

令和7年度（2025年度）

実績報告書

Ⅰ. 申請者の概要

団体名	岬町商工会
代表者職・氏名	会長 楠原 弘之
所在地	〒599-0303 大阪府泉南郡岬町深日746-748
設立年月日	昭和41年05月03日
職員数	5
うち経営指導員数	5
所管地域	大阪府泉南郡岬町
管内事業所数	391（令和3年経済センサスー活動調査による）
うち小規模事業者数	269（令和3年経済センサスー活動調査による）
会員数	267（令和7年3月31日現在）
組織率	68.3%
担当者職・氏名	事務局長 兼 経営指導員 阪本 敏郎
連絡先電話番号	072-492-3311
連絡先メールアドレス	misakis@skyblue.ocn.ne.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これらの開催のあつせんを行うこと。 (5)展示会共催会等を開催し、又はこれらの開催のあつせんを行うこと。 (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	

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

岬町は経済基盤が縮小の一途を辿っていて、令和3年の経済センサスの産業別事業所数は主要産業である卸売・小売、サービス関連業の事業所が減り、事業所数も昭和61年の797社から令和3年には391社と減少が続いている。また、小売店数は平成6年の210事業所から令和3年の96事業所へと大幅に減少した。岬町の人口も昭和55年は22,864人あったが、現在は14,318人と年々減少し続け令和3年4月には過疎指定を受けた。さらに、平成30年の地域の経済循環図の民間消費額をみると、岬町は地域経済循環率が54%しかなく地域外への民間消費の流出は年々多くなっている。しかし、岬町には、大阪府内唯一の自然海岸等の素晴らしい地域資源が存在し、「みさき公園」等の観光資源も存在していたが、「みさき公園」の閉園により地元の関連企業の売上が減った。令和4年9月には岬町が民間企業と事業契約を締結したが諸事情で工事が未着工で閉園状態のままである。今後はその事業者とも連携し岬町の貴重な観光資源である「みさき公園」を有効活用して、岬町内の商工業者の売上増等に繋げていくことが重要課題である。また、地域代表商品のような特産品を1つでも多く創り出すことの支援をすることも商工会としての重要な責務である。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

関西電力の全面撤退・みさき公園の閉園等により岬町の交流人口は激減しているため、新たな産業基盤ならびに観光客を呼び込む方策が必要である。令和4年9月28日より、岬町の重要観光資源である「みさき公園」事業を引き継いだ民間事業者とも連携し、岬町外から多くの観光客を呼び込み、町内でお買い物をしてもらう仕掛けが必要不可欠である。また、町内の有効活用されていない観光資源・地域資源を活用して、新たな観光型産業を創出することも重要である。加えて、後継者の育成や事業承継問題の解消にも力を入れ、廃業する事業者を減らすことも必要である。また、岬町は能勢町・豊能町・千早赤坂村と同様に、大阪府の中で過疎指定を受けている数少ない地域の一つであるため、商工会だけでなく官民と連携しながら「地域の交流人口を増やし、岬町外の顧客を獲得するための仕掛け」を作らなければならない。そのため、「人の流れ」を呼び込み「岬町の交流人口を増やす」事ならびに「岬町外に新規顧客開拓」を求める事業者のために販路開拓支援にも力を入れ、事業者が製品・商品・サービス内容を有効にPRできるように積極的に支援をしていくことが商工会の当面の仕事である。

(3) 事業を実施した効果

「大阪代表商品 in みさきPR事業」の実施により、地域代表商品に追加で2商品が選ばれて岬町の地域代表商品は全部で5商品となった。「おおさか湾もん産業フェア」・「おおさか泉南まるごと商店街事業」では前年より支援対象者が多くなっている。これは、商工会の実施している事業が地域の商工業者に少しずつ受けいけられてきていると感じた。また、「おおさか泉南まるごと商店街事業」では、ブレンドコーヒーを提供している喫茶店が本事業に参加したことにより岬町外からも新規のお客様が来て頂けた。「おおさか湾もん産業フェア事業」では、岬町で人気のベーグル店が行列ができるくらいお客様が並んだのでベーグル店のことを岬町内外の消費者に知ってもらえた。

