

# 平成31年度 事業実績報告書

## 申請者の概要

申 請 者	団体名	島本町商工会
	代表者職・氏名	会長 小山 登
	所在地	〒618-0021 大阪府三島郡島本町百山4番1号
	職・氏名	事務局長 川島 和也
担 当 者	連絡先	電話番号（直通）： 075-962-5112
		F a x： 075-962-0230
		E - m a i l： <a href="mailto:shimasvo@silver.ocn.ne.jp">shimasvo@silver.ocn.ne.jp</a>
①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率）  ※②、④、⑤、⑥につ いては直近の数字を記 載のこと		①昭和38年1月8日  ②3名（2名）（令和2年3月31日現在）  ③島本町  ④610（平成28年経済センサスによる） ⑤401（平成28年経済センサスによる） ⑥316（51.8%）（令和2年3月31日現在）
□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（その従業員の為の事務を含む）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行政庁からの委託を受けた事務を行うこと。 ⑬前払式証券の発行に関する業務を行うこと。 ⑭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。		

## 島本町商工会

## (1) 事業の目標

平成31年度は、管内小規模事業者の抱える問題点や課題等に対し、速やかな指導を行うことを心がけ、素早い対応、ワンストップサービスを実施し、地域活性化事業から問題点を把握し、相談支援事業につなげ、事業所の満足度向上に努めた。又、商業の地盤沈下が進み、駅前で空き店舗が目立つ水無瀬駅前周辺の商店街等を中心として『100円商店街』や『しまもと手づくり市』を開催する事により、商店街のにぎわいを取り戻し、売上のアップや起業家の育成等に役立て、地域活性化につなげる。又、地域資源を活かした新事業を計画する人の発掘に力を注ぎ各種支援機関の専門家をコーディネートし、又当会指導員も各種の支援を行い、新事業を成功に導く。現在実施している「離宮の水」商業活用により新たに2品目の名産品が誕生し、継続してブランディングロゴを活用していただける事業者をさらに募集、協議会にて決定し物産品を本格的に売り出し、消費を促す事で活性化を目指す。またにぎわい地域活性化交流会で構築している『しまもとにぎわいネット』と連携する事で、町内外へ情報発信を行いボランティアガイドと連携し、フルに活用し、飲食店及び小売店等での観光客の消費を促し、商業活性化を図った。

## (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

相談支援事業については、事業者の相談を解決できるようなサービス提案をし、実行した。経営力のアップにつなげるため、自力での各種支援や専門家の支援を駆使し、実施した。各種地域活性化事業に取り組み、事業者の抱える問題点や、多種多様な課題を相談支援事業につなげ、サービス提案をした。課題解決を図るのに各種支援機関の利用や専門家の意見を参考にし、事業者の納得いく課題解決を行った。

## (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

相談支援事業においては、サービス提案を指導員が着実に実行することにより、事業所の経営力アップにつながった。又、『しまもと百円商店街』や『しまもと手作り市』を同時開催する事で、商店等への集客力がアップし、新規顧客の獲得にも役立ち、商業活性化が図れた。また、にぎわい交流会での情報交換・共有・発信により新たな地域事業やイベントの取組が行われた。また、商店街活性化に向けた魅力ある個展づくりのため、臨店研修や生花を商店街で共有するための交流会が行われ、新たな顧客の取り込みや売上増につながった。商工会に置いても大阪で唯一名水百選に選ばれた『離宮の水』商業活用事業では名水をつかったブランド認定商品2品目が誕生し販売等に向けた取り組みを進め、ブランド自体や商品認知を高めるための交流会を実施等の取り組みを進める事ができた。

## (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

上記のように、経営力のアップや地域通貨の販売促進による購買力の町外流出防止、商業活性化には、一定の効果があつたが、高齢化による事業所の廃業が激増しており後継者問題が深刻化し、又、町内だけの購買額では、十分でなく、町外からの観光客の誘致を効果的にどのように行うか、消費税増税・軽減税率施行による消費の低迷に対してどのように消費を促すかなど、課題が浮かび上がった。

