

令和5年度（2023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 土生茂一
		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	昭和39年5月14日		
②職員数 （うち経営指導員数）	7名（経営指導員6名）（令和6年3月31日現在）		
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）	1,083事業所（令和6年3月31日現在）		
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載すること			
□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) 事業の目標

事業所の抱える経営課題に対して現状把握と課題点の抽出を実施し課題解決に向け経営相談事業として関係支援機関と連携しながらワンストップ相談窓口として、常時、窓口、巡回相談として実施している。昨今は、エネルギー、物価高騰が加わりコロナ禍からのV字回復を狙うべく事業を実施したが思惑通りに回復していないのが現状である。特に、金融支援では新型コロナマル経が延長され緩やかではあるが経営内容も回復に向かってきている。今期の決算指導においても設備投資を実施した事業所も増え、P/L・B/Sともに回復基調であり利益確保も徐々に進んで来ている。

しかし、事業所を巡る経営課題が多様化・複雑化する中、専門性の高い支援が求められる中、専門相談事業、よろず拠点支援等を活用し的確かつ迅速な対応が必要であり伴走支援として実施して行きたい。地域活性化事業では「はんなん産業フェア」を中心として今年度は経産省の補助金にてマーケティング拠点としてinfrastructureが整い販路支援から観光事業等を積極的に実施できる体制が執れ、独自イベントとして効果的に実施することが可能となった。加えてECサイトの構築も合わせて行い情報発信、Eコマース等の方面も活用して行く。特に、商業施策としての知っておき大学事業では「まちゼミ、まちバル等」にウェブを活かした新規事業展開も考えていきたい。

一方、事業承継問題では広域連携として大阪府、大阪産業局との連携にて啓発からマッチングまで実施し、承継後も事業を継続的に発展させていくために、経営資源の承継を促すため積極的に実施する。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

相談事業ではエネルギー、原材料の高騰等の影響により、コロナ禍からの回復が思惑通りにいかなく資金繰りの悪化が伺える。このような状況下、相談事由として金融支援としてのコロナマル経が延長され借り替えを含めた資金調達が非常に有効であった。活性化事業では支援拠点の整備を実施し、それに伴うイベント頻度を上げ効果的にマーケティング支援として実施することができた。事業承継では承継者の育成は元より承継者間でのコミュニケーションが活発に行えるようグループによるフリートーキング等を催し参加者から好評を得た。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

事業所の抱える課題が多様化、複雑化し専門性が高まる中、単一の支援機関、専門家だけでは課題解決には届かず複数の関係支援機関、士業との連携が必要であるため商工会が従来から実施している経営指導員等による伴走支援が必要不可欠になり解決に向け効果を生んできている。活性化事業ではマーケティングの拠点が設置され、そこから生まれる各種支援が非常に効果を齎している。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

地域の独自性、主体性を活かし、地域産業の活性化を図るため、どのような事業が必要なのかを現況から地域の課題、事業所の課題を再度抽出し事業展開に反映する必要がある。目まぐるしく変化する経済環境をいち早く把握し、それに対応することが重要であり、各種セミナーの開催や、地域ブランド戦略の策定、ものづくり・商業の活性化、展示商談会等を再興させ、経営指導員が、小規模事業者に対し、経営課題の整理・課題解決に向けた支援施策や支援機関の活用の提案・記帳支援・金融支援・事業計画作成支援などを連携させ、相談事業、地域活性化事業両面から支援体制を執ることが重要であると考えられる。

(5) 次年度の取り組み

次年度は経営相談事業として経営指標として定量的な観点に重点を置き、設備投資計画から物価高騰による運転資金の調達等、回復に向けた資金繰り計画を実施したい。加えて経営指導員による伴走支援を強化させ、積極的に関係機関との交流を持ち課題解決に迅速に対応できる体制を執って行きたい。一方、地域活性化事業ではマーケティング拠点として設置したハードをフルに利活用し支援体制の強化、各種活性化イベントの実施母体として市行政と連携を持ち積極的に実施する。

