

平成30年度
事業計画書

1. 申請者の概要

申請者	団体名	大阪商工会議所
	代表者職・氏名	会頭 尾崎 裕
	所在地	〒540-0029 大阪市中央区本町橋2番8号
	職・氏名	中小企業振興部 経営相談室 次長兼課長 荒井 慎一
	担当者 連絡先	電話番号（直通）： 06(6944)6451 F a x： 06(6944)6565 E - m a i l： arai@osaka.cci.or.jp
①設立年月日		明治11（1878）年8月27日
②職員数 （うち経営指導員数）		216人（84人）
③所管地域		大阪市
④管内事業所数		190,629（総務省「平成26年経済センサスー基礎調査結果」）
⑤管内小規模事業者数		123,020（総務省「平成26年経済センサスー基礎調査結果」）
⑥会員数（組織率）		30,738（16.1%）
□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収集し、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 各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>		

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

<現状>

○ 所管地域である大阪市の全企業数は190,629カ所で、うち123,020カ所（全体の64.5%）が小規模企業である。小規模企業数について産業別に見ると、小売業17,825カ所（14.5%）、不動産業・物品賃貸業16,241カ所（13.2%）、製造業16,235カ所（13.2%）、飲食店16,166カ所（13.1%）、卸売業10,826カ所（8.8%）となっている（資料：総務省「平成26年経済センサス基礎調査結果」）。

○ 以下、地域経済分析システム（RESAS）によると、大阪市の地域経済循環率（2013年）は163.0%で、大阪府全体の108.4%を大きく上回っており、府内で最も高い自立度を有している。生産（付加価値額）については、第3次産業が173,779億円（一人あたり1,098万円）で、第2次産業が16,192億円（同460万円）である。第2次産業の一人あたりの付加価値額は全国1,547位と相対的に低く、これは規模が比較的小さく、下請加工を主とする事業所が集積していることなどによるものと考えられる。

○ 製造業の事業所数（2013年）を見ると、全体の6,043カ所のうち、金属製品製造業が1,164カ所（19.3%）、印刷・同関連業が821カ所（13.6%）、生産用機械器具製造業が575カ所（9.5%）、プラスチック製品製造業が391カ所（6.5%）となっている。製造業の事業所数は1986年には19,477カ所あったが、2013年にはその3分の1弱にまで減少しており、特に上位の金属製品製造業（1986年3,123カ所）、印刷・同関連業（同2,508カ所）の落ち込みが激しい。これに並行して製造品出荷額等は2008年の4兆5891億円から2014年の3兆6348億円にまで減少しており、工業力が低下している。

○ 一方、商業関連の事業所数（2014年）については、卸売業が15,322カ所、小売業が18,876カ所となっており、1994年と比較すると卸売業が54.4%、小売業が58.1%減少している。また、これに並行して、年間商品販売額は1994年の68兆5056億円から2014年の34兆7479億円にまで減少している。

<課題>

○ 内閣府が発表する景気動向指数によると、景気は2012年12月から拡大期間が続いているとされているが、個人消費の伸び悩み、人件費や原材料・石油価格の上昇などにより、中小企業・小規模企業の収益の改善にはつながらず、厳しい経営環境が続いている。

○ 大阪市に限らず全国的な問題として中小企業・小規模事業者の経営者の高齢化がある。中小企業庁の資料によると、60歳以上の経営者の50%超が廃業を予定しており、その28.6%が事業の後継者難を理由としている。大量の廃業・解散は産業経済に多大な損失を及ぼすことから、事業承継問題への対応・対策は喫緊の課題となっている。

○ 中小企業などを中心に人手不足が深刻化しており、2017年11月に大阪商工会議所と関西経済連合会が行った「第68回経営・経済動向調査」では、21.9%が「人手不足により事業制約」を課題に挙げている。大阪労働局が発表した2017年11月の有効求人倍率は1.68倍（平成以降最高水準）に達する一方、新規の求職者数は30,166人で前年同月比マイナス5.5%と、求人数と求職者数の乖離はますます大きくなっている。

○ 製造業の課題として、製品の高付加価値化と新規市場の開拓、国内外への販路拡大などが挙げられる。そのためには、医療・健康、環境・エネルギー、ロボット、情報通信技術（ICT）など今後成長が期待される産業分野への進出、技術の改良や新規開発、オープンイノベーションの展開などにも取り組む必要がある。

○ 商業・サービス業においては、顧客開拓に向けてインターネットによる情報発信がますます重要になってきている。観光庁などの調べでは、大阪府の外国人観光客数は2016年に過去最高の940万人を記録し、2017年は1000万人を上回る見込みである。これまでの「モノ消費」から「コト消費」への転換に対応するとともに、商店街や地域が独自性あふれる魅力を創出（発掘）し、広く発信することで域外から消費を取り込むことが肝要である。

○ 中小企業・小規模事業者においては、給与や経理の内部管理業務にはICTの導入が進みつつあるが、収益に直結する調達や販売、受発注管理などでは利活用が停滞している。サービス業においては低い生産性を向上させるためにICTなどの利活用を図らなければならない。また、製造業においては、生産の合理化、品質管理、付加価値向上、労働不足解消などのためにIoTの導入を一層押し進めていく必要がある。

(2)所管地域の活性化の方向性

大阪商工会議所は、引き続き中期計画「たんと繁盛 大阪アクション」を推進し、上述の諸課題の解決に取り組む。当該計画では、中小企業などの成長分野参入を支援するため以下8つのアクションプランを実施するとともに、基盤の強化として中小企業などのビジネス環境の整備に取り組む。

①ライフサイエンス産業の深耕プロジェクト

既存の産学の集積を活用し、産業化プラットフォームと産業拠点形成をリンクさせ、関連産業集積を推進する。

②スポーツ産業の創出プロジェクト

大学や企業の研究開発拠点を軸に、関連ビジネスを創出し、ライフサイエンス産業とともに、新たなリーディング産業として振興する。

③観光の本格的な産業化プロジェクト

商店街・商業施設の観光産業化支援や、「食」をテーマとしたイベントの開催、体験ツアー、ガイドブックの作成などを通じて、観光産業の定着、大阪ブランドの浸透により、観光客の消費拡大・リピーター獲得や対内投資などインハウンドの増進を図る。

④都市魅力のさらなる向上プロジェクト

大阪のさまざまな公共空間・施設の民間による活用などを支援し、成長の舞台としての都市魅力強化をめざす。

⑤イノベーション・エコシステムの構築プロジェクト

製造業のさらなる発展、新ビジネスの創出をめざし、交流会、ビジネスマッチング事業を通じて個々の事業者が有する技術・資源をつなぐ支援を行う。また、研究会やフォーラムなどの事業を通じてIoT、ICTの普及を促進し、大阪の製造業の振興を図る。

⑥グローバル市場開拓プロジェクト

中国・東南アジアのほか新興国として新たな市場となりうる中南米地域や購買力を有する欧米地域の情報と商談の機会の提供を通じて、国際産業振興を推進する。

⑦商流創造プロジェクト

さまざまな商談会を開催して、商談機会を拡充し、国内のみならず海外とも結ばれる商流拠点機能を強化する。

⑧新戦力フロンティア人材発掘プロジェクト

新規卒者・女性・外国人留学生の採用支援、後継者育成支援などを通じて、大阪の次代を担う人材の活躍促進を支援する。

一方、基盤強化として、中小企業・小規模事業者の経営支援などへ積極的に取り組む。経営指導員が伴走型のきめ細やかな経営相談を行い、金融や資金繰り計画作成、財務分析、事業計画作成、事業承継などさまざまな経営課題の解決に向けて支援する。また、講座・講習会の開催などを通じて経営改善に役立つ情報の提供や人材育成、創業の支援を行い、企業としての成長を促す。さらに、専門家派遣事業や専門相談事業を通じて中小企業が当面する高度かつ専門的な課題の解決を支援する。

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

大阪市内の小規模企業者123,020社（総務省「平成26年経済センサス-基礎調査結果」）、商店街約480カ所、小売市場約100カ所とその入居店舗（事業者）などを対象に、経営相談事業・専門相談事業を実施するとともに、経営に役立つ各種講座・講習会を実施する。

そのうち、特に、医療機器やスポーツ産業、ロボット、ICT、環境・エネルギーなど成長有望分野への参入などを志向する製造業者約1,500社を対象に、有力大手企業などとのビジネスマッチング事業などを実施する。また、国内大手小売店や海外市場へ販路を開拓したい製造業者や卸・小売業者約23,000社などを対象に、商談会や展示会などでのビジネス機会を提供する。

また、人材の確保や事業承継などの問題を抱える事業者約850社を対象に、効率的かつ効果的に課題が解決するようセミナーや個別相談を実施する。

(4) 事業の目標

上記(1)に記載した地域の現状や課題を踏まえ、平成30年度においては主として以下を目標として事業に取り組む。

①販路開拓は企業経営において普遍的な課題であることや第3次産業(商業・サービス業)の事業者が多いという地域特性などを踏まえ、上述の8つのプロジェクトの中でも特に「商流創造プロジェクト」を平成30年度の本事業計画においても中核に位置付けて取り組む。平成30年度においては、商談するバイヤーの増員や業種・規模の拡大、幅広い商談を受け入れられるバイヤーの派遣要請などによって商談機会の増加を図り、中小企業・小規模事業者の販路拡大を促進する。また、「グローバル市場開拓プロジェクト」を通じて引き続き海外市場開拓、海外企業との取引拡大を支援する。

②大阪を訪れる外国人観光客は堅調に増加しており、その消費を取り込むため「観光の本格的な産業化」と「都市魅力のさらなる向上」に引き続き積極的に取り組む。外国人観光客の主たる情報ソースはインターネットやSNSであり、商店街や個店などに対して、これらを利用した情報発信の強化を支援する。また、インバウンド対応が後手になっている商店街などを対象に、外国人(留学生)の視点からの魅力創出にあたるなど、「モノ消費」から「コト消費」への転換に対応した都市魅力のさらなる向上とその成果としてのインバウンドの拡大を図る。

③大阪市内には金属・機械関連の中小・小規模加工事業者(町工場)が集積しているが、経営者の高齢化による廃業などにより事業所数の減少が著しい。については、これまで持てる技術を補完し合って製品の製造・加工を請け負っていた事業所同士の協業関係を保ち得なくなってきた。平成30年度においては、新たな協業先を探し出す交流会の開催回数を増やし、ネットワークの構築に向けた支援を強化する。また、大手・中堅企業からの受注を目的とした商談会を開催し、町工場の取引先拡大をめざす。

④環境・エネルギー、エレクトロニクス、ICT、IoTなどの成長分野へ参入や大手企業などとの協業(オープンイノベーション)、産官学連携を促進するための「イノベーション・エコシステムの構築プロジェクト」に引き続き注力し、製品の高付加価値化や新事業の創出を促進する。平成30年度においては、新たに第4次産業革命に関連した技術を活用した中小企業による新事業創出の支援にも着手する。

⑤中小企業においては人手不足が一層深刻化している。「新戦力フロンティア人材発掘プロジェクト」において若手人材の確保や女性の活用・活躍などについて引き続き支援を行うほか、高年齢者雇用の促進にも努める。また、中小・小規模事業者の事業承継は喫緊の課題であるため、平成30年度から「事業承継相談デスク」を開設し、プライベートで複雑な当該課題を円滑に解決することを支援する。また、セミナーや事例発表会の開催を通じて事業承継の準備を啓発・促進する。

⑥大阪市内5支部に配置した経営指導員が引き続き地域に密着した経営相談支援事業に注力する。経営指導員の的確な課題分析に沿って、専門家と二人三脚で伴走型支援を行い、小規模事業者の持続的発展を支える。また、小規模事業者の高度化・専門化した経営課題に対応すべく、専門家派遣を一層推進する。さらに、講座・講習会については、アンケートなどで事業者のニーズを的確に把握して、最新かつ有益・有効な情報を提供することに留意し、参加事業者の経営・事業活動に役立てもらう。

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

<事業の実施により期待される効果>

小規模事業者個々の経営改善、さらには取引拡大や経営革新などによる企業成長、また事業の円滑な承継など。これらの総和としての大阪市域の経済力(産業力)の強化、都市魅力の向上など。

<実施しなかった場合の影響>

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

I 経営相談支援事業

支援メニューの件数

事業所カルテ・サービス提案	1,550	事業所	支援機関等へのつなぎ	42	支援
金融支援（紹介型）	110	支援	金融支援（経営指導型）	884	支援
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	事業所	資金繰り計画作成支援	530	事業所
記帳支援	8	事業所	労務支援	10	支援
人材育成計画作成支援	5	事業所	マーケティング力向上支援	50	事業所
販路開拓支援	190	支援	事業計画作成支援	560	支援
創業支援	10	事業所	事業継続計画(BCP)作成支援	5	事業所
コスト削減計画作成支援	40	事業所	財務分析支援	600	事業所
5S支援	5	事業所	IT化支援	10	事業所
債権保全計画作成支援	5	事業所	事業承継支援	15	事業所
			結果報告	1,550	事業所

件数設定の根拠及びその実現に向けた取り組み

前年度支援企業数 1,450

<件数設定の根拠> 過去2カ年度の実績（平成27年度：1,572件、平成28年度1,855件）ならびに平成29年度の計画数（1,450件）とその中間状況（12月末現在の支援企業数は1,050件で、そのうち583件が報告書作成済み。これまでの1～3月の推移からして計画数1,450件を上回る見込み）を勘案して設定した。

<実現に向けた取り組み> 引き続き小規模企業振興基本法と商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律の一部を改正する法律の趣旨に則り、小規模事業者の事業計画の策定と実行を支援する。大阪市内に5支部を設置して地元の事業者に着目した課題解決支援にあたる。また、事業者からの相談を端緒として、当該事業者の事業計画や資金繰り計画の作成、財務分析など、経営改善に向けた多角的なアプローチに結びつける。

事業所支援の実施方法（専門家や各種支援機関、支援制度の活用など）

経営指導員が窓口や巡回訪問などにより事業者の相談に対応し、課題の分析を行う。高度に専門的な課題については、専門相談や専門家派遣（エキスパートバンク事業など）と連携して課題解決にあたる。大阪商工会議所では従前から融資相談が多いことから、日本政策金融公庫や民間の金融機関などと密に連携するとともに、国や大阪府などの自治体の支援策・施策を活用して、事業者ニーズに対応していく。

II 専門相談支援事業

事業名	新規/継続	指標	目標数値	事業概要
専門相談（窓口）	継続	延べ相談件数	1日1件以上	法律、労務、税務、IT、経営革新・創業、人材活用、ものづくり・技術、営業・マーケティングの課題解決のための専門相談窓口を開設して対応する。
専門相談（派遣）	継続	派遣回数	300回	事業者の相談ニーズにあわせた専門家を調整し、事業所に派遣して課題解決に対応する（エキスパートバンク事業）。
支部専門相談（派遣）	継続	事業が役だったと回答した事業者の割合	参加事業者の80%以上	支部管内の事業者が抱える課題（特に税務）につき、専門家を派遣して課題解決を図る。
決算申告指導	継続	事業が役だったと回答した事業者の割合	参加事業者の80%以上	申告期間の税務相談に対応し、適切な申告ができるように支援する。

事業実施のポイント・期待される効果

<事業実施のポイント> 弁護士、社会保険労務士、税理士、中小企業診断士、ITコーディネーターの有資格者のほか、経営コンサルタント（企業OB人材紹介など）も活用し、事業者の専門的な経営課題に対応する。本部経営相談室にて専門相談窓口を常設し、面談・電話による相談対応を行うほか、必要に応じて事業所等でも指導する。また、経営指導員と連携して経営課題解決を支援する。特に平成29年度からは「ものづくり・技術」、「営業・マーケティング」の専門相談窓口を新設しており、引き続きより広範囲に事業者が抱える高度な専門相談ニーズに応える。

<期待される効果> 高度な経営課題に対して専門的見地からアドバイスすることによって、課題解決への道筋が明確になり、経営改善に役立つことが期待できる。

府施策 連携	事業名	概要	金額（円）
(1) 単独事業			67,199,380
○	中小企業のためのデザイン活用促進事業 【No.1】	セミナーや研究会を通じて、中小企業の商品デザインについての意識啓発、デザイン力の強化を行い、市場に受け入れられる「売れる商品」の開発を支援する。	4,020,000
○	開業サポート事業 【No.2】	大阪での創業希望者へ向けたセミナーや、具体的な創業手法を学ぶ集中講座を開催し、創業マインドの向上を図るだけでなく、レベルの高いビジネスプランの作成と創業支援を通じて大阪での創業を促進する。	3,858,000
○	BCP支援事業 【No.3】	大阪府内の中小企業に対し、災害時に事業を継続するためのBCP策定やサイバー攻撃に対するセキュリティマネジメントに関する知識、啓発を促すためのセミナーなどを実施する。	2,412,000
○	大阪南エリア販路創造支援ーあべの天王寺サマーキャンパスー 【No.4】	阿倍野・天王寺ターミナル周辺地区において、店舗や事業所が地域の小学生などファミリー層に職業体験や社会学習を提供することによって販路拡大を支援する。	10,552,500
○	モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』 【No.5】	自社製品や技術PRを希望する府内中小ものづくり企業に対し、主に動画を活用したネットでのPRノウハウを学んでもらうとともに、動画を活用した販路開拓支援を行い、あわせて『おおさかもものづくり優良企業賞』応募者開拓を行う。	3,919,500
	事業承継・事業継承事例発表リレー講演会 【No.6】	事業承継を経験した経営者（継承者・承継者）が、自ら経験した事業承継に係る課題やその解決法を披露する公開型の事例発表会（実務知識や手続き論でなく、自分の立ち位置やカラーの出し方（第二創業）、番頭や古参社員をめぐる人事など）を開催する。	804,000
	留学生活用による商店街・地域活性化事業 【No.7】	外国人留学生を活用し、「街歩きツアー」や「商店街モニタリングツアー」を実施して、外国人留学生の視線からインバウンドニーズに対応できる商店街・街づくりを提言してもらうと共に「船場まつり」といった商店街イベントにも参加してもらい商店街の外国人向け集客力を高める。	753,750
	『ハロウィン どこ生野!』商店街にぎわい創出事業 【No.8】	生野区の商店街や周辺施設において、①影絵やモーショングラフィックスなどの映像イベント、②ハロウィンバージョンのフェイスペインティングなどを行い、同区の商店街やその周辺地域の集客を行うことで活性化に資する。	1,005,000
	大阪市北部地域における商店街活性化支援事業 【No.9】	商店街の活性化や新規事業に取り組む意欲はあるものの単独での実施が難しいと感じている地域商店街に対し、個店への専門家派遣や勉強会の開催などのツール提供、イベントの広報支援など個別の課題に対応した効果的な継続支援を実施する。	3,015,000

府施策 連携	事業名	概要	金額（円）
	中小企業の体質改善強化支援事業 【No.10】	市内5支部と本部にて、小規模事業者の経営改善・企業体質の強化を目的とした講習会・個別相談会を開催する。	26,150,100
	インバウンドによる買い物消費支援事業 【No.11】	商店街などの商業集積地やその周辺に対する外国人観光客の（潜在）ニーズを調査し、其々のニーズに見合った販促ツールを制作、商店街やその周辺の店舗に配布し、外国人観光客の消費を促進する。	3,109,218
	西部エリア Amon （えーもん）市 【No.12】	商店街を核として周辺個別店舗と小規模なスーパーやコンビニをまとめた歩いて買い物ができる市場の形成を意識し、大商は商店街を会場としたイベント支援、広報誌の発行を通して相互交流関係の構築、商業ゾーンの形成を目指す。	3,517,500
	『OSAKA 光の饗宴 ミールクーポン』～飲食店の魅力を発信する バルイベント事業～ 【No.13】	「OSAKA光の饗宴」にあわせ、イルミネーション会場周辺の飲食店が参加するバルイベントを開催することで、小規模飲食店に魅力発信の機会を提供し、経営支援を行う。	1,256,250
	ライブ・エンターテインメントの街 ミナミ 活性化事業 【No.14】	「ライブ・エンターテインメントの街」としてのミナミの地域活性化を促し、地域商業者の販路拡大につながるイベントの実施に協力する。また、各商店街等のイベント事業や観光プログラムをPR・紹介する成果物を作成し、来街者の増加を図る。	2,010,000
	地域ブランド推進事業 （東住吉・平野地域） 【No.15】	東住吉・平野地域のブランド（H2O）認定した商品・サービスを情報発信し、ブランド力を高める。	816,562
（2）広域事業			286,080,579
○	医療機器産業参入促進事業 【No.16】	これから医療機器産業に参入しようとする製造業などを対象とした参入促進セミナーを実施するとともに、具体的な商取引につながるよう医療機器分野を対象としたBtoB展示会を実施する。	1,708,500
○	第4次産業革命分野における新規事業創出促進事業 【No.17】	府内中小企業と第4次産業革命技術（IoT、ビッグデータ、AI、ロボット等）とを結びつけ、イノベーションを促進することで、大阪産業の付加価値向上を目指す。	2,010,000
○	中小企業人材育成・定着支援事業 【No.18】	今後、国の施策として実施される「働き方改革」について、企業の先進的な取り組み事例から学ぶことにより、今後の人事制度や社員の新しい働き方を構築するための情報を提供する。	1,206,000

府施策 連携	事業名	概要	金額（円）
○	OSAKA STYLING EXPO LIVING部門 【No.19】	大阪に縁のあるプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨製造者・卸売業者・小売業者等による、デザインに優れたプロダクトの展示・販売会を開催する。	5,527,500
○	経営革新関係事業 【No.20】	「経営革新計画」の概要やメリット、手続きについての解説や先進事例を紹介するセミナーを開催し、同計画に取り組む企業を増やすとともに、新規事業の立ち上げを支援する。	2,311,500
○	地域金融支援ネット ワーク推進事業 【No.21】	大阪府、大阪信用保証協会、四信金（大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか）、近畿大阪銀行、日本政策金融公庫を参画機関とした地域金融支援ネットワークの活動として、大阪府の金融施策普及と中小企業支援強化に向け、セミナーや交流会などを実施する。	23,115,000
○	ICTを活用した新規事 業の開発支援 【No.22】	ICTを活用した新規事業の展開を支援するため、詳しい専門家をコーディネーターとして、成功事例を経営者等から学ぶとともに、導入側の中小企業とシステム開発会社とのビジネス交流・マッチングの場を提供する。	4,824,000
○	成長企業のための新戦 力（女性）発掘・定着 支援事業 【No.23】	生産年齢人口が減少するなか、企業活力の増進に不可欠な人材力を強化するため、女性労働力の発掘・育成を行う。特に在職中の女性の活躍や定着を通して、人材育成の余力がない中小企業の経営力強化を支援する。	4,743,600
○	海外市場開拓支援事業 【No.24】	海外ビジネスに取り組む企業（新規・既存）に対し、海外進出先（貿易・投資・技術提携等）に関する市場・人材等の最新情報を提供するほか、海外渡航（ミッション派遣）や海外企業の招聘による大阪での個別商談会開催等により新たな販路開拓先を探索する。	28,763,100
○	MOTT。 OSAKA オープンイノベー ションフォーラム 【No.25】	技術ニーズマッチングと技術シーズ商談会、オープンイノベーションに関する機運を醸成するキックオフセミナーの開催等を通して、大企業と中小企業の連携による技術開発や製品化・事業化を支援する。	17,786,490
○	環境法令・エネルギー 課題対応支援セミナー 【No.26】	中小企業が対象となる環境関連法令や、省エネ・新エネなどへの取り組みに資する情報を提供し、府下中小企業の法令順守や環境経営の推進を通じた経営改善や新事業展開などへの取り組みを支援する。	3,216,000
○	水ビジネスの企業連 携・海外展開支援 【No.27】	途上国を中心に今後、市場の拡大がますます期待される水ビジネス分野に関する情報を提供し、府内中小企業の新規参入や海外展開を支援する。	1,206,000

府施策 連携	事業名	概要	金額（円）
○	大阪・関西IoT活用推進フォーラム 【No.28】	中小企業におけるIoTの導入・活用を推進するため、施策や先進事例、活用できるツール等に関して情報提供するとともに、効率化につながる具体的な取り組みを支援する。	5,427,000
○	中小製造業者と大阪府内公設試験研究機関・大学の技術交流 【No.29】	大阪産業技術研究所や大学の研究成果、技術シーズの発表会や交流会などを開催し、中小製造業者がそれらを活用して高付加価値製品を開発することや技術力を向上させることなどを支援する。	5,829,000
○	クラウドファンディング活用サポート事業 【No.30】	クラウドファンディングを活用するために必要な基本情報を提供するセミナーと、プロジェクト起案に向けて具体的なアドバイスを行う個別相談を実施する。	1,125,600
○	中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業 【No.31】	市内5支部にて高年齢者の継続雇用に関するセミナーを開催する。	2,814,000
○	中小企業のためのグローバル人材（留学生）確保支援事業 【No.32】	海外展開やインバウンドビジネスの強化等に伴い、高度な知識を有する外国人留学生の採用に意欲の高い中小企業を支援し、採用を促進するための事業を展開する。	2,613,000
○	中小企業の若手人材確保支援事業 【No.33】	新卒採用を検討している、または、採用計画数を確保できていない中小企業に対して「人材獲得のためのノウハウ・手段」を学んでいただくための「セミナー」や「勉強会」を開催する。	10,894,200
	ワールドスポーツを活用した産業振興事業 【No.34】	大手スポーツ関連企業をはじめとして、さまざまな企業・団体から企業連携により取り組んでいきたいテーマについて発表してもらい、提案企業を募る。その後の個別面談を本事業にて実施し、大阪府下の中小企業に、スポーツ業界への新規参入またはスポーツ分野でのビジネス拡大の機会を提供する。	904,500
	在阪テキスタイル・アパレルメーカー等販路拡大展示商談会 【No.35】	JETROとの共催により「欧米向けテキスタイル輸出展示商談会」を開催し、海外著名ブランドへの繊維素材メーカー、在阪アパレルメーカー、雑貨メーカーへの販路拡大を支援する。あわせて、国内バイヤー向けの「JAPANテキスタイル展示商談会」を開催する。	753,750
	食の都・大阪推進事業 【No.36】	「食の都・大阪」のブランドイメージ向上を図るための都市プロモーション事業、ならびに「食の都・大阪」を支える食関係産業（飲食店など）の振興事業を実施する。	7,386,750

府施策 連携	事業名	概要	金額（円）
	大阪スタイリング構築・普及事業 【No.37】	近隣産地、原糸・テキスタイル・資材等メーカー、アパレル、小売、雑貨、スポーツ等幅広く参加し、大阪発の製品やブランドを開発し発信するプロジェクトを複数同時並行で進める。加えて、ファッショントレンドセミナーを開催する。	5,276,250
	大阪勧業展 【No.38】	大阪府内すべての商工会議所・商工会が取り組む多業種型の総合展示商談会を開催する。	38,852,590
	小規模事業再生サポートセンター事業 【No.39】	小規模事業者等を対象に、資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営安定化、さらには整理・清算のための支援などを行う。	11,117,812
	専門家連携型経営相談交流会 【No.40】	中小事業者の経営課題解決に資する大阪府が推進する専門家連携型経営相談の利用を促進するため、セミナー形式の制度紹介と交流会を開催する。経営課題解決にふさわしいパートナーを見出すため、各種専門家との相互理解と交流を深める。	1,658,250
	販路・取引先開拓マッチング事業 【No.41】	販路開拓や仕入先の取引紹介に関する中小企業からの相談に対し、業界団体や関係機関の紹介だけでなく、専門相談窓口と連携してマーケティング方法などをアドバイスしながら、具体的なBtoBのビジネスマッチングを促進する。	6,633,000
	中小企業のためのビジネス講演会 【No.42】	中小企業の経営課題解決に資するテーマに基づいた講演会を開催する。経営に役立つタイムリーな情報を提供するとともに、経営課題解決のヒントを示唆する。	40,401,000
	「町工場ネットワークの構築」事業（旧称：モノづくり加工ネットワーク強化事業） 【No.43】	金属、機械の加工・製造を手がける中小・小規模事業者を対象に、工程を相互補完する「顔の見える」横請けネットワークを構築するための交流会や、大手・中堅企業からの発注をめざす商談会などを実施する。	7,876,687
	スモールM&A市場 【No.44】	大阪府内でM&Aのニーズを持つ事業者を対象にセミナーを開催し、中小企業のM&Aの進め方・メリット・留意点などに理解を深めてもらうとともに、スモールM&A市場を通じて具体的なM&A支援を行う。	1,130,625
	ロボットビジネス推進研究交流会事業 【No.45】	中小企業のロボットの導入や市場参入を後押しするため、大阪工業大学や i-RooBO network Forumなどと連携して、セミナーなどを開催し、情報提供に努める。	1,055,250

4-1. 地域活性化事業一覧

大阪商工会議所

府施策 連携	事業名	概要	金額（円）
	ザ・ベストバイヤーズ 【No.46】	大手流通業などからバイヤーらを招へいし、時間予約制で行う個別商談会。また、参加企業の販路開拓に役立つ講演会（フォーラムなど）もテーマを設定して開催する。	9,949,500
	商店街ショッピング ツーリズム振興と個店の 集客支援事業 【No.47】	商店街の近隣のみならずより海外も含め広域からも集客できるよう、観光・ショッピングツーリズムをキーワードに、特に、訪日外国人や若者、子育て世代の誘致を目的にした商店街振興事業を展開する。	16,582,500
	買いませ！売れ筋商 品発掘市 【No.48】	大手流通業及び海外企業への販路開拓・拡大を切望する中堅中小・零細の製造・卸売業を支援する商談会。通常とは逆で、買い手となる大手流通業のバイヤーがブースを構え、そこに、売り手となる中小企業が商品等を持参し直接売り込みを行う。	11,306,250
	事業継続計画（BC P）策定支援事業 【No.49】	大阪府商工会連合会（幹事）の事業計画書参照。	75,375

うち府施策連携事業

149,882,490

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		中小企業のためのデザイン活用促進事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数段階の実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
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)	中小企業は、優れた商品開発力を持ちながら、デザイン戦略を持たない、あるいは乏しいために大企業のOEMや下請け生産に甘んじざるを得ないケースも多い。中小企業が「自社ブランドの売れ筋商品を有する企業」として成長していくには、買い手の琴線に触れる「光る商品」を開発し、大手ブランドの商品に引けを取らない主力商品として育てていくことが重要である。このため、中小企業が商品デザインの向上やブランド化の重要性について認識を深めるとともに、成功事例等を通じた開発・販売ノウハウ等を学ぶことで付加価値の高い商品の開発等を支援する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	商品企画・開発に際してデザイン戦略に関心のある中小企業		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	「デザイン戦略」に関心はあるものの、その具体的な進め方について「どうすればよいのかわからない」という中小企業者は多い。例えば「おおさか地域創造ファンド地域支援事業」で新商品開発を目指した事業者においても、本会議所に商品デザインやパッケージデザイン等の作成支援を求めて相談に来たケースが多々あったことから、企業ニーズは高いと思われる。一方、デザインの重要性についての関心が低い中小企業については、意識啓発が必要である。		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値			
	反省点			
具体的な 実施内容・手法 (該当型 に○)	人材育成型	<p>「『デザイン戦略』研究会」(仮称)〈人材交流型〉</p> <p>【時期】平成30年9月頃～平成31年2月頃(年4回)</p> <p>【社数・対象】それぞれ中小企業者25社程度</p> <p>①デザイン戦略に関心のある中小企業者</p> <p>②自社ブランドの売れ筋商品の企画・開発を目指す中小企業者</p> <p>③大企業の下請けやOEM生産から脱却したい中小企業者</p> <p>④デザイン戦略に関心のある中小企業者にデザインを提案したい事業者</p> <p>※「4回シリーズ」ではなく「1回完結」の研究会を4回開催。案内もその都度実施。</p> <p>【テーマ・内容(以下の記載は一例)】</p> <p>○「プロダクトデザイン」</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品の企画から販売手法までの総合的なプロデュースとデザイン メーカーとユーザー双方の立場を理解したインタラクティブなデザイン <p>○「グラフィックデザイン・パッケージデザイン」</p> <ul style="list-style-type: none"> 新聞雑誌広告、ポスター、商品カタログ・パンフレット等の販促ツール、商品パッケージ、ロゴマーク他 <p>○「ウェブデザイン」</p> <ul style="list-style-type: none"> ホームページ、ネット上の販売サイト他 <p>○「産学連携の活用」</p> <ul style="list-style-type: none"> 芸術大学等の学生の創造力やアイデアを活用したデザインプロデュース <p>※それぞれの回で、講師等と参加者間で質疑応答・意見交換等を行う。</p> <p>各回のテーマに沿ったデザイン事業者と参加者間の交流を通じ、新たなビジネスチャンスの発掘を支援する。</p> <p>【講師・講演】デザイン専門家 中小事業者による事例発表</p> <p>【コーディネーター】デザイン専門家(4回を通じた総合コーディネーター)</p>		
	○ 人材交流型			
	販路開拓型			
	ハブ型			
	独自提案型			
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	○ (a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果
<p>府施策連携高10番(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)</p> <p>本事業は、大阪府産業デザインセンター(OIDC)と連携して実施する。上記セミナー・研究会の開催等を通じ、中小企業者をOIDCのデザイン相談につなげる。</p>				

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		中小企業のためのデザイン活用促進事業				新規/継続	新規
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 100 社	研究会・個別相談（人材交流型）＝100社				
	支援対象企業の変化	商品のブランディングやデザイン活用について知識を深めるとともに、個別テーマへの考察を深め、デザイン性に優れた商品の企画・開発および販売促進に向けた意識の啓発を図る。		指標	研究会で得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つと回答した割合	数値目標	回答の70%以上
	その他目標値	目標値の内容→ 社					
	その他目標値2	目標値2の内容→ 社					
	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
	@40,200 円 ×	100 社 ×	1.00 =	4,020,000 円			
	円 ×	社 ×	=	円			
	円 ×	社 ×	=	円			
	円 ×	社 ×	=	円			
	円 ×	社 ×	=	円			
	円 ×	社 ×	=	円			
	円 ×	社 ×	=	円			
	(小計)			4,020,000 円			
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）			円			
	計			4,020,000 円			
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)						
	算出額	①市町村等補助	0 円	交付市町村等	0		
		②受益者負担	円	負担金の積算			
		○ (a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
		標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)		
	4,020,000 円 ×	1.00 =	4,020,000 円	(0 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割（配分の考え方）				
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		開業サポート事業			新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること		
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>「大阪の成長戦略」では、創業・ベンチャーや新事業に挑戦する企業に対する支援の一方策として、将来の大阪経済を担う有望な起業家の発掘支援が挙げられている。その内容に沿い、大阪での開業・創業を支援するため、本事業を実施する。</p> <p>具体的には、①創業や開業に関心を持つ方を対象に、創業準備に必要な情報を提供するセミナーや、先輩創業者に体験談を語ってもらう講演会を開催し、創業に向けた取り組みを後押しする。②集中講義方式の創業講座を開催し、参加者それぞれの実際の事業準備を事業参加前に比レベルアップさせる。また、③本会議所に寄せられた優秀なビジネスプランについて、大阪府の大阪起業家スタートアップ事業「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。</p>				
	支援する対象 (業種・事業数等)	大阪での創業・開業を希望するものの、具体的な方法やノウハウが分からない創業予備軍(会社員や主婦、学生等含む)、創業予定者、および創業間もないため事業経営を学びたい方や今後事業承継予定の方など。				
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	本会議所の経営相談室では年間100件以上の創業相談に応じており、それらは開業直前のものが多い。潜在的な起業希望者はさらに多くいると想定される。				
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>【2017年度】</p> <p>①創業セミナーを2回開催、支援数105.5社。 ②集中講座として大商開業スクール(5回コース)を開催、支援数30社。 ③ハンズオン支援は2社実施中。</p>				
	反省点	創業セミナー2回のうち、開業スクールのプレセミナーの位置づけであったものは平日に開催。創業希望者が参加しづらかったせいか、開業スクールへの申し込みに結びつかなかった。曜日や時間帯の検討と、スクール申し込みにつなげる紹介の仕方が必要。				
具体的な 実施内 容・手法 (該当型 に○)	○	人材育成型	<p><創業希望者へ向けたセミナー> 人材育成型 創業に関心を持つ方、もしくは将来創業を考えている方に対し、創業関連情報を提供するセミナーや、先輩創業者の講演会を開催し、創業に役立つ情報提供を行う。集中講座のプレセミナーについては、講座申し込みにつながる開催日時を設定するとともに、紹介の仕方を改善する。</p>			
	○	人材交流型	<p><創業支援の集中講座(5回コース)> 人材交流型 創業に向けて準備中の方や創業後まもない方、将来創業したいと考えているが企業経営のノウハウが分からない方などを対象に、創業に関する基本的な経営知識の習得をはじめ、個々のビジネスプランの作成からブラッシュアップまでを支援するとともに、講師と受講生、また受講生同士の交流を促進する。</p> <p>個別の相談については、創業の専門相談窓口と連携して対応し、融資希望の案件については、府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」など公的融資につなぐ。</p>			
		販路開拓型	<p><大阪府スタートアップ事業「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提とした個別支援> ハンズオン型 本会議所の創業相談や経営相談利用者、スクール受講生などによる優秀なビジネスプランについて、大阪府のスタートアップ事業「ビジネスプランコンテスト」への推薦を前提に、更にブラッシュアップするためハンズオン支援を行う。</p> <p>具体的には、専門相談など専門家の指導を活用しながら、経営指導員の伴走支援により事業計画に磨きをかけ、またコンテストの求める基準に応じた資料作成やプレゼン指導も必要に応じて行う。</p>			
	○	ハイクウ型	<p>創業希望者は年間を通して相談や支援希望を寄せてくるため、ホームページや連携機関等を活用してタイムリーに情報提供するとともに、情報を希望する方へは継続的にメール配信等を行い、セミナー、集中講座、個別支援、融資紹介、創業へと段階に応じた着実な伴走支援を行う。</p>			
		独自提案型				
		○ (a)府施策連携		(b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<p>府施策連携商9番(起業家の育成、創業の促進)</p> <p>(a)大阪府商業サービス産業課新事業創造グループと連携し、金融機関等との地域金融支援ネットワークを通じて、また、大阪市(大阪産業創造館)の協力を得て、広く府内へ事業PRを行い、融資面では府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」など公的融資へつなぐとともに、ブラッシュアップした創業計画の中から優秀なビジネスプランについては「大阪起業家スタートアップ事業」への推薦を前提に、更に個別支援を実施する。</p> <p>(c)大阪市の創業支援事業計画に参画し、開業スクールを特定創業支援事業として実施するとともに、大阪市の産業創造館のメール配信等で事業PR協力を受ける。</p> <p>(d)また、本事業参加中あるいは参加後の創業の個別相談について、対応することで、相談事業と連携する。</p>				

