

令和4年度（2022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番地の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	職員数 7人（うち経営指導員数 6人） 令和4年1月時点			
③所管地域	阪南市全域			
④管内事業所数	1,506事業所（経済センサス）2016年			
⑤管内小規模事業者数	1,056事業所（経済センサス）2016年			
⑥会員数（組織率）	1,057（70.1%）（令和4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）				
<p>(1) 商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>(4) 商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(8) 行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>(9) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>				

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題**【人口マップ】**

- ・2021年11月末時点の人口は52,350人（泉南市 60,399人、岬町 15,050人）である。
- ・本市においては、2018年3月末時点と比較して、総人口が2.9%減少している。去年と比べても1.5%減少している。また、その人口構成としては15歳未満10.5%、15歳から64歳は56.0%、65歳以上が33.5%、75歳以上16.9%、85歳以上が4.6%となっており年少子高齢化の進展が顕著となっている。
- ・2035年までに、急激な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・確保が緊急の課題となっている。
- ・今後、総人口が減少する中、生産年齢人口や年少人口が減少し、高齢人口は増加するため、小規模事業者にとって事業承継等をはじめ労働者不足等、事業所環境が厳しくなることに加え生産能力の低下、消費の低迷が予測される。

平成28年経済センサスによると

【産業構造マップ】

事業所数は、2014年～2016年では減少しているが、その廃業理由は主に事業主の高齢化であり、本市では今後ますます商工業者数が減少することが予想される。

- ・2016年は1,506事業所（泉佐野市 5,080事業所、泉南市 1,862事業所、岬町 452事業所）となり、2014年と比較して事業所数が約5%減少している。
- ・業種別事業所数としては農業・林業・漁業3事業所、鉱業・採石業・砂利採取業1事業所、建設業156事業所、製造業115事業所、電気ガス・熱供給・水道業1事業所、情報通信業6事業所、運輸業・郵便業19事業所、卸売業・小売業359事業所、金融業・保険業16事業所、不動産業・物品賃貸業100事業所、学術専門・技術サービス業48事業所、宿泊業・飲食サービス業157事業所、生活関連サービス業・娯楽業173事業所、教育・学習支援業67事業所、医療福祉182事業所、複合サービス業8事業所、サービス業（他に分類されない）95事業所となっている。その中で小規模事業者数は1,056事業所となっており、全体の減少に比べ約16%と著しい減少となっている。

- ・男女別従業員数を見ると、男4,751人 女6,340人 合計で11,091人となっている。

また、本市の製造業の労働生産性（企業単位）は、府内38位と府内で低い順位に位置しており、今後市外よりの企業誘致が課題の1つとなっている。

【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。今後、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」、泉南市の「イオンりんくう泉南」が上位となり、阪南市の施設が入っておらず、地域外よりの観光客の集客が弱い状況にある。

・2018年の大阪府の訪日旅行者（インバウンド）は、約1141.6万人（前年度対比2.7%増）と2016年より大幅に上昇しており、訪日外国人のうち来阪外国人旅行者数全体の約40%弱を占めている。それに伴い購買金額も増加していたが、このコロナ禍が長期化する中で訪日旅行者が激減しており、それに伴い購買金額も減少が続いており、本市においてはコロナ前からインバウンドの誘客は少なく影響は最小限におさえられたが、アフターコロナに向けたインバウンドの取り込みが課題である。

【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、労働人口の減少、有効求人倍率〔大阪府1.13倍、全国平均1.15倍、泉佐野管内0.7倍（2021年11月時点）〕となっており、今後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、有効求人倍率は0.7倍となっており新型コロナの影響が続き前々年度同月と比較すると半分近くと低調で求人に至らない事業所が増加している状況にある。

■重点課題

（商業） 商業においては、人口減少による購買力の弱さに伴い販売力が低下し、尾崎駅を中心にした中心市街地は乗降客の減少、空き店舗の増加、後継者難での廃業等に加えインフラ整備の遅れにより、商業環境は悪化してきている。

（工業） 繊維産業、金属製品製造業が順調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。建設業においても新型コロナウイルス感染症拡大で材料調達、人手不足等により受注の遅れ等の課題が山積みとなってきている。

（サービス） 一昨年からの新型コロナウイルスの影響で、関西空港を利用するインバウンド客は激減し非常事態となっている影響で、市内の新規参入のホテル等も開店を待たず閉鎖する等大きな影響を受けている。また飲食業においては、新型コロナウイルス感染症の影響を最も大きく受け、本会独自のアンケート調査では売り上げ激減が顕著に現れてきている。また対策としてテイクアウト等に注力し、SNSを活用した販売力を高めるよう支援している。また小売業においては、事業承継がうまくいかず廃業に追い込まれるなど課題は蓄積している。特に下荘地区では、商業施設・金融機関の撤退をはじめ地元の小売店の減少が続き、商業環境は深刻であり買い物難民問題が浮上してきている。

(2) 所管地域の活性化の方向性

本市の経済循環率は46.9%と近隣の泉南市、泉佐野市に比べ非常に低く、地域外への流出が顕著に現れている。また新型コロナウイルス感染症からの回復を図るため、今後はいかにして市外からの集客を図るかが重要である。また市内の店舗には個性のある店舗、事業所も多くあるが店舗の情報発信をはじめ、店舗の認知度を高める仕掛け作りが重要であり、地域特性を活かして地域力を高めるために、新型コロナウイルス感染症の影響でインバウンド客が減少している中、販路の方向を変え近隣からの観光客をターゲットに絞り、産業観光（浪花酒造、青木松風庵等の工場見学）を中心とした更なる観光開発を図り、地域ブランドである阪南ブランド十四匠のブランディング力を強化することや、新たな「食」のブランドを創出し、ブランディング力の強化を図ると同時に、地域の産業展の開催等を通して露出度を高めていくことで企業の活力を促すことが重要である。また、伝統的な技術・ものづくりの心を継承させながら、事業所間の相乗効果をもたらすためにコラボレーションを誘発できる強い連携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経営基盤が脆弱であるため、経営全般にわたり伴走的に支援（金融支援、労務支援、経営支援等）し、経営指導員と伴に事業所の複合的かつ専門的な課題を解決することが必要である。そのために金融相談、登記・相続相談、労務相談、法律相談などの専門相談を充実させ、事業所が抱える専門的な課題の解決を図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、消費者とのコミュニティを図れる事業を継続的に実施する。特に中心市街地は、空き店舗等が増え流動人口も激減している。一昨年には尾崎駅のエキナカの新規店舗の入居があったが、依然として周辺は空き店舗が目立っている状況である。今後、本市行政を中心に各商業団体等・関係団体・南海電鉄をはじめ、民間事業者と密に連携し中心市街地の活性化に向け様々な事業に取り組んでいく。

