

# 平成24年度 事業実績報告書

## 申請者の概要

申 請 者	団体名		阪南市商工会
	代表者職・氏名		会長 森下 旭
	所在地		〒599-0201 大阪府阪南市尾崎町35-4
	担 当 者	職・氏名	事務局長 出口 尚暢
		連 絡 先	電話番号（直通）： 072-473-2100
F a x : 072-473-0551			
		E - m a i l : <a href="mailto:info@hannan-sci.jp">info@hannan-sci.jp</a>	
①設立年月日		昭和39年5月14日	
②職員数 (うち経営指導員数)		6名 (6名) (平成25年3月31日現在)	
③所管地域		阪南市	
④管内事業所数		1, 593 (平成18年事業所統計調査による)	
⑤管内小規模事業者数		1, 205 (平成18年事業所統計調査による)	
⑥会員数(組織率)		884 (55.4%) (平成25年3月31日現在)	
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと			
□主な事業概要(定款記載事項等)			
<p>(1) 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>(2) 商工業に関する情報又は資料を収集し、及び提供すること。</p> <p>(3) 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>(4) 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。</p> <p>(5) 展示会、共進会等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。</p> <p>(6) 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>(7) 商工会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>(8) 行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>(9) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>(10) 商工業者の委託を受けて、当該商工業者が行うべき事務(その従業員のための事務を含む)を 処理すること。</p> <p>(11) 大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済事業の業務を行うこと。</p> <p>(12) 前各号に掲げるもののほか、本商工会の目的を達成するために必要な事業を行うこと。</p>			

## 阪南市商工会

### (1) 事業の目標

経営相談事業では、経営改善、経営革新に真剣に取り組む意欲的に経営課題について自らのパワーをフルに活かし解決に取り組む事業所を重点的にサポートする。そのためには巡回による事業所の発掘に加え地域特性を活用した支援ネットワークの構築から情報の受発信することが重要であり、経営指導員による定期的な巡回等による各種施策、情報の提供、ニーズの掌握と同時にネットワークからの情報の収集が必要となる。そこで抽出された課題解決へのワンストップサービスの実施、高度専門化する複合的な支援を専門家と連携し実施し事業所の自立安定、発展に寄与できる体制の構築を樹立する。

地域活性化事業においても経営相談事業とリンクさせ双方の事業効果を高めるため地域ニーズと事業者ニーズを掌握し課題解決への手段として地域資源を取り入れ地域全体が共感できる環境づくりが重要であり、あらゆるビジネスチャンスを提供することを目的とする。

### (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

小規模事業者の課題抽出により指導員の有する知識、能力をフルに活かせるようマニュアル化に努め指導能力の向上、支援内容の均等に努めた。特に、金融支援での経営改善貸付等の調査等については経営指導員の資質が問われ調査時に事業所の持つ課題が浮き彫りになり抽出から解決までの複合的な支援を実施し、より適確なアドバイスが可能となる体制に努めた。また、現況の経営状況から経営革新等へのステップアップに繋げる絶好の機会であり専門家の知識の投入等フルに支援チャンネルを活用している。

地域活性化事業では日頃の相談支援から活性化事業に結び付け相乗効果を持たせるよう努力した。例えば経営革新認定事業所の認定取得後の実益を披露できるセミナー、交流会の開催により直接聞き意見交換することで経営意欲の向上が図られた。新規製品に伴う販売促進等の計画をバーチャル工業団地事業、ものづくり展、産業フェア、地域ブランドを利用し効果的に実施できた。このように経営相談事業と地域活性化事業との両側面を組み合わせることで体質、競争力の強化を生み出すことができた。

### (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

本市域での小規模事業者の割合は非常に高く継続的な細やかな支援体制が望まれ自立に対する経営能力の向上を図ることが重要であり的確な支援チャンネルが必要である。本市においても少子高齢化が進み、高齢化率が進む中、事業の承継問題が顕著であり継承者がいないことが原因で廃業する事業所も増えている。特に商業関係の店舗数の減少率が著しく事業承継の重要性が問われている。このような状況を踏まえ事業承継できる企業体質に高めるため、複合的な支援を実施し事業主の経営意欲の向上に繋がってきている。特に重点支援対象事業所を2分類し、「製造業」「建設業」と「卸・小売業」「飲食業」「サービス業」に分け約1600事業所（内小規模零細事業者約1200事業所）を積極的に意欲を有する企業を優先的に実施し経営相談事業ではカルテ化が372件、販路開拓支援156件、金融支援120件、コスト削減計画作成支援116件と体質強化に直接繋がる支援を実施し外部への発信能力強化に加え地域力との相乗効果により効果が出てきている。更に「地域コミュニティ」の再編を目標に地域コミュニティ創出・戦略定期市事業では市民、商工業者の果たす役割を見出し地域への貢献、CSRの啓発を促し地域の抱える共通の課題等を地域力を持って課題解決にあたる体制が整い積極的に取り組む事業所を輩出することが可能となった。

