

# 令和6年度（2024年度） 事業実績報告書

## 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	T E L（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）			8名（経営指導員6名）（令和7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（令和3年度経済センサス）
⑤管内小規模事業者数			997（令和3年度経済センサス）
⑥会員数（組織率）			1,057（令和7年3月31日現在） 72.4%
※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）			
(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つせんを行うこと。 (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><b>(1) 事業の目標</b></p> <p>原材料価格高騰や人手不足、個人消費低迷等、小規模企業の環境は非常に厳しく経営相談事業の取り組みは伴走支援を中心に実施し、金融支援では物価高騰による運転資金の調達、売上増を狙うマーケティング支援を基軸に現状の把握から課題を抽出し、多様化する課題の解決に向け専門機関との連携を密に実施した。</p> <p>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 i p p i n」をマーケティング拠点として稼働させ地場製品の発信、アンテナショップの設置だけでなく産業観光の拠点として機能強化を図った。また、地元事業者の結束を図り、加えて本市並びに大手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(株)、KIX泉州ビューロー等との連携により発信力、稼働力を活かし本市最大の活性化事業として取り組んだ。「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」を本市との連携イベント等の連携により効果が倍増した。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た。</p>
<p><b>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</b></p> <p>経営相談事業では、金融支援の稼働率が上がり、物価高騰、原材料の高騰を受け一括仕入れ等によるコストの削減等の事象が多く調査段階での迅速な対応を実施し経営の改善に繋がった。また、人手不足が生じておりハローワークとの連携を深め就職フェア等有効に活用した。インボイス等税務関係、労務関係、コンプライアンス等に於いては専門家による専門相談に繋ぐ事案も多くあった。地域活性化事業においては「はんなん産業フェア」を阪南ブランド館「匠の i p p i n」を中核としてワークショップ等、集客に繋がるイベントを並行して実施し盛んに開催した。商業活性化事業としては「まちゼミ」「まちバル」「まちセリ」「オープンキャンパス」をマーケティング拠点である「匠の i p p i n」の参画事業者によるアンテナショップでの対面販売を実施し生産者の顔の見える商品として好評を得た。このようなことから参加事業所の商業施策事業への意欲を高めることができた。事業承継事業においては、個人事業所の廃業が多く、事業承継への意欲が足りなかったがセミナーを通じ、啓発を図ると同時に、承継者間でのコミュニケーションが図られ事業所系への自覚が生まれた。</p>
<p><b>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</b></p> <p>経営相談事業では、経営指導員による各事業所の抱える課題を巡回で現場にて具体的に把握することにより細やかな支援に繋がる。昨今は複雑で複数の課題が絡み合い、段階的に支援を繰り返すことで的を得た支援に繋がる事が多い、より分かりやすく具体化することが経営指導であり事業所に寄り添う支援が小規模事業者にとっては有効である。加えて情報の受発信が少ない小規模事業者に執って商工会が介在することで関係機関への紹介、専門家、よろず支援拠点等の相談を利用し高度な課題がスムーズに進み解決に繋がっている。地域活性化事業においては、小規模事業者を結束する方法として「阪南ブランド十四匠」をはじめ、阪南ブランド館「匠の i p p i n」の設置により、地域ブランドからマーケティング拠点としてのインフラ整備を整え、そこから地場製品の流通も活発になり市内外からの誘客も増し、年間を通しての連携する各種イベントの効果も高くなってきている</p>
<p><b>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</b></p> <p>地域の個性、資源を活かし地域産業の活性化を図るため、地域の課題、事業所の課題を再度抽出する為SWOT分析を実施した結果、良い点ではなく「機会」に使える「強み」となり得る具体的な経営資源が活用されていないことが判明し今後の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する。その為、経営指導員が、小規模事業者の経営課題の整理・課題解決に向けた支援施策や支援機関との連携させ、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最も重要であると考えている。</p>
<p><b>(5) 次年度の取り組み</b></p> <p>次年度の取り組みとしては、経営相談事業においては円安が続いていることで、多くの業種がコスト高の問題に直面しており、運転資金、設備資金等の資金調達の必要に迫られている事業所が多く金融相談の受け入れ体制を強化を図り、税法では103万の壁をはじめ頻繁に改正されることによる税務相談が増加することが予測され記帳支援、税務支援が重要な要素となり専門相談等に繋がって行きたい。そのために経営指導員の資質向上にも注力しタイムリーに職員内研修も実施していく。地域活性化事業においては地域経済の活性化をテーマとして、マーケティング拠点としての「匠の i p p i n」の機能の強化を図ると同時に事業参画者の拡充を図り発信力を高めていきたい。加えて本市のイベントの中核施設として、商業団体、市行政、観光協会等と連携を図りそれぞれの強みを活かして積極的に実施していく。</p>