## (5) 来年度への取り組み

地域活性化事業から相談支援事業につなげ、事業者の問題点や課題等を的確にサービス提案し、納得のいく解決策を導く。又、高齢化による廃業が増え、事業者数が減少している現状を踏まえ、その対策として、各種地域活性化事業を実施、地域商店の新たな担い手を創造するため『創業セミナー』を町行政と連携し、特定創業支援としておこない地域商業への意欲的な人材の育成を図る。『100円商店街』や『しまもと手づくり市』を開催する事により、商店街のにぎわいを取り戻し、売上のアップやCB起業家や起業家の育成等に役立て、地域活性化を目指し魅力ある街づくりをし、島本町にぎわい創造課と連携して構築した「にぎわいネット」の活用、増加しているイベントや名水百選「離宮の水」等地域特産・物産・行事などの地域資源活用をすることで観光関連事業等を開拓し、地域全体の活性化を促す。

島本町商工会

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

市内事業者のうち、小売業とサービス業でほぼ半数を占めている。これらの小規模事業者の抱える課題を迅速に解決するため、経営指導員自身の資質の向上と各種支援機関との連携が必要となってくる。また、相談内容から相談者自身が気づいていない隠れた課題を見つけ出して、将来的にどのような問題点を含み、どのように解決すべきかといった全体を俯瞰した課題解決手法にも取り組み、当初予定していた目標数値を上回る実績を残すことができた。

各種支援機関・専門家との連携は、日々の巡回・窓口での相談業務のうち経営指導員がこれまでの経験を踏まえても即時に回答することができない課題や、法改正などにより詳細な知識を必要とする課題を解決するために行った。金融支援では日本政策金融公庫や地域の銀行機関、労務支援では公共職業安定所、労働基準監督署などと連携を密にすることにより、よりタイムリーかつワンストップサービスでの情報提供・問題解決を実現することができた。

代表カルテ：開業より売上を好調にあげ消費税・軽減税率対応のための税務支援、今後の安定経営に受けた財務内容を把握し人員ヒアリングから労働生産性の向上、新商品を随時開発しており販路拡大のため町内事業が連携して開催するイベントへの参加、店内設置の工夫等により宣伝での販路拡大で年末イベント時に年間の1日売上最大を記録し、後の行事発注に繋がった事業所の支援になります。

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	96	102	106.3%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	20	15	75.0%	4
金融支援（紹介型）	支援数	4	2	50.0%	3
金融支援（経営指導型）	支援数	9	9	100.0%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	0	0		-
資金繰り計画作成支援	事業所	2	0	0.0%	-
記帳支援	事業所	13	32	246.2%	5
労務支援	支援数	10	9	90.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	-
マーケティング力向上支援	事業所	3	0	0.0%	-
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	6	6	100.0%	5
創業支援	事業所	4	0	0.0%	-
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	1	0	0.0%	-
コスト削減計画作成支援	事業所	20	17	85.0%	4
財務分析支援	事業所	60	52	86.7%	4
5S支援	事業所	0	0		-
IT化支援	事業所	3	4	133.3%	5
債権保全計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	-
事業承継支援	事業所	2	0	0.0%	-
災害時対応支援	事業所	0	0		-
結果報告	事業所	96	102	106.3%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

事業者が抱える問題点や課題、要望に対し、速やかな指導を行う。経営指導員で対応できない難解な問題については、すばやく専門相談員につなぎ、対応、ワンストップサービスを実施する事を経営指導員全員が心がけているので、事業者の満足度は向上している。又、事業者からの様々な問題提起、要求に応える事が職員の資質の向上や信頼関係を築き上げるのに役立っている。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
金融窓口相談支援	継続	相談件数	13	12	92.3%	5
税務相談支援	継続	相談件数	10	8	80.0%	4
法務、労務、経営相談支援	継続	相談件数	15	14	93.3%	5

