

令和2年度（2020年度） 商工会等事業変更概要書（3回目以降）

大阪商工会議所
(単位：円)

1. 事業変更一覧

変更区分	事業区分	事業名	変更の理由	補助金額
変更	地域活性化事業	モノづくり企業支援事業 『モノづくりの技、伝えま す』	集合形式に加えて、新型コロナウイルスの感染状況や国・大阪府の 対処方針などに応じてのオンライン形式（インターネットの活用） の導入	-

※変更区分には、「追加」、「廃止」、「変更」、「未実施」のいずれかを選択してください。

2. 経費支出概要書（経費内訳）
 (1) 経営相談支援事業

大阪商工会議所
 (単位：円)

区 分	変更前			変更後			差額	
	事業所数/回数	算定基準	補助金額	事業所数/回数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
事業所カルテ・サービス提案	1,900	47,500,000		1,900	47,500,000		0	
支援機関等へのつなぎ	45	450,000		45	450,000		0	
金融支援（紹介型）	90	2,700,000		90	2,700,000		0	
金融支援（経営指導型）	940	37,600,000		940	37,600,000		0	
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	100,000		5	100,000		0	
資金繰り計画作成支援	330	6,600,000		330	6,600,000		0	
記帳支援	5	125,000		5	125,000		0	
労務支援	5	100,000		5	100,000		0	
人材育成計画作成支援	0	0		0	0		0	
マーケティング力向上支援	10	200,000		10	200,000		0	
販路開拓支援	120	2,400,000		120	2,400,000		0	
事業計画作成支援	580	29,000,000		580	29,000,000		0	
創業支援	5	100,000		5	100,000		0	
事業継続計画(BCP)作成支援	20	400,000		20	400,000		0	
コスト削減計画作成支援	5	100,000		5	100,000		0	
財務分析支援	550	5,500,000		550	5,500,000		0	
5S支援	0	0		0	0		0	
IT化支援	10	200,000		10	200,000		0	
債権保全計画作成支援	0	0		0	0		0	
事業承継支援	60	1,200,000		60	1,200,000		0	
災害時対応支援	0	0		0	0		0	
フォローアップ支援	420	2,100,000		420	2,100,000		0	
結果報告	1,900	19,000,000		1,900	19,000,000		0	
小 計	—	155,375,000	155,375,000	—	155,375,000	155,375,000	0	0

(2) 専門相談支援事業

事業名	変更前			変更後			差額	
	支援日数	算定基準	補助金額	支援日数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
金融相談専門員	305	7,320,000		305	7,320,000		0	
専門相談（窓口）	879	21,096,000		879	21,096,000		0	
専門相談（派遣）	350	8,400,000		350	8,400,000		0	
支部専門相談（派遣）	72	1,728,000		72	1,728,000		0	
決算申告指導	64	1,536,000		64	1,536,000		0	
小 計	—	40,080,000	40,080,000	—	40,080,000	40,080,000	0	0

※支援日数×24,000円。ただし、記帳支援のために税理士を活用する場合、事業所数×26,000円

(3) 地域活性化事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	350,551,672	別紙事業調書【変更後】のとおり	350,551,672		0

(4) 商工会等支援事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	7,500,000	別紙事業調書【変更後】のとおり	7,500,000		0

