

平成28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 森下 旭
	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 : <a href="mailto:info@hannan-sci.jp">info@hannan-sci.jp</a>
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 (6名) (平成28年1月1日現在)	
③所管地域	阪南市	
④管内事業所数	1, 592 (平成24年経済センサスによる)	
⑤管内小規模事業者数	1, 153 (平成24年経済センサスによる)	
⑥会員数(組織率)	918(57.7%) (平成27年12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)		
<p>(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。</p>		

**(1) 所管地域の産業経済の現状と課題**

当市域における事業所の3割強は中心市街地に存在している。そのうち「卸売・小売業」の割合は全体の25%弱とほぼ四分の一を占めている。また、これらの立地状況を見ると中心市街地周辺に40%近く集中している。以前から大規模小売店舗2店が中心市街地に存在し、それを核として周辺に小規模小売店舗が発生し集客することにより流入人口も多く活気があった。現在は空き店舗が非常に多くなり疲弊が進行している。この最大の要因は関西国際空港設置に伴うりんくう地域周辺への超大型商業集積地の進出であり、消費者の外部流出が顕著であるためである。更に、市域においては大規模小売店舗やコンビニ、FC店、チェーン店の設置が進み地元小売店への影響が極めて大きく、業歴の永い事業所においても事業継承がなされず廃業に追い込まれている事業所も多い。このような状況から、現在、設置している商業施策の拠点(知っておき大学)を更に全面に出し事業の共同化、意見・情報交換が常に図られるコミュニティスペースとして活用する必要がある。続いて「サービス業」生活関連、複合的なものを入れると18%弱と多く飲食サービス業等も10%をこえている。これらの事業所を見るとフランチャイズ等チェーン展開している事業所が多くなってきている。また、専門・技術サービス業も3%を超えている。「建設業」も減少傾向であり10%強程度占めている。

「製造業」は8%弱程度であり業態も賃加工、OEM等が多く自社ブランドの製品が少ないことや、従業員規模から見ても5人未満の事業所が64%と過半数を越え10人未満を見ると82%を超えているように市内事業所の大半が小規模事業者であり経営基盤の弱さが顕著であり現況の為替レートの影響を受けて材料、光熱費等の経費の高騰から経営面の悪化が伺える。

このような中、関西国際空港の利用者は国際線、国内線合わせて約2,000万人と年々増加しており、特に国際線は増加が著しく、このインバウンド客を誘導し地域の経済効果につなげる仕掛けづくりが課題である。

一方、第一次産業、農林漁業との6次化への取り組みも農業協同組合、漁業協同組合等との連携を図り進んできている。以上のことから、全産業を支援体制におき地域に密着した、きめ細やかな支援と小規模事業者における今後の事業承継に繋がる経営改善、経営革新、事業の多角化を促し経営基盤の強化に向け地域資源をフルに活用し自立に向け充実した支援が必要であると考え。

**(2) 所管地域の活性化の方向性**

本会では小規模事業者の現状把握、課題抽出等を図るため巡回支援にて全会員を対象に定期的に年7回実施しニーズ、シーズを分析し的確な地活の取るべき方向性を模索している。本市域は関西国際空港の近隣地であり、その立地特性を活かし「観光」を取り上げ、インバウンドの誘導による本市域への経済効果をもたらす仕掛けが重要であり、地域特性を活かした産業観光等、情報発信に積極的に取り組む。どうすればこれらのファクターを利用し事業所への活力を発揮できる環境を整えられるのかの視点から3つの事業目的を掲げ実施していく。①地域力を活用し地域ブランドのブランディング力の強化を図る②地場産品による物産展の開催と、地域情報の受発信力の強化策、③地域の伝統的な資源、それを活用できる技術の継承が可能となる。これらを事業化していく必要がある。

具体的な支援として地元で脈々と培われてきた綿の栽培や綿織物の製造からの「ものづくりの心」を基に体験型・ワークショップにより若者のものづくりへの関心を高める。

また、地域の産業、名所旧跡、体験などのあらゆる資源を組み合わせたニューツーリズムを生み出し、ものづくり体験により市民だけでなく、関空を経由したインバウンド客を対象として地域の活性化につなげる。

