

令和7年度（2025年度）

実績報告書

Ⅰ. 申請者の概要

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
設立年月日	昭和39年05月14日
職員数	7
うち経営指導員数	6
所管地域	阪南市全域
管内事業所数	1,459（令和3年経済センサス）
うち小規模事業者数	997（令和3年経済センサス）
会員数	1065(令和8年3月31日現在)
組織率	73.0%
担当者職・氏名	事務局長 土生 茂一
連絡先電話番号	072-473-2100
連絡先メールアドレス	info@hannan-sci.jp

□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】2024年11月末現在の人口は50,141人（泉南市58,255人 岬町13,787人）である。本市においては昨年同時点と比較して1.3%減少している。将来人口が2050年には約30,000人となる推計が出ている。急激な人口減少が進む中で市行政も人口増加策を模索しているが現状ではままならない状況である。小規模事業者にとっても廃業、後継者難、労働者不足等が課題となっている。

【産業構造マップ】（令和3年経済センサス）

事業所数は、1,459事業所（うち小規模事業者997事業所）となり2016年より若干減少しているが、ほぼ横ばいである。しかしながら小規模事業者においては、約5.5%減少している。業種別事業所数としては農林・水産業3事業所、工業・採石業1事業所、建設業159事業所、製造業91事業所、電気ガス・熱供給・水道業2事業所、情報通信業9事業所、運輸業・郵便業17事業所、卸売業・小売業227事業所、金融業・保険業14事業所、不動産業・物品賃貸業90事業所、学術研究・専門技術サービス業43事業所、宿泊業・飲食サービス業85事業所、生活関連サービス業・娯楽業131事業所、教育・学習支援業44事業所、医療福祉38事業所、複合サービス業5事業所、サービス業(他に分類されない) 38事業所となっている。

【観光マップ】

地域資源の目的地分析では、「せんなん里海公園」「わんぱく王国」「阪南ゴルフクラブ」「箱作海水浴場」「平野台ゴルフ・平野の湯」「阪南スカイドーム」の順に人気となっている。隣接においては、泉佐野市の「りんくうアウトレットモール」泉南市の「イオンモール」が上位となっている。市内の施設が上位にはない。今後はインバウンドを含め地域外よりの集客を図るために、阪南ブランド館「匠のippin」に期待を寄せている。

■重点課題

商業面では、著しい人口減少に伴い中心市街地の尾崎駅前周辺をはじめ市域全体で空き店舗の増加、後継者難により廃業となるケースが目立ってきている。課題として、サステナブルな商業環境の構築を目指し、一昨年に開業した阪南ブランド館「匠のippin」（直売所）に参画する事業者の拡充を図り、市全体の商業活性化に繋げることが重要なポイントである。

工業面では汎用製品製造業、食品製造業などは活況を取り戻しているが依然として、繊維製品製造等は衰退している傾向にある。また、物価高騰、原材料高騰から建設業においても厳しい状況にある。課題として、物価高騰等に対応できる金融面での支援、国の補助金等の利用による支援などに取り組んでいく必要がある。

サービス、小売業においては、中心市街地での商業施設の空き店舗の増加など大変厳しい状況にある。今後は、市行政等と連携し、コミュニティスペースの整備などのインフラ整備を重点的に実施することで活性化につながることが期待される。加えて、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、事業所の掲げる課題解決に向け積極的に取り組んでいく。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

本市の経済循環率をみると51.6%と近隣の泉南市が75%、岬町が54%と比較しても劣っている状況であり、それに伴い購買力等が市外に流出している現状がある。市内事業者の経営の安定を図るため本市と連携しシティプロモーションに注力し、購買力の向上を目指すことが必要不可欠である。

全体的な方向性としては、(1)の課題を解決するため、特に商業・工業面では、一昨年グランドオープンした阪南ブランド館「匠のippin」の機能を最大限に利用し、参画事業者をはじめとする市内外の小売、卸売、製造業者を新たな参画事業者として登録し、地域ブランド「阪南ブランド十四匠」、美食ブランド「KUU」の更なる拡充を図り、市全体の活性化に繋げていく。また、現在商工会館前の市の敷地を市民が集うコミュニティ広場として整備するよう市行政に働きかけている。整備することで人流が生まれ、「匠のippin」を中心として活性化できる起爆剤となることが期待される。

