

令和2年度（2020年度） 事業計画書

1. 申請者の概要

申 請 者	団体名	島本町商工会
	代表者職・氏名	会長 小山 登
	所在地	〒618-0021 大阪府三島郡島本町百山4番1号
	担当者	職・氏名 事務局長 川島 和也
	連絡先	電話番号（直通）： 075-962-5112
		F a x : 075-962-0230
		E - m a i l : shimasyo@silver.ocn.ne.jp
①設立年月日 ②職員数 （うち経営指導員数） ③所管地域 ④管内事業所数 ⑤管内小規模事業者数 ⑥会員数（組織率） ※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと		①昭和38年1月8日 ②3名（うち2名）（令和元年12月31日現在） ③島本町 ④610（平成28年経済センサスによる） ⑤401（平成28年経済センサスによる） ⑥320（52.4%）（令和元年12月31日現在）
□主な事業概要（定款記載事項等）		
①商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。 ②商工業に関する情報又は資料を収集し、及び提供すること。 ③商工業に関する調査研究を行うこと。 ④商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。 ⑤展示会・共進会等を開催し又はこれらの開催のあっせんを行うこと。 ⑥商工業に関する施設を設置し、維持し、又は運用すること。 ⑦商工会として意見を公表し、これを国会・行政庁等に具申し。又は建議すること。 ⑧行政庁等の諮問に応じて答申すること。 ⑨社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。 ⑩商工業者の委託を受けて当該商工業者が行うべき事務（その従業員の為の事務を含む）を処理すること。 ⑪大阪府商工会連合会の委託を受けて商工貯蓄共済事業の業務を行うこと。 ⑫行政庁からの委託を受けた事務を行うこと。 ⑬前払式証券の発行に関する業務を行うこと。 ⑭前各号に掲げるもののほか、本商工会の目的を達成するために必要な事業を行うこと。		

(1) 所管地域の産業経済の現状と課題

本町は水と緑の街づくりを推進しており、住環境重視の影響を受け、製造業が極端に少なく、大手企業(サントリー、小野薬品等)の研究所が数社ある程度で、小売り、サービス業等の割合が非常に高い町である。定住促進が進み2019年12月現在で31,591人と町内人口は大阪府内でも珍しい純増傾向にあるが、狭い地域内に阪急水無瀬駅、JR島本駅があり、大阪市、京都市に出るのも30分以内と交通の利便性が良く、以前から購買力の流出が非常に多い(地域経済循環図(2013年データ)より民間消費額では290億円の地域外への流出と見られる)。本町の課題としては、店主の高齢化や廃業の増加など商業の地盤沈下が進んでいるのが現状であり、どのように購買力の流出を止め、地域全体の活性化を図るかが最大の課題である。

(2) 所管地域の活性化の方向性

上記、理由により商業の地盤沈下が急速に進んでおり、その対策として地盤沈下が進行する商業環境を改善すべく、『100円商店街』や、空き店舗等を活用したCB起業家の育成支援を目的に『しまもと手づくりコミュニティ市』を開催する。町内の商店街等に賑わいを取り戻すことで、集客力のアップや新規顧客の獲得を目指し、商業活性化を図る。町の定住促進の成果で新たな住民が増加しており、その中で若い世代、子育てを終えた層を中心に趣味から仕事への転換を考える人が増えているおり、そういった方への創業支援を行政と連携して行うことで新たな街の活性化へとつなげていく。「離宮の水」商業活用により「離宮の水」ブランディングロゴを活用していただける事業者を募集、協議会にて新たに島本町の名産品が誕生し、現在15品目が認定されている。これらの物産品を本格的に売り出し、観光客の消費を促す事で観光の町としての活性化を目指す。またにぎわい地域活性化交流会で構築している『しまもとにぎわいネット』と連携する事で、町内外へ情報発信を行いボランティアガイドと連携・活用し、飲食店及び小売店等での観光客の消費を促し、地域全体の活性化を目指す。

(3) 主たる支援の対象として想定する小規模事業者等のイメージ及び対象事業者数

本町の事業所は小売、サービス業の小規模事業者が多くを占めており、近隣大都市(大阪市、京都市、高槻市)等への購買力の流出が多く非常に厳しい状況下にある。しかし、このような状況下にあっても、様々な販促策を講じて、必死に頑張っている商店街や地域のオンリーワンを目指し、こだわり商品を販売、売上を増加させている事業所並びに、新規創業を目指す事業所に各種支援機関の専門家をコーディネートしたり当会指導員も各種の支援を行い、地域活性化の導火線役を担ってもらう。主たる支援対象事業者数としては「小売業・サービス業・飲食業」の合計で約190事業者となる。

(4) 事業の目標

令和2年度は、小売、サービス、飲食業等の事業所(約190事業所)の抱える問題点や課題等に対し、速やかな指導を行う事を心がけ、素早い対応、ワンストップサービスを実施することを指導員全員が心がけ、事業所の満足度、向上に努める。又、地域商店の新たな担い手を創造するため『創業セミナー』を町行政と連携し、特定創業支援としておこない地域商業への意欲的な人材の育成を図る。『100円商店街』や『しまもと手づくり市』を開催する事により、商店街のにぎわいを取り戻し、売上のアップやCB起業家や創業者の育成等に役立て、地域活性化につなげる。又、地域資源を活かした新事業を計画する人の発掘に力を注ぎ各種支援機関の専門家をコーディネートし、又当会指導員も各種の支援を行い、新事業を成功に導く。現在実施している「離宮の水」商業活用により令和元年度は新たに2品目の名産品が誕生した。今後、国の3法について案内するとともに、一層の地域活性を進めるべくブランディングロゴを活用して、事業化いただける事業者をさらに募集、協議会にて決定し物産品を本格的に売り出し、観光客の消費を促す事で観光の町としての活性化を目指す。またにぎわい地域活性化交流会で構築している『しまもとにぎわいネット』と連携する事で、町内外へ情報発信を行いボランティアガイドと連携し、フルに活用し、飲食店及び小売店等での観光客の消費を促し、地域全体を元気にする。

(5) 事業の実施により期待される効果及び実施しなかった場合の影響(実施する事業の総体的な効果等を記載すること)

