

平成31年度
事業実績報告書

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 大阪府大阪市中央区本町橋2番8号		
	担当者	職・氏名	中小企業振興部次長兼経営相談室課長 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）		215人（83人）		
③所管地域		大阪府大阪市		
④管内事業所数		179,252（総務省「平成28年経済センサスー活動調査」）		
⑤管内小規模事業者数		113,699（総務省「平成28年経済センサスー活動調査」）		
⑥会員数（組織率）		29,803（16.6%）		
□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 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>				

大阪商工会議所

(1) 事業の目標

中小企業の成長分野参入の支援やビジネス環境の整備に重きを置き、以下の目標に取り組んだ。

＜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きたことから、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。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

○5支部および経営相談室に配置した経営指導員が、それぞれの事業者の課題を分析したうえで、その解決に向けた効果的な支援を提案・実行した。新規支援先の開拓にあたっては、管内事業者を訪問するとともに、事業者がセミナー・交流会などの地域活性化事業への参加の際に経営相談支援のニーズをたずねたほか、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金など国の施策利用に関する相談などを端緒として、経営相談支援事業や専門相談支援事業の利用を勧奨するなどした。

○新型コロナウイルスの感染拡大により事業者が深刻な影響を受け始めたことから、1月29日に「新型コロナウイルスに関する経営相談窓口」を設置し、金融相談支援や国・自治体の支援施策に関する情報提供などを行った（3月の土・日曜日、祝日には電話相談も実施）。

○事業承継支援については、平成30年度に引き続き、経営指導員が主として60歳以上の経営者と面会し、「事業承継診断ヒアリングシート」などで事業承継に関する現状と課題を把握し、必要に応じて情報を提供するとともに、「事業承継相談デスク」での専門家による支援・助言につないだ。

○地域活性化事業においては、中小企業・小規模事業者の取引拡大のため、大手小売業などとの商談会「買いませ！売れ筋商品発掘市」や大阪府内の中小企業を対象とした多業種型展示商談会「大阪勧業展」、海外バイヤーらとの商談会などを引き続き実施したほか、インバウンドや新規顧客の取り込みや生産性向上を支援するための「キャッシュレス化支援事業」を行った。また、成長分野への参入や先端技術を活用した新ビジネスの創出を促進するため、「ブロックチェーンを活用した新ビジネス創出事業」や「新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援」「観光産業への新規参入・販路拡大支援」を新たに実施したほか、「第4次産業革命分野における新規事業創出促進事業」や「医療機器産業事業化促進事業」などを継続して実施した。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

○経営相談支援事業は、2,189事業所に対してのべ3,086件の支援を行った。うち、「金融支援（経営指導型）」1,133件、「事業計画作成支援」749件、「財務分析支援」487件、「事業承継支援」148件などを行い、各事業所の経営基盤強化を図った。

○地域活性化事業では、「大阪勧業展」に368企業・団体が出展し、2,883件の商談が行われ、実施3カ月後の追跡調査では成立した商談は381件、金額ベースで1億8,389万円であった。また、「買いませ！売れ筋商品発掘市」では、売り手の中小製造・卸売業者と買い手の大手流通業者の間で商談が5,760件行われ、「商談継続・成約可能性あり」の件数は1,238件にのぼった。さらに、中小ものづくり企業（町工場）同士の取引拡大を図る「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」を5回開催し、「取引につながった」「取引につながる可能性あり」との回答はのべ333件であった。大手・中堅メーカーなどと町工場のマッチング事業「ものづくり加工商談会2019」では、成約の可能性が高い商談はのべ18件あった。その他の事業も含め、中小企業・小規模事業者の取引拡大を行った。

（４）事業を実施した結果浮かび上がった課題

○新型コロナウイルスの感染拡大とその防止のために、年度終盤、セミナーや交流会、商談会などの地域活性化事業の中止が相次いだ。感染が一層拡大し、収束の見通しが立たない中、集合形式の事業の準備・実施は難しく、Webの活用などを進めていかなければならない。一方で、資金繰りや融資などに関する相談が増加しており、こうした個社支援の要請の高まりに応えていかなければならない。

○取引拡大を支援する事業（商談会など）について、引き続き新たな売り込み先の発掘に努め、中小企業・小規模事業者の参加意欲を喚起し、事業の活性化を図っていかなければならない。また、新たな売り込み先の発掘にあたっては、大阪・関西域外からの需要の取り込みにも力点を置く。

○人手不足や生産性向上に対応しなければならない中小企業・小規模事業者に対して、啓発的なセミナーだけでなく、ITツールの導入などの具体的なサポートを行い、実効性を高めていく必要がある。

○事業承継支援については、その対象となる母集団の絶対的な大きさから、引き続き支援先の発掘に注力していかなければならない。

（５）来年度への取り組み

新型コロナウイルスの感染拡大により影響を受けている中小・小規模事業者の経営支援に注力するとともに、以下について取り組む。

＜経営力の強化＞ 大阪市内に5支部を設置し、経営指導員が地域に密着して経営課題の解決や経営力の強化に向けた個社支援（経営相談支援事業）を行う。より高度かつ専門的な経営課題の解決の支援にあたっては、経営指導員が専門家とともに伴走型支援を行うほか、専門家の窓口相談や訪問派遣などを実施する（専門相談支援事業）。さらに、税務・会計や人事・労務、企業法務、販路開拓などの経営実務や産業・経済の動向に関するセミナー・講習会などを開催し、経営力の強化に向けた集団指導を行う。

＜新ビジネスの創出＞ 「2025大阪・関西万博」の開催とその後の地域経済の成長をめざして新ビジネスの創出・育成を図る。社会課題解決ビジネスに資する先端技術を活用した実証事業や、AI、IoT、ロボティクス、ブロックチェーンなどの第4次産業革命技術の活用などを通じた新ビジネスの創出を図るとともに、ライフサイエンス・ヘルスケア産業など成長分野への参入を促進する。

＜販路の拡大＞ 大手流通業との商談会や多業種型総合展示商談会、地元製品の体験型販売促進イベントなどを実施し、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、海外ビジネスを支援・促進する。加えて、D2C（Direct to Consumer）やクラウドファンディングなどの手法を活用したビジネスの拡大を支援する。

＜ものづくりの振興＞ 先端技術やデザインの活用などを促進し、高機能、高性能、高付加価値の製品づくりを支援する。また、大企業と中小企業・小規模事業者の連携による技術開発や製品化・事業化（オープンイノベーション）を支援するためのマッチング事業を実施する。さらに、管内に集積する金属加工・機械関連の中小ものづくり企業の協業ネットワークの拡充や取引拡大のための交流会、商談会などを実施する。

＜商店街の活性化と地域のにぎわい創出＞ 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。また、インバウンドを増進するため、訪日外国人客に向けた商店街、個店、地域の情報発信や集客ツールの提供、商品開発の支援などを行う。

＜生産性の向上＞ 人手不足や経営者・従業員の高齢化、低い収益性などの問題に当面する中小企業・小規模事業者の生産性向上や業務効率化に向けたITの導入・利活用を促進するため、経営指導員の個別ヒアリングによる動機づけや専門家による導入サポート、啓発セミナー・相談事業などを実施する。また、産業別のアプローチとして、製造業には現場カイゼンやIoT、ロボットの利活用などを、商業・サービス業にはマーケティングやサービス提供のプロセス改善などを通じた生産性向上を支援する。

＜事業継続力の強化＞ 事業継続力強化支援計画に基づき、管内中小企業・小規模事業者の経営の強靱化（災害や感染症への対応力の強化）を図る。災害や感染症に対する日頃の備えや発災時の事業継続計画（BCP）などを啓発するセミナーやBCP策定のワークショップを開催するとともに、経営相談支援事業などを通じてBCPや事業継続力強化計画の策定を支援する。

＜人材の確保＞ 中小企業・小規模事業者にとって人手不足は深刻な問題であり、新規卒業者・若手人材や外国人留学生の採用、女性労働力の発掘・育成・定着、高齢者の活用などに関するセミナーや情報交換会を開催することなどにより人材の確保を支援する。また、「働き方改革」への対応とあわせた人材の活用・定着に関するセミナーなども実施する。

＜円滑な事業承継＞ 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。

大阪商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

経営指導員が地域に密着し、個々の事業者が当面する課題を分析し、その解決に向けて伴走型支援を行った。10月の消費増税と軽減税率導入にあたっては、事業者が円滑に対応できるよう情報の提供や相談に応じた。また、「事業承継支援」については、昨年度に引き続き、経営者が当面する事業承継の課題を整理・把握するための「事業承継診断ヒアリングシート」の作成や課題解決のための情報提供を行うとともに、必要に応じて本商工会議所内に設置した「事業承継相談デスク」へつないで専門スタッフによる助言やサポートを提供した。さらに、1月29日から「新型コロナウイルスに関する経営相談窓口」を設置し、事業者の影響状況や相談内容を把握したうえで、国や大阪府の支援施策などの情報を提供した。資金繰りに苦慮する事業者に対しては、既存の小規模事業者経営改善資金（マル経融資）や新設された新型コロナウイルス対策マル経融資の推薦、金融機関への紹介などを行った。

<代表事例①：店舗移転と新事業のための借り入れ実現>

ネイルサロン、美容サロン、再生美容商材の販売をしているが、入居するビルに飲食店（ラーメン店、焼肉店など）が増えて事業にそぐわない環境になった。現在の事業だけでは業況は頭打ちの状態にあり、店舗移転と新事業（結婚相談所）の展開に必要な資金を必要とした。借入希望金額と前期業績を見るとマル経融資の推薦は難しく、普通貸付（希望1000万円）の申し込みとなった。同じ区内の結婚相談所の事業実績を入手するなど、本人とともに日本政策金融公庫と数次の調整・相談を行った結果、普通貸付800万円（設備資金500万円、運転資金300万円）が実行され、店舗の移転と美容サロンに結婚相談所を併設することが実現した。

<代表事例②：自社の価値向上と持続的発展を求めて事業計画書を策定>

経営革新計画の認定を受けているFAシステム機械製造業者は、自社の価値向上を図るため、健康経営優良法人認定を希望するとともに、事業計画を策定して持続的な事業発展をめざすことにした。同社の健康経営認定に関する適合状況説明書の作成に協力するとともに、業界分析（5フォース）、SWOT、バリューチェーン分析を実施するなどして、代表者方針と数値計画を記載した事業計画書の策定を支援した。また、人事評価・賃金制度を約10年ぶりに見直すことにし、エキスパート（専門家）派遣（計5回）を活用した労務支援を行った。同社は健康経営優良法人2020（中小企業法人部門）に認定された。

<代表事例③：自己資金が少ない中でレストランの開業を支援>

イタリアンレストランの独立開業に向けた融資の相談を受ける。日本政策金融公庫の創業計画書の記入要領と、創業の手引きに沿って各種届出、記帳、確定申告などを説明し、月々の光熱費、厨房機器代、工事費などの見積りを揃えることから助言した。必要とするものはほぼ設備資金と言ってよいため、同公庫の生活衛生改善貸付設備資金を申し込むこととし、資金調達方法から客単価、回転率の算出根拠、集客方法などの検討を加え、創業計画書のブラッシュアップを行っていった。結果、無事、融資が実行され、自己資金が少なくても円滑に早期の開業へ道を拓くことができた。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	1,800	2,189	121.6%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	40	33	82.5%	4
金融支援（紹介型）	支援数	80	121	151.3%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	970	1,133	116.8%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	5	7	140.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	320	271	84.7%	4
記帳支援	事業所	5	9	180.0%	5
労務支援	支援数	5	11	220.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	0	0	—	—
マーケティング力向上支援	事業所	10	12	120.0%	5
販路開拓支援	支援数	70	75	107.1%	5
事業計画作成支援	支援数	600	749	124.8%	5
創業支援	事業所	5	12	240.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	5	4	80.0%	4
コスト削減計画作成支援	事業所	5	3	60.0%	3
財務分析支援	事業所	510	487	95.5%	4
5S支援	事業所	0	0	—	—
IT化支援	事業所	10	11	110.0%	5
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	—	—
事業承継支援	事業所	120	148	123.3%	5
災害時対応支援	事業所	60	122	203.3%	5
結果報告	事業所	1,800	2,177	120.9%	5

Ⅱ 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

大商ニュース、メール配信、ホームページ、事業紹介チラシの会報紙封入や支部の経営指導員等による紹介等を通じて各種専門相談事業を幅広く案内した。『専門相談』においては、弁護士、社会保険労務士、税理士等の有資格者などを活用し、事業者の専門的な経営課題の解決を支援した。本商工会議所経営相談室にて相談窓口を常設し、面談・電話で相談に対応した。また、支部経営指導員と連携し、専門的な知識が必要になった案件に専門相談で対応した。専門相談全体で延べ1,833件の相談があり、満足度96.4点（100点満点）の評価を得た。経営革新計画は6件承認取得、企業OB活用相談における契約件数は9件となった。

『アドバイザー派遣事業』では、専門家を製造業や卸・小売業などへ延べ122回派遣し、生産管理、技術、情報化、経営戦略などの指導を行った。その結果、アンケート回答では「新たなマーケティングに取り組み顧客獲得や困り込みへの効果があった」「5S活動の推進により業務改善と社員の意識改革ができた」などの声が寄せられ、満足度95.0点（100点満点）の評価を得た。

『エキスパートバンク事業』では、専門家を延べ309回派遣し、経営戦略、事業計画策定支援、マーケティング支援、販路開拓、IT、労務対策など実務的課題の解決に貢献した。その結果、全体で満足度95.3点（100点満点）の評価を得た。

税務申告時期にあわせて5支部において申告指導を実施し、173人の相談を受け付けた。また、通年で税務相談（支部専門相談/派遣）を行い、72件の相談を受け付けた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
専門相談（窓口）	継続	相談件数	1日1件以上	1.93	193.0%	5
専門相談（派遣）	継続	派遣回数	300回	309	103.0%	5
支部専門相談（派遣）	継続	事業が役立ったと回答した事業者の割合	80%	100.0%	125.0%	5
決算申告指導	継続	事業が役立ったと回答した事業者の割合	80%	99.4%	124.3%	5

大阪商工会議所

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

＜販路拡大の支援＞ 製造業や卸売業の中小企業が大手流通業のバイヤーに直接商材を売り込む「買いませ！売れ筋商品発掘市」では、のべ5,760件の商談が行われ、うち1,238件が「商談継続・成約の可能あり」となった。また、中小企業による多業種型総合展示商談会「大阪勤業展」には368社・団体が出展し、会期中のべ2,686件の商談が行われ、381件（金額ベースで1億8,389万円）の成約があった。さらに、海外への販路開拓を支援するため、各国・地域の市場情報などを提供するセミナーや相談事業を実施するとともに、海外バイヤーなどとの商談会を開催し、のべ347件の商談が行われた。

＜新ビジネス創出の支援＞ 2025年大阪・関西万博の開催に向けてスマートシティ実装を推し進め、先端技術を活用した実証事業の促進と社会課題解決ビジネスの創出を促すためのセミナーや、ブロックチェーンを活用した新ビジネス創出を促進するためのミートアップを開催した。また、大手メーカーの技術ニーズと技術力のある中小企業をマッチングし、オープンイノベーションを創出するための「MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム」では105社の面談をアレンジし、うち99社が協業に向けて検討を進めている。

＜インバウンドの増進＞ “大阪らしい料理・デザート”をテーマにしたコンテスト「第10回食の都・大阪グランプリ」や「大阪割烹体験2020」などを開催し、食の都・大阪の魅力をアピールした。また、ミナミや西部エリアの情報を外国人旅行者に発信するなど、来街者の増加を図った。さらに、小売・サービス業を対象に外国人旅行者の利便性が高いキャッシュレス決済の導入を促進するためのセミナーや導入を実現するためのキャッシュレス決済事業者との個別相談を実施した。加えて、「ツーリズムEXPOジャパン2019 大阪・関西」の開催にあたって、観光産業への参入を図る17社に出展の支援をした。

＜製品の高付加価値化＞ 中小製造業者の技術力向上を支援するため、大阪産業技術研究所や大阪府内の大学の技術シーズの発表会を3回開催した。また、「大阪商工会議所デザイン活用研究会」を4回にわたって開催し、中小企業がデザイン力を強化して自社ブランドの売れ筋商品を開発するのを支援した。

＜地域商店街の活性化＞ 阿倍野、天王寺、生野、西、西成、東淀川区などの商店街で集客イベントを実施・協力するとともに、100円商店街を23カ所でのべ48回開催し、地元商店街の活性化をサポートした。

＜町工場ネットワークの構築＞ 中小ものづくり企業（町工場）同士の協業と取引拡大を支援するための「ものづくり加工ネットワーク強化交流会」を5回開催し、のべ2,753件の面談が行われ、「取引につながった」「取引につながる可能性あり」が333件を数えた。また、大手・中堅企業からの受注拡大を目的とした「ものづくり加工商談会」では87件の商談が行われた。

＜人手不足対応と生産性向上＞ 人手不足や採用に苦慮する中小企業を対象に、大学等との就職情報交換会、外国人留学生を対象とした合同説明会、外国人材採用セミナー、新卒採用を成功させるためのセミナーなどを開催した。また、女性や高齢者の活用・活躍を支援するセミナーやシンポジウムなども実施した。さらには、生産性向上に向けてITやロボットの導入を促進するセミナーを開催した。

(1) 単独事業

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
○	中小企業のためのデザイン活用促進事業 (No.1)	128	177.0	138.3%	90	研究会で得た知識や情報が商品企画・開発や販売促進に役立つと回答した割合	80%	95.5%	119.4%	5
						大阪府産業デザインセンター(OIDC)の個別相談につながった事業者数	8	18	225.0%	5
○	開業サポート事業 (No.2)	100	117.0	117.0%	89	セミナーで役立つ知識を得たと回答した割合	80%	97.4%	121.8%	5
		30	32.0	106.7%	92	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	80%	81.3%	101.6%	5
		2	2.0	100.0%	100	個別支援により事業計画を作成した社数	2	2	100.0%	5

○	モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』(No.3)	75	84.0	112.0%	93	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	80%	100.0%	125.0%	5
		30	31.0	103.3%	94	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	20	31	155.0%	5
						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）	5	27	540.0%	5
○	BCP支援事業(No.4)	70	91.5	130.7%	89	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	80%	97.6%	122.0%	5
		50	131.0	262.0%	88	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	80%	96.0%	120.0%	5
○	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)	200	283.0	141.5%	68	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	70%	56.2%	80.3%	4
	中小企業の体質改善強化支援事業(No.6)	2642	3510.5	132.9%	91	講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを、今後の経営改善や経営力向上に役立てると回答した割合	90%	98.5%	109.4%	5
						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%	7.6%	76.0%	3

西部エリア Amon (えーもん) 市 (No.7)	12	19.0	158.3%	92	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	70%	89.5%	127.9%	5
	25	43.0	172.0%	89	個店：商品・店舗のPR・改善・開発、売上・顧客の増加、他との連携などにつながったとの回答割合	70%	86.0%	122.9%	5
インバウンドによる買い物消費支援事業 (No.8)	15	19.0	126.7%	73	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合	70%	43.5%	62.1%	3
	3	4.0	133.3%	85					
大阪市北部地域における商店街活性化支援事業 (No.9)	5	6.0	120.0%	97	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	3	5	166.7%	5
ライブ・エンターテインメントの街 ミナミ活性化事業 (No.10)	8	8.0	100.0%	88	商店街へのアンケートで「事業が商店街の来街者の増加・売上向上に（やや役立った）（役立った）」と評価した割合	80%	87.5%	109.4%	5
『ハロウィン、どこ生野』商店街にぎわい創出事業 (No.11)	4	4.0	100.0%	100	アンケートにおいて「来場者が増えた」とする回答の割合	70%	100.0%	142.9%	5
地域ブランド推進事業 (No.12)	55	61.0	110.9%	93	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	70%	94.3%	134.7%	5
	5	9.0	180.0%	80					

(2) 広域事業（幹事事業のみ）

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度（点）	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
○	キャッシュレス化支援事業 (No.13)	60	74.0	123.3%	87	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	80%	93.5%	116.9%	5
		100	291.0	291.0%	88	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てると回答した割合	80%	96.6%	120.8%	5
		15	65.0	433.3%	92	マッチング・相談件数	20	133	665.0%	5

○	ブロックチェーンを活用した新ビジネス創出事業 (No.14)	120	161.5	134.6%	87	「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	70%	100.0%	142.9%	5
○	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)	50	57.0	114.0%	91	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	70%	98.1%	140.1%	5
○	海外市場開拓支援事業 (No.16)	60	31.0	51.7%	93	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	75%	98.0%	130.7%	5
		350	451.5	129.0%	90	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	75%	95.0%	126.7%	5
		5	16.0	320.0%	74	海外バイヤー等との商談件数	180	347	192.8%	5
		10	18.0	180.0%	91					
		35	25.0	71.4%	95					
		10	78.0	780.0%	91					
		80	112.5	140.6%	93					
		100	130.0	130.0%	92					
		10	17.0	170.0%	95					
		60	185.5	309.2%	88					
		240	339.0	141.3%	94					
		40	49.0	122.5%	91					
		35	66.0	188.6%	89					
		○	地域金融支援ネットワーク推進事業 (No.17)	160	216.0	135.0%	88	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	80%	89.1%
135	137.0			101.5%	89	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	80%	97.3%	121.6%	5
115	175.0			152.2%	89	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	80%	94.3%	117.9%	5
280	397.0			141.8%	89					

○	MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム (No.18)	610	595.5	97.6%	84	当該事業は自社技術の用途開発を検討するうえで参考になったと回答した割合	70%	94.3%	134.7%	5
		110	112.0	101.8%	93	商談マッチング(引き合わせ)数	20	105	525.0%	5
						商談マッチング(引き合わせ)数	10	7	70.0%	3
○	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)	210	307.0	146.2%	85	得た知識を今後の製品や技術の開発に役立てると回答した割合	70%	89.6%	128.0%	5
○	大阪・関西IoT活用推進フォーラム (No.20)	270	224.0	83.0%	89	アンケートでIoTの活用にさらに努めたいと回答した割合	70%	95.8%	136.9%	5
○	環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー (No.21)	165	203.5	123.3%	85	当該事業で得た知識などを自社の課題解決や新事業の展開などに役立てると回答した割合	80%	94.4%	118.0%	5
○	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)	140	139.0	99.3%	84	各回のアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合	75%	88.1%	117.4%	5
○	水ビジネスの企業連携・海外展開支援事業 (No.23)	120	122.5	102.1%	85	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	80%	98.3%	122.9%	5
○	医療機器産業事業化促進事業 (No.24)	70	93.0	132.9%	85	セミナーで得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の事業運営・経営に役立てると回答した割合	70%	94.8%	135.4%	5
		6	5.0	83.3%	80	今後の販路開拓に効果があったとする割合	70%	100.0%	142.9%	5
○	中小企業の新規学卒者人材確保支援事業 (No.25)	50	69.5	139.0%	94	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	80%	98.5%	123.1%	5
		160	190.0	118.8%	90	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	80%	96.3%	120.4%	5

○	成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業（No.26）	120	198.0	165.0%	90	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	80%	93.1%	116.4%	5
		40	172.5	431.3%	94	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	80%	92.8%	116.0%	5
		10	89.0	890.0%	96	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	8	83	1037.5%	5
○	中小企業に対する高年齢者雇用サポート事業（No.27）	140	199	142.1%	92	セミナーで得た知識を、自社の今後の労働環境や処遇の見直しなど労務改善につなげる・役立てると回答した割合	85%	100.0%	117.6%	5
○	中小企業のための外国人材採用支援事業（No.28）	50	130.0	260.0%	89	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」と回答した割合	80%	95.9%	119.9%	5
		30	34.0	113.3%	90	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	70%	87.5%	125.0%	5
○	中小企業の若年者人材確保支援事業（No.29）	70	68.0	97.1%	81	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	70%	84.6%	120.9%	5
		30	81.5	271.7%	77					
○	大阪クリエイティブフェア（No.30）	24	21.0	87.5%	80	売上合計（万円）	450	538	119.6%	5
		1400	2,756.0	196.9%	80	商品購入件数(人)	1400	2756	196.9%	5

○	クラウドファンディング活用サポート事業 (No.31)	40	50.5	126.3%	91	<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	90%	100.0%	111.1%	5
		8	11.0	137.5%	95	<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	90%	100.0%	111.1%	5
○	経営革新関係事業 (No.32)	55	57.5	104.5%	84	大阪府への経営革新計画の申請紹介件数(年間)	5社	6社	120.0%	5
	中小企業のためのビジネス講演会 (No.33)	700	821.5	117.4%	93	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	90%	95.8%	106.4%	5
		1200	1,295.5	108.0%	88					
		830	1,161.0	139.9%	92					
	大阪勧業展 (No.34)	300	355	118.3%	77	商談件数	2,600	2,686	103.3%	5
						名刺交換数	20,000	19,938	99.7%	4
	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)	10	6.0	60.0%	90	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	70%	100.0%	142.9%	5
		20	23.0	115.0%	86	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	80%	95.7%	119.6%	5
		30	21.5	71.7%	85	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	80%	95.2%	119.0%	5
	小規模事業再生サポートセンター事業 (No.36)	120	171.0	142.5%	96	「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」	30	35	116.7%	5
		55	63.0	114.5%	98					
	買いませ！売れ筋商品発掘市 (No.37)	242	251.0	103.7%	80	全商談件数(府外企業も含む)	6,000	5,760	96.0%	4

町工場ネットワーク の構築事業 (No.38)	80	17.0	21.3%	94	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	80%	100.0%	125.0%	5
	80	80.0	100.0%	97	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	80%	100.0%	125.0%	5
	30	42.0	140.0%	92	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	80%	98.2%	122.8%	5
	30	31.0	103.3%	92	商談件数	80	87	108.8%	5
	45	86.0	191.1%	92					
	30	46.0	153.3%	92					
	50	38.0	76.0%	90					
ザ・ベストバイヤー ズ (No.39)	160	138.0	86.3%	94	全商談件数	260	249	95.8%	4
					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	80%	78.3%	97.9%	4
販路・取引先開拓 マッチング事業 (No.40)	220	225.0	102.3%	98	販路開拓に向けた 情報提供やマーケ ティング支援、仕 入先などの紹介を 行ってマッチング につなげた件数	90	103	114.4%	5
大阪ファッション産 業振興フォーラム (No.41)	180	201.5	111.9%	92	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	70%	97.2%	138.8%	4
	9	8.0	88.9%	85	新ビジネス開発に 向けた連携に参画 した企業数	9	8	88.9%	4

大阪食彩ブランド事業 (No.42)	10	12.0	120.0%	100	「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後の新メニュー開発・人材育成に立ちそうであると回答した割合	70%	100.0%	142.9%	5
	2	4.0	200.0%	95	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	70%	81.9%	117.0%	5
	4	4.0	100.0%	93	開業の参考となる情報やノウハウの習得、人脈拡大につながったと回答した割合	70%	81.8%	116.9%	5
	40	59.0	147.5%	52					
	20	11.0	55.0%	95					
専門家連携型経営相談 交流会 (No.43)	55	58.0	105.5%	81	「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	10	6	60.0%	3
中小企業の生産性向上支援事業 (No.44)	100	139.0	139.0%	93	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	70%	99.6%	142.3%	5

	ファッショントレンドセミナー (No.45)	80	146.0	182.5%	94	参加者アンケートにおいて商品政策の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合	70%	91.1%	130.1%	5
	M&A市場 (No.46)	80	97.5	121.9%	86	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、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	85%	95.8%	112.7%	5
	観光産業への新規参入・販路拡大支援 (No.47)	26	17.0	65.4%	66	バイヤーなどとの商談件数	52	272	523.1%	5

