

令和6年度（2024年度）
事業計画書

I. 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 土生茂一	
		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 6人（うち経営指導員数 5人） 令和6年1月時点			
③所管地域	阪南市全域			
④管内事業所数	1,459事業所（令和3年経済センサス）			
⑤管内小規模事業者数	997事業所（令和3年経済センサス）			
⑥会員数（組織率）	1,079(73.9%)			
	※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】2023年11月末時点の人口は、50,825人(泉南市 58,859人 岬町14,628人)である。当市においては昨年同時点と比較して、総人口が1.4%減少している。今後2050年の推計人口は、人口問題研究所が発表した数値では約30,000人となる推計が出ている。このような急激な人口減少が予想される中で、将来の阪南市の成長を担う人材の育成、確保が喫緊の課題となっている。また小規模事業者にとっては、後継者難、労働者不足が懸念される。

【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。隣接の泉佐野市の「りんくうアウトレットモール」泉南市の「イオンモール」が上位となり市内の施設が上位にはないため、地域外よりの観光客の誘客が弱く今後直売所「匠のippin」に期待を寄せている。

■重点課題

令和5年5月に新型コロナウイルス感染症の法的な位置づけが第5類に移行され経済復興に向けた動きも活発化されているが、本市に於ける小規模事業者は、依然として回復も順調にいかず経営内容は予断を許さない。現況の収益状況では商業・工業等に関わらず設備投資だけでなく既存の設備維持も難しく、機器の劣化による生産・販売能力の低下等に加え後継者不足から事業承継が困難の事業所も多いため、V字回復に向けた施策の実施が重要なポイントとなる。

- ・商業では人口減少による購買力の脆弱さに伴い、販売力が低下し、中心市街地でも、空き店舗の増加、廃業が進み道路等のインフラ整備も遅れ、以前よりも増して商業環境が悪化している。

- ・工業においては、繊維産業等全体的に製造業は衰退しているが、コロナ禍からの脱却により食品製造業等は以前の活況を取り戻している。しかし、依然として人材不足などが課題となっている。

- ・サービス、小売業においては、郊外型の店舗は増加傾向にあるが、中心市街地の商業施設は空き店舗の増加、後継者難での廃業に追い込まれるケースが目立ってきている。特に旧市街地での空き家の増加、店舗の廃業が多く、店舗のない地域も出来てきている。

(2) 所管地域の活性化の方向性

商業面から本市の経済循環率を見ると51.6%と隣接の泉南市が75%、岬町が54%と劣っており、それに伴う地域外への流出が顕著である。今後は、如何にして流出を防ぎ流入を得るかが最大の課題である。そのために本市行政と総合的なシティプロモーションを実施し、本市の購買力の向上が狙う必要がある。その一環として市内店舗の経営の安定を図るため、認知度の向上を図り集客力を高め売上増につなげることが必要である。

そのため、令和5年10月1日に本市のマーケティング拠点として「匠のippin」を設置し、流通の要として稼働している。この機能を拡充させBtoB・BtoCにわたるコミュニティの形成を図ると同時に、モノづくりブランドである「阪南ブランド十四匠」・食のブランドとして「美食ブランドKUU」の二つのブランドの拡充を図り、ブランディング力を強化させることで本市への流入につなげて行く。

経営相談事業ではコロナ禍からのV字回復を狙い専門家、関係機関と連携し、経営指導員の伴走支援を中心として実施し事業所の課題解決を図り経営安定に向け取り組んでいく。

(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

支援対象としては、市内の事業所数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事業所すべてを対象とするが、経営支援の実績がある事業所約350事業所、創業支援した事業所等、積極的に地域活性化事業に参画している事業所、加えて令和5年10月1日にマーケティング拠点として開設した直売所「匠のippin」の参画事業者43事業所等を注力し支援対象とする。加えて、全事業所を対象として持続化補助金、再構築補助金各種補助金、助成金並びにBCP策定、CSR策定に取り組もうとする事業所を支援する。

