

# 令和2年度（2020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3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）		316(51.8%)（令和3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><b>(1) 事業の目標</b></p> <p>令和2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、駅前で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。現在実施している「離宮の水」商業活用により新たに1品目の名産品が誕生し、継続してブランディングロゴを活用していただける事業者をさらに募集、協議会にて決定し物産品を本格的に売り出し、消費を促す事で活性化を目指す。またにぎわい地域活性化交流会で構築している『しまものにぎわいネット』と連携する事で、町内外へ情報発信を行いボランティアガイドと連携し、フルに活用し、飲食店及び小売店等での観光客の消費を促し、商業活性化を図った。</p>
<p><b>(2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点</b></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><b>(3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況</b></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。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店づくり、商店街での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。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1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。</p>
<p><b>(4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題</b></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、一定の効果があつたが、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、消費税増税・軽減税率施行によ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2年度は新型コロナウイルス感染症の影響で各種事業にて開催中止や変更を余儀なくされたことから、今後は新生活様式に対応した事業・取組および事業所の支援が必要になると考える。</p>
<p><b>(5) 次年度の取り組み</b></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。その打開策として地域の商店・商店街を知るきっかけとなる『100円商店街』の開催、『創業セミナー』により新たな事業者の掘り起こし、育成、空き店舗を利用したCB起業家等による『手づくり市』開催等により集客力を高めていく。</p> <p>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。高齢化や人手不足から対応が難しい事業所もあるが、まずは積極的に活動事業所から、新生活様式に対応するべくスマート化・バイローカル化等の取組について事業連携を行い、事例実態を知っていくことで多くの事業所が取り組みできる・自社なりにできる活動の紹介を行っていく。</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銀行機関、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：当該事業所は代表者と息子の親子で事業をおこなっているが、事業主の高齢に伴い新たな従業員雇用に向けた労務・保険の手続き並びに年末に息子への事業承継の実施をおこない達成した事例となります。</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	98	108	110.2%	5	
支援機関等へのつなぎ	支援数	12	13	108.3%	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	10	11	110.0%	5	
マル経融資等の返済条件緩和支援	事業所	1	0	0.0%	0	
資金繰り計画作成支援	事業所	3	0	0.0%	0	
記帳支援	事業所	10	2	20.0%	1	
労務支援	支援数	10	16	160.0%	5	
人材育成計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	0	
マーケティング力向上支援	事業所	3	0	0.0%	0	
販路開拓支援	支援数	40	40	100.0%	5	
事業計画作成支援	支援数	5	10	200.0%	5	
創業支援	事業所	4	0	0.0%	0	
事業継続計画（BCP）作成支援	事業所	6	1	16.7%	1	
コスト削減計画作成支援	事業所	12	11	91.7%	4	
財務分析支援	事業所	55	47	85.5%	3	
5S支援	事業所	1	0	0.0%	0	
IT化支援	事業所	2	3	150.0%	5	
債権保全計画作成支援	事業所	1	0	0.0%	0	
事業承継支援	事業所	3	3	100.0%	5	
災害時対応支援	事業所	0	0	0.0%	0	
フォローアップ支援	事業所	10	10	100.0%	5	
結果報告	事業所	98	108	110.2%	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
金融窓口相談支援	継続	相談件数	13	11	84.6%	4
税務相談支援	継続	相談件数	7	7	100.0%	4
法務、労務、経営支援	継続	相談件数	15	13	86.7%	4

Ⅲ 地域活性化事業										
支援のポイント・成果										
<p>令和2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・聴き取り結果も約80%以上の方が次回開催を希望し、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ました。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。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1品目が誕生し販売等に向けた取組を進め、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を進める事ができた。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きき、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、1名が新規創業、1名が創業に向けた取組を行うことができた。</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	利用者満足度(点)	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%	86	開催当日の来店客が増加した参加店舗数	70%	76%	108.6%	5
	しまもと・にぎわい地域活性化事業	30	23	76.7%	87.8	事業参加による意識の向上	80%	90%	112.5%	4
○	地域産業資源『名水百選：離宮の水』商業活用事業	24	21	87.5%	94	販路拡大への意欲が向上した事業所	70%	88%	125.3%	5
○	創業セミナー	26	23	88.5%	81.5	創業意識が向上した割合	70%	72%	102.9%	5