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		開業サポート事業				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ ①セミナー100社、②集中講座30社、③ハンズオン支援2社 大商ニュースやホームページでの告知、関係団体を通じたちらしの配布等。							
		132	社						
	支援対象企業の変化	セミナーに参加することで、創業について役立つ知識を得るとともにモチベーションが高まる。また、具体的な創業準備として集中講座への参加を通じ、創業に関する知識や理解が深まり、事業計画が参加前よりブラッシュアップされる。優秀なプランについて、個別支援によりブラッシュアップを図る。							
	指標	①セミナーで役立つ知識を得たとする割合		数値目標	回答の80%以上				
		②集中講座で事業計画が参加前よりレベルアップしたとする割合			回答の80%以上				
	③個別支援により事業計画を作成した社数			2社					
その他目標値	目標値の内容⇒								
	社								
その他目標値2	目標値2の内容⇒								
	社								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@20,100	円 ×	100	社 ×	1.0	=	2,010,000	円
		@40,200	円 ×	30	社 ×	1.50	=	1,809,000	円
		@100,500	円 ×	2	社 ×	1.0	=	201,000	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
		円 ×		社 ×		=		円	
							(小計)	4,020,000	円
							※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)		円
							計	4,020,000	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担	162,000	円	負担金の積算	スクール受講料5,400円×30人				
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
	4,020,000	円 ×	1.00	=	3,858,000	円	(162,000	円)
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		役割(配分の考え方)					
				円					
				円					
				円					
				円					

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

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		BCP支援事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2012 年度～	年度まで	←複数段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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>東日本大震災後5年を経た昨年4月、熊本地震が発生し大きな被害が生じた。大阪においても南海トラフ地震、地球温暖化による巨大台風による風水害等甚大な被害を与える大規模災害の発生が予想されている中、災害後に事業を継続するためのBCP策定に対する重要性は高まっているが、中小企業の対策は十分とは言えない状況にある(中小企業のBCP策定率は約1割)。</p> <p>現状ではこうした大災害等が発生すれば、多くの中小企業の経済活動が大きな打撃を受け、地域経済全体に深刻な悪影響を及ぼすことが懸念される。</p> <p>また、中小企業を取り巻く新たなリスクとして、インターネット等情報技術の発展に伴い、企業に対するサイバー攻撃が急増している。日々巧妙化するサイバー攻撃に対して、特に中小企業においては、対策を講じていない事業者が多いが、ひとたび被害にあってしまうと、情報漏えいによる信用失墜や業務の停止など取り返しのつかない事態になりえる。</p> <p>そこで、大災害やサイバー攻撃等への意識とこれらのリスクに対する事前の備えとしてのBCPに対する認識を深めてもらい、積極的な取組み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が目的である。</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、災害対策、サイバーセキュリティやBCP策定について関心のある事業者			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>阪神淡路大震災において被災した企業の震災前と10年後の売上げの状況を比較したところ、その69%の企業が「減少している」と回答しており(2005年1月:中小企業診断協会兵庫県支部アンケート調査)、企業にとって何らかの災害対策・BCP策定が必要であることがわかる。</p> <p>2015年3月に発表された大阪府の「新・大阪府地震防災アクションプラン」においては、2015年度から2024年度の10年間で取り組む3つのミッションの中の1つとして「『大都市・大阪』の府民生活と経済の、迅速な回復のための、復旧復興対策」があげられており、その中で「中小企業に対するBCP等の取組み支援」は重点アクションとなっている。また、その具体的な内容としては「地震発生後に中小企業における中核事業の維持や早期復旧が可能となるよう、地域経済団体と連携したBCPの策定支援やセミナーの開催等の支援策を充実させる。」と表現されるなど、大阪府においても中小企業のBCP策定支援を重視する姿勢が明らかにされている。</p> <p>また、警察庁が2016年9月に発表した「平成28年上半年におけるサイバー空間をめぐる脅威情勢等について」によると、警察がサイバーインテリジェンス情報共有ネットワークを通じて把握した標的型メール攻撃の件数は1,951件で、前年同期件数の1,472件と比較し1.3倍に増加、うち実に81%が社外に公開していない非公開メールアドレス宛に送られたものだった。</p> <p>さらに同調査では、ターゲットに定めた企業内の不特定多数のユーザーに同じ内容を送りつける「ばらまき型」の標的型メール攻撃が依然として多いものの、それ以外の攻撃手法、特に問い合わせや取材依頼などを装って特定の従業員と何度かメールのやり取りを重ね、信頼させて社外秘情報を得た後に、マルウェアを仕掛けた添付ファイルを送りマルウェア感染させたり、不正送金させるなどの「やりとり型」の標的型メール攻撃が増えてきていることが報告されている。</p> <p>そうした状況の中、本会議所が2017年6月に実施した「中小企業におけるサイバー攻撃対策に関するアンケート調査」によると、中小企業におけるサイバーセキュリティへの対策が進んでいない実態が明らかになっている。また、情報セキュリティ対策をしたくてもお金をかけられない、また人材がいないことも挙げられており、中小企業向けの啓発、サービスが求められている。</p>			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>【2017年度】 BCPセミナーとして、9月28日に「事業継続計画(BCP)策定が企業を強くする」を開催し、41社(支援実績41.5件)が参加した。また、1月23日には「中小企業ができるサイバー攻撃対策による事業継続」(仮題)を近畿経済産業局などの協力により開催する予定。</p> <p>【2016年度】 BCPセミナーとして、9月6日に「熊本地震から学ぶ中小企業の災害対策」を開催し、64社が参加した。また、1月17日には「サイバー攻撃の最新動向と中小企業のセキュリティマネジメント」(仮題)を大阪府、大阪府警本部、近畿経済産業局、近畿管区警察局の協力により開催し、47社が参加した。</p> <p>【2015年度】 BCPセミナーとして、9月9日に「できることから始める地震対策」を開催し、46社が参加した。また、2月10日に「中小企業のための異常気象に備える7つの法則」を開催し、26社の参加を得た。</p>			
	反省点	中小企業・小規模事業者にとって高いハードルとなる詳細な現状分析、計画作成から入るのではなく、たとえば巨大地震や大型台風による風水害や、急増するサイバー攻撃への対策として、中小企業・小規模事業者には何ができるのかという、身近で取組みやすい具体的な内容のセミナーを通じて、集客力のアップを図るとともに、中小企業・小規模事業者がBCPに取組む意識を高めている。			

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		BCP支援事業	新規/継続	継続	
具体的な 実施内 容・手法	○	人材育成型	<p>【経営情報センター】 企業の経営者や担当者に対し、必要となるサイバーセキュリティの知識や最新情報を提供するための事業をセミナーや専用の相談窓口を開設し、サイバー攻撃の脅威から企業経営を守るための支援を行う。</p> <p><①経営者や担当者へ向けた情報セキュリティ対策（BCP）啓発セミナーの実施>人材育成型 情報セキュリティ対策をどのようにすればいいの、と考えている企業の経営者や担当者に対し、サイバー攻撃の現状を交え、どのように対策をすればいいの、などを専門家やサイバーセキュリティの現場で活躍される方を講師に招いて情報提供を行う。</p> <p><②中小企業向けセキュリティ対策相談の実施>人材交流型 情報セキュリティ対策を具体的に実施しようとしている企業の経営者や担当者に対し、専門家を交えて具体的にどのような対策をすればいいの、また社員へのセキュリティ教育の実施方法などをレクチャーするような相談窓口を解説し対応する。また内容によって法的な解決や、IT導入の見直しなどが必要になった場合には、個別の専門相談事業の利用へつなぐ。</p> <p>【中央支部】 <①中小・小規模企業向けのBCPセミナー>人材育成型 震災等による災害時の事業継続を目的としたセミナーおよびサイバーセキュリティセミナーを開催する。</p> <p>(内容) BCP策定の必要性を認識し、導入に向けてモチベーションを高めるため、具体的な災害対策、サイバーセキュリティの紹介や、BCP作成ノウハウ、いかにして事業継続するかといった視点でのセミナーを、外部機関との共催を含め数回実施する。</p> <p>(時期) 2018年度 (開催場所) 大阪府商会議所会議室ほか</p> <p><②大阪府商会連合会のBCP策定支援プログラムとの連携> 上記セミナー参加者の内、希望者にBCP策定支援プログラムを紹介し、BCP策定を促す。</p>		
	○	人材交流型			
		販路開拓型			
		ハコ型			
		独自提案型			
		事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 115 社	<p>【経営情報センター】①セミナー40社、②セキュリティ対策専門相談5社。 【中央支部】セミナー70社。 大商ニュースやD-FAX、メール配信、ホームページ、関係団体を通じたちらしの配布等による掲載等を通じて広く参加を呼び掛ける。</p>		
	支援対象企業の変化	<p>【経営情報センター】 セミナーに参加することで、サイバー攻撃対策に役立つ知識を得るとともに、情報セキュリティに対する意識を高めることができる。また、具体的な対策方法についての相談を受けることにより、適切な対策、セキュリティ商材の投資が行えるようになる。</p> <p>【中央支部】 セミナーへの参加企業は災害対策、サイバーセキュリティやBCP策定について、何らかの対応が必要だと感じる。</p>			
	指標	<p>【経営情報センター】 ①セミナーで役立つ知識を得たとする割合</p> <p>②具体的な相談があった企業が次のステップへ進もうとした割合</p> <p>【中央支部】 ①アンケート回収企業のうち、災害対策、サイバーセキュリティやBCP策定・改善の必要性を感じた・何か取り組まないといけないと考えた事業者の割合</p>	数値目標	回答の 80%以上	相談件数の 60%以上
	その他目標値	目標値の内容⇒ 社			
その他目標値2	目標値2の内容⇒ 社				

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		BCP支援事業						新規/継続	継続
算定基準	サービス単価		支援企業数	報告書	係数		標準事業費		
	@20,100	円 ×	40	社 ×	1.00	=	804,000	円	
	@40,200	円 ×	5	社 ×	1.00	=	201,000	円	
	@20,100	円 ×	70	社 ×	1.00	=	1,407,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	(小計)							2,412,000	円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
	計							2,412,000	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費		補助率	補助金額		(①市町村等+②受益者負担)			
	2,412,000 円 ×		1.00	=	2,412,000 円		(0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはアリアゲで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
					円				
					円				
					円				
					円				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		大阪南エリア販路創造支援 ーあべの天王寺サマーキャンパスー		新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	阿倍野・天王寺2区の人口は増加(2008年173,476人⇒2014年183,346人)し、大型商業施設が新設されているものの、そのチャンスをうまく捉えることができず中小店舗の業況は依然として厳しい。地域の小学生などファミリー層に対して、中小事業者が職業体験の場を提供することによって新規客を誘引し、店舗の販路拡大や売上増加の支援を目的とする。実施にあたっては、大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会(ODCC)と連携する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	阿倍野・天王寺ターミナル周辺の中小事業所			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	支部での経営相談や事業所訪問を通じて、中小事業者の売上不振や顧客減少など業況が厳しいとの声が多い。サマーキャンパス事業実施後の参加店舗アンケート調査などにより、「知名度をあげることができた」「新規の客を開拓することができた」「販売促進に大きな効果があった」「地域に密着した行事に参加できありがたい」「地域の大型商業施設と商店街が一体となって実施する本事業は大変よい」等の効果を把握した。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>【2017年度】支援企業数262社 (体験プログラム94実施、ガイドブック掲載236店舗、参加者19,626人)</p> <p>【2016年度】支援企業数275社 (体験プログラム70実施、ガイドブック掲載265店舗、参加者17,142人)</p> <p>【2015年度】支援企業数243社 (体験プログラム59実施、ガイドブック掲載260店舗、参加者17,517人)</p> <p>【2014年度】支援企業数168社 (体験プログラム26実施、ガイドブック掲載189店舗、参加者7,576人)</p>			
	反省点	2017年度は前年度に比べて体験プログラムが34%増加の94プログラムとなったが、体験プログラムによっては集客に差が出た。広報の強化に努め、集客のサポートをしていきたい。			
具体的な 実施内 容・手法	人材育成型	4月 ODCCとの連絡調整 地元関係者等と実施時期の検討・調整 事業概要の決定・体験プログラム実施施設への参加勧誘を開始。 体験プログラムの拡充を図る。 ODCCと店舗との連携内容を調整する。			
	人材交流型	5月 参加店舗募集開始。 「当事業の活用の仕方」や「成功事例」等を紹介し、個別店舗へ参加を勧誘する。 6月 参加店舗確定、印刷物を発注する。 7月 案内チラシ、ポスターの完成。体験プログラム店舗で広報を開始する。 小学校・幼稚園など学校を通して案内チラシを児童に配布する。 地下鉄駅で案内チラシを配布する。全区役所で案内チラシを配布する。			
	○ 販路開拓型	8月 ガイドブックが完成。8月下旬、事業実施。 10月 ODCCと連携し、次年度に向けた事業提案・企画を検討する。			
	ハズ 杓型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	府施策連携商10番(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) (a)ODCCと協働して実施する。具体的内容は次のとおり。①子供向け職業体験等のワークショップを実施し、新規顧客の獲得を支援する。②参加店舗向けコンテンツ活用セミナー等を開催し、SNSやWEBサイト等による販路拡大や本事業の効果持続を図る。③デザイン・クリエイティブ系の大学・専門学校等学生の人材育成のため、産学連携の協働取り組みを行う。 (c)区役所、教育委員会、小学校、幼稚園と連携して企画・広報を行うことで集客・運営を強化する。 (d)参加店舗に対しては、店舗の魅力向上、販路拡大への支援、融資や資金繰りなどの経営相談など本事業との相乗効果を狙う。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		大阪南エリア販路創造支援 -あべの天王寺サマーキャンパス-		新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 210 社	平成29年度は体験プログラム事業所94、掲載店舗236店舗であるが、事業所換算では補助対象外や重複があるため、210とした。 ちらしの配布、巡回指導などを通じて、阿倍野・天王寺ターミナル周辺の店舗へ参加を募る。		
	支援対象企業の変化	個々の店や事業所のPR、新規顧客の獲得、売上増、利益確保につながる。			
	指標	アンケートにて「来店者が増えた」「お店のPR、商品のPRに役立った」「売り上げが上がった」との回答割合	数値目標	70%	
	その他目標値	目標値の内容→ 社			
	その他目標値2	目標値2の内容→ 社			
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費
	@50,250 円 ×	210 社 ×	1.00 =	10,552,500 円	
	円 ×	社 ×	=	円	
	円 ×	社 ×	=	円	
	円 ×	社 ×	=	円	
	円 ×	社 ×	=	円	
	円 ×	社 ×	=	円	
	円 ×	社 ×	=	円	
	(小計)				10,552,500 円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）				円
計				10,552,500 円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）					
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等		
	②受益者負担	円	負担金の積算		
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)	
	10,552,500 円 ×	1.00 =	10,552,500 円	(0 円)	
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	役割（配分の考え方）	
			円		
			円		
			円		
			円		

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』		新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	大阪府では『おおさかもものづくり優良企業賞』の表彰などにより中小製造業の販路開拓を応援しているが、受賞企業を含め中小製造業では、優れた技術や製品を生産しているにもかかわらず、日々の業務に忙殺され、また人材不足などの要因もあり、なかなかWEBサイトや動画などを活用したタイムリーな広報活動に手が回らないことが多い。 そこで当事業では、受賞企業を含め、自社製品や技術PRを希望する府内中小事業者に、インターネット上での動画活用を主眼としたPRノウハウを学んでもらい、ものづくり企業を対象としたWEBサイトを活用した販路開拓を行うとともに、意欲的な事業者の中から同賞への応募企業の開拓につなげる。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「大阪ものづくり優良企業賞」受賞企業および、同賞に関心がある、もしくは同賞への応募の可能性のある大阪府内のものづくり中小企業			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	これまで実施した受賞企業の「モノ技動画」の撮影が対象となった事業者非常に喜ばれたことで分かるように、自社で動画を使った自社PRを効果的にできる中小企業は数少ない。大阪商工会議所が事務局を務める「ザ・ビジネスモール」のうち、製造業を対象とした「BMファクトリー」には事業所登録が2万5千社以上あるが、動画をリンクさせている件数は8月10日現在で223件（1社複数件登録可能）にとどまる。他方、本所開催の動画活用セミナー等では質疑応答も具体的で活発なやり取りが行われ関心の高さを示している。			
これまでの取組状況	実施内容・実績数値	○2015年から3年間にわたり、『大阪ものづくり優良企業賞』受賞企業30社の「モノ技動画」を作成、北支部ホームページに掲載する他、シンポジウムでの上映など、販路開拓・拡大を支援した。 ○上記のうち、2017年度は10社の受賞企業の動画を作成した。また、11月21日に「モノづくり企業のための講演会&交流会2017『中小企業は“商品開発”と“情報発信”で勝負!』」を開催し、89名が参加した（支援企業数78.5社）。参加者の中で「大阪ものづくり優良企業賞」へ「応募したい」「応募を検討したい」と回答した企業は12社。同講演会・交流会でも作成動画を放映した。			
	反省点	○動画撮影が受け身になってしまい、動画ができてから事業者がその活用を考える形となっている。2018年度はPR方法について学ぶところから始める。 ○動画撮影の技術が伝わらないため、新たな動画を作ったり修正したりといった幅広い活用につながっておらず、2018年度は企業が自らで制作することを支援する。			
具体的な実施内容・手法	人材育成型	企業PR、特に製品や技術PRに焦点をおいたものづくり企業の販路開拓支援を行う。 また、その活動を通じて自社のものづくり技術を再確認させ、自社PRや販路開拓の一環として『大阪ものづくり優良企業賞』への応募企業の開拓につなげる。 ※これまで講演会と組み合わせた交流会として実施してきており、その状況に則して「人材交流型」とする。			
	○ 人材交流型	【人材交流型】 ○動画作成・活用等の自社PRや『大阪ものづくり優良企業賞』について学び、参加企業同士で交流する企業は60社 ○地元工業会等とも連携して広く募集を行い、自社製品や技術PRに意欲的な事業者を集める。 ○『大阪ものづくり優良企業賞』募集期間には、同賞の応募を主眼とした内容とする。 ○既に受賞した事業者の参加も可能とし、過去の動画活用を進められる内容も盛り込む。 ○交流により参加者間での学び合いや協力などを促すことが期待できる。 ○開催時期および回数：通年で3回程度予定			
	○ 販路開拓型	【販路開拓型】 ○動画を活用して販路開拓に取り組む事業者は30社 ○既に受賞した事業者をはじめ、実際に動画作成あるいは既存動画の活用を進める企業に対し、自社ホームページのみならず、本所が事務局を務める企業情報サイト「ザ・ビジネスモール」内での製造業向け取引支援サービス「BMファクトリー」や（一社）日本技術者連盟の「Web Knowledge Xpo」などのものづくり企業に特化したWEBサイトへ「おおさかもものづくり企業」として特集展覧を行うなど、複数のサイトを利用し、おおさかもものづくり企業の技術PRを集合的に図ることで、販路開拓・拡大へつなぐ。			
	ハコ型	【販路開拓型】 ○動画を活用して販路開拓に取り組む事業者は30社 ○既に受賞した事業者をはじめ、実際に動画作成あるいは既存動画の活用を進める企業に対し、自社ホームページのみならず、本所が事務局を務める企業情報サイト「ザ・ビジネスモール」内での製造業向け取引支援サービス「BMファクトリー」や（一社）日本技術者連盟の「Web Knowledge Xpo」などのものづくり企業に特化したWEBサイトへ「おおさかもものづくり企業」として特集展覧を行うなど、複数のサイトを利用し、おおさかもものづくり企業の技術PRを集合的に図ることで、販路開拓・拡大へつなぐ。			
	独自提案型	【販路開拓型】 ○動画を活用して販路開拓に取り組む事業者は30社 ○既に受賞した事業者をはじめ、実際に動画作成あるいは既存動画の活用を進める企業に対し、自社ホームページのみならず、本所が事務局を務める企業情報サイト「ザ・ビジネスモール」内での製造業向け取引支援サービス「BMファクトリー」や（一社）日本技術者連盟の「Web Knowledge Xpo」などのものづくり企業に特化したWEBサイトへ「おおさかもものづくり企業」として特集展覧を行うなど、複数のサイトを利用し、おおさかもものづくり企業の技術PRを集合的に図ることで、販路開拓・拡大へつなぐ。			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	府施策連携商21番（ものづくり優良企業賞応募企業の発掘） (a)大阪府商工労働部中小企業支援室ものづくり支援課と連携し、事業実施、周知・広報を行う。また、事業実施を通じて、「大阪ものづくり優良企業賞」への応募企業の発掘に寄与する。(d)相談指導先に巡回・参加勧奨を行うとともに、事業実施後のアンケートにおいて相談支援ニーズのある企業については、経営課題の把握や先方のニーズに応じた相談支援を行う。

事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ ○人材交流型：60社 ○販路開拓型：30社	90 社																																							
	支援対象企業の 変化	自社・製品・技術PR方法としての動画活用について学び、自社での動画制作に取り組む意欲を持たせるとともに、実際に動画を作成した事業者には、ものづくり企業に特化したWEBサイトを活用することで販路開拓につなげる。 指標 ①交流会：アンケートで「動画の活用を検討する」あるいは「今回得た知識を今後活用したい」と回答した企業割合 ②販路開拓：自社動画のものづくりWEBサイトでのPRにより販路開拓に役立った、もしくは今後役立つと思われると回答した事業者数 ③交流会参加企業：『大阪ものづくり優良企業賞』への応募を検討したいと回答した企業数（受賞企業が参加していることを加味）																																								
	その他目標値	数値目標	70% 20社 5社																																							
	その他目標値2	目標値2の内容→	社																																							
算定基準により算出される額	算定基準	<table border="1"> <thead> <tr> <th>サービス単価</th> <th>支援企業数</th> <th>係数</th> <th>標準事業費</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>@40,200 円 ×</td> <td>60 社 ×</td> <td>1.00 =</td> <td>2,412,000 円</td> </tr> <tr> <td>@50,250 円 ×</td> <td>30 社 ×</td> <td>1.00 =</td> <td>1,507,500 円</td> </tr> <tr> <td>円 ×</td> <td>社 ×</td> <td>=</td> <td>円</td> </tr> <tr> <td>円 ×</td> <td>社 ×</td> <td>=</td> <td>円</td> </tr> <tr> <td>円 ×</td> <td>社 ×</td> <td>=</td> <td>円</td> </tr> <tr> <td>円 ×</td> <td>社 ×</td> <td>=</td> <td>円</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">(小計)</td> <td>3,919,500 円</td> </tr> <tr> <td colspan="4" style="text-align: center;">※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">計</td> <td>3,919,500 円</td> </tr> </tbody> </table>	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	@40,200 円 ×	60 社 ×	1.00 =	2,412,000 円	@50,250 円 ×	30 社 ×	1.00 =	1,507,500 円	円 ×	社 ×	=	円	円 ×	社 ×	=	円	円 ×	社 ×	=	円	円 ×	社 ×	=	円	(小計)			3,919,500 円	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）				計			3,919,500 円
	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費																																						
	@40,200 円 ×	60 社 ×	1.00 =	2,412,000 円																																						
	@50,250 円 ×	30 社 ×	1.00 =	1,507,500 円																																						
	円 ×	社 ×	=	円																																						
	円 ×	社 ×	=	円																																						
円 ×	社 ×	=	円																																							
円 ×	社 ×	=	円																																							
(小計)			3,919,500 円																																							
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）																																										
計			3,919,500 円																																							
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)																																										
算出額	①市町村等補助 円 交付市町村等 ②受益者負担 円 負担金の積算 <input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 標準事業費 補助率 補助金額 ((①市町村等+②受益者負担) 3,919,500 円 × 1.00 = 3,919,500 円 (0 円)																																									
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または はびらぐで説明する代表団体に ○)	代 商工会・会議所名 配分額 役割(配分の考え方)	円																																								
		円																																								
		円																																								
		円																																								
		円																																								

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		事業承継・事業継承 事例発表リレー講演会		新規/継続	新規
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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>先代から経営を引き継いで間もない経営者の課題は、経営者としての資質向上等内面的な部分と、株式の継承など実務的な面に大別できる。実務面については、金融機関等がテーマを設定したセミナーを実施しているが、経営者としての研鑽や交流を深めることを目的とした事業を実施している機関は少ないように思われる。</p> <p>そこで、幅広い経営者のネットワークを有する大阪商工会議所が、公開で事例発表いただける経営者を数社確保し、複数の異なるパターンの事業承継の事例発表会ならびに深堀型質疑応答を開催する。これにより、継承者、継承候補者、承継者に対し、事業承継に係る悩みや課題の解決の糸口を探る場を提供するとともに、事例発表者と受講者、受講者同志の人脈構築の機会とする。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	あらゆる業種・業態の継承者・継承候補者、および継承者・継承候補者の育成に関心をもつ承継者・承継予定者			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>中小企業庁によると、中小企業経営者の年齢ピークは66歳であり今後10年以内に“大承継期”“大廃業時代”が到来する予測されている。事業承継には5～10年要するが、多くの中小企業で準備が進んでいない点が数多くの専門家により指摘されている。経済産業省の試算では、現状のままだと2025年には680万人の雇用と22兆円のGDPが喪失する。小売業や卸売業、身の回り品の製造業などの廃業は、とりわけ地域経済に大きな打撃となる。一方で、経営者の交代があった中小企業は、交代のなかった中小企業よりも経常利益率が2%以上高い(中小企業庁)など、円滑な事業承継は、単なる引継ぎにとどまらず、経済の活性化にも寄与する。上記のとおり、事業承継を巡る先達の生々しい実例は、他の支援機関等が実施する事業承継勉強会ではあまり接する機会のないものであり、後継者が自らの立ち位置や解決の糸口を探るうえで貴重な情報源となり、インスピレーションを得る場を目指す。</p>			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値				
	反省点				
具体的な 実施内 容・手法	○ 人材育成型	<p>異なるニーズや立ち位置に対応するため、以下のように、事業承継・事業継承(者)のカテゴリーや論点を変えて3種行う(開催時期は予定)。</p> <p>◎6月(1回) 講師：同族の継承者(継いだ経験のある現役社長)1～2名 内容：継承後まもない新社長の視点。 先代や番頭との関係のあり方、経営理念や経営戦略の継承と改革、第二創業(ベンチャー型事業承継)、自己革新とリーダーシップなど。 手法：講師は中堅・中小企業のオーナー経営者(大阪商工会議所の議員など)に依頼。講話と深堀型質疑応答(場合によりコーディネーターを立てる)を二本柱とする。</p> <p>◎7月(1回) 講師：同族の承継者(継いでもらった元社長又は継いでもらう予定の現社長)1～2名 内容：親(先代)から見た子という視点。 よくある株式移転などの実務テクニックの講話ではなく、次世代リーダーの育成法、公私の区別、承継時期の見極めとそのプロセスなど。 手法：講師は事業承継が上手くいっている中堅・中小企業の経営者に依頼。場合により、親と子に同時出場してもらうなど、工夫をこらす。</p> <p>◎8月(1回) 講師：非同族の継承者(同族から継承した従業員社長)1～2名 内容：今後増加が見込まれる従業員承継の立ち位置という視点。 オーナー族や従業員との関係性、後継者指名のタイミングと受容、中小企業における経営と所有の分離の可能性、自らの経営方針の提唱の仕方など。 手法：講師は知名度にこだわらず、従業員承継が上手くいっている企業の経営者に依頼。</p>			
	人材交流型				
	販路開拓型				
	ハコ型				
	独自提案型				
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)				
<p>受講アンケート等により経営相談ニーズの有無を把握し、ニーズのある企業に対しては、その内容に応じて、①中小企業振興部 事業承継・再生支援担当、②経営相談室、③支部に、相談の受け入れと中期的対応を依頼する。</p>					

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		事業承継・事業継承 事例発表リレー講演会				新規/継続	新規		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	大阪府内の商工会議所・商工会の会員企業・青年部、青年会議所、各業種別組合等の青年部などの会員情報（約500社）をHP等の外部公開情報から自力収集・分析し、事業継承・事業承継・後継者育成に関心があると推定される府内各地の事業者へ直接案内を行うほか、各地商工会議所・商工会を通じて広報協力を依頼。						
	支援対象企業の変化	指標	アンケートで「事業継承・事業承継についての有益な情報や気づきが得られた」もしくは「後継（候補）者として、課題解決や自己錬成に向けた糸口を見出すことができた」と回答するものの割合	数値目標	70%				
	その他目標値	目標値の内容→	社						
	その他目標値2	目標値2の内容→	社						
	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
	@20,100	円 ×	80	社 ×	1.00	=	1,608,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
							(小計)	1,608,000	円
							※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）		円
							計	1,608,000	円
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)								
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
		②受益者負担	円	負担金の積算					
		(a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果			
		標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)				
	1,608,000	円 × 0.50 =	804,000	円	(0	円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割（配分の考え方）						
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		留学生活用による商店街・地域活性化事業		新規/継続	新規
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	外国人観光客で賑わう中央区の商店街・商業施設において、外国人観光客はなくてはならない重要な来街客となっているが、地域によってバラツキが多く、長堀通りより北側の商店街・商業施設ではまだまだインバウンド客も少なく、そういった来街客への対応も遅れている。当地区に1000名を超える留学生が学ぶヒューマンアカデミー日本語学校大阪校があることから積極的に留学生と地元商店街の交流を深め、外国人対応のスキルアップを図るようにすることが当事業の目的である。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	船場センタービル連盟、せんば心斎橋筋協同組合、心斎橋筋北商店街振興組合			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	外国人観光客は心斎橋筋商店街から長堀通りを越えて、心斎橋筋北商店街やせんば心斎橋筋商店街に北上してきており、この地域の商店街ではドラッグストアなど外国人従業員を上手に活用している大手店舗とそれ以外の店舗では集客に大きな差が出ている。また、インバウンド客対象のホテル建設も急増中で、ミナミ地区で飲食・ショッピングを楽しみ、当地区では宿泊するだけといった外国人客をいかに取り込むかが地元商店街にとっては重要な課題である。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値				
	反省点				
具体的な 実施内 容・手法	人材育成型	<p><商店街モニタリングツアーの実施> ○4～9月にヒューマンアカデミー日本語学校の外国人留学生による商店街モニタリングツアーを実施する。 ○実施にあたっては、平成27年度地域活性化事業で制作した船場地域の商店街・史跡名所・インバウンドに積極的な商店を掲載した「OSAKA CHUO-KU CENTRAL WALKING MAP」を利用し、コーディネーターには訪日外国人向けコンシェルジュサービスを数多く手掛ける㈱N1COの井手隆一郎氏に依頼する。 ○ヒューマンアカデミーの「地域活動」という授業の一つとして実施し、外国人視線で見た魅力ある店舗の発掘や商店街全体の長所や改善点を指摘してもらい、アンケート・ヒアリングにより意見を取りまとめ、個店・商店街への報告・提案を行う。</p> <p><「外国人の日本文化体験&各国お国自慢」ブースの設置> ○10月第1週に3日間開催される「船場まつり」開催時には船場センタービル10号館にある外国人向け着付け事業を営む㈱和爽美に協力してもらい、和装した留学生による「外国人の日本文化体験&各国お国自慢」ブースを設置する。 ○訪日外国人の日本文化体験へはお茶・殺陣体験などを安価に提供し、留学生の協力を得て、SNSにより外国人向けに情報発信を行うことにより「船場まつり」への外国人集客に貢献してもらう。 ○各国お国自慢コーナーは日本人向けには留学生が出身国出身地の魅力を発信する。 ○留学生は博労稲荷神輿の担ぎ手としてもイベントに参加していただき、「船場まつり」全体を盛り上げてもらうことにより3商店街の活性化を図る。</p>			
	人材交流型				
	○ 販路開拓型				
	ハブ型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	船場まつり推進協議会のメンバーに平成29年度から中央区役所も参加しており、同区役所と連携・情報交換して事業企画やPRなどを行う。			

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		留学生活用による商店街・地域活性化事業				新規/継続	新規		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 船場センタービル連盟、せんば心斎橋筋協同組合、心斎橋筋北商店街振興組合							
		3 社							
	支援対象企業の 変化	①インバウンド事業へ取り組んだり、発展させるヒントを得ることができる。 ②インバウンド事業に関する新しい情報や連携して行うための人脈を構築することができる。							
		指標	商店街各店舗の外国人対応力が高まったとする割合			数値目標	70%		
	その他目標値	目標値の内容⇒ 社							
その他目標値2	目標値2の内容⇒ 社								
算定基準により算出される額	算定基準	サービ入単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@50,250	円 ×	3	社 ×	10.00	=	1,507,500	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
		円 ×		社 ×		=		円	
			(小計) 1,507,500 円						
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%) 円						
			計 1,507,500 円						
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助	円			交付市町村等				
	②受益者負担	円			負担金の積算				
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
	1,507,500 円 ×	0.50	=	753,750 円	(0 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 または7/17で説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		『ハロウィン どこ生野!』商店街にぎわい創出事業			新規/継続	新規
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数年度段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること		
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)	近年日本ではクリスマスよりハロウィンが商戦として盛り上がりを見せているが、毎年同じイベントとなると来街者も減少し、いわゆる「シリ貧イベント」になる可能性が高い。そこで新企画として①影絵やモーショングラフィックス等の映像イベント、②ハロウィンバージョンのフェイスペインティング、③ハロウィンの仮装をした若手演奏家によるジャズセッションを実施する。マンネリ化したイベントを打破し、さらなる集客に努め商店街やその周辺地域の活性化に寄与することを目的とする。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	生野本通商店街振興組合、生野本通中央商店街振興組合、生野本通センター商店街振興組合、バルロード中銀座商店会の4つを対象にする。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	各区商連及び各商店街では商店街衰退を避けるため、各種イベントに取り組んでおり、大阪商工会議所も本部や支部でその支援を行っている。以上を勘案して、商店街では集客に関する支援を欲しているものと考えられ、対象商店街からも、集客が思わしくなく、悩んでいることを聞いており、大商の集客支援が望まれている。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値					
	反省点					
具体的な実施内容・手法	人材育成型	○ 生野区の4商店街（生野本通商店街振興組合、生野本通中央商店街振興組合、生野本通センター商店街振興組合、バルロード中銀座商店会）で組織する「みこし活祭連合会（会長：松本賢治、生野本通商店街振興組合理事長）」を対象に、商店街関係者を巻き込んでイベントの実施支援を行う。				
	人材交流型	○ 集客目的のイベントは大阪市立デザイン教育研究所（①～③）の協力の下、以下を実施する。 ①ハロウィン用のフェイスペインティング（商店街東西入口付近と中央付近の3か所を予定） ②幼稚園、保育所、小学校低学年向けの影絵（各地で好評上映実績あり） ③0～5歳児向けモーショングラフィックス ④ハロウィンの仮装をした若手演奏家によるジャズセッション（大人向け） ・子供主体のイベントとしたのは、家庭、特に日々の買い物や家計支出の主導権を握っている母親にできるだけ参加いただき、今後商店街に来場してもらうきっかけ作りとしたためである。 ・なお当支援イベント開催は平成30年度商店街の「ハロウィンイベント」実施日である10月28日を予定。				
	○ 販路開拓型	○ 商店街の集客力向上と賑わい創出が目的である。また、商店街と二人三脚で事業に取り組み、いずれは商店街だけで対応できるよう自立を促す方向で支援する。				
	ハブ型	○ 事業実施のための今後のスケジュール（予定） ・5月中旬より大阪市立デザイン教育研究所とイベント実施内容について協議、策定 ・7月上旬上記イベント内容をみこし活祭連合会と協議 ・みこし活祭連合会の了承後、東支部、大阪市立デザイン教育研究所を交えて3者でイベント開催日まで開催詳細について計画し、計画に沿って実行していく。				
	独自提案型					
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
	(c)市町村連携 生野区役所と連携し、周知・広報を依頼する。 (d)相談事業相乗効果 事業実施後のアンケートにおいて相談支援ニーズのある企業については、経営課題の把握や先方のニーズに応じた相談支援を行う。					

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		『ハロウィン どこ生野!』商店街にぎわい創出事業				新規/継続	新規			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 上述の4商店街								
		4 社								
	支援対象企業の 変化	支援対象商店街はイベント手法がマンネリ化し、どのように集客を図るべきか、悩んでいる。そこで映像や音楽等を活用した新たなイベント実施を支援し、当該商店街の賑わいを創出し、来場者を増加させる。								
	指標	アンケートにおいて「来場者が増えた」との回答の割合			数値目標	7割以上				
	その他目標値	目標値の内容⇒								
	社									
その他目標値2	目標値2の内容⇒ 0									
	0 社									
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		@50,250	円 ×	4	社 ×	10.00	=	2,010,000	円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
							(小計)	2,010,000	円	
							※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)		円	
							計	2,010,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等						
	②受益者負担		円	負担金の積算						
	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
		標準事業費		補助率		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
		2,010,000 円 ×	0.50	=	1,005,000	円	(0 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または7桁で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							
			円							

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		大阪市北部地域における商店街活性化支援事業		新規/継続	新規
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	大阪市北部地域は、梅田という巨大商業地域を擁しているものの、概して周辺地域の商店街は徒歩圏内の住民のみが顧客である。それらの商店街組織は、販売不振や地域環境の変化への対応の遅れなど様々な問題を抱え、どのように打開すべきか悩んでいる場合も多い。また商店街役員の高齢化、空き店舗増加による傘下商店数の減少等もあいまって、商店街事業を担う人材が不足し、財源も減少しつつある。そういった商店街の中で、具体的事業へ向けて主体的に取り組む意欲のある先に対し、意見集約支援やコーディネーター派遣、勉強会の開催などを通して組織としての活動を支援し、希望する課題解決へつなげる仕組みを作る。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北支部管内（淀川区、東淀川区、西淀川区、北区、福島区）で、問題意識があり課題解決意欲の高い商店街。小松南商店会をはじめとする東淀川区商連加盟の商店街（東淀川区）、十三フレンドリー商店街（淀川区）、福島聖天通商店街（福島区）など			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	商店街役員等へのヒアリングによると、空き店舗対策、役員の高齢化、事業のマンネリ化、環境変化への対応の遅れ、先進事例の情報不足等、商店街により問題となっている喫緊の課題はまちまちであるが、いずれの場合もその事業実施を担う人材が不足しており、会議所の継続的な事業バックアップを期待している。また、商店街役員の持つ問題意識は非常に高いが、一般店舗の意識がつかないことに危機感がある。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値				
	反省点				
具体的な実施内容・手法	人材育成型	<p>【課題解決のための自主事業の取り組み支援】 ハンスオン支援型</p> <p>管内5区の商店街から寄せられている課題や事業希望の例：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街ホームページやSNSの活用による集客・広報強化に新規に取り組みたい 特に高齢店主のいる地元店舗（パバママストア）などへの効果を期待 ・商店街リーダーの育成、世代交代の促進 会議所の支援により外部事例などを学ぶことで打開策を見出したい ・イベントを新規に商店街周辺店舗や商店街以外の個店・団体を巻き込んで行いたい 会議所へは商店街外の個店・団体などへの広報・つなぎなども期待 ・広域での事業実施 効果的な商店街事業について、会議所のバックアップにより区内の他の商店街、ひいては管内複数区の商店街での取り組みに広域化したい（例：淀川3区での合同事業） <p>については、商店街の役員をはじめ、個店の店主等を対象として、下記の4段階を基本に支援を行う。</p> <ol style="list-style-type: none"> ①商店街全店舗を対象とする全体集会などで課題を共有し、皆で取り組む意識づけを行う。 ②課題解決へ向けて取り組む内容を修正・再策定する。 ③実施に向けた体制づくりと進捗を確認する。 <ul style="list-style-type: none"> ・必要に応じてコーディネーターや専門家派遣等の実施や勉強会の開催、アンケート調査の実施などを行う。 ・可能なものは年度内に目に見える事業化を進め、イベント等の実施時には広報支援なども行う。 ・商店街内だけで解決できないものについては、周辺の店や商店街と関わりたい事業者、地域住民、学校等とも連携する。 ④取り組み終了後、もしくは年度末に効果確認を行い、次年度へ向けた活動の策定支援を行う。 <ul style="list-style-type: none"> ・支援の成功例については次年度以降の他の商店街への波及をねらう。 			
	人材交流型				
	販路開拓型				
	○ ハンズオン型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果				
		(c) 商店街の魅力掘り起しやイベントの開催、情報発信などにおいて各区役所と連携する。 (d) 商店街支援の中で各個店でのニーズや課題聞き取りを行い、必要に応じて個別相談につなぐ。			