大阪商工会議所

事業名		中小企業のためのデザイン活用促進事業						
想定する実施期間		2018 年度～ 年度まで ※複数年度段階の実施事業は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						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「大阪商工会議所デザイン活用研究会」(全4回)を実施。</p> <p><コーディネーター> 有限会社セメントプロデュースデザイン 代表取締役社長 金谷 勉 氏</p> <p><各回の次第>(1)講演、(2)グループワーク、(3)交流会/OIDC個別デザイン相談</p> <p>【第1回】9月12日 「再生力×デザインカ」 支援企業数：53社 株式会社我戸幹男商店 代表取締役 我戸 正幸 氏(石川県：山中漆器)</p> <p>【第2回】10月4日 「企画力×デザインカ」 支援企業数：35社 みどり製菓株式会社 専務取締役 翠 大輔 氏(大阪市：半生菓子) 柏原加工紙株式会社 teshio事業部 矢本 章子 氏(兵庫県丹波市：紙製品)</p> <p>【第3回】11月1日 「実行力×デザインカ」 支援企業数：43社 株式会社マルサ斉藤ゴム 代表取締役 斉藤 靖之 氏(東京都墨田区：風船)</p> <p>【第4回】12月6日 「復活力×デザインカ」 支援企業数：46社 IKEUCHI ORGANIC株式会社 代表 池内 計司 氏(愛媛県今治市：タオル)</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>						
	①府施策連携	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) 本事業は、大阪府産業デザインセンター(OIDC)と連携して実施した。						
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	128	支援企業数(実績)	177.0	支援実績率	138.3%	満足度	90
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>各回のテーマに沿った講演で企業事例を紹介するとともに、課題に対するグループワーク・発表等を行った。その結果、「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」と回答した割合は95.5%に及んだ。大阪府産業デザインセンター(OIDC)による個別デザイン相談には18社が参加、うち4社が継続相談を実施し、2社で取り組みが継続している。</p> <p>【第1回】参加53社、満足度86.4P、指標90.6%、OIDC個別デザイン相談9社 【第2回】参加35社、満足度93.7P、指標100.0%、OIDC個別デザイン相談3社 【第3回】参加43社、満足度95.3P、指標97.7%、OIDC個別デザイン相談0社 (「OIDC個別デザイン相談」の設定なし) 【第4回】参加46社、満足度86.9P、指標95.7%、OIDC個別デザイン相談6社</p>						
	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 %	実績数値	95.5 %	目標達成度	119.4%		
	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	実績数値	18 社	目標達成度	225.0%		

大阪商工会議所

事業名		開業サポート事業					
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は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					
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】<創業セミナーの開催> 7月20日「創業がイチからよくわかるセミナー」 中小企業診断士・永井俊二氏ほか(参加56者、支援対象56者) 8月27日 株式会社きちりホールディングス・平川昌紀社長の講演ほか(参加64者：支援対象61者)</p> <p>【人材交流型】 <大商開業スクール2019>9月28日～11月2日、毎週土曜日全5回(参加32者) 第1日(9月28日) 経営理念と経営戦略、組織と人材育成、マーケティングの基礎、先輩起業家の体験談、交流会 第2日(10月5日) マーケティングの応用、ビジネスプランについて、会計知識と収支計画の立て方、創業時に必要な手続きと税金 第3日(10月19日) マイビジネスプラン・創業計画書の検証、創業資金調達のポイント、自社の収支計画を作成してみる 第4日(10月26日) 大阪の優れた起業家に学ぶ、ビジネスプラン・創業計画書、商品プレゼン等の見える化 第5日(11月2日) ビジネスプラン・創業計画書、商品プレゼン等のブラッシュアップ、大商の創業・経営支援、交流会</p> <p>【ハンズオン支援】 寄せられたビジネスプランの中から2者に対し、来年度の大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへの推薦を前提にブラッシュアップ支援を行なった。</p>					
		<p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td>大阪府商業サービス産業課新事業創造グループと連携(府施策事業：商9「起業家の育成、創業の促進」)し、金融機関等との地域金融支援ネットワークを通じて広く府内へ事業をPRした。金融面では府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」など公的融資へつなぐとともに、来年度の大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへの推薦を前提に事業計画ブラッシュアップの個別支援を実施した。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>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等事業として実施した。また、大阪市(大阪産業創造館)の協力を得て、大阪産業創造館のメール配信等で事業PRを行った。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>本事業参加中あるいは参加後の創業の個別相談について、希望に応じて本部および支部から連絡するなどしフォローアップを行って相談事業と連携した。</td> </tr> </table>	①府施策連携	大阪府商業サービス産業課新事業創造グループと連携(府施策事業：商9「起業家の育成、創業の促進」)し、金融機関等との地域金融支援ネットワークを通じて広く府内へ事業をPRした。金融面では府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」など公的融資へつなぐとともに、来年度の大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへの推薦を前提に事業計画ブラッシュアップの個別支援を実施した。	③市町村連携	大阪市の創業支援事業計画に参画し、大商開業スクールを特定創業支援等事業として実施した。また、大阪市(大阪産業創造館)の協力を得て、大阪産業創造館のメール配信等で事業PRを行った。	④相談相乗
①府施策連携	大阪府商業サービス産業課新事業創造グループと連携(府施策事業：商9「起業家の育成、創業の促進」)し、金融機関等との地域金融支援ネットワークを通じて広く府内へ事業をPRした。金融面では府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」など公的融資へつなぐとともに、来年度の大阪府グローイングアップビジネスプランコンテストへの推薦を前提に事業計画ブラッシュアップの個別支援を実施した。						
③市町村連携	大阪市の創業支援事業計画に参画し、大商開業スクールを特定創業支援等事業として実施した。また、大阪市(大阪産業創造館)の協力を得て、大阪産業創造館のメール配信等で事業PRを行った。						
④相談相乗	本事業参加中あるいは参加後の創業の個別相談について、希望に応じて本部および支部から連絡するなどしフォローアップを行って相談事業と連携した。						

事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	100	支援企業数(実績)	117.0	支援実績率	117.0%	満足度	89	
		支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	32.0	支援実績率	106.7%	満足度	92	
		支援企業数(計画)	2	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足度	100	
	目標の達成度 （支援企業をどう変化させることができたか）	<p>1) 創業セミナー2回の参加者のうち、セミナーに参加することで創業に役立つ知識を得たとする割合は97.4%であった。セミナー参加を通じ、10名が開業スクールに参加した。</p> <p>2) 開業スクール参加者のうち、81.3%が事業計画が参加前よりレベルアップしたとしている。飲食業、小売業、サービス業、情報サービス業で4名が開業した。</p> <p>3) 2者に対し事業計画をブラッシュアップするためのハンズオン支援を実施したところ、実現可能性を高めることができた、計画の具体化が進んだ、との回答を得た。</p>								
		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 %	実績数値	97.4 %	目標達成度	121.8%			
		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 %	実績数値	81.3 %	目標達成度	101.6%			
		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	実績数値	2 社	目標達成度	100.0%				
成果の代表事例	<p>A氏は支部経営指導員の勧めで創業セミナーと開業スクールを受講。開業スクールで講師のアドバイスのもと創業計画のブラッシュアップを図るとともに、受講後は経営指導員のサポートにより公庫創業融資を受け、5月末に開業する運びとなった。</p>									
実施結果	<p>課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）</p> <p>先輩創業者の講演では苦労話や失敗談、ピンチの乗り越え方などの話が欲しいとの意見が散見されたため、次回はそのような話も盛り込んでいただくよう依頼する。開業スクールにおいて営業活動と思しき行為が見られたため、次回から案内ツールに営業目的の受講は認めないことを明記し、実施中に営業活動と思われる行為があった場合の対応等について受講生に説明する。開業スクール受講からビジネスプランコンテスト推薦までの期間が長くなったことから、応募希望者の支援にあたってはモチベーション維持にも配慮する。</p>									

大阪商工会議所

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』																									
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで ※複数段階の実施事業は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>大阪府では『おおさかもものづくり優良企業賞』の表彰などにより中小製造業の販路開拓を応援しているが、受賞企業を含め中小製造業では、優れた技術や製品を生産しているにもかかわらず、日々の業務に忙殺され、また人材不足などの要因もあり、なかなかWEBサイトや動画などを活用したタイムリーな広報活動に手が回らないことが多い。</p> <p>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、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。</p>																									
	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																									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><3月>大阪府商工労働部中小企業支援室ものづくり支援課と事業の進め方、「匠」の募集を兼ねた工場見学会企画について協議。</p> <p><5月14日>前年度最優秀企業賞を獲得した不二精工(株)の工場見学会及び「匠」募集説明会を開催、21社が参加。</p> <p><6月>ものづくり支援課とセミナー詳細・動画掲載につき協議。</p> <p><7月>ものづくり支援課と講師選定した「情熱の学校」エサキヨシノリ氏とで、セミナー詳細につき協議。</p> <p><8月>日本技術者連盟 ものづくり企業プライベートEXPOに「OSAKA企業動画集 モノ技動画」コーナーに、支援対象先30社を目指し販路開拓用動画のアップを開始。</p> <p><10月9日>モノづくり企業の動画PR「準備編」を開催、31人が参加（於：北支部会議室）</p> <p><11月19日>モノづくり企業の動画PR「制作編」を開催、32人が参加（於：北支部会議室）</p> <p><12月>日本技術者連盟 ものづくり企業プライベートEXPOに「OSAKA企業動画集 モノ技動画」コーナーに今期累計31社の販路開拓用動画をアップ。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="8">大阪府施策（商20「ものづくり優良企業賞応募企業の発掘」）連携事業として実施。大阪府商工労働部中小企業支援室ものづくり支援課と連携し、支援企業の選定、周知・広報を行う。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="8">動画事業に参加された事業者さまに経営相談事業を行っていることを案内するとともに、現在経営相談を受けている支援先（製造業）に対して動画を利用した自社PRを支援する本事業を紹介した。</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府施策（商20「ものづくり優良企業賞応募企業の発掘」）連携事業として実施。大阪府商工労働部中小企業支援室ものづくり支援課と連携し、支援企業の選定、周知・広報を行う。								④相談相乗	動画事業に参加された事業者さまに経営相談事業を行っていることを案内するとともに、現在経営相談を受けている支援先（製造業）に対して動画を利用した自社PRを支援する本事業を紹介した。							
	①府施策連携	大阪府施策（商20「ものづくり優良企業賞応募企業の発掘」）連携事業として実施。大阪府商工労働部中小企業支援室ものづくり支援課と連携し、支援企業の選定、周知・広報を行う。																									
④相談相乗	動画事業に参加された事業者さまに経営相談事業を行っていることを案内するとともに、現在経営相談を受けている支援先（製造業）に対して動画を利用した自社PRを支援する本事業を紹介した。																										
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	75	支援企業数(実績)	84.0	支援実績率	112.0%	満足度	93																			
	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	31.0	支援実績率	103.3%	満足度	94																			
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○販路開拓のみでなく人材採用などにも活用できることに気づき、様々なタイプの動画を目的ごとにに応じて制作していくことが重要と、動画を利用して様々な見地から自社訴求を行うための認識が高まった。</p> <p>○動画はシーズ視点で作っても効果は非常に薄く、自社がターゲットとする顧客のニーズを踏まえた上で、自社の何をどのように伝えるかのコンセプトを明確にすることが重要と気付いた事業者が大変多かった。</p> <p>○多くの参加者が1年以内を目途に動画を作成したい意向を示した。</p> <p>○交流会では、他事業者さまと積極的に意見交換をし、他社の良い部分を自社に取り込もうとする事業者、名刺交換をしネットワークを広げようとする事業者も見受けられた。</p> <p>○モノづくり技術動画に特化したサイトに企業PR動画を掲載することで、効率的にPR機会が増え、企業の認知度が高まった。</p>																									

	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 %	実績数値	100 %	目標達成度	125.0%
	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	実績数値	31 社	目標達成度	155.0%
	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	実績数値	27 社	目標達成度	540.0%
	成果の代表事例	<p>ON社は、動画でのPRの可能性に気づき、今後はInstagram向けの1分動画や、ツイッターなどのSNSに適したショート動画などで自社の発信力を高めたいとの考えを持つに至った。</p> <p>OZ社は、大阪府の製造業向けの新たな動画サイトに自社の新工場案内動画を掲載したことを自社ホームページで紹介、第三者に認められた自社を演出することで自社のブランド価値を向上させ、販路開拓につなげることができた。</p>				
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>動画制作では、どのような視点でどのような動画を制作していくことが有効かというコア部分を組み立てた上で制作することが最も重要であり、そのことをモデル会社に当てはめてイメージを持っていただくためのセミナー・ワークショップ等を継続する。また、もう少し動画の編集実務を学びたい、成果物につなげたいという声もあり、動画を具体的に編集していくためのプログラムを今後の事業に取り入れる。</p> <p>動画掲載については、Youtubeチャンネルを利用するなど、これまで以上に動画の露出機会の増加を目指す。また1回投稿した動画でも、その時々業況に合わせて更新していくことが必要であり、そのブラッシュアップ方法をレクチャーするセミナー・ワークショップ等に誘導し支援する。</p>				

大阪商工会議所

事業名		BCP支援事業			
想定する実施期間		2012 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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）			
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【BCP策定支援】 10月10日「中小企業におけるBCP策定の推進に向けて」 支援企業数：49社 (講師：MS&ADインターリスク総研株式会社関西支店 災害・事業RMグループマネージャー・上席コンサルタント 小島 勝治氏) 2月18日「その時あなたは…サイバーリスク対策セミナー」 支援企業数：42.5社 (講師：東京海上日動リスクコンサルティング株式会社 ソリューション創造本部シニアマネージャー 杉浦 基紀氏)</p> <p>【サイバーセキュリティ】 12月4日「セキュリティ上絶対NGな『やっではイケナイ』をやってみよう」 支援企業数：131社 ①「やっではイケナイ」をやってみよう！講演&実演&質疑応答 (講師：サイオス株式会社 執行役員 セキュリティエバンジェリスト 面和毅氏) ②「サイバーセキュリティお助け隊(京阪神)」実証事業で実際に観測された中小企業(約100社)へのサイバー攻撃の実例紹介 (大阪商工会議所 経営情報センター 課長 古川 佳和) ③大阪府「企業防災の施策について」 (講師：大阪府危機管理室 防災企画課 地域支援グループ 副主査 岩本 麻奈氏)</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td>経営支援課経営革新グループと連携し、セミナーテーマの設定およびそれぞれがもつ広報媒体を活用して集客し、セミナープログラムのなかで大阪府の支援施策を紹介した。また、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策定を促した。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>セキュリティ対策相談の内容によって経営相談支援や専門相談支援と連携することとした。</td> </tr> </table>	①府施策連携	経営支援課経営革新グループと連携し、セミナーテーマの設定およびそれぞれがもつ広報媒体を活用して集客し、セミナープログラムのなかで大阪府の支援施策を紹介した。また、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策定を促した。	④相談相乗
①府施策連携	経営支援課経営革新グループと連携し、セミナーテーマの設定およびそれぞれがもつ広報媒体を活用して集客し、セミナープログラムのなかで大阪府の支援施策を紹介した。また、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策定を促した。				
④相談相乗	セキュリティ対策相談の内容によって経営相談支援や専門相談支援と連携することとした。				

計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	70	支援企業数(実績)	91.5	支援実績率	130.7%	満足度	89	
	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	131.0	支援実績率	262.0%	満足度	88	
事業の実績／目標達成度 目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	<p>【BCP策定支援】 各セミナーの「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」は100%、95.1%であり、いずれのセミナーでも参加事業者に自社の事業継続計画策定を一考するきっかけを提供し、危機管理への意識づけを行うことができた。</p> <p>【サイバーセキュリティ】 事業調書には「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」と掲げた。アンケート結果は、「本日得た情報や気づきをもとに、サイバーセキュリティに関する社員の意識改革やサイバーセキュリティ対策の立案・再検討もしくは具体的な行動を実践し、更なるセキュリティ向上を図りたい」が48人、「さらに関連する情報を集め、サイバーセキュリティに関する社員の意識改革やサイバーセキュリティ対策の立案・再検討もしくは具体的な行動につなげていきたい」が40人と、意識・知識の習得に加えて、その次のフェイズとしての対策立案・再検討・具体的な行動を図りたい(検討含む)と回答したのがのべ88人いたことから、目標は一定程度達成できた。</p>								
	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 %	実績数値	97.6 %	目標達成度	122.0%			
	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 %	実績数値	96.0 %	目標達成度	120.0%			
成果の代表事例	<p>【BCP策定支援】 「BCP策定、改善のために設備投資への補助金や節税などの話が聞けると幸い」「特に部内での意識を高める必要があると感じました」「これまで多くのBCPセミナーを受講したが、今までで一番良かった。策定の参考にしたい」「ウィルスに感染したときの行動をすべての従業員に伝える必要性を感じました」といったより積極的な取り組みを行おうとする事業者がみられた。</p> <p>【サイバーセキュリティ】 アンケートでは、サイバーセキュリティで一番大切なこととして、「最後は人(の意識)だと思った」「リテラシー教育」「常に攻撃を受けているという認識が大切」と回答した人が多く、技術やお金の前にできることが多々あることを啓発できた。また、テーマである「やっちはイケナイ」こと(スパムメールを開封するなど)を講師が動画などを使い実演したことで「どうなるかよく分かった」「ニセサイトの巧妙さに驚いた」「実際に画面上どうなるか見れたので理解が深まった」など、実演ならではの理解促進を図ることができた。さらに、「BCPの大切さが分かった」との声も少なくなく、中には「大阪府の帰宅困難ガイドラインの備蓄品を(自社の)BCPの中に入れたい」と具体的実践をめざす声もあった。</p>								
	実施結果 課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>【BCP策定支援】 BCPに関するセミナーは様々な機関で行われており参加者数が減少傾向にある。来年度はセミナーの内容のさらなる向上や、ワークなどセミナー以外の支援の企画も検討し、支援内容の充実を図る。</p> <p>【サイバーセキュリティ】 サイバーセキュリティ関係セミナーは、ベーシックな「底上げ」目的の総論型開催方法と、個別テーマを掘り下げる各論型開催方法があり、昨年度は主に前者、今年度は後者の開催とした。今回はとりわけエッジの効いた開催テーマであったこともあり、受講人数だけを見ると後者が圧倒的に多かったが、一方で「専門的すぎて分からなかった」といった声もあった。次年度は、両者を盛り込んだ2部制を計画する。また、大阪府によるBCP施策の説明のパートについては、大阪府担当部局の方針と緊密に連携し、セミナー会場で受講者が能動的に(ワーク形式など)簡易的な自社診断やBCP計画作成を行う手法なども検討する。</p>							

大阪商工会議所

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																																		
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで ※複数段階の実施事業は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																																		
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>1. 開催日：8月24日・25日</p> <p>2. 内容：</p> <p>(1) 体験プログラム81件、参加人数のべ6,352人 小学生を主な対象に、大阪府施策連携事業としてODCCと協働したコラボプログラムをはじめとする様々な体験プログラム(職業体験、ものづくり等)。</p> <p>(2) ステージプログラム ※8月25日(日)のみ 白バイ記念撮影(大阪府警 阿倍野警察署)、ラグビー体験(近鉄ライナーズ)、コーラスショー(大阪キリスト教短期大学)など計10プログラム。</p> <p>(3) 店舗紹介 ガイドブックに261軒の地元店舗を掲載。</p> <p>(4) 祝 世界遺産登録記念! 令和元年スペシャルW企画 ①あべの天王寺と「百舌鳥・古市古墳群」がつながる鉄道おもちゃのジオラマワールド：知育玩具「LaQ」で再現した古墳群とまちなみの間に鉄道おもちゃを走らせる企画展示。 ②古墳でワクワクスタンプラリー：エリア内5カ所(あべちか、あべのキューズモール、近鉄阿部野橋駅、天王寺ミオ、阪堺天王寺駅前停車場)をめぐるスタンプラリー。</p> <p>(5) 抽選会 体験プログラム参加者、ガイドブック掲載店舗利用者を対象とした抽選会。 総抽選回数 12,374回</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="8">ODCCと協働してコラボプログラムを実施したほか、デザイン・クリエイティブ系専門学校の学生の人材育成のため産学連携の取り組みを行った。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="8">地元である天王寺区と阿倍野区の区役所の後援を受け、広報紙への掲載、区内小学校でのチラシ配布等の広報について協力を得た。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="8">必要に応じて相談者に当事業への参加を呼び掛けた。また、当事業の参加事業者に対しては、販路拡大支援、融資や専門相談などの事業を紹介して相乗効果を狙った。</td> </tr> </table>								①府施策連携	ODCCと協働してコラボプログラムを実施したほか、デザイン・クリエイティブ系専門学校の学生の人材育成のため産学連携の取り組みを行った。								③市町村連携	地元である天王寺区と阿倍野区の区役所の後援を受け、広報紙への掲載、区内小学校でのチラシ配布等の広報について協力を得た。								④相談相乗	必要に応じて相談者に当事業への参加を呼び掛けた。また、当事業の参加事業者に対しては、販路拡大支援、融資や専門相談などの事業を紹介して相乗効果を狙った。							
	①府施策連携	ODCCと協働してコラボプログラムを実施したほか、デザイン・クリエイティブ系専門学校の学生の人材育成のため産学連携の取り組みを行った。																																		
	③市町村連携	地元である天王寺区と阿倍野区の区役所の後援を受け、広報紙への掲載、区内小学校でのチラシ配布等の広報について協力を得た。																																		
④相談相乗	必要に応じて相談者に当事業への参加を呼び掛けた。また、当事業の参加事業者に対しては、販路拡大支援、融資や専門相談などの事業を紹介して相乗効果を狙った。																																			
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	200	支援企業数(実績)	283.0	支援実績率	141.5%	満足度	68																												
事業の実績/目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	アンケートの回答では、「お店や商品のPRができた」が133件、「来店者が増えた」が51件、「売上が上がった」が17件に上り、体験プログラムの実施やガイドブックへの掲載を通じて、知名度向上や新規顧客開拓、売上増加などに効果を実感していただくことができた。また、会社の地域貢献の一環として参加している企業もあり、子供の育成や地域の賑わい創出・活性化につながる事業として評価されている。																																		
	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」「売上げが上がった」との回答の割合																																		
	数値目標	70%	実績数値	56.2%	目標達成度	80.3%																														
成果の代表事例	体験プログラム実施事業者から、「普段来店されない客層、足を運ばない顧客にご来店いただいた」(小売業・雑貨)、「売上げにもつながり非常に満足できています。お客様にも喜んで頂けるため、定期的な開催をお願いします」(小売業・携帯電話)「(体験プログラムの実施を通じ、)入学者が2名見つかりました」(ソフトウェア業・プログラミング教室)など、新規顧客の集客や売上の増加につながったという声が寄せられた。																																			

<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>今年度はプレ期間（イベント開催前の1週間）を廃止したことで体験プログラムが100件から81件に減ったが、初の取り組みとしてスタンプラリーを企画・実施した結果、2日間でのべ998人が参加し、回遊性を生み出すとともに新たな賑わいを創出することができた。今回のスタンプラリーは比較的狭いエリアを対象として試験的に実施したが、エリアに入らなかった商業施設にもスタンプを設置してほしいという要望があった。そのため、来年度はスタンプの設置場所を見直す。さらに、スタンプラリー参加者がエリア内を回遊する際に、支援対象である本事業の参加店舗（ガイドブック掲載店舗）の利用を促進するための策を講じる。</p>
-------------	---	--

大阪商工会議所

事業名		中小企業の体質改善強化支援事業								
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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、ビジネス法務、税務対策など中小企業・小規模事業者の関心が高いテーマの講座・講習会を開催し、大企業に比べて経営基盤が弱い中小企業・小規模事業者の経営体質強化を支援する。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪市内の中小企業・小規模事業者(すべての業種が対象)								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	5月から3月にかけて、支部ならびに本部(中小企業振興部)において小規模事業者を主たる対象に経営実務に役立つ講習会を延べ112回開催した。支部で開催した講習会は、「税務」「販路拡大」「営業力強化」「債権保全」「労務」「資金繰り」「組織強化」「法務」など小規模事業者の関心が高いテーマに絞った。また、中小企業振興部では、4月25日に「モバイルPOSレジ補助金活用セミナー」、9月13日に法律講演会「トラブルを防ぐ債権管理と緊急時の回収策」を開催した。								
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載> ③市町村連携 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った。 ④相談相乗 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、経営指導員が個別相談で営業やIT化、資金繰り等の具体的なノウハウを指導するとともに、実際の経営に落とし込めるよう伴走支援を行い、さらに専門的な指導や融資が必要な場合は専門相談や専門家派遣、マル経融資などにつなげた。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した。								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	2,642	支援企業数(実績)	3,510.5	支援実績率	132.9%	満足度	91	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	○支部では、「ランチェスターの法則から学ぶ～小が大に勝つ経営戦略～」「労務トラブル事例と事前回避・解決の要点」「LINE公式アカウントセミナー」など小規模事業者の販路拡大や労務、IT等、組織基盤強化に役立つテーマで、延べ110回の講習会を開催した。支援企業数は3,330社、満足度は91.4であり、98.5%の事業者から「今後の経営改善に役立てる」との回答を得た。 ○本部では、「モバイルPOSレジ補助金活用セミナー」においては、支援企業数42社、満足度89.7、参加者の100%の事業者が「今後の経営改善に役立てる」と回答し、「法律講演会」においては、支援企業数138.5社、満足度89.8、参加者の99.2%の事業者から「今後の経営改善に役立てる」との回答を得た。								
		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terると回答した割合							
		数値目標	90 %	実績数値	98.5 %	目標達成度	109.4%			
	成果の代表事例	A社(中央区、婦人服卸売業)は昭和29年創業で業歴65年の老舗。個人消費の低迷・入居ビルの集客力低迷・主力商品の季節変動短期化で厳しい資金繰りを強いられていた。「知って決めて動いてチェック 経営体質強化と資金繰り改善セミナー」を受講。あわせてマル経融資の相談をいただき、マル経融資800万円を推薦するに至った。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	10 %	目標値(実績)	7.6 %	目標達成度	76.0%				
	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)									


<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>支部の講習会では、特に参加者数を絞って少人数で開催する場合において、マル経融資先など支部とつながりのある“顔が見える”参加者が多く、またアンケート等で事業者の経営課題を事前に把握できるため、経営の悩みを抱える事業所に対してニーズにあった個別相談を提供、支援できるメリットがある。一度講習会に参加した程度では事業者の意識が継続的な支援を求めるまでに至らないため、支部では、伴走型支援に加えて継続的な講習会利用を働きかけるなど、開催後も事業所に対してさまざまな支援や情報提供を続けることが多い。参加した事業所の所在地が講習会の担当指導員の管轄地区と異なる場合、支部や指導員同士の間できちんとした連絡調整を行う必要があり、フォロー体制を整えるとともに、新規指導先確保につなげる。</p>
-------------	---	---

大阪商工会議所

事業名		西部エリア Amon（えーもん）市							
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで ※複数年度段階の実施事業は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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>○Amon14号を15,000部印刷し、7月26日に西区全域に13,500部を新聞折込を行い残りは手配り。</p> <p>○Amon15号を19,000部印刷し、10月26日に西成区全域に18,000部新聞折込を行い残りは手配り。</p> <p>○Amon16号を19,000部印刷し、11月29日に港区全域に18,150部を新聞折込を行い残りは手配り。</p> <p>○「九条フェスタ」「西成にぎわい祭り」「繁栄ワイワイ市場」にてイベント開催を手伝い、あるいは大商ブースのアトラクションで集客に寄与した。</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <p>③市町村連携 港区役所に、港区役所が認定している「みなトクモン」のお店や企業に当日のガラガラ抽選会の景品提供をお願いした。</p> <p>④相談相乗 個店に対し、商品・サービス等のPRの機会を提供した。</p>							
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	12	支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	158.3%	満足度	92	
	支援企業数(計画)	25	支援企業数(実績)	43.0	支援実績率	172.0%	満足度	89	
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<ul style="list-style-type: none"> ・同一区内の近隣の商店街による事業を同じ情報紙で紹介し、ワンストップお買いものゾーンとしての消費者の認識を深めた。 ・催事に区外からの出店者を招致し、補完協力関係を構築した。 ・商店街加盟店の紹介コーナーを設け、継続的なPR効果を図った。 ・クーポンによるガラガラ抽選会で商店街店舗の売上増に寄与した。 ・他団体、個店など連携して販促活動ができ、今後の連携に向けて期待ができる。 							
	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 %	実績数値	89.5 %	目標達成度	127.9%			
	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 %	実績数値	86.0 %	目標達成度	122.9%				
成果の代表事例	<p>・これまで商店街催事と関わりを持たなかった地場のスーパーマーケットに連動を促し、催事の同日開催にこぎつけた。また同じ情報紙上で並べて紹介することで、集客相乗効果が得られた。</p> <p>・繁栄ワイワイ市場では、商店街の方より通常よりも1～2割の来場者が増えたという声も寄せられた。</p>								