(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

「大阪代表商品 in みさきPR事業」のアンケート調査票の結果や支援した事業者からの希望もあるため、令和8年度は9月に大阪で開催される「インターナショナルギフトショー大阪」に地域代表商品の4事業者が出展し、食品会社のバイヤー等に積極的に自社の商品をPRする機会をもち岬町の特産品として確立させるために全力で支援する。また、新規取引が成立したが2回目以降の注文がない取引先に対しても同行して「岬町の地域代表商品」の良さを伝えて受注増に繋げていく。そして、「おおさか泉南まるごと商店街事業」では、参加店であることが分かりづらい店舗もあったため、事前PRの強化等の改善を次年度はしていく。「おおさか湾もん産業フェア事業」では、今回は終了時間を1時間延ばしたので賛否両論の意見が出店者から出たので、次年度は会議で協議を重ねて良い方法を考えていく。

岬町商工会

前年度支援企業数		165 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	157	157	152	96.8%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	5	5	29	580.0%
3	金融支援（紹介型）	支援数	5	5	1	20.0%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	10	10	9	90.0%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	2	2	1	50.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	2	2	0	0.0%
7	記帳支援	事業所	24	24	91	379.2%
8	労務支援	支援数	21	21	54	257.1%
9	人材育成計画作成支援	事業所	2	2	0	0.0%
10	マーケティング力向上支援	事業所	2	2	0	0.0%
11	販路開拓支援	支援数	25	25	3	12.0%
12	事業計画作成支援	支援数	3	3	5	166.7%
13	創業支援	事業所	3	3	2	66.7%
14	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	3	3	0	0.0%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	3	3	0	0.0%
16	財務分析支援	事業所	2	2	0	0.0%
17	5S支援	事業所	2	2	0	0.0%
18	IT化支援	事業所	2	2	1	50.0%
19	債権保全計画作成支援	事業所	2	2	0	0.0%
20	事業承継支援	事業所	2	2	0	0.0%
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	40	40	0	0.0%
23	結果報告	事業所	157	157	152	96.8%

各経営指導員が、経営相談全般に対応し、高度な支援については、資格を持つ経営指導員を中心として、各経営指導員が弁護士等の専門家と連携を図りながら課題の解決を図っていく。金融相談ではマル経融資等に関する支援だけでなく、必要に応じて地元金融機関等とも連携を強化し、事業者ニーズに合った課題解決に迅速に対応する。また、創業予定者に対する相談支援も積極的に実施し、岬町で創業者を増やしていく。事業計画・融資等の長年に渡る相談ではベテランと新人の経営指導員がワンチームとして、相談者に対して伴走支援をしていく。

高度かつ専門的な相談については士業による専門家の個別相談につないだ。経営指導員となって日が浅く経験が少ない経営指導員が多いため、経験豊富な経営指導員と共に相談対応し実戦で知識と経験を磨いた結果、事業計画作成支援・マル経融資等の金融相談・創業者に対する創業相談についても対応できるようになってきた。1つの相談に対しても、全員が他の相談にもつながらないかを考えながら経営相談支援事業に取り組みました。創業相談に関しては、岬町の創業支援補助金の内容も説明し、創業後に申請するようにアドバイスした。事業計画については、実現可能となるような支援を心がけました。

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	5	5	6	120.0%
25	税務相談	日数	3	3	3	100.0%
26	金融相談	日数	0	0	0	-
27	労務相談	日数	2	2	1	50.0%
28	その他相談	日数	0	0	0	-

支援のポイント・成果

専門相談については、日頃の相談から経営課題を正確に導き出せるように職員会議等で経験の豊富な経営指導員を中心として話し合いながら的確な対応ができるように全員が協力し、高度かつ専門的な見地からアドバイスできる専門家の個別相談につなぎました。司法書士の法務相談では相続登記の義務化の影響からか、土地や建物に関する相談が多かった。専門相談は同席して専門家に補足説明もするため、経験の浅い経営指導員は知識向上にも役立ちました。専門家につなぐことで、スピーディーに経営課題を解決することも心がけました。

