



# 第5回中小企業振興推進会議

---

令和6年6月4日（火）

午前10時00分～

産業文化会館

# 第5回中小企業振興推進会議

開催日時：6月4日（火）午前10時～ 場所：産業文化会館

1. 第4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（30分程度）
3. 今後のガラシヤPayの展開について  
～デジタル手法による地域内経済循環～（45分程度）
4. 条例趣旨の理解促進策について（5分程度）
5. その他（5分程度）

全体で1時間30分程度

# 1. 第4回推進会議の振り返り

2月9日（金）10：00～@産業文化会館

1. 各団体の取組・成果等の報告
2. コロナ禍の動向について（市・商工会等）
3. 消費喚起・地域内経済循環促進施策の現状について

**今後、長岡京市の特性に合ったデジタル手法を活用した持続可能な仕組みづくりを行う。**

4. 条例趣旨の理解促進策について

市長と語る“対話のわ”、出前ミーティングを活用しながら、既存の団体・業種団体から進めていく。

5. 推進会議の定例会、臨時会の開催時期について

## 2. 各団体の昨年度の取組・成果、今年度の取組等の報告

前回会議では、事業の進捗や成果、次年度の活動を一定共有



前回会議以降、  
特に共有すべき事項があればご報告を

- 昨年度の取組・成果
- 今年度の取組等の報告
- その他

## 報告内容

- 創業支援事業～ビジネスカフェ～
- サントリー京都ビール工場ブルワリーショップ内長岡京特産品コーナー

# ビジネスカフェの概要について

創業に対するイメージを膨らませる場を提供し、市域における新たな創業・起業希望者の増加を図ることで、市域の商業活性を促す

- 創業の疑問・不安に長岡京市の先輩創業者が回答
- カフェでお話するような雰囲気で開催（座談会形式）

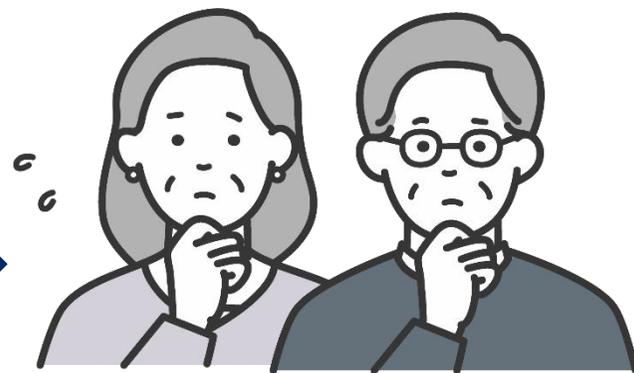


先輩創業者

創業に関する質問



講師の話  
(創業したきっかけ等の体験談)  
参加者の質問に回答



イベント参加者

# ビジネスカフェのアプローチ対象

事業者

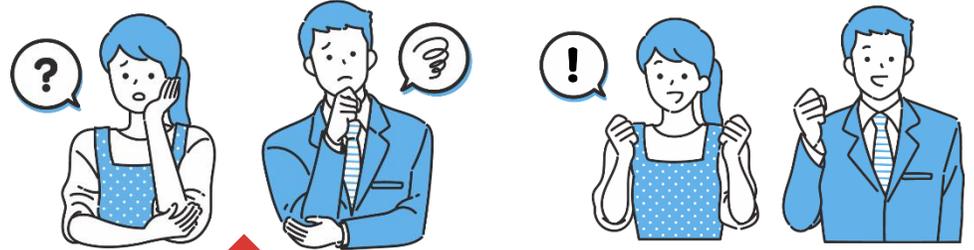
創業者

創業を  
考えている人

一般人

## 創業を考える人

- ・何かやりたい人
- ・創業に興味がある人  
(実際には行動を起こしていない人)
- ・商工会に相談等の  
実際に行動する人



アプローチ

- ☑ ビジネスカフェの役割  
→ 結果的に商工会に繋ぐ等、  
市内で創業する **きっかけづくり**

創業のピラミッド階層

# ビジネスカフェ開催内容

## 第1回ビジネスカフェ

〈開催日〉 1 2月2日 (土)	〈テーマ〉 店舗を構える創業	〈講師〉 café CotoCoto
---------------------	-------------------	-----------------------



## 第2回ビジネスカフェ

〈開催日〉 1月17日 (水)	〈テーマ〉 趣味を活かした創業	〈講師〉 WANTKEY Lab.
--------------------	--------------------	----------------------



## 第3回ビジネスカフェ

〈開催日〉 2月25日 (日)	〈テーマ〉 事業承継	〈講師〉 辻山久養堂 事業承継・引継ぎ支援センター
--------------------	---------------	---------------------------------

