

# 令和6年度（2024年度） 事業実績報告書

## ①おおさか湾もん産

申請者	団体名		岬町商工会	
	代表者職・氏名		会長 竹内 邦博	
	所在地		〒599-0303 大阪府泉南郡岬町深日746-748	
	担当者	職・氏名	事務局長 兼 経営指導員 阪本 敏郎	
		連絡先	TEL（直通）： 072-492-3311	
			Fax： 072-492-2389	
		E-mail： <a href="mailto:misakis@skyblue.ocn.ne.jp">misakis@skyblue.ocn.ne.jp</a>		
①設立年月日			昭和41年5月3日	
②職員数 （うち経営指導員数）			5名（経営指導員5名）（令和7年3月31日現在）	
③所管地域			大阪府泉南郡岬町	
④管内事業所数			391（令和3年経済センサスー活動調査による）	
⑤管内小規模事業者数			269（令和3年経済センサスー活動調査による）	
⑥会員数（組織率）			263（令和7年12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）				
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これらの開催のあっせんを行うこと。				
⑤展示会共催会等を開催し、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。				
⑧商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。				
⑨輸出品の原産地証明を行うこと。				
⑩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。				
⑪行政庁等の諮問に応じて答申すること。				
⑫社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。				
⑬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。				
⑭行政庁からの委託を受けた事務を行うこと。				
⑮前各号に掲げるもののほか、その他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) 事業の目標**

経営相談支援事業においては、個々の企業等が抱える問題の把握、並びにその課題解決に向けた適正な指導・助言・情報提供を行い、高度な問題等については専門家や支援機関と連携を図ることで、きめ細かな支援を実施していく。

また、「人の流れ」を呼び込み「岬町の交流人口を増やす」事ならびに「岬町外に新規顧客開拓」を求める事業者のために販路開拓支援にも力を入れ、事業者が製品・商品・サービス内容を有効にPRできるように、積極的に支援をしていく。

岬町の小規模零細企業における営業活動は、経営者やその後継者が行っており、顧客数を増加させるには人手に限界がある。また、資金面でも、広告宣伝や販売促進にかかる資金的な余裕はほぼないという厳しい状況にあり、「商品・サービス」は良いものであるが、広告・宣伝にお金をかけていないため「集客・顧客化」ができず、結果、適正な利益を生み出せていないというのが実情である。儲けるには広告・宣伝等への投資が必要不可欠であるため、販路開拓に向けた取組みをサポートすることにより、事業者の新規顧客獲得、ひいては収益力向上に繋げていく。

また、将来発生する可能性の高い南海トラフ地震に伴う津波や、近年大型化している台風等の災害時においても事業を継続できるよう、「事業継続力」を高める支援（巡回指導等）にも力を入れる。併せて、マル経を推薦した事業所や創業して間もない事業所、事業計画作成支援をした事業所および新型コロナウイルス感染症ならびに物価高騰の影響により売上が激減している事業所を中心に、その後「上手く経営できているか」を確認すべく、フォローアップ支援にも積極的に取り組む。

地域活性化事業においては、阪南ブロック商工会（岬町・阪南市・泉南市・熊取町・忠岡町）等の広域連携で実施する。事業者（特に次代を担う若手経営者）が、経営ノウハウ等を習得することで、自力で課題を解決できる体制を確立できるよう、地域資源の有効活用方法や事例を情報提供するほか、町内外の事業者間の交流・連携促進も図り、ワンストップの支援を実施していく。

新型コロナウイルス感染症ならびに物価高騰の影響を受けている多くの商工業者には、国・大阪府・岬町の支援策等の情報をいち早く届け、支援策の活用に向けて親切丁寧に対応するとともに、如何なる状況においても事業を継続できるよう、感染症対策・自然災害対策のBCP策定も啓発していく。併せて、経営者自身や従業員が感染及び被災した事業所にも、その後の対応について他の機関と連携しながら支援し、廃業する事業所が出ないように全力を尽くす。

