

平成31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 竹内 陽治
	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 所長 渡部真衣子
	連絡先	電話番号（直通）： 072-721-1300 F a x： 072-721-1305 E - m a i l： info@minohcci.or.jp
①設立年月日	①昭和61年4月1日	
②職員数 (うち経営指導員数)	②8名(7名)(令和2年3月末日現在)	
③所管地域	③箕面市	
④管内事業所数	④4,215(平成28年経済センサスより)	
⑤管内小規模事業者数	⑤2,630(平成28年経済センサスより)	
⑥会員数(組織率)	⑥1,101(26.1%)(令和2年3月末日現在)	
※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)		
<p>(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。</p> <p>(2) 行政庁等の諮問に依りて答申すること。</p> <p>(3) 商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>(4) 商工業に関する情報及び資料の収集又は刊行を行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(6) 輸出品の原産地証明を行うこと。</p> <p>(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。</p> <p>(8) 商工業に関する講演会又は講習会を開催すること。</p> <p>(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。</p> <p>(10) 博覧会、見本市等を開催し、又はこれらの開催のあつせんを行うこと。</p> <p>(11) 商事取引に関する仲介又はあつせんを行うこと。</p> <p>(12) 商事取引の紛争に関するあつせん、調停又は仲裁を行うこと。</p> <p>(13) 商工業に関して、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>(14) 商工業に関して、商工業者の信用調査を行うこと。</p> <p>(15) 商工業に関して、観光事業の改善発達を図ること。</p> <p>(16) 社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>(17) 行政庁から委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>(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。</p>		

箕面商工会議所**(1) 事業の目標**

企業を取り巻く環境の変化や、消費者の購買行動の変化に対応し、迅速に意思決定して行動に移すことができるような人材の発掘・育成、事業者の意識改革や生産性向上により経営力強化を目指す。相談事業においては事業者に寄り添い、事業者自身も気づいていない潜在的な課題の掘り起こしから、解決に向けた伴走型支援により、事業者の持続的な事業継続に寄与することを目指す。地域活性化事業においては、商業活性化事業を通じ来店した人たちを顧客、その後の継続的な顧客として売上につなげることや、経営革新や共創により様々な課題を解決できる新たな事業を創出することを目指す。地域に根差した支援機関だからこそできる「実のある支援」を地域の小規模事業者へ届け、「必要とされる商工会議所」として地域にとってなくてはならない支援機関となることを目標とする。

(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点

多様化・複雑化する経営課題に対応するため、個社の真の経営課題の発見と解決のための経営相談を担当する経営指導員と、地域との関わりや繋がりを強化させ充実したサービスを提供する経営指導員が一体となり、経営力強化に向けた支援を実施した。経営相談事業では、中小企業診断士の資格を持った経営指導員を中心に、専門家や他支援機関と連携しながら事業者へ寄り添った専門的な支援を実施した。地域活性化事業では、経営指導員が相談対応時に収集したニーズを受け事業を企画し、勉強会や事業者間での情報共有、コラボレーションを促す場の提供をおこなった。事業の実施、告知等は大阪府、箕面市、金融機関等と連携し、支援施策等に関する情報提供にも積極的に取り組んだ。

(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況

当事業を実施したことで、小規模事業者の持続的な発展、生産性の向上や付加価値の向上、“北摂ブランド”をはじめとした個性あふれる魅力的な事業者の創造への寄与が効果としてあげられる。経営相談支援事業では、事業者の課題発見に注力し、持続的な事業活動に向けた中長期の事業展開を見据えた支援を実施することで、事業者の経営力強化に繋がった。専門家と連携し、より高度な課題解決に向けた提案や新たな気づきを与えることで、事業者のモチベーション向上にも繋がった。また、地域活性化事業等を通じ、新たな顧客ニーズの発掘、販路開拓とともに、事業者間の交流やコラボレーションが生まれたことで、新たな事業機会の創出に繋がった。

(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題

当所では、事業者の持続的な発展に向けた深い伴走型の支援を実施している。そのため、1支援事業者の支援時間が長くなることから、支援事業者数が減少してしまい、潜在的に支援が必要な事業者に十分な情報発信ができていない、ということが課題である。また、「商工会議所は敷居が高い」と感じており、相談に踏み切れないという声を聞くことから、相談しやすい環境構築が求められていると感じている。地域活性化事業については、業種や立地によっては事業を活用できない事業者や、マンネリとなっている事業もあるため、改めて事業環境に合わせた事業の企画が必要であると考えられる。

(5) 来年度への取り組み

事業環境が不透明な状況のなか、事業者が事業の維持・継続ができるよう事業者の状況に寄り添った支援を実施する。経営指導員以外の職員も含めた全職員で、情報収集、情報提供、情報発信を実施し、具体的な支援が必要な事業者については、経営指導員が相談対応を実施する。事業者にとって、安心して相談できる、地域にならなくてはならない支援機関となるよう、支援体制を構築していく。

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

近年は、複雑化する経営課題へ対応するため、経営相談専任の経営指導員を配置し相談対応を実施している。専任の経営指導員が対応し、事業者の潜在的な課題発掘から解決策へ向けた提案、計画的な施策の実施の進捗確認からフォローアップまでを一貫して担当することで、事業者との強固な信頼関係を築き、事業者の経営改善に向けた支援を実施した。より深い支援を実施していることから、支援対象事業者数は194件と年々微減傾向にある。深い支援の結果、「事業計画策定支援」と「マーケティング力向上支援」が一番多く57件となり、新たな販路開拓に向けた取り組みや新規事業展開に向けた取り組みに関する伴走型支援を実施した。新型コロナウイルス感染症に関する相談対応については、迅速かつスピーディーに対応できるよう、全職員で情報収集、情報発信と相談対応に努め支援を実施した。