島本町商工会

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

平成31年度は、商業の地盤沈下が進み、空き店舗が増え、壊滅的な状況下にある水無瀬駅前周辺の商店街等を活性化させるため『しまもと百円商店街』や空き店舗を利用した『しまもと手づくりコミュニティ市』などを同日開催、この時には各商店街等の手づくりイベント等とも同日開催となり盛大に開催された。参加店のアンケート・聴き取り結果も約80%以上の方が次回開催を希望しているとの意見やイベント後の新規顧客の来場があったとの意見もあり、一定の成果が得られました。また、商店街活性化に向けた魅力ある個展づくりのため、臨店研修や生花を商店街で共有するための交流会が行われ、新たな顧客の取り込みや売上増につながった。また、にぎわい交流会での情報交換・共有・発信により新たな地域事業やイベントの取組が行われ、商工会に置いて大阪で唯一名水百選に選ばれた『離宮の水』商業活用事業では名水をつかったブランド認定商品2品目が誕生し販売等に向けた取組を進め、ブランド自体や商品認知を高めるための交流会を実施等の取組を進める事ができた。

(1) 単独事業

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
	商業活性化支援事業	4	4	100.0%	85	イベント開催1カ月後の集客増が見られる事業所割合	70%	72%	102.9%	5
		10	8	80.0%						4
	しまもと・にぎわい地域活性化事業	20	20	100.0%	85	事業参加による意識の向上	80%	80%	100.0%	5
		20	18	90.0%						4
	『名水百選：離宮の水』商業活用事業	2	1	50.0%	100	離宮の水ブランド認証につながった事業者	2	1	50.0%	4
		15	13	86.7%	93	販路拡大への意欲が向上した事業者	70%	88%	125.7%	5
		15	13	86.7%	87					

(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
	手づくりコミュニティ市	50	77	154.0%	85	創業へ意欲を示した出店者数	22	16	72.7%	3
		20	15	75.0%	80	手づくりコミュニティ市への来客数	1500	1560	104.0%	4
		25	71	284.0%	92	情報発信力が強化された事業者	75%	87%	116.0%	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。

島本町商工会

事業名		商業活性化支援事業													
想定する実施期間		2011年度～ 年度まで ※複数年度段階的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)	地域の商業環境は交通の利便性が良いため、近隣の大都市圏や大型店への購買力の流出、事業主の高齢化による廃業の増加等地域全体の商業の地盤沈下が進み、疲弊の一途を辿り集客力に乏しいのが現状である。そこで全国的に実施され非常に高い確率で成功を収めている「100円商店街」に着目し、島本町でも100円商店街を継続的に実施し商店街に賑わいを取り戻す。集客力のアップや新規顧客の獲得等を目指し、商業の活性化を図り、現在の閉塞感を打破する起爆剤としたい。													
	支援する対象 (業種・事業所数等)	水無瀬駅近隣の4商店街及び周辺商店等													
