

# 令和3年度（2021年度） 事業実績報告書

## 1. 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
	担当者	職・氏名	事務局長 川島 和也
		連絡先	T E L（直通）：
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		昭和38年1月8日	
②職員数 （うち経営指導員数）		4名（経営指導員3名）（令和4年3月31日現在）	
③所管地域		島本町	
④管内事業所数		610（平成28年度経済センサス）	
⑤管内小規模事業者数		401（平成28年度経済センサス）	
⑥会員数（組織率）		325（53.2%）（令和4年3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	
<input type="checkbox"/> 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（その従業員の為の事務を含む）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行政庁からの委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>⑬前払式証票の発行に関する業務を行うこと。</p> <p>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。</p>			

<p>(1) 事業の目標</p>
<p>令和3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。離宮の水ブランド推進事業では事業者間の交流を図りブランド認知の向上や新たな顧客獲得に向けての取り組みを図る。創業セミナーで起業促進、女性起業家間のコミュニティを構築し、相互の事業の相談や情報共有、ノウハウの共有など、コミュニティ全体の事業の加速化につなげる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ぐ。新型コロナウイルスの影響により対面型の小売・飲食・サービス業は軒並み打撃を受け、新生活様式への対応が急務となっている。町内で積極的に活動をしている商店街・事業主を中心に新生活様式に対応すべくスマート化やバイローカル等の取組について事業連携を行い、地域全体の活性化を図っていく。</p>
<p>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</p>
<p>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。</p>
<p>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</p>
<p>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。創業セミナーの開催により新たな事業をはじめようとする人の意欲・知識の向上を行い創業希望者の発掘並びに創業間もない事業者の今後の事業経営に向けた計画策定・ブラッシュアップを行うことができた。創業及び創業間もない女性起業家の交流の場を設けることでそれぞれのもつ情報や課題、ノウハウについて共有し、事業の加速化やモチベーションアップを図ることができた。『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。商店街活性化に向けた魅力ある個店づくり、商店街での情報共有するための交流会を行い、各所事例を学び、横のつながりを強めていった。名水百選に選ばれている『離宮の水』商業活用事業ではブランド自体や商品認知を高めるための交流会を行い、ブランドの再構築に向けて情報交換し、また町内外の販路拡大に向け、行政広報と連携し、島本町公式ラインによるクーポン等で新たな顧客開拓やPR実施等の取り組みを進める事ができ、一定の成果を得ることができた。</p>
<p>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</p>
<p>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、一定の効果があったが、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、新型コロナウイルス禍におけ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。令和3年度でも新型コロナウイルス感染症の影響で各種一般事業にて開催変更を余儀なくされたことから、消費低迷に対する対応した事業・取組および事業所の支援が必要になると考える。</p>
<p>(5) 次年度の取り組み</p>
<p>町内の商業の地盤沈下は深刻な状況下にあり、高齢化の影響・後継者不足などから数多くの店舗が廃業に追い込まれつつある。定住促進が進み住民は増加しているが、交通の利便性がよく町外への購買力流出が多い。その打開策として『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CB起業家や創業者の育成等に役立て、地域活性化につなげる。又、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行い、地域商業への意欲的な人材の育成を図る。また当会創業セミナーや手づくりコミュニティ市を活用が多い、女性起業家間のコミュニティを構築し、相互の事業の相談や情報共有、ノウハウの共有など、コミュニティ全体の事業の加速化につなげ、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。新型コロナウイルスの影響により対面型の小売・飲食・サービス業は軒並み打撃を受け、新生活様式への対応が急務となっている。その中でにぎわい地域活性化交流会での成果や島本町と連携して行っている商店街サミットでの情報をもとに、町内で積極的に活動をしている商店街・事業主を中心に新生活様式に対応すべくスマート化やバイローカル等の取組について事業連携を行い、地域全体の活性化を図っていく。</p>

