

# 平成30年度 事業実績報告書

## 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 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)		6名 (5名) (平成31年4月1日現在)		
③所管地域		阪南市		
④管内事業所数		1,580事業所(地域経済分析システム(RESAS))2014年		
⑤管内小規模事業者数		1,254事業所(地域経済分析システム(RESAS))2014年		
⑥会員数(組織率)		957(60.5%) (平成31年3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。</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>				

## 阪南市商工会

## (1) 事業の目標

経営相談事業は、金融支援を軸に現状把握と課題抽出を積極的に支援し実施する。特に金融（経営指導型）支援を実施するにあたり事業所の課題を定性的に分析し定期的な観点を交え複合的に支援し、課題解決に向け伴走的に支援を実施する。地域ブランドである阪南ブランド十四匠については新規認証企業の拡充及び販路開拓に向けたシステムの構築を本市との連携によって確立し、大阪府、隣接の商工会等と広域連携を図り効果的に取り組んでいく。また商業活性化事業においては店舗の認知度の向上と消費者ニーズをとらえ事業チャンネルを増やし積極的に地域コミュニケーションを図り、情報の共有に努めることを目標とする。

## (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

相談事業においては、課題解決に向け、複合支援を駆使し最終的に金融支援（経営指導型マル経融資）に繋がる支援が多いのが特徴である。また金融支援から事業者の経営内容の把握が可能となり財務分析支援、コスト削減支援、5S支援等に繋がって行く場合が多い。特に労務支援では働き方改革の推進により相談も増加してきている。税務面では平成31年10月に予定されている消費税増税に係る補助金相談なども増加している。総体的に事業所の課題解決については専門的な知識が必要であり専門相談事業と連携し法律相談を年6回定期的に継続し、経営相談の許認可等相談に加え新しく司法書士による登記・相続相談を設置し対応した。また昨年同様に近隣の商工会の専門相談事業を相互に利用している。更に国のよろず支援拠点の本会に設置し利用できる体制を執っている。地域活性化事業においては「はんなん知っておき大学事業」を展開し今年度も「まちゼミ」「まちバル」を実施し「まちバル」では「パスポート付きまちバル」を考案し商業施策として同じ時期（2月1日～2月28日の1か月間）に開催し相乗効果を得た。はんなん産業フェアにおいては（春の陣）（秋の陣）として2回実施し、特に春の陣においては昨年を引き続き、大阪府営のせんなん里海公園にて物産展、花火大会を開催し、市内外の誘客を図り本市の知名度の向上と事業所PRに寄与した。また秋の陣では例年通り本市役所周辺にて開催し本市民の若者への企業紹介等、郷土の魅力を発信し地元企業の結束を得た。

## (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談支援事業では小規模事業者到手厚く伴走的な支援を中心とするため年間計7回の全会員への巡回指導を実施することで、小規模事業者との関係が密になり小規模事業者の抱える課題をいち早く把握することができた。地域活性化事業においては昨年度より「はんなん産業フェア」（春の陣）と（秋の陣）と2回実施し、特に今年度で2回目の開催となる（春の陣）では物産展、花火大会を実施したことで阪南市外からの多くの集客を得ることができ、本市の知名度をはじめ、各参加事業所の認知度・モチベーションアップに繋がった。商業環境としては、大型店を核として郊外型が多く特急停車駅である中心市街地の尾崎駅が台風21号で焼失したことで、販売力の低下に拍車をかけた。この状況を改善するため阪南市まちの活力創造課、阪南市商業会連合会、阪南市商店事業協同組合等、行政と商業団体と連携し、商業の活性化に向け、まちバル、まちゼミ等を進化させ充実した事業となるよう事業者の商魂意欲を高め啓発を図っている。

