

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 | 松原商工会議所 |
| | 代表者職・氏名 | 会頭 吉村盛善 |
| | 所在地 | 〒580-0043 松原市阿保1丁目2番30号 |
| | 担当者 | 職・氏名 中小企業相談所長 山科友嗣 |
| | 連絡先 | TEL（直通）： 072-331-0291 |
| | | Fax： 072-332-5720 |
| | | E-mail： m-cci@matsubara-cci.or.jp |
| ①設立年月日 | | 昭和47年7月1日 |
| ②職員数 （うち経営指導員数） | | 14名（経営指導員10名）（令和3年3月31日現在） |
| ③所管地域 | | 松原市 |
| ④管内事業所数 | | 4,607（平成28年度経済センサス） |
| ⑤管内小規模事業者数 | | 3,372（平成28年度経済センサス） |
| ⑥会員数（組織率） | | 1,650（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） | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 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. 商品の品質又は数量、商工業者の事業の内容その他商工業に係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斡旋を行うこと。 11. 商事取引に関する仲介又は斡旋を行うこと。 12. 商事取引の紛争に関する斡旋、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、観光事業の改善発展を図ること。 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必要な事業を行うこと。 | | |

| |
|---|
| (1) 事業の目標 |
| <p>本市管内で事業を営む事業者（4,607：平成28年経済センサス活動調査による）のうち、約73%を占めている小規模事業者（3,372事業所）と潜在的創業希望者を含めたものを支援対象事業所と想定し支援する。</p> <p>全体の方向性としては、「顧客視点に立った地域総合窓口の充実」「地域特性を活かした事業の展開」「時代変化に適応した施策の推進」「情報発信基地としての機能強化」「集っていただける、使っていただける商工会議所の確立」を指針としている。本指針を実行するためには、松原市・阪南大学および地域金融機関等の「産官学金労言」の枠組みで連携して対応する。具体的な内容については、以下の通りである。</p> <p>①商業……………情報発信支援による集客力の向上、販路開拓のサポートによる活性化 ②工業……………優れた技術力や製品を有する企業の発掘およびその販路開拓のサポート ③全体……………人手不足の解消、事業承継・創業の促進</p> <p>管内の小規模事業者は、依然として厳しい経営状況にあることは否めず、経営課題の発掘や対応が不十分で、長期安定した事業運営をすることが困難となっている小規模事業者を主な対象とする。上記の方向性を常に考慮し、管内小規模事業者の抱える経営課題の把握とその課題解決への経営指導により、活力ある経営活動へと導くことを本事業の目的とし、経営相談支援事業・専門相談支援事業・地域活性化事業を通して、窓口相談や巡回指導等、あらゆる機会を捉えて潜在的な経営上の問題点やニーズを掘り起し、小規模事業者の事業環境に合わせた適切かつ具体的な支援を実施することで事業者の経営基盤強化を図る。広域的な地域活性化については、南河内地域の商工会、関係団体・機関と連携を図り、ビジネスマッチング・物産展等販路開拓を中心に相乗効果を狙い事業を推進する。</p> |