(5) 合計

	変更前		変更後		差額	
		補助金額		補助金額		補助金額
申請合計		553,506,672		553,506,672		0

事業名		モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←複数年度段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>大阪府では『おおさかのものづくり優良企業賞』の表彰などにより中小製造業の販路開拓を応援しているが、受賞企業を含め中小製造業では、優れた技術や製品を生産しているにもかかわらず、日々の業務に忙殺され、また人材不足などの要因もあり、なかなかウェブ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ウェブ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		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	動画を使った自社PRを効果的に行える中小企業は数少ない。大阪商工会議所が事務局を務める「ザ・ビジネスモール」でも、今年8月の全国研修会で動画活用を事例紹介し、活用を呼び掛けている状況である。しかし、活用への意欲はあり、昨年度の当事業の動画活用交流会への参加希望も可能な限り受け入れたが締め切って断らざるを得なかった。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2015年から『大阪ものづくり優良企業賞』受賞企業を含む30社の動画を作成。2018年から自社での動画作成支援に切り替え、動画作成のセミナー・交流会を開催し、2018年は123社、2019年は63社が参加、また2019年度新たに開催した応募勸奨と受賞企業見学会に21人が参加した。Web Knowledge Xpoへは2018年度31社、2019年度これまでに13社の動画を掲載した。		
	反省点	動画を実際に作るまでのハードルが高く、また、完璧な動画を求めてしまい掲載にしり込みする企業も多く、プログラムは初心者向けの具体的なものに改良をめざす。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	企業PR、特に製品や技術に焦点をおいたものづくり企業の販路開拓支援を行う。 また、その活動を通じて自社のものづくり技術を再確認させ、自社PRや販路開拓の一環として『大阪ものづくり優良企業賞』への応募企業の開拓につなげる。		
	<input type="checkbox"/> 人材交流型	【人材交流型】 ○動画作成・活用などの自社PRや『大阪ものづくり優良企業賞』について学び、参加企業同士で交流する企業は70社。 ○地元工業会などとも連携して広く募集を行い、自社製品や技術PRに意欲的な事業者を集める。		
	<input type="checkbox"/> 販路開拓型	○『大阪ものづくり優良企業賞』募集期間には同賞の応募を主眼とした内容とする。 ○既に受賞した事業者の参加も可能とし、過去の動画を活用する内容も盛り込む。 ○交流により参加者間での学び合いや協力などを促すことが期待できる。 ○開催時期および回数：通年で3回程度とし、初回は同賞募集期間中の5月を予定。		
	ハンズオン型	【販路開拓型】 ○動画を活用して販路開拓に取り組む事業者は20社。 ○既に受賞した事業者をはじめ、実際に動画作成あるいは既存動画の活用を進める企業に対し、自社ホームページのみならず、本商工会議所が事務局を務める企業情報サイト「ザ・ビジネスモール」内での製造業向け取引支援サービス「BMファクトリー」や(一社)日本技術者連盟の「Web Knowledge Xpo」などのものづくり企業に特化したウェブサイトへ「おおさかのものづくり企業」として特集出展を行うなど、複数のサイトを利用し、おおさかのものづくり企業の技術PRを集合的に図ることで、販路開拓・拡大へつなぐ。		
	独自提案型			
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携
府施策連携商-25(ものづくり優良企業賞応募企業の発掘) (a)大阪府商工労働部中小企業支援室ものづくり支援課と連携し、事業実施、周知・広報を行う。また、事業実施を通じて、「大阪ものづくり優良企業賞」への応募企業の発掘に寄与する。 (d)相談指導先に巡回・参加勸奨を行うとともに、事業実施後のアンケートにおいて相談支援ニーズのある企業については、経営課題の把握や先方のニーズに応じた相談支援を行う。				

事業名		モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒		○人材交流型:70社 ○販路開拓型:20社					
		90	社						
	支援対象企業の変化	<p>自社・製品・技術PR方法としての動画活用について学び、自社での動画制作に取り組む意欲を持たせるとともに、実際に動画を作成済みの事業者には、ものづくり企業に特化したWEBサイトを活用することで販路開拓につなげるとともに、大阪ものづくり優良企業賞の事業PRに寄与する。</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%			
	指標②	販路開拓:自社動画のものづくりウェブサイトでの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	14社			
指標③	交流会参加企業:『大阪ものづくり優良企業賞』への応募を検討したいと回答した企業数(受賞企業が参加していることを加味)			数値目標	5社				
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		40,400	円 ×	70	×	1.0	=	2,828,000	円
		50,500	円 ×	20	×	1.0	=	1,010,000	円
			円 ×		×		=		円
	(小計)							3,838,000	円
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)								円
計							3,838,000	円	
独自提案単価及び独自補正係数の根拠(基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	<input type="checkbox"/>	(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
	3,838,000 円 ×			1.0 =			3,838,000 円 (円)		
補助金の団体配分(「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名		配分額		役割(配分の考え方)			
				円					
				円					
			円						

