

令和4年度（2022年度） 事業実績報告書

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	TEL（直通）： 072-473-2100 Fax： 072-473-0551 E-mail： info@hannan-sci.jp
①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率）		昭和 39 年 5 月 14 日 7 名（経営指導員 6 名） （令和5年4月1日現在） 阪南市全域 1,506 （平成 28 年度経済センサス） 1,056 （平成 28 年度経済センサス） 1,084 （令和5年4月1日現在） 71.9% ※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載すること
<input type="checkbox"/> 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) 事業の目標

経営相談事業は会報手配り、資料提供の巡回を利用し、事業者の課題をはじめ要望を聞き取り事業所の経営状況等の把握から課題解決に向け支援を実施している。事業所ではコロナ禍からの回復も進まず、加えて昨今の物価高を受け、材料、諸経費等の高騰により資金繰りも未だ回復せず経営内容は厳しい状態が続いている。金融支援ではコロナ対策融資を軸に、コロナ禍からの回復に向けた課題抽出を積極的に実施し、V字回復に向けた支援を実施した。昨年前半までは新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い売上の減少から運転資金の調達等の相談が多く金融支援を中心とした相談が多かったが、未だ、コロナ禍からの回復が見えない事業所が目立つ、加えて物価高等の影響が相まって事業所の経営環境は更に厳しい状態にあり経営状況を定性、定量的の双方から分析し、課題を抽出し解決に向け、的確かつ細やかな支援を伴走的に実施することが急務であると考ええる。

地域活性化事業においては、「はんなん産業フェア」を活性化事業のトリガーとして、本市及び漁協、JA、南海電気鉄道(株)、(株)伊藤園、JTB他、大手民間企業との連携により事業規模拡大と「オールはんなん」を、更に進め実施することで各事業所の販路開拓支援等に努め事業所の活性化で市域全体が活気づいた。

「はんなん知っておき大学事業」では、SDGsをテーマに掲げ各店舗、事業所にSDGsへの理解度を高めると同時に、「まちゼミ」では、テーマ設定を17の目標に定め実施し参加者へのSDGsの理解度も高まった。「まちバル」では今年度、食の新ブランド「KUU」を立ち上げ、「はんなんフード・グルメフェスティバル」を開催し「まちバル」として実施した。セミナーではSNS・キャッシュレスを取り上げ特に今回は2次元バーコードを用い、ペイメント事業者との連携にてポイント還元を実施し一層キャッシュレスに対する取り組みが広がった。情報発信では、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ことが出来た。これらにより戦略的に個店の個性を引き出し、認知度の向上を図ることが出来た。

「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、大阪産業局と連携し、今後、後継者のいない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、個別相談として実施した。

消費者ニーズでは商業施策として、阪南スカイタウン商業施設前に、地元直売所を設置し、定期市の開催と合わせて実証実験として実施し、情報を収集し分析することにより商業者に還元すると同時に個店の活性化に繋げた。

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ことが出来た。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

相談事業では、コロナ禍からの回復に加え物価高騰から経営環境が非常に厳しい中、従来と違った新たな課題が生まれてきている。その課題解決に向け迅速かつ適確に支援する体制が重要でありサービス提案から、その支援を実行するまでの迅速な処理が必要であり、支援体制のDX化も取り入れ伴走的に支援していく必要があると考える。特に、金融支援では事業者の経営内容が把握でき、そこから新たな課題が発見され複合的に財務分析支援、コスト削減支援等に繋げて支援する場合も多い。また、既存の新型コロナウイルスマル経(マル新)も取り扱い期限が延長されたことで、現況の厳しい経営内容が続く中、経営の健全化に向けた支援が必要になる。年度当初は新型コロナ関係に係る国の給付金の事業復活支援金の申請手続き等の支援も延べ200件を超えた。労務支援では働き方改革による36協定や労使間交渉、有給休暇取得にかかる相談、就業規則作成の相談、雇用調整助成金の相談なども増加し画一的な労務支援に関してはマニュアルを作成し適切な支援の実施に努めている。昨今は、内容も複雑化し専門家に繋ぐ案件も増加し、益々、課題も高度複雑化している。税務支援では、消費税の令和5年10月から導入される「インボイス制度」内容の説明、「適格請求書」の作成方法等の説明、加えて、電子帳簿保存法の改正等、それに伴う記帳指導なども重点的に実施した。総体的に事業所の経営内容はコロナ禍、物価高騰の外部要因に強く影響を受け社会全体の回復が望まれる。そのためには個々の事業所の回復が必要となるのは必然である。そのため専門機関、専門家との連携を深め専門家相談を有効に利用し現在抱えている課題解決だけでなく積極的な事業への成長を狙うべく経営戦略が必要となる。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、税理士による税務相談、社会保険労務士による労務相談、(株)日本政策金融公庫と連携し金融相談を設置し対応している。加えて、よろず相談拠点を本会に置き近隣の商工会等の専門相談事業を相互に利用できる体制を整えている。これらの専門家の支援、ネットワークを活かし事業計画の見直し、改革が必要である。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」を定着化することで参画者並びに消費者の拡大、さらには事業規模の拡充を図り実施した。「まちバル」においては、昨年度、初めて開催の

