区を中心とした大阪市内の中小・小規模事業者（大阪府内の事業者も対象） ②阿倍野区・天王寺区を中心とした地域の商店街・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急遽事業の見直しを行い、全てのイベントをオンライン上で開催する「おおさかまるごとオンラインキャンパス」を企画・実施したが、従来のサマキャンのようにリアルのイベントを開催してほしいという要望を受けた。そこで、感染対策に配慮し、密を生み出さない新しい形のリアルイベントを取り入れたサマキャンを企画したところ、体験プログラム（リアル開催）の募集には36事業者から申込みがあり、Web抽選会対象店舗には230を超える店舗が登録した。どの店舗や事業者もコロナ禍で苦しんでおり、サマキャンのような集客・販売促進につながる事業に対するニーズは高まっていると考えられる。					
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	2021年度の実施状況 (1) デジタルスタンプラリー 参加者数 554人 (2) Web抽選会 延べ参加者数 1,187人 (3) 体験プログラム ①リアル開催 35プログラム、②オンライン開催 24プログラム (4) オンラインミーティングツール活用セミナー＜人材育成型＞ 延べ受講者数 165人					
	反省点	8月2日に緊急事態宣言が発令された中、スタンプラリーや抽選会でQRコードを活用した非接触型のシステムを採用するなどの感染対策を講じ、事業を無事実施することができた。Web抽選会について、延べ参加者数が想定より少なかったが、これは今回初めての試みであったため、内容を十分理解していない（抽選会）対象店舗があり、顧客への案内が不足していたことが主な原因として考えられる。次回からは、Web抽選会の内容の周知を図り、各店舗の販売促進イベントの一環として活用を促したい。					
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	○	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120社・8団体＞ 1.開催期間：2022年8～9月頃（Webサイト公開：7月頃） 2.主な実施内容 (1) リアルイベント：阿倍野・天王寺を中心とするエリアの商店街・商店会や商業施設とそれらに入居する店舗等の集客・販売促進につながるイベント（リアル体験プログラム、スタンプラリー等） (2)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（オンライン体験プログラム等） (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。				
		人材交流型					
	○	販路開拓型	II. オンラインミーティングツール活用セミナー＜人材育成型、支援企業数70社＞ 1.開催期間：2022年5～6月頃 2.主な実施内容 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。				
		ハズレ型					



にする のかを 明確に)	独自提案型	<input type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果			
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	商-16	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ツール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⇒  198	これまでに参加した事業者のほか、本事業の取り組みに関心のある事業者、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)	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PR、集客、売上増、新規顧客開拓、消費者ニーズの把握および地域の賑わい創出につながる。また、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、自社のビジネスにおけるオンラインの活用やオンラインのリテラシー向上に対する意欲が高まる。			
	指標	事業に参加して役にたった (PR、集客、売上増、新規顧客開拓、消費者ニーズの把握、地域の賑わい創出につながったなど) 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 ×	120 社 ×	1.00 =	6,060,000 円
		50,500 円 ×	8 団体 ×	10.00 =	4,040,000 円
		20,200 円 ×	70 社 ×	1.00 =	1,414,000 円
		合計	198 社	(小計)	11,514,000 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 <b>11,514,000 円</b>				
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)				
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等	
		②受益者負担	円	負担金の積算	
		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="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)	
		11,514,000 円 ×	1.00 =	11,514,000 円	( 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	
				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⇒ 120 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PR、集客、売上増、新規顧客開拓、消費者ニーズの把握および地域の賑わい創出につながる。		
	指標	事業に参加して役にたった（PR、集客、売上増、新規顧客開拓、消費者ニーズの把握、地域の賑わい創出につながったなど）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> 南支部管内の商業施設や商店街・商店会などに呼び掛けて参加を促す。	
	支援対象企業の変化	商店街・商店会や商業施設の知名度向上、集客、売上拡大、空き店舗対策・テナント確保、地域の賑わい創出につながる。		
	指標	事業に参加して役に立った（知名度向上、集客、売上拡大、空き店舗対策・テナント確保、地域の賑わい創出につながったなど）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⇒ 70 社	<人材育成型> 南支部管内を中心に、オンラインイベント等を通じた新規顧客開拓や販売促進の取り組みに関心がある事業者に参加を促す。	
	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、自社のビジネスにおけるオンラインの活用やオンラインのリテラシー向上に対する意欲が高まる。		
	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など）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		開業サポート事業		事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 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	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の体験談を聞く講演会を開催し、創業への取り組みを後押しする②集中講義形式の創業講座を開催し、各参加者れの創業準備段階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	【2021年度】 ①創業セミナーを集合形式で2回開催、支援企業数66.5社。2～3月にセミナーを1回開催予定。 ②集中講座として大商開業スクール（全5回）をオンライン形式で開催、支援企業数30社 ③ハンズオン支援は2社実施し、いずれもビジネスプランコンテストに推薦。					
	反省点	先輩創業者の講演会は、平日夕刻開催であったためか集客が芳しくなく出席率も低かった。来年度は、会社員などがより参加しやすいと考えられる土曜日開催への変更を検討する。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	＜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や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、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月頃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、さらなるブラッシュアップのための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かける。また、コンテストの求める基準に合っ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寄せられるため、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。						

	○ (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		起業家の育成、創業の促進				創業・経営革新		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>							
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。個別支援により優秀なプランがさらにブラッシュアップされる。							
	その他目標値	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%		
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	個別支援により優秀なプランがさらにブラッシュアップされる。		
	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	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012年度～	年度まで	11	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>2021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14%となっている。策定している中小企業の割合は増加傾向にあるものの依然として低い水準である。こうした状況下で、長期にわたる新型コロナウイルス感染拡大の影響により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豪雨や大型台風などの自然災害や、新型コロナウイルスなどの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ことを目的とする。</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>2021年度版「中小企業白書」によると、事業の継続が困難になると想定しているリスクについて、感染症流行前は、「感染症」と回答した企業は約23.2%にすぎなかったが、感染症流行後は69.4%と明確にリスクとして認識されていることが分かる。次いで自然災害が68.7%となっている。感染症、自然災害に対するなんらかの対策の必要性を認識している企業は相当数存在している。</p> <p>また、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>○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」支援企業数32社</p> <p>「実践に学ぶ！BCP計画策定ワークショップ」支援企業数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」支援企業数61.5社</p> <p>○2021年</p> <p>「新型コロナウイルス感染症対策セミナーさらなる影響」支援企業数38社</p> <p>「認定支援」ワークショップ簡易版BCPの策定に「半日」でチャレンジ！支援企業数20社</p> <p>「BCP・サイバーセキュリティセミナー「やっではイケナイ」をやってみる！」支援企業数143社</p>					
	反省点	<p>○新型コロナウイルスの感染拡大によりBCP策定の必要が高まっているように感じられる。一方で感染対策を取りながらの実施であり事業者間でのディスカッションは控え気味であり、次年度はさらに積極的な交流を促す仕組みを取り入れていきたい。</p> <p>○サイバーセキュリティのセミナーについて、集合形式・オンライン併用にてセミナーを開催したが、オンライン参加者のアンケートの回収率が集合形式と比較して悪かった。2022年度もオンラインでの参加が予想されるので、このあたりの対策を検討したい。</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								
	○	人材交流型	①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、直近の感染症、自然災害の被害状況を説明し、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。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	②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(情報セキュリティ含む)の知識や最新情報、簡便・安価な対策方法(ソリューション商材の紹介含む)などに関するセミナーを集合形式もしくはオンライン形式で開催する。サイバーセキュリティ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-12		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:人材交流型35社、ハンズオン型10社 サイバーセキュリティ対策:人材育成型50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。						
	95社										
	支援対象企業の変化(代表的な指標)		BCP策定支援 災害対策、BCP策定の重要性を理解できる。								
その他目標値	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%			
	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 ×	35	社 ×	1.00	=	1,414,000	円	
			101,000	円 ×	10	社 ×	1.00	=	1,010,000	円	
			20,200	円 ×	50	社 ×	1.00	=	1,010,000	円	
			合計		95	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						

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②	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	85件	
	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⇒ 50 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		中小企業の体質改善強化支援事業		事業番号	4	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	12	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。2021年度に実施した講習会のうち「持続可能な開発目標の実践 SDGs取り組み」「商品の魅力を伝える撮影のテクニック」「経営改善と資金繰り改善のポイント」、大阪弁護士会と共催した「法律講演会」などの参加者アンケートの結果は次の通り（回答のべ686件、複数回答）。 「販路拡大・取引先開拓」193件（28.1%） 「人事・労務・人材採用」125件（18.2%） 「IT化・情報セキュリティ」102件（14.9%） 「助成金や施策等の活用方法」97件（14.1%） 「税務・節税」57件（8.3%） 「融資制度・資金繰り」57件（8.3%） 「後継者問題・事業承継」47件（6.9%）					
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年度は講習会を41回開催し、支援企業数は1,289社、満足度は90.5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98.2%であった。 2021年9月末時点で10講座を開催し、支援企業数は297社、満足度は91.4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96.6%で、目標数値の90%を上回っている。					
	反省点	2021年度の上半期に実施したセミナーの中では特に、コロナ禍での人事労務の対応法やYouTubeを活かしたPR・販促法、資金繰り改善などをテーマとしたものが参加者から好評を得た。2022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	<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>2020年度開催実績参照					
	人材交流型						
	販路開拓型	○集合形式もしくはオンライン形式で35～40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。					
	ハズパ型	○参加者の中で経営相談などの個社支援を希望する事業者には、経営指導員が訪問するなどして課題解決の支援にあたる。より高度専門的な課題については、専門家と同行して課題解決を図る。					
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	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)	880 社	参加者自身の資質向上に役立たせるとともに、自社の経営課題を把握し、課題解決に向けて能動的なアクションを起こすことができるよう支援する。			指標	数値目標
	その他目標値	目標値の内容⇒	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の経営改善や経営力向上に役立てると回答した割合			90%	

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
			20,200	円 ×	880	社 ×	1.0	=	17,776,000	円	
				合計	880	社	(小計)		17,776,000	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	17,776,000
	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)		
17,776,000 円			×			0.50 =			8,888,000 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						
					円						

【備考】

＜付表＞ 事業番号 4：中小企業の体質改善強化支援事業 2020年度開催実績

カテゴリー	テーマ
会計・経理	<p>経営に活かす決算書の読み方</p> <p>e-Taxシステムを活用した決算申告書作成セミナー</p> <p>決算書の分析方法とビジネスモデルの転換策</p>
税務	<p>税制改正を踏まえた税金の仕組みから理解する節税対策 法人税・消費税</p> <p>新型コロナの特例税制</p> <p>顧客の期待に応えるための「銀行融資」の進め方</p> <p>借入増加対策と今後の資金繰り安定に向けて</p> <p>基礎からわかる年末調整の実務講座</p> <p>令和3年度税制改正セミナー</p>
営業・販路開拓	<p>Withコロナで変わる、対応する 生き残りの営業・販路戦略</p> <p>お客様の心をつかむ「はがき」活用の顧客維持の秘訣</p> <p>～アフターコロナ、こんな時からだからこそ～</p> <p>HPは営業ツール！「非対面での対応」が増えている今に</p> <p>「展示会営業」実践セミナー</p> <p>LINE公式アカウント最新情報セミナー</p> <p>営業組織変革3つの仕組み講座</p> <p>ネットショップの立ち上げと運用のポイントセミナー</p>
人事・労務	<p>働き方改革時代に対応した人材確保ノウハウ</p> <p>新しい時代に備える「ジョブ型」人事制度の取り入れ方</p> <p>withコロナ時代の人事労務 最新情報お伝えします！セミナー</p> <p>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</p> <p>テレワーク・働き方改革時代の雇用管理</p> <p>ポストコロナ時代の「働き方改革」と「今後の労務管理」</p> <p>中小企業が備える「同一労働同一賃金」への対応ノウハウ</p> <p>日本の中小企業に合った「ジョブ型」人事制度の取り入れ方</p> <p>同一労働同一賃金時代に対応！社員を育てる人事制度と評価基準</p> <p>労働・社会保険セミナー急いで確実な対応を！令和3年コロナで変わる労働環境とその対応</p> <p>よい会社を作るための処方箋 労務管理「はじめが大事」法改正編</p> <p>ハラスメントを知る・しない・させない！</p> <p>中小企業こそ考えたい コロナ時代の人事戦略</p>
IT・セキュリティ	<p>中小企業の動画活用セミナー</p> <p>創業フォローアップ WEBを活用して販売促進、お金の管理</p> <p>中小企業はYouTubeをどうビジネスに活かすべきか？</p> <p>超スマート社会とこれからの企業経営</p>
事業戦略・その他	<p>小規模事業者向け、初めての「事業計画作成」</p> <p>これからの経営に活かす事業計画の作り方</p> <p>「アンガーマネジメント」セミナー</p> <p>コロナ禍でも売れる商品開発に挑戦！</p> <p>コロナ後の世界・勝ち残る条件！～幹部人材の育成法～</p> <p>コロナ禍における事業承継講習会</p>

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	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	3	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	小規模事業者に対し、間接業務の効率化、販売促進・非対面ビジネスへの転換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による売上向上を実現する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	アフターコロナにおいては、人手不足により、経営者の業務負担が大きくなっており、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、2023年10月に導入予定の「インボイス制度」に対応するため、インボイスに対応できる販売管理ソフトやクラウドサービスへの転換が求められる。経営相談室と支部との連携により、小規模事業者などへ無料もしくは安価なアプリやクラウドサービスなどのIT導入を支援し、業務効率化と生産性向上による売上向上に寄与する。					
	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や、ITを活用して新たな利益を生む仕組みの構築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)	2021年中小企業白書によると、感染症の流行により、デジタル化に対する意識が高まった。また、働き方改革や効率化の取組に加え、テレワークの推進など事業継続力強化の観点でデジタル化に取り組む企業が多く存在する(全小規模事業者の約6割)。一方で、デジタル化推進に向けては、明確な目的・目標が定まっていない、また、どこから取り組んでいいかわからないという事業者も多い。 本所では、経営指導の一環として、IT導入に向けての環境確認、優先課題の抽出を行った上で、現有人材や課題、コストなどを踏まえ、無料もしくは安価なアプリやクラウドサービスなどの提案と初期設定までの支援を行う。そのため、ITに大きな投資ができない小規模事業者からの要望が非常に高い。また、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】 ヒアリングシート回答件数：395件 指導件数：95社 アプリ・クラウドサービス導入件数：44社 (68件) 【2021年度実績(10月末現在)】 ヒアリングシート回答件数：264件 指導件数：75社 アプリ・クラウドサービス導入件数：40社 (72件) ※現在、6社の導入事例をモデルケースとして、大商ニュースと本所のホームページに掲載。 その記事を見た同業他社から本デスクへの申し込みがあり、3件の新規派遣に繋がった。					
	反省点	事業者にとっては、業務のアプリやクラウドサービスの導入はまだ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、2022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、成功事例をさらに輩出し、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、2021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、適格な専門家を事業所に3~5回程度派遣し、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、最適なアプリやクラウドサービスなどITツールの選定・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		
	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、各種補助金申請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⇒ 300 社	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経営課題等を踏まえ、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、販売促進や業務効率化に役立つビジネス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売上向上、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	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで	8	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。19商店街、43個店を支援。</p> <p>2020年度：西区、西成区にてAmon発行。18商店街を支援。</p> <p>2021年度：港区・此花区にてAmon発行予定。</p>				
	反省点	2020年度、西区では、GoTo商店街申請の催事を掲載したところ、不採択や緊急事態等の理由により中止や縮小となったものがある。西成区では、主として「ウォーキング」による来街増を目指し、商店街イベント紹介は1件にとどまった。				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	<p>(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手段の可能性を検討する。</p> <p>例：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。日時を限定しない恒常的な地域魅力のアピール、等。</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>				
	ハズ'お'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> <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⇒ II 団体	①商店街・協同組合：II団体				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	商店街は来街者増で売り上げ増・活性化が期待できる。				指標	70%
	その他目標値	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					
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 × 合計	II 団体 × II 団体 (小計)	10.00	=	5,555,000 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)						
	計 5,555,000 円						
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等			
	②受益者負担		円	負担金の積算			
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)	
5,555,000 円 ×		0.50	=	2,777,500 円		( 円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)		
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】



