

フェイスブックページ・広報しまもとをビジネスに活かす  
しまもと・にぎわい・ねっとを商売繁盛につなげる方法

---

## 議事録



平成28年5月24日(火)14:00~16:00 in 島本町商工会

岩橋マネジメントサービス 中小企業診断士 岩橋 亮

# 当日の流れ

---

1. はじめに

2. 小さな店のフェイスブックのビジネス活用事例のご紹介

3. しまもと・にぎわい・ねっとわーく推進委員会長より

～ 休憩(10分程度)～

4. グループ別の意見交換と話し合った内容の全体共有

しまもと・にぎわい・ねっとの活用促進

## 2. 小さな店のフェイスブックのビジネス活用事例のご紹介

---

※別紙参照

### 3. しまもと・にぎわい・ねっとわーく推進委員会 会長より

---

- ・他市の人から「島本にぎわっているらしい」と言われるようになってきた
- ・まず方向性を明確にしてからフェイスブックページの活用
- ・「なんとなくにぎわっている」で終わらないこと
- ・これからどういうふうに島本を動かしていくのか

#### 「しまもと・にぎわい・ねっと」における地域活性化の定義

- (1) 町内外の多くの人に島本町のことを知ってもらうこと
- (2) イベントの結果として、島本町内商工業者の業績向上につながる
- (3) 観光・イベント目的で町外から人を島本町に集めること
- (4) 自然、歴史、文化等島本町の魅力・観光資源をアピールすること
- (5) 島本町の住民に島本町をもっと好きになってもらうこと

## 4. グループ別意見交換会議事録①

---

### ■ しまもと・にぎわい・ねっと

- しまもと・にぎわい・ねっとを誰でもは入れる組織にしたい
- にぎわいねっとは商工業者の業績向上がメインでないか
- 竹工房は、街の憩いの場を作る、商工業の活性化と、街の活性化は違うのでは？
- 具体的な計画を立て継続していくことが必要
- 内容を充実させて手段としてフェイスブックなどを活用していく

### ■ イベント

- イルミネーションは13年目、目に留まるようになり認知度上昇、協賛金が企業から個人へと変化してきた。個々のお店が利益のみ追求ではなく、楽しみを積みかさねてきた結果にぎわいへととなってきた
- 手づくり市などへの出店でつながりができて、そこから広がりしごとになってきている。
- イベントで集客して商品を知ってもらう
- イベントを盛り上げることが島本町の活性化につながる→フェイスブックの活用(商品をPR)
- 年間行事の把握(商工会)
- 青葉さくらまつりは、400件の自治会員がおりながら、活動しているのは、10件ほどである
- 行事のPRをすべき→将来的に定住促進につながる

## 4. グループ別意見交換会議事録②

---

### ■ 観光（サントリーの活用）

- サントリーでは、大山崎町観光案内所にパンフレットを設置している
- サントリーには島本町のパンフレットはおいていない現状がある
- 山崎は、サントリーのお客が多い、空き店舗で喫茶カフェをしたい

### ■ 水のブランド化

- 水は島本のメイン、箕面サイダーのようなものをつくってほしい
- 水系を守る、尺代漁業の魚がおいしいのは、水がおいしいから、水を守ることは大事
- 島本＝水 をもっとPR、水のブランド化

### ■ 農業

- 米ともち米の違いなどがわかるような食に関する知識を伝授しておく資料作成が必要である
- 農業のプロを継続して承継していただきたい期待感と季節感が味わえる場の提供が必要ではないかと思う
- 島本町の農業収入だけでは、子育てできるほどの利益が無いのが現状である
- 利便性の良い場所での農業については課題がある、駅前開発に取り組まなければならない
- 農業カフェの実現に向けて計画中
- 農業振興団体の方向性として、若い人たちに、家族、子育て世代に1年間の農業のコツを伝授してほしい

## 4. グループ別意見交換会議事録③

---

### ■ 空き家対策

- 空き家対策を自治会が対応する時代に直面していると思われる
- 空き店舗解消がしたい、日替わり、週替わりなどで利用できる仕組みを作りたい

### ■ 商店街

- かねての商店街のにぎわいがなくなったのは、なぜ？
- 福岡久留米に息子が住み、昔ながらの街並みを活かして商売をしているが、パンフレットにより近隣の人々が周知している

### ■ 課題

- 自治会などの希薄さがある中、定住促進のために必要な子育て世代女性の意見を聞く(吸い上げる)組織などが無い
- 阪急水無瀬駅前とJR島本駅の活用
- 交通の便がよく、外に人がでてしまう(京都・大阪へ)
- 島本町は環境、立地条件がすごく良い、田舎っぽいところも〇、若い人を呼び込めないだろうか？
- 創業支援、安定した雇用とにぎわいの創出、ひとつの共同体を作りその人たちが、実行するということを考えている

### ■ その他

- 行政が行動すれば島本町内をPRは可能である

## 4. グループ別発表内容①

---

### ■ しまもと・にぎわい・ねっと全般

- にぎわいを求めてこの事業所の利益だけを追求するのではなく、自分たちが何を提供できるか。そこからつながって行って、何らかの形でリターンがある。そういうにぎわいをつくるのが一番。
- しまもと・にぎわい・ねっとの地域活性化の定義について、商工業者の業績向上・街の活性化と5島本町をもっと好きになってもらうことは違うのでは。そこは分けた方がいいのでは。
- 島本町内で皆様が集まった組織はあまりない。その中でできること。皆がいろいろな知識を出し合う。
- 最終的な目標を考えてから。役場としては、昨年度計画を立てた。総合戦略。1つ空き店舗解消。その解消が1つ。その中で、山崎地区。サントリーと山崎駅の間で喫茶店ができたらいいな。皆様で運営していく。
- パン屋さんと野菜づくりのプロ。共通の課題。高齢化が進んで担い手がない。跡取りをどうするか。島本センター、農業振興も課題。行政も課題。その過渡期。
- パン屋・農家。野菜→ピザといったコラボをする。そういった活用をしまもと・にぎわい・ねっとでもできるのでは。



## 4. グループ別発表内容②

---

### ■ インターネット・フェイスブックページの活用

- フェイスブックページの前に、内容をどうしていくかを充実させて手段としてフェイスブックページを活用していく。内容をまず充実させる。
- 前提としてうちのグループにはフェイスブックをしている人はいない。現状の島本。定義とにぎわい・ねっとの手段がそぐわない。定義が目的であり、整理が必要ではないか。
- つながりを求めるため、自治会・町内会・実行委員会があるが、それも1つ。顔を合わせたのつながりが強いが、今はインターネットがあるのでそういったものを活用してつながりを広げていくことも大事では。
- フェイスブックページによるイベントの告知。知ってもらうためには有効ではないか。
- 一番PRできるものは水。水を使ったPR。島本の水がいいイメージが京都・茨木ではもっていない。それをどうPRできるか。フェイスブック。個人商店が一回あげるよりも、皆見ることが多い。水がいいイメージを盛り込んで内容をPRする。最終的に商工会・島本町の水を利用した商品化、町の活性化につながっていけば。
- 農業がクローズアップ。今まではビジネスや家業。規模が縮小してきた。島本の魅力としては残る。農業・農産物をレクリエーション、憩いの場としてPRする。島本で農業をしていく人がこれから出てくるかも。楽しさ・ノウハウを伝える場としてのフェイスブック。