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>12月7日(土)午前から午後4時頃まで4商店街44店舗参加により100円商店街を開催、例年同時開催し好評を得ている手づくりコミュニティ市や行政の障がい者ふれあい週間バザールも継続。相乗効果により通行量は約40%以上増加し、8千人以上の人々が来場した。また、新規顧客が数多く来店し例年以上の賑わいを見せ当初の目的は、ほぼ達成した。集客力のあるイベントのためマスコミ(JCOM等)にも取材や放映等をしてもらい、絶好のPRの場になった。また、一日の売り上げが過去最高を記録した店が2店舗、本年創業し参加して大きな反響を得た店が1店舗見受けられた。また、参加店への聴き取り・アンケート結果では80%以上の店が実施して良かったと次回開催を強く要望する意見が数多くあった。</p> <p>2月5日に交流会を実施、参加商店街店舗を中心に8店舗が集まり、各事業所の商品や特徴を活かした手法を把握してもらい、同時に課題や問題点について意見を交わし、店舗同士で知的・人的ネットワークを広げ、地域活性化に向けて一致団結した動きが期待できる交流会となった。</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></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>イベント案内全戸配布により事業PRをしてもらった。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>参加事業者のPR販促活動の支援(カルテ化6件)</td> </tr> </table>						①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	イベント案内全戸配布により事業PRをしてもらった。	④相談相乗	参加事業者のPR販促活動の支援(カルテ化6件)
	①府施策連携														
	②広域連携														
③市町村連携	イベント案内全戸配布により事業PRをしてもらった。														
④相談相乗	参加事業者のPR販促活動の支援(カルテ化6件)														
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	4	支援企業数(実績)	4	支援実績率	100.0%	満足度	85							
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	イベント開催1カ月後の集客増が見られる事業所割合													
	数値目標	70%	実績数値	72%	目標達成度	102.9%									
成果の代表事例	最近建築された近隣マンション住宅・集団住宅から多くの新規顧客が来場し、店を知ってもらうことができ、百円商店街開催後もリピーターとして来店している。また、パン製造販売店や鶏肉販売店が一日の売り上げの最高を記録、本年創業したパン屋では大きな反響を得られた。														
その他目標値の実績	目標値(計画)	10	目標値(実績)	8	目標達成度	80.0%									
	百円商店街開催後、各商店街や事業参加店より意欲的な店舗を中心に交流会を実施。各事業所の商品や特徴を活かした手法を把握してもらい、同時に課題や問題点について意見を交わし、店舗同士で知的・人的ネットワークを広げ、地域活性化に向けて一致団結した動きが期待できる交流会となった														
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)	<p>本年既存参加の事業者がいくらか廃業するなど直接参加の事業所が減少している。百円商店街に直接的な参加をせずとも同日に催しを行うなどして関わりをもつ商店は散見しているので、そういった事業所に参加してもらえよう連携を進め、島本町全体の商店活性化・利用増加を促し、定住促進で増えている住民に地元商店をPRすることで購買力流出の抑制をしていきたい。</p> <p>参加事業者増加対策の一つとして、2020年は行政が実施するイベントが時期をずらして、本事業と連携する予定となっているので、相互連携を行い情報発信、来客増・店舗の利用増に向けた活動を行いたい。</p>													

