

# 平成31（2019）年度 事業計画書

## 1. 申請者の概要

申 請 者	団体名	大阪商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 尾崎 裕	
	所在地	〒540-0029 大阪府中央区本町橋2番8号	
	担当者	職・氏名	中小企業振興部 経営相談室 次長兼課長 荒井 慎一
	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)		208人(80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-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-基礎調査結果」)	
⑥会員数(組織率)		29,149(15.29%)	
□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**

○ 本商工会議所の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%）が小規模事業者である。小規模事業者数を産業別に見ると、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（出典：総務省「平成26年経済センサス－基礎調査」）。

○ 大阪地区の製造業については、総務省「平成28年経済センサス－活動調査」の結果を平成24年のそれと比較すると、事業所（従業者4人以上）の数が7,591から6,325に減少（-16.7%）、製造品出荷額等が3,867,881百万円から3,686,994百万円に減少（-4.7%）、付加価値額も1,725,451百万円から1,474,412百万円に減少（-14.5%）しており、基礎素材型製造業が高度に集積している当該地区の工業生産力の低下が長期的に続いている。

○ 商業については（「経済センサス－活動調査」の結果を同様に比較）、卸売業の事業所数が16,368から16,524に増加（+1.0%）、年間商品販売額も34,434,073百万円から36,985,516百万円に増加（+7.4%）し、小売業については事業所数が20,121から19,811に減少（-1.5%）したものの、年間商品販売額が3,707,196百万円から4,578,156百万円に増加（23.5%）した。宿泊業・飲食サービス業については、事業所数が15,931から18,162に増加（+14.0%）、売上（収入）金額が837,655百万円から999,856百万円に増加（+19.4%）した。海外からの来阪者（インバウンド）の増加とその消費などにより、物販、宿泊、飲食サービスは堅調な伸びを示している。

**<課題>**

○ 中小企業の人手不足は深刻さを増している。本商工会議所が平成30年2月に行った「中小企業の人手不足に関するアンケート調査」では、全体の71.0%が「不足」と回答するとともに、最も影響が大きいものとして「需要の増加への対応が困難（受注機会の逸失）」（37.7%）、「技術やノウハウの継承が困難」（13.1%）、「従業員の時間外労働の増加・有給休暇取得率の低下」（10.2%）を挙げている。

○ 中小企業の経営者の高齢化が進む中、事業の後継者難に当面している場合が多く、60歳以上の経営者の半数以上が廃業を予定している（中小企業庁調べ）。当該地区は中小企業がとりわけ集積しており、大量の廃業・解散は地域の産業経済に多大な損失を及ぼす（実際に廃業が進んでいる）ことから、事業承継問題への対応は喫緊の課題である。

○ インバウンドは引き続き増加傾向にあり、大阪は訪問率1位であるものの、訪問先はミナミ、大阪城、ユニバーサル・スタジオなどに集中しており、その他の地区や商店街においてはインバウンドを取り込めていない。また、キャッシュレス決済の導入率が他国に比べて低く、インバウンド客にとって不便となっている。周辺住民の少子高齢化などで来客が減少する商店街や地域においては、域外からの集客に向けて独自性あふれる魅力を創出（発掘）し、広く発信していくことが肝要である。

○ 工業生産力が低下しているとは言え、優れた技術を有する中小ものづくり企業が高密度に集積していることは地域的強みである。培われた技術の活用と新しいアイデア・技術の導入によって今後成長が期待される産業分野への進出や市場競争力のある付加価値の高い製品づくりを推し進め、国内外市場への販路拡大を図っていかなければならない。

**(2) 所管地域の活性化の方向性**

上記の課題等を踏まえ、本商工会議所の中期計画「たんと繁盛 大阪アクション」で定める「大阪・関西が向かうべき方向性」は以下の通りである。

**○大阪・関西の現状と強み**

- ① 特色あるものづくり：ライフサイエンス分野、素材、電子部品などで高い集積やポテンシャル
- ② 研究開発機能の集積：特に医薬品・医療機器、化学、機械・電機機器、食品分野における企業の研究開発拠点、大学の集積
- ③ アジアとの結びつき：輸出入に占めるアジア比率の高さ、LCC就航路線数の多さ
- ④ 流通・サービス業の集積：他地域に比べた相対的な強み、インバウンド効果
- ⑤ 豊富な観光資源：歴史・文化資源の集積

**○大阪・関西が向かうべき方向性**

- ① 上記のような既存の集積・強みを活用するとともに、広域連携・産学官連携を強化して、アジアと直接つながり、イノベーションを誘発することで、最も有力な「極」の一つとして日本の成長を牽引していく。
- ② 今後大きな成長が期待され、当該地域に強み・ポテンシャルがある先端分野において、国内随一の研究開発・産業の集積を図り、国内外から多様で高度な人材・企業を呼び寄せ、アジアの中で新たなイノベーションの発信拠点となることを目指す。

本商工会議所はこの方向性に基づき、同中期計画において中小企業等の成長分野参入を支援する8つの戦略プロジェクトの推進や中小企業・小規模事業者への経営支援などビジネス環境を整備する基盤強化に取り組む。

### (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、第4次産業革命分野や環境・エネルギー、医療機器など成長有望分野への参入などを志向する製造業者約1,700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、国内大手流通業者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22,000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750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)(2)を踏まえ、主として以下の事業を実施し、中小企業・小規模事業者の振興に取り組む。

<販路拡大の支援> 大手流通業との商談会や多業種型総合展示商談会などを開催し、中小企業・小規模事業者の販路拡大を支援する。また、海外企業とのビジネスマッチング事業を国内外で実施するとともに、海外市場の開拓などに関する情報提供や相談事業を行い、海外ビジネスをサポートする。

<新ビジネス創出の支援> 先端技術を活用した実証事業、ブロックチェーンやAI、IoT、ロボットなど第4次産業革命技術の活用を促進することなどによって新ビジネス創出を支援する。また、オープンイノベーションを促進させ、新しい製品や技術の開発を支援する。

<インバウンドの増進> 「食」やイベント、買い物などの地域情報を広く発信し、海外からの来訪者数の増加と域内での消費を喚起する。また、小売・サービス業を主たる対象としてキャッシュレス決済の導入を促進するとともに、他業種からの観光産業への新規参入・販路拡大を支援する。

<製品の高付加価値化> 公設試験研究機関や大学、他企業などの技術シーズの活用（産学公連携）を促進させ、高機能、高性能、高付加価値の製品づくりを支援する。また、商品デザイン力の強化を行い、市場に受け入れられる商品開発をサポートする。

<地域商店街の活性化> 商店街やその近隣商店が地元だけでなく広域から集客できるよう情報の発信やイベント開催、地域内の連携体制の確立などを支援する。

<町工場ネットワークの構築> 中小ものづくり企業（町工場）の廃業が進み、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町工場同士の協業関係を保ち得なくなっていることから、交流会を通じてネットワークの構築・強化を図る。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、取引拡大を支援する。

<人手不足対応と生産性向上> 新規学卒者、若年者、外国人材の採用・定着や女性の活用・活躍、高齢者雇用などが円滑かつ効果的にできるよう支援を行う。また、生産性向上に向けてITやロボットの導入支援を実施する。

<事業承継の支援> 経営指導員が経営相談事業の一環として事業承継をサポートするほか、「事業承継相談デスク」を設置して、大阪府内の商工会・商工会議所との連携の下、中小企業経営者、小規模事業者の相談を受け付け、課題整理、助言、他の支援機関への橋渡しなどを行う。

<経営の安定・改善・革新の支援> 大阪市内5支部に配置した経営指導員が地域に密着した経営相談支援に注力する。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。特に、10月には消費増税・軽減税率導入が予定されており、円滑に対応できるようサポートする。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、参加事業者の経営改善に資する。

### (5) 事業の実施により期待される効果及び実施しなかった場合の影響（実施する事業の総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	1,600	事業所	支援機関等へのつなぎ	50	支援
金融支援（紹介型）	100	支援	金融支援（経営指導型）	900	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	490	事業所
記帳支援	12	事業所	労務支援	5	支援
人材育成計画作成支援	2	事業所	マーケティング力向上支援	20	事業所
販路開拓支援	180	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	10	事業所
コスト削減計画作成支援	10	事業所	財務分析支援	600	事業所
5S支援	2	事業所	IT化支援	20	事業所
債権保全計画作成支援	0	事業所	事業承継支援	50	事業所
災害時対応支援	0	事業所	結果報告	1,600	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** 1,550

<件数設定の根拠> 過去2カ年度の実績（平成28年度1,855件、平成29年度1,971件）ならびに平成30年度の計画数（1,550件）とその中間状況（12月末現在の支援企業数は1,233件で、そのうち733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1,550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事業者に密着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、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	80%	支部管内の事業者が抱える課題（特に税務）について、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	80%	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コーディネーターや経営コンサルタント（企業OB人材紹介など）を活用し、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設置し、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などでも指導する。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31年度は、中小企業・小規模事業者の生産性向上のため、IT専門相談におけるクラウド会計導入支援などを積極的に実施する。

<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			65,421,087
○	中小企業のためのデザイン活用促進事業 (No.1)	中小企業・小規模事業者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。	5,171,200
○	開業サポート事業 (No.2)	創業希望者へ向けたセミナーや、具体的に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。	3,878,000
○	モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』 (No.3)	企業動画を効果的に活用する戦略を、アピールすべき自社の強み・ワザなど企業価値の再認識を、そして実際に動画作成する手法を、モノづくり企業を例にとり体得いただき、自社のPR支援を行う。	4,545,000
○	BCP支援事業 (No.4)	大阪府内の中小企業を対象に、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を提供し、啓発するためのセミナーを実施する。	2,424,000
○	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.5)	阿倍野・天王寺ターミナル周辺地区において、店舗や事業所が小学生などに職業体験や社会学習プログラムなどを提供することで、ファミリー層を同地域に誘引し、販路拡大を支援する。	10,100,000
	中小企業の体質改善強化支援事業 (No.6)	市内5支部と本部において、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を開催する。	26,684,200
	西部エリア Amon (えーもん) 市 (No.7)	商店街と、個店（チャレンジショップ／近隣店舗）、近隣小型スーパー等が、共同での販促活動やイベントを通じて、ワンストップショッピングゾーンとしての近隣徒歩圏住民からの認知を得る。	3,345,625
	インバウンドによる買い物消費支援事業 (No.8)	商店街やその周辺店舗への訪日外国人の動線を作り、商店街の存在とその周辺の魅力を世界に拡散する。訪日外国人の来街、来店を促すことで、域内消費を促進する。	2,897,437
	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。	2,525,000
	ライブ・エンターテイメントの街 ミナミ活性化事業 (No.10)	「ライブ・エンターテイメントの街」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に参加・出展する。また、各商店街等のイベントやライブ・エンターテイメント情報を集めたガイドブックを作成・配布し、地域の商店街等への集客支援、来街者の増加を目指す。	2,020,000

府施策 連携	事業名	概要	金額（円）
	『ハロウィン、どこ生野』商店街にぎわい創出事業 (No.11)	年齢を問わず来場者が楽しめるイベント企画の実施を支援。マンネリ化したイベントを打破し、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。	1,010,000
	地域ブランド推進事業 (No.12)	東住吉・平野地域のブランド（H2O）として認定された商品・サービスをはじめとする管内事業者の情報を発信し、ブランド力向上を支援する。	820,625
<b>(2) 広域事業</b>			<b>288,699,745</b>
○	キャッシュレス化支援事業 (No.13)	世界的な潮流として、物品やサービスの決済方法はカードやスマホを利用するキャッシュレス化が主流となっており、中小事業者に向けてキャッシュレス経営の促進を図る。	3,838,000
○	ブロックチェーンを活用した新ビジネス創出事業 (No.14)	ブロックチェーン（BC）に関する情報提供・ミートアップを開催する。	2,424,000
○	新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援 (No.15)	社会課題解決ビジネスの創出に不可欠な「実証事業」のプロセスの重要性を解説するとともに、大阪における実証事業支援の取り組みを広くPRし、同ビジネスの創出につなげる。	1,010,000
○	海外市場開拓支援事業 (No.16)	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。	35,218,700
○	地域金融支援ネットワーク推進事業 (No.17)	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（4月から関西みらい銀行）、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。	22,321,000
○	MoTT <sub>o</sub> OSAKA オープンイノベーション フォーラム (No.18)	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。	19,440,480
○	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.19)	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。	5,656,000
○	大阪・関西IoT活用推進フォーラム (No.20)	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。	5,454,000

府施策 連携	事業名	概要	金額（円）
○	環境法令・エネルギー 課題対応支援セミナー (No.21)	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、府内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。	3,333,000
○	第4次産業革命分野に おける新規事業創出促 進事業 (No.22)	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。	2,828,000
○	水ビジネスの企業連 携・海外展開支援事業 (No.23)	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。	2,424,000
○	医療機器産業事業化促 進事業 (No.24)	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を含む事業家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。また、昨今注目を浴びるデジタルヘルスに関する内容についても盛り込む。	1,717,000
○	中小企業の新規学卒者 人材確保支援事業 (No.25)	新規学卒者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、大学とのネットワークづくりに寄与する「大学等と企業との就職情報交換会」を開催する。	7,474,000
○	成長企業のための新戦 力（女性）発掘・定着 支援事業 (No.26)	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。	3,636,000
○	中小企業に対する高年 齢者雇用サポート事業 (No.27)	高齢者の継続雇用を円滑に行い、戦力として人材活用するための方策などに関するセミナーを開催する。	2,828,000
○	中小企業のための外国 人材採用支援事業 (No.28)	企業の海外展開やインバウンドビジネス強化等に伴い、高度な知識や技能を有する外国人留学生及び外国人材の採用に意欲の高い中小企業を支援するための事業を展開する。	2,222,000
○	中小企業の若年者人材 確保支援事業 (No.29)	今後、国の施策として実施される「働き方改革」について、企業に対応が求められている課題をはじめ、企業の好事例から学ぶことや、求職者にアピールする自社の魅力等を発見するためのヒントを提供することで、ひいては若年者人材の採用・定着につなげる。	2,020,000
○	大阪クリエイティブフェア (No.30)	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。	5,959,000

府施策 連携	事業名	概要	金額（円）
○	クラウドファンディング活用サポート事業 (No.31)	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。	1,131,200
○	経営革新関係事業 (No.32)	「経営革新計画」の概要やメリット、手続きについての解説や先進事例を紹介するセミナーを開催し、同計画に取り組む企業を増やすとともに新規事業の立ち上げを支援する。	1,111,000
	中小企業のためのビジネス講演会 (No.33)	中小企業が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに資するテーマに焦点を当てた講演会を開催し、時宜に適した情報を提供する。	41,359,500
	大阪勧業展 (No.34)	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。	36,786,590
	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.35)	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。	17,119,500
	小規模事業再生サポートセンター事業 (No.36)	中小企業・小規模事業者を対象に、資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営安定化、さらには整理・清算のための支援などを行う。	11,173,125
	買いませ！売れ筋商品発掘市 (No.37)	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。一般的な見本市とは逆で、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。	10,998,900
	町工場ネットワークの構築事業 (No.38)	機械・金属関連の中小企業・小規模企業者を対象に、協業網の強化拡充を図る交流会や大手・中堅メーカーなどとの受発注商談会、課題解決のためのセミナーなどを実施する。	10,642,875
	ザ・ベストバイヤーズ (No.39)	大手流通業などからバイヤーらを招へいし、事前マッチングを行ったうえで時間予約制の個別商談会を開催する。	7,272,000
	販路・取引先開拓マッチング事業 (No.40)	販路開拓支援や仕入先紹介を希望する中小企業・小規模事業者に対し、企業や業界団体・関係機関の紹介、専門相談（営業・マーケティング相談）窓口と連携したアドバイスなどを通じ、具体的なBtoBのビジネスマッチングを促進する。	6,666,000
	大阪ファッション産業振興フォーラム (No.41)	AIやIoT、機能性素材等、ファッション産業と他分野との連携の場を提供し、新たなファッション製品や独創的なファッションビジネスを創出する動きを支援する。加えて、目まぐるしく動く最新情報や事例を紹介する。	5,454,000



## 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）
	大阪食彩ブランド事業 (No.42)	「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。	2,537,625
	専門家連携型経営相談 交流会 (No.43)	中小事業・小規模事業者の課題解決に資する「専門家派遣」の利用促進を図るため、セミナー形式の制度紹介と交流会を開催する。交流会では、参加事業者がそれぞれの経営課題の解決にふさわしいパートナーを見出していただけるよう、各種専門家との相互理解を促す。	1,666,500
	中小企業の生産性向上 支援事業 (No.44)	深刻な人手不足に悩む、中小企業の生産性向上を「製造現場の効率化」と「人事戦略」の2つの側面から支援する。	1,515,000
	ファッショントレンド セミナー (No.45)	ファッショントレンドを中心に、業界の市場動向を解説し、商品開発や販売促進に役立つ情報を提供する。	1,212,000
	M&A市場 (No.46)	大阪府内でM&Aニーズを持つ事業者、特に「成長戦略としてのM&A」に関心のある中小・若手企業を主対象にセミナーを開催し、M&Aの進め方・メリット・留意点などを理解してもらうとともに、M&A市場を通じて具体的なM&A支援を行う。	1,212,000
	観光産業への新規参 入・販路拡大支援 (No.47)	好調なインバウンドの趨勢や観光産業が一大成長分野と叫ばれる状況下、「ツーリズムEXPOジャパン2019大阪」に大阪商工会議所特別ブースを構え、在阪企業の同イベントへの出展、来場者や参加バイヤーとの商談等を通じた販路開拓を支援する。	963,000
○	事業継続計画（BC P）策定支援事業	大阪府商工会連合会（幹事）の事業計画書参照	75,750

うち府施策連携事業

158,239,330

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	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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、特に小規模事業者は、優れた商品開発力を持ちつつも、それをどのよ うに活かし、どうすれば新商品開発や経営改善につなげることができるかが分から ないため、大企業に後れをとる、あるいは大企業のOEMや下請け生産に甘んじざる を得ないケースが多い。本事業は、こうした事業者が「自社ブランドの売れ筋商 品」を開発し、それらを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 ていくことで経営を安定化させ、さらなる成長軌道に乗っていくために、「デザイ ン」を切り口にその活用の方向性をや可能性を見出すための「気づき」を与えるこ とを目的とする。		
	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活用に関心があるがその方法が分からない」 「経営の安定化や成長のために何らかのヒントをつかみたい」などと考えている中 小企業・小規模事業者		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	新商品を開発・販売し、それを通じて経営の安定化や成長を図りたいと考える中 小企業・小規模事業者は多いが、そのための「デザイン活用」の重要性や具体的 な進め方についての認識はまだまだ低い。本事業は、浮上のヒントを求めている事 業者に対し、「デザイン」を切り口にその活用の方向性や可能性に「気づく」ヒント を与えるものであり、その潜在的ニーズは高いと思われる。実際、2018年度の 「デザイン活用研究会」では、目標を大幅に上回る企業の参加申込を受け、定員 オーバーのために参加できない事業者も続出するほどであり、その関心の高さ、企 業ニーズの高さを裏付ける結果となっている。		
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	【2018年度】 「大商デザイン活用研究会」 ＜第1回＞9月21日（金）59社（支援企業数）/OIDC個別デザイン相談：6社 ＜第2回＞10月17日（水）41社/OIDC個別デザイン相談：3社 ＜第3回＞11月15日（木）43社/OIDC個別デザイン相談：3社 ＜第4回＞12月13日（木）41社/OIDC個別デザイン相談：4社		
	反省点	当初の予想を大幅に上回る事業者の参加があったことは、事業者のデザインに対 する関心や、企業経営にかかる問題意識が相当高いことを示したものであった。特 にコーディネーターが、数多の実績に裏打ちされた高い実力と巧みな話術で多くの 参加者にデザインや新商品開発への「気づき」を与えることができ、所期の目的を 高いレベルで達成できた。一方、限られた時間で盛りだくさんの内容であったこと から、伝える側（講師、コーディネーター）と受ける側（参加事業者）双方に「時 間不足で伝えきれなかった」「もっと聞きたかった」などの感想が寄せられた。次 年度は、例えば交流パーティの時間を講演やグループ討議に振り替えるなど、時間 を有効に使える工夫を行い、伝え手と受け手の双方が満足できる研究会を目指す。		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に)	人材育成型	◆「大商デザイン活用研究会」＜人材交流型＞ 【時期】2019年9月頃～2020年2月頃（年4回） 【時間】午後の3時間程度 【対象】各回中小企業者32社程度 【テーマ・内容（案）】 ・毎回異なるテーマ（1回完結型）で、成功事例を持つ中小企業者をゲストに迎え て講演を聞く。 ・4人1グループで毎回コーディネーターの出す課題への取組やグループ間の交流を 通じ、デザイン活用による新商品開発、そして経営改善につながる「気づき」を与 える。		
	○ 人材交流型	・コーディネーターによるまとめ、他 【講師・コーディネーター】A氏 【その他】毎回、大阪府産業デザインセンター（OIDC）の個別デザイン相談を開催 し、希望者をOIDCにつなぐことで、大阪府の施策と連携する。		
	販路開拓型			
	ハズカ型			
	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 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)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。		

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	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	回ごとにテーマを設定し、それぞれ32社 〔募集方法〕デザイン性に優れた案内状を作成し、大商ニュース封入や各種セミナー・講演会等の資料に同封する。HP、メールやFAXでの案内も行う。必要に応じ、大阪府経営支援課や大阪府産業デザインセンター（OIDC）の協力も得る（メール案内、案内状配布など）。					
	支援対象企業の変化	新商品の開発・販売に向け、「デザイン活用」について知識を深めるとともに、その方向性や可能性へのヒントをつかみ、デザイン性に優れた商品の企画・開発および販売促進を通じた経営改善に向けた意識の啓発を図る。						
		指標①	研究会で得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つと回答した割合	数値目標	80%			
		指標②	大阪府産業デザインセンター（OIDC）の個別相談につなげた事業者数	数値目標	8社			
	その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		⇒ 40,400 円 ×	128	× 1.0 =	5,171,200 円			
				×	=	0 円		
				×	=	0 円		
		(小計)			5,171,200 円			
		計 5,171,200 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	円	負担金の積算					
	○ (a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
	5,171,200 円 × 1.00 =		5,171,200 円		( 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】

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>「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、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、創業に必要な情報を提供するセミナーや先輩創業者から体験談を話してもらう講演会を開催し、創業への取り組みを後押しする。②集中講義方式の創業講座を開催し、参加者それぞれの創業準備を参加前に比べレベルアップさせる。また、③本商工会議所に寄せられた優秀なビジネスプランに対し、大阪府の大阪起業家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・事業所数等)	大阪での創業・開業を目指すものの、ノウハウがなく具体的な進め方が分からない創業予備軍(会社員や主婦、学生等含む)、創業予定者、創業間もないため事業経営を学びたい方、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)	本商工会議所の経営相談室では年間100件以上の創業相談に依っており、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>【2018年度】</p> <p>①創業セミナーを2回開催、支援企業数101社</p> <p>②集中講座として大商開業スクール(5回コース)を開催、支援企業数30社</p> <p>③ハンズオン支援は1社実施</p>		
	反省点	8月の講演会は平日夕刻～夜に実施。創業予備軍の参加を数多く得ることができ、開業スクールの集客にもつながった。一方、7月のセミナー、開業スクールは募集期間が短かったこともあり、集客に苦戦した。募集期間を長めに設定するとともに、創業窓口利用者への働きかけを強化するなどし、集客増に努める。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<p>&lt;創業希望者へ向けたセミナー&gt; 人材育成型</p> <p>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、および先輩創業者の講演会(下記集中講座のプレセミナー)を開催し、創業に役立つ情報提供を行う。セミナーは6～7月頃、講演会は8～9月頃に開催予定。</p>		
	○ 人材交流型	<p>&lt;創業支援の集中講座(5回コース)&gt; 人材交流型</p> <p>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事業運営のノウハウがない方などを対象に、創業にあたっての基礎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、受講生同士の交流を促進する。9～10月に開催予定。</p> <p>個別の相談に対しては、創業の専門相談窓口と連携して対応し、融資希望の案件は府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」などの公的融資につなぐ。</p>		
	販路開拓型	<p>セミナー、集中講座とも、募集期間を十分確保するとともに、創業窓口利用者への働きかけを強化するなど、集客増に努める。</p>		
	○ ハンズオン型	<p>&lt;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&gt; ハンズオン型</p> <p>本商工会議所の創業相談や経営相談利用者、集中講座受講生などによる優秀なビジネスプランに対し、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、さらなるブラッシュアップを図るためハンズオン支援を行う。</p> <p>具体的には、専門相談などで専門家の指導を受けつつ、経営指導員の伴走支援により事業計画に磨きをかける。また、コンテストの求める基準に応じた資料作成支援やプレゼンテーション指導も必要に応じて行う。</p>		
	独自提案型	<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発信する。情報を希望する方に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、それぞれの段階に応じた伴走支援を実施する。</p>		