Ⅰ 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

経営相談事業は、多様化、複雑化し専門的な経営課題が多く、専門機関、専門家との連携が有効であり巡回時に的確に細やかな伴走支援が求められる。事業計画支援、販路開拓支援等においても資金調達の必要性から金融支援(経営指導型)に繋がる場合が多い。税務関係では記帳支援として、免税事業者におけるインボイス制度の相談、所得税の定額減税の相談、消費税の2割特例制度の相談など、税法の改正に伴う実務支援等を実施した。

巡回相談の一環として全会員に対して発行する「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を執ることで信頼に繋り事業所の課題抽出が容易であり事業所を訪問することで、現場から実態把握が可能になり、スムーズに迅速に支援が実行可能な体制が執れる。創業者の育成支援としては、産業競争力強化法に基づき商工会にて昨年度同様に12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パウチャー補助金などの申請等の支援も実施した。市行政と連携体制を執り創業者支援に係るパ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も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補助金の利活用を推進している。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」に繋ぐ案件が多かった。

カルテの代表事例として、令和5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」の参画事業者(CHIBIキッチンわんさか)の取組みに際して、集客催事等、新商品開発(季節の弁当など)販路開拓支援として実施した。

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	365	365	100.0%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	15	9	60.0%	4
金融支援(紹介型)	支援数	2	2	100.0%	5
金融支援(経営指導型)	支援数	75	70	93.3%	5
マル経融資等の返済条件緩和と支援	事業所	4	3	75.0%	4
資金繰り計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	1
記帳支援	事業所	130	126	96.9%	5
労務支援	支援数	60	55	91.7%	5
人材育成計画作成支援	事業所	0	0	0.0%	1
(1)商工業に関し、相談に応じ、	事業所	0	0	0.0%	1
販路開拓支援	支援数	65	48	73.8%	4
事業計画作成支援	支援数	3	1	33.3%	2
創業支援	事業所	2	3	150.0%	5
事業継続計画(BCP)等作成支援	事業所	30	23	76.7%	4
コスト削減計画作成支援	事業所	140	201	143.6%	5
財務分析支援	事業所	75	67	89.3%	5
5S支援	事業所	50	42	84.0%	5
IT化支援	事業所	5	0	0.0%	1
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	0.0%	1
事業承継支援	事業所	2	0	0.0%	1
災害時対応支援	事業所	0	0	0.0%	1
フォローアップ支援	事業所	50	39	78.0%	5
結果報告	事業所	365	397	108.8%	5

Ⅱ 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

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・専門的な相談を経営指導員等による伴走的に支援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、工事受注による損害賠償事案や相続のトラブルなど相談などが多くなっている。税務相談においては免税事業者を対象にインボイス制度の相談、適格請求書の作成方法、定額減税、譲渡等の分離課税などの相談が増加した。労務相談においては、労使関係のトラブル、公的年金の受給相談、未払い賃金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、法人の解散の相談、相続登記、法人の変更登記の相談などの相談があった。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。

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	8	7	87.5%	5
税務相談	継続	相談事業所数	10	10	100.0%	5
金融相談	継続	相談事業所数	5	6	120.0%	5
労務相談	継続	相談事業所数	10	12	120.0%	5
その他相談	継続	相談事業所数	6	5	83.3%	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、「まちゼミ」36事業所（令和7年2月1日から2月28日まで実施）、「まちバル」：「牡蠣バル」として10事業所（令和7年1月11日実施）、「パンスイーツバル」として8事業所（令和6年11月3日実施）、アンテナ、チャレンジショップ5事業所（匠のi p p i n）、オープンキャンパス（令和7年1月から2月にかけて実施）は10事業所の参加があった。特に「アンテナショップ」に参加している事業所（相良水産、浜のおばちゃん、（株）草竹農園、きずなのさつまいも、浪花酒造（有）他）においては、事業主が「匠のi p p i n」でイベント対面販売、試食販売を実施し、販路開拓、顧客拡大に繋げた事案があった。</p> <p>■「第24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「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）ジェイコムウエスト等の広報掲示への協力、㈱伊藤園、（株）JTBのイベントへの協力、阪南市観光協会による「匠のi p p i n まちあるきガストロノミーツーリズム」（テーマとして：地元の特産品を利用した食と産業を通じて、はんなんの魅力を知ろう！）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、令和5年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i p p i n」のオープン1周年になるのを機に、テーマを「はんなん産業フェア in 「匠のi p p i n」」として掲げ、1周年記念謝恩セールとして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7年2月4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29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	66	69	104.5%	88.4%	新規顧客の開拓があった事業所数	40	65	162.5%	5
(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。										
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24回はんなん産業フェア	70	76	108.6%	90.7%	事業所及び商品をPRできた事業所数	40	70	175.0%	5
○	事業承継セミナー	23	29	126.1%	96.6%	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	10	100.0%	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。