事業者は無料で、経営支援事業(税務、金融、経営、労働等)の継続的な指導が受けられる事や、専門相談員からの的確な指導が受けられる事が確実な問題解決に繋がっている。商工施策についても商工会ニュースや信頼関係のある経営指導員からの情報入手により、活発な利用も可能となる。また、町内の商業の地盤沈下は深刻な状況下であり、高齢化の影響・後継者不足などから数多くの店舗が廃業に追い込まれつつある。定住促進が進み住民は増加しているが交通の利便性がよく町外への購買力流出が多い。その打開策として地域の商店・商店街を知るきっかけとなる『100円商店街』の開催、『創業セミナー』により新たな事業者の掘り起こし、育成、空き店舗を利用したCB起業家等による『手づくり市』開催等により集客力を高めていく。そのことにより、各商店や地域が賑わいを取戻し、『しまもとにぎわいネット』等を活用して町内外へ情報発信することにより、観光客の消費を促すことで商業活性化の一助となることを確信する。

本事業を実施しない場合、事業者の高齢化・担い手不足や空き店舗の解消難など事業継続に向けた問題解決が難しく、より一層の購買力流出が進み、地域の持続的発展と経済全体の活性化の機会を失うこととなる。

I 経営相談支援事業					
支援メニューの件数					
事業所カルテ・サービス提案	90	事業所	支援機関等へのつなぎ	12	支援
金融支援(紹介型)	4	支援	金融支援(経営指導型)	10	支援
マル経融資等の返済条件緩和支援	1	事業所	資金繰り計画作成支援	3	事業所
記帳支援	10	事業所	労務支援	10	支援
人材育成計画作成支援	1	事業所	マーケティング力向上支援	5	事業所
販路開拓支援	40	支援	事業計画作成支援	3	支援
創業支援	4	事業所	事業継続計画(BCP)等作成支援	2	事業所
コスト削減計画作成支援	10	事業所	財務分析支援	55	事業所
5S支援	1	事業所	IT化支援	2	事業所
債権保全計画作成支援	1	事業所	事業承継支援	2	事業所
災害時対応支援	0	事業所	フォローアップ支援	10	事業所
結果報告	90	事業所			
件数設定の根拠及びその実現に向けた取り組み					
前年度支援企業数	95				
<p>本年度も最重要課題である、カルテ件数を90件目標にしており、総会員数の約30%を占めている。巡回時に事業所の抱える問題点や課題等を掘り起こす。地域活性化事業からも相談支援事業に繋がる事業所を見出し、カルテ対象事業所を増加させ、問題点の解決を図り事業所の役に立つよう最大限の努力をしている。</p>					
事業所支援の実施方法(専門家や各種支援機関、支援制度の活用など)					
<p>巡回指導をおこない事業者が抱える問題点や課題に対して、速やかな指導を行う事を心がけ、何よりも素早い対応、ワンストップサービスを実施する。また高度な相談については各種支援機関のコーディネーターや当会の専門相談員に依頼し、素早く問題の解決を図る。</p>					
II 専門相談支援事業					
事業名	新規/継続	指標	目標数値	事業概要	
金融窓口相談	継続	相談件数	13	日本政策金融公庫、融資相談	
税務支援	継続	相談件数	10	税務、記帳相談	
法務、労務、経営支援	継続	相談件数	15	法律相談、登記法律相談、労務・社会保険相談、経営相談	
事業実施のポイント・期待される効果					
<p>事業所が抱える問題点や課題、要望に対し速やかな指導を行う。(特に資金繰りの悪化の抑制や融資に繋がる財務分析等)については素早い対応、ワンストップサービスを実施することを、経営指導員全員が心がけているので、事業者の満足度は向上しているものと思われる。又、事業者からの様々な問題提起、要求に応えることが、職員の資質の向上や信頼関係を築き上げるのに役立っている。</p>					

4-1. 地域活性化事業一覧

島本町商工会

府施策連携	事業名	概要	金額(円)
(1)単独事業			4,787,400
	商業活性化支援事業	100円商店街を計画し、商店街のにぎわいを取り戻し集客力のアップや新規顧客の獲得を目指し商業の活性化を図り、現在の閉塞感を打破する。	1,212,000
	しまもと・にぎわい地域活性化事業	「島本町立歴史資料館を含むJR島本駅前の活性化」と「地元産品などを利用した特徴ある地元商工業者の参加型活性化」	858,500
○	地域産業資源『名水百選：離宮の水』商業活用事業	地域産業資源名水百選『離宮の水』の商業活用に向けての取組	1,201,900
○	創業セミナー	起業家の育成、創業の促進を積極的に推進し、強い企業の実現を目指す。また、町の創業支援事業計画にも参画し、起業家の育成等を目指す。	1,515,000
(2)広域事業			3,956,920
	手づくりコミュニティ市事業	空き店舗を活用し、新たな公共の担い手となる地域の社会起業家を発掘、活動支援をする。CB事業者の販路開拓情報発信基地とする。	2,537,625
	承継・創業経営者交流会	摂津市商工会の事業計画書参照	62,800
○	クラウドファンディング活用セミナー	摂津市商工会の事業計画書参照	28,400
○	キャッシュレス化の推進事業	茨木商工会議所の事業計画書参照	320,000
○	三市一町合同就職面接会	高槻商工会議所の事業計画書参照	93,425
○	BCP/BCMの普及促進	高槻商工会議所の事業計画書参照	28,400
○	中小企業のための生産性向上セミナー～IoT・PRAの活用～	高槻商工会議所の事業計画書参照	26,000
○	事業承継を行うための準備支援	吹田商工会議所の事業計画書参照	101,000
	大阪勧業展	大阪商工会議所の事業計画書参照	25,250
	北摂地チカラフェスタ	箕面商工会議所の事業計画書参照	150,000
	次代を担う若手経営者等の育成支援事業	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	227,250
○	中小・小規模事業者サービス品質向上支援事業	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	70,700
	女性リーダー養成事業	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	106,050
○	BCP策定支援事業（仮称）	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	60,600
	大阪企業のコスト削減計画	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	119,420