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		大阪市北部地域における商店街活性化支援事業				新規/継続	新規		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒管内には多数の商店街組織があるが、意欲の高い6商店街を予定。直接および各区商連等を通じて募集するなど広く呼びかける。小松南商店会（東淀川区）、十三フレンドリー商店街（淀川区）、福島聖天通商店街（福島区）など							
		6	社						
	支援対象企業の変化	支援を通じて課題解決の認識を商店街内で共有し、課題解決へ向けた取り組みが具体化する。							
	指標	支援を通じて課題解決へ前進した、あるいは支援により取り組んだ事業が円滑に実施できたと回答した割合			数値目標	支援した商店街の7割			
	その他目標値	目標値の内容⇒							
	社								
その他目標値2	目標値2の内容⇒								
	社								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@100,500	円 ×	6	社 ×	10.00	=	6,030,000	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
							(小計)	6,030,000	円
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）						円	
							計	6,030,000	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準とおりの場合不要）								
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
	②受益者負担	円		負担金の積算					
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
	6,030,000 円 ×	0.50	=	3,015,000 円	(0 円)				
補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額		役割（配分の考え方）				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	内閣府が発表する景気動向指数によると、日本の景気は2012年12月から拡大期間が続いているとされているが、中小企業・小規模事業者は、個人消費の伸び悩みや企業の設備投資の委縮などが起			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小・小規模事業者			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	講習会参加者には毎回アンケートを実施し、関心のある事項を調査・収集している。2017年度、中小企業振興部経営相談室と各支部が共同して9月末までに実施した「事例で解説! 節税と税務調査のウソとホント」「集客を強化するHP・ブログのスマホ対策」「中小企業の労務管理対策と就業規則」、大阪弁護士会と共催した「法律講演会」の参加者アンケートの結果は次の通り(回答者数776人、複数回答)。 「人事・労務・人材採用」332件(21.7%) 「販路拡大・取引先開拓」326件(21.3%) 「税務・節税」214件(14.0%) 「助成金や施策等の活用方法」189件(12.4%) 「IT化・情報セキュリティ」187件(12.2%) 「後継者問題・事業承継」126件(8.2%)			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	2016年度は講習会を114回開催し、参加者数は2953人、支援企業数は2606.5社であった。「満足・やや満足」と答えた参加者は全体の96%で、満足度は91点であった。また、講習会で得た知識や情報を「今後の経営改善に役立てる」と回答した参加者の割合は98%であった。 2017年度はのべ112回の開催を計画。9月末時点で43講座を開催し、支援企業数は1,278社、利用者満足度(得点)は、90.9点となっている。また、講習会で得た知識や情報を「今後の経営改善や経営力向上に役立てる」と回答した割合は96.5%で、目標数値の90%を上回っている。			
	反省点	2017年度(上半期)において、スマートフォンによる情報発信や税務調査への対応、債権管理・回収などについて参加者から好評を得た。2018年度においては、中小企業が苦慮する人手不足への対応や事業承継などに関するテーマも取り上げる計画である。			
具体的な 実施内 容・手法	○ 人材育成型	○2018年度も、営業・販路拡大、労務、税務・会計、法務など、中小・小規模事業者の関心が高い分野・テーマに焦点を当て、経営に役立つ実務に即した内容の講習会を開催する。 ○大阪市内5支部を中心として、年間のべ113回の開催を計画する(別添の開催計画の一覧表を参照)。 「経理・税務」23回 「経営一般」33回 「営業、販路拡大」16回 「IT」10回 「労務」16回 「法務」7回 「与信管理・金融」8回			
	人材交流型	○うち、7テーマ40回は中小企業振興部経営相談室と支部が共同で実施・運営し、それぞれのテーマにおいて同一の講師が同一の内容で各支部にて開催する形態をとる。また、うち72回は、支部ごとに地域的特性や中小・小規模事業者の関心が高いテーマなどを勘案した内容の講習会を企画・運営する。さらに、うち1回は、大阪弁護士会と「法律講演会」を共催する。			
	販路開拓型	○開催は、平日午後の2時間程度を基本とするが、夜間開催や出張開催も行うことなどにより、参加企業の確保・拡大に努める。また、毎回、参加者アンケートを実施し、PDCAを通じてより参加者の満足度が高い講習会へと改善を図る。			
	ハブ 型	○さらに、講習会の参加者で個別相談を希望される事業者には、経営指導員が巡回し、課題発見と解決の支援にあたる。より高度専門的な経営課題については、専門家と同行して課題解決を図り、カルテ化につなげるよう努める。			
	独自提案型				
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果

想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること					
事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか)		内閣府が発表する景気動向指数によると、日本の景気は2012年12月から拡大期間が続いているとされているが、中小企業・小規模事業者は、個人消費の伸び悩みや企業の設備投資の委縮などが起							
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	○支援対象企業数は例年の実績を勘案して設定。 ○参加者募集は主として、支部経営指導員による直接的な参加勧誘、ウェブサイト掲載、メールマガジン配信、他の催事での開催チラシの配布、会員企業などへのファックス送信などによる。				2,602 社		
	支援対象企業の 変化	参加者自身の資質向上に役立たせるとともに、自社の経営課題を把握し、課題解決に向けて能動的なアクションを起こすことができるよう支援する。	指標	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを、今後の経営改善や経営力向上に役立てると回答した割合	数値目標	90%以上			
	その他目標値	目標値の内容→	参加者アンケートで相談ニーズが確認された事業者に対して、巡回などのフォローを行い、支援を実施した割合（既カルテ化企業含む）				全体の10%以上 社		
	その他目標値2	目標値2の内容→					社		
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@20,100	円 ×	2,602	社 ×	1.00	=	52,300,200	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
(小計)							52,300,200	円	
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円	
計							52,300,200	円	
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担	400,000	円	負担金の積算	参加費1回1人5000円×80人				
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
	52,300,200	円 ×	0.50	=	26,150,100	円	(400,000 円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 または別紙で説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名		役割（配分の考え方）					
				円					
				円					
				円					
				円					

【備考】実施計画書を添付

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		インバウンドによる買い物消費支援事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	一複数年度段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか)	<p>【現状の課題】2020年のオリンピックに向けて政府により訪日外国人4千万人といった意欲的な目標設定がされ、目標達成に向けて着々と訪日外国人は増加している。しかし、中心市街地やその周辺の商店街、商工業者にも徐々に外国人が数多く来訪するようになってきてはいるが、その一方で、対応に苦慮している事業者も多い。外国人観光客が何を求めているかがわからず、また、求めているものがわからなかったとしても、どのように対応すればよいのかわからず、結果として、来訪が消費行動につながっていないケースが散見されるのが現状である。商店街、商工業者の外国人観光客のニーズの把握と対応力の向上が課題である。</p> <p>【目標とする状態】来訪している外国人観光客のニーズを拾い上げ、各商店街、個々の店舗に必要な販促ツールを提供し、外国人観光客の消費の拡大を目指す。また、その際、2016、2017年度に制作した観光マップとYouTube動画が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、西成区の小売店・サービス提供店及び商店街、協同組合等で、インバウンド系観光客の取り込みに課題を感じている事業所・組織			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>〇いわゆる「民泊」の増加により、従来では考えられなかった地域密着型商店街のエリアにまでインバウンド系観光客が浸透しつつある。これらを販売チャンスと捉える個店や、条件・環境が整えば積極的に活用したいと考える商店街や商工業者も多い。</p> <p>〇とは言うものの、予算や能力などの制約により、インバウンド系観光客に対する販売促進活動を具体的に行えていない商店街や商工業者も多い。</p>			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>〇此花区、港区、西区、大正区、浪速区、西成区の管内15商店街と37事業所のYouTube動画でインバウンド系観光客に紹介するツール(計8エリアの観光マップ、1事業所につき各40秒程度の動画)を制作中。</p> <p>〇2016年度には、44商店街と77事業所に対し、14エリアのマップと124本の動画を制作済。</p>			
	反省点	<p>〇外国人観光客に観光マップを配布したり、YouTube動画にたどり着くまでの過程において、外国人に対する販売促進を支援するツール(例えば、外国語表記の看板、指差しシート、それらのスマホ版など)がないため、観光マップとYouTube動画が有効活用されていないので、下記③により促進する。</p>			
具体的な 実施内 容・手法	人材育成型	<p>①商店街周辺の(簡易)ホテルや民泊で、宿泊する外国人観光客の(潜在)ニーズを調査する。 (簡易)ホテルや民泊の所在は、民泊予約サイトなどで調べることができる。それによると、西成区や此花区など、従来外国人観光客が宿泊するとは思えなかったエリアにおいてもそういった宿泊施設は増えている。しかし、外国人観光客は宿泊施設と駅の間を往復するだけのことも多く、必ずしも域内消費にはつながっていない。そのため、商店街の役員やその構成店舗の店主に外国人観光客の(潜在)ニーズを聞いても、それを知らないか、的外れな解釈をしている場合がある。(例えば、駅前でコンビニ弁当を買って民泊に素泊まりする外国人観光客のニーズを、外国人観光客はコンビニ弁当しか食べないと思っている商店街の飲食店の店主に伝え、受け入れ環境を整備すれば、飲食店の売上増が期待できる。)</p>			
	人材交流型	<p>②外国人観光客のニーズに合った販促ツールを商店街毎に制作し、商店街とその構成店舗、周辺店舗などに提供する。 西支部管内は地域毎に特徴があり、外国人観光客も宿泊する地域によって、そのニーズが異なる可能性がある。そのため、調査によって得た情報に基づいて、個々の商店街やその周辺の店舗に有用な販促ツール(たとえば、外国語表記の立看板、指差しシート、それらのスマホ版など)を制作、商店街とその構成店舗、周辺店舗に提供し、外国人観光客のニーズに則した受け入れ態勢を商店街を中心としたエリア毎に整備する。(たとえば、周辺に飲食店の多い新世界と、周辺が住宅地や工業地帯であり、USJにアクセスのよい此花区では、外国人観光客の商店街に対するニーズは異なる可能性が高い。)</p>			
	〇 販路開拓型	<p>③2016,2017年度に制作した観光マップ、YouTube動画と有機的に結合する販促プランによるツール類を制作する。 紙媒体の観光マップは、それを配布しているエリアでのみ有効。YouTube動画は世界に配信しているが、無数にある動画の中からその存在を知らしめる別の仕掛けが必要。それぞれ単独では機能しにくい側面がある一方で、ホテルや民泊に宿泊している外国人観光客はすでに我々のテリトリーまで来ており、グローバルに情報発信できる拠点となっている。したがって、「宿泊施設を検索する。⇒来訪し、宿泊する。⇒観光マップとYouTubeを見て、商店街やその周辺店舗(ローカル)に訪れる。⇒販促ツールに促されて消費する。⇒(YouTube動画のシェアなども含む)SNSで世界(グローバル)に発信する。」という拡散エンジンの構築が可能であり、そういった拡散エンジンを構築するための販促プランを立案し、それに基づく販促ツールを制作する。</p>			
	ハコ型	<p>紙媒体の観光マップは、それを配布しているエリアでのみ有効。YouTube動画は世界に配信しているが、無数にある動画の中からその存在を知らしめる別の仕掛けが必要。それぞれ単独では機能しにくい側面がある一方で、ホテルや民泊に宿泊している外国人観光客はすでに我々のテリトリーまで来ており、グローバルに情報発信できる拠点となっている。したがって、「宿泊施設を検索する。⇒来訪し、宿泊する。⇒観光マップとYouTubeを見て、商店街やその周辺店舗(ローカル)に訪れる。⇒販促ツールに促されて消費する。⇒(YouTube動画のシェアなども含む)SNSで世界(グローバル)に発信する。」という拡散エンジンの構築が可能であり、そういった拡散エンジンを構築するための販促プランを立案し、それに基づく販促ツールを制作する。</p>			
	独自提案型	<p>紙媒体の観光マップは、それを配布しているエリアでのみ有効。YouTube動画は世界に配信しているが、無数にある動画の中からその存在を知らしめる別の仕掛けが必要。それぞれ単独では機能しにくい側面がある一方で、ホテルや民泊に宿泊している外国人観光客はすでに我々のテリトリーまで来ており、グローバルに情報発信できる拠点となっている。したがって、「宿泊施設を検索する。⇒来訪し、宿泊する。⇒観光マップとYouTubeを見て、商店街やその周辺店舗(ローカル)に訪れる。⇒販促ツールに促されて消費する。⇒(YouTube動画のシェアなども含む)SNSで世界(グローバル)に発信する。」という拡散エンジンの構築が可能であり、そういった拡散エンジンを構築するための販促プランを立案し、それに基づく販促ツールを制作する。</p>			
事業手法 (該当する場合は 〇印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
<p>(d)相談事業相乗効果…観光客、特に外国人観光客への対応や店づくり等々、販路開拓支援を実施。また、店舗改装や設備追加のニーズがあればマル経融資等資金調達支援を実施する。</p>					

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		インバウンドによる買い物消費支援事業				新規/継続	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ ①商店街・協同組合：15団体 ②個店（小売店・飲食店など）：15店舗 30 社						
	支援対象企業の 変化	商店街、小売店では誘客、集客につながり、新たなターゲットとして観光客等の顧客の拡大が図れ、売上増加が期待できる。						
	指標	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合			数値目標	70%以上		
	その他目標値	目標値の内容⇒ 社						
	その他目標値2	目標値2の内容⇒ 社						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		@50,250 円 ×	15 社 ×	7.50 =	5,653,125 円			
		@50,250 円 ×	15 社 ×	0.75 =	565,313 円			
		円 ×	社 ×	=	円			
		円 ×	社 ×	=	円			
		円 ×	社 ×	=	円			
		円 ×	社 ×	=	円			
		円 ×	社 ×	=	円			
		(小計)				6,218,438 円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）				円		
	計				6,218,438 円			
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）							
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		225,000 円	負担金の積算		店頭看板@5,000円×45		
	(a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果				
	標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)				
	6,218,438 円 ×	0.50 =	3,109,218 円	(225,000 円)				
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはリアゲで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	役割（配分の考え方）				
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		西部エリア Amon (えーもん) 市		新規/継続	継続	
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	一複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること		
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】</p> <p>○顧客拡大を図りたい、自慢の商品を広めたいなど販路拡大を考えている小売店が多いが、広く効果的に周知する手段を持っていないのが現状である。一方、販促イベントを積極的に展開し誘客、集客を図ろうとしている商店街等が多いが、空き店舗が増えるとともに組織の高齢化は進行している。</p> <p>○大商は過去3年間、商店街を核としたイベントの新規発足、周辺個別店舗と商店街との関係強化、相互販促支援を進めてきたところ、空き店舗問題を解消するまでには道半ばであるものの、商店街と個別店舗と行政や学校、さまざまなコミュニティとの関係が広がってきた。</p> <p>【本事業を通じて目指す状態】</p> <p>①商店街と周辺の外部店舗、行政や地域コミュニティとの相互協力をさらに強化しながら販促支援を行う。</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・潜在能力について可能性を探る。</p> <p>③商店街と常に反目しがちなスーパーやコンビニとの協力を促し、地域と共存共栄する商圏を意識する。</p> <p>④商店街を核として、とりわけ徒歩で生活必需品の購入が可能な商圏の形成をめざす。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	西支部管内の小売店・製造・卸売店及び商店街、協同組合				
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	西支部管内の商店街は近隣型、地域密着型商店街が大半であるが、これらの商店街の課題は機能の維持とそれらを構成する店舗の売り上げ拡大である。				
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	2016年度：浪速区、西成区、西区にてAmon発行、イベント開催支援。14商店街、56個別店舗を支援。 2017年度：浪速区、大正区、西成区、港区、此花区にてAmon発行、西成区、港区にてイベント開催支援。10月末時点で8商店街、22個店を支援。				
	反省点	メインとして支援する商店街を選定するにあたり、①空店舗、②商店街独自の取り組み姿勢と体制の有無や状況の2点をチェックポイントとして重要視しているが、1度キリの広報支援では持続的なイベントの育成とまでは及ばない状況。				
具体的な 実施内 容・手法	人材育成型	<p>(商店街の従来イベント実施を通じた中小小売店舗との連携強化)</p> <p>○空き店舗対策を見据えて、販促イベントを開催している意欲のある商店街を核として、周辺個別店舗とのイベント開催を進めてきたので、今年度からはそのエリア(市場)に入れば一通りの生活必需品が揃う、徒歩圏内の住民を対象としたお買いものゾーン(市場)の構築を目指す。常時の買い物客誘因を達成するため、イベントの実施を契機として、商店街の近隣に所在するミニスーパーやコンビニとの連携を進める。</p>				
	人材交流型	<p>○協力関係と敵対関係とが交錯する、商店街とミニスーパーやコンビニと個別店舗を仲立ちして、行政やコミュニティとの連絡調整を行い、役割分担や協力してイベントの開催、共通企画、セールを計画、実行する。</p> <p>○定期的なイベントの定着していない商店街については、意欲のある商店街を選び、販促イベントを提案、実施する。</p> <p>メリット：どのお店に行けばこういった商品が買えるのか、まとまったローカルお買いもの情報やサービスを発信・提供することができる。</p>				
	○ 販路開拓型	<p>(新たに空き店舗に悩む商店街と、販促意欲のある個店とのマッチング)</p> <p>○積極経営で新規顧客獲得を図ろうとしている小売店と活性化を図ろうとする商店街をマッチングし、販促イベント時に商店街の空き店舗前での小売店に販売を行ってもらい、販路拡大支援、店主の交流の仕組みを構築する。</p>				
	ハズ 杓型	<p>(タブロイド紙「Super Amon (すーぱーえーもん) (仮)」の発行)</p> <p>○2014年から3年間、商店街と個別店舗の販促ツールとして発行したタブロイド紙「Amon (えーもん)」をあらため、「Super Amon (すーぱーえーもん) (仮)」を発行する。</p> <p>○タブロイド紙では、商店街の販促イベントや、空き店舗前に出店して新たな顧客を求める地元の小売店や連携するミニスーパーやコンビニなど一体としてまとまった商圏があることを紹介する。また、他地区の商店街、各区商店会連盟や団体が主催する販促イベントの紹介や各区役所が主催する商業関係のイベントも掲載する。</p>				
	独自提案型	<p>(個店への支援)</p> <p>支援：タブロイド紙掲載によるPR、販路の拡大。その他、販促方法や改善策などを提案し、カルテ化にもつなげる。</p> <p>メリット：他地域の商店街へ出店をすることにより、通常の商圏ではない商店街に來街する顧客への販売・アピールによる商圏拡大の機会、他地域の店主との交流による経営改善のヒントが得られる。</p>				
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	<p>(c)各区役所とのイベント情報の共有や出店企業の紹介、各区役所での広報支援で連携に期待</p> <p>(d)販促方法改善策の支援の実施によりカルテ化が可能</p>	

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		西部エリア Amon (えーもん) 市				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ ①商店街・協同組合：12団体 ②個店（小売店・製造・卸売業者）：40店舗 52 社							
	支援対象企業の 変化	各小売店は新規顧客の拡大が図れるとともに、商店街は販促イベントで集客・誘客につながり、賑いづくり、商店街活性化が期待できる。							
	指標	①商店街：集客・誘客効果、空き店舗の活用、他地域・店舗との連携などにつながったとの回答割合		数値目標	70%以上				
		②個店：商品・店舗のPR・改善・開発、売上・顧客の増加、他との連携などにつながったとの回答割合			70%以上				
	その他目標値	目標値の内容→ 社							
その他目標値2	目標値2の内容→ 社								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@50,250	円 ×	12	社 ×	10.00	=	6,030,000	円
		@50,250	円 ×	40	社 ×	0.50	=	1,005,000	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
		(小計) 7,035,000 円							
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%） 円							
		計 7,035,000 円							
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		0 円		交付市町村等				
	②受益者負担		円		負担金の積算				
	(a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果					
	標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)					
	7,035,000 円 ×	0.50	=	3,517,500 円	(0 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 または「アリク」で説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割（配分の考え方）				
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		『OSAKA光の饗宴ミルククーポン』～飲食店の魅力を発信するバルイベント事業～	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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>「OSAKA光の饗宴」(大阪府・市による御堂筋での「御堂筋イルミネーション」、中之島公園での「OSAKA光のルネサンス」を核に、梅田や難波、中之島、天王寺など府内のイルミネーションイベントを束ねて発信)にあわせ、会場周辺の飲食店と連携した観光商品の開発を2014年度から実施。</p> <p>同事業は大阪府・市の共通戦略「大阪府市都市魅力創造戦略」に位置づけられた、「水と光の首都大阪」の実現にむけた取り組みの一環であり、内外から多くの人々が来場するイベント期間中に、参画店舗の魅力発信を支援することで、新規顧客の獲得、集客や売上げの増加、観光商品化をめざす。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	梅田、中之島、難波、天王寺など、大阪市内のイルミネーション会場周辺の飲食店約50店		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>20を超えるエリアで行われる「OSAKA光の饗宴」において、来場者の回遊性を向上させるために、イルミネーション会場を巡る魅力の提供が求められている。また、周辺飲食店からも来街者に対して、来店を促す連携策が求められている。</p> <p>さらに大阪・関西圏以外からの誘客も課題であり、その大きなルートの一つとなる旅行会社等から、イベントと連携した具体的な観光商品が必要と指摘されている。</p>		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>【2014年度】約200店舗が参加し、割引特典を中心に提供した。支援企業数：175社。</p> <p>【2015年度】約30店舗が参加し、より詳細な店舗の魅力発信を行うとともに、割引特典ではなく、期間限定のプレミアムメニューを提供するなど、参加者に対してもより特別感のある商品作成を行った。支援企業数：25社</p> <p>【2016年度】82店舗が参加し、HPやアプリを通して情報発信力の強化を行った。支援企業数：41社。</p> <p>【2017年度】68店舗が参加して、現在開催中。(11月12日～12月31日)</p>		
	反省点	2017年度は、観光事業者向けに専用商品(光マルシェチケット)を開発したほか、同商品を購入時に、KANSAI ONE PASS 提示で割引きを受けることができるサービスを実施し、インバウンド客向けの取り組みを強化した。		
具体的な実施内容・手法	人材育成型	<p>○趣旨： 「OSAKA光の饗宴ミルククーポン」(イルミネーション会場周辺の飲食店が参加するバルイベント)を実施し、旅行代理店などを通じて広く来街者増加を図るほか、バルマップやイベントアプリへの掲載などを通じて、参加店舗のPR支援を行うことで、参加店舗に新規顧客獲得の機会を提供する。</p>		
	人材交流型	<p>○期間： 2018年12月～2019年1月(正式開催日未定。光の饗宴(開催日未定)と同時開催)</p> <p>○内容： 「OSAKA光の饗宴ミルククーポン」を販売(前売2,000円、当日2,200円)し、参加店舗はクーポン購入者限定の特別メニューを提供する。イベント期間中は、参画店舗の情報を冊子やイベントアプリを通してPRし、各店舗への誘客を図る。</p>		
	○ 販路開拓型	<p>○スケジュール： 4月～6月 企画検討 7月～ 参加店舗募集 9月～ 「ミルククーポン」制作 旅行代理店向け 販売開始 参加店舗の第2次募集</p>		
	ハブ 杓型	<p>10月～ 広報ツールの完成 11月～ 一般前売り券 販売開始 12～1月 バルイベントの実施 2月 アンケート、課題抽出</p>		
	独自提案型			
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<p>(a)施策連携 (b)広域連携 (c)市町村連携 (d)相談事業相乗効果</p> <p>本事業は、大阪府・市が取り組む『大阪府市都市魅力創造戦略』の「水と光の首都大阪の実現」をめざす事業の一つとして位置付けられており、府・市などで構成される、大阪・光の饗宴実行委員会と連携し、大阪・光の饗宴魅力促進プログラムとして実施している。</p>				

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		『OSAKA光の饗宴ミルククーポン』～飲食店の魅力を発信する/バルイベント事業～				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ ①2017年度の参画企業は約68社 ②広く府域の飲食関連企業等に案内する。また、飲食業界の同業者組合等のネットワークも活用して広く案内する。 50 社							
	支援対象企業の 変化	「OSAKA光の饗宴ミルククーポン」への参加を通じ、店舗を広くPRでき、新たな顧客と出会う機会が生まれる。(例：①イルミネーションを見物に来た人が来店する。②イベントを周知しているが、期間中来店できなかった人が、後日通常メニューを目的に来店する。③①や②で来店した人が、リピート顧客になる、など)							
	指標	事後アンケートにおいて新規顧客を得たと回答した割合	数値目標	70%以上					
	その他目標値	目標値の内容→	社						
	その他目標値2	目標値2の内容→	社						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数	報告書	係数	標準事業費		
		@50,250	円 ×	50	社 ×	1.00	= 2,512,500	円	
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
		円 ×		社 ×		=		円	
						(小計)	2,512,500	円	
						※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)		円	
						計	2,512,500	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	(a)府施策連携		(b)広域連携	<input checked="" type="radio"/>	(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率		補助金額		(①市町村等+②受益者負担)		
	2,512,500	円 ×	0.50	=	1,256,250	円	(0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「アガ」で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		役割(配分の考え方)					
				円					
				円					
				円					
				円					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		ライブ・エンターテインメントの街 ミナミ活性化事業			新規/継続	継続
想定する実施期間		2016 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること		
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>ミナミは古くは江戸時代に浪花五座を中心に一大芝居町として栄えた歴史を持ち、現在も大阪松竹座で歌舞伎等の芝居が催される他、国立文楽劇場、なんばグランド花月等多くの劇場で、多彩な芸能の公演が日々ライブ・エンターテインメントとして行われている。</p> <p>また、道頓堀開削400周年を1つの契機として「道頓堀リバーフェスティバル」、「大阪ミナミ夏祭り&にぎわいスクエア」など地元の商店街や企業、地域団体からなる大阪活性化事業実行委員会等が主催するライブ・エンターテインメント・イベントが活発に行われている。こうしたイベントに企画から参加し出展することで、近隣の商店街へ集客の支援を行い、ミナミ地域全体の集客効果のさらなる向上を目指す。</p> <p>さらに、ミナミのイベントやライブ・エンターテインメント情報を集めたガイドブックを制作する。国内外からの観光客向けにミナミの体験型観光プログラムやその利用方法を多言語で紹介するガイドブックを作成・配布することで、引き続きインバウンド客を取り込むとともに、日本人客にもミナミのライブ・エンターテインメントを観光資源として再評価してもらい、効果的かつ持続的な集客が期待できる。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域の商店街（千日前道具屋筋商店街振興組合、道頓堀商店会、戎橋筋商店街振興組合、心齋橋筋商店街振興組合、宗右衛門町商店街振興組合、千日前商店街振興組合、道頓堀商店街振興組合、道頓堀商店街連盟等）				
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	ミナミの各商店街では、インバウンド客の増加による恩恵を受けつつ、その後を見据えた商店街活性化策を日々検討している。商店街、企業、地域団体等と連携して事業を進める中で、買い物中心から体験型観光へとといったニーズの変化等を的確に把握し、対応することが可能である。				
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	2017年度は「道頓堀春フェス」(5月)、「大阪ミナミ夏祭り2017&にぎわいスクエア」(7月)、「道頓堀リバーフェスティバル」(10月)にブース出展し、来場者に対してミナミの商店街のイベントやライブ・エンターテインメント情報を発信し、ミナミの商店街並びに近隣エリアの集客アップに努めた。また、ミナミのイベントや体験型プログラムの情報を集めた「大阪ミナミ・エンタメガイド2017」を日本語版、英・中国語版各10,000部作成し、近隣の商店街、ホテル、駅、観光案内所等を通じて配布した。				
	反省点	新年度になって間もない5月のイベントでは、新年度の予算で実施されるイベントに関する情報や、配布物等の種類が少なかった。				
具体的な 実施内 容・手法	人材育成型	イベント連携の中心となっている大阪活性化事業実行委員会（会長：千田忠司 大阪市中央区商店会連合会長）、いっとこミナミ実行委員会（委員長：上山勝也 道頓堀商店会長）、中央区役所等と連携し、事業企画・PR・実施に向けた活動を行う。				
	人材交流型	①ミナミのイベントやライブ・エンターテインメント情報を集めたガイドブックを製し、地元商店街、駅等を通じて配布する。2018年度は、2017年度に引き続きミナミの体験型観光プログラム情報を多言語で紹介するほか、文楽や歌舞伎の幕見席を紹介するなど「体験指南書」的な内容を盛り込む。引き続きインバウンド客を取り込むとともに、日本人客にもミナミのライブ・エンターテインメントを観光資源として再評価してもらうことで、効果的かつ持続的な集客が期待できる。				
	○ 販路開拓型	②大阪活性化事業実行委員会等が主催する「道頓堀春フェス」、「大阪ミナミ夏祭り&にぎわいスクエア」、「道頓堀リバーフェスティバル」等に企画から参加し、出展する。ガイドブックの配布等によりミナミのイベントやライブ・エンターテインメント情報を発信し、ミナミの商店街の集客を高める。				
	ハズレ型					
	独自提案型					
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	(c)中央区役所等と連携して、ミナミのイベントやライブ・エンターテインメント情報の発信、近隣商店街等への集客支援を行う。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		地域ブランド推進事業（東住吉・平野地域）			新規/継続	継続
想定する実施期間		2016 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること		
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)	自社の優れた商品・サービスを開発しても販路に悩んだり、売上不振に悩む中小事業者は多い。そこで、東住吉、平野地域の優れた商品やサービスを発掘、東住吉・平野の地域ブランド（H2O）として認定しブランド力向上や商品の販路拡大を支援する。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	東住吉・平野地域の中小事業者ほか				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	経営指導員との経営相談で「自社の優れた商品を開発しても販路に困っている、差別化できず売上が低迷」など販路拡大に悩む中小事業者の声が多くある。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	東住吉・平野の地域ブランド（H2O）認定の71商品・サービスを紹介する冊子を作成し、産業交流フェアの約2500人の来場者に配布したほか、掲載店舗などで冊子を配布した。2017年10月20日、21日に開催した産業交流フェアでは、地域ブランド（H2O）認定の71商品・サービスを展示紹介した。地域ブランド認定事業者等の「工場見学会+交流会」（6月に懶向井珍味堂、11月に懶いわさき）を計2回開催した。				
	反省点	東住吉・平野地域発のブランド認定であるが、ブランド力が弱い。広報の強化と事業者の意識向上が課題。				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)	人材育成型	東住吉・平野地域では、地域中小事業者や本会議所支部・経済団体などが実行委員会を組織して、産業交流フェアを毎年開催して13年となり、地域内の優れた商品やサービスを披露する展示会として定着している。 産業交流フェアの実績を踏まえた発展事業として、東住吉・平野の地域ブランド（H2O）の認定する地域産業活性化委員会を地元有志の事業者で構成し、2013年度より地域ブランド（H2O）認定事業を実施してきた。この認定は当初30商品・サービスからスタートしたが、現在は71商品・サービスに及んでいる。				
	人材交流型	本事業では、ブランド認定の商品やサービス等のPR、売上増をはかるための紹介冊子を作成するほか、認定事業者などによる展示販売会を実施し、ブランド力向上や販路拡大を図る。				
	○ 販路開拓型	(具体的内容) ＜東住吉・平野の地域ブランド紹介冊子＞ 4月～7月 紹介冊子の掲載概要を調整、事業者等への説明、ヒアリング、原稿集め。 8月以降 校正。印刷開始。紹介冊子が完成次第、産業交流フェアや商店街イベントでの配布や区役所等で配布する。 ＜認定事業者等の展示販売会＞ 7月～12月頃 開催予定				
	ハズ 杓型					
	独自提案型					
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
(c)区役所などと連携して効果的な企画・PRを実施。 (d)相談指導先に巡回して参加勧奨を行うほか、事業実施の過程において、出店者のブランド構築や販売戦略をはじめ、経営課題解決に向けた支援を行う。						

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		地域ブランド推進事業（東住吉・平野地域）				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→「東住吉・平野地域ブランドH2O」認定企業など60社 冊子掲載55社（ブランド認定は71商品・サービス数だが、事業所換算では重複や支援対象外があるため55社で想定）+展示販売会5社 60 社							
	支援対象企業の 変化	東住吉・平野の地域ブランド紹介冊子に掲載されることにより、その商品・サービスの価値が高まり、販路拡大につながる。							
	指標	（冊子掲載について）アンケートで「自社や商品のPRになった」「販路拡大につながった」と回答した割合			数値目標	70%			
	その他目標値	目標値の内容→ 社							
	その他目標値2	目標値2の内容→ 社							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@50,250 円 ×		55 社 ×		0.50 =		1,381,875 円	
		@50,250 円 ×		5 社 ×		1.00 =		251,250 円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
							(小計)	1,633,125 円	
							※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）	円	
						計	1,633,125 円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携		<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率		補助金額		((①市町村等+②受益者負担)		
	1,633,125 円 ×		0.50 =		816,562 円		(0 円)		
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	役割（配分の考え方）					
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査書

事業名		医療機器産業参入促進事業			新規/継続	新規		
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること				
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>医療機器関連産業は日本国内のみならず海外も含め、今後、市場が拡大することが見込まれている。従来、自動車、電機産業に関わっていた製造業の中にも、医療機器産業への参入に関心を持つ企業も少なくない。</p> <p>しかし、医療機器産業は、医療現場との関係構築、医療機器関連の法律、販路の確保など、参入にあたって他の産業とは異なる課題もある。</p> <p>そこで、これから医療機器産業に参入を検討する企業に、参入の進め方について必要な状況を伝え、参入を促進すると共に、本分野での具体的なビジネスを生み出すための機会を提供することで、大阪のライフサイエンス産業全体の振興につなげる。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	これから医療機器産業に参入するメーカー、すでに参入しているが、これから本格的に事業展開を目指しているメーカーなど						
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	大阪商工会議所は医療機器開発支援事業を10年以上にわたり実施しており、新規参入に対する問い合わせも少なくない。また、すでに参入している企業の中にも、今後本格的に事業展開をはかるため、医療機器産業について基本的な知識を確認したいという企業もある。						
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>2017年度の実施状況は次の通り(小規模事業経営支援事業費補助金の交付なし)。</p> <p><新規参入セミナー></p> <p>5月30日「医療機器ビジネスの進め方セミナー」 参加者218人</p> <p>9月12日「医療機器ビジネス参入セミナー」 参加者 93人</p> <p><取引拡大のための展示></p> <p>「次世代医療システム産業化フォーラム」の医工連携マッチング例会にて展示を併設</p> <p>7月25日 出展6社</p> <p>8月29日 出展6社</p> <p>12月12日 出展6社</p>						
	反省点							
具体的な 実施内 容・手法	○ 人材育成型	<p>①医療機器産業新規参入セミナー <人材育成型事業></p> <p>○年間2回</p> <p>○支援企業数1回35社程度</p> <p>企業が医療機器産業新規参入に際して必要な情報を提供する。</p> <p>新規参入を計画している企業には、他の工業製品と同様に安価で革新的に新製品を開発すれば、市場を確保できると考えている企業も少なくない。しかし、医療機器産業には、医療現場との信頼構築、医療機器業事承認手続き、健康保険手続き、販売会社との関係など業界独特の注意点がある。セミナーでは、これらの点を参入企業に理解してもらうため、本所で医療機器開発相談をしているアドバイザーや、すでに参入を果たした企業などから、具体的な事例を含めて説明する。</p>						
	人材交流型							
	○ 販路開拓型	<p>②自社PRのための出展 <販路開拓型事業></p> <p>○年間2回(①の「医療機器産業新規参入セミナー」に展示を併設)</p> <p>○支援企業数1回3社程度</p> <p>医療機器業界へ高い関心を持つ企業を主な対象に、各社の技術や取り扱う製品、部素材の概要を展示し、医療機器新規参入セミナー来場者や個別商談会参加者へPRすることで、新たな商取引につなげる。</p>						
	ハブ型							
	独自提案型							
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果
<p>府施策連携商3番(ものづくり中小企業の医療機器分野等への参入促進)</p> <p>(a)大阪府とは、大阪のライフサイエンス産業の振興について、日常的に成長産業振興室ライフサイエンス振興担当と情報交換、連携を行っている。</p> <p>(b)府全域の企業との連携を可能とする事業で広く府内から参加企業を募集する。(本会議所は当該支援については全国的にも先駆者であり、大阪府内を代表する支援機関としての実績がある。「次世代医療システム産業化フォーラム」を大阪府下の東大阪、八尾、堺、豊中、北大阪、茨木、大東、松原、守口門真、吹田の各地会議所と共催で開催している。)</p>								

