



第4回中小企業振興推進会議

令和6年2月9日（金）

午前10時00分～

産業文化会館

第4回中小企業振興推進会議

開催日時：2月9日（金）午前10時～ 場所：産業文化会館

1. 第3回推進会議の振り返り（5分程度）
2. 各団体の取組・成果等の報告（10分程度）
3. コロナ禍の動向について（市・商工会等）（15分程度）
4. 消費喚起・地域内経済循環促進施策の現状について（45分程度）
5. 条例趣旨の理解促進策について（5分程度）
6. 推進会議の定例会、臨時会の実施時期について（5分程度）
7. その他（5分程度）

全体で1時間30分程度

1. 第3回推進会議の振り返り

8月24日（木）15：00～@産業文化会館

1. 推進体制について確認・共有
2. 各団体の取組・課題を共有

【共通する課題】

後継者問題を含めた人不足、店舗や土地の不足（空き店舗問題）

ゼロゼロ融資返済の動向 など

3. 条例趣旨の理解促進

団体・業種単位で条例について理解を深め、自身のお店・団体・業種ができることを考えてもらう機会をつくっていく

3. コロナ禍の動向について（市・商工会等）

長岡京市 ● **長岡京市中小企業振興融資制度（通称：マル長）の状況**

商工会 ● **会員数推移**

● **新型コロナウイルス対策特別相談窓口の相談件数**

● **事業復活支援金及び飲食店等への協力金支援件数**

● **小規模事業者経営改善資金（通称：マル経）の状況**

● **各種補助金利用状況**

など

長岡京市中小企業振興融資制度（通称：マル長）

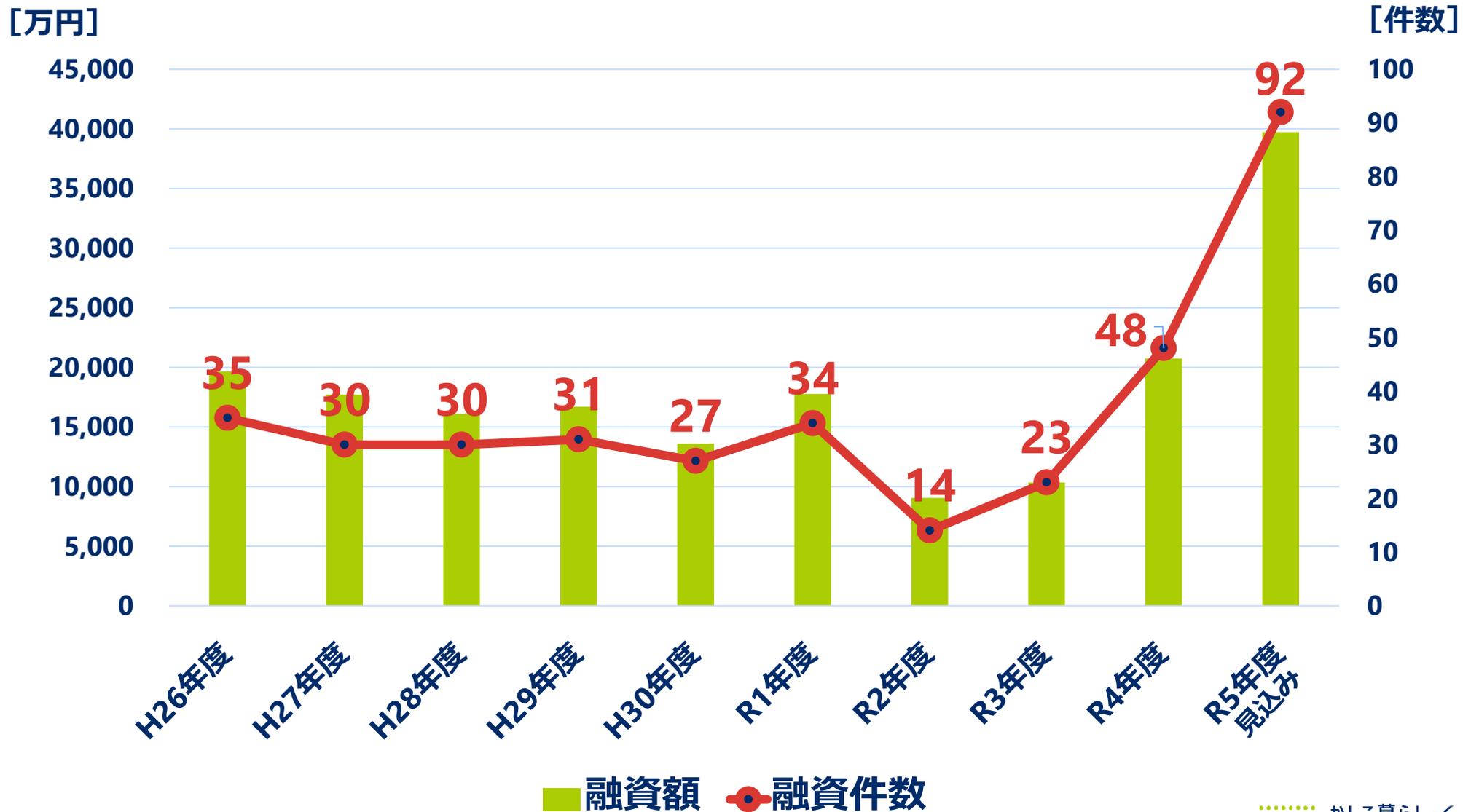
● 長岡京市中小企業振興融資制度（通称：マル長）とは

市内の中小企業に対し、銀行の一般的な金融商品よりも低利率で事業に必要な資金を融通する。担保を必要としない（無担保、保証協会による保証付き）ため、借り入れが比較的容易な制度融資。