## (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

経営相談支援事業ではカルテの内容の充実を図り指導員の資質向上に努めてきているが、それにも増して事業所の抱える課題は高度専門化、複雑化してきている。その課題解決に向けて支援するには様々な角度から手段を講じる必要があり一件の課題解決に想定外の時間が必要となるケースが多くなり複数日にわたることが増えてきている。これらに対応するため複数の支援機関、専門家、よろず支援拠点などとの連携を密に執り迅速により的確に対応することが必要となってきている。地域活性化事業である地域ブランド戦略事業「阪南ブランド十四匠」においては今年度も先進地の視察（与謝野町商工会）を実施し他地域での地域ブランドとの交流も図っている。また、認証企業以外の企業間交流、生産現場の視察情報交換等から事業主のモチベーションアップから企業の成長を促すことができた。一方、ブランディング力の向上を図るため食品部門と機械製造部門に分け各部門活動を重視した今後の進め方を再構築する必要がある。特に市のふるさと納税の御礼品への委託業務を受けふるさと納税を利用し全国発信することで販路拡大にもつながり知名度向上になっている。機械製造部門では賃加工、OEM企業が多い中、企業間同士のコラボも限界があり、今後の組織の運営に若干の課題が残る。府連携の地域活性化事業である「はんなん産業フェア」では（春の陣）（秋の陣）と昨年同様2回実施したが春の陣では公園内であり花火大会を開催したことで若者が目立った。秋の陣では市役所周辺での開催ということもあり主婦層が大半を占めた。双方とも異なった切口により来場者のばらつきが生じている。一方「はんなん知っておき大学」事業においても地域コミュニティ事業として年々広がりが増してきているが、「まちゼミ」では店主のマナー化の傾向が生じアフタフォローも不十分でモチベーションの向上を促すための研修会の在り方が問われる。「まちバル」においては「パスポート付きまちバル」を実施したが、商業者間のつながりが希薄であり市内全域でのバルの開催まではできなかった。今後、「まちバル」への参加意欲を引き出す仕掛けが課題である。

#### (5) 来年度への取り組み

来年度の取り組みは、経営相談事業では、事業所からいち早く課題を抽出できる体制を執り対応する指導員の資質向上を図るため過去の事例の共有を図り小規模事業者からの課題解決のため、ワンストップにて迅速に対応を図る。高度、専門的な事案においては「専門相談事業」の専門家、「よろず支援拠点」等を連動し連携しながら小規模事業者の課題解決に向け手厚く伴走的に支援する。地域活性化事業においては昨年同様、地域ブランド「阪南ブランド十四匠」の認証企業の拡充を図り、B2B機能の強化を図る。商業施策においては従来から実施している「まちゼミ」「まちバル」等の事業を内部組織商業部会を中心に展開し魅力あるゼミの実施に向け研修会の頻度を上げ直接顧客ニーズにつながる事業として実施する。「はんなん産業フェア」においては、秋の陣に集中させ昨年度と異なり場所をせんなん里海公園に移動し、物産展、花火大会(秋花火) 各種イベントを本市事業と連携させ効果を高めていく。また「春の陣」を中止し、先の台風21号で中心市街地である尾崎駅が焼失したことから中心市街地の活性化策として南海電鉄、本市、本会と三連携し中心市街地賑わい事業として実施する。

阪南市商工会

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

本会は、金融支援(経営指導型)を軸として課題の抽出する機会が非常に多く今年度も年間129件の小規模事業者経営改善資金(マル経融資)の利用がある。事業所に対して実訪による巡回調査を実施することで事業所の実態や企業内容を把握することで、他の支援に繋げることが可能となり複合的に支援を実施する。また、各月に発行する「はんなん商工会報」を全会員に直接指導員が巡回することで事業所の確認ができ、会員とのコミュニケーションが生まれ迅速な課題抽出が可能となり、加えて会員の退会予防にも繋がっている。また事業所を訪問する中で、事業所の現状、事業主との信頼関係が生まれ支援もスムーズに実行できる体制が執れる。平成30年度においても、産業競争力強化法に基づき商工会にて昨年度同様に11月に創業塾を実施し創業者の育成に努めた。特に、本会と市が濃密に連携し、昨年同様、創業者支援に関する補助金の充実を図り創業バウチャー補助金等活用している。また、国の施策として実施している小規模事業持続化補助金制度の利用も推進し、事業計画支援、販路開拓支援等に繋げている。カルテの代表事例として、ふるさと納税に係る返礼品の委託事業から販路支援として高島屋の選定品として高島屋との取引関係と同時に商品を御礼品として掲載した冊子を発行し販路開拓に繋がりを販路開拓支援としてカルテ化した。また、労務支援では、「働き方改革」で時間外労働や有給休暇の確実な取得等の周知を図るため巡回を強化した。

