

平成24年度 事業実績報告書

申請者の概要

申請者	団体名	箕面商工会議所	
	代表者職・氏名	会頭 水本 恵造	
	所在地	〒562-0003 箕面市西小路3-2-30	
	担当者	職・氏名	中小企業相談所長 秋田 英幸
		連絡先	電話番号（直通）： 072-721-1300
Fax: 072-721-1305			
		E-mail: info@minoocci.com	
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61年4月1日 ②10名（6名＋外部専門家経営指導員1名）（平成24年3月31日現在） ③箕面市 ④3,696（平成18年度事業所統計調査による） ⑤2,374（平成18年度事業所統計調査による） ⑥1,096（29.7%）（平成25年2月末日現在）	
□主な事業概要（定款記載事項等）			
(1) 商工会議所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。 (2) 行政庁等の諮問に応じて答申すること。 (3) 商工業に関する調査研究を行うこと。 (4) 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。 (5) 商品の品質または数量、商工業者の事業の内容その他商工業にかかる事項に関する証明、鑑定、又は検査を行うこと。 (6) 輸出品の原産地証明を行うこと。 (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) 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。 (9) 商工業に関する技術及び技能の普及又は検定を行うこと。 (10) 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあっせんを行うこと。 (11) 商事取引に関する仲介又はあっせんを行うこと。 (12) 商事取引の紛争に関するあっせん、調停又は仲裁を行うこと。 (13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。 (14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。 (15) 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。 (16) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 (17) 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。 (18) 前各号に掲げるもののほか、本商工会議所の目的を達成するために必要な事業を行うこと。			

箕面商工会議所

(1) 事業の目標

府内唯一の国定公園があり、自然豊かな環境に恵まれた観光都市としてのイメージが強い箕面市は、市民の所得水準も高く、北摂のベッドタウンとして、富裕層、資産家が多く住む。工場等の進出を都市計画で規制していることもあり、小売業・サービス業が相対的に多く、個性豊かな魅力ある店舗が多く存在する一方で、昔ながらの経営手法を貫く事業者も存在する。

こうした環境の中、箕面商工会議所としては、地域特性に配慮した事業展開を実施し、地域の小規模事業者から”必要とされる商工会議所”を目指す。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

地域特性を考慮し、小売業・サービス業を中心に支援を実施した。

地域活性化対策である商業活性化アクションプラン推進事業を中心に、店舗の魅力創出、発見、再認識を行う事業により個店の売上向上に寄与し、地域商業の活性化を図った。昨年度大好評であった「箕面100円商店街」を引き続き実施するとともに、定期市事業の充実、小売店同士の交流強化（太陽プロジェクト）等の事業を展開した。また、来年度の本格実施を前提として実験的に「まちゼミ」事業を実施した。

広域事業として実施した「北摂地チカラフェスタ」は小売・サービス業に強い箕面商工会議所が主管となり、北摂の10商工会・商工会議所から参加店舗を募って実施。一方、参加者の見込みが薄いセミナー等は単独では実施せず、豊中商工会議所や池田商工会議所と共催することにより事業の効率化を図った。また、地域活性化事業と経営相談事業を連携させることにより、事業効果を高めた。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

経営相談事業においては利用者の満足度において高い評価を得るなど、効果があった。

「商業活性化アクションプラン」においては引き続き「箕面100円商店街」を実施し、本年度も商店街へ多くの人出と賑わいがあり、回遊性が高まった。全国ネットのニュースで放映されるなど波及効果も大きかった。実験的に実施した「まちゼミ」事業では、個店への波及効果が高く、将来性の高い事業であることが伺えた。また、「店舗情報提供事業」においては「モノ消費」から「コト消費」への変化を意識した店舗説明や商品説明を行うことにより、地域住民に親しまれる店舗の訴求が可能となった。

「北摂地チカラフェスタ」では昨年度の反省を活かして、ブースの位置変更や出店勉強会による魅力的なブースや客層を説明することで、非常に高い成果を創出した。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

まだまだ自発的な経営改善が進んでいるとは言えず、個店に入り込んだ経営支援が必要。

「箕面100円商店街」等の事業により地域への集客という目的は果たせたものの顧客化には至っておらず、イベントを接点として顧客との信頼関係を構築することが個店活性化のカギとなっている。

「北摂地チカラフェスタ」については、本来来場者を後日店舗へ誘導する仕掛けづくりをすることを主眼としているが、効果が高いばかりに、当日売上を期待して出店するというコンセプトとの乖離が散見される。

「地域資源（箕面の柚子）活用事業」で実施した「たきのみちゆずると箕面の柚子フェスタ」では、暴風雨に見舞われるという不運もあったものの、単独イベントによる集客力の限界を感じた。

(5) 来年度への取り組み

本年度も引き続き「商業活性化アクションプラン」による「箕面100円商店街」等のイベントを推進するとともに、個店への波及効果の高い「まちゼミ」事業を本格実施する。

事業を効率的に推進するため、近隣商工会議所と事業連携を強化する。そのため、当該地域では適切な手法とはいえない中小企業相談所主催の経営セミナーは実施せず、近隣商工会議所のセミナーで代替する。一方で小売り支援を得意とする本所が主管となり北摂地区の10商工会・商工会議所が参加するBtoCイベント「北摂地チカラフェスタ」を引き続き開催する。