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、事業所の抱える経営課題は、多様化、複雑化し専門性の高い支援が求められるため、関係機関専門家との連携が必要不可欠であり、コロナ禍からの復興にあたり、金融支援(経営指導型)に繋がる場合が多く、資金調達から事業計画支援、販路開拓支援に繋がるケースが多くなってきている。販路支援として令和5年10月に商工会館内にブランドオープンした地場産品直売所「匠のippin」をマーケティング、販路開拓、新規商品開発、産業ツーリズムとしての拠点として活用した。また、各事業者がこの「匠のippin」施設を利活用して独自のイベントを実施し、顧客の取り込み等、新規顧客獲得に繋がる支援も実施した。また、直売所としての「匠のippin」から独自イベントの企画として顧客の取り込み等新規顧客獲得に繋がる支援も実施した。</p> <p>巡回の一環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、10月1日にブランドオープンした阪南ブランド館「匠のippin」の参画事業者(浜のおばちゃん家)の取組みに際して、集客催事等、新商品開発(鱧の箱寿司、牡蠣のパスタなど)など販路開拓支援として実施した。</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	345	366	106.1%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	6	7	116.7%	5	
金融支援(紹介型)	支援数	5	2	40.0%	3	
金融支援(経営指導型)	支援数	90	80	88.9%	4	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	6	4	66.7%	4	
資金繰り計画作成支援	事業所	0	0			
記帳支援	事業所	120	127	105.8%	5	
労務支援	支援数	60	48	80.0%	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	75	64	85.3%	5	
事業計画作成支援	支援数	10	8	80.0%	5	
創業支援	事業所	3	2	66.7%	4	
事業継続計画(BCP)作成支援	事業所	25	11	44.0%	3	
コスト削減計画作成支援	事業所	120	200	166.7%	5	
財務分析支援	事業所	80	75	93.8%	5	
5S支援	事業所	60	68	113.3%	5	
IT化支援	事業所	5	2	40.0%	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	2	2	100.0%	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	52	86.7%	5	
結果報告	事業所	345	325	94.2%	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・専門的な相談を伴走的に対応できる体制を整え実施した。法律相談は隔月に開催し、会員事業所においては身近な法律相談としてコンプライアンスが重視される中、企業倫理や社会規範等の相談、労働紛争(未払の残業代)、未収金回収(未収の売掛金)の相談などが多くなっている。税務相談においては令和5年10月から始まったインボイス制度の相談、適格請求書の作成方法、改正電子帳簿保存法などの相談が著しく増加した。労務相談においては、36協定書の相談、監督署からの是正勧告の対応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、法人成り、相続登記、法人の変更登記の相談なども増加している。相談事項に関しては経営指導員が介在し、課題解決に向け継続的に支援した。</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
法務相談	継続	相談事業所数	12	7	58.3%	4
税務相談	継続	相談事業所数	15	9	60.0%	4
金融相談	継続	相談事業所数	7	5	71.4%	5
労務相談	継続	相談事業所数	10	8	80.0%	5
登記・相続相談	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6年2月1日から2月29日までの実施し「まちゼミ」36事業所、「まちバル」31事業所(パンスイーツバル、グルメEXPOバル(令和6年1月13日開催))。アンテナ、チャレンジショップ5事業所(匠のippinでの開催)の参加があった。特に「アンテナショップ」に参加している事業所(なにわ黒牛)においては、事業主が「匠のippin」でイベント(お楽しみ福袋やくじで賞品が当たるイベント等)を独自で企画、開催し、販路開拓、顧客拡大に繋げた事案があった。</p> <p>■「第23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て実施。今年度は「葛城修験グルメフェスティバル」「秋の芸術フェスタ」と同時開催し、テントの配置等の工夫をしながら実施した。今回も昨年同様、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、(株)JTBのイベントへの協力、阪南市観光協会による「阪南まち歩き&産業観光」の実施、阪南市商業会連合会の協力による「まちせり」実施等に加えて、折込チラシにも工夫を凝らし集客力を高めた。また今年度は、10月1日にグランドオープンした地場産品直売所(マーケティング拠点)「匠のippin」のオープン1か月になるのを機に、テーマを「食欲の秋・美食ブランドKUU 地元の秋を楽しもう」として掲げ、食の新ブランド「KUU」及び「匠のippin」の参画事業者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6年2月8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(講師)も加わり議論を深めた。参加した事業所においては、今から準備することによって、事業承継がスムーズに実施されることを期待されていた。</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	72	110.8%	79%	新規顧客の開拓があった事業所数	40	68	170.0%	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	
○	第23回はんなん産業フェア	70	62	88.6%	72.6%	事業所及び商品をPRできた事業所数	40	62	155.0%	5
○	事業承継セミナー	23	27	117.4%	96.3%	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	10	22	220.0%	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)

本市商業集積は尾崎駅を中心に中心市街地が形成されているが、昨今では閉店に追い込まれ商業の疲弊が起こっている。また、各駅周辺並びに幹線道路沿にも集積しているが、同様に店舗数が減ってきている。その他、各地区に点在しているが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疎遠となっている。特に、中心市街地である尾崎駅周辺エリアは、電車での乗降客も駅利用だけにとどまり、かつての商業集積地も姿を消し、店舗数も年々少なくなって来ている。

