

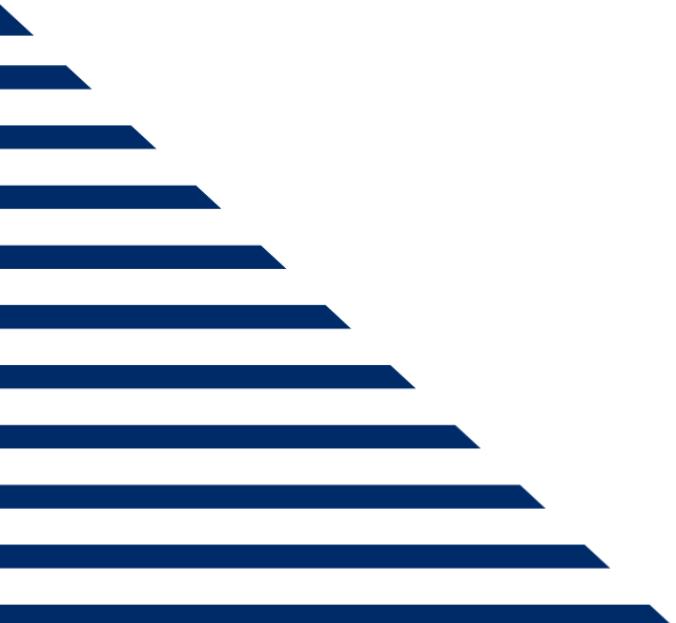


第8回中小企業振興推進会議

令和7年10月31日（金）

午前10時00分～

産業文化会館



第8回中小企業振興推進会議

開催日時：10月31日（金）午前10時～

場所：産業文化会館

1. 第7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（20分程度）
3. ガラシヤPayの機能拡充について（25分程度）
4. 各団体の来年度の取組について（40分程度）

※全体で1時間30分程度

1. 第7回推進会議の振り返り

6月27日（金）10：00～@産業文化会館

1. 第6回推進会議の振り返り

2. 各団体の取組・成果等の報告

3. 今後のガラシャPayの展開について

- ・市も一事業所として、**ガラシャPayを活用した交通事業を実施**
- ・ガラシャPayの**PR不足**が課題として挙げられた

4. 市内事業所5社を対象とした市内消費動向のアンケート結果について

5. 来年度に向けた新たな取組の検討

- ・飲食店マップの作成等の**地域の魅力や認知度向上**に向けた取組が必要ではないかの意見

2. 各団体の今年度の取組等の成果・報告



団体の取組等を「見える化」し、各主体の取組の重なりや役割を共有

下記以外でも共有しておきたいことがあればお話しください。

- 昨年度実施した取組・事業の成果・課題
- 今年度の取組
- その他

2. 各団体の今年度の取組等の成果・報告

報告内容

長岡京市

◆長岡第六小学校 × 商工会

長岡京市商工会

◆ガラシャPay実績報告

2. 各団体の取組・成果等の報告 ～長岡第六小学校×商工会～

長岡第六小学校

6年【総合的な学習の時間】

「まち」と「仕事」、「地元」と「自分」のつながりを学ぶ



出前授業

商工会

各部会：商業/建設/文化交通/飲食/工業/理財業



将来を考える上での学び

地域の多様性

仕事の意義

連携の力

地元への愛着

次世代の人材育成



地域での消費

地元の雇用

地元(店)への愛着

つながり

2. 各団体の取組・成果等の報告 ～令和7年度 ガラシヤPay（春）実績～

① 購入申込者数 4,529件
(一次申込3,785件 2次申込162件 追加(増額) 購入582件)

② 取扱店舗数 235店舗

③ 利用期間 令和7年4月25日～令和7年6月30日

④ 総発行券面額 147,269千円
(販売残額 2,231千円※プレミアム分含む)

⑤ 総換金額 146,953千円
(未使用券面額 315千円※プレミアム分含む)

