

平成24年度
事業実績報告書

申請者の概要

| | | | |
|--|---------------------------|-----------------------------|------------------------|
| 申請者 | 団体名 | 岬町商工会 | |
| | 代表者職・氏名 | 会長 上村 一弘 | |
| | 所在地 | 〒599-0303 大阪府泉南郡岬町深日746-748 | |
| | 担当者 | 職・氏名 | 事務局次長（経営指導員） 阪本 敏郎 |
| | | 連絡先 | 電話番号（直通）： 072-492-3311 |
| Fax： 072-492-2389 | | | |
| E-mail： misakis@skyblue.ocn.ne.jp | | | |
| ①設立年月日 | ①昭和41年5月3日 | | |
| ②職員数 （うち経営指導員数） | ②5名（5名） | | |
| ③所管地域 | ③大阪府泉南郡岬町 | | |
| ④管内事業所数 | ④568（平成18年度事業所統計調査による） | | |
| ⑤管内小規模事業者数 | ⑤424（平成18年度事業所統計調査による） | | |
| ⑥会員数（組織率） | ⑥286（50.35%） 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） | | | |
| ①商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。 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。 ③商工業に関する調査研究を行うこと。 ④商工業に関する講習会又はこれらの開催のあっせんを行うこと。 ⑤展示会共催会等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。 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。 ⑦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。 ⑧商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。 ⑨輸出品の原産地証明を行うこと。 ⑩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。 ⑪行政庁等の諮問に応じて答申すること。 ⑫社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 ⑬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。 ⑭行政庁からの委託を受けた事務を行うこと。 ⑮前各号に掲げるもののほか、その他商工会の目的を達成するために必要な事業を行うこと。 | | | |

岬町商工会

(1) 事業の目標

地域活性化事業を利用して、事業者の問題を見つけ出し、可能な限りカルテ化して支援をし、商品の改善等の意識改革を促し、新商品の開発、商品のデザインの変更・改善等に進んでいってもらう事業者を増やすことが目標である。また、平成20年度から取り組んでいるCB事業で、少しずつではあるが岬町から泉南地域～大阪府内へCBの意識ならびに商工業者の地域に貢献するというCSRが高まってきたように思います。そのことにより、「地域に役立つ商工会」というイメージを高めることができるので、24年度はCBならびにCSRに対する意識の低い商工業者の方々に対して、サポートセンターの事業を利用してCBとCSRを大阪府全域に広めていきたい。また、おおさか湾もん産業フェアでは、深日漁港に沢山の方々を集め出店する商工業者の方々の販路開拓をサポートしたい。おおさか泉南まるごと100円商店街では泉南4地域で同日・同時刻に広域ですることにより点在している商店・衰退している商店街等に顧客を呼び戻すきっかけを作りと、合わせて販路開拓に繋がるサポートをしたい。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

全体的には、商工業者・行政・NPOを中心とした住民の三位一体の地域づくりをしていかないと町は良くならないので、その相乗効果として商工業者が潤うという仕組み作りが不可欠である。やはり、岬町の眠っている観光資源・地域資源を活用した観光型事業を作り出すことが岬町の商工業を活性化させるための有効な手段であると思われるという当初課題をクリアするために全力で事業を実施した。その結果、①「古代米を利用した商品開発研究会事業」では、古代米に興味のある商工業者の方々が研究会に参加してもらえるように、事前に古代米の田植をして古代米のPRを兼ねた募集の方法をとったため、古代米に興味のある商工業者の方々が研究会に集まってくれました。②「おおさか泉南100円商店街事業」では、店舗が点在していて店街がほとんどない泉南地域では浸透していない100円商店街の商工業者への参加の勧誘・啓発ならびに100円商品の作り方等を支援するために、大阪商工会議所の「100円商店街連絡会議」に広域連携している4商工会の経営指導員が積極的に参加したり、担当者会議の回数も重ねたので、ある程度の100円商店の知識とノウハウの習得を事前にしてから参加店募集を進めたので、当初予定100店舗を上回り123店舗が100円商店街に参加してくれました。③「BCP普及啓発促進セミナー事業」では、大阪府経営支援課の担当部署と事業内容やセミナー講師等について事前に協議して相互連携を図った上で、セミナーの参加者を募ったので参加者も当初予定の40名を超え42名のセミナー参加者を得ることができた。④「おおさか湾もん産業フェア」では開催場所が深日漁港であるため、事前に深日漁業協同組合と何回も協議を重ね、出店した商工業者にもメリットを感じてもらおうとPRチラシを岬町のみならず和歌山市・紀ノ川市・阪南市にも新聞折込ならびに地域紙にも掲載してもらったので町外から沢山の来場者を迎えることができた。そのことを事前にPRして参加店募集をしたので、参加店は当初予定より多い67店の商工業者の出店を得ることができました。⑤「労働関係法と適正な雇用・人材育成セミナー事業」では、大阪府施策連携事業であるため、事前に大阪府総合労働事務所と協議したので、セミナーの内容に精通している社会保険労務士の西平先生に講師の依頼をすることができた。⑥「おおさか地域創造ファンド支援セミナー事業」も大阪府施策連携事業であるため、事前に岸和田商工会議所「おおさか地域創造ファンド」サポーターの中小企業診断士と協議を重ねたので、「おおさか地域創造ファンド」に関わっている中小企業診断士の先生を講師に迎えることができた。また、全体的に販路化開拓支援でのカルテ化を目指して、経営指導員による小まめな巡回活動も実施した。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

①「古代米を利用した商品開発研究会事業」では、古代米に興味のある商工業者の方々が研究会に参加してもらえたので、「古代米の製粉化」に成功し、「古代米（黒米）粉 料理・お菓子コンテスト」が実施でき、古代米粉を利用した18作品（11名の参加）の出品がありました。参加者11名中5名が商工業者であり、内1名が研究会の参加者であった。様々なアイデアを駆使した18作品を岬町商工会のホームページ上で公開し、商工業者向けにそのレシピを使用して「新商品の開発・新メニューの開発」を考える商工業者の支援策をPRしたところ次の商工業者が出てきてくれた。

- ★古代米粉を利用したメニューの開発と合わせた経営革新計画を考えている商工業者
- ☆古代米入りいなり寿司を開発した商工業者
- ★休耕田を利用し、そこに古代米を植えようと考えている商工業者
- ☆古代米の粉を活用して「古代米うどん」を作ろうとしている商工業者

それ以外にも、古代米を活用したメニューで「B-1グランプリ」参加を目指し注度を高めて、岬町内の商工業者に売上アップ・新規顧客獲得に繋げてもらおうという意見も出てきた。