| (2) 事業を実施した具体的な内容、方法及び工夫した点 |
| <p>経営相談支援事業では、DMや折込チラシで新型コロナウイルス感染症関連の情報発信を積極的に実施した。特別相談窓口を設置し経営指導員及び専門家による相談により、経営課題を発掘し改善・解決に向けて迅速に取り組むことができた。</p> <p>また、地域活性化事業では、情報発信支援による集客力の向上・販路開拓のサポートによる活性化を図るべく『商業活性化支援事業』を令和3年2月に実施した。実施回数は当初は年度内に2回実施する予定であったが、新型コロナウイルス感染症に伴う自粛要請等の影響があり実施は1回になってしまった。内容については各参加店にそれぞれ企業にあった販路拡大に沿うような割引案を出してもらい、それを集めてチラシとして新聞折込やスマートフォン等で周知した。工夫した点としては、各参加店には自粛要請が出されたとしてもそれに対応できるような内容（飲食店ではテイクアウトを盛り込む等）を検討して頂くよう案内をし、チラシ自体にもその旨を掲載した。結果として、実施回数が2回から1回になったにも関わらず82店の参加があり、事業者による当事業についての強いニーズが伺える。</p> |
| (3) 事業を実施した効果、所管地域の活性化の状況 |
| <p>経営相談支援事業では、管内小規模事業者が抱える潜在的な経営課題を当所から積極的に掘り起こし、事業所への訪問等によるヒアリングを基に現場を見ながら経営実態を把握しつつ、相談内容に応じた。適切な指導をすることで、経営上の疑問点や課題解決に向けた支援を行うことができた。相談件数は、当初目標数値210件に対して、実績375件の相談に応じることが出来た。</p> <p>専門相談支援事業では、金融・税務の定期相談に加えて、法律・労務などを中心としたと特急相談を実施し、課題を抱える事業所への支援を行なった。</p> <p>地域活性化事業では、松原市管内の小規模事業者の発展に寄与することを目的に単独事業から広域事業まで、効果的かつ効率的に事業を実施した。『商業活性化支援事業』では、新型コロナウイルス感染症の緊急事態宣言中の開催となったが、小売業を中心に販売促進に繋がったとの声も聞かれるなど販路拡大の効果が得られた。</p> <p>以上、地域産業の活性化に資する様々な事業を推進し、地域経済団体の役割を果たした。</p> |
| (4) 事業を実施した結果浮かび上がった課題 |
| <p>各事業を継続するうえで、マンネリ化がその事業を陳腐化させる。効果的な支援をするために、時代の流れと変化の中で他の団体との連携を強め、事業の魅力を高めることが必要と思われる。顕著な成果がなければ同事業を継続するかが今後の課題と考える。</p> <p>また、WEBを活用したセミナー開催などのノウハウ、事業所に対する周知方法や視聴方法の案内の徹底が今後の課題と考える。</p> |
| (5) 次年度の取り組み |
| <p>こうした取り組みが、市内の小規模事業者へのさまざまな情報を発信する基地局としての役割を果たす。更に、事業者が抱える課題を把握して解決に向けての支援を行うことで地域商工業の活性化に繋げる。</p> <p>様々な課題については地道な活動による支援を継続して行うことが必要である。府・市・各種関係機関との連携を図り小規模施策事業を展開する中で、管内の中小企業の持続的発展を目指す。</p> |