商業関係では現行の「知っておき大学」を拠点としてコミュニティ広場の創設、まちゼミ、アンテナショップ、チャレンジショップ等インキュベータ的な機能と情報の発信機能の両面から更に充実を進め事業所への直接支援と合わせ実施していく必要があると考える。特に、本市は小規模事業者の比率が高く伴走的な支援が求められる。また、小規模企業振興基本法の制定により支援が強化される中、本会の支援体制も強化し充実を計る必要があると考える。

以上の観点だけでなく地域コミュニティを図るため、本市行政、関係団体、市民活動等との連携を強化し、各分野から情報、意見交換を実施し地域力を結集させ効率的に事業を遂行することで最大限の効果を発揮し小規模事業者等の持続的な発展を行うことが重要であると考え。

### (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

1.経営支援の実績のある事業所、また、継続的に支援が必要である事業所、金融支援をはじめ複合支援の必要である事業所200事業所

2.地域活性化事業に参画した実績のある事業所 180事業所

3.支援対象業種を2分類し、「製造業」「建設業」と「卸・小売業」「飲食業」「サービス業」に分け約1592事業所（内小規模零細事業者約1153事業所）に対して実施する。（平成24年経済センサスより）

更に、有効性を考え大阪府施策連携を中心に、市連携、広域連携等、効果的に取り組む。広域連携では主に近郊の商工会等との連携を密に、大阪府施策を前提とし本市との連携を深め実施する。

### (4) 事業の目標

本会では市域小規模事業者に対する現状把握と課題抽出等を実施するため年7回、事業所への巡回訪問を実施している。ここを課題抽出の機会としてサービス提案から支援実施に当たる。具体的には確定申告時の記帳、決算指導・融資相談等の支援は財務諸表を確認することでがでる経営内容の把握、分析が可能であり経営課題が浮き彫りとなる。その課題解決に向かっての支援活動が開始されます。例えば、財務分析を中心に定量、定性判断を実施し事業所の健全性を図ることができます。そこで支援メニューを駆使し改善、革新に繋がる最善であると思われる複合的な支援を実施することで結果に繋がります。そこで、巡回訪問で得た情報、意見等について、リアルタイムに取り上げ分析をすることで地域活性化事業へ反映させ、伴走的な支援を行うことで事業の持続的な発展につなげると共に本市行政、関係団体等と協議し必要性、有効性について検証し実施します。更に、地域内のコミュニティを図るため常に本市行政、関係団体、市民活動等との連携を保ち、各分野から情報、意見交換を実施し地域力を結集させ効率的な事業形態を採ることで最大限の効果を発揮できる体制をとることが重要であるとする。

### (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（実施する事業の総合的な効果等を記載すること）

本市域の事業者の大半が小規模事業者であり事業者に寄り添った伴走的な支援が有効である。その為には信頼関係が不可欠であり、きめ細やかなワンストップでの支援が必要である。その支援を容易に理想的でかつ有効的な支援が可能であるのは経営指導員等による相談支援である。事業者の抱える課題に素早く対応することができ課題解決へ誘導できる体制を有する本会の役割は非常に大きいと考えられる。また、健全な経営基盤は小規模事業者の自立を可能とし、自立することを最終目的として中長期にわたる支援体制を進めるために経営者のパートナー的な存在として活動している。更に、経営指導員はパートナー的な存在から資質を向上させて専門的な知識を習得することでドクター的な存在になりつつある。一方、地域活性化事業により商工業の振興から市全体の発展に拡大させるよう、地域との密着を図りながら地域課題等の解決に向けて取り組んでいる。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弱体化、具体的には問題解決能力の欠如、情報受発信能力の弱さから経営基盤が脆弱に陥り自立性ならびに持続的な経営が損なわれる。また、更に地域経済においても牽引役の欠如から地域での結束がなくなり、地域の賑わい等の地域力が激減し産業全体の疲弊へと繋がる。