**(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点**

経営相談支援事業については、経験の浅い経営指導員の記帳・経営・金融・労務・事業計画・販路開拓等の分野にわたる基礎知識やスキル向上を図る必要があったため、経験のある経営指導員が「①講師となり勉強会を開催」・「②そのノウハウを共有するために事業者の相談時に可能な限り同席してアドバイスおよびサポート」をして経営指導員一人一人の資質を向上させるよう努めた。

専門相談支援事業は、日々の相談から専門家に繋げることを重点におき、税務支援及び法律支援・法務支援・労務支援を実施し、相談者と同席し、税理士・弁護士・司法書士・社会保険労務士と相談者とのコーディネーター役として、事業継続のための助言を行いながら、相続税等の税制及び土地問題・成年後見人選任等の法的な理解・年間所定労働日数の出し方にかかる残業手当の計算等の問題の解決を行った。

地域活性化事業については、大阪府・岬町・阪南ブロック4商工会との連携のもと、担当経営指導員が中心となって巡回・電話及び窓口対応を通じて該当する事業所に周知し、事業の参加を促した。また年24回の職員会議を開催し事業の実施体制・支援方法を検討してから巡回して、事業に参加する上での支援の実施や方策を提案しながら事業を推進した。

### （３）事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談支援事業は、定額減税がスムーズに対応できるように労務支援・記帳支援を重視したほか、年末調整・決算ならびに確定申告時において支援をしたことにより大きな混乱はなかった。

地域活性化事業では、コロナ明けの復活３年目だった「おおさか湾もん産業フェア事業」および「おおさか泉南まるごと商店街事業」等により岬町外の消費者及び観光客の岬町内への誘導を図るため、事業に参加した岬町内の小規模事業者には「新規顧客の獲得や売上増加のために自社及び商品等のＰＲに力を入れていかねばならない」等の意識の変化を与えることができた。特に「おおさか泉南まるごと商店街事業」はＰＲチラシをカラーにして参加店舗や商品等の写真を掲載したため参加事業者が前年より多くなった。また、スタンプラリーをする消費者も少し増えたので、前年よりも参加店を巡る消費者が増えた。これらの事業を継続することで管内の小規模事業所には、様々な販路拡大の事業機会を提供でき、地域活性化への一助として機能することができた。その結果、小規模事業者については、積極的な販路開拓に取り組む姿勢が見られるようになってきたと感じる。

また、大阪代表商品へのエントリー支援も実施したので、販路開拓支援した２件が「地域代表商品」に選ばれた。選ばれた事業者の中には、百貨店をはじめ岬町外からの引き合いも多くなり、新しい取引先を開拓できた。そして、１２月に商工会等支援事業で実施した「難波マルイ」での「ちいき物産一品マーケット」には岬町より９社が参加し、岬町外の消費者に自社の商品を販売・ＰＲ出来たため参加事業者からは好評であった。

### （４）事業を実施した結果浮かび上がった課題

経営相談支援事業・専門相談支援事業・地域活性化事業を利用した事業所においては、問題解決への情報提供、支援等を実施する地域の唯一の機関との評価を得るようになってきた。しかし、未だインボイス登録をしない事業者がいるので、経過措置が切れる期限までには粘り強く説明し、取引先から取引を打ち切られることのないよう、インボイス未登録事業者には支援を継続する必要がある。また、令和２年３月３１日限りで廃園となった「みさき公園」の再開発は、未だ未着工の状態で岬町有数の観光資源を眠らせてしまっている。また、岬町は能勢町・豊能町・千早赤阪村とともに大阪府内で唯一過疎指定を受けているため、「ちいき物産一品マーケット」のような販路開拓型の事業を過疎地域を脱却するために継続して実施していかなければならない。大阪代表商品のエントリー支援を実施したが、思っていたより申請者数は少なく、岬町では大阪代表商品は選ばれず、地域代表商品の３社しか選ばれなかった。よって、現在も募集中である「地域代表商品・三次募集」に力を注ぎ、岬町の地域代表商品を増やしていくのも岬町商工会の責務である。