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	350	323	92.3%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	6	12	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	130	129	99.2%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	5	6	120.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	6	5	83.3%	5
記帳支援	事業所	30	36	120.0%	5
労務支援	支援数	50	58	116.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	0	0		3
マーケティング力向上支援	事業所	2	0	0.0%	3
販路開拓支援	支援数	50	45	90.0%	5
事業計画作成支援	支援数	12	11	91.7%	5
創業支援	事業所	2	2	100.0%	5
事業継続計画(BCP)作成支援	事業所	130	143	110.0%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	110	148	134.5%	5
財務分析支援	事業所	80	85	106.3%	5
5S支援	事業所	90	107	118.9%	5
IT化支援	事業所	1	0	0.0%	3
債権保全計画作成支援	事業所	0	0		3
事業承継支援	事業所	40	53	132.5%	5
結果報告	事業所	350	278	79.4%	4

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、昨年度同様に経営支援活動における高度・専門的な相談に対応できる体制を整えた。法律相談はコンスタントに相談事案があり事業者においては身近な法律相談として重宝している。税務相談においては平成31年10月に消費税率が10%になるのに伴い軽減税率、レジスター補助金制度や、キャッシュレスに係る相談が増加してきている。経営相談(マーケティング)においては阪南ブランド十四匠の認証企業をはじめ、ふるさと納税の返礼品に登録している業者などが新規顧客獲得を求め販路開拓に相談が増加している。労務相談においては36協定、有給休暇等の相談が多くなってきている。登記・相続相談においては法人なりにおけるメリットなどの相談、移転登記などの相談が専門家の得意先等の紹介もあり市外からの相談者も増加している。今後も経営指導員の資質向上に向け専門家と共に事業所の課題解決に向け密に連携し、一層の経営改善を図って行く。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法律相談	継続	相談事業所数	12	8	66.7%	4
経営相談(マーケティング等)	継続	相談事業所数	5	5	100.0%	5
登記・相続相談	継続	相談事業所数	9	9	100.0%	5
税務相談	継続	相談事業所数	8	6	75.0%	5
労務相談	継続	相談事業所数	8	6	75.0%	5

阪南市商工会

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

■はんなん知っておき大学事業・・・市内の商業環境は昨年度より厳しさを増してきている。幹線道路（府道、国道（側道））に大型飲食店等が進出しており、特に中心市街地の尾崎駅前地区においては、昨年の台風21号の被害を受け尾崎駅が焼失したことで益々空き店舗が増えており、また地元の大規模小売店、中規模小売店等の競争も激化し、購買力を近隣の超大型商業施設、大阪難波などの都心に奪われている状況である。そのような状況下、昨年引き続き商業活性化事業として「まちゼミ」「まちバルパスポート」として平成31年2月1日～2月28日まで実施した。特に「はんなん産業フェア(秋の陣)」では、ARを利用し出店事業者に顧客を引き寄せる仕掛けも実施した。

■はんなん産業フェア(春の陣)(秋の陣)  
近隣商工会5連携はじめ大阪府技能士連合会との連携により盛大に開催した。今年度も（春の陣）（秋の陣）として2回実施した。特に（春の陣）では花火大会をイベントの一環として開催した。（秋の陣）においては例年通りJAによる地場農産物の販売、阪南市鮮魚仲買組合による地元でとれた鮮魚などの販売など商工漁農という市内の産業界が一丸となって実施し、市のイベント及び「はんなんめっさ旨いもの市」「全国アマモサミットin阪南」も同時開催し、集客力を高めた。ま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も繋がった。

■事業承継セミナー  
事業承継セミナーでは、近隣商工会4連携はじめ大阪府連携として平成31年1月16日、18日に開催した。初めて開催する事業承継セミナーを49事業所が参加され、参加事業所のほとんどの事業所が事業承継を真剣に考える時期が来たなどの理解を示し、今後事業承継を進めていく第一歩になった。

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
○	はんなん知っておき大学事業	60	57	95.0%	77	参加事業所に新規顧客の開拓があった事業所数	40	57	142.5%	5
						「まちゼミ」「まちバルパスポート」等の参加事業所に来店申込み者数	450	708	157.3%	5

(2) 広域事業（幹事事業のみ）

府施策連携	事業名	支援対象企業	支援企業	支援実績率	利用者満足度(点)	目標の指標	目標値	実績	達成率	事業評価
○	はんなん産業フェア	60	60	100.0%	86	事業所及び商品をPRできた事業所数	40	60	150.0%	5
○	事業承継セミナー	40	49	122.5%	89	事業承継が理解できた事業所及び事業承継をしようとする事業所数	28	49	175.0%	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。

