

令和5年度（2023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	1964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5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）	1,101名（令和5年1月1日現在）組織率73.1%			
※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】**

- ・2022年11月末時点の人口は51,583人（泉南市 59,690人、岬町 14,841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1.4%減少している。また、その人口構成としては15歳未満10.2%、15歳から64歳は55.8%、65歳以上が33.9%、75歳以上17.9%、85歳以上が4.8%となっており年々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。

【産業構造マップ】（平成28年経済センサス）

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（A3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。それに伴い購買額も増加していた。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、それに伴い購買額も減少が続いている。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0.94倍（2022年10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0.94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。

■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、尾崎駅を中心と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ことで、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ことが有効である。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る。加えて、地域ブランドである阪南ブランド十四匠や、昨年立ち上げた美食の新ブランド「KUU」のPR、周知をすることで、ブランディング力の強化を図ると同時に、地場産品の物産館の設置も視野に入れ、地域の物産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も必要である。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、コスト削減支援等）し、経営指導員が伴走的に加え、専門家の判断を得ることで複合的かつ専門的な課題を解決することが必要である。インボイス制度が令和5年10月より導入されることで税務面での相談が増加すると思われる。そのために税務相談、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。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、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67事業所（令和4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））などに対して注力し実施する。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、販路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。長引く新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う時短協力金、一時支援金等の支援策が引き続きあったが、金融支援をはじめ新型コロナウイルス小規模融資が実行され未払猶予等により徐々に回復に向かっていく。今年度においては、建設業をはじめ全般的にコロナ禍からの回復を目標として、事業所の課題を定性的かつ定量的に分析し、V字回復に向け、事業計画の再編等をはじめ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」の拡充を図るため、本市並びに漁協、JA、南海電気鉄道（株）、（株）伊藤園、（株）JTB等、産学官の連携により「SDGs」をテーマとして実施し、持続可能な開発目標を設定し、環境問題並びに社会問題等に取り組んでいきたい。

「はんなん知っておき大学事業」でコロナ禍からの回復を第1条件に考え、「まちゼミ」「まちバル」「SNS・キャッシュレス等」を充実させ、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、ワークショップ等体験型事業を通して商工業を身近に感じてもらい企業の活力を生み出すことを目標とする。

「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、事業承継に関する啓発を実施する。

消費者ニーズでは昨年より実証実験として実施している物産展等により抽出された情報等を活かし、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。

コロナ禍からの回復を最重視し、各種の事業を的確に実施する。

(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考え、きめ細やかなワンストップ支援を実施している。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、課題解決へ向かう支援体制を確立することが重要である。健全な経営基盤から自立を促し、自立するための経営基盤を創り上げることを最終目標とする。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・街の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繋げるため、地域事情を踏まえた活性化策が必要となる。そのためには、小規模事業者の経営力の衰退化、問題解決力、事業所間交流、情報受発信能力等、地域コミュニティを執りながらV字回復を期待する。

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	345 事業所	支援機関等へのつなぎ		25 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		8 事業所	
記帳支援	25 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		5 事業所	
販路開拓支援	70 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	95 事業所	財務分析支援		80 事業所	
5S支援	45 事業所	IT化支援		40 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	345 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	425				
<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以上に値する約340事業所(令和3年度実績425事業所)の中で、持続的発展に向けた事業者の支援体制を執るため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4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）を新型コロナマル経として救済措置の中で実施した為、通常の小規模事業経営改善資金に係る融資相談が減少してきている。令和4年度は引き続き新型コロナウイルス感染症対策として支援金、給付金の給付があったが、特に持続化補助金・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、コロナ禍の支援として、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を実施しており、それ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)を受け、小規模事業者が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例年通り継続して全会員に7回以上(各月上旬)巡回する。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されることで、相談する機会が増え、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、複合的に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。税務面では消費税等、税制改正に伴い相談が増加することが予想されるため、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、各種補助金等の相談で、よろず支援拠点へつなぐ事案が過去最高件数になるなど、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	12	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	15	事業活動に伴う税務に関連した課題の解決	8
金融相談	継続	相談事業所数	7	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	5
その他相談	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	4
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複雑化してきている。これらの相談事案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な支援が求められている。専門相談支援事業ではコロナ禍の中、それに伴う様々な課題が浮き彫りになってきている。例えば、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、税制の改正に伴いインボイス制度の導入による相談が昨年よりも著しく増加し、令和5年10月から施行されることもあり適格請求書発行申請書の手続きに関する相談も大幅に増加してきている。また、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。金融相談においては、日本政策金融公庫と連携し実施したことで、新規取引はもとより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、WEB申請申込手続き等に対応し実施する。その他、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有資格者が対応している。以上の様に、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引き出すことで、今後の進むべき方向への方策を考え、明確な結果を出し課題解決に向かう。総花的に事業者の経営計画や経営戦略を伴走的に支援することで企業経営が好転し同時に経営指導員等の資質向上も期待できる。</p>					