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		第4次産業革命分野における新規事業創出促進事業		新規/継続	新規
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	第4次産業革命技術の進展により、個別顧客のニーズに基づく新しい市場が創造される中、現場力を有する中小企業には新たなビジネスチャンスの獲得が期待されている。その一方、第4次産業革命技術に関心はあるものの、取り組みには至っていない中小企業も多い。そこで、府内中小企業の第4次産業革命技術活用を支援し、新規事業創出につなげる。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	第4次産業革命技術を取り入れた新規事業創出を通じて、イノベーションに挑戦する府内中小企業			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	第4次産業革命技術の活用に関心を持っている中小企業は多いものの、中小企業庁が実施した「中小企業の成長に向けた事業戦略等に関する調査」では、その活用状況（活用している、活用を検討していると回答した企業）は1割未満と低く、活用に向けた支援のニーズは高いと考えられる。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値				
	反省点				
具体的な実施内容・手法	<input type="radio"/> 人材育成型	【開催案】 第4次産業革命技術に関する情報提供、企業によるシーズ（ツール）発表（年2回程度実施）			
	人材交流型	＜概要＞ 有識者からの第4次産業革命技術に関する動向の解説や、第4次産業革命を支援する企業（ITベンダー等）からの技術シーズ（ツール）説明、活用事例の紹介により、府内中小企業の第4次産業革命を活用した新規事業創出を促進する。あわせて、参加者と技術シーズ発表企業とのマッチングも実施する。			
	販路開拓型	＜講師案＞ 大学教授、コンサルタント、第4次産業革命技術を活用・提供している企業 等 ○参加者数：1回80人程度 ○支援企業数：1回50社程度			
	ハブ型				
	独自提案型				
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
府施策連携商12番（IT/IoTなどの新技術を活用した新事業創出の支援） (a)大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課新事業創造グループと共同で実施する。セミナー参加者は、同グループの「新事業創出オープンイノベーション促進事業（仮称）」への参加を促す。 (b)本会議所の広報ツール（大商ニュース、メールマガジン、FAX案内など）を広く活用し、あわせてMOBIOのネットワークや大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課等のメールマガジンを活用し、府内事業者に広く周知・募集を行う。					

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		第4次産業革命分野における新規事業創出促進事業				新規/継続	新規
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 50 社	第4次産業革命技術に関心がある中小企業の多さから、1回50社程度の参加を見込んだ。本会議所の広報ツール（大商ニュース、メールマガジン、FAX案内など）の他、各連携機関のメールマガジン等で周知・募集する。				
	支援対象企業の変化	指標	各回で実施するアンケートで「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	70%以上		
	その他目標値	目標値の内容→ 社					
	その他目標値2	目標値2の内容→ 社					
	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数	
	@20,100 円 ×	100 社 ×	1.00 =	2,010,000 円			
	円 ×	社 ×	=				
	円 ×	社 ×	=				
	円 ×	社 ×	=				
	円 ×	社 ×	=				
	円 ×	社 ×	=				
			(小計)	2,010,000 円			
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）				
			計	2,010,000 円			
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	<input type="checkbox"/> (a)施設連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
	2,010,000 円 ×	1.00 =	2,010,000 円	(0 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または別添で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割 (配分の考え方)				
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		中小企業人材育成・定着支援事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		2018 年度～ 年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	生産年齢人口が急速に減少していく中、人材確保や職場定着に課題を抱える中小・小規模企業が、先進的な取り組み事例から学ぶことにより、各企業における人材確保・職場定着の課題に気づき、その解決に向けた取り組みを進めることで、人手確保と職場定着率の向上を図る。		
	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(全ての業種)		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	2017年3月に中小企業庁がとりまとめた「中小企業・小規模事業者人手不足対応ガイドライン」によれば、中小企業の人材不足は経営上の不安要素として年々増大している。 また、2017年11月に大阪商工会議所と関西経済連合会が合同で実施した「経営・経済動向調査」では、回答企業の21.9%が、2017年の経営環境にマイナスを与えた項目として、「人手不足による事業制約」を挙げており、とくに非製造業においては、28.7%と最多の回答を示した。 さらに、大阪労働局が発表した2017年11月の有効求人倍率は1.68倍と、1974年7月以来の高水準を示す一方、新規の求職者数は30,166人で前年同月比マイナス5.5%と、求人数と求職者数のかい離はますます大きくなっており、中小・小規模企業の人材確保・職場定着に関する問題は、深刻さを増している。		
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値			
	反省点			
具体的な 実施内容・手法	○ 人材育成型	以下の通り2種類のセミナーを開催し、上記目的の達成を図る。 ①「中小企業・小規模事業者人手不足対応ガイドライン」解説セミナー 対象：人材確保・職場定着に課題を抱える中小・小規模企業 内容：それぞれの会社が抱える課題解決のための手法を見つ出すため、当該ガイドラインの解説や事例の紹介を行う。 講師：中小企業庁担当官など(未定) 回数：1回 時期：上半期(予定) 会場：大阪商工会議所など 支援企業数：30社 ②採用総合セミナー(仮称) 対象：「新卒・若年者」や「中堅社員層」の採用を検討している中小・小規模企業等 内容：採用計画を実効的にするための採用対象に応じた取り組みや注意点などを解説する。 講師：社会保険労務士、人事・採用コンサルタントなど(未定) 回数：2回 時期：上半期、下半期各1回(予定) 会場：大阪商工会議所など 支援企業数：1回15社		
	人材交流型			
	販路開拓型			
	ハズレ型			
	独自提案型			
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果			
		府施策連携第5番(中小企業人材育成・定着支援事業) (a)大阪府就業促進課企業支援グループと連携を図り実施する。 (b)各地商工会議所の経営指導員や商工会議所・商工会で共同運営するザ・ビジネスモール(事務局：大阪商工会議所)を通じて、事業PRリーフレットを配布し、活用を促す。		

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		中小企業人材育成・定着支援事業				新規/継続	新規
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 60 社	大阪府内の中小企業に広く参加を呼びかけるとともに、2017年度に実施した「採用支援セミナー」への参加企業など、若年者採用支援事業への参加経験がある企業にも個別に案内する。				
	支援対象企業の 変化	セミナーに参加した事業者が、得られた有益な情報や紹介された事例をもとに、今後の自社の人材不足に対応するための課題に気づき、自社で新たに取組むための方策を見出して取組むための契機となることを目指す。		指標	アンケート回収事業所のうち、自社における「人手不足対応」を進める上で、その課題が明確になった事業所の割合	数値目標	70%以上
	その他目標値	目標値の内容→ 社					
	その他目標値2	目標値2の内容→ 社					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		@20,100 円 ×	60 社 ×	1.00 =	1,206,000 円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
				(小計)	1,206,000 円		
				※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)	円		
				計	1,206,000 円		
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	円	負担金の積算			
		<input type="checkbox"/> (a)施設連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		
		標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)		
		1,206,000 円 ×	1.00 =	1,206,000 円	(0 円)		
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 または別添で説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割(配分の考え方)			
				円			
				円			
				円			
				円			
				円			

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		OSAKA STYLING EXPO LIVING部門		新規/継続	継続
想定する実施期間		2013 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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を製造・販売する中小・小規模企業等は、ユニークかつ優れた商品を擁しながらも、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、百貨店等の展示・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等が、当該催事期間中の接客を通じて来場客のニーズ等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等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、単にデザインが優れているだけでなく、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の製造業者・卸売業者・小売業者等			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	[2017年度出展者アンケート(抜粋)] 全体的な評価→満足・やや満足:全18社中17社 各出展者の応募動機と結果→①自社PR(14社中14社が「できた」)、②来場者との対話を通じた意見・情報収集(16社中16社が「できた」)、③新商品開発のきっかけを得ること(11社中10社が「できた」)、④販路開拓のきっかけを得ること(11社中7社が「できた」)等			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	2012年度から2015年度まで、高島屋大阪店と協力して取り組んできた。本事業がきっかけで、同じ高島屋の別の催事に出展することになった、高島屋の常備売場(プロバー)に採用されるに至った、別の百貨店の催事に呼ばれたなどの実績がある。2016年度は、はじめて(株)近鉄百貨店とタッグを組み、出展規模を拡大して、2017年1月18日(水)～24日(火)の7日間、あべのハルカス近鉄本店の催事場(第2催事場)で本イベントを実施した。応募企業は78社、出展企業は28社で共に過去最多。売上高は510万円であった。加えて、大阪府ものづくり支援課の販路開拓支援Gが手掛ける「大阪商品計画」(「大阪製」ブランド認定製品の予備軍育成的な位置づけ)ともタイアップして一体的な出展を実現し、大阪府施策との一層連携を深めた。 2017年度も、11月29日(水)～12月5日(火)の7日間、あべのハルカス近鉄本店の催事場(9階のメイン催事場)で本イベントを実施。応募企業は67社、出展企業は18社、売上高は468万円。府施策連携の一環で、同催事エリアの一角に「大阪製ブランド認証製品コーナー」(19社出展)も初めて設置した。			
	反省点	前回は1月に「4階第2催事場」での開催だったため、出展社数・1社あたりのスペースともに余裕があったが、一方で集客や売上では苦戦した。今回は百貨店書入れ時の12月に、店のメインの催事場となる「9階第1催事場」で開催できたため、1出展社あたりの集客・売上げで前回は大きく上回った。一方でスペースは窮屈になり、出展社数(支援対象企業数)も減少せざるを得なかった。多数の企業を支援したい主催者(大商)の意思と個々の出展社の成果・満足がトレードオフの関係となる。「大阪製ブランド認証製品コーナー」も、多くの来場者の注目を集め、本催事全体の売り上げにも貢献したが、一方、同コーナーと通常エリアと両方に開催していた企業のエリア間のリンケージが不十分であった。今後同様の企画を実施する場合、両エリアに開催している企業は通常エリアでの購入に誘導するなど工夫することで、相乗効果を出せるよう努める。			
具体的な 実施内容・手法	人材育成型	【実施プロセス】 1)大阪・関西に縁ある専門家(編集者、プロデューサー等)を、本事業のコーディネータ役に任命する。 2)本事業のテーマである「OSAKA STYLING」の今年度のコンセプトをコーディネータ役と協議の上、決定する。 3)決定したコンセプトに基づき、プロダクトデザイナーやクリエイター、その他生活雑貨製造業者・卸売業者・小売業者等から出展プロダクトを募集する。			
	人材交流型	4)大阪府の「大阪製ブランド」と連携を図り、認定・採択企業への応募を呼びかけるとともに、同認定の処遇とプロモーションにつきタイアップする百貨店と相談する。 5)コーディネータ役と大手百貨店等の担当者による2度の選考(1次選考:書類、最終選考:現物)で出展プロダクトを決定する。			
	○ 販路開拓型	6)出展プロダクトにつき、大手百貨店等(近鉄百貨店を想定)の販売促進担当者およびリビング用品担当バイヤーから、品質、スペック表示、価格表示、効果的な販売方法と陳列などを、個別面談形式でアドバイスしてもらい、販売前の段階でも、具体的かつ実践的な販売力アップの機会を設ける。 7)大手百貨店等(近鉄百貨店を想定)で展示・販売イベントを開催(7日間)。出展者(プロダクトデザイナーやクリエイター本人、または出展企業の従業員等)には、期間中、販売員として売場に常駐していただくことで、接客を通じて一般消費者から直接ニーズ等をヒアリングし今後の商品開発の参考にしてもらおうとともに、大手百貨店の顧客対応のマナーや個人情報の管理などを学んでもらう。			
	○ ハズカ型	※百貨店側の意向もあり、単にデザインが優れているだけでなく、商品や出展者の「大阪らしさ」をPRできる出展に注力する必要がある。一方、本事業の出展者には、新規開業者や初めて百貨店で販売する事業者が多い。そのため、販売商品の開発戦略、表示方法や接客技術など、トータルで大手百貨店の販売レベルにまで出展者をハンズオン型で支援する。 ※大阪府「大阪製ブランド」とも連携を図り、同認定企業(商品)に積極的に応募案内を行うとともに、そうした事業者が出展できるよう百貨店と協議する。			
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
府施策連携商18番(「大阪製」ブランド連携推進事業) (a)「大阪製」ブランド認定企業に出展応募を呼びかけるべく、大阪府ものづくり支援課の販路開拓支援G・製造業振興Gと連携を図るとともに出来る限り出展できるよう百貨店側に働きかける(2017年度も同課の協力を得て同認定企業が通常エリアに5社、「大阪製ブランド認証製品コーナー」に19社出展)。加えて、「大阪製」ブランド認定企業の中でも比較的直近に認定を受けた企業に対して重点的にアプローチし、「大阪製」ブランド認定製品そのものをクローズアップできるよう工夫する。また、昨年度より実施した「大阪製」ブランド認定企業の本事業出展費を免除するなどのインセンティブの継続も検討する。 (b)府内全域をカバーする業界団体等と連携して実施する。府内のリビング関連メーカー等に直接応募要項をDMするとともに、リビング関係の展示商談会等のイベントにて出展者を開拓していく。					

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		OSAKA STYLING EXPO LIVING部門		新規/継続	継続				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 20 社	平成28年度28社→平成29年度18社 ※平成29年度は上記とは別に「大阪製ブランド認証製品コーナー」に19社出展						
	支援対象企業の変化	大手百貨店等に店舗できないレベルの小規模事業者が、本事業を通じて百貨店での出店の実績をつくることできる。そのプロセスを通じて大手百貨店から様々な助言やノウハウの習得、ならびに販売経験の蓄積に加え、消費者や業界関係者に広く認知されることによって、今後の信用拡大、取引拡大、販路開拓につながることを期待できる。また、一般消費者と普段接触する機会がないプロダクトデザイナー等が、百貨店催事場での接客を通して消費者ニーズを直接把握し、新製品の企画や開発等に活かすことが期待できる。							
		指標	売上合計	数値目標	420万円				
	その他目標値	目標値の内容→ 1,400 人	支援数(1,400)：来場者数ではなく、実際の商品購入件数の過去3年平均(1229：27年度859、28年度1663、29年度1165)						
	その他目標値2	目標値2の内容→ 社							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@100,500	円 ×	20	社 ×	1.0	=	2,010,000	円
		@50,250	円 ×	1,400	社 ×	0.05	=	3,517,500	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
		円 ×		社 ×		=		円	
							(小計)	5,527,500	円
							※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)		円
							計	5,527,500	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準とおりの場合不要)	係数(0.05)：①ヒアリング等により各出展者が販売を通じて学び得た内容や今後の課題の把握に努めるなど、個々の出展者に対して密接なフォローアップを行うこと、②過去に本事業での出展を機に、別の百貨店催事への出展要請を受けた事業者が出るなど、百貨店等への出展により実績とノウハウをつけることが実際の販路開拓につながることから、BtoBに準ずるものとして補正係数を0.05とする。								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)					
5,527,500 円 ×	1.00	=	5,527,500 円	(0 円)			
補助金の団体配分(「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		役割(配分の考え方)					
				円					
				円					
				円					
				円					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		経営革新関係事業			新規/継続	継続			
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで		←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること				
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、公的支援策等の紹介 (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)本所や大阪府等による、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、中小企業者等。本会議所の会員・特定商工業者等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等。							
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2017年度の「経営革新・創業」窓口相談件数は10月末時点で210件あり、新商品開発や新事業展開等の取組みへの関心を持つ事業者は多く、経営革新計画策定のニーズは高い。また、過去において国のものづくり補助金の申請書に「経営革新計画」承認が記載(評価)項目になるなど、補助金申請の際にメリットがある点からも、同計画に高い関心が寄せられている。							
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2017年度は、7月19日「新規事業展開セミナー～『経営革新』の成功事例に学ぶ新ビジネスの育て方～」に63.5事業者が参加。当日アンケート回答61支援対象事業者のうち、「大商の専門相談を利用して『経営革新計画』作成・申請を行いたい」または「将来的に『経営革新計画』申請を検討する」「セミナーで得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の事業計画に役立てる」「セミナーで『経営革新計画』に関する理解が進んだ」の回答が59事業者に達した。セミナー開催を契機に、専門相談「創業・経営革新」を10社が延18回活用している。大阪府への経営革新計画の申請紹介件数は11月15日時点で5件(承認件数5件)。また、4支部にて10～11月「経営を革新する新製品・サービスへの挑戦～アイデア立案・売上計画作成のポイント～」を実施。自社の強みや顧客・市場ニーズを把握し、アイデアを実現可能な「売れる」売上計画に落とし込むノウハウについて、「経営革新計画」の成功事例も交え、経験豊富な講師が解説した。また、大阪府経営支援課の担当者が経営革新計画の制度や承認後の支援策について説明した。のべ参加者：131名、のべ支援企業数：117社。							
	反省点	2017年度セミナー当日のアンケート回答では、満足・やや満足と回答した事業者が全体の約9割強に達し、満足度面では前年度に比べ約2割増の改善をみた。一方で、事例紹介が全体的にやや多めとなり、経営革新計画の具体的な作成手法の話が極めて少ないことや、資料に見づらいところがあることなど、内容企画面および資料面の改善点について指摘を受けた。そこで今後は、1)時間配分が経営革新計画の意義・メリット・事例紹介に傾きがちであった構成を見直し、「経営革新計画」の構成や策定の概要を分かり易く解説する時間を適度に確保するように努め、2)当日配付資料は、不鮮明な部分や認識しづらい小さな文字を避け読み取り易い内容となるよう、講師と確認・打合せを尽くすなど、改善を図りたい。 支部で開催するセミナーについては、経営革新承認企業の新事業・新商品の創出までの具体的な手法や経営革新計画の必要性、策定するメリットに焦点をあて開催したい。							
具体的な実施内容・手法	○	人材育成型	<経営革新計画紹介セミナー> 7月頃実施予定。内容は以下のとおり。 1. 経営革新計画の概要 経営革新計画の立案方法、申請書の作成、経営革新承認企業の新事業計画策定・展開実例解説、公的支援策の紹介等 2. 経営革新計画承認企業事例紹介 経営革新計画の承認企業(法人事業者)から申請の背景、立案経過、承認後の事業進捗状況等を紹介。 3. 大阪府等の中小企業支援策(説明) 経営革新計画の承認後や新事業展開に際して活用できる公的支援策を紹介。 専門相談(創業・経営革新)をはじめ大阪府、大阪商工会議所等各団体の支援事業紹介 開催案内の広報については、府内公的機関および業界団体等における案内リーフレット設置や広報媒体を通じてPRする。						
		人材交流型							
		販路開拓型							
		ノウハウ型	<支部で開催する「経営革新セミナー」> 中小企業診断士を講師に招聘し、経営革新承認企業の新事業・新商品の創出までの具体的な手法や経営革新計画の必要性、策定するメリットや事業計画書の作り方を中心に解説する。具体的には、自社の強みを活かし、事業コンセプトを明確化するなど、サービス・製品の新規性、優位性、実現可能性を十分に検討して事業計画、売上計画を立てることで、より収益性を高める経営革新につなげる方法を説明する。また、大阪府経営支援課の担当者が経営革新計画の制度について紹介する。						
		独自提案型							
		<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	府施策連携商5番(経営革新の支援) (a)大阪府商工労働部経営支援課 経営革新グループと上記記載のとおり連携を図り、実施する。 (b)大阪府内事業者等を対象に実施。大阪府内の金融機関、ビジネス支援機関等の協力を得て参加募集・PRを実施する。 (d)実施にあたっては、専門相談と連動して、ビジネス支援成果や承認企業の新事業展開手法、公的支援策活用の実例提示を通じ相談利用の増進を図る。							

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		経営革新関係事業				新規/継続	継続			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 115 社	大商ニュースやHPによる広報、本所主催セミナー等での配布、地域金融機関府内支店等を通じてのチラシ配布、大阪府ほか各種団体のメール配信等におけるPR等を実施予定。 経営革新計画紹介セミナー55社 支部での「経営革新セミナー」60社							
	支援対象企業の変化	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	7社				
	その他目標値	目標値の内容→	社							
	その他目標値2	目標値2の内容→	社							
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		@20,100	円 ×	55	社 ×	1.00	=	1,105,500	円	
		@20,100	円 ×	60	社 ×	1.00	=	1,206,000	円	
			円 ×		社 ×		=	0	円	
			円 ×		社 ×		=	0	円	
			円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円		
(小計)							2,311,500	円		
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）								円		
							計	2,311,500	円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準どおりの場合不要）										
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等						
	②受益者負担		円	負担金の積算						
	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費			補助率		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
2,311,500 円		×	1.00	=	2,311,500 円	(0 円)				
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体または7/17/17で説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名			役割（配分の考え方）					
					円					
					円					
					円					
					円					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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>「開業サポート資金・小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」、「チャレンジ応援資金」をはじめとする大阪府の制度融資およびその他の公的融資制度の普及促進を行い、とりわけ「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）」については、地元金融機関と緊密に連携し、本会議所が事前の事業計画策定支援や経営指導に加え、資金調達後にはフォローを行う「金融と経営支援の一体的取り組み」により、開業者や小規模・中小企業の資金需要に対応し成長を支える。</p> <p>また、地域支援ネットワークの推進会である地域金融懇談会のメンバーを基盤として組織した地域プラットフォームを活用し、創業者や中小事業者の金融支援にあたって、本会議所では経営指導員、専門指導員等が経営支援を行うほか、高度な課題解決においては専門家による支援を可能とする枠組みも利用、本部・支部の拠点を活用し、事業者の様々なニーズに対して「金融と経営支援の一体的取り組み」の推進を強化する。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者・中小企業。大阪府内での創業を目指している者（大企業の社員、府外に在住する個人等を含む）。			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>大阪市内の事業者からの法定台帳等をもとに集約した結果、経営の関心項目について、2017年度13,054件の回答に対して、「融資・資金繰り」をあげている事業者は2,347件で全体の18%を占めている。</p> <p>また、本会議所の創業支援を受けた開業者等からは、相談による事業計画の内容改善、事業計画書の作成方法の理解向上、事業計画の客観視化等の成果があったとの声があり、金融支援と併せて事業計画策定等の経営支援を行う効果は高く、その入り口として当事業が大きな役割を果たすと考えられる。</p>			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>【本部開催分】 2017年度は、5月に制度説明会（支援数75.5社）、相談会（支援数20社）、9月に地元金融機関との交流会（支援数79社）を実施。2月21日に金融力強化セミナーと相談会を実施予定。また、公的融資制度紹介冊子を新規に作成し、「開業サポート資金」「小規模企業サポート資金」のチラシとあわせ、セミナー等参加者への提供するとともに、メール配信などにより広くPRした。また、開業サポート資金の利用希望者に対し、具体的な申し込みや相談事業につなげるため、個別相談を10月末までに18件実施。</p> <p>【支部開催分】 2016年度の支援実績は、支部金融説明会194社 支部金融個別相談会460社。2017年度は、9月末現在、制度融資説明会は6回（支援企業数110.5社、参加者115名、利用者満足度（得点）は、93.2点）、支部金融個別相談会は9回（支援企業数145社）を実施。説明会では、大阪府の融資制度や大阪信用保証協会の利用方法等の情報提供を行った。</p>			
	反省点	<p>本部開催分については、融資制度紹介等において金融機関が自社紹介に時間を割きがちであるため、商品内容や利用事例紹介に重点をおいた説明をしてもらうよう改善し、参加者が知りたい情報を伝えることで理解を深め融資制度利用につなげる。「開業サポート資金」は上半期の相談件数が伸び悩んだため、計画的にPRを行い年間を通じ安定的に利用相談や申込を獲得できるようにする。</p> <p>また支部開催分については、支援を必要とする事業者に対し、より効果的に制度融資を周知して導入につなげることが課題の一つであるため、次年度は資金繰りや融資審査のポイントなど融資前後の支援も含めたテーマを加えるなど、プログラムを工夫し、継続的な金融支援と一体化した制度融資の利用を促進していく。</p>			
具体的な 実施内容・手法	○	人材育成型	<p>【本部開催分】 地域支援ネットワーク参画機関の情報共有・交換および「金融と経営支援の一体的取り組み」をさらに推進するために、地域金融懇談会を2回程度開催し、地域の実情を把握するとともに、以下に記載するセミナー・相談会等の開催において効果的に反映させ、地域金融機関と連携して大阪府が目指す金融施策を実現できるよう協働体制を強化する。</p> <p>また、地域支援ネットワーク参画機関と連携し、大阪府の制度融資に関する広報物を作成するとともに、広く配布して制度の普及を図る。</p>		
	○	人材交流型	<p>①大阪府の制度融資などを紹介するセミナー、講演会等の開催 地域支援ネットワークの取組みや大阪府の制度融資を紹介する創業（予定）者や中小事業者向けのセミナーを開催する。開催時には、事業者の役に立つ融資や事例について情報提供に重点を置くよう留意する。</p> <p>②地域金融機関との交流会や個別相談会の開催および「開業サポート資金」の出張相談や個別相談の実施</p>		
		販路開拓型	<p>事業者と参画金融機関との交流会や相談会等を通じて、資金調達や経営支援につながる関係構築を支援する。また、「開業サポート資金」等について、計画的にPRを行うとともに、「特定創業支援事業」として実施する開業スクールにおいてもチラシ配布・説明を行う。また、本事業以外も含め、イベント実施時等の出張相談や、利用希望者に対するタイムリーな個別相談を行うことにより、具体的な申込みへ向けた準備に着手につなげ、相談事業の利用により円滑な融資を実現する。</p>		
		ハコ型	<p>①②ともに、府制度融資については必ず説明・PRを行い、事業実施後等に随時実績を報告する。</p> <p>【支部開催分】 より幅広く制度を普及し、相談案件の掘り起こしを実施すべく、上記の本部開催分の事業に加えて、市内5支部の各管轄区に所在する納税協会、産業会、工業会、個人タクシー協会等と連携して、制度説明会と個別相談会を開催する。必要に応じて、大阪府、四信金（大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか）、近畿大阪銀行、大阪信用保証協会、日本政策金融公庫、大阪産業振興機構設備支援課等に協力を仰ぎ、「地域支援ネットワーク」を活用しながら、支部の経営指導員の指導のもと、府制度融資や公的融資に具体的につながるよう実践的に対応する。その中で、融資の実行やその後の資金繰り安定経営に役立つ事業計画書の作成や資金繰り計画書の作成支援を行う相談事業へとつなぐ。</p>		
		独自提案型	<p>○ (a)府施策連携 ○ (b)広域連携 ○ (c)市町村連携 ○ (d)相談事業相乗効果</p>		
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<p>府施策連携商23番（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） (a)大阪府商工労働部金融課および地域支援ネットワーク参画金融機関等と事業運営において連携しながら実施する。セミナー・相談会等におけるアンケート内容を報告することにより、効果的な府制度融資への反映に努めていく。 (b)地域支援ネットワーク参画機関等の協力を得て、大阪府内全域からの集客に努める。 (d)交流会やセミナー、個別相談等を通じて、創業（予定）者や潜在的な成長力を持つ小規模・中小企業への啓蒙普及を進めていく中で、相談ニーズを把握し、経営支援につなげ、事業所カルテ化を図る。また、既カルテ化事業所にも各種事業をPRし、参加勧奨を行う。</p>			

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 715 社	【本部開催分】セミナー等160社、交流会・相談等135社 【支部開催分】金融説明会等120社、相談会300社 大商ニュース、メール配信、ホームページ掲載等に加え、地域金融懇談会参画機関を通じて広くPRする。				
	支援対象企業の変化	指標	説明会やセミナーの参加企業が、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割合		数値目標	回答の80%以上	
			交流会で自社に役立つ融資に関する情報、もしくは課題解決に関する情報、あるいは金融機関とのパイプを得たとの回答割合			回答の80%以上	
			個別相談を実施した事業者等が、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割合			相談件数の50%以上	
	その他目標値	目標値の内容⇒	社				
	その他目標値2	目標値2の内容⇒	社				
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		@20,100 円 ×	160 社 ×	1.00 =	3,216,000 円		
		@40,200 円 ×	135 社 ×	1.00 =	5,427,000 円		
		@20,100 円 ×	120 社 ×	1.00 =	2,412,000 円		
		@40,200 円 ×	300 社 ×	1.00 =	12,060,000 円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
			(小計)		23,115,000 円		
			※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)			円	
			計		23,115,000 円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)						
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	円	負担金の積算			
		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		
		標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)		
		23,115,000 円 ×	1.00 =	23,115,000 円	(0 円)		
	補助金の団体配分(「代」欄には、中核団体または「リッパ」で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割(配分の考え方)			
				円			
				円			
				円			
				円			
				円			

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

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		ICTを活用した新規事業の開発支援	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること		
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)	ICT技術の日進月歩はあらゆる産業、企業に構造の大変化をもたらし、それを駆使した革新的な事業を構築した企業の多くは、高収益を実現しているが、一方では中小企業の多くは、ICTを活用した新規事業の開発について取組み方法が分からないのが現状である。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ICTを活用した新規事業等の検討を希望する中小企業及び中小ITシステム開発企業			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	AI(人工知能)、ロボットなどの技術革新が今後さらに進むと共に、IoT(モノのインターネット)化がより一層加速することが予想され、大量のデータの取得・分析及び活用には、ICTの導入が必要不可欠となる。 大阪商工会議所で開催されたビジネス講演会、相談及び各種関連セミナーなどの参加者アンケートからも、ICTを活用した新規事業への関心が高く、支援を受けたいという内容の回答が多く見られる。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	2017年度は4回の開催を予定している。すでに2回開催済み。 9/29 東海ハネ工業(株) 常務取締役 夏目直一氏 実績：33(参加申込46名) 10/18 有限会社アドバンク 代表取締役 渡邊功氏 実績：22(参加申込34名) ※あと2回開催予定(依頼中)			
	反省点	回によって参加者数にばらつきがあるため、より幅広く意見を吸い上げてニーズの高いテーマ、成功事例を見出し、幅広い関心を集めて参加者増につながるよう工夫をする。また、ICT導入のためのマッチング及び個別相談につなぐため参加者及びコーディネーター間の交流をより促進できるよう運営の工夫を行う。			
具体的な 実施内 容・手法	人材育成型	各種事業を通じて中小企業経営者のICT活用に関する要望を把握し、その課題の解決に役立つ相応しいテーマ及び成功事例を見出し、成功された経営者を招いて、年度内に4回程度開催する。 ICTを活用した新規事業の展開に役立つ業種、事例をより早い段階で把握し、コーディネーターの専門家の意見も聞きながら、ICTを活用した事業展開に成功した経営者を招き、成功事例を学ぶとともに、導入側の中小企業と中小システム開発会社とのビジネス交流・マッチングの場を提供して支援する。			
	○ 人材交流型	4回はそれぞれ違う分野のテーマとし、各テーマに関心のある事業者をその都度募集する。また、コーディネーターによる個別相談を行い、ICT活用を支援する。			
	販路開拓型	HP掲載、大商ニュース、メール・FAX配信、大商ビジネスモールなどの大商の媒体通じて案内するほか、いままでのICT関連事業参加者により重点的に案内すると共に、大阪府下の各商工会議所に案内状配布とHP掲載、協力金融機関に案内状配布及び中小企業基盤整備機構のHP掲載依頼などを通じて、大阪府下の中小企業にも広く案内して参加を呼び掛ける。			
	ハブ型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		府施策連携商16番(中小企業のIT/IoT導入支援) (a)大阪府商工労働部中小企業支援室と事業運営において連携しながら実施する。研究会の開催内容などを報告することにより、効果的な支援体制を構築していく。 (b)大商と協力関係のある地域金融機関などを活用するほか、大阪府下の商工会議所の協力を得て大阪府内全域の様々な業種の企業に向けて参加募集・PRを実施する。また、ビジネス講演会、ICT関連セミナーなどの参加者からのアンケートで関心のある大阪府内の中小企業に積極的に案内する。 (d)研究会やマッチング及び個別相談などを通じて、ICTを活用して潜在的な成長力を持つ小規模・中小企業への支援を進めていく中で、相談ニーズを把握し、経営支援につなげる。			

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		ICTを活用した新規事業の開発支援				新規/継続	継続		
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで		←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること					
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	大商開催のビジネス講演会、関連セミナーなどの参加者アンケート、2017年度の進捗状況より算出。 HP掲載、大商ニュース、D-FAX・メール配信、各種事業での配布・PR、ICT関連事業参加者、大商事業協力金融機関及び各地商工会議所などにより配布、広く案内、募集する。						
	支援対象企業の変化	研究会を受講した経営者が、自社の経営課題に気付き、研究会で得た有益な情報を今後のICTを活用した新事業開発に活かすことにより、経営改善・経営革新に向けた契機となることを目指す。	指標	研究会で成功事例を学んだことが今後の経営などに役に立つと回答した割合	数値目標	参加企業の8割以上			
	その他目標値	目標値の内容→	社						
	その他目標値2	目標値2の内容→	社						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@40,200	円 ×	120	社 ×	1.00	=	4,824,000	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
							(小計)	4,824,000	円
							※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)		円
							計	4,824,000	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携		<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
4,824,000 円 ×		1.00	=	4,824,000	円	(0 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		役割 (配分の考え方)					
				円					
				円					
				円					
				円					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	←複数段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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>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ますます重要となる。近年は女性の社会進出が進み、企業は商品やサービス提供において女性の視点やセンスを取り入れる必要に迫られているが、男性と比べると、女性の就業率は低く、女性管理職比率も低い状態が続いている。</p> <p>そこで、女性労働者の定着と活躍を促進すべく、職場環境の整備や制度設計を支援し、中小企業の経営力強化を図る。さらに、企業事例集の発行や女性活躍推進法普及説明会等、2014年度からの取り組み成果に基づき、セミナー開催を通じて先進事例の普及に努めるとともに、女性管理職等の交流の場を設け、女性従業員の活躍・定着を支援する。加えてテレワークや保育サービス等、職場環境の整備を図る中小企業への情報提供の機会を設ける。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>大阪市内を中心に大阪府内に存する、質の高い即戦力となる人材を確保・定着させたい中小事業者、ならびに女性従業員の活躍促進を図り、組織強化をしたい中小事業者（経営者、管理職、女性就業者）また、テレワーク等多様な働き方や、企業主導型保育施設などを活用した保育サービスの充実、従業員の介護支援に関心がある中小事業者</p>			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>女性の活躍推進は政府の成長戦略の中核におかれ、働き方改革の一端を担っている。生産年齢人口が減少し労働力確保が難しくなるなか、即戦力として女性従業員に期待が寄せられる。さらに、仕事と家庭の両立を目指した働き方を支援し広めることで、生産性の向上も期待できる。受入側の中小企業においては未だに「女性の活用方法がわからない」などの声があるほか、育児や介護との両立支援、テレワーク等時間や場所にとられない働き方の促進など、質の高い人材の定着に必要な就業環境の整備など課題も多い。</p>			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>①女性活躍推進や女性リーダー登用促進に関するフォーラムを2回、企業主導型保育事業の事例紹介に関するセミナーを2回開催し、合計141社を支援した。今後12月に女性リーダーフォーラム、2月にテレワークフォーラムを開催予定。 ②中小企業が取り組む女性活躍推進の課題別セミナーを2回開催し64社を支援した。 ③保育施設見学・情報交換会を3回開催し9社を支援した。1月に女性管理職交流会を開催予定。</p>			
	反省点	<p>①女性活躍推進については中小企業ではまだまだ周知の余地があるため、人材確保の観点も加味し事業推進を図る。 ②企業主導型保育については、大阪府と引き続き連携し、企業主導型保育施設の利用向上のための周知を図る。さらに、女性が働きやすい環境整備の推進にあたって、柔軟な働き方が可能となるテレワークについても検討が必要。 ③大阪の女性活躍を推進するには女性リーダー輩出促進のため、女性管理職交流会の機会拡充が必要。</p>			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)	○ 人材育成型	<p>(1) テレワーク等多様な働き方の推進、保育サービスや介護支援の充実等による働き方改革によって、人材の確保・定着や女性活躍推進につながった企業の経営者等を招き、女性従業員の活躍メリットを紹介するフォーラムの開催や、企業主導型保育事業等の施策を紹介する説明会等を開催し、企業の人材確保・定着を支援する。フォーラム・説明会 160社</p>			
	○ 人材交流型	<p>(2) 企業における女性活躍推進にあたっての課題別に、演習型セミナーや交流会を開催する。セミナー40社、交流会18社 ①管理職、経営者向けセミナー ②育児・介護などにより時間の制約のある社員や人事担当者向けセミナー ③女性管理職や管理職を目指す女性の交流会</p>			
	販路開拓型				
	ハブ型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	○ (c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果
<p>府施策連携券8番（中堅・中小企業における女性の活用・戦力化支援事業） (a)雇用推進室就業促進課や女性プロジェクトチーム、OSAKAしごとフィールドと事業連携を行うとともに、事業の時期や内容の調整に関する連絡を密にとり、連携をはかる。特に就業促進課から要望の強い、企業主導型保育事業を活用した企業の保育環境整備については、連携を継続する。またOSAKA女性活躍推進会議の構成員として適宜連携する。テレワーク関連事業については、新たに労政課とも連携を図り進める。 (b)大阪府のポータルサイトやメールマガジン等を通じて、大阪府内広域に周知をはかり、関心企業の募集を行う。OSAKAしごとフィールド事業への誘導を図る。 (c)大阪市と「大阪市きらめき女性応援会議」の構成団体として企業関連事業について連携を行うとともに、大阪市女性活躍促進リーディングカンパニー事業や女性活躍推進企業調査とも適宜連携する。</p>					

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業		新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 218 社	フォーラム・説明会160社 上司向け・女性社員向けセミナー40社、女性管理職交流会18社 ※大商会員を中心に大阪府・関係団体と連携し広報集客する。		
	支援対象企業の変化	<p>①女性労働力の有効性を認識し、重要な戦力として女性を採用・継続就労する意欲が高まる。 ②成功事例等を知り、自社における人材発掘・採用の具体的な計画立案が可能になる。 ③女性管理職が他社の同じ立場の人と切磋琢磨し、仕事に対する意欲が高まり、社内の女性活躍を一層推進する。 ④保育サービスの現状を知り、自社における保育サービスの具体的なメニュー立案が可能になる。</p>			
	指標	①フォーラム・説明会に参加し、アンケートで「今後、女性従業員の定着・確保や活躍推進に向けて、前向きに検討したい」と回答した企業割合	数値目標	8割以上	
		②セミナーに参加し、アンケートで「女性従業員の具体的な活躍方法や環境整備について前向きに検討したい」と回答した企業割合		8割以上	
		③交流会に参加し、アンケートで「他社の取り組みを参考にし、仕事への意欲が高まり、社内での女性活躍を前向きに検討したい」と回答した企業数		14社以上	
その他目標値	目標値の内容→	社			
その他目標値2	目標値2の内容→	社			
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費
		@20,100 円 ×	160 社 ×	1.0 =	3,216,000 円
		@40,200 円 ×	18 社 ×	1.00 =	723,600 円
		@20,100 円 ×	40 社 ×	1.00 =	804,000 円
		円 ×	社 ×	=	円
		円 ×	社 ×	=	円
		円 ×	社 ×	=	円
		円 ×	社 ×	=	円
		円 ×	社 ×	=	円
			(小計)	4,743,600 円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）			円
		計	4,743,600 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準とおりの場合不要）					
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等		
	②受益者負担	円	負担金の積算		
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)	
	4,743,600 円 ×	1.00 =	4,743,600 円	(0 円)	
補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体または7/10で説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	役割（配分の考え方）		
			円		
			円		
			円		
			円		