3. 経営相談支援事業・専門相談支援事業 松原商工会議所

| I 経営相談支援事業 | | | | | | |
|---|-------|------|------|--------|--------|------|
| 支援のポイント・成果 | | | | | | |
| <p>経営指導員を中心に管内事業所への相談支援を行う際、「顧客視点に立った地域総合窓口・情報発信基地としての機能強化・地域特性の活性化に向けた取組み」を心掛けた。その結果、事業者からのヒアリングの中で相談案件を的確に抽出し、各支援メニューへとつなげることが出来た。また、さらに一歩踏み込んで事業主自身が気付いていない課題を引き出すことができるように努力した。実績数値で見る成果として特筆すべきは、事業所カルテ・サービス提案、支援機関等へのつなぎ、金融支援(紹介型)、事業計画策定支援が増えている。</p> <p>成果事例として以下の2つの例を挙げる。</p> <p>①同店は、飲食店を営んでいる。新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年の春先より来店数の減少による売上が低下した。手元資金が枯渇する恐れがあるため、資金を金融機関より借入したいとの相談を受ける。既に取引がある日本政策金融公庫の利用をすすめ、低金利で借入ができるマル経融資を活用し金利負担の軽減を考慮して借入金額・返済期間を設定した。また、店内環境を改善するために換気設備の導入を検討されたが投資効果が不透明であったため、投資効果の検証及び補助金の活用し導入するに至った。</p> <p>②同店は花屋を営んでおり、今までは葬祭花が軸であったが、後継者である息子に店舗運営を任せて、葬祭花以外にも力を入れている。核家族化の影響もあり、葬祭の売上も減少し、店舗に花の在庫を置く運営ではなく、配達をしやすいよう店舗の一部を駐車場に改修する為の資金をマル経融資で調達した。また、コロナ禍に対応するため、車に乗ったまま購入できる「ドライブスルー」方式での花の販売方法や電子決済方法についての事業計画を作成した。事業承継は、今後は息子が経営するために相談者から名義変更する必要があるものを洗い出し、事業承継に向けた計画を立てた段階である。</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 | 362 | 375 | 103.6% | 5 | |
| 支援機関等へのつなぎ | 支援数 | 27 | 35 | 129.6% | 5 | |
| 金融支援(紹介型) | 支援数 | 92 | 93 | 101.1% | 5 | |
| 金融支援(経営指導型) | 支援数 | 55 | 58 | 105.5% | 5 | |
| マル経融資等の返済条件緩和支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 | |
| 資金繰り計画作成支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 | |
| 記帳支援 | 事業所 | 15 | 29 | 193.3% | 5 | |
| 労務支援 | 支援数 | 50 | 49 | 98.0% | 5 | |
| 人材育成計画作成支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 | |
| マーケティング力向上支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 | |
| 販路開拓支援 | 支援数 | 60 | 59 | 98.3% | 5 | |
| 事業計画作成支援 | 支援数 | 103 | 98 | 95.1% | 4 | |
| 創業支援 | 事業所 | 1 | 2 | 200.0% | 5 | |
| 事業継続計画(BCP)作成支援 | 事業所 | 18 | 12 | 66.7% | 2 | |
| コスト削減計画作成支援 | 事業所 | 16 | 15 | 93.8% | 5 | |
| 財務分析支援 | 事業所 | 28 | 28 | 100.0% | 5 | |
| 5S支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 | |
| IT化支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 | |
| 債権保全計画作成支援 | 事業所 | 0 | 0 | | 0 | |
| 事業承継支援 | 事業所 | 20 | 12 | 60.0% | 2 | |
| 災害時対応支援 | 事業所 | 2 | 0 | 0.0% | 2 | |
| フォローアップ支援 | 事業所 | 60 | 0 | 0.0% | 1 | |
| 結果報告 | 事業所 | 362 | 371 | 102.5% | 5 | |
| II 専門相談支援事業 | | | | | | |
| 支援のポイント・成果 | | | | | | |
| <p>本事業では、小規模事業者が抱える具体的な課題解決に向けて、専門家と直接相談ができる窓口を設けた。事業者においては、専門的かつ急を要する課題解決への道が開ける効果がある。弁護士・税理士・社会保険労務士などの専門家や日本政策金融公庫の担当職員とも連携を図り、迅速な課題解決を図った。</p> <p>急を要する案件が多く「特急相談」として各専門家に支援を行う機会が多かった。中でも、就業規則の改定など働き方改革関係などの相談が多く、時代背景を反映した相談も見られた。</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 |
| 税務相談 | 継続 | 相談者数 | 24 | 84 | 350.0% | 5 |
| 金融相談 | 継続 | 相談者数 | 12 | 15 | 125.0% | 5 |
| 特急相談 | 継続 | 相談者数 | 18 | 36 | 200.0% | 5 |

| Ⅲ 地域活性化事業 | | | | | | | | | | |
|---|---------------|--------|----|-------|-----------|-------------------------|-----|-----|-------|------|
| 支援のポイント・成果 | | | | | | | | | | |
| <p>松原を含んだ南河内エリアが保有する商工業の提案力・組織力強化に対する支援を、新型コロナウイルス感染症への対応を踏まえながら事業展開を行った。</p> <p>今年度初めて実施した「商業活性化支援事業」では、新型コロナウイルス感染症による影響でダメージを受けた市内商業事業者の販売促進として、83店（82事業者）の参加店を集めたフリーペーパー「まつばらチケット」を作成し41,000部を新聞折込やWEB等で周知した。</p> <p>キャッシュレス化の推進事業では、ワークショップ型のセミナーを予定していたが新型コロナウイルスの影響により、集客を伴う対面型のセミナー及び体験会の開催が難しいため、WEBを活用したセミナーに変更して実施した。また、セミナー形式の変更と新型コロナウイルス感染症の感染状況を検討していく必要があったため、募集期間を長くとれなかったことから実施支援事業者数は9社となった。しかしながら参加した事業者の満足度は80%を超える結果となった。</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 | 100 | 82 | 82.0% | 70.4 | 集客に効果があった事業所 | 80% | 70% | 87.5% | 3 |
| ○ | キャッシュレス化の推進事業 | 20 | 9 | 45.0% | 80.6 | キャッシュレス決済の導入することを検討した割合 | 70% | 44% | 62.9% | 2 |
| (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 | |
| | | | | | | | | | | |