また、若者世代の人口減少により、事業の後継者がなく廃業に至る事業所や後継者があってもスムーズに進行しないなどの問題に対応することが必要である。

(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1506事業所（製造業（繊維工業、金属製品製造業他）115事業所、小売業他359事業所、飲食業166事業所、建設業156事業所、福祉・医療182事業所、金融保険業16事業所、不動産業100事業所、教育学習支援業67事業所、生活関連サービス業173事業所、学術専門サービス業48事業所、鉱業、採石業、砂利採取業1事業所、その他123事業所）のうち、小規模事業者数1056事業所すべてを対象とするが、特に経営支援の実績がある事業所約360事業所、創業を目指す5事業所（令和2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62事業所（令和3年度実績）、はんなん知っておき大学事業における商業活性化事業（まちゼミ、まちバル、チャレンジショップ、アンテナショップに参画した延べ65事業所（令和3年度実績））などに対して実施する。また、今後、持続化補助金、ものづくり補助金等各種補助金、助成金並びにBCP（事業継続計画）、CSR策定に意欲的に取り組もうとする事業所への支援も行う。

(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実施し、課題解決に向け支援する。昨年度は新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う経営縮小や時短協力金、一時支援金等の支援策により資金調達についての相談が減少した。今年度においてはコロナ禍からの回復が見込めるため、事業所の課題を定性的かつ定量的に分析し、課題解決に向け、金融（経営指導型）支援としての確かつ細やかで複合的な支援を伴走的に実施する。

地域活性化事業においては、「はんなん産業フェア」を中心市街地を会場として、本市及び漁協、JA、南海電気鉄道（株）、（株）伊藤園等、民間との連携により「オールはんなん」を更に進めて実施し、各事業所の販路開拓支援等、市域全体で活性化につなげる。

「はんなん知っておき大学事業」では、前年度に実施したまちゼミ、まちバル、SNS・キャッシュレスセミナーを進展させて実施し、本市独自のシステムの再考を図り、インスタグラム等のSNSを利用することで最大限に個店の魅力を引き出す。また、キャッシュレスの推進を促すことと合わせて戦略的に個店の個性を引き出し、認知度の向上を図る。また、体験型事業を通して商工業を身近に感じてもらい活性化することを目標とする。

「事業承継関連」では、泉南市、岬町の広域連携事業として実施し、大阪府、大阪産業局の支援のもと、今後廃業を考えている事業者と創業者とのマッチングや親族間等の承継にかかる問題についての気づき、意識付け、問題解決のセミナーとして実施する。

消費者ニーズでは商業施策の調査結果から、その情報を商業者に還元することで個店の活性化に繋げる。

また、事業継続力強化支援計画においては、本会と本市との共同で策定・認定を受けたことで、一層の小規模事業者へのBCP（事業継続計画）策定支援を講じる仕組みを整えて行く。

新型コロナウイルスの影響が続いている中、各種の事業を的確に実施することでより良い回復に導くことが重要である。

(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（実施する事業の総体的な効果等を記載すること）

小規模企業振興基本法に基づいた持続的かつ伴走的な支援を行うには、信用を築くことが最大のポイントとなり、きめ細やかなワンストップ支援が要求される。経営指導員による巡回・窓口相談による支援から事業所の抱える課題を抽出し、課題解決へ向かう体制を確立することが重要である。健全な経営基盤は自立を可能とすることから、自立するための支援体制を最終目標とする。これらの支援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・ドクター的な立場であり、症状に合わせた処方をはかり的確にかつ迅速にすることが要求される。また、経営指導員で支援できない専門的な事案等において、大阪産業局、よろず支援拠点、専門家と連携し、つなぐことで手厚い支援が可能となる。地域活性化事業では商工業の振興から市全体の発展に拡大させ、地域事情に即して地域課題等の解決に向けて取り組んでいく。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衰退化、問題解決力の欠如、事業所間交流、情報受発信能力の弱さからコミュニケーションが図りにくくなり、加えて経営基盤の脆弱から事業の衰退に追い込まれ、地域の賑わいの喪失から産業全体の疲弊へと繋がる。

数年に及ぶコロナ禍からの回復に明るさが見えている状況で、事業所がコロナ禍での経験を活かし健全な経営状況に戻ることが最重要課題となっており、本事業を実施することで事業所の回復を期待する。

