

平成30年度 事業計画書

1. 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 奥野英俊
	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 : info@hamnan-sci.jp
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30年1月1日現在)
③所管地域		阪南市
④管内事業所数		1,580事業所 (地域経済分析システム (RESAS)) 2014年
⑤管内小規模事業者数		1,254事業所 (地域経済分析システム (RESAS)) 2014年
⑥会員数 (組織率)		969 (61.3%) (平成30年1月1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講演会を開催すること。 (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。 (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) 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。 (8) 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 (9) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 (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。 (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。 (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。		

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

【人口マップ】

- ・2015年3月末時点の人口は54,276人（泉南市 62,438人、岬町 15,938人）である。
- ・当市においては、2014年3月末時点と比較して、総人口が-4.17%と減少している。また、その構成としては老年人口（前年比22.32%増）、生産年齢人口（前年比-10.88%減）、年少人口（前年比-15.24%）となり少子高齢化の現状が顕著となっている。
- ・社会増減については2014年と比較すると275人の減少が見られる。近隣の泉佐野市や大阪市内は社会増加が見られるため、生産年齢層の就職転出が考えられる。
- ・2035年までに、急激に生産人口の減少が予想されており、将来に向けて阪南市の成長を担う人材の育成・確保は緊急の課題となっている。
- ・少子高齢化社会、労働人口の減少、有効求人倍率〔大阪府1.44倍、全国平均1.35倍（2017年8月時点）〕の回復など、中小企業や小規模事業者の人材採用が益々困難になると考えられる。
- ・今後、生産年齢人口や年少人口が減少し、高齢人口は増加する推移のため、小規模事業者にとってはまさに厳しい環境が待ち受けている。

【地域経済循環マップ】

- ・当地域の経済循環率をみると42.9%であり、泉佐野市（98.7%）、泉南市（63.8%）、岬町（47.9%）よりも低い値になっている。要因としては、その他支出地域外への流出率が-153.9%と全国1741市町村中1,667位、民間投資も-38.2%の1,476位となっており、地域内産業が地域外に移輸出支出する割合が高いことが見られる。
- ・例として近隣の泉佐野市においては、民間消費額において流入額が752億円となっており、地域外への流出がなく市内及び域外で消費が循環しているため、経済循環率が非常に高いことが見受けられる。地域内で得られた所得は地域外で支出されている割合が大きく、地域内での消費を留めると共に、地域外から投資を呼び込み、産業を活性化させていくことが必要である。

【産業構造マップ】

- ・産業別事業所数を見ると、「卸売業・小売業」が308社（24.6%）、「建設業」が156社（12.4%）、「宿泊・飲食サービス業」140社（11.2%）、「生活関連サービス業・娯楽業」138社（11.0%）、「製造業」116社（12.4%）、医療・福祉107社（8.5%）となっている。
- 事業所数は、経済センサスによるとH24年-H26年で事業所が主に高齢を理由に廃業しており、個人事業主の高齢化が進んでいる本市では今後ますます減少することが予想される。
- ・2014年は1,254事業所（泉佐野市 3,136事業所、泉南市 1,512事業所、岬町 339事業所）となり、2012年と比較して約9%減少している。
- ・建設業が大阪府全体（7.8%）と比較すると高い割合となっている。また、当市では「卸売業・小売業」（大阪府23.1%）、「生活関連サービス業・娯楽業」（大阪府14.5%）、「医療・福祉」（大阪府6.5%）が高い割合にある。
- ・産業別従業員数を見ると、「卸売業・小売業」1,774人（23.7%）、「建設業」が695人（9.3%）、「宿泊・飲食サービス業」745人（10.0%）、「生活関連サービス業・娯楽業」382人（5.1%）、「製造業」1,772人（23.0%）、「医療・福祉」921人（24.8%）となっている。
- ・産業別売上高を見ると、「卸売業・小売業」14,475百万円（22.2%）、「建設業」が8,318百万円（12.8%）、「宿泊・飲食サービス業」1,143百万円（1.8%）、「生活関連サービス業・娯楽業」1,161百万円（1.8%）、「製造業」21,939百万円（33.6%）、「医療・福祉」11,966百万円（18.3%）となっている。

【産業構造マップ】

- ・産業別付加価値額をみると、「卸売業・小売業」4,482,993百万円（19.2%）、「建設業」が1,527,126百万円（10.5%）、「宿泊・飲食サービス業」667,550百万円（2.3%）、「生活関連サービス業・娯楽業」460,834百万円（3.3%）、「製造業」1,527,126百万円（24.7%）、「医療・福祉」1,431,688百万円（29.7%）となっている。当市では「医療・福祉」の付加価値割合が大阪府（6.5%）と比較して非常に高いのが特徴として挙げられる。また、建設業においても高い割合（大阪府6.9%）を占めている。課題としては、産業構成の多くを占めるべき商業、サービス業では、集客や消費の低迷により付加価値の占める割合が低下している。

【産業構造マップ】

- ・当市では石綿産業が栄えていた影響もあり、その影響で製造業において「繊維産業」（39.8%）「はん用機械器具製造業」（24.9%）の占める割合が高く、本市域の中心的な業種となっている。大阪府全体（順に3.7%、6.6%）、全国（順に2.9%、4.1%）との比較においてもそれが顕著に現れている。1企業単位の労働生産性については2,468千円／一人当たりとなり、大阪府内40位、全国1,361位に位置している。

- ・付加価値が最も高い製造業を中分類で分析すると、「化学工業」、「情報通信機械器具製造業」、「生活機械器具製造業」、「金属製品製造業」、「汎用機械器具製造業」の順となっている。
- また本市の製造業は、労働生産性（企業単位）は府内38位と府内で低い順位に位置しており、市外よりの企業誘致が課題の1つとなっている。
- ・売上高についても「化学工業」（16.7%）が最も高くなっているが、これはポリエチレンを用いた合成繊維製造をする事業者によるところが大きい。業種別でみると「医療業」の売上割合が9,482百万円（14.5%）と最も高く、当該地域の中心的業種となっている。
- ・飲食業では、市内中心部、国道沿路に事業所が集中しており、常住人口千人当たりの事業所が他府県に比べて上まっている。しかし、年々、事業者数、従業員数共に減少しており、厳しい事業環境にあると言える。