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		海外市場開拓支援事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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>国内市場の縮小に加え、労働力の減少・確保難により海外市場・外国人労働力に目を向ける企業が増加している。その動きは大企業のみでなく、中小企業にも見られるが、経済的・人的資源が限られる中小企業にとってその全てが容易に海外事業に着手できる（もしくは拡大できる）とはいえない。そこで、本所が間に入り、可能な限りタイムリーで且つ、的確な情報と有益な機会を提供する。</p> <p>2018年度においては、日本企業の投資・貿易が集中するアジア地域との交流に主眼をおく一方、まだ日本商品・日本企業が多く出ていない新興国、新たな市場となりうる中近東、さらには日本食材を中心に「Made in Japan」のものに人気がある欧米地域に注力していく。</p> <p>2017年度に大筋合意した大型マルチEPAである（日EU、TPP11）の発効を見据え、これら参加国に関する情報提供、ミッションの派遣、招聘などを積極的に展開していく。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>海外ビジネスへの参入、拡大を目指す中堅中小企業</p> <p>※「日EU」および「TPP11」参加各国とのビジネス交流を目指すところには特に積極的に支援を行う。食品、機械、繊維(素材、製品)</p> <p>※マレーシア、マカオ、シンガポール、台湾等、アジアへの食品輸出を望む大阪の飲食店舗、飲食品製造業・卸業</p>			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p><ニーズ> 国内市場の縮小、特に若年労働力の確保難が見られる中小企業からは、日本商品の人気を有するアジア各国や中近東、日本の優れた技術を望む欧米諸国とのビジネス交流を望む声が少なくない。また一方で若手労働者の就職機会を供出したい韓国などからは日本企業との接触を望むとの要望が寄せられている。日本の農林水産物・食品の輸出は平成25年から4年連続で増加、平成29年1-9月の輸出実績についても5,683億円で対前年同期比5.4%増加している。</p> <p><把握方法> 常に海外ビジネスに関心企業の発掘に努めており、メール、機関紙、各種会合での案内等を通じてニーズの把握、更新を行っている。現時点のメールによる海外ビジネス関心先は約9,000人。</p>			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>2016年度実績：人材育成社613.5社(目標件数：490件)、人材交流395社(同245件)、販路拡大85社(同80件)</p> <p>※中小企業が個別に持つ課題に対し、大阪に居ながら様々な情報を提供することにより解決の糸口を提供したほか、海外市場での販路拡大につながった案件もあった。具体的成果としては、次のようなものが挙げられる。</p> <p>①中国との商談会にて、カセットコンロで調理可能な炊飯釜を製造するメーカーは、商談した中国系企業からサンプルの購入と代理店契約締結の申し出を受けた。</p> <p>②タイのバイヤーとの商談会では、S株式会社が果物の輸出で、株式会社Fが冷凍ケーキの輸出で商談成約。また、株式会社Tも商談成約可能性が高い</p> <p>2017年度実績：人材育成社316社(目標件数：490件)、人材交流117社(同255件)、販路拡大5社(同80件)</p> <p>(9月末現在)</p> <p>※販路拡大が少ないのは、下期に海外企業を招聘しての商談会およびODAスキームを利用したコンサルとのマッチング会の開催を予定しているため。</p> <p>○食輸出関連<2017年11月時点></p> <p>◆2017年6月29日実施 KIX「食」輸出セミナー(支援企業17.5社)：貿易の専門家や輸出経験に富む一般企業を講師に、貿易・輸出を行いたい関西企業に対して、知識提供の場をつくった。</p> <p>◆2016年6月29日実施 KIX「食」輸出商談会(支援企業32社)：タイ・マレーシア・シンガポール・マカオ・台湾等から計10社の食バイヤーを招き、関西企業が参加できる商談会の機会を提供した。</p> <p>◆2018年1月31日実施(予定) 「食」輸出セミナー</p>			
	反省点	<p>TPPなどの大型マルチEPAの発効を見据えた相談が多く、かなり専門的な支援を必要とした。それに対し、深部まで突っ込んだ支援が必ずしも提供できたかどうかは若干疑問が残る。この分野での専門家の発掘を継続し、中小企業に適確な助言ができるように心がけたい。また、販路探索においても結果的には中小企業のみならず大企業が参加するミッション、商談会にもなっている。大企業を排除することはできないが、さらに中小企業が利用しやすい事業展開をしていきたい。</p> <p>食輸出関連事業については、次年度は大阪港での食品輸出を焦点に置いたセミナー及び商談会も展開することで、加工食品等を海運で輸出したいというニーズにも対応し、幅広く参加していただける環境を整える。</p>			

4-2. 地域活性化事業 事業調査書

事業名		海外市場開拓支援事業	新規/継続	継続
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)	○ 人材育成型	<p>1) 海外市場開拓プログラム【販路】</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外調査団派遣時の商談 海外から来販するミッション、バイヤーとの商談会開催（地域別、品目別バイヤーの招聘） <p>2) 海外現地法人の設置・運営・活用化支援【交流、販路】</p> <ul style="list-style-type: none"> 勉強会（進出2・3年の企業向け等）の開催（企業囲み型で、3回シリーズで開催） ODA予算活用を目指した、中小企業とコンサルタントとの商談会 <p>※初めて海外進出を目指す企業および、既進出企業むけに、現地事務所の活用について学ぶ座学を開催。</p> <p>また、特に初心者向けには、「ODA予算」を利活用し、海外事業に長けたコンサルタントとの協業方式にすることで容易く海外事業に取り組みめるような工夫を施す。30年度は「安全・安心に関するプロジェクト」を推進するため、特別にプラットフォームを立ち上げ、同クラスターに関わる中小企業を重点支援する。</p>		
	○ 人材交流型	<p>3) 中国ビジネス支援事業【育成、交流】</p> <ul style="list-style-type: none"> 専門家等による日常的相談を実施（中国市場への販路拡大、中国から第3国への事業展開等について） 中国専門士業の方々を招いての一日相談会の実施 高齢者向けシルバー産業を中心に中華圏、東南アジア等への展開支援のためのマッチング等を実施する。 		
	○ 販路開拓型	<p>4) 新興国市場開拓ミッションの派遣【交流】</p> <ul style="list-style-type: none"> TPPなど大型EPAスキームをつまかく利活用できる国をターゲット（東南アジア等）にミッションを派遣。 <p>5) EPA（FTA）活用ビジネス支援【育成、交流】</p> <ul style="list-style-type: none"> EPA（FTA）を活用した海外販路開拓についてセミナーを開催 <p>※EPA協定（新規・既存）の利活用における実務の内容を分かりやすく説明するセミナーを開催するほか、税関や国の施策「新輸出大国コンソーシム」との連携などにより具体的インセンティブを解説する説明会も開催。</p> <p>※TPP11、日EUのEPA協定に向けた具体的手続きや詳細な内容の公表によるセミナー、相談業務を積極的に展開。</p>		
	ハズカ型	<p>6) 海外ビジネスワンストップサービス事業【育成、交流、販路】</p> <ul style="list-style-type: none"> 情報セミナーの開催（海外に出向かず、大阪にて情報が一挙に入手できる「ビジネスワンストップサービス」の提供） 各地域、国に対する個別相談（中国は除く） 来販する海外ビジネスパーソンとの個別商談会の実施 		
	独自提案型	<p>7) 食輸出関連事業【育成、販路】</p> <ul style="list-style-type: none"> 関西国際空港および大阪港からの食品輸出取引拡大のため、日本食の人気の高いマレーシア、マカオ、シンガポール、台湾等への①輸出促進セミナーおよび②各国のバイヤーとの個別商談会（国内）を実施する。セミナーや商談会の開催会場には、関西・食・輸出推進事業協同組合や近畿農政局などに相談ブースの出展を要請し、参加企業に対して多面的な支援を行える環境を整える。 また、大阪港を活用した食輸出セミナー及び商談会は本年度より実施する。 		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<p>○ (a)府施策連携 ○ (b)広域連携 (c)市町村連携 (d)相談事業相乗効果</p> <p>府施策連携商22番（海外ビジネス展開希望会社の発掘・支援事業）</p> <p>(a)海外バイヤー招聘に関しては、大阪府上海事務所等と連携を取りながら、購買力のある企業の選定など十分連携して事業に取り組む。また、各種相談（中国ビジネス相談、EPA利活用相談）に関しては、大阪府と（公財）大阪産業振興機構コーディネーターとも情報を共有するなど連携しての支援体制をとる。海外ミッション派遣についても、知事訪問後の具体的ビジネス促進につながるよう、相乗効果が出るものを心がける。（具体的訪問国、時期については、常に担当部局とすり合わせを行っている）</p> <p>(b)府内中小企業リストの活用や独自の広域にわたる関心企業リスト活用等を行うことで府内全域の事業者を対象とする。食輸出関連事業に関しては本事業をきっかけに誕生した「関西・食・輸出推進事業協同組合」と連携し参加招請を行う。</p>			

4-2. 地域活性化事業 事業調査書

事業名		海外市場開拓支援事業				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	【人材育成型】中国ビジネス支援セミナー80社、EPA活用ビジネス支援セミナー参加60社、情報セミナー350社、食輸出セミナー20社 【人材交流型】(係数1.5)中国ビジネス視察団5社、新興国市場開拓ミッション10社、(係数1.3)勉強会35社、中国ビジネス相談会100社、EPA関連相談100社、個別相談5社 【販路開拓型】海外開拓市場ワーカー60社、ODA関連商談会10社、個別商談10社、食輸出商談会30社				
	支援対象企業の変化	【人材育成型】セミナー等情報提供支援対象企業は、海外進出や輸出について必要な知識を得ることで具体的な拠点設立や販路開拓へ取り組みを進めることができるようになる。(事業番号3, 5, 6, 7) 【人材交流型】ビジネス相談支援対象企業、勉強会参加企業は、個別ニーズに沿った最新情報や対応アドバイス提案を受けることでビジネス上のトラブルを避けたり、効率的な展開が可能となり、成功する確率が高まる。(事業番号2, 3, 4, 5, 6) 【販路開拓型】商談会の支援対象企業は、優良な製品、技術を持ちながらコンタクト先が得られなかった状況から、具体的な海外企業との接触によって、海外市場参入の足掛かりを得ることができる。(事業番号1, 2, 6, 7)					
	指標	アンケートにおいて、セミナー事業に参加したことが今後の海外展開に「役立つ」「やや役立つ」と回答した企業の割合	数値目標	75%以上			
		個別相談事業、勉強会参加企業が今後の海外展開に「役立つ」または「やや役立つ」とした企業の割合		75%以上			
その他目標値	目標値の内容→	社					
その他目標値2	目標値2の内容→	社					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	報告書	係数	標準事業費	
		@50,250 円 ×	80 社	×	1.50 =	6,030,000 円	
		@40,200 円 ×	15 社	×	1.50 =	904,500 円	
		@40,200 円 ×	35 社	×	1.30 =	1,829,100 円	
		@40,200 円 ×	205 社	×	1.00 =	8,241,000 円	
		@20,100 円 ×	510 社	×	1.00 =	10,251,000 円	
		@50,250 円 ×	30 社	×	1.00 =	1,507,500 円	
		(小計)				28,763,100 円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)					円
		計				28,763,100 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)	海外調査団派遣事業(現地商談会等を含むミッション派遣)については、大阪府内でこうした事業が展開できるのは、本所のほかは、JETRO等支援機関も限られていることから付加価値があると判断し、1.5の増補正をした。海外企業との商談、海外展示会出展支援については、外国企業との調整ができる人材が必要である等、国内企業とのマッチングよりもコスト的な負担がある。また、事業者にとっても、会議所等公的機関が中に入ることによって安心してマッチングにのぞめること、また、戦術のとおり、大阪府内でこうした事業が展開できるのは、本所のほかは、JETRO等支援機関も限られているから付加価値があると判断し、1.5の増補正をした。					
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	円	負担金の積算			
		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携		<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
		標準事業費	補助率	補助金額		(①市町村等+②受益者負担)	
		28,763,100 円 ×	1.00 =	28,763,100 円		(0 円)	
	補助金の団体配分(「代」欄には、中核団体またはリンクで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割(配分の考え方)			
				円			
				円			
				円			
				円			

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		MoTT _o OSAKA オープンイノベーションフォーラム		新規/継続	継続			
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること				
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目指す。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・技術開発を目指す事業所 など						
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>昨年度、NEDOが「オープンイノベーション白書」を初めて取りまとめるなど、昨今、自社の保有する資源・技術のみを用いて製品開発等を行う「自前主義」を脱却し、戦略的に組織外の知識や技術を積極的に取り込むオープンイノベーションの取り組みが注目を集めており、専属部署を立ち上げる企業も増えてきている。</p> <p>一方、独力ではなかなか大手企業とつながりを持ってない中小企業にとっては、こうした機会を利用することによって、大手企業の担当者との直接のやり取りが実現できるため、オープンイノベーションへの期待度は高い。大手・中小どちらの立場からも、オープンイノベーションへの取り組み意欲が高まっている。</p>						
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>【キックオフセミナー】6月29日開催(参加者数78名、支援対象企業数48社)</p> <p>【技術ニースマッチング】<ニース説明会>・大阪ガス：7月10日開催(参加者数303名、支援対象企業数115社)・ダイキン工業：8月23日開催(参加者数311名、支援対象企業数114社)<ビジネスマッチング会>・大阪ガス：9月開催(参加企業数49社、支援対象企業数23社)・ダイキン工業：11月開催</p> <p>【技術シーズ商談会】<シーズ説明会>・大阪ガス：10月3日開催(参加者数63名、支援対象企業数35.5社)・イトーキ、JAXA、富士通：11月9日開催(参加者91名、支援対象企業数集計中)<個別商談会>・大阪ガス：1～2月開催・イトーキ、JAXA、富士通：2～3月開催</p>						
	反省点	<p>大手メーカーにとっては、フォーラムの場で具体的な技術ニースを発表することへのハードルが高く、協力を取り付けることが難しい。一方、何らかの形でオープンイノベーションを推進したい企業は増えており、セミナーにおける事例発表の場を提供することで、具体的な技術ニース発表につながるよう、引き続き努める。</p> <p>また、参加者は増えたものの、大阪府内の支援企業数は横ばいとなった。技術ニースマッチングにおいても府内商工会議所と共催する、D-FAX等の広報手段を工夫するなど、支援対象企業数の向上に努める。</p>						
具体的な 実施 内容・手法	○ 人材育成型	<p><人材育成型事業> 計570社 ※係数1.2</p> <p>(1)オープンイノベーションセミナー(年間1回)</p> <p>支援企業数：1回60社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大手企業への自社技術提案のコツ ・大手企業が提案企業に求めるポイント ・提案力の高い中小企業による事例発表 ・人的交流活動 						
	○ 人材交流型	<p>(2)技術ニースマッチング ニース説明会(年間3回)</p> <p>支援企業数：1回120社程度</p> <p>(直近3回(大手・中堅企業からの技術ニース説明会)の実績平均119.5社/回)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大手企業におけるオープンイノベーションの取り組み紹介 ・大手・中堅企業のニースの発表 ・人的交流活動 						
	販路開拓型	<p>(3)技術シーズ商談会 シーズ説明会(年間2回)</p> <p>支援企業数：1回75社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大手・中堅企業のシーズの発表 ・シーズ活用事例の紹介 ・人的交流活動 						
	ハブ 杓型	<p><人材交流型事業> 計105社 ※係数1.2</p> <p>(1)技術ニースマッチング ビジネスマッチング会(年間3回)</p> <p>支援企業数：1回25社程度</p> <p>(ビジネスミーティング直近3回の同事業実績平均16社/回)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大手企業と中小企業の面談 <コーディネータが支援> 						
	独自提案型	<p>(2)技術シーズ商談会 個別商談会(年間2回)</p> <p>支援企業数：1回15社程度</p>						
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果
		<p>府施策連携商14番(ものづくり支援拠点(MOBIO)連携推進事業)</p> <p>(a)事業運営については、関西広域連合、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課と連携して実施する。</p> <p>(b)MOBIO、関西商工会議所連合会などの商工会議所のネットワークを利用し、府全域の中小企業への網羅的な広報を行う。D-FAXシステム等を活用し、様々な業種の企業へ案内する。</p>						

4-2. 地域活性化事業 事業調査書

事業名		MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	オープンイノベーションのニーズはますます高くなるが見込まれるため、人材育成570社、人材交流105社と設定。 「MoTTo OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課等と連携し、広く府内から事業者を集める。						
	支援対象企業の 変化	①人材育成事業参加者には、事例紹介などを通じてオープンイノベーションとはどういうものかを周知し、販路開拓への具体的な気づきを与え、マッチングへの動機づけを行う。 ②技術ニーズマッチングのビジネスマッチング会については、引き合わせ数が各回20件以上となるように努め、参加企業の販路開拓に寄与する。 ③技術ニーズ商談会の個別商談会については、引き合わせ数が各回10件以上となるように努め、参加企業の販路開拓に寄与する。	指標	①当該事業で得た知識等を今後の経営に役立てると回答した割合	数値目標	70%			
				②商談マッチング(引き合わせ)数		20件			
				③商談マッチング(引き合わせ)数		10件			
その他目標値	目標値の内容→								
その他目標値2	目標値2の内容→								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@20,100	円 ×	570	社 ×	1.20	=	13,748,400	円
		@40,200	円 ×	105	社 ×	1.20	=	5,065,200	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
		円 ×		社 ×		=		円	
		(小計) 18,813,600 円							
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%) 円							
		計 18,813,600 円							
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	本事業の実施にあたっては、大阪府内にとどまらず、関西商工会議所連合会や北陸・関西連携会議といった商工会議所ネットワークを活用して、広域から参加企業を募集する。大企業と中小企業のマッチング事業等の場合、いかに大企業からの発注案件を得られるかが、事業成功の鍵をにぎる。大阪府内だけを対象とせず広く府外からも事業者を募集し、発注側を十分に満足させる技術力の高い事業者に大阪にいながらにして出会えるという参加意義を、発注側の大企業に感じさせ、継続的に良質な発注案件を提供してもらえるよう努める。よって、府内事業者にとっても商談相手の拡大・ビジネスチャンスの創造につながるという高付加価値があることから、0.2の増補正を行った。							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)					
	18,813,600 円 ×	1.00 =	18,813,600 円	(0 円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または別カで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名			役割(配分の考え方)				
	○	大阪商工会議所	17,786,490 円	参加企業数は、オープンイノベーションセミナー(人材育成事業)60社、技術ニーズマッチングのニーズ説明会(人材育成事業)各回120社、同ビジネスマッチング会(人材交流事業)各回25社、技術ニーズ商談会のニーズ説明会(人材育成事業)各回75社、同個別商談会(人材交流事業)各回15社と想定。このうち、共催の東大阪・八尾の各商工会議所へ団体配分する。本会議所は企画・運営業務ならびに事業費(東大阪・八尾の各商工会議所の募集及びフォローアップ等の経費を除く)を負担する。本事業は1.2の独自補正係数がついているが、支援企業数に応じた補助金を各会議所に団体配分する際には、1社当たりの補助率は0.7を適用し、残りの0.5は主に運営を担う本会議所に配分する。					
		東大阪商工会議所	619,080 円						
		八尾商工会議所	408,030 円						
				円					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー		新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	←複数段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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>○環境関連法令は、日々、規制強化の方向で新規制定・改正されている一方で、中小企業においてはこうした情報をタイムリーに収集できる人材が不足しており、知らぬ間に法令違反を犯してしまう可能性がある。</p> <p>○また、原発稼働停止などを要因とする国内の不安定なエネルギー供給事情や、国として2030年度までに温室効果ガスを2013年度比26%の削減を求める約束草案を世界に示すなど、各企業に一層の新エネ・省エネへの取り組みが求められており、具体的な対応策についての情報ニーズも高まっている。</p> <p>○そこで、環境法令や、省エネ・新エネ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いただく。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>○府内中小企業の環境部門責任者・担当者</p> <p>○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</p> <p>○エネルギー分野で新規事業展開を目指す中小事業者</p>			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>○企業規模を問わずコンプライアンスが求められる中、自社だけでは十分な情報収集ができない中小企業からは、規制強化の方向で新規制定・改正される環境関連法令について、法令の内容や企業の対応方法などの分かりやすい解説を求めるニーズが高い。</p> <p>○また、電気料金の値上げなどが背景で、積極的に省エネ・節電に取り組む企業が増えている。</p> <p>○一方で、燃料電池車、水素ステーションなど、新エネルギー活用の機運が高まりつつあり、新たなビジネスチャンスを目指し、新エネルギー関連産業の情報が求められている。</p>			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」</p> <p><1回目>2017年6月30日開催(参加者数89名、支援対象企業数40、5社)</p> <p><2回目>2017年12月7日開催(参加者数102名、支援対象企業数42、5社)</p> <p>「中小企業のための『バッテリーを活用したロボット産業参入セミナー』」2017年7月21日開催(参加者数124名、支援対象企業数58社)</p> <p>「水素関連産業新技術ニーズ説明会」2017年10月26日開催(参加者数58名、支援対象企業数20、5社)</p>			
	反省点	<p>7月の「バッテリーを活用したロボット産業参入セミナー」において、受講者に関心の高いトピック・講師を選定した結果、昨年度の同事業セミナーの参加者数を上回った。一方で、10月の「水素関連産業新技術ニーズ説明会」では、中小企業にとって新規参入への障壁が大きい分野であるため、参加者数が伸び悩んだ。次年度も、中小企業が身近に感じ、その後の経営に活かせるプログラム構成を心がけ、ビジネスの可能性が広がる情報を提供したい。</p>			
具体的な 実施内 容・手法	○ 人材育成型	<p>【開催案1】「中小企業のための省エネ・省CO2セミナー」(年2回程度実施)</p> <p><概要></p> <p>エネルギー政策の現状や見通し、また、先進的に節電・省エネや再生可能エネルギーの活用に取り組む企業の事例発表などにより、企業のエネルギー課題への対応を支援する。あわせて、省エネ機器導入などに活用できる補助金の情報なども提供する。</p>			
	人材交流型	<p><講師案></p> <p>省エネの専門家、大阪府、先進的に省エネに取り組む事業者(省エネ大賞受賞企業など)等</p> <p>○参加者数 : 1回100人程度</p> <p>○支援企業数: 1回30社程度</p>			
	販路開拓型	<p>【開催案2】「新エネルギー関連産業参入促進セミナー」(年2回程度実施)</p> <p><概要></p> <p>水素(FCV、エネファーム、水素製造装置)や蓄電池(PHV・EV、無人搬送機、産業用ロボット)など、今後一層の成長が期待できる分野の現状・見通しの解説や、先進的に新エネルギー分野に取り組む企業の事例発表などにより、府内ものづくり中小企業の新エネルギー産業分野への参入を後押しする。また、大手企業の最新ニーズ発表の機会なども設け、中小企業による新エネルギー関連産業参入を促す。さらには、講演会後に名刺交換会や交流会を実施し、参加者と講演者との交流の場を設けることで、とくに新エネルギー産業分野以外の府内ものづくり中小企業者が新規参入しやすい環境を整える。</p>			
	ハブ型	<p><講師案></p> <p>新エネ関連産業事業者、新エネ分野に取り組む中小事業者、所管省庁や大阪府、大学教授等</p> <p>○参加者数 : 1回120人程度</p> <p>○支援企業数: 1回50社程度</p>			
	独自提案型				
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		<p>府施策連携第1番(新エネルギー産業分野への参入促進)</p> <p>(a)大阪府立環境農林水産総合研究所や大阪府環境農林水産部と共同で実施し、省エネや環境法令等を取り上げ、開催案2では、大阪府商工労働部成長産業振興室新エネルギー産業課と共同で実施し、新エネルギー産業の市場や業界の最新動向を紹介するなど、府内中小企業全般に有益なプログラムとする。また、参加者を、大阪府商工労働部成長産業振興室新エネルギー産業課の事業である、「戦略的技術提案ワークショップ」や「おおさかスマートエネルギーパートナーズ」へ誘導する。</p> <p>(b)大阪商工会議所の広告媒体(大商ニュースやメールマガジンなど)を広く活用し、あわせてMOBIOのネットワークや大阪府立環境農林水産総合研究所、大阪府環境農林水産部、大阪府商工労働部成長産業振興室新エネルギー産業課等のメールマガジンを活用し、府内事業者にも広く周知・募集を行う。</p>			

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 160 社	次年度も今年度と同程度の支援対象企業の参加が見込めると考え、160社と設定。セミナーの告知は、大商の広報ツール（メールマガジン、FAX案内、過年度の同事業におけるセミナー参加者への一斉情報提供）の他、各連携機関・支援機関のメールマガジン（MoTToメール、MOBIOメールマガ、けいはんなメール、ビジネスプラザおおさか、中小機構近畿メールマガ等）を通して周知・募集する。				
	支援対象企業の変化	指標	当該事業で得た知識等を、自社の課題解決や新事業の展開など今後の経営・事業運営に役立てると回答した割合		数値目標	80%	
	その他目標値	目標値の内容→ 社					
	その他目標値2	目標値2の内容→ 社					
	算定基準	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
		@20,100 円 ×	160 社 ×	1.00 =	3,216,000 円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
				(小計)	3,216,000 円		
				※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）	円		
				計	3,216,000 円		
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
	3,216,000 円 ×	1.00 =	3,216,000 円	(0 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または7割以上で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割（配分の考え方）				
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		水ビジネスの企業連携・海外展開支援		新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	排水処理等の水ビジネスへの新規参入や海外展開を目指す企業を対象に、現地の市場・規制動向や、ニーズ、水関連展示会の開催情報、関係団体の水ビジネス支援事業など、様々な情報を提供し、大阪・関西の優れた水関連技術の輸出強化を目指す。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	プラントメーカー、サプライヤー(部材・部品製造業者)、管理・運営サービス企業など、水ビジネス分野において新規参入や海外展開を目指す企業			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	○産業水道関連や、上下水道関連分野の市場規模は、2013年時点で約50～60兆円であるが、人口増加や、水不足による上下水道の需要増、新興国の経済発展・工業化による工業用水の需要増などで、同市場は2025年頃に100兆円を超えると予測されており、すぐに成果に結びつかないとしても、成長を続けている市場に今から種をまいておく必要がある。 ○本所は、水関連企業の海外展開を支援するプラットフォーム事業「関西・アジア 環境・省エネビジネス交流推進フォーラム「Team E-Kansai」」の協力機関に名を連ねている。同フォーラムには、府内中小企業など水・環境ビジネスに関心を持つ企業がメンバーとして登録しており、企業ニーズは依然高いと思われる。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	①「アジアの水ビジネス 市場動向セミナー」2017年7月28日開催 参加者数79名、支援対象企業数33.5社 ②「インドネシア 水・環境ビジネス参入セミナー」2017年12月19日開催 参加者数60名、支援対象企業数15社			
	反省点	7月の「アジアの水ビジネス 市場動向セミナー」では、昨年度の同テーマのセミナーと比較すると参加者・支援対象企業数はともに減少したが、今年度も定員を上回る申込みがあり、水ビジネス関連情報のニーズの高さを感じた。12月の「インドネシア 水・環境ビジネス参入セミナー」では、支援対象企業の割合が想定より大幅に低い状況であった。支援対象となる中小企業の関心が高い地域やテーマの設定を心がけ、支援企業数の確保に努める。			
具体的な 実施内 容・手法	○ 人材育成型	【開催案】「アジアにおける水ビジネス関連セミナー」(年2回程度実施) <概要> 水ビジネスに関する国内外の市場動向、技術開発動向、海外展開の成功事例などの情報を提供する。あわせて、企業間交流の機会も設ける。 ○参加者数 : 1回80人程度 ○支援企業数 : 1回30社程度			
	人材交流型	◆プログラム案◆ ①今後一層の水処理のニーズが見込まれる地域(台湾、中国、タイ、ベトナム、インドネシア、マレーシア、インド等)に着目し、各国の環境規制や市場概況について解説する。 (講師案) ジェトロ、シンクタンク 等			
	販路開拓型	②上記地域への展開に実際に取り組む日本企業より事例を紹介する。 (講師案) 日吉、大洋産業、パイプデザイン 等			
	ハブ型	③関係団体より関連施策を紹介する。 (講師案) 大阪府、大阪市、地球環境センター 等			
	独自提案型	④交流会(1回40人程度、年1回程度) 講演者と参加者の意見交換の場の提供。府内の水ビジネス関連企業の海外進出を後押しする。			
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	府施策連携商22番(海外ビジネス展開希望企業の発掘・支援事業) (a)本事業は、府内中小企業の水関連ビジネスを通じた海外展開・販路拡大を支援する事業であり、大阪府水ビジネス関連サイトや大阪ビジネスサポートデスク等の大阪府の施策をPRする。 (b)大阪商工会議所の広告媒体(大商ニュースやメールマガジンなど)を広く活用し、あわせてMOBIOのネットワークや大阪府環境農林水産総合研究所等のメールマガジンも活用しながら、府下の中小企業に事業参加を積極的に呼び掛ける。また、必要に応じ、Team E-KansaiやJETROなどの関係団体と協力して事業を実施する。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		大阪・関西IoT活用推進フォーラム		新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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>「日本再興戦略2016」において、IoT、ビッグデータ、人工知能、ロボットを活用した「第4次産業革命を我が国全体に普及させる鍵は、中堅・中小企業である。中堅・中小企業が現場のニーズ、現場目線でITやロボット導入を進めていくことが重要である」と記載されている。</p> <p>この戦略に基づき、経済産業省が推進する「ロボット革命イニシアティブ協議会」では、「IoTによるビジネス変革WG」の下に、「中堅・中小企業アクショングループ」が設置され、事例集の策定やIoT導入コンサルタントの育成、製造業向けツールの開発などが実施されている。</p> <p>本会議所は、このアクショングループに委員として参画しており、同グループでの議論の成果も生かしながら、第4次産業革命の実現による新ビジネスの創出、中堅・中小企業への波及を推進する。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	IoTを導入・活用して経営力の強化、効率化を目指す事業所			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	2017年度の参加者アンケートにおいて、本フォーラムへの期待(複数回答)を聞いたところ、「IoTの活用メリットや施策等に関する最新情報の提供」「先進企業におけるIoT活用事例に関する情報提供」という回答が7割を占めている。また、IoT活用ニーズ(複数回答)については、「新たなビジネスモデルの創造」という回答が半数を超えており、IoTを活用した経営力強化へのニーズは、極めて高いと考える。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>「大阪・関西IoT活用推進フォーラム」</p> <p><第4回例会>7月25日開催(参加者数126名、支援対象企業数58社)</p> <p><第5回例会>10月16日開催(参加者数107名、支援対象企業数59.5社)</p> <p><第6回例会>2018年1月31日開催(予定)</p>			
	反省点	IoTへの注目は依然として高く、多くの参加者を得ることができたが、一方で、参加者が求める情報・内容は非常に多岐にわたっており、さらに多くの参加者を集め、満足度を高めるためのテーマ選定が必要である。また、IoTの活用を推進するためには、先進事例を分かりやすく伝えていくことが重要であり、IoTを実際に導入、成功した企業の事例を紹介することで、参加者の自社でも実践する機運を高め、個別相談につなげる。さらに、支援対象企業数の増に向け、ホームページ、メール・FAX配信等、大商のリソースを最大限の活用するとともに、大阪府・市の広報媒体、その他団体の広報媒体を活用し、参加者申込者の増につなげる。			
具体的な 実施内 容・手法	○ 人材育成型	<p><人材育成型事業> 計240社</p> <p>■例会の開催(年間3回)</p> <p>支援企業数:1回80社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> IoTの活用方法やメリット、施策等の情報提供 企業によるIoT活用の事例紹介 IoT活用ツールの紹介 交流会(名刺交換会) <p><人材交流型事業> 計15社</p> <p>■IoT導入支援の個別相談</p> <p>支援企業数:例会1回につき5社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> 例会で紹介したIoT活用ツール等の導入に向けた個別相談(対象:例会の参加企業) 			
	○ 人材交流型				
	販路開拓型				
	ハコ型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	<p>府施策連携商16番(中小企業のIT/IoT導入支援)</p> <p>(a)事業運営については、大阪府商工労働部 中小企業支援室 大阪府IoT推進Lab担当、同商業・サービス産業課 新事業創造グループと連携して実施する。</p> <p>(b)本所の広報媒体(大商ニュースやメールマガジンなど)を広く活用するとともに、あわせて協力団体(一般財団法人関西情報センターを予定)の広報ツールを活用する。また、関西商工会議所連合会のネットワークを活用して、関西広域から参加企業を募集する。</p>

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		中小製造業者と大阪府内公設試験研究機関・大学の技術交流		新規/継続	継続
想定する実施期間		2012 年度～	年度まで	←複数段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような 状態にしたいか)	大手企業の生産拠点が海外（特にアジア地域）に流出し、大手企業と中小製造業者の下請・協力関係が解消・希薄化するなどの経営環境の変化もあいまって、中小製造業者は自律的な事業展開に向けて付加価値の高い自社製品の開発や次世代ものづくりに向けた技術力の向上などを求めている。しかしながら、中小製造業者は、財政的にも人的にも制約があり、それらに投入できる経営資源に限界がある。その一方で、大阪府域には高度な基礎研究などを行っている大学や中小製造業者の技術支援を長年にわたって行ってきた公設試験研究機関が集まっており、その研究成果の活用を広く産業界での活用を求めている。本事業は、産学官の連携を促進し、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を主たる対象とする。			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小製造業者が大学や公設試験研究機関などが有する最新の研究成果（技術シーズ）に関する情報を入手できる機会として、下欄の通り参加者を得ている。第四次産業革命など今後成長・発展が見込まれる産業分野・テーマをさらに取り上げることで企業のニーズを掘り起こし得る。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	①大阪産業技術研究所との産官技術交流会[新チャレンジ大阪1]（2017年10月6日開催）参加者79名、支援対象企業数38社 ②「数理・データ科学のチャレンジ」第33回大阪大学 大学院基礎工学研究科 産学交流会（2017年11月22日開催）参加者数、支援対象企業数とともに集計中 ③大阪産業技術研究所(ORIST) 技術シーズ・成果発表会（2017年12月8日開催）参加者数、支援対象企業数とともに集計中 ④大阪圏の大学による技術成果発表会ないしは交流会（2017年2～3月開催予定）			
	反省点	今年度4月に、大阪府と大阪市の公設試験研究機関が統合され新たに発足した「大阪産業技術研究所」というネーミングが浸透しておらず、新チャレンジ大阪1では、参加者数の確保に苦戦した。しかしながら、AI・IoT・ビッグデータなどの注目度が高いトピックを取り入れた産学交流会では、前回よりも申込者数が多く同分野のニーズの高さを実感した。2018年度は、新体制となった「大阪産業技術研究所」の認知度向上と中小企業の利用促進に努める。			
具体的な 実施内 容・手法	○ 人材育成型	【開催回数】4回（大阪産業技術研究所との開催2回、大阪府内の大学との開催2回） 【支援企業数】1回70名強×4回 【内容】 ①大阪産業技術研究所の研究成果（技術シーズ）活用のための交流会 《仮称：大阪産業技術研究所との産官技術交流会（新チャレンジ大阪2）》 【開催時期】2018年10月頃 【開催場所】大阪商工会議所など 【テーマ分野（予定）】化学、バイオプロセス、高分子、ナノテクなどから特定の分野を選定 【対象】同上分野における技術力向上を求める中小製造・加工業者など 【発表者】大阪産業技術研究所の研究者			
	人材交流型	②大学の研究成果（技術シーズ）活用のための交流会 【開催時期】2018年11～12月頃 【開催場所】大阪商工会議所など 【テーマ分野（予定）】人工知能、ロボティクス、IoT、ビッグデータ解析など 【対象】同上分野のビジネス展開を図る中小事業者など 【発表者】大阪圏の大学の教員・研究者			
	販路開拓型	③大阪産業技術研究所の研究成果（技術シーズ）活用のための交流会 《仮称：大阪産業技術研究所（ORIST）技術シーズ・成果発表会》 【開催時期】2018年12月頃 【開催場所】大阪商工会議所など 【テーマ分野（予定）】機械、金属、電気・電子、センサー、電池、 バイオ・化学、高分子、ナノテクなどを網羅的にカバー 【対象】同上分野における技術力向上を求める中小製造・加工業者など 【発表者】大阪産業技術研究所の研究者			
	ハブ型	④大学の研究成果（技術シーズ）活用のための交流会 【開催時期】2019年1～2月頃 【開催場所】大阪商工会議所など 【テーマ分野】食品、繊維・衣料、日用品など 【対象】同上分野のビジネス展開を図る中小事業者など 【発表者】大阪圏の大学の教員・研究者			
	独自提案型				
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
府施策連携商19番（（地独）大阪産業技術研究所（ORIST）連携事業） 府施策連携商14番（ものづくり支援拠点（MOBIO）連携推進事業） (a)事業運営については、大阪府商工労働部ものづくり支援課と連携して実施する。 (b)MOBIOや大阪産業技術研究所などのネットワークを利用し、大阪府域の中小製造業者への広報を行う。					

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		中小製造業者と大阪府内公設試験研究機関・大学の技術交流		新規/継続	継続																																					
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 290 社	設定根拠について、2017年度は1回あたり70社弱×4回=270社としていたが、2018年度は1回あたり70社強×4回=290社とする。募集方法は、大阪商工会議所や大学・公設試験研究機関、ものづくり振興事業の過去参加者、MoTToメール、MOBIOメルマガ、その他産業支援機関のメールマガジン配信（けいはんなメール、ビジネスプラザおおさか、JST産学連携メルマガ、中小機構近畿メルマガ等）を中心とする。																																							
	支援対象企業の変化	指標	得た知識を今後の事業運営・経営に役立てると回答した割合	数値目標	回答の70%以上																																					
	その他目標値	目標値の内容→	社																																							
	その他目標値2	目標値2の内容→	社																																							
	算定基準	⇒	<table border="1"> <thead> <tr> <th>サービス単価</th> <th>支援企業数</th> <th>係数</th> <th>標準事業費</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>@20,100 円 ×</td> <td>290 社 ×</td> <td>1.00 =</td> <td>5,829,000 円</td> </tr> <tr> <td>円 ×</td> <td>社 ×</td> <td>=</td> <td>0 円</td> </tr> <tr> <td>円 ×</td> <td>社 ×</td> <td>=</td> <td>0 円</td> </tr> <tr> <td>円 ×</td> <td>社 ×</td> <td>=</td> <td>0 円</td> </tr> <tr> <td>円 ×</td> <td>社 ×</td> <td>=</td> <td>0 円</td> </tr> <tr> <td>円 ×</td> <td>社 ×</td> <td>=</td> <td>0 円</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">(小計)</td> <td>5,829,000 円</td> </tr> <tr> <td colspan="4" style="text-align: center;">※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">計</td> <td>5,829,000 円</td> </tr> </tbody> </table>	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	@20,100 円 ×	290 社 ×	1.00 =	5,829,000 円	円 ×	社 ×	=	0 円	円 ×	社 ×	=	0 円	円 ×	社 ×	=	0 円	円 ×	社 ×	=	0 円	円 ×	社 ×	=	0 円	(小計)			5,829,000 円	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）				計		
サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費																																							
@20,100 円 ×	290 社 ×	1.00 =	5,829,000 円																																							
円 ×	社 ×	=	0 円																																							
円 ×	社 ×	=	0 円																																							
円 ×	社 ×	=	0 円																																							
円 ×	社 ×	=	0 円																																							
円 ×	社 ×	=	0 円																																							
(小計)			5,829,000 円																																							
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）																																										
計			5,829,000 円																																							
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)																																										
算出額	①市町村等補助	0 円	交付市町村等	0																																						
	②受益者負担	円	負担金の積算	0																																						
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果																																						
	標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)																																						
	5,829,000 円 ×	1.00 =	5,829,000 円	(0 円)																																						
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはAP/PPで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割（配分の考え方）																																							
			円																																							
			円																																							
			円																																							
			円																																							