令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書	
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 ※複数年段階の実施事業は別紙にて計画を提出すること
事業の概要	<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規模商業集積地や市外への消費の流出が著しくなってきた。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ている。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、令和5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>
	<p>支援する対象 (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</p>
	<p>(1)まちバルの開催</p> <p>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、広く認知して頂くイベントとして開催した。 令和7年1月11日開催の「牡蠣フェステバル」において開催し、「牡蠣バル」として10事業所が参加し、また、11月3日のはんなん産業フェアにおいては「パン・スイーツバル」として実施し、8事業所の参加があり、自慢のグルメをPRした。</p> <p>(2)まちゼミの開催</p> <p>お店の人が講師になり、プロならではの専門的な知識・情報をお客様にお伝えし、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 を取ることで信頼関係を築き新規顧客獲得に繋がるよう開催した。ゼミ開催までにキャッシュレス化の推進、SNSの活用の推進を個別にサポートした。 「匠のippin」のスペースで開催した事業所があり、「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も繋げた。 今回は昨年同様、SDGsを意識した内容で開催した。 【実施期間】令和7年2月1日～2月28日</p> <p>(3)オープンキャンパス</p> <p>主に「匠のippin」の参画事業者が講座のカリキュラムの中で教授になり、生産者のこだわり、商品説明、業界ならではの苦労話などを一般の方に講義し、学習していただいた。初の試みであったが10事業所に参加して頂き、地元の事業所のPR、販路開拓に有効であった。 令和7年1月～2月にかけて開催した。</p> <p>(4)セミナーの開催</p> <p>キャッシュレス、SNS活用、SDGsセミナーの実施。セミナーは10月24日(木)の「はんなん産業フェア」の出店説明会時に開催した。</p>

実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(5)「匠のippin」ツーリズムの実施 「はんなん産業フェア」において開催した。観光協会と連携し、「匠のippin」を集合解散場所に設定し、訪問先の事業所のPR,体験などを実施した。</p> <p>(6) アンテナ・チャレンジショップの開催 マーケティング拠点である「匠のippin」を活用し開催した。5事業所が参加し、体験型、試食などを実施し、自店への誘導にも役立った。 「匠のippin」で開催することにより、自社商品の購入などにも繋がり相乗効果をもたらした。年間を通じ実施した。</p> <p>(7)「まちセリ」の開催 地場産品、商店のPRのため、令和6年11月3日開催の産業フェアで開催した。セリでの掛け合いを楽しみつつ、店のこだわり、商品PRをお客様に伝えることが出来た。</p> <p>(8)「お買い物調査事業」の実施 阪南ブランド館「匠のippin」1周年記念セール 実施時期：令和6年9月27日28日29日の3日間 調査内容：「匠のippin」の1周年セールに来られたお客様にアンケート調査を実施した。(別添)</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>								
	①府施策連携	商-9 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)との連携 大阪府商工労働部サービス産業課商業振興グループと連携 産業局、よろず支援拠点と連携							
	②広域連携								
	③市町村連携	阪南市未来創生部まちの活力創造課、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)	66.0	総支援企業数(実績)	69.0	支援実績率	104.5%	満足率	88.4%
	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)	1/11(日)開催の「牡蠣フェステバル」の中で、「まちバル」として「牡蠣バル」、「産業フェア」の中で「パン・スイーツバル」をそれぞれ実施し合計18事業所の参加があった。「まちゼミ」においては、令和7年2月1日～28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、「匠のippin」を活用し、通年で5事業所の参加があった。セミナーについてもキャッシュレスセミナーを実施した。「まちセリ」は「第24回はんなん産業フェア」内で、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。支援企業をどう変化させる事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出来るかなど「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出来た。							
	代表指標	参加事業所に新規顧客の開拓があった事業数							
	数値目標	40事業所	実績数値	65事業所	目標達成度	162.5%			
	成果の代表事例	「オープンキャンパス」を令和7年1月から2月にかけて開催した。参加事業所のうち「浜のおばちゃん」が人気を集め、鰻の押しずしの作り方などをプロの料理を参加した市民に教えた。自社のPRとなるとともに求人等にも役立て、若者の地元離れにも貢献した。							
	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)	今年度は、イベントが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、各事業に取り組んだ。来年度のまちゼミに関しては、時勢、四季に合致したテーマ設定を可能にするため時期を定めず、1年間を通じ事業を実施する。また、新たな事業所にも積極的に参加できる機会を設け、参加事業所の売上増に繋げていきたい。							