### 3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 島本町商工会

I 経営相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>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、新たな取り組みに向けた事業計画策定など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金融機関、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。</p> <p>代表カルテ：飲食店で、新型コロナの影響により店舗販売が難しいことから行政と連携し、弁当販売事業を他事業所と連携して行うことで販路開拓を図り、新たな顧客へ商品およびサービスのPRを実施することができた事例となります。</p>						
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	80	93	116.3%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	8	10	125.0%	5	
金融支援（紹介型）	支援数	3	0	0.0%	1	
金融支援（経営指導型）	支援数	7	7	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	0	0	-	-	
記帳支援	事業所	2	5	250.0%	5	
労務支援	支援数	8	11	137.5%	5	
人材育成計画作成支援	事業所	0	0	-	-	
マーケティング力向上支援	事業所	0	0	-	-	
販路開拓支援	支援数	45	36	80.0%	4	
事業計画作成支援	支援数	5	5	100.0%	5	
創業支援	事業所	2	0	0.0%	3	
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	0	-	-	
コスト削減計画作成支援	事業所	8	9	112.5%	5	
財務分析支援	事業所	45	36	80.0%	4	
5S支援	事業所	0	0	-	-	
IT化支援	事業所	2	2	100.0%	5	
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	-	-	
事業承継支援	事業所	1	1	100.0%	5	
災害時対応支援	事業所	0	0	-	-	
フォローアップ支援	事業所	0	0	-	-	
結果報告	事業所	80	93	116.3%	5	
II 専門相談支援事業						
支援のポイント・成果						
<p>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。</p>						
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	継続	回数	10	10	100.0%	5
税務相談	継続	回数	7	7	100.0%	5
経営相談	継続	回数	7	7	100.0%	5
労務相談	継続	回数	3	3	100.0%	5
法務相談	継続	回数	6	6	100.0%	5

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>令和3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・聴き取り結果でもイベント当日は普段以上の来場があったとの意見もあり、一定の成果が得られた。また、商店街活性化に向けた魅力ある個店づくりのため、商店街で成果や情報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。創業セミナーにおいても意欲的な創業希望者が参加し、実際に創業した人の話を聞き、同じく創業を目標とする人と交流を図ることでより一層意欲的になり、又セミナー交流会をきっかけに、これから島本町内外で創業を目指す女性事業者の情報発信・交流の場として支援することができた。その結果1名が新規創業、1名が創業に向けた取り組みを行うことができた。また、大阪府内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販売等に向け、ブランド自体や商品認知を高めるための交流会等の取り組みを進める事ができ、町広報や町公式ラインによるクーポン配信事業を行うことができ、新たな顧客の開拓やPRを行い一定の成果を得ることができた。</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	
	商業活性化支援事業	4	4	100.0%	95.7	開催当日の来店客が増加した参加店舗数	70%	82%	117.1%	5
○	創業セミナー	26	19	73.1%	100	創業意識が向上した割合	70%	88%	125.7%	4
	地域産業資源『名水百選：離宮の水』商業活用事業	23	19	82.6%	100	地域ブランドについて理解を深め、販路拡大につながるなど個々の事業にとってプラスの影響があった事業者交流会を通じて他の事業者との新たなつながりができた	70%	100%	142.9%	4
○	女性起業家支援事業	15	12	80.0%	100	女性起業家やハイローカルについて理解ができた事業者	70%	100%	142.9%	5
○	商店街支援事業	30	18	60.0%	100		70%	100%	142.9%	4
(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	
	手づくりコミュニティ市事業	130	117	90.0%	88.9	新規顧客の獲得に成功した事業者	70%	71%	101.4%	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)	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	12月4日(土)午前10時から午後3時頃まで4商店街46店舗参加により『百円商店街』を開催、昨年も同時開催し好評だった『手づくりコミュニティ市』も同様に開催し、また、集客力があるイベントであるため各種団体もイベントを開催した。久しぶりの行事開催だったこともあり、各種相乗効果により通行量は増加し、累計1万人以上の人々が来場した。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、ほぼ達成された。 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店舗見受けられた。							
		＜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		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
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)	4.0	総支援企業数(実績)	4.0	支援実績率	100.0%	満足率	95.7%
	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)	12月4日(土)午前10時から午後3時頃まで4商店街46店舗参加により『百円商店街』を開催、昨年も同時開催し好評だった『手づくりコミュニティ市』も同様に開催し、また、集客力があるイベントであるため各種団体もイベントを開催した。久しぶりの行事開催だったこともあり、各種相乗効果により通行量は増加し、累計1万人以上の人々が来場した。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、ほぼ達成された。 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店舗見受けられた。							
		代表指標	開催当日の来店客が増加した参加店舗数						
		数値目標	70%	実績数値	82.0%	目標達成度	117.1%		
	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、パン製造販売店やポン菓子製造小売店が一日の売り上げの最高を記録し、大きな反響を得られた。							
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)	2021年に大東建託が調査した「関西の住み続けたい街(自治体)」で1位になった町で現在も少しずつ住民増加傾向にあるが、イベント等のきっかけがないとなかなか地域の個店について認知が向上していない現実があり、今回の事業をキッカケに店舗認知が進み、後日リピート利用することが増えている。このような事から今後も継続して店舗・商品のPRをおこなうことで新規住民だけでなく既存住民にも改めて店舗認知をはかり、地域での購買力の上昇、地域の活性化を図っていく。							