代表事例：A社（小売業）

地域で長年事業を営む小売店舗である。常連顧客の高齢化、減少により売上が減少している。状況を打破すべく、店舗スタッフとともに今後の展開について検討。現状の可視化とありたい姿の設定により、今後の取組内容が、従業員から自発的に出てくるように。社長、スタッフとの共通認識を持つこともでき、スタッフのモチベーション向上、売上向上に繋がった。

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	198	194	98.0%	4
支援機関等へのつなぎ	支援数	4	5	125.0%	5
金融支援（紹介型）	支援数	6	8	133.3%	5
金融支援（経営指導型）	支援数	31	31	100.0%	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	10	10	100.0%	5
記帳支援	事業所	3	1	33.3%	3
労務支援	支援数	5	6	120.0%	5
人材育成計画作成支援	事業所	2	2	100.0%	5
マーケティング力向上支援	事業所	54	57	105.6%	5
販路開拓支援	支援数	42	35	83.3%	4
事業計画作成支援	支援数	51	57	111.8%	5
創業支援	事業所	33	37	112.1%	5
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	0	0	-	3
コスト削減計画作成支援	事業所	5	5	100.0%	5
財務分析支援	事業所	0	0	-	3
5S支援	事業所	0	0	-	3
IT化支援	事業所	9	10	111.1%	5
債権保全計画作成支援	事業所	0	0	-	3
事業承継支援	事業所	0	0	-	3
災害時対応支援	事業所	0	40	-	5
結果報告	事業所	198	194	98.0%	4

II 専門相談支援事業

支援のポイント・成果

専門相談に関する利用希望は年々増加傾向であり、今年度も弁護士・税理士・弁理士・中小企業診断士・社会保険労務士等の資格を持つ専門家やIT・マーケティング等の分野に特化している専門家と連携し専門相談事業を実施した。確定申告、記帳に関する相談や、契約・トラブルに関する相談や、商標をはじめとした知財関連、労務、経営全般に関して、事業者の抱える課題に対し迅速かつ適切に対応していただき、課題解決に繋がった。

事業名	新規/継続	指標	目標数値	実績数値	達成率	事業評価
法律相談	継続	相談件数	6	4	66.7%	3
金融相談	継続	相談件数	2	17	850.0%	5
税務相談	継続	相談件数	18	6	33.3%	3
経営相談	継続	相談件数	55	54	98.2%	4

箕面商工会議所

Ⅲ 地域活性化事業

支援のポイント・成果

今年度は、継続実施している「商業活性化アクションプラン推進事業」「北摂地チカラフェスタ」「経営革新支援事業」「シニア向け創業塾」に加えて、新たに「社会課題解決ビジネス創出事業」を実施した。

「商業活性化アクションプラン推進事業」は、継続的・組織的に商店街を魅力あるものにしていく「箕面100円商店街」と継続的な顧客との関係性を構築していくための「みのおのまち商学校（まちゼミ）」を実施した。「箕面100円商店街」は、開催全日の4日間とも好天に恵まれ、滝ノ道ゆずると一緒にイベントを盛り上げる企画もあり来場者数も多く賑わいをみせた。昨年より実施している500円1,000円商品の提供は、選択肢が広がると来店客に好評であり、事業者からは売上に貢献できたという意見も寄せられた。「みのおのまち商学校（まちゼミ）」では、気軽に始めるプチ創業のような形態の事業者が多く参加し、参加者同士の交流や相互扶助の取り組みがみられた。利用者にとっても、あまり知られていないお店を知るきっかけとなり、まちゼミを楽しみにしている顧客が増えているという声をよく聞くようになった。

今回で3回目の実施となった「経営革新支援事業」は、変化のスピードの速い経営環境に対応し新たな顧客価値を創出するため、経営革新にチャレンジする機運を高めることを目的とし、本事業を実施した。積極的にワークを取り入れたプレセミナーを実施したことで、参加者同士の交流が促され本セミナーへの参加意欲向上に繋がった。本セミナーでは、対話型のワークを中心とした講義により参加者同士が各々のリソースを活用し、共同事業を実施する等、人材交流の成果があったといえる。

今年より新たに実施した「社会課題解決ビジネス創出事業」は、AIやIoT等の先端技術を今後の事業展開に活かしていただくための基調講演のほか、地域事業者や先端技術提供事業者との共創により、新たなビジネス展開を検討していただくため、展示交流ブースを設けた。交流ブースには、地域事業者や経営指導員が来場者をアテンドすることで、活発な交流が行われた。

昨年より実施している「シニア向け創業塾」では、大阪中小企業診断士会にカリキュラムを監修していただき、合計で4名の講師に担当していただいた。また、経営指導員もワークのフォローに入り、ハンズオン並びに創業までの相談窓口として会議所への利用を促した。創業に必要な知識の習得のほか、参加者同士のネットワーク構築のためのグループワークを実施。また、毎回のセミナーの終わりにプチ交流会を開催し、創業者コミュニティ形成の機運を醸成した。

「北摂地チカラフェスタ」は、イベントへの出展経験、新たな販路開拓、顧客ニーズ発掘の場として人気の高い事業であり、集客力も期待できる事業である。ブースレイアウトを毎年微調整していることで、「北摂ブランド」の発掘、創出に寄与している。

(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
	商業活性化アクションプラン推進事業(箕面100円商店街)	80	80	100.0%	66.7	来店客増加店舗率	60	69	115.0%	3
	商業活性化アクションプラン推進事業(みのおまち商学校)	30	30	100.0%	75.0	店舗の集客人数	10	8	80.0%	4
○	経営革新支援事業(プレセミナー)	20	15	75.0%	86.7	経営革新セミナーに興味を持った参加者数	12	12	100.0%	3
	経営革新支援事業(経営ワークショップ)	15	12	80.0%	85.1	経営革新計画を申請したいと思った事業者の割合	9	9	100.0%	4
○	社会課題解決ビジネス創出事業	40	40	100.0%	77.0	アンケートにて、共創を目指すきっかけになったと回答する参加者数	32	27	84.4%	4