### ☑ イベントの参加者数

	女性	男性
第1回	5名	2名
第2回	8名	4名
第3回	6名	1名
合計	19名	7名

### ☑ イベント当日の様子

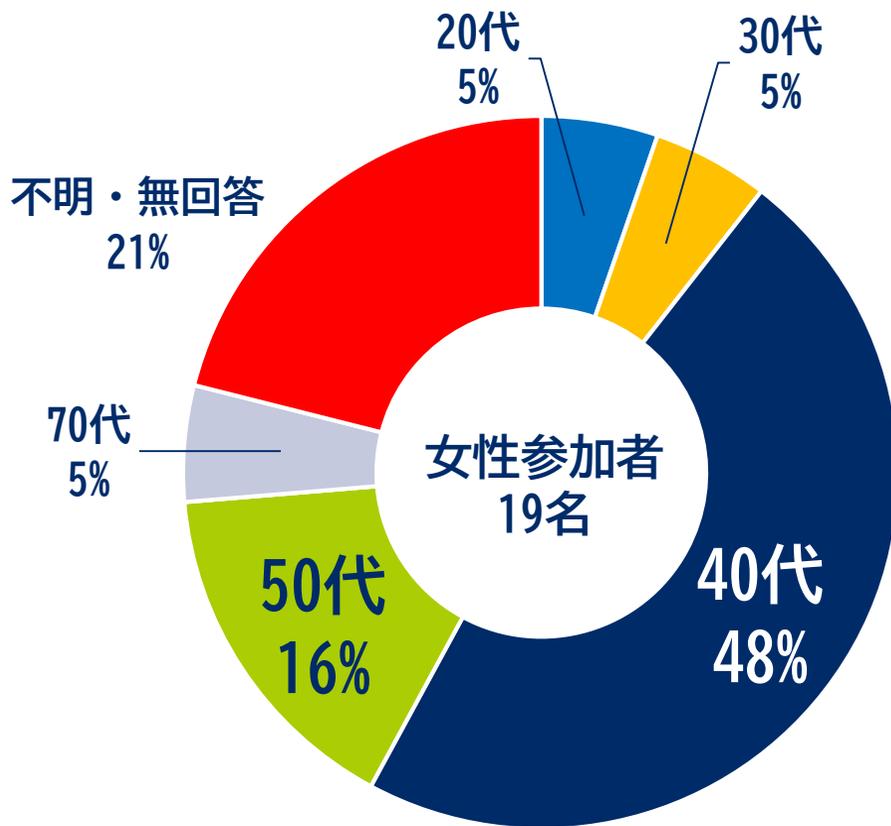


第2回ビジネスカフェ@まちバルSUBACO

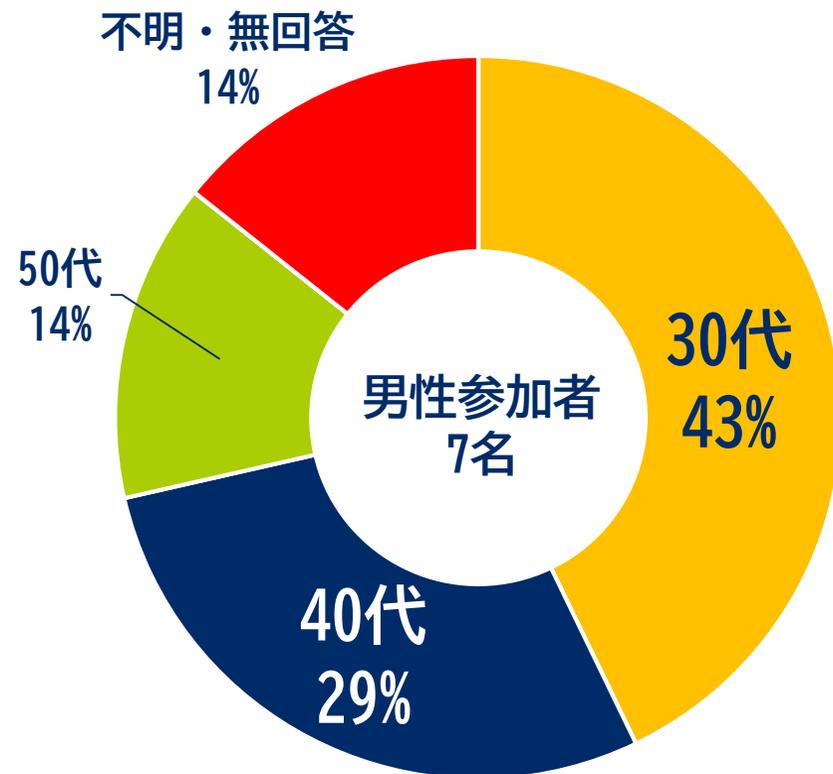
▶▶ テーマに合った講師を招請

# ビジネスカフェアンケート結果

## ● 参加者年齢別割合



〈女性〉

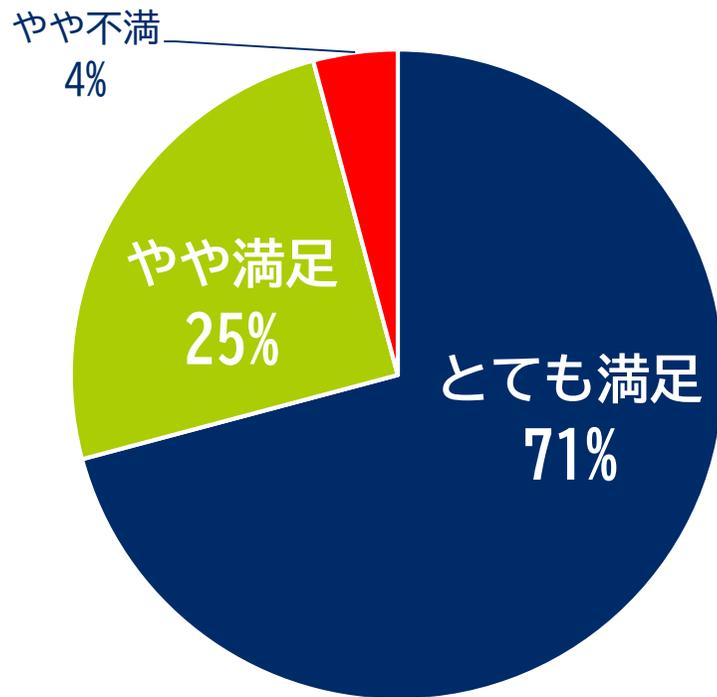


〈男性〉

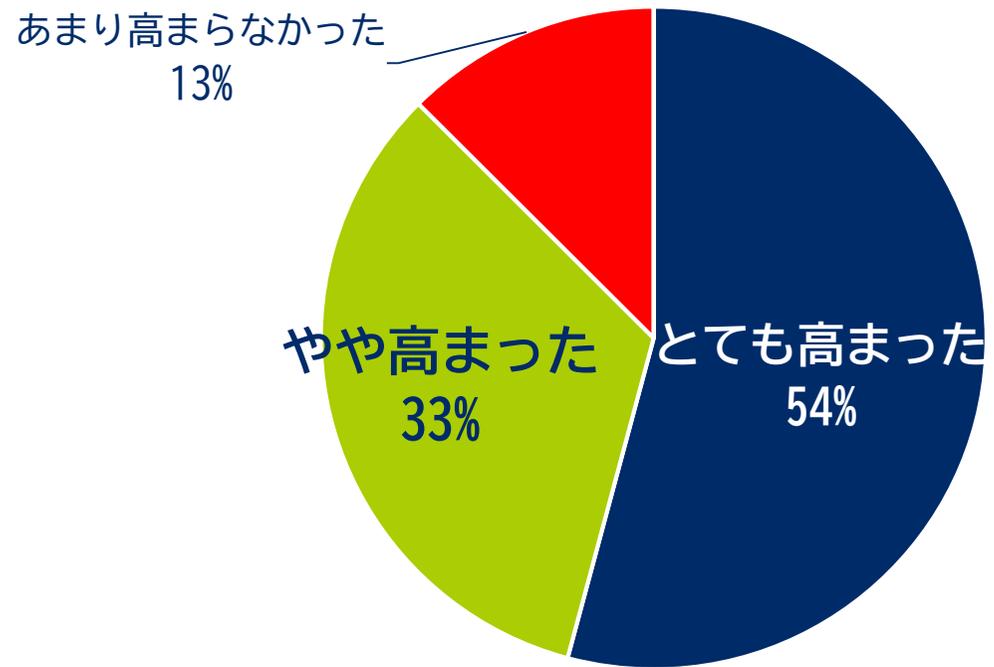
# ビジネスカフェアンケート結果

## ● イベント満足度

〈総合的な満足度〉



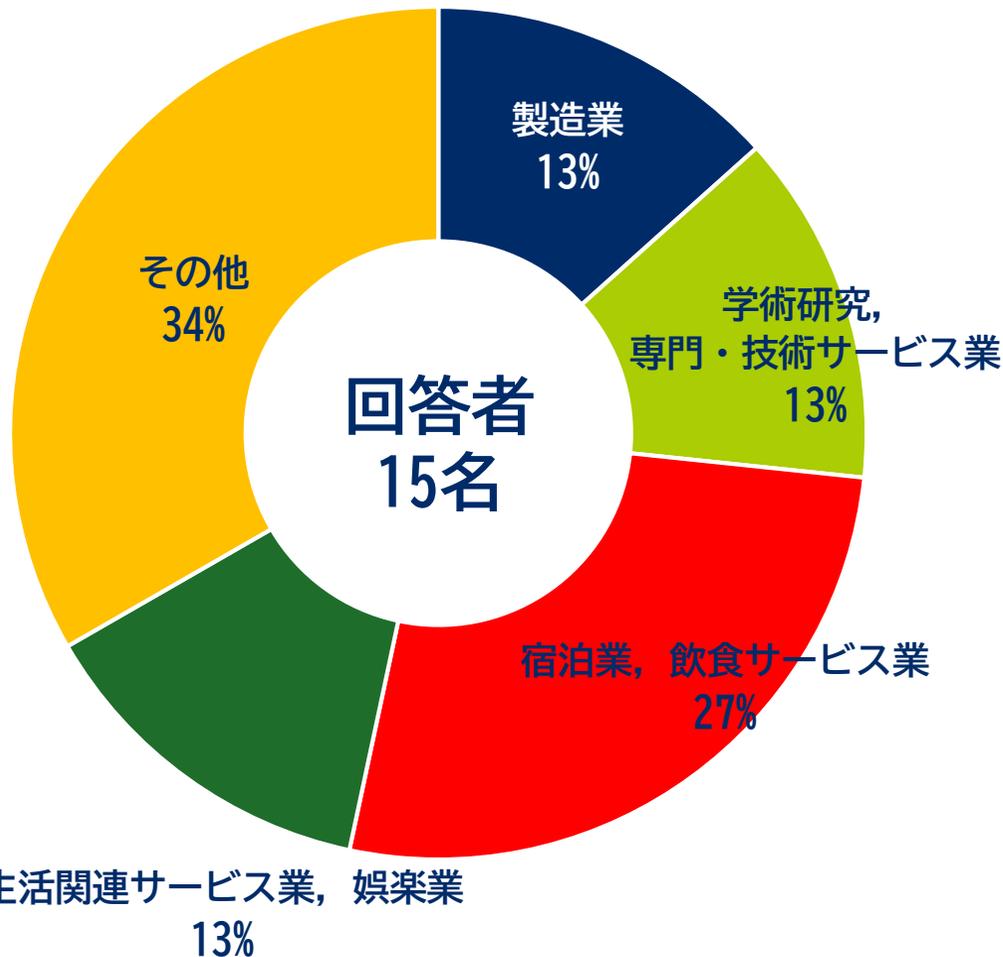
〈創業に向けた意欲の高まり〉



注釈：イベント当日参加者24名から集計

# ビジネスカフェアンケート結果

## ● 今後考えている創業職種



回答詳細	
製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ヨーロッパアン器の絵付け</li><li>・菓子職人</li></ul>
学術研究, 専門・サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>・イラストレーター</li></ul>
宿泊業, 飲食サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>・女性限定スポーツ観戦カフェ</li><li>・カフェ（喫茶店）</li><li>・ホテル、飲食</li></ul>
生活関連サービス業, 娯楽業	<ul style="list-style-type: none"><li>・トリマー</li><li>・占い師</li></ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"><li>・文化芸術×福祉（子供・高齢者・地域）</li><li>・アウトドア事業</li><li>・自分の作製した物や他の作家さんの作品を置く空間を作る</li><li>・アート、ものづくり</li></ul>