これら事業の効果を高めるために、経営相談事業との連動を行う。

箕面商工会議所

I 経営相談支援事業

支援のポイント・成果

箕面は府内唯一の国定公園があり、自然豊かな環境に恵まれた観光都市としてのイメージが強く、北摂のベッドタウンとして、富裕層、資産家が多く住むことから、工場等の進出を都市計画で規制している。このため必然的に小売業・サービス業の比率が高くなっており、こうした事業所への販売手法に対する支援や顧客ニーズの捉え方に関する支援などを重点的に行った。

特に富裕層、資産家層を多く抱える箕面の消費購買行動の特性としては、「物を購入する」のではなく、「買い物を楽しむ」といういわば「モノ消費からコト消費」へ転換されつつあり、そうした顧客ニーズへの対応支援が求められることから、販路支援などの件数が多い。販路開拓支援は115件であり、地域活性化事業との連動により、「箕面100円商店街」参加事業所に対し、「モノ消費からコト消費」への転換にあたり、どのような商品やアイデアがお客様から好評であるか等を助言している。

労務支援も71件と比較的多く、社会保険労務士の資格を持つ経営指導員が、就業規則未整備事業所等へ働きかけを行ったことによるもの。

代表的な支援事例としては、開業後間もないにもかかわらず、地域の再開発により店舗の移転を求められた事業所が、本所の事業計画作成支援などにより、移転先店舗取得費用を融資により調達することができたもの。詳細は「もみじの街の経営者物語6」にて事例として紹介している。

こうした支援を行った結果として、平成24年1月から12月に大阪府が実施した評価結果によると、利用者満足度調査では平均26.30点に対し26.60点（40団体中10位）、カルテ記載内容評価では平均10.03点に対し11.56点（40団体中2位）となっており、本制度を利用した小規模事業者からは非常に高い評価を得ていることが伺える。

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	270	270	100.0%	5
支援機関等へのつなぎ	支援数	40	44	110.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	10	10	100.0%	4
金融支援（経営指導型）	支援数	24	24	100.0%	4
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	1	100.0%	3
資金繰り計画作成支援	事業所	1	2	200.0%	3
記帳支援	支援数	6	6	100.0%	4
労務支援	支援数	70	71	101.4%	5
人材育成計画作成支援	事業所	1	2	200.0%	4
マーケティング力向上支援	事業所	12	12	100.0%	4
販路開拓支援	事業所	110	115	104.5%	4
事業計画作成支援	事業所	6	10	166.7%	5
創業支援	事業所	9	8	88.9%	4
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	0	-	2
コスト削減計画作成支援	事業所	4	5	125.0%	4
財務分析支援	事業所	1	13	1300.0%	4
5S支援	事業所	8	1	12.5%	3
IT化支援	事業所	1	2	200.0%	3
債権保全計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	2
結果報告	事業所	250	268	107.2%	5

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

法律相談、税務相談、労務相談については顧問契約制とし、随時電話にて相談受け付けを行えるよう専門家と合意している。これにより事業者が直面する問題に対して相談日まで待たせることなく迅速な課題解決が可能となった。これら相談は、課題が発生して対応するいわば”水もの”的な性質が強く、法務相談などにおいては、いつ法律的課題が発生するかわからないことから、相談見込み件数が予想しにくい。税務支援については、確定申告時のものを変更申請により加算したため、大幅に上昇している。経営相談はエキスパートバンクの廃止に伴い、それを充当させる目的で導入しているが、カルテ化に伴い、課題把握後の課題解決に経営相談を活用する事例が増加傾向にあることから、経営支援ニーズはますます高まっている。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法務支援	継続	件数	6	13	216.7%	5
税務支援	継続	件数	5	45	900.0%	4
労務支援	継続	件数	2	1	50.0%	3
経営支援	継続	件数	20	20	100.0%	5

箕面商工会議所

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

府内唯一の国定公園があり、自然豊かな環境に恵まれた観光都市としてのイメージが強い箕面市は、北摂のベッドタウンとして、小売業・サービス業が相対的に多く、個性豊かな店舗展開している事業所が数多く存在することから、こうした店舗を紹介したり、小売店・商店街を活性化するような事業が中心となっている。

そこで、箕面商工会議所の地域活性化事業としては、小売業・サービス業を中心とした事業を展開することとし、製造業等への支援については近隣商工会議所と連携することにより住み分けを行っている。

本年度は商店街や地域商店を支援する「商業活性化アクションプラン推進事業」、魅力ある店舗を紹介する「店舗情報提供事業」、箕面商工会議所が中心となり北摂のブランドを周知させる「北摂地チカラフェスタ」、箕面の柚子を地域資源として箕面市とともに新たにブランド化を推進している「地域資源（箕面の柚子）活用事業」、豊能地区での大交流会「異業種ビジネスマッチング交流会」の5事業を中心に実施した。

「商業活性化アクションプラン推進事業」においては、昨年立ち上げた「箕面100円商店街」を推進し、大きな成果が創出された。また、箕面の観光資源と連携する「箕面山七日市」事業、個性豊かな小売業の交流グループ「太陽プロジェクト」等を展開し、それぞれにおいて成果と課題を整理した（詳細な成果と課題は本所発行の2012年版実施経過報告書を参照）