(4) 事業の目標

経営相談事業は、金融支援、販路開拓支援等を基軸に小規模事業者の現状の把握と、課題を抽出し、コロナ禍からのV字回復を狙い多様化する課題の解決に向け真剣に取り組み伴走的に支援を実施する。

地域活性化事業では、「はんなん産業フェア」を阪南ブランド館「匠のippin」を中心に展開し、本市並びに民間企業の活力をお借りし、南海電気鉄道(株)、(株)伊藤園、(株)JTB、JCOMりんくう局、関西エアポート、KIX泉州ビューロー等との連携により本市最大の活性化事業として取り組む。また、来年の大阪・関西万博では共創チャレンジとして本市と参加し、その気運醸成に取り組んでいく。「はんなん知っておき大学事業」では、「まちゼミ」「まちバル」「まちセリ」をより一層充実させ、本来店舗の活性化に取り組んでいく。加えて商業調査事業として消費者の動向調査等を実施し事業者支援の一助とする。事業承継関連では、泉南市、岬町との広域連携事業として、大阪府、大阪産業局との施策連携のもと、事業承継の促進に努める。

(5) 事業の実施により期待される効果

経営相談事業では経営指導員による巡回を持続的かつ伴走的に実施することで、小規模事業者の課題を抽出することに加え、地域活性化事業参画時の支援等により、現況把握から事業者が気づいていない課題の発見に繋げ、早期の課題解決に繋がることを目指す。専門的な事案等においては、よらず支援拠点、専門相談の専門家と連携し、指導員を含め伴走的な支援が可能となっている。今後高度専門化・複合化する課題の解決にあたり、幅広い支援体制を持つことで早期解決が期待できる。

地域活性化事業では、コロナ禍からのV字回復を狙うため阪南ブランド館「匠のippin」を活かし、マーケティングや商品開発の拠点として、市域全体の商工業の振興発展に向け、地域事情を踏まえた活性化策を実施することで、小規模事業者の経営基盤が強化されることを目指す。