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	350 事業所	支援機関等へのつなぎ	20 支援	
金融支援（紹介型）	20 支援	金融支援（経営指導型）	100 支援	
マル経融資等の返済条件緩和支援	6 事業所	資金繰り計画作成支援	10 事業所	
記帳支援	20 事業所	労務支援	45 支援	
人材育成計画作成支援	2 事業所	マーケティング力向上支援	4 事業所	
販路開拓支援	85 支援	事業計画作成支援	15 支援	
創業支援	7 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	80 事業所	
コスト削減計画作成支援	90 事業所	財務分析支援	70 事業所	
5S支援	40 事業所	IT化支援	10 事業所	
債権保全計画作成支援	0 事業所	事業承継支援	5 事業所	
災害時対応支援	0 事業所	フォローアップ支援	85 事業所	
結果報告	350 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	363			
<p>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1056事業所の約1/3に値する約360事業所(令和2年度実績363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金融、販路開拓、労務、創業、IT化、事業継承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。令和2年度は新型コロナウイルス感染症対策にかかる金融支援（経営指導型）が180件に増加し、コロナ禍での運転資金の調達がなされた。令和3年度においては新型コロナウイルス感染症対策として支援金、給付金が給付され金融相談が落ち着いた。コロナ禍の支援として、コスト削減支援、販路開拓支援等が増加している。よろず支援拠点を利用し、事業転換を考える事業所の相談や再構築補助金などの相談が増加している。労務支援では「働き方改革」(有給休暇等の取得、36協定書作成支援等)を受け、小規模事業者が真剣に取り組もうという事業所が多くなってきている。</p> <p>今年度の目標として、事業計画支援を主軸に金融支援（経営指導型）、販路開拓支援、コスト削減支援、労務支援などを実施し、直接利益回復を見込む支援として360事業所を設定する。巡回時に各種資料情報提供を実施し、加えて事業所のニーズや課題の把握等に努める。また自治体、関係支援機関との連携を執り、積極的にコロナ禍からの回復に取り組む事業所を発掘し支援する。そのため、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。</p>				
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）				
<p>経営指導員による定期的な巡回指導として例年通り継続して全会員に7回以上巡回する。その効果として、商工会の利用頻度の少ない事業所が巡回時に相談に応じることで、リアルタイムに情報提供することが可能であり、窓口相談にも繋がる。そのようなことから、課題抽出が可能となり、身近な相談相手として、地域に密着して支援できる体制をとる。また、相談内容は複合的に高度専門化していることを踏まえ、関係機関、専門家等のネットワークを活用し、迅速かつ確かな対応が可能となる体制を確立することが重要である。特に昨年度は各種支援金等の支援で会員数も増加し、高度及び専門的な知見を必要とする課題も多く見られ、専門相談支援事業による繋ぎ支援でスムーズに課題解決が可能となった。今年度も専門家や各種支援機関との連携を密にし、各支援制度を活用しワンストップにて課題解決を図る。</p>				
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（支援日数6日）
金融相談	継続	相談事業所数	6	日本政策金融公庫による融資等について相談支援する（支援日数3日）
経営相談（創業・マーケティング等）	継続	相談事業所数	2	中小企業診断士による創業・マーケティング等について相談支援する（支援日数2日）
登記・相続相談	継続	相談事業所数	8	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（支援日数4日）
税務相談	継続	相談事業所数	10	税理士による相続税、贈与税、法人税、所得税、消費税等について相談支援する（支援日数5日）
労務相談	継続	相談事業所数	8	社会保険労務士による社会保険、労働保険等について相談支援する（支援日数4日）
事業実施のポイント・期待される効果				
<p>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。これらの相談事項に対して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による迅速かつワンストップの支援が求められている。専門相談支援事業での法律相談では、コロナ禍の影響で受注の減少などでの取引上の金銭トラブル等や労働紛争の相談、労務相談では、働き方改革関連法をはじめ労使とのトラブルなどの相談、新型コロナウイルス感染症にかかる雇用調整助成金等の相談、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。税務相談では、インボイス制度の導入による相談、電子帳簿保存法の改正による相談、従来からの所得税、消費税、相続税等の相談も増加している。司法書士による登記・相続相談の窓口も遺言書作成、相続登記、贈与、法人設立、後見人制度等の相談が増えてきている。経営相談（創業・マーケティング等）については、中小企業診断士と経営指導員等との連携により経営分析を実施し創業、販路拡大、事業計画、事業承継等の支援を実施する。昨年度より新たに金融相談を日本政策金融公庫と連携し実施したことで、返済条件の緩和の相談や創業融資の相談が多く見られた。今年度も引き続き新型コロナウイルス感染症に関連する融資制度をはじめ、新創業融資、普通貸付融資相談に対応するため実施する。そのほか建設業の許認可取得等の相談には本会指導員の行政書士が対応する。この様にあらゆる経営課題に対して専門的な立場からよりの確かな助言を行うことにより、今後の課題解決や進むべき方向、対策を明確な結果に繋げていくことによって、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、同時に経営指導員等の資質向上にも期待できる。</p>				

事業 番号	府施策 連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				3,509,750
1	○	はんなん知っておき大学事業	コロナ禍において小規模・中小企業の経営環境が大きく変化している中、新しい生活様式に対応し地域特性を活かした「まちゼミ」「まちバル」を再構築させ、全年齢層に行き渡るよう紙媒体だけでなくSNSを活用した情報発信についての商業施策を継続して実施する。	3,509,750
(2) 広域事業				10,490,625
2	○	はんなん産業フェア	今年度はコロナ禍からのV字回復を狙い、物産展のスペースを拡張するとともに、本来のアンテナショップ機能を発揮し「地元再発見」に繋げる内容とする。また、コロナ禍からの新しい生活様式に合致した各種イベント等を企画し、事業所の活力を全面的に支援できる事業として実施する。	3,670,750
3	○	事業承継セミナー	事業承継についての手法、タイミング等の理解を深めるため、再度基本的手法から成功事例等の紹介や小規模事業者にも事業承継の必要時にスムーズに事業承継が実施できるよう昨年度に引き続きセミナー及びグループ間の意見交換を実施する。	331,600
4	○	商工展示即売会事業	忠岡町商工会の事業調書を参照	300,000
5	○	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を参照	1,188,000
6	○	人材ニーズ対応支援事業	泉南市商工会の事業調書を参照	180,000
7	○	くまとり産業フェア事業	熊取町商工会の事業調書を参照	225,000
8	○	おおさか湾もん産業フェア	岬町商工会の事業調書を参照	826,000
9		おおさか泉南まるごと商店街事業	岬町商工会の事業調書を参照	1,908,000
10		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を参照	272,000
11	○	BCP普及啓発セミナー	泉佐野商工会議所の事業調書を参照	60,600
12	○	BCP策定ワークショップセミナー	貝塚商工会議所の事業調書を参照	262,600
13		大阪勧業展	大阪商工会議所の事業調書を参照	25,250
14		次代を担う若手経営者等の育成支援事業	大阪府商工会連合会の事業調書を参照	189,375
15	○	女性経営者等による地域リーダー養成事業	大阪府商工会連合会の事業調書を参照	106,050
16	○	経営トピックセミナー配信事業	大阪府商工会連合会の事業調書を参照	353,500
17	○	事業計画作成・実施支援事業	大阪府商工会連合会の事業調書を参照	343,400
18	○	就職フェア(合同就職説明会)	泉佐野商工会議所の事業調書を参照	248,500
うち府施策連携事業				11,605,750