経営相談事業では、専門家、関係機関と密に連携し、経営指導員の伴走支援を充実させ小規模事業者の課題解決を図り経営安定に向け取り組んでいく。

（３）事業を実施した効果

経営相談事業では、経営指導員による各事業所の抱える課題を年４回発行している商工会報の巡回、配布時に現場の声を直接指導員が聞き取り、具体的に課題を把握することで、的を得た支援に繋げる様、日々研鑽努力を重ねている。特に金融支援（マル経融資）、返済条件緩和支援等を積極的に実施したことで、廃業、倒産リスクを低減できる支援ができた。加えて、補助金などの情報発信が乏しい小規模事業者にとって商工会の専門相談、よろず支援拠点等の相談を最大限に利活用して、高度な課題がスムーズに課題解決に繋げることができた。地域活性化事業では、地域ブランド「阪南ブランド十四匠」マーケティング拠点の阪南ブランド館「匠の i p p i n」の認知度向上を含め、商工会の最大の地域活性化事業「はんなん産業フェア」を中心として、市外に流出している購買力の市内回帰に繋げる各種イベントを実施したことで、市内小規模事業者の売上向上、販路拡大に繋がった。

（４）事業を実施した結果浮かび上がった課題・次年度への取り組み

管内の人口が著しく減少の中、購買力の市外流出が進行している状況にある。これにより市内の小規模事業者の売上確保が困難となり、地域経済循環率の改善が課題となっている。また、後継者不足、廃業の増加など事業承継支援の需要が高まってきている。特に、製造業、建設業においては人材確保が困難となっており、また物価高騰による経営環境の悪化に伴う原材料、エネルギー価格の高騰が続き、企業の収益圧迫が顕著である。昨今、金融支援（マル経）や補助金活用の相談がコロナ禍から増加してきており、資金繰り支援の強化が求められている。加えて、観光資源の発信力の弱さを背景にインバウンドへの対応も不十分な状況である。次年度への取り組みとして、金融支援、補助金活用支援の充実をはじめ、中心市街地の活性化に向けた拠点整備の推進等、マーケティング拠点である「匠の i p p i n」での各種イベント、マルシェ等の開催により人流創出を目指していきたい。

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業

阪南市商工会

I 経営相談支援事業

前年度支援企業数		355 社				
支援メニュー		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
1	事業所カルテ・サービス提案	事業所	350	350	387	110.6%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	20	7	5	25.0%
3	金融支援（紹介型）	支援数	8	6	4	50.0%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	90	85	75	83.3%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	5	3	2	40.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	5	5	0	0.0%
7	記帳支援	事業所	50	50	42	84.0%
8	労務支援	支援数	60	65	32	53.3%
9	人材育成計画作成支援	事業所	0	0	0	-
10	マーケティング力向上支援	事業所	10	5	3	30.0%
11	販路開拓支援	支援数	80	110	89	111.3%
12	事業計画作成支援	支援数	15	5	5	33.3%
13	創業支援	事業所	5	2	2	40.0%
14	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	70	50	17	24.3%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	90	160	243	270.0%
16	財務分析支援	事業所	80	70	90	112.5%
17	5S支援	事業所	60	45	42	70.0%
18	IT化支援	事業所	15	5	0	0.0%
19	債権保全計画作成支援	事業所	0	0	0	-
20	事業承継支援	事業所	5	2	1	20.0%
21	災害時対応支援	事業所	0	0	0	-
22	フォローアップ支援	事業所	54	45	50	92.6%
23	結果報告	事業所	350	350	366	104.6%

件数設定の根拠（今年度の特徴等）

今年度の経営相談事業の件数設定の根拠として、昨年に引き続き阪南ブランド館「匠のippin」の参画事業者（昨年は52事業所）の増強をはじめとする販路開拓支援、金融支援（経営指導型）、コスト削減支援、事業計画支援などを中心に350事業所支援対象とする。また、物価高対策、人材不足などの社会的な課題解決を促進するため、国、大阪府、阪南市等の情報を共有し、伴走型支援を実施し課題解決に積極的に取り組んでいく。