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	355 事業所	支援機関等へのつなぎ		20 支援	
金融支援（紹介型）	10 支援	金融支援（経営指導型）		90 支援	
マル経融資等の返済条件緩和支援	5 事業所	資金繰り計画作成支援		3 事業所	
記帳支援	40 事業所	労務支援		60 支援	
人材育成計画作成支援	0 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	80 支援	事業計画作成支援		15 支援	
創業支援	5 事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援		75 事業所	
コスト削減計画作成支援	90 事業所	財務分析支援		90 事業所	
5S支援	55 事業所	IT化支援		15 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		60 事業所	
結果報告	355 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	392				
<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(以前の統計)の約1/3以上に値する約392事業所(令和4年度実績)に対し、持続的発展に向けた事業者支援の体制を執り、現状課題把握から上記支援メニューに従い事業計画の策定を中心として事業者と共に伴走型の支援を行い、カルテ化に繋げる。令和5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）の新型コロナマル経は半減しているが、通常の小規模事業経営改善資金に係る融資相談が以前と変わらず増加傾向にあった。特に飲食業の経営状況がコロナ前に戻らず苦戦している状況の中、マル経融資等の利用が若干増加した。令和6年度は持続化補助金・事業再構築補助金等の補助金の活用が有効であることもあり、新事業展開も視野に入れ、フルに支援メニューを活かす。本会では、よろず支援拠点を活用し補助金申請へ繋がる支援、創業による支援の実施等に伴い利用者も増加してきている。労務支援では「働き方改革」(最低賃金、有給休暇等の取得、36協定書作成支援等)、2024年問題等を受け、労働者の確保を考え労使間の問題に真摯に取り組もうという事業所が多くなってきている。</p> <p>今年度はV字回復を促進するため、10月1日にオープンした阪南ブランド館「匠のippin」の参画事業者の増強をはじめとする販路支援を軸に、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、BCP作成支援（南海トラフ地震等への備え）などに注力し、コロナ禍で打撃を受けた事業所として350事業所を支援対象に設定する。窓口、巡回等、相談時には各種資料などの情報提供と同時に、事業所のニーズや課題の深堀に努める。加えて、自治体、関係支援機関との連携を執り、積極的にコロナ禍前よりも強固なインフラを築けるよう支援する。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、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。</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事業所に出向き、現況把握に努める。その効果として、商工会での窓口等相談の頻度の少ない事業所が巡回時に指導員に相談することで、相談機会が増え、同時にリアルタイムの情報提供や課題抽出が可能となり、加えて窓口相談にも繋がる。このように、事業者とのコミュニティを重視することで、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ことができる。</p> <p>一方、相談内容は年々、複合的かつ高度専門化してきており、専門相談支援事業による支援につなぐ事案も多くなったが、スムーズかつ的確に課題解決が進む体制を執っている。税務面ではインボイス制度、電子帳簿保存法改正等に伴い相談が増加しているため、増々、専門家や各種支援機関との連携が必要となり、上記支援制度をフルに活用し、ワンストップにて課題解決を図ることが求められる。昨年度は、各種補助金等(持続化補助金等)、創業の相談で、よろず支援拠点へつなぐ事案が非常に多くなるなど、高度専門的な知見を必要とする課題にも対応できる体制が整っている。</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	支援日数
法務相談	継続	相談事業所数	8	事業活動に伴う法律に関連した課題の解決	6
税務相談	継続	相談事業所数	10	事業活動に伴う税務に関連した課題の解決	6
金融相談	継続	相談事業所数	5	事業活動に伴う金融に関連した課題の解決	4
労務相談	継続	相談事業所数	10	事業活動に伴う労務に関連した課題の解決	6
その他相談	継続	相談事業所数	6	事業活動に伴う登記・相続に関連した課題の解決	4
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>コロナ禍からのV字回復を狙うべく小規模事業者の経営課題は多岐にわたり、その内容も専門化し相談内容は複雑化している。これらの課題解決に向き合うには、経営指導員等と専門家並びに関係機関との連携による迅速な支援が求められている。そこで専門相談支援事業・よろず相談拠点事業での対応が有効的である。コロナ禍後の創業相談等の増加により金融相談の回数を増やし金融支援の強化を図る。法律相談では、取引上の債務等のトラブル相談、労使間の相談、破産手続き等の相談、労務相談では、2024年問題の相談、労使間での働き方改革、36協定書等正勤告の対処の相談などが増えている。税務相談では、令和5年10月より始まったインボイス制度、電子帳簿保存法の改正による記帳相談が急激に増加し、それに伴い所得税・消費税の確定申告等の相談も増えてきている。登記・相続相談の窓口も相続登記、贈与、法人設立、後見人制度等の相談に加え根抵当、抵当権設定、解除等の相談も増えてきている。金融相談においては、日本政策金融公庫と連携し新型コロナマル経等の延期による借換等をはじめ、新規取引はもとより返済条件の緩和の相談や新創業融資の相談が多く見られ、申請申込手続き等についてはWEB対応にて実施している。その他、建設業の許認可取得等の相談には行政書士有資格指導員が対応している。以上の様に、コロナ禍からのV字回復を狙うべく、あらゆる経営課題に対して積極的に取り組み事業所の執るべき方向を考慮し課題解決に向かう。そのために再度、経営計画や経営戦略の見直しを伴って支援することで、回復に向けた企業経営が成り立ち、同時に経営指導員等の資質向上にもつながる。</p>					