「店舗情報提供事業」については、個店のPRとともに売り方や逸品を検討するきっかけとしての事業としてラジオや動画による店舗紹介を実施。

「北摂地チカラフェスタ」については、昨年度の反省を生かし、ブースの位置や事前勉強会の強化などにより、大きな成果を創出した。

「地域資源（箕面の柚子）活用事業」では、箕面の柚子を活用した新商品を開発する事業所が増加したが、普及イベント「たきのみちゆすと箕面の柚子フェスタ」においては悪天候に見舞われるなど不運もあった。

「異業種ビジネスマッチング交流会」は、本年度から補助対象事業として実施し、参加者の交流を促進した。

(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
	商業活性化アクションプラン推進事業	25	21	84.0%	80	理解度	60%	52%	86.7%	3
	商業活性化アクションプラン推進事業	120	116	96.7%	75	来店客数増加率	50%	83%	166.0%	4
	商業活性化アクションプラン推進事業	10	10	100.0%	60	来店客数増加率	10%	3.5%	35.0%	3
	商業活性化アクションプラン推進事業	20	17	85.0%	88	コラボレーション企画数	2	1	50.0%	4
	店舗情報提供事業	60	60	100.0%	86	アピールポイント再認識による変化企業割合	70%	70%	100.0%	4
	地域資源（箕面の柚子）活用事業	10	10	100.0%	82	新商品開発事業所数	5	4	80.0%	4
	地域資源（箕面の柚子）活用事業	5	5	100.0%	70	1社当たりの当日売上高	100000	26973	27.0%	2

(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
	北摂地チカラフェスタ	20	20	100.0%	74	理解度	80%	85%	106.3%	4
	北摂地チカラフェスタ	40	45	112.5%	80	1店舗当たりの当日売上高	100000	112137	112.1%	4
	異業種ビジネスマッチング交流会	40	40	100.0%	85	連携先発見事業所割合	40%	27%	67.5%	4

※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。

箕面商工会議所

事業名	商業活性化アクションプラン推進事業
想定する実施期間	H15 年度～ 年度まで ※複数年段階的実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)	ベッドタウンであり工業の規制がある箕面市では、商業（小売・サービス業）の事業者が多いことから、箕面市内の商業活性化を目的とし、平成15年より平成23年まで「商業活性化アクションプラン推進事業」を展開した。 商店街活性化のソフト事業は成果の創出が難しいと言われているが、9年間に及び継続的な実施により、平成22年頃からより「具体的な成果」が創出されるようになった。しかし単年度毎には賑わいを創出できる具体的なソフト事業が構築できたものの、継続的組織的に商店街を魅力あるものにしていくためには個店の活性化こそが最重要課題であるという結論に至る。そこで、単にイベントに参加するだけでなく、個店活性化のためにどのようにイベントを利用するのかを考えることが重要であり、イベント等による商店街の集客力強化に合わせて、商業者への啓発や担い手の発掘育成を行うことにより箕面市内の商業の活性化に寄与することを目的とする。
支援する対象 (業種・事業所数等)	商店街組合及び商店街を形成する箕面地区の事業所（約150事業所）、及び桜井地区の事業所（約70事業所）、粟生地区の事業所（約20事業所）、小野原地区の事業所（約20事業所）。その他、商店街以外の小売・サービス業及び、有志で構成される任意グループ等
事業の概要	<p>①「箕面100円商店街」の実施。 昨年度は2回実施したが、本年度はより中身の充実を目指し、1回開催。 第4回箕面100円商店街 10月27日 桜井地区・粟生地区・小野原地区の3か所で実施 10月28日 箕面地区で実施 参加店舗数 139店舗 来場者数 11,000人</p> <p>②「定期市事業」 箕面山七日市 箕面地区の8商店会（106店舗）が参加。 毎月7日に実施。各店舗では7にちなんだサービスメニュー、逸品の提供や、割引、セールを実施。サービスメニューを一覧表にした冊子を配布。来街を促進させることを目的に、各店舗から毎月協賛を募り、振る舞いを実施している。振る舞いは七日市の人気イベントとなっており、毎月行列ができる。4月、7月、11月は瀧安寺の大護摩供にあわせて瀧道の観光イベントと連携し、お店巡りツアー（商店街ガイドツアー）護摩の市（フリーマーケット）七日市寄席等も実施するなど大イベントを実施。企画のための会議を月1回（年11回）実施した。 お店巡りツアーは、4月、7月、12月（例年は11月）の3回実施。 西国街道一番市 桜井地区の3商店会（31店舗）が参加。 桜井地区でも七日市のようなイベントをしたいという地元要望に応える形で、毎月第一土曜日を西国街道一番市とし、各店舗でサービスメニューを一覧表にした冊子を配布し来街を促進させた。</p> <p>③「箕面100円商店街勉強会」セミナー リピーターに飽きずに何度も来場してもらうために、参加店舗側が毎回工夫を凝らした面白いサービスメニューを提供することが重要であり、その研究を目的としてセミナー（勉強会）を開催。 平成24年度第1回勉強会 開催場所 サンプラザ1号館地下 多目的室 開催日時 平成24年8月30日（金）19:30～21:00 講師 NPOAMP 齋藤一成氏 参加者数 22名 内容 100円商品選定方法についてグループワーク また、理解度を深めるため、「みんなでやろう箕面100円商店街」冊子を作成した。</p> <p>④小売サービス業中心の異業種交流会グループ「太陽プロジェクト」の開催 商店街という枠を超えて、こだわりを持つ個店同士がお互いのお店紹介を行う「太陽プロジェクト（箕面マイスターズ）」事業の一環として、交流を促進させることを目的とした交流会を開催した。事前に経営指導員が店舗の取材を行ったビデオを上映し、参加企業からプレゼンテーションによる事業所紹介を行うことにより、交流・相互親睦をはかり、顧客紹介を促進させた。 第1回交流会 日時 平成24年6月8日（水）19:00～21:00 場所 箕面商工会議所2F 参加者数 19名 プレゼンター Angel Dog 中島隆氏 第2回交流会 日時 平成24年9月12日（水）19:00～21:00 場所 箕面商工会議所2F 参加者数 15名 プレゼンター ちまちま工房 永田千砂氏 第2回交流会 日時 平成24年11月30日（金）19:00～21:00 場所 箕面商工会議所2F 参加者数 8名 プレゼンター ドーナツデプト 中尾紀子氏</p>
実施時期・具体的な内容及び事業手法	<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> <p>①府施策 ②広域 ③市町村連携 箕面市が策定した商業活性化ビジョンを受け、箕面商工会議所が具体的なアクションプランを遂行するという形態で、箕面市からの補助金を受けて事業を実施している。</p> <p>④相談相乗 イベントでの目立つPOP作りやその後の顧客化のアドバイス等を行うことにより、相談事業カルテと連携させることにより、60件以上のカルテ化を目指し、100円商店街において60件のカルテ化が実施された。</p>