(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
○	シニア向け創業支援塾(ネクストライフ起業塾)(創業プレ)	30	25	83.3%	85.2	スタートアップ塾参加者	20	12	60.0%	4
○	シニア向け創業支援塾(ネクストライフ起業塾)(創業塾)	25	19	76.0%	86.4	ビジネスモデル構築者数	20	19	95.0%	4
	北摂地チカラフェスタ	50	57	114.0%	74.2	1店舗あたりの当日売上高	100,000	93,846	93.8%	3
	北摂地チカラフェスタ来場者数	12500	9,348	74.8%	-	-	-	-	-	

※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、個別調査の記載と合わせてください。

箕面商工会議所

<p>事業名</p> <p>想定する実施期間</p> <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>支援する対象 (業種・事業所数等)</p> <p>事業の概要</p> <p>実施時期・具体的な内容及び事業手法</p>	<p>商業活性化アクションプラン推進事業</p> <p>H 15 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</p> <p>箕面市内では、小売・サービス業をはじめとした商業の事業者が多いことから、市内の商業活性化を目的とし、平成15年より継続的に本事業を実施している。商業活性化のソフト事業として、長期にわたり商店街で定期市等を継続実施し、平成22年度より北摂地域初となる「箕面100円商店街」を毎年恒例イベントとして実施するようになり、商店街への賑わいだけでなく、集客や売上といった具体的な成果が創出されるようになった。しかし、イベント実施時だけではなく継続的・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仮説をもとに、一過性のイベント出店での集客や売上に捉われず、個店の魅力向上にどのように繋げていくかという観点で①商店街の集客力強化②事業者の意識改革、という2つの目的を持って実施している。</p> <p>また、新規顧客獲得、顧客との関係性づくりに意欲的な事業者に対しては、平成24年度から実施している「みのおのまち商学校（まちゼミ）」への参加を促し、商店街という枠組みを超え、店舗独自の個店活性化にもチャレンジできる機会を提供するため、本事業を実施した。</p> <p>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30事業所）、牧落地区の事業所（約30事業所）その他商店街以外的小売・サービス業</p> <p>第11回「箕面100円商店街」 4日間とも、台風の影響により荒天が危ぶまれていたが、当日は曇りや晴れに恵まれ、過ごしやすい気候で各地区とも実施することができ、過去最高の来場者数となった。前回より実施している100円に加えて500円1000円商品の出店も約3割の店舗で実施し、来場者からは買い物の選択肢が増えると喜んでいただけた。桜井地区で実施した子供向けイベント「100円★KIDSパーク」では、小学生以下の子供とその家族が主に来場し、全てのプログラムに絶えず行列ができる状態で、100円商店街全体の魅力向上・集客に貢献できた。また、各地区でゆずるといっしょにイベントを盛り上げる企画として、ゆずるを見つけると限定缶バッジがもらえる「箕面100円商店街限定プレゼントキャンペーン」を実施したことで、ゆずるの登場を心待ちに、店舗での買い物を楽しんで来た来場者が多く見受けられた。</p> <p><実績> <table border="1"> <tr> <td>9月21日（土）</td> <td>桜井地区</td> <td>参加店舗数36店舗</td> <td>来街者数</td> <td>5,720人</td> </tr> <tr> <td>9月22日（日）</td> <td>牧落地区</td> <td>参加店舗数48店舗</td> <td>来街者数</td> <td>8,055人</td> </tr> <tr> <td>9月28日（土）</td> <td>粟生地区</td> <td>参加店舗数10店舗</td> <td>来街者数</td> <td>1,310人</td> </tr> <tr> <td></td> <td>小野原地区</td> <td>参加店舗数20店舗</td> <td>来街者数</td> <td>4,258人</td> </tr> <tr> <td>9月29日（日）</td> <td>箕面地区</td> <td>参加店舗数20店舗</td> <td>来街者数</td> <td>3,418人</td> </tr> </table> <p>合計参加店舗数 134店舗 来街者数 22,761人</p> <p>第14回、第15回「みのおのまち商学校（まちゼミ）」 例年どおり、比較的各店舗の来店客が少ないと想定される夏と冬に実施した。今年度は、松井洋一郎氏の勉強会に初めての事業者が多く参加し、参加者同士の交流や相互扶助の取り組みがみられた。近年は、美容系リラクゼーション系、ヨガ等健康系の教室や自宅サロン・ワークショップ等、気軽に始めるプチ創業のような形態の方が、まちゼミに興味をもたれることが増えている。利用者にとっても、あまり知られていないお店を知るきっかけとなり、まちゼミを楽しみにしている顧客が増えているという声をよく聞くようになった。</p> <p><実績> 第14回 令和元年7月18日（木）～8月31日（土） 参加事業所数：34事業所 講座数：76講座 125回のべ参加人数：320名 第15回 令和2年1月18日（土）～2月29日（土） 参加事業所数：31事業所 講座数：63講座 81回のべ参加人数：222名 まちゼミ創始者松井洋一郎氏による勉強会 日時：平成31年4月23日（火）19:00～21:00 参加事業者数：31名 場所：箕面商工会議所 直前勉強会 計3回実施 ①日時：令和元年5月14日（火）19:00～21:00 参加事業者数：12名 場所：（株）モリタ ②日時：令和元年5月30日（木）19:00～21:00 参加事業者数：11名 場所：箕面商工会議所 ③日時：令和元年10月30日（水）19:00～21:00 参加事業者数：10名 場所：箕面商工会議所</p> </p>	9月21日（土）	桜井地区	参加店舗数36店舗	来街者数	5,720人	9月22日（日）	牧落地区	参加店舗数48店舗	来街者数	8,055人	9月28日（土）	粟生地区	参加店舗数10店舗	来街者数	1,310人		小野原地区	参加店舗数20店舗	来街者数	4,258人	9月29日（日）	箕面地区	参加店舗数20店舗	来街者数	3,418人
	9月21日（土）	桜井地区	参加店舗数36店舗	来街者数	5,720人																					
	9月22日（日）	牧落地区	参加店舗数48店舗	来街者数	8,055人																					
9月28日（土）	粟生地区	参加店舗数10店舗	来街者数	1,310人																						
	小野原地区	参加店舗数20店舗	来街者数	4,258人																						
9月29日（日）	箕面地区	参加店舗数20店舗	来街者数	3,418人																						