(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	利用者満足度(点)	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	120	105	87.5%	86.2	創業へ意欲を示した出店者数	21	16	76.2%	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	<p>12月5日(土)午前10時から午後3時頃まで4商店街39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約50%以上増加し、累計1万人以上の方が来場した。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。</p> <p>3月17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、現在のコロナ禍での各店舗の取組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。</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></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td>イベント案内全戸配布により事業PRしてもらった。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>参加事業者のPR販促活動の支援(カルテ化6件)</td> </tr> </table>								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してもらった。	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)								
	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してもらった。																								
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)																								
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%	満足度	86.0																	
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>12月5日(土)午前10時から午後3時頃まで4商店街39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約50%以上増加し、累計1万人以上の方が来場した。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。</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="7">開催当日の来店客が増加した参加店舗数</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>70%</td> <td>実績数値</td> <td>76.0%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">108.6%</td> </tr> </table>								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	76.0%	目標達成度	108.6%		
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	76.0%	目標達成度	108.6%																				
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、百円商店街開催後よりピーターとして来店している。また、パン製造販売店や鶏肉販売店、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)	10	目標値(実績)	8	目標達成度	80.0%																			
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)	<p>今年は新型コロナウイルス感染症の影響により、ほとんどの対面型事業の開催が危ぶまれ、各小売・サービス店舗でも利用や消費控えにより売上確保が難しいなど大きな課題になった。当イベントは例年の催事のなかで唯一大きくできたイベントであるが、やはり参加店舗や消費者の中には感染拡大や自身の健康を懸念して参加ができないところもあったため、今後状況に応じては非対面接触での参加方式も検討に入れる必要があると考える。</p>																							

令和2年度（2020年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

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		2014 年度～ 2020 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	<b>【人材交流】</b> 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。 2. 現状の地域活性化事業活動を地域住民と商業者が主体となり、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令和3年3月29日開催し、16名が参加した。							
		<b>【販路開拓】</b> ①町内イベントに8事業所が出展参加した。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、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）							
		<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	交流会のにぎわい創造課担当者が参加している。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った。								
④相談相乗	販路開拓につながる相談支援2件実施								
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)	30.0	総支援企業数(実績)	23.0	支援実績率	76.7%	満足度	87.8
	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)	新型コロナウイルス感染症の影響で交流会および販路拡大行事の開催日数は減少してしまったが、交流会で現在のコロナ禍で行われた事業を紹介することで新生活様式にも対応したイベントの実施に向けた知識を蓄え、今後の事業に向けて現地及びWEBを活用したハイブリッド型や非対面方式並びにニーズに合わせた現地での各種対応をしたうえでの開催について等情報交換を行い、それぞれ事業所の開催に向けた意欲向上を図ることができた。							
		代表指標	事業参加による意識の向上						
		数値目標	80%	実績数値	90%	目標達成度	112.5%		
	成果の代表事例	現在のコロナ禍で行われた事業の内容、手法を紹介したことで商店街でやる気を持って動いている方がより前向きに新生活様式に対応した形での行事実施に向けて活動していくようになった。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
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)	新型コロナウイルス感染症の影響で、感染防止拡大のため交流会の開催回数が当初予定の3回から1回となり、町内イベントの紹介等も例年行われるものが中止となったため1回まで減少してしまった。令和3年度においてもいまだ決定的な新型コロナウイルス感染症対策が見つからないことから、新生活様式におけた事業開催や店舗PR方法の普及が求められる。但し、顧客ニーズとしてやはり直接店舗やイベントに赴かないと消費につながらないこともあるので、それぞれの状況に合わせた開催方式、実施内容の調整を検討していく。							