全体像として大阪府施策連携事業を主眼に置き、布施作連携事業、広域連携等、効果的に地域活性化事業として実施することができた。

### (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

相談事業において経営相談事業と専門相談事業との組み合わせにより高度専門化する相談事象に即応する体制と経営指導員の資質、見識の向上を図るため専門家と連携した支援が重要である。そのためには、計画的に課題抽出を行い専門家との協同支援体制をとり専門家の見識を活かしながら課題解決に向かう必要があり得た支援成果を掌握し経営指導員の今後の支援体制に活かせるシステムが必要である。

地域活性化事業ではバーチャル工業団地構築事業においては当初、大阪府施策連携事業として取り組んでいたが大阪府の推薦する団体であるODCCとの連携がうまく取れなかったのは事業進行上の問題でありシステム的にも課題が残った。今後、ポータルサイトの構築を実施し本会のホームページ、商業面でのウェブ商業マップと合わせトータル的なサイトの構築に向かう。

地域コミュニティ創出・戦略定期市事業ではコミュニティの広場の設置による物産展を中心とした事業展開の中で活性化に繋がったが開催場所として住民センター等の公的施設を利用した事業展開を予定していたが地域での事業主旨に対する理解度に温度差が生じ地区単位での統一が困難であり市域全体の利便性を考慮し開催したが今後、地域事情を考慮し地域団体と協議し進めていきたい。

### (5) 来年度への取り組み

小規模事業者に対する課題抽出等を実施する機会を増やすため巡回訪問の強化を実施すると同時に、課題抽出から経営内容の把握、により課題解決への複合的な支援へ広げるため、定量、定性判断の両面を考慮し事業所の安定を図るため各種支援メニューを駆使し事業者の改善、革新に繋がる支援の充実を図る。また、巡回訪問で事業者ニーズの把握等リアルタイムに行い地域活性化事業における必要性、有効性について検証する。更に、地域支援ネットワークを活かすため、関係機関、市民活動との連携を強化し、効果的に事業を遂行するため地域力を発揮させることで広域連携を採り効率的な事業形態を採る。

## 阪南市商工会

### I 経営相談支援事業

#### 支援のポイント・成果

現在、小規模事業者の取り巻く環境は非常に厳しく多種多様の支援が求められる。事業所の抱える潜在的な課題の抽出方法について年間7回の全会員等への巡回訪問を実施している。その成果として金融関係の相談が顕著に増えている。

経営相談支援で重要なのは地域支援ネットワーク構築であり本市行政をはじめ各関係機関との連携、市内金融機関等との連携から幅広い受け皿が必要である。

特に金融支援については複合的な支援が必要であり資金投資に係る採算性を図る為の支援が必要不可欠である。その手法として支援メニューでの複合的な支援が発動されるが高度専門化する相談内容に即応するため専門家の見識、知識等が必要である場合が多く常に専門家等との連携できる体制を採っている。特にITコーディネーター、中小企業診断士との連携を密に事業の経営改善、経営革新等の啓発を図れる体制を採った。本会は経営改善貸付の推薦件数、推薦額ともに商工会地域では全国一を誇りカルテ化の件数等へ反映されている。

代表例として経営指導型の金融支援において事業所の財務諸表と今後の事業見込等から融資の実行を実施した場合の資金繰り計画が容易ではなく返済条件の緩和による支援を実施しコスト削減計画をたてることで回復に繋がり、更に本会の実施する販路開拓型(ものづくり展)に参加することで経営意欲が芽生え事業計画の見直しから経営革新計画の策定を考え増収に繋がった。