②「おおさか泉南まるごと100円商店街」では、参加店の全てではないが、チラシをもったお客様が沢山来てくれ。売上のアップ・新規顧客獲得につながった商工業者もあった。この事業がダメだという参加店の意見はなかったため、参加した商工業者の方々は店舗のPR効果はあると感じてくれているので、後は商品の内容だけである。③「おおさか湾もん産業フェア」では事前のPR作戦が効き、開催場所である深日漁港に沢山の町外のお客様を集めることができ、参加した商工業者の方々にも売上アップのメリットもあった。また、地元の方々や行政からも「商工会はよくやってくれている」と高評価を得ています。④また、「BCP普及啓発促進セミナー事業」・「労働関係法と適正な雇用・人材育成セミナー事業」・「おおさか地域創造ファンド支援セミナー事業」のセミナー事業は、参加者も当初予定よりは多く、法律の趣旨や内容等を知っていただけたと思います。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

当商工会が、地域活性化事業・経営相談支援事業をしなければ、ますます廃業する事業所が増えると思われる。支援をしていくことにより、事業が継続でき、また、自社の商品の改善や新商品の開発にも繋がる。また、商工業者にCBとCSRを推進していくことで、NPO法人や授産施設等の地域活動団体をもマッチングができると共に住民と商工業者のコミュニケーションがとれ、結果として地産地消や地域での購買力が高まる可能性が出てくるので、CSRを意識しながらCB/SBに取り組む商工業者を増やすために、もっと啓発していく必要がある。尚、商工業者が「おおさか湾もん産業フェア」・「おおさか泉南まるごと100円商店街事業」に参加することにより、参加店の売上アップや点在している商店・衰退している商店等に顧客を呼び戻すきっかけ作りと新規顧客開拓等の販路開拓がもっとできるように参加店を支援していかなければならない。これらの事業に参加することにより、もっと参加した商工業者の商品・製品のPR、顧客を引き付ける100円商品作り等が上手くいってなかったところがあったので、そちらの支援にも力を入れる必要がある。「古代米を利用した商品開発研究会事業」では、古代米を活用する事業所が、まだまだ少ないので、もっと増やしていく必要がある。

(5) 来年度への取り組み

①「古代米を利用した商品開発研究会事業」では、古代米を活用したメニュー・新製品の取り組みをする商工業者を増やし、販路開拓支援をしていきたい。

②「おおさか泉南まるごと100円商店街」では、次の点に力を入れたい。

★「魅力ある100円商品作り」を真剣に考えてもらうための支援

☆商店街が形成されてなく店舗が点在し過ぎているので、通常の100円商店街みたいに商店街の出口と入口でアンケートをとるということができないので、来店した消費者からアンケートをとる最善の方法を考えたい。

★上記同様に店舗同士が離れすぎているため買い回りができない不便さを解消するため、店舗が点在している地域特有の100円商店街のアイデアを経営指導員の担当者会議で試行錯誤しながら考えていきたい。

③「おおさか湾もん産業フェア」では、この物産展終了後に各事業所へのリピート客を増大するための支援を行い、究極の目標である各事業所の販路拡大・売上拡大を支援する方法を考えていきたい。

岬町商工会

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

経営相談は、経営指導員5名（内、2名は経験が浅く、1名は3年目、他の1名は4月1日より新規登録）が担当し、先輩経営指導員が2名の経験の浅い経営指導員をサポートならびに教育しながら取り組んだので23年度と同じくらいの支援結果となった。カルテ化の代表事例として、開業資金150万円を、日本生活金融公庫泉佐野支店より、第三者保証人を要しない普通貸付にて調達を支援し、創業に要する公的機関である泉佐野保健所・泉佐野税務署等の説明と提出書類内容説明と作成・届出を支援した。また、帳簿、記帳等の知識習得も支援し、固定客獲得に向けたノウハウ習得についても支援した。資金調達確保にて、財務基盤を安定させ業務に専念できる体制が確立できた。尚、法的義務のある届出・申請書類作成を支援することにより、法令遵守、税務的不利益を回避できた。記帳知識の習得により、今後の経済取引の発展を確立させ、リアルタイムな収益状況を把握できた事例がありました。

新規客から固定客、さらに客層拡大のノウハウ習得により、早期に、収益を生む事業のレベルに到達できるように、販路開拓支援ではホームページ等を活用した販路開拓支援を推進し、沢山の事業所がホームページにアップしました。「古代米を利用した商品開発研究会事業」のような人材交流型ではあるが販路開拓型に近い事業、「おおさか泉南まるごと100円商店街事業」・「おおさか湾もん産業フェア」の販路開拓型の地域活性化事業を利用してして飲食業・食品製造業・その他の製造業・物品販売業者等を中心とした事業者、収益の増加や新商品の開発（商品のデザインの改善含む）に繋がるようなカルテ化支援をしていく第一歩となる支援ができ、25年度に向けてより進んだ支援をしていける基礎固めができた。「支援機関へのつなぎ」では、経営革新計画を進めていく上で中小企業診断士につなぎ、経営革新計画承認後の確認作業のために詳しい中小企業診断士にも繋ぎ経営改善につなげた。融資については、金融支援（紹介型）と金融支援（経営指導型）でカルテ化し、融資の申し込みから融資の決定・事後フォローに至るまで手厚い支援で支援事業者からは高い満足度をいただいている。記帳支援では、弥生会計を使った支援ならびに青色申告の事業所・白色申告の事業所によって支援方法を変えて支援を行い、正確で金融機関からも信頼できる決算書作りを支援した。また、建設業用の財務諸表の作り変え、経営審査等の毎年法令改正される複雑な書類の作成支援をして支援機関につなぐカルテ化も積極的に実施した。

| | 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 | 160 | 166 | 103.8% | 4 |
| 支援機関等へのつなぎ | 支援数 | 20 | 16 | 80.0% | 4 |
| 金融支援（紹介型） | 支援数 | 10 | 8 | 80.0% | 4 |
| 金融支援（経営指導型） | 支援数 | 15 | 16 | 106.7% | 5 |
| マル経融資等の返済条件緩和支援 | 事業所 | 5 | 2 | 40.0% | 5 |
| 資金繰り計画作成支援 | 事業所 | 5 | 0 | 0.0% | |
| 記帳支援 | 支援数 | 20 | 53 | 265.0% | 4 |
| 労務支援 | 支援数 | 25 | 14 | 56.0% | 4 |
| 人材育成計画作成支援 | 事業所 | 2 | 0 | 0.0% | |
| マーケティング力向上支援 | 事業所 | 1 | 0 | 0.0% | |
| 販路開拓支援 | 事業所 | 15 | 76 | 506.7% | 4 |
| 事業計画作成支援 | 事業所 | 2 | 2 | 100.0% | 4 |
| 創業支援 | 事業所 | 1 | 3 | 300.0% | 4 |
| 事業継続計画（BCP）作成支援 | 事業所 | 2 | 0 | 0.0% | |
| コスト削減計画作成支援 | 事業所 | 32 | 7 | 21.9% | 4 |
| 財務分析支援 | 事業所 | 12 | 0 | 0.0% | |
| 5S支援 | 事業所 | 2 | 0 | 0.0% | |
| IT化支援 | 事業所 | 17 | 1 | 5.9% | 4 |
| 債権保全計画作成支援 | 事業所 | 2 | 0 | 0.0% | |
| 結果報告 | 事業所 | 160 | 165 | 103.1% | 4 |