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)	21	支援実績率	84.0%	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)	100円商店街勉強会参加店舗数 100円商店街とは100円で商品が売ることが目的と思われがちであるが、そうではないということや、来街者に喜んでもらえる商店街とするために、「売り方」を学ぶことを目的に実施した。多くの事業所が100円商品の選定に苦慮している中、参加型メニューや体験型メニューを考えるとということや、必ずしも自店の商品を販売しなければならないという固定概念を捨てるということなどの理解に至った。ただ、普段”考える”ということをやあまりしない商業者の方にとっては柔軟に考えるということは難しいようであった。							
	指標	理解度						
	数値目標	60%	実績数値	52%	目標達成度	86.7%		
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	120	支援企業数(実績)	116	支援実績率	96.7%	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)	「箕面100円商店街」参加店舗数 箕面100円商店街に参加した139店舗のうち、120店舗について個表化を実施。 参加企業は以下のような変化があった ①店頭の見込み客増加による、店舗視認率、販売機会の向上 ②来店客数の増加及びそれに伴う売上の増加 ③後日再来店を促進させることによる顧客数の増加							
	指標	来店客数増加率						
	数値目標	50%	実績数値	83%	目標達成度	166.0%		
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	10	支援実績率	100.0%	満足度	60
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)	「箕面山七丁目」「西国街道一番市」参加商店街数 支援対象企業への効果は以下のようなものがあった。 ①商店街への来街者数増加による、店舗視認率、販売機会の向上 ②一部の店舗や商店街では、来店客数の増加及びそれに伴う売り上げの増加が見られた。 ③「振る舞い」や「お店巡りツアー」参加による店舗や商店街の認知向上							
	指標	来店客数増加率						
	数値目標	10%	実績数値	3.5%	目標達成度	35.0%		
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	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)	「太陽プロジェクト（箕面マイスターズ）」交流会参加事業所数 自発的に参加する意識の高い事業者であることから、参加して交流するだけでモチベーションが上がるなどの効果がある。毎回メンバーによるプレゼンテーションをするので、お互いの事業所を紹介したり連携することが可能となり、メンバー同士交流することによる新商品やコラボ商品、イベント等が創出されている。1回当たりの参加者数が少ないことや、小売・サービス業に特化していることから、より相乗効果を生みやすく、参加者満足度も非常に高い。							
	指標	コラボレーション企画数						
	数値目標	2	実績数値	1	目標達成度	50.0%		
成果の代表事例	経営の継続が困難なほど重大な課題を抱えていた事業者が「太陽プロジェクト（箕面マイスターズ）」交流会において他の事業者から課題を解決する情報を得たことにより、課題を解決することができた。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	14,000	目標値(実績)	11000	目標達成度	78.6%		
	箕面100円商店街来場者数 当事業は天候の影響を受けやすく、本年度の来場者数は開催日が雨天となったことから客足が遠のき、対前年来場者数を下回った。							
その他目標値の実績	目標値(計画)	15	目標値(実績)	14	目標達成度	93.3%		
	企画会議（実行会議）実施回数 箕面山七丁目市実行会議11回、さくら会議（西国街道一番市）3回							