支援のポイント・成果

支援のポイントとして、経営指導員による地域活性化事業との連携による伴走支援を強化したことで、相談件数が増加した。その効果として昨年12月に商業施策として導入された、地域ポイント「はなぽ」の相乗効果、また「匠のippin」の参画事業者への支援の増加などで販路開拓支援が増加した。金融支援においては、コロナ禍以降飲食業などの融資の利用が減少したが、建設業等は物価高騰、材料高騰などで当初の見積もりとの差異が発生したことで運転資金等の利用が増加した。

Ⅱ 専門相談支援事業

事業名		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
24	法務相談	日数	6	6	6	100.0%
25	税務相談	日数	10	10	10	100.0%
26	金融相談	日数	4	4	4	100.0%
27	労務相談	日数	6	6	6	100.0%
28	その他相談	日数	4	4	4	100.0%

支援のポイント・成果

専門相談事業においては、経営指導員等が各事業所において事業主が気づけなかった課題、解決できない課題に対し、伴走的に支援できる体制を執り、解決に繋げる支援事業として実施した。専門家による相談では、法律相談は各月に開催し、会員事業所の身近な法律相談としてトラブル解決に繋がる様開催した。税務相談においては、インボイス制度における「2割特例制度」などの煩雑な制度の相談や、株式の譲渡、金の高騰による売却に対する税金の相談などが増加した。労務相談においては、労使紛争、育児休業給付、定年延長による就業規則の改正等の相談が多くなってきている。