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		25 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>本市域の商業集積は小規模で大型店周辺、各駅周辺を始め幹線道路沿いに集中し広域に点在している。その結果、商店街の形成もなく商業者間の連帯感も弱く認知度も低い。市内商業組織として各地区に3商業会があるが会員減少が目立ってきている。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ったが現在空き店舗が目立ち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既存の地元商店の廃業等が目立ちネームバリューのあるコンビニ、フランチャイズ等チェーン店が増加している。</p> <p>このような状況を踏まえ商業施策を考える専門部署として商業部会を設置している。情報の受発信を迅速に活用、B2B、B2Cの交流を促すため「まちカフェ」を設置し、商業施策として、「まちゼミ」をさらに有効に活用するため本来の「まちゼミ」を再考する。「まちバル」においては、商業者の意向を踏まえて「食べ歩きバル」（小売・飲食等を対象としてバルコーナーにアンテナショップとして設置し、本来店舗に誘導する）を実施する。複合的な事業展開の中で商業者間の連帯意識による自事業の気づきを促すことにより、個店の個性に結び付け認知度の向上につなげることが最大の目的である。</p> <p>更に消費者ニーズ、事業効果等を高めるために大阪府施策として商店街サポート創出・活動支援事業として実施する。また、地域力を発揮するため産業観光を取り入れ「阪南ブランド十四匠」のブランディング力を結集し集客を狙う</p>																																						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<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>																																						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①「はんなん知っておき大学」「まちカフェ」(商工会館内)を昨年同様小規模事業施策の企画・発信基地として継続して実施した。</p> <p>②「まちゼミ」「まちバル」においては平成31年2月1日～2月28日までの1ヶ月間参加事業所が各自に都合の良い日を設定して実施した。特に今年度の「まちバル」についてはチラシにバルパスポートを掲載しお客さんが複数のお店をしたくなるような仕掛けを実施した。</p> <p>③アンテナショップ・チャレンジショップについてははんなん知っておき大学祭にて実施し、アンテナショップ1事業所、チャレンジショップ1事業所が実施した。</p> <p>④大阪府施策連携事業として地域連携型商機能強化モデル創出事業と連携し「はんなん知っておき大学事業」の検証としてアンケート調査を実施した。</p> <p>⑤平成30年9月15日、16日に「第6回はんなん知っておき大学祭」として地元大型ショッピングセンター内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した。</p> <p>⑥平成30年4月8日に本市の一番の観光資源であり市内外からの集客がある山中溪の「さくら祭り」にて「阪南ブランド十四匠」をはじめとした物産展を実施した。</p> <p>⑦阪南市のふるさと納税の返礼品として阪南ブランド十四匠の製品をはじめ地場産品を登録し市内外にアピールした。</p> <p>⑧「はんなん産業フェア〈秋の陣〉」ではARを利用したスタンプラリーを実施。専用アプリを各自のスマートフォン等にインストールし会場内に設置した図柄を集めることで景品と交換できるようにして、会場内を回遊することにつながった。また食べ歩きバルも「はんなん産業フェア」の出店者間で実施した。</p>																																						
		<p>&lt;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&gt;</p> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td colspan="7">大阪府商業サービス産業課商業振興グループと連携し、地域連携型商機能モデル創出事業を参考に事業の検証を実施</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">阪南市と事業発足当初から市まちの活力創造課と連携し、実行委員会に課長はじめ担当者が実行委員として委嘱している。今年度は消費者代表として阪南市連合婦人会会長も委員に委嘱し、不動産賃貸業者にも委員として委嘱した。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">販路開拓等でカルテ化</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府商業サービス産業課商業振興グループと連携し、地域連携型商機能モデル創出事業を参考に事業の検証を実施							②広域連携								③市町村連携	阪南市と事業発足当初から市まちの活力創造課と連携し、実行委員会に課長はじめ担当者が実行委員として委嘱している。今年度は消費者代表として阪南市連合婦人会会長も委員に委嘱し、不動産賃貸業者にも委員として委嘱した。							④相談相乗	販路開拓等でカルテ化					
①府施策連携	大阪府商業サービス産業課商業振興グループと連携し、地域連携型商機能モデル創出事業を参考に事業の検証を実施																																							
②広域連携																																								
③市町村連携	阪南市と事業発足当初から市まちの活力創造課と連携し、実行委員会に課長はじめ担当者が実行委員として委嘱している。今年度は消費者代表として阪南市連合婦人会会長も委員に委嘱し、不動産賃貸業者にも委員として委嘱した。																																							
④相談相乗	販路開拓等でカルテ化																																							
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	57	支援実績率	95.0%	満足度	77.2																																

