

令和4年度（2022年度） 事業実績報告書

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 鳥井 信吾		
	所在地	〒540-0029 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 宮浦 康浩	
		連絡先	TEL（直通）：	06-6944-6451
Fax：			06-6944-6565	
		E-mail：	<u>sme-promotion@osaka.cci.or.jp</u>	
①設立年月日		明治11（1878）年8月27日		
②職員数 （経営指導員数）		201名（経営指導員73名）（令和5年3月31日現在）		
③所管地域		大阪府大阪市		
④管内事業所数		179,252（平成28年度経済センサス）		
⑤管内小規模事業者数		113,699（平成28年度経済センサス）		
⑥会員数（組織率）		31,475（17.6%）（令和5年3月31日現在）		
□主な事業概要（定款記載事項等）				
<p>① 商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。</p> <p>② 行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>③ 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>④ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。</p> <p>⑤ 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。</p> <p>⑥ 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>⑦ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。</p> <p>⑧ 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。</p> <p>⑨ 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。</p> <p>⑩ 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。</p> <p>⑪ 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。</p> <p>⑫ 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行うこと。</p> <p>⑬ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>⑭ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。</p> <p>⑮ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。</p> <p>⑯ 商工業に関する図書を集し、一般の閲覧に供すること。</p> <p>⑰ 国際親善及び通商振興に資する事業を行うこと。</p> <p>⑱ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>⑲ 行政庁等から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>⑳ 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>				

(1) 事業の目標

以下を主たる目標として、令和4年度（2022年度）小規模事業経営支援事業を実施した。

<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、インボイス制度への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、効率的かつ効果的な商談機会を提供する。また、世界的なコロナ禍なれどもビジネスのグローバル化の大きな潮流には変わりはなく、引き続き海外企業とのビジネスマッチング事業、海外市場の開拓などに関する情報提供や相談事業を実施する。加えて、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。ついては、新しい生活様式に適應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。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靭化（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。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

<経営相談支援事業> 支部および経営相談室に、「新型コロナウイルスに関する経営相談窓口」「ウクライナ情勢・原油価格上昇等に関する特別相談窓口」「円安対応経営相談窓口」を設置し、事業者からのかかる相談に対応した。資金繰りに苦慮する事業者に対しては、小規模事業者経営改善資金（マル経融資）の推薦などを行い、販路開拓によって業績の回復をめざす事業者に対してはその事業計画の作成などの支援を行うとともに、国・自治体の支援施策の活用などもサポートした。経営相談は、従来の窓口や事業所訪問に加え、非接触や相談にかかる移動時間の排除などを企図してオンライン方式でも実施した。

<専門相談支援事業> 専門的な経営課題の解決を支援するため、法律、人事労務・メンタルヘルス対策、経理・会計、税務、金融、IT、知的財産、ものづくり・技術、営業・マーケティングなどの分野ごとに、弁護士や社会保険労務士、税理士、ITコーディネータなどの専門家が相談対応を行った。また、専門家の派遣も行い、生産管理や技術、IT、労務対策などの実務的課題の相談指導をした。さらに、決算申告時期には各支部において税理士による相談会を開催した。

<地域活性化事業> 令和4年度（2022年度）も前年度に引き続き、コロナ禍などで厳しい経営環境が続く中小企業・小規模事業者の取引拡大・売上回復を支援するため、商談会・マッチング事業の実施に注力した。一堂に会した大手流通業などのバイヤーに商材を売り込む「買いませ！売れ筋商品発掘市」を開催するとともに、大手小売業者など1社ごとに商談会を設定した「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」を10回開催した。展示商談会への出展経験が少ない大阪府内の中小企業・小規模事業者などの販路拡大を支援するため、多業種型総合展示商談会「大阪勧業展」を今年度も府内商工会・商工会議所、大阪府商工会連合会との連携により開催した。また、阿部野駅・天王寺駅周辺の個店、商業施設などと連携した集客イベント「あべの天王寺・サマーキャンパス」を開催するなど、各支部において地元商店街などの振興・集客を支援した。アフターコロナ、2025年の大阪・関西万博とその後に向けて新ビジネスの創出を図る「海外スタートアップ連携による事業創出促進事業」「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」「新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援」「医療機器産業事業化促進事業」などを実施した。人材の確保・活用やダイバーシティを推進に向けては、「人材ニーズ対応支援事業」「新卒・若手人材の採用・定着支援事業」「外国人留学生採用支援事業」「成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業」「障がい者の雇用促進事業」「高齢者雇用サポート事業」などを実施した。さらに、生産性の向上を支援するため、「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」「生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業」「中小ものづくり企業の生産性向上支援事業」を継続して実施したほか、経営力の強化に向けて、経営実務に関する講座・講習会、「経営革新支援事業」「専門家連携型経営相談 交流会」などを実施した。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

<経営相談支援事業> 経営指導員が、2,496事業所に対してのべ3,433件（フォローアップ支援を除く）の支援を行った。その内訳として、「事業計画作成支援」1,431件、「金融支援（経営指導型）」806件、「財務分析支援」326件、「資金繰り計画作成支援」162件、「金融支援（紹介型）」132件などを行い、小規模事業者の経営基盤強化を推し進めた。

<専門相談支援事業> 弁護士、社会保険労務士、税理士などが窓口で、のべ1,952件の専門的な経営課題の解決に向けて支援した。また、専門家を事業所にのべ334回派遣し、経営戦略やマーケティング、ITなどの指導を行った。

<地域活性化事業> 取引の拡大は、すべての事業者にとっての課題であり、販路開拓の支援を主要な柱の一つとして地域活性化事業に取り組んだ。大阪府内の340企業・団体（支援対象外を含む）が参加した多業種型総合展示商談会「大阪勧業展」では、のべ2,359件の商談が行われ、121社・324件（金額ベースで1億5,319万円）の商談が成立した。大手流通業などとの商談会「買いませ！売れ筋商品発掘市」では3,960件の商談が行われ、うち863件が成約に向けて商談を継続した。また、「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」では、のべ252件の商談が行われ、うち124件が成約に向けて商談を継続した。さらに、海外への販路開拓においては、飲料・食品関連の企業などがヨーロッパやアジアの企業と商談し、いくつかの案件が成約や成約の見込みに至った。これらを取り組みの一部として、大阪府内企業の取引を促進した。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

ウィズコロナのビジネス活動が加速していく中で、一部の地域活性化事業において多様化する事業者の支援ニーズに十分に対応することができなかった。具体的には、コロナ禍以前であれば集合・対面の方式での実施が一般的であったが、コロナ禍を経て集合・対面よりもオンライン・非対面での支援を志向する事業者が増加し、計画した事業の実施方式が必ずしもターゲットとなる事業者にはマッチせず、計画どおりに参加者を集めることができないものがあった。今後は多様化するニーズの中で、事業ごとに支援対象となる事業者のニーズを的確に把握し、実施方法を精査するとともに、オンライン形式で開催したセミナー・講習会の参加者からのアンケート収集については、引き続き参加（視聴）者数と実績としての支援企業数のギャップが埋まるよう改善を図る。また、ウィズコロナが定着し、経済が回復基調にあるとはいえ、エネルギー・原材料価格の高止まり、人手不足の深刻化など、事業者を取り巻く環境は依然厳しい。加えて、いわゆるゼロゼロ融資の返済が今後本格化することにより経営危機に直面する事業者が増えるおそれがある。単なる金融・資金繰りの支援の枠内に留まらず、企業成長に向けた事業の再構築や新しい事業分野の開拓などの支援を強化する必要がある。

(5) 次年度の取り組み

<経営基盤の強化> 経営や技術などの改善発達を促し、基盤の強化を支援する。5支部および経営相談室の経営指導員が個々の事業者が抱える経営課題の解決に向けて支援する（経営相談支援事業）。また、法務、税務、人事・労務、IT、新事業開発・創業、ものづくり・技術、営業・マーケティングなどの分野で、専門的な課題の解決を支援するため、専門家による個別相談を実施する（専門相談支援事業）。さらに、税務や人事・労務、IT活用、販売促進、資金調達などの経営実務に関する講習会、企業経営者による講演会、ビジネスの最新動向や企業に対する社会的要請などに関するセミナーを開催し、経営の改善発達を促す。厳しい経営状況下での事業再生や安定化、災害時などの事業継続力の強化などの支援を行う。

<収益力（稼ぐ力）の強化> 事業の再構築などを通じて稼ぐ力を強化することを支援する。新しい事業分野の創出や付加価値の高い製品・サービスの開発などに関するワークショップ（勉強会）や成果発表・マッチング会、セミナーを実施し、稼ぐ力の強化に向けた自己変革を促す。

<生産性の向上> ITの利活用などを通じて生産性を向上させることを支援する。間接業務の効率化、販売促進、税務関連の新制度などへの対応、非対面ビジネスへの転換などに有用なIT・デジタルツールやシステムに関する情報を提供するセミナーや導入に向けた個別説明会を実施するとともに、経営指導員が個々の事業者のニーズを拾い上げ、導入に向けて専門家がサポートする。人事・労務や組織のあり方、業務の改善などにも焦点を当て、低さが課題とされている中小企業・小規模事業者の生産性の引き上げをめざす。

<取引の拡大> 取引の拡大を支援するため、大手流通業などとの個別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、商談の機会を提供する。また、販路開拓の支援や取引先・仕入先の紹介を希望する事業者へかかる情報の提供などを行い、取引の拡大を図る。さらに、海外ビジネスのサポートとして、外国企業とのマッチング事業、海外市場の最新情報を提供するセミナー、国際取引や海外進出に関する個別相談などを実施する。

<2025年大阪・関西万博の機運醸成> 中小企業やスタートアップなどが、万博を革新的な技術やアイデアを発信して企業成長につなげる好機としてとらえ、参画できるよう支援する。また、商店街を中心とした地域の魅力や最新情報を国内外に発信することを支援するなど、開催機運を醸成する。

<新ビジネスの創出> 万博開催に向け、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・育成をめざす。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、大企業との協業（オープンイノベーション）による技術開発、事業化・製品化を促進する。また、ライフサイエンス・ヘルスケア、観光など成長産業への参入を支援する。

<ものづくりの振興> 中小企業・小規模事業者による付加価値の高いものづくりを支援する。研究機関の技術シーズに関する情報や製品開発のノウハウ、高度な技術の伝承などを学ぶ機会を提供するほか、集積する機械・金属加工の事業者によるネットワークを構築・拡充し、受注活動の促進や付加価値の高い製品の試作・製造による収益構造の改善などを行う。

<商店街の活性化と地域のにぎわい創出> 商店街においても、コロナ禍と物価高による消費者の買い控えなどで厳しい状況が続いている。安心・安全に人びとが商店街に集って買い物をし、個店や地域が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・支援するとともに、地域や店舗の魅力などを発信して来街を促進する。

<人材の確保と活躍促進> 人手不足や組織の活性化など人事・労務上の問題を抱える中小企業・小規模事業者に対し、セミナーや情報交換会などを通じて、新卒・若手人材、女性、高齢者、外国人材、障がい者など多様な人材の採用や職場での活躍を促進する。

I 経営相談支援事業					
支援のポイント・成果					
<p>ウィズコロナの経済活動に向かいつつあるものの、波動的なコロナの感染拡大や原材料費の高騰などの影響を受け、厳しい経営環境におかれている中小企業・小規模事業者の事業継続や業績回復、事業の再構築などに重きを置き、財務状況の改善や資金の調達、販路拡大に向けた事業計画の策定など、それぞれの事業者が当面する経営課題の解決を図った。資金調達に関しては、小規模事業者経営改善資金（マル経融資）の推薦や金融機関への紹介を行い、経営の安定化や新たな事業展開を支援した。また、販路拡大や事業再構築の事業計画策定の支援にあたっては、補助金をはじめとする国・自治体の施策の活用を促した。「フォローアップ支援」については、これまでの支援先572事業所に接触した結果、「フォローアップ支援」が345件、「新規支援の開始（新規カルテの作成）」が227件であった。</p> <p><代表事例①> 広告・販促の企画立案をし、コロナ禍前は商業施設からの受注をメインに順調に業績も推移していたが、コロナ禍により大幅な減収減益に陥った。廃業も視野に入れたなかで、新たに取得したキャリアコンサルティングの資格を活かしたセミナーなどの新規事業展開の相談があった。当方からは、新規事業が軌道に乗るまでの事業資金確保のためにマル経融資をあっせんするとともに、安定した資金繰りを維持するために資金繰り計画の策定を支援した。そのうえで、新規事業をスムーズに展開するための事業計画策定を支援するとともに、同社の認知度向上・新規事業の周知拡大のための広報支援などの販路拡大支援を実施した結果、新たな受注を確保するなど少しずつだが着実に経営状況は改善へと進んだ。</p> <p><代表事例②> 創業46年の業務用温浴設備機器のトータルサプライヤー。業況は安定的に推移しているが、長期的な経営に関する視点が欠如しているところが見受けられる。ものづくり企業として、革新的な製品開発・生産プロセス改善の具体的な取り組み等を整理し、事業計画に落とし込む支援を実施した。また、経営力向上計画を作成し、認定を受けるとともに、健康優良法人の認定、パートナーシップ構築宣言企業の登録を支援し、アフターコロナを見据えた当社の持続的な発展、企業価値の向上の取り組みを支援した。</p> <p><代表事例③> 段ボールケースなどの梱包素材の卸売業。ネット販売により安価に商品を提供する事業者の参入により、売り上げが大幅に減少した。新規事業として、ミニチュアお墓の製造販売を始めたが思うように売り上げが伸びない。こうした状況を改善すべく、まず新規事業を軌道に乗せるための運転資金をマル経融資で確保するとともに、ターゲット顧客の設定などにより精緻な事業計画の策定、広告デザインの修正など広告戦略の具体的な練り直しを支援した。事業継続力強化計画の策定も支援し、認定を受けることができた。</p>					
支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	2,100	2,496	118.9%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	30	32	106.7%	5
金融支援（紹介型）	支援数	115	132	114.8%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	770	806	104.7%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	2	-	-
資金繰り計画作成支援	事業所	160	162	101.3%	5
記帳支援	事業所	35	40	114.3%	5
労務支援	支援数	0	2	-	-
人材育成計画作成支援	事業所	0	0	-	-
マーケティング力向上支援	事業所	10	7	70.0%	3
販路開拓支援	支援数	60	82	136.7%	5
事業計画作成支援	支援数	1,220	1,431	117.3%	5
創業支援	事業所	5	7	140.0%	5
事業継続計画（BCP）等作成支援	事業所	5	8	160.0%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	0	1	-	-
財務分析支援	事業所	300	326	108.7%	5
5S支援	事業所	0	0	-	-
IT化支援	事業所	5	7	140.0%	5
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	-	-
事業承継支援	事業所	40	43	107.5%	5
災害時対応支援	事業所	0	0	-	-
フォローアップ支援	事業所	290	345	119.0%	5
結果報告	事業所	2,100	2,480	118.1%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

<専門相談（窓口）> 本商工会議所経営相談室に相談窓口を常設して、弁護士、社会保険労務士、税理士の有資格者などが面談、電話、オンラインで事業者の専門的な経営課題の相談に対応し、その解決を支援した。のべ**1,952**件の相談があり、**97.7%**から「満足」「おおむね満足」の評価を得た。また、当該専門相談において、**3**件の経営革新計画が承認取得に至った。支部経営指導員とも連携し、支部への相談の中でさらなる専門的な知識や情報が必要な案件に対応した。製造業や卸・小売業、サービス業などからの相談を専門家がのべ**126**回対応し、営業・マーケティング、技術、情報化、経営戦略などの指導を行った。支援先へのアンケートでは、「社員では見えてない点や、改善点を見つけるためのポイントをアドバイスいただき、考えるきっかけとなった」「この時代を生き抜くべき方向性が分かった。これから商品構成と集客に力を入れていきたい」などの声が寄せられ、**95.7%**から「満足」「おおむね満足」の評価を得た。

<専門相談（派遣）> 「エキスパートバンク事業」では、専門家をのべ**334**回派遣し、経営戦略、事業計画策定支援、ウェブマーケティング支援、販路開拓、**IT**、労務対策など実務的課題の解決を支援した。その結果、支援先の**97.9%**から「満足」「おおむね満足」の評価を得た。

<支部専門相談（派遣）> 小規模事業者が正しい税務・記帳の知識を習得し、経営の実態を係数的に把握できるよう、税理士に専門相談員を委嘱し、事業所へ派遣した。相談・指導件数はのべ**73**件。

<決算申告指導> 申告時期にあわせて**5**支部において相談日を設定し、税理士が相談・指導を行った。相談件数はのべ**147**件。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
専門相談（窓口）	継続	相談件数	1日1件以上	2.42 件	242.5%	5
専門相談（派遣）	継続	派遣回数	350 回	334 回	95.4%	4
支部専門相談（派遣）	継続	相談件数	1日1件以上	1.01 件	101.4%	5
決算申告指導	継続	相談件数	1日1件以上	3.13 件	312.8%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>ウィズコロナの経済活動が加速するものの、厳しい経営環境が続く中小企業・小規模事業者、商店街などの業績回復や事業再構築はもとより、2025大阪・関西万博を見据えた新ビジネスの創出や成長分野への参入などを支援することに重きを置き、地域活性化事業を実施した。主な取り組みは以下の通り。</p> <p>〈販路の拡大〉異業種間の交流を促進して取引の拡大を支援する多業種型総合展示商談会「大阪勸業展」に出展した340の企業・団体がのべ2,359件の商談を行い、121社が324件（金額ベースで1億5,319万円）の商談を成立させた。また、大手流通業などのバイヤーに商材を売り込む「買いませ！売れ筋商品発掘市」には全国から401社が参加して3,960件の商談を行い、うち863件の商談が継続することとなった。デザイン性あふれる日用雑貨などを百貨店の催事場で対面販売し、情報発信やさらなる商品開発などに生かしてもらう「大阪クリエイティブフェア」には27社が出店し、合計709万円を売り上げた。</p> <p>〈商店街の活性化と地域のにぎわい創出〉新型コロナウイルス禍でインバウンド需要が消失したミナミの活性化をめざし、ガイドブックの発行や商店街の広報支援を行った。また、東淀川区、東成区、此花区、西区、阿倍野区、天王寺区などにおいても商店街の活性化を支援するため、集客イベントの開催や催事情報の発信などを行った。</p> <p>〈新ビジネス創出の支援〉2025年大阪・関西万博の開催とウィズコロナ時代の地域経済の成長をめざし、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、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、「デザイン思考」を活用した新たなサービスやビジネスの創出、ライフサイエンス・ヘルスケア産業などの成長分野への参入を促進するためのセミナーなどを実施した。</p> <p>〈ものづくりの振興〉オープンイノベーションを促進するため、大手企業と中小企業とのマッチング事業「MoTTo OSAKAオープンイノベーションフォーラム」を実施した。また、町工場同士の「顔が見える」連携を促進するため、「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」を2回開催したほか、製品・商品の販促動画の制作を支援した。</p> <p>〈生産性の向上〉ITの利活用による生産性の向上を図るため、支部の経営指導員が332社に活用状況などをヒアリングし、うち91社に対して専門家が導入の支援を行った結果、50社がアプリの導入などを行った。また、ITの導入・利活用による生産性向上のセミナー、交流会、相談会を開催した。</p> <p>〈人材確保の支援〉中小企業の人材確保やダイバーシティの推進を支援するため、新規卒者採用のための大学との情報交換会やセミナー、外国人留学生の採用や女性、高齢者、障がい者の活躍を促進するためのセミナー、交流会などを開催した。また、人材確保に困難を生じている企業を対象に外部人材・外国人材の活用セミナーを実施した。</p> <p>〈事業継続力の強化〉中小企業・小規模事業者の事業継続力の強化（災害発生時や感染症拡大への対応力の強化）を図るため、事業継続計画（BCP）などの策定の啓発セミナーやワークショップを開催し、参加者は簡易版BCPの策定演習を行った。</p>										
(1) 単独事業										
府施策 連携	事業名	総支援企業数		支援 実績率	利用者 満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	(1)あべの天王寺・サ マーカーキャンパス	198	242.0	122.2%	79.6%	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	70%	61.4%	87.7%	4
○	(2)開業サポート事業	132	116.0	87.9%	97.4%	セミナーで役立 つ知識を得たと 回答した割合	80%	97.6%	122.0%	4
○	(3)BCP支援事業	95	104.0	109.5%	98.9%	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	80%	100.0%	125.0%	5

	(4) 中小企業の体質改善強化支援事業	880	1,332.0	151.4%	94.0%	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%	98.3%	109.2%	5
	(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	300	423.0	141.0%	98.9%	IT導入に着手する事業者数	50社	91社	182.0%	5
	(6) 西部エリア Amorn (えーもん) 市	11	14.0	127.3%	92.9%	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	70%	85.7%	122.4%	5
	(7) 新しい生活様式に適応した商店街集客支援事業	10	17.0	170.0%	100.0%	アンケートで、当事業の実施により「情報発信に役立った」「誘客・集客につながった」「顧客との会話が増えた」のいずれかを回答した割合	70%	94.1%	134.5%	5
	(8) インバウンドによる買い物消費支援事業	15	19.0	126.7%	73.7%	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合	70%	33.3%	47.6%	3
	(9) 「逸品マルシェ」販売促進支援事業	41	46.0	112.2%	100.0%	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	70%	88.9%	127.0%	5
	(10) ミナミ再活性化事業	6	8.0	133.3%	100.0%	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	80%	100.0%	125.0%	5
	(11) 大阪市東部商店街にぎわい創出事業	6	6.0	100.0%	100.0%	アンケートにおいて「来場者が増えた」とする回答の割合	70%	100.0%	142.9%	5

(2) 広域事業（幹事事業のみ）

府施策 連携	事業名	総支援企業数		支援 実績率	利用者 満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	(12) 海外市場開拓支援事業	1492	1,257.5	84.3%	91.2%	〈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	75%	97.7%	130.2%	4
○	(13) MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム	658	215.5	32.8%	92.8%	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	70%	98.5%	140.7%	3
○	(14) 地域金融支援ネットワーク推進事業	529	704.5	133.2%	96.7%	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	85%	100.0%	117.6%	5
○	(15) 中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業	315	437.0	138.7%	97.0%	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	80%	96.9%	121.2%	5
○	(16) 中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流	300	437.0	145.7%	95.1%	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	70%	93.6%	133.7%	5
○	(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～	300	131.0	43.7%	97.6%	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	70%	98.4%	140.6%	3
○	(18) 大阪クリエイティブフェア	24	27.0	112.5%	92.6%	売上合計	450万円	709.1万円	157.6%	5
○	(19) 中小企業のためのデザイン活用促進事業	128	160.0	125.0%	98.1%	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	80%	97.5%	121.9%	5
○	(20) 成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業	200	349.0	174.5%	99.4%	「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	80%	96.9%	121.2%	5
○	(21) 環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー	225	452.5	201.1%	96.7%	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	80%	97.2%	121.5%	5

○	(22)医療機器等産業事業化促進事業	155	103.5	66.8%	93.7%	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	70%	96.4%	137.8%	3
○	(23)海外スタートアップ連携による事業創出促進事業	140	45.5	32.5%	86.7%	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	75%	86.7%	115.6%	3
○	(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	90	187.5	208.3%	95.1%	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	80%	96.2%	120.2%	5
○	(25)中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業	110	136.5	124.1%	93.3%	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	85%	97.8%	115.1%	5
○	(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	100	40.5	40.5%	95.0%	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	70%	97.5%	139.3%	3
○	(27)スタートアップ・エコシステムの構築支援事業	80	41.0	51.3%	94.7%	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	70%	89.5%	127.8%	3
○	(28)クラウドファンディング活用サポート事業	53	62.5	117.9%	96.8%	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	90%	100.0%	111.1%	5
○	(29)経営革新支援事業	50	52.5	105.0%	92.2%	大阪府への経営革新計画の申請紹介件数（年間）	5社	3社	60.0%	3
○	(30)転換期の働き方改革と労務管理セミナー事業	46	74.0	160.9%	85.3%	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	85%	98.6%	115.9%	5

○	(31)人材ニーズ対応支援事業	40	107.5	268.8%	99.0%	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	80%	92.2%	115.3%	5
○	(32)中小企業のための外国人留学生採用支援事業	20	23.0	115.0%	95.7%	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	80%	100.0%	125.0%	5
○	(33)障がい者の雇用促進事業	20	56.5	282.5%	98.1%	「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	70%	96.2%	137.5%	5
	(34)中小ものづくり企業の生産性向上等支援事業	300	353.5	117.8%	95.6%	アンケートで「今後のモノづくりや企業経営に活用する」または「生産性向上などへの取り組みにつなげる」と回答した割合	70%	80.4%	114.8%	5
	(35)中小企業のためのビジネス講演会	2400	2,886.0	120.3%	95.6%	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	90%	94.7%	105.2%	5
	(36)大阪勧業展	300	340.0	113.3%	80.9%	商談件数	2600件	2359件	90.7%	4
	(37)大手流通業等への販路開拓支援事業	480	446.0	92.9%	92.5%	全商談件数（府外企業も含む）	5000件	4212件	84.2%	4
	(38)小規模事業再生サポートセンター事業	175	202.0	115.4%	100.0%	「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」	20社	17社	85.0%	4
	(39)販路・取引先開拓マッチング事業	180	220.0	122.2%	100.0%	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	90件	118件	131.1%	5
	(40)生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業	240	278.5	116.0%	95.2%	「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	75%	82.1%	109.4%	5