【備考】

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		クラウドファンディング活用サポート事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	クラウド・ファンディングは、起業・ベンチャー、中小企業などの新事業展開に必要な資金の調達手段として着目されているが、その仕組みなどを理解していない事業者は多い。そこで、クラウドファンディングに関する基本情報やプロジェクト起案に向けた具体的なアドバイスを提供し、活用を啓発・促進する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業や小規模事業者、創業希望者			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	クラウドファンディングの国内市場は、2013年に約125億円であったものが、2017年には1090億円に拡大するものと見られている(矢野経済研究所調べ)。事業者にとって、クラウドファンディングは単に商品製造・サービス提供の資金確保にとどまらず、新製品・サービスのマーケティングやPRなどにも活用が広がっている。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>【2016年度】支援企業数＝人材育成型：128.5、人材交流型：20 7月22日 「クラウドファンディング徹底活用セミナー～あなたの『モノづくり』『新商品づくり』『アイデア』を応援します！」「クラウドファンディング個別相談会」 11月24日 「クラウドファンディング徹底活用セミナー～『資金調達』『プレマーケティング』『プロモーション』効果をフルに活かす！」「クラウドファンディング個別相談会」 【2017年度】支援企業数(7月26日開催分のみ)＝人材育成型：54、人材交流型：8 7月26日 「クラウドファンディング活用セミナー&個別相談会」 2月7日 「クラウドファンディング活用セミナー&個別相談会」</p>			
	反省点	これまで購入型のクラウドファンディングを中心に情報提供をしてきたが、クラウドファンディング活用のヴァリエーションを広げるため、投資型クラウドファンディングの情報提供も計画する。			
具体的な 実施内 容・手法	○ 人材育成型	<p><クラウドファンディング活用を促進するためのセミナーと個別相談会の開催> ○年度中1回(秋頃)、大阪市内にて開催する。 ○<人材育成型>セミナーについては、引き続き大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課、クラウドファンディングサイト運営事業者の協力を得て、クラウドファンディングの仕組み、利用目的の種類、メリット、留意すべきリスク、プロジェクトを成功させるためのポイントなど、活用のための基本状況を提供する。また、クラウドファンディングを活用した事業者に登壇を依頼し、その経験的視座からの活用のポイントなどを講話してもらう。 ○<人材交流型>個別相談会は、セミナーと併催し、クラウドファンディングサイト運営事業者に相談対応を依頼する。相談は事前申し込み制とし、相談に先立って自らのプランなどをまとめたシートを提出させることにより当日の相談を効率的に行う。個別相談は、ある程度具体的なプランを持つ事業者(創業希望者)がプロジェクト起案(サイトへ掲載し、支援を募集)に導くことに主眼を置く。</p> <p><プロジェクト組成のための個別支援> ○<人材交流型>クラウドファンディングのプロジェクト組成を検討している人たちの相談を通年で受け付け、組成に向けて構想がある程度具体化したかたちで、クラウドファンディングサイト運営事業者につなげ(面談)、プロジェクト起案に結びつける。</p>			
	○ 人材交流型				
	販路開拓型				
	ハブ型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果	<p>府施策連携商13番(クラウドファンディングの活用促進) (a)大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課新事業創造グループと連携して企画・運営する。 (b)大阪府や中小企業基盤整備機構近畿本部などにメールマガジンへの開催告知の掲載やクラウドファンディングサイト運営事業者へ情報発信(SNS)を依頼するなどして、大阪府内の中小企業、小規模事業者、創業希望者の参加を得る。</p>

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		中小企業に対する高齢者雇用サポート事業	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2013 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること		
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>「改正高齢者雇用安定法」により65歳までの雇用継続制度の導入が雇用主に義務化されており、希望者全員が65歳まで働ける企業の割合は75.6%（中小企業は78.0%）に達しており、前年から1.5ポイント増えた（平成29年「高齢者の雇用状況」厚生労働省）。定年退職後の65歳までの再雇用が定着していく中、今後は年金受給が始まる65歳までを賃金のみで生活の糧を賄う人が増えると考えられる。</p> <p>また、中小企業は深刻な人手不足に直面しており、65歳以上の高齢者雇用を推進することは、労働力確保のみならず、他社との競争に打ち勝つ人材戦略として重要であり、企業の経営改善に資するものである。</p> <p>本セミナーでは「賃金・人事処遇制度」をどう構築するのか、特に、高齢者の多様な働き方に合った雇用環境や人事制度の整備により、高齢者のワーク・ライフ・バランスを確保し、企業の労働生産性を向上させ、企業の持続的な成長を促進させる方法を高齢者活用の事例を交えて解説する。</p>			
	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（すべての業種）			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	2017年度に市内5支部でセミナーを実施。セミナー終了後に行ったアンケート調査では「高齢者の労働環境や人事・処遇制度を見直したい」「高齢者の労働環境や人事・処遇制度を整備したい」等の労務改善について、「今後の経営に役立つ」と答えた参加者が163社（98.8%）に達した。このように、高齢者の賃金制度や人事処遇制度の見直しを検討している事業者が多く、それに関連した支援を求める事業者のニーズは高いと言える。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	2017年度は、市内5支部にて8～9月、「働き方改革の実現！高齢者の活用戦略と人事処遇」セミナーを実施し、172.5社を支援。社会保険労務士が講師となり、「継続雇用後の高齢者の多様な働き方を踏まえた人事制度・賃金制度の構築」に焦点を当てて解説した。（参加者：206名、支援企業数：172.5社、満足度：93.0点、高齢者の賃金・人事処遇制度の見直しや、高齢者の活用等の労務改善に繋がりたいと答えた企業数：163社、目標指標の実績：98.8%）			
	反省点	2017年度のセミナー参加者からは「高齢者の継続雇用後の評価シートや助成金の内容が良かった」「セミナーで学んだことをもとに労働契約法を読み直し、継続雇用の高齢者に関する申請書を提出したい」との声があったので、2018年度は高齢者の雇用管理、賃金体系・評価制度の説明、企業向け助成金の周知をはじめ、高齢者の活用事例などを踏まえてより具体的にわかりやすく説明するようにする。			
具体的な 実施内 容・手法	○ 人材育成型	2018年度は、秋季に市内5支部にて高齢者の再雇用の進め方に関するセミナーを開催する。 (内容) 高齢者を活用して事業を安定的に継続していけるよう、高齢者の雇用管理、賃金体系や評価制度のあり方、雇用のための助成金の活用の仕方などを事例を交えながら解説する。			
	人材交流型	(実施方法) 大阪府社会保険労務士会と共催し、同会に講師の派遣を依頼する。セミナー終了後は、必要に応じて本所の専門相談（人事・労務関連）につないで伴走的な個別支援も行う予定。			
	販路開拓型	※なお、事業実施にあたっては、OSAKAしごとフィールドに開催広報などの協力を得る。			
	ハイク型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
府施策連携労10番（中小企業に対する高齢者雇用サポート事業） (a)大阪府商工労働部雇用推進室就業促進課就業支援グループと連携して実施する。また、開催広報などについて、OSAKAしごとフィールドと大阪市域労働ネットワーク事務局（大阪府総合労働事務所）に協力を得る。 (b)本商工会議所や他の産業支援機関、上記機関のメール配信などにより府内全域を対象に参加募集をする。 (d)経営指導員が経営相談を受ける中で、高齢者雇用を推進したい、または推進することによりさらなる事業の安定化がのぞめる事案があった場合など、当該事業への参加を勧める。					

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		中小企業に対する高齢者雇用サポート事業				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 140 社	支援数は、過去事業実績（平成28年度：194.5社、平成29年度：172.5社）から設定。大阪府内の中小企業にD-FAXを活用した案内チラシの配布やHPでの告知、メール配信等により、参加者を募集する。				
	支援対象企業の変化	当該事業に参加いただくことで、継続雇用者の評価制度や処遇水準の新たな設定方法等についての確に理解し、見直しを図ることで、健全な労働環境の整備、労使関係の安定を図る一助としていただく。		指標	セミナーで得た知識を、自社の今後の労働環境や処遇の見直しなど労務改善につなげる・役立てると回答した割合	数値目標	80%以上
	その他目標値	目標値の内容⇒ 社					
	その他目標値2	目標値2の内容⇒ 社					
	算定基準	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
		@20,100 円 ×	140 社 ×	1.00 =	2,814,000 円		
		円 ×	社 ×	=		円	
		円 ×	社 ×	=		円	
		円 ×	社 ×	=		円	
		円 ×	社 ×	=		円	
		円 ×	社 ×	=		円	
				(小計)	2,814,000 円		
				※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）		円	
				計	2,814,000 円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準と異なる場合不要）						
算定基準により算出される額	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	円	負担金の積算			
		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		
		標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)		
		2,814,000 円 ×	1.00 =	2,814,000 円	(0 円)		
	補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体または「リッパ」で説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	役割（配分の考え方）			
				円			
				円			
				円			
				円			

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		中小企業のためのグローバル人材（留学生）確保支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで	一複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	○中小企業の海外事業の中核を担う人材として高度な知識を持つ外国人留学生の雇用を検討する企業が多いが、入管法や採用に関する必要な手続きについて理解が不足していたり、実際に留学生に接したことがない中小企業が多く、採用に二の足を踏んでいる。これらの企業に外国人留学生について理解深めていただくため、①企業の経営者や人事担当者や留学生との交流会への参加や、②インターンシップ実施の呼びかける。 ○既に留学生の採用実績のある企業や具体的な採用計画のある企業に対しては、他機関・団体との共催も含め、外国人留学生を対象とした「合同企業説明会」を開催し、企業と留学生の出会う場を提供、採用を後押しする。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	高度な知識を有する外国人留学生の採用を検討している、また採用意欲がある、大阪府内の中小企業を対象に実施。		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	民間調査機関の調査では、従業員数300人未満の企業のうち、外国人留学生を採用を予定している企業は、2015年度は47.4%、2016年度の50.6%、2017年度は51.9%と増加傾向にある。その一方で、同じ民間調査機関の調査では、外国人社員採用の課題として「社内の受入体制が未整備」「学生の能力判定が難しい」「在留資格の変更手続きなどが負担」といった声が上がっている。		
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	【2017年度】外国人留学生の採用に関心のある企業を対象に9月20日、「外国人留学生採用実務セミナー」を、セミナー終了後には、外国人留学生も参加した「企業と留学生との交流会」を開催し、53社61人、留学生24人が参加した。また、あらかじめテーマを企業で設定して、外国人留学生からインターンシップ生を募集する「テーマ型インターンシップ」を2016年度に引き続き実施し、9社から受け入れ希望があり、学生とのマッチングが成立したのは3社7人である（本事業は、11月末まで実施中）。11月15日に他機関と連携して開催した外国人留学生を対象にした「合同企業面接会」には大商からの紹介7社を含め63社が出展。また、11月28日に大商が開催予定の合同企業説明会には16社が出展の見込み。来年3月にも他機関と連携して合同企業説明会を開催予定。なお、2016年度に大商が実施した外国人留学生採用支援事業の参加企業76社のうち、25社で留学生を採用している。		
	反省点	○テーマ型インターンシップについては、2017年度は、大学との連携を深めるべく、関西大学、大阪大学、大阪府立大学、大阪市立大学が参画するコンソーシアム「文部科学省 住環境・就職支援等受入れ環境充実事業」（CARES-Osaka）と連携し、同コンソーシアムの意見も取り入れつつ、インターンシップ募集情報の提供に努めたものの、申込学生数が少ない状態であった。次年度は、留学生インターンシップ事業において十分な実績を有する大阪労働局「大阪外国人雇用サービスセンター」との連携を検討し、企業・留学生間のマッチング率を高める。 ○大商主催の合同企業説明会の開催にあたっては、会場規模の関係で出展企業の定員は15社であったが、これに対して応募が35社あった。結果として、半数以上の企業が出展できなかったことから、規模の大きい会場での開催を検討したい。		
具体的な 実施内 容・手法	人材育成型	○日本で学ぶ外国人留学生の約半数は、日本企業に就職を希望している。しかし、留学生の採用計画のある企業情報や日本企業での働き方、ビジネス習慣について理解不足の留学生が多い。一方、留学生の採用意欲ある企業は年々増加しているものの、その採用方法や手続きについての知識が不足しているほか、留学生の就業意欲やスキルを確認する機会、留学生の人柄を知るための出会いの場も少ない。このような課題を解決するため、2018年度は、留学生支援コンソーシアム「文部科学省 住環境・就職支援等受入れ環境充実事業」（CARES-Osaka）や大阪労働局「大阪外国人雇用サービスセンター」と連携し、以下の支援を行う。		
	○ 人材交流型	①セミナー、交流会の開催 企業関係者と日本の大学に在籍する外国人留学生との交流会を開催する。あわせて、企業関係者の集客を図るため、留学生採用のノウハウや法的な知識、採用後の育成方法などについて解説するセミナーも同日に開催する。なお、外国人留学生の参加については、CARES-Osakaを構成する関西大学、大阪大学、大阪府立大学、大阪市立大学などを通じて参加を呼びかける。		
	販路開拓型	②インターンシップの実施 留学生の日本企業や日本のビジネス習慣等への理解を促進するため、「インターンシップ」を実施、専門人材を活用したマッチング実績のある大阪外国人雇用サービスセンターと連携する。大商はインターンシップの実施企業を募集し、留学生の募集ならびに企業と留学生とのマッチングについて、実績のある大阪外国人雇用サービスセンターにつなぐ。		
	ハブ型	③合同企業説明会の開催 留学生の具体的な採用計画のある企業に対して、（1）他機関・団体と連携して、外国人留学生対象の「合同企業説明会」を開催し、企業の出展を呼びかける。（2）また、大商主催で「合同企業説明会」を開催し、企業出展を呼びかける。（2）については、CARES-Osakaを構成する関西大学、大阪大学、大阪府立大学、大阪市立大学をはじめ、関西圏の大学や大阪府内専門学校などに在籍する留学生に告知するほか、一般財団法人大阪労働協会が構築している留学生のデータベースも活用して、広く参加を呼びかける。		
	独自提案型			
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携
府施策連携第2番（中小企業のための、グローバル人材（留学生）確保支援事業） (a)2010年12月に策定された「大阪府国際化戦略」に「海外の企業や人材を受入れる都市」の実現に向けた施策・取り組みが掲げられており、そのひとつに、『外国人高度専門人材としての留学生と中小企業等とのマッチング支援を行う』と示されている。この施策を推進している大阪府国際化戦略実行委員会とも連携し、相乗効果が発揮できるような事業とする。また、合同企業説明会は、大阪労働局や近畿経済産業局等、他機関・団体とも連携して実施する。 (b)セミナーの参加や合同企業説明会の出展企業募集は、留学生採用に関心を持つ大阪府内の中小、ベンチャー企業に広く案内する。				

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		中小企業の若手人材確保支援事業			新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	←複数段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること		
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)	リクルートワークス研究所の「大卒求人倍率調査」を見ると、2018年3月卒業予定の大学生・大学院生対象の大卒求人倍率は1.78倍（前年度1.74倍）と高い水準で推移している。実際に、大阪商工会議所が11月1日に実施した「大学等と企業との就職情報交換会」のアンケートを見ても、申込企業の72%が採用予定人数を確保できていないと回答している。このように中小企業における新規学卒者の採用意欲は高いものの、採用人数は充足していない。その対策の1つとして、大学との関係を深めていきたいという企業のニーズが高い。 そこで、新卒採用を検討している、または、採用計画数を確保できていない中小企業に対して「セミナー」や「勉強会」、「企業と大学との情報交換会」を通して「人材獲得のためのノウハウ・手段」を身に付けるための支援を行う。				
	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（全ての業種）				
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	リクルートワークス研究所が実施した「ワークス大卒求人倍率調査（2018年卒）」を見ると、従業員数が300～999名では求人倍率が1.45倍に留まるのに対し、300人未満では6.45倍と昨年度（4.16倍）を大幅に上回っており、中小企業での人材不足感が顕著となっている。				
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	【2017年度】新規学卒者採用支援セミナーには、142名の申し込みがあり113名が参加。このうち支援企業数が96件であった。また、企業と大学との就職情報交換会では大学54校・企業183社・262名の参加であった。またセミナー2回目と勉強会は、現在企画中である。				
	反省点	セミナーについては一部の受講者より、大学との連携方法やキャリアセンターの活用法について、より具体的な話を聴きたいとの要望があった。このため次年度は、大学のキャリアセンターを活用した人材採用手法を紹介するなど、利用者満足度得点の向上を図りたい。				
具体的な 実施内 容・手法	○ 人材育成型	本事業は、中小企業が採用戦略の構築や効果的な採用活動など、採用プロセス全般にわたる取り組みに関する知識やノウハウを身に付けることができるセミナーや勉強会を開催する。また大学から直接、学生の就職活動動向の情報収集を行って関係構築を図り、効果的な採用活動を展開できるよう、企業と大学の交流の機会を提供する。				
	○ 人材交流型	○【セミナーの開催】（人材育成型） セミナーでは学生に対しどのようにアプローチすれば自社の魅力を伝えられるか、また若手人材の採用のプロセス全般において、中小企業が押さえておかなければならない実務のポイントを解説する。 予定定員：200名（100名×2回） ※支援企業数：150社				
	販路開拓型	○【勉強会の開催（全3回構成）】（人材交流型） 人手不足の深刻化が指摘される中、中小企業における若手人材の確保、定着は喫緊の課題である。そこで若手人材を確保するための総合的な施策を学び、取り組んでいくための能力を身に付けるための勉強会を開催する。勉強会では若手人材に選ばれるために必要な採用の取り組みのほか、採用した人材を定着させる施策、また先進的な職場環境改善の事例などを学ぶ。 (想定テーマ例) ①中小企業が取るべき若手人材採用戦略 ②若手人材が採用でき、辞めない人材定着戦略 ③若手人材に選ばれる職場環境の構築法 予定定員：35名程度 ※支援企業数：20社				
	ﾊﾞｽﾞ ﾎﾞｸﾞ	○【就職情報交換会の開催】（人材交流型） 採用やインターンシップなどの取り組みに関して、大学の就職指導担当者や企業関係者が一堂に会し、各大学が設置したブースに、企業の採用担当者が訪問する形式の情報交換会を開催し、大学・企業間の情報交換・ネットワークづくりの場を提供する。 実施予定時期：11月頃 予定定員：400名 ※支援企業数：170社				
	独自提案型					
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	府施策連携第3番（中小企業若手人材確保支援事業） (a)大阪府就業促進課企業支援グループと連携を図り、実施する。 (b)各地商工会議所の経営指導員や商工会議所・商工会で共同運営するザ・ビジネスモール（事務局：大阪商工会議所）を通じて、事業PRリーフレットを配布し、活用を促す。	

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		中小企業の若手人材確保支援事業				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	①セミナー・フォーラム：150社 ②勉強会：20社 ③就職情報交換会：170社 大阪府内の中小企業に広く参加を呼びかけるとともに、2017年度に実施した「採用支援セミナー」参加企業や「採用勉強会」参加企業など、若年者採用支援事業への参加経験のある企業に個別に案内する。 ※2017年度のセミナー申し込み（第1回：7月）は140名を超え、また大学等と企業との就職情報交換会には、大学54校、企業183社・262名の参加があった。				
	支援対象企業の変化		(1) セミナー・フォーラムに参加した事業者が、得られた有益な情報をもとに、自社を効果的にPRできる方法に気づき、新卒採用に向けた新たな取り組みを検討することを目指す。 (2) 個別勉強会は、専門家や他の企業担当者と意見交換することを機に、具体的な採用活動に着手する。 (3) 情報交換会は、大学の就職指導担当者や他の企業担当者と意見交換することを機に、具体的な採用への取り組みに着手する。		指標	数値目標	80%以上
			(1) アンケート回収事業所のうち、採用に対する自社の課題が明確になった事業所の割合 (2) 勉強会での相談・意見交換を通じて、何らかの具体的な取り組みを検討する事業所の割合 (3) 情報交換会で大学と接触し、大学と企業との新たな関係を築けた事業所の割合				勉強会の参加企業の80%以上 情報交換会の参加企業の80%以上
	その他目標値	目標値の内容⇒	社				
その他目標値2	目標値2の内容⇒	社					
算定基準に よる算出される額	算定基準	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
			@20,100 円 ×	150 社 ×	1.00 =	3,015,000 円	
			@40,200 円 ×	20 社 ×	1.30 =	1,045,200 円	
			@40,200 円 ×	170 社 ×	1.00 =	6,834,000 円	
			円 ×	社 ×	=	円	
			円 ×	社 ×	=	円	
			円 ×	社 ×	=	円	
			円 ×	社 ×	=	円	
			円 ×	社 ×	=	円	
					(小計)	10,894,200 円	
					※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）		円
					計	10,894,200 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	円	負担金の積算			
		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		
		標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)		
		10,894,200 円 ×	1.00 =	10,894,200 円	(0 円)		
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「アリカ」で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割（配分の考え方）			
				円			
				円			
				円			
				円			
				円			

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		ワールドスポーツを活用した産業振興事業		新規/継続	継続			
想定する実施期間		2016 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること				
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>ゴールデン・スポーツイヤーズの到来や、健康経営推進機運の高まりなどにより、スポーツ産業は今後の成長が期待される産業として大きな注目を集めている。また、関西には多くのスポーツ関連企業が集積しているなど、スポーツ産業に取り組みやすい環境も整っている。しかし、「スポーツ産業への関心は高いが、実際にどう取り組んで良いかわからない」、「自社のみでの取り組みは難しい」といった声が聞かれるなど、この好機を活かしきれてない企業が多く存在する現状がある。</p> <p>そこで、スポーツ関連の取り組みを行う企業やスポーツ界、アカデミア等と、異業種企業の連携を促進し、連携により新たなビジネスを創出していくことを目指すマッチング会を実施する。個別面談の場の設定なども行い、普段大手スポーツ関連企業と連携する機会が少ない中小企業にとっても、積極的に取り組める機会を提供する。これらの取り組みを通じて、大阪・関西がスポーツ産業振興のプラットフォームとして機能することを目指す。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	中小企業（スポーツに関連するかどうかは問わない）						
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>昨年度までに、ゴールデン・スポーツイヤーズに対する各企業の意識調査や、セミナー開催時に参加者を対象に実施した自社の現状や課題についてのアンケート調査などを通じ、各企業ニーズの把握に努めてきた。企業からは、上述のような課題が挙げられ、大商に対して、連携機会の提供や、その後のフォロー等を期待する声が多く見られた。</p>						
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>2016年度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ゴールデン・スポーツイヤーズに対する認知度や取り組み意識を図るアンケート調査を実施。369件回収。(回答率9.6%) ・スポーツビジネスのビジネスモデルや先進事例を紹介するシンポジウムを開催。実参加者数380名、うち279名からアンケートを回収。 <p>2017年度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事例紹介だけでなく、登壇企業が連携テーマを発表するセミナーを実施。実参加者数545名、事業提案数75件。 ・昨年度からの企業の意識の変化等を測るアンケート調査を実施予定。 						
	反省点	<p>今後より多くの事業提案が生まれるような工夫を考えなければならない。事業提案側の企業が手を挙げやすくなるよう、登壇企業からの発表内容の具体性、汎用性を高めることや、幅広い業種の参加企業を集め、どのような発表テーマでも関心の高い企業が多く集まる状況をつくるなど、企業のニーズに合わせた、より細やかなフォローを行っていきたい。</p>						
具体的な 実施内 容・手法	人材育成型	<p>スポーツ関連の取り組みを進める企業・団体が登壇し、連携可能な技術やアイデアを持つ企業・団体を募集する発表を行い、事業提案を受け付けるビジネスマッチング例会を実施する。例会の後は、登壇企業と有望提案企業との個別面談を実施する。</p>						
	○ 人材交流型	<p>具体的には、年度内に3回(7月頃、10～11月頃、2月頃、いずれも予定)の例会を実施。毎回、3～4社・団体が登壇し、企業連携が可能なテーマ・案件についてプレゼンテーションを行う。参加企業は関心のあるテーマに対して、事務局作成の共通フォーマットを通じて事業提案を行う。登壇企業はそれらの事業提案の中で、より詳しく提案内容を知りたい企業・団体を選定し、個別面談を実施する。事務局は、フォーマットの作成から、提案可能性のある企業への個別アプローチ、提案内容のブラッシュアップ、個別面談の場の設定、調整等を行い、より多くの企業に個別面談に進めるようなフォローを行う。</p>						
	販路開拓型							
	ハコ型							
	独自提案型							
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input checked="" type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>
		大阪スポーツ用品卸商業組合や関西スポーツ用品工業協同組合（本部：大阪市）などと連携し、大阪市内事業者の参加を募る。						

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		ワールドスポーツを活用した産業振興事業				新規/継続	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 年度内にマッチング例会を3回開催する。求める技術などに対して提案する企業は1回あたり30社で、3回で90社を見込む。そのうち、30社を支援対象企業と想定。例会への参加募集は、大商関係各社へのメール配信のほか、連携団体の広報などを行う。						
	支援対象企業の変化	マッチング例会とその後の個別面談を通じ、企業・スポーツ界・アカデミアの連携を促進し、スポーツに関連する新たな製品・サービスの開発に結びつける。		指標	個別面談への参加が、今後のビジネス展開に「役立つ」、「やや役立つ」と回答した企業の割合	数値目標	70%	
	その他目標値	目標値の内容⇒ 社						
	その他目標値2	目標値2の内容⇒ 社						
	算定基準	サービス単価		支援企業数	報告書	係数		標準事業費
	@40,200 円 ×	30	社 ×	1.00	=	1,206,000 円		
	円 ×		社 ×		=		円	
	円 ×		社 ×		=		円	
	円 ×		社 ×		=		円	
	円 ×		社 ×		=		円	
	円 ×		社 ×		=		円	
					(小計)	1,206,000 円		
					※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)		円	
					計	1,206,000 円		
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
		②受益者負担	円	負担金の積算				
		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input checked="" type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果			
		標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
	1,206,000 円 ×	0.75	=	904,500 円	(0 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒリッパで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割(配分の考え方)					
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		在阪テキスタイル・アパレルメーカー等販路拡大展示商談会			新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること		
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)	日本の繊維産業は、アパレルなど労働集約的分野では海外生産を進めているものの、紡績やテキスタイル、その他素材分野では高い技術力を有する国内メーカーが存在する。これらメーカーの販路を国内外に拡大したい。 海外著名ブランドに国内産資材を採用してもらうことにより、国内繊維資材の国際的評価の向上をはかる。 また、これら国内メーカーの存在を国内アパレルメーカーにも再評価してもらい、素材に限らず完成品を含めた日本の繊維産業の強みを打ち出し、日本の繊維ファッション業界全体の競争力強化の一助とする。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	繊維素材メーカー（紡績、テキスタイル、その他資材） アパレルメーカー（小規模アパレルメーカーの支援。また大手アパレルの国内素材需要強化・競争力強化を通じて、小規模素材メーカーを支援する。）				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	国内の市場が小さくなっていく中で、高価格帯かつロットの大きい海外ラグジュアリーアパレルブランドとの商談は非常にためになる。JAPANテキスタイルが海外著名ブランドに起用されるとイメージアップにもつながり、国内取引についても波及効果があるという。 一方で、国内アパレルはコスト圧力の影響もあり高価格帯の素材を使えないことも多いが、低品質化への歯止めをかけるためにも高付加価値素材との商談機会は重要であるとの声がある。				
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2017年12月5日～6日に開催。3ブランドの海外バイヤーを招聘し、53社の国内テキスタイルメーカーが出展した。また、国内のアパレルメーカー等20社が来場し、出展していた国内テキスタイルメーカー53社のうち13社と商談（19件）を行った。				
	反省点	独自性の高い素材であるため、企業方針や素材の特色に偏りがあり、マッチしないことも多かった。取引規模の違いでスムーズに商談が進まなかった例もあり、今後は来場者属性を踏まえた事前の情報公開が必要である。				
具体的な実施内容・手法	人材育成型	「欧米向けテキスタイル輸出展示商談会」「JANANテキスタイル展示商談会」を開催。 ○内容：欧米ブランドの生地買付け担当者（バイヤー）を招聘し、海外販路開拓に意欲のある日本の中小繊維企業との展示会形式の商談会を開催するもの。海外バイヤー招聘はJETROが中心に行い、素材メーカー等の発掘を大商が分担する。 また、この事業のために優秀な繊維素材メーカーが集結する機に乗じ、同時並行して国内アパレルメーカー（大手・中小を問わず）のバイヤーをも招聘して、国内向けにも販路拡大を図る。国内バイヤー募集は大商が分担する。				
	人材交流型	○時期（予定）：平成30年12月開催 ○場所（平成29年度実施実績）：綿業会館				
	○ 販路開拓型					
	ハブ 杓型					
	独自提案型					
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	(b)魅力的な繊維素材メーカー、アパレルメーカーを数多く集めるため、府内一円からの募集を図る（優秀な素材メーカーはむしろ泉州等に多い）。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		在阪テキスタイル・アパレルメーカー等販路拡大展示商談会				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	売り手側（素材メーカー・商社）10社 買い手側（アパレルメーカー）（並行国内向け商談）10社 公募ならびに個別勧誘による。						
	支援対象企業の変化	小規模事業者が、本事業を通じて海外高級ブランドとの取引の実績をつくることできる。そのプロセスを通じてニーズを直接把握し、新製品の企画や開発等に活かすことが期待できる。							
	指標	商談件数	数値目標	40件					
	その他目標値	目標値の内容⇒ 社							
その他目標値2	目標値2の内容⇒ 社								
算定基準により算出される額	算定基準	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		@50,250	円 ×	20	社 ×	1.00	=	1,005,000	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
						(小計)	1,005,000	円	
						※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算（小計の5%）		円	
						計	1,005,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠（基準と異なる場合不要）								
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等					
		②受益者負担	円	負担金の積算					
		(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果	
		標準事業費		補助率		補助金額		(①市町村等+②受益者負担)	
		1,005,000	円 ×	0.75	=	753,750	円	(0 円)	
	補助金の団体配分（「代」欄には、中核団体または「リッパ」で説明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名			役割（配分の考え方）			

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		食の都・大阪推進事業		新規/継続	継続	
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	一複数段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること		
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)	和食・洋食・中国料理などの各種料理やスイーツなども充実しているにもかかわらず、大阪の「食」は、タコ焼き・お好み焼きに象徴されるコナモンのイメージに偏っており、「食の都」としてのイメージが弱い。また、集客力の伸び悩みと客単価の低下が課題となっている。さらに、小規模飲食店は、日々のルーティーン業務に埋没しがちであり、経営改善の機会や糸口が見出しにくく、廃業率や従業員の離職率も高い。 そこで、「食の都・大阪推進事業」の実施により、「食の都・大阪」としてのブランドイメージを向上させ、飲食店を中心とする食関係企業・店舗の新商品開発や販路拡大、PR・売上増加など経営改善、料理人どうしの交流、ならびに創業支援などに資することを目的とする。				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	飲食業、仕出し・弁当業、惣菜店、食品加工業、スイーツ・菓子の製造小売店、宿泊施設等				
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	飲食業は一般に廃業率が高いといわれており、原材料高などの影響により経営環境が非常に厳しく、競争も激しい。今後の小規模飲食店は、職人的閉鎖性を打破して経営的視点を積極的に採り入れ、他店との差異化を図り、地域性や物語性を加えて商品アイテムの充実や高単価化を促進することが重要である。 こうした中、「食の都・大阪グランプリ」の応募者の約9割が「グランプリ審査委員からのコメントが、今後のメニュー開発に役立つ・ヒントになる」と回答していることや、「食の都・大阪レストランウィーク」の参加店舗数が年々増加していることなどから、当事業への業界のニーズは高いと考えられる。				
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<2016年度実績> ①「食の都・大阪グランプリ」：応募店70店 ※ご参考 小規模以外も含めた総応募店101店、応募者数188人。応募作品数は215。 うち195作品は、コンテストへの応募をきっかけに新たに考案されたもの。 ②「食の都・大阪レストランウィーク」：参加店35店。 ③「講演会」：参加人数45人（支援対象事業者は28社）。 ④「飲食店独立開業支援発表会」：参加人数38人（支援対象事業者は28社）。 ※2017年度はグランプリ及び併催事業を12月3日、レストランウィークを翌年2月にそれぞれ開催予定。				
	反省点	○2014年をピークに2016年度まで減少傾向であった「食の都・大阪グランプリ」の応募作品数は、2017年度は前年比で32作品増加した（応募作品数247作品）が、この伸びを継続できるよう引き続きテコ入れが必要。 ○2016年度は講演会の参加店舗数が伸び悩んだ。休日に開催しているということもあり、今後はさらに積極的なPRが必要。				
具体的な 実施内 容・手法	○	人材育成型	①料理コンテスト「食の都・大阪グランプリ」の実施 大阪府内のプロ料理人・パティシエを対象とした料理コンテストを実施。ホームページの制作を通じて「食の都・大阪グランプリ」の入賞者自身や店舗のPRを行うことを通じ、店舗の売上増加の契機とするとともに、「食の都・大阪」のブランドを広く発信する。なお、大阪産（もん）の流通・生産拡大を目的に、大阪府環境農林水産部と連携。			
	○	人材交流型	②「食の都・大阪レストランウィーク」の実施、および「食」に関するイベントへの出店、「大阪割烹」のインスタグラムでのPR 「食の都・大阪レストランウィーク」は、「食の都・大阪グランプリ」の歴代入賞作品を各店舗で、期間限定で販売するイベント。大阪府・大阪市・大阪観光局等との共催で実施。「食の都・大阪レストランウィーク」の参加店舗のPRを行うため、パンフレットならびにホームページを制作する。パンフレットでは、特にインターネットをあまり利用しない高齢者層をターゲットとする。内容としては、パンフレットでは個別店舗の連絡先情報やメニューなどを簡易に紹介する。ホームページでは、入賞者のコメントや大阪産食材の情報など、パンフレットより詳細な情報を紹介。また、ホームページの掲載内容を自前ならびに出店者のSNSで紹介することにより、情報拡散を狙う。「オオサカ・オクトーバーフェスト」や「大阪産大集合」など「食」に関するイベントにブース出店し、「食の都・大阪グランプリ」歴代入賞作品などの販売機会を設ける。			
	○	販路開拓型	③飲食店等を主なターゲットとする大阪の食トレンドや飲食店経営などに関する講演会など 繁盛店や著名シェフ、生産関係者等を講師に招き、大阪での消費者嗜好、商品開発・集客ノウハウ等に関する講演会を実施。			
		独自提案型	④飲食店独立開業支援 独立開業経験者を講師とする事例発表会ならびに交流会を年1回開催。また、希望があれば随時開業支援を行う。			
				<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	(b)当事業の実施時および実施後において経営相談等を希望する飲食店等は、府内各地商工会議所・商工会と随時緊密に連携して実施。 (d)本所経営相談室や支部、日本政策金融公庫や外部の飲食店コンサルタントならびに独立開業経験のある飲食店経営者等と連携して実施し、相談事業の支援先から同事業への参加を促すとともに、開業支援等を経営相談事業として事業所カルテ化につなげる。 ※環境農林水産部と緊密に連携して、大阪産(もん)のブランド化と実需拡大の取組み、府内の1次産業と飲食業（3次産業）が円滑かつ有機的につながるような手法にて開催する。				

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		食の都・大阪推進事業		新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 289 社	①料理コンテスト90社：料理人やホテル料理長を訪問し、参加を依頼するなど積極営業を実施。料理コンテストの入賞25社をホームページにてPR。 ②レストランウィーク35社：入賞者の増加により分母拡大。加えて、参加35社をホームページにてPR。 ③オクトーバーフェスト：4社 ④大阪割烹のPR：20社 ⑤講演会・勉強会：60社 ⑥飲食店独立開業支援：20社 設定根拠はいずれも過去の実績より算定。		
	支援対象企業の変化	①料理コンテストは、客単価の向上とストアコンセプトの明確化を促し、新商品開発と料理人のスキルアップ、大阪産（もん）を取り入れた地産地消メニューの推進を促す。審査委員から応募者に作品のコメントを付与し、料理ならびに経営の改善の糸口をつかんでもらう。 ②レストランウィーク・オクトーバーフェスト等は、入賞店の入賞作品を実際にお客様に提供することにより、定番商品化もしくはその課題等の発見の機会となるようにする。また、当該作品の開発を巡る着想源やコンセプトを紹介して、当該店舗の新規顧客獲得・既存顧客の再来増加を目指し、大阪産（もん）の実需拡大に資する事業とする。割烹店に対しては、インスタグラムでの多言語でのPRを通じて、外国人を含む新規顧客を取り込むための新たなPRチャンネル開拓の動機づけを与える。 ③講演会・勉強会は、繁盛店や著名料理人など業界のリーダー格を講師等に迎え、商品開発、人材育成、業界最新動向などにつき自らの経験談や受講者への激励などを交えて講話することにより、受講者の育成を図る。 ④飲食店独立開業支援は、開業経験者の体験事例やノウハウを聞いて開業の参考にしてもらのみならず、発表者である先輩開業者をはじめ、同事例発表会に参加する他の開業希望者との人脈づくりの場としてもらう。			
	指標	①「食の都・大阪グランプリ」応募作品の考案が、各店の新メニュー開発に役立ったかどうか、審査委員コメントが今後の新メニュー開発・人材育成に役立ちそうかどうかを、応募者へのアンケート調査により測る。 ②レストランウィーク等出品作品（＝コンテスト応募作品）を、今後お店で定番商品化できそうかどうか(予定含む)、当ウィーク中に新規顧客・既存顧客再来があったかどうかを、参加店へのアンケート調査により測る。また、割烹店には新規顧客の獲得や問い合わせなどの反響、新規顧客獲得のためのSNSなどの自主活用の希望などを測る。 ③講演会などで“気付いたこと”“店で実践してみようと思ったこと”が参加を通じてあったかどうかを、アンケート調査により測る。 ④開業の参考となる情報やノウハウ習得、人脈拡大の有無を、利用者アンケートにより測る。	数値目標	70%	70%
	その他目標値	目標値の内容→ 社			
	その他目標値2	目標値2の内容→ 社			

