

令和7年度（2025年度）
事業計画書

1. 申請者の概要

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
設立年月日	昭和39年05月14日
職員数	8名
うち経営指導員数	6名
所管地域	阪南市全域
管内事業所数	1,459（令和3年経済センサス）
うち小規模事業者数	997（令和3年経済センサス）
会員数	1066（令和7年1月1日現在）
組織率	73.1%
担当者職・氏名	事務局長 土生 茂一
連絡先電話番号	072-473-2100
連絡先メールアドレス	info@hannan-sci.jp
□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) 所管地域の産業経済の現状と課題

【人口マップ】2024年11月末現在の人口は50,141人（泉南市58,255人 岬町13,787人）である。本市においては昨年同時点と比較して1.3%減少している。将来人口が2050年には約30,000人となる推計が出ている。急激な人口減少が進む中で市行政も人口増加策を模索しているが現状ではままならない状況である。小規模事業者にとっても廃業、後継者難、労働者不足等が課題となっている。

【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。隣接においては、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」が上位となっている。市内の施設が上位にはない。今後はインバウンドを含め地域外よりの集客を図るために、阪南ブランド館「匠のippin」に期待を寄せている。

■重点課題

商業面では、著しい人口減少に伴い中心市街地の尾崎駅前周辺をはじめ市域全体で空き店舗の増加、後継者難により廃業となるケースが目立ってきている。課題として、サステナブルな商業環境の構築を目指し、一昨年に開業した阪南ブランド館「匠のippin」（直売所）に参画する事業者の拡充を図り、市全体の商業活性化に繋げることが重要なポイントである。

工業面では汎用製品製造業、食品製造業などは活況を取り戻しているが依然として、繊維製品製造等は衰退している傾向にある。また、物価高騰、原材料高騰から建設業においても厳しい状況にある。課題として、物価高騰等に対応できる金融面での支援、国の補助金等の利用による支援などに取り組んでいく必要がある。

サービス、小売業においては、中心市街地での商業施設の空き店舗の増加など大変厳しい状況にある。今後は、市行政等と連携し、コミュニティスペースの整備などのインフラ整備を重点的に実施することで活性化につながることを期待される。加えて、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。

(2) 所管地域の活性化の方向性（事業の目標）

本市の経済循環率をみると51.6%と近隣の泉南市が75%、岬町が54%と比較しても劣っている状況であり、それに伴い購買力等が市外に流出している現状がある。市内事業者の経営の安定を図るため本市と連携しシティプロモーションに注力し、購買力の向上を目指すことが必要不可欠である。

全体的な方向性としては、(1)の課題を解決するため、特に商業・工業面では、一昨年グランドオープンした阪南ブランド館「匠のippin」の機能を最大限に利用し、参画事業者をはじめとする市内外の小売、卸売、製造業者を新たな参画事業者として登録し、地域ブランド「阪南ブランド十四匠」、美食ブランド「KUU」の更なる拡充を図り、市全体の活性化に繋げていく。また、現在商工会館前の市の敷地を市民が集うコミュニティ広場として整備するよう市行政に働きかけている。整備することで人流が生まれ、「匠のippin」を中心として活性化できる起爆剤となることが期待される。