島本町商工会

事業名	しまもと・にぎわい地域活性化事業																							
想定する実施期間	26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)	島本町のにぎわい地域活性化を目標とするネットワークが構築され地域の情報を発信し、地元商店や事業者への異業種交流の場の提供と事業所間連携等を支援し、商店街のにぎわいの創出に取り組むべき、地域活性化活動に向けた各種の支援をしていく。より良いネットワークを強固に継続していき町内外情報を共有、活用できるように交流会を開催する。地域の活性化に意欲的な若手経営者・新規創業者等にも参加を促していく。																						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	阪急水無瀬駅に集積する商店(島本センター・みなせ名店街・水無瀬駅前商店街、島本共栄会等)及び地元商工事業者																						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材交流】</p> <p>1. 町内外に統一感をもった島本町のPR・情報発信の仕方を考え情報発信を充実させる。</p> <p>2. 現状の地域活性化事業活動を地域住民と商業者が主体となり、地元商店へのにぎわいと島本町のさらなるにぎわいにつなげる。以上を目的に、島本町、商工会、事業者、各種団体(地元の活性化を目的に活動している団体)の代表者等との交流会を3回開催した。</p> <p>講師：岩橋 亮氏(中小企業診断士・島本町出身で地元を熟知している)</p> <p>第1回：7月22日(14名参加)、第2回：11月26日(15名参加)、第3回3月23日(14名参加)</p> <p>【販路開拓】</p> <p>①町内外の各種イベント8件に合計20事業所が出展参加した(累計40回)。参加事業所は、消費者ニーズにこたえられる内容の提供商品・新メニュー考案等について積極的な取り組みができ、事業所PRや販路開拓・拡大にも繋がった。(参加者同士・来場客の交流により他イベントへの出展することができた)</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></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>交流会のにぎわい創造課担当者が参加している。しまもとにぎわいねっと情報発信において、《しまもとにぎわいねっとわーく推進委員会》委員に登録協力体制があった。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>販路開拓につながる相談支援4件実施</td> </tr> </table>							①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	交流会のにぎわい創造課担当者が参加している。しまもとにぎわいねっと情報発信において、《しまもとにぎわいねっとわーく推進委員会》委員に登録協力体制があった。	④相談相乗	販路開拓につながる相談支援4件実施								
	①府施策連携																							
	②広域連携																							
③市町村連携	交流会のにぎわい創造課担当者が参加している。しまもとにぎわいねっと情報発信において、《しまもとにぎわいねっとわーく推進委員会》委員に登録協力体制があった。																							
④相談相乗	販路開拓につながる相談支援4件実施																							
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	20	支援実績率	100.0%	満足度	85																
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>・交流会開催により、現状の地域の活性化事業活動を地域住民と商業者が主体となり地元商店へのにぎわいと島本町のさらなるにぎわいにつなげること、及び町内外に統一感を持った島本町のPR・情報発信の仕方を考え情報発信を充実させること、事業者と創業希望者との情報連携によりそれぞれのニーズが獲得、実際に体験していること課題点などを情報交換する事で継続的な活動ができるようになる等、地域全体の活性化に向けて取り組むことが出来た。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="7">事業参加による意識の向上</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>80%</td> <td>実績数値</td> <td>80%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">100.0%</td> </tr> </table>								指標	事業参加による意識の向上							数値目標	80%	実績数値	80%	目標達成度	100.0%		
指標	事業参加による意識の向上																							
数値目標	80%	実績数値	80%	目標達成度	100.0%																			
成果の代表事例	1つの事業所では現在地域で積極的に行われているイベント等に参加し、顧客のニーズやPR方法を検証し、また交流を持つことで島本町内でのPRから他イベントへの呼びかけを受け、茨木や南大阪地域での出展参加をすることができ、島本町並びに自社のPRをすることができた。また他の参加事業者でも情報交換の中から自社に合う手法を見つけ取り掛かる事業所が多数あった。交流会をきっかけに自分たちでも何か行いたいとの意見が高まり、4月以降順次調整して町ゼミ等のイベントを自身の主催で行うようになった。																							
その他目標値の実績	目標値(計画)	20	目標値(実績)	18	目標達成度	90.0%																		
	各種イベントの参加事業所数 ・18事業所が、知名度の高い町内イベントや行政主催の近隣イベント、地域で開催されるイベント等に積極的に参加。出展者はほぼ販売予定数量を完売、売り上げの向上、商品共に事業所のPRにつながったと報告を受けた。次回も積極的に出店を考えているが15店舗(約83%)																							
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>現在多くの事業者・団体に情報交流として活用して貰えているので、今後また新規に参加者を集められるようにしていきたい。(教育関係者、創業予定者、イベントを企画したい等の提案がある者など、既存だけでなく新規の人に間口を広く取り積極的な参加ができるように案内を検討)</p> <p>また多くの情報交換が可能となっているので、本年参加者からの意欲向上を基に事業計画の立案や準備に向けたサポートへと取り組めるようにし、行政も参加していることからより一層の行政協力を得られるような形にしていきたい。</p>																						