事業名		開業サポート事業				新規/継続	継続			
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="radio"/> (c)市町村連携		<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果		
		府施策連携商9番（起業家の育成、創業の促進） (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、また大阪市の協力を得て、広く府内へ事業をPRする。融資面では府制度融資「開業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」などの公的融資へつなぐ。優秀なビジネスプランについては「大阪起業家スタートアップ事業」への推薦を前提に、さらなるブラッシュアップを図るため個別支援を実施する。 (c)大阪市の創業支援事業計画に参画し、大商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、大阪市のメール配信等で事業PR協力を受ける。 (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対応することで、相談事業と連携する。								
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 [募集方法] 大商ニュースやホームページでの告知、関係機関を通じたチラシの配布など							
	支援対象企業の変化	セミナーに参加することで、創業に役立つ知識を得るとともにモチベーションが高まる。また、具体的な創業準備として集中講座への参加を通じ、創業に関する知識や理解が深まり、事業計画が参加前よりレベルアップする。優秀なプランに対し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回答した割合	数値目標	80%					
		指標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回答した割合	数値目標	80%					
		指標③	個別支援により事業計画を作成した社数	数値目標	2社					
	その他目標値	目標値の内容→								
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		⇒	20,200 円 ×	100	×	1.0	=	2,020,000 円		
			40,400 円 ×	30	×	1.5	=	1,818,000 円		
			101,000 円 ×	2	×	1.0	=	202,000 円		
						(小計)		4,040,000 円		
						計		4,040,000 円		
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (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="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果					
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)						
	4,040,000 円 × 1.00 =		3,878,000 円		( 162,000 円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核 団体またはリンクで説明 する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)					
			円							
			円							

【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。

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	<input type="checkbox"/> ←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)	大阪府では『おおさかの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分かるように、自社で動画を使った自社PRを効果的に行え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2万7千社以上あるが、動画をリンクさせている件数は9月20日現在で357件（1社複数件数登録可能）にとどまる。他方、9月の本事業の動画活用セミナーには応募定員を上回る応募があり、意欲の高さをうかがわせる。		
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	2015年から3年間、『大阪ものづくり優良企業賞』受賞企業を含む30社の動画を作成し、販路開拓・拡大を支援した。2018年度は自社での動画作成支援に切り替え、9月、10月、11月に動画作成のセミナー・交流会を開催し、定員を上回る申込みで各々43人、40人、40人が参加した。Web Knowledge Xpoへの動画掲載は11月15日現在で11社。また、支部事業PRちらし7千枚以上の配布による大阪ものづくり優良企業賞の募集周知を行った。		
	反省点	動画作成への関心は高く、募集締切後にも問合せが多かったため、次年度は内容をさらに充実させ、より多くの参加者を対象に開催したい。		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に)	人材育成型	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。		
	<input type="checkbox"/> 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75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。		
	<input type="checkbox"/> 販路開拓型	○『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回程度とし、初回は同賞募集期間中の5月を予定。		
	ハズ' 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、本商工会議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「おおさかのものづくり企業」として特集出展を行うなど、複数のサイトを利用し、おおさかの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	○ (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の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
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 105 社	○人材交流型：75社 ○販路開拓型：30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、実際に動画を作成済みの事業者には、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とともに、大阪ものづくり優良企業賞の事業PRに寄与する。					
	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	数値目標	80%			
	指標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	数値目標	20社			
	指標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）	数値目標	5社			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		40,400 円 ×	75	×	1.0 =	3,030,000 円	
		50,500 円 ×	30	×	1.0 =	1,515,000 円	
		円 ×		×	=	0 円	
		(小計) 4,545,000 円					
	計 4,545,000 円						
	独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	○ (a)府施策連携	(b)広域連携	(c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率	((1)市町村等+②受益者負担)				
	4,545,000 円 ×	1.00 =	4,545,000 円	(	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				
			円				

【備考】

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>2018年6月に「大阪府北部地震」が発生し、最大震度6弱を記録した。また9月には台風21号が25年ぶりに「非常に強い」勢力で日本に上陸し、近畿地方を中心に大きな被害をもたらした。今後も南海トラフ地震、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。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・小規模企業を取り巻く新たなリスクとして、サイバー攻撃の急増・巧妙化が懸念される。中小・小規模企業はサイバーセキュリティへの意識や対策が十分でない場合が多く、被害にあうと、情報漏えいによる信用失墜、業務の停止、賠償支払い等により、事業継続上の重大な危機を迎えることになる。そこで、BCPという観点から、サイバー攻撃や被害の最新動向の把握、意識・知識の向上、ソリューション商材等による対策の実践を促進することにより、事業に与える影響を最小限に止めることを目的とする。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者、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（経営者、情報システム担当者）		
	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、五輪や万博に向け、サイバー攻撃の増加と巧妙化は必至であり、とりわけIoT化進展により攻撃対象物自体も増加傾向にある（情報通信研究機構によると2015年から17年でIoTを狙った攻撃は5.7倍増）。本商工会議所が17年に実施した調査によると、中小企業においてサイバーセキュリティ対策が進んでいない実態が明白化した（回答した企業の68%）。中小・小規模事業者がサイバー攻撃を受けると事業継続ができなくなるケースも十分発生しうる。よって、これら事業者向けの意識・知識を更に高める場、具体的行動を促進する簡便・安価なソリューション商材の情報提供の場、情報システム担当者同士の情報交換の場などが求められている。</p>		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>2018年度は、10月5日に「地震や水害から学ぶ事業継続計画（BCP）セミナー」を開催し、101人（支援企業数91.5社）が参加した。1～3月に「サイバーセキュリティセミナー」（仮題）を開催する予定。</p> <p>また、6月14日にセミナー「サイバー社会の脅威とリスク」を開催し、75人（支援企業数43社）が参加した。11月26日にはセミナー「デジタルトランスフォーメーションとサイバーセキュリティ」を開催し、32人（支援企業数23.5社）が参加した。</p>		
	反省点	<p>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。</p> <p>また、サイバーセキュリティにつき、意識改革は十分図れたと思われるが、立案・再検討もしくは具体的行動を実践すると意思表示した企業数は6社（受講企業の14%）にとどまった点。具体的行動が前進しない理由の一つとして、セキュリティ関係の商材・サービスやその相場感などに係る提供不足が考えられる。</p>		



事業名		BCP支援事業		新規/継続	継続
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	【中央支部】 ①中小・小規模企業向けのBCPセミナーとして、BCPセミナー、サイバーセキュリティセミナーを開催する。 (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。 (開催場所) 大阪商工会議所会議室ほか			
	人材交流型	(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。 (開催場所) 大阪商工会議所会議室ほか			
	販路開拓型	なお、大阪府商工会連合会のBCP策定支援プログラムと連携して、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。			
	ハズメ型	【経営情報センター】 ②企業の経営者や情報システム担当者を対象に、サイバーセキュリティー（情報セキュリティ含む）の知識や最新情報、簡便・安価な対策方法（ソリューション商材の紹介含む）、情報システム担当者同士の情報交換の機会となるようなセミナーを行う。サイバーのみならず自然災害のリスクと対策もBCPの観点から解説する。			
	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)	府施策連携商4（BCP・BCMの普及促進） (a)大阪府が推薦する大阪商工会連合会のBCP策定支援事業及びBCPガイドラインの紹介を通じて参加者にBCP策定を促す。D-FAX、メール配信、HP等の掲載と、過去の支援先への巡回による参加勧奨を通して、広く府内事業所に参加をよびかける。関連団体と連携し、サイバーセキュリティーの最新状況の把握や共同での事業の普及啓発を行う。 (d)セキュリティー対策相談の内容によって、相談事業と連携する。				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒  120 社	【中央支部】 ①中小・小規模企業向けのBCPセミナー 70社 【経営情報センター】 ②情報セキュリティー対策セミナー 50社 メール配信、D-FAX、HPの掲載、関係団体を通じたちらしの配布等を通じて広く参加をよびかける。		
	支援対象企業の変化	【中央支部】 ①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。 【経営情報センター】 ②サイバー攻撃・セキュリティの最新動向、必要な対策の方向性やプロセスに係る意識・知識が高まる。			
	指標①	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	数値目標	80%	
	指標②	サイバー攻撃・セキュリティに係る最新動向、必要な対策の方向性やプロセスに係る意識・知識が高まったと回答した割合	数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		BCP支援事業						新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		⇒ 20,200 円 ×		70 ×		1.0 =		1,414,000 円		
		20,200 円 ×		50 ×		1.0 =		1,010,000 円		
	(小計)							2,424,000 円		
	計							2,424,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (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			(①市町村等+②受益者負担)			
		2,424,000 円 ×		1.00 =		2,424,000 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】

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、「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」との回答割合は2014年度45%、2015年度58%、2016年度60%、2017年度72%と本事業実施に対する期待は年々高まっている。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【2017年度】 開催日：8月19日（土）～20日（日） 支援企業数：275社 【2018年度】 開催日：8月25日（土）～26日（日） 支援企業数：301社		
	反省点	職業体験プログラムの数を増やしたほか、集客イベントを強化することで当事業全体への誘客を増やすことができたが、近隣店舗の販促効果の向上と事業の質の向上を意識した事業になるよう、体験プログラムの見直しや体験プログラム参加者の近隣店舗利用促進を高めるような工夫を加えたガイドブックとするなど、さらなるブラッシュアップに取り組む。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	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。		
	人材交流型	5月 ODCCと店舗との連携内容を調整する。 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。		
	○ 販路開拓型	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。区役所で案内チラシを配布する。		
	ハズレ型	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。		
	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 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。②SNS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。		

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
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 200 社	平成29年度実績275社、平成30年度実績301社 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」との回答の割合	数値目標	70%			
その他目標値		目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
			50,500 円 ×	200 ×	1.0 =	10,100,000 円	
			円 ×	×	=	0 円	
			円 ×	×	=	0 円	
		(小計) 10,100,000 円					
	計 10,100,000 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"/>
	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果					
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
10,100,000 円 ×		1.00 =		10,100,000 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】

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)	営業・販売力の強化、財務改善、人事労務問題（人手不足を含む）への対応、ピ ジネス法務、税務対策など中小企業・小規模事業者の関心が高いテーマの講座・講 習会を開催し、大企業に比べて経営基盤が弱い中小企業・小規模事業者の経営体質 強化を支援する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪市内の中小企業・小規模事業者（すべての業種が対象）		
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年度は講習会を115回開催し、参加者数は3,336人、支援企業数は 3056.0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。 2018年9月末時点で46講座を開催し、参加者数は1,799人、支援企業数は 1,652.5社、満足度は91である。また、講習会で得た知識や情報を「今後の経営改 善や経営力向上に役立てる」と回答した割合は99%で、目標数値の90%を上回っ ている。		
	反省点	2018年度（上半期）において、人事処遇の見直しにより人手不足対策につなげ る方法や債権管理・回収実務などのセミナーを実施し、参加者から好評を得た。 2019年度においては、消費増税対策、働き方改革関連法の施行に向けた労務管理 の見直し、賃金・労働時間等の人事法務リスクへの対応、スマートフォンを利用し た情報発信方法などを取り上げる計画である。		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ う にする のかを 明確に)	○ 人材育成型	○営業・販路拡大、労務、税務・会計、法務など、中小企業・小規模事業者の関心 が高い分野・テーマに焦点を当て、経営に役立つ実務に即した内容の講習会を開催 する。特に、10月に予定されている消費増税への対策についても力点を置く。 ○大阪市内5支部を中心として、年間のべ114回の開催を計画する（別添の開催計 画の一覧表を参照）。		
	人材交流型	「経理・税務」22回、「経営一般」35回、「営業、販路拡大」15回、 「IT」7回、「労務」20回、「法務」13回、「与信管理・金融」2回		
	販路開拓型	○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。さらに本部では、大阪弁護 士会と「法律講演会」を共催するほか、「モバイルPOSレジ活用セミナー」を開催 する。		
	ハイクラス型	○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。		
	独自提案型	○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。		
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) 地元の区役所や経済・産業支援団体（産業会・工業会・納税協会など）と連携し て広く参加者を募る。 (d) 参加者アンケートにおいて相談ニーズが確認された事業者に対して、経営指導員 が経営課題が把握できるよう指導する。講習会講師との個別相談を希望する事業所 については、講師が希望企業を訪問するなどして具体的な経営改善につながるよう 指導を行う。また、日頃の経営相談支援先については、他の地域活性化事業への参 加を促す。			

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業				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⇒ 2,642 社	○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。				
	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%			
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）					
	10%						
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		⇒ 20,200 円 ×	2,642 ×	1.0 =	53,368,400 円		
					0 円		
					0 円		
		(小計)				53,368,400 円	
計 53,368,400 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	855,000 円	負担金の積算	参加費@5,000円×171人			
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)				
	53,368,400 円 ×	0.50 =	26,684,200 円	( 855,000 円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはリンクで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割 (配分の考え方)			
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

平成31年度 中小企業の体質改善・強化支援事業 実施計画書

①②③会計支援企業数

2,642社

①共同開催講習会

下記講座候補案から選択して目標支援企業数

860社

Table with columns: 実施部署, No., 新規継続, 種別, 開催支部, テーマ, 講師名(依頼したい講師名を具体的にあげる), 目的及び内容, 左記、講師の過去の集客力実績, 対象となる事業者、課題・問題点 当該講座を受講することで期待される効果, 目標支援企業数

②支部単独講習会

下記講座候補案から選択して目標支援企業数

1,642社

Table with columns: 実施支部名, No., 新規継続, 種別, 会場, 回数, 時間, テーマ, 講師名, 目的及び内容, 左記講師の過去の集客力実績等, 対象となる事業者、課題・問題点 当該講座を受講することで期待される効果, 目標支援企業数





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	←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>【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は多いが、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などは多いが、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>○本商工会議所は過去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販促支援を行う。</p> <p>②商店街が担うコミュニケーションとイベントスペースとしての有効性・潜在能力の可能性を探る。</p> <p>③商店街と反目しがちなスーパーなどとの協力を仲立ちし、地域と共存共栄する商圈を意識する。</p> <p>④商店街を核として、徒歩で生活必需品の購入が可能な商圈の形成をめざす。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	西支部管内の小売店・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	<p>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。</p> <p>2017年度：浪速区、大正区、西成区、港区、此花区にてAmon発行、西成区、港区にてイベント開催支援。15商店街、55個店を支援。</p> <p>2018年度：此花区にてAmon発行・イベント開催支援。9月末時点で5商店街、14個店を支援。</p>		
	反省点	イベント参加個店に商店街の集客力を認識してもらおう機会となっているが、商店街側に新規出店の受け入れ態勢が十分でない。振興組合・商店会に空店舗解消の希望があっても、物件を私有する家主の意向が伴うとは限らない。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	<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>○そのエリア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、相互補完的なワンストップお買いものゾーンの形成を目指す。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るとともに、常時の買い物客誘引を達成するため、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などとの連携を進める。</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などと個別店舗を仲立ちし、行政やコミュニティとの連絡調整を行い、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：どのお店に行けばど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>(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や補完関係構築)</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、あるいは共同での販促活動により、補完協力関係を構築する。</p> <p>(タブロイド紙「Amon (えーもん)」の発行)</p> <p>○2014年から、商店街と個別店舗の販促ツールとして発行しているタブロイド紙「Amon (えーもん)」を引き続き発行する。</p>		
	ハズレ型	<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とともに、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圈があることを紹介する。また、他地域の商店街、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。またネットでの記事紹介も視野に入れる。</p> <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し、あるいは販促活動を共同で行うことにより、通常の商圈ではない商店街に来街する顧客への販売・アピールによる商圈拡大の機会、他地域の商店主との交流による経営改善のヒントが得られる。</p>		
	独自提案型	<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し、あるいは販促活動を共同で行うことにより、通常の商圈ではない商店街に来街する顧客への販売・アピールによる商圈拡大の機会、他地域の商店主との交流による経営改善のヒントが得られる。</p>		

事業名		西部エリア Amon (えーもん) 市				新規/継続	継続	
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	
	(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を図る。 (d)販促方法改善策の支援の実施によりカルテ化が可能							
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）：25店舗			
	12団体・25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%				
指標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	数値目標	70%					
その他目標値		目標値の内容→						
算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		50,500 円 ×	12	×	10.0	=	6,060,000 円	
		50,500 円 ×	25	×	0.5	=	631,250 円	
				×		=	0 円	
		(小計) 6,691,250 円						
計 6,691,250 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)							
	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		円	負担金の積算				
	(a)府施策連携		(b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果	
	標準事業費		補助率		((1)市町村等+(2)受益者負担)			
6,691,250 円 ×		0.50		=		3,345,625 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】

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	←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>【現状の課題】 2020年のオリンピックに向けて着々と訪日外国人は増加している。また、民泊などの宿泊施設が各所に点在することで、外国人がこれまで来なかったエリアにも来るようになった。しかし、そういったエリアにおいては、どうしても宿泊のみを目的として来訪する外国人が多く、エリア内での消費につながっていない現状がある。また、宿泊施設と最寄りの駅をGoogleマップで直接移動するため、動線の中に中心市街地やその周辺の商店街、商工業者が入らないケースも多い。偶然に通過する訪日外国人を客待ちするのではなく、積極的に商店街、商工業者の所在地を訪日外国人の動線に入れ、訪日外国人の来街者数(来店者数)を増加させることが課題である。</p> <p>【目標とする状態】 民泊などの点在する宿泊施設に来訪している外国人観光客をその周辺の各商店街、個々の店舗に誘導するツール(「顔出し看板」「背景看板」)を提供し、外国人観光客の来街者数(来店者数)の増加を目指す。 また、その際、平成28、29年度に制作した観光マップとYouTube動画、並びに平成30年度に制作した販促ツール類も有効に活用されている状態を目標とする。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	此花区、港区、西区、大正区、浪速区、西成区の商店街、協同組合などで、インバウンド系観光客の取り込みに課題を感じている組織とその周辺店舗		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>○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たり、条件・環境を整えば積極的に活用したいと考える商店街や商工業者は多い。</p> <p>○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>○平成28～29年度に、此花・港・西・大正・浪速・西成の各区の管内60商店街と115事業所を訪日外国人に紹介するツールとしてYouTube動画192本(各40秒程度)と14エリアの観光マップを制作済。</p> <p>○平成30年度には、そのうち20商店街、20事業所に対し、訪日外国人の集客ツール(店頭ステッカーなど)、接客ツール(英語通訳シート、メニューの英語化など)を製作中。</p>		
	反省点	○店頭ステッカーにYouTube動画を表示するQRコードを掲載し、近隣の宿泊施設に観光マップも設置したため、YouTube動画のアクセス数、来街者数(来店者数)は増加したが、情報拡散力はまだ弱い。		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に)	人材育成型	<p>①平成30年度に制作した訪日外国人の「集客ツール」(店頭ステッカーなど)、「接客ツール」(英語通訳シート、メニューの英語化など)を、31年度も引き続き、まだ提供できていない商店街に製作する。</p> <p>②上記「集客ツール」「接客ツール」を提供した商店街やその周辺店舗に客動線を作るため「顔出し看板」「背景看板」(#Playing panel)を製作する。「顔出し看板」や「背景看板」を製作し、商店街やその周辺店舗に設置する。興味を感じた訪日外国人が記念撮影を行い、その写真をSNSで拡散する。看板の存在が撮影した外国人の友人を通じて世界中に知れ渡る。SNSを見た外国人が、訪日した際、また、看板で記念写真を撮影し、連鎖を生むことで商店街へ訪日外国人を誘導する。設置場所は空き店舗前などとする、商店街の空き店舗前を有効に利用することもできる。</p>		
	人材交流型	<p>また、YouTube動画のアクセス数の増加と、YouTube経由での拡散も期待して看板にはQRコードを掲示する。スマホでQRコードを読むと、平成28～29年度に制作した商店街を紹介するYouTube動画を再生する。</p> <p>③「集客ツール」「接客ツール」「顔出し看板」「背景看板」の製作は、専門学校(大阪市立デザイン教育研究所)に依頼する。自治体(大阪市)の教育機関(専門学校)である大阪市立デザイン教育研究所と連携し「集客ツール」「接客ツール」「顔出し看板」「背景看板」の製作を同校に依頼する。同校のフィールドワーク教材としても製作物を利用し、教育機関への実学実習の場を提供する。また、製作コストを下げ、商店街やその周辺店舗に無償提供することで、導入障壁を低減させ、普及を図る。</p>		
	○ 販路開拓型	<p>④必要な場合には、観光マップの増刷を行う。エリアに寄って配布数に多寡はあるものの観光マップには配布して2年が経過するものもあり、必要な観光マップには増刷を行う。</p>		
	ハズ' 杓型	<p>また、YouTube動画のアクセス数の増加と、YouTube経由での拡散も期待して看板にはQRコードを掲示する。スマホでQRコードを読むと、平成28～29年度に制作した商店街を紹介するYouTube動画を再生する。</p>		



「顔出し看板」の一例

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	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果	
	(c)大阪市立デザイン教育研究所と連携して各種ツールを製作。 (d)相談事業相乗効果…観光客、特に外国人観光客への対応や店づくりなど、商店街やその周辺店舗の販路開拓支援を実施。また、店舗改装や設備追加のニーズがあればマル経融資など資金調達支援を実施する。						
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 15団体・3社	①商店街・協同組合：15団体 ②個店（小売店・飲食店など）：3店舗				
	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などの顧客の拡大が図れ、売上増加が期待できる。					
	その他目標値	指標	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合	数値目標	70%		
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		⇒ 50,500 円 ×	15	×	7.5 =	5,681,250 円	
		50,500 円 ×	3	×	0.75 =	113,625 円	
		円 ×		×	=		円
	(小計)					5,794,875 円	
					計 5,794,875 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		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	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
5,794,875 円 ×		0.50 =		2,897,437 円		( 225,000 円 )	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割（配分の考え方）			
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		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	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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などもあいまって、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み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がる仕組みを作る。		
	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		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	商店街役員など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など、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、商工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	2018年度は東淀川区で、小松南商店会、上新庄南商店会、東淡路商店街振興組合、淡路本町商店街振興組合について、区役所とも連携し「まちゼミ」の開催に向けた研修を7月、8月に各2回実施、商店街以外の事業者も参画して実行委員会を立ち上げ準備を進めている。12月に最終の研修会を実施、2月1～28日に「東淀川まちゼミ」を開催、反省会を3月に行う。また、福島聖天通商店街ではスマホ決済などの研修会などを、北区の商店街では大学との連携による取り組みを実施予定。		
	反省点	複数商店街の合同事業では、意見集約が予想以上に難しく予定スケジュールより遅れている（まちゼミは11月→2月）。また、事業の円滑な独立継続実施に向けて段階的に支援を行う必要がある。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	【課題解決のための自主事業の取り組み支援】 ハンズオン支援型 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： ・商店街事業の拡大実施（周辺店舗を含めた「まちゼミ」開催の拡大） ・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（パパママストア）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 商工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		
	人材交流型	・イベントを新規に商店街周辺店舗や商店街以外の個店・団体を巻き込み行いたい 商工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		
	販路開拓型	効果的な商店街事業について、商工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）		
	○ ハンズオン型	については、商店街の役員をはじめ、個店の店主などを対象として、下記の4段階を基本に支援を行う。 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。 ・必要に応じてコーディネーターや専門家派遣など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、イベントなど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、学校などとも連携する。		
	独自提案型	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。		
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)商店街の魅力掘り起しやイベントの開催、情報発信などを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。		

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	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 5 団体	管内には多数の商店街組織があるが、意欲の高い商店街を予定。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。						
	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商店街の数			数値目標	3商店街			
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		⇒ 101,000 円 ×	5	×	10.0	=	5,050,000 円		
				×		=	0 円		
				×		=	0 円		
	(小計) 5,050,000 円								
計 5,050,000 円									
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)									
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	○	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
5,050,000 円 × 0.50 =		2,525,000 円		( 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】