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1) 単独事業				3,610,750
1	○	はんなん知っておき大学事業	商業施策としてマーケティング拠点「匠のippin」を利活用し、従来からの「まちバル」「まちゼミ」「まちセリ」に加え、「オープンキャンパス」を開講し、消費者アンケートによる動向調査等を実施することで事業所の魅力を最大限に引き出す事業として実施する。	3,610,750
(2) 広域事業				10,240,675
2	○	第24回はんなん産業フェア	例年の産業フェアに加え、マーケティング拠点として「匠のippin」を設置し、直売所の機能と合わせて地元産業の拠点として、アンテナショップを中心にBtoB,BtoCのコミュニケーションに加え、ツーリズム等の拠点としても稼働していく。また、事業所の活力をフルに活かすため地元物産展を中心に各種イベント等を企画する。加えて今回はテーマを地元産品、匠の逸品と掲げ産業フェアとしての広がりをもって開催する。大阪・関西万博を見据え、機運醸成に向け、大阪府と施策連携しPR等を実施する。	3,670,750
3	○	事業承継セミナー	令和5年5月に新型コロナウイルス感染症が第5類に引き下げられたが、依然として以前の経営状況には戻らず、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。基本的な手法から成功事例等を紹介することで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、今年度も昨年度同様に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	832,000
6	○	脱炭素経営へ向けた取組み支援事業	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事業	岬町商工会の事業調書を参照	708,000
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	○	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
11		大阪勤業展	大阪商工会議所の事業調書を参照	25,250
12	○	就職フェア（合同就職面接会）	泉佐野商工会議所の事業調書を参照	254,700
13	○	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	143,925
14	○	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
15	○	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	484,800
16	○	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	565,600
17	○	地域資源販路開拓支援事業	大阪府商工会連合会の事業調書を参照	161,600
18	○	事業継続計画（BCP）策定支援事業	大阪府商工会連合会の事業調書を参照	80,800
合計（1+2）				13,851,425
（うち、府施策連携事業）				11,210,175

事業名		はんなん知っておき大学事業	事業番号	1	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成25 年度～	年度まで	12 年目	←複数年度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	商業施策としてマーケティング拠点「匠のippin」を利活用し、従来からの「まちバル」「まちゼミ」「まちセリ」に加え、「オープンキャンパス」を開講し、消費者アンケートによる動向調査等を実施することで事業所の魅力を最大限に引き出す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薄れている。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同時に近隣の大型商業集積地や市外への消費の流出が著しくなっている。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。特に新たな商業施策が必要不可欠となっている。従来からの商業施策である「まちゼミ」「まちバル」のほか、昨年10月にグランドオープンした地域物産館「匠のippin」を活用し、事業所の魅力を引き出せるような工夫をする。参画している事業者を中心に「オープンキャンパス」の開催等により、地域活性化に意識の高い市民団体等を中心に拡散していくような市全体としての商業活性化に繋げたい。</p> <p>まず初めに、認知度を高めるための仕掛けとしてインターネット、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>「まちゼミ」は過去の実績を活かし、参加者の意向を反映し本市独自の「まちゼミ」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、食のブランドKUUの参画事業者を中心にグルメの開発を行い「まちバル」に繋げていく。また、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」は産業フェアにおいて地元物産を中心に、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、再発見することができる。以上の施策からBtoB・BtoC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を図ることができる。</p>				
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>商業・サービス業・ものづくり企業等(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。</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>				
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>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、意義、意見交換により事業ニーズを把握する。</p>				
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5年度においては令和6年2月の1ヵ月間で「まちゼミ」を開催し、SDGsをテーマに36事業者の参加があった。産業フェアにおいて「パン&スイーツバル」6事業者の参加があった。阪南グルメEXPOにおいて「まちバル」21事業者の参加があった。「チャレンジショップ・アンテナショップ」として、商工会館「匠のippin」を活用し、ワークショップ等の開催を実施し5事業者の参加があり、参加者の好評を得た。新規参加者も増え、店舗・商品のPRを可能とした。セミナーについては、「SNS活用セミナー」「キャッシュレスセミナー」を産業フェア出店説明会時に開催し周知した。</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の工夫を凝らす必要がある。ゼミ終了後のアンケート調査からの分析結果を各事業所にフィードバックすることで、新たな参加者をいかに取り込むかが課題である。店舗間のコミュニケーション等も薄れがちであり、コラボレーションを誘発できるような研修会を開催する必要がある。「SNS活用セミナー」で得た知識を活用し、より多く情報発信できるように取り組む。地場産品の地域物産館「匠のippin」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。地場産品の情報・消費者の興味を得る情報を中心にBtoC、BtoBの交流の場としても有効に利用していきたい。</p>				