# サントリー京都ビール工場ブルワリーショップ内 長岡京特産品コーナー

- サントリービール工場が、京都ビール工場内ブルワリーショップにおける地元・長岡京市の名産品の販売を企画



# サントリー京都ビール工場ブルワリーショップ内 長岡京特産品コーナー

事業所名	商品
小川食品工業株式会社	竹の子ごはんの素
錦水亭	たけのこの佃煮 竹の香
株式会社セイショウ	京都堀川ごぼうチップス
高野竹工株式会社	極細箸 白竹
	野菜箸置き レンコン・タケノコ
	竹箸置き (ビール工場コラボのオリジナル商品)
	竹マグネット (ビール工場コラボのオリジナル商品)



☑ 地元産業の活性化

☑ 長岡京市や特産品を知るきっかけに



# 第2回ガラシヤPay 実施概要

① 発行総額 120,000千円（プレミアム20%）

② 商品券の概要

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	・ガラシヤPayアプリから申込、購入（応募多数の場合 抽選） ・クレジットカード又はコンビニで購入で、アカウント別にガラシヤPayアプリにチャージ
申込期間	令和6年 1月15日 ~ 令和6年 1月31日
利用期間	令和6年 2月10日 ~ 令和6年 4月30日

③ 取扱店舗数

201店舗（183事業所・うち商工会非会員事業所3事業所）

④ 換金手数料

商品券換金額に対して	商工会会員	2%	うち大型店は5%
	非会員	5%	うち大型店は8%

# 第2回ガラシヤPay 実績

① 購入申込者数	初回販売 6, 251件 (1月15日~1月31日)
	追加販売 2, 125件 (3月15日~3月24日)
② 総発行券面額	118, 212千円 (申込当選者未購入額 1, 788千円)
③ 総換金額	114, 658千円 (未使用券面額 3, 554千円)
④ 換金手数料	3, 733千円
④ 総事業費	122, 192千円

内訳 (千円)