今年度も「地域経済の底上げ装置」として充実させていきたい。

5-2. 地域活性化事業 事業調書（実績）

阪南市商工会

事業名		はんなん知っておき大学事業			事業番号	I	新規/継続	継続		
想定する実施期間		平成25	年度～	年度まで	13	年 目	※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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	本市商業は各駅周辺並びに幹線道路沿いに集積し、各地区に点在し商店街等の形成もなく商業者間のコミュニケーションも疎遠となっている。中心市街地は尾崎駅周辺エリアであるが駅機能だけにとどまっており、商業性は乏しく空き店舗も多く疲弊が見られる。また、関西国際空港に隣接し交通アクセスは良好であるが故に、近隣の大型商業集積地や市外への消費の流出が著しい。宿泊施設、モール、観光施設などのハード面での対応が後手に回っている状況で、産業全体においては優れた企業からの製品・サービス等も多くあるが、商業の発展には繋がっていないのが現状である。また、人口減が顕著になる中、若者流出を防ぐ効果も同時に見出していく必要がある。このような状況を踏まえ、「匠のippin」を、地場産品の販売所に限らず、観光拠点として活用することにより、インバウンドを含めた観光客の誘致に繋げていく。「まちゼミ」、「まちバル」に関しては、従来の手法に加え、1年を通じ、定期的に開催していく。それにより事業所が、従来の固定の時期以外のゼミの参加も可能となり、新規事業所の参加も促していく。季節感のあるゼミを定着化させ、消費者・観光客が、様々なゼミを自分のタイミングで受講出来る体制を図る。企業ニーズ・・・日頃の巡回、窓口相談事業に対する効果測定を行い、「はんなん知っておき大学事業」での情報収集及び事業終了後のアンケート調査の結果、意見交換により事業ニーズを把握する。また、「匠のippin」の参画事業所等を対象に商品・製品のパッケージ、デザイン、新規顧客獲得に役立てるために、マーケティング、デザイン、コンテンツに関するセミナーを開催する。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	小売、・飲食・サービス・製造・建築業等、消費者と直接接点のある業種。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	(1)「まちバル」に関しては、産業フェア(スイーツバル)で15事業所、「匠のippin」2周年イベント時(令和7年9月26日～28日3日間)に10事業所、合計25事業所の参加があった。各事業所においては、自社の商品のPRをはじめ様々な形で事業所の周知を行えた。 (2)「まちゼミ」に関しては本年度年間((令和7年5月～令和8年3月))を通じ36事業所の参加があった。季節感を醸し出したまちゼミが好評であり、令和8年度に関しても同様の形態で開催を行う。 (3)匠のippinツーリズムに関しては令和7年11月2日(日)開催の「第25回はなん産業フェア」で観光協会と連携し実施。 (4)「チャレンジ・アンテナショップ」には2事業者が参加。「匠のippin」を活用し、消費者の方へ自社商品のPR、対面販売により生の声を聞くことで得るものもあった。令和7年9月26日～28日)の「匠のippin」2周年イベントで実施。 (5)「関西万博への出展」に関しては、行政・観光協会と連携し、地元企業4社の万博への出店を促し、インバウンド需要の取り込み・阪南市への誘導を行った。 (6)「はんなん知っておき大学祭」に関しては、3事業所が参加、時期時期は令和7年10月25日(土)の「匠のippin」の定期イベントで開催。子供向けやお年寄り向けのコンテンツを事業所が準備し、地元ならではの繋がりがも生まれた。 (7)「マーケティング、デザインに関するセミナー」は、よろず支援拠点と連携し、講師を迎え「パッケージデザイン」をテーマに令和7年9月17日(水)に開催した。 <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> ①府施策連携 大阪府連携商-17: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と連携 ②広域連携 ③市町村連携 阪南市未来創生部企画課、まちの活力創造課、(一社)阪南市観光協会と連携 ④相談相乗 販路開拓支援等でカルテ化								
事業 全 体 の 実 績 ／ 目 標 達 成 度	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	66.0	総支援企業数(実績)	66.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%	
	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)	代表指標	新規顧客の開拓があった事業所数							
		数値目標	40	事業所	実績数値	66	事業所	目標達成度	165.0%	
	成果の代表事例	「チャレンジ・アンテナショップ」において、ある参加事業所はお客様からの声で「地元の食材」を使った商品開発の声があり、令和8年度においては、コラボし新商品の開発へ向けて動きを出していきたいと意欲を示されていた。								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	550	名	目標値(実績)	582	名	目標達成度	105.8%	
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)	新規創業の事業者が一定数あったが、「チャレンジ・アンテナショップ」への参加が無く、来年度は主旨を理解頂き、積極的な参加を促していきたい。								

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25.0	支援企業数(実績)	25.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	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	新規顧客の開拓があった事業所数						
		数値目標	20 社	実績数値	25 社	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）	550 名	目標値（実績）	582 名	目標達成度	105.8%		
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	36.0	支援企業数(実績)	36.0	支援実績率	100.0%	満足率	88.9%
	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	「まちゼミ」に参加した事業所で新規顧客獲得があった事業所の割合						
		数値目標	60 %	実績数値	100 %	目標達成度	166.7%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	2.0	支援企業数(実績)	2.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	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	「アンテナショップ」「チャレンジショップ」により、創業、新事業展開に意欲を示した事業所の割合						
		数値目標	60 %	実績数値	100 %	目標達成度	166.7%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度④	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	3.0	支援企業数(実績)	3.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	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	はんなん知っておき大学祭に参加した事業所で新規顧客獲得があった事業所の割合						
		数値目標	80 %	実績数値	100 %	目標達成度	125.0%		
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