「はんなんフード・グルメフェスティバル」にて「まちバル」を実施し、食の新ブランド「**KUU**」のデビューと合わせて市民の参加に繋げ52店舗の参加があった。更に令和4年8月に「阪南市プレミアム商品券第3弾」を発行し相乗効果を狙った。「まちゼミ」では**SDGs**をテーマに紐づけ令和5年2月1日から2月28日に実施し36店舗の参加があった。「はんなん産業フェア」では、「地元再発見」をテーマに本会会館、市役所周辺にて令和4年11月6日（日）に開催した。昨年に引き続き本市並びに南海電気鉄道（株）、（株）伊藤園、（株）ジェイコムウエスト、**JTB**等の協力に加えて和歌山大学観光学部の学生ゼミも加わり産学官連携事業とし、技能士連合会と連携し市内外の若者の誘客を図り、企業紹介等、郷土の魅力を発信し多くの来場者を得た。今回もコロナ禍の中、感染対策に万全を期し開催した。「阪南市プレミアム商品券第3弾」を利用し「はんなんプレミアム物産展」を商工会館内にて、地元物産展と同時に実施した。

（3）事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

コロナ禍からの回復を狙うトリガー的な役割を持たすことが重要であり、各事業においては事業所の**V**字回復を最優先として考え相談事業・活性化事業ともに実施した。相談事業ではコロナ禍からの経済環境の変化により事業所の有する定性・定量両方から分析が必要であり経営指数だけでなく経営方針の見直し等必要である事業所が多く、資金調達はもとより専門家との連携支援が効果を得ている。地域活性化事業では継続事業に加え新規事業として「食」をテーマとしたブランドの立ち上げ**B2C・D2C**を狙うべく仕掛けの構築等を考えそれぞれの事業をリンクさせ効果を発揮できる様実施した。

（4）事業を実施した結果浮かび上がった課題

経営相談事業では、コロナ禍からの回復が途上であり、原材料等の高騰から経営指標の健全性が取れず、経営戦略からの検討の必要性に迫られている。特に資金調達面では新型コロナウイルス経（マル新）の据え置き期限が到来する中、支払能力が課題であり返済能力の回復は売上増等、利益確保にかかっている。それらを克服するには事業そのものの体質改善を実施する必要がある、複数の専門家を交え伴走的に時間をかけた支援体制が必要である。また、金融支援では事業者の損益・貸借勘定が十分に把握でき、そこから新たな課題が発見され更なる成長に向け複合的に長期にわたる支援体制を執ることが今後の課題である。活性化事業では現在実施している各自事業との整合性を図り、複数の事業への参加を促し従前の事業形態から新たな出発点として捉えられる事業企画が必要である。