経営相談事業では、専門家、関係機関と密に連携し、経営指導員の伴走支援を充実させ小規模事業者の課題解決を図り経営安定に向け取り組んでいく。

(3) 事業を実施した効果

○実績時記入

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題・次年度への取り組み

○実績時記入

I 経営相談支援事業						
前年度支援企業数		355 社				
支援メニュー		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
1	事業所カルテ・サービス提案	事業所	350			0.0%
2	支援機関等へのつなぎ	支援数	20			0.0%
3	金融支援（紹介型）	支援数	8			0.0%
4	金融支援（経営指導型）	支援数	90			0.0%
5	マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	5			0.0%
6	資金繰り計画作成支援	事業所	5			0.0%
7	記帳支援	事業所	50			0.0%
8	労務支援	支援数	60			0.0%
9	人材育成計画作成支援	事業所	0			-
10	マーケティング力向上支援	事業所	10			0.0%
11	販路開拓支援	支援数	80			0.0%
12	事業計画作成支援	支援数	15			0.0%
13	創業支援	事業所	5			0.0%
14	事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	70			0.0%
15	コスト削減計画作成支援	事業所	90			0.0%
16	財務分析支援	事業所	80			0.0%
17	5S支援	事業所	60			0.0%
18	IT化支援	事業所	15			0.0%
19	債権保全計画作成支援	事業所	0			-
20	事業承継支援	事業所	5			0.0%
21	災害時対応支援	事業所	0			-
22	フォローアップ支援	事業所	54			0.0%
23	結果報告	事業所	350			0.0%
件数設定の根拠（今年度の特徴等）						
<p>今年度の経営相談事業の件数設定の根拠として、昨年に引き続き阪南ブランド館「匠のippin」の参画事業者（昨年は52事業所）の増強をはじめとする販路開拓支援、金融支援（経営指導型）、コスト削減支援、事業計画支援などを中心に350事業所支援対象とする。また、物価高対策、人材不足などの社会的な課題解決を促進するため、国、大阪府、阪南市等の情報を共有し、伴走型支援を実施し課題解決に積極的に取り組んでいく。</p>						
支援のポイント・成果						
○実績時記入						

II 専門相談支援事業

事業名		単位	当初計画	変更計画	実績	達成率
24	法務相談	日数	6			0.0%
25	税務相談	日数	10			0.0%
26	金融相談	日数	4			0.0%
27	労務相談	日数	6			0.0%
28	その他相談	日数	4			0.0%

支援のポイント・成果

○実績時記入

事業名		はんなん知っておき大学事業		事業番号	I	新規/継続	継続
想定する実施期間		平成25	年度~	年度まで	13	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	マーケティング拠点としての阪南ブランド館「匠のippin」の機能を強化し、「まちゼミ」「まちバル」を融合させ、商業施策として取り組む。また、大阪・関西万博では、本市と連携し、出店者等への支援を実施する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	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事業者間のコミュニケーションも疎遠となっている。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き、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故に、近隣の大型商業集積地や市外への消費の流出が著しい。宿泊施設、モール、観光施設などのハード面での対応が後手に回っている状況で、産業全体においては優れた企業からの製品・サービス等も多くあるが、商業の発展には繋がっていないのが現状である。また、人口減が顕著になる中、若者流出を防ぐ効果も同時に見出ししていく必要がある。このような状況を踏まえ、「匠のippin」を、地場産品の販売所に限らず、観光拠点として活用することにより、インバウンドを含めた観光客の誘致に繋げていく。「まちゼミ」、「まちバル」に関しては、従来の手法に加え、1年を通じ、定期的に開催していく。それにより事業所が、従来の固定の時期以外のゼミの参加も可能となり、新規事業所の参加も促していく。季節感のあるゼミを定着化させ、消費者・観光客が、様々なゼミを自分のタイミングで受講出来る体制を図る。企業ニーズ・・・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、意見交換により事業ニーズを把握する。また、「匠のippin」の参画事業所等を対象に商品・製品のパッケージ、デザイン、新規顧客獲得に役立てるために、マーケティング、デザイン、コンテンツに関するセミナーを開催する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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。					
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること		令和6年度においては令和7年2月の1ヶ月間で「まちゼミ」を開催し、SDGsをテーマに36事業所の参加があった。はんなん産業フェアにおいて「パン&スイーツバル」に4事業所の参加があった。「チャレンジショップ・アンテナショップ」として、「匠のippin」を活用し、ワークショップなどを開催し4事業者の参加があり、オープンキャンパス5事業所(令和7年1月15日現在)：まちバルとして(牡蠣フェスティバル14事業所(予定)、SDGs万博4事業所(予定))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。					