このような支援内容は全指導員が共有できる体制を採り資質の向上に繋げている。

以上の結果、利用者満足度調査において平成24年度では非常に高い評価を受けることができた。

支援メニュー	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
事業所カルテ・サービス提案	事業所	360	372	103.3%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	35	30	85.7%	4
金融支援（紹介型）	支援数	20	18	90.0%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	100	120	120.0%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	6	6	100.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	30	17	56.7%	4
記帳支援	支援数	35	47	134.3%	5
労務支援	支援数	45	41	91.1%	5
人材育成計画作成支援	事業所	10	4	40.0%	3
マーケティング力向上支援	事業所	15	13	86.7%	5
販路開拓支援	事業所	160	155	96.9%	5
事業計画作成支援	事業所	2	1	50.0%	3
創業支援	事業所	5	4	80.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	70	64	91.4%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	110	116	105.5%	5
財務分析支援	事業所	40	40	100.0%	5
5S支援	事業所	30	11	36.7%	3
IT化支援	事業所	3	1	33.3%	3
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	#DIV/O!	0
結果報告	事業所	350	346	98.9%	5

### II 専門相談支援事業

#### 支援のポイント・成果

専門相談事業においては、平成24年度は昨年度より経営相談（許認可相談）、法律相談を加えより充実した支援を行った。特に労務面では、年金事務所の調査が非常に多くみられ36協定、就業規則等の整備が求められるケースが見られその対応として専門相談の成果が出た。また経営相談（許認可相談等）においては予めから支援が求められるケースが多々あったこともありより充実したものとなった。法律相談においては労務相談、税務相談で対応しきれない案件などを法律相談に繋ぐという合理的な相談方法が確立した。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
税務相談	継続	相談事業所数	20	19	95.0%	5
労務相談	継続	相談事業所数	20	16	80.0%	5
経営（許認可）相談	新規	相談事業所数	10	18	180.0%	5
法律相談	新規	相談事業所数	30	21	70.0%	5
					#DIV/O!	
					#DIV/O!	

阪南市商工会

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

★バーチャル工業団地構築事業においてはものづくり企業、建築関係を中心として受注量の増大、販路拡大を目的に実施し参加企業92事業所（内訳 製造20事業所・建築72事業所）の登録を実施し発信している。システムについては本会が登録事業所と発注者との間に介在することで適確に利用満足度を上げるため実施している。また、システム構築に関し事業所からの要望、意見収集ができ異なった角度からの新たな課題抽出に繋がった。

★地域コミュニティ創出戦略定期市事業においては地域コミュニティの創出を図るため市行政と連携し幅広く人的な交流が可能となるシステムの構築を考え戦略的に物産展等の開催することで「はんなんコミュニティ広場」として実施した。「繋ごう地元のわ」地域コミュニティをつくろうをテーマに第1弾市内の大型集積地である「わくわくシティ」イベント会場で本市行政からの観光PRをはじめ市内の全授産施設による活動報告並びに作業所での製品の販売、阪南 Cotton の披露、紹介等を交えは阪南ブランド十四匠の展示即売等物産展を開催しコミュニティ広場として設置した。第2弾として阪南スポーツフェスタで阪南ブランド十四匠を中心とした定期市を開催し切り口の違ったコミュニティ広場の創出ができた。第3弾として全国シェルターシンポジウム2012が阪南市で開催され物産展を中心に郷土みやげとして展開した。このように「産品」「観光」「快適な暮らし」「企業の成長」の創造を考え開催し、地域内交流をはじめとし地域間交流にも繋がった。

★はんなん産業フェアにおいては商工祭りから成長させ全産業を網羅する形態にて実施し市内産業の振興をはじめ農商工連携、大阪府施策連携事業である大阪府技能士連合会と連携し大阪の技術を実演にて披露できた。また、地域ブランド「阪南ブランド十四匠」の信用度も増し産業を通じての郷土愛が生まれてきている。出展業者も71事業所を数え協賛事業所も136社となり順調に拡充している。

★大阪ものづくり優良企業賞応募企業発掘事業においては認知度を高めるため大阪府商工労働部販路開拓支援グループの担当者から応募意欲を高めるための動機づけ啓発セミナーを開催し、生産、企画能力を高める仕掛けとして意識改革を図るうえで有意義であり、賞を獲得する意欲の啓発から新たな取り組みに対する潜在的なニーズは高かった。

★知財活用支援事業においては小規模事業者の保有する技術、ノウハウ等の知的財産を戦略として活用しオナリーワン企業の創出を図るため二部構成にて開催した。だいいちびとして「知的財産権制度の解説」を大阪府商工労働部ものづくり支援課の担当者から解説を実施し第二部では事例を中心とし弁理士の大森氏から具体的に紹介した。受講者の反応もよく改めて自事業所の技術の再確認に繋がりに知的財産の重要性が周知できた。

(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
	バーチャル工業団地構築事業	50	81	162.0%	84.6	HPへの掲載企業数	50	81	162.0%	5
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	

(2) 広域事業(幹事業のみ)

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
○	地域コミュニティ創出戦略「定期市」事業	25	25	100.0%	94.0	経営に対して再編をした事業所	25	25	100.0%	5
○	はんなん産業フェア	70	68	97.1%	83.6	出展企業数	70	68	#VALUE!	5
○	ものづくり優良企業賞応募企業発掘事業	40	40	100.0%	68.8	大阪ものづくり優良企業賞への応募対象企業数	40	40	#VALUE!	5
○	知財活用支援事業	40	40	100.0%	80.0	セミナー受講者数	40	40	#VALUE!	5
				#VALUE!					#VALUE!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	

※府施策連携事業は、「府施策連携」欄に○をつけてください。各欄の記載は、個別調書の記載と合わせてください。

阪南市商工会

事業名		バーチャル工業団地構築事業							
想定する実施期間		H24 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)	本市の製造業は、繊維関係や石綿関係、及びこれらの事業所と共に発展した鉄工関係の事業所が多くを占めていたが、繊維・石綿産業の衰退とともに市内の製造業者は減少の一途をたどっている。また、建設関連においてもハウスメーカーによる住宅建設の増加により従来の木造建築に係るいわゆる職人と言われる人の減少が著しい。しかしながら、これらの事業所や職人は長年培った技術があるので、それらを集約したホームページを作成し企業間取引の活性化、受注機会の拡大などを支援し新たな取引の創出を行いたい。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	製造業121社、建設業146社を対象として、新たな取引先の開拓を目指す製造業、ならびに建設業関連の事業所							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	参加する事業所が持っている技術や製造実績、及び技能を網羅したウェブサイトを作成し、事業所の紹介や各事業所が持つウェブサイトとのリンクやウェブサイトを持たない企業に対してはブログの作成を支援し、生きた情報発信を行う。また、新たな取引先となりえる企業からの問い合わせ等には、その内容に応じた事業所を選択し問い合わせ企業と直接の遣り取りをしてもらい受注につなげる。 ウェブサイト作成運営についての事業委員会を組織し、アクセス数が多くなるようなウェブサイトの構築を目指す。そのために入り口となる魅力あるポータルサイトを作成し多くの来訪者を工業団地に誘導する。また検索サイトの上位での表示を目指すことにより、新規取引の機会の増大につなげる。 平成24年7月19日 第1回事業委員会 8月16日 第1回作業部会 8月27日 第2回事業委員会 平成25年2月15日 第3回事業委員会 2月22日 公開							
		<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							
		②広域連携							
③市町村連携	構築事業委員会への市担当者の参加による効果的なサイトの製作。並びに市ホームページとリンクすることにより来訪者の増加に貢献。								
④相談相乗	企業のカルテ化を推進し販路拡大を支援。								
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)	81	支援実績率	162.0%	満足度	84.6
	目標の達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	零細事業所費用や内部の体制等により単独では難しいインターネットを使った自社の技術や設備の情報発信の場となり、ホームページを持たない小規模事業者にとっては簡易的なホームページとして使用することができるので新しい取引の創出や拡大につながる基礎となり、今後のブログなどの生きた情報の発信への意識ができた。							
		指標	ホームページへの掲載企業数						
		数値目標	50	実績数値	81	目標達成度	162.0%		
	成果の代表事例	金属部品の加工、修理を事業にしているが最近では仕事量が激減している。工場は小さいながらも近隣ではあまり設置されていない機械もある。しかし、費用面や運用する人材の面からもホームページはなく、これらの情報を発信する手段が欠如していたがバーチャル工業団地への掲載によりそれが可能になった。							
	その他目標値の実績	目標値(計画)	150	目標値(実績)	927	目標達成度	618.0%		
バーチャル工業団地へのアクセス数(月平均)									
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)	参加事業所の中でも積極性には大小があり、それぞれの企業の詳細については掲載内容にはばらつきが多い。しかし、サイト作成の意義や利点の説明をとおして一定の理解が得られたと思う。また当初計画していたブログのリンクや写真の掲載、ポータルサイトの作成など未整備な部分は翌年以降充実させ実のあるものとして拡充して行きたい。 ウェブサイト作成運営についての実行委員会を組織し、アクセス数が多くなるようなウェブサイトの構築を目指す。そのために入り口となる魅力あるポータルサイトを構築し、登録事業所の汎用性を高められるシステムを充実させていくことを次期の課題とします。							

阪南市商工会

事業名		地域コミュニティ創出・戦略定期市事業							
想定する実施期間		24 年度～ 24 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)	本市における地域振興事業として主たる目的を「産品」「観光」「快適な暮らし」「企業の成長」主眼に置き、現在「阪南ブランド十四匠」はものづくり企業を対象として20社の認証企業を有し、地域力を活かし信用、信頼の共有と認証企業間の振興、成長等を考え実施している。また、観光面から昨年度は本市行政と連携し「ゆるキャラ」の創設を実施した。 一方、観光地である「山中溪の桜」を素材とした試作品を考案し商品化まで実施した。熊野古道を中心とした市内観光名所を整備するため観光ボランティアの育成を実施し、観光ガイドの作成を本市行政と実施した。又、コミュニティビジネスを取り入れ「快適な暮らし」を創造するため「御用聞きサービス」を昨年度より実施している。これらのファクターを十分に活用し地域コミュニティの創出を図り地域力を発揮し、戦略的に定期市を設け人的交流システムを構築する為、市の施設を利用し農工商連携による物産展を中心に情報発信の場を創設し企業・産業界の活性化を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	市内全事業所、特に阪南ブランド十四匠認証企業、CB事業協力事業所、農業・漁業関連等 事業所200事業所を対象とした。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	本市には道の駅的施設もなく情報の発信、地場産品の紹介等の発信能力が低く市民との接点が少なく発信力の欠乏から観光開発事業も遅れている。これらを克服するため、戦略的に定期的な市の施設を利用し「市場」として開設し、地域の情報、地場産品の紹介等、地域コミュニティが図れる場づくりを実施した。当初は地区単位にて住民センター等の公的施設を利用し定期市の開催を予定していたが事業に対する理解度、取り組む意欲に温度差が生じ事業の有効性からも市全体を網羅する会場の設定の方が望ましく集客力のある大型イベント広場、市全体のイベント会場とし「はんなりコミュニティ広場」として解説した。第1弾から第3弾として「繋ごう地元わ」をメインテーマに掲げ「産品」「観光」「快適な暮らし」「企業の成長」の創造をスローగా ンニ実施した。第一弾は市内最大商業集積地である「わくわくシティ」にて開催し第2弾、第3弾については市イベント市に設け切り口の違ったコミュニティ広場の創出を実施した。更に地元産品の魅力を発信することで市民からの郷土愛が芽生え地域力の向上に繋がった。特に地域におけるブランディングやマーケティング戦略を考える企業への成長が期待できる。一方、障がい者授産施設の製品の展示、販売、本市観光事業の紹介、綿花の復興から繊維産業の再生を狙う阪南コットンプロジェクトの披露、阪南ブランド十四匠の展示販売等から地元企業とのコラボレーションの機会が創出できた。 <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>							
		①府施策連携	障がい者の雇用・就労支援に取り組む企業の応援事業として授産施設と地元企業のコラボレーションによる物産展の開催や大売出しの実施について市内大型商業集積地「わくわくシティ」における物産展のコラボレーションによる開催【大阪府雇用対策課障がい						
	②広域連携								
	③市町村連携	地域コミュニティの再編から産業振興事業について事業全般について連携する。阪南市地域福祉推進計画の策定(事業実行委員会・作業部会委員)							
	④相談相乗	物産展の開催による販路拡大・マーケティング向上支援等のカルテ化による相乗効果が図られた。							
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)	25	支援企業数(実績)	25	支援実績率	100.0%	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)	地域コミュニティの創出、人的交流システムの構築については手法を変え3回実施している。第1弾として市内授産施設とのコラボレーションによる物産展、市内観光のPR、阪南コットンプロジェクトの披露等「はんなりコミュニティ広場」として阪南ブランド十四匠認証企業を中心に20事業所、授産施設7事業所の参加によりB2C1000件を超え目標達成となった。第2弾として市内イベントを利用したコミュニティ広場の創設から21無事業所の参加によりB2C500件を超えた。第3弾として24事業所が参加しB2C1500件を超えた。このような事業の中で企業連携がより強固なものとして確立され企業の社会的責任を地元全体のコミュニケーションから生まれコミュニティビジネスへの理解度が高まった。更に地元でのB2B・B2Cの発生が共通の郷土愛を有することで活性化され参加企業において地元での信用の獲得意欲に繋がった。							
		指標	経営に対して事業計画を再編した事業所						
		数値目標	20	実績数値	20	目標達成度	100.0%		
成果の代表事例	地域とのコミュニティを図る為、本紙行政と各地区の関係団体との事前協議を交わす中、産業の活性化の必要性を感じさせられ改めて地域コミュニティの必要性が再認識できた。この事を踏まえ市全体でのコミュニティ広場の必要性から市内最大商業集積地である「わく								