	(41) 町工場ネットワークの拡充・強化事業	145	242.0	166.9%	98.8%	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	80%	93.0%	116.3%	5
	(42) 大阪ファッション産業振興フォーラム	180	163.0	90.6%	96.2%	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	70%	94.8%	135.4%	4
	(43) 専門家連携型経営相談 交流会	55	89.0	161.8%	88.8%	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	10社	12社	120.0%	5
	(44) ファッショントレンドセミナー	80	99.5	124.4%	96.7%	参加者アンケートにおいて商品政策の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合	70%	100.0%	142.9%	5

大阪商工会議所

事業名		あべの天王寺・サマーキャンパス	
想定する実施期間		2014 年度～ 年度	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>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など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などを支援すべく集客・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など>”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賑わいを創出することで、阿倍野・天王寺を中心とする地域の一体的なまとめ、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旨とする。</p>	
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>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</p>	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>1. あべの天王寺・サマーキャンパス<販路開拓型> 支援企業数：140社・9団体</p> <p>(1)スタンプラリー ①開催期間：8月20～21日 ②内 容：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリアの商業施設や商店会に設置された10カ所のポイントを巡るスタンプラリー ③参加者数：446人（スタンプ収集達成者数）</p> <p>(2)お楽しみ抽選会 ①開催期間：8月20～21日 ②内 容：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリアの対象店舗（274店）で税込100円以上の買い物や飲食をした人、あるいはリアル体験プログラムを受講した人を対象に実施する抽選会 ③場 所：会場本部（天王寺ミオ本館1F ミオセントラルスクエア南側） ④抽選回数：7,405回</p> <p>(3)体験プログラム A. リアル体験プログラム ①開催期間：8月20～21日 ②内 容：阿倍野・天王寺の店舗や施設で開催される子ども向けのプログラム（職業体験やクラフト教室などのワークショップ等） ③場 所：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリア ④結 果：67事業者・84プログラム、延べ参加者数3,274人 B. オンライン体験プログラム ①開催期間：8月13～21日 ②内 容：オンライン上（Zoom等）で開催される大人や子ども向けのプログラム（料理教室やヨガなどの各種レッスン等） ⑤結 果：10事業者・11プログラム、延べ参加者数319人</p> <p>2. ビジネスで使えるオンライン活用セミナー<人材育成型> 支援企業数：93社 (1)Aコース：ビジネスを広げるオンライン活用の基礎知識 5月12日 支援企業数：19.5社 (2)Bコース：オンラインミーティングツールの活用術 5月17日 支援企業数：17.0社 (3)Cコース：オンラインイベントを開催してみよう！ 5月23日 支援企業数：16.0社 (4)Dコース：特徴別に使い分けるSNSビジネス活用術 6月3日 支援企業数：22.0社 (5)Eコース：ビジネスに使える？メタバースの可能性 6月6日 支援企業数：18.5社</p> <p><事業手法（①府施策連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果></p>	
①府施策連携	<p>（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） 大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会（ODCC）と協働で実施した。同協議会は、ビジネスで使えるオンライン活用セミナーの企画・講師手配、ならびに体験プログラム（リアル開催とオンライン開催）の企画・調整を担った。</p>		
③市町村連携	<p>阿倍野、天王寺の両区役所などの協力を得て、小学校での児童へのチラシ配布や広報紙への記事掲載を行い、集客した。</p>		
④相談相乗	<p>参加店舗・事業者に対してアンケートを行い、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談を希望する先にアプローチした。</p>		

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	198.0	総支援企業数(実績)	242.0	支援実績率	122.2%	満足率	79.6%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>1. あべの天王寺・サマーキャンパス<販路開拓型> ①スタンプラリーの収集達成者446人、②お楽しみ抽選会の抽選回数7,405回、③体験プログラムの参加者数は、リアルとオンライン合わせてのべ3,593人に上り、概ね昨年を上回る規模で実施できた。体験プログラムを企画・実施した事業者や抽選会対象店舗に登録した店舗は、本事業のパンフレットや公式サイトで紹介されPRができたほか、集客や新規顧客の開拓、消費者ニーズの把握などにも役立ったという声が寄せられた。また、抽選会場には開催期間中に多くの参加者が来場し、地域の活性化にもつながった。</p> <p>2. ビジネスで使えるオンライン活用セミナー<人材育成型> 受講者アンケートでは、「本日学んだ内容をできることから実践し、ビジネスに活用していきたい」（44件）、「さらに関連する情報を集め、オンラインのリテラシー向上につなげたい」（34件）、「本日学んだ内容に加えて別の分野の情報収集も行い、経営改善や情報発信力の向上をはかりたい」（18件）という回答を得た。オンラインのリテラシー向上を図るとともに、ビジネスでの活用や情報発信力の強化に取り組む意欲を喚起することができた。</p>							
		代表指標	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%	実績数値	61.4%	目標達成度	87.7%			
成果の代表事例	<p>1. あべの天王寺・サマーキャンパス<販路開拓型> 体験プログラム実施事業者より「開校したばかりのスクールだったため、（PRとなって）ありがたかった」「地域活性化の事業としての役割をしっかりと果たしていると思います。もしできるなら、年間を通して一定数の地域集客が図れるよう、季節ごとの定期的な実施も考えてほしい」「子どもたちが地元阿倍野・天王寺を体験できる有意義な取り組みですので、ぜひこれからも続けてほしい」などの声が寄せられた。</p> <p>2. ビジネスで使えるオンライン活用セミナー<人材育成型> 受講者から「セキュリティの話は非常に参考になりました」「デジタルに対する情報をさらに増やしたいと思います」「オンラインでの失敗例や想定外のオンラインの効果（オンラインショップへの誘導）が参考になりました」「弊社で既に集客が好調なHPにSNS広告を打ち出すことでさらなる集客を検討していたので参考になった」「簡単なところ（SNS、Web面談）から積極的に活用したい」などの声が寄せられた。</p>								
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—		
実施結果	課題及び次期以降への取り組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p>1. あべの天王寺・サマーキャンパス<販路開拓型> ①スタンプラリー マンネリ化を避けるためクイズなどのゲーム要素を取り入れ娯楽性を高めるなどの改善を検討する。 ②お楽しみ抽選会 抽選会対象店舗やリアル体験プログラム実施事業者の中に、顧客へ抽選券を配付していない先があったことから、抽選券配付の周知徹底に努める。 ③体験プログラム 参加者の層を広げるべく、子どもだけでなく大人を対象とした体験プログラムを試験的に募集する。</p> <p>2. ビジネスで使えるオンライン活用セミナー<人材育成型> 日々進化するICTに合わせて、最新の情報を提供すべく各コースの構成や内容を見直していく。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	120.0	支援企業数(実績)	140.0	支援実績率	116.7%	満足率	73.6%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	<販路開拓型：あべの天王寺・サマーキャンパス(企業)> ①スタンプラリーの収集達成者 446 人、②お楽しみ抽選会の抽選回数 7,405 回、③体験プログラムの参加者数は、リアルとオンライン合わせて延べ 3,593 人に上り、概ね昨年を上回る規模で実施できた。体験プログラムを企画・実施した事業者や抽選会対象店舗に登録した店舗は、本事業のパンフレットや公式サイトで紹介されPRができたほか、集客や新規顧客の開拓、消費者ニーズの把握などにも役立ったという声が寄せられた。また、抽選会場には開催期間中に多くの参加者が来場し、地域の活性化にもつながった。							
		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%	実績数値	61.4%	目標達成度	87.7%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	112.5%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	<販路開拓型：あべの天王寺・サマーキャンパス(団体)> ①スタンプラリーの収集達成者 446 人、②お楽しみ抽選会の抽選回数 7,405 回、③体験プログラムの参加者数は、リアルとオンライン合わせて延べ 3,593 人に上り、概ね昨年を上回る規模で実施できた。アンケートでは、「地域の賑わい創出に役立った」が7件、「集客に役立った」が5件、「知名度向上に役立った」という回答が2件あり、本事業を通じて、知名度向上や集客に効果があった。加えて、地域の活性化にもつながった。							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	70.0	支援企業数(実績)	93.0	支援実績率	132.9%	満足率	87.2%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	<人材育成型：ビジネスで使えるオンライン活用セミナー> 受講者アンケートでは、「本日学んだ内容をできることから実践し、ビジネスに活用していきたい」(44件)、「さらに関連する情報を集め、オンラインのリテラシー向上につなげたい」(34件)、「本日学んだ内容に加えて別の分野の情報収集も行い、経営改善や情報発信力の向上をはかりたい」(18件)という回答を得た。オンラインのリテラシー向上を図るとともに、ビジネスでの活用や情報発信力の強化に取り組む意欲を喚起することができた。							
		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%	実績数値	98.8%	目標達成度	141.2%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		開業サポート事業
想定する実施期間		2015 年度～ 年度
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	地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、各参加者の創業準備段階を参加前に比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
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><創業セミナーの開催>（人材育成型：支援対象84者） 7月23日「創業のすすめ方 早わかりセミナー」（支援対象45者） 9月10日 創業経営者による講演ほか（支援対象39者） <大商開業スクール2022>（人材交流型：支援対象30者） 第1日（10月8日） 経営理念と経営戦略、組織と人材育成、マーケティングの基礎、先輩起業家の体験談、交流会 第2日（10月15日） マーケティングの応用、ビジネスプランについて、会計知識と収支計画の立て方、創業時に必要な手続きと税金 第3日（10月22日） マイビジネスプラン・創業計画書のチェック、創業資金調達のポイント、自社の収支計画を作成してみる 第4日（10月29日） 先輩経営者の企業家精神と志、ビジネスプラン・創業計画書、商品プレゼン等の見える化 第5日（11月5日） ビジネスプラン・創業計画書、商品プレゼン等のブラッシュアップ、大商の創業・経営支援、交流会 <「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：支援対象2者） 昨年度と今年度の大商開業スクール受講生2者のビジネスプランに対し、大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへの推薦を前提にブラッシュアップ支援を行なった。</p> <p>----- <事業手法（①府施策連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果></p>
	①府施策連携	（商-15：起業家の育成、創業の支援） 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、金融機関などとの地域支援ネットワークを通じて広く府内へ事業をPRした。金融面では府制度融資「開業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」などの公的融資へつなぐとともに、大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへの推薦を前提に事業計画ブラッシュアップの個別支援を実施した。
	③市町村連携	大阪市の創業支援等事業計画に参画し、大商開業スクールを特定創業支援等事業として実施した。また、大阪市（大阪産業創造館）の協力を得て、大阪産業創造館のメール配信などで事業PRを行った。
④相談相乗	本事業参加中あるいは参加後の創業に関する個別相談に対し、内容にふさわしい専門相談窓口につなぎ応じることによって、相談事業と連携した。	

事業 全体 の 実績 ／ 目標 達成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	132.0	総支援企業 数(実績)	116.0	支援 実績率	87.9%	満足率	97.4%	
	目標の達成度 （支援企業を どう変化させる ことができたか）	創業セミナー2回の参加者のうち、セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得たとする割合は97.6%であった。セミナー参加を通じ、7者が開業スクールに参加した。								
		代表指標	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%	実績数値	97.6%	目標達成度	122.0%			
	成果の代表事例	○A氏は開業スクールで、他の受講生の意見や講師のアドバイスのもと創業計画を練り上げ、1月に個人事業主として事業を開始した。 ○B氏は専門家の指導のもと事業計画をブラッシュアップ。大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストの面談審査まで進んだ。								
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—				
	—									
実施 結果	課題及び次期以降への 取り組み （実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか）	9月の創業セミナー（創業経営者による講演ほか）は会社員などが参加しやすいよう土曜日に開催、前年度より参加者は増えたものの目標支援数に届かなかった。また、大商開業スクールのプレセミナーと位置付けているが、開催前にスクールは定員に達してしまった。次年度は開催時期をできるだけ前倒しするとともに、創業経営者による講演以外の内容を集客につながるものとなるよう検討する。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100.0	支援企業数(実績)	84.0	支援実績率	84.0%	満足率	96.4%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<人材育成型：創業希望者向けセミナー> 2回の参加者のうち、セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得たとする割合は 97.6% であった。セミナー参加を通じ、7者が開業スクールに参加した。							
		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%	実績数値	97.6%	目標達成度	122.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	30.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<人材交流型：創業支援の集中講座> 参加者のうち、 90% が事業計画が参加前よりレベルアップしたとしている。 2 者が小売業で開業した。							
		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%	実績数値	90.0%	目標達成度	112.5%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<ハンズオン型：ビジネスプランのブラッシュアップ> 2者に対し事業計画をブラッシュアップするためのハンズオン支援を実施。うち1者を大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストに推薦し、書類審査まで進んだ。							
		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	実績数値	2社	目標達成度	100.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		BCP支援事業	
想定する実施期間		2012 年度～ 年度	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>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。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 ※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>	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(1)BCP策定支援 ①大阪府「超簡易版BCP『これだけは!』シート」策定ワークショップ（8月23日） 支援企業数：38社（人材交流型） ②セミナーなどを通じたBCP（簡易版などを含む）の策定支援 支援企業数：89社</p> <p>(2)サイバーセキュリティ対策 セミナー「サイバー攻撃は災害！被災地で見た当事者からのメッセージ」（10月17日） 支援企業数：56社（人材育成型）</p> <p>----- <事業手法（①府施策連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果></p>	
		①府施策連携	<p>経営支援課経営革新グループと連携し、ワークショップの設定およびそれぞれがもつ広報媒体を活用して集客した。また、大阪府が推奨する「超簡易版BCP「これだけは!」シート」を活用し、参加者にBCP策定を促した。</p>
	④相談相乗	<p>セミナーやワークショップ、演習の参加の個別ニーズに応じて、経営相談支援や専門相談支援につなぐこととした。</p>	

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	95.0	総支援企業数(実績)	104	支援実績率	109.5%	満足率	98.9%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	BCPの策定やサイバーセキュリティ対策の重要性を認識し、具体的な対応の緒につくよう誘導することができた。							
	代表指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
	成果の代表事例	<p>(1)BCP策定支援 BCP策定に関心の強い企業を対象に大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」を活用してワークショップをおこなった。限られた時間の中でを38社の参加者すべて事業者で大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」を作成することができた。</p> <p>(2)サイバーセキュリティ対策 セミナーでは、ランサムウェアの被害に実際にあった病院のリアルな講演内容により、「具体的な現場の様子が参考になった」「サイバー被害は災害であることと再認識できた」などサイバーセキュリティ対策の重要性、必要性を認知し、今後の参考になると回答した受講者が多くあった。また、BCPの啓発にあたっては、大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」の単なる施策説明ではなく、その場で策定もしくは策定の目的を付けてもらうことをめざす演習も組み込み、作成の必要性、作成の簡便さに気付く機会となった。</p>							
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p>(1)BCP策定支援 新型コロナウイルスの影響はまだ続くと思われるので、次年度もBCP計画策定の支援を引き続き進めていく。次年度は新たにBCP計画を策定する事業者に加え、すでに計画書を策定している事業者に対してもブラッシュアップの支援をおこなう。次回も感染症対策に十分留意しながら、活発な意見交換できるよう開催方法を検討する。</p> <p>(2)サイバーセキュリティ対策 サイバー攻撃は複雑化が増しており、もっと身近に感じられるテーマを取り上げ、被害の実態を知ってもらい、対策の行動を促せる内容で開催する必要がある。今年度の開催結果から、大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」の配分時間をもう少し多くし、ワークショップ中にしっかり結果を出せる所まで実施できるようにする。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	35.0	支援企業数(実績)	38.0	支援実績率	108.6%	満足率	97.4%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の約82%が、「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」と回答しており、大阪府内の中小企業に対し、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る機会を提供できた。							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	100.0%	満足率	—
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<セミナーなどを通じたBCPの策定支援> 当該事業のセミナー、ワークショップにおいて、事業者が簡易版BCPの策定作業を行った。							
		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	実績数値	89件	目標達成度	104.7%		
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50.0	支援企業数(実績)	56.0	支援実績率	112.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<サイバーセキュリティ対策> セミナー参加者の61%が、社員の意識改革や具体的行動を実施や計画の意思を示すなど一定の変化を促した。また、セミナー参加者の56%が、事業継続の具体的行動への変化を促した。アンケートのコメントからも、サイバー攻撃の被害は災害で、サイバー対策 = BCP対策という意識に変わったことがうかがえる。							
		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%	実績数値	98.1%	目標達成度	122.6%		
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所									
事業名		中小企業の体質改善強化支援事業							
想定する実施期間		2011年度～		年度					
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	営業・販売力の強化、財務改善、人事労務問題への対応、ビジネス法務、税務対策など中小企業・小規模事業者の関心が高いテーマの講座・講習会を開催し、大企業に比べて経営基盤が弱い中小企業・小規模事業者の経営体質強化を支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪市内の中小企業・小規模事業者（すべての業種を対象とし、経営実務に関する情報を習得して経営力向上をめざす事業者）							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	6月から3月にかけて、支部ならびに本部（中小企業振興部）において小規模事業者を主たる対象に経営実務に関する講習会を集合形式もしくはオンライン形式で延べ36回開催し、支援企業数の合計は1,332社であった。 ※（別紙）開催実績一覧表 ----- <事業手法（③市町村連携）の具体的な連携・効果>							
		③市町村連携	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った。						
事業全体の 実績／目標 達成度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	880.0	総支援企業 数(実績)	1,332.0	支援 実績率	151.4%	満足率	94.0%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	参加企業の約98.3%が「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」と回答しており、前向きな変化が見られた。							
		代表指標	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の経営改善や経営力向上に役立てると回答した割合						
		数値目標	90%	実績数値	98.3%	目標達成度	109.2%		
	成果の代表事例	「皆様が社内でお作りの提案書やパンフレットを、さらに効果が上がるツールにするノウハウ講座」のアンケートでは「新しいパンフレット作成に役立てたい」「営業接客時の資料作成に生かしたい」などの声が寄せられた。また、法律講演会「取引先の信用不安に備える契約書作成の実務」のアンケートでは「実務に生かせそうなポイントが多々あった」「資料でついていた契約書がケーススタディのようで、非常に有効であった」などのコメントが寄せられた。							
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への 取り組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	講習会では、新型コロナウイルスの感染状況によりオンライン形式（集合形式との併用含む）の開催は9講座を実施した。在宅勤務が増えている中でも受講者を確保できるなどのメリットがあった。一方、集合形式を希望する事業者も多くあり、リアルとオンライン双方のメリットを活かした企画を今後も工夫する。 セミナー参加をきっかけとして、経営相談をはじめとした支部事業に参加し、伴走型支援に取り組む事業者も一定数見受けられるため、支部ではセミナーでの情報提供などをより積極的に実施し、新規支援先の開拓につなげる。							

(別紙) 開催実績一覧表

開催日	講習会名称	支援企業数
6月9～10日	決算書の見方と資金繰り表の作成	29.0
6月23日	中小企業が知っておきたいバワハラ防止法への対応実務と労災認定に関する基礎知識	31.0
6月29日・7月6～12日	LINE公式アカウントで集客力をUPしよう!	65.0
7月6日	誰でも実践できる市場調査セミナー ～事業運営に役立つ情報収集・情報整理テクニック～	73.0
7月20日	取引先の信用不安に備える契約書作成の実務	108.0
7月25日	小規模事業者向け、初めての「事業計画作成」	26.0
8月3日	中小企業の動画マーケティング	26.0
8月26日	Googleマイビジネスの活用術	67.5
9月7日	展示会で売上を飛躍的に高める3つの鉄則	36.0
9月7日	消費税免税事業者のインボイス制度対策	29.0
9月12日	逆境は体質改善の転機 高収益体質の会社を目指す!! 儲ける社長の数字の見方	46.0
10月20日	経営に活かす決算書の読み方	19.0
10月26日	スマホ動画、ショート動画を活用しよう!!	10.5
10月27日	消費税インボイス制度について	55.0
10月27日	「お金のブロックパズル」を使ったキャッシュフロー経営セミナー	40.5
11月10日	SNSの仕組みを知って販路拡大につなげよう	47.5
11月16日	スマホで簡単に作れる! ショート動画活用セミナー	93.0
11月17日	部下の「やる気」を引き出すコミュニケーション術	37.0
11月22日	今日から始めるクラウドファンディング	4.0
11月28日	ネットショップの重要性とShopify、BASE、STORESなどの違い、効率的な運用方法	30.0
12月1日	やさしくわかる年末調整実務講座	49.5
12月13日	インボイス制度など法改正に対応する中小事業者のためのデジタル化の進め方	28.0
1月24日	皆様が社内でお作りの提案書やパンフレットを、さらに効果が上がるツールにするノウハウ講座	61.5
1月25日	「電子帳簿保存法」対応セミナー～対応の基本と経営課題の見える化への活用～	31.5
1月25日	水災・震災の”いざ”に備える事業継続力強化計画	9.0
1月27日	接客向上・営業力アップセミナー	18.0
2月2日	中小企業のとるべき労務対策	27.0
2月3日	中小企業のDX推進事例と補助金活用法	29.5
2月8日	実践できる経営計画・行動計画作成の勘所	29.0
2月14日	現在・過去・未来の人事労務法改正セミナー	49.5
2月21日	令和5年度 税制改正セミナー	31.0
3月1～10日	【録画配信】 ネットショップの重要性とShopify、BASE、STORESなどの違い、効率的な運用方法	23.0
3月7日	より良い会社を作るための処方箋	16.5
3月9日	事業継続のコツ	13.0
3月9日	ヒトが辞めない採用法 ヒトをそだてる採用法	28.0
3月10日	販促にこそ使うべき、SNS活用セミナー	15.0
合 計		1332.0

大阪商工会議所

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							
想定する実施期間		2020 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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らず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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<内容> ○5支部の経営指導員がヒアリングシートを用いて、小規模事業者等のIT活用状況、問題点、経営課題などを把握し、支援ニーズを集めた。 ○ヒアリングシートをもとに、支援を希望する事業者に対しては、「IT・ビジネスアプリ導入サポートデスク」のコーディネーターが事業所を訪問、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、最適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った。 <実績> ヒアリングシート回答件数：332件、支援企業数：91社 アプリ導入件数：50社（87件）							
	④相談相乗	ヒアリングシートの実施先で支援を求める事業者については、面談時に小規模持続化補助金やIT導入補助金も紹介し、アプリやクラウドサービス導入に係る経費の補助金申請については、本所の専門相談や支部で対応するなど、経営相談と本事業との相乗効果を図った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	300.0	総支援企業数(実績)	423.0	支援実績率	141.0%	満足率	98.9%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	○同デスクでは、IT活用支援を推進し、91社を訪問・支援した。91社のうち、アプリあるいはクラウドサービスを導入した企業は50社になり、約6割の企業が今回の支援を機に、具体的な行動をとっている。 ○50社が実際に導入したアプリあるいはクラウドサービスの延べ件数は、87件になる。 (導入内容内訳：販促：60件、HP：12件、EC通販：9件、チャット・ファイル共有：3件、POSレジ・クラウド会計：2件、販売管理：1件) ○IT導入をした企業からは、HP改善やネット通販・SNSによる新規得意先の確保、業務の効率化・労働時間の削減、社内での情報共有化とコミュニケーション活性化、インボイス制度への対応につながったとの意見があった。							
	代表指標	IT導入に着手する事業者数							
	数値目標	50社	実績数値	91社	目標達成度	182.0%			
成果の代表事例	○土木建築サービス会社A社は、ファイル共有クラウドサービスを活用し、運用ルールを定めることで、コストをかけずに孫請け企業と情報共有化ができるようになった。 ○機械器具及びその部分品並びに付属品の販売を行うB社は、インボイス制度に対応した販売管理ソフトを導入し、集計手間を大幅に削減した。 ○加工水産物を販売するC社は、エアレジを導入することで、現在のレジと併用しインボイス制度に対応した。 ○園芸・生花小売店のD社は、オンラインでの新サービス「観葉植物の健康診断」の周知と利用増を図るため、LINE等のSNSを活用し、10件以上の問い合わせがあるなど顧客の獲得に至った。 ○障害・福祉サービスを提供するE社は、本デスクの支援でデジタル化に成功し、2022中小企業クラウド実践大賞近畿・中国四国大会に出場し、近畿総合通信局長賞を受賞した。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	コロナ禍で落ち込んだ収益を確保するためにも、個人事業者や中小事業者にもEC販売が広がり、今年度もネット通販やSNSを活用した集客や販促の仕組みづくりなどへの支援ニーズが多かった。本デスクでは、来年度も引き続き、これらのIT支援を継続するほか、特にインボイス制度や電帳法に対応する会計ソフトやクラウド会計の導入など、IT導入補助金や小規模事業者持続化補助金の活用も併せて、中小企業者の生産性向上に向けて総合的に支援していく。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	250.0	支援企業数(実績)	332.0	支援実績率	132.8%	満足率		
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<p><IT導入状況についてのヒアリング> 自社のIT活用状況、IT活用の問題点、経営課題を把握するとともに、IT・アプリサポートデスクの活用の動機づけとした。</p>								
		指標	「IT導入ヒアリングシート」の回収数							
		数値目標	250枚(社)	実績数値	332枚(社)	目標達成度	132.8%			
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
—										
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50.0	支援企業数(実績)	91.0	支援実績率	182.0%	満足率	98.9%	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<p><専門家によるIT導入支援> 簡易HPの立ち上げやEC通販開始、インボイス対応のクラウドサービスの導入など間接業務の効率化や販売促進の仕組み構築の実現に向けて着手した。</p>								
		指標	IT導入に着手する事業者数							
		数値目標	50社	実績数値	91社	目標達成度	182.0%			
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
—										