※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。

松原商工会議所

| | | | | | | | | | | |
|---------------|---------------------------------------|--|--|--|-------|-------|-------|-----|-------|--|
| 事業名 | | キャッシュレス化の推進事業 | | | | | | | | |
| 想定する実施期間 | | 2019 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) | <p>国の施策である「未来投資戦略2018」において、キャッシュレス決済比率を2025年に40%とする目標を掲げ、キャッシュレス普及に向けた取り組みを進めている。</p> <p>巡回活動において、管内事業所の飲食・小売店舗等でのキャッシュレス化への対応は遅れていると感じられ、消費税増税等に関わる国の施策による消費者意識の向上に対応する必要がある。</p> <p>小規模事業者がスマートフォンやタブレット端末によるクレジットカード決済等のキャッシュレス化に対応することで、消費者の利便性の向上による客層が広がるだけでなく、POSデータと連動した売上・顧客管理、外国人観光客への対応等により小規模事業者の発展に繋がる。</p> | | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | 管内の飲食店・小売店舗等を中心とした商店街（10商店会）を含む 小規模事業者（約2,400） | | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>新型コロナウイルスの影響により、集客を伴う対面型のセミナー及び体験会の開催が難しいため、WEBを活用したセミナーを実施する。体験や導入に前向きな事業所に対しては個別相談で対応する。</p> <p>新型コロナウイルスの影響により、調整期間が長くなり開催時期が当初の予定より遅延した。</p> <p>開始時期：2月 開催時間：1時間30分</p> <p>対象事業所数合計：20社 内容： ・マイナポイントについての説明 ・「大阪府内キャッシュレス化促進事業者」の2社と連携を図り、具体的な導入に向けた知識の補充を行い、導入の推進を図る。 ・JPQRの導入促進のための説明</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 | 商店街に対して訴求するため、商店街連合会に対する周知及び会員に参加を促した。 | | | | | | |
| | | ②広域連携 | | | | | | | | |
| | | ③市町村連携 | | | | | | | | |
| | | ④相談相乗 | セミナー開催後に個別の案件に対して支援する。 | | | | | | | |
| 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) | 20.0 | 総支援企業数(実績) | 9.0 | 支援実績率 | 45.0% | 満足度 | 80.6 | |
| | 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) | QRコード決済事業者2社とJOQR普及事務局と連携し、キャッシュレス化のメリットや各サービスについての説明会（新型コロナウイルスの影響により、集客を伴う対面型のセミナー及び体験会の開催が難しいため、WEBを活用したセミナー）を実施した。参加実績としては9事業者の参加となった。 | | | | | | | | |
| | | アンケートから、「満足」「やや満足」との声があるなど、満足に至った事業所が約8割を占める結果となった。 | | | | | | | | |
| | 代表指標 | | キャッシュレス決済の導入することを検討した割合 | | | | | | | |
| | 数値目標 | | 70% | 実績数値 | | 44.0% | 目標達成度 | | 62.9% | |
| 成果の代表事例 | | セミナー後、導入に至った。顧客が利用する機会が見られるため、顧客の囲い込みに繋がった。 | | | | | | | | |
| 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 | セミナー自体は参加者の満足度も高く、充実した内容であったが、WEBを活用したセミナーの周知が足りないため、参加者数が伸びなかった。今後、WEBセミナーの周知方法や視聴方法など慣れていない事業所に対する案内を積極的に行い、参加者数の増加に繋げる。 | | | | | | | | |

