

令和6年度（2024年度）
事業計画書

I. 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 大阪府大阪市中央区本町橋2番8号		
	担当者	職・氏名	中小企業振興部経営相談室課長 宮浦 康浩	
	連絡先	電話番号（直通）：	06-6944-6451	
		F a x：	06-6944-6565	
		E - m a i l：	sme-promotion@osaka.cci.or.jp	
①設立年月日	明治11（1878）年8月27日			
②職員数	職員数 203人（経営指導員数 72人） 令和6年1月時点			
③所管地域	大阪府大阪市			
④管内事業所数	177,184（総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」）			
⑤管内小規模事業者数	109,752（総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査」）			
⑥会員数（組織率）	32,144（18.1%）			
<input type="checkbox"/> 主な事業概要（定款記載事項等）				
<p>① 商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。 ② 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 ③ 商工業に関する調査研究を行うこと。 ④ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。 ⑤ 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。 ⑥ 輸出品の原産地証明を行うこと。 ⑦ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 ⑧ 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。 ⑨ 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。 ⑩ 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。 ⑪ 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。 ⑫ 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行うこと。 ⑬ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。 ⑭ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 ⑮ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 ⑯ 商工業に関する図書を収集し、一般の閲覧に供すること。 ⑰ 国際親善及び通商振興に資する事業を行うこと。 ⑱ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 ⑲ 行政庁等から委託を受けた事務を行うこと。 ⑳ 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>				

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

本商工会議所の中期計画（2023～2025年度）で掲げる現状認識と課題は以下の通り。

○大阪市内には、多彩な企業・産業が集積しており、同業種・異業種・異分野間の連携・融合を誘発するネットワークづくりなどを推し進め、国際的にも競争力のある新たなビジネスを創出することが重要である。

○社会経済がこれまで以上に早く、大きく変化する中で、既存の事業活動のあり方のままでは生き残りが難しい。収益性や生産性の向上のために、付加価値の高い、イノベーティブな事業展開が望まれる。新分野展開、業種・業態変換、新商品・サービスの開発、事業再編などのチャレンジを促す環境整備が必要である。

○スタートアップや若年層の起業は、新しいビジネスモデルを展開し、社会経済にイノベーションと新しい価値を提供し、産業経済の成長エンジンとなるものであるが、その数は東京に比べ非常に少ない。創造や変革の知恵と意欲を持つ「企業家精神」あふれる人材の育成が必要である。

○2025年に開催が計画されている大阪・関西万博は、中小企業やスタートアップなどにとって、自社の有する革新的な技術・アイデアを世界に発信・提案する絶好の機会である。万博を中小企業やスタートアップの成長の機として成功すべく、機運の醸成や支援を行うことが肝要である。

(2) 所管地域の活性化の方向性

本商工会議所の中期計画（2023～2025年度）で掲げる＜2030年頃の大阪・関西がめざす姿＞とそれを実現するための＜ビジョン（方向性）＞は以下の通り。

＜2030年頃の大阪・関西がめざす姿＞

○地球環境や人類のウェルビーイング、社会課題解決に貢献するイノベーティブな産業が集積し、国際的求心力、国際競争力を発揮する都市

○万博がめざす未来社会を先導する都市

○若い力が集まる魅力のある都市

○文化芸術の魅力があふれる都市

＜ビジョン（方向性）＞

○中小ものづくり企業による新しい価値や高付加価値、イノベーションの創出

○同業種・異業種・異分野間の連携・融合

○高い国際的求心力、国際競争力

○中小企業やスタートアップの若い力を生かしたチャレンジ

○万博やスーパーシティを機とした世界をリードする分野の確立

○大阪の都市文化・魅力の向上

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

＜経営相談支援事業＞

資金繰り、財務の健全化、販路の開拓、事業計画の策定・見直しなどの経営課題を有する事業者：2,150者

＜専門相談支援事業＞

法務、税務、労務、ITなど専門的な知見に基づく支援が必要な課題を有する事業者：約1,300者

＜地域活性化事業＞

・取引の拡大や売上の増加などを図る事業者：約21,000者

・事業再構築や新分野進出などを通じた企業としての成長や経営力の向上を図る事業者：約2,000者

・人材の確保、育成、職場でのさらなる活躍を図る事業者：約1,000者

・生産性の向上や販売の促進などを図る事業者：約700者

・大阪府下での創業希望（予定）者、開業間もない事業者：約300者

・にぎわいの創出や販売の促進などを図る商店街・商店会やそれに属する個店：約300団体・者

・大阪関西万博の参画を図る事業者：約300者 など

※経営相談支援事業、専門相談支援事業、地域活性化事業の間で支援の相乗を図る。

(4) 事業の目標

○大阪市内に設置している5カ所の支部および本部経営相談室の経営指導員が、経営相談支援事業を通じて、個々の事業者が抱える経営課題の解決を支援する。

○専門相談支援事業を通じて、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における、より高度で専門的な課題の解決を支援する。

○地域活性化事業を通じて、以下の通り中小企業・小規模事業者の成長や産業の振興、地域のにぎわい創出などを図る。

〈中小企業・小規模事業者の成長など〉

- ・税務、人事労務、IT活用、販売促進、資金調達などに関する実務スキルの向上、経営力の強化
- ・円滑な創業の準備、創業後の経営安定と成長
- ・IT・デジタルツールやシステムを活用した生産性の向上、業務の効率化
- ・健康経営や環境経営の実践など、社会経済の動向や企業に対する社会的要請を踏まえた経営の改善発達

・人材の確保、多様な人材の活躍促進

・新たな取引先・仕入れ先の開拓、大手流通業や海外市場への進出など国内外の取引の拡大

・新しい事業分野の創出や付加価値の高い製品・サービスの開発による収益力（稼ぐ力）の強化

・事業の再生や経営の安定化

・災害時などにおける事業継続力の強化 など

〈産業の振興、地域のにぎわい創出など〉

・新ビジネスの創出

・先端技術を活用した実証事業の促進

・大企業との協業（オープンイノベーション）による技術開発や事業化

・新たな技術シーズの活用などによる技術力の向上や事業者間ネットワークの構築などによるものづくりの振興

・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

・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の参画

・商店街を中心とした地域への集客促進とそれによる活性化

・地域の情報発信やイベント協働などによるにぎわいの創出 など

(5) 事業の実施により期待される効果

○エネルギーや原材料の価格高騰、人手不足、コロナ禍での借入の返済など、厳しい経営環境の中にある中小企業・小規模事業者の課題解決と経営の安定

○中小企業・小規模事業者の販路開拓、事業再構築、新分野への進出など、稼ぐ力をつけるための自己変革と経営力の強化

○地域事業者の取引拡大、次代に向けた新しい産業（ビジネス）の創出、地域産業の競争力強化

○商店街を中心とした地域の活性化

○大阪・関西万博の機運醸成・参画促進

○これらの総和としての大阪市域の経済力（産業力）の強化、都市魅力の向上 など

I 経営相談支援事業			
支援メニューの件数			
事業所カルテ・サービス提案	2,150	事業所	支援機関等へのつなぎ 30 支援
金融支援（紹介型）	140	支援	金融支援（経営指導型） 915 支援
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	事業所	資金繰り計画作成支援 200 事業所
記帳支援	35	事業所	労務支援 5 支援
人材育成計画作成支援	0	事業所	マーケティング力向上支援 5 事業所
販路開拓支援	100	支援	事業計画作成支援 810 支援
創業支援	5	事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援 15 事業所
コスト削減計画作成支援	5	事業所	財務分析支援 340 事業所
5S支援	0	事業所	IT化支援 10 事業所
債権保全計画作成支援	0	事業所	事業承継支援 45 事業所
災害時対応支援	0	事業所	フォローアップ支援 205 事業所
結果報告	2,150	事業所	
件数設定の根拠及びその実現に向けた取り組み			
前年度支援企業数	2,150		
<p><件数設定の根拠> 過年度の実績などをもとに、支援企業数ならびに件数を設定した。 [令和3（2021）年度実績] 支援企業数：2,170、件数：797事業所・2,169支援 [令和4（2022）年度実績] 支援企業数：2,496、件数：968事業所・2,485支援</p> <p><実現に向けた取り組み> 経営相談支援事業の周知・広報活動に加え、大阪市内5支部の経営指導員を中心に過去の支援先（特に金融支援先）や地域活性化事業の参加者へのフォローアップを行って、経営力強化に向けた新たな課題を洗い出し、その解決を支援する。</p>			
事業所支援の実施方法（専門家や各種支援機関、支援制度の活用など）			
<p>経営指導員が窓口や巡回訪問などにより事業者の相談ニーズに対応する。相談者が直面する課題を分析し、その最適解が得られるよう多面的な支援を提案する。特に事業者の重要課題の一つである資金繰り・金融相談については、日本政策金融公庫や民間金融機関などと緊密に連携するとともに、国や大阪府・市などの支援施策の活用を図る。また、高度かつ専門的な課題については、専門相談（窓口）や専門家派遣（エキスパートバンクなど）と連携して解決の支援にあたる。</p>			

II 専門相談支援事業					
事業名	新規/継続	指標	目標数値	事業概要	支援日数
法務相談	継続	支援1日あたりの相談対応件数	1件以上	弁護士による法律相談	162
税務相談	継続			①税理士による税務相談（支援日数115日） ②税理士派遣による税務相談（同72日） ③税理士による決算申告相談（同14日）	201
金融相談	-	-	-	-	-
労務相談	継続	支援1日あたりの相談対応件数	1件以上	社会保険労務士による人事労務相談	137
その他相談	継続			①課題に応じた専門家の派遣〈エキスパートバンク〉（支援日数350日） ②中小企業診断士による新事業開発・経営力向上、創業相談（同241日） ③専門家と経営指導員が連携した相談対応（同110日） ④技術士、中小企業診断士によるものづくり・技術相談、営業・マーケティング相談（同48日） ⑤ITコーディネータによるIT（情報技術）相談（同47日）	796
事業実施のポイント・期待される効果					
<p><事業実施のポイント> 各分野の専門家が面談・電話などにより課題の解決を支援する相談窓口を常時設置する。また、専門家が事業所を訪問して、現場の状況に即したアドバイスも行う。さらに、経営指導員が行う経営相談支援において専門性の高いアドバイスを要する場合、専門相談支援と連携して課題の解決へ推し進める。中小企業・小規模事業者の新事業展開や事業再構築（新分野展開、事業・業種転換など）を新事業開発・経営力向上相談や専門家派遣にて支援する。創業希望（予定）者に対しても各分野の専門家が助言し、計画・準備を支援する。</p> <p><期待される効果> 高度に専門的ないし複雑な課題に対して専門家の知見に基づく助言を供することによって効率的、効果的に解決が図られる。</p>					

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				49,890,600
1	○	「逸品マルシェ」販売促進支援事業	こだわりの強さゆえに大量生産が難しい商品や手間をかけるがゆえに顧客から支持を得ているサービスなど、既存の流通チャンネルには乗りにくい優れた商品・サービスを扱う店舗・事業者の展示販売イベントを実施する。	3,030,000
2		中小企業の体質改善強化支援事業	中小企業・小規模事業者の経営改善・企業体質の強化を目的に、経営実務に関する各種講習会を開催する。	6,625,600
3	○	開業サポート事業	創業希望者向けセミナーや、創業手法を具体的に学ぶ集中講座を開催し、創業マインド向上を図るのに加え、レベルの高いビジネスプランの作成と創業支援を通じて、大阪での創業を促進する。	3,875,000
4	○	女性起業家成長支援事業	これから開業予定、もしくは開業間もない女性起業家を対象に、ロールモデルとなる先輩女性起業家を招聘したセミナーや少人数制の勉強会を開催し、大阪でのスモールビジネスの開業を促進する。	4,848,000
5	○	BCP支援事業	ワークショップやセミナーを通じて中小企業にBCP(事業継続計画)策定やサイバーセキュリティ対策に関するノウハウを習得してもらう。	2,323,000
6	○	あべの天王寺・サマーキャンパス	地域の店舗や事業者に専門性を活かした親子向けの体験プログラムを実施してもらうとともに、抽選会やスタンプラリーなどのイベントを開催して、当該地域のにぎわいを創出する。	11,261,500
7		西部エリア Amon(えーもん)市	商店街と個店(チャレンジショップ/近隣店舗)、近隣小型スーパーなどが、共同での販促活動やイベントを通じて、ワンストップショッピングゾーンとしての近隣徒歩圏住民からの認知を得る。	2,777,500
8		商店街の観光振興と集客支援事業	国内外からの人出の回復と客層・経営環境の変化に対応する商店街の集客支援を行う。	3,787,500

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
9		ミナミ活性化事業	インバウンド需要が回復しているミナミエリアにおいて、街の魅力を積極的に発信することで、地元団体の取組を支援するとともに、大阪・関西万博の成功に向けた機運醸成を図る。	1,767,500
10		大阪市東部商店街にぎわい創出事業	都島区の商店街、区役所、団体と連携し、「もっと京橋が好きになる」参加店舗の体験プログラムを通じて、大阪屈指の東の繁華街「京橋」の魅力を発信し、にぎわい創出を支援する。	1,010,000
11		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	中小事業者を対象に、間接業務の効率化、法改正(インボイス制度など)への対応、販売促進、非対面ビジネスへの転換に役立つビジネスアプリやクラウドサービスなどのITツールの導入を支援する。	8,585,000
(2) 広域事業				269,997,710
12	○	海外市場開拓支援事業	海外進出先や取引先(貿易・投資・技術提携など)の国・地域の動向やFTA/EPAなど海外実務に関する情報提供、個別相談、海外バイヤーを含む関連企業との個別商談会などを通じて海外事業展開を支援する。	45,606,550
13		大阪勤業展	出展経験の少ない大阪府内の中小企業を中心とした多業種型の総合展示商談会を開催し、販路拡大を支援する。	34,255,590
14		大手流通業等への販路開拓支援事業	国内外の大手流通業への販路開拓・拡大を切望する中小・小規模の製造・卸売業者を支援する商談会(大規模型および個別)を実施する。	21,816,000
15	○	MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム	技術ニーズマッチングと技術シーズ商談会、オープンイノベーションに関する機運を醸成するセミナーの開催などを通して、大企業と中小企業、海外企業と府内中小企業の連携による技術開発や製品化・事業化を支援する。	14,153,170
16	○	大阪クリエイティブフェア	大阪にゆかりのあるプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨などの製造者・卸売業者・小売業者などによるデザインや感性の優れた製品・商品の展示販売会を開催する。	6,716,500

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
17	○	デザイン経営による自社商品開発支援事業	新商品開発セミナー、ゼミ、成果発表会を開催し、「デザイン経営」に基づく商品企画手法の情報を提供するとともに、企画案に対してバイヤー等からフィードバックを行う。また、商品化や既存商品の改良に向けて個別の伴走支援を行い、販路開拓機会の提供（商業施設や展示商談会への出展支援）を行う。	8,201,200
18		販路・取引先開拓マッチング事業	販路開拓支援や取引先・仕入先の紹介を希望する中小事業者等に対し、企業や業界団体・関係機関の紹介、専門相談と連携したアドバイスなどを行い、ビジネスマッチングの促進や営業力の強化を図る。	5,454,000
19		課題解決型マッチングフェア	大阪府内の支援機関・大学などが一堂に集結し、多種多様な経営課題を持つ中小企業とマッチングを図り、課題解決につなげるための関係構築に取り組む。	5,454,000
20		町工場ネットワークの構築事業	機械金属加工業を営む小規模事業者の取引機会増加を図る。企業間連携による受注活動促進、社会課題を解決する事業アイデアの試作・最終製品化を行うことで企業体質強化、収益構造の改善を図る。	3,219,375
21		大阪ファッション産業振興フォーラム	ファッション産業と他分野との連携の場を提供し、大阪・関西万博において広く社会に発信できる新たな製品や独創的なビジネスの創出を支援するとともに、最新情報や事例を紹介する。	3,484,500
22	○	デジタル×デザイン思考による企業変革力強化支援事業	新たなビジネスの創出や事業再構築を検討する中小・小規模事業者を対象に「デザイン思考/サービスデザイン」を活用したセミナーとワークショップを開催し、新たなサービスやビジネスの企画開発を支援する。	3,030,000
23	○	医療機器等産業事業化促進事業	医療・健康関連産業への参入や事業領域の拡大を検討・志向する製造業・IT企業・サービス業などを対象に支援セミナーを実施する。	2,424,000
24	○	新規事業・新商品開発支援事業	自社の既存技術を応用したプロダクト・イノベーション創出に取り組む中小企業・小規模事業者を対象として、新たな価値と顧客を創出する新事業・新商品の開発をめざす。	2,848,200

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
25		ファッショントレンドセミナー	ファッショントレンドを中心に、業界の市場動向を解説し、商品開発や販売促進に役立つ情報を提供する。	1,212,000
26		クラウドファンディング活用サポート事業	購入型クラウドファンディング(CF)を活用するための基本情報を提供するセミナーと、プロジェクト起案に向けて具体的なアドバイスを行う個別相談を実施する。	833,250
27	○	中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業	新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に人材確保・定着のためのノウハウ・手段や事例を学んでもらうセミナーや情報交換会、研修、大学などと企業との就職情報交換会を開催する。	12,524,000
28	○	中小企業のためのダイバーシティ推進事業	人材不足への対応をはじめ、海外展開やインバウンドビジネス強化などにともない、多様な人材の採用や定着、ダイバーシティの推進に関心をもつ中小企業を支援するための事業を展開する。	2,424,000
29	○	人材ニーズ対応支援事業	人材不足に悩む企業経営者・人事担当者らを対象に、外部人材、外国人材(特定技能、高度人材など)の採用・活用、兼業・副業などの人材を活用するための制度や採用方法、活用事例などを紹介するセミナーを開催する。	909,000
30	○	障がい者の雇用促進事業	障がい者雇用に取り組もうとする中小企業に支援制度や事例を紹介するセミナーを実施する。	707,000
31	○	成長企業のための新戦力(女性)発掘・定着支援事業	生産年齢人口が減少するなか、企業の継続・成長に不可欠な人材力を強化するため、女性従業員の活躍推進や定着などを通して、人材育成の余力がない中小企業を支援する。	1,313,000
32	○	中小企業に対する労働啓発・雇用サポート事業	人材確保と雇用の維持、労働環境の整備と生産性向上を支援するため、働き方改革への取り組み方や高齢者雇用・活用策を含めた労務管理などを解説するセミナーを実施する。	2,323,000
33		健康経営サポート事業	中小企業の健康経営をサポートするため、セミナーによる啓発、また専門家による経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加、社内体制整備等の支援を行う。	3,939,000

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
34		中小企業のためのビジネス講演会	中小企業・小規模事業者が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに資する、時宜に適したテーマの講演会を開催する。	25,073,250
35	○	大阪・関西万博を活用した中小企業・スタートアップ・小規模事業者の成長支援	大阪・関西万博に関心を持つ大阪府内の中小企業・スタートアップ・小規模事業者を対象に、万博会場に加え、万博開催時にまちなかで開催するイベントや実証事業への参画支援を通じて、大阪・関西万博を活用したビジネス拡大、成長支援につなげる。	2,020,000
36		経営力向上支援事業	事業効率化や収益力強化などに関する情報や事業者間の交流機会を提供することで、中小企業・小規模事業者が事業環境の急激な変化に対応し、事業変革などを通じて経営力を向上させることを支援する。	2,878,500
37	○	海外スタートアップとのオープンイノベーション支援・促進	大阪府内の中小企業と海外スタートアップとの連携を促進するため、海外スタートアップとの連携に関する先進的な事例の紹介など情報提供を行う。	2,828,000
38		中小企業の生産性向上支援事業	中小企業を対象に、経営環境の変化や社会的要請などへの対応に向けた人事戦略の刷新やIT利活用などによる生産性向上に関する情報やノウハウを提供する。	1,060,500
39	○	新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援	大阪で実証実験を希望する企業を対象にした専門家による個別支援の実施、セミナーにおける実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスの解説や大阪での取組みのPRを通して、より効果的な実証実験の実施を後押しし、大阪でのビジネス創出につなげる。	2,020,000
40		生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業	中小企業・小規模事業者の生産性向上や販路開拓に有用なIT・デジタルツールやシステムに関する情報を提供し、その具体的な導入や利活用を促進・支援する。	4,848,000
41	○	地域金融支援ネットワーク推進事業	大阪府、大阪信用保証協会、地元金融機関、日本政策金融公庫が参画する地域金融支援ネットワークの活動として、大阪府の金融施策普及と中小企業・創業希望者の支援強化を目的にセミナーや交流会などを実施する。	17,473,000

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
42		小規模事業再生サポートセンター事業	中小企業・小規模事業者を対象に、資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営安定化、さらには整理・清算のための支援などを行う。	11,173,125
43	○	環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー	中小企業が対象となる環境関連法令や、省エネ・新エネなどへの取り組みに資する情報を提供し、法令順守や環境経営の推進を通じた経営改善や新事業展開などへの取り組みを支援する。	6,868,000
44	○	中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流	大阪産業技術研究所や大学の研究成果、技術シーズの発表会や交流会などを開催し、主に中小製造業者がそれらを活用して高付加価値製品を開発することや技術力を向上させることを支援する。	4,848,000
45		専門家連携型経営相談 交流会	事業者の課題解決に資する専門家派遣制度の利用促進を図るため、制度の紹介、専門家による自己アピールなどを含めた専門家との交流会を開催する。	1,818,000
46		2025年大阪・関西万博「展示・出展ゾーン」出展支援事業	2025大阪・関西万博のリボンチャレンジ事業に参加、大阪府内のものづくり関連企業を選定して、新製品・試作品を大阪ヘルスケアパビリオンにて展示できるよう支援する。	4,242,000
合計(1+2)				319,888,310
(うち、府施策連携事業)				164,574,120

事業名		「逸品マルシェ」販売促進支援事業		事業番号		I		新規/継続		継続	
想定する実施期間		2020年度～		年度まで		5		年目		←複数年段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	こだわりの強さゆえに大量生産が難しい商品や手間をかけるがゆえに顧客から支持を得ているサービスなど、既存の流通チャンネルには乗りにくい優れた商品・サービスを扱う店舗・事業者の展示販売イベントを実施する。									
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	新商品開発や事業再構築に意欲的ではあるものの、経営資源が限られ売上拡大に苦慮している、地元の中小企業・小規模事業者に展示販売の機会を提供し、認知向上とファンづくりを支援することでバイローカルの取り組みを促進する。さらに、来街者減少や空き店舗増加で衰退が懸念される商店街・商店会ににぎわいを創出し、需要喚起につなげる。									
	支援する対象 (業種・事業所数等)	①主に南支部管内(天王寺・阿倍野・東住吉・平野・住之江・住吉区)で新商品開発・新サービス開発に意欲的な中小企業・小規模事業者 ②南支部管内の商店街・商店会などの団体									
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	展示・販売イベントは、商品・サービスのPRや販路開拓につながるだけでなく、顧客との対話を通じた消費者ニーズの把握にも役立つ。そのため、これまでに開催した「逸品マルシェ」では、出店を案内するとその場で申し込みを決める事業者もあり、短期間で出店枠が埋まるなど出店を希望する事業者は多い。一方、店主の高齢化が進むなどの事情で、単独での活性化が難しい地域の商店街にとっては、商店街独自のイベントと併せて「逸品マルシェ」を開催することで、集客の相乗効果を発揮できる。2022年10月の「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することにより多くの来街者でにぎわい、需要を喚起して好評を得ることができた。本事業は、出店する小規模事業者と開催地及びその近隣の商店街・商店会双方のニーズを充足する取り組みである。また、本経験を踏まえ、チャレンジショップへの出店にも繋がる可能性がある取り組みでもある。									
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	販売促進イベント「逸品マルシェ」2023年度支援企業・団体数 6月10日 JR天王寺駅前 16社・3団体 10月21日 安立商店街 5社・1団体									
	反省点	新規出展される事業者を優先している関係上、過年度参加されている企業を絞らざるならない状況となっている。そのため、次年度ではスペースの関係で大幅に増加させることはできないが、出店の支援企業目標を増やす。									
具体的な実施内容・手法	人材育成型	販売促進イベント「逸品マルシェ」 1. 時期 春期1回、秋期1回(予定) 2. 場所 大阪阿部野橋・天王寺ターミナル周辺(例、天王寺ミオ、Q'sモール)									
	人材交流型	南支部管内の商店街・商店会(例、玉造、文の里、駒川、粉浜、安立など)									
	○ 販路開拓型	3. 内容 ①販売コーナー：地元中小企業・小規模事業者の優れた商品・サービスを展示販売 ②抽選会：展示販売コーナーや商店街・商店会の店舗で購入した顧客を対象に実施 4. 広報 出店者ならびに開催地周辺の店舗の魅力を伝えるチラシ(タブロイド判)を制作し、近隣住居を対象に新聞折り込みを行う。 なお、商店街・商店会で開催する逸品マルシェのチラシには、当該商店街・商店会のイベントや店舗の情報も掲載する。									
	ハズお型	5. その他 ①チラシにQRコードを掲載し、出店者のWebサイトへ誘導することで来場者以外にも認知向上を図る。また、出店者に対し必要に応じてLINE公式アカウントの開設及び運用について助言するなど、SNSによるプロモーションの土台構築を支援し、ICTの活用を進める。 ②商店街・商店会とつながりのある地域の団体(自治会、学校など)に協力を求め、来場動機を高める企画を立案する。									
	独自提案型										
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果			
	商-18		商店街の地域商業機能・地域コミュニティ機能の促進				販路開拓				
	(a)中小企業支援室商業振興課商業振興グループが取り組むバイローカル及びICT活用の促進につながる事業として、同グループと連携して実施する。加えて、「ええやん!大阪商店街」(PRサイト)の普及促進にも努める。 (c)南支部管内の区役所などと連携して効果的なPRを行う。 (d)出店者の希望に応じて、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談支援を行い、本事業との相乗効果を狙う。										

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 24 社・団体	20社・4団体 南支部の経営相談利用者や地域活性化事業参加者の中で対象となる事業者などに 出店を案内する。また、活性化に積極的に取り組む商店街・商店会に開催を呼び かける。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	出店を通じ、販売促進、新規顧客開拓、認知度向上、消費者ニーズの把握などにつながる。また、 LINE公式アカウントやインスタグラムなどSNSに対する苦手意識が強い出店者が、ICTコミュニ ケーションツールを活用して、自らの力で顧客深耕および新規顧客開拓ができるようになる。							
	指標	アンケートで、(販売促進イベントが) PRや売上増、地 域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%					
その他目標値	目標値の内容→								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500	円 ×	20	社 ×	1.00	=	1,010,000	円
		50,500	円 ×	4	社 ×	10.00	=	2,020,000	円
		合計		24	社	(小計)		3,030,000	円
					計		3,030,000	円	
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠								
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
		②受益者負担	円	負担金の積算					
		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果				
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
3,030,000	円 ×	1.00	=	3,030,000	円	(円)			
補助金の団体配分	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20社	(個店など) 南支部の経営相談支援先や地域活性化事業参加者の中で対象となる事業者に出店を案内する。	
	支援対象企業の変化	出店を通じ、販売促進、新規顧客開拓、認知度向上、消費者ニーズの把握などにつながる。また、LINE公式アカウントやインスタグラムなどSNSに対する苦手意識が強い出店者が、ICTコミュニケーションツールを活用して、自らの力で顧客深耕および新規顧客開拓ができるようになる。		
	指標	アンケートで、(販売促進イベントが)PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 4団体	(商店街・商店会) 活性化に積極的に取り組む商店街・商店会に参画を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	イベント開催により来街者が増加し、にぎわい創出と需要喚起につながる。また、イベント運営を通じて蓄積される無形資産(地域の諸団体などとのネットワーク構築や人脈、経験、知恵、ノウハウなど)を活かすことで、商店街・商店会を中心とする地域の経済活動の活性化が可能になる。		
	指標	アンケートで、(販売促進イベントが)PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

--	--

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業		事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011年度～年度まで		14	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者の経営改善・企業体質の強化を目的に、経営実務に関する各種講習会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	営業・販売力の強化、財務改善、人事労務問題への対応、ビジネス法務、税務対策など、中小企業・小規模事業者の関心が高いテーマの講座・講習会を開催し、大企業に比べて経営基盤が弱い中小企業・小規模事業者の経営体質強化を支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪市内の中小企業・小規模事業者（すべての業種を対象とし、経営実務に関する情報・ノウハウを習得して経営改善をめざす事業者）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	参加者には毎回アンケートを実施し、経営課題や関心事項、今後の経営に役立てたいことを調査・収集している。2023年度に実施したアンケートにおいて、95.4%の事業者が資金繰りや販路拡大、人事・労務、IT化などの課題を有していると回答しており、こうしたテーマに対する支援が必要である。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2022年度は講習会を36回開催し、支援企業数は1,332社、満足率は94.0%であった。また、講習会で得た知識や情報を「今後の経営改善に役立てる」と回答した参加者の割合は98.3%であった。2023年度は12月末までに17講座を開催し、支援企業数は738社、満足率は96.1%である。また、講習会で得た知識や情報を「今後の経営改善や経営力向上に役立てる」と回答した割合は97.4%で、目標数値の90%を上回っている。					
	反省点	2023年度上半期に実施したセミナーの中では、特に展示会などを活用した販促法、資金繰り改善、改正電子帳簿保存法対策などをテーマとしたものが参加者から好評を得た。2024年度においても地域事業者のニーズに沿い、時宜に適したテーマを取り上げる。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	○営業・販路拡大、労務、税務・会計、法務、ITなど、中小企業・小規模事業者の関心が高い分野・テーマに焦点を当て、経営実務に役立つ内容の講習会を開催する。 ※「<付表>中小企業の体質改善強化支援事業 2022年度開催実績」参照 ○集合形式もしくはオンライン形式で30～35回程度開催する（1回2時間程度）。 ○毎回、参加者アンケートを実施し、PDCAを通じてより参加者の満足度が高い講習会へと改善を図る。					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズパ型						
	独自提案型						
事業手法	(a)府施策連携	(b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	創業・経営革新		
		(c)各支部管轄区域内の区役所や産業会・工業会・納税協会などと連携して参加者を募る。 (d)参加者の中で経営相談などの個社支援を希望する事業者には、経営指導員が訪問するなどして課題解決の支援にあたる。より高度専門的な課題については、専門家と同行して課題解決を図る。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	○支援対象企業数は、これまでの実績などを勘案して設定 ○募集方法は、主として経営指導員による直接的な勧誘、ウェブサイト掲載、メールマガジンの配信、他の事業での開催チラシの配布、会員企業などへのファックス送信など				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	656社	指標	アンケートにおいて、講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の経営改善や経営力向上に役立てると回答した割合	数値目標	90%	
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	656	社 ×	1.00	=	13,251,200	円		
				合計	656	社	(小計)		13,251,200	円		
								計	13,251,200	円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果				
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			13,251,200	円 ×	0.50	=	6,625,600	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

<付表> 中小企業の体質改善強化支援事業 2022年度開催実績

カテゴリー	テーマ
営業・販路開拓	LINE公式アカウントで集客力をUPしよう！
	展示会で売上を飛躍的に高める3つの鉄則
	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
	接客向上・営業力アップセミナー
	販促にこそ使うべき、SNS活用セミナー
人事・労務	中小企業が知っておきたいパ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
	部下の「やる気」を引き出すコミュニケーション術
	中小企業のとるべき労務対策
	現在・過去・未来の人事労務法改正セミナー
	ヒトが辞めない採用法 ヒトをそだてる採用法
会計・経理	決算書の見方と資金繰り表の作成
	経営に活かす決算書の読み方
	「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
IT・セキュリティ	Googleマイビジネスの活用術
	スマホ動画、ショート動画を活用しよう！！
	SNSの仕組みを知って販路拡大につなげよう
	スマホで簡単に作れる！ショート動画活用セミナー
	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
	【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
	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
	中小企業のDX推進事例と補助金活用法
税務	消費税免税事業者のインボイス制度対策
	消費税インボイス制度について
	やさしくわかる年末調整実務講座
	「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～
	令和5年度 税制改正セミナー
事業戦略・その他	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～
	取引先の信用不安に備える契約書作成の実務
	小規模事業者向け、初めての「事業計画作成」
	中小企業の動画マーケティング
	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
	今日から始めるクラウドファンディング
	水災・震災の”いざ”に備える事業継続力強化計画
	実践できる経営計画・行動計画作成の勘所
	より良い会社を作るための処方箋
	事業継続のコツ