具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・ どのようにするのかを明確に)	<p>【事業手法】 販路開拓型</p> <p>(1) 「まちバル」の開催 25社 美食ブランド「KUU」を中心に生産者から消費者に安心・安全な商品をお届けする為に、マーケティング拠点、地場の直売所、イベント等を利用し露出度を高め、販売に結びつける。また「パン・スイーツバル」コーナーを直売所に設置し、広く参画事業者にPRするとともに、自店への誘導も行えるように工夫を凝らす。 【実施時期】 1年(令和7年4月~令和8年2月)を通し開催する。また、令和7年11月2日(日)「はんなん産業フェア」においても開催する。</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。今回の「まちゼミ」は期間を限定せず、季節、時局に応じたテーマによるセミナーを開催する。広報においては市内自治会の回覧板を利用し、広く市民にPRを実施する。 【実施期間】 1年(令和7年4月~令和8年2月)を通し開催する。</p> <p>(3) 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)の参加を促す。ルートを設け「匠のippin」を集解散場所として利用する。 【実施期間】 令和7年11月2日(日)「はんなん産業フェア」等、他イベント時に予定。</p> <p>(4) 「チャレンジショップ・アンテナショップ」開催 2社 マーケティング拠点「匠のippin」を利活用し、BtoB・BtoC等がコミュニケーション図り、実施する。加えて創業者の育成支援として、チャレンジショップやアンテナショップ等を開催し、情報発信や交流の場とする。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>(5) 大阪・関西万博への共創チャレンジ並びに万博への出展(インバウンド需要の取込み) 大手企業、観光協会との連携による「まち歩き等」の参加外国人の「匠のippin」への誘導</p> <p>(6) はんなん知っておき大学祭の開催 3社 物産展を中心に、市内企業訪問・お仕事体験、子供向けのイベントなどを行い、地域愛を醸成し、地元の繋がりを強化する。 【実施時期】 令和7年9月から10月</p> <p>(7) マーケティング、デザインに関するセミナーの開催 大阪府と連携し、「匠のippin」参画事業者の売上増加を目指す為のパッケージデザイン、新規販路開拓に向けてのセミナーを開催する：令和7年5月から8月ごろ(予定)。</p>												
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%; text-align: center;">○ (a)府施策連携</td> <td style="width: 25%; text-align: center;">(b)広域連携</td> <td style="width: 25%; text-align: center;">○ (c)市町村連携</td> <td style="width: 25%; text-align: center;">○ (d)相談事業相乗効果</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">商-17</td> <td colspan="2">デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地</td> <td style="text-align: center;">販路開拓</td> </tr> </table> <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、大手民間企業、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。</p> <p>(a)大阪府連携商-17：デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地域中小企業支援事業と連携し、「まちゼミ」「まちバル」参画事業者を中心にセミナー等の開催</p> <p>(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> <p>(d)相談事業の相乗効果として販路開拓支援に繋げていく。</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	商-17	デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地	
○ (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-17	デザイン、マーケティング、コンテンツ等の活用による、地		販路開拓										
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6年度の支援対象事業所の「まちゼミ」36事業所、「まちバル」25事業所、「チャレンジショップ、アンテナショップ」2事業所、はんなん知っておき大学祭参加3事業所を根拠とする。										
	主な支援対象企業の変化	代表指標	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⇒ 550	名	「まちゼミ」「まちバル」等への参加事業所に来店等申込者数									