【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)	20.0	支援企業数(実績)	18.0	支援実績率	90.0%	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）	「まちバル」：「牡蠣バル」「パン・スイーツバル」に参加した事業所で、事業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内容を考える事業所が増加した。							
		指標	新規顧客の開拓があった事業所数						
	その他目標値の実績	数値目標	20	実績数値	18	目標達成度	90.0%		
		目標値（計画）	550	目標値（実績）	1,582	目標達成度	287.6%		
実績／達成度②	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	36.0	支援企業数(実績)	36.0	支援実績率	100.0%	満足率	77.7%
	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」に参加することで、様々な工夫を凝らしたイベントを独自で行い、新規顧客獲得に繋がった。							
		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						
	その他目標値の実績	数値目標	60%	実績数値	100%	目標達成度	166.7%		
		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)	10.0	支援実績率	200.0%	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）	「オープンキャンパス」で一般市民の前で、講義をすることにより、商品のPR、製造過程などの披露が出来、自社への理解が深まることにより新規顧客獲得が実現出来た。							
		指標	オープンキャンパスに参加した事業所で新規顧客があった事業所の割合						
	その他目標値の実績	数値目標	60%	実績数値	70%	目標達成度	116.7%		
		目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度④	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）	アンテナショップに参加した事業所は、販路開拓・新規顧客の獲得に結びついた。チャレンジショップにおいては、創業、新事業に取り組むきっかけを掴むことが出来た。							
		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						
	その他目標値の実績	数値目標	60%	実績数値	80%	目標達成度	133.3%		
		目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			
実績／達成度⑤	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)		支援企業数(実績)		支援実績率		満足率	
	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）								
		指標							
	その他目標値の実績	数値目標		実績数値		目標達成度			
		目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度			

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業		地域活性化事業実績報告書
阪南市商工会		
事業名		第24回はなん産業フェア
想定する実施期間		H25 年度～ 年度まで ※複数年段階の実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が、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た。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、人口構成は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、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マーケティング拠点を活かし、誘客に繋げ、観光開発も重要なカテゴリーである。</p> <p>今回のなん産業フェアは、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」を中核としBtoB、BtoCでワークショップ等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認知度の向上と出店者の市内への販路の拡大を図り、アンテナショップとしての機能させ、自店へと消費者を誘導することを目的とし売上増に繋げる。</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、と阪南もん、地場産品の良さを認識させ、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>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>



事業の概要	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>阪南市を中心に、忠岡町、泉南市、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>	
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「第24回はなんなん産業フェア」  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。(年間5回)  ・地元事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・チャレンジショップ等)(76社：広域 連携分含む)  飲食店を対象としたバルコーナーを設置した。  ・SDGsへの取組み紹介を実施した。  ※SDGs(持続可能な17の開発目標)「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した。(商工会館1階)「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した。(阪南市観光協会との連携)  ・阪南市の食ブランド「KUJ」のPR等、ブランディングの強化を図った。  ・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した。  ・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した。  (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、広く万博PRを実施した。(阪南市と連携))  ※出店事業所等と協力してフードロスの削減を啓発した。  ・地元野菜の朝市を開催した。(JA大阪泉州との連携)  ・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った。  ・商工会事業紹介を実施した。  ・出店者、本会内部組織によるワークショップを開催した。  ・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。  ・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。  ・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ため窓口を設置した。  ・阪南市文化協会主催による秋の芸術フェスタと同時開催した。  ・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る「まちせり」を実施した。  ・障がい者雇用に取り組むため、国の動向や国・府の支援制度提供(パンフ、チラシの配布等)と促進を行った。  ・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した。  ・第6次産業化の促進のため相談窓口を設置した。</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	大阪府技能士会連合会と連携 労一5産業祭・物産展におけるものづくり教室の実施
		②広域連携	近隣の商工会との連携(忠岡町商工会、泉南市商工会、熊取町商工会、岬町商工会)
		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