その他目標値の 実績	目標値 (計画)	5,000	目標値 (実績)	10,800	目標達成度	216.0%
	箕面山七丁目市（商店街）来場者数及び護摩の市（瀧道）来場者数 子育て世代へターゲットをシフトさせ、瀧道と商店街の回遊性を高める施策を実施した結果、1年間合計で10,800人の来場があり、10月の第七日市イベントにおいては、3,340人の集客があった。					
その他目標値の 実績	目標値 (計画)	3	目標値 (実績)	3	目標達成度	100.0%
	お店巡りツアー（商店街ガイドツアー）実施回数 本年度は4月、7月、12月の3回開催。参加者は延べ51名で、「日頃自転車で走っていて、通っていても新しい店など知らないようです」「普段は入りにくいお店に案内して頂いて、買い物の参考になる」等の声があった。					
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)	<p>先進的商店街活性化事例においてもソフト事業で成果を出すのは難しいと言われている中、箕面ではこれまで継続的に商業活性化ソフト事業を実施し、近年具体的成果が徐々に創出されている。商業活性化は商業者のマインドへの刺激が重要であり、「箕面100円商店街」では、多くの来街者が訪れる様子をTBS「朝ズバ」により全国放送されたことなどから、商業者の意識改革が大きく前進した。今後はこうした商業者に個店活性化の重要性を浸透させることや、勉強の機会を与えること、事業を通して顧客ニーズを汲み上げ対応していくことが求められている。</p> <p>箕面山七丁目市事業については、中小企業白書に事例として掲載されるなど、一定の成果を創出している。特にお店巡りツアー（商店街ガイドツアー）では、参加者の評判も良く、店舗からも顧客が増えた等の報告がある一方で、参加店舗のアテンドが困難などの課題も残る。</p> <p>また、商店街という枠組みにとらわれずやる気のあるものが連携して推進する「太陽プロジェクト（箕面マイスターズ）」では、本事例を参考に茨木市で「茨木マイスターズ」が結成されるなど、模範事例となっている一方で、メンバーがやや固定化されるなどの課題もある。</p> <p>さらに、昨年度実験的に実施したまちゼミ事業「みのおのまち商学校」では新規顧客の獲得や個店への固定客づくりにつながるなどの成果が創出され、今後重点事業となりうる大きな可能性を感じた。</p>				
		<p>商業活性化ソフト事業はイベントを通じて個店が継続的に学習する環境づくりが重要であり、イベントそのものの単発的効果でなく、「人材育成」という観点を取り入れて継続的に効果が出るようにすべきであるが、「人材育成」は目に見えにくいという観点と商業者の心理的抵抗から、関係者への説得が困難であるという問題を抱えている。</p>				

箕面商工会議所

事業名		店舗情報提供事業							
想定する実施期間		H20 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)	中小零細小売店の生き残りのカギを握るのは売り方の工夫や一店逸品であるが、そうしたことを意識している経営者は少ない。そこで、ラジオや動画撮影といった体験を通じて、自店の強みや新たな販売方式を考えるきっかけとし、時代のニーズに合わせた逸品づくりやサービスづくりによる店舗魅力向上の一助とする。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	主に小売業・サービス業(約700事業所)を対象として公募し、希望する88社のうち60社に対して支援を行う。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>①ラジオ生放送PR事業「ぐるぐる商タイム」48社うち30社を支援対象 毎週火曜日11時から15分間、箕面FMにて店舗より生中継で紹介を行う番組。生中継による宣伝広告効果はもちろんのこと、ラジオ出演という非日常体験を通じ、店舗がPRする内容や逸品を真剣に検討する良いきっかけとなっている。</p> <p>②1分間PR事業 36社のうち30社を支援対象 店舗を1分間の動画でPRする。PRした動画はネットに掲載し、誰でも閲覧できるようにする。1分間という限られた時間でPRするため、閲覧者は飽きることなく閲覧可能で、自宅から店舗の雰囲気を知ることができる。店舗側は、PR内容を絞り込んで伝えることにより自店の強みを考える良いきっかけとなる。視聴者は1分以上の動画を見ないという行動特性があり、1分間に設定している。</p> <p>募集：7月及び10月 日程調整及び撮影：9月10日～28日、11月28日～12月7日 動画確認：11月13日～29日、2月8日～22日 動画配信：12月4日、2月28日</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>							
		①府施							
		②広域							
	③市町村連携	箕面の地域資源ともいえる箕面市の第3セクター「箕面FMまちそだて株式会社」を活用し実施する。これにより、低価格で効率の良いラジオ放送、映像の取材が可能となっている。							
	④相談相乗	ラジオ出演という非日常体験を通じ、店舗がPRする内容や逸品を真剣に検討する良いきっかけとなっていることから、相談事業との相乗効果も高く、70%以上のカルテ化を目指し、結果的には100%、全参加事業所のカルテ化を実施できた。							
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)	60	支援企業数(実績)	60	支援実績率	100.0%	満足度	86
	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)	ぐるぐる商タイムにおいては、事前打ち合わせでレポーターが客観的に訴求ポイントを指摘してくれること、「it's show time」という企画でこだわりの部分を強調するので、ほぼすべての参加事業者が何らかの訴求ポイントを発見する。一方で、1分間PRについては、恒常的な訴求を中心に行うこともあり、ややその割合は減少する。ただ、ラジオと異なり中長期的にネット上で訴求していくことが可能であり、効果が長続きすることからも、ラジオでは季節ネタやアピールポイント中心、動画では包括的な取扱商品や店舗の位置、店主の顔等を訴求していくことが中心となっており、目的に応じた使い分けにより効果的な顧客への訴求ポイントを認識することができた。また、こうした事業を接点として、全事業所のカルテ化ができたことも大きな成果といえる。							
		指標	アピールポイント再認識による変化企業割合						
		数値目標	70%	実績数値	70%	目標達成度	100.0%		
	成果の代表事例	1分間PRの動画において、「モノ」や「商品」ではなく、店で働く「ヒト」にスポットをあて、「楽しい」「行ってみたい」と思わせることをイメージし、コメディ調で一押しメニューの紹介や最後にオチをつけるなど関西人向けに作成し、ホームページとブログの連動で訴求したところ、閲覧数が飛躍的に上昇し、新規客が増加した。また、「動画面白かったよ」と声をかけてもらえるなどの効果もあった。							
その他目標値の実績	目標値	1	目標値	1	目標達成度	100.0%			
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)	自店の魅力を自分で語るということに抵抗ある事業者も多く、どのようにして巻き込んでいくかが課題。事業者として良い意味で”でしゃばる”ことへの抵抗感をなくす工夫が必要。また、直接的効果が少ないことも参加者を躊躇させる要因の一つでもあり、直接的効果を向上させる工夫が必要。また、徐々に効果を創出するため、短期的な効果測定が難しいなどの課題もある。							