交通面は、関西国際空港に隣接し特急停車駅であり交通アクセス等は良好であるが、その分、市外周辺地域での大型商業集積地に消費者が流出している。

企業活動においては、優れた企業の製品・サービス・加工技術等、多くあるが地場産品として街の魅力に反映されていない。

このような状況を踏まえ地域に有する地域資源(地元企業からの伝統技術・製品・サービス等)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られる。

一方、事業所はウィズコロナを見据えた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、特に商業部門においては経営計画の見直しが必要である。まず、店舗認知度を高めるため従来の紙媒体だけでなくインターネット、SNS等ウェブやあらゆる媒体を利用し、加えてキャッシュレス、特にペイメントの推進等、全年齢層に刺さる仕掛けが必要となる。

そこで、以前より実施している「まちゼミ」「まちバル」をフルに活用する為、上記、事業概要に基づき再構築を図り、本市独自の手法を用い事業所の魅力を引き出させるよう工夫する必要がある。

「まちゼミ」は過去の実績を活かし、SDGs等を捉え参加意欲をそそる新たなものとして確立させる。

「まちバル」は本来の機能に加え、美食ブランド「KUU」としてのブランディング力を高め、事業所間のコラボレーションから2025年の大阪・関西万博の開催を見据え「グルメ」の企画開発等も取り組んで行く。

キャッシュレス決済の推進では大阪府施策連携を図り、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」は産業フェアで開催し業種を問わず店舗、事業所のこだわり、商品紹介から商品の魅力を消費者に伝え、自店の魅力を深堀する機会となり、事業所間のコミュニケーションが生まれる。

以上のことからB2B・B2C・D2Cの交流により経営改善が図られV字回復が望まれる。

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。第23回ははんなん産業フェアにおいて「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、令和6年1月13日(土)には、阪南グルメEXPOにおいてバルを実施した。会場では10月1日にグランドオープンした「匠のippin」のクーポン券を配布し、そ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。

(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た。ここでも、匠のippin」のスペースにて「まちゼミ」を実施した事業所があり、「まちゼミ」の参加者にも匠のippin」での購買意欲を高め、相乗効果として参画事業者の売上増に繋がった。今回も昨年同様「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6年2月1日(木)～2月29日(木)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。
キャッシュレスセミナー(事業者向け)は10月24日(火)「はんなん産業フェア」出店説明会時に開催した。

実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(4) 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。今回の産業体験「まち歩き」は地元酒造会社の見学、尾崎港の「セリ見学」、地元菓子製造会社のファクトリーの見学、阪南ブランド館「匠のippin」でのお買い物のコースで実施した。 【実施期間】 令和6年1月29日（月）に開催。</p> <p>(5) 「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。 【実施期間】 令和5年11月5日（日）産業フェアに開催。</p> <p>(6) 「まちカフェ」設置 商工会館内に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」内において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。また地場産品の展示販売も行った。 【実施期間】 令和5年10月1日（日）～令和6年3月31日（日） 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)	72.0	支援実績率	110.8%	満足率	79.0%
	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>令和5年度においては1月13日（日）開催の「はんなんグルメEXPO」の中で、「まちバル」を実施し、25事業所の参加があった。「まちゼミ」においては令和6年2月1日～29日に実施し、36事業所の参加があった。アンテナショップ・チャレンジショップにおいては、5事業所の参加があり令和5年11月5日開催の「第23回はんなん産業フェア」にて実施した。また今年度も「はんなん共通商品券」を市と連携して実施した。セミナーについてもキャッシュレスセミナーとして実施した。また「まちセリ」も、はんなん産業フェアの中で阪南市商業会連合会、阪南市商店事業協同組合と連携し実施した。実績としては、当初の目標を大きく上回る結果となった。</p> <p>支援企業をどう変化させることができたかという点では、参加事業所が独自にイベントを企画、どうすれば参加者を引き付けることができるかなど「まちゼミ」を通じて売上増加、新規顧客開拓に繋がる「テーマ」を考え、工夫を凝らし実施することで商売に対する意欲向上に繋げることができた。</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	68事業所	目標達成度	170.0%			
	成果の代表事例	<p>「まちゼミ」の参加事業所で、本来の業務内容はハウスクリーニング業を営んでいる事業所が「まちゼミ」のテーマとして本来業務とは180度変わった「珈琲の家庭焙煎してみませんか」というテーマで「まちゼミ」を実施した。2回開催し、両日とも参加者と珈琲を飲みながら、地域の皆様とコミュニケーションを図り、当店のハウスクリーニングサービスについて案内ができたことで成約ができ、店のPRにもなった事例があった。</p>							
その他目標値の実績	目標値(計画)	450	目標値(実績)	2,616	目標達成度	581.3%			
	<p>①「まちゼミ」②「パンスーツバル」③「はんなんグルメEXPO」④「アンテナ・チャレンジショップ」等の参加事業所への来店申込数を目標としている。①「まちゼミ」124名②「まちバル」124名③「はんなんグルメEXPO」2,285名④「アンテナ・チャレンジショップ」83名の利用があった。（参加事業所アンケート調査による）</p>								