島本町商工会

事業名		創業セミナー							
想定する実施期間		2020 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)	大阪の創業促進を積極的に推進し、起業家の育成、強い企業の実現を目指し、特定創業支援事業を実施する。創業が気になっているが具体的にはどうしてよいかわからない者から、創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者までを広く対象とし、創業に向けて一歩踏み出すきっかけになるようなセミナー、創業に関して必要な知識や事業計画の作成等知識の習得するセミナーを行うとともに、創業に向けての疑問点、具体的な手続き等を個別相談にて対応することにより、円滑な創業実現のための一助とすることを目的とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者に加え、新たな事業を立ち上げようとする中小企業経営者、中小企業従業員、大学生等							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	人材交流 大阪府商工会連合会と連携して実施。 9月1日、8日、15日、22日に開催し、18名の受講があった。その中から島本町の特定創業支援事業修了証明書が2件発行。2名は創業済み、受講時に作成した事業計画により創業をした方が1名、他の多くの受講者も創業への意欲の高まりがみられた。							
		ハンズオン 創業プランのブラッシュアップを中心とした個別ハンズオン支援を実施。 受講により作成した事業プランを基に計画策定を実施。福祉事業における開業・法人設立にかかる事業計画や資金面での課題について創業融資を目標とする支援で、開業に向けた取り組みを行った。							
		<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	オール大阪起業家支援プロジェクト グローイングアップビジネスプランコンテストの説明を行い、機会がある度に告知を行った。						
②広域連携									
③市町村連携	島本町の創業支援事業計画に参画し、特定創業支援事業を実施した。								
④相談相乗	創業セミナー受講後に発生した相談に対して実績があった。								
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)	26.0	総支援企業数(実績)	19.0	支援実績率	73.1%	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)	漠然と創業したいと考えている方が一連のセミナーや講座を受講することで、起業の心構えや事業計画書作成の基本を学び、漠然とした想いを具体化するきっかけとなった。また、実際に創業された方に話を聞いたり、他の参加者と交流を深めることで、創業実現へのモチベーションアップにつながったと考えられる。また個別ハンズオン支援を実施し、創業に向けての課題発見、解決や創業コンセプト作成の支援を行った。その結果、なんとなく創業したいけどどうしたらよいかわからない、といった方を具体的な創業に向けての後押しができて、1名の方が創業、1名が具体的な創業に向けて取り組みをはじめられた。							
		代表指標	創業意識が向上した割合						
		数値目標	70%	実績数値	88.0%	目標達成度	125.7%		
	成果の代表事例	福祉事業の開業を目標に受講し、事業計画・収益性・継続性の重要性を学び、ビジネスに取り掛かる計画書や決算書の作成方法等について学ぶことができ、また島本町で起業を志す人との情報交換をすることで当初の課題に向けた不安を解消することができた。それにより法人設立に向けて事業計画の作成を行い、法人開業を達成した。							
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)	大阪府商工会連合会との広域連携時から継続して高い参加希望数を維持している。創業希望者同士の交流も重要な内容となるためできるだけ現地開催を目標とするが、新型コロナウイルスへの感染拡大対策としてWEBを活用した形での開催も念頭に入れていく。創業希望者にとってセミナー受講だけでなく創業希望者同士の交流の場というのも同業・異業種問わず重要な情報収集・意欲向上に向けた重要な場となるため、できるだけ参加者が一層の意欲が出る形での開催を検討していく。							

【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)	25.0	支援企業数(実績)	18.0	支援実績率	72.0%	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)	漠然と創業したいと考えている方が一連のセミナーや講座を受講することで、起業の心構えや事業計画書作成の基本を学び、漠然とした想いを具体化するきっかけとなった。また、実際に創業された方に話を聞いたり、他の参加者と交流を深めることで、創業実現へのモチベーションアップにつながったと考えられる。							
		指標	創業意識が向上した割合						
	数値目標	70%	実績数値	88%	目標達成度	125.7%			
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)	1.0	支援企業数(実績)	1.0	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)	セミナー内で先に検討したビジネスプランを基に創業に向けた事業計画のブラッシュアップを実施。現在のコロナ禍やターゲット層の明確化・資金面での課題について支援で開業に向けた取り組みを行い、創業を達成した。							
		指標	事業計画作成に取り組んだ件数						
	数値目標	1	実績数値	1	目標達成度	100.0%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				

