

平成24年度
事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	藤井寺市商工会	
	代表者職・氏名	会長 大西喜信	
	所在地	〒583-0027 大阪府藤井寺市岡1-2-16	
	担当者	職・氏名	事務局長 田中義孝
		連絡先	電話番号（直通）： 072-939-7047
Fax: 072-952-3118			
E-mail: fuiisho@f-sukivanen.or.jp			
①設立年月日	昭和37年6月14日		
②職員数 (うち経営指導員数)	9名(7名)		
③所管地域	藤井寺市		
④管内事業所数	2,728(平成18年事業所統計調査による)		
⑤管内小規模事業者数	2,057(平成18年事業所統計調査による)		
⑥会員数(組織率)	1,315(48.2%)(平成25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)			
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商工業者の福利厚生に資する事業を行うこと。 ⑦商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 ⑧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。 ⑨行政庁等の諮問に応じて答申すること。 ⑩行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 ⑪社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 ⑫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。 ⑬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。 ⑭外国人研修生受け入れに関する事業を行うこと。 ⑮職業紹介事業を行なうこと。 ⑯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業務を行うこと。			

藤井寺市商工会

(1) 事業の目標

地域内支援対象事業者が抱えるさらなる課題の把握とその解決に努め、地域資源を有効活用する事や各種支援機関並びに行政等へのコーディネートを積極的に行う事で地域商工業の活性化を図ることを主たる目標とし、より一層の各種業務の強化を図り、資質の向上と満足度のアップに力を注ぎ、地域内支援対象事業者が商工会に何を求め、何を期待しているのか、事業者が抱える課題の把握と解決を図りながら、地域の活性化を図り全職員が積極的に巡回活動を実施し、きめ細かで内容の充実した事業所サービスを提案することで、小規模事業者等が満足の内容に重点を置いた。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

経営指導員間で事業者の抱える課題や問題の情報を共有するために日報や情報資源の回覧を実施、加えて情報交換を密にするためにミーティングの開催を行い企業が抱える問題点を共有しその解決策を見出すことで事業者ニーズの把握に努め適切な経営支援を行うことができるようにした。さらに高度で複雑な課題や問題に対しては各種関係機関や専門家との連携を行なうことでコミュニケーションを円滑に進め事業支援の課題や問題解決がスムーズに行なえるようにし事業者の満足度を向上を目指した。また、各指導員が迅速且つ適切な経営支援が行なえるように資質向上に努めるとともに担当地区を割りあてることにより各指導員が計画的で円滑な巡回指導が行なえるようにした。地域産業活性化事業については事業者を中心に行政機関、地元大学、マスコミを巻き込むことにより主たる事業者の活性化事業への意識付けの向上を図るとともに地域へのPRを重点課題にした。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

一般経営相談・情報提供事業では、経営指導員間での緊密な情報交換により、経営指導員の能力向上を図り、均一且つ効率的な経営指導を心掛けたことで、より複雑で高度化した問題については各種関係機関や専門家に指導員自身が直接問い合わせたり、繋なぎを行なうことにより事業所の抱える問題解決をスムーズに行なうことにより、事業者の相談内容に応じた経営指導員が対応にあたることによりその課題解決を容易にすることが出来た。巡回相談では各指導員が情報を共有することにより事業所のニーズに迅速に対応することができた。地域産業活性化事業については、行政機関や応援センターやマスコミが地域活性化事業に協力することで事業者が自ら積極的な事業展開を見せ初めその地盤固めを行なうことができてきた。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

巡回相談では各指導員に地域割りを行なって事業所にアポイントをとってから訪問しているが、小規模事業者は自らが事業所の先頭となり事業を行なっているため非常に多忙であり事業所の抱える経営課題を短時間でお伺いし簡易な内容については迅速に対応できたが、より複雑な経営課題や専門的な課題に対しては持ち帰っての課題解決への提案となるため、どうしてもその解決には時間が必要となった。売上の低迷は資金繰りの悪化を招き、雇用情勢は益々不安定になっている。自社で優れた技術や商品を持っていても、マーケティングや販路開拓等営業のノウハウを持たず、思うように売上が伸びていない企業が多い。その為より一層の地域内組織の連携、協力が必要である。そのためには地域内のコミュニケーションを尚一層円滑にし、ニーズや情報を収集しやすい体制を構築することである。

(5) 来年度への取り組み

巡回相談・窓口相談を強化し事業者役に役立つ情報をより迅速に提供するとともに、各種関係機関とも積極的に連携を行なうことにより新たな支援サービスの提供も行い、より充実した経営支援サービスを行なえるように取り組んでいきながら、恒常的に競争力及び自立度の高い事業者の育成を図っていく。地域活性化事業についても引き続き事業者が行政機関、マスコミとの連携をより一層に充実させることにより地域活性化事業への積極的な動きを継続拡大していく。