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	357	事業所	支援機関等へのつなぎ	30	支援
金融支援（紹介型）	35	支援	金融支援（経営指導型）	130	支援
マル融資等の返済条件緩和支援	10	事業所	資金繰り計画作成支援	25	事業所
記帳支援	30	事業所	労務支援	85	支援
人材育成計画作成支援	8	事業所	マーケティング力向上支援	10	事業所
販路開拓支援	80	支援	事業計画作成支援	10	事業分野
創業支援	15	事業所	事業継続計画(BCP)作成支援	50	事業所
コスト削減計画作成支援	80	事業所	財務分析支援	40	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	2	事業所	結果報告	360	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	390				
<p>小規模振興基本法が平成26年に施行され、頑張る小規模企業に対して、「持続的な発展」を主眼として事業者の現状課題把握、事業計画の策定から販路開拓等、労務、創業など経営指導員が事業者と共に各支援に沿って伴走型の支援を実施する。また各種の資料による情報提供をすると同時に事業所のニーズや課題の把握等を行い、これらのニーズや課題に適切に対応し、より専門的な相談にも対応が可能となる様、専門相談事業を適宜組合せ解決に向かうために取り組んでいる。毎週1回の職員会議にて情報の共有を密にすることにより相互の知識や資質の向上を図り事業所に寄り添った支援に努める。特に金融支援（経営指導型）については本市補助金制度による利子補給実施し、小規模事業者への経営面でのサポートが強化され支援事業者も確実に増加している。労務支援において法定健診の義務化、特別加入労災制度の加入の義務化等において相談が増加する。更に、地域活性化事業においては目的に応じた支援から市内の商工業全般から課題を見出し、適切な支援メニューを導入しカルテ化に結び付ける取組みを実施する。</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>経営指導員による支援では上記のように把握した課題に対し、支援メニューの活用、カルテ化の推進を図るよう指導員相互の情報交換や情報の共有により、各方面の専門家及び、よろず支援拠点、ミラサポ等支援機関との連携を密に広いネットワークを活用することで事業所の専門性の高い相談や法的な相談、各種の支援制度の利用などを通じて事業所に寄り添った伴走型の支援を実施する。</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、新規	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の相談支援する	
経営相談(マーケティング)相談	継続、新規	相談事業所数	10	中小企業診断士によるマーケティング等について相談支援する。	
税務相談	継続、新規	相談事業所数	10	税理士による所得税、贈与税、相続税等すべての税法について専門的に相談支援する	
労務相談	継続、新規	相談事業所数	10	社労士による労働法、社会保険関係法助成金等について専門的に支援する	
経営相談(許認可)相談	継続、新規	相談事業所数	8	行政書士による許認可取得（建設業等許可）全般を専門的に支援する	

## 事業実施のポイント・期待される効果

小規模事業者の経営課題については、高度多様化し専門性を求められる相談事案が増加している。このような課題解決を図るには総合的な支援が必要であり経営指導員と専門家との連携を密にすることが重要であり継続的な支援が求められる。このような状況の中で、専門家等の活用によりワンストップ支援にてスピーディな対応が求められる。法律相談では、労働紛争の相談事案が多く、企業のコンプライアンスのあり方など、労務相談等では対応できない事案を法律相談に繋ぐということが非常に増加している。労働関係では労働基準法をはじめ労働安全衛生法にかかる法定健診の義務化及び一人親方特別加入労災の加入義務化等での相談事案、マイナンバー制度の導入による相談事案も増加している。税務面においては消費税10%への対応、軽減税率の説明など消費税転嫁対策事業と連携しながら、事業主に理解を促す対策が必要になってきている。経営（許認可等）については労務相談と同じくマイナンバー制度の導入による相談事案をはじめ、建築許可、産業廃棄物の収集運搬、処理施設等の設置に伴う大阪府知事の許認可の手続等の相談が多くなってきている。経営相談については中小企業診断士と経営指導員との連携により経営分析を実施し販路の拡大等の支援を実施する。以上の様に専門家の知識を活用し企業のあらゆる課題に対応すると同時に経営指導員の資質向上を図ることが期待できる。