### （５）次年度の取り組み

①アフターコロナおよび様々な要因からくる物価高騰により売上の低迷・利益の減少等で苦しむ事業者を、国や大阪府等の制度を活用して支援していく。

②大阪代表商品の地域代表商品・三次募集のエントリー支援をして、岬町の地域代表商品が１０社となることを目指す。

③また、インボイス未登録事業者への対応、インボイス登録申請した事業者のその後の取引先等への対応、電子帳簿保存法への対応など、社会制度や情勢の変化に応じた支援にも積極的に取り組んでいく。

④令和６年度から継続して実施予定の商工会等支援事業で大阪府商工会連合会と連携する「ちいき物産一品マーケット」に前年より多く参加し、能勢町商工会・豊能町商工会と共に「過疎地域にも大阪を代表するような商品がある」ということを大阪市以北の消費者に訴えていく。

その結果として、新商品・新サービスを開発する事業者が増えていくことを期待しているので、そういう事業者を積極的に支援する。

⑤未曾有の災害等に備えるためにＢＣＰ（事業継続計画）を策定する事業者を増やす。そのために、商工会内部で経営指導員向けの研修会を開催し、ＢＣＰ策定支援に力を入れて、経営相談支援事業のＢＣＰ（事業継続計画）等作成支援の件数を増やしていく。



### 3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 岬町商工会

#### I 経営相談支援事業

##### 支援のポイント・成果

経営相談支援事業は、経験の浅い経営指導員（10年以内が1名、3年以内が2名）が大部分を占めているため、個々の相談事案について経営指導員歴30年以上の経験のある経営指導員が対応等をサポートし、相談時は可能な限り同席して対応し経験の浅い経営指導員と共に協力して相談事業所の課題解決のために次のように取り組んだ。

- ①記帳支援・労務支援については6月から実施した「定額減税」に対する支援を重点的に実施した。フォローアップ支援は、昨年にインボイス登録申請をしなかった企業やマル経融資を受けた企業に対して、その後の経過を確認し新たな課題を見つけるために実施した。
- ②融資の支援については、日本政策金融公庫の「マル経融資」・「マル経以外の融資」ならびに民間金融機関とも連携しながら金融支援（経営指導型・紹介型）を実施した。
- ③労務支援については、雇用保険や社会保険の適用事業所に必要な届出ならびに労災保険の業務災害等についての支援を実施した。
- ④販路開拓支援としては、大阪代表商品への申請サポートした結果、見事に3社（内、1社は紹介のみ）の商品が地域代表商品に選ばれた。
- ⑤その他、販路開拓等に繋げる事業計画作成支援、創業に際しての創業計画作成支援、専門家に繋いで課題の解決に導く紹介支援等の経営相談に可能な限り対応した。

代表事例としては、大阪代表商品の地域代表商品に選ばれた「天ぷらの製造事業者」は、「新製品製造のための新工場建設資金の借入」で最初は銀行に門前払いのような扱いを受けていたが、商工会の支援を受けながら収支計画を何回も練り直し、日本政策金融公庫のマル経融資と民間金融機関からのプロパー融資を受けるために経営指導員と事業者が共に必死で考えて収支計画書・資金計画書・タイムスケジュール表を完成させ、双方からの融資を決定させた。また、その問題に取り組んでゆく過程で「商品の商標登録」にも挑戦し見事に商標登録ができた複合支援の好事例があった。

今後とも経営指導員が事業者の立場に立った考え方・対応を継続することにより、事業者の方々に商工会への信頼・信用をより深くもっていただけることが分かった。そして、そうすることで、経営指導員も各種支援・サービスの向上に努めることができ、その結果、地域商工業の振興・発展に繋がる。また、事業者より相談を受ける経営指導員の基本方針として、「相談者からの相談内容を真摯に受け止め、可能な限り希望に沿うように支援する」というスタンスで経営相談支援事業に取り組んでいる。

