

(別紙1) 2023年度地方創生推進タイプ(先駆型、横展開型、Society5.0型)実施計画【新規事業】

1. 申請者情報

都道府県名	大阪府	市区町村等名	島本町	地方公共団体コード	27301
担当部局名	都市創造部にぎわい創造課			責任者名	佐藤 成一
担当者名	内山 蔵人	電話番号	075-962-2846	メールアドレス	
責任者役職	次長兼課長				

2. 交付対象事業の名称等

単独 広域	交付対象事業の名称				
単独	まちの魅力の創造・発信による、地域内経済活性化事業				
事業類型	横展開型	事業分野 (大項目)	まちづくり	事業分野 (詳細)	②(①を除く)コンパクトシティ、まちの賑わいの創出、連携中核都市等のまちづくり分野
事業実施期間	交付決定日	から	2026	年	3
				月	31
				日	まで

3. 地域再生計画の名称等

地域再生計画の名称					認定(初回)
まちの魅力の創造・発信による、地域内経済活性化推進計画					新規
地域再生計画の区域	大阪府島本町の全域				
計画期間	地域再生計画の認定の日	から	2026	年	3
				月	31
				日	まで

< 入力チェック >

有識者対象 (先駆)	有識者対象 (横展開)	有識者対象 (Society5.0)	広域・単独	事業費	注意
-	-	-	○	-	

< 変更状況確認欄 > ※変更(軽微以外)の申請及び軽微変更報告の際に記載

最終交付決定日		軽微変更報告日	
---------	--	---------	--

No.	都道府県名	市区町村等名	地方公共団体 コード	2023年度交付金 対象事業経費	2023年度交付金申請 額 (左記の1/2)
1	大阪府	島本町	27301	11,275千円	5,637千円
計				11,275千円	5,637千円

4. 交付対象事業の背景・概要

A. 地方創生として目指す将来像(交付対象事業の背景)
<p>【背景】 本町は大阪府と京都府の間に位置し、JRや阪急電車の駅があり、国道171号沿いにもある良好な立地ということもあり、ここ数年はベッドタウンとして人口の増加が続いている。第2期島本町まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本目標において、「魅力と活力、にぎわいのあるまちづくり」を目標として定めているように、ベッドタウンとしての良好な住環境を維持しつつも、地域外で消費活動を行うのではなく、地域内で消費活動が活発的に行われるような商工業の発展を図り、地域内で経済が循環する町を目指す。また、周辺自治体にお住まいの方へ本町の魅力を発信し、本町へ訪れてもらい、地域外からの外貨獲得もできている状態を目指す。</p> <p>【将来像】 地域資源とそこに暮らす人を結び付けて、他自治体にはない独自の地域ブランド確立を目指す。 本町は、大都市から近くかつ自然を近くに感じることができる環境であり、また日本初のジャパニーズウイスキー発祥の地であるサントリー山崎蒸溜所や、NHK大河ドラマ「鎌倉殿の13人」で脚光を浴びる後鳥羽上皇を祀ったとされる水無瀬神宮、府内で唯一の名水百選である「離宮の水」、といった地域資源がある。また、歴史・文化をはじめ、にぎわいづくりの分野で際立った魅力を有する人材が豊富に暮らしている。 地域資源と、そこに暮らす人の魅力を結び付けることで、他自治体では出会えない本町独自の地域ブランドが確立した状態を目指す。地域ブランドを確立し、近隣自治体からのマイクロツーリズムを誘発し、人が集まることで新規の創業が増加し、お店が増えることで地域内の経済活動が活発化している状態にする。また、素敵な人が暮らす町は、その土地に住みたいと思ってくれる人の増加につながり、移住・定住促進を加速化した状態を目指す。</p>

B. 地方創生の実現における構造的な課題

【主要課題：地域外への消費活動流出による、町内の経済循環が乏しい】

○RESAS地域経済分析システム(内閣府)によると、島本町の2018年地域経済循環率は64.1%となっており、地域内のお金が地域外へ流出している状態にある。また、2018年民間消費における支出入出率が-32.3%と、全自治体に対して1627位の圧倒的に低い順位となっている。大阪府と京都府の間に位置し、中核市の高槻市に隣接することから、都市部へアクセスしやすく、住民が地域外での消費活動を行うという課題を抱えている。

○RESASの2022年における滞在人口の月別推移をみても、平日・休日ともに、14時の滞在人口率が島本町人口の約0.8倍となっている。地域外への移動が中心で、地域外からの人の呼び込みができていないことから、地域経済循環率や民間消費における支出入出率が低いことがうかがえる。

○第2期島本町まち・ひと・しごと創生総合戦略において、「あなたが感じる島本町の「よいところ・魅力」についてお答えください。」という質問に対し、「にぎわいや活気がある」という項目に「そう思わない」「どちらかといえばそう思わない」が64.6%を占め、全18項目の中で最も否定的な回答となっている。活気やにぎわいがないことが、地域内の経済循環が乏しいこととつながると予想される。

○本町の人口は、令和5年1月時点で約3.1万人。今後駅周辺の開発により、3.2万人ほど人口が増加した後、令和7年以降人口減少に転じ、令和22年以降3万人を割ると予測している。現在は働き手が町外で仕事をして外貨を獲得してくるが、令和22年以降、15歳未満と65歳以上の人口比率が約45%と予測しており、新しい働き手が増えず、高齢化により外貨の獲得が難しくなり、社会保障費が増大になるも、それを地域経済の中で支えることが困難になっていくというベッドタウン特有の課題に直面していくと予想される。ベッドタウン特有の課題を認識し、地域内の消費喚起に取り組む必要がある。

【課題詳細①地域外から外貨を獲得する機会やお店、商品が少ない】

○町の関係者が中心となった夏祭りや農林業祭といった地域交流をこれまで実施してきたが、地域内の住民の交流を目的にした活動が多く、地域外から人を呼び込めるような活動が少ない。外貨を獲得する機会が創出できていないだけでなく、本町に訪れる機会や興味を持つきっかけを創出できていない。

○統計Dashboardによる人口千人当たりの小売店数(2016年時点)が、全国1737のうち、1713位と町内で消費活動を行う場所が非常に少ない。同じく飲食店数(2016年時点)は、1665位と低い順位に位置している。