島本町商工会

事業名	地域産業資源『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	<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>島本町内にある水無瀬神宮は大阪府の地域産業資源に認定されており、町の誇りである。また、境内からくみ上げられる「離宮の水」も大阪府の地域産業資源に認定されており、昭和60年環境庁（現環境省）認定の「全国名水百選」に大阪府で唯一選ばれた名水として名高く、島本町民にとっても長年ご神水として親しまれてきた。</p> <p>事業者からの離宮の水の商業活用を望む声や地域住民からも離宮の水を活用して地域活性化を望む声があり、事業者に「離宮の水」を使った商品開発を新たに取り組んでもらい、その商品を「離宮の水ブランド」として推進していくために、「離宮の水ブランド」の推進機関として町・商工会・水無瀬神宮などから成る「離宮の水ブランド推進協議会」を平成28年に発足した。この事業では地域産業資源である「離宮の水」を活用して商品開発し、事業化したい事業者に対して「離宮の水」について知る機会を提供したり、実際に取り組んでいる事業者との交流を図ることで更なる事業化を支援する。</p> <p>事業者にとっては「離宮の水」を使った新商品の開発を行うことで、地域住民の島本町土産としての利用や、「離宮の水」を目当てに他地域から島本へ足を運ぶ観光客の土産購入等で売上向上につなげ事業化を図る。また、「離宮の水ブランド」認証企業を増やしていくことで、島本町の魅力を発信し、地域活性化、商業活性化、観光促進につなげていく。</p>							
	<p>支援する対象 (業種・事業所数等)</p> <p>地域産業資源「離宮の水」を使って商品やサービス等を新たに開発に取り組み、事業化し、「離宮の水ブランド」を使って販路拡大に取り組みたい事業者</p>							
	<p>実施時期・具体的な内容及び事業手法</p> <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。 6月1日～6月30日 離宮の水ブランド認証商品申請期間 7月8日 離宮の水ブランド認証商品審査会開催予定としていたが、今年度の新たな申請はなかったため審査会は中止。</p> <p>①【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 日時10月27日（水）14～16時 場所：島本町商工会 離宮の水ブランド認証事業者、離宮の水ブランド推進協議会、島本町、商工会の担当者などが集まって、「離宮の水ブランドの再構築」をテーマに意見交換等を行った。</p> <p>②【ハンズオン型】 新たな参画事業者なしのため、該当なし</p> <p>③【販路開拓型】 「しまもと手づくりコミュニティ市」への離宮の水ブランドブースの設置 日時：12月4日（土）10時～15時 場所：阪急水無瀬駅前広場 しまもと手づくりコミュニティ市内において、離宮の水ブランドPRブースを設置し商品のPR・販売を行った。また、イベント当日に、ブース外で町内の事業所において離宮の水ブランドを販売する事業者も連携し、PR・販路拡大につなげる取り組みを行った。（11社）</p> <p>離宮の水ブランドマップの作成を行い、町広報誌へ掲載し（広報しまもと11月号）、広く周知された。 島本町公式ラインによる離宮の水ブランドグルメのクーポン配信事業を行い（4月、10月）、公式ライン登録者約5200人に対してクーポン配信を行い離宮の水ブランドへ新たな顧客の開拓やPRを行い一定の成果をあげた。</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 data-bbox="474 2029 574 2095">①府施策連携</td> <td data-bbox="574 2029 1742 2095"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="474 2095 574 2160">②広域連携</td> <td data-bbox="574 2095 1742 2160"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="474 2160 574 2226">③市町村連携</td> <td data-bbox="574 2160 1742 2226">島本町にぎわい創造課と連携し協議会事務局を運営し、ブランド推進事業を行った</td> </tr> <tr> <td data-bbox="474 2226 574 2281">④相談相乗</td> <td data-bbox="574 2226 1742 2281">事業化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</td> </tr> </table>	①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	島本町にぎわい創造課と連携し協議会事務局を運営し、ブランド推進事業を行った	④相談相乗
①府施策連携								
②広域連携								
③市町村連携	島本町にぎわい創造課と連携し協議会事務局を運営し、ブランド推進事業を行った							
④相談相乗	事業化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							



