

# 平成25年度

## 茨木市産業振興アクションプラン推進事業

### 1-1 地場産品を活用した食による地域の活性化

#### (1) 関連する状況

##### ① 平成24年度のふりかえり

- スイーツフェア等を行い25店が参加し、お店も市民も一定盛り上がった。
- お店側からは3月の開催は避けてほしいという意見が多い。

##### ② 関連する動き

- おいもプロジェクトの最近の状況
  - ・栽培面積は昨年度の約2.5倍
  - ・市民サポーターとお店の登録店で展開
  - ・梅花女子大以外に、追手門大、大阪成蹊などから関わりたい意向がある。

#### (2) 今年度の方向性

- ア) H24年度好評であった「スイーツフェア」を、さつまいもの活用策を広げ、市民への活動の認知度を高めるため、市内で活動の幅を着実に広げるおいもプロジェクトと連携しながら、「さつまいも」をテーマ食材として開催。
  - ・将来的には、実行体制の自立化を図る。
  - ・開催時期は11月を目標
- イ) 「さつまいも」をとりあげ、スイーツフェア以外の多様な取組や、市全体のブランド化について検討する機会を設けたい。

#### (3) H25年度スイーツプロジェクト

##### ① 全体スキーム案

- 目的：①茨木市を「さつまいも」のまち（さつまいもでブランド化）としてPR
  - ②市内での「さつまいも」の消費拡大
  - ③市内での「さつまいも」の生産拡大へのインセンティブ
- テーマ：「さつまいも」

##### <理由>

- ・市民の間で「さつまいも」で茨木をブランド化しようという趣旨で民間プロジェクトとして、「茨木おいもプロジェクト」が立ち上がり、現在は市民や事業者を巻き込んだ栽培の取組を進めている。
- ・地域資源としておいもプロジェクト以外にも、さつまいもに精通した事業者がおり、観光資源としての芋ほり園をとおして市民にもさつまいもが馴染み深い。