	わくシティ」での開催により全市を挙げた総合的なコミュニティ広場の創設から効果的なB2B・B2Cが生まれた。					
	目標値 (計画)	10	目標値 (実績)	15	目標達成度	150.0%
その他目標値の 実績	コミュニティビジネスとして地域課題解決に取り組む事業所をその他目標としている。地域ブランドであるは阪南ブランド十四匠での認証企業20事業所からなりCSRも理解し地元での貢献度も高く「地域に何かできないか」との積極的な動きが出てきている。また、第一次産業関連事業所も所属し地元企業連携もできてきている。一方、本会ではCB事業として御用聞きサービスを実施しているが、NPO法人等、公益法人による市内授産施設や作業所とも連携を促している。					
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) 今後、今回の事業遂行により各地区での地域事情が明確になり地域課題の抽出が可能となり産業の振興に対する期待度が判明されました。これらを踏まえ公的施設の利用によるコミュニティ施設の創設が有効であると考え地域に根ざした「市場」として事業の拡充を図りたい。また、企業のCSRの啓発から地域に対する意識の高まりが生じ、コミュニティビジネスへの参画を積極的に考える事業所が増えてきている。このような状況下、コミュニティビジネスの再確認をはじめNPO法人を中心とした支援を実施し地域コミュニティの創出に繋げる。一方、商業施設の空洞化が始まり「買い物弱者」が地域課題として浮き上がりCB活動を活かし商業面からサポートできるシステムを構築して行く。					

阪南市商工会

事業名

はんなん産業フェア

想定する実施期間

22 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

事業の目的

(現状や課題をどのような状態にしたいか)

本市小規模事業所は、低迷をしているものの「ものづくり」に拘り伝統に培われた高い技術力を持ちながら発信力が弱く有効に発揮できていない。又、小売、飲食などの地元事業者においても大型商業施設等の前に苦戦を強いられている。このような状況下、全産業の活性化を考え地場産業の知名度の向上、販路の拡大(B2B・B2C)等の機会を創出するために隣接する商工会が連携を図る。更に、現在実施している地域ブランド戦略事業「阪南ブランド十四匠」として認知度の向上及び認証企業の販路開拓等、ブランディング効果を上げるため大阪府施策(大阪ものづくりブランド構築支援事業)と連携し、大阪府下全国へ情報発信の機会設け実施する。また地元へのプロモーション活動を実施し、地元での「ものづくり」に対する理解度を上げ郷土愛に結び付ける。一方、地域ブランド認証企業等に対するより効果的かつ実践的な販路拡大を図るため、主要大型店のバイヤーを招きセミナーを開催する。又、大阪府技能士会連合会の協力を得てお招きし「大阪の技」の素晴らしさを披露することを目的とする。

支援する対象

泉南市・忠岡町・熊取町・岬町商工会地域の全事業所を対象とする。支援する事業所数を約70社を予定する。

実施時期・具体的な内容及び事業手法

阪南市役所周辺および阪南市立文化センターにて11月4日(日)に開催。平成24年9月より出店者募集を行い10月26日に出店説明会および昨年同様レイアウトセミナーの後、集客の仕方についてのセミナー(当初大型店のバイヤーの講師を予定していたが事業所からの要望もあり変更した)も開催し、市立文化センターではホワイエを利用し市内のものづくり展および市内の福祉施設の紹介コーナーなども開催し、また大阪府施策連携として大阪府技能士連合会にも出店を依頼し、プロの技術等を実演していただき、今回は各種団体を除く71社が出店した。前日より準備作業を実施し、役職員一丸となって実施した。広報等については前日の新聞折り込み等、市広報、商工会HP等で市民に周知した。また今年度は例年開催している地域活性化を目的に実施している大抽選会の手法を変えたことで盛大に開催することができた。

<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>

- ①府施策連携 **大阪府技能士連合会と連携**
- ②広域連携 **近隣の4商工会の出店ブースを設置し、連携して実施した。**
- ③市町村連携 **阪南市、阪南市議会、教育委員会等と連携実施**
- ④相談相乗 **企業の販路開拓支援としてカルテ化を推進する。**

