

平成31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 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@hannan-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 (5名) (令和2年4月1日現在)		
③所管地域		阪南市		
④管内事業所数		1,506事業所(地域経済分析システム(RESAS))2016年		
⑤管内小規模事業者数		1,056事業所(地域経済分析システム(RESAS))2016年		
⑥会員数(組織率)		954(63.3%) (令和2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。				

阪南市商工会

(1) 事業の目標

経営相談事業は、金融支援を軸に現状把握から課題抽出を探り積極的に働きかける。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性的・定量的に分析し金融支援に留まらず浮かび上がった課題に複合的に支援し、課題解決に向け伴走的に支援する。地域活性化事業では地域ブランド戦略事業として阪南ブランド十四匠の拡充を図るため新規認証企業の募集、啓発を図りブランディング力の強化を狙う。更に、認証企業等の販路開拓に向けたふるさと納税等の返礼品に係るシステムの構築を本市と連携し確立したが、そのシステムをフルに活かし大阪府、隣接の商工会等と広域連携を執りながら効果的に勧めていく。また、商業活性化事業では情報化の推進を図り店舗の情報発信の強化と地域でのコミュニケーションを図り消費者ニーズの発掘を図り、それに即応すべく事業チャンネルの構築を積極的に実施しいち早く事業者へ発信できる体制を執り情報の受発信の共有に努める。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

相談事業においては、課題解決に向け適確な支援を行い、その支援を実現に向け最終的に金融支援（経営指導型マル経融資）を必要とする場合が多い、また、金融支援から事業者の経営内容全般が把握可能となり、また、そこから財務分析支援、コスト削減支援、5S支援等に繋げて連続的に支援する場合が多い。また、労務支援では働き方改革の推進により相談件数も増加し具体的な事案からコンプライアンスに基づく支援が必要となってきた。そのためマニュアルを作成し適切な支援の実施に努めている。税務面では令和元年10月に実施された消費税率変更に係る記帳指導、補助金相談なども増えてきている。以上の支援から全般域に事業所の課題解決については専門的な知識が必要となり専門相談事業等と連動し実施している。現在、法律相談を年6回定期的に継続し、中小企業診断士による経営相談、司法書士による登記・相続相談、税務相談、労務相談を設置し対応している。また、近隣の商工会等の専門相談事業を相互に利用し即応できる体制を執っている。更に、よろず支援拠点を本会に設置し隣接の商工会の拠点として利用できる体制を整えている。一方、地域活性化事業においては「はんなん知っておき大学事業」を展開し今年度も「まちゼミ」「まちバル」を実施し「まちバル」では「食べ歩きバル」を「尾崎駅元気出そうフェス」「第19回はんなん産業フェア」に合わせ開催し相乗効果を得られるよう実施した。「はんなん産業フェア」においては、令和元年7月7日に台風21号で甚大な被害を受けた尾崎駅復興事業として「尾崎駅元気出そうフェス」を本市並びに南海電鉄（株）等の協力を得て今までにはない市外から多くの集客を得ることが出来、異なったチャンネルにて開催することができた。また11月3日には、昨年引き続き、大阪府営のせんなん里海公園にて「第19回はんなん産業フェア」として物産展、花火大会を開催し、市内外の誘客を図り、本市民の若者への企業紹介等、郷土の魅力を発信し地元企業の結束を得て、地域力を活かし本市の知名度の向上と事業所PRに寄与した。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談支援事業では小規模事業者到手厚く伴走的な支援を中心とするため昨年同様年間計7回の全会員への巡回指導を実施することで、小規模事業者との関係が濃密になり小規模事業者の抱える課題をいち早く把握することができた。地域活性化事業においては昨年度は台風21号で全焼した尾崎駅の復興を祈念して「尾崎駅元気出そうフェス」と「第19回はんなん産業フェア」を実施し、特に今年度で3回目となる11月3日に開催した「はんなん産業フェア」では物産展、花火大会を実施し、本市外からの多くの集客を得、本事業の目的を達成することができた。その結果、本市の知名度をはじめ、参加事業所の認知度と経営意欲の向上に繋がった。

本市の商業環境は、大型店を核として点在型であり特急停車駅である中心市街地の尾崎駅が昨年4月に全面復旧したが、エキナカの店舗も入店者が少なく販売力の向上、中心市街地の活性化には繋がらなかった。この状況を改善するため本市、本市商業会連合会、同商店事業協同組合等、行政と商業団体との連携をもって、商業の活性化に向け、「まちバル」「まちゼミ」等も拡充を図り内容も進化させ充実した事業となるよう経営指導員も事業者と一体となり啓発を図っている。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