【企業活動マップ】

- ・特許数の地域別分布をみると、大半の特許が東京都に集中しており（1,461,518件）、大阪府は381,156件に留まっている。当市では38件の特許が取得されているが、近隣の泉南市（191件）、泉佐野市（950件）と比較して少なく、知的財産活用の啓発・支援が当市地域において必要であると考える。
- ・創業比率をみてみると、4.50%と全国（6.33%）や大阪府平均（6.95%）より下回っており、創業マインドの低い地域であると推測される。地域外への人口流出も見られるため、創業支援と情報提供を市政と協力し、事業者の定着を図ることが課題となる。

【観光マップ】

- ・地域の資源は目的地分析で「わんぱく王国」、「せんなん里海公園」「平野台の湯安庵」、「箱作海水浴場」、「阪南ゴルフクラブ」の順に目的地となっている。市内の史跡・名所を地域外訪問者に認知する仕組みが課題となる。
- ・隣接の市町も含めた目的地検索ランキングを見てみると、泉佐野市の「りんくうプレミアムアウトレット」、岬町の「みさき公園パーラーランドRIO」、泉南市の「イオンりんくう泉南」が上位となり、地域外よりの観光客の集約が弱い状況にある。
- ・2015年の大阪府の訪日旅行者（インバウンド）は、約717万人（前年度対比91.7%増）と大幅に増加しており、2015年の旅行消費額は前年比約83.0%増の3,804億円となっている。

【雇用／医療福祉マップ】

- ・雇用情勢の改善から、従業員の採用に課題を抱えている事業所が多くみられる。
- ・少子高齢化社会、労働力人口の減少、有効求人倍率〔大阪府1.44倍、全国平均1.35倍（2017年8月時点）〕の回復など、就職活動では一層の売手市場が加速している。若者の大手企業志向の意識が強まるなど中小企業や小規模事業者の人材採用が益々困難になると考えられる。
- ・泉州地域（泉佐野管内）での雇用情勢においては、前年度同月と比較して求職者と求人事業所数が共に減少している状況にある。しかし有効求人倍率が1.00倍を超える月が大半を占め、事業所においては人手不足の状態が続いている。

■重点課題

（商業） 支出流出入率が-38.2%と非常に高く、隣接地への流出が顕著である。過去2007年から2014年までの7年間で127件の小売業が廃業している。卸売業は20件減少している。特に中心市街地である尾崎駅前地区の商業が疲弊し、集客力の低下と地元店舗の認知度の低さが課題である。

（工業） 繊維産業、金属製品製造業が顕著に推移しているものの製造業全般が衰退してきている。6次産業化が進み食品加工業が増加してきているが、まだまだ利益には繋がっていない。阪南スカイタウン工業用地の空地等への企業誘致が進んでいない。

（サービス） 関西空港を利用するインバウンド客へのインバウンドマーケティングが構築されていない。飲食業においては事業所数が多いが、販売力、知名度において繁盛店との格差が大きくなってきている。

(2) 所管地域の活性化の方向性

本市の経済循環率は42.9%、支出流出入率が-38.2%特にその他の支出については-153.9%と非常に高く、市内にとどまらず市外からの集客を図ることが重要でありまた市内店舗には個性のある店舗、事業所も多くあり情報発信をはじめ、認知度を高める仕掛けが必要であり、地域特性を活かし地域力の向上を高めるため、関西国際空港からのインバウンド客の受け入れ等、産業観光を中心としての観光開発が課題である。また地域ブランドを活かしたブランディング力の強化をはじめとする地域産業展の開催等露出度を高めていくことが重要である。地域の伝統的な資源を活かしその技術・ものづくりの心を継承し、事業所間で相乗効果をもたらし更に強い連携感を創出することが必要である。建設業においては事業所数、付加価値額が高い水準ではあるが経営規模が小規模であり、経営基盤も脆弱であるため経営全般について伴走的な支援（金融支援、労務支援）、専門相談においての許認可相談などを充実させることが必要である。卸小売業においては、商業施策の拠点を設置し消費者とコミュニティを図れる事業を継続的に実施する。また自治体等、関係団体と連携し市民参画によりニーズを発掘することが重要である。

(3) 主たる支援の対象として想定する小規模事業者等のイメージ及び対象事業者数

支援の対象としては、市内の事業所数1580事業所（製造業（繊維工業、金属製品製造業他）127事業所、小売業他397事業所、飲食業166事業所、建設業159事業所、福祉・医療173事業所、金融保険業19事業所、不動産業117事業所、教育学習支援業71事業所、生活関連サービス業170事業所、学術専門サービス業53事業所、鉱業、採石業、砂利採取業1事業所、その他127事業所）小規模事業者数1254事業所すべてを対象とするが、特に経営支援の実績のある事業所約360事業所、創業を目指す13事業所（平成28年度実績）など地域活性化事業に参画した意欲ある事業所（産業フェア（春の陣、秋の陣を合わせ72事業所、はんなん知っておき大学事業における商業活性化事業に参画した60事業所）などに対して実施する。また各種補助金の利用事業所なども持続的、伴走的に支援する。