⑥ 換金手数料 4,989千円

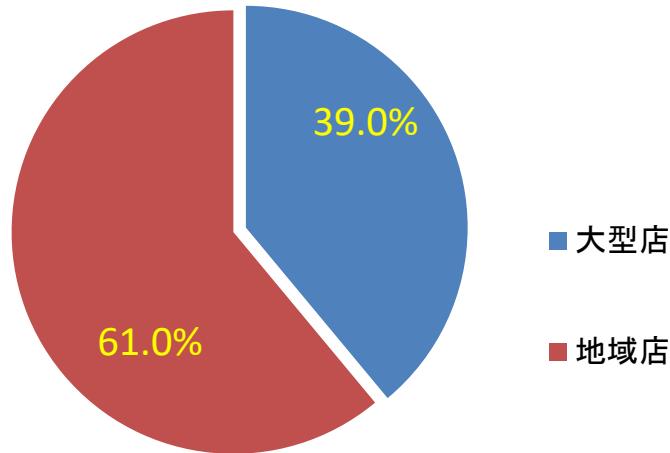
⑦ 総事業費 153,605千円

| | | |
|------------|----------------|---|
| 内訳 (千円) | 商品券換金額 | 146,953 (うちプレミアム額 19,167) |
| | 事務経費 (消費税込) | 6,652 うち アプリ関連費用 990 収納代行手数料 4,521 その他 1,141 |