【備考】

事業名		モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』	新規/継続	継続
想定する実施期間		2015 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	大阪府では『おおさかもものづくり優良企業賞』の表彰などにより中小製造業の販路開拓を応援しているが、受賞企業を含め中小製造業では、優れた技術や製品を生産しているにもかかわらず、日々の業務に忙殺され、また人材不足などの要因もあり、なかなかウェブサイトや動画などを活用したタイムリーな広報活動に手が回らないことが多い。 そこで当事業では、受賞企業を含め、自社製品や技術PRを希望する府内中小事業者、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ウェブサイトを活用した販路開拓を行うとともに、意欲的な事業者の中から同賞への応募企業の開拓につなげる。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	「大阪ものづくり優良企業賞」受賞企業および、同賞に関心がある、もしくは同賞への応募の可能性のある大阪府内のものづくり中小企業		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	動画を使った自社PRを効果的に実行する中小企業は数少ない。大阪商工会議所が事務局を務める「ザ・ビジネスモール」でも、今年8月の全国研修会で動画活用を事例紹介し、活用を呼び掛けている状況である。しかし、活用への意欲はあり、昨年度の当事業の動画活用交流会への参加希望も可能な限り受け入れたが締め切って断らざるを得なかった。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	2015年から『大阪ものづくり優良企業賞』受賞企業を含む30社の動画を作成。2018年から自社での動画作成支援に切り替え、動画作成のセミナー・交流会を開催し、2018年は123社、2019年は63社が参加、また2019度新たに開催した応募勸奨と受賞企業見学会に21人が参加した。Web Knowledge Xpoへは2018年度31社、2019年度これまでに13社の動画を掲載した。		
	反省点	動画を実際に作るまでのハードルが高く、また、完璧な動画を求めてしまい掲載にしり込みする企業も多く、プログラムは初心者向けの具体的なものに改良をめざす。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	企業PR、特に製品や技術に焦点をおいたものづくり企業の販路開拓支援を行う。 また、その活動を通じて自社のものづくり技術を再確認させ、自社PRや販路開拓の一環として『大阪ものづくり優良企業賞』への応募企業の開拓につなげる。		
	<input type="checkbox"/> 人材交流型	【人材交流型】 ○動画作成・活用などの自社PRや『大阪ものづくり優良企業賞』について学び、参加企業同士で交流する企業は70社。 ○地元工業会などとも連携して広く募集を行い、自社製品や技術PRに意欲的な事業者を集める。 ○『大阪ものづくり優良企業賞』募集期間には同賞の応募を主眼とした内容とする。 ○既に受賞した事業者の参加も可能とし、過去の動画を活用する内容も盛り込む。 ○交流により参加者間での学び合いや協力などを促すことが期待できる。 ○開催時期および回数： <u>通年で3回程度催すこととする。</u> <u>※新型コロナウイルスの感染状況や国・大阪府の対処方針に応じてオンライン形式(インターネットの活用)を導入する。</u>		
	<input type="checkbox"/> 販路開拓型	【販路開拓型】 ○動画を活用して販路開拓に取り組む事業者は20社。 ○既に受賞した事業者をはじめ、実際に動画作成あるいは既存動画の活用を進める企業に対し、自社ホームページのみならず、本商工会議所が事務局を務める企業情報サイト「ザ・ビジネスモール」内での製造業向け取引支援サービス「BMファクトリー」や(一社)日本技術者連盟の「Web Knowledge Xpo」などのものづくり企業に特化したウェブサイトへ「おおさかもものづくり企業」として特集出展を行うなど、複数のサイトを利用し、おおさかもものづくり企業の技術PRを集合的に図ることで、販路開拓・拡大へつなぐ。		
	ハンズオン型	【販路開拓型】 ○動画を活用して販路開拓に取り組む事業者は20社。 ○既に受賞した事業者をはじめ、実際に動画作成あるいは既存動画の活用を進める企業に対し、自社ホームページのみならず、本商工会議所が事務局を務める企業情報サイト「ザ・ビジネスモール」内での製造業向け取引支援サービス「BMファクトリー」や(一社)日本技術者連盟の「Web Knowledge Xpo」などのものづくり企業に特化したウェブサイトへ「おおさかもものづくり企業」として特集出展を行うなど、複数のサイトを利用し、おおさかもものづくり企業の技術PRを集合的に図ることで、販路開拓・拡大へつなぐ。		
	独自提案型	【販路開拓型】 ○動画を活用して販路開拓に取り組む事業者は20社。 ○既に受賞した事業者をはじめ、実際に動画作成あるいは既存動画の活用を進める企業に対し、自社ホームページのみならず、本商工会議所が事務局を務める企業情報サイト「ザ・ビジネスモール」内での製造業向け取引支援サービス「BMファクトリー」や(一社)日本技術者連盟の「Web Knowledge Xpo」などのものづくり企業に特化したウェブサイトへ「おおさかもものづくり企業」として特集出展を行うなど、複数のサイトを利用し、おおさかもものづくり企業の技術PRを集合的に図ることで、販路開拓・拡大へつなぐ。		
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携
府施策連携商-25(ものづくり優良企業賞応募企業の発掘) (a)大阪府商工労働部中小企業支援室ものづくり支援課と連携し、事業実施、周知・広報を行う。また、事業実施を通じて、「大阪ものづくり優良企業賞」への応募企業の発掘に寄与する。 (d)相談指導先に巡回・参加勸奨を行うとともに、事業実施後のアンケートにおいて相談支援ニーズのある企業については、経営課題の把握や先方のニーズに応じた相談支援を行う。				