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	155	158	101.9%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	5	10	200.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	8	7	87.5%	4
金融支援（経営指導型）	支援数	15	10	66.7%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	3	1	33.3%	3
資金繰り計画作成支援	事業所	5	0	0.0%	2
記帳支援	事業所	39	92	235.9%	5
労務支援	支援数	27	65	240.7%	5
人材育成計画作成支援	事業所	2	0	0.0%	2
マーケティング力向上支援	事業所	2	0	0.0%	2
販路開拓支援	支援数	15	2	13.3%	3
事業計画作成支援	支援数	8	4	50.0%	4
創業支援	事業所	5	2	40.0%	3
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	16	0	0.0%	2
コスト削減計画作成支援	事業所	5	0	0.0%	2
財務分析支援	事業所	7	0	0.0%	2
5S支援	事業所	2	0	0.0%	2
IT化支援	事業所	3	2	66.7%	4
債権保全計画作成支援	事業所	2	0	0.0%	2
事業承継支援	事業所	3	1	33.3%	3
災害時対応支援	事業所	0	0	—	—
フォローアップ支援	事業所	40	0	0.0%	2
結果報告	事業所	155	158	101.9%	5

## Ⅱ 専門相談支援事業

### 支援のポイント・成果

専門相談は日々の相談から出てくる事業者の課題を次のとおり専門家に繋ぐことに重点をおいた。税理士による税務個別相談は6月から実施された定額減税にかかる相談を中心に考えていたが、財産分与・時価の算出・税務上問題・株の売却等のあらゆる税務相談に対応でき計画どおり3回実施した。また、土地等の不動産に関する相談も多く、弁護士による法律個別相談を3回・司法書士による法務相談を3回実施し事業者の課題を解決できた。労務相談に関しては、相談のあった業務改善助成金の効果・残業代の計算にかかる週の所定労働時間の計算の仕方・従業員の持病に対する対応にかかる課題について、社会保険労務士による労務相談を1回実施し解決に導くことができた。

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	相談件数	10	11	110.0%	5
税務相談	継続	相談件数	6	9	150.0%	5
金融相談						
労務相談	継続	相談件数	4	3	75.0%	4
その他相談						