【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)	20.0	支援企業数(実績)	15.0	支援実績率	75.0%	満足度	92.0
	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)	コロナ禍における新生活様式に対応した事業所での販売やイベント開催に向けて意欲がわいた							
		指標	事業参加による意識の向上						
	数値目標	80%	実績数値	90%	目標達成度	112.5%			
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)	10.0	支援企業数(実績)	8.0	支援実績率	80.0%	満足度	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)	地域のイベントに参加することで普段と異なる客層へPRすることができ、自店及び商品の認知度向上につながった。							
		指標	出展により自社商品PRができた事業所件数						
	数値目標	80%	実績数値	100%	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				

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		2016 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>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	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							
	実施時期・具体的な内容及び事業手法	<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。 9月1日～9月30日 離宮の水ブランド認証商品申請期間 10月13日 離宮の水ブランド認証商品審査会開催 新たに1商品を認証した。</p> <p>①【人材交流型】 「離宮の水ブランド事業セミナー&amp;交流会」の開催 日時11月10日（火）10～12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、今後新たに商品開発を考えている事業者などが集まって、「ブランドPRのしかたについて」をテーマに意見交換等を行った。 交流会の中で「離宮の水」「地域産業資源活用」についての勉強会を行い、ブランドそのものの価値である「離宮の水」について、新商品開発の糸口をつかむためや販売促進のために事業者自らが語れるよう歴史背景を学ぶとともに他地域の地域産業資源活用した事例を学んだ。 (9社)</p> <p>②【ハンズオン型】 離宮の水ブランド認証を目指す事業者に対して、事前相談から、商品開発、認証後のフォローなどを総合的に行った。(1社)</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5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>&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>府施策連携商7番 地域産業資源を活用した事業 大阪府経営支援課と連携して行った</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>④相談相乗</td> <td>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	府施策連携商7番 地域産業資源を活用した事業 大阪府経営支援課と連携して行った	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	府施策連携商7番 地域産業資源を活用した事業 大阪府経営支援課と連携して行った								
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)	24.0	総支援企業数(実績)	21.0	支援実績率	87.5%	満足度	94.0	
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>【販路拡大】 町内の集客力の高い「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。</p> <p>【ハンズオン】 当初2社を目標にしていたが、コロナ禍の影響を受け、1社が休業のため申請取りやめ。結果、認証されたのは1社であった。その1社に関しては、離宮の水ブランド認証事業者となることで、チラシや広報誌等でとりあげられ、町内での認知度向上につながり、新規顧客の開拓につながった。</p> <p>【交流会】 事業者同士の意見交換ができる機会を作ったことで、事業者のアイデアを事業に反映させることができ、その結果、事業者自身が主体的に事業に取り組むきっかけとなり、事業者の販路拡大への意欲向上へつながった。</p>								
		代表指標	販路拡大への意欲が向上した事業者							
		数値目標	70%	実績数値	88%	目標達成度	125.3%			
	成果の代表事例	イベント出店時にバイヤーの目に留まり、名神吹田サービスエリアの売店に、離宮の水ブランドの商品の委託販売契約を獲得した事業者があった。サービスエリアでは島本町の特産品として離宮の水ブランドののぼりを掲げるなど、PRになっている。								
その他目標値の実績	目標値（計画）		目標値（実績）		目標達成度					
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>今年度はコロナ禍の影響により、予定していた出店イベントの3/4が中止となるなど、計画変更があった。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が課題である。</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	支援企業数(実績)	9	支援実績率	81.8%	満足度	95.0	
	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)	事業者同士の意見交換ができる機会を作ったことで、事業者のアイデアを事業に反映させることができ、その結果、事業者自身が主体的に事業に取り組むきっかけとなり、事業者の販路拡大への意欲向上へつながった。								
		指標	地域産業資源や国の三法について理解を深めた事業者							
	数値目標	70%	実績数値	77%	目標達成度	110.0%				
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)	2	支援企業数(実績)	1	支援実績率	50.0%	満足度	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)	当初2社を目標にしていたが、コロナ禍の影響を受け、1社が休業のため申請取りやめ。結果、認証されたのは1社であった。その1社に関しては、離宮の水ブランド認証事業者となることで、チラシや広報誌等でとりあげられ、町内での認知度向上につながり、新規顧客の開拓につながった。								
		指標	離宮の水ブランド認証につながった事業者							
	数値目標	2	実績数値	1	目標達成度	50.0%				
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③	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)	11	支援実績率	100.0%	満足度	92.7	
	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)	事業者同士の意見交換ができる機会を作ったことで、事業者のアイデアを事業に反映させることができ、その結果、事業者自身が主体的に事業に取り組むきっかけとなり、事業者の販路拡大への意欲向上へつながった。								
		指標	販路拡大への意欲が向上した事業者							
	数値目標	70%	実績数値	88%	目標達成度	125.3%				
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度					