(4) 事業の目標

経営相談事業は、金融支援を軸に現状把握と課題抽出を積極的に支援し実施する。特に金融（経営指導型）支援を実施するにあたり事業所の課題を定量的に分析していき様々な課題について複合的に支援し、課題解決に向け伴走的に支援を実施する。地域ブランド阪南ブランド十四匠については新規認証企業の充実及び販路開拓に向けたシステムの構築を本市との連携によって確立し、大阪府、隣接の商工会等と広域連携を図り効果的に取り組んでいく。また商業活性化事業においては店舗の認知度の向上と消費者ニーズをとらえ事業チャンネルを増やし積極的に地域コミュニケーションを図り、情報の共有に積極的に取り組むことを目標とする。

(5) 事業の実施により期待される効果及び実施しなかった場合の影響（実施する事業の総合的な効果等を記載すること）

小規模事業者は寄り添った伴走的な支援が必要であり信頼関係を築くことが重要となり、そこからきめ細やかなワンストップ支援が可能となる。巡回・窓口相談にかかわらず通常の相談支援から事業所の抱える課題を掘り素早く対応し、課題解決へ誘導できる体制を確立することが重要である。健全な経営基盤は小規模事業者の自立を可能とし、自立することを最終目的として支援体制を進める。これらの体制がなければ小規模事業者が抱える経営に関する課題が発見できず、その解決策が講じられず円滑な経営活動に影響を及ぼすと同時に全てのビジネスチャンスを喪失するなど、発展と地域経済全体の活性化の機会を失うこととなる。

経営指導員等はパートナー的な存在からドクター的な存在であり症状に合わせた処方方をいかに適格に迅速するかが問われている。一方、地域活性化事業により商工業の振興から市全体の発展に拡大させるよう、地域事情に精通し地域課題等の解決に向けて取り組んでいる。このような取り組みがなければ、小規模事業者の経営力の弱体化、問題解決能力の欠如、事業所交流、情報受発信能力の弱さから総合的なコミュニケーションが図られず経営基盤が脆弱に陥り地域経済においても牽引役の欠如から地域での結束がなくなり、地域の賑わい等の地域力が激減し産業全体の疲弊へと繋がる。

I 経営相談支援事業

支援メニューの件数

事業所カルテ・サービス提案	360	事業所	支援機関等へのつなぎ	15	支援
金融支援（紹介型）	21	支援	金融支援（経営指導型）	134	支援
マル経融資等の返済条件緩和支援	10	事業所	資金繰り計画作成支援	20	事業所
記帳支援	25	事業所	労務支援	70	支援
人材育成計画作成支援	4	事業所	マーケティング力向上支援	10	事業所
販路開拓支援	80	支援	事業計画作成支援	15	支援
創業支援	10	事業所	事業継続計画(BCP)作成支援	60	事業所
コスト削減計画作成支援	90	事業所	財務分析支援	80	事業所
5S支援	20	事業所	IT化支援	5	事業所
債権保全計画作成支援	0	事業所	事業承継支援	3	事業所
			結果報告	360	事業所

件数設定の根拠及びその実現に向けた取り組み

前年度支援企業数 360

小規模事業者の持続的な発展と自立を図るため、管内小規模事業者数1254事業所の1/3に値する約400事業所の中で、経営改善・経営発達に向け事業者の現状課題把握、事業計画の策定から販路開拓、労務、創業など事業者と共に各支援メニューに沿って伴走型の支援を行い、カルテ化に繋げる。その目標として今年度も事業承継支援を加え360事業所を設定し、事業所への各種資料情報提供、事業所のニーズや課題の把握等を巡回にて実施するとともに、自治体、関係支援機関、市内金融ネットワークとの連携を持ち、積極的に改革、発達に取り組む事業所を発掘し支援する。複合的な高度専門的な相談の問題解決においても、経営指導員等の有する情報、ノウハウを共有し資質の向上に努め最良の課題解決に向け積極的に取り組んでいく。さらに地域活性化事業遂行時において事業所の課題が浮き彫りになる場合が多く、適切な支援メニューを見出しカルテ化に結び付ける取り組みを実施する。

事業所支援の実施方法（専門家や各種支援機関、支援制度の活用など）

経営指導員の地区担当制による積極的な巡回指導として全会員に7回以上巡回（会報配布等）している。また、巡回指導の回数を増やすことで窓口相談が多くなってきている。あらゆる機会をとらえ小規模事業者の課題解決に努める。身近な相談先として、地域に密着して支援できるのが商工会の強みであり、その相談内容は年々高度専門化し、各種支援機関、金融機関、各分野専門家等のネットワークを活用し迅速かつ的確な対応が可能となる体制を確立する。高度専門的な知見を必要とする課題については、専門相談支援事業による専門家への繋ぎ支援を実施、よろず支援拠点、ミラサボ等支援機関との連携を密に広いネットワークを活用することで、経営に関する問題解決をワンストップにて支援を実施する。

II 専門相談支援事業

事業名	新規/継続	指標	目標数値	事業概要
法律相談	継続	相談事業所数	12	弁護士による、労働法、民法、行政法など法律全般について相談支援する
経営相談（マーケティング等）	継続	相談事業所数	5	中小企業診断士によるマーケティング等について相談支援する
登記・相続相談	継続	相談事業所数	9	司法書士による登記・相続に関する事項について相談支援する
税務相談	継続	相談事業所数	8	税理士による所得税、相続税等税法について専門的に相談支援する
労務相談	継続	相談事業所数	8	社労士による社会保険全般、労働紛争等について相談支援する

事業実施のポイント・期待される効果

小規模事業者の経営課題は、高度専門化し相談内容は多様化している。これらの相談を課題解決する為には複合的な支援が必要であり、経営指導員等と専門家との連携を密にスピーディなワンストップサービスが求められている。法律相談では、取引上の金銭トラブル等や労働紛争の相談内容などコンプライアンスに係る相談内容が増えてきている。労務相談では、労働基準法をはじめ労働安全衛生法にかかる法定健診の義務化及び一人親方特別加入労災の加入に関する相談、マイナンバー制度の導入による個人情報の管理に関する相談内容も増えてきている。税務相談においては、所得税の改正、消費税の増税・軽減税率に関する相談内容も増えてきている。平成29年度から司法書士による登記・相続相談の窓口も新たに設置している。経営相談（マーケティング）については、中小企業診断士と経営指導員との連携により経営分析を実施し販路拡大等の支援を実施する。あらゆる経営課題に対して専門的な立場からよりの確な助言を行うことにより、課題解決や今後進むべき方向、対策が明確になることによって、事業者の経営判断や経営戦略の立案等に寄与する効果が期待でき、同時に経営指導員の資質向上に期待する。