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	<input type="checkbox"/> ←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)	<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などの芝居が催される他、国立文楽劇場、なんばグランド花月など多くの劇場で、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、とんぼりリバーウォークなどでは「大阪ミナミ夏祭り&amp;にぎわいスクエア」、「道頓堀リバーフェスティバル」など地域の商店街や企業、地域団体などからなる(一社)大阪活性化事業実行委員会他が主催するライブ・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、ミナミ地域全体の来街者の増加を目指す。</p> <p>加えて、国内外からの観光客向け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多言語で紹介するガイドブックを作成・配布するとともに、ミナミの情報を発信するWebサイトと連携することで、より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、心斎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、道頓堀商店連盟 など）		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	地域の各商店街では様々なイベントなどを実施して集客を図っているが、個々の集客力には限界がある。地域の商店街、企業、団体などと連携したイベントや情報発信により、近隣の商店街へ集客の支援を行い、ミナミ地域全体の来街者の増加を目指す。		
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>2018年度は中央区役所と連携して「道頓堀春フェス2018」(5月)、「大阪ミナミ夏祭り2018&amp;にぎわいスクエア」(7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。</p> <p>また、(一社)大阪活性化事業実行委員会、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）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を集めた「ENJOY NAMBA DOTONBORI SHISAIBASHI」を日本語版、英・中国語版各5,000部作成し、イベントを通じてPRするとともに、ホテル、駅、観光案内所などを通じて配布した。</p>		
	反省点	観光情報の入手手段として、ガイドブックとともにWebサイトが大きなウェイトを占めつつある。Webサイトと連携することで、より効果的で持続的な集客が期待できる。		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に)	人材育成型	イベント連携の中心となっている(一社)大阪活性化事業実行委員会、地域の商店街連携の組織であるいっとこミナミ実行委員会、中央区役所などと連携し、事業企画・PR・実施に向けた活動を行う。		
	人材交流型			
	○ 販路開拓型	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作成し、ホテル、駅などを通じて配布する。2019年度は、2018年度に引き続きミナミのイベント情報などを多言語で紹介するとともに、ミナミの情報を発信するWebサイトと連携することで、より効果的かつ持続的な集客が期待できる。		
	ハズ 〇 型	②(一社)大阪活性化事業実行委員会他が主催する「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」などの開催に協力・出展するとともに、ガイドブックの配布などによりミナミのイベントなどの情報を発信し、ミナミの商店街並びに近隣エリアの集客を高める。		
	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
		(c)中央区役所他と連携して、ミナミのイベントなどの情報発信、地域の商店街などへの集客支援を行う。		

事業名		ライブ・エンターテイメントの街 ミナミ活性化事業				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⇒ 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、道頓堀商店連盟等）					
	支援対象企業の変化	イベントへの参加やガイドブックの配布などによって、国内外の観光客のミナミエリアの回遊性を高めることができ、各商店街の集客力アップが期待できる。					
	指標	商店街へのアンケートで「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に（やや役立った）（役立った）」と評価した割合			数値目標	80%	
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準 （行が足りない場合は、⇒の行に挿入）	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
		50,500 円 ×	8	×	10.0 =	4,040,000 円	
		円 ×		×	=	0 円	
		円 ×		×	=	0 円	
		(小計)					4,040,000 円
	計					4,040,000 円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 （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	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
4,040,000 円 ×		0.50 =	2,020,000 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	配分額	役割（配分の考え方）			
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】



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	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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)	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「ジリ貧イベント」になる可能性が高い。マンネリ化したイベントを打破し、商店街やその周辺地域の活性化に寄与すべく、さらなる集客力向上を目指す。		
	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、ベ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、対象商店街も集客が思わしくなく、悩んでいると聞く。2018年度に続き、今年度もイベントの企画実施を支援してほしいとの要請がある。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	平成30年10月28日(日)、みこし活祭生野南地区4商店街(生野本通、生野本通中央、生野本通センター街、ベルロード中銀座商店会)にて本事業を実施。4商店街役員より「来場者が増えた」とのアンケート結果を得た。 また、今回のイベントと関連づけて、商店街内の和菓子屋さんと包装資材の会社、デ研の学生がコラボし、ハロウィン限定の和菓子(かぼちゃ味のかりんとう饅頭)を開発して販売したところ、好評を博した。イベント実施を通じて、個店の新商品開発(現在、さつまいも味を開発中)や包装資材の工夫など個店の売上アップにつながるような支援もできた。 加えて、ジャズ演奏を行ったイベントスペースを有するベルロード中銀座商店会(商店街)では、同スペースを有効活用すべく、音楽イベントを定期的で開催しようという動きが出ている。		
	反省点	東西に長く連なる商店街で、商店街の入口前を通りがかった人には中でイベントを実施している様子が伝わりにくい。より集客力を高めるため、各商店街の入口に奥まで歩行者を引き込む仕掛けづくりが必要である。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	○ 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、ベルロード中銀座商店会)で組織する「みこし活祭連合会」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(みこし活祭連合会加盟商店街の4カ所を予定) 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) ③空き店舗でのモーショングラフィックス(人体の動きをセンサーで捉えてその動きを映像に反映させる技術・装置) 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する。 ・なお当支援イベント開催は、対象商店街の「ハロウィンイベント」実施日である10月27日を予定。		
	○ 販路開拓型			
	ハコ型			
	独自提案型	○ 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。イベントは、前年度と同じ内容とし、商店街が独自で実施できるよう定着を図る。		
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
	(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商店街については、経営課題の把握や先方のニーズに応じた相談支援を行う。			

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	継続
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 4 団体		みこし活祭連合会加盟の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、ベルロード中銀座商店会の計4商店街			
	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。そこで映像や音楽など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」とする回答の割合		数値目標	70%		
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
		50,500 円 ×	4	×	10.0 =	2,020,000 円	
		円 ×		×		0 円	
		円 ×		×		0 円	
		(小計) 2,020,000 円					
	計 2,020,000 円						
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (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	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
	2,020,000 円 × 0.50 =		1,010,000 円		( 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】

事業名		地域ブランド推進事業		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)	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)をはじめとする事業者の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・平野地域などの中小事業者、商店街ほか			
	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。また、展示販売会に関しては、ケーブルテレビなどの取材もあり、認定事業者から地域ブランドのPRに役立ったとの評価を得た。			
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	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、1月18日、19日の産業交流フェアにて来場者に配布したほか、掲載店舗などで冊子を配布。2018年11月10日に展示販売会を開催し、8社の販路開拓(購買客数425名、売上高224,000円)を支援した。			
	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○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	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14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。			
	人材交流型	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。			
	○ 販路開拓型	本事業では、H2O認定事業者をはじめとする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し、ブランド力向上や販路拡大を図る。			
	ハズメ型	(具体的内容(予定)) 【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。			
	独自提案型	【展示販売会の実施】 各商店街や地域イベント、商業施設など集客の相乗強化が見込めるスポットを会場として選び、地域ブランド認定事業者による展示販売会を実施し、販路開拓を支援する。			
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<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
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)、販路開拓展示会参加5社		
	支援対象企業の変化	地域ブランド紹介冊子に掲載、販路開拓展示会に参加することにより、その商品・サービスの発信力が高まり、販路拡大につながる。			
	指標	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→				

事業名		地域ブランド推進事業					新規/継続	継続
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		50,500	円 ×	55	×	0.5	=	1,388,750 円
		50,500	円 ×	5	×	1.0	=	252,500 円
			円 ×		×		=	0 円
		(小計)						1,641,250 円
		計 1,641,250 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)							
	①市町村等補助		円		交付市町村等			
	②受益者負担		円		負担金の積算			
		(a)府施策連携		(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)	
1,641,250 円 ×		0.50 =		820,625 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】

事業名		キャッシュレス化支援事業	新規/継続	新規
想定する実施期間		2019 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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>経済産業省によると、日本のキャッシュレス決済の比率は2015年時点で18%と、韓国89%、中国60%と比べてかなり遅れている。これが訪日する外国人観光客にとって大きな不満となっている。小規模零細事業者にとっても現金管理は非常に手間が掛り、現金出納帳を日々正確に記帳している小規模事業者は非常に少ない。キャッシュレス化はインバウンドニーズを取り込むだけでなく、経営の合理化・適正化にとっても役に立つ。また、キャッシュレス決済を利用する電子商取引(EC)の導入についても活用が進んでいない。そこで、キャッシュレス化のメリット、キャッシュレス決済の手段やEC、その周辺分野に関するセミナー、相談会を実施し、キャッシュレス普及に取り組む。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>消費者に商品・サービスを販売・提供している中小企業者及び開業間もない小規模零細事業者、商店街など</p>		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>消費者向けに商品・サービスを提供する事業者にとってはキャッシュレス化は避けては通れない道であり、決済方法が「現金のみ」の事業者は淘汰される恐れがある。開業間もない事業者は経理事務の合理化といった観点から積極的にキャッシュレス化を図る必要がある。電子決済に関心がある、あるいは導入にハードルを感じている企業からのヒアリングでは、電子決済について情報を得る機会が少なく、どのサービスが自社にあっていいのか分からないとの声が出ている。</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			
	反省点			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印をいつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	<input type="checkbox"/> 人材育成型	<p>(1)キャッシュレス経営支援セミナー(仮称) ○小売店・消費者向けサービス提供業者向けにキャッシュレス化のメリットを説明するとともに政府からの補助金などによる支援策を紹介するセミナーを2回程度実施する。</p>		
	<input type="checkbox"/> 人材交流型	<p>○マネーフォワードなどのクラウド会計事業者と連携して、小規模事業者向けにできるだけキャッシュレス化した合理的な会計処理方法をマスターしてもらい、小規模事業者の経理事務の省力化・的確化に役立つセミナーを実施する。</p>		
	販路開拓型	<p>(2)キャッシュレス決済促進セミナーと導入のためのマッチング・相談会(仮称) ①セミナー 3回程度開催。QRコード決済を中心に、キャッシュレスサービスを提供する企業が1回に複数社登壇し、各社のサービスやそれを活用したECの販路開拓などについて講話する。</p>		
	ハブ型	<p>②マッチング・相談会 キャッシュレスサービスを提供する企業の担当者との個別面談を実施。参加者は導入に向けた具体的な流れや操作方法などについて直接説明を受ける。参加者がサービスを導入することになった場合、ここでの担当者に導入までサポートしてもらうようにする。</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 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
<p>府施策連携商25番(キャッシュレス化の推進) (a)大阪府商工労働部商工労働総務課や商業・サービス産業課と連携して実施。 (b)大阪府や自らが発信するメールマガジンなどを通じて大阪府内事業者の参加を募る。 (d)セミナー参加企業でキャッシュレス化に関心のある企業向けに個別経営支援を図り、事業所カルテ化を行う。また、参加者アンケートで経営上の課題等を挙げていれば、適宜相談支援事業につなぐ。</p>				

事業名		キャッシュレス化支援事業				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→ 175 社	(1)キャッシュレス経営支援セミナー（仮称） 中心繁華街で店舗を営む小売・飲食店事業者（30社）及び事業歴の比較的浅い小規模事業者（30社）。D-FAX、メールステーションで大阪府内事業所を対象に募集する。 (2)キャッシュレス決済促進セミナー&導入のためのマッチング・相談会（仮称） セミナー100社、マッチング・相談会15社。大商ニュース、FAX、DM、e-mailなどで参加者を募集する。				
	支援対象企業の変化	①キャッシュレス経営導入により、小売・飲食店事業者にとっては現金管理事務負担の軽減と外国人観光客の集客力を高めることが出来る。一般事業者にとっても経理事務負担が軽減され、信頼性の高い決算が行えるようになる。 ②キャッシュレス化に取り組む意欲が高まる。 ③キャッシュレス決済の導入に向けて具体的な行動を起こす。					
		指標①	キャッシュレス経営に取り組む意欲が高まったと回答した割合	数値目標	80%		
		指標②	キャッシュレス・電子決済やECの動向について理解できた、あるいは今後の販路開拓に役立っていると回答した割合	数値目標	80%		
	その他目標値	指標③	マッチング・相談件数	数値目標	のべ20件		
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
	⇒	20,200 円 ×	60 ×	1.0 =	1,212,000 円		
		20,200 円 ×	100 ×	1.0 =	2,020,000 円		
		40,400 円 ×	15 ×	1.0 =	606,000 円		
			(小計)	3,838,000 円			
			計	3,838,000 円			
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
		②受益者負担	円	負担金の積算			
		<input type="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果		
		標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)			
		3,838,000 円 ×	1.00 =	3,838,000 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			
				円			

【備考】

事業名		ブロックチェーンを活用した新ビジネス創出事業		新規/継続	新規
想定する実施期間		2019 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)	インターネットにも匹敵するほどの革新といわれる「ブロックチェーン（BC）」は、既存のビジネスを効率化するだけでなく、新たなビジネスモデルを創出できる全く新しいデータ管理の技術・手法として注目を集めている。技術やコンセプトも日進月歩で進化しているが、大阪・関西は東京に比べ、BC関連情報を得られる機会が非常に少ない。そこで、BC分野で第一線で活躍する経営者や学識者などと直に情報を得られる場を作る。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	フリーランスのエンジニア、企業内エンジニア、スタートアップ経営幹部、新規事業担当など			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	平成30年9月にBCセミナー入門編を開催したところ、120人が参加し、アンケートでは74人が「技術」に関心を有していることがわかった。ビジネス利用を検討する企業も24社あったほか、「取り組みを考えたいが、技術やビジネスモデルがまだまだ理解できていない」という声も寄せられている。			
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				
	反省点				
具体的な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に)	○ 人材育成型	6～12月に3回程度、本町のコワーキングスペースで、「ブロックチェーンミートアップ」を実施する。BCビジネス開発者や学識者などによる講演、事例紹介、トークセッションと交流会の4部構成。各回、40社80人程度を対象とし、幅広く参加者を募るため、エンジニアにリーチできる関西情報センターや、スタートアップ、フリーランスにリーチできるMJEなどと共催する。テクノロジーへの理解とビジネスへの実装をメインテーマとして、技術トレンドの紹介や、BC活用のアイデア、レギュレーションなどについて紹介する。			
	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 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input 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→	1回あたり40社×3回 ＜募集方法＞ 商工会議所と共催団体のウェブサイト、SNS、メールなど		
	支援対象企業の 変化	BC技術やその活用方法についての理解が深まり、新ビジネスへのヒントを得る。また、エンジニアが、BCコミュニティへの参画や独学、技術系セミナーへの参加によりテクノロジーを学ぶ端緒となる。			
	指標	「セミナーで得た知識を事業に役立てる」または「技術への理解が深まった」と回答する割合	数値目標	70%	
	その他目標値	目標値の内容→			

事業名		ブロックチェーンを活用した新ビジネス創出事業					新規/継続	新規
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		20,200 円 ×		120 ×		1.0 =		2,424,000 円
		円 ×		×		=		0 円
		円 ×		×		=		0 円
		(小計)						2,424,000 円
		計						2,424,000 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)							
	①市町村等補助		円		交付市町村等			
	②受益者負担		円		負担金の積算			
	○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)	
2,424,000 円 ×		1.00 =		2,424,000 円		( 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】



事業名		新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援		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)	現在のさまざまな社会課題を解決するために、AIやIoTといった第4次産業革命技術の活用が期待されている。ただ、そうした先端技術を活用したビジネスを創出するためには、実際の社会で試してみる「実証事業」のプロセスが不可欠である。これまで大阪府・市・大阪商工会議所では、実証事業検討チームを立ち上げ、大阪における実証事業の実施を支援してきたが、この動きをさらに加速させるため、実証事業支援の取り組みを広くPRするセミナーを開催し、実証事業を通じた社会課題解決ビジネスの創出につなげる。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	先端技術を活用した実証事業の実施を通じて、社会課題解決ビジネスの創出を目指す大阪府内の中小企業			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	大阪・関西での開催が決定した2025年万博では、「未来社会の実験場」がコンセプトに掲げられており、大阪で革新的な実証が次々に実施される「実証事業都市・大阪」実現に対する企業の期待は非常に高いと思われる。また、SDGs（持続可能な開発目標）が世間の注目を集める中、社会課題解決ビジネスの創出を目指す企業も増えてきている。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値				
	反省点				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	<input checked="" type="radio"/> 人材育成型	<概要> 現在のさまざまな社会課題を解決するために、AIやIoTといった第4次産業革命技術の活用が期待されている。ただ、そうした先端技術を活用したビジネスを創出するためには、実際の社会で試してみる「実証事業」のプロセスが不可欠。そこで、この「実証事業」の重要性を解説するとともに、大阪における実証事業支援の取り組みや大阪での実証事業実施事例を紹介するセミナーを1～2回開催する。			
	<input type="radio"/> 人材交流型				
	<input type="radio"/> 販路開拓型	<講師案> 大学教授、コンサルタント、実証事業実施企業 など			
	<input type="radio"/> ハブ型	<参加者数> 1回80人程度			
	<input type="radio"/> 独自提案型	<支援企業数> 1回30～50社程度			
	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 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 府施策連携商24番（社会課題解決ビジネスの創出・成長支援） (a)大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施する。セミナー参加者に対し、同課が実施する補助事業への申請や、同課が連携する「社会課題解決ファンド」への申込み、大阪府や民間金融機関などが実施するビジネスプランコンテストへの応募を促す。 (b)本商工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、あわせて大阪府商工労働部のネットワーク、メールマガジンなどを活用し、府内事業者にも広く周知・募集を行う。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	社会課題解決ビジネスや2025万博への関心の高さから、50社程度の参加を見込む。本商工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などで周知・募集する。		
	支援対象企業の変化	実証事業のプロセスの重要性の解説や実証事業支援の取り組み紹介、企業事例の紹介などにより、実証事業を通じた社会課題解決ビジネスの創出を促す。			
	指標	アンケートで「大阪で実証事業の実施を検討する上で参考になった」と回答した割合	数値目標	70%	
その他目標値	目標値の内容→				

事業名		新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援					新規/継続	新規		
算定基準 により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
			20,200	円 ×	50	×	1.0	=	1,010,000	円
				円 ×		×		=	0	円
				円 ×		×		=	0	円
		(小計) 1,010,000 円								
	計 1,010,000 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)									
	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"/>			
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
	1,010,000 円 ×		1.00 =		1,010,000 円		( 0 円 )			
	代	商工会・会議所名		配分額		役割 (配分の考え方)				
				円						
				円						
				円						
				円						
				円						

【備考】

事業名		海外市場開拓支援事業	新規/継続	継続								
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・人的資源に限られる中小企業にとってその全てが容易に着手できる（もしくは拡大できる）とはいえない。</p> <p>これまでも、日本企業の投資・貿易が集中するアジア地域を中心に、また一方、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アフリカや中近東地域にも広げて海外市場開拓事業を展開してきた。特に、2018年末発効のTPP11と2019年2月に発効する日欧EPA参加国に関しては、絶好の貿易・投資拡大チャンスと捉え、各種実務セミナーの開催、ミッションの派遣、招聘などを積極的に展開していく。</p> <p>さらに、海外で日本産の人気の高まっていることを追い風に、日本の農林水産物と食品の年間輸出額は5年連続で増加し、過去最高の8,071億円になっている。（なお、2018年の上半期は特に中国やベトナム、フィリピンなどアジア向けの輸出の伸びが目立ち、品質の高さから加工肉や果物、緑茶などの清涼飲料水などの品目の人気が高かった）日本政府は2019年までに農林水産物と食品の輸出額1兆円達成を掲げているが、目標まで開きがある現状である。一方で中小企業にとって独力で海外の販路開拓を行うことはハードルが高い。そこで、本事業を通じて大阪の中小企業に食輸出をはじめのきっかけづくりや情報提供を行い、輸出促進につなげる。</p>										
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>海外ビジネスへの参入、拡大を目指す中堅中小企業並びに個人事業者</p> <p>※「TPP11」および「日欧EPA」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、台湾など、アジアを中心とした食品輸出を望む飲食店舗、飲食品製造業・卸業など</p>										
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>&lt;ニーズ&gt; 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多くない。また依然として人気の高い中国に関しても、引き続き情報提供を望む声が多く、実際の投資額も過去最高(2017年)を記録している。TPP11が発効すれば、牛肉の関税が現行38.5%⇒16年後には9%に減税されるなどそのメリットは大きく、輸出入業者双方とも歓迎している。さらに、2018年1～6月期(上期)の農林水産物と食品の輸出額が前年同期比15.2%増の4359億円であった。上期として6年連続で過去最高となった。2017年の1年間の輸出額は8071億円と5年連続増加し、過去初めて8000億を超えた(発表：農林水産省)。</p> <p>&lt;把握方法&gt; 常に海外ビジネス関心企業の発掘に努めており、メール、機関紙、各種会合での案内など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>2017年度実績：人材育成538社(目標件数：490件)、人材交流261社(同245件)、販路拡大63社(同80件)</p> <p>※中小企業が個別に持つ課題に対し、大阪に居ながらさまざまな情報を提供することにより解決の糸口を提供した結果、セミナーなどに参加した企業の93%(総平均)が、満足との回答を示した。</p> <p>また、食輸出セミナー・商談会については次の通り。</p> <table border="0"> <tr> <td>セミナー</td> <td>【6/27関空】28社</td> <td>【8/31大阪港】36社</td> <td>計64社</td> </tr> <tr> <td>商談会</td> <td>【6/27関空】27社</td> <td>【8/31大阪港】20社</td> <td>計47社</td> </tr> </table>			セミナー	【6/27関空】28社	【8/31大阪港】36社	計64社	商談会	【6/27関空】27社	【8/31大阪港】20社	計47社
	セミナー	【6/27関空】28社	【8/31大阪港】36社	計64社								
商談会	【6/27関空】27社	【8/31大阪港】20社	計47社									
反省点	<p>情報提供はある程度行うことはできたが、さらに突っ込んだ内容についてはその場でお答えすることができず、専門家を紹介するに終わった。近いうちに発効するTPP11などはそれですまないの、専門家などを常駐させることが必要と考えられる。</p> <p>また、2018年度初めて大阪港を通じた食輸出事業を実施した。参加を検討する企業の一部が「関空からの輸出は小ロットでも対応できるが、大阪港からの輸出はコンテナを借り上げないといけないのでハードルが高い」と誤った認識をしていた。そのため、今後、中小企業が取り扱う輸出货量でもコンテナの混載サービスを利用すれば食輸出ができることをアピールする必要である。</p>											

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○) いくつかのところで、何をどのようにするのかを明確に	○ 人材育成型	1) 海外市場開拓プログラム【販路開拓型】 ・海外調査団派遣時の商談 ・海外から来阪するミッション、バイヤーとの商談会開催（地域別、品目別バイヤーの招聘）  2) 海外現地法人の設置・運営・活用化支援【人材交流型、販路開拓型】 ・勉強会（進出2・3年の企業向けなど）の開催（企業囲み型で3回シリーズ開催） ・ODA予算利活用を目指した、中小企業とコンサルタントとの商談会を開催 ※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。 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。		
	○ 人材交流型	3) 中国ビジネス支援事業【人材育成型、人材交流型】 ・専門家など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国への事業展開などについて） ・中国専門士業の方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、東南アジアなどへの展開支援のためのマッチングなどを実施		
	○ 販路開拓型	4) 新興国市場開拓ミッションの派遣【人材交流型】 ・TPP11など大型EPAスキームをうまく利活用できる国をターゲット（東南アジアなど）にミッションを派遣  5) EPA (FTA) 活用ビジネス支援【人材育成型、人材交流型】 ・EPA (FTA) を活用した海外販路開拓についてセミナー、相談事業を開催 ※TPP11、日欧EPA協定については、原産地証明書の取得が関税減免の必須条件になるが、これの作成は「完全自己証明」となっており、貿易書類に長けた企業はともかく大多数の中小企業はすぐには対応できないと思われる。そこで、実務セミナーを適宜開催するほか、専門家にいつでも相談できる体制を整え、場合によっては既存のEPAも含めて案内できるようにしておく。		
	ハズレ型	6) 海外ビジネスワンストップサービス事業【人材育成型、人材交流型、販路開拓型】 ・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） ・来阪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	7) 食輸出関連事業【人材育成型、販路開拓型】 ・関西国際空港および大阪港からの食品輸出拡大のため、日本食の人気の高いマレーシア、マカオ、シンガポール、台湾などへの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 ・セミナーおよび商談会は関西・大阪港からの輸出を想定した講師やバイヤーを招聘し、それぞれ1回ずつ開催 ・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の関係機関に相談ブースの出展を要請し、参加企業に対してコンテナの混載サービスの周知や、その他食輸出に関する多面的な支援メニューを紹介する環境を整える。		
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 <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会社の発掘・支援事業） (a) 海外バイヤー招聘に関しては、大阪府上海事務所などと連携を取りながら、購買力のある企業の選定など事業に取り組む。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、大阪府や（公財）大阪産業振興機構のコーディネーターと情報を共有するなどして支援する。海外ミッション派遣についても、知事訪問後の具体的な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（具体的な訪問国、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）。大阪府商工労働部の「大阪ビジネスサポートデスク」や流通対策室の「大阪産」などと連携し、相互の事業を広報する。 (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など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。			