大阪商工会議所

事業名		西部エリア Amon（えーもん）市							
想定する実施期間		2015 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	<p>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。 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。 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。 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（此花区、西区、港区、大正区、浪速区、西成区）の商店街、協同組合							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	<p>○近隣区域の複数の商店街で実施しているイベントを同一の情報紙で紹介したほか、12月のイベントでは、繁栄商店街を核として、周辺の個店が参加する「ワイワイマーケット」を開催し、当該エリアをワンストップのお買い物ゾーンとして消費者にアピールした。</p> <p>○此花区2、西区8の計10商店街を掲載した、情報紙「Amon」第21号(此花区・西区版)を7月に700部発行し、各商店街に掲示するとともに、各商店街内で手配りをした。</p> <p>○12月4日に情報紙「Amon」第22号(港区版)を14,200部作成し港区内に新聞折り込みを行った。区内4商店街の催事等を掲載し、掲載催事のうち12月10日開催の商店街イベント「繁栄ワイワイ市場」には当日も参画し、商店街店舗への抽選券配布、当日出店者のPR、港区地場産品（みなトクモン）のPRを行った。近隣店舗についても、紙面で紹介するほか抽選券を配布した。</p> <p style="text-align: center;"><事業手法（③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果></p>							
	③市町村連携	港区役所との連携により、区役所認定の地場産品「みなトクモン」を、情報紙「Amon」掲載やガラポン景品提供などにより支援した。							
	④相談相乗	商店街ほかの各個店に対し、販売促進など課題解決に向けた支援を行った。							
計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	11.0	総支援企業 数(実績)	14.0	支援 実績率	127.3%	満足率	92.9%	
事業全体 の実績／目標 達成度	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	<p>○商店街の活性化、売り上げへの貢献について、10商店街から「販わいづくりに役立った」との回答を得て、5商店街から「個店の売り上げが増加した」との回答を得た。</p> <p>○他団体など連携して販促活動ができ、5つの商店街から「内外の連携・協働に役立った」「新しい店、会社とつながりができた」との回答を得ており、今後の連携に向けて期待ができる。</p>							
	代表指標	売り上げ向上、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回答した割合							
	数値目標	70%	実績数値	85.7%	目標達成度	122.4%			
成果の代表事例	繁栄ワイワイ市場では、商店で当日お買上の方にガラポン抽選券を進呈したところ、想定を大きく上回るお客様にお買い上げいただき、回収した抽選券を各店に戻し再利用することとなった。								
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—			
	—								
実施結果	課題及び次期以降への 取り組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	<p>年度前半は、引き続きのコロナ禍にあり、西区・此花区に関しては、イベントに関する大々的な広報は控えたいという意向で、新聞オリコミは行わず、手配り対応となった。一方で、年度後半の繁栄ワイワイ市場は、コロナが落ち着いてきていたこともあり、情報紙への案内掲載・新聞オリコミに加え、催事当日も支援ができた。次年度以降も商店街ごとの細かなニーズを丁寧に聴き取り、支援を実施する。</p>							

大阪商工会議所

事業名		新しい生活様式に適応した商店街集客支援事業							
想定する実施期間		2021 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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応しながら顧客を維持・獲得し、活性化できるように、販売促進の勉強会や情報発信の強化、大阪・関西万博への機運醸成を活用した誘客事業などを支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の商店街、商店街振興組合、商店会、専門店の集まった商業施設（地下街など）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(1)大阪府下の商店街団体を対象に「100円商店街」を中心とした商店街加盟店舗の販路開拓につながる事業の実施ノウハウについて情報提供するとともに、プレスリリースやSNSを活用した広報支援を行った（11商店街が年間9回「100円商店街」を実施）。また、商店街独自で実施する事業については、必要に応じてSNSなどでの広報支援を行うほか、プレスリリースの作成・配布を支援した。その他、大阪・関西万博との連携による情報発信力強化のため、商店街の活動を大阪・関西万博の「共創チャレンジ」に登録した。（1商店街）</p> <p>(2)①東淀川区の2商店街を対象に、事務局機能育成と広報強化などを中心に、1年通じての継続支援を行った。具体的には、前年の振り返りを経て、開催概要の決定、新たな参加店の募集、研修会及び実行委員会等の会議開催、新形式のちらし等作成配布、まちゼミウェブサイトのリニューアル、「第5回東淀川まちゼミ」16講座の11月1か月間での実施。1月の結果検証会をへて次年度6回目開催を決めた。②淀川区（十三）の3商店街、商店街に加盟する個店を対象に「インスタグラム」を使った情報発信を行うための商店街役員打合せおよび勉強会・ワークショップ・投稿などの実践を7月～1月にかけて全6回にわたって開催し、情報発信力強化、集客、売上増につなげるための支援を行った。</p> <p>----- <事業手法（③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果></p>							
	③市町村連携	大阪府内商工会議所・商工会に対して適宜SNSなどを通じて情報提供を行った。東淀川区役所は区役所にてチラシ配布、区掲示板掲載、まちゼミを後援した。							
	④相談相乗	商店街の各個店に経営支援事業の利用勧奨を行うとともに、指導先に本事業への参加を奨励した。融資や事業計画の策定、セミナー等への参加にもつながっている。							
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	10.0	総支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	170.0%	満足率	100.0%	
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>(1)100円商店街開催にあたってプレスリリースやSNSでの広報支援を行い、例年同様多くの来客があった。大阪・関西万博の「共創チャレンジ」に登録した商店街では商店街の活動のPRにつながった。</p> <p>(2)東淀川区の2商店街では、まちゼミ講師を招かず自主的に研修会を実施することができた。参加店舗は、2店舗参加辞退したが新たに4店舗参加したため、前回8店舗→10店舗と増加。チラシ配り、鉄道駅へのポスター掲載依頼、SNSでの発信など自主的に広報活動を行うなど、徐々に自主運営を実施しつつある。淀川区の3商店街では、インスタグラムを通じた新しい顧客層の開拓や広域からの集客につながるきっかけとなり、顧客とのコミュニケーションが促進された。</p>							
	代表指標	アンケートで、当事業の実施により「情報発信に役立った」「誘客・集客につながった」「顧客との会話が増えた」のいずれかを回答した割合							
	数値目標	70%	実績数値	94.1%	目標達成度	134.5%			
	成果の代表事例	<p>(1)100円商店街を行うことで、「店のPRができた」「新規顧客から利用してもらえた」とアンケート回答した商店街が多くあった。大阪・関西万博の「共創チャレンジ」に商店街の活動を登録することで、「商店街のPR」につながったとの回答があった。</p> <p>(2)まちゼミA店でサービス体験コースを実施、店主と参加受講生同士も交流を深め、知名度向上につながった。まちゼミB店は親子参加講座を店舗から少し離れた区民会館を借りて実施、新たな地域での参加者が増えた。インスタグラムの効果的な活用方法を知ることができ、フォロワーも増加。会話のきっかけとなり来店時に雑談ができるようになった。複数回コースでの実施としたことで、参加するたびに更新することの重要性を再認識し、都度分からないことが聞けたためインスタグラムの活用方法について理解が深まった。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	100円商店街は賑わい創出には貢献しているものの、マンネリ化や物価高による商品確保が困難であることを課題にあげる商店街もあるので、必要に応じて専門家を派遣し、具体的なノウハウを提供する。また、他の商店街の開催事例なども共有する。大阪・関西万博との連携による情報発信力強化は商店街PRにつながるため引き続き実施していく。その他、商店街の情報発信力強化やICT活用について専門家を派遣するなどの支援に取り組む。							

大阪商工会議所

事業名		インバウンドによる買い物消費支援事業																						
想定する実施期間		2011 年度～ 年度																						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>【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																						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>YouTubeに「EXPO2025 Come on KAIMONチャンネル」を開設し、浪速区、此花区、港区、西区、西成区の15商店街に対して、YouTube動画を製作し、同チャンネルに掲載した。併せて、大正区、此花区、港区、西成区の4店舗に対して、YouTube動画を製作し、同チャンネルに掲載した。(製作協力：大阪市立デザイン教育研究所)。</p> <p><事業手法(③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果></p> <table border="1"> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">年間を通して10事業所程度(組合・組織を含む)、「デザインによる地元企業・商店街の活性化に関する現地視察OJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)」を行う協定を大阪市立デザイン教育研究所と締結した。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">「がんばろう!商店街事業」の補助金を利用しつつ商店街が独自に企画している動画について、相談があり、アドバイスをを行うなど、個別の相談に応じた。</td> </tr> </table>								③市町村連携	年間を通して 10 事業所程度(組合・組織を含む)、「デザインによる地元企業・商店街の活性化に関する現地視察OJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)」を行う協定を大阪市立デザイン教育研究所と締結した。							④相談相乗	「がんばろう!商店街事業」の補助金を利用しつつ商店街が独自に企画している動画について、相談があり、アドバイスをを行うなど、個別の相談に応じた。					
③市町村連携	年間を通して 10 事業所程度(組合・組織を含む)、「デザインによる地元企業・商店街の活性化に関する現地視察OJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)」を行う協定を大阪市立デザイン教育研究所と締結した。																							
④相談相乗	「がんばろう!商店街事業」の補助金を利用しつつ商店街が独自に企画している動画について、相談があり、アドバイスをを行うなど、個別の相談に応じた。																							
事業全体の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	15.0	総支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	126.7%	満足率	73.7%															
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	依然、コロナの影響が色濃く、すぐに外国人観光客の集客にはつながらなかったが、年度後半には、徐々に外国人観光客が増えてきたエリアもあり、 YouTube を活用した次年度以降の効果に期待ができる。																						
	代表指標	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%	実績数値	33.3%	目標達成度	47.6%																		
	成果の代表事例	「国内居住する外国人の来街者が増えた」との声が複数あった。また「新規の外国人観光客の来店が増えた」との声もあり。全体的には、外国人観光客の反応は少ないが、アフターコロナにおいて、動画の活用を待ち望むニュアンスが感じ取れた。																						
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—																		
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	大阪・関西万博を2年後に控えた今、地域の情報を再度、世界に発信するツールが必要になってきたと思われるため、地域の魅力を世界に発信する YouTube 動画を制作し、商工会議所ならではの地域に根差した観点で一般のガイドブックに掲載されにくい埋もれた商業資源のPRをしてきた。依然、外国人観光客の戻りは鈍く、動画の効果が実感できていない部分があるものの、アフターコロナにおいて、動画の効果を待ち望む声もあり、次年度も引き続き、アフターコロナを見据えて、地域の魅力を丁寧に吸い上げながら、他のエリアへの展開を継続する。																						

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	12.0	支援企業数(実績)	15.0	支援実績率	125.0%	満足率	73.3%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><商店街・協同組合> 動画の制作からまだ間もないため、今のところそれらのツールを使用する機会は限られているようだが、すでに新世界では国内外問わず観光客の来街者の増加がみられる等、アンケートの回答からはその日が来ることを待ち望むニュアンスが感じ取れる。</p>								
		指標	外国人観光客の対応に前向きになった、と回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	33.3%	目標達成度	47.6%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	3.0	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	133.3%	満足率	75.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><個店> 「外国人の来客増えました」という反応がある一方、今のところそれらのツールを使用する機会は限られているところもあるようだが、すでに新世界では外国人観光客の来街者の増加がみられる等、アンケートの回答からはその日が来ることを待ち望むニュアンスが感じ取れる。</p>								
		指標	外国人観光客の対応に前向きになった、と回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	50.0%	目標達成度	71.4%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										

大阪商工会議所

事業名		「逸品マルシェ」販売促進支援事業								
想定する実施期間		2020 年度～ 年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	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								
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	<販路開拓型> 地元企業、商店街などが商品・サービスを展示・販売する「逸品マルシェ」の開催 ・逸品マルシェ@あべの・天王寺 7月2日 出店者19者、4団体 ・逸品マルシェ@安立商店街 10月29日 出展者8者、2団体 <人材交流型> ・マルシェで売れっ子になるためのワークショップ 3月13日 参加13者 ----- <事業手法(③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果>								
		③市町村連携	大阪商店街にぎわいキャンペーン2022を企画する大阪市経済戦略局産業振興部産業振興課と連携して、逸品マルシェを同キャンペーン事業と併催した。							
④相談相乗	参加事業者に対してアンケートを行い、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談を希望する先にアプローチした。									
事業全体の 実績／目標 達成度	計画に対する 実績(数値)	総支援企業 数(計画)	41.0	総支援企業 数(実績)	46.0	支援 実績率	112.2%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	<販路開拓型> 初回の「逸品マルシェ@あべの・天王寺」では、過去最高の18店舗から出店があった。売上総額も663,806円と過去最高となり、売上創出に貢献できた。さらに、開催前日に実施した新聞折込チラシ(1.2万部)に各出店者のWebサイトのQRコードを掲載したことで、出店者の店舗への問い合わせが増加し、認知度向上につながった。 2回目の「逸品マルシェ@安立商店街」は、商店街主催のハロウィンイベントと同時開催した効果もあり、当日は午前中から親子連れなど多くの住民が来街した。出店者の合計の売上は34.4万円に上っただけでなく、地域商店街への活性化につながることもできた。								
		代表指標	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%	実績数値	88.9%	目標達成度	127.0%			
	成果の代表事例	初回の逸品マルシェ@天王寺では「仕事を依頼したい」との具体的な申し出があり、商談が進むなど今後の販路開拓が期待できるようになった。2回目の逸品マルシェ@安立商店街では、午前中でほとんどの商品が売り切れ、追加で商品を補充する出店者も相次いだ。								
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—				
	—									
実施結果	課題及び次期以降への 取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのように フォローするのか)	出店を通じて、当日の売上だけでなく、消費者ニーズの把握など、今後の営業や商品・サービスの開発につながるヒントを得ていただくことができた。一方で、もともと営業力に欠ける事業者が多く、自店に誘導し、コアファンに育てていくための仕組みづくりが課題である。日頃の経営指導を通じて、顧客が買いたくなるようなマーケティング支援を継続的に実施する必要がある。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	22.0	支援企業数(実績)	27.0	支援実績率	122.7%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><販路開拓型・個社支援> 初回の「逸品マルシェ@あべの・天王寺」では、過去最高の18店舗から出店があった。全者の売上総額も663,806円と過去最高となり、売上創出に貢献できた。さらに、開催前日に実施した新聞折込チラシ（1.2万部）に各出店者のWebサイトのQRコードを掲載したことで、出店者の店舗への問い合わせが増加し、認知度向上につながった。 2回目の「逸品マルシェ@安立商店街」は、商店街主催のハロウィンイベントと同時開催した効果もあり、当日は午前中から親子連れなど多くの住民が来街した。出店者の合計の売上は34.4万円に上っただけでなく、地域商店街への活性化につながることもできた。</p>							
		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%	実績数値	88.9%	目標達成度	127.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	4.0	支援企業数(実績)	6.0	支援実績率	150.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><販路開拓型・団体支援> 全団体から「賑わいづくり、もしくは個店売り上げ増につながった」と評価された。当該イベントを通じ、地域活性化や集客・販売促進効果をもたらすことができた。さらに、新聞折込（1.2万部）を行ったイベント告知のチラシに各団体を紹介するコーナーを掲載したことで、地元住民を中心に知名度が向上した。なお、2回目の逸品マルシェ@安立商店街は商店街主催のハロウィンイベントと同時開催した効果もあり、当日は午前中から親子連れなど多くの住民が来街して想定以上の集客に貢献できた。</p>							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	13.0	支援実績率	86.7%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><人材交流型・個社支援> 「実際店頭に立ちお客様とお話しする時や商品の企画をする際に、コンセプト、強み、販売促進方法を改めて見直し実践していきたい」「戦略を考える上でのヒントをたくさんいただきました」「改めてベネフィットについて考えてみます」などの自由記載から、今後のマーケティング力強化に向けて受講者の自発的な姿勢を引き出すことができた。</p>							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		ミナミ再活性化事業							
想定する実施期間		2016 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪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、マスコミが大阪における新型コロナウイルスの感染状況を取り上げる際には決まってミナミの風景画像を象徴的に使用し、「ミナミは危ない」とイメージを広めることになってしまった。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、戎橋筋商店街振興組合、心斎橋筋商店街振興組合、せんば心斎橋筋商店街、心斎橋筋北商店街振興組合、道頓堀商店会など）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><ガイドブックの発行> ミナミ・南船場エリアの商店街、観光スポット、イベント情報など様々な体験情報をMAPで紹介し、回遊行動を喚起し、商店街等地域振興をはかる「WELCOME! OSAKA MINAMI MAP」を発行。主要商店街のHPへリンクしたQRコードを掲載したほか千日前から順次開始されている音声ガイドのQRコードを掲載。日本語版29,000部を作製し、近隣のホテルや駅、商店街、観光案内所等で配布した。</p> <p><地元商店街の広報支援> ○5月3日、4日の「道頓堀春フェス2022」ならびに7月16日、17日の「大阪ミナミ夏祭り2022 & 中央区にぎわいスクエア」にブース出展し、ミナミを紹介する各種パンフレット配布を通じて情報発信を行った。 ○10月8日の船場まつり連携事業として、「大阪を舞台に活躍した企業家を知ろう!!～「大阪の恩人・五代友厚」「アイデア商法の天才・小林一三」「経営の神様・松下幸之助」など～」&大阪企業家ミュージアム見学会を開催した。</p> <p>----- <事業手法（③市町村連携）の具体的な連携・効果></p>							
	③市町村連携	○「にぎわいスクエア」は中央区主催のイベント。 ○商店街、大阪市中央区役所のホームページ（大阪中心）などの各媒体を通じて、当事業の広報活動ができた。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	6.0	総支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	133.3%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	事業参加した 8 商店街へのアンケートでは、全ての商店街が事業に対して「満足（役立つ）」、「やや満足（やや役立つ）」と回答した。また、コロナ禍のなかでも、事業実施前と比べて、来街者が「増加した」・「少し増加した」との回答がすべての商店街見られた。この他、コロナ禍で失われた街の賑わいを取り戻すため、 7 商店街で販路開拓事業への取り組み意欲が「高まった」「少し高まった」と回答した。							
	代表指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
成果の代表事例	ガイドブック発行の取り組みはコロナの影響によるマイクロツーリズムのニーズに特にマッチしており、コロナ禍で苦境にある宿泊施設から大変好評を得て、 2 度の増刷を行った。令和4年度は、コロナ禍で営業活動が制限された時期から全国旅行支援の実施などで観光業が回復する過渡期にあたり、すべての 8 商店街で来街者が「増加した」・「少し増加した」との回答を得た。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	大阪の都市魅力の集積地であるミナミ・南船場エリアの情報を発信するため、地元商店街、区役所、団体などと連携したイベントへの参画をより一層推進していく。ガイドブックの作成に際しては、インバウンドの回復状況に合わせ、英語版や中国語版を作成し多言語化を図る。また引き続き地域を紹介する音声ガイドなどの地元団体で実施されている取り組みと連携し、スマホ情報とタイアップするなど、紙面上だけでなく、幅広い情報へアクセスする入口となるような紙面作りに努める。							

大阪商工会議所

事業名		大阪市東部商店街にぎわい創出事業								
想定する実施期間		2018 年度～ 年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよ うな状態にしたいか)	下記の商店街・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								
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	<ul style="list-style-type: none"> ・実施日時： 10月29日 10：00～16：00 ・実施場所： 東成しんみちロード（上記対象6商店街商店会の総称） ・具体的内容： 大阪市立デザイン教育研究所、地域イベント「モノふえす」参加企業6社の協力のもと、下記のイベントブースを設置した。 <ul style="list-style-type: none"> ①子供向けモノづくり体験ワークショップ（6カ所） ②子供向けモノづくり体験ワークショップと連携したスタンプラリー（6カ所） その他大阪市立デザイン教育研究所による商店街キャラクターの制作とブース装飾、のぼり旗の設置を行った。 <p style="text-align: center;">＜事業手法（③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果＞</p>								
		③市町村連携	実施商店街の近くの東成区役所と連携し、当イベントの周知告知及び案内や当日区役所職員が会場整理を担うなど、地域一体型のイベントができた。							
		④相談相乗	商店街商店会の皆様との距離が近くなり、商店街商店会のお困りごと相談以外にも個店の各種支援相談もあった。							
事業全体の 実績／目標達成度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	6.0	総支援企業 数(実績)	6.0	支援 実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	まん延防止等重点措置が解除された3月以降もコロナ前の来場者数水準に戻らず、イベントを活用した商店街来場者数の回復を図る必要があった。そこで、昨年に引き続き感染症対策を施したうえで「ハロウィン」を題材にした幅広い年齢層を呼び込む体験型イベントを開催した。子供向けモノづくり体験ワークショップ等により幅広い年齢層の来場者を呼び込むことができ、多くの集客を実現、商店街のにぎわいを創出することができた。子供向けモノづくり体験ワークショップの集客実績や感染症対策の内容は今後の商店街事業の運営に大いに役立ち、商店街単独で新たなイベントの企画、実施ができるような体制の構築が可能となると考えられる。								
		代表指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	成果の代表事例	大阪市立デザイン教育研究所学生チームならびにモノふえす企業のおかげで、来場者参加型の活気のあるイベントとなった。多くの助けを得ても、まだまだ商店街に人を呼び込めることが分かった。これを一過性のものとせず、今後一人でも多くの方が商店街を利用してもらうための努力を継続しなければならない。								
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—				
実施結果	課題及び次期以降への 取り組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	「経営者高齢化による後継者問題」「空店舗増加」「集客力ある店舗不在」など、商店街が抱える問題は多い。集客に関しては、ハロウィンイベントのように商店街同士が協力することで、集客力あるイベント開催が可能となるものとするため、今後も集客イベントへの継続的なアドバイスを行う。また、個店の問題解決のサポートのためにも商店街役員以外の各個店店主とのパイプを途切れさせないよう定期的に巡回する。								

