

平成30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	
	担 当 者	職・氏名	事務局長 川島 和也
		連 絡 先	電話番号（直通）： 075-962-5112
F a x： 075-962-0230			
		E - m a i l： shimasyo@silver.ocn.ne.jp	
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 ②4名（3名）（平成31年3月31日現在） ③島本町 ④671 （平成26年経済センサスによる） ⑤438 （平成26年経済センサスによる） ⑥328（48.9%）（平成31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30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、空き店舗が目立ち始めた水無瀬駅前周辺の商店街等の活性化を図るため『しまもと百円商店街』や空き店舗を利用した『しまもと手作り市』を同時開催し、商店街等に賑わいを取戻し、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4品目が誕生し販売等に向けた取組みを進め、ブランド自体や商品認知を高めるための交流会を実施するなど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がるため、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4品目が誕生し販売等に向けた取組みを進め、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など、課題が浮かび上がった。

(5) 来年度への取組み

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、新たな事業を考える方への創業支援の実施、地域の活性化を実現し、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

平成30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、臨店研修や成果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4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。

平成30年度代表カルテは、30年当初より商工会に相談しテイクアウト専門中華料理店の創業を叶い、今後の継続的な事業運営に必要である確定申告書・決算書作成に向けた記帳支援・開業したばかりなので近隣地域に店舗PRを行い、イベント参加や広報ツール作成支援の販路支援等を実施した事業所支援になります。

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	113	122	108.0%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	14	18	128.6%	5
金融支援（紹介型）	支援数	4	3	75.0%	4
金融支援（経営指導型）	支援数	6	4	66.7%	4
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	1	50.0%	3
記帳支援	事業所	5	5	100.0%	5
労務支援	支援数	11	11	100.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	2
マーケティング力向上支援	事業所	1	2	200.0%	5
販路開拓支援	支援数	50	50	100.0%	5
事業計画作成支援	支援数	6	6	100.0%	5
創業支援	事業所	3	3	100.0%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	1	0	0.0%	2
コスト削減計画作成支援	事業所	21	23	109.5%	5
財務分析支援	事業所	62	56	90.3%	4
5S支援	事業所	0	0		
IT化支援	事業所	5	2	40.0%	3
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	2	200.0%	5
結果報告	事業所	113	122	108.0%	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	10	76.9%	4
税務相談支援	継続	相談件数	10	9	90.0%	4
法務、労務、経営相談支援	継続	相談件数	15	16	106.7%	5

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)	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1日(土)午前から午後4時頃まで4商店街50店舗参加により100円商店街を開催、昨年同時開催し好評を得た手作りコミュニティ市も昨年より規模拡大し同時開催。相乗効果により通行量は約35%以上増加し、1万人以上の方が来場した。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。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。また、一日の売り上げが過去最高を記録した店もあった 2月6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。 ＜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のPRをもらった。								
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)								
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)	4	支援企業数(実績)	4	支援実績率	100.0%	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)	百円商店街の地図入りチラシを全戸にポスティングし、昨年より規模拡大した手作りコミュニティ市と同時開催した相乗効果により、約1万人が来場し、近年できた近隣マンションや住宅地からの新規顧客が数多く来場し、商品も大部分の店舗が完売し、商店街に賑わいが戻り事業主の販売意欲が向上した。また、食品販売の2店舗が、一日の売り上げの過去最高を記録した。							
	指標	イベント開催1か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	75%	目標達成度	107.1%			
	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、パン製造販売店や惣菜店、ポン菓子販売が一日の売り上げの最高を記録した。							
	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)	駅前から少し離れた地域の活性化が課題であり、該当地域への参加勧奨や非会員への参加勧奨の強化で、町広報の効果的な利用とホームページ等の効果的な活用や非会員への訪問による熱心な参加勧奨により参加店舗の増加を図り、同時に住民への広報活動により広い地域で盛り上がりができるよう検討していく。 また、一過性のイベントではなく、今回新規顧客として、新しくできたマンション住宅等から来場していただいた方を一見から固定客に移行させる努力やアイデアを交流会を通じて話し合い、個々の店舗の売り上げアップにつなげていきたい。							