藤井寺市商工会

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

事業者が気軽に相談出来る身近な支援拠点としての役割を果たし、支援事業に対する情報提供を行ない、地域経済の活性化等に寄与することを目的に、事業者が抱える経営課題を把握し、解決に向けた支援を行うと共に、各種支援機関や専門家等とのコーディネートを図った。

また事後相談やフォローも行き巡回相談や窓口相談を一連の流れとして進めた。職員間では各担当者の有するノウハウの共有が進むとともに、地域活性化事業との連動性を行い相談の効果も高まった。

巡回相談では、日常業務多忙で外出が困難な小規模事業者を訪問し、経営環境や経営課題等をヒアリングして、適宜それらに対応することで、経営上の支援を行った。窓口相談は、持ち込まれた経営課題の解決に即応した支援を施すことで、ワンストップ窓口としての一定の役割を果たせた。

特に巡回指導や金融支援から、なぜ融資を受けなければならないのかを探っていくうちに、受取サイトの長い手形を貰っている事業所に対する債権保全計画や従業員や外注業者への5S活動、マーケティング支援、BCP支援や人材育成支援などの様々な問題が隠れている事に、気づかされる事も多くあり、一度に改革するのは難しいので徐所に改革を進めている段階の支援も多くある。

(相談支援事例) A店であるが、中規模商業施設内に店舗を構え昭和42年開業の老舗店舗である。当初は売上の伸び悩みの相談があり、得意先の顧客には案内はがきを送っていたが、当たり障りのない全て同じ内容の案内であった。まず顧客層を売上別にABCランク分けを行い内容も顧客が出せる金額に見合った価格帯の案内を行い、必ず一筆入れるよう指導を行なった。次第に効果が現れ売上も上昇したが、確定申告書の数字を見ると年々売上・利益とも減少している。商業施設も老朽化し商業施設自体の売上も減少のぎみである、よって立地の関係もあり増加させるのは理論上無理と判断し、中小企業支援ネットワーク強化事業専門家と共同で店舗移転先や今後の経営手法、公庫融資などについて支援を行い、約半年を掛けて市場から約100m離れた商店街の一角に移転することの店舗探しとオープンに向けた顧客へのプレゼン、店舗レイアウト、デザインに至るまで支援を行い、現在も支援中である。

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	250	253	101.2%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	40	30	75.0%	3
金融支援(紹介型)	支援数	25	36	144.0%	5
金融支援(経営指導型)	支援数	45	46	102.2%	5
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	1	100.0%	5
資金繰り計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	0
記帳支援	支援数	50	33	66.0%	3
労務支援	支援数	55	78	141.8%	5
人材育成計画作成支援	事業所	1	1	100.0%	5
マーケティング力向上支援	事業所	10	8	80.0%	4
販路開拓支援	事業所	35	29	82.9%	4
事業計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	0
創業支援	事業所	1	1	100.0%	5
事業継続計画(BCP) 作成支援	事業所	1	2	200.0%	5
コスト削減計画作成支援	事業所	5	3	60.0%	3
財務分析支援	事業所	1	0	0.0%	0
5S支援	事業所	10	14	140.0%	5
IT化支援	事業所	1	0	0.0%	0
債権保全計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	0
結果報告	事業所	280	282	100.7%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

経営者自身で解決できない複雑で高度な問題を相談しアドバイスを受けることにより、事業運営の円滑化を図る。また、問題が生じているにもかかわらず、それに気づいていない経営者の救済措置を図ることによるリスク回避を図る。相談を受ける事により経営者自らが学習し経営者としての必要な高度な知識を習得する事でリスクマネジメント能力を持たせることをポイントとする。効果は、事業主と専門家が共に考える体制が構築し、そこに指導員も連携する事により、経営問題を解決する総合的な経営力の向上が図れた。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務支援	継続	相談件数	6	12	200.0%	5
税務支援	継続	相談件数	54	54	100.0%	5
労務支援	継続	相談件数	12	16	133.3%	5
金融支援	新規	相談件数	12	12	100.0%	5
					#DIV/O!	
					#DIV/O!	
					#DIV/O!	