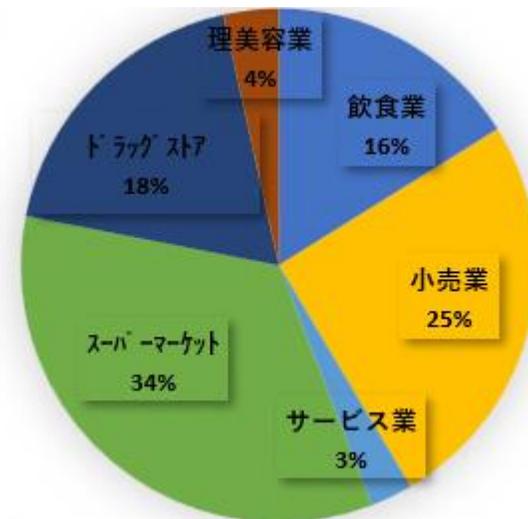
商品券換金額	114, 658	
	(うちプレミアム額 19, 109)	
事務経費 (消費税込)	7, 534	
	うち アプリ改良費	1, 936
	収納代行手数料	3, 498
	その他	2, 100

# 第2回ガラシャPay 実績

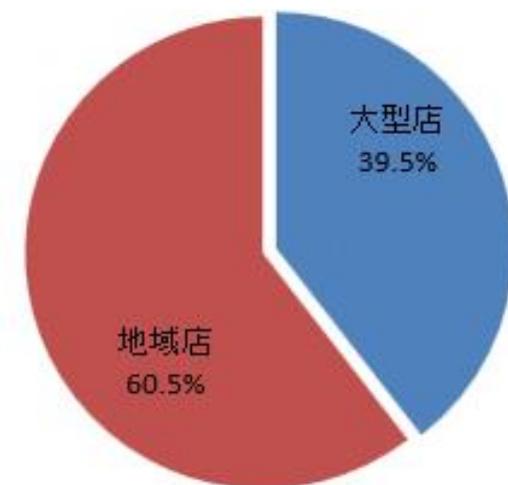
## 【広報活動】

- ・チラシを長岡京市内全戸に配布
- ・取扱店舗店頭ポスター掲示
- ・ポータルサイト「ええやん長岡京」特設ページ開設
- ・京都新聞記事掲載
- ・長岡京市公式LINE

## 【業種別 換金実績】



## 【大型店・地域専用店 利用率】



# 第2回ガラシャPay 登録店アンケート結果

## 【アンケート概要】

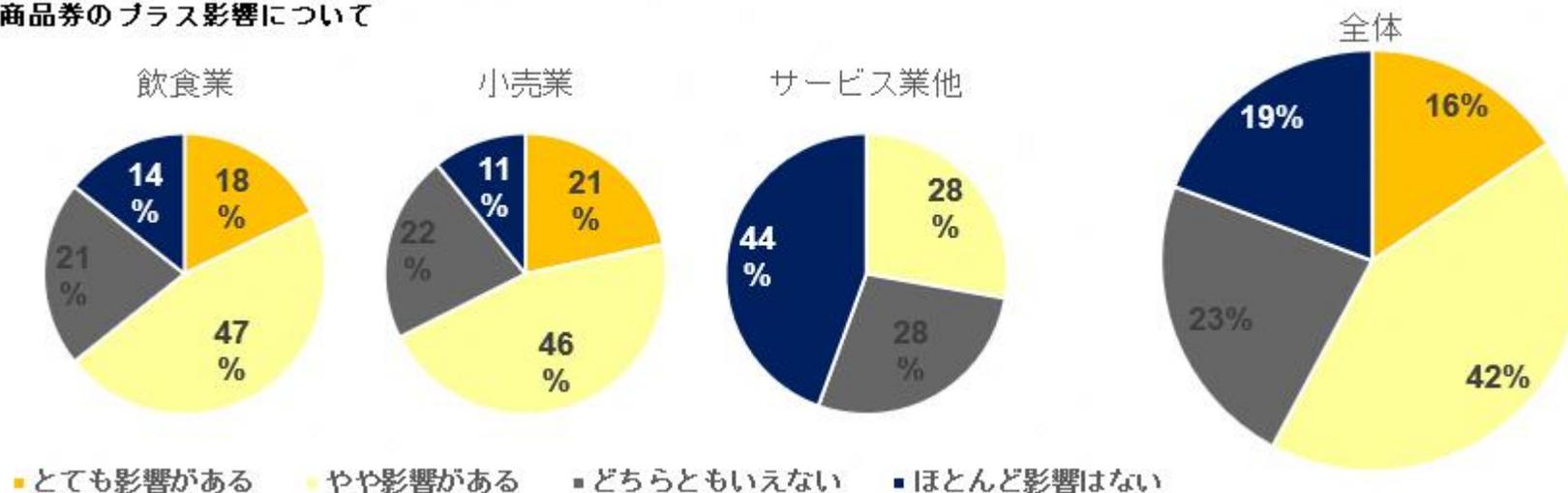
調査期間: 2024年5月8日～5月20日

対象者: ガラシャPay登録事業所 183事業所 (登録店舗201)

回答数: 83事業所 (45.3%) (飲食業28事業所・小売業37事業所・サービス業他18事業所)