○サントリー山崎蒸溜所に隣接するJR山崎駅、JR島本駅は西国街道という古くから親しまれている道でつながっている。観光客の多くが西国街道をとってサントリー山崎蒸溜所へ向かうが、古くからある店舗が閉店したまま、土地の利活用がなされていない状態にある。サントリー山崎蒸溜所の来場者数がコロナ前に戻ったとしても、周遊のきっかけとなる店舗が少ないことから、まち歩きの積極的な誘導を促すことができない。

【課題詳細②本町の認知が低く、地域の魅力が地域外へ認知されていない】

○大東建託が実施した「全国住み続けたいまちランキング」において、本町は2021年は全国1位、2022年は全国3位を獲得するも、住みたい町のランキングには、他企業の調査を含めて入っておらず、地域の魅力があるにも関わらず、魅力を発信できていない。

○令和元年に大阪梅田駅近くで実施したアンケート調査で、「島本町をご存知でしたか？」という質問に対し、690人中313人が「いいえ(45.4%)」と回答した。本町からアクセスしやすい都市部での認知度が約半数という結果に、認知度の低さが明らかになった。

【課題詳細③にぎわいや活気づくりの拠点となる場所が少ない】

○地域外から外貨を獲得する手段として、町内に立地するサントリー山崎蒸溜所は、コロナ感染症拡大以前は年間13万人の観光客が訪れる町内一番の観光スポットとなっているものの、コロナ感染症拡大以降は来場者の人数を制限しており、町内の観光客が大きく減少している。町内では島本駅前の町立歴史文化資料館や山間部の町立キャンプ場跡地などの施設を有しているが、集客能力が低く、また行政や住民が企画した交流事業がいくつか実施されてきたが、RESASの町内目的地ランキングでは、2020年以降、1位・2位の検索が市街化区域外のゴルフ場となっており、町内観光客の流入先として期待される「サントリー山崎蒸溜所」「水無瀬神宮」が3位・4位、そのほかの検索地は無しとなっているため、地域外から人を呼び込むための拠点となる場所がない。

【課題詳細④職員の知識・経験の不足】

○観光施策や商業振興施策に関して専門的な知識がある職員がおらず、効果的な事業を実施していく体制が弱い。また、職員以外の関係者を巻き込む経験も不足している。

C. 交付対象事業の概要

【事業方針：町内の消費活動を誘発する事業を複数実施し、町内の経済循環を向上させる】
 地域内外の方から消費行動やマイクロツーリズムを誘発する事業を複数実施する。あくまで本町の魅力が伝わることを大切にしたいうえで、イノベーター理論を活用し、初期市場に反応し普及のきっかけとなるイノベーター層（2.5%）、アーリーアダプター層（13.5%）に対する事業を実施する。イノベーター層やアーリーアダプター層に興味を持ってもらうためには、既存の地域資源単体でPRするのではなく、本町が持つ魅力を組み合わせ、他自治体と差別化した魅力を生み出し、上質な見せ方を行う必要がある。

【事業詳細①消費喚起につながる交流事業の開発、創業支援、特色ある商品開発の実施】
 ○本町にゆかりのある際立つ技能を有した「人」や地域資源を活用して、他自治体と差別化した、島本町でしか経験できない交流事業を開発する。具体的には、島本町が日本で初のウイスキー発祥の地であることから、ウイスキーをテーマにした体験プログラムや、島本町の森の中で楽しめるジビエのプログラム、大河ドラマで脚光を浴びた後鳥羽上皇をテーマにしたプログラムの実施などを予定している。また、体験プログラムの開発を認知してもらうため、事業の主体となる人を取材し、事業と関連した記事を作成して広報誌やHP等で紹介することで、話題作りにも努める。
 ○空き店舗となっている土地を中心に、新規の創業を促す支援を行う。単なる金銭的な支援ではなく、本町の社会的課題に即した事業者の創業を支援し、創業後も継続した事業が可能となるような支援を行う。
 ○地域内消費を促すため、本町でしか手に入らない特色ある商品を開発する。この地域でしか買えないものを作ることで、地域内消費促進につなげるだけでなく、町外の方が手に入れることで島本町の認知度が向上し、本町に来てもらう機会創出につなげる。

【事業詳細②アナログ媒体とデジタル媒体を組み合わせた、上質なタウンプロモーションの強化】
 ○本町を認知してもらうきっかけを作るために、アナログ媒体のブランドブック・ポスターを作成し、地域の魅力を地域外へ周知していく。ブランドブックやポスターは、各種公共施設や関係事業者への配布以外に、メディアへも配布し、本町の記事を誘発するツールとして活用する。また、アナログでの認知度向上と合わせてWEB上にもランディングページを作成し、本町を深く知る入り口を作る。アナログとデジタルを組み合わせ、双方向で認知するきっかけを作ることで、これまでの弱みである認知の乏しさを解決する。
 ○令和4年度に本町の地域性にあったプロモーションの指針となる「島本町デザイン計画」を作成した。これまでの手づくりのプロモーションから脱却し、外部のデザイナー監修のもと、単なるマスに向けた情報発信ではなく、ターゲットを選定した戦略性のあるプロモーションを行う。

【事業詳細③にぎわいや活気づくりの拠点創出】
 ○本町の北側に位置する町立キャンプ場跡地は、良好な自然環境を有している場所である。当該地を活用した拠点づくりに取り組むことで、町内外からの集客能力を有したにぎわいや活気ある拠点となる状態にする。また、JR島本駅前に位置する島本町立歴史文化資料館における活用方法については、本事業を行うなかで積極的に議論を進め、民間主体の体験プログラム開催場所等の有効活用ができる拠点としていく。

【事業詳細④外部専門家による支援を受けて、関係者の体制強化】
 ○まちづくりの経験を有する外部専門家に定期的にアドバイスを受けることで、職員だけでなく、民間団体や民間企業等も含めた事業実施体制を強化する。本事業終了後も、経験を蓄積していくことで、外部専門官の支援を受けなくとも継続的に事業を行える組織づくりをする。

(C-1) デジタル実装のための計画策定、開発・実証等を主内容とする事業の具体的内容及びKPIとの関連性 ※該当がある場合

(C-2) マイナンバーカードの利活用方策の具体的内容 ※該当がある場合

D. 交付対象事業が構造的な課題の解決に寄与する理由

【複数の事業を組み合わせた消費喚起の取組を行える】
 経済循環の乏しさは、1つの事業で解決できるものではないことから、様々な取組を複合的に実施することで解決していく。