<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・通常のイベントより来客増や人的支援を行うことができたが、近隣の個店との連携や港区内の商店街同士の連携等で新たな付加価値を提供し、活性化できるようにしていく。 ・複数商店街の共同開催事業に大商が参画する場合、商店街間の温度差に注意を要する。 ・商店街組合自体を解散する所も出てきており、中長期的な商店街の存続も意識する必要があるが出てきている。 ・「西成にぎわい祭り」会場のノア・インドアステージ天下茶屋前ふれあい広場は、次年度は使用できない可能性が高い。
-------------	--	---

大阪商工会議所

事業名		インバウンドによる買い物消費支援事業																						
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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らない現状がある。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																						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>大阪市立デザイン教育研究所(大阪市立のデザイン系専門学校。以下「デ研」という。)に顔ハメ看板(右写真)、ステッカー、指差し会話シート(英語)のデザインを依頼し、学生の授業の一環(フィールドワーク教材)として制作物を作成した。支援先への制作物の確認作業や協力依頼は、大商西支部が行った。</p>  <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">年間を通して20事業所程度(組合・組織を含む)、大商の職員が講師となりデ研の教員のために「デザインによる地元企業・商店街の活性化に関する現地視察OJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)」を行う協定を締結した。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">外国人とのコミュニケーションやWi-Fi対応に課題を感じる商店街もあり、引き続き販促ツールを提供するとともに今後は翻訳アプリの紹介やルーター設置などのIT支援での相談事業への展開を行う。</td> </tr> </table>								③市町村連携	年間を通して20事業所程度(組合・組織を含む)、大商の職員が講師となりデ研の教員のために「デザインによる地元企業・商店街の活性化に関する現地視察OJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)」を行う協定を締結した。							④相談相乗	外国人とのコミュニケーションやWi-Fi対応に課題を感じる商店街もあり、引き続き販促ツールを提供するとともに今後は翻訳アプリの紹介やルーター設置などのIT支援での相談事業への展開を行う。					
③市町村連携	年間を通して20事業所程度(組合・組織を含む)、大商の職員が講師となりデ研の教員のために「デザインによる地元企業・商店街の活性化に関する現地視察OJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)」を行う協定を締結した。																							
④相談相乗	外国人とのコミュニケーションやWi-Fi対応に課題を感じる商店街もあり、引き続き販促ツールを提供するとともに今後は翻訳アプリの紹介やルーター設置などのIT支援での相談事業への展開を行う。																							
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	126.7%	満足度	73															
		支援企業数(計画)	3	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	133.3%	満足度	85															
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>商店街 ◆当初は外国人観光客の勧誘以前に、顔ハメ看板の設置にすら消極的な商店街も少なからずあったが、実際に看板を設置してみて来街者の増加を実感する商店街が増えた。また、指差し会話シートの配布を通じて、接客の(心理的な部分も含む)ハードルを下げる事ができた。</p> <p>個店 ◆外国語対応メニューの配布を通じて、接客の(心理的な部分も含む)ハードルを下げる事ができた。</p>																						
		指標	アンケートにて、誘客・集客につながったとの回答割合																					
数値目標	70 %	実績数値	43.5 %	目標達成度	62.1%																			
成果の代表事例	顔ハメ看板について、その集客効果を実感した商店街から、現在の看板の図案を変更して、顔ハメ看板をさらに積極的に利用していきたい旨の要望が出てきている。																							

<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>顔ハメ看板は現状では効果を感じられない商店街も多いが、常設することによってSNSを通じた集客効果が期待できるため、設置を継続することが肝心。また、大阪市西部エリアにいけば、どこにでも顔ハメ看板があるという状況を演出することでさらに相乗効果が生まれると思われるので、今回設置しなかったエリアで来年度も顔ハメ看板の設置を継続する。外国語メニューに関しては、機械翻訳できない内容も多く、外国語を不得手とする小規模事業者の潜在ニーズは高いと考えられる。来年度も、各種集客・接客ツールの製作を引き続き行っていく。</p>
-------------	--	--

大阪商工会議所

事業名		大阪市北部地域における商店街活性化支援事業										
想定する実施期間		2018 年度～ 年度まで ※複数年度段階の実施事業は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む意欲のある先に対し、意見集約支援やコーディネーター派遣、勉強会の開催などを通して組織としての活動を支援し、希望する課題解決へつなげる仕組みを作る。										
	支援する対象 (業種・事業所数等)	北支部管内（淀川区、東淀川区、西淀川区、北区、福島区）で、問題意識があり課題解決意欲の高い商店街										
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>○東淀川区の3商店街を対象に、年度初めより準備。事務局機能育成と広報強化などを中心に、1年通じての継続支援を行った。具体的には、前年の振り返りをへて、開催概要の決定、新たな参加店の募集、まちゼミ研修の8月実施、実行委員会等の会議開催、新形式のちらし等作成配布、プレスリリース、「第2回東淀川まちゼミ」27講座の11月1か月間での実施。1月の結果検証会をへて次年度3回目開催を決めた。また、9月に岡崎で開催された全国まちゼミサミットから最新情報を入手した。</p> <p>○淀川区十三の3商店街による連携事業の取り組み支援。年度初めより取り組み内容を打合せ。3商店街合同会議により組合員意識調査実施を合意、1月に全店アンケート実施。別途周辺ホテルなどにヒアリングインバウンド客の取り込みについて協力取り付け。個店の販路拡大をねらう勉強会を開催して初の連携事業実施に向けたスタートアップを行おうとしたが、新型コロナウイルスの感染拡大により開催できず役員との意見交換にとどまる形となる。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>東淀川区役所は研修参加、区掲示板掲載、まちゼミを後援した。淀川区役所は区役所での会議で本事業の広報協力を得た。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>商店街の各個店に経営支援事業の利用勧奨を行うとともに、指導先に本事業への参加を奨励した。融資や事業計画の策定、セミナー等への参加にもつながっている。</td> </tr> </table>							③市町村連携	東淀川区役所は研修参加、区掲示板掲載、まちゼミを後援した。淀川区役所は区役所での会議で本事業の広報協力を得た。	④相談相乗	商店街の各個店に経営支援事業の利用勧奨を行うとともに、指導先に本事業への参加を奨励した。融資や事業計画の策定、セミナー等への参加にもつながっている。
	③市町村連携	東淀川区役所は研修参加、区掲示板掲載、まちゼミを後援した。淀川区役所は区役所での会議で本事業の広報協力を得た。										
④相談相乗	商店街の各個店に経営支援事業の利用勧奨を行うとともに、指導先に本事業への参加を奨励した。融資や事業計画の策定、セミナー等への参加にもつながっている。											
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	5	支援企業数(実績)	6.0	支援実績率	120.0%	満足度	97				
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○東淀川区の3商店街では、まちゼミ講師を招いての成功に向けた研修会を実施することができた。研修内では各店の体験や企画、疑問点などを共有し助言しあって、2回目はさらに上手く実施しようという協力関係を醸造できた。実行委員会ではトラブルが発生して分裂が危ぶまれたがなんとか新しいちらしを作成することもでき、予定した11月の1か月間に各店で事業を実施できた。次年度の3回目の継続開催に向け反省会での情報共有などもでき、4月には次回の実行委員会が始動する。商店街での役割分担なども行いはじめている。</p> <p>○淀川区の3商店街では、隣り合う3商店街で前向きに販路拡大という目標に向けて団結することができた。個店アンケートには全体で77店が回答し、個店の状況や意向確認もできた。一部店舗でインバウンド客を近隣ホテルから送客してもらう準備が進んでいる。今後に向けて商店街での取り組み姿勢が非常に前向きになっている。</p>										
	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	実績数値	5 商店街	目標達成度	166.7%						
成果の代表事例	<p>○まちゼミA店でメール申込みやホームページへの誘導などができて好評を得た。</p> <p>○まちゼミB店では前回講座よりバージョンアップした講座を開催することができた。</p> <p>○淀川のC店は近隣ホテルからインバウンド客の受け入れに乗り出す準備ができた。</p>											

<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>○東淀川区では、参加商店街間での役割分担等徐々に進んでいるものの事務作業等に不安があること、また成功店舗が少なく全国的にうまくいっている事例の紹介などによる情報提供などについて次年度も継続支援を希望されており、独立開催および成功開催に向けた支援を継続する予定。</p> <p>○淀川区では、新型コロナウイルスの感染拡大が収束し、販促イベント等が実施できる見込みが立てば、研修会・勉強会などから実施して実際の事業につなぎ、できる限り連携したものとして実施する支援を行う。</p>
-------------	--	---

大阪商工会議所

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												
想定する実施期間		2016 年度～ 年度まで ※複数年度段階の実施事業は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&にぎわいスクエア」、「道頓堀リバーフェスティバル」など地元の商店街や企業、地域団体などからなる(一社)大阪活性化事業実行委員会(代表理事：千田忠司 大阪市中央区商店会連合会長)他が主催するライブ・エンターテイメント・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)												
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><ガイドブックの発行> ミナミエリアの商店街、観光スポット、イベント情報など様々な情報を紹介した「OSAKA MINAMI MAP」を1万6千部(日本語版6千部、英・中国語版1万部)作成、周辺商店街や駅等で配布した。</p> <p><地元商店街の広報支援> 5月4・5日「道頓堀春フェス2019」ブース出展 7月13・14日「大阪ミナミ夏祭り2019&にぎわいスクエア」ブース出展</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="6">地元商店街の広報支援において中央区役所と共同でブース出展し、中央区のイベント、地元商店街の広報を行ったほか、中央区が運営するホームページ(大阪中心)などの各媒体を通じて、当事業の広報活動を行った。</td> </tr> </table>							③市町村連携	地元商店街の広報支援において中央区役所と共同でブース出展し、中央区のイベント、地元商店街の広報を行ったほか、中央区が運営するホームページ(大阪中心)などの各媒体を通じて、当事業の広報活動を行った。				
③市町村連携	地元商店街の広報支援において中央区役所と共同でブース出展し、中央区のイベント、地元商店街の広報を行ったほか、中央区が運営するホームページ(大阪中心)などの各媒体を通じて、当事業の広報活動を行った。													
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	8	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	100.0%	満足度	88					
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>事業参加した8商店街にアンケートによると、7商店街が事業に対して「満足(役立つ)」、「やや満足(やや役立つ)」と回答した。また、事業実施前と比べて、来街者が「増加した」・「少し増加した」との回答が4商店街、売上げが「増加した」・「少し増加した」との回答も2商店街見られた。この他、4商店街で販路開拓事業への取組み意欲が「高まった」・「少し高まった」との回答を得た。</p>												
		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(やや役立つ)(役立った)」と評価した割合											
		数値目標	80 %	実績数値	87.5 %	目標達成度	109.4%							
成果の代表事例	ガイドブック発行により、ある商店街では冊子を配布した期間の来街者通行量が昨年比3.6%増加した。また、ミナミエリアとしての魅力向上につながり、来街の動機付けになっているとの回答を得た。													
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>ミナミの商店街では近年のインバウンド客の増加により、来街者数・売上げとも概ね高水準にあるが、2019年は日韓関係の影響、中国人観光の傾向の変化(大型団体の減少、モノ志向からコト志向へ)などによりその勢いに陰りが見られたなかで、新型コロナウイルスの影響で、地元商店街は大打撃を受けている。新型コロナウイルス収束後を見据えて、今後も継続して国内外から多くの観光客を引付けるために、引き続き同エリアの魅力の発信に努めるとともに、地域の団体・企業等と連携し、ミナミエリアの活性化促進を継続する。</p>												

大阪商工会議所

事業名		『ハロウィン、どこ生野』商店街にぎわい創出事業																							
想定する実施期間		2018 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【開催日】10月27日(日)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪市立デザイン教育研究所(①～③)の協力の下、次のイベントを実施した。 <ul style="list-style-type: none"> ①ハロウィン用のフェイスペインティング(4か所) ②『ハロウィン』を題材とした影絵の上映 ③子供向けモーショングラフィックス ④彫金技術を用いたキーホルダー作りワークショップ ・また若手演奏家によるジャズセッション(大人向け)も行い、広い年齢層にアピールするイベントとした。 <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>生野区役所と連携し、広報・PRを行った。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>事業実施後のアンケートにおいて経営相談支援のニーズがあった場合には対応することとした。</td> </tr> </table>								③市町村連携	生野区役所と連携し、広報・PRを行った。	④相談相乗	事業実施後のアンケートにおいて経営相談支援のニーズがあった場合には対応することとした。												
	③市町村連携	生野区役所と連携し、広報・PRを行った。																							
④相談相乗	事業実施後のアンケートにおいて経営相談支援のニーズがあった場合には対応することとした。																								
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	4	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	100.0%	満足度	100																	
事業の実績/目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>商店街活性化事業は、同一内容のイベントを続けるだけでは地域住民に飽きられ、参加者も逡減傾向となる。そこで日本に定着し認知度も高い「ハロウィン」に焦点を合わせたイベントを開催することで、時宜に叶ったイベントに集客効果があることを商店街関係者に認識してもらい、また個々の団体がそれぞれの取り組みを行うだけでなく、近隣の学校等他団体とも協力して対応していくことで当該イベントが開催できることも認識してもらえる機会にもなり、今後の事業企画立案に今回の地域活性化事業が役立った。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="7">アンケートにおいて「来場者が増えた」とする回答の割合</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>100.0%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">142.9%</td> </tr> </table>								指標	アンケートにおいて「来場者が増えた」とする回答の割合							数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	指標	アンケートにおいて「来場者が増えた」とする回答の割合																							
	数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%																			
成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> ・事業実施後の商店街へのヒアリング及びアンケートにより「来場者が普段より多くなっただけでなく、大阪市立デザイン教育研究所のようなデザイン系の学校と協働することで飽きられない多様な商店街イベントメニューを作ることが可能」ということが今回の事業開催で来場者の様子を見て理解できたとのことであった。 ・またフェイスペインティング以外に商店会内の広場にてジャズセッションも実施し、来場者、特に高齢者に好評であったことは、単に集客が増えただけではなく、この広場の集客可能性が見えたことも収穫であったとのこと。 																								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>国も推進している「働き方改革」もあり商店街従業員の負担軽減のためにも100円商店街イベントと同時開催し、開催日を減らしたいとの依頼あり。国家施策を推進する立場の商工会議所としても検討する必要があるものと考えている。</p>																							

大阪商工会議所

事業名		地域ブランド推進事業																									
想定する実施期間		2016 年度～ 年度まで ※複数年度段階の実施事業は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																									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>1. 地域ブランド紹介冊子 東住吉・平野の地域活性化プロジェクトである産業交流フェアの実行委員会から派生した「地域産業活性化委員会」が認定する、地域ブランド(H2O)の商品・サービス(61社分)をPRする冊子(発行部数5,000部)を発行。第15回産業交流フェア(11月15・16日開催)の来場者等に広く配布した。</p> <p>2. 東住吉・平野地域ブランド ええもん市in天王寺 東住吉・平野地域のブランド商品を有する事業者を中心とした展示販売会。 (1)日 時:10月22日10:00-16:00 (2)場 所:JR天王寺駅公園口スペース (3)内 容:①出店事業者9社による展示販売、②購入者を対象とした抽選会 (4)広 報:①新聞折込みチラシ 19,000部(10月20日) ②天王寺ミオのHPと館内のデジタルサイネージでのポスター展開</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="8">○区役所をはじめ地域の団体(産業会、工業会)等に協力を得て冊子を配架していただいた。 ○広報について平野と東住吉の両区に協力いただいた。また、当日は両区のマスコットキャラクターが来場して販促会を盛り上げた。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="8">販路開拓支援の相談を通じて2店が展示販売会に出店した。</td> </tr> </table>								③市町村連携	○区役所をはじめ地域の団体(産業会、工業会)等に協力を得て冊子を配架していただいた。 ○広報について平野と東住吉の両区に協力いただいた。また、当日は両区のマスコットキャラクターが来場して販促会を盛り上げた。								④相談相乗	販路開拓支援の相談を通じて2店が展示販売会に出店した。							
	③市町村連携	○区役所をはじめ地域の団体(産業会、工業会)等に協力を得て冊子を配架していただいた。 ○広報について平野と東住吉の両区に協力いただいた。また、当日は両区のマスコットキャラクターが来場して販促会を盛り上げた。																									
④相談相乗	販路開拓支援の相談を通じて2店が展示販売会に出店した。																										
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	55	支援企業数(実績)	61.0	支援実績率	110.9%	満足度	93																			
	支援企業数(計画)	5	支援企業数(実績)	9.0	支援実績率	180.0%	満足度	80																			
事業の実績/目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>1. 地域ブランド紹介冊子 冊子に掲載されたことで地域ブランド認定商品・サービスを提供する事業者としての自覚が高まった。また、冊子掲載を、新規顧客獲得や自社の発信力ならびに商品・サービスの向上に取り組む機会にしたいという声もあり、販路拡大へ取り組む意欲を喚起することができた。</p> <p>2. 東住吉・平野地域ブランド ええもん市in天王寺 自社商品の販売及び自社商品のアピール、認知度アップを目的とした事業所に対し、多くの一般客が通るスペースを提供して、新しい顧客の開拓方法、一般客への情報発信の仕方を学ぶとともに一般客からのヒアリングにより自社の商品・サービスを高めるよいヒントが得られた。</p>																									
	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%	実績数値	94.3%	目標達成度	134.7%																					
成果の代表事例	<p>1. 地域ブランド紹介冊子 冊子に掲載した事業者を対象に行ったアンケート結果(回答総数 計61件)によると、冊子に掲載されたことに「満足」という回答が45件(73.8%)、「やや満足」という回答が13件(21.3%)に上った。また、事業者からは、冊子掲載をきっかけに「新規取引先を獲得した」「メディアからの取材要請があった」「展示会への出店要請があった」など、好意的な意見が寄せられた。</p> <p>2. 東住吉・平野地域ブランド ええもん市in天王寺 顧客と直接商談する店頭販売により自社のインターネットサイトのPRを行うとともに、一般客からの声をヒアリングすることで商品開発意欲が高まった。</p>																										

<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>1. 地域ブランド紹介冊子 東住吉・平野地域の地域ブランド（H2O）認定企業の紹介冊子の作成配布は今回で7年目となっており、これまでの取組の結果、H2Oブランドの発掘、販路拡大支援という、当初の目標は達せられたと考え、今年度をもって本事業は終了とする。</p> <p>2. 東住吉・平野地域ブランド ええもん市in天王寺 会場準備の折衝に時間を要したため、会場を天王寺ミオ前のJR天王寺駅公園口スペースに決定したのが遅く、スケジュールがタイトだったため、十分な広報、準備ができなかった。今後同様のイベントを開催する場合は広報を早めに行うとともに、内容を拡充してより魅力的なイベントにすることで集客力・収益力の向上をめざす。</p>
-------------	--	--

大阪商工会議所

事業名		キャッシュレス化支援事業					
想定する実施期間		2019 年度～ 2019 年度まで ※複数年段階的实施事業は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。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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					
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(1)キャッシュレス経営支援セミナー 8月1日「クラウドサービスによる業務効率化セミナー」 支援企業数：49社 (講師：株式会社マネーフォワード 事業推進本部 鈴木 翔太 氏) 10月7日「キャッシュレス決済で売上アップセミナー」 支援企業数：25社 (講師：ITコーディネータ・ITCインストラクター 川野 太 氏)</p> <p>(2)キャッシュレス決済導入のためのセミナー&相談会 <人材育成型> 4月4日「第1回キャッシュレス決済導入のためのセミナー」 支援企業数：116.5社 ①「LINE Payセミナー」LINE Pay株式会社 事業開発室 戦略チーム 渡辺 宏一郎 氏 ②「楽天ペイ（実店舗決済）のご紹介」楽天ペイメント株式会社 楽天ペイ事業本部 加盟店営業第一部 エリア営業開発第三グループ 地域活性化チーム 鈴木 修 氏 4月22日「第2回キャッシュレス決済導入のためのセミナー」 支援企業数：95社 ①「スマホ決済サービス「PayPay」が目指す世界」PayPay株式会社 営業統括本部 営業本部 関西第1ブロック ブロック長 千葉大輔氏 ②「『三方よし』のキャッシュレスサービス～Origami Payのご紹介」株式会社Origami 営業部 Salesシニアマネージャー 居戸 健太郎 氏 6月10日「第3回キャッシュレス決済導入のためのセミナー」 支援企業数：79.5社 ①「りそなグループのキャッシュレス化への取り組み～りそなキャッシュレス・プラットフォームのご紹介」株式会社りそな銀行 専務執行役員 決済事業部担当 鳥居 高行 氏 ②「安心・安全な新しい“べんり”のご提供～ゆうちょPayのご案内」株式会社ゆうちょ銀行 営業部門 法人営業部 審議役 奥平 守彦 氏 ③「カード・電子マネー・QR・ポイントも使えるお店の決済サービス～Airペイのご紹介」株式会社リクルートライフスタイル ネットビジネス本部 ペイメント事業ユニット 阿部 経一 氏 <人材交流型> 4月4日「第1回キャッシュレス決済導入のための相談会」 支援企業数：22社 内容：楽天ペイメント、LINE Pay担当者による個別相談会 4月22日「第2回キャッシュレス決済導入のための相談会」 支援企業数：24社 内容：PayPay、Origami担当者による個別相談会 6月10日「第3回キャッシュレス決済導入のための相談会」 支援企業数：19社 内容：りそな銀行、ゆうちょ銀行、リクルートライフスタイル担当者による個別相談会</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td>府施策連携商25番（キャッシュレス化の推進） 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。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>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った。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>参加者に各種経営相談事業を紹介するとともに、アンケートにて経営相談の有無を調査し相談事業との相乗効果を図った。</td> </tr> </table>	①府施策連携	府施策連携商25番（キャッシュレス化の推進） 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。	②広域連携	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った。	④相談相乗
①府施策連携	府施策連携商25番（キャッシュレス化の推進） 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。						
②広域連携	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った。						
④相談相乗	参加者に各種経営相談事業を紹介するとともに、アンケートにて経営相談の有無を調査し相談事業との相乗効果を図った。						

計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	74.0	支援実績率	123.3%	満足度	87	
	支援企業数(計画)	100	支援企業数(実績)	291.0	支援実績率	291.0%	満足度	88	
	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	65.0	支援実績率	433.3%	満足度	92	
事業の実績／目標達成度	<p>目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）</p> <p>(1)キャッシュレス経営支援セミナー 各セミナーとも指標目標に掲げた「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」は、95.7%、91.3%であり、クラウドサービスの活用やキャッシュレス決済の導入を後押しすることができた。</p> <p>(2)キャッシュレス決済導入のためのセミナー&相談会 ＜人材育成型＞ 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てると回答した参加者は96.6%で、キャッシュレス化に対する意欲を高めることができた。 ＜人材交流型＞ 決済事業者との相談・マッチングの場を作ることで、支援企業は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ことができた。</p>								
	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 %	実績数値	93.5 %	目標達成度	116.9%			
	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てると回答した割合							
	数値目標	80 %	実績数値	96.6 %	目標達成度	120.8%			
	指標③	マッチング・相談件数							
	数値目標	20 件	実績数値	133 件	目標達成度	665.0%			
成果の代表事例	<p>(1)キャッシュレス経営支援セミナー セミナー受講をきっかけに「Airレジ等まだ連携できていないこともあったので是非活用したい」といった具体的な取り組みを行おうとする事業者がみられた。</p> <p>(2)キャッシュレス決済導入のためのセミナー&相談会 ＜人材育成型＞ 参加者アンケートでは、「キャッシュレス決済の仕組みが理解できた」「積極的に導入したい」などのコメントがあり、導入を促進することができた。 ＜人材交流型＞ 相談対応した決済事業者と参加者が継続して調整を続けるなど、具体的な展開に結び付いた。</p>								
	<p>(1)キャッシュレス経営支援セミナー セミナー後の質問も多く、急速に進むキャッシュレス・クラウド化への関心の高さがうかがわれた。次期はより広範に生産性向上に資するテーマを設定する（「商業・サービス業の生産性向上支援事業」を実施）。</p> <p>(2)キャッシュレス決済導入のためのセミナー&相談会 1日に複数社の情報が得られるセミナー形式が好評であったため、今後も同様の形式を用いて時宜に合った情報提供に努める。また、複数社の情報提供であるため各社の時間が短い・もっと話を聞きたいといった意見があった。今後は限られた時間で十分情報提供が行えるよう、事前に登壇企業と調整し発表内容を精査する。さらに、個別相談の手法が好評だったため、今後も継続して相談・マッチングの場を設ける。</p>								
実施結果	<p>課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）</p>								

大阪商工会議所

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																							
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から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																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型></p> <p>4月11日「Blockchain MeetUp in OSAKA 第1回データ経済は民主化できるか?」 支援企業数：60.5社 (登壇者：メディア美学者 武邑光裕氏、blockhive OU Co-founder 日下光氏)</p> <p>6月12、19、26日「Blockchain X Tech MeetUp 技術基礎編」 支援企業数：18.5社 (講師：近畿大学工学部総合理工学研究科 教授 森山真光氏)</p> <p>8月2日「Blockchain MeetUp in OSAKA 第2回データ・エコシステムの創造に向けて」 支援企業数：40社 (登壇者：(一社)MyData Japan 理事 伊藤直之氏、Planetway Japan(株) ファウンダー 平尾憲映氏、カウラ(株) 代表取締役CEO 岡本克司氏)</p> <p>1月14日「Blockchain MeetUp in OSAKA 第3回身近なユースケースを知る」 支援企業数：42.5社 (登壇者：ナツメアタリ(株) 新規事業推進室 山中知幸氏、(弁)淀屋橋・山上 合同 弁護士 水井大氏、(株)CTIA 取締役CTO 大田真也氏、沖電気工業(株) 研究開発センター 小林啓洋氏、Hyperledger Kansai オーガナイザー Marc Schirmer 氏)</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7">府施策連携商12番(IT/IoT等の新技術を活用した新事業創出の支援)。大阪府主催の「大阪共創ビジネスプログラム」の告知を行うなど、参加募集に協力。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">過去のBC関連事業への参加者や商工会議所の関係企業、(一財)関西情報センター、(株)MJEなどを通じて、広く大阪府内の事業者に参加を呼びかけた。また、SNSで発信することにより口コミでの参加者獲得に努めた。</td> </tr> </table>								①府施策連携	府施策連携商12番(IT/IoT等の新技術を活用した新事業創出の支援)。大阪府主催の「大阪共創ビジネスプログラム」の告知を行うなど、参加募集に協力。							②広域連携	過去のBC関連事業への参加者や商工会議所の関係企業、(一財)関西情報センター、(株)MJEなどを通じて、広く大阪府内の事業者に参加を呼びかけた。また、SNSで発信することにより口コミでの参加者獲得に努めた。						
	①府施策連携	府施策連携商12番(IT/IoT等の新技術を活用した新事業創出の支援)。大阪府主催の「大阪共創ビジネスプログラム」の告知を行うなど、参加募集に協力。																							
②広域連携	過去のBC関連事業への参加者や商工会議所の関係企業、(一財)関西情報センター、(株)MJEなどを通じて、広く大阪府内の事業者に参加を呼びかけた。また、SNSで発信することにより口コミでの参加者獲得に努めた。																								
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	120	支援企業数(実績)	161.5	支援実績率	134.6%	満足度	87																
事業の実績/目標達成度	目標の達成度(支援企業をどう変化させることができたか)	<p>「セミナーで得た知識を事業に役立てたい」や「技術への理解が深まった」との回答が9割を超え、自社ビジネスにおけるブロックチェーン技術の活用についての解像度を高めることができた。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="7">「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</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>100.0%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">142.9%</td> </tr> </table>								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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%		
	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%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%																			
成果の代表事例	「セミナーで得た知識を事業に役立てたい」や「技術への理解が深まった」との回答が9割を超え、自社ビジネスにおけるブロックチェーン技術の活用についての解像度を高めることができた。																								
実施結果	課題及び次期以降への取組み(実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<ul style="list-style-type: none"> 技術への理解を深めるために、テクノロジーを学ぶセミナーに参加する。 自社ですでにブロックチェーンを使ったPoCを実施している。登壇者と情報交換でき、そこで得られた情報も参考に、サービスへの実装を検討する。 自社のロジスティクスシステムへの実装を検討していたが、テクノロジーとして未熟な部分が多く、可用性や信頼性を十分に担保できないことが理解できた。 製造業における活用について、検討を深める。 																							