<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)</p>	<p>人材育成型</p>	<p>■具体的な実施内容</p> <p>(1) 「まちバル」の開催 20社 美食ブランドKUU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する。また「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う。 【実施時期】 令和6年11月「はんなん産業フェア」を予定。</p>		
	<p>人材交流型</p>	<p>(2) 「まちゼミ」の開催 36社 お店の人が講師になってプロならではの専門的な知識、情報を無料で教える少人数制の講座を開き、相互のコミュニケーションを図る。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。今回の「まちゼミ」は“SDGsの17の目標”を意識した内容で開催する。 【実施期間】 令和7年2月を予定。</p>		
	<p>○ 販路開拓型</p>	<p>(3) 「オープンキャンパス」の開催 5社 「匠のippin」参画事業者が講座のカリキュラムの中で教授となり、受講者に各事業所の商品説明、生産者のこだわり等を伝える。本市と連携し、地域活性化において特に意識の高い市民団体を中心に、より多くの情報・知識を修得していただき拡散していく。単位修得者に称号・特典等を授与する。いろいろな方に知って頂くことで販路開拓につなげる。(匠のippinマイスター・お買物券等) 【実施期間】 令和6年7月～令和7年1月(年3回程度)を予定。</p> <p>(4) セミナーの開催 キャッシュレス化推進セミナー、インボイス制度セミナー、SNS活用セミナー、SDGsセミナー、ワークショップ等の実施。 【実施期間】 令和6年8月～12月を予定。</p>		
	<p>ハズ' 型</p>	<p>(5) 匠のippinツーリズム 観光協会と連携し、ガストロノミーツーリズムとして、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。「匠のippin」を集合解散場所としてPRを行う。 【実施期間】 令和6年11月「はんなん産業フェア」を予定。</p> <p>(6) 「チャレンジショップ・アンテナショップ」開催 5社 マーケティング拠点「匠のippin」を利活用し、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。また地場製品の展示販売も行う。事業者のコラボレーションを図れる土壌づくりとマーケティング拠点としての強化、機能の充実を図る。</p>		
	<p>独自提案型</p>	<p>(7) 「まちセリ」の開催 地場産品、商店のPRのため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。 【実施時期】 令和6年11月「はんなん産業フェア」を予定。</p> <p>(8) 「お買い物調査事業」の実施 消費者ニーズと買物動向の実態を把握することを目的に、消費者の日常の購買行動、キャッシュレス決済利用状況、コロナ禍以降の買物行動の変化等についての調査を行う。</p>		
<p>事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)</p>	<p>○ (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</p>			
	<p>商-9</p>	<p>キャッシュレス化の推進(インボイス導入に向けた対応促進)</p>		<p>販路開拓</p>
	<p>(a)(c)(d)実施方法・・・実行委員会形式にて実施。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(株)、(株)JTB、阪南市商業会連合会、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。 (a)大阪府連携商-9:キャッシュレス化の推進と連携し、「まちゼミ」「まちバル」参加事業所に各々キャッシュレス化の推進を促進する。 (a)(c)キャッシュレス事業者によるセミナーの開催 (a)(c)SNSクリエイターによるセミナーの開催(インスタグラム等の利活用)</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⇒ 66 社	市広報、商工会報、商工会HP、新聞折込、SNS等によるPR。令和5年度の支援対象事業所の「まちゼミ」36事業所、「まちバル」20事業所、「チャレンジショップ、アンテナショップ」5事業所、「オープンキャンパス」5事業者を根拠とする。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	定着化した「まちゼミ」、「まちバル」に参加することで、販路開拓、店の知名度向上につながる。匠のippinを活用したワークショップ等にも参加することで、若い世代の経営者がSDGsに取り組んだ斬新な戦略を考案するなど意欲が生まれ、それに伴い事業者間の連携も強まる。								
	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			
その他目標値	目標値の内容⇒	「まちゼミ」「まちバル」等の参加事業所に来店等申込数								
	550 名									
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 ×		66	社 ×	1.00	=	3,333,000	円	
	50,500	円 ×		550	社 ×	0.01	=	277,750	円	
		円 ×			社 ×		=	0	円	
		円 ×			社 ×		=	0	円	
		円 ×			社 ×		=	0	円	
	合計			616	社	(小計)		3,610,750	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	3,610,750 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						
	<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)			
	3,610,750	円 ×	1.00	=	3,610,750	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		支援企業数	役割(配分の考え方)			
	○	阪南市商工会		3,610,750 円		66				
				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⇒ 20 社	市広報、商工会報、商工会HP、インスタグラム等によるPR。令和5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	「まちバル」を実施することにより、コロナ禍の影響で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パンデミックに打ち勝つ意欲が生まれ、それに伴う商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ことを期待する。	
	その他目標値	指標 新規顧客の開拓があった事業所数	数値目標 20社
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⇒ 36 社	市広報、商工会報、商工会HP、インスタグラム等によるPR。令和5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、コロナ禍の影響で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、それに伴い商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ことを期待する。	
	その他目標値	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%
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、インスタグラム等によるPR。令和5年度の「アンテナショップ」「チャレンジショップ」の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ことを期待する。	
	その他目標値	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%
事業の目標④	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、インスタグラム等によるPR。匠のippin 参画事業者の中でこの企画に大変積極的に参加意思のある事業所を設定根拠とする。
	支援対象企業の変化	「オープンキャンパス」に参加する事業所で、一般市民の前で自社、自店の商品等のPR、製造方法などを披露することで、経営意欲の向上に繋がる。	
	その他目標値	指標 オープンキャンパス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%