大阪商工会議所

事業名		海外市場開拓支援事業	
想定する実施期間		2010 年度～ 年度	
事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	国内市場の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。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。		
	海外ビジネスへの参入、拡大などをめざす中小企業・小規模事業者 ※日本とFTA/EPAを締結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)）、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。		
支援する対象 (業種・事業所数等)	※（ ）内は支援企業数		
事業の概要	①「海外市場開拓プログラム」の展開（販路開拓型：51社） 9月26日 バングラデシュ企業との商談会（10社） 10月3日 アジア市場を目指す越境EC特別商談会（19社） 11月28日～12月2日 欧州バイヤー商談会（10社） 3月13～17日 アセアン販路開拓/テストマーケティング向けマッチング（12社）		
	②海外オンライン視察会（人材交流型：12社） 9月13日、14日 ベトナム南部地域オンライン視察会（12社）		
	③海外現地法人の設置・運営・活用化支援（人材交流型：37社） 6月10日 「あなたが知らない海外経済スパイの手口」（37社）		
	④海外ビジネスワンストップサービス事業（人材育成型：484.5社） 4月21日 「世界最先端！中国・深センのものづくりエコシステムとは？」（28社） 4月27日 「中国から見たウクライナ問題全人代の注目点（53.5社）」 6月2日、7月7日 CES2023JAPAN TECH 大商エリア出展説明会（11社） 6月14日 「混迷のアジア情勢を読み解く」（41.5社） 6月28日 グローバル・イノベーション・フォーラム大阪2022 北米・ラテンアメリカ編（6社） 7月1日 「機械輸出を巡る環境変化と最新情勢」（62社） 8月8日 「中国安全生産法改正と今後の動向」（24.5社） 8月25日 「長引くコロナ問題と中小企業の事業存続/撤退の見極め方（41.5社）」 8月30日 グローバル・イノベーション・フォーラム大阪2022 中東南西アジア編（4社） 9月7日 「連鎖倒産を防ぐ、中国・アジア与信管理体制」（15.5社） 9月15日 「中国減速の深層～3つのシナリオで中長期の中国経済を展望する～」(27.5社) 9月29日 「ASEAN市場進出時に見落としがちな罠10選（29社）」 10月27日 グローバル・イノベーション・フォーラム大阪2022 欧州編（5社） 11月10日 「欧州向け食品輸出における基本セミナー」（21社） 11月21日 「脱炭素ビジネスの新時代！海外展開補助金セミナー」（10.5社） 11月30日 「2022年度貿易関連セミナー」（17社） 12月5日 グローバル・イノベーション・フォーラム大阪2022 東・東南アジア編（3社） 12月9日 「2022グローバル就労ビザセミナー」（6.5社） 12月7日 「アジアにおける水ビジネス連携セミナー」（31.5社） 1月27日 「中国ビジネス再確認～中国の現場から見る、中国情勢と中国ビジネスの今後」（30社） 2月21日 「海外進出企業向け 安全対策セミナー」（16社）		
	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：651社） EPA等に関する相談（581社） 中国を主とするビジネス相談（70社） ※いずれも通年実施		
	⑥食輸出関連事業（人材育成型：11社、販路開拓型：11社） 11月15日 KIX AIRCARGO MEETING 食輸出セミナー&商談会2022		
	＜事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果＞		
	①府施策連携	（商-5：海外ビジネス展開企業希望の発掘・支援事業） 大阪府の協力（オンラインでのチラシ投影、チラシデータのセミナー参加者への提供等）を得るとともに、国際ビジネス相談においても大阪産業局アドバイザーと相談事例を情報共有するなど連携を図った。	
	②広域連携	参加募集にあたっては独自の広域的な関心企業リストなどを活用した。水ビジネスの展開支援については、近畿経済産業局、Team E-Kansai、ICETT、大阪府からメール配信を行い、府内企業を中心に幅広く広報活動を行った。また、食輸出関連事業については、関西エアポートをはじめ、共催・協力団体とともに、FAXやメールにて幅広く参加企業を募集した。	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法		

事業 全体 の実績 ／ 目標 達成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	1,492	総支援企業 数(実績)	1,257.5	支援 実績率	84.3%	満足率	91.2%
	目標の達成度 （支援企業を どう変化させる ことができたか）	海外進出や輸出について必要な知識を得て、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ための一助となった。また、コロナ禍の中でも、「新しい取引の可能性がある商談ができた」「現地とオンラインでつなげて紹介する手法はライブ感があり、現地を知るファーストステップとしてはとても参加しやすかった」などの意見もあり、企業独自でアプローチできないような海外バイヤーとの商談／海外視察先との交流の機会を提供できた。							
		代表指標	〈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%	実績数値	97.7%	目標達成度	130.2%			
成果の代表事例	<p>○アセアンバイヤー商談会（オンライン開催）では、洋菓子製造業者がマレーシア・タイ・シンガポールに販路を持つ現地バイヤー4社と商談。今後來日して工場視察する計画など、成約に向けて継続している。</p> <p>○欧州バイヤー商談会（オンライン開催）では、お茶専門店がスウェーデン企業と成約した。</p> <p>○中国相談では、「香港事務所が業績不振となり、ここ数年赤字決算となっている。深圳に一本化する方向で対応を考えている」との相談に対して、香港からの撤退は容易であるが、深圳からの撤退には現地当局の承認が必要となるので、そのリスクも考慮に入れるよう助言を行った。</p> <p>○EPA相談では、「日EU・EPAの自己証明資料を助言を受けて企業自身で作成することができた。ドイツ向け輸出が開始となった時に円滑に処理できる体制が整った。</p> <p>○食輸出関連事業においては、シンガポールのバイヤー企業と酒製品製造業、タイのバイヤー企業と水産物加工業などの間で商談が継続されている。</p>								
	その他目標値の実績	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—			
実施 結果	課題及び次期以降への 取り組み （実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか）	○セミナーは、回を重ねて目標達成を目指したものの、「海外スタートアップとの連携」セミナーの支援企業参加が大幅に低迷するなど目標をクリアできなかった。							
		○対面でセミナーと商談会を行った食輸出関連事業においては、コロナ感染リスクの抵抗が下がったことにより、セミナーと商談会共に前年度より参加企業数が多かった。参加者の満足度は高く、大阪府下の企業にさらに参加してもらえるよう次年度は広報に力を入れ、引き続き取り組んでいく。その一方で、経済回復からのビジネスの多忙化によって会場まで足を運ぶ時間を取りにくい参加者のために、オンラインでの開催も引き続き併用して、テーマ・参加者の利便性に適した開催方法のノウハウの蓄積に努める。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60.0	支援企業数(実績)	51.0	支援実績率	85.0%	満足率	92.2%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<①「海外市場開拓プログラム」の展開> ・越境ECに挑戦したくても機会のなかった在阪中小企業に対してECモールを持つバイヤーと商談機会を創出し、同モールを通じて自社商品を販売する機会を提供できた。 ・参加した企業から「新しい取引の可能性がある商談ができた」意見があるなど、企業独自でアプローチできないような海外バイヤーとの商談の機会を提供できた。 ・中小企業にとって拠点が少ない海外地域への販路開拓への新しい選択肢を増やすことができた。								
		指標	商談件数							
		数値目標	140件	実績数値	69件	目標達成度	49.3%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	80.0%	満足率	91.7%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<②海外オンライン視察会> 「ベトナム北部に工場があるが、今回のセミナーで同国南部の今までの印象が良い方向へ変わった」 「現地とオンラインでつなげて紹介する手法はライブ感があり、現地を知るファーストステップとしてはとても参加しやすかった」など、在阪中小企業の海外進出に取り組む一歩を支援できた。								
		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%	実績数値	91.7%	目標達成度	122.2%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	35.0	支援企業数(実績)	37.0	支援実績率	105.7%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<③海外現地法人の設置・運営・活用化支援> スパイは中小企業といった規模や保有技術に関係なく狙ってくること、またウイルス被害が身近なところにあることを実感できた。自社の行動指針を見直し、在阪中小企業の社員一人一人にも危機感と慎重な行動を求めるきっかけとなった。								
		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%	実績数値	94.6%	目標達成度	126.1%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										

実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	764.0	支援企業数(実績)	484.5	支援実績率	63.4%	満足率	78.7%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<④海外ビジネスワンストップサービス事業> 海外進出や輸出について必要な知識を得て、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ための一助となった。							
		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%	実績数値	97.7%	目標達成度	130.2%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度⑤	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	605.0	支援企業数(実績)	651.0	支援実績率	107.6%	満足率	99.5%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<⑤各地域・国を対象としたビジネスに関する個別相談> 相談企業は、相談員や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ことができるようになった。							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	133.3%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度⑥	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	5.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	220.0%	満足率	90.9%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<⑥a 食輸出関連事業：セミナー> KIX AIRCARGO MEETING 食輸出セミナー&商談会2022 では、支援対象企業11社の内、10社から「満足」「おおむね満足」という回答を得ることができており、本事業に対する満足度が非常に高かった。また、アフターコロナにおける輸出業の現状など、今後の輸出の際に有益となる情報を学んでもらうことができた。							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	133.3%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度⑥	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	137.5%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<⑥b 食輸出関連事業：商談会> KIX AIRCARGO MEETING 食輸出セミナー&商談会2022 では、支援対象企業11社の全てから「満足」「おおむね満足」という回答を得ることができており、本事業に対する満足度が非常に高かった。また、海外バイヤーと直接対面で商談するため、これまで優良な製品、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、この海外企業との接触機会によって海外市場参入への足掛かりを得ることができた。							
		指標	商談件数						
	数値目標	8件	実績数値	11件	目標達成度	137.5%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム	
想定する実施期間		2017 年度～ 年度	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大企業と中小企業、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	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型>（216.5社） (1)オープンイノベーションセミナー 6月28日「中堅・中小企業のための技術提案力向上セミナー」（32.5社） 2月14日「中堅・中小企業のためのオープンイノベーション促進セミナー」（17.5社） (2)技術ニーズマッチング 技術ニーズ説明会 7月4日「MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム With 大阪ガス」（88.5社） 2月3日「MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム With ファーウェイ・ジャパン」（41.5社） (3)技術シーズ商談会 技術シーズ説明会 11月7日「技術シーズ商談会 テーマ：大学発/ICT」（17.5社） 1月13日「技術シーズ商談会 テーマ：マテリアル/ものづくり」（19社） <人材交流型>（7社） (1)技術ニーズマッチング ビジネスマッチング会 9月下旬「大阪ガスとのビジネスマッチング会」（2社） 3月中旬「ファーウェイ・ジャパンとのビジネスマッチング会」（3社） (2)技術シーズ商談会 個別商談会 11月28日「個別商談会（技術シーズ商談会 テーマ：大学発/ICT）」（1社） 3月13日「個別商談会（技術シーズ商談会 テーマ：マテリアル/ものづくり）」（1社）	
		----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>	
		①府施策連携	(局-3：ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業) 大阪産業局MOBIO事業部と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報に協力を得た。大阪府主催の事業「セミオープン型オープンイノベーション」（大阪府産業創造課が主催、大阪商工会議所が共催）への参加者や関係者に対して、本事業を紹介してもらうなど、両者の事業を相互広報する形で連携を行った。
②広域連携	MOBIO・大阪府産業創造課のネットワークを利用して広報を行ったほか、府内金融機関・支援機関（大阪産業局他）・業界団体等に「協力支援機関」として登録してもらい、メール配信やちらしの配布など関係企業への広報協力を依頼した。また、東大阪・茨木・高槻・北大阪・八尾・姫路・西宮の各商工会議所、「技術シーズ商談会」は、東大阪・八尾の各商工会議所との共催体制となり、商工会議所ネットワークを生かした広域での広報を行った。		

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	658.0	総支援企業数(実績)	223.5	支援実績率	34.0%	満足率	92.8%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>今年度は、技術ニーズ説明会とオープンイノベーションセミナーを連携させる形での開催を意識し、第1回目の技術ニーズ説明会が始まる前に「中堅・中小企業のための技術提案力向上セミナー」を開催して技術提案を行う際の具体的なポイントなどを紹介し、中堅・中小企業の技術提案力とマッチング率の向上を支援した。また、第2回目技術ニーズ説明会では、海外企業の登壇ということもあり、エントリー期間中に「中堅・中小企業のためのオープンイノベーション促進セミナー」を開催し、知財の取扱いに関して専門家から情報提供を行うことで、オープンイノベーションを促進した。また各回の技術ニーズ説明会では、フォーラムの座長がオープンイノベーションの意義や大企業に対する販路拡大の可能性について気づきを与えるレクチャーを行うなど、ビジネスマッチングへのさらなる動機付けを行った。技術ニーズマッチングのビジネスマッチング会では、のべ11社の個別面談をアレンジし、支援企業5社のうち、4社が面談企業との協業の可能性を示している。技術シーズ商談会においては、のべ36.5社の支援対象企業が参加し、個別商談会では支援対象企業2社の商談をアレンジした。そのうち2社が商談企業との協業の可能性を示している。</p>							
	代表指標	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%	実績数値	98.5%	目標達成度	140.7%			
	成果の代表事例	<p>技術ニーズマッチングでは、年間を通して延べ170社が説明会に参加、そのうち25社からエントリーがあり、さらに延べ11社が面談に進んだ。技術シーズ商談会では、年間を通して延べ47社が説明会に参加、そのうち3社からのエントリーがあり、さらにのべ2社が面談に進んだ。</p>							
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p>○技術ニーズ説明会は、例年登壇している企業に加えて、新たな参加者層を獲得するため、新たな登壇企業の探索を続けていたが、その中でMoTTo OSAKA初登壇となる企業を調整し、登壇が叶った。新たな取引先を求める中小企業の参加を期待したが、社内方針の転換により、提供するニーズ数が大幅に減少したことや、知財に関するセミナーを連携して開催することで、中小企業の不安を解消しながら開催したものの、計画した支援企業数には至らなかった。次年度以降は、登壇企業との調整や支援機関との協力を通じて、エントリーにつながるような工夫を凝らしながら取り組んでいく。</p> <p>○技術シーズ商談会においては、参加者増を目指して、今回が初めての登壇となる複数の大企業・大学からの技術シーズ発表を行ったほか、技術シーズの利活用における注意点についての基調講演も行った。結果、昨年度と比較し、参加者にとっては、注目度は高かったと考えられる。一方で、商談会の参加者数については、新型コロナウイルスの感染拡大は収まっていたものの、集客面で伸び悩みがあった。会場での意見交換を希望する発表企業が多い点はあるものの、今後は参加にあたってのハードルをより下げていくことを目的に、本商談会においても、オンライン参加と会場参加のハイブリッド開催をするなど、多くの人が参加できるように検討する。</p> <p>○オープンイノベーションセミナーは、技術提案と知財とそれぞれ分けて開催したため、参加者が分散してしまった。次年度は1回の開催となるが、両方重要なテーマではあるので、技術ニーズ説明会との連動を意識しながらまとめて開催し、参加者数を増やすなどの工夫をする。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	584.0	支援企業数(実績)	216.5	支援実績率	37.1%	満足率	92.5%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<人材育成型> 技術ニーズ説明会では、年間を通して延べ170社が説明会に参加、技術シーズ商談会では、年間を通して延べ47社が説明会に参加し、ほとんどの参加者が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。								
		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%	実績数値	98.5%	目標達成度	140.7%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	74.0	支援企業数(実績)	7.0	支援実績率	9.5%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<人材交流型> 技術ニーズ説明会では、年間を通して延べ125社からエントリーがあり、さらに延べ11社が面談進んだ。 技術シーズ商談会では、年間を通して延べ3社からのエントリーがあり、さらに延べ2社が面談に進んだ。								
		指標	商談マッチング（引き合わせ）数							
		数値目標	37件	実績数値	7件	目標達成度	18.9%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										

大阪商工会議所

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業
想定する実施期間		2011 年度～ 年度
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府、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。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、創業者や中小事業者のさまざまなニーズに対し「金融と経営支援の一体的取り組み」の推進を強化する。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者・中小企業、大阪府内での創業をめざす者（大企業の社員、府外に在住する個人などを含む）
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【地域金融懇談会など】</p> <p>本事業の母体となる地域支援ネットワーク機関の情報共有や情報交換のため、「地域金融懇談会」を2回（6月16日、2月20日）開催し、以下の事業を実施した。（参画機関：大阪府、大阪信用保証協会、大阪信用金庫、大阪シティ信用金庫、大阪商工信用金庫、北おおさか信用金庫、永和信用金庫、関西みらい銀行、日本政策金融公庫、大阪商工会議所）</p> <p><人材育成型>大阪府の融資制度などを紹介するセミナー 支援企業数：205社 制度融資説明会（7月7日） 支援企業数：62.5社 金融力強化セミナー（2月20日） 支援企業数：142.5社</p> <p><人材交流型>交流会・相談会 支援企業数177社 個別相談会（7月7日） 支援企業数：34社 地元金融機関との交流会（11月14日） 支援企業数：112社 金融個別相談（通年） 支援企業数：31社</p> <p>その他、制度融資等施策普及のため、「開業サポート資金」「公的融資制度のご紹介」等の印刷物の作成配布をはじめ、ホームページなどでも周知した。</p> <p>【大阪市内全域における公的融資・各種制度融資の普及促進】</p> <p>「開業サポート資金」「小規模企業サポート資金」など大阪府の制度融資や大阪信用保証協会の各種保証制度、マル経融資などを中心に説明した。</p> <p>「融資制度説明会」<人材育成型> 支援企業数：104.5社 7月12日 支援企業数：51社 9月21日 支援企業数：12.5社 12月5日 支援企業数：41社</p> <p>「個別相談会」<人材交流型>121回（支援企業数：218社） 北支部（46回）支援企業数：75社、東支部（32回）支援企業数：53社、 中央支部（12回）支援企業数：14社、西支部（28回）支援企業数：52社、 南支部（3回）支援企業数：24社</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果></p>
	①府施策連携	（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） 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て実施。事業実施の際には必ず府施策の説明等をプログラムに加え、府の担当者が説明した。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た。
	②広域連携	地域支援ネットワーク参画機関等の協力を得て、大阪府内全域からの集客に努めた。具体的には、金融機関等の各支店の店頭へのチラシ設置などで広く案内した。
④相談相乗	交流会やセミナー、個別相談等を通じて、創業（予定）者や潜在的な成長力を持つ小規模・中小企業への啓蒙普及を進めていく中で、相談ニーズを把握し経営支援につなげた。また、既カルテ化事業所にも各種事業をPRし、参加を勧奨した。	

	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	529.0	総支援企業数(実績)	704.5	支援実績率	133.2%	満足率	96.7%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	7月の制度融資説明会および2月の金融力強化セミナーの参加者が「得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」とした回答割合は 100% 。 支部実施分においては「支援対象企業の中で、事業参加で得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」との回答は説明会で 97% であった。							
		代表指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	117.6%			
	成果の代表事例	A社は大阪府が様々な金融施策を有していることを初めて知り、制度融資を資金調達の有力な選択肢として考えるようになった。卸売業を始めるため会社を設立したB氏は、開業サポート資金の相談から創業相談窓口につないだ結果、同制度に申し込み資金調達することができた。 支部実施分においては、C社は創業2年目で売上急増し、増加運転資金が必要となった。今回、初めて金融機関借入を行うことにより、財務管理の重要性を認識した。							
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実施結果	課題及び次期以降への取り組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p>○民間ゼロゼロ融資の返済開始や、エネルギー・原材料費高騰、物価高などの影響により、資金繰りに苦慮する中小企業の経営課題解決に資する企画内容で事業参加を促し、制度融資の周知・利用促進につなげる。</p> <p>○金融説明会では資金繰りが重要なポイントとなる事業承継について、融資による支援制度を説明し、中長期にわたる経営維持に必要な資金調達の理解が深まった。決算書の数字の意味を解説、金融機関と交渉する際の知識などを得ることができた。金融個別相談会では資金繰りと財務分析の相談に加え、創業目的の相談も多く寄せられた。初めての融資相談となった顧客に対して、融資制度の紹介、審査のポイントなどを説明しながら、財務の重要性を理解してもらった。資金調達について、補助金の取得までのつなぎ融資の活用や共済積み立てによる資金調達など幅広く相談に応じた。</p> <p>○コロナで経営体力にダメージを受けた企業は少なくなく、傷ついた財務状況に応じた金融制度の理解、利用が望まれる。金融説明会や相談会について、コロナによる会場参加を忌避するケースや使用できる会場が限定されたが、次年度は会場も増やし、面談を進めやすくなると想定される。今後も引き続き大阪府商工労働部金融課や地域金融ネットワーク参画機関との連携を図りながら、制度融資の情報提供を行っていく。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160.0	支援企業数(実績)	205.0	支援実績率	128.1%	満足率	98.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><本部開催分/説明会・セミナーなど> 7月の制度融資説明会および2月の金融力強化セミナーの参加者が「得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」とした回答割合は100%であった。</p>							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	117.6%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	135.0	支援企業数(実績)	177.0	支援実績率	131.1%	満足率	97.2%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><本部開催分/交流会・相談など> ○11月の交流会で「自社に役立つ融資に関する情報、課題解決に関する情報、金融機関とのパイプを得た」との回答は95.5%であった。 ○個別相談を実施した事業者が「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等を検討する」との回答は100%であった。</p>							
		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%	実績数値	95.5%	目標達成度	112.4%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	85%	目標値（実績）	95.4%	目標達成度	112.2%			
	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								
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55.0	支援企業数(実績)	104.5	支援実績率	190.0%	満足率	95.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><支部開催分/制度説明会> 「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」との回答は説明会で97%であった。</p>							
		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%	実績数値	97.0%	目標達成度	114.2%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	179.0	支援企業数(実績)	218.0	支援実績率	121.8%	満足率	95.9%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><支部開催分/相談会> 「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」との回答は個別相談会で96.8%であった。</p>							
		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%	実績数値	96.8%	目標達成度	113.9%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業						
想定する実施期間		2017 年度～ 年度						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	新卒・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						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(1) セミナー（人材育成型：100社）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○今聞きたい！新卒採用お悩み相談セミナー ライブ配信：5月26日（17社） アーカイブ配信：6月15日～7月27日（12社） ○若手人材活躍・定着セミナー 第1回（12月6日、20.5社）、第2回ライブ配信（1月26日、35社） 第2回アーカイブ配信（2月13日～3月3日、15.5社） <p>(2) 大学等と企業との就職情報交換会（人材交流型：234社）</p> <p>第6回大学等と企業との就職情報交換会（10月6日、234社）</p> <p>(3) 情報交換会（人材交流型：103社）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○採用担当者の情報交換会 第1回（9月13日、25社）、第2回（10月18日、28社）、第3回（11月15日、25社） ○本音で話す人事と学生の交流会（11月10日、25社） <p>----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果></p>						
	①府施策連携	（労-3：若手人材の採用・定着支援事業） 新卒採用セミナーでは大阪労働協会担当者が大阪府府施策を説明。情報交換会では、本商工会議所担当者が参加者に大阪府の施策を説明するとともに、資料を配布した。						
	②広域連携	OSAKAしごとフィールドのメールマガジン、大商HP・メールマガジン等で大阪府内広域に案内した。						
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	315.0	総支援企業数(実績)	437.0	支援実績率	138.7%	満足率	97.0%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートで、「採用担当として肌感覚で感じている傾向を、明確に言語化してくれたように感じ、モヤモヤとした違和感の裏付けができました」「学生の特徴については共感できる部分も多く、気づかされることもありました。成功事例は、現在の採用方法を考えるきっかけになります」「いままで高卒採用に力を入れて活動してきましたが、今回はじめて参加させていただき、大学採用にも幅を広げることができとても有意義な時間でした」「若手の離職の要因とそれを阻止する方法を体系立てて、学ぶことができた」との回答が得られるなど、参加者に新卒・若手人材の採用や定着に向けて活用してもらうことができた。						
	代表指標	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%	実績数値	96.9%	目標達成度	121.2%		
成果の代表事例	アンケートでは「業種別での実施だったので学び・気づきも多かった」「他社人事の方々と採用だけではない情報交換できて楽しかったです」「若手社員が活躍する職場づくりのための、基本的な環境整備について学ぶことができた」という意見を得たように、参加企業に若手人材の採用や定着について有益な情報を提供できた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	人口減少に伴い、新卒・若手人材採用に困難を抱えている中小企業は多い。今後も「大学等と企業との就職情報交換会」のような中小企業と大学の就職支援担当者との情報交換の場の提供や、採用に関する有益な情報を提供するセミナーや採用担当者同士の情報交換会を実施し、引き続き中小企業の新卒人材の確保・定着を支援する。						