5-2. 地域活性化事業 事業調書（実績）

岬町商工会

事業名		「大阪代表商品」 in みさき P R 事業			事業番号	I	新規/継続	新規		
想定する実施期間		令和7年度～	年度まで		I	年目	※複数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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	地域代表商品に選ばれている岬町内の2社は、地域代表商品に選ばれているにもかかわらず、岬町内外の消費者・事業者の方からの認知度がまだまだ低い状態である。まず、上記2社が地域代表商品に選ばれていることを岬町の消費者および事業者に対してPRし、続いて「その地域代表商品を活用」してくれる岬町内の飲食店・小売店等への販路開拓支援を実施する。岬町内へのPR活動が済んだ後は、岬町外の飲食店・小売店への販路開拓支援も実施し、上記2社および「その地域代表商品を活用」してくれる岬町内外の飲食店・小売店の売上増加を図り、併せて地域の商工業の活性化を図る。 本事業を実施する理由は、地域代表商品に選ばれているのに、岬町内の飲食店メニューに活用されておらず、小売店の店頭にもほとんど並んでいない現状を改善したい。ついては、「岬町の地域代表商品」として、岬町内から大阪府内および国内に効果的に広めていきたいというのが理由である。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域代表商品に選ばれている2社 岬町内の小売業・飲食店 8社								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	①4月 既に地域代表商品に選ばれている2社に個別ミーティングを実施した。 ②4月～5月 岬町の地域代表商品を10社にするために、第3次募集の申請啓発を9社に実施した。 ③4月～6月 9者の内、2社が第3次募集に申請した。 ④6月 地域代表者商品に選ばれている2社(申請中含む)が地域イベントに出店し商品PRをした。 ⑤10月 地域代商品に選ばれている4社(申請中含む)にビジネスマッチングの説明会会を実施した。 ⑥11月～1月 ビジネスマッチングのために、飲食店等に同行訪問し商品説明等を実施した。 ⑦12月 大阪勤業展に3社が出展し、地域代表商品のPRと新規顧客獲得活動を実施した ⑧12月～1月 飲食店等7社に地域代表商品を納品でき、商品販売をスタートした。 ⑨1月～3月 アンケート調査を実施した。 ⑩3月のアンケート調査票の回収時に、次年度に向けての取り組みも確認し事業を終了した。 <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	府施策連携として、経営支援課・経営支援グループと事業内容等について情報交換をおこない、新たに地域代表商品の登録を希望する企業を増やし。また、地域代表商品の認知度向上ならびにそれを活用する企業の認知度も向上させ、地域代表商品に関係する全ての企業の売上も増加させるために事業を実施した。								
	②広域連携									
③市町村連携	市町村連携として、岬町の広報誌等で「岬町の地域代表商品」としてPRしてもらえるように依頼したが、特定の企業を掲載することは難しいと回答された。また、「岬町のふるさと納税」の商品に追加登録された。									
④相談相乗	相談事業相乗効果として、岬町外の新規顧客獲得に向けた、新たな取り組みも支援し、カルテ化に繋がった。									
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)	10.0	総支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	110.0%	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	売上増加につながったと回答した企業の割合							
		数値目標	70	%	実績数値	91	%	目標達成度	130.0%	
	成果の代表事例	第3次募集で追加で認定された2社の地域代表商品が「岬町のふるさと納税」の返礼品に追加された。地域代表商品に認定された3社と、その新規取引先となつた7社(岬町内4社・大阪市内3社)はわずかながらあるが、前年の同時期と比べて売上が上がった。								
	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)	令和8年度は、岬町の地域代表商品の4社に9月に大阪市内で開催される「インターナショナルギフトショー大阪」に出展してもらい、食品関係の会社のバイヤーの目に留まるように全力でサポートする。また、今回取引してもらって2回目の注文がない飲食店等にも同行して再度アプローチし、岬町の地域代表商品を広めていく。								