うち府施策連携事業

3,445,425

事業名		商業活性化支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～ 年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	地域の商業環境は交通の利便性が良いため、近隣の大都市圏(京都市・大阪市・高槻市)や大型店への購買力の流失、事業主の高齢化による廃業の増加等地域全体の商業の地盤沈下が進み、疲弊の一途を辿り集客力に乏しいのが現状である。そこで全国的に実施され非常に高い確率で成功を収めている「百円商店街」に着目し、島本町でも百円商店街を継続的に実施、商店街に賑わいを取り戻し、集客力のアップや新規顧客の獲得等を目指し、商業の活性化を図り、現在の閉塞感を打破する起爆剤としたい。また新しいマンションが数多く建設され転入者も多く、町の商業施設を知らない人が増加しており、その人たちに店を知ってもらうきっかけづくりをし、常連客につなげていきたい。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	水無瀬駅近隣の4商店街及び周辺商店等		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	『百円商店街』を継続してきたことで、徐々にではあるが新規顧客も増え、効果が表れており、アンケート調査の結果でも毎年80%程度継続希望もある。住民も12月の第一土曜日は『百円商店街』が開催されることを楽しみにしている人が多く、事業者・住民双方のニーズに合った事業である。		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	12月7日(土)午前10時から午後3時頃まで4商店街44店舗参加により『百円商店街』を開催、昨年も同時開催し好評だった『手づくりコミュニティ市』も同様に開催し、また、集客力があるイベントであるため各種団体もイベントを開催した。その相乗効果により通行量は約40%以上増加し、8千人以上の人々が来場した。新規顧客が数多く来店し例年以上の賑わいを見せ当初の目的は、ほぼ達成された。 集客力のあるイベントのためマスコミ(JCOM等)にも取材や放映等をしてもらい、絶好のPRの場になった。また、一日の売り上げが過去最高を記録した店が2店舗、本年創業し参加して大きな反響を得た店が1店舗見受けられた。		
	反省点	本年既存参加の事業者がいくらか廃業するなど直接参加の事業所が減少している。百円商店街に直接的な参加をせずとも同日に催しを行うなどして関わりをもつ商店は散見しているので、そういった事業所に参加してもらえるよう連携を進め、島本町全体の商店活性化・利用増加を促し、定住促進で増えている住民に地元商店をPRすることで購買力流出の抑制をしていきたい。		
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつどこで何をどのようにするのかを明確に)	人材育成型	(販路開拓型) 主に水無瀬駅近隣の商店街単位で実施し、今回も『手づくりコミュニティ市』及び福祉展と12月に同時開催予定。令和2年は町制80周年記念事業とも合わせ、島本町農林業祭や百円商店街と同日開催予定。町内農・商業の活性化と集客につなげる。		
	○ 人材交流型	事前にシルバー人材センターに依頼し、町内全戸にポスティング(地図入りの案内チラシ)や横断幕やノボリ等でPR、各店が創意工夫を凝らし、100円でお客様に提供できる目玉商品を店頭販売し、個々の店のPRを行う。商店街全体をひとつの100円ショップに見立て、個店認知度及び集客力アップを図る。今回も4商店街が必ず同一開催できるように働きかける。また、マスコミ関係に依頼し、広く事業PRを行う。		
	○ 販路開拓型	(人材交流型) 百円商店街開催後、参加店を中心に意欲的な店舗に集ってもらい交流会を開催し、各事業所が店舗の特徴や強みを把握してもらおうと同時に課題や問題点等を発見し、店舗同士で知的・人的ネットワークを広げ、地域活性化に向け取り組む。(1回 1月～2月頃)		
	ハンズオン型			
	独自提案型			
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	(a)府施策連携	(b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果
	(c)町役場には、町広報誌にて、事業のPRに協力してもらおう。令和2年は島本町政80周年で、連携事業として事業実施をする。 (d)販路開拓への足掛かりとなるようなビジネスマッチングやセミナーなどの情報提供やインターネット・DM・POP等の販促物の活用を指導し、できるだけ多くの事業者のカルテ化に繋がっていききたい。			

事業名		しまもと・にぎわい地域活性化事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2014 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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>事業所や商店街等各団体間の相互連携の促進による課題解決等に向けた検討等、地域活性化取り組みについて、継続的に連携していく横のつながりが構築され、地元商工業者と地域住民で構成する「しまもと・にぎわい・ねっとわーく」推進委員会が発足した。</p> <p>今後の課題は、「しまもと・にぎわい・ねっとわーく」において、町内外に統一感をもった島本町のPR・情報発信をどのように展開、充実をはかり運用していくか、島本町横断的な情報発信の確立である。</p> <p>商工会としては、本事業を継続し、各団体間の相互連携をさらに推進して行く必要がある。また、今後島本町のにぎわい活性化のために何をすべきか、「しまもと・にぎわい・ねっとわーく」において検討を重ね、相互の課題解決に協力、協議していける場としていく。さらに、地域住民からは、地元情報を身近に聞き取ることができる場である。このことから、国・府・市町村のお役立ち政策情報等の提供ができ、商工会各種相談支援につなげていくことにより経営改善等意識向上をめざした支援になる。現状の地域活性化事業活動を地域住民と地元商工業者が主体となり、地元商店へのさらなるにぎわいにつなげ、島本町の地域活性化事業活動の更なる発展へとつなげていける取り組みとする。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	阪急水無瀬駅に集積する商店(島本センター・みなせ名店街・水無瀬駅前商店街、島本共栄会等)及び地元商工業者			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	地域情報と地域活性化取り組みについて、双方の課題など種々の意見を聞く機会を得られること、地元商工業者と地域住民の参加型の活性化事業に取り組み方の手法を学びたいと望む声がある。			
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>『しまもとにぎわいねっとわーく推進委員会』としてにぎわい・ねっとわーくFacebookを活用し、地域行事や活動の情報収集・発信をすることで町内で行われている事業を他方へ発信している。上記活動により『離宮の水』ブランド化推進協議会の構成委員に出向し、離宮の水ブランディング2品目の審査に加わった。交流会内で意見交換を行うことで現在事業のブラッシュアップをし、参加者が主催するイベントの客員増強につながる結果が出、あらたな事業計画へのやる気が高まった。(現在、町ゼミなどの企画進行が進められている)町広報しまもとの『しまもと・にぎわいねっと』に各種事業の掲載を毎月継続することで充実した情報発信が可能となっている。(各商店街手づくり市や団体イベント、音楽イベントなど)</p> <p>町内イベント出展事業所数は、7イベントで延べ18事業所40回出店であった。</p>			
	反省点	<p>地活事業となる前の小さな交流会から進めていた内容を振り返り今まで「できたこと」を振り返ったことでそれぞれのやる気が盛上がった。また「できていない」ことに対してやる気を見いだす参加者もあり、そういった人と今まで参加されていない新たな担い手を見いだすためにより効果的な参加者募集、新規創業や何かをやりたいと考えている地域との連携が可能なおうへと変化させ、情報交流がより積極的になるようにする。</p>			
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ・ どこで・ 何を・ どのよう にする のかを 明確に)	人材育成型	【人材交流】 商工業者を中心に、地域住民とともに、島本町のさらなるにぎわいの創出活性化にむけて、「しまもと・にぎわい地域活性化事業」交流会を開催する。(3回開催、1回目6月頃、2回目10月頃、3回目2月頃に実施予定。)			
	○ 人材交流型	【販路開拓】 「しまもと・にぎわい・ねっとわーく」において情報収集、情報発信する島本町内の各種イベントにおいて商工会ブースへの積極的な出展を促進支援する。支援内容として、消費者ニーズ・PRポイントをつかんでもらい、新商品開発等への取り組み意思の向上及び販売促進等事業所の実情に応じた支援をする。(4月島本音楽フェスティバル、10月水無瀬神宮秋祭り、12月島本町農林業祭など、18事業所出展予定)			
	○ 販路開拓型				
	○ ハンスオン型				
	○ 独自提案型				
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携 <input type="checkbox"/> (b)広域連携 <input checked="" type="checkbox"/> (c)市町村連携 <input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果 (c)(d)町行政、商工会、商工業者、地域住民と共に、しまもとにぎわいねっとワークを活用して、三位一体で地域事業への参画、店舗PRを行うなどして活性化事業推進していく。参加事業所の個別課題に関する支援を相談事業へつなげる。				