## 4-1. 地域活性化事業一覧

阪南市商工会

府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(2) 広域事業			9,318,547
○	はんなん産業フェア	地場産業が衰退の一途辿っていたが、伝統に培われた「技」の精神は現在も継承している中で例年の産業フェアの内容を充実させ、大阪府技能士連合会とも連携しながら地場産品等の販売、農、漁との連携6次産業への広がりを持たせ実施する。	2,369,375
○	サービス事業者にかかる新規顧客獲得のための知って得するセミナー	岬町商工会の事業計画参照	271,000
	おおさか泉南まるごと100円商店街事業	岬町商工会の事業計画参照	1,797,000
○	おおさか湾もん産業フェア	岬町商工会の事業計画参照	747,000
	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計画参照	1,017,000
○	地域金融機関との支援ネットワーク推進事業	泉南市商工会の事業計画参照	271,000
	くまとり産業フェア	熊取町商工会の事業計画参照	135,000
○	BCPセミナー	熊取町商工会の事業計画参照	271,000
○	商工展示即売会事業(忠岡産業フェア)	忠岡町商工会の事業計画参照	200,000
	商工フェア事業(なわてふれあい商まつり)	四條畷市商工会の事業計画参照	100,000
○	若年者就職フェア	泉佐野商工会議所の事業計画参照	302,486
	大阪勧業展	大阪商工会議所(幹事)の事業計画参照	25,125
	情報セキュリティ対策セミナー	大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画	271,350
	女性リーダー養成事業	大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画	105,532
○	OSAKA食むすび事業	大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画参照	351,750
○	事業継続計画(BCP)策定支援事業	大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画参照	183,915
○	知的資産経営支援事業	大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画参照	150,750
	大阪企業のコスト削減計画	大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画参照	558,585
	観光・地域づくり人材育成事業	大阪府商工会連合会(幹事)の事業計画参照	135,679
○	おおさか地域創造ファンド事業	岸和田商工会議所(幹事)の事業計画参照	55,000
うち府施策連携事業			8,163,151

事業名		「はんなん知っておき大学」(ステップアップ)事業		新規/継続	継続
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左欄に○を また、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)	<p>本市域の商業集積は小規模で大型店周辺、各駅周辺での広域に点在し商店街の形成もなく商業者間の連帯感も弱く発信力も欠如し知名度も低い。商業組織は尾崎地区、西鳥取地区、東鳥取地区、下荘地区とほぼ行政区に分かれ連合体存在する。中心市街地(尾崎駅前周辺)は交通アクセスにも恵まれ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あった。関西国際空港の設置から隣接に超大型商業集積地の出現により急速に流出が始まり疲弊の一途を辿っている。このように商業環境は非常に厳しく疲弊が始まっている。</p> <p>商業・サービス業の動向を見ると数値の減少よりも既存の地元商店の廃業等が非常に目立ちネームバリュのあるコンビニ、フランチャイズ、チェーン店等が増加している。</p> <p>このような状況を踏まえ立地環境を活かし関西国際空港をキーポイントとして事業展開を実施する。</p> <p>関西国際空港の利用客は、2014年度の利用状況を見ると空港旅客数が国際線が1351万8801人・国内線625万5135人と合計2004万3936人が利用し大幅な増加をしてきている。今年度はこれを上回る見込みである。このような立地特性を活かしインバウンドの取り組みが重要である。そのためには「観光」をキーポイントした仕掛けが有効である。まず、立地環境を活かしインバウンドとして2000万人強の利用客の受け入れ、誘導を実施し地域への経済効果を齎らす仕掛け作りが必要である。このような状況下、従来の事業に加え「地域特性」を活かすため「産業観光」を捉え現在実施している地域ブランドとしての阪南ブランド十四匠」のブランディング力を活用しニューツーリズムとして確立し外部からの集客を狙う、一方、情報の受発信を迅速に総合的なコミュニケーションスペースとして「まちカフェ」を設置し施策を組み合わせ本来の目的が称う新たな事業として再構築させる。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>(業種・事業所数等)</p> <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>(内容・把握方法等)</p> <p>「知っておき大学」での情報収集及び各事業の終了後のアンケート調査の結果、会議、意見交換会により事業ニーズの把握を実施する。</p>			



4-2. 地域活性化事業 事業調書

阪南市商工会

事業名		「はんなん知っておき大学」(ステップアップ)事業	新規/継続	継続
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>南海尾崎駅ナカ(中心市街地)での空き店舗を利用し「知っておき大学」として情報の発信基地として設置し諸施策を展開している。</p> <p>①「まちゼミ」「まちバル」を開催し商店と消費者とのコミュニケーションを図り認知度、信頼性の向上を図り顧客の新規獲得の仕掛けとして実施する。</p> <p>③コミュニケーションスペース(B2B・B2C)からのマーケティング・コラボレーションの マーケティング72回・コラボレーション7回</p> <p>④「アンテナショップ」2件・「チャレンジショップ」1件・「まちゼミ」46件・「展示」5件・「物産」展40件・「まちバル」 13件、阪南ブランド十四匠認証商品の展示、生産過程の動画の上映等 更に大学祭を設け尾崎駅ナカにて地場物産展を中心に開催した。</p> <p>⑤情報の受発信基地として本会の情報をはじめ本市の情報を市と連携し施策普及にも務めている。</p>		
	反省点	<p>まちゼミ・まちバル等により一時的な仕掛けを利用し事業の持続的な発展に繋げるための支援が課題であり事業終了後のアフターフォロー等、伴奏的に継続的な支援が必要であり、より多くの参加事業所に働きかけることが今後の課題である。</p>		