（5）次年度の取り組み

令和5年度の事業としては、経営相談事業と地域活性化事業の連携を重要視し、各事業所の新たな経営戦略のツールとして利活用が可能となる事業企画を実施していく。各事業については実行委員会にて企画から運営に至るまで実施し事業者の意思、意見、要望が活かせる事業構築を行い最大限の効果を出せるよう努める。経営相談事業では、巡回、窓口問わず高度複雑化する課題に対して、専門相談の充実はもとより複数の専門家、専門機関との連携が必要になる事案が多く相談体制のワンストップ化を高め伴走支援を強化する。活性化事業ではコロナ禍からの回復を狙い事業所全体の活性化と同時に**2025**年の大阪・関西万博に繋がる事業企画を実施する。

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						
支援のポイント・成果						
<p>経営相談事業は巡回頻度を上げ、コロナ禍、物価高騰の影響を受けている事業者の支援を徹底し、特に金融支援(経営指導型)では年間77件の小規模事業者経営改善資金(マル経・マル新融資)の利用があり金融支援に留まらず経営回復に纏わる複数の支援を実施することができた。商業面では、販路開拓支援として「阪南市プレミアム商品券第3弾」を利用し、売上の増加をベースとして参加店への登録だけでなく各個店でのイベントの奨励、顧客の取り込み等、新規顧客獲得に繋がる支援を実施した。一方、利益確保の一環としてのコスト削減支援では、経費の見直しと同時に生産ラインの効率化、流通コスト等、利益追求に向け支援していくことが必要である。巡回の手段として全会員に対して隔月に発行する「はんなん商工会報」を直接指導員が手配りすることで事業者とのコミュニケーションから信頼に繋り事業所の課題抽出に至っている。その際、事業所を訪問することで、事業所の現場から現状把握が可能になり、スムーズな支援が実行できる体制が執れる。創業者の支援としては、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、修了者においては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。市行政と体制を執り創業者支援に係るバウチャー補助金の充実を図っている。事業計画支援、販路開拓支援等においては小規模事業者への国の補助金として実施している小規模事業持続化補助金制度、再構築補助金、IT補助金の利活用も推進している。紹介支援では国の補助金の「再構築補助金」の申請相談を「よろず支援拠点」に繋ぐ案件が多くあった。</p> <p>カルテの代表事例として、プレミアム商品券発行事業への取組みに際して、それに伴う集客催事等、事業計画支援として実施した。(参加店294事業所) SDGs・ゼロカーボンへの取組みに関しては 阪南ブランド十四匠の認定企業の事業所が取り組んでおり、間伐材を利用し木系から和紙の布が生まれる商品、開発までの経緯をカルテ化し、今後のビジョンの構築や、そこから生じる課題の解決に向け支援することで、マーケティングに繋げる支援を実施した。</p>						
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	365	392	107.4%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	7	6	85.7%	5	
金融支援(紹介型)	支援数	8	6	75.0%	5	
金融支援(経営指導型)	支援数		77		5	
マル経融資等の返済条件緩和と支援	事業所	1	2	200.0%	5	
資金繰り計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	3	
記帳支援	事業所	60	68	113.3%	5	
労務支援	支援数	45	33	73.3%	5	
人材育成計画作成支援	事業所	0	0			
マーケティング力向上支援	事業所	0	0			
販路開拓支援	支援数	120	104	86.7%	5	
事業計画作成支援	支援数	8	6	75.0%	5	
創業支援	事業所	1	1	100.0%	5	
事業継続計画(BCP)作成支援	事業所	25	18	72.0%	5	
コスト削減計画作成支援	事業所	180	220	122.2%	5	
財務分析支援	事業所	60	63	105.0%	5	
5S支援	事業所	35	31	88.6%	5	
IT化支援	事業所	4	2	50.0%	3	
債権保全計画作成支援	事業所	0	0			
事業承継支援	事業所	4	3	75.0%	5	
災害時対応支援	事業所	0	0			