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		食の都・大阪推進事業						新規/継続	継続
算定基準	サービス単価			支援企業数		係数		標準事業費	
	@40,200	円 ×		90	社 ×	1.0	=	3,618,000	円
	@50,250	円 ×		25	社 ×	0.50	=	628,125	円
	@50,250	円		35	社 ×	0.75	=	1,319,063	円
	@50,250	円 ×		35	社 ×	0.75	=	1,319,063	円
	@50,250	円 ×		4	社 ×	1.0	=	201,000	円
	@50,250	円		20	社 ×	0.75	=	753,750	円
	@20,100	円		60	社 ×	1.0	=	1,206,000	円
	@40,200	円 ×		20	社 ×	1.0	=	804,000	円
							(小計)		9,849,000
						※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)			円
						計		9,849,000	円
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とありの場合不要)	レストランウィークはインバウンド対策のため案内パンフならびにホームページの主要情報を日英2か国語表記し、割烹店のPRは、インスタグラム上で日・英・中(繁)・韓の4か国語表記するので、それぞれ増補正1.5を(0.5に)掛け、係数を0.75とする。オクトーバーフェスト・大阪産大集合は単にパンフに掲載するだけでなく、主催者としてブースを設け、各店に実売上も発生するので1.00とする。								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		2,200,000	円	負担金の積算			協賛金@100,000円×22社	
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率		補助金額			(①市町村等+②受益者負担)	
	9,849,000	円 ×	0.75	=	7,386,750	円	(2,200,000	円)
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアックで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名						役割(配分の考え方)	
									円
									円
									円
									円

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		大阪スタイリング構築・普及事業			新規/継続	継続			
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること					
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生産が中心となっている企業が多く、自社ブランドの育成が重要な課題となっている。既存の取引先が廃業・統合等で減少していく一方、取引先の新規開拓や新商品・プロモーション企画の開発のきっかけがなく、安価な海外製品に対抗できるだけのブランド力は十分にあるとは言えない現状である。 こうした状況を打開すべく、企業連携を軸に商品開発から販売部分まで支援するのが当事業である。また、ファッション関連団体（ハンドバッグ、靴下、帽子など）やファッション・デザイン学校と連携して実施することにより、事業者がファッション関連のあらゆる業界関係者と協業する絶好の機会となっている。							
	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、美容関連等）。							
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小事業者からは、既存の体制に依存しており、ブランドの顧客が徐々に高齢化していく、新しい競合（安価な大規模ブランドなど）に客を取られていくなどの長期的な不安の声があがっている。だが、自社単独で新しいことに取り組むのはリスクも負担も大きく、目下の売上や効率性が優先されてしまうのが現状という企業が多数あり、業界を挙げて取り組むことにニーズがあると考えている。							
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	17年度以前は、ファッションイベントの開催をメイン事業としている。 【ファッションショーの実施】11/23開催。10を上回る事業者がファッションショーに出展した。 【協業企画の実施】若手クリエイターと地場の製造業者が参加し、各組アクセサリや靴下などの商品を制作。一部ファッションショーでも発表した（11/23）。 【ファッショントレンドセミナーの実施】ファッショントレンドを解説するセミナーを2回開催済。のべ約300名が参加した。							
	反省点	ファッションショーに多大なコストがかかるため、事後のフォローやショーの宣伝が不十分になっている。イベントありきではなく、継続的な支援体制を築きたい。							
具体的な 実施内 容・手法	○	人材育成型	【企業連携による商品開発】 コーディネーター主導により商品テーマや目標を複数設定し、プロジェクトごとに関係企業を募る。技術力のあるメーカーに加え、学生、小売、商品の顔となる人物等、幅広く参加を呼びかけ、商品開発の機会に参加してもらう。						
		人材交流型	【消費者向けイベントへの参加、出展】 百貨店の期間限定ショップや、商品テーマに合ったイベントへのブース出展など、開発した商品等を通じて一般消費者と接する機会を設ける。						
		販路開拓型	【ファッション・スタイリングトレンドセミナー】 ・世界のファッションの最新トレンドの解説や国内のマーケット情報を提供するセミナーなどを開催する。						
		ハコ型							
	○	独自提案型							
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input checked="" type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果
		(b)府内の全域をカバーする、アパレルをはじめハンドバッグや帽子・靴下といった服飾雑貨などの各業界団体・組合と連携して事業を実施する。関西ファッション連合は「大阪ファッション・リボン・コンソーシアム」（仮称）のメンバーとして参画の予定。							

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		大阪スタイリング構築・普及事業				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び算業方法⇒ ①ファッションクリエイターやアパレルメーカー等 10事業所 ②ファッション・スタイリングトレンドセミナーの参加事業者 50社 ③「協同組合関西ファッション連合」、その他服飾雑貨の業界団体等 5団体 65 団体					
	支援対象企業の変化	①商品開発に参加した事業者は、開発する当該商品に限らず、川上から川下、学生や異業種の意見交換で得た気付きやノウハウを、自社の営業活動に活かすことができる。また、今まで直接接点のなかった各業界の企業が業界の枠を超えた企業間連携が生まれることで、例えば共同販促や新しい顧客グループへの展開等といった今後のビジネスにつながる事が期待できる。 ②セミナー参加企業は、整理された最新トレンドの情報を得ることで、これからの変化を掴んだ鮮度のあるマーケティング活動ができる。 ③支援団体については、上記①・②に参加した企業はもちろん、参加しなかった企業も参加企業を先行モデルとして今後の事業展開に活かすことができる。メンバー企業の販路開拓や商品企画・開発等に貢献することで業界自体の活性化につながる。					
	指標	①商品開発の検討会などに参加した事業者を対象にしたアンケートにおいて本事業が今後の事業運営に役立つという回答	数値目標	70%			
		②セミナー参加者を対象にしたアンケートにおいてセミナーが今後の事業運営に役立つという回答		70%			
		③参画団体を対象にしたアンケートにおいて本事業が役立つという回答		70%			
その他目標値	目標値の内容⇒						
	社						
その他目標値2	目標値2の内容⇒						
	社						
算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
	@100,500	円 ×	10	社 ×	1.00	=	1,005,000 円
	@20,100	円 ×	50	社 ×	1.00	=	1,005,000 円
	@100,500	円 ×	5	社 ×	10.00	=	5,025,000 円
		円 ×		社 ×		=	円
		円 ×		社 ×		=	円
		円 ×		社 ×		=	円
	(小計) 7,035,000 円						
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%) 円						
	計 7,035,000 円						
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	参画企業支援 (10社) : 具体的な商品企画を通じた技術開発、販路検討、企業間連携などがハンズオン型支援に相当する効果があるとして独自単価を100,500円とした。 業界団体支援 (5団体) : 業界に新しい取り組みに挑戦するきっかけを作り、業界全体の活性化に資するため、ハンズオン型支援に相当する効果があるとして独自単価を100,500円とした。団体支援を通じて傘下企業にも間接的な効果があるため、独自補正係数を10.00とした。						
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果
	標準事業費		補助率		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)	
	7,035,000 円 ×	0.75	=	5,276,250 円	(0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「リッパ」で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割 (配分の考え方)				
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		大阪勤業展		新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	中小企業の今後の更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、こうした事業者に対して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)	主に中小企業（企業間での取引等を希望することが前提のため、出展者は小売業等は除く）			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<29年度出展者（370社）からの事業評価> 出展者のうち81.6%（302社）がプラス評価。 （内訳＝満足16.8%（62社）、やや満足64.9%（240社）） 発展する可能性がある案件が「ある」の回答91.1%（337社） <28年度来場者（8,034名）からの事業評価（回答者4,250名、回収率52.9%）> ※平成29年度は現在入力・集計中 来場者のうち80.3%（3414名）がプラス評価。 （内訳＝満足21.5%（913名）、やや満足58.8%（2,501名））			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	過去12回開催。のべ3,520社が出展、のべ107,265名が来場、のべ33,674件の商談が行われ てきた。この2年の実績は下記の通り。 【2017年度】 出展者数：370企業・団体（過去最多）381ブース（過去最多）、来場者数： 7,751名（2日間のべ）、商談件数：2,690件（2日間合計）、名刺交換：20,134件（2日間合 計） 【2016年度】 出展者数：363企業・団体（過去最多）376ブース（過去最多）、来場者数： 8,034名（2日間のべ）、商談件数：2,829件（2日間合計）、名刺交換：21,757件（2日間合 計）			
	反省点	・他の類似の大型商談会の比率に比べて、出展者数に比して来場者数がやや少ない。 ・展示商談会に初めて出展する小規模事業者が多いこともあり、出展者の出展内容が改善の余地あ り。事前説明会の時に研修を併設し啓発を行っており、今後も充実していく。 ・商談件数増を図るためビジネスコンシェルジュを設置したが、思うような成果は得られなかった。 ・出展希望の増加に伴い、キャパシティ拡大につとめてきたが、いよいよ限界に達しつつある。			
具体的な 実施内 容・手法	人材育成型	<多業種型総合展示商談会「大阪勤業展2018」（案）> 会期：平成30年10月17日（水）・18日（木） 会場：マイドームおおさか 1～3階展示ホール 出展者数：約350企業・団体（大阪府外・大企業を一部含む）			
	人材交流型	○来場者数・商談件数・名刺交換数の増加が平成30年度の課題。 その解決方法として、 ①来場促進を更に強化する。メディア広告、交通広告、インテックス大阪近辺でのチラシ配布等に加 え、本年より会場近辺のオフィスへの案内ポスティングを実施した。今後もコアターゲットに向けた 個別かつ直接的な案内を強化する。			
	○ 販路開拓型	②29年度は異業種交流団体がロビーにまとまって出展し、華やかな演出で来場者にインパクトを与 えた。次年度以降も新たな取り組みの実施を検討するなど、話題性を出し、集客につなげる。 ③出展者のレベルアップを図る。 などが考えられる。			
	ハコ型				
	独自提案型				
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		(b)大阪府内の商工会議所・商工会を共催団体とし、これらの団体と連携して出展者募集・来場者促 進を行う。 (d)勤業展参加を契機として、販路開拓支援が展開できる。あるいは販路支援を展開する中で勤業展 への参加を勧めることができる。			

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		大阪勧業展				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 300 社	大阪府外の企業や大企業の出展が20~30社程度想定されることを踏まえ、支援対象企業数を設定。(29年度は370企業のうち支援対象中小企業は349社) 府内全ての商工会議所・商工会と協力して出展者を募集。主催・主催団体による出展審査会を経て出展を決定する。				
	支援対象企業の変化	参加支援企業は、企業のPR、製品・商品の市場調査、販路開拓、来場者との情報交換等の場として、本展示商談会を利用することで、売上を拡大するとともに業績向上をはかる。					
		指標	商談件数	数値目標	2,600		
	その他目標値	目標値の内容⇒ 20,000 社	名刺交換数 27年度22,715件→28年度実績21,757件→29年度実績20,134件 過去3年間の平均21,535件をふまえて目標値を算定。				
	その他目標値2	目標値2の内容⇒ 社					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		@50,250 円 ×	300 社 ×	1.0 =	15,075,000 円		
		@50,250 円 ×	20,000 社 ×	0.05 =	50,250,000 円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
		円 ×	社 ×	=	円		
	(小計)				65,325,000 円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)				円		
	計				65,325,000 円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	19,872,000 円	負担金の積算	大ブース@80,000円×20×1.08 小ブース@60,000円×280×1.08			
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input checked="" type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)		
	65,325,000 円 ×	0.75 =	45,453,000 円	(19,872,000 円)			

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名	大阪勧業展			新規/継続	継続
	代	商工会・会議所名		役割（配分の考え方）	
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核団体 または「リッパ」で説明する 代表団体に○）	○	大阪商工会議所	#REF! 円	<p>1. 直接支援 展示商談会出展企業を300社と想定し、各商工会・商工会議所の申請に応じて配分。直接支援については、幹事会議所以外の支援機関については、1社当たりの補助率に関しては単独事業の0.5を適用する。のこり支援企業数×0.25の補助金は幹事会議所に配分する。</p> <p>2. 間接支援 来場者数に基づく間接支援企業数については、主催団体（大阪商工会議所、堺商工会議所、大阪府商工会連合会）で按分する。</p> <p>なお、主催する堺商工会議所と大阪府商工会議所連合会は、中核として主催する大阪商工会議所の要請に従い、相應の業務負担ならびに支出に係る事業費負担を分担する。</p>	
		堺商工会議所	2,847,955 円		
		東大阪商工会議所	301,500 円		
		泉大津商工会議所	25,125 円		
		高槻商工会議所	50,250 円		
		岸和田商工会議所	50,250 円		
		貝塚商工会議所	25,125 円		
		茨木商工会議所	100,500 円		
		吹田商工会議所	75,375 円		
		八尾商工会議所	25,125 円		
		豊中商工会議所	50,250 円		
		池田商工会議所	25,125 円		
		泉佐野商工会議所	50,250 円		
		北大阪商工会議所	50,250 円		
		守口門真商工会議所	326,625 円		
		松原商工会議所	75,375 円		
		高石商工会議所	25,125 円		
		箕面商工会議所	50,250 円		
		和泉商工会議所	75,375 円		
		大東商工会議所	75,375 円		
		忠岡町商工会	25,125 円		
		柏原市商工会	25,125 円		
		河内長野市商工会	25,125 円		
		藤井寺市商工会	25,125 円		
		摂津市商工会	75,375 円		
		富田林商工会	75,375 円		
		島本町商工会	25,125 円		
		羽曳野市商工会	25,125 円		
		阪南市商工会	25,125 円		
		岬町商工会	25,125 円		
		能勢町商工会	25,125 円		
	大阪狭山市商工会	25,125 円			
	四條畷市商工会	25,125 円			
	泉南市商工会	25,125 円			
	豊能町商工会	25,125 円			
	熊取町商工会	25,125 円			
	大阪府商工会連合会	1,792,705 円			

【備考】

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		小規模事業再生サポートセンター事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	一複数段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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、融資案件の見直しやその後の経営の安定化、清算等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旨とする。事業の実施にあたっては、案件内容に応じて「大阪府中小企業再生支援協議会」とも連携を行う。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内小規模事業者(約12万事業者)のうち、およそ3分の1にあたる約4万事業者がその潜在的支援事業者			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	大阪商工会議所等が実施した2017年9月の「経営・経済動向調査」(対象：1,627社)によると、7-9月期の自社業況は、企業全体ではおよそ3年半ぶりに4期連続のプラスとなるなど、回復傾向が続いている。一方、企業規模別にみると、大企業がプラス幅を拡大する一方、中小企業はほぼ横ばいに止まり、弱さも見られる。こうした中、厳しい経営状況の続く小規模事業者に対する経営安定化や資金繰りの円滑化などといった支援のニーズは引き続き高い。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【2017年度】10月末時点で、同センターには新規69社、継続65社の相談が寄せられている。そのうち、支援の結果、融資等により資金繰りが改善した事業者は14社にのぼっている。また、やむなく事業を廃止せざるを得ない2社については、整理に向けたアドバイスを行った。「大阪府中小企業再生支援協議会」とは、案件に応じて双方で紹介を行っている。 【2016年度】ハンズオン233社(新規：149社、継続：84社)			
	反省点	わが国経済が「緩やかな景気回復基調」といわれて久しいが、その恩恵は常に大企業に偏っており、中小企業、とりわけ小規模事業者にとっては一向に明るさが見えず、その経営環境は依然として厳しい状況が続いている。このような状態において、残念ながら「危機を回避し、経営が安定した」と判断できる事業者はほとんど見られない。当相談室のアドバイスにより危機的状況から一時的に持ち直した後も、その状態が長続きせず、再び危機に陥る事業者が後を絶たないことから、支援期間が長期化する傾向は相変わらず続いている。本会議所としては、早めの相談、継続的な相談を積極的に喚起し続けつつ、専門家等との連携を深め、的確な支援に努めたい。			
具体的な実施内容・手法	人材育成型	以下の①～④の支援を年間を通じて事業者に対して継続的に実施する。 ①資金繰り難や経営難に陥っている小規模事業者に対し、同サポートセンター経営指導員が再生に向けた事業計画書作成や資金繰り対策、金融機関との折衝方法などについて助言を行う。 ②経営難など相談内容に応じ、専門家の助言を得て再生に向けた対策や事業計画書作成支援などを行う。 ③危機回避後は経営の安定化を図るため各種支援を継続的に行う。 ④やむなく事業を整理せざるを得ないと判断される事業者については、速やかな清算に向けての指導を行う。 本事業の実施にあたり、大阪市の事業者については必要に応じて府内各地商工会議所・商工会と連携するとともに、案件の内容によっては「大阪府中小企業再生支援協議会」との連携を密にして事業効果の拡大を狙う。「大阪府中小企業再生支援協議会」との連携については、同協議会のスキームを活用するのが適切と判断できるものは同協議会へつなぎを行い、また、同協議会から紹介を受けた事業者の相談については当サポートセンターにて対応を行う。			
	人材交流型				
	販路開拓型				
	○ ハンズオン型				
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	(b)大阪市の事業者については府内会議所・商工会と、また案件に応じて大阪府中小企業再生支援協議会との連携を密にして事業を実施する。 (d)相談支援で対応できない資金繰りの高度な課題に対応することで、相談支援から地域活性化事業への参加という相乗効果が図られる。他会議所・商工会から相談案件をつないでもらうことで、他団体の「支援機関へのつなぎ」実績に貢献できる。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		小規模事業再生サポートセンター事業				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 175 社	新規支援企業120社、前年度支援企業55社。 本事業の周知については、大商ニュースやHP・メール案内などによる広報、案内パンフレット・リーフレットの配布、府内業界団体の機関誌への掲載などを通じて行う。 ※設定数は2017年度実績を考慮して算出。				
	支援対象企業の変化	①相談事業の倒産回避および経営の安定化、②資金繰りの改善、③やむをえない場合の円滑な事業整理の実行、を支援し、懇切丁寧なサポートで事業者に満足いただき、また「危機回避」を実現する。					
	指標	「融資・資金調達等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	30件			
	その他目標値	目標値の内容→ 社					
その他目標値2	目標値2の内容→ 社						
算定基準に よる算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
	@100,500	円 × 120	社 × 1.0	=	12,060,000	円	
	@100,500	円 × 55	社 × 0.50	=	2,763,750	円	
		円 ×	社 ×	=		円	
		円 ×	社 ×	=		円	
		円 ×	社 ×	=		円	
		円 ×	社 ×	=		円	
		(小計)			14,823,750	円	
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)				円	
		計			14,823,750	円	
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	
	(d)相談事業相乗効果						
	標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
	14,823,750 円 ×	0.75	=	11,117,812 円	(0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはリンクで説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割 (配分の考え方)				
			円				
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		専門家連携型経営相談 交流会			新規/継続	継続			
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること					
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)	中小企業等が抱える高度専門的な経営課題に対応するため、大商では府の小規模補助金を活用した専門家派遣による支援メニューの充実と体制強化を進めている。経営指導員と民間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は大阪府が目指す形でもあり、その結果、支援先からも高く評価されている。 そこで、本事業を通じて、中小事業者に自社の経営課題解決の際に役立つ制度の周知を行うとともに、交流会を開催して、自社の経営課題解決にふさわしいパートナーとの出会いの場を提供する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	さまざまな経営課題を抱えて、あるいは専門家連携型経営相談や課題解決型企業OB人材活用等に関心を持つ大阪府内の中小企業・小規模事業者							
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	2017年度のエキスパート、アドバイザー派遣等、専門家派遣事業は、12月末には派遣予算枠(エキスパート314回、アドバイザー100回)に達しようとしており、専門家のニーズは高い。							
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	【2017年度】8月28日に開催。第一部：①販路開拓・営業力強化セミナー ②事業利用案内、第二部：交流会（支援実績：76社）							
	反省点	集客につながるテーマと相応しい講師の人選を行うとともに、各種事業のアンケートで専門家派遣事業に関心があると回答した小規模事業者の参加者に本事業の案内を行い、集客に繋げる。また、事例紹介を行う参加専門家の顔ぶれを検討し、対応可能な課題・分野を一部リニューアルするなどして、当該分野での支援ニーズを有する新たな参加者層を開拓する。さらに、専門家と参加企業との交流を活発化し、専門家派遣の利用につなげるため、各社の交流時間配分を工夫するとともに、経営指導員によるフォローアップを交流会開催後早期に実施する。							
具体的な 実施内 容・手法	人材育成型	○専門家連携を主目的にしたセミナーと交流会の2部構成で実施。 ①セミナー・事業紹介（1時間15分） 専門家連携型経営相談で利用ニーズの高い「販路開拓」「マーケティング戦略」や「IT」などをテーマに専門家の講演で情報提供を行い、参加者の経営改善に役立ててもらおう。あわせて、専門家連携型経営相談の制度説明すると共に、派遣事例を紹介して制度普及と利用促進を図る。							
	○ 人材交流型	②交流会（1時間45分） 「販路開拓」「マーケティング戦略」「IT」のほか、「人材育成」「経営戦略」「創業支援」「製品開発」「生産管理」などのジャンルの専門家と参加者、支部経営指導員が集い、中小企業等が経営課題を気軽に相談できる関係構築を支援する。							
	販路開拓型	具体的には、各分野の専門家が最初に各々の得意分野を交えて自己紹介する。支部経営指導員が企業及び専門家とそれぞれ交流を行いながら、参加企業と専門家との交流の仲立ちを行い、参加企業がニーズに見合った専門家を見つけられるようマッチングを支援する。 さらに、交流の活発化を促すため、交流時間をできるだけ平等に分配すると共に、専門家と支部経営指導員がそれぞれの役割を果たせるよう働きかけ、成果があがるよう企画する。							
	ハコ型	また、その場で経営相談利用への高い意欲を持つ参加企業を把握し、利用につなげるようフォローするほか、同相談の利用申込にかかわらず、大商に支援を求める参加者に対しても経営指導員が対応する。 交流会終了後は、アンケートなどで把握した専門家連携型経営相談の利用希望や検討意欲のある企業に関しては、経営指導員がアプローチして経営課題を把握し、分析を行った上で最適な専門家とともに伴走支援を行う。経営指導員は指導内容を可能な限りカルテ化し、一過性の支援にとどまらず、引き続き、自己が関与する支援先としてその他の経営課題を含め、課題解決をサポートする。							
	独自提案型								
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		(b)地域金融支援ネットワーク事業を推進している大阪府や保証協会、日本政策金融公庫、地元信用金庫（大阪、大阪シティ、大阪商工、北おおさか）、近畿大阪銀行の協力を得てPRをお願いすると共に、大阪府内の各商工会議所にも協力依頼し、大阪府内全域からの集客を図る。 (d)交流会の開催を通じて専門家連携型経営相談の制度普及と利用促進を図る。本交流会の参加者は様々な経営課題を抱えていると想定される。本交流会には経営指導員も出席するので、参加者の経営課題を把握し、その解決に向けた支援をすることによって事業所カルテ化につなげていく。							

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		専門家連携型経営相談 交流会				新規/継続	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 55 社	2017年度の実績を参考に算出。HP、大商ニュース、各協力金融機関などによる案内配布、メール配信、FAX送信などの広報、募集を行う。					
	支援対象企業の 変化	指標	専門家連携型経営相談に申込んだ案件のうち、成果があった、ややあった、あるいは課題が解決できた、課題への取組みの方向性が明らかになったと回答する件数	数値目標	10社			
	その他目標値	目標値の内容⇒ 社						
	その他目標値2	目標値2の内容⇒ 社						
	算定基準	⇒	サビ入単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		@40,200 円 ×	55 社 ×	1.00 =	2,211,000 円			
		円 ×	社 ×	=	0 円			
		円 ×	社 ×	=	0 円			
		円 ×	社 ×	=	0 円			
		円 ×	社 ×	=	0 円			
		円 ×	社 ×	=	0 円			
				(小計)	2,211,000 円			
				※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)	円			
				計	2,211,000 円			
算定基準により算出される額	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
		②受益者負担	円	負担金の積算				
		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果			
		標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
	2,211,000 円 ×	0.75 =	1,658,250 円	(0 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒ アックで説明する代表団体に○) (申請団体名及び 配分額に網掛け すること)	代	商工会・会議所名	役割(配分の考え方)					
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		販路・取引先開拓マッチング事業		新規/継続	継続			
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること				
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)	景気が回復しつつある中においても、売上の低迷に苦しむ中小企業が多いのが実情である。こうした中小企業にとって新規取引先の開拓は業績回復のための最大の課題である。また、新規事業の推進や新商品の取り扱いに際しては、新たな仕入先の開拓が不可欠となる。このため、ビジネスモールなど大商が保有する各種ツールや情報を駆使して中小企業の商取引を促進し、経営基盤の強化を図る。営業・マーケティング窓口相談と連携しながら、仕入先や製造委託先の紹介や販路開拓に関するアドバイスを通じて、厳しい経営環境に置かれた小規模・中小企業の経営安定と振興をサポートする。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者・中小企業を対象とするが、2016年度相談実績及び2017年度の進捗状況を勘案して、年間220社を想定。						
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	本所会員および特定商工業者を対象とした関心事項調査(2017年度実施、回答数13,054社)によれば、「営業・販売・取引先開拓」を挙げる企業は35.7%に上り、「経営全般」と「人事・労務・人材確保育成」に次ぐ高い割合となっている。また、中小企業のためのビジネス講演会等で実施しているアンケート調査においても「販路開拓」を経営課題に挙げる事業者は多く、専門家派遣でも販路拡大支援や営業力強化を希望する企業が最も多い。小規模・中小企業の本事業に対するニーズは十分高いと考えられる。						
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	【2017年度実績(10月末現在)】 相談数：129社 マッチング数：57社						
	反省点	本所の各種事業などを通じて「販路・取引先開拓」を経営課題に挙げる企業の把握に努めていたが、なお不十分である。さらに本事業の案内、周知を機会をとらえて広く行うよう工夫する必要がある。また、金融機関などの協力機関との連携が進んではいないが、まだ不十分であることから、より一層連携の強化、紹介後の状況把握及びフォローアップを徹底し、必要に応じて専門家派遣につなげるよう努める。さらに、2017年度に新設した営業・マーケティングの専門相談窓口を利用した営業体制の構築やマーケティングに取り組む事業者に対して、次のステップとして当事業の活用をより一層周知勧めることによって、「販路・取引先開拓」マッチングの成果につなげるよう工夫する。						
具体的な 実施内 容・手法	人材育成型	新設の営業・マーケティング相談窓口での相談との連携をより一層密接しながら、販路開拓や仕入先の取引紹介に関する中小企業からの相談に対応する。具体的には、業界団体や関係機関の紹介だけでなく、マーケティング手法等をアドバイスしながら、具体的なBtoBのビジネスマッチングを促進する。						
	○ 人材交流型	(マッチングの実施) 大商が保有する企業データ、ビジネスモール、商談モール等のツールをフルに活用し、販路・取引先開拓・仕入先照会を希望する事業者のニーズに応じて検索・照会を行い、具体的なBtoBのビジネスマッチングを進める。さらに、新設の営業・マーケティングの専門相談窓口及び金融機関や各地商工会議所等の支援機関との連携をより一層緊密化するなど、事業者単体では持ちえない、会議所ならではの広範なチャンネルを駆使して、販路や仕入先探しにあたる。						
	販路開拓型	(事後フォローの実施) 紹介後の進捗状況を適切に把握し、必要に応じて専門家派遣につなぐなど、継続的にサポートする。						
	ハブ型	※「販路・取引先開拓」を経営課題に挙げる企業を大商各種事業のアンケートなどで具体的に把握するとともに、より広い範囲で本事業の案内、周知を行う。						
	独自提案型							
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>
		(b)大阪府下の商工会議所経営指導員、協力金融機関及び大商のほかの事業担当者に事業PRリーフレットを配布し、活用を促進する。 (d)直接に販路・取引先開拓の相談に応じる中で経営課題を把握することによって、専門家派遣型経営相談など他の支援メニューの提供につなげ、事業所カルテ化を図っていく。						

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		販路・取引先開拓マッチング事業				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 220 社	2016年度実績、2017年度進捗状況より算出。 HP、大商ニュース、各協力金融機関や各地商工会議所による案内配布、メール配信などで広く広報、募集を行う。						
	支援対象企業の変化	売上低迷などに悩む中小企業に対し、営業・マーケティングの窓口専門相談と連携しながらマーケティング手法を指導するなど販路開拓に関する相談に対応し、マーケティングあるいは営業スキルの向上を図って売上増につなげる。また、仕入先を探している企業については、要望に合致する先を紹介し、新たな商取引の機会を創造する。				指標	取引先・販路先等を紹介できた件数	数値目標	90件
	その他目標値	目標値の内容⇒							
		社							
	その他目標値2	目標値2の内容⇒							
	社								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@40,200	円 ×	220	社 ×	1.00	=	8,844,000	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
							(小計)	8,844,000	円
							※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)		円
							計	8,844,000	円
		独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準とおりの場合不要)							
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
	8,844,000 円 ×	0.75	=	6,633,000	円	(0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「リ」で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		役割(配分の考え方)					
				円					
				円					
				円					
				円					

【備考】

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		中小企業のためのビジネス講演会		新規/継続	継続		
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	一複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること			
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)	中小企業の経営改善や成長を支援することを目的に、講演会形式で経営に役立つ情報を提供する。 逆境・困難に立ち向かった経営者の経営戦略、変化する経営環境への対応事例、優れた企業家の経営手法、最新のビジネストレンドなどをテーマとして、中小企業が自らの経営戦略を見直し、経営を革新するよう動機づけを図る。著名な経営者や専門家等の話から学ぶべきことは多いが、中小企業はこうした機会に恵まれないのが実情で、公的支援策として実施する意味は大きい。 また、単なる講演会の開催のみにとどまらず、アンケートに上げられた経営課題に対しては経営相談を受けるように働きかける。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者、創業(予定)者					
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	講師の選定に留意し、時宜を得たテーマ設定に心がけており、これまでほぼ毎回100名を上回る申し込みがあり、参加者の満足度も高い。前年度までの講演会開催時に参加者にアンケートを取り、次年度の事業実施の際に参考にしている。					
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p><ビジネス講演会>2017年度は5回開催を予定し、すでに3回実施。8/2=チームラボ代表取締役・猪子寿之氏 実績:163名(参加申込258名)、10/10=榊屋野リゾート代表取締役CEO・星野佳路氏 実績:469名(参加申込832名)、12/7=ライフネット生命保険(株)創業者・出口治明氏 実績207名(参加申込297名)</p> <p><大商夕学講座>2017年度上半期の実績 4/19=「真のダイバーシティに向けて」ロート製菓株代表取締役会長・山田邦雄氏 127社、4/25=「働き方改革とワークライフ」慶應義塾大学大学院特任教授・高橋俊介氏 129.5社、6/9=「世界はどう変わるか」作家・元外交官・佐藤優氏 173社、7/21「新生スカイマークと企業再生」インテグラル株代表取締役パートナー・佐山展生氏 106社、7/26=「日本酒リノベーション」新政酒造株代表取締役社長・佐藤祐輔氏 93.5社</p> <p><支部経済講演会>2017年度上半期は8回開催。参加者数のべ631名(支援企業数476社)</p>					
	反省点	中小企業を取り巻く経営環境や社会経済トレンドなどを的確に踏まえ、中小企業の関心の高い話題や重要度の高い経営課題に沿った内容となるよう、引き続き講師・テーマの選定に細心の配慮を行う。ビジネス講演会においては、直前に参加を促す案内を行うことで当日の参加者が増加することになったが、より多くの参加につながるようさらなる工夫を行う。					
具体的な 実施内 容・手法	○ 人材育成型	<p><ビジネス講演会> 2017年度の成功とそうでない原因を分析し、世のトレンドと経済情勢を踏まえながら、より早い時点で各種事業を通じて中小企業経営者の関心の高いテーマを的確に把握し、相応しい著名な経営者及び専門家を招き、年度内に5回程度開催する。 中小企業経営者の関心が高い「収益増につながる新規事業の開発」「新商品の開発」「売上増につながるマーケティング戦略」「経営困難を克服する経営者マインド」「AI・ロボット・IoT・ICTなどの最新技術を活用したビジネス創出」などのテーマについて、あらゆる媒体を通じてリサーチし、相応しい著名な企業経営者及び専門家をお招きし、経営に役立つタイムリーな内容で開催する。 大商ニュース、メールステーション及びFAXなど大商の媒体を通じて案内するほか、大阪府下の各商工会議所に案内状配布とHP掲載、協力金融機関に案内状配布及び中小企業基盤整備機構のHP掲載依頼などを通じて、大阪府下の中小企業にも広く案内して参加を呼び掛ける。また、過去の講演会参加者にもメールとFAXを通じて案内を実施する。</p>					
	人材交流型						
	販路開拓型	<p><大商夕学講座> 慶應義塾大学MCCが主催の「夕学五十講」と提携し、企業経営に関するテーマのほか、事業者の関心の高い経営判断に影響を及ぼす政治・経済状況のテーマを中心に、大阪ではなかなか受講できない著名人による講演をサテライト配信にて受講して頂く。 ○定員:各回300名 ○回数:前期、後期にそれぞれ5回計10回開催 ○時間:各回とも18:30~20:30</p>					
	ハイブリッド型	<p><支部経済講演会> 効果をより幅広い事業者へ波及させるべく、市内5支部でも経営改善や新事業創出、新市場開拓に役立つテーマ・講師で年間10回程度を開催する。 また、支部管轄内事業者の意見を柔軟に取り入れ、事業者のニーズの高いテーマを設定する。テーマに関連する大阪府施策についても、資料配布や説明などでPRに協力する。</p>					
	独自提案型	事業所カルテ化については、引き続き指導員がフォローを行い支援策の利用を促すほか、関連する地域活性化事業への参加招請もあわせて行い、課題解決に向けた事業者の意欲をより高めていく。					
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
	<p>(b)大阪府内の産業支援機関(MOBIO、大阪産業振興機構、産業デザインセンター、よろず支援拠点等)、大阪府内の商工会議所、地域金融懇談会及び独立行政法人中小企業基盤整備機構などの協力を得て大阪府内全域の様々な業種の企業に向けて参加募集・PRを実施する。また、大商の独自事業である「大商プレミアム融資」に参画する地銀、信用金庫等の協力を得て、広く大阪府内の中小企業に案内状を配布する。 (d)アンケートで中小企業の経営課題を把握し、今後の相談支援先の候補として活用する。また、既支援先については、同講演会への参加勧奨を行い、相談事業と地域活性化事業の相乗効果の向上を目指す。</p>						

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		中小企業のためのビジネス講演会				新規/継続	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ ビジネス講演会930社、大商夕学講座950社、支部経済講演会800社 ※2016年度の実績及び2017年度の進捗状況より算出。HP掲載、大商ニュース、メール配信、各種事業での配布、大商事業協力金融機関及び各地商工会議所などにより配布、広く案内、募集する。						
	支援対象企業の変化	講演会を受講した経営者が、自社の経営課題に気付き、講演会で得た有益な情報を今後の経営に活用することにより、経営改善・経営革新に向けた契機となることを目指す。				指標	数値目標	回答者の90%以上
	その他目標値	目標値の内容⇒ 社						
	その他目標値2	目標値2の内容⇒ 社						
	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
	@20,100 円 ×		930 社 ×		1.00 =		18,693,000 円	
	@20,100 円 ×		950 社 ×		1.00 =		19,095,000 円	
	@20,100 円 ×		800 社 ×		1.00 =		16,080,000 円	
	円 ×		社 ×		=		円	
	円 ×		社 ×		=		円	
	円 ×		社 ×		=		円	
	円 ×		社 ×		=		円	
					(小計)		53,868,000 円	
					※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)		円	
					計		53,868,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等				
	②受益者負担	341,120 円		負担金の積算		ビジネス講演会参加費3000円×100名 大商夕学講座参加費5140円×8名		
	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費		補助率		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)		
	53,868,000 円 ×		0.75 =		40,401,000 円	(341,120 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または比列割で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		役割(配分の考え方)				
				円				
				円				
				円				
				円				

【備考】

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		「町工場ネットワークの構築」事業 (旧称：モノづくり加工ネットワーク強化事業)		新規/継続	継続
想定する実施期間		2012 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	大阪市統計書によると、大阪市内の金属・機械関連製造・加工業の事業所数は2011年には9647あったものの、2016年には8151に減少している。また、地域経済分析システム (RESAS) によると、これに並行して大阪市域の金属製品製造業の製造品出荷額等は、2008年が4兆6589億円であったが、2014年には3兆6348億円にまで減少するなど、工業生産力が弱体化している。特に中小・小規模のモノづくり事業者は、経営者の高齢化 (事業承継問題)、大手メーカーの生産・調達網の見直しなどによってその数は減少傾向にあり、相互補完的な横請けネットワークが毀損の危機にある。当事業は、大阪に集積する金属・機械関連の「町工場」を対象に、横請けネットワークの再構築と受注拡大を支援する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内に事業所を有する金属・機械関連の取引拡大に取り組む中小・小規模事業者 (他の参加者との情報交換を通じて経営力の強化を図る事業者、事業承継前に業界知識の蓄積を図る若手後継者など)			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業にとって取引先の拡大は普遍的なニーズである。「仕事を出す側」も業界内の事業所の廃業が相次ぐ中、加工先の確保に苦慮している。当事業の一環として実施している「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」のこれまでの参加者からは「外注先が高齢化して先行きが不安。新たな外注先の発掘が急務」「将来に備えて、受注先を確保しておきたい」など声が寄せられている。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2017年度の「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の実施状況は次の通り。 <9月13日開催> 会場：港区民ホール 参加企業数：55社 マッチング件数：641件 成果：「取引につながった」11社20取引、「取引につながる可能性あり」20社51取引など <12月1日開催> 会場：東成区民ホール 参加企業数：33社 マッチング件数：238件 成果：「取引につながる可能性あり」26社66取引など <2月16日開催予定>			
	反省点	「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」に参加する事業者はいずれも意欲があるが、その規模、精度、対応ロット数のレベルが異なっており、こうしたさまざまな参加者のニーズにいかに対応していくかが課題である。			
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	(A) 中小ものづくり事業所が抱える経営課題に対する情報提供【人材育成型】 ものづくり企業が直面する経営課題 (人材育成、技能伝承、効果的な自社PR、BCP策定など) に対応する情報提供をタイムリーな形で行う。			
	○ 人材交流型	(B) 管内ものづくり企業の技術PRと特定の課題を軸とした相互交流【人材交流型】 ものづくり企業が事業・加工技術を広く地域にPRする機会を設ける (大正ものづくりフェスタ)。また、製造業、特に下請け金属加工業が直面する問題を専門家を交えて双方でディスカッションする会を開催する。			
	○ 販路開拓型	(C) 「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の開催【販路開拓型】 参加各社の保有する技術や設備、求める技術などをとりまとめたエントリーシートをもとに自己紹介や意見交換を行い、顔の見える取引先を見つけるための交流会を開催する。北支部、東支部、西支部、南支部の管内で1回ずつ、計4回開催する。			
	ハズカ型	(D) 「ものづくり加工受発注商談会」の開催【販路開拓型】 発注側企業 (大手・中堅企業5社程度を想定) から調達希望品目の概要 (用途、形状、材質、発注ロット、加工内容など) を収集し、インターネットなどで公表して受注希望企業 (金属・機械関連の中小・小規模事業者) の参加を募る。商談会場には、発注側企業ごとにブースを設営。発注側企業は、自らのブースへ売り込みを訪れた受注希望企業と商談を行う。9月に大阪市内にて開催する計画。			
	独自提案型				
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
(b)大阪商工会議所の各種広報媒体を活用することはもとより、MOBIO (大阪府)、中小企業基盤整備機構近畿本部などの産業支援機関が配信するメールマガジンへの告知記事の掲載、日本政策金融公庫など中小企業を主たる対象とした金融機関の協力を得るなどして大阪府内の金属・機械関連の中小・零細企業の参加を募る。 (c)西淀川、東成、大正、港、平野などの区役所などが実施するものづくり支援事業と連携する。 (d)マンパワーに成約の多い小規模事業者が、取引拡大に伴う経営改善に取り組むにあたって、経営指導員が介在して事業所カルテ化される可能性は大きい。また、自社の技術特性を外部にアピールする場面の見せ方、展示商談会等に出展する企業に対し効果的な展示やブース内での顧客コミュニケーション等を指導することも事業所カルテ化につながると考えられる。					