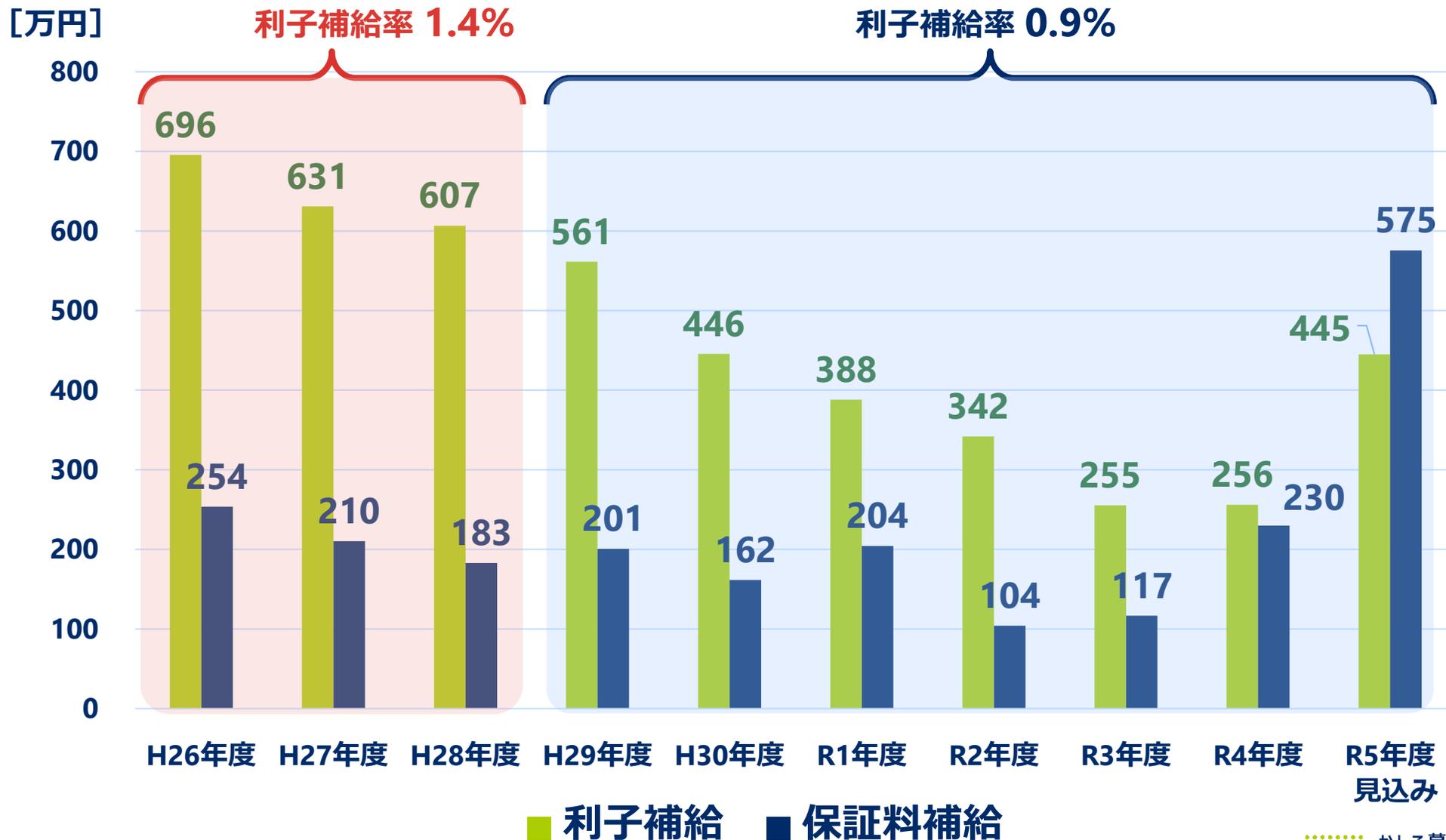
※ 1 企業当たり 1 融資

融資用途	運転資金、設備資金
融資額	800万円まで
融資期間	運転資金：貸付の日から5年以内 設備資金：貸付の日から7年以内 併用：貸付の日から5年以内
利率	年利1.2%（令和3年4月1日以降融資実行分から変更）
利子補給	事業者が金融機関に支払った利子を半年に一度、0.9%分補給 ※ 中小企業者の実質負担は0.3%
保証料補給	事業者が京都信用保証協会に支払った保証料の2分の1を補給
取扱金融機関	京都銀行、京都信用金庫、京都中央信用金庫
その他	融資を再度受けようとする場合は、前回融資金額の3分の2以上の返済を完了し、かつ、前回融資期間の3分の2以上の期間を経過していることが条件