#### 4. 地域活性化事業

岬町商工会

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>①おおさか湾もん産業フェア事業は、泉州地域最大級のイベントとして定着しつつある。今年度のステージイベントは通年行われている「ビンゴゲーム大会」に加え、岬町内団体の「海星幼稚園の鼓隊演奏・エイサー」、「淡輪キッズダンス・スマイリーによるキッズダンス」、「阪南市・岬町理学療法士会によるロコモケアエクササイズ」が出演したことにより応援する来場者も多く大いに盛り上がった。前年度は強風のため実施できなかった「漁船クルージング」も実施できたので沢山のお客様に「漁船クルージング」を楽しんでいただき、利用者からは「来年も、また来たい」という声が多く上がっていた。駐車場は会場内の空きスペースに出店者駐車場を設け、お客様駐車場のスペースを前年度よりも拡大することができた結果、混雑することなくお客様が車で来やすい状態になったことにより来場者の拡大に繋がった。また、宣伝用のポスターを作成し、岬町内自治区の掲示板、岬町役場・小中学校・道の駅・飲食店等の人の集まる施設、南海本線「みさき公園駅」・「尾崎駅」・「和歌山大学前駅」等の5つの駅の掲示板にも掲示し、事前のPRにも力を入れた結果、来場者も6,600名と前年度より増加した。</p> <p>②おおさか泉南まるごと商店街事業は、商店街が少なく商店が点在している泉南地域のデメリットを逆に利用し、スタンプラリー形式を取り入れて消費者に対し、「商店めぐり」という点を強くアピールしてゲーム感覚で参加してもらえるように工夫した。また、「商店めぐり」を沢山の消費者に認知してもらえるようにするため、PRチラシに地図や写真を入れてカラー刷りにした。チラシの配布については、泉南市と阪南市は新聞折込で、岬町と熊取町は町内回覧板による「全世帯への各戸配布」として地域の消費者の目にとまり易いようにした。参加店には、参加店証の掲示と「のぼり旗」を立てて本事業を実施していただいた。その結果として、当初計画の185社より8社多い193社の参加となり新規の参加店もあった。企業においても本事業に参加することが少しでも販路開拓に繋がるという意識が芽生えてきていると強く感じた。また、前年度よりPRチラシをタブロイド版にして写真も入れてカラー刷りにしたことにより、スタンプラリーに参加するお客様も増加してきた。</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	
(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	
	おおさか湾もん産業フェア事業	70	66	94.3%	86.4%	自社のPRができた、売上増加に繋がった、新規顧客獲得ができた企業の割合	80%	62.1%	77.6%	4
	おおさか泉南まるごと商店街事業	185	193	104.3%	78.8%	店舗のPRができた、売上が増加した・新規顧客を獲得できた・新商品または新サービスを開発した企業の割合	55%	61.1%	111.1%	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
岬町商工会		
事業名	おおさか湾もん産業フェア事業	
①おおさか湾もん産業フェア事業は、泉州	H24 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>岬町・阪南市・泉南市・熊取町・忠岡町には、さまざまな伝統工芸品・名所旧跡・特産物等地域資源ならびに観光資源を有しているが、これらは地域内で散在し、利用もされず放置されたまま、または、付加価値を見出せず有効活用が出来ないでいる。特に、既存の小規模の商工業者は「商品または製品・サービス」について従来の販売ならびにサービス方法を踏襲されているのが現状となっている。</p> <p>また、5商工会管内には海と山に囲まれた地域でもあるため、零細・小規模な農林漁業者及び農産水産加工業者も多い。</p> <p>しかし、販売チャネルが従来の農協・漁協を通じての市場へ流通がほとんどで、生産者が希望する価格はつけられず、常に市場が決定する出荷価格に甘んじている現状となっている。</p> <p>そこで、このような事業者に対して販路拡大の機会を設け、連携商工会地域産業全般の活性化及び知名度向上のため、大阪府内及び府外へこれらの資源性を発信し、農林水産事業者・製造業・サービス業・物販業相互の交流を深め、連携を図り、個々の取り扱う商品の評価を高め、さらに、「おおさか湾もん」という、ブランドを確立し、事業所にチャレンジ精神を与え、地域特産品販売の拠点づくり形成に寄与するため本事業を実施した。</p>
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>連携する5商工会管内の事業所（岬町391、阪南市1,459、泉南市1,943、熊取町1,154、忠岡町608）合計5,555社（全業種の個人・法人企業）を対象とする。</p> <p>また、創業支援、農商工連携、地産地消等の資源活用のため、創業予定者、農林水産業者等も対象とする。</p>