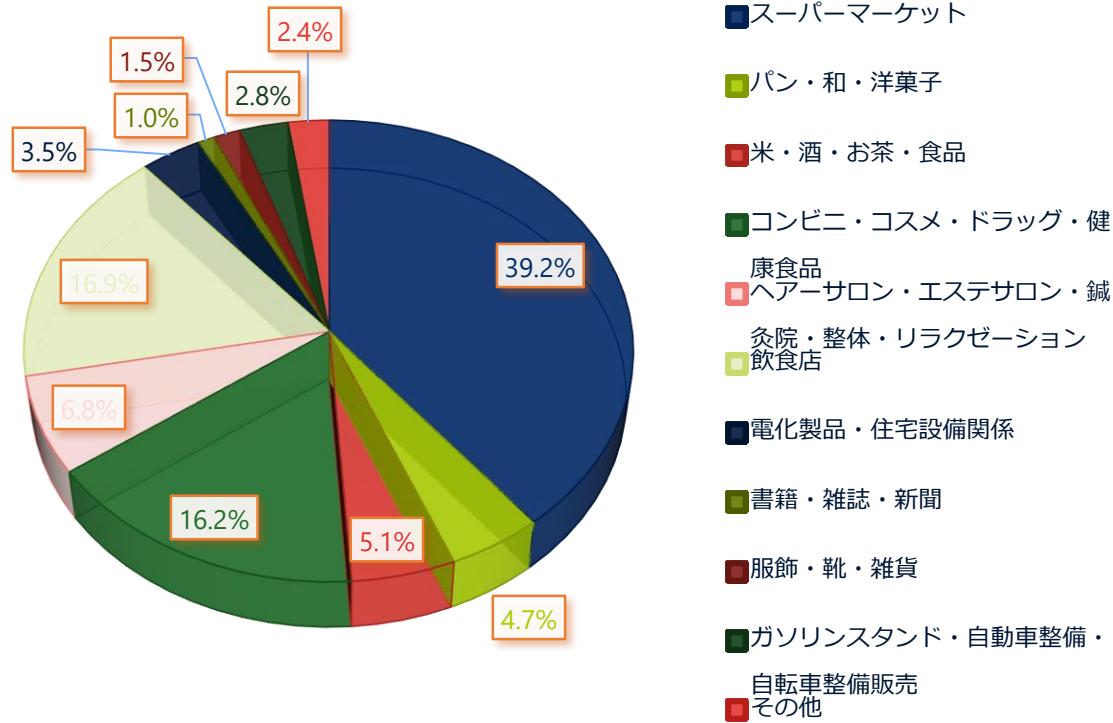
2. 各団体の取組・成果等の報告

～令和7年度 ガラシャPay（春）実績～

① 地域店と大型店の利用割合

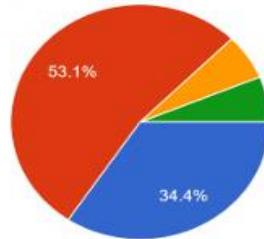


② 業種別店舗利用状況

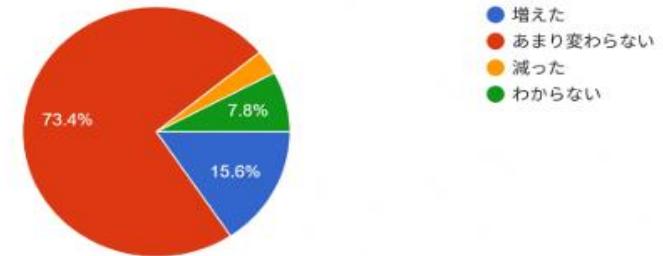


2. 各団体の取組・成果等の報告 ～令和7年度ガラシャPay（春）アンケート結果～

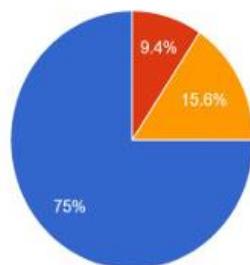
今回のガラシャPay事業実施期間中（4/25～6/30）の売上は例年と比べどうでしたか？
64件の回答



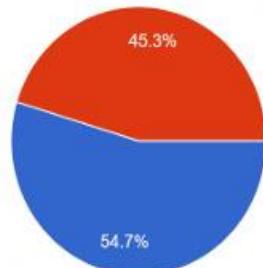
実施期間中、客単価への影響はありましたか？
64件の回答



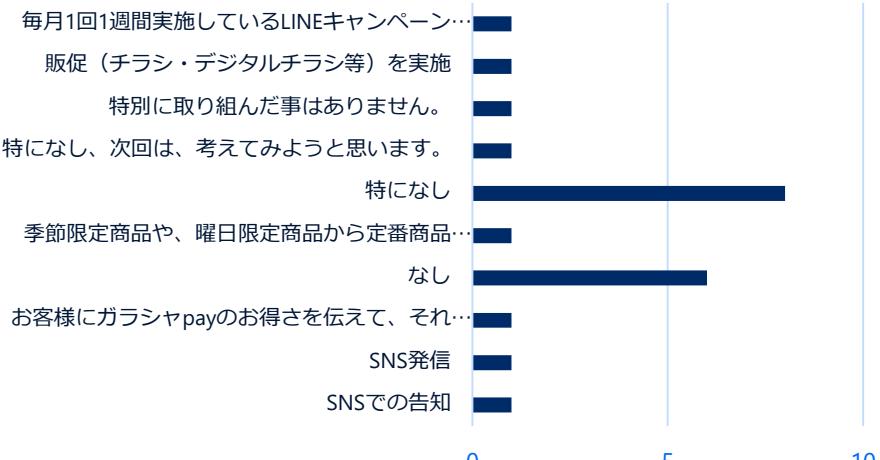
ガラシャPayに登録したことで、新規客の来店はありましたか？
64件の回答



ガラシャPayに登録したことで売上に影響ありましたか？
64件の回答



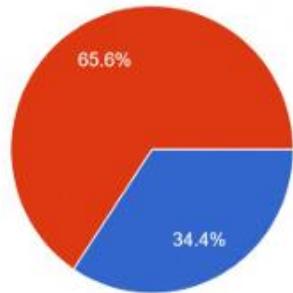
販促のために独自で取り組んだことがありますか



2. 各団体の取組・成果等の報告 ～令和7年度ガラシャPay（春）アンケート結果～

「お知らせ機能」をご存じでしたか

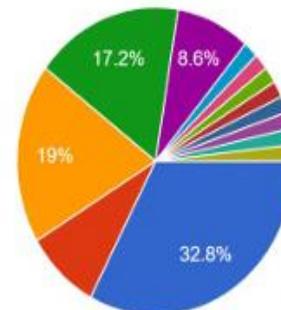
64件の回答



期間中、下記の効果はありましたか？

58件の回答

● 知っていた
● 知らなかった



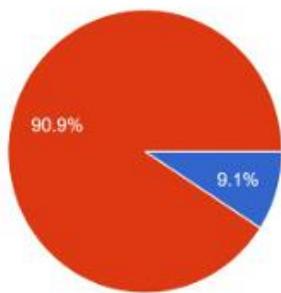
- まとめ買い・ついで買いがあった
- リピーターが増えた
- 来店客との関係性が増した
- 効果はなかった
- よくわからない
- 話題になった
- 期間終了前の走り込みのお客様があった