事業名		開業サポート事業		事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015年度～ 年度まで		10	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	創業希望者向けセミナーや、創業手法を具体的に学ぶ集中講座を開催し、創業マインド向上を図るのに加え、レベルの高いビジネスプランの作成と創業支援を通じて、大阪での創業を促進する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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、大阪での創業や事業成長を支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪での創業をめざすものの、ノウハウがなく具体的な進め方が分からない創業予備軍(会社員や学生などを含む)、創業予定者、創業間もないため事業経営を学びたい者、事業承継予定の者など					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	本商工会議所の経営相談室では年間のべ900件以上(2022年度実績)の創業相談に応じており、またこれまで特定創業支援等事業の個別相談指導で本所に来た人は90人(2023年10月現在)になる。そのうち、創業を具体的に考えている人から創業を間近に控えた人までが大半を占める。また潜在的な創業希望者はさらに数多く存在すると想定される。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	【2023年度】 ①創業セミナーを集合形式で2回開催、支援企業数98社 ②集中講座として開業スクール(全5回)を開催、支援企業数30社 ③ハンズオン支援は2社実施し、ビジネスプランコンテストに2社を推薦した。					
	反省点	創業セミナーは、昨年より参加者は増えたものの目標値に届かなかった。次年度は「事業機会の発見力」、「参入事業の見極め方」を強化するような内容で、新たにセミナーを開催し、「開業スクール」への集客につながるものとする。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	①創業希望者向けセミナー(人材育成型) 創業に関心を持つ者や創業を考えている者を対象に、創業関連情報を提供するセミナー(下記集中講座のプレセミナー)を開催し、創業に役立つ情報提供を行う。セミナーは6～8月頃に集合形式もしくはオンライン形式で開催予定。(年2回程度)					
	○ 人材交流型	②創業支援の集中講座(人材交流型) 創業に向け準備中の者や創業後間もない者、創業を志すものの事業運営ノウハウがない者などを対象に、創業の基礎知識習得から個々のビジネスプランの作成・ブラッシュアップまでを支援するとともに、講師と受講生、受講生同士の交流を促進する。10～11月頃に集合形式もしくはオンライン形式で開催予定(5回程度)。個別の相談には、創業の専門相談窓口と連携して対応し、融資希望案件は府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」などの公的融資につなぐ。					
	販路開拓型	③大阪府内の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) 本商工会議所の創業相談や経営相談利用者、集中講座受講者などの優秀なビジネスプランに対しては、府内のビジネスプランコンテストへの推薦を前提に、さらなるブラッシュアップのためのハンズオン支援を行う。具体的には、専門相談などで専門家の指導を受けつつ、伴走支援により事業計画に磨きをかける。また、コンテストの求める基準に合った資料作成支援やプレゼンテーション指導も必要に応じて行う。					
	○ ハンズオン型	大阪府や大阪市・各協力金融機関などの連携機関などを活用してタイムリーに創業支援に関する情報を発信することにより、創業希望者から相談や支援希望を募る。創業希望者に対しそれぞれの準備段階に応じて、セミナー、集中講座、個別支援、融資紹介など伴走型支援を実施し、創業実現につなげる。					
	独自提案型	大阪府や大阪市・各協力金融機関などの連携機関などを活用してタイムリーに創業支援に関する情報を発信することにより、創業希望者から相談や支援希望を募る。創業希望者に対しそれぞれの準備段階に応じて、セミナー、集中講座、個別支援、融資紹介など伴走型支援を実施し、創業実現につなげる。					
	事業手法	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果		
	商-19	起業家の育成、創業の促進		創業・経営革新			
	(a)大阪府経営支援課経営革新グループと連携し、大阪府のウェブサイトやメールマガジンの活用に加え、金融機関などとの地域金融支援ネットワークを通じて広く府内に事業をPRする。融資面では、府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」など公的融資へつなぐ。優秀なビジネスプランに対しては、府内のビジネスコンテストへの推薦を前提にさらなるブラッシュアップを図る個別支援を実施する。 (c)開業スクール、個別相談指導を大阪市の特定創業支援等事業として実施。大阪市のメール配信などで事業PRの協力を得る。 (d)本事業参加中あるいは参加後、専門相談(創業)で個別相談に対応する。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 132 者	①セミナー100者、②集中講座30者、③ハンズオン支援2者 [募集方法] 大商ニュースやウェブサイトでの告知、各協力金融機関など関係機関を通じたチラシの配布など							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得るとともにモチベーションが高まる。また、具体的な創業準備として集中講座への参加を通じ、創業に関する知識や理解が深まり、事業計画が参加前よりレベルアップする。個別支援により優秀なプランがさらにブラッシュアップされる。								
	指標	アンケートにおいて、セミナーで創業に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80%						
その他目標値	目標値の内容⇒									
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200	円 ×	100	者 ×	1.00	=	2,020,000	円	
		40,400	円 ×	30	者 ×	1.50	=	1,818,000	円	
		101,000	円 ×	2	者 ×	1.00	=	202,000	円	
			合計	132	者	(小計)		4,040,000	円	
					計		4,040,000	円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
	算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
		②受益者負担	165,000 円		負担金の積算	集中講座参加費@5,500円×30人				
		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果					
標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)					
	4,040,000	円 ×	1.00	=	3,875,000	円	(165,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
			円							
			円							
			円							
			円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

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

【備考】

当該事業の参加者は、大阪府内での創業や府内に新たな事業所を設けること、もしくはかかる情報収集が目的であること、大阪府内の創業や新規事業所の立ち上げを促進する観点から、大阪府外の個人や事業者ならびに大企業勤務者も支援対象とする。

事業名		女性起業家成長支援事業		事業番号	4	新規/継続	新規
想定する実施期間		2024年度～ 年度まで		1	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	これから開業予定、もしくは開業間もない女性起業家を対象に、ロールモデルとなる先輩女性起業家を招聘したセミナーや少人数制の勉強会を開催し、大阪でのスモールビジネスの開業を促進する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	総合起業活動指数TEAによると、日本は欧米と比べて女性起業家の割合が少ない。また、女性経営者の半分以上は同族承継であり、自分で事業を起こす女性の割合が低い。しかしながら、昨今、日本でも兼業・副業の解禁、政府による扶養控除の廃止検討など、女性が働き続ける環境整備が整いつつあるほか、出産・育児・介護などにより、離職を余儀なくされた女性でもデジタル化の広がりにより、次のステップとして、スモールビジネス(個人事業主・フリーランス・小規模事業者)の起業を選びやすい環境にある。こうした状況を踏まえ、開業予定の女性には、起業ノウハウの提供、ビジネスアイデアの創出やビジネスプランのブラッシュアップ、開業資金の調達支援を行うことで、起業に対して心理的ハードルを下げ、スモールビジネスへの一歩を踏み出してもらう。開業間もない女性起業家には、メンターや起業家同士のコミュニティ構築により現在の経営課題の解決を図り、中長期的なキャリア形成支援を行う。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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の女性(会社員や学生、退職者などを含む)、創業予定者、創業間もないため企業経営を学びたい女性、本商工会議所の「開業スクール」の過去参加者や特定創業支援等事業の個別相談指導を受けた者など					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	本商工会議所の経営相談室では年間のべ900件以上(2022年度実績)の創業相談に応じており、またこれまで特定創業支援等事業の個別相談指導で本商工会議所に来た人は90人(2023年10月現在)、2023年度開業スクール受講者は30人である。開業スクールの参加者も女性が1/3を占めるようになり、参加者から女性起業家を対象としたスモールビジネス勉強会の開催の要望があった。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値						
	反省点						
具体的な実施内容・手法	<input type="radio"/> 人材育成型	①ロールモデルとなる女性起業家を招聘したセミナー(人材育成型) 創業に関心を持つ方や起業を考えている方を対象に、先輩女性起業家の講演(下記勉強会のプレセミナー)を開催し、具体的な成功・失敗談や創業におけるアドバイスを提供する。セミナーは5～6月頃に集合形式もしくはオンライン形式で開催予定(1回開催)					
	<input type="radio"/> 人材交流型	②女性起業家のためのテーマ別スモールビジネス勉強会(人材交流型) 創業に向け準備中の女性や創業後間もない女性、創業や副業を志すものの事業運営ノウハウがない女性などを対象に「ビジネスアイデア創出」「資金調達」「集客・営業方法」などスモールビジネスの起業に必須のテーマで勉強会を開催する。テーマ別の勉強会では、そのテーマで課題を抱える参加者を毎回募集し、各回では参加者が課題を提示し、メンターや先輩起業家、金融機関、参加者、事務局が解決に向けてアドバイスやノウハウを提供する。2024年7月～2025年2月頃に集合形式もしくはオンライン形式で開催予定(4回程度開催)。					
	販路開拓型						
	ハズメ型	個別の相談には、創業の専門相談窓口と連携して対応し、融資希望案件は大阪府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」などの公的融資につなぐ。優秀なビジネスプランに対しては、府内のビジネスプランコンテストへ推薦する。本商工会議所のブルーローズ表彰受賞者とも連携し、メンターとして招聘する。					
	独自提案型						
事業手法	<input type="radio"/> (a)府施策連携		<input type="radio"/> (b)広域連携		<input type="radio"/> (c)市町村連携		<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果
	商-19	起業家の育成、創業の促進			創業・経営革新		
事業手法		(a)大阪府経営支援課経営革新グループと連携し、大阪府のウェブサイトやメールマガジンの活用に加え、金融機関などとの地域金融支援ネットワークを通じて広く府内に事業をPRする。融資面では、府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」など公的融資へつなぐ。 (c)大阪市の創業支援等事業計画に参画し、大阪市のメール配信などで事業PR協力を受ける。 (d)本事業参加中あるいは参加後に専門相談(創業)で個別相談に対応する。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 160 者	①セミナー80者、②テーマ別勉強会20者×4回 [募集方法] 大商ニュースやウェブサイトでの告知、各協力金融機関など関係機関を通じたチラシの配布など					
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	セミナーに参加することで創業に関する知識や理解が深まり、創業へのモチベーションが高まる。また、勉強会への参加を通じ、メンターや起業家同士のコミュニティの構築により経営課題の解決が図れる。						
	指標	アンケートにおいて、セミナーで創業に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80%				
算定基準により算出される額	その他目標値	目標値の内容⇒						
	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
	20,200 円 ×	80 者 ×	1.00 =	1,616,000 円				
	40,400 円 ×	80 者 ×	1.00 =	3,232,000 円				
	合計	160 者	(小計)	4,848,000 円				
			計	4,848,000 円				
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
	②受益者負担	円	負担金の積算					
	○ (a)府施策連携	(b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
	4,848,000 円 ×	1.00 =	4,848,000 円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)			
			円					
			円					
			円					
			円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 80者	①セミナー 大商ニュースやウェブサイトでの告知、各協力金融機関など関係機関を通じたチラシの配布など	
	支援対象企業の変化	セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得るとともに創業へのモチベーションが高まる。		
	指標	アンケートにおいて、セミナーで創業に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 80者	②テーマ別スモールビジネス勉強会 ウェブサイトでの告知、各協力金融機関など関係機関を通じたチラシの配布、開業スクールや特定創業等支援事業の参加者など	
	支援対象企業の変化	勉強会への参加を通じ、メンターや起業家同志のネットワークやコミュニティ構築により、経営課題の解決を図れる。より創業に関する知識や理解が深まる。		
	指標	アンケートにおいて、勉強会で創業に関する知識や理解が深まり、課題解決への取り組みを始めたと回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		BCP支援事業		事業番号	5	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012年度～		13	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	ワークショップやセミナーを通じて中小企業にBCP（事業継続計画）策定やサイバーセキュリティ対策に関するノウハウを習得してもらう。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>○2023年の帝国データバンクの調査によると、中小企業におけるBCPの策定状況の推移は、2023年時点で18.4%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。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でBCP策定の重要性はますます高まっている。そこで、災害発生時におけるBCP策定の重要性を認識し、BCP策定に積極的に取り組むためのノウハウ獲得、具体的にBCP策定に着手する支援を行いBCP策定の普及、災害に強い事業者の増加をめざす。</p> <p>○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)	大阪府内の中小企業・小規模事業者（広範な業種）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>○2023年の帝国データバンクの調査によると、中小企業におけるBCPを策定しない理由として、「策定に必要なスキル・ノウハウがない」、「策定する人材を確保できない」、「書類作りでおわってしまい実践的に使える計画にすることが難しい」といったことがあげられており、専門機関による支援を求める企業ニーズが一定数存在すると考えられる。加えて、BCPは策定するだけでなく定期的な見直しをしていくことが重要であり、この点でも継続的にBCP策定の支援を求める企業ニーズも一定数存在すると考えられる。</p> <p>○万博など世界的イベントに向け、サイバー攻撃の増加・巧妙化が懸念され、中小企業・小規模事業者がサイバー攻撃を受けると事業継続ができなくなるケースも十分発生しうる。一方で本商工会議所が2020年以降提供している「商工会議所サイバーセキュリティお助け隊サービス」のユーザ数は徐々に増加傾向にあり、本分野への関心や改善ニーズは高まりつつある。こうした状況を受け、小規模事業者向けの意識・知識をさらに高め、かつ維持させる場、具体的な行動を促進する簡便・安価なソリューション商材の情報提供の場などが求められている。</p>					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<p>2022年度： 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 同38社 「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」同56社</p> <p>2023年度： 大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」入門ワークショップ 同35社 大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」ブラッシュアップワークショップ同12社 「データを消したはずなのに…社員のパソコンに残るデジタル証拠」同11社</p>					
	反省点	<p>○ブラッシュアップワークショップにおいて、策定済のBCP計画を持ち頂くことが条件となっていたことが負担となり参加数が少なかった。</p> <p>○サイバーセキュリティのセミナーについて、受講者の関心の高いテーマのセミナーの開催を心がける。</p>					

具体的な実施内容・手法	○	人材育成型	①中小企業・小規模事業者向けBCP策定ワークショップ<人材交流型> 直近の自然災害の被害状況を説明し、少人数方式の集合型でのグループワークを中心に疑問点を確認・意見交換しながら、実際の策定、ノウハウ、ブラッシュアップの方法などを獲得してもらう。資料は大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」を活用する。								
	○	人材交流型									
		販路開拓型	②サイバーセキュリティ対策に関するセミナー<人材育成型> 企業の経営者や情報システム担当者を対象に、サイバーセキュリティ（情報セキュリティ含む）の知識や最新情報、簡便・安価な対策方法（ソリューション商材の紹介含む）などに関するセミナーを集合形式もしくはオンライン形式で開催する。								
	○	ハンズオン型									
		独自提案型	③BCP、事業継続力強化計画の策定支援<ハンズオン型>								
事業手法			○	(a)府施策連携		(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	商-14		BCP・BCMの普及促進及び策定支援				BCP				
	(a)大阪府の「超簡易版BCP『これだけは!』シート」を活用し、参加者にBCP策定を促す。D-FAX、メール配信、ウェブサイトへの掲載と過去の支援先への巡回による参加勧奨を通して、広く大阪府内の事業所に参加をよびかける。 (d)相談の内容によって、経営相談支援事業と連携する。										
主な事業の目標	総支援対象企業数		設定根拠及び募集方法⇒	①中小企業・小規模事業者向けBCP策定ワークショップ：20社 ②サイバーセキュリティ対策に関するセミナー：25社 ③BCP、事業継続力強化計画の策定支援：10社 メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)		これから策定する事業者は具体的にBCP策定にかかるノウハウを獲得し、ブラッシュアップの事業者はより実用性の高いBCPを策定できる。								
			指標	BCP（簡易版を含む）や事業継続力強化計画の策定件数				数値目標	45件		
その他目標値		目標値の内容⇒									

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		40,400	円 ×	20	社 ×	1.00	=	808,000	円	
		20,200	円 ×	25	社 ×	1.00	=	505,000	円	
		101,000	円 ×	10	社 ×	1.00	=	1,010,000	円	
			合計	55	社	(小計)		2,323,000	円	
					計		2,323,000	円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
	算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
		②受益者負担	円		負担金の積算					
		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果					
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)						
2,323,000		円 ×	1.00	=	2,323,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							
			円							
			円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20社	①中小企業・小規模事業者向けBCP策定ワークショップ メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	これから策定する事業者は具体的にBCP策定にかかるノウハウを獲得し、ブラッシュアップの事業者はより実用性の高いBCPを策定できる。		
	指標	アンケートにおいて、BCP策定のノウハウを獲得・向上できたと感じた事業者の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 25社	②サイバーセキュリティ対策に関するセミナー メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	サイバー攻撃、セキュリティ対策の最新動向、対策の方向性、プロセスに係る意識・知識が高まる。		
	指標	アンケートにおいて、サイバー攻撃、セキュリティの最新動向、対策の方向性やプロセスに係る意識・知識が高まったと回答した参加者の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10社	③BCP、事業継続力強化計画の策定支援 メール配信、D-FAX送信、ウェブサイト掲載と、過去の支援先への参加勧奨を通して、広く大阪府内事業所に参加を呼びかける。	
	支援対象企業の変化	BCPや事業継続力強化計画を策定し、事業体としての危機管理が図られる。		
	指標	BCPや事業継続力強化計画の策定件数	数値目標	10件
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

--

事業名		あべの天王寺・サマーキャンパス		事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014年度～ 年度まで		11	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	地域の店舗や事業者に専門性を活かした親子向けの体験プログラムを実施してもらうとともに、抽選会やスタンプラリーなどのイベントを開催して、当該地域のにぎわいを創出する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍からの回復、大阪・関西万博を契機とした飛躍を目指す地元商店街・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イベントを開催する。また、今後普及が加速するデジタル手法のビジネス活用や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られるように、あべの天王寺エリアの事業者が実店舗とオンラインの両面での新規顧客開拓につなげるために必要な知識・ノウハウなどを習得し、実践できる機会を提供する。さらに、地域としてあべの天王寺エリアを“キタ”や“ミナミ”に比肩する、独自路線を打ち出す魅力的なエリアとするために、産業拠点であるにもかかわらず居住者・生活者が多く、文化・教育機関に恵まれているという地域の特性を生かして、子供を対象とした特化事業を展開して「将来の顧客へのアプローチ」「ファミリー消費の促進」をテコに当地域のブランディングを促す。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	阿倍野区・天王寺区を中心とする大阪市内の中小・小規模事業者（大阪府内の事業者も対象）、地域の商店街・商店会、商業施設のテナント会などの団体					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「あべの天王寺・サマーキャンパス（以下、サマキャン）」は、地元商店街から「子供連れの来街者に支持され、安心して過ごせる街にしたい」という地域の“イメージチェンジ”に資する取り組み実施の要望を受けて、商業施設、商店街、個店、公共団体、学校などの関係企業・団体の協力のもと、地元事業者が子供向けに、自社ビジネスに係る体験プログラムを提供する取り組みを中心に実施してきた。創設以来地元の商工業者とともに取り組んできた結果の一つとして、2023年度の実施後の地元商店会連盟会長との面談の際「スタッフTシャツやパンフレット、ポスターの色は今後黄色で変えることなく継続しよう、このエリアで活躍する若者があべの天王寺ターミナルに出てきた際、このエリアから巣立っていった若者が帰省した時に、同色を見て小学生時代の地域の取り組みを思い出したり、地域への愛着、誇りを膨らませたりしてもらえるように！」と、これまでの地域連携の成果と将来展望にコメントされたことがあげられる。2023年度に試験的に導入した「大人のサマキャン」は大人の参加によって体験プログラム実施者のビジネス展開の可能性を広げるものであった。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<あべの天王寺・サマーキャンパス2023>（8月11～20日） 支援企業数：178社・9団体 体験プログラム ①リアル開催 82プログラム、②大人向け開催 25プログラム、③オンライン開催 9プログラム/抽選会 参加店舗 274店舗、抽選回数 7,887回/スタンプラリー 達成者数 436人 <セミナー・ビジネスに効くオンライン活用術>（5コース）支援企業数91.5社					
	反省点	今回、ダイバシティーへの配慮・対応が準備不足であることに気づかされた。具体的には、聴覚障がい者の参加を得た際、手話通訳者の費用を誰が負担するかが問題になった。参加者の層や範囲が広い事業であるため、今後はこうした点も踏まえた準備が必要である。					

具体的な実施内容・手法	○	人材育成型	I. あべの天王寺・サマーキャンパス <販路開拓型、支援企業数115社・8団体> 1. 開催時期：2024年8月下旬（Webサイト公開：7月下旬頃） 2. 主な実施内容： (1)リアルイベント：あべの天王寺エリアの商店街・商店会や商業施設とそれらに入居する店舗などの集客・販売促進につながるイベント（「リアル体験プログラム」「抽選会」「スタンプラリー」など） (2)オンラインイベント：南支部管内を中心とする地域の事業者がオンライン上で実施する、一般顧客を対象としたイベント（「オンライン体験プログラム」など） (3)その他：①一般顧客を誘引するための仕掛けとして、上記(1)(2)の参加者を対象に「抽選」で景品を提供する。②リアル体験プログラムの一部として大人向けの「大人のサマキャン」を実施して実施者のビジネス展開の可能性を広げる。						
	○	人材交流型	II. 体験プログラムの伝達力強化ワークショップ<人材交流型、支援企業数15社> 1.開催時期：2024年5～6月頃 2.主な実施内容：サマキャンの体験プログラムの提供・実施者が子供達に伝えたい内容をデジタル活用によって効果的に表現・伝達できるように支援する研究会を設置・開催する。勉強会→発表会→意見交換会のステップを踏んでデジタル活用による伝達手法を習得してサマキャンの体験プログラムで実践してもらう。（デジタル表現を活用したプレゼンテーションのやり方や体験プログラムでの活用方法を学び、実際に体験プログラムに同表現を取り入れた試作を発表、体験プログラム実施者同士で相互評価・意見交換を行い、これらの交流や指摘を踏まえて本番で実行。）						
	○	販路開拓型	III. 体験プログラムのプロモーション・セミナー <人材育成型、支援企業数40社> 1.開催時期：2024年5～6月頃 2.主な実施内容：サマキャンにて体験プログラムを提供・実施する事業者に対して、デジタル活用によって体験プログラムの参加者(受講者)を募る手法を習得してもらう集客促進セミナーを開催して、事業者のデジタル技術のスキルアップを支援する。テーマ例として「SNS活用によるイベント告知」「インターネット広告による集客」「生成AIによるイベントの展開・発展」など。						
		ハズ ね型							
		独自提案型							
事業手法	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果		
	商-20	デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業				商業			
		(a)大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会と協働して実施する（①リアルイベントの企画・実施、②オンライン活用セミナーの企画・調整などについて協力を得る）。 (c)区役所などと連携して広報を行い、集客を強化する。 (d)参加店舗のうち希望する先に対して、店舗の魅力向上、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談に応じることで本事業との相乗効果を狙う。							

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 178 社・団体	<販路開拓型>115社・8団体 <人材交流型>15社 <人材育成型>20社×2回=40社 これまでに参加した事業者のほか、本事業の取り組みに関心のある事業者、南支部管内の商業施設や商店街・商店会などに参加勧誘する。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	地域の事業者ならびに商店街・商店会や商業施設とその店舗などのPR、集客、売上増、新規顧客開拓、消費者ニーズの把握および地域のにぎわい創出につながる。また、セミナーおよびワークショップへの参加を通じて、デジタルツールのビジネス活用に関する知識が向上し、自社のビジネスにおける同活用やオンラインビジネスのリテラシー向上に対する意欲が高まる。							
	指標	実施後のアンケートで、(自社・自店の)PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費				
		50,500 円 ×	115 社 ×	1.00 =	5,807,500 円				
		50,500 円 ×	8 団体 ×	10.00 =	4,040,000 円				
		40,400 円 ×	15 社 ×	1.00 =	606,000 円				
		20,200 円 ×	40 社 ×	1.00 =	808,000 円				
合計	178 社・団体	(小計)	11,261,500 円						
計			11,261,500 円						
独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)						
11,261,500 円 ×	1.00 =	11,261,500 円	(円)						
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 115社	<販路開拓型> これまでに本事業に参加した事業者や、南支部管内の商業施設や商店街・商店会などに参加勧誘する。		
	支援対象企業の変化	地域の事業者ならびに商店街・商店会や商業施設とその店舗などのPR、集客、売上増、新規顧客開拓、消費者ニーズの把握および地域のにぎわい創出につながる。			
	指標	アンケートで、（自社・自店の）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 8団体	<販路開拓型> 南支部管内の商業施設や商店街・商店会などに参加勧誘する。		
	支援対象企業の変化	商店街・商店会や商業施設の知名度向上、集客、売上拡大、空き店舗対策・テナント確保、地域のにぎわい創出につながる。			
	指標	アンケートで、（商店街・商店会・商業施設の）PRや売上増、地域のにぎわい創出などにつながったと回答した割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15社	<人材交流型> オンラインイベントを通じた新規顧客開拓など、デジタル手法のビジネス活用に関心がある事業者に参加勧誘する。		
	支援対象企業の変化	勉強会→発表会→見交換会のステップを踏みながら、デジタル手法のビジネス活用に関する知識が向上し、実践を試みる。			
	指標	実施後のアンケートで、デジタル手法のビジネス活用方法などに対する理解が深まり、実践に取り入れる意欲が高まったと回答した割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 40社	<人材育成型> オンラインイベントを通じた新規顧客開拓など、デジタル手法のビジネス活用に関心がある事業者に参加勧誘する。		
	支援対象企業の変化	セミナー参加を通じてデジタル手法のビジネス活用に関する知識が向上し、自社の同リテラシー向上に対する意欲が高まる。			
	指標	実施後のアンケートで、デジタル手法のビジネス活用方法などに対する理解が深まったと回答した割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		西部エリア Amon (えーもん) 市		事業番号	7	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで		10	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	商店街と個店（チャレンジショップ/近隣店舗）、近隣小型スーパーなどが、共同での販促活動やイベントを通じて、ワンストップショッピングゾーンとしての近隣徒歩圏住民からの認知を得る。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>【現状と課題】本商工会議所は過去9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>【本事業を通じてめざす状態】</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の相互協力をさらに強化し、販促支援を行う。</p> <p>②商店街が担うコミュニケーションとイベントスペースとしての有効性・潜在能力の可能性を探る。</p> <p>③商店街とスーパー、キッチンカーなどの協力を仲立ちし、地域と共存共栄する商圏を意識する。</p> <p>④商店街を核として、徒歩で生活必需品の購入が可能な商圏の形成をめざす。</p>					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	西支部管内（此花・西・港・大正・浪速・西成区）の小売店・製造・卸売店及び商店街、協同組合					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	上記地域の商店街は近隣型、地域密着型商店街が大半であるが、これらの商店街の課題は、ワンストップ・集客機能の維持と、構成店舗の売り上げ拡大である。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2022年度：西区、此花区、港区にて情報紙「Amon」発行（13商店街支援） 2023年度：西区、港区にて「Amon」発行予定					
	反省点	2023年度は、商店街イベントがコロナ前に近い形に戻りつつあり、Amonの発行および配布が、コロナ前の状態に戻った。しかしながら、イベントに積極的で、かつ支援が必要な商店街は限られるため、支援先が偏重しつつある。 コロナ後の各商店街の状況を把握しながら、社会の動きやニーズを加味して、新規顧客獲得効果が大きいイベントや効果が長続きする販促活動の内容にこだわった対応を行う。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	1.商店街の販促企画実施を通じた中小小売店舗との連携強化 ○徒歩圏内の住民を対象とした、一通りの生活必需品が揃う相互補完的なワンストップお買いものゾーンの形成をめざす。販促企画に取り組んでいる意欲のある商店街を核として、周辺個店との企画連携を進める。常時の買い物客誘引するため、商店街の近隣に所在するミニスーパーなどとの連携を進める。					
	人材交流型	○商店街などと個別店舗を仲立ちし、行政やコミュニティとの連絡調整を行い、協力して共通企画を計画、実行する。2025年の大阪・関西万博を控え、機運醸成に取り組む商店街や商工業者の販促機会増が見込まれることから、連携の中でそうした動きを把握すると共に効果拡大を支援する。					
	○ 販路開拓型	2.情報紙「Amon (えーもん)」の発行 ○商店街と個店の販促ツールとして発行している情報紙「Amon (えーもん)」を引き続き発行する。 ○情報紙では、商店街の販促イベントや、新たな顧客を求める地元の小売店や連携するミニスーパーなど一体としてまとまった商圏があることを紹介する。また他の商店街、各区商店会連盟や団体が主催する販促企画、その他商業関係のイベントも掲載する。ネットでの記事紹介も視野に入れる。					
	ハズお型	3.個店への支援 ○情報紙掲載によるPR、販路拡大を支援。販促方法や改善策などを提案し、カルテ化につなげる。					
	独自提案型	○支援の成果として、他地域の商店街へ出店し、あるいは販促活動を共同で行うことにより、通常の商圏ではない商店街に来街する顧客への販売・アピールによる商圏拡大の機会、他地域の商店主との交流による経営改善のヒントが得られる。					
事業手法	(a)府施策連携		(b)広域連携		○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	
	商業						
		(c)上記各区の区役所とのイベント情報の共有や出店企業の紹介、広報支援などでの連携を行う。 (d)販促方法改善策の支援の実施によりカルテ化を図る。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ II 団体	商店街・協同組合：II 団体 経営指導員が個別に事業提案を行う。									
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	アンケートで、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回答した割合			数値目標	70%					
	その他目標値	目標値の内容⇒										
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	50,500 円	×	支援企業数	II 団体	×	係数	10.00	=	標準事業費	5,555,000 円
					合計	II 団体		(小計)			5,555,000 円	
		計										5,555,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額	①市町村等補助			円	交付市町村等						
②受益者負担				円	負担金の積算							
(a)府施策連携		(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果						
標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)						
	5,555,000 円	×	0.50	=	2,777,500 円	(円)						
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)						
			円									
			円									
			円									
			円									

【備考】

事業名		商店街の観光振興と集客支援事業		事業番号	8	新規/継続	継続
想定する実施期間		2021年度～ 年度まで		4	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	国内外からの人出の回復と客層・経営環境の変化に対応する商店街の集客支援を行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	国内外から大阪への人出の回復は、対面販売を基本とする商店街に集客のチャンスをもたらすと同時に、従来と異なる客層への対応という課題をもつきつけている。このため、①都心部にとどまらず周辺まで足を運びつつある外国人観光客を取り込むため、商店街の受け入れ環境を整備、観光客のニーズを反映した商店街の魅力を発信する。②商店街近隣の新築マンションなどの新住民を取り込むため、100円商店街などによる集客と販路開拓を行う。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪市内を中心とした商店街、商店街振興組合、商店会、専門店の集まった商業施設（商業ビル、地下街など）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	①外国人観光客の恩恵を受けている商店街が都心部にとどまらず周辺まで徐々に拡がりつつある。国内外からの観光客を顧客として取り込むための環境づくり・集客事業の必要性が高まっている（23年8月の大阪府の外国人延べ宿泊者数は1,704,020人で前年同月比2,694.8%増、19年同月比でも12.0%増）。2025年大阪・関西万博に備えた外国人客対応施策のニーズがある。②市内へのマンション新築・住民回帰が進んでいる（2022年大阪市は9,103人の転入超過）。③これまで100円商店街など実施した商店街の多くが継続実施を希望している。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	○2023年度は、「100円商店街」「ワンコイン市」「ポッキリ市」等を、野田新橋筋商店街(4月、7月、10月)、粉浜商店街(5月、10月)、粉浜駅前商店街(5月、10月)、地下鉄あびこ中央商店街(6月、10月)、今里新道商店会(7月、9月)、今里新道筋商店街(7月、9月、12月)、今里一番街商店会(7月、9月、12月)、神路銀座商店会(7月、9月、12月)、神路新道商店会(7月、9月、12月)、神路一番街商店街(7月、9月、12月)、生野本通商店街(10月)、生野本通中央商店街(10月)、生野本通センター商店街(10月)、生野中銀座商店会(10月)、駒川商店街(12月)で開催した。 ○東淀川区で2商店街を対象に東淀川まちゼミを11月に開催した。					
	反省点	○2023年度まで「新しい生活様式に適應した商店街集客支援事業」としてコロナ禍対策を主目的に実施していたが、国内外からの人出が戻っており、そうした事業環境変化を踏まえた新規顧客開拓事業が求められる。 ○徐々に対面での事業への参加も増加しているものの、コロナ前に比べると依然として商店街への集客は厳しい。住民として増えつつある若手ファミリー層に向けた広報活動支援を個店レベルでも強化するとともに、商店街全体としての新規顧客開拓支援を継続して行う必要がある。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	商店街が国内外からの観光客や新住民を顧客として取り込み、受け入れ環境を整えるために、商店街の実情に合わせた支援事業を行う。 [実施内容例]					
	人材交流型	○従来から商店街と協働し、新規顧客獲得手法として定着している「100円商店街」「まちゼミ」「バル」などの継続実施・新規実施を促す（商店街振興組合からの要請等によりブラッシュアップする）。 ○商店街の活動を大阪・関西万博の「共創チャレンジ」に登録し、大阪・関西万博との連携をアピールした情報発信力の強化に取り組む。					
	○ 販路開拓型	○商店街と地元観光資源（寺院、神社、その他集客施設など）との連携を促し、魅力発信を行うことで、イベントによる一過性の集客ではなく、持続的で分散した集客支援に取り組む。 ○観光客のICT活用（特にスマホの地図アプリや翻訳アプリ等）への商店街の対応を促し、情報発信およびインバウンド客への接遇向上に取り組む。					
	ハズメ型	○商店街・専門店街そのものの観光要素（ショッピングツーリズム、レトロビル、レトロ横丁など）の魅力発信を行うことで、同様の集客支援に取り組む。					
	独自提案型	○広報誌やマップ、ICT（Googleマップ、SNS、ウェブサイトなど）活用による情報発信についてアドバイス・広報支援を行う。また、講習会・勉強会を必要に応じて実施する。 ○その他、商店街の集客につながる新しい魅力発信、集客イベントに取り組む。					
	事業手法	(a)府施策連携	(b)広域連携	○(c)市町村連携	○(d)相談事業相乗効果	商業	
		(c)商店街が所在する区の役所と適宜、広報などを連携する。 (d)事業実施がきっかけで事業所カルテ化など、相談事業につながっている。また、商店街の実務についても、会計や労務管理上の課題があれば、適宜専門家を派遣する。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 15 団体	路面商店街、商業ビルや地下街の専門店会など15団体 個別に支援・協働を提案・調整をする。 また、区商連の会議などを通じて呼びかけを行う。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	新しい顧客層の開拓や広域からの集客を促す。観光客や新住民にとっての受入環境整備や魅力発信につながる。商店街への誘客や顧客とのコミュニケーションが促進される。							
	指標	アンケートにおいて、当事業の実施により「情報発信に役立った」「誘客・集客につながった」「顧客との会話が増えた」のいずれかを回答した割合			数値目標	70%			
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500	円 ×	15	団体 ×	10.00	=	7,575,000	円
			合計	15	団体	(小計)		7,575,000	円
							計	7,575,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
	②受益者負担	円		負担金の積算					
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
	7,575,000	円 ×	0.50	=	3,787,500	円	(円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)			
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		ミナミ活性化事業		事業番号	9	新規/継続	継続
想定する実施期間		2016年度～		年度まで	9	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	インバウンド需要が回復しているミナミエリアにおいて、街の魅力を積極的に発信することで、地元団体の取組を支援するとともに、大阪・関西万博の成功に向けた機運醸成を図る。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪ミナミエリアは、2020年からのコロナ禍により一時は来街者が90%減少するなど、多大な影響を受けてきた。しかし2022年秋ごろから、全国旅行支援などの観光支援策により国内旅行者が増加。また、コロナ禍の収束に伴い、海外からのインバウンドがコロナ前に迫る水準で回復している。そこで今後一層の来街者増、ミナミエリアの再活性化をめざして、ミナミの街の魅力を積極的に発信し、地元団体の取組を支援するとともに、来街者に向け大阪・関西万博の機運醸成を図る。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ミナミならびに南船場エリアの商店街（千日前道具屋筋商店街振興組合、道頓堀商店会、戎橋筋商店街振興組合、心齋橋筋商店街振興組合、せんば心齋橋筋商店街、心齋橋北商店街振興組合、宗右衛門町商店街振興組合など）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	観光客の回復に伴い、団体客を中心にガイドブックの需要が高まっている。また2022年度に作成したバイリンガル版は、インバウンド向けに特にホテルからの要望が増加している。万博に向けリピート客を増加させるためにも、継続した情報発信の取組が必要であり、かつ商店街として地元に対して訴求する取組への支援が求められている。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	○道頓堀春フェス2023（5月3～6日開催）、にぎわいスクエア2023（7月15～16日開催）にブース出展し、地元商店街のPRに努めた。 ○ガイドブック「OSAKA MINAMI MAP」を発行(4月24日)。一般のガイドブックに載らないような地元の飲食店などのロコミ情報を紹介し、大阪国際空港、観光案内所、商店街、中央区内のホテル、大阪メトロや南海電鉄の駅などに設置した。					
	反省点	予算の関係もあり、バイリンガル版は英語版、中国語簡体字版のみを作成したが、中国本土からの観光客はまだ回復せず、東南アジア・台湾・韓国などの観光客が多かったため、ニーズに応えられなかった可能性がある。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	イベント連携の中心となっている(一社)大阪活性化事業実行委員会、地域の商店街連携の組織であるいっとこミナミ実行委員会、中央区役所、各商店街などと連携し、各イベントの企画・実施、PRならびに地域の商店街の情報発信支援を行う。					
	人材交流型	①ミナミならびに船場エリアの魅力ある買い物や食、イベント、ライブ・エンターテイメント情報を集め、地元商店街と連携して、地元だからこそ作成できるガイドブックを発行する。インバウンドに対応するため、外国人観光客の受け入れ状況に応じて、日本語版とバイリンガル版を併設する。ガイドブックはミナミの各ホテル、商店街、駅、空港、観光案内所などを通じて配布する。QRコードを活用し、各商店街や店舗、ミナミの情報を発信するWebサイトとリンクすることで、インターネットとの親和性を高め、より効果的かつ持続的な集客が期待できるガイドブックを作成する。					
	○ 販路開拓型	②2025年に開催される大阪・関西万博の機運醸成を図るため、最新の万博情報をガイドブックの内容に盛り込むことで、万博と共に発展を目指す地元商店街への集客との相乗効果を目指す。					
	ハズメ型	③新設されたなんば広場、とんぼりリバーウォークなどで開催されるイベントに地元団体・区役所とともに参画するなどし、万博の機運醸成及び地元商店街への集客をめざす。					
	独自提案型						
事業手法		(a)府施策連携	(b)広域連携	○ (c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
						商業	
		(c)中央区役所などと連携して、ミナミのイベントなどの情報発信、地域の商店街などへの集客支援を行う。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 7 団体	ミナミならびに南船場エリアの商店街（千日前道具屋筋商店街振興組合、道頓堀商店会、戎橋筋商店街振興組合、心齋橋筋商店街振興組合、せんば心齋橋筋商店街、心齋橋北商店街振興組合、宗右衛門町商店街振興組合など）						
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	イベントやガイドブックなどによって、ミナミエリアの回遊性を高めることができ、各商店街の集客力アップが期待できる。							
	指標	商店街へのアンケートで、「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に（やや役立った）（役立った）」と評価した割合	数値目標	80%					
その他目標値	目標値の内容→								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500	円 ×	7 団体	×	10.00	=	3,535,000	円
		合計		7 団体		(小計)		3,535,000	円
						計		3,535,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	(a)府施策連携		(b)広域連携	○	(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率		((①市町村等+②受益者負担)				
	3,535,000	円 ×	0.50	=	1,767,500	円	(円)	
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数		役割（配分の考え方）	
					円				
					円				
					円				
					円				