藤井寺市商工会

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

支援のポイントとしては、市内商工業全体の業績、売上向上や事業の円滑な運営を図ることを目的とすることである。市内商工業者に対して積極的に経営活動、営業活動、事業活動の円滑な運営を支援し、各種支援機関や行政機関と事業提携をすることで、商工業者の費用負担と時間浪費を軽減することができる。また、迅速且つ効果的な経営活動、営業活動が行えるようになり、より円滑な活性化事業の推進と仕組みづくりで地域全体の活気を取り戻す。そうすることで新たな販路開拓やビジネスチャンス、事業運営の円滑化を創出する。

成果は、地域産業活性化事業については、事業者自らが積極的に事業に参加し、さらには行政機関や四天王寺大学やマスコミが地域活性化事業に協力することで事業者が自ら積極的な事業展開を見せ初めその地盤固めを行なうことができてきたことである。

(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
	駅前商業活力強化支援事業(ハル事業)	25	27	108.0%	80	個々の商店としての来客数	17	19	111.8%	5
	ふじいでら物産展	8	8	100.0%	75	新規顧客開拓企業数	5	8	160.0%	5
	商業活性化事業 100円商店街	3	3	100.0%	98	個々の商店及び商店街として来客数	2	2	100.0%	5
	魅力ある店舗の作り方セミナー	20	15	75.0%	95	企業の自己改革行動数	16	15	93.8%	4
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	

(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
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	
				#DIV/O!					#DIV/O!	

※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。

藤井寺市商工会

事業名		魅力ある店舗の作り方セミナー								
想定する実施期間		24 年度～ 24 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)	商売の環境が厳しくなってきた今、商売の基本(原点)を突き詰めて考え、真剣に取り組んでいく必要がある。商売の基本に基づきお客様の「楽しさ」を創出し、お客様に喜んでもらい、「誰に」「何を」「どのように売るか」を明確にすると共に、「お客様の「楽しさ」を創出する」ためには自店における商売の基本をどう徹底していくかを考え、サービス向上に努め、経営力アップを図る。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺市には特にサービス業が多くあるため、基本的にはサービス業を中心とした内容になるが、地域商工業者を対象に募集を行う。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	専門家によるセミナーを11月19日に開催。商売の基本(原点)とは何か、また自店の強みと弱みとは何なのかを考えることで、事業主が弱みと感じていることでも他者から見ると強みになる場合があることを習得。今後は自店の強みを活かし、お客様を惹きつけられる魅力ある店舗をどのように作っていけばよいのかを考えるセミナーとなった。 <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										
④相談相乗	支援機関等へのつなぎ支援、5S支援を行い、事業主が目標とする店舗への改善、事業主の意識改革につながり、喜んでいただくことができた。カルテ化できたのは5件である。									
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)	20	支援企業数(実績)	15	支援実績率	75.0%	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)	開業から数年経つと売上や利益を考えることが中心となることが多くなる中、今回のセミナーでは開業当時はどのような店舗を作ること为目标としていたのかを振り返り、事業主自身が今まで気付いていなかった自店の強み・弱みの発見につながり、自店の強みを今後どのように活かしていけばよいのか、今まで弱みと思っていた部分が強みになるのではないか、お客様にとって魅力ある店舗とはどのような店舗なのかを考える機会となった。また参加者全員が今のままではいけない、直ぐ実行できることから店舗・社内・工場の改善を行っていく必要があるという意識改革に繋がった。								
			企業の自己改革行動数							
	数値目標	80%	実績数値	100%	目標達成度	125.0%				
	成果の代表事例	集客力をあげるために事業主を中心に事業主の意識改革を行い、お客様が来店しやすいよう、お店のレイアウトを変更し、清潔感のある店舗となった。また固定客以外のお客様を獲得するための独自のPR方法を考える機会と成り、事業主の商売に対する考え方が変わった。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	目標値(実績)			目標達成度	#DIV/O!				
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か)	初年度ということもあり自店の強み・弱みを発見する機会を設け、直ぐに実行できる取り組みや目標を立てることに主眼を置いてA I S A Sの法則を活用した基礎を中心に進めた。次期以降については本年度より少し高度な店舗作りをエスコートすることとし、商売の基本は基より売上目標や経営理念、何よりも自分達が商売の楽しさを感じる店舗作りの仕方を様々な手法を用いて学んでいただく。								