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	10 年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	コロナ禍において小規模・中小企業の経営環境が大きく変化している中、新しい生活様式に対応し地域特性を活かした「まちゼミ」「まちバル」を再構築させ、全年齢層に行き渡るよう紙媒体だけでなくSNSを活用した情報発信についての商業施策を継続して実施する。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	<p>本市商業は各駅周辺並びに幹線道路沿に集積し、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取れていないのが現状である。中心市街地は尾崎駅周辺を中心としたエリアであるが、駅機能だけにとどまり商業性は乏しく空き店舗も多く疲弊が見られる。</p> <p>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、同時に周辺での大型商業集積地の併設により市外への消費の流出が著しくなっている。</p> <p>産業全体においては、優れた企業からの製品・サービス等が多くあるが、街の魅力として活かされていないのが現状である。</p> <p>このような状況を踏まえ地域に有する地域資源(地元企業からの産物・伝統文化等)に光をあて、地域の財産として磨き上げ地場産品として確立させていくことが重要であると考え。</p> <p>特に、コロナ禍の中、ポストコロナを見据えたV字回復を狙うための経営戦略の立て直しが必要であり、特に商業部門については新しい生活様式に対応すべく経営方針の見直しが急務である。まず初めに、認知度を高めるための仕掛けとして商業マップを作成し、インターネット、SNS、紙媒体等を利用し全年齢層に発信することが重要である。</p> <p>更に、以前より実施している「まちゼミ」「まちバル」をリンクさせ再構築を図り、更に事業所の魅力を引き出させるよう工夫する。</p> <p>「まちゼミ」は過去の実績を活かし、コロナ禍で事業環境が変化する中、参加者の意向を反映し本市独自の「まちバル」として新たに確立させる。</p> <p>「まちバル」は本来の機能に加え、2025年の大阪・関西万博の開催を視野に入れ「グルメ」の開発等を実施し、加えて食のブランドの構築に繋げ発信していく。</p> <p>また、一般的にキャッシュレス決済の対応が非常に遅れているため大阪府施策連携を執りキャッシュレス決済比率を高めると同時に消費者の利便性を考え使用可能な環境を整える。</p> <p>「まちセリ」は産業フェアで業種を問わず店舗、事業所のこだわり、商品の魅力を消費者に伝えるという仕掛けで、出店者はセリでの商品紹介、個店PRを考える中で、自店の魅力を掘り下げ、再発見することが出来、事業所間のコミュニケーションに繋げる。</p> <p>以上の施策からB2B・B2Cでのコミュニケーションが生まれ事業環境に対応すべく経営意欲の向上が図られる。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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事業者等を対象とする。 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				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	日頃の巡回、窓口相談事業に際して指導員の意見集約を行い、「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、参加事業所間の意見交換により事業ニーズを把握する。 来年度も継続して産業フェアを実施してほしいと参加事業所からの要望が多数あった。				
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>令和3年度においては9月10月の2ヵ月間で「まちゼミ・まちバル」を開催し、60事業者(まちゼミ18事業者、まちバル42事業者)の参加があったが、「まちバル」においてはコロナの影響で緊急事態宣言による営業自粛や時短でほぼ営業することができなかった。しかし、新規参加店舗も増え、店舗や商品のPRを情報発信することができた。</p> <p>今年度も「阪南市プレミアム商品券」「はんなん共通商品券」を市と連携を図り実施した。</p> <p>12月12日開催の「第21回はんなん産業フェア」において「食歩歩きバル」を開催、「阪南市プレミアム商品券」との相乗効果を狙った。</p> <p>セミナーについては大阪府施策連携として「キャッシュレスセミナー」を開催し、大阪産業局と連携し「SNS活用セミナー」を開催した。</p>				
	反省点	<p>「まちゼミ」は消費者に定着してきているが、マンネリ化の傾向があり、ゼミのテーマ設定に工夫を凝らす必要がある。また、ゼミ終了後のフォローアップから顧客への誘導が課題である。店舗間のコミュニケーション等も薄れてきている傾向があり、コミュニケーションからコラボレーションを誘発できるよう事前研修会を開催する。カテゴリー、テーマ設定等を見直し、参加事業所相互にて吟味を重ねていく。また「SNS活用セミナー」で得た知識を活用し、より多くの繋がりから広がりへと情報発信できるように取り組む。</p> <p>「まちバル」については、コロナの影響で急な営業自粛や時短などによる自粛期間中にその対応を考える研修会等も実施すべきであった。</p> <p>昨年コロナ禍の中で「はんなん産業フェア」と同時に実施したが、コロナ禍にもかかわらず飲食業者が多く参加し、購買力も高かった。イベント終了後もチャレンジショップ・アンテナショップなどの自店への誘導を行えるような工夫が必要である。</p> <p>「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工夫が必要である。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B2C、B2Bの交流の場としても有効に利用していきたい。昨年度は地場産品の物産展会場として好評であったがレイアウトを工夫すべきであった。</p>				