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	支援実績率	97.1%	満足度	83.6
-----------	----	-----------	----	-------	-------	-----	------

目標の達成度

(支援企業をどう変化させることができたか)

述べ当日8000人以上の来場があり、今年度については出展された店舗、事業所、展示PRコーナーおよび福祉事業所等合わせて過去最高の71社(内部団体除く)の出展があり、各個店は過去に例のない販売実績があった。近隣5商工会連携ということで市外から10社出店した。また昨年度より農工商連携として実施されていることもありJA大阪泉州との連携を図り第6次産業化へのステップとなった。昨年度より一段と支援企業の製品、商品のPRを阪南市民に集中することができた。更に、「阪南ブランド十四匠」コーナーとして認証企業の展示・即売を実施し地元での認知度を高め、根強く地元に着させ拡充を図りたい。全体的にはアンテナショップによる地場産品の品揃えも充実し地元企業としての認知度も向上している。

指標	出店企業数				
数値目標	70	実績数値	68	目標達成度	97.1%

成果の代表事例

「阪南ブランド十四匠」のものづくり部会のA社と食品部会のB社とコラボ商品が誕生した。また、昨年度も出展していただいたC社等介護関係事業者からPRができたという報告があった。

その他目標値の実績

目標値(計画)	3,500	目標値(実績)	4200	目標達成度	120.0%
---------	-------	---------	------	-------	--------

当初目標70店舗について商談客50名の予定であって、実際の売上等から試算すると、71店舗に対し約60名弱の商談があったと思われる。(店舗にもよるが)

その他目標値の実績

目標値(計画)	22	目標値(実績)	23	目標達成度	104.5%
---------	----	---------	----	-------	--------

「レイアウトセミナー」および「集客の仕方のセミナー」の出席者

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)

課題としては、例年通り駐車場の問題および電気設備の問題、来場者の人の流れ問題等が次年度への課題として残る。次年度については、地元企業の工場見学なども含め、さらに地元金融機関との連携にて出展者の拡大、障がい者雇用を支援する制度に関する情報の提供などすべての産業・施設を巻き込み全体の活性化を見込み実施したい。また、今回実施できなかったバイヤーとの交流等を実施し、BtoBに繋げていきたい。



戻りのみプロセス  
ローするのか)

阪南市商工会

事業名		大阪ものづくり優良企業賞応募企業発掘事業							
想定する実施期間		24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)	泉州地区の製造業者の中には優れた技術や製品を生産し市場での高い評価が期待できる優秀な事業所も多くある。しかし、小規模事業者では国内外への情報発信力に欠けていることが現状である。そこで「大阪ものづくり優良企業賞」に応募しようとする事業所を発掘し、「ものづくり優良企業賞への応募に対する啓発」を実施し経営意欲を高める。また認定されることで「大阪ものづくり紹介冊子」に掲載、その情報発信力を活用し、国内外からの受注促進につなげていく。							
	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への応募対象企業 連携する商工会地区の製造業すべてを対象とする。但し表彰要項上食品製造業、飲料・たばこ・飼料製造業、大企業の子会社は除く。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	大阪府施策であるものづくり優良企業賞応募企業の案内と連携を図るため、大阪府職員等に依頼し、まず経営指導員に対しての応募要領の周知を図る為の研修会を5月15日に開催し、各商工会3名ずつの参加により、スムーズな支援が見込まれた。そして「大阪ものづくり優良企業賞」へ告知及び応募する意欲を高めるための動機付け啓発セミナーを6月6日に阪南市商工会館で開催した。当日は40名の参加者があり、応募の啓発と応募書類の作成についてもフォローを行った。開催案内については各商工会において商工会報、市町広報誌、各商工会HPを利用し実施した。							
		<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>							
		①府施策連携	大阪府職員に講師を依頼した。						
	②広域連携	より広く普及させる為近隣の4商工会共同で実施した。							
	③市町村連携								
	④相談相乗	企業のカルテ化を推進する。受賞後には販路開拓等の支援も実施する。							
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)	40	支援企業数(実績)	40	支援実績率	100.0%	満足度	69
	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)	大阪ものづくり優良企業賞へ応募する過程において、自社の持っている技術力やノウハウ等を再確認でき強みを活かすことが出来る。さらに受賞を目的とすることで生産力、企画力が向上され、企業力が向上する。受賞されると、「匠」ロゴマークの使用による知名度のアップ、新たな国内外への情報発信も可能になり新規顧客の開拓、社員のモチベーションアップ等が期待される等メリット等について理解してもらい、自社の経営について前向きに考えようという意識が芽生えた。							
		指標	大阪ものづくり優良企業賞への応募対象企業						
		数値目標	40	実績数値	40	目標達成度	100.0%		
	成果の代表事例	「大阪ものづくり優良企業賞」へ告知及び応募する意欲を高めるための動機付け啓発セミナーを受講することで、応募することでの自社のメリットを理解してもらうことができ、実際に応募してみたいという意識が芽生えた企業もあった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	10	目標値(実績)	12	目標達成度	120.0%			
	「大阪ものづくり優良企業賞」へ告知及び応募する意欲を高めるための動機付け啓発セミナーを受講することにより、応募してみたいという企業があった。								
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)	「大阪ものづくり優良企業賞」へ告知及び応募する意欲を高めるための動機付け啓発セミナーを受講し、応募することのメリット等の理解はしてもらうことができて、実際に応募するとなると提出書類が多く断念する、という企業が多かった。「大阪ものづくり優良企業賞」は毎年募集の予定があるものなので、次年度も見据えて応募できるよう継続した支援を行う。							