事業名		第24回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	12	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○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	<p>例年の産業フェアに加え、マーケティング拠点として「匠のippin」を設置し、直売所の機能と合わせて地元産業の拠点として、アンテナショップを中心にBtoB,BtoCのコミュニケーションに加え、ツーリズム等の拠点としても稼働していく。また、事業所の活力をフルに活かすため地元物産展を中心に各種イベント等を企画する。加えて今回はテーマを地元産品、匠の逸品と掲げ産業フェアとしての広がりをもって開催する。大阪・関西万博を見据え、機運醸成に向け、大阪府と施策連携しPR等を実施する。</p>						
	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、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を高め、加えて若者への認知を高め、雇用創出に繋げる。</p> <p>商業面では近隣の地域への流出があり、一方新興住宅地の比率も高く市内店舗(事業所)の利用度、認知度も低く衰退してきている。更にコロナ禍の影響を受け、売上の減少等から経営基盤が揺らがされている。このような状況の下、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シティープromoーションを始め、観光開発も重要なカテゴリーである。</p> <p>今回のはんなん産業フェアは、市内消費者に地元の産業をPRすることを目的とし、現在取り組んでいる「SDGs」をテーマに掲げ、持続可能な17の開発目標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充を図りながらシビックプライドの醸成を考え開催する。また、「匠のippin」を最大限に活用し、ワークショップなどを開催し、自社商品のPR、自店舗への誘導も行う。</p> <p>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。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。</p> <p>工業面では、地域ブランドである「阪南ブランド十四匠」を中心に一昨年2月に立ち上げた美食の新ブランド「KUU」の市民への周知、PRのため地元企業や製品の紹介・展示ブースを設置し、来場者に対してのPRを行う。産業観光としては地元企業を巡るまちあるきを開催し地元事業所についての理解度を高める。また、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。一方、農業・漁業(協同組合)との連携を図り、市内の食材の豊かさをPRすることにより(朝市・まちバル・スイーツバル等の開催)、市内の食の安全・安心を幅広い世代に周知する。</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、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。2025年の大阪・関西万博関連では大阪府施策と連携しPRブースを新たに設置し、市民の機運醸成を高めていく。</p> <p>一方、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窓口を設置する。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。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>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。</p>						
事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>事業所のニーズは日頃の経営支援、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・意見を集約し、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。)事業終了後、実行委員会にて反省会を実施し、企業ニーズを確認する。</p>							