【備考】

事業名		大阪市東部商店街にぎわい創出事業		事業番号	10	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018年度～ 年度まで		7	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	都島区の商店街、区役所、団体と連携し、「もっと京橋が好きになる」参加店舗の体験プログラムを通じて、大阪屈指の東の繁華街「京橋」の魅力を発信し、にぎわい創出を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	京橋地区をはじめとして都島区の商店街も2025年の大阪・関西万博に対する地域経済・産業の起爆剤としての期待が高く、機運醸成に向けたイベントを実施している。本事業は、2025年の万博開催にあわせて「京橋」が国内外からのインバウンドに受け皿となるよう、集客支援イベントなどを実施するとともに、地域の魅力・情報を発信するものである。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	都島区(京橋)の商店街地域を中心とした個店・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	本事業ではこれまで生野区内の商店街で2カ年度、東成区内の商店街で3カ年度、都島区で1ヶ年集客支援イベントを実施し、事業者、一般参加者の双方から高い評価を得ることができた。商店街へのヒアリングなどでは、コロナ禍からの需要回復の後押しに対する要望が非常に強い。また、地元商店街振興団体からイベントなどの活性化事業や万博関連イベントを本商工会議所に望む声が高い。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	○2020～2022年度は東成区で実施(6商店街を支援)。大阪市立デザイン教育研究所、「モノふえす」参加企業の協力の下、「ハロウィン」を題材にしたモノづくりワーク、スタンプラリーなど、親子で楽しめる集客支援イベントを行った。 ○2023年度は11月に、都島区を中心とした京橋エリアで、京橋オススメ体験2023を実施。					
	反省点	「ハロウィン」のイベントについては、一過性のイベントとしては商店街に集客ができ、一時的には集客の機運の高めることができたが、個店の本質的な集客力向上には必ずしもつながっておらず、個店の集客力向上に関する事前・事後のフォローが課題であった。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	大人が楽しめる！京橋オススメ体験2024					
	人材交流型	1. 開催期間：2024年11月(Webサイト公開：9月頃) 2. 主な内容：大人が楽しめる体験プログラムを40以上実施 居合道、フラワーアレンジメント、美味しいカクテルの作り方、英会話、ネイル、ものづくりの体験、アロマなど					
	○ 販路開拓型	※本事業は、2025年の大阪・関西万博に向け、毎年体験プログラムに参加する店舗を増やしていくことで機運を盛り上げていく。最終年は万博の開催にあわせ、参加店舗の体験プログラムを、万博をより意識したものにアレンジし、万博カクテル体験づくり、英会話で万博体験、万博ネイル京橋バージョン、フラワーアレンジメント万博バージョンなどで大いに盛り上げ、参加店舗のみならず街の魅力を広く伝える。					
	ハズおん型						
	独自提案型						
	事業手法	(a)府施策連携	(b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	商業	
事業手法		(c)都島区役所、都島区商店会連盟、工業会などと連携し、周知・広報の依頼する。 (d)事業実施後のアンケートにおいて経営課題の把握などを行い、個店や商店街に対してニーズに応じた相談支援を行う。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 40社	個店やものづくり企業など40社 東支部への相談履歴のある事業者のほか、本事業に関心のある事業者、東支部管内の商業施設や商店街・商店会などに呼びかけて参加を募る。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	地域の事業者ならびに商店街・商店会や商業施設とその店舗などのPR、集客、売上増、新規顧客開拓、消費者ニーズの把握および地域のにぎわい創出につながる。また、イベントの周知にSNSなどを活用することで、自社のビジネスにおけるSNSの活用や情報発信に対する意欲が高まる。							
	指標	実施後のアンケートで、PR・情報発信や地域のにぎわいなどにつながった旨を回答した割合	数値目標	70%					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		50,500	円 ×	40	社 ×	1.00	=	2,020,000	円
		合計	40	社	(小計)		2,020,000	円	
					計		2,020,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	(a)府施策連携		(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	2,020,000	円 ×	0.50	=	1,010,000	円	(円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)			
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業		事業番号	11	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020年度～ 年度まで		5	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小事業者を対象に、間接業務の効率化、法改正(インボイス制度など)への対応、販売促進、非対面ビジネスへの転換に役立つビジネスアプリやクラウドサービスなどのITツールの導入を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	深刻な人手不足により、経営者や部門担当者の業務負担が大きくなっており、「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。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。またIT導入補助金や小規模事業者持続化補助金を活用したデジタル化についても提案を行うため、ITに大きな投資ができない小規模事業者へのデジタル化の推進につながる。					
	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ビジネスモデルの構築を希望する中小企業・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2023年中小企業白書・小規模事業白書によると、新型コロナウイルス感染症の流行前後で、「業務にデジタルツールを利用する」段階から「デジタル化による業務効率化などに取り組む」段階に事業者の取り組みが進展している。また、デジタル化に取り組むきっかけについて、従業員規模が20人以下の企業においては「支援機関等からの推奨」が最も多い。本商工会議所でも、経営指導の一環として、IT導入に向けての環境確認、優先課題の抽出などの働きかけを行ったうえで、企業のニーズに応じて、無料もしくは安価なアプリやクラウドサービスなどの提案と初期設定までの支援を行う。IT導入補助金や小規模事業者持続化補助金を活用したデジタル化も提案できるため、ITに大きな投資ができない小規模事業者からの要望が非常に高い。また、本事業を無料で利用できる点も高く評価されている。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<p>【2022年度実績】</p> <p>ヒアリングシート回答件数：332件 指導件数：91社 アプリ・クラウドサービス導入件数：50社・87件</p> <p>【2023年度実績(10月末現在)】</p> <p>ヒアリングシート回答件数：212件 指導件数：71社 アプリ・クラウドサービス導入件数：10社(導入準備中を除く)</p> <p>インボイス制度のデジタル対応についての相談は18社、導入済み1社</p> <p>〈支援例〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・A社は、インボイス制度への対応方法について、クラウドサービス導入や自社システムの改修も含めてサポートデスクに相談し、クラウドサービスのスマレジの新規導入に至った。 ・B店は、飲食店舗の案内と物販への問い合わせを誘導するウェブサイトを新規作成した。 					
	反省点	事業者の都合や補助金申請状況などで、アプリやクラウドサービスの導入まで至らなかったケースや支援後に事業者自身で更新ができていないケースもある。事業者からの要望があれば、2024度も引き続きそれらの事業者のフォロー支援を行う。来年度は成功事例を輩出し、中小企業クラウド実践大賞に応募するなど、中小企業のデジタル化の模範事例として全国に発信していく。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	1. IT導入状況についてのヒアリング 経営指導員らが巡回や窓口相談、またセミナー開催時などを通じて、小規模事業者などに対し、ホームページの有無や間接業務におけるIT導入状況、業務上の困りごと、支援希望の有無などをシートを用いてヒアリングする。また、2023年度にヒアリングを行った企業についても、現状や課題、新たなニーズについて、ヒアリングする。					
	人材交流型						
	販路開拓型	2. 専門家によるIT導入支援 経営指導員によるヒアリングシートやその他の広報手段などにより、IT導入についての支援ニーズを集め、経営相談室内に設置した「IT・ビジネスアプリ導入サポートデスク」でそのニーズに対応する。派遣を希望する事業者に対しては、適格な専門家を事業所に3~5回程度派遣し、IT導入に向けての環境確認、優先課題の抽出、現有人材や課題などを踏まえ、最適なアプリやクラウドサービスなどITツールの選定・提案、初期設定までの支援を行う。(昨年度の支援企業であっても、新規のIT導入や継続支援を希望する場合は、支援を行う)事業者からの要望により対面ではなく、オンラインでの支援になる場合もある。					
	ハス*お型						
	○ 独自提案型						
	事業手法	(a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
						IT・IoT	
		(d) ヒアリングシートの実施先に対し、融資や資金繰り、各種補助金申請などの経営相談を実施し、本事業との相乗を図る。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 310社	市内5支部や経営相談室に配備された経営指導員が「IT導入ヒアリングシート」を回収(250社)。ヒアリングシートやその他の広報手段などで集めた支援希望事業者に対して導入支援を行う(60社)。						
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	簡易ホームページの立ち上げやクラウドサービス導入などを、売上向上、間接業務の効率化の実現に向けて着手する。							
	指標	IT導入に着手する事業者数	数値目標	60社					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200	円 ×	250	社 ×	1.00	=	5,050,000	円
		202,000	円 ×	60	社 ×	1.00	=	12,120,000	円
			合計	310	社	(小計)		17,170,000	円
					計		17,170,000	円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠	○IT導入状況のヒアリングについては、経営指導員が事業者に対して個別に行う作業量などを勘案してサービス単価を20,200円とする。 ○IT導入のためには専門家(ITコーディネータ)が同一事業所に3~5回は訪問・指導を行う必要があるため、サービス単価を202,000円とする。								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	(a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
17,170,000	円 ×	0.50	=	8,585,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 250社	<IT導入状況についてのヒアリング> 市内5支部や経営相談室に配備された経営指導員が「IT導入ヒアリングシート」を用いて事業者との面談を行い、ニーズを掘り起こす。	
	支援対象企業の変化	自社の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なる。		
	指標	「IT導入ヒアリングシート」の回収数	数値目標	250枚(社)
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 60社	<専門家によるIT導入支援> ヒアリングシートやその他の広報手段などで集めた支援希望事業者に対して導入支援を行う。	
	支援対象企業の変化	簡易ホームページの立ち上げやクラウドサービス導入などを、売上向上、間接業務の効率化の実現に向けて着手する。		
	指標	IT導入に着手する事業者数	数値目標	60社
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		海外市場開拓支援事業	事業番号		12	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010年度～	年度まで	15	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	海外進出先や取引先（貿易・投資・技術提携など）の国・地域の動向やFTA/EPAなど海外実務に関する情報提供、個別相談、海外バイヤーを含む関連企業との個別商談会などを通じて海外事業展開を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	国内市場の縮小の一方、東アジア地域包括的経済連携（RCEP）が発効したことによって、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たほか、日本が初めてEPAを結ぶことになった中国や韓国向けなど、海外取引が一層活発になることが予想され、海外市場に目を向ける企業が増加しており、中小企業もその例外ではない。しかしながら、資金・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容易に着手（拡大）できるとはいえない。また、オープンイノベーションをめざす中小企業にとって、先端技術を持つ海外の企業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。こうした事業者に対し、これまで日本企業の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、工業団地などへの視察団派遣、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本商工会議所の知見を活かし、オンラインも活用しながら、海外ビジネス事情やFTA/EPA活用などに関する情報提供、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などの事業を通じて、海外ビジネスがスムーズに行えるよう支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	海外ビジネスに関心を持つ中小企業・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特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、ESG、カーボンニュートラル関連の情報や経済安全保障などについても積極的に情報提供する。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p><ニーズ></p> <p>○日本商品への関心が高い中国やアジア各国、欧米諸国とのビジネス交流を望む中小企業の声が少ない。また、国内市場の縮小、若年労働力の確保難などの状況下、日本企業の海外直接投資はアセアン、中国向けともに高水準で推移しており、引き続きアセアンや中国に関する情報の提供を望む声が多い。</p> <p>○日本と初めてのEPAを結ぶ中国や韓国など、大阪の主要な貿易国を多く含むRCEPが2022年1月に発効したことによって、海外との物的取引が今後一層活発化することが予想される。中小企業も含め、日本企業に与えるインパクトは非常に大きい。</p> <p><把握方法></p> <p>海外ビジネスに関心を持つメール登録者は現在約10,000人。その他のデータベースとして、アセアン（登録約1,200人）、中国（登録約200人）、国際オープンイノベーション関心企業（770人）、海外進出関心スタートアップ（50社）、輸出企業（登録約3,000人）、輸入企業（登録約200人）、SDGs/ESG（登録1,100人）、大阪投資誘致支援企業（85社）、別途、関心企業のデータベースを保有している。これらのデータベースを活用し、各種関連事業を通じて常に海外ビジネス関心企業の発掘、ニーズの把握を行い、事業企画を行っている。</p>					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2023年度実績（10月現在の支援企業数） ○海外市場動向などに関するセミナーなど（人材育成型）456社 ○勉強会、視察会など（人材交流型）69社 ○商談会など（販路開拓型）75社					
	反省点	<p>○RCEP発効によってEPAに関する相談は、これまでEPAを利用したことのない企業による同EPA利用のための相談が今後さらに増える見込みであり、企業に応じたきめ細かい相談体制の整備が必要。</p> <p>○オンラインでのセミナー開催も行っているが、アンケート回答者に講演資料を提供するなど工夫はしているが、アンケート回収が厳しい。</p> <p>○オンラインでの商談会開催も行っているが、商談セットの主導権をバイヤーが握ることになり、商談数が絞られてしまう。</p>					

具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	中小企業・小規模事業者の海外進出や販路拡大を支援すべく、集合・対面形式もしくはオンライン形式で以下の実施をする。 ①「海外市場開拓プログラム」〈販路開拓型：2回程度65社〉 海外調査団派遣時の現地企業などとの商談や海外から来阪するミッションなどとの商談、その他国外（日本拠点を含む）のバイヤーとの商談会を開催する。			
	○ 人材交流型	②海外視察会の実施〈人材交流型：1回20社〉 現地パートナーがいる地域（アジアなど）を主なターゲットとして、現地の投資環境や工業団地などを伝える視察会を実施する。			
	○ 販路開拓型	③海外ビジネス勉強会〈人材交流型：2回程度35社〉 主にASEAN諸国でのビジネスを検討する企業や二次進出・拡大投資を検討する企業を対象に、法制度、人材、資金、市場動向などの切り口で、情報提供やディスカッション、交流会などを行う。			
	ハズメ型	④海外ビジネスに関する個別相談〈人材交流型：605社〉 ○専門家によるEPAなどに関する相談 ○中国関連の専門家などによる相談、中国、ASEAN関連専門の士業などによる1日相談会の実施 ○アジアを中心とした、その他地域に関する相談			
	独自提案型	⑤海外ビジネスワンストップサービス事業（海外に出向かず、大阪で海外の市場動向などの情報が入手できる「ビジネスワンストップサービス」の提供）〈人材育成型：674社〉 ○海外の市場動向・ビジネス機会に関する情報の提供など、中小企業の海外市場展開に資するセミナーを実施する。 ○テーマ例としては、各国ビジネスの動向、FTA/EPAを活用した海外販路開拓、食の輸出、カーボンニュートラルなどのグリーン分野における海外ビジネス機会・ニーズ提供、海外スタートアップとの連携、アジアにおける水・環境ビジネスの展開、国内スタートアップの海外展開、経済安全保障など			
事業手法	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	
	商-5	海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業		販路開拓	
	(a)海外市場開拓プログラムでは、バイヤーの探索は国内外関係機関と連携し発掘するとともに、具体的な商談に結びつく可能性がある在阪企業の探索を大阪府や大阪産業局などと連携して行い、「大阪産」をはじめとした大阪独自の製品やサービスを中心に輸出拡大に取り組む。個別相談（中国・アセアンビジネス、EPA利活用、海外展開支援など）では、大阪産業局の国際ビジネスサポートセンターと情報を共有する。商談会や視察会の実施は、訪問国、時期などを担当部局とすり合わせし、連携を検討するとともに、相互事業において広報などの協力を行う。セミナーの開催については、大阪産業局、大阪府に事前に情報提供し、当日は大阪産業局の「ビジネスサポートデスク」や大阪府の施策などを説明する時間を確保する。 (b)参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自のプラットフォーム形成などによる広域的な関心企業リストなどを活用する。				
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 1,399社	〈販路開拓型〉65社 ①「海外市場開拓プログラム」65社 〈人材交流型〉660社 ②海外視察会20社、③海外ビジネス勉強会35社、④海外ビジネスに関する個別相談605社 〈人材育成型〉674社 ⑤海外ビジネスワンストップサービス事業674社		
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	海外進出や輸出について必要な知識を得ることで具体的な拠点設立や海外販路開拓への取り組みを進めることができるようになる。			
	指標	アンケートにおいて、セミナーなどで得た情報やノウハウを事業戦略に活かすと回答した企業の割合	数値目標	75%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

算定基準	サービス単価			支援企業数		係数		標準事業費		
	50,500	円 ×		65	社 ×	1.50	=	4,923,750	円	
	40,400	円 ×		20	社 ×	1.50	=	1,212,000	円	
	40,400	円 ×		35	社 ×	1.00	=	1,414,000	円	
	40,400	円 ×		605	社 ×	1.00	=	24,442,000	円	
	20,200	円 ×		674	社 ×	1.00	=	13,614,800	円	
			合計	1,399	社		(小計)		45,606,550	円
							計		45,606,550	円
	①販路開拓型（海外企業・バイヤーとの商談会）については、現地協力先などとの調整が必要であること、大阪府内でこうした海外関連事業を実施できるのは、本商工会議所のほかはJETROなど支援機関も限られていること、海外機関などとの連携から海外企業・バイヤーの掘り起こしを行うこと、事業者にとっても商工会議所など公的機関が中に入ることで安心してマッチングにのぞめることなどから付加価値があるとし、係数を1.5とする。 ②海外視察会については、現地企業との折衝やロジの調整が必要であること、大阪府内でこうした海外関連事業を実施できるのは、本商工会議所のほかはJETROなど支援機関も限られていることなどから付加価値があるとし、係数を1.5とする。									
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
②受益者負担		円	負担金の積算							
<input type="radio"/>		(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果		
標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)				
45,606,550		円	×	1.00	=	45,606,550	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）			
				円						
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 65社	①「海外市場開拓プログラム」 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。	
	支援対象企業の変化	優良な製品、技術を持ちながら自社でコンタクト先が得られなかった企業は、海外企業との接触によって海外市場参入への足掛かりを得ることができる。		
	指標	商談件数	数値目標	100件
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20社	②海外視察会 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。	
	支援対象企業の変化	個別ニーズに沿った最新情報や個別のアドバイスを受けたり、視察先企業との交流を通じて、一層効率的な海外展開が可能となり、成功する確率が高まる。		
	指標	アンケートにおいて、(得た情報をもとに)海外ビジネスにさらに取り組むと回答した企業の割合	数値目標	75%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 35社	③海外ビジネス勉強会 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。	
	支援対象企業の変化	個別ニーズに沿った最新情報や個別のアドバイスを受けたり、参加者間の情報交換などを通じて、一層効率的な海外展開が可能となり、成功する確率が高まる。		
	指標	アンケートにおいて、(得た情報をもとに)海外ビジネスにさらに取り組むと回答した企業の割合	数値目標	75%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 605社	④海外ビジネスに関する個別相談 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。	
	支援対象企業の変化	専門家から提供されたアドバイスや情報などをもとに海外ビジネスに関する課題の解決を図る。		
	指標	アンケートにおいて、アドバイスや情報などを課題の解決に活かすと回答した企業の割合	数値目標	75%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標⑤	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 674社	⑤海外ビジネスワンストップサービス事業 ウェブサイトやメールマガジンなどで開催を広報する。参加募集にあたっては大阪府内中小企業リストや独自の広域的な関心企業リストなどを活用する。	
	支援対象企業の変化	海外ビジネスについて必要な知識を得ることで具体的な拠点設立や海外販路開拓、技術連携などへの取り組みを進めることができるようになる。		
	指標	アンケートにおいて、セミナーなどで得た情報やノウハウを事業戦略に活かすと回答した企業の割合	数値目標	75%
その他目標値	目標値の内容⇒			

事業名		大阪勤業展		事業番号	13	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010年度～		年度まで	15	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	出展経験の少ない大阪府内の中小企業を中心とした多業種型の総合展示商談会を開催し、販路拡大を支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業の今後のさらなる成長を促すために提携先開拓による新たな事業分野への進出や販路拡大が肝要となる。本展示商談会は、展示商談会への出展経験が少ない事業者を中心に、普段出会う機会のない他業種の企業との商談や情報交換をフェースツーフェースで行う機会を提供し、販路拡大や異業種間での交流を促すことで、地域経済の活性化に資する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業（企業間取引などを希望することが前提のため、出展者は小売業などは除く）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<2023年度出展者（359社）からの事業評価> 出展者のうち80.8%（290社）がプラス評価。 （内訳＝満足23.1%（83社）、やや満足57.7%（207社）） <2022年度出展者（340社）からの事業評価> 出展者のうち80.5%（274社）がプラス評価。 （内訳＝満足17.6%（60社）、やや満足62.9%（214社））					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	過去18回の開催累計：出展5,392社、来場155,293人、商談件49,157件（いずれも延べ数） <2023年度実績は以下のとおり> 出展数：360企業・団体、374ブース、来場者数：9,478人（2日間合計）、 商談件数：2,350件（2日間合計）、名刺交換枚数：23,030社（2日間合計）					
	反省点	○2023年度は、出展者数が340社から360社に増加。来場者数についても、カーボンニュートラル・チャレンジフェアとの併催によるセミナーの実施などに伴い、来場者が8,677人から9,478人に、名刺交換枚数が18,250社から23,030社に増加した。商談件数は昨年度とほぼ同数の2,350件であった。 ○次年度はさらに安心して相談できる商談環境を整える。具体的には、来場事前登録者と出展者とのメッセージ交換数の増加、主催事務局のブース見回り強化などを図る。さらに来場者からは、ストロングポイントがわかりにくい展示が多いとの声が上がった。2024年度については、駅貼りポスターやチラシ配布を見直し、メールマガジンなど電子媒体での広報を強化を図るとともに出展者に寄り添った展示会運営を図る。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	<多業種型総合展示商談会「大阪勤業展2024」> 会期：2024年10月16日（水）・17日（木）					
	人材交流型	会場：マイドームおおさか 1～3階展示ホール 出展者数：約350企業・団体（大阪府外・大企業を一部含む）					
	○ 販路開拓型	大阪府内全ての商工会議所・商工会と協力して出展者を4月下旬～6月上旬に募集。主催・共催団体による出展選考会を経て出展を決定する。					
	ハズ'お'型	大阪勤業展を開催した3か月後には、出展企業に対して、商談成約件数・商談成約合計金額を伺うフォローアップ調査を実施する。					
	独自提案型						
事業手法	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
	販路開拓						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	支援対象企業数は、これまでの実績（大阪府外の企業の出展を数社程度想定）、会場のキャパシティなどを勘案して設定。 大阪府内の全商工会議所・商工会を通じて参加を募集。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	参加支援企業は、企業のPR、製品・商品の市場調査、販路開拓、来場者との情報交換などの場として、本展示商談会を利用することで、売上を拡大するとともに業績向上を図る。					
	その他目標値	目標値の内容⇒	名刺交換社数 (過去実績に基づく。2020年度16,364社、2021年度16,190社、2022年度18,250社、2023年度23,030社)		指標	商談件数	数値目標

算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
	50,500 円 ×	300 社 ×	1.00 =	15,150,000 円				
	50,500 円 ×	20,000 社 ×	0.05 =	50,500,000 円				
	合計	20,300 社	(小計)	65,650,000 円				
計 65,650,000 円								
独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
	②受益者負担	24,779,000 円	負担金の積算				出展料 小ブース66,000円×120社 大ブース88,000円×160社 ブース×2コマ132,000円×20社 角ブース追加料金等139,000円	
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率					(①市町村等+②受益者負担)	
	65,650,000 円 ×	0.75 =	40,871,000 円	(24,779,000 円)			
算定基準により算出される額	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）			
	○	大阪商工会議所	34,255,590 円	18,080	1. 直接支援 展示商談会出展企業を300社と想定し、各商工会・商工会議所の申請に応じて配分。直接支援については、幹事商工会議所以外の支援機関については、1社当たりの補助率に関しては単独事業の0.5を適用する。のこり支援企業数×0.25の補助金は幹事商工会議所に配分する。 2. 間接支援 来場者数に基づく間接支援企業数については、主催団体（大阪商工会議所、堺商工会議所、大阪府商工会連合会）で按分する。 なお、主催する堺商工会議所と大阪府商工会連合会は、中核として主催する大阪商工会議所の要請に従い、相応の業務負担ならびに支出に係る事業費負担を分担する。 ※実際の受益者負担（出展料収入）総額が計画の金額を上回った場合は、出展料収入全額を収受する幹事商工会議所（大阪商工会議所）への配分額から当該超過額を差し引く。			
		堺商工会議所	2,651,205 円	1,085				
		東大阪商工会議所	277,750 円	11				
		泉大津商工会議所	25,250 円	1				
		高槻商工会議所	75,750 円	3				
		岸和田商工会議所	25,250 円	1				
		貝塚商工会議所	25,250 円	1				
		茨木商工会議所	126,250 円	5				
		吹田商工会議所	50,500 円	2				
		八尾商工会議所	101,000 円	4				
		豊中商工会議所	101,000 円	4				
		池田商工会議所	25,250 円	1				
		泉佐野商工会議所	25,250 円	1				
		北大阪商工会議所	126,250 円	5				
		守口門真商工会議所	404,000 円	16				
		松原商工会議所	50,500 円	2				
		高石商工会議所	25,250 円	1				
		箕面商工会議所	25,250 円	1				
		和泉商工会議所	50,500 円	2				
		大東商工会議所	50,500 円	2				
		忠岡町商工会	25,250 円	1				
		柏原市商工会	50,500 円	2				
		河内長野市商工会	50,500 円	2				
		藤井寺市商工会	25,250 円	1				
		摂津市商工会	75,750 円	3				
		富田林商工会	75,750 円	3				
		島本町商工会	25,250 円	1				
		羽曳野市商工会	50,500 円	2				
		阪南市商工会	25,250 円	1				
		岬町商工会	25,250 円	1				
		能勢町商工会	25,250 円	1				
		大阪狭山市商工会	25,250 円	1				
	四條畷市商工会	25,250 円	1					
	泉南市商工会	25,250 円	1					
	豊能町商工会	25,250 円	1					
	熊取町商工会	25,250 円	1					
	大阪府商工会連合会	1,792,705 円	1,050					

事業名		大手流通業等への販路開拓支援事業		事業番号	14	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015年度～		年度まで	10	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	国内外の大手流通業への販路開拓・拡大を切望する中小・小規模の製造・卸売業者を支援する商談会（大規模型および個別）を実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小・小規模の製造業、卸売業者が、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)	大手流通業などと取引を望む中小企業・小規模事業者（製造業、卸売業）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	商談会参加者へのアンケート調査では、売り手企業・買い手企業とも毎回満足が80%を超えており、大手流通業社、中小企業・小規模事業者ともに本事業へのニーズは極めて高い。また、全国の都道府県行政・支援団体からも、「自県の農業者、製造・卸売業者の販路拡大に役立つ商談会であるので、是非とも継続してほしい」との声が寄せられている。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2023年度は、事前マッチング制の個別商談会「ザ・ベストバイヤーズ」を6～2月に10回、11月16日に大阪府立体育館において大規模商談会「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」を実施した。両事業併せて、買い手企業はのべ83社、売り手企業（支援対象）は404社（94.8%が「満足」「やや満足」と回答）した（いずれも12月末時点集計）。					
	反省点	2023年度のザ・ベストバイヤーズは買い手企業による書類選考が厳しく、府内売り手申込者の多くが落選し支援企業数が伸びなかった。商談に進める在阪企業が増える方法を検討する。（例：インバウンド回復に対応した大阪みやげ・名産品の商談会）					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	○販路開拓を支援するための商談会を下記のとおり10回程度実施し、合計800社程度（府内支援対象480社程度）の参加を得る。 ○対面型もしくはオンライン形式で実施する。 ○一般的な見本市とは逆で、買い手の大手流通業バイヤーがブースを構え、そこに売り手の中小企業が直接売り込みを行う。					
	人材交流型	<大規模商談会「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」> 1. 買い手企業への参加勧奨依頼（4～9月頃） バイヤーの招請（過去参加バイヤーへの参加招請活動・新規先の開拓） 2. 売り手企業への参加勧奨依頼（4～10月頃） ①過去参加者などへの案内状送付 ②全国の商工会議所、商工会、行政関係に参加勧奨協力の依頼 ③金融機関との連携強化（協力要請）					
	○ 販路開拓型	3. 直前準備、当日の運営（10～11月頃） 4. 効果測定（11月～翌年3月頃） ①当日の参加アンケートの実施 ②成約事例アンケートの実施（商談後のフォローアップを実施） ③成果レポートの作成、実績報告書の作成、来年度の勧誘準備など ④次年度運営の企画・検討					
	ハズお型	<個別商談会（「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」）> 大手流通業やライセンス保有企業などから毎回1社程度のバイヤーや担当者を招き、事前マッチング方式で1商談25分程度の商談会を開催する。 [募集] 開催の2～3カ月前から募集。商談希望者の募集にあたっては、バイヤーやライセンス担当者の希望商談分野を明示。 [事前セレクション] 開催の3週間前に、当日の商談がスムーズに運ぶよう、参加企業のリストをバイヤー・ライセンス担当者に提供し、事前選考を実施。 [時間予約制] 開催の2週間前に参加確定および商談時間について参加企業に連絡。 [成果把握・フォローアップ] 開催後、成約状況のフォローアップを行う。					
	独自提案型						
事業手法	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
							販路開拓
	(b)事業効果をあげるため、売り手企業にとって魅力の高い企業からバイヤーを招聘し、全国規模の事業として実施する。売り手企業は大阪府内にとどまらず全国から募集する。大阪府内事業者にはFAXやDMによる個別案内や商工会議所・商工会、金融機関のネットワークを活用して参加招請を行う。 (d)経営相談支援先に当該事業に参加を勧めることで販路開拓支援の一つのメニューとして活用することができる。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 480 社	商談会10回程度で480社 売り手企業は、機関紙、FAX、DM、e-mailによる個別案内などで募集する。また、行政や、各地商工会議所・商工会、地銀・信用金庫などにも参加勧奨の協力を求める。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	バイヤーとの商談を通じ、支援企業の販路を拡大や取引のきっかけをつかむ。また、自社商品などに対するバイヤーの意見や考えを今後の商品開発に役立てることができる。					
	指標	全商談件数(大阪府外の企業も含む)		数値目標	5,000件		
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数	係数	標準事業費	
		50,500 円	×	480 社	1.20	= 29,088,000 円	
			合計	480 社	(小計)	29,088,000 円	
					計	29,088,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠	「買いませ 売れ筋商品発掘市」・個別商談会ともに、全国から売り手企業を集めており、中小企業・小規模事業者が商談を望むような大手のバイヤーも全国から多数招聘できている。広域的な売り手募集が大手バイヤーの参加につながり、大阪府内事業者にも大手とのビジネスチャンスを創造する相乗効果が認められることから、係数を1.2とする。					
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等			
	②受益者負担	6,480,000 円		負担金の積算	参加費 会員 9,000円×240人 非会員18,000円×240人		
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
	29,088,000 円	×	0.75	=	21,816,000 円	(6,480,000 円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)		
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