事業名		第25回はなんなん産業フェア		事業番号		2	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成25年度～	年度まで	13	年目	※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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	本市の地場産業は、かつて和泉瓦、繊維(綿)、石綿等賑わいを醸し出していたが時代と共に変貌を遂げ失われたものも多い。しかし、歴史産業で培われた技術、ノウハウ等「匠の技」として事業所に根付き「ものづくりへの心」として息づいている。現在の事業の形態は小規模であり自社製品は持たず、賃加工、OEM等が主流となってきた。このような事業所に「匠の技」を活かし自社製品の開発を促し、利益確保と同時に市民の認知度を高め、加えて若者への認知を高め、雇用創出に繋げる。本事業は地元商工業の認知度、理解度を高めるため広域連携にて隣接商工会を加え開催する。特に、地元のマーケティング拠点であり地元の直売所としての「匠のippin」の機能を活かしアンテナショップとして本来店舗へ誘導することを目的に実施する。併せて、SDGsの持続可能な17の目標をテーマに掲げアンテナショップの機能の強化を図る。 物産展については、「匠のippin」を拠点としBtoB、BtoCでのコミュニケーションに繋がる事業を開催し、参画事業所を含め市内店舗の発信力・認知度を強化し、出店者の市内への販路の拡大を図り、消費者に対し、自店へと誘導を図ることを目的とする。 出店事業者数も年々拡大し、新規事業所からの参加を募る。今回は、農業・漁業(協同組合)に焦点を当て、新たな出店事業所については日頃の経営相談支援の中で発掘する。 協力体制として、大手民間企業と連携し、広報を始め、集客に繋がるイベントを実施する。以上のように産業を幅広く捉え、オール阪南にて総合力が発揮できる事業を実施し、商工業の振興、発展、産業全体の活性化を目指す。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	阪南市を中心に岬町、泉南市、忠岡町、熊取町の南泉州地域各商工会の全事業所を対象とする。業種の範疇は問わずも、モノづくり、小売・卸売、サービス業を対象とする。						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	「第25回はなんなん産業フェア」 日時：令和7年11月1日(土)・2日(日)10:00～17:00 場所：阪南市商工会館・阪南ブランド館「匠のippin」・阪南市役所周辺・サラダホール ・事業企画実行委員会形式で会議を実施した。(5回) ・地元業者等による物産展・展示会を実施した。(アンテナショップ等)(70社：広域連携含むうち小規模 事業者68社) ・阪南ブランド館「匠のippin」で展示即売会を実施した。 ・「阪南ブランド十四匠」を中心とした地元企業の紹介コーナー・展示コーナーを設置した。 ・出店者説明会・交流会を開催し、出店者間のコミュニケーションを図った。 ・商工会事業の紹介、事業所間交流を実施した。 ・本会内部組織によるワークショップを開催した。 ・大阪府技能士会連合会による若者のものづくり体験型教室、ワークショップを開催した。 ・障がい者雇用に取り組むため、国の動向や国・府の支援制度の周知のためのチラシ等の配布を実施した。 ・若者等の商工業への関心を高めるためのチャレンジショップを実施した。 ・創業者支援のためのチャレンジショップ・創業相談窓口を設置した。 ・福祉関連施設の雇用、就労支援相談窓口を設置した。 ・会場内イベント ①地元PRイベント ②消費者参加型イベント ③SNSを活用し、各方面にPRを実施した ④その他関連イベント						
	<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	大阪府技能士会連合会と連携						
	②広域連携	近隣4商工会との連携(忠岡町、泉南市、熊取町、岬町)						
	③市町村連携	阪南市、阪南市議会、阪南市観光協会等の連携						
	④相談相乗	企業の販路開拓支援等でカルテ化の推進						

事業全体の 実績／目標 達成度	計画に対する 実績（数値）	総支援企業 数(計画)	70.0	総支援企業 数(実績)	70.0	支援 実績率	100.0%	満足率	58.6%	
	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）	代表指標	事業所及び商品をPRできた事業所数							
		数値目標	40	社	実績数値	36	社	目標達成度	90.0%	
	成果の代表事例	阪南ブランド館「匠のippin」の参画事業者がはんなん産業フェアに出店し効率よく店のPRができたことによって日々の「匠のippin」での売上増に繋がった。その成果として本来店舗の知名度向上にも寄与したことで来客数が増加した。また、積極的に参画事業者間で「匠のippin会」を発足し相互のコミュニケーションを図ったことによって参加者の経営意欲の増加の効果をもたらした。								
	その他目標値の実績	目標値 （計画）	3,500	人	目標値 （実績）	3333	人	目標達成度	95.2%	
販路開拓または自社商品・サービスのPRが出来た来店者数										
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） 今年度は初の2日間の開催となった。2日とも急な雨が降り、テントが飛ばされる事態となり撤収する事業所も多かった。次年度は急な天候の変化に対応していけるよう策を講じたい。また、最近はおちこちでイベントが開催されることもあり、イベント慣れが進んでいるように思われたので、独自性を強調し、来場するきっかけとなるような仕掛けをしていきたい。また会場内のマップを充実し、来場者が目当ての店舗へのアクセスのしやすさも含め、会場レイアウトを改善していく。また、若者の来場を促すような体験型のイベントも増やしていきたい。									