融資件数と融資額の推移

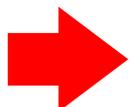


保証料補給と利子補給の実績

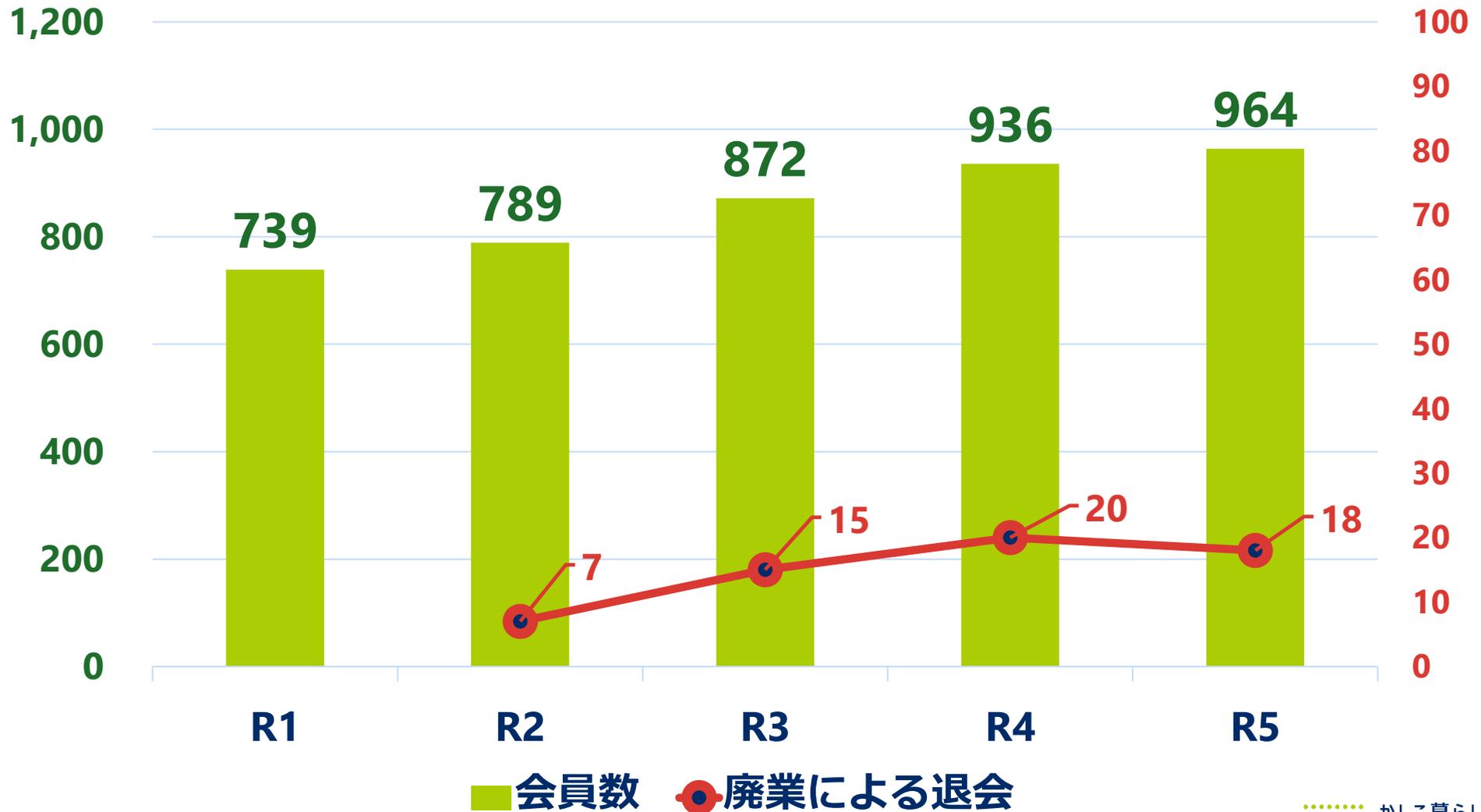


マル長制度内容の遷移

項目	H15.3.31	H15.4.1	H21.4.1	H22.4.1	H23.4.1	H24.4.1	H26.4.1	H29.4.1	R3.4.1
保証料補給	1 / 2	1 / 2	2 / 3	2 / 3	2 / 3	1 / 2	1 / 2	1 / 2	1 / 2
利率 (%)	2.8	2.8	2.8	2.8	2.0	2.0	1.9	1.4	1.2
利子補給	2.0	2.3	2.3	2.3	1.5	1.5	1.4	0.9	0.9
本人負担	0.8	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.3
改正理由		デフレ不況対策	リーマンショックに対する緊急経済対策（1年間）	緊急経済対策の延長（1年間）	緊急経済対策の延長（1年間）、市場金利や近隣市町村の状況を勘案した金利引下げ	緊急経済対策の終了	市場金利や近隣市町村の状況を勘案した金利引下げ	市場金利や近隣市町村の状況を勘案した金利引下げ	コロナ禍における経済情勢や終息後の景気回復まで時間を要すること等を勘案した金利引下げ

 **コロナ後の金利上昇局面における
制度融資のあり方を検討していく**

長岡京市商工会会員数推移



相談員：中小企業診断士 ※週3回実施

相談内容：経営一般、持続化給付金、持続化補助金等の申請支援の個別相談

年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
R2	—	56	129	120	54	26	27	22	30	29	26	37	556
R3	47	53	19	21	17	19	21	16	16	25	27	42	323
R4	27	36	25	21	23	32	19	21	22	20	25	18	289
R5	18	23	25	15	20	17							118

事業復活支援金及び飲食店等への協力金支援件数

※R3年度

名称	支援件数
事業復活支援金	87
飲食店等への協力金	218

小規模事業者経営改善資金（通称：マル経）

年度	件数	内、コロナ融資	運転資金	設備資金	融資金額
R1	20	2	10,290	2,235	12,525
R2	15	15	6,200	900	7,100
R3	13	10	4,850	600	5,450
R4	8	5	2,150	200	2,350
R5	15	8	7,750	0	7,750

補助事業利用状況

事業主体	補助事業名称		令和元年度			令和2年度			令和3年度			令和4年度			令和5年度（見込）		
			支援件数	採択件数	補助額	支援件数	採択件数	補助額	支援件数	採択件数	補助額	支援件数	採択件数	補助額	支援件数	採択件数	補助額
長岡京市	新型コロナウイルス対策事業継続支援補助金		－	－	－	416	416	39,746	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	長岡京市商工会中小企業等経営変革支援補助金		－	－	－	－	－	－	65	65	11,240	－	－	－	－	－	－
	長岡京市商工会 （長岡京市）	創業育成（パウチャー）補助事業	3	3	268	3	3	300	6	6	600	13	13	1,283	7	－	262
		販路促進（家賃）補助事業	3	3	930	1	1	300	2	2	500	3	3	580	6	－	638
京都府	中小企業知恵の経営ステップアップ事業		23	22	2,436	12	12	2,129	19	19	3,300	47	47	7,850	70	－	8,523
	中小企業知恵の経営ステップアップ事業（連合会枠）		4	4	400	4	4	800	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	消費税率引上げ対策支援事業		24	24	2,866	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	中小企業等復興支援事業費補助金		3	3	325	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	コロナ緊急支援補助金		－	－	－	119	118	20,710	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	中小企業経営改善緊急支援事業		－	－	－	－	－	－	16	16	3,000	－	－	－	－	－	－
	WITHコロナ・POSTコロナチャレンジ事業補助金		－	－	－	－	－	－	19	19	9,220	30	21	9,896	21	－	10,450
	起業支援事業費補助金		－	－	－	－	－	－	3	2	3,760	2	1	2,000	2	－	4,000
	中小企業緊急対応支援事業		－	－	－	－	－	－	－	－	－	1	1	9,499	－	－	－
	多様な働き方推進事業費補助金		－	－	－	－	－	－	－	－	－	2	1	500	－	－	－
	外食産業事業継続緊急支援事業（業態転換等支援）		－	－	－	－	－	－	－	－	－	1	1	10,000	－	－	－
	京もの食品需要拡大応援事業補助金		－	－	－	－	－	－	－	－	－	1	1	500	－	－	－
	京都プレミアム中食開発支援事業補助金		－	－	－	－	－	－	－	－	－	1	1	500	－	－	－
	エコノミックガーデニング支援強化事業		－	－	－	－	－	－	1	1	1,000	1	0	0	－	－	－
国	ものづくり・商業・サービス経営力向上支援補助金		2	1	10,000	2	1	3,278	2	2	15,000	2	1	7,500	3	－	10,885
	小規模事業者持続化事業		22	14	5,791	115	59	58,308	38	20	13,091	34	18	13,732	43	－	21,732
	労働生産性向上推進事業補助金		1	0	0	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	0
	事業再構築補助金		－	－	－	－	－	－	21	8	41,160	12	5	70,426	1	－	2,743
合 計			85	74	23,016	672	614	125,571	192	160	101,871	150	114	134,266	153	0	59,233