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	75.0	支援企業数(実績)	100.0	支援実績率	133.3%	満足率	95.9%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><セミナー> アンケートで、「今後の選考に活かせる内容があった」「集客や学生の思考など参考になった」「学生の就活に対する姿勢や動向がわかりました」「今の学生の就職に対しての考え方や、どう就活を進めているかを知ることができてよかったです」との回答が寄せられるなど、参加者に新卒・若手人材の採用に関する有意義な情報を提供できた。</p>							
		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%	実績数値	96.9%	目標達成度	121.2%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	200.0	支援企業数(実績)	234.0	支援実績率	117.0%	満足率	97.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><大学等と企業との就職情報交換会> アンケートで、「いままでコネクションが取れていなかった学校に対しても、当社をアピールすることができ、また学校訪問へも繋げたいと考えております」「今まで関係の薄かった大学と接点をもてそうだと思います。参加してよかった」との回答が得られるなど、参加者に大学との関係を構築してもらうことができた。</p>							
		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%	実績数値	97.4%	目標達成度	121.8%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	103.0	支援実績率	257.5%	満足率	98.1%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><情報交換会> アンケートでは「他社事例を聞く機会は少ないので、今回は大変参考になりました。ありがとうございました」「他業種であっても採用担当のパワーのかけ方や、媒体の選び方、失敗の事例等、大変勉強になりました」というご意見を得たように、参加企業に若手人材の採用について有益な情報を提供できた。</p>							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流							
想定する実施期間		2012 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	大手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							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	①大阪府内及び周辺地域の大学の研究成果（技術シーズ）活用のための交流会 6月20日「産学連携セミナー『カーボンニュートラルをビジネスチャンスに!』」 (支援企業数：130社) 6月30日「第19回産学連携シンポジウム」(支援企業数：18.5社) 11月21日「第37回産学交流会」(支援企業数：124.5社) 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 11月4日～12月9日「産業技術支援フェアinKANSAI2022」(支援企業数：164社)							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>							
事業全体の 実績／目標 達成度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	300.0	総支援企業 数(実績)	437.0	支援 実績率	145.7%	満足率	95.1%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	新型コロナウイルスの感染対策を講じながら、会場開催も併用したハイブリッド形式での開催し、多くの参加を得た。公設試験研究機関や大学を「売れる製品づくり、ものづくりのテクノパートナー」として認識し、中小企業がこれらの機関と連携した、技術力強化に取り組む動機づけを行うことを目標として、公設試験研究機関や大学が有する最新の研究成果に関する情報を、セミナー形式やポスター形式で入手できる機会を提供した。名刺交換会の開催や、アンケート調査での講演者との連絡希望の聞き取りを行うことで、情報提供のみにとどまらない場を提供した。その結果、計画を大きく上回る支援企業が参加し、アンケート調査では支援対象企業の回答者の約93%が「得た情報は今後の技術・製品の開発に役立てる」と回答した。また、イベントに併せて、本所が行う「産学官技術相談窓口」の事業内容や大阪産業技術研究所等の施設概要を参加者に紹介することにより、より強固な産学連携（技術相談、共同研究、委託研究、施設利用など）に結び付ける情報提供も行った。							
		代表指標	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%	実績数値	93.6%	目標達成度	133.7%			
成果の代表事例	いずれのイベントでも支援企業の9割程度が、満足・おおよそ満足、ならびに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、高い水準となった。単なる情報提供にとどまらず、名刺交換会やアンケート調査等によって、講演者と参加者のマッチングにも注力したこともあり、いずれのイベントも事業者にとって有意義なものとなったと考えられる。								
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—			目標値 (実績)	—			
	—								
実施結果	課題及び次期以降への 取り組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	「中小製造業者と大阪府内公設試験研究機関・大学の技術交流」というテーマに沿って、より効果が得られる開催形式・テーマ設定・プログラム構成・広報方法等を検討する。講演者と参加者の交流をより促す意味でも、可能な限り名刺交換会を開催し、会終了後における両者のマッチングを積極的に支援するなど、参加者にとって実りのあるセミナーになるよう企画・準備・運営を行う。また、より強固な産学連携（技術相談、共同研究、委託研究、施設利用など）に結び付けるため、このようなセミナーの参加者に対し、産官学技術相談窓口をはじめとする本所の産学官連携事業の紹介や利用動奨を継続して行い、必要に応じて他機関が実施する類似の事業の紹介も行う。							

大阪商工会議所

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～							
想定する実施期間		2017 年度～		2022 年度					
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	「中小・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、BtoB向けIoTの将来像やセキュリティ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							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	「大阪・関西IoT活用推進フォーラム」 IoTを活用した中堅・中小企業の取り組み事例紹介を中心に、IoTの活用方法やメリット、サービス提供者や行政棟からの支援策の紹介など、各種IoTツールの事例を会場とオンラインを併用しながら紹介した。 第19回例会（9月7日）支援企業数：26.5社 第20回例会（12月6～8日）支援企業数：58社 第21回例会（3月10日）支援企業数：46.5社 ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>							
		①府施策連携	(局-5：中小企業のIT/IoT導入支援) 大阪産業局の大阪府IoT推進Lab担当と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報に協力してもらったほか、大阪府商工労働部と連携し、広報のほか、例会における支援策紹介として、大阪府DX推進パートナーズについての情報提供も行った。						
		②広域連携	本所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府市IoT推進Labとも連携し、広報ツール（メールマガジンなど）を活用して、府内事業者にも広く周知・募集を行った。						
事業全体の 実績／目標 達成度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	300.0	総支援企業 数(実績)	131.0	支援 実績率	43.7%	満足率	97.6%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	いずれの例会でも、大企業の取り組みではなく、中堅・中小企業におけるIoT活用事例に焦点を当て、身の丈に合ったIoTの活用方法やメリットを提示し、例会終了後には名刺交換会や支援サービス提供者や行政との相談スペースを設けることで、交流の機会を提供し、中小企業におけるIoT導入や活用推進の意欲向上に寄与した。							
		代表指標	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%	実績数値	98.4%	目標達成度	140.6%		
	成果の代表事例	いずれの例会でも支援象企業の9割程度が、満足・おおよそ満足、ならびにIoTの活用にもさらに努めたいと回答し、高い水準となった。また単なる事例紹介だけでなく、会場では名刺交換会を開催し、講演者や支援策提供者との交流を促進させたほか、業務多忙で、当日の参加が難しい事業者に対しては、オンラインならびにアーカイブ配信も案内するなどしたことで、IoTの導入や活用推進を検討する参加者にとって有意義なものとなった。							
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への 取り組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて、ここ数年はオンラインでのオンデマンド配信としていたが、今年度は感染状況が落ち着きつつあることも加味し、講演者等との交流が活発にできるようにと、今年度第1回目となる第19回例会は会場開催とした。しかし、参加者のオンライン慣れもあるのか、会場参加への申込が伸び悩んだほか、当日欠席者も多く、支援企業数には大きく及ばなかった。内容については、中小企業の参考になるようにと、大企業の事例紹介ではなく、中堅・中小企業における成功事例や、取り組みの際の苦労話などを中心とし、名刺交換会を開催する構成としたことで、いずれの会においても参加者からの満足度は高かったが、集客面では今一つであった。運営面では、第19回例会での反省を活かし、第20回・21回例会においては、会場とオンラインを併用して開催しながら、参加申込者には当日の講演の様子を録画したアーカイブ配信を案内するなど、会場参加が難しい方や、当日都合がつかなくなった申込者へのフォローを手厚く行うことで、支援企業数の獲得に努めた。本事業は今年度で終了するものの、中小企業が求めるIT/IoTを活用した生産性向上や付加価値向上など関心の高いテーマについて、支援策等の情報提供を行う。							

大阪商工会議所

事業名		大阪クリエイティブフェア							
想定する実施期間		2013 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	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できるように注力する。							
	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							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	6月 出展者募集 8月 1次(書類)審査 9月上旬 2次(現物)審査 9月下旬 出展者個別面談(近鉄百貨店から大手百貨店で販売する上で必要となる商品表示や価格表示、販売商品選択、陳列、什器備品、関連法規、品質規格・表示管理基準等に関する支援・助言)など 11月9～15日 近鉄百貨店あべのハルカスにて開催(一般消費者への販売行為。一般客、専門事業者からの反応を確認する機会、意見を直接聞く機会、会社のPRの機会、従業員の士気向上・人材育成の機会の提供) ----- <事業手法(①府施策連携・②広域連携)の具体的な連携・効果>							
		①府施策連携	(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)) 出展料無料となる大阪府の認定企業を「大阪製」「大阪産(もん)」「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」認定企業認定企業に加えて、「地域団体商標登録産品を用いた製品または加工品の出展企業」に拡大し、(公財)大阪産業局MOBIO事業部及び大阪府ものづくり支援課の協力のもと、大阪製ブランド認定事業者等、該当事業者に案内した。						
		②広域連携	大阪府内の商工会議所・商工会の会員も出展料を無料とし、協力を依頼したほか、府内のリビング関連メーカーへの案内、デザイン関連団体などに加盟企業への周知を依頼した。						
事業全体の 実績／目標 達成度	計画に対する 実績(数値)	総支援企業 数(計画)	24.0	総支援企業 数(実績)	27.0	支援 実績率	112.5%	満足率	92.6%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	○今年度の総売上は7,237,533円(出展企業数28社。1社平均:約25.8万円)※7,091,343円(支援企業数27社。1社平均:約26.2万円)。昨年は総売上7,970,311円(1社平均:約24.1万円)。 ○今後の取引の信用力となる百貨店での催事出展・納品実績を得た。 ○近年ネット販売が中心となる企業も増えている中で、若手社員にとって対面販売との違いを学ぶ機会となった。							
		代表指標	売上合計						
		数値目標	450万円	実績数値	709.1万円	目標達成度	157.6%		
	成果の代表事例	○出展企業の声 【A社】初出展であったが、多くの消費者の生の声を聞くことができ貴重な体験となった。バイヤーからの声掛けもあったことから新たな商談がまとまり、販路拡大の絶好の機会となった。 【B社】ネット通販メインの会社のため普段は購入後のレビューでしか感想がわからないが、来場者より直接具体的な意見を聞くことができる等、対面販売から多くの気付きがあり、若手社員の育成や士気向上につながった。 【C社】お客様から直接商品の購買理由やコロナ禍でのイメージの変化を聞く事ができ、今後の商品企画の参考になったとコメントがあった。また、近鉄百貨店担当者から助言もあり、陳列や効果的な販売方法などノウハウ蓄積の貴重な機会となった。							
その他目標値の実績	目標値 (計画)	1,400	目標値 (実績)	2,881	目標達成度	205.8%			
	商品購入件数								

<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>○出展企業の募集 2022年度も新型コロナウイルス禍ではあったが、「withコロナ」に向けて考えている事業者も多く、応募数は前年度と同数であったが審査に合格した企業は減少した。そのため(公財)大阪産業局MOBIO事業部及び大阪府ものづくり支援課との連携はもとより、府内の商工会議所、商工会やプロダクトデザイナー、専門学校等に協力をお願いするほか、リビング関係の展示商談会等に出向き、魅力ある企業の発掘に努める。</p> <p>○集客 ワークショップや実演型販売は百貨店の許可を得られるよう実現に向けて積極的に働きかける。前年度よりインスタグラムのアカウントを運用しており、募集案内から出展者情報までSNSで発信している。引き続き、SNSでより効果的な情報発信を行うことができるよう各出展者とも連携を取っていく。</p> <p>○大阪らしさ 大阪製ブランド等との連携を一層強化する。今年度より出展料無料となる大阪府認定企業(大阪製ブランド、大阪産、大阪商品計画、大阪の伝統工芸品)に地域ブランド商標登録商品も追加した。次年度以降も出展料無料のインセンティブの継続を検討する。</p> <p>○売上拡大 催事の展開面積が前年度より狭くなったことから出展者数も減少となったので、多くの売り場面積を提供いただくことと、客導線から大きく外れる売り場が発生しないよう百貨店に働きかける。また、デザイン性やクオリティの高い商品は価格も高めなものが多く購入に至らないことも多いため、価格も考慮し、購入しやすい実用的な商品の品揃えを働きかける。</p>
-------------	---	---

大阪商工会議所

事業名		中小企業のためのデザイン活用促進事業						
想定する実施期間		2018 年度～ 年度						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「デザイン経営」「自社商品開発」に精通したクリエイティブ・ディレクターを講師・コーディネーターとして、以下の通り「デザイン活用研究会」を全4回開催した。</p> <p><第1回> 開催日：8月19日 支援企業数：53社、OIDC相談会へのつなぎ：12社 講演「経営課題をみつけ、新業界に展開したのものづくりとデザイン」・ワークショップ 大阪府産業デザインセンター（OIDC）の事業紹介</p> <p><第2回> 開催日：9月16日 支援企業数：48社、OIDC相談会へのつなぎ：8社 講演「コロナ禍でもあきらめないデザインと流通改革」・ワークショップ 大阪府産業デザインセンター（OIDC）の事業紹介</p> <p><第3回> 開催日：10月21日 支援企業数：53社、OIDC相談会へのつなぎ：4社 講演「デザインと前のめり経営で変える！小さな企業のものづくり改革」・ワークショップ 大阪府産業デザインセンター（OIDC）の事業紹介</p> <p><第4回> 開催日：12月9日 支援企業数：6社 新商品・サービス開発に取り組む企業を輩出することを目的とした自社分析のワークショップ 大阪府産業デザインセンター（OIDC）から「新商品開発マニュアル」の配付と説明</p> <p>----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果></p>						
	①府施策連携	(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) 大阪府産業デザインセンター（OIDC）と連携し、本研究会参加者に対して、OIDCから事業の紹介、OIDC作成の「新商品開発マニュアル」の配付や説明等を行い、大阪府の施策普及に努めた。また、本研究会の全参加者のうち24社をOIDC主催の「個別デザイン相談」へつないだ。						
	②広域連携	本商工会議所のメールマガジンやホームページなどでの開催告知や大阪府、OIDCなどとの連携によりOsaka起業家応援メールマガジンにて配信し、大阪府内全域の企業やスタートアップから参加を募った。						
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	128.0	総支援企業数(実績)	160.0	支援実績率	125.0%	満足率	98.1%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○支援企業160社のうち、アンケートで「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」と回答したのは93社、「やや役立つ」と回答した62社と合わせ、全体の97%が役立つと回答した。</p> <p>○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ができた。</p> <p>○研究会に参加した企業のうち4社は自社商品開発に向けて具体的に行動し、取り組んでいる。</p>						
	代表指標	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%	実績数値	97.5%	目標達成度	121.9%		
成果の代表事例	<p>○化粧品関連商品の受託製造を行うA社は、自社ブランド商品を扱っているが、化粧品メーカーの新規参入が増えていることから、他に自社商品のラインナップを増やす必要がある。コーディネーターのアドバイスにより、介護業界やウェルネス向けに他社と差別化できる自社ブランド商品の開発を進めている。</p> <p>○おむつカバー（布製）の受託製造を行うB社は、今後の国内市場の縮小を見据え、コーディネーターのアドバイスにより、ペットや介護業界に向けた新商品開発と展示会への出展を検討している。</p> <p>○医療関係の出版社であるC社は、本研究会の参加がきっかけとなり、製本事業者と連携し、闘病記の出版サービスを企画開発中であり、本商工会議所が伴走支援を行っている。</p>							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—	
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	来年度は、事業内容を見直し、本気でやる気のある事業者を対象に少人数制の商品開発ゼミやパイヤーから企画案についてフィードバックを受ける成果発表会を提供することで、商流を見据えた商品開発のノウハウを提供し、自社製品化の事例輩出をめざす。また、今年度のワークショップ参加者で、現在、自社の新商品・新サービス開発に向けて取り組む事業者4社については、引き続き、伴走支援を行う。						

大阪商工会議所

事業名		成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業							
想定する実施期間		2014 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよ うな状態にしたいか)	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"> ・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 ・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、女性就業者など） ・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 ・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、女性就業者など） 							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(1)フォーラム・シンポジウム・セミナー・説明会などの開催 計243社</p> <ul style="list-style-type: none"> ○第2回万博サクヤヒメ会議 6月8日 59社、 ○第4回大阪サクヤヒメ国際女性会議 9月16日～9月26日 35社 ○ロールモデルに学ぶ 働く女性のスキルアップ研修 11月9日（会場）14.5社、12月7日～1月11日（アーカイブ）15.5社、2月7日（会場）22社 ○先進事例から学ぶこれからのテレワーク 11月17日（ライブ）10社、12月19日～1月31日（アーカイブ）10社 ○女性リーダーが輝く企業に学ぶ 業績アップに導く女性社員の活かし方 12月14日 28.5社 ○女性社員向けキャリアトークセミナー 1月24日 31.5社 ○ジェンダード・イノベーションセミナー 2月3日 17社 <p>(2)交流会の開催（人材交流型） 計106社</p> <ul style="list-style-type: none"> ○【大商×関学】女性リーダー育成カレッジ 5月13日～10月13日（全5回）78社 ○サクヤヒメと語るキラリカフェ 9月7日 8社 ○SDGsの視点を養うカードゲーム 9月16日 20社 <p>-----</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果></p>							
	①府施策連携	（労-6：中堅・中小企業における女性の活用・戦力化支援事業） セミナーや交流会を大阪府と共催した他、参加者に大阪府の施策を紹介した。							
	②広域連携	OSAKAしごとフィールドが発行するメールマガジンや、本会議所ホームページ、メールマガジンなどを通じて、大阪府内全域に広く案内した							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	200.0	総支援企業数(実績)	349.0	支援実績率	174.5%	満足率	99.4%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	セミナープログラムにおいて、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した。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た。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した。アンケートでは多くの企業が「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、女性の確保・定着と活躍に向けて、本事業で得た情報を活用することができた。							
		代表指標	「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%	実績数値	96.9%	目標達成度	121.2%		
	成果の代表事例	「物流という男性社会の中で改革をしたいと思いました（女性管理者が1人）」、「ジェンダーをはじめ、多様性を尊重するためには満足できない商品やサービス、法制度、社会的慣習がまだまだ多く残っているということを再認識した」「自身1人、自社内では視点が狭まってしまう所、広い視点で多面的にリーダーに必要な要素を考えることが出来た」といったコメントがあり、参加者に女性の活躍推進について前向きに検討してもらうことができた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	予測がつかない時代に企業が生き残るには、多様な視点を経営に取り入れ、イノベーションをおこすことが必要。今後もセミナー開催を通じて、女性が活躍できる職場の先進事例の普及に努めるとともに、女性リーダーの紹介や働く女性同士の交流を通じた育成の場を設け、企業における女性の活躍・定着を支援する。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160.0	支援企業数(実績)	243.0	支援実績率	151.9%	満足率	99.1%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><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> 「上位者が、求めている人材像をしっかりと示すことの重要性。人口減の日本を救うのは女性の活躍だということに気づき、非常にいい機会を得られました」といったコメントがあり、参加者に女性の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きに検討してもらうことができた。</p>							
		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%	実績数値	96.9%	目標達成度	121.2%		
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40.0	支援企業数(実績)	106.0	支援実績率	265.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><人材交流型：交流会> 「リーダーだからと特別な人ではないと感じました。私と同じように不安だし、怖さ、悩みがあるのだと感じました。そのうえでやはり前向きに自らが行動することの大切さを感じました。一つひとつの行動は小さくても実行していくことで自分の自信につながり、成長することができるのだと感じました」と回答するなど、参加者に女性の活躍推進に向けて前向きに検討してもらうことができた。</p>							
		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	実績数値	106社	目標達成度	331.3%		
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー						
想定する実施期間		2014 年度～ 年度						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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おう。						
	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						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①7月15日「令和4年度『中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー』」（支援企業数：145.5社） ②10月31日～11月7日「エネルギービジネス分野参入セミナー」（支援企業数：37社） ③1月27日「令和4年度『中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー』」（支援企業数：145社） ④2月17日「エネルギービジネス分野参入セミナー」（支援企業数：125社） ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果> ①府施策連携 (商-4：新エネルギー産業分野への参入促進) 大阪府商工労働部成長産業振興産業創造課、MOBIOと連携したほか、①③は共催団体である(地独)大阪府立環境農林水産総合研究所・おおさかスマートエネルギーセンター(大阪府・大阪市)、大阪府みどり公社と連携し、事業者の省エネ・脱炭素経営を支援する大阪府の取り組みを紹介するとともに、「省エネ診断」の活用を促し、国や行政における施策の最新動向を伝えることで、大阪府内事業者の省エネへの取り組みを支援した。 ②広域連携 本商工会議所の広報媒体(ホームページ、大商ニュース、メール配信など)を広く活用するとともに、大阪府や大阪市、近畿経済産業局の広報ツール(メールマガジン等)を活用し、府内事業者に広く周知・募集を行った。						
	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	225.0	総支援企業数(実績)	452.5	支援実績率	201.1%	満足率
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<セミナー①③> 近年のエネルギー価格の高騰を受け、省エネを実現することで電気料金の削減とカーボンニュートラルの達成を目指すという切り口で、中小企業が取り組むべき省エネや脱炭素経営といった具体例を取り上げ、国の機関から最新動向や補助金等の情報提供を行うことで、参加企業は自社独自で取り組める具体的なノウハウやテクニックを身につけることができた。また、おおさかスマートエネルギーセンターによる各種支援メニュー紹介なども盛り込み、相談先も幅広く提示することで、中小企業における省エネの取り組みを支援した。 <セミナー②④> 中小企業のエネルギービジネス分野における参入促進を目的に、水素エネルギーの現状や課題、最新動向を大手企業から紹介し、中堅・中小企業からの具体的な参入事例、参入支援策を紹介するセミナーや、参入にあたって不可欠となる自社の強みやその伝え方に焦点を当て、専門家からの解説や、中堅・中小企業における同分野における取組事例紹介などを行うことで、中小企業が今後取り組むべき方向性や、当該分野への新規参入を目指すきっかけを提供できた。						
	代表指標	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%	実績数値	97.2%	目標達成度	121.5%		
	成果の代表事例	アンケート調査では、いずれのセミナーでも、支援対象の約9割が「満足」「おおよそ満足」と回答し、さらには、「得た知識を自社の課題解決や新事業の展開に役立てる」というへ前向きな回答が多く得られたため、いずれのイベントも事業者にとって有意義なものとなった。						
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	カーボンニュートラル社会の実現に向けた取り組みは、大企業だけではなく、中小企業にも求められている。まずは、省エネのよりいっそうの推進が重要であるということを伝えるための情報提供を続け、今後必要となってくるCO2排出量の見える化や新エネルギーの活用についての話題提供も引き続き行っていく。省エネについては中小事業者が自社だけで取り組める節電事例等やカーボンニュートラル動向の紹介、国や行政の施策や支援メニューの説明などを行い、事業者の省エネの取り組みを支援していく。また、新エネルギー関連産業の市場動向や中小事業者の参入事例、技術ニーズ等を紹介することで、新エネルギー分野への円滑な参入を支援していくにあたっては、大阪府・市などと連携し、開催時期や社会情勢などを考慮しながら企業ニーズに沿ったプログラムの検討を行う。						

大阪商工会議所

事業名		医療機器等産業事業化促進事業							
想定する実施期間		2018 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	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。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。							
	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							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	<p>(1)人材育成型 7月7日 「医療・健康分野の課題解決に挑む」セミナー 支援企業数：84.5社 3月13日 「看護現場のニーズを知る」セミナー（集合形式およびオンライン） 支援企業数：8社</p> <p>(2)人材交流型 3月13日 「看護現場のニーズを知る」座談会 支援企業数：11社</p> <p>----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果></p>							
		①府施策連携	(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) 大阪府商工労働部成長産業振興室ライフサイエンス産業課推進グループと企画段階から連携・調整して事業を実施した。						
	②広域連携	大阪府内のネットワークを活用し、医療機器開発に関心を有する次世代医療システム産業化フォーラムへの関心企業に広報を行った。また、本商工会議所の府内会員企業にも開催告知をし、参加を募った。							
事業全体の 実績／目標 達成度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	155.0	総支援企業 数(実績)	103.5	支援 実績率	66.8%	満足率	93.7%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	人材育成型では、まずはプロダクトを世の中に出し、そこから改善を繰り返すなど、医療機器ビジネスへの新規参入において、取るべき戦略や方向性に対する理解を深めることができた。人材交流型では、新型コロナウイルスの感染拡大以降、看護現場の課題を知ることが難しい状況を改善し、トイレにおける感染管理や入院患者の歯ブラシの管理、在宅医療におけるグリーンゾーンの確保など、参加者が有する関心に応じて課題を掘り下げ、自社の事業開発の方向性を新たにすることができた。							
		代表指標	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%	実績数値	96.4%	目標達成度	137.8%		
	成果の代表事例	知財戦略において特許ではなく、意匠権と商標権で自社製品を守るという紹介があり、その内容を受けて、「弊社でも見習いたい」や「納得できる」などのコメントが寄せられ、支援企業に対して、知財戦略の選択肢の一つを提供することができた。また、交流会では、個人防護用ガウンに関する各種課題や在宅医療におけるグリーンゾーンの課題、対話の中から看護現場課題の発掘へとつながり、事業開発を進める上でのヒントを提供することができた。							
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への 取り組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	今回のテーマの一つに「感染管理」を設定した。これは新型コロナウイルスの感染拡大以降、関心の高いものと推測し、企画したが、想定よりも参加申込者数が伸びなかった。テーマを絞るとより具体的な内容を提供できる一方で、参加企業数を稼ぐことが難しくなるという課題に直面している。参加者アンケートも実施したが、個別具体的なテーマが多く、参考になるものは少なかった。こうした課題に対して、府内事業者ヒアリングするなどして、より多くの府内事業者が関心を持つテーマの把握に努め、今後も時宜に合ったテーマを選択し、事業を企画していく。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	140.0	支援企業数(実績)	92.5	支援実績率	66.1%	満足率	94.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<人材育成型> まずはプロダクトを世の中に出し、そこから改善を繰り返すなど、医療機器ビジネスへの新規参入において、取るべき戦略や方向性に対する理解を深めることができた。								
		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%	実績数値	96.4%	目標達成度	137.8%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	73.3%	満足率	90.9%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<人材交流型> 個人防護用ガウンに関する各種課題や在宅医療におけるグリーンゾーンの課題、対話の中から看護現場課題の発掘へとつながり、事業開発を進める上でのヒントを提供することができた。								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										