4-1. 地域活性化事業一覧

阪南市商工会

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	大阪・関西万博に向け、本市の地域力を生み出し、SDGs、カーボンニュートラル等を活かし、地域特性を活かした「まちゼミ」「まちバル」を再構築し実施する。紙媒体の他、HP・SNS等を活用し全年齢層に情報発信を行う。	3,509,750
(2) 広域事業				10,396,275
2	○	第23回はんなん産業フェア	コロナ禍からのV字回復を狙い、本来のアンテナショップ機能を発揮し、SDGsをテーマに実施する。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。また、大阪・関西万博を見据えPRも行う。	3,670,750
3	○	事業承継セミナー	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今年度も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	858,000
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	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	○	BCP普及啓発セミナー	貝塚商工会議所の事業調書を参照	60,600
11	○	BCP策定ワークショップセミナー	泉佐野商工会議所の事業調書を参照	262,600
12		大阪勧業展	大阪商工会議所の事業調書を参照	25,250
13	○	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
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	303,925
15	○	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
16	○	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	301,050
17	○	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	242,400
18	○	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	363,600
19	○	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	101,000
20	○	小規模事業者の継業支援事業	大阪府商工会連合会の事業調書を参照	101,000
合計(1+2)				13,906,025
(うち、府施策連携事業)				11,972,775

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	11 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	2025年の大阪・関西万博に向け、本市の地域力を生み出し、昨年より実施しているSDGs、カーボンニュートラル等を活かし、地域特性を活かした「まちゼミ」「まちバル」を再構築し実施する。紙媒体だけでなく、HP・SNS等を活用し全年齢層に行き渡るよう情報発信する。				
	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。</p> <p>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。</p> <p>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。</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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>「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。</p> <p>「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。</p> <p>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。</p> <p>「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。</p> <p>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。</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事業者ニーズの意見集約を行うことに加えて、「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。				
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4年度においては2月1日～28日までの1ヵ月間で「まちゼミ」を開催し、「まちゼミ」36事業所の参加があった。「まちバル」においては9月25日(日)開催の「はんなんグルメフードフェスティバル」において52事業所の参加があり、その中で「パンスイーツバル」として内10事業所の参加があり、店舗や商品のPRをすることができた。</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>11月6日開催の「第22回はんなん産業フェア」においてアンテナショップ5事業所、チャレンジショップ1事業所として開催し、「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、ゼミのテーマ設定に工夫を凝らす必要がある。今年度のようにSDGs等、消費者ニーズを読み取りテーマ設定に繋げることが必要である。また、ゼミ終了後のフォローアップから顧客へ結び付けるサービスが必要である。また、店舗間のコミュニケーションを充実させコラボレーションを誘発できるようワークショップ的な事前研修会を開催する。情報発信では「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が見られるよう取り組む。</p> <p>「まちバル」については、コロナ禍の中、営業自粛などにより店舗での営業が制限され販売力も極端に減少している中、昨年度からコロナ禍の中で「はんなん産業フェア」と同時に実施し、更に、「はんなんフード・グルメフェスティバル」を初めて開催した中で「まちバル」を実施し、コロナ禍にもかかわらず活気を得ることが出来た。食品関係事業者も多く参加し、気運も高かった。イベント終了後の本来店舗への誘導を考える工夫が必要である。</p> <p>「まちカフェ」については物産館に移行し本市の産業の発信基地として地場産業の情報・消費者ニーズの提供からB2C、B2Bの交流の場としても有効に利用していく。昨年度はアンテナショップ・チャレンジショップも実施するとともに物産展会場として実証実験的に利用した。この結果を元に取り組んでいきたい。</p>				