	<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	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。市内関係施設にチラシ、ポスター設置、後援名義の使用など、協力体制をとった。							
	④相談相乗	後日、事業がきっかけで来店した客の固定客化やアプローチの方法などのアドバイスをを行い、販路支援やマーケティング支援等に発展させた。カルテ化24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)	80	支援企業数(実績)	80	支援実績率	100.0%	満足度	66.7
	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)	100円商店街参加店舗数 箕面100円商店街に参加した134件のうち、80件を個票化。 店舗側が抱えている課題として、顧客の高齢化や商店街自体への来客数の減少などにより、集客や売上・利益の増加が多くを占めている。100円商店街へ参加することで、店舗の存在を知ってもらいきっかけとなるほか、店頭の商品を並べることで、初めての顧客にも来店してもらいやすいといった効果がある。その他、店内で清算することで、顧客とコミュニケーションを取ることで次回への来店に繋げること、新商品や試作メニューを提供することで、顧客の反応を見ながら新商品・新サービスの開発に生かしている。 開催日当日の来店客が、通常に比べ「増加した」と回答した参加店舗割合 例年どおり秋開催とし、天候にも恵まれ63%の参加店で来店客が増加したが目標の80%には届かなかったが、来店者アンケートで43%が「100円商店街へ参加するのは初めて」と回答し、イベントをきっかけに来店された来店者が約半数を占めた。							
		指標	開催当日の来店客が、通常期に比べ「増加した」と回答した参加店舗数						
		数値目標	60	実績数値	69	目標達成度	115.0%		
	計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	30	支援実績率	100.0%	満足度	75.0
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)	「みのおのまち商学校（まちゼミ）」参加事業所数 みのおのまち商学校（まちゼミ）に参加した36件のうち、30件を個票化。 参加事業者が抱えている課題としては、店舗の認知度不足、新規顧客獲得が多く、当事業で店舗を知ってもらいきっかけとし、その後の顧客化を目指してまちゼミに取り組んでいる。まちゼミに興味がある事業者や何度も参加している事業者も含め、まちゼミ創始者の松井洋一氏を招いた勉強会で、まちゼミの目的や心構え、集客からその後のリピートにつなげるための取り組み方法や、全国の事例などを紹介していただき、新規参加事業所が各回5件程度増加した。また、事業者の中でも年長者の方が中心となり、テーマや内容を一緒に考える「直前勉強会」を申込締切前に開催し意見交換を実施した。最終日には、指導員によるプチセミナーを開催し、集客できる講座づくりを目指した。報告会や参加事業者同士の交流を図る情報交換会も併せて実施しており、参加者同士で事業の普及啓発や参加勧奨も行っている。（冬の報告会はコロナの影響により中止） 1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数 今年度は、全講座数が前年よりも減ったことで、全体の受講者数が減少傾向となったり、1店舗平均は8人となった。今年度も、酷暑や災害・天候不良に加え、インフルエンザ・コロナウイルス関係自粛などの影響による当日キャンセルも多く、集客人数の減少につながった。								
	指標	1店舗あたりのまちゼミ事業への集客人数							
	数値目標	10	実績数値	8	目標達成度	80.0%			
成果の代表事例	B社（サービス業） 約2年前におうちサロンを始めた事業所。オープンして間もないため、店舗の認知度向上と新規顧客を獲得する必要がある。体調不良やアレルギー体質などの悩みを抱えている方々への「助けになりたい」「少しでも役に立ちたい」と創業当初よりまちゼミに参加している。本事業に最初から参加している「レンタルスペース」をされている事業者を紹介し、そこを2～3事業所で借り、同日同会場で部屋を分けて同時開催する、文化祭のようなまちゼミを開催し、各々の相乗効果もあり講座は大好評だった。受講者と密なコミュニケーションを図る事のできる本事業により新規顧客に繋がった。今年度の冬のまちゼミでは、初めて自宅サロンでの開催も実施し、参加事業所の中で受講者動員数1位を獲得した。確実に毎回新規顧客を獲得しており、まちゼミ終了後もチラシを見て問合せが来るなど認知度向上にもつながっている。								
その他目標値の実績	目標値(計画)	20	目標値(実績)	34	目標達成度	170.0%			
	まちゼミ参加事業所の自主開催による「直前勉強会」へのべ参加事業所数 最年長のリーダー的事業者メンバーが中心になり、直前勉強会を計3回実施し、のべ人数34人が参加した。								

<p>実施結果</p>	<p>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>	<p>箕面100円商店街 今年度は、天候に恵まれ、ゆずると一緒にイベントを盛り上げる企画も好評であり、来場者数も多く賑わいがあった。しかし、店舗からはマンネリを危惧する声や、地区によっては来場者数の減少を感じている店舗もあり、イベントの回遊性を高める仕掛けや、賑わいや導線を創出するための企画を盛り込みながら、「店舗の認知度及び販売機会の向上」に繋げていけるよう、事業の見直し、改善を行い今後も事業を遂行していく。</p> <p>みのおのまち商学校 今年度も初参加の事業所は増え、講座数は63講座となった。中には集客できていない店舗もあり、対象顧客へアプローチするための講座の設計、キャンセルを防ぐための事前コミュニケーションの取り方等、勉強会や報告会その他、経営指導員による個別フォローによって今後の取組みに繋げていく必要があると考えられる。まちゼミ事業開始当初から参加しているリーダー的事業所メンバーが事業者勉強会である「うらゼミ」を開催してきたが、中心事業者への負担が大きくなっていった課題から、今年度は「勉強会」を別の形で開催した。今後も事業者間の相互扶助の仕組みをうまく機能させ、魅力ある事業としていけるようブラッシュアップを重ねていく。</p>
-------------	---	--

