

平成30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 倉田 徹	
	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 水谷 信弘
		連絡先	電話番号（直通）： 075-962-5112
Fax： 075-962-0230			
		E-mail： 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 ②5名（うち4名）（平成30年1月5日現在） ③島本町 ④671（平成26年経済センサスによる） ⑤438（平成26年経済センサスによる） ⑥335（49.9%）（平成30年1月5日現在）	
<input type="checkbox"/> 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前払式証票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。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（添付資料 地域経済循環図(2013年データ)より民間消費額では255億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る。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』を開催します。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、商業活性化を図ります。「離宮の水」商業活用により「離宮の水」の商標登録が完了しており、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11品目が新たに島本町の名産品と誕生した。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、地域全体の活性化を目指します。

(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180事業者となる。

(4) 事業の目標

平成30年度は、小売、サービス、飲食業等の事業所（約180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、『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、売上のアップや起業家の育成等に役立て、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11品目の名産品が誕生した。今後、ブランディングロゴを活用して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、このまま放置すれば、数多くの店舗が廃業に追い込まれるであろう。その打開策として『100円商店街』の開催、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ることは、各商店が賑わいを取り戻し、グルメマップ（しまうま）や『しまもとにぎわいネット』で町内外へ情報発信の活用により、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。

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	100	事業所	支援機関等へのつなぎ	20	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	2	事業所	資金繰り計画作成支援	10	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	2	事業所	マーケティング力向上支援	10	事業所
販路開拓支援	40	支援	事業計画作成支援	6	支援
創業支援	5	事業所	事業継続計画(BCP)作成支援	2	事業所
コスト削減計画作成支援	20	事業所	財務分析支援	45	事業所
5S支援	5	事業所	IT化支援	3	事業所
債権保全計画作成支援	1	事業所	事業承継支援	3	事業所
			結果報告	100	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	90				
<p>本年度も最重要課題である、カルテ件数を100件目標にしており、総会員数の約30%を占めている。昨年度よりも循環を増やし、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>巡回指導を増やし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			3,880,305
	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。	1,206,000
	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」	1,025,100
	『名水百選：離宮の水』 商業活用事業	名水百選『離宮の水』の商業活用に向けての取組	929,625
○	商店街の核となる魅力ある 個店づくり支援事業	商店街内の集客が見込まれる個店に対し、経営診断等を行い、個店の魅力を高めるとともに、結果を商店街内で共有することで、商店街全体の集客力向上につなげる。	719,580
(2) 広域事業			4,125,929
	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。	2,721,037
	承継・創業経営者交流会	摂津市商工会の事業計画書参照	101,313
○	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	28,200
	商工フェア事業	四條畷市商工会の事業計画書参照	100,000
○	三市一町合同就職面接会	茨木市商工会議所の事業計画書参照	94,262
○	BCP/BCMの普及促進	高槻市商工会議所の事業計画書参照	42,300
○	IoT活用セミナー	高槻市商工会議所の事業計画書参照	30,200
○	事業承継の支援事業	吹田市商工会議所の事業計画書参照	100,500
	大阪勧業展	大阪商工会議所の事業計画書参照	25,125
	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
	事業承継者等の育成事業	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	226,130
○	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	70,000
	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	105,532
○	創業・第二創業支援事業	大阪府商工会連合会の事業計画書参照	40,000
○	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	140,700
	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	150,630

うち府施策連携事業

1,265,742

4-2. 地域活性化事業 事業調査

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85%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2日(土)午前10時から午後4時頃まで4商店街50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50%以上増加し、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・京都新聞等)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店舗あった。			
	反省点	阪急水無瀬駅周辺の店舗は、多くの来場客でにぎわったが、少し離れた場所での集客力はもう一息だったので、水無瀬駅周辺以外の場所の参加勧奨を強化すべきであった。			
具体的 な実施 内容・ 手法 (該当 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	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月の第一土曜日に同時開催予定であり、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。			
	○ 人材交流型				
	○ 販路開拓型				
	ハズ ち型	百円商店街開催後、参加店を中心に意欲的な店舗に集ま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、一致団結した取り組みを期待する。(1回 1月~2月頃)			
	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 町役場には、町広報誌にて、事業のPRに協力してもらおう。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。				
事業の 目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	水無瀬駅前の商業集積地にある4商店街(約60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、直接商工会から呼びかけ、交流会も実施する。		
	支援対象企業 の変化	4	『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。集客力アップ、新規顧客の獲得・売上アップに繋がる。		
	その他目標値	指標	イベント開催1カ月後の集客増が見られる事業所割合	数値目標	70%
		目標値の内容⇒	百円商店街開催後、各商店街や事業参加店で意欲的な店舗を中心に交流会を実施する。		
		10			

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		
		⇒ 50,250	円 ×	4	×	10.00	=	2,010,000	円	
		40,200	円 ×	10	×	1.00	=	402,000	円	
			円 ×		×		=	0	円	
	(小計)								2,412,000	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%)								0	円
	計								2,412,000	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	<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)						
2,412,000 円 ×		0.50 =		1,206,000 円		(0 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。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

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		26 年度～	年度まで	←複数年度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、協議していきける場としていく。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く取り組みとする。</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・発信をすることにより『離宮の水』ブランド化推進協議会の構成委員に選ばれ、離宮の水ブランド11品目の審査に加わった。また町広報しまもとの『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。町内イベント出展事業所数は、8イベントで延べ26事業所であった。			
	反省点	29年度のイベントにて天候不順や申請上の都合により開催できないものがあった。後者については30年も同様の事情が見込まれる他、29年度で終了するイベントもあるため別途案内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	【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、11月島本町農林業祭など、20事業所出展予定)			
	販路開拓型				
	ハズカ型				
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 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わーくを活用して、三位一体で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でカルテ化につなげる。				
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び 募集方法⇒	交流会参加商工業者数 (集積する商店及び地元商工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。			
	その他目標値	目標値の内容⇒	各種イベント参加の合計事業所数 (集積する商店及び地元商工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)	指標	数値目標 80%
		20			

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		
		⇒	40,200	円 ×	20	×	1.30	=	1,045,200	円
			50,250	円 ×	20	×	1.00	=	1,005,000	円
				円 ×		×		=	0	円
		(小計)							2,050,200	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%)							0	円
		計							2,050,200	円
	独自提案単価及び独自補正係数の根拠 (基準とおりの場合不要)									
	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	<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)						
2,050,200 円		× 0.50		=		1,025,100 円		(0 円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはヒリック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。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		『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		28 年度～	年度まで	←複数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)	水無瀬神宮『離宮の水』は、大阪府で唯一「全国名水百選」に選ばれた水であり、島本町の貴重な地域資源である。その水を求めて毎日多くの人々が町内外から取水に訪れている。長年ご神水として親しまれてきたが、28年度、事業者から離宮の水の商業活用を望む声が出てきたことや、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出たことなどにより、関係各所の協議を経て、離宮の水を使った商品を事業者が開発してもらい、地域ブランドとして推進していくこととなった。この離宮の水をきっかけに名産品の開発を行い、地域活性化と地域商業の発展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)	離宮の水ブランドロゴマークを使って商品開発し、販路拡大にとりくみたい事業者		
	事業に対する 企業ニーズ (内容・把握方法等)	29年度、離宮の水ブランドロゴの活用事業者を募集したところ、11事業者より応募があり、11品の離宮の水ブランド認証商品が誕生した。また、申請時に商品開発が間に合わなかった事業者より、次回応募したいという声が寄せられている。		
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	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年度は、ロゴマークを活用した商品を開発してくれる事業者を募集した。商品開発支援を経て、6月に審査会を開催、11事業者11商品を認証した。その後、ブランド認証商品のPRのためのパンフレットを3000部作成。7月にマスコミや事業者を呼んでお披露目会を開催、マスコミや町関係者を除く、16事業者の参加があった。また10月に『離宮の水を島本ブランドへ!』と題して勉強会を開催。14名の参加があった。また、3月には、消費者が実際に認証商品を手にする機会を創出し、新規顧客獲得の一助とするとともに、アンケート結果を事業者に返し、認証商品の品質向上に役立てることを目的に、「離宮の水の名産品大交流会(仮称)」を開催する予定。		
	反省点	申請時期が5月ということもあり、商品が夏向けの季節商品に偏った傾向がある。9月頃から販売できななものも出てきたため、一年を通してPRすることが難しい結果となった。今後は季節によるばらつきを均衡にできるよう仕掛けていく必要がある。また、今回の申請に商品が間に合わない事業者があったため、5月の申請に向けて、年を通して随時予告をしていくことで、商品開発に余裕を持たせ、申請の取りこぼしを防ぐ必要がある。		

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		『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	【ハンズオン型】 「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。今年度新たに5社5商品の認証をめざす。商品開発のため必要な支援を総合的に行う。		
	人材交流型	随時 商品開発支援、販売促進支援など 5月頃、申請開始予定。		
	販路開拓型	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。		
	ハンズオン型	以後、マスコミやパンフレット等を活用し、普及活動を行うとともに、町、商工会などの主催するイベントに離宮の水ブースを設置してPRする。		
	独自提案型	【販路開拓型】 マスコミ向けのプレスリリース、町内イベントや他市イベントへのブース出店にかかる支援、チラシやメニューなどの作成支援、ふるさと納税返礼品への出品支援などを行う。また、離宮の水ブランド認証商品を掲載した企業&商品紹介パンフレットを3000部作成し、町内各施設や、まち歩きツアーの際に配布、他市イベントへ配布、会員事業所へ配布するなどし、販路拡大に役立てる。 【人材交流型】 認証事業者同士の連携づくりと、認証商品を町住民へ広く知ってもらう機会を創出するため、試食会ありの交流会イベントを開催する。また、試食会のアンケート結果を事業者にフィードバックし、商品のブラッシュアップに役立てる。10月頃予定		
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 町と商工会が連携し、離宮の水ブランド推進を進めている。商品開発において、特許の取得やメニュー考案など込み入った内容の相談を、弁護士、フードコーディネーターなどの専門相談へつなぐ。			
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 5	今年度新たに商品認証をめざす5社	
	支援対象企業の変化	指標	意識向上につながった事業者	数値目標 70%
	その他目標値	目標値の内容→		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 11	昨年認証された11社	
	支援対象企業の変化	指標	新規顧客獲得、販路拡大につながった事業者	数値目標 80%
	その他目標値	目標値の内容→		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 20	今年度認証を目指す5社と、昨年認証された11社と、次年度以降認証可能性がある4社	
	支援対象企業の変化	指標	交流会に参加してよかったと思う事業者	数値目標 80%
	その他目標値	目標値の内容→		

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		『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		
		100,500 円 ×		5	×	1.00 =	502,500	円		
		50,250 円 ×		11	×	1.00 =	552,750	円		
		40,200 円 ×		20	×	1.00 =	804,000	円		
	(小計)							1,859,250	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								1,859,250	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	<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)						
1,859,250 円 ×		0.50 =	929,625 円		(円)					
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはパ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。

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		商店街の核となる魅力ある個店づくり支援事業	新規/継続	継続
想定する実施期間		29 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)	<p>島本には水無瀬駅前3つの商店街が存在するが、そのどれもがシャッター商店街や大型店に客足をとられるなど、苦しい状況にある。その中でも、阪急水無瀬駅すぐの利便性の高い立地にあり、通勤・通学客の往来があるにも関わらず、空き店舗が著しい「島本センター（島本町商業協同組合）」に焦点を当て、本事業を実施する。</p> <p>本事業を効果的に実施するために、商店街の中から選定した5店舗程度の核となる事業者をモデルとして、専門家による経営診断やモニター隊（消費者）による意見の収集などを経て、さらなる個店の魅力アップ、集客力アップを目指し、商店街全体をけん引していけるよう力をつける。また今回モデルとなった事業者のみならず、商店街全体の報告会を通じて成功事例を報告してもらい、効果を周辺の個店や商店街にも波及させることを目的とする。</p>		
	支援する対象 (業種・事業所数等)	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街内の集客が見込まれる個店（5店舗程度） ・上記個店を含む商店街全体（報告会で波及効果をねらう） 		
	事業に対する企業ニーズ (内容・把握方法等)	<p>島本センターでは、空き店舗の解消や活性化をめざして試行錯誤してきたが、アイデアも頭打ちとなっており、また成果も見えない。専門家による支援と根本的な思考の切り替えが必要な時期になっている。商店街に本事業について相談したところ、商店街内で任意の5店舗を選出、協力してやっていきたいとの声をいただいている。</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>H29年度、水無瀬駅前商店会にて当事業を実施。専門家による支援を得て、思考の整理をおこなった。ターゲットとする層や事業の目的の明確化などを行い、希望を実現するための具体的な行動（店頭パネルやDM制作など）によって、利用客の増加や顧客の反応の変化などが起きた。</p> <p>また、当事業により事業所間のコミュニケーションが促進されることにより、特に若手店主のあいだで活発な意見交換が行われるようになった。</p>		
	反省点	<p>一人で店をまわす店がほとんどのため、交流会への参加が困難な事業主が多かった。時間帯の設定や事業の周知など改善の必要がある。</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)	<input type="checkbox"/> 人材育成型	①【人材育成型】商店街内の集客が見込まれる個店（5店舗程度）に対し、中小企業診断士等経営の専門家による経営診断を実施し、改善策を提案してもらう。（全4回）		
	<input type="checkbox"/> 人材交流型	②地域住民によるモニター隊をつくり、上記の個店をまわってもらい、地域住民（消費者）の率直な意見・声をだしていただく。これらの提案・意見・声を反映することで、魅力ある個店づくりに活かす		
	<input type="checkbox"/> 販路開拓型			
	<input type="checkbox"/> ハズカ型	③【人材交流型】本事業の開始にあたり、商店街での情報共有とこれからやる事業について相互理解を深めるため、交流会を実施。①②終了後、その内容と成果を商店街内の他の店舗と共有するため、報告会を開催する。		
	<input type="checkbox"/> 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 type="checkbox"/> (c)市町村連携	<input type="checkbox"/> (d)相談事業相乗効果
		<p>府施策連携：「商工関係」No.8 事業手法：駅前商店会の協力を得て実施。商店街の中から選定した5店舗程度の核となる事業者をモデルとして、専門家による経営診断やモニター隊（消費者）による意見の収集、事業者へのフィードバック。また商店街全体の報告会を実施し、成果を共有する。</p>		

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		商店街の核となる魅力ある個店づくり支援事業		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→ 5	本事業において、専門家の経営診断などを直接支援する商店街の核となる魅力ある個店となりうる事業所数		
	支援対象企業の変化	本事業に参加し、新規顧客の獲得や売上改善に対する意識改革を狙う			
	その他目標値	指標	販売促進に対する意識向上ができた事業者	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→ 12	本事業の交流会・報告会に参加し、成果共有できた事業者 島本町商業協同組合加盟店舗15店の80%		
	支援対象企業の変化	商店間での意見交換・交流の活発化と、情報の共有がなされるようになる			
	その他目標値	指標	他の事業所との交流が増えた事業者	数値目標	70%

4-2. 地域活性化事業 事業調書

事業名		商店街の核となる魅力ある個店づくり支援事業						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)	人育	20,100	円 ×	5	×	1.40	=	140,700	円
		人交	40,200	円 ×	12	×	1.20	=	578,880	円
				円 ×		×		=		円
		(小計)								719,580
	※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								719,580	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)				
719,580 円		× 1.00		=		719,580 円		(円)		
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体または「アリソ」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。

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		手づくりコミュニティ市事業 (旧しまもと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)	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積極的に行われておらず、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。しかし、島本町では平成29年度をもって、自治体主催イベントが複数廃止になるなど、活動の場が減少しつつある。そういった地域活動団体、NPO法人、社会企業家の方々の活動を、PRして、発表・販売の場を提供することでCB起業家の増加、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・PRを望む地域活動団体・NPO法人・社会企業家など ★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。 ★H29年度の摂津市・島本町連携事業「サービス業向け付加価値向上セミナー」により交流を行った手づくり作家より、情報交換や交流の機会を持ちたいとの要望があった。 ★手づくりコミュニティ市の定着と認知度の高まりに比例し、町内外の複数の団体・企業より「手づくり市」と合同でイベントをやりたいという要望を多数受けている。		
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	<ul style="list-style-type: none"> 平成29年7月、12月に手づくり市を実施、のべ97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。 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で、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。この他にも島本町より手づくりコミュニティ市の場を利用したいとの申し出があり、今まで以上に町や他団体との連携が行えた。 7月開催の手づくり市においては子育て世代を取り込むため、町教育委員会の後援を得て町内の保育所・幼稚園・小学校へチラシの配布を行った。また町の七夕イベントを取り入れ笹飾りを設置。「島本の竹」のPRとして竹を使ったモニュメントや遊びのコーナーを設けた。その結果、子どもとその親世代の来客割合が増加した。 各種メディア（HP、フェイスブック、チラシ、ポスター、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、集客が増えていく。 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、Minase Market Place）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、今年度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」が始まっている。 		
	反省点	7月開催の手づくり市で、子育て世代の取り込みにも成功したが、一部の店舗はメインとなる購買層が異なったため、売上にはつながらなかった。12月開催の手づくり市においては、昨年度行った一部のイベントが無かったためか、昨年と比較して来場者が少ないのではないかと声が聞かれた。今後、集客のための宣伝・広報やイベントの見直しが必要である。		

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		手づくりコミュニティ市事業 (旧しまもと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・どのようにするのかを明確に)	<input type="radio"/> 人材育成型	<p>(販路開拓型)「しまもと手づくりコミュニティ市」を下記の通り実施する。 ★日程：平成29年7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</p> <p>★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。 ・7月開催分は、町の歴史観光拠点でもある、史跡公園にて七夕イベントと連携して行う。 島本の名産でもある竹などを活用し、ただの買い物でなく「楽しい時を過ごす」ための手づくり市を目指す。 ・12月開催分は百円商店街と同日開催し、町内商業の活性化につなげる。また可能な限り他団体とも連携し、町全体としての一体感のあるにぎわいを創出したい。</p> <p>(人材交流型) ★手づくり市の資質向上、出店者同士の販路開拓や情報交換に役立てるため、「手づくり市出店者による情報交換交流会」(仮称)を開催する。(6月予定)</p> <p>(人材育成型) ★出店者の販路拡大を目的とした「ネット販売セミナー」「集客力・売上の向上を目的としたセミナー」などを開催する。2回予定。(夏・冬実施予定)</p>		
	<input type="radio"/> 人材交流型			
	<input type="radio"/> 販路開拓型			
	<input type="radio"/> ハブ型			
	<input type="radio"/> 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="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	(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・共有を行う。 (d) 支援した方の中から可能な限り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→ 45	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。 29年度手づくり市出店者数(1回目：44 2回目：53)の半数より算出。	
	支援対象企業の変化	支援対象者のレベルアップ・ブラッシュアップを図ることにより、個々の課題を明確にし、その解決にむけての専門家への相談支援を行う		
	その他目標値	指標 専門家相談につなげた件数 数値目標 3		
事業の目標	支援対象企業数	設定根拠及び募集方法→ 20	手づくり市出店者へ勧誘、HP・Facebook等を通じて募集 昨年度参加者数実績(17名)より15%増	
	支援対象企業の変化	他作家、事業者との交流を通じて新たな販路やビジネスの形態に気付き、取り組む。		
	その他目標値	指標 新規出店やワークショップを実施した出店者数 数値目標 4		

4-2. 地域活性化事業 事業調査

事業名		手づくりコミュニティ市事業 (旧しまもと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→ 15	手づくり市出店者へ勧誘、HP・Facebook等を通じて募集 昨年度実施のセミナーへの反響及び要望より30%増で設定。						
	支援対象企業の変化	ハードルの高い実店舗ではなく、ネット販売について知り取り組むことで、開業への足掛かりとする。							
	その他目標値	指標	ネット販売、活用への意欲をもった参加者	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	
		人育	20,100 円 ×	15	×	1.20	=	361,800 円	
		人交流	40,200 円 ×	20	×	1.00	=	804,000 円	
		販路	50,250 円 ×	45	×	1.20	=	2,713,500 円	
	⇒								
		(小計) 3,879,300 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 3,879,300 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)				
3,879,300 円 ×		0.75	=	2,909,475 円	(円)				
補助金の団体配分 (「代」欄には、中核団体またはピ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	2721037 円	島本町商工会は、幹事として企画調整・広報・運営等を行う。					
		摂津市商工会	188438 円	摂津市は手づくり市への出店者(5店)を勧誘する。					
			円	※50250円×出店者数×補助率 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。					

【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	100	25,000	2,500,000		
支援機関等へのつなぎ	20	10,000	200,000		
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	2	20,000	40,000		
創業支援	10	20,000	200,000		
コスト削減計画作成支援	10	25,000	250,000		
労務支援	10	20,000	200,000		
人材育成計画作成支援	2	20,000	40,000		
マーケティング力向上支援	10	20,000	200,000		
販路開拓支援	40	20,000	800,000		
事業計画作成支援	6	50,000	300,000		
創業支援	5	20,000	100,000		
事業継続計画(BCP)作成支援	2	20,000	40,000		
コスト削減計画作成支援	20	20,000	400,000		
財務分析支援	45	10,000	450,000		
5S支援	5	10,000	50,000		
IT化支援	3	20,000	60,000		
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		
結果報告	100	10,000	1,000,000		
小 計	—		7,420,000		7,420,000

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	236,000	
税務相談支援	7	165,200	
法務相談支援	6	141,600	
労務相談支援	3	70,800	
経営相談支援	3	70,800	
小 計	29	684,400	684,400

※記帳支援のために税理士を活用する場合、25,600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