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事業者が主体となり、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：6月29日(13名参加)、第2回：10月22日(14名参加)、第3回3月6日(15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22事業所が出展参加した(累計43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><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> <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>交流会ににぎわい創造課担当が参加している。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る。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>販路開拓につながる相談支援2件実施</td> </tr> </table>								①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	交流会ににぎわい創造課担当が参加している。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る。	④相談相乗	販路開拓につながる相談支援2件実施
		①府施策連携															
②広域連携																	
③市町村連携	交流会ににぎわい創造課担当が参加している。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る。																
④相談相乗	販路開拓につながる相談支援2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)	17	支援実績率	85.0%	満足度	84									
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事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> <p>・22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19店舗(約86%)</p>																
成果の代表事例	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%											
	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店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。(親子・3世代向けのPR、イベントへの直接参加者ではない来場者向けの催し等)																
実施結果	目標値(計画)	20	目標値(実績)	22	目標達成度	110.0%											
	各種イベントの参加事業所数																
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問口を広く取り積極的な参加ができようように案内を検討)</p> <p>また多くの情報交換が可能となっているので、これからその情報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 ※複数年度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方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>【ハンズオン型】 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28日～6月15日 離宮の水ブランド認証商品申請開始 7月4日 離宮の水ブランド認証商品審査会開催 新たに4商品を認証した。</p> <p>【販路拡大型】 7月に認証した4商品を含むパンフレットの刷新。13事業所14商品を掲載。町、商工会、公共施設、ブランド商品取扱事業所、各種イベント、まちあるきツアーなどで配架。ふるさと納税返礼品への登録案内。1事業所が登録 7月8日地元の任意団体による市での離宮の水ブランドブース出店。4事業所が参加。 12月1日商工会主催手づくり市内での離宮の水ブランドブース出店。3事業所が参加。</p> <p>【人材交流型】 離宮の水ブランド商品大交流会の開催 日時11月21日 14時30分～16時30分 場所：島本町ふれあいセンター第4学習室および調理室 参加者19名(内、事業者17名) 離宮の水ブランド商品を試食し、商品について各事業者より説明を行った。また、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><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> <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>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う</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>おおさかもん申請、マル経融資などの相談につながった。</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う	④相談相乗	おおさかもん申請、マル経融資などの相談につながった。
	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う															
④相談相乗	おおさかもん申請、マル経融資などの相談につながった。															
計画に対する実績(数値)	支援企業数(計画)	5	支援企業数(実績)	4	支援実績率	80.0%	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)	指標	地域活性化への意識向上につながった事業者														
	数値目標	70%	実績数値	100%	目標達成度	142.9%										
成果の代表事例	ボン菓子屋さんなど、店舗を持たず各地で出店している方などは、他市へイベント出店などの際に、自店のPR以外に、ブランドのPRや島本町のPRパンフレットなどをもっていき、町のPRも一緒にしてくれるなど、地域活性化への意識の向上が見られる。															

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)	11	支援企業数(実績)	13	支援実績率	118.2%	満足度	88
	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）	町をあげて離宮の水ブランドとして推進していることで、公共施設や、ボランティア団体などによりパンフレットが配架される機会が創出されている。また、島本町内の主要なイベントでのブース出店など、昨年度より露出の機会も増えたため、町内でのブランドの知名度は、少しずつ伸びてきている。また、パンフレットを持ったお客さんが町内をまち歩きしたり、お店を訪れたりという声を事業者より聞いている。							
		指標	新規顧客獲得、販路拡大につながった事業者						
		数値目標	80%	実績数値	88%	目標達成度	110.0%		
	成果の代表事例	島本町にはサントリー山崎蒸留所へ年間10万人以上の観光客が訪れているが、その方たちの中に、離宮の水ブランドのパンフレットを片手に、離宮の水ブランドのお店を食べ歩いている方がいると事業者より報告があった。							
	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)	17	支援実績率	85.0%	満足度	95
	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）	認証事業者同士が顔を合わせる場を設けることで、お互いが切磋琢磨し、ブランドを盛り上げていこうという機運が生まれた。自店の商品力向上はもちろんのこと、ブランド推進についても事業者が積極的に考えられる良い機会となった。交流会の中で、事業者同士のつながりをもっと欲しいという声もあり、今後も継続して顔を合わせる場を設けたいという意見が多かった。また、事業者が次年度のブランド推進をどのようにしていきたいかなど、積極的な意見交換が持てた。							
		指標	交流会に参加してよかったと思う事業者						
		数値目標	80%	実績数値	95%	目標達成度	118.8%		
	成果の代表事例	交流会の中で、事業者同士が集まって一緒にイベントや事業計画の案を考えたいという意見があり、その後、改めて事業者や協議会委員が集まって、次年度の事業計画などについて話し合う機会があった。							
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）	事業者交流会の際に出た意見より、離宮の水ブランドの町内での周知、離宮の水そのものの価値のPRが喫緊の課題。 また、事業者同士顔を合わせる場が欲しいとの意見より、次年度は交流会の定期開催などを行い、事業者同士の連携を構築する。引き続き新たなブランド商品の掘り起こし、商品開発支援を行う。							