令和2年度（2020年度）小規模事業経営支援事業 地域活性化事業実績報告書

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 ※複数年度段階的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)	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。							
	又取り扱う対象 (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	人材交流 大阪府商工会連合会と連携して実施。 9月3日、11日、17日、24日に開催し、22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1件発行。受講時に作成した事業計画により創業をした方が1名、創業までは至っていないが希望する業種にかかる動きをはじめた方が1名と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、整体・整骨の事業志望で当初イメージから店舗型を想定していたが、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)	23.0	支援実績率	88.5%	満足度	81.5
	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	72%	目標達成度	102.9%		
	成果の代表事例	整体・整骨での店舗型創業を考えられていた方が、創業セミナー・個別支援を受け、事業計画書作成及びブラッシュアップに取り組んだ結果、当初の考えから方向性を修正し、訪問を中心とした形での創業をされた。漠然とした想いから創業を目指して着実に1歩踏み出して創業した事例である。							
その他目標値の実績	目標値(計画)		目標値(実績)		目標達成度				
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。しかし現在のコロナ禍では会場に集合しての開催が難しくなる場合もあるため、WEBを活用した形での開催も念頭に入れていく。但し、やはり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)	22.0	支援実績率	88.0%	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)	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	72%	目標達成度	102.9%		
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)	1.0	支援企業数(実績)	1.0	支援実績率	100.0%	満足度	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		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)	<p>島本町、茨木市、摂津市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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>							
	支援する対象 (業種・事業所数等)	島本町、茨木市、摂津市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>(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                  「しまもと手づくりコミュニティ市」(出店50件)                  日程：令和2年12月5日(土) 10時～15時                  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。                  ・弊会主催の百円商店街と同日開催することで町内商業の活性化と集客につなげる。</p> <p>「いばらきてづくり市in元茨木川緑地」(出店30件)                  日程：令和2年9月19日(土) 10時～16時                  場所：元茨木川緑地内                  内容：創業希望者や、創作意欲に富む作家が出展</p> <p>(人材交流型)                  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。                  ①「web活用(SNS等)入門セミナー」                  日程：令和2年9月25日(金) 14時～17時                  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：各種SNSの特徴を知り、自社にあったSNSの使い分けと情報発信を学ぶ</p> <p>②「これで伝わる!『商品コンセプト』を磨こう」                  日程：令和2年8月24日(月) 14時～16時                  場所：島本町商工会館 三島郡島本町百山4-1                  内容：自社の商品・サービスについて見直し、顧客に「きちんと伝わるコンセプト」を作成、ブランディングの一助とする</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>それぞれの地域で活動する手づくり作家を各市町で行うイベントに相互出店させ、交流会を行うことで交流の促進と販路の拡大ができた。</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。島本町にぎわい創造課と連携し町有地の史跡公園を使用。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td>出店者の開業へとつながり、創業相談及び融資相談へつなげた</td> </tr> </table>	①府施策連携		②広域連携	それぞれの地域で活動する手づくり作家を各市町で行うイベントに相互出店させ、交流会を行うことで交流の促進と販路の拡大ができた。	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。島本町にぎわい創造課と連携し町有地の史跡公園を使用。	④相談相乗
①府施策連携									
②広域連携	それぞれの地域で活動する手づくり作家を各市町で行うイベントに相互出店させ、交流会を行うことで交流の促進と販路の拡大ができた。								
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。島本町にぎわい創造課と連携し町有地の史跡公園を使用。								
④相談相乗	出店者の開業へとつながり、創業相談及び融資相談へつなげた								