	人材育成型	<p>実施方法・・・実行委員会形式とする。実行委員会に、商業部会、青年部、女性部、IT交流会、異業種交流会、南海電気鉄道㈱、商業会連合会、専門家、観光協会などを委員に委嘱し、年3回から5回実施する。</p> <p>(1)「まちバル」の開催 (40社) バルメニューの開発を行うことで「まちバル」ならではの魅力を発信していく。デジタルスタンプラリーも視野に入れ行っていく。お店の自慢の逸品サイトを商業部会、商業会連合会のHPを活用しPRしていく。また観光協会と連携し、グルメ店の発掘も並行して行う。産業フェアにおいて「バルコーナー」を設置し広くPRするとともに、自店への誘導も行えるようなサポートを行う。</p> <p>【実施時期】 令和4年9月～10月を予定。</p>						
	人材交流型	<p>(2)「まちゼミ」の開催 (20社) 「まち」の魅力を再発見して頂ける「お客様」「お店」「地域」を考え、店の人が講師になってプロならではの専門的な知識、情報を無料で教えてもらえる3人～10人の少人数の講座を開き、相互のコミュニケーションを図る。地元の飲食店の料理、魚のさばき方、ものづくりの「匠」等を、YouTube等を活用しオンデマンドでの発信を行っていく。いつでも自由な時に観て頂けるツールを利用し、個店の魅力を発信することで販売促進につなげる。ゼミ開催までに勉強会にてキャッシュレス化の推進、SNS活用の推進を個別にサポートしていく。</p>						
	○ 販路開拓型	<p>【実施期間】 令和4年9月～10月を予定。</p> <p>(3)セミナーの開催 まちバル・まちゼミ対象者を中心に、キャッシュレスセミナー（講師：キャッシュレス事業者）、SNS活用セミナー（講師：SNSクリエイター）の実施。 SNSを活用し、有名店・人気店となるよう育成していく。</p> <p>※今後の新型コロナウイルスの感染拡大状況により、オンラインでの開催も検討する。</p>						
	ハズ'お型	<p>(4)商業マップの作成 紙媒体、Googleマイビジネスを活用したインターネット上での情報発信。Go to トラベル事業、商品券事業とも関連付けていく。</p> <p>(5)産業体験 観光協会が行う「まち歩き」のイベントとコラボレーションすることにより、体験型観光、職場体験を実施し、SNSで情報発信することにより、若年層（キッズ、学生、将来の担い手）の参加を促していく。</p> <p>(6)「まちセリ」の開催 企業デッドストック商品の有効活用、商店のPR。産業フェアにおいて「まちセリ」を開催し、当日出店者及び商品PRしたい事業所の商品をセリ形式で販売する。セリでの掛け合いを楽しみつつ、店のこだわり、商品の魅力をお客さんに伝えることができるという仕掛けを作る。</p>						
	独自提案型	<p>(7)「まちカフェ」設置(5社) 商工会館内にコミュニケーションスペースをとり、B2B・B2Cでの交流が図れるよう実施する。創業者の育成を支援し、チャレンジショップの開催やアンテナショップ等の情報発信や交流の場とする。また地場産品の展示販売も行う。</p>						
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	
	商-9		キャッシュレス化の推進				販路開拓	
		<p>(a)「まちゼミ」「まちバル」参加事業所を中心に各々キャッシュレス化の推進を促進する。 ・キャッシュレス化を図る事業者向けのセミナーの開催(商-9) ・SNSクリエイターによるセミナーの開催(Instagram等の利活用)</p> <p>(c)本市と連携を図り、事業実行委員会として市担当部局の参加。市広報によるイベント周知等を実施する。</p> <p>(d)事業者への参加促進や商業マップ作成における販路開拓等の効率的な支援に繋げる。</p>						
主な事業の目標	総支援対象企業数	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。令和4年度の支援対象事業所を「まちゼミ」20事業所「まちバル」40事業所及びアンテナショップ、チャレンジショップ等5事業所を根拠とする。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	65 社	令和3年度においては定着化した「まちゼミ」、「まちバル」を実施し、「まちバル」については12月に「阪南市プレミアム商品券」と並行し実施したが、コロナ禍の影響において低迷していた飲食店は積極的に店独自の取り組みを実施し乗り切ることができる。また若い世代の経営者が増え、斬新な戦略を考案するなど新型コロナウイルス感染症に打ち勝つ意欲が生まれ、それに伴う事業者間の連携も強まり、販路開拓、店の知名度向上に注力する事業所が増加する見込みである。					
		指標	新規顧客の開拓があった事業所数			数値目標	40社	
その他目標値	目標値の内容⇒							
	450 名	「まちゼミ」「まちバル」等の参加事業所への来店等申込数						