事業名		モノづくり企業支援事業『モノづくりの技、伝えます』				新規/継続	継続			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒		○人材交流型:70社 ○販路開拓型:20社						
		90	社							
	支援対象企業の変化	自社・製品・技術PR方法としての動画活用について学び、自社での動画制作に取り組む意欲を持たせるとともに、実際に動画を作成済みの事業者には、ものづくり企業に特化したWEBサイトを活用することで販路開拓につなげるとともに、大阪ものづくり優良企業賞の事業PRに寄与する。								
	指標①	交流会:アンケートで「動画の活用を検討する」あるいは「今回得た知識を今後活用したい」と回答した企業割合			数値目標	80%				
	指標②	販路開拓:自社動画のものづくりウェブサイトでの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	14社				
指標③	交流会参加企業:『大阪ものづくり優良企業賞』への応募を検討したいと回答した企業数(受賞企業が参加していることを加味)			数値目標	5社					
その他目標値	目標値の内容⇒									
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		⇒	40,400 円 ×	70	×	1.0	=	2,828,000 円		
			50,500 円 ×	20	×	1.0	=	1,010,000 円		
			円 ×		×		=	円		
		(小計)						3,838,000 円		
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)						円		
		計						3,838,000 円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
<input type="checkbox"/>		(a)府施策連携		<input type="checkbox"/>	(b)広域連携		<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果
標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)					
3,838,000 円 ×		1.0	=	3,838,000 円		(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)					
			円							
			円							
			円							

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

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』

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)

支援
実績率

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

当該事業で計画している交流会は、集合形式で実施することとしていた。

しかしながら、新型コロナウイルスの感染が拡大し、それを防止するためには、人と人の接触を極力控え、多くの人々が密集する場所、換気の悪い密閉空間、近距離での密接した会話を避けることが重要であることから、新型コロナウイルスの感染状況や国・大阪府の対処方針などに応じてオンライン形式（インターネットを活用）を導入する。

※新型コロナウイルスの感染状況や国・大阪府の対処方針などを踏まえて、集合形式で実施できる状況にある場合は集合形式で実施する。

※本事業の手法は「府施策連携」であり、開催形式の決定にあたっては事前に大阪府の担当者と協議・調整を行う。

【支援効果】

実施形式がオンラインであっても企業経営に有益な情報を提供することには変わりなく、参加者へのフォローアップなどについても電子メールなどを用いて対応し、採択された事業調書の内容から大幅に変更することはない。