島本町商工会

事業名		『名水百選・離宮の水』の商業活用事業																																						
想定する実施期間		2017 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)	水無瀬神宮『離宮の水』は、大阪府で唯一「全国名水百選」に選ばれた水であり、島本町の貴重な地域資源である。その水を求めて毎日多くの人が町内外から取水に訪れている。長年ご神水として親しまれてきたが、28年度、事業者から離宮の水の商業活用を望む声が出たことなどにより、関係各所の協議を経て、離宮の水を使った商品を事業者に開発してもらい、地域ブランドとして推進していくこととなった。この離宮の水をきっかけに名産品の開発を行い、地域活性化と地域商業の発展につなげることを目的とする。																																						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	離宮の水ブランドロゴマークを使って商品開発し、販路拡大に取り組みたい事業者																																						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>名水百選離宮の水を使った離宮の水ブランド商品の開発・普及を推進。                      5月7日～5月31日 離宮の水ブランド認証商品申請期間                      6月14日 離宮の水ブランド認証商品審査会開催                      新たに2商品を認証した。</p> <p>【人材交流型】                      「離宮の水ブランド関係者による意見交換会」の開催(13社)                      日時7月3日 7月5日 11月27日 各日14時～16時                      場所：島本町商工会                      離宮の水ブランド事業について、事業者からやりたいこと等意見を募った。また、今後このブランドをどのように推進していけばよいかなどについて意見交換を行った。</p> <p>【ハンズオン型】                      今年度新たに認証を目指す事業者について、申請から商品開発、販路拡大などについて総合的に支援を行った。(1社)</p> <p>【販路拡大型】                      町内の主要な集客力のあるイベントへ離宮の水ブースを出店し、離宮の水ブランドのPRや商品の販売を行い販路拡大につなげる。(13社)                      4月21日 島本音楽フェスティバル出店                      7月7日 しまもと手づくりコミュニティ市出店                      10月21日 水無瀬神宮秋まつり出店                      12月7日 しまもと手づくりコミュニティ市出店</p> <p>10月17日 マスコミ向け離宮の水商品ガイドツアーを実施</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"></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">島本町・商工会・事業者などから成る「離宮の水ブランド推進協議会」によりブランド推進を行った</td> </tr> <tr> <td>④相談事業相乗</td> <td colspan="7">事業かを進めていく中で出てきた課題に対して相談事業で対応した(2件)</td> </tr> </table>								①府施策連携								②広域連携								③市町村連携	島本町・商工会・事業者などから成る「離宮の水ブランド推進協議会」によりブランド推進を行った							④相談事業相乗	事業かを進めていく中で出てきた課題に対して相談事業で対応した(2件)					
①府施策連携																																								
②広域連携																																								
③市町村連携	島本町・商工会・事業者などから成る「離宮の水ブランド推進協議会」によりブランド推進を行った																																							
④相談事業相乗	事業かを進めていく中で出てきた課題に対して相談事業で対応した(2件)																																							
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	2	支援企業数(実績)	1	支援実績率	50.0%	満足度	100																																
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>【ハンズオン】                      当初2社を目標にしていたが、結果認証されたのは1社であった。その1社に関しては、離宮の水ブランド認証事業者となることで、ケーブルテレビやチラシや広報誌でとりあげられ、町内での認知度向上につながり、新規顧客の開拓につながった。また、離宮の水ブランド認証事業者同士の連携から、町外での定期市などへ出店する機会が増え、販路拡大につながった。</p> <table border="1"> <tr> <td>指標</td> <td colspan="7">離宮の水ブランド認証につながった事業者</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>2</td> <td>実績数値</td> <td>1</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">50.0</td> </tr> </table>								指標	離宮の水ブランド認証につながった事業者							数値目標	2	実績数値	1	目標達成度	50.0																		
指標	離宮の水ブランド認証につながった事業者																																							
数値目標	2	実績数値	1	目標達成度	50.0																																			
成果の代表事例	離宮の水ブランド認証事業者となることで、ケーブルテレビやチラシや広報誌でとりあげられ、町内での認知度向上につながり、新規顧客の開拓につながった。また、離宮の水ブランド認証事業者同士の連携から、町外での定期市などへ出店する機会が増え、販路拡大につながった。																																							

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)	15	支援企業数(実績)	13	支援実績率	86.7%	満足度	93
	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)	【交流会】 事業者同士の意見交換ができる機会を作ったことで、事業者のさまざまなアイデアを事業に反映させることができ、その結果、事業者自身が主体的に事業に取り組むきっかけとなり、事業者の販路拡大への意欲向上へつながった。							
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	15	支援企業数(実績)	13	支援実績率	86.7%	満足度	87
	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)	【販路拡大】 今年度はテレビ、チラシ、広報誌やイベントへのPRブース出店など露出の機会を増やしたところ、町内での知名度向上することができた。また、個々で販路拡大をした事業者の事例を交流会で情報共有したり、交流会から事業者同士のネットワークで販路拡大につながったところもあり、相乗効果で事業者の販路拡大への意欲向上へつながった。							
		指標	販路拡大への意欲が向上した事業者						
	数値目標	70%	実績数値	88%	目標達成度	125.7%			
	成果の代表事例	販売のための店舗を持っておらず、どのように販路拡大して良いかわからないという悩みがあったが、ネットヨタやCOCO壱番屋などの大手企業とつながることができ、イベントで商品を取り扱ってもらったり、店舗の一角に置いてもらうなど、販路拡大につながった。また、同じく離宮の水ブランド認証事業者の夢笑喜とコラボして委託販売が可能になった。また、町内のカレー店とコラボして商品を店頭においてもらうなど、販路拡大に成功している。							
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)	離宮の水ブランド認証の制度上の制約により、今年度は、認証事業者になりたいという問い合わせはあるものの、申請に至らないケースが3件あった。事業者の声をなるべく制度に反映させ、離宮の水ブランド認証事業者数を増やすことが課題。また、今年度事業者同士の意見交換会を3回行っているが、事業者同士の情報交換やコラボレーションの場となり好評だったことから、次年度も行う予定。							