--

事業名		MoTTO OSAKA オープンイノベーションフォーラム	事業番号	15	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017年度～	年度まで	8	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	技術ニーズマッチングと技術シーズ商談会、オープンイノベーションに関する機運を醸成するセミナーの開催などを通して、大企業と中小企業、海外企業と府内中小企業の連携による技術開発や製品化・事業化を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大企業と中小企業、大学や研究機関などがチームを組み、材料・部材や要素製品、さらには機器間を制御するシステムなど互いの優れた技術・ノウハウを結び付けるビジネスマッチング方式の共同開発をめざす。分野を限らず、幅広い分野において、ハイエンド技術の開発、製品の創出を目指す“開発型プラットフォーム”としての機能を高める。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	オープンイノベーションによる新規製品・技術開発をめざす事業所など				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	昨今、自社の保有する資源・技術のみを用いて製品開発などを行う「自前主義」を脱却し、戦略的に組織外の知識や技術を積極的に取り込むオープンイノベーションの取り組みが注目を集めており、専属部署を立ち上げる企業も増えてきている。一方、独力ではなかなか大企業や海外企業とつながりを持ってない中小企業にとっては、こうした機会を利用することによって、大企業等の担当者との直接のやり取りが実現できるため、オープンイノベーションへの期待度は高い。大手企業等と中小のどちらの立場からも、オープンイノベーションへの取り組み意欲が高まっている。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<p>【オープンイノベーションセミナー】 7月20日（支援企業数14社）・アーカイブ配信（支援企業数20.5社）</p> <p>【技術ニーズマッチング】 <技術ニーズ説明会> ①大阪ガス、LG Japan Lab：7月5日（支援企業数40社）、②パナソニック、ファーウェイ・ジャパン12月開催 <ビジネスマッチング会> ①大阪ガス：オンライン開催（調整中）、②LG Japan Lab：オンライン開催（参加企業2社）</p> <p>【技術シーズ商談会】 <シーズ説明会> ①大学、研究機関発シーズ（KAHMジャパン、理研鼎業、近畿大学）：11月29日開催、②サステナビリティ関連シーズ：2月開催予定 <個別商談会> ①大学、研究機関発シーズ（KAHMジャパン、理研鼎業、近畿大学）：1月随時面談、②サステナビリティ関連シーズ：3月随時面談予定</p>				
	反省点	<p>【オープンイノベーションセミナー】 「オープンイノベーションを成功させる技術提案のポイント」をテーマに実施した結果、支援機関などの参加が多くみられ、技術ニーズマッチングに参加する中小企業が少なかった。後日、アーカイブ配信を実施したところ中小企業の視聴が多く見られたため、見逃し配信なども引き続き活用し、オープンイノベーションに興味を持つ中小企業への支援を行う。</p> <p>【技術ニーズマッチング】 2023年度より2社に登壇してもらい、参加者数及びマッチング数の増加を図った結果、参加者やエントリー数は増加傾向が見られたが、参加者数に対する中小企業の割合は減少しており、大企業や支援機関の参加が多くみられた。参加している支援機関との連携を強化するなど、府内中小企業の参加につながるよう努める。</p> <p>【技術シーズ商談会】 昨年度に引き続き、大企業のシーズだけでなく、大学発シーズを発表してもらい、その結果、興味・関心を寄せる企業があった。については、引き続き企業のみならず大学など、技術・研究シーズの新たな発表者を探索し、幅広いシーズを用意することで、中小企業にとって、提案しやすい環境を整えるように努める。</p>				

具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	<p><人材育成型> 計450社</p> <p>(1)オープンイノベーションセミナー (2回) 支援企業数：1回50社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ○オープンイノベーションの重要性や中小企業が大企業に対して技術提案を行う際のポイント ○オープンイノベーションから新製品開発や共同研究などを成功させた企業の事例発表など ○昨今の経済安全保障や知的財産権の取り扱いについての情報提供 			
	人材交流型	<p>(2)技術ニーズマッチング ニーズ説明会 (2回程度) 支援企業数：1回100社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ○大企業におけるオープンイノベーションの取り組み紹介 ○大・中堅企業のニーズの発表 ○人的交流活動 			
	○ 販路開拓型	<p>(3)技術シーズ商談会 シーズ説明会 (2回程度) 支援企業数：1回50社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ○大手・中堅企業のシーズの発表 ○シーズ活用のメリットに関する情報提供 ○シーズ活用事例の紹介 			
	ハズ'オ'型	<p>(4)海外シーズオンラインマッチング会(1回、オンライン) 支援企業数：50社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ○海外企業との連携での成功事例紹介 ○大阪の中小企業との連携を模索する海外企業からの技術シーズの発表 			
	独自提案型	<p><販路開拓型> 計60社</p> <p>(1)技術ニーズマッチング ビジネスマッチング (2回程度) 支援企業数：1回15社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ○大企業と中小企業の面談 <コーディネータが支援> <p>(2)技術シーズ商談会 個別商談会 (3回程度、うち1回は海外シーズ) 支援企業数：1回10社程度</p> <p>※集合形式またはオンライン形式で開催。</p>			
事業手法	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	
	局-3	ものづくり支援拠点 (MOBIO) 連携推進事業		販路開拓	
	<p>(a)関西広域連合、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課と連携して実施する。</p> <p>(b)MOBIO、関西商工会議所連合会などのネットワークを利用し、大阪府全域の中小企業への広報を行う。大商メルマガやD-FAXシステムなどを活用し、さまざまな業種の企業へ案内する。</p>				
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	<p>○ニーズやシーズの発表を行う企業の探索は年々困難になっているが、オープンイノベーションのニーズは引き続き高いと見込まれるため、人材育成型450社、販路開拓型60社と設定。</p> <p>○「MoTTO OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。</p>		
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	大企業などとの協業 (技術開発、製品化・事業化) に向けた商談機会を得る。			
		指標	商談マッチング (引き合わせ) 数	数値目標	60件
	その他目標値	目標値の内容⇒			

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
		20,200	円 ×	450	社 ×	1.20	=	10,908,000	円		
		50,500	円 ×	60	社 ×	1.20	=	3,636,000	円		
		合計		510	社	(小計)		14,544,000	円		
									計	14,544,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠		<p>本事業の実施にあたっては、大阪府内にとどまらず、関西商工会議所連合会や北陸・関西連携会議といった商工会議所ネットワークを活用して、広域から参加企業を募集する。大企業と中小企業のマッチング事業などの場合、いかに大企業からの発注案件を得られるかが、事業成功の鍵をにぎる。大阪府内だけを対象とせず広く府外からも事業者を募集し、発注側を十分に満足させる技術力の高い事業者に大阪にいながらにして出会えるという参加意義を発注側の大企業に感じさせ、継続的に良質な発注案件を提供してもらえるよう努める。よって、大阪府内事業者にとっても商談相手の拡大・ビジネスチャンスの創造につながるという高付加価値があることから、係数を1.2とする。</p>								
	算出額		①市町村等補助	円	交付市町村等						
			②受益者負担	円	負担金の積算						
			<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果					
			標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
14,544,000			円 ×	1.00	=	14,544,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
		○	大阪商工会議所	14,153,170 円	473	<p>参加企業数は、オープンイノベーションセミナー(人材育成型)50社程度、技術ニーズマッチングのニーズ説明会(人材育成型)各回100社、同ビジネスマッチング会(人材交流型)各回15社、技術シーズ商談会のシーズ説明会(人材育成型)各回50社、同個別商談会(人材交流型)各回10社と想定。このうち、前年度実績に基づき、共催の茨木・高槻・東大阪・八尾の各商工会議所へ団体配分する。本商工会議所は企画・運営業務ならびに事業費(茨木・高槻・東大阪・八尾の各商工会議所の募集及びフォローアップなどの経費を除く)を負担する。本事業は1.2の独自補正係数がついているが、支援企業数に応じた補助金を各商工会議所に団体配分する際には、1社当たりの補助率は0.7を適用し、残りの0.5は主に運営を担う本商工会議所に配分する。</p>					
			茨木商工会議所	9,427 円	1						
			高槻商工会議所	9,427 円	1						
			東大阪商工会議所	242,077 円	23						
	八尾商工会議所	129,899 円	12								

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 450社	<人材育成型> 「MoTTO OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部産業創造課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。	
	支援対象企業の変化	事例紹介などを通じてオープンイノベーションとはどういうものかを周知し、販路開拓への具体的な気づきを与え、マッチングへの動機づけを行う。		
	指標	アンケートにおいて、当該事業で得た情報を事業展開の参考にすると回答した企業の割合	数値目標	85%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 60社	<販路開拓型> 「MoTTO OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部産業創造課などと連携し、広く府内から参加事業者を集める。	
	支援対象企業の変化	大企業などとの協業（技術開発、製品化・事業化）に向けた商談機会を得る。		
	指標	商談マッチング（引き合わせ）数	数値目標	60件
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

事業名		大阪クリエイティブフェア		事業番号	16	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013年度～年度まで		12	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪にゆかりのあるプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨などの製造者・卸売業者・小売業者などによるデザインや感性の優れた製品・商品の展示販売会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	才能あるプロダクトデザイナー・クリエイターをはじめ、デザイン性の高いリビング用品などを製造・販売しているが、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中小・小規模企業を発掘し、百貨店などの展示・販売イベントへ出店する機会を提供する。当該催事期間中の売上増だけでなく、消費者や業界関係者への認知度向上、今後の取引拡大や販路開拓につなげていく。さらに、一般消費者と普段接触する機会がないプロダクトデザイナーやメーカーなどが、催事期間中の接客を通じて来場客のニーズなどを直接把握できるので、エンドユーザーを意識した新製品の企画や開発などにつながることも期待できる。また、優秀なプロダクトデザイナーや中小・小規模企業の成長を促し、業界全体の活性化につなげるだけでなく、商品や出展者の「大阪らしさ」をPRできるよう注力する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に大阪府内のプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨、食品の製造業者・卸売業者・小売業者など					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	取引拡大、販路開拓をめざす出展申し込みは、2021年度53社、2023年度とも54社であった。 [2022年度出展者アンケート] 全体的な評価→満足・やや満足：支援企業27社中25社					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	高島屋大阪店にて過去4回、あべのハルカス近鉄本店で過去8回実施。 <2022年度>11月9～15日の7日間、同店ウイング館9階催会場にて実施。応募企業は53社、出展企業は28社（支援企業数27社）。 <2023年度>11月8～14日の7日間、同店ウイング館9階催会場にて実施。応募企業は54社、出展企業は28社（支援企業数27社）。					
	反省点	2024年度も引き続き、応募企業の増加をめざして(公財)大阪産業局MOBIO事業部と連携を図り、大阪府認定企業を「大阪製ブランド」「大阪産(もん)」「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」に加え「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」も拡大し、出展料無料とすることを継続する。また、府内の商工会議所・商工会の会員も無料とし、協力を依頼したほか、東京の展示会などに出向き新規開拓に努めたことから、多くの応募者、新規の参加者を得ることもできた。ただし、来場者については百貨店側の個人情報保護制度から、これまでの来場者データがなく、消費者への直接の案内が難しかったことから、出展者紹介の動画などを作成し、Instagramを利用したSNS発信を開催前・開催中に複数回更新をして告知に努めた。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	○大阪・関西に縁のある専門家(編集者、プロデューサーなど)をコーディネータ役に任命する。 ○今年度のコンセプトをコーディネータ役と協議の上、決定する。決定したコンセプトに基づき、プロダクトデザイナーやクリエイター、その他生活雑貨製造業者・卸売業者・小売業者などから出展プロダクトを募集する。					
	人材交流型	○大阪府の「大阪製ブランド」と連携を図り、認定・採択企業への応募を呼びかけるとともに、同認定の処遇とプロモーションにつきタイアップする百貨店と相談する。					
	○ 販路開拓型	○コーディネータ役と大手百貨店(近鉄百貨店を想定)などの担当者による2度の選考(1次選考：書類、最終選考：現物)で出展プロダクトを決定する。 ○出展プロダクトにつき、大手百貨店などの販売促進担当者およびリビング用品担当バイヤーから、品質、スペック表示、価格表示、効果的な販売方法と陳列などを、個別面談形式でアドバイスしてもらい、販売前の段階でも、具体的かつ実践的な販売力アップの機会を設ける。					
	○ ハス*お型	○大手百貨店などで展示・販売イベントを開催(秋頃7日間)。出展者(プロダクトデザイナーやクリエイター本人、または出展企業の従業員など)には、期間中、販売員として売場に常駐してもらうことで、接客を通じて一般消費者から直接ニーズなどをヒアリングし今後の商品開発の参考にしてもらうとともに、大手百貨店の顧客対応のマナーや個人情報の管理などを学んでもらう。					
	独自提案型						
	事業手法	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
	局-4	中小企業における自社商品開発の促進(「大阪製ブランド認定事業」ほか)			販路開拓		
	(a)「大阪製」「大阪産(もん)」「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」に応募を呼びかけるべく、(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連携を図るとともに、できる限り出展できるよう百貨店側に働きかける。また、「大阪製」「大阪産(もん)」「大阪商品計画」「大阪の伝統工芸品」「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」認定企業については出展料を免除するなどのインセンティブの継続を検討する。 (b)府内の商工会議所・商工会と連携をして実施する。府内のリビング関連メーカーなどに応募要項をDMするとともに、リビング関係の展示商談会などのイベントにて出展者を開拓していく。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 24社	出展企業数：2021年度33社、2022年度28社（支援企業数27社）、2023年度28社（支援企業数27社） (公財)大阪産業局MOBIO事業部及び大阪府ものづくり支援課などとの連携や支部経営指導員を通じて出展審査会を通過できる、より魅力ある事業者の発掘を図る。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	自力では大手百貨店などに出店が難しい小規模事業者が、本事業を通じて百貨店での出店の実績をつくることできる。さらに、そのプロセスを通じて百貨店が好む商品を知ることができ、プロダクトデザイナーのアドバイスをもらうことにより、消費者が好む商品のデザインができる。また、接客を通じて直接意見を聞くことにより、消費者のニーズに合致した商品開発に改良する機会を得ることが可能となり、それが今後の信用拡大、取引拡大、販路開拓につながることを期待できる。また、出展社間での交流から今後連携による新製品開発や販路開拓など発展する可能性も期待できる。						
	指標	売上合計	数値目標	460万円				
その他目標値	目標値の内容⇒	商品購入件数 ※過去3年推移（2021年度4,508、2022年度2,922、2023年度3,524）						
	1,700件							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		101,000円 ×	24社 ×	1.00 =	2,424,000円			
		50,500円 ×	1,700社 ×	0.05 =	4,292,500円			
		合計	1,724社	(小計)	6,716,500円			
	計				6,716,500円			
独自提案単価及び独自補正係数の根拠	①ヒアリングなどにより各出展者が販売を通じて学び得た内容や今後の課題の把握に努めるなど、個々の出展者に対して密接なフォローアップを行うこと、②過去に本事業での出展を機に、別の百貨店催事への出展要請を受けた事業者が出るなど、百貨店などへの出展により実績とノウハウをつけることが実際の販路開拓につながることから、BtoBに準ずるものとして係数を0.05とする。							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
	②受益者負担	円	負担金の積算					
	○(a)府施策連携	○(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
6,716,500円 ×	1.00 =	6,716,500円	(円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		デザイン経営による自社商品開発支援事業	事業番号	17	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018年度～	年度まで	7	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	新商品開発セミナー、ゼミ、成果発表会を開催し、「デザイン経営」に基づく商品企画手法の情報を提供するとともに、企画案に対してバイヤー等からフィードバックを行う。また、商品化や既存商品の改良に向けて個別の伴走支援を行い、販路開拓機会の提供（商業施設や展示商談会への出展支援）を行う。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小事業者の高付加価値商品の企画開発と脱下請け、収益力の向上を支援することが目的である。原材料の高騰下において価格決定力を持つため、自社商品の企画開発を検討する中小製造業者などが商流を見据えた商品開発の流れを実践的に学び、中長期的に独自で販路を切り開いていく商品展開ができるよう、商品化から販路開拓・プロモーションまでをワンストップで支援する。				
	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」「新商品開発には意欲的だが、商品の売り方についてノウハウが蓄積されておらず、プロダクトアウトな開発になる」「下請けから脱却し、経営の安定や若手人材採用を強化したい」などの課題がある中小企業・小規模事業者				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2023年中小企業白書・小規模事業白書によると、2020年から2023年までの3年間に於いて、コロナ感染症流行を踏まえた事業再構築を行っている企業は、毎年増加する傾向にある。また、事業再構築の内訳においては、「新たな製品等で新たな市場に進出する」（全体の60.3%）、「自社の主要な製品・サービスの生産・製造方法を転換する」（全体の16.4%）となっている。そこで、本商工会議所が新たな製品やサービス開発における課題である「知識・ノウハウ」について情報提供し、伴走支援することが重要である。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<p>【2023年度】</p> <p>「熱狂を生むブランディングセミナー・交流会」 8月25日 支援企業数：61社、大阪産業局（デザイン活用支援）デザイン相談へのつなぎ：8社</p> <p>「新商品開発ゼミ～Session大阪」 2023年9月～2024年1月 全5回 申込企業数：37社、受講企業数：27社、支援企業数：23社</p>				
	反省点	2023年度からはワークショップを少人数制とし、地域金融機関の協力も得ながら、参加申込みの受付段階でやる気のある事業者に絞り込み、開催している状況ではあるが、毎回の課題（宿題）の量が多く、途中で脱落した事業者が4社となった（27社→23社に減少）。途中で脱落した事業者を今後どのようにフォローしていくかが課題である。				
具体的な実施内容・手法	人材育成型	<p>【時期】2024年8月～2025年3月頃</p> <p>【方法】集合形式もしくはオンライン形式</p> <p>【内容】</p> <p>①「先行事業者によるセミナー・交流会（仮称）」（1回）＜人材交流型＞ 基調講演「商流を見据えた商品開発」、体験ワークショップ、自社ブランド商品を出し、先行する事業者による商品開発の事例発表、交流会、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の事業紹介。</p> <p>②「新商品開発ゼミ（仮称）」（全4回）＜人材交流型＞ 自社分析から市場・顧客のターゲット、マーケット情報の取得、コンセプト固め・商品企画の作成、商品企画案の中間発表を行い、講師や参加者からフィードバックを得る。大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の事業とデザイン開発思考マニュアルを紹介。</p> <p>③「新商品企画発表・マッチングイベント（仮称）」（1回）＜人材交流型＞ 具体的な新商品の企画案を有する事業者（当該事業の過去参加者など）がプレゼンテーションを行い、バイヤーや金融機関、知財専門家、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）などが企画案に対する論評や助言を行う。あわせて、製造事業者に参加を呼びかけ、これら事業者との連携を促進・支援するための交流会を実施する。さらに、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）との個別相談会も実施。</p> <p>④新商品開発に向けた個別支援と商業施設や大規模展示商談会への出展支援＜独自提案型、販路開拓型＞ 有望な商品企画案を有する事業者などに対して、そのさらなるブラッシュアップに向けて個別支援する。また、専門相談などとも連携して技術面や資金面でのアドバイスを実施し、商品化までを支援する。さらに、商業施設や大規模展示商談会において、新たに開発した商品や改良した商品（サンプルも含む）を出展し、一般消費者やバイヤーに対してプロモーションと意見聴取を行う。大阪府の事業者数社が一つのブースでまとめて出展することにより、大阪の地域産業のブランド力向上を図る。出展する企業に対しては、商談件数や成約件数、成約金額などもフォローアップ調査を行う。</p>				
	○ 人材交流型					
	○ 販路開拓型					
	ハズレ型					
	○ 独自提案型					

	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		(c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
		商-20	デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業				販路開拓		
		<p>(a)本事業は大阪府経営支援課経営革新グループ、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）と連携して実施する。</p> <p>(b)本商工会議所や大阪産業局（デザイン活用支援oidc）、他の産業支援機関などのメール配信などにより府内全域を対象に参加募集をする。</p> <p>(d)本事業参加中あるいは参加後の個別相談に対応することで、相談事業と連携する。</p>							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	セミナー・交流会：60社、ワークショップ（参加者は各回とも同じ）：20社、 新商品企画発表・マッチングイベント：40社（新商品の企画案を有する事業者、 製造事業者）、個別支援・出展支援：5社 [募集方法] 大商ニュース封入や各種セミナー・講演会などの資料に同封する。 ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用 支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	アンケートにおいて、セミナー、ワークショップで得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進に役立てると回答した割合				数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒	800 社 出展企業の名刺交換数						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数	標準事業費			
		40,400 円 ×	60 社 ×	1.00 =	2,424,000 円				
		40,400 円 ×	20 社 ×	1.40 =	1,131,200 円				
		40,400 円 ×	40 社 ×	1.00 =	1,616,000 円				
		202,000 円 ×	5 社 ×	1.00 =	1,010,000 円				
		50,500 円 ×	800 社 ×	0.05 =	2,020,000 円				
合計		925 社	(小計)	8,201,200 円		計	8,201,200 円		
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)		独自提案単価：新商品企画案の作成から商品化、販路開拓までをワンストップで支援するため、専門家（技術や経営革新担当）や事務局（事業計画作成・資金調達）が同一事業所に3～5回は訪問・指導を行う必要があるため、サービス単価を202,000円とする。							
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
	②受益者負担	円		負担金の積算					
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
8,201,200 円 ×		1.00 =	8,201,200 円	(円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはヒアリングで説明する代 表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 60社	①セミナー・交流会 大商ニュース封入や各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。	
	支援対象企業の変化	新商品の開発に向け、「デザイン経営」や「ブランディング」の知識を深めるとともに、商流を見据えた商品開発の流れを実践的に学び、独自で販路を切り開いていくことができるようになる。		
	指標	アンケートにおいて、セミナー・交流会で得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進に役立てると回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20社	②ワークショップ 大商ニュース封入や各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）や地域金融機関の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。	
	支援対象企業の変化	新商品の開発に向け、「デザイン経営」や「ブランディング」の知識を深めるとともに、商流を見据えた商品開発の流れを実践的に学び、独自で販路を切り開いていくことができるようになる。		
	指標	アンケートにおいて、ワークショップで得た知識やノウハウを商品企画・開発や販売促進に役立てると回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 40社	③新商品企画発表・マッチングイベント 大商ニュース封入や各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）や地域金融機関の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。	
	支援対象企業の変化	新商品の開発に向け、「デザイン経営」や「ブランディング」の知識を深めるとともに、商流を見据えた商品開発の流れを実践的に学び、独自で販路を切り開いていくことができるようになる。		
	指標	アンケートにおいて、成果発表・マッチングイベントで得たフィードバックや人脈を新たな商品の企画開発や販売促進に役立てると回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 5社	<個別支援・出展支援> 大商ニュースやウェブサイトでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など	
	支援対象企業の変化	個別支援により商品企画案のさらなるブラッシュアップと商業施設や大規模展示商談会への出展に向けてハンズオン支援を行う。さらに、専門相談などで技術面や資金面でのアドバイスを受けつつ、新商品化や商品の改良までを支援する。		
	指標	個別支援により商品化や既存商品の改良を行った事業者	数値目標	5社
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		販路・取引先開拓マッチング事業		事業番号	18	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011年度～ 年度まで		14	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	販路開拓支援や取引先・仕入先の紹介を希望する中小事業者等に対し、企業や業界団体・関係機関の紹介、専門相談と連携したアドバイスなどを行い、ビジネスマッチングの促進や営業力の強化を図る。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	個々の事業者の実情に合わせて、仕入れ先、卸売業者、問屋、材料メーカー、製造委託先、展示会や業界団体などの情報、効果的な商材や外注先の探し方のアドバイスを行う。「ザ・ビジネスモール」をはじめ、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、専門相談などとも連携しながら、効果的な販路開拓の進め方やマーケティングについてアドバイスを行うことで、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、創業予定者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2023年10月時点において、本所への入会理由は1位「取引先・販路の開拓、拡大」46.9%、2位「人脈の拡大」40.6%となっている。そうした傾向は会員企業に限らず、恒常的なものであり、「販路・取引先開拓」は中小事業者等の最重要経営課題のひとつであると考えられる。本所では、事業参加や業界情報の提案やBtoBサイトの活用並びに個別相談により府内中小企業、小規模事業者等の「販路・取引先拡大」支援を行う。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<p>【2022年度実績】 相談数：220社 マッチング数：118社</p> <p>【2023年度実績（10月末現在）】 相談数：105社 マッチング数：48社</p> <p><2023年度4月～10月の商談成功事例></p> <p>①従業員数5名の専門サービス業から、ホームページの制作、修正の依頼先を教えてほしいとの連絡があり、対応可能な6社を紹介した。順次連絡をとり、最終的にその中の1社に依頼することになった。</p> <p>②酒類卸売・小売業者から「洋酒の仕入先を探しているが見つからない」との相談があり、対応可能な8社と全国酒類業務用卸連合会を紹介した。紹介先の1社から商品を受けることになった。</p> <p>③ホームページの制作、管理サービス業者から新商品開発、新規事業の立ち上げに際し、「自然由来の着色料を扱っている業者を紹介してほしい」との依頼があり、市内中小企業を紹介した結果、サンプル提供を受けた後、商談成立となった。</p>					
	反省点	大商ニュース記事や案内チラシの挟み込み、セミナー・イベント等での配布等で本事業の広報に努めるとともに、本商工会議所の専門相談、専門家派遣、外部協力機関（金融機関等）等との連携を進め、事業者のニーズに合致したきめ細かな支援を行ってきたが、期待された回答が難しい場合もあった。引き続き本事業を必要とする事業者等へのアプローチに力を入れるとともに、各種制度の活用や外部協力機関との連携を通じ、事業者の立場に立った相談対応ができるよう情報収集や支援後のフォローアップにも努めたい。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	中小企業・小規模事業者等からの販路開拓や取引先・仕入先の取引照会などの相談に対し、本商工会議所が持つさまざまなツールや情報に基づいて個別に対応する。具体的には、取引先情報、業界団体、展示会情報、関係機関の紹介を行うとともに、マーケティング手法や営業マネジメント強化、自社の強みの発見とその活用を通じた中小企業・小規模事業者等の営業力向上を支援する。					
	○ 人材交流型	①マッチングの実施 本商工会議所が保有する企業データや、ビジネスモール・商談モール等の事業者検索ツール等をフルに活用し、取引先開拓・仕入先照会を希望する事業者のニーズに応じて検索・照会を行い、具体的なBtoBのビジネスマッチングを進める。さらに、営業・マーケティング等専門相談の相談窓口及び金融機関や各地商工会議所等の支援機関との連携により、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・取引先開拓にあたる。					
	販路開拓型	②事後フォローの実施 紹介後の進捗状況を適切に把握し、必要に応じて専門家派遣やIT・ビジネスアプリ導入サポートデスクにつなぐなど、継続的にサポートする。					
	ハズレ型	③その他 「販路・取引先開拓」を経営課題に挙げる企業を本商工会議所各種事業のアンケートなどで把握するとともに、広い範囲で本事業の案内、周知を行う。					
	独自提案型						
	事業手法	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
		(b)大阪府内の商工会議所経営指導員、金融機関などの外部協力機関、関係先及び本商工会議所のほかの事業担当者に事業PRリーフレットを配布し、活用を促進する。 (d)直接に販路・取引先開拓の相談に応じる中で、経営課題を把握することによって、「専門家派遣型経営相談」や「IT・ビジネスアプリ導入サポートデスク」など他の支援メニューの提供につなげ、事業所カルテ化を図る。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 180社	支援企業数は2022年度実績（220社）、2023年度進捗状況より算出。 [募集方法] ホームページ、大商ニュース、外部協力機関や各地商工会議所による案内配布、メール配信などで広報、募集を行う。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	仕入先・取引先の開拓を求める事業者は、商工会議所のザ・ビジネスモールなどの検索ツールの活用を含めた仕入先・取引先の情報提供により、新たな取引先を開拓する。また、専門相談（営業・マーケティング等）と連携した支援により自社の強みの気づきや同業他社との差別化、マーケティング手法などを学び、営業スキルが向上することにより販売促進につながる。仕入先を探している相談者は本商工会議所から紹介を受け、新たな商取引の機会創出につなげる。					
	指標	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数	数値目標	90件			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		40,400 円 ×	180 社 ×	1.00	7,272,000 円		
		合計	180 社	(小計)	7,272,000 円		
				計	7,272,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率	((①市町村等+②受益者負担)				
	7,272,000 円 ×	0.75	=	5,454,000 円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）		
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		課題解決型マッチングフェア		事業番号	19	新規/継続	新規
想定する実施期間		2024年度～	年度まで	1	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪府内の支援機関・大学などが一堂に集結し、多種多様な経営課題を持つ中小企業とマッチングを図り、課題解決につなげるための関係構築に取り組む。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	脱炭素、デジタルトランスフォーメーション(DX)、事業承継・M&A、人材雇用、技術・知財、販路拡大などの課題に中小企業が対処するためには、士業に代表される専門家のみならず、公的機関・大学・企業・団体などの様々な支援機関の支援サービスを活用することが効果的である。そこで、多種多様な中小企業の課題解決を図る支援機関が一堂に集結してブースを構え、中小企業へ具体的なアドバイスをフェースツーフェースで行う機会を提供し、活用を促進、経営課題の解決を支援する。					
	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					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2023年度に本商工会議所会員事業者から商工業者法定台帳などで聞いた経営の関心項目のうち、「人事・労務・人材の確保と育成」を挙げた事業者は17,911件中6,179件で、全体の34.4%を占めている。同じく、「営業・販売・取引先開拓」は5,035件(28.1%)、「事業承継・後継者確保」は2,066件(11.5%)、「IT・情報化、デジタル変革」は6,132件(34.2%)。他団体での同様の取り組みでは、中小企業が約180社参加している。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値						
	反省点						
具体的な実施内容・手法	人材育成型	<課題解決型マッチングフェア> 会期：1日間 会場：大阪商工会議所 出展支援機関数：約40団体・大学・企業など(大阪府外・大企業を一部含む) 参加企業数：約180企業					
	○ 人材交流型						
	販路開拓型	※中小企業の多くが経営課題としている脱炭素、デジタルトランスフォーメーション(DX)、事業承継・M&A、人材雇用、技術・知財、販路拡大などについて支援を提供できる団体・大学・企業などがブースを出展する。出展支援機関の情報は事前に案内パンフ、HPなどで告知する。参加企業は、参加申込の際に、話を聞きたい支援機関名と現在抱えている課題を記載して、申込を行い、当日、支援機関の担当者から直接、具体的なアドバイスを得て、自社の課題解決に活用する。 ※また、例えば、事業承継が課題で参加した場合、事業承継の支援を提供する支援機関が複数出展しているので、参加者は、様々な支援機関の担当者から支援の詳細や具体的なアドバイスを直接聞く機会を得ることで、幅広い情報を収集し、自社の課題解決に最適な方法を効率的に見出すことができる。					
	ハズオン型	※また、申込の際に現在抱えている課題を明示してもらうことで、最適な支援機関を提案し、ミスマッチを防ぐことも可能となる。					
	独自提案型						
	事業手法	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○
	その他						
	(b)金融機関などの協力を得て、大阪府内全域から集客する。 (d)経営相談支援先の課題解決のリソースとして、ニーズに応じて当該フェアの参加を勧誘する。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、インターネットや金融機関、支部などと連携してタイムリーに広く情報を発信することにより、参加を募る。				
		180社					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	マッチングフェアに参加することで、自社の経営課題の解決策となり得る具体的な方法を得ることができ、新たなビジネスチャンスを発見する。					
	指標	アンケートにおいて、マッチングフェアで自社の経営課題の解決策となり得る具体的な方法を得たと回答した割合		数値目標	80%		

	その他目標値		目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
			40,400	円 ×	180	社 ×	1.00	=	7,272,000	円
			合計		180	社	(小計)		7,272,000	円
							計		7,272,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等					
	②受益者負担		円		負担金の積算					
	(a)府施策連携		○	(b)広域連携		(c)市町村連携		○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
	7,272,000		円 ×	0.75	=	5,454,000	円	(円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)			
				円						
				円						
				円						
				円						

【備考】

事業名		町工場ネットワークの構築事業	事業番号		20	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012年度～	年度まで	13	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	機械金属加工業を営む小規模事業者の取引機会増加を図る。企業間連携による受注活動促進、社会課題を解決する事業アイデアの試作・最終製品化を行うことで企業体質強化、収益構造の改善を図る。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	小規模な町工場間の緩やかなネットワークを再構築し、「アイデアを製品化する試作開発を促す。具体的には、参加者を町工場に限定し、互いの得意技術や保有設備、対応可能な素材、主たる加工数量などを参加者間で情報交換する交流会を実施する。こうして培われた「顔の見える加工ネットワーク」から①ものづくりベンチャーのアイデアを形にする活動を促すとともに、②下請け事業所がメーカーを志向するために必要な情報提供や、交流会を行う。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<ul style="list-style-type: none"> ものづくり企業のうち、機械・金属加工業で、取引拡大に取り組む事業所 経営安定度の強化を志向する下請け事業所（取引先数の拡大を通じて経営リスクの分散を図る） 参画事業所との情報交換を通じて経営力強化を企図する事業所 取引先・関係先の強化や情報交換を通じて事業承継の前に業界知識の蓄積を図る若手後継者 下請加工からメーカーへの構造転換を図る事業所 					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業にとって販路・取引先の拡大は普遍的ニーズである。加工素材価格が高止まり傾向を示す中、町工場が新たな取引先を探すニーズに対応する。また、閉鎖的な環境で事業を営む代表者にとって同業者との情報交換は貴重な機会。事業主・従業員のモチベーションを維持するためにも「思いを同じくする他事業所と連携して新しいものを生み出す」機会を提供する。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2012年度に「西部エリアものづくり企業データブック（100社掲載）」刊行。それ以降、エリア内で加工ネットワークを作る試みと、ものづくり企業が直面する課題解決に向けた情報提供や交流会を実施してきた。この活動を通じて医工連携や最終製品の開発事例が現れるなど、「顔の見える機械金属加工ネットワーク」は取引量の増加、医工+介護福祉連携、ベンチャー支援などの分野で成果を上げている。当事業の成果を軸に2025大阪関西万博の大阪ヘルスケアパビリオン、リボンチャレンジ「身近な課題や世界のお困りごとを大阪の町工場が解決します」が採択されている。 <2023年度の実施状況> ものづくり加工ネットワーク強化交流会（5月26日/堺市）32社、ものづくり加工ネットワーク強化交流会（6月23日/平野区）49社。その他、セミナー「AIで変革を起こす、町工場の第一歩」、「健康経営・ミスを減らし集中力を高める睡眠改善」など。					
	反省点	取引拡大の分野はともかく、試作品・新製品開発の場で結果として参画企業の収益性を阻害するケース（開発支援に要するマンパワー負担の重さ）が散見される。ベンチャーのアイデアを製品化するにあたっての最適な経路や手法を確立させることが課題である。					