藤井寺市商工会

事業名		ふじいでら物産展								
想定する実施期間		24 年度～ 未定 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)	藤井寺市内事業者の事業PRと売上増加を狙い、出展者が成長することで地域産業の活性化へとつなげることを目標とし、事業者から見た視点として、自社商品をアピールする機会が少ない課題があり、消費者から見た視点として、自社商品をアピールする機会が少ない課題があり、消費者から見た視点として地域にある店舗が何を売り、何を作っているのかわからない課題がある。このような非対称性のため消費力が低下している。そこで情報発信の場を提供することで地域活性化を図るものである。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域商工業者 約2,728事業所の中から抽出した8社 参加事業所は当商工会会員に対し郵送、HPにて募集し巡回時に出店をうながした。又会員事業所以外には藤井寺市役所ロビー、同市役所経済観光課、観光協会、ふじいでらゆめぷらざに案内文書を配置していただいた。参加した業種は小売・卸が6社、製造販売が2社という結果となった。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	ふじいでら物産展をふじいでら市民まつり会場の一部を利用して開催した。 日時 平成24年9月16日(日) 午前9時から午後5時 会場 藤井寺市立スポーツセンター(市民まつり会場) 来場者数 約30,000人(市民まつり会場全体) 8月初旬に商工会郵便やHP、藤井寺市役所ロビー、同市役所経済観光課、観光協会、ふじいでらゆめぷらざで地域商工業者に対して参加希望者店舗を募り、そのPRは市広報誌で行った。 <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								
	②広域連携									
	③市町村連携									
	④相談相乗	藤井寺市商工会会員への案内郵送、HP掲載、藤井寺市との連携を行った。参加8社中7社で販路開拓支援や財務分析支援を行い密接な関係を築くことが出来た。また参加した事業者の中から別のイベントや物産展に参加する事業者もあり前向きな姿勢が見られた。								
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)	8	支援企業数(実績)	8	支援実績率	100.0%	満足度	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)	募集ブース数と同数の参加申込があり、また出展者にその実施方法や効果についてアンケートを実施したところPR効果や成果、参加しての評価としては約75%の満足度の回答を得た。今回得た経験を基に中小企業でも、「産業フェア in 松原」や「大阪勧業展」などへの出展参加に繋げて行くような意識作りが出来た。								
		指標	新規顧客開拓企業数							
		数値目標	70	実績数値	100	目標達成度	142.9%			
	成果の代表事例	参加企業のうち2企業はこの物産展以後様々な物産展に出展し自社のPRに努め前向きな姿勢が見られ認知度も高まった。また、参加された事業者と密接な関係を築くことにより他の問題点も見えてくる為、今後更なる指導(カルテ化)が見込まれる								
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度	#DIV/0!				
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)	ふじいでら市民まつり会場内で「ふじいでら物産展」を開催し出展者にその実施方法や効果についてアンケートを実施したところPR効果や成果、参加しての評価は概ね良かった。但し、市民まつりという性質上、露店やバザー、企業PRなどが数多く出展しており売上という意味で言えば難しい部分もあったと思われる。								

藤井寺市商工会

事業名		駅前商業活力強化支援事業（バル事業）														
想定する実施期間		24 年度～ 未定 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>藤井寺市は、工業面においての強みは少ないが、商業面では近鉄南大阪沿線においての中核を担う都市である。かつては、藤井寺駅前を中心とした飲食、サービス業の店舗数は面積割りにして日本一と言われたこともあり、現在においてもその様相は大きく変化していないものの昨今の経済状況全般の悪化により客単価の低下が経営を圧迫し駅前周辺の商業の経営環境は予断を許さない状況である。また、藤井寺駅前商店の核となる大型商業施設イオンモール藤井寺店の建て替え問題も浮上し、今後もさらに厳しい状況が続くと予想される。</p> <p>そのような中で、特に駅前商業の強みの一つである飲食店舗数の多さを活用したバル事業を開催することにより参加店舗がこの機会を十分に活かし、集客につなげていける支援を実施し、常連客の拡大を図ると共に、参加店舗のみならず周辺店舗にもその集客効果を波及させ、ひいては駅前商業全体の活力協会につなげていく。</p>														
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺駅前飲食店等 約25店舗														
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>様々なお店をまわってもらいイベントであるため、気候の良い時期として秋を開催時期に決め、開催の決まっていたハロウィンイベントと同日開催とすることになった。すでに開催実績のある伊丹や大阪市内の各地区のバルイベントを視察し、メニューやルール作りを行った。藤井寺駅前の若手飲食店経営者に参加を募り、うち4店舗の経営者を中心として他店の勧誘を依頼。8月以降他地区の実績を参考にポスター・チラシの作成を行った。</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></td> </tr> <tr> <td>④相談事業相乗</td> <td>バルへの参加をきっかけに新たなメニューの作成や再来店への取組を真剣に考えるようになりそれぞれが近隣の店舗間の相乗効果・利点を考えるようになった。</td> </tr> </table>								①府施策連携		②広域連携		③市町村連携		④相談事業相乗
①府施策連携																
②広域連携																
③市町村連携																
④相談事業相乗	バルへの参加をきっかけに新たなメニューの作成や再来店への取組を真剣に考えるようになりそれぞれが近隣の店舗間の相乗効果・利点を考えるようになった。															
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)	25	支援企業数(実績)	27	支援実績率	108.0%	満足度	80.7%							
	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)	<p>バルイベント当日は、同時開催のハロウィン仮装パーティと連動し、仮装での来店者にはドリンクサービスなどのキャンペーンを実施した店舗が多く、動員増加の一因となった。また、バーなどの比較的営業開始時間が遅い業態でも早めにオープンするなどイベントに協力してもらい、集客については一定の効果があった。開始当初は偶然イベントを知ってお店を訪問した方も多かったが、次第にバルイベントに参加する為来場したというお客様が増え始め、いままで訪問したことがなかったお店に行けて満足したという声が多かった。</p>														
		指標	個々の商店として来客数や売上げ増となった企業数													
		数値目標	70%	実績数値	74%	目標達成度	105.7%									
	成果の代表事例	バルで初めてお店を訪問されたお客様から、当日だけでなく後日に改めて忘年会や団体での食事会の予約をいただくなどの成果が得られた。														
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)	<p>運転資金の捻出方法及び開催日程については様々な意見がでており、継続して実施していくために今後検討が必要である。初めてのイベントであったが、来客を捌いているうちに予定品数を超過してしまったという店舗も多く、事前の準備も見直しが必要である。</p>														