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⇒ 1,040 社	【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40社 計530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240社、個別相談5社 計395社 【販路開拓型】海外開拓市場プログラム60社、ODA関連商談会10社、個別商談10社、食輸出商談会35社 計115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によって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①	アンケートにおいて、セミナー事業に参加したことを通じて海外展開にさらに取り組むと回答した企業の割合	数値目標	75%			
	指標②	個別相談事業、勉強会参加企業が海外展開にさらに取り組むと回答した割合	数値目標	75%			
	指標③	海外バイヤー等との商談件数	数値目標	のべ180件			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		50,500 円 ×	60	1.5 =	4,545,000 円		
		20,200 円 ×	350	1.0 =	7,070,000 円		
		40,400 円 ×	5	1.0 =	202,000 円		
		50,500 円 ×	10	1.5 =	757,500 円		
		40,400 円 ×	35	1.3 =	1,838,200 円		
		50,500 円 ×	10	1.5 =	757,500 円		
		20,200 円 ×	80	1.0 =	1,616,000 円		
		40,400 円 ×	5	1.5 =	303,000 円		
		40,400 円 ×	100	1.0 =	4,040,000 円		
		40,400 円 ×	10	1.5 =	606,000 円		
		20,200 円 ×	60	1.0 =	1,212,000 円		
		40,400 円 ×	240	1.0 =	9,696,000 円		
		20,200 円 ×	40	1.0 =	808,000 円		
		50,500 円 ×	35	1.0 =	1,767,500 円		
(小計) 35,218,700 円							
計 35,218,700 円							

事業名		海外市場開拓支援事業			新規/継続	継続
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)	海外調査団派遣事業(現地商談会など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、本商工会議所のほかは、JETROなど支援機関も限られていることから付加価値があるとし、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など、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、商工会議所など公的機関が中に入ることで安心してマッチングにのぞめること、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、本商工会議所のほかは、JETROなど支援機関も限られているから付加価値があるとし、1.5の増補正をした。				
	算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等		
		②受益者負担	円	負担金の積算		
		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果	
		標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)
	35,218,700 円		×	1.00	=	35,218,700 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			
			円			

【備考】

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を促進する。特に「開業サポート資金・小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」は、地元金融機関と緊密に連携し、本商工会議所が事業計画策定支援や経営指導に加え、資金調達後にはフォローを行う「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応え成長を支える。</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に組織した地域プラットフォームを活用して、創業者や中小事業者の金融支援に際し、本商工会議所では経営指導員、専門相談員などが経営支援を行うほか、高度な課題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「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・開業を目指す者（大企業の社員、府外に在住する個人などを含む）		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>大阪市内事業者に法定台帳などで経営の関心項目を聞いたところ、「融資・資金繰り」を挙げた事業者は、2018年度は14,581件中2,343件で、全体の16%を占めている。</p> <p>また、本商工会議所の創業支援を受けた開業者などからは、相談による事業計画の内容改善、事業計画書作成方法への理解向上、事業計画の客観視化などの成果があったとの声があり、金融支援と併せて事業計画書策定など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>【2018年度：本部開催分】</p> <p>5月に制度説明会（支援数65.5社）、相談会（支援数22社）、9月に地元金融機関との交流会（支援数64社）を実施。2月19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など参加者に提供するとともに、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21件実施。</p> <p>【支部開催分】</p> <p>2017年度の支援実績は、支部金融説明会220.5社 支部金融個別相談会470社。2018年9月末現在、制度融資説明会は6回（支援企業数93.0社、参加者95名、利用者満足度は90.2）、支部金融個別相談会は10回（支援企業数178社）を実施。制度説明会では、大阪信用保証協会や北おおさか信用金庫などから大阪府制度金融などについて情報提供を行い、金融個別相談会では継続的な金融支援と一体化した制度融資の利用を促進した。</p>		
	反省点	<p>本部開催分については、融資制度紹介等において金融機関に商品内容や利用事例紹介に重点をおき説明をしてもらうよう改善したところ、満足度が向上した。一方、限られた時間内で多くの情報を提供しようとしてわかりづらいとの意見があった。ポイントを絞ってわかりやすく情報を伝えることで融資制度利用喚起を図りたい。</p> <p>支部開催分については、支援が必要な事業者に大阪府制度融資をより効果的に周知することが課題の一つであるため、制度説明会において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て事業者の関心を促し、説明会への参加につなげるとともに、制度融資の利用につなげていく。</p>		

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
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつどこで何をどのようにするのかを明確に	○ 人材育成型	【本部開催分】 地域支援ネットワーク参画機関間の情報共有・交換および「金融と経営支援の一体的取り組み」のさらなる推進のため、地域金融懇談会を2回程度開催し、地域の実情を把握するとともに、以下のセミナー・相談会など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大阪府が目指す金融施策を実現できるよう協力体制を強化する。		
	○ 人材交流型	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し広く配布して制度の普及を図る。 ①大阪府の制度融資などを紹介するセミナー、講演会などの開催 地域支援ネットワークの仕組みや大阪府の制度融資を紹介する創業(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、ポイントを絞りわかりやすく情報提供するように留意する。 ②地域金融機関との交流会や個別相談会の開催、および「開業サポート資金」の出張相談や個別相談の実施		
	販路開拓型	事業者と参画金融機関との交流会や相談会などを通じて、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」などについて、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でチラシ配布・説明を行う。このほか、本事業以外も含め、イベント実施時などの出張相談や利用希望者へのタイムリーな個別相談対応を行うことにより、具体的な申込みに向けた準備に着実につなげ、相談事業の利用により円滑な融資を実現する。		
	ハズレ型	【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、個人タクシー協会などと連携して、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(4月から関西みらい銀行)、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などに協力を仰ぎ、「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。		
	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 <input checked="" type="checkbox"/> (d) 相談事業相乗効果 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などと事業運営で連携しながら実施する。セミナー・相談会などにおけるアンケート内容を報告することにより、効果的な府制度融資への反映に努めていく。 (b)地域支援ネットワーク参画機関などの協力を得て、大阪府内全域からの集客に努める。 (d)交流会やセミナー、個別相談などを通じて、創業(予定)者や潜在的な成長力を持つ小規模・中小企業への啓発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、参加を勧奨する。			



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⇒ 690 社	【本部開催分】セミナーなど160社、交流会・相談など135社 【支部開催分】金融説明会など115社、相談会280社 大商ニュース、メール配信、ホームページ掲載などに加え、地域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	○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。 ○交流会への参加企業が、自社に役立つ融資に関する情報や、課題解決に関する情報、あるいは金融機関とのパイプを得ることができる。 ○個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する。					
	指標①	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の割合	数値目標	80%			
	指標②	交流会で自社に役立つ融資に関する情報、もしくは課題解決に関する情報、あるいは金融機関とのパイプを得たとの回答の割合	数値目標	80%			
	指標③	個別相談を実施した事業者などが、融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直しなどを検討する割合	数値目標	80%			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		20,200 円 ×	160 ×	1.0 =	3,232,000 円		
		40,400 円 ×	135 ×	1.0 =	5,454,000 円		
		20,200 円 ×	115 ×	1.0 =	2,323,000 円		
		40,400 円 ×	280 ×	1.0 =	11,312,000 円		
					(小計)	22,321,000 円	
					計	22,321,000 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	(①市町村等+②受益者負担)				
22,321,000 円 ×		1.00 =	22,321,000 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	配分額	役割 (配分の考え方)			
			円				
			円				

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

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
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)	大企業と中小企業、大学や研究機関などがチームを組み、材料・部材や要素製品、さらには機器間を制御するシステムなど互いの優れた技術・ノウハウを結び付けるビジネスマッチング方式の共同開発を目指す。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)	昨今、自社の保有する資源・技術のみを用いて製品開発などを行う「自前主義」を脱却し、戦略的に組織外の知識や技術を積極的に取り込むオープンイノベーションの取り組みが注目を集めており、専属部署を立ち上げる企業も増えてきている。 一方、独力ではなかなか大企業とつながりを持っていない中小企業にとっては、こうした機会を利用することによって、大企業の担当者との直接のやり取りが実現できるため、オープンイノベーションへの期待度は高い。大手企業と中堅・中小のどちらの立場からも、オープンイノベーションへの取り組み意欲が高まっている。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	【技術ニーズマッチング】<技術ニーズ説明会>大阪ガス：7月5日開催（参加者数199名、支援対象企業数131社）、ダイキン工業：8月29日開催（参加者数216名、支援対象企業数112社）、LGディスプレイ・TOA・ギャランツジャパン：11月21日開催<ビジネスマッチング会>大阪ガス：10月1日～4日開催（参加企業数44社、支援対象企業数38社）、ダイキン工業：11月14日～16日開催 【オープンイノベーションセミナー】2～3月開催 【技術シーズ商談会】<シーズ説明会>富士通：9月20日開催（参加者数40名、支援対象企業数26社）、大阪ガス：10月16日開催（参加者数60名、支援対象企業数42社）<個別商談会>富士通：11月開催（参加企業数1社、支援対象企業数1社）、大阪ガス：12月開催		
	反省点	【技術ニーズマッチング】11月には本事業での技術ニーズ発表は初となる3社が説明会を開催したが、他の2社ほど参加者が伸びなかった。広報手段を見直しつつ、新たな技術ニーズ発表企業を引き続き探索する。 【技術シーズ商談会】中小企業にとって、大企業の技術シーズを活用するハードルは高いが、うまく活用できれば成果につながる。今年度は、技術シーズの説明とあわせて技術シーズを活用するメリットに関する情報提供を行ったが、十分な理解が得られなかった。引き続き理解を深めるためのプログラムを検討する。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<人材育成型事業> 計610社 ※係数1.2 (1)オープンイノベーションセミナー（年間1回） 支援企業数：1回70社程度 ・大企業への自社技術提案のコツ ・大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	(2)技術ニーズマッチング ニーズ説明会（年間3回） 支援企業数：1回150社程度 ・大企業におけるオープンイノベーションの取り組み紹介 ・大・中堅企業のニーズの発表 ・人的交流活動		
	販路開拓型	(3)技術シーズ商談会 シーズ説明会（年間2回） 支援企業数：1回45社程度 ・大手・中堅企業のシーズの発表 ・シーズ活用のメリットに関する情報提供 ・シーズ活用事例の紹介		
	ハズ' 型	<人材交流型事業> 計110社 ※係数1.2 (1)技術ニーズマッチング ビジネスマッチング会（年間3回） 支援企業数：1回30社程度 ・大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	(2)技術シーズ商談会 個別商談会（年間2回） 支援企業数：1回10社程度		
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14番（ものづくり支援拠点（MOBIO）連携推進事業） (a)関西広域連合、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課と連携して実施する。 (b)MOBIO、関西商工会議所連合会などのネットワークを利用し、府全域の中小企業への広報を行う。D-FAXシステムなどを活用し、様々な業種の企業へ案内する。			

事業名		MoTT <sub>o</sub> 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ことを見込まれるため、人材育成610社、人材交流110社と設定。 「MoTT <sub>o</sub> OSAKAオープンイノベーションフォーラム」メンバー他、関西商工会議所連合会、大阪府商工労働部ものづくり支援課、新エネルギー産業課などと連携し、広く府内から事業者を集める。	720	社		
	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のようなものを周知し、販路開拓への具体的な気づきを与え、マッチングへの動機づけを行う。 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技術シ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	当該事業は自社技術の用途開発を検討するうえで参考になったと回答した割合	数値目標	70%		
	指標②	商談マッチング(引き合わせ)数	数値目標	20件		
指標③	商談マッチング(引き合わせ)数	数値目標	10件			
その他目標値	目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費
		20,200	円 ×	610	×	1.2 = 14,786,400 円
		40,400	円 ×	110	×	1.2 = 5,332,800 円
			円 ×		×	= 0 円
		(小計) 20,119,200 円				
	計 20,119,200 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)	本事業の実施にあたっては、大阪府内にとどまらず、関西商工会議所連合会や北陸・関西連携会議といった商工会議所ネットワークを活用して、広域から参加企業を募集する。大企業と中小企業のマッチング事業等の場合、いかに大企業からの発注案件を得られるかが、事業成功の鍵をにぎる。大阪府内だけを対象とせず広く府外からも事業者を募集し、発注側を十分に満足させる技術力の高い事業者に大阪にいながらにして出会うという参加意義を、発注側の大企業に感じさせ、継続的に良質な発注案件を提供してもらえよう努める。よって、府内事業者にとっても商談相手の拡大・ビジネスチャンスの創造につながるという高付加価値があることから、0.2の増補正を行った。					
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等			
	②受益者負担	円	負担金の積算			
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)	
	20,119,200 円 ×		1.00 =	20,119,200 円	( 0 円)	

事業名		MoTTto OSAKA オープンイノベーションフォーラム		新規/継続	継続
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核 団体またはヒアリングで説 明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	役割（配分の考え方）	
	○	大阪商工会議所	19,440,480 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150社、同ビジネスマッチング会（人材交流事業）各回30社、技術シーズ商談会のシーズ説明会（人材育成事業）各回45社、同個別商談会（人材交流事業）各回10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。本商工会議所は企画・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商工会議所に団体配分する際には、1社当たりの補助率は0.7を適用し、残りの0.5は主に運営を担う本商工会議所に配分する。	
		東大阪商工会議所	424,200 円		
		八尾商工会議所	254,520 円		

【備考】

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	<input type="checkbox"/> ←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>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、中小製造事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。</p> <p>本事業は産学公の連携を促進し、中小製造業者の技術的課題の解決を支援する。</p>		
	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)	<p>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。</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>10月4日「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）」（参加者数93名、支援企業数61.5社）                  11月28日「第34回 大阪大学 大学院基礎工学研究科 産学交流会」（参加者数153名、支援企業数78.5社）                  12月7日「ORIST技術シーズ・成果発表会」（参加者数260名、支援企業数44.5社）                  12月11日「中小製造業のためのIoT技術導入セミナー」（参加者数67名）</p>		
	反省点	<p>実出席者に対するアンケート回収率の低さを改善する。特に「ORIST技術シーズ・成果発表会」は参加者が任意の時間に自由に入出りできるため、アンケート回収が徹底できていない。については、会場内のスタッフ人員を増やして回収の呼びかけを強化するとともに、アンケート記入台の設置を工夫するなどして回収率の向上を図る。</p>		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ う にする のかを 明確に)	○ 人材育成型	<p>【開催回数】4回（大阪産業技術研究所と2回、大阪府内の大学と2回）                  【対象】発表分野における技術力向上やビジネス展開を求める中小製造・加工業者など                  【内容】</p>		
	人材交流型	<p>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：第3回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3）》                  【開催時期】2019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、金属、機械・システム、電子・電池・ナノテク、高分子など                  【発表者】大阪産業技術研究所の研究者</p>		
	販路開拓型	<p>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】2019年11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                  【発表者】大阪圏の大学の教員・研究者</p>		
	ハズレ型	<p>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】2019年12月頃 【開催場所】大阪産業創造館など                  【テーマ分野（予定）】化学・バイオ、金属、機械・システム、電子・電池・ナノテク、高分子などを網羅的にカバー                  【発表者】大阪産業技術研究所の研究者</p>		
	独自提案型	<p>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12月～2020年3月頃 【開催場所】大阪商工会議所など                  【テーマ分野】人工知能、ロボティクス、IoT、ビッグデータ解析など                  【発表者】大阪圏の大学の教員・研究者</p>		
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<p><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 <input type="checkbox"/> (d) 相談事業相乗効果</p> <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）                  府施策連携商19番（（地独）大阪産業技術研究所（ORIST）連携事業）                  (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。</p>			

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⇒ 280 社	1回あたり70社×4回=280社 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、中小機構近畿メルマガなど）を中心とする。				
	支援対象企業の変化	大学や公設試験研究機関の研究成果を今後のビジネス（ものづくり）の参考にし てもらうほか、技術相談、共同研究、委託研究、施設利用など、より強固な産学公 の連携に結びつける。					
	その他目標値	指標	得た知識を今後の製品や技術の開発に役立てると回答した割合		数値目標	70%	
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
			20,200 円 ×	280 ×	1.0 =	5,656,000 円	
			円 ×	×	=	0 円	
			円 ×	×	=	0 円	
		(小計) 5,656,000 円					
		計 5,656,000 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			
		○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果		
標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
	5,656,000 円 × 1.00 =		5,656,000 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	配分額		役割 (配分の考え方)		
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】

事業名		大阪・関西IoT活用推進フォーラム	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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>「未来投資戦略2018」において、「中小・小規模事業者の生産性革命の更なる強化」が謳われる中、企業間でのデータ連携の促進とIoTの導入を進めることで、革新的な製品・サービスの創出、無駄のない最適化されたサプライチェーン、安全で生産性の高い製造プロセスの実現が期待されている。</p> <p>中堅・中小企業のIoT化への取組みを支援すべく、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2015年より継続的に実施されている。</p> <p>本商工会議所は、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)	2018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などに関する最新情報の提供」あるいは「先進企業におけるIoT活用事例に関する情報提供」という回答が8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>&lt;第7回例会&gt; 7月30日開催（参加者数99名、支援対象企業数59社）</p> <p>&lt;第8回例会&gt; 11月28日開催</p> <p>&lt;第9回例会&gt; 2019年2～3月開催（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亘っており、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る。		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に)	<input type="checkbox"/> 人材育成型	<p>&lt;人材育成型&gt; 計270社</p> <p>■例会の開催（年間3回）</p> <p>支援企業数：1回90社程度</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>IoTの活用方法やメリット、施策等の情報提供</li> <li>製造業によるIoT活用の事例紹介（例：生産プロセス、製品のスマート化など）</li> <li>AR, VR等の活用の事例紹介（例：生産性向上や働き方改革支援など）</li> <li>サービス業へのIoT活用の展開紹介</li> <li>IoT活用ツールの紹介</li> <li>交流会（名刺交換会）</li> </ul>		
	<input type="checkbox"/> 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 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) 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。 (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。		

事業名		大阪・関西IoT活用推進フォーラム				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⇒ 270 社	人材育成事業は、幅広い業種を対象としたテーマでの開催を想定し、90社×3回と設定した。フォーラムメンバーをはじめ、大阪府などの他機関と連携し、広く府内から事業者を集める。					
	支援対象企業の変化	自社でのIoTに対する取り組み意欲の向上						
	指標	アンケートでIoTの活用にとさらに努めたいと回答した割合			数値目標	70%		
その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
			20,200 円 ×	270 ×	1.0 =	5,454,000 円		
			円 ×	×	=	0 円		
			円 ×	×	=	0 円		
			(小計)				5,454,000 円	
	計 5,454,000 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"/>	
	標準事業費				補助率		(①市町村等+②受益者負担)	
	5,454,000 円 ×		1.00 =		5,454,000 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】



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)	環境関連法令は、規制強化の方向で新規制定・改正されている一方で、中小企業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。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。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もらう。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	○府内中小企業の環境部門責任者・担当者 ○省エネの取り組みに関心のある中小企業の経営者、施設・エネルギー管理担当者 ○エネルギー分野で新規事業展開を目指す中小事業者		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業規模を問わずコンプライアンスが求められる中、自社だけでは十分な情報収集ができない中小企業からは、規制強化の方向で新規制定・改正される環境関連法令について、法令の内容や企業の対応方法などの分かりやすい解説を求めるニーズが高い。また、電気料金の値上げなどが背景で、積極的に省エネ・節電に取り組む企業が増えている。一方で、燃料電池車、水素ステーションなど、新エネルギー活用の機運が高まりつつあり、新たなビジネスチャンスを目指し、新エネルギー関連産業の情報が求められている。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	「省エネ・省CO2セミナー」6月29日開催（参加者数81人、支援対象企業数37.5社） 「蓄電池・燃料電池分野への参入セミナー」7月26日開催（参加者数112人、支援対象企業数55.5社） 「水素関連産業新技術ニーズ説明会」11月15日開催（参加者数54人） 「省エネ・省CO2セミナー」12月12日開催（参加者数87人）		
	反省点	参加者のフィードバックをよりダイレクトに次回以降のセミナーに反映させるため、アンケート回収率向上の方法を共催団体者と探る。また、次回以降も引き続き中小企業の目線に立ったプログラム構成を心がけ、省エネ・新エネルギー分野への取り組み意欲向上につなげてもらえるよう努める。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするかを明確に)	○ 人材育成型	「中小企業のための省エネ・省CO2セミナー」（年2回程度実施） 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。講師は、省エネの専門家、大阪府、先進的に省エネに取り組む事業者（省エネ大賞受賞企業など）		
	人材交流型	○参加者数：1回100人程度 ○支援企業数：1回30社強		
	販路開拓型	「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） 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図る。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が新規参入しやすい環境を整える。講師は、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、大学教授など		
	ハズレ型	○参加者数：1回120人程度 ○支援企業数：1回50社程度		
	独自提案型	○参加者数：1回120人程度 ○支援企業数：1回50社程度		

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	
		府施策連携商1番（新エネルギー産業分野への参入促進） (a)開催案1では、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、省エネや環境法令などを取り上げ、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産業創造課の事業である「スマートエネルギー分野『戦略的技術提案講座』」や「おおさかスマートエネルギーパートナーズ」の活用を促す。 (b)大阪商工会議所の広報媒体（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など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。							
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	30社強×2回、50社強×2回。セミナーの告知は、商工会議所の広報ツール（メールマガジン、FAX案内、過年度の同事業におけるセミナー参加者への一斉情報提供）の他、各連携機関・支援機関のメールマガジン（MoTTtoメール、MOBIOメルマガ、けいはんなポータル、中小機構近畿メルマガなど）を通して周知・募集する。						
	支援対象企業の変化	支援企業が自社に関連のある環境法令とその対応方法やエネルギー課題への理解を深め、受講企業が自社独自で環境法令対応や省エネ・省CO2の取り組み、また、新エネルギー関連産業の参入などを進めていくための実務的基礎知識やスキルの習得・向上を目標とする。							
	指標	当該事業で得た知識などを自社の課題解決や新事業の展開などに役立てると回答した割合	数値目標	80%					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		⇒ 20,200 円 ×	165	×	1.0	=	3,333,000 円		
		円 ×		×		=	円		
		円 ×		×		=	円		
		(小計)						3,333,000 円	
							計	3,333,000 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					
	○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果				
	標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
	3,333,000 円 ×	1.00	=	3,333,000 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						

【備考】

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	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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)	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	9月25日：セミナー「ロボットが拓く未来」(参加者数61人、支援企業数41社) 11月19日：セミナー「AI技術の可能性」(参加者数81人、支援企業数55社)		
	反省点	大阪府が実施する「大阪共創ビジネスプログラム(OCBP)」と連携して実施したが、企画に時間を要し、同事業のハンズオン支援企業募集期間までの実施が間に合わず、PR機会を十分に設けられなかった。		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に)	<input type="checkbox"/> 人材育成型	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)発表等(7～9月頃を目途に2回実施)		
	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ベンダーなど)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・提供している企業など		
	ハンズオン型	<参加者数> 100人程度		
	独自提案型	<支援企業数> 1回70社程度		
	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
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「大阪共創ビジネスプログラム(OCBP)」への参加を促す。 (b)本商工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・サービス産業課など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。				
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 140 社	第4次産業革命技術に関心がある中小企業140社。商工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などで周知・募集する。	
	支援対象企業の 変化	第4次産業革命技術の動向や先進企業の活用事例などを通じて、第4次産業革命技術を活用した新規事業創出を促す。		
	指標	各回のアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合	数値目標	75%
その他目標値	目標値の内容⇒			

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	継続
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		20,200 円 ×		140 ×		1.0 =		2,828,000 円	
		円 ×		×		=		0 円	
		円 ×		×		=		0 円	
		(小計)						2,828,000 円	
		計						2,828,000 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)								
	①市町村等補助		円		交付市町村等				
	②受益者負担		円		負担金の積算				
	○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)		
2,828,000 円 ×		1.00 =		2,828,000 円		( 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】

事業名		水ビジネスの企業連携・海外展開支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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)	排水処理など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、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。 ○本商工会議所は、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	「アジアの水ビジネス市場セミナー」7月20日開催（参加者数105人、支援企業数44社） 「アジアにおける水・環境ビジネス連携セミナー」12月14日開催（参加者数94人）		
	反省点	「アジアの水ビジネス市場セミナー」 100名以上の参加があったことから水ビジネスへの期待・関心は依然として高いことが分かった。また、専門家からの市場動向の解説に加え、実際に水ビジネスにおける海外展開に取り組む企業に事例発表いただくことで、参加者に満足いただくことができた。次年度も、幅広い企業に関心を持ってもらえるプログラム構成を心がけ、ビジネスに役立てていただける情報を提供できるよう努める。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	【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。		
	人材交流型	○参加者数：1回80人程度 ○支援企業数：1回60社程度		
	販路開拓型	◆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、インドなど）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）地球環境センター、JICAなど		
	ハブ型	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）未定		
	独自提案型	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、地球環境センターなど 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、大阪ビジネスサポートデスクなどの大阪府の施策をPRする。 (b) 商工会議所の広報媒体（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など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。				