事業名		しまもと・にぎわい地域活性化事業				新規/継続	継続		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 20	交流会参加商工事業者数 (集積する商店及び地元商工事業者や推進委員会に参加している事業者、商工会報などで案内)						
	支援対象企業の変化	積極的参加により事業所の認知度を高めることができる。新規顧客の取り込みができ、販売促進、販路拡大につながっていく。また、新商品、メニュー等開発とサービスの向上にもつながる。							
		指標	事業参加による意識の向上			数値目標	80%		
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 18	各種イベント参加の合計事業所数(前年を基準) (集積する商店及び地元商工事業者や推進委員会に参加している事業者、商工会報や直接届けるなどで案内)						
	支援対象企業の変化	積極的参加により事業所の認知度を高めることができる。自社および商品PRをすることで新規顧客の取り込みができ、販売促進、販路拡大につながっていく。							
		指標	出店により自社商品PRができた事業所件数			数値目標	80%		
その他目標値	目標値の内容⇒								
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費	
		⇒ 40,400 円 ×	20	×	1.00	=	808,000 円		
		⇒ 50,500 円 ×	18	×	1.00	=	909,000 円		
		⇒		×		=			
		(小計) 1,717,000 円							
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%) 円							
	計 1,717,000 円								
独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等					
	②受益者負担		円	負担金の積算					
	(a)府施策連携	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果			
	標準事業費		補助率		(①市町村等+②受益者負担)				
	1,717,000 円 ×		0.50	=	858,500 円	(円)			
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)				
			円						
			円						
			円						
			円						

事業名		地域産業資源『名水百選・離宮の水』の商業活用事業		新規/継続	継続
想定する実施期間		2016 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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>島本町内にある水無瀬神宮は大阪府の地域産業資源に認定されており、町の誇りである。また、境内からくみ上げられる「離宮の水」も大阪府の地域産業資源に認定されており、昭和60年環境庁（現環境省）認定の「全国名水百選」に大阪府で唯一選ばれた名水として名高く、島本町民にとっても長年ご神水として親しまれてきた。</p> <p>事業者からの離宮の水の商業活用を望む声や地域住民からも離宮の水を活用して地域活性化を望む声があり、事業者に「離宮の水」を使った商品開発を新たに取り組んでもらい、その商品を「離宮の水ブランド」として推進していくために、「離宮の水ブランド」の推進機関として町・商工会・水無瀬神宮などから成る「離宮の水ブランド推進協議会」を平成28年に発足した。この事業では地域産業資源である「離宮の水」を活用して商品開発し、事業化したい事業者に対して「離宮の水」について知る機会を提供したり、実際に取り組んでいる事業者との交流を図ることで更なる事業化を支援する。</p> <p>事業者にとっては「離宮の水」を使った新商品の開発を行うことで、地域住民の島本町土産としての利用や、「離宮の水」を目当てに他地域から島本へ足を運ぶ観光客の土産購入等で売上向上につなげ事業化を図る。また、「離宮の水ブランド」認証企業を増やしていくことで、島本町の魅力を発信し、地域活性化、商業活性化、観光促進につなげていく。</p>			
	支援する対象 (業種・事業所数等)	地域産業資源「離宮の水」を使って商品やサービス等を新たに開発に取り組み、事業化し、「離宮の水ブランド」を使って販路拡大に取り組みたい事業者			
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>島本町にはこれといった特産品がなく、住民より手土産に持っていける島本町らしい商品を開発してほしいという要望があった。また事業者より地域の資源である離宮の水を使った商品を作りたいという要望があった。それらを合致させて離宮の水を使った特産品を作ろうという取り組みが始まった。</p> <p>昨年度は事業者交流会を3回開催し、商品開発の糸口のためや販売促進のために事業者より「離宮の水」に関する勉強会をやりたいという要望があがったため、今回、勉強会を実施する。</p>			