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>おおさか湾もん産業フェアの開催を計画し、販売・飲食・展示ブースを設置、各種イベントも同時に計画した。</p> <p>◆スケジュール</p> <p>岬町商工会、阪南市商工会、泉南市商工会、熊取町商工会、忠岡町商工会の5商工会管内事業所及び創業予定者等を対象として出店募集を行った。応募企業の新製品・新サービスのPRを支援するためおおさか湾もん産業フェア開催にかかわる情報発信を実施した。また共同開催をする深日漁港協同組合と令和6年6月から6回にわたり打合せを行った。</p> <p>◆開催日時：令和6年10月27日（日）10時00分～14時30分/◆開催場所：岬町深日 ふれあい 深日漁港</p> <p>◆具体的な内容</p> <p>支援対象企業66社を含めた76の出店者が参加し78ブース（販売、飲食、展示）を設け、沢山の来店者でにぎわった。</p> <p>ステージイベントは「海星幼稚園の鼓隊演奏・エイサー」・「淡輪キッズダンス・スマイリーによるキッズダンス」・「阪南市岬町理学療法士会によるロコモケアエクササイズ」・「ビンゴ大会」を実施。展示ブースは泉南警察署による「ミニパトカー展示」、岬町消防団による消防車の展示、献血コーナー等も出展し、官民一体となった泉南地域最大級のイベントとなりつつある。</p> <p>昨年度は強風のためできなかった漁船クルーズが開催され、たくさんのお客さんがクルージングに参加していただくことができた。</p> <p>◆駐車場の警備・拡大について</p> <p>ガードマンの配置図とタイムスケジュールを作成し、事前に打ち合わせをすることで、昨年度14人だったガードマンを10人に減らした状態で、大きな混乱もなく車を誘導することができた。</p> <p>また会場内に出店者駐車場の設け、お客様駐車場のスペースを確保した。結果、来場者の駐車場も多く確保でき、前年度より駐車場待ちをする車を減らすことができた。</p> <p>◆本事業の周知方法等</p> <p>岬町商工会・阪南市商工会・泉南市商工会・熊取町商工会・忠岡町商工会の5商工会管内の全事業者及び創業予定者に、本事業への参加を周知するために、新聞折込チラシを配布、また、商工会会報・FAX・SNS等で、開催周知を何度もおこなったうえで、巡回や商工会に来所時に売上低下を口にする事業者を中心にPR及び販売促進の重要性を説明し出店要請をおこなった。</p> <p>本年度は岬町内のチラシを広報と一緒に各戸配付することで新聞折込費用を抑えることができた。また、ポスターも町内の各区域の掲示板や施設に掲示してもらい、周知活動をおこなった。ポスターは南海本線 みさき公園駅、尾崎駅、淡輪駅、和歌山市駅、和歌山大学前駅に掲示してもらうことにした。ポスターとチラシは2次元コードを記載して詳細がわかるようにし、深日漁港ふれあいフェスタのHPへ誘導した。</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								
	②広域連携	岬町商工会、阪南市商工会、泉南市商工会、熊取町商工会、忠岡町商工会の5商工会の広域連携で実施した。「おおさか湾もん産業フェア」開催にかかる課題等について、5商工会の本事業担当の経営指導員間で調整及び連携を図った。							
	③市町村連携	岬町の地域振興及び地域経済の活性化で、所轄の産業観光促進課と密接に意見交換をおこない、会場の準備・撤去作業、イベント開催当日の会場案内等を行ってもらった。また、本事業のイベント内容についての情報交換もおこなった。							
	④相談相乗	「深日漁港ふれあいフェスタ」のホームページに出店者一覧を掲載し、各出店者のInstagramやホームページへのリンクも併せて掲載することで、出店者の詳細情報を閲覧できるようにし、お客さまが直接問い合わせできる仕組みを整えた。							
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)	70.0	総支援企業 数(実績)	66.0	支援 実績率	94.3%	満足率	86.4%
	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）	おおさか湾もん産業フェアの出店事業所数は、5商工会の職員及びSNS及び新聞チラシ等の広報活動により、岬町 41社、阪南市 12社、泉南市 6社、熊取町 5社、忠岡町 2社の合計66社となった。また、出店事業所の内訳は、製造業6社、建設業1社、卸売業3社、小売業26社、飲食業17社、サービス業7社、農業4社、漁業1社、その他5社となっている。商談件数は7332件となり、昨年度とくらべてやや減少した。							
		代表指標	自社のPRができた、売上増加に繋がった、新規顧客獲得ができた企業の割合						
		数値目標	80%	実績数値	62.1%	目標達成度	77.6%		
	成果の代表事例	本イベントには初参加で昨年度に開店したうなぎ専門店が出店。うなぎ丼（小）販売し、開始早々に完売となった。天候が怪しかったため、少なめに仕込みをしていたがもっと仕込みをしていれば良かったとのこと。また、実際に自社のウナギを食べてもらって、PRができたとのこと。							
	その他目標値の 実績	目標値 （計画）	7,000 名	目標値 （実績）	6,600 名	目標達成度	94.3%		
昨年度とくらべ参加店舗数が68店舗から66店舗と横ばい、来場者数は昨年度の6,500名から6,600名と増加した。									
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6年度は参加店舗数は昨年度より少なくなったがキッチンカーのスペースを確保し3台から7台まで増やすことができ、グルメを楽しんでもらうことができた。しかし、キッチンカーの大きさが各々違うため、配置によりお客さんから見えにくいといった出店者からの苦情があり、来年度ではキッチンカーの大きさも考慮して配置をする。 また、今年度から周知方法としてポスターを作成し、町内とみさき公園をはじめ南海電鉄の5駅に掲示した。効果はあったが、他のイベントと日程が重なっていたからか、今年度の入場者数は6,600名と目標の7,000名には達していない。SNS・チラシを折込するタイミングなどの周知方法を見直し、魅力のあるイベント作りをして来場者数を増やす。							