事業名		水ビジネスの企業連携・海外展開支援事業				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⇒ 120 社	60社×2回 参加募集方法は、過去に水ビジネス関連セミナーに参加された方々への一斉情報提供、大阪府商工関連ニュース、「関西・アジア環境・省エネビジネス交流促進フォーラム」メンバーを中心に、D-FAX・メールなどにより行う。				
	支援対象企業の変化	セミナーへの参加を通して、府内中小企業などに対して水ビジネスの世界的な市場動向や先進企業のビジネス手法を学び、今後のビジネス戦略の構築に役立てるほか、水関連分野への新規参入も促す。					
	指標	セミナーで得た知識などをもとに当該分野の海外展開にさらに取り組みたいと回答した割合	数値目標	80%			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
		20,200 円 ×	120	×	1.0 =	2,424,000 円	
		円 ×		×	=	0 円	
		円 ×		×	=	0 円	
					(小計)	2,424,000 円	
				計	2,424,000 円		
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (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		○ (d) 相談事業相乗効果		
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)				
	2,424,000 円 ×	1.00 =	2,424,000 円	( 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】

事業名		医療機器産業事業化促進事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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、主にこれから医療機器産業に参入を検討する企業などを対象に、参入の進め方や海外展開やデジタルヘルスを含めた事業化に関する情報を伝えるとともに、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15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>&lt;人材育成型事業&gt;医療機器産業への新規参入をテーマとしたセミナーを2回実施し、いずれも計画を超える支援企業数を確保した(計89社)。</p> <p>&lt;販路開拓型事業&gt;上記セミナーないしは医療機器関連事業への併設での企業展示を行い、計8社の支援企業数を確保した。</p>		
	反省点	販路開拓事業として実施している企業展示につき、「ブースに立ち寄るお客さんが少ない」ないしは、「展示時間が短い」といった声が聞かれたため、次年度は展示ブースによりたくさんの人が立ち寄る仕掛けを講じる。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	①医療機器産業事業化促進セミナー <人材育成型事業> ○年間2回 ○支援企業数1回35社程度 企業が医療機器産業新規参入を含む事業化の際に必要な情報を提供する。		
	人材交流型	新規参入を計画している企業には、他の工業製品と同様に安価で革新的に新製品を開発すれば、市場を確保できると考えている企業も少なくない。しかし、医療機器産業には、医療現場との信頼構築、医療機器薬事承認手続き、健康保険手続き、販売会社との関係、更には海外展開やデジタルヘルスなど業界独特の注意点がある。セミナーでは、これらの点を参入企業に理解してもらうため、本商工会議所で医療機器開発相談をしているアドバイザーや、すでに参入を果たした企業などから、具体的な事例を含めて説明する。		
	○ 販路開拓型	②自社PRのための出展 <販路開拓型事業> ○年間2回(①の「医療機器産業事業化促進セミナー」などに展示を併設) ○支援企業数1回3社程度 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、医療機器事業化促進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。		
	ハズ' 〇型			
	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) (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。 (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。 (本商工会議所は当該支援については全国的にも先駆者であり、大阪府内を代表する支援機関としての実績がある。「次世代医療システム産業化フォーラム」を大阪府下の東大阪、八尾、堺、豊中、北大阪、茨木、大東、守口門真、吹田の各地商工会議所と共催で開催している。)			

事業名		医療機器産業事業化促進事業				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⇒	<人材育成型>70社 <販路開拓型>6社 大阪商工会議所が過去に独自で実施してきた事業の参加者を中心に、大阪府内で医療機器産業に関心を持つ企業に参加を呼びかける。				
	支援対象企業の変化	76 社	①セミナー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・経営革新に向けた第一歩を踏み出すことを目指す。 ②府内中小企業の販路開拓につながることを目指す。				
	その他目標値	指標①	セミナーで得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の事業運営・経営に役立てると回答した割合	数値目標	70%		
		指標②	今後の販路開拓に効果があったとする割合	数値目標	70%		
算定基準		目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
			20,200 円 ×	70	×	1.0 =	1,414,000 円
			50,500 円 ×	6	×	1.0 =	303,000 円
					×	=	0 円
		(小計) 1,717,000 円					
	計 1,717,000 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			
	○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)	
		1,717,000 円 × 1.00 =		1,717,000 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】



事業名		中小企業の新規学卒者人材確保支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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>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、2019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1.88倍（前年度1.78倍）と引き続き高い水準で推移しており、7年連続の上昇となっている。また、大阪商工会議所が平成28年10月に実施した「企業の新卒採用スケジュール等に関する調査」では、中堅・中小企業が新卒者を採用するための主な取り組みとして、「就職サイトへの掲載」に次いで「大学への訪問」「大学が学内で実施する企業説明会への参加」を挙げており、その対策の1つとして、大学との関係を深めたいという企業のニーズが高い。</p> <p>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「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。</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（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（2019年卒）」によると、従業員数が300～999名では求人倍率が1.43倍に留まるのに対し、300人未満では9.91倍と昨年度（6.45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	<p>①8月に「新卒採用実践セミナー」を開催し、61人の参加があった（支援企業数58社）。2月には採用・定着の強化に向けたセミナーを開催予定。</p> <p>②10～11月に「採用・定着・職場環境改善勉強会」を開催し、30社が参加した（支援企業数24社）。</p> <p>③11月5日に「大学などと企業との就職情報交換会」を開催し、主に関西圏の67大学が出展。同事業に161社・256人が来場した。</p>		
	反省点	<p>①講師のスケジュールの関係もあり、セミナーを8月の盆明けに開催した。このため想定していた参加者数に満たず、集客に課題を残した。セミナー実施については、スケジュール設定に注意する必要がある。</p> <p>②数多くの企業に情報を提供するため、少人数方式の勉強会（採用・定着・職場環境改善勉強会）は廃止する。</p>		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印を いつ・どこで・何を・どのようにするのかを 明確に)	<input type="checkbox"/> 人材育成型	<p>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等、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等を身に付けることができるセミナーを開催する。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、効果的な採用活動等を展開できるよう、企業と大学の交流を促進する機会を提供する。</p>		
	<input type="checkbox"/> 人材交流型	<p>○【セミナーの開催】（人材育成型）</p> <p>セミナーでは新卒者採用の現状をはじめ、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、中小企業に適した採用のプロセスや手法等、中小企業が押さえるべき実務ポイントなどについて解説する。実施時期については、講師と十分な打合せを踏まえて実施する。支援企業数は50社。</p>		
	<input type="checkbox"/> 販路開拓型	<p>○【就職情報交換会の開催】（人材交流型）</p> <p>採用やインターンシップ等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等の場を提供する。2018年度と比較して出展大学数が増加しており、2019年度も同規模で実施する。支援企業数は160社。</p>		
	<input type="checkbox"/> ハズレ型			
	<input type="checkbox"/> 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><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> <p>府施策連携 3番（若手人材の採用・定着支援事業）                  (a) 大阪府就業促進課企業支援グループやOSAKAしごとフィールドなどと連携を図り、実施する。                  (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）などを通じて、事業PRリーフレットを配布し、活用を促す。</p>		

事業名		中小企業の新規学卒者人材確保支援事業				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⇒ 210 社	①セミナー：50社 ②就職情報交換会：160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、2018年度に実施した「採用・定着支援セミナー」参加企業や「採用・定着・職場環境改善に関する勉強会」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。 ※2018年度のセミナー申し込み（第1回：8月）は約60名の参加があり、また大学などと企業との就職情報交換会には、大学67校、企業161社・256名の参加があった。						
	支援対象企業の変化	①セミナー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できる方法を学び、新卒者採用に向けた新たな取り組みなどを検討することを目指す。 ②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	数値目標	80%					
	指標②	情報交換会で大学と接触し、大学との新たな関係を構築できた事業所の割合	数値目標	80%					
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
	⇒	20,200 円 ×	50	×	1.0	=	1,010,000 円		
		40,400 円 ×	160	×	1.0	=	6,464,000 円		
				×		=	0 円		
							(小計) 7,474,000 円		
						計 7,474,000 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="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果					
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)						
	7,474,000 円 ×	1.00 =	7,474,000 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	配分額	役割 (配分の考え方)					
			円						
			円						
			円						
			円						

【備考】

事業名		成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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>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など、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、女性管理職などの交流の場を設け、女性従業員の活躍・定着を支援する。加えてテレワークや育児・介護との両立支援など、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、テレワークなど多様な働き方や、企業主導型保育施設などを活用した育児や介護などの両立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、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、テレワーク等多様な働き方の促進など、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>2018年度は、①5月に企業主導型保育事業の制度説明会・9月に共同利用セミナー&amp;マッチング会、6月に女性リーダー育成フォーラム、9月にテレワークフォーラムを開催し、合計180社を支援した。②女性活躍推進のための対象別セミナーを2回開催し、42.5社を支援した。③5月、7月に女性管理職など交流会を開催し、28社を支援した。</p>		
	反省点	<p>8月のセミナーは台風と重なり、申込者の半数がキャンセルした。次年度は開催時期を再検討する。女性管理職等交流会は、日中より夜間の方が多く参加した。日中の開催でも企業が社員を参加させやすいよう、告知を工夫する。</p>		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	<p>(1)テレワークなど多様な働き方の推進、保育サービスや介護支援の充実など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などを招き、女性従業員の活躍推進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などの施策を紹介する説明会などを開催し、企業の人材確保・定着を支援する。&lt;フォーラム・説明会120社&gt;</p> <p>(2)企業における女性活躍推進にあたっての課題別に、セミナーや交流会を開催する。&lt;セミナー40社、交流会10社&gt;</p> <p>①経営者・人事担当者向けセミナー ②育児・介護などにより時間の制約のある社員や管理職・人事担当者向けセミナー ③ロールモデルとなる女性役員・管理職などと働く女性の交流会</p> <p><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> <p>府施策連携労7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、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などを通じて、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」の構成団体の一員として企業向け事業について連携を行うとともに、大阪市女性活躍促進リーディングカンパニー事業や女性活躍推進企業調査とも適宜連携する。</p>		
	○ 人材交流型			
	販路開拓型			
	ハズレ型			
	独自提案型			

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⇒ 170 社	フォーラム・説明会120社、セミナー40社、交流会10社 ※商工会議所会員を中心に大阪府市・関係団体と連携し広報集客する。				
	支援対象企業の変化	(1)女性従業員を確保・定着し、活躍を推進する意欲が高まる。 (2)①成功事例などを知り、自社における人材の確保・定着や活躍推進に向けた検討が可能になる。②育児や介護などと仕事を両立するための制度やノウハウなどを知り、両立するための方策の検討が可能になる。③ロールモデルとなる女性役員や管理職などと働く女性が交流することで働く意欲が高まり、女性（自身も含む）の活躍推進に向けて前向きに検討することが可能になる。					
	指標①	フォーラム・説明会に参加し、アンケートで「今後、女性の定着・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	80%			
	指標②	セミナーに参加し、アンケートで「女性（自身も含む）の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	数値目標	80%			
	指標③	交流会に参加し、アンケートで「女性（自身も含む）の活躍推進に向けて前向きに検討したい」と回答した企業数	数値目標	8社			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		⇒ 20,200 円 ×	120 ×	1.0 =	2,424,000 円		
		20,200 円 ×	40 ×	1.0 =	808,000 円		
		40,400 円 ×	10 ×	1.0 =	404,000 円		
		(小計)			3,636,000 円		
				計	3,636,000 円		
独自提案単価及び 独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
算出額	①市町村等補助	円	交付市町村等				
	②受益者負担	円	負担金の積算				
	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)				
	3,636,000 円 ×	1.00 =	3,636,000 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】

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>高齢者が年齢にかかわらず働き続けることができる生涯現役社会の実現に向け、65歳までの安定した雇用を確保するため、企業に「定年制の廃止」や「定年の引上げ」、「継続雇用制度の導入」が法律で義務付けられている。人手が不足している中小企業にとって、労働力の確保のみならず、限られた人員の中で高齢者の柔軟で多様な働き方のニーズを踏まえた人材戦略構築は、重要かつ喫緊の課題となっている。セミナーにて、高齢者の賃金・人事処遇制度のあり方、65歳以上の継続雇用年齢の引き上げに向けた企業の環境整備の動向や、働き方にあった成果重視の評価体系の導入方法などを解説し、中小企業の高齢者雇用を支援する。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業の経営者・経営幹部、人事担当者（すべての業種を対象）			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2018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すべての参加者が「高齢者が活躍できる労働環境を整えたい」と答え、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	2018年度は市内5支部で10～11月に「高齢者活用のための賃金・人事制度」セミナーを実施。社会保険労務士が「働き方改革などの最新動向を踏まえた継続雇用後の高齢者に関する人事処遇の構築」を解説した（参加者：206名、支援企業数：191社）。			
	反省点	2018年度のセミナー参加者からは「高齢者の柔軟な働き方を検討し役立てたい」「60歳以降の賃金をどうするのか、難しいテーマだが検討したい」「無期転換ルールへの対応に留意しつつ、助成金についても検討を進めたい」との声があったため、2019年度は、65歳以上の継続雇用の取り組み方を含めた高齢者の活用戦略についても説明するとともに、企業からのニーズの高い高齢者の雇用管理、賃金体系・評価制度、企業向け助成金の活用などについて、事例を交えて説明する。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	市内5支部にて高齢者の継続雇用の進め方と企業の最新動向に関するセミナーを開催する。			
	人材交流型	(内容) 高齢者を戦力として活用し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最新の企業の動向や事例を交えながら解説する。			
	販路開拓型	(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、必要に応じて本商工会議所の専門相談（人事・労務関連）につないで個別支援も行う。事業実施にあたっては、OSAKAしごとフィールドに開催広報などの協力を得る。			
○ 独自提案型	大阪府社会保険労務士会と共催し、同会に講師の派遣を依頼する。セミナー終了後は、必要に応じて本商工会議所の専門相談（人事・労務関連）につないで個別支援も行う。事業実施にあたっては、OSAKAしごとフィールドに開催広報などの協力を得る。				
○ (a)府施策連携	○ (b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<p>府施策連携労9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。</p>				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	支援数は、過去事業実績（2017年度：172.5社、2018年度：191.0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	140 社	指標	セミナーで得た知識を、自社の今後の労働環境や処遇の見直しなど労務改善につなげる・役立てると回答した割合	数値目標 85%
	その他目標値	目標値の内容→			

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	
		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	20,200	円 ×	140	×	1.0	=	2,828,000	円	
			円 ×		×		=	0	円	
			円 ×		×		=	0	円	
	(小計) 2,828,000 円									
計 2,828,000 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)									
	①市町村等補助			円	交付市町村等					
	②受益者負担			円	負担金の積算					
	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
	2,828,000 円 ×			1.00 =			2,828,000 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】

事業名		中小企業のための外国人材採用支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2017 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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)	○外国人留学生は年々増加し、現在約30万人が日本で学んでいる。卒業後、約6割が日本国内の企業への就職を希望しているものの、実際に就職しているのは3割程度に留まっている。人材不足に悩む企業にとっては大きなチャンスだが、留学生を採用するには、価値感の違い、求人募集方法などわからないことが多く、採用に踏みだせない企業も多い。 ○そこで、中小企業の経営者や人事担当者を対象に、留学生を採用している企業の事例を紹介するセミナー等を開催し、留学生の採用について知識を深めてもらう。 ○また、外国人留学生の採用を具体的に検討している企業には、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)	人手不足やグローバル化、ダイバーシティ等に対応するため、外国人留学生の採用に関心をもつ大阪府内の中小企業		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	民間調査機関が毎年11月に実施している外国人留学生採用見込み調査では、従業員数300人未満の企業では、2015年度は47.4%、2016年度50.6%、2017年度51.9%と増加傾向にある。その一方で、「社内の受入体制が未整備」「優秀な外国人社員の採用ルートがわからない」「在留資格の変更手続きなどが負担」といった課題が浮き彫りになっている。		
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年度に実施した外国人留学生採用支援事業の実績は、企業向けセミナーと留学生との交流会出席件数62件、留学生のインターンシップ受入れマッチング企業数4件、合同企業説明会出展企業35件（他機関・団体との共催含む）であった。30年度は、これまでのところ、インターンシップ受入れ企業3件、合同企業説明会出展企業数は42件である。		
	反省点	インターンシップは、内容や実施日数等の関係で、実施企業と留学生とのマッチングが不十分で目標未達成のため、次年度より取りやめる。また、合同企業説明会については、他機関・団体と共催し、効率的な運営を図る。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	(1) セミナー・シンポジウムの開催 外国人留学生の採用実績がある企業の経営者や人事担当者等を招き、事例紹介を行うセミナーやシンポジウムを開催し、企業の留学生採用に関する知識を深めてもらう。		
	○ 人材交流型	支援企業数：50社		
	販路開拓型	(2) 外国人留学生対象「合同企業説明会」の開催 外国人留学生の具体的な採用計画のある企業に対して、他機関・団体と共催して、外国人留学生対象「合同企業説明会」を開催、企業の出展を呼びかける。 支援企業数：30社		
	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
府施策連携第2番（中小企業のための、グローバル人材（外国人留学生）確保・定着支援事業） (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就業促進課とも連携し、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。				

事業名		中小企業のための外国人材採用支援事業				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⇒ 80 社	①セミナー：50社 ②合同企業説明会：30社（他機関・団体との共催による） 大阪府内の中小企業に広く参加を呼びかける。「合同企業説明会」では、過去に実施した外国人留学生採用支援事業に参加した企業を中心に出展を呼びかける。				
	支援対象企業の変化	外国人留学生の採用に関心があるが、どのように進めたらよいかわからない、優秀な外国人留学生との出会いの場がない、といった中小企業の課題解決を図るとともに、具体的な採用活動につなげる。					
	指標①	セミナー・フォーラムに参加し、「外国人留学生の採用について理解できた」と回答した企業の割合	数値目標	80%			
	指標②	合同企業説明会に参加し、「外国人留学生の採用を検討したい」と回答した企業の割合	数値目標	70%			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
	⇒	20,200 円 ×	50	×	1.0 =	1,010,000 円	
		40,400 円 ×	30	×	1.0 =	1,212,000 円	
		円 ×		×	=	0 円	
		(小計) 2,222,000 円					
	計 2,222,000 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		(①市町村等+②受益者負担)		
2,222,000 円 ×		1.00 =		2,222,000 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】



事業名		中小企業の若年者人材確保支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2018 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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)	生産年齢人口が急速に減少する中、中小企業の人材確保・定着は急務である。とくに国の施策である「働き方改革」への対応などが求められている中小・小規模企業が取り組むべき対策を明確にするため、先進的な「働き方改革」を実現している企業の事例などを学ぶ。また、若年求職者に対して訴求する自社や自社の仕事の魅力を発見することで、若年者人材の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、2018年2月に大阪商工会議所が実施した「中小企業の人手不足に関するアンケート調査」では、回答企業の7割超が「人手不足」と回答しており、そのうち、不足している従業員の階層(重複回答あり)については、66.9%が「20～30歳代の若年層の不足」が66.9%と最多の回答を示した。 さらに、大阪労働局が発表した2018年9月の有効求人倍率は1.83倍と依然高水準を示す一方、新規の求職者数は24,734人で前年同月比マイナス19.9%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	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」を5月に開催し、76人が参加した(支援企業数67.5社)。 ②7月に若年者採用を対象とした「若手人材採用・定着 実践セミナー」を、10月に中堅社員採用を対象とした「中小企業・小規模企業のための中堅社員採用セミナー」を開催。それぞれ38人、33人が参加した(支援企業数33.5社、27社)。		
	反省点	①中小企業庁が発行した「中小企業・小規模事業者人手不足対応ガイドライン」に掲載された2社企業に事例発表を行ったが、うち1社が大阪府外の企業であったことから、大阪府内の企業で実施する。 ②周知期間を十分に取り、申込者の確保を図る。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	<input checked="" type="radio"/> 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。		
	<input type="radio"/> 人材交流型	①若年人材確保に向けた「働き方改革」関連セミナー(仮称)(人材育成型) 若手人材の採用・定着に大きく関係する「働き方改革」への取り組みについて、とくに中小企業が取り組むべき対策(時間外労働、休暇制度など)などに関する解説や、これらの取り組みを通じて、若手人材の採用・定着につながった企業の経営者などによる事例発表(府内企業による)などから構成するセミナーを開催する。支援企業数は70社。		
	<input type="radio"/> 販路開拓型	②若年人材確保支援セミナー(仮称)(人材育成型) 若手人材の採用については定着のため、求職者に対して、自社の魅力や仕事の魅力、自社が求める人材の将来像などをどのように見つけ、伝えていくのか。その課題を見つけるため、専門家による解説やグループワークなどから構成するセミナーを開催する。支援企業は30社。実施にあたっては、十分な周知期間を取り、多くの参加企業を集める。		
	<input type="radio"/> ハンズオン型			
	<input type="radio"/> 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="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果
府施策連携労3番(若手人材の採用・定着支援事業) (a)大阪府就業促進課企業支援グループやOSAKAしごとフィールド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。				

事業名		中小企業の若年者人材確保支援事業				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⇒  100 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、2018年度に実施した「採用関連セミナー」や「大学などと企業との就職情報交換会」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、今後の若年者人材確保に向けた課題に気づき、自社で新たに取るための方策を見出して取組を進める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、自社に若年者人材確保を進める上で、その課題が明確になった事業所の割合	数値目標	70%			
	その他目標値	目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
		20,200 円 ×	70	×	1.0 =	1,414,000 円	
		20,200 円 ×	30	×	1.0 =	606,000 円	
		円 ×		×	=	0 円	
		(小計) 2,020,000 円					
	計 2,020,000 円						
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (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="radio"/> (a)府施策連携	<input type="radio"/> (b)広域連携	<input type="radio"/> (c)市町村連携	<input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果		
		標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)			
		2,020,000 円 ×	1.00 =	2,020,000 円	( 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			
				円			

【備考】

事業名		大阪クリエイティブフェア (旧称：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)	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・小規模企業などは、規模が小さいために認知向上や販路開拓に苦戦している。在阪もしくは大阪にゆかりのある、新たな取り組みへの意欲の高い事業者を発掘し、百貨店などの展示・販売イベントへ出店する機会を提供。当該催事期間中の売上増だけでなく、消費者や業界関係者への認知度向上、今後の取引拡大や販路開拓につなげていく。さらに、一般消費者と普段接触する機会がないプロダクトデザイナーやメーカーなどが、当該催事期間中の接客を通じて来場客のニーズなどを直接把握できるので、エンドユーザーを意識した新製品の企画や開発などにつながることも期待できる。また、優秀なプロダクトデザイナーや中小・小規模企業の成長を促し、業界全体の活性化につなげるだけでなく、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できるように注力する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に大阪府内のプロダクトデザイナー・クリエイターや生活雑貨の製造業者・卸売業者・小売業者など		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	[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」)など		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	高島屋大阪店にて過去4回、あべのハルカス近鉄本店では過去3回実施。 <2017年度> 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ウイング館9階催会場(メイン催事場)で本事業を実施。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)を初設置した。 <2018年度> 11月21日(水)～27日(火)の7日間、あべのハルカス近鉄本店ウイング9階催会場にて実施。応募企業は49社、出展企業は26社。		
	反省点	2017年度は百貨店かき入れ時の12月に、メイン催事場となる「ウイング9階催会場」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(大阪商工会議所)の意思と個々の出展社の成果・満足が相反する形となった。 百貨店との交渉の末、2018年度はスペースの拡大により売り上げが見込めるメイン催事場で26社の出展が可能となった。		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当 に○) いつ・ どこ で・ 何を どの よう にする のかを 明確に)	人材育成型	【実施プロセス】 1)大阪・関西に縁のある専門家(編集者、プロデューサーなど)を、本事業のコーディネータ役に任命する。 2)今年度のコンセプトをコーディネータ役と協議の上、決定する。 3)決定したコンセプトに基づき、プロダクトデザイナーやクリエイター、その他生活雑貨製造業者・卸売業者・小売業者などから出展プロダクトを募集する。 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。		
	人材交流型	5)コーディネータ役と大手百貨店などの担当者による2度の選考(1次選考：書類、最終選考：現物)で出展プロダクトを決定する。 6)出展プロダクトにつき、大手百貨店など(近鉄百貨店を想定)の販売促進担当者およびリビング用品担当バイヤーから、品質、スペック表示、価格表示、効果的な販売方法と陳列などを、個別面談形式でアドバイスしてもらい、販売前の段階でも、具体的かつ実践的な販売力アップの機会を設ける。		
	○ 販路開拓型	7)大手百貨店など(近鉄百貨店を想定)で展示・販売イベントを開催(7日間)。出展者(プロダクトデザイナーやクリエイター本人、または出展企業の従業員など)には、期間中、販売員として売場に常駐していただくことで、接客を通じて一般消費者から直接ニーズなどをヒアリングし今後の商品開発の参考にしてもらおうとともに、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。		
	○ ハズレ型			
	独自提案型			

