

# 令和3年度（2021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：			<a href="mailto:shimasyo@silver.ocn.ne.jp">shimasyo@silver.ocn.ne.jp</a>		
①設立年月日		昭和38年1月8日			
②職員数		職員数 4人（うち経営指導員数 3人） 令和3年1月時点			
③所管地域		島本町			
④管内事業所数		610（平成28年経済センサスによる）			
⑤管内小規模事業者数		401（平成28年経済センサスによる）			
⑥会員数（組織率）		316（51.8%）令和2年1月4日現在			
※②、④、⑤、⑥については直近の数字を記載のこと					
<input type="checkbox"/> 主な事業概要（定款記載事項等）					
<p>①商工業に関し、相談に応じ、又は指導を行うこと。</p> <p>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。</p> <p>③商工業に関する調査研究を行うこと。</p> <p>④商工業に関する講習会又は講演会を開催すること。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>⑧行政庁等の諮問に応じて答申すること。</p> <p>⑨社会一般の福祉の増進に資する事業を行うこと。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>⑫行政庁からの委託を受けた事務を行うこと。</p> <p>⑬前払式証票の発行に関する業務を行うこと。</p> <p>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。</p>					

**(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2020年12月現在で31,884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。

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課題である。

また2020年1月より新型コロナウイルス感染症より業種問わず事業に多大な影響が及んでいる。店主の高齢化によるIT化や家族経営によるマンパワー不足による対応への難しさもあり、効率化・IT化などは難しいが新しい生活様式に向けた取り組みを行う必要がある。

**(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。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13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。また現在コロナ禍での新生活様式への対応が求められていることから、にぎわい地域活性化交流会で構築した連携等で積極的な商店街、事業主を中心に事例紹介・取組支援を行い、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おう。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220事業者となる。

**(4) 事業の目標**

令和3年度は、小売、サービス、飲食業等の事業所（約220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。また、当会が実施する創業支援の中では女性創業希望者が多くを占めているがビジネス課題に対して相談先が少なく、モチベーション維持が難しいなどの課題がある。創業セミナーや手づくりコミュニティ市を活用し、女性起業家間のコミュニティを構築し、相互の事業の相談や情報共有、ノウハウの共有など、コミュニティ全体の事業の加速化につなげる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2年度は新たに1品目の名産品が誕生した。今後、一層の地域活性化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。

新型コロナウイルスの影響により対面型の小売・飲食・サービス業は軒並み打撃を受け、新生活様式への対応が急務となっている。その中でにぎわい地域活性化交流会での成果や島本町と連携して行っている商店街サミットでの情報をもとに、町内で積極的に活動をしている商店街・事業主を中心に新生活様式に対応すべくスマート化やバイロカル等の取組について事業連携を行い、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（実施する事業の総合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。

新型コロナウイルスの影響により対面型の小売・飲食・サービス業は軒並み打撃を受け、新生活様式への対応が急務となっている。高齢化や人手不足から対応が難しい事業所もあるが、まずは積極的に活動事業所から、新生活様式に対応すべくスマート化・バイロカル化等の取組について事業連携を行い、事例実態を知っていくことで多くの事業所が取り組みできる・自社なりにできる活動の紹介を行っていく。そのことにより、各商店や地域が賑わいを取り戻し、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	80 事業所	支援機関等へのつなぎ		6 支援
金融支援（紹介型）	3 支援	金融支援（経営指導型）		6 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		1 事業所
記帳支援	3 事業所	労務支援		8 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		1 事業所
販路開拓支援	40 支援	事業計画作成支援		1 支援
創業支援	3 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	8 事業所	財務分析支援		40 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		7 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	80 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	85			
<p>本年度も最重要課題である、カルテ件数を80件目標にしており、総会員数の約25%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く。</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	回数	10	日本政策金融公庫担当者による融資相談を行う。支援日数10日
税務相談	継続	回数	7	経営での税務・記帳等の相談について税理士による税務相談を行う。支援日数7日
経営相談	継続	回数	7	高度・複雑な経営面での相談について診断士等による経営相談を行う。支援日数7日
労務相談	継続	回数	3	高度・複雑な労働面での相談について社労士による労務相談を行う。支援日数3日
法務相談	継続	回数	6	高度・複雑な労働面での相談について弁護士等による労務相談を行う。支援日数6日
事業実施のポイント・期待される効果				
<p>事業所が抱えるさまざまな法的・税務的・労務的・経営的な問題の中でも、高度かつ専門的な課題に対応するために、専門家を活用し、定期的な相談だけでなく経営者の要望に随時対応できるような体制作りをし、専門家の具体的なアドバイスにより、事業所がかかえる問題を解決し、経営の改善と経営基盤の強化に役立てることができる。特に労務相談支援は働き方改革による職場環境整備の相談増加に対応する。全体として、専門的分野の支援から事業所の抱える高度な課題の解決ができ、小規模事業者の経営基盤の強化に資することにより、安定した経営の安定が図れることとなる。</p>				