箕面商工会議所

事業名		北摂地チカラフェスタ						
想定する実施期間		H23 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)	”北摂”というブランド価値は非常に高いことから、”北摂”ブランドを構築・浸透させるため、北摂地区に属する商工会・商工会議所が連携し、北摂という括りで新たな魅力を創出し、各地から選りすぐりの商品やサービスを選定し、全国に通用するブランドづくりを行う第一歩として情報発信を行うイベント。 (株)シティライフNEWと連携し、来場者5万人を誇る人気イベント「ロハスフェスタ」と同日に50企業規模の特設コーナーを設置し、北摂の魅力店舗や資源を知ってもらおうきっかけとするとともに、これまでイベントへ出店したことがない事業所などの出店実験の場として活用する。						
	支援する対象 (業種・事業所数)	北摂地区の各市町において、選りすぐりの商品やサービスを提供する約40事業所						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	北摂地チカラフェスタ説明会・交流会 日時：平成24年8月7日(火) 19:00～21:00 場所：茨木商工会議所 内容：効果的な出店方法の説明・出店事業者の紹介・出店事業者同士の交流会						
		第2回北摂地チカラフェスタ 日時：平成24年10月6日(土)～7日(日) 9:30～16:30 場所：万博公園・東の広場(第15回ロハスフェスタ内特設ゾーン) 参加店舗数45店舗、来場者数30,000人、1店舗当たりの平均売上高112,137円 主催：豊能町商工会・能勢町商工会・島本町商工会・摂津市商工会 高槻商工会議所・吹田商工会議所・豊中商工会議所 池田商工会議所・茨木商工会議所・箕面商工会議所 主管：箕面商工会議所 協力：株式会社シティライフNEW						
		<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	北摂地区の全商工会・商工会議所が連携して実施したことにより、北摂地区における中心的BtoC連携事業としての位置づけを持ちつつある。また、参加事業者の所在地も北摂全域に分布している。							
③市町村連携								
④相談相乗	イベント出店の経験がない事業者に対し、効果的な出店方法について学んだり、出店の調整のために多くの接点を持つことから、相談事業との相乗効果が期待できると考え、出店事業所については100%のカルテ化を目指したが、80%であった。							
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)	20	支援実績率	100.0%	満足度	74
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)	出店勉強会及び出店者同士の交流会への参加事業所数 出店勉強会では、ロハスフェスタにて効果的な陳列や看板、POPによる訴求を行っている事例を写真により解説し、これまでイベントへの出店がない事業所などに対し、効果的なイベント出店の方法を学んでいただいた。特にこれまでの商工会議所等の実施するイベントは物産展的なイメージが強く、ブースが単調になりがちであったが、若い主婦層をターゲットとする”ロハス”的イメージのお洒落なブースづくりを考えるきっかけとなり、出店時のブースは昨年と比較し、かなり魅力的なものとなった。 また、交流会では、出店事業者同士交流することによる情報交換やコラボレーションによる新たな商品や企画を促進させた結果、2件のコラボレーション(新ブランド1件、新商品1件)が成立した。							
	指標	アンケートによる理解度調査						
	数値目標	80%	実績数値	85%	目標達成度	106.3%		

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)	40	支援企業 数(実績)	45	支援 実績率	112.5%	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)	地チカラフェスタ出展事業所数45店舗 実際に商品を購入するなど認知が期待できる来場者数は目標8,000人に対し、11,000人 (1店舗当たり平均売上高11万円から、平均単価450円を割り、店舗数をかけたもの)で あった。 また、出店により、「店舗の知名度が向上した」15%、「従業員への良い経験となった」 12%、「商品の知名度が上昇した」10%などの効果があったと回答した割合が高かった。 また、昨年とは異なり、「売上による利益を獲得できた」10%などが特徴的であった。 昨年度の反省から、ブースの位置の変更によりイベントの魅力が増したことによる出店希望 事業者の増加と、事前の勉強会などにより各ブースが非常に魅力的なものとなっており、多 数の来場者が訪れるとともに、消費者ニーズの収集や顧客購買行動を学ぶ上でも大きな経験 になった。							
		指標	1店舗当たりの当日売上高						
	数値目標	100,000	実績数値	112,137	目標達成度	112.1%			
成果の代表事例	交流会にて出店者同士のコラボレーションを促進した結果、豊能町と能勢町の出店者がコラ ボレーションしようということとなり、何度かの企画会議を経て、ひとつのブランドを作る など、新たな取り組みも生まれた。								
その他目標値の 実績	目標値 (計画)	20,000	目標値 (実績)	30000	目標達成度	150.0%			
	来場者目標数 11月6日(土) 13,000人、11月7日(日) 17,000人の来場者があり、合計で30,000 人となった。ロハスフェスタへの来場者数が約50,000人であることから、ロハスフェスタ に来場した60%程度の人が地チカラフェスタブースを訪れた計算となる。								
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)								
初回の課題であったレイアウトの問題は場所を変更することにより解消し、昨年度の倍以上 の集客があった。 本イベントは北摂地域の魅力ある個店をPRするものであり、当日売上を求めるものではな いが、出店者によっては、当日売上高への期待から出店場所等に関する要望が多く、本来の 主旨から逸脱したこともあり、今後は募集段階から事業の主旨を徹底する必要がある。 事務局側の当日負担が大きいとの課題があり、「北摂ゆるきゃら大集合」等の集客イベント はとりやめ、個店支援に徹底する必要がある。									