具体的な実施内容・手法	○	人材育成型	①<人材育成型>中小ものづくり企業が抱える経営課題に対する情報提供 ものづくり企業が直面する経営課題（人材育成、技能伝承、BCP策定、製品開発のノウハウ、効果的な自社PR、知財、健康経営など）に対応する情報提供をタイムリーに行う。併せて万博出展に取り組む町工場群に必要な情報を提供する。					
	○	人材交流型	②<人材交流型>中小ものづくり企業の特定の経営課題を軸とした情報提供と相互交流 製造業、特に下請け金属加工業が直面する人材育成や技術力向上を登壇者と参加者が一体となって双方向でディスカッションする機会を設ける。万博出展を目指し、世の中の課題解決に寄与する製品の開発に取り組む町工場群に対し、連携やグループ化を促す交流会や情報交換を促す場を設ける。					
	○	販路開拓型	③<販路開拓型>「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の開催 中小企業・小規模下請け機械金属加工事業所の取引拡大に焦点を当てた「顔の見える加工ネットワーク」の活発化を促す。保有設備の情報交換を軸とし、取引拡大に的を絞った交流会を2~3回程度開催。この場では万博出展を目指し製品開発を行うグループが求める試作・パーツ加工の発注情報や協業要請の要素も加えた取引情報交換の場とする。					
		ハズ ね型	※いずれも集合形式もしくはオンライン形式で実施。					
		独自提案型						
			(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
			販路開拓					
		事業手法	(b)大阪府内の公設・私設の加工連携グループと連携し、府内から広く参加を促す。また、万博関連事業は市外に拠点を多く保有する民間金融機関との共催で実施することで、府外から多数の参加者を見込める。交流会や情報交換会の開催には、区役所や大阪市が実施するものづくり支援事業と協働する。 (d)マンパワーに成約の多い小規模事業所が、取引拡大に伴う経営改善に取り組むにあたって、経営指導員が介在して経営相談支援を行う可能性は大きく、補助金等・各種施策の利用申請にあたって本商工会議所の指導を求めてくることも想定される。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 105 社	<人材育成型>20社 <人材交流型>40社 <販路開拓型>45社 過去参加者、経営相談支援などで経営指導員と接点を持った事業者やその関係先などへ参加を募る。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	搬送コストを抑えられる近隣加工ネットワークの活用を通じて参加企業の競争力向上をめざす。							
	指標	参加者へのアンケートで、企業間交流やネットワークづくりができたと回答した割合			数値目標	80%			
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200	円 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円
		40,400	円 ×	40	社 ×	1.00	=	1,616,000	円
		50,500	円 ×	45	社 ×	1.00	=	2,272,500	円
		合計		105	社	(小計)		4,292,500	円
					計		4,292,500	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
		②受益者負担		円	負担金の積算				
		(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
	4,292,500	円 ×	0.75	=	3,219,375	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20社	<人材育成型> 過去参加者、経営相談支援などで経営指導員と接点を持った事業者やその関係先などへ開催情報を提供し、告知と参加を募る。	
	支援対象企業の変化	個社では取り組みにくい経営改善を進めるきっかけを得る。		
	指標	参加者へのアンケートで、自社の経営改善に向けた情報を得ることができたと回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 40社	<人材交流型> 過去参加者、経営相談支援などで経営指導員と接点を持った事業者やその関係先などへ開催情報を提供し、告知と参加を募る。	
	支援対象企業の変化	同業企業間で情報交換を進め、ものづくり企業が地域活性化へ参画する基礎を構築する。		
	指標	参加者へのアンケートで、課題解決、経営改善に向けた情報の入手や人脈・取引先づくりができたと回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 45社	<販路開拓型> 過去参加者、経営相談支援などで経営指導員と接点を持った事業者やその関係先などへ開催情報を提供し、告知と参加を募る。	
	支援対象企業の変化	搬送コストを抑えられる近隣加工ネットワークの活用を通じて参加企業の競争力向上をめざす。		
	指標	参加者へのアンケートで、企業間交流やネットワークづくりができたと回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

--

事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム		事業番号	21	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010年度～ 年度まで		15	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	ファッション産業と他分野との連携の場を提供し、大阪・関西万博において広く社会に発信できる新たな製品や独創的なビジネスの創出を支援するとともに、最新情報や事例を紹介する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪の繊維業界はOEM生産を中心とする企業が多く、自社ブランドの育成のほか、競争力のある新たなビジネスモデルを構築することが必要である。このため、新たな社会課題の解決など、今後需要が見込まれる分野への製品開発やビジネスモデルの創出、企業間連携のきっかけとなる場を定期的に提供し、繊維関連企業全体の競争力強化につなげる。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	○ファッション・アパレル関連業界団体、業界団体の傘下企業をはじめとするファッションクリエイターやアパレルメーカー、その関連企業（素材メーカー、バッグなどの小物関連、美容関連など） ○ファッション関連企業との連携を求める企業					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	嗜好が多様化した時代にあっても、ニーズをとらえた商品は売り上げを伸ばしている。また、他業種との連携により新たなビジネスモデルを構築することが求められているが、繊維ファッション事業者は主導権を取れないケースも多い。こうした課題の解決を図っていくことが業界の発展につながる。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<2023年度>前年度に引き続きファッション企業の販路拡大・交流を目的とした講演会や交流会を開催した（5月30日（講演会）：支援企業数30社、11月21日（講演会）：同50社、11月22日（セミナー）：同10社、2月予定（講演会）、9月27日（プレゼン&交流会）：同40社、11月22日（プレゼン&交流会）：同10社）。					
	反省点	例会での情報提供を通して「新事業開発の参考になった」との声も多く挙がっていたため、今後企業間連携を促進するよう、一層交流の機会を増やしていく。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	※集合形式またはオンライン形式で開催					
	○ 人材交流型	①講演会、セミナーの開催：3回程度（人材育成型・支援企業数130社） 各回の設定テーマに即した講師に登壇してもらい、ファッション産業をめぐる新たな動き、ビジネスモデルなどの情報提供を行う。					
	販路開拓型	②「プレゼン&交流会」等交流会の開催：2回程度（人材交流型・支援企業数50社） 2025年大阪・関西万博「大阪ヘルスケアパビリオン」に出展を予定している企業など各回の設定テーマに即した最新の技術や製品を有する企業などの担当者に話題を提供してもらい、そのテーマについて参加者も交えて情報交換する「プレゼン&交流会」等参加者同士の情報交換、協業先との出会いの場を提供する。					
	ハズメ型						
	独自提案型						
	事業手法	(a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	販路開拓	
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	①講演会130社、②プレゼン&交流会50社 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	最新の情報を提供することで、今後の事業運営に役立てることができる。					
		指標	アンケートにおいて、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企業の割合			数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	130	社 ×	1.00	=	2,626,000	円		
			40,400	円 ×	50	社 ×	1.00	=	2,020,000	円		
			合計		180	社	(小計)		4,646,000	円		
			計								4,646,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			(a)府施策連携		○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
4,646,000			円 ×	0.75	=	3,484,500	円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 130社	①講演会、セミナー（人材育成型） 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。	
	支援対象企業の変化	最新の情報を提供することで、今後の事業運営に役立てることができる。		
	指標	アンケートにおいて、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企業の割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 50社	②「プレゼン&交流会」等の交流会（人材交流型） 各業界団体や組合を通じて、新たなビジネスモデルを創出したい、また、新たな取引先を獲得したい企業やデザイナー、クリエイターなどを募集する。	
	支援対象企業の変化	ユニークな製品や技術をプレゼンすることで、企業に新たな視点を提供する。併せて交流会を開催することで、講師・参加者間の連携・交流を促進する。		
	指標	アンケートにおいて、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企業の割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

--

事業名		デジタル×デザイン思考による企業変革力強化支援事業	事業番号	22	新規/継続	継続
想定する実施期間		2022年度～	年度まで	3	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	新たなビジネスの創出や事業再構築を検討する中小・小規模事業者を対象に「デザイン思考/サービスデザイン」を活用したセミナーとワークショップを開催し、新たなサービスやビジネスの企画開発を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	円安による原材料高やインバウンド観光客の増加、デジタルテクノロジーの発展や消費者ニーズの多様化など急速に変化する経営環境の中で、既存ビジネスの売上が減少し、新たな収益の柱として新ビジネスの創造や事業再構築の動きが拡大しつつある。また、これからは融資や補助金頼みではなく、企業が前向きに自ら変革し、稼ぐ力を向上していくことが求められている。本事業では、中小企業・小規模事業者に対して、デジタルなども活用しながら、どのように新たなビジネスを構築していくのか、また、顧客に対してどのような新たな価値を提供することができるのか、「デザイン思考/サービスデザイン」という新たなビジネスの発想手法を体得してもらい、顧客から選ばれ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)	マーケットの変化や人手不足、原材料高などの影響により、既存ビジネスの売上減少に直面し、新たなビジネスや事業再構築を模索する中小企業・小規模事業者の経営者、新規事業担当者、マネージャー				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2023年中小企業白書・小規模事業白書によると、2020年から2023年までの3年間に於いて、コロナ感染症流行を踏まえた事業再構築を行っている企業は、毎年増加する傾向にある。また、事業再構築の内訳においては、「新たな製品等で新たな市場に進出する」(全体の60.3%)、「自社の主要な製品・サービスの生産・製造方法を転換する」(全体の16.4%)となっている。そこで、本商工会議所が新たな製品やサービス開発における課題である「知識・ノウハウ」について情報提供し、伴走支援することが重要である。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	【2023年度】 セミナー「創造力はなぜ経営に必要か～デザイン思考・デザイン経営で企業とブランドは強くなる」5月28日、支援企業数：126社 ワークショップ「デザイン思考/サービスデザインを活用した新事業創造ワークショップ」(全4回)6～7月、支援企業数：27社、個別相談案件(ハンズオン支援を継続中)2件 ※本事業の参加企業2社は本商工会議所の伴走支援のもと、「デザイン思考」のメソッドを活用し、真の顧客や社会課題を発見し、その課題を解決すべく新たなビジネスモデルの創造と事業再構築に取り組んでいる。				
	反省点	セミナーについては、中小事業者に対して「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より一層ブラッシュアップし、新規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、支援体制を強化する。				
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	【実施時期】2024年5～8月頃 【方法】集合形式もしくはオンライン形式 【テーマ・内容(仮題)】 ①講演会「デザイン思考を活用した新ビジネス創出セミナー(仮題)」 ＜人材育成型・1回＞ ・デザイン思考を活用した事業アイデア創出について等 ・中小企業による事例発表、コーディネーターによる解説 ②「デザイン思考/サービスデザイン活用」新事業創出ための実践型ワークショップ ＜人材交流型・4回＞ ・ガイダンス、チームビルディング ・顧客起点からの課題発見、解決のアイデア選定 ・アイデアの具体化、チームでの新事業プレゼンテーション ・自社の新事業企画案の発表 【その他】 講演会では、大阪産業局(デザイン活用支援oidc)の事業を案内する。また、ワークショップでは、大阪産業局(デザイン活用支援oidc)から施策説明と新商品開発マニュアル「中小企業デザイン開発思考」の配布、紹介を行うとともに、希望者は無料相談につなげる。				
	○ 人材交流型					
	販路開拓型					
	ハンズオン型					
	独自提案型					
	事業手法	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	
	商-20	デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業			販路開拓	
	(a)本事業は大阪府経営支援課経営革新グループ、大阪産業局(デザイン活用支援oidc)と連携して実施する。 (b)本商工会議所や大阪産業局(デザイン活用支援oidc)、他の産業支援機関などのメール配信などにより府内全域を対象に参加募集をする。 (d)参加後の個別相談に対応することで、相談事業と連携する。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 105社	セミナー80社、ワークショップ25社 [募集方法] 開催案内を機関紙「大商ニュース」へ封入するほか、各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールやFAXでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。							
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	事業再構築や新たなビジネス創出を考えるにあたり、「デザイン思考/サービスデザイン」について知識を深め、ワークショップにて体得することにより、急速に変化するマーケットや社会の課題に適応したビジネスの企画開発を継続的に行う組織へと変革することができる。					指標	アンケートにおいて、セミナー・ワークショップで得た知識や情報を新たなビジネスの開発や事業再構築に役立てると回答した割合	数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数		係数		標準事業費			
		20,200 円 ×	80 社 ×	1.00 =	1,616,000 円					
		40,400 円 ×	25 社 ×	1.40 =	1,414,000 円					
		合計	105 社	(小計)	3,030,000 円					
				計	3,030,000 円					
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
	算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
		②受益者負担	円		負担金の積算					
		○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果				
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	3,030,000 円 ×	1.00 =	3,030,000 円		(円)					
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）				
			円							
			円							
			円							
			円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 80社	①セミナー [募集方法] 開催案内を機関紙「大商ニュース」へ封入するほか、各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。	
	支援対象企業の変化	事業再構築や新たなビジネス創出を考えるにあたり、「デザイン思考/サービスデザイン」について知識を深めてもらうことにより、急速に変化するマーケットや社会の課題に適応したビジネスの企画開発を継続的に行う組織へと変革することができる。		
	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を新たなビジネスの開発や事業再構築に役立てると回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 25社	②ワークショップ [募集方法] 開催案内を各種セミナー・講演会などの資料に同封する。ウェブサイト、メールでの案内も行う。また、大阪産業局（デザイン活用支援oidc）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。	
	支援対象企業の変化	事業再構築や新たなビジネス創出を考えるにあたり、「デザイン思考/サービスデザイン」について知識を深め、ワークショップにて体得することにより、急速に変化するマーケットや社会の課題に適応したビジネスの企画開発を継続的に行う組織へと変革することができる。		
	指標	アンケートにおいて、ワークショップで得た知識やノウハウを新たなビジネスの開発や事業再構築に役立てると回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		医療機器等産業事業化促進事業	事業番号	23	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018年度～	年度まで	7	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	医療・健康関連産業への参入や事業領域の拡大を検討・志向する製造業・IT企業・サービス業などを対象に支援セミナーを実施する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	医療・健康関連産業（医療機器、看護関連機材、ヘルスケア機器・用品など）は、国内外ともに市場拡大が見込まれている。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、医療産業では、医療現場などとの関係構築や医薬品医療機器法などへの対応、販路の確保をはじめ、参入にあたって他の産業とは異なる課題がある。一方、医療分野に強みを有する製薬企業、医療機器メーカーが、ヘルスケア分野に進出する動きも増加しており、この場合は上記とは逆に、LTVを強く意識した顧客接点の構築や、Bto (Bto) Cのビジネスモデル構築、ヘルスケアデータの活用などの課題がある。また近年の欧州では、他の産業分野と同様に医療分野においても環境負荷低減を求める規制や品質規格が示されるなどの動きが活発化しており、環境対応にも適した医療機器等の開発を推進することは、日本における医療機器等の産業振興のみならず、医療安全保障の視点からの重要といえる。そこで、規制や先進事例の紹介に加え、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、ヘルスケア分野におけるビジネスモデルの構築や環境対応の医療機器開発を推進するために必要な情報提供を行い、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)	医療分野への参入を検討・志向する企業、さらなる事業展開をめざしている企業、健康分野での事業展開を検討・参入する企業など				
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	本商工会議所は、医療機器等開発支援事業を20年以上実施しており、新規参入に対する問い合わせも少なくない。すでに参入している企業の中にも、今後本格的に事業展開を図るため、医療機器産業について基本的な知識を確認したいという企業もある。また、ヒアリングを進める中で、最近では医療分野からのヘルスケア展開を模索する企業も増えている。				
これまでの 取組状況	実施内容・ 実績数値	2023年度<人材育成型>医療分野への参入および産業の融合領域における取り組みを促進するセミナーを3回実施予定 9月12日 医療機器分野新規参入セミナー 支援企業数 56.5社 3月頃 医療/ヘルスケアおよびその周辺との融合領域の取り組みに関するセミナーを実施予定 3月頃 看護・在宅医療に関するセミナーを実施予定				
	反省点	医療分野における新規参入に関連する制度概要や各企業の個別参入事例の紹介ができたため、満足度が高かった一方で、アンケートではもう少し新規参入企業の体制構築に焦点を当ててほしいとの声があったほか、大企業に該当する企業の参加も多かった。次年度以降の事業では、中小企業における新規参入の体制構築や苦労話についても内容に盛り込み、中小企業からの参加が増えるような企画・広報を検討していく。				

具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	医療機器やヘルスケア(健康)などの産業分野への新規参入、およびそれらの産業の融合領域における取り組みを促進するためのセミナーを3回程度、オンラインまたは会場で開催する。					
	人材交流型	<テーマ例> ・医療機器産業事業化/新規参入促進 ・医療周辺分野やヘルスケア分野の課題の解決 ・医療/ヘルスケアおよびその周辺との融合領域の取り組み ・医療分野における環境対応の必要性や対応事例の紹介 など					
	販路開拓型	<登壇者例> ・医療機器メーカーの開発責任者 ・医療機器/ヘルスケア産業のアドバイザー ・大学などの研究者/病院関係者 ・コメディカルスタッフ/介護士					
	ハズレ型	・スポーツやウェルネスビジネスの専門家/有識者 ・医療/ヘルスケア関連のスタートアップの責任者 など					
	独自提案型						
事業手法	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果			
	商-7	ものづくり中小企業の医療機器分野等への参入促進		販路開拓			
	(a)大阪府成長産業振興室ライフサイエンス振興担当と情報交換、連携してライフサイエンス産業の振興を図っており、当該事業も緊密に連携して実施する。 (b)大阪府全域の企業との連携を可能とする事業で広く府内から参加企業を募集する。(本商工会議所は当該支援については全国的にも先駆者であり、大阪府内を代表する支援機関としての実績がある。「次世代医療システム産業化フォーラム」を大阪府下の東大阪、八尾、堺、豊中、北大阪、茨木、大東、守口門真、吹田の各地商工会議所と共催で開催している。)						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	40社×3回程度 本商工会議所が実施してきた事業の参加者を中心に、大阪府内で医療機器産業などに関心を持つ企業に参加を呼びかける。				
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	セミナーで得た有益な情報を今後の事業戦略に活用することにより、既存の取り組み分野以外の領域に第一歩を踏み出すことをめざす。					
	指標	アンケートで、セミナーで得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の事業運営・経営に役立てると回答した割合	数値目標	70%			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数	係数	標準事業費	
		20,200 円 × 合計	120 社 × 120 社	1.00 (小計)	2,424,000 円		
	計 2,424,000 円						
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠						
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
②受益者負担		円	負担金の積算				
○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果			
標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
2,424,000 円 ×	1.00	=	2,424,000 円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)		
			円				
			円				
			円				
			円				

事業名		新規事業・新商品開発支援事業		事業番号	24	新規/継続	継続
想定する実施期間		2023年度～		年度まで	2	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	自社の既存技術を応用したプロダクト・イノベーション創出に取り組む中小企業・小規模事業者を対象として、新たな価値と顧客を創出する新事業・新商品の開発をめざす。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	セミナーとワークショップにより、既存商品の課題改善やニーズ分析、コンセプト構築をもとに、イノベーションに繋がるアイデアの創造方法と実現可能性の高い事業・商品開発の進め方について説明する。さらに、製品化に向けてアイデアを具体化した企業には、専門家による個別支援を実施し、事業計画作成支援および新事業・新製品開発支援を行う。					
	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・企画開発担当者、小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	大阪府商工労働部「事業再構築に挑む中小企業の現状と課題」(2023年5月)によると、府内企業の事業再構築の実施割合をみると、中小企業は25.3%、小規模事業者では17.0%に留まっている。一方、事業再構築の実施企業は、未実施企業に比べて売上げの見通しが明るい傾向がある。また、申請時に支援機関から申請書類作成のみの支援を受けた企業よりも、事業戦略に踏み込んだ助言・指導を受けた企業の方が、その後の計画を円滑に進展している可能性がある。そのため、府内事業者においては、事業再構築による新たな成長を模索する動きが一層加速すると想定される。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2024年1月17日にワークショップを実施予定(人材交流型、目標支援企業数35社) ※2023年度は新事業展開テイクオフ支援事業(商-13)により、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連携して実施する。					
	反省点						
具体的な実施内容・手法	<input type="radio"/> 人材育成型	(1)キックオフセミナー [支援企業数・開催回数]人材育成型55社×1回 [開催時期・方法]夏～秋頃、集合形式もしくはオンライン形式 [内容]新事業・新商品開発による販路開拓等で自社の強みや顧客ニーズを見つけ出したい企業、売上げ(収益)の創出を目指したい企業、新規性・実現可能性のある事業計画策定を目指したい企業などを対象に、新事業・新商品開発や事業再構築の進め方などを説明する。					
	<input type="radio"/> 人材交流型	(2)ワークショップ [支援企業数・開催回数]人材交流型35社×1回 [開催時期・方法]秋～冬頃、集合形式もしくはオンライン形式 [内容]アイデアの生み出し方と事業・商品開発の進め方について、イノベーションにつながる創造的思考や、新たなターゲットを想定するコンセプト構築を中心に据えて説明。また、グループ演習により具体的な開発のプロセスをモデルケースを使って体験してもらう。					
	販路開拓型	(3)個別相談会 [支援企業数・開催回数]人材交流型3社×1回 [開催時期・方法]冬頃、面談形式もしくはオンライン形式 [内容]アイデアを具体化した事業者に、専門家による個別相談を実施。新事業・新商品の実現可能性を高めるためのターゲット・市場性分析やコンセプトの検証、商品の魅力訴求などのブラッシュアップ支援を行う。					
	<input type="radio"/> ハズオン型	(4)専門家による個別支援 [支援企業数]ハズオン型2社 [開催時期・方法]通年、面談形式もしくはオンライン形式 [内容]新事業・新商品開発のプロジェクト企画や事業計画策定に向けて取り組む事業者に、計画の積算見込みや売上向上策、製品化に向けた検証などについて専門家による個別支援を実施する。					
	独自提案型						
	事業手法	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果		
	局-4	中小企業における自社商品開発の促進(「大阪製ブランド認定事業」ほか)			販路開拓		
	(a)公益財団法人大阪産業局MOBIO事業部 技術支援チームと連携して実施する。中小企業の自社商品開発の機運を高め、本事業案内や受講者への案内配布等により「大阪製ブランド認定事業」を周知する。 (b)大阪府内事業者を対象に実施。本商工会議所や大阪府内の産業支援機関などの協力を得てメール配信などを行い、参加募集をする。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 95社	セミナー55社、ワークショップ35社、個別相談会3社、個別支援2社 [募集方法] 大阪府内の中小企業へ、本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどに事業案内を依頼する。						
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を新事業・新商品開発や事業再構築などの事業運営や経営改善のための取り組みに役立っていると回答した企業の割合				数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200	円 ×	55	社 ×	1.00	=	1,111,000	円
		40,400	円 ×	35	社 ×	1.00	=	1,414,000	円
		40,400	円 ×	3	社 ×	1.00	=	121,200	円
		101,000	円 ×	2	社 ×	1.00	=	202,000	円
		合計		95	社	(小計)		2,848,200	円
						計		2,848,200	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
	②受益者負担	円		負担金の積算					
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携		<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
2,848,200		円 ×	1.00	=	2,848,200	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割(配分の考え方)		
				円					
				円					
				円					
				円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 55社	(1) キックオフセミナー [募集方法] 大阪府内の中小企業へ本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどに事業案内を依頼する。	
	支援対象企業の変化	セミナーで得た情報を今後の経営に活用し、新事業・新商品開発や事業再構築への動機づけとなる。		
	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を新事業・新商品開発や事業再構築などの事業運営や経営改善のための取り組みに役立てると回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 35社	(2) ワークショップ [募集方法] 大阪府内の中小企業へ本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどに事業案内を依頼する。	
	支援対象企業の変化	ワークショップで得た情報を今後の経営に活用し、新事業・新商品開発や事業再構築への動機づけとなる。		
	指標	アンケートにおいて、ワークショップで得た知識や情報を新事業・新商品開発や事業再構築などの事業運営や経営改善のための取り組みに役立てると回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 3社	(3) 個別相談会 [募集方法] 大阪府内の中小企業へ本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどに事業案内を依頼する。	
	支援対象企業の変化	個別相談において、専門家からの指導・支援を受けて、新事業・新商品開発や事業再構築に関する取り組みへの理解が深まり、意欲が高まる。		
	指標	アンケートにおいて、個別相談で得た知識や情報を新事業・新商品開発や事業再構築などの取り組みに役立てると回答した企業の割合	数値目標	2社
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 2社	(4) 専門家による個別支援 [募集方法] 大阪府内の中小企業へ本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどに事業案内を依頼する。	
	支援対象企業の変化	個別支援において、専門家からの指導・支援を受けて、新事業・新商品開発や事業再構築に関する取り組みへの理解が深まり、意欲が高まる。		
	指標	アンケートにおいて、個別支援で得た知識や情報を新事業・新商品開発や事業再構築などの取り組みに役立てると回答した企業の割合	数値目標	1社
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		ファッショントレンドセミナー		事業番号	25	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010年度～ 年度まで		15	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	ファッショントレンドを中心に、業界の市場動向を解説し、商品開発や販売促進に役立つ情報を提供する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	近年は、川上・川下の垣根がなくなりつつあり、いずれの立ち位置の企業においても商品政策を踏まえた積極的な提案が求められている。本セミナーを継続的に実施し、市場動向を体系的に解説することで、企業の商品政策の強化を支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	アパレル企業を中心に、OEMやテキスタイル・雑貨など、ファッション性が求められる企業					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	多くの企業は、自社の商品軸にファッショントレンドの要素を掛け合わせて鮮度のある商品を企画しており、商品開発の参考情報として、客観的なトレンド情報のニーズがある。また、商品サイクルが短期化し、需要予測が難しくなるなか、経営者や売り場担当者、営業からもトレンド情報を求める声がある。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2023年5月19～23日、11月17～24日にトレンドセミナーをオンライン形式で実施。5月は参加者103名社、11月は88名。参加者からは今後も継続して実施してほしいとの声が寄せられた。					
	反省点	本セミナーは専門性が高いため継続受講者も多いが、オンライン形式だと好きな時間に視聴できるメリットもあるが、業務時間中に視聴することになるため、業務の合間に視聴する参加者からは、2時間近くの時間を集中して視聴することが難しいという声も多いため、配信期間について再考する。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	「ファッショントレンドセミナー」を以下により2回程度開催する。					
	人材交流型	<開催時期とテーマ> 5月頃 2025年春夏ファッショントレンド 11月頃 2025年秋冬ファッショントレンド					
	販路開拓型	<内容>					
	ハンズオン型	注目される素材傾向、カラー傾向、MDテーマなどの提案・検証 テーマから落とし込むスタイルイメージ、重要アイテム、ディテールなどをビジュアルを用いて解説					
	独自提案型	<方法> 集合形式もしくはオンライン形式					
	事業手法	(a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	その他	
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	40社×2回 本商工会議所のウェブサイトや機関紙などで開催を告知する。協同組合関西ファッション連合と連携し、大阪府内の関連事業者案内する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	80 社					
		指標	アンケートにおいて、商品政策の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合		数値目標	70%	
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	80	社 ×	1.00	=	1,616,000	円		
				合計	80	社	(小計)		1,616,000	円		
										計	1,616,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助	円		交付市町村等						
			②受益者負担	132,000 円		負担金の積算		参加費@1,650円×80人				
			(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果			
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			1,616,000	円 ×	0.75	=	1,212,000	円	(132,000 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

事業名		クラウドファンディング活用サポート事業	事業番号	26	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014年度～	年度まで	11	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	購入型クラウドファンディング（CF）を活用するための基本情報を提供するセミナーと、プロジェクト起案に向けて具体的なアドバイスを行う個別相談を実施する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	購入型CFは、商品・サービスを開発するために不特定多数の人から出資を募り、その対価として開発した商品・サービスをリターンとして提供する資金調達方法であり、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注目されている。そうしたCFの活用方法を十分に理解していない事業者へCF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				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2023年6月におけるクラウドファンディング（CF）8プラットフォームの達成金額合計は38億円を超え、CFの起案者の量的増加と全国的な広がり、支援者や投資者の支援状況などから、今後もCFの市場性は高いと推察される。こうした既存の販売経路に束縛されない新たな販売チャネルの開拓や販売経路確保の手段としても、CFに対する企業のニーズは高まっている。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<p>【2022年度】支援企業数：人材育成型53.5社、人材交流型9社 10月に「クラウドファンディング活用セミナー」「個別相談会」を実施。参加者の中から1社が本セミナーをきっかけに商品開発の取り組みを進めており、CFに挑戦する予定である。</p> <p>【2023年度】支援企業数：人材育成型46社、人材交流型11社 8月に「Makuake活用事例でわかるクラウドファンディングセミナー」で講義、Makuakeによるトークセッション、CFの挑戦企業による事例発表、「個別相談会」を開催。</p>				
	反省点	個別相談を実効性の高いものにするため、個別相談を希望する事業者から提出された相談シートによる事前審査を行い、プロジェクト開始に向けた実現可能なアイデアをまとめるよう支援しているが、期日までに具体的なアイデアがまとまらない事業者が多い。相談シートを簡潔化して工夫するなど、関心のある事業者の掘り起こしに注力する。				
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	<p><人材育成型> セミナーを1回（春または夏頃）、集合形式もしくはオンライン形式で開催。購入型CFサイト運営事業者などの協力を得て、CFの仕組み・種類、メリット、留意すべきリスク、プロジェクト成功のポイント、事例紹介など、活用のための基本情報を提供する。また、アイデアを整理しプロジェクト案を作成する個人ワークを充実させ、具体的な取り組みにつなげる。</p>				
	○ 人材交流型	<p><人材交流型> 購入型CFサイト運営事業者などへの個別相談を対面形式またはオンライン形式で1回開催する。相談に際して、事前にプランなどをまとめたシートを提出してもらい、CFにつながる可能性のある案件を持つ積極的な事業者を事前審査で選定するなどして効率的に行う。具体的なプランを持つ事業者（創業希望者）がプロジェクト起案（サイトへ掲載し、支援を募集）に導くことに主眼を置く。事業の実効性を高めるために、①募集時に、具体的なプランを持つ事業者向けの相談であり、事前審査があることを案内状などに明記する、②シート記載の見本を詳しく提示する、③参加確定から相談日まで、より時間的な余裕を持たせ、アイデアの完成度を高めてもらえるようフォローする。</p>				
	販路開拓型					
	ハズパ型					
	独自提案型					
	事業手法	(a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	
		販路開拓				
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	(人材育成型) セミナー43社、(人材交流型) 個別相談6社 本商工会議所のウェブサイト、メールマガジン、機関紙などを通じて参加募集する。また、大阪府や中小企業基盤整備機構などのメールマガジン、CF運営事業者などを通じて開催を広報する。			
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	本事業を通じて得たクラウドファンディングに関する基本情報、アドバイスを活用し、自社のプロジェクト実現を促進する。				
	指標	アンケートにおいて、クラウドファンディングについての理解が深まったと回答した割合	数値目標	90%		
その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	43	社 ×	1.00	=	868,600	円		
			40,400	円 ×	6	社 ×	1.00	=	242,400	円		
			合計		49	社	(小計)		1,111,000	円		
			計								1,111,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			(a)府施策連携		○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
1,111,000			円 ×	0.75	=	833,250	円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 43社	<人材育成型・セミナー> 本商工会議所のウェブサイト、メールマガジン、機関紙などを通じて参加募集する。また、大阪府や中小企業基盤整備機構などのメールマガジン、クラウドファンディング運営事業者などを通じて開催を広報する。	
	支援対象企業の変化	クラウドファンディングに関する基本情報を得て、クラウドファンディングを活用したい、活用を検討したいというニーズが生まれる。		
	指標	アンケートにおいて、クラウドファンディングについての理解が深まったと回答した割合	数値目標	90%
その他目標値	目標値の内容→			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 6社	<人材交流型・個別相談> 本商工会議所のウェブサイト、メールマガジン、機関紙などを通じて参加募集する。また、大阪府や中小企業基盤整備機構などのメールマガジン、クラウドファンディング運営事業者などを通じて開催を広報する。	
	支援対象企業の変化	個別相談でのアドバイスをもとに、クラウドファンディングの起案に向けた具体的な検討を進める。		
	指標	アンケートにおいて、個別相談で受けたアドバイスなどを今後の事業展開に役立てると回答した割合	数値目標	90%
その他目標値	目標値の内容→			

【備考】

事業名		中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業	事業番号		27	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017年度～	年度まで	8	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に人材確保・定着のためのノウハウ・手段や事例を学んでもらうセミナーや情報交換会、研修、大学などと企業との就職情報交換会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	新卒・若手人材の確保・定着に課題を感じている中小企業は多い。また、入社後3年以内に離職する若手人材が3割にのぼるなど、定着も課題になっている。そこで、新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に対して、人材確保や定着を支援する「セミナー」や「研修」「情報交換会」を開催する。また、中小企業が新卒者を採用するために、大学の就職支援担当者との接点を持ちたいというニーズが高い。そこで「大学等と企業との就職情報交換会」を開催し、大学とのネットワーク構築を支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内で事業を営んでいる中小企業の経営者、人事担当者、若手社員など					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	新卒採用にあたり、大学の就職支援担当者との接点を持ちたいとのニーズは強く、2023年10月に実施した「大学等と企業との就職情報交換会」には245社が参加した。中小企業の企業採用担当者からは、大学訪問等の採用活動に取り組むことができるマンパワーも限られており、今後も一度に多くの大学との接点を持つ機会を継続提供してほしいというニーズがある。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2023年度 ①7月4日「新卒採用セミナー」(支援企業数81.5社)、7月26日～8月25日同アーカイブ配信(同245社)、②7月21日・8月30日・9月21日「若手社員キャリアデザイン塾」(20社)③10月5日「大学等と企業との就職情報交換会」(197社)、④9月15日「採用担当者の情報交換会(効果的な学生への広報、大学との接点の作り方)」(同26社)、⑤10月18日「採用担当者のための情報交換会(企業説明会・インターンシップの活用方法)」(同30社)、⑥11月16日「採用担当者のための情報交換会(内定辞退の防止・定着への取り組み)」(同18社)					
	反省点	採用担当者同士で情報交換する機会を、複数回設けてほしいとの声が寄せられた。					