事業の実績／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)	<p>まちゼミ」参加事業所32事業所、実施回数45回、受講者総数165名、「パスポート付きまちバル」参加事業所26事業所、バル実施日数519日「パスポート付きチラシ」を利用した総数373名、「まちゼミ」「まちバル」両方参加事業所が4事業所あり、オークワ尾崎店イベント広場にて開催した「はんなん知っておき大学祭」参加事業所が3事業所あり合計で57事業所が参加した。「まちゼミ」の回数、人数が昨年より減少している。その理由としては特に「まちゼミ」の参加事業所のテーマが固定化しマンネリ化していることを挙げている事業所が複数あった。これに気付いて来年度のテーマの変更の必要性を検討する事業所もある。また、そのほかアンテナショップ1事業所、チャレンジショップが1事業所あった。総合的な評価としては「まちゼミ」においては今年度は参加事業所への店独自の販売促進策などの企画等のアフターフォローが充実し、積極的に独自のイベントを付随して実施する事業所もあった。「パスポート付きまちバル」においては、多数の参加事業所はアンケート結果によると店のPRになったが多かった。</p>					
		指標	参加事業所に新規顧客の開拓があった事業所数				
		数値目標	40	実績数値	57	目標達成度	142.5%
	成果の代表事例	<p>お店独自で事前のPRは行わなかったが、チラシなどでのPRにより「まちバル」への参加が約120人あり、遠方からのお客様もあった。さらにこのお店では開催後、再来店していただけるようにメール等での案内を行っており、リピーターになることが期待できる。</p>					
その他目標値の実績	目標値(計画)	450	目標値(実績)	708	目標達成度	157.3%	
	<p>「まちゼミ」の参加事業所のゼミに参加した受講者は45回で165名。「パスポート付きまちバル」の参加事業所にパスポートを持って来店された人は519日で373名が来店。「まちゼミ」の受講者と「まちバル」の来店者、はんなん知っておき大学祭来場者数を合わせて708名あった。</p>						
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)	<p>「まちゼミ」のテーマについては、違うお客様を呼ぶために毎年同じテーマで開催する方が効果的という考えがあるが、本年度は同じテーマで実施する事業者が多かった。その中には受講者が減り来年度はテーマを再考するという意見が複数あった。そのため次年度では各事業所においてテーマを決定する際に再検討を促して受講者の増加を図りたい。「パスポート付きまちバル」では参加した事業所により多い少ないの差が大きかった。また開催後のフォローも実施している事業所としていない事業所などの違いがみられたので、次年度はそれらを参考に来客数の増加を図りたい。次年度においても「まちゼミ」「まちバル」を内部組織の商業部会を中心に企画から立案も手掛けてもらい自主的に運営できるように考えている。(実施手法は実行委員会形式で実施)また今年度ははんなん産業フェア開催時においてAR技術を取り入れたスタンプラリーを実施したが、次年度ではARを使った取り組みを先に進めたい。また、大阪府連携による商店街サポーター創出・活動支援事業を参考にしながら更なる商業の活性化に取り組んでいきたい。</p>					