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、市主催のイベントも通常通りに開催され、それらのイベントと連携し集客力を高め、参加事業者事業も通常に戻りつつあるが、飲食業等については、やはり元に戻っていないのが現状としてある。そのため、「まちゼミ」「まちバル」に参加する意欲が薄れてきているのも事実である。次年度はそのような事業者に再度商売に対する意欲を持ってもらうような仕掛けづくりを模索し、事業者の売上増加に繋げていきたい。
------	--	--

【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)	31.0	支援実績率	77.5%	満足率	94.4%
	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）	「まちゼミ」「まちバル」に参加した事業所で、本来の商売と違った手法で、参加者を集め、コミュニケーションを図りながら新規顧客の取り込みに成功している事業所もあった。前述の事業所を含め、独自イベントの企画など積極的に行動に移す事業所が増加した。							
		指標	新規顧客の開拓があった事業所数						
		数値目標	40	実績数値	31	目標達成度	77.5%		
その他目標値の実績	目標値(計画)	450	目標値(実績)	2,616	目標達成度	581.3%			
	「まちゼミ」「まちバル」等の参加事業者への来店等申込数								
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)	36.0	支援実績率	180.0%	満足率	88.9%
	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）	「まちゼミ」「まちバル」に参加することで、事業（商売）に対する意欲が生まれ、新規顧客に繋げる工夫を凝らしたイベント等を独自で考える事業所が増加した。							
		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%	実績数値	100%	目標達成度	166.7%		
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	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）	「アンテナショップ」「チャレンジショップ」に参加した事業所は、新規顧客獲得、新規販路開拓のきっかけづくりに成功し、積極的に事業（商売）に取り組む姿勢が見られた。							
		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%	実績数値	100%	目標達成度	166.7%		
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23回はんなん産業フェア
想定する実施期間	H25 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)	<p>本市の地場産業は、かつて和泉瓦、繊維(綿)、石綿等販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)の利用度、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ら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、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。</p> <p>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。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のため地元企業を紹介・製品の展示ブースを設置し、来場者に対してのPRを行う。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。</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・関西万博のPRブースを新たに設置し、市民にお知らせする。</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。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>
事業 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>

の概要	<p>「第23回はんなん産業フェア」 日時：令和5年11月5日(日) 10:00~17:00 場所：阪南市商工会館・阪南ブランド館「匠のippin」・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した。(4回) ・地元業者等による物産展・展示会を実施した。(アンテナショップ等) (66社：広域連携含むうち小規模 事業者62社) ・阪南市内の企業をめぐる「まち歩き&産業観光」を実施した。(阪南市観光協会との連携) 「食欲の秋・美食ブランドKUU 地元の秋を楽しもう！」をテーマに阪南ブランド館「匠のippin」で展示即売会を実施した。 ・「阪南ブランド十四匠」を中心とした地元企業の紹介コーナー・展示コーナーを設置した。 ・地元でとれた鮮魚及び野菜の朝市を開催した。(JA大阪泉州・阪南市鮮魚仲買組合・各漁協) ・出店者説明会・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。 ・商工会事業の紹介、事業所間交流を実施した。 ・阪南市文化協会主催による秋の芸術フェスタ、葛城修験グルメフェスタと同時開催し、相乗効果を狙い実施した。 ・本会内部組織によるワークショップを開催した。 ・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、ワークショップを開催した。 ・障がい者雇用に取り組むため、国の動向や国・府の支援制度の周知のためのチラシ等の配布を実施した。 ・阪南市商業会連合会・阪南市商店事業協同組合との連携により「まちセリ」を実施した。 ・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を実施した。 ・創業者支援のためのチャレンジショップ・創業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 ①地元PRイベント ②スポーツゴミ拾い大会 ③消費者参加型イベント ④SNS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。 ⑤その他関連イベント</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">大阪府技能士会連合会と連携</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7">近隣4商工会との連携(忠岡町、泉南市、熊取町、岬町)</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">阪南市、阪南市議会、阪南市観光協会等の連携</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">企業の販路開拓支援等でカルテ化の推進</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府技能士会連合会と連携							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					
①府施策連携	大阪府技能士会連合会と連携																																						
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																																						
事業全体の実績／目標	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)	62.0	支援実績率	88.6%	満足率	72.6%																														
	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>今年度は新型コロナウイルス感染症も落ち着き、令和5年11月5日(日)に阪南市商工会館、市役所周辺にて1部・2部制を取り午後5時まで盛大に開催した。物産展出店事業者もキッチンカーも含め62事業所の出店があり、好天にも恵まれ来場者数も延8,000人以上の来場があった。昨年と同様に事業企画実行委員会には、阪南市、阪南市観光協会ははじめ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、阪南市商工会館に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」に誘客できる仕掛けを作り、産業フェア出店者、「匠のippin」の参画事業者との相乗効果により売上増に繋がった。また、参画事業者、出店者双方とも本来店舗に誘客しようとする意欲が見られ、独自のPR戦略を考える良い機会となった。</p>																																					
	代表指標	事業所及び商品をPRできた事業所数																																					
数値目標	40社	実績数値	62社	目標達成度	155.0%																																		