経営相談支援事業ではカルテの内容の充実を図るため、指導員間のコミュニケーションを密に指導員の資質向上に努めてきているが、事業所の抱える課題は日増しに高度専門化、複雑化してきている。それに対応するにはするには様々な角度から手段を講じる必要があり一件の課題解決に想定外の時間が必要となるケースが多く長期化する支援に対応するため複数日にわたることが多くなってきている。これらに対応するため支援機関との連携を密にチャンネルを増やす必要がある。よろず支援拠点など連携を深め迅速により的確に対応することが不可欠となってきている。また、地域活性化事業である地域ブランド戦略事業「阪南ブランド十四匠」においても昨年度に引き続き先進地の視察（兵庫県三木市（刃物組合））を実施し他地域の地域ブランドとの交流も図っている。また、認証企業以外の企業間交流、生産現場の視察、情報交換等から事業主の経営意欲の向上を図り企業の成長を促すことに繋がった。更に、ブランディング力の向上を図るため食品部門と機械製造部門に分け各部門活動を重視し、今後の進め方をブランド構築に向け、より実践的に展開する必要がある。特に、販路拡大の観点から本会が本市と連携し実施している、ふるさと納税制度の返礼品のシステムを活用し全国発信することが可能でありブランディング力を活かして活用することが重要であると考え。一方、機械製造部門では賃加工、OEM企業が多く、企業間同士のコラボレーションの誘発を図っているが限界があり、今後の取り組みと会議の運営に若干の課題が残る。その方法として大阪産・大阪製等、自社製品の開発を促し営業活動の啓発にも繋げていきたい。大阪府連携の地域活性化事業である「はんなん産業フェア」では、場所を「せんなん里海公園」において実施したが、従来からの市街地での開催とは違い、地物朝市など物販等の販売業者の参加が少なく飲食業者の出店が目立った。花火大会・花火バル等イベントの魅力を高めたことで市内外からの多数の集客が生まれが物産展の観点から一般小売店の出店が少なくなるけいこうが浮かび上がった。また、7月7日には市役所周辺において尾崎駅の復興イベントとして「ふるさと大使 たむけん」を1日駅長に迎え「尾崎駅元気出そうフェス」を実施したが、セタイイベントとしての様相も加え予想以上の集客があったが一過性のものとしての性格が強かったのが今後の課題である。一方「はんなん知っておき大学」事業においても地域コミュニティ事業として年々広がりが増してきているが、「まちゼミ」では店主のマナー化の傾向が生じアフターフォローも不十分であり本市にふさわしいゼミの在り方を再度考える必要がある。そのために啓発を促す研修会を開催し商業者等の意見集約が必要である。また、まちバルでは「食べ歩きバル」を実施したが、本市には商店街等の形成がなく日頃から商業者間のつながりが希薄でありテーマに沿った統一性が整わなかった。市内全域でのバルの開催まではできなかった。今後、「まちバル」への参加意欲を引き出す仕掛けが課題である。

(5) 来年度への取り組み

来年度の取組みは、経営相談事業では、事業所からいちねん7回の全会員への巡回を活かし課題を抽出できる体制、機会を整え対応する指導員の資質向上を図るため過去の事例の共有を図り課題解決のため、従来からの支援に加えフォローアップ支援等ワンストップにて迅速に対応する。高度、専門的な事案においては「専門相談事業」の専門家、「よろず支援拠点」等を連動し連携しながら小規模事業者の課題解決に向け手厚く伴走的に支援を実施する。

地域活性化事業においては昨年同様、浮かび上がった課題解決に向け地域ブランド「阪南ブランド十四匠」の認証企業の充実を図るため、ブランディング戦略を再構築しB2B機能の強化を図る。商業施策においては従来から実施している「まちゼミ」「まちバル」等の事業を内部組織である商業部会を中心に展開し基本に帰り本市独特の魅力あるゼミに再構築する。はんなん産業フェアでは、昨年度の教訓を活かし最も効果的である中心市街地をメインステージとして実施する。更に、本市の中心市街地の再整備計画と整合性を持たせ効果を高めたい。また、物産展の内容の充実を図るため第1次産業から6次産業まで幅広く本来の産業フェアとして全産業を網羅しオールハンナンにて取り組みたい。