事業名		大阪クリエイティブフェア (旧称：OSAKA STYLING EXPO LIVING部門)				新規/継続	継続		
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			
		府施策連携商18番(中小企業における自社商品開発の促進(「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(2018年度も同課の協力を得て同認定企業が5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、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などと連携して実施する。府内のリビング関連メーカーなどに応募要項をDMするとともに、リビング関係の展示商談会などのイベントにて出展者を開拓していく。							
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	平成28年度28社→平成29年度18社→平成30年度26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	自力では大手百貨店などに出店が難しい小規模事業者が、本事業を通じて百貨店での出店の実績をつくることできる。そのプロセスを通じて大手百貨店からさまざま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などが、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などに活かすことが期待できる。							
	その他目標値	指標	売上合計	数値目標	450万円				
	目標値の内容⇒	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(1,229：27年度859、28年度1,663、29年度1,165)							
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		101,000 円 ×	24	×	1.0	=	2,424,000 円		
	⇒	50,500 円 ×	1,400	×	0.05	=	3,535,000 円		
	(小計)						5,959,000 円		
	計						5,959,000 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)	係数(0.05)：①ヒアリングなどにより各出展者が販売を通じて学び得た内容や今後の課題の把握に努めるなど、個々の出展者に対して密接なフォローアップを行うこと、②過去に本事業での出展を機に、別の百貨店催事への出展要請を受けた事業者が出るなど、百貨店などへの出展により実績とノウハウをつけることが実際の販路開拓につながることから、BtoBに準ずるものとして補正係数を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						
	○ (a)府施策連携		○ (b)広域連携		○ (c)市町村連携		○ (d)相談事業相乗効果		
標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)				
5,959,000 円 ×		1.00 =		5,959,000 円		( 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						

【備考】  
 ※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。  
 ※大阪府の「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。

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着実に規模拡大を続けている。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	【2017年度】支援企業数＝人材育成型112、人材交流型15 7月26日と2月7日に「クラウドファンディング活用セミナー＆個別相談会」を実施。大阪府担当者から概要を説明していただき、ファンド運営事業者が活用や成功のポイントを解説。加えて、2月は活用事業者に体験談を語ってもらった。セミナー終了後に個別相談会を実施。 【2018年度】 11月27日に「クラウドファンディング活用セミナー＆個別相談会」を実施（支援企業数：人材育成型47、人材交流型10）		
	反省点	投資型クラウドファンディングの情報提供を計画し、大阪に拠点を置く唯一の運営事業者に依頼するも、協力が得られず実施に至らなかった。運営事業者が多く、中小企業や創業者が比較的取り組みやすい購入型に注力して実施する。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○をつけて、どこを・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	＜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開催と個別相談の実施＞		
	○ 人材交流型	○＜人材育成型＞セミナーは年度中1回（秋頃）開催。大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課、購入型クラウドファンディングサイト運営事業者の協力を得て、クラウドファンディングの仕組み・種類、メリット、留意すべきリスク、プロジェクト成功のポイント、事例紹介など、活用のための基本情報を提供する。また、アイデアを整理しプロジェクト案を作成する個人ワークを取り入れ、具体的な取り組みにつなげる。		
	販路開拓型	○＜人材交流型＞個別相談は上記セミナー開催時等に実施し、購入型クラウドファンディングサイト運営事業者等が相談に対応する。相談に際しては、事前にプランなどをまとめたシートを提出してもらうなどして、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。		
	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 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 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 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に情報発信（SNS）を依頼するなどして、大阪府内の中小企業、小規模事業者、創業希望者の参加を得る。			
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)クラウドファンディング活用セミナー40社 (人材交流型)個別相談8社 大阪商工会議所のWebサイト、メールマガジン、機関紙などを通じて参加募集する。また、大阪府や中小企業基盤整備機構などのメールマガジン、クラウドファンディング運営事業者などを通じて開催を広報する。	
	支援対象企業の変化	48 社		
		指標①	＜人材育成型＞セミナーで得た知識や情報は今後の事業展開に役立つ（役立てたい）とする回答の割合	数値目標
		指標②	＜人材交流型＞個別相談で受けたアドバイス等が今後の事業展開に役に立つ（役立てたい）とする回答の割合	数値目標
その他目標値	目標値の内容⇒			

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	
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200 円 ×		40 ×		1.0 =		808,000 円		
		40,400 円 ×		8 ×		1.0 =		323,200 円		
								0 円		
		(小計)						1,131,200 円		
								計	1,131,200 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)									
	①市町村等補助		円		交付市町村等					
	②受益者負担		円		負担金の積算					
	○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	(d)相談事業相乗効果				
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
1,131,200 円 ×		1.00 =		1,131,200 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】

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	<input type="checkbox"/> ←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)	経営課題を抱える中小企業に対し大阪府との連携のもと、(1)経営革新計画の概要と申請方法、公的支援策などの紹介、(2)経営革新計画承認企業による、同計画立案や計画承認の意義および事業展開の紹介、(3)本商工会議所や大阪府などによる、新事業展開に役立つ各種支援事業の情報提供を通じて、経営革新の承認や本商工会議所専門相談サービスなどの公的支援サービス・制度の活用を促進するとともに、企業の経営力向上を支援し、大阪府内のビジネス活性化に資する。また、(4)新規事業に取り組もうとする中小企業に、指導経験豊富な講師から事業展開のヒントを与える。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の小規模事業者、中小企業者など。本商工会議所の会員・特定商工業者などにおいて事業者の関心項目について、営業・販売・取引先開拓、経営改善に記載のあった事業者および新商品開発や新事業開発への経営課題が把握できた事業者など		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	2018年度の「経営革新」窓口相談件数は10月末時点で約160件あり、新商品開発や新事業展開などへの取組みに関心を持つ事業者は多く、経営革新計画策定のニーズは高い。また、過去に国のものづくり補助金の申請において「経営革新計画」承認が評価加点項目になるなど、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	7月26日に「新規事業展開セミナー～『経営革新計画』活用の先進事例に学ぶ～」を開催、支援実績は37.5社。セミナー受講を契機に「経営革新」専門相談窓口を2社が延2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16日時点で2件(承認件数1件)。		
	反省点	2017年度の実績を活かし内容企画や資料については改善を見た。しかし、PRスケジュールが例年に比し後手になり申込方法にも制約があったため、集客が落ち込んだため、早めの準備に努める。また、計画申請を希望する企業の発掘に向け、日本政策金融公庫との連携を図る。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	<input type="checkbox"/> 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		
	人材交流型	経営革新計画の立案方法、申請書の作成、経営革新承認企業の新事業計画策定・展開実例解説、公的支援策の紹介など		
	販路開拓型	2. 経営革新計画承認企業事例紹介 経営革新計画の承認企業（法人事業者）から申請の背景、立案経過、承認後の事業進捗状況などを紹介。		
	ハコ型	3. 大阪府などの中小企業支援策（説明） 経営革新計画の承認後や新事業展開に際して活用できる公的支援策を紹介。 専門相談（創業・経営革新）をはじめ大阪府、大阪商工会議所など各団体の支援事業紹介。		
	独自提案型	開催案内の広報にあたっては、府内公的機関および業界団体などにおける案内リーフレット設置や広報媒体を通じてPRする。  計画申請を希望する企業の発掘に受け、日本政策金融公庫との連携を図る。		
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)大阪府内事業者などを対象に実施。大阪府内の金融機関、ビジネス支援機関などの協力を得て参加募集・PRを実施する。 (d)実施にあたっては、専門相談と連動して、ビジネス支援成果や承認企業の新事業展開手法、公的支援策活用の実例提示を通じ相談利用の増進を図る。		

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⇒ 55 社	大商ニュースやHPによる広報、本所主催セミナーなどでの配布、地域金融機関府内支店などを通じてのチラシ配布、大阪府ほか各種団体のメール配信などにおけるPRなどを実施予定。				
	支援対象企業の変化	新商品・新事業展開への具体的なヒントを得ることができる。公的支援策については整理した形で情報を得ることができ、相談窓口や各種公的支援機関の利用したい・検討したいというニーズが生まれる。経営革新へのモチベーションが高まる。					
	指標	大阪府への経営革新計画の申請紹介件数（年間）	数値目標	5社			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
			20,200 円 ×	55 ×	1.0 =	1,111,000 円	
			円 ×	×	=	0 円	
			円 ×	×	=	0 円	
		(小計) 1,111,000 円					
	計 1,111,000 円						
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (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		○ (d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
	1,111,000 円 × 1.00 =		1,111,000 円		( 0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはトリックで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割 (配分の考え方)			
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】



事業名		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	<input type="checkbox"/> ←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)	中小企業が当面する経営課題の解決や経営力の向上などに役立つ講演会を開催する。企業家精神を発揮して経営革新や企業成長をもたらした経営者の経営戦略・経営理念、変化する経営環境への対応事例、注目されるビジネストレンドなどを取り上げ、中小企業が自らの事業の実践に役立ててもらおう。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者、創業(予定)者		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	企業幹部らの関心は高く、2017年度の支援企業数はビジネス講演会1,098社、大商夕学講座1,276社、支部経済講演会1,077社の合計3,451社であった。参加者にアンケートを実施し、関心の高いテーマなどを企画化している。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2018年度11月現在の実施状況は次の通り。 (1)ビジネス講演会(3回開催) 白ハト食品工業・永尾俊一社長 参加者167人、支援企業数147社 WILLER・村瀬茂高社長 参加者190人、支援企業数173.5社 吉野家ホールディングス・安部修仁会長 参加者317人、支援企業数286.5社 (2)大商夕学講座(7回開催) *主な状況・支援企業数 「100年企業の人事大改革」カゴメ・有沢正人常務執行役員CHO 148社 「東京五輪後の日本経済」慶應義塾大学・白井さゆり教授 95社 など 「人工生命研究からみる未来のかたち」東京大学大学院・池上高志教授 106社 (3)支部経済講演会(8回開催) 参加者のべ629人、支援企業数555.5社		
	反省点	中小事業者の経営支援につながるよう、経営環境や時代の潮流を踏まえ、講師やテーマ設定を絶えず工夫している。引き続き、より多くの中小事業者に参加いただけるよう、集客力のある講師発掘に努める。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	(1)ビジネス講演会 2018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4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」などのテーマについて、相応しい著名な企業経営者及び専門家を招き、経営に役立つタイムリーな内容で開催する。		
	人材交流型			
	販路開拓型	(2)大商夕学講座 慶應義塾大学MCC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、事業者の関心の高く、経営判断に影響を及ぼす政治・経済関連のテーマを中心に、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もらおう。 ○定員：各回300人 ○回数：前期(4~9月)、後期(10~3月)にそれぞれ5回計10回開催 ○時刻：各回とも18:30~20:30(2時間、うち質疑応答30分含む)		
	ハブ型			
	独自提案型	(3)支部経済講演会 経営改善や新事業創出、新市場開拓に役立つテーマのほか、地元の商工業者による講師などを選定し、市内5支部にて年間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。		
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
(b)大阪府内の産業支援機関(MOBIO、産業デザインセンター、よろず支援拠点など)、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。				

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⇒ 2,730 社	(1)ビジネス講演会700社、(2)大商夕学講座1,200社、(3)支部経済講演会830社 2017年度の実績及び2018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	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	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てると回答した割合	数値目標	90%						
その他目標値	目標値の内容⇒									
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
			20,200 円 ×	700	×	1.0	=	14,140,000 円		
			20,200 円 ×	1,200	×	1.0	=	24,240,000 円		
			20,200 円 ×	830	×	1.0	=	16,766,000 円		
			(小計) 55,146,000 円							
		計 55,146,000 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	141,480 円		負担金の積算		参加費 ビジネス講演会 @5,000円×20 大商夕学講座 (9月まで) @5,140円×4 (10月から) @5,230円×4				
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)					
	55,146,000 円 ×		0.75	=	41,359,500 円	( 141,480 円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはトリックで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							
			円							

【備考】

事業名		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	<input type="checkbox"/> ←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)	中小企業の今後のさらなる成長を促すために提携先開拓による新たな事業分野への進出や販路拡大が肝要となる。本展示商談会は、展示商談会への出展経験が少ない事業者を中心に、普段出会う機会のない他業種の企業との商談や情報交換をフェースツーフェースで行う機会を提供し、販路拡大や異業種間での交流を促すことで、地域経済の活性化に資する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に中小企業（企業間での取引などを希望することが前提のため、出展者は小売業などは除く）		
事業の概要	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>&lt;2018年度出展者（373社）からの事業評価&gt; 出展者のうち82.6%（308社）がプラス評価。 （内訳＝満足20.4%（76社）、やや満足62.2%（232社）） 発展する可能性がある案件が「ある」の回答85.0%（317社）</p> <p>&lt;2017年度出展者（370社）からの事業評価&gt; 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）</p> <p>&lt;2017年度来場者（7,751名）からの事業評価（回答者3,862名、回収率49.8%）&gt; 来場者のうち80.4%（3,103名）がプラス評価。 （内訳＝満足22.0%（849名）、やや満足58.4%（2,254名））</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	過去13回開催。のべ3,693社が出展、のべ115,189名が来場、のべ36,797件の商談が行われてきた。昨年度の実績は下記の通り。 【2018年度】 出展者数：373企業・団体（過去最多）384ブース（過去最多）、来場者数：7,924名（2日間のべ）、商談件数：3,123件（2日間合計）、名刺交換：22,017件（2日間合計）		
	反省点	<ul style="list-style-type: none"> <li>来場者の母数は微増であったが、来場者1人当たりの商談数、名刺交換件数は大きく増加した。確度の高い来場者を獲得できたが、さらなる来場者の増進を目指し、効果的なPR方法を検討する。</li> <li>展示商談会に初めて出展する小規模事業者が多く、出展方法に改善の余地がある。事前説明会の際に研修を併設し啓発を行っており、今後も充実していく。</li> </ul>		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に	人材育成型	<多業種型総合展示商談会「大阪勤業展2019」（案）> 会期：2019年10月16日（水）・17日（木） 会場：マイドームおおさか 1～3階展示ホール		
	人材交流型	出展者数：約330企業・団体（大阪府外・大企業を一部含む）		
	○ 販路開拓型	○来場者数・商談件数の増加が平成31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。新聞広告、交通広告、大阪市内オフィスへのチラシ配布、インテックス大阪近辺でのチラシ配布等に加え、本年より事業者がDMハガキの郵便代金の助成を実施した。今後も、より事業者に直接届く来場促進を強化する。 ②ロビーエリアを活用した新しい施策を実施して話題性を出し、集客につなげる。 ③出展者の出展内容のレベルアップを図る。 などが考えられる。		
	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 type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input 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。			

事業名		大阪勤業展				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	大阪府外の企業の出展が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。(30年度は373企業のうち支援対象中小企業は364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・共催団体による出展審査会を経て出展を決定する。				
	支援対象企業の変化	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。					
	その他目標値	指標	商談件数	数値目標	2,600件		
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	目標値の内容⇒ 20,000 社	名刺交換数 (過去実績に基づく。平成28年度21,757社、29年度20,134社、30年度22,017社)				
	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
		50,500 円 ×	300 ×	1.0 =	15,150,000 円		
	50,500 円 ×	20,000 ×	0.05 =	50,500,000 円			
					0 円		
					(小計) 65,650,000 円		
					計 65,650,000 円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (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	22,248,000 円	負担金の積算	出展料 小ブース64,800円×170 大ブース86,400円×130		
		(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果
		標準事業費	補助率	(①市町村等+②受益者負担)			
		65,650,000 円 ×	0.75 =	43,402,000 円	( 22,248,000 円)		

事業名		大阪勤業展		新規/継続	継続
補助金の団体配分 （「代」欄には、中核 団体またはヒアリングで説 明する代表団体に○）	代	商工会・会議所名	配分額	役割（配分の考え方）	
	○	大阪商工会議所	36,786,590 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、幹事商工会議所以外の支援機関については、1社当たりの補助率に関しては単独事業の0.5を適用する。のこり支援企業数×0.25の補助金は幹事商工会議所に配分する。</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、相応の業務負担ならびに支出に係る事業費負担を分担する。</p> <p>※実際の受益者負担（出展料収入）総額が計画の金額を上回った場合は、出展料収入全額を収受する幹事商工会議所（大阪商工会議所）への配分額から当該超過額を差し引く。</p>	
		堺商工会議所	2,853,205 円		
		東大阪商工会議所	328,250 円		
		泉大津商工会議所	25,250 円		
		高槻商工会議所	75,750 円		
		岸和田商工会議所	50,500 円		
		貝塚商工会議所	25,250 円		
		茨木商工会議所	101,000 円		
		吹田商工会議所	50,500 円		
		八尾商工会議所	50,500 円		
		豊中商工会議所	50,500 円		
		池田商工会議所	25,250 円		
		泉佐野商工会議所	25,250 円		
		北大阪商工会議所	50,500 円		
		守口門真商工会議所	353,500 円		
		松原商工会議所	75,750 円		
		高石商工会議所	25,250 円		
		箕面商工会議所	25,250 円		
		和泉商工会議所	75,750 円		
		大東商工会議所	50,500 円		
		忠岡町商工会	25,250 円		
		柏原市商工会	25,250 円		
		河内長野市商工会	25,250 円		
		藤井寺市商工会	25,250 円		
		摂津市商工会	75,750 円		
		富田林商工会	75,750 円		
		島本町商工会	25,250 円		
		羽曳野市商工会	25,250 円		
		阪南市商工会	25,250 円		
	岬町商工会	25,250 円			
	能勢町商工会	25,250 円			
	大阪狭山市商工会	25,250 円			
	四條畷市商工会	25,250 円			
	泉南市商工会	25,250 円			
	豊能町商工会	25,250 円			
	熊取町商工会	25,250 円			
	大阪府商工会連合会	1,792,705 円			

【備考】

事業名		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	<input checked="" type="radio"/>	←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>近年、外国人観光客数は年間2000万人を超え、また団体旅行客から個人旅行客に移っている。こうした中、日本の良質の商品のみならず、日本の文化や暮らし、店主とのコミュニケーションなどの体験を楽しむ「コト」消費に関心に移りつつある。最近では、これまで外国人観光客がいなかった地域にも旅行客がみられるようになった。</p> <p>しかしながら、大阪でも大部分の商店街では、外国人観光客による購買増がまだ目に見える形で表れておらず、外国人観光客の恩恵は一部の商店街に留まっている。今後、インバウンドの流れを大阪全体に広げていくことが期待されている。</p> <p>そこで、商店街などがもつ対面販売（店主との交流）をひとつの「体験」としてととらえ、これまでに100円商店街を府内に広めたノウハウを進化させ、観光客のあまり訪れていない商店街に対して、地域住民も含めて、新しい来場者層・顧客層の開拓を目指す。また、商店街のショッピングツーリズムのあり方を提唱する。</p>		
	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（地下街など）		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>①ミナミなどの特定の地域を除けば、外国人観光客の恩恵を得ている商店街は限定的。本商工会議所と外国人観光客の受け入れ環境整備に取り組んできた商店街へのヒアリングでは外国人観光客が実際に来街するような広報を求める声が上がっている。②100円商店街実施商店街からは、継続実施を希望する店舗がほとんど。</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	2018年度は、外国人観光客接遇出前講座（9団体）、外国人留学生ロールプレイング研修（8団体）、商店街版おもてなし会話帖・ウェルカムステッカーの配布。大阪観光局「大阪周遊パス」ガイドブックへの商店街特集掲載（6団体）。		
	反省点	100円商店街実施については、マナー化や参加個店の減少を課題にあげる団体が多く、検討が必要。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	<input type="radio"/> 人材育成型	<p>1. 海外からの集客（商店街ショッピングツーリズム振興）</p> <p>外国人観光客があまり訪れていない商店街などをメンバーに、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。各団体加盟店舗の、外国人観光客受け入れ態勢を整えるとともに、新しい地域資源・観光商品・観光ルートなどを開発・海外発信する。</p>		
	<input type="radio"/> 人材交流型	<p>①-(a) 外国人観光客接遇研修の実施。（昨年度からの継続）</p> <p>検討会のメンバー地域を中心に、外国人観光客への対応力を強化する。接客に関する出前講座や留学生ロールプレイング研修など。</p>		
	<input type="radio"/> 販路開拓型	<p>①-(b) 商店街を海外に発信。（昨年度からの継続+新規）</p> <p>商店街店舗で外国人観光客向けの体験プログラムを開発。大阪観光局「大阪周遊パス」ガイドブックの商店街特集ページに、商店街と体験プログラムを掲載し、海外に発信する。さらに2019年度は、商店街・体験プログラムを海外向けの旅行口コミサイトに掲載するなど、商店街の魅力の海外発信に重点を置いて取り組む。</p>		
	<input type="radio"/> ハズ' 刈型	<p>①-(c) 商店街相互の意見交換会（「商店街わいがや会議」の開催）</p> <p>2. 国内広域エリアからの集客（個店の集客支援）</p> <p>②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、バルなどの継続実施を促す。（商店街振興組合からの要請により専門家を商店街に派遣するなどしてブラッシュアップを行う。）</p>		
	<input type="radio"/> 独自提案型	<p>③商店街空き店舗・遊休地活用方策の普及（昨年度からの継続）</p> <p>商店街全体の魅力向上に向け、商店街の空き店舗・遊休不動産について、現状の課題分析に基づいた実現可能な課題解決モデル、全国の成功事例などを広く情報発信し、商店街への導入を提案する。</p>		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<p>3.その他</p> <p>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。</p>			
	<p><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</p> <p>(b)大阪府を支援対象とする大阪観光局と連携し、「大阪周遊パス」を活用した商店街の海外PRを実施する。 (d)100円商店街などがきっかけで事業所カルテ化など、相談事業につながっている。また、商店街の実務についても、会計や労務管理上の課題があれば、適宜専門家を派遣する。空き店舗問題については研究会を設置し、調査や先進事例の研究を行い、情報共有に活かす。</p>			

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 商店街・商業施設：10団体 ②広域観光客誘致支援 大阪府内 商店街・商業施設：20団体 ③商店街の空き店舗問題支援 大阪府内 商店街・商業施設：30団体 60 団体					
	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。 ③空き店舗対策を講じることで、魅力的な個店・商店街の実現につなげる。					
	指標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	数値目標	70%			
	指標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の割合	数値目標	80%			
その他目標値	目標値の内容→	指標③ シンポジウムまたはセミナーでのアンケートにより、今後の空き店舗対策の参考になると答えた回答割合 数値目標 80%					
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
	⇒	101,000 円 ×	10	×	10.0 =	10,100,000 円	
		50,500 円 ×	20	×	12.0 =	12,120,000 円	
		20,200 円 ×	30	×	1.0 =	606,000 円	
		(小計) 22,826,000 円					
	計 22,826,000 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)	①10団体には、外国人向け観光ルートの開発と情報発信に取り組むため、ハンズオン支援を申請する。 ②今年度、4月から12月末までに本商工会議所が大阪市内商店街と実施する「100円商店街」は、10地域26商店街(実数)、20地域39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	220,000 円	負担金の積算	商店街わいがや会議交流会参加費@3,000円×40 大阪周遊パス掲載費商店街店舗負担@10,000円×10			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)			
	22,826,000 円 ×	0.75 =	17,119,500 円	( 220,000 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				

【備考】

## 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(複数年事業計画)

### 1. 趣旨

近年、訪日外国人数は年間3000万人を超え、またインバウンドの主役は団体旅行客から個人移っている。こうした中、日本の良質の商品のみならず、日本の文化や暮らし、店主とのコミュニケーション等の体験を楽しむ「コト」消費に関心が移りつつある。最近では、これまで外国人観光客がいない域にも旅行客がみられるようになった。

しかしながら、大阪でも大部分の商店街では、外国人観光客による購買増がまだ目に見える形ではなく、外国人観光客の恩恵は一部の商店街に留まっているのが現状である。今後、インバウンドの阪全体に広げていくことが期待されている。

とりわけ、外国人観光客は、商店街等での対面販売（大阪の事業者との交流）等の体験を好み、商店街にとってビジネスチャンスとなりうる。これまで外国人観光客があまり訪れていない商受け入れ環境整備や情報発信によって、新たな販路開拓を支援する。また、本事業を通じて、大阪でピングツーリズムを振興する。

### 2. 事業展開イメージ

(1)外国人観光客の集客については、外国人観光客の訪れていない地域の商店街関係者・商業施設経メンバーに、大阪府内ショッピングツーリズム普及会を結成、接遇力の向上をはかるとともに、新資源・観光商品・観光ルートを開拓する。

(2)普段商店街を利用していない地域住民に向けては、100円商店街、まちゼミ、バル等の継続と情より集客を図る。また、安定してにぎわう商店街基盤を整備するため、空き店舗問題の解消に向け

【支援対象】：大阪府内の商店街・商業施設等

### 3. 3か年の具体的な事業案

#### 【2017年度】

(1)外国人観光客の集客について

○<1年目>大阪府内で、まだ、あまり外国人観光客の訪れていない地域の商店街関係者・商業施設等をメンバーに、「大阪府内ショッピングツーリズム普及検討会」を結成し（10商店街・商業施設受け入れ基盤を整備する。