島本町商工会

事業名	手づくりコミュニティ市事業								
想定する実施期間	2011 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	<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>	<p>当該地域ではそれぞれ手づくり市を行っており、多くの手づくり作家が活動している。しかし、作家同士の交流や情報の交換などはそれぞれの個人的な範囲に留まり、広く活動の場や情報を求めている方が多い。 この事業により、当該地域での手づくり作家の交流、活動への意欲拡充や創業へのステップアップ、開業による空き店舗の解消に貢献するとともに、手づくり市が地域のコミュニティの場として定着し、多くの人に参加してもらうことにより、商工業の発展にも寄与することを目的とする。 また、地域でCB事業等を実施している方やCB予定者は潜在的に多くワークショップなどを行う場を求める声は多い。そういった方々の活動をPRして、発表・販売の場を提供することでCB起業家の増加、ひいては地域全体の活性化につなげることを目的とする。</p>							
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p>	<p>当該地域または近郊で手づくり作家として活動している方、CB起業を考えている方、販路開拓をしたい商工業者</p>							
	<p>実施時期・具体的な内容及び事業手法</p>	<p>(販路開拓型) 連携市町で行う下記イベントに相互に出店を行った 「しまもと手づくりコミュニティ市」(2回) 日程：令和元年7月7日(日) 10:00~15:00 12月7日(日) 10:00~15:00 場所：第1回目：史跡桜井駅跡史跡公園(JR島本駅前) 第2回目：京都銀行山崎支店駐車場及び阪急水無瀬駅周辺 出店数：第1回目：52 第2回目：50 内容： ・地域コミュニティの創造、CB起業家や新規創業者を増やすきっかけづくりとして実施した。 ・7月開催分は、町の歴史観光拠点でもある、史跡公園にて七イベントと連携して行った。島本の名産でもある竹などを活用し、ただの買い物でなく「楽しい時を過ごす」ための手づくり市を開催した。 ・12月開催分は百円商店街と同日開催し、町内商業の活性化につなげた。</p> <p>「いばらきてづくり市in茨木神社」(出店30件) 日程：平成30年9月22日(日) 場所：茨木神社 内容：創業希望者や、創作意欲に富む作家が出展した。</p> <p>(人材交流型) 連携市町にて、資質向上及び情報交換、交流をはかるため下記の通り実施した。 ①「Instagram販路活用セミナー」 日程：令和元年6月26日(水) 14:30~17:00 場所：茨木商工会議所 茨木市岩倉町2-150 立命館いばらきフューチャープラザ 内容：ビジネスプロフィールの作り方、インスタ映えの撮影方法、インスタ活用事例等 ②「プロに教わり自分でデザイン! チラシ作りワークショップ」 日程：令和元年10月30日(水) 14:00~16:30 場所：島本町商工会館 島本町百山4-1 内容：ターゲットに届くチラシデザインのコツ、色の与える印象など</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" data-bbox="455 2021 1693 2354"> <tr> <td data-bbox="455 2021 557 2088">①府施策連携</td> <td data-bbox="557 2021 1693 2088"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="455 2088 557 2163">②広域連携</td> <td data-bbox="557 2088 1693 2163">それぞれの地域で活動する手づくり作家を各市町で行うイベントに相互出店させ、交流会を行うことで交流の促進と販路の拡大ができた。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="455 2163 557 2295">③市町村連携</td> <td data-bbox="557 2163 1693 2295">島本町に後援依頼。町の広報誌や掲示板などを使った広報。町の担当課と会議を持ち情報交換・共有、島本町公式キャラの活用を行った。島本町福祉推進課と打ち合わせを行いイベントを12月に同時開催。相乗効果により集客の強化ができた。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="455 2295 557 2354">④相談相乗</td> <td data-bbox="557 2295 1693 2354">支援した方の中からカルテ化や専門家相談等につなげられた。(5件)</td> </tr> </table>	①府施策連携		②広域連携	それぞれの地域で活動する手づくり作家を各市町で行うイベントに相互出店させ、交流会を行うことで交流の促進と販路の拡大ができた。	③市町村連携	島本町に後援依頼。町の広報誌や掲示板などを使った広報。町の担当課と会議を持ち情報交換・共有、島本町公式キャラの活用を行った。島本町福祉推進課と打ち合わせを行いイベントを12月に同時開催。相乗効果により集客の強化ができた。	④相談相乗
①府施策連携									
②広域連携	それぞれの地域で活動する手づくり作家を各市町で行うイベントに相互出店させ、交流会を行うことで交流の促進と販路の拡大ができた。								
③市町村連携	島本町に後援依頼。町の広報誌や掲示板などを使った広報。町の担当課と会議を持ち情報交換・共有、島本町公式キャラの活用を行った。島本町福祉推進課と打ち合わせを行いイベントを12月に同時開催。相乗効果により集客の強化ができた。								
④相談相乗	支援した方の中からカルテ化や専門家相談等につなげられた。(5件)								