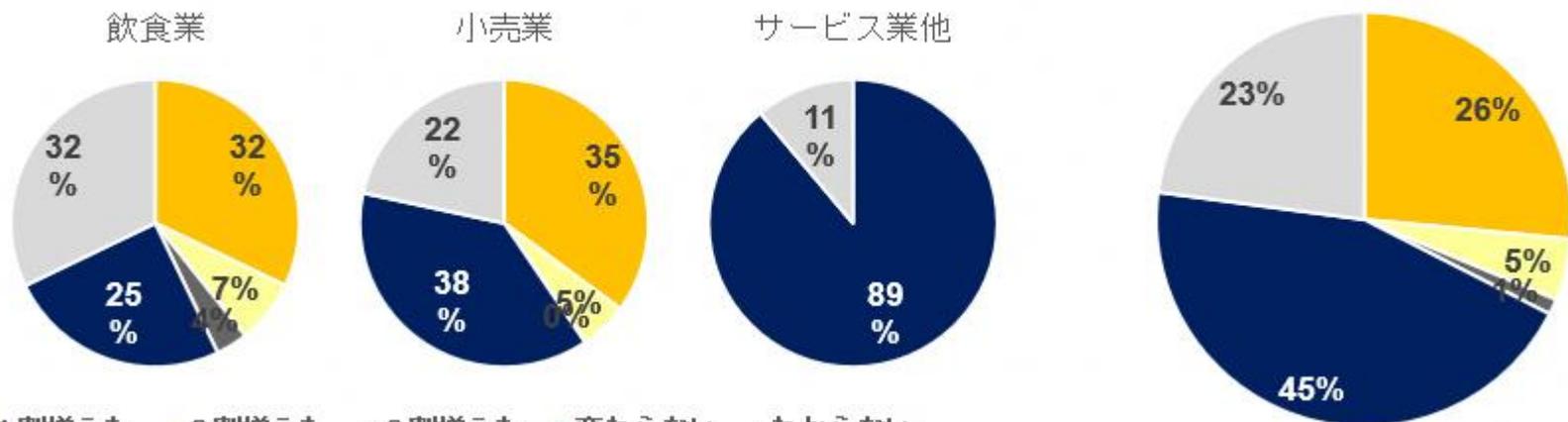
調査方法: FAX及びオンライン

### 商品券のプラス影響について



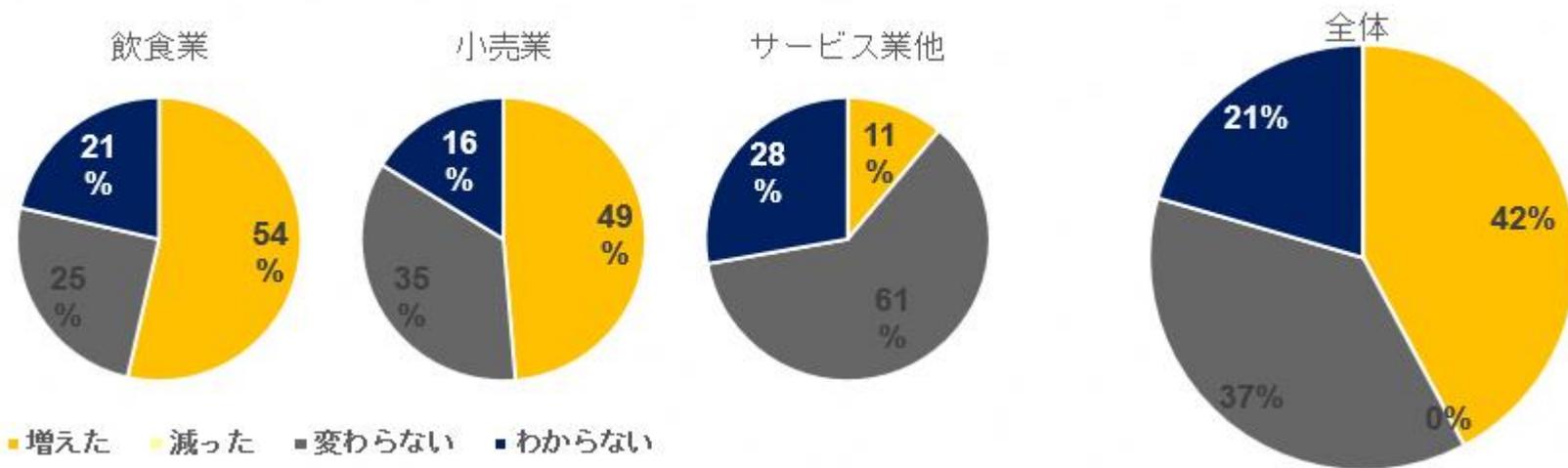
# 第2回ガラシャPay 登録店アンケート結果

来店客数について昨年の同時期と比較しお答えください。



■ 1割増えた ■ 2割増えた ■ 3割増えた ■ 変わらない ■ わからない

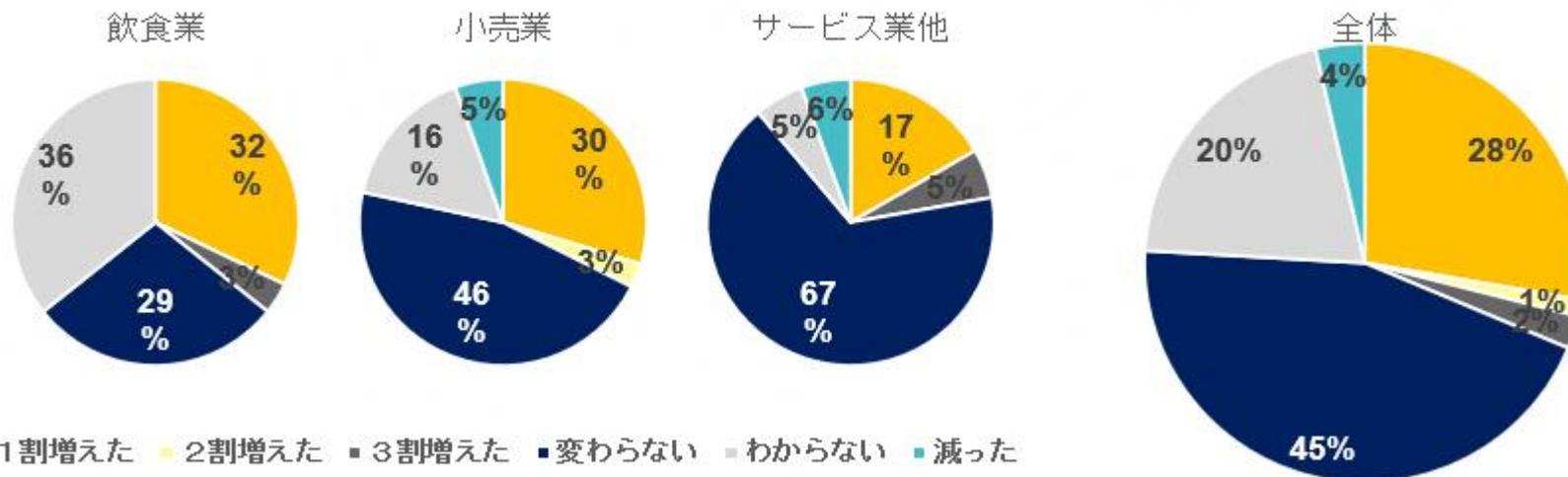
新規客について、昨年の同時期と比較しお答えください。



■ 増えた ■ 減った ■ 変わらない ■ わからない

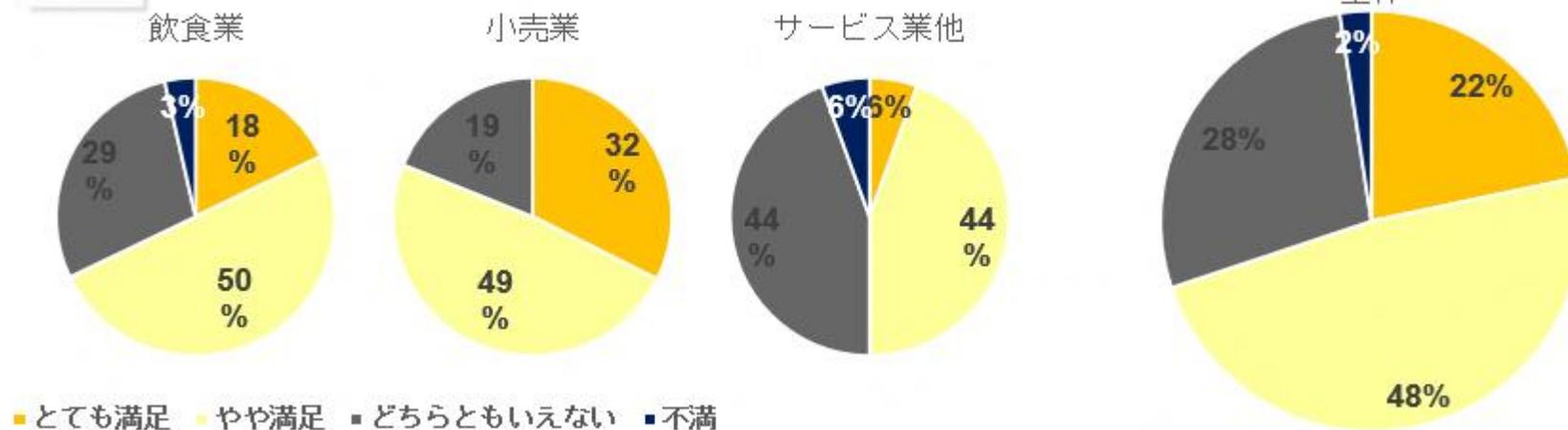
# 第2回ガラシヤPay 登録店アンケート結果

売上金額について、昨年の同時期と比較しお答えください。



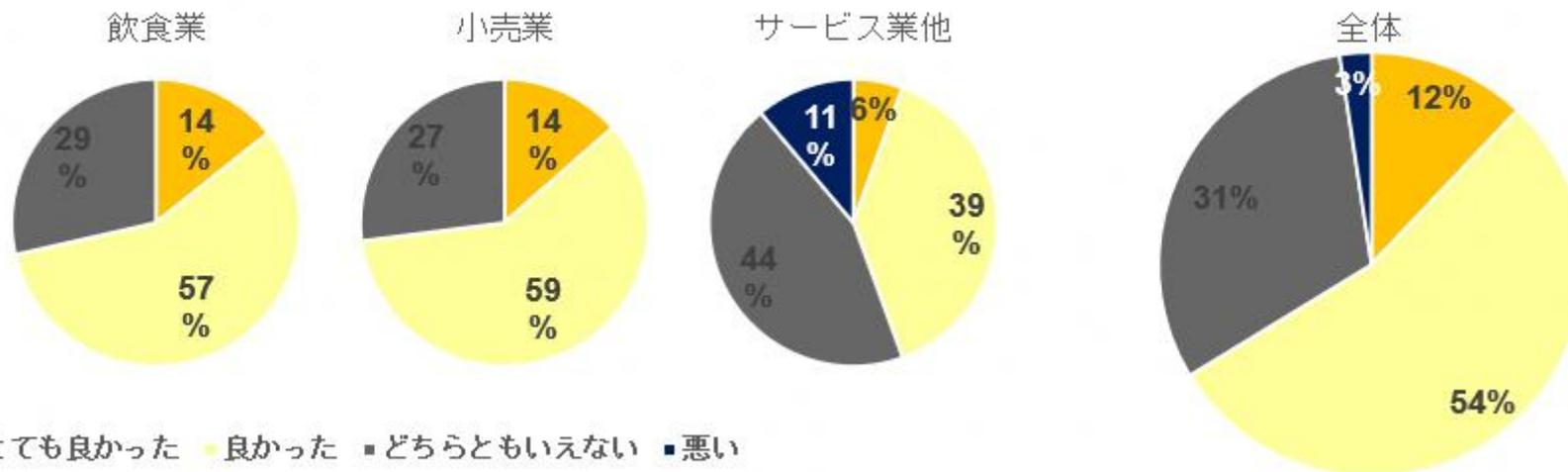
商品券事業全体について お尋ねします。

グラフエリア



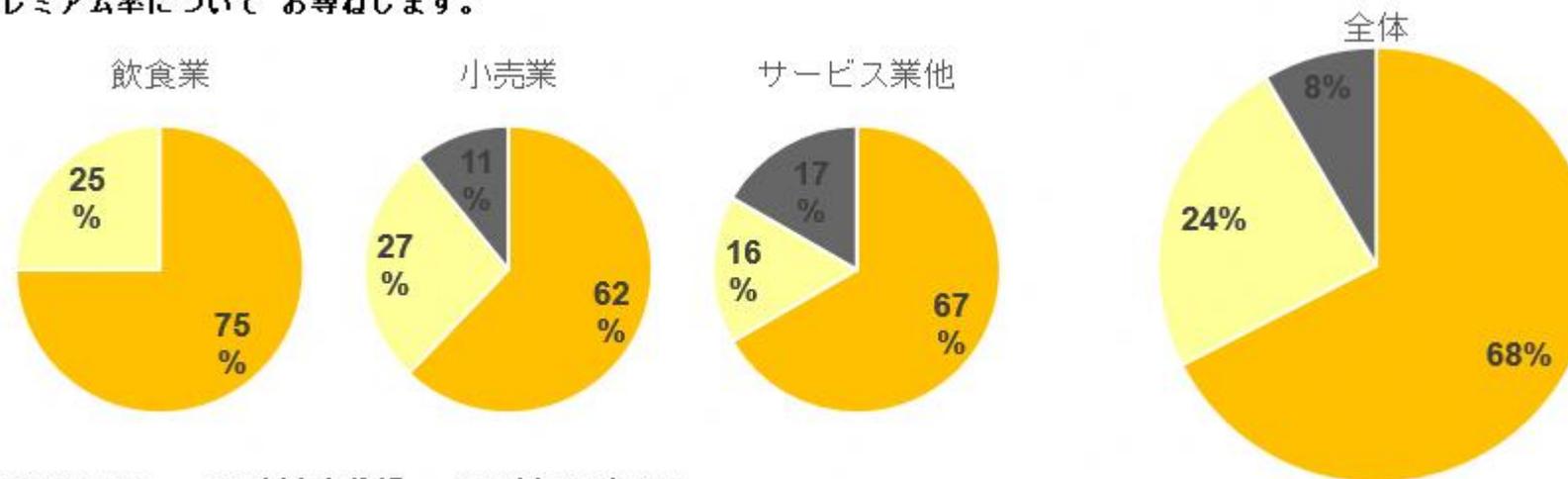
# 第2回ガラシヤPay 登録店アンケート結果

お客さまの反応について お尋ねします。



■とても良かった ■良かった ■どちらともいえない ■悪い

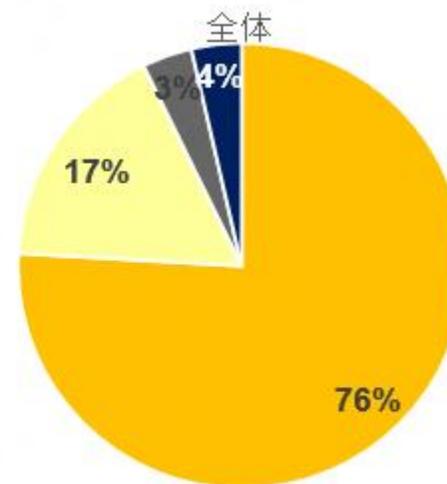
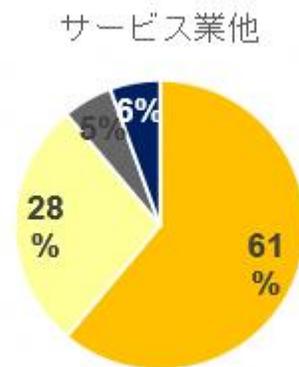