大阪商工会議所

事業名		新事業創出のための先端技術を活用した実証事業支援							
想定する実施期間		2019 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は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「実証実験」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、大阪における実証実験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、実証実験支援の取り組みを広くPRするセミナーを開催し、実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出につなげる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	先端技術を活用した実証実験の実施を通じて、社会課題解決ビジネスの創出を目指す大阪府内の中小企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型> 7月19日「実証事業都市・大阪セミナー 2025年大阪・関西万博～スマートシティ実装の一大実験～」 内容：①講演「2025大阪・関西万博～スマートシティ実装の一大実験」 株式会社ノイズ パートナー 豊田 啓介 氏 ②実証実験支援策の紹介 ③実証事例の紹介 支援企業数：57社</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	大阪府商工労働部成長産業振興室産業創造課と連携して実施し、セミナー参加者に対し、同課が実施する補助事業への申請や、同課が連携する「社会課題解決ファンド」への申込み、「関西イノベーションネットワーク投資事業有限責任組合（通称「イノベーションファンド25」）」の利用、大阪府や民間金融機関などが実施するビジネスプランコンテストへの応募を促した。						
	②広域連携	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、府内事業者に広く周知・募集を行った。							
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	57.0	支援実績率	114.0%	満足度	91
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	2025年大阪・関西万博の誘致会場アドバイザーも務めた講師から、万博を見据え、スマートシティ実装に向けた具体的な取り組み方策を紹介したほか、これまでの大阪府・市・大商の支援による実証実験の実績事例を発表した。その結果、ほぼすべての支援対象企業がアンケートで本日の内容が「参考になった」と回答しており、本事業は、実証実験を通じた社会課題解決ビジネス創出の促進に寄与したと考えられる。							
		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 %	実績数値	98.1 %	目標達成度	140.1%		
	成果の代表事例	アンケートでは参加者の大半が「満足」「大変満足」と回答。さらには、「本日得た情報をもとに、実証実験の実施を検討したい」「今後の実証実験の実施も視野に、情報をさらに収集したい」といった、実証実験を通じた社会課題解決ビジネスの創出に対して前向きな回答が多く得られた。このことから、府内中小事業者にとって本セミナーは良い情報収集の機会であった。							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	非常に多くの参加希望があり、本事業のテーマに対する府内中小事業者の関心度の高さがうかがえた。基調講演の内容にはやや専門的な内容が含まれており、すべての参加者に内容を理解してもらうことは難しかったため、講演の内容をより分かりやすいものにするなど、より多くの参加者に対して有益な情報を提供できるよう努める。							

大阪商工会議所

事業名		海外市場開拓支援事業
想定する実施期間		2010 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>国内市場の縮小に加え、労働力の減少・確保難により海外市場・外国人労働力に目を向ける企業が増加している。その動きは大企業のみでなく、中小企業にも見られるが、経済的・人的資源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・日本企業が多く出していない新興国、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>
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①海外市場開拓プログラム<販路開拓型：支援企業数：31社></p> <ul style="list-style-type: none"> ・2月26日～27日「欧州（英・独・伊）バイヤーとの個別商談会」 商談件数：76件、成約見込み：3件、商談継続：38件 <p>②海外現地法人の設置・運営・活用化支援事業<人材交流型、販路開拓型></p> <ul style="list-style-type: none"> ◎海外進出勉強会（2回）実施 支援企業数：25社 <ul style="list-style-type: none"> ・10月25日「ASEAN・中国最新法務セミナー～米中貿易摩擦の動向を踏まえて」 ・3月5日「英文広報ブラッシュアップセミナー」 ◎ODA予算の利活用を目指した中小企業とコンサルタントの商談会 支援企業数：18社 <ul style="list-style-type: none"> ・1月16日「中小企業×コンサルタント」マッチング会 商談件数94件 <p>③中国ビジネス支援事業<人材育成型、人材交流型></p> <ul style="list-style-type: none"> ・中国・香港・台湾とのビジネス促進に向けたセミナー 支援企業数：112.5社 ・専門家等による相談 主な相談内容：中国市場への販路拡大、中国から第三国への事業展開など 支援企業数：130社 <p>④新興国市場実態調査団の派遣<人材交流型></p> <ul style="list-style-type: none"> ・11月24日～29日 ミャンマー経済視察団 23社・団体参加、支援企業数：17社 <p>⑤EPA（FTA）活用ビジネス支援事業<人材育成型、人材交流型></p> <ul style="list-style-type: none"> ・EPA/FTAの活用した海外販路開拓セミナー（3回） 支援企業数：185.5社 ・EPA/FTAの活用及びEPA原産地証明に関する専門相談 支援企業数：339社 <p>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></p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外市場動向等に関するセミナー（12回） 支援企業数：451.5社 ・パキスタン企業との交流・商談会 支援企業数：16社 ・来阪海外（米・伊・中国・バングラデッシュ）企業との商談会 支援企業数：78社 <p>⑦食輸出セミナー<人材育成型></p> <ul style="list-style-type: none"> ・8月2日「第3回大阪港食の輸出セミナー」 支援企業数：40.5社 ・10月7日「KIX AIR CARGO MEETING 2019『食』輸出セミナー」 支援企業数：8.5社 <p>⑧食輸出商談会<販路開拓型></p> <ul style="list-style-type: none"> ・6月13日「KIX AIR CARGO MEETING 2019『食』の輸出商談会&相談会」 支援企業数：31社 ・8月2日「第3回大阪港食の輸出商談会」 支援企業数：35社

		＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞							
	①府施策連携	<p>○海外企業が来阪する際には、大阪産業局に連絡し、海外企業へのプリーフィング機会を提供した。また海外ミッション派遣についても、訪問国、時期、内容について大阪府、大阪産業局の担当部局とすり合わせを行った。</p> <p>○海外バイヤーとの個別商談会については、大阪府流通対策室の協力を得て、「大阪産（もん）」の登録企業に案内を送信し、海外販路開拓に意欲的な在阪企業を発掘した。海外バイヤー受入れ当日はバイヤーに直接、大阪府流通対策室担当者がプリーフィングを行うとともに、商談会では大阪産業局の協力を得て専門家が派遣され、日本企業を対象とした海外への輸出に関する特別相談ブースを設けた。終了後は、日本企業の商談フォローを大阪府流通対策室やジェットロなどと連携して行った。</p> <p>○食輸出に関しては、大阪府商工労働部国際ビジネス・企業誘致課と連携し、参加者に向けて、大阪府の「ビジネスサポートデスク」等の施策が掲載されたパンフレットを参加者に配布した。また、同課がセミナーで大阪府の国際ビジネス支援策について講演を行った。</p>							
	②広域連携	<p>○大阪内の中小企業リストの活用や本所独自の広域にわたる関心企業リストはもとより、ホームページや本所発行のメルマガを幅広く活用することで、広域的な事業の展開を図った。なお、本所は全世界を対象に説明会、勉強会、商談会、ミッション派遣を行ってきており、そこで築かれた各地の商工会議所や経済団体等とのネットワークも大いに活用した。</p> <p>○食輸出については、関西・食・輸出推進事業協同組合や共催・協力団体とともに、FAXやメールにて幅広く参加企業を募集した。</p>							
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	31.0	支援実績率	51.7%	満足度	93
		支援企業数(計画)	350	支援企業数(実績)	451.5	支援実績率	129.0%	満足度	90
		支援企業数(計画)	5	支援企業数(実績)	16.0	支援実績率	320.0%	満足度	74
		支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	18.0	支援実績率	180.0%	満足度	91
		支援企業数(計画)	35	支援企業数(実績)	25.0	支援実績率	71.4%	満足度	95
		支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	78.0	支援実績率	780.0%	満足度	91
		支援企業数(計画)	80	支援企業数(実績)	112.5	支援実績率	140.6%	満足度	93
		支援企業数(計画)	100	支援企業数(実績)	130.0	支援実績率	130.0%	満足度	92
		支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	170.0%	満足度	95
		支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	185.5	支援実績率	309.2%	満足度	88
		支援企業数(計画)	240	支援企業数(実績)	339.0	支援実績率	141.3%	満足度	94
		支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	49.0	支援実績率	122.5%	満足度	91
		支援企業数(計画)	35	支援企業数(実績)	66.0	支援実績率	188.6%	満足度	89

	<p>目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)</p>	<p>【海外情報提供セミナー、バイヤー商談会、ミッション派遣、EPA関連事業ほか】 ○人材育成型：支援対象企業は、海外ビジネス展開時の参考となる海外進出や輸出入について必要な知識を得て、効率的かつ具体的に戦略を検討することができ、円滑な事業展開のための一助となった。 ○人材交流型：勉強会参加企業は、進出に必須の現地の法制度などの情報を大阪で取得することができたほか、問い合わせ・リレーションを強化するためのウェブの活用・表現方法を習得した。また、専門相談を通じて個々の企業が持つ悩みを具体的に課題することができた。ミッション参加企業は、自分の目で海外の状況を確認したうえで現地企業や政府機関との交流ができ、進出を検討する上で、有益となる情報と人脈が得られた。 ○販路開拓型：商談参加対象企業は、大阪にしながら、信用度の高い（商工会議所や公的機関からの紹介）複数の海外企業、パートナー、経済団体と面談することができ、海外への販路開拓にあたってのマーケット調査や人脈を得ることができた。</p> <p>【食輸出支援】 ○人材育成型：支援対象企業の9割以上から「満足」、「やや満足」という回答を得ることができており、本事業に対する満足度は非常に高い。行政の施策から梱包の注意点、海外輸出の成功事例など、多面的な情報を1日で学んでもらうことができた。 ○販路開拓型：支援対象企業の9割以上から「満足」、「やや満足」という回答を得ることができており、本事業に対する満足度は非常に高い。支援対象企業のおよそ8割の企業から「商談が成立した」「継続して商談することになった」との回答があり、本商談会を通じて、多くの企業が販路開拓の手ごたえを感じることもできた。海外バイヤーとの商談を通じ、海外で求められている商品の情報を得ることができたので、今後の商品開発に役立つ情報を得ることができた。</p> <table border="1" data-bbox="414 984 1640 1298"> <tr> <td>指標①</td> <td colspan="5">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</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>75 %</td> <td>実績数値</td> <td>98.0 %</td> <td>目標達成度</td> <td>130.7%</td> </tr> <tr> <td>指標②</td> <td colspan="5">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</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>75 %</td> <td>実績数値</td> <td>95.0 %</td> <td>目標達成度</td> <td>126.7%</td> </tr> <tr> <td>指標③</td> <td colspan="5">海外バイヤー等との商談件数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>180 件</td> <td>実績数値</td> <td>347 件</td> <td>目標達成度</td> <td>192.8%</td> </tr> </table>	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 %	実績数値	98.0 %	目標達成度	130.7%	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 %	実績数値	95.0 %	目標達成度	126.7%	指標③	海外バイヤー等との商談件数					数値目標	180 件	実績数値	347 件	目標達成度	192.8%
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 %	実績数値	98.0 %	目標達成度	130.7%																																	
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 %	実績数値	95.0 %	目標達成度	126.7%																																	
指標③	海外バイヤー等との商談件数																																					
数値目標	180 件	実績数値	347 件	目標達成度	192.8%																																	
	<p>成果の代表事例</p>	<p>【海外企業との個別商談会、バイヤー商談会など】 ○来阪した米国シアトルの企業（Sensoria社）は、本所で開催した商談会を機に、日本企業A社とNDA（秘密保持契約）を締結し、商品化に向けて協働中である。 ○欧州からのバイヤー商談会では、英国の日系スーパーを運営する「JAPAN CENTRE Group 社」やドイツの日本酒の小売店「TOKURI」と成約見込みの日本企業が4社あった。</p> <p>【食輸出支援】 ○菓子製造業者がマレーシアのバイヤーと、鮮魚卸売業者がマカオのバイヤーと、食品卸売業者がタイのバイヤーと成約した。</p>																																				
<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>【EPA関連事業、海外情報提供セミナーなど】 ・相談対応に関しては、TPP、日EU EPAの自己証明制度についての相談の増加に加えて、日米貿易協定や近年の発効が見込まれているRCEP（東アジア地域包括的経済連携）の相談も増える見込みであり、本所の相談体制の整備を進めていく。 ・集客100人以上が見込まれるセミナー等の開催については、必ず事前に大阪府、大阪産業局に情報提供し、セミナー当日に大阪府のサポートデスクや府施策をPR・説明する。</p> <p>【食輸出支援】 ＜人材育成型＞ 支援対象企業全社から今回のセミナーが役立ったと回答いただくなど、本セミナーに対する満足度は非常に高いため、次年度以降も海外輸出に役立つ情報を提供できるよう引き続き実施する。 ＜販路開拓型＞ 昨年度から実施し好評だった「商社を交えた商談」について、今年度も実施したところ、約9割の企業から「望ましい」との回答があった。望ましい理由としては、「商社の方が通訳してくれるため」や「補足説明してくれるため」との回答があった。次年度も引き続き商社の方を交えた商談を行う。</p>																																				

大阪商工会議所

事業名		地域金融支援ネットワーク推進事業					
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること					
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>「開業サポート資金・小規模企業サポート資金（地域支援ネットワーク型）」、「チャレンジ応援資金」をはじめとする大阪府の制度融資およびその他の公的融資制度の普及を促進する。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）					
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【地域金融懇談会など】 本事業の母体となる地域支援ネットワーク機関の情報共有や情報交換のため、「地域金融懇談会」を2回（4月16日、2月26日）開催し、以下の事業を実施した。（参画機関：大阪府、大阪信用保証協会、大阪信用金庫、大阪シティ信用金庫、大阪商工信用金庫、北おおさか信用金庫、関西みらい銀行、日本政策金融公庫、大阪商工会議所） ＜人材育成型＞大阪府の融資制度などを紹介するセミナー 支援企業数：216社 制度融資説明会（5月23日）、金融力強化セミナー（2月26日） ＜人材交流型＞交流会・相談会 支援企業数137社 地元金融機関との交流会（9月10日）、個別相談会（5月23日） その他、制度融資等施策普及のため、「開業サポート資金」「公的融資制度のご紹介」等の印刷物の作成配布をはじめ、ホームページ等でも周知した。</p> <p>【市内全域における公的融資・各種制度融資の普及促進】 年間を通じて市内5支部にて「融資制度説明会」＜人材育成型＞を8回（支援企業数：175社）、「個別相談会」＜人材交流型＞を105回（支援企業数：397社）実施し、「マル経融資」をはじめ「開業サポート資金」「小規模企業サポート資金」など大阪府の制度融資や大阪信用保証協会の各種保証制度を中心に説明した。</p> <p>＜事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載＞</p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td>大阪府商工労働部金融課および地域支援ネットワーク参画金融機関等と事業運営において連携（府施策事業：商23「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」）しながら実施した。事業実施の際には、必ず府施策の説明等をプログラムに盛り込み、府の担当者から説明してもらった。セミナー・相談会等におけるアンケート内容を報告することにより、効果的な府制度融資への反映に努めた。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>地域支援ネットワーク参画機関等の協力を得て、大阪府内全域からの集客に努めた。具体的には、公的機関等のメール配信、金融機関等の各支店の店頭へのチラシ設置等で、広く案内した。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>交流会やセミナー、個別相談等を通じて、創業（予定）者や潜在的な成長力を持つ小規模・中小企業への啓蒙普及を進めていく中で、相談ニーズを把握し経営支援につなげた。また、既カルテ化事業所にも各種事業をPRし、参加を勧奨した。</td> </tr> </table>	①府施策連携	大阪府商工労働部金融課および地域支援ネットワーク参画金融機関等と事業運営において連携（府施策事業：商23「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」）しながら実施した。事業実施の際には、必ず府施策の説明等をプログラムに盛り込み、府の担当者から説明してもらった。セミナー・相談会等におけるアンケート内容を報告することにより、効果的な府制度融資への反映に努めた。	②広域連携	地域支援ネットワーク参画機関等の協力を得て、大阪府内全域からの集客に努めた。具体的には、公的機関等のメール配信、金融機関等の各支店の店頭へのチラシ設置等で、広く案内した。	④相談相乗
①府施策連携	大阪府商工労働部金融課および地域支援ネットワーク参画金融機関等と事業運営において連携（府施策事業：商23「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」）しながら実施した。事業実施の際には、必ず府施策の説明等をプログラムに盛り込み、府の担当者から説明してもらった。セミナー・相談会等におけるアンケート内容を報告することにより、効果的な府制度融資への反映に努めた。						
②広域連携	地域支援ネットワーク参画機関等の協力を得て、大阪府内全域からの集客に努めた。具体的には、公的機関等のメール配信、金融機関等の各支店の店頭へのチラシ設置等で、広く案内した。						
④相談相乗	交流会やセミナー、個別相談等を通じて、創業（予定）者や潜在的な成長力を持つ小規模・中小企業への啓蒙普及を進めていく中で、相談ニーズを把握し経営支援につなげた。また、既カルテ化事業所にも各種事業をPRし、参加を勧奨した。						

事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	160	支援企業数(実績)	216.0	支援実績率	135.0%	満足度	88	
		支援企業数(計画)	135	支援企業数(実績)	137.0	支援実績率	101.5%	満足度	89	
		支援企業数(計画)	115	支援企業数(実績)	175.0	支援実績率	152.2%	満足度	89	
		支援企業数(計画)	280	支援企業数(実績)	397.0	支援実績率	141.8%	満足度	89	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○5月の制度融資説明会および2月の金融力強化セミナーの参加者が、「得た知識を活かし、今後の経営や資金調達に役立てる」とした回答割合は89.2%。 ○9月の交流会で「自社に役立つ融資に関する情報、課題解決に関する情報、金融機関とのパイプを得た」との回答は97.3%。 ○個別相談を実施した事業者が「融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直し等を検討する」との回答は95%。 ○支部において「融資申込みに向けた準備に取り組む、あるいは資金繰り改善や事業計画の見直し等を検討する」との回答は説明会で89.0%、個別相談会で93.5%。</p>								
		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 %	実績数値	89.1 %	目標達成度	111.4%			
		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 %	実績数値	97.3 %	目標達成度	121.6%			
		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 %	実績数値	94.3 %	目標達成度	117.9%					
成果の代表事例	<p>A社は金融機関の提案する商品の情報収集を行い資金繰り改善への具体的なアクションにつなげたいとしている。B社は資金調達を考えるうえで参考になったうえ金融機関の担当者等と名刺交換ができてよかったと取引金融機関を増やすことに前向きな姿勢を見せている。 支部実施分においては、C社は年末を控え商品仕入れ資金の調達について相談し、借り換えによりマル経融資の手続きを進めることとなった。D社はリフォームのため自己資金と一部資金の借入が必要であり、低利な資金調達をアドバイスし、マル経融資を推進することとなった。</p>									
実施結果	<p>融資制度説明会では、金融機関の融資メニューの説明が、資料を読んでいるだけ、調べて分かる内容の紹介との不満の声があった。説明会に参加してしか得られない情報も可能な限り盛り込んで、参加企業の満足度が高まるよう努める。 支部での説明会・個別相談会については、出張説明会や相談会を各区でバランスよく開催するほか、区の施設や信用金庫、産業会、納税協会、個人タクシー組合等との連携を図り、商店街振興組合でも出張相談を実施した。次回も事業者の利便性を高めることで、各種金融制度の利用促進とカルテ化につなげるよう取り組む。</p>									

大阪商工会議所

事業名		MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型></p> <p>(1)オープンイノベーションセミナー ○7月3日「中堅・中小企業のための技術提案力向上セミナー」(支援企業数50社) (2)技術ニーズマッチング 技術ニーズ説明会 ○7月10日「MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム With 大阪ガス」(支援企業数140社) ○8月29日「MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム With ダイキン工業」(支援企業数170社) ○10月18日「MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム With 日立造船」(支援企業数153社) (3)技術シーズ商談会 技術シーズ説明会 ○10月24日「技術シーズ商談会 テーマ:材料・化学」(支援企業数40.5社) ○11月28日「技術シーズ商談会 テーマ:環境・エネルギー/ICT」(支援企業数42社)</p> <p><人材交流型></p> <p>(1)技術ニーズマッチング ビジネスマッチング会 ○9月27・30日・10月1・2・7・10・11日「大阪ガスとのビジネスマッチング会」(支援企業数37社) ○11月18・19・20・25日「ダイキン工業とのビジネスマッチング会」(支援企業数32社) ○2月19日「日立造船とのビジネスマッチング会」(支援企業数36社)</p> <p>(2)技術シーズ商談会 個別商談会 ○11月15日、12月11・19・25日「個別商談会(技術シーズ商談会 テーマ:材料・化学)」(支援企業数3社) ○1月14・20日「個別商談会(技術シーズ商談会 テーマ:環境・エネルギー/ICT)」(支援企業数4社)</p>
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>
	<p>①府施策連携</p> <p>大阪府施策連携事業「MOBIO連携推進事業」として実施。大阪府商工労働部ものづくり支援課と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報にご協力いただいたほか、一部は産業創造課と共催し、大阪府主催の事業「セミオープン型オープンイノベーション」(産業創造課が主催、大阪商工会議所が共催)への参加者や関係者に対して、本事業をご紹介いただくなど、両者の事業を相互広報する形で連携を行った。</p>	
	<p>②広域連携</p> <p>当所のメール配信やD-FAXのシステム、MOBIO・産業創造課のネットワークを利用して広報を行ったほか、府内金融機関・支援機関(大阪産業局他)・業界団体等に「協力支援機関」として登録いただき、メール配信やちらしの配布など関係企業への広報協力をいただき、府全域の中小企業への網羅的なPRを行った。また、関西商工会議所連合会の加盟会議所に対して共催を募り、「技術ニーズマッチング」は新たに3会議所が加わり、茨木・北大阪・高槻・東大阪・姫路・八尾の6会議所、「技術シーズ商談会」には、東大阪・守口門真・八尾の3商工会議所との共催体制となり、商工会議所のネットワークを生かした、より広域での広報が可能となった。</p>	

計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	610	支援企業数(実績)	595.5	支援実績率	97.6%	満足度	84	
	支援企業数(計画)	110	支援企業数(実績)	112.0	支援実績率	101.8%	満足度	93	
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>①オープンイノベーションセミナーと技術ニーズ説明会について 大企業からの技術ニーズ説明会には延べ463社の支援対象企業が参加し、座長である名取隆氏がオープンイノベーションの意義と重要性について理解を促し、大企業に対する販路拡大の可能性について気づきを与えるレクチャーを行うなど、ビジネスマッチングへの動機付けを行った。また、今年度のマッチング事業が始まる前に「中堅・中小企業のための技術提案力向上セミナー」を開催、50社の支援対象企業が参加、技術提案を行う際の具体的なポイントなどを紹介し、中堅・中小企業の技術提案力とマッチング率の向上を目指した。</p> <p>②技術ニーズマッチングのビジネスマッチング会では、延べ105社の支援対象企業の個別面談をアレンジし、そのうち99社が面談企業と継続して協業可能性を検討している。</p> <p>③技術シーズ商談会の個別商談会では、7社の支援対象企業の商談をアレンジし、そのうち6社が商談企業と継続して協業可能性を検討している。</p>							
	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 %	実績数値	94.3 %	目標達成度	134.7%			
	指標②	商談マッチング(引き合わせ)数							
	数値目標	20 件	実績数値	105 件	目標達成度	525.0%			
	指標③	商談マッチング(引き合わせ)数							
	数値目標	10 件	実績数値	7 件	目標達成度	70.0%			
成果の代表事例	<p>技術ニーズマッチングでは、年間を通して延べ567社が説明会に参加、そのうち193社からエントリーがあり、さらに延べ133社が面談に進んだ。</p> <p>技術シーズ商談会では、年間を通して延べ87社が説明会に参加、そのうち8社からエントリーがあり、さらに延べ7社が面談に進んだ。</p>								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>技術ニーズマッチングは、より広域な広報を行うことで支援企業数は増加したが、一部アンケートの回収率が低く目標数に届かない場合があった。次年度以降はアンケート未提出者に対する督促等を行い、確実に支援企業数の獲得を図る。また、参加企業から要望の多い、大企業からのニーズ説明資料の配布については、大企業の意向にもよるが、できる限り対応できるよう調整を試みる。</p> <p>技術シーズ商談会は、発表する技術テーマを限定し、複数の大企業から技術シーズを発表する形式としたことにより、参加企業の関心と活用できる技術シーズを見つけられる確率(マッチング率)が高まったと考えられる。一方、広報段階で技術シーズの具体的な情報を打ち出せなかった為、想定していたほどの集客効果が得られなかった。今後は、複数の発表企業の足並みを揃えて早めに技術シーズ情報を収集し、効果的な広報に努めるとともに、各商談会でもう少し多くの技術シーズを発表できるように取り組む。</p>							

大阪商工会議所

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																									
想定する実施期間		2012 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は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。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。																									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(1) 10月3日「第3回大阪産業技術研究所との産学技術交流会」 支援企業数：82社 (2) 11月27日「第35回大阪大学大学院基礎工学研究科 産学交流会」 支援企業数：72社 (3) 12月6日「大阪産業技術研究所(ORIST) 技術シーズ・成果発表会」 支援企業数：153社</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="8">大阪府施策連携事業「MOBIO連携推進事業」及び「(地独)大阪産業技術研究所(ORIST)連携事業」として実施。大阪府商工労働部ものづくり支援課と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報にご協力いただいたほか、大阪産業技術研究所とは企画段階から連携し研究所の研究を広く発表する機会として活用いただいたほか、広報面でもメールマガジン配信やチラシ配布等の協力をいただいた。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="8">大阪府下に多くの会員企業・案内先を有する、MOBIOや大阪産業技術研究所などのネットワークを利用し、大阪府内の中小製造業者へ広報を行った。</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府施策連携事業「MOBIO連携推進事業」及び「(地独)大阪産業技術研究所(ORIST)連携事業」として実施。大阪府商工労働部ものづくり支援課と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報にご協力いただいたほか、大阪産業技術研究所とは企画段階から連携し研究所の研究を広く発表する機会として活用いただいたほか、広報面でもメールマガジン配信やチラシ配布等の協力をいただいた。								②広域連携	大阪府下に多くの会員企業・案内先を有する、MOBIOや大阪産業技術研究所などのネットワークを利用し、大阪府内の中小製造業者へ広報を行った。							
	①府施策連携	大阪府施策連携事業「MOBIO連携推進事業」及び「(地独)大阪産業技術研究所(ORIST)連携事業」として実施。大阪府商工労働部ものづくり支援課と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報にご協力いただいたほか、大阪産業技術研究所とは企画段階から連携し研究所の研究を広く発表する機会として活用いただいたほか、広報面でもメールマガジン配信やチラシ配布等の協力をいただいた。																									
②広域連携	大阪府下に多くの会員企業・案内先を有する、MOBIOや大阪産業技術研究所などのネットワークを利用し、大阪府内の中小製造業者へ広報を行った。																										
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	210	支援企業数(実績)	307.0	支援実績率	146.2%	満足度	85																			
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>公設試験研究機関や大学を「売れる製品づくり、ものづくりのテクノパートナー」として認識し、中小企業がこれらの機関と連携した、技術力強化に取り組む動機づけを行うことを目標として、公設試験研究機関や大学が有する最新の研究成果に関する情報を、セミナー形式やポスター発表形式で入手できる機会を提供した。のべ307社の支援企業が参加し、アンケート調査では支援対象企業の回答者の89%が「得た情報は今後の技術・製品の開発に役立つ」と回答した。</p> <p>また、イベントに併せて、本所が行う「産学官技術相談窓口」の事業内容や大阪産業技術研究所等の施設概要を参加者に紹介することにより、より強固な産学連携(技術相談、共同研究、委託研究、施設利用など)に結び付ける情報提供も行った。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="8">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</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>89.6%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="4">128.0%</td> </tr> </table>								指標	得た知識を今後の製品や技術の開発に役立てると回答した割合								数値目標	70%	実績数値	89.6%	目標達成度	128.0%			
	指標	得た知識を今後の製品や技術の開発に役立てると回答した割合																									
	数値目標	70%	実績数値	89.6%	目標達成度	128.0%																					
成果の代表事例	<p>主な参加者の感想は次の通り。 ○社会実装を考えた発表となっていたので、具体的な研究成果の先がイメージできた。 ○将来的に大阪産業技術研究所に相談することがあると思う。</p>																										
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>「中小製造業者と大阪府内公設試験研究機関・大学の技術交流」というテーマに沿って、より効果が得られる開催形式・テーマ設定・プログラム構成・広報方法等を検討する。</p> <p>また、より強固な産学連携(技術相談、共同研究、委託研究、施設利用など)に結び付けるため、このような情報提供セミナーの参加者に対し、他の産学官連携事業の紹介や利用勧奨を行う。</p>																									