阪南市商工会

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

本会は、金融支援(経営指導型)を軸として課題の抽出する機会が非常に多く今年度も年間139件の小規模事業者経営改善資金(マル経融資)の利用があった。特に令和2年3月期には新型コロナウイルス関連マル経融資の申し込みが13件あり、普通貸付(特別貸付)においても相当数の金融支援(紹介型)の支援があった。

また、全事業所に対して実訪による巡回調査を実施することで事業所の実態や企業内容を把握することができ、他の支援に繋げることが可能となり複合的に支援を実施した。また、各月に発行する「はんなん商工会報」を全会員に直接指導員が巡回することで事業所の確認ができ、会員とのコミュニケーションが生まれ迅速な課題抽出が可能となり、加えて会員の退会予防にも繋がっている。また事業所を訪問する中で、事業所の現状、事業主との信頼関係が生まれ支援もスムーズに実行できる体制が執れる。平成31年度においても、産業競争力強化法に基づき商工会にて昨年度同様に9月に創業塾を実施し創業者の育成に努め、市の創業バウチャー補助金などの申請等の支援も実施した。特に、本会と市が濃密に連携し創業者支援に関する補助金の充実を図っている。また、国の施策として実施している小規模事業持続化補助金制度の利用も推進し、事業計画支援、販路開拓支援等に繋げている。カルテの代表事例として、開拓に繋がり販路開拓支援としてカルテ化した。また、労務支援では、「働き方改革」で時間外労働や有給休暇の確実な取得等の周知を図るため巡回を強化した。

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	345	340	98.6%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	14	11	78.6%	4
金融支援(紹介型)	支援数	10	15	150.0%	5
金融支援(経営指導型)	支援数	128	136	106.3%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	4	4	100.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	2	2	100.0%	5
記帳支援	事業所	40	51	127.5%	5
労務支援	支援数	70	43	61.4%	4
人材育成計画作成支援	事業所	0	0		0
マーケティング力向上支援	事業所	2	0	0.0%	1
販路開拓支援	支援数	110	104	94.5%	5
事業計画作成支援	支援数	11	10	90.9%	5
創業支援	事業所	2	4	200.0%	5
事業継続計画(BCP)作成支援	事業所	60	61	101.7%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	120	157	130.8%	5
財務分析支援	事業所	90	89	98.9%	5
5S支援	事業所	75	90	120.0%	5
IT化支援	事業所	1	0	0.0%	0
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		0
事業承継支援	事業所	15	13	86.7%	5
災害時対応支援	事業所	20	21	105.0%	5
結果報告	事業所	345	339	98.3%	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、昨年度同様に経営支援活動における高度・専門的な相談に対応できる体制を整えた。法律相談は各月に開催し、コンスタントに相談事案があり事業者においては身近な法律相談として重宝している。税務相談においては令和2年10月に消費税率が10%になったことによる軽減税率、レジスター補助金制度や、キャッシュレス決済に係る相談が増加してきている。経営相談(マーケティング)においては阪南ブランド十四匠の認証企業をはじめ、ふるさと納税の返礼品に登録している業者などが新規顧客獲得を求め販路開拓に相談が増加している。労務相談においては働き方改革、36協定、有給休暇、助成金等の相談が多くなってきている。登記・相続相談においては法人なりにおけるメリットなどの相談、相続登記などの相談が専門家の得意先等の紹介もあり市外からの相談者も増加している。今後も経営指導員の資質向上に向け専門家と事業所に同行し、共に事業所の課題解決に向け密に連携し、一層の経営改善を図って行く。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法律相談	継続	相談事業所数	12	7	50.0%	4
経営相談(マーケティング)	継続	相談事業所数	5	3	60.0%	4
登記・相続相談	継続	相談事業所数	9	9	100.0%	5
税務相談	継続	相談事業所数	8	8	100.0%	5
労務相談	継続	相談事業所数	8	7	87.5%	5