4-1. 地域活性化事業一覧

阪南市商工会

府施策 連携	事業名	概要	金額（円）
(1) 単独事業			3,241,125
○	はんなん知っておき大学事業	地域特性を活かした商業施策として、地域ブランドも巻き込みながら、大阪府商業サービス産業課とも連携し、例年通り「まちゼミ」「まちバル」を実施しさらに、商店街サポート創出・活動支援事業を参考に実施する	3,241,125
(2) 広域事業			9,604,712
○	はんなん産業フェア	地場産業が衰退の一途辿っていたが、伝統に培われた「技」の精神は現在も継承している中で例年の産業フェアの内容を充実させ今年度においても春の陣、秋の陣として、大阪府技能士連合会とも連携しながら地場産品等の販売等を実施する。	3,076,750
○	事業承継セミナー	深刻な問題となってきた事業承継問題について小規模事業者にも事業承継の必要性と税制優遇措置等を理解して頂くようセミナーを実施する。	264,000
○	商工展示即売会事業	忠岡町商工会の事業調書参照	296,000
	地域連携型「泉南まるごと物産展」事業	泉南市商工会の事業調書参照	864,000
○	女性活躍推進支援事業	泉南市商工会の事業調書参照	361,000
○	おおさか湾もん産業フェア	岬町商工会の事業調書参照	747,000
○	おおさか泉南まるごと100円商店街事業	岬町商工会の事業調書参照	1,695,000
	南泉州地域異業種ビジネス交流会事業	岬町商工会の事業調書参照	271,000
○	くまとり産業フェア	熊取町商工会の事業調書参照	222,000
	商工フェア事業（なわてふれあい商工まつり）	四條畷市商工会の事業調書参照	100,000
○	就職フェア（合同就職面接会）	泉佐野商工会議所の事業調書参照	246,400
	大阪勧業展	大阪商工会議所（幹事）の事業調書参照	25,125
○	事業承継者等の育成事業	大阪府商工会連合会の事業調書参照	226,130
○	中小・小規模事業者サービス品質向上支援事業	大阪府商工会連合会の事業調書参照	350,000
	女性リーダー養成事業	大阪府商工会連合会の事業調書参照	105,532
	大阪企業のコスト削減計画	大阪府商工会連合会の事業調書参照	176,900
○	知的資産経営支援事業	大阪府商工会連合会の事業調書参照	226,125
○	事業継続計画（BCP）策定支援事業	大阪府商工会連合会の事業調書参照	351,750
			0

うち府施策連携事業

11,303,280

事業名		はんなん知っておき大学事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		25 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>本市域の商業集積は小規模で大型店周辺、各駅周辺を始め幹線道路沿いに集中し広域に点在している。その結果、商店街の形成もなく商業者間の連帯感も弱く認知度も低い。市内商業組織として各地区に3商業会があるが会員減少が目立ってきている。中心市街地（尾崎駅前周辺）は交通アクセスにも恵まれ南海本線の特急停車駅で大型店も早くから設置され近隣からの集客もあったが現在空き店舗が目立ち疲弊の一途を辿っている。このように商業環境は非常に厳しく既存の地元商店の廃業等が目立ちネームバリューのあるコンビニ、フランチャイズ等チェーン店が増加している。</p> <p>このような状況を踏まえ商業施策を考える専門部署として商業部会を設置している。情報の受発信を迅速に活用、B2B、B2Cの交流を促すため「まちカフェ」を設置し、商業施策として、「まちゼミ」をさらに有効に活用するため本来の「まちゼミ」を再考する。「まちバル」においては、商業者の意向を踏まえて「食べ歩きバル」（小売・飲食等を対象としてバルコーナーにアンテナショップとして設置し、本来店舗に誘導する）を実施する。複合的な事業展開の中で商業者間の連帯意識による自事業の気づきを促すことにより、個店の個性に結び付け認知度の向上につなげることが最大の目的である。</p> <p>更に消費者ニーズ、事業効果等を高めるために大阪府施策として商店街サポート創出・活動支援事業として実施する。また、地域力を発揮するため産業観光を取り入れ「阪南ブランド十四匠」のブランディング力を結集し集客を狙う。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>商業・サービス業・ものづくり企業等で(創業者も含む)積極的に経営改善、革新を考え地域のリーダーと成り得る商業者等を対象とする。</p> <p>対象業種 小売・飲食・サービス・製造・建築等消費者と直接接点のある業種</p>		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>「知っておき大学事業」での情報収集及び各事業の終了後のアンケート調査の結果、会議、意見交換会により事業ニーズの把握を実施する。</p>		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績 数値	<p>平成29年度においては「まちゼミ」が5年目となり、「まちバル」が4年目となり定着化し、商業者も意欲的に参加している。「まちゼミ」が32事業所、「まちバル」が23事業所、「まちゼミ」「まちバル」両方実施するところが5事業所、双方合わせて60事業所の参加があった。「まちゼミ」では勉強会の開催からテーマ設定も工夫され消費者ニーズも掴み事業間の連携が生まれてきている。「まちバル」ではクーポン付きバルを実施したが積極的にバルメニュー・クーポン等へ取り組み有効に利用してきている。「まちカフェ」においても情報の受発信はもとよりB2B・B2C事の交流も盛んになってきている。全般的には事業の実施に当たり新たに消費者代表、阪南はなやか観光協会、市内金融機関の参画を得て意見を反映し事業遂行に新たなチャンネルを設けることができた。事業検証として、経営指導員の聞き取りをはじめ「はんなん知っておき大学祭」に訪れる消費者にアンケート調査を実施し、検証結果を活かし再構築を図る。</p>		
	反省点	<p>「まちゼミ」については浸透してきているが、1回の開催では効果が薄いため、数回繰り返し実施すべきである。またアフターフォローについても顧客につながる工夫がいる。「まちバル」については過去3種類を実施したが検証結果を踏まえ「食べ歩きバル」「クーポン付きバル」が好評であり、それらを中心に独自のバルの構築が必要である。「まちカフェ」については認知度を高め、利用頻度を上げるための仕掛けとして、地場産業の情報・消費者の興味を得る情報を中心に提供からBtoC、BtoBの交流を実施する。又検証結果から、「はんなん知っておき大学事業」の認知度は50%と高い水準にあるが、利用度が低く利用頻度を高めていく必要がある。</p>		