箕面商工会議所

事業名		地域資源（箕面の柚子）活用事業							
想定する実施期間		H24 年度～ H26 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>箕面市は北側半分が山林であることから、農産物が豊富である。なかでも止々呂美地区で生産されている柚子は、実生柚子と呼ばれ、全国にも5,000本程度しかなく高品質のものが栽培されている。この実生柚子はこれまで自家消費用に生産されていたが、非常に付加価値の高い地域資源であることから、これを活用した街おこしをするために、平成21年度より箕面市の委託を受けて「箕面の柚子」の普及事業を展開。公式ゆるキャラ「たきのみちゆずる」の活躍（全国ゆるキャラグランプリH23年は9位入賞、H24年は10位入賞）等により、これまでほとんど知られていなかった「箕面の柚子」が地域的に認知を得るに至った。</p> <p>普及啓発の委託が平成23年度に終了したことから、平成24年度以降、箕面商工会議所の独自事業として事業者と連携し「箕面の柚子」を活用した新商品やゆるキャラを使ったキャラクター商品の開発及び普及を支援する事業を実施する予定である。これにより農商工連携をすすめ、地域資源を活用した地域活性化が可能となるとともに、新商品を開発販売することにより管内事業者の魅力創出に寄与することを目的とする。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	箕面の柚子に関係する商品の開発を行う事業者、または開発を検討している事業者。約30社							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>「箕面の柚子を活用した新商品開発セミナー及び開発した商品の展示即売会」 日時：6月20日（水）14:00～15:30 場所：サンプラザ2階打合せブース1 コンテンツ：(1) 箕面の柚子とは 講師：止々呂美柚子生産者 尾上喜治氏 (2) 箕面の柚子を活用した商品開発事例 講師 (有)re・make代表取締役 岡山栄子氏 (3) 箕面の柚子を活用した新商品開発のポイント 講師 中小企業診断士 梅原清宏氏 (4) ヴィソラ前芝生広場における展示即売会「」の概要について (5) 質疑応答 参加者数：20名（うち個票化事業者数10社）</p> <p>「たきのみちゆずると箕面の柚子フェスタ」 日時：平成24年8月18日（土）10:00～16:00 場所：ヴィソラ前芝生広場 内容：「たきのみちゆずる」及び「箕面の柚子」の普及啓発と、箕面の柚子を活用した商品の販売等 会場は大型テント（エアロシェルターⅡ）を活用。 出店ブース数：15ブース（うち個票化事業者数5社） 会場下見：8月7日（火） 事後反省会：9月25日（火）14:00～16:00</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>							
		①府施策連携		②広域連携		③市町村連携	当初は箕面市が「箕面の柚子」の普及啓発のために企画したものであり、市町村連携事業といえる。当該事業のゆるキャラ「たきのみちゆずる」は箕面市との連携でPRしたことにより、ゆるキャラグランプリで10位（関西1位）を獲得し、全国放送のテレビCMに登場するなど高い効果を創出している。	④相談相乗	事業者との綿密な打ち合わせや調整が必要なことからカルテ化が十分可能であり、100%のカルテ化を目指した結果、柚子フェスタに出店した支援対象事業者については100%のカルテ化を実施。
事業	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	10	支援企業数(実績)	10	支援実績率	100.0%	満足度	82
	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>新商品が求められているか等の勉強会への参加事業所数。</p> <p>これまで箕面の柚子に対し、やや香りが強いなどの抽象的なイメージしかなかった事業者が、他の柚子との違い（実生柚子であること）やこれまでの経緯、生産体制や供給体制等について学ぶことができ、開発する商品のPRやこだわりを伝えるための参考になった。また、どのような加工方法がこの柚子の特徴を最大限に出すことができるのかなども学ぶことができ、今後の商品開発に活かすことができるようになった。</p>							
		指標	新商品開発事業所数						
	数値目標	5	実績数値	4	目標達成度	80.0%			