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	令和5年度においては、「食欲の秋・美食ブランド「KUU」地元の秋を楽しもう！」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23回はんなん産業フェアin匠のippin」として実施した。また、葛城修験（各隣接の市町の事業者約20事業所）、阪南市文化協会が実施する秋の芸術祭との同時開催、昨年10月1日にグランドオープンした阪南ブランド館「匠のippin」を中心に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(株)伊藤園、(株)JTB、JCOMりんくう局に本会の事業企画実行委員会委員として、企画段階から参加を求め、南海電気鉄道(株)には主要駅でのポスター掲示、及び情報誌「Natts」にてイベント広告を実施した。(株)伊藤園は独自イベントを実施した。広報については、南海電鉄の広報の協力のほか、JCOMりんくう局による、取材を含めたPRの協力、そのほか、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。 大物産展は66事業所(うち小規模事業者62事業所)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「匠のippin」の参画事業者による消費者との対面販売などを実施し、併せて「阪南ブランド十四匠」美食ブランド「KUU」を中心とした地場製品の販売、紹介など消費者に対してPRすることができた。 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。 ステージイベントでは、「まちセリ」を阪南市商業会連合会の協力のもと実施した。事業所のデッドストック等を「セリ」にて販売したほか、主に物産展を中心の開催とした。延べ10,000人の来場があり、これまでに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。
	反省点	駐車スペースが少なく、会場周辺の整備が必要である。年々参画事業者が増え、会場レイアウトが難しく、来場者の導線がうまくいかなかったこともあり、会場内で混雑するコーナーもあった。会場レイアウトを一新し、来場者の導線をスムーズに取れるよう考えていく。また、駐車場においても混雑状況を踏まえ、警備員を増員させる必要がある。
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24回はんなん産業フェア」 日 時：令和6年11月3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 ・事業企画実行委員会形式で会議を実施する。(年間5回程度) ・地元事業者等による物産展・展示会を実施する。(アンテナショップ・チャレンジショップ等)(70社：広域連携分含む)
	人材交流型	飲食店を対象としたバルコーナーを設置する。 ・「阪南ブランド十四匠」を中心とした地元企業の紹介・展示コーナーを設置する。(「匠のippin」) ・阪南市内の企業を巡るガストロノミーツーリズム、産業ツーリズムを実施する。(阪南市観光協会との連携) ・阪南市の食ブランド「KUU」のPR等、ブランディングの強化を図る。 ・キャッシュレス推進：イベント出店者のキャッシュレスQRコード決済等を推進する。 ・オンライン物産展を開催する。
	○ 販路開拓型	・大阪・関西万博に向けた機運醸成を高める窓口ブースを設置する。 (集客が多数見込まれるイベントで、万博ブース出店やステージ出演、公式キャラクター「ミyakミyak」との記念撮影を行い、広く万博PRを実施する。) ・SDGsへの取組み紹介を実施する。 ※SDGs(持続可能な17の開発目標)十四匠企業(ものづくり企業)のものづくり展コーナーを設置する。(「匠のippin」)
	ハズ'オン型	※出店事業所等と協力してフードロスの削減を啓発する。 ・地元産鮮魚及び野菜の朝市を開催する。(JA大阪泉州・阪南市鮮魚仲買組合・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。 ・商工会事業紹介を実施する。 ・出店者、本会内部組織によるワークショップを開催する。 ・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する。 ・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する。
	独自提案型	・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果たせる。 ・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)と促進を行う。 ・創業者支援チャレンジショップ・創業相談窓口の設置を設置する。 ・第6次産業化の促進のため相談窓口を設置する。