事業名		はんなん知っておき大学事業	新規/継続	継続
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	<p>①ARを利用し、はんなん産業フェア開催時にスタンプラリーを実施する。反省点でも記述した通り従来の「まちゼミ」「まちバル」を、平成31年度より商業部会を中心にグループ化し、商業部会の中で協議し、より効果を引き出すため、検証結果を踏まえ独自のシステムの構築を図る。</p> <p>②大阪府施策連携事業として商店街サポート創出・活動支援事業を参考にし、商店街以外の団体消費者団体、NPO法人、空き店舗所有者からなる実行委員会を設置し、平成30年2月に開催する創業塾を受講した創業希望者におけるチャレンジショップでの経験談を中心に意見交換会の実施。</p> <p>③第6回ははんなん知っておき大学祭の実施 平成30年9月中旬、市内の大型スーパーのイベント広場にて物産展、市内の観光情報、阪南ブランド十四匠の認証企業の展示、情報受発信から認知度を高める。</p> <p>④サラダホール（阪南市立文化センター）の空き店舗を利用し地元製品の販売の拠点として本市と連携し設置検討する。</p> <p>⑤市内の古民家を利用したアンテナショップ・チャレンジショップ等の設置を検討する。</p> <p>⑥阪南市ふるさと納税の商品（阪南ブランド十四匠）をはじめ地場産品を市内外にアピールすると同時に他の地域ブランドとの交流を実施する。</p> <p>⑦阪南はなやか観光協会と連携し、産業観光の観点から「まち歩き」等各種イベントへの参加</p> <p>⑧6次化の推進から阪南ブランド十四匠認証企業である水産加工業者、農産物加工業者を中心に体験型イベントの実施、コラボ商品等の開発などの充実を図る。</p> <p>⑨地域カード導入を考え、本市との連携の中勉強会を実施し、中長期的な導入に向け商業者に意識改革を植え付けるような手法で取り組む。</p> <p>⑩南海尾崎駅上（エキナカ）（南海商事株式会社と連携）での期間限定型のアンテナショップ、チャレンジショップ等の開催の推進。</p>		
	人材交流型			
	販路開拓型			
	ハズカ型			
	独自提案型			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="radio"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="radio"/> (c)市町村連携 <input type="radio"/> (d)相談事業相乗効果			
府施策連携 商8番	◎実施方法・・・実行委員会形式にて実施。昨年度の検証結果を踏まえ、事業の集大成として実施し、商業活性化に繋げる。実行委員会に、商業部会、商業会連合会、消費者団体、自治会連合会等、専門家、観光協会、空き店舗所有者などを委員に委嘱し、年3回から5回実施する。 ◎大阪府連携8番：地域住民や商店街以外の団体と連携した新たな商店街の活性化の促進をテーマとし商店街サポーター創出・活動支援事業として実施する。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	市広報、商工会報、商工会HP等によるPR。29年度の「まちゼミ」「まちバル」実績及びアンテナショップ、チャレンジショップの件数を根拠とする	
		60		
	支援対象企業の変化	29年度においては「まちゼミ」「クーポン券付きまちバル」を実施したが積極的に意欲のあった事業所が昨年度より多くなり、新規参加事業所も8件増加してきている。若者の経営者の参加が増え斬新な戦略を考案する事業所が増えてきており、それに伴い商業者間の連携が強まってきた。		
		指標	参加事業所に新規顧客の開拓があった事業所数	数値目標
その他目標値	目標値の内容⇒			
	450	「まちゼミ」「クーポン券付きまちバル」等の参加事業所に来店等申込者数		

事業名		はんなん知っておき大学事業					新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価		支援企業数		係数	標準事業費	
			50,250	円 ×	60	×	1.00	= 3,015,000	円
			50,250	円 ×	450	×	0.01	= 226,125	円
				円 ×		×		= 0	円
		(小計)						3,241,125	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%)						0	円
		計						3,241,125	円
		独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)							
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
		②受益者負担		円	負担金の積算				
<input type="checkbox"/>		(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果	
標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
3,241,125 円 ×			1.00	=	3,241,125	円	(0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
		阪南市商工会	3,241,125 円						
					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。