具体的な実施内容・手法	○	人材育成型	①セミナーの開催<支援企業数：160社（人材育成型）> 自社の魅力の伝え方、採用プロセスや手法、事例、コミュニケーション手法などを解説する。 時期：7月頃に1回、場所：本商工会議所などでの集合形式もしくはオンライン形式						
	○	人材交流型	②大学等と企業との就職情報交換会の開催<支援企業数：160社（人材交流型）> 大学の就職支援担当者が設けたブースに企業の採用担当者らが訪れ、大学と企業の接点をつくる。 時期：10月頃に1回、場所：本商工会議所などでの集合形式もしくはオンライン形式						
		販路開拓型							
		ハズメ型	③情報交換会、研修の開催<支援企業数：70社（人材交流型）> 大学の就職支援担当者や採用担当者、もしくは採用担当者同士が少人数のグループに分かれて交流し、情報交換を行うことで、自社の採用活動に参考となる情報を得る。また、若手社員同士が交流することで、キャリア形成を支援する研修を実施する。 時期：7～11月頃に4回程度、場所：本商工会議所などでの集合形式もしくはオンライン形式						
		独自提案型							
事業手法	○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果	
		労-3	若手人材の採用・定着支援事業				雇用・求人		
	(a)大阪府就業促進課企業支援グループやOSAKAしごとフィールドなどと連携を図り、実施する。セミナーや情報交換会中に大阪府施策説明時間を設ける、大阪府からのアンケート項目を追加する、就職情報交換会参加者にチラシを配布するなどして、OSAKAしごとフィールド事業への誘導を図る。 (b)OSAKAしごとフィールドや大阪府労働環境課のメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。								
主な事業の目標	総支援対象企業数		設定根拠及び募集方法⇒	①セミナー：160社 ②大学と企業との就職情報交換会：160社 ③情報交換会、研修：70社 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携して広報集客する。					
			390社						
	支援対象企業の変化（代表的な指標）		参加企業がセミナーで得た知識を若手人材の採用や定着に向けて活用することをめざす。						
		指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識を今後の若手人材の採用や定着、キャリア形成に向けて活用したいと回答した企業の割合			数値目標	80%		
その他目標値		目標値の内容⇒							

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200	円 ×	160	社 ×	1.00	=	3,232,000	円	
		40,400	円 ×	160	社 ×	1.00	=	6,464,000	円	
		40,400	円 ×	70	社 ×	1.00	=	2,828,000	円	
			合計		390	社	(小計)		12,524,000	円
						計		12,524,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果			
標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
12,524,000		円 ×	1.00	=	12,524,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							
			円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 160社	①セミナー 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。	
	支援対象企業の変化	セミナーで得た知識を若手人材の採用や定着に向けて活用することをめざす。		
	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識を今後の若手人材の採用や定着、キャリア形成に向けて活用したいと回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容→			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 160社	②大学等と企業との就職情報交換会 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。	
	支援対象企業の変化	就職情報交換会で事業者が大学の就職支援担当者との接点を増やすことをめざす。		
	指標	アンケートにおいて、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と回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容→			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 70社	③情報交換会、研修（4回程度で70社） 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。	
	支援対象企業の変化	情報交換会や研修で得た知識を若手人材の採用や定着、キャリア形成に向けて活用することをめざす。		
	指標	アンケートにおいて、情報交換会や研修で得た知識を若手人材（自身も含む）の採用や定着、キャリア形成に向けて活用したいと回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容→			

【備考】

事業名		中小企業のためのダイバーシティ推進事業	事業番号	28	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017年度～	年度まで	8	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	人材不足への対応をはじめ、海外展開やインバウンドビジネス強化などにもない、多様な人材の採用や定着、ダイバーシティの推進に関心をもつ中小企業を支援するための事業を展開する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	外国人留学生を採用するには、価値感の違い、求人方法、査証申請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、外国人留学生をはじめとした多様な人材の採用に関する知識を深めてもらう。さらに、外国人留学生をはじめ、多様な人材を受け入れる企業の経営者や管理職らが、外国人に特有の考え方を受け入れ、能力を生かした活躍を推進できるよう、グローバルなリーダーシップや異文化理解を学んでもらう。				
	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、多様な人材の採用や活躍推進に関心をもつ大阪府内の中小企業				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	日本・東京商工会議所が2023年9月に発表した「人手不足の状況および多様な人材の活躍等に関する調査」では、外国人材を今後受入れる予定/検討中の企業が30.3%あった。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2023年度実施状況 「外国人留学生採用支援セミナー」(9月5日) 支援企業数16社 同アーカイブ配信(11月8日～12月6日) 「国内外で外国人材と働くグローバルリーダーのためのダイバーシティ・マネジメント講座」 第1回(9月7日)10社、第2回(10月5日)9社				
	反省点	留学生採用について、情報提供だけでなく、採用のきっかけとなる接点づくりまでサポートすることが今後の課題。				
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	①セミナーの開催<支援企業数:20社(人材育成型)> 外国人留学生の採用実績がある企業の経営者や人事担当者、外国人採用に関する知識やノウハウをもつ専門家や企業などを招き、外国人材の採用に関する制度や事例などを知ってもらうセミナーを開催し、多様な人材の採用に関する理解を深めてもらう。 実施時期・回数:6～7月頃に1回開催、場所:本商工会議所など 集合形式もしくはオンライン形式で実施 ②交流会の開催<支援企業数:50社(人材交流型)> ・外国人材をはじめとした多様な人材を受け入れる経営者や管理職らを対象とした異文化理解やグローバルリーダーシップに関する研修・交流の実施 実施時期・回数:8～11月頃に4回程度、場所:本商工会議所など 集合形式もしくはオンライン形式で実施 ・外国人留学生の採用情報交換会の実施 外国人留学生の所属する大学・専門学校等の就職支援担当者と企業の採用担当者の情報交換会 実施時期・回数:8～11月頃の予定、1回 場所:本商工会議所など 集合形式もしくはオンライン形式で実施				
	○ 人材交流型					
	販路開拓型					
	ハズ ン型					
	独自提案型					
	事業手法					
	労-2	中小企業のための、ダイバーシティ推進支援事業		雇用・求人		
	(a)「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」を実施する大阪府商工労働部就業促進課と連携し、セミナー参加企業情報を大阪府に提供したり、セミナー中に同事業の施策説明時間を設けるなど、相乗効果が発揮できるような事業とする。「OSAKA外国人材受入促進・共生推進協議会」の一員として、必要に応じて大阪産業局など他機関・団体とも連携して実施する。 (b)大阪府と連携し、外国人留学生の採用に関心を持つ大阪府内の中小企業に広く案内する。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 70社	①セミナー：20社 ②研修・交流会：50社（10社×5回程度） 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。						
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	多様な人材の採用や活躍推進に関心があるが、どのように進めたらよいかわからない、といった中小企業に知識やノウハウを提供し、多様な人材の採用や活躍推進について前向きに検討できるようにする。							
	指標	アンケートにおいて、多様な人材の採用について前向きに検討したいと回答した企業の割合			数値目標	80%			
その他目標値	目標値の内容→								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200	円 ×	20	社 ×	1.00	=	404,000	円
		40,400	円 ×	50	社 ×	1.00	=	2,020,000	円
		合計		70	社	(小計)		2,424,000	円
								計	2,424,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
	②受益者負担	円		負担金の積算					
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携		<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率		((①市町村等+②受益者負担)				
	2,424,000	円 ×	1.00	=	2,424,000	円	(円)		
補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）			
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20社	①セミナー 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。	
	支援対象企業の変化	多様な人材の採用や活躍推進に関心があるが、どのように進めたらよいかわからない、といった中小企業に知識やノウハウを提供し、多様な人材の採用や活躍推進について前向きに検討できるようにする。		
	指標	アンケートにおいて、多様な人材の採用について前向きに検討したいと回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 50社	②研修・交流（10社×5回程度） 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。	
	支援対象企業の変化	多様な人材の活躍推進や採用に関心があるが、どのように進めたらよいかわからない、といった中小企業に知識やノウハウを提供し、企業と大学・専門学校の就職支援担当者との交流を通じて、多様な人材の活躍推進について前向きに検討できるようにする。		
	指標	アンケートにおいて、多様な人材の活躍推進について前向きに検討したいと回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒ 80%	アンケートにおいて、他の企業と情報交換ができたと回答した企業の割合		

【備考】

事業名		人材ニーズ対応支援事業		事業番号	29	新規/継続	継続
想定する実施期間		2022年度～ 年度まで		3	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	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、外国人材（特定技能、高度人材など）の採用・活用、兼業・副業などの人材を活用するための制度や採用方法、活用事例などを紹介するセミナーを開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	企業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・人事担当者などを対象に、外部人材、外国人材（特定技能、高度人材など）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					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	人材確保自体が難しいなか、専門的な知識・スキルを持つ人材が不足している企業は多い。また、製造業や建設業など、恒常的な人手不足に悩む企業では、外国人材の採用・活用も視野にいれているものの、制度の内容や活用方法がわからずに、着手できていないケースもある。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2023年度実施状況 「外部人材活用セミナー」（8月25日）支援企業数14社 同アーカイブ配信（10月25日～11月22日）支援企業数12社 「外国人材活躍セミナー」（11月6日）30社の見込み					
	反省点	セミナーの内容は充実していたため満足度は高かったが、実施時期が下期にずれ込んだため、一部、参加者の十分な集客ができなかった。次年度は効果的な時期を判断して実施する。					
具体的な実施内容・手法	<input type="radio"/> 人材育成型	人材不足に悩む経営者・人事担当者などを対象に、外部人材、外国人材（特定技能、高度人材など）の採用・活用、兼業・副業の活用などの説明や採用方法、活用事例などを紹介するセミナーを開催する。 時期・回数：6～7月頃、9～11月頃に2回程度 方法：本商工会議所などでの集合形式もしくはオンライン形式 <支援企業数：45社（人材育成型）>					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズお型						
	独自提案型						
	事業手法		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
		商-I	人材ニーズ対応支援			雇用・求人	
		(a)「OSAKA外国人材受入促進・共生推進協議会」の一員として、大阪府商工労働部総務課企画グループや大阪産業局などと連携を図り実施する。セミナー中に大阪府施策説明時間を設ける、チラシを配布するなどして、参加者を大阪産業局「中小企業のための人材採用コンシェルジュ事業」もしくは「外国人材マッチングプラットフォーム事業」につなぐ。 (b)OSAKAしごとフィールドや大阪府商工労働部労働環境課のメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 45社	1回あたり20社強（2回程度で45社） 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。									
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	アンケートにおいて、「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」と回答した企業の割合			数値目標	80%					
	その他目標値	目標値の内容⇒										
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	20,200円	×	支援企業数	45社	×	係数	1.00	=	標準事業費	909,000円
				合計		45社		(小計)				909,000円
								計				909,000円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等								
	②受益者負担	円	負担金の積算									
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果								
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)							
	909,000円	×	1.00	=	909,000円	(円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)							
			円									
			円									
			円									
			円									

【備考】

事業名		障がい者の雇用促進事業		事業番号	30	新規/継続	継続
想定する実施期間		2021年度～年度まで		4	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	障がい者雇用に取り組もうとする中小企業に支援制度や事例を紹介するセミナーを実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が2024年4月から2.5%、さらに2026年7月から2.7%に引き上げられる。そこで、セミナーを実施し、支援制度や事例を紹介することで、障がい者雇用に取り組もうとする中小企業を支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	障がい者雇用に取り組もうとする大阪府内の中小企業・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が2024年4月から2.5%、さらに2026年7月から2.7%に引き上げられるため、企業は対応を迫られている。コンプライアンスの観点からも、障がい者雇用は企業の経営課題となっている。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	「障がい者雇用促進セミナー」(2023年5月24日) 支援企業数33.5社					
	反省点	社会的な要請もあることから、障がい者雇用に関する理解を深めてもらうために支援企業数を増やし、より緊密に大阪府と連携して効果的なセミナーを企画・開催する。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	セミナーの開催：障がい者の採用実績がある企業の経営者や人事担当者、専門家などを招き、障がい者雇用に関する知識やノウハウを提供することで、企業の障がい者雇用に関する理解を深めてもらう。 実施時期・回数：5～6月頃、1回程度 場所：本商工会議所など 実施形式：集合形式もしくはオンライン形式 支援企業数：35社(人材育成型)					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズオン型						
	独自提案型						
事業手法	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果			
	労-7	障がい者人材確保支援事業			雇用・求人		
		(a)大阪府就業促進課と連携してセミナーを実施する。 (b)大阪府と連携し、障がい者雇用に関心を持つ大阪府内の中小企業に広く案内する。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	35社×1回 商工会議所会員を中心に大阪府などと連携し広報集客する。				
		35社					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	障がい者雇用に関して、理解を深めることができる。					
	指標	アンケートにおいて、「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	80%	
	その他目標値	目標値の内容→					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			20,200	円 ×	35	社 ×	1.00	=	707,000	円		
				合計	35	社	(小計)		707,000	円		
										計	707,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			<input type="radio"/>	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
			707,000	円 ×	1.00	=	707,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

事業名		成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業	事業番号	31	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014年度～	年度	11	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	生産年齢人口が減少するなか、企業の継続・成長に不可欠な人材力を強化するため、女性従業員の活躍推進や定着などを通して、人材育成の余力がない中小企業を支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	生産年齢人口が減少する時代には、中小企業において即戦力となる労働力の確保が重要となる。そこで、テレワークや育児・介護との両立支援など、企業の職場環境整備に関して情報提供することや、女性雇用に関心のある企業同士が接点を持ち、様々な女性活躍推進策について意見交換すること、女性の確保・定着や活躍を支援する。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<input type="checkbox"/> 女性を雇用したいと考える中小事業者（経営者、人事担当者など） <input type="checkbox"/> 企業における女性の活躍促進、離職防止を図りたい中小事業者（経営者、人事担当者、管理職、働く女性・男性など） <input type="checkbox"/> 多様で柔軟な働き方や、育児や介護などの両立支援など働く環境整備に関心のある中小事業者（経営者、人事担当者など）				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小企業では、育児や介護との両立支援、テレワークなど柔軟な働き方の促進など、女性の定着・活躍推進に必要な就業環境の整備に課題を抱えており、社内制度を含む様々な事例などの情報提供の支援が必要とされている。あわせて、女性の雇用や活躍推進について十分に情報を得ていない企業において、企業同士の交流も必要とされている。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2023年度実施状況（括弧内は支援企業数） ①人材育成型 9月8～26日「第4回大阪サクヤヒメ国際女性会議」（17.5社） ②人材交流型 6月7日「サクヤヒメと語るキラリカフェ」（4社） 9月16日「SDGsの視点を養うカードゲーム」（14社）				
	反省点	これまでは、企業の役員・管理職など女性リーダー育成に特化した催事が多く、一般的な働く女性を対象とした活躍推進・離職防止に向けた取り組みが不足していた。				
具体的な実施内容・手法	<input type="checkbox"/> 人材育成型	(1)セミナー・説明会などの開催（1回） 多様で柔軟な働き方の推進や、育児・介護支援の充実などによって、人材の確保・定着や女性活躍推進につなげた企業（経営者、人事担当者、女性従業員）を招き、セミナー・説明会などを開催する。または、女性の活躍推進に資する施策を紹介する説明会などを開催し、企業の人材確保・定着を支援する。 <支援企業数：15社（人材育成型）> 集合形式もしくはオンライン形式で実施				
	<input type="checkbox"/> 人材交流型					
	販路開拓型	(2)交流会の開催（1回） 以下を勘案して交流会を開催する。 <input type="checkbox"/> ロールモデルとなる女性従業員とモチベーション維持やワークライフバランスに不安などを抱える働く女性との交流すること <input type="checkbox"/> 社内の労働環境制度の構築・運用に精通する専門家などからの事例紹介とこれらの事例を元に参加者（経営者や人事担当者）同士でディスカッションすること <input type="checkbox"/> 女性の雇用に関心のある企業同士が交流すること など <支援企業数：25社（人材交流型）> 集合形式もしくはオンライン形式で実施				
	ハズおん型					
	独自提案型					
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		
	労-6	中堅・中小企業における女性の活用・戦力化支援事業			人材育成・労務	
	(a)大阪府の雇用推進室就業促進課やOSAKAしごとフィールドと連携し、実施の時期や内容の調整の連絡を密にとる。また、OSAKA女性活躍推進会議の構成員として適宜連携する。 (b)OSAKAしごとフィールドや大阪府労働環境課が発行するメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。セミナー内でOSAKAしごとフィールド事業への誘導を図る。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 40社	セミナー・説明会など15社、交流会25社 商工会議所会員を中心に大阪府市・関係団体と連携し広報集客する。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	自社における女性(自身も含む)の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きに検討することが可能になる。							
	指標	アンケートにおいて、「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」と回答した企業の割合			数値目標	80%			
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200	円 ×	15	社 ×	1.00	=	303,000	円
		40,400	円 ×	25	社 ×	1.00	=	1,010,000	円
			合計	40	社	(小計)		1,313,000	円
					計		1,313,000	円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	1,313,000	円 ×	1.00	=	1,313,000	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15社	(セミナー・説明会など) 商工会議所会員を中心に大阪府市・関係団体と連携し広報集客する。OSAKAしごとフィールドや大阪府商工労働部労働環境課が発行するメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。	
	支援対象企業の変化	自社における女性（自身も含む）の確保・定着や活躍推進に向けて、前向きに検討することが可能になる。		
	指標	アンケートにおいて、「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」と回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 25社	(交流会) 商工会議所会員を中心に大阪府市・関係団体と連携し広報集客する。OSAKAしごとフィールドや大阪府労働環境課が発行するメールマガジンなどを通じて、大阪府内広域に周知を図り、関心企業の募集を行う。	
	支援対象企業の変化	産休後・育休後に復職しているロールモデルとなる女性従業員とワークライフバランスなどで悩む女性が交流すること、あるいは女性雇用に関心のある企業同士が交流することで、女性（自身も含む）の活躍推進に向けて前向きに検討することが可能になる。		
	指標	アンケートにおいて、「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」と回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

事業名		中小企業に対する労働啓発・雇用サポート事業	事業番号	32	新規/継続	継続
想定する実施期間		2013年度～	年度まで	12	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	人材確保と雇用の維持、労働環境の整備と生産性向上を支援するため、働き方改革への取り組み方や高年齢者雇用・活用策を含めた労務管理などを解説するセミナーを実施する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	成長分野への人材の移動を促し、経済の底上げと賃上げを目指すため、三位一体の労働市場改革の3つの柱である①人への投資の強化、②職務給(ジョブ型人事)の導入、③成長分野などへの労働移動の円滑化が求められている。この状況を踏まえ、本事業では賃金などの処遇改善、柔軟な働き方による労働環境整備と生産性向上、リスキリングなどによるキャリア自律の構築に焦点を置き、「70歳までの就業機会確保」が努力義務となっている高年齢者雇用・活用推進の取り組み方なども交えて、セミナーを実施する。それにより、中小企業・小規模事業者の労働・雇用環境の改善に向けて周知と啓発を図り、専門相談などを利用して具体的な支援につなげていく。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業の経営者・経営幹部・人事担当者、小規模事業者				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「令和4年度大阪府労働関係調査」(大阪府商工労働部)によれば、働き方改革に取り組みたい項目は「女性・若者の人材育成」34.1%に次いで、「子育て・介護等と仕事の両立支援」26.1%、「シニア世代の雇用や人材育成」25.6%となっている。一方、「令和4年高年齢者雇用状況等報告」(厚生労働省)によれば、65歳までの雇用確保措置を実施済の企業は99.9%に上るが、70歳までの就業確保措置では39.1%に留まる。これらの調査結果により、雇用・労働の課題について企業が見直しを検討するニーズは高く、時宜に適したテーマにて啓発機会を提供するセミナー実施の意義は大きい。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	○中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業(2013年度開始) 2022年度:支援企業数83.5社(6月)、53社(1月)、計136.5社 2023年度:支援企業数76社(10月)※2023年度から年1回実施 ○転換期の働き方改革と労務管理セミナー事業(2022年度開始) 2022年度:支援企業数74社(10月) 2023年度:支援企業数77社(6月)				
	反省点	2024年度は、さらに深刻化する人出不足や賃上げの課題に悩む企業が具体的な対応に取り組めるよう、賃金等労働条件・処遇の見直しや70歳までの継続雇用や就業機会確保に向けた対策、働き手の多様な価値観を尊重した自律的なキャリア形成やリスキリングの取り組み方なども踏まえて深化させる。中小企業が取り組むべき実務問題として捉えられるよう内容を工夫し、事例を交えて解説する。				
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	<p>【開催回数】2回程度 【内容・手法】集合形式もしくはオンライン形式で実施</p> <p><高年齢者雇用に関するセミナー> ・支援企業数:60社 ・開催回数、時期:1回、秋～冬頃 ・内容:70歳までの就業機会確保に向けて、高年齢者の活躍を推進する環境整備や賃金・処遇の改善、70歳超を見据えたキャリア形成支援などを企業の動向や事例を交えながら解説する。 ・共催:大阪府社会保険労務士会 ・協力:OSAKAしごとフィールド、(公財)産業雇用安定センター</p> <p><転換期の働き方改革と労務管理セミナー> ・支援企業数:55社 ・開催回数、時期:1回、春～夏頃 ・内容:人出不足や原材料高・労務費の価格転嫁などによる賃上げ機運や、ワークライフバランスに配慮した働き方の変化に対応するため、労働生産性を高め、従業員が働きやすい労働環境の整備について解説し、先進事例も紹介する。また、大阪府商工労働部雇用推進室労働環境課による労働環境改善事業に関する説明も計画する。 ・協力:大阪府</p>				
	人材交流型					
	販路開拓型					
	ハズおん型					
	独自提案型					

		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果		
		労-8	中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業		人材育成・労務		
		労-11	雇用・労働啓発セミナー事業		人材育成・労務		
事業手法		<p>(a)労-8：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、労-11：雇用推進室労働環境課労働環境推進グループとそれぞれ連携して実施する。</p> <p>(b)本商工会議所や他の産業支援機関、上記機関のメール配信などにより大阪府内全域を対象に参加募集をする。</p> <p>(d)経営指導員が経営相談を受ける中で、高年齢者雇用や労務管理などの課題解決を求めている場合は、当該事業への参加を勧める。</p>					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	高年齢者雇用に関するセミナー：60社 転換期の働き方改革と労務管理セミナー：55社 大阪府内の中小企業へ、本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどにセミナー案内を依頼する。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立てると回答した企業の割合	数値目標	85%		
	その他目標値	目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数	係数	標準事業費	
		20,200	円 ×	60	社 ×	1.00 =	1,212,000
		20,200	円 ×	55	社 ×	1.00 =	1,111,000
				115		(小計)	2,323,000
					計	2,323,000	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率			((①市町村等+②受益者負担)		
	2,323,000	円 ×	1.00	=	2,323,000	円 (円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)		
			円				
			円				
			円				
			円				

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 60社	(高年齢者雇用に関するセミナー) 大阪府内の中小企業へ、本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどにセミナー案内を依頼する。	
	支援対象企業の変化	継続雇用者の評価制度や処遇水準の新たな設定方法などについて理解し、見直しを図ることで、健全な労働環境の整備、労使関係の安定を図る。		
	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立てると回答した企業の割合	数値目標	85%
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 55社	(転換期の働き方改革と労務管理セミナー) 大阪府内の中小企業へ、本商工会議所のファックス、メール送信などで参加者を募集するほか、大阪府のメールマガジンなどにセミナー案内を依頼する。	
	支援対象企業の変化	柔軟で働きやすい労働環境を整備することで、良質な人材確保を支援するとともに雇用維持につなげ、労働者のモチベーションを向上させることで、経営の安定化につなげる。		
	指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を自社の労働環境の改善や労務管理の見直しに役立てると回答した企業の割合	数値目標	85%
その他目標値		目標値の内容⇒		
その他目標値		目標値の内容⇒		

【備考】

--

事業名		健康経営サポート事業		事業番号	33	新規/継続	新規
想定する実施期間		2024年度～ 年度まで		1	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業の健康経営をサポートするため、セミナーによる啓発、また専門家による経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加、社内体制整備等の支援を行う。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	企業理念に基づき、従業員等への健康投資を行うことは、従業員の活力向上や生産性の向上などの組織の活性化をもたらす、結果的に業績向上や株価向上につながることを期待される。こうした従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践する健康経営を十分に理解していない事業者へ、健康経営に関する情報や経済産業省「健康経営優良法人」取得、協会けんぽ「健康宣言」事業参加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)	大阪府内の小規模事業者・中小企業					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2023年に「健康経営優良法人」に認定された大阪府内の中小規模法人数は1,832と全国最多ではあるが、健康経営を実践する企業の割合から見ると水準はまだ低い。大阪においては、中小企業が加盟する「協会けんぽ」の健診受診率等が低く、また大阪府の平均寿命・健康寿命も全国の中で下位にある。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値						
	反省点						
具体的な実施内容・手法	<input type="radio"/> 人材育成型	①健康経営セミナーの開催（人材育成型） 中小企業経営者や企業の労務管理者、総務人事担当者を対象に、健康経営に関する情報を提供するセミナーを開催し、経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加に役立つ情報提供を行う。セミナーは7～9月頃に集合形式もしくはオンライン形式で開催予定。（年2回程度）					
	<input type="radio"/> 人材交流型	②個別相談会の開催（人材交流型） 経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加のためのノウハウがない事業者と中小企業診断士や保健師らとの個別相談会を集合形式もしくはオンライン形式で実施し、取り組みに必要な知識と実践の習得につながる関係構築を支援する。（年2回程度）					
	販路開拓型	③経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加を前提とした個別支援（ハンズオン型） 専門家派遣を希望する事業者に対しては、適格な専門家を事業所に2～3回程度派遣し、健康経営の評価、改善計画の策定、健康診断やデータ分析の導入、健康教育プログラムの設計と実施などのハンズオン支援を行う。					
	<input type="radio"/> ハンズオン型						
	独自提案型	インターネットや大阪府健康医療部、全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などと連携してタイムリーに情報を発信することにより、相談や支援希望を募る。					
	事業手法	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果	その他	
		(b)大阪府健康医療部・全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などの協力を得て、大阪府内全域からの集客に努める。 (d)経営相談支援先のニーズに応じて、当該事業での支援につなげる。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	①セミナー170社、②個別相談会20社、③個別支援10社 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載、経営相談支援先への案内などに加え、大阪府健康医療部・全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）を通じて広くPRする。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	アンケートにおいて、セミナーで健康経営に役立つ知識を得たと回答した割合		数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200	円 ×	170	社 ×	1.00	=	3,434,000	円	
		40,400	円 ×	20	社 ×	1.00	=	808,000	円	
		101,000	円 ×	10	社 ×	1.00	=	1,010,000	円	
			合計	200	社	(小計)		5,252,000	円	
					計		5,252,000	円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)				
5,252,000		円 ×	0.75	=	3,939,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割 (配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							
			円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 170 社	①セミナー 大商ニュースやウェブサイトでの告知、経営相談支援先への案内、大阪府健康医療部・全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などを通じたチラシの配布など	
	支援対象企業の変化	セミナーに参加することで健康経営に関する知識や理解が深まり、経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加へのモチベーションが高まる。		
	指標	アンケートにおいて、セミナーで健康経営に役立つ知識を得たと回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	②個別相談会 大商ニュースやウェブサイトでの告知、経営相談支援先への案内、大阪府健康医療部・全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などを通じたチラシの配布など	
	支援対象企業の変化	個別相談会への参加を通じ、中小企業診断士や保健師等との関係が構築され、経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加に関する知識や理解がより深まる。		
	指標	アンケートにおいて、個別相談会で経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加に関する知識や理解が深まり、健康経営への取り組みを始めたと回答した割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10 社	③個別支援 大商ニュースやウェブサイトでの告知、経営相談支援先への案内、大阪府健康医療部・全国健康保険協会 大阪支部（協会けんぽ）などを通じたチラシの配布など	
	支援対象企業の変化	経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加など		
	指標	個別支援により経済産業省「健康経営優良法人」取得や、協会けんぽ「健康宣言」事業参加を行った事業者	数値目標	10社
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

--

事業名		中小企業のためのビジネス講演会	事業番号		34	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011年度～	年度まで	14	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに資する、時宜に適したテーマの講演会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに役立つ講演会を開催する。企業家精神を発揮して経営革新や企業成長をもたらした経営者の経営戦略・経営理念、変化する経営環境への対応事例、注目されているビジネストレンドなどを取り上げ、自らの事業の実践に役立ててもらう。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者、創業(予定)者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業経営者・経営幹部らの関心は高く、2022年度の支援企業数はビジネス講演会694社、チェンバーカレッジ1,107社、支部経済講演会1,085社の合計2,886社であった(付表参照)。参加者にアンケートを実施のほか、本会議所では、年間約4,000件の会員訪問(訪問先は主に中小企業)を行っており、訪問時には各会員の経営課題をヒアリングしており、「人手不足・人材定着」や「販路開拓」、「資金繰り」など、各企業は様々な課題を有している。このような声を踏まえ、これらの課題解決の一助となるテーマを企画し、講演会を実施する。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<p>2023年度12月末現在の主な実績は次の通り(括弧内は支援企業数)。</p> <p>(1)ビジネス講演会(3回開催予定)</p> <p>「スーパーアキダイ式経営術～とにかく人が大事!～」(149社)</p> <p>(2)チェンバーカレッジ(11回開催予定)</p> <p>「大阪における自然災害リスクと企業が講じるべきBCP対策」(101社)</p> <p>「家業を継ぐー事業承継後の3年間とこれから」(96社)</p> <p>「サイバー犯罪の現状と中小企業の効果的な情報セキュリティ対策」(86.5社)</p> <p>「メタバース・VRの最新動向～社会変革の可能性とビジネスチャンス」(82社)</p> <p>「日本のものづくりの心を伝える」(84.5社)</p> <p>「リーガロイヤルホテル(大阪)初の女性総支配人が語る「大阪の迎賓館」が紡ぐ未来」(82社)</p> <p>(3)支部経済講演会</p> <p>「南海トラフ地震 どう備えるか」(89社)</p> <p>「デザイン思考を活用した新商品の検討」(29社)</p> <p>「下請け企業が如何にして新商品を発信し続けるメーカーに成長したのか」(74.5社)</p> <p>「2025年大阪・関西万博の最新動向について」(72.5社)</p> <p>「南海トラフ地震・上町断層地震 想定される大阪地域への影響とその対応策」(81社)</p>					
	反省点	中小企業の経営支援につながるよう、経営環境や時代の潮流を踏まえ、講師やテーマ設定を絶えず工夫しているが、引き続きより多くの中小企業経営者・経営幹部に参加してもらえようニーズの高いテーマ・講師の発掘に努める。					

具 体 的 な 実 施 内 容 ・ 手 法	○	人材育成型	(1)ビジネス講演会 ○経済情勢を踏まえながら、中小企業経営者の関心の高いテーマを的確に把握し、著名な経営者（特に苦勞を重ねた経営者らの体験談は中小企業経営者の関心が高く、「事業経営を実施するうえでたいへん勉強になった」と好評を得ている）および専門家を講師に招き、講演会を開催する。 ○2回程度、集合形式やオンライン形式で開催する。 (2)チェンバーカレッジ ○企業経営や社会情勢に関するテーマを中心に10回程度開催する。 ○開催形態は集合形式またはオンライン形式を採用する。 (3)支部経済講演会 ○大阪市内に設置している支部において、地域の産業・経済の動向や経営者・経営幹部らの関心が高く参考となりうる企業の事業戦略、アフターコロナを見据えた事業継続力強化などをテーマに開催する。 ○合計6回程度、集合形式またはオンライン形式で開催する。							
		人材交流型								
		販路開拓型								
		ハズお型								
		独自提案型								
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%; text-align: center;">(a)府施策連携</td> <td style="width: 25%; text-align: center;">○ (b)広域連携</td> <td style="width: 25%; text-align: center;">(c)市町村連携</td> <td style="width: 25%; text-align: center;">○ (d)相談事業相乗効果</td> </tr> <tr> <td colspan="3"></td> <td style="text-align: center;">創業・経営革新</td> </tr> </table>		(a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果				創業・経営革新
(a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果							
			創業・経営革新							
事業手法	(b)大阪府内の商工会議所、地域金融懇談会、大阪府商工関連ニュースを配信する大阪府などの協力を得て、大阪府内全域のさまざまな業種の企業に向けて参加募集・PRを実施する。また、本商工会議所の独自事業である「大商プレミアム融資」や地域金融支援ネットワークに参画する地方銀行、信用金庫などの協力を得て、広く大阪府内の中小企業に案内状を配布する。 (d)アンケートで経営課題を把握し、今後の相談支援先の候補として活用する。また、経営相談支援先に対して講演会への参加勧奨を行い、経営相談支援との相乗効果を図る。									

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 1,655 社	(1)ビジネス講演会200社 (100社×2回) (2)チェンバーカレッジ1,000社 (100社×10回) (3)支部経済講演会 (6回で455社) ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業での配布、事業協力金融機関及び各地商工会議所などにより配布、広く案内、募集する。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	自社の経営課題に気付き、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけとなる。							
	指標	アンケートにおいて、講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを自社の経営や事業運営に役立てると回答した割合	数値目標	85%					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200	円 ×	200	社 ×	1.00	=	4,040,000	円
		20,200	円 ×	1,000	社 ×	1.00	=	20,200,000	円
		20,200	円 ×	455	社 ×	1.00	=	9,191,000	円
			合計		1,655	社	(小計)		33,431,000
						計		33,431,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
	33,431,000	円 ×	0.75	=	25,073,250	円	(円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)			
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 200社	(1)ビジネス講演会 ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業での配布、事業協力金融機関及び各地商工会議所などにより配布、広く案内、募集する。		
	支援対象企業の変化	自社の経営課題に気づき、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけとなる。			
	指標	アンケートにおいて、講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合	数値目標	90%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 1,000社	(2)チェンバーカレッジ ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業でのチラシ配布などで広く案内、募集する。		
	支援対象企業の変化	自社の経営課題に気づき、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけとなる。			
	指標	アンケートにおいて、講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合	数値目標	90%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 455社	(3)支部経済講演会 ウェブサイトや機関紙での告知、メール配信、各種事業での配布、事業協力金融機関などにより配布、広く案内、募集する。		
	支援対象企業の変化	自社の経営課題に気づき、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけとなる。			
	指標	アンケートにおいて、講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合	数値目標	90%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