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		
	⇒ 50,500	円 ×	65	社 ×	1.00	=	3,282,500	円	
	50,500	円 ×	450	社 ×	0.01	=	227,250	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
	合計		515	社	(小計)		3,509,750	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							3,509,750	円
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)			
3,509,750		円 ×	1.00	=	3,509,750	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		3,509,750 円						
			円						
			円						
			円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 40 社	市広報、商工会報、商工会HP等によるPR。令和3年度の「まちバル」の開催実績を参考に設定する。
	支援対象企業の変化	「阪南市プレミアム商品券」と並行し「まちバル」を実施することにより、コロナ禍の影響において低迷していた飲食店は、積極的に店独自の取り組みを実施し、乗り切ることができる。また、若い世代の経営者が増え、斬新な戦略を考案するなど新型コロナウイルス感染症に打ち勝つ意欲が生まれ、それに伴う事業者間の連携も強まり、販路開拓、店の知名度向上に注力する事業所が増加する見込みである。	
	指標	新規顧客の開拓があった事業所数	数値目標 40社
	その他目標値	目標値の内容⇒ 450 名	「まちゼミ」「まちバル」等の参加事業所への来店等申込数
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 20 社	市広報、商工会報、商工会HP等によるPR。令和3年度の「まちゼミ」の開催実績を参考に設定する。
	支援対象企業の変化	「まちゼミ」を実施することにより、コロナ禍の影響において低迷していた事業所が、斬新な戦略(ゼミの手法・阪南市独自のゼミ)を考案するなど、それに伴い事業者間の連携も強まってきており、販路開拓、店の知名度向上、新規顧客獲得に向け意欲的に取り組む事業所が増加する見込みである。	
	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%
	その他目標値	目標値の内容⇒	
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 5 社	市広報、商工会報、商工会HP等によるPR。令和3年度の「アンテナショップ」「チャレンジショップ」の開催実績を参考に設定する。
	支援対象企業の変化	「アンテナショップ」に参加する事業所は、新規販路開拓のきっかけが出来る。「チャレンジショップ」に参加する事業所は、創業や新事業展開等に積極的に取り組む事業所が増加する見込みである。	
	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%
	その他目標値	目標値の内容⇒	

事業名		はんなん産業フェア	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	10	年目	←複数年段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	今年度はコロナ禍からのV字回復を狙い、物産展のスペースを拡張するとともに、本来のアンテナショップ機能を発揮し「地元再発見」に繋げる内容とする。また、コロナ禍からの新しい生活様式に合致した各種イベント等を企画し、事業所の活力を全面的に支援できる事業として実施する。				
	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、現在は賃加工、OEM等が主流となってきている。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向上を図り若者の雇用を推進したい。</p> <p>商業面では近隣地域への流出があり、新興住宅地の比率も高く市内店舗(事業所)の利用、認知度も低く衰退してきている。更にコロナ禍の中、売上の減少等から経営基盤が揺るがされている事業所も少なくない。以上の状況を踏まえ、地元事業者の復興回復、販路拡大等から地域コミュニティの再生と地域力の向上を図り、加えて外部からの流入を図るための仕掛けとして観光開発も重要なカテゴリーと考える。</p> <p>今回のはんなん産業フェアは、特に市内消費者に地元の産業をPRすることを目的とし、メインテーマに「地元再発見」を掲げ、コロナ禍の中、ニューノーマルへの対応とアンテナショップ本来の機能を活かした物産展の拡張を図り、開催する。</p> <p>物産展については、コロナ禍で消費活動が停滞している中で、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、消費者に対し阪南市内の商業について周知を促し、自店へと消費者を誘導することを目的とする。本年度は、会場にサラダホール(阪南市立文化センター)を加えることで、昨年度の課題であった出店スペース不足を解消した上で、出店事業者数も拡大し多くの事業所からの参加を募る。新たな出店事業所については日頃の経営相談の中で発掘する。</p> <p>工業においては地域ブランドである「阪南ブランド十四匠」を中心に地元企業の紹介・製品の展示ブースを設置し、来場者に対してのPRを行うとともに、阪南市観光協会と連携し、産業観光としての地元企業を巡るまちあるきを開催することで地元産業についての再発見を促す。その他にもより多くの集客を図るため本市行政を始め、市内関係機関と連携したイベントを多数実施する予定である。</p> <p>更に、大阪府技能士会連合会と連携し「ものづくり教室」を開催することにより、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る。あわせて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通して、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。また、昨年通り既存の金融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の掘り起こしに取り組み、創業に繋げる伴走型の支援を実施する。更に、本会、本市行政、並びに日本政策金融公庫を中心とした市内金融機関との四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フルに活用し、ソーシャルビジネスの普及促進を強化する。福祉関係では、福祉関連施設との連携を図り、広報及び成果物の披露等を実施する。その他、大手民間企業と連携し、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、コロナ禍からの脱却、商工業の振興、発展、産業全体の活性化を目指す。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	阪南市を中心に泉南市、忠岡町、熊取町、岬町の各商工会の南泉州地域の全事業所を対象とする。特に、モノづくり企業、小売・卸、サービス業を対象とする。				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	事業所のニーズは日頃の経営支援、出店者交流会、出店事業所からのアンケート調査から把握する。アンケート調査では主に出店者からの要望・意見の集約として実施し、総合的にまとめニーズを把握する。産業フェア出店者からも継続して開催してほしいとの要望が多かった。				
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>令和3年度においては、阪南市市制30周年記念「来て！見て！食べて！はんなんし」をキャッチフレーズに阪南市商工会館、阪南市役所周辺にて「第21回はんなん産業フェア」として実施した。地元商工業者による大物産展(アンテナショップ)、商工会内部団体によるワークショップを実施した。また、阪南市観光協会と連携し、参加者が地元企業を訪問する「まち歩きツアー」もイベント内で開催した。その他の連携としては南海電気鉄道(株)と伊藤園に本会の事業企画委員会委員として、企画段階から本事業に参加していただいた。南海電気鉄道には南海特急駅でのポスター掲示、及び情報誌「Nuts」にイベント告知においてご協力頂いて実施した。伊藤園には会場内特設ブースにてイベントを開催し、当日の集客に繋がることができた。広報については前述のポスター掲示、記事の掲載以外に、市広報への掲載、チラシの新聞折込、本会及び関係団体HPでの告知を行った。新型コロナウイルス対策としては会場入口にて来場者に対してマスク着用の確認、検温、手指の消毒、ソーシャルディスタンス徹底の周知を行った上で、入場者には検温済シールを提供し、安心して来場いただける体制を整えた。</p> <p>大物産展は62の出店者(製造業、小売、飲食・サービス、各種団体等)があり、商工会館では物産展の一部として「プレミアム物産展」を会場内に設置し、阪南市プレミアム商品券に併せて「阪南ブランド十四匠」を中心とした地場産品を販売して消費者に対しPRすることができた。</p> <p>ワークショップでは大阪府施策連携である大阪府技能士会連合会によるワークショップの他に、商工会の内部団体である商業部会、青年部、女性部、異業種交流会、IT交流会によるワークショップも実施した。</p> <p>新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、ステージイベント等を自粛し、事業所継続支援を優先に物産展中心の開催とした。広報については、広告チラシ、ポスター等を事前から市内主要施設に張ることで周知し、昨年度を大幅に上回る、延べ15,000人の来場があり、これまで以上に多くの来場者に対し阪南市内の商工業についての情報発信を行うことができた。</p>				
	反省点	<p>本来、第1次産業から6次産業まで産業フェアとして産業全体をターゲットとしたいが今回は、特にコロナ禍での規制もあり網羅することが出来なかった。</p> <p>今回は店舗、事業所の復興を図るため物産展を中心として実施し、アンテナショップとしての機能を発揮することが出来たが、事業終了後に本来店舗へどのように誘導するかが課題である。</p> <p>また、イベントの会場スペースも限界があり密が発生した。会場内の各コーナーへの順路等の整備が必要でありまた、周辺地域の混雑から交通面、駐車場等の警備関係にも課題が残る。</p> <p>以上から反省点を活かし、出店事業所、消費者の意見を反映し更に本市行政と連携を強化し実施していき</p>				