事業名		「はんなん知っておき大学」(ステップアップ)事業	新規/継続	継続
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	①「知っておき大学」を小規模事業施策の企画・発信基地とし継続して運営する。コミュニケーション機能としてB2C・B2B等を回り伴奏的に支援できるよう事業所の支援体制のステップアップを図る。 ②「まちゼミ」は継続的に開催し本市民の要望に応えるべく定期的に実施する。今年度は「まちゼミ」開催後のアフターフォローについて支援し販路拡大、顧客の獲得につなげ店舗の認知度の向上を図る。 ③アンテナショップ・チャレンジショップは従来通り実施し認知度の向上と平成27年度から本市と連携し市内7機関が阪南市創業支援ネットワークを構築し創業者を全面的に応援する体制をとっている。その一環として誘発とインキュベーション施設としての利用度を高めていく。 ④個店の繁盛店づくり事業を立ち上げそれぞれの持つ個店のポテンシャルの披露、マーケティング方法等、情報の共有しながら事業主の経営意欲の向上を促す。魅力ある商工会へのアピールも含め、加入勧奨も同時に推進する。 実施時期は平成28年7月~12月 意欲ある個店(若手経営者を中心)に募集する。募集は本会商業部会を中心とし商業会連合会・商店事業協同組合との連携から意欲のある個店の事業主を掘りおこす。 「買い物弱者に対する支援」については本市施策「地域福祉推進計画」に基づき買い物マップを昨年度作成し、そのマップに基づき買い物弱者に対する支援を充実する。 ⑤「第4回はんなん知っておき大学祭」として、地元ショッピングセンターのイベント広場にて地域ブランド「阪南ブランド十四匠」を中心に地域コミュニティ広場として地場産品の物産展を実施する。(平成28年9月中旬) また、本市の観光地である山中溪にてさくらまつりが開催され3万人上の集客があり意欲ある飲食を中心とした商業者における「バル」物産展の展示販売を実施する。更に歴史街道(熊野街道)が現存する当時のたたずまいを満喫するような食べ歩きツアーの実施する。 ⑥産業観光の魅力を広めるため以下の事業を実施する。 □産業観光を実施するに当たり阪南ブランド十四匠認証企業を中心に意欲あるものづくり企業のものづくり企業の発掘による企業間交流・情報交換から産業観光の企画を行う。(コラボレーションの誘発にも繋がる) □増加するインバウンドの受入に対応するため産業観光を活かしツーリズム・ツアーの企画を行う。 □観光振興及び国際交流の推進としてグローバル化を図る。 阪南ブランド十四匠認証企業等、意欲あるものづくり企業を募りグローバルなビジネスマッチングを行う。(既に実施した台湾との交流事業である「夢の懸け橋プロジェクト」を活かす。) □6次化の推進から水産業における漁業体験(海苔養殖業者、ワカメ養殖業者)の見学、農業での収穫体験(水なす、キャベツ、ネギ等)を実施する。 以上の様に今年度は更に商業振興からだけでなく産業振興として充実を図って行く。委員会は学識経験者、行政、商工業者の代表、消費者の代表からなる運営委員会により運営する。 事業実施実行委員会 5回 専門委員会4回 運営委員会 5回	○	
	人材交流型			
	○ 販路開拓型			
	ハズカ型			
	独自提案型			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
(大阪府施策NO8)大阪府施策並びに本市施策と連携し実施する。手法として本市総合計画を視野に入れ事業遂行に当たり直接的な店舗等の変化、効果が得られる工夫を実施し「個店の活性化」を促すことで全体的な商業活性化への広がりを目指す。個店支援から課題の抽出から解決までカルテ化に繋げる。				

4-2. 地域活性化事業 事業調書

阪南市商工会

事業名		「はんなん知っておき大学」(ステップアップ)事業		新規/継続	継続
事業 の 目 標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法→	市広報、商工会HP、商工会報等による募集。 27年度のまちゼミ実績46事業所、まちバル13事業所、アンテナショップ2件、チャレンジショップ1件、展示5件		
		55			
	支援対象企業の変 化	まちゼミ等では商業部会の設置より和食飲食店の後継者を中心に、自らイベントの企画等をするほど商業の活性化に注力できる人材が生まれた。他にも感化されまちゼミ等の開催で商売に対する認識が変化してきている。			
		指標	参加事業所が新規顧客開拓があった事業所数	数値目標	40件
その他目標値	目標値の内容→	まちゼミ等の参加事業所に来店等申込があった人数			
	450				