箕面商工会議所

事業名		経営革新支援事業								
想定する実施期間		H 29 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)	長引く景気低迷による管内事業所の業績悪化や、管内の経営者の高齢化による廃業や後継者不在による経営環境の悪化が続いている。また、労働人口の減少による労働力不足は、リソースの限られている中小企業では喫緊の課題となっている。経営環境が目まぐるしく変化するなか、企業が存続していくためには、常に自社と外部環境との関係を見直し環境変化への対応をおこなうことが重要である。環境変化に積極的に対応するため自社や自社のビジネスモデルを見直し、新たな顧客価値を創出し「経営革新」をおこなうことを目的とする。								
	支援する対象 (業種・事業所数等)	対象者は、熱意のある箕面市事業所の経営者や経営幹部、若手後継者等。その他参加希望があれば近隣大阪府下の事業者も対象とする。								
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	○実施内容 【人材育成型】経営ワークショップ プレセミナー 全1日 9/25 3時間 SWOT等、経営理論の基礎知識を学びつつ、随所にグループワークを挟み、参加者同士の交流を促した。また、箕面の大阪府経営革新計画承認事業者に経営革新計画のメリットを語ってもらい、本セミナーへの参加意欲を高めた。								
		【人材交流型】経営ワークショップ 全3日 各3時間 10/8：ビジネスモデルキャンバスを用いたワークで自社のビジネスモデルを整理後、最新のイノベーション理論「エフェクチュエーション」の考え方を学び、新事業発表に向けて、アイデア出しのヒントとした。								
		10/15：「イノベーションとは何か」という問いに対して、グループワークによって各々が各々の答えを導き出し、最終日の新事業発表へ向けてモチベーションを高めた。								
10/29：発表会。個々の新事業計画に対して講師及び参加者が意見を交わしあい、計画をブラッシュアップ。経営革新計画のたたき台を完成させた。 ※修了後、希望者は指導員が個別支援。										
		<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・サービス産業課経営支援課経営革新グループと連携。実施内容等についてのご相談及び情報提供を中心にご協力いただいた。								
②広域連携										
③市町村連携										
④相談相乗		カルテ化16件。個別支援を希望する参加者には経営指導員が対応。								
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	86.7	
	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)	「経営ワークショップ プレセミナー」参加事業者数 目標20社に対し参加事業者数15社を個票化。積極的にワークを取り入れたことで、参加者同士の交流が促された。アンケートには「異業種の方たちとのワークによって、違った角度からの考え方に気づかされた」という感想が多かったことから、経営革新のためのファーストステップである「多角的な視点」について、参加者に気づきを与えた。								
		指標	経営革新セミナーに興味を持った参加者数							
		数値目標	12	実績数値	12	目標達成度	100.0%			
	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)	12	支援実績率	80.0%	満足度	85.1	
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)	「経営ワークショップ」参加事業者数 目標15社に対し参加事業者数12社を個票化。「成果の代表事例」の通り、セミナー後、参加者同士が各々のリソースを活用し、共同事業を実施する等、人材交流の成果があったといえる。また、これまでは経営セミナー等に参加してこなかった事業者が、本事業をきっかけに、積極的に参加するようになる等、イノベーションマインド創出の成果があったといえる。									

	指標	経営革新計画を申請したいと思った事業者数			
	数値目標	9	実績数値	9	目標達成度
	成果の代表事例	<p>C社（サービス業） 本事業を通して出会った企業と、セミナー終了後、各々の強みを活かした共同事業を実施。一定の成果をあげた旨。また、同社との出会いをきっかけに、自社の新たな提供価値を見出し、新事業を立ち上げることとなった。</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）	課題は、府施策の経営革新計画策定に実際に着手する事業者の創出。現状の事業で参加者を「経営革新計画に挑戦したい」というレベルにまでもっていくことはできるが、実際に計画申請に着手するまでの壁は大きい。課題解消のためには、これまでの「1カ月間詰め込み型カリキュラム」では限界があり、中長期的なカリキュラムに基づいた事業構成に改善する必要があると考えられる。			