事業名		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	7	新規/継続	継続
想定する実施期間		2021 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	感染症に対応し、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、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	○野田新橋筋商店街(4月、7月、10月)、地下鉄あびこ中央商店街(7月、11月)駒川商店街(12月)、駒川中通商店会(12月)と「100円商店街」「ワンコイン市」を開催した。 ○淀川区で3商店街を対象にホームページやSNSなどを活用して集客ができるよう勉強会を11月に開催した。また、東淀川区では2商店街を対象に東淀川まちゼミ(11月1～30日)を開催支援中で、今後非対面事業に関する勉強会を企画している。				
	反省点	○コロナ感染拡大のため、イベント実施しない商店街が多く、共働しての事業実施が4か所のみとなった。 ○IT系勉強会はレベルの違う参加者がいるためどこに合わせるかが非常に難しい。				
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	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	○広報誌、マップ・ウェブサイト・SNS等での情報発信について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の支援を情報発信力強化、商店街の活動を大阪・関西万博の「共創チャレンジ」に登録し大阪・関西万博との連携をアピールした情報発信力の強化に取り組む。				
	ハズメ型	○講習会・勉強会の実施(集合形式もしくはオンラインでの開催)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。				
	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
		(c)商店街が所在する区の役所と適宜、広報などを連携する。 (d)事業実施がきっかけで事業所カルテ化など、相談事業につながっている。また、商店街の実務についても、会計や労務管理上の課題があれば、適宜専門家を派遣する。				

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⇒ 10 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)	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。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」「顧客との会話が增进了」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 50,500 円	×	支援企業数 10 団体	×	係数 10.00 (小計)	=	標準事業費 5,050,000 円
			合計	10 団体				5,050,000 円
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						円
						計		5,050,000 円
		独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等				
	②受益者負担	円		負担金の積算				
	(a)府施策連携		(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
	5,050,000 円	×	0.50	=	2,525,000 円	(	円)	
	円	×	=		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			

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	8	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	12 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	民泊など、宿泊施設に訪訪している外国人観光客をその周辺の各商店街、個々の店舗に誘導するツールを提供し、外国人観光客の来街者数（来店者数）の増加をめざす。				
	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】ワクチンの重症化予防効果と新開発の治療薬により新型コロナウイルスの致死率は季節性インフルエンザと同程度まで低減するメドが付き始めた。重傷者の減少とワクチン接種による感染爆発の可能性が低減すれば医療体制への負担は今後大幅に低減する。その結果、新型コロナウイルスが季節性インフルエンザと同様の医学的、社会的対応が可能になれば、感染者数はゼロにならなくとも本格的な経済再開が現実味を帯びてくる。従って2022年度は各種GoTo事業の再開や、ワクチンパスポートを利用した渡航制限の緩和とともに外国人観光客の来阪が大幅に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、むしろ休業により時計が止まっている店舗もある有様であり、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を増している。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。2022年度は3年後のEXPO2025に向かって大阪の商店街、店舗の魅力をYouTubeによるPR動画(EXPO2025 Come on KAIMON(買いもん=Shopping in Osaka)! チャンネル)を通じて世界に発信する事業を展開する。また、Youtube動画だけでなく、これまでと同様に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も提供し、ネットとリアルの間で有機的な結合を計りながら外国人観光客の来街者数（来店者数）の増加をめざす。</p> <p>【目標とする状態】YouTubeにPR動画(EXPO2025 Come on KAIMON! チャンネル)を投稿する。また、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、2018-2021年度に制作した顔出し看板やその設置MAPなどの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)	2025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> <p>○2021年度は、3商店街に顔出し看板を製作中。</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・	人材育成型					
	人材交流型	①YouTubeに「EXPO2025 Come on KAIMONチャンネル」を開設し、管内の商店街、店舗に関するEXPO2025の観客誘致に向けたPR動画を製作、適時配信する。				
	○ 販路開拓型	②必要に応じて、Welcomeステッカー等の「集客ツール」、外国語メニュー、案内マップ等の「接客ツール」も上記YouTube動画と有機的に関連付けて新たに製作する。				
	ハズお型	③大阪市の教育機関(専門学校)である大阪市立デザイン教育研究所と連携し、「集客ツール」「接客ツール」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。				
	独自提案型					



何を・どのようにするのかを明確に)	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動画や各種ツールを製作。 (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→	①商店街・協同組合：12団体 ②商店街・協同組合に加盟していない個店（小売店・飲食店など）：3店舗 経営指導員が経営指導を通じて案内する。							
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	15	商店街、小売店では誘客、集客につながり、新たなターゲットとして観光客等の顧客の拡大が図れ、売上増加が期待できる。							
	その他目標値	指標	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合				数値目標	70%		
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数		標準事業費			
		50,500	円 ×	12	団体 ×	7.50	=	4,545,000	円	
		50,500	円 ×	3	社 ×	0.75	=	113,625	円	
		合計		15	団体・社	(小計)	4,658,625		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	4,658,625		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）	「商店街支援であるため10」×「多言語による支援であるため一定のスキル・専門性が必要であるため1.5」×「印刷物等による支援であるため0.5」以上の理由で係数を7.5とした。 「個店支援であるため1」×「多言語による支援であるため一定のスキル・専門性が必要であるため1.5」×「印刷物等による支援であるため0.5」以上の理由で係数を0.75とした。									
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等						
	②受益者負担	円		負担金の積算						
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
4,658,625	円 ×	0.50	=	2,329,312	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	支部管内の商店街に個別に支援・協働を提案・調整する。	
	支援対象企業の変化	外国人観光客の対応に前向きになった。		
	指標	外国人観光客の対応に前向きになった。	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 社	支部の経営相談利用者や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	外国人観光客の対応に前向きになった。		
	指標	外国人観光客の対応に前向きになった。	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		「逸品マルシェ」販売促進支援事業		事業番号	9	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	3	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・販売などのイベントを実施する。加えて事業者同士の横のつながりを深める交流会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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)	①主に南支部管内で消費者向けの商品・サービスを製造、販売、提供する中小・小規模事業者 ②南支部管内の商店街・商店会などの団体					
	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、どこに売ればよいか分からない」など、販路開拓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。今後事業を継続していくためには、販路を多様化するとともに、複数の販路で顧客ニーズを弾力的に把握しながら新たな商品やサービスの開発につなげていくことが必要とされる。</p> <p>一方、じわじわと高齢化、老朽化の進む各地商店街は、単独での活性化が難しいことも多く、加えてコロナ禍の中、従来実施してきた商店街独自イベントも自粛が続き、沈滞化に拍車をかけている。商店街の不安は大きく、コロナ後、あるいはウィズコロナに合わせた商店街活性化に向けた取り組みを模索している。逸品マルシェのように商工会議所がハブとなって地域の事業者や地元の消費者と商店街とをつなぐ取り組みに、期待も大きく、非常に好意的である。</p> <p>2021年度は10月23日にJR天王寺駅で「逸品マルシェ@あべの・天王寺」を開催したが、販路開拓等の相談に来所した事業者を中心に出店の声かけをしたところ、すぐに10社から申込みを受けたことから、本事業は開催地近隣の商店街と出店者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	2021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」 13社・4団体 2. 人材育成型 販売促進セミナー20社					
	反省点	2021年度は当初、春と秋に各1回逸品マルシェの開催を予定していたが、新型コロナウイルス感染拡大を受けスケジュールを変更することとした。今後も感染拡大の影響が続く場合には、支援企業・団体数の確保を前提として、開催時期や実施方法等を適宜見直し、柔軟に対応したい。					
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	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)					
	○ 人材交流型	(3) 内容 ①展示・販売コーナー:地元企業等の優れた商品・サービスを展示・販売する。 ②抽選会:展示・販売コーナー等で購入した顧客を対象に実施する。					
	○ 販路開拓型	(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。					
	ハズ'オ型	2. 販促のコツを共に学ぶ勉強会(仮称) <人材交流型> (1) 時期 冬頃(1回程度) (2) 場所 南支部会議室など(基本、リアル開催だが緊急時はZoomにてオンライン開催) (3) 内容 外部講師を招聘し販促のコツを共に学ぶとともに、参加者同士での意見交換・情報交換を行う。					
	独自提案型	(4) 対象 過去の逸品マルシェ出店者や本マルシェ開催地近隣の商店街・商店会の店主などを中心とする小売・サービス業の事業者					
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⇒ 41 団体・社	販売促進イベント：22社・4団体 人材交流：15社 支部の経営相談利用者や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)	指標	イベントに参加して役に立った(販売促進、新規顧客開拓、認知度向上、消費者ニーズの把握、賑わいづくりや集客、個店の売上げ増につながったなど)、交流会に参加して今後の経営(販売促進など)に役に立ったと回答した割合				数値目標	70%	
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500	円 ×	22	社 ×	1.00	=	1,111,000	円
		50,500	円 ×	4	社 ×	10.00	=	2,020,000	円
		40,400	円 ×	15	社 ×	1.00	=	606,000	円
		合計		41	社	(小計)		3,737,000	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	3,737,000	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)		
3,737,000		円 ×	0.50	=	1,868,500	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⇒ 22 社	販売促進イベント「逸品マルシェ」 <個店など> 支部の経営相談利用者や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	出店を通じ、販売促進、新規顧客開拓、認知度向上、消費者ニーズの把握などにつながる。		
	指標	イベントに参加して役に立った（販売促進、新規顧客開拓、認知度向上、消費者ニーズの把握につながったなど）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⇒ 4 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	イベント開催により来街者が増加し、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、商店街による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が期待できる。		
	指標	イベントに参加して役に立った（賑わいづくりや集客、個店の売上げ増につながったなど）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⇒ 15 社	販促のコツを共に学ぶ交流会（仮称） <出店者、地域の事業者> 支部の経営相談利用者や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	店頭販促のコツを参加者同士が双方向で共有しあうことで、独自の売り方で直面している限界を超えるためのヒントを入手いただく。ナレッジを活用し成功体験を積んでいただくことで、小規模事業者の自立的な販売強化体制が確立できる。		
	指標	交流会に参加して今後の経営（販売促進など）に役に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		ミナミ再活性化事業		事業番号	10	新規/継続	継続
想定する実施期間		2016 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	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ることにより、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、せんば心齋橋筋商店街、道頓堀商店会など）					
	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インバウンドピーク時の10%にまで減少した。その後回復傾向ではあるものの、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り、かつ商店街として地元に対して訴求する取り組みへの支援が求められている。					
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	○道頓堀復活フェス（7月22日～25日開催）にブース出展し、地元商店街のPRにつとめた。 ○にぎわいスクエア2021（11月13日・14日）開催の際、ブース出展し、地元商店街のPRを行うとともに、YouTubeにてミナミの新型コロナ感染拡大防止の取組みに関する動画を流し、ミナミの安全・安心をPRする（予定）。 ○ガイドブック「OSAKA MINAMI MAP」を発行。今回から中央区内の大阪メトロ各駅にも設置（予定）。					
	反省点	年度当初より、緊急事態宣言、まん延防止等重点措置など国の人流抑制策が継続して実施されたことにより、当初計画からガイドブックの作成が大幅に遅れてしまった。次年度は早めの準備を行い、タイミングを見極めて迅速に発行できるよう体制を整えたい。					
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	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。まだまだ観光による遠方からの来街回復見通しが不透明であるため、地元、大阪近郊の住民をターゲットにマイクロツーリズムを促進するためのコト情報を充実を目指す。ガイドブックはミナミの各ホテル、商店街、駅、観光案内所などを通じて配布する。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や船場エリアなどにて開催されるミナミ・船場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
		(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⇒ 6 団体	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、せんば心齋橋筋商店街、道頓堀商店会など）						
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	指標	商店街へのアンケートで「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に（やや役立った）（役立った）」と評価した割合			数値目標	80%		
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費				
		50,500 円 ×	6 団体 ×	10.00	3,030,000 円				
		合計	6 団体	(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%）						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		大阪市東部商店街にぎわい創出事業		事業番号	11	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018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	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)	当該商店街・商店会も独自集客イベントを実施しているが、新型コロナの影響もあり来場者は減少傾向にある。新型コロナの影響が長引くなか、イベント開催時の感染防止対策の必要性からイベント開催自体が商店街の会員間でも議論になっている。そこで持続可能な「商店街イベントwithコロナ」を各商店街・商店会、大阪市立デザイン教育研究所並びに東支部で企画、実施する。商店街・商店会の意見を取り入れながら大阪市立デザイン教育研究所の学生による新鮮な企画力と商店街イベントをマッチングさせ、商店街の活性化につながるイベント支援を行い、商店街・商店会単独で新たなイベントが企画、実施できるような体制を構築する。					
	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、コロナ禍でも開催可能な「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	2018、2019年は生野区で本事業を実施。2020年、2021年は東成区で実施。生野区では若手演奏家によるジャズセッション等を行い、幅広い年齢層にアピールするイベントを行った。東成区では大阪市立デザイン教育研究所、ものフェス参加企業の協力のもと「ハロウィン」を題材にしたフェスガードや紙マスク、手洗い紙石鹸ワーク、モーショングラフィックの上映、風船デコレーションの作成、モノづくりワーク、スタンプラリー等を子供向けに実施し、親子で楽しめるイベントを行った。					
	反省点	長距離の商店街でイベント会場が分散するため、イベント会場毎の参加者数の偏りが生じ、モノづくりワーク等の待ち時間が長くなるがあった。					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	・商店街・商店会の独自企画イベントと併催。「商店街イベントwithコロナ」を基本に新型コロナウイルス感染症対策を十分に行った上でイベントの運営を行い、新型コロナウイルス感染症等により減少した商店街来場者の回復を図り、「にぎわい創出」を支援する。					
	人材交流型	・大阪市立デザイン教育研究所の協力のもと、感染症対策を十分に行ったうえで以下のイベントを実施する予定。					
	○ 販路開拓型	①「ハロウィン」を題材にした子供向けモーショングラフィックの上映。 ②「ハロウィン」を題材とした子供向けワークの実施。 ③子供向けワークと連携したスタンプラリーの実施。 ④大阪市立デザイン教育研究所作成による商店街キャラクターの作成と活用。					
	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		
		(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	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						
			円						