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)	120.0	総支援企業 数(実績)	105.0	支援 実績率	87.5%	満足度	86.2	
	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)	【販路支援】 コロナ禍によりイベントが軒並み中止となる中で、手づくり作家の売上確保及び顧客への販売 および交流の機会ができた チラシにSNS等のQRコードを掲載することで、ネット販売への客の誘導ができた 【人材交流】 ①幅広くSNSについて知り、ビジネスに活用できるようになった 情報発信・PR力の強化と、低コストでの情報発信が可能になった ②自身では気づけない強みを見つけ、似た商品や業者との違いを明確化・言語化することがで きた。それによりブランディングの方向性が自覚できた。								
		代表指標	創業へ意欲を示した出店者数							
	数値目標	21	実績数値	16	目標達成度	76.2%				
成果の代表事例	手作り市の継続出店していた中から令和2年度創業、公庫の融資を受け3年度中に実店舗開業予 定1名（飲食店） しまもと手づくりコミュニティ市の出店者を中心に定期的な交流会が開始。地域の活性化と各 自の販路開拓のための新たな事業が計画されている。									
その他目標値の実 績	目標値 (計画)	1,500	目標値 (実績)	1400	目標達成度	93.3%				
	手づくりコミュニティ市への来客数およそ1400人 ※しまもと手づくりコミュニティ市アンケート結果より売上を商品単価（1000円とする）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)	コロナ禍により、対面でのイベントやセミナーの実施や集客が非常に困難であった。オンライ ンでの受講対応や、オンライン上の販路の開拓を進めていく必要がある。 反面、コロナ禍だからこそその対面販売の需要の高まりも確かに存在するため、新しい生活様式 への対応、感染拡大防止を徹底してのイベント開催のノウハウを出店者や事業者と共有してい きたい。								

【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)	80.0	支援企業 数(実績)	66.0	支援 実績率	82.5%	満足度	81.1
	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)	【販路支援】 コロナ禍によりイベントが軒並み中止となる中で、手づくり作家の売上確保及び顧客への販売 および交流の機会ができた チラシにSNS等のQRコードを掲載することで、ネット販売への客の誘導ができた							
		指標	創業へ意欲を示した出店者数						
	数値目標	21	9	目標達成度	0.0%				
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)	25.0	支援企業 数(実績)	28.0	支援 実績率	112.0%	満足度	96.0
	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)	幅広くSNSについて知り、ビジネスに活用できるようになった 情報発信・PR力の強化と、低コストでの情報発信が可能になった							
		指標	情報発信力が強化された事業者						
	数値目標	70%	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 ③	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%	満足度	92.0
	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)	自身では気づけない強みを見つけ、似た商品や業者との違いを明確化・言語化することがで きた。それによりブランディングの方向性が自覚できた。							
		指標	ブランディングを理解できた事業者						
	数値目標	75%	80%	目標達成度	106.7%				
その他目標値の 実績	目標値 (計画)		目標値 (実績)		目標達成度				