大阪商工会議所

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							
想定する実施期間		2022 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	① 海外スタートアップ連携事例 紹介セミナー【Rainmaking Innovation Japan 編】 9月27日～10月7日 ≪Youtubeオンデマンド配信≫（支援企業数：24社） ② 海外スタートアップ連携事例 紹介セミナー【Plug and Play Japan 編】 10月11～21日 ≪Youtubeオンデマンド配信≫（支援企業数：10.5社） ③ 海外スタートアップ協業促進セミナー 3月15日 ≪都心型オープンイノベーション拠点「Xport」/オンライン≫（支援企業数：11社） ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>							
		①府施策連携	（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） 大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課と調整を行い、大阪府で実施する事業との連携を図ったほか、セミナーでは大阪府による支援施策の紹介を行った。						
	②広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、京阪神エコシステムコンソーシアムや関西広域連合の広報ツール（メールマガジン等）を活用し、大阪府内事業者に広く周知・募集を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	140.0	総支援企業数(実績)	45.5	支援実績率	32.5%	満足率	86.7%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	1回目と2回目のセミナーでは、海外スタートアップと日本企業の連携を支援しているRainmaking Innovation JapanとPlug and Play Japanが、支援の中で感じた協業・マッチングにおける課題とその解決策や成功事例等を詳細に説明した。また、3回目のセミナーでは、実際の海外スタートアップから日本企業との連携の際に感じた課題やその解決事例を紹介してもらった。それらの情報提供を通し、在阪中小企業にとっても海外スタートアップとの連携における心理的ハードルを下げ、連携による新規事業創出の動機付けを行った。							
	代表指標	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%	実績数値	86.7%	目標達成度	115.6%			
成果の代表事例	成果の代表事例	参加者の主な意見は次の通り。 ○海外スタートアップとの連携に成功するには、スピード感への対応・相互理解が必要に感じた。 ○海外スタートアップとの連携も無理ではないと感じた。 ○海外企業から見た、日本法人に対する考え方が参考になった。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	海外スタートアップとの連携による新規事業開発に関心のある企業にとっては充実した内容であり、満足度も高かった一方で、今なお海外スタートアップに対しては“海外”“スタートアップ”という両面から、ハードルの高さを感じている中小企業も多く、想定していた支援企業数には大きく届かなかった。また、スタートアップに対する関心度の高さから、支援機関の参加や、大阪府以外の地域からの参加者も多くあった。次年度のセミナーでは、大阪府の関係団体等やスタートアップ支援機関等と連絡を密にし、大阪府内の支援対象企業に広く開催を呼びかけ、在阪企業の参加に力を入れていくとともに、海外スタートアップに対するハードルの高さを解消できるような広報方法・プログラムを検討していく。							

大阪商工会議所

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										
想定する実施期間		2022 年度～ 年度										
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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										
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「デザイン思考」を普及啓発するセミナーとワークショップ、ハンズオン支援を組み合わせたプログラムを提供した。専門家によるハンズオン支援から、新事業取り組みに至った事業者は3社となった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人材育成型 「新ビジネスを生み出すクリエイティブな思考法セミナー」(1日間) 開催日：4月20日 支援企業数：161.5社 ・人材交流型 「デザイン思考/サービスデザイン活用 新事業創出ワークショップ」(4日間) 開催日：6月28日、7月5日・12日・26日 支援企業数：26社 <p>※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、紹介を行った。</p> <p style="text-align: center;">＜事業手法(①府施策連携・②広域連携)の具体的な連携・効果＞</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 10%;">①府施策連携</td> <td>(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)大阪府産業デザインセンター(OIDC)と連携し、本研究会参加者に対して、OIDCから事業の紹介、OIDC作成の「新商品開発マニュアル」の配付や説明等を行い、大阪府の施策普及に努めた。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>本商工会議所のメールマガジンやホームページなどでの開催告知や大阪府、OIDCなどとの連携によりOsaka起業家応援メールマガジンにて配信し、大阪府内全域の企業やスタートアップから参加を募った。</td> </tr> </table>							①府施策連携	(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)大阪府産業デザインセンター(OIDC)と連携し、本研究会参加者に対して、OIDCから事業の紹介、OIDC作成の「新商品開発マニュアル」の配付や説明等を行い、大阪府の施策普及に努めた。	②広域連携	本商工会議所のメールマガジンやホームページなどでの開催告知や大阪府、OIDCなどとの連携によりOsaka起業家応援メールマガジンにて配信し、大阪府内全域の企業やスタートアップから参加を募った。
	①府施策連携	(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)大阪府産業デザインセンター(OIDC)と連携し、本研究会参加者に対して、OIDCから事業の紹介、OIDC作成の「新商品開発マニュアル」の配付や説明等を行い、大阪府の施策普及に努めた。										
②広域連携	本商工会議所のメールマガジンやホームページなどでの開催告知や大阪府、OIDCなどとの連携によりOsaka起業家応援メールマガジンにて配信し、大阪府内全域の企業やスタートアップから参加を募った。											
計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	90.0	総支援企業数(実績)	187.5	支援実績率	208.3%	満足率	95.1%				
事業全体の実績/目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○参加者からは「ワークショップでは、講師や受講生からアドバイスやフィードバックをもらったのがとても役立ちました。早い段階で新事業の企画からスタートまで漕ぎつけることができて良かった」「事業を立て直す手立てとして「デザイン思考」に関心を持った。ツールを活用しアイデアを出すことにより今後の方向性のヒントを得て新事業の取り組みを始めることができた」「ワークショップでは大きな気づきがあり、今後に向けての意識改革ができた。新たな差別化要素も見えてとても役立った」との感想・意見があった。</p> <p>○成果として、本事業の参加企業から3社が新たに事業を企画立案し、展開を始めた。いずれの企業も本商工会議所の事業への参画を通じ、「デザイン思考」を活用することで顧客が抱える真の課題を解決できる新たなサービスを作り出し、顧客に選ばれるサービスを自ら提供できる企業へ転換できた。</p>										
	代表指標	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%	実績数値	96.2%	目標達成度	120.2%						
	成果の代表事例	<p>①園芸・生花小売店であるA社は、事業参加をきっかけに、オンラインによる「観葉植物の健康診断」を通じた引き取り・新植物販売事業を開始、既に10件以上の問い合わせがあり、遠方からの新規顧客開拓にもつながった。</p> <p>②医学・薬学専門の出版社B社は、今回の参加をきっかけに、クラウドファンディングを活用し、一般医に対し「希少難病」の診断要点をデジタル・アナログで提供する事業を開始した。</p> <p>③広告企画制作業のC社は、キャリアコンサルタントの資格を活かして採用後の定着やキャリアデザインをサポートし、顧客の企業ブランドを高める「人と組織の活性化」事業を開始し、本業とのシナジー効果を図っている。</p>										
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—						
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>セミナーについては、中小企業や小規模事業者に対して「デザイン思考」を普及啓発するために、中小企業の事例発表の内容を一層、ブラッシュアップし、新規の中小企業の参加者を掘り起こす。またワークショップについては、卒業生から新ビジネスの企画開発に着手し、実施する事業者を輩出することを目的に、卒業後は、専門家の支援にスムーズに移行できるように支援体制を強化する。</p>										

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	65.0	支援企業数(実績)	161.5	支援実績率	248.5%	満足率	94.2%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<セミナー> 参加者のうち、「セミナーに参加することで、新たなビジネスの開発や事業再構築に役立つ知識を得た」とする割合は 96.2% であった。セミナー参加を通じ、 19 者がワークショップに参加した。								
		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%	実績数値	96.2%	目標達成度	120.2%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	26.0	支援実績率	104.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<ワークショップ> 参加者のうち、「セミナーに参加することで、新たなビジネスの開発や事業再構築に役立つ知識を得た」とする割合は 92.3% であった。3者が新たに事業を企画立案し、展開を始めた。								
		指標	ワークショップ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%	実績数値	92.3%	目標達成度	115.4%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										

大阪商工会議所

事業名		中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業								
想定する実施期間		2013 年度～ 年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	(1)「高年齢者戦力化のための活用策と賃金制度」 開催日：6月6日 支援企業数：83.5社 特定社会保険労務士による講演および企業の先行事例発表								
		(2)「高齢者活用、戦力化のための賃金と評価」 開催日：1月24日 支援企業数：53社 特定社会保険労務士による講演および企業の先行事例発表								
		＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果＞								
		①府施策連携	(商-8：中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業) 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、実施した（第2回のみ(公財)産業雇用安定センターと協力）。セミナーで事業案内の配布などを行った。							
②広域連携	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やFAXなどにより府内全域を対象に参加募集した。									
④相談相乗	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業があった場合など、当該事業への参加を勧めた。									
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	110.0	総支援企業数(実績)	136.5	支援実績率	124.1%	満足率	93.3%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートで「高年齢者が活躍できる労働環境を整えたい」と97.8%の支援企業が回答。70歳までの就業機会確保が努力義務となるなか、中小企業向けに高年齢者の賃金・人事制度の見直し方や評価制度の導入などについて解説し、セミナー受講を通して、高年齢者に対する人材確保と雇用の維持、労働環境の整備と生産性向上等における事業者の理解が進んだ。								
		代表指標	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%	実績数値	97.8%	目標達成度	115.1%			
	成果の代表事例	A社「社内の制度の整備に役立てたい」、B社「高年齢者の新規採用を検討中であり、役立つ」、C社「65歳定年と70歳までの希望者の継続雇用については給与体系を未整備であり、今後検討したい」など、参加者からのアンケートで感想を得た。また、アンケートにおいて21社から「高年齢者の雇用や活用策について無料の専門相談を受けたい」と希望があり、専門相談につないだ。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	次年度は法改正の啓発ニーズの低減に伴い年1回開催とするが、一方で、高年齢者社員の人事制度再構築に直面する企業においては、65歳定年や70歳までの継続雇用義務化への可能性も踏まえ、高年齢者の能力と多様な働き方に合った環境整備や人事処遇制度のあり方についての情報提供が求められている。そのため、次年度においては、人手不足や生産年齢人口の減少に伴う雇用安定化や成長分野への労働移動の円滑化、人的投資への強化などの視点も加えて解説し、より幅広い企業規模・業種の事業者の関心を喚起する。								

大阪商工会議所

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							
想定する実施期間		2019 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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で支援している。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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	実証事業都市・大阪セミナー（支援企業数：40.5社） <実施日> 2月15日（オンライン） <内容> 大阪商工会議所では、大阪府・市とともに「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、賛同した民間企業の工場や施設など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で支援している。当事業では、こうした動きをさらに加速させるため、スタートアップ支援の観点から多数の実証を支援した実績のある講師から、実証実験の重要性や効果的な進め方などに関する講演を行ったほか、検討チームの支援で実証実験を実施した企業による事例発表、新たな取り組みの紹介などを行った。 ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>							
	①府施策連携	（商-2：社会課題解決ビジネスの創出・成長支援） 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し、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した。							
	②広域連携	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・募集を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	100.0	総支援企業数(実績)	40.5	支援実績率	40.5%	満足率	95.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートでは参加者の95%が「満足」「おおむね満足」と回答。さらには、「本日得た情報をもとに、実証実験の実施を検討したい」「今後の実証実験の実施も視野に、情報をさらに収集したい」といった、実証事業を通じた社会課題解決ビジネスの創出に対して前向きな回答が多く得られた。このことから、府内中小事業者にとって本セミナーは良い情報収集の機会となった。							
	代表指標	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%	実績数値	97.5%	目標達成度	139.3%			
	成果の代表事例	アンケートで、大阪における実証実験の推進に関する設問に対し、「関心があり、事業を提案したい」「関心はあるが、事業の実施方法が分からないので、相談したい」と回答された方の中で、具体的な記載があったものについて、セミナー後にフォローを行っているため、実証実験の実施をめざす。また、登壇企業に対して発表された実証内容に関する連携希望があったため、本商工会議所が間に入ってマッチングを行っており、企業連携による新たな実証につながる可能性がある。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	今回は、スタートアップをはじめとした先進企業からの実証実験の応募を呼びかけるため、実証実験の重要性や効果的な進め方などに関する基調講演を行った。結果として、満足度は非常に高かったものの、支援実績数が未達となった。申込者が100人を超えていたが、府外の参加者が多く、特にオンラインの参加者について、当日、他の都合で視聴できなかった方も多数いたことが、目標値に達しなかったと考えられる。このため、次年度以降は、より多くの参加者を募る基調講演を企画するとともに、アーカイブ配信の実施も検討し、当日視聴できなかった企業が後日視聴できる環境を整え、支援企業数の達成に努める。							

大阪商工会議所

事業名		スタートアップ・エコシステムの構築支援事業							
想定する実施期間		2021 年度～		2022 年度					
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよ うな状態にしたいか)	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							
	実施時期・具体的 内容及び事業手法	IPOセミナーin大阪（支援企業数：41社） 開催日：1月19日 プログラム： ・関係団体支援施策（スタートアップ支援制度）紹介 ・パネルディスカッション「マイクロ波化学にとってIPOとは？」 ・個別相談会							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果> (商-20：スタートアップ・エコシステムの構築促進) ①府施策連携 本セミナーの実施にあたっては協賛団体である大阪府の商工労働部 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事業企画の調整を行い、当日は大阪府の支援施策などを紹介した。 ②広域連携 本商工会議所の広報媒体（ホームページ、機関紙「大商ニュース」、メールマガジンなど）を広く活用するとともに、大阪スタートアップ・エコシステムコンソーシアムに参加者募集の協力を依頼し、府内事業者にも広く周知・募集を行った。							
計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	80.0	総支援企業 数(実績)	41.0	支援 実績率	51.3%	満足率	94.7%	
事業全 体の 実績 ／ 目標 達成 度	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	主催団体等から、現在実施しているスタートアップ支援制度を紹介し、IPOに向けて活用できる支援施策を知ってもらったほか、アンケートにて支援施策等に関心があると答えた企業については、支援機関に紹介を行った。 また、実際のIPO経験者を交えてのパネルディスカッションにおいては、IPOに向けた具体的な道筋やその経験談を話してもらうことで、IPOについて理解を促すとともに、IPOへの動機付けを行った。その結果、アンケートでは、支援対象企業のうち、約95%が「満足」もしくは「おおむね満足」と回答し、約90%が「本セミナーで得た情報がIPOを検討するうえで参考になった」と回答した。							
	代表指標	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%	実績数値	89.5%	目標達成度	127.8%			
成果の代表事例	参加者からの意見・感想： ・最近上場された社長のリアリティのある話がきけて良かったです。 ・IPOに関する勉強になりました。 ・パネルディスカッション形式で話を聞くことができ、とても良かったです。								
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—			
	—								
実施結果	課題及び次期以降への 取り組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	直近に上場を行い知名度の高いスタートアップのIPOに至った取り組みをピックアップしたほか、スタートアップに対する関心度の高さから、多くの参加申し込みを得たが、支援機関の参加や、大阪府以外の地域からの参加者が多く、目標支援企業数には及ばなかった。次年度は地域活性化事業として実施はしないが、大阪府の関係団体等やスタートアップ支援機関等と連絡を密にし、スタートアップの成長支援に引き続き注力していく。							

大阪商工会議所

事業名		クラウドファンディング活用サポート事業							
想定する実施期間		2014 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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方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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<人材育成型> 9月21日 新事業を実現するクラウドファンディング実践セミナー 支援企業数：53.5社 ・基調講演「新製品・サービス開発につながるアイデアとコンセプトの創り方」 ・講演「アイデアをカタチにし、活路を切り開くクラウドファンディング実践方法！」 ・クラウドファンディング活用体験談 <人材交流型> 9月21日 クラウドファンディング個別相談会 支援企業数：9社 相談対応：クラウドファンディングサイト運営事業者							
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携)の具体的な連携・効果>							
		①府施策連携	(商-19：クラウドファンディングの活用促進) 企画段階から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調整、連携をはかり、同グループを通じて案内チラシの配布や大阪府のメール配信を行った。						
②広域連携	本・支部の接触事業者やセミナー参加者への配布、会員事業所へのFAX・メール配信、HPへの掲載、大商ニュースへの掲載、大阪府や中小企業基盤整備機構のメール配信・HP掲載などを通じて広く案内した。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	53.0	総支援企業数(実績)	62.5	支援実績率	117.9%	満足率	96.8%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	当該事業はクラウドファンディングに関する情報を得ることができ、それをきっかけにクラウドファンディングを活用したい、あるいは活用を検討したいとのニーズを創出することを目的としている。参加者アンケートでは「セミナーで得た知識や情報は今後の事業展開に役立つ(役立てたい)」「個別相談で受けたアドバイスなどが役に立った」とする回答をほぼ全員から得ることができた。							
		代表指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	111.1%		
	成果の代表事例	セミナー・個別相談後、4社がサイト運営事業者に引き続き相談、うち2社はそれぞれ2023年5月末、7月にマクアケで事業を公開予定。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	個別相談会において、相談希望者がより円滑にプロジェクト構築・事業化を実現できるよう、専門家による個別相談シートの事前審査制を取り入れた。さらに、相談希望者については講師や運営事業者等と個別相談実施後も連携して支援につなげた。今後も中小企業経営者等のクラウドファンディングへの支援に継続して取り組んでいく。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45.0	支援企業数(実績)	53.5	支援実績率	118.9%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><人材育成型：セミナー> 当該事業はクラウドファンディングに関する情報を得ることができ、それをきっかけにクラウドファンディングを活用したい、あるいは活用を検討したいとのニーズを創出することを目的としている。参加者アンケートでは「セミナーで得た知識や情報は今後の事業展開に役立つ（役立てたい）」とする回答は全員から得ることができた。</p>								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	111.1%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8.0	支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	112.5%	満足率	77.8%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><人材交流型：個別相談> アンケートにおいて「個別相談で受けたアドバイスなどが今後の事業展開に役に立った」とする回答は88.9%であった。</p>								
		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%	実績数値	88.9%	目標達成度	98.8%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										

大阪商工会議所

事業名		経営革新支援事業							
想定する実施期間		2011 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>経営革新セミナー（支援企業数：52.5社） 10月19日 「アイデア事業化と補助金申請に役立つ経営革新計画の作り方」 ◇新規事業の組み立て方 「経営革新の申請にあたって（留意点、関連支援策等）」大阪府商工労働部中小企業支援室 「計画申請様式を活用して作る 新規事業計画の組み立て方」 大阪商工会議所 専門相談員（経営革新、創業担当者） 事例発表 ◇利用しよう！公的支援策 「無料専門相談事業（経営革新、法律、人事労務、会計・税務）」大阪商工会議所担当者</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果></p>							
		①府施策連携	(商-13：経営革新の支援) 企画段階から大阪府商工労働部中小企業支援室経営支援課経営革新グループと日程や内容構成などの調整を経て企画し、PRや同計画申請関連の留意点や関連施策等説明など、連携を図った。		②広域連携	本・支部の接触事業者やセミナー参加者等への配布、会員へのFAX、大商HPへの掲載およびメール配信、大商ニュースへの掲載、大阪府商工労働部のメール配信や中小企業基盤整備機構メール配信などを通じて広く案内した。		④相談相乗	参加者には専門相談を案内し利用を勧奨した。また、アンケート結果に基づき、該当者に専門相談を案内した。
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	50.0	総支援企業数(実績)	52.5	支援実績率	105.0%	満足率	92.2%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートでは「経営革新計画の作成や申請を検討したい」が21件、「事業計画作成立案や補助金申請に役立てたい」が25件と経営革新計画や事業計画作成を前向きにとらえる回答が8割を超えた。他にも「本日得た情報に加えて、別の分野の情報収集も行い、経営力向上に役立てたい」との回答が15社あり、今回の受講が経営革新に向けた次の行動につながっている。							
		代表指標	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	実績数値	3社	目標達成度	60.0%		
成果の代表事例	成果の代表事例	大阪府への経営革新計画の申請紹介3件、承認2件。セミナー受講者のうち経営革新・創業分野への相談希望13社、相談申込4件、窓口相談3社、うち1社はセミナーで学んだ経営革新計画の知識をもとに申請した。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	大阪府への経営革新計画の申請紹介件数（年間）の目標5件に対して実績3社、目標達成度60%となった。そのため、次年度のセミナー開催にあたっては、経営革新計画が新事業展開に際して活用できる公的支援策を紹介するとともに、同計画を学ぶことで補助金申請の際の事業計画作成にも役立つことをより広く周知したい。具体的には、①産業支援機関等と広報連携を行い、府内事業所に告知、②新事業展開や新商品開発への挑戦等の取り組みが中小企業の持続的な成長と発展に重要であることを伝え、③承認された事業所の経営革新の現状や経営改善の現状について講師が事例を取り上げることで、より多くの中小企業・小規模事業者の関心を喚起し、経営革新計画の申請、承認につなげる。							

大阪商工会議所

事業名		転換期の働き方改革と労務管理セミナー事業							
想定する実施期間		2022 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	新型コロナウイルス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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	セミナー「働き方の多様化と生産性向上を実現する人事制度・就業規則の見直し方」 開催日：10月4日 支援企業数：74社 プログラム： ◇第1部 講義 ◇第2部 大阪府労働環境改善事業についてのご紹介 大阪府商工労働部 雇用推進室労働環境課 労働環境推進グループ担当者							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>							
		①府施策連携	（労-12：雇用・労働啓発セミナー事業） 企画段階から大阪府商工労働部 雇用推進室労働環境課 労働環境推進グループと調整、連携をはかり、同グループを通じて案内チラシの配布や大阪府のメール配信を行った。						
②広域連携	HPへの掲載、大商ニュースへの掲載、会員事業所や大阪府、中小企業基盤整備機構のメール配信などを通じて広く案内した。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	46.0	総支援企業数(実績)	74.0	支援実績率	160.9%	満足率	85.3%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートで「自社の労働環境の改善や労務管理の見直しをしたい」と98.6%の支援企業が回答。本セミナー受講を通じて、中小企業においても、テレワークや短時間勤務の定着、兼業・副業の普及促進、複線型の人事処遇・賃金体系などの多様な雇用形態の選択・導入、従業員のエンゲージメントの追求など、労働生産性向上や多様な働き方の推進に向けた理解が進んだ。							
		代表指標	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%	実績数値	98.6%	目標達成度	115.9%		
	成果の代表事例	A社「シニアの活用方法や兼業副業の制度など良い情報を得られました」、B社「働きやすさという概念について考えを新たにすることができた」など、参加者からのアンケートで感想を得た。また、アンケートにおいて8社から「労働環境の改善や労務管理の見直しについて、無料の専門相談を受けたい」と希望があり、専門相談につないだ。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	原材料費高騰と物価上昇を超える賃上げ機運の高まりを受け、優秀な人材の確保、IT・人的投資も含めた労働生産性向上、それに伴って従業員が自律性を発揮するために"働きがい"や"働きやすさ"を追求する「働き方改革のあり方」について関心が高まっている。そのため次年度は、多様化する働き方に対応する賃金・評価制度の再構築をテーマに詳しく解説し、中小企業者のニーズに合ったセミナーを企画する。							

大阪商工会議所

事業名		人材ニーズ対応支援事業							
想定する実施期間		2022 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	新型コロナウイルス感染症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・人事担当者らを対象に、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、活用事例など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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	(1)外部人材活用セミナー～“副業・兼業”がもたらす企業と社員の成長～ 7月7日（オンライン開催）、支援企業数 35.5社 8月1日～8月31日（アーカイブ配信）、支援企業数 10.5社 (2)外国人材活躍セミナー～特定技能制度活用のポイント～ 10月21日（オンライン開催）、支援企業数 50社 11月25日～12月23日（アーカイブ配信）、 11.5社							
		＜事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果＞							
		①府施策連携	(商-1：人材ニーズ対応支援) 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した。セミナー中に大阪府（大阪産業局）の施策説明時間を設け、参加者のうち相談希望者を大阪産業局「中小企業のための人材採用コンシェルジュ事業」につないだ。						
②広域連携	大阪産業局やOSAKAしごとフィールド等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、関心企業に対する募集を行った。								
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	40.0	総支援企業数(実績)	107.5	支援実績率	268.8%	満足率	99.0%	
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	セミナープログラムにおいて、外部人材や特定技能外国人材の活用動向や府内先進企業の活用事例、さらに公的支援施策の紹介を盛り込み幅広い情報提供を行ったことで、アンケートでは9割強の企業が「セミナーで得た知識を、人材の採用や定着に向けて活用したい」と回答し、人材不足の解消に向けて、本セミナーで得た情報を活用することができた。							
	代表指標	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%	実績数値	92.2%	目標達成度	115.3%			
成果の代表事例	外部人材活用セミナーでは、「一つの可能性としての副業が理解できた」、「今回のセミナーでは副業受け入れという方法が身近であることを知ることができ、人財確保検討の選択肢が増えたことに満足している」、また外国人材活躍セミナーでは「特定技能制度については、これまでも何度か聞いているのですが、十分理解できていない部分もありました。今日のセミナーでは非常にわかりやすくご説明いただき、理解を深めることができました」、「実際に特定技能外国人を雇用している事業所の雇用管理状況が紹介され、具体的にイメージしやすいと感じた。」といった回答が寄せられた。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
	—								
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	今年度新規事業として実施したが、受講者数・支援企業数ともに想定を上回る水準となり、大阪府内中小企業における本課題への関心の高さがうかがえた。今後も慢性的な人手不足の解消に向けて多様な人材の採用ニーズが今後更に高まっていくことが予想されるため、次年度以降も外部人材や特定技能外国人材の受入れに係る諸制度や先進企業事例等を紹介するセミナーを継続実施し、府内企業における多様な人材の採用に関心を高めていくとともに、実務に関する情報提供も行いながら具体的な対応を支援していく。							