【備考】



事業名		海外市場開拓支援事業		事業番号	12	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010	年度～	年度まで	13	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	海外進出先や取引先（貿易・投資・技術提携など）の市場動向やFTA/EPAなどに関する情報を提供するほか、海外実務に関する相談、海外バイヤーや企業との個別商談会などを通じて海外事業展開を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>国内市場の拡大が見込めないため、海外市場に目を向ける企業が増える中、中小企業もその例外ではない。しかし、資金力や人的資源に限られる中小企業にとって海外事業の展開はハードルが高く、大阪商工会議所ではこれまでも投資や貿易の相手国として関係が深いアジア地域を中心に、工業団地等への視察団派遣、現地での展示会出展、日本への海外バイヤー招聘などを通じて海外ビジネス展開はもとより2次進出も含めて支援してきた。とくに東アジア地域包括的経済連携（RCEP）の発効によって、中国や韓国も含めて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。また、オープンイノベーションを目指す中小企業にとって、先端技術を持つ海外のスタートアップとの連携機会を模索することも今後重要となるが、海外企業であるために企業情報や案件の探索が困難であるほか、そもそも海外スタートアップとの連携の潜在性について認識していない企業も多い。</p> <p>コロナに配慮してオンラインも活用しながら、今年度も海外事情やFTA/EPA活用などに関する情報提供や個別相談、海外展開に資する国内外のバイヤーや企業との商談等の事業を通じて、中小企業の海外進出や取引がスムーズにできるよう支援する。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>海外ビジネスへの参入、拡大などをめざす中小企業・小規模事業者</p> <p>※日本とFTA/EPAを締結している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)）</p> <p>※サプライチェーンの観点から中小企業にも取り組みが求められている、海外企業が求めるESGやカーボンニュートラルの状況についても積極的に情報提供する。</p>					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>&lt;ニーズ&gt;</p> <p>○国内市場の縮小、若年労働力の確保難などの状況下、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中小企業の声が少なくない。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>○初めてのEPAとなる中国はじめ大阪の主要な貿易国を多く含むRCEPが2022年1月に発効することによって、海外との物的取引が活発化することが予想される。中小企業も含め、日本企業に与えるインパクトは非常に大きい。</p> <p>○日本・大阪進出に関心があり、先端的な技術を持つ海外スタートアップの紹介を行う事業は数が少なく、企業は独自に情報収集をしなければならないため、専門人材や語学人材の不足が大きな課題となっている。</p> <p>&lt;把握方法&gt;</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。その他のデータベースとして、アセアン（登録約300人）、SDGs/ESG（登録700人）、別途、関心企業のデータベースを保有している。</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>2021年度実績（11月現在支援企業数）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○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）531社</li> <li>○中国ビジネス・EPA関連相談、勉強会など（人材交流型）558社</li> <li>○商談会など（販路開拓型）10社</li> <li>○水ビジネス関連セミナー（人材育成型）支援企業数：84社</li> <li>○食輸出促進セミナー（人材育成型）支援企業数：10社、同商談会（販路開拓型）支援企業数：15社</li> </ul>					
	反省点	<p>○RCEP（東アジア地域包括的経済連携）の発効によって自己証明制度に関する相談は、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、アンケート回答者に講演資料を提供するなど工夫はしているが、昨年度に引き続き、アンケート回収が厳しい。一段の対策が必要だが、なかなか難しい。</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	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。 ①「海外市場開拓プログラム」の展開〈販路開拓型：2回程度60社〉 ○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、海外ミッション来阪時の（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。																
	○	人材交流型	②海外オンライン視察会〈人材交流型：1回程度 15社〉 ○Withコロナ時代における新たな視察手段として、まずは時差の少ない地域や現地パートナーがいる地域（アジアなど）を主なターゲットとして、現地の投資環境やグリーン産業の動向などを調査するオンラインミッションを実施。 ③海外現地法人の設置・運営・活用化支援〈人材交流型：2回程度35社〉 ○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。																
	○	販路開拓型	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：764社〉 ○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・ビジネス機会情報の提供等を含む中小企業の海外市場展開に資する情報提供セミナーを実施する。主なテーマ例としては、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、カーボンニュートラル等のグリーン分野における海外ビジネス機会・ニーズ提供、海外スタートアップとの連携、アジアにおける水・環境ビジネスの展開など																
		ハズ'お型	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：605社〉 ○専門家によるEPA等に関する相談 ○中国関連の専門家などによる相談、中国関連専門の士業など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																
		独自提案型	⑥食輸出関連事業〈人材育成型：5社、販路拡大型：8社〉 関西国際空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からの輸出を想定した講師やバイヤーを招聘して集合形式もしくはオンライン形式で実施する。また、集合形式で開催する場合は、セミナーや商談会の会場に、関西・食・輸出推進事業協同組合や近畿農政局などの関係機関に相談ブースの出展を要請し、参加企業に対してコンテナの混載サービスの周知やその他食輸出に関する多面的な支援メニューの紹介を行う。																
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #e0f7fa; text-align: center;">○</td> <td style="background-color: #e0f7fa;">(a)府施策連携</td> <td style="background-color: #e0f7fa; text-align: center;">○</td> <td style="background-color: #e0f7fa;">(b)広域連携</td> <td style="background-color: #e0f7fa;"></td> <td style="background-color: #e0f7fa;">(c)市町村連携</td> <td style="background-color: #e0f7fa;"></td> <td style="background-color: #e0f7fa;">(d)相談事業相乗効果</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0f7fa;"></td> <td style="background-color: #e0f7fa;">商-5</td> <td colspan="4" style="background-color: #e0f7fa;">海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業</td> <td colspan="2" style="background-color: #e0f7fa;">販路開拓</td> </tr> </table> <p>(a)海外バイヤーとの商談による海外市場開拓事業は、バイヤー探索は国内外関係機関と連携し発掘するとともに、具体的な商談に結びつく可能性がある在阪企業の探索については、大阪府や大阪産業局などと連携し、「大阪産」をはじめとした大阪独自の製品やサービスを中心に輸出拡大に取り組む。また、商談にあたっては、コロナの感染状況を踏まえ、デジタルツール等を活用し、オンラインなども併用しながら取り組む。さらに個別相談（中国・アセアンビジネス等、EPA利活用、海外展開支援など）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。商談会やオンライン視察会の実施は、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。</p> <p>(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⇒	〈販路開拓型〉68社 ①海外企業（日本拠点よりの参加も含む）との商談会60社、⑥b食輸出関連事業8社 〈人材育成型〉769社 ④海外ビジネスワンストップサービス事業（セミナー）764社（うちアジアにおける水・環境ビジネス58社）⑥a食輸出関連事業5社 〈人材交流型〉655社 ②海外オンライン視察会15社、③海外進出勉強会35社、⑤各種専門相談（中国アセアン諸国ビジネス、EPA関連）605社						
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	1492 社	海外進出や輸出について必要な知識を得ることで具体的な拠点設立や海外販路開拓への取り組みを進めることができるようになる〈人材育成型〉。	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 (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	
	①	50,500	円 ×	60	社 ×	1.50	=	4,545,000	円
	②	40,400	円 ×	15	社 ×	1.50	=	909,000	円
	③	40,400	円 ×	35	社 ×	1.00	=	1,414,000	円
	④	20,200	円 ×	764	社 ×	1.00	=	15,432,800	円
	⑤	40,400	円 ×	605	社 ×	1.00	=	24,442,000	円
	⑥a	20,200	円 ×	5	社 ×	1.00	=	101,000	円
	⑥b	50,500	円 ×	8	社 ×	1.00	=	404,000	円
				合計	社			47,247,800	円
						(小計)			
								47,247,800	円
						計		47,247,800	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)	①海外企業との個別商談会については、欧州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海外関連事業を実施できるのは、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、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付加価値があるとし、1.5の増補正をした。 ②海外オンライン視察会については、現地企業の調整、通訳の手配などが必要であること、大阪府内でこうした海外関連事業を実施できるのは、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などから付加価値があるとし、1.5の増補正をした。								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	○ (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)		
	47,247,800	円 ×	1.00	=	47,247,800	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⇒ 60 社	〈販路開拓型〉①「海外市場開拓プログラム」の展開 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	140件
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⇒ 15 社	〈人材交流型〉②海外オンライン視察会 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て、オンラインでの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。		
	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	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⇒ 35 社	〈人材交流型〉③海外現地法人の設置・運営・活用化支援 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て、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。		
	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	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⇒ 764 社	〈人材育成型〉④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。		
	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⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 605 社	〈人材交流型〉⑤各地域・国を対象としたビジネスに関する個別相談 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。		
	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	75%
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⇒ 5 社	〈人材育成型〉⑥a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⇒ 8 社	〈販路開拓型〉⑥b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	8件
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

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	13	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで	6	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い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>*2021年度</p> <p>【オープンイノベーションセミナー】6月18日開催【オンライン】(参加者139人、支援企業数52社)</p> <p>【技術ニーズマッチング】</p> <p>&lt;技術ニーズ説明会&gt;大阪ガス:7月1日開催(参加者199人、支援企業数128社)、日立造船:12月15日開催(申込者数232人)</p> <p>&lt;ビジネスマッチング会&gt;大阪ガス:随時大阪ガス主導でオンライン開催(参加企業21社)、日立造船:3月頃開催(調整中)</p> <p>【技術シーズ商談会】</p> <p>&lt;シーズ説明会&gt;環境・エネルギー/ICT:10月28日開催(参加者52人)、材料・化学:12月6日開催(申込者数58人)</p> <p>&lt;個別商談会&gt;環境・エネルギー/ICT(大阪ガス、富士通、大阪大学):1月開催(随時面談を実施)、材料・化学(大阪ガス、ニチダイ・ニチダイフィルタ、大阪大学):2月開催(随時面談を実施)</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で、昨年度の課題であったアンケート回収率は向上したが、講演を技術提案書の書き方のみに絞ったので、企業からの事例紹介なども絡めることで、参加申込者数を増やし、支援目標企業数の達成を目指す。</p> <p>【技術ニーズマッチング】ここ数年の現状では、登壇企業がある程度固まってきているので、接点のある企業にヒアリングなどを行いながら登壇候補企業の探索を実施し、課題発表企業の新規開拓を検討する。また、登壇企業には、新規のニーズや関心の高い分野のニーズをはじめとした幅広いニーズ発表いただくことで、中堅・中小企業にとって、提案しやすい環境を整えるように努める。</p> <p>【技術シーズ商談会】ここ数年、企業のみでの登壇が多かったが、今年度は大阪大学に発表いただいた。その結果、興味・関心を寄せる企業があった。については、企業・大学踏まえ、引き続き、技術・研究シーズの新たな発表者を探索し、幅広いシーズを用意することで、中堅・中小企業にとって、提案しやすい環境を整えるように努める。</p>				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<p>&lt;人材育成型&gt; 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"> <li>・オープンイノベーションの重要性について</li> <li>・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</li> </ul>				
	○ 人材交流型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> </ul> <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"> <li>・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</li> <li>・大・中堅企業のニーズの発表</li> </ul>				
	販路開拓型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人的交流活動</li> </ul> <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"> <li>・大手・中堅企業のシーズの発表</li> <li>・シーズ活用のメリットに関する情報提供</li> </ul>				
	ハズ'ン型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・シーズ活用事例の紹介</li> </ul>				
	独自提案型	<p>&lt;人材交流型&gt; 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"> <li>・大企業と中小企業の面談 &lt;コーディネータが支援&gt;</li> </ul> <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⇒	ニーズやシーズの発表を行う企業の探索は年々困難になっているが、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、技術ニーズマッチング・技術シーズ商談会・オープンイノベーションセミナーの回数は今年度と同様に2回実施し、人材育成型584社、人材交流型74社と設定。 「MoTTto 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)	人材育成型事業参加者には、事例紹介などを通じてオープンイノベーションとはどういうものかを周知し、販路開拓への具体的な気づきを与え、マッチングへの動機づけを行う。								
	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	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%)								円	
								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うという参加意義を発注側の企業に感じさせ、継続的に良質な発注案件を提供してもらえるよう努める。よって、府内事業者にとっても商談相手の拡大・ビジネスチャンスの創造につながるという高付加価値があることから、0.2の増補正を行った。									
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等						
	②受益者負担	円		負担金の積算						
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果						
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
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)					
	○	大阪商工会議所		17,225,214 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		282,800 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
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⇒ 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		地域金融支援ネットワーク推進事業	事業番号		14	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 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	大阪府、大阪信用保証協会、地元金融機関、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)	<p>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や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アップする「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。</p> <p>創業者や中小事業者に対し、経営指導員、専門相談員などが経営支援を行うほか、高度な課題の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。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者・中小企業、大阪府内での創業をめざす者（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)	<p>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、2021年度は14,098件中2,604件で、全体の約18%を占めている。</p> <p>また、本商工会議所の創業支援を受けた創業者などからは、相談により事業計画の作成方法がわかった、内容が改善した、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策定などの経営支援を行う効果は高く、その入口として当事業が大きな役割を果たすと考えられる。</p>					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>【本部開催分】 2021年度は、7月に制度説明会（支援企業数51.5社）、相談会（同22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で参加者に提供するとともに、メール配信などで広くPRした。また、開業サポート資金の利用希望者に対し、相談事業や実際の申し込みにつなげるため、個別相談を10月末までに21件実施。</p> <p>【支部開催分】 2021年度の支援実績（12月現在）は、支部金融説明会83.5社 支部金融個別相談会190社。制度説明会では大阪府商工労働部金融課や税理士などを講師に迎え、大阪府制度金融の情報提供を行い、金融個別相談会では継続的な金融支援と一体化した制度融資の利用を促進した。</p>					
	反省点	<p>本部開催分については、コロナの影響で厳しい経営を強いられている中小企業の融資への関心は高く、昨年度並みの申し込みはあったものの開催当日の出席率が伸び悩んだ。コロナの収束が見込めず中小企業は引き続き資金繰りをはじめ経営の舵取りに苦戦することが予想されるため、その課題解決につながる内容で企画し、より訴求力を高めた打ち出しとなるよう努める。</p> <p>支部開催分については、事業者が自社の財務体質や経営状態を把握するのに必要な「資金繰り」や「金融機関との関係構築の方法」等のニーズが高いテーマを設定し、融資への関心を喚起して説明会の情報提供を行う。さらに、大阪府商工労働部金融課にも出講いただき、制度金融について事業者のニーズに沿った具体的な支援策を説明して制度融資の周知・普及を行っていく。</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	<p>【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、大阪府が掲げる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。</p>			
	○	人材交流型	<p>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仕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、その時々に応じた事業者の役に立つ企画とし、訴求力を高めるよう留意する。 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</p>			
		販路開拓型	<p>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、融資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。</p>			
		ハズメ型	<p>【支部開催分】 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つなぐため、事業計画書作成や資金繰り計画書作成等の相談対応につなげる。支部金融相談を通じて、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、きめ細かい伴走型の支援を行う。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。</p>			
		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
		商-24	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)	<p>(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げ、事業所カルテ化を図る。また、既カルテ化事業所にも各種事業をPRし、参加を勧奨する。</p>			
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⇒ 529 社	<p>【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55社、相談会179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。</p>			
	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	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	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 ×	55	社 ×	1.0	=	1,111,000	円		
	40,400	円 ×	179	社 ×	1.0	=	7,231,600	円		
	合計		529	社	(小計)		17,028,600	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	17,028,600	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）									
	①市町村等補助		円		交付市町村等					
②受益者負担		円		負担金の積算						
○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果				
標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
17,028,600		円 ×		1.00 =		17,028,600		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						
				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	85%	
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	85%	
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⇒ 55 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	85%	
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⇒ 179 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	85%	
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		中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業		事業番号	15	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	6	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)	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、大学の就職支援担当者との接点を持ち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)	新卒採用にあたり、大学の就職支援担当者との接点を持ちたいとのニーズは強く、2021年10月に実施した「大学等と企業との就職情報交換会」には400人以上が参加した。また、企業の経営者・人事担当者には、学生の就職動向や、他企業の採用動向を知りたいというニーズがある。							
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	2021年度は、①4月と11月にセミナー、5月にアーカイブ配信を実施、4月(55人)、5月(30人)、11月(40人)が参加した。(②10月7日「大学等と企業との就職情報交換会」62大学等が出展、271社・433人が参加した。							
	反省点	セミナー参加企業にヒアリングをしたところ、コロナ禍で企業の採用担当者が交流する機会が減っているため、情報提供だけでなく、採用担当者同士が交流できる場も設けてほしいとの意見が寄せられた。							
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	(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。							
	○ 人材交流型	時期：4月頃、11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：75社(人材育成型)>							
	販路開拓型	(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・企業間の接点をつくる。							
	ハズお型	時期：10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)>							
	独自提案型	(3)情報交換会の開催 大学の就職支援担当者や就職活動を終えた学生と採用担当者、もしくは採用担当者同士が少人数のグループに分かれて交流し、情報交換を行うことで、自社の採用活動に参考となる情報を得る。							
	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	
		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：75社 ②就職情報交換会：200社 ③情報交換会：40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)	315 社	<人材育成型>参加企業が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	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	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 ×	75	社 ×	1.0	=	1,515,000	円	
		40,400	円 ×	200	社 ×	1.0	=	8,080,000	円	
		40,400	円 ×	40	社 ×	1.0	=	1,616,000	円	
		合計			315	社	(小計)		11,211,000	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	11,211,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)									
	算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等				
		②受益者負担		円		負担金の積算				
<input type="checkbox"/>		(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
標準事業費				補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
11,211,000		円	×	1.00	=	11,211,000	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⇒ 75 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の就職支援担当者との接点を増やすことをめざす。		
	指標	就職情報交換会で大学の就職支援担当者との接点を増やすことが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⇒ 40 社	(3)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	情報交換会で得た知識を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⇒			