▲ 1/2 ▼

「お知らせ」機能を活用されましたか

22件の回答

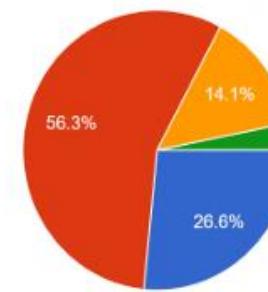
● はい
● いいえ



今回のガラシャPay商品券事業に総合的にどのくらい満足していますか？

64件の回答

● とても満足
● やや満足
● どちらともいえない
● 不満



2. 各団体の取組・成果等の報告

～令和7年度ガラシャPay（春）アンケート結果～

まとめ

1. 売上・集客への貢献

ガラシャ Pay事業は、回答店舗の過半数の売上向上に貢献し、特に新規 顧客の来店（75%）に大きく寄与しました。事業の最大の目的である集客において、効果を示したといえる。一方で、昨年の同時期との売上を聞いたところ約半数が「あまり変わらない」との回答から時期（季節）的な売上の変動要因も考慮を要します。

2. 購買行動への影響

客単価の変化は少なかった（73.4%が「あまり変わらない」）ものの、「まとめ買い・ついで買いがあった」（32.8%）という結果から、利用者の購買意欲を高める効果はあったと考えられます。

3. システム利用と改善点

店舗情報について、アプリ上でのお知らせ機能の認知度が（34.4%）低く、また、認知しているにも関わらず活用されていない（90.9%）が大半でした。販路開拓や売上向上に繋がるツールとして活用できるように、**店舗への情報提供の徹底**し、アプリの「お知らせ機能」など、店舗向けの機能や利用方法について、より分かりやすい形での情報提供や活用促進を行う必要があります。

2. 各団体の取組・成果等の報告

～令和7年度ガラシャPay（春）アンケート結果～

課題1: 客単価の伸び悩みへの対策

事業は新規客の集客に成功していますが（新規客の来店があった：75%）、客単価は「あまり変わらない」が73.4%と大半を占めており、集客効果を売上に直結させるための対策が必要です。

対策案：

「まとめ買い・ついて買い」の最大化：

期間中の効果として最も多かった「まとめ買い・ついて買いがあった」32.8%を意識した施策の展開や事例を紹介するなどの支援を促進します。

<例>

高単価セットの推奨：

ガラシャ Payの利用者に限定した、お得な高単価セット商品やサービス（例：通常メニュー+サイドメニューの特別セット）を用意し、単価アップを促します。

利用上限額の設定：

利用額に応じて割引や特典を付与する仕組みを設け、「あと〇〇円で特典付与」といった形で、利用者が意識的に単価を上げる行動を促します。

プレミアム体験の提供：

ガラシャ Pay利用者が、通常よりも少し贅沢な商品やサービスを選びたくなるような仕掛けを導入します（例：ガラシャ Payでしか購入できない限定商品、グレードアップメニューなど）。

2. 各団体の取組・成果等の報告

～令和7年度ガラシャPay（春）アンケート結果～

課題2: 販促への取り組みの強化

販促のために店舗独自で取り組んだこととして、「ない」又は「特になし」という回答が25%あり、積極的に販促を行えていない店舗も存在します。事業全体の効果を上げるために、店舗の取り組みを後押しする必要があります。

＜対策案＞

成功事例の共有:

ガラシャ Payの利用で「リピーターが増えた」店舗や、「来店客との関係性が増した」店舗の具体的な取り組み（SNS活用方法など）をヒアリングし、他の店舗へ共有するセミナーや資料を作成します。

(運営側)

告知戦略の見直し:

利用者への**告知を強力に展開**し、「ガラシャ Payを使わなくては損」という認識を浸透させる。

3. ガラシャPayの機能拡充について ～令和7年度（秋）ガラシャPay実施概要～

① 発行総額 149, 500千円（プレミアム15%）

② 商品券の概要

| | |
|---------|---|
| 販売額 | 10, 000円／一口 |
| プレミアム率 | 15% |
| 券面額 | 11, 500円／一口 (内訳 共通券5, 750円、地域専用券5, 750円) |
| 購入上限額 | 5口（50, 000円） ※長岡市在住 LPガス契約者は10口（100, 000円） ・ガラシャ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支払、 アカウント別にガラシャPayアプリにチャージ |
| 申込・購入方法 | 令和7年10月10日～令和7年10月27日 |
| 申込期間 | 令和7年11月1日～令和7年12月31日 |
| 利用期間 | |

③ 取扱店舗数

221店舗（うち大型店舗17店）

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%

3. ガラシャPayの機能拡充について

商品券事業（実施予定）概要



地域内経済循環プラットフォーム内の「プレミアム付商品券」としての位置づけ

○地域通貨機能

⇒プレミアム付商品券（ガラシャPay）として住民の消費を地域内で循環

○回遊促進・販売促進機能

⇒スタンプラリー（回遊促進により市全体の活性化）クーポン（各事業所の独自販促の支援）

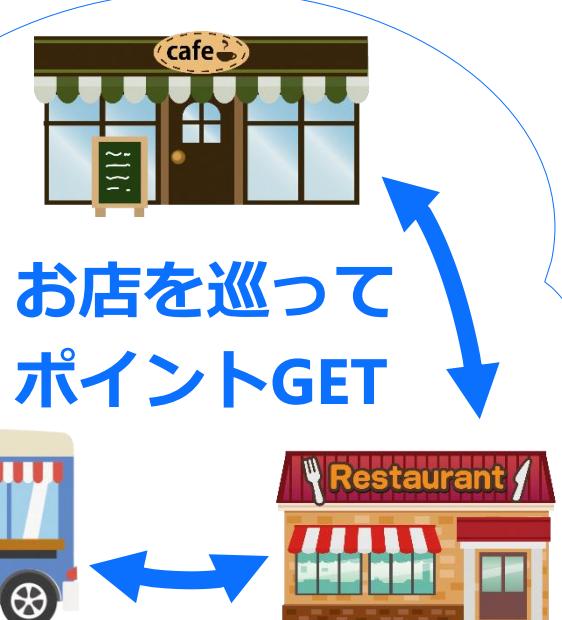
○事業者・行政からのポイント付与機能

⇒地域通貨として使用可能なポイント付与による市内での再消費を促進し市外への消費流出を抑制

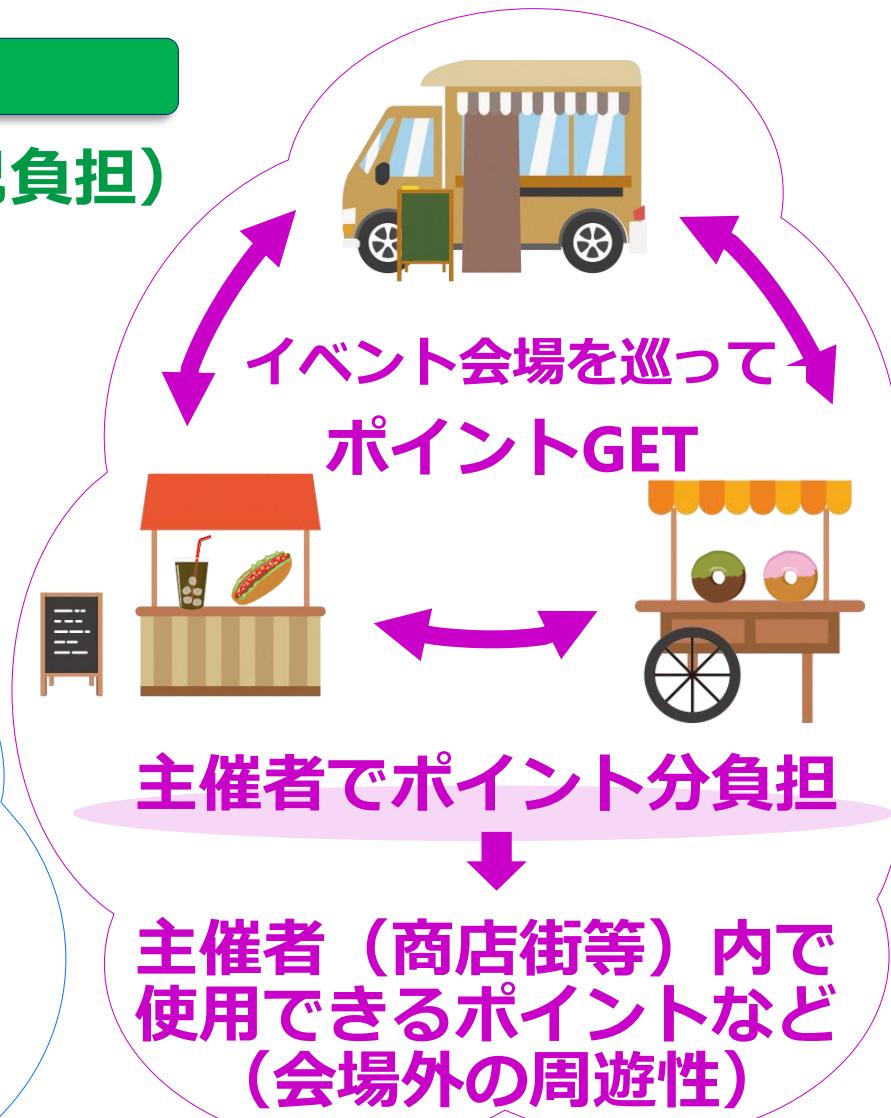
まずはスマートスタートとして、行政からのポイント付与機能として、公共交通バスを利用した方へポイント（ガラシャPay商品券）付与を行い、ガラシャPayアプリの利用促進につなげる。

スタンプラリー

各主体が利用できる（自己負担）