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	
岬町商工会											
事業名		おおさか泉南まるごと商店街事業									
①おおさか湾もん産業フェア事業は、泉州		H24 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）	泉南地域は商店街が少なく、その中でも岬町・阪南市・泉南市・熊取町の泉南4地域の商工会管内は特に商店街が少ない。商業集積は大型・中型のスーパーを核に数ヶ所存在するが、ほとんどの商店は地域の中で散在しているため、大型スーパーやコンビニエンスストアに対抗できず集客力に乏しいのが現状である。そこでこれらの問題を打破し、泉南4地域（岬町・阪南市・泉南市・熊取町）の物産展に出店できない小規模零細企業を積極的に支援するため、商店街が形成されておらずとも実施可能な「おおさか泉南まるごと商店街」事業を開催し、最終的に商店街がなく店舗が点在している地域の見本となることを目指した。									
	支援する対象 （業種・事業所数等）	泉南地域4商工会管内の事業所 （岬町391・阪南市1,459・泉南市1,943・熊取町1,154） 合計4,947事業所を対象とする。									
		①4商工会の担当者会議を2回開催した。（令和6年6月と7月） ②8月～9月にかけて4商工会の経営指導員が、まるごと商店めぐりの趣旨を説明し参加店募集を行うために巡回活動を実施し、昨年度からチラシに写真を掲載していたが、再度写真の撮り直しの希望があった事業所の写真の取り直しを行った。 ③「おおさか泉南まるごと商店めぐり」を次のとおり実施した。 実施日時：令和6年12月6日（金）、12月7日（土）、12月8日（日） 開催場所：各参加店舗 参加事業者数：岬町52社、阪南市56社、泉南市48社、熊取町37社 合計193社 ④その他 ●各参加店には、チラシの表紙と同じデザインの「参加店証」を設置してもらい「参加店」が一目でわかるように工夫した。また3日間の内、参加の日が一目でわかるように工夫した。 ●集客力を高めるため、スタンプラリーを実施した。また、令和6年度はお客様に景品を楽しむにいただくため、くじ引きで4商工会の内、どこの商工会の景品が当たるかを決めた。 ●参加店募集時に粘り強く説明した結果、参加店（支援企業数）は令和5年度と同じ193社となったが、新規の参加店もあり参加商品数も増えた。									
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<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									
	②広域連携	岬町・阪南市・泉南市・熊取町の4商工会の担当経営指導員で組織した担当者会議を開催し、開催日・参加店募集に関すること・PR方法ならびに詳細事項を協議しながら広域連携で実施した。									
	③市町村連携	岬町・阪南市・泉南市・熊取町の4市町と連携をしながら進めていき、4市町には後援ならびに広報・HP等でのPRを実施していただき、地域の商業を盛り上げる事業として更に積極的に商業活性化に取り組んでいただいた。									
	④相談相乗	岬町・阪南市・泉南市・熊取町の4商工会の担当経営指導員が、参加店募集のための各店の販路開拓推進ならびに啓発しながら、100円商店街の趣旨から100円商品の作り方から見せ方等まで、メイン商品へとお客様を誘導する方法から新規顧客開拓に至るまでを支援した。 インスタグラム、フェイスブックを活用している参加店には、「まるごと商店街」に参加していることを発信してもらうように促した。									
	計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	185.0	総支援企業数(実績)	193.0	支援実績率	104.3%	満足率	78.8%		