木の 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	70
	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>箕面の柚子を活用した商品の展示即売会出展支援事業所数。</p> <p>平成24年8月18日にヴィソラ前芝生広場（箕面市立かやの広場）において、「たきのみちゆずると箕面の柚子フェスタ」を開催。参加ブース数15ブース、来場者約2,000人。開催風景がNHKお昼のニュースで放映された。</p> <p>1店舗当たりの売上目標値10万円、商品単価500円から、1店舗当たり200人の購入を予想。200人×5社＝1,000人に対し実際は約900人（販売13ブース×平均70人）であった。当日は午後から落雷を伴う大嵐となり、午後2時過ぎに急遽中止となった。</p>							
		指標	1社当たりの当日売上高						
		数値目標	100,000	実績数値	26,973	目標達成度	27.0%		
	成果の代表事例	<p>当日はあいにくの大嵐ということもあり、途中で中止になるなどトラブルに見舞われたが、反省会では、「もう少し自分たちでできることはあったと思う」といった前向きな意見も出され、こうした経験がその後開催した地チカラフェスタにて箕面から出店した事業所が比較的高い効果を創出するに至るなどの副次的効果があった。</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>本イベントは多くの反省点を残す結果となった。</p> <p>1. 単独イベントであることの集客力の低さ 今回は単独イベントとして実施したため、15ブース程度のイベントでは集客が難しく、他のイベントと同時開催することによる相乗効果を狙う方が良い。</p> <p>2. 夏場開催イベントの危険性認識の甘さ 開催数日前に全国で食中毒が流行中とのニュースを受け、急遽食中毒対策を実施することとなり、一部出店予定者の出店を取りやめた。結果として出店予定者に迷惑をかける結果となった。</p> <p>3. ゲリラ豪雨、雷対策 当日は”エアロドーム”と呼ばれるドーム型テントを活用しインパクトによる訴求を図ったが、突然の暴風雨となり、テントごと飛ばされそうになるなど大惨事につながりかねない状況となった。怪我人が出なかったのが不幸中の幸いというほど厳しい状況であった。上記のとおり反省点の多いイベントとなった。</p>							

箕面商工会議所

事業名		異業種ビジネスマッチング交流会							
想定する実施期間		H24 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)	デフレ経済下においては、サービスの質の向上や付加価値の向上こそが企業体質を強化するが、これまでの手法では難しい。そこで、異業種の知恵を取り入れることによりサービスや付加価値を向上させることが必要であり、地域総合経済団体である商工会・商工会議所の強みを生かして、豊能地域において異業種交流会を開催することにより、新たな販路開拓及び事業者間の連携、相互の経営力の向上等が期待できる。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	豊能地域に所属する全業種							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	箕面地区「夏の異業種マッチングフェア」							
		主催 箕面商工会議所 共催 豊中商工会議所・池田商工会議所・豊能町商工会・能勢町商工会 開催場所 箕面観光ホテル パイン・メイプルの間 参加事業所数 83社112名(うち個票作成事業所数40社)							
		第1部 講演会 開催日時 平成23年8月～9月 午後6時30分～7時30分 講師 武田邦彦氏 講演内容 「環境エネルギーとビジネスチャンス！」 第2部 異業種交流会 開催日時 同日 午後7時40分～8時45分 内容 テーブルグループごとの名刺交換・情報交換・事業PR 商談希望者マッチング 全参加者の住所・電話番号入り名簿をあらかじめ配布し、マッチングの促進を図った。これにより当日だけでなく後日の交流も可能となった。また、各テーブル毎に全業種がバラバラに配置されるような工夫を行った。							
<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								
	②広域連携	豊中商工会議所・池田商工会議所・豊能町商工会・能勢町商工会と連携して実施。共催団体は、広報・参加者勧誘・当日の当該地域出席者の受付業務・当該地域出席者のマッチング促進業務を担当することで、主幹地域以外からの参加も多数あり、交流会の魅力が大幅に増した。							
	③市町								
	④相談相乗	相談事業との連携で販路支援への結びつけを期待し、70%のカルテ化目標に対し、結果的には63%のカルテ化を実施した。							
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)	40	支援企業数(実績)	40	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)	83社112名の事業者の参加があり、開催後のアンケートでは、「大変良かった」「良かった」と回答した参加者が95%に上り、すべてのアンケート回答者が「次回も参加したい」「都合が合えば参加したい」と回答。また、参加者1人当たりの平均名刺交換数は2年前の9.7枚から14枚と大幅に上昇。連携がはかれそうな事業所が見つかったと回答した事業所は27%で、見つからなかったと回答した事業所は13%であった。60%の事業者は「どちらともいえない」と回答しており、今後の展開が期待されることから、目標達成度は低いものの、必ずしも悪い結果とは言えない。							
		指標	連携先発見事業所割合						
		数値目標	40%	実績数値	27%	目標達成度	67.5%		
成果の代表事例	本交流会は、交流を促進させる仕掛けを多数用意することにより非常に効率的な交流会となっている。特に、①個人情報等により名簿の価値が高まる中、本交流会では全参加者の名簿一覧を作成し配布することで、後日の交流も期待できる。②基調講演に著名人を招へいたり、箕面市長に参加してもらうなど、参加意欲を促進するようなゲストを用意している。③各テーブルごと、業種の偏りがないように配置することにより、全くの異業種との交流が可能となる。④あらかじめ所定のテーブルを設定しておくことにより、お目当ての事業者と交流しやすくなる。などの工夫により、単なる名刺交換会に終わらず、具体的な成果を実感しやすいことから、この事業への参加がきっかけで他の事業へも積極的に参加するなど、意欲の変化により経営力が向上している事業所もある。								
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)	非常に効果が高く好評であり、大きな反省点はないが、参加者からは「年に数回実施してほしい」との要望があるものの、実務的に対応は難しい。また、「事業所PRタイム」を設けてほしいなどの要望もあるが、参加者の負担感のないスピーディーな進行を目的としていることから、本事業ではなく、別途小規模の交流会を設けるなど検討する必要がある。							