○開催時期：11月9日～12月1日の3週間

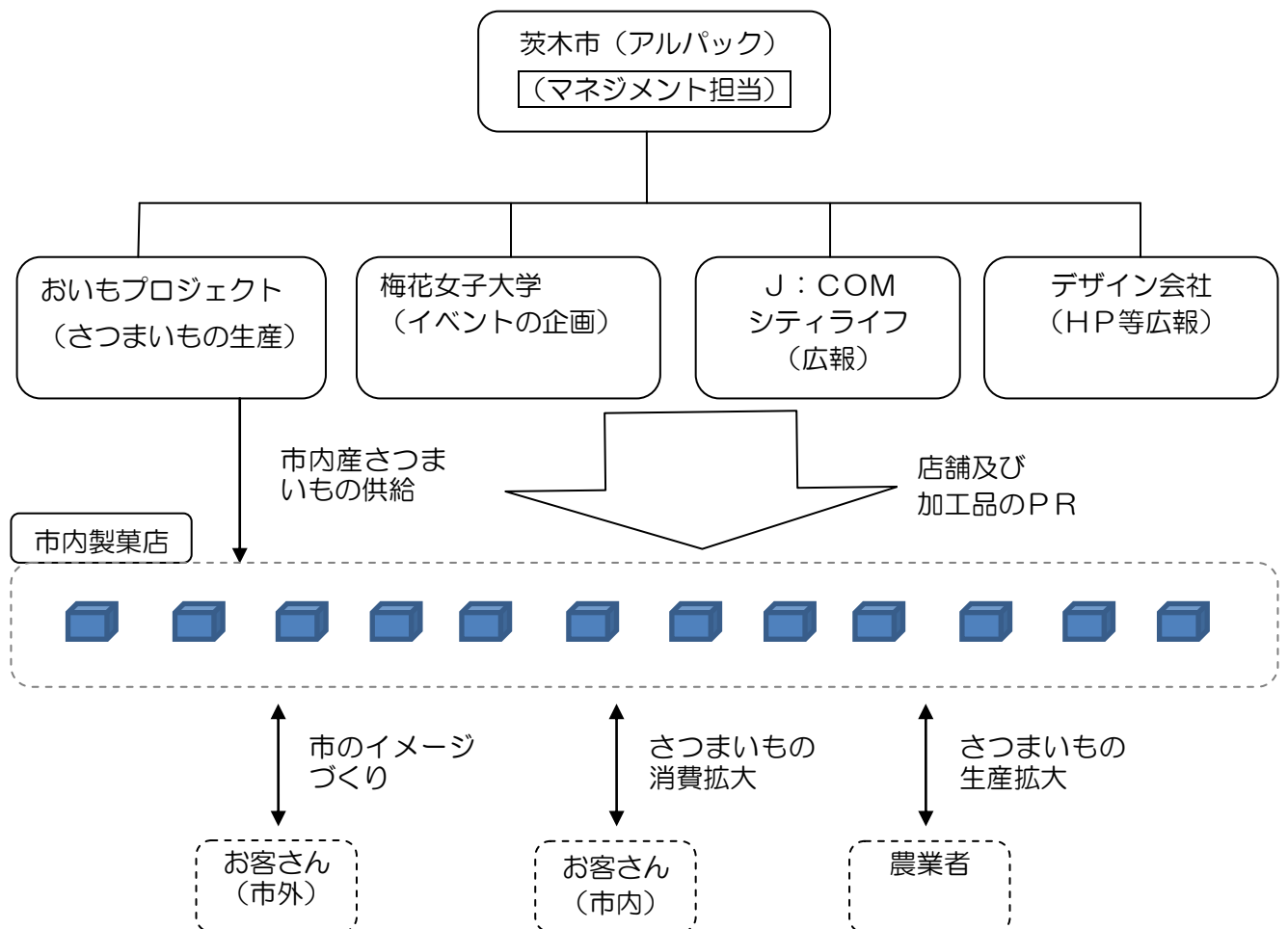
○参加対象店：期間中、宙いもを使用したスイーツを提供できる店舗、事業者

○内容：

- ・基本的には各店で「宙いも（紅はるか）」を活かした自慢のスイーツを創作・販売。
- ・スタンプラリー形式による店舗間の回遊
- ・梅花女子大学と共同で、さつまいもの魅力発信や食育に関する取組もすすめていく。