藤井寺市商工会

事業名		商業活性化事業 100円商店街							
想定する実施期間		23 年度～ 未定 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)	市内の商店街は駅前などの好立地にありながら、ただ人が通過するだけとなっている。各種イベント当日は人が集まるが、各店舗にこれらの人を取り込み、固定客とするに到っていない。100円商店街は単なるイベントではなく、またこれまでの市や商工会が提案する形態でもない。店舗や商店街が一体となり自主的に実施される集客事業であり、継続的に実施を支援することにより各店舗での顧客の取り込みと商店街全体の活性化を図る。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	藤井寺市商店連合会に加盟の商店街・商業施設を中心に支援を行い、必要であれば商店街組織を形成していない店舗や商業施設も対象とする。 対象店舗数は6商店街・商業施設に加盟の約200店舗を予定。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	藤井寺駅前北商店街・ピス河南でそれぞれ年3回、道明寺商店会で年2回実施。これまでのチラシ・のぼり等でのPRに加え、それぞれが趣向を凝らした集客イベントを並行して実施した。普段あまり商店街を訪れない方に訪問してもらうイベントとして、駅前北・ピス河南では吉本興業のタレントを招待して親子連れの集客増を、道明寺では歴史をテーマにしたスタンプラリーを開催し、遠方からの集客増を図った。 <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		④相談相乗	藤井寺・道明寺両地区とも駅前の活性化と商店街の活性化が結びつくものという考え方が浸透し、両地区とも駅前まちづくり協議会を設置、それぞれ他の事業を実施し商店街の活性化を考えるようになった。
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)	3	支援企業数(実績)	3	支援実績率	100.0%	満足度	98.6%
	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)	商店街側でもお客様からの要望もあり、定期的な開催を模索した結果、年3回の実施を確保できる様子となっていたが、道明寺商店会では、年度末に予定していた分を上記スタンプラリーイベントに合わせ平成25年5月に実施することとなったため、回数が1回少なくなった。これ以外は予定通りの実施となった。 それぞれの商店街でも他の集客イベントとの並行開催などを模索し、新しい訪問客を創出することができた。開催後も訪問客が増えたとの声が多く聞かれ、一定の成果があった。集客イベントに対する考え方にも徐々に変化が現れはじめ、単なる安売りや景品をばら撒くようなイベントではなく、いかに新規訪問客を増やし定着させるかといったことに個々の店舗が取り組んでもらえるようになった。							
	成果の代表事例	両地区ともいかにお客様に満足してもらい、次回来店につなげるかを考えるようになった。再来店を促すため、次回来店時に使用可能な割引クーポンを渡したり、イベントのみの来店者にも商店街加盟店の地図を渡し、買い物の勧誘を行うなど個々の店舗が工夫を凝らすようになった。							
	その他目標値の実績	指標	個々の商店及び商店街として来客数や売上げ増となった企業数						指標達成度
	数値目標	70%	実績数値	78%	目標達成度				
	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)	いずれの商店街も来店者が午前中に集中し、午後からの集客が課題となっている。店舗別にイベント等を企画しても目立った効果がなく、まちゼミやバル事業などとの連携も視野に入れて開催計画を見直す必要がある。							