箕面商工会議所

事業名		社会課題解決ビジネス創出事業							
想定する実施期間		H 31 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)	箕面市内では少子高齢化をはじめとした社会課題に対応した福祉や教育関連等の新たなサービスが創出されているが、各企業が保有しているデータはそれぞれの企業での活用に留まっている。これらデータと先端技術を活用した企業間の連携や協調をすることで、付加価値が創出され社会課題解決に繋がると考えられる。事業者同士の協調、共創を目的とした交流の場を設けグローバルに対応した革新的な製品・サービスの創出を目指す。当事業を通じ、優秀でチャレンジ精神旺盛な人材の発掘、育成をおこない、ファンドへのチャレンジやマッチングにより、ベンチャーエコシステムの構築を目指す。							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	福祉、環境、健康、観光、農林水産業をはじめとした、第4次産業革命関連技術活用を活用したいと考えている箕面市内(大阪府内)の小規模事業者。自社の製品・サービス力を強化させ競争力を高めたいと考えている小規模事業者。他社との連携、共創をし新たな価値を生み出したいと考えている小規模事業者、創業希望者約2,000社を対象とする。							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>○実施内容</p> <p>AI等の先端技術が自社のビジネスにどのような影響をもたらすのか、遠い未来の話ではなく、近い将来起こりうる変化の可能性を自分事として捉え、今後の事業展開に活かしていただくための基調講演を実施した。講師には、AIに知見のある講師を招き、参加者からは「とても良い気づきを得られた」「勉強になった」との声をいただいた。また、地域事業者や先端技術提供事業者との共創により、新たなビジネス展開を検討していただくため、展示交流ブースを設けた。交流ブースには、地域事業者や経営指導員が来場者をアテンドすることで、活発な交流が行われた。</p> <p>日時：令和元年11月14日(木) 15時～20時 イベントタイトル：ビジネスマッチングフェアin箕面 会場：箕面サンプラザ地下1階</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基調講演：AIがもたらす企業の未来ー中小企業がAI時代に備えることー 講師：株式会社ISSUN 代表取締役 宮松利博氏 参加者満足度：平均8.4点 ・ブース出展社数：11社 (クラウド会計システム、RPA、HP制作サービス、リレーション、クラウドファンディング、SFA、作業分析AI、スマートグラス、越境EC、画像解析AI、SNS活用) 参加者満足度：平均7.2点 来場者数：82社 97名 <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	大阪府 成長産業振興室産業創造課 産業化戦略グループと連携。実施内容等についてご相談、広報・情報提供を中心にご協力いただいた。						
	②広域連携								
	③市町村連携	箕面市地域創造部営業室と連携し、事業者への広報活動を実施した。							
	④相談相乗	カルテ化11件。新規事業の創出、共創希望者へは個別支援を実施した。							
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	77.0
	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)	<p>「ビジネスマッチングフェアin箕面」参加企業数</p> <p>参加企業82社のうち40社を個票化。ブース出展企業や、セミナーの内容に興味を持ち参加した企業が多く、異業種交流や、情報収集を目的としている企業が多かった。交流しやすいよう、カフェコーナーを設けたことや、相談員を配置したことで、相談・交流は盛況に行われた。セミナーに関しては、基調講演の話がわかりやすく、知識・情報習得に役立つと回答する企業が多くを占めるほか、出展企業によるライトニングトークも好評であった。実際の導入に向けた商談を進める企業もあり、こういったイベントを継続的に開催して欲しいという声が95%以上を占めた。</p>							
		指標	アンケートにて、共創を目指すきっかけになったと回答する参加者数						
		数値目標	32	実績数値	27	目標達成度	84.4%		
	成果の代表事例	<p>D社(サービス業)</p> <p>北摂にてフランチャイズ小売店舗を複数経営している。各店舗の売上管理・業務効率のためSFAの導入を検討していた。本イベントに参加し、目当ての企業と商談を実施。実際の導入に向けて具体的なテストを実施後導入を検討。</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)	課題としては、参加してみて内容には概ね満足していただいた様子ではあったが、タイトルと内容が合致しておらず、「チラシを見て何のイベントなのか分かりにくかった」という意見をいただいた。次年度は、チラシを見て内容を連想しやすい、参加したくなるような内容を盛り込んだ広報媒体になるよう工夫が必要であると考えている。また、事業の企画に時間が掛かってしまったことから、広報期間が短く声かけやDMを活用した広報が遅くなり、「もっと早く知っていたら参加できたのに」という声もいただいた。コロナウイルス感染症の影響がどこまで広がるかによって、いつ実施できるのかが未確定な状況ではあるが、早めに準備を進めていきながら、十分に広報期間も設けられるよう企画を進めていきたい。
------	--	---

箕面商工会議所

事業名		シニア向け創業支援事業（ネクストライフ起業塾）														
想定する実施期間		H 30 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)	<p>平成28年に日本政策金融公庫総合研究所が発表した「中小企業の事業承継に関するインターネット調査」の概要によると中小企業経営者の2人に1人が自分の代で廃業を予定しており、その予定年齢は平均して71.1歳である。同概要によると平成26年の時点で経営者の年齢分布のピークは65～69才であり、これからその分布ピークが廃業予定年齢を迎えることになる。多くの廃業が起り、それにより失業者の増加が予想される。この問題を解決するためには、起業数を増やす必要がある。</p> <p>一方でRESASによる上記グラフによると大阪府の老年人口は増加、生産年齢人口は減少しており、老年人口を生産年齢人口へ転換する取り組みが必要である。</p> <p>これら2つの課題に対応するために、本事業では65歳手前のシニア・プレシニア層の起業を促進する。当事業では現状の経営者が平均71.1歳での廃業を予定しているという情報も考慮し、あらかじめ次世代へ引き継ぐ方法についても伝えていく方針であった。</p>														
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<p>箕面市内または府内に居住する50歳以上の男女を対象とする。</p> <p>ジブラルタ生命が平成29年9月に実施した「働く男女のお財布事情とホンネに関する調査 2017」によると、50代の働く男女の83.8%が将来の生活資金の不安を感じている。また、内閣府の平成26年「高齢者の日常生活に関する意識調査」によると、高齢者の8割以上が65歳を超えて働きたいと考えていることがわかる。</p> <p>これらの調査を踏まえ、高齢者就業ニーズの選択肢の一つとして、シニア・プレシニア層の起業を提案し、それを支援する事業を企画する。</p> <p>想定する具体的なターゲットは以下の通りである。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 自分の経験やスキルを活かした起業を希望するが、何をすればよいかわからない方 ② また、以下のような起業無関心者にもアプローチしていきたいと考えている。 ③ 次世代の働き口に対して危機感を持っている方 ④ 退職後の生活資金に対して不安を感じている方 ⑤ やりたいことをビジネスにできると考えたことのない方 ⑥ セカンドライフの選択肢を模索している方 														
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>大阪中小企業診断士会にカリキュラムを監修していただき、合計で4名の講師に担当していただいた。また、経営指導員もワークのフォローに入り、ハンズオン並びに創業までの相談窓口として会議所への利用を促した。</p> <p>【人材育成型】創業プレセミナー 全1日 11/2 3時間 参加者：25名（個票化25） 創業塾開講前のプレセミナーとして、創業塾の概要の説明と先輩起業家による体験談をお話しいただいた。プレセミナー参加前は創業塾の参加を迷っていた方も当日お申込みをいただき、創業塾への参加を促すきっかけとなった。</p> <p>【人材交流型】創業塾 全5日 11/23 11/30 12/7 12/14 12/21 4時間 参加者：19名（個票化19） 創業に必要な知識の習得のほか、参加者同士のネットワーク構築のためのグループワークを実施。ビジネスモデルの構築、マーケティング、税務・経理、融資、人材育成にについての講義とワークを行った。最終日は自らのビジネスモデルを発表する場を設け、自身の起業を明確にイメージできるような組み立てとした。また、毎回のセミナーの終わりにプチ交流会を開催し、創業者コミュニティ形成の機運を醸成した。</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>大阪府 商業・サービス産業課新事業創造グループと連携。実施内容等についてご相談、府の施策やビジネスプランコンテストの情報提供等、広報・情報提供を中心に協力いただいた。</td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td>豊中商工会議所の広報誌に案内チラシの同封、窓口にも設置し、事前の周知に協力いただいた。実績：豊中商工会議所2件</td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>箕面市役所および関係部署の窓口チラシを設置していただいたほか、箕面市主催のシニア層向けイベントにて事前の周知にご協力いただいた。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>カルテ化7件。創業に向けて具体的に取り組みたいという創業塾、プレセミナー参加者を対象に個別支援を実施した。</td> </tr> </table>								①府施策連携	大阪府 商業・サービス産業課新事業創造グループと連携。実施内容等についてご相談、府の施策やビジネスプランコンテストの情報提供等、広報・情報提供を中心に協力いただいた。	②広域連携	豊中商工会議所の広報誌に案内チラシの同封、窓口にも設置し、事前の周知に協力いただいた。実績：豊中商工会議所2件	③市町村連携	箕面市役所および関係部署の窓口チラシを設置していただいたほか、箕面市主催のシニア層向けイベントにて事前の周知にご協力いただいた。	④相談相乗
①府施策連携	大阪府 商業・サービス産業課新事業創造グループと連携。実施内容等についてご相談、府の施策やビジネスプランコンテストの情報提供等、広報・情報提供を中心に協力いただいた。															
②広域連携	豊中商工会議所の広報誌に案内チラシの同封、窓口にも設置し、事前の周知に協力いただいた。実績：豊中商工会議所2件															
③市町村連携	箕面市役所および関係部署の窓口チラシを設置していただいたほか、箕面市主催のシニア層向けイベントにて事前の周知にご協力いただいた。															
④相談相乗	カルテ化7件。創業に向けて具体的に取り組みたいという創業塾、プレセミナー参加者を対象に個別支援を実施した。															
計画に対する実績（数値）	支援企業数(計画)	30	支援企業数(実績)	25	支援実績率	83.3%	満足度	85.2								