大阪商工会議所

事業名		大阪・関西IoT活用推進フォーラム							
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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「大阪・関西IoT活用推進フォーラム」 IoTなどの先端情報技術の最新動向や中小事業への影響、IoTを進めていくうえでのカイゼンの考え、各種IoTツールの事例を紹介。 第10回例会（8月1日）支援企業数：69.5社 第11回例会（10月29日）支援企業数：61.5社 第12回例会（2月21日）支援企業数：93社</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	大阪府商工労働部の中小企業支援室の大阪府IoT推進Lab担当、中小企業支援室ものづくり支援課と連携し、メールマガジン等でMOBIO関連事業者への広報に協力いただいたほか、大阪府IoT推進ラボについての情報提供を行った。						
	②広域連携	本所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府や大阪市の広報ツール（メールマガジン等）を活用し、府内事業者に広く周知・募集を行った。							
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	270	支援企業数(実績)	224.0	支援実績率	83.0%	満足度	89
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>人材育成型については、支援対象企業のうち、90%を超える企業から、事業参加の後「本日得た情報をもとに、できるところからIoTの活用につなげたい。」等、IoT活用に向け取り組む旨回答していることから、自社でのIoTの導入意欲の向上に十分に寄与した。</p>							
		指標	アンケートでIoTの活用さらに努めたいと回答した割合						
		数値目標	70%	実績数値	95.8%	目標達成度	136.9%		
	成果の代表事例	<p>参加者の主な感想は次の通り。 ○IT/IoTについて概略から詳細な特徴、具体的事例まで幅広い知識を得ることができた。 ○業務効率化が最優先課題であるため、とても参考になった。できるところから始めていきたい ○製造分野で活かすヒントもあったので、会社で議論していきたい。 ○よくわからなかった5Gのビジネスチャンスについて多様な視点から情報収集する機会となった。</p>							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>IT/IoTやVR等の最新動向に関する情報提供とともに、製品サービスの体験会も実施し、多くの方に満足いただいた。また、本年3月から商用開始となった5Gをテーマとした例会では定員以上の申し込みがあったが、いかにタイムリーなテーマで講師を招聘できるかが課題となっている。今後も、中堅・中小企業が求めるIT/IoTを活用した生産性向上や付加価値向上等に関する関心の高いテーマ設定に努め、多くの事業者に参加いただいてIT/IoTの導入支援ができるよう、より効果が得られる開催形式・テーマ設定・プログラム構成・広報方法等を検討する。</p>							

大阪商工会議所

事業名		環境法令・エネルギー課題対応支援セミナー							
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで ※複数年度段階の実施事業は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おう。							
	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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①令和元年度「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」(6月18日) 支援企業数：36.5社 ②中小企業のための「スマートエネルギー分野への参入セミナー」(10月21日) 支援企業数：78社 ③水素関連産業新技術ニーズ説明会(11月25日開催) 支援企業数：30社 ④令和元年度「中小事業者のための省エネ・省CO2セミナー」(12月5日) 支援企業数：59社 <事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>							
	①府施策連携	大阪府商工労働部成長産業振興室ものづくり支援課、産業創造課と連携したほか、【人材育成型①・④】は、共催団体である(地独)大阪府立環境農林水産総合研究所・スマートエネルギーセンターと連携し、事業者の省エネを支援する大阪府の取り組みを紹介するとともに、「おおさかスマートエネルギーパートナーズ」の活用を促し、府内事業者の省エネへの取り組みを支援した。							
②広域連携	本所の広報媒体(ホームページ、大商ニュース、メール配信など)を広く活用するとともに、大阪府や大阪市の広報ツール(メールマガジン等)を活用し、府内事業者に広く周知・募集を行った。								
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	165	支援企業数(実績)	203.5	支援実績率	123.3%	満足度	85	
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	・省エネ・省CO2セミナー【人材育成型①および④】企業が容易に取り組める節電・省エネ対策に関する具体的な知識を提供し、参加企業は自社独自で取り組める具体的なノウハウやテクニックを身につけることができた。また、近畿経済産業局や大阪府の担当者によるエネルギー動向の解説や各種支援メニュー紹介なども盛り込んだことで、環境・エネルギー問題に関する幅広い知識を習得することができた。 ・【人材育成型②】次世代モビリティに求められるキーテクノロジーとしての燃料電池や自動運転技術の動向をテーマとするとともに、中小企業の参入事例紹介や交流会を行い、当該分野への新規参入を目指すきっかけを提供できた。 ・【人材育成型③】「水素・燃料電池戦略ロードマップ」の策定や、大阪・関西万博の移動手段として水素船が提案されるなど、水素関連産業の長期的な成長が見込まれる中、セミナー参加者には、国の研究機関(JAXA)の水素技術の活用や、大手企業の最新動向や中小企業の参入事例などの最新情報を提供するのに加え、エネファームやSOFC等のメーカーから技術ニーズを提示することで、新たな技術マッチングのきっかけをつかむ機会を提供できた。							
	指標	当該事業で得た知識などを自社の課題解決や新事業の展開などに役立てると回答した割合							
	数値目標	80%	実績数値	94.4%	目標達成度	118.0%			
成果の代表事例	・省エネ・省CO2セミナー【人材育成型①および④】受講者アンケートでは、本セミナーで得た情報をもとに対策を行っていくとの前向きな回答が多く得られ、本セミナーが府内中小事業者にとって非常に有益であった。 ・【人材育成型事業②および③】受講者アンケートでは、セミナーで得た情報をもとに新規事業参入を検討したい等といった前向きな回答が多く得られた。								

実施結果	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>省エネのよりいっそうの推進や新エネルギーの活用が課題となっている。今後も、省エネについては中小の事業者が自社だけで取り組める節電事例等の紹介、支援メニューの説明などを行い、事業者の省エネの取組みを支援していく。また、新エネルギー関連産業の市場動向や中小事業者の参入事例を紹介することで、新エネルギー分野への円滑な参入を支援していくにあたっては、大阪府・市などと連携し、開催時期や社会情勢等を考慮しながら企業ニーズに沿ったプログラムの検討を行う。</p>
------	---	---

大阪商工会議所

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							
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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「AI」にフォーカスし、AIの技術革新が社会、ビジネスに及ぼす影響を解説。また、同分野において、優れた技術を生かして新たなビジネスを展開する企業の技術・製品、活用事例も紹介。</p> <p>7月9日「ミライの事業共創セミナー 基本編 AI・IoTは事業をどう変えるのか？」 支援企業数：76社</p> <p>8月6日「ミライの事業共創セミナー 実践編 AI・IoTで事業価値を高める方法」 支援企業数：63社</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	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開催し、申込者に対して、同グループが主催する「大阪共創ビジネスプログラム(OCBP)」への参加を呼び掛けた。						
	②広域連携	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中小企業支援室商業・サービス産業課のメールマガジンや同課主催事業でのチラシ配布等により、府内事業者に広く周知・募集を行った。							
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	140	支援企業数(実績)	139.0	支援実績率	99.3%	満足度	84
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>「基本編」では、AI分野で研究者・経営者として著名な講師による基調講演に加え、第4次産業革命技術を活用した新規事業に先進的に取り組む企業の事例発表のプログラムも設けた。「実践編」では、AIツールの分野に精通する講師による、ツール活用に関する概論的な講演に加え、ベンダー各社の提供サービスおよび導入事例を紹介したほか、各社との個別相談のプログラムも設けた。この結果、8割以上の支援対象企業がアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」と回答しており、本事業は、第4次産業革命技術を活用した新規事業創出の促進に寄与した。</p>							
		指標	各回のアンケートで「新規事業を企画・検討するにあたって参考になった」との回答割合						
		数値目標	75%	実績数値	88.1%	目標達成度	117.4%		
	成果の代表事例	アンケートでは、参加者の大半が「満足」「やや満足」と回答。さらには、「第4次産業革命関連技術を活用した新規事業を企画・検討したい」という新規事業参入へ前向きな回答が多く得られた。							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	「基本編」と「実践編」の2本立てとし、AIに関して関心はあるが専門知識はない、という参加者に対しても基礎からビジネス活用まで段階的に情報収集してもらえるように企画したが、AIがテーマのため、講演にはデータ収集や分析に関する専門用語が含まれ、すべての参加者に内容を理解してもらうことは難しかった。次年度以降は、事例をより多く含めることを意識し、第4次産業革命関連技術を活用した新規事業創出を支援できるよう努める。							

大阪商工会議所

事業名		水ビジネスの企業連携・海外展開支援事業							
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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めざす企業を対象に、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めざす。							
	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めざす企業							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	(1)東南アジア・インドの水ビジネス市場動向セミナー 開催日：7月30日 支援企業数：62.5社 今後一層の水処理のニーズが見込まれるASEAN・インド市場に着目し、各国における市場概況について解説するほか、中小企業の海外展開時のJICAの支援制度の説明やインド市場への海外展開に取り組む日本企業より、各社の海外展開までのストーリー、苦労した点などを紹介。 (2)アジアにおける水ビジネス連携セミナー 開催日：12月16日 支援企業数：60.5社 アジアでの水・環境ビジネス展開における課題、解決策とともに、環境政策・規制の動向等についての専門家の講演、また先行企業による事例を紹介。 <事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	大阪府商工労働部ものづくり支援課、成長産業振興室国際ビジネス・企業誘致課ならびに産業創造課、JICA関西、Team E-Kansai（事務局：地球環境センター）と連携し、アジアやインドといった海外でのビジネス展開に関心がある企業の発掘に取り組んだ。						
②広域連携	本所の広報媒体（ホームページ、大商ニュース、メール配信など）を広く活用するとともに、大阪府やTeam E-Kansai、ジェトロの広報ツール（メールマガジン等）を活用し、府内事業者にも広く周知・募集を行った。								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	120	支援企業数(実績)	122.5	支援実績率	102.1%	満足度	85
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	セミナーへの参加を通して、大阪府内中小企業へ、アジア諸国（ASEAN・インド含む）における環境規制動向や市場概況の情報を提供し、参加企業の水・環境ビジネスへの新規参入の検討ならびに海外事業展開の方針策定に役立ててもらった。							
		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 %	実績数値	98.3 %	目標達成度	122.9%			
成果の代表事例	参加者の主な感想は次の通り。 ○水ビジネスに関するマーケットの現状、東アジアやインドへの進出事例、中小企業に対する支援策について必要な情報が得られ検討材料となった。 ○水ビジネスの総論から各論まで詳細な説明があり、海外事業展開の要点がよく分かった。 上記の感想の通り、本セミナーは、東アジアやインド地域等における水ビジネスに関する現地情報を収集できる数少ない機会であり、参加した多くの府内事業者の満足度は高かった。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	今後一層の水処理ニーズが見込まれる東アジア諸国等において、日本企業に求められる水ビジネスニーズや現地の最新情報等をいかに提供するかが課題となる。「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」とした回答割合は高かったが、水ビジネスの海外展開を検討する際に事業者が必要とする情報提供について、テーマ設定・プログラム構成等を検討する。							

大阪商工会議所

事業名		医療機器産業事業化促進事業																								
想定する実施期間		2018 年度～ 年度まで ※複数段階の実施事業は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めざしているメーカーなど																								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】</p> <p>①-1. 医療現場のニーズを知る！商品開発提案のための勉強会（6月20日） 支援企業数：60社 医療従事者を招き、看護・在宅医療分野で企業が持つ様々な技術・商品を活かせるテーマを発見するために理解しておくべき医療現場の現状と課題について紹介するセミナーを実施した。</p> <p>①-2. 医療機器ビジネス参入促進セミナー（はじめての海外展開）（7月23日） 支援企業数：33社 経営者として医療機器の海外展開、営業推進を行った経験豊富なアドバイザーが海外展開に必要な経営/営業/薬事戦略の立案に必要な押さえるべきポイントを解説するセミナーを実施した。</p> <p>【販路開拓型】</p> <p>②セミナー併設展示（8月6日、11月1日） 支援企業数：5社（8月6日：4社、11月1日：1社） 府内中小企業の持つ商材を医療機器企業等へ売り込める展示会を各種セミナー開催時に実施し、本業界への参入を支援・促進した。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="8">大阪府と当該事業を含め大阪のライフサイエンス産業の振興について日常的に情報交換、連携を行った。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="8">大阪府全域の企業との連携を可能とする事業で広く府内から参加企業を募集した。（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、吹田の各地会議所と共催で開催している。）</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府と当該事業を含め大阪のライフサイエンス産業の振興について日常的に情報交換、連携を行った。								②広域連携	大阪府全域の企業との連携を可能とする事業で広く府内から参加企業を募集した。（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、吹田の各地会議所と共催で開催している。）						
①府施策連携	大阪府と当該事業を含め大阪のライフサイエンス産業の振興について日常的に情報交換、連携を行った。																									
②広域連携	大阪府全域の企業との連携を可能とする事業で広く府内から参加企業を募集した。（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、吹田の各地会議所と共催で開催している。）																									
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	70	支援企業数(実績)	93.0	支援実績率	132.9%	満足度	85																	
		支援企業数(計画)	6	支援企業数(実績)	5.0	支援実績率	83.3%	満足度	80																	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p><人材育成型事業> セミナーに参加した93社の対象企業のうち、76社から「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」等の回答があり、有益な情報提供を行うことができた。</p> <p><販路開拓事業> 展示に参加した5社の対象企業のうち、3社から「今後の販路開拓に効果があった」との回答があり、有益な展示機会を提供することができた。</p>																								

		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 %	実績数値	94.8 %	目標達成度	135.4%
		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 %	実績数値	100.0 %	目標達成度	142.9%
	成果の代表事例	<p>①については「医療機器事業参入において考慮すべき事項を漠然と理解するとともに、新規参入を狙うべき領域のイメージを持てた」「海外展開で抑えておくべきポイントを理解できた」といった声が寄せられた。②については「今回の展示で具体的案件につながった」「これまでご挨拶する機会がなかった会員企業様と新規に話すきっかけができた」「展示により、会員企業様と名刺交換ができて、取引につながって来ています」といった声が寄せられた。</p>					
実施結果	<p>課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）</p>	<p>①については、いずれのセミナーも満足度は高かったが、6月20日のセミナーについては、さらに深掘りした話を聞きたいとの要望があり、引き続き情報提供を行う。7月23日は、いずれも内容自体は非常に多くの参加者に満足いただけるものであったが内容に比して集客は想定を下回ったため、案内対象ならびに打ち出し方を再考する。</p> <p>②については、セミナーと併設した展示であること、出展企業が固まっている傾向があることから、多様な企業が出展できる仕組みを構築する。</p>					

大阪商工会議所

事業名		中小企業の新規学卒者人材確保支援事業							
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）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型> 6月19日 この時期から中小企業が、新卒採用を成功させるためのすべてを学ぶセミナー (講師：㈱ウィン・キャリアリサーチ 代表取締役 石原勝次郎氏) 支援企業数：69.5社</p> <p><人材交流型> 11月5日 第3回大学等と企業との就職情報交換会 支援企業数：190社 内容：大学の就職支援担当者や新卒採用に意欲のある企業の経営者・採用担当者が一堂に会し、就職・採用等に関する情報交換会を行うことで、企業の人材確保を支援する事業。</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	府施策連携労3番（若手人材の採用・定着支援事業） 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、実施した。						
	②広域連携	大阪府やOSAKAしごとフィールド、大商のホームページやメールマガジン等を通じて、大阪府内広域に周知をはかり、募集を行った。							
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	69.5	支援実績率	139.0%	満足度	94	
	支援企業数(計画)	160	支援企業数(実績)	190.0	支援実績率	118.8%	満足度	90	
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>【セミナーの開催】（人材育成型） 中小企業における新卒者採用において、自社の課題を明確にさせていただくことができた。また、参加前よりも新たな視点や取り組み方法に関する知識を得ていただいたほか、新卒採用に対する意欲を向上させることができた。また、新卒採用時の優秀な学生の選考方法や内定辞退の防止方法等に関する新たなノウハウを得ていただくことができた。</p> <p>【就職情報交換会の開催】（人材交流型） 「つながりたい大学と接点を持つことができ、人的ネットワークが広がった」「大学生の就職活動に関する動向を知ることができた」「インターンシップについて必要な情報を得た」「2020年卒の採用について相談できることとなり、採用活動への選択肢が増えた」など、企業が新規学卒者を採用するため、大学との関係構築を支援することができた。</p>							
	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 %	実績数値	98.5 %	目標達成度	123.1%			
	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 %	実績数値	96.3 %	目標達成度	120.4%				

	<p>成果の代表事例</p>	<p>「現場の実態をいろいろと聞いた」「自社の採用活動で、見直すべきポイントが多数発見できました」「直接大学との接点を持てる機会は少ないので助かりました」「非常に効率的な活動を出来る場を設けていただき、ありがとうございました」「他団体企画の開催よりもゆっくりと大学と情報交換することができて良かったです」という前向きな回答が得られた。</p>
<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>【セミナーの開催】(人材育成型) 中小企業・小規模企業にとって、新卒者人材の確保は厳しさを増しており、中小企業が新卒採用を成功させるためには、大学の就職課との連携が重要になる。今後も「大学等と企業との就職情報交換会」等で、中小企業と大学の就職課とのマッチングの場を提供し、セミナーとの相乗効果で、中小企業の新卒採用課題に効果的に解決できる手段を提供する。</p> <p>【就職情報交換会の開催】(人材交流型) 今回は企業の申し込みが殺到し、開催約2か月前の9月中旬時点で定員に達し、申込受付を締め切ったが、次回はより多くの企業経営者・人事担当者に参加していただけるよう、定員を増やして実施できるように改善する。</p>

大阪商工会議所

事業名		成長企業のための新戦力（女性）発掘・定着支援事業
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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。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。
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪市内を中心に大阪府内に存する、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
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型> (フォーラム・説明会の開催)</p> <p>6月26日 女性市場マーケティングフォーラム 支援企業数65社 9月10日 テレワーク導入セミナー 支援企業数73社 12月2日 企業主導型保育施設設置事業者と共同利用検討企業の交流会 支援企業数12社 2月26日 「第4回大阪サクヤヒメ表彰」記念フォーラム 支援企業数48社 (セミナーの開催)</p> <p>7月3日 女性活躍推進セミナー 支援企業数33社 7月10日 若手女性社員キャリアデザイン研修 支援企業数22社 10月10日 人材不足の解消に繋がる育児/介護 両立セミナー 支援企業数20.5社 11月26日 女性活躍推進シンポジウム 支援企業数24.5社 1月24日 仕事と育児/介護の両立支援セミナー 支援企業数20社 2月5日 働く女性のスキルアップ研修 支援企業数52.5社</p> <p><人材交流型></p> <p>5月22日 第4回大阪サクヤヒメ・トーク交流会 支援企業数17社 9月20日 働き女性のためのスキルアップ研修 支援企業数37社 9月20日 働く女性向けSDGs交流会 支援企業数35社</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>
	①府施策連携	府施策連携第7番(中堅・中小企業における女性の活用・戦力化支援事業)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、連携して実施した。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、連携を継続した。また、OSAKA女性活躍推進会議の構成員として適宜連携した。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た。
②広域連携	大阪府のホームページ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った。OSAKAしごとフィールド事業への誘導を図った。	
③市町村連携	大阪市と企業主導型保育事業の共同利用促進促進のための交流会やテレワーク導入セミナーを共催した。	

事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	120	支援企業数(実績)	198.0	支援実績率	165.0%	満足度	90	
		支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	172.5	支援実績率	431.3%	満足度	94	
		支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	89.0	支援実績率	890.0%	満足度	96	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>①参加者アンケートでは、「できることから女性の定着・確保や活躍推進に関する取り組みを進めたい」「女性の定着確保や活躍推進のためのアクションにつなげたい」などの意見があり、参加企業に前向きな変化が見られた。</p> <p>②参加者アンケートでは、「女性（自身）の活躍方法や環境整備について前向きに考えたい」と回答した企業が多く、参加企業に前向きな変化が見られた。</p> <p>③参加者アンケートでは、「他社にロールモデルを見つけることができた」「自身の働き方の参考となる情報を得られた」「他社の女性役員・管理職と交流することができた」「女性が働きやすい環境整備のためのヒントを得られた」など、女性役員や管理職を目指す女性が、今後のキャリアを前向きに検討する機会を与えることができた。</p>								
		指標①	フォーラム・説明会に参加し、アンケートで「今後、女性の定着・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 %	実績数値	93.1 %	目標達成度	116.3%			
		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 %	実績数値	92.8 %	目標達成度	116.0%			
		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	実績数値	83 社	目標達成度	1037.5%				
成果の代表事例	<p>「女性視点を取り入れて今までと違った提案ができるのではないかと、大変ヒントになりました」「色々な人生がある中で、色々な選択肢のある会社にしたかった」「キャリアアップというイメージがすごく変わりました」「育休、介護について社内に周知したいと思いました」「頑張る女性、向上心のある女性と出会って良かったです」などの感想を得た。</p>									
実施結果	<p>働く女性の数が増えたものの、女性活躍推進が進んでおらず、女性が本来の力を発揮できていない企業も多い。また、社内にロールモデル（模範）となる女性が少ないため、仕事と育児や介護との両立、管理職への登用などに対して不安をもつ女性も多い。そこで、次年度も、女性が働きつつやすい職場環境整備をはかるため、企業主導型保育事業やテレワーク導入等を推進するためのフォーラムやセミナーなどを実施する。また、大阪商工会議所が実施する「大阪サクヤヒメ表彰」の受賞者をロールモデルとして広く紹介し、働く女性と交流する場を設けることで、育児や介護と両立しながらキャリアアップするためのヒントを提供する。</p>									

大阪商工会議所

事業名		中小企業に対する高齢者雇用サポート事業							
想定する実施期間		2013 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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）							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型> 「企業に活力を与える高齢者の雇用と処遇」セミナー 支援企業数：199社 （講師：大阪府社会保険労務士会所属 特定社会保険労務士 高口 綾子 氏 中央支部のみ第2部事例発表：(株)山本金属製作所 総務部総務課課長 永安 慎也 氏 (北支部) 8月22日 (支援企業数29.5社)、9月4日 (支援企業数18.5社) (中央支部) 9月6日 (支援企業数67社) (西支部) 9月24日 (支援企業数38.5社) (南支部) 10月1日 (支援企業数25.5社) (東支部) 10月9日 (支援企業数20社)</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	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）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した。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）に協力を得た。						
	②広域連携	本商工会議所や他の産業支援機関、上記機関のメール配信などにより府内全域を対象に参加募集をした。							
	④相談相乗	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た。							
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	140	支援企業数(実績)	199.0	支援実績率	142.1%	満足度	92
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	指標	セミナーで得た知識を、自社の今後の労働環境や処遇の見直しなど労務改善につなげる・役立てると回答した割合						
		数値目標	85 %	実績数値	100.0 %	目標達成度	117.6%		
		成果の代表事例	A社から「高齢者継続給付と在職老齢年金を考慮した賃金設定や、職業能力評価基準の説明は役に立った」、B社から「再雇用者の賃金設計や第二種計画認定・変更申請書の提出について、再検討の必要性を痛感した」、C社から「65歳超の高齢者をどう活用するか、考えていきたい」などの声があった。						
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	次年度は希望する社員が70歳まで働ける環境整備に向けて企業が取り組んでいけるよう、高齢者の賃金・人事処遇制度のあり方や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、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する。							

大阪商工会議所

事業名		中小企業のための外国人材採用支援事業							
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで ※複数年度段階の実施事業は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>○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。</p> <p>○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。</p> <p>○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。</p>							
	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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型> (セミナー・シンポジウムの開催)</p> <p>8月2日 ダイバーシティ経営シンポジウム 支援企業数：54.5社</p> <p>9月4日 外国人留学生採用セミナー 支援企業数：50.5社</p> <p>10月7日 「人財」確保のための採用ノウハウセミナー 支援企業数：25社</p> <p><人材交流型> (外国人留学生対象「合同企業説明会」の開催)</p> <p>10月3日 グローバルジョブフェア 支援企業数：4社 内容：主に外国人留学生を対象した合同企業説明会</p> <p>10月30日 外国人留学生就職面接会2019 支援企業数：30社 内容：外国人留学生と企業の合同就職面接会</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	府施策連携第2番(中小企業のための、グローバル人材(外国人留学生)確保・定着支援事業) 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した。						
	②広域連携	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した。							
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	130.0	支援実績率	260.0%	満足度	89
		支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	34.0	支援実績率	113.3%	満足度	90
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p><人材育成型> (セミナーの開催)</p> <p>参加者アンケートでは、「外国人材の採用意欲が高まった」「外国人留学生の採用について理解できた」「外国人留学生の採用に関する知識が高まった」と回答する企業が多く、参加企業が外国人留学生の採用に関して前向きに検討する機会を提供することができた。</p> <p><人材交流型> (外国人留学生対象「合同企業説明会」の開催)</p> <p>参加者アンケートでは、「今後アプローチしたいと思える外国人留学生が見つかった」という回答があり、参加企業に外国人留学生の採用に向けて、前向きに検討するよう促すことができた。</p>							
	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 %	実績数値	95.9 %	目標達成度	119.9%			
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 %	実績数値	87.5 %	目標達成度	125.0%				

	<p>成果の代表事例</p>	<p>「取り組み方の理解が深まりました」「今後やるべき事が明確になりました」「採用する側、される外国人側の本音、体験談が聞けて参考になりました」「採用のノウハウ、考え方、改めて自社の魅力を考える良い機会となりました。留学生の考え方、企業様の採用方法を聞くことができた」「就労ビザの取得方法は、今後の採用でも非常にためになると思う」などの感想を得た。</p>
<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>日本企業に就職を希望する外国人留学生は増えているが、外国人留学生の採用を躊躇する日本企業はまだ多い。今後も外国人留学生を採用している企業の事例を紹介するなど、中小企業が外国人留学生の採用に前向きに取り組むよう働きかける。</p>