【課題詳細①地域外から外貨を獲得する機会やお店、商品が少ない】
 →話題性のある体験プログラムを開発し、町外からの来訪者を集めることで地域内での消費を促すことができるため。また、プログラムに参加しない人も、プログラムをきっかけに本町を認知し、本町の魅力に触れる機会を創出することで、今後來町する機会創出に寄与できるため。
 →創業を支援することで、地域内で消費活動を行う機会が創出できるため。お店ができれば商品も増え、さらに独自性の高い商品を開発することで、町内の消費促進に寄与できるため。

【課題詳細②本町の認知度が低く、地域の魅力が地域外へ認知されていない】
 →これまで町域外へのPRが非常に弱かったが、上質な媒体をつくり、アナログとデジタルとを組み合わせたプロモーションを実施することで、本町の認知度向上につながるため。また、地域外への周知に努める意識があがり、これまで行ってこなかった定期的なプレスリリースなど、予算をかけないプロモーション活動も率先して行うこととし、より大きな効果につなげられるため。

【課題詳細③消費活動を行う拠点となる場所が少ない】
 →地域内の集客できる拠点が少ないことから、町が管理する良質な場所を集客の拠点とすることで、人を呼び込み消費を促す機会創出に寄与できるため。

【課題詳細④職員の知識・経験の不足】
 →複数年にわたり本事業を実施することで、職員の知識・経験が蓄積され、今後自走したまちづくりへの取組に寄与できるため。

E. 交付対象事業の仕組み

(地域経済分析システム (RESAS) の活用などによる客観的なデータやこれまでの類似事業の実績評価に基づき交付対象事業の設計がなされていることの説明)

RESAS地域経済分析システム(内閣府)にある各種データの中から、地域経済循環率、民間消費における支出入出率、滞在人口の月別推移、町内目的地ランキングや、統計Dashboard、これまで町が行ったアンケート調査などを参照した。また、大阪府にある茨木市や高槻市といった隣接自治体や、住み続けたい町ランキングにて本町と同じように評価が高い兵庫県芦屋市、兵庫県尼崎市、大阪府箕面市といった自治体のデータを確認し、目指すべき姿の検討を重ねた。
 第2期島本町まち・ひと・しごと創生総合戦略を作成する際に実施された人口予測や住民へのアンケート結果をふまえて、本町の構造的な課題を明らかにし、課題を解消できる事業の立案を行った。

F. ハード事業(施設整備等事業)とソフト事業との連携による高い相乗効果 ※該当がある場合

(ハード事業経費が総事業費の5割以上の場合のみ記載)

5. 地方版総合戦略の策定状況

地方公共団体名	地方版総合戦略における基本目標
大阪府島本町	【現行の地方版総合戦略における記載】(計画期間:令和2年4月1日 ~ 令和8年3月31日) 基本目標「魅力と活力、にぎわいのあるまちづくり」 KPI①町内の事業所数R2:735事業所→R7:750事業所以上 KPI②ふるさと納税寄付者数R2:148人→R7:1,000人以上

6. 関連事業等の概要

(1) 交付対象事業の前身となる地方創生推進タイプを活用した事業 ※該当がある場合

事業名				事業開始年度		事業類型		
事業分野(大項目)			事業分野(詳細)					
先駆型を活用して5年間実施した事業において、主たるKPIを複数達成した事業に該当する場合								
事業概要	①地方創生の実現における構造的な課題 (簡潔に記載)							
	②交付対象事業の概要 (簡潔に記載)							
	③前身事業までの計画期間内における事業の見直し内容 (毎年度のPDCAサイクルの中で、どのような事業の見直しがなされたか、簡潔に記載)							
前身事業のKPI	設定			単位	2021年度まで		2022年度	
					未訂目標値	累計実績	目標値	実績見込
	KPI①							
	KPI②							
	KPI③							
前身事業の経費	事業最終年度の交付対象事業におけるソフト事業経費内訳 (前身事業の最終年度の経費内訳を記載)					事業最終年度の交付対象事業費におけるハード事業経費内訳 (前身事業の最終年度の経費内訳を記載)		
事業効果の検証・分析結果・後継事業の考え方	①KPI以外の成果 (KPIと同視できる指標が事業の規模に見合った形で相当程度改善・上昇している場合はその内容を記載)							
	②事業効果の検証・分析 (前身事業の効果の検証についてKPIへの寄与度も含めて記載。ポスト深化・高度化事業の場合は、深化・高度化事業の前身事業も含めた効果の検証について記載。) (事業効果の検証を踏まえたKPI達成/未達成の要因についての分析結果を記載)							
	③事業効果の検証・分析から見えてきた新たな課題・ニーズ (主観的ではなく、客観的な内容を記載)							
	④第三者評価の結果 ※高度化・展開事業及びポスト深化・高度化事業の場合は必須 (「②事業効果の検証・分析」「③事業効果の検証・分析から見えてきた新たな課題・ニーズ」が適切であるかについて外部組織等の第三者評価を実施し、付された意見等を記載)							
	⑤高度化・展開事業(深化・高度化事業)としての考え方 ※高度化・展開事業及び深化・高度化事業の場合のみ記載 (本事業の前身となる地方創生推進タイプを活用した事業から、PDCAサイクルによる事業の評価・分析に基づき、どのように高度化・展開(深化・高度化)させるのかポイントを記載)							
	高度化・展開事業として充足していると考えられる要素について ※高度化・展開事業の場合のみ記載 (Q&A4-1-6参照)							
高度化・展開事業として充足していると考えられる要素	①新たに企業版ふるさと納税等(寄附、負担金、融資や出資など)を得ること、併せて民間事業者や住民等の主体的かつ具体的な参画をもって、より効果の高い事業の推進を図るもの							
	②隣接する地方公共団体に限らず、戦略的に、より広域的観点から新たな地方公共団体と連携した広域連携事業とし、広域的なメリットを發揮しながら効果的かつ効率的な事業の推進を図るもの							
	③前身事業の成果を他政策と連携させること等により、事業の発展的転換を図るもの							
	④新たな事業推進主体の設立等を通じ、事業領域の戦略的な多角化を図り、事業の波及効果を高めるもの							
⑤新たな事業の分野において成果を上げている人材を確保し、事業推進の中心的役割を担う人材として活用するとともに、新たな人材が育成される好循環を生み出すもの ・前身事業(先駆型)→本事業(先駆型):①~⑤のうち二つ以上必要 ・前身事業(先駆型)→本事業(横展開型):③、④いずれか一つ必要(両方可)								
	要素	本事業が高度化・展開事業として選択した要素を充足していると考えられる具体的な内容 (本事業が高度化・展開事業として選択した要素を充足していると考えられる具体的な内容を記載)						
ポスト深化・高度化事業として充足していると考えられる要素	①他の政策分野との組合せに関する具体的な内容							
	②上記①の具体的な内容が、「事業効果の検証・分析結果・後継事業の考え方」の「③事業効果の検証・分析から見えてきた新たな課題・ニーズ」を解決するために必要となる理由							
	③上記①の具体的な内容が、どのような点で、深化・高度化事業とその前身事業の質的転換・発展を図るものか(どのような点で深化・高度化事業の継続事業・延長事業ではないのか)							