阪南市商工会

事業名	はんなん産業フェア
想定する実施期間	25 年度～ 年度まで ※複数段階的实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)	本市域は地場産業に和泉瓦、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「匠の技」が「ものづくりの心」を同調させ現在も引き継がれている。しかしながら、事業所は小規模事業であり賃加工、OEM等、下請け企業が中心で伝統技術が十分に活かされず脆弱な経営基盤である。商業面でも個性的な店舗はあるが発信力も弱く地域における認知度も低い。加えて隣接地域への購買力も流出し中心市街地においても閉店、移転等も多く空洞化してきている。地域によっては高齢者の買物難民等の問題が課題となっている。このような状況を踏まえ地場産業の復活再生、販路開拓、地域コミュニティの再生、観光開発等を図り、市内及び市外からも集客できる街づくりを目指すことが直近の課題である。昨年は春・秋と2回のイベントを実施し充実を図った。今年も「はんなん産業フェア春の陣」は「感」を取り上げ達成感・非日常感・五感・限定感をテーマとし大阪府せんなん里海公園において市外からの集客を狙う。また「はんなん産業フェア秋の陣」では反省点を活かし通常通り開催した。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を披露し「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った。今年度も2回実施することで2倍以上の集客力と観光等、新たなチャンネルを増やし活性化事業として効果、価値は非常に向上した。更に、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同時に若者の事業への参加をとおして、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ことが重要である。また、市内既存の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から創業に繋げた。支援(チャレンジショップ等)を実施し、昨年、市、日本政策金融公庫と三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活用しソーシャルビジネス普及に向け相談事業等を実施する。さらに、相談窓口については第6次産業化、福祉関係では福祉関連施設の雇用、就労支援として開設した。
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。
事業の概要	今年度も昨年同様、5月の〈春の陣〉と11月の〈秋の陣〉の2回開催した。初めて実施した〈春の陣〉は、阪南市の観光施設である「せんなん里海公園」を会場に、地域の製品等の物産展を中心に打上げ花火等のイベント実施し阪南市民及び市外からの観光客の集客を図り企業や地域のPRや情報発信を行った。〈秋の陣〉は阪南市商工会館及び阪南市役所周辺を会場として、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た店舗への誘導を実施するとともに本来の店舗への誘導を目指した。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することで「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のワークショップを中心として実施した。更に、第6次産業、創業者の支援を実施する為、相談窓口・情報提供等を実施し促進を図った。
実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>〈春の陣〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◎平成30年5月3日(木・祝)産業フェア実施</li> <li>◎平成30年4月25日(水)出展者説明会、交流会実施</li> <li>◎平成30年4月からサミット会議含め2回開催</li> <li>◎出展者説明会・交流会を開催しB2Bがスムーズに図れるよう実施。</li> <li>◎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)</li> <li>◎出店者、本会内部組織によるワークショップの開催</li> <li>◎商工会事業、阪南ブランド十四匠の紹介</li> </ul> <p>〈秋の陣〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◎平成30年11月4日(日)産業フェア実施</li> <li>◎平成30年10月18日(木)出展者説明会、交流会、セミナー実施</li> <li>◎平成30年4月から実行委員会を5回開催</li> <li>◎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)</li> <li>◎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</li> <li>◎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</li> <li>◎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</li> <li>◎出店者、本会内部組織によるワークショップの開催</li> <li>◎地元企業による工場見学の実施、企業のプレゼンの開催</li> <li>◎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。</li> <li>◎障がい者雇用に取り組むため市内施設の情報提供(パンフ、チラシの配布等)と促進</li> <li>◎創業者支援チャレンジショップ・創業相談窓口の設置</li> <li>◎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・木糸等</li> <li>◎第6次産業化の促進のための情報提供</li> <li>◎商業部会による今年度の商業施策のPR</li> </ul>



		<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	大阪府技能士連合会と連携							
		②広域連携	近隣4商工会との連携（忠岡町、泉南市、熊取町、岬町）							
		③市町村連携	阪南市、阪南市議会、阪南市教育委員会、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							
事業の実績／目標達成度	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	60	支援企業数(実績)	60	支援実績率	100.0%	満足度	86.75	
	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〈春の陣〉〈秋の陣〉で18回目の開催になり、今年で2回目となる〈春〉は約30,000人の来場者があった。物産展には16社（重複事業所を除く）が出店し観光施設（せんなん里海公園）を会場としたことで、地元の物産や観光資源のPR等ができた。〈秋〉は18回目の開催で44社の出店により約15,000人の来場があった。地元物産展をはじめ大阪府技能士連合会の「若者のものづくり体験」、ARを利用したスタンブラリーの実施、金融機関による創業相談・情報提供、6次化の情報提供、市内の障がい者施設の紹介等のほか、阪南 Cotton の機織り体験などのワークショップの実施、阪南市観光協会との連携による観光PR等により集客を図ることで、事業者の出店意欲を高め事業者自ら情報発信に取り組んだり、販売促進のために創意工夫を促し、日頃の経営活動の中に活かして経営改善に取り組む等の意識改革につながった。								
		指標	事業所及び商品をPRできた事業所数							
		数値目標	40	実績数値	60	目標達成度	150.0%			
	成果の代表事例	「はんなん産業フェア」に出店し自店の販売品をアンテナショップとして展示、販売しPRすることで本来の店舗の情報や、後日の店舗への誘導を行い新規の顧客の獲得になった。								
実施結果	その他目標値の実績	目標値(計画)	3,000	目標値(実績)	8088	目標達成度	269.6%			
	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）	平成31年度は（春の陣）のイベント開催は昨年の台風21号で被害を受け焼失した尾崎駅を復興させるイベントの開催を中心に進めてきたことで、（秋の陣）に花火大会を含めたはんなん産業フェアを今までの開催場所である市役所周辺からせんなん里海公園に移動し今まで以上に効果を高められるよう企画しています。特に物産展での店舗の配置について最大限効果の引き出せるレイアウトを検討する。加えて今年度の実績を元に回遊性を求め安全性の担保が必要である。今年度の産業フェアについては、開催場所が変更となることもあり今までの市役所周辺で実施形態から新たなシフトを執る必要があると同時に物産展の内容等も今までと違った観点からとらえて行きたい。来場客も市内、市外からの集客を期待し、出店事業者の知名度向上のため積極的にPR、情報発信に取り組む。また、例年通り大阪府技能士連合会との連携において若者をはじめとしたワークショップ等を体験させ地元商工業への興味を促し創業や6次化への取り組みについても推進を図る。								