事業名		おおさか湾もん産業フェア事業		事業番号	2	新規/継続	継続
想定する実施期間		H24 年度～	年度まで	14 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)	<事業の目的> 岬町・阪南市・泉南市・熊取町および忠岡町は、様々な伝統工芸品・特産物・寺社仏閣・史跡等の地域資源・観光資源を有しているが、現状は大部分手つかずのまま放置されている。また、付加価値をつけられず地域資源・観光資源として有効活用しないまま、従来どおりの使用・販売方法を継続している事業者も多く、低価格販売や買い叩きでの売上減少等により、後継者がなかなか育っていないというのが泉南地域の現状である。 上記の5商工会管内には、零細・小規模の農・漁業者及び農・水産加工業者が多く存在しているが、販売方法が従来の漁業協同組合等の組合関係を通じた市場への流通が主となっているため、事業者の希望する販売価格で取引できていないことが多い。これらの事業者に対して、取引条件の良い別の販売先の開拓など販路拡大の機会を設け、連携5商工会地域管内の産業全般の活性化及び「特産品および事業者名」等の知名度向上のため、大阪府内及び府外へ地域独自の資源の存在を発信する。また、農水産事業者と製造業・サービス業・小売業者が交流を深めて連携を図ることにより、個々の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し、さらに、個々の企業にも「諦めずに挑戦し続ける」というチャレンジ精神も与え、地域特産品等販売の拠点づくりの形成に寄与することを目的とする。 <企業のニーズ> 1日の集客数が令和6年度実績で6,500人である本フェアは、消費者等からの認知度が高くなってきており、参加企業の期待度は年々大きくなっている。また、参加企業へのアンケート調査によると、商品・店舗等の効果的なPRを図りたいとのニーズがある一方、売上の増加に重点をおいている参加企業も多い。今後は本フェアの趣旨を伝え、店舗のPRを意識して本フェアに出店するように説明し、新規顧客の来店につなげていくように伝えていく必要がある。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	連携する5商工会管内の事業所（岬町391、阪南市1,459、泉南市1,943、熊取町1,154、忠岡町608）合計5,555社（全業種の個人・法人企業）を対象とする。 また、創業支援、農商工連携、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する。					
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	おおさか湾もん産業フェアの開催を計画し、販売・飲食・展示ブースを設置、各種イベントも同時に計画した。 ◆スケジュール 岬町商工会、阪南市商工会、泉南市商工会、熊取町商工会、忠岡町商工会の5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行った。応募企業の新製品・新サービスのPRを支援するためおおさか湾もん産業フェア開催にかかわる情報発信を実施した。また共同開催をする深日漁港協同組合と令和7年5月から8回にわたり打合せを行った。 <開催までのスケジュール> 5月中旬 深日漁業協同組合との1回目会議 6月初旬 深日漁業協同組合との2回目会議 7月中旬 深日漁業協同組合との3回目会議 / 8月初旬 深日漁業協同組合との4回目会議 9月初旬 深日漁業協同組合との5回目会議 / 10月初旬 深日漁業協同組合との6回目会議 10月中旬 深日漁業協同組合との7回目会議 / 11月初旬 深日漁業協同組合との8回目会議（反省会） ◆開催日時：令和7年10月19日（日）10時00分～15時30分 / ◆開催場所：岬町深日 ふれあい深日漁港 ◆具体的な内容 支援対象企業78社を含めた90の出店者が参加し92ブース（販売、飲食、展示）を設け、沢山の来場者でにぎわった。ブースの数が90を超え、泉南地域最大級のイベントとなりつつある。 ステージイベントはよさこいソーラン美咲をはじめ5組の団体が踊りを披露した。また「抽選会」を実施し、たくさんの来場者を楽しんでもらうことができた。展示ブースでは泉南警察署によるミニパトカー・岬町消防団による消防車・陸上自衛隊による自衛隊車両の展示など、官民一体となった展示が行われ、来場者との交流を深めることができた。 ◆本事業の周知方法等 岬町商工会・阪南市商工会・泉南市商工会・熊取町商工会・忠岡町商工会の5商工会管内の全事業者及び創業予定者に、本事業への参加を周知するため広報による出店者募集の掲載・新聞折込チラシの配布等で、開催周知をおこなったうえで、巡回や商工会の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要請をおこなった。 岬町内の広報（岬だより）と一緒にチラシを各戸配付することで岬町内全世帯へ周知することができた。また、ポスターも町内の各区域の掲示板や施設に掲示し、周知活動をおこなった。また他の商工会でも管轄内の出店者の店舗にポスターの掲載をうながし、周知活動を行ってもらった。 南海本線 みさき公園駅、尾崎駅、和歌山市駅、和歌山大学前駅、泉佐野駅にポスターを掲示し、南海電鉄のフリーペーパーNattsにも掲載し、来場者数の増加につながった。					