- ・主に普及会を中心に、外国人接遇対応力の基盤整備
- ・商店主・接客担当者への接遇研修、多言語指差しシートの開発・普及
- ・近隣宿泊施設・観光コンテンツに関する調査の実施
- ・検討会内で成功事例の情報共有

(2)普段商店街を利用していない地域住民の集客について

○<1年目>イベントの内容充実とSNS広告を活用した情報発信

- ・100円商店街・バル・まちゼミ等の継続実施、専門家によるワークショップ研修
- ・SNSやIT、アプリ等の活用によるイベントの企画・検討（次年度に向けて）

(3)その他 大阪府内の支援機関との情報共有、開発ツールの提供、出前研修ほか

#### 【2018年度】

(1)外国人観光客の集客について

○<2年目>各商店街の体験コンテンツを開発・海外発信準備

・検討会の商店街で出張相談会を実施し、体験コンテンツの開発に取り組む。それらのコンテンツ人観光客に人気が高い大阪観光局「大阪周遊パス」に掲載し、発信する。

・体験コンテンツを販売し、外国人観光客を受け入れる商店街店舗に向けて、受け入れ準備の相ニュー表等のツールを提供する。

(2)普段商店街を利用していない地域住民の集客について

○<2年目>イベントの内容充実とSNS広告を活用した情報発信

- ・100円商店街等の継続実施、専門家によるワークショップ研修

○<2年目>空き店舗問題解消に向けた支援策の研究

・子育て世代や若手世代等、普段商店街を利用していない層を集客していくためには、商店街の真が必要であるという観点から、現在、商店街の深刻な問題となっている空き店舗問題の解消に向けて調査・研究を行う。

(3)その他 大阪府内の支援機関との情報共有、開発ツールの提供、出前研修ほか

#### 【2019年度】

(1)外国人観光客の集客について

○<3年目>商店街と体験コンテンツの海外発信強化

・受け入れ態勢の整備（研修等）と商店街・コンテンツ海外発信（大阪周遊パスへの掲載）を継続もに、旅行口コミサイトやSNS等を活用し、海外プロモーションを強化していく。

(2)普段商店街を利用していない地域住民の集客について

○<3年目>イベントの内容充実とSNS広告を活用した情報発信

- ・100円商店街等の継続実施、専門家によるワークショップ研修

○<3年目>空き店舗問題解消に向けた支援策の普及

・空き店舗問題の解消に向けた支援策についての普及、モデル商店街での空き店舗対策事業を展開

(3)その他 大阪府内の支援機関との情報共有、開発ツールの提供、出前研修ほか



旅行客に  
ケーショ  
かった地

表れてお  
流れを大

傾向があ  
店街の受  
のショッ

営者等を  
しい地域

報発信に  
て取り組

設経営者  
程度)、

は、外国

談会やメ

の活性化  
た支援策

するとと

以 上

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	<input type="checkbox"/> ←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)	大阪府内全域を対象に、特に小規模事業者の資金繰り難への対応、融資条件の見直しやその後の経営の安定化、清算などに特化したサポート事業を展開することで、小規模事業者の事業再生を促し、大阪府内の廃業率の改善に資することを旨とする。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)	大阪商工会議所などが実施した2018年9月の「経営・経済動向調査」（対象：1,629社）によると、7-9月期の自社業況は、企業全体では調査開始以来初めて8期連続プラスで推移、企業規模別にみても、中小企業が調査開始以来初めて6期連続のプラスとなるなど、回復傾向が続いている。ただ、経常利益は足もとでマイナスが続き、先行きも水面下での推移が続くとみられるなど、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	【2018年度】同センターには上半期、新規64社、継続45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12社にのぼっている。一方、やむなく事業を廃止せざるを得ない事業者も数社あり、現在整理に向けたアドバイスを行っている。「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。 【2017年度】ハンズオン198社（新規：122社、継続：76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、規模の大きい企業はともかく、小規模事業者にその恩恵が及んでいるとは言い難く、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。本商工会議所としては、早めの相談、継続的な相談を積極的に喚起し続けつつ、専門家などとの連携を深め、的確な支援に努める。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印をどこで何をどのようにするのかを明確に)	人材育成型	◆以下の(1)～(4)の支援を年間を通じて事業者に対して継続的に実施する。 (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。		
	人材交流型			
	販路開拓型			
	○ ハンズオン型			
	独自提案型	本事業の実施にあたり、大阪市外の事業者については必要に応じて府内各地商工会議所・商工会と連携するとともに、案件の内容によっては「大阪府中小企業再生支援協議会」との連携を密にして事業効果の拡大を狙う。「大阪府中小企業再生支援協議会」との連携については、同協議会のスキームを活用するのが適切と判断できるものは同協議会へつなぎを行い、また、同協議会から紹介を受けた事業者の相談については当サポートセンターにて対応を行う。		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<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	(b) 大阪市外の事業者については府内商工会議所・商工会と、また案件に応じて大阪府中小企業再生支援協議会との連携を密にして事業を実施する。 (d) 相談支援で対応できない資金繰り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。他の商工会議所・商工会から相談案件をつないでもらうことで、他団体の「支援機関へのつなぎ」実績に貢献できる。		

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 ※設定数は2017年度実績、2018年度進捗状況を考慮して算出。 [募集方法] 本事業の周知は、大商ニュースや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。				
	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。					
	その他目標値	指標	「融資・資金調達などによる資金繰りの改善実績」および「危機回避と判断した事業者数」		数値目標	30件	
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費		
	⇒	101,000 円 ×	120 ×	1.0 =	12,120,000 円		
		101,000 円 ×	55 ×	0.5 =	2,777,500 円		
					0 円		
		(小計) 14,897,500 円					
	計 14,897,500 円						
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)							
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等			
	②受益者負担		円	負担金の積算			
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
14,897,500 円 ×		0.75 =		11,173,125 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】

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、および希少性の高い特産・銘産物の仕入を望む流通業			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「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、全国の都道府県行政・支援団体からも、「自県の農業者、製造・卸売業者の販路拡大に役立つ商談会であるので、是非とも継続してほしい」との声が寄せられている。			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2018年度は11月15日に実施。買い手は過去最多となる77社がブース出展し、約300名のバイヤーが商談に応じた。売り手企業は46都道府県801社から申込があり、最終的に44都道府県758社1213人（うち府下企業は320社549人）が参加した。			
	反省点	人気の買い手企業及び一部の分野が混雑する一方で、商談件数の奮わないブース、売り込みが少ない分野もあった。また、午前中に混雑が集中するブースが見られた。売り手企業・買い手企業それぞれのニーズが合致するよう、双方のバランスを調整する必要がある。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	11月に本事業を実施し、約800社（府内事業者約240社）の参加を得る。			
	人材交流型	1. 買い手企業への参加勧奨依頼（4～9月） 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、JETRO、開催食輸出推進事業協同組合に依頼			
	○ 販路開拓型	2. 売り手企業への参加勧奨依頼(4～10月) 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、インターネット広告等の実施			
	ハズレ型	3. 直前準備、当日の運営（10月～11月） 4. 効果測定（11月～翌年3月） 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			
	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
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	242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、行政や、各地商工会議所・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。			
	その他目標値	指標	全商談件数（府外企業も含む）	数値目標	6,000件
		目標値の内容→			

事業名		買いませ！売れ筋商品発掘市					新規/継続	継続
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)		サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
	⇒	50,500 円 ×		242	×	1.2	=	14,665,200 円
		円 ×			×		=	0 円
		円 ×			×		=	0 円
(小計)								14,665,200 円
計								14,665,200 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)	「買いませ 売れ筋商品発掘市」は、全国の企業約800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	2,904,000 円	負担金の積算	参加費 会員 8,000円×121人 非会員16,000円×121人			
		(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(b)広域連携	<input type="radio"/>	(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(d)相談事業相乗効果
		標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
		14,665,200 円 ×	0.75	=	10,998,900 円	( 2,904,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはトリックで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)			
			円					
			円					
			円					
			円					

【備考】

事業名		町工場ネットワークの構築事業	新規/継続	継続	
想定する実施期間		2012 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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)	大阪市内には機械・金属関連の町工場が集積し、地元のみならず日本のものづくりを支えてきた。しかし、経営者の高齢化や生産・加工の海外移転などで廃業が進展し、大阪市内の従業員数50人未満の事業所に限っても平成23年から28年までの5年間に9285ヵ所から7869ヵ所へ減少している(大阪市統計書)。これまで地域で培ってきた協業・技術補完のネットワークが損なわれるおそれが出つつあることから、これら町工場同士の新たな連携を促進し、受注工程を域内で完結させる“横請け”ネットワークの再構築と取引拡大を支援する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	取引拡大に取り組む機械・金属関連の中小企業・小規模事業者、あるいは取引先数を拡大して経営リスクを分散して経営の安定を志向する事業者、他社と情報を交換して経営力の強化を図る事業者、取引先・関係先の強化や事業承継前に業界知識の蓄積を図る若手後継者候補など			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	「仕事を出す」側も町工場の廃業が相次ぐ中、加工先の確保に苦慮している。これまでの「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」の参加者から、「外注先が高齢化して先行きが不安。新たな加工業者の発掘が急務」「信頼できるパートナーはインターネットでは見つからない。経営者に人柄に触れ、工場を見に行かないと判断できない」などの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	○ものづくり加工ネットワーク強化交流会 [平成24年度開始] <平成29年度> 3回開催 のべ参加数100社109人、のべ面談件数1,037件 (「取引につながった」46件、「取引の可能性あり」111件) <平成30年度> 4回開催 のべ参加数141社152人、のべ面談件数2,046件 (「取引につながった」160件、「取引の可能性あり」94件) ○ものづくり加工商談会 [平成30年度開始] <平成30年度> 1回開催 発注側参加企業6社、受注側参加企業41社、のべ商談件数82件			
	反省点	<ものづくり加工ネットワーク強化交流会>参加したものの取引先が見つからず不満を感じたり、さらなる交流数のアップを希望する事業者があり、常に新規参加者を募りバージョンアップさせる必要がある。いずれの参加者も意欲があるが、規模や精度、対応ロット数のレベルが異なり、混淆した参加者ニーズへの対応が課題。 <ものづくり加工商談会>さらに受注側企業が申し込みやすい商談案件を揃え、検討しやすい情報を提供することが必要。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	(1)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) 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)に対応する情報をタイムリーに提供する。			
	○ 人材交流型	(2)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) 西支部管内の企業群が事業・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人材育成や技術向上を専門家やエキスパート技術者(大阪市認定による大阪テクノマスター)を交えてディスカッションする会を開催する。			
	○ 販路開拓型	(3)「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) 町工場同士が“顔の見えるネットワーク”を構築し、取引を拡大するため、自社の保有設備や得意技術、連携を求める案件情報を交換する交流会を4支部管内で開催する。			
	ハコ型	(4)「ものづくり加工商談会」の開催(販路開拓型) 機械・金属関連の外注加工や資材調達などの発注案件を有する大手・中堅メーカーなどがブースを設け、中小企業・小規模事業者が自らの技術や製品を売り込む商談会を開催する。			
	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"/> (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)MOBIO、中小企業基盤整備機構近畿本部などのメールマガジンへの開催告知の掲載、日本政策金融公庫の府内支店との連携などにより府内事業者の参加を募る。 (c)大阪市をはじめ、西淀川、東成、大正、港、平野などの区役所が実施するものづくり支援事業と協働する。 (d)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方法、展示商談会などでの効果的な展示やブース内での来場者とのコミュニケーションなどを助言することも事業所カルテ化につながると考えられる。				

事業名		町工場ネットワークの構築事業				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：80社、人材交流型：80社、販路開拓型：ものづくり加工ネットワーク交流会135社、ものづくり加工商談会50社 【募集方法】支部経営指導員による個別勧誘、大阪商工会議所の各種広報媒体や他団体のメールマガジンへの開催告知掲載など					
	支援対象企業の変化	345 社	①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。 ②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。 ③販路開拓型（交流会）：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が図られる。 ④販路開拓型（商談会）：取引先候補と接点を持つことができ、商談成立によって受注が拡大する。					
	指標①	当該事業が今後の事業活動、企業経営に役立つと回答した割合	数値目標	80%				
	指標②	当該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	数値目標	80%				
	指標③	当該事業が販路開拓、新規取引先拡大に役立つと回答した割合	数値目標	80%				
その他目標値	目標値の内容⇒	指標④ 商談件数					数値目標	80件
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		20,200 円 ×	80 ×	1.0 =	1,616,000 円			
		40,400 円 ×	80 ×	1.0 =	3,232,000 円			
		50,500 円 ×	30 ×	1.0 =	1,515,000 円			
		50,500 円 ×	30 ×	1.0 =	1,515,000 円			
		50,500 円 ×	45 ×	1.0 =	2,272,500 円			
		50,500 円 ×	30 ×	1.0 =	1,515,000 円			
	50,500 円 ×	50 ×	1.0 =	2,525,000 円				
			(小計)	14,190,500 円				
			計 14,190,500 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		25,000 円	負担金の積算		ものづくり加工ネットワーク強化交流会参加費 @1000円×25人		
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
	14,190,500 円 × 0.75 =			10,642,875 円		( 25,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割 (配分の考え方)			
			円					
			円					

【備考】

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		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)	大手の流通業やものづくり企業など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)	大手流通業などと取引を望む、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本商工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	2018年11月現在、ザ・ベストバイヤーズ(8回)、ザ・ライセンスフェア(2回)を計10回実施済みで、191社(うち府下企業125社)が参加。参加企業の93.5%が「満足」、「やや満足」と回答している。今回はホテルチェーンや免税店を運営する空港系列企業など新たな業態の仕入れ担当者を招いた。			
	反省点	買い手企業によっては選考が厳しく、多数の申込があるものの選考を通過する企業数が伸び悩んだ。買い手企業が売り手企業に求めるレベルが年々高くなる傾向がある。今後は買い手企業のニーズや取引条件など、売り手への事前情報提供の際に留意する。			
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印をどこで何をどのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	(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) ○大手流通業に加え、中堅規模の流通業、職域販売、中食・給食業者、ホテル、免税店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も努める。			
	○ 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 (b)商談希望企業は、主に大阪府内事業者、FAXやDM、e-mailによる個別案内などで参加募集を行う。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などとも連携し、広く全国から商談希望企業を募る。				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→	商談会参加企業 160社 (大商ニュース、FAX、DM、e-mailなどによる個別案内などで募集する。また、各都道府県庁や、各地商工会議所・商工会、地銀・信用金庫などにも参加勧奨の協力を求める。)		
	支援対象企業の変化	指標①	全商談件数	数値目標	260件
		指標②	大手流通業界への売り込み方や、ネット通販について理解できた、今後の販路開拓に役立つと回答した企業の割合	数値目標	80%
	その他目標値	目標値の内容→			



事業名		ザ・ベストバイヤーズ					新規/継続	継続
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		50,500 円 ×		160 ×		1.20 =		9,696,000 円
		円 ×		×		=		円
		円 ×		×		=		円
(小計)							9,696,000 円	
計							9,696,000 円	
算定基準により算出される額	<p>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)</p> <p>大手バイヤーを毎回恒常的に招聘するには、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創造するなど、高付加価値が認められることから、0.2の増補正を行う。</p>							
算出額	①市町村等補助		円		交付市町村等			
	②受益者負担		1,920,000 円		負担金の積算		参加費 会員@8,000円×8社×10回、非会員@16,000円×8×10回	
	(a)府施策連携		<input type="radio"/>		(b)広域連携		<input type="radio"/>	
	(c)市町村連携		<input type="radio"/>		(d)相談事業相乗効果		<input type="radio"/>	
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)	
9,696,000 円 ×		0.75 =		7,272,000 円		( 1,920,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割 (配分の考え方)		
				円				
				円				
				円				
				円				

【備考】

事業名		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)	景気の回復傾向が続く中であっても、中小企業・小規模事業者は引き続き売上低迷に苦しんでいるのが実情である。こうした事業者にとって、販路の新規開拓とそれに伴う取引先・仕入先の確保は業績回復のための必要条件である。そこで本商工会議所は、そのための情報やヒントを探す事業者に対し、「ビジネスモール」など、本商工会議所が持つ様々なツールや情報を駆使して適宜情報提供するとともに、専門相談の「営業・マーケティング相談」などとも連携しながら、販路開拓に関するアドバイスをを行うことで、その商取引の促進と経営基盤の強化を支援する。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者。2017年度相談実績及び2018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)	本商工会議所会員および特定商工業者を対象とした関心事項調査（2018年度実施、回答数14,581社）によれば、「営業・販売・取引先開拓」を挙げる企業は33.5%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、本商工会議所が実施する、大阪府内の中小企業・小規模事業者を対象とした各種セミナー・講演会などで実施しているアンケート調査においても、「販路開拓」「取引先確保」を経営課題に挙げる事業者は多く、「専門家派遣」や「企業OB活用相談」においても販路拡大支援や営業力強化を希望する企業が多数を占める。中小企業・小規模事業者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	【2018年度実績（10月末現在）】 相談数：117社 マッチング数：70社 【2017年度実績】 相談数：231社 マッチング数：113社		
	反省点	「販路・取引先開拓」を経営課題に挙げる企業については、本商工会議所主催のセミナー・講演会・交流会などの各種イベントにおいて実施する参加者アンケートなどにより把握に努めている。一方、事業者のニーズにマッチした支援を行うため、本商工会議所の専門相談（営業・マーケティング相談）、専門家派遣や、金融機関などの外部協力機関と連携し対応している。今後も事業者の要望する内容に応じたマッチングを質量ともに充実させるべく、「販路・取引先拡大」関心事業者へのアプローチにより当事業の利用勧奨を行う。また、各種制度や機関と連携しながら事業者の要望に対応するとともに、支援した事業者へのフォローアップを通じた紹介後の状況把握にも努める。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	販路開拓や仕入先の取引照会に関する中小企業・小規模事業者からの相談に対し、本商工会議所が持つ様々なツールや情報に基づいて対応する。具体的には、取引先情報、業界団体や関係機関を適切に紹介するとともに、マーケティング手法の活用を通じたBtoBのビジネスマッチングのアドバイスを行う。		
	○ 人材交流型	＜マッチングの実施＞ 本商工会議所が保有する企業データや、ビジネスモール・商談モールなどといった事業者検索ツールなどをフルに活用し、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、営業・マーケティングの相談窓口及び金融機関や各地商工会議所などの支援機関との連携をより一層緊密化するなど、事業者単体では持ちえない、商工会議所ならではの広範なチャンネルを駆使して、販路や仕入先探しにあたる。		
	販路開拓型	＜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。		
	ハズレ型	＜その他＞ 「販路・取引先開拓」を経営課題に挙げる企業を大商各種事業のアンケートなどで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"/> (d) 相談事業相乗効果 (b)大阪府内の商工会議所経営指導員、協力金融機関及び本商工会議所のほかの事業担当者に事業PRリーフレットを配布し、活用を促進する。 (d)直接に販路・取引先開拓の相談に応じる中で経営課題を把握することによって、専門家派遣型経営相談など他の支援メニューの提供につなげ、事業所カルテ化を図っていく。			

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	2017年度実績、2018年度進捗状況より算出。 [募集方法] ホームページ、大商ニュース、各協力金融機関や各地 商工会議所による案内配布、メール配信などで広報、募集を行う。					
	支援対象企業の変化	販路開拓を求める事業者は、本商工会議所の支援を受け、ビジネスモールなどの検索ツールの活用を含めた販売先探しによって新たな販路を開拓する。また、専門相談（営業・マーケティング相談）と連携した支援によりマーケティング手法を学び、営業スキルの向上により販売促進を図る。 仕入先を探している事業者は、要望に合致する先を本商工会議所から紹介を受け、新たな商取引の機会創出につなげる。						
	指標	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数	数値目標	90件				
	その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
	⇒	40,400 円 ×	220 ×	1.0 =	8,888,000 円			
		円 ×	×	=	0 円			
		円 ×	×	=	0 円			
		(小計)				8,888,000 円		
		計				8,888,000 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)							
	①市町村等補助	円	交付市町村等					
	②受益者負担	円	負担金の積算					
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費	補助率	(①市町村など+②受益者負担)					
	8,888,000 円 ×	0.75 =	6,666,000 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」で説 明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割 (配分の考え方)			
				円				
				円				
				円				
				円				
				円				

【備考】

事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム (旧「大阪スタイリング構築・普及事業」から分離)		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のほか、競争力のある新たなビジネスモデルを構築することが必要である。このため、新たな社会課題の解決など、今後需要が見込まれる分野への製品開発やビジネスモデルの創出のきっかけとなる場を定期的に提供し、他業種との連携によって繊維関連企業全体の競争力強化につなげる。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	ファッション・アパレル関連業界団体、業界団体の傘下企業をはじめとするファッションクリエイターやアパレルメーカー、その関連企業（素材メーカー、バッグなどの小物関連、美容関連など）。また、ファッション関連企業との連携を求める企業			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	服が売れない時代にあっても、ニーズをとらえた商品は売り上げを伸ばしている。また、他業種との連携により新たなビジネスモデルを構築することが求められているが、繊維ファッション事業者は主導権を取れないケースも多い。こうした課題の解決を図っていくことが、業界の発展につながる。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	大阪に蓄積の大きい服飾専門学校生の力によって、在阪素材メーカーから提供された生地を活用したファッション製品を制作。産学コラボによる大阪発の独創的なファッション製品として、11月28日開催の「ファッション・イノベーション展」に出品。また2月に開催される首都圏での合同展示会にも出品する予定。若き才能の実務的な人材育成につながっている。			
	反省点	産業界側のプロモーションや企業成長支援につながる取り組みにも力を入れる必要があったが、事業内容の大きな転換期でその途上にある。			
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に)	○ 人材育成型	<人材育成型事業> 計180社 ■例会の開催 (年間3回) 支援企業数: 1回60社程度 ・ファッション産業をめぐる新たな動き、ビジネスモデルなどの情報提供 ・EC進出やAI、IoT活用の事例紹介 ・IoT活用ツールの紹介			
	○ 人材交流型	<人材交流型事業> 計9団体 ■新ビジネス創出支援の意見交換会ならびに交流会の開催 例会にあわせて年2回程度開催し、業界団体とその傘下企業にも参加いただく。 [実施内容例] ・例会のテーマ関心企業同士の交流 ・例会で紹介した提案などにむけた個別相談 ・その他連携策についての意見交換			
	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 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も参画の予定。				
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	60社×3回、9団体 関西ファッション連合をはじめ、各業界団体や組合を通じて、新分野事業などへの参画に意欲的な事業者の例会参加を募り、その中から事業連携に向けた個別相談を受け付ける。		
		180社・9団体			
	支援対象企業の 変化	例会を中心に参加企業、団体の参加を募るとともに、随時、団体との密なコミュニケーションを通じて、繊維関連企業などからの事業提案、事業連携の希望を掘り起こす。			
		指標1	例会参加を通じて、新事業開発の参考にしたいと回答した割合	数値目標	70%
	指標2	新ビジネス開発に向けた連携に参画した企業数	数値目標	のべ9社	
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム (旧「大阪スタイリング構築・普及事業」から分離)					新規/継続	継続
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		20,200 円 ×		180 ×		1.0 =		3,636,000 円
		40,400 円 ×		9 ×		10.0 =		3,636,000 円
								0 円
		(小計)						7,272,000 円
計 7,272,000 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)							
	①市町村等補助		1,800,000 円		交付市町村等		事業協力・協賛金 @200,000円×9社・団体	
	②受益者負担		円		負担金の積算			
	(a)府施策連携		○		(b)広域連携		(c)市町村連携	
							(d)相談事業相乗効果	
標準事業費				補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
7,272,000 円 ×				0.75 =		5,454,000 円		( 1,800,000 円)
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割 (配分の考え方)		
				円				
				円				
				円				
				円				