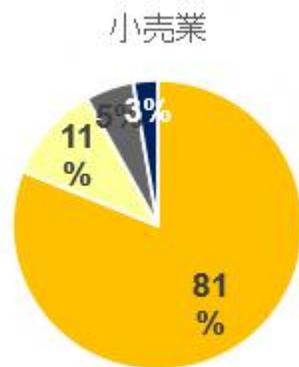
プレミアム率について お尋ねします。



■20%でよい ■20%以上を希望 ■20%以下でもよい

# 第2回ガラシヤPay 登録店アンケート結果

今後の商品券事業について お尋ねします。



- 電子商品券を継続
- 紙による商品券を希望
- 商品券は不要
- どちらでもいい

## 「電子商品券を継続」意見抜粋

手数料が無いのであれば続けて欲しい。  
事務手続きが簡素で良い。  
お客様のメリットになり、訴求しやすい。  
地域経済の活性化に繋がる。  
店舗側の手間が少ない。  
集計や管理がしやすい。

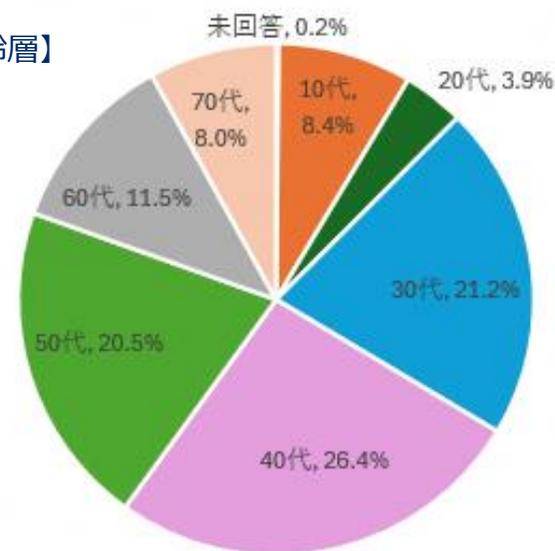
## 「紙による商品券を希望」意見抜粋

スマホ必須以外の対応が必要。  
スマホを使えない高齢者への配慮が必要。  
物価高騰を鑑みたプレミアム率の向上。

## 「商品券は不要」意見抜粋

商品券ではなく給付金を。  
商品券は不公平感がある。

※参考  
【ユーザー 年齢層】



## 第2回ガラシヤPay 効果

### 飲食業

【ガラシヤPay】について、「とても影響がある」「やや影響がある」が65%となり、全体的にプラス評価。来店客数や売上金額が増加したとの回答は30%超、また新規客の獲得につながった事業所は50%を超えている。