プラットフォームとして



参加店舗でポイント分負担



事業者・企業によるポイント発行

希望する事業者・企業（行政含む）が
ポイント発行可能な仕組（希望者が負担）



企業等の地域貢献



- ・現金値引⇒ガラシャPay
ポイントで還元
- ・地域貢献や営業ツールに

行政の施策インセンティブ

健康ポイント等
【aruku & ⇒食事券等】



ガラシャPayポイントで還元

企業の福利厚生に

地域応援×福利厚生
ガラシャPayポイントを支給

4. 各団体の来年度の取組について（市）

- ◆産業文化会館が市役所新庁舎に機能移転し、**令和8年12月**に長岡京市立産業文化センターがオープン
- ◆現在、指定管理者を募集中

《産業文化センターイメージ》



これまで

産業文化会館

貸館機能のみ

NEW



産業文化センター

貸館機能

+

イベントや交流の場として
利用できる市民広場

4. 各団体の来年度の取組について（市）

◆使用料（市施設使用料設定の基準により算出）

| 《産業文化センター》 | 午前（3時間） | 午後（4時間） | 夜間（4.5時間） |
|--------------|------------|---------|-----------|
| メインホール（300人） | 7,500円 | 10,000円 | 11,300円 |
| 市民広場 | 1,200円／1時間 | | |

《使用料の各種加算》

◇使用料は税抜表示 ◇土日祝加算(メインホールのみ):×0.2 ◇市外団体加算:×0.5 ◇営利加算:×0.5

《参考》

| 《現産業文化会館》 | 午前（3時間） | 午後（4時間） | 夜間（4.5時間） |
|------------|---------|---------|-----------|
| 大会議室（300人） | 3,800円 | 5,200円 | 6,800円 |

◆減免対象（市施設使用料設定の基準により見直し）

市統一減免基準 身体障害者・療育・精神障害者保健福祉手帳を所持

+その他、市内の商工団体（商工会、観光協会、商店街等）も減免対象。

→ 使用料の
50%減免

4. 各団体の来年度の取組について（市）

1F



2F