4. 消費喚起・地域内経済循環促進施策の現状について

- これまでの消費喚起・地域内経済循環促進施策

R4年度 市がLINEクーポンを実施

R5年度 市内の経済団体である商工会がガラシャPayを実施

事業所、市民にデジタル化が浸透しつつある

現在進行中



国の経済対策を活用し、商工会が再度ガラシャPayを実施中

第1回ガラシャPay 実施概要

① 発行総額 60,000千円（プレミアム20%）

② 商品券の概要

発行形態	デジタル商品券
販売額	10,000円/一口
プレミアム率	20%
券面額	12,000円/一口 (内訳 共通券6,000円、地域専用券6,000円)
購入上限額	5口(50,000円)
申込・購入方法	<ul style="list-style-type: none">・ 商工会ホームページから申込（応募多数の場合 抽選）・ 申込者に決済方法、専用アプリURLを通知・ クレジットカード又はコンビニで購入で、専用アプリ「ガラシャPay」をダウンロード
申込期間	令和5年 9月15日 ~ 令和5年10月10日
利用期間	令和5年11月 1日 ~ 令和5年12月20日

③ 登録店舗数

192店舗（商工会会員事業所）

（換金手数料 地域専用店 無料 1大型店 換金額5%）

第1回ガラシャPay 実績

- ① 購入申込者数 3,343人
- ② 総発行券面額 57,684千円
(2,316千円は、申込当選後未購入額)
- ③ 総換金額 57,569千円 (未使用券面額135千円)
- ④ 総事業費 61,870千円

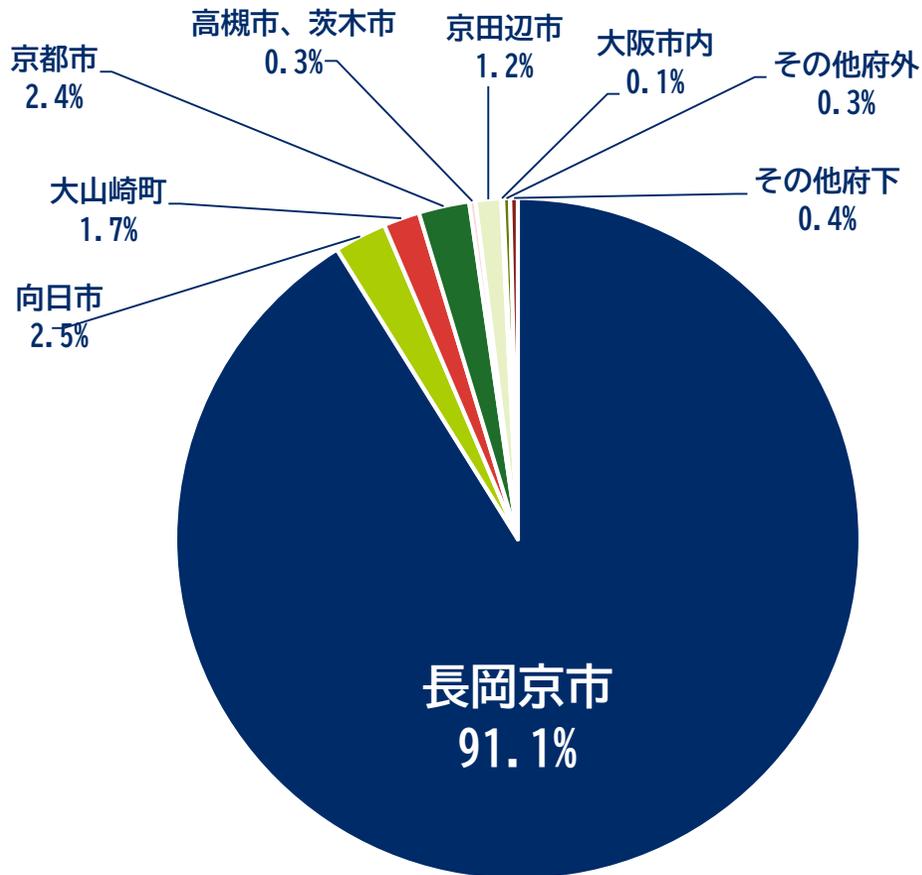
内訳

(千円)

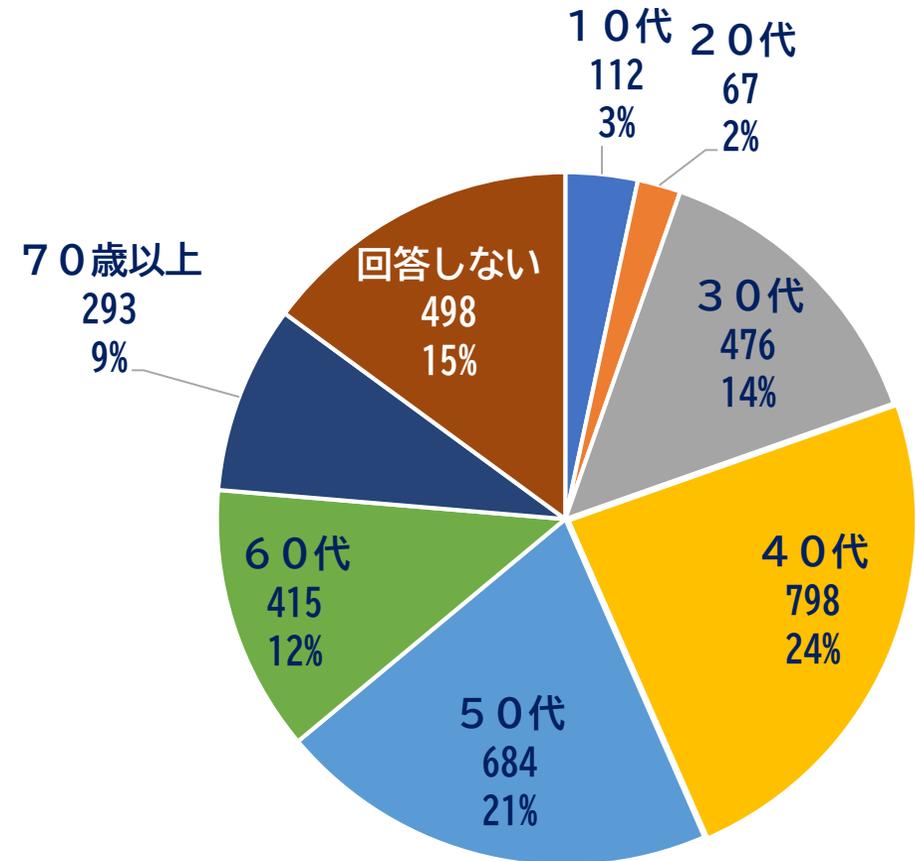
商品券換金額	57,569 (うちプレミアム額 9,495)
事務経費	4,301 [うちアプリ開発費等 2,000 収納代行手数料 1,843 その他 458]