大阪商工会議所

事業名		中小企業の若年者人材確保支援事業							
想定する実施期間		2018 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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)							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型>(セミナーの開催)</p> <p>10月3日 若年求職者を魅了する「採用の極意」セミナー 支援企業数:81.5社 (講師:(株)学情 松本悠希氏)</p> <p>11月22日 ～若年求職者をひきつける、働きやすい職場とは～働き方改革セミナー 支援企業数:68社</p> <p>①「時間外労働の上限規制について」大阪中央労働基準監督署 ②「働き方改革に活用できる助成金等について」大阪働き方改革推進支援・賃金相談センター</p> <p>○事例発表 西川産業株式会社、株式会社Re-fa ○個別相談会</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	府施策連携労3番(若手人材の採用・定着支援事業) 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した。						
	②広域連携	大阪府やOSAKAしごとフィールド、大阪労働局、大商のホームページやメールマガジン等で積極的に広報を行った。							
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	70	支援企業数(実績)	68.0	支援実績率	97.1%	満足度	81
		支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	81.5	支援実績率	271.7%	満足度	77
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>【若年求職者を魅了する「採用の極意」セミナー】</p> <p>アンケートでは「若年求職者採用に対する新たな視点や取り組み方法に関する知識を得た」「若年求職者に対して採用意欲が向上した」「若年求職者採用時の優秀な若年者の選考方法に関する新たなノウハウを得た」と回答するなど、若年求職者の採用に関する新たな知識やノウハウを提供するとともに、参加者の採用意欲を向上させることができた。</p> <p>【働き方改革セミナー】</p> <p>アンケートでは「自社の若年者人材確保や働き方改革を進める上で、その課題が明確になった」と回答するなど、若年者採用促進のための労働環境改善に関して、参加者を前向きに促すことができた。</p>							
	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%	実績数値	84.6%	目標達成度	120.9%				
成果の代表事例	「若年層の生の声を聞いたことで気づきがあった」「採用基準を明確にする必要があるという重要性を再認識した」「実際に会社の事例を聞くことができて、当社との違いは何かというのを知ることができてよかった」など、参加企業に若年者採用のための取り組み方法や労働環境改善に向けて検討する機会を提供することができた。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>【若年求職者を魅了する「採用の極意」セミナー】</p> <p>今回のセミナーでは、若年求職者の採用を希望する企業に、若年者目線で実情に沿った情報を提供したが、若年求職者の転職活動は時代の流れとともに変化してきており、経営者・人事担当者は最新の動向を踏まえたうえで、採用活動を行う必要があるため、今後も最新情報を提供する。</p> <p>【働き方改革セミナー】</p> <p>申込者が定員を大幅に上回ったため、締切日前に申込受付を締め切ったが、当日は想定を下回る出席者数となり目標数を下回った。次回は申込者開催1週間前に受講票を送付するなど、申込者が確実にセミナーに出席するよう促す。</p>							

大阪商工会議所

事業名		大阪クリエイティブフェア								
想定する実施期間		2013 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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>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できるよう注力する。</p>								
	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								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「大阪クリエイティブフェア」として実施。 6月 出品者募集 8月 1次(書類)審査 9月 2次(現物)審査 10月 出品者個別面談(近鉄百貨店から大手百貨店で販売するうえで必要となる商品表示や価格表示、販売商品選択、陳列、什器備品、関連法規、品質規格・表示管理基準等に関する支援・助言)など 11月20日～11月26日 近鉄百貨店アベノハルカス催事(一般消費者への販売行為。一般客、専門事業者からの反応を確認する機会、意見を直接聞く機会、会社のPRの機会、従業員の士気向上・人材育成の機会の提供)</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>								
		①府施策連携	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)) 大阪府商工労働部中小企業支援室ものづくり支援課モビオ事業推進グループの協力のもと、大阪製ブランド認定事業者や大阪産登録企業等に案内した結果、9社が出品した。 また、大阪製ブランド認定事業者や大阪産登録企業等には、本事業出展費を免除するなどのインセンティブの継続を検討する。							
	②広域連携	上記の通り、大阪製ブランド認定事業者や大阪産登録企業等に案内したほか、府内の商工会議所、商工会にも協力を依頼した。また、東京で開催された生活用品の展示会などに出向き、直接出品の勧誘などを行ったほか、在阪のデザイン関連団体などに加盟企業への周知を依頼した。								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	24	支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	87.5%	満足度	80	
		支援企業数(計画)	1,400	支援企業数(実績)	2,756	支援実績率	196.9%	満足度	80	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>○B to Cの催事として、今回の総売上は5,379,210円(1社平均:約25.6万円)。前回は総売上5,816,462円(同:約24.2万円)。 ○百貨店の催事に出品する条件や必要な体制等への理解が深まった。 ○今後の取引の信用力となる百貨店での催事出品・納品実績ができた。 ○店頭や広告物を通じて一般消費者にPRできた。</p>								
		指標	売上合計							
	数値目標	450万円	実績数値	538万円	目標達成度	119.6%				

	成果の代表事例	<p>【A社】パスケース、キーケース、財布などの革小物を出品。百貨店の催事出品は初めてであったが、お客の反応もよく、自信がついた。製造卸業が主体であるが、今回の経験を踏まえ、他の百貨店催事への出品や小売の強化を検討する。</p> <p>【B社】本業（金属加工）の技術を活かした新商品（金属と革を活かしたバッグ）を出品したが、期待以上の成果があった。</p> <p>【C社】お客様のご意見から、これまで思いつかなかった有望な販路先のヒントが得られた。</p>					
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	1,400	目標値 (実績)	2,756	目標達成度	196.9%
		商品購入件数（人）					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>○出品企業の募集 2019年度は前年度に比べて応募企業は増えたが、審査に合格した企業は減少した。魅力ある企業の発掘が課題。そのためモビオ事業推進グループとの連携はもとより、府内の商工会議所、商工会やプロダクトデザイナー、専門学校等に協力をお願いする。</p> <p>○売上拡大 デザイン性やクオリティの高い商品は価格も高めなものが多く、見学するお客は多いが購入に至らない。価格も考慮し、購入しやすい商品の品ぞろえを働きかける。</p> <p>○大阪らしさ 大阪製ブランド認定企業や大阪産登録企業をはじめ、大阪にゆかりのあるデザイナーや企業の商品など、来場者が大阪らしさを実感できる商品の出品に努める。</p>					

大阪商工会議所

事業名		クラウドファンディング活用サポート事業							
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<人材育成型> 11月5日「クラウドファンディング活用セミナー」 支援企業数：50.5社 「購入型クラウドファンディング成功へのステップと秘訣～事例紹介を交えて～」 (株)パーソナル (FAAVO大阪) 代表取締役CEO 川辺友之 氏 「クラウドファンディング活用体験談『日本の国を守りたい！間伐材を布にした豊かなライフスタイルの提案ブランド』」 (株)クロア・ドール 代表取締役 奥田 英二 氏 <人材交流型> 11月5日「クラウドファンディング個別相談会」 支援企業数：11社 クラウドファンディングサイト運営事業者 (FAAVO大阪、Makuake)							
		<事業手法 (①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果) の具体的な連携・効果を記載>							
		①府施策連携	企画段階から大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課新事業創造グループと調整。セミナーで同グループ職員にクラウドファンディングの概要について解説してもらうとともに、大阪府の施策・事業の案内の印刷物を配布。						
②広域連携	大商本支部の接触事業者やセミナー参加者等への配布、大商会員事業所へのFAX、大商HPへの掲載およびメール配信、大商ニュースへの掲載、大阪府商工関連メールや中小企業庁のメール配信、中小企業基盤整備機構HPへの掲載、大阪府庁、大阪府内の日本政策金融公庫支店を通じて広く案内した。								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績 (数値)	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	50.5	支援実績率	126.3%	満足度	91
		支援企業数(計画)	8	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	137.5%	満足度	95
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	指標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	90%	実績数値	100.0%	目標達成度	111.1%		
		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	90%	実績数値	100.0%	目標達成度	111.1%				
成果の代表事例	セミナー参加者のうち17名が本日の講師や本会議所が実施している経営支援事業の利用を希望したため、サイト運営事業者や勉強会を案内したところ、10社が勉強会に申込みを行うなど、さらなる情報収集に取り組んだ。個別相談者の中から一社がクラウドファンディングに挑戦し、達成率105%の支援を集めた。他にも少なくとも3社がプロジェクト実施に向け、運営会社との調整を継続中である。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	今回のセミナーは、講演内容が充実していたもののワーク作業を行う時間が少なかったため、次回はスケジュールを見直し、ワーク作業の強化によって参加者等にクラウドファンディングをより理解していただくように努める。事例紹介が好評であるため、引き続きいろいろなパターン事例紹介を盛り込み、少しでも多くの中小企業者らの挑戦につなげる。また、全ての相談希望者に答えることができなかったため、本会議所の相談業務の中で、通年で対応する旨、案内を行い、当事業の一層の普及啓発に努める。							

大阪商工会議所

事業名		経営革新関係事業							
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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型> 支援企業数：57.5社 9月13日 経営革新セミナー『アイデアを事業化！新規事業成功の秘訣』 「経営革新の申請にあたって（留意点、関連支援策等）」 大阪府商工労働部 中小企業支援室 経営支援課 総括主査 稲月 稔 氏 「社長さんの想いを形に～経営革新計画で実現する会社の明るい未来～」 大阪商工会議所 専門相談員・中小企業診断士 梶原 陽二 氏 「事例発表：『経営革新計画』活用で異業種連携～地域限定ビジネスが全国展開に挑む」 ㈱生野巽ヶアセンター 代表取締役 井関陽二 氏 ◆利用しよう！公的支援策 大阪商工会議所「無料専門相談（経営革新、法律、人事労務、会計・税務等）」ほか</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
		①府施策連携	企画段階から大阪府 商工労働部 中小企業支援室 経営支援課 経営革新グループと連携をはかり、実施した。						
②広域連携		大商本支部の接触事業者やセミナー参加者等への配布、大商会員事業所へのFAX、大商HPへの掲載およびメール配信、大商ニュースへの掲載、大阪府商工関連メールや中小企業庁のメール配信、中小企業基盤整備機構HPへの掲載、大阪府庁、大阪府内の日本政策金融公庫支店、大阪信用金庫の大阪府内支店・CSR推進部を通じて広く案内した。							
④相談相乗	参加者には専門相談を案内し、利用を勧奨した。また、アンケート結果に基づき、該当者に専門相談を案内した。								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55	支援企業数(実績)	57.5	支援実績率	104.5%	満足度	84
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	指標	大阪府への経営革新計画の申請紹介件数（年間）						
		数値目標	5 社	実績数値	6 社	目標達成度	120.0%		
	成果の代表事例	本セミナーを通じて9社が専門相談「経営革新」を受け、そのうち、N社は相談を重ね、申請書を作成した。ただ、コロナウイルスの影響を受け中国からの輸入が滞っており、年度末の段階で申請を見合わせている。							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	支援企業数が目標に達しなかった昨年度の反省を踏まえ、十分な告知期間を設け、様々な機会を捉えて当セミナーの告知を行った結果、84名の申し込みがあった。アンケートでは多くの前向きな意見をいただいた反面、「計画書の書き方の具体的説明がなかった」「認定計画の実態を知りたかった」等の意見もあり、不満につながっているため、計画書の書き方は専門相談で個別対応することをさらに明確に説明する必要性を感じた。今後も早めの準備を心がけるとともに申請直後の事業所だけでなく、申請後2、3年を経た事業所の経営革新の現状や経営への波及効果を紹介することで、申請、承認につなげていく。							

大阪商工会議所

事業名		中小企業のためのビジネス講演会							
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は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う。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	大阪府内の中小企業・小規模事業者、創業(予定)者							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	1. 大商ビジネス講演会 企業経営者を講師に招き、経営戦略・経営理念などに関する講演会を3回開催した。 2. 大商夕学講座 インターネット回線を用いたサテライト講演会を計11回実施した。一方的な受講だけではなく、東京で講演している講師へ質問することができるため、受講者の理解も深まった。 3. 支部経済講演会 5支部において注目されるビジネスピックアップなどに関する講演会を14回開催した。 ※上記の開催状況は付表参照。							
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>							
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	700	支援企業数(実績)	821.5	支援実績率	117.4%	満足度	93
		支援企業数(計画)	1,200	支援企業数(実績)	1,295.5	支援実績率	108.0%	満足度	88
		支援企業数(計画)	830	支援企業数(実績)	1,161.0	支援実績率	139.9%	満足度	92
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	1.大商ビジネス講演会 「講演会で得た知識・ノウハウ・ヒントを今後の資質向上・事業運営・経営に役立てる」と回答した企業は、支援対象企業の98%(計3回分、753/764)にのぼり、ほとんどの企業が自社の経営課題解決に役立つとしている。 2.大商夕学講座 講演会を受講した経営者が、自社の経営課題に気付き、講演会で得た有益な情報を今後の経営に活用することにより、経営改善・経営革新に向けた第一歩を踏み出すきっかけとなった。 3. 支部経済講演会 アンケートで「経営改善に取り組む意欲が高まった」「経営改善のアクション、企業活性化のヒントになった」「知識が増え、経営力・事業推進力が向上した」と回答した事業者の割合は97.1%であった。							
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 %	実績数値	95.8 %	目標達成度	106.4%				

	<p>成果の代表事例</p>	<p>1. 大商ビジネス講演会 T社「本日得た情報・パラダイムに加えて自己研鑽・努力を続け、自分のスキルUP・キャリアUP、マネジメント力向上に役立てたい」、Z社「大変役立つ内容でした」、O社「お話を聞いていて何気ない言葉にも大きな力を感じました。良いお話をありがとうございました！」など、経営意識に前向きな変化が見られた。</p> <p>2.大商夕学講座 受講者から「具体的な取り組みやその手順の考え方をうかがえて、自らのモチベーションupにつながる」「知識としてプラスになった」「日常生活に新しい気付きを感じるきっかけになると思う」「仕事の新たな着眼点を見つけられた」「今後の経済動向に関する注目点を学べた」など、経営に役立つ旨の意見が寄せられた。</p> <p>3.支部経済講演会 A社「自社の強みを活かすアイデアと市場のセグメントの方法は参考になった」、B社「当社及び関連会社の自社株評価を実施の上、今後の経営判断に役立てたい」、C社「マーケティングデザインによって新規市場の創造につなげていきたい」などの感想を得た。</p>
<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取り組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>1. 大商ビジネス講演会 厳しい経営環境におかれている中小企業経営者に対し、企業経営に資する情報提供に努めた。毎回、多数の経営者を集めて開催した。参加者からのアンケートでは、「本事業が大変役に立った、満足した」との声が多かった。3月に第4回の講演会を開催予定であったが、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため延期することとなった。引き続き、中小企業経営者の経営に役立つタイムリーな情報を提供していく。</p> <p>2.大商夕学講座 指標実績91.8%で目標の90%に達することができた（前年度86%）。今後、講習会で得た知識・ノウハウ・ヒントを資質向上・事業運営・経営に役立てていただけるよう、アンケートで得られた企業の経営課題や関心事項を講師・テーマ選択に活用する。特に人材育成への関心が高まっているため、参考にする。</p> <p>3. 支部経済講演会 中小企業経営者を中心とする参加者から把握できた関心事項や経営課題の第1位は「販路拡大・取引先拡大」である。こうした小規模事業者や中小企業の関心が高いニーズを考慮しながら、事業者にとって役立つ情報を提供していく。</p>

＜付表＞中小企業のためのビジネス講演会開催状況

開催日	テーマ	講師	支援企業数
1. 大商ビジネス講演会			821.5
6月4日	木下サーカスのショービジネス経営	木下サーカス株式会社 代表取締役社長 木下 唯志 氏	229.5
9月11日	「たねや」に学ぶ商いの基本	たねやグループ CEO 山本 昌仁 氏	293.0
12月3日	エイチ・アイ・エスの果敢な挑戦	株式会社エイチ・アイ・エス 代表取締役会長兼社長 澤田 秀雄 氏	299.0
2. 大商夕学講座			1295.5
4月25日	大企業イノベーションの起こし方	パナソニック株式会社 ビジネスイノベーション本部 長馬 場渉 氏	100.0
5月10日	シン・ニホン ～AI×データ時代における日本の再生と人材育成～	ヤフー株式会社 CSO 安宅 和人 氏	128.0
5月15日	C2C×デジタルが生み出す新しい経済圏	株式会社メルカリ 取締役社長兼COO 小泉 文明 氏	120.5
6月14日	超小型衛星でかわる宇宙ビジネスの潮流	慶應義塾大学大学院 システムデザイン・マネジメント研究科 教授 白坂 成功 氏	81.5
7月2日	対話型リーダーシップのすすめ ～リーダーシップ基礎教育への挑戦	慶應義塾大学 法学部 教授 田村 次郎 氏	137.5
10月18日	ワークマンのビジネス変革と市場戦略	株式会社ワークマン 専務取締役 土屋 哲雄 氏	109.0
10月23日	キャッシュレス社会とメルペイの戦略	株式会社メルペイ 代表取締役 青柳 直樹 氏	116.0
11月26日	データ駆動社会における新たなヘルス・ケア	慶應義塾大学 医学部医療政策・管理学教室 教授 宮田 裕章 氏	114.0
12月3日	渋沢栄一の発創力	シブサワ・アンド・カンパニー株式会社 代表取締役 コモンズ投信株式会社 取締役会長 渋澤 健 氏	153.0
12月11日	誰よりも学ぶことができるリーダーが組織を育てる	日本ラグビーフットボール協会 コーチングディレクター 中竹 竜二 氏	142.5
1月31日	好きなこと“も”仕事にするパラレルキャリアという働き方	ハピキラFACTORY 代表取締役社長 正能 茉優 氏	93.5
3. 支部経済講演会			1161.0
8月28日	事業所の防災・減災、危機管理を考える	関西大学 社会安全学部 特別任命教授 河田 恵昭 氏	177.0
9月3日	「自社株評価の仕方」講演会	大同生命保険株式会社 FP・相続シニアコンサルタント 木野 誠之 氏	12.5
2月17日	あみだ池大黒7代目の挑戦 ～200年の老舗が進化させる大阪土産～	株式会社あみだ池大黒 代表取締役社長 小林 昌平 氏	108.5
7月9日	2025年大阪万博だけじゃない ～加速する大阪経済いま、取り組むこと	株式会社朝日新聞社 経済部長 多賀谷 克彦 氏	116.0
2月26日	知と汗と涙の近大流コミュニケーション戦略	近畿大学 総務部長 世耕 石弘 氏	82.0
7月10日	『自社株評価の仕方』講演会	大同生命保険株式会社 FP・相続シニアコンサルタント 木野 誠之 氏	35.5
7月24日	「大塚正富のヒット塾」に学ぶマーケティング思考	近畿大学 経営学部商学科 教授 廣田 章光 氏	91.5
2月7日	「デジタル社会のマーケティング」の事例	近畿大学 経営学部商学科 教授 廣田 章光 氏	72.5
2月26日	上司と部下のためのソーシャルスキル	大阪経済大学大学院 経営学研究科 教授 田中 健吾 氏	56.5
8月29日	経済講演会「自社株評価の仕方」	大同生命保険株式会社 FP・相続シニアコンサルタント 木野 誠之 氏	14.5
1月22日	情報セキュリティ対策-2019年総括編-	特定非営利法人ヒューリット経営研究所 ITコーディネータ・情報処理安全確保支援士 渡邊 功 氏	30.0
2月19日	2020年の世界経済見通しと大阪ベイエリアへの影響	丸紅経済研究所 経済調査チーム長兼チーフ・エコノミスト 榎本 裕洋 氏	66.5
7月11日	総合スポーツ品メーカーミズノが事業展開を語る	ミズノ株式会社 ダイヤモンドスポーツ事業部 執行役員 久保田 憲史 氏	95.5
12月17日	2020年の景気展望	りそな総合研究所株式会社 主席研究員 荒木 秀之 氏	202.5

大阪商工会議所

事業名		大阪勧業展						
想定する実施期間		2010 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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）						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>大阪府内の中小企業等が一堂に会し、技術力や企画力のアピール、製品、商品、サービス等のPR、販路の開拓等を行う展示商談会（多業種型総合展示商談会）。出展業種は、金属、機械・器具・部品、化学・エネルギー、繊維、建設・建材、生活関連用品、環境・衛生、食品、紙・印刷、情報・通信、サービス、各種団体等。</p> <p>4月：府内の主催・共催商工会議所・商工会の本事業担当者が集まり、本事業の広域的開催につき意思疎通。</p> <p>5～6月：出展者募集</p> <p>7月：出展審査会（過去の商品事故情報、本勧業展の出展者としての適格性などを審査）</p> <p>9月：出展者説明会（訴求力あるブースのつくりかた、接客の仕方等につき支援・助言）</p> <p>10月14・15日：大阪勧業展開催（会場：マイドームおおさか）</p> <p>出展者数は368企業・団体、388ブース（過去最高）であった。来場者数は7,550名（前回7,924名）、商談件数は2,883件（前回3,123件）、名刺交換数は19,938枚（前回22,017枚）であった。（いずれも2日間延べ。デザイン特別コーナー、北陸3商工会議所を含まず。府外などの支援対象外9社を含む。）</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>						
	②広域連携	大阪府内のすべての商工会議所・商工会が連携して実施。各商工会議所・商工会から出展に関心を持つ企業等へ直接働きかけたり、機関紙等へのチラシを挟み込むなど、協力して出展企業を募集した。応募企業は、共催商工会議所・商工会が参加する出展審査会にて、出展に相応しい企業かどうか審査した。来場案内については、各商工会議所・商工会から機関紙やホームページを使って広報するなど、大阪府内から広く来場者を集められるよう協力した。大阪市外から広域的に集客を促進するため、積極的に新聞広告や交通広告など各種広報媒体を活用した。						
④相談相乗	本事業の出展者勧誘は、HPや出展募集チラシのDMなどに加え、地元商工会議所（大阪商工会議所の場合、支部）の経営指導員が行っている。後者においては、出展の勧誘がマル経融資ほか経営指導員に結びつくケースが少なくない。							
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	300	支援企業数(実績)	355	支援実績率	118.3%	満足度	77
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>開催後3ヵ月時点で実施したフォローアップ調査によると、137社（全368出展者の37.2%）が合計381件（全2,883商談の13.2%。前は574件）の成約を果たし、その金額は合計で約1億8389万円（前は3億4267万円）であった。また、18.5%が「問合せ・来店・HP閲覧数が増えた」と回答しており、本事業が、出展企業の売上・販路の拡大に貢献している点が見える。</p> <p>なお、出展者の26.9%が「製造・販売の委託先を探すことができた」、19.3%が「材料仕入先・加工外注先を探すことができた」、29.6%が「他社の新製品・商品・技術・事業への取り組みを知ることができた」と回答するなど、売上や販路の拡大など所謂「売り案件」のみならず、付随的に「買い案件」の開拓や情報収集などの面でも、本事業が役に立っている点が見える。</p> <p>また、38.6%が「販路拡大イベントへの参加意欲が増した」、37.8%が「製品・商品・サービスを改良する意欲が増した」と回答するなど、出展企業の人材育成や士気向上にも寄与している点を確認できる。</p>						
	指標	商談件数						
	数値目標	2,600 件	実績数値	2,686 件	目標達成度	103.3%		

	成果の代表事例	◎合計成約金額の大きいものとして、H社が成約6件で計約5800万円。 ◎受注単価は低いものの成約件数が多い事例として、A社が成約14件で計約30万円。					
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	20,000	目標値 (実績)	19,938	目標達成度	99.7%
		名刺交換数					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	◎課題：来場者数・商談成約件数・商談成約金額の増加。 ◎対策：大阪府内の各商工会議所・商工会へ機関紙チラシ・DM等のさらなる広報協力を依頼する。大阪府内の事業者の目に触れるような広報方法を引き続き検討・実施する。また、来場者にとって見やすい展示とするため、近しい出展内容の企業は固めて配置するように工夫する。一方で、出展者スペースと来場者通行スペースをカーペットで色分けし、境界を可視化する。					

大阪商工会議所

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			
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」消費に関心が移りつつある。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）			
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>1. ショッピングツーリズム振興事業</p> <p>これから外国人観光客を受け入れようとする商店街関係者・商業施設経営者等をメンバーに、「ショッピングツーリズム普及検討会」を結成、外国人観光客への接遇力の向上を図るとともに、新しい地域資源・観光商品・観光ルートの開発に取り組んだ（3か年での実現を目指す）。</p> <p>今年度の具体的な取り組みとしては、</p> <p>(1)外国人観光客向け体験型プログラムを開発。大阪観光局と連携して「大阪周遊パス」ガイドブックに掲載しPR（5団体）</p> <p>(2)外国人接遇出前講座1団体（4月19日）、外国人留学生ロールプレイング研修1団体（11月27日）によるインバウンド対応力の向上</p> <p>(3)体験型プログラム販売を支援する指差しシート（日中）の配布（5団体）</p> <p>(4)商店街体験ツアーの実施（10月23日、24日、25日）（5団体）</p> <p>(5)Facebookページでの情報発信とハッシュタグを用いた口コミ投稿の促進</p> <p>(6)商店街・体験プログラムPRのための動画作成と大阪観光局HP・Facebook・YouTubeでの配信</p> <p>などを行なった。</p> <p>2. 集客支援事業</p> <p>(1)大阪府内の商店街団体を対象に「100円商店街」を中心とした商店街加盟店舗の販路開拓につながる事業の実施ノウハウについて情報提供するとともに、プレスリリースやSNSを活用した広報支援を実施。また、必要に応じて、専門家派遣制度の利用をサポート。</p> <p>(2)商店街独自で実施する事業については、必要に応じて広報支援を行なうほか、プレスリリースの作成・配布を支援。</p> <p>(3)空き店舗対策においては、大阪市内の駒川商店街、千林商店街、粉浜商店街、ベルロード中銀座商店街関係者と有識者からなる「商店街空き店舗・遊休不動産活用研究会」を設立。調査研究内容を商店街にフィードバックする「商店街空き店舗・遊休不動産活用フォーラム（2月21日）を実施（21.5団体）</p>			
		<p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>②広域連携</td> <td>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を実施した。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>商店街事業に参画する店舗には、経営指導業務や相談事業・専門家派遣制度について周知。相談事業に関心がある事業者・団体があれば、適宜担当部署につないだ。</td> </tr> </table>	②広域連携	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を実施した。	④相談相乗
②広域連携	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を実施した。				
④相談相乗	商店街事業に参画する店舗には、経営指導業務や相談事業・専門家派遣制度について周知。相談事業に関心がある事業者・団体があれば、適宜担当部署につないだ。				

事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	6.0	支援実績率	60.0%	満足度	90	
		支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	115.0%	満足度	86	
		支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	21.5	支援実績率	71.7%	満足度	85	
	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p>1. ショッピングツーリズム振興事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本会議所の支援により、体験型プログラムを開発・提供し、実際に外国人観光客を誘致することができた。 ・商店街店舗が主体となって、外国人観光客がスムーズに体験プログラムに参加できるよう、外国語メニューを準備するなど、インバウンド消費取り込みに積極的な姿勢が見られた。 ・アンケート調査でも「今後も外国人観光客の受入れにより、商店街が少しでも活性化するように手伝いたい」と回答するなど、積極的に本事業を商店街活性化に活かそうとしていた。 <p>2. 集客支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪市内の100円商店街は23商店街でのべ48回。100円商店街をきっかけに、店舗や近隣商店街間で協力・連携を行い、その後の事業運営等に役立っている商店街も多くある。 ・情報提供により他商店街で実践されているノウハウを自身の商店街に取り入れられた。 								
		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 %	実績数値	100.0 %	目標達成度	142.9%			
		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 %	実績数値	95.7 %	目標達成度	119.6%			
		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 %	実績数値	95.2 %	目標達成度	119.0%				
成果の代表事例	<p>1. ショッピングツーリズム振興事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街体験プログラムを核にした集客が「インバウンド客の取り込みに非常に役に立っている」「体験プログラムだけでなく、通常商品の購入につながった」等の感想があった。 ・研修事業参加者からは「外国人観光客に対する苦手意識がかなり変わった」「インバウンドのお客さまへの対応の仕方がわからなかったのが非常に役立った」等、外国人観光客受け入れのための環境整備事業に役立ったというコメントがあった。 <p>2. 集客支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪市内の100円商店街は23商店街でのべ48回。100円商店街をきっかけに、店舗や近隣商店街間で協力・連携が生まれた。 ・情報提供により他商店街で実践されているノウハウを自身の商店街に取り入れられた。 ・空き店舗フォーラムでは、講演終了後に登壇者と商店街関係者が活発に連絡先交換をしており「自分の事業においてヒントにしたい」といった声があった。 									
	実施結果	<p>課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今年度の結果を踏まえて、来年度以降も引き続き商店街の観光コンテンツ開発やPRに取り組んでいくほか、受け入れ態勢整備のための研修・支援ツールを提供する。 ・100円商店街については、賑わい創出に貢献しているものの、マンネリ化を課題にあげる商店街もあるので、必要に応じて専門家を派遣し、具体的なノウハウを提供する。 ・空き店舗の利活用が商店街として長年の課題だったこともあり、フォーラムも非常に盛況だった。今後も商店街関係者の関心の高いテーマを設定し、情報提供に努める。 								