フォローアップ支援	事業所	60	40	66.7%	4	
結果報告	事業所	350	457	130.6%	5	
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>専門相談事業においては、経営相談支援事業における高度・専門的な相談に対応できる体制を整えた実施した。法律相談は隔月に開催し、コロナ禍の中、取引上の諸問題も多く事業者においては身近な法律相談として機能している。税務相談においては令和5年10月から始まるインボイス制度の相談、適格請求書の作成方法などの相談が著しく増加した。経営相談(マーケティング)においては販路支援が多く例えば阪南ブランド十四匠の認証企業が、珈琲焙煎業者が古代米を使用し新商品の開発により新規顧客獲得策を求める販路開拓の相談があった。労務相談においては、雇用調整助成金の相談、コロナ労災認定の相談、パートタイマーの社会保険加入についての相談などが実績としてあった。登記・相続相談においては、インボイス制度の導入による個人から法人への移行のメリットなど、法人成りの等、相続登記、認知症による後見人の相談なども増加している。一方、専門家との同席相談により伴走支援の中で経営指導員の資質向上に繋がっている。</p>						
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	58.3%	4
金融相談	継続	相談事業所数	6	3	50.0%	3
経営相談(創業・マーケティング等)	継続	相談事業所数	2	2	100.0%	5
登記・相続相談	継続	相談事業所数	8	8	100.0%	5
税務相談	継続	相談事業所数	10	9	90.0%	5
労務相談	継続	相談事業所数	8	7	87.5%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>■「はんなん知っておき大学事業」：今年度も、令和5年2月1日から2月28日までの実施し「まちゼミ」36事業所、「まちバル」52事業所（はんなんフードフェスティバルにて実施）。アンテナ、チャレンジショップ5事業所（産業フェア開催時に実施）の参加があった。特に「まちゼミ」に参加している事業所においては、コロナ禍で衰退していた商売をV字回復に導ける様、事業主が自店でイベント等を企画し、販路開拓、顧客拡大に繋げる工夫を凝らしながら実施した事業所が多く見られた。</p> <p>■「第22回はんなん産業フェア」：近隣5商工会との連携のほか、大阪府技能士会連合会との施策連携により、本会館及び阪南市役所周辺を開催場所とし、新型コロナウイルス感染症対策を万全に期し実施した。テントの配置等の工夫をしながら実施した。今回は南海電気鉄道(株)、(株)ジェイコムウエスト等の広報掲示への協力、(株)伊藤園のイベントへの協力、阪南市観光協会との連携による「まち歩きツアー」の実施し、折込チラシに工夫を凝らし集客力を高めた。また今年度のテーマを「地元再発見」として掲げ、食の新ブランド「KUU」の市民への周知を中心に成功裏に終了した。参加事業所においては、個店のPR、アンテナショップとしての新規顧客の獲得ができ自店へのお客様を誘導する手段となり経営意識の向上につながった。</p> <p>■事業承継セミナー：近隣3商工会（阪南市、泉南市、岬町）はじめ大阪産業局と連携により阪南市商工会館で令和5年2月9日セミナーを開催した。目標事業所数23事業所であったが実績として22事業所の参加があった。セミナー後のグループミーティングでは、5社が参加し、事例をもとに産業局担当者も加わり議論を深めた。参加した事業所においては、今後、発生する事業承継に向け、今から準備することによって、スムーズに事業承継が可能となることを確信できた。</p>										
(1) 単独事業										
府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	はんなん知っておき大学事業	65	93	143.1%		参加事業所に新規顧客の開拓があった事業所数	40	75	187.5%	5
(2) 広域事業（幹事事業のみ）										
府施策連携	事業名	総支援企業数		支援実績率	利用者満足率	目標の指標				事業評価
		計画	実績			項目	目標値	実績	達成率	
○	はんなん産業フェア	70	67	95.7%	93.5%	事業所及び商品をPRできた事業所数	40	67	167.5%	5
○	事業承継セミナー	23	27	117.4%	92.6%	事業承継についての理解が深まり、事業承継に	10	27	270.0%	5