	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)	19.0	支援実績率	82.6%	満足率	100.0%
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)	<p>交流会においては、相互の交流、意見交換等を通じて、地域ブランドについての理解を深め、事業者間の関係性の構築につながった。また、交流会の中で離宮の水のリブランドについて活発な意見交換を行い、今後の事業展開などについて話し合うことができた。また、スーパーマーケットなど新たな販路拡大の可能性について意見交換を行い、実際にスーパーマーケットに打診するなど、販路拡大に通じる動きが生まれるなど、一定の成果を上げた。</p> <p>販路拡大に取り組みにおいては、</p> <p>①離宮の水ブランドマップの作成を行い、町広報誌へ掲載し、広く周知された。</p> <p>②島本町公式ラインによる離宮の水ブランドグルメのクーポン配信事業を行い、公式ライン登録者約5200人に対してクーポン配信を行い離宮の水ブランドへ新たな顧客の開拓やPRを行い一定の成果をあげた。</p> <p>③町内で開催される集客力の高い「しまもと手づくりコミュニティ市」へ離宮の水ブランドブースを出店し、PR・販売を行った。イベント当日に、ブース外で町内の事業所において離宮の水ブランドを販売する事業者も連携し、PR・販路拡大につなげる取り組みを行った。また、展示会や出店イベントの案内を随時行った。その結果、事業者の販路拡大への意欲向上につながるなどの成果を上げた。</p>							
	代表指標	地域ブランドについて理解を深め、販路拡大につながるなど個々の事業にとってプラスの影響があった事業者							
	数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	成果の代表事例	<p>地道な販路拡大の取り組みの結果、ラインクーポンを見た事業者から、次年度以降に離宮の水ブランドへ参加したいと問い合わせが1件あった。</p> <p>ポン菓子屋さんに大手製菓会社から注文が入り大幅な売上向上につながった。</p>							
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)	<p>今年度も昨年に続きコロナの影響により、予定していた出店イベントの3/4が中止となるなど、影響があった。今後もコロナ禍の影響により、イベントの中止などが考えられるので、イベント出店等に頼らない販路拡大の方向性を検討する必要がある。よって、広報やチラシなどのアナログとSNSなどのデジタル双方からの効果的な情報発信を定期的に行い、離宮の水ブランドの露出の機会を増やすことで地道な販路拡大につなげたい。</p> <p>飲食店はコロナ禍の影響により休業や時短営業を余儀なくされており、売上減少、店舗の維持だけでも苦しい状況の中、離宮の水ブランドへの取り組みどころではないという声もある。今度ブランドの維持継続は課題である。</p>							

【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)	11.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	72.7%	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）	指標	相互の交流、意見交換等を通じて、地域ブランドについての理解を深め、個々の事業にとってプラスとなった事業者						
		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)	11.0	支援企業数(実績)	11.0	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）	【販路拡大】 ①離宮の水ブランドマップの作成を行い、町広報誌へ掲載し、広く周知された。 ②島本町公式ラインによる離宮の水ブランドグルメのクーポン配信事業を行い、公式ライン登録者約5200人に対してクーポン配信を行い離宮の水ブランドへ新たな顧客の開拓やPRを行い一定の成果をあげた。 ③町内で開催される集客力の高い「しまもと手づくりコミュニティ市」へ離宮の水ブランドブースを出店し、PR・販売を行った。イベント当日に、ブース外で町内の事業所において離宮の水ブランドを販売する事業者も連携し、PR・販路拡大につなげる取り組みを行った。また、展示会や出店イベントの案内を随時行った。その結果、事業者の販路拡大への意欲向上につながった。							
		指標	新たな販路や新規顧客を獲得した事業者						
	その他目標値の実績	数値目標	70%	実績数値	100%	目標達成度	142.9%		
実績／達成度③	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	1.0	支援企業数(実績)	0.0	支援実績率	0.0%	満足率	0.0%
	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）	【ハンズオン】当初1社を目標にしていたが、コロナ禍の影響を受け飲食店の休業が長引き、申請は0件にとどまった。							
		指標	離宮の水ブランド認証につながった事業者						
	その他目標値の実績	数値目標	1	実績数値	0	目標達成度	0.0%		
	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