大阪商工会議所

事業名		小規模事業再生サポートセンター事業							
想定する実施期間		2010 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	大阪商工会議所経営相談室内に「小規模事業再生サポートセンター」を設置。同センターのもとに経営安定特別相談（平日）ならびに金融相談（火・木曜日）を開設、大阪府内の小規模事業者を対象に資金繰りや借入金の返済条件の見直し、事業再生のための計画書作成などの支援を行った。それぞれの相談窓口を担当サポーターを置き、案件に応じて相互に連携するとともに、案件に応じて税理士や弁護士などの専門家を活用、再生・整理に向けた支援も実施した。また、窓口へ来られない事業所には訪問相談も行った。なお、大阪府再生支援協議会とは相談事業者の規模や課題に応じて相互に事業を紹介するなどして連携を図った。							
		<事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載>							
		②広域連携	ホームページ、大商ニュースへの記事掲載と案内リーフレット封入、「大商メールステーション」等により周知活動を実施した。また、大阪府地域活性化事業を中心に、各種事業で案内リーフレットを配布したり、大阪府、日本政策金融公庫府内各支店他にリーフレットを設置するなどして周知に努めた。						
④相談相乗	相談事業と小規模事業再生サポートセンターにおける支援との相乗効果を図った。								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	120	支援企業数(実績)	171.0	支援実績率	142.5%	満足度	96
		支援企業数(計画)	55	支援企業数(実績)	63.0	支援実績率	114.5%	満足度	98
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	小規模事業再生サポートセンターとして新規の相談は171事業者、前年度からの継続相談は63事業者、計234事業者に対し支援を行い、相談回数は537回（経営安定特別相談248回、金融相談289回）にのぼった。経営安定特別相談の結果、危機を回避したと判断した案件は2件（融資決定1件、その他1件）、経営安定特別相談及び金融相談で助言支援のもとに相談事業者が金融機関や関係者と交渉を行ったり、改善策を実施した結果、資金繰りの改善へ向かった案件（危機回避案件を除く）は32件（融資決定21件、条件変更等7件、助成金・公的支援活用等1件、その他3件）で、計34件の改善実績があった。一方、相談の中で事業を中止せざるを得ない事業者8件については、弁護士等との相談を設けて整理への方向性を示した。アンケート結果では、「課題が解決できた」「課題への取り組みの方向性、具体方策が明らかになった」等の理由から「満足」197件、「やや満足」35件と、全回答者数（234件）の99.1%が「概ね満足」と回答した（満足度：96.5ポイント）。							
	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	実績数値	35 件	目標達成度	116.7%				

	<p>成果の代表事例</p>	<p>(1)個人事業でネコと住めるシェアハウス事業を平成28年6月に開業したA社は、2件の新規物件購入のために金融機関から5口もの借入を行い、うち3口は高利であった。事業自体は概ね堅調で一定の収益はあったが、毎月の返済額が利息込みで261千円/月に上り、資金繰りに窮していた。そこで当センターに相談し、商工調停士補佐人（税理士）から「所有物件である自宅をシェアハウスにしてはどうか」とアドバイスを受けたことで、自宅改装費用と運転資金をマル経融資で調達することができ、業績向上と資金繰り改善を図ることができ、危機回避に成功した。</p> <p>(2)平成26年に個人事業で内装工事業を独立開業、同30年に法人化したB社は、中古販売物件の内装工事や住宅リフォームを中心に受注を確保してきたが、今般の新型コロナウイルス感染症の影響で中国から仕入れる住宅設備がストップしたために仕事ができなくなり、売上や資金繰りの見通しが立たなくなった。日本政策金融公庫の「コロナ対策融資制度」の利用を検討したが、個人事業時代に公庫への返済が滞っていたこと、過去の法人税・事業税等の滞納が現在も残っていること等から公庫との交渉は難航が予想され、事業継続が危ぶまれる状況に陥った。これに対し、①現在当該返済・支払も遅れながらも続けていることをもって公庫と誠実に交渉に臨むこと、②手元資金や資金移動状況を十分勘案し必要資金額を厳密に見積もって希望借入金額を検討すること、③コロナ終息後の資金計画を立案すること、の3点を指導した結果、このたび公庫から7,000千円の融資が決定、資金繰りがつき事業継続が可能となった。</p>
<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>本年度は、10月の消費税増税、2～3月の新型コロナウイルス感染症など、小規模事業者の経営に影響の大きい事項が相次ぎ、全体として厳しい年であった。もともと経営基盤が弱い弱で厳しい経営環境の下に置かれていた多くの事業者が経営危機に直面し、対処方法が分からないか、分かっているても手をこまねいて事態を放置した結果、経営維持や改善のきっかけを逃す、あるいは円滑な整理ができない、といったケースも散見された。当センターは、こうした事業者に危機回避や課題解決のための具体的な対策とその必要性を伝えるという重要な役割を担っている。</p> <p>次年度も引き続き当センターの存在と役割の周知活動に力を入れ、当センターの支援を必要とする事業者に手を差し伸べることができるよう、万全の態勢で臨むとともに、新たな相談対応についてもその質・量の維持・確保に努める。</p>

大阪商工会議所

事業名		買いませ！売れ筋商品発掘市																							
想定する実施期間		2015 年度～ 年度まで ※複数段階の実施事業は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																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>第23回 買いませ！売れ筋商品発掘市 開催日：11月14日 会場：大阪府立体育会館 大手流通業など74社のバイヤーが買い手企業としてブースを構え、そこに、大阪府内外の中小製造業・卸売業が売り手として直接商品売り込んだ。</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>②広域連携</td> <td>1. 全国的に有名な企業のバイヤーを招聘 2. 本所機関紙、メルマガでの案内、各種セミナーでのパンフレット配布。 3. D-FAXシステムを活用し、本所会員企業を中心に様々な業種の企業へFAX送付。 4. 過去に同事業に参加した企業や帝国データバンクを活用し、DM送付 5. 在阪県事務所、関西の各県庁への同事業PR依頼 6. 全国の商工会議所、商工会への同事業へのPR依頼 7. インターネット広告</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>昨年度参加企業を中心に、支部を通じて販路開拓の手段の一つとして当該事業への参加を勧め、カルテ化に努めた。</td> </tr> </table>								②広域連携	1. 全国的に有名な企業のバイヤーを招聘 2. 本所機関紙、メルマガでの案内、各種セミナーでのパンフレット配布。 3. D-FAXシステムを活用し、本所会員企業を中心に様々な業種の企業へFAX送付。 4. 過去に同事業に参加した企業や帝国データバンクを活用し、DM送付 5. 在阪県事務所、関西の各県庁への同事業PR依頼 6. 全国の商工会議所、商工会への同事業へのPR依頼 7. インターネット広告	④相談相乗	昨年度参加企業を中心に、支部を通じて販路開拓の手段の一つとして当該事業への参加を勧め、カルテ化に努めた。												
	②広域連携	1. 全国的に有名な企業のバイヤーを招聘 2. 本所機関紙、メルマガでの案内、各種セミナーでのパンフレット配布。 3. D-FAXシステムを活用し、本所会員企業を中心に様々な業種の企業へFAX送付。 4. 過去に同事業に参加した企業や帝国データバンクを活用し、DM送付 5. 在阪県事務所、関西の各県庁への同事業PR依頼 6. 全国の商工会議所、商工会への同事業へのPR依頼 7. インターネット広告																							
④相談相乗	昨年度参加企業を中心に、支部を通じて販路開拓の手段の一つとして当該事業への参加を勧め、カルテ化に努めた。																								
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	242	支援企業数(実績)	251.0	支援実績率	103.7%	満足度	80																	
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>開催当日に【買い手企業】へ行ったアンケート(回答数74社、回収率100%)では、開催当日の商談総数5,760件のうち、1,238件が「商談継続・成約可能性あり」とする回答を得ることができ、総商談数の21.5%が、今後の販路開拓につながる可能性があった。また、開催当日に【売り手企業】へ行った当日アンケート(回答数651件、回収率55.12%、うち支援企業は219社)では、支援企業219社中156社(71.2%)の企業から、本商談会を通して当初の目的は達成、もしくはますます達成できたとの回答を得ることができた。またアンケート回答企業のうち、181社(82.6%)の企業から、自社の課題の解決に役立った、もしくはますます役立ったとの回答を得ることができた。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="7">全商談件数(府外企業も含む)</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>6,000 件</td> <td>実績数値</td> <td>5760 件</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">96.0%</td> </tr> </table>								指標	全商談件数(府外企業も含む)							数値目標	6,000 件	実績数値	5760 件	目標達成度	96.0%		
	指標	全商談件数(府外企業も含む)																							
	数値目標	6,000 件	実績数値	5760 件	目標達成度	96.0%																			
成果の代表事例	大阪府の製造小売業のプリンが大手通販事業者と成約。大阪府の食品メーカーがマレーシアの日系百貨店と成約。宮城県の製造卸売業のカニ味噌缶詰が在阪スーパーと成約。大阪府の製造卸売業の和傘が専門店と成約にむけて交渉中。																								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	参加売り手企業より、新規買い手企業招聘の要望が寄せられている。国内大手流通業でまだ本商談会に参加したことのない流通業バイヤーの招聘につとめるとともに、関西・食・輸出推進事業共同組合、O-BIC、JETRO等との連携を密にし、年々需要の高まる海外バイヤー(企業)を引き続き招聘する。また各企業からのバイヤーについてはできる限り仕入れ方針や仕入れ商材を具体的に明らかにするよう協力を仰ぎ、商談の質の向上に努める。																							

大阪商工会議所

事業名		町工場ネットワークの構築事業	
想定する実施期間		2012 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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カ所から7869カ所へ減少している(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	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型></p> <p>7月25日「知財情報プラットフォーム活用セミナー」 支援企業数：3社 「特許と実用新案について」(講師：大阪発明協会 石原治氏)</p> <p>8月22日「知財情報プラットフォーム活用セミナー」 支援企業数：3社 「意匠・商標について」(講師：大阪発明協会 石原治氏)</p> <p>10月23日「モノづくりセミナー」 支援企業数：11社 「試作から量産へ踏み出す一歩」(講師：シャープ 金丸和生氏)</p> <p><人材交流型></p> <p>7月3日「大阪テクノマスターによる勉強会&交流会」 支援企業数：15社 内容：金属溶接について 柘谷篤司氏</p> <p>8月24日「大正ものづくりフェスタ2019」 支援企業数：16社 内容：ものづくり企業や団体がブース出展</p> <p>8月28日「大阪テクノマスターによる勉強会&交流会」 支援企業数：15社 内容：ゴム切削加工について 山元末広氏</p> <p>10月23日「大阪テクノマスターによる勉強会&交流会」 支援企業数：16社 内容：靴の設計・製造について 高本泰朗氏</p> <p>12月4日「大阪テクノマスターによる勉強会&交流会」 支援企業数：18社 内容：木工挽物について 平井守氏</p> <p><販路開拓型></p> <p>(1)ものづくり加工ネットワーク強化交流会 町工場の経営者・経営幹部が取引拡大に向けて保有する技術や設備、求める協業先などの情報を交換した。 5月29日(支援企業数：37社)、7月18日(支援企業数：45社) 9月19日(支援企業数：39社)、11月15日(支援企業数：48社) 2月14日(支援企業数：25社)</p> <p>(2)ものづくり加工商談会2019 町工場の取引拡大を支援するため、10月11日に発注側(大手・中堅メーカーなど)10社との商談会を開催した。支援企業数：38社、商談件数：のべ87件</p> <p>(3)大正・港・西淀川ものづくり展示会 10月9日、大阪産業創造館 支援企業数：11社</p>	
		<p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>	
		②広域連携	インターネットや機関紙などを通じて大阪府内からの参加を募集。ものづくり加工商談会では、中小企業基盤整備機構近畿本部やMOB I O、堺産業振興センターのメールマガジンへの掲載、日本政策金融公庫の大阪府内支店での開催案内チラシの配架、大阪ものづくり優良企業賞受賞企業(匠企業)などへのダイレクトメールの送付などを行い、参加申し込み51社のうち27社が大阪府内(大阪府外)の事業者であった。
	③市町村連携	ものづくり加工ネットワーク強化交流会などの開催にあたっては、港区や大正区、西淀川区、城東区、平野区などから会場使用や開催広報、当日運営などの協力を得た。	
	④相談相乗	販路開拓のみならず、人材育成、生産性の向上、運転資金の確保、新規採用、事業承継などに関心を持つ参加事業者に対して、各社の状況に応じた情報提供、支援を行った。	

事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	80	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	21.3%	満足度	94
		支援企業数(計画)	80	支援企業数(実績)	80.0	支援実績率	100.0%	満足度	97
		支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	42.0	支援実績率	140.0%	満足度	92
		支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	31.0	支援実績率	103.3%	満足度	92
		支援企業数(計画)	45	支援企業数(実績)	86.0	支援実績率	191.1%	満足度	92
		支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	46.0	支援実績率	153.3%	満足度	92
		支援企業数(計画)	50	支援企業数(実績)	38.0	支援実績率	76.0%	満足度	90
事業の実績／目標達成度	目標の達成度（支援企業をどう変化させることができたか）	<p><人材育成型>知的財産関連については「非常に多い特許をより狭い範囲にする方法を知ることができた」「今後の製品開発の進め方の参考になった」などの感想を、試作から量産化については「量産スタートにおけるチェック項目の再検討をしたい」などの感想があり、今後の製品開発の方向性についての気付きを提供できた。</p> <p><人材交流型>大阪テクノマスターによる勉強会&交流会については、「それぞれの企業の方々のパワーに刺激を受けた」「今後の協業先が見つかった」などの声が聞かれ、ものづくり企業間で深い交流があり、連携することの重要性を理解する場として有益であった。また、大正ものづくりフェスタ2019については、1ブースを10~12の企業・団体で協議しながら運営する形式をとったことで、近隣で操業するさまざまな事業所間での交流を深めることができた。区民に対しても、工場での仕事などを紹介することでイメージアップにつながった。</p> <p><販路開拓型>ものづくり加工ネットワーク強化交流会5回で、のべ2,753件の面談が行われ、「顔の見えるネットワーク」づくりを促進した。また、ものづくり加工商談会2019においては、大手・中堅メーカーとの新規取引に向けた商談機会を提供し、のべ87件の商談が行われた。</p>							
	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 %	実績数値	100.0 %	目標達成度	125.0%			
	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 %	実績数値	100.0 %	目標達成度	125.0%			
	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 %	実績数値	98.2 %	目標達成度	122.8%			
	指標④	商談件数							
数値目標	80 件	実績数値	87 件	目標達成度	108.8%				
成果の代表事例	<p>ものづくり加工ネットワーク強化交流会（計5回）の参加者アンケートで、「取引につながった」「取引につながる可能性あり」との回答はのべ333件であった。また、ものづくり加工商談会2019の発注側参加企業に対するアンケートでは、成約の可能性が高い商談はのべ18件であった。会場での受注側参加企業へのヒアリングでは、「規模が小さかったり、業歴が浅い企業は、大手・中堅メーカーにいきなり営業活動することはできないので、こういう商談の機会を設定してもらえるのはありがたい」との意見が寄せられた。</p>								
実施結果	課題及び次期以降への取組み（実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか）	<p><人材育成型>知的財産関連の参加は低調であったが、ものづくりにおいては非常に重要な事柄であるので、引き続きテーマに取り上げ、経営相談支援先などへの参加勧誘を強化する。</p> <p><人材交流型>卓越した技能を持つものづくり企業として表彰された技能者とその企業から技術者としてのキャリア教育の在り方を軸とした情報提供を行い、その後参加者間で交流を行う事業であるが、支援対象企業全社が満足もしくはやや満足と回答しており、非常に満足度が高い。今後も加工分野・発表企業を変えて実施する。</p> <p><販路開拓型>ものづくり加工ネットワーク強化交流会については、新しい出会いを求める事業者が多いため、次回以降もさらに交流数を増やすべく新規参加者の取り込みを強化する。ものづくり加工商談会については、発注側参加企業（および調達希望案件）の発掘を毎回行わないと参加者が集まらないので、大阪圏外からの発注側企業の参加を図る。</p>							

大阪商工会議所

事業名		ザ・ベストバイヤーズ								
想定する実施期間		2017 年度～ 年度まで ※複数段階の実施事業は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								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>●「ザ・ベストバイヤーズ」 5月20日(24社)㈱ライフサポート編【支援企業数：15社】 6月7日(6社)㈱サンディ編【支援企業数：3社】 7月2日(33社)㈱エース編【支援企業数：12社】 7月12日(31社)㈱コクミン編【支援企業数：21社】 7月26日(38社)㈱ドン・キホーテ編【支援企業数：24社】 9月18日(19社)㈱平和堂編【支援企業数：9社】 9月26日(20社)㈱いかりスーパーマーケット編【支援企業数：9社】</p> <p>●「ザ・ライセンスフェア」 9月6日(14社)㈱タツノコプロ【支援企業数：11社】</p> <p>●金融機関との連携商談会 4月24日(64社)㈱エムアイフーズスタイル、㈱成城石井、㈱明治屋【支援企業数：34社】</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:10%; text-align: center;">②広域連携</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・本所機関紙、大阪府下企業へのメルマガでの案内、各種セミナーでの案内状配布。 ・D-FAX、WEB-FAXシステム活用による大阪府下企業への案内。 ・「買いませ！売れ筋商品発掘市」等販路開拓事業に参加した企業へのDM送付。 ・在阪の各県事務所へのPR依頼。 ・大阪府下を中心とした全国の食品、雑貨関連の企業データを購入しDM送付。 ・全国の商工会議所、商工会への同事業のPR依頼。 </td> </tr> </table>								②広域連携
②広域連携	<ul style="list-style-type: none"> ・本所機関紙、大阪府下企業へのメルマガでの案内、各種セミナーでの案内状配布。 ・D-FAX、WEB-FAXシステム活用による大阪府下企業への案内。 ・「買いませ！売れ筋商品発掘市」等販路開拓事業に参加した企業へのDM送付。 ・在阪の各県事務所へのPR依頼。 ・大阪府下を中心とした全国の食品、雑貨関連の企業データを購入しDM送付。 ・全国の商工会議所、商工会への同事業のPR依頼。 									
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	160	支援企業数(実績)	138.0	支援実績率	86.3%	満足度	94		
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>「ザ・ベストバイヤーズ」「ザ・ライセンスフェア」各商談会 参加申し込みは全国各地から434社あり、選考により249社が参加した。うち売り手の支援対象企業は138社。支援企業のうち131社が「満足・やや満足」と回答。7社が「やや不満・不満」と回答した。参加企業全体のアンケートでは、「事業に役立った」と回答した企業は195社あった。一方、バイヤーは全参加バイヤーのうち、92.86%が「満足・やや満足」と回答した。</p>								
	指標①	全商談件数								
	数値目標	260 件	実績数値	249 件	目標達成度	95.8%				
	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 %	実績数値	78.3 %	目標達成度	97.9%					
成果の代表事例	商談終了時点で商談会に参加した249社中123社(49.4%)が当日アンケートにて商談継続となっている。									
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	引き続き、販路拡大を目指す大阪府内の売り手企業にとって魅力的な流通業バイヤーを招請する。また、アンケート等の結果に応じて、流通業以外にも需要の大きな買い手企業(宿泊・サービス等)があれば、仕入れ担当者を招いての商談会を行う。								

大阪商工会議所

事業名		販路・取引先開拓マッチング事業																				
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで ※複数年度段階の実施事業は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																				
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>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た。さらに、営業・マーケティングの相談窓口及び金融機関や各地商工会議所などの支援機関との連携をより一層緊密化するなど、事業者単体では持ちえない、商工会議所ならではの広範なチャンネルを駆使して、販路や仕入先探しに努めた。</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1"> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="6">金融機関に対し事業パンフレットを配布し利用促進を行った。また、大阪府内の事業者に広くチラシを配布したほか、本所HPへの掲載、メール配信、各種講演会などでPRを実施した。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="6">必要に応じて専門家派遣につなぐなど、継続的にサポートした。経営課題を把握することによって、販路開拓事業や交流事業につなげ相談事業との相乗効果を図った。</td> </tr> </table>							②広域連携	金融機関に対し事業パンフレットを配布し利用促進を行った。また、大阪府内の事業者に広くチラシを配布したほか、本所HPへの掲載、メール配信、各種講演会などでPRを実施した。						④相談相乗	必要に応じて専門家派遣につなぐなど、継続的にサポートした。経営課題を把握することによって、販路開拓事業や交流事業につなげ相談事業との相乗効果を図った。					
	②広域連携	金融機関に対し事業パンフレットを配布し利用促進を行った。また、大阪府内の事業者に広くチラシを配布したほか、本所HPへの掲載、メール配信、各種講演会などでPRを実施した。																				
④相談相乗	必要に応じて専門家派遣につなぐなど、継続的にサポートした。経営課題を把握することによって、販路開拓事業や交流事業につなげ相談事業との相乗効果を図った。																					
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	220	支援企業数(実績)	225.0	支援実績率	102.3%	満足度	98														
事業の実績/目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>目標件数90社に対し103社に取引先や販路先を紹介した。仕入先、外注先の紹介を希望する支援企業に対しては取引先を紹介するだけでなく、企業の探し方や「ビジネスモール」の具体的な活用方法をアドバイスし、自力で取引先を探ることができるように支援を勤めている。また、販路開拓の進め方が分からない支援企業に対しては、専門相談、専門家派遣につなげ専門家から営業ノウハウや具体的な営業の仕方などに関するアドバイスを行うとともに販路開拓事業の活用につなげ満足度をあげるよう努めた。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="6">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</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>90 件</td> <td>実績数値</td> <td>103 件</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="2">114.4%</td> </tr> </table>							指標	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数						数値目標	90 件	実績数値	103 件	目標達成度	114.4%	
	指標	販路開拓に向けた情報提供やマーケティング支援、仕入先などの紹介を行ってマッチングにつなげた件数																				
	数値目標	90 件	実績数値	103 件	目標達成度	114.4%																
成果の代表事例	<p>実店舗がなく健康茶の小売りを行っている事業者から販売が頭打ちで販路を広げたいと相談があり、専門家派遣を活用し専門家のアドバイスにより地元の展示商談会に出展したところ好評であった。効果があったので今後積極的に活用していくことになった。</p> <p>顧客からオリジナルシステム手帳の注文を受けた文房具小売業から相談があった。革表紙と紙を提供するのでバインダー金具とその加工をしてくれる業者を探しているとのことで、バインダー金具メーカーを紹介した。</p> <p>金属製品等卸・小売業者から樹脂コーティングした溶融亜鉛めっき鋼板パイプのカットの依頼先を至急探したいとの問合せに対しK社を紹介、発注することになった。</p>																					
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>販路拡大を切望する中小企業や小規模事業者からの相談があるが、営業活動については自社の強みや弱み、ターゲットが分からず効率的な営業活動ができていない事業者が多い。これら企業に対し専門性の高い専門家から効果的な販路開拓方法や営業方法などスキルを身に付けていただく支援の実施、さらに、同じ悩みを持つ中小企業同士がつながり弱い部分を補完できるような企業交流の場を提供していくことが必要である。</p>																				

大阪商工会議所

事業名		大阪ファッション産業振興フォーラム						
想定する実施期間		2010 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は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						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材育成型> 6月4日「キックオフシンポジウム」支援企業数：62社 10月10日「第1回例会「環境」～環境配慮型の新たなビジネスモデル～」支援企業数：53社 12月9日「プレゼン&交流会～ウェアラブル×ファッション～」支援企業数：23.5社 2月13日「第2回例会「MADE IN JAPANのチカラ」」支援企業数：63社</p> <p><人材交流型> 8月1日「第1回産学連携意見交換会」支援企業数：3団体 内容：今後の産学連携事業についての意見交換 2月13日「ファッション・イノベーション展」支援企業数：5団体 内容：府内の帽子・靴下などの各業界団体に、出展者推薦や展示会の周知を依頼した。</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>						
	②広域連携	協同組合関西ファッション連合をはじめ、府内の全域をカバーする帽子・靴下といった服飾雑貨などの各業界団体・組合に組合員への周知を依頼するなど、連携して事業を実施した。						
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	180	支援企業数(実績)	201.5	支援実績率	111.9%	満足度	92
	支援企業数(計画)	9	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	88.9%	満足度	85
事業の実績/目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<ul style="list-style-type: none"> ・例会では参加した繊維・ファッション企業に業界の今後を認識してもらうことができた。 ・プレゼン&交流会では参加者・講師と実際の製品を交えながらの交流を通して、新たな協業の可能性を模索することができた。 ・産学連携意見交換会では参加した企業・学校・団体間の自由な意見交換を通じて、事業連携の希望を掘り起こすことができた。企業に特に関心の高い2025年大阪・関西万博というテーマにおいて、より活発なコミュニケーションを図ることができた。 ・「ファッション・イノベーション展」では出展商品に引き合いがあるなど、ビジネスにつながる動きも見られ、業界の枠を超えた企業の連携が生まれた。また、来場者の反応を次の商品企画・開発・営業活動に役立てることができた。 ・本事業を通じて、組合の団体名や企業、学校が業界関係者を中心に広くPRされた。 						
	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 %	実績数値	97.2 %	目標達成度	138.8%		
	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	9 社	実績数値	8 社	目標達成度	88.9%		
成果の代表事例	A社は当フォーラムの講師に例会後アポイントを取り、より詳細な情報提供や今後の事業展開について打合せの機会を設けることができた。また、展示会では全ての出展企業が「今後の取引につながる可能性のある案件があった」と終了後アンケートに回答し、B社は展示会を通じて15件の商談案件が生まれた。							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	例会参加者からは、より実務に近いセミナーやプレゼンテーションを聞きたいという意見もあり、引き続き関心が高いテーマについて、情報提供や参加者同士の交流の場を設ける。各種事業について、より多くの繊維関連企業に参加してもらうために業界団体を通じて案内いただくほか、事業開催時期を調整する等連携を図る。展示会という形にとらわれず、一層業界内外の企業や学校との連携を促進する事業を実施していく。						

大阪商工会議所

事業名		大阪食彩ブランド事業						
想定する実施期間		2010 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は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						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><人材交流型> ○9月22日「第10回食の都・大阪グランプリ」 支援企業数：12社 内容：“大阪らしい料理・デザート”をテーマとして、和・洋・中・デザート4部門制から成る、府内プロ料理人・パティシエ対象の料理コンテストの実施 ○3月17日「飲食店独立開業支援セミナー」 支援企業数：11社 「お客様に選ばれる『魅力ある飲食店』になるために～ドリンクメニュー・物件選定のポイント～」(講師：サントリー酒類株式会社 近畿営業本部 営業企画部 MD担当 部長代理 菅原 努氏) 「ビストロノミーからガストロノミーへ 一つ星レストランの挑戦」(講師：agnel d'or (アニエルドール) オーナーシェフ 藤田 晃成氏)</p> <p><販路開拓型> ○5月17日～19日、25日～26日、6月1日～2日 「オオサカオクトーバーフェスト2019」 支援企業数：3社 内容：「食の都・大阪グランプリブース」への出店支援 ○10月2～8日「大阪産(もん)大集合」 支援企業数：1社 内容：「食の都・大阪」グランプリ入賞作品の出店 ○1月中旬～ 「第10回食の都・大阪グランプリ」受賞者ホームページ 支援企業数：4社 内容：グランプリ受賞者を紹介するホームページの作成・公開 ○2月3～27日「大阪割烹体験2020」 支援企業数：59社 内容：参加した割烹店のPR</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p>						
	②広域連携	○「食の都・大阪グランプリ」は、大阪市内のみならず、府内全域の同グランプリ歴代部門別優勝者に応募案内を行った。案内状を送付するだけでなく、直接対象者を訪問し応募を呼び掛けた。その結果、応募者全14名中、大阪市外から2名の応募があった。 ○「大阪割烹体験2020」には、大阪市外(府下)7店舗が参加した。						
④相談相乗	○「食の都・大阪グランプリ」では、2社が経営相談を希望した。うち1社は非会員であったが、グランプリを機に入会。経営相談をはじめ各種事業への参加を促した。 ○「飲食店独立開業支援セミナー」は、独立開業経験のある飲食店経営者を講師に招き実施。参加企業のうち、6社が開業支援等について経営相談に関心を示した。							
事業の実績／目標達成度	支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	120.0%	満足度	100
	支援企業数(計画)	2	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	200.0%	満足度	95
	支援企業数(計画)	4	支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	100.0%	満足度	93
	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	59.0	支援実績率	147.5%	満足度	52
	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	55.0%	満足度	95