【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	16	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012 年度～ 年度まで	11 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)	大手企業の生産拠点が海外（特にアジア地域）に流出し、大手企業と中小製造業者の下請・協力関係が解消・希薄化するなどの経営環境の変化もあいまって、中小製造業者は自律的な事業展開に向けて付加価値の高い自社製品の開発や次世代ものづくりに向けた技術力の向上などを求めている。しかしながら、中小製造業者は、財政的にも人的にも制約があり、それらに投入できる経営資源に限界がある。その一方で、大阪府域には高度な基礎研究などを行っている大学や中小製造業者の技術支援を長年にわたって行ってきた大阪産業技術研究所があり、広く産業界においてその研究成果の活用を求めている。 本事業は産学公の連携を促進し、中小製造業者の技術的課題の解決を支援する。				
	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	7月2日「産学連携シンポジウム」開催（支援企業数72.5社） 11月12日～12月17日「産業技術支援フェアinKANSAI2021」（申込者数332人） 11月24日「第36回 大阪大学大学院基礎工学研究科 産学交流会」（支援企業数83.5社） 12月13日～20日 スマートエネルギー分野に関する「産学連携マッチングセミナー」（申込者数123人）				
	反省点	広報の段階で、発表する研究成果や技術シーズ等について、試作段階なのか、技術アイデアレベルなのかといった完成度についての説明や図を入れるなどして、参加申込者が発表される技術についてイメージしやすいような工夫を検討する。また、産学連携に向けて、講演者や関係各所と調整しながら、実施後のアンケート等で登壇者や発表されたテーマについて連携可能性があるかの聞き取りを参加者に行い、希望者には面談を調整するよう努める。				
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	【開催回数】4回程度 【支援企業数】300社 【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				
	人材交流型	【内容】 ①大阪府内及び周辺地域の大学の研究成果（技術シーズ）活用のためのセミナー（3回程度） ＜開催時期＞2022年5月～2023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 ＜発表者＞大阪・関西圏の大学の教員・研究者				
	販路開拓型	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＞2022年11月頃 ＜開催場所＞大阪工業大学、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・ナノテック、高分子などを網羅的にカバー				
	ハズ'お'型	＜発表者＞大阪産業技術研究所の연구원など				
	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-21	(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	支援企業数：4回程度で300社 募集方法は、商工会議所や大学・大阪産業技術研究所、ものづくり振興事業の過去参加者、MoTToメール、MOBIOメルマガ、その他産業支援機関のメールマガジン配信（けいはんなメール、中小機構近畿メルマガなど）を中心とする。							
	支援対象企業の変化（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					
	○ (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)					
	6,060,000	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	17	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	6	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	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ィーなどが議論されるとともに、製造業向けIoTツールの紹介などが継続的に実施されている。当事業はこうした動向を踏まえ、第4次産業革命の実現による新ビジネスの創出、中堅・中小企業への波及を推進する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	先端技術を活用したビジネス変革を志向する幅広い製品・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」への期待が多くを占めている。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16回例会>2021年8月25日-27日開催(参加申込者数176人、支援企業数86.5社) <第17回例会>2021年12月6日-8日開催(参加申込者数100人、支援企業数44社) <第18回例会>2022年2月開催(調整中)					
	反省点	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、任意の場所・時間で視聴できることから好評で、多くの参加者を得ることができた。一方で、新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況を見極めながら会場での開催も想定し、単なる発表会で終わらないように、各例会後にIoT導入支援企業との個別相談会を設けるなど、中堅・中小企業がいかにIoTに取り組むかに焦点を当てた運営方式を検討する。また、IoTを活用した、業務効率の改善と新製品や新サービスの創出に繋がるよう、環境やIT、不動産など横断的なテーマを行うよう努め、多くの企業に役立つ内容を目指す。					
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：集合形式またはオンライン 支援企業数：300社程度					
	人材交流型	内容： ・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					
	販路開拓型	(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					
	ハズメ型	・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											
	その他目標値	指標	アンケートでIoTの活用にさらに努めたいと回答した割合	数値目標	70%								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	20,200	円 ×	支援企業数	300	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	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		大阪クリエイトフェア		事業番号	18	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013 年度～	年度まで	10	年目		
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。当該催事期間中の売上増だけでなく、消費者や業界関係者への認知度向上、今後の取引拡大や販路開拓につなげていく。さらに、一般消費者と普段接触する機会がないプロダクトデザイナーやメーカーなどが、催事期間中の接客を通じて来場客のニーズなどを直接把握できるので、エンドユーザーを意識した新製品の企画や開発などにつながることも期待できる。また、優秀なプロダクトデザイナーや中小・小規模企業の成長を促し、業界全体の活性化につなげるだけでなく、商品や出展者の「大阪らしさ」をPRできるよう注力する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に大阪府内のプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨、食品の製造業者・卸売業者・小売業者など					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	取引拡大、販路開拓をめざす出展申し込みは、2020年度は41社、2021年度は53社であった。 [2020年度出展者アンケート(抜粋)] 全体的な評価→満足・やや満足：全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6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。 <2021年度> 11月10日(水)～16日(火)の7日間、あべのハルカス近鉄本店ウイング館9階催会場にて実施。応募企業は53社、出展企業は33社。					
	反省点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2021年度も引き続き、応募企業の増加をめざすため、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。また、府内の商工会議所・商工会の会員も無料とし、協力を依頼したほか、東京の展示会等に出向き新規開拓に努めたことから、応募者は増加し、新規の参加者を得る事もできた。</li> <li>・ただし、来場者については近鉄百貨店の個人情報保護制度から、これまでの来場者データがなく、消費者への直接の案内が難しかった事から、新規でインスタグラムを開設し、フォロワーの獲得に努めた。</li> <li>・当日の販売にあたっては、コロナ禍による消費意欲の低迷を感じたと話す出展者もおられたが、さらに積極的に実演をしたり、複数店の買い物を纏めてできるようにするなど、改善の余地はあると感じられた。</li> </ul>					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	【実施プロセス】 (1)大阪・関西に縁のある専門家(編集者、プロデューサーなど)を、本事業のコーディネータ役に任命する。					
	人材交流型	(2)今年度のコンセプトをコーディネータ役と協議の上、決定する。 (3)決定したコンセプトに基づき、プロダクトデザイナーやクリエイター、その他生活雑貨製造業者・卸売業者・小売業者などから出展プロダクトを募集する。					
	○ 販路開拓型	(4)大阪府の「大阪製ブランド」と連携を図り、認定・採択企業への応募を呼びかけるとともに、同認定の処遇とプロモーションにつきタイアップする百貨店と相談する。 (5)コーディネータ役と大手百貨店などの担当者による2度の選考(1次選考：書類、最終選考：現物)で出展プロダクトを決定する。					
	○ ハズ'ル型	(6)出展プロダクトにつき、大手百貨店など(近鉄百貨店を想定)の販売促進担当者およびリビング用品担当バイヤーから、品質、スペック表示、価格表示、効果的な販売方法と陳列などを、個別面談形式でアドバイスしてもらい、販売前の段階でも、具体的かつ実践的な販売力アップの機会を設ける。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。					
	独自提案型	(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。					



	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
		<p>(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（2021年度は同グループの協力を得て「大阪製」認定企業が4社、「大阪産（もん）」企業が5社、「大阪商品計画」企業が4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。</p> <p>(b)府内の商工会議所・商工会と連携をして実施する。府内のリビング関連メーカーなどに応募要項をDMするとともに、リビング関係の展示商談会などのイベントにて出展者を開拓していく。</p>			
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⇒	出展企業数：2019年度21社→2020年度30社→2021年度33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。		
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	24 社	自力では大手百貨店などに店出が難しい小規模事業者が、本事業を通じて百貨店での店出の実績をつくることできる。さらに、そのプロセスを通じて百貨店が好む商品を知る事ができるほか、プロダクトデザイナーのアドバイスを頂く事により、消費者が好む商品のデザインができる。また、接客を通じて直接意見を聞く事により、消費者のニーズに合致した商品開発に改良する機会を得る事が可能となり、それが今後の信用拡大、取引拡大、販路開拓につながる事が期待できる。		
	その他目標値	指標	売上合計	数値目標	450万円
	目標値の内容⇒	商品購入件数	※過去3年推移（2019年度2,756、2020年度3,780、2021年度4,508）		
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 円
		50,500 円 ×	1,400 社 ×	0.05 =	3,535,000 円
		合計	1,424 社	(小計)	5,959,000 円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）				
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		
	○ (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)		
	5,959,000 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		中小企業のためのデザイン活用促進事業	事業番号	19	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～ 年度まで	5	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	中小・小規模事業者を対象に「デザイン経営」「ブランディング」の考え方を啓発するとともに、自社分析のワークショップを開催し、自社ブランド製品の企画・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)	技術を活かし、材料・売り方・展開先の転換で、売れる自社ブランド商品を企画開発し、デザイン経営を実行している中小企業・小規模事業者の実例を取り上げ、デザイン経営の考え方やその活用ノウハウについて情報提供をする。また、実際にその活用ノウハウを自社のケースに落とし込むため、自社分析や新商品アイデアシートを活用したワークショップも開催し、付加価値の高い自社ブランド製品の企画・開発を支援する。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「自社商品の企画開発に際して、関心があるがその方法が分からない」「下請けから脱却し、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)	<p>コロナウィ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、デジタル化による販売方法の見直しや新商品の開発など生き残りのための事業再構築を行うことが必須である。</p> <p>国の事業再構築補助金の活用が関西で広がっており、関西の採択件数は3837件と全体の22%に上り（大阪府の採択件数は1696件で全国2位）、全体に占めるGRPの比率（約15%）を上回る。</p> <p>特に製造業では関西が25%と首都圏を上回っており、事業再構築による新たな成長を模索する動きが盛んである。このような状況を捉え、「デザイン経営」を切り口に、既存技術の転用や新展開の方向性に対して「ヒント」を与え、新商品開発を支援する。</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	<p>「大商デザイン活用研究会」 【2020年度】計4回開催 支援企業数：128社/OIDC個別デザイン相談への繋ぎ：22社 OIDCのHP診断への繋ぎ：4社</p> <p>【2021年度】（計4回開催、支援企業数：166社/OIDC個別デザイン相談への繋ぎ：30社）                      &lt;第1回&gt;9月10日（金）支援企業数：53社                      &lt;第2回&gt;10月22日（金）支援企業数：50社                      &lt;第3回&gt;11月26日（金）支援企業数：58社                      &lt;第4回&gt;12月23日（木）支援企業数：5社</p>				
	反省点	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本気で新商品開発に着手する企業を輩出することを目的に、最終回には、自社分析を主としたワークショップを実施し、参加者の新商品企画、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○)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>「大商デザイン活用研究会」 【時期】2022年8月頃～11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>				
	○ 人材交流型	<p>・第1回、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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コーディネータや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）の講演を聞く（ゲスト講師の講演は、オンライン中継になる場合もある）</li> <li>・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）</li> <li>・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（OIDC）の事業紹介</li> </ul>				
	販路開拓型	<p>・第4回 自社分析のワークショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事前に自社分析を提出した事業者に限定し、自社ブランド製品の開発に本気で着手したい、やる気のある事業者に絞り込んで、自社の強みや課題の棚卸、競合分析、自社の新商品の方向性を考えるワークショップ（プレゼンテーション含む）を開催する。</li> <li>・大阪府産業デザインセンター（OIDC）のデザイン開発思考のマニュアルの紹介</li> </ul>				
	ハンズオン型	<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・毎回、大阪府産業デザインセンター（OIDC）の個別デザイン相談を開催し（オンライン相談含む）、希望者をOIDCにつなぐことで、大阪府の施策と連携する。</li> <li>・毎回、大阪府産業デザインセンター（OIDC）から事業紹介を行う。</li> </ul>				
	独自提案型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本研究会は初級レベルではあるが、参加者をより高度なOIDC主催のフォーラムや大阪産業局主催の「大阪商品計画」への応募につなげることで、事業者の新商品開発への道筋をつける。</li> </ul>				