事業名	地域産業資源『名水百選・離宮の水』の商業活用事業	新規/継続	継続
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	<p>28年度より、離宮の水の商業活用に向けて、町、商工会、弁護士、中小企業診断士、フードコーディネーター、事業者などから成るワーキングチームを結成、この取り組みの核となる事業者や水無瀬神宮、「離宮の水保存会」等と協議しながら、離宮の水のブランド化を進めてきた。28年度の成果として、島本町がブランドのロゴマークを作成、商標登録した。また、ロゴマークの認証機関として「離宮の水ブランド推進協議会」（事務局を商工会に置く）を設立した。</p> <p>29年度よりロゴマークを活用して商品を開発してくれる事業者を募集。フードコーディネーターによる商品開発支援を経て11商品が認証された。その後、パンフレットの作成、マスコミ向けのお披露目会、『離宮の水を島本ブランドへ』と題した勉強会を開催、『離宮の水名産品大交流会』と題した試食交流会を開催した。</p> <p>30年度は新たに4商品を認証。パンフレットの刷新、ケーブルテレビや広報誌などでPR活動を行ったほか、イベント出店しPRを行った。11月に住民向けの試食交流会を行い、その様子がケーブルテレビで放送され、町内に離宮の水ブランドを広く周知できた。</p> <p>31年度は新たに1事業所2商品を認証した。町広報誌、商工会報、HP、FacebookなどでPRしたほか、島本町内の主要なイベントへ「離宮の水ブランドブース」を出店し、PRや販売を行った。また事業者交流会を計3回実施。交流会の中で、チラシを全戸配布するなど、もっと多くの人に手に取ってもらえるようにしてほしいと要望があったため、8月にクーポン付のチラシを作成し、広報誌と同時宅配の全戸配布を行った。実際にクーポンをきっかけに多くの方が店舗を訪れる結果となった。クーポンは回収し、期間ごとに何人が訪れたのかなどを事業者交流会で報告しあい、結果を次期の取り組みに繋げている。また新商品誕生とクーポンの宣伝を兼ねて、島本夏まつりに離宮の水ブランドの巨大パネルを設置し、来場者約1万人に対してお披露目をした。巨大パネルはその後JR改札前の壁に約2か月にわたり展示し、大々的にPRを行った。このチラシとパネル効果で事業者より新規顧客の来店につながっていると報告があった。さらに、事業者交流会の中でプレスリリースを望む声が多くあり、マスコミ向けに離宮の水グルメを巡るガイドツアーを実施し、8事業者が参加した。その後毎日新聞に記事で取り上げられ新規客が来店したなどの報告を受けている。また、大阪府住宅まちづくり部が行う「淀川沿線・三川合流域協議会」へ離宮の水ブランド推進協議会が参加し、水無瀬神宮・離宮の水・離宮の水ブランドのPRを兼ねたトレーディングカードを作成、水無瀬神宮境内で販売することとなった。この事業に参加したことにより、島本町民のみならず、観光客に対しても離宮の水ブランドをPRしやすくなった。また、11月に行った事業者交流会では、商品開発の糸口のためや販売促進のために事業者より「離宮の水」に関する勉強会をやりたいという要望があがり、勉強会を開催することが決まった。また、島本町内にある大手チェーン店（ネットヨタ）と契約し、イベント用のお菓子を受注生産するなど販路拡大につながった事業者があった。</p>	
	反省点	ブランドとしての知名度がまだ低い。どのようにPRしていくかが課題。	

事業名		地域産業資源『名水百選・離宮の水』の商業活用事業	新規/継続	継続
具体的な実施内容・手法 (該当型に○)いつ・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	人材育成型	「名水百選・離宮の水」を使った「離宮の水ブランド」商品の開発・普及を推進する。支援対象は、既存の11事業者と今年度新たに商品開発して認証を目指す2事業者の合計13事業者。		
	○ 人材交流型	①【人材交流型】 離宮の水ブランド認証事業者、離宮の水ブランド推進協議会、今後新たに商品開発を考えている事業者などが集まって交流する機会を創出し、商工会が事業者同士のマッチング等を行い新規事業や販路開拓につながるよう支援する。		
	○ 販路開拓型	交流会の中で「離宮の水」「地域産業資源活用」についての勉強会を開催する。		
	○ ハンズオン型	ブランドそのものの価値である「離宮の水」について、新商品開発の糸口をつかむためや販売促進のために事業者自らが語れるよう歴史背景や水質などを学ぶとともに他地域の地域産業資源活用した事例を学ぶ勉強会を開催。あわせて、国の3法（新連携、地域資源活用、農工商連携）についてや地域産業資源活用に関する補助金制度についても案内する。（11社）		
	独自提案型	②【ハンズオン型】 離宮の水ブランド認証を目指す事業者に対してマーケティング支援や商品開発支援など必要に応じて行う。ブランド認証されたのちは、販路開拓ツールの作成・マスコミなどへのつなぎ・商品のブラッシュアップなどの支援を組み合わせる。③【販路開拓型】 島本町内外のイベントに合わせ、町内の主要イベント（下記）においては離宮の水ブランドPRブースを設置し商品のPR・販売する。また町外のイベントは積極的に事業者に機会を案内、出店につながるよう支援し、PR・販路拡大につなげる。（11社） (島本町内のイベント) 第1回 4月19日 島本音楽フェスティバル (島本音楽フェスティバル実行委員会主催) 第2回 6月初旬 しまもと手づくりコミュニティ市 (当会主催) 第3回 10月下旬 水無瀬神宮秋まつり (水無瀬神宮主催) 第4回 12月初旬 しまもと手づくりコミュニティ市 当会主催		
	事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input type="radio"/> (a) 府施策連携 <input type="checkbox"/> (b) 広域連携 <input type="radio"/> (c) 市町村連携 <input type="radio"/> (d) 相談事業相乗効果 府施策連携商7番 地域産業資源を活用した事業 (a)大阪府経営支援課ならびに中小企業基盤整備機構と連携して実施する。 (c)島本町にぎわい創造課と連携し協議会事務局を運営し、ブランド推進事業を行う。 (d)認証企業が事業化をすすめていくなかで出てきた課題に対して相談事業で対応していく。		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 11 社	新たに離宮の水ブランド商品を開発し、認証を受けようとする事業者2社と、すでに離宮の水ブランド商品の認証を受けており、今後も販路拡大などに積極的に取り組もうとする事業者11社	
	支援対象企業の変化	事業の効果として、地域産業資源である離宮の水や水無瀬神宮に対する知識と理解を深め、販促活動に役立てることができる。また国の三法について理解を深め、今後の活用		
		指標	地域産業資源や国の三法について理解を深めた事業者	数値目標 70%
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 2 社	新たに離宮の水ブランド商品を開発し、認証を受けようとする事業者の数	
	支援対象企業の変化	商品開発に必要な支援を総合的に行いブランド認証につなげたい。		
		指標	離宮の水ブランド認証につながった事業者	数値目標 2社
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 11 社	新たに離宮の水ブランド商品を開発し、認証を受けようとする事業者2社と、すでに離宮の水ブランド商品の認証を受けており、今後も販路拡大などに積極的に取り組もうとする事業者11社	
	支援対象企業の変化	事業の効果として、売上増加、新規顧客の来店などを見込み、販路拡大への意欲向上につなげたい。		
		指標	販路拡大への意欲が向上した事業者	数値目標 70%