		＜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	岬町商工会、阪南市商工会、泉南市商工会、熊取町商工会、忠岡町商工会の5商工会の広域連携で実施した。「おおさか湾もん産業フェアー」開催にかかる課題等について、5商工会の本事業担当の経営指導員間で調整及び連携を図った。						
		③市町村連携	岬町の地域振興及び地域経済の活性化で、所轄の産業観光促進課と密接に意見交換をおこない、会場の準備・撤去作業、イベント開催当日の会場案内等を行ってもらった。また、本事業のイベント内容についての情報交換もおこなった。 岬町役場・施設内にポスターの掲載とチラシの設置してもらった。						
		④相談相乗	出店者に当イベントのHPとSNSのQRコードの載った用紙を配付し、自店舗のSNS（Instagram）から、当イベントの宣伝をするように呼びかけた。また、ポスターを渡し、店舗の見えるところに貼ってもらうように協力をあおいだ。その際、出店者とのコミュニケーションが生まれ、経営や税務の相談につながり、カルテ化につながった						
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)	78.0	支援実績率	111.4%	満足率	86.1%
	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	自社のPRができた、売上増加に繋がった、新規顧客獲得ができた企業の割合						
		数値目標	80	%	実績数値	67.9	%	目標達成度	84.9%
	成果の代表事例	岬町で人気のベーグル店が出店。焼きたてのベーグルを販売したが、すぐに完売した。購入者の行列につられ、当店のことを知らないお客さんもその列に並び、買ってもらうことができ、当店をたくさん知ってもらうことができた。後日、来店者から当イベントで知ったという声が何件もあり、認知度があがったと感じているとのこと。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）	7,000	名	目標値（実績）	7200	名	目標達成度	102.9%
		昨年度とくらべ参加店舗数が66店舗から79店舗と増加、来場者数は昨年度の6,600名から7,200名と増加した。							
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）	令和7年度は参加店舗数が昨年度より増え、たくさんの方に楽しんでもらうことができた。昨年度はキッチンカーの車両の大きさにより、目立つところと目立たない店舗ができ、出店者からのクレームがあったが、今年度は事前に車両の大きさを確認し配置したため、クレームはなかった。 また、今年度は終了時間を14:30→15:30と1時間伸ばしたが、その評価は出店者ごとに賛否あり、完売した店舗と、していない店舗とでは意見が違った。終了の時間を再度検討する必要がある。 また、来場者も7000人を超え、駐車スペースに限界がきており、来場者を確保していく上でボトルネックとなりかねない。今後、他に駐車スペースを確保するなどの対応方法も考える。							