達成度	成果の代表事例	阪南ブランド館「匠のippin」の参画事業者である「英進丸」さんが、産業フェアに出店し、店のPRができたことで、「匠のippin」での売上増に繋がり、その成果として、本来店舗の知名度向上にも繋がり、来客数が増加した。					
	その他目標値の実績	目標値 (計画)	3,500	目標値 (実績)	4,893	目標達成度	139.8%
		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					
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5年度においては新型コロナウイルス感染症も落ち着いたことで、例年通り盛大に開催した。課題としては、例年のことながら、来場者の駐車場の問題が課題として残った。来年度においては昨年課題を解決しつつ、盛大に開催したい。会場設営時に、来場者の購買意欲を高めるため、物産展での回遊性を考慮し、買い物を楽しんで頂くことを目標として実施したい。					

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		令和3 年度～ 年度まで ※複数年度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)	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更なる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1,506、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した。</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、大阪府事業承継・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</p> <p>■開催時期としては令和6年2月8日(木) 午後2時から4時（22社） 阪南市11社、泉南市8社、岬町3社（ハンズオン阪南市5社）</p> <p>■大阪府事業承継・引継ぎ支援センターへの繋ぎ案件 2件(製造業1件、サービス業1件) 実施</p> <p>②意見交換会の実施</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</p> <p>■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>							
		①府施策連携	大阪府連携商一12：事業承継と連携する 事業引き継ぎセンターとの連携						
		②広域連携	阪南市商工会・泉南市商工会・岬町商工会との連携						
	③市町村連携	阪南市・泉南市・岬町 広報での連携							
	④相談相乗	事業承継支援としてカルテ化							
事業全体の実績／	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	96.3%
	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)	コロナ以前の経営状況に回復せず廃業(小売業(特に飲食業)・製造業(繊維等)に至る事業所が増加することが懸念される。それらを避けるため事業承継に繋げることが必要であり、事業承継の基本的な手法から成功事例等を紹介しスムーズに事業承継ができるよう日頃からの支援体制、セミナー及び事業承継者グループでの意見交換が重要であり、今年度においても、細やかな巡回指導から始まりセミナーへの参加を要請し、グループワーク等(講師を含めた意見交換)にて経営者への理解度を高めると同時に経営意欲の向上に繋がった。							
	代表指標	事業承継についての理解が深まり事業承継の取り組みに繋がった事業所数							
	数値目標	10社	実績数値	22社	目標達成度	220.0%			

目標達成度	成果の代表事例	チョコレート製造業(会員)を営んでいる事業所で後継者が現況ではない。今後の経営状況も見据え事業承継について準備をしておきたいと相談があった。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、大阪府事業承継・引継ぎセンターに繋げ、専門員と事業承継についての理解を深めてもらった。事業主も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)		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)	今回のセミナーでは昨年同様、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。子供への事業承継が少なくなってきたり、第三者への承継も高齢化する事業主の中で現実のものとして捕えていかなければならなくなってきたり。また、事業承継がうまくいかなかった場合、事業廃止となるケースも想定できるため、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	95.5%
	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)	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	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				