第1回ガラシャPay 購入・利用状況

地区別購入者割合

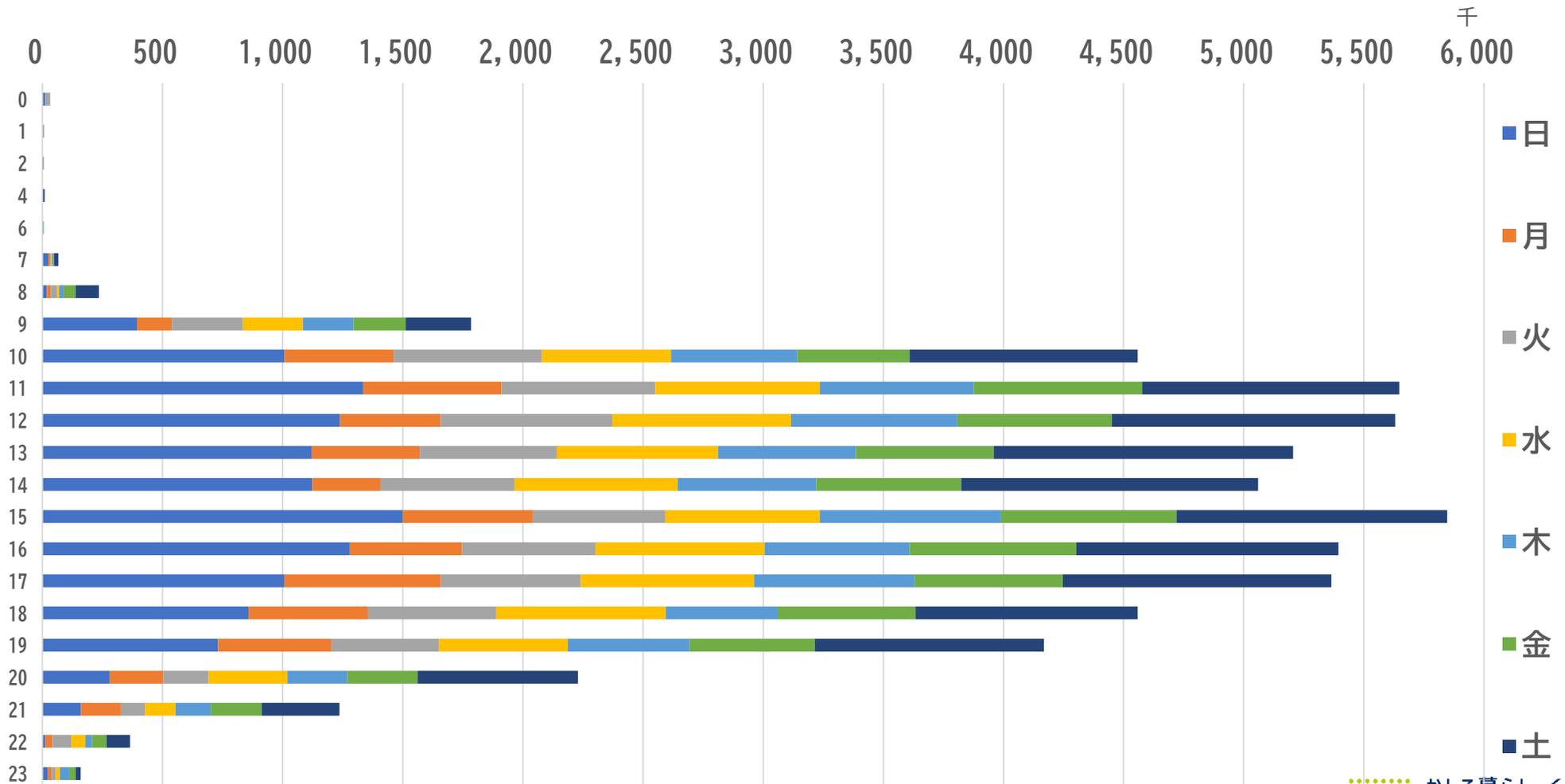


年代別購入者割合



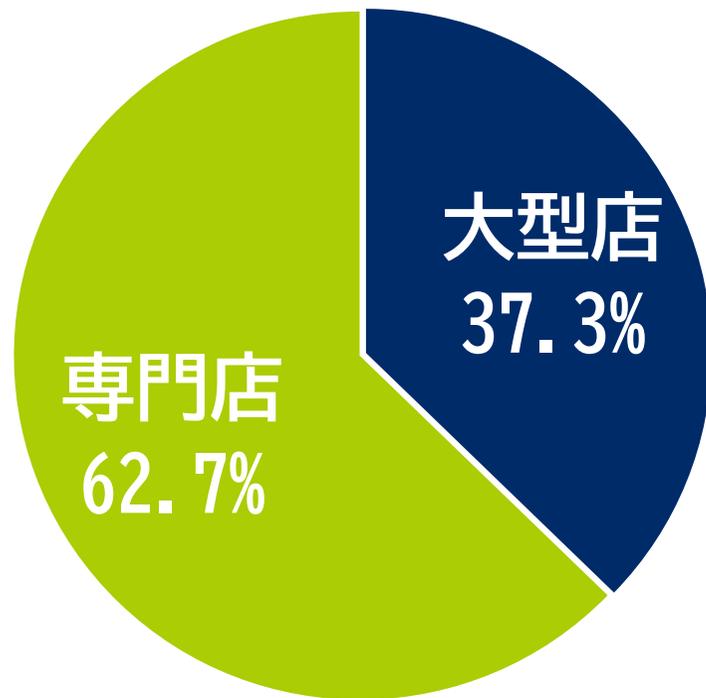
第1回ガラシャPay 購入・利用状況

曜日、時間帯別決済（利用）実績

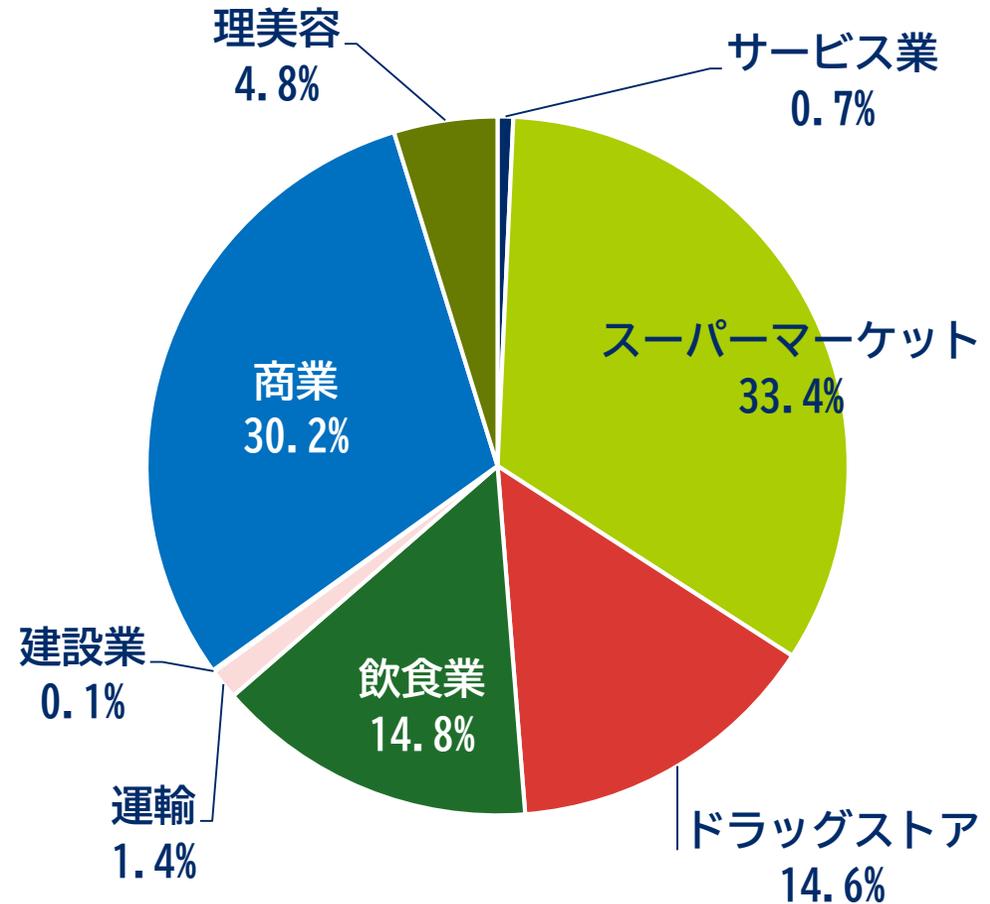


第1回ガラシヤPay 購入・利用状況

大型店、地域専用店換金比率



業種別換金実績



第1回ガラシャPay 効果・課題

<効果>

- ガラシャ祭に合わせた利用期間設定による消費喚起効果
- 前年度と比較した売上高
 - ✓ 多くのお店が概ね3～5%程度増
 - ✓ 10%以上増となったお店は少ない
 - ✓ 独自の販売促進を行うことで20%増となったお店もあり
- 地域専用店の利用率向上
- 電子化による換金手続きの合理化

<課題>

- システムによる購入から決済までの一貫した管理運営
- 申込から換金までの手続きの簡素化・操作性

第1回ガラシャPay 今後に向けて

- 従来の紙面での商品券に比べ、換金手続きが大幅に合理化された → 登録店舗における業務の効率化につながった
- 開発業者とも連携して利用者側の効率を精査していく
- 参加登録店の拡充と登録店独自の販売促進策の導入を促して、消費喚起と商工業等の売上拡大に結び付ける
- 業種により繁閑の時期、消費喚起・販売促進の手法が異なることが想定されることから、業種別の商品券発行を検討する余地がある

第2回ガラシャPay

長岡京市商工会

かしこ暮らしっく
長岡京



ガラシャ Pay

長岡京市商工会プレミアム付商品券(電子版)

ガラシャ商品券

プレミアム
20%
お得!!

販売額	券面額
1セット 10,000円	12,000円分

地元のお店(中小店舗)で使える
地域専用券 6,000円分
地元のお店(他大型店舗)でも使える
共通券 6,000円分

お一人様 長岡京市民 限定 50,000円まで申し込み可能

利用期間
令和6年2月10日 ▶ 令和6年4月30日

申込期間
令和6年1月15日 ▶ 令和6年1月31日



7:48

長岡京市商工会プレミアム付商品券



利用期間: 2月10日9時~4月30日24時

ガラシャ Pay

(長岡京市商工会プレミアムガラシャ商品券)

メールアドレス

パスワード

ログイン

会員登録

パスワードの再発行

