

2. 経費支出概要書（経費内訳）

島本町商工会

(1) 経営相談支援事業

(単位：円)

区 分	変更前			変更後			差額	
	事業所数/回数	算定基準	補助金額	事業所数/回数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
事業所カルテ・サービス提案	92	2,300,000		98	2,450,000		150,000	
支援機関等へのつなぎ	12	120,000		12	120,000		0	
金融支援（紹介型）	4	120,000		4	120,000		0	
金融支援（経営指導型）	10	400,000		10	400,000		0	
マル経融資等の返済条件緩和支援	1	20,000		1	20,000		0	
資金繰り計画作成支援	3	60,000		3	60,000		0	
記帳支援	10	250,000		10	250,000		0	
労務支援	10	200,000		10	200,000		0	
人材育成計画作成支援	1	20,000		1	20,000		0	
マーケティング力向上支援	3	60,000		3	60,000		0	
販路開拓支援	40	800,000		40	800,000		0	
事業計画作成支援	5	250,000		5	250,000		0	
創業支援	4	80,000		4	80,000		0	
事業継続計画(BCP)作成支援	6	120,000		6	120,000		0	
コスト削減計画作成支援	12	240,000		12	240,000		0	
財務分析支援	55	550,000		55	550,000		0	
5S支援	1	10,000		1	10,000		0	
IT化支援	2	40,000		2	40,000		0	
債権保全計画作成支援	1	10,000		1	10,000		0	
事業承継支援	3	60,000		3	60,000		0	
災害時対応支援	0	0		0	0		0	
フォローアップ支援	10	50,000		10	50,000		0	
結果報告	92	920,000		98	980,000		60,000	
小 計	—	6,680,000	6,650,400	—	6,890,000	6,852,400	210,000	202,000

(2) 専門相談支援事業

事業名	変更前			変更後			差額	
	支援日数	算定基準	補助金額	支援日数	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
金融窓口相談支援	10	240,000		10	240,000		0	
税務相談支援	7	182,000		7	182,000		0	
法務相談支援	6	144,000		6	144,000		0	
労務相談支援	3	72,000		3	72,000		0	
経営相談支援	3	72,000		3	72,000		0	
金融相談員支援	8	192,000		8	192,000		0	
小 計	—	902,000	902,000	—	902,000	902,000	0	0

※支援日数×24,000円。ただし、記帳支援のために税理士を活用する場合、事業所数×26,000円

(3) 地域活性化事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	8,703,920	別紙事業調書【変更後】のとおり	8,501,920		▲ 202,000

(4) 商工会等支援事業

	変更前		変更後		差額	
	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額	算定基準	補助金額
小 計	別紙事業調書のとおり	906,300	別紙事業調書【変更後】のとおり	906,300		0

(5) 合計

	変更前		変更後		差額	
		補助金額		補助金額		補助金額
申請合計		17,162,620		17,162,620		0

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	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となるようへと変化させ、情報交流がより積極的になるようにする。			
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	
		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		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	『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)町広報しまと『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)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。		
	反省点	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り上がった。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となるようへと変化させ、情報交流がより積極的になるようにする。		
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。		
	○ 人材交流型	当初は3回開催で申請したが、コロナ禍の折、三密を避けるなど安全に開催する状況を確認・検討し、12月と2～3月の2回開催を設定。		
	○ 販路開拓型	【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。		
	独自提案型	当初は令和元年開催事業を基に18事業所支援で申請したが、コロナ禍により事業開催自体が難しくなっていたため、今後開催が想定される行事への参加を前提に支援事業所数を10社へと設定。		
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)(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⇒ 10	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 ×	10	×	1.00	=	505,000	円
			円 ×		×		=		円
		(小計)						1,313,000	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						1,313,000	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)					
1,313,000 円 ×		0.50	=	656,500	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						

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

島本町商工会

事業名

しまもと・にぎわい地域活性化事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

支援企業
数(実績)

支援
実績率

#DIV/O!

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

当初は令和元年開催事業を基に18事業所支援で申請したが、コロナ禍により事業開催自体が難しくなっていたため、今後開催が想定される行事への参加を前提に支援事業所数を10社へと設定。

【支援効果】

【今後の改善方策】

今後もこうした新型コロナウイルス等の影響により事業の中止等が考えられることから、新生活様式に対応したイベント出店、開催の方法を検討するとともに、直接対応販売とは異なる非接触式の販売での販路拡大等での店舗・商品・サービスのPR等で支援が可能となるようなことを検討していく。

【経費内訳】

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)	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。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。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。		
	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)	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。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。		
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	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。 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。 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。 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人々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。		
	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、農商工連携）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総合的に支援する。（2社） 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 ≪離宮の水ブランド商品認証スケジュール≫ 5月頃、申請開始予定 6月頃、商品認証審査会を開催予定。 7月頃、認証商品のプレスリリース予定。		
	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、今後の活用に役立てる。 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、認証をう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)	サビ入単価		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	
									円
								円	
								円	
								円	
								円	
								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		<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
	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						

【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		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。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「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>		
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人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>		

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。 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。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、農商工連携）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） 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。（2社） ③【販路開拓型】 しまもと手づくりコミュニティ市内において、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、イベント当日に、ブース外で町内の事業所において離宮の水ブランドを販売する事業者も連携し、PR・販路拡大につなげる。（11社） ≪離宮の水ブランド商品認証スケジュール≫ 5月頃、申請開始予定 6月頃、商品認証審査会を開催予定 7月頃、認証商品のプレスリリース予定		
	販路開拓型			
	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)	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					
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、認証をう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、今後の活用役立てる。								
		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、認証をう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%					
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									
	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	標準事業費		(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							

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

小規模事業経営支援事業 地域活性化事業 変更理由書

島本町商工会

事業名

地域産業資源『名水百選・離宮の水』の商業活用事業

計画に対する
実績（数値）

支援企業
数(計画)

支援企業
数(実績)

支援
実績率

#DIV/0!

【参考】
参加者数

理 由

【変更の経過と理由】

当初申請では販路拡大型で町内4つのイベントへのブース出店を計画していたが、コロナ禍の影響により、予定していたイベントの3/4が中止となったため、出店イベント数を4→1へ変更。当初4イベントへ分散して出店予定だった11社については、イベント会場のブース内で出店する事業者と、ブース外で町内の事業所において販売する事業者も連携し、PR・販路拡大につなげる。

【支援効果】

【今後の改善方策】

今後もコロナ禍の影響により、イベント自体の中止が考えられるので、新しい生活様式に対応した、イベント出店以外での販路拡大の方向性を検討する。

【経費内訳】