島本町商工会

事業名		女性起業家支援事業																																							
想定する実施期間		2021 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)	島本町商工会では、平成30年より3年にわたり創業セミナーを開講しており、毎回25名程度の参加があるが、その内女性の参加者が8割以上を占めており、女性創業希望者が増えている現状がある。しかしながら、ビジネスの課題に対して相談できる先がなく、事業が停滞したりモチベーションの維持が難しいなどの現状がある。こうした課題に対応するため、女性起業家間のコミュニティを構築し、相互の事業の相談や情報共有、ノウハウの共有など、コミュニティ全体の事業の加速化につなげることを目的とする。また、アクセラレーションプログラムの普及啓発を行いチャレンジしたい事業者を発掘しビジネスモデルの磨き上げを支援する。																																							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	町内の女性起業家および女性創業希望者 すでに町内で事業をされている女性起業家や、創業セミナー参加者等へよびかける。																																							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材交流型】 「女性起業家交流会」の実施 日時：令和3年11月26日（金） 14時～16時 場所：島本町商工会 対象：女性起業家および企業を準備・検討している女性 参加：12名 講師：株式会社ママントレ（第1回LED関西ファイナリスト） 司会：（LED関西2020ファイナリスト） 内容：第1部 何に困ってどう乗り越えた？先輩起業家の体験談から学ぼう 第2部 みんなの事業の話聞こう！自分の事業の話しよう！名刺交換会&amp;みんなで座談会</p> <p>島本町商工会、大阪産業局、大阪府商工労働総務課と連携して事業実施。 講師人選は大阪産業局主催のLED関西の普及啓発を兼ねていることから、LED関西過去のファイナリストから、島本町の風土・雰囲気に合った方を選定。講師に話してもらった内容はZOOMで打ち合わせを行い、島本町の雰囲気に合わせてオーダーメイドで作成してもらった。 参加者の集客は、島本町商工会主催の創業セミナーの過去の参加者、および商工会会員にダイレクトメールでチラシを送付。および大阪産業局よりLED関西2021エントリーしている方へ案内を送り集客を行った。 当日は参加者を1テーブル3～4名にグループ分けし、講師の話聞いた後、質疑応答、参加者自己紹介、テーマに沿ったトークなどを行い交流を深めた。 全員がマイクを持って話をする場を設けることで、参加者が自分事として積極的に参加し、会場に一体感が生まれ、高い満足度を得ることができた。</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 colspan="7">(a)局-2大阪産業局プロジェクト推進部と商工労働総務部と連携</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"></td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">支援の中で出てきた課題については個別に対応</td> </tr> </table>								①府施策連携	(a)局-2大阪産業局プロジェクト推進部と商工労働総務部と連携							②広域連携								③市町村連携								④相談相乗	支援の中で出てきた課題については個別に対応						
	①府施策連携	(a)局-2大阪産業局プロジェクト推進部と商工労働総務部と連携																																							
	②広域連携																																								
③市町村連携																																									
④相談相乗	支援の中で出てきた課題については個別に対応																																								
計画に対する実績（数値）	総支援企業数(計画)	15.0	総支援企業数(実績)	12.0	支援実績率	80.0%	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)	代表指標	交流会を通じて他の事業者との新たなつながりができた方																																							
	数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%																																			
成果の代表事例	LED関西ファイナリストの方や、LED関西2021エントリーされている方と話しているうちにLED関西にチャレンジしたいという方が出てきた。																																								
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)	開催時期について、コロナ禍の影響で開催時期が予定より延びたため、LED関西の募集が終わったタイミングとなり、来年度の案内に留めることとなってしまった。次回はLED関西にチャレンジしたい事業者の支援も併せて行えるよう、LED関西エントリー開始前に交流会を開催したい。																																							