利用規約

プライバシーポリシー

4. 消費喚起・地域内経済循環促進施策の現状について

- これまでの消費喚起・地域内経済循環促進施策

R4年度 LINEクーポン

R5年度 第1回ガラシャPay
第2回ガラシャPay

事業所、市民にデジタル化が浸透しつつある



消費喚起策、地域内経済循環促進施策を
今後も継続的に実施していくためには？

今後の消費喚起・地域内経済循環促進施策について



デジタル商品券



デジタルクーポン



お店情報の発信



地域通貨



地域ポイント



給付金

ふるさと納税

事業手法はさまざま
目的・対象・地域の実情
に合わせて選択

事業の原資確保が課題



購入型デジタル商品券

● 購入型（販売型）デジタル商品券とは



- ✓ 事前に申込みや申請を行い、デジタル上の商品券を購入する。スマホ等の専用アプリで管理し、店頭でQRコードを読み取るなどして支払いを行う。
- ✓ よく知られる「プレミアム付商品券」は購入時に商品券の利用額に上乘せがあるもの。人気のプレミアム付商品券では申込者の抽選が行われる。

● 購入型デジタル商品券のメリット・デメリット・原資確保

	運営主体・事業者側	利用者側
メリット	<ul style="list-style-type: none">✓ 事業費に購入額分を含めることができるため、事業規模を大きくしやすく、より大きな経済効果が期待できる。✓ 自分が購入しているため、商品券を使う確実性が比較的高い。	<ul style="list-style-type: none">✓ 一度購入すれば、同じ使い方で全店で使用できるのでわかりやすい。
デメリット	<ul style="list-style-type: none">✓ 利用者の回遊性を生むためには工夫が必要。	<ul style="list-style-type: none">✓ デジタル商品券を購入する時点で負担が発生する。
原資確保	<ul style="list-style-type: none">✓ <u>国等の補助金がない場合、事業所から手数料を徴収してプレミアム費やシステム運用費を賄う必要がある。</u>	

デジタルクーポン

- デジタルクーポンとは
 - ✓ デジタルクーポンは紙で発行していたクーポンを電子化したもの。利用者はアプリ等でクーポンを取得し、対象店舗でデジタルクーポンを使用して割引等を受ける。割引分は運営主体やお店が負担する。
- デジタルクーポンのメリット・デメリット・原資確保