4-2. 地域活性化事業 事業調書

阪南市商工会

事業名		「はんなん知っておき大学」(ステップアップ)事業					新規/継続	継続
算定基準により算出される額	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
		⇒ 50,250 円 ×		55 ×		1.00 =	2,763,750 円	
		50,250 円 ×		450 ×		0.01 =	226,125 円	
	(小計) 2,989,875 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 2,989,875 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="checkbox"/>		(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(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)		
2,989,875 円 ×			1.00 =			2,989,875 円 (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	2,989,875 円					
			円					
			円					
			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		はんなん産業フェア		新規/継続	継続
想定する実施期間		22 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	本市域は地場産業、主に和泉瓦、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「技」技術等ものづくりに対する精神等は現在も継承している。それらの事業所は小規模事業者がであり賃加工、OEM等下請け企業であり伝統技術が活かされず脆弱な経営基盤から危うい状態にある。一方、小売・サービス店舗においても発信能力も弱く地域における認知度も低く購買力も流出し中心市街地においても小売店舗等の閉店、移転も目立ち空き店舗も増えている。地域によっては買物弱者が課題となってきている。このような状況下、地場産業の復活再生、販路開拓、地域コミュニティの再生を図るため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るため本市行政との連携を図ると同時に若者に本市ものづくり企業の実態(経営者の経営理念、生産ライン、技術力等)を披露し就職意欲を高めると共に事業承継に繋げることが重要である。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の披露し「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る。更に、昨年から実施している市内創業支援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より創業者に繋げる支援(チャレンジショップ等)につなげると同時に出展者層の幅を広げる。また、第1次産業農林漁業との第6次産業への広がりを目指し相談窓口を設置する。福祉関係においては福祉関連施設の雇用、就労支援に取り組み全産業を通して地域を活性化することを目的とする。			
	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60事業所の支援を想定している。			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	事業所ニーズは出展者交流会、出展企業へのアンケート調査から把握し事業所の発信力の弱さを自覚している。そのために会場内での回遊性に配慮し事業所PRが効果的に来場者に伝わるようレイアウト等に工夫し認知度を高める。更に農協、漁業団体との連携から6次化へ啓発を促す。			
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	昨年度は本市観光協会の設置により「産業観光」を取り入れ実施した。特に地域ブランドとして実施している「阪南ブランド十四匠」を中心とし「街歩き」等を取り入れ生産現場、店舗の情報発信も可能となり参加企業の増加に繋がった。平成27年度は、54社(製造業、小売、サービス等)の出展があり約9000人の集客があった。また、地域の消費の喚起から実施したプレミアム商品券事業の効果が高める為、複数のイベントを開催し啓発と同時に購買力の向上に努めた。産業フェアに事業を拡大し13回目の開催となるが全産業への浸透し第一次産業としてJA大阪泉州及び阪南市鮮魚仲買組合から地場農水産物の販売等、充実してきている。また、平成27年度は市民主導で開催している「阪南まつり」と同時開催し、幅広く集客することに努めた。来場者(消費者)とのコミュニケーションを高める為、専門家による製品、商品等の説明を実施し事業所等のPRの強化に繋げる。府施策連携での大阪府技能士連合会によるワークショップ等効果が高める為、出店者、本会青年部、女性部、異業種交流会等内部組織によるワークショップも開催する。			
	反省点	アンケート結果から事業所の知名度が極めて低い。若者を呼び込む仕掛けが必要である。との意見も多く地元高校、各種学校への呼びかけを実施し活動を披露する場の創出していく。アンテナショップから本来の店舗への誘導を図るため商業マップ等を提供し知名度を上げていく。			