大阪商工会議所

事業名		中小企業のための外国人留学生採用支援事業							
想定する実施期間		2017 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	外国人留学生採用支援セミナー ～留学生採用の最新動向と企業の対応ポイント～ 7月21日（オンライン開催） 支援企業数：19社 8月24日～9月22日（アーカイブ配信） 支援企業数：4社							
		＜事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果＞							
		①府施策連携	本セミナーを大阪府との共催により実施した。また、本事業に関連して大阪府主催セミナー（令和4年度持続可能な大阪の成長を支えるダイバーシティ推進事業）の一部プログラムを本商工会議所が共催し、府内企業に広く情報提供を行った。						
②広域連携	大阪府と連携し、本会議所HPやメールマガジン、大阪府「労働関係情報メール」等を活用し、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した。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	20.0	総支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	115.0%	満足率	95.7%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	セミナープログラムに外国人留学生の採用トレンドや採用企業事例をはじめ、在留資格の解説や公的支援施策の紹介など、外国人留学生の採用に資する幅広いテーマを盛り込み情報提供を行った。アンケートでは支援対象企業全社が「外国人留学生の採用について理解できた」と回答するなど、参加者は新たな視点や取り組み方法に関する知識を深めることができた。							
		代表指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	成果の代表事例	参加者アンケートでは、「在留資格の仕組みを知ることができた」、「外国人留学生採用の最新動向と採用の具体例について理解を深めることができた」、「外国人採用に係る、大阪府の幅広い支援内容を知ることができた」といった回答が寄せられた。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
—									
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	大阪府内中小企業においては、人手不足の解消やグローバル化への対応、ダイバーシティ経営促進などの観点から、外国人留学生の採用ニーズが今後さらに高まっていくことが予想される。よって、来年度以降も外国人留学生の採用メリットを紹介するセミナーを継続実施し、外国人留学生の採用に関心を持つ企業を増やしていくとともに、外国人雇用に係る諸手続きや採用後の定着に向けた対応など、幅広い情報を提供していく。							

大阪商工会議所

事業名		障がい者の雇用促進事業								
想定する実施期間		2021 年度～ 年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	「障がい者雇用促進セミナー」 障がい者雇用の基本についての解説および先行事例の紹介 集合・オンライン：5月12日 支援企業数：40.5社 アーカイブ配信：6月6日～7月4日 支援企業数：16社								
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>								
	①府施策連携	(労-7：障がい者人材確保支援事業) 大阪府障がい者雇用促進センターと共催で実施。大阪府障がい者雇用促進センターが障がい者雇用の基本について解説した。								
	②広域連携	大阪府と連携し、本商工会議所ホームページやメールマガジンなどで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した。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	20.0	総支援企業数(実績)	56.5	支援実績率	282.5%	満足率	98.1%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートで、「大企業の障がい者雇用は知っていたが、特例子会社を活用されているのは知らなかった。健常者、障がい者も多様になり、互いの理解や仕事のしくみ作りを一緒に考えていくことが重要だと感じました」「同じ障害でも一人ひとり違うので、その方について知ることが重要というのが印象に残りました。早速社内でも障がい者の方ができる仕事の洗い出しを行いたいと思います」「障がい者の方が働きやすい環境作りは全社員が働きやすい環境作りにも直結することを実感いたしました」との回答が多数得られるなど、障がい者雇用に関して理解を深めることができた。								
		代表指標	「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%	実績数値	96.2%	目標達成度	137.5%			
	成果の代表事例	アンケートで、「障がいのある方が、自信を持って発信・発言される姿に触れると、元気をもらえる気がします。『少し丁寧なマネジメント』は、障がいの有無にかかわらず、大事なことかと思いました」「職員状況の把握・理解や「誰もが気持ちよく働ける職場づくり」に感銘しました」「SPIISについても、今までその情報もなく、今回の研修受講により、新たに入手した情報でした。今後につきましても積極的に研修受講に励み、自身のスキルアップに繋げていきたいと思いました」との回答が多数得られるなど、障がい者雇用に関して、理解を深めてもらうことができた。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	「障害者雇用促進法」に対応し、障がい者雇用に取り組もうとしても、どのように取り組めばよいかわからない中小企業は多い。今後も大阪府と連携して、企業の障がい者雇用への理解が深まるようセミナーで情報提供し、先進事例を紹介することにより、障がい者雇用に取り組むやすいようにする。								

大阪商工会議所

事業名		中小ものづくり企業の生産性向上等支援事業							
想定する実施期間		2020 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小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を活用することで稼げる企業体質に改善する。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、中小もの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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型：228.5社></p> <ul style="list-style-type: none"> ○現場改善の基礎セミナー 7月14日オンライン開催 「現場改善の基礎 徹底セミナー」（支援企業数34社） 11月15日オンライン開催 「基礎から学ぶ現場改善」（66.5社） ○動画制作の基礎セミナー 8月29日集合開催・9月5～13日web配信（8/29の録画配信） 「自社PR 動画制作の基礎「シナリオ編」」（53社） 9月28日集合開催・10月6～14日web配信（9/28の録画配信） 「自社PR 動画制作の基礎「撮影テクニック編」」（51社） ○ブランディングセミナー 12月7日集合開催・12/15～22日web配信（12/7の録画配信） 「ケーススタディで学ぶ 中小製造業のブランディング」（24社） <p><人材交流型：125社></p> <ul style="list-style-type: none"> ○生産性向上のためのセミナー 6月29日「生産性向上を促進する人事評価制度の作り方」（30.5社） 10月17日「人流の見える化で伸びる生産性」（59.5社） 1月26日「売上創出と生産性向上のために何をすれば良いのか」（35社） <p>----- <事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果></p>							
	②広域連携	商工会議所の広報ツール（メール・DMなど）で大阪府内の製造業に参加を募った。大阪工業大学と共催を得て大阪府内に広く案内した。地域の工業会などにもPR協力を依頼した。							
	④相談相乗	経営相談支援先へ参加勧奨を行った。事業実施後のアンケートにおいて経営課題の把握を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	300.0	総支援企業数(実績)	353.5	支援実績率	117.8%	満足率	95.6%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○生産性向上に関する取り組みについて、何から始めたらよいか分からない事業所が多いが、本講習会に参加することで、そのきっかけを与えることができた。</p> <p>○現場改善においては、改善活動に対してのニーズの高さを改めて実感し、無駄の概念やECRSの原則、モノの流し方、ラインバランス分析の基本を学ぶことで自社現場の改善につなげる貢献ができた。</p> <p>○自社PRの動画制作においては、今後活用したい・さらなる情報収集に努めたいなど、まだ活用方法を模索している事業者が多かった。動画が自社PR以外にも、「人材確保」「技術承継」「社員のモチベーション向上」に役立つとらえた企業も多く、事業者の今後の視点の幅を拡げ、将来的な発展の可能性を高めた。</p>							
	代表指標	アンケートで「今後のモノづくりや企業経営に活用する」または「生産性向上などへの取り組みにつなげる」と回答した割合							
	数値目標	70%	実績数値	80.4%	目標達成度	114.8%			
	成果の代表事例	<p>参加者からの主な意見は次の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○組立動作の確認がオンラインでもできて、わかりやすくてよかった。 ○オンラインでもアンケート機能やチャット機能を使用して参加者の意見を知ることができた。 ○業務として動画制作があり独学で実施していたが、カメラワークなど参考になった。 ○今回学んだ動画編集の基礎を活かしながら、YoutubeやTiktokなどのショート動画で当社に興味を持ったもえらえるようにしたいと思う。 							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	今回のセミナーでは、方法はまだ模索中だが生産性の向上に取り組んでいきたいとする事業者が多いことがわかった。だが、いずれも専門性の高い分野のなかで、いかに中小企業の事情にあった取り組みにブレークダウンし伝えられるかが課題。次期以降は、より幅広い事業者にアフターコロナの中で事業者が発展していける企画を計画・実施していく。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	200.0	支援企業数(実績)	228.5	支援実績率	114.3%	満足率	97.8%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>自社PRの動画制作においては、今後活用したい・さらなる情報収集に努めたいなど、まだ活用方法を模索している事業者が多かった。動画が自社PR以外にも、「人材確保」「技術承継」「社員のモチベーション向上」に役立つとらえた企業も多く、事業者の今後の視点の幅を拡げ、将来的な発展の可能性を高めた。現場改善においては、改善活動に対するニーズの高さを改めて実感し、無駄の概念やECRSの原則、モノの流し方、ラインバランス分析の基本を学ぶことで自社現場の改善につなげる貢献ができた。</p>								
		指標	アンケートで「今後のモノづくりや企業経営に活用する」または「生産性向上などへの取り組みにつなげる」と回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	80.4%	目標達成度	114.8%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100.0	支援企業数(実績)	125.0	支援実績率	125.0%	満足率	91.4%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>生産性向上に関する取り組みについて、何から始めたらよいか分からない事業所が多いが、本講習会に参加することで、そのきっかけを与えることができた。</p>								
		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り組みにつなげる」「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%	実績数値	96.6%	目標達成度	137.9%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										

大阪商工会議所

事業名		中小企業のためのビジネス講演会
想定する実施期間		2011 年度～ 年度
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	中小企業が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに役立つ講演会を開催する。企業家精神を發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
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	(1)ビジネス講演会 (694社) ※ ()内は支援企業数 ①「7期連続最高益！業務スーパー大躍進の軌跡」7月8日 (209.5社) ②「逆境に克つ！～ダメだと思った時が夜明け前～」11月11日 (233社) ③「中川政七商店はなぜ進化を遂げることができるのか」2月10日 (251.5社)
		(2)チェンバーカレッジ (1,107社) ①「連携・共創・シェアリング～できないと言わない町工場の挑戦」 オンライン配信：4月25～5月9日 (136社) ②「『あたらしい幸せ』を發明する老舗百貨店～“女性に寄り添う”売場に込めた思い」 オンライン配信：5月16～30日 (116.5社) ③「データサイエンスのビジネス応用・中小企業のデータ活用」 開催日：5月18日、オンライン配信：6月1～15日 (165.5社) ④「ポストコロナ時代のパーパス経営～いかにパーパスを策定し実現させるか～」 開催日：6月16日、オンライン配信：7月11～25日 (165.5社) ⑤「“ゼロカーボン”時代に日本企業が生き残る方法～今後注目されるビジネスとは～」 開催日：8月5日、オンライン配信：9月12～26日 (176.5社) ⑥「大阪の秘める魅力 まちが育むアートとビジネスへのヒント」 オンライン配信：10月17～31日 (101.5社) ⑦「STEM分野におけるダイバーシティの推進」 オンライン配信：11月21日～12月5日 (74社) ⑧「人的資本経営の実現に向けたHRテクノロジーの活用」 オンライン配信：12月12～26日 (81社) ⑨「日本の『今』～グローバル時代における企業成長・社会課題解決への方策～」 オンライン配信：2月13～27日 (90.5社)
		(3)支部経済講演会 (1,085社) 「企業のイメージアップにつながるハラスメント防止対策」6月13日 (43社) 「SDGsが示すビジネスルールの大転換 企業経営に活かすセミナー」6月15日 (53.5社) 「サイバー攻撃対策セミナー」6月22日 (66.5社) 「縮小市場でのヒット商品開発秘話 ～コロナ禍を追い風に、現代版新型ミシンが大ヒット！～」7月13日 (35社) 「中小・小規模企業におけるサイバーリスクの現状と対策」8月5日 (26.5社) 「ポスト安倍時代の内外情勢」9月8日 (93社) 「KOKUYOのワクワクするミライの働き方」10月13日 (55社) 「「廃業寸前」が世界トップになった奇跡の物語」10月20日・10月27日～11月2日 (104社) 「ゼロから始めるDX化への道」10月25日 (71社) 「情報セキュリティ対策2023 ～ウクライナ戦争で変わる情報セキュリティ環境～」12月6日 (20.5社) 「2025年大阪・関西万博へ港区はこう変わる」12月9日 (19.5社) 「2023年の景気展望～緊迫化する世界情勢の中の関西経済」12月14日 (190.5社) 「中小・小規模事業者のための「事業継続力強化計画」」12月14日 (9社) 「ユニークであれ！創業115年、4代目女性社長の挑戦！ ～伝統を守り、新しいことへ挑戦するリボン食品の奮闘記～」1月24日 (108社) 「ビジネス系トップYouTuberがこっそり教える売上アップのためのSNS活用のコツと裏話」 2月16日 (68社) 「2025年大阪・関西万博 出展記念講演会」2月24日 (56社) 「2025年大阪・関西万博まであと2年 万博に向けた関西経済の現在地と今後の展望」3月3日 (66社)
<事業手法 (②広域連携・④相談事業相乗効果) の具体的な連携・効果>		
②広域 連携	大阪市外からの参加を強化するため、地域金融懇談会に参画する信用金庫等金融機関、大阪府内の各商工会議所の協力を得て広報したほか、本商工会議所ホームページへの掲載、登録事業者へのメール配信、過去参加者へのメール配信など府内の事業者へ広く周知した。	
④相談 相乗	アンケートで参加中小企業者の経営課題を調査し、経営指導員につないだ。また、経営支援を実施している事業者に対しては本講演会の案内を行うなど、本事業と相談事業との相乗効果を図った。	

事業 全体 の 実績 ／ 目標 達成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	2,400	総支援企業 数(実績)	2,886.0	支援 実績率	120.3%	満足率	95.6%
	目標の達成度 （支援企業を どう変化させ ることができたか）	参加企業の9割強が「講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答しており、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の機会となった。							
		代表指標	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%	実績数値	94.7%	目標達成度	105.2%			
成果の代表事例	<p>(1)ビジネス講演会 A社「実経験に基づく説得力ある話であった。今一度、経営理念を考える機会となった」、B社「仕事に対する取り組み方、現状分析と改善、素晴らしい経営に感銘した」、C社「ブランディングに取り組み中であり、行き詰まりを打開するヒントを得た」、D社「最高の内容でした。解りやすかった。小さなことから実行したいと思いました。夢を感じました」、E社「ブランディングについて取り入れる事が多く見つかった。頭の整理に必要なポイントが分かった」、F社「企業としての存在意義について新たな視点をいただいた」など、アンケートで経営改善や経営革新に向けた前向きなコメントが多く寄せられた。</p> <p>(2)チェンバーカレッジ 「データサイエンスの具体的な活用事例がわかった」、「色々ビジネスのヒントをいただきました。是非、取り組んでいきたいと思います」、「役員への経営意識改革に向けての刺激を受けた」、「アートとビジネスの関連の一つを知ることができた」といった回答が寄せられた。</p> <p>(3)支部経済講演会 アンケートで「自社の状況を見直し、今後どうしていくか考えていく上で参考にしたい」「コロナ後の景気の見通しが不安であったので、参考になった」「組織のリーダーとしていろいろヒントをいただきました」などの声が寄せられた。</p>								
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—		
実施 結果	課題及び次期以降への 取り組み （実績が目標値に達 していない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか）	<p>(1)ビジネス講演会 厳しい経営環境におかれている中小企業経営者に対し、企業経営に資する情報提供に努めた。引き続き、中小企業経営者の経営に役立つタイムリーな情報を提供していく。</p> <p>(2)チェンバーカレッジ 府内中小企業においては多岐にわたる経営課題を抱えている。次年度も本事業を通して、ビジネスに役立つ様々なテーマで情報提供を行うと共に、受講者アンケートを通じて個別の経営相談ニーズも把握し、支部と連携しながらきめ細かな支援を継続実施していく。</p> <p>(3)支部経済講演会 5つの支部それぞれにおいて、経営者らの関心が高く参考となる企業の事業戦略のほか、2025年大阪・関西万博が地域にもたらす影響などについての情報を提供した。引き続き、地域の産業・経済の動向など経営に役立つ情報をタイムリーに提供する。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	540.0	支援企業数(実績)	694.0	支援実績率	128.5%	満足率	95.4%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の約 97% が「講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答しており、自社の経営課題解決に前向きな変化が見られた。							
		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%	実績数値	96.8%	目標達成度	107.5%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	1,050.0	支援企業数(実績)	1,107.0	支援実績率	105.4%	満足率	95.4%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	全 9 回のプログラムを通して、企業事例やデータサイエンス、アート、ゼロカーボン、パーパス経営など、注目度の高いテーマで講演を行うことで、アンケートでは「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」と回答するなど、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の機会となった。							
		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	70%	実績数値	94.7%	目標達成度	135.2%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	810.0	支援企業数(実績)	1,085.0	支援実績率	134.0%	満足率	95.8%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の約 98% が「講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答しており、自社の経営課題解決に前向きな変化が見られた。							
		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	70%	実績数値	97.8%	目標達成度	139.7%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		大阪勧業展							
想定する実施期間		2010 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	中小企業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）							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	大阪府内の中小企業等が一堂に会し、技術力や企画力のアピール、製品、商品、サービス等のPR、販路の開拓等を行う展示商談会（多業種型総合展示商談会）。出展業種は、金属、機械・器具・部品、化学・エネルギー、繊維、建設・建材、生活関連用品、環境・衛生、紙・印刷、情報・通信、サービス、各種団体など。 4月中旬：府内の主催・共催商工会議所・商工会の本事業担当者と本事業の広域的開催につき意思疎通 4月下旬～6月下旬：出展者募集 6月下旬：出展審査会（過去の商品事故情報、本勧業展の出展者としての適格性などを審査） 応募企業は、共催商工会議所・商工会が参加する出展審査会にて、出展に相応しい企業かどうか審査 10月12・13日：大阪勧業展開催（会場：マイドームおおさか） 10月12日：大阪勧業展 出展者交流会の実施（会場：大阪商工会議所） 10月12・13日：カーボン・ニュートラルチャレンジフェアを同時開催（来場者増を図る） 出展者数は 340 企業・団体、 361 ブースであった。来場者数は 8,677 人（前回 8,405 人）、商談件数は 2,359 件（前回 2,405 件）、名刺交換枚数は 18,250 枚（前回 16,190 枚）であった。（いずれも2日間合計。北陸3県特別コーナー・デザイン特別コーナーを含まず。府外などの支援対象外3社を含む。）							
		＜事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果＞							
		②広域 連携	大阪府内のすべての商工会議所・商工会が連携して実施。各商工会議所・商工会から出展に関心を持つ企業等へ直接働きかけたり、機関紙等へのチラシを挟み込むなど、協力して出展企業を募集した。来場案内については、各商工会議所・商工会から機関紙やホームページを使って広報するなど、大阪府内から広く来場者を集められるよう協力した。大阪市外から広域的に集客を促進するため、積極的に新聞折込や交通広告など各種広報媒体を活用した。						
④相談 相乗	本事業の出展者勧誘は、ホームページや出展募集チラシのDMなどに加え、地元商工会議所（大阪商工会議所の場合、支部）の経営指導員が行っている。後者においては、出展の勧誘がマル経融資ほか経営指導に結びつくケースがあった。								
計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	300.0	総支援企業 数(実績)	340.0	支援 実績率	113.3%	満足率	80.9%	
事業全 体の実 績／目 標達成 度	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	開催後3か月時点で実施したフォローアップ調査によると、 121 社（全 340 出展者の 35.6% ）が合計 324 件（全 2,359 商談の 13.7% 。前は 256 件）の成約を果たし、その金額は合計で 1億5,319 万円（前は 1億5,641 万円）であった。また、 16.8% が「問合せ・来店・HP閲覧数が増えた」と回答しており、本事業が、出展企業の売上・販路の拡大に貢献している点がかがえる。なお、出展者の 35.0% が「製造・販売の委託先を探すことができた」、 22.6% が「材料仕入先・加工外注先を探すことができた」、 39.4% が「他社の新製品・商品・技術・事業への取り組みを知ることができた」と回答するなど、売上や販路の拡大など所謂「売り案件」のみならず、付随的に「買い案件」の開拓や情報収集などの面でも、本事業が役に立っている点がかがえる。また、約 35.9% が「販路拡大イベントへの参加意欲が増した」、 30.9% が「製品・商品・サービスを改良する意欲が増した」と回答するなど、出展企業の人材育成や士気向上にも寄与している点を確認できた。							
	代表指標	商談件数							
	数値目標	2600件	実績数値	2359件	目標達成度	90.7%			
	成果の代表事例	成約金額の大きいものとして、 H 社が風呂用ステンレス取手などの制作の成約 2 件で計約 2,000 万円。受注単価は低いものの成約件数が多い事例として、 W 社が服飾雑貨の販売などの成約 15 件で計約 1,500 万円。							
その他目標値の実績	目標値 (計画)	20000社	目標値 (実績)	18250社	目標達成度	91.3%			
実施結果	課題及び次期以降への 取り組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	課題：来場者数の更なる増加、商談成約件数・商談成約金額の増加。 対策：来場者数については、大阪府内の各商工会議所・商工会へ機関紙チラシ・DMなどのさらなる広報協力を依頼する。大阪府内の事業者の目に触れるような広報方法を引き続き検討・実施する。商談成約件数については、出展者が申し込む際に、前年度の来場者の関心度の高い事業項目が分かるような機能を追加し、出展内容と来場者の関心項目の隔たりが減るよう、工夫する。							

大阪商工会議所

事業名		大手流通業等への販路開拓支援事業							
想定する実施期間		2015 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中堅・中小・零細の製造業、卸売業が、大手流通業と商談を行う機会は限られている。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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【第26回買いませ！売れ筋商品発掘市】 11月10日 会場：大阪府立体育会館 <売り手企業>全国41都道府県から471社708人名参加、うち支援企業数258社 <買い手企業>56社（百貨店10社、スーパー8社、通信販売15社、生活協同組合4組合、コンビニエンスストア1社、ホームセンター2社、専門店など9社、外食・ホテル3社、海外企業4社 <成果>商談件数3,960件。うち、商談継続・成約可能性あり件数863件</p> <p>【ザ・ベストバイヤーズ、ザ・ライセンスフェア】 ※（ ）内は支援企業数 <売り手企業>全国30都道府県から252社参加、うち支援企業数188社 <開催状況> 4月28日 (株)近商ストア編(5社) 5月25日 (株)コクミン編(40社) 7月6日 (株)丸井(なんばマルイ)編(18社) 7月13日 (株)ジェイアール東海エージェンシー、ジェイアール西日本商事(株)(13社) 8月23日 (株)パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス編(30社) 9月6日 大阪地下街(株)編(17社) 9月21日 イオンモール(株)編(18社) 10月6日 (株)アカカベ編(19社) 10月7日 (株)ビックカメラ編(21社) 1月24日 (株)ハンズ(ハンズ梅田店)編(7社) <成果>商談件数252件。うち、商談継続・成約可能性あり件数124件</p>							
		<事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果>							
		②広域連携	本所機関紙、大阪府下企業へのメルマガでの案内、各種セミナーでの案内状配布。D-FAX、WEB-FAXシステム活用による大阪府下企業への案内。「買いませ！売れ筋商品発掘市」等販路開拓事業に参加した企業へのDM送付。在阪の各県事務所へのPR依頼。全国の商工会議所、商工会への同事業のPR依頼。						
④相談相乗	相談支援先に商談会への参加を勧めることで、販路開拓支援のひとつとした。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	480.0	総支援企業数(実績)	446.0	支援実績率	92.9%	満足率	92.5%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	全国各地からのべ 880 社の参加申込があり、買い手企業による事前選考の結果などから 723 社が実際に商談に参加した。うち支援対処数は 446 社。支援企業のうち 408 社(91.5%)が「満足・やや満足」と回答。 38 社(8.5%)が「やや不満・不満」と回答した。参加企業全体のアンケートでは「事業に役立った」と回答した企業は 588 社(83.8%)あった。一方、バイヤーは全参加バイヤーのうち 90.4% が「満足・やや満足」と回答した。							
		代表指標	全商談件数（府外企業も含む）						
	数値目標	5000件	実績数値	4212件	目標達成度	84.2%			
	成果の代表事例	各商談会開催当日の商談総数 4212 件のうち 987 件が商談継続・成約の可能性ありとの回答を得ることができ、総商談数の 23.4% が今後の販路開拓につながる可能性があった。また実際に大手スーパーや、通販会社と参加売り手企業との成約事例もあった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	引き続き販路拡大を目指す大阪府内の売り手企業にとって魅力的な流通業バイヤーを招請する。また、アンケートより「OEM生産可能」の売り手が多いことが判明したため、今後PB・OEMの商談に注力していく。流通業以外にも商談希望が強い買い手企業(宿泊・サービス・外食等)があれば、仕入れ担当者を招いての商談会を行う。また、各企業からのバイヤーについてはできる限り参加バイヤー人数の確保・仕入方針や仕入れ商材を具体的に明らかにするよう協力を仰ぎ、商談の質の向上に努める。							