### 小売業

【ガラシヤPay】について、「とても影響がある」「やや影響がある」が67%となり、全体的にプラス評価。来店客数の増加を感じている事業所は40%ある一方、売上金額が増えたと回答した事業所は33%と売上への影響は限定的で、減少と回答する事業者もある。しかしながら新規客は49%の事業所が増えたと回答。要因としては物価上昇に伴う消費者の購買力低下による客単価の減少が考えられる。

### サービス業他

【ガラシヤPay】の影響は「どちらともいえない」「ほとんど影響はない」が72%と多く、他業種と比較して評価は低い。「来店客数が増えた」との回答はなく、「新規客が増加した」との回答は11%、売上金額「変わらない」が67%と圧倒的に多い。商品券事業全体について「とても満足」「やや満足」は50%、「どちらともいえない」との回答が44%となり、既存顧客の決済手段がガラシヤPayに移行したのみで、新規顧客獲得・売上増加にはあまりつながっていないことが推察できる。

## 第2回ガラシヤPay 課題・今後に向けて

### 【商品券の発行について】

ガラシヤPayの導入に対する評価は業種ごとに意見がわかれた。手数料や高齢者対応に関する意見があったほか、事務手続きの簡素化や地域経済の活性化に寄与するという肯定的な意見も多く見られた。

今後の改善点としては「認知度の向上」「高齢者への配慮」「手数料の見直し」などが挙げられる。

- 業種により繁閑時期及び販売促進の手法が異なることから、業種別の商品券発行の検討
- アプリの操作性の向上  
⇒ アプリ開発業者と連携し、利用者側の操作性の向上を図る
- 高齢者への配慮  
⇒ 機器操作ができない・不慣れな高齢者に向けて、説明会開催の検討
- プレミアム率