	人材育成型	<p>実施方法・・・本会に事業実行委員会を置き、企画・運営について検討する。実行委員会内に本会の内部組織（商業部会、青年部、女性部、IT交流会異業種交流会）の代表者及び、商業会連合会、専門家、観光協会、南海電気鉄道(株)、(株)JTB、(株)伊藤園などを委員に委嘱し、年4回程度実施する。</p> <p>(1) 「まちバル」の開催 (40社) 食のブランドの推進と同時にバルメニュー等の開発を促すことで「まちバル」としての魅力を発信する。また観光協会との連携により、観光開発の観点から観光資源としてのグルメ店の発掘も並行して行う。加えて、産業フェア等においては独自の「バルコーナー」を設置し広くPRするとともに、本来店舗への誘導も図る。 【実施時期】 令和5年9月～11月を予定。</p>			
	人材交流型	<p>(2) 「まちゼミ」の開催 (20社) SDGs等の手法を取り入れ、「お客様」「お店」「地域」の三方よしの観点から、原点に帰り「まちゼミ」の再構築を図り、地域コミュニティの創出が可能となる土壌を築き地域力を高める。例としてプロのひと味をYoutube等を利用し、オンデマンドで配信することで個店の魅力を発信する。加えて「まちゼミ」の開催までに勉強会を実施し、企業間のコミュニケーションを図り、テーマ設定等、「まちゼミ」の深掘りに努める。また、現在店舗に必要であるキャッシュレス化、SNS活用の推進を個別にサポートしていく。 【実施期間】 令和5年9月～10月を予定。</p>			
	○ 販路開拓型	<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）を実施する。また今後の販路拡大の観点からEコマース導入方法のセミナーも同時に開催し、有名店・人気店となるよう育成していく。</p>			
	ハズ ね型	<p>(4) 産業体験 「まち歩き」を中心に観光協会の協力を得て、体験型観光、職場体験を実施し、着地型観光として本市の産業の魅力をSNS等で情報発信し、若年層（キッズ、学生、将来の担い手）の参加を促す。</p> <p>(5) 「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を実施する。SDGs「つくる責任・つかう責任」と紐付け、産業フェアにおいて「まちセリ」を開催し、出店事業者及び商品のPRを実施の上、商品をセリ形式で販売する。BtoCによるセリの掛け合いにてコミュニティを創出し活気を生み出す。</p>			
	独自提案型	<p>(6) 「まちカフェ」設置(5社) 商工会館内に物産館として設置し商工業の拠点としてコミュニケーションを生み出しBtoB、BtoCでの交流を図る。一方、創業者の育成支援を行うためのチャレンジショップ・アンテナショップを開催する。</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(インボイス制度の普及啓発・対応促進も含)		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(インスタグラム等の利活用) (c) 本市と連携を図り、事業実行委員会として市担当部局が参加する。市広報によるイベント周知等を実施する。 (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)	<p>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、店舗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。</p>			
		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	
	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」の使用期間と並行し「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ことを期待する。	
	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ことを期待する。	
	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ことを期待する。	
	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⇒		

【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		第23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	11	年目	←複数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>コロナ禍からのV字回復を狙い、本来のアンテナショップ機能を発揮し、今回は「SDGs」をテーマにした内容とする。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。また、大阪・関西万博を見据え、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、来場者に対する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>					
	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店出者からの要望・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	<p>令和4年度においては、「地元再発見」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22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(株)伊藤園、(株)JTBに本会の事業企画委員会委員として、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、村川学園は会場内特設ブースにて独自イベントを実施した。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。</p> <p>大物産展は67(小規模事業者)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」美食ブランド「KUU」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、今年もステージイベント等を自粛したが、「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。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、延べ10,000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> <p>いずれも、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>					
	反省点	<p>開催会場が市役所の裏の駐車場ということで狭く、会場レイアウトが難しく、来場者の動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。今年度は会場レイアウトを一新し、来場者の動線を重視していきたいと考えている。また、駐車場においても例年の通りの混雑状況(隣接の文化センターのイベントと重なった)となり、警備員を増員させる必要がある。</p>					