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)	①PR用チラシを岬町・熊取町は回覧板の各戸配布で岬町・熊取町の全世帯に配布されるようにし、阪南市・泉南市は新聞折込チラシにした。参加各企業名並びに100円、500円、1,000円商品の内容を掲載し、令和5年度からチラシをタブレット版に変更し、各店舗ごとに写真も掲載した。令和6年度も令和5年度同様に、お買い得商品も掲載し、各地域の商店の地図も掲載し、地図に二次元コードを掲載し、スマートフォンがあればGoogleマップを表示して行けるようにした。 ②店舗に居ながらも販路開拓できる「まるごと商店めぐり」に参加することにより、商売の基本は、「消費者に店舗の存在を認識し、店舗に買いに来ていただくこと」であるという基本理念のもと、経営指導員が巡回活動を行った結果、当初計画の185社より8社多い193社に参加していただいた。 ③各市町による広報及びカラーチラシによるPR活動等により、各地域の消費者に浸透してきた結果、「まるごと商店めぐり」に参加することにより、自店の販路開拓及びPRができたと思った参加店は118社だった。 ④参加企業からの事後アンケートにおいても、延べ来店者数は1日目3,276人、2日目4,066人、3日目3,264人（1社来店者平均1日目16人、2日目21人、3日目16人）との回答が寄せられた。 また、出店動機（複数回答）は企業のPR 158社、自社商品等のPR 63社、売上の増加 34社、新規顧客の開拓 62社、その他 7社という結果であった。 出店の効果についても、「予想以上にあった」8社、「あった」46社、「少しあった」64社、の118社61.1％を占めることとなった。 参加企業における今後の販路拡大のための施策（複数回答）としては、「企業のPR」140社、「自社商品等のPR」70社、「DM・チラシの発送」23社、「新商品の開発」24社、「イベントへの出店・自社でのイベント開催」15社、「商品パッケージ等のデザイン等の開発」6社、「企業連携」12社、「その他」8社であった。 ⑤お客様の「おおさか泉南まるごと商店めぐり」への反応を確認するために、前年に引き続いてお客様アンケートを実施した。 実施方法は、各商工会に景品交換に来られたお客様全員にアンケートを記入してもらうという方法をとった。 その結果、194名のお客様より回答をいただき、「行ったことのないお店に行く機会になった」や「町の活性化になって良い」等の意見があり、事業を継続してほしい：191名（全体の98％）と「おおさか泉南まるごと商店めぐり」に対する肯定的な意見が多数を占めたため、お客様の反					
		代表指標	店舗のPRができた・売上が増加した・新規顧客を獲得できた・新商品または新サービスを開発した企業の割合				
		数値目標	55%	実績数値	61.1%	目標達成度	111.1%
		成果の代表事例	岬町のしらす屋では、今年は漁獲量が少なく、「まるごと商店めぐり」には2日間しか参加できなかったが、前日に購入した商品が美味しかったと3日目（不参加の日）に再度来店されたお客様がいて自店及び商品のPRになったと喜んでいただけた。				
	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）	令和6年度は、岬町・熊取町のPR方法を新聞折込ではなく、町の回覧板（各戸配布）を利用したが、まだお客様に周知されていないという参加店アンケートへの記載もあったため、回覧板（各戸配布）や新聞折込だけでなく他のPR方法を検討していきたい。					