事業名		地域産業資源『名水百選・離宮の水』の商業活用事業						新規/継続	継続	
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価		支援企業数		係数		標準事業費		
		①	40,400 円 ×	11	×	1.00 =	444,400 円			
		②	101,000 円 ×	2	×	1.00 =	202,000 円			
		③	50,500 円 ×	11	×	1.00 =	555,500 円			
	(小計)							1,201,900 円		
	※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算 (小計の5%)								円	
	計							1,201,900 円		
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)									
算出額		①市町村等補助		円	交付市町村等					
		②受益者負担		円	負担金の積算					
		<input type="checkbox"/>	(a) 府施策連携		(b) 広域連携	<input type="checkbox"/>	(c) 市町村連携	<input type="checkbox"/>	(d) 相談事業相乗効果	
		標準事業費		補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
		1,201,900 円 ×		1.00 =	1,201,900 円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)		代	商工会・会議所名	配分額	役割 (配分の考え方)					
				円						
				円						
				円						
				円						
				円						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

事業名		創業セミナー	新規/継続	新規
想定する実施期間		2020 年度～	年度まで	<input type="checkbox"/> ←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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)	大阪の創業促進を積極的に推進し、起業家の育成、強い企業の実現を目指し、特定創業支援事業を実施する。 創業が気になっているが具体的にはどうしてよいかわからない者から、創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者までを広く対象とし、創業に向けて一步踏み出すきっかけになるようなセミナー、創業に関して必要な知識や事業計画の作成等知識の習得するセミナーを行うとともに、創業に向けての疑問点、具体的な手続き等を個別相談にて対応することにより、円滑な創業実現のための一助とすることを目的とする。		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	創業を考えている者、創業を目指す者、創業後間もない者に加え、新たな事業を立ち上げようとする中小企業経営者、中小企業従業員、大学生等		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	創業を具体的に考えている者だけでなく、新しい働き方の一つの選択として創業に取り組みたいという者がいる。そのため、創業への啓発のセミナーが必要と感じており、その一方で実務的な知識の習得といった創業セミナーが求められている。具体的に創業を考えている者にとっては専門家への個別相談が求められている。		
これまでの 取組状況 ※継続事業の 場合のみ記入	実施内容・ 実績数値	平成30年度から大阪府商工会連合会と連携して創業セミナーを実施。募集定員は当初20名であったが30年度は受講者29名、31年度は受講者23名と多くの方の受講実績がある。受講後の満足度も高く、それぞれの受講を受けて合計3件の創業、2件の新事業発展へ至るなど、創業への意欲の高まりが見られた。参加者からは創業を志す者同士、自主的に交流会・連絡体制が設けられた。		
	反省点	島本町では31年度に商店街支援助成金や商工会連携で交流会等を実施している。今後より地域密着支援がおこなえるように単独事業として実施していく。 創業セミナー受講後に間もなく創業できる方は1～2名ほどであることから、その他の受講生に対して受講後も継続して創業に向けた支援を実施していく必要があり、順次相談対応をおこなっていく。		
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当型 に○) いつ どこで 何を どのよ うにす るのかを 明確に)	人材育成型	(人材交流) 創業セミナーの開催		
	<input type="checkbox"/> 人材交流型	創業に関する具体的な知識習得セミナーとして大阪府商工会連合会と連携して開催する。「経営」「財務」「販路開拓」「人材育成」4テーマの基礎的な知識習得に加え、また人的ネットワークを構築できるような機会を設ける。創業を考えている者を対象に、創業する際に必要な心構えなど初歩的な内容から創業に関して必要な知識や事業計画書を作成する重要性などを学ぶ。		
	販路開拓型	9月3日、11日、17日、24日に開催予定		
	<input type="checkbox"/> ハズオン型	(ハンズオン)		
	独自提案型	創業プランのブラッシュアップを中心とした個別ハンズオン支援し、円滑な創業に結びつけるとともに、事業計画の策定に取り組むことで創業後の売上、利益の増加に結びつける。		
事業手法 (該当する場合は ○印と下欄に その根拠)	<input type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
・府施策連携商13番 (a)創業へ確実に1歩踏み出してもらうような創業セミナーを開催することで、創業取組者を増やし、大阪府実施の「オール大阪起業家支援プロジェクト グローイングアップビジネスプランコンテスト」へつなぎ、創業者へ継続的な支援を行うことができるため。 (c)(d)町の特定創業支援事業計画に参画し、参加者にとってより身近な相談窓口として支援を行うことができるため。				