岬町商工会

事業名		おおさか泉南まるごと商店街事業		事業番号	3	新規/継続	継続		
想定する実施期間		H24	年度～	年度まで	14	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)	泉南地域は商店街が少なく、中でも岬町・阪南市・泉南市・熊取町の泉南4地域の商工会管内は特に商店街が少ない。商業集積は大型・中型のスーパーを核に数ヶ所存在するが、ほとんどの商店は地域の中で散在しているため、大型スーパーやコンビニエンスストアに対抗できず集客力に乏しいのが現状である。そこでこれらの問題を打破し、泉南地域（岬町・阪南市・泉南市・熊取町）の物産展に出店できない小規模零細企業を積極的に支援するため、商店街が形成されておらずとも実施可能な「おおさか泉南まるごと商店街」事業を開催し、最終的に商店街がなく店舗が点在している地域の見本となることを目指す。 また、店舗を構えていない製造業、卸売業の商品・製品もPRできるように、レンタルスペース等での出店でも出来るように支援する。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	泉南地域4商工会管内の事業所（岬町391・阪南市1,459・泉南市1,943・熊取町1,154）合計4,947事業所を対象とする。							
	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3回開催した。（令和7年6月と7月に2回） ②7月～8月にかけて4商工会の経営指導員が、まるごと商店めぐりの趣旨を説明し参加店募集を行うために巡回活動を実施し、チラシに掲載する写真の撮り直しの希望があった事業所の写真の撮り直しと、新規参加店で写真撮影の希望があった事業所の写真撮影を行った。 ③「おおさか泉南まるごと商店めぐり」を次のとおり実施した。 実施日時：令和7年12月19日（金）、20日（土）、21日（日） 開催場所：各参加店舗 参加事業者数：岬町64社、阪南市56社、泉南市48社、熊取町37社 合計205社 ④その他 ●各参加店には、チラシの表紙と同じデザインの「参加店証」を設置してもらい「参加店」が一目でわかるように工夫した。また3日間の内、参加の日が一目でわかるように工夫した。 ●昨年度は、出品品目を100円、500円、1,000円、999円以下のお買い得商品で参加してもらっていたが、物価高騰の影響で、金額を固定すると参加が難しいという事業所が多かったため、令和7年度は100円～200円、201円～500円、501円～1,000円、1,001円～2,000円で参加してもらえるように変更した。 ●集客力を高めるため、スタンプラリーを実施した。また、令和7年度もお客様に景品を楽しみにしていただくため、くじ引きで4商工会の内、どこの商工会の景品が当たるかを決めた。 ●PR方法としては、岬町と熊取町は各町の広報折込、阪南市はイベントでの配布、泉南市は新聞折込とポスティングで、少しでも多くの方に見て頂けるようにした。また、各市町による広報・岬町のホームページ・各商工会のホームページ・インスタグラムでもPRを行った。 ●参加店募集時に粘り強く説明した結果、参加店（支援企業数）は令和6年度より12社多い205社となった。また、新規の参加店も増加した。							
	<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・阪南市・泉南市・熊取町の4商工会の担当経営指導員で組織した担当者会議を開催し、開催日・参加店募集に関すること・PR方法ならびに詳細事項を協議しながら広域連携で実施した							
③市町村連携		岬町・阪南市・泉南市・熊取町の4市町と連携をしながら進めていき、4市町には後援ならびに広報・HP等でのPRを実施していただき、地域の商業を盛り上げる事業として更に積極的に商業活性化に取り組んでいただいた。							
④相談相乗		岬町・阪南市・泉南市・熊取町の4商工会の担当経営指導員が、参加店募集のための各店の販路開拓推進ならびに啓発しながら、100円商店街の趣旨から100円商品の作り方から見せ方等まで、メイン商品へとお客様を誘導する方法から新規顧客開拓までを支援した。インスタグラム、フェイスブックを活用している参加店には、「まるごと商店街」に参加していることを発信してもらうように促した。							
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)	193.0	総支援企業数(実績)	205.0	支援実績率	106.2%	満足率	50.2%
	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	店舗のPRができた・売上が増加した・新規顧客を獲得できた・新商品または新サービスの開発した企業の割合						
		数値目標	55	%	実績数値	60.9	%	目標達成度	110.7%
	成果の代表事例	岬町のカフェでは、参加し始めてからずっと、ブレンドホットコーヒーを通常450円の商品を100円で提供してくれているため、お客様から「一番お得感のある店です」と言っていたけたと喜んでいただけた。また、今年度は町外のお客様もたくさん来ていただいたのでPRになったと言っていたけた。							
	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)	令和7年度は、岬町・熊取町のPR方法を町の回覧板（各戸配布）を利用し、阪南市はイベントでの配布、泉南市は新聞折込とポスティングを利用したが、まだお客様に周知されていないという参加店からの声があったため、令和8年度は、参加店証の作成だけでなく、事前に貼れるポスターの作成や、チラシの配布を事前にするなどPR方法を考えていきたい。							