阪南市商工会

事業名		はんなん知っておき大学事業（総集編）	
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別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業の目的 <small>（現状や課題をどのような状態にしたいか）</small>	<p>本市域の商業集積は大型店、市内各駅周辺を始め幹線道路沿いに集積し広域に小規模に点在している。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商業会と、その連合体とスタンプシールを発行している阪南市商店事業協同組合があるが会員減少が目立ってきている。また中心市街地（尾崎駅前周辺）は交通アクセスにも恵まれ尾崎駅は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最近では近隣の超大型店に集客を奪われている状況である。その尾崎駅が台風21号の被害に遭い焼失し、いまは仮駅舎にて営業している。現在、尾崎駅は復旧中であり、これを契機として「にぎわい創出事業」を展開し中心市街地の活性化に繋げる必要がある。</p> <p>本事業は6年間継続している「まちゼミ」を実施し、5年目となる「まちバル」は、「食べ歩きバル」として発展させ各個店の情報を共有できる環境をつくり、事業主の経営意欲の向上と個店の個性を創出することで地名度の向上、特に尾崎駅前中心市街地のにぎわい創出のため本市の都市計画（マスタープラン）に基づき活性化できることを目的とする。</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 <small>（業種・事業所数等）</small>	<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・建築業等、消費者と直接接点のある業種</p>	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①「はんなん知っておき大学」「まちカフェ」（商工会館内）を昨年同様小規模事業施策の企画・発信基地として継続して実施した。</p> <p>②「まちゼミ」においては令和2年2月1日～2月28日までの1ヶ月間参加事業所が各自に都合の良い日を設定して実施した。「まちゼミ」に新規参加事業者が10事業所あった。今年度の「まちバル」については7月7日の尾崎駅元気出そうフェス（尾崎駅復興イベント）、第19回はんなん産業フェア（せんなん里海公園で実施）にて「食べ歩きバル」として実施した。</p> <p>③アンテナショップ・チャレンジショップについては第19回はんなん産業フェアの会場（せんなん里海公園）で実施、アンテナショップ2事業所、チャレンジショップ1事業所が実施した。</p> <p>④大阪府施策連携事業として地域連携型商機能強化モデル創出事業と連携し「はんなん知っておき大学事業」の検証としてアンケート調査を実施した。</p> <p>⑤平成31年4月7日に本市の一番の観光資源であり市内外からの集客がある山中溪の「さくら祭り」にて「阪南ブランド十四匠」をはじめとした物産展を実施した。</p> <p>⑥阪南市のふるさと納税の返礼品として阪南ブランド十四匠の製品をはじめ地場産品を登録し市内外にアピールした。</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	大阪府商業サービス産業課商業振興グループと連携し、地域連携型商機能モデル創出事業を参考に事業の検証を実施	
	②広域連携		
	③市町村連携	阪南市と事業発足当初から市まちの活力創造課と連携し、実行委員会に課長はじめ担当者が実行委員として委嘱している。今年度は消費者代表として阪南市連合婦人会会長も委員に委嘱し、不動産賃貸業者にも委員として委嘱した。	
	④相談相乗	販路開拓等でカルテ化	

	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	65	支援実績率	108.3%	満足度	88.29
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)	<p>「まちゼミ」参加事業所数40事業所、受講者総数166名、「食べ歩きバル」（尾崎駅元気出そうフェス）（第19回はんなん産業フェア）における参加事業所22事業所、さらにアンテナショップ2事業所チャレンジショップ1事業所がこの事業に参加した。今年度は、「まちゼミ」実施時期には新型コロナウイルスの感染の影響がすでに少し出ていた状況であったが、それなりに各事業主が創意工夫し、事業を実施していた。また、今年度は積極的に「まちゼミ」事業に参加していただいている事業所（新規参加事業所10事業所）も増加してきており、来年度に向け事業の内容をさらに充実させていきたい。</p>							
	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	40	実績数値	55	目標達成度	137.5%			
成果の代表事例	<p>まちゼミ参加事業所でお店独自でミニコミ誌に掲載し、商工会発行のチラシにも掲載したおかげで21名が集まり5～6名は受講をお断りした。今年は新型コロナウイルスのこともあり少し考えたが期待が大きく実施してよかった。このお店は独自で常に「まちゼミ」を実施し、個として41回実施している。すでに42回目に早くから19名の方が参加予約あるとのことでした。</p>								
	その他目標値の実績	目標値(計画)	450	目標値(実績)	3318	目標達成度	737.3%		
実施結果	<p>「まちゼミ」のテーマについては、違うお客様を呼びのために毎年同じテーマで開催する方が効果的という考えがあるが、本年度もテーマを同じにして実施する事業者もかなりあった。その中には受講者が減り来年度はテーマを再考するという意見が複数あった。そのため次年度では各事業所においてテーマを決定する際に再検討を促して受講者の増加を図りたい。</p> <p>次年度においても「まちゼミ」「まちバル」を内部組織の商業部会を中心に企画から立案も手掛けてもらい自主的に運営できるように考えているが、新型コロナウイルス感染拡大のため5月の「キャッシュレスバル」が中止となり、それに代わり「テイクアウトバル」を実行委員会の商業部会の飲食業者を中心に企画立案し、実施に向け取り組んでいく。</p>								