松原商工会議所

| 事業名 | | 商業活性化支援事業 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|--|---|------------|-------|-------|-------|-----|------|--|--------|--------------|--|--|--|--|--|--|-------|-----|------|-------|-------|-------|--|--|--------|------------------------|--|--|--|--|--|--|-------|-------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| 想定する実施期間 | | 2020 年度～ 2022 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>市内商業者店舗には販売促進や集客の方法に関する知識や資金不足により積極的な情報発信ができない事業所が多くみられる。情報発信不足がゆえに売上が継続して減少している事業所もみられる。</p> <p>市内商業の活性化のためには、販売促進や集客の方法について個々に販路拡大を行うのではなく、協力して行う方が効率が良く、効果が大きい。個々の店舗の情報を継続的に発信する手段を得ることが課題である。</p> <p>そのために、販路拡大のきっかけとなるようなフリーペーパーを用いて進める。これにより、市内商業全体の活性化とともに効果的に販売する方法を事業所が理解することを目指す。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 支援する対象 (業種・事業所数等) | BtoCの小規模事業者（小売業、飲食、サービス業など）2,666事業所を対象とする。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 実施時期・具体的な内容及び事業手法 | <p>令和3年2月にフリーペーパー「まつばらチケット」を発行した。募集には82事業者の応募があり、各店が独自の販路拡大に繋がる割引を考えた。それをまとめてフリーペーパー「まつばらチケット」を作成し、新聞折込、各店配布、市内の集客施設に配架した。</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 colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>②広域連携</td> <td colspan="7"></td> </tr> <tr> <td>③市町村連携</td> <td colspan="7">周知のため市の施設の一部に配架してもらった。</td> </tr> <tr> <td>④相談相乗</td> <td colspan="7">参加企業の事後フォローアップを行い、販路開拓支援に繋げる。</td> </tr> </table> | | | | | | | | ①府施策連携 | | | | | | | | ②広域連携 | | | | | | | | ③市町村連携 | 周知のため市の施設の一部に配架してもらった。 | | | | | | | ④相談相乗 | 参加企業の事後フォローアップを行い、販路開拓支援に繋げる。 | | | | | | |
| | ①府施策連携 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ②広域連携 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ③市町村連携 | 周知のため市の施設の一部に配架してもらった。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ④相談相乗 | 参加企業の事後フォローアップを行い、販路開拓支援に繋げる。 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 計画に対する実績（数値） | 総支援企業数(計画) | 100.0 | 総支援企業数(実績) | 82.0 | 支援実績率 | 82.0% | 満足度 | 69.5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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>各店が独自に考えた実施内容を集めたフリーペーパーを配布することで、各店の新規顧客の獲得や客単価の向上に繋がった。また、店内・店頭プロモーションの意識向上に繋げることで、顧客の定着化になる。</p> <table border="1"> <tr> <td>代表指標</td> <td colspan="7">集客に効果があった事業所</td> </tr> <tr> <td>数値目標</td> <td>80%</td> <td>実績数値</td> <td>70.0%</td> <td>目標達成度</td> <td colspan="3">87.5%</td> </tr> </table> | | | | | | | | 代表指標 | 集客に効果があった事業所 | | | | | | | 数値目標 | 80% | 実績数値 | 70.0% | 目標達成度 | 87.5% | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 代表指標 | 集客に効果があった事業所 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 数値目標 | 80% | 実績数値 | 70.0% | 目標達成度 | 87.5% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 成果の代表事例 | <p>新型コロナウイルス感染症の影響で売上が低迷していた事業者が、当事業に参加することにより売上が伸びた。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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>当初は年度内に2回実施する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の拡大防止を勘案したために実施時期が遅れてしまった。また、募集段階では感染者数が低かったため実施開始に及んだが、フリーペーパーの発行時期には感染者が急増して緊急事態宣言の期間内となってしまった。そのため、特に飲食業の満足度が低くなったが、小売業・サービス業等には効果的であった。</p> <p>次回以降の取組に関しては、今回の各店の実施内容に対する効果を踏まえて、次回の実施内容の参考とすることで、効果的な実施内容とする。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |