

令和5年度（2023年度）  
事業実績報告書

1. 申請者の概要

申請者	団体名	大阪商工会議所		
	代表者職・氏名	会頭 鳥井 信吾		
	所在地	〒540-0029 大阪市中央区本町橋2番8号		
	担当者	職・氏名	中小企業振興部次長兼経営相談室課長 宮浦 康浩	
		連絡先	TEL（直通）:	06-6944-6451
Fax:			06-6944-6565	
E-mail:	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 （経営指導員数）	204名（経営指導員73名）（令和6年3月31日現在）			
③所管地域	大阪府大阪市			
④管内事業所数	177,184（令和3年度経済センサス）			
⑤管内小規模事業者数	109,752（令和3年度経済センサス）			
⑥会員数（組織率）	32,426（18.3%）（令和6年3月31日現在）			
□主な事業概要（定款記載事項等）				
<p>① 商工会議所としての意見を公表し、これを国会、行政庁等に具申し、又は建議すること。</p> <p>② 行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>③ 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>④ 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。</p> <p>⑤ 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係る事項に関する証明、鑑定又は検査を行うこと。</p> <p>⑥ 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>⑦ 商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。</p> <p>⑧ 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。</p> <p>⑨ 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。</p> <p>⑩ 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。</p> <p>⑪ 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。</p> <p>⑫ 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行うこと。</p> <p>⑬ 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>⑭ 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。</p> <p>⑮ 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。</p> <p>⑯ 商工業に関する図書を集し、一般の閲覧に供すること。</p> <p>⑰ 国際親善及び通商振興に資する事業を行うこと。</p> <p>⑱ 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>⑲ 行政庁等から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>⑳ 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>				

## (1) 事業の目標

以下を主たる目標として、令和5年度（2023年度）小規模事業経営支援事業を実施した。

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

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

<生産性の向上> ITの利活用などを通じて生産性を向上させることを支援する。間接業務の効率化、販売促進、インボイス制度などへの対応、非対面ビジネスへの転換などに有用なIT・デジタルツールやシステムに関する情報提供や個別説明会、経営指導員が拾い上げた個々の事業者のニーズに対する専門家のサポートを通じて、中小企業・小規模事業者の生産性の向上をめざす。

<取引の拡大> 大手流通業などとの個別商談会や多業種型総合展示商談会、地元製品の体験型販売促進イベントなどを開催し、効率的かつ効果的な商談の機会を提供する。また、販路開拓の支援や取引先・仕入先の紹介を希望する事業者へかかる情報の提供などを行い、取引の拡大を図る。さらに、海外ビジネスのサポートとして、外国企業とのマッチング事業、海外市場の最新情報を提供するセミナー、国際取引や海外進出に関する個別相談などを実施する。

<2025年大阪・関西万博の機運醸成> 中小企業やスタートアップなどが、当該万博を革新的な技術やアイデアを発信して企業成長につなげる好機としてとらえ、参画できるよう支援する。また、万博開催に向けて、商店街を中心としたイベントを通じて機運の醸成を図る。

<新ビジネスの創出> 2025大阪・関西万博の開催に向けて、また、スタートアップ・エコシステムのグローバル拠点都市として、新ビジネスの創出・育成をめざす。社会課題解決ビジネスに資する先端技術を活用した実証事業を支援するとともに、大企業との協業（オープンイノベーション）による技術開発、事業化・製品化を促進する。また、ライフサイエンス・ヘルスケア産業、観光産業など成長分野への参入を支援する。

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

<商店街の活性化と地域のにぎわい創出> 商店街においても、個店や地域が活力を取り戻せるよう、集客・販売促進のためのイベント開催を協働・支援するとともに、地域や店舗の魅力などを発信して来街を促進する。

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

## (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

<経営相談支援事業> 資金繰りに当面する事業者に対して小規模事業者経営改善資金（マル経融資）の推薦などを行い、販路開拓によって業績の回復をめざす事業者に対しては事業計画の作成などの支援を行うとともに、国・自治体の支援施策の活用もサポートした。

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

<地域活性化事業> 令和5年度（2023年度）も前年度に引き続き、中小企業・小規模事業者の取引拡大・売上回復を支援するため、商談会・マッチング事業の実施に注力した。一堂に会した大手流通業などのバイヤーに商材を売り込む「買いませ！売れ筋商品発掘市」を開催するとともに、大手小売業者など1社ごとに商談会を設定した「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」を開催した。展示商談会への出展経験が少ない大阪府内の事業者の販路拡大を支援するため、多業種型総合展示商談会「大阪勧業展」を今年度も府内商工会・商工会議所、大阪府商工会連合会との連携により開催した。また、阿部野・天王寺周辺の個店、商業施設などと連携した集客イベント「あべの天王寺・サマーキャンパス」を開催するなど、各支部において地元商店街などの振興・集客を支援した。2025年の大阪・関西万博への参画や新ビジネスの創出を図る「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」「デジタル×デザイン思考による企業変革力強化支援事業」「新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援」「医療機器産業事業化促進事業」などを実施した。人材の確保・活用やダイバーシティの推進に向けては、「人材ニーズ対応支援事業」「新卒・若手人材の採用・定着支援事業」「外国人留学生採用支援事業」「成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業」「障がい者の雇用促進事業」などを実施した。さらに、生産性の向上を支援するため、「業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業」「生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業」「中小ものづくり企業の生産性向上支援事業」を継続して実施したほか、経営力の強化に向けて、経営実務に関する講座・講習会、「経営力向上支援事業」「経営革新支援事業」「専門家連携型経営相談 交流会」などを実施した。

## (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

<経営相談支援事業> 経営指導員が、2,472事業所に対してのべ2,301件（フォローアップ支援を除く）の支援を行った。その内訳として、「事業計画作成支援」1,530件、「金融支援（経営指導型）」732件、「財務分析支援」291件、「資金繰り計画作成支援」126件などを行い、小規模事業者の経営基盤強化を推し進めた。

<専門相談支援事業> 弁護士、社会保険労務士、税理士などが窓口で、のべ2,309件の専門的な経営課題の解決に向けて支援した。また、専門家を事業所にのべ533回派遣し、経営戦略やマーケティング、IT、税務などの指導を行った。

<地域活性化事業> 取引の拡大は、すべての事業者にとっての課題であり、販路開拓の支援を主要な柱の一つとして地域活性化事業に取り組んだ。大阪府内の348企業・団体（支援対象外を含む）が参加した多業種型総合展示商談会「大阪勧業展」では、のべ2,350件の商談が行われ、366件（金額ベースで1億7,401万円）の商談が成立した。大手流通業などとの商談会「買いませ！売れ筋商品発掘市」では4,850件の商談が行われ、うち1,174件が成約に向けて商談を継続した。また、「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」では、のべ208件の商談が行われ、うち116件が成約に向けて商談を継続した。

#### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

コロナ収束後、企業の業績は回復の途についたが、原材料費・エネルギー代の高騰、人手不足の深刻化と人件費コストの上昇、相次ぐ自然災害などの問題・課題に直面することとなった。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くなっている。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。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り、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。

特に、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。

また、2025年に開催が予定されている大阪・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、引き続き機運の醸成や支援を行うことが肝要である。

#### (5) 次年度の取り組み

大阪市内に設置している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し、専門相談支援事業を通じて、より高度で専門的な課題の解決を支援する。

また、2025年大阪・関西万博への中小企業やスタートアップなどの参画支援、先端技術を活用した実証事業の促進支援、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支援、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支援などを通じて、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）の強化を支援する。あわせて、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支援、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の改善発達支援を通じて、中小企業・小規模事業者の成長を図る。また、吹き続き商店街を中心とした地域への集客促進を通じて、地域のにぎわい創出、2025年大阪・関西万博の機運醸成を図る。

### 3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 大阪商工会議所

#### I 経営相談支援事業

##### 支援のポイント・成果

原材料費・エネルギー代の高騰、深刻な人手不足など、厳しい経営環境におかれている中小企業・小規模事業者の事業継続や業績回復、事業の再構築などに重きを置き、財務状況の改善や資金の調達、販路拡大に向けた事業計画の策定など、それぞれの事業者が当面する経営課題の解決を図った。資金調達に関しては、小規模事業者経営改善資金（マル経融資）の推薦や金融機関への紹介を行い、経営の安定化や新たな事業展開を支援した。また、販路拡大や事業再構築の事業計画策定の支援にあたっては、補助金をはじめとする国・自治体の施策の活用を促した。

<代表事例①> 効果的な広報活動の方法がわからず、新規顧客の獲得に苦しむエステサロン。商圈・市場環境・消費者動向の分析、SWOT分析をふまえたマーケティング戦略を提案し、期間と金額について具体的なプランを全面に打ち出した広告への変更を助言したところ、新規顧客の獲得に成功。今後さらなる業績拡大を目指す。

<代表事例②> 開業間もない福祉サービス事業者。事業の内容や自社の強み、弱みを整理し、他者に明確に伝わる創業計画書の作成を支援したところ、金融機関からの資金調達に成功した。また、複数の将来像を想定した資金繰り計画書の作成、資金繰りシミュレーションのノウハウ獲得を支援。感覚ではない、数値にもとづいた堅実な事業の拡大が可能になった。

<代表事例③> 金属・樹脂製品の加工販売を行う事業者。売り上げは順調に伸びているものの、それに伴う運転資金の調達と下請け体質からの脱却が課題。運転資金はマル経融資を活用して確保した。下請け体質からの脱却には、自社で独自に樹脂製品の製造販売を行う事業計画の策定を支援した結果、自社の状況の把握、PDCAを意識した経営の重要性を理解するとともに、下請け体質から脱却に向けて何をすべきか明確化することができた。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	56,250,000	2,471	0.0%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	250,000	9	0.0%	2
金融支援（紹介型）	支援数	3,300,000	80	0.0%	3
金融支援（経営指導型）	支援数	33,200,000	732	0.0%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	100,000	5	0.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	2,700,000	126	0.0%	4
記帳支援	事業所	750,000	7	0.0%	2
労務支援	支援数	100,000	5	0.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	0	0	—	—
マーケティング力向上支援	事業所	100,000	7	0.0%	5
販路開拓支援	支援数	2,400,000	74	0.0%	3
事業計画作成支援	支援数	57,500,000	1,530	0.0%	5
創業支援	事業所	100,000	6	0.0%	5
事業継続計画（BCP）等作成支援	事業所	300,000	14	0.0%	4
コスト削減計画作成支援	事業所	100,000	3	0.0%	3
財務分析支援	事業所	3,150,000	291	0.0%	4
5S支援	事業所	0	0	—	—
IT化支援	事業所	200,000	6	0.0%	3
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	—	—
事業承継支援	事業所	600,000	66	0.0%	5
災害時対応支援	事業所	0	0	—	—
フォローアップ支援	事業所	1,050,000	172	0.0%	4
結果報告	事業所	22,500,000	2,472	0.0%	5

## Ⅱ 専門相談支援事業

### 支援のポイント・成果

<窓口での相談（法務、税務、労務、その他）>

○経営相談室に相談窓口を常設して、弁護士、社会保険労務士、税理士の有資格者などが面談、電話、オンラインで事業者の専門的な経営課題の相談に対応し、その解決を支援した。のべ2,183件（昨年度は1,952件）の相談があり、96.9%から「満足」「おおむね満足」の評価を得た。

○大阪市の創業支援等事業計画に連携事業者として参画しており、特定創業支援等事業として個別相談指導（経営、財務、人材育成、販路開拓）を実施したため、税務と創業の相談件数は、前年度比115%となった。また、当該専門相談において、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）」の融資申し込みは25件、融資実行は5件であった。

○決算申告時期にあわせて5支部において相談日を設定し、税理士が相談・指導を行った。相談件数はのべ126件。

<専門家の派遣>

○「エキスパートバンク事業」では、専門家を事業所にのべ360回派遣し、経営戦略や事業計画の策定支援、ウェブマーケティング支援、販路開拓、IT、労務対策など実務的課題の解決を支援した。その結果、支援先の97.1%から「満足」「おおむね満足」の評価を得た。

○支部の経営指導員とも連携し、支部への相談の中でさらなる専門的な知識や情報が必要な案件に対応した。製造業や卸・小売業、サービス業など幅広い業種からの相談を専門家がのべ101回対応し、営業・マーケティング、技術、情報化、経営戦略などの課題解決の支援を行った。支援先へのアンケートでは、「自社目線だけでは思考の突破や技術的な解決が難しいのでプロの支援を受けることが効果的だった」「潜在顧客に対して伝えるべきことが明確となった」「現場改善において第三者目線で指摘と改善方法のアドバイスをいただき、問題点が把握できた」などの声が寄せられ、91.5%から「満足」「おおむね満足」の評価を得た。

○小規模事業者が正しい税務・記帳の知識を習得し、経営の実態を係数的に把握できるよう、税理士に専門相談員を委嘱し、事業所へ派遣した。相談・指導件数はのべ72件。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務相談	継続	支援1日あたりの相談対応件数	1件以上	2.5	250.0%	5
税務相談	継続	支援1日あたりの相談対応件数	1件以上	2.8	280.0%	5
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	2.0	200.0%	5
その他相談	継続	支援1日あたりの相談対応件数	1件以上	2.1	210.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業
支援のポイント・成果
<p>コロナ収束後も厳しい経営環境が続く中小企業・小規模事業者、商店街などの業績回復や事業再構築はもとより、2025大阪・関西万博を見据えた新ビジネスの創出や成長分野への参入などを支援することに重きを置き、地域活性化事業を実施した。主な取り組みは以下の通り。</p> <p>〈販路の拡大〉異業種間の交流を促進して取引の拡大を支援する多業種型総合展示商談会「大阪勸業展」に出展した348の企業・団体がのべ2,350件の商談を行い、366件（金額ベースで1億7,401万円）の商談を成立させた。また、大手流通業などのバイヤーに商材を売り込む「買いませ！売れ筋商品発掘市」には全国から637社が参加して4,850件の商談を行い、うち1,174件の商談が継続することとなった。デザイン性あふれる日用雑貨などを百貨店の催事場で対面販売し、情報発信やさらなる商品開発などに生かしてもらう「大阪クリエイティブフェア」には27社が出店し、合計560万円を売り上げた。</p> <p>〈商店街の活性化と地域のにぎわい創出〉ミナミの活性化をめざし、ガイドブックの発行や商店街の広報支援を行ったほか、市内各エリアにて、大人をターゲットとした体験プログラムの実施などの集客支援を行った。</p> <p>〈新ビジネス創出の支援〉地域経済の成長をめざし、また、スタートアップ・エコシステムのグローバル拠点都市として、社会課題解決ビジネスに資する先端技術を活用した実証事業、「デザイン思考」を活用した新たなサービスやビジネスの創出、ライフサイエンス・ヘルスケア産業などの成長分野への参入を促進するセミナーなどを実施した。</p> <p>〈ものづくりの振興〉オープンイノベーションを促進するため、大手企業と中小企業とのマッチング事業「MoTTo OSAKAオープンイノベーションフォーラム」を実施した。また、町工場同士の「顔が見える」連携を促進するため、「ものづくり加エネットワーク強化交流会」を開催したほか、製品・商品の販促動画の制作を支援した。</p> <p>〈生産性の向上〉ITの利活用による生産性の向上を図るため、支部の経営指導員がヒアリングを実施し、必要に応じて専門家が導入の支援を行った。また、ITの導入・利活用による生産性向上のセミナー、交流会、相談会を開催した。</p> <p>〈人材確保の支援〉中小企業の人材確保やダイバーシティの推進を支援するため、新規学卒者採用のための大学との情報交換会やセミナー、外国人留学生の採用や女性、高齢者、障がい者の活躍を促進するためのセミナー、交流会などを開催した。また、人材確保に困難を生じている企業を対象に外部人材・外国人材の活用セミナーを実施した。</p> <p>〈事業継続力の強化〉事業者の事業継続力の強化（災害発生時や感染症拡大への対応力の強化）を図るため、事業継続計画（BCP）策定のワークショップを開催し、参加者は簡易版BCPの策定演習を行った。</p> <p>〈2025大阪・関西万博への機運醸成〉2025大阪・関西万博への機運醸成のため、中小企業・スタートアップ・小規模事業者の参画を促進するセミナーを開催したほか、ミナミにて地元と連携したイベントを開催した。</p>

(1) 単独事業										
府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	(1)「逸品マルシェ」販売促進支援事業	21	25	119.0%	100.0%	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	70%	96.0%	137.1%	5
	(2)中小企業の体質改善強化支援事業	811	1245.5	153.6%	95.9%	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	90%	97.8%	108.7%	5
○	(3)開業サポート事業	132	130	98.5%	96.2%	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	80%	96.9%	121.2%	5
○	(4)BCP支援事業	85	116	136.5%	98.2%	BCP(簡易版を含む)や事業継続力強化計画の策定件数	75件	57件	76.0%	5
○	(5)あべの天王寺・サマーキャンパス	188	238.5	126.9%	84.7%	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	70%	65.9%	94.2%	5
	(6)西部エリア Amon(えーもん)市	11	13	118.2%	92.3%	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	70%	100.0%	142.9%	5
	(7)新しい生活様式に適應した商店街集客支援事業	10	22	220.0%	81.8%	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	70%	86.4%	123.4%	5
	(8)インバウンドによる買い物消費支援事業	15	15	100.0%	80.0%	実施後のアンケートで、誘客・集客につながったと回答した割合	70%	33.3%	47.6%	4

	(9)ミナミ活性化事業	6	10	166.7%	100.0%	商店街へのアンケートで、「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に（やや役立った）（役立った）」と評価した割合	80%	100.0%	125.0%	5
	(10)大阪市東部商店街にぎわい創出事業	33	34	103.0%	100.0%	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	70%	100.0%	142.9%	5
	(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	310	340	109.7%	98.8%	IT導入に着手する事業者数	60	81件	135.0%	5

(2) 広域事業（幹事事業のみ）

府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	(12)海外市場開拓支援事業	1,557	1400	89.9%	96.5%	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	75%	90.6%	120.7%	5
	(13)大阪勧業展	300	346	115.3%	81.5%	商談件数	2,600	2,348	90.3%	5
	(14)大手流通業等への販路開拓支援事業	480	428	89.2%	95.1%	全商談件数（大阪府外の企業も含む）	5,000	5,058	101.2%	5
○	(15)MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム	531	162.5	30.6%	92.8%	商談マッチング（引き合わせ）数	74件	13件	17.6%	3
○	(16)大阪クリエイティブフェア	24	27	112.5%	85.2%	売上合計	460	560	121.7%	5

○	(17)デザイン経営による自社商品開発支援事業	130	109	83.8%	99.1%	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	80%	96.3%	120.4%	5
	(18)販路・取引先開拓マッチング事業	180	215	119.4%	99.1%	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数	90	87件	96.7%	5
	(19)町工場ネットワークの構築事業	115	231	200.9%	99.6%	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	80%	99.4%	124.2%	5
	(20)大阪ファッション産業振興フォーラム	180	186.5	103.6%	94.9%	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	70%	97.5%	139.3%	5
○	(21)デジタル×デザイン思考による企業変革力強化支援事業	105	153	145.7%	98.6%	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	80%	97.3%	121.6%	5
○	(22)医療機器等産業事業化促進事業	90	130	144.4%	97.5%	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	70%	100.0%	142.9%	5
○	(23)新規事業・新商品開発支援事業	35	40	114.3%	95.0%	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を事業再構築・新事業展開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	80%	100.0%	125.0%	5
	(24)ファッショントレンドセミナー	80	126	157.5%	93.9%	アンケートにおいて、商品製作の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合	70%	100.0%	142.9%	5

	(25)クラウドファンディング活用サポート事業	51	56	109.8%	96.4%	アンケートにおいて、CFについての理解が深まったと回答した割合	90%	97.8%	108.6%	5
	(26)観光産業への新規参入・販路拡大支援	8	9	112.5%	100.0%	バイヤーなどとの商談件数（オンライン含む、1社平均）	10	23.1	231.0%	5
○	(27)中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業	390	666.5	170.9%	96.7%	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	80%	98.0%	122.5%	5
○	(28)中小企業のためのダイバーシティ推進事業	50	91	182.0%	95.6%	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	80%	94.4%	118.1%	5
○	(29)人材ニーズ対応支援事業	45	56.5	125.6%	92.9%	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	80%	89.3%	111.6%	5
○	(30)障がい者の雇用促進事業	20	33.5	167.5%	100.0%	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	80%	100.0%	125.0%	5
○	(31)成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業	100	178.5	178.5%	96.6%	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	80%	97.7%	122.1%	5
○	(32)中小企業に対する労働啓発・雇用サポート事業	110	153	139.1%	93.9%	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	85%	97.3%	114.5%	5
	(33)中小企業のためのビジネス講演会	2,130	2557.5	120.1%	95.6%	アンケートにおいて、講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合	90%	96.5%	107.3%	5

	(34)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	250	212.5	85.0%	92.1%	アンケートにおいて、セミナーなどで得た情報を大阪・関西万博への参画検討に活かすと回答した企業の割合	75%	82.2%	109.6%	5
	(35)経営力向上支援事業	200	294	147.0%	97.3%	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	80%	99.3%	124.1%	5
○	(36)海外スタートアップ連携による事業創出促進事業	140	40.5	28.9%	92.5%	各回のアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合	75%	95.0%	126.7%	4
	(37)中小企業の生産性向上支援事業	100	126	126.0%	94.7%	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	70%	97.4%	139.1%	5
○	(38)新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援	50	38	76.0%	94.3%	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合	70%	100.0%	142.9%	5
○	(39)経営革新支援事業	45	60	133.3%	80.0%	大阪府への経営革新計画の申請紹介件数（年間）	3件	1件	33.3%	4
	(40)生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業	265	343.5	129.6%	86.4%	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	75%	69.5%	92.7%	5
○	(41)地域金融支援ネットワーク推進事業	551	681.5	123.7%	94.8%	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	85%	96.7%	113.8%	5
	(42)小規模事業再生サポートセンター事業	175	232	132.6%	99.1%	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」	20	14件	70.0%	5

○	(43)環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー	340	209.5	61.6%	97.0%	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	80%	99.0%	123.7%	4
○	(44)中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流	240	197.5	82.3%	93.8%	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	70%	94.3%	134.7%	5
	(45)専門家連携型経営相談交流会	55	78	141.8%	93.6%	本事業の参加をきっかけに「専門家派遣事業」に申し込み、アンケートで成果が「あった」「おおむねあった」「普通」あるいは「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	10件	8件	80.0%	5

大阪商工会議所

事業名		「逸品マルシェ」販売促進支援事業								
想定する実施期間		2020 年度～ 年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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・小規模事業者には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								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>&lt;実施時期・場所&gt;                      春期：6月10日（JR天王寺駅公園口） 支援：個店16者、3団体                      秋期：10月28日（粉浜商店街） 支援：個店5者、1団体</p> <p>&lt;内容&gt;                      (1) 展示・販売                      地元中小・小規模事業者の優れた商品を販売するブースを設置した。春・秋あわせて21者が出店し、2日間で合計812,010円を売り上げた。                      (2) 抽選会                      出店者ならびに商店街の一部店舗の買い物客を対象にしたガラポン抽選会を実施した。抽選券は1会計（税込330円以上）につき1枚（1枚で1回抽選可）を配付した。                      (3) 広報：                      イベント告知のためのタブロイド判チラシ（開催概要や出店者ならびに商店街の一部店舗紹介等を掲載）を発行し、新聞折込（春期、秋期共に各1.2万部）を行った。</p> <p>-----                      &lt;事業手法（①府施策連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果&gt;</p>								
		①府施策連携	府施策連携：商-17（商店街の需要喚起の促進） 同府施策が促進するQRコードを活用した需要喚起の取り組みを実践し、成果を中小企業支援室商業振興課商業振興グループに報告・共有した。							
		③市町村連携	イベント開催地周辺の商業施設の商店街、地域団体などと連携して効果的な催事企画を立案・PRを実施した。							
④相談相乗		参加店舗・事業者に対してアンケートを行い、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談を希望する先にアプローチした。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	21	総支援企業数(実績)	25.0	支援実績率	119.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	初回の6月10日開催時は、15店舗の売上総額は538,910円、1店舗当たりの平均売上高は35,927円であった。出店者の多くは新規顧客開拓、及び認知度向上を目的に出店されていたため、積極的に実店舗に誘導されていた。開催前日に実施した新聞折込チラシ（1.2万部）効果により指名買いの来場者もあった。バッグなどの卸売を営むAは7万円と高額売上となったが「通行者の足を止める工夫が足らなかった」など改善点が発見でき、今後の販売促進における重要課題を設定していただくことができた。								
		2回目の10月28日開催時については、単発の出店で終わるのではなく、実店舗への誘導をゴールとしていたため、通常メニューと共にLINEのQRコードを記載したカードを作成するよう勧めるなど、個店に合わせたプロモーション方法を助言した。その結果、料理教室を運営するBは、主要事業である薬膳料理教室に3名の生徒を獲得できたほか、飲食業の開業直後で販売経験のなかったCは初売上を獲得できた。初めての出店場所で、多くの優良顧客と接点を持てたことで、マルシェ出店から実店舗への誘導シナリオを策定することができた。								
		代表指標	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%	実績数値	96.0%	目標達成度	137.1%				
成果の代表事例	当日の売上獲得のみならず実店舗への誘導をゴールとしていたため、通常メニューと共にLINEのQRコードを記載したカードを作成するよう勧めるなど、個店に合わせたプロモーション方法を助言した。その結果、新規顧客の獲得につながったほか、「売り方の改善点が見つかった」といった声が集まり、今後の販促活動の改善につながる素地ができた。									
その他目標値の実績	目標値(計画)	—			目標値(実績)	—			目標達成度	—
	—									

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	春期の天王寺駅前での開催については、出店者集め後1週間程度で全枠埋まるなど、若干供給過少気味の傾向となってきた。そこで来期は空きスペースを活用し、追加3社の出店枠を確保する予定である。また、地域の商店街、地域団体と連携して行う秋期については、今回初めて粉浜商店街にて開催した。客足は午前中から好調だったが、予想をはるかに超える集客となり、午後以降、抽選の景品が不足する事態となった。景品数の準備予測は毎回難しいが、本年の経験を踏まえ、来期は十分な数を準備できるよう留意する。
------	--	---

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	17	支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	123.5%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	(個店など) 21店舗の売上総額は812,010円、1店舗当たりの平均売上高は38,667円であった。開催前日に実施した新聞折込チラシ(1.2万部)の効果により指名買いの来場者もあった。その結果、90%を超える事業者から、「売上を上げることができた」「自社ならびに自社製品をPRすることができた」「新規顧客開拓につながった」との回答を得た。							
		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%	実績数値	95.2%	目標達成度	136.1%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	4	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	(商店街・商店会) 商店街のみならず、地元有志により同時開催していた「すみ博」ともお互いのイベント告知をしようなどの関係性が構築でき、秋季の粉浜商店街では通常の週末の1.5倍超の集客となった。							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業							
想定する実施期間		2011年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	営業・販売力の強化、財務改善、人事労務問題への対応、ビジネス法務、税務対策など中小企業・小規模事業者の関心が高いテーマの講座・講習会を開催し、大企業に比べて経営基盤が弱い中小企業・小規模事業者の経営体質強化を支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪市内の中小企業・小規模事業者（すべての業種を対象とし、経営実務に関する情報・ノウハウを習得して経営改善をめざす事業者）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	5月から3月にかけて、支部ならびに本部（中小企業振興部）において小規模事業者を主たる対象に経営実務に関する講習会を集合形式もしくはオンライン形式で延べ31回開催し、支援企業数の合計は1,245.5社であった。 ※（別紙）開催実績一覧表							
		<事業手法（③市町村連携）の具体的な連携・効果>							
	③市町村連携	地域内の区役所や産業会・工業会・納税協会などと連携して参加者を募った。							
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	811	総支援企業数(実績)	1,245.5	支援実績率	153.6%	満足率	95.9%	
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	参加企業の約97.8%が「講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の経営改善や経営力向上に役立てる」と回答しており、多数の事業者に、それぞれ参加したセミナーで得た情報を自社の経営改善・実践の活用する前向きな変化が見られた。							
	代表指標	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%	実績数値	97.8%	目標達成度	108.7%			
成果の代表事例	「皆様が社内でお作りの提案書やパンフレットを、さらに効果が上がるものにするノウハウ講座」のアンケートでは「現況のプレゼンシートの加筆修正をしたい」「自社広告の見直しになりました」「本日得た情報をもとにパンフレットを作っていきたい」との声があった。また、「確実に成果を出す！展示会営業③つの鉄則」では、「具体的な開拓ノウハウを学べて非常に参考になりました」「次回出展の参考になりました」「何が不足していたか良くわかった」、さらに「消費税インボイス制度・電子帳簿等保存制度について」では、「免税事業者との取引や消費税の考え方が整理できて良かった」「実務に落とし込んで規定に組み込めそうです」との声があった。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	事業者の抱える課題に即した講習会となるようテーマ・企画を今後も工夫する。セミナー参加をきっかけとして、支部を知り、経営相談をはじめとした事業を利用する事業者も一定数見受けられるため、支部ではセミナーでの情報提供などをより積極的に実施し、新規支援先の開拓につなげる。							

(別紙) 開催実績一覧表

開催日	講習会名称	支援企業数
5月18日	インターンシップ活用方法セミナー～人財の採用・育成・定着に効果あり！～	13.0
6月8日	サイバー攻撃の今を知る！事例から学ぶ現実的なセキュリティ対策セミナー	27.5
6月14・15日	決算書の見方と資金繰り表の作成	33.0
6月27日	若手人材（Z世代）の人材育成の進め方	19.5
6月28日	中小企業の失敗しない人材採用のコツ	21.0
7月11日	令和時代の仕事につながるインスタグラム活用術	45.5
7月12日	人事トラブルを回避する企業の対応と法律知識	117.5
7月21日	改正電子帳簿保存法の経理処理はこうなる！	68.5
8月1日	確実に成果を出す！展示会営業③つの鉄則	87.0
8月3日	改正電子帳簿保存法の経理処理はこうなる！	36.0
9月5日	コロナ後の法改正と、いま使える助成金活用法を徹底解説	25.5
9月12日	メインバンクと対等に取引をするためのノウハウ	68.5
10月4日	持続化補助金の申請にも活用できる小規模事業者向け、初めての「事業計画作成」	21.0
10月4日	あらゆる角度からの人材不足対策セミナー	30.0
10月5日	健康経営の始め方	18.5
10月16日	消費税インボイス制度・電子帳簿等保存制度について	113.5
10月19日	経営に活かす決算書の読み方	13.0
10月24日	皆様が社内でお作りの提案書やパンフレットを、さらに効果が上がるものにするノウハウ講座	83.0
10月25日	小さなお店のためのChatGPT・AI活用	9.5
11月8日	ランディングページは会社の営業マン	22.0
12月15日	SNSの仕組みを知って販路拡大につなげよう	45.0
12月20日	「ChatGPT」活用の第一歩	34.0
1月18日	犯罪はインターネットからやってくる	29.5
1月23日	超実践コト売りPOP講座	39.5
2月5日	Googleビジネスプロフィールの活用術	65.0
2月7日	より良い会社を作るための処方箋	15.0
2月7日	サイバーリスク「事例」と「対策」 リスクマネジメントのプロが解説	13.5
2月14日	行動経済学を活かした労働トラブルの予防・解決と働きやすい会社づくり	31.5
2月15日	中小企業のDX推進方法と補助金活用法	26.5
2月22日	令和6年度税制改正セミナー	37.0
3月13日	令和6年度 税制改正セミナー	36.0
合 計		1245.5

大阪商工会議所

事業名		開業サポート事業							
想定する実施期間		2015 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	地域創業の促進と優秀なビジネスプランを持つ創業者に対する継続的な支援により、創業者を育成していくことが必要、との大阪府の考えに沿い、大阪での創業を支援するため本事業を実施する。具体的には、①創業に関心を持つ方を対象に、創業に必要な情報を提供するセミナーや先輩創業者の体験談を聞く講演会を開催し、創業への取り組みを後押しする②集中講義形式の創業講座を開催し、各参加者の創業準備段階を参加前に比べレベルアップさせる③本商工会議所に寄せられた優秀なビジネスプランに対し、大阪府の大阪起業家グローイングアップ事業「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提に、ハンズオン支援によるブラッシュアップを行う。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪での創業をめざすものの、ノウハウがなく具体的な進め方が分からない創業予備軍（会社員や学生などを含む）、創業予定者、創業間もないため事業経営を学びたい者、事業承継予定の者など							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援者数</p> <p>&lt;創業セミナー&gt;（人材育成型：98者）                      7月29日 創業のすすめ方セミナー（48者）                      8月9日 先輩起業家による起業応援セミナー（50者）</p> <p>&lt;大商開業スクール2023&gt;（人材交流型：30者）                      第1日（9月30日）経営理念と経営戦略、組織と人材育成、マーケティングの基礎、先輩起業家の体験談、交流会                      第2日（10月7日）マーケティングの応用、ビジネスプランについて、会計知識と収支計画の立て方、創業時に必要な手続きと税金                      第3日（10月14日）マイビジネスプラン・創業計画書のチェック、創業資金調達のポイント、自者の収支計画を作成してみる                      第4日（10月21日）先輩経営者の企業家精神と志、ビジネスプラン・創業計画書、商品プレゼン等の見える化                      第5日（10月28日）ビジネスプラン・創業計画書、商品プレゼン等のブラッシュアップ、大商の創業・経営支援、交流会</p> <p>&lt;「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&gt;（ハンズオン型：2者）                      今年度の大商開業スクール受講生2者のビジネスプランに対し、ブラッシュアップ支援を行い、大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへ推薦を行った。</p> <p>-----                      &lt;事業手法（①府施策連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果&gt;</p>							
		①府施策連携	（商-18：起業家の育成、創業の支援） 大阪府中小企業支援室経営支援課経営革新グループと連携し、金融機関などとの地域支援ネットワークを通じて広く府内へ事業をPRした。金融面では府制度融資「開業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」など公的融資へつなぐとともに、大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへの推薦を前提に事業計画ブラッシュアップの個別支援を実施した。						
	③市町村連携	大阪市の創業支援等事業計画に参画し、大商開業スクールを特定創業支援等事業として実施した。また、大阪市（大阪産業創造館）の協力を得て、大阪産業創造館のメール配信などで事業PRを行った。							
	④相談相乗	本事業参加中あるいは参加後の創業に関する個別相談に対し、創業の専門相談窓口につながり応じることによって、相談事業と連携した。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	132	総支援企業数(実績)	130.0	支援実績率	98.5%	満足率	96.2%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	創業セミナー2回の参加者のうち、「セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得た」と回答した割合は96.9%であった。セミナー参加を通じ、8者が開業スクールに参加した。また開業スクールのアンケートでは参加者の8割以上が事業計画が参加前よりレベルアップしたと回答している。参加者のうち、2者のビジネスプランを個別支援でさらにブラッシュアップし、大阪府のビジネスプランコンテストに推薦し、1者は一次審査を通過した。							
		代表指標	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%	実績数値	96.9%	目標達成度	121.2%		
成果の代表事例	A氏は専門家の指導のもと事業計画をブラッシュアップすることができ、本商工会議所から大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストに推薦したところ、面談審査まで進んだ。								

	その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成 度	—
実施 結果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達して いない場合は、その理由 や今後どのようにフォ ローするのか)	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ため、令和6年度は、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する。					

【別紙】

実績 ／ 達成度 ①	計画に対する 実績 (数値)	支援企業 数(計画)	100	支援企業 数(実績)	98.0	支援 実績率	98.0%	満足率	94.9%	
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	創業セミナー2回の参加者のうち、「セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得た」と回答した割合は96.9%であった。セミナー参加を通じ、8者が開業スクールに参加した。								
		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%	実績数値	96.9%	目標達成度	121.2%			
その他目標値の 実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—				
実績 ／ 達成度 ②	計画に対する 実績 (数値)	支援企業 数(計画)	30	支援企業 数(実績)	30.0	支援 実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	開業スクールのアンケートでは参加者の83.3%が事業計画が参加前よりレベルアップしたと回答した。								
		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%	実績数値	83.3%	目標達成度	104.2%			
その他目標値の 実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—				
実績 ／ 達成度 ③	計画に対する 実績 (数値)	支援企業 数(計画)	2	支援企業 数(実績)	2.0	支援 実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	開業スクールの参加者の2者のビジネスプランを個別支援でさらにブラッシュアップし、大阪府のビジネスプランコンテストに推薦し、1者は一次審査を通過した。								
		指標	個別支援により事業計画を作成した社数							
		数値目標	2社	実績数値	2社	目標達成度	100.0%			
その他目標値の 実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—				

大阪商工会議所

事業名		BCP支援事業							
想定する実施期間		2012年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>2022年度版「中小企業白書」の統計によると、中小企業におけるBCPの策定状況の推移は、2021年時点で15%となっている。策定している中小企業の割合は増加傾向にあるものの依然として低い水準である。こうした状況下で、新型コロナウイルスの感染拡大から3年が経とうとしている。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や、新型コロナウイルスなどの感染症発生のリスクを鑑みると中小企業にとってBCP策定の重要性はますます高まっている。そこで、まだBCPを策定していない事業者に対しては、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、これまでにBCPを策定した事業者に対してはブラッシュアップにより実用性の高いBCPを備える支援を行うことで、BCP策定の普及、災害に強い事業者の増加をめざす。</p> <p>また、中小企業・小規模事業者を取り巻くリスクとして、サイバー攻撃の急増・巧妙化が懸念される。中小企業・小規模事業者はサイバーセキュリティへの意識や対策が十分でない場合が多く、被害に遭うと、情報漏えいによる信用失墜、業務停止による生産性低下につながる可能性がある。とりわけサプライチェーンに属する中小企業は、取引の停止、損害賠償支払いなどにより、事業継続上の重大な危機を迎えることになる。そこで、BCPという観点から、サイバー攻撃や被害の最新動向の把握、意識・知識の向上、ソリューション商材などによる対策の実践を促進することにより、事業に与える影響を最小限に止めることを目的とする。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者（広範な業種）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援者数</p> <p>①BCP策定支援&lt;人材交流型&gt; 7月28日 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（34社） 9月22日 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（12社）</p> <p>②サイバーセキュリティ対策&lt;人材育成型&gt; 11月2日 セミナー「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」（11社） 2月8日 セミナー「ホームページ作成ツール「WordPress」注意喚起セミナー」（57社）</p> <p>③セミナーなどを通じたBCPの策定支援&lt;ハンズオン型&gt;（2社）</p> <p>----- &lt;事業手法（①府施策連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果&gt;</p>							
		①府施策連携	大阪府が推奨する「超簡易版BCP「これだけは！」シート」を活用し、参加者にBCP策定を促した。						
	④相談相乗	セミナーやワークショップセミナーやワークショップ、演習の参加の個別ニーズに応じて、経営相談支援や専門相談支援につないだ。セミナーやワークショップ、演習の参加の個別ニーズに応じて、経営相談支援や専門相談支援につないだ。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	85	総支援企業数(実績)	116.0	支援実績率	136.5%	満足率	98.2%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	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	75件	実績数値	57件	目標達成度	76.0%		
成果の代表事例	<p>①BCP策定支援 BCP策定に関心の強い企業を対象に大阪府「超簡易版BCP『これだけは！』シート」を活用してワークショップをおこなった。入門編、ブラッシュアップ編と2回実施し、46社の事業者が計画書を作成した。</p> <p>②サイバーセキュリティ対策 1回目のセミナーでは、サイバーセキュリティ対策として、バックアップの重要性について講演があり、2回目のセミナーでは、基本的な対策を怠っていると企業のホームページがサイバー攻撃の被害に遭いやすいことを認識してもらった。「今回得た情報などを基に、自社のセキュリティ対策のブラッシュアップを進めていきたい」など基本的な対策の重要性、必要性を認識し、今後の行動につながると回答した受講者が多くあった。</p>								

	その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—
		—					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>①BCP策定支援 次年度もBCP計画策定の支援を引き続き進めていく。次年度は新たにBCP計画を策定する事業者に加え、すでに計画書を策定している事業者に対してもブラッシュアップの支援をおこなう。</p> <p>②サイバーセキュリティー対策 基本的な対策がサイバー攻撃対策として有効であることを認識してもらうために、もっと身近に感じられるテーマを取り上げ、対策の行動を促せる内容で開催する必要がある。また、今年度の開催結果から、オンラインでの参加率が高かったため、今後はリアルとオンライン併用（あるいはオンラインのみ）で実施し、効率よく知識を習得いただける環境を準備する。</p>					

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	35	支援企業数(実績)	46.0	支援実績率	131.4%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<ワークショップを通じたBCPの策定支援> 当該事業のワークショップにおいて、事業者が簡易版BCPの策定作業を行った。								
		指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	68.0	支援実績率	170.0%	満足率	96.9%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<サイバーセキュリティー対策> セミナー参加者の66%が、本日得た情報などを基に、自社のセキュリティ対策のブラッシュアップや自社のセキュリティ対策を新たに進めていきたいと回答しており、基本的なセキュリティ対策の見直しや新たな対策を実施する意思を示しており、一定の変化を促した。また、アンケートのコメントからも、サイバー攻撃の対策を本セミナーで認知（再認識）し、知識が高まったことがうかがえる。								
		指標	アンケートにおいて、サイバー攻撃、セキュリティーの最新動向、対策の方向性やプロセスに係る意識・知識が高まったと回答した参加者の割合							
		数値目標	80%	実績数値	98.4%	目標達成度	123.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	20.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<BCP、事業継続力強化計画の策定支援> 支部経営指導員が2社の事業継続力強化計画の策定を支援した。								
		指標	BCPや事業継続力強化計画の策定件数							
		数値目標	10件	実績数値	2件	目標達成度	20.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				

大阪商工会議所

事業名		あべの天王寺・サマーキャンパス
想定する実施期間		2014 年度～ 年度
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍からの回復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、今後普及が進むオンラインビジネスに挑戦し、それに付随するデジタル化やクリエイティブの活用を進めることで、従来の実店舗の顧客に加えてオンラインでの新規顧客開拓につなげるために必要な知識・ノウハウなどを学ぶセミナーを開催する。なお、受講事業者にはセミナーで学んだことを実践してもらうため、オンラインで行う“体験プログラム”の企画・実施を奨励する。阿倍野・天王寺ターミナルエリアの主要な商店街・商店会や商業施設の一致協力を得てイベントを開催し、にぎわいを創出することで、当地域を“キタ”や“ミナミ”に比肩する魅力的なエリアとすることを旨とする。
	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
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>1. あべの天王寺・サマーキャンパス&lt;販路開拓型&gt; 支援企業数：138社・9団体</p> <p>(1)スタンプラリー</p> <p>①開催期間：8月19～20日</p> <p>②内容：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリアの商業施設や商店会に設置された10カ所のポイントを巡るスタンプラリー</p> <p>③参加者数：436人（スタンプ収集達成者数）</p> <p>(2)抽選会</p> <p>①開催期間：8月19～20日</p> <p>②内容：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリアの対象店舗（274店）で税込100円以上の買い物や飲食をした人、あるいはリアル体験プログラムを受講した人を対象に実施する抽選会</p> <p>③場所：会場本部（天王寺ミオ本館1F ミオセントラルスクエア南側）</p> <p>④抽選回数：7,887回</p> <p>(3)体験プログラム</p> <p>A. リアル体験プログラム</p> <p>①開催期間：8月19～20日</p> <p>②内容：阿倍野・天王寺の店舗や施設で開催される子ども向けのプログラム（職業体験やクラフト教室などのワークショップ等）</p> <p>③場所：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリア</p> <p>④結果：60事業者・82プログラム、延べ参加者数3,038人</p> <p>B. 大人のサマーキャンパス（大人のサマキャン）</p> <p>①開催期間：8月11～20日</p> <p>②内容：阿倍野・天王寺の店舗や施設、およびオンライン上で開催される大人向けのプログラム（BARによるカクテル講座、金融機関によるマネー講座などお金に係るプログラム、健康に係るプログラム等々。特に健康に係るものは多彩で「認知症本人による相談窓口」まで登場）</p> <p>③場所：阿倍野・天王寺ターミナル周辺エリア、およびオンライン上</p> <p>④結果：14事業者・25プログラム、延べ参加者数151人</p> <p>C. オンライン体験プログラム</p> <p>①開催期間：8月11～21日</p> <p>②内容：オンライン上（Zoom等）で開催される大人や子ども向けのプログラム（料理教室やヨガなどの各種レッスン等）</p> <p>③結果：7事業者・9プログラム、延べ参加者数80人</p> <p>2. いまさらきけない！ビジネスに効くオンライン活用術セミナー&lt;人材育成型&gt; 支援企業数：91.5社</p> <p>(1)Aコース：5月11日 いまさらきけない！デジタル活用術 支援企業数：14.5社</p> <p>(2)Bコース：5月19日 いまさらきけない！SNS活用術 支援企業数：24.5社</p> <p>(3)Cコース：5月23日 いまさらきけない！LINE活用術 支援企業数：23.5社</p> <p>(4)Dコース：6月2日 いまさらきけない！Zoom活用術 支援企業数：8社</p> <p>(5)Eコース：6月7日 いまさらきけない！インターネット広告活用術 支援企業数：21社</p> <p>&lt;事業手法（①府施策連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果&gt;</p>
	①府施策連携	（商-19：デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業） 大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会（ODCC）と協働で実施した。同協議会は「いまさらきけない！ビジネスに効くオンライン活用術」の企画・講師手配、ならびに体験プログラム（リアル開催とオンライン開催）の企画・調整を担った。
③市町村連携	阿倍野、天王寺の両区役所などの協力を得て、小学校での児童へのチラシ配布や広報紙への記事掲載を行い、集客した。	
④相談相乗	参加店舗・事業者に対してアンケートを行い、販路拡大、融資や資金繰りなどの経営相談を希望する先にアプローチした。	

	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	188	総支援企業数(実績)	238.5	支援実績率	126.9%	満足率	84.7%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	<p>1. あべの天王寺・サマーキャンパス&lt;販路開拓型&gt;          体験プログラム実施事業者より「弊社との接点のない方とのきっかけにつながった」「店舗では出会えないお客様との出会いがあり、とても有意義な時間をいただいた」「毎年参加されるお客様や、サマーキャンパスきっかけで店舗にいらっしゃる方もいるのでとてもありがたい」などの声が寄せられた。</p> <p>2. ビジネスに効くオンライン活用術セミナー&lt;人材育成型&gt;          受講者から「AIに触れられたのが非常に良かった」「Facebookを運用しているがTwitterも新たに運用していこうと思った」「ターゲット、目的により使うSNSがあると認識できた」「広告のヒントになる」などの声が寄せられた。</p>							
		代表指標	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%	実績数値	65.9%	目標達成度	94.2%			
	成果の代表事例	<p>1. あべの天王寺・サマーキャンパス&lt;販路開拓型&gt;          体験プログラム実施事業者より「弊社との接点のない方とのきっかけにつながった」「店舗では出会えないお客様との出会いがあり、とても有意義な時間をいただいた」「毎年参加されるお客様や、サマーキャンパスきっかけで店舗にいらっしゃる方もいるのでとてもありがたい」などの声が寄せられた。</p> <p>2. ビジネスに効くオンライン活用術セミナー&lt;人材育成型&gt;          受講者から「AIに触れられたのが非常に良かった」「Facebookを運用しているがTwitterも新たに運用していこうと思った」「ターゲット、目的により使うSNSがあると認識できた」「広告のヒントになる」などの声が寄せられた。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)	-		目標値(実績)	-		目標達成度	-	
	-								
実施結果	課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>1. あべの天王寺・サマーキャンパス&lt;販路開拓型&gt;          ①抽選会          抽選会対象店舗やリアル体験プログラム実施事業者の中に、顧客へ抽選券を配付していない先があったことから、抽選券配付の周知徹底に努める。          ②体験プログラム          子どもだけでなく大人を対象とした体験プログラム「大人のサマキャン」を試験的に実施したのでその検証を行う。</p> <p>2. ビジネスに効くオンライン活用術セミナー&lt;人材育成型&gt;          座学だけでなく、実際にスマホを使って、参加者全員で体験・演習しながら学ぶ体験型のセミナーを希望する声が寄せられたこと、参加者間での交流を希望するニーズがあったこと等から、人材育成型に加えて交流型の可能性を探る。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	115	支援企業数(実績)	138.0	支援実績率	120.0%	満足率	77.5%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<販路開拓型：あべの天王寺・サマーキャンパス（企業）> ①スタンプラリーの収集達成者436人、②抽選会の抽選回数7,778回、③体験プログラムの参加者数は、リアルとオンライン合わせて延べ3,269人に上った。体験プログラムを企画・実施した事業者や抽選会対象店舗に登録した店舗は、本事業のパンフレットや公式サイトで紹介されPRができたほか、集客や新規顧客の開拓、消費者ニーズの把握などにも役立ったという声が寄せられた。また、抽選会場には開催期間中に多くの参加者が来場し、地域の活性化にもつながった。							
		指標	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%	実績数値	65.9%	目標達成度	94.2%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	8	支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	112.5%	満足率	88.9%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<販路開拓型：あべの天王寺・サマーキャンパス（団体）> ①スタンプラリーの収集達成者436人、②抽選会の抽選回数7,887回、③体験プログラムの参加者数は、リアルとオンライン合わせて延べ3,269人に上った。アンケートでは「集客に役立った」が4件、「地域の賑わい創出に役立った」が7件回答があり、本事業を通じて、知名度向上や集客に効果があった。加えて、地域の活性化にもつながった。							
		指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	65	支援企業数(実績)	91.5	支援実績率	140.8%	満足率	95.5%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<人材育成型：ビジネスに効くオンライン活用術セミナー> 受講者アンケートでは、「ビジネスに活用していきたい」（55件）、「オンライン活用のリテラシー向上につなげたい」（25件）、「経営改善や情報発信力の向上に役立てたい」（27件）という回答を得た。オンラインのリテラシー向上を図るとともに、ビジネスでの活用や情報発信力の強化に取り組む意欲を喚起することができた。							
		指標	実施後のアンケートで、オンラインの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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			

大阪商工会議所

事業名		西部エリア Amon（えーもん）市							
想定する実施期間		2015 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>【現状と課題】本商工会議所は過去8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商店街とスーパーなどの協力を仲立ちし、地域と共存共栄する商圈を意識する。</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圈の形成をめざす。</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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>○近隣区域の複数の商店街で実施しているイベントを同一の情報紙で紹介したほか、12月のイベントでは、繁栄商店街を核として、周辺の個店が参加する「ワイワイマーケット」を開催し、当該エリアをワンストップのお買い物ゾーンとして消費者にアピールした。</p> <p>○西区内の9商店街を掲載した、情報紙「Amon」第23号(西区版)を7月22日に17,000部発行し、うち15,000部は西区全域に新聞折り込みチラシを配布、2,000部は各商店街に掲示するとともに、各商店街内で手配りをした。</p> <p>○12月2日に情報紙「Amon」第24号(港区版)を14,050部作成し、うち12,050部は港区全域に新聞折り込みチラシを配布、2,000部は各商店街に掲示するとともに、各商店街内で手配りをした。</p> <p>港区内4商店街の催事等を掲載し、掲載催事のうち12月9日開催の商店街イベント「繁栄ワイワイ市場」には当日も参画し、商店街店舗への抽選券配布、当日出店者のPR、港区地場産品（みなトクモン）のPRを行った。</p> <p>-----                  &lt;事業手法(③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果&gt;                  -----</p> <p>③市町村連携 港区役所との連携により、区役所認定の地場産品「みなトクモン」を、情報紙「Amon」掲載やガラポン景品提供などにより支援した。</p> <p>④相談相乗 商店街ほかの各個店に対し、販売促進など課題解決に向けた支援を行った。</p>							
	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	11	総支援企業数(実績)	13.0	支援実績率	118.2%	満足率	92.3%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○商店街の活性化、売り上げへの貢献について、9商店街から「集客の役立った」「売上向上に役立った」との回答を得た。</p> <p>○他団体など連携して販促活動ができ、5つの商店街から「内外の連携・協働に役立った」との回答を得ており、今後の連携に向けて期待ができる。</p>							
	代表指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	成果の代表事例	繁栄ワイワイ市場では、商店で当日お買上の方にガラポン抽選券を進呈したところ、回収した抽選券を各店に戻し再利用しなければならないほど、想定を大きく上回るお客様にお買い上げいただいた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
	—								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>コロナによる制約がなくなり、情報紙への案内掲載・新聞オリコミを積極的に行うことができた。引き続き、コロナ前の賑わいを目指して支援を続ける。</p> <p>催事当日も支援することで、商店街ごとの細かなニーズを聞き取れた。チラシ配布だけでなく、より機運が醸成される訴求がほしいとの要望を受けたため、次年度以降はさらに効果的な訴求手段の実施を検討する。</p>							

大阪商工会議所

事業名		新しい生活様式に適應した商店街集客支援事業							
想定する実施期間		2021 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	対面販売を基本とする商店街は、長引くコロナ禍や物価の上昇などの影響を多分に受け、売上減少や店舗閉鎖が続くなど、苦境が続いており、将来的な集客不安を抱え続けている。そこで、商店街が新しい生活様式に適應しながら顧客を維持・獲得し、活性化できるよう、販売促進の勉強会や情報発信の強化、大阪・関西万博への機運醸成と連動した誘客事業などを支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪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（地下街など）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	商店街の実情にあわせた既存顧客離れ防止、新規顧客獲得に向けた集客支援事業を実施した。 ○大阪府下の商店街団体を対象に「100円商店街」を中心とした商店街加盟店舗の販路開拓につながる事業の実施ノウハウについて情報提供するとともに、プレスリリースやSNSを活用した広報支援を行った。 ○商店街独自で実施する事業についても必要に応じてSNSなどでの広報支援を行った。 ○旭区の5商店街にて、ICT活用による情報発信力強化のため、グーグルマップ活用支援事業を行った。 ○東淀川区の2商店街を対象に、事務局機能育成と広報強化などを中心に、1年通じての支援を行った。具体的には、前年の振り返りを経て、商店街イベント開催概要の決定、新たな参加店舗募集説明会の開催、研修会及び実行委員会等の会議開催、新形式のちらし等作成配布、まちゼミウェブサイトのリニューアル、11月に「第6回東淀川まちゼミ」を実施。1月に結果検証会を開催。							
		<事業手法（③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果>							
		③市町村連携	東淀川区役所は区役所にてチラシ配布、区掲示板掲載、まちゼミを後援した。						
④相談相乗	商店街の各個店に経営支援事業の利用勧奨を行うとともに、指導先に本事業への参加を奨励した。融資や事業計画の策定、セミナー等への参加にもつながっている。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	10	総支援企業数(実績)	22.0	支援実績率	220.0%	満足率	81.8%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	100円商店街開催にあたってプレスリリースやSNSでの広報支援を行い、例年同様多くの来客があった。グーグルマップ活用支援事業では旭区の5商店街から23店舗のグーグルビジネスプロフィールの登録・有効活用等を支援したほか、セミナー開催によりグーグルマップを活用した情報発信について理解を深めた。アンケートにおいても「情報発信に役立った」との回答が複数得られた。 東淀川区の2商店街では、自主的に研修会を実施することができたほか、チラシ配り、鉄道駅へのポスター掲載依頼、SNSでの発信など自主的に広報活動を行っており、徐々に自主的に集客事業運営を実施しつつある。							
		代表指標	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%	実績数値	86.4%	目標達成度	123.4%		
	成果の代表事例	100円商店街を行うことで、「店のPRができた」「新規顧客から利用してもらえた」とアンケート回答した商店街が多くあった。グーグルマップ活用支援事業では「情報発信に役立った」とのアンケート回答が複数あった。 東淀川区のまちゼミでは、A店は公園で体を動かす講座を実施、店主と参加受講生同士も交流を深め、知名度向上につながった。B店は店のサービス体験講座を実施、後日、受講生が有料でサービスを申込したため売上増加につながった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	100円商店街は賑わい創出には貢献しているものの、マンネリ化や物価高による商品確保が困難であることを課題にあげる商店街もあるので、必要に応じて専門家を派遣するなど、具体的なノウハウを提供する。また、他の商店街の開催事例なども共有する。商店街の情報発信力強化やICT活用についてはグーグルマップや翻訳アプリの活用等、専門家を派遣するなどの支援に取り組む。まちゼミは参加店舗を増やして、より多くの受講生を呼び込みまちゼミを活性化させる必要がある。新規参加店舗募集説明会を実施、SNSで参加店舗募集をPRすることでまちゼミへの参加を促す。							

大阪商工会議所

事業名		インバウンドによる買い物消費支援事業								
想定する実施期間		2011年度～ 2023年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>【現状と課題】新型コロナの水際対策緩和を受け、インバウンド観光客回復への期待が増す中、商店街などのローカルな商業施設の外国人に対する集客力、対応力は依然弱く、万博開催に向け、外国人観光客の受け入れ態勢強化は一層重要性を増している。これまで当事業の各種施策によるPRに加え、YouTubeによるPR動画を通じて世界に発信することで、ネットとリアルの間で有機的な結合を図りながら外国人観光客の来街者数（来店者数）の増加をめざす必要がある。</p> <p>【目標とする状態】YouTubeにPR動画(EXPO2025 Come on KAIMON(買いもん=Shopping in Osaka)!チャンネル)を投稿する。また、外国人観光客をその周辺の各商店街、個々の店舗に誘導するツールを提供し、外国人観光客の来街者数（来店者数）の増加をめざす。その際、2016、2017、2022年度に制作したYouTube動画、2018-2021年度に制作した顔出し看板やその設置MAPなどの販促ツール類も有効に活用されている状態を目標とする。</p>								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	此花区、港区、西区、大正区、浪速区、西成区の商店街、協同組合などで、インバウンド系観光客の取り込みに課題を感じている組織とその周辺店舗								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>浪速区、西区、西成区、大正区の12商店街に対して、YouTube動画を製作し「EXPO2025 Come on KAIMONチャンネル」に掲載した。</p> <p>併せて、浪速区、西成区の3店舗に対して、YouTube動画を製作し、同チャンネルに掲載した。（製作協力：大阪市立デザイン教育研究所）。</p> <p>-----                  &lt;事業手法（③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果&gt;</p>								
		③市町村連携	年間を通して10事業所程度（組合・組織を含む）、「デザインによる地元企業・商店街の活性化に関する現地視察OJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)」を行う協定を大阪市立デザイン教育研究所と締結し、事業を実施した。							
	④相談相乗	動画の公開が3月中旬となったため、今のところ、個別の具体的な相談には繋がっていないが、資金やPRに課題を抱える事業者は多いため、今後、相談があるものと期待される。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	15	総支援企業数(実績)	15.0	支援実績率	100.0%	満足率	80.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	動画の公開が3月中旬になったため、十分な効果測定の間がなかったものの、商店街3団体・個店2店舗から、このツールによって「外国人・日本人の来街が増えた」との回答を得た。								
		代表指標	実施後のアンケートで、誘客・集客につながったと回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	33.3%	目標達成度	47.6%			
	成果の代表事例	「外国人観光客の来街者が増えた」との声が複数あった。また「外国人による個店の入店者数が増えた」との声もあり。商店街によって成果にバラつきがあるものの、今後については、インバウンド対応を強化したいとの回答が多く、制作したツールが、それぞれのPRに活用されることが期待できる。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	外国人への対応、PRに取り組みたいという声が多い一方、外国人対応力が不足している店舗も多いため、インバウンドの対応力を高める支援ニーズはあると思われる。アフターコロナを見据えて、地域の魅力を丁寧に吸い上げながら、新たな形での支援事業へ引き継ぐ。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	12	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	100.0%	満足率	75.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;商店街・協同組合&gt;            動画の公開が3月中旬になったため、十分な効果測定の期間がなかったものの、商店街3団体から、このツールによって「外国人・日本人の来街が増えた」との回答を得た。そのほかでも「外国人への対応、PRに取り組みたい」という商店街は多く、今後の活用が期待される。</p>								
		指標	実施後のアンケートで、誘客・集客につながったと回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	25.0%	目標達成度	35.7%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	3	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;個店&gt;            公開が3月中旬となったため、当該ツールをPRに利用できる機会は限られていたが、2店舗から「外国人・日本人の来街が増えた」との回答を得た。</p>								
		指標	実施後のアンケートで、誘客・集客につながったと回答した割合							
		数値目標	70%	実績数値	66.7%	目標達成度	95.2%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									

大阪商工会議所

事業名		ミナミ活性化事業							
想定する実施期間		2016 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪ミナミエリアは新型コロナウイルスの感染拡大により多大なダメージを被ってきた。外出自粛による観光客の減少、各国からの入国制限によるインバウンドの消失により、一時は来街者が90%減少した。現在もコロナ禍は続くが、ウィズコロナの対応が浸透し、海外からの観光客受け入れ態勢も再開するなど、徐々に海外からの観光客が戻りつつある。一方で国内の観光客も増加に転じており、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、地元団体の取り組みを支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ミナミならびに南船場エリアの商店街（千日前道具屋筋商店街振興組合、道頓堀商店会、戎橋筋商店街振興組合、心斎橋筋商店街振興組合、せんば心斎橋筋商店街、宗右衛門町商店街振興組合など）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>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った。</p> <p>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・エンターテインメント情報を集め、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。回復し拡大しつつあ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、日本語版と英語版・中国簡体語版を併設して発行した。ガイドブックはミナミの各ホテル、商店街、駅、観光案内所、閑空などを通じて配布。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した。</p> <p>②5月4、5日の道頓堀春フェス(とんぼりリバーウォーク)や7月15、16日の中央区にぎわいスクエア(とんぼりリバーウォーク)、11月25日、26日の道頓堀リバーフェスティバル(なんば広場)、10月7日の船場まつり(船場エリア)にて開催されるミナミ・船場の魅力を発信する取り組み・イベント実施に、地元団体・区役所とともに参画するなど、コロナ感染拡大により大きなダメージを受けた地元商店街への集客を図った。</p> <p>③11月25日、26日の道頓堀リバーフェスティバルにおいてはイベント「ミナミの街でミyakミyakを探せ」を実施。万博の機運醸成を図った。</p> <p>----- &lt;事業手法(③市町村連携)の具体的な連携・効果&gt; -----</p>							
	③市町村連携	中央区役所などと連携して、紙媒体やHP等を通じ、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った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	6	総支援企業数(実績)	10.0	支援実績率	166.7%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	商店街へのアンケートで、「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に(やや役立った)(役立った)」と評価した割合						
		数値目標	80%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	成果の代表事例	特に閑空、観光案内所からは何度もガイドブック増刷を依頼され、ミナミエリアへのインバウンドの誘導と回遊につながり、結果として商店街の賑わい創出に貢献した。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
実施結果	課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	現在一番多いインバウンドである韓国語への対応が必要である。ガイドブックの作成については、印刷部数の増加、増刷依頼に対応することにより、結果的に印刷費用が高まる一方で、インバウンド観光客の利便性を向上するため、デジタル化などを含めた対応を検討する必要がある。							

大阪商工会議所

事業名		大阪市東部商店街にぎわい創出事業							
想定する実施期間		2018年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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、万博への出展をめざしている。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・情報を国内外に発信する。							
	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中小企業・小規模事業者 同地域の商店街・商店会、商業施設のテナント会など							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	都島区の商店街、区役所、団体と連携し、大人が楽しむ！「京橋オススメ体験」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した。さらに京橋エリアの商店街団体向けに勉強会の開催も実施した。  1. 開催期間：2023年11月1日（水）～11月30日（木）（Webサイト公開：9月） 2. 内 容：①大人が楽しめる体験プログラムを32店舗が実施 ②「WEBを使った情報発信」についても勉強会形式で実施  ※本事業を通じて、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、2025年の大阪・関西万博に向けて機運を盛り上げていくとともに参加店舗のみならず街の魅力を発信していく。							
		<事業手法（③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果>							
		③市町村連携	実施商店街の近くの都島区役所と連携し、当イベント等を区報等で告知いただき、地元への周知ができた。これにより、地域一体型のイベントができた。						
④相談相乗	京橋エリアの商店街の各団体や事業者との距離が近くなり、各団体のお困りごと相談以外にも個店の各種相談を受け付けた。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	33	総支援企業数(実績)	34.0	支援実績率	103.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	想定以上に良い反響を得た。当イベント・勉強会の参加を通じて、「新しいお客様が増えた」「ラジオ番組への出演ができた」「自店のサービスを考える良いきっかけとなった」等のポジティブな意見が多数占めた。また、ほぼ全ての事業者が「来年度も参加したい」「来年度は日数を増やす」「さらに勉強会をうちの団体用に開催して欲しい」など、意欲的な姿勢であった。京橋エリアの商店に、販路開拓の機運を醸成することができた。また、積極的な発信が重要であることを実感してもらえた。							
		代表指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> <li>・イベントの参加を通じて顧客を開拓することができた。</li> <li>・イベントに参加することで、ラジオへの出演が決まった。</li> <li>・自店のサービスを考え直す良いきっかけとなった。</li> </ul>							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	非常に満足度の高い結果となった。同地域での開催は初回ということもあり、店舗の発掘については、まだまだ不十分な部分があったため、次年度はさらに魅力的な店舗を発掘し、規模を増して進めていく。また、各店舗への案内スケジュールがタイトであったため、次年度は余裕をもって案内をする。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	31.0	支援実績率	103.3%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;個店やものづくり企業など&gt;                      非常に高い満足度を得た。次年度への参加意欲や日数の増加など、積極的に販路開拓を行う機運を高めることができた。また、行政を巻き込んだ総合的なPRを行うことで、各店の認知度自体も、高めることができた。</p>								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	3	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;商店街・商店会・商業施設テナントなど&gt;                      勉強会などを通して、SNSの使い方やPRの仕方を学ぶことができた。同テーマ、同講師で別の団体でも勉強会を行う企画もあり、波及効果もあった。参加者からは、テキストを繰り返し見て、自団体のSNSの発信に活かしている、などの声も聞かれた。</p>								
		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団体数							
		数値目標	2団体	実績数値	3団体	目標達成度	150.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									

大阪商工会議所

事業名		業務効率化のためのビジネスアプリ等導入サポート事業							
想定する実施期間		2020 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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。また、2023年10月に導入される「インボイス制度」に対応するため、インボイスに対応できるソフトやクラウドサービスへの転換が求められている。経営相談室と支部との連携により、小規模事業者などへ無料もしくは安価なアプリやクラウドサービスなどのIT導入を支援し、業務効率化と生産性向上による売上向上に寄与する。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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>&lt;内容&gt;</p> <p>○5支部の経営指導員がヒアリングシートを用いて、小規模事業者等のIT活用状況、問題点、経営課題などを把握し、支援ニーズを集めた。</p> <p>○ヒアリングシートをもとに、支援を希望する事業者に対しては、「IT・ビジネスアプリ導入サポートデスク」のコーディネーターが事業所を訪問、IT導入に向けての環境確認、優先課題の抽出を行った上で、現有人材や課題、コストなどを踏まえ、最適なアプリやクラウドサービスなどの提案と初期設定までの支援を行った。</p> <p>&lt;実績&gt;</p> <p>ヒアリングシート回答件数：259件、支援企業数：81社 アプリ導入件数：58社（82件）</p> <p>-----</p> <p>&lt;事業手法（④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果&gt;</p>							
	④相談相乗	ヒアリングシートの実施先で支援を求める事業者については、面談時に小規模持続化補助金やIT導入補助金も紹介し、アプリやクラウドサービス導入に係る経費の補助金申請については、本商工会議所の専門相談や支部で対応するなど、経営相談と本事業との相乗効果を図った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	310	総支援企業数(実績)	340.0	支援実績率	109.7%	満足率	98.8%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	○同デスクでは、IT活用支援を推進し、81社を訪問・支援した。81社のうち、新たなアプリあるいはクラウドサービスを導入した企業は58社となったほか、インボイス制度とその対応を課題に同デスクを利用した企業が8社となった。全体では7割以上の事業者が今回の支援を機に、具体的な行動をとっている。 ○58社が実際に導入したアプリあるいはクラウドサービスの延べ件数は、82件になる。 ○IT導入をした企業からは、HP改善やネット通販・SNSによる新規得意先の確保、業務の効率化・労働時間の削減、インボイス制度への対応につながったとの意見があった。							
		代表指標	IT導入に着手する事業者数						
	数値目標	60社	実績数値	81社	目標達成度	135.0%			
	成果の代表事例	○産業機械器具卸売を行うA社は、クラウド型の仕入請求販売システムを新たに導入することで、インボイス対応と事務所・工場間での情報共有ができるようになった。 ○飲食店を営むB社はSNS公告を導入することで、自社ECサイトでの売り上げがアップした。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
	—								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	本デスクでは、来年度も引き続き、これらのIT支援を継続する。特にインボイス制度や電帳法に対応する会計ソフトやクラウド会計の導入、人材採用難でのAIを活用した間接業務の効率化など、IT導入補助金や小規模事業者持続化補助金の活用も併せて、中小企業者の生産性向上に向けて総合的に支援していく。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	250	支援企業数(実績)	259.0	支援実績率	103.6%	満足率		
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<IT導入状況についてのヒアリング> 自社のIT活用状況、IT活用の問題点、経営課題を把握するとともに、IT・アプリサポートデスクの活用の動機づけとした。								
		指標	「IT導入ヒアリングシート」の回収数							
		数値目標	250社	実績数値	259社	目標達成度	103.6%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	81.0	支援実績率	135.0%	満足率	98.8%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<専門家によるIT導入支援> インボイス対応のクラウドサービスの導入など間接業務の効率化やSNSを活用した販売促進の仕組み構築の実現に向けて着手した。								
		指標	IT導入に着手する事業者数							
		数値目標	60社	実績数値	81社	目標達成度	135.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									

大阪商工会議所

事業名	海外市場開拓支援事業	
想定する実施期間	2010 年度～ 年度	
事業の概要	<p>事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)</p>	<p>円安の進行やコロナ対策が緩和された国への市場開拓、また将来の国内市場の縮小に備えて、海外市場に注目する企業が増える中、中小企業もその例外ではない。しかしながら、経済的・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。本商工会議所ではこれまでも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。とくに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、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る。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スタートアップとの連携機会を模索することも今後重要となるが、海外企業であるために企業情報や案件の探索が困難であるほか、そもそも海外スタートアップとの連携の潜在性について認識していない企業も多い。オンラインも活用しながら、海外ビジネスの最新事情やFTA/EPA活用などに関する情報提供や個別相談、海外展開に資する国内外のバイヤーや企業との商談などの事業を通じて、中小企業の海外市場開拓やビジネスを円滑に行えるよう支援する。</p>
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p>	<p>海外ビジネスへの参入、拡大などをめざす中小企業・小規模事業者 ※日本とFTA/EPAを締結している各国とのビジネス交流をめざす事業者に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・貿易管理などについても積極的に情報提供する。</p>
	<p>実施時期・具体的な内容及び事業手法</p>	<p>※（ ）内は支援企業数 ①「海外市場開拓プログラム」の展開（販路開拓型：63社） 4月18日 中国アリババグループ購買責任者との商談会（30社） 5月24日 バングラデシュ企業との商談会（22社） 6月～ ザ・グローバル・バイヤーズ with Courtsシンガポール 0社 9月28日 ザ・グローバル・バイヤーズ「台湾大手有力企業との商談会」（6社） 3月18日～22日 ザ・グローバル・バイヤーズ「欧州編」-Japanese Food and Beverage Days2024オンライン商談会（5社） ② 海外視察会の実施（人材交流型：29社） 7月11日 オンライン視察（インドネシア）（29社） ③ 海外ビジネス勉強会（人材交流型：42社） 6月6日 日本式経営を实践するラオス企業経営者とのビジネス交流会（15社） 8月25日 日本式経営を实践するベトナム(ホーチミン)企業経営者とのビジネス交流会 in 関西（15社） 6月13日 日本式経営を实践するウズベキスタン企業経営者とのビジネス交流会（12社） ④ 海外ビジネスワンストップサービス事業（人材育成型：654.5社） 4月26日 海外展示会を通じたビジネス展開の魅力が分かる！大商の「スタートアップ海外出展支援」説明会（2社） 5月11日 中国ビジネスセミナー「銀行駐在員が中国現地で見た、最近のトレンド～日中往来の復活で活性化が期待される中国ビジネスのヒント～」（46.5社） 5月16日 日・タイ経済協力ウェビナー『変わる日系企業の集積地・タイ』（10社） 6月15日 ドイツ連邦経済・気候保護省サイバーセキュリティ企業セミナー（6社） 6月28日 オンライン視察プレセミナー（インドネシア）（57社） 6月30日 日・タイ経済協会ウェビナー『タイ下院選挙後の政治情勢と新政権下の政策の見通し』（16.5社） 7月4日 中国ビジネスセミナー「中国経済2023～日系企業の事業リスクと戦略モデル～」（45社） 8月1日 アジアビジネスセミナー「アジア地域を中心とした海外の支払い動向」（21.5社） 8月1日 日・タイ経済協会ウェビナー『これまでの日・タイ協力、新たな発展の方向性』（16社） 8月4日 第2回「スタートアップ海外出展支援」説明会（0社） 8月4日 インドビジネス環境セミナー（34.5社） 9月5日 中国ビジネスセミナー「中国市場の変容と可能性～新消費・新ブランド・新市場を中心に～」（43社） 9月6日 ベトナムバクニン省・投資促進セミナー（16.5社） 9月15日 ベトナム商工会議所・貿易投資促進セミナー（12社） 9月20日 ライブコマース活用セミナー（21.5社） 9月22日 中米パナマ・ビジネスセミナー（2社） 10月10日 グリーンビジネス・ニュース発表会(フィリピン ケソン市)（11社） 10月10日 越境EC活用セミナー（13.5社） 10月17日 カリフォルニアの最新法務事情セミナー（7社）</p>

10月19日、11月21日 グローバル・イノベーションフォーラムOsaka2023 欧州・中東編、南北アメリカ編（9社）  
 10月25日 EPA特恵原産地証明書を活用してみよう！セミナー「EPA/FTAを使わないのはなぜ？」（34.5社）11月8日「海外進出企業向け 安全対策セミナー」（31.5社）  
 11月10日 中東・イスラエル武力衝突の行方と国際ビジネスへの影響セミナー（41社）  
 12月1日 貿易関連セミナー（34.5社）  
 12月5日 紛争解決の新たな潮流 高速化する仲裁手続に乗り遅れないために（15社）  
 12月14日 GIF ASEAN-Japan（4社）  
 12月19日 アジアにおける水ビジネス連携セミナー（34.5社）  
 2月20日 ザ・グローバル・バイヤーズ 欧州編 -Japanese Food and Beverage Days2024プレセミナー（16.5社）  
 3月7日 EPA特恵原産地証明書を活用してみよう！セミナー「関税番号変更基準を中心に」（43.5社）  
 3月21日 CES2024 JAPAN TECH出展報告会（9社）  
 ⑤ 海外ビジネスに関する個別相談（人材交流型：549社）※いずれも通年実施  
 TPP&日EU E P A &日英 E P A &日米貿易協定相談（467社）  
 中国を主とするビジネス相談（62社）  
 アセアンビジネス個別相談会（20社）  
 ⑥(A)食輸出促進事業・セミナー（人材育成型：38.5社）  
 8月31日 大阪港 食の輸出セミナー（27社）  
 10月6日 関空エアポート 食の輸出セミナー（11.5社）  
 ⑥(B)食輸出促進事業・個別相談会（販路開拓型：24社）  
 9月19～29日 大阪港 食の輸出商談会（14社）  
 10月6日 関空エアポート 食の輸出商談会（10社）

<事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>

①府施策連携	大阪府の協力（成長産業振興室 国際ビジネス・スタートアップ支援課の施策チラシをセミナー参加者に配布）や、大阪産業局による事業紹介セッションを設けた。また、相談案件を大阪産業局と共有し、同局キャラバン事業との連携を行った。同事業において、大阪産業局の各種事業紹介を行った。
②広域連携	参加募集にあたっては独自の広域的な関心企業リストなどを活用した。水ビジネスの展開支援については、近畿経済産業局、Team E-Kansai、大阪府からメール配信を行い、府内企業を中心に幅広く広報活動を行った。また、食輸出関連事業については、関西エアポートをはじめ、共催・協力団体とともに、メールやHPにて幅広く参加企業を募集した。

事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	1,557	総支援企業数(実績)	1,400.0	支援実績率	89.9%	満足率	96.5%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	海外進出や輸出について必要な知識を得て、海外進出や取引をスムーズに進めるための一助となった。また、「商品提案をする中で、バイヤーと意見交換し、台湾市場においてのニーズやトレンドにつき、知識を深めることができた」「現地（インドネシアの工業団地）に足を運んでみたくなった」などの意見もあり、企業独自でアプローチできないような海外バイヤーとの商談／海外視察先との交流の機会を提供できた。								
		代表指標	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%	実績数値	90.6%	目標達成度	120.7%			
成果の代表事例	<p>○食輸出関連事業においては、シンガポールのバイヤー企業と商談。後日、冷凍野菜や業務用食材の輸出に結び付いた。</p> <p>○相談事業においては、タオルの専門業者が、現地での販路開拓方法を相談。ターゲット国をアドバイスを受けた上で、今後も海外販路開拓に前向きに対応する予定。</p> <p>○欧州バイヤー商談会では、ギフト卸などを行う商社が、フランス東部で日本関係の商品を専門に販売している企業に対し、輸出成約に向け商品提案中。</p> <p>○中国相談では、「中国上海金山区で来年で土地賃借契約期限を迎える糧油会社との工場用地賃借更新について、地元政府が不都合である。理由として、増値税がゼロで徴税メリットがないと言われており、経営としては別の工場への移転か撤退を検討している」との相談に対して、「撤退や所轄税務区外への移転の場合、従業員への経済補償金、納税、仕入債務、そして譲渡が清算の時間的問題など大変な労力と費用を要する。ベテランの工員の継続雇用や費用と撤退労力を考えると、同じ税務局内での移転をお勧めしたい」との助言を行った。</p> <p>○EPA相談では、メキシコへ冷間圧延ステンレス板を輸出する際、CPTPP の原産地証明書を求められたことでの相談。日墨協定で取得済だが、有利なCPTPPでも対応できるよう助言を行った。</p>									

	その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—
		—					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>○新型コロナウイルス感染症の5類移行によるリアル開催を検討する一方で、同影響による経済回復からのビジネスの多忙化によって会場まで足を運ぶ時間を取りにくい中小企業のためにセミナー時間のみを確保できれば参加可能なオンラインセミナーや、商談会／視察会も、海外バイヤー／視察先関係者との交流がリアルと比べて在阪中小企業にとって格段に容易となるオンライン開催を検討して、引き続きノウハウの蓄積に努める。</p> <p>○特にRCEP（本年度の相談割合は約25%）については、今後も中国や韓国との貿易において、同協定を利用して特惠税率を受けたい企業は増え続けることが予想される。一方でEPAのメリットは知っていても、作成プロセスの煩雑さや現地税関等とのトラブルリスク等から敬遠している企業は未だに多い。次年度も、EPAセミナー等を開催しながら、多くの在阪企業にEPA活用の第一歩を踏み出してもらえよう支援する。</p>					

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	63.0	支援実績率	126.0%	満足率	95.2%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>&lt;①海外市場開拓プログラム&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「フランスの日本食品を扱うお店に出荷できるかもしれない」など企業独自でアプローチできないような国のバイヤーとの商談の機会を提供できた。</li> <li>・「中国の市場などなかなか聞けない情報をキャッチできた」などの前向きな変化が見られた。</li> <li>・成約の有無に関わらず、参加企業は商品提案をする中で、バイヤーと意見交換し、台湾市場におけるニーズやトレンドにつき、知識を深めることができた。</li> <li>・商談のみならず、BRICSに続く新興経済圏（ネクスト11）として注目を浴びているバングラデシュへの投資情報を得ることができた。</li> </ul>							
		指標	商談件数						
	数値目標	100件	実績数値	71件	目標達成度	71.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	29.0	支援実績率	193.3%	満足率	93.1%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>&lt;②海外視察会&gt;</p> <p>「現地（世界第4位の人口を擁し、豊富な天然資源と若い労働力を有するインドネシアの首都ジャカルタ郊外に位置するMM2100工業団地）の状況が参考になった」「現地に足を運んでみたくなった」といったコメントを得るなど、企業の海外展開を検討するのに役立つ情報を提供することができた。</p>							
		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%	実績数値	96.6%	目標達成度	128.7%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	35	支援企業数(実績)	42.0	支援実績率	120.0%	満足率	83.3%

実績／達成度③	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	<p>&lt;③海外ビジネス勉強会&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ラオス現地企業経営者との交流を通じて、「次に会う約束ができた」(工務店)や「ラオスの現状がよく分かった」(貿易)との声を得られた。</li> <li>・ベトナム現地企業経営者との交流を通じて、「現地経営者との意見交換ができた」「現地支援機関の存在を知ることができた」など、海外ビジネス展開を検討する上で有益な機会を提供することができた。</li> <li>・ウズベキスタン現地企業経営者との交流を通じて、「現地経営者との意見交換が直接&amp;時間をかけてできたことに満足」「現地支援機関の存在を知る&amp;リアルに名刺交換を行うことができた」など、海外ビジネス展開を検討する上で有益な機会を提供することができた。</li> </ul>															
		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%	実績数値	97.6%	目標達成度	130.2%										
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—										
実績／達成度④	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	<p>計画に対する実績(数値)</p> <table border="1"> <tr> <td>支援企業数(計画)</td> <td>827</td> <td>支援企業数(実績)</td> <td>654.5</td> <td>支援実績率</td> <td>79.1%</td> <td>満足率</td> <td>94.5%</td> </tr> </table>								支援企業数(計画)	827	支援企業数(実績)	654.5	支援実績率	79.1%	満足率	94.5%
		支援企業数(計画)	827	支援企業数(実績)	654.5	支援実績率	79.1%	満足率	94.5%								
		<p>&lt;④海外ビジネスワンストップサービス事業&gt;</p> <p>海外進出や輸出について必要な知識を得て、中小企業の海外市場開拓や海外ビジネスの円滑化を進めるための一助となった。</p>															
	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%	実績数値	90.0%	目標達成度	120.0%												
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—											
実績／達成度⑤	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	<p>計画に対する実績(数値)</p> <table border="1"> <tr> <td>支援企業数(計画)</td> <td>605</td> <td>支援企業数(実績)</td> <td>549.0</td> <td>支援実績率</td> <td>90.7%</td> <td>満足率</td> <td>100.0%</td> </tr> </table>								支援企業数(計画)	605	支援企業数(実績)	549.0	支援実績率	90.7%	満足率	100.0%
		支援企業数(計画)	605	支援企業数(実績)	549.0	支援実績率	90.7%	満足率	100.0%								
		<p>&lt;⑤海外ビジネスに関する個別相談&gt;</p> <p>相談企業は、相談員やアドバイザーから提供されたアドバイスや情報などをもとに、海外ビジネスに関する課題の解決を図ることができるようになった。</p>															
	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%	実績数値	99.5%	目標達成度	132.6%												
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—											
実績／達成度⑥	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	<p>計画に対する実績(数値)</p> <table border="1"> <tr> <td>支援企業数(計画)</td> <td>10</td> <td>支援企業数(実績)</td> <td>38.5</td> <td>支援実績率</td> <td>385.0%</td> <td>満足率</td> <td>97.2%</td> </tr> </table>								支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	38.5	支援実績率	385.0%	満足率	97.2%
		支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	38.5	支援実績率	385.0%	満足率	97.2%								
		<p>&lt;⑥(A)食輸出促進事業・セミナー&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪港 食の輸出セミナーでは、支援企業の全員から「満足・おおむね満足」との回答を得ており、アンケートでは「事例がとても具体的な内容で参考になった」とのコメントを複数参加者から得るなど、食品輸出の行政関係者や事業者による情報提供を行うことで、同分野に関する参加者の理解を深めることができた。</li> <li>・KIX AIRCARGO MEETING2023では、支援企業の全員から「満足・おおむね満足」との回答を得ており、「とても勉強になった」といったコメントを複数参加者から寄せられるなど、食品輸出に役立つ情報を提供することで、同分野に関する参加者の理解を深めることができた。</li> </ul>															
	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	133.3%												
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—											

	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
		—							
実績／達成度⑦	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	160.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	<⑥(B)食輸出促進事業・個別商談会> ・大阪港 食の輸出セミナー&商談会では、「直接バイヤーと話せたことで輸出の関連情報がつかめた」という声があり、成約に向けた話が進んだ事例も中には見られた。 ・KIX AIRCARGO MEETING2023では、直接バイヤーと話せる機会を提供できた。商談後すぐにバイヤーから受注を受ける企業も見られ、即効性の高い事業となった。							
		指標	商談件数						
		数値目標	15件	実績数値	33件	目標達成度	220.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
		—							

大阪商工会議所

事業名		大阪勸業展							
想定する実施期間		2010 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業の今後のさらなる成長を促すために提携先開拓による新たな事業分野への進出や販路拡大が肝要となる。本展示商談会は、展示商談会への出展経験が少ない事業者を中心に、普段出会う機会のない他業種の企業との商談や情報交換をフェースツーフェースで行う機会を提供し、販路拡大や異業種間での交流を促すことで、地域経済の活性化に資する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業（企業間取引などを希望することが前提のため、出展者は小売業などは除く）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	大阪府内の中小企業が一堂に会し、技術力や企画力のアピール、製品、商品、サービスのPR、販路の開拓等を行う展示商談会（多業種型総合展示商談会）。出展業種は、金属、機械・器具・部品、化学・エネルギー、繊維、建設・建材、生活関連用品、環境・衛生、食品、紙・印刷、情報・通信、サービス、各種団体など。  4月下旬：府内の主催・共催商工会議所・商工会の本事業の担当者と本事業の広域的開催につき意思疎通 4月下旬～6月上旬：出展者募集 6月下旬：出展審査会（過去の商品事故情報、本勸業展の出展者としての適格性等を審査） 応募企業は、共催商工会議所・商工会が参加する出展審査会にて、出展に相応しい企業かどうかを審査 10月18・19日：大阪勸業展開催（会場：マイドームおおさか） 10月18日：大阪勸業展出展者交流会の開催（会場：大阪商工会議所） 10月18・19日：カーボンニュートラル・チャレンジフェアを同時開催（来場者増を図る）  出展者数は360企業・団体、374ブースであった。来場者数は9,478人（前回8,677人）、商談件数は2,350件（前回2,359件）、名刺交換枚数は23,030枚（前は18,250枚）であった。 ※いずれも2日間合計。大企業を含む。北陸3県特別コーナー・デザイン特別コーナーを含まず。							
		<事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果>							
		②広域連携	大阪府内の全ての商工会議所・商工会と連携して実施。各商工会議所・商工会から出展に関心を持つ企業等へ直接働きかけ、機関紙へのチラシを挟み込むなど、協力して出展企業を募集した。来場者案内については、各商工会議所・商工会から機関紙やホームページを使って広報するなど、大阪府内から広く来場者を集められるよう協力した。大阪市外から広域的に集客を促進するため、積極的に新聞折込や交通広告など各種広報媒体を使用した。						
④相談相乗	本事業の出展者勧誘は、ホームページや出展募集チラシのDMなどに加え、地元商工会議所（大阪商工会議所の場合、支部）の経営指導員が行っている。後者においては、出展の勧誘がマル経融資ほか経営相談に結び付くケースがあった。								
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	300	総支援企業数(実績)	346.0	支援実績率	115.3%	満足率	81.5%	
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	開催3カ月後時点で実施したフォローアップ調査によると、合計366件（全2,350商談の15.6%。前は324件）の成約を果たし、その金額は合計で1億7,401万円（前は1億5,319万円）であった。また、約22.8%が「問合せ・来店・HP閲覧数が増えた」と回答しており、本事業が出展企業の売り上げ・販路拡大に貢献している点があうかがえる。なお、出展者の28.7%が「他社の新製品・商品・技術・事業への取り組みを知ることができた」、25.3%が「材料仕入先・加工外注先を探すことができた」と回答するなど、売り上げや販路の拡大などいわゆる「売り案件」のみならず、付随的に「買い案件」の開拓や情報収集などの面でも、本事業が役に立っている点があうかがえる。 また、40.1%が「販路拡大イベントの参加意欲が増した」、33.4%が「製品・商品・サービスを改良する意欲が増した」と回答するなど、出展企業の人材育成や士気向上にも寄与している点があうかがえる。							
	代表指標	商談件数							
	数値目標	2,600件	実績数値	2,348件	目標達成度	90.3%			
成果の代表事例	成約金額が大きい事例として、S社が業務管理システムの受注成約で約2,500万円 成約単価が低いものの、成約件数が多い事例として、T社がステッカーの受注13件で約100万円								

	その他目標値の実績	目標値 (計画)	20,000	目標値 (実績)	22,936	目標達成度	114.7%
		名刺交換枚数					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>課題：来場者数の更なる増加。商談成約件数・商談成約合計金額の増加</p> <p>対策：来場者数については、大阪府内の各商工会議所・商工会へチラシ・DMなどのさらなる広報協力を依頼する。大阪府内の事業者の目に触れるような広報方法を引き続き検討し、実施する。商談成約件数については、出展者が申し込む際に前年度の来場者の関心項目がわかるような機能を引き続き設ける他、ホームページ内での出展者検索機能を充実させ、キーワード等で検索をかけると、それに近い出展者が表示される仕組みを追加する。</p>					

大阪商工会議所

事業名		大手流通業等への販路開拓支援事業						
想定する実施期間		2015 年度～ 年度						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小・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）						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【第27回買いまっせ！売れ筋商品発掘市】 11月16日 会場：大阪府立体育会館                      &lt;売り手企業&gt;全国44都道府県から637社931人名参加、うち支援企業数302社                      &lt;買い手企業&gt;73社（百貨店11社、スーパー13社、通信販売16社、生活協同組合5組合、コンビニエンスストア2社、ホームセンター2社、専門店など18社、外食・ホテル3社、海外企業3社                      &lt;成果&gt;商談件数4,850件。うち、商談継続・成約可能性あり件数1,174件</p> <p>【ザ・ベストバイヤーズ、ザ・ライセンスフェア】                      ※（ ）内は支援企業数                      &lt;売り手企業&gt;全国23都府県から208社参加、うち支援企業数126社                      &lt;開催状況&gt;                      6月30日 ロイヤルホームセンター編（31社）                      7月14日 カタログハウス編（1社）                      7月20日 不二商事(トップワールド)編（17社）                      8月1日 信濃屋食品編（9社）                      8月24日 成城石井編（16社）                      9月5日 Smile Circle編（10社）                      9月11日 JALUX編（8社）                      10月26日 ショクブン編（9社）                      1月17日 仁科百貨店編（6社）                      2月13日 西日本高速道路ロジスティックス編（15社）                      3月15日 ソニー・クリエイティブプロダクツ編（4社）                      &lt;成果&gt;商談件数208件。うち、商談継続・成約可能性あり件数116件</p> <p style="text-align: center;">-----                      &lt;事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果&gt;                      -----</p>						
		②広域連携	本商工会議所機関紙、大阪府下企業へのメルマガでの案内、各種セミナーでの案内状配布。D-FAX、WEB-FAXシステム活用による大阪府下企業への案内。「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」等販路開拓事業に参加した企業へのDM送付。在阪の各県事務所へのPR依頼。全国の商工会議所、商工会への同事業のPR依頼。					
④相談相乗	相談支援先に商談会への参加を勧めることで、販路開拓支援のひとつとした。							
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	480	総支援企業数(実績)	428.0	支援実績率	89.2%	満足率	95.1%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	全国各地からのべ1,101社の参加申込があり、買い手企業による事前選考の結果などから845社が実際に商談に参加した。うち支援企業数は428社。支援企業のうち407社(95.1%)が「満足・やや満足」と回答。21社(4.9%)が「やや不満・不満」と回答した。参加企業全体のアンケートでは「事業に役立った」と回答した企業は743社(90.6%)あった。一方、バイヤーは全参加バイヤーのうち93.8%が「満足・やや満足」と回答した。						
	代表指標	全商談件数（大阪府外の企業も含む）						
	数値目標	5,000件	実績数値	5,058件	目標達成度	101.2%		
成果の代表事例	各商談会開催当日の商談総数5,058件のうち1,290件が商談継続・成約の可能性ありとの回答を得ることができ、総商談数の25.4%が今後の販路開拓につながる可能性があった。また実際に大手スーパーや、通販会社と参加売り手企業との成約事例もあった。							

	その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—
		—					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	引き続き販路拡大を目指す大阪府内の売り手企業にとって魅力的な流通業バイヤーを招請する。また、2025年開催の大阪・関西万博に向けて「新しい大阪みやげ」を探す買い手企業者を招聘し、万博をきっかけとした販路拡大支援に注力する。流通業以外にも商談希望が強い買い手企業(宿泊・サービス・外食等)があれば、仕入れ担当者を招いての商談会を行う。また、各企業からのバイヤーについてはできる限り参加バイヤー人数の確保・仕入方針や仕入れ商材を具体的に明らかにするよう協力を仰ぎ、商談の質の向上に努める。					

大阪商工会議所

事業名		MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム
想定する実施期間		2017 年度～ 年度
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよ うな状態にしたいか)	大企業と中小企業、大学や研究機関などがチームを組み、材料・部材や要素製品、さらには機器間を制御するシステムなど互いの優れた技術・ノウハウを結び付けるビジネスマッチング方式の共同開発をめざす。分野を限らず、幅広い分野において、ハイエンド技術の開発、製品の創出を目指す“開発型プラットフォーム”としての機能を高める。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	オープンイノベーションによる新規製品・技術開発をめざす事業所など
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数</p> <p>&lt;人材育成型&gt; (149.5社)</p> <p>(1)オープンイノベーションセミナー 7月20日「中堅・中小企業のための技術提案力向上セミナー」(14社) 8月4日～10日「中堅・中小企業のための技術提案力向上セミナー」アーカイブ配信(20.5社)</p> <p>(2)技術ニーズマッチング 技術ニーズ説明会 7月5日「MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム～2社登壇～大阪ガスとLG Japan Lab」(40社) 12月20日「MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム パナソニック/ファーウェイ・ジャパン」(44社)</p> <p>(3)技術シーズ商談会 技術シーズ説明会 11月29日「技術シーズ商談会 テーマ：大学・研究機関発シーズ」(14社) 2月1日「技術シーズ商談会 テーマ：サステナビリティ」(17社)</p> <p>&lt;人材交流型&gt; (13社)</p> <p>(1)技術ニーズマッチング ビジネスマッチング会 9月～「大阪ガスとのビジネスマッチング会」(7社) 9月～「LG Japan Labとのビジネスマッチング会」(1社) 2月「パナソニックとのビジネスマッチング会」(0社) 2月「ファーウェイ・ジャパンとのビジネスマッチング会」(0社)</p> <p>(2)技術シーズ商談会 個別商談会 1月～「個別商談会(技術シーズ商談会 テーマ：大学・研究機関発シーズ)」(0社) 2月～「個別商談会(技術シーズ商談会 テーマ：サステナビリティ)」(5社)</p> <p>-----&lt;br&gt;                     &lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携)の具体的な連携・効果&gt;</p>
	①府施策連携	(局-3：ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業) 大阪産業局MOBIO事業部と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報に協力を得た。大阪府主催の事業「セミオープン型オープンイノベーション」(大阪府産業創造課が主催、大阪商工会議所が共催)への参加者や関係者に対して、本事業を紹介してもらうなど、両者の事業を相互広報する形で連携を行った。
②広域連携	MOBIO・大阪府産業創造課のネットワークを利用して広報を行ったほか、府内金融機関・支援機関(大阪産業局他)・業界団体等に「協力支援機関」として登録してもらい、メール配信やチラシの配布など関係企業への広報協力を依頼した。また、東大阪・茨木・高槻・八尾・姫路・西宮の各商工会議所(「技術シーズ商談会」は、東大阪・八尾のみ)との共催体制となり、商工会議所ネットワークを生かした広域での広報を行った。	

	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	531	総支援企業数(実績)	162.5	支援実績率	30.6%	満足率	92.8%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	今年度の技術ニーズ説明会では、第1回・第2回ともに日本企業と海外企業の2社に登壇してもらうことで、中堅・中小企業にとって新たな協業の機会を創出できるよう支援した。また、技術ニーズ説明会当日にフォーラムの座長によるオリエンテーションを行うことやエントリー受付期間中に「中堅・中小企業のための技術提案力向上セミナー」を開催し、技術提案時のポイントや知財の取扱いにおける留意点を紹介してもらうことで、中堅・中小企業の技術提案力とマッチング率の向上とオープンイノベーションの促進を後押しした。技術ニーズマッチングのビジネスマッチング会では、のべ19社の個別面談をアレンジし、支援企業8社のうち、1社が面談企業との協業の可能性を示している。技術シーズ商談会においては、のべ33社の支援対象企業が参加し、個別商談会では支援対象企業5社の商談をアレンジし、商談企業との協業の可能性を示している。							
		代表指標	商談マッチング(引き合わせ)数						
		数値目標	74件	実績数値	13件	目標達成度	17.6%		
	成果の代表事例	技術ニーズマッチングでは、年間を通して延べ155社(対象外も含む)が説明会に参加、延べ52件のエントリーがあり、19件の面談を行った。技術シーズ商談会では、年間を通して延べ64社が説明会に参加、延べ13件のエントリーがあり、13件の商談を行った。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—		目標値(実績)	—		目標達成度	—	
	—								
実施結果	課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>○技術ニーズ説明会は、例年登壇している企業に加えて、新たな参加者層を獲得するため、海外の企業も含めた新たな登壇企業の探索を続けていたが、その中でMoTTo OSAKA初登壇となる企業を調整し、登壇が叶った。新たな取引先を求める中小企業からの参加を期待したが、情報収集を目的とした公的機関、支援機関の参加が増え、支援対象数の目標値には届かなかった。次年度以降は、登壇企業とのニーズ調整を念入りに行うほか、支援機関に中小企業を紹介してもらうよう協力依頼を強化し、エントリーにつながるよう取り組んでいく。</p> <p>○技術シーズ商談会では、2回とも複数の企業・大学等が登壇し、より多くの中小企業が関心を持ってもらえるよう各社から幅広いシーズを紹介し、また中小企業がそのシーズを身近に感じてもらえるよう、登壇各社の具体的な協業イメージ等を明確に発表いただけるよう、事前の調整などを工夫し、参加した企業からは内容を評価する声が聞かれた一方、参加者数の大きな増加につなげることができなかった。次年度以降は、より多くの中小企業に事業を広報し、事業の内容を理解して参加につなげられるよう、外部団体との連携や個別の企業アプローチなど広報の手法を工夫する。また、参加者からの提案件数増につなげるために、イベント終了後の参加者フォローのあり方についても検討する。</p> <p>○オープンイノベーションセミナーは、1回のみで開催であったため、ハイブリッド開催やアーカイブ配信の実施など、セミナー当日に参加できない方にも視聴いただけるよう工夫を行ったが、支援企業数の目標値には届かなかった。次年度は2回の開催となるため、技術ニーズ説明会との連動も意識して広報を行う。</p>							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	457	支援企業数(実績)	149.5	支援実績率	32.7%	満足率	93.6%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<人材育成型> 技術ニーズ説明会では、年間を通して延べ155社が説明会に参加、技術シーズ商談会では、年間を通して延べ64社が説明会に参加し、ほとんどの参加者が自社技術の用途開発を検討するうえで参考になったと回答した。								
		指標	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	90%	実績数値	96.4%	目標達成度	107.1%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	74	支援企業数(実績)	13.0	支援実績率	17.6%	満足率	84.6%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<販路開拓型> 技術ニーズ説明会では、延べ52件のエントリーがあり、延べ19件が面談に進んだ。技術シーズ商談会では、延べ13件のエントリーがあり、面談に進んだ。								
		指標	商談マッチング（引き合わせ）数							
		数値目標	74件	実績数値	13件	目標達成度	17.6%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									

大阪商工会議所

事業名		大阪クリエイティブフェア							
想定する実施期間		2013 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	才能あるプロダクトデザイナー・クリエイターをはじめ、デザイン性の高いリビング用品などを製造・販売する中小・小規模企業などは、規模が小さいために認知向上や販路開拓に苦戦している。在阪もしくは大阪にゆかりのある、新たな取り組みへの意欲の高い事業者を発掘し、百貨店などの展示・販売イベントへ出店する機会を提供。当該催事期間中の売上増だけでなく、消費者や業界関係者への認知度向上、今後の取引拡大や販路開拓につなげていく。さらに、一般消費者と普段接触する機会がないプロダクトデザイナーやメーカーなどが、催事期間中の接客を通じて来場客のニーズなどを直接把握できるので、エンドユーザーを意識した新製品の企画や開発などにつながることも期待できる。また、優秀なプロダクトデザイナーや中小・小規模企業の成長を促し、業界全体の活性化につなげるだけでなく、商品や出展者の「大阪らしさ」をPRできるよう注力する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に大阪府内のプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨、食品の製造業者・卸売業者・小売業者など							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	6月下旬 出展者募集 8月24日 1次(書類)審査 9月7日 2次(現物)審査 9月22日 出展者個別面談(近鉄百貨店から大手百貨店で販売する上で必要となる商品表示や価格表示、販売商品選択、陳列、什器備品、関連法規、品質規格・表示管理基準等に関する支援・助言)など 11月8～14日 近鉄百貨店あべのハルカスにて開催(一般消費者への販売行為。一般客、専門事業者からの反応を確認する機会、意見を直接聞く機会、会社のPRの機会、従業員の士気向上・人材育成の機会の提供)							
	<事業手法(①府施策連携・②広域連携)の具体的な連携・効果>								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	24	総支援企業数(実績)	27.0	支援実績率	112.5%	満足率	85.2%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	○今年度の総売上は5,912,247円(出展企業数28社。1社平均:約21.1万円)※5,600,892円(支援企業数27社。1社平均:約20.7万円)。昨年は総売上7,237,533円(1社平均:約25.8万円)。 ○今後の取引の信用力となる百貨店での催事出展・納品実績を得た。 ○近年ネット販売が中心となる企業も増えている中で、対面販売から消費者のニーズや接客技術を学ぶ良い機会となった。							
	代表指標	売上合計							
	数値目標	460万円	実績数値	560万円	目標達成度	121.7%			
成果の代表事例	○出展企業の声 【A社】店頭立つ機会が少ないので、接客技術やお客さまのニーズを知る良い経験となった。特に来場者より直接商品に対する希望やアイデアを聞くことができ、今後の商品企画に役立つ。また、百貨店担当者より陳列や効果的な販売方法などの助言もあり、ノウハウ蓄積の貴重な機会となった。 【B社】百貨店の催事出展は初めてあったが、経験のある出展者から「見せ方」や接客法などを学べた。バイヤーからの出店打診もあり、販路拡大のきっかけを得ることができた。 【C社】開催したワークショップが大変好評であり、新たな顧客獲得に繋がった。近鉄百貨店より声掛けもあり、新たな商談がまとまり販路拡大の絶好の機会となった。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	1,700	目標値(実績)	3,429	目標達成度	201.7%			

		商品購入件数
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>○出展企業の募集 新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことにより、応募数は前年度より増加した。引き続き(公財)大阪産業局MOBIO事業部及び大阪府ものづくり支援課との連携はもとより、府内の商工会議所、商工会やプロダクトデザイナー、専門学校等に協力をお願いするほか、リビング関係の展示商談会等に出向き、魅力ある企業の発掘に努める。</p> <p>○集客 ワークショップは人気があるが、体験場所が売り場とは別途必要となるため、百貨店が難色を示すことが多い。百貨店の許可を得られるよう実現に向けて積極的に働きかける。併催催事についてもより集客が見込まれるものとなるよう百貨店側に働きかける。またInstagramの運用をしており、募集案内から出展者情報まで発信している。引き続き、SNSでより効果的な情報発信を行うことができるよう各出展者とも連携を取っていく。</p> <p>○大阪らしさ 大阪製ブランド等との連携を一層強化する。前年度より出展料無料となる大阪府認定企業(大阪製ブランド、大阪産、大阪商品計画、大阪の伝統工芸品)に地域ブランド商標登録商品も追加した。次年度以降も出展料無料のインセンティブの継続を検討する。</p> <p>○売上拡大 催事の売り場面積をより多く提供いただくことと、客導線から大きく外れる売り場が発生しないよう百貨店に働きかける。また、デザイン性やクオリティの高い商品は価格も高めなものが多く購入に至らないことも多いため、価格も考慮し、購入しやすい実用的な商品の品揃えを働きかける。</p>

大阪商工会議所

事業名		デザイン経営による自社商品開発支援事業							
想定する実施期間		2018年度～年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>原材料の高騰などで、従来の商品では収益が確保できず、新たな自社商品の企画開発を検討する中小・小規模の製造業者などを対象に、売れる商品の企画手法と売り方のノウハウについての情報を提供するとともに、バイヤーなどから企画案についての意見やアドバイスを受ける機会を提供することにより、大阪府内の中小製造事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、独自で販路を切り開いていくことができるよう支援する。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>「自社商品の企画開発に際して、関心があるがその方法が分からない」「下請けから脱却し、経営の安定化や成長のために何らかのヒントをつかみたい」「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」などの課題がある中小企業・小規模事業者・スタートアップ</p>							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「デザイン経営」「自社商品開発」に精通したクリエイティブ・ディレクターを講師・コーディネーターとして、以下の通り「先行事業者によるセミナー・交流会」（1回）、「販路を見据えた新商品開発ゼミ」（全4回）、「成果発表・マッチングイベント」（1回）開催した。</p> <p>※（ ）内は支援企業数                  &lt;セミナー・交流会&gt;                  開催日：8月25日（57社）、個別デザイン相談会へのつなぎ（8社）                  ・講演：「地域×技術×デザイン 熱狂を生むブランディングセミナー」                  ・ワークショップ：登壇者、若手クリエイターを交えた交流会</p> <p>&lt;新商品開発ゼミ&gt;                  開催日：第1回9月22日、第2回10月20日、第3回11月10日、第4回12月15日（24社）、個別デザイン相談会へのつなぎ（10社）                  ・テーマ「自社分析」「市場・顧客のターゲットング」「コンセプト固め」「商品企画」                  各回テーマに沿った課題に取り組み、講師と参加者に発表しアドバイスを得る。                  ・大阪産業局デザイン活用支援oidcの事業紹介</p> <p>&lt;成果発表・マッチングイベント&gt;                  開催日：1月26日（28社）                  「新商品開発ゼミ」にて、新商品開発に取り組んできた事業者から選抜された6社が、これまでの成果を新商品プランとして発表し、バイヤーなどのゲストからアドバイスを受けるもの。また、デザイン経営やブランディングに関心のある事業者も招き、交流の場とすることで、新たなアイデアや事業創出を目指す。</p> <p>-----                  &lt;事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果&gt;</p>							
		①府施策連携	<p>（商-19：デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業）                  大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、本事業参加者に対して、デザイン活用支援oidcから事業の紹介を行い、大阪府の施策普及に努めた。また、本事業の全参加者のうち18社をデザイン活用支援oidc主催の「個別デザイン相談」へつないだ。</p>						
	②広域連携	<p>本商工会議所のメールマガジンやホームページなどでの開催告知するとともに、大阪府、大阪産業局デザイン活用支援oidcなどとの連携によりメールマガジンにて配信し、大阪府内全域の企業やスタートアップから参加を募った。</p>							
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	130	総支援企業数(実績)	109.0	支援実績率	83.8%	満足率	99.1%	

事業 全体 の実績 ／ 目標 達成 度	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	<p>○支援企業109社のうち、アンケートで「セミナー・交流会・ゼミで得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つ/やや役立つ」と回答したのは103社で、全体の約94%が役立つと回答した。</p> <p>○新商品の開発・販売に向け、「デザイン活用」について知識を深めるとともに、その方向性や可能性へのヒントをつかみ、デザイン性に優れた商品の企画・開発および販売促進を通じた経営改善に向けた意識の啓発ができた。</p> <p>○新商品開発ゼミに参加した企業のうち6社は自社商品開発に向けて具体的に行動し、取り組んでいる。</p>					
		代表指標	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%	実績数値	96.3%	目標達成度	120.4%
	成果の代表事例	<p>○製造（金属溶接）のA社は、自社の技術力をこれまで取引のなかった業界にもアピールするため、BtoC向けの商品開発を進めている。</p> <p>○木材卸のB社は、本事業で情報を得たデザイン相談や知財の専門家からのアドバイスを取り入れ、自社の木製玩具を対象年齢や遊び方を広げることでリブランディングに取り組んでいる。</p>					
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—	
	—						
実施 結果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達して いない場合は、その理由 や今後どのようにフォ ローするのか)	<p>今年度はゼミに目標値以上の参加があったものの、セミナー・交流会形式の回の支援企業数は少なかつたため、具体的に商品開発に取り組もうとする前段階の事業者の取り込みに工夫をする。来年度は内容を調整し、セミナー内や交流会で、今まさに新商品開発やリブランディングに取り組む事業者の声や交流の機会を提供することで、より新商品開発への意欲を高める。</p> <p>また、今年度のゼミ参加者で、現在、自社の新商品開発に向けて取り組む事業者6社については引き続き、伴走支援を行い、新商品のプロモーション、販路開拓までを一貫して支援できる体制を整備する。</p>					

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	70	支援企業数(実績)	57.0	支援実績率	81.4%	満足率	98.2%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;セミナー・交流会&gt; アンケートによると、「実際のケーススタディから自社の問題点が見えてきた」「ブランディングする際の考え方が参考になった」「交流会でデザイン等に課題を持つ企業と新規につながりを持つことができた」といった感想があり、セミナー・交流会で得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進につなげることができた。</p>								
		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%	実績数値	94.7%	目標達成度	118.4%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	24.0	支援実績率	120.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;ゼミ（ワークショップ）&gt; アンケートによると、「競合・ポジショニングマップなどの分析が必要で、これらの壁をこえることで企画開発がスムーズになると感じた」「これから事業を発展させていく上で必要なノウハウが詰まっていた」といった感想があり、ゼミで得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進につなげることができた。</p>								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	28.0	支援実績率	70.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;成果発表・マッチングイベント&gt; アンケートによると、「商品開発において、どうしてもメーカー視点で独りよがりになりがちだが、バイヤーから顧客目線の意見があり参考になった」「迷いながら参加することにしたけど、とても多くの学び、出会いがあり、参加して本当によかったと感じている」といった感想があり、ゼミで得た知識や情報を商品企画・開発や販売促進につなげることができた。商品開発に取り組みたい希望のある事業者については、具体的な新商品に結び付くよう、専門家派遣制度等を用いて引き続き支援していく。</p>								
		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%	実績数値	96.4%	目標達成度	120.5%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				

大阪商工会議所

事業名		販路・取引先開拓マッチング事業							
想定する実施期間		2011年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	個々の企業の実情に合わせて、仕入れ先、卸売業者、問屋、材料メーカー、製造委託先、業界団体などの情報や効果的な商材や外注先の探し方のアドバイスを行う。「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「営業・マーケティング」などとも連携しながら、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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	新規の販路・取引先開拓や仕入先の取引照会を希望する中小企業・小規模事業者に対し、本商工会議所が持つ様々なツールや情報に基づいて対応した。具体的には、取引先情報、業界団体や関係機関を適切に紹介するとともに、マーケティング手法の活用を通じたBtoBのビジネスマッチングのアドバイスを行った。また、本商工会議所が保有する企業データや、ビジネスモール・商談モールなどといった事業者検索ツールなどをフルに活用し、販路・取引先開拓・仕入先照会を希望する事業者のニーズに応じて検索・照会を行い、BtoBのビジネスマッチングを進めた。さらに、営業・マーケティングの相談窓口及び金融機関や各地商工会議所などの支援機関との連携をより一層緊密化するなど、事業者単体では持ちえない、商工会議所ならではの広範なチャンネルを駆使して、販路や仕入先探しに努めた。							
	<事業手法(②広域連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果>								
	②広域連携	金融機関の大阪府内店舗でのパンフレットの配布、本商工会議所機関紙への同梱を行い、大阪府内の事業者幅広く配布した。また、本商工会議所のHPへの掲載、メール配信を行った。利用企業218社のうち、28社が大阪府内(大阪市内)の事業者の参加であった。							
④相談相乗	必要に応じて、専門相談や専門家派遣につなぐなど、相談事業との相乗効果を図った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	180	総支援企業数(実績)	215.0	支援実績率	119.4%	満足率	99.1%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	仕入先、外注先の紹介を希望する支援企業に対しては取引先を紹介するだけでなく、その探し方や「ビジネスモール」の具体的な活用方法をアドバイスし、今後、自力で取引先を探すことができるよう支援した。 また、販路開拓の進め方が分からない支援企業に対しては、専門相談、専門家派遣により、専門家から営業ノウハウや具体的な営業の仕方などに関するアドバイスを行うなど、相談者のニーズを汲み取り、満足度をあげるよう努めた。その結果、目標支援企業数180社に対し215社を支援し、指標の目標件数90社に対し87社に具体的な取引先を紹介した。							
		代表指標	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数						
		数値目標	90件	実績数値	87件	目標達成度	96.7%		
	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページ制作の委託先を探していたサービス業のA社に、対応可能な6社と業界団体を紹介したところ、その中の1社に業務を発注することになった。</li> <li>・新規顧客へのアプローチ方法について本商工会議所に相談したB社は、専門家からのアドバイスにより、早速、自社の強みをホームページに掲載、会社案内を作成したところ、3ヶ月後には効果が表れ始め、新規顧客の獲得だけでなく、単価の上昇にもつながった。</li> </ul>							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	販路拡大を切望する中小企業や小規模事業者で、売上が上がらない事業者からの営業活動についての相談は、ペルソナの絞り込みや自社の強みの把握、他社との差別化の打ち出しができておらず、効率的な営業活動ができていない場合が多い。今後もこれら事業者に対し、各社の実情にあった効果的な販路開拓方法や営業方法などのスキルを身に付けてもらえるよう機動的な支援を実施する。							

大阪商工会議所

事業名		町工場ネットワークの構築事業
想定する実施期間		2012 年度～ 年度
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	「どんな加工も大阪なら対応可能」を目指して町工場間の緩やかなネットワークを再構築するとともに、その中から「アイデアを製品に」するための試作開発を促す。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を軸とした交流会を行う。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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）</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・下請加工からメーカーへの構造転換を図る事業所</li> </ul>
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数</p> <p>(1)経営課題に資する情報の提供（人材育成型：31社） 7月18日 AI活用セミナー（15社） 9月19日 健康経営推進セミナー（16社）</p> <p>(2)経営課題を軸とした情報提供と相互交流（人材交流型：35社） 8月5日 西部エリアものづくり企業による「大正ものづくりフェスタ2023」出展・運営（14社） 10月20日 万博に向けた交流会（21社）</p> <p>(3)取引拡大の支援（販路開拓型：165社） 4月20日 2025年大阪・関西万博 リボンチャレンジ交流会（ものづくり加工ネットワーク強化交流会）（31社） 5月26日 2025年大阪・関西万博 リボンチャレンジ交流会（32社） 6月23日 ものづくり加工ネットワーク強化交流会（49社） 9月26日 ものづくり加工ネットワーク強化交流会（29社） 3月26日 ものづくり加工ネットワーク強化交流会（24社）</p> <p>ものづくり企業を対象として、参加企業が「どんな素材を、どんなサイズで扱えるか、得意な加工内容は何か、どの大きさの機械設備を保有しているか」等々、自社の特徴を記したエントリーシートを記載してもらい、事前に配布、それを基にFace to Faceで情報交換を行った。具体的には5～6社程度を1テーブルとし、経営指導員が各テーブルでの進行と意見交換をリードしながら参加ものづくり企業の取引機会拡大と必要な情報収集をアシストするグループセッションを実施。また、今回は参加業種を広げて、大阪・関西万博への参加を検討している者の中での情報交換・顔の見える関係づくりのためのテーブルも設置した。</p> <p>----- &lt;事業手法（②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果&gt;</p>
	②広域連携	メールにて大阪府内事業所への開催告知をしたほか、大阪市外で活動する機械金属加工グループや大阪信用金庫の協力を得て、東大阪市、門真市、枚方市など、大阪市外の機械・金属加工を営む事業所が集積する地域から参加を得た。
③市町村連携	交流会や情報交換会の開催にあたって、区役所から会場の提供、広報等の協力得たほか、大阪府が実施するものづくり支援事業と協働した。	
④相談相乗	取引拡大に伴う経営改善、事業計画の策定、事業再構築補助金申請の伴走支援を希望する参加者に対して支援を行った。また、人材育成、生産性の向上など各社の状況に応じた情報提供、支援を実施した。	

事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	115	総支援企業数(実績)	231.0	支援実績率	200.9%	満足率	99.6%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	人材交流型においては今後の人脈づくりや課題解決のための情報を得ることができたなど、高い満足度を示すコメントが多く見られた。また、販路拡大型においては、多くの商談も行われ、「取引につながった」「可能性あり」との回答を得ており、受発注取引先の拡大に寄与した。								
		代表指標	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%	実績数値	99.4%	目標達成度	124.2%			
	成果の代表事例	ものづくり加エネットワーク強化交流会の参加者から「新しいネットワークを築くことができた」「熱のこもった交流ができた」「違う分野の方との情報交換ができた」との声が寄せられた。								
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	ものづくり加エネットワーク強化交流会においては、「もう少し参加者が多ければ」「もう少し時間があれば」という声も聞かれたため、次回開催時は、実施の時期、場所、時間および広報を考慮し、引き続き参加者の販路開拓につながるよう満足度の高い交流会の実施を検討する。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	31.0	支援実績率	206.7%	満足率	96.8%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;人材育成型&gt;                      AIや健康経営といったビジネス上で話題のテーマに対し、同じ地域で操業する同業種（機械金属加工業）が集まって、自分ごとに落とし込めるようディスカッションすることで身の丈に合った知識の習得と取り組むきっかけを提供できた。参加企業からは、「たいへんわかりやすく、理解できた」と、経営改善の一助になった。</p>								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	35.0	支援実績率	116.7%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;人材交流型&gt;                      対象業種を機械・金属加工を営む事業所に限定して事業を実施したことで、今後の人脈づくりや課題解決のための情報を得ることができたなど、高い満足度を示すコメントが多く見られた。</p>								
		指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	70	支援企業数(実績)	165.0	支援実績率	235.7%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;販路開拓型：ものづくり加工ネットワーク強化交流会&gt;                      対象業種を機械・金属加工を営む事業所に限定して実効性の高い事業の実施を目指した。結果、多数の面談の機会を提供し、「取引につながった」「可能性あり」との声も多く寄せられ、受発注取引先の拡大に寄与した。</p>								
		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%	実績数値	99.4%	目標達成度	124.2%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				

大阪商工会議所

事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム							
想定する実施期間		2010 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪の繊維業界はOEM生産を中心とする企業が多く、自社ブランドの育成のほか、競争力のある新たなビジネスモデルを構築することが必要である。このため、新たな社会課題の解決など、今後需要が見込まれる分野への製品開発やビジネスモデルの創出、企業間連携のきっかけとなる場を定期的に提供し、繊維関連企業全体の競争力強化につなげる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	○ファッション・アパレル関連業界団体、業界団体の傘下企業をはじめとするファッションクリエイターやアパレルメーカー、その関連企業（素材メーカー、バッグなどの小物関連、美容関連など） ○ファッション関連企業との連携を求める企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型>（130.5社） 5月30日 第13回例会「多角的に考えるファッション産業の未来」（30社） 11月21日、12月28日～1月31日（アーカイブ配信） 第14回例会「今、世界に求められる仕組みと押さえておきたいトレンドを先取りする」（45社） 11月22日、12月28日～1月31日（アーカイブ配信） セミナー「今こそ輸出にチャレンジ！海外マーケット成功へのステップ」（22社） 12月28日～1月31日 「新たな価値創造に向けて取り組む繊維企業・ファッション専門学校による事例紹介」（5社） 2月15日 第15回例会「2025年のファッショントレンドの予測と新規事業開発について」（28.5社） <人材交流型>（56社） 9月12日 プレゼン&交流会「2025大阪・関西万博に向けた繊維・ファッション産業の未来共創」（39社） 11月22日 プレゼン&交流会「新たな価値創造に向けてのクリエイターとの共創」（17社）							
		<事業手法（②広域連携）の具体的な連携・効果> ②広域連携 協同組合関西ファッション連合に組合員への周知を依頼するなど、業界団体と連携して事業を実施した。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	180	総支援企業数(実績)	186.5	支援実績率	103.6%	満足率	94.9%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	○参加した繊維・ファッション企業に、「サステナブルを前提としたファッション産業の未来」、「海外展開する中で押さえておきたい仕組み・トレンド」「他業種、クリエイターとの共創」などをテーマに、業界の今後を認識してもらうことができた。 ○「輸出・海外展開への支援について」「新規事業開発について」など、直接ビジネスにつながる情報を得ていただくことができた。 ○本事業を通じて、組合の団体名や企業が業界関係者を中心に広くPRされた。							
		代表指標	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%	実績数値	97.5%	目標達成度	139.3%		
	成果の代表事例	講演会参加者からはアンケートにて、「サーキュラー、サステナブルの視点が具体的なビジネスにつながるがよく分かった」、交流会参加者からは「たくさんの企業と交流することができた」「いろいろな企業と協業してみたい」などの感想が寄せられ、事業拡大や新しいビジネスの開発に活用できる情報を提供できた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
	—								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	例会・セミナー参加者からは、今後の業務に役立つ情報を得たという声が多数寄せられており、引き続き関心が高いテーマについて、情報提供や参加者同士の交流の場を設ける。各種事業について、より多くの繊維関連企業に参加してもらうために業界団体を通じて案内するほか、事業開催時期を調整するなど連携を図る。例会・プレゼン&交流会に限らず、一層業界内外の企業連携を促進する事業を実施する。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	130	支援企業数(実績)	130.5	支援実績率	100.4%	満足率	92.6%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;講演会&gt;                      例会では参加した繊維・ファッション企業に業界の最新情報や今後を認識してもらうことができた。ある参加者からは「海外との輸出取引の中で、オープンソースの情報の取り方等参考になった」「AI・バーチャルが想像以上に進んでいた」との回答を得た。</p>								
		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%	実績数値	97.5%	目標達成度	139.3%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	56.0	支援実績率	112.0%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;プレゼン&amp;交流会&gt;                      参加者・プレゼンターと実際の製品を交えながらの交流を通して、新たな協業の可能性を模索することができた。参加者からは「他社の思いや技術がよく分かった。今後も共創できたらと思う」などとの感想を得た。</p>								
		指標	アンケートにおいて、プレゼン・交流会を通じて今後の事業運営のヒントが得られたと回答した企業の割合							
		数値目標	70%	実績数値	98.2%	目標達成度	140.3%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—				
	—									

大阪商工会議所

事業名		デジタル×デザイン思考による企業変革力強化支援事業							
想定する実施期間		2022年度～年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	コロナ禍で急速に変化するマーケットの中で、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)	コロナ感染症や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・スタートアップの経営者、新規事業担当者、マネージャー							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「デザイン思考」を普及啓発するセミナーとワークショップ、ハンズオン支援を組み合わせたプログラムを提供した。専門家によるハンズオン支援から、新事業取り組みに至った事業者は2社となった。</p> <p>※（ ）内は支援企業数</p> <p>&lt;人材育成型&gt; 5月26日「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」(126社)</p> <p>&lt;人材交流型&gt; 6月23日、6月30日、7月7日、7月14日(4日間)「デザイン思考/サービスデザイン活用 新事業創出ワークショップ」(27社)</p> <p>※ワークショップの最終回では、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、紹介を行った。</p> <p>----- &lt;事業手法(①府施策連携・②広域連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果&gt;</p>							
		①府施策連携	(商-19:デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業)大阪産業局デザイン活用支援oidcと連携し、本事業参加者に対して、デザイン活用支援oidcから事業の紹介、「新商品開発マニュアル」の配付や説明等を行い、大阪府の施策普及に努めた。また、本事業の全参加者のうち18社をデザイン活用支援oidc主催の「個別デザイン相談」へつないだ。						
	②広域連携	本商工会議所のメールマガジンやホームページなどでの開催告知するとともに、大阪府、大阪産業局デザイン活用支援oidcなどとの連携によりメールマガジンにて配信し、大阪府内全域の企業やスタートアップから参加を募った。							
	④相談相乗	セミナーやワークショップの参加者から、新サービスや新事業の立案に向けて専門家派遣につないだ。							
事業全体の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	105	総支援企業数(実績)	153.0	支援実績率	145.7%	満足率	98.6%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○参加者からは「ワークショップでは、デザイン思考をもとにグループで課題に取り組むことで、自社では考えつかないアイデアが出せた」「顧客目線でニーズを考えることにはっとさせられた」「今後の活動についてデザイン思考でもう一度世の中と向き合いたい」との感想・意見があった。</p> <p>○成果として、本事業の参加企業から2社が具体的に新規事業開発に取り組んだ。いずれの企業も本商工会議所の事業への参画を通じ、「デザイン思考」を活用することで顧客が抱える真の課題を解決できる新たなサービスを提供するという視点で、新規事業を立案できる企業へ転換できた。</p>							
		代表指標	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%	実績数値	97.3%	目標達成度	121.6%		
	成果の代表事例	<p>○建築金物卸のA社は、ワークショップ参加をきっかけに、今まで接点がなかった個人向けの住宅設備メンテナンス事業を新規立案し、あわせてHPの改善等にも取り組んだ。</p> <p>○印刷業のB社は、市場のデジタル化というニーズに合わせたデジタルサイネージなどの事業を新たに検討し、顧客ニーズに合わせたサービスを提供できる企業への転換を図っている。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	セミナーについては、中小企業や小規模事業者に対して「デザイン思考」を普及啓発するために、中小企業の事例発表の内容を一層、ブラッシュアップし、新規の中小企業の参加者を掘り起こす。また、ワークショップについては、卒業生から新ビジネスの企画開発に着手し、実施する事業者を輩出することを目的に、卒業後は、専門家の支援にスムーズに移行できるよう支援体制を強化する。
------	--	---

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	80	支援企業数(実績)	126.0	支援実績率	157.5%	満足率	98.3%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	<p>&lt;セミナー&gt; 参加者のうち、「セミナーで得た知識や情報は、新たなビジネス開発や事業再構築に役立つ」とする割合は97.5%であった。セミナー参加を通じ、13者がワークショップに参加した。</p>							
		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%	実績数値	97.5%	目標達成度	121.9%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	25	支援企業数(実績)	27.0	支援実績率	108.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	<p>&lt;ワークショップ&gt; 参加者のうち、「ワークショップで得た知識や情報は、新たなビジネス開発や事業再構築に役立つ」とする割合は96.3%であった。2者が新たに事業を企画立案し、展開を始めた。</p>							
		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%	実績数値	96.3%	目標達成度	120.4%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		医療機器等産業事業化促進事業							
想定する実施期間		2018年度～年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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いる。この場合、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。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を構築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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 9月12日「医療機器分野新規参入セミナー」（55.5社） 3月14日「在宅医療・介護分野最新動向セミナー」（35社） 3月19日「いのちを救う「食」や「製品・サービス」を考える、災害時の食を中心とした新産業創出共創コミュニティ 第1回ワークショップ」（39.5社） <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連							
		①府施策連携	(商-7：ものづくり中小企業の医療機器分野等への参入促進) 大阪府商工労働部成長産業振興室ライフサイエンス産業課推進グループと企画段階から連携・調整して事業を実施した。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	90	総支援企業数(実績)	130.0	支援実績率	144.4%	満足率	97.5%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
		成果の代表事例	業界動向の説明だけでなく、新規参入や事業拡大を果たした企業からの事例紹介、支援策紹介を組み合わせることで、参考になる情報提供の機会だったという声が多く集まった。そのほか、上市するために何が必要か、どのようにエビデンスを構築していくかを見極めることの重要性を理解したという具体的な声もあり、新規参入・事業拡大を促進する機会となった。						
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	いずれのセミナーにおいても、目標支援企業数を上回る申込があったが、オンライン開催でのアンケート回収率や参加者の企業規模等が要因となり、支援企業数には達したものの、参加者と比較するとそれほどの支援企業数には至らなかった。アンケート回収率の向上に向けては、見逃し配信の実施や粘り強い声掛けで地道に回収していくほか、参加者層の改善に向けては、より中小企業が参加したくなるようなセミナーを企画していく。							

大阪商工会議所

事業名		新規事業・新商品開発支援事業							
想定する実施期間		2023 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	既存商品の分析や課題改善をもとにニーズを把握し、実現可能性の高い新規事業・新商品開発をめざす。新商品コンセプトの構築や商品分析などのプロセスをワークショップで体験・検証することで、実現可能な事業計画策定に取り組めるよう支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業の経営者・経営幹部・企画開発担当者、小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 1月17日 ワークショップ「自社技術・サービスから生み出す新規事業・新商品の作り方」（40社） 企業の活用事例やグループ演習・発表などを交えながら、新製品・サービス開発につながるアイデアやコンセプトの創り方について解説した。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>							
		①府施策連携	（商-13：新事業展開テイクオフ支援） 大阪府商工労働部中小企業支援室経営支援課経営支援グループと連携して企画・実施した。中小企業支援室や産業支援機関が発信するメールマガジンを利用し、参加を募集した。						
②広域連携	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、参加募集をした。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	35	総支援企業数(実績)	40.0	支援実績率	114.3%	満足率	95.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートにおいて「セミナーで得た知識や情報を事業再構築・新事業展開などの事業運営や経営改善のための取り組みに役立てたい」と回答した割合は100%。「講義やワークショップで学んだ知識・情報が参考になった」が25件、「自社の強みを再認識したため、それを踏まえた顧客ニーズやターゲット設定を考え直したい」が9件、「新規事業・新商品のアイデア創出（コンセプト構築）に向けて今後の取り組みを検討したい」が19件あった。							
		代表指標	アンケートにおいて、セミナーで得た知識や情報を事業再構築・新事業展開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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	成果の代表事例	ワークショップ開催後、個別相談会を実施し、新商品のアイデアを具体化した3社が参加した。さらに個別相談後に商品ニーズ・アイデアを共有する2社がマッチングを行った。テイクオフ支援申請11件、採択6件。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	新商品・サービスの開発においては、既存商品の強みを活かして新しいアイデアを生み出し、実現可能性の高いコンセプトを創るアプローチが注目されている。次年度はワークショップに加え、セミナー、個別相談会、ハンズオン支援を加えて具体的な製品化に向けて支援する。							

大阪商工会議所

事業名		ファッショントレンドセミナー								
想定する実施期間		2010 年度～ 年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	近年は、川上・川下の垣根がなくなりつつあり、いずれの立ち位置の企業においても商品政策を踏まえた積極的な提案が求められている。本セミナーを継続的に実施し、市場動向を体系的に解説することで、企業の商品政策を支援する。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	アパレル企業を中心に、OEMやテキスタイル・雑貨など、ファッション性が求められる企業								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 5月19～23日（オンライン配信）「ファッショントレンドセミナー2024春夏」（66.5社） 11月17～24日（オンライン配信）「ファッショントレンドセミナー2024秋冬」（59.5社）  大手百貨店のチーフコーディネーターや顧問コーディネーターを歴任し、各種ファッション関係セミナーで活躍している識者を講師として、協同組合関西ファッション連合と共催した。2024年春夏シーズン・秋冬シーズンの注目される素材傾向、カラー傾向、MDテーマを提案・検証した。また、テーマから落とし込むスタイルイメージ、重要アイテム、ディティールなどを多数のビジュアルを用いて解説した。								
		<事業手法（②広域連携）の具体的な連携・効果>								
②広域連携	協同組合関西ファッション連合と連携し、ウェブサイトでの告知、メールマガジン配信、各会員企業へのFAX送信などを行い、大阪府内から参加を募った。									
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	80	総支援企業数(実績)	126.0	支援実績率	157.5%	満足率	93.9%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	セミナー参加企業が、トレンド情報や需要予測に基づき、次の商品企画開発や販売促進計画等の商品政策を強化することを目標としていた。セミナーのアンケートでは「トレンドカラーやトレンド素材が参考になる」「新しい発想や提案、現状の背景でできることなども考えながら、セミナーの内容を参考にしたい」などの声が寄せられた。支援企業すべてが「商品企画やMDの参考になる」との回答もあり、目標は達成できた。								
		代表指標	アンケートにおいて、商品製作の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合							
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	成果の代表事例	「脱コロナを踏まえた内容となっており、最新のトレンド情報に加え、店舗の情報も非常に参考になった」「ファッション業界を捉えた新しい用語についても学ぶことができた」「最新のトレンド情報が商品企画に役立つ」といった声が寄せられた。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	トレンドカラー、スタイリングの傾向、アイテムまで最新のトレンド情報をわかりやすく解説してくれるので次期シーズンの商品企画に役立つため、次回も参加したい、という声が多数寄せられており、今後も継続して実施する。なお、オンライン開催であったため、公開期間については土日を含めていることから、休日に集中して視聴できたので内容を取り込みやすいたいへん勉強になった、という声も多かったが、業務時間中の視聴しかできないので平日の公開日数を増やしてほしいという意見があったため、11月の開催時より公開期間を5日間から8日間に変更したところ好評であった。オンライン、公開期間について今後も引き続き検討する。								

大阪商工会議所

事業名		クラウドファンディング活用サポート事業							
想定する実施期間		2014 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	購入型クラウドファンディング（CF）は、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は多い。そこで、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提供し、活用を促進する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業や小規模事業者、創業希望者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 <人材育成型> 8月4日 Makuake活用事例でわかるクラウドファンディングセミナー（45社） ・講義「アイデアをカタチにし、活路を切り開くクラウドファンディング実践方法！」 ・トークセッション「事例でわかるMakuakeプロジェクト成功の秘訣」 アイデアを発想し、既存技術・製品を応用して新商品を創造する方法、企画したプロジェクトを成功に導く手順を事例を交えて解説し、クラウドファンディング運営事業者、プロジェクト公開事業者から「成功の秘訣」を体験談を交えて情報提供した。 <人材交流型> 8月4日 クラウドファンディング個別相談会（11社）							
	<事業手法（②広域連携）の具体的な連携・効果>								
	②広域連携	セミナー参加者への配布、会員事業所へのFAX・メール配信、HPへの掲載、本商工会議所機関紙への掲載、中小企業基盤整備機構のメール配信・HP掲載などを通じて大阪府内に案内した。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	51	総支援企業数(実績)	56.0	支援実績率	109.8%	満足率	96.4%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	当事業では、クラウドファンディングの情報提供に加えて、専門家の個別アドバイスにより、プロジェクトの実現可能性を高めてクラウドファンディングに挑戦してもらうことを目的としている。参加者アンケートでは、「クラウドファンディングの理解が深まったので、具体的に実施を検討したい」が19社、「セミナーを通じてクラウドファンディングの理解が深まり、実施に向けて情報を収集したい」が19社あった。							
		代表指標	アンケートにおいて、CFについての理解が深まったと回答した割合						
		数値目標	90%	実績数値	97.8%	目標達成度	108.6%		
	成果の代表事例	セミナー・個別相談後、1社がサイト運営事業者に引き続き相談、事業を公開した。また、昨年度本セミナーに参加した2社が、セミナー参加を契機に新商品開発に取り組み、1社が本年度中に公開、1社が次年度中に公開予定。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	次回はより多くの事業者に参加してもらえよう、具体的にクラウドファンディングの利用をイメージしていただけるセミナーを企画するとともに、個別相談会においては、相談者が円滑にプロジェクト構築・事業化まで実現できるよう、引き続き講師や運営事業者等と連携した支援を行う。							

## 【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	45	支援企業数(実績)	45.0	支援実績率	100.0%	満足率	95.6%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	参加者アンケートでは、「クラウドファンディングの理解が深まったので、具体的に実施を検討したい」が19社、「セミナーを通じてクラウドファンディングの理解が深まり、実施に向けて情報を収集したい」が19社あった。							
		指標	アンケートにおいて、CFについての理解が深まったと回答した割合						
	数値目標	90%	実績数値	97.8%	目標達成度	108.6%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	6	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	183.3%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	支援企業数は目標6社、実績11社。相談企業向けのアンケートで、10社が「個別相談で受けたアドバイスは役立つ」、このうち6社が「プロジェクトに反映させて、サイト掲載に結び付けたい」、6社が「さらに情報を集めて、プロジェクトを練り上げたい」、3社が「製品・サービスの企画、マーケティングに反映させたい」と回答、クラウドファンディングに向けたプロジェクト構築の機運を醸成することができた。							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	111.1%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		観光産業への新規参入・販路拡大支援													
想定する実施期間		2019年度～ 年度													
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	コロナ禍で、これまでインバウンドおよび観光産業を主軸としていた事業者は大きな打撃を受け、とりわけ中小企業・小規模事業者への影響が大きい。倒産・廃業に追い込まれた事業者も多く、存続する事業者も、新たな活路を見出せずにいる。大阪で2回目の開催となる世界最大級の観光産業イベント「ツーリズムEXPOジャパン」が、2019年に続き2023年10月に再び開催されることを受け、通常では費用面や人員面、その他事務的なハードルにより出展が難しい事業者に同イベントへの出展機会の提供、出展支援および旅行関連業者や海外含めたバイヤーらとの商談を支援することで、観光産業への新規参入・販路拡大を促進する。													
	支援する対象 (業種・事業所数等)	観光・インバウンド分野に携わる、もしくは参入を検討している事業者（業種は問わない） 特に、コロナ禍で打撃を受け、回復策を探っている事業者													
	実施時期・具体的な内 容及び事業手法	<p>「ツーリズムEXPOジャパン2023大阪・関西」に設置する特別ブースへの出展支援                      [開催期間] 2023年10月26～29日                      [開催場所] インテックス大阪                      [支援内容]</p> <p>1. 商談支援                      1) 大阪商工会議所特別ブース出展者向け説明会を実施し、個別相談を受け付けた。                      開催日：8月24日                      場 所：大阪商工会議所、オンライン（Zoom）                      内 容：①開会挨拶、②出展事業者紹介、③有意義な商談により成約を実現するためのポイントについて（講師：ツーリズムEXPOジャパン推進室 副室長 猪飼敬氏）、④大阪商工会議所からの事務連絡                      出席者：会場5人、オンライン7人                      2) 会期中の商談マッチングを斡旋（同イベントのシステムを活用）。                      3) 会期中、自社スタッフ不在時に、事務局が来場者対応を行った。</p> <p>2. 広報支援                      機関紙「大商ニュース」9月25日号、大商Facebookページなどで出展企業をPRした。</p> <p>-----                      &lt;事業手法（②広域連携）の具体的な連携・効果&gt;</p> <p>②広域連携 過去の関連セミナー等に参加した大阪府内の事業者、「ツーリズムEXPOジャパン2019」本商工会議所ブース出展企業などに出展を呼びかけた。</p>													
	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	8	総支援企業 数(実績)	9.0	支援 実績率	112.5%	満足率	100.0%						
事業全 体の実 績／目 標達成 度	目標の達成度 (支援企業を どう変化させ ることができたか)	<p>「ツーリズムEXPOジャパン2023大阪・関西」に12小間の「大阪商工会議所特別ブース」を設置。製造業（菓子、サンダル、クッション、自動車部品）や運輸業（バス、タクシー）、印刷業など多様な業種の会員企業9社が出展した。出展企業が会期中に行った商談件数は、合計208件に上り、各社にとって販路開拓につながるとともに、今後の営業・マーケティングにも役立った。</p> <p>代表指標 バイヤーなどとの商談件数（オンライン含む、1社平均）</p> <table border="1"> <tr> <td>数値目標</td> <td>10件</td> <td>実績数値</td> <td>23.1件</td> <td>目標達成度</td> <td>231.0%</td> </tr> </table>								数値目標	10件	実績数値	23.1件	目標達成度	231.0%
	数値目標	10件	実績数値	23.1件	目標達成度	231.0%									
	成果の代表事例	出展企業からは「普段、電話してもつないでもらえない様な方に会うことができた」「初めての旅行関連の展示会で、これまでと違う業種の企業や顧客と交流でき、大変貴重な機会となった」などの声が寄せられた。													
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—								
実施結果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達して いない場合は、その理由 や今後どのようにフォ ローするのか)	実績は計画を上回ったものの、当初11小間の申し込みを想定していたところ、実際は10小間の申し込みにとどまったので、次回実施する際には想定通り申し込みを得られるようにする。今回、観光とは直接的な関連が比較的薄いと考えられる製造業や印刷業などの企業から出展を得られたので、幅広い業種を対象にして出展者募集に注力する。													

大阪商工会議所

事業名		中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業						
想定する実施期間		2017年度～ 年度						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	新卒・若手人材の確保・定着に課題を感じている中小企業は多い。また、入社後3年以内に離職する若手人材が3割にのぼるなど、定着も課題になっている。そこで、新卒・若手人材の採用や定着に困難を感じている中小企業に対して、人材確保や定着を支援する「セミナー」や「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						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	(1) セミナー（人材育成型：359.5社） ○新卒採用支援セミナー「大学キャリアセンターに聞いてみた！」 ライブ配信：7月4日（81.5社） アーカイブ配信：7月26日～8月25日（245社） ○2月28日 若手人材の「採用・育成・定着」課題解決セミナー（33社） (2) 大学等と企業との就職情報交換会（人材交流型：197社） 10月5日 第7回大学等と企業との就職情報交換会（197社） (3) 情報交換会（人材交流型：110社） ○7月20日、8月30日、9月21日(全3回) 若手社員キャリアデザイン塾（20社） ○採用担当者の情報交換会 第1回（9月15日、26社）、第2回（10月18日、30社）、第3回（11月16日、18社） ○11月21日 本音で話す人事と学生の交流会（16社）						
	＜事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果＞							
	①府施策連携	（労-3：中小企業の新卒・若手人材の採用・定着支援事業） 新卒採用支援セミナーでは大阪府担当者が大阪府施策を説明、情報交換会では参加者に大阪府施策案内資料を配布し、OSAKAしごとフィールド事業への誘導を図った。						
②広域連携	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った。							
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	390	総支援企業数(実績)	666.5	支援実績率	170.9%	満足率	96.7%
事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートで、「近い業種の方と交流することで採用の事例を知ることが出来た。取り入れていきたい」「大学関係者から見た学生の傾向や、どのようなタイミングでどのような情報をお伝えすべきか理解することができ、今後の採用活動に活かしたいと思った」「先輩社員のお話や、グループの方と話すことで自分のキャリア形成について見直したいと思った」「学校の就職担当者との関係構築ができ、今後に活かしたい」との回答が得られるなど、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てもらうことができた。						
	代表指標	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%	実績数値	98.0%	目標達成度	122.5%		
成果の代表事例	アンケートにて「学校就職担当者との関係構築ができた」「学生の状況や希望の情報収集ができ、大変参考になった」「いろいろな業種の方と情報交換ができ、自社にない取り組みを聞くことができた」という意見を得たように、参加企業に若手人材の採用や定着、キャリア形成に向けて有益な情報を提供できた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
	—							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	新卒・若手人材採用に困難を抱えている中小企業は多い。また、採用担当者は日常的に企業を越えた交流機会が多くないことから、各社の情報交換は非常に有意義である。次期も引き続き、採用に関する有益な情報を提供するセミナーや採用担当者同士の情報交換会、「大学等と企業との就職情報交換会」のような中小企業と大学との情報交換の場を提供するとともに、各イベントで参加者同士が情報交換することができる時間を設けるなど、引き続き中小企業の新卒人材の確保・定着を支援する。						

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160	支援企業数(実績)	359.5	支援実績率	224.7%	満足率	96.6%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートから「実際にキャリアセンターにて従事されている担当者のお話を伺うことで学生様の動向を知ることができ、今後の採用設計に活用したい」「学生が求める情報は、内々定後のフォローにも活用できると感じた」「学生との面談を通して得た意見をいただいたことで、企業側として説明会や面接などを改善したほうが良いと感じる点が多くあった」などのコメントがあり、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ていただくことができた。							
		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%	実績数値	98.0%	目標達成度	122.5%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160	支援企業数(実績)	197.0	支援実績率	123.1%	満足率	97.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートから「大学の就職支援担当者との接点をつくれた」「当社の募集状況や内容等を伝えられた」「大学訪問のきっかけをつかめた」「就職が決まっていない学生への周知依頼ができた」などのコメントがあり、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。							
		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%	実績数値	97.0%	目標達成度	121.2%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	70	支援企業数(実績)	110.0	支援実績率	157.1%	満足率	96.4%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートから「他社の大学訪問の事例を知ることができ、とても参考になった」「色々な業種の方と情報交換ができて勉強になった」「キャリアを描くことは難しいのでスモールステップでいいんだということを知ることができた」「ほかの方の意見を聞いたり、自身のことを伝える機会がとても大切だと改めて気づくことができた」などのコメントがあり、情報交換会やキャリアデザイン塾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していただくことができた。							
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		中小企業のためのダイバーシティ推進事業							
想定する実施期間		2017 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	(1) セミナー（人材育成型：39社） ○9月5日 外国人留学生採用支援セミナー（16社） ○7月27日 明日から実践！社員の個性を活かすコミュニケーションノウハウ（23社） (2)交流会（人材交流型：52社） ○【大商×関大】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（5回） 第1回（9月7日、10社） 第2回（10月5日、9社） 第3回（10月30日、13社） 第4回（12月6日、11社） 第5回（1月19日、9社）							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>							
		①府施策連携	（労-2 中小企業のための、ダイバーシティ推進支援事業） 「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した。「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した。						
②広域連携	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した。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	50	総支援企業数(実績)	91.0	支援実績率	182.0%	満足率	95.6%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	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、といった中小企業を対象に先進企業における事例紹介、専門家による知識やノウハウを提供するセミナーを実施した。アンケートでは各イベント8～9割の企業が、セミナーで学んだことを活かすなどして「多様な人材の採用や活躍推進について前向きに検討したい」と回答し、企業の意識向上につながった。							
		代表指標	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%	実績数値	94.4%	目標達成度	118.1%			
	成果の代表事例	アンケートでは参加企業から「留学生の就職活動の現状がとても参考になった。本人とより近い距離やエリアで採用活動を行いたい」「外国人留学生採用におけるポイントを理解できた」「国内外、多様な国の一人ひとりの価値観・文化を尊重することの大切さを実感した」等のコメントが寄せられた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	大阪府内中小企業においては、人手不足の解消やグローバル化への対応、ダイバーシティ経営促進などの観点から、外国人留学生の採用ニーズが今後さらに高まっていくことが予想される。よって、来年度は外国人留学生の採用メリットを紹介するセミナーを継続実施するとともに、企業と留学生所属学校との情報交換会を実施するなど、採用に役立つ事業を新たに実施する予定。また、外国人材をマネジメントするうえで必要な考え方やスキルを学ぶリーダー向け事業も引き続き実施する。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	39.0	支援実績率	195.0%	満足率	92.1%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートでは「留学生の就職活動の現状がとても参考になった。本人とより近い距離やエリアで採用活動を行いたい」「外国人留学生採用におけるポイントを理解できた」「多様性に対する認識を深められた」などのコメントがあり、各イベント8割以上の企業が「セミナーで得た知識をもとに、多様な人材の採用について前向きに検討したい」と回答。多様な人材の採用を検討してもらうことができた。								
		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%	実績数値	86.8%	目標達成度	108.6%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	52.0	支援実績率	173.3%	満足率	98.1%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	アンケートでは「国内外、多様な国の一人ひとりの価値観・文化を尊重することの大切さを実感した」「お互い理解するように努めるようにしてすることが大切であることを理解できた」「外国人材の育て方。外国の人が日本に来て感じていること、壁がとても印象的」などのコメントが寄せられ、ダイバーシティへの理解を深めてもらうことができた。								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	80%	目標値(実績)	100.0%	目標達成度	125.0%				
		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								

大阪商工会議所

事業名		人材ニーズ対応支援事業								
想定する実施期間		2022 年度～ 年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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、人材確保に困難が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								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ○外部人材（副業・兼業人材）活用セミナー ライブ配信：8月25日（14社） アーカイブ配信：10月25日～11月22日（12社） ○11月6日 外国人材活躍セミナー～特定技能制度の普及・活用促進セミナー～（30.5社） セミナープログラムにおいて、外部人材や特定技能外国人材の活用動向や府内先進企業の活用事例、公的支援施策の紹介を盛り込み幅広い情報提供を行った。								
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	45	総支援企業数(実績)	56.5	支援実績率	125.6%	満足率	92.9%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	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%	実績数値	89.3%	目標達成度	111.6%			
	成果の代表事例	外部人材活用セミナーでは、「業務内容の精査、明確化を突き詰めることが人材活用の一歩目であると感じられた」「外部人材の活用方法が分かり、資金がないため自分が外部人材になり資金を稼げるのが分かった」、また外国人材活躍セミナーでは「実際に受入れている代表者からリアルなトラブル事例やアットホームなお話も聞くことができた」「法改正の最新動向、苦勞された事例が大変参考になった」などの回答が寄せられた。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	中小企業における人材不足状況は深刻化しており、多様な人材の採用ニーズが今後更に高まっていくことが予想される。次年度以降も外部人材や特定技能外国人材の受入りに係る諸制度や先進企業事例等を紹介するセミナーを継続実施し、府内企業における多様な人材の採用に関心を高めていくとともに、実務に関する情報提供も行いながら具体的な対応を支援していく。								

大阪商工会議所

事業名		障がい者の雇用促進事業							
想定する実施期間		2021 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	障害者雇用促進法の改正により、企業の法定雇用率が2021年に2.3%に引き上げられた。そこで、セミナーを実施し、支援制度や事例を紹介することで、障がい者雇用に取り組もうとする中小企業を支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	障がい者雇用に取り組もうとする大阪府内の中小企業・小規模事業者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	○障がい者雇用促進セミナー 集合・オンライン：5月24日 支援企業数：33.5社 セミナープログラムにおいて、障がい者雇用の基本知識の情報提供や実際の受入れ企業の活躍事例、公的支援施策の紹介を盛り込み幅広い情報提供を行った。							
		-----<事業手法(①府施策連携・②広域連携)の具体的な連携・効果>							
	①府施策連携	(労-7：障がい者人材確保支援事業) 大阪府障がい者雇用促進センターと連携し共催で実施。大阪府障がい者雇用促進センターが障がい者雇用の基本について解説した。							
	②広域連携	大阪府と連携し、本商工会議所ホームページやメールマガジンなどで障がい者雇用に関心を持つ大阪府内の中小企業に広く案内した。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	20	総支援企業数(実績)	33.5	支援実績率	167.5%	満足率	100.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートでは全参加者が「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、障がい者雇用に向けて、本セミナー理解を深めることができた。							
		代表指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%		
	成果の代表事例	アンケートで、「すでに雇用されている企業の方から、具体的なお話を伺うことができた。特に障がい者の方とのかかわりについて、対障がい者の1対1ではなく、企業・支援機関・家族と連携することで、より障がい者の方が働きやすくなるという点が勉強になった」「管理職へ紹介し、人員の確保はもちろん、彼ら、彼女らの生活に責任を持てるよう、取り組みを進めたい」「障がい者雇用での具体的な取り組みやツールを紹介いただけただけなので、大変参考になった」との回答が多数得られるなど、障がい者雇用に関して理解を深めることができた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	「障害者雇用促進法」に基づき、企業の障がい者雇用率は2024年4月からは2.5%、2026年7月までに2.7%と引き上げられる。障がい者雇用に取り組もうとしても、雇用方法、受け入れ体制の整備など、何から取り組めばよいかわからない中小企業は多い。今後も大阪府と連携して、企業の障がい者雇用への理解が深まるようセミナーで情報提供し、先進事例を紹介することにより、障がい者雇用に取り組むやすいようにする。							

大阪商工会議所

事業名		成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業							
想定する実施期間		2014 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	生産年齢人口が減少する時代には、中小企業において即戦力となる労働力の確保が重要となる。大阪における女性の就業率は全国の中でも低く、女性管理職比率も低い状態が続いている。そこで、テレワークや育児・介護との両立支援、女性の健康問題解決など、企業の職場環境整備に関する情報や、女性が活躍することで成長する分野の情報を提供することで、女性の確保・定着や活躍を支援する。また、「大阪サクヤヒメ表彰」や「活躍する女性リーダー表彰」の受賞者等をロールモデルとして紹介し、受賞者が働く女性と交流する場を設けるとともに、受賞者をはじめとした働く女性と連携し、2025大阪・関西万博に向け、ジェンダー平等の実現などSDGs達成のための活動を行うことで、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)	大阪市内を中心に大阪府内の、質の高い即戦力となる人材を確保・定着させたい中小事業者 女性の活躍促進を図りたい中小事業者（経営者、管理職、働く女性・男性など） 多様で柔軟な働き方や、育児や介護などの両立支援、女性の健康問題解決、女性が活躍することで成長する分野などに関心がある中小事業者 2025大阪・関西万博に向け、ジェンダー平等の実現など、働く女性と連携したSDGs達成のための活動に関心がある中小事業者（経営者、管理職、働く女性など）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 (1)人材育成型 ○集合：9月8日、アーカイブ：9月8日～9月26日 第4回大阪サクヤヒメ国際女性会議（17.5社） ○集合：1月17日、アーカイブ：3月4日～3月26日 ロールモデルに学ぶ 働く女性のキャリアアップ研修（11.5社） ○集合：3月12日、アーカイブ：3月15日～3月25日 キャリアコンサルタントのコーチングを学ぶ（63.5社） (2)人材交流型 ○6月14日、7月5日、8月9日、9月13日、10月11日（5回）【大商×関学】女性リーダー育成カレッジ（68社） ○6月8日 サクヤヒメと語るキラリカフェ（4社） ○9月8日 価値観カードゲームで遊びながら楽しく考える” になりたい自分、これからの働き方”（14社） <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連							
		①府施策連携	（労-6：中堅・中小企業における女性の活用・戦力化支援事業） セミナーや交流会を大阪府と共催した他、参加者に大阪府の施策を紹介した。						
	②広域連携	関西学院大学梅田キャンパスに広報を協力してもらうとともに、本商工会議所のウェブサイトやメールマガジンなどを通じて、大阪府内からの参加を募った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	100	総支援企業数(実績)	178.5	支援実績率	178.5%	満足率	96.6%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	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%	実績数値	97.7%	目標達成度	122.1%		
	成果の代表事例	アンケートでは参加者から「働きやすい環境とは何か、女性活躍とは何かの具体的なことが紹介され、とても参考になった」「働きやすいと後輩に思ってもらえること、そのためにどう動くか考えたいと思う」などのコメントが寄せられた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	生産年齢人口が減少し、中小企業において労働力の確保が重要となるなか、大阪における女性の就業率は全国の中でも低い状態が続いている。今後もテレワークや育児・介護との両立支援など、企業の職場環境整備に関するの情報提供や女性の雇用に関心の高い企業同士が接点をもち、様々な女性活躍推進策について意見交換する場を提供することにより、女性の確保・定着や活躍を支援する。
------	--	---

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	92.5	支援実績率	154.2%	満足率	94.3%	
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートには「市場のデータに始まり、働きやすい環境とは何か、女性活躍とは何かの具体的なことが紹介され、とても参考になった」「女性が多い会社なので、環境を整えることで女性のキャリアアップを目指していきたい」「様々なご意見を伺うことができた。女性が働きやすい環境づくりの大切さを実感した」とのコメントが寄せられ、参加者に女性の活躍推進に向けて前向きに検討してもらうことができた。								
		指標	アンケートにおいて、「女性の確保・定着や活躍推進、ジェンダー平等の実現に向けて、前向きに検討したい」と回答した企業の割合							
		数値目標	80%	実績数値	98.9%	目標達成度	123.6%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
	—									
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	86.0	支援実績率	215.0%	満足率	98.8%	
	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	「女性らしく活躍の場を見つけること、働きやすいと後輩に思ってもらえること、そのためにどう動くか考えたいと思う」「対面型かつワークありの研修に参加し、それ自体、大変刺激があった。女性リーダーといっても立場は様々で、グループメンバーの話を伺うことで、自分なりのリーダー像の手掛かりを得た」と回答するなど、参加者に女性の活躍推進に向けて前向きに検討してもらうことができた。								
		指標	アンケートにおいて、「女性(自身も含む)の活躍推進、ジェンダー平等の実現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%	実績数値	96.5%	目標達成度	120.6%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
	—									

大阪商工会議所

事業名		中小企業に対する労働啓発・雇用サポート事業								
想定する実施期間		2013年度～年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	生産年齢人口の減少に伴う雇用安定化と成長分野などへの労働移動の円滑化、人への投資の強化（転職・副業受け入れ先支援、リスクリング支援など）が求められるなか、本事業では、働き方改革の3つの柱である①賃金などの処遇改善、②柔軟な働き方による労働環境整備と生産性向上、③リスク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								
	実施時期・具体的な内容 及び事業手法	※（ ）内は支援企業数  <中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業> 10月27日 高年齢者活用、戦力化のための賃金設計と処遇改善セミナー（76社） 内容：講義、企業の先行事例発表 <雇用・労働啓発セミナー事業> 6月27日 働きがいと生産性向上を促進する人事・賃金制度の見直し方セミナー（77社） 内容：講義、大阪府労働環境改善事業のご紹介 大阪府商工労働部 雇用推進室労働環境課 労働環境推進グループ担当者ほか ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果>								
		①府施策連携	（労-8：中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業、労-11：雇用・労働啓発セミナー事業）大阪府商工労働部雇用推進室 就業促進課就業支援グループ、労働環境課 労働環境推進グループと連携して企画・実施した。大阪府のメールマガジン等により参加募集を行った。							
		②広域連携	大阪府や他の産業支援機関、本商工会議所のメール配信やFAXなどにより府内全域を対象に参加募集した。							
④相談相乗	参加者へのアンケート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、経営相談室の専門相談支援につないだ。									
事業全体の 実績／目標 達成度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	110	総支援企業 数(実績)	153.0	支援 実績率	139.1%	満足率	93.9%	
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	<中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業> 「セミナーで得た知識を、自社の今後の労働環境や処遇の見直しなど労務改善につなげる・役立てる」と回答した割合は97.4%。 <雇用・労働啓発セミナー事業> 「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」と回答した割合は97.2%。								
		代表指標	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%	実績数値	97.3%	目標達成度	114.5%				
	成果の代表事例	<中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業> アンケートで「高年齢者の雇用や活用策について専門相談を受けたい」と回答した5社のうち、1社が専門相談（人事労務・メンタルヘルス対策）を利用した。 <雇用・労働啓発セミナー事業> アンケートで「労働環境の改善や労務管理の見直しについて相談したい」「人事労務の相談を受けたい」と回答した11社のうち、2社が専門相談（人事労務・メンタルヘルス対策）を利用した。								
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—				
	—									

実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>&lt;中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業&gt; 次年度においては、高年齢者社員の賃金・人事処遇制度再構築に直面する企業に向けた解説だけでなく、人手不足や人的投資への強化などの視点も加え、より幅広い企業規模・業種の事業者の関心を喚起する。</p> <p>&lt;雇用・労働啓発セミナー事業&gt; 物価上昇により実質賃金が低下、賃上げ機運が高まる中、優秀な人材雇用と労働生産性向上を実現するために、"働きがい"や"働きやすさ"を追求する「働き方改革のあり方」について関心が高まっている。そのため次年度は、多様化する働き方に対応する賃金・評価制度の再構築をテーマに解説し、中小企業者のニーズに合ったセミナーを企画する。</p>
------	--	---

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	76.0	支援実績率	126.7%	満足率	92.1%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	指標	アンケートでは「セミナーで得た知識を、自社の今後の労働環境や処遇の見直しなど労務改善につなげる・役立てる」と回答した割合は97.4%。「高年齢者の人事処遇等や労働環境の整備について理解したので、労務管理の見直しを検討したい」が25社、「セミナーを通じて高年齢者の雇用や労務管理の理解が深まり、さらに情報を収集したい」が43社あった。						
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
	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							
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	77.0	支援実績率	154.0%	満足率	95.8%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	指標	アンケートにおいて「多くの事柄を参考に、自社の労働環境の改善や労務管理の見直しをしたい」「関連する情報を部分的に補い、自社の労働環境の改善や労務管理の見直しをしたい」「さらに多くの関連情報を収集して、自社の労働環境の改善や労務管理の見直しをしたい」と回答した割合は97.2%。						
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
	数値目標	85%	実績数値	97.2%	目標達成度	114.4%			

大阪商工会議所

事業名	中小企業のためのビジネス講演会
想定する実施期間	2011年度～ 年度
事業の目的 (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
事業の概要	<p>※（ ）内は支援企業数</p> <p>(1)ビジネス講演会（549社）                  7月11日 スーパーアキダイ式経営術 とにかく人が大事！（149社）                  11月2日 ログス 大躍進の軌跡 世の中に無いものを作り出せ！（188社）                  2月27日 鳥貴族 グローバルチキンフードカンパニーへの挑戦！（212社）</p> <p>(2)チェンバーカレッジ（1,129社）※全てオンライン配信                  5月22日～6月5日 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（99.5社）                  6月19日～7月3日 家業を継ぐー事業承継後の3年間とこれから（89社）                  7月24日～8月7日 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（84.5社）                  8月21日～9月4日 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）                  9月11日～9月25日 日本のものづくりの心を伝える（81.5社）                  10月2日～10月16日 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（79社）                  11月13日～11月27日 これからのマーケティング論～消費者行動の変化と顧客理解を踏まえた                  新戦略とは～（98社）                  12月4日～12月18日 ビジネスパーソンのための生成AI活用入門～話題のChatGPTなどを解説～                  （143.5社）                  1月9日～1月23日 売上3倍を叶えた『老舗家具屋3代目』の企画力とは（104.5社）                  1月30日～2月13日 ナッジで人を動かす～ビジネスで使える 行動経済学～（145社）                  2月20日～3月5日 職場での若手社員の育て方～ナビゲーション型 人材育成のすすめ～（122.5社）</p> <p>(3)支部経済講演会（879.5社）                  6月27日 南海トラフ地震 どう備えるか（89社）                  7月10日 2025年 大阪・関西万博の最新動向について（72.5社）                  7月13日 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）                  7月26日 2025年 大阪・関西万博 リボーンチャレンジ交流会 デザイン思考を活用した新商品の                  検討（29社）                  9月15日 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）                  11月10日 2025年大阪・関西万博 リボーンチャレンジ交流事業 町工場プロダクト・11月経済講                  演会・交流会（32.5社）                  11月30日 「こだわり」×「挑戦」×「人がやらない事をやる」 ロート製菓がセルフスキンケア                  No.1メーカーになるまでのチャレンジ（66.5社）                  12月11日 自然災害・サイバー攻撃に備える 中小企業のためのリスクマネジメントセミナー                  （14社）                  12月13日 2024年の景気展望～緊迫化する世界情勢の中の関西経済～（190社）                  2月8日 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                  （117.5社）                  3月12日 情報セキュリティ対策の最新動向2024（11社）                  3月14日 マーケティングと価格戦略（95社）                  3月25日 企業連携で生まれる地域と産業の未来～万博で踏み出す第一歩～（7社）</p>
実施時期・具体的な内 容及び事業手法	

		＜事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果＞							
	②広域連携	大阪府外からの参加を強化するため、大阪府商工関連ニュースを配信する大阪府、地域金融懇談会に参画する信用金庫等の金融機関、大阪府内の各商工会議所の協力を得て広報したほか、本商工会議所ホームページへの掲載、登録事業者へのメール配信、過去参加者へのメール配信など府内の事業者幅広く周知した。							
	④相談相乗	アンケートで参加中小企業者の経営課題を調査し、経営指導員につないだ。また、経営支援を実施している事業者に対しては本講演会の案内を行うなど、本事業と相談事業との相乗効果を図った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	2,130	総支援企業数(実績)	2,557.5	支援実績率	120.1%	満足率	95.6%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の98%が「講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答しており、自社の経営課題に気付き、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけの機会となった。							
		代表指標	アンケートにおいて、講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合						
		数値目標	90%	実績数値	96.5%	目標達成度	107.3%		
	成果の代表事例	<p>(1)ビジネス講演会 「理念の浸透とビジョンの共有を徹底、チャレンジして行きたい」「ピンチを乗り越えてきたお話しに感銘を受け、たくさんの勇気と気づきをいただいた」「世間や社員のために頑張ろうと思ひ、今後の原動力となる話であった」「販路拡大についてヒントを得る事ができた」「自社商品の中から宝の山を見つけ、カテゴリーで攻めるといふ考え方がとても参考となった」など、アンケートで経営改善や経営革新に向けた前向きな意見が多く寄せられた。</p> <p>(2)チェンバーカレッジ 「マネジメントや、マーケティング的な着眼点のヒントになった」「将来の事業承継にあたり、大変参考になった」「情報セキュリティに関する基礎知識の復習ができた、自社事業の保全に役立てたい」「自分が担当する商品のマーケティングについてまず役立てたい」といった回答が寄せられた。</p> <p>(3)支部経済講演会 「ビジネスのアイデアが一つ浮かんだ」「検討していた問題が、受講によって整理された」「お客様がSNSで動画を活用する際の考え方が判り、自社事業も別視点から点検してみようと思う」などの声が寄せられた。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	厳しい経営環境におかれている中小企業経営者に対し、企業経営に資する情報提供に努めた。引き続き地域の産業・経済の動向などをはじめ中小企業経営者の関心が高く、経営に役立つタイムリーな情報を提供していくとともに、受講者アンケートを通じて個別の経営相談ニーズも把握し、支部と連携しながらきめ細かな支援を継続実施していく。							

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	540	支援企業数(実績)	549.0	支援実績率	101.7%	満足率	98.7%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の98%が「講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答しており、自社の経営課題解決に前向きな変化が見られた。								
		指標	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%	実績数値	98.3%	目標達成度	109.3%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
	—									
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	900	支援企業数(実績)	1,129.0	支援実績率	125.4%	満足率	94.1%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	全11回のプログラムを通して、事業承継、サイバー犯罪、メタバース、ものづくり、生成AIなど、注目度の高いテーマで講演を行うことで、アンケートでは「講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答するなど、自社の経営課題に気付き、講演会で得た情報を今後の経営に活用し、経営改善や経営革新への動機づけの機会となった。								
		指標	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%	実績数値	95.0%	目標達成度	105.6%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
	—									
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	690	支援企業数(実績)	879.5	支援実績率	127.5%	満足率	95.5%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	参加企業の約98%が「講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答しており、自社の経営課題解決に前向きな変化が見られた。								
		指標	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%	実績数値	97.3%	目標達成度	108.1%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
	—									

大阪商工会議所

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							
想定する実施期間		2023 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・スタートアップ・小規模事業者においても、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、万博関連情報が手に入らない、どのようなメニューに参画できるかわからないなどの声が上がっている。そのため、中小企業・スタートアップ・小規模事業者が万博への参画意欲を高められるよう、メールマガジンやPRツールなどを活用した広報・プロモーションを実施するとともに、参画できるメニューや入札情報などを説明するセミナーを開催し、中小企業・スタートアップ・小規模事業者が参画に向けた準備を進められるよう支援する。なお、大阪府では大阪ヘルスケアパビリオンにおける中小・スタートアップ展示ゾーンの設置などに取り組んでいるが、万博関連情報の周知、企業の参画支援については、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）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 5月23日 大阪ヘルスケアパビリオン リボンチャレンジ説明会（38.5社） 5月25日 大阪商工会議所と大阪市博物館機構の包括連携協定締結記念講演会「万博と大阪～博覧会が都市大阪の発展に果たす役割」（24.5社） 5月30日～6月27日（アーカイブ配信） 大阪ヘルスケアパビリオン リボンチャレンジ説明会（5社） 6月1日～6月29日（アーカイブ配信） 大阪商工会議所と大阪市博物館機構の包括連携協定締結記念講演会「万博と大阪～博覧会が都市大阪の発展に果たす役割」（13社） 7月19日 大阪・関西万博の水上航路に関する説明会（39.5社） 8月3日 大阪・関西万博 企業参画メニューに関する説明会（38.5社） 8月10日～9月15日（アーカイブ配信） 大阪・関西万博 企業参画メニューに関する説明会（8社） 10月17日 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（24社） 10月30日～11月30日（アーカイブ配信） 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（4社） 12月12日 テーマウィークにおける「シェイプ・ニューワールド・イニシアチブ」との連携説明会（9.5社） 12月25日～1月31日（アーカイブ配信） テーマウィークにおける「シェイプ・ニューワールド・イニシアチブ」との連携説明会（1社） 2月27日 第15回「Hello! TEAM EXPO 2025 Meeting」（7社）							
		<事業手法（②広域連携）の具体的な連携・効果>							
	②広域連携	大阪府内の商工会議所をはじめ、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情報共有・連携し、大阪府内の中小企業、スタートアップ、小規模事業者の参画機運を高めた。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	250	総支援企業数(実績)	212.5	支援実績率	85.0%	満足率	92.1%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	「零細企業でも参画できる無償のプログラムがあったので、再調査して参画したい」「万博は世界の縮図であり、過去・現在・未来を表現する場。イベントを行うのは、手段である。2025年がゴールではなく、その先の目的に向かう手段として、活用することが大切であると分かった」「参加する価値を感じる事ができました」など、万博に関する情報収集に積極的な企業に対し、本セミナーで得た情報をもとに、万博への参画を前向きに検討するよう促すことができた。							
	代表指標	アンケートにおいて、セミナーなどで得た情報を大阪・関西万博への参画検討に活かすと回答した企業の割合							
	数値目標	75%	実績数値	82.2%	目標達成度	109.6%			
成果の代表事例	「万博への参画についてよく理解できた。出展も検討してみたい」「話を聞いていて、大変ワクワクしました。何らかのカタチで大阪万博に参画したいと思っています」といったコメントがあり、支援企業がセミナーで得た情報をもとに、万博への参画を前向きに検討するよう促すことができた。								

	その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—
		—					
実施 結果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達して いない場合は、その理由 や今後どのようにフォ ローするのか)	<p>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、次年度は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、万博をビジネス拡大、成長支援につなげられるよう支援する。</p>					

大阪商工会議所

事業名		経営力向上支援事業						
想定する実施期間		2023 年度～ 年度						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者においても、生産年齢人口の減少、デジタル化の加速、社会的要請への対応、混沌とする国際情勢など、さまざまなかたちで急激な事業環境の変化に直面している。加えて、長期にわたるコロナ禍で大きなダメージを受けてきており、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、組織づくりなどの手法に関する情報やノウハウを提供し、あわせて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、経営力の向上を促す。 ※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						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 1)人材育成型 6月8日「実践できる経営計画・行動計画作成の勘所」(23社) 7月20日「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8日「～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) 8月9日「経営力向上に繋げる 中小企業のための事業継続力強化計画策定セミナー」(14社) 8月22日「コロナ禍収束後における中小企業の成長戦略～成長戦略を理解し経営力向上に繋げる～」(25.5社) 9月8日「海外マーケティングセミナー」(21社) 10月17日「事業継続力強化計画 自然災害や感染症のいざに備える」(17社) 11月1～10日「海外マーケティングセミナー(オンライン)」(13社) 2月13日「働く人を幸せにする自律型組織の作り方」(65.5社) 2)人材交流型 8月3日「基礎から学ぶ現場改善演習」(18社) 10月25日「実践から学ぶ現場改善演習」(18社) 2月6日「新商品開発のためのアイデア発想体験～考え方の“コツ”を知る～」(23社) 2月16日「「ChatGPT」を使って事業計画書を作成してみよう！」(19社)						
		<事業手法(②広域連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果> ②広域連携 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った。 ④相談 経営相談支援先への参加勧奨を行った。また受講者の中から経営支援へと相談につながる事例がある。						
	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	200	総支援企業数(実績)	294.0	支援実績率	147.0%	満足率
事業全体の実績/目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	企業進化のために、①経営計画等の作成によるPDCAサイクルの回し方、②効果的な自社PR手法、③海外への販路拡大法、④災害時の事業継続、⑤自立型組織運営、成長戦略などを学び、また少人数で①製造業の現場改善手法、②新商品開発のアイデア発想、③生成AI活用などをグループワーク等で学び、参加者間でディスカッションを実施したことにより、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第一歩につながり、コロナ禍では難しかった事業者間での情報共有やネットワークづくりができた。						
	代表指標	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%	実績数値	99.3%	目標達成度	124.1%		
成果の代表事例	A社は経営計画作成の講座に参加し、会社の現状を正しく見て具体的な行動につなげる意欲がわいた。B社は自社PR講座に参加し、今後の広報活動に役立てたいとしている。また、自律型組織運営の講座では、数多くの受講生から、講義を参考にして自社組織改革に取り組みたいという意見が寄せられている。また、開催後、管内企業を中心にフォロー訪問を実施し事業継続力強化計画の申請2社、パートナーシップ構築宣言の申請5社に至っている。							

	その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	集合開催をメインとしたため、一部に参加人数が少ないテーマもあったが、経営力向上に必要な内容は今後も引き続き開催していく。特に小規模事業者の中には、事業継続が厳しくなりつつある事業所が増加しているため、具体的な行動を促し、経営支援とつながるよう丁寧に取り組む。また、実施のタイミングおよび広報を考慮し、引き続き満足度の高いセミナー実施に努める方針である。					

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	160	支援企業数(実績)	216.0	支援実績率	135.0%	満足率	96.7%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	企業進化のために、①経営計画等の作成によるPDCAサイクルの回し方、②効果的な自社PR手法、③海外への販路拡大法、④災害時の事業継続、⑤自立型組織運営、成長戦略などを学び、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第一歩につながった。								
		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%	実績数値	99.1%	目標達成度	123.8%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実績／達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	78.0	支援実績率	195.0%	満足率	98.7%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	少人数で①製造業の現場改善手法、②新商品開発のアイデア発想、③生成AI活用などをグループワーク等で学び合うことで、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第一歩につながった。								
		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%	実績数値	100.0%	目標達成度	125.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	80%	実績数値	84.6%	目標達成度	105.8%				
		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								

大阪商工会議所

事業名		海外スタートアップ連携による事業創出促進事業								
想定する実施期間		2022 年度～ 年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	デジタル変革（DX）の動きが加速する中で、アジア各国をはじめとする海外のスタートアップへの投資規模は世界的に拡大しており、海外スタートアップの勃興が目覚ましい。日本の特に中小企業においてもイノベーション創出の一手として、海外スタートアップとの連携に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に向けた取り組み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、新規事業創出につなげる。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	海外スタートアップとの連携を通じて、オープンイノベーションに挑戦する中小企業								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 2月21日 セミナー：海外スタートアップと連携する際に必要な「目利き」とは（20社） 3月19日 大阪×韓国スタートアップTECHMATCH（19社） 海外スタートアップの最先端技術・サービスのトレンドを紹介し、海外スタートアップと協業するメリットや連携事例等を情報提供した。								
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>								
	①府施策連携	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と調整を行い、大阪府のメルマガで広報を実施したほか、各事業ではOSAKA INNOVATION HUBによる支援施策の紹介を行った。								
	②広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、京阪神エコシステムコンソーシアムや関西広域連合の広報ツール（ホームページ等）を活用し、大阪府内事業者に広く周知・募集を行った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	140	総支援企業数(実績)	40.5	支援実績率	28.9%	満足率	92.5%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	1回目のセミナーでは、アジアのスタートアップに精通する36Kr Japanが、アジアのスタートアップのテックトレンドと、同スタートアップとの連携のノウハウについてお話しいただき、技術探索の場として、海外スタートアップのソーシングへの関心度を高めた。2回目のイベントでは、韓国スタートアップ市場に注目し、実際に韓国スタートアップ5社より、事業プレゼンテーションをいただき、同スタートアップとの交流や個別面談を実施した。以上の事業を通して、海外スタートアップとの協業への動機づけを行い、海外スタートアップとの連携による新規事業創出の関心を高めることができた。								
		代表指標	各回のアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合							
		数値目標	75%	実績数値	95.0%	目標達成度	126.7%			
成果の代表事例	参加者の主な意見は次の通り。 ○中国ビジネスのTIPS、ありがとうございました。いろいろ共感するところありました。 ○日本国内でも注目を集めているものが多いような気がしました。出展企業の内、当社が取り組んでいる事業と共通点もありました。									
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
	—									
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	具体的な製品・サービスを持つスタートアップに参加してもらったことで、海外スタートアップとの連携による新規事業開発に関心のある企業からは高い評価を得られた。しかし、海外スタートアップとの協業に関しては、大企業に比べて中小企業の関心は依然として低く、想定していた支援企業数には大きく届かなかった。また、海外スタートアップをテーマにした事業は他地域ではまだ少ないことから、大阪府以外の地域からの参加者も多く見られ、支援企業数未達の一因となった。 次年度のセミナーでは、大阪府の関係団体やスタートアップ支援機関等と連絡を密にし、大阪府内の支援対象企業に広く開催を呼びかけ、在阪企業の参加に力を入れていくとともに、海外スタートアップに対するハードルの高さを解消しつつ、海外スタートアップが保有する技術やサービスを具体的に提示し、協業に対する中小企業の関心を高められるような広報方法・プログラムを検討していく。								

大阪商工会議所

事業名		中小企業の生産性向上支援事業							
想定する実施期間		2020 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのよう な状態にしたいか)	コロナ禍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。また、DX化やSDGsなどの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（製造業を中心に幅広い業種）							
	実施時期・具体的な内 容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 7月14日 セミナー「売上拡大と新規ビジネス創出のためのWebマーケティングと顧客データ活用」（96.5社）  10月23日 セミナー「DX実現は簡単IoTから」（29.5社） ①導入だけで終わらせない！作って、使って、育てるIoT ②大学発ベンチャー起業とIoT  <事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果>							
		②広域 連携	大阪府内事業者への参加募集を増強するため、共催者である大阪工業大学にセミナー告知を依頼した。						
		④相談 相乗	参加者に対してアンケートを行い、経営相談を希望する先には利用方法などを説明し、経営相談支援事業の利用拡大をはかった。						
事業全体の 実績／目標 達成度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	100	総支援企業 数(実績)	126.0	支援 実績率	126.0%	満足率	94.7%
	目標の達成度 (支援企業を どう変化させる ことができたか)	事業実施後のヒアリングにて、「自社のIoT化に向けてのヒントを得ることができた」、「IoT化も含め、大学との連携により自社の生産性向上・ビジネス機会増大の可能性を知った」、「DXを取り入れるきっかけとなる」との声を得た。							
		代表指標	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%	実績数値	97.4%	目標達成度	139.1%		
	成果の代表事例	「セミナーで情報提供されたサービスは自社でも使えるかもしれない」「実例を交えた説明で、IoTが身近になった」との事業者の声が寄せられた。							
その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期 以降への取組み (実績が目標値に達して いない場合は、その理由 や今後どのようにフォ ローするのか)	DX導入のセミナーについては、満足度も高く来年度も継続可能と思われる。しかしながら、同じDX導入でも、事業者によって求めている内容は異なるので、次回は対象を特化することで、事業者のニーズに沿った企画を検討する。							

大阪商工会議所

事業名		新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援							
想定する実施期間		2019年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	現在のさまざまな社会課題を解決するために、AIやIoTといった第4次産業革命技術の活用が期待されている。ただ、そうした先端技術を活用したビジネスを創出するためには、実際の社会で試してみる「実証実験」のプロセスが不可欠である。大阪府・市・大阪商工会議所では、「実証事業推進チーム大阪」を設置し、実証実験の支援を希望する事業者からの提案を一元的に受け付け、大阪府・大阪市の関連施設や公共空間、賛同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、実証支援の取り組みを広くPRし、実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出につなげる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	先端技術を活用した実証実験の実施を通じて、社会課題解決ビジネスの創出をめざす中小企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>実証事業都市・大阪セミナー（支援企業数：38社）                      &lt;実施日&gt;                      2月22日（ハイブリッド開催）                      &lt;内容&gt;                      大阪商工会議所では、大阪府・市とともに「実証事業推進チーム大阪」を設置し、実証実験の支援を希望する事業者からの提案を一元的に受け付け、大阪府・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等のフィールドを提供し、大阪での実証実験の実施をより強力に支援している。当事業では、こうした動きをさらに加速させるため、他の自治体のフィールドを活用し実証実験を実施した講師から、実証実験の生み出し方や重要性、効果的な進め方等に関する講演を行った後、実証事業推進チーム大阪の支援で実証実験を実施した企業による事例発表、大阪府・市、大阪商工会議所の実証実験支援事業の紹介等を行った。また、ネットワーキングでは、登壇企業が実際に実証実験で使用した機器、アプリケーション等を展示した。</p> <p style="text-align: center;">&lt;事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果&gt;</p>							
		①府施策連携	（商-2：社会課題解決ビジネスの創出・成長支援） 大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施し、セミナー参加者に対し、同課が実施する補助金事業の紹介を行った。						
		②広域連携	商工会議所の広報ツール（機関紙、メールマガジン、FAX案内、関係先への広報協力など）を広く活用し、あわせて大阪府商工労働部のネットワーク、メールマガジンなどを活用し、府内事業者に広く周知・募集を行った。						
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	50	総支援企業数(実績)	38.0	支援実績率	76.0%	満足率	94.3%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	代表指標	アンケートで「大阪で実証実験の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	成果の代表事例	参加者アンケートからは「実証実験の背景、準備の進め方、実験場所との交渉などについての注意点が理解できた」「実証実験において仲間を見つけることが重要だとわかった」とセミナーの趣旨が伝わったコメントを得た。そのほか、一部の参加者から登壇企業に対して発表された実証内容との連携希望があったため、本商工会議所が間に入り、企業間連携を促した。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			

<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>今回からセミナー参加対象者を、実証実験の実施に関心がある者だけでなく、今後実証実験について検討したい新規事業開発の担当者まで拡大したため、申込者が100人を超えたものの、想定していた支援企業数には届かなかった。その理由としては、実証実験や新規事業にハードルの高さを感じている中小企業も多いことなどが考えられる。次年度以降、引き続き、中小企業の実証実験事例を取り上げるとともに、企業間連携の促進を図る。</p>
-------------	--	---

大阪商工会議所

事業名		経営革新支援事業								
想定する実施期間		2011年度～ 2023年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	経営課題を抱える中小企業に対し、大阪府との連携のもと、(1)経営革新計画の概要と申請方法、公的支援策などの紹介、(2)経営革新計画承認企業による、同計画立案や計画承認の意義および事業展開の紹介、(3)本商工会議所や大阪府などによる、新事業展開に役立つ各種支援事業の情報提供を通じて、経営革新の承認や本商工会議所専門相談サービスなどの公的支援サービス・制度の活用を促進するとともに、企業の経営力向上を支援し、大阪府内のビジネス活性化に資する。また、(4)新規事業に取り組みようとする中小企業に、指導経験豊富な講師から事業展開のヒントを与える。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者、中小企業者など。本商工会議所の会員・特定商工業者などにおいて事業者の関心項目について、営業・販売・取引先開拓、経営改善に記載のあった事業者および新商品開発や新事業開発への経営課題が把握できた事業者など								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>9月27日 経営革新セミナー（支援企業数：60社）  「新規事業・補助金活用に役立つ経営革新計画の作り方」  ◇新規事業の組み立て方  「経営革新の申請にあたって（留意点、関連支援策等）」  大阪府商工労働部中小企業支援室 経営支援課 経営革新グループ  講義「経営革新計画の考え方から計画策定の具体的方法まで」  事例発表  ◇利用しよう！公的支援策  「無料専門相談事業（経営革新、法律、人事労務、会計・税務）」</p> <p>-----&lt;br&gt; &lt;事業手法（①府施策連携・②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果&gt;</p>								
		①府施策連携	(商-15：経営革新の支援) 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開催日程や内容構成などの調整を経て企画し、PRや同計画申請関連の留意点や関連施策等説明など、連携を図った。							
	②広域連携	チラシ配布FAX、本商工会議所HPへの掲載およびメール配信、本商工会議所機関紙への掲載、大阪府商工労働部のメール配信や中小企業基盤整備機構メール配信などを通じて大阪府内に案内した。								
	④相談相乗	参加者には専門相談を案内し利用を勧奨した。また、アンケート結果に基づき、該当者に専門相談や支部の経営相談支援を案内した。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	45	総支援企業数(実績)	60.0	支援実績率	133.3%	満足率	80.0%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートでは「セミナーを通じて経営革新計画への理解が深まり、実施に向けて情報を収集したい」が25件、「新商品・新事業展開へのヒントが得られ、具体的に実施を検討したい」が15件と、経営革新計画や新事業展開を前向きにとらえる回答が8割を超えた。								
		代表指標	大阪府への経営革新計画の申請紹介件数（年間）							
		数値目標	3件	実績数値	1件	目標達成度	33.3%			
	成果の代表事例	大阪府への経営革新計画の申請紹介1件、承認1件。「経営革新計画の策定や新規事業計画作成の支援を受けたい」が13件、「人事労務等の専門相談を受けたい」が1件あり、うち6社が専門相談「新事業開発・経営力向上」の相談を受け、その後1社が専門家派遣で引き続き相談した。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				

<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>大阪府への経営革新計画の申請紹介件数（年間）の目標3件に対して実績1社、目標達成度33%となった。企業ニーズが一巡したものとみられるため、本年度限りで本事業を終了する。今後は専門相談等を通じて関心を喚起し、経営革新計画が新事業展開・新商品開発等の取り組みや各種補助金申請の際の事業計画作成に役立つことを周知し、経営革新計画の申請、承認につなげる。</p>
-------------	--	--

大阪商工会議所

事業名		生産性向上・販路開拓のためのIT導入・利活用支援事業						
想定する実施期間		2020年度～ 年度						
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>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。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>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</p> <p>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</p>						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数</p> <p>①中小企業DXセミナー&lt;人材育成型：107.5社&gt; 9月12日「DXを進めるために、まずは自社の業務・ITの理解から!」、 「企業がDXにより実現できること」 (107.5社) 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大商会員限定で優待提供するITサービスの利用を呼び掛けた。</p> <p>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 &lt;人材育成型：203社&gt; 6月6日 「動画の有効性と作成促進セミナー」 (76社) 7月26日 「販路拡大のためのLINE徹底活用術」 (72社) 9月21日 「販路拡大のためのAmazonビジネス活用術」 (55社) &lt;人材交流型：33社&gt; 6月6日 「動画の有効性と制作促進個別相談会」 (16社) 7月26日 「販路拡大のためのLINE徹底活用術相談会」 (5社) 9月21日 「販路拡大のためのAmazonビジネス活用術相談会」 (12社)</p> <p>----- &lt;事業手法(②広域連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果&gt;</p>						
		②広域連携	本商工会議所の広報ツールのみならず、商工会議所の取引開拓支援サイト「ザ・ビジネスモール」や、商工会議所が発信するメールマガジン、金融機関からの協力などを通じて大阪府内事業者の参加を募った。					
	④相談相乗	参加者へのアンケートでIT導入に関する相談の希望の有無を回答してもらい、専門相談支援につないだ。						
計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	265	総支援企業数(実績)	343.5	支援実績率	129.6%	満足率	86.4%

事業全体の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>①中小企業DXセミナー 約7割のアンケート回答企業が、本セミナーを通じて「IT導入の必要性の認識は高まった」と回答しており、大阪府内の中小企業に対し、生産性向上や販路開拓などに向けてITが有用であることの認識を深める機会を提供できた。また、参加者からは「今回のセミナーをきっかけに、自社にとって良い方向付けができそう」「なんとなくしか知らなかったので具体的な例を聞いて良かった」等の声があったほか、10社がIT導入相談を希望した。</p> <p>②販路開拓などのためのIT利活用セミナー・相談会 参加企業の約94%が「IT導入が今後の自社の経営の合理化や業務効率化に役立つと考える」と回答しており、大阪府内の中小企業に対し、生産性向上や販路開拓などに向けてITが有用であることの認識を深める機会を提供できた。</p>					
	代表指標	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%	実績数値	69.5%	目標達成度	92.7%	
事業全体の実績／目標達成度	成果の代表事例	<p>①中小企業DXセミナー 不動産業・物品賃貸業のA社は、不動産物件管理システムの再構築について課題を抱えていたが、今回のセミナー参加、セミナー参加後の専門家への相談を経て、今後取り組むべき事項が明らかになった。また、製造業B社は、現基幹システムの再構築を含むDXの取り組みについて悩んでいたが、今回のセミナー参加、セミナー参加後の専門家への相談を経て、まずは現システムの評価に取り組むべきことがわかった。</p> <p>②販路開拓などのためのIT利活用セミナー・相談会 セミナー参加者へのアンケートでは、「ECサイトなど関心がありながらも行動をしていなかった。販売を目的に頑張りたい」「活用の現実味が高まりました。これをきっかけにしたいと思います」などのコメントがあり、導入を促進することができた。また、相談対応したICTサービス提供企業と参加者が継続して調整を続け、実際に導入が決定した事例もあり具体的な展開に結びついた。</p>					
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—
	—						
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>①中小企業DXセミナー ITを活用、運用できる人材の確保やITに関するノウハウの不足、ITツールの導入や運用にかかるコストに課題を抱えている企業が多いことが分かったため、その解決につながるような支援を強化する。また、他の商工会議所とも連携しながら、中小企業に対し、より多くの関連情報や、ITツールを紹介していく。</p> <p>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 オンラインにてセミナーを実施する形式が好評であったため、今後も同様の形式を用いて時宜に合った情報提供に努める。(場合によってはリアルでの開催も検討する。) さらに、担当者に直接質問できる個別相談の手法も好評だったため、今後も継続して相談・マッチングの場を設ける。</p>					

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100	支援企業数(実績)	107.5	支援実績率	107.5%	満足率	75.2%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	約7割のアンケート回答企業が、本セミナーを通じて「IT導入の必要性の認識は高まった」と回答しており、大阪府内の中小企業に対し、生産性向上や販路開拓などに向けてITが有用であることの認識を深める機会を提供できた。また、参加者からは「今回のセミナーをきっかけに、自社にとって良い方向付けができそう」「なんとなくしか知らなかったので具体的な例を聞いて良かった」等の声があがったほか、10社がIT導入相談を希望した。							
		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%	実績数値	69.5%	目標達成度	92.7%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	150	支援企業数(実績)	203.0	支援実績率	135.3%	満足率	90.1%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	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、あるいは今後の販路開拓に役立てると回答した参加者は90%で、IT・デジタル・動画を活用した新サービス導入に対する意欲を高めることができた。							
		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%	実績数値	96.4%	目標達成度	128.5%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	33.0	支援実績率	220.0%	満足率	100.0%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	販路拡大に役立つIT・デジタルツール提供企業との相談・マッチングの場を作ることで、支援企業はIT・デジタルサービスの導入に向けて具体的な行動を起こすことができた。							
		指標	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	133.3%			
その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
	—								

大阪商工会議所

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業	
想定する実施期間		2011 年度～ 年度	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府、大阪信用保証協会、5 信金（大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか、永和）、関西みらい銀行、日本政策金融公庫が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、新型コロナウイルス感染症により影響を受けた事業者の各種支援ニーズをはじめ、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）	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>※（ ）内は支援企業数</p> <p>【地域金融懇談会など】 本事業の母体となる地域支援ネットワーク機関の情報共有や情報交換のため、「地域金融懇談会」を2回（4月25日、2月21日）開催し、以下の事業を実施した。（参画機関：大阪府、大阪信用保証協会、大阪信用金庫、大阪シティ信用金庫、大阪商工信用金庫、北おおさか信用金庫、永和信用金庫、関西みらい銀行、日本政策金融公庫、大阪商工会議所）                  &lt;人材育成型&gt; 大阪府の融資制度などを紹介するセミナー（213社）                  6月14日 中小企業と創業者のための公的融資説明会（51.5社）                  2月21日 金融力強化セミナー（161.5社）                  &lt;人材交流型&gt; 交流会・相談会（128社）                  6月14日 中小企業と創業者のための個別相談会（27社）                  11月13日 地元金融機関との交流会（101社）                  その他、制度融資等施策普及のため、「開業サポート資金」「公的融資制度のご紹介」等の印刷物の作成配布をはじめ、ホームページなどでも周知した。</p> <p>【大阪市内全域における公的融資・各種制度融資の普及促進】                  「開業サポート資金」「小規模企業サポート資金」など大阪府の制度融資や大阪信用保証協会の各種保証制度、マル経融資などを中心に説明した。                  &lt;人材育成型&gt; 「融資制度説明会」（131.5社）                  &lt;人材交流型&gt; 「個別相談会」各支部にて計122回開催（209社）</p>	
	<p>&lt;事業手法（①府施策連携・②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果&gt;</p>		
①府施策連携	（商-24：地域の金融機関や支援機関との「地域支援ネットワーク」推進事業） 大阪府商工労働部中小企業支援室金融課および地域支援ネットワーク参画機関などと連携して企画・実施した。地域支援ネットワーク参画機関などの協力を得て、大阪府内全域から参加を募集した。		
②広域連携	地域支援ネットワーク参画機関などに開催広報を協力してもらうとともに、本商工会議所のウェブサイトやメールマガジンなどを通じて、大阪府内からの参加を募った。これらにより大阪市域外（大阪府内）から18社の参加が得られた。		
④相談相乗	参加者へのアンケートで直面する経営課題や経営相談支援の希望の有無などを回答してもらい、経営相談支援を希望する参加者を支部の経営相談支援や経営相談室の専門相談支援につないだ。		

事業 全体 の実績 ／ 目標 達成 度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	551	総支援企業 数(実績)	681.5	支援 実績率	123.7%	満足率	94.8%	
	目標の達成度 （支援企業を どう変化させる ことができたか）	6月の制度融資説明会および2月の金融力強化セミナーの参加者が「得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」とした回答割合は98.6%。 支部実施分の制度説明会においては「支援対象企業の中で、事業参加で得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」との回答は説明会で89.7%であった。								
		代表指標	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%	実績数値	96.7%	目標達成度	113.8%			
成果の代表事例	A社は大阪府のさまざまな金融施策を初めて理解するとともに、金融機関の提案する商品の情報を収集できたことで、資金繰り改善への具体的なアクションにつなげたいとしている。B社は金融機関の担当者等と名刺交換ができた結果、取引金融機関を増やすことに前向きな姿勢を見せている。 また、支部実施分において、住吉区のペット専門トリミングサロンのC社は営業拡大の資金調達のため、金融相談会に参加、公庫と民間地銀（保証協会融資）とで500万円ずつの協調融資1000万円を進めることとなり、2号店を開店、営業を開始した。									
その他目標値の実績	目標値 （計画）	—	目標値 （実績）	—	目標達成度	—				
実施 結果	課題及び次期 以降への取組み （実績が目標値に達して いない場合は、その理由 や今後どのようにフォ ローするのか）	従来のセミナー・個別相談会の取り組みは好評ではあるものの、原材料価格の高騰による利益の圧迫、マイナス金利の解除など事業者を取り巻く環境が変化するなかで、個々の事業者の抱える課題も多様化している。この幅広い支援ニーズに対応するために、金融機関が実施している支援施策を共同で実施するなど、より一層金融機関との連携を深める取り組みを検討する必要がある。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160	支援企業数(実績)	213.0	支援実績率	133.1%	満足率	93.4%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<本部開催分/説明会・セミナーなど> 6月の制度融資説明会および2月の金融力強化セミナーの参加者が「得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」とした回答割合は98.6%であった。								
		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%	実績数値	98.6%	目標達成度	116.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
	—									
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	135	支援企業数(実績)	128.0	支援実績率	94.8%	満足率	95.3%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<本部開催分/交流会・相談など> ○11月の交流会で「自社に役立つ融資に関する情報、課題解決に関する情報、金融機関とのパイプを得た」との回答は96.9%であった。 ○個別相談を実施した事業者が「融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直し等を検討する」との回答は88.9%であった。								
		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%	実績数値	96.9%	目標達成度	114.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
	—									
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	90	支援企業数(実績)	131.5	支援実績率	146.1%	満足率	88.9%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<支部開催分/金融説明会> 「金融機関融資担当の本音と融資獲得後にすべきこと講座」を2回開催し、金融機関との付き合い方や民間金融機関での保証協会付融資とプロパー融資の違いについて理解を深めた。コロナ融資は比較的スムーズに融資が受けれたが、膨れた債務を長期的な返済スケジュールを立て、収益力の強化を図り、債務削減に取り組むことが重要であることを改めて認識してもらった。「説明会やセミナーで得た情報を活かし、今後の経営や資金調達に役立てるとの回答の割合」との回答は説明会で118社、89.7%であった。								
		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%	実績数値	93.7%	目標達成度	110.2%			
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
	—									

実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	166	支援企業数(実績)	209.0	支援実績率	125.9%	満足率	99.5%
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;支部開催分/相談会&gt;  創業資金の相談い利用するケース、初めての融資を受けられるケースが多い。相談を通じて融資審査のポイント、資金繰り表等財務管理の重要性を初めて認識され、コロナ後の融資審査の厳格化も踏まえ、売上至上主義から利益中心に、資金繰りの安定化のための施策を行う等企業の経営姿勢に大きな変化が見られた。「個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する割合」との回答は個別相談会で208社、99.5%であった。</p>							
		指標	個別相談を実施した事業者などが、融資申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%	実績数値	99.5%	目標達成度	117.1%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—		
—									

大阪商工会議所

事業名		小規模事業再生サポートセンター事業								
想定する実施期間		2010 年度～ 年度								
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府内全域を対象に、特に小規模事業者の資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営の安定化、清算などに特化したサポート事業を展開することで、小規模事業者の事業再生を促し、大阪府内の廃業率の改善に資することをめざす。事業の実施にあたっては、案件内容に応じて「大阪府中小企業活性化協議会」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）								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	経営相談室内に「小規模事業再生サポートセンター」を開設（経営安定特別相談（平日）ならびに金融相談（火・木曜日））。大阪府内の小規模事業者を対象に資金繰りや借入金の返済条件の見直し、金融機関との折衝方法などの支援を行った。また、税理士や弁護士などの専門家を活用し、危機回避・整理に向けた支援も実施した。  新規の相談は176事業者、前年度からの継続相談は56事業者、計232事業者に対して支援を行い、相談回数は554回（経営安定特別相談173回、金融相談381回）であった。								
		<事業手法（②広域連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果>								
		②広域連携	ウェブサイト、本商工会議所機関紙への記事掲載と案内リーフレット封入、メルマガ等により周知活動を実施した。また、各種事業で案内リーフレットを配布したり大阪府、日本政策金融公庫の府内各支店にリーフレットを設置するなどして周知に努めた。							
④相談相乗	融資、金融機関との折衝などの相談については金融相談で対応し、資金繰り難や事業再生についての相談は経営安定特別相談で対応するなど、相乗効果を図った。									
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	175	総支援企業数(実績)	232.0	支援実績率	132.6%	満足率	99.1%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	経営安定特別相談及び金融相談で助言支援をもとに相談事業者が金融機関や関係者と交渉を行ったり、改善策を実施した結果、資金繰りの改善へ向かった案件（危機回避案件を除く）は13件（融資決定8件、条件変更等2件、助成金・公的支援活用等3件）の改善実績があった。相談の中で事業を中止せざるを得ない事業者2件については、破産・整理への方向性を示した。								
		代表指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」							
		数値目標	20社	実績数値	14社	目標達成度	70.0%			
	成果の代表事例	平成16年創業の小売業の代表者A氏は、自己破産ののち、屋号を変えて事業を再開した。現在はイベント出店による小売販売も行っている。平成31年に再び経営安定相談室を訪問。以後、支援を継続してきた。会計ソフトで記帳するように指導した結果、粗利益率が向上した。今まで利益がでると、経費をとりあえず交際費で処理するなど、長期的な対策を行えていなかった。また、小規模企業共済や倒産防止共済を紹介することで、今後の事業継続や事業強化、事業を閉じた後の生活について考えることができるようになった。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	廃業相談は着実に増えている。借入が多くなって倒産するというより、普通清算が可能な先が多い。①後継者がいないとの相談、②遠方からの通勤が負担となり事業が続けられないという相談、③今後の売り上げの見通しが立たないとの相談、④手元資金が少なく先行きが不安といった相談があった。材料の輸入が多い製造業は、円安やコストの上昇のため粗利が減り、経営が厳しくなっている。飲食業や小売業はコロナ禍で特に業績が下がった業種で、コロナ融資の返済で苦労している事業者も多いため、引き続き支援が必要である。経営安定特別相談では、今後も「大阪府中小企業活性化協議会」と連携し対応していく。								

【別紙】

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	120	支援企業数(実績)	176.0	支援実績率	146.7%	満足率	98.9%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;新規支援企業&gt;                      「倒産回避および経営の安定化」と「止むを得ない場合の円滑な整理」を2本柱としつつ、事業者の「資金繰り改善」および「危機回避」を実現した。</p>								
		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」（実績/達成度②とあわせて）							
		数値目標	20社	実績数値	14社	目標達成度	70.0%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55	支援企業数(実績)	56.0	支援実績率	101.8%	満足率	100.0%	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>&lt;前年度支援企業&gt;                      「倒産回避および経営の安定化」と「止むを得ない場合の円滑な整理」を2本柱としつつ、事業者の「資金繰り改善」および「危機回避」を実現した。</p>								
		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」（実績/達成度①とあわせて）							
		数値目標	20社	実績数値	14社	目標達成度	70.0%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）	—	目標値（実績）	—	目標達成度	—			
—										

大阪商工会議所

事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー							
想定する実施期間		2014 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	国が、2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにする方針、いわゆる「カーボンニュートラル」を表明したことを受けて、わが国のCO2排出の9割を占めるエネルギー分野において、省エネルギーへの取り組みはもとより、エネルギー需要の電化や水素化を進展させ、電源の再エネ主力化・次世代蓄電池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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ○「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」 7月14日（82社）、1月24日（53.5社） 近年のエネルギー価格の高騰を受け、省エネの実現によって電気使用量の削減とカーボンニュートラルの達成を目指すという切り口で開催。中小企業が取り組むべき省エネや脱炭素経営などの事例を紹介するとともに、国の機関から最新動向や補助金等に関する情報提供を行った。 ○「エネルギービジネス分野参入セミナー」 11月1日（33.5社）、2月14日（40.5社） 中小企業のエネルギービジネス分野への参入促進を目的に、専門家による解説や、水素の技術開発に関する最新動向、中堅・中小企業の具体的な取り組み事例などを紹介。また、参加者が同分野への参入をより具体的にイメージしやすいよう、登壇企業等による製品展示をはじめ、登壇者・参加者との名刺交換会なども会場で行った。 ----- <事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>							
		①府施策連携	(商-4：新エネルギー産業分野への参入促進) (商-10：脱炭素経営に向けた取り組み支援) 「エネルギービジネス分野参入セミナー」は大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課、MOBIOと連携したほか、「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」は共催団体である(地独)大阪府立環境農林水産総合研究所、おおさかスマートエネルギーセンター(大阪府・大阪市)、大阪府みどり公社と連携し、事業者の省エネ・脱炭素経営を支援する大阪府の取り組みを紹介するとともに、「省エネ診断」や「脱炭素経営宣言」などの国や行政における施策の最新動向を伝え、大阪府内事業者の取り組みを支援した。						
	②広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府や大阪市、近畿経済産業局の広報ツール（メールマガジン等）を活用し、府内事業者に広く周知・募集を行った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	340	総支援企業数(実績)	209.5	支援実績率	61.6%	満足率	97.0%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	いずれのセミナーでも、支援対象のほぼ全ての事業者から、「得た情報をもとに、自社の課題解決や新事業の展開を行いたい」「できることから省エネ対策を実施し、脱炭素経営につなげていきたい」などといった前向きな回答を得ることができた。							
		代表指標	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%	実績数値	99.0%	目標達成度	123.7%		
成果の代表事例	アンケートでは「新しい知見を得ることができた。展開の可能性を探りたい」「業界動向の把握に役立った」との声があり、中小企業が具体的に今後取り組むべき方向性や、当該分野への新規参入を目指すきっかけを提供できた。								

		目標値 (計画)	—	目標値 (実績)	—	目標達成度	—
その他目標値の実績		—					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」            カーボンニュートラル社会の実現に向けて、省エネの推進が重要であることを中小事業者に伝えるための情報提供や、推進事例の紹介を行ったが、支援対象企業からの参加者数が目標値に届かなかった。次年度は、共催団体をはじめ、他の環境関連事業で関わりのある団体にも広報を依頼し、参加者増につなげる。</p> <p>「エネルギービジネス分野参入セミナー」            エネルギービジネス分野で新たな技術開発を行った中小企業事例や、参入にあたってのリスクとチャンスに関する解説、大阪府が運営するプラットフォームに所属する企業の事例など、様々な切り口から、中小企業向けの情報提供を行ったが、支援対象企業からの参加者数が目標値に届かなかった。次年度は、参加する中小企業の数が増えるよう「カーボンニュートラル」という視点に間口を広げ、幅広く広報を行う。</p>					

大阪商工会議所

事業名		中小製造業者と大阪産業技術研究所・大学の技術交流							
想定する実施期間		2012年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大手企業の生産拠点が海外（特にアジア地域）に流出し、大手企業と中小製造業者の下請・協力関係が解消・希薄化するなどの経営環境の変化もあいまって、中小製造業者は自律的な事業展開に向けて付加価値の高い自社製品の開発や次世代ものづくりに向けた技術力の向上などを求めている。しかし、中小製造業者は、財政的にも人的にも制約があり、それらに投入できる経営資源に限界がある。その一方で、大阪府域には高度な基礎研究などを行っている大学や中小製造業者の技術支援を長年にわたって行ってきた大阪産業技術研究所があり、広く産業界においてその研究成果の活用を求めている。本事業は産学公の連携を促進し、中小製造業者の技術的課題の解決を支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	幅広い製品分野の中小製造業者（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）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	※（ ）内は支援企業数 ①大阪府内及び周辺地域の大学の研究成果（技術シーズ）活用のための交流会 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！』」(50.5社) 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！』アーカイブ配信」(25社) 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」(29.5社) ②大阪産業技術研究所等の研究成果（技術シーズ）活用など、産業技術支援に関する発表会 10月13日 「産業技術支援フェアinKANSAI2023」(92.5社)							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携）の具体的な連携・効果>							
		①府施策連携	(商-21：(地独)大阪産業技術研究所(ORIST)連携事業) (局-3：ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業) 大阪産業局MOBIO事業部と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報の協力を得た。大阪産業技術研究所とは企画段階から連携して研究所の研究を広く発表し、中小企業が活用する機会としたほか、広報面でもメールマガジン配信やチラシ配布、今年度はWEB広告など幅広く広報を行うなどの協力を得た。						
②広域連携	本商工会議所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府下に多くの会員企業・案内先を有する、MOBIOや大阪産業技術研究所などの共催団体等のネットワークを利用し、大阪府内の中小製造業者へ広報を行った。								
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	240	総支援企業数(実績)	197.5	支援実績率	82.3%	満足率	93.8%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	公設試験機関や大学と共同で技術や製品を開発した事例の紹介や、最新の研究成果に関する情報提供をオンライン・会場のハイブリッド開催で発信したほか、アーカイブ配信やオンライン展示なども行うことで、幅広い層の企業が情報を入手できるよう努めた。また、イベントに併せて、本商工会議所が行う「産学官技術相談窓口」の事業内容や大阪産業技術研究所等の施設概要を参加者に紹介することにより、より強固な産学連携（技術相談、共同研究、委託研究、施設利用など）に結び付ける情報提供も行った。その結果、どの事業においても、アンケート調査では支援対象企業の回答者の90%以上が「得た情報は今後の技術・製品の開発に役立てる」と回答した。							
		代表指標	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%	実績数値	94.3%	目標達成度	134.7%		
	成果の代表事例	アンケート調査では、いずれのセミナーでも、支援対象の約9割が「満足」「おおよそ満足」と回答し、さらには、「得た知識を自社の課題解決や新事業の展開に役立てる」というへ前向きな回答が多く得られた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	—		目標値(実績)	—		目標達成度	—	
	—								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	オンラインとの併用やアーカイブ配信、オンライン展示等、会場での参加が難しい企業にも情報提供できるような方法を引き続き実践していく。公設試験機関や大学が保有する最新の技術に関する情報収集を適宜行い、事業者へ発信できるよう努める。また、セミナー等での情報発信から、共同開発等へ発展できるような機会を創出し、中小企業の参加率をあげるため、本商工会議所が行う「産学官技術相談窓口」の紹介や名刺交換会などの機会についてもアピールしていく。							

大阪商工会議所

事業名		専門家連携型経営相談 交流会							
想定する実施期間		2014 年度～ 年度							
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業・小規模事業者が抱える高度な経営課題に対応するため、本商工会議所では専門家派遣制度による支援を行っている。経営指導員と各種専門家がお互いの強みを活かして連携強化を図り、より効果的な経営支援サービスを提供することで支援先から高い評価を受けている。そこで、本事業を通じて、中小企業・小規模事業者に対し専門家派遣制度を周知・紹介するとともに、自社の課題解決にふさわしい専門家との出会いの場を提供する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	自社の経営力強化に向けて、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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	6月9日 専門家との交流会 支援企業数：78社 ○講演会「売れる商品・サービス開発のコツ」 ○専門家派遣制度の紹介 ・専門家派遣制度の説明 ・専門家による自己PR ○専門家との名刺交換							
		<事業手法(②広域連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果>							
	②広域連携	地域金融支援ネットワークに参加している金融機関や大阪府内の商工会議所にも広報を依頼したほか、本商工会議所ホームページなどで案内したことで府内全域からの集客を図った。参加者のうち、12社が大阪市外からの参加となった。							
	④相談相乗	専門家との名刺交換・交流会に経営指導員が参加し、事業者と専門家とのマッチングや相談事業との相乗効果を図った。							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	55	総支援企業数(実績)	78.0	支援実績率	141.8%	満足率	93.6%
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	専門家の支援を受け、中小企業の稼ぐ力を向上させるため、本事業を実施した。元バイヤーが語る「売れる商品・サービス開発のコツ」がテーマの講演会は、中小事業者のニーズに合致し目標の支援企業数を大きく上回ることができた。講演会に続き専門家派遣制度を紹介した後、各専門家が専門分野などを自己PRした。このあと、名刺交換会を開催し専門家と事業者との交流を図った。この結果、8件が専門家派遣となった。新ビジネスへの展開を促すなど事業者の経営課題を解決する第一歩となった。							
		代表指標	本事業の参加をきっかけに「専門家派遣事業」に申し込み、アンケートで成果が「あった」「おおむねあった」「普通」あるいは「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	実績数値	8社	目標達成度	80.0%		
成果の代表事例	本事業に参加した介護用品販売のA社から、「病院や介護施設向けの販売が中心だが、今後は一般消費者向けの販路を拡大したい。一般消費者向けの介護用品はカタログ販売が多いが、雑貨店などで販売したい。専門家の助言をお願いしたい」との依頼があった。専門家を派遣し、雑貨店などでも扱ってもらえるよう、介護用品のブランディングや販売戦略、新規商品開発の重要ポイント、バイヤーとの商談テクニックなど種々専門家からの助言指導を実施した。この結果、A社より「ブランディングの重要性や商品開発のポイント、バイヤーとの交渉術などが理解でき、今後の販路戦略に活用したい。介護用品のイメージを変えていけるよう、価値のある強いブランドを創出したい。引き続き、商品開発やブランディングへの助言をお願いしたい」とのコメントが寄せられた。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	—	目標値(実績)	—	目標達成度	—			
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	経営環境が急速に変化する中、中小企業の稼ぐ力を向上させることが肝要であるが、中小事業者が独力で行うのは難しいのが現状である。今後も中小事業者のニーズに合致したテーマを設定し、専門家との交流会の内容充実を図っていく。また、専門家と伴走して本質的な経営課題を発掘し、自走と企業成長を支援していく。							