島本町商工会

事業名		商店街支援事業								
想定する実施期間		2021 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>高齢化や地域コミュニティが希薄となっている現代において、商店街はコミュニティの担い手としての役割が重視されている。しかし、全国的にも商店街は衰退傾向にある。島本町においても同様に、5つの商店街が存在するが、そのどれもが近隣の大型店に客足をとられるなど苦しい状況にある。さらに昨年度はコロナ禍のため対面型の小売・飲食・サービス業は軒並み打撃を受けた。しかし、その中でも商店街の若手事業者を中心に行政機関や商店街間での協力連携が進みつつあり、自主的に様々な取り組み（行政を含めた定期的な意見交換「商店街サミット」や地域の大手自動車販売店などと協力したイベント、YouTubeでの動画配信による商店街や店舗の情報発信など）を行っている。</p> <p>そのように前向きに活動する商店街や事業主に様々な事例（スマート化やバイローカルなど）、府の施策等の情報提供や勉強会・交流会を実施することで、知識の向上と横のつながりの強化を支援し、すでに実施している取り組みのブラッシュアップや個々では難しい事業を協力連携して取り組むなど、次の一手を生み出す機会としたい。</p>								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	島本町内の商店街に店舗を構える事業者、商店街振興に関心のある事業者及び創業予定者								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>【人材育成型】（2回/参加事業所数のべ16件） バイローカルセミナー 日程 令和3年度7月14日 18:45～19:45 場所 島本センター内空き店舗（三島郡島本町水無瀬一丁目17-12） 内容 新しい生活様式に対応するためのスマート化やバイローカルの取り組み事例について 講師 ビーローカルパートナーズ</p> <p>スマート化セミナー 日程 令和3年度12月8日 18:45～19:45 場所 島本センター内空き店舗（三島郡島本町水無瀬一丁目17-12） 内容 宮之阪中央商店街でのQRコードを利用したポイントカード事業について 講師 宮之阪中央商店街振興組合</p> <p>【人材交流型】（2回/参加事業所数のべ17件） 日程 令和3年度1月12日 18:30～20:00 場所 かぎ卯（三島郡島本町山崎三丁目4-1） 内容 学んだ事例を元に実際にどのような取り組みができるか、またすでに行っている取り組みのブラッシュアップについての意見交換。</p> <p>日程 令和3年度3月23日 18:30～20:00 場所 Smilevillageハルカフェ2F（三島郡島本町水無瀬二丁目3-8） 内容 学んだ事例を元に実際にどのような取り組みができるか、またすでに行っている取り組みのブラッシュアップについての意見交換。</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>(a) 商-12「商店街の需要喚起の促進」 大阪府商・サー課商業振興グループと連携して事業を実施</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>(c) 島本町都市創造部にぎわい創造課と連携。島本町の補助金制度活用を促進する。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>(d) 支援の中で出てきた事業課題についてカルテ化へつなげた(カルテ化1件)</td> </tr> </table>		①府施策連携	(a) 商-12「商店街の需要喚起の促進」 大阪府商・サー課商業振興グループと連携して事業を実施	②広域連携		③市町村連携	(c) 島本町都市創造部にぎわい創造課と連携。島本町の補助金制度活用を促進する。	④相談相乗
①府施策連携	(a) 商-12「商店街の需要喚起の促進」 大阪府商・サー課商業振興グループと連携して事業を実施									
②広域連携										
③市町村連携	(c) 島本町都市創造部にぎわい創造課と連携。島本町の補助金制度活用を促進する。									
④相談相乗	(d) 支援の中で出てきた事業課題についてカルテ化へつなげた(カルテ化1件)									

	計画に対する実績(数値)	総支援企業数(計画)	30.0	総支援企業数(実績)	18.0	支援実績率	60.0%	満足率	100.0%
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)	<p>スマート化、バイローカルについての他所の事例を具体的に学び、理解することができた。また、町内事業者間で交流することで、コロナ禍へ対応するための知識を深め協力関係を強化することができた。</p>							
	代表指標	スマート化やバイローカルについて理解ができた事業者							
	数値目標	70%	実績数値	100.0%	目標達成度	142.9%			
	成果の代表事例	<p>実施している島本ぐるっとマーケットの取り組みがバイローカルの考え方に合致していることがわかった。また同事業において、より住民の店舗利用のインセンティブを高めるためQRコードを利用したクーポンの導入を検討していくことになった。</p>							
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)	<p>コロナの影響も強く参加者の確保が困難であった。今後はオンラインとの併用、周知の徹底を図りたい。</p> <p>事業の実施には費用がかかるものも多いため、町や大阪府、国の制度をうまく活用し、事業の発展を支援していく必要がある。セミナーおよび交流会の実施で出た意見により、次年度まちあるきのためのマップ作りを実施する予定。</p> <p>また、大阪府商店街モデル創出支援事業への応募も検討していく。</p>							

【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)	15.0	支援企業数(実績)	11.0	支援実績率	73.3%	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）	セミナーの受講により、すでに実施している事業の方向性がバイローカルの取り組みに合致していることが理解できた。また、スマート化を進める意欲がわいた								
		指標	スマート化・バイローカルについて理解できた事業者							
		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)	15.0	支援企業数(実績)	7.0	支援実績率	46.7%	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）	交流会での意見交換により、新規事業の方向性や具体化のための方策を見出すことができた。								
		指標	新規事業へ意欲がわいた事業者							
		数値目標	70%	実績数値	80%	目標達成度	114.3%			
	その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度				