# 3. 今後のガラシヤPayの展開について ～デジタル手法による地域内経済循環～

## ふるさと納税返礼品ポイントの検討

	PayPay商品券		ココふる		ガラシヤPay(独自アプリ)	
	評価	理由	評価	理由	評価	理由
事業者の導入しやすさ	◎	PayPay加入店舗である必要があるが、すでに加入済み店舗も多い。PayPay加入店舗であれば追加の負担なし。レジの人も意識しないうちに使われているくらいのイメージ。	○	QRの設置と、客のスマホのクーポン利用済画面を確認するのみ ・QRの設置…QRを記載した販促ツール(卓上ポップ・ポスター等)はココふるが無償で作成してくれる為、事業者はただ「置くだけ」が良い。	○	QRの設置と、客のスマホのクーポン利用済画面を確認するのみ ※キャッシュレスに明るい事業者はPayPayの方が良い。PayPay加入していない店舗にとっては、ココふる・ガラシヤPayの方が導入しやすい。
利用者の利用しやすさ	○	PayPayアプリ導入必要。すでに導入済の人も多い。「さとふる」で寄附⇒アカウント連携⇒対象店舗で使用できる	○	アプリ不要。店でQRを読むなどしてページへ到達、寄附者情報の登録、お礼の品選択、決済手続き	△	ガラシヤペイアプリ導入必要。ふるさと納税できるのは市外の人のみなので、全員が新たにアプリ導入必要。 クーポン事業の対象店舗のうち、ふるさとでも対象となるのは一部(地場産品基準により)。その周知が必要。
質問・クレーム等対応力	◎	コールセンターあり。年中無休。	○	ココふる決済サポート窓口あり。(受付時間:10時～20時) 決済以外は自治体や中間事業者対応となるが、決済サポート窓口へ決済以外の問い合わせがあった場合も、一次受けは行う。	△	委託先(商工会)対応になる。ふるさと納税のノウハウや知識の蓄積がないため負担は大きい。
ふるさと商品としての魅力	○	すでに他自治体で出品されており、それを使ったことがある人のリピートを狙える。	◎	指定の店だけで使えるクーポンを現地で入手するイメージ。旅行者が、少し奮発したメニューを頼むなどの動機にもなる。また、市専用HPを無償で制作可能。	○	ガラシヤペイアプリ導入がハードル。ターゲットは旅行者というより、①市内に通勤している人(約2万人)②経済圏が同じ2市1町+京都市
人的コスト	◎	店への導入案内も「さとふる」が行う。市は導入店舗の選定を行う程度。	○	店への導入案内は市が行う。受領証発行を別で行う必要がある。	△	受領証発行を別で行う必要がある。 ワンストップ希望の寄附者については、氏名・住所・金額などの情報を1つ1つ寄附管理システムに手打ち入力する必要がある。
金銭的成本	○	返礼品率30%に設定しても、全体で50%には収まる	◎	手数料は寄附額の5%で、初期費用や月額費用はなし。かなり安い	?	商工会への委託料が必要。
将来性	○	事業者・利用者それぞれにpaypayが浸透すれば、自治体ポイント、自治体キャンペーンが容易に展開できる。	△	さらなる展開は見込めない	○	現状ではプレミアム付電子商品券機能のみ。ふるさと納税のためには要システム改修。改修次第では自治体ポイント等の拡張性は大きい。

### 3. 今後のガラシヤPayの展開について ～デジタル手法による地域内経済循環～

#### 方向性

- ◎ 税控除 → 仕組みの**安定稼働**が重要
- ◎ 独自運用の場合、人的な負担が大きくなる
- ◎ **事業者・利用者の利便性**が第一

まずは**PayPay**での運用を検討し様子を見る

- ◆ 市外からの外貨獲得
- ◆ ポイントの一体化は今後検討

### 3. 今後のガラシヤPayの展開について ～デジタル手法による地域内経済循環～

## グループワーク

# テーマ 「ガラシヤPayの今後の展開について」



**アイデアベースで結構です！**  
どのような手法が長岡京市で行えるのか、  
皆様のご意見をお聞かせください。

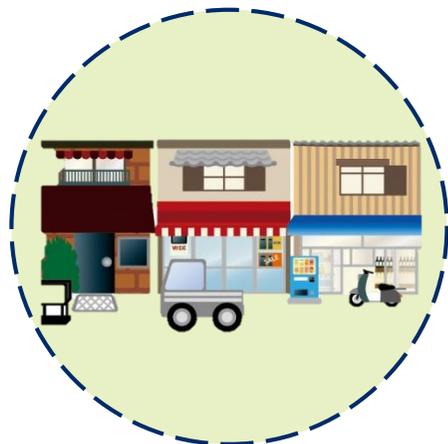
# 4. 条例趣旨の理解促進策について

【前回会議にて】

条例趣旨の理解を促進するために...



各団体に周知の機会づくり



各商店街

“対話のわ”や  
出前ミーティングの活用



商工会業種別部会 かして暮らしっく  
長岡京

# 「対話のわ」「出前ミーティング」の実施状況

## ☑ 令和5・6年度の実施状況・予定

日程	主催	参加人数	備考
1/31(水)	商工会 商業部会	18人	対話のわ
4/16(火)	商工会 女性部会	18人	対話のわ
4/18(木)	商工会 建設業部会	31人	対話のわ
予定 (時期未定)	長岡天神駅前相互会	未定	出前ミーティング

今後も継続的に実施することで、  
条例の理解促進につなげていく



# 5. その他

## 第4次総合計画第3期基本計画 → R6年度～策定作業

### ↳ 市民アンケートの実施（5年毎）

- ・ 対象：3,000人（無作為抽出）
- ・ 設問等：各施策の評価＋個別事業（1問程度）

#### 地域での消費動向

《設問1》あなたは普段の生活で、どのくらい長岡京市内で買物等をされていますか。飲食(外食)や食料品などの分類毎に、長岡京市内で買物等をする割合(頻度)の番号に○印をつけてください。※感覚的なもので結構です。

#### ◆選択肢◆

割合 分類	① 0～1割	② 2～3割	③ 4～5割	④ 6～7割	⑤ 8～9割	⑥ 10割
飲食(外食)	ア	イ	ウ	エ	オ	カ
食料品	ア	イ	ウ	エ	オ	カ
日用品	ア	イ	ウ	エ	オ	カ
衣料品	ア	イ	ウ	エ	オ	カ
家具・家電	ア	イ	ウ	エ	オ	カ
趣味・娯楽	ア	イ	ウ	エ	オ	カ
理・美容サービス	ア	イ	ウ	エ	オ	カ

#### ◎ 他回答等とクロス集計

- ・ 年代
- ・ 性別
- ・ 居住地
- ・ 職業
- ・ 市政情報の入手手段 等

- ◆ 施策の対象・手法の検討
- ◆ 長期的なベンチマーク