事業名		はんなん産業フェア	新規/継続	継続
想定する実施期間		25 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> 一複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>本市域は地場産業に和泉瓦、繊維関係、特に右綿関係が多く存在したが諸問題により衰退したが、伝統に培われた「匠の技」が「ものづくりの心」を同調させ現在も引き継がれている。しかし、事業所は小規模事業であり賃加工、OEM等、下請け企業が中心で伝統技術が十分に活かされず脆弱な経営基盤である。商業面でも個性的な店舗はあるが発信力も弱く地域における認知度も低い。加えて隣接地域への購買力も流出し中心市街地においても閉店、移転等も多く空洞化してきている。地域によっては高齢者の買物難民問題が課題となっている。このような状況を踏まえ地場産業の復活再生、販路開拓、地域コミュニティの再生、観光開発等を図り、市内及び市外からも集客できる街づくりを目指すことが重要である。昨年は春・秋と2回のイベントを実施し充実を図った。今年も「はんなん産業フェア春の陣」は'感'を取上げ達成感・非日常感・五感・限定感をテーマとし大阪府せんなん里海公園において市外からの集客を狙う。また「はんなん産業フェア秋の陣」では反省点を活かし通常通り開催する。物産展ではB2B・B2Cを、より効果を持たせるため地域ブランド戦略である「阪南ブランド十四匠」のブランディング力を活用すると同時に地元グルメを披露し「地元再発見」をテーマとした相互コミュニケーションを図れる環境を創る。今年度も2回実施することで2倍以上の集客力と観光等、新たなチャンネルを増やし活性化事業として効果、価値は非常に向上する。更に、大阪府技能士会連合会と連携し「ものづくり教室」の開催により、企業の認知度の向上と製品のPR及び消費者ニーズの収集を図り若者にもものづくりの体験の場を提供し「ものづくり」に対する関心を高め同時に若者の事業への参加をとおして、本市ものづくり企業の実態(経営理念、生産ライン、技術力等)を披露し就職意欲を高め事業承継に繋げることが重要である。また、市内既存のネットワークを活かし市内金融機関等との連携から創業者の掘り起こしから創業に繋げる支援(チャレンジショップ等)を実施し、昨年、市、日本政策金融公庫と三者の連携にて締結されたソーシャルビジネス支援ネットワークを活用しソーシャルビジネス普及に向け相談事業等を実施する。さらに、相談窓口については第6次産業化、福祉関係では福祉関連施設の雇用、就労支援として開設する。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>阪南市を中心とし・泉南市・忠岡町・熊取町・岬町商工会の南泉州地域の全事業所を対象とする。特に、ものづくり企業・小売、卸、サービス業を対象とし60事業所の支援を想定している。</p>		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>事業所ニーズは日頃の支援、出展者交流会、出展事業所へのアンケート調査から把握する。事業所の発信力の弱さから認知度の低さが何れも既存店舗への来店を促す工夫が必要であり会場内での回遊性に配慮し事業所PRが効果的に来場者に伝わるよう工夫し市内知名度を高める。更に農協、漁業団体等との連携から集客等を図るため特産物の販売を行う。</p>		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>平成29年度は、初めての取り組みとして春と秋の2回実施した。 <春の陣>はせんなん里海公園を会場に、地元商工業者によるアンテナショップや事業所や内部団体によるワークショップを実施し30事業所(製造業、小売、サービス等)の店舗があり約10,000人の集客があった。開催場所や地元漁協との連携と花火の打ち上げイベント等により地域外からの集客力を高め、地域ブランドとして実施している「阪南ブランド十四匠」を中心に地元商工業の情報発信の機会の創出を行った。 <秋の陣>は阪南市役所、商工会館周辺およびサラダホール(市民文化センター)を会場に平成29年度は、42事業所(製造業、小売、サービス等)の出展があり約12,000人の集客があった。特に29年度は「阪南うまいもん市」「阪南コットンフェスティバル」を同時開催し来場者の集客と同時に購買力の向上に努めた。はんなん産業フェアに事業を拡大し14回目の開催となり全産業への参画を促し特に第一次産業としてJA大阪泉州及び阪南市内の漁業協同組合から地場農水産物の販売等、充実してきている。幅広く集客することに努めた。来場者(消費者)とのコミュニケーションを高める為、専門家による製品、商品等の説明を実施し事業所等のPRの強化に繋げる。 また、府施策連携での大阪府技能士連合会によるワークショップ等効果を高める為、出店者、本会青年部、女性部、異業種交流会等内部組織によるワークショップも開催する。</p>		