○実施体制：

- ・市と大学が中心となり、イベントを企画し、参加店舗を募っていく

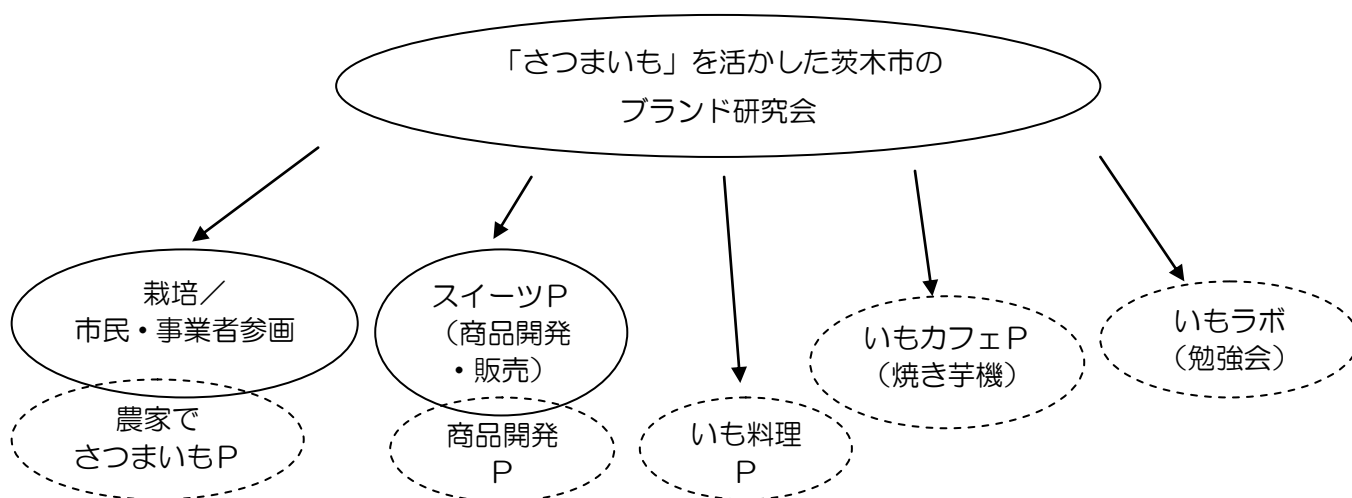


## ② 進め方

- ①企画立案（市、梅花女子大学、広報関連会社）
  - ・全体企画案、進め方・スケジュール、役割分担、費用関係の協議
- ↓
- ②参加店舗の募集
  - ・募集要領の配布、申込用紙の回収
- ↓
- ③事前説明会の実施
  - ・材料の調達方法
  - ・全体スケジュールの説明
- ↓
- ④参加店によるフェア期間対象商品の製作・提供
  - ・市内産さつまいもの使用
  - ・新作商品のPR
- ↓
- ⑤準備・プロモーション
- ↓
- ⑥スタンプラリー実施
  - ・期間中関連イベントの開催
- ↓
- ⑦評価

## (4) 「さつまいも」を活かした茨木市のブランド化検討

おいもプロジェクト等と連携しつつ、ブランド化に向けた取組を検討する。



## 1-2 農商工連携の推進

### (1) 目的

- ・平成24年度の推進委員会では、農商工連携は、そもそも市内産農産物の生産量は少ないこと、その少量の流通を誰が負担するかという問題があり、現実的には難しいのではないかという意見がありました。
- ・それらも踏まえて、今年度は、その可能性を検討するためにも、以下のようなスキームを構築し、地産地消型の農商工連携に取り組みます。