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	25 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)	本市域は地場産業に和泉瓦、繊維関係、特に石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。しかしながら、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等の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直近の課題である。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」を取り上げ達成感・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した。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った。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、価値は非常に向上した。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た。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した。
支援する対象 (業種・事業所数等)	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70事業所の支援を想定している。
事業の概要 実施時期・具体的な内容及び事業手法	「はんなん産業フェア」 ◎令和元年11月3日(日)はんなん産業フェア実施 ◎今年度より実施場所を阪南市役所周辺、阪南市商工会館からせんなん里海公園に移動し実施。 ◎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 ◎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連携。 ◎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) ◎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。 ◎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・木糸等 ◎第6次産業化の促進のため相談窓口を設置。 ◎福祉関連施設の雇用、就労支援相談窓口を設置。 ◎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 4 花火大会 「尾崎駅元気出そうフェス」 ◎令和元年7月7日(日) ◎市役所周辺及び南海電鉄尾崎駅周辺にて開催。 ◎1月から実行委員会の開催。 ◎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。 ◎阪南市「ふるさと大使 たむけん」による1日駅長及びトークショーの実施 ◎「食べ歩きバル」の実施

	<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、阪南市教育委員会、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)	70	支援企業数(実績)	59	支援実績率	84.3%	満足度	84.92
	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)	今年度は7月7日に「尾崎駅元気出そうフェス」として南海尾崎駅の復興イベントとして実施した。約15,000人の来場者があり、阪南市のふるさと大使「たむけん」を1日駅長として難波駅からラピート号を尾崎駅まで走らせるイベントを実施した。物産展では市役所前の駐車場も利活用し、11事業所（対象外事業を除く）が出店し、盛大に開催した。また11月3日には19回目となる「はんなん産業フェア」を盛大に開催した。約30,000人の来場者があった。秋の物産展には59店舗（対象外事業除く）が出店し観光施設（せんなん里海公園）を会場としたことで、地元の物産や観光資源のPR等ができた。地元物産展をはじめ大阪府技能士連合会の「若者のものづくり体験」、食べ歩きバルの実施、6次化の情報提供、阪南市観光協会との連携による観光PR等により集客を図ることで、事業者の出店意欲を高め事業者自ら情報発信に取り組みんだり、販売促進のために創意工夫を促し、日頃の経営活動の中に活かして経営改善に取り組む等の意識改革につながった。							
		指標	事業所及び商品をPRできた事業所数						
		数値目標	30	実績数値	59	目標達成度	196.7%		
	成果の代表事例	箱作地区の薬局の参加事業所であるが、店独自でも「まちゼミ」を開催している。今回で41回目の「まちゼミ」ということで今回の参加者が21名（新型コロナウイルスの影響もあったが）の参加があり、お客様との毎月の講座が持てるようになり「ロコミ」しやすくなったという効果があった。またこの事業所は大阪のミニコミ紙「FMOH!」にも掲載し独自の事前PRを実施していた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	3,500	目標値(実績)	13,655	目標達成度	390.1%			
	「尾崎駅元気出そうフェス」及び「第19回はんなん産業フェア」に出店した事業所（小規模事業者）のアンケートの内容から来店者数を基礎としている。								
実施結果	令和2年度は「はんなん産業フェア」を昨年11月3日に開催した「せんなん里海公園」から再度市役所周辺、尾崎駅前の中心市街地に移り今以上に効果を高められるよう企画しています。物産展での店舗の配置についても最大限効果の引き出せるレイアウトを検討し内容等も今までと違った観点でとらえていきたい。更に南海電気鉄道の協力により駐車場を開放していただき、周辺の大型商業施設、各団体（漁協等）のイベントも同時開催できるよう勧めていきたいと考えている物産展の内容等も今までと違った観点からとらえていきたい。来場客も市内、市外からの集客を期待し、出店事業者の知名度向上のため積極的にPR、情報発信に取り組む。また、例年通り大阪府技能士連合会との連携において若者をはじめとしたワークショップ等を体験させ地元商工業への興味を促し創業や6次化への取り組みについても推進を図る。ただし、市役所周辺から駅下の地域交流館まで回遊性を求め盛大に開催したいが、道路を挟むことになることで安全性を確保することが課題である。								