	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)	76.0	支援実績率	108.6%	満足率	90.7%
事業全体の実績／目標達成度	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）	今年度は、令和6年11月3日に阪南市商工会館、阪南市役所周辺にて10時から15時まで盛大に開催した。目玉である大物産展は昨年を上回る76事業所（内連携商工会分16事業所）があり、来場者は述べ8000人を超えた。事業の企画については事業実行委員会を組織し、当会の事業委員会委員・内部団体代表者の他、阪南市、阪南市観光協会、民間企業である(株)JTB、南海電気鉄道(株)、(株)伊藤園、(株)ジェイコムウエストも委員として参画していただき、事業の拡充を図った。 今回、参加いただいた事業所の多くは物産展の売上だけでなく、実際に消費者と直接やりとりを行ったことで、事業所や商品をより効果的にPRできたと感じていただいております、今後も商工会事業に積極的に参加したいと考えていただくことができた。特に工業の事業所においては消費者に対し製品を説明する機会がないため、本事業では阪南市民を中心に大いにPRする機会となった。							
	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		70社		目標達成度	175.0%
	成果の代表事例	ナカイ製菓株式会社（洋菓子製造販売） 製造する製品のほとんどがOEMであり、PB商品も製造しているが購入できる店舗が限られており、地域の消費者に対して認知度が低いという課題があったが、本事業に参加し直接消費者に対し商品を販売し、来場者に対し会社と商品をPRすることができた。また、昨年度は地元の小学校とコラボレーションした商品も開発しており、そのような活動も披露することができ、地域に密着した企業であることを市民に認識していただくこともできた。							
	その他目標値の実績	目標値（計画）	3,500		目標値（実績）	5,238		目標達成度	149.7%
		販路開拓または自社製品・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）	今回参加していただいた事業者の中には、少ないながらも例年より集客が減少した、または売上が減少したと感じている事業者あり、来年度向け事業全体としてコンテンツをブラッシュアップし集客の強化を図り、来場者の購買欲を高める方策を検討する。同時に、該当する事業者については売上の減少した原因を個別に検討し、より効果的に出店販売を行えるよう販売品目の構成や販売価格帯を提案し、事業効果を高めることが来年度への課題である。							

令和6年度（2024年度）小規模事業経営支援事業										地域活性化事業実績報告書		
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 ※複数年段階の実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）	コロナ禍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した。セミナーを通して課題解決に繋げると同時に、参加者の意識改革に取り組む。										
	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。										
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	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。 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。 ①セミナー開催 ■開催時期としては令和7年2月4日（火）午後2時から4時（24社） 阪南市11社、泉南市10社、岬町3社（ハンズオン阪南市5社）  ■大阪府事業承継・引継ぎ支援センターへの繋ぎ案件 1件（サービス業1件）実施  ②意見交換会の実施  ■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  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はTELにて情報交換  ＜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＞ 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／目標達成度	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）	29.0	支援実績率	126.1%	満足率	96.6%	
			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）	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	実績数値	10	目標達成度	100.0%			
				成果の代表事例	阪南市内で認可外保育園を運営しているが、園長の高齢化により事業承継を考えている。以前より他の事業承継のセミナーに参加していたが、第三者承継に思うような結果が得られず、今回の事業承継セミナーへの参加となった。なるべく早めの承継を希望しており、まず、大阪商工会議所の事業承継センターに繋げ、本セミナーに参加したことで事業承継の理解を深め親族継承に留まらず広く見識を持つことができ今後の経営の在り方、事業承継に対する知識を深めた。							
		その他目標値の実績	目標値（計画）	5	目標値（実績）	5	目標達成度	100.0%				
事業承継者を中心に意見交換会としてグループミーティングを人材交流型として実施。												

事業承継者を中心に意見交換会としてグループミーティングを人材交流型として実施。

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ことが分かった。親族承継と同時に第三者承継も考えている事業所もあり、事業主の高齢化と共に現実のものとして捕え、現事業の継続を前提に取引先、現従業員等の継続雇用等を考える必要があることから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)	24.0	支援実績率	133.3%	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）	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	80.0%
	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	