【備考】

事業名		大阪食彩ブランド事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2010 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←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)	富裕層から大衆層まで、また食のジャンルを問わず、多様な人が多様な食を楽しめるのが本来の大阪の魅力であるが、タコ焼きに代表される大衆食ばかりが強調されているのが現状である。そこで、富裕層でも楽しめる大阪の食の魅力に光を当てるとともに、増え続けているインバウンドに対しても大阪の食の魅力を効果的に伝えることで、総合的な大阪の食の魅力向上につなげる。		
	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、宿泊施設など		
	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求められている。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>&lt;2017年度実績&gt;</p> <p>①「食の都・大阪グランプリ」：総応募店数111店（支援企業数92社） ※ご参考 応募者数215人。応募作品数247。うち197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。</p> <p>②「食の都・大阪レストランウィーク」：総参加店数40店（支援企業数は31社）</p> <p>③「講演会」：総参加人数65人（支援企業数は50社）</p> <p>④「飲食店独立開業支援発表会」：総参加人数33人（支援企業数は23社）</p> <p>※2018年度はグランプリ及び併催事業を10月28日に実施し、現在アンケート収集・集計中、レストランウィークは2019年2月に開催予定。</p>		
	反省点	料理コンテスト「食の都・大阪グランプリ」では、作品そのものが追求され、大阪の名物料理人・名物料理店の輩出につながりにくい状態である。大阪の食の魅力向上を図るためには、実施事業のテコ入れが必要。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印をつけて、どこで何をどのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	①料理コンテスト「食の都・大阪グランプリ」の実施 大阪の名物料理人・名物料理店の発掘を目指し、2019年度は「食の都・大阪グランプリ」の歴代部門別優勝者を対象に、グランドチャンピオン大会として実施する。また、ホームページの制作を通じて「食の都・大阪グランプリ」の受賞者自身や店舗の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。		
	○ 人材交流型	②「食」に関するイベントへの出店、「大阪割烹」のPR 「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	また、ぐるなびが中心となり、本商工会議所も参画し実施している「大阪割烹体験」の案内パンフやHP（日英2カ国語）を活用し、食への関心が高い国内外の消費者に大阪の割烹店で提供される料理や店舗情報などを発信することで、大阪割烹の魅力を広くPRし、割烹店の知名度アップと集客力強化につなげる。		
	ハズレ型	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実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。		
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
<p>(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。</p> <p>(d) 本商工会議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。</p> <p>※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。</p>				

事業名		大阪食彩ブランド事業				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⇒ 96 社	①料理コンテスト：10社、ホームページ制作：部門別優勝2社 歴代部門別優勝者もしくは、所属店の料理長に対し、訪問・電話等により参加を依頼する。 ②オクトーバーフェスト・大阪産大集合への出店：4社 ②大阪割烹のPR：40社 ③講演会・勉強会：20社 ④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オクトーバーフェスト・大阪産大集合への出店は、料理コンテストの受賞作品を実際にお客様に提供することにより、商品開発や売り方の改善点を発見する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、「大阪割烹体験」への参加を通じて、接客やメニュー開発、インバウンド客の受け入れ体制や接客についての改善点を見出してもらう。 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などに迎え、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聴いて開業の参考にしてもらうのみならず、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、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であると回答した割合	数値目標	70%			
	指標②	食イベントでコンテスト受賞作品を実際に販売することで、売上増進、所属店のPR、士気向上につながったと回答した割合。また、割烹店にはキャンペーンに参加することで、売上増進、所属店のPR、士気向上につながったと回答した割合	数値目標	70%			
	指標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と回答した割合	数値目標	70%			
その他目標値	目標値の内容⇒						
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
		40,400 円 ×	10	×	1.0 =	404,000 円	
		50,500 円 ×	2	×	0.5 =	50,500 円	
		50,500 円 ×	4	×	1.0 =	202,000 円	
		50,500 円 ×	40	×	0.75 =	1,515,000 円	
		20,200 円 ×	20	×	1.0 =	404,000 円	
		40,400 円 ×	20	×	1.0 =	808,000 円	
				(小計)	3,383,500 円		
				計	3,383,500 円		

事業名		大阪食彩ブランド事業				新規/継続	継続
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)	割烹店のPRは、インバウンド対策のため、ホームページを日本語版・英語版の2種類を作成するので、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、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1.0とする。					
	算出額	①市町村等補助	800,000 円	交付市町村等	協賛金@100,000円×8社		
		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"/>
		標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
		3,383,500 円 × 0.75 =		2,537,625 円	( 800,000 円 )		
	補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはリンクで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割 (配分の考え方)		
			円				
			円				
			円				
			円				
			円				

【備考】



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・小規模事業者が抱える高度専門的な経営課題に対応するため、本商工会議所では「専門家派遣」による支援を行っている。経営指導員と各種専門家がお互いの強みを活かして連携強化を図り、より効果的な経営支援サービスを提供することで、支援先からも高い評価を受けている。そこで、本事業を通じて、中小企業・小規模事業者に対し、自社の課題解決に役立つ制度として「専門家派遣」「企業OB活用事業」などを周知・紹介するとともに、交流会を開催し、自社の課題解決にふさわしいパートナー（専門家など）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いる、あるいは「専門家派遣」「企業OB活用事業」など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)	2018年度のエキスパート、アドバイザー派遣など、専門家派遣事業は、例年どおり派遣予算枠（エキスパート314回、アドバイザー100回）に向け順調に推移しており、専門家派遣事業への関心や、専門家への支援ニーズは高い。		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	【2018年度】11月1日に開催。第1部：①営業力強化セミナー、②事業利用案内／第2部：交流会（支援実績：55社）		
	反省点	台風接近による順延により、開催が例年より約2カ月遅れたが、中小企業・小規模事業者に関心の高い「営業力強化」をテーマに講師を選定したことで、支援事業者数は目標を達成することができた。また、交流会では参加事業者15社以上からその場で専門家派遣や企業OB活用相談の申込を受けるなど、具体的成果を挙げることができた。ただ、専門家と事業者の交流をよりスムーズに進める一層の工夫が今回の課題である。また、事例紹介を行う専門家について、参加事業者の幅広い支援ニーズに応えるため、様々な専門分野や年齢層の方から選び、新たな参加者層を開拓できるようにする必要がある。		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に)	人材育成型	◆「専門家との交流会」（＜セミナー＞と＜交流会＞の2部構成） (1) セミナー・事業紹介（1時間15分） ①「専門家派遣」で利用ニーズの高い「販路開拓」「マーケティング戦略」「IT」などをテーマに専門家が講演、情報提供するとともに、参加者の経営改善に役立ててもらう。 ②「専門家派遣」の説明を行うとともに、派遣事例を紹介し制度の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」の他、「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、参加事業者、支部経営指導員が集い、中小企業・小規模事業者など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	○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およ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。		
	ハブ型	○交流の活発化を促すため、専門家が会場全体をまんべんなくまわって交流時間をできるだけ平準化するように配慮する。 ○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、成果があがるよう留意する。		
	独自提案型	○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支部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「専門家派遣」「企業OB活用事業」の利用希望や検討の用意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。		
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
(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（4月から関西みらい銀行）の協力を得てPRをお願いするとともに、大阪府内の各商工会議所にも協力依頼し、府内全域から集客を図る。 (d)交流会の開催を通じて専門家連携型経営相談の制度普及と利用促進を図る。本交流会の参加者は様々な経営課題を抱えていると想定される。本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。				

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、2018年度の実績を参考に算出。 [募集方法] ホームページ、大商ニュース、各協力金融機関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	自社の経営資源として「専門家派遣」を活用することのメリットを理解し、その活用についても前向きに検討する。							
	指標	「専門家派遣」ならびに「企業OB活用事業」に申し込んだ案件のうち、「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⇒								
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		⇒ 40,400 円 ×	55	×	1.0	=	2,222,000 円		
		円 ×		×		=	0 円		
		円 ×		×		=	0 円		
	(小計) 2,222,000 円							計 2,222,000 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						
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費	補助率		(①市町村等+②受益者負担)					
2,222,000 円 × 0.75 =		1,666,500 円		( 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】

事業名		中小企業の生産性向上支援事業		新規/継続	新規
想定する実施期間		2019 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)	セミナー等の開催を通して、ロボット活用、現場改善、効率的な人事戦略等に関する情報を提供し、人手不足解消や省力化へつなげ、中小企業の生産性向上を後押しする。 また、ロボットビジネスは今後も成長性が期待される数少ない市場である。ロボットビジネスの新たな動きを紹介し、中小企業の新規参入や産学連携を促す。			
	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、大阪府内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)	本商工会議所が2018年3月に行ったアンケート調査によると、7割を超える企業が「人手不足」と回答。うち7割に「受注機会の逸失」があるなど、人手不足の解消及び対策は中小企業にとって喫緊の課題になっている。 また、本商工会議所がロボット活用をテーマに2018年8月に開催したセミナー＆個別相談会では、台風の影響で交通機関が乱れていたにもかかわらず、個別相談利用企業7社、セミナー参加者132人を集め、個社支援対象先18件を発掘することができた。専門家派遣を活用した体制を新たに構築してロボット導入相談も試行的に実施した。企業訪問によるヒアリングを通じて、人が集まらないことを理由に生産現場の自動化を求めるニーズは強いと感じている。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値				
	反省点				
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に)	○ 人材育成型	○ セミナー <ロボット等を活用した製造現場の生産性向上> 他業種からロボット事業に参入した事例を紹介し、ユーザー目線にたったロボット等の活用方法やロボットビジネス進出について情報提供する。9月頃、大阪工業大学梅田キャンパスにて開催する予定。			
	人材交流型				
	販路開拓型	○ セミナー <攻めの人事戦略による生産性向上> 残業削減のアイデア、モチベーションを高める人事評価制度や教育など、組織の生産性向上を図る具体的な方策について、専門家を招いて情報提供する。11月頃、開催予定。			
	ハズレ型				
	独自提案型	※ セミナーで掘り起こした案件を個別にフォローし、相談事業との相乗効果を図る。			
	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
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒ 100 社	セミナー2回合計100社 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。		
	支援対象企業の 変化	指標	講演等で得た知識や情報をもとに、「今後のモノづくりや企業経営に活用する」「生産性向上等への取り組みにつなげる」「ロボットビジネス進出を検討したい」「人事戦略の見直しを検討したい」「今後さらに情報収集に努めたい」と回答した割合	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒			

事業名		中小企業の生産性向上支援事業						新規/継続	新規	
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		20,200 円 ×		100 ×		1.0 =		2,020,000 円		
		円 ×		×		=		0 円		
		円 ×		×		=		0 円		
		(小計)						2,020,000 円		
		計						2,020,000 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 (基準どおりの場合不要)									
	①市町村等補助		円		交付市町村等					
	②受益者負担		円		負担金の積算					
		(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果		
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)			
2,020,000 円 ×		0.75 =		1,515,000 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】

事業名		ファッショントレンドセミナー (旧「大阪スタイリング構築・普及事業」から分離)		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)	近年は、川上・川下の垣根がなくなりつつあり、いずれの立ち位置の企業においても商品政策を踏まえた積極的な提案が求められている。本セミナーを継続的に実施し、市場動向を体系的に解説することで、企業の商品政策を支援する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	アパレル企業を中心に、OEMやテキスタイル、雑貨等、ファッション性が求められる企業			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	多くの企業は、自社の商品軸にファッショントレンドの要素を掛け合わせて鮮度のある商品を企画しており、商品開発の参考情報として、客観的なトレンド情報のニーズがある。また、商品サイクルが短期化し、需要予測が難しくなるなか、経営者や売り場担当者、営業からもトレンド情報を求める声がある。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	2018年5月30日、11月22日にトレンドセミナーを実施。5月の回の参加者は150名程度参加し、今後も実施してほしいとの声をいただいている。			
	反省点	本セミナーの存在をもっと早く知りたかったという声があった。専門性が高く、継続受講や他者への紹介も考えられるため、FAX等の一斉案内のみならず、会員訪問の際に説明を入れるなど、関心層へのアプローチ手段を増やす。			
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に)	○ 人材育成型	<人材育成型 80社> 年間2回セミナーを開催予定。 ・開催時期とテーマ 5月頃 2020年春夏ファッショントレンド 11月頃 2020年秋冬ファッショントレンド ・会場 OMMビル会議室			
	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 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)協同組合関西ファッション連合と連携し、大阪府内の関連事業者に案内する。			
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	定員150人。1社で複数名参加するケースが多く、支援対象企業は各回40社を想定する。		
		80 社			
	支援対象企業の 変化	セミナーを通じて、商品政策を強化する。商品内容、タイミング、場所、量、価格等、トレンド情報や需要予測に基づいて適正化し、業績向上を図る。			
		指標	参加者アンケートにおいて商品政策の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合		数値目標
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		ファッショントレンドセミナー (旧「大阪スタイリング構築・普及事業」から分離)					新規/継続	継続
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		20,200 円 ×		80 ×		1.0 =		1,616,000 円
		円 ×		×		=		0 円
		円 ×		×		=		0 円
		(小計)						1,616,000 円
		計						1,616,000 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)							
	①市町村等補助		円		交付市町村等			
	②受益者負担		80,000 円		負担金の積算		参加費@1,000円×80	
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費		補助率				(①市町村等+②受益者負担)	
1,616,000 円 ×		0.75 =		1,212,000 円		( 80,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割 (配分の考え方)		
				円				
				円				
				円				
				円				

【備考】

事業名		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	<input type="checkbox"/> ←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>近年、後継者難を背景としたM&amp;A(会社・事業の譲渡)が中小企業で増加しているが、自社の成長のために、あえて大手企業などとM&amp;A(譲渡)を行う「成長戦略としてのM&amp;A」を考える中小企業も決して少なくない。</p> <p>2018年版中小企業白書によれば、今後のM&amp;A実施意向について「積極的に取り組む」「よい話があれば検討する」という企業は30.9%、このうち売り手側としてM&amp;Aに関心ある企業は33%だが(売り買い両方に関心ありを含む)、その際の目的・想定する効果は、後継者がいる企業群では「事業の成長・発展」が53.7%と高い。</p> <p>また、過去にM&amp;A経験のある企業のうち相手先(譲渡側)の目的が「事業の成長・発展」と回答した企業は28.4%(複数回答)で、特に経営者の年齢が50代以下では35%と高い。これらのことから、後継者のいる企業、また年代の若い経営者の方が、成長戦略としてのM&amp;Aを前向きに検討・活用していることが伺える。</p> <p>後継者難の解決策としてのM&amp;Aを支援・促進する取組みは、国においても事業引継ぎ支援センターを全国に設置するなど活発化している一方、大手企業の傘下に入ったり、スポンサー企業との資本提携などにより、中小企業やベンチャー企業などの成長・発展を支援する取組みは、特に公的機関ではほとんど行われていない。</p> <p>そこで、商工会議所という公的機関の取り組みにより、成長・発展のためのM&amp;Aを目指す中小企業や、ベンチャー/スタートアップの出口としてのM&amp;Aに関心ある若手企業に対し、M&amp;Aの進め方やメリット、留意点などを十分理解してもらおうとともに、そうしたM&amp;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)	譲渡側としてM&Aに関心ありと思われる中小企業 約30,500社。その中でも、ハンズオン支援では純資産の小さい企業(ベンチャー/スタートアップを含む)でも利用しやすい仕組みを採用し、幅広く支援を行う。		
	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、30.9%の約92,700社がM&amp;Aの意向を有すると推定され、そのうち33%の約30,500社が譲渡側として関心を持っているものと思われる。</p> <p>本事業では、公的機関による運営で一定の実績を挙げていることと、「成長・発展のためのM&amp;A」という前向きな視点を広くPRすることで、企業の潜在的なM&amp;Aニーズの掘り起し・顕在化を促し、支援につなげていく。</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>【2018年度支援企業実績】(11月22日現在)</p> <p>M&amp;Aセミナー 1回開催：40.5社</p> <p>【2017年度支援企業実績】</p> <p>M&amp;Aセミナー 2回開催：104.5社</p>		
	反省点	<p>M&amp;A関連のセミナーは民間企業(M&amp;A専門会社など)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全国に設置するなど力を入れており、特に後継者難の解決策としてのM&amp;A支援は、官民まじえて重複感が出始めている。</p> <p>そこで当事業では、成長戦略としてのM&amp;A、ベンチャー/スタートアップの出口としてのM&amp;Aにコンセプトを移行することで他機関と差別化を図り、より多くのニーズ・関心を持つ中小企業経営者など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 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ う にする のかを 明確に)	<input type="checkbox"/> 人材育成型	<p>成長戦略としてのM&amp;A、ベンチャー/スタートアップの出口としてのM&amp;Aに関心を有する大阪府内の事業者には、M&amp;Aの進め方やポイント、メリットなどを広く周知し、今後のアクションにつなげてもらうため、M&amp;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本商工会議所で開催)。</p> <p>テーマ・講師(案)</p> <p>①「成長戦略型のM&amp;A」 (講師：A氏)</p> <p>②「自社の成長・発展のためのM&amp;Aとは」 (講師：B氏)</p>		
	<input type="checkbox"/> 人材交流型			
	<input type="checkbox"/> 販路開拓型			
	<input type="checkbox"/> ハンズオン型			
	<input type="checkbox"/> 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)本商工会議所が保有するデータを活用し、大阪府内の事業者を対象としてセミナー案内のFAX・メール送信、機関紙(大商ニュース)へのチラシ挟込を行うほか、ホームページでも広く参加を募る。		

事業名		M&A市場				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 80 社	セミナー1回40社×2回 大阪府内の事業者、セミナー案内のFAX・メール送信、機関紙（大商ニュース）へのチラシ挟込を行うほか、ホームページでも広く参加を募る。						
	支援対象企業の変化	セミナー参加企業に対し、M&Aの実情や進め方、活用メリット、留意点などについて理解を深めてもらい、成長戦略としてのM&A、ベンチャー/スタートアップの出口としてのM&Aへの気付きを促すとともに、自社の方向性についてのヒントを与え、今後のアクションにつなげてもらう。							
	指標	アンケートで「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」と答えた企業の割合	数値目標	85%					
	その他目標値	目標値の内容⇒							
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		⇒ 20,200 円 ×	80	×	1.0	=	1,616,000 円		
				×		=	0 円		
				×		=	0 円		
	(小計) 1,616,000 円							計 1,616,000 円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (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	(d)相談事業相乗効果				
	標準事業費	補助率			(①市町村等+②受益者負担)				
1,616,000 円 ×		0.75	=	1,212,000 円	( 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】



事業名		観光産業への新規参入・販路拡大支援		新規/継続	新規
想定する実施期間		2019 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)	一大成長産業である観光産業への新規参入・販路拡大は大きなビジネスチャンスとなり得るが、とりわけ中小・零細企業が特段の支援なきまま同分野での事業展開を進めることは容易でない。2019年10月、観光業界をはじめ様々な業界関係者が「観光」を軸に一堂に会し、国内外から約13万人の来場および6,600件以上の商談が見込まれる世界最大級の観光総合イベント「ツーリズムEXPOジャパン」が大阪で初開催される。通常では費用面や人員派遣などにより出展が難しい在阪事業者などに同イベントへの出展機会の提供、出展支援及び旅行関連業者やバイヤーなどとの商談を支援することで、観光産業への新規参入・販路拡大を促進する。			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	観光・インバウンド分野に携わる、もしくは参入を検討している大阪府内の事業者(業種は問わない。アプリ・システム開発、物販、健康産業など)			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	2017年の来阪外国人客数が1,111万人にのぼるなど、インバウンドの増加趨勢のもと観光産業は大阪においても一大成長産業となっており、関心も高まっている。大阪商工会議所主催インバウンドビジネスセミナーの参加者数も増加しており、関心も高まっている同分野、マーケットへの新規参入、販路拡大支援は在阪事業者がビジネスチャンスを広げる上で重要な観点である。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値				
	反省点				
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこ で・ 何を・ どのよ うに する のかを 明確に)	人材育成型	「ツーリズムEXPOジャパン2019大阪」ブース出展支援 開催期間：2019年10月24日(木)～27日(日) 開催場所：インテックス大阪			
	人材交流型	支援内容例： 1. 大阪商工会議所特別ブース限定出展形式の選択が可能/通常出展料の割引 出展形式を3種別設定し、うち2種別は、事業者が個別に同イベントに出展する場合より小規模かつ少額での出展が可能となる(大阪商工会議所ブース限定)。また、通常ブースと同規模の出展の場合も、通常申込より割安での出展が可能となる。			
	○ 販路開拓型	2. 出展フォロー 大阪商工会議所特別ブース出展事業者限定の説明会を実施するほか、個別相談を受け付ける。			
	ハズレ型	3. 広報支援 大阪商工会議所機関紙「大商ニュース」特集ページ、大阪商工会議所Facebookページなどで出展企業をPR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 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) 商工会議所会員企業のほか、商工会議所主催のインバウンド関連セミナーなど参加の府内事業者、(公財)大阪観光局の賛助会員にも出展を呼びかける。				
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法→	「ツーリズムEXPOジャパン2019大阪」大阪商工会議所特別ブースへの出展枠26社(3種類のブース設定有)		
	支援対象企業の 変化	26 社			
	指標	バイヤーなどとの商談件数		数値目標	52件以上 (1社平均2件)
その他目標値	目標値の内容→				

事業名		観光産業への新規参入・販路拡大支援					新規/継続	新規
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		50,500 円 ×		26	×	1.0	=	1,313,000 円
		円 ×			×		=	0 円
		円 ×			×		=	0 円
	(小計)							
計 1,313,000 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)							
	①市町村等補助		円		交付市町村等			
	②受益者負担		350,000 円		負担金の積算		出展費 30,000円×4社、 20,000円×8社、 5,000円×14社	
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携		(c)市町村連携		(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)	
1,313,000 円 ×			0.75 =			963,000 円 ( 350,000 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割 (配分の考え方)		
				円				
				円				
				円				
				円				

【備考】



事業名		事業承継相談デスク		新規/継続	継続
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>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、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。</p> <p>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、事業承継の準備が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。</p>			
	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	週2日（火・金曜日）、事業承継相談デスクを開設し、事業承継実務に詳しい専門家が相談対応にあっている。本商工会議所支部、府内商工会議所などからあがってくる事業承継診断ヒアリングシートに関しての相談対応がメイン。10月末までに53社の相談対応を行った。			
	反省点	事業承継診断ヒアリングシートで、事業承継相談デスクでの相談を希望する、どちらでもよい、と回答した企業に面談アポイントの電話をしていた。電話してみると、やはり、相談対応は不要との回答もあり、非効率であった。			
具体的な実施内容・手法	人材育成型	事業承継相談デスクを大阪商工会議所内に設置・運営する。			
	人材交流型	4月～3月にかけて、事業承継に詳しい専門家等を配置、大阪府内の商工会議所等の経営指導員が作成した事業承継診断ヒアリングシートを回収し、それをもとに相談対応を行うのがメイン。事業承継相談の総合窓口として、親族・従業員承継など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、専門家との連携などを行う。			
	販路開拓型	事業承継診断ヒアリングシートを修正し、事業承継相談デスクへの相談企業の有無については、どちらでもよいという回答項目は削除する。			
	ハズ 〇型	事業承継相談デスクへの橋渡しを行った経営指導員には相談時の同席を依頼するなどして、支援先の課題について情報共有する。			
	〇 独自提案型	事業承継相談デスクへの橋渡しを行った経営指導員には相談時の同席を依頼するなどして、支援先の課題について情報共有する。			
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"> <li>大阪府内の商工会議所等の経営指導員が作成した事業承継診断ヒアリングシートを回収、「事業承継相談デスクでの相談を希望する」とした中小企業、小規模事業者の相談対応を行う。</li> <li>事業承継相談デスクを広くPRし、相談対応を受け付ける。</li> <li>電話での相談対応を10社行う（電話連絡の結果、面談での相談対応になったものを含む）。</li> </ul>		
		47 社			
	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、これまでより、事業承継を意識するようになる。			
	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	70%	
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		事業承継相談デスク					新規/継続	継続	
		サービス単価		支援対象数		係数		標準事業費	
算定基準		200,000	円 ×	37	×	1.0	=	7,400,000	円
		10,000	円 ×	10	×	1.0	=	100,000	円
									円
	(小計)								7,500,000
		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 (基準どおりの場合不要)	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 (「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】

## 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	1,600	25,000	40,000,000	
支援機関等へのつなぎ	50	10,000	500,000	
金融支援（紹介型）	100	30,000	3,000,000	
金融支援（経営指導型）	900	40,000	36,000,000	
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	490	20,000	9,800,000	
記帳支援	12	25,000	300,000	
労務支援	5	20,000	100,000	
人材育成計画作成支援	2	20,000	40,000	
マーケティング力向上支援	20	20,000	400,000	
販路開拓支援	180	20,000	3,600,000	
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	10	20,000	200,000	
コスト削減計画作成支援	10	20,000	200,000	
財務分析支援	600	10,000	6,000,000	
5S支援	2	10,000	20,000	
IT化支援	20	20,000	400,000	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
事業承継支援	50	20,000	1,000,000	
災害時対応支援	0	5,000	0	
結果報告	1,600	10,000	16,000,000	
小 計	—		145,860,000	145,860,000

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）	1,008	24,192,000	
専門相談（派遣）	314	7,536,000	
支部専門相談（派遣）	72	1,728,000	
決算申告指導	60	1,440,000	
小 計	1,454	34,896,000	34,896,000

III 地域活性化事業		
小 計	算 定 基 準	補助金額
		別紙事業調書のとおり

IV 商工会等支援事業		
小 計	算 定 基 準	補助金額
		別紙事業調書のとおり

V 合計		
合 計		補助金額