	運営主体・事業者側	利用者側
メリット	<ul style="list-style-type: none">✓ お店の業種や規模に応じてクーポン内容に自由に設定できる。（独自の割引額設定、“サービス無料”、“ノベルティ配布”など）✓ 利用者の回遊性を生み出しやすい。	<ul style="list-style-type: none">✓ デジタルクーポン取得時には利用者の費用負担が発生しない。✓ お店をめぐる楽しみがある。
デメリット	<ul style="list-style-type: none">✓ 運営主体やお店の予算に応じてクーポンの使用数を制限する仕組みが必要。✓ お店ごとにクーポン内容が異なる場合、集約して整理する手間がある。	<ul style="list-style-type: none">✓ 使用する毎にクーポンの選択、使用が必要になる。
原資確保	<ul style="list-style-type: none">✓ <u>国等の補助金がない場合、クーポンの内容を事業者負担とすることで、より必要経費を抑えることが可能。</u>	

付与型デジタル商品券

- 付与型（プッシュ型）デジタル商品券とは
 - ✓ 付与型デジタル商品券では、条件を満たした人に配布するデジタル上の商品券。使用方法は購入型と同様。
 - ✓ 子育て世帯や生活困窮世帯に対する給付金等に活用される。
- 付与型デジタル商品券のメリット・デメリット・原資確保

	運営主体・事業者側	利用者側
メリット	<ul style="list-style-type: none">✓ 購入型と比較すると、購入額分が無いため事業規模、経済効果が小さい。✓ 希望しない人にも届くため、発行した商品券に無駄が生じる可能性も。✓ 自分で購入したものでないため、使われる確実性が比較的低い。	<ul style="list-style-type: none">✓ 購入不要でデジタル商品券を受け取ることができるため、購入型よりも生活困窮者にも優しい。
デメリット	<ul style="list-style-type: none">✓ 利用者の回遊性を生むためには工夫が必要。	<ul style="list-style-type: none">✓ アプリのインストールなど一定の手続きは必要。
原資確保	<ul style="list-style-type: none">✓ 実施は国等の補助金が前提。	

➡付与型の派生形としてふるさと納税の活用は検討の価値あり

新たな返礼品として「ふるさと納税返礼ポイント」

ふるさと納税の返礼品として、スマホ等の専用アプリに地域の加盟店での支払いに使用できるポイント（1ポイント=1円換算）が寄付額の3割分発行される。

今までのふるさと納税



ふるさと納税返礼ポイント



新たな返礼品として「ふるさと納税返礼ポイント」

- **ふるさと納税返礼ポイントの特徴**
- ✓ **ふるさと納税サイトが運営するアプリや一部キャッシュレス決済アプリ、自治体独自の専用アプリで利用が可能。**
- ✓ **事業者側は返礼品発送の手間が不要になる。**
- ✓ **物による返戻品を設けることができない飲食店（※）などでも「ふるさと納税」を活用できる。 ※一定の要件あり。国と調整は必要。**
- ✓ **観光客や近隣自治体住民の利用のほか、市外在住かつ市内在勤の方の日常使いとしての利用が想定される。**

複数の手法を組み合わせて実施 事例 1

● 福知山市キャッシュレス決済アプリ「ふくぽ」



実施主体：福知山市

令和4年度に導入した市独自のキャッシュレス決済システム。コンビニやクレジットカードから専用アプリに「ふくぽ」をチャージし、加盟店に置いてある二次元コードを読み取って支払う。

「ふくぽ」で買い物をすると、決済金額の2%分のポイントが利用者に付与され、貯まったポイントは加盟店での支払いに使える。

市独自の健康アプリ「福知山KENPOS」とも連携しており、毎日の歩数や行動の記録、教室・イベントへの参加によって貯めたポイントを「ふくぽ」に交換してお買い物に利用することもできる。

現在、「ふくぽ」によるプレミアム付きデジタル商品券事業を実施中。

複数の手法を組み合わせせて実施 事例 2

● ひらつか☆スターライト シリーズ

実施主体：平塚市

プレミアム付きデジタル商品券である「スターライトポイント」、電子マネー類似機能の「スターライトマネー」、ふるさと納税返礼品である「スターライトマーレ」の3つの機能がある。