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		「町工場ネットワークの構築」事業 (旧称：モノづくり加工ネットワーク強化事業)				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 人材育成型40社 人材交流型35社 販路開拓型165社 (ものづくり加工ネットワーク強化交流会：30社+30社+45社+20社=125社、ものづくり加工受発注商談会：40社)							
	支援対象企業の 変化	【人材育成型】 個社では取り組みにくい経営改善を進めるきっかけとなること期待できる。 【人材交流型】 同業企業間で情報交換を進め、ものづくり企業が地域活性化へ参画する基礎を構築する。 【販路開拓型】 搬送コストを抑えられる近隣加工ネットワークの活用を通じて参加企業の競争力向上を目指す。受注拡大に向け、取引先候補との接点を持つことができる。				数値目標	80%		
	指標	【人材育成型】 事業が今後の事業活動、企業経営に役立つと回答した割合					80%		
		【人材交流型】 事業が今後の販路拡大、取引先の増加に役立つと回答した割合					80%		
		【販路開拓型 (ものづくり加工ネットワーク強化交流会)】 事業が販路開拓・新規取引先拡大に役立つと回答した割合 【販路開拓型 (ものづくり加工受発注商談会)】 商談件数					80%		
その他目標値	目標値の内容⇒								
	社								
その他目標値2	目標値2の内容⇒								
	社								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@20,100	円 ×	40 社	×	1.00	=	804,000	円
		@40,200	円 ×	35 社	×	1.00	=	1,407,000	円
		@50,250	円 ×	30 社	×	1.00	=	1,507,500	円
		@50,250	円 ×	30 社	×	1.00	=	1,507,500	円
		@50,250	円	45 社	×	1.00	=	2,261,250	円
		@50,250	円 ×	20 社	×	1.00	=	1,005,000	円
		@50,250	円 ×	40 社	×	1.00	=	2,010,000	円
						(小計)	10,502,250	円	
						※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)		円	
					計	10,502,250	円		
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	円	負担金の積算						
	<input type="checkbox"/> (a) 府施策連携	<input type="checkbox"/> (b) 広域連携	<input type="checkbox"/> (c) 市町村連携	<input type="checkbox"/> (d) 相談事業相乗効果					
	標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)					
	10,502,250 円 ×	0.75 =	7,876,687 円	(0 円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 またはリッグで説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割 (配分の考え方)						
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		スモールM&A市場		新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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>団塊の世代が引退期を迎え、経営者の高齢化が進んでいる中、将来の先行き不安や価値観の変化などにより親族や社内で後継者が見つからず、後継者難で悩んでいる中小企業経営者は多い。2017年版中小企業白書によれば、後継者および後継者候補もいないと回答した企業は約30%、その中で「事業の譲渡・売却(M&A)を検討または決定している」「事業を継続させるためなら事業の譲渡・売却(M&A)を行ってもよい」と回答した企業は約26%にのぼっている。</p> <p>M&Aの仲介・コンサルティング業務は大手金融機関や民間の専門会社などが行っているが、それらは大企業・中堅企業向けが主流となっている。また、中小企業はM&Aに関心があっても、取引金融機関に相談に行くには抵抗があり、他方で民間専門会社に相談に行くこと高額なフィーを取られるのでは、と懸念して躊躇する経営者も少なくないのが実情である。</p> <p>このような中、後継者難・先行き不安などでM&A(会社・事業の譲渡)の潜在ニーズを持ちつつも、民間ベースでの支援対象となりにくい、あるいは支援を受けるには抵抗がある中小・小規模企業に対し、商工会議所という公平・中立な公的機関の取り組みにより、中小企業のM&Aの実情やメリット、留意点などを十分理解してもらうとともに、M&Aに向けた準備や具体的な取組みを促進するのが本事業の目的である。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	事業承継・後継者難等の理由により、M&Aのニーズを抱えていると思われる中小企業 約23,400社。その中でも、ハンズオン支援では簿価純資産5,000万円未満の小規模な企業の支援を行う。			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>大阪府内の中小企業約30万社のうち、30%の約9万社が後継者および後継者候補もいない状態であると推定され、そのうち26%の約23,400社が事業売却(M&A)にニーズ・関心を持っているものと思われる。</p> <p>ただし、M&Aはきわめてデリケートな話であり、関心はあってもどこにも相談することができず一人で悩んでいる経営者も多いものと思料される。本事業では公平・中立な公的機関による運営で実績を挙げていることと、これまでの小規模なM&Aの成約事例を紹介することで、中小・小規模企業の潜在ニーズの掘り起し・顕在化に努める。</p>			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>【2017年度支援企業実績】(11月17日現在)</p> <p>①M&Aセミナー 1回開催：57.5社</p> <p>【2016年度支援企業実績】</p> <p>①M&Aセミナー 3回開催：116社</p> <p>②ハンズオン 1件</p>			
	反省点	<p>近年、M&A関連のセミナーは民間企業(M&A専門会社・コンサル会社等)で数多く開催されているほか、国も事業引継ぎ支援センターを各都道府県に設置してPRやセミナー開催に力を入れていることから、以前に比べて参加者の集客に苦心することが多くなっている。</p> <p>2018年度は従前同様、他機関のセミナー開催日との近接をなるべく避けた上で、①参加者の関心が高い具体事例を取り上げる、②M&Aのメリットだけでなく、負の面・リスクなどにも触れる、③内容面で売り手側偏重にせず、買い手側の立場から見たM&Aの留意点・ポイントも説明する、ことを特徴として打ち出し、より多くのニーズ・関心を持つ中小企業経営者等に参加してもらえるように努める。</p>			
具体的な 実施内 容・手法	○ 人材育成型	○M&Aに関心・ニーズを有する大阪府内の事業者、M&Aの進め方やポイント、メリット等を広く周知するため、「中小企業のためのM&Aセミナー」を開催する(年2回・年度の前半、後半と時期を分けて大商で開催)。			
	人材交流型	テーマ・講師(案)①「事例に学ぶ、企業の存続・発展のためのM&A」(講師：㈱ストライク・石垣執行役員)、②「ここがポイント! 中小企業M&Aの進め方」(講師：㈱オンテック・久保代表取締役)			
	販路開拓型	○安価な料金体系で小規模な事業者でも利用しやすい「スモールM&A市場」を運営、規模の小さいM&Aに精通した仲介機関が企業評価、買い手探しなどの実務を行って、成約に結び付けることを目指す。(通年・大商にて実施)			
	○ ハブ型				
	独自提案型				
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		スモールM&A市場				新規/継続	継続				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び算定方法⇒ <M&Aセミナー参加企業数>70社。(35社×2回) <スモールM&A支援企業数>1社。 71 社									
	支援対象企業の変化	①M&Aセミナーでは、「セミナーで得た情報を基に、M&Aを具体的に進めていきたいと思う」「セミナーで得た情報を参考にして、M&Aについて検討しようと思う」「セミナー以外でも情報を集めて、M&Aについて知識を深めようと思う」と答えた企業割合				数値目標	85%以上				
		②M&A支援では、成約件数				数値目標	1件				
	その他目標値	目標値の内容⇒									
	その他目標値2	目標値2の内容⇒									
算定基準により算出される額	算定基準	⇒	サビ単価		支援企業数		係数		標準事業費		
			@20,100	円 ×	70	社 ×	1.0	=	1,407,000	円	
			@100,500	円 ×	1	社 ×	1.0	=	100,500	円	
				円 ×		社 ×		=		円	
				円 ×		社 ×		=		円	
				円 ×		社 ×		=		円	
				円 ×		社 ×		=		円	
				円 ×		社 ×		=		円	
									(小計)	1,507,500	円
									※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)		円
								計	1,507,500	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)										
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等						
		②受益者負担		324,000	円	負担金の積算		M&A成約の情報提供料324,000円			
		<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
			標準事業費		補助率		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
			1,507,500	円 ×	0.75	=	1,130,625	円	(324,000 円)		
	補助金の団体配分(「代」欄には、中核団体または「別記」で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名				役割(配分の考え方)				
										円	
										円	
										円	
										円	

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査書

事業名		ロボットビジネス推進研究交流会事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	ロボットビジネスは成長性が期待される数少ない市場として近年注目度が高まっている。セミナー等の実施を通して、ロボット技術を活用した製品の開発やロボット未活用領域への導入などを支援し、生産性向上や省力化を実現できるよう中小企業のロボット活用を後押しする。また、こうした活動によって企業連携を推進し、新たなプロジェクトが生まれるような素地を作る。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	旭区、城東区、鶴見区、都島区、東成区、生野区のモノづくり企業約2千社・団体をはじめ、大阪府下全域の企業を対象にする。			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	国の支援策の影響もあって、中小製造業を中心に成長市場といわれるロボット分野への関心は高い。2017年8月に東支部が大阪工業大学の梅田キャンパスで開催したセミナー「人手不足が世の中を変えろー産業用ロボットの新たな潮流」では159名が参加した実績を見て、企業ニーズの高さが伺える。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>ロボットをテーマに2015年度から取り組んでいる。2017年度は、大阪工業大学と連携し、4月にオープンした同大学の梅田キャンパスを会場にセミナーを実施し、159名の参加者を集めた。プログラムは、以下のとおり。</p> <p>【講演】「産業用ロボットの今後のゆくえ」大阪工業大学 野田哲男特任教授、【事例】「ロボットを利活用した社会課題解決への挑戦」日本空港ビルデング㈱、「ロボットビジネスに新規参入！」㈱竹中製作所、「人手不足が生む、産業用ロボットの新たな潮流」東洋理機工業㈱、【見学】大阪大学 梅田キャンパス、【ロボット操作体験】UBTECH社製「Alpha 1S」(㈱竹中製作所)</p>			
	反省点	これまでは中小企業のロボット導入や市場参入を推進するため、セミナー等の開催を通じて情報提供に努め、ロボットへの関心を高めてきた。しかしながら、ロボットに関する具体的な相談を受けた場合、十分にフォローできる体制がなかった。			
具体的な実施内容・手法	○ 人材育成型	<p><ロボット活用セミナー> ロボットへの理解や関心を高め、ロボット導入やロボットに対応できる企業内の人材育成、ロボット市場への参入等を後押しするため、中堅・中小企業を対象にセミナー等を8月頃に大阪工業大学梅田キャンパス(予定)にて開催する。</p>			
	人材交流型	<p>(プログラム案)</p> <p>1. 講演「人間の動きをロボット化するーロボットの機構設計・制御系設計への新たなアプローチ」 大阪工業大学 准教授 中山学之氏</p> <p>2. 事例発表「大阪工業大学の産学連携の取り組み」 大阪工業大学 ご担当者</p> <p>3. 事例発表「未定」 i-RooBO network Forum メンバー</p> <p>4. 大阪商工会議所東支部のロボット関連事業の紹介</p>			
	販路開拓型				
	ハズカ型	※ 今年度は、中小企業のロボット導入や開発に関するニーズ等をフォローできる体制づくりにつながるよう、大阪工業大学に加え、i-RooBO network Forumと連携して事業に取り組む。			
	独自提案型				
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
<p>(b)近隣の八尾市や東大阪市も含め、大商ニュースやD-FAX、HP、メールステーションなどを活用し、広く大阪府内に案内する。大阪府のものづくり支援課にもPR協力をお願いする。</p> <p>(d)相談指導先を巡回し、当該事業への参加推奨を行うとともに、フォーラム後のアンケートにおいて相談支援ニーズのある先には後日フォローし、経営課題の把握や先方のニーズがあれば相談支援を行う。ロボットに関する相談については、i-RooBO network Forum等と連携して取り組む。</p>					

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		ロボットビジネス推進研究交流会事業				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→大商ニュースやメールステーション等を活用して、広く事業者案内する。							
		70 社							
	支援対象企業の変化	ロボットに関する情報や知識を得ることができ、ロボットの導入や活用を考えるきっかけを提供する。							
	指標	講演等で得た知識や情報等をもとに、「今後のモノづくりに活用する」「ロボットビジネス等への取り組みにつなげる」「今後さらに情報収集に努めたい」と回答した割合			数値目標	70%以上			
	その他目標値	目標値の内容→ 社							
その他目標値2	目標値2の内容→ 社								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@20,100	円 ×	70	社 ×	1.00	=	1,407,000	円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
			円 ×		社 ×		=		円
						(小計)	1,407,000	円	
						※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)		円	
						計	1,407,000	円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)								
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費		補助率		補助金額		((①市町村等+②受益者負担)		
	1,407,000 円 ×	0.75	=	1,055,250 円		(0 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)				
					円				
					円				
					円				
					円				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		ザ・ベストバイヤーズ		新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	一複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	大手の流通業やものづくり企業等への販路開拓を目指す中小企業は多いが、そのニーズや取引方法、担当窓口がわからず商談の「きっかけ」さえ得ることができていない現実がある。そこで、大手流通業のバイヤー・担当者による事前選考を実施し、「買い手」「売り手」双方のニーズを合致させ、中小零細企業の販路開拓を促進させる。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大手流通業等と取引を望む、主として大阪府下の中小製造業、卸売業			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	①本会議所主催の商談会開催後のアンケートにおいて、1社とより深く商談できる機会を数多く設けてほしいという声が大半である。 ②過去に開催した個別商談会では、概ね定員の倍以上の申し込みがある。 ③各回の企業によるセミナーも好評で、もっと企業の枠を超えて、業界全体のトレンドや商談のノウハウについての情報提供を求める意見が寄せられている。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	【2017年度 11月現在】 「ザ・ベストバイヤーズ(ザ・ライセンスフェア)」を10回開催すると同時に、新しい試みとして金融機関との連携商談会も共催にて開催。それを含めると389社(うち府下企業254社)が参加。2018年2月と3月にかけてあと2回開催予定。販路開拓セミナーは、224社が参加。そのうち、支援対象は164.5社。 【2016年度実績】 「ザ・ベストバイヤーズ(ザ・ライセンスフェア)」を17回開催し、453社(うち府下企業274社)が参加。参加企業の95.1%が「満足」、「やや満足」と回答。			
	反省点	1. バイヤー企業によっては選考が厳しく、多数の参加申込があるものの、選考を通過する企業数が伸び悩む回が見受けられた。選考通過率の低い原因は、派遣されるバイヤーの人数、担当分野の偏りやその仕入れ方針等が考えられる。今後は、買い手企業のニーズや取引条件等にも留意しつつ、担当バイヤーの増員、もしくは幅広い商談を受け入れられるバイヤーの派遣を要請し、選考通過率の改善(商談数の増加)を図りたい。 2. 2013年から5年を経過し、新規バイヤーの開拓が難しくなっている。マンネリにならないように、従来の業態にとどまらずバイヤーの業種・規模の拡大をはかる必要がある。 3. 最近、成長の著しいEコマースについては、直取引を行うバイヤーが少ないが、切り口を変えてその有用性を周知させるような取り組みが必要である。			
具体的な 実施内 容・手法	○	人材育成型	I. 商談会の開催 (内容) 大手流通業やライセンス保有企業などから毎回1社のバイヤーや担当者を招き、事前マッチング方式で1商談25分程度の商談会を開催する。年間10回程度開催する。また、売り手企業・買い手企業の発掘を目的に、金融機関とも連携した商談会なども必要に応じて開催する。		
		人材交流型	(事業運営にあたっての視点) ○中堅規模の流通業、職域販売、中食・給食業者、ホテルなど今まであまり招請してこなかったバイヤーの開拓に努めるとともに、最近、注目が高まるEコマースを活用した販路開拓の普及などにも取り組む。		
	○	販路開拓型	(スケジュール) ①募集 開催の2～3カ月前から募集。商談希望者の募集にあたっては、バイヤーやライセンス担当者の希望商談分野を明示。 ②事前セレクション 開催の3週間前に、当日の商談がスムーズに運ぶよう、参加企業のリストをバイヤー・ライセンス担当者に提供し、事前選考を実施。 ③時間予約制 開催の2週間前に参加確定および商談時間について参加企業に連絡。 ④成果把握・フォローアップ 開催後、成約状況のフォローアップを行う。		
		ハズカ型			
		独自提案型	II. 講演会の開催 昨今、商業、物流ビジネスの今後の展開を考えるうえで、Eコマースの成長が著しいことから顕著であることから、ECへの理解・啓発を促すとともに、ECを通じた具体的なビジネス展開を促進するテーマで講演会(フォーラム)を3回開催する。		
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		(b)商談希望企業は、主に大阪府内事業者にて、FAXやDM、e-mailによる個別案内等で参加募集を行う。また、府内商工会議所・商工会にも協力を要請し参加勧奨する。さらに、各都道府県庁や府外の商工会議所等とも連携し、広く全国から商談希望企業を募る。			

4-2. 地域活性化事業 事業調査書

事業名		ザ・ベストバイヤーズ				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 280 社	①商談会参加企業 180社 ②講演会参加企業 100社 (大商ニュース、FAX、DM、e-mail等による個別案内等で募集する。また、各都道府県庁や、各地会議所・商工会、地銀・信用金庫等にも参加勧奨の協力を求める。)						
	支援対象企業の変化	指標	全商談件数 大手流通業界への売り込み方や、ネット通販や越境ECについて理解できた、今後の販路開拓に役立てると回答した企業の割合	数値目標	260件 80%以上				
	その他目標値	目標値の内容→	社						
	その他目標値2	目標値2の内容→	社						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		@50,250 円 ×	180 社	×	1.20	=	10,854,000 円		
		@20,100 円 ×	100 社	×	1.20	=	2,412,000 円		
		円 ×	社	×		=	0 円		
		円 ×	社	×		=	0 円		
		円 ×	社	×		=	0 円		
	円 ×	社	×		=	0 円			
(小計)							13,266,000 円		
※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)							円		
計							13,266,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	大手バイヤーを毎回恒的に招聘するには、価値のある商品を集める必要がある。大手バイヤーからは府内はもとより広く全国から事業者を集めてほしいという希望が強い。よって、同事業では広く府外からも事業者を集めることで、大手バイヤーの参加意欲を高めている。大手バイヤーのこうした参加は、府内事業者に大手とのビジネスチャンスを生み出す等、高付加価値が認められることから、0.2の増補正を行う。								
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等						
	②受益者負担	2,160,000 円	負担金の積算	参加費 会員8,000円×90社、非会員16,000円×90社					
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率		補助金額	(①市町村等+②受益者負担)			
	13,266,000 円 ×	0.75	=	9,949,500 円	(2,160,000 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒカリが説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割 (配分の考え方)						
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		商店街ショッピングツーリズム振興と個店の集客支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～ 2019 年度まで	○ 一複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	大阪府の人口減少白書によると、府内の人口は今後30年間で18.4%減少すると推定されている。また、個店主の高齢化も進行しており、このまま来客が減少すれば、事業承継もできず廃業・解散・撤退に追い込まれる商店・商店街・商業施設も少なくない。これを打開するためには、都心部への回帰で大阪市域に流入が著しい子育て世代や、増え続けている訪日観光客を新しい顧客として取り込む方を検討していかなければならない。 しかしながら、訪日外国人の恩恵を得ている商店街は限られており、大阪府内に広がっているとは言いがたい。訪日観光客の増加は、商店街等での対面販売（大阪の店主との交流）の体験を「旅先での体験」として広くアピールできるチャンスである。これまでの100円商店街や指差しシートなどを大阪に広めたノウハウを進化させ、観光客があまり訪れていない商店街の訪日観光客受け入れ環境の整備と地域住民も含めた、新しい来街者層・顧客層の開拓を支援する。また、本事業を通じて、商店街のショッピングツーリズムのあり方を提唱する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内商店街 30商店街程度 活性化への意欲のある商店街振興組合、商店会、専門店の集まった商業施設（地下街等）		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	①黒門市場や心齋橋商店街等ミナミ等の特定の地域を除けば、まだ、外国人観光客の恩恵を得ている商店街は限られており、郊外の商店街振興組合からは、訪日外国人観光客の恩恵が得られるような取り組みについて、相談や遭遇対応ツールの提供を求める声が本会議所に寄せられている。②100円商店街実施商店街等（32団体）に対して行ったアンケートによれば、100円商店街の継続実施を希望するものの、マンネリ化や参加個店の減少を課題にあげる組合が多い。③広域からの集客では、SNS等の情報発信が必要不可欠であるが、前述のアンケートでその発信回数も聞いたところ、頻りにデータ更新し発信しているという組合は1割程度、傘下の個店の情報を頻りに更新していると回答した団体は1団体のみであった。これでは広域からの集客が難しく、なんらかの打開策が必要である。④最近では、比較的元気な商店街であっても、空き店舗に新しい店舗を誘致することが難しくなっているという。また、魅力的な店舗を誘致することが、若者・子育て世代の集客にもつながることから、今後、取り組みが必要である。		
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	1. 活動概要 ○商店街の楽しみ方を海外に情報発信（4月） ○わいがや会議の開催（7/26、10/18） ○「商店街！ウェルカム・インバウンド事業」がスタート →11月～2月（9商店街が参加を表明） （おもてなし会話帖の作成、インバウンド講座、留学生によるロールプレイング講座） ウェルカムシートの作成など進行中 ○関西地域の商工会議所を招請し「ICT等新技術、新サービス活用による商業活性化研究会」を開催。ICT等新技術、新サービスを活用した商店街活性化を検討。 （第1回9/19 第2回12/20） ○商店街の固定資産管理に関する研究会を実施（第1回7/26 第2回9/8） →課題をもとに要望を建議（10月20日付） 2. 参加企業数 普及会参加団体→10団体、100円商店街実施団体（20団体）		
	反省点	インバウンド事業については、参加表明をただで、研修を受ける段階まで進んでいない商店街もある。引き続き、商店街の状況を確認し、研修を利用できるように働きかける必要がある。集客支援事業については、100円商店街を中心に実施しているが、実施商店街からはユニークな100円商品の開発や告知方法に苦戦する声が聞かれている。新しい手法を開拓しより効果的な集客に結び付ける必要がある。		
具体的な 実施内容・手法	人材育成型	1. 海外からの集客（訪日外国人集客支援） 外国人観光客があまり訪れていない地域の商店街関係者・商業施設経営者等をメンバーに、大阪府内にショッピングツーリズムを普及させるための検討会を結成、傘下商店の外国人観光客への接遇力の向上をはかるとともに、新しい地域資源・観光商品・観光ルートを開発する。 ① 昨年に引き続き、新たに普及検討会に入った商店街を主たる対象に研修事業を実施する。検討会のメンバー地域を中心に、外国人接遇対応力の基盤整備を行う。具体的には、店主・接客担当者への接遇研修、留学生によるロールプレイング研修など。 ② モデルケースとなる、新しい地域資源・観光商品・観光ルートを策定し、海外向けに観光としての商店街魅力を紹介するコンテンツ（マップ等）を製作する。また、そのコンテンツを海外に向けてプロモーションを行う。海外プロモーションについてはできるところから行う。 ④ 商店街相互の意見交換会（「わいがや会議」の定期開催）		
	人材交流型			
	販路開拓型	2. 国内広域エリアからの集客（若者世代・子育て世代等への集客支援） ① 従来から商店街で展開している、100円商店街イベント、まちゼミ、バル等の継続実施を促す。（商店街振興組合からの要請により専門家商店街に派遣する等してブラッシュアップを行う。） ② 広域エリアから若者・子育て世代を呼び込むには、従来から課題であった商店街の空き店舗に、その地域ならではの個性豊かな店舗や、その街にあったIT産業などの新しい業種・業態のオフィスを誘致する視点が必要。 一方で、空き店舗を活用したシェアリングビジネスなども遊休不動産の活用に有益である。しかしながら、遊休不動産の活用については、商店街関係者やそのオーナーにあまり周知されておらず、情報が不足している状況である。そこで、遊休不動産活用の勉強会・研究会を商店街関係者や不動産オーナーを対象に実施することで、具体的な取り組みにつなげ、空き店舗に集客力のある店舗の誘致につなげていく。		
	独自提案型	3. その他 ① 府内商工会議所・商工会には、適宜、SNSなどを通じて情報提供を行う。		
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	(a) 府施策連携	○ (b) 広域連携	○ (c) 市町村連携
	(b) 観光資源としての魅力を発信するには、大阪府内全体で実施することが効果的である。よって、大阪府内の商工会議所・商店会と連絡会議を開催することで情報を共有する。また、希望する先にはそのニーズに応じてピクトグラムや指差しシート等必要なツールやノウハウの提供を行う。 (c) 海外向け情報発信や事業のPRについては大阪観光局や大阪市交通局にも協力を仰ぐ。 (d) 個店が直接イベントに参加し、その参加のノウハウを求めているので、これを機会に接触をはかることで、事業所カルテ化のきっかけを与えることができる。また、商店街振興組合の実務についても会計や労務管理上の課題があれば、適宜専門家を派遣する等してカルテ化につなげる。			

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		商店街ショッピングツーリズム振興と個店の集客支援事業				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ ①外国人観光客誘致支援 10商店街振興組合・商業施設 ②広域観光客誘致支援 大阪府内 商店街振興組合・商業施設・・20団体 ①は大阪観光局とも相談し候補地を決定する。②は商店街等活性化事業の実施意欲のある商店街を中心に参加を呼びかける。					
	支援対象企業の変化	①訪日外国人観光客の受入環境が整備される。 ②新しい顧客層の開拓や広域からの集客を促す。商店街のイベント企画力や集客力を高める。		指標	数値目標	①年度末の参画商店街へのアンケートにより、この1年で訪日外国人観光客の受入れ環境整備が進んだとの回答割合 参画団体の7割以上 ②事業が新しい世代の来場を促す・個店の情報発信に役立つと回答した団体・組合の割合 参画団体の8割以上	
	その他目標値	目標値の内容→ 社					
	その他目標値2	目標値2の内容→ 社					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		@100,500 円 ×	10 社 ×	10.00 =	10,050,000 円		
		@50,250 円 ×	20 社 ×	12.00 =	12,060,000 円		
		(小計) 22,110,000 円				計 22,110,000 円	
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						
	①10団体組合には、外国人向け観光ルートの開発を目指すことからハンズオン支援を申請する。 ②今年度、4月から12月末までに本所が大阪市内商店街と実施する「100円商店街」は、11時域26商店街(実数)、21地域45商店街(のべ)となっている。年間各商店街が複数回実施しており、開催のたびに支援していることから、団体補正10×1.2増補正で計数を12とした。						
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	円	負担金の積算			
		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果		
		標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)		
		22,110,000 円 ×	0.75 =	16,582,500 円	(0 円)		
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「リソク」で説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割(配分の考え方)			
				円			
				円			
				円			
				円			
				円			

【備考】

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		買いませ！売れ筋商品発掘市		新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中堅・中小・零細の製造業、卸売業が、大手流通業と商談を行う機会は限られている。そこで、本事業の実施により、多数の大手流通業のバイヤーと効率的に直接商談をし、かつ自社商品についての意見やアドバイスを聞くことができる機会を提供し、販路の拡大や自社の商品開発力の向上を支援する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大手流通業と取引を望む中堅・中小・零細の製造業、卸売業			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	「売れ筋商品発掘市」参加者へのアンケート調査では、売り手企業・買い手企業とも毎回満足度が80%を超えており、大手流通業社、中小・零細企業ともに本事業へのニーズは極めて高い。また、全国の都道府県からも、「自県の農業者、製造・卸売業者の販路拡大に役立つ商談会であるので、是非とも継続してほしい」との声が寄せられている。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の場合 のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>【2017年度11月現在】</p> <p><売れ筋商品発掘市></p> <p>11月9日 大阪府立体育会館 74社（内海外企業8社）約300人が参加 初参加は、井筒屋、丸井、名鉄百貨店、山陽マルナカ、センテンス、東海キヨスク、大起産業 海外からは、伊勢丹シンガポール、伊勢丹マレーシア、歩歩高Japan（中国）、M-INDUSTRY Japan（スイス）、加藤屋食品有限公司（マカオ）を含む12社 一方、売り手企業は、全国44都道府県から813社（大阪府下314社）1,259名が参加 商談件数6,085件。商談成約状況については、3月末に成約事例を取りまとめる。</p> <p>【2016年度実績】買い手企業75社 売り手企業842社、1312人、支援企業数251社</p>			
	反省点	<p>1. 昨年に比べると、参加企業数・人数ともに5%程度減少した。 特に、大阪府内企業の参加が減少した。（前年度比16%減）</p> <p>2. 大阪府内の参加企業から、バイヤーの業種・規模についてニーズを調査する必要がある。</p> <p>2. 集客にDMを活用しているが経費が割高。かつ、年々、集客が厳しくなっている。 →2015年度あたりから、各金融機関が顧客サービスの一環として独自の商談会を開催。 参加費無料で実施するため、集客をいかに図っていくか、方法論の見直しが必要。</p>			
具体的な 実施内容・手法	人材育成型	11月に本事業を実施し、800社（府内事業者250社）の参加を得る。			
	人材交流型	<p>1. 買い手企業への参加勧奨依頼（4～9月）</p> <p>①バイヤーの招請（過去参加バイヤーへの参加招請活動・新規先の開拓） ②海外バイヤーの招請協力 O-B I C、JETORO、開催食輸出推進事業協同組合に依頼</p>			
	○ 販路開拓型	<p>2. 売り手企業への参加勧奨依頼(4～10月)</p> <p>①過去参加者への案内状送付 ②全国の商工会議所、商工会、行政関係に参加勧奨協力の依頼 ③金融機関との連携強化（協力要請） ③参加勧奨DMを送付、フェイスブック広告等の実施</p>			
	ハズ 刈型	<p>3. 直前準備、当日の運営（10月～11月）</p> <p>①業務委託会社への発注 会場設営準備 ②売り手企業への参加証の発送等</p>			
	独自提案型	<p>4. 効果測定（11月～翌年3月）</p> <p>①当日の参加アンケートの実施 ②成約事例アンケートの実施（商談後のフォローアップを実施） ③成果レポートの作成、実績報告書の作成、来年度の勧誘準備等 ④次年度運営の企画・検討</p>			
	事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input checked="" type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input checked="" type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		買いませ！売れ筋商品発掘市				新規/継続	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 買いませ！売れ筋商品発掘市 250社 売り手企業は、大商ニュース、FAX、DM、e-mail等による個別案内等で募集する。 また、各都道府県庁や、各地会議所・商工会、地銀・信用金庫等にも参加勧奨の協力を求める。					
	支援対象企業の 変化	「買いませ！売れ筋商品発掘市」では、バイヤーとの商談を通じ、支援企業の販路を拡大や取引のきっかけをつかむ。また、自社商品等に対するバイヤーの意見を参考に、今後の商品開発等に弾みがつく。				指標	6,000件
	その他目標値	目標値の内容⇒ 社					
	その他目標値2	目標値2の内容⇒ 社					
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		@50,250 円 ×	250 社 ×	1.20 =	15,075,000 円		
		円 ×	社 ×	=			
		円 ×	社 ×	=			
		円 ×	社 ×	=			
		円 ×	社 ×	=			
		円 ×	社 ×	=			
	(小計) 15,075,000 円						
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						
	計 15,075,000 円						
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)	「買いませ！売れ筋商品発掘市」は、45都道府県から813社が参集し繰り広げられる全国レベルの事業であり、その広域的性格から小規模事業者が参加を望む大手バイヤーが、国内はもとより海外からも多数参加している。広域的な事業実施が大手バイヤーの参加意欲を高め、府内事業者に大手とのビジネスチャンスを創造する等高付加価値が認められることから、0.2の増補正を行った。					
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	3,000,000 円	負担金の積算	会員 8,000円×125社、非会員 16,000×125社		
		(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>
		(d)相談事業相乗効果	<input type="radio"/>				
		標準事業費	補助率	補助金額	(①市町村等+②受益者負担)		
		15,075,000 円 ×	0.75 =	11,306,250 円	(3,000,000 円)		
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体 または「別添」で説明する 代表団体に○)	代	商工会・会議所名	役割(配分の考え方)			
				円			
				円			
				円			
				円			
				円			

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		事業承継相談デスク（仮称）		新規/継続	新規
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	←複数年段階的実施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
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)	この20年間で経営者年齢の山は47歳から66歳に移動。今後10年間の間に、70歳を超える中小企業・小規模事業者の経営者は、全体の6割を超える。スムーズな事業承継が行われずに、この状態を放置すると経済的に大きな損失になる。事業承継を先延ばしすることなく、スムーズな事業承継が行われるように促すのが本事業の目的である。 大阪府内には13万社の法人企業（従業員数300人未満）がある。このうちの約5割の7万社が60歳以上の経営者であると推計される。ここから廃業を予定していない企業の割合、事業承継の準備のできていない企業の割合、廃業予定であるが成長が期待できる企業の割合等を考慮すると、約1万社が本事業の対象となる。この1万社に対して、スムーズな事業承継を促すのが、本事業の目的である。			
	支援する対象	大阪府内に所在する、事業承継の支援が必要と思われる中小企業・小規模事業者1万社			
	事業に対するニーズ (内容・把握方法等)	今後10年間の間に、70歳を超える中小企業・小規模事業者の経営者は、全体の6割を超える。また、国が策定した「事業承継ガイドライン」では、60～80歳代の経営者で、事業承継の準備ができていないものは全体の半数に満たないというアンケート結果が示されている。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値				
	反省点				
具体的な実施内容・手法	人材育成型	事業承継相談デスク（仮称）を大阪商工会議所内に設置・運営する。 5月～3月にかけて、事業承継に詳しい専門家等を設置、大阪府内の商工会議所等が開催するセミナー参加者、経営指導員が相談対応した中小企業経営者・小規模事業者による親族・従業員承継をメインとする事業承継についての相談を受け付け、課題整理、簡単なアドバイス、他の支援機関への橋渡しなどを行う。			
	人材交流型				
	販路開拓型	専門家及び補助職員が対応を行う。 事業承継相談デスク（仮称）を紹介した経営指導員等には、支援内容の概要につき、メール等でのフィードバックを行う。			
	ハズレ型				
	○ 独自提案型				
事業の目標	支援対象数	設定根拠及び募集方法→	<ul style="list-style-type: none"> 大阪府内の商工会議所等が開催したセミナーの参加者、経営指導員が経営指導を行った中小企業、小規模事業者を紹介してもらう。 大商、府内商工会等に面談での相談対応を行う。 事業承継の問題を先送りしがちな事業者には、こちらから積極的にコンタクトをとる。 電話での相談対応を10社行う。 		
	支援対象の変化	事業承継の専門家から課題整理、簡単なアドバイス、支援機関への橋渡しなどを受け、事業承継を意識するようになる。			
	その他目標値	目標値の内容→	指標	面談での相談対応後のアンケートで事業承継を意識することができた旨の回答をした企業の割合	数値目標

事業名		事業承継相談デスク（仮称）					新規/継続	新規		
算定基準		サービス単価		支援対象数		係数		標準事業費		
		200,000	円 ×	37	×	1.00	=	7,400,000	円	
		10,000	円 ×	10	×	1.00	=	100,000	円	
									円	
		（小計）							7,500,000	円
		計							7,500,000	円
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 <small>（基準どおりの場合不要）</small>	事業承継の経営課題を整理、分析するとともに、経営者・後継者・関係者等に個別対応することは非常に困難。また、経営者にとっては初めての経験であり、どこにも相談できず事業承継の対策を先送りにするなど、なかなか着手しないのが現状。よって、事業承継の課題は多岐にわたり適切に対応できる経験を持った専門家が支援するため200,000円とした。								
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		標準事業費		補助率		①市町村等+②受益者負担				
		7,500,000	円 ×	1.00	=	7,500,000	円	（	円）	
補助金の団体配分 <small>（「代」欄には、中核団体または「アソシ」で説明する代表団体に○）</small>	代	商工会・会議所名	配分額		役割（配分の考え方）					
			円							
			円							
			円							
			円							

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

6. 経費支出計画書（経費内訳）

大阪商工会議所

I 経営相談支援事業				
区 分	算 定 基 準			補助金額
	事業所数/回数	単 価 (円)	計	
事業所カルテ・サービス提案	1,550	25,000	38,750,000	
支援機関等へのつなぎ	42	10,000	420,000	
金融支援（紹介型）	110	30,000	3,300,000	
金融支援（経営指導型）	884	40,000	35,360,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	20,000	100,000	
資金繰り計画作成支援	530	20,000	10,600,000	
記帳支援	8	25,000	200,000	
労務支援	10	20,000	200,000	
人材育成計画作成支援	5	20,000	100,000	
マーケティング力向上支援	50	20,000	1,000,000	
販路開拓支援	190	20,000	3,800,000	
事業計画作成支援	560	50,000	28,000,000	
創業支援	10	20,000	200,000	
事業継続計画(BCP)作成支援	5	20,000	100,000	
コスト削減計画作成支援	40	20,000	800,000	
財務分析支援	600	10,000	6,000,000	
5S支援	5	10,000	50,000	
IT化支援	10	20,000	200,000	
債権保全計画作成支援	5	10,000	50,000	
事業承継支援	15	20,000	300,000	
結果報告	1,550	10,000	15,500,000	
小 計	—		145,030,000	145,030,000
II 専門相談支援事業				
事 業 名	算 定 基 準		補助金額	
	支援日数	計		
専門相談（窓口）	1,058	24,968,800		
専門相談（派遣）	314	7,410,400		
支部専門相談（派遣）	72	1,699,200		
決算申告指導	64	1,510,400		
小 計	1,508	35,588,800	35,588,800	
※記帳支援のために税理士を活用する場合、25,600円×事業所数				
III 地域活性化事業				
小 計	算 定 基 準		補助金額	
	別紙事業調書のとおり		353,279,959	
IV 商工会等支援事業				
小 計	算 定 基 準		補助金額	
	別紙事業調書のとおり		7,500,000	
V 合計				
合 計	算 定 基 準		補助金額	
			541,398,759	