事業名		創業セミナー				新規/継続	新規
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 25	創業セミナーへの参加者数。連合会・各商工会によるチラシ配付およびHPにより募集する。				
	支援対象企業の変化	創業者に対して創業に必要な知識の習得、向上を図ることで、創業意欲が高まり創業可能な体制を作り上げ、創業を促進する。また、創業者間交流を促進することで、情報交換などを共有することで、疑問や悩みを減らし、創業者の育成を図る。 指標 創業意欲が向上した割合 数値目標 70%					
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 1	創業セミナーの参加者から、昨年度実際に支援をした実績を参考に設定。				
	支援対象企業の変化	創業者に対してセミナーでは補えない創業知識を個別相談により提供することで、創業しやすい環境づくりを促進するとともに、創業後も引き続き支援を実施できる体制を構築することで、創業者の育成を図る。 指標 事業計画作成に取り組んだ件数 数値目標 1					
	その他目標値	目標値の内容⇒					
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	⇒	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費	
			40,400 円 ×	25 ×	1.40 =	1,414,000 円	
			101,000 円 ×	1 ×	1.00 =	101,000 円	
					(小計)	1,515,000 円	
					※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)		円
					計	1,515,000 円	
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
	算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等		
②受益者負担			円	負担金の積算			
○ (a)府施策連携			(b)広域連携	○ (c)市町村連携	○ (d)相談事業相乗効果		
標準事業費		補助率	(①市町村等+②受益者負担)				
1,515,000 円 ×		1.00 =	1,515,000 円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額	役割(配分の考え方)			
			円				
			円				
			円				
			円				

事業名		手づくりコミュニティ市事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	←複数年段階的实施事業は左欄に○を また、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>当該地域ではそれぞれ手づくり市を行っており、多くの手づくり作家が活動している。しかし、作家同士の交流や情報の交換などはそれぞれの個人的な範囲に留まり、広く活動の場や情報を求めている方が多い。</p> <p>この事業により、当該地域での手づくり作家の交流、活動への意欲拡充や創業へのステップアップ、開業による空き店舗の解消に貢献するとともに、手づくり市が地域のコミュニティの場として定着し、多くの人に参加してもらうことにより、商工業の発展にも寄与することを目的とする。また、地域でCB事業等を実施している方やCB予定者は潜在的に多くワークショップなどを行う場を求める声は多い。そういった方々の活動をPRして、発表・販売の場を提供することでCB起業家の増加、ひいては地域全体の活性化につなげることを目的とする。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	当該地域または近郊で手づくり作家として活動している方、CB起業を考えている方、販路開拓をしたい商工業者		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>「しまもと手づくりコミュニティ市」の認知度の高まりに比例し、出店者や来場者、周辺の事業所からも「手づくり市」の通年実施や開催回数の増加の要望が多く寄せられている。</p> <p>広域連携での実施により、それぞれの地域での手づくり作家同士の交流が促進。セミナーやイベント等の情報交換により出店地域の拡大等の効果が得られているため、継続の要望が多い。</p>		
これまでの取組状況 ※継続事業の場合のみ記入	実施内容・実績数値	<p>令和元年7月、12月に手づくり市を実施、のべ102店舗の参加があり、アンケートによる平均満足度は82%であった。</p> <p>H31年度摂津市・茨木市との広域連携での実施により、手づくり作家同士の交流が促進され、当事業以外のイベントでも相互に出店がなされるなど、販路の拡大に役だっている。</p> <p>H29年度より島本町福祉推進課よりイベントを同日で開催したいとの申し出があり、障害者週間ふれあいバザールinみなせと共にイベントを行った。今まで同日に島本町ふれあいセンターにて行われていたこのイベントが加わることにより、これまで手づくりコミュニティ市には足を運んでいなかった層の取り込みができた。</p> <p>各種メディア(鉄道会社HP、フェイスブック、チラシ、町広報、J:COM等)を利用して積極的にPR活動をし、また事業を継続することで町内外での認知度が高まり、集客が増えている。</p> <p>この事業がきっかけとなり発足、また定着しつつある町内商店街による毎月1回の手づくり市(第3土曜日、水無瀬マーケットプレイス)に加え、阪急水無瀬駅高架下の商店街空き店舗を利用し、毎月第3火曜日に手づくり市「しまもとマルシェ」が催され、空き店舗の活用と商店街の活性化に寄与している。また、水無瀬神宮にて「オーガニックマーケット」が始まり、H29年度12月よりは水無瀬神宮神徳館にて手づくり市「わきあいあい」が開始。令和元年度からは第三・土曜日と合わせて商店街内の事業者により「おかしのかびとプチマルシェ」が始まり、高い集客力を発揮している。</p> <p>H30年度には、「しまもとママフェス」や町内商店街や企業と協力しての「クリスマスマーケット」が実施されるなど、これまでの取組により醸成されたものが確実に発展・展開をとげている。</p>		
	反省点	手づくり市に限らずではあるが、午後からの人出が減るため集客のための仕掛けづくりが必要。創業希望者、創業に関心のある方を中心に、出店に関する優遇措置を行うなど、支援を厚くし、より地域での創業を促進していく必要がある。		

事業名		手づくりコミュニティ市事業	新規/継続	継続
具体的な実施内容・手法 (該当型に○) いつ・どこで・何を・どのようにするかを明確に)	人材育成型	(人材交流型)連携市町にて、資質向上及び情報交換、交流をはかるため下記の通り実施する。		
	○ 人材交流型	①「販路開拓のための入門セミナー(仮)」 日程: 令和2年上半期予定 場所: 茨木商工会議所 茨木市岩倉町2-150 立命館いばらきフューチャープラザ		
	○ 販路開拓型	内容: 調整中		
	ハンスオン型	②「ブランド力向上! キャッチコピーセミナー(仮)」 日程: 令和2年上半期予定 場所: 島本町商工会館 三島郡島本町百山4-1 内容: 集客やファン・リピーター作りのためのブランディングを学び お客様に分かりやすく魅力を届けるためのキャッチコピーを作る。		
	独自提案型	(販路開拓型)連携市町で行う下記イベントに相互に出店を行う 「しまもと手づくりコミュニティ市」(出店各50件) 日程: 令和2年6月・12月頃(2回実施予定) 場所: 第1回目: 史跡桜井跡史跡公園 第2回目: 阪急水無瀬駅周辺の空き店舗等 内容: ・年2回の手づくり市の開催 ・地域コミュニティの創造、CB起業家や新規創業者を増やすきっかけをつくる。 ・今年度12月開催分は島本町の町制80周年記念事業とも合わせ、島本町農林業祭や百円商店街と同日開催予定。町内農・商業の活性化と集客につなげる。 「いばらきてづくり市in元茨木川緑地」(出店30件) 日程: 令和2年9月19日(土)予定 場所: 元茨木川緑地内		
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	<input checked="" type="checkbox"/> (a)府施策連携	<input type="checkbox"/> (b)広域連携	<input type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
	(b)それぞれの地域で活動する手づくり作家を各市町で行うイベントに相互出店させ、交流会を行うことで交流の促進と販路の拡大を図る。 (c)島本町に後援依頼。町の広報誌や掲示板などを使った広報。町の担当課と会議を持ち情報交換・共有、島本町公式キャラの活用を行う。島本町福祉推進課と打ち合わせを行いイベントを12月に同時開催。集客の相乗効果を狙う。 (d)支援した方の中から可能な限りカルテ化や専門家相談等につなげる。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 50	昨年実績(しまもと手づくりコミュニティ市出店数の6102件 ※実数83件)の50%。 町広報・HP・Facebook・セミナーや手づくり市出店者へのDM等を通じて告知、募集。	
	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 20	いばらき手づくり市募集数のおよそ2/3。 茨木商工会議所HP等を通じて告知、募集。	
	支援対象企業の変化	手づくり市への出店による売上。新規顧客の獲得や販路の開拓、また未創業者の創業への意識付け・意欲の向上が期待できる。		
	その他目標値	指標 1500	創業へ意欲を示した出店者数	数値目標 21
	目標値の内容⇒	来客数はH31年度しまもと手づくりコミュニティ市アンケート回答より、売上総額(約150万円)を商品単価(1000円とする)で除し、算出。		