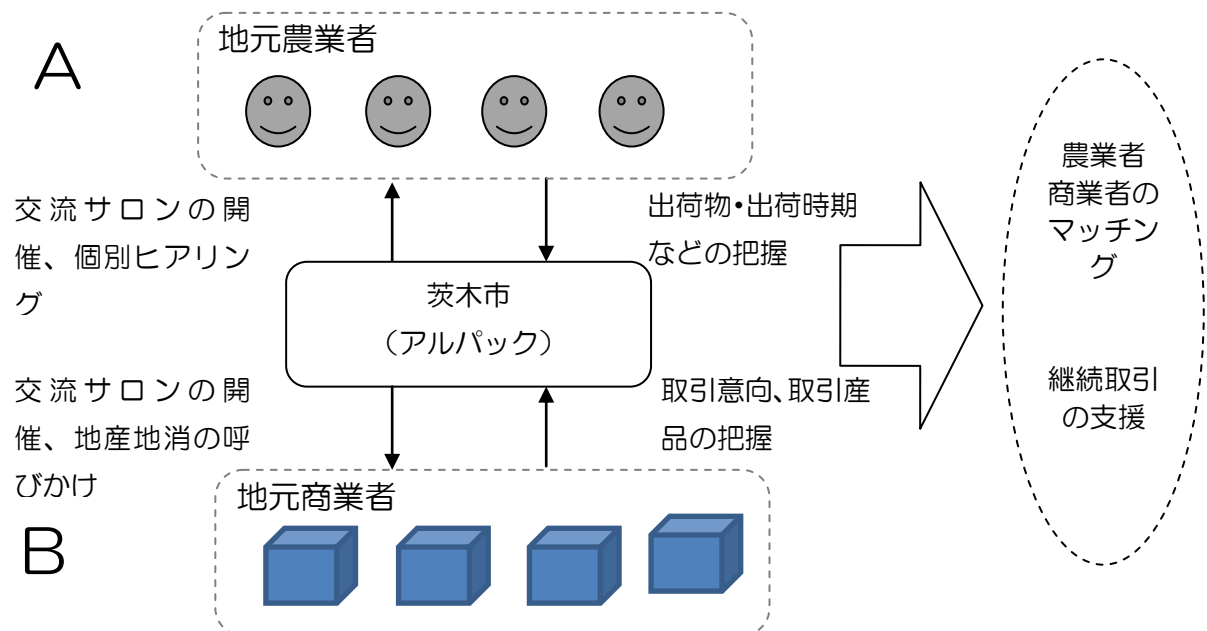
### (2) 全体スキーム

A 農業者の交流サロンを開催し、農商連携に関する関心を高めるとともに、出荷物、出荷時期、出荷価格などをヒアリングし、商業者とマッチングする際の資料を作成する。参加者の募集にあたっては、市内で開催される朝市に出荷する農業者を中心に呼びかけを行う。

B 商業者等を対象とした交流サロンを開催し、地元農産物の活用に向けた関心を高めるとともに、先に収集した農業者の情報を紹介し、マッチングにつなげる。参加者の募集にあたっては、茨木バルと連携し、バル参加者を対象に呼びかけを行う。

C AとBの結果、茨木バルを利用した地産地消メニューの開発をとおして、農業者と商業者を結びつけていき、バル終了後も継続的な取引につなげるよう支援していく。

※取扱品目や数量、価格等は、農業者と商業者がそれぞれに設定する（お米、季節の新鮮野菜など）



### (3) 事業の進め方

- ① 農業者に対する呼びかけ（朝市拠点利用者を中心）  
↓
- ② 商業者に対する呼びかけ（茨木バル参加事業者を中心）  
↓
- ③ 農業者向け交流サロンの開催  
・各農業者の出荷物、出荷時期、取引希望価格の把握。  
↓
- ④ 商業者向け交流サロンの開催  
・地産地消への関心度の向上、取引希望内容の把握、農業者の紹介  
↓
- ⑤ 個別のマッチング及び茨木バルにおける商品提供  
・地産地消の取組を消費者へPR  
↓
- ⑥ 事業評価  
↓
- ⑦ 継続取引に向けた支援