島本町商工会

事業名		商店街の核となる魅力ある個店づくり支援事業							
想定する実施期間		2018 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>島本には水無瀬駅前に3つの商店街が存在するが、そのどれもがシャッター商店街や大型店に客足をとられるなど、苦しい状況にある。その中でも、阪急水無瀬駅すぐの利便性の高い立地にあり、通勤・通学客の往来があるにも関わらず、空き店舗が著しい「島本センター（島本町商業協同組合）」に焦点を当て、本事業を実施する。</p> <p>本事業を効果的に実施するために、商店街の中から選定した5店舗程度の核となる事業者をモデルとして、専門家による経営診断やモニター隊（消費者）による意見の収集などを経て、さらなる個店の魅力アップ、集客力アップを目指し、商店街全体をけん引していきけるよう力をつける。また今回モデルとなった事業者のみならず、商店街全体の報告会を通じて成功事例を報告してもらい、効果を周辺の個店や商店街にも波及させることを目的とする。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街内の集客が見込まれる個店（5店舗程度） ・上記個店を含む商店街全体（報告会で波及効果をねらう） 							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>㈱全国商店街支援センターによる繁盛店支援事業実践コースを申請し、専門家による各個店の店舗改善及び経営診断を行った。また情報共有のための参加店会議を以下の通り実施した。</p> <p>日時：2018/4/27・5/25・6/22・7/27（全4回） 内容：専門家を派遣しての臨店研修10：00～16：00（5店舗各1時間ずつ） 臨店研修受講者及び商店会員が集まったの参加店会議17：00～19：00 初回最終回には臨店研修受講者による成果報告会を行った。</p> <p>地域住民よりアンケート募り、その分析及び共有としての報告会を以下の通り実施した アンケート実施期間：2018/7/2～7/31 内容：30代～70代の男女による無記名アンケート 報告会日時：2018/8/26 19：00～21：00 内容：アンケート内容の分析と情報共有・意見交換</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	大阪府商業・サービス課担当者に随時経過報告を行い、7/27の成果報告会へご参加いただいた。大阪府の商店街サポーター創出事業への応募も検討されている。						
	②広域連携								
	③市町村連携								
	④相談相乗	当事業により問題点が明確化したことで、専門家相談へつながる							
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)	5	支援企業数(実績)	5	支援実績率	100.0%	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)	専門家によるアドバイスを受けたことで、事業者の迷いや思考が整理され、気がうまれた。自身の事業計画、客のターゲット層やPR手法などの方向性が定まった。店舗の改善に取り組み、売上、来店者数アップなどの成果が表れた。また、参加店会議や成果報告会などの事業者同士のみならず行政機関との意見交換を行う場を設けたことで、交流が促進され、個店だけでなく商店街全体の活性化のため、情報発信力強化、町としての支援策の検討など様々な取り組みがなされることになった。							
		指標	販売促進に対する意識向上ができた事業者						
		数値目標	5	実績数値	5	目標達成度	100.0%		
	成果の代表事例	元々は時計・宝飾品の小売店であったが、強みである時計修理と、創業50年以上という実績・信頼をポスターやPOPを使い、目に見える形でのPRを行ったところ、前年同月比150%の売上アップ、またそれまで少なかった若い世代の方の来店が増加した。また停滞していた物販にも動きが生まれた。							
	目標値(計画)	12	目標値(実績)	9	目標達成度	75.0%			
	本事業の交流会、報告会に参加し成果共有できた事業者								
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)	営業時間が異なり、また一人で切り盛りする事業者が多いことから、報告会などの全体での情報共有の場への参加が想定よりも乏しかった。 参加した事業者の満足度は非常に高く、また成果も強く実感できたため、理事会等の機会を有効に活用し、情報共有を行っていく。							