--

<付表> 中小企業のためのビジネス講演会 2022年度開催実績

テーマ	支援企業数
(1)ビジネス講演会	694
7期連続最高益！業務スーパー大躍進の軌跡	209.5
逆境に克つ！～ダメだと思った時が夜明け前～	233
中川政七商店はなぜ進化を遂げることができるのか	251.5
(2)チェンバーカレッジ	1,107
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	136
『あたらしい幸せ』を発明する老舗百貨店－“女性に寄り添う”売場に込めた思い	116.5
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	165.5
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－	165.5
“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－	176.5
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	101.5
STEM分野におけるダイバーシティの推進	74
人的資本経営の実現に向けたHRテクノロジーの活用	81
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～	90.5
3.支部経済講演会	1,085
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	43
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	53.5
サイバー攻撃対策セミナー	66.5
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！～	35
中小・小規模企業におけるサイバーリスクの現状と対策	26.5
ポスト安倍時代の内外情勢	93
KOKUYOのワクワクするミライの働き方」	55
「廃業寸前」が世界トップになった奇跡の物語	104
ゼロから始めるDX化への道	71
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～	20.5
2025年大阪・関西万博へ港区はこう変わる	19.5
2023年の景気展望～緊迫化する世界情勢の中の関西経済	190.5
中小・小規模事業者のための「事業継続力強化計画	9
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～	108
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	68
2025年大阪・関西万博 出展記念講演会	56
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	66

事業名		大阪・関西万博を活用した中小企業・スタートアップ・小規模事業者の成長支援	事業番号	35	新規/継続	継続
想定する実施期間		2023年度～	年度まで	2	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	大阪・関西万博に関心を持つ大阪府内の中小企業・スタートアップ・小規模事業者を対象に、万博会場に加え、万博開催時にまちなかで開催するイベントや実証事業への参画支援を通じて、大阪・関西万博を活用したビジネス拡大、成長支援につなげる。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	○中小企業・スタートアップ・小規模事業者においては、万博に参画したい、万博を成長のきっかけにしたい、との思いはあるものの、万博に出展・参加できる企業は限られている。 ○そこで、万博時に万博会場だけでなく、大阪府内のまちなかで実証実験やイベント等が開催できるよう、大阪府内のエリアを管理・運営する企業・団体等とコンテンツをもつ中小企業・スタートアップ・小規模事業者との交流会を開催し、新製品・サービスの開発促進や、認知度向上、販路拡大などによるビジネス拡大、企業成長につなげられるよう支援する。 ○なお、まちなかで開催する実証事業やイベントへの参画支援については、万博推進局や大阪府内の商工会議所などと連携して取り組むことで、オール大阪での相乗効果も期待できる。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪・関西万博への参画をめざす中小企業・スタートアップ・小規模事業者(業種は問わない)				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	○大阪商工会議所が2023年6月に「万博"まちなか"会場をどうつくるか」と題したシンポジウムを開催したところ、中小企業・団体から361人が参加した。 ○中小企業・スタートアップ・小規模事業者と大阪府内のエリアを管理・運営する企業・団体などの交流を促すことで、万博開催時の実証事業やイベントへの参画に関心をもつ事業者の増加、万博を活用したビジネスの拡大につながることが見込まれる。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	○大阪ヘルスケアパビリオン リボンチャレンジ説明会 5月23日(59人)、<アーカイブ> 5月30日～6月27日(30人) ○大阪商工会議所・大阪市博物館機構 包括連携協定締結 記念講演会 5月25日(152人)、<アーカイブ>6月1日～6月29日(99人) ○大阪・関西万博の水上航路に関する説明会 7月19日(273人)、<アーカイブ> 7月27日～8月25日(39人) ○大阪・関西万博 企業参画メニューに関する説明会 8月3日(136人)、<アーカイブ> 8月10日～9月15日(63人) ○2025年大阪・関西万博 一般参加催事及びTEAM EXPOプログラム・ステージ発表&展示に関する説明会 10月17日(98人)、アーカイブ<10月30日～11月30日>(38人、11月22日時点)				
	反省点	大阪・関西万博に中小企業・スタートアップが参画できるメニューの説明を開催し、多くの企業に参加してもらうことができたが、万博に出展できる中小企業・スタートアップは限られている。次年度は万博会場だけでなく、万博開催時にまちなかで中小企業やスタートアップが実証実験やイベントができるよう支援することで、万博をビジネス拡大、成長支援につなげる。				
具体的な実施内容・手法	人材育成型	○まちなかでの実証実験やイベントの企画・運営をする中小企業・スタートアップなどと、所有地及び隣接する公共空間などを実証実験やイベントスペースの場として活用したいと考える企業や商店街、大学、エリアマネジメント団体等との交流会などを開催し、マッチングを促進することで、大阪・関西万博開催時に、まちなかで開催するイベントや実証事業への企業参画を支援する。				
	○ 人材交流型	○エリアは例えば、万博を機に整備される、都心部の公共空間(うめきた、なんば駅前広場、大阪城東部地区、御堂筋、水辺など)や過去の万博開催地(万博記念公園、花博記念公園鶴見緑地)など。テーマは①大阪の様々な都市魅力を伝える取り組み、②万博のテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」や万博のコンセプト「未来社会の実験場」につながる取り組み、③世界各国の人々と交流する取り組み、④技術や芸術を世界に発信する取り組み、⑤広く参加できる取り組み、⑥万博後も価値を残す取り組みなどを想定。具体的には、例えば世界の料理を提供する企業によるブース出店やスマートモビリティに関する新製品・サービス開発のための実証実験の企画・運営を希望する事業者に対し、(一社)ミナミ御堂筋の会などのエリアマネジメント団体や関係企業、戎橋筋商店街など公共空間等の利活用を検討する企業・団体から、イベントや実証実験などを実施する場合の条件等に関する情報提供と、両者の交流の場を提供し、事業者の万博への参画と、万博をまちなかで盛り上げるイベントや実証実験の実施を促進する。				
	販路開拓型	※事業の実施にあたっては、府内の商工会議所はじめ、公益社団法人2025年日本国際博覧会協会、万博推進局、公益社団法人大阪パビリオン、公益財団法人大阪産業局などとも情報共有・連携しながら進める。				
	ハズ'わ型	※交流会は、集合形式、オンライン形式、もしくはその併用で、年間2回程度、実施する。				
	独自提案型	※交流会の実施にあたっては、大阪府内全域から参加できるように、集合形式だけでなく、オンライン形式も検討する。また、情報が届かず参画機会を逃す中小企業・スタートアップ・小規模事業者が出ないように開催広報にも力を注ぐ。				

		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果
事業手法		商-17	2025大阪・関西万博開催に向けた出展・機運醸成に向けた取組み		創業・経営革新
		(a)(b)万博推進局や大阪府内商工会議所等と連携し、大阪府内のエリアを管理・運営する企業・団体等と、コンテンツをもつ中小企業・スタートアップ・小規模事業者の交流会を開催することで、万博時にまちなかで開催される実証事業やイベントなどへの参画を促す。			
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 50社	1回あたり25社の参加を想定。 大阪商工会議所会員企業のほか、過去に開催した万博参加セミナーなどに参加した大阪府内の事業者、本商工会議所が実施している万博関心者向けの万博関連メールマガジンの府内登録者、府内の商工会議所会員などに参加を呼び掛ける。 ※交流会の実施にあたっては、大阪府内全域から参加できるように、集合形式だけでなく、オンライン形式も検討する。また、情報が届かず参画機会を逃す中小企業・スタートアップ・小規模事業者が出ないように開催広報にも力を注ぐ。		
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	大阪府内の中小企業・スタートアップ・小規模事業者が、大阪府内のエリアを管理・運営する企業・団体と交流することで、大阪・関西万博時にまちなかで開催される実証事業やイベントへの意欲を高め、ビジネス拡大など企業の成長につながる。	指標	交流会で得た情報を大阪・関西万博時にまちなかで開催する実証実験やイベント等への参画検討に活かすと回答した企業の割合	数値目標 80%
	その他目標値	目標値の内容⇒			
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費
		40,400 円 ×	50 社 ×	1.00	2,020,000 円
		合計	50 社	(小計)	2,020,000 円
				計	2,020,000 円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠				
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等		
	②受益者負担	円	負担金の積算		
	<input type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="radio"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果				
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)		
	2,020,000 円 ×	1.00	=	2,020,000 円	(円)
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)
			円		
			円		
			円		
			円		

【備考】

事業名		経営力向上支援事業		事業番号	36	新規/継続	継続
想定する実施期間		2023年度～年度まで		2	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	事業効率化や収益力強化などに関する情報や事業者間の交流機会を提供することで、中小企業・小規模事業者が事業環境の急激な変化に対応し、事業変革などを通じて経営力を向上させることを支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者においては、長期にわたるコロナ禍で大きなダメージを受け、回復もままならない段階で、コスト高、人手不足、デジタル化の加速、社会的要請への対応など、様々な厳しい事業環境に直面している。実際、倒産件数も増えてきており、生き残りをかけて事業の再構築・刷新を推し進め、経営力の向上を図る必要に迫られている。本事業では、既存の事業の効率化や変革、稼ぐ力の向上などの手法に関する情報やノウハウを提供し、事業者間の交流の場を提供することで、企業としての進化、経営力向上を促す。 ※当該事業は支部を中心に行う経営相談支援と相互補完し、経営課題の解決にとどまらず、企業としての成長に向けて支援の相乗を企図する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	企業進化や事業変革に取り組み、経営力の向上を図る大阪府内の中小企業・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	過年度に実施した製造業の生産性向上などを促進する事業には、製造業以外からの受講希望が対象企業の2倍以上寄せられており、また大阪府外からも参加が希望されるなど、本テーマに関するニーズが幅広い業種で非常に高いことが裏付けられた。また、資源高や円安によるコスト高、人手不足など、小規模事業者の中には、コロナ禍後も業績が回復せず事業継続が厳しくなりつつある事業所が増加してきており、既存事業の効率化だけでなく、稼げる事業へのシフト・組織改革が早急に求められている。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<p><人材育成型> 6月「実践できる経営計画・行動計画作成の勘所」(23社)、7月「成果が出る経営計画・行動計画作成に向けた経営分析のポイント」(17社)、8月「元新聞記者が教える 自社のウリを見つける！伝える！新聞形式で考えればわかりやすい」(20社)、「コロナ禍収束後における中小企業の成長戦略～成長戦略を理解して経営力向上に繋げる～」(25.5社)、9月「海外マーケティングセミナー」(21社)、10月「自然災害や感染症のいざに備える「事業継続力強化計画」セミナー」(17社)</p> <p><人材交流型> 8月「基礎から学ぶ現場改善演習(交流18社)」、10月「実践から学ぶ現場改善演習(交流18社)」</p>					
	反省点	アフターコロナで対面形式でのセミナー期待が多く寄せられているが、コロナ前と違い定員数を多く超えての受け入れは難しく、定員超えてメ切をしたあとや当日のキャンセルにより実際の参加者数・支援数が少なくなっている。今後はオンライン活用も含め、参加企業が多くなった際の対応を図る。					
具体的な実施内容・手法	<input type="radio"/> 人材育成型	<p><人材交流型> 既存の事業の効率化や変革、稼ぐ力の向上などの手法に関する情報やノウハウを共有し、ネットワークづくりを促す勉強・交流会の開催(3回程度、集合形式またはオンライン形式)</p> <p><人材育成型> 生産性向上、収益力強化、組織変革などを題材としたセミナーを開催(5回程度、集合形式またはオンライン形式) テーマ(予定)：新規商品開発と既存事業の改善 経営計画の策定、社会情勢を踏まえた経営戦略の構築、 企業価値・ブランド力の向上 ほか</p>					
	<input type="radio"/> 人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズおん型						
	独自提案型						
	事業手法		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果	創業・経営革新
事業手法		(b)本商工会議所などの広報ツール(ウェブサイト、メールマガジンなど)を用いるとともに、金融機関などの協力を得て、大阪府内の事業者の参加を募る。 (d)経営相談支援先への参加勧奨を行うとともに、事業実施後の事業者のニーズに応じた個別支援を行う。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 145社	<人材交流型>45社 <人材育成型>100社 経営指導員による参加勧誘、本商工会議所や他の産業支援機関などの広報媒体（ウェブサイト、メールマガジンなど）の活用、金融機関への広報依頼など					
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	自社の事業を再構築し、企業価値や経営力の向上に取り組むことが企業としての持続的発展につながることを理解する。						
	指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理解が深まったと回答した企業の割合	数値目標	80%				
その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		40,400	円 ×	45	社 ×	1.00	=	1,818,000 円
		20,200	円 ×	100	社 ×	1.00	=	2,020,000 円
		合計		145	社	(小計)		3,838,000 円
	計							3,838,000 円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等				
	②受益者負担	10,000 円		負担金の積算	参加費5,000円 × 2社			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費				補助率		((①市町村等+②受益者負担)	
3,838,000	円 ×	0.75	=	2,878,500	円	(10,000 円)		
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）		
			円					
			円					
			円					
			円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 45社	<人材交流型> 経営指導員による参加勧誘、本商工会議所や他の産業支援機関などの広報媒体（ウェブサイト、メールマガジンなど）の活用、金融機関への広報依頼など	
	支援対象企業の変化	自社の事業を再構築し、企業価値や経営力の向上に取り組むことが企業としての持続的発展につながることを理解する。		
	指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理解が深まったと回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒ 80%	アンケートにおいて、他の事業者との情報共有やネットワークづくりができたと回答した企業の割合		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 100社	<人材育成型> 経営指導員による参加勧誘、本商工会議所や他の産業支援機関などの広報媒体（ウェブサイト、メールマガジンなど）の活用、金融機関への広報依頼など	
	支援対象企業の変化	自社の事業を再構築し、企業価値や経営力の向上に取り組むことが企業としての持続的発展につながることを理解する。		
	指標	アンケートにおいて、各回で取り上げたテーマについて理解が深まったと回答した企業の割合	数値目標	80%
その他目標値	目標値の内容⇒			

【備考】

--

事業名		海外スタートアップとのオープンイノベーション支援・促進	事業番号	37	新規/継続	継続
想定する実施期間		2022年度～	年度まで	3	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	大阪府内の中小企業と海外スタートアップとの連携を促進するため、海外スタートアップとの連携に関する先進的な事例の紹介など情報提供を行う。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	デジタル変革(DX)の動きが加速する中で、アジア各国をはじめとする海外のスタートアップへの投資規模は世界的に拡大しており、海外スタートアップの勃興が目覚ましい。日本の特に中小企業においてもオープンイノベーション実現の一方策として、海外スタートアップとの連携に関心が集まる一方で、契約や商慣習の違いなどから、海外スタートアップとの連携が実現に至っていない企業も多い。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、新規事業の創出につなげる。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	海外スタートアップとの連携を通じて、オープンイノベーションに挑戦する中小企業				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	海外スタートアップとの連携は大企業が中心であり、かつ海外スタートアップも連携先として大企業を挙げるケースが多く、中小企業と海外スタートアップとのマッチング事例はまだ少ない。しかし、単一の市場において中小企業が大きなシェアを持っているケースも少なからずあり、より良いマッチングが期待できる可能性も高いことから、各地で中小企業と海外スタートアップとの連携を支援するの動きが進んでいる。大阪においても、海外スタートアップとの連携による新規事業の創出に向けて、本事業を実施する意義は大きい。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<2022年度> 海外スタートアップ連携事例紹介セミナー【Plug and Play Japan 編】/海外スタートアップ連携事例紹介セミナー【Rainmaking Innovation Japan 編】/海外スタートアップ協業促進セミナー 実施実績：人材育成型 45.5社 <2023年度> 実施調整中(人材育成型140社)				
	反省点	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いことから、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、広報方法・プログラムを工夫、検討する。				
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	海外スタートアップとの連携に関する情報提供、事例発表や支援体制の説明など(2回程度実施) <概要>				
	人材交流型	海外のスタートアップアクセラレータなど、海外スタートアップと日本企業とのマッチングに精通した有識者から、最新動向や注意点、実際に海外スタートアップと連携して事業を推進している事例の紹介、支援体制などを解説してもらうほか、実際の海外スタートアップからの事業プレゼン・協業ピッチなどを通じて、大阪府内中小企業の海外スタートアップとの連携による事業創出を促進する。				
	販路開拓型	<講師案>				
	ハズメ型	スタートアップアクセラレータ、コンサルタント、海外スタートアップと連携する企業など <支援企業数>				
	独自提案型	140社 ※集合形式またはオンライン形式で開催。				
	事業手法	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	
	商-21	海外スタートアップと在阪の中小・中堅・大企業とのオープンイノベーション支援・促進		創業・経営革新		
	(a)大阪府商工労働部成長産業振興室国際ビジネス・スタートアップ支援課スタートアップ拠点形成グループと連携して実施する。大阪イノベーションハブが実施する「OSAKA SPRINGBOARD」とも連携し、双方の事業効果を高める。 (b)本会議所の国際部をはじめとした部署とも連携し、弊所が保有する広報ツール(機関紙、メールマガジン、FAX案内など)を広く活用するとともに、あわせてMOBIOや大阪イノベーションハブ(OSAKA SPRINGBOARD実施主体)のネットワークを活用し、大阪府内事業者に広く周知・募集を行う。					

主な事業の目標	設定根拠及び募集方法⇒	70社×2回程度（コロナ禍が明け、人流が本格的に戻りだしたことにより、大商が実施するマッチングイベントでは1回につき平均70社程度の参加者数を得ているため、同セミナーにおいても左記の目標を設定した。） 本所国際部が実施する海外スタートアップとのマッチング事業とも積極的な連携を行い、海外スタートアップとの連携に関心のある中堅・中小企業への広報等を実施し参加につなげる。同連携を通じて、海外スタートアップと在阪企業のさらなる協業を促進する体制構築を目指す。また、本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集を行い、参加者数の向上を目指す。					
	総支援対象企業数	140 社					
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	最新の動向や先進企業の事例などの紹介を通じて海外スタートアップとの連携による新規事業創出を行う。					
	指標	各回のアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合			数値目標	75%	
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数	係数	標準事業費	
		20,200 円	×	140 社	1.00	2,828,000 円	
			合計	140 社	(小計)	2,828,000 円	
					計	2,828,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠						
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等			
	②受益者負担	円		負担金の積算			
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費				補助率		(①市町村等+②受益者負担)
	2,828,000 円	×	1.00	=	2,828,000 円	(円)	
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割（配分の考え方）	
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		中小企業の生産性向上支援事業		事業番号	38	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020年度～ 年度まで		5	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業を対象に、経営環境の変化や社会的要請などへの対応に向けた人事戦略の刷新やIT活用などによる生産性向上に関する情報やノウハウを提供する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	人手不足や原価高騰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が急がれる。安価なハードやソフトの投資でも十分に生産性向上につながることを多くの中小企業に知ってもらい、ITを利活用することで稼げる企業体質に改善する。社会的要請に応じた現場改善や売上高・付加価値の向上を支援する。					
	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（製造業・商店主等を中心に幅広い業種）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	○改善活動などの「生産性向上」は中小製造業者としても早急に取り組みたい課題であるが、それ以外にも経営環境の変化もあり取引先などからさまざまな要請に応えるよう迫られている。 ○中小事業者の多くは、日々の業務に忙殺され、時間が取れない、人材やノウハウが不足しているなどの理由で取り組みが実施されていないのが現状である。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<2023年度実績> 7月14日 セミナー「売上拡大のためのWebマーケティングとデータ活用」（支援企業数30.5社） 10月23日 セミナー「DX実現は簡単IoTから」（支援企業数29.5社）					
	反省点	一部の講義内容の難易度が高く、中小企業の実務に応用可能であることを事例紹介を用いて説明する必要がある。アンケート結果から、講義についていけない、想像していた内容と違うという声があった。今後のセミナー開催時には、講師との打ち合わせ時に参加企業の属性や、期待される内容を想定して伝え、講義内容を細かく調整する必要がある。					
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	①「商店街×DX」セミナー（仮題）（春頃1回開催） 商店街こそ、DX化を推し進め、地元活性化を図る必要がある。商店街地域を中心とした個店・小規模事業者が生き残るためのDX活用について、成功事例を解説しながら、具体的な取り組み内容を紹介する。 ②ITなどを活用した製造現場の生産性向上に関するセミナー（秋頃1回開催） ユーザー目線にたったITなどの活用方法や中小企業の導入事例について情報提供する。 ※いずれも集合形式で開催。					
	人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズレ型						
	独自提案型						
	事業手法	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 創業・経営革新					
事業手法	(b)本商工会議所の広報ツール（ウェブサイト、メールマガジンなど）を用いて大阪府内の事業者の参加を募る。地域の工業会などにもPR協力を依頼する。 (d)経営相談支援先への参加勧奨を行うとともに、事業実施後のアンケートにおいて経営相談支援ニーズのある企業に対して経営課題の把握や先方のニーズに応じた支援を行う。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 70 社	35社×2回=70社 商工会議所の広報ツール（ウェブサイト、メールマガジンなど）を用いるとともに、大阪府や地域の工業会などの協力を得て広報・募集する。				
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	指標	参加者へのアンケートで、生産性向上への取り組みが理解できたと回答した割合	数値目標	70%		
	その他目標値	目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		20,200 円 ×	70 社 ×	1.00	=	1,414,000 円	
		合計	70 社	(小計)		1,414,000 円	
					計	1,414,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠						
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)				
	1,414,000 円 ×	0.75	=	1,060,500 円	(円)		
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）		
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援	事業番号	39	新規/継続	継続
想定する実施期間		2019年度～	年度まで	6	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	大阪で実証実験を希望する企業を対象にした専門家による個別支援の実施、セミナーにおける実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスの解説や大阪での取組みのPRを通して、より効果的な実証実験の実施を後押しし、大阪でのビジネス創出につなげる。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	現在のさまざまな社会課題を解決するために、AIやIoTといった第4次産業革命技術の活用が期待されている。ただ、そうした先端技術を活用したビジネスを創出するためには、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスが不可欠である。大阪府・市・大阪商工会議所では、「実証事業推進チーム大阪」を設置し、実証実験の支援を希望する事業者からの提案を一元的に受け付け、大阪府・大阪市の関連施設や公共空間、賛同を得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に支援している。当事業では、こうした動きをさらに加速させるため、専門家からの事業内容に対するアドバイスの活用やセミナーでの「実証実験」のプロセス解説、大阪での取組みのPRを通して、より効果的な実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出につなげる。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	先端技術を活用した実証実験の実施を通じて、社会課題解決ビジネスの創出をめざす中小企業				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2025年大阪・関西万博では、「未来社会の実験場」がコンセプトに掲げられており、大阪で革新的な実証が次々に実施される「実証事業都市・大阪」実現に対する企業の期待は非常に高い。また、SDGs（持続可能な開発目標）が世間の注目を集める中、社会課題解決ビジネスの創出をめざす企業も増えてきている。こうした中、社会課題の解決を図るための技術等の実証実験を行う際、自社で設定した課題や実証実験の方法など、専門家などからアドバイスを求めるニーズが出ている。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2022年2月15日：実証事業都市・大阪セミナー（参加者数：122人、支援企業数44.5社） 2023年度は2024年2月に集合形式とオンライン形式のハイブリッドで開催予定。				
	反省点	オンライン開催のみ実施したことにより、例年より多くの参加希望があり、本事業のテーマに対して企業の関心度の高さがうかがえた。一方で、府外の参加者が多かったこと、当日都合がつかずに視聴されなかった方が多いことに加え、オンラインで開催した際のアンケート回答率の悪さから、支援企業数が伸び悩んだ。				
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	【専門家による個別支援】 大阪で実証実験を希望する企業を対象に、実証実験の方法や技術課題へのアプローチ方法などを記載した事業計画書の確認および事業内容に対するアドバイスを専門家が実施することで、より効果的な実証実験の実施につなげる。随時実施。				
	人材交流型	<実施方法> 実証希望企業の事業計画書について書面で内容確認 <講師案> 大学教授、コンサルタント、実証実験実施企業など <支援企業数> 10社				
	販路開拓型	【実証事業都市・大阪セミナー】 現在のさまざまな社会課題を解決するために、AIやIoTといった先端技術の活用が期待されている。ただ、そうした先端技術を活用したビジネスを創出するためには、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスが不可欠。そこで、先端技術を活用した社会課題解決ビジネスの創出に向け、個別支援先の企業をはじめ、大阪で実証実験を希望する企業を対象に、実証実験の「プロセス」の重要性を解説するとともに、大阪における実証支援の取り組みや実施事例を紹介し、大阪で実証実験を行うことの優位性を伝えるセミナーを1回程度開催することで、大阪が実証都市の先端というイメージを作り、より効果的な実証実験の実施へ向けた支援、実証実験案件の発掘に取り組む。				
	○ ハズメ型	<開催方法> 集合形式とオンライン形式のハイブリッド開催、もしくはオンライン形式のみ <講師案> 大学教授、コンサルタント、実証実験実施企業など <支援企業数> 50社				

		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果
		商-2	社会課題解決ビジネスの創出・成長支援		創業・経営革新
事業手法		<p>(a)大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施する。専門家の選定にあたっては、同課の審査会の委員やこれまで実証実験を実施した企業や本商工会議所の有するネットワークを活用することとする。</p> <p>(b)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2号投資事業有限責任組合（通称「イノベーションファンド25Next）」の利用、大阪府や民間金融機関などが実施するビジネスプランコンテストへの応募を促す。</p> <p>(c)本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）を広く活用し、あわせて大阪府商工労働部のネットワーク、メールマガジンなどを活用し、府内事業者に広く周知・募集を行う。</p>			
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 60社	<p>【専門家による個別支援】10社 過去の実証実験支援実績から10件程度の申込を見込む。</p> <p>【実証事業都市・大阪セミナー】50社×1回 社会課題解決ビジネスや2025年大阪・関西万博への関心の高さから、50社程度の参加を見込む。</p> <p>本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集する。</p>		
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	<p>実証実験のプロセスの重要性の解説や実証支援の取り組み、企業事例の紹介などにより、実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出を促す。</p>			
	指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費
		101,000 円 ×	10 社 ×	1.00 =	1,010,000 円
		20,200 円 ×	50 社 ×	1.00 =	1,010,000 円
		合計	60 社	(小計)	2,020,000 円
				計	2,020,000 円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠					
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等		
	②受益者負担	円	負担金の積算		
	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率	((①市町村等+②受益者負担)		
	2,020,000 円 ×	1.00 =	2,020,000 円	(円)	
補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）
			円		
			円		
			円		
			円		

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 10社	<専門家による個別支援> 本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集する。	
	支援対象企業の変化	大阪で実証実験を希望する企業を対象に、実証実験の方法や技術課題へのアプローチ方法などを記載した事業計画書の確認および事業内容に対するアドバイスを専門家が実施することで、より効果的な実証実験の実施につなげる。		
	指標	実証事業推進チーム大阪（構成：大阪府、大阪市、大商）に実証実験のエントリーを行った企業数	数値目標	10社
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 50社	<実証事業都市・大阪セミナー> 本商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内など）の他、各連携機関のメールマガジンなどで周知・募集する。	
	支援対象企業の変化	実証実験のプロセスの重要性の解説や実証支援の取り組み、企業事例の紹介などにより、実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出を促す。		
	指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

事業名		生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業	事業番号	40	新規/継続	継続
想定する実施期間		2020年度～	年度まで	5	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者の生産性向上や販路開拓に有用なIT・デジタルツールやシステムに関する情報を提供し、その具体的な導入や利活用を促進・支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者における生産性向上で最も効果的なのがIT・デジタル導入である。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、導入効果を見きわめるのは難しい。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・デジタル・動画など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中小企業・小規模事業者は少ない。加えて、今般のコロナ禍で、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などさまざまな変化への対応が課題となっている。そこで、中小企業・小規模事業者が導入しやすいツール・システムに関する情報を提供し、具体的な導入や利活用を支援する。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	①既に何らかのIT投資をしているものの、社内に情報系の専門人材がおらず、システム更新やのりかえにあたって費用対効果がわかりにくい中小企業。IT導入で業務効率化を図りたいが、何から手を付けてよいかわからない中小企業。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 ②IT・デジタル・動画を活用して販路拡大したいが何から手を付けてよいかわからない中小企業・小規模事業者、商店街				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	IT導入を通じた生産性向上は、必ずしも経営者層に浸透していない。また、IT・デジタル・動画を活用した販売・営業活動に関心があるものの、具体的なサービスや活用方法を把握していない中小企業・小規模事業者は多い。ITによる生産性向上・販路拡大の成功事例を多数紹介することで、より多くの企業の関心を喚起する必要がある。さらに、IT活用に前向きな企業に対し、IT人材育成や費用対効果、自社に合ったITシステムなど、多様なメニューを提示、具体的なサービスの導入サポートが求められる。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2023年度の実施状況は以下の通り。 ①9月に大阪信用金庫、日本電信電話ユーザー協会との共催で「中小企業DXセミナー」を開催。中小企業のデジタル化推進を支援するため、関連内容の基調講演を行った。また、参加者に対し、ITコーディネータによる相談や、会員向けに優待提供する関連各社のITツールの利用を呼び掛けた。共催先にも広報協力を依頼したところ、183人の申し込みがあり、147人が参加した(支援企業数:110.5社) ②「LINE」「Amazonビジネス」「動画制作」などをテーマにセミナー・相談会を開催。(支援企業数:セミナー205.5社、相談会35社)				
	反省点	①セミナーでは、一定数の参加者を集めることができた。一方で、実際のIT導入相談やツール導入につながるものは少なかった。セミナーの内容自体には満足であり、何かしなくてはと考えているが、人材不足で取り組めないという感想も多々あった。次年度は、テーマ選択や他団体との協力等で個々の参加者のニーズへの対応力を強化し、実際のIT導入相談やツール導入につなげる割合を増やすなど、情報提供だけにとどまらない構図を目指す。 ②ICTサービスを提供する企業に直接相談し、各サービスの活用方法も知ることができると、参加者からは概ね好評であった。次年度は参加者数の増加に向け、テーマ選択や広報に一層力を入れる。				
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	①中小企業DXセミナー(仮称)(集合形式) 「大商IT化推進サポーターズ」のサービス紹介、集客力のある関連団体もしくは企業と共催のセミナーを開催し(9月頃)、中小企業経営におけるIT導入を支援する。支援企業数:100社(人材育成型)				
	○ 人材交流型	②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー、相談会・交流会 (集合形式またはオンライン形式)				
	販路開拓型	<人材育成型>セミナーを3回程度開催。SNS広告やアプリ活用、自社EC、WEB・オンライン接客ツール、動画など、IT・デジタルを活用したサービスを提供する企業が1回に1~複数社登壇し、各社のサービスやそれを活用した販路開拓などについて講話する。支援企業数:190社				
	ハズメ型	<人材交流型>テーマに応じてIT・デジタル・動画を活用したサービスを提供する企業の担当者との個別面談または参加者同士の交流会、意見交換を実施する。個別面談実施時参加者は、導入に向けた具体的な流れや業務改善方法などについて登壇企業担当者から直接説明を受けることができる。また、参加者がサービスを導入することになった場合、ここでの担当者に導入までサポートしてもらう。交流会・意見交換会の場合は、同じ悩みを持つ参加者同士で交流・意見交換してもらう。支援企業数:15社				
	独自提案型					
	事業手法	(a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	IT・IoT
		(b)商工会議所の取引開拓支援サイト「ザ・ビジネスモール」や、商工会議所、大阪府が発信するメールマガジンなどを通じて大阪府内事業者の参加を募る。 (d)経営相談支援先の事業者に当該事業の参加を勧めるとともに、当該事業の参加事業者が別途経営上の課題に当面している場合には適宜経営相談支援につなぐ。				

主な事業の目標	設定根拠及び募集方法⇒	①中小企業DXセミナー（仮称） 人材育成型：100社 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイト、共催先の協力などで参加を募集する。 ②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー、相談会、交流会 人材育成型：190社、人材交流型：15社 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイトなどで参加を募集する。										
	総支援対象企業数	305社										
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	生産性向上や販路開拓などに向けてITが有用であることの認識を深め、具体的な導入や利活用の意欲が高まる。 <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:10%;">指標</td> <td style="width:60%;">アンケートにおいて、「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」と回答した企業の割合</td> <td style="width:10%;">数値目標</td> <td style="width:20%;">75%</td> </tr> </table>								指標	アンケートにおいて、「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」と回答した企業の割合	数値目標
指標	アンケートにおいて、「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」と回答した企業の割合	数値目標	75%									
その他目標値	目標値の内容⇒											
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費				
		20,200	円 ×	100	社 ×	1.00	=	2,020,000	円			
		20,200	円 ×	190	社 ×	1.00	=	3,838,000	円			
		40,400	円 ×	15	社 ×	1.00	=	606,000	円			
			合計	305	社	(小計)		6,464,000	円			
					計		6,464,000	円				
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等								
		②受益者負担	円	負担金の積算								
		(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果					
		標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)						
		6,464,000	円 ×	0.75	=	4,848,000	円	(円)			
	補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）						
				円								
				円								
				円								
				円								