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	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。 (b)本商工会議所や大阪府産業デザインセンター(OIDC)、他の産業支援機関など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。								
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⇒	回ごとにテーマを設定し、参加者を新規で募集し、4回程度開催する。 [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		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	20	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	9	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推進や定着促進を通して、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、女性の健康問題解決など、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"> <li>・大阪市内を中心に大阪府内の、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</li> <li>・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）</li> <li>・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、女性の健康問題解決などに関心がある中小事業者</li> <li>・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）</li> </ul>				
	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、中小企業は、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、女性の健康問題への対応など、女性の定着・活躍推進に必要な就業環境の整備に課題を抱えている。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	2021年度実施状況 ①5月26日「第1回万博サクヤヒメ会議」（306人）、同アーカイブ配信26人、7月14日「日独共同オンラインセミナー「仕事と育児の両立支援」（108人）、同アーカイブ配信23人、9月28日「テレワーク応援セミナー」（70人） など ②6月23日「サクヤヒメと語るキラリカフェ リラックス&リフレッシュ編」（25人）、9月3日「SDGs働き方カードゲーム by サクヤサロン」（33人）、9月3日「大阪サクヤヒメまちづくりカフェ」（33人） など				
	反省点	社内にロールモデルとなる女性がいない企業はまだ多い。大阪サクヤヒメ表彰受賞者等、活躍している女性役員・管理職がロールモデルとして登壇するセミナーや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・人事担当者や女性管理職、女性の健康問題解決など女性の活躍推進を支援する事業者などを招き、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。			
	○	人材交流型	<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。 (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。			
		販路開拓型				
		ハズおん型				
	独自提案型					



		○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果	
		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なども適宜連携する。							
		設定根拠及び募集方法⇒		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。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	200 社							
	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							
	その他目標値	目標値の内容⇒		数値目標		80%			
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200	円 ×	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	21	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	9	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	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」7月30日開催（参加申込者数191人、支援企業数96社） 「カーボンニュートラル最新動向セミナー」10月26日-29日開催（参加申込者数589人、支援企業数245社） 「省エネ・省CO2セミナー」2022年1月28日開催 「新エネルギー関連産業への参入オンラインセミナー」2022年2～3月開催（調整中）					
	反省点	省エネ・省CO2セミナー、カーボンニュートラル最新動向セミナーでは、「カーボンニュートラル」をテーマに掲げ、環境省や有識者から基調講演を行い、企業の取り組み事例や支援策を紹介することで、多くの企業に参加いただくことができ、セミナーへの満足度も高かった。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「新エネルギー関連産業参入促進セミナー」（2回程度、集合形式またはオンライン） 水素関連産業や蓄電池、再生可能エネルギー分野の現状・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、同分野への参入を後押しする。また、大手企業の最新ニーズ発表の機会なども設け、同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、同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、新エネルギー関連産業事業者、新エネ分野に取り組む中小事業者、所管省庁や大阪府、大学教授など。<支援企業数：2回程度で125社>  ②「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：2回程度で100社>					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズ'お'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-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『技術提案力向上講座』」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⇒ 225 社	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%）								
						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						
				円						

【備考】



事業名		医療機器等産業事業化促進事業		事業番号	22	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	5	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	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、医療機器分野参入企業などを対象とした異業種交流会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<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、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。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、企業ヒアリングを行う中で、医療機器関連のニーズやシーズが掴めず、関係企業との接点が欲しいという声があがっている。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>2021年度</p> <p>&lt;人材育成型&gt;医療分野等への参入等をテーマとしたセミナーを2回実施予定 4月22日 支援企業数143.5社 2月に実施予定(日程等調整中)</p> <p>&lt;販路開拓型&gt;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12社)</p>					
	反省点	<p>人材育成型ではオンラインセミナーを実施。多くの企業が参加した一方、先端事例等を取り上げたこともあり、中小企業の参加割合が多くなかったため、参入のノウハウや支援策等についても情報提供を行いたい。販路開拓型では、イベントの休憩時間に配信する等露出を増やす工夫により、参加社の満足度は高まったが、シーズを配信するだけでは具体的な取引に繋がらず、販路開拓としての十分な効果が得られなかった。そもそも医療関係企業にどのようにアプローチすれば良いのか分からないという声もあり、医療参入企業や関係企業との接点作りが課題になっていると考え、2022年度は人材交流型の支援を行いたい。</p>					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<p>①医療機器産業事業化促進セミナー &lt;人材育成型&gt;</p> <p>○2～3回程度開催し、140社程度支援する ○集合形式もしくはオンライン</p> <p>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、医療機器薬事承認手続き、健康保険手続き、販売会社との関係、さらには海外展開やデジタルヘルス、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。</p>					
	○ 人材交流型	<p>②医療関心企業による異業種交流会 &lt;人材交流型&gt;</p> <p>○1回程度開催 ○支援企業数：15社 ○実地開催(コロナの状況も踏まえてオンラインも検討)</p> <p>医療機器等への参入を検討している企業や、既に医療に参入している企業を交えて交流会を開催する。</p>					
	販路開拓型	<p>具体的な事例を含めて説明する。</p>					
	ハズ 〇型	<p>○1回程度開催 ○支援企業数：15社 ○実地開催(コロナの状況も踏まえてオンラインも検討)</p> <p>医療機器等への参入を検討している企業や、既に医療に参入している企業を交えて交流会を開催する。</p>					
独自提案型	<p>具体的には、参加企業の各社の技術や取り扱う製品、部素材の概要等を資料にまとめて配布し、企業の紹介時間を設け、その後情報交換等を行うなど、企業間交流ができる機会を設定する。</p>						

		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		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
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		(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⇒ 155 社	<人材育成型>140社以上 <人材交流型>15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
		40,400 円 ×	15 社 ×	1.00 =	606,000 円
		合計	155 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		
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)		
	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		

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	今後の事業運営・経営に役立つ知識・ノウハウ・ヒントをセミナーで得られたと回答した割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	<人材交流型> 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	交流会で今後の製品・技術開発や営業活動に活かすことのできる医療関連産業のニーズやシーズ等の情報や人脈を得ることを目指す。			
	指標	今後の製品・技術開発や営業活動に活かすことのできる情報や人脈を交流会で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		海外スタートアップ連携による事業創出促進事業		事業番号	23	新規/継続	新規
想定する実施期間		2022 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	大阪府内の中小企業と海外スタートアップとの連携を促進するため、海外スタートアップとの連携に関する先進事例紹介等の情報提供を行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	デジタル変革(DX)の動きが加速する中で、アジア各国をはじめとする海外のスタートアップへの投資規模は世界的に拡大しており、海外スタートアップの勃興が目覚ましい。日本企業でもイノベーション創出の一手として、海外スタートアップとの連携に期待が集まる一方で、海外スタートアップとの事業連携に関心がありながら、契約や商慣習の違いなどから、連携に向けた取り組みに至っていない中小企業も多い。そこで、大阪府内の中小企業と海外スタートアップとの連携を促進、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)	海外スタートアップとの連携を通じて、オープン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)	海外スタートアップとの連携は大企業が中心であり、海外スタートアップも連携先として大企業を挙げるケースが多く、中小企業と海外スタートアップとのマッチング事例はまだ数が少ない。しかしながら、中小企業も単一の市場において大きなシェアを持っているケースも少なからずあり、より良いマッチングが期待できるケースもあることなどから、近年、各地で中小企業と海外スタートアップとの連携支援の動きが始まっている。大阪における産業振興のため、本事業を実施する意義は大きいと推察される。					
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						
	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	海外スタートアップとの連携に関する情報提供、事例発表や支援体制の説明など(2回程度実施) ＜概要＞					
	人材交流型	海外のスタートアップアクセラレータなど、海外スタートアップと日本企業とのマッチングに精通した有識者からの、最新動向や注意点などの解説や、実際に海外スタートアップと連携して事業を推進している事例の紹介、支援体制の解説などにより、大阪府内中小企業の海外スタートアップとの連携による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者へ質問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＞ スタートアップアクセラレータ、コンサルタント、海外スタートアップと連携する企業など					
	独自提案型	＜支援企業数＞ 2回で140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-18	海外スタートアップと在阪の中小・中堅・大企業とのオープンイノベーション支援・促進				創業・経営革新	
		(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。「大阪共創ビジネスプログラム(OCBP)」とも連携し、双方の事業効果を高める。 (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）	最新の動向や先進企業の事例などを通じて、海外スタートアップとの連携による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%）											
	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)										
	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		デジタル×デザイン思考による 「イノベーション・事業再構築」研究会	事業番号	24	新規/継続	新規
想定する実施期間		2022 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	新たなビジネスモデルや事業再構築を検討する中小企業・小規模事業者に対し、セミナーとワークショップを開催し、「デザイン思考」の普及啓発を通して新たなサービスやビジネスの企画開発を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍で急速に変化する社会、マーケットの中で、中小企業において新ビジネス創造や事業再構築の動きが拡大しつつある。本研究会では、中小企業・小規模事業者に対して、ポストコロナ・ウィズコロナ時代にどのようにデジタル化に取り組み、新たなビジネスモデルを構築するのか、また、このモノが売れない時代にどのように人が欲しくなる商品を生み出すことができるのか、「デザイン思考」という新たなビジネスの発想手法を体得してもらい、変化するマーケット需要や社会課題に適応する新たなサービスやビジネスの企画開発を支援する。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	コロナ禍での売上減少による経営難に直面し、新たなビジネスモデルやサービス、事業再構築を模索する中小企業・小規模事業者・スタートアップの経営者、新規事業担当者、マネージャー				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	ポストコロナ・ウィズコロナ時代には、中小企業、小規模事業者は、業態転換、新商品開発、新たなビジネスモデルの構築など思い切った事業再構築を行わないと生き残れない状況。国の事業再構築補助金の活用が関西で広がっており、関西の採択件数は3837件と全体の22%に上り（大阪府の採択件数は1696件で全国2位）、全体に占めるGRPの比率（約15%）を上回る。特に製造業では関西が25%と首都圏を上回っており、事業再構築による新たな成長を模索する動きが盛んである。				
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					
	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	「デジタル×デザイン思考による『イノベーション・事業再構築』研究会」(仮称) 【時期】2022年5月～8月頃 【回数】全5回程度 【方法】集合形式もしくはオンライン形式(セミナー1回、ワークショップ4回程度)				
	○ 人材交流型	【テーマ・内容(仮題)】 ①講演会「デジタル変革の溝 改善文化と創造文化を分けるものとは」(1日間)＜人材育成型＞ 【内容案】 ・DX時代における創造文化の醸成の重要性 ・新規事業、アイデアを生み出す4つの思考方法 ・それぞれの特性と実践法(「デザイン思考」と「ビジョン思考」を中心に) ・国内外のイノベーション・新規事業創出の事例				
	販路開拓型	②「デザイン思考/サービスデザイン手法」を学ぶワークショップ(4日間)＜人材交流型＞ 【内容案】 ・新たな顧客経験をデザインすること、新サービスやビジネス創出に不可欠な思考法「デザイン思考/サービスデザイン」を体得するためのワークショップ 【その他】 ・講演会で、大阪府産業デザインセンター(OIDC)の事業を案内する。 ・ワークショップの最終回では、大阪府産業デザインセンター(OIDC)から施策説明と新商品開発マニュアル「中小企業デザイン開発思考」の配布、紹介を行うとともに、希望者にはOIDCの無料相談、デザイナーとのマッチングに繋げる。				
	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	
	商-16		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。 (b)本商工会議所や大阪府産業デザインセンター(OIDC)、他の産業支援機関など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。					

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⇒ 90 社	セミナー65社、ワークショップ（参加者は各回とも同じ）25社×4回程度 [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）	事業再構築や新たなビジネス創出を考えるにあたり、「デザイン思考/サービステイニング」について知識を深め、ワークショップにて体得して頂くことにより、急速に変化するマーケット需要や社会の課題に適応したサービスやビジネスモデルの企画開発を継続的に行う組織へと変革することができる。				指標	研究会で得た知識や情報が新たなビジネスの開発や事業再構築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 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	円 ×	支援企業数	社 ×	係数	=	標準事業費	円
		20,200	円 ×	65	社 ×	1.00	=	1,313,000	円
		40,400	円 ×	25	社 ×	1.40	=	1,414,000	円
		合計		90	社	(小計)		2,727,000	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
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)				
	2,727,000	円 ×	1.00	=	2,727,000	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⇒ 65 社	セミナー65社 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	事業再構築や新たなビジネス創出を考えるにあたり、「デザイン思考」について知識を深めて頂くことにより、急速に変化するマーケット需要や社会の課題に適応したサービスやビジネスの企画開発を継続的に行う組織へと変革することができる。		
	指標	セミナーで得た知識や情報が新たなビジネスの開発や事業再構築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⇒ 25 社	ワークショップ（参加者は各回とも同じ）25社×4回程度 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	事業再構築や新たなビジネス創出を考えるにあたり、「デザイン思考/サービスデザイン」について知識を深め、ワークショップにて体得して頂くことにより、急速に変化するマーケット需要や社会の課題に適応したサービスやビジネスの企画開発を継続的に行う組織へと変革することができる。		
	指標	ワークショップで得た知識やノウハウが新たなビジネスの開発や事業再構築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⇒			