大阪商工会議所

事業名		小規模事業再生サポートセンター事業								
想定する実施期間		2010 年度～ 年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府内全域を対象に、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）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	大阪商工会議所経営相談室内に「小規模事業再生サポートセンター（経営安定特別相談（平日）ならびに金融相談（火・木曜日）」を開設。大阪府内の小規模事業者を対象に資金繰りや借入金の返済条件の見直し、金融機関との折衝方法などの支援を行った。また、税理士や弁護士などの専門家を活用し、危機回避・整理に向けた支援も実施した。								
		新規の相談は134事業者、前年度からの継続相談は68事業者、計202事業者に対し支援を行い、相談回数は544回（経営安定特別相談181回、金融相談363回）であった。								
		＜事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果＞								
	②広域連携	ウェブサイト、大商ニュースへの記事掲載と案内リーフレット封入、メルマガ等により周知活動を実施した。また、各種事業で案内リーフレットを配布したり大阪府、日本政策金融公庫の府内各支店にリーフレットを設置するなどして周知に努め、結果、大阪府外からの事業者の利用は約20%を占める。								
	④相談相乗	融資、金融機関との折衝などの相談内容については、金融相談で対応し、資金繰り難や事業再生については、経営安定特別相談で対応するなど、相乗効果を図った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	175.0	総支援企業数(実績)	202.0	支援実績率	115.4%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	経営安定特別相談及び金融相談で助言支援をもとに相談事業者が金融機関や関係者と交渉を行ったり、改善策を実施した結果、資金繰りの改善へ向かった案件（危機回避案件を除く）は17件（融資決定11件、条件変更等3件、助成金・公的支援活用等3件）の改善実績があった。相談の中で事業を中止せざるを得ない事業者3件については、破産・整理への方向性を示した。								
		代表指標	「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	実績数値	17社	目標達成度	85.0%			
	成果の代表事例	＜軽貨物の運送業の事例＞ 平成27年に赤字会社の事業譲渡を受けた。赤字の会社を購入したため、保証協会で借入ができなかった。その後フィリピンの経営者より運送業務を受注できたため、広い保管倉庫が必要で、経営改善計画の作成を支援し、支部と連携の上、マル経融資の借入をした。その後は、保証協会からも車両購入などで借入ができた。しかし、問題が発生し、フィリピンとの取引がなくなった。また、コロナ感染症の長期化で売上・粗利益率がさらに減少し、借入金も増加した。2022年に入ってからはガソリン価格の値上がりにより運送費用も増加した。そのような状況下で、ゼロゼロ融資の借入を行ったが、元金据置中のため借入ができなかった。2021年7月からはデリバリー事業者を通じて弁当の配達を受注できるようになり、デリバリー事業者の売上が半期の試算表で確認でき、借入の比率が減少したことで、マル経融資の借り換えができた。現在は軽貨物の外に一般貨物運送業を取得することで新事業での売上アップを目指している。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	2021年度の件数と比較すると、2022年度は相談件数は6%増加。2022年の企業を取り巻く環境は、「円安」「原材料高」「人手不足」の三重苦で、一段と厳しさを増し、承継者がいない高齢の経営者からは、業績不振が長期化しているため、事業継続を断念したいとの相談も寄せられた。今後は、各種補助金・支援金などの見込みが乏しくなる中、資金繰りが厳しくなり、息切れ破たんや事業継続をあきらめるケースも見込まれる。実際に今年度の破産・整理の件数は3件と増加した（昨年は1件）。経営安定特別相談では、今後も「大阪府中小企業活性化協議会」と連携し対応していく。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	120.0	支援企業数(実績)	134.0	支援実績率	111.7%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<新規支援企業> 「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」を実現した。							
		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」（事業の目標②とあわせて）						
		数値目標	20社	実績数値	17社	目標達成度	85.0%		
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55.0	支援企業数(実績)	68.0	支援実績率	123.6%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<前年度支援企業> 「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」を実現した。							
		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」（事業の目標①とあわせて）						
		数値目標	20社	実績数値	17社	目標達成度	85.0%		
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		販路・取引先開拓マッチング事業							
想定する実施期間		2011 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	新規の販路・取引先開拓や仕入先の取引照会を希望する中小企業・小規模事業者に対し、本商工会議所が持つ様々なツールや情報に基づいて対応した。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を行った。また、本商工会議所が保有する企業データや、ビジネスモール・商談モールなどといった事業者検索ツールなどをフルに活用し、販路・取引先開拓・仕入先照会を希望する事業者のニーズに応じて検索・照会を行い、BtoBのビジネスマッチングを進めた。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努めた。							
		＜事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果＞							
		②広域連携	金融機関の大阪府内店舗でのパンフレットの配布、大商ニュースへの同梱を行い、大阪府内の事業者幅広く配布した。また、本会議所のHPへの掲載、メール配信を行った。利用企業220社のうち、39社が大阪府内（大阪市外）の事業者の参加であった。						
④相談相乗	必要に応じて、専門相談や専門家派遣につなぐなど、相談事業との相乗効果を図った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	180.0	総支援企業数(実績)	220.0	支援実績率	122.2%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	仕入先、外注先の紹介を希望する支援企業に対しては取引先を紹介するだけでなく、その探し方や「ビジネスモール」の具体的な活用方法をアドバイスし、今後、自力で取引先を探すことができるよう支援した。また、販路開拓の進め方が分からない支援企業に対しては、専門相談、専門家派遣により、専門家から営業ノウハウや具体的な営業の仕方などに関するアドバイスを行うなど、相談者のニーズを汲み取り、満足度をあげるよう努めた。その結果、目標支援企業数180社に対し220社を支援し、指標の目標件数90社に対し118社に具体的な取引先を紹介した。							
		代表指標	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	実績数値	118件	目標達成度	131.1%		
	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> 菓子卸売業のA社は同社近くで下請け・配送業務の委託先が決まり、業務の効率化につながった。受託先企業にも喜ばれ、今後の関係構築が期待できるものとなった。その後、新たな営業開拓ルートを確立するため、専門相談「営業・マーケティング」の専門家から売り場のCランク商品の陳列を止め、新商品を投入して限られた売り場での売上高向上をはかるなどのアドバイスを受け、現在の営業ルートを拡大する手法を継続し、企画力で事業を進めることを決めた。 サービス業を営むB氏は新たな仕入れ先を見つけることができ、取り扱い商品の拡大につながった。 							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	販路拡大を切望する中小企業や小規模事業者で、売上が上がらない事業者からの営業活動についての相談は、自社の強みや弱みの把握が不足していたり、ターゲットを絞れず効率的な営業活動ができていない場合が多い。これら事業者に対し、各社の実情にあった効果的な販路開拓方法や営業方法などのスキルを身に付けてもらえるよう機動的な支援を実施した。今後、同じ悩みを持つ中小企業同士のつながりが弱い部分を補完できるような企業間交流ができるプラットフォーム事業も検討する。							

大阪商工会議所

事業名		生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業	
想定する実施期間		2020年度～年度	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者における生産性向上で最も効果的なのがIT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	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(1)中小企業デジタルエキスポ <人材育成型：80.5社> 9月28日 講演「DX成功のための第一歩」「現場の現状把握から始める全体最適のためのDX事例」 ITツールの展示・相談会（全14社出展）</p> <p>(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：174社> 6月2日「消費者とつながるクラウドファンディング活用法」（36社） 7月1日「BtoB向けインターネットを活用した海外市場開拓セミナー」（35.5社） 8月30日「食の魅力を伝えて販路拡大!クラウドファンディングECサイト活用セミナー」（15.5社） 12月9日「インフルエンサーを活用したマーケティングのススメ」（88社） <人材交流型：24社> 6月2日「消費者とつながるクラウドファンディング活用法 相談会」（6社） 7月1日「BtoB向けインターネットを活用した海外市場開拓 相談会」（4社） 8月30日「食の魅力を伝えて販路拡大!クラウドファンディングECサイト活用 相談会」（14社）</p> <p>----- <事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果></p>	
	②広域連携	大阪商工会議所の広報ツールのみならず、商工会議所の取引開拓支援サイト「ザ・ビジネスモール」のメールマガジンや、大阪信用金庫の顧客への案内、日本電信電話ユーザー協会の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った。	
④相談相乗	経営相談支援先の事業者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いだ。		

事業全体の 実績／目標 達成度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	240	総支援企業 数(実績)	278.5	支援 実績率	116.0%	満足率	95.2%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	参加企業の約 82% が「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」と回答しており、大阪府内の中小企業に対し、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る機会を提供できた。							
		代表指標	「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%	実績数値	82.1%	目標達成度	109.4%			
成果の代表事例	<p>(1) 中小企業デジタルエキスポ セキュリティ、業務効率化、働き方改革・テレワーク環境構築が自社の課題だと考えている卸・小売業のA社は、紹介したパソコンログ管理システムに興味を示し商談に進んだ。また、参加したセミナーについても、DX導入の目的、必要性の根本が説明されていて大変参考になったとの声があがった。業務効率化に課題を抱える専門サービス業のB社は、業務プロセスの洗い出しがいかに大事かが分かり、現状把握をまずはしないといけないことだと実感できたと回答した。</p> <p>(2) 販路開拓などのためのIT活用セミナー・相談会 セミナー参加者へのアンケートでは、「ICTサービスについて役立つ情報を得ることができた」「関心を持ったので、もっと情報を集めたい」などのコメントがあり、導入を促進することができた。また、相談対応したICTサービス提供企業と参加者が継続して調整を続け、実際に導入が決定した事例もあり具体的な展開に結びついた。</p>								
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—		
実施 結果	課題及び次期以降への 取り組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	<p>(1) 中小企業デジタルエキスポ 大阪府内の中小企業に対し、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る機会を提供できたが、実際のツール導入まではつながりにくかった。次年度は、紹介するツールの種類や数を増やし、より多くのニーズに応えられるようにする。また、セミナーでは、「難しかった」と「当たり前の内容だった」で答えが二分化した。次年度は、自社に合ったデジタル化の進め方やツールの導入方法を中心とした講演とし、中小企業目線の導入事例や紹介する。</p> <p>(2) 販路開拓などのためのIT活用セミナー・相談会 オンラインにてセミナーを実施する形式が好評であったため、今後も同様の形式を用いて時宜に合った情報提供に努める。(場合によってはリアルでの開催も検討する)さらに、担当者に直接質問できる個別相談の手法も好評だったため、今後も継続して相談・マッチングの場を設ける。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	110.0	支援企業数(実績)	80.5	支援実績率	73.2%	満足率	91.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の約 82% が、「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」と回答しており、大阪府内の中小企業に対し、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る機会を提供できた。							
		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%	実績数値	82.1%	目標達成度	109.4%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	120.0	支援企業数(実績)	174.0	支援実績率	145.0%	満足率	97.1%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	ICTサービスの動向について理解できた、あるいは今後の販路開拓に役立てると回答した参加者は 96.5% で、ICTサービス導入に対する意欲を高めることができた。							
		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%	実績数値	96.5%	目標達成度	128.6%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	240.0%	満足率	95.8%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	ICTサービス提供企業との相談・マッチングの場を作ることで、支援企業はICTサービスの導入に向けて具体的な行動を起こすことができた。							
		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%	実績数値	91.7%	目標達成度	122.2%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		町工場ネットワークの拡充・強化事業
想定する実施期間		2012 年度～ 年度
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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。については、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
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数</p> <p>(1)経営課題に資する情報の提供（人材育成型：43社） 7月21日 ものづくり企業の「健康経営」セミナー（8社） 8月3日 ワークショップ「企業価値と経営力向上に役立つ事業計画作成」（16社） 11月24日 ものづくり企業セミナー「インボイス制度をわかりやすく学ぼう」（9社） 2月15日 ものづくり企業交流会 大阪テクノマスターによる勉強会&交流会（10社）</p> <p>(2)経営課題を軸とした情報提供と相互交流（人材交流型：74社） ①ものづくり企業交流会 大阪テクノマスターによる勉強会&交流会 6月15日（14社）、9月14日（15社）、11月22日（13社） ②大阪・関西万博に向けたものづくり企業ディスカッション会 6月3日（8社）、8月2日（6社） ③主要マスコミ各社×町工場ディスカッション会 7月14日（5社） ④西部エリアものづくり企業による「大正ものづくりフェスタ2022」出展・運営 12月3日（13社）</p> <p>(3)取引拡大の支援（販路開拓型：125社） ①ものづくり加工ネットワーク強化交流会（町工場同士の情報交換、協業、取引拡大を支援） 9月13日（32社）、3月23日（37社） ②販路拡大事業「動画で販促！」（製品・商品の販促動画の制作を支援） 7月～1月（12社） ③ものづくり加工商談会2022（受発注に関する商談会） 2月21日（44社）</p> <p>----- <事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果></p>
	②広域連携	本商工会議所のメールマガジン「大商メールステーション」で大阪府内事業所への開催告知をしたほか、大阪市外で活動する機械金属加工グループ、MOBIOや大阪信用金庫、日本政策金融公庫の協力を得て、東大阪市、堺市、寝屋川市、八尾市、枚方市など、大阪市外の機械・金属加工を営む事業所が集積する地域から参加を得た。
	④相談相乗	事業計画の策定、ものづくり補助金、事業再構築補助金申請の伴走支援を希望する参加者に対してかかる支援を行った。また、マル経融資の推薦、人材育成、生産性の向上、BCPなど各社の状況に応じた情報提供、支援を実施した。

事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	145.0	総支援企業数(実績)	242.0	支援実績率	166.9%	満足率	98.8%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	人材交流型においては今後の人脈づくりや課題解決のための情報を得ることができたなど、高い満足度を示すコメントが多く見られた。また、販路拡大型においては、「取引につながった」「可能性あり」との回答を得ており、受発注取引先の拡大に寄与した。							
		代表指標	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%	実績数値	93.0%	目標達成度	116.3%			
成果の代表事例	<p>○ものづくり加工ネットワーク強化交流会の参加者から「企業間で連携して社会課題が解決できそうなアイデア商品が生まれそうだ」「とても活気があり、連携できそうな企業があった」「熱意ある企業が多かった」「優秀な企業の方々ばかりでとても良い刺激を受け、勉強になった」との声が寄せられた。</p> <p>○ものづくり加工商談会において、受注側企業から「具体的な商談に発展しそうな話があった」「手ごたえを感じた。有意義な商談ができ満足だ」「見積もりの依頼を受けた」などの声が寄せられた。</p>								
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—		
実施結果	課題及び次期以降への取り組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p>ものづくり加工ネットワーク強化交流会においては、もう少し参加者が多ければという声も聞かれたため、次回開催時は、実施のタイミングおよび広報を考慮し、引き続き満足度の高い交流会実施に努め、これまでの企業間交流から生まれた企業間連携を活用・さらに拡大して2025大阪・関西万博のリポーチャレンジへの参画を促していく。</p>							
		—							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	43.0	支援実績率	143.3%	満足率	97.7%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><人材育成型> ワークショップなどでは個社では取り組みにくい経営改善を、同じ地域で操業する同業種（機械金属加工業）間の先行事例をもとにディスカッションすることで身の丈に合った知識の習得と取り組むきっかけを提供できた。参加企業からは、「たいへんわかりやすく、理解できた」との意見をもらい、事業計画作成など経営改善の第一歩になった。</p>								
		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%	実績数値	93.0%	目標達成度	116.3%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	74.0	支援実績率	370.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><人材交流型> 対象業種を機械・金属加工を営む事業所に限定して事業を実施したことで、今後の人脈づくりや課題解決のための情報を得ることができたなど、高い満足度を示すコメントが多く見られた。</p>								
		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%	実績数値	98.6%	目標達成度	123.3%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55.0	支援企業数(実績)	69.0	支援実績率	125.5%	満足率	98.6%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><販路開拓型：ものづくり加工ネットワーク強化交流会> 対象業種を機械・金属加工を営む事業所に限定して事業を実施したことで、全69事業所の参加を得て面談数は938、「取引につながった」「可能性あり」と答えた事業所数が44社87案件にのぼるなど、受発注取引先の拡大に寄与した。</p>								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									

実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10.0	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	120.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<販路開拓型：販促動画の制作支援> 自社ホームページのアップやDVDでの配布ができるよう、参加企業の製品・商品のPR動画を作成し、非対面での販売促進活動のツールとして活用してもらった。								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										
実績／達成度⑤	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	44.0	支援実績率	146.7%	満足率	97.7%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<販路開拓型：ものづくり加工商談会> 受注拡大に向け、企業と商談や情報交換を行うことができた。支援対象企業44社で94件の個別商談が行われ、そのうち33件が商談継続となった。								
		指標	商談件数							
		数値目標	50件	実績数値	94件	目標達成度	188.0%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										

大阪商工会議所

事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム							
想定する実施期間		2010 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪の繊維業界は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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<人材育成型> 支援企業数：122社 6月2日（オンライン配信）第10回例会「ファッションとNFTの可能性」 支援企業数：36社 10月25日 第11回例会 支援企業数：44社 3月2日 第12回例会「ファッションは『新しい考え方』を提示するビジネス」 支援企業数：42社 <人材交流型> 支援企業数：41社 8月31日 プレゼン&交流会「先端技術の活用による業界への提案」 支援企業数：28社 10月25日 プレゼン&交流会「検査機関によるエシカル・サステナブルへの対応」 支援企業数：13社							
		<事業手法（②広域連携）の具体的な連携・効果>							
	②広域連携		協同組合関西ファッション連合に組合員への周知を依頼するなど、業界団体と連携して事業を実施した。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	180.0	総支援企業数(実績)	163.0	支援実績率	90.6%	満足率	96.2%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	・参加した繊維・ファッション企業に、「繊維に転用利用が期待される最新技術」や「NFTのファッション業界へのビジネス活用」、「検査機関が取り組むエシカル・サステナブルへの対応」「SDGsや環境問題に対する事業としての取り組み」「海外競争に勝つための国内外の事例」などをテーマに、業界の今後を認識してもらうことができた。 ・本事業を通じて、組合の団体名や企業が業界関係者を中心に広くPRされた。							
		代表指標	得られた情報を事業拡大や新しいビジネスの開発に活かしたいと回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	94.8%	目標達成度	135.4%		
	成果の代表事例	A社は8月のプレゼン&交流会の参加後「最新の情報が得られて満足している」と回答した。また、B社は10月の例会に参加し、「作り手・売り手として企画からお客様が買われた後まで考えてものづくりをしたいとあらためて思った」と回答した。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	例会参加者からは、今後の業務に役立つ情報を得たという声が多数寄せられており、引き続き関心が高いテーマについて、情報提供や参加者同士の交流の場を設ける。各種事業について、より多くの繊維関連企業に参加してもらうために業界団体を通じて案内するほか、事業開催時期を調整するなど連携を図る。例会・プレゼン&交流会に限らず、一層業界内外の企業連携を促進する事業を実施する。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	130.0	支援企業数(実績)	122.0	支援実績率	93.8%	満足率	95.7%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><講演会> 例会では参加した繊維・ファッション企業に業界の最新情報や今後を認識してもらうことができた。ある参加者からは「ファッションメディアの最前線で起こっていることを知る機会になった」「1社では環境への対応が何も進まないという良い気づきを得た」との回答を得た。</p>								
		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%	実績数値	94.8%	目標達成度	135.4%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50.0	支援企業数(実績)	41.0	支援実績率	82.0%	満足率	97.6%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><プレゼン&交流会> 参加者・講師と実際の製品を交えながらの交流を通して、新たな協業の可能性を模索することができた。ある参加者からは「勉強になった。次回も勉強したい」との回答を得た。</p>								
		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%	実績数値	80.5%	目標達成度	115.0%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										

大阪商工会議所

事業名		専門家連携型経営相談 交流会							
想定する実施期間		2014 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>6月3日 専門家との交流会 支援企業数：89社</p> <ul style="list-style-type: none"> ○講演会「事業の見直し、変革による新たなビジネスへの取り組み方」 ○専門家派遣制度の紹介 <ul style="list-style-type: none"> ・専門家派遣制度の説明 ・専門家による自己PR ○専門家との名刺交換 <p>----- <事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果></p>							
		②広域連携	地域金融支援ネットワークに参加している金融機関や大阪府内の商工会議所にも広報を依頼したほか、大商ホームページなどで案内したことで府内全域からの集客を図り、参加者のうち、 13社 が市外からの参加となった。						
	④相談相乗	専門家との名刺交換・交流会に経営指導員が参加し、事業者と専門家とのマッチングや相談事業との相乗効果を図った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	55.0	総支援企業数(実績)	89.0	支援実績率	161.8%	満足率	88.8%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	コロナ禍等により先行きの経営に明るさが見えない中、「事業の見直し、変革による新たなビジネスへの取り組み方」をテーマに講演会を開催した。テーマがニーズに合致して目標の支援企業数、指標を大きく上回ることができた。講演会に続き、専門家派遣制度を紹介、専門家が各自の専門分野などを自己PRした。このあと、名刺交換会を開催し、専門家と事業者の交流を図った。この結果、 15件 が専門家派遣となった。新ビジネスへの展開や事業再構築を促すなど事業者の経営課題を解決する第一歩となった。							
	代表指標	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	実績数値	12社	目標達成度	120.0%			
成果の代表事例	金属製品、配管材の輸出入を行うA社は、これまでに蓄積してきた業界ノウハウを活かして新たな収益の柱となる新規ビジネスや新規客の開拓に取り組みようと本事業に参加された。本事業を通じて、新規ビジネスを構築するための専門家を派遣することとなった。派遣専門家より、既存事業とシナジー効果のある新規ビジネスの開発に向けて、ビジネスモデルキャンパスの手法を活用し多方面にわたり種々助言を行った。A社より「自社の経営状態、強み、弱みを見直す良い機会となった。専門家を交えて、自社分析を行ったことがなかったので大変参考になった」との意見があった。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	コロナ禍で経営環境が急速に変化する中、従来の勝ちパターンから脱却し自社の強みをもとに、事業の見直しや変革による新たなビジネスへの取り組みを実践していくことが急務である。しかし中小事業者が独力で行うのは難しい。今後とも、中小事業者のニーズに合致したテーマを設定し専門家との交流会の内容充実を図っていく。専門家と伴走して、本質的な経営課題を発掘し自走と成長に向け、新ビジネス展開を支援していく。							

大阪商工会議所

事業名		ファッショントレンドセミナー							
想定する実施期間		2010 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	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							
	実施時期・具体的な 内容及び事業手法	<p>大手百貨店のチーフコーディネーターや顧問コーディネーターを歴任し、各種ファッション関係セミナーで活躍している識者を講師として、協同組合関西ファッション連合と共催した。2023年春夏シーズン・秋冬シーズンの注目される素材傾向、カラー傾向、MDテーマを提案・検証した。また、テーマから落とし込むスタイルイメージ、重要アイテム、ディティールなどを多数のビジュアルを用いて解説した。</p> <p>5月20～24日（オンライン配信） 「ファッショントレンドセミナー2023春夏」 支援企業数：49.5社</p> <p>11月25～29日（オンライン配信） 「ファッショントレンドセミナー2023秋冬」 支援企業数：50社</p> <p>----- <事業手法（②広域連携）の具体的な連携・効果></p>							
	②広域 連携	協同組合関西ファッション連合と連携し、ウェブサイトでの告知、メールマガジン配信、各会員企業へのFAX送信などを行い、大阪府内から参加を募った。							
事業全体の 実績／目標 達成度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	80.0	総支援企業 数(実績)	99.5	支援 実績率	124.4%	満足率	96.7%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	セミナー参加企業が、トレンド情報や需要予測に基づき、次の商品企画開発や販売促進計画等の商品政策を強化することを目標としていた。セミナーのアンケートでは「カラートrendや素材やテーマのトレンド情報が企画の参考になる」「新作の配色の参考にしたい」「具体的なアイテムに落とし込んで紹介していたので想像しやすく分かりやすかった」などの声が寄せられた。支援企業すべてが「商品企画やMDの参考になる」と回答しており、目標は達成できた。							
	代表指標	参加者アンケートにおいて商品政策の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合							
	数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	成果の代表事例	「素材傾向・カラー傾向が解りやすく、何故そうだったかの社会情勢も納得いくもので、自分なりにまとめた方向性と大きく変わらずとても参考になった」「最新のトレンド情報が商品企画の役に立つ」といった声が寄せられた。							
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への 取り組み (実績が目標値に達し ていない場合は、その 理由や今後どのように フォローするのか)	トレンドカラー、スタイリングの傾向、アイテムまで最新のトレンド情報をわかりやすく解説してくれるので次期シーズンの商品企画に役立つため、次回も参加したいという声が多数寄せられており、今後も継続して実施する。また、オンライン開催では参加者のパソコンやプリンターによりカラーが若干異なってしまうので実際の資料を見たいという意見があり、事前配布できない資料や講演内容をさらに深掘りしたビジュアル資料等を後日閲覧する機会を設けているが、手続きが面倒という理由により利用者が少ないため、アンケート回答者に特典として渡すようにするなど、資料の引き渡し方法を検討する。							