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

平成24年度に改正された税法及び既存の税法に対応するため、さらに、事業継続及び事業承継にかかる税務相談に対応するため、税理士による個別相談会を計画どおり4回開催した。相談会においては、相談者の理解に基づいて経営指導員と一緒に臨み、税理士への事業所概要、相談主旨等を説明し、逆に、税理士よりの質問・回答を、理解しやすい平易な言葉・事例に置き換えて説明した。これにより、商工業相談者が抱えている個別の問題について支援し、問題解決が図られたものと思料する。また、ビジネス個別相談会においては、税務・事業承継・継続を含め、リスク管理、不動産、金融資産、社会保険にかかるビジネスプランニング並びにライフプランニングの資金計画等横断的多岐にわたる幅広いビジネス上の課題に、ワンストップで対応するため、1級ファイナンシャルプランニング技能士による個別相談会を計画どおり20回開催した。相談会においては、商工業者が抱えている多方面多岐にわたる相談に速やかに対応し、各公的支援機関とも連携を取りながら、解決に至る方向性を提案でき問題解決の一助となったと思料する。

| 事業名 | 新規/継続 | 指標 | 目標数値 | 実績数値 | 達成率 | 事業評価 |
|----------|-------|------|------|------|---------|------|
| 税務個別相談 | 継続 | 開催日数 | 4 | 4 | 100.0% | 4 |
| ビジネス個別相談 | 新規/継続 | 開催日数 | 20 | 20 | 100.0% | 4 |
| | | | | | #DIV/0! | |
| | | | | | #DIV/0! | |
| | | | | | #DIV/0! | |
| | | | | | #DIV/0! | |
| | | | | | #DIV/0! | |

岬町商工会

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

(1) 労働関係法と適正な雇用・人材育成セミナー事業では、

<支援のポイント>

4商工会館内の事業所の大部分は、従業員5名以下の零細事業所があち部分を占めているため、頻りに改正される労働関係法規の周知・理解が疎い面は否めない。また、遵守しなければいけない法制度を知らないうちに逸脱している可能性もあり、適正な雇用管理がなされていない点も少なくないと推定される。とりわけ人材不足の中小企業ゆえ、人事育成の面からも今一度、労働法規の理解、遵守を行うと意識確立が必要である。

<成果>

まずは法規が度々変わるということを知っていただいたので、定期的に勉強する機会が必要であると感じていただいた。労働契約も、常に新しい知識を取り入れて契約しないと問題になることをわかっていただいた。今後問題になってくる高齢者の雇用問題にも関心を持っていただけた。定期的な勉強会を開いて欲しいなど、常に新しい情報をキャッチしていこうという積極的な態度に変化した。

(2) おおさか地域創造ファンド支援セミナー事業では、

<支援のポイント>

岬町内には、さまざまな伝統工芸品・名所旧跡・特産物等地域資源を有しています。しかし、これらは、散在し、有機的に利用もされず放置されたままか、付加価値を見出せないまま、従来の使用・販売方法のまま固執されているのが現状であります。

課題は、ほとんどの農林水産事業者が農協・漁協への販売等に終始し、製造業・サービス業・物販業との交流の機会はあまりなく、取り扱う商品の評価はあまり高くなく、ブランド化されていないことである。これらの事業所にチャレンジ精神を与え、成功事例づくりにつなげることで、さらに、ファンド事業応募事業所を発掘することを目的とする。

<成果>

まず、大阪地域創造ファンドとはどういったものかということに理解を深めてもらい、過去の大阪地域創造ファンドの事例集を説明していただいたことと、22年度・23年度の採択事例の詳細を綴った冊子を見て頂くことで、岬町内の事業所でも地域の技術や人材、歴史、伝統などを活用した新しい事業であれば大阪府の助成金等の支援を受けられることを知っていただいて衰退していく町内の小規模零細事業所への明るい可能性と地域の活性化に対して、すこむ前向きになっていただく事ができた。

(3) BCP普及促進セミナー事業では、

<支援のポイント>

BCPとは何か、事業継続の重要性、BCP策定の考え方・手順・取組事例の紹介等をセミナー参加者に聞いていただき、問題点・留意点等の知識を取り入れ地域経済の担い手になって欲しい。

<成果>

BCPに関心をもってくれた事業所が参加者の95%を占めた。

(4) おおさか湾もん産業フェアでは、

<支援のポイント>

本フェアに参加することにより販路拡大の機会を設け、事業所の知名度向上のために取り扱う商品の評価を高め、「おおさか湾もん」というブランドを確立するようになって欲しい。

<成果>

町外への新聞折込等のPRが功を奏し、当日の来場者は当初の予想を上回り約7,000人の来場者が深日漁港に訪れた。参加事業所の中には、当日74万円を売り上げる青果店もあり、また、当日に完売し後日にも注文があつた事業所もあった。

(5) 古代米を利用した商品開発研究会事業では、

<支援のポイント>

古代米に興味のある商工業者を研究会に集めるために事前にPRをして研究会の募集をした。また、古代米に関する様々なアイデアを出してもらうために、研究会ごとに各地の事例・先進企業の商品事例の情報を参加者に提供したり、研究会の最後に次回に向けての宿題を出したりして、素晴らしいアイデアを出してもらえらるための環境を整えた。

<成果>

①古代米を製粉化できた。

②古代米(黒米)粉 料理・お菓子コンテストを開催し11名・18の古代米粉を活用した料理&お菓子が出品された。参加者11名中5名が商工業者であり、内1名が研究会の参加者であった。

③様々なアイデアを駆使した18作品を岬町商工会のホームページ上でも公開し、商工業者向けにそのレシピを使用して「新商品の開発・新メニューの開発」を考える商工業者の支援策をPRしたところ次の商工業者が出てきてくれた。