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。



事業名		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	10	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)	2021年4月に改正高年齢者雇用安定法が施行され、70歳までの就業確保が企業の努力義務となり、将来的には義務化も予想されるなか、中小企業においても定年引上げや再雇用期間延長等の高年齢者雇用の推進が求められている。そうしたなかで、再雇用契約の際に勤務形態や労働条件面での折り合いがつかずトラブルにつながったり、労働者の働く意欲を損なうケースが発生している。60歳定年制度を持つ企業にとっては、再雇用時に高年齢者が働く意欲を維持し経験を活かせる人材配置や、安心・安全に働ける職場環境の整備、能力・成果を重視する評価・報酬体系の構築が喫緊の課題となっている。そこで、本事業ではセミナーを通じて高年齢者社員の定年延長・継続雇用制度などの賃金・人事処遇や労働時間制度の見直し方について事例を交えて解説し、中小企業・小規模事業者の高年齢者社員の雇用確保と人材活用を支援する。				
	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)	2021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」と答えた。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は多い。				
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>セミナー(集合形式・オンライン形式併用)を2回実施、支援企業数は199社。 <2021年度>セミナー「高年齢者戦力化のための活用策と賃金・処遇制度」を9月に実施。支援企業数は77.5社。1月にセミナー「高年齢者活用戦略のための雇用と賃金処遇制度の見直し方」を開催予定(1月7日時点 申込者数59名)。				
	反省点	2021年度のセミナー参加者からは「近い将来に60歳に達する社員がいるため、今から定年後の雇用について準備を始めたい」「当社の高年齢者雇用の取り組みの参考にしたい」との声があった。また、助成金と法改正の説明が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、2022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、アフターコロナを見据えた柔軟な働き方を実現するための環境整備や、変化し続ける労働環境に対応するための賃金・労働条件・処遇の見直し方、助成金の活用法などについて、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集合形式もしくはオンライン形式で2回程度開催し、110社支援する。 (内容) 70歳までの就業機会を実現するため、高年齢者社員の意欲・能力を活かすための人材戦略や職場環境の改善、賃金・処遇制度の見直し方、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。 (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。				
	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		
	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⇒ 110 社	○2022年度は2回程度開催し、110社支援する。 ○大阪府内の中小企業へ、本所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどにセミナー案内を依頼する。										
	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	20,200	円 ×	支援企業数	110	社 ×	係数	1.0	=	標準事業費	2,222,000	円
		合計	110	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%)											
	計 2,222,000 円												
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)												
算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等								
	②受益者負担		円		負担金の積算								
	<input type="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)								
2,222,000		円 ×	1.00	=	2,222,000	円	( 円)						
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)								
			円										
			円										
			円										
			円										

【備考】

事業名		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	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	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	2020年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） ※今年度は2022年1月31日に大阪商工会議所にて開催予定。1月上旬に募集開始					
	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○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<p>&lt;概要&gt; 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、先端技術を活用した社会課題解決ビジネスの創出に向け、大阪における実証支援の取り組みや実証実験実施事例を紹介することで、大阪で実証実験を行うことの優位性を伝えるセミナーを1回程度開催し、大阪が実証都市の先端というイメージを作り、実証実験案件の発掘を目指す。</p> <p>&lt;開催方法&gt; 集合形式と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)</p> <p>&lt;講師案&gt; 大学教授、コンサルタント、実証実験実施企業など</p> <p>&lt;支援企業数&gt; 100社</p>					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズお型						
	独自提案型						
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	商-2		社会課題解決ビジネスの創出・成長支援
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<p>(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。</p> <p>(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。</p>						



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		スタートアップ・エコシステムの構築支援事業	事業番号	27	新規/継続	継続
想定する実施期間		2021 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	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、2021年1月～9月の全国でのIPO実績89社のうち、1位の東京都53社と2位の大阪府8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	(本調査記載時点で未実施。2022年1月19日にオンライン開催予定 申込26名(12月23日時点))				
	反省点	(同上)				
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	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。 <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 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 <支援企業数> 80社程度 <実施回数> 1回程度 <実施方法> 集合形式もしくはオンライン				
	人材交流型					
	販路開拓型					
	ハズル型					
	独自提案型					
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (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-20
(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つつあり、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)	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	20,200	円 ×	支援企業数	80	社 ×	係数	1.00	=	標準事業費	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%)											
		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									

【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		28	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	9	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	購入型クラウドファンディングを活用するための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)	購入型クラウドファンディング(CF)は、起案されたプロジェクトに対して支援者から資金を募り、企業がそのリターンとして支援者にモノやサービスを提供する仕組みであり、中小企業・個人事業主の新商品開発・サービス開発に必要な資金調達手段として注目されている。また、CFは事前マーケティングによる販路拡大や顧客開拓の手段としても有効であり、そうしたクラウドファンディングの活用法を十分に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情報やプロジェクト起案に向けた具体的なアドバイスを提供し、活用を促進する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業や小規模事業者、創業希望者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	クラウドファンディング(CF)の国内市場規模は2021年度には1,500億5,000万円になると見られている(矢野経済研究所調べ、2021年6月)。コロナ禍でのCFの需要増加の反動も予測されているが、一方で、コロナ禍で中止となった新商品発表の展示会中止を受けてCF上で新商品を発売しその後に実店舗で販売する流れも生まれるなど、CFの新たな活用法も増えている。こうした既存の販売経路に束縛されない新たな販売チャネルの開拓や販売経路確保の手段としても、CFに対する企業のニーズは高まっている。					
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】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&amp;個別相談会」を実施。参加者の中から1社、クラウドファンディングに挑戦し、目標金額を達成するなどの成果があった。</p> <p>【2021年度】支援企業数:人材育成型71.5社、人材交流型11社 10月20日に「クラウドファンディング活用セミナー&amp;個別相談会」を実施。参加者の中から1社、個別相談で相談したプロジェクト案件にてクラウドファンディングを立ち上げ、目標金額を達成する成果があり、5社が購入型クラウドファンディングサイト運営事業者と別日程にて個別相談を行った(うち2社は予定、11月17日現在)。</p>					
	反省点	個別相談を実効性の高いものにするため、個別相談を希望する事業者から相談シートを提出してもらい、事前審査を行って事業者と事前調整し、プロジェクト開始に向けた実現可能なアイデアをまとめることができるようアドバイスを行いたい。期日までに具体的なアイデアがまとまらない事業者については、後日あらためて講師企業を紹介するなどしてきめ細かな支援を行いたい。					
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	<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						
	販路開拓型	<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い、CFにつながる可能性のある案件を持つ積極的な事業者を事前審査で選定するなどして効率的に行う。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。					
	ハズお型	そのためには以下を実践する。 ①具体的なプランを持つ事業者向けの相談であり、事前審査があることを案内状で明記する。②シート記載の見本を詳しく提示する。③参加確定から相談日まで、より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。					
	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-19		クラウドファンディングの活用促進			その他	
		(a)大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課新事業創造グループと連携して企画・運営する。 (b)本商工会議所ホームページ掲載や大商ニュース活用の他、大阪府や中小企業基盤整備機構近畿本部などにメールマガジンへの開催告知の掲載やクラウドファンディングサイト運営事業者に情報発信(SNS)を依頼するなどして、大阪府内の中小企業、小規模事業者、創業希望者の参加を得る。					

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 社	(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。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	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。<人材育成型>	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との回答の割合	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⇒ 45 社	<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との回答した企業の割合	数値目標	90%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8 社	<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	個別相談を実施した事業者などが、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、取り組みを検討する。		
	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との回答した企業の割合	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	29	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 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	「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)	2021年10月末時点の「経営革新」窓口相談件数は238件であり、事業計画作成や新商品・新事業開発への取り組みに関心を持つ事業者は多く、経営革新計画策定のニーズは高い。経営革新計画の承認を取得した事業者はものづくり補助金の加点などの優遇措置を受けることができ、補助金への関心をきっかけに同計画策定を検討する事業者は多い。そうした同計画の承認取得のメリットを積極的に周知し、事業者の意欲を喚起していく。					
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	8月6日に「新規事業・補助金活用に役立つ経営革新計画の作り方～事例で学ぶ経営革新の取り組み方と活用方法～」を開催、支援実績は71社。セミナー受講を契機に13社が「経営革新」の専門相談を申し込み、大阪府への経営革新計画の申請紹介件数は11月15日時点で2件(承認件数1件)となった。					
	反省点	本年度は、同計画作成を学ぶことで、新規事業開発だけではなく、補助金活用の事業計画作成にも役立つことをアピールし、セミナーの受講者増につなげることができたが、このような経営革新計画を取得するメリットについて認識してもらい関心を喚起するため、より分かりやすい情報提供の方法を工夫していく。					
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	<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。					
	人材交流型	1. 経営革新計画の概要 経営革新計画の立案方法、申請書の作成、経営革新承認企業の新事業計画策定・展開実例解説、公的支援策の紹介など					
	販路開拓型	2. 経営革新計画承認企業事例紹介 経営革新計画の承認企業(法人事業者)から申請の背景、立案経過、承認後の事業進捗状況、成果などを紹介。					
	ハンズオン型	3. 大阪府などの中小企業支援策(説明) 経営革新計画の承認後や新事業展開に際して活用できる公的支援策を紹介。 専門相談(創業・経営革新)をはじめ大阪府、大阪商工会議所など各団体の支援事業紹介。					
	独自提案型	経営革新計画承認のメリットをより実感できるように、出席者の事後フォローをきめ細やかに行い、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。					
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		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
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						
	<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						

【備考】

事業名		転換期の働き方改革と労務管理セミナー事業		事業番号	30	新規/継続	新規
想定する実施期間		2022 年度～	年度まで	1	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	人材確保と雇用の維持、労働環境の整備を支援するため、労務管理や働き方改革への取り組み方、助成金の活用方法等を解説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)	新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きを見せはじめた現在においても、企業は柔軟な働き方に対応するためテレワークの導入を進めており、その取り組みは今後さらに加速する傾向にある。その一方で、こうした新しい働き方は業務管理や始業時間の把握、残業管理を難しくしており、労働時間管理のあり方や長時間労働対策、就業規則の見直しが企業にとって喫緊の課題になっている。これらの状況を踏まえ、中小企業・小規模事業者の経営課題を改善するため、本事業ではセミナーを通じて、働き方改革の推進や労働法改正を踏まえた多様で柔軟な働き方を実現する労務管理について解説する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業の経営者・経営幹部・人事担当者、小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「大阪府労働関係調査」(2021年2月、大阪府商工労働部)によれば、正社員による30時間以上の時間外労働があった事業所は36.9%、正社員と同じ職務内容の非正規社員がいる事業所は16.7%に上り、また新型コロナウイルス感染症が雇用に与える影響として、時差出勤制度の導入、労働時間の短縮、出張・訪問営業などの中止、テレワークの実施などが挙げられている。セミナーでの情報提供をもとに雇用・労働の課題について見直しを検討する企業は多く、時宜に適したテーマを取り上げるセミナーを実施するニーズは高い。					
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						
	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	<人材育成型> デジタル化による働き方の変化や勤務形態の変更に伴う対応(時間管理や長時間労働対策、就業規則の見直し、賃金・労働条件・処遇の見直し・検討)など、取り組むべき課題に悩む企業は多い。そうした企業が労働生産性を高め、成長するためには、従業員が働きやすい労働環境を整備することが重要である。先進事例の紹介を交えて、「我が社の働き方改革はどうあるべきか」を考えるきっかけとしてもらうため、セミナーを通じて必要な知識や情報を提供し、雇用・労務管理に関する企業の課題解決を支援する。また、セミナー当日、労働環境改善事業について大阪府商工労働部 雇用推進室 労働環境課からご説明いただく。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。					
	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		
		労-12	雇用・労働啓発セミナー事業		人材育成・労務		
		(a)事業実施にあたっては、大阪府商工労働部 雇用推進室 労働環境課と連携して実施する。 (b)大阪府内事業者などを対象に実施。本商工会議所や大阪府内の産業支援機関などの協力を得てメール配信などを行い、参加募集をする。					
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⇒	(人材育成型) 転換期の働き方と労務管理セミナー46社 大阪商工会議所のHP、メール配信、機関紙などで参加募集を行う。また、大阪府や中小基盤整備機構などにメールマガジンやHPなどの掲載依頼を行い、大阪府内の中小企業や小規模事業者の参加を促していく。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	46 社	柔軟で働きやすい労働環境を整備することで、中小企業の良質な人材確保を支援するとともに雇用維持につなげ、労働者のモチベーションを向上させることで、中小企業の経営の安定化につなげる。				
		指標	セミナーで得た知識や情報は自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立つと回答した企業の割合		数値目標	85%	
	その他目標値	目標値の内容⇒					



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 ×	46	社 ×	1.00	=	929,200	円	
		合計	46	社	(小計)		929,200	円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								円
							計	929,200	円
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	<input type="radio"/>	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>		(d)相談事業相乗効果
	標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
	929,200	円	×	1.00	=	929,200	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					
				円					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		人材ニーズ対応支援事業		事業番号	31	新規/継続	新規
想定する実施期間		2022 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	人材不足に悩む企業経営者・人事担当者等を対象に、外部人材、特定技能など外国人材の採用・活用、兼業・副業などの人材を活用するための制度説明や採用方法、活用事例等を紹介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)	新型コロナウイルス感染症拡大を防ぐための緊急事態宣言が解除されてから、企業の人材確保の動きは活発化している。しかしながら、生産年齢人口が減少するなか、人材確保に困難を生じている企業は多い。そこで、人材不足に悩む企業経営者・人事担当者等を対象に、外部人材、特定技能など外国人材の採用・活用、兼業・副業など、新たな人材を活用するための制度説明や採用方法、活用事例等を紹介するセミナーを開催する。					
	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)	DX化への対応など、時代に即した経営を行いたいものの、専門的な知識・スキルを持つ人材が不足している企業は多い。また、製造業や建設業など、恒常的な人手不足に悩む企業では、外国人材の採用・活用も視野にいれているものの、制度の内容や活用方法がわからずに、二の足を踏むケースも多い。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値						
	反省点						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	人材不足に悩む経営者・人事担当者等を対象に、外部人材、特定技能など外国人材の採用・活用、兼業・副業の活用などの制度説明や採用方法、活用事例等を紹介するセミナーを開催する。 時期：6～7月頃、9～10月頃に2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：40社（人材育成型）>					
	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			
	商-I	人材ニーズ対応支援			雇用・求人		
	(a)大阪府商工労働部総務課企画グループや大阪産業局などと連携を図り実施する。セミナー中に大阪府施策説明時間を設ける、チラシを配布するなどして、参加者を大阪産業局「中小企業のための人材採用コンシェルジュ事業」につなぐ。 (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⇒	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。				
		40 社					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	<人材育成型>参加企業が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	アンケート回答事業所のうち、「セミナーで得た知識を、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	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 ×	40	社 ×	1.0	=	808,000	円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
		合計		40	社	(小計)		808,000	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	808,000	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)				
808,000		円	×	1.00	=	808,000	円	(	円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割(配分の考え方)				
				円						
				円						
				円						
				円						
				円						