(2) 交付対象事業と他の国庫補助金等との関連性

交付対象事業において、他の国庫補助金等の対象となる部分があるか 【対象となる可能性のある他の国庫補助金等の例】 「農産漁村振興交付金」、「中山間地域農業農村総合整備事業」、「ポストコロナを見据えた受入環境整備促進事業」、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」、「福島県における観光関連復興支援事業」、「離島活性化交付金」、「社会資本整備総合交付金」、「地域少子化対策重点推進交付金」等					無
他の国庫補助金等の対象となる部分がある場合、交付対象事業の対象から除外しているか ※他の国庫補助金等の対象となる部分がある場合のみ記載					
交付対象事業と関連する 地方創生拠点整備タイプ事業	都道府県	市区町村	事業名称	予算種別 (初回採択時)	

(3) 地域再生法の支援措置によらない独自の取組 ※該当がある場合

事業名					
事業概要					
事業実施主体					
事業実施期間	年	月	日	から	年 月 日 まで
事業名					
事業概要					
事業実施主体					
事業実施期間	年	月	日	から	年 月 日 まで
事業名					
事業概要					
事業実施主体					
事業実施期間	年	月	日	から	年 月 日 まで

(4) 交付対象事業と他の政策との連携状況

地域未来投資促進法に基づく取組との連携		
地域未来投資促進法に基づく取組との連携の有無	無	
地域未来投資促進法による同意を受けた基本計画の名称		
基本計画に適合するとして承認された地域経済牽引事業計画の有無	無	
経済波及効果 (設備投資等の支援を行う場合には記載すること)		
地方拠点強化税制に基づく取組との連携		
地方拠点強化税制に基づく取組との連携の有無	無	
認定を受けた地方活力向上地域等特定業務施設整備計画の名称		
地方活力向上地域等特定業務施設整備計画認定要件に加えて、要件を充たす理由		
文化財保護法に基づく取組との連携		
文化財保護法に基づく取組との連携の有無	無	
文化財保護法第183条の3第5項の認定を受けた文化財保存活用地域計画の名称		
地域再生エリアマネジメント負担金制度との連携		
“地域再生法第5条第4項第6号に規定する事業(地域再生エリアマネジメント負担金制度)を促進する事業”の該当の有無	無	
商店街活性化促進事業との連携		
“地域再生法第5条第4項第7号に規定する事業(商店街活性化促進事業)を促進する事業”の該当の有無	無	

日本版DMO関連事業							
日本版DMO関連事業である場合、観光庁が創設した「日本版DMO登録制度」への登録もしくは登録予定の有無	無						
企業版ふるさと納税との併用							
企業版ふるさと納税との併用の有無	無	インセンティブ活用の有無 (注:インセンティブ活用時には「インセンティブシート」も提出すること)					
		横展開型の事業期間を最長5年間に延長する場合は「有」を選択					無
		新規申請可能事業数の上限目安を超える申請を行う場合は「有」を選択					無
寄附を行う法人の具体的な見込みの程度 (インセンティブを活用する場合のみ記載)							
企業版ふるさと納税の地域再生計画の名称							
企業版ふるさと納税と併用する場合の寄附見込額	2023年度 (1年目)	2024年度 (2年目)	2025年度 (3年目)	2026年度 (4年目)	2027年度 (5年目)	合計	
						0千円	

7. 交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)、費用対効果分析等

KPI① (アウトカムベースで、複数年度を通じて評価指標としてふさわしいもの)	資本金等の額1千万円以下及び従業者数50人以下の均等割と法人税割を納める法人の数					単位	法人
KPI②	ふるさと納税の出店数					単位	店
KPI③	新聞掲載件数					単位	件
KPI④	ランディングページ年間ページビュー数					単位	PV
設定したKPIが複数年にわたって費用対効果を計測するのに適している理由及び計測手法	【KPI①】 町内経済を活性化させていく指標として、特に本事業の効果が期待できる町内の中小事業者を対象としたKPIを設定する。具体的には、既存の中小事業者の経済を活性化させつつ、地域経済活性化に寄与する新規の法人も増やすことを目指す。計測は本町が毎年度作成する法人町民税に関する資料を基に計測する。						
	【KPI②】 島本町ならではの商品を開発することで、ふるさと納税の対象商品を増やすことができる。また、創業支援策の実施や、島本町の魅力を発信することで町の認知が上がり、町内への出店誘致が期待できることから、魅力ある地場産を増やすことができる。商品数は組み合わせによって増やす工夫が可能のため、本事業のKPIは、ふるさと納税の出店数を増やすこととする。出店数は毎年度事業末時点を計測する。						
	【KPI③】 地域資源を磨き上げ上質なタウンプロモーションに努めるため、プロモーションの結果の1つとしてメディア媒体である新聞を1つの指標とする。新聞の掲載については、掲載内容を蓄積して管理していることから、本町の魅力向上に資する地域資源や、体験プログラム等に関する記事のみを対象に計測を行う。						
	【KPI④】 デジタルを活用した事業として、WEBを活用していくのは本事業の重要な点の1つである。そのため、本事業のWEBの入り口となるランディングページのページビュー数をKPIとし、事業の認知度の計測指標とする。ページビュー数はGoogle Analyticsより計測を行う。						
	計測方法						
	事業開始前 (現時点)	2023年度増加分 (1年目)	2024年度増加分 (2年目)	2025年度増加分 (3年目)	2026年度増加分 (4年目)	2027年度増加分 (5年目)	KPI増加分の 累計
KPI①【①】	94.00	2.00	3.00	5.00	5.00		15.00
KPI②	15.00	2.00	2.00	2.00	2.00		8.00
KPI③	18.00	50.00	60.00	70.00	80.00		260.00
KPI④	0.00	200.00	1,000.00	1,500.00	2,000.00		4,700.00
	2023年度 (1年目)	2024年度 (2年目)	2025年度 (3年目)	2026年度 (4年目)	2027年度 (5年目)	合計	
交付対象事業経費【②】 ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。	11,275千円	7,854千円	8,035千円	0千円	0千円	27,164千円	
交付対象事業における 単位当たりコスト【②/ ①】	5,637.50千円	2,618.00千円	1,607.00千円	0.00千円	0.00千円	1,810.93千円	
交付対象事業における ハード事業経費【③】	429千円	0千円	0千円	0千円	0千円	429千円	
交付対象事業における ハード事業比率【③/②】	0.04	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	