事業名		はんなん産業フェア	新規/継続	継続
	反省点	本事業は物産展出店業者の本来店舗のどのように導いていくかが最大の課題であり出店者の意識改革が必要である。出店者説明会では事業目的の周知と同時に事業に対する期待、事業所の抱える課題を解決すべく事業展開を図る必要があり、そのために出店する事業所の出店目的、要望を十分に理解を得ることが重要である。		
具体的な実施内容・手法(該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	「春の陣」 ◎平成30年5月3日(木)はんなん産業フェア<春の陣>実施 ◎1月から実行委員会 ◎出店者、本会内部組織によるワークショップの開催 ◎各種団体との連携によるワークショップ等 ◎地元業者等による物産展・展示会の実施(アンテナショップ等)地元グルメ「食べ歩きバル」コーナーの設置 ◎地元グルメの披露を実施する為バルコーナーを設置する。 ◎出店者説明会・交流会・セミナーを開催しB2Bがスムーズに図れるよう実施する。 ◎商工会事業紹介 阪南ブランド十四匠・阪南コットンプロジェクト・和紙の布工房・木系等 ◎会場内イベント 1 地元PRイベント 2 スポーツゴミ拾い(公式戦) 3 花火大会		
	人材交流型	「秋の陣」 ◎平成30年11月4日(日)はんなん産業フェア<秋の陣>実施 ◎5月から実行委員会の開催 ◎若者の商工業への関心を高めるためのチャレンジショップの実施 ◎大阪府技能士連合会による若者のものづくり体験型教室、ワークショップの開催 ◎出店者、本会内部組織によるワークショップの開催 ◎地元企業による工場見学の実施、企業のプレゼンの開催 ◎金融機関との連携により創業者の掘り起こしと出展者の広がりを持たせる。 ◎障がい者雇用に取り組むため国の動向や国・府の支援制度提供(パンフ、チラシの配布等)と促進 ◎地元業者等による物産展・展示会の実施(アンテナショップ等) ◎出展者説明会・交流会・セミナーを開催しB2Bがスムーズに図れるよう実施する。 ◎創業者支援チャレンジショップ・創業相談窓口の設置 ◎商工会事業紹介 阪南ブランド十四匠・阪南コットンプロジェクト・和紙の布工房・木系等 ◎第6次産業化の促進のため相談窓口を設置する。 ◎福祉関連施設の雇用、就労支援相談窓口を設置する。 ◎会場内イベント 1 地元PRイベント 2 スポーツゴミ拾い(公式戦) 3 消費者参加型イベント		
	○ 販路開拓型	「秋の陣」 ◎平成30年11月4日(日)はんなん産業フェア<秋の陣>実施 ◎5月から実行委員会の開催 ◎若者の商工業への関心を高めるためのチャレンジショップの実施 ◎大阪府技能士連合会による若者のものづくり体験型教室、ワークショップの開催 ◎出店者、本会内部組織によるワークショップの開催 ◎地元企業による工場見学の実施、企業のプレゼンの開催 ◎金融機関との連携により創業者の掘り起こしと出展者の広がりを持たせる。 ◎障がい者雇用に取り組むため国の動向や国・府の支援制度提供(パンフ、チラシの配布等)と促進 ◎地元業者等による物産展・展示会の実施(アンテナショップ等) ◎出展者説明会・交流会・セミナーを開催しB2Bがスムーズに図れるよう実施する。 ◎創業者支援チャレンジショップ・創業相談窓口の設置 ◎商工会事業紹介 阪南ブランド十四匠・阪南コットンプロジェクト・和紙の布工房・木系等 ◎第6次産業化の促進のため相談窓口を設置する。 ◎福祉関連施設の雇用、就労支援相談窓口を設置する。 ◎会場内イベント 1 地元PRイベント 2 スポーツゴミ拾い(公式戦) 3 消費者参加型イベント		
	ハズカ型	「秋の陣」 ◎平成30年11月4日(日)はんなん産業フェア<秋の陣>実施 ◎5月から実行委員会の開催 ◎若者の商工業への関心を高めるためのチャレンジショップの実施 ◎大阪府技能士連合会による若者のものづくり体験型教室、ワークショップの開催 ◎出店者、本会内部組織によるワークショップの開催 ◎地元企業による工場見学の実施、企業のプレゼンの開催 ◎金融機関との連携により創業者の掘り起こしと出展者の広がりを持たせる。 ◎障がい者雇用に取り組むため国の動向や国・府の支援制度提供(パンフ、チラシの配布等)と促進 ◎地元業者等による物産展・展示会の実施(アンテナショップ等) ◎出展者説明会・交流会・セミナーを開催しB2Bがスムーズに図れるよう実施する。 ◎創業者支援チャレンジショップ・創業相談窓口の設置 ◎商工会事業紹介 阪南ブランド十四匠・阪南コットンプロジェクト・和紙の布工房・木系等 ◎第6次産業化の促進のため相談窓口を設置する。 ◎福祉関連施設の雇用、就労支援相談窓口を設置する。 ◎会場内イベント 1 地元PRイベント 2 スポーツゴミ拾い(公式戦) 3 消費者参加型イベント		
	独自提案型	「秋の陣」 ◎平成30年11月4日(日)はんなん産業フェア<秋の陣>実施 ◎5月から実行委員会の開催 ◎若者の商工業への関心を高めるためのチャレンジショップの実施 ◎大阪府技能士連合会による若者のものづくり体験型教室、ワークショップの開催 ◎出店者、本会内部組織によるワークショップの開催 ◎地元企業による工場見学の実施、企業のプレゼンの開催 ◎金融機関との連携により創業者の掘り起こしと出展者の広がりを持たせる。 ◎障がい者雇用に取り組むため国の動向や国・府の支援制度提供(パンフ、チラシの配布等)と促進 ◎地元業者等による物産展・展示会の実施(アンテナショップ等) ◎出展者説明会・交流会・セミナーを開催しB2Bがスムーズに図れるよう実施する。 ◎創業者支援チャレンジショップ・創業相談窓口の設置 ◎商工会事業紹介 阪南ブランド十四匠・阪南コットンプロジェクト・和紙の布工房・木系等 ◎第6次産業化の促進のため相談窓口を設置する。 ◎福祉関連施設の雇用、就労支援相談窓口を設置する。 ◎会場内イベント 1 地元PRイベント 2 スポーツゴミ拾い(公式戦) 3 消費者参加型イベント		
事業手法(該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 (大阪府施策第NO7)隣接5市町商工会が連携し大阪府施策との連携による技能士連合会とワークショップの開催を実施し、全産業への拡充を図り本市産業全体を網羅する。また、事業遂行に当たり事業所の課題を抽出するとともに事業終了後の検証を図り新たな課題に応じ複合的に支援しカルテ化に繋げる。			
支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	本会主体で、泉南、忠岡、岬、熊取各地域の商工業者にHP,ポスター、市広報、商工会報等で事業内容を掲載し、募集をする。		
	60			