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	「第22回はなん産業フェア」 日 時：令和4年11月6日（日） 10：00～15：00 場 所：阪南市商工会館・阪南市役所周辺、サラダホール ・事業実行委員会形式で会議を実施。(年間4回から5回実施)			
	人材交流型	・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)(70社：広域連携分含む) 出店飲食店を対象としたバルコーナーを設置し、プレミアムを付加したバル券を販売し当日の購買意欲を高めることを促す。 ・「阪南ブランド十四匠」を中心とした地元企業の紹介・展示コーナーの設置 ・阪南市内の企業を巡る「まち歩きツアー」の開催(阪南市観光協会との連携) ・阪南市の食ブランド「kuu」の披露 ・阪南市産古代米B級グルメコンテスト(阪南市・和歌山大学と連携した地域インターンシップシッププログラム [LIP]を活用) ・ふるさと納税返礼品の展示 消費者に阪南市の返礼品をPRすると同時に地元企業に返礼品の開発を促す。			
	○ 販路開拓型	・地元産鮮魚及び野菜の朝市の開催(JA大阪泉州・阪南市鮮魚仲買組合・漁業組合との連携) ・阪南市内で養殖された牡蠣を食べる事のできる牡蠣小屋の設置(漁業組合との連携) ・出展者説明会・交流会を開催し、出店者間のコミュニケーションを図る。 ・商工会事業紹介、事業所間交流、阪南ブランド十四匠(古代米プロジェクト) ・出店者、本会内部組織によるワークショップの開催 ・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の実施 ・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 ・創業者支援チャレンジショップ・創業相談窓口の設置 ・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(予定)			
	ハズ ね型	1 地元PRイベント 2 スポーツゴミ拾いバトル 3 消費者参加型イベント 4 ミニ地車(やぐら)の展示 5 阪南市産のお茶を使用したお茶会 6 SNSやwebサービス(動画配信等)を利用した会場外へのリモート発信 7 VR&AR体験コーナー 8 その他関連イベント			
	独自提案型	○ (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			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)		労-5	産業祭・物産展・ものづくり教室	販路開拓	(a)(b) 5市町商工会(阪南市・忠岡町・泉南市・熊取町・岬町)が連携し、また大阪府施策との連携による大阪府技能士会連合会とワークショップを実施する。第1次産業から第6次産業に至るまで本市産業全体を網羅する。「第22回はなん産業フェア」は阪南市商工会、阪南市役所周辺において実施する。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を解決し、次年度に繋げていく。加えて、(C)本市との連携を図り事業実行委員会委員として市担当部局、各内部団体、阪南市商業会連合会、(一社)阪南市観光協会、南海電気鉄道(株)、(株)伊藤園等の民間企業からも実行委員として参画してもらい、広報等、イベント協力などで、企画から事前の作業協力、当日の事業運営についても協力を得る。(d)相談事業相乗効果として販路開拓支援等に繋げる。
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 70 社	本会主体で、泉南(6社)、忠岡(3社)、熊取(3社)、岬町(2社)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。		
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	指標	事業所及び商品をPRできた事業所数	数値目標	40社
	その他目標値	目標値の内容⇒ 3500 名	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：事業所70社を見込み 事業所50名の来客を見込む		