事業名		事業承継セミナー			事業番号	3	新規/継続	継続		
想定する実施期間		令和3年度～	年度まで		4年目	※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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小企業者、小規模事業者の事業承継を取り巻く現状は、事業承継に関しての意識が希薄であり、承継問題を後回しにしている事業者が多く見受けられる。また、事業主の子息等の職業選択の自由を尊重する考え方の広がりや、将来性が不明確な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る。本市においても、同様に事業者の高齢化が進み、廃業が増加している。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思われる。そこで、事業承継の重要性について積極的に事業者にも周知を図り、廃業という事態を避けられるようにセミナーを通じて成功事例等を紹介し、「気づき」「意識付け」を植え付け、事業の継続、安定を図るために啓発充実に努め実施する。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	連携する3商工会の管内の事業所（阪南市1,459、泉南市1,943、岬町391） 合計3,793事業所(令和3年経済センサス)を（全業種）を対象とする。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	3商工会（阪南市、泉南市、岬町）にて連携で事業承継が必要とされる事業所を対象としたセミナーを実施した。 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経営支援課、大阪産業局、大阪府事業承継・引継ぎセンターと連携し日程調整等を行い実施した。 ①セミナー開催 ■開催時期としては令和8年1月27日(火) 午後2時から4時（23社） 阪南市10社、泉南市10社、岬町3社（ハンズオン阪南市5社） ②意見交換会の実施 ■事業承継の成功事例の紹介 <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	大阪府連携商一12：事業承継と連携する 事業引き継ぎセンターとの連携							
		②広域連携	阪南市商工会・泉南市商工会・岬町商工会との連携							
		③市町村連携	阪南市・泉南市・岬町 広報での連携							
		④相談相乗	事業承継支援としてカルテ化							
事業全体の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	23.0	総支援企業数(実績)	28.0	支援実績率	121.7%	満足率	100.0%	
	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)	代表指標	事業承継についての理解が深まり事業承継の取り組みに繋がった事業所数							
		数値目標	10 社	実績数値	10.0 社	目標達成度	100.0%			
	成果の代表事例	阪南市内で環境コンサルタント会社を経営している。商工会のイベントにも積極的に参加されているが、年齢的なこともあり体力面での心配事が増えてきた。今後の事を考えると事業承継にも関心を持つようになり、今回のセミナーへの参加を案内した。事業承継の知識は必要だとはわかっていてもどこか消極的になっていたが、セミナーを受けて事業承継の理解を深めながら今後の展開を見据えるきっかけとなり、経営意欲の向上にもつながった。								
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度		
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)	今回のセミナーでは目標以上の参加者があり、多くの事業所が事業承継に関心を寄せていることが分かった。事業主の高齢化と共に現実のものとして捕え、現事業の継続を前提に取引先、現従業員等の継続雇用等を考える必要があることから親族継承・第三者継承に関わらず、今後も細やかな経営相談支援事業の中での対応が重要である。								

【別紙】複数の事業目標を設定している場合は、別紙に事業目標毎の実績／達成度をご記入ください。

実績／達成度①	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	18.0	支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	127.0%	満足率	100.0%
	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	事業承継支援についての理解が深まり、事業承継に対する気づき、意識付けに繋がった事業所の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	127	%	目標達成度	181.4%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	5.0	支援企業数(実績)	5.0	支援実績率	100.0%	満足率	100.0%
	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	人脈の拡大が出来た参加事業所の割合						
		数値目標	70	%	実績数値	100	%	目標達成度	142.9%
	その他目標値の実績	目標値（計画）			目標値（実績）			目標達成度	