「スターライトマネー」における、ユーザーが利用したマネーに対する還元キャンペーンも定期的に実施し、平塚市民・近隣在住の多くのユーザーが市内加盟店を利用している。



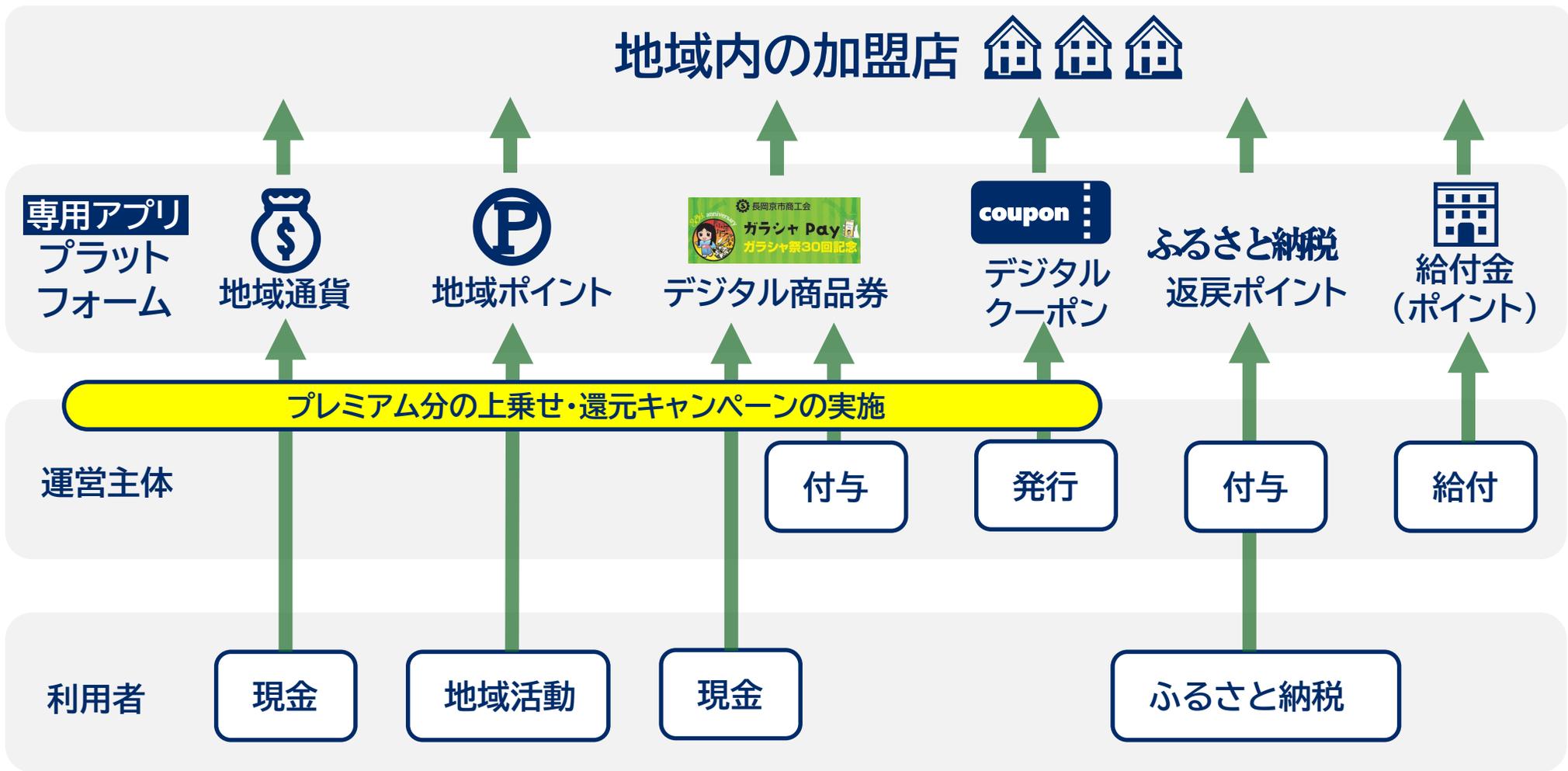
©Hiratsuka City

複数の手法を組み合わせて実施（まとめ）

サービス名 (実施主体)	購入型 デジタル 商品券	付与型 デジタル 商品券	デジタル クーポン	地域 通貨	地域 ポイント	ふるさと 納税
キャッシュレス決済 アプリ「ふくぽ」 (福知山市)	○			○	○	
「ひらつか☆スター ライト」シリーズ (平塚市)	○			○		○

※ サービスが多様化してきており、サービス間の境界線もあいまいになってきているため、機能の名称や区分はあくまで参考。

今後の消費喚起・地域内経済循環促進施策について



複数の手法を
組み合わせて実施

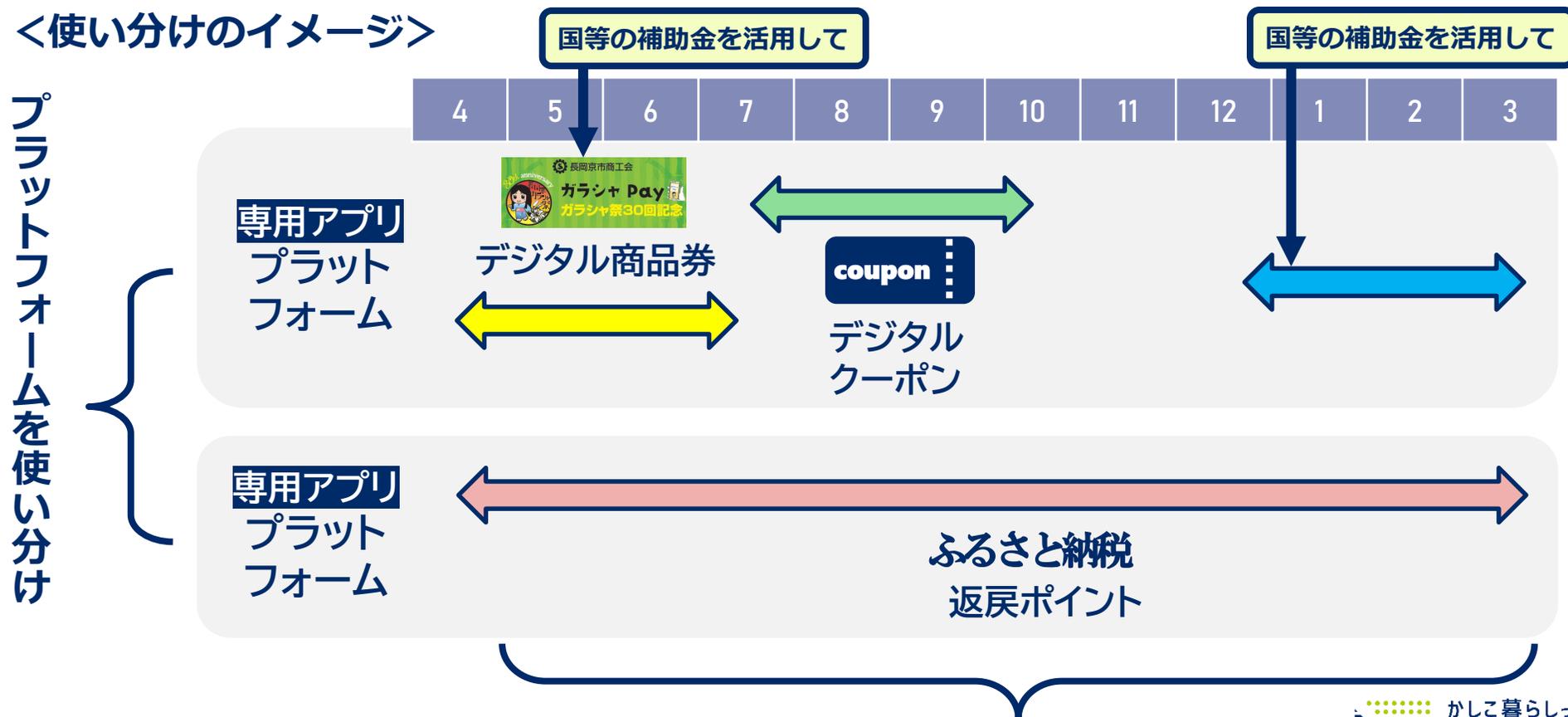


手法の使い分けにより、その時々々の経済状況や
国等の経済対策に応じた柔軟な対応ができる

現在さまざまなプラットフォームが存在

- 手法ごとに最適なプラットフォームを使い分けていく
- システム運用費も考慮しながら組み合わせることが必要

<使い分けのイメージ>



経済状況や国等の経済対策に応じて手法を使い分け

- デジタルを活用した持続可能な仕組みについて
- 長岡京市の特性に合った手法・プラットフォームの選択について

5. 条例趣旨の理解促進策について

団体・業種単位で条例について理解を深め、自身のお店・団体・業種ができることを考えてもらう機会をつくっていく

- 商工会の業種別部会や各商店街単位など
- 市長と語る“対話のわ”、出前ミーティングも活用しながら

➔ 既存の団体・業種単位から進めていく

6. 推進会議の定例会、臨時会の実施時期について

実施時期の変更

- 定例会 2回

2月・8月 → 5月（年度当初）・10月（予算編成時期）

- 臨時会 1回

経済状況、国等の経済対策に合わせて臨時的に開催
する

7. その他