★古代米粉を利用したメニューの開発と合わせた経営革新計画を考えている商工業者

☆古代米入りいなり寿司を開発した商工業者

★休耕田を利用し、そこに古代米を植えようと考えている商工業者

☆古代米の粉を活用して「古代米うどん」を作ろうとしている商工業

それ以外にも、古代米を活用したメニューで「B-1グランプリ」参加を目指し注目を高めて、岬町内の商工業者に売上アップ・新規顧客獲得に繋げてもらおうという意見も出てきた。

(6) おおさか泉南まるごと100円商店街事業では、

<支援のポイント> 広域連携の4商工会の経営指導員に、1事業所に最低3回以上は巡回して、100円商店街の趣旨・100円商店街の3ヶ条・100円商品の作り方と先進地事例の情報を提供し参加啓発も兼ねて、各事業所の販路開拓支援をすることに重点をおいてもらった。

<成果> 当初予定より多い123店の参加があり、売上アップならびに新規顧客獲得に成功した事業所もあった。この事業がダメだという意見はなく、魅力のある100円商品作りともっと消費者へのPR度合を高めれば必ず参加店の売上はアップできると確信できました。

| 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 |
|-------|--------------------------|--------|------|---------|-----------|-----------------------------------|-----|----|---------|------|
| ○ | おおさか地域創造ファンド支援セミナー事業 | 25 | 25 | 100.0% | 72 | セミナー受講による大阪ファンドに対して前向きな姿勢があった事業所数 | 6 | 4 | 66.7% | 3.5 |
| | 古墳のまち岬～古代米を利用した商品開発研究会事業 | 20 | 19 | 95.0% | 90 | 古代米を利用して商売をしたいと思った事業者数 | 20 | 11 | 55.0% | 4 |
| | | | | #DIV/O! | | | | | #DIV/O! | |
| | | | | #DIV/O! | | | | | #DIV/O! | |
| | | | | #DIV/O! | | | | | #DIV/O! | |
| | | | | #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 |
|-------|------------------------|--------|------|---------|-----------|---------------------------|-----|----|---------|------|
| | おおさか湾もん等産業フェア | 65 | 67 | 103.1% | 81.4 | 販売活動に対する意識変化状況数 | 65 | 67 | 103.1% | 5 |
| ○ | BCP普及促進セミナー事業 | 40 | 42 | 105.0% | 74.0 | セミナー受講による意識変化状況数 | 40 | 42 | 105.0% | 4 |
| ○ | 労働関係法と適正な雇用・人材育成セミナー事業 | 40 | 42 | 105.0% | 68 | セミナー受講による労務放棄等の意識変化状況数 | 40 | 25 | 62.5% | 3.5 |
| | おおさか泉南まるごと100円商店街事業 | 100 | 123 | 123.0% | 50 | 100円商店街を通じて販路開拓できた商工業者の件数 | 40 | 72 | 180.0% | 4 |
| | | | | #DIV/O! | | | | | #DIV/O! | |
| | | | | #DIV/O! | | | | | #DIV/O! | |
| | | | | #DIV/O! | | | | | #DIV/O! | |
| | | | | #DIV/O! | | | | | #DIV/O! | |
| | | | | #DIV/O! | | | | | #DIV/O! | |
| | | | | #DIV/O! | | | | | #DIV/O! | |
| | | | | #DIV/O! | | | | | #DIV/O! | |
| | | | | #DIV/O! | | | | | #DIV/O! | |
| | | | | #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。

岬町商工会

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|---|--|-----------|----|-------|-------|-----|----|--------|--|-------|--|--------|--|-------|---------------------------------|
| 事業名 | | 古墳のまち岬 ～ 古代米を利用した商品開発研究会事業 | | | | | | | | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 24 年度～ 26 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) | 23年度、岬町商工会では岬町内にある西陵古墳横にある田を利用し、岬町産業振興課より紹介をうけた大阪府立大学より種籾をいただき、古代米(黒米⇒アサムラサキ)の栽培事業を実施し収穫に成功し、みさき公園駅前の「みさき市場」でPRしたところ、「古代米は体に良い」という評判から徐々に売れ出しています。 よって、本年度は次のステップとして、古代米を利用した商品(加工品の開発等)の開発・古代米を事業に取り入れた販路開拓(古代米を自店で販売する等)などを検討・研究する「仮称：古代米で商売繁盛研究会」を立ち上げ、そのことに興味のある岬町内の事業所(飲食業等)の方々に同研究会に参加していただき、様々な提案や有効策を考え出していただくことを目的とする。その結果、25年度・26年度は古代米を利用して販路開拓、新商品の開発等を旨とする事業所を増やし、参加事業所の売上または収益のアップに繋げてもらうことを最終目的としている。 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 町内の飲食業・食品類製造業を営む者、または古代米に興味のある商工業者の方々を対象とし研究会に参加してもらうと共に、創業予定者も対象とする。 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>①事前に淡輪の田を借りて、古代米の栽培(5月25日に田植えをし、9月初旬に収穫した)をし、田植え後にその写真を掲載したチラシで「古代米で商売繁盛研究会」の参加者を募ったので、古代米に興味のある方々が研究会に集まってくれた。</p> <p>②7月から2月の間に毎月1回、合計で8回の「古代米で商売繁盛研究会」を開催し、古代米の製粉化や料理コンテストの提案がなされたので、この2つを現実にも実施した。</p> <p>③11月28日の第5回古代米で商売繁盛研究会の中で、「古代米(黒米)粉 料理・お菓子コンテスト」を実施し、で18作品が出品された。</p> <p>④また、それとは別に消費者へのPRならびに商工業者への啓発を兼ねて、「古代米(黒米)粉 料理・お菓子コンテスト」の募集と結果報告をチラシを印刷して新聞折り込みでPRした。その結果、様々なアイデアを駆使した18作品が出てきたので岬町商工会のホームページで公開している。</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>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>事業実施にあたり、新聞折込チラシ及びFAX・巡回等において事業内容を周知する。「古代米で商売繁盛研究会」終了後、アンケート調査を実施し、フォローアップの資料とする。また、休耕田については岬町の産業振興課にも意見を聴きに行き助言をいただいた。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>また、研究会に参加した商工業者を積極的にカルテ化して支援した。</td> </tr> </table> | | | | | | | ①府施策連携 | | ②広域連携 | | ③市町村連携 | 事業実施にあたり、新聞折込チラシ及びFAX・巡回等において事業内容を周知する。「古代米で商売繁盛研究会」終了後、アンケート調査を実施し、フォローアップの資料とする。また、休耕田については岬町の産業振興課にも意見を聴きに行き助言をいただいた。 | ④相談相乗 | また、研究会に参加した商工業者を積極的にカルテ化して支援した。 |
| | ①府施策連携 | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ②広域連携 | | | | | | | | | | | | | | | |
| ③市町村連携 | 事業実施にあたり、新聞折込チラシ及びFAX・巡回等において事業内容を周知する。「古代米で商売繁盛研究会」終了後、アンケート調査を実施し、フォローアップの資料とする。また、休耕田については岬町の産業振興課にも意見を聴きに行き助言をいただいた。 | | | | | | | | | | | | | | | |
| ④相談相乗 | また、研究会に参加した商工業者を積極的にカルテ化して支援した。 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 20 | 支援企業数(実績) | 19 | 支援実績率 | 95.0% | 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) | 事前に古代米の田植えをしチラシで「古代米で商売繁盛研究会」参加者を募集したため、古代米に興味がある商工業者が集まってくれた。研究会(交流会)を8回開催することにより、様々な提案や活用策を考えていただけた。その中でも、①古代米を製粉化して古代米粉にすること②古代米粉を活用した「古代米(黒米)粉 料理・お菓子コンテスト」で18作品が出品され、商工業者も5事業者が出品し、研究会参加者からも1事業者が出品し、当初計画にはない予想外のことが達成できたので、この事業の成果は大きかった。A社のように「古代米(黒米)粉 料理・お菓子コンテスト」に出品はしなかったが、自ら「古代米入りいなり寿司」を開発し、様々なイベントに出て好評を得ている商工業者もいた。古代米を事業所においてもいいとか、置くことを考えているとか、休耕田を活用して古代米を栽培することを次年度の地域創造ファンドに申請したいとか、B-1グランプリに参加できるメニューを作ろうとか、研究会で意見交換と古代米を製粉にしたことの相乗効果が出て、いい方向に進んできている。皆、古代米で何かをしよう、何かを作ろうと必死で考え出してきている。 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 指標 | 古代米を利用した商売をしたと思った事業者数 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 数値目標 | 20 | 実績数値 | 11 | 目標達成度 | 55.0% | | | | | | | | | | |
| 成果の代表事例 | <p>①A社が「古代米入りいなり寿司」を開発したこと。②研究会に参加していた、B社が「古代米風白玉団子・アンニン風味」を開発し、「古代米(黒米)粉 料理・お菓子コンテスト」に出品したこと。</p> <p>③その他、C社などの商工業者もコンテストに出品してくれた。</p> | | | | | | | | | | | | | | | |