事業名		はんなん産業フェア				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業の変化	<p>出店事業者が「まちゼミ」等の本会の他事業の参加店も多く積極的に本来の店舗への誘導等の工夫を凝らし、繁盛店をめざす自覚が生まれきている。また、情報発信の重要性の気づきも芽生え消費者とのコミュニケーションも活発に行われてきている。更に、事業所の製品商品のPRと販売から消費者ニーズを感じ取ることができ今後の製品の企画開発への一助となる。また、出展事業所間のコラボレーション、連携等による事業の拡充に繋がり、更に、ものづくり教室等により若者の地元ものづくり企業への関心を高めることが出来、人材確保を容易にすることにつながる。</p>							
	その他目標値	指標	事業所及び商品をPRできた事業所数		数値目標	40社			
算定基準	目標値の内容⇒	商談、商売等の機会を得られる事業所30社×2回を見込み1事業所50名の来客を見込む							
	3000								
算定基準により算出される額	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)								
	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サビ入単価		支援企業数		係数		標準事業費	
	⇒	50,250	円 ×	60	×	1.00	=	3,015,000	円
		50,250	円 ×	3,000	×	0.01	=	1,507,500	円
			円 ×		×		=		円
		(小計) 4,522,500 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 4,522,500 円							
算出額	①市町村等補助	円		交付市町村等					
	②受益者負担	円		負担金の積算					
	○	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
	3,015,000 円 × 0.75 =		2,261,250 円		(円)				
	1,507,500 円 × 1.00 =		1,507,500 円		(円)				
		3,768,750 円		(円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または7/17ツガ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)			
	○	阪南市商工会		3,076,750 円					
		泉南市商工会		320,000 円					
		忠岡町商工会		106,000 円					
		岬町商工会		106,000 円					
		熊取町商工会		160,000 円					

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		事業承継セミナー		新規/継続	新規
想定する実施期間		30 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	中小企業者、小規模事業者の事業承継を取り巻く現状は、60才以上の経営者の約半数(個人事業主においては約7割)が廃業を予定している現状がある。理由としては、息子、娘の職業選択の自由をより尊重する考え方の広がりや、将来性が明確でないため事業承継に伴うリスクに対する不安の増大等の事情があると指摘されています。阪南市においても、高齢化が進み、何代も継続していた事業を後継者がいないという理由で廃業した例も多くなってきており、今後すべての業種においてこのような現状が進行すると考えられます。そこで事業承継の重要性を積極的に周知することで、少しでも廃業という実態を阻止できるようにセミナーを通じて後継者の確保を含む準備に着手することを目的とする			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	連携する4商工会の管内の事業所(阪南市1,580、泉南市2,199、岬町476、熊取町1,245)合計5,500事業所(小規模事業経営者・後継者)(全業種)を対象とする。			
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	全国的に後継者問題が顕著になる中、4商工会管内でも同様な現象が現れている。後継者がなく廃業を余儀なくされる事業所が少しでも事業承継について理解して頂き、続けて事業を継続できるような取組みができる事業所を模索する			
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績 数値				
	反省点				
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	阪南ブロック4(阪南市、泉南市、熊取町、岬町)商工会にて連携でセミナーを実施する。			
	人材交流型	実施時期、講師等の選定については阪南市商工会が大阪府担当課と連携し日程調整等を行う。テーマとしては以下の通りとする。			
	販路開拓型	■事業承継にかかる税制優遇措置について			
	ハイクラス型	■後継者の選び方、教育方法			
	独自提案型	■事業承継の進め方 ■事業承継が必要な事業者、後継者からの相談対応など			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○(a)府施策連携 ○(b)広域連携 ○(c)市町村連携 ○(d)相談事業相乗効果 府施策連携 商7番 セミナー開催：平成30年8月～12月ごろ予定 すべての業種を対象に実施する				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	全商工会セミナー参加事業所数40社。各商工会によるチラシ配布及び会報、HPにより募集する。		
	支援対象企業の変化	40 社			
	指標	事業承継が理解できた事業所及び事業承継をしようとする事業数	数値目標	28	
その他目標値	目標値の内容⇒				

事業名		事業承継セミナー					新規/継続	新規
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費
		⇒ 20,100 円 ×	40	×	1.00	=	804,000 円	
		円 ×		×		=	0 円	
		円 ×		×		=	0 円	
	(小計)						804,000 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%)						0 円	
	計						804,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)							
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等			
		②受益者負担		円	負担金の積算			
<input type="checkbox"/>		(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d)相談事業相乗効果
標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)		
804,000 円 ×			1.00	=	804,000 円	(0 円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒリックで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
	○	阪南市商工会	264,000 円					
		泉南市商工会	180,000 円					
		岬町商工会	180,000 円					
		熊取町商工会	180,000 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。

6. 経費支出計画書（経費内訳）

阪南市商工会

I 経営相談支援事業				
区 分	算 定 基 準			補助金額
	事業所数/回数	単 価 (円)	計	
事業所カルテ・サービス提案	360	25,000	9,000,000	
支援機関等へのつなぎ	15	10,000	150,000	
金融支援（紹介型）	21	30,000	630,000	
金融支援（経営指導型）	134	40,000	5,360,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	10	20,000	200,000	
資金繰り計画作成支援	20	20,000	400,000	
記帳支援	25	25,000	625,000	
労務支援	70	20,000	1,400,000	
人材育成計画作成支援	4	20,000	80,000	
マーケティング力向上支援	10	20,000	200,000	
販路開拓支援	80	20,000	1,600,000	
事業計画作成支援	15	50,000	750,000	
創業支援	10	20,000	200,000	
事業継続計画(BCP)作成支援	60	20,000	1,200,000	
コスト削減計画作成支援	90	20,000	1,800,000	
財務分析支援	80	10,000	800,000	
5S支援	20	10,000	200,000	
IT化支援	5	20,000	100,000	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
事業承継支援	3	20,000	60,000	
結果報告	360	10,000	3,600,000	
小 計	—		28,355,000	28,355,000

II 専門相談支援事業			
事 業 名	算 定 基 準		補助金額
	支援日数	計	
法律相談	6	141,600	
登記・相続相談	4	94,400	
経営相談（マーケティング）	2	47,200	
労務相談	3	70,800	
税務相談	3	70,800	
小 計	18	424,800	424,800

※記帳支援のために税理士を活用する場合、25,600円×事業所数

Ⅲ 地域活性化事業		
小 計	算定基準	補助金額
	別紙事業調書のとおり	12,845,837
Ⅳ 商工会等支援事業		
小 計	算定基準	補助金額
	別紙事業調書のとおり	1,492,425
Ⅴ 合計		
合 計		補助金額
		43,118,062