算定基準 (行が足りない場合は、⇒の 行に挿入)	サビ*ス単価	支援企業数			係数	標準事業費		円	
	⇒ 50,500	円 ×	66	社 ×	1.00	=	3,333,000		円
	50,500	円 ×	550	社 ×	0.01	=	277,750		円
		円 ×		社 ×		=			円
		円 ×		社 ×		=			円
		円 ×		社 ×		=			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%)								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					
	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	(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⇒	市広報、商工会報、商工会HP、市民向けの回覧板、Instagram等によるPRおよび募集。令和6年度の「まちバル」の開催実績を参考に設定する。				
		25	社				
	支援対象企業の変化	指標	新規顧客の開拓があった事業所数		数値目標	20	社
その他目標値	目標値の内容⇒	「まちゼミ」「まちバル」等の参加事業所への来店等申込数					
	550	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⇒	市広報、商工会報、商工会HP、市民向けの回覧板、Instagram等によるPRおよび募集。令和6年度の「まちゼミ」の開催実績を参考に設定する。				
		36	社				
	支援対象企業の変化	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⇒	市広報、商工会報、商工会HP、市民向けの回覧板、Instagram等によるPRおよび募集。令和7年9月から10月にかけて「はんなん知っておき大学祭」として、子供を中心にお仕事体験などを実施する。その中で本来店舗への誘客が出来た事業所数を設定根拠とする。				
		3	社				
	支援対象企業の変化	指標	「はんなん知っておき大学祭」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	80	%
その他目標値	目標値の内容⇒						

事業名		第25回はなん産産業フェア		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	13	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	<p>地元アンテナショップとして様々な団体と地元直売所として「匠のippin」参画事業者53事業者が対面販売にて地元物産の提供を行い、BtoCのコミュニケーションが図られ、関係機関と協力連携体制のもと、物産展・展示会ほかワークショップ等を展開し、加えて市民に周知することで、阪南市産業全体の活性化を図る。本年度は「大阪・関西万博」が開催される年でもあり、本市との連携を図り「大阪・関西万博」への出展を目指す。</p>					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<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。本事業は地元商工業の認知度、理解度を高めるため広域連携にて隣接商工会を加え開催する。特に、地元のマーケティング拠点であり地元の直売所としての「匠のippin」の機能を活かしアンテナショップとして本来店舗へ誘導することを目的に実施する。併せて、SDGsの持続可能な17の目標をテーマに掲げアンテナショップの機能の強化を図る。</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、自店へと誘導を図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。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>協体制として、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>阪南市を中心に岬町、泉南市、忠岡町、熊取町の南泉州地域各商工会の全事業所を対象とする。業種の範疇は問わずも、モノづくり、小売・卸売、サービス業を対象とする。</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・実績数値や改善点を含めること	<p>令和6年度においては、「素敵なものは、素敵な人へ~なくてはならないものだけ」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24回はなん産産業フェアin匠のippin」として実施した。また同時に阪南市文化協会が実施する秋の芸術祭と同時開催し、阪南ブランド館「匠のippin」が1周年記念の謝恩セール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。更に、阪南市観光協会とも連携し、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)と伊藤園、(株)JTB、JCOMりんくう局に例年通り、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。</p> <p>大物産展は76事業所(うち小規模事業者66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」謝恩セールとして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」の認証企業の展示、美食ブランド「KUU」を中心とした地場産品の販売、紹介など消費者に対して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、女性部によるワークショップも実施した。</p> <p>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「匠のippin」を中心とした物産展の開催とした。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。改善点としては、駐車場の確保の課題解決、加えて来場者の動線を正確に把握したうえで、出店者の出店場所を考慮し売上増に繋げていきたい。</p>						