| | 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/O! |
|------|--|---|--|-------------|--|-------|---------|
| 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) | 前年同様、5月～6月に古代米の田植をし、「古代米の商品開発をメイン」にした、「古代米で商売繁盛研究会」を継続して開催する。又、古代米を活用したメニューを考えた飲食店をバル形式で、期間を決めた「古代米でお食事会」も実施することを考え、やる気のある商工業者の販路開拓を支援していきたい。尚、商工会が中心となって、古代米を活用したB級グルメを開発し「B-1グランプリ」出場目指した動きをしていきたい。「B-1グランプリ」に出場できれば注目されるので、注目されればもっと古代米を活用する商工業者が増えることを期待している。尚、古代米粉で「古代米うどん」を作ろうとする商工業者も出てきている。 | | | | | |

岬町商工会

| | | | | | | | | | |
|-------------|---------------------------------|---|--|-----------|-------|--------|--------|-----|-------|
| 事業名 | | おおさか泉南まるごと100円商店街事業 | | | | | | | |
| 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) | おおさか泉南地域は商店街が少なく、商業集積は大型店を核に存在するが、商店のほとんどが商店街として形成されてなく店舗が点在しているのが現状である。また、既存の商店街も疲弊の一途を辿り集客力に乏しいのが現状である。近年は、その対策として物産展等の販路開拓支援をしているが、小規模零細企業の多い泉南地域では、人員・費用等の問題で物産展にも出店できない商店が大変多く存在します。そこで、それらの商工業者を支援するための改善策として、おおさか泉南地域の4地域(岬町・阪南市・泉南市・熊取町)で店舗が点在していてもできる「100円商店街」事業を実施し、物産展にすら出店できない小規模零細企業を積極的に支援することを目的とする。 | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 岬町・阪南市・泉南市・熊取町のおおさか泉南4地域の商店を中心とした商工業者 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | ①4商工会の担当者会議を5回開催(6月～12月) ②参加店募集のためのPR巡回活動(10月23日～12月初旬)を4商工会の経営指導員が実施した。 ③「おおさか泉南まるごと100円商店街」の実施[岬町・阪南市・泉南市・熊取町のおおさか泉南4地域で同日(24年12月15日の土曜日)に、一斉に「おおさか泉南まるごと100円商店街」を4地域で123店の参加を得て実施し、参加店の販路開拓に繋げていただいた。また、参加店を積極的にカルテ化して支援していった。 <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 | | | | | | | |
| | | ②広域連携 | 岬町・阪南市・泉南市・熊取町の4商工会の広域連携事業として実施し、詳細を担当者会議で進めていき、100円商店街の趣旨ならびに参加の勧誘を経営指導員が巡回して説明していった。又、100商品の作り方等も支援した。 | | | | | | |
| | ③市町村連携 | 岬町・阪南市・泉南市・熊取町にも行政として後援してもらい、広報等を通じて事業PRに協力してもらった。 | | | | | | | |
| | ④相談相乗 | 参加店募集のための各店の販路開拓推進をしながら、100円商品の作り方～メイン商品の販売方法～新規顧客の開拓までを支援するために、当初計画より多くの商工業者をカルテ化した。 | | | | | | | |
| 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) | 123 | 支援実績率 | 123.0% | 満足度 | 50.14 |
| | 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) | 地域内の商工業者に案内文を送り、各商工会の経営指導員が1事業所に3回以上巡回して、100円商店街の趣旨・100円商店街の3ヶ条・100円の作り方と先進地の情報提供をしながら勧誘したので、当初支援予定数100店を上回り123店の参加となった。チラシの締め切り後の申し込みもありチラシ掲載が不可能なため、何件か断った商工業者の方もいたが、4地域一斉にする100円商店街は全国では初であると思われる。結果として全体的に凄い売上アップを見込めず(一部、凄い売上アップはあった)、消費者の方も100円商店街に慣れてなく、必死で商店街を捜していた人もいたようである。次回は、期間・PRの浸透・地域にコミュニティをもたせられる仕組みもとりにいれることを考えていきたい。売上アップの効果が薄いという意見はあったが、この事業がダメという意見は全くなかったため、消費者の方々に喜ばれる100円商品の提供ができる商工業者を沢山作っていくことが成功への道である。 | | | | | | | |
| | | 指標 | 100円商店街を通じて販路開拓できた商工業者の件数 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 40 | 実績数値 | 72 | 目標達成度 | 180.0% | | |
| | 成果の代表事例 | 岬町のA社では、チラシをもったお客様が沢山きてくれ、新規のお客様もかなりいた。200名で20万円の売上を記録し、雨が降っていたにもかかわらず通常の土曜日よ3割くらい多かった。しかし、一番よかったのは新しいことにチャレンジすることにより、従業員の方々の意識が変わったということである。やはり、店に活気が出れば働いている人にも活気が出ることが証明された事例である。 | | | | | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | 40 | 目標値(実績) | 73 | 目標達成度 | 182.5% | | | |
| | 100円商店街を通じて販路開拓のためにカルテ化した件数 | | | | | | | | |
| | 目標値(計画) | 10,000 | 目標値(実績) | 4,192 | 目標達成度 | 41.9% | | | |
| 間接支援 | | | | | | | | | |