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 100社	①中小企業DXセミナー（仮称） 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイト、共催先の協力などで参加を募集する。		
	支援対象企業の変化	生産性向上や販路開拓などに向けてITが有用であることの認識を深め、具体的な導入や利活用の意欲が高まる。			
	指標	アンケートにおいて、「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」と回答した企業の割合	数値目標	75%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 190社	②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー <人材育成型> 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイトなどで参加を募集する。		
	支援対象企業の変化	生産性向上や販路開拓などに向けてIT・デジタル・動画が有用であることの認識を深め、具体的な導入や利活用の意欲が高まる。			
	指標	アンケートにおいて、「IT・デジタル・動画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」と回答した企業の割合	数値目標	75%	
その他目標値	目標値の内容⇒				
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15社	②販路開拓などのためのIT・デジタル・動画活用セミナー・相談会・交流会 <人材交流型> 本商工会議所機関紙、メール配信、FAX、Webサイトなどで参加を募集する。		
	支援対象企業の変化	生産性向上や販路開拓などに向けてIT・デジタル・動画が有用であることの認識を深め、具体的な導入や利活用の意欲が高まる。			
	指標	アンケートにおいて、「IT・デジタル・動画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」と回答した企業の割合	数値目標	75%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

【備考】

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業	事業番号		41	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011年度～	年度まで	14	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	大阪府、大阪信用保証協会、地元金融機関、日本政策金融公庫が参画する地域金融支援ネットワークの活動として、大阪府の金融施策普及と中小企業・創業希望者の支援強化を目的にセミナーや交流会などを実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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参画する地域金融支援ネットワークにおいて、「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、中小企業や創業希望者の資金需要に応え成長を支援する。これら事業者に対し、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・支部で、事業者の各種支援ニーズをはじめ、中小企業や創業希望者のさまざまなニーズに対し「金融と経営支援の一体的取り組み」の推進を強化する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者・中小企業、大阪府内での創業をめざす者（大企業の社員、府外に在住する個人などを含む）					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2023年度に本商工会議所会員事業者から商工業者法定台帳などで聞いた経営の関心項目のうち、「融資・資金繰り」を挙げた事業者は17,911件中2,653件で、全体の14.8%を占めている。また、本商工会議所の創業支援を受けた創業者などからは、相談により事業計画の作成方法がわかった、内容が改善した、客観視できた、などの成果があったとの声があり、金融支援と併せて事業計画策定などの経営支援を行う効果は高く、その入口として当事業が大きな役割を果たすと考えられる。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<p>【本部開催分】2023年度は、6月に制度説明会（支援企業数51.5社）、相談会（同27社）、11月に地元金融機関との交流会（同113社）を実施。2月に金融力強化セミナーを実施予定。また、公的融資制度紹介冊子を新規作成し、「開業サポート資金」「小規模企業サポート資金」のチラシとあわせセミナーなどで参加者に提供し、広くPRした。</p> <p>【支部開催分】2022年度の支援実績は、支部金融説明会104.5社 支部金融個別相談会218社（2023年度は集計中）。制度説明会では大阪府商工労働部金融課や税理士などを講師に迎え、大阪府制度金融の情報提供を行い、金融個別相談会では継続的な金融支援と一体化した制度融資の利用を促進した。</p>					
	反省点	<p>【本部開催分】融資制度紹介等の際しポイントを絞って情報を伝えてもらうとともに、各金融機関から融資事例を説明してもらったことで、満足率は高かった（94.1%）。次年度は、エネルギー・原材料費高騰、物価高などの影響もあり、中小企業は今後も資金繰りに頭を悩ます状況が続くと考えられる。そのような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>【支部開催分】事業者が自社の財務体質や経営状態を把握するのに必要な「資金繰り」や「金融機関との関係構築の方法」などのニーズが高いテーマを設定し、融資への関心を喚起して説明会の情報提供を行う。さらに、大阪府商工労働部金融課にも出講してもらい、制度金融について事業者のニーズに沿った具体的な支援策を説明して制度融資の周知・普及を行っていく。</p>					

具体的な実施内容・手法	○	人材育成型	【本部開催分】地域支援ネットワーク参画機関間の情報共有・交換と「金融と経営支援の一体的取り組み」のさらなる推進のため、地域金融懇談会を2回程度開催する。地域の中小企業の経営状況や動向を把握し、以下のセミナー・相談会などに効果的に反映させ、大阪府の金融施策を実現できるよう参画機関間の協力体制を強化する。また、参画機関と連携し、大阪府の制度融資に関する広報物を作成し広く配布して制度の普及を図る。①②ともに府制度融資の説明・PRを行い、事業実施後などに随時実績を報告する。					
	○	人材交流型	①大阪府の制度融資などを紹介する説明会、セミナーなどの開催（人材育成型） 中小企業や創業希望者向けに、大阪府の制度融資や地域支援ネットワークの取り組みを紹介する説明会、セミナーを集合形式もしくはオンライン形式で開催する。開催に際しては、その時々に応じた事業者の経営課題解決に役に立つ企画とし、訴求力を高めるよう留意する。					
		販路開拓型	②地域金融機関との交流会や個別相談会の開催（人材交流型） 事業者と参画機関の交流会や相談会などを集合形式もしくはオンライン形式で実施し、資金調達や経営支援につながる関係構築を支援する。また「開業サポート資金」などについて、計画的にPRを行うとともに「特定創業支援等事業」として実施する開業スクールでチラシ配布・説明を行う。					
		ハズ'お'型	【支部開催分】支部において制度融資や公的融資に関する説明会と個別相談会を開催する。必要に応じて、大阪府、公益財団法人大阪産業局 設備支援部、大阪信用保証協会、日本政策金融公庫、民間金融機関などに協力を仰ぎ、経営指導員の支援のもと、府制度融資や公的融資の利用に向けた事業計画書作成や資金繰り計画書作成などの相談につなげる。金融相談会を通じて、支部の各管轄区に所在する納税協会、産業会、工業会、個人タクシー協会、商店街振興組合などと連携して、きめ細かい伴走型の支援を行う。さらに、来所が困難な事業者に対しては、電話やオンラインを活用するなど、本事業の支援を必要とする事業者に広く利用してもらえるよう柔軟に対応する。					
		独自提案型	③金融説明会の開催（人材育成型） ④金融相談会の開催（人材交流型）					
事業手法	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
	商-27		地域の金融機関や支援機関との「地域支援ネットワーク」推進事業				その他	
	(a)大阪府商工労働部金融課および地域支援ネットワーク参画機関などと事業運営で連携しながら実施する。セミナーや相談会などにおけるアンケート内容を報告することにより、効果的な府制度融資への反映に努めていく。 (b)地域支援ネットワーク参画機関などの協力を得て、大阪府内全域からの集客に努める。 (d)交流会やセミナー、個別相談などにより、創業希望者や潜在的な成長力を持つ小規模事業者・中小企業への啓発普及を通じて相談ニーズを把握し経営支援につなげ、事業所カルテ化を図る。また、既カルテ化事業所にも各種事業をPRし、参加を勧奨する。							
主な事業の目標	総支援対象企業数		設定根拠及び募集方法⇒	【本部開催分】セミナーなど160社、交流会・相談など135社 【支部開催分】金融説明会81社、相談会177社 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。				
	支援対象企業の変化（代表的な指標）		参加企業が説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる。					
	指標	アンケートにおいて、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回答した割合			数値目標	85%		
その他目標値		目標値の内容⇒						

算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200	円 ×	160	社 ×	1.00	=	3,232,000	円	
		40,400	円 ×	135	社 ×	1.00	=	5,454,000	円	
		20,200	円 ×	81	社 ×	1.00	=	1,636,200	円	
		40,400	円 ×	177	社 ×	1.00	=	7,150,800	円	
		合計		553	社	(小計)		17,473,000	円	
						計		17,473,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠									
	算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
		②受益者負担	円		負担金の積算					
<input type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携		(c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果					
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)						
17,473,000		円 ×	1.00	=	17,473,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
			円							
			円							
			円							
			円							

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 160社	①本部開催分 説明会・セミナーなど（人材育成型） 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。	
	支援対象企業の変化	参加企業が説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる。		
	指標	アンケートにおいて、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回答した割合	数値目標	85%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 135社	②本部開催分 交流会・相談など（人材交流型） 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。	
	支援対象企業の変化	交流会への参加企業が、自社に役立つ融資に関する情報や、課題解決に関する情報、あるいは金融機関とのパイプを得ることができる。個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する。		
	指標	アンケートにおいて、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回答した割合	数値目標	85%
その他目標値	目標値の内容⇒ 80%	個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する割合		
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 81社	③支部開催分 金融説明会（人材育成型） 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。	
	支援対象企業の変化	参加企業が説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる。		
	指標	アンケートにおいて、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回答した割合	数値目標	85%
その他目標値	目標値の内容⇒			
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 177社	④支部開催分 金融相談会（人材交流型） 機関紙「大商ニュース」、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域支援ネットワーク参画機関を通じて広くPRする。	
	支援対象企業の変化	個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する。		
	指標	個別相談を実施した事業者などが、融資申し込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する割合	数値目標	85%
その他目標値	目標値の内容⇒			

事業名		小規模事業再生サポートセンター事業	事業番号	42	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010年度～	年度まで	15	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	中小企業・小規模事業者を対象に、資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営安定化、さらには整理・清算のための支援などを行う。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府内全域を対象に、特に小規模事業者の資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営の安定化、清算などに特化したサポート事業を展開することで、小規模事業者の事業再生を促し、大阪府内の廃業率の改善に資することをめざす。事業の実施にあたっては、案件内容に応じて「大阪府中小企業活性化協議会」とも連携を行う。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者(約22万事業者)				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	現在の小規模事業者を取り巻く環境は、人手不足や燃料・原材料費の高騰が重なり、引き続き厳しい状況にある。コロナ感染融資の元本返済が始まったが、人件費や原材料の調達費の増加で、十分な利益が出せず、資金繰りがうまくいかないなどの相談が増加しており、収益力改善や事業再生支援が急務である。また現在は金利が上昇局面にあり、借入金利の上昇も予想され、倒産予備軍が増える可能性がある。今後も「大阪府中小企業活性化協議会」と連携しながら、危機回避、倒産回避に向けて支援していく。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<p>【2022年度】 新規：134社、継続：68社、支援の結果「資金繰り改善・危機回避」が実現した事業者数：17社</p> <p>【2023年度】 2023年10月末日までに、新規104社、継続47社の合計151社の相談があった。これは、前年同期と比べ、継続は19%減であったが、新規は14.3%増となり、新規の事業者の利用が伸びた。特に、経営安定特別相談室では製造業・サービス業を中心に相談が増加した。全体では事業承継・廃業に関する相談が相談件数の半数を占め、事業承継では、①取引先への事業承継を検討しており、円滑な清算方法についての相談、②代表者親族に株式が分散しており、どのように事業承継を進めればよいかという内容の相談があった。廃業については、①資金繰りが厳しく廃業したいが、前社長や従業員への債務があり整理が困難との相談、②新型コロナウイルス感染症の影響で事業継続が難しく、会社の閉鎖に向けたロードマップを検討したいとの相談があった。</p>				
	反省点	<p>リスク中の企業が売上げをあげるために「何か他に対策がないのか」「融資以外で生き延びる方法はないか」など、ビジネスモデルの転換、事業再構築の相談も寄せられている。これからは融資や補助金頼みではなく、企業が前向きに自ら変革し、稼ぐ力を向上していくことが求められ、本商工会議所としては、販路拡大やデジタル化支援、新事業創出支援など専門相談や他の地域活性化事業とも連携し、危機回避、倒産回避に向けて売上拡大の支援も併せて行っていく。また、本事業の一層の周知に努める一方、早めの相談、継続的な相談を積極的に喚起し続け、的確な対応に努める。</p>				
具体的な実施内容・手法	人材育成型	以下の(1)～(4)の支援を年間を通じて事業者に対して継続的に実施する。 (支援企業数：新規120社、継続55社)				
	人材交流型	(1) 資金繰り難や経営難に陥っている小規模事業者に対し、同サポートセンター経営指導員が再生に向けた事業計画書作成や資金繰り対策、金融機関との折衝方法などについて助言を行う。				
	販路開拓型	(2) 経営難など相談内容に応じ、専門家の助言を得て再生に向けた対策や事業計画書作成支援などを行う。				
	○ ハズ'お型	(3) 危機回避後は、経営の安定化を図るため各種支援を継続的に行う。				
	独自提案型	(4) やむなく事業を整理せざるを得ないと判断される事業者については、速やかな清算に向けての指導を行う。				
	事業手法	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○
その他						
<p>(b)大阪市外の事業者については大阪府内商工会議所・商工会と、また案件に応じて大阪府中小企業活性化協議会との連携を密にして事業を実施する。</p> <p>(d)相談支援で対応できない、資金繰りなどの高度な経営課題に対応することで、相談支援から地域活性化事業への参加という相乗効果が図られる。他の商工会議所・商工会から相談案件をつないでもらうことで他団体の「支援機関へのつなぎ」実績に貢献できる。</p>						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 175社	新規支援企業120社、前年度支援企業55社 (2022年度実績(新規・134社、継続・68社)、2023年度進捗状況から算出) 本事業の周知は、機関紙「大商ニュース」やウェブサイト・メール案内などによる広報、各種セミナーなどでの案内パンフレット・リーフレットの配布などを通じて行う。						
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	「倒産回避および経営の安定化」と「や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」を実現する。							
	指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」			数値目標	20社			
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		101,000	円 ×	120	社 ×	1.00	=	12,120,000	円
		101,000	円 ×	55	社 ×	0.50	=	2,777,500	円
		合計		175	社	(小計)			14,897,500
								計	14,897,500
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
	②受益者負担	円		負担金の積算					
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	14,897,500	円 ×	0.75	=	11,173,125	円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		支援企業数	役割(配分の考え方)			
			円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 120社	<新規支援企業> 本事業の周知は、機関紙「大商ニュース」やウェブサイト・メール案内などによる広報、案内パンフレット・リーフレットの配布などを通じて行う。	
	支援対象企業の変化	「倒産回避および経営の安定化」と「や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」を実現する。		
		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
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 55社	<前年度支援企業> ※前年度から支援継続	
	支援対象企業の変化	「倒産回避および経営の安定化」と「や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」を実現する。		
		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
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【備考】

事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー	事業番号		43	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014年度～	年度まで	11	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	中小企業が対象となる環境関連法令や、省エネ・新エネなどへの取り組みに資する情報を提供し、法令順守や環境経営の推進を通じた経営改善や新事業展開などへの取り組みを支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	国が、2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにする方針、いわゆる「カーボンニュートラル」を表明したことを受けて、わが国のCO2排出の9割を占めるエネルギー分野において、省エネルギーへの取り組みはもとより、エネルギー需要の電化や水素化を進展させ、電源の再エネ主力化・次世代蓄電池や安価な水素の大量供給など需給両面の抜本的な構造転換を図ることが求められている。企業にとっては、新エネ・省エネへ取り組むチャンスであり、具体的な対応策についての情報ニーズも高まっている。また、環境関連法令は、規制強化の方向で新規制定・改正されている一方で、中小企業はこうした情報をタイムリーに収集できる機会が不足しており、知らぬ間に法令違反を犯してしまう可能性がある。そこで、省エネ・新エネや、環境法令に関する情報を提供するセミナーを開催することにより、自社の課題の解決や新事業展開のための課題抽出に役立ててもらう。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内中小企業の環境部門責任者・担当者 省エネの取り組みに関心のある中小企業の経営者、施設・エネルギー管理担当者 エネルギー分野で新規事業展開をめざす中小事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業規模を問わずコンプライアンスが求められる中、自社だけでは十分な情報収集ができない中小企業からは、規制強化の方向で新規制定・改正される環境関連法令について、法令の内容や企業の対応方法などの分かりやすい解説を求めるニーズが高い。また、電気料金の値上げなどが背景で、積極的に省エネ・節電に取り組む企業が増えている。一方で、燃料電池車、水素ステーションなど、新エネルギー活用の機運が高まりつつあり、新たなビジネスチャンスをめざし、新エネルギー関連産業の情報が求められている。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	2023年度 「省エネ・省CO2セミナー」7月14日開催（支援企業数76.5社） 「エネルギービジネス分野参入促進セミナー」11月1日（同27社） 「省エネ・省CO2セミナー」2024年1月24日（同110社） 「エネルギービジネス分野参入促進セミナー」2024年2月14日（同41社）					
	反省点	省エネ・省CO2セミナーでは、カーボンニュートラル達成に向けた省エネの重要性について、専門家から解説したほか、企業の取り組み事例、行政からの施策紹介を行うことで、幅広く省エネ・省CO2に資する情報提供を行い、また、エネルギービジネス分野参入促進セミナーでは、新エネルギー分野への取り組みを進める企業からの事例紹介を行ったが、大企業の参加企業が多く、中小企業の参加者数が伸び悩んだ。中小企業でも取り組みやすい事例紹介を増やすなど、中小企業の参加を促進するプログラム構成で開催するように努める。					

具体的な実施内容・手法	○	人材育成型	①カーボンニュートラル情報発信セミナー（2回程度、集合形式またはオンライン形式） 水素関連産業や蓄電池、再生可能エネルギー分野などのカーボンニュートラルに資する先端技術などの現状・見通しの解説や、先進的に同分野に取り組む企業の事例発表、大手企業の最新ニーズ発表、講演会後に名刺交換会や交流会を実施し、参加者と講演者との交流の場を設けることで、同分野に中小企業が新規参入しやすい環境を整え、大阪でのカーボンニュートラル技術のビジネス化を後押しする。講師は、エネルギービジネス分野事業者、先進的にカーボンニュートラル技術に取り組む大手・中堅・中小事業者、所管省庁や大阪府、大学教授など。＜支援企業数140社＞ ②中小企業のための省エネ・省CO2セミナー（2回程度、集合形式またはオンライン形式） エネルギー政策・カーボンニュートラル達成に向けた現状や見通し、先進的に節電・省エネや再生可能エネルギーの活用に取り組む企業の事例発表、CO2排出量の見える化や測定方法の解説などにより、エネルギー課題への対応を支援する。あわせて、国の施策や省エネ機器導入などに活用できる補助金の情報なども提供する。講師は、省エネの専門家、大阪府、先進的に省エネに取り組む事業者（省エネ大賞受賞企業など）。＜支援企業数200社＞						
		人材交流型							
		販路開拓型							
		ハズ'オ'型							
		独自提案型							
		○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果
		商-4	カーボンニュートラル技術実装促進				その他		
		商-10	脱炭素経営へ向けた取組み支援				その他		
		事業手法		(a)①大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と共同で実施。大阪府のカーボンニュートラル技術実装推進事業のプラットフォーム(R5年度「大阪スマートエネルギーパートナーズ」「おおさかスマエネインダストリーネットワーク」企業)参加企業とのネットワーク強化を図る。②大阪府立環境農林水産総合研究所や大阪府環境農林水産部と共同で実施。 (b)MOBIOのネットワークや大阪府立環境農林水産総合研究所、大阪府のメールマガジンを活用し、大阪府内事業者にも周知・募集を行う。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 340社	カarbonニュートラル情報発信セミナー：70社×2回程度 中小企業のための省エネ・省CO2セミナー：100社×2回程度 商工会議所主催水ビジネス関連セミナーの過去参加者への案内やTeam E-Kansaiなど関係団体のメールマガジンも活用しながら、大阪府内の中小企業に参加を呼びかける。セミナーの告知は、本商工会議所の広報ツール（メールマガジン、FAX案内、過年度の同事業におけるセミナー参加者への一斉情報提供）の他、各連携機関・支援機関のメールマガジン（MoTTtoメール、MOBIOメルマガ、けいはんなポータル、中小機構近畿メルマガなど）を通して周知・募集する。					
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	支援企業が自社に関連のある環境法令とその対応方法やエネルギー課題への理解を深め、受講企業が自社独自で環境法令対応や省エネ・省CO2の取り組み、また、大阪でのCarbonニュートラル技術のビジネス化などを進めていくための実務的基礎知識やスキルの習得・向上する。						
	指標	アンケートにおいて、当該事業で得た知識などを自社の課題解決や新事業の展開などに役立てると回答した割合	数値目標	80%				
その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		20,200 円 ×	340 社 ×	1.00	6,868,000 円			
			340 社	(小計)	6,868,000 円			
				計	6,868,000 円			
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
	②受益者負担	円	負担金の積算					
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果				
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)					
	6,868,000 円 ×	1.00	=	6,868,000 円	(円)			
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流	事業番号	44	新規/継続	継続
想定する実施期間		2012年度～	年度まで	13	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	大阪産業技術研究所や大学の研究成果、技術シーズの発表会や交流会などを開催し、主に中小製造業者がそれらを活用して高付加価値製品を開発することや技術力を向上させることを支援する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大手企業の生産拠点が海外（特にアジア地域）に流出し、大手企業と中小製造業者の下請・協力関係が解消・希薄化するなどの経営環境の変化もあいまって、中小製造業者は自律的な事業展開に向けて付加価値の高い自社製品の開発や次世代ものづくりに向けた技術力の向上などを求めている。しかしながら、中小製造業者は、財政的にも人的にも制約があり、それらに投入できる経営資源に限界がある。その一方で、大阪府域には高度な基礎研究などを行っている大学や中小製造業者の技術支援を長年にわたって行ってきた公設試があり、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（技術力向上やビジネス展開を求める中小製造・加工業者など）				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小製造業者が大学や大阪産業技術研究所が有する最新の研究成果（技術シーズ）に関する情報を入手できる機会として、下欄の通り参加者を得ている。環境・省エネをはじめ、今後成長・発展が見込まれる産業分野・テーマをさらに取り上げることで企業のニーズを掘り起こし得る。				
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<p>〈2023年度〉</p> <p>8月9日産学連携セミナー「カーボンニュートラルはビジネスチャンス！」（支援企業数80社）</p> <p>9月5日～2024年3月1日産学連携セミナー「カーボンニュートラルはビジネスチャンス！」（アーカイブ配信）</p> <p>10月13日～10月22日「産業技術支援フェア in KANSAI2023」（支援企業数40社）</p> <p>11月16日「第38回 大阪大学大学院基礎工学研究科 産学交流会」（支援企業数32社）</p>				
	反省点	産学連携に向けて、講演者や関係各所と調整するとともに、実施後のアンケートなどで登壇者や発表されたテーマについて連携の可能性があるか聞き取りに参加者に行い、希望者には面談を調整するよう努める。また、会場とオンラインを併用した開催形式とし、幅広い事業者に最新の研究成果や先端技術に触れる機会を提供し、産学連携の促進に努める。				
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	【対象】発表分野における技術力向上やビジネス展開を求める中小製造・加工業者など 【支援企業数】240社 【内容】				
	人材交流型	①大阪府内及び周辺地域の大学の研究成果（技術シーズ）活用のためのセミナー（2回程度） ＜開催時期＞2024年5月～2025年2月頃 ＜開催場所＞本商工会議所など（もしくはオンライン） ＜テーマ分野（予定）＞基礎工学、人工知能、ロボティクス、エネルギーなど				
	販路開拓型	＜発表者＞大阪・関西圏の大学の教員・研究者など				
	ハズむ型	②大阪産業技術研究所の研究成果（技術シーズ）活用など、産業技術支援に関する発表会 ＜開催時期＞2024年11月頃 ＜開催場所＞本商工会議所、大阪産業創造館など（もしくはオンライン） ＜共催（予定）＞大阪産業技術研究所、大阪産業局など				
	独自提案型	＜テーマ分野（予定）＞化学・バイオ、金属、機械・システム、電子・電池・ナノテク、高分子、エネルギーなどを網羅的にカバー ＜発表者＞公設試の研究員など				
	事業手法	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	
	商-23	(地独)大阪産業技術研究所 (ORIST) 連携事業		その他		
	局-3	ものづくり支援拠点 (MOBIO) 連携推進事業		その他		
(a)(b)大阪府商工労働部ものづくり支援課、MOBIO、大阪産業技術研究所と連携して事業を運営。そのネットワークを利用して大阪府内中小製造業者への広報を行う。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 240社	80社×3回程度 募集方法は、本商工会議所や大学・大阪産業技術研究所、ものづくり振興事業の過去参加者、MoTTo OSAKAメール、MOBIOメルマガ、その他産業支援機関（けいはんな、中小機構近畿など）のメールマガジン配信など。				
	支援対象企業の変化（代表的な指標）	大学や大阪産業技術研究所などの研究成果を今後のビジネス（ものづくり）の参考にしてもらうほか、技術相談、共同研究、委託研究、施設利用など、より強固な産学公の連携に結びつける。					
	指標	アンケートにおいて、得た知識を今後の製品や技術の開発に役立てると回答した割合	数値目標	70%			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		20,200 円 ×	240 社 ×	1.00	4,848,000 円		
			240 社	(小計)	4,848,000 円		
				計	4,848,000 円		
		独自提案単価及び独自補正係数の根拠					
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
	4,848,000 円 ×	1.00	=	4,848,000 円	(円)		
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割（配分の考え方）		
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		専門家連携型経営相談 交流会		事業番号	45	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで		11	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	事業者の課題解決に資する専門家派遣制度の利用促進を図るため、制度の紹介、専門家による自己アピールなどを含めた専門家との交流会を開催する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者が抱える高度な経営課題に対応するため、本商工会議所では専門家派遣制度による支援を行っている。経営指導員と各種専門家がお互いの強みを活かして連携強化を図り、より効果的な経営支援サービスを提供することで支援先から高い評価を受けている。そこで、本事業を通じて、中小企業・小規模事業者に対し専門家派遣制度を周知・紹介するとともに、自社の課題解決にふさわしい専門家との出会いの場を提供する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	自社の経営力強化に向けて、さまざまな経営課題を抱えている、もしくは新分野進出、販路開拓など、将来の成長に向けた取り組みを進めたい大阪府内の中小企業・小規模事業者					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2023年度のエキスパート、アドバイザー派遣の専門家派遣事業は、111社、391回と順調に推移しており(2023年10月現在)、専門家派遣事業への関心や専門家への支援ニーズは高い。特徴としては、収益力の向上や事業継続に課題を抱えている事業者からの派遣要請が増加しており、「新商品開発、事業再構築、新たなビジネスモデルの構築、デザイン思考による新サービスの開発、販促・ウェブマーケティング」をテーマとする支援要請が多く寄せられている。					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	<2023年度> 6月9日開催。①講演会「売れる商品・サービス開発のコツ」②専門家派遣制度の紹介③専門家による自己PR、専門家との名刺交換(支援目標:55社、支援実績:78社)。②専門家派遣制度の紹介では、専門家派遣制度の説明に続き、参加した7名の専門家が各自5分程度の自己PRを行い、参加者が専門家をより知る機会となり、事業者と専門家とのマッチングが円滑にできた。					
	反省点	元バイヤーによる講演「売れる商品・サービス開発のコツ」は時宜を得た内容で支援実績が目標値を大きく上回った。今後とも、ニーズに合致したテーマ設定を行い本事業の内容充実に努める。					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	「専門家と事業者との出会いの場」を提供することで、潜在的な課題も含め、事業者の課題解決を支援する。					
	○ 人材交流型	○専門家による講演・交流会の開催(1回・集合形式またはオンライン形式)					
	販路開拓型	1. 講演会 事業者のニーズが高いテーマで講演会を実施する。					
	ハズメ型	2. 専門家との交流 (1) 専門家派遣制度の内容説明 (2) 専門家による自己PR (3) 専門家との名刺交換					
	独自提案型	実施後のフォローとして、 ・ 専門家派遣を希望する事業者に対し、経営指導員が経営課題をヒアリングする。 ・ その経営課題を解決するために、適任の専門家を派遣する。 ・ 専門家による支援状況を把握し、課題解決に導く。					
	事業手法	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
		(b)地域金融支援ネットワーク事業を推進している大阪府や保証協会、日本政策金融公庫、地元信用金庫の協力を得てPRするとともに、大阪府内の各商工会議所にも協力依頼し、府内全域から集客を図る。 (d)交流会の開催を通じて専門家連携型経営相談の制度普及と利用促進を図る。本交流会の参加者はさまざまな経営課題を抱えていると想定される。本相談会には経営指導員も出席して参加者の経営課題を把握し、その解決に向けた支援をすることによって事業所カルテ化につなげる。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	1回×60社 本商工会議所のホームページ、機関紙、メール配信などのほか、各協力金融機関などに案内配布を依頼し、広報、募集を行う。				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	本事業の参加をきっかけに「専門家派遣事業」に申し込み、アンケートで「課題が解決できた」「課題への取り組みの方向性が明らかになった」「派遣前と比べ課題が整理できた、参考となる情報を得た」と回答した事業者数			数値目標	10社
	その他目標値	目標値の内容⇒					

算定基準により算出される額	算定基準		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費			
			40,400	円 ×	60	社 ×	1.00	=	2,424,000	円		
				合計	60	社	(小計)		2,424,000	円		
								計	2,424,000	円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠											
	算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等						
			②受益者負担		円	負担金の積算						
			(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
			標準事業費		補助率					(①市町村等+②受益者負担)		
			2,424,000	円 ×	0.75	=	1,818,000	円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名		配分額		支援企業数	役割 (配分の考え方)				
					円							
					円							
					円							
					円							

【備考】

事業名		2025年大阪・関西万博「展示・出展ゾーン」出展支援事業		事業番号	46	新規/継続	新規
想定する実施期間		2024年度～ 2025年度まで		1	年目	←複数段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	2025大阪・関西万博のリボンチャレンジ事業に参加、大阪府内のものづくり関連企業を選定して、新製品・試作品を大阪ヘルスケアパビリオンにて展示できるよう支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	2025大阪・関西万博への参加を通じて、下請け依存から脱却し、大阪の町工場の自律性を高めるとともに、中小製造業の雇用吸収力の拡大につなげ大阪の地域経済の基盤を強化する。また、参加企業間での取引拡大、市場性の高い試作品、製品開発を促す。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	在阪中小モノづくり企業とその関連企業・グループ					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>○これまで本商工会議所が進めてきた「ものづくり加エネットワーク強化交流会」の参加企業や、万博出展企画の共同事業体の金融機関の顧客からも、大阪で開催される万博への期待は高い。</p> <p>○モノづくり小規模事業者は固定の取引先との安定した受注があるとは限らず、経費削減、自社ではできない加工、新規取引、新製品・新技術の協力企業や取引先の開拓を常に必要としている。</p> <p>○万博出展を予定している企業・グループの多くは、万博出展はもちろん初めてであり、大規模国際展示会での出展ノウハウも乏しいので、企画・展示のブラッシュアップを継続的に支援していく必要がある。</p> <p>○また、直接出展という形はかなわずとも、何らかの形で万博という国際イベントに参画したいと希望する企業は多数存在する。</p>					
これまでの取組状況	実施内容・実績数値						
	反省点						
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	<p>2023年度末の出展者確定を受け、定期的に交流会を開催し、出展者間並びに外部の協力企業候補との交流を図る。万博出展という特別な機会の効果的な活用と具体的な展示について意見交換・調整を進める。また、出展企業グループ内の企画推進に役立つよう情報提供、企業連携を促すとともに、万博への参画を希望する企業へも幅広く情報、交流の機会を提供することで、万博参画のすそ野を広げるような事業を実施する。</p> <p>○人材育成型：万博開催の進捗状況や出展概要などについてタイムリーに情報提供するほか、来場者に出展企業・グループの製品や技術がより効果的に伝えられる出展手法などを紹介するセミナー・講演会・説明会を1～2回程度実施する。出展企業の他にも、出展企業と取引関係を希望する企業、関心を持つ企業、万博への参画を希望する企業にも参加を促す。</p> <p>○人材交流型：出展企業のみならず、万博への参画を希望する新たな協力企業の参加も募り、幅広く意見交換することで出展企業・グループの出展企画のより一層の魅力向上、ならびに万博を契機としたネットワーク、取引の拡大をめざすグループミーティング「出展準備交流会(仮)」を4～6回程度開催する。</p> <p>※2025年度の会期中(いずれかの1週間)に大阪ヘルスケアパビリオンに、各企業・グループが開発した製品を展示し、来館者に視察、体験してもらうことで、大阪の町工場の製品開発力を広く国内外にアピールする。</p>					
	○ 人材交流型						
	販路開拓型						
	ハズ ぐ型						
	独自提案型						
	事業手法	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>
							その他
	(b)2023年度末に決定した出展企業・グループをはじめとしたリボンチャレンジ企業168社(大阪市内91社、大阪市内外77社)に加え、府内各所の金融機関の協力を得て、府内ものづくり関連企業に告知する。						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 160社	(設定根拠) ①セミナー・講演会・説明会:昨年度までの実績を勘案し40社、②出展準備交流会(仮):1回20~30社参加で、4~6回程度開催。 (募集方法) 共同事業体の金融機関と協力し、集客する。講演会・説明会はリボンチャレンジメンバーを中心にメールマガジンやウェブサイトで募集告知を行う。出展準備交流会(仮)は出展企業・グループを中心として案内し一般からの参加、リボンチャレンジメンバー以外にも、取引を希望する企業があれば各会合への参加を受け入れていく。						
	支援対象企業の変化(代表的な指標)	当事業への参加が、新商品やブランディングのヒント・新工法や技術・新しい協力企業とのネットワークなどを得る機会となる。				指標	参加者へのアンケートで、課題解決、経営改善に向けた情報の手ができたと回答した割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200	円 ×	40	社 ×	1.00	=	808,000	円
		40,400	円 ×	120	社 ×	1.00	=	4,848,000	円
		合計		160	社	(小計)		5,656,000	円
		計							5,656,000
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠								
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
		②受益者負担	円	負担金の積算					
		(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果			
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
		5,656,000	円 ×	0.75	=	4,242,000	円	()	円
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	支援企業数	役割(配分の考え方)			
				円					
				円					
				円					
				円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 40社	①セミナー・講演会・説明会 募集方法：共同事業体の金融機関と協力し、集客する。講演会・説明会はリボンチャレンジメンバーを中心にメールマガジンやウェブサイトで募集告知を行う。						
	支援対象企業の変化	国際博覧会という大舞台での出展がもたらす企業イメージの向上、販促効果などについて習得する。				指標	参加者へのアンケートで、課題解決、経営改善に向けた情報の手ができたと回答した割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒							

事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法→ 120社	②出展準備交流会（仮） 募集方法：共同事業体の金融機関と協力し、集客する。出展企業・グループを中心として案内し、万博への参画を希望する企業からの参加、リボンチャレンジメンバー以外にも、取引を希望する企業があれば各会合への参加を受け入れていく。		
	支援対象企業の変化	新たな企業間交流に刺激や新商品やブランディングのヒント・新工法や技術を得るきっかけづくりとなる。また新しい協力企業とのネットワークなどを得る機会となる。			
		指標	参加者へのアンケートで、企業間交流やネットワークづくりができたと回答した割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容→			