<p>具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・ どのようにするのかを明確に)</p>	<p>【実施手法】販路開拓型 【第25回 はんなん産業フェア】 日 時：令和7年11月1日(土曜日)及び2日(日曜日) 10:00～15:00 場 所：阪南市商工会館及び「匠のippin」、阪南市役所周辺、サラダホール 運営体制 ・委員会を立ち上げ、年間5回程度の事業企画実行委員会を開催する。 事業概要 ●一日目概要 ・「匠のippin」を中心として美食ブランド「KUU」の祭典として実施する。接客も顔の見える対面販売形式とし、販売側の思いを結びつける。 ・地元事業所を巡る産業・ガストロノミーツーリズムを実施する。 (阪南市観光協会連携予定) ●二日目概要 ・地元事業所等による物産展ほか展示会等を実施する。 (アンテナショップ、ワークショップ等、約70社：広域連携事業所含む) また飲食関連事業所を対象としたバルコーナー※を設置する。 ※Bar(西)…軽食、喫茶、居酒屋等の総合店舗を指す ●共通概要 ・「阪南ブランド十四匠」、美食ブランド「KUU」を中心に地元事業所の紹介ほか展示コーナーを設置する。 ・出店者間の情報共有等交流を企画し、説明会及び交流会を実施する。 ・商工会ネットワークを活用した他商工会地域との連携を執る。(例：かつらぎ町商工会等の出店等) 事業副次目標 ・商工会事業の紹介 ・商工会内部組織によるワークショップ等の開催 →ほか若年層の本会への関心度向上を目的としたチャレンジショップ等の開催も含む ・「匠のippin」ECサイトの広告、利用促進 ・「KUU」(阪南食ブランド)の広告、ブランド強化 ・キャッシュレス化推進：出店事業所にカード決済、QR決済等の推進 ・地元産生鮮食品の朝市の開催(JA大阪泉州、阪南市鮮魚仲買組合、漁業組合連携予定) ・各金融機関との連携による創業者の開拓及び支援、相談窓口の設置 ・大阪府技能士会連合会によるワークショップ等の開催 (若者のものづくり体験型教室等) ・第6次産業化の促進及び相談窓口の設置 ・障がい者雇用に取り組む為、国や自治体の支援制度提供(パンフレット、チラシの配布等)と促進 ・SDGsへの取り組み紹介 →ほか出店者等との連携によるフードロスの啓発</p>									
	<p>事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)</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>労-10 産業祭・物産展におけるものづくり教室の実施。</p>		<p>販路開拓</p>				<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7年度は初めての2日間の開催となることで、1日目を「匠のippin」を中心としたイベント開催、2日目は例年通りの産業フェアとして開催することで、「匠のippin」をはじめ出店事業者の市民へのPR、本来店舗への誘客を図る。 (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、大手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。 (d) 相談事業相乗効果として販路開拓支援等に繋げる。</p>				
<p>主な事業の目標</p>	<p>総支援対象企業数</p>		<p>設定根拠及び募集方法⇒ 70 社</p>		<p>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、商工会報で事業内容を掲載、募集する。</p>					
	<p>主な支援対象企業の変化</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>数値目標</p>	<p>40</p>	<p>社</p>	
	<p>その他目標値</p>		<p>目標値の内容⇒ 3500 人</p>		<p>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</p>					

	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
算定基準 (行が足りない場合は、⇒の 行に挿入)	⇒ 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 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	円	
		円 ×		社 ×		=	0	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%)							0	円
	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		6000×50			
	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)				
	○	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 4,418,750×15%=662,812 4,418,750-662,812=3,755,938 3,755,938÷70=53,656				
		泉南市商工会	321,000 円	6	阪南3,670,750、泉南321,000、熊取160,000、忠岡160,000、岬107,000端数は幹事商工会				
		忠岡町商工会	160,000 円	3					
		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	4	年目	※複数年段階的实施事業は別紙にて計画を提出すること			
事業の概要	事業概要	市内小規模事業者は、新型コロナ以前の経営状況には戻らず、廃業、事業縮小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) 企業ニーズ (内容・把握方法等)	中小企業者、小規模事業者の事業承継を取り巻く現状は、事業承継に関し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、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。								
これまでの取組状況 <small>※継続事業の場合のみ記入 ※実施内容・実績数値や改善点を含めること</small>		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7年2月4日(火)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。								
具体的な実施内容・手法 (いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)		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【事業手法】人材育成型 ■開催時期としては令和7年9月から令和8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 ■事業承継に必要な事業者、後継者からの相談対応等 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。)【人材交流型】 ハンズオン 阪南市5社 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7年7月～12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 (b)泉南市商工会・岬町商工会と連携 (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								
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)						
		23	社	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
	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					
	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⇒	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	指標	事業承継支援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⇒	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⇒	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	指標	人脈の拡大が出来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⇒	社			

【備考】