	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	
		労-5	産業祭・物産展におけるものづくり教室の実施。				販路開拓		
		<p>(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。また、令和6年度は「くるで大阪万博」を見据え、「はんなん産業フェア」で専用ブースを設置し、市民にPR、周知する。<府連携(労-5)(商-17)></p> <p>(c) 本市との連携を図り事業企画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、(株)JTB、JCOM(株)等の民間企業も実行委員に委嘱し、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。</p> <p>(d) 相談事業相乗効果として販路開拓支援等に繋げる。</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⇒	70 社 本会主体で、泉南市6社、熊取町3社、忠岡町3社、岬町2社各地域の商工業者にHP、ポスター、市広報、商工会法で事業内容を掲載、募集する。						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	阪南ブランド館「匠のippin」がオープンしたことにより、参画事業者のBtoCだけではなくBtoBへの販路開拓が期待されると共に、第24回はなん産産業フェアを通じ、出店事業所等のPR・商品開発等へのモチベーションアップに繋がることも期待できる。							
	その他目標値	指標	事業所及び商品をPRできた事業所数			数値目標	40社		
算定基準 (行が足りない場合は、 ⇒の行に挿入)	目標値の内容⇒	3,500 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1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			
	⇒ 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%)									
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	300,000 円		負担金の積算		6,000円×50事業所			
	○ (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)				
3,535,000 円 ×	0.75 =	2,651,250 円		(300,000 円)					
1,767,500 円 ×	1.00 =	1,767,500 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		支援企業数		役割(配分の考え方)	
	○	阪南市商工会		3,670,750 円		56		阪南56社、泉南6社、忠岡3社、熊取3社、岬2社	
		泉南市商工会		321,000 円		6		$4,418,750 \times 15\% = 662,812$ $4,418,750 - 662,812 = 3,755,938$ $3,755,938 \div 70 = 53,656$	
		忠岡町商工会		160,000 円		3		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	
		熊取町商工会		160,000 円		3			
		岬町商工会		107,000 円		2			

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	3	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○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	令和5年5月に新型コロナウイルス感染症が第5類に引き下げられたが、依然として以前の経営状況には戻らず、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。基本的手法から成功事例等を紹介することで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、今年度も昨年度同様に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、「経営に徹することが第1であり、事業承継を視野に入れている暇がない」ということで事業承継につい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、事業主の息子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へ周知を図り、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。					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小企業、小規模事業者においては今後全事業所がこの問題に直面することとなるが、特に小規模事業者においては個人経営が多く、個人の資産を他人に譲ることが難しく最大の課題となっている。事業承継問題の把握は非常に難しく、セミナー等を通じてこの問題を事業者へ理解をしてもらうことが必要不可欠である。					
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6年2月8日(木)予定)を開催予定。現在受講者を募集している。 テーマ:事業承継にかかる手続きや成功事例の紹介等(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を予定する。					
	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、大阪府事業承継・引継ぎ支援センターと連携し日程調整等を行い実施する。 ①セミナー開催					
	○ 人材交流型	■開催時期としては令和6年9月から令和7年2月を予定(18社) 阪南市5社、泉南市10社、岬町3社 テーマとしては以下のとおりとする。 ■事業承継の成功事例の紹介					
	販路開拓型	■事業承継の手続き ■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					
	ハンズオン型	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 阪南市5社					
	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6年9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-12	事業承継の支援事業		事業承継			
	(a)大阪府連携商-12:事業承継と連携する。 (b)泉南市商工会・岬町商工会と連携する。 (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⇒	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。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)	23	社	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。参加した後継者に事業承継することの重要性を知ってもらうことができる。			
	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	
			円 ×		社 ×		=	0	円	
			円 ×		社 ×		=	0	円	
			円 ×		社 ×		=	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	支援企業数	役割(配分の考え方)				
	○	阪南市商工会		331,600 円	10	363,600×10%=36,360				
		泉南市商工会		180,000 円	10	363,600-36,360=327,240				
		岬町商工会		54,000 円	3	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⇒ 名			
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。		
	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	70%	
	その他目標値	目標値の内容⇒			