阪南市商工会

事業名		知財活用支援事業							
想定する実施期間		24 年度～ 年度まで ※複数年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)	泉南地域は、タオル、メリヤス、毛布、手袋等の繊維産業が地場産業として成り立っているが、近年は、中国等外国製品に圧され、衰退傾向にある。 価格競争では人件費の安い諸外国に太刀打ちできなく地場産業の活性化を図る為には、特許をはじめとする「知的財産」を数多く生み出し、経営戦略として取り入れ活路を見出すことが今まで以上に求められている。 このような状況下で小規模事業者の持つ知的財産を掘り起こし企業の保有する技術ノウハウ等の価値を再発見する必要がある。大阪府施策と連携し競争力を強化し、ナンバーワン、オンリーワン企業を創出するために実施する。知的財産として活用できる企業に育成するため、知的財産に関する意識啓発を進める。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	管内事業所（阪南市1593、泉南市2321、熊取町1298、岬町568） 合計5780事業所（全業種の個人及び法人事業所） アイデアを豊富に考えられる事業所							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	7月12日に大阪府ものづくり支援課河嶋氏と打合せを行い、打合せ会議で検討することとした。8月3日に第1回打合せ会議、10月26日に第2回打合せ会議を開催した。セミナーについては知的財産の概要・活用等知的財産に関する知識を提供できるものであり、11月16日に開催した。講師については、知的財産の導入として「知的財産権制度の解説～初心者向け～」とし大阪府ものづくり支援課河嶋氏、「事例から学ぶ！分かりやすい商標セミナー～最近の事例から～」とし大森知財事務所大森亜子弁理士に依頼した。広報については、阪南市商工会が作成したチラシデータを各会に送付し、各会において商工会報・市町広報誌等で実施してもらった。 <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>							
		①府施策連携	大阪府ものづくり支援課との連携による企画広報から実施に至るまで連携した。						
	②広域連携	事業効果を高める為近隣の4商工会共同で行った。							
	③市町村連携								
	④相談相乗	セミナー開催後課題の発掘で専門知識が必要な場合専門家に繋ぎ課題解決を行う為、フォローアップとし個別に支援しカルテ化に繋げる。							
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)	40	支援企業数(実績)	41	支援実績率	102.5%	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)	管内には小規模事業所が多く、実際に知的財産権について理解している事業所は少ない。そのような中で知財セミナーを受講することにより、知的財産について関心を持ち、その必要性について理解し、自社の保有する技術の価値を再発見することができ、知的財産権への出願をしようという意識が芽生えた。							
		指標	セミナー受講者（事業所）						
		数値目標	40	実績数値	41	目標達成度	102.5%		
	成果の代表事例	知的財産についての理解が深まり、その重要性に気付き、事業所の有する技術・ノウハウが改めて再認識され、申請について考えようという意識が芽生えた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#DIV/0!			
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)	管内には小規模事業所が多く、知的財産に関する意識が低かったが、セミナー受講により理解が深まり、自社の保有する技術の価値の再発見と、知的財産権への出願をしようという意識が芽生えたので、実際の出願の際には書類作成等において専門家の知識が必要であれば紹介を行う等、継続した支援を行っていく。							