【備考】

事業名		中小企業のための外国人留学生採用支援事業		事業番号	32	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	6	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	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)	2021年6月末時点で22万7千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)	日本・東京商工会議所が2021年9月に発表した「多様な人材の活躍に関する調査」では、外国人材を今後受入れる予定/検討中の企業が21.3%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	2021/6/17 「外国人留学生採用がもたらす企業利益とその採用プロセスとは」 (133人) 2021/7/8 「外国人社員から始まるダイバーシティ効果と職場づくり」 (30人) 2021/9/17 「外国人留学生雇用の手続きと評価軸」 (68人) 2021/10/22 「外国人材雇用の不安を解消！異文化理解と評価」 (15人)					
	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○印をいつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	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：6月～7月頃に1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：20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・定着支援専			雇用・求人		
	(a) 「若者・大阪企業未来応援事業」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「若者・大阪企業未来応援事業」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：20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)	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 ×	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="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)			
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							

【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	継続
想定する実施期間		2021 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	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年に2.3%に引き上げられた。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年に2.3%に引き上げられたため、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	障がい者雇用促進に関するセミナー（2021年5月20日開催）支援対象45.5社 【アーカイブ配信】障がい者雇用促進に関するセミナー（2021年6月1日～6月30日）支援対象14社					
	反省点	聴覚障がい者がセミナー視聴を希望され、アーカイブ配信の際に動画に字幕を付けたが、作業量が膨大であった。今後同様の希望があれば、スクリプトを提供するなど、作業負担を軽減した別の形で対応したい。					
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	○セミナーなどの開催 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。  実施時期：5～6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 <支援企業数：20社（人材育成型）>					
	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	労-7 障がい者人材確保支援事業		雇用・求人
		(a)大阪府就業促進課と連携してセミナーを実施する。 (b)大阪府と連携し、障がい者雇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→	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。				
		20 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 ×	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="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)			
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							

【備考】

--

事業名		中小ものづくり企業の生産性向上等支援事業	事業番号		34	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	3	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	中小ものづくり企業などを対象に、現場改善やIT活用による生産性向上や動画活用など、人手不足や取引先の要請などで時代に合わせた対応を迫られる情報やノウハウを提供し、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直面し「生産性向上」や「業務プロセスの見直し」「収益性の向上」に向けての取り組みを急いでいる。安価なハードやソフトの投資でも十分に生産性向上につながることを多くの中小企業に知ってもらい、ITを利活用することで稼げる企業体質に改善したい。またコロナ禍や社会性など時代の要請等様々な課題がある。そのための支援として、現場改善や売上高、付加価値向上に向けたセミナーを開催する。また近年大手取引先から求められているSDGsに関しての、中小モノづくり企業の事例を紹介しながら情報提供を行う。					
	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)	<p>○改善活動などの「生産性向上」は中小製造業者としても早急に取り組みたい課題であるが、それ以外にもコロナ禍もあり取引先等から様々な時代の要請に応えるよう迫られている。</p> <p>○中小事業者の多くは、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取り組みが実施されていないのが現状である。（例：今年度事業でDXへの取り組みについて聞いたところ既に取組む事業者は1社のみであった。）</p> <p>○地域の工業会からもSDGsや脱炭素といったテーマでの情報提供を求められている。</p> <p>○本商工会議所が2018年3月に行ったアンケート調査によると、7割を超える企業が「人手不足」と回答。うち7割に「受注機会の逸失」があるなど、人手不足の解消及び対策は中小企業にとって喫緊の課題になっている。また、企業訪問によるヒアリングを通じて、人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と感じている。</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>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、2回オンラインで実施、1回をリアル開催。製造現場における改善技術を演習で習得、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。7月に開催した第1回目は支援企業数18社。10月の第2回は同44社。12月の第3回は同12社。</p> <p>②生産性向上のためのセミナー 11月9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34.5社 10月5日「『人流の見える化』で伸びる生産性」：支援企業数54.5社</p>					
	反省点	<p>①改善技術習得のための交流事業 1回目集客困難だったため2回目は郵送案内を入れるなどし多数の参加者を得た。リアル開催がベストであるがコロナの影響で最初の2回はオンラインにせざるを得ず、参加者の習得度合いを測ることが難しい。次年度はセミナー形式としより多くまた広く参加者を募る。</p> <p>②生産性向上のためのセミナー 大工大の講演についてビジネスに応用できる内容と遠かったため、満足度が低かった。講義内容については、改善の余地あり。また、情報提供後の実践段階におけるフォローについても課題である。</p>					
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<p>①生産性向上等時代のニーズに応えるためのセミナー&lt;人材育成型&gt; 年間4回程度予定 開催予定のテーマ： ・現場改善の基礎と実践：IEや工場改善を専門とする大学教員を予定 ・動画活用セミナー ・SDGs等（社会的要請のあるテーマ） ・工場見学（コロナの感染拡大状況により受け入れ先があれば実施したい）</p> <p>②IoT、AI等を活用した製造現場の生産性向上に関するセミナー&lt;人材育成型&gt; 年間1回程度予定 ユーザー目線にたったIoT、AI等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。集合形式の場合は10月頃、大阪工業大学梅田キャンパスにて開催する予定。</p> <p>③攻めの人事戦略による生産性向上についてのセミナー&lt;人材育成型&gt; 年間1回程度予定 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。</p> <p>※いずれも集合形式もしくはオンラインで実施。</p>					
	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)		<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	
								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⇒  300 社	○生産性向上等時代のニーズに応えるためのセミナー 200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)	改善活動などの生産性向上に関することや、非対面による動画の活用、SDGsなど、時代の要請について学ぶ機会を提供し、各社での実際の取組みにつながる「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				
		20,200 円 ×	200 社 ×	1.00 =	4,040,000 円				
		20,200 円 ×	100 社 ×	1.00 =	2,020,000 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%）							
	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)						
	6,060,000 円 ×	0.75 =	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						

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⇒ 200 社	○生産性向上等時代のニーズに応えるためのセミナー 200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	改善活動などの生産性向上に関することや、非対面による動画の活用、SDGsなど、時代の要請について学ぶ機会を提供し、各社での実際の取組みにつながる「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	セミナー2回程度合計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	生産性向上に関する情報や知識を得ることができ、IoTやAI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提供する。		
	指標	「今後のモノづくりや企業経営に活用する」「生産性向上等への取組みにつなげる」「今後さらに情報収集に努めたい」と回答した割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		中小企業のためのビジネス講演会		事業番号	35	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	12	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	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、2020年度の支援企業数はビジネス講演会788.5社、大商夕学講座859.5社、支部経済講演会998.5社の合計2,646.5社であった。参加者にアンケートを実施し、関心の高いテーマなどを企画化している。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2021年度11月末現在の主な実績(支援企業数)は次の通り。 (1)ビジネス講演会 「ワークマン式「しない経営」」 315社 「いま何が売れる?コロナが変えた消費者行動」 224.5社 (2)大商夕学講座 「老舗企業のイノベーションと企業変革-三代目女将の奮闘記-」 「外国人材が国内企業にもたらす多彩なインパクト -『Society5.0人財』としての視点-」 ※4月～11月で4回開催(支援企業数532.5社見込) 12月～3月で5回開催 計9回予定 (3)支部経済講演会 「大阪を元気に～万博・IR・インバウンドへの期待～」など439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	2020年度の実績は付表の通り。 (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)大商アカデミー(仮称) 企業経営や社会情勢に関するテーマを中心に年8回程度開催する。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。					
	ハズメ型	(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、アフターコロナ時代を見据えた健康経営や事業継続力強化などについてもテーマを工夫して開催する(5支部で15回程度、集合形式またはオンライン形式)。					
	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
							創業・経営革新
		(b)大阪府内の商工会議所、地域金融懇談会、大阪府商工関連ニュースを配信する大阪府などの協力を得て、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⇒ 2,400 社	(1)ビジネス講演会540社、(2)大商アカデミー（仮称）1,050社、(3)支部経済講演会810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 ×	810	社 ×	1.0	=	16,362,000	円
		合計		2,400	社	(小計)		48,480,000	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 48,480,000 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)				
48,480,000	円 ×	0.75	=	36,360,000	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⇒ 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)大商アカデミー（仮称） ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業での配布などで広く案内、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⇒ 810 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 2020年度開催実績

テーマ	支援企業数
<b>1.ビジネス講演会</b>	<b>788.5</b>
人生今日がはじまり「良い品、良い人、良い会社づくり」への挑戦	140
アイリスオーヤマの経営哲学	388.5
スシロー快進撃の軌跡	260
<b>2.大商夕学講座</b>	<b>859.5</b>
0から100へ～新しい農産物流通への挑戦	101.5
粉飾決算の実例と決算書の見方・点検の仕方	133.5
中小企業の成長戦略	114.5
ベンチャー型事業承継で挑む—ジリ貧中小企業が業績をV字回復させる方法—	125
隠れた社内資産を経営に活かす—動画コンテンツの内製化と活用法—	122
渋沢栄一 —大激動期における経済指導者の役割—	141.5
127年目のベンチャー企業	121.5
<b>3.支部経済講演会</b>	<b>998.5</b>
淀川氾濫・大地震・コロナ感染対策 ～地域事情と成功事例を知って自社の対策を立てよう～	69.5
日本一元気のでる、社長へのエール！	88
～withコロナ、afterコロナ時代へ～事業継続のために いま、取り組むこと	57.5
オンライン活用が進むいま「サイバーリスク」	16.5
ポストコロナ時代「働き方改革」と「今後の労務管理」	57.5
新型コロナウイルス対策セミナー～家族と企業を守る感染症対策～	46
コロナ禍における事業承継	28.5
従業員と会社を守る 新時代の労務管理とSDGs経営講演会	25
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	15
ウィズコロナ時代の情報セキュリティ対策	11.5
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	57
2021年の景気展望	338
2021年の世界経済見通し	114.5
(5支部合同経済講演会) Amazonと考える IT活用の第一歩	27
英文契約書翻訳のキーポイント	47

事業名		大阪勧業展		事業番号	36	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	13	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	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） <2020年度来場者（5,994人）からの事業評価> 回答者3,413人（回収率56.9%）の77.1%（2,632人）がプラス評価。 （内訳＝満足22.3%（763人）、やや満足54.8%（1,869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	<2021年度実績は以下のとおり> 出展数：323企業・団体、336ブース、来場者数：8,405人（2日間合計）					
	反省点	2021年度は、当初予定していたマイドームおおさかがコロナワクチンの接種会場となった事から、ATCホールに変更になり、出展者数の減少が懸念されたが、結果的に申込期限を延長した事等により出展者数は2020年度の308社から増加。来場者数については、会場が遠くなった事により減少する事が懸念されたが、2021年度同様、適切な感染防止策をとりつつ、ATC INNOVATION WEEKとの併催によるセミナーやデモンストレーションの実施など、多くの来場者があるよう広報手段などの工夫を行った。結果、2020年度の5994人から8,405人に増加。					

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2022」> 会期：2022年10月中旬予定(2日間) 会場：マイドームおおさか 1~3階展示ホール(予定) 出展者数：約300企業・団体(大阪府外・大企業を一部含む)							
	人材交流型								
	○ 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。2021年度は、ATC INNOVATION WEEKと併催し来場者増を図った。2022年度については、従来実施している駅貼りポスターやチラシ配布に加え、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		
	(b)大阪府内の商工会議所・商工会を共催団体とし、これらの団体と連携して出展者募集・来場者促進を行う。 (d)大阪勧業展参加を契機として、販路開拓支援が展開できる。あるいは販路開拓の個社支援を行う中で大阪勧業展への参加を勧めることができる。								
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⇒ 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。 300 社 (2021年度は325企業のうち支援対象中小企業は325社であったが、2020年度は4社が補助対象外)。 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		
算定基準	目標値の内容⇒		名刺交換社数(過去実績に基づく。2019年度19,938社、2020年度16,364社、2021年度16,190社)						
	20,000 社								
	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%)							
		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	補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する 代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	役割（配分の考え方）
		○	大阪商工会議所	34,255,590 円	
	堺商工会議所	2,701,705 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	25,250 円			
	貝塚商工会議所	25,250 円			
	茨木商工会議所	126,250 円			
	吹田商工会議所	75,750 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	101,000 円			
	守口門真商工会議所	378,750 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	25,250 円			
	大東商工会議所	50,500 円			
	忠岡町商工会	25,250 円			
	柏原市商工会	50,500 円			
	河内長野市商工会	50,500 円			
	藤井寺市商工会	25,250 円			
	摂津市商工会	50,500 円			
	富田林商工会	75,750 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	37	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 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	国内外の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	2021年度は、事前マッチング制の個別商談会を6月～7月に8回、11月11日に大阪府立体育館において大規模型商談会を実施した。両事業併せ、買い手企業はのべ53社、売り手企業はのべ697社（うち府下企業483社）が参加。売り手企業の91.7%が「満足」、「やや満足」と回答している（いずれも12月9日現在暫定値）。					
	反省点	2021年度はコロナ禍のため、新規買い手企業募集活動が十分実施できず、新規買い手企業は6社に留まった。売り手企業の魅力を高めるため新規買い手企業の開拓は継続的に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	○販路開拓商談会を下記いずれかの手法で10回程度実施し、合計800社程度（府内480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月頃） 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月頃） 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月頃） 4. 効果測定（11月～翌年3月頃） 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。					
	ハズお型						
	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⇒ 480 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 ×	480	社 ×	1.20	=	29,088,000	円
			合計	480	社	(小計)		29,088,000	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
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	5,760,000 円		負担金の積算		参加費 会員 8,000円×240人 非会員 16,000円×240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)			
	29,088,000 円	×	0.75	=	21,816,000 円	( 5,760,000 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	38	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	13	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	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)	大阪府内の小規模事業者 (約22万事業者)					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2021年10月から「緊急事態宣言」が全国的に解除され、企業がコロナ前に近い売上高を確保できる時期が来ることが望まれるが、当面は様々な業種において流動的な事業環境が続く見込みである。また、無担保・無利子のコロナ対策融資を利用した企業の約6割が据置期間を1年としており、返済開始が始まると同時にリスクを要請する企業が出てきている。また業績不振が長期化し、過剰債務の問題も浮上している。息切れ破たんや事業継続をあきらめて法的整理を選択する事業者なども出てくると見込まれ、今後も「大阪府中小企業再生支援協議会」と連携し対応していく。					
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	【2021年度】当センターには9月まで(上半期)に新規85社、継続27社の合計112社の相談があった。これは、前年同期と比べ、それぞれ、50%減と40%減。特に、新規の事業者からの利用が伸びなかった。これらの背景には、無担保無利子の借入金、持続化給付金や家賃支援金、雇用調整助成金が、企業の資金繰りを下支えしている状況がある。しかし下半期以降、過剰債務等により、経営が悪化する企業が増加する懸念がある。  【2020年度の実績】 新規：235社、継続：56社					
	反省点	新型コロナウイルス感染症の影響により、売上減少による経営難に直面した事業者は多かったが国や大阪府などの補助金や助成金や無担保無利子の借入金などで、一時的に持ち直しているケースが多い。今後、借入金の返済が本格化することを踏まえると、中小企業・小規模事業者の「稼ぐ力」を高める支援も必要である。そのため、個々の企業の実情に合わせて、資金調達支援以外にも販路拡大やデジタル化支援など専門相談とも緊密に連携し、売上拡大の支援も併せて行ってきたい。 また、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、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。 (支援企業数：新規120社、継続55社)					
	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。 本事業の実施にあたり、大阪市外の事業者については必要に応じて大阪府内各地商工会議所・商工会と連携するとともに、案件の内容によっては「大阪府中小企業再生支援協議会」との連携を密にして事業効果の拡大を狙う。「大阪府中小企業再生支援協議会」との連携については、同協議会のスキームを活用するのが適切と判断できるものは同協議会へつなぎを行い、また、同協議会から紹介を受けた事業者の相談については当サポートセンターにて対応を行う。					
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
		(b)大阪市外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、資金繰り等の高度な経営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⇒ 175 社	新規支援企業120社、前年度支援企業55社 ※設定数は2020年度実績、2021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 ×	120	社 ×	1.0	=	12,120,000	円
		101,000	円 ×	55	社 ×	0.5	=	2,777,500	円
		合計		175	社	(小計)		14,897,500	円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								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)				
14,897,500	円 ×	0.75	=	11,173,125	円	( 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