	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
算定基準 (行が足りない場合は、⇒ の行に挿入)	50,500	円 ×	70	社 ×	1.00	=	3,535,000	円	
	50,500	円 ×	3,500	社 ×	0.01	=	1,767,500	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		3,570	社	(小計)		5,302,500	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	5,302,500	円
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)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		330,000 円	負担金の積算		6000×55事業所			
	<input type="radio"/>	(a)府施策連携	<input type="radio"/>	(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	
	標準事業費			補助率			((①市町村等+②受益者負担)		
	3,535,000	円 ×	0.75	=	2,651,250	円	(330,000 円)	
1,767,500	円 ×	1.00	=	1,767,500					
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)			
	<input type="radio"/>	阪南市商工会		3,670,750 円		阪南56社、泉南6社、忠岡3社、熊取3社、岬2社 4,418,750×15%=662,812 4,418,750-662,812=3,755,938 3,755,938÷70=53,656 阪南3,460,250、泉南321,000、熊取 160,000、忠岡160,000、岬107,000端数は幹 事商工会			
		忠岡町商工会		160,000 円					
		泉南市商工会		321,000 円					
		熊取町商工会		160,000 円					
	岬町商工会		107,000 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		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	2	年目	←複数段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	コロナ禍が長期化する中で廃業に至る事業所が増加することが懸念される。廃業を事業承継に繋げることが課題である。そのために事業承継についての手法、タイミング等の理解を深めるため、再度基本的な手法から成功事例等の紹介や小規模事業者にも事業承継の必要時にスムーズに事業承継が実施できるよう昨年度に引き続きセミナー及びグループ間の意見交換を実施する。					
	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歳以上の経営者の約半数、70代は約4割、80代は約3割（小規模事業者においては約70%）が後継者が不在となっており、廃業を視野に入れている現状がある。主な理由としては、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、さらに加えて同じ課題を持つ事業所間のコミュニケーションを図るために実施する。					
	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1,506、泉南市2,128、岬町452）合計4,086事業所を（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、3商工会管内でも同様な現況として表れてきている。後継者がなく廃業を余儀なくされる事業者が少しでも事業承継についての「気づき」「意識付け」ができ、事業承継について理解してもらい、積極的に取り組む事業所を募る。					
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	実施内容等については、セミナー、グループミーティング（令和4年1月25日予定）を開催予定。現在受講者を募集中。 テーマ：中小企業における事業承継の進め方と相談事例(予定) 講師：大阪商工会議所 大阪府事業承継・引継ぎセンター担当者					
	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	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する。 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、大阪商工会議所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する。					
	○ 人材交流型	①セミナー開催 ■開催時期としては令和4年9月から10月を予定（23社） 阪南市5社、泉南市10社、岬町3社（ハンズオン阪南市5社） テーマとしては以下のとおりとする。					
	販路開拓型	②意見交換会の実施（状況次第ではオンライン開催とする。）					
	ハンズオン型	■事業承継の成功事例の紹介 ■事業承継への気づき、意識付け ■事業承継にかかる税制優遇等 ■事業承継が必要な事業者、後継者からの相談対応等					
	独自提案型	③広域連携会議の開催 ■阪南市、泉南市、岬町商工会担当者による連携会議の開催（令和4年7月ごろ予定）					
	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		
	商-10	事業承継の支援事業			事業承継		
	(a)大阪府連携商-10：事業承継と連携 (b)泉南市商工会・岬町商工会と連携 (c)阪南市、泉南市、岬町と連携し、市広報での周知。行政担当職員の参加を得る。 (d)事業承継支援等でカルテ化						

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 23 社	3商工会セミナー参加事業所23社。各商工会によるチラシ配布及び商工会報、市広報、HPにより募集する。グループミーティング5社(阪南市商工会単独)					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	セミナー受講後に、事業承継に関するアンケートや聞き取り等を実施することにより、対象企業の現状や今後の課題等を把握することができる。さらに、後継者の若者がグループミーティングに参加することで、コミュニケーションが形成され、相互に経営への意欲を向上させることができる。						
	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				
その他目標値	目標値の内容⇒							
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				
	⇒ 20,200 円 ×	18 社 ×	1.00 =	363,600 円				
	40,400 円 ×	5 社 ×	1.00 =	202,000 円				
				0 円				
				0 円				
			0 円					
	合計	23 社	(小計)	565,600 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	565,600 円				
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)			
565,600 円	×	1.00 =	565,600 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	331,600 円	363,600×10%=36,360				
		泉南市商工会	180,000 円	363,600-36,360=327,240				
		岬町商工会	54,000 円	327,240÷18=18,000				
			円	18,000×10=180,000(泉南市)				
		円	18,000×3=54,000(岬町) 端数は幹事に阪南市のみ人材育成型の202,000円を加算					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 18 社	3商工会セミナー参加事業所18社。各商工会によるチラシ配布及び商工会報、市広報、HPにより募集する。(阪南5社、泉南10社、岬町3社)			
	支援対象企業の変化	事業承継支援についての理解が深まり、事業承継を進める「気づき」「意識付け」につながる。後継者の若者がグループミーティングを実施することで、繋がりができ相互に経営に対する意欲を向上させることができる。				
	指標	事業承継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%		
その他目標値	目標値の内容⇒					
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 5 社	人材交流型でグループミーティング5社(阪南市商工会単独)：事業承継者を中心に参加を要請し意見交換会等を行う。(アトツギソン参加者を含む)			
	支援対象企業の変化	事業承継についての理解が深まり事業承継に対する気づき、意識付けに繋がり、人脈の拡大が期待できる。				
	指標	人脈の拡大ができた参加事業所の割合	数値目標	80%		
その他目標値	目標値の内容⇒					

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	350	25,000	8,750,000	
支援機関等へのつなぎ	20	10,000	200,000	
金融支援（紹介型）	20	30,000	600,000	
金融支援（経営指導型）	100	40,000	4,000,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	6	20,000	120,000	
資金繰り計画作成支援	10	20,000	200,000	
記帳支援	20	25,000	500,000	
労務支援	45	20,000	900,000	
人材育成計画作成支援	2	20,000	40,000	
マーケティング力向上支援	4	20,000	80,000	
販路開拓支援	85	20,000	1,700,000	
事業計画作成支援	15	50,000	750,000	
創業支援	7	20,000	140,000	
事業継続計画(BCP)等作成支援	80	20,000	1,600,000	
コスト削減計画作成支援	90	20,000	1,800,000	
財務分析支援	70	10,000	700,000	
5S支援	40	10,000	400,000	
IT化支援	10	20,000	200,000	
債権保全計画作成支援	0	10,000	0	
事業承継支援	5	20,000	100,000	
災害時対応支援	0	5,000	0	
フォローアップ支援	85	5,000	425,000	
結果報告	350	10,000	3,500,000	
小 計		-	26,705,000	26,705,000

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	144,000	
金融相談	3	72,000	
経営相談（創業・マーケティング等）	2	48,000	
登記・相続相談	4	96,000	
税務相談	5	120,000	
労務相談	4	96,000	
小 計	24	576,000	

※記帳支援のために税理士を活用する場合は、単価26,000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

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

V 合計		
合 計	補助金額	
		42,591,675