## 4-1. 地域活性化事業一覧

島本町商工会

事業番号	府施策連携	事業名	概要	金額(円)
<b>(1) 単独事業</b>				<b>4,772,250</b>
1		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。	1,010,000
2	○	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
3		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』を商業活用して地域の名産品を開発する事業者を募集し、商品開発から販路拡大まで総合的に支援をし、地域と事業者双方の発展を目指す。	550,450
4	○	女性起業家支援事業	地域における女性起業家や創業希望者を対象に、女性起業家間のコミュニティの構築を支援する。同時にアクセラレーションプログラムの普及啓発を行い、チャレンジしたい事業者を発掘し支援する。	606,000
5	○	商店街支援事業	商店街における需要喚起の促進のため、府施策やスマート化・バイローカル等の取り組み事例について学ぶとともに、商店街間の横のつながりを構築し既存事業のブラッシュアップや新規事業への取り組みを促進する。	1,090,800
<b>(2) 広域事業</b>				<b>4,516,320</b>
6		手づくりコミュニティ市事業	セミナーによる出店者の資質向上と、手づくり市イベントでの実践を通して創業者の発掘および販路の拡大を図る。また、相互の交流によって北摂地域全体の活性化につなげる。	2,840,625
	○	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参照	28,400
	○	承継・創業経営者発掘育成交流会	摂津市商工会の事業計画参照	95,120
	○	非対面ビジネスを通じたDX推進セミナー	摂津市商工会の事業計画参照	85,000
	○	三市一町合同就職面接会	茨木商工会議所の事業計画書参照	53,025
	○	BCP・BCMの普及促進	高槻商工会議所の事業計画書参照	30,400
		北摂地デカラフェスタ	箕面商工会議所の事業計画書参照	150,000
		大阪勧業展	大阪商工会議所の事業計画書参照	25,250
		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	402,250
		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	281,050
	○	事業継続計画(BCP)策定支援事業	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	50,500
	○	経営トピックスセミナー配信事業	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	474,700
うち府施策連携事業				4,028,945



事業名		商業活性化支援事業		事業番号	I	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011	年度～	年度まで	11	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	100円商店街を計画し、商店街のにぎわいを取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。					
	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おうキッカケづくりをし、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5日（土）午前10時から午後3時頃まで4商店街39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。久しぶりの行事開催だったこともあり、各種相乗効果により通行量は約50%以上増加し、累計1万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店舗見受けられた。					
	反省点	一部店舗では新規顧客の来場きっかけとなっているが、人気店舗ではイベント開催前に買い控えがあるなどの課題があげられた。当初は行政の農林業祭や80周年式典と連携して開催予定が、行政事業の中止等により商工会・商店街のみの連携となってしまった。 新型コロナウイルス感染症の影響により開催状況が不透明で参加店舗に来場客への感染防止対策で多大な協力を仰ぐこととなった。これらの影響は今後も継続が考えられることから、来場者、出店参加者それぞれへの支援取組を行う必要があると考えている。					
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	(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。町内商業の活性化と店舗PR・集客につなげる。					
	人材交流型	事前に町内全戸に町広報と連携したポスティング（地図入りの案内チラシ）や横断幕やノボリ等で広報、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。					
	○ 販路開拓型	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。					
	ハズオン型						
	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
		販路開拓					
		(c)町役場には、町広報誌にて、事業のPRに協力してもらい事業実施をする。 (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げていきたい。					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 4 社	水無瀬駅前の商業集積地にある4商店街（約50店舗）で実施し、集客力のアップや新規顧客の獲得等により売上のアップを図る。募集方法は、商工会から直接や店舗間での呼びかけを実施する。					
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	『100円商店街』を実施することにより、消費者の満足度が得られ、また商店街に連帯感が生まれ、事業主間のコミュニケーションが向上する。定住促進により増加している新たな住民への店舗・販売内容のPRを行うことで集客力アップ、新規顧客の獲得・売上アップに繋がる。指標については実際に効果測定が可能な項目として来店数増加を指標とする。						
	指標	開催当日の来店客が増加した参加店舗割合			数値目標	70%		
その他目標値	目標値の内容⇒							
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		
	⇒ 50,500	円 ×	4	社 ×	10.00	=	2,020,000 円	
		円 ×		社 ×		=	円	
		円 ×		社 ×		=	円	
		円 ×		社 ×		=	円	
		円 ×		社 ×		=	円	
			合計	4	社	(小計)	=	2,020,000 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%)							
							計	2,020,000 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)			
2,020,000	円 ×	0.50	=	1,010,000	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)		
	○	島本町商工会		1,010,000 円				
				円				
				円				
				円				

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

【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		事業番号	2	新規/継続	継続		
想定する実施期間		2020	年度～	年度まで	2	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	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。							
	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、創業に向けて一歩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	大阪府商工会連合会と連携して実施。9月3日、11日、17日、24日に開催し、22名の受講があった。その中から島本町の特定創業支援事業修了証明書が1件発行。受講時に作成した事業計画により創業をした方が1名、創業までは至っていないが希望する業種にかかる動きをはじめた方が1名と創業への意欲の高まりがみられた。							
	反省点	新型コロナウイルス感染症の影響により、今年度創業予定した人のなかでも予定が大幅に狂い創業に至れなかった方が数名見受けられた。創業意欲自体は高まっている状況のため今後も継続して創業に向けた支援を行っていき、必要に応じた行政支援、助成金・補助金の紹介も行っていく。							
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							
	○ 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1日、8日、15日、22日に開催予定							
	○ ハズオン型	(新型コロナウイルス感染拡大防止により、参加者が集合しての実施が難しい場合は、WEBでの動画配信やWEB会議システムを利用したオンライン実施も想定する。)							
	独自提案型	(ハンズオン) 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)	○ (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		
商-13		起業家の育成、創業の促進				創業・経営革新			
(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ンツ」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。							
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	創業セミナーへの参加者数。商工会によるチラシ配付およびHPにより募集する。						
	26社								
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	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	創業意識が向上した割合	数値目標	70%
その他目標値	目標値の内容⇒								



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	社 ×	1.40	=	1,414,000	円	
	101,000	円 ×	1	社 ×	1.00	=	101,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		合計	26	社	(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					
	<input type="radio"/>	(a)府施策連携		<input type="radio"/>	(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
	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)			
	<input type="radio"/>	島本町商工会		1,515,000 円					
				円					
				円					
				円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 25 社	創業セミナーへの参加者数。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。		
	その他目標値	指標	創業意識が向上した割合	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	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。		
	その他目標値	指標	事業計画作成に取り組んだ件数	数値目標

【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	事業番号	3	新規/継続	継続
想定する実施期間		2016 年度～ 年度まで	6 年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること		
事業の概要	事業概要	地域産業資源『名水百選・離宮の水』を商業活用して地域の名産品を開発する事業者を募集し、商品開発から販路拡大まで総合的に支援をし、地域と事業者双方の発展を目指す。				
	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)	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。				
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い新規顧客獲得につながった。また、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、販売することとなった。また、島本町内にある大手チェーン店と契約し、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> <p>令和2年度は新たに1商品を認証。事業者交流会1回実施。その他にふるさと財団の地域再生マネージャー事業の視察団の受け入れて、離宮の水ブランド全体に対するアドバイスを受けた。町の広報誌で離宮の水ブランド認証事業者の特集記事の連載が始まった。</p>				
	反省点	昨年度はコロナ禍の影響により、予定していた出店イベントの3/4が中止となった。今後もコロナ禍の影響により、イベントの中止などが考えられるので、イベント出店等に頼らない販路拡大の方向性を検討する必要がある。				

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	「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。			
	○ 人材交流型	【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、離宮の水ブランド推進を含む地域活性化等に関心が高い事業者などが集まって交流する機会を創出しする。また、地域ブランドとは何かについて意見交換を行いブランディングの加速化を促す。これにより事業者は事業化を、ブランド推進協議会はブランディングを加速化させることをねらいとする。(11社)			
	○ 販路開拓型	※コロナウイルスの影響等により1か所に集まって交流会を開催することが難しい場合は、交流会の回数を分けて実施、またはzoomによる交流会の実施、またはSNSやアンケートによる意見交換等、状況を踏まえ手法を変えて実施することとする。			
	○ ハズむ型	【販路拡大型】 ①離宮の水ブランドグルメマップ(仮称)の制作。島本町の広報誌に掲載し、町内全戸配布(約14000部)するほか、町外のイベントなどでチラシを配架し、離宮の水ブランドの認知度向上を目指す。 ②島本町公式ラインアカウント(ユーザー登録現在約2700人)において、離宮の水ブランド商品のクーポン配信を行い、認知度向上を目指すとともに、クーポンをきっかけとした来店を促し販路拡大につなげる。 ③島本町で流通している「子育てママのマッチングフリーペーパー『shimatch』」(月間1500部発行)へ定期的に離宮の水ブランドの情報を掲載し、認知度向上と販路拡大を目指す。 ④町内で開催されるしまもと手づくりコミュニティ市などのイベントにおいて、離宮の水ブランドPRブースを設置し商品のPR・販売をする。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)  【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総的に支援する。(1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			
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	地域ブランド
(c) 島本町にぎわい創造課と連携しブランド推進事業を行う。 (d) 認証企業が事業化を進めていく中で出てきた課題に対して相談事業で対応していく					

主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒ 23 社	離宮の水ブランドとしてすでに認証している事業者、今年新たに認証する事業者、離宮の水ブランドに関心が高い事業者の合計23社。商工会報、商工会ホームページ、町広報誌等で事業者募集を行う。							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	地域ブランドについての理解を深めるとともに、個々の事業の事業化のさらなる加速を目指す				指標	地域ブランドについて理解を深め、販路拡大につながるなど 個々の事業にとってプラスの影響があった事業者	数値目標	70%	
	その他目標値	目標値の内容⇒								
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 ×	11	社 ×	1.00	=	444,400	円	
		50,500	円 ×	11	社 ×	1.00	=	555,500	円	
		101,000	円 ×	1	社 ×	1.00	=	101,000	円	
			円 ×		社 ×		=		円	
			円 ×		社 ×		=		円	
		合計		23	社	(小計)		1,100,900	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%)									
								計	1,100,900	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						
	(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)			
	1,100,900	円 ×	0.50	=	550,450	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		550,450 円						
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ II 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、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、離宮の水ブランドに関心がありブランド推進に協力的な事業者など	
	支援対象企業の変化	相互の交流、意見交換等を通じて、地域ブランドについての理解を深めるとともに、個々の事業の事業化のさらなる加速を目指す		
	指標	相互の交流、意見交換等を通じて、地域ブランドについての理解を深め、個々の事業にとってプラスとなった事業者	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ II	離宮の水ブランド認証をすでに受けている事業者で販路拡大に意欲的な事業者	
	支援対象企業の変化	この事業に参加することで、認知度向上、新規顧客獲得や販路拡大を目指す		
	指標	新たな販路や新規顧客を獲得した事業者	数値目標	70%
	その他目標値	目標値の内容⇒		
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ I	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	
	支援対象企業の変化	新たな商品開発と離宮の水ブランド事業への参加、販路拡大		
	指標	新たな商品開発を行い離宮の水ブランド認証をうけた事業者	数値目標	I
	その他目標値	目標値の内容⇒		

【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		女性起業家支援事業		事業番号	4	新規/継続	新規
想定する実施期間		2021	年度～	年度まで	1	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	地域における女性起業家や創業希望者を対象に、女性起業家間のコミュニティの構築を支援する。同時にアクセラレーションプログラムの普及啓発を行い、チャレンジしたい事業者を発掘し支援する。					
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	島本町商工会では、平成30年より3年にわたり創業セミナーを開講しており、毎回25名程の参加があるが、その内女性の参加者が8割以上を占めており、女性創業希望者が増えている現状がある。しかしながら、ビジネスの課題に対して相談できる先がなく、事業が停滞したりモチベーションの維持が難しいなどの現状がある。こうした課題に対応するため、女性起業家間のコミュニティを構築し、相互の事業の相談や情報共有、ノウハウの共有など、コミュニティ全体の事業の加速化につなげることを目的とする。また、アクセラレーションプログラムの普及啓発を行いチャレンジしたい事業者を発掘しビジネスモデルの磨き上げ等を支援する。					
	支援する対象 (業種・事業所数等)	町内の女性起業家および女性創業希望者 すでに町内で事業をされている女性起業家や、創業セミナー参加者等へよびかける					
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	すでに町内で事業をされている女性起業家へヒアリングを行い、町内の女性起業家の連携がどの程度存在しどのように機能しているのかや、新たなコミュニティ構築の必要性などについて調査を行った。その結果、必要であるという回答が一定数あり、アクセラレーションプログラムについても興味があるという回答が一定数得られた。					
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						
	反省点						
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	【人材交流型】 町内の女性起業家や創業希望者を対象とした異業種交流会を実施し、女性起業家間のネットワークの構築を支援する。(時期未定)					
	○ 人材交流型	また、交流会のなかでLED関西の取り組みについて普及啓発を行い、アクセラレーションプログラムにチャレンジしたい事業者を発掘する。希望者が出た場合は個別支援につなげる。					
	販路開拓型	LED関西の取り組みを周知するにあたり、大阪産業局に講師派遣等を依頼する。 (新型コロナウイルス感染拡大防止により、参加者が集合しての実施が難しい場合は、WEBでの動画配信やWEB会議システムを利用したオンライン実施も想定する。)					
	ハズ'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="radio"/> (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="radio"/> (d)相談事業相乗効果		
		局-2	女性起業家支援ネットワークの推進		創業・経営革新		
		(a) 府施策連携局-2 大阪産業局プロジェクト推進部と商工労働総務課と連携して実施する。LED関西の取り組みを周知するにあたり、大阪産業局に講師派遣等を依頼 (d) 支援の中で出てきた個別の事業課題について、個別支援を行いカルテ化する。					
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	町内で活躍する女性起業家および創業予定者で、商工会で連絡先を把握しており今後も事業を積極的に行う意欲のある方約30名のうちの半数が交流会に参加すると仮定し算出。				
		15	社				
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	交流会を通じて新たな事業者とのつながりを作ることで、ビジネス課題の相談や情報共有、ノウハウの共有などができるようになり、自社の事業の加速化や、モチベーションアップ等につながることを目標とする。					
	指標	交流会を通じて他の事業者との新たなつながりができた方		数値目標	70%		
	その他目標値	目標値の内容⇒					

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 ×	15	社 ×	1.00	=	606,000	円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
		円 ×		社 ×		=		円	
	合計		15	社	(小計)		606,000	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	606,000	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					
	<input type="radio"/>	(a)府施策連携		(b)広域連携		(c)市町村連携	<input type="radio"/>	(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)		
	606,000	円	×	1.00	=	606,000	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)			
	<input type="radio"/>	島本町商工会		606,000 円					
				円					
				円					
				円					

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。

島本町商工会

事業名		商店街支援事業		事業番号		5	新規/継続	新規
想定する実施期間		2021	年度～	年度まで	1	年目	←複数年段階的実施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること	
事業の概要	事業概要	商店街における需要喚起の促進のため、府施策やスマート化・バイローカル等の取り組み事例について学ぶとともに、商店街間の横のつながりを構築し既存事業のブラッシュアップや新規事業への取り組みを促進する。						
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	高齢化や地域コミュニティが希薄となっている現代において、商店街はコミュニティの担い手としての役割が重視されている。しかし、全国的にも商店街は衰退傾向にある。島本町においても同様で、5つの商店街が存在するが、そのどれもが近隣の大型店に客足をとられるなど苦しい状況にある。さらに昨年度はコロナ禍のため対面型の小売・飲食・サービス業は軒並み打撃を受けた。しかし、その中でも商店街の若手事業者を中心に行政機関や商店街間での協力連携が進みつつあり、自主的に様々な取り組み（行政を含めた定期的な意見交換「商店街サミット」や地域の大手自動車販売店などと協力したイベント、YouTubeでの動画配信による商店街や店舗の情報発信など）を行っている。 そのように前向きに活動する商店街や事業主に様々な事例（スマート化やバイローカルなど）、府の施策等の情報提供や勉強会・交流会を実施することで、知識の向上と横のつながりの強化を支援し、すでに実施している取り組みのブラッシュアップや個々では難しい事業を協力連携して取り組むなど、次の一手を生み出す機会としたい。						
	支援する対象 (業種・事業所数等)	島本町内の商店街に店舗を構える事業者、商店街振興に関心のある事業者及び創業予定者						
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	島本町にぎわい地域活性化交流会や平成31年度より現在も継続している、町内商店街有志による集まり（商店街サミット）にて、他所の取り組み事例が知りたいとの要望があった						
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							
	反省点							
具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・どこで・何を・どのようにするのかを明確に)	○ 人材育成型	セミナー及び意見交換会を通じて、すでに行っている取り組みをスマート化やバイローカルの観点からブラッシュアップし、次年度以降での実現を目指す。						
	○ 人材交流型	新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、集合しての開催が困難な場合はweb会議を利用したオンラインでの実施とする。						
	販路開拓型	【人材育成型】（全2回） 日程 令和3年度6月下旬・8月下旬 場所 阪急水無瀬駅周辺の商店街内空き店舗						
	ハズメ型	内容 新しい生活様式に対応するためのスマート化やバイローカルの取り組み事例について学ぶ						
	独自提案型	【人材交流型】（全2回） 日程 令和3年度10月上旬・11月上旬 場所 阪急水無瀬駅周辺の商店街内空き店舗 内容 学んだ事例を元に実際にどのような取り組みができるか、またすでに行っている取り組み(※)のバイローカルに寄せたブラッシュアップについて意見交換を行い、モデル的にその取り組みを実施。次年度以降の本格実施を目指す。 ※InstagramやYouTubeを活用した店舗情報の発信、デリバリーサービス、商店街での手づくり市イベント等						
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	
	商-12	商店街の需要喚起の促進				商業		
		(a) 商-12「商店街の需要喚起の促進」 大阪府商・サー課商業振興グループと連携して事業を実施 (c) 島本町都市創造部にぎわい創造課と連携。島本町の補助金制度活用を促進する。 (d) 支援の中で出てきた個別の事業課題について、個別支援を行いカルテ化する。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	商店街サミット参加事業者及び商店街で事業を営む小規模事業者、商店街振興に意欲関心のある事業者・創業予定者へDMで募集					
	30 社							
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	スマート化、バイローカルについての他所の事例を学び町内事業者間で交流することで、コロナ禍へ対応するための知識及び協力関係の強化ができる。						
その他目標値	指標	スマート化やバイローカルについて理解ができた事業者	数値目標	70%				
	目標値の内容⇒							

島本町商工会

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			
	20,200	円 ×	15	社 ×	1.20	=	363,600	円		
	40,400	円 ×	15	社 ×	1.20	=	727,200	円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		円 ×		社 ×		=		円		
		合計	30	社	(小計)		1,090,800	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	1,090,800	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="radio"/>	(a)府施策連携		<input type="radio"/>	(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	
	標準事業費			補助率			(①市町村等+②受益者負担)			
	1,090,800	円	×	1.00	=	1,090,800	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)				
	<input type="radio"/>	島本町商工会		1,090,800 円						
				円						
				円						
				円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15 社	商店街サミット参加事業者及び商店街で事業を営む小規模事業者、商店街振興に意欲関心のある事業者・創業予定者へDMで募集	
	支援対象企業の変化	スマート化、バイローカルについての他所の事例を学ぶことで、自商店街においての新規事業の発案、既存事業のブラッシュアップが期待できる		
	その他目標値	指標	スマート化・バイローカルについて理解できた事業者	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15	商店街サミット参加事業者及び商店街で事業を営む小規模事業者、商店街振興に意欲関心のある事業者・創業予定者へDMで募集	
	支援対象企業の変化	セミナーでの学びを元に交流・意見交換を行うことで既存事業のスマート化やバイローカルを取り入れた形での検討、ブラッシュアップができる。さらに個々の強みを生かした連携しての事業実現の可能性が生まれる。		
	その他目標値	指標	新規事業へ意欲がわいた事業者	数値目標

【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		手づくりコミュニティ市事業	事業番号	6	新規/継続	継続
想定する実施期間		2011 年度～	年度まで	11	年目	←複数年段階的实施事業は左欄に○を付けること。また、別紙にて計画を提出すること
事業の概要	事業概要	セミナーによる出店者の資質向上と、手づくり市イベントでの実践を通して創業者の発掘および販路の拡大を図る。また、相互の交流によって北摂地域全体の活性化につなげる。				
	事業の目的 (現状や課題をどのような状態にしたいか)	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。この事業により、当該地域間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。				
	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)	「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。 令和2年度出店者アンケートでも80%以上が今後も出店したいと回答している。				
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	令和2年12月に手づくり市を実施、52店舗の参加があり、アンケートによる平均満足度は82.6%（アンケート52件中回答のあった43件全てが「満足・やや満足」）であった。 H31年度より摂津市・茨木市・高槻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。 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）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「おかしのごびとプチマルシェ」が始まり、高い集客力を発揮している。 創業セミナー受講者の、実店舗の開業前からの宣伝や顧客のニーズをつかむ場として活用されている。 令和2年度は配布チラシに出店者のSNS等の二次元コードを掲載。ファンづくりとその維持、販路を広げることにつながった。				
	反省点	令和2年度は2回のイベント中1回がコロナ禍による延期、その後台風による中止を余儀なくされた。また、島本町制80周年事業との連携しての実施予定がコロナのため中止となった。イベントの開催時期を検討する必要がある。 セミナー受講と出店が相互に効果を及ぼすよう、セミナー内容と出店での成果を計っていく。				

具体的な実施内容・手法 (該当型に○印・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	(独自提案型) 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。 「ネットショップ導入セミナー(仮)」 日程: 令和3年7月頃予定						
	人材交流型	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 内容: まだネットショップを利用したことが無い方・利用はしているがうまく売り上げにつながらない方向け。新たな販路開拓のための活用法の基礎を学ぶ						
	○ 販路開拓型	(新型コロナウイルス感染拡大防止により、参加者が集合しての実施が難しい場合は、WEBでの動画配信やWEB会議システムを利用したオンライン実施も想定する。)						
	ハズレ型	「Instagram入門セミナー」 日程: 令和3年上半年期予定 場所: 島本町商工会館 三島郡島本町百山4-1 内容: まだInstagramを利用したことが無い方・アカウントは作ったが利用法がわからない方向け。アカウントの作成から、ファンづくりのための活用法の基礎を学ぶ。 (新型コロナウイルス感染拡大防止により、参加者が集合しての実施が難しい場合は、WEBでの動画配信やWEB会議システムを利用したオンライン実施も想定する。)						
事業手法 (該当する場合は○印と下欄にその根拠)	○ 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 「いばらきてづくり市」(出店30件) 日程: 令和3年6月~9月予定 場所: 茨木市中心市街地 内容: 創業希望者や、創作意欲に富む作家が出展  「しまもと手づくりコミュニティ市」(出店60件) 日程: 令和3年12月4日(土) 予定 場所: 阪急水無瀬駅周辺の空き店舗等 内容: 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 島本町および周辺で活動する作家の発表と販路開拓の場とする						
		(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
		商業						
		(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。						
主な事業の目標	総支援対象企業数	設定根拠及び募集方法⇒	過去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。					
		130 社						
	支援対象企業の変化 (代表的な指標)	出店により新規顧客の開拓・販路の拡大が期待できる						
その他目標値	指標	新規顧客の獲得に成功した事業者				数値目標	70%	
	目標値の内容⇒	手づくり市来客数						
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
	⇒	30,300	円 ×	25	社 ×	1.00	=	757,500 円
		30,300	円 ×	15	社 ×	1.00	=	454,500 円
		50,500	円 ×	30	社 ×	1.00	=	1,515,000 円
		50,500	円 ×	60	社 ×	1.00	=	3,030,000 円
		50,500	円 ×	1,500	社 ×	0.01	=	757,500 円
			合計	1,630	社	(小計)		6,514,500 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%)								
計								6,514,500 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)	人材育成型(セミナー)単価20200円と人材交流型(交流会)単価40400円を同日に合わせて行うことでセミナーでの気づきを共有し、学びを深めることを狙う。 単価は育成・交流の中間の30300円とする。							