事業名		手づくりコミュニティ市事業				新規/継続	継続	
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 25	前年度実績（茨木商工会議所イノベーションプラットフォーム）から、事業数は昨年度並みとする。手づくり市出店者へのDM送付、創業者及び創業予定者、管内事業所へ勧誘。またHP・Facebook等を通じて募集。					
	支援対象企業の変化	幅広くSNSについて知り、ビジネスに活用できるようになる。情報発信・PR力の強化と、低コストでの情報発信が可能になる。						
	指標	情報発信力が強化された事業者	数値目標	70%				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 15	新たに産房地域をターゲットとして、目標値を前年度実績（島本町商工会チラシづくりワークショップ12）よりおよそ25%増とした。手づくり市出店者へのDM送付、創業者及び創業予定者、管内事業所へ勧誘。またHP・Facebook等を通じて募集。					
	支援対象企業の変化	自身の商品・サービスについて理解し、分かりやすく顧客に伝えることができる。ファン・リピーターの獲得につながる。						
	指標	ブランディングを理解できた事業者	数値目標	75%				
	その他目標値	目標値の内容→						
算定基準により算出される額	算定基準 (行が足りない場合は、⇒の行に挿入)	サービス単価	支援企業数	係数	標準事業費			
		人交 30,300 円 ×	25 ×	1.00 =	757,500 円			
		人交 30,300 円 ×	15 ×	1.00 =	454,500 円			
		⇒ 50,500 円 ×	50 ×	1.20 =	3,030,000 円			
		50,500 円 ×	20 ×	1.00 =	1,010,000 円			
		50,500 円 ×	1,500 ×	0.01 =	757,500 円			
		(小計)			6,009,500 円			
		※新規の広域連携事業の場合は広域連携促進費を加算(小計の5%)					円	
		計					6,009,500 円	
		独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準どおりの場合不要)						
算出額	①市町村等補助		円	交付市町村等				
	②受益者負担		円	負担金の積算				
	(a)府施策連携	○	(b)広域連携	○	(c)市町村連携	○	(d)相談事業相乗効果	
	標準事業費			補助率		(①市町村等+②受益者負担)		
	6,009,500 円 ×			0.75 =	4,507,125 円	(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒアリングで説明する代表団体に○)	代	商工会・会議所名	配分額		役割(配分の考え方)			
	○	島本町商工会	2,537,625 円		島本町商工会は、幹事として企画調整等を行う。			
		摂津市商工会	179,906 円		他商工会・商工会議所は相互にイベントへの出店斡旋・広報・当日準備等を協力する。			
		茨木商工会議所	1,685,438 円		事後フォロー及び、カルテ化については相談の上で分担する。			
		高槻商工会議所	104,156 円					

6. 経費支出計画書(経費内訳)

島本町商工会

I 経営相談支援事業				
区 分	算 定 基 準			補助金額
	事業所数/回数	単 価(円)	計	
事業所カルテ・サービス提案	90	25,000	2,250,000	
支援機関等へのつなぎ	12	10,000	120,000	
金融支援(紹介型)	4	30,000	120,000	
金融支援(経営指導型)	10	40,000	400,000	
マル経融資等の返済条件緩和支援	1	20,000	20,000	
資金繰り計画作成支援	3	20,000	60,000	
記帳支援	10	25,000	250,000	
労務支援	10	20,000	200,000	
人材育成計画作成支援	1	20,000	20,000	
マーケティング力向上支援	3	20,000	60,000	
販路開拓支援	40	20,000	800,000	
事業計画作成支援	5	50,000	250,000	
創業支援	4	20,000	80,000	
事業継続計画(BCP)等作成支援	6	20,000	120,000	
コスト削減計画作成支援	12	20,000	240,000	
財務分析支援	55	10,000	550,000	
5S支援	1	10,000	10,000	
IT化支援	2	20,000	40,000	
債権保全計画作成支援	1	10,000	10,000	
事業承継支援	3	20,000	60,000	
災害時対応支援	0	5,000	0	
フォローアップ支援	10	5,000	50,000	
結果報告	90	10,000	900,000	
小 計	—		6,610,000	6,610,000
II 専門相談支援事業				
事 業 名	算 定 基 準		補助金額	
	支援日数	計		
金融窓口相談支援	10	240,000		
税務相談支援	7	182,000		
法務相談支援	6	144,000		
労務相談支援	3	72,000		
経営相談支援	3	72,000		
小 計	29	710,000	710,000	
※記帳支援のために税理士を活用する場合、26,000円×事業所数				
III 地域活性化事業				
小 計	算 定 基 準		補助金額	
	別紙事業調書のとおり		8,744,320	
IV 商工会等支援事業				
小 計	算 定 基 準		補助金額	
	別紙事業調書のとおり		906,300	
V 合計				
合 計	算 定 基 準		補助金額	
			16,970,620	