| | | |
|------|--|--|
| 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) | 初めての取り組みだったのと勧誘期間が短かったため、「魅力ある100円商品の作り方」を伝授しきれなかったため、次年度はこのへんに時間をかけ参加店に「魅力ある100円商品」を真剣に考えてもらうようにしたい。又、来店者からアンケートをとる仕組みとアンケートを返してくれるような特典も考え、100円商店街参加店に足を運んでもらえるような仕掛けを考えたい。そして、最重要課題である「店舗が点在しすぎている」点については、通常の商店街で実施される100円商店街より一工夫して、商工業者にもっとメリットがあって参加し易く、消費者の方々にも回り易い100円商店街にするためのアイデアを試行錯誤しながら担当者会議で練っていきたい。 |
|------|--|--|

岬町商工会

| | | | | | | | | | |
|-------------|--|---|--|-----------|-------|---------|--------|-----|----|
| 事業名 | | BCP普及促進セミナー事業 | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 24 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>事業運営上、内部要因として、雇用・労働災害にかかる労務問題、製造物欠陥等事業主の疾病・死亡等、外部要因として、得意先の倒産、競合事業所の開業、さまざまなリスク発生が考えられる。さらに、昨年3月に発生した東日本大震災、記憶にも残る平成7年1月に発生した神戸淡路大震災において未曾有の被害が生じ、災害等の緊急事態に対応する事業所の対応力が問われるようになってきました。</p> <p>しかし、4商工会管内事業所において、零細事業所が大部分を占めるため、従業員はむしろ事業主等においても、主たる日常業務に追われ、これらのリスク発生、対応力等を認識していないのが現状である。</p> <p>あらゆる災害を具体的に想定することで、自社の弱点、不足点を認識し、さらに見直すべき問題点を把握することにより、緊急事態発生においても、事業継続の可能性を最大限見出すことができる準備を普及させることを目的とする。</p> | | | | | | | |
| | 支援する対象 | 4商工会管内の事業所(岬町568、阪南市1, 593、泉南市2, 321、 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>本事業の実施するあたり、大阪府経営支援課と事前に協議し、事業内容やセミナー講師などに関する情報交換を密にしながら相互連携をはかり、幹事商工会である岬町商工会を中心に、経営指導員を配置し、零細事業が大部分であり、災害等の緊急事態に対応できる専門家の関与もなく、緊急事態という将来的・不確定な問題を鑑みる余裕はない管内事業所へ、来所時や巡回時、会報やFAX等においてPR活動をおこない、事業内容を周知した。</p> <p>7月下旬に、会員向けチラシや経営指導員等による巡回・窓口等にて製造業及びサービス業者を中心に、事業内容を周知し、8月22日に兵庫県立大学大学院教授(中小企業診断士)上山修一氏を招へいしセミナーを開催した。</p> <p>セミナーにおいて、BCPとは何か、事業継続の重要性、BCP策定の考え方・手順、取り組み事例の紹介、それに基づく参加者等による質疑応答をおこないながら、BCP策定及び事業継続における内容・問題点・留意点の説明を受け、地域経済の担い手としての企業意識を学習した。</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> | | | | | | | |
| | | ①府施策連携 | 大阪府商工労働部商工労働部経営支援課総務企画グループ岡田総括主査とセミナー講師及びテーマ等開催にかかる案件について連携をおこなった。 | | | | | | |
| | | ②広域連携 | 岬町商工会、阪南市商工会、泉南市商工会、熊取町商工会とセミナー開催にかかる課題等について調整及び連携をおこなった。 | | | | | | |
| | ③市町村連携 | | | | | | | | |
| | ④相談相乗 | カルテ化にははいたっていないが、BCPの主旨、取組事例、作成にかかる疑問等を対処できるよう支援していきたい。 | | | | | | | |
| 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) | 42 | 支援実績率 | 105.0% | 満足度 | 74 |
| | 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>受講事業所数42社(受講者44人)のうち、セミナー終了後のアンケートで、BCPについて取り組みたいとの事業主が7人の17%、必要性を感じ出来る事から実施したい事業主が24人の57%、前向きな姿勢を示した事業主が31人の73%と受講者の3/4を占めた。また、詳しい資料が欲しい事業主が2人の5%、BCPに関心をもった事業主が7人の16%を含めると、BCP事業に肯定的な事業主が40人で95%を占めた。</p> | | | | | | | |
| | | 指標 | セミナー受講による意識変化状況数 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 40 | 実績数値 | 40 | 目標達成度 | 100.0% | | |
| | 成果の代表事例 | <p>この研修を受講したことでBCPの考え方もわかり、具体的に考えていこうと思ったとの回答が受講者より多く寄せられた。その中でも、携帯電話販売会社では、緊急災害時の様々なリスクに備えることができるようリスク対策の方法等策定し、BCPに対する意識を従業員にまで周知させていきたい。</p> <p>また、機械製造メーカーでは、災害等の際には受注生産の納期の件や既納品済みの機械のメンテ等の依頼が殺到することが考えられる。そのため、自社の復旧を素早く行い早急な対応ができるよう、日ごろから計画を立てておく必要との回答が寄せられた。</p> | | | | | | | |
| 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) | <p>受講者のうち、セミナー終了後のアンケートで、BCPを実施したい、出来る事から取り組みたいと表明した事業主31人を核として、各商工会の経営指導員が赴き、事業所のニーズ・意向を鑑みて、大阪府・大阪府商工会連合会・専門家へつなぎ支援をおこなっていききたい。</p> | | | | | | | |