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		30 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)	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才以上の経営者の約半数（個人事業主においては約7割）が廃業に追い込まれている現状がある。理由としては、後継者としての息子、娘の職業選択の自由を経営者が、尊重する考え方の広がりや、将来性が明確でないため事業に対して承継に伴うリスクにから不安等の事情があると指摘されている。本市においても、高齢化が進み、何代も継続していた事業が後継者がいないという理由で廃業した例も多くなってきている。今後あらゆる業種においてこのような状況が進行すると考えられる。そこで事業承継の手法を積極的に理解することで、廃業という実態を阻止できるようにセミナーを通じて後継者の確保等、事業承継の手法をいち早く知り着手することを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	連携する4商工会の管内の事業所（阪南市1,580、泉南市2,199、岬町476、熊取町1,245）合計5,500事業所（小規模事業経営者・後継者）（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	阪南ブロック4（阪南市、泉南市、熊取町、岬町）商工会にて連携でセミナーを実施した。 ■セミナー開催日時・場所・テーマ 1. 阪南市・泉南市合同実施 平成31年1月16日（水）午後2時から4時 講師：株式会社エムティブレイン 代表取締役 山口 透 氏 テーマ：事業承継初めの一歩～計画を立てる～ 2. 熊取町商工会 平成31年1月18日（金）午後2時から4時 講師：大阪ビジネスサポートセンター 代表 南 一啓 氏 テーマ：「人事」「販促」「財務」3つの力を伸ばして飛躍 3. 岬町商工会 平成31年1月18日（金）午後7時から9時 講師：大阪ビジネスサポートセンター 代表 南 一啓 氏 テーマ：「人事」「販促」「財務」3つの力を伸ばして飛躍 ■事業承継3つの方法 ■事業承継に必要な3つの力 ■事業承継に活用できる補助金 ■事業承継時の税制優遇							
		<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 経営支援課、大阪府事業承継ネットワークと連携し、講師派遣や広報周知を実施 ②広域連携 阪南市、泉南市、熊取町、岬町商工会の4商工会連携で実施 ③市町村連携 阪南市、泉南市、熊取町、岬町の市広報等で開催周知 ④相談相乗 事業承継支援でカルテ化							
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	40	支援企業数(実績)	49	支援実績率	122.5%	満足度	89
事業の実績／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)	事業承継セミナーを広域連携（泉南市、熊取町、岬町、阪南市商工会）で実施した。計画事業所数より9事業所も多い49事業所がセミナーに参加した。小規模事業者を取り巻く環境として個人事業所の場合親族が後継者とならない場合には廃業せざる得ない状況にあり、このような現況を踏まえ小規模事業者が親族以外の後継者も視野に入れた事業承継の重要性を周知した。 指標 事業承継が理解できた事業所数及び事業承継をしようとする事業所数 数値目標 28 実績数値 49 目標達成度 175.0%							
	成果の代表事例	①事業承継について、人材の育成や税制優遇等の具体的内容を聞くことができた。 ②着々とその（長男に事業承継する）時期が近付いており、事業承継を進めていく良いきっかけとなった。							
	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)	小規模事業の場合事業価値の観点から継承意欲のある後継者を育てるのは難しく身内が事業承継することが大半であるが昨今は身内での事業承継も減少の一途をたどっている。このような状況から後継者の起業意欲を掻き立てるべく第2創業を含めた経営セミナーが必要である。							