具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いくつかの何をどのようにするのかを明確に)	人材育成型	<p>「第23回はんなん産業フェア」 日 時：令和5年11月5日（日） 10：00～15：00 場 所：阪南市商工会館・阪南市役所周辺、サラダホール</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業実行委員会形式で会議を実施する。(年間4回から5回実施) ・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・展示コーナーを設置する。 ・阪南市内の企業を巡る「まち歩きツアー」を開催する。(阪南市観光協会との連携) ・阪南市の食ブランド「KUU」をPR、周知する。 ・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。 ・大阪・関西万博に向けたPRブースを設置する。 ・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。 ※出店事業所等と協力してフードロスの削減を啓発する。 					
	人材交流型	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税の推進を図る。 ・地元企業に返礼品の開発を促す。 ・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。 ・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。 ・福祉関連施設の雇用、就労支援相談窓口を設置する。 ・会場内催し(予定) <ul 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 6 その他関連イベント 					
	○ 販路開拓型	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・福祉関連施設の雇用、就労支援相談窓口を設置する。 ・会場内催し(予定) <ul 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 6 その他関連イベント 					
	ハンズオン型	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・福祉関連施設の雇用、就労支援相談窓口を設置する。 ・会場内催し(予定) <ul 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 6 その他関連イベント 					
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5年度は大阪万博を見据え、「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(商-10)></p> <p>(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、(株)JTB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⇒	<p>70 社</p> <p>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。</p>				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	<p>コロナ禍の中、事業主の商行為等に対するモチベーションを高めるために、本事業への参画を促し店舗、事業所の活性化へのトリガーとして捉えることによって、事業計画の再編に取り組む姿勢ができる。さらに、出展者間のコミュニケーションによる情報、ノウハウの交換を誘発し、連帯感を生み出すことを促す。会場内消費者との接点から消費動向が察知でき、ウィズコロナに向けた今後の方向性を見出すことが出来る。</p> <p>大阪府技能士連合会等によるワークショップにより若者のモノづくり企業への関心を得ることが出来、地元企業への就職意欲を高めることが出来る。</p>					
	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					
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	70	1.00	=	3,535,000		
	50,500	3,500	0.01	=	1,767,500		
				=	0		
				=	0		
				=	0		
	合計	3,570	(小計)		5,302,500		
	※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		
	計				5,302,500		

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		6000×50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	(300,000 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		支援企業数	役割（配分の考え方）		
	<input type="radio"/>	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		
		忠岡町商工会	160,000 円		3	4,418,750×15%=662,812 4,418,750-662,812=3,755,938		
		泉南市商工会	321,000 円		6	3,755,938÷70=53,656 阪南3,460,250、泉南321,000、熊取		
		熊取町商工会	160,000 円		3	160,000、忠岡160,000、岬107,000		
		岬町商工会	107,000 円		2	端数は幹事商工会		

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	←複数段階の実施事業は左欄に○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	コロナ規制が緩和されたといえ、依然感染者が増加する中で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。					
	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り、啓発充実に努めていきたい。					
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5年2月9日予定)を開催予定。現在受講者を募集している。 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を予定する。					
	反省点						
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印をいつ・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 ■開催時期としては令和5年9月から令和6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 ■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 ■事業承継に必要な事業者、後継者からの相談対応等					
	○ 人材交流型	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					
	販路開拓型	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5年9月ごろ予定)					
	ハンズオン型						
	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)	○ (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				
		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			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)	カーブス単価		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					
	<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)				
	565,600	円	×	1.00	=	565,600	円	(0 円)	
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはアソシエイト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				
					18,000×10=180,000(泉南市)				
					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⇒	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	18 社	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⇒	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	5 社	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⇒		

【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	345	25,000	8,625,000		
支援機関等へのつなぎ	25	10,000	250,000		
金融支援（紹介型）	10	30,000	300,000		
金融支援（経営指導型）	90	40,000	3,600,000		
マル経融資等の返済条件緩和支援	5	20,000	100,000		
資金繰り計画作成支援	8	20,000	160,000		
記帳支援	25	25,000	625,000		
労務支援	60	20,000	1,200,000		
人材育成計画作成支援	0	20,000	0		
マーケティング力向上支援	5	20,000	100,000		
販路開拓支援	70	20,000	1,400,000		
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	95	20,000	1,900,000		
財務分析支援	80	10,000	800,000		
5S支援	45	10,000	450,000		
IT化支援	40	20,000	800,000		
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	345	10,000	3,450,000		
小 計	-		26,775,000		26,775,000

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	
法務相談	6	144,000	
税務相談※	8	192,000	
金融相談	4	96,000	
労務相談	5	120,000	
登記・相続相談	4	96,000	
小 計	27	648,000	

※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	13,906,025

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	1,310,300

V 合計		
合 計		補助金額
		42,639,325