岬町商工会

| | | | | | | | | |
|--------------|---------------------------------|--|--|----|-------|--------|-----|------|
| 事業名 | | おおさか湾もん等産業フェア | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 24 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) | 岬町内には、さまざまな伝統工芸品・名所旧跡・特産物等地域資源を有しています。しかし、これらは、散在し、有機的に利用されず放置され、付加価値を見出せないまま、従来の使用・販売されているのが現状であります。 また、管内には、小規模な漁業者及び水産加工業者を擁しているが、販売チャネルが従来の漁業協同組合を通じ市場へ流通させ、付加価値が発生し得ない取引に甘んじているのが現状である。 このような小規模事業者に対して販路拡大の機会を設け、連携商工会地域内の産業全般の活性化及び知名度向上のため、大阪府以外へこれらの資源性を発信し、農林水産事業者・製造業・サービス業・物販業との交流・連携により、取り扱う商品の評価を高め、さらに、「おおさか湾もん」等という、ブランド化を確立し、事業所にチャレンジ精神を与 | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 連携する4商工会地域にあるすべての事業所を対象とする。創業支援、農商工連携、地産 | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | 岬町深日ふれあい漁港にて、即売ブース、飲食ブース、展示ブースを設置し、各種イベントも同時開催した。 ◎スケジュール 10月21日(日)10時～15時 岬町深日 ふれあい深日漁港にて、おおさか湾もん等産業フェアを開催した。 岬町商工会・阪南市商工会・泉南市商工会・熊取町商工会の4商工会管内事業所及び創業予定者等を対象として出店募集をおこなった。 出店事業所は、自社の新製品・新商品・新サービスの販売をおこない、4商工会は、おおさか湾もん等産業フェア開催にかかる情報発信を支援した。 <事業手法(広域連携・相談事業相乗効果)の具体的な連携・効果を記載> 岬町商工会・阪南市商工会・泉南市商工会・熊取町商工会の4商工会管内の全事業者及び創業予定者に、展示会開催を周知するために、新聞折込チラシを配布、また、商工会会報・FAX・HP等で、開催周知を何度もおこなったうえで、巡回・来所時に売上低下を口にする事業者を中心にPR及び販売促進の重要性を説明し出店を要請をおこなった。 さらに、開催にかかる来場者周知支援として、岬町全域及び和歌山市紀の川以北、阪南市南部に開催チラシを配布した。 <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 | | | | | | |
| | | ②広域連携 | 岬町商工会、阪南市商工会、泉南市商工会、熊取町商工会とおおさか湾もん等産業フェア開催にかかる課題等について調整及び連携をおこなった。 | | | | | |
| | ③市町村連携 | 岬町の地域振興及び地域経済の活性化に向け、管轄の産業振興課と常に意見交換をおこなう等の連携を図りました。 | | | | | | |
| | ④相談相乗 | 販路支援においてカルテ化5社、カルテ化にはいたらなかったがPR、商品開発等の販路支援について相談が寄せられた。 | | | | | | |
| 計画に対する実績(数値) | 支援企業数(計画) | 65 | 支援企業数(実績) | 67 | 支援実績率 | 103.1% | 満足度 | 81.4 |
| 事業の実績/目標達 | 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) | おおさか湾もん等産業フェアの出店事業所は、4商工会の職員及びHP及び新聞チラシ等の広報活動により、予想を上回る67社の参加がありました。 出店事業所の内訳は、製造業10社、建設業2社、卸売業4社、小売業16社、飲食業13社、サービス業9社、農林水産業13社となりました。 おおさか湾もん等産業フェアの来場者は、推定7,000人以上と思われます。参加事業所からのアンケートにおいても、延べ来店者は9,985人(1事業所来店者平均149人)の回答が寄せられている。 フェア終了後のアンケートで、出店動機(複数回答)は、事業所のPR 34社、商品等のPR 18社、販路拡大 16社、売上拡大 21社 その他6社で、フェアに対しての事業所の満足度は、100%満足を表明したのは20事業所全体の30%弱を占め、67事業所の平均満足度は81.4%となりました。 出店の効果においても、予想以上にあった13社、あった31社、少しあった6社計50社75%弱を占め、全くない1社 現状は不明6社であった。 販売等事業活動に対する意識変化状況は、商品開発の必要性5社、販路拡大・商圏拡大の意欲9社、顧客ニーズの把握12社、PRの重要性23社、事業意欲の向上18社と出店事業所67社すべて肯定的・前向きな意識の変化を表明した。販路拡大 商圏拡大 顧客の拡大・掘下、売上拡大は、一義的に自社のPR及び自社の商品・製品・技術・サービスのPRをおこなうことことが重要であると大部分の事業所の認識したと回答がありました。 | | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------|---|---|---------|----|-------|--------|
| 達成度 | 指標 | 販売等事業活動に対する意識変化状況数 | | | | |
| | 数値目標 | 65 | 67 | | 目標達成度 | |
| 成果の代表事例 | イベント客を照準におき、1品100円商品を多量に品揃えした青果店が、74万円以上の売上を達成した。蛸飯や赤舌等の一夜干し、いかなごのくぎ煮のPRをおこなった事業所が商品すべて完売し、後日に注文があった。 | | | | | |
| その他目標値の実績 | 目標値(計画) | 65 | 目標値(実績) | 67 | 目標達成度 | 103.1% |
| | <p>昨年 漁組と共催し出店した事業所をベースに 4商工会管内の事業所 飲食業 水産業及び水産加工業 鮮魚販売業 物販事業 農産物生産事業所 出店事業所は67社が出店し、1事業所平均149名の来店客があり、合計9,985名の来店者を記録しました。さらに、出店事業者よりの申告で 67社の総売上合計は5,010千円、1社平均売上74千円となり、十分事業所及び商品のPRができたものと判断いたしました。</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>おおさか湾もん等産業フェアーは、当初予想していた以上に、来場者の興味及び関心をそそるものであったことがわかりました。地場のもの、新鮮なもの、また、対面販売、さらに80ブース以上の大規模イベント等の仕掛けが消費者の顧客満足度を充足した結果だと思えます。次回は、この顧客満足度をより高めるために、また、イベント終了後に各事業所へのリピート客を増大させるための支援をおこない、究極的な目標である各事業所の販路拡大・売上拡大を支援する施策を考えていきたい。</p> | | | | |