目標の達成度
(支援企業を
どう変化させる
ことができたか)

<人材交流型>
【食の都・大阪グランプリ】
○アンケート全回答者（12店）が「食の都・大阪グランプリへの応募が、新メニュー開発のよい動機づけとなった」と回答しており、コンテストへの参加によって商品開発が促された。
○審査委員から得たコメントについても、全回答者が「今後のメニュー開発に役立つ、ヒントになる」と答えていることから、参加店は料理や経営改善の糸口をつかんだ。

<人材交流型>
【飲食店独立開業支援セミナー】
○新規開業に重要なポイントや、実際に開業を経験した講師の体験事例やノウハウを聞くことにより、参加者の開業の参考とすることができた。また、名刺交換会への参加により、発表者である先輩開業者や、他の開業希望者との人脈を築くことができた。

<販路開拓型>
【オクトーバーフェスト・大阪産大集合】
○商品開発や販売方法について改善点を発見することができたほか、自店以外の場所（今回のような野外イベント等）での販売ノウハウや運営ノウハウが体得できた。また、お客様とのやり取りを通じて、自店のPR、モチベーションアップにもつなげることができた。

【食の都・大阪グランプリHP】
○アンケート回答（4店）のうち、全店が「士気向上につながった」と回答しており、大阪府内プロ料理人のモチベーションを向上することができた。
○全店が「入賞者自身やお店を紹介するうえで、有意義だと思う」と答えていることから、当HPが参加店の認知増・集客増につながっていくものと思われる。

【大阪割烹体験2020】
○アンケートでは、参加店のうち23店舗（39%）が、「店舗のPRになった」と回答したほか、22店舗（37%）が、「新規顧客を回答した」と回答したことから、本PR事業を活用することが、新規顧客を取り込むための新たなPRチャネル開拓の動機づけにつながった。
○利用者があった51店舗中約7割にあたる35店舗が、来店したお客様から好評を得たと回答したことから、今後のリピーター増につながる可能性が高い。

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 %	実績数値	100 %	目標達成度	142.9%
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 %	実績数値	81.9 %	目標達成度	117.0%
指標③	開業の参考となる情報やノウハウの習得、人脈拡大につながったと回答した割合				
数値目標	70 %	実績数値	81.8 %	目標達成度	116.9%

成果の代表事例

○グランプリを獲得した和食店Mは、新商品・新メニュー開発等を目的に参加。審査員からのコメントを受けてメニューを再考案したことで、よりよいメニュー開発が出来たほか、料理人としてのスキルアップにつながった。グランプリ獲得後、店舗で同メニューを提供している。（食の都・大阪グランプリ）
○イタリア料理店Sは、2日間の出店のうち、1日目は当初目標5万円を上回る約6万円売上があったと回答。野外イベントへの出店は初めてだったが、今回の出店を通じ、売り方と商品展開の改善でさらなる売り上げを獲得できるだろうと自信を得ることができ、野外イベントへの出店や物販販売へのモチベーションアップにつながった。（オオサカオクトーバーフェスト）
○割烹店K（中央区）は、本事業に参加することが、店舗のPRになり、通常営業時より利用者数が増加し、新規客獲得にもつなげたと回答した。次回の参加にも意欲的である。（大阪割烹体験2020）
○カフェバーBの従業員は、自身の独立開業に関心があり、自店のPR方法を模索していることから、今回のセミナーに参加した。独立開業経験者の講演内容から、他の料理人等との接点を持つことが大切ということなど、飲食店の独立開業や経営・PRのために必要な要素について、ヒント・気付きを得ることができた。今後も、他の独立開業経験者の話を聞き情報を手に入れながら、よりよい店舗づくりを実践していきたいと考えている。（飲食店独立開業支援セミナー）

<p>実施結果</p>	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>○本所の食関連事業で関連した飲食店や料理人を紹介する際は、SNSとの連携に一層努めるほか、顧客開拓につながるように、店舗や料理紹介を大きく打ち出すなどの工夫が必要。(食の都・大阪グランプリホームページ) ○飲食店独立開業セミナー単体では、雇い主に気を遣って参加をためらう料理人が多いと考えられるので、今後同様の支援を行う場合は、他のテーマの講演会に付随する形で行う。(飲食店独立開業支援セミナー)</p>
-------------	--	---

大阪商工会議所

事業名		専門家連携型経営相談 交流会							
想定する実施期間		2014 年度～ 年度まで ※複数年段階的实施事業は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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>開催日：7月30日 場 所：大阪商工会議所 地下1号会議室 内 容： ○講演会（午後2時～同3時30分） 「売上をアップするIT活用実践法」 ITコーディネータ 川野 太 氏 ○制度説明・事例紹介（午後3時30分～同4時） 「専門家派遣事業および企業OB活用事業の利用案内」 「専門家派遣事業事例紹介」 ○交流会 専門相談・企業OBとの交流、名刺交換会</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p>							
	②広域連携	地域金融支援ネットワークに参加している金融機関や大阪府内の商工会議所にも広報を依頼したほか、大阪府商工関連ニュースのメール配信を行い、府内全域からの集客を図った。							
	④相談相乗	本交流会に経営指導員が参加し、事業者と専門家とのマッチングやフォローアップに努め、相談事業との相乗効果を図った。							
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	55	支援企業数(実績)	58.0	支援実績率	105.5%	満足度	81	
事業の実績／目標達成度	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	消費税の軽減税率が2019年10月に導入されるのに伴い、その対策講座として売上アップに役立つITツールなどを紹介した。セミナー開催後に、専門家派遣事業および企業OB活用事業の利用案内や派遣事例の紹介を行った。交流会では専門家7名、企業OB4名、経営指導員が事業者と交流した。結果、12事業者から15件の専門家派遣の申し込みが当日あり、事業者の経営課題解決への第一歩となった。							
	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	実績数値	6 社	目標達成度	60.0%			
成果の代表事例	葬祭業を営む中小の社は、大手葬儀社への集客サイトに客が奪われている課題があった。このため、自社のホームページやSNS発信による集客力強化を図りたいとのことでITに詳しい専門家の派遣を行った。この結果、事業者より「SNSに対する理解が深まった。SNSの活用で売上げの貢献につながった」との声を頂戴した。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	支援企業率は105%であったが、指標となる目標達成度は60%であった。開催当日に15件の派遣依頼を受けたが、後日、専門家派遣への具体的な連絡すると「今は専門家の派遣がなくても対応できるので様子をみたい」「専門家とOBとの重複派遣受付」があり、指標に合致した派遣は6件であった。事業者と専門家をうまくマッチングさせることが課題である。より満足度の高い運営を図っていく。							

大阪商工会議所

事業名		中小企業の生産性向上支援事業							
想定する実施期間		2019 年度～ 年度まで ※複数年段階の実施事業は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。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<人材育成型> 9月26日「中小企業の生産性向上支援」 支援企業数：90.5社 「実はお手軽IoT～中小企業にほどよい技術～」 (講師：大阪工業大学 ロボティクス&デザイン工学部 教授 小林 裕之 氏) 「トレーサビリティの強化 食品容器のトップ企業の取り組み」 (講師：サンプラスチックス株式会社 代表取締役社長 桃井 秀幸 氏) 「産学連携による中小企業の生産性向上へ」 (講師：大阪工業大学 研究支援・社会連携センター 課長・URA 北垣 和彦 氏) 11月26日「生産性向上をはかる人事評価制度の作り方」 支援企業数：24.5社 (講師：Petraf合同会社(ペトラフ) 代表執行役員 佐藤 耕一 氏) 12月5日「パソコン事務の自動化による生産性向上のノウハウ」 支援企業数：24社 (講師：株式会社副社長 代表取締役 高室 直樹 氏)							
		<事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載>							
		②広域連携	大商ニュースやD-FAC、ホームページ、メールステーションなどを活用。また、9月開催講演会において、大阪工業大学と共催や、大阪府IoT推進Labの協力を得て大阪府内に広く案内した。						
④相談相乗	セミナー後のアンケートで、製造現場や人事において、参加者の意向を確認しロボット導入や生産性向上など(人手不足対策を含む)に対するニーズを把握し、個別にフォローした。								
事業の実績/目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	100	支援企業数(実績)	139.0	支援実績率	139.0%	満足度	93
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	指標	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%	実績数値	99.6%	目標達成度	142.3%		
	成果の代表事例	アンケートに「IFTTTでの連携はすぐに実践してみたい。面白そう。まず楽しんでやりたい」「人手を要している作業の大半は、省略できる可能性があることに気づかされました」「ものづくり企業として大変参考になった。ぜひ実行していきたい」などのコメントがあり、中小企業者でもIoTに取り組める可能性を示すことができた。							
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	中小企業にまだ浸透していないIoTやRPAと、働き方改革等で中小企業にとって身近な課題である人材育成制度を取り上げ、多様な観点で中小企業の生産性向上に関する講演会を開催した。いずれも専門性の高い分野であるため、参加者の知識レベル、講演への期待などにバラツキが出やすいテーマであると考えていたが、参加者の期待と合致し高い満足度となった。時流に合わせて関心の高いテーマを選定するとともに、対象者を明確に中小企業者絞り込み、中小企業者でも取り組める内容に特化したことが、参加者の期待と合致につながったと考えられる。今後もテーマの絞り込みと、具体的な情報発信に取り組む。							

大阪商工会議所

事業名		ファッショントレンドセミナー							
想定する実施期間		2010 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>阪急百貨店のチーフコーディネーター、顧問コーディネーターを歴任され、各種ファッション関係セミナーで活躍されている十三千鶴氏を講師として、協同組合関西ファッション連合との共催により開催。2020年春夏の注目される素材傾向、カラー傾向、MDテーマを提案・検証した。また、テーマから落とし込むスタイルイメージ、重要アイテム、ディテールなどを多数のビジュアルを用いて解説した。</p> <p>5月30日「ファッショントレンドセミナー2020春夏」 支援企業数：70.5社 11月26日「ファッショントレンドセミナー2020秋冬」 支援企業数：75.5社</p>							
		<p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <p>②広域連携 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。</p>							
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	80	支援企業数(実績)	146.0	支援実績率	182.5%	満足度	94
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>セミナー参加企業が、トレンド情報や需要予測に基づき、次の商品企画開発や販売促進計画に役立てることを目標としていた。セミナーのアンケートでは「トレンドがわかりやすく毎回参考になる」「内容が大変わかりやすく、たくさんの情報を得ることができ、次の企画に活かしやすい」等の声を頂いている。支援企業の90.6%が「商品企画やMDの参考になる」と回答しており、目標は達成できた。</p>							
	指標	参加者アンケートにおいて商品政策の強化などの参考にしたいと回答した企業の割合							
	数値目標	70 %	実績数値	91.1 %	目標達成度	130.1%			
成果の代表事例	最新トレンドを把握することができ、カラー・素材感・注目デザイナー等についても参考になり、次シーズンの商品企画やMDに活用できる、という声が寄せられた。								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	最新のトレンド情報を得ることができ、商品企画に役立つので次回も期待しているという声をいただいております。今後も継続して実施していきたい。また、開催時間が業務終了後の時間のため、参加希望者が断念しているケースもあるとの声があり、開催時間を検討する。なお、配布資料の内容を増やしてほしい等の意見もあるが、開催翌日以降に詳細の資料を閲覧・コピーができる機会を設けており、活用していただけるようアナウンスを工夫する必要がある。							

大阪商工会議所

事業名		M&A市場								
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&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&A（譲渡）を行う「成長戦略としてのM&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&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&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&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&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&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組みにより、成長・発展のためのM&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&Aに関心ある若手企業に対し、M&Aの進め方やメリット、留意点などを十分理解してもらうとともに、そうしたM&Aに向けた準備や具体的な取組みを促進するのが本事業の目的である。</p>								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>M&Aに関するセミナーを9月、12月の計2回開催した。また、取扱業者と連携しながら、年間を通じて中小企業・ベンチャー企業等のM&Aを支援した。</p> <p>OM&Aセミナーの開催 9月9日「経営戦略としてのM&Aセミナー」参加企業：50.5社 12月12日「経営戦略としてのM&Aセミナー」参加企業：47社</p> <p><事業手法（①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果）の具体的な連携・効果を記載></p> <p>②広域連携 府内から集客するためのPR方法として、①HPでの告知、②大商ニュースでのチラシ挟込・記事掲載、③FAX送信での案内などを行った結果、支援企業数97.5社のうち、15社が大阪府内（大阪市を除く）であった。</p>								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	80	支援企業数(実績)	97.5	支援実績率	121.9%	満足度	86	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	OM&Aセミナーの集客効果・目標の達成度 9月9日開催のセミナー…50.5社参加、以下の指標を満たす割合95.9% 12月12日開催のセミナー…47社参加、 M&Aへの具体的な取り組みへの意欲は、いずれも目標指標を上回る95.8%（2回平均）の実績を達成できた。								
		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 %	実績数値	95.8 %	目標達成度	112.7%			
成果の代表事例	<p>アンケートで以下のコメントが寄せられた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・M&Aの基礎について大変わかりやすく教えて頂きました。ありがとうございました。 ・「シナジー、事業DDを重視すべし」ということがとても参考になった。 ・事例を交えての説明で、とてもわかりやすく参考になりました。 									

実施結果	<p>課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)</p>	<p>セミナーは2回合計で97.5社と支援企業数の目標を上回り、満足度を見ても参加頂いた方にはおおよそ満足頂けたのではないかと認識している。ただ、参加者によって求めるレベル・内容が様々であるため、アンケートでは、内容が一般的すぎるor難しくて理解できなかったなど、異なるコメントが散見される。今後は、初心者向けの内容から、ある程度レベルの高いものまで含めるなどの工夫をして、より一層の満足度向上を図る。</p>
------	---	---

大阪商工会議所

事業名		観光産業への新規参入・販路拡大支援																							
想定する実施期間		2019 年度～ 年度まで ※複数年度段階的实施事業は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>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。</p>																							
	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)																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p><販路開拓型> 10月24～27日 於：インテックス大阪 「ツーリズムEXPOジャパン2019 大阪・関西」大阪商工会議所特別ブースへの出展 支援企業数：17社 内容：同イベントに、大阪商工会議所特別ブースを設置。事前の説明会から個別相談、広報等を行い、出展企業を支援した。</p> <p><事業手法(①府施策連携・②広域連携・③市町村連携・④相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 10%;">②広域連携</td> <td colspan="7">大阪市内に所在する大商会員企業だけでなく、大商主催のインバウンド関連セミナー(インバウンドビジネス支援セミナー、2018年度までに4回開催)等参加の府下非会員企業、(公財)大阪観光局の賛助会員にも出展を呼びかけ、大阪市の事業者が5社出展した。</td> </tr> </table>								②広域連携	大阪市内に所在する大商会員企業だけでなく、大商主催のインバウンド関連セミナー(インバウンドビジネス支援セミナー、2018年度までに4回開催)等参加の府下非会員企業、(公財)大阪観光局の賛助会員にも出展を呼びかけ、大阪市の事業者が5社出展した。														
②広域連携	大阪市内に所在する大商会員企業だけでなく、大商主催のインバウンド関連セミナー(インバウンドビジネス支援セミナー、2018年度までに4回開催)等参加の府下非会員企業、(公財)大阪観光局の賛助会員にも出展を呼びかけ、大阪市の事業者が5社出展した。																								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	26	支援企業数(実績)	17.0	支援実績率	65.4%	満足度	66																
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>アンケート回答17社のうち14社が、今回の出展を通じ、観光・インバウンド分野のバイヤーと商談ができたと回答。うち7社は、海外バイヤーとの商談の機会を得ることができたと回答しており、観光・インバウンド分野のバイヤーとの商談を通じ、同分野におけるビジネスチャンス、海外を含めた販路開拓の機会が生じた。</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="7">バイヤーなどとの商談件数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>52 件</td> <td>実績数値</td> <td>272 件</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">523.1%</td> </tr> </table>								指標	バイヤーなどとの商談件数							数値目標	52 件	実績数値	272 件	目標達成度	523.1%		
	指標	バイヤーなどとの商談件数																							
	数値目標	52 件	実績数値	272 件	目標達成度	523.1%																			
成果の代表事例	<p>○旅行者Sは、自社が展開する観光バスツアーの定員不足問題が課題であったが、運送会社との商談により、乗客の荷物輸送を同社に委託する取引が決定。課題解決につながった。</p> <p>○デザイン事業者Tは、自社のブロック商品のツーリズム・インバウンドビジネスへの新規参入等を目的としていたが、今回の出展を通じて、業界来場者からカスタマイズ商品の製作依頼を得ることができた。</p> <p>○菓子製造業者Oは、ツーリズム・インバウンドビジネスでの取引先拡大等を目的としていたが、今回の出展を通じて、アニメやウェブメディアとのコラボなど、新たなオファーを得ることができた。</p>																								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>○シェルブース・情報提供ブースの出展者からは、出展場所に不満を抱いたという意見が複数寄せられた。次回展示商談会にブースを構える際には、レイアウトや導線について、主催者とのさらなる調整が必要。</p> <p>○ブース出展者向けに説明会を1回実施し、その後は個別相談を随時受け付けるほか、メールや電話での情報提供を行っていたが、出展者間での情報格差があった。次回展示商談会にブースを構える際には、ブース出展者向けの説明会を、複数回時期ごとに行う必要がある。</p> <p>○本商工会議所経由で出展することのわかりやすいメリットを考案する(他団体経由、個別出展との差別化)等、より事業者に出展したいと思わせるような取り組みを行う。</p>																							

大阪商工会議所

事業名		事業承継相談デスク								
想定する実施期間		2018 年度～ 2020 年度まで ※複数段階の実施事業は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、事業承継の準備のできていない企業の割合、廃業予定であるが成長が期待できる企業の割合等を考慮すると、約1万社が本事業の対象となる。この1万社に対して、スムーズな事業承継を促すのが、本事業の目的である。</p>								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>事業承継相談デスクを大阪商工会議所内に設置し、運営した。</p> <p>事業承継に詳しい専門家（事業承継支援コーディネーター）1名を配置し、大阪府内の経営指導員が事業承継診断を行った中小企業経営者・小規模事業者の事業承継についての相談を受け付け、課題整理、簡単なアドバイス、他の支援機関への橋渡しなどを行った。事業承継支援コーディネーターは、原則、毎週火・金曜日を相談日とし、補助職員は月～金曜日までの外部からの連絡の対応等を行った。大阪商工会議所内では個室で面談を行い、相談企業経営者が話やすい環境をつくった。相談者のニーズに応じて相談企業を訪問しての相談対応も行った。</p>								
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援対象数(計画)	37	支援対象数(実績)	41	支援実績率	110.8%	満足度	98%	
		支援対象数(計画)	10	支援対象数(実績)	10	支援実績率	100.0%	満足度	98%	
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	<p>4～3月で51件の相談対応を行った。うち法人は45社、個人は6事業所。事業承継の手法で分類すると、親族内承継が33件（65%）、従業員承継が5件（10%）、M&Aが9件（18%）、その他が4件（8%）である。相談対応後のアンケートによると、回答のあったものすべてが「より一層、事業承継の取り組みを意識することができた」と回答している。具体的な声として「時期的に早いと思っていましたが、早めに打てる手は打っていかないといけないと思いました」「この件で、気付いていなかった事項もご教示いただいた」「自社の強みと弱みを認識できた」「具体的な進め方がわかった」「1つ1つ説明いただいた」といったものがあがっており、事業承継をすすめる方向で支援企業を変化させることができた。</p>								
		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 %	実績数値	100 %	目標達成度	142.9%				
	成果の代表事例	別紙参照								
実施結果	課題及び次期以降への取組み (実績が目標値に達していない場合は、その理由や今後どのようにフォローするのか)	<p>目標の相談対応企業数は達成したが、まだまだ、案件発掘が必要である。事業承継に関心のある企業へのDMなどによる一層のPR活動を推進する予定である。</p>								

(別紙)

事業承継相談デスク 成果の代表事例

事例1	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/承継用資産（賃借店舗老朽化）の改修/大商支部
大阪市内のサービス業。親族内承継。後継者は技術を習得し事業承継は着々と進みつつあるが、事業継続には店舗改修が必要。店舗移転も考えるが問題あり。弁護士等不動産に詳しい専門家に相談するようにアドバイス。		
事例2	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/株式の承継/デスクチラシ
大阪市内の卸売業。親族内承継で株式移転に伴う納税猶予制度の活用に関して相談を受ける。年々株価が高くなるので、できるだけ早い段階で自社株式納税猶予制度を活用した生前贈与をおこなうことで移転コストを低く抑えることが可能と説明。認定申請をおこなうよう顧問税理士につないだ。		
事例3	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/株式の承継/デスクチラシ
大阪市内のサービス業。早急な株式移転対策が必要。高株価で税負担も高額であり納税猶予制度の活用をおこないたいとのこと。納税猶予制度の概要、特例事業承継計画策定申請について説明した。社長以外の親族がもつ株式の移転、株式分散の回避についてもアドバイス。顧問税理士につないだ。		
事例4	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/事業承継計画の作成/大商
大阪市内の小売業。事業承継を機にビジネスを軌道に乗せたいとの意向。留意点を指摘して欲しいとのこと。後継者と戦略・中期計画を策定するようアドバイス。株式承継は、株価が低いときに行う方がよいと説明。暦年贈与等を計画的におこなうように指導した。		
事例5	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/納税猶予制度の活用/デスクチラシ
大阪市内の建築業者。後継者は既に代表取締役就任、あとは株式承継を残すのみ。納税猶予制度に関し相談に来る。財務状況は好調。特例納税猶予制度の全体像を説明するとともに特例事業承継計画策定を指導した。		
事例6	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/従業員承継/後継者教育、株主対策/大商
大阪市内の飲食業。後継者は従業員。株式の約4割を前経営者が持っており株式移動をおこなう必要がある。また、後継者は、財務や対外的対応、経営に関することを学んでもらう必要がある。1～2年程度OJTを行うのが適切。また、前経営者持ち分の承継は、株式分散防止のため早目の交渉が必要とアドバイス。		
事例7	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/従業員承継/経営・株式承継/大商支部
大阪市内の製造業者。従業員承継。事業承継の全体像を教えてくださいとのこと。経営承継の取り組み、中期経営計画の策定について指導。代表者の変更、株式移動についてもアドバイス。納税猶予制度の活用や株式譲渡についても説明した。		

事例8	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/株式移動・経営の承継/事業引継ぎ支援センター
大阪市内の中小製造業。親族内承継の留意点、進め方、納税猶予制度活用について説明を求められる。事業承継にあたっては、事業を安定的・継続的にこなうことが可能となるよう、組織内外の受入態勢や長期ビジョン策定など長期の取り組みが必要な経営承継の側面が重要であると説明した。		
事例9	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/株式移動・納税猶予制度活用/大商支部
大阪市内の中小製造業。相続税・贈与税の納税猶予制度の概要および活用方法をアドバイス願いたいとのことで来所。特例事業承継計画策定、認定申請その後の年次報告等手続きを説明した。また、認定に当たっての適用要件を説明し要件チェック及び留意点などを解説した。		
事例10	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪府内/親族内承継/納税猶予制度活用/デスクトラシ
大阪府内の中小製造業。親族内承継。株式移動に関する相談を受ける。納税猶予制度の概要を説明するとともに決算書チェックをおこなう。株式移動は納税猶予制度の活用をするほどではないので暦年贈与で対応可能と説明。		
事例11	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/熟練技術の承継/大商支部
大阪市内の中小製造業者。業務は、高度な熟練技術を必要とされる。熟練技術を引き継げる人材は社内外にいない。高度熟練をもった人材ができるだけ長く仕事を続ける環境整備を整える方針となった。		
事例12	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/納税猶予制度の適用/デスクトラシ
大阪市内で運送業を営む中小企業者。以前に自社株式納税猶予制度を活用している。今回、株式に関して特例措置を受けるに関する相談。特例事業計画の策定・申請をアドバイスした。		
事例13	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/事業承継の進め方/大商
大阪市内の情報サービス業者。早急に経営を承継したいとのこと。第1に会社の現状把握、第2にキーマンとなる人材とのコミュニケーション、第3に先代の経営理念・方針の把握が必要であると説明。そのうえで、自分なりの経営方針を固めることが重要と説明した。今後の取締役就任・株式承継等の事業承継対策の必要性をアドバイスした。		
事例14	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/株式承継/デスクトラシ
大阪市内の中小製造業者。株価が高く株式移動コストが課題。後継者が十分に経営能力を身につけた段階で株式を譲り渡すようアドバイス。現社長の役員退職金、自社株の生前贈与の対策を説明。相続税・贈与税納税猶予制度の適用・活用も説明した。		

事例15	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/後継者不在/廃業/大商支部
<p>大阪市内の飲食店。後継者はいないので、5～6年後の廃業を考えている。資金をできるだけ掛けない廃業の方法についての相談。現有設備の賃貸契約を引き継いでもらう方法がベストと説明。入居する事業者の探索が重要であると説明した。</p>		
事例16	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪府内/後継者不在/後継者の探索方法/府内商工会議所
<p>大阪府内の中小企業者。優良な得意先あり。会社を引き継ぐ人材を探したが適任者が見つからないとのこと。当社の価値を評価する人材にアクセスできるような表現方法や従来にない伝達手段を考えてみる必要があるとアドバイス。また、トライアルでの業務経験後に検討するといった方法も有効であると説明した。</p>		
事例17	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族外承継/後継者未定・株式の承継/デスクチャシ
<p>大阪市内の中小製造業者。業績好調で高株価。代表者には事業を引き継いでくれる子供がいないため、後継者候補不在のまま現在に至る。現状の課題は、①経営者として手腕のある後継者候補を見つける。②株式の集約・移動。会長が73歳と高齢であるところから進展をみながら相談継続。</p>		
事例18	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族外承継/後継者の探索/税理士からの紹介
<p>大阪市内の輸入商社。業績好調。後継者が決定せず事業承継は暗礁に乗り上げる。一時、持ち株会社方式を利用した事業承継対策を進めたがうまくいかなかった。今後数年で、後継者候補の探索、M&Aの検討が必要。また、株式の移動に関する相談にも対応した。</p>		
事例19	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/承継後の事業継続/大商支部
<p>大阪市内の小売店。後継者は息子。ただ、年々、業績悪化に苦しんでいえる。新商品取り扱い、新たな業態への転換等検討中だが思い切った方針を打ち出せないでいる。商品構成を狭くして専門特化する方向性、立ち飲み店の開設等の成功事例を紹介した。</p>		
事例20	事例の特徴 ※地域/承継の種類別/相談対応のポイント/相談経由	大阪市内/親族内承継/株式承継・経営立てなおし/顧問税理士からの紹介
<p>大阪市内で食品製造販売業を営む中小企業。後継者は長男。株価は高く今後3～5年以内に事業承継をおこないたいということで相談があった。今後、役員就任及び自社株式移動をおこなう計画。株式移動については納税猶予制度を活用した生前贈与をおこなっていただくため特例事業承継計画を策定するようお願いした。</p>		