事業の実績／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)	「シニア創業塾」プレセミナー参加事業者数 目標30社に対し参加事業者数25社を個票化。今回は箕面の地域情報誌に2度告知をおこなった。また、シルバー人材センターの会報誌アクティブシニア層に情報を届けるなど行うことで、25名の参加につながった。申込時においては「起業において何をすればよいかわからない」という参加者が多くおられたので、まずは起業に対する興味を伸ばすため、また次回の「起業塾」につなげるため、具体的な内容や方法については少なめにし、起業で得られるメリットや実際にシニア期に創業された方の体験談を紹介することにした。それにより、参加者が創業している自分をイメージしやすくなったのではないかと考える。結果として、その場での申込みを多く頂くことができた。						
		指標	スタートアップ塾参加者					
		数値目標	20	実績数値	12	目標達成度	60.0%	
	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)	19	支援実績率	76.0%	満足度
事業の実績／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)	「シニア創業塾」創業塾参加事業者数 目標25社に対し、19社の申し込みを受けた。ビジネスモデルキャンパスを使い、参加者はそれぞれ4回の講座の中で事業を具体化させていった。また、毎回行った講師を交えたプチ交流会も好評で、会議所職員との交流も図れ、その後の経営相談につながる動きができた。また、プチ交流会を行っていく中で、去年の起業かコミュニティとのつながりを持たせるようにした。定期的に状況を報告しあっている現状がある。また、今年はライン公式アカウントを用いて、受講者に情報を流していくようにすることとした。申込者全員の登録を受けることができ、現状起業ステージが浅い方々についても今後情報提供を続けることによって、起業を実現することを達成させたい。						
		指標	ビジネスプラン構築者数					
		数値目標	20	実績数値	19	目標達成度	95.0%	
	成果の代表事例	E社(飲食業) ハム会社に長年勤めておられて、燻製の趣味が高じて、安くておいしいステーキ丼を提供できる飲食店を開業すべく、当事業所に参加された。創業塾に参加する前には、金融機関に提出する事業計画について考えられていた。当創業塾において作成したビジネスモデルキャンパスをもとにした事業計画により、資金調達へと進んでおられる。起業塾後も想定収入をもとにした事業計画のブラッシュアップを求めて、何度も来所されている。今後も起業支援を行っていく。						
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)	今年度は去年に引き続きシニア世代での起業を目指すための創業塾を行った。昨年の反省を生かして、情報誌での枠を小さくしての2回宣伝および、「シニア」という文字を消して開催したところ、プレセミナーにおいての参加者の、目標達成度が83.3%という結果になった。理想の形での情報宣伝ができたのではないかと考える。 今年度はあらたな取組みとして今後のフォローに使えるように、ライン公式アカウントを利用した。今回の起業塾短髪で終わらせることなく、今後も長く起業へのサポートを行っていけると考えている。 ただ、目標達成100%に至らなかったため、今後も情報宣伝強化に努めたいと考える。						