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)					
6,514,500	円	×	0.75	=	4,885,875	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	2,840,625 円	島本町商工会は、幹事として企画調整等を行う。 他商工会・商工会議所は相互にイベントへの出店幹旋・広報・当日準備等を協力する。 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。				
		茨木商工会議所	1,761,188 円					
		摂津市商工会	179,906 円					
		高槻商工会議所	104,156 円					
		円						

別紙：積算根拠となる支援対象企業数と支援対象企業の変化について

事業の目標①	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 25 社	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。HPを通じて募集。	
	支援対象企業の変化	ネットショップの活用法を学び、コロナ禍での新たな販路開拓を実践する。		
	その他目標値	指標	ネットショップを活用する意欲がわいた事業者	数値目標
事業の目標②	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 15	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	インスタグラムの活用法を学び、情報発信とファンづくりを実践する		
	その他目標値	指標	Instagramを活用する意欲がわいた事業者	数値目標
事業の目標③	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 30	いばらき手づくり市募集数。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	新規顧客の獲得に成功した事業者	数値目標
事業の目標④	支援対象企業数の合計	設定根拠及び募集方法⇒ 60	令和2年度実績52件。出店希望が多かったこと、実際の配置スペースの余裕から2年度より増やし60とする。町広報・HP・Facebook・セミナーや手づくり市出店者、創業セミナー受講者へのDM等を通じて告知、募集。	
	支援対象企業の変化	出店による売り上げの獲得と新規顧客の開拓と販路の拡大ができる		
	その他目標値	指標	新規顧客の獲得に成功した事業者	数値目標
	その他目標値	目標値の内容⇒ 1500	手づくり市来客数。令和2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、売上推計(約150万)をおよその商品単価(1000円とする)で除し、算出。	

【備考】

※別添で補足する内容があれば添付してください。





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	80	25,000	2,000,000	
支援機関等へのつなぎ	6	10,000	60,000	
金融支援（紹介型）	3	30,000	90,000	
金融支援（経営指導型）	6	40,000	240,000	
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	1	20,000	20,000	
記帳支援	3	25,000	75,000	
労務支援	8	20,000	160,000	
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	1	20,000	20,000	
販路開拓支援	40	20,000	800,000	
事業計画作成支援	1	50,000	50,000	
創業支援	3	20,000	60,000	
事業継続計画(BCP)等作成支援	2	20,000	40,000	
コスト削減計画作成支援	8	20,000	160,000	
財務分析支援	40	10,000	400,000	
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	7	20,000	140,000	
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	80	10,000	800,000	
小 計	-		5,265,000	5,265,000

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	10		240,000	
税務相談支援	7		182,000	
経営相談支援	7		168,000	
労務相談支援	3		72,000	
法務相談支援	6		144,000	
小 計	33		806,000	806,000

※記帳支援のために税理士を活用する場合は、単価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

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

V 合計		
合 計		補助金額