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	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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、当該地域間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。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>(独自提案型) 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する。 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、対面での実施が困難な場合はweb会議ツール等を利用したオンラインでの実施とする。</p> <p>「ネットショップ導入セミナー」(参加23件) 日程：令和3年7月7日 15:00～17:00 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：まだネットショップを利用したことが無い方・利用はしているがうまく売り上げにつながらない方向け。 新たな販路開拓のための活用法の基礎を学ぶ</p> <p>「インスタグラム入門セミナー」(参加14件) 日程：令和3年10月6日 13:30～15:00 場所：島本町商工会館 三島郡島本町百山4-1 内容：まだインスタグラムを利用したことが無い方・アカウントは作ったが活用法がわからない方向け。アカウントの作成から、ファンづくりのための活用法の基礎を学ぶ。</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う 「いばらきてづくり市」(出店38件) 日程：令和3年10月16日(土) 10:00～16:00 場所：茨木市中心市街地 内容：創業希望者や、創作意欲に富む作家が出展</p> <p>「しまもと手づくりコミュニティ市」(出店42件) 日程：令和3年12月4日(土) 10:00～15:00 場所：阪急水無瀬駅周辺の空き店舗等 内容：手づくり市の開催 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をつくる 島本町および周辺で活動する作家の発表と販路開拓の場とする</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>茨木・高槻・摂津との連携により、セミナー・イベントとも広く参加者を集めることに成功した。また相互での出店により販路に拡大を図れた。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>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</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>支援した方の中から可能な限りカルテ化や専門家相談等につなげた(カルテ化4件)</td> </tr> </table>	①府施策連携		②広域連携	茨木・高槻・摂津との連携により、セミナー・イベントとも広く参加者を集めることに成功した。また相互での出店により販路に拡大を図れた。	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	④相談相乗
①府施策連携									
②広域連携	茨木・高槻・摂津との連携により、セミナー・イベントとも広く参加者を集めることに成功した。また相互での出店により販路に拡大を図れた。								
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								
④相談相乗	支援した方の中から可能な限りカルテ化や専門家相談等につなげた(カルテ化4件)								

	計画に対する実績 (数値)	総支援企業数(計画)	130.0	総支援企業数(実績)	117.0	支援実績率	90.0%	満足率	88.9%	
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)	<p>【販路支援】 コロナ禍によりイベントが中止となる中で、手づくり作家等の売上確保および顧客への販売機会、交流機会ができた。</p> <p>【人材育成・交流】 ネットショップの各特色等が理解できた。インスタグラムの基本を学び、投稿のブラッシュアップや活用に取り組む事業者が生まれた。</p>								
	代表指標	新規顧客の獲得に成功した事業者								
	数値目標	70%	実績数値	71.0%	目標達成度	101.4%				
	成果の代表事例	<p>SNSに関する学びと活用により、出店情報を知って遠方からも実際の商品を見たいと来場されたお客様があった。</p> <p>令和3年6月に手づくり市出店者が飲食店+物販の形態で島本町の商店街において開業した。</p>								
その他目標値の実績	目標値 (計画)	1,500	目標値 (実績)	1468.3	目標達成度	97.9%				
	アンケートによる各手づくり市売上総額14,683,000円を客単価1,000で除し算出									
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>創業へのステップとして、販路開拓の場として、コミュニティ形成の場として一定の成果を上げている。しかし、より効果をあげるためには、それぞれのレベルを把握し各段階に応じた次のステップへの一手を講じていく必要がある。</p> <p>個別支援と上手にかみ合わせながら、参加者のレベルアップを図っていきたい。</p>								



【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)	25.0	支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	92.0%	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)	ECサービスについて理解し知識が深まった。活用する意欲がわいた。							
		指標	ネットショップを活用する意欲がわいた事業者						
	数値目標	70%	実績数値	87.5%	目標達成度	125.0%			
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)	15.0	支援企業数(実績)	14.0	支援実績率	93.3%	満足率	85.7%
	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)	インスタグラムの活用法を学び、実際に運用を開始またはブラッシュアップができた							
		指標	インスタグラムを活用する意欲がわいた事業者						
	数値目標	70%	実績数値	67%	目標達成度	95.7%			
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③	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	30.0	支援企業数(実績)	38.0	支援実績率	126.7%	満足率	92.1%
	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)	手づくり市への出店による売上の獲得。新規顧客の獲得や販路の開拓ができた。							
		指標	新規顧客の獲得に成功した事業者						
	数値目標	70%	実績数値	63%	目標達成度	90.0%			
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④	計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	60.0	支援企業数(実績)	42.0	支援実績率	70.0%	満足率	92.9%
	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)	手づくり市への出店による売上の獲得。新規顧客の獲得や販路の開拓ができた。							
		指標	新規顧客の獲得に成功した事業者						
	数値目標	70%	実績数値	80%	目標達成度	114.3%			
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				