※府施策連携事業は、「府施策連携」欄に○をつけてください。各欄の記載は、個別調書の記載と合わせてください。

阪南市商工会

事業名

はんなん知っておき大学事業

想定する実施期間

H25 年度～ 年度まで ※複数年段階的実施事業は別紙にて計画を提出すること

事業の目的
(現状や課題をどのような状態にしたいか)

本市商業集積は南海沿線での尾崎駅、鳥取の荘駅、箱作駅周辺並びに幹線道路沿に集中しているものの商店街の形成もなく組織化されていない。このような状況にあって商業者間のコミュニケーションも程度執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、本来の駅としての機能だけにとどまり商業性は衰退し空き店舗、空き地も多く見られる。交通アクセスは関西国際空港に隣接し良好であるが、その利便性から周辺への流出が目立ってきている。

商工関係においては、優れた技術の有する企業からの製品・サービス等が多くあるが知名度が低く実益にお繋がっていない事業所も多くある

この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地域ブランド化させていくことが重要であると考え。特に、コロナ禍が一応にとどまりV字回復を狙うべく利益確保を成し遂げる経営戦略の見直しが必要である。商業部門については新たなマーケティングの戦略を見据えた経営方針の見直しが急務であると考え。初めに、来店機会の創出を考え店舗、事業所を認知度を高めるため「商業マップ」を作成し、ウェブ、SNS、紙媒体等をから全年齢層に発信することとした。

加えて、以前より実施している「まちゼミ」「まちバル」との連携させ事業所の魅力を引き出させるよう工夫する。

「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。

「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。

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。

「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。

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。

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商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

事業の概要

(1) 「まちバル」の開催
今回の「まちバル」は阪南市の“食”を中心に、生産者から消費者に安心・安全な商品を直接販売する機会を設け、広く認知していただくイベントとして開催した。「パン・スイーツバル」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った。また地域における消費を喚起する「阪南市プレミアム商品券」・「はんなん共通商品券」との相乗効果によって、事業所の売上増加・地域経済の活性化を図ることができた。
【実施時期】 令和4年9月25日(日)「はんなんフード・グルメフェスティバル」開催。

(2) 「まちゼミ」の開催
お店の人が講師となって、プロならではの専門的な知識・情報を無料でお客様にお伝えし、お店の特徴・店主のこだわりや人柄を知ってもらい、お客様とコミュニケーションをとることで信頼関係を築き新規顧客獲得につながるよう開催した。ゼミの内容をYouTube等で発信し、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。今回の「まちゼミ」は“SDGsの17の目標”を意識した内容で開催した。
【実施期間】 令和5年2月1日(水)～2月28日(火)開催。

(3) セミナーの開催
キャッシュレス、SNS活用、SDGsセミナーの実施。SNSを活用し、有名店・人気店となるよう育成していく。
阪南市のポイント還元事業(QRコード決済)と連携し、キャッシュレス化の推進を図った。

実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【実施期間】 キャッシュレス事業者：auPAY、d払い、PayPay キャッシュレスセミナー・個別相談会（参加店向け）は8月29日（月）・30日（火）の「阪南市プレミアム商品券参加店説明会」時に開催した。 キャッシュレスセミナー（消費者向け）は9月25日（日）「はんなんフード・グルメフェスティバル」時に開催した。 キャッシュレスセミナー（参加店向け・消費者向け）は11月6日（日）「はんなん産業フェア」時に開催した。</p> <p>(4) 商業マップの作成 紙媒体、Google化²ジ³社 を活用したインターネット上での情報発信。商品券事業とも関連付けて行った。</p> <p>【実施期間】 令和4年7月～8月 「商品券参加店一覧マップ」と「Googleマップ」作成。 令和5年3月 「はんなん商業マップ紙媒体」作成。</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、職場体験を実施した。 今後も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>【実施期間】 令和4年11月6日（日）産業フェアに開催。</p> <p>(6) 「まちセリ」の開催 商業会連合会と連携し、リユースの取り組みとして、企業デッドストック商品の有効活用、商店のPRを行う。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した。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った。</p> <p>【実施期間】 令和4年11月6日（日）産業フェアに開催。</p> <p>(7) 「まちカフェ」設置 商工会館内にコミュニケーションスペースをとり、BtoB・BtoC等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。また地場製品の展示販売も行った。</p> <p>【実施期間】 令和4年9月15日（木）～令和5年1月13日（金）プレミアム物産展開催。 産業フェアにてチャレンジショップ開催。</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	大阪府商工労働部商業サービス産業課商業振興グループと連携 大阪産業局、よろず支援拠点と連携							
	②広域連携								
	③市町村連携	阪南市まちの活力創造課、阪南市観光協会と連携							
	④相談相乗	販路開拓等でカルテ化							
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)	65.0	総支援企業数(実績)	93.0	支援実績率	143.1%	満足率	87.0%
	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)	<p>今年度も昨年同様新型コロナウイルス感染症対策を万全に期し、令和4年11月6日（日）に阪南市商工会館、市役所周辺にて盛大に開催した。物産展出店事業者もキッチンカーも含め67事業所の出店があり、好天にも恵まれ来場者数も延10,000人程度の来場があった。事業企画実行員会には、民間大手企業である(株)JTB、南海電気鉄道(株)、(株)伊藤園、(株)ジェイコムウエスト等も実行委員に委嘱し事業の拡充を図ると同時に広報等での協力をはじめ全般的な協力を得て開催した。また、昨年2月に立ち上げた食の新ブランド「KUU」の市民への周知活動も同時に実施し、新ブランドのとして意欲的に産業フェア物産展に出店し知名度向上に繋がった。</p>							
	代表指標	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事業所	実績数値	75事業所	目標達成度	187.5%			
成果の代表事例	<p>「まちゼミ」参加事業所において、マスコミに取り上げられたことで、阪南市のみならず市外にも発信できたことで、参加者の増加につながった。加えて予約体制をWEB化へ誘導したことで受付業務が簡素化された。2回開催し24名の参加があった。今後は各種SNSやオンラインを活用した事前告知の強化して行くことで各事業者とも連携できる体制づくりを確立していくことを目標としたい。</p>								

	目標値 (計画)	450	目標値 (実績)	3,981	目標達成度	884.6%
その他目標値の実績	「まちゼミ」「まちバル」等の参加事業所への来店申込数を目標としている。「まちゼミ」142名「まちバル」(はんなんフードフェスティバルにおいてバル実施)3,839名の利用があった。(参加事業所アンケート調査による)					
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)	今年度は新型コロナウイルス感染症もある程度落ち着いたことで、参加事業所も昨年より増加したが、新聞での折込チラシでの広報が主であり、参加者が年々高齢化していることが課題である。次期以降についてはSNS等、デジタルにおける事業の広報及びPRを行い、若年層を取り込み幅広い年齢層の年齢層の消費者に参加いただくことを目標とする。				

【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)	40.0	支援企業数(実績)	52.0	支援実績率	130.0%	満足率	87.5%
	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							
		数値目標	40	実績数値	36	目標達成度	90.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)	450	目標値(実績)	3,981	目標達成度	884.6%		
実績/達成度②	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20.0	支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	115.0%	満足率	
	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							
		数値目標	60%	実績数値		目標達成度	0.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			
実績/達成度③	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	80.0%
	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							
		数値目標	60	実績数値	0	目標達成度	0.0%		
	その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度			

阪南市商工会

事業名

第22回はなん産産業フェア

想定する実施期間

H25 年度～ 年度まで ※複数年度段階的実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)

本市の地場産業は、古くから栄え和泉瓦をはじめ、繊維(綿織物)、石綿等販わいを醸し出していた時代があったが時代と共に変貌を遂げ失われたものも多い。しかし、伝統産業で培われた技術、ノウハウ等「匠の技」として事業所が継承し「ものづくりへの心」として息づいている。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の向上を図り若者の雇用を推進し事業の活性化を促すことが重要であると考え。

商業面では交通アクセスの発展に伴い、近隣地域への流出が起これ商業の活力が弱まっている。また、新興住宅地における人口比率も高く、地元店舗(事業所)の利用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多く地元事業者の復興回復を狙い、販路拡大等から地域コミュニティの再生まで地域力の向上を上げることが重要であり、加えて外部からの流入を図るための観光開発等、魅力を発信することも重要なカテゴリーと考える。

今回ははなん産産業フェアは、市内消費者に地元の商工業を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、コロナ禍が緩む中、地場産品、お店の発見からアンテナショップ本来の機能を活かした物産展の拡充を図り盛大に開催した。

物産展においては、コロナ禍で消費活動が停滞している中、市内店舗への売上上昇を図るため・認知度の向上と、出店者の市内への販路の拡大を図ると同時に自店への誘導を目的とした。本年度は、会場レイアウトを一新させ出店スペース不足を解消すると同時に回遊性を考え実施した。これにより買い物がスムーズになり出展者の売上上昇につながった。また、日頃の経営相談支援業務の中で販路支援として参加を促し出展者数も拡大できた。

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、産業観光としての阪南ブランド十四匠の認証企業を中心に地元企業を巡る「まちあるき」を開催し地元産業についての再発見を促した。事業実施に当たっては、本市行政を始め、市内関係機関、大手民間企業と連携し、イベントを拡充することが出来た。

加えて、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し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、事業承継に繋げた。また、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者の掘り起こしに取り組み、創業に繋げる支援を実施した。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活用し、ソーシャルビジネスの普及促進を強化した。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V字回復、商工業の振興、発展、産業全体の活性化を目指した。

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。

事業の概要

「第22回はなん産産業フェア」

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した。(年間5回実施)

・地元業者等による物産展・展示会の実施した。(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た。

・「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した。

・阪南市内の企業を巡る「まち歩きツアー」の開催した。(阪南市観光協会との連携)

・阪南市の食ブランド「kuu」の披露した。

・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])を活用した。

・ふるさと納税返礼品の展示を実施した。

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した。

・地元産鮮魚及び野菜の朝市の開催した。(JA大阪泉州・阪南市鮮魚仲買組合・漁業組合との連携)

	<p>実施時期・具体的な内容及び事業手法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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した。(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った。 ・商工会事業紹介、事業所間交流を実施した。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の実施した。 ・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、ワークショップの開催した。 ・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・府の支援制度提供(パンフ、チラシの配布等)した。 ・創業者支援チャレンジショップ・創業相談窓口の設置した。 ・第6次産業化の促進のため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 <ol style="list-style-type: none"> 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 阪南市産のお茶を使用したお茶会 5 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した。 6 その他関連イベント 								
<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>										
<p>①府施策連携</p>		<p>大阪府技能士会連合会と連携</p>								
<p>②広域連携</p>		<p>近隣4商工会との連携(忠岡町、泉南市、熊取町、岬町)</p>								
<p>③市町村連携</p>		<p>阪南市、阪南市議会、阪南市観光協会等の連携</p>								
<p>④相談相乗</p>		<p>企業の販路開拓支援等でカルテ化の推進</p>								
<p>事業全体の実績/目標達成度</p>	<p>計画に対する実績(数値)</p>	<p>総支援企業数(計画)</p>	<p>70.0</p>	<p>総支援企業数(実績)</p>	<p>67.0</p>	<p>支援実績率</p>	<p>95.7%</p>	<p>満足率</p>	<p>93.5%</p>	
	<p>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>	<p>今年度も昨年同様新型コロナウイルス感染症対策を万全に期し、令和4年11月6日(日)に阪南市商工会館、市役所周辺にて盛大に開催した。物産展出店事業者もキッチンカーも含め67事業所の出店があり、好天にも恵まれ来場者数も延10,000人程度の来場があった。事業企画実行委員会には、民間大手企業である(株)JTB、南海電気鉄道(株)、(株)伊藤園、(株)ジェイコムウエスト等も実行委員に委嘱し事業の拡充を図ると同時に広報等での協力をはじめ全般的な協力を得て開催した。また、昨年2月に立ち上げた食の新ブランド「KUU」の市民への周知活動も同時に実施し、新ブランドのとして意欲的に産業フェア物産展に出店し知名度向上に繋がった。</p>								
	<p>代表指標</p>	<p>事業所及び商品をPRできた事業所数</p>								
	<p>成果の代表事例</p>	<p>食の新ブランド「KUU」の参画事業者である事業所(創作珈琲WITH)は主に卸売業であるが産業フェアに出展したが、その成果として直接消費者からの注文が多くあり知名度の向上と売上増に繋がった。</p>								
	<p>数値目標</p>	<p>40社</p>	<p>実績数値</p>	<p>67社</p>	<p>目標達成度</p>	<p>155.0%</p>				
<p>その他目標値の実績</p>	<p>目標値(計画)</p>	<p>3,500</p>	<p>目標値(実績)</p>	<p>5,981</p>	<p>目標達成度</p>	<p>170.8%</p>				
<p>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)</p>	<p>令和4年度においても新型コロナウイルス感染症対策を万全に期し実施した。大手民間企業の協力を得て、大阪府下広く広報が可能となり予想を上回る集客を得ることができた。物産展での回遊性を高め、来場者の購買意欲を高めるためステージイベントを抑え買い物を楽しんで頂くことを目標として実施した。</p>									

阪南市商工会

事業名		事業承継セミナー																																						
想定する実施期間		R3 年度～ 年度まで ※複数年度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)	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%）が後継者が定まらず、廃業を迫られている事業所も多くある。理由としては、親族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等の事情があると指摘されている。本市においても事業者の高齢化が進み、事業承継を考える事業所が増え、今後このような現状が進行すると思われる。そこで、事業承継の手法等支援し積極的に事業者に周知を図り、「気づき」「意識付け」を植え付け、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り廃業という事態を避けられるようにセミナー・個別相談、専門機関との連携から成功に繋がる支援を実施していくことが重要である。																																						
	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。																																						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>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。</p> <p>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した。</p> <p>①セミナー開催 ■開催時期としては令和5年2月9日(木) 午後2時から4時（22社） 阪南市9社、泉南市10社、岬町3社（ハンズオン阪南市5社）</p> <p>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。）</p> <p>■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</p> <p>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は新型コロナウイルスのためTELにて情報交換</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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7">大阪府事業承継・引継ぎ支援センターと連携</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">阪南市商工会、泉南市商工会、岬町商工会で連携</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">阪南市、泉南市、岬町</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">事業承継支援としてカルテ化</td> </tr> </table>							①府施策連携	大阪府事業承継・引継ぎ支援センターと連携							②広域連携	阪南市商工会、泉南市商工会、岬町商工会で連携							③市町村連携	阪南市、泉南市、岬町							④相談相乗	事業承継支援としてカルテ化						
	①府施策連携	大阪府事業承継・引継ぎ支援センターと連携																																						
	②広域連携	阪南市商工会、泉南市商工会、岬町商工会で連携																																						
③市町村連携	阪南市、泉南市、岬町																																							
④相談相乗	事業承継支援としてカルテ化																																							
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)	27.0	支援実績率	117.4%	満足率	92.6%																																
事業全体の実績／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)	今年度も昨年同様新型コロナウイルス感染症対策を万全に期し、令和4年11月6日（日）に阪南市商工会館、市役所周辺にて盛大に開催した。物産展出店事業者もキッチンカーも含め67事業所の出店があり、好天にも恵まれ来場者数も延10,000人程度の来場があった。事業企画実行員会には、民間大手企業である(株)JTB、南海電気鉄道(株)、(株)伊藤園、(株)ジェイコムウエスト等も実行委員に委嘱し事業の拡充を図ると同時に広報等での協力をはじめ全般的な協力を得て開催した。また、昨年2月に立ち上げた食の新ブランド「KUU」の市民への周知活動も同時に実施し、新ブランドのとして意欲的に産業フェア物産展に出店し知名度向上に繋がった。																																						
	代表指標	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	10社	実績数値	27社	目標達成度	270.0%																																		
成果の代表事例	建設業及びシロアリ駆除を営んでいる事業所で長男が後継者として勤務し長女が事務として勤務していたが、双方ともに事業承継に繋がらず事業承継についての相談があった。事業所の財務関係は良好であり、事業主も事業継続を希望している。まず、大阪商工会議所の事業承継センターに繋げ、本セミナーに参加したこととして事業承継の理解を深め親族継承に留まらず広く見識を持つことができ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)	5	目標値 (実績)	5	目標達成度	100.0%
		事業承継者を中心に意見交換会としてグループミーティングを人材交流型として実施。					
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。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)	22.0	支援実績率	122.2%	満足率	86.4%
	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)	事業承継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」に繋がり、後継者の若者がグループミーティングを実施したことで、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た。							
		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%	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			
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)	参加事業所においては、事業承継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」に繋がり、人脈の拡大ができた。							
		指標	人脈の拡大ができた参加事業所の割合						
		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			