8. 経費内訳

(1) 交付対象事業経費内訳

< 2023年度(1年目) >

全事業期間における本年の位置付け		話題性のある体験プログラムを複数実施するとともに、上質なタウンプロモーションをスタートすることで、町内外に対して本町の新しい取り組みを認知してもらう年と位置づける。また、民間団体が継続した活動をできるよう、十分な支援を行い、自走できる組織へと成長を促していく。 なお、創業支援や商品開発、拠点創出といった中期的な視野で取り組む事業については、しっかりと土台づくりを行えるようにする。					
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2023 年 4 月	2024 年 3 月	2023 年 4 月	当初	年 月		年 月	
交付対象事業経費		11,275千円					
交付対象事業におけるソフト事業経費		10,846千円			交付対象事業におけるハード事業経費		429千円
交付対象事業におけるソフト事業経費内訳				交付対象事業におけるハード事業経費内訳			
【事業詳細①消費喚起につながる体験プログラムの開発、創業支援、商品開発の実施】 (1) 体験プログラム開発における民間団体支援補助金 ①-1-1 体験プログラム用人材発掘・記事作成補助金 : 215千円 (※補助要件は最低6人以上の発掘、規程文量の記事作成すること。要件を満たせば満額補助) ①-1-2 体験プログラム企画・運営補助金 : 2,500千円 (※補助要件はジャパニーズウイスキー発祥の地100周年をテーマにしたプログラムと新規プログラム最低1件以上開発・実施。補助とは別の体験プログラムを自主的に複数回実施すること。2,500千円を上限に100%補助。) ①-1-3 プラットフォーム構築費補助金 : 720千円 (※補助要件は体験プログラムの集客・管理につながるプラットフォームとすること。要件を満たせば満額補助) (2) 創業支援事業 ①-2-1 創業に向けた事業計画立案委託費用 : 660千円 外部専門家による現地調査・データ分析をふまえた、創業支援策の事業計画立案。 (3) 特色のある商品開発事業 (令和5年度は0千円) 令和6年度以降具体的に取組みを進めるよう、事業者と協議を行い準備を進める。				【事業詳細③にぎわいや活気づくりの拠点創出】 (1) キャンプ場跡地活用事業 ③-1-1 キャンプ場跡地鑑定費用 : 429千円 体験プログラム等に利用できる場所として活用することを条件に、民間に貸し付けを行い、活発な土地利用を促していくため、土地の鑑定を行う。			
				ハード事業経費の必要性(ソフト事業との関係性、KPI向上に資する理由等を具体的に記載)			
【事業詳細②アナログ媒体とデジタル媒体を組み合わせた、上質なタウンプロモーションの強化】 (1) 「島本と。」タウンプロモーション事業 ②-1-1 デザイナー人件費・各種プロモーション媒体作成及び印刷費・諸経費 : 3,877千円 ②-1-2 カメラマン撮影料 : 735千円 ②-1-3 特設サイト構築費用 : 0円 (※島本町ホームページにてタウンプロモーションページを作成) 事業を発展させていくために、タウンプロモーションを強化する。令和5年度はWEBを利用したPRだけでなく、ポスターやブランドブックといったアナログ媒体を使ったプロモーションを行い、本事業との接点を持つ機会を創出する。町内在住の世界的に評価されているカメラマンに撮影を依頼し、島本町の魅力を伝えていく。				本町を訪れる拠点となる場所や、体験プログラム実施の良質な空間を確保するため、現在利用されていない町立キャンプ場跡地の鑑定を行う。当該地は、豊かな自然に囲まれた場所というだけでなく、大阪府指定天然記念物に指定される「大沢のスギ」近くにあり、本町の地域資源を活用したプログラムを実施できる良質な場所である。 民間団体が本町で獲れるジビエをテーマにしたプログラムを企画・実施したところ、町内外から参加予約があった。都市部に位置しながら、豊かな自然に触れられる強みを活かした利用を予定している。 プログラムを実施することで町外からの集客につながり、法人の売上向上や、話題性による新聞掲載に資するものである。			
【事業詳細④外部専門家による支援を受けて、関係者の体制強化】 (1) 専門家事業支援 ④-1-1 外部専門家派遣費用(人件費及び旅費・交通費・宿泊費) : 2,139千円 事業に関する助言をもらい、事業を円滑に実施する体制を構築する。							

< 2024年度(2年目) > ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。

全事業期間における本年の位置付け		タウンプロモーションを引き続き実施しつつ、具体的な商品開発を開始することで、本町の観光資源の充実化を図り、より一層のマイクロツーリズム誘発につなげる。 令和5年度に実施した創業支援事業の計画立案に基づき、創業希望者を伴走型の支援をし、町内の創業を促していく。					
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2024年4月	2025年3月	2024年4月	当初	年月		年月	
交付対象事業経費		7,854千円					
交付対象事業におけるソフト事業経費		7,854千円			交付対象事業におけるハード事業経費		0千円
交付対象事業におけるソフト事業経費内訳				交付対象事業におけるハード事業経費内訳			
<p>【事業詳細①消費喚起につながる体験プログラムの開発、創業支援、商品開発の実施】</p> <p>(1)体験プログラム開発における民間団体支援補助金</p> <p>①-1-1 体験プログラム用人材発掘・記事作成補助金 : 215千円 (※補助要件は最低6人以上の発掘、規程文量の記事作成すること。要件を満たせば満額補助)</p> <p>①-1-2 体験プログラム企画・運営補助金 : 1,500千円 (※新規プログラム1件の開発・実施と、そのほか2件以上のプログラム実施。1,500千円を上限に100%補助。)</p> <p>(2)創業支援事業</p> <p>①-2-1 創業希望者伴走型支援講座費用 : 2,000千円 本町の課題を解決する創業希望者を集め、複数回の講座を開催。創業に関する基礎をつくり、創業後も事業が継続できるよう支援する。</p> <p>(3)特色ある商品開発事業</p> <p>①-3-1 商品開発支援事業委託費用 : 1,000千円 商品開発を行う事業者を募集し、本町の観光資源となる商品開発を事業者に委託して実施する。</p> <p>【事業詳細②アナログ媒体とデジタル媒体を組み合わせた、上質なタウンプロモーションの強化】</p> <p>(1)「島本と。」タウンプロモーション事業</p> <p>②-1-1 デザイナー監修費及びブランドブック、ポスター等増刷費用 : 1,000千円 前年度作成物を増刷し、より広域に配布できるよう増刷を行い、関係各所に配布を行う。プレスリリースのノウハウを蓄積し、雑誌等にも積極的に広報活動を行い、蓄積した素材を活かしたプロモーションを継続して行う。</p> <p>【事業詳細④外部専門家による支援を受けて、関係者の体制強化】</p> <p>(1)専門家事業支援</p> <p>④-1-1 外部専門家派遣費用(人件費及び旅費・交通費・宿泊費) : 2,139千円 令和5年度に引き続き、外部人材のアドバイスを受けながら実施する。</p>				<p>【事業詳細③にぎわいや活気づくりの拠点創出】</p> <p>(1)キャンプ場跡地活用事業</p> <p>③-1-1 キャンプ場跡地民間貸し付けの実施 : 0千円 体験プログラムを開催できる土地利用といった条件をつけて、民間に貸し付けを行う。</p> <p>ハード事業経費の必要性(ソフト事業との関係性、KPI向上に資する理由等を具体的に記載)</p> <p>自然環境を活かした良質な体験プログラムを開催できるような条件をつけ、民間に貸し付けを行い、本事業と連動した拠点整備を実施していく。</p>			

< 2025年度(3年目) > ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。

全事業期間における本年の位置付け		1年目、2年目で実施してきた体験プログラム実施を収益ある事業として育成し、民間団体が自走できる状態にする。また、新規店舗の出店や商品を完成させ、地域経済の活性化が醸成された状態をつくる。本町の近隣自治体からのマイクロツーリズムだけでなく、遠方からも集客できているほど、地域の魅力発信が可能となるような状態を目指す。					
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2025年4月	2026年3月	2025年4月	当初	年月		年月	
交付対象事業経費		8,035千円					
交付対象事業におけるソフト事業経費		8,035千円		交付対象事業におけるハード事業経費		0千円	
交付対象事業におけるソフト事業経費内訳				交付対象事業におけるハード事業経費内訳			
<p>【事業詳細①消費喚起につながる体験プログラムの開発、創業支援、商品開発の実施】</p> <p>(1)体験プログラム開発における民間団体支援補助金</p> <p>①-1-1 体験プログラム用人材発掘・記事作成補助金 : 215千円 (※補助要件は最低6人以上の発掘、規程文量の記事作成すること。要件を満たせば満額補助)</p> <p>①-1-2 体験プログラム企画・運営補助金 : 1,500千円 (※新規プログラム1件の開発・実施と、そのほか2件以上のプログラム実施。1,500千円を上限に100%補助。)</p> <p>(2)創業支援事業</p> <p>①-2-1 創業希望者伴走型支援講座費用 : 2,000千円 前年度に開催した講座を、新規の受講者を集めて開催する。前年度の受講者と、新規の受講者の交流会等も実施し、講座終了後も創業希望者のつながりを維持できるよう働きかけていく。</p> <p>(3)特色ある商品開発事業</p> <p>①-3-1 商品開発支援事業委託費用 : 1,000千円 令和6年度に開発したお土産商品を、実際に販売するまでの事業者支援を実施する。</p> <p>【事業詳細②アナログ媒体とデジタル媒体を組み合わせた、上質なタウンプロモーションの強化】</p> <p>(1)「島本と。」タウンプロモーション事業</p> <p>②-1-1 デザイナー監修費及び商品の広報媒体等作成・印刷・配送費用 : 1181千円 本事業全体の統一したデザイン監修を行うとともに、令和6年度に作成されたお土産商品の販売促進に必要な広報媒体等を作成し、広域にわたってプロモーションを実施する。令和5年度に作成したランディングページには、随時情報を追加し、検索キーワードにヒットするページ運営に努め、継続したアナログ媒体とデジタル媒体を組み合わせたプロモーションを実施する。</p> <p>【事業詳細④外部専門家による支援を受けて、関係者の体制強化】</p> <p>(1)専門家事業支援</p> <p>④-1-1 外部専門家派遣費用(人件費及び旅費・交通費・宿泊費) : 2,139千円 令和6年度に引き続き、外部人材のアドバイスを受けながら実施する。</p>				<p>ハード事業経費の必要性(ソフト事業との関係性、KPI向上に資する理由等を具体的に記載)</p>			

< 2026年度(4年目) > ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。

全事業期間における本年の位置付け							
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
年 月	年 月	年 月		年 月		年 月	
交付対象事業経費		0千円					
交付対象事業におけるソフト事業経費				交付対象事業におけるハード事業経費			
交付対象事業におけるソフト事業経費内訳				交付対象事業におけるハード事業経費内訳			

< 2027年度(5年目) > ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。

全事業期間における本年の位置付け							
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
年 月	年 月	年 月		年 月		年 月	
交付対象事業経費		0千円					
交付対象事業におけるソフト事業経費				交付対象事業におけるハード事業経費			
交付対象事業におけるソフト事業経費内訳				交付対象事業におけるハード事業経費内訳			

9. 先導性に係る取組

先導性	取組内容						
<p>(1) 自立性</p> <p>事業を進めていく中で、事業推進主体が自立していくことにより、将来的に本交付金に頼らずに、事業として継続していくことが可能となる事業であること。</p>	自立性のポイント	民間団体に事業補助を行い、地域内の魅力的な人を中心とした体験プログラムを定期的に関発することで、収益ある事業として発展させる。複数年度継続して事業を実施することでリピーター層を獲得し、民間団体が中心となった活動が可能となるよう取り組んでいく。					
	国・専門家等から事業運営等に対する助言・サポートを受け、それを反映させる体制(国・地方及び専門家等が協働したPDCAサイクル)の概要	※Society5.0型のみ記載					
	3～5年以内の自立化の見込み		① あり(自主財源による自立)				
	自主財源の種類		自主財源の内容と実現方法				
	【A】	体験プログラム収入	民間団体において、年間複数回のプログラムを開催し、収入を得る。				
	【B】	町村振興事業負担金	大阪府の町村の周年事業に対して負担する費用を、本事業の一部にあてる				
	【C】	一般財源	本事業に賛同する企業からの企業版ふるさと納税の確保と活用に努める。				
	【D】						
	各年度における自主財源見込額	2023年度(1年目)	2024年度(2年目)	2025年度(3年目)	2026年度(4年目)	2027年度(5年目)	2028年度(6年目)
	【A】	300千円	500千円	750千円	1,000千円		
	【B】	2,000千円	0千円	0千円	0千円		
	【C】	6,790千円	3,927千円	4,018千円	0千円		
【D】							
合計	9,090千円	4,427千円	4,768千円	1,000千円	0千円	0千円	
交付対象事業経費	11,275千円	7,854千円	8,035千円	0千円	0千円		
うちソフト事業費	10,846千円	7,854千円	8,035千円	0千円	0千円		
うちハード事業費	429千円	0千円	0千円	0千円	0千円		
<p>(2) 官民協働</p> <p>地方公共団体だけの取組ではなく、民間と協働して行う事業であること。また、単に協働するにとどまらず、民間からの資金(融資や出資など)を得て行うことがあれば、より望ましい。</p>	官民協働のポイント	<p>○シェアリングエコノミーを推進する町内の民間団体「SMALL」と協働で事業を実施する。民間団体の「SMALL」は町内の人的ネットワークに優れ、体験プログラム運営の実績も多数ある。行政は広報誌等を活用して本事業の周知活動を支援し、安定して引き続き事業を実施する仕組みづくりに対しても外部人材と共に助言を行う。SMALLとは令和4年度に毎月打合せを実施し、町の方針を共有して事業を実施する土台をつくることができている。今後も連携を密に行い、事業の成果につなげていく。</p> <p>○町の商店街代表者等が定期的に集まる「商店街サミット」という場にて、本事業の協力体制を構築する。各事業者の要望を企画に反映させるとともに、すでにある町の事業者のプログラムと組み合わせるなど、町内事業者全体を巻き込んだ事業実施を行う。</p> <p>○地域の集客拠点となる「サントリー山崎蒸溜所」及び「水無瀬神宮」とは本事業の協力を依頼しており、各種事業への出店や、場所の提供等で連携を図る。</p>					
	行政の役割	<ul style="list-style-type: none"> ・体験プログラムをはじめにぎわいづくりのコンテンツの発信拠点として、町立歴史文化資料館キャンプ場跡地などの町管理施設における民間団体の活用を促進する ・町の広報誌や公式LINE等を積極的に活用し、町内の広報活動を行う ・町が共同で行うことで、町内関係者の信頼度を上げる ・広域連携を行う自治体や観光協会との協力体制の構築、情報の橋渡しを行う ・町の魅力を創出するという観点を維持し、KPIに資する取り組みとなるよう体制の構築を推進する 					
	民間事業者の役割	<ul style="list-style-type: none"> ・人的ネットワークを駆使して町内の魅力的な人材を掘り起こし、魅力ある人材を活かしたプログラムの開発を行う。また、人の魅力を発信する記事を作成し、集客のきっかけづくりを行う ・これまで町で精力的に収益を目的としない活動を実施してきた団体であることから、短期的な収益に囚われることなく、本町の魅力向上に資するプログラムの実施を行える ・活動の周知活動を積極的に行い、プログラムの参加者を集める ・行政が関わらなくても継続した取組みとできるよう、収益を見込める事業の構築を行う 					
	金融機関・その他連携者の役割	今後民間団体が収益ある事業を実施し、金融機関からの融資を受けて継続的な活動に取り組むことを視野に入れて、事業を実施していく。					
	PFIの活用の有無	無					

(3)地域間連携	地域間連携のポイント	隣接する大阪府高槻市、京都府大山崎町と積極的に連携する。具体的には、観光客の周遊を図る際に、拠点となる場所を協同して創出することや、積極的なPR活動を実施する。隣接する高槻市と大山崎町は、それぞれ1駅で移動可能な距離にあり、本町がマイクロツーリズムを誘発した事業を実施することで、両市町への人の流れも創出することにつながり、連携するメリットが大いにある。	
	地方公共団体名①及び役割	大阪府高槻市 タウンプロモーション連携 本町と隣接する高槻市とは、観光連携の協定を結んでおり、将棋という共通のコンテンツを持ち合わせていることから、ブランドブックの配架やポスターの掲示、体験プログラムの周知などといったタウンプロモーションの連携を行う	
	地方公共団体名②及び役割	京都府大山崎町 観光資源の共有とイベントの開催連携 サントリー山崎蒸溜所の最寄りの駅は、大山崎町にある山崎駅であり、観光客の共有がもっともある自治体である。ウイスキーをテーマにしたイベントでは、大山崎町役場と大山崎町商工会の協力のもと、出店者を集められるよう連携を進めていく予定である。両町の観光資源を共有できるよう連携を深めていく。	
	地方公共団体名③及び役割	鳥根県隠岐郡海士町 観光資源の共有と体験プログラムの共同開催 本町にある水無瀬神宮には後鳥羽上皇が祀られており、後鳥羽上皇ゆかりの海士町にある隠岐神社と連携した体験プログラムをSMALLが主催となって開催してきた。本事業においても連携した体験プログラムの実施を予定しているため、観光資源を共有し、相互に磨き上げ、良質なコンテンツを生み出していく。	
	地方公共団体名④及び役割		
(4)政策間連携	政策間連携のポイント	本事業を担当するにぎわい創造課は、観光・商業・農業・林業・消費・定住促進等を担当しており、複数の業務を連携させた事業実施が可能。にぎわいづくりのためには、複数の良質なコンテンツが必要であるため、単一的なコンテンツにこだわらず、利用可能なコンテンツを複合させて、より魅力的なコンテンツに磨き上げていく。	
	連携政策①	商業分野 魅力ある人材発掘して体験プログラムを開催することで複数のメディア露出につなげる。町の露出が増やし、町の認知が広げ、創業希望者の増加を図る。また、既存の事業者のみのネットワークでは、取組みの内容が固定化して集客力や情報発信が弱いという課題があるが、新規の創業者が生まれることで、町内の事業者に新しいネットワークが生まれ、新規の販売手法や広報手段などが共有することができることから、新しい取り組みを活かした総合的な商工振興につなげる。	
	連携政策②	教育分野 拠点開発の1つに、島本駅前にある島本町歴史文化資料館がある。資料館では年間の来場者数増加を図っており、資料館にて複数のプログラムを実施することで、来場者増加に努め、本町が保有する歴史や文化に触れる機会の創出につなげる。また、プログラムの1つとして本町の森林で狩猟された鹿や猪を使ったジビエのプログラムも計画されており、子どもたちの食育にもつなげていく。	
	連携政策③	政策分野 本事業によって地域ブランドが確立し、この町に住みたい・住み続けたいというシビックプライドの高揚が期待される。人が集まり、定住する自治体になることで、町内の消費ニーズが生まれ、さらに創業支援によって町内の創業を加速化させ、雇用の創出につなげる。また、良質なコンテンツの体験プログラムを実施することで、高齢者の外出を促し、町内の福祉分野にも寄与する取り組みへと発展させていく。	
	ワンストップ化の内容	複数の業務を一括して担当しているにぎわい創造課が主体となって行うため、ワンストップ化した事業実施が可能。また、政策部局や教育部局の関係者が定期的に集まって「観光連絡会議」を開催し、にぎわいづくりに関する取り組み内容の共有を行っているため、スムーズな事業実施が可能な体制にある。これまでにない新しい取組みとして本事業を実施することで、さらなる連携強化を行っていく。	
	他省庁補助金等の関連する他施策との連携		
	補助金等の名称		
	省庁名	予算額	事業実施年度
	連携のポイント		

<p>(5) デジタル社会の形成への寄与</p> <p>デジタル技術の事業への活用やその普及等(デジタル技術の事業への活用を進めるための普及啓発及びその活用を担う人材の育成をいう。)を推進するための取組を行う事業であること。</p>	デジタル社会の形成に寄与することが期待される取組の具体的内容			
	取組1	本事業の認知向上・集客促進に資するため、島本町ホームページの中にオリジナルデザインのランディングページ作成		
	取組2	体験プログラムの広報・集客・予約受付までを行い、人が集まるプラットフォームとして民間団体SMALLのホームページの管理・運営を支援		
	取組3	商店街サミットと連携した店舗情報のWEB登録促進		
	デジタル社会の形成に寄与することが期待される理由(以下①～④より選択の上、その理由(上記取組との関係性等)を具体的に記載)			
	① デジタルの力を活用した地方の社会課題解決・魅力向上、② デジタル人材の育成・確保、③ デジタル基盤整備、④ 誰一人取り残されないための取組			
		選択	理由(上記取組との関係性等)を具体的に記載	
	取組1	①	これまでの認知度の弱さを解消し、地域外へ広く情報を発信していくため、デザイン性の高いランディングページを構築し、定期的に情報を追加することで、WEB上で認知される機会創出を推進する。	
	取組2	①	町内の広報板やチラシといったアナログ媒体を中心とした周知・集客活動から、WEB上での周知・集客活動へと移行し、限られた人材、時間の中で効果的なまちづくりを推進する事業実施体制を構築する。	
	取組3	①	Googleや食べログといったものに登録されている町内店舗が少ないことから、本事業実施とあわせてWEB上での登録整備を促し、デジタルツールを活用した集客促進を推進する。	
各取組における目標				
取組1	ランディングページのPV数をKPIに設定している			
取組2	SMALLのホームページPV数を、2026年度に年間10,000PV以上にする			
取組3	各商店街加盟事業者のGoogleMap登録数80%以上			
<p>(6) 事業推進主体の形成</p> <p>事業を実効的・継続的に推進する主体が形成されること。特に様々な利害関係者が含まれつつ、リーダーシップを持つ人材がその力を発揮できる体制を有した推進主体であることが望ましい。</p>	事業推進主体の名称	SMALL	設立時期	2018年4月
	構成メンバー	不動産会社社長、不動産会社社員、体育協会事務局長、学童職員、エンジニア兼WEBライター、アーティストマネージャー		
	事業推進主体の事業遂行能力	これまで本町でシェアリングエコノミーを実施し、令和4年度においては町内で複数回体験プログラムを開催した実績を有する。また、町に根差した取組を続けてきたことから、本町への認知度が非常に高い団体である。		
	経営責任の明確化	SMALLが主体となり事業を実施、町がその活動を補助するといった責任の明確化を行う。町は事業全体の進行を支援するが、SMALLが自走することを目的とした支援であり、当該団体も自走に向けて取り組むことを前提に本事業を実施する。		
<p>(7) 地域社会を担う人材の育成・確保</p> <p>事業を推進していく過程において、地方創生に役立つ人材の育成や確保を目指すものであること。</p>	地域独自の人材ニーズ	新しい町内の魅力を定期的に掘り起こしていくため、人材発掘を行う人材の確保が必要。本事業において協同するSMALLが人材発掘を定期的に行えるよう支援、育成を行う。		
	人材の確保・育成方法	すでに精力的にまちづくりに関わる人材に対し、町が協同して事業を行うことで関係者の信頼を強化し、活動を金銭的にも補助することで、積極的に活動を支援する。初期投資を受けている団体ではないことから、初期の段階はある程度金銭的な支援を行うこととする。業務の効率化、ノウハウの蓄積を促し、新しい取り組みを実施できる態勢と予算確保ができる状態に育成する。		

10. 交付対象事業の効果検証及び事業見直しの方法、時期及び体制

外部組織による検証	
検証時期	毎年度 9 月
検証方法	島本町まちひとしごと創生総合戦略会議において検証
外部組織の参画者	○学識経験者 滋慶医療科学大学・大学院 客員教授／近畿大学経済学部総合経済政策学科 大学院経済学研究科 教授／株式会社ライフキャリアデザイン・アソシエイツ代表取締役 ○関係団体の代表者 サントリースピリッツ株式会社 山崎蒸溜所 事務長／島本町商工会 理事／北おおさか信用金庫 島本支店 支店長／京都新聞社 洛西総局長／しまもと・にぎわいねっとわーく推進委員会 委員長／ふるさと島本案内ボランティアの会 会長
検証結果の公表の方法	島本町ホームページにて公表
議会による検証	
検証時期	毎年度 9 月
検証方法	町議会での議論を通じて、達成状況について検証を行う