事業名		はんなん産業フェア	新規/継続	継続
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	阪南市商工会館、阪南市役所周辺及び阪南市立文化センター等を会場として、物産展(アンテナショップ等)、展示スペース等を設置し、来場者の回遊性を考え本来店舗への誘導をあわせて実施する。その為、本来店舗のイメージを醸し出し誘導を狙う。また、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るため大阪府施策連携として大阪府技能士連合会からワークショップを中心として実施する。更に、第6次産業、創業者の支援を実施する為、相談窓口等を開設し促進を図る。		
	人材交流型	出展者説明会、事業所間交流会、セミナー等の開催 ◎平成28年11月6日(日)産業フェア実施 ◎5月から12月実行委員会 ◎若者へのものづくりへの関心を高めるための産業観光の実施 ◎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		
	○ 販路開拓型	◎出店者、本会内部組織によるワークショップの開催 ◎地元企業による工場見学の実施、企業のプレゼンの開催 ◎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		
	ハズ 杓型	◎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) ◎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する。 ◎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・木系等 ◎地元グルメの披露を実施す為バルコーナーを設置する。		
	独自提案型	◎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)		<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 (大阪府施策雇用分野NO8)隣接5市町商工会が連携して実施し、大阪府施策との連携により技能士連合会によるワークショップの開催を実施し、全産業への拡充を図り産業全体を網羅する。また、事業遂行に当たり事業所の課題を抽出し複数支援にてカルテ化に繋げる。		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 50	本会主体で、泉南、忠岡、岬、熊取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	出展事業者が積極的な情報発信により消費者とのコミュニケーションが図られ企業の製品商品のPRと販売から市場調査となり消費者の購買動向から今後の製品の企画開発への一助となり経営意欲の向上が図られる。また、出展企業間のコラボレーション、連携等による事業の拡充に繋がる。 ものづくり教室等により若者の地元ものづくり企業への認知度をたかめることが出来人材確保に繋がる。		
	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→	商談、商売等の機会を得られる事業所60社を見込み1事業所50名の来客を見込む		
	2000名			

4-2. 地域活性化事業 事業調書

阪南市商工会

事業名		はんなん産業フェア					新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	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	
		⇒ 50,250 円 ×		50	×	1.00	=	2,512,500 円	
		50,250 円 ×		2,000	×	0.01	=	1,005,000 円	
					×		=	円	
					×		=	円	
	(小計)							3,517,500 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							3,517,500 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		円	負担金の積算						
<input type="checkbox"/>		(a)府施策連携	<input type="checkbox"/>	(b)広域連携	<input type="checkbox"/>	(c)市町村連携	<input type="checkbox"/>	(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)			
2,512,500 円 ×		0.75	=	1,884,375 円	( 円)				
1,005,000 円 ×		1.00	=	1,005,000 円	( 円)				
合計				2,889,375					
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	2,369,375 円		幹事に10%→ 288,937円 (2,889,375円-288,937円)÷50社=52,008円 (1社における単価)				
		泉南市商工会	208,000 円		阪南 52,008円×40社+288,937円= 2,369,257円				
		忠岡町商工会	104,000 円		岬 52,008円×2社=104,016円				
		岬町商工会	104,000 円		泉南 52,008円×4社=208,032円				
		熊取町商工会	104,000 円		熊取 52,008円×2社=104,016円 忠岡 52,008円×2社=104,016円 千円未満の端数は幹事商工会に加算				

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。





## 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	357	25,000	8,925,000	
支援機関等へのつなぎ	30	10,000	300,000	
金融支援（紹介型）	35	30,000	1,050,000	
金融支援（経営指導型）	130	40,000	5,200,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	10	20,000	200,000	
資金繰り計画作成支援	25	20,000	500,000	
記帳支援	30	25,000	750,000	
労務支援	85	20,000	1,700,000	
人材育成計画作成支援	8	20,000	160,000	
マーケティング力向上支援	10	20,000	200,000	
販路開拓支援	80	20,000	1,600,000	
事業計画作成支援	10	50,000	500,000	
創業支援	15	20,000	300,000	
事業継続計画(BCP)作成支援	50	20,000	1,000,000	
コスト削減計画作成支援	80	20,000	1,600,000	
財務分析支援	40	10,000	400,000	
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	2	10,000	20,000	
結果報告	360	10,000	3,600,000	
小 計	—		28,605,000	28,605,000

II 専門相談支援事業				
事業名	算定基準			補助金額
	支援日数	単価(円)	計	
法律相談	6	23,600	141,600	
経営(マーケティング)相談	4	23,600	94,400	
税務相談	4	23,600	94,400	
労務相談	3	23,600	70,800	
経営(許認可)相談	3	23,600	70,800	
小計	20	118,000	472,000	472,000

※支援日数×23,600円。ただし、記帳支援のために税理士を活用する場合、事業所数×25,600円

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