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積極的に行われておらず、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。しかし、島本町では平成29年度をもって、自治体主催イベントが複数廃止になるなど、活動の場が減少しつつある。そういった地域活動団体、NPO法人、社会企業家の方々の活動を、PRして、発表・販売の場を提供することでCB起業家の増加、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・PRを望む地域活動団体・NPO法人・社会企業家など ★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>(販路開拓型)「しまもと手づくりコミュニティ市」を下記の通り実施した。 ★日程：平成30年7月1日・12月1日 ★場所：7月：史跡桜井跡史跡公園 12月：阪急水無瀬駅周辺の空き店舗等 ★出店数：7月：52ブース 12月：54ブース</p> <p>★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をつくる。 ・7月開催分は、町の歴史観光拠点でもある、史跡公園にて七夕イベントと連携して行う。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目指した。町内団体と協力し、史跡公園の活用や各団体の認知度の向上にもつなげた。 ・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。島本町公式キャラクターみづまるくんのキャラクターグッズブースを設置することで、商品の販路開拓、新商品開発のきっかけづくりを行った。地域ブランドである離宮の水認証商品のブースも設け、認証商品及び町内事業所の宣伝をおこなった。</p> <p>(人材交流型)「ひろがる・ひらめく交流会」を下記の通り実施した。 ★日程：平成30年11月22日(木) 16:00~18:00 手づくり作家及び町内創業希望者による交流・意見交換会を実施。 町内で活動する手づくり作家の創業への意識づけ、また創業希望者の創業へ向けたステップの具体化と繋がり構築をはかった。</p> <p>(人材育成型)「『価格』の考え方を学ぼうセミナー」を下記の通り実施した。 ★日程：平成30年10月4日・10日(木) 14:00~16:00 ★講師：中小企業診断士 長元耕司氏 資質向上のため、商品・サービスの提供、販売を行う上で欠かせない『価格』の考え方や設定の仕方について基礎から学んだ。</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> <table border="1"> <tr> <td>①府施策連携</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>手づくり市の主体的な運営グループが存在する摂津市商工会と連携。相互に交流・出店を行った。</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>島本町及び教育委員会の後援。町の広報誌等でPR。町の掲示板にポスター掲示。町の担当課と会議を持ち情報交換</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する。</td> </tr> </table>	①府施策連携		②広域連携	手づくり市の主体的な運営グループが存在する摂津市商工会と連携。相互に交流・出店を行った。	③市町村連携	島本町及び教育委員会の後援。町の広報誌等でPR。町の掲示板にポスター掲示。町の担当課と会議を持ち情報交換	④相談相乗
①府施策連携									
②広域連携	手づくり市の主体的な運営グループが存在する摂津市商工会と連携。相互に交流・出店を行った。								
③市町村連携	島本町及び教育委員会の後援。町の広報誌等でPR。町の掲示板にポスター掲示。町の担当課と会議を持ち情報交換								
④相談相乗	支援した方の中から可能な限りカルテ化する。								

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)	45	支援企業数(実績)	83	支援実績率	184.4%	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"> ・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。 ・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。 ・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。 								
		指標	専門家相談へつなげた件数							
		数値目標	3	実績数値	2	目標達成度	66.7%			
	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> ・参加者の中から、フリーペーパー制作やイベントプロデュースなど、町内事業者と協力してのCB事業に取り組む方がでてきた。 ・参加者の中から4名が大阪府商工会連合会主催の創業セミナーを9月に受講。創業に向けて町内事業所を借りての商品販売などに挑戦している。 ・摂津市商工会との連携により作家同士のつながりができ、相互に地域でのイベント出店を行うことで販路の開拓及び地域活性の一助となっている。 ・島本町商工会の窓口相談を利用してもらう形で、中小企業診断士や融資のための専門家相談へつなぐことができた。 								
	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	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)	<ul style="list-style-type: none"> ・交流会を通じて参加者同士のマッチングが行われ、新規取引に繋がった。 ・意見交換により、事業の見直しや新たな形態に気付くことができた。 								
		指標	新規出店やワークショップを実施した出店者数							
		数値目標	4	実績数値	5	目標達成度	125.0%			
	成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> ・活発な意見交換の結果、参加者の意欲が向上し開業が1件。31年度中の創業予定（飲食1 ステンドグラス教室1）2件が具体的に動いている。 ・12月の手づくり市において、作品販売だけでなくワークショップを加える出店者が生まれた。 ・作家間のコラボレーションが生まれ、各種手づくり系イベントへの共同出展なども行われている。 								
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)	14	支援実績率	93.3%	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)	<ul style="list-style-type: none"> ・価格設定についての基本を理解し、商品の価値を見なおすことができた。 ・客の意見に耳を傾けつつも、自信をもって商品・サービスを提供できるようになった。 									
	指標	価格の付け方を理解できた参加者								
	数値目標	75%	実績数値	75%	目標達成度	100.0%				
成果の代表事例	<ul style="list-style-type: none"> ・客からの「高い」という意見に揺らぐ参加者が多かったが、セミナー受講により、値下げではなく付加価値の向上や、こだわりを伝えることで顧客の納得と満足を引き出せるようになった。 									
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)	<p>来年度は連携する地域を広げ、協力して相互出店を行うことで、手づくり作家同士の交流や販路拡大、それに伴う創業への意欲向上に努めたい。</p>								