岬町商工会

| | | | | | | | | | |
|-------------|--|---|--|-----------|-------|---------|--------|-----|----|
| 事業名 | | 労働関係法と適正な雇用・人材育成セミナー事業 | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 24年度～24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) | 4商工会館内の事業所の大部分は、従業員5名以下の零細事業所があち部分を占めているため、頻繁に改正される労働関係法規の周知・理解が疎い面は否めない。また、遵守しなければならない法制度を知らないうちに逸脱している可能性もあり、適正な雇用管理がなされていない点も少なくないと推定される。とりわけ人材不足の中小企業ゆえ、人事育成の面からも今一度、労働法規の理解、遵守を行うと意識確立が必要である。 | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 4商工会管内の事業所（岬町568、阪南市1, 593、泉南市商工会2, 321、熊取町 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | セミナー開催日は、平成24年9月6日で開催時間は、ひとりでも多くの方に参加いただけるよう夜の7時から行いました。講師は、社会保険労務士の西平綾太先生に依頼しました。内容は労働関係法改正点トピックスとしまして、具体的には①派遣法②高齢者雇用法③労働契約法④無年金者についてお話いただきました。法改正と別に、公的な保険（社会保険や労働保険）に加入していない場合の問題点をお話いただきました。 <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 | 事業実施にあたり、事前に大阪府施策連携につき、大阪府総合労働事務所と連携して実施した。 | | | | | | |
| | | ②広域連携 | 岬町・阪南市・泉南市・熊取町の4商工会の広域連携でセミナーを開催し、幹事を岬町商工会が務めた。また、周知方法としては新聞折込チラシ及びFAX・巡回等において事業内容を周知した。 | | | | | | |
| | ③市町村連携 | | | | | | | | |
| | ④相談相乗 | セミナー開催後にアンケートを実施しフォローアップの資料とし、受講事業所から多くのカルテ化を行い、カルテ化等による支援を実施し、問題解決を図った。 | | | | | | | |
| 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) | 40 | 支援企業数(実績) | 42 | 支援実績率 | 105.0% | 満足度 | 70 |
| | 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) | まずは法規が度々変わるということを知っていただいたので、定期的に勉強する機会が必要であると感じていただいた。労働契約も、常に新しい知識を取り入れて契約しないと問題になることをわかっていただいた。今後問題になってくる高齢者の雇用問題にも関心を持っていただけた。定期的な勉強会を開いて欲しいなど、常に新しい情報をキャッチしていきこうという積極的な態度に変化した。 | | | | | | | |
| | | 指標 | セミナー受講による労務法規等の意識変化状況数 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 40 | 実績数値 | 15 | 目標達成度 | 37.5% | | |
| | 成果の代表事例 | 労働者との労働条件について見直しが必要であると感じていただいた。 | | | | | | | |
| 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) | 内容が盛り沢山だったので、広く浅くになってしまった。セミナーに参加して下さった事業所も興味のあるところと、あまり関係のない内容があったので、もう少し絞った内容でセミナーを行ったほうが良いと思った。労働関係や年金は年々法規が変更されていくので、定期的に勉強できる機会を持ったほうが良いと感じた。次年度からは、ピンポイントで複数回開催できるのが望ましいと思う。 | | | | | | | |

岬町商工会

| | | | | | | | | | |
|-------------|--|--|--|-----------|-------|---------|--------|-----|----|
| 事業名 | | おおさか地域創造ファンド支援セミナー事業 | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 23 年度～ 25 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) | 岬町内には、さまざまな伝統工芸品・名所旧跡・特産物等地域資源を有しています。しかし、これらは、散在し、有機的に利用もされず放置されたままか、付加価値を見出せないまま、従来の使用・販売方法のまま固執されているのが現状であります。課題は、ほとんどの農林水産事業者が農協・漁協への販売等に終始し、製造業・サービス業・物販業との交流の機会はあまりなく、取り扱う商品の評価はあまり高くなく、ブランド化されていないことである。これらの事業所にチャレンジ精神を与え、成功事例づくりにつなげること、さらに、ファンド事業応募事業所を発掘することを目的とする。 | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 管内の全業種を対象として支援するとともに、創業支援、農工商連携、地産地消等の資源活用のため、創業予定者、農林水産業者等も対象としました。 | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>本事業の実施するために、経営指導員を配置し、中小企業診断士等の専門家と連携しつつ、管内事業所、創業予定者に対して、事業のPR活動をおこなう。ホームページ及びFAX等において事業内容を周知する。</p> <p>10月下旬頃から岬町商工会のホームページや経営指導員等による巡回・窓口等にて製造業及びサービス業者を中心に、事業内容を周知し、12月6日に中小企業診断士 笹野晃氏を招へいしセミナーを開催した。</p> <p>セミナーにおいて、専門家による大阪府内の取り組み事例の紹介、それに基づく参加者等による質疑応答をおこないながら、おおさか地域創ファンド事業における内容・問題点・留意点の説明を受け、岬町の特徴を生かしたオンリーワンの事業を参加者とともに考案していき、自己事業所の商品・サービスを今一度見直ししていくなど、ファンド応募へのプロセスを学習した。</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> | | | | | | | |
| | | ①府施策連携 | 事業実施にあたり、事前に大阪府施策連携につき、岸和田商工会議所の「おおさか地域創造ファンド」のサポーターである中小企業診断士と連携しセミナーを開催した。また、周知方法としては新聞折込チラシ及びFAX・巡回等で事業内容を周知した。 | | | | | | |
| | | ②広域連携 | | | | | | | |
| | | ③市町村連携 | | | | | | | |
| | ④相談相乗 | セミナー開催後にアンケートを実施しフォローアップの資料とした。 | | | | | | | |
| 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) | 25 | 支援企業数(実績) | 25 | 支援実績率 | 100.0% | 満足度 | 72 |
| | 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) | 受講者のうち、セミナー終了後のアンケートで、おおさか地域創造ファンドに応募を検討したいとの事業主が1人、可能性を相談したい事業主が3人とすごく前向きに考えて頂いている事業主が4名いた。その他の事業主の方も「おおさか地域創造ファンド」事業自体に関心があるなどの興味を示していただく事ができた。 | | | | | | | |
| | | 指標 | セミナー後アンケート等による参加者の今後の事業意欲度 | | | | | | |
| | | 数値目標 | 6 | 実績数値 | 4 | 目標達成度 | 66.7% | | |
| | 成果の代表事例 | 受講者のうち、今年2012年10月に開業したばかりの若手経営者がいる。この方はもともと自分の事業で地元「岬町」を盛り上げていきたいという思いもあり、あえて岬町内に事業所を構えたという経緯があり、本業はwebデザイナーやインターネットの構築等を主に活動されているが、現在水面下で取り組んでいるのが町内の休耕田を利用した農業事業である。資金的な面での壁もあり今回セミナーに参加していただいた。受講後「おおさか地域創造ファンド」という事業に非常に興味を持っていただき、実際に応募してみたいとの意見をもらうことができた。 | | | | | | | |
| 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) | 数値目標のほうで達成度が67%と劣るところはあったが、成果の代表例で挙げている事業主の方は、今までになく現実味がある内容であった。また、実際に相談してみたいと答えた事業主の方も合わせて、中小企業診断士等の専門家の先生へのつなぎなどの支援、又は実際に「おおさか地域創造ファンド」への応募についても支援をしていく。 | | | | | | | |