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⇒ 120 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		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	12	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	販路開拓支援や取引先・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)	個々の企業の実情に合わせて、新たな取引先・仕入先の確保、販路開拓について情報やヒントを提供する。「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)	新型コロナウイルス感染症の影響により、中小企業・小規模事業者は、売上減少による経営難に直面し、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ってきたが、今後はさらに、中小企業・小規模事業者の「稼ぐ力」を高める支援が非常に重要である。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（2021年度4月～10月末日実施分、回答数14,098社）によれば、「営業・販売・取引先開拓」を挙げる企業は4,736社、33.6%に上り「経営全般」に次ぐ高い割合となっている。このような理由より、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>【2021年度実績（10月末現在）】 相談数：97社 マッチング数：50社</p> <p>【2020年度実績】 相談数：203社 マッチング数：103社</p> <p>【2020年度、2021年度のマッチング成功事例】</p> <p>①産業機械器具卸売業より、感染防止用の商品の入手先を紹介してほしいとの依頼があり、対応可能な企業を数社紹介。その内の1社とすぐに商談に入り、取引が成立した。</p> <p>②大阪市の企業が香川県でパレットを使いたいので、パレットを扱う企業を紹介してほしいとの話があり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>③かばんの卸・小売業から、仕入先の紹介依頼があった。対応可能なメーカーを数社紹介し、結果として、交渉が進み、取引が成立した。</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○)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	中小企業・小規模事業者からの販路開拓や取引先・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、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やIT・ビジネスアプリサポートデスクにつなぐなど、継続的にサポートする。					
	ハズお型	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⇒	2020年度実績、2021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。						
		180 社							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	仕入先・取引先の開拓を求める事業者は、本商工会議所のビジネスモールなどの検索ツールの活用を含めた仕入先・取引先の情報提供により、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 ×	180 社 ×		1.0	7,272,000 円			
		合計	180 社		(小計)	7,272,000 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							7,272,000 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)			
		7,272,000 円 ×	0.75	=	5,454,000 円	( 円)			
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割（配分の考え方）		
					円				
					円				
					円				
					円				

【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	40	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020 年度～ 年度まで	3 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・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。IT導入で業務効率化を図りたいが、何から手を付けてよいかわからないと考える中小企業。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	2021年度の実施状況 ①中小企業のITツール導入をはかり業務効率化を支援するため、IT関連事業者14社とともに「大商IT化推進サポーターズ」を組織。各社のサービスを紹介するとともに、中小企業のDX化やIT導入についての基調講演を行う「生産性向上IT導入支援フォーラム」を、計4回開催予定。(うち、1回は集合形式+オンラインの併用、3回は完全オンライン形式)、第3回終了時点で合計211人が参加した。また、各セミナー後には、個別相談会を開催し、生産性向上に資する各種サービスの個別相談や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(第2回終了時アンケート)。 ②「クラウドソーシング」「キャッシュレス」「画像認識」をテーマにセミナー・相談会を開催。(支援企業数 セミナー39.5社、相談10社)(12月9日現在、2月頃追加で1回開催)				
	反省点	①緊急事態宣言の発令や先の見通せないコロナ感染状況を踏まえ、オンライン中心でのセミナー開催となった。ハンズオンセミナーについても、後日の個別相談を中心にせざるを得なくなった結果、個別のITツールにご関心いただいた方の割合は高くなかった。一方で、セミナーの開催回数を増やし、中小企業のDX化やIT導入をテーマとした基調講演を、複数の講師から異なる角度で開催する、より多くのサービスを紹介するといった工夫を行い、多くの企業にIT導入の必要性を認識いただくことができた。次年度は集合形式での展示商談会とセミナーを実施し、サービス導入数の拡大を図る。 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○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	①大商DX化エキスポ(仮称)(集合形式もしくはオンライン)支援企業数:110社 <人材育成型> 2021年度に組織した「大商IT化推進サポーターズ」のサービス紹介、集客力のある関連団体もしくは企業と共催のセミナーを集合形式またはオンラインで1~3回開催する(開催方式により、開催回数は調整)。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					
	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。支援企業数:120社				
	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。支援企業数:10社				
	独自提案型					

		(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	<input type="radio"/>		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)								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大商ロ大阪エクスプレス(仮称) 人材育成型：110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：120社、人材交流型：10社 商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイトなどで参加を募集する。								
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	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⇒									
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
		20,200	円 ×	110	社 ×	1.00	=	2,222,000	円		
		20,200	円 ×	120	社 ×	1.00	=	2,424,000	円		
		40,400	円 ×	10	社 ×	1.00	=	404,000	円		
	合計			240	社	(小計)		5,050,000	円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							計	5,050,000	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)											
算出額	①市町村等補助			円	交付市町村等						
	②受益者負担			円	負担金の積算						
	(a)府施策連携	<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	<input type="radio"/>			
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
		5,050,000	円 ×	0.75	=	3,787,500	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または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)					

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⇒ 110 社	①大商DX化エキスポ（仮称） <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	「IT導入が今後の自社の経営の合理化や業務効率化に役立つと考える」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②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 120 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てることができる」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③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	②販路開拓などのためのIT利活用セミナー・相談会 <人材交流型> 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てることができる」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		町工場ネットワークの拡充・強化事業	事業番号	41	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012 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	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>2020年度実績</p> <p>(1)直面する経営課題に関する情報提供&lt;人材育成型&gt; 10月29日 LINEではじめるDX～LINE公式アカウント開設～ 支援企業数 10社</p> <p>(2)技術PRと特定の課題を軸とした相互交流&lt;人材交流型&gt; 6月8日 大阪テクノマスターによる勉強会&amp;交流会 支援企業数 11社 9月15日 大阪テクノマスターによる勉強会&amp;交流会 支援企業数 20社 11月24日 大阪テクノマスターによる勉強会&amp;交流会 支援企業数 18社 1月26日 ものづくり加エネットワーク強化交流会&lt;人材交流型&gt;開催予定 2月16日 大阪テクノマスターによる勉強会&amp;交流会開催予定</p> <p>(3)①ものづくり加エネットワーク強化交流会&lt;販路開拓型&gt; 11月18日 支援企業数 26社</p> <p>②ものづくり企業・技術製品紹介動画 12社応募動画作成中 2月1日動画発表会実施予定</p> <p>③ものづくり加工商談会&lt;販路開拓型&gt; 12月2・3日 支援企業数59社 (発注側東京企業との商談)</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、選手のニーズに応じた野球練習具を開発。また、コロナ禍において地域医療機関に対し特急仕事で飛沫防止具を仕上げて提供（後に製品化）するなど、当事業による「顔の見える機械金属加エネットワーク」は着実に成果を上げている。</p>				
	反省点	<p>○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。さりとし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においては、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 ①ものづくり企業が直面する経営課題(人材育成、技能伝承、効果的な自社PR、知財、製品開発のノウハウ、BCP策定、事業計画の策定など)に対応する情報提供をタイムリーな形で行う(支援企業数30社)。						
	○	人材交流型	<人材交流型>経営課題を軸とした情報提供と相互交流 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)。						
	○	販路開拓型	<販路開拓型>取引拡大の支援 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55社)。 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10社)。 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)。 ※集合形式もしくはオンラインで実施。						
		ハズメ型							
		独自提案型							
			(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)					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⇒ 145 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 ×	30	社 ×	1.0	=	606,000	円
		40,400	円 ×	20	社 ×	1.0	=	808,000	円
		50,500	円 ×	55	社 ×	1.0	=	2,777,500	円
		50,500	円 ×	10	社 ×	1.0	=	505,000	円
		50,500	円 ×	30	社 ×	1.0	=	1,515,000	円
		合計	145	社	(小計)		6,211,500	円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)							円
						計	6,211,500	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	(a)府施策連携	○	(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)						
	6,211,500	円 ×	0.75	=	4,658,625	円	(	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⇒ 30 社	<人材育成型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	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⇒ 55 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④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 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⑤	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、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		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	13	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	サステナブル素材、DX、海外市場開拓など、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>&lt;2020年度&gt; ファッション先進企業の事例を紹介する講演会を開催し、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、11月16~20日:参加者134名、2月:参加者54名)。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> <p>&lt;2021年度&gt; 前年度に引き続きファッション企業の販路拡大・交流を目的とした講演会を開催した(7月14日:参加者72名、8月20日:参加者53名、10月6日:参加者52名、11月30日:参加者78名、ほか2月頃に開催予定(調整中))。なお、コロナ対策として7月はオンライン形式で開催した。また、11月30日にサステナブルをテーマに繊維・ファッション関連企業・専門学校が出展する合同展示会「ファッション・イノベーション展」を開催。</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	集合形式またはオンライン形式で開催する。					
	○ 人材交流型	<p>&lt;人材育成型&gt; 支援企業数130社</p> <p>■講演会の開催:年間3回程度</p> <p>各回の設定テーマに即した講師に登壇してもらい、ファッション産業をめぐる新たな動き、ビジネスモデルなどの情報提供を行う。</p>					
	販路開拓型	<p>&lt;人材交流型&gt; 支援企業数50社</p> <p>■プレゼン&amp;交流会の開催:年間2回程度</p> <p>各回の設定テーマに即した最新の技術や製品を有する企業の担当者にプレゼンをしてもらい、参加者同士の情報交換、協業先との出会いの場を提供する。</p>					
	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)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⇒ 180 社	講演会130社、プレゼン&交流会50社 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	①最新の情報を提供することで、今後の事業運営に役立てることができる。 ②ユニークは製品や技術をプレゼンすることで、企業に新たな視点を提供する。併せて交流会を開催することで、講師・参加者間の連携・交流を促進する。							
		指標①	<人材育成型>得られた情報を事業拡大や新しいビジネスの開発に活かしたいと回答した割合	数値目標	70%				
	指標②	<人材交流型>プレゼン・交流を通じて今後の事業運営のヒントが得られたと回答した場合	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
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	○講演会 商工会議所会員を中心に、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	アンケートで、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	○プレゼン&交流会 商工会議所会員を中心に、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などを募集する。	
	支援対象企業の変化	ユニークは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	アンケートで、プレゼン・交流会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場合	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	43	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	9	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派遣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交流会を開催する。					
	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)	自社の経営力強化に向けて、様々な経営課題を抱えている、もしくは、新分野進出、販路開拓等、将来の成長に向けた取り組みを進めたい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)	2021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、現在の特徴としては、コロナ禍で新たな販売先の開拓、新規事業や新商品の開発、業態転換に対するニーズが高く、ウェブマーケティング、eコマースの開設や経営計画策定などの支援要請が多く寄せられている。また、コロナなど感染症対策を含めたBCP策定を希望する事業者も出てきている。					
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	【2021年度】7月2日に開催。①講演会「新分野展開・業態転換等の事例から学ぶ、コロナ禍での新たな経営戦略」②専門家派遣制度の紹介③専門家による自己PR、専門家との名刺交換（支援目標：55社、支援実績：58社）。専門家派遣制度の紹介では、専門家派遣制度の説明に続き、参加した7名の専門家が各自5分程度の自己PRを行った。参加者が専門家をより知ることになり、結果として、事業者が希望する専門家を事業者に派遣することができた。					
	反省点	本事業に101名の参加申込があったが、コロナウィルスの感染拡大の影響もあり、参加率が約60%となった。次年度は、法改正への対応、経営力強化や将来の成長に向けた取り組みなど事業者に資するテーマで開催し、集客の拡大に努め、新規の参加事業者を発掘していきたい。					
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	○専門家による講演・交流会の開催 <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 (60分) 事業者のニーズが高いテーマで講演会を実施する。 2. 専門家との交流 (90分) (1) 専門家派遣制度の内容説明 (2) 専門家による自己PR (3) 専門家と名刺交換 (30分)					
	販路開拓型	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を把握し、課題解決に導く。					
	ハズおん型						
	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	○
						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)交流会の開催を通じて専門家連携型経営相談の制度普及と利用促進を図る。本交流会の参加者は様々な経営課題を抱えていると想定される。本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」「普通」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」「派遣前と比べ課題が整理できた、参考となる情報を得た」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
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)		
2,222,000	円 ×	0.75	=	1,666,500	円	(	円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割(配分の考え方)			
				円					
				円					
				円					
				円					

【備考】

--	--



事業名		ファッショントレンドセミナー		事業番号	44	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	13	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	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	2021年5月28～29日、11月25～29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110名、11月は78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 2023年春夏ファッショントレンド 11月頃 2023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 ・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。				
		80 社					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	セミナーを通じて、商品政策を強化する。商品内容、タイミング、場所、量、価格など、トレンド情報や需要予測に基づいて適正化し、業績向上を図る。				指標	70%
	指標	参加者アンケートにおいて商品政策の強化などへの参考にしたいと回答した企業の割合			数値目標		
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							
					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	1,960	25,000	49,000,000
支援機関等へのつなぎ	5	10,000	50,000
金融支援（紹介型）	105	30,000	3,150,000
金融支援（経営指導型）	810	40,000	32,400,000
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	210	20,000	4,200,000
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	160	20,000	3,200,000
事業計画作成支援	950	50,000	47,500,000
創業支援	5	20,000	100,000
事業継続計画（BCP）等作成支援	30	20,000	600,000
コスト削減計画作成支援	5	20,000	100,000
財務分析支援	430	10,000	4,300,000
5 S 支援	0	10,000	0
I T 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	1,960	10,000	19,600,000
小 計	-		167,825,000
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）	827	19,848,000	
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	61	1,464,000	
小 計	1,310	31,440,000	31,440,000
※記帳支援のために税理士を活用する場合は、単価26,000円×事業所数			
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		
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		
V 合計			
合 計	算 定 基 準		補助金額
	別紙事業調書のとおり		