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		H 23 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)	<p>”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を実施。</p> <p>(株)シティライフNEWと連携し、来場者12万人を誇る人気イベント「ロハスフェスタ」と同日に50事業所規模の特設コーナー「地チカラブース」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。また、イベントへの出店に興味はあるが、出店費用の捻出が困難であったり、出店のノウハウがない事業所に”実験的出店”の機会を提供した。</p>						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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50事業所						
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<p>北摂地チカラフェスタ説明会・勉強会、交流会 日時：令和1年8月27日(火) 19:00～21:00 場所：茨木商工会議所 内容：出店事業者の紹介・出店事業者同士の交流会 株式会社シティライフNEW担当者による魅力的な店舗づくりについての勉強会 参加店舗数：41店舗 (うち交流会参加店舗数：33店舗)</p> <p>第9回北摂地チカラフェスタ 日時：令和1年11月1日(金)、2日(土)、3日(日) 9時30分～16時30分 場所：万博公園・東の広場 (ロハスフェスタ万博2019 AUTUMN 内特設ゾーン) 参加店舗数：57店舗 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</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		北摂地区の全商工会・全商工会議所が連携し、会報へのチラシ同封や事業所への巡回などで北摂全域から参加店舗を募集した。また各商工会議所の担当者による、企画会議(4/8、7/12)を実施し、出展時の事業所への周知事項など情報共有を図った。支援対象事業者内訳は豊能1件、能勢3件、島本1件、摂津3件、高槻6件、吹田10件、豊中10件、池田4件、茨木8件、箕面11件。						
③市町村連携								
④相談相乗	出店後、効果的な販路開拓につなげるための具体的な手法について個別にて相談対応を実施。他商工会・商工会議所分含めカルテ化19件。							
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)	57	支援実績率	114.0%	満足度	74.2
事業の実績/目標達成度 (支援企業をどう変化させることができたか)	目標の達成度	<p>地チカラフェスタ出店事業所数(実績上段) 計57店舗が出展。より多くの事業者に出展のチャンスを与える目的で出展回数は上限2回とし、飲食提供での出展は不可としているが、今年度は新規が20社で、出展企業数は過去2番目の出展者数となった。また、前々年度より最奥ブースを喫茶ブースとして集約しているが、今年はその手前に休憩スペースを設置することで、奥側の店舗にも来場者が滞留出来る仕組みを作り、一定の効果が見込めた。全体的には「イベントへ出展の際のイメージが形成できた」や「店舗の知名度が向上」といった出展効果があったが、「イベントへ出展の際のイメージが形成できた」の数が最多となったのは初めてであり、ただ出展して終わるだけでなく、その先を意識している企業が増えてきたと考えている。</p> <p>地チカラフェスタ来場者数(ブランド認知が可能な来場者数)(実績下段) 今年度の地チカラフェスタの開催は3日となった関係から、1店舗あたりの平均購入客数が164人、57店舗合計ではのべ9,348人となり、ブランド認知につながった。</p> <p>1店舗当たりの当日売上高 今年度も、初日が平日の金曜日であったため、集客に不安があった。結果として、予測通り半数程度の来場者数ではあったものの、商品を購入されるお客様が多かったと事業者より聞き取っている。また、開催期間中の天候が非常に良かったことも影響し、3日目は17,000人を超える来場者数となった。今後も、現状のクオリティを落とさず、更なる売上高の向上を目指していきたいと考えている。</p>						

反		指標	地チカラフェスタ来場者数			
		数値目標	12,500人	実績数値	9,348人	目標達成度 74.8%
		指標	1店舗当たりの当日売上高（開催期間の合計）			
		数値目標	100,000円	実績数値	93,846円	目標達成度 93.8%
	成果の代表事例	<p>F社（小売業） 高槻市内にある「い草製文具・雑貨の製造販売」を営む企業である。元々は卸売業を中心に事業を行ってきた企業の為、今回は商品のPR、BtoCでの出展経験を積むことを目的として、出展された。初の出展ではあるが、出展途中で修正・工夫を重ね、その効果もあり、売上は出展企業の中でも上位の結果を出した。 また、今後のイベント出展へのヒントや経験を得た事や消費者のニーズを収集出来た事は当該企業にとって非常に大きなものとなった。</p>				
	その他目標値の実績	目標値（計画）	20店	目標値（実績）	33店	目標達成度 165.0%
		<p>効果的な出展のための勉強会とコラボレーション企画促進のための交流会への参加事業所数。 説明会への参加店舗57店のうち、41店が勉強会に参加し、うち33店が交流会にも参加した。出展事業のサポート経験が豊富な、経営指導員や株式会社シティライフNEW担当者による勉強会では、写真等を用い具体的な手法、事例紹介等をおこない、効果的な販促方法についてのアドバイスを実施した。</p>				
	その他目標値の実績	目標値（計画）	30,000人	目標値（実績）	33,070人	目標達成度 110.2%
		<p>来場者数目標 今年度も3日の開催で、天候にも恵まれたが、初日と土曜日が、昨年度より来場者が減少した。しかし日曜に多くの来場者が訪れ、目標を超える来場者数となった。来場者は30～40代の家族連れが多く、穏やかな天候のなか一日かけて会場を回遊し、買い物を楽しんでいた。</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>今年度も、ロハスフェスタ自体が2週にわたって開催をしており、地チカラフェスタは前半の3日間に開催を実施した。当日は天候にも恵まれ、昨年度と同様に最初の週ということもあって、これまで以上の来場者を予測し期待していたが、日程によるバラつきが多く見られ、昨年度と比べ来場者数は減少した。しかし今後の他のイベントも含めた「出展」について考える事が出来たのか、昨年度よりも事業者の満足度は高い結果となった。特にPR方法について、勉強会や各地区担当者の積極的な支援の効果により、当日、販促物を持っていくことはもちろん、店舗のレイアウトの工夫も多々見受けられ、今後の店舗誘導に繋がる期待が持てる結果となった。昨年度と同様、ロハスフェスタ出展企業以上の存在感を出し、ロハスフェスタ出展企業が参考にするような店舗作りを目指していきたいと考える。また、出店者募集の際にも、地チカラフェスタの目的である「販路開拓」や「出店経験」といった趣旨の理解を促すとともに、今後の店舗への誘導を促すようなアドバイスができるよう支援力を強化していく。</p>				