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)	50	支援企業数(実績)	77	支援実績率	154.0%	満足度	85%	
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	20	支援企業数(実績)	15	支援実績率	75.0%	満足度	80%	
	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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・手づくり市出店者の中から商工会会員となる方、第2創業を目指す方、創業セミナー受講者などが表れた。</li> <li>・まだ創業していない出店者については、イベントに出店することをきっかけに、今後の創業の可能性について意識付けることができた。</li> <li>・手づくり市、100円商店街、離宮の水認証商品ブースの周知・販売などを連動させて実施したことで、商工業者の士気が高まり、事業所から多くの支持が得られている。</li> </ul>								
		指標	創業へ意欲を示した出店者数							
		数値目標	22	実績数値	16	目標達成度	72.7%			
	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本事業の影響で島本町内で定期開催の新たなマルシェが始まった。</li> <li>・しまもと手づくりコミュニティ市の出店者を中心に定期的な交流会が開始。地域の活性化と各自の販路開拓のための新たな事業が計画されている。</li> <li>・ある出店者は出店と交流会でできた繋がりを元に現在不定期にイベント（絵画教室）を開催。本格的な創業に向け準備とファンづくりを行っている。</li> </ul>								
	その他目標値	目標値の内容⇒	しまもと手づくりコミュニティ市への来客数およそ1400人 いばらき手づくり市の来客数160人 ※各手づくり市アンケート結果より売上を商品単価（1000円とする）で除し算出、合計1560人。							目標達成度
		1500								104.0%
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	25	支援企業数(実績)	71	支援実績率	284.0%	満足度	92%	
	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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Instagram活用・チラシ作成セミナーによって、デジタル・アナログ両面での情報発信力の強化ができた。</li> <li>・受講後に交流会で、セミナーでの学びを深め、活発な情報・意見交換ができた。</li> </ul>								
指標		情報発信力が強化された事業者								
数値目標		75%	実績数値	87%	目標達成度	116.0%				
成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1割以上の事業者がセミナー後にInstagramアカウントを開設。情報発信を行っている。</li> <li>・チラシ作りのノウハウを習得した結果、自身で作成したチラシを配布。</li> <li>・セミナー後の交流会により事業者同士の関係が深まった。新たな事業展開が開始している。</li> </ul>									
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)	連携する地域での相互出店の促進を行うことで、手づくり作家同士の交流やさらなる販路拡大、それに伴う創業への意欲向上に努めたい。								