## 2 民間プロジェクト関係のプロジェクト

### ■ 民間プロジェクトの立ち上げ支援／ビジネス交流サロン／企業訪問

#### (1) これまでの取組

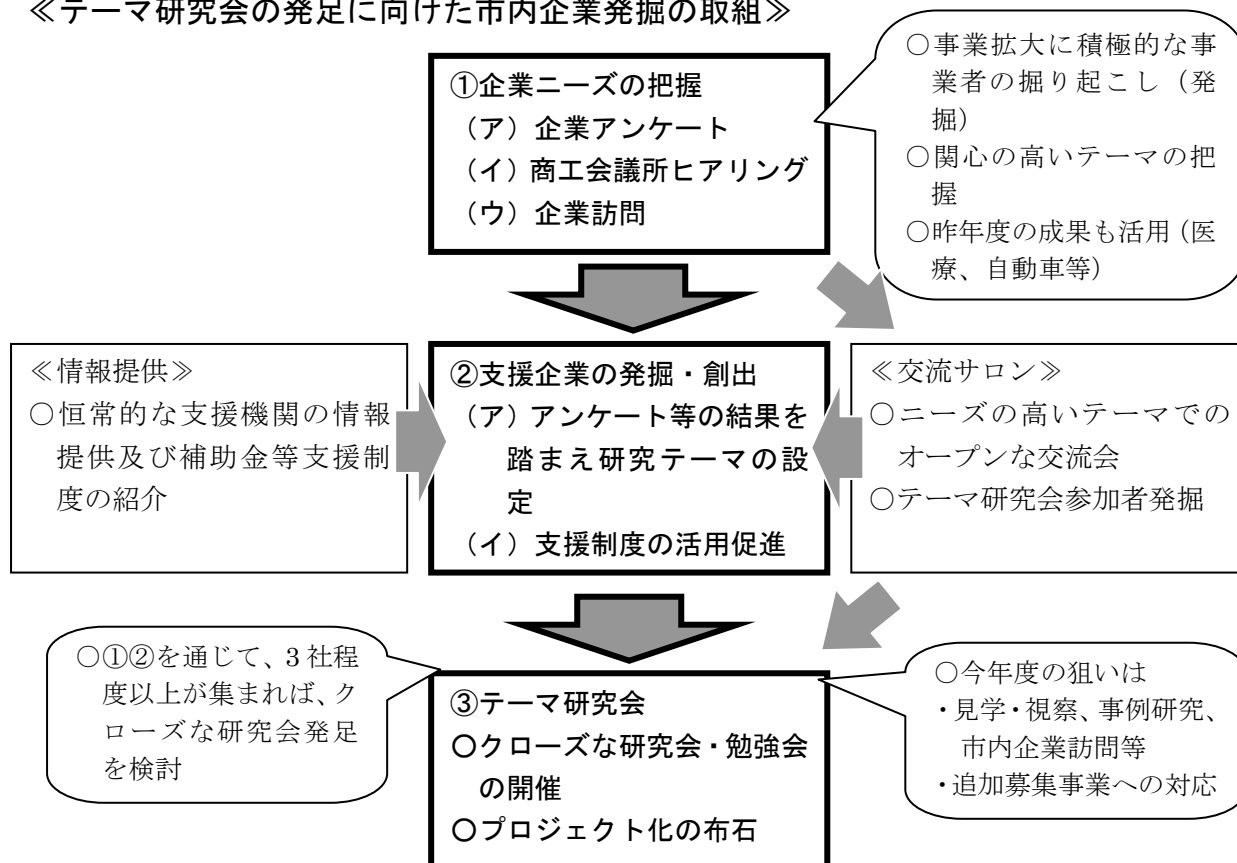
	参加者	内容
プロジェクト創出会議	固定的	○参加者が新たな取組やアイデアについて発表 ○実行委員会の組織化など、民間プロジェクトの立ち上げをめざし開催
ビジネス交流サロン	開催ごとに参加者を募集	○市内事業者が興味・関心があるテーマについて、有識者等による講演会、事例紹介等 ○参加者の新たな事業展開に繋がることをめざし開催
中小製造業訪問	(対象) 中小製造業者	○当初は特に情報なし、後にアンケート(ヒアリングシート)をもって市内中小製造業を訪問 ○情報提供や課題解決の支援に向けた企業情報収集

#### (2) 今年度の取組方針

○プロジェクト創出会議、ビジネス交流サロン、中小製造業訪問をそれぞれ別の取組とするのではなく、民間を主体とした新しいプロジェクトや事業の立ち上げにつながるような、企業の発掘と連携を行う連携した活動と位置づける。

○まず、事業者の意向・ニーズを把握するアンケート及び商工会議所へのヒアリング等を行い、参加企業の発掘に注力するとともに、企業訪問や交流サロンはこの流れをフォローする取組として展開する。

#### 《テーマ研究会の発足に向けた市内企業発掘の取組》



### (3) 事業者へのアンケート

#### ① 趣旨

- ア) 事業者が興味・関心を持っている分野の把握、またサロン等への参加意向の把握
- イ) 今後の施策の方向性についての事業者の意向把握（アクションプランへの活用）

#### ② 対象

- ・昨年度ビジネス交流サロンに参加した事業者、
- ・参加が期待できる事業者、
- ・商工会議所会員企業等
- ・その他、市役所、商工会議所、金融機関からの紹介による積極的な企業

#### ③ 方法

メールまたはFAXでの配布・回収

※Web上に調査票を掲載して事業者がダウンロードする方法なども検討

#### ④ 時期

8月から9月にかけて発送、回収 ※準備ができ次第

#### ⑤ 設問項目（例）

##### 1. 興味・関心があるテーマについて

○参加したい勉強会等のテーマ

（例）見本市、さつまいもブランド化、大学との連携、知的財産（特許等）、企業の情報発信・PR方法、ネット販売、人材採用活動等

○参加度（意向）

（例）①オープンな交流会などでの情報交換（市内先進例の紹介など）

②専門家による講演や事例視察など

③やる気のある企業同士でのクローズな勉強会、研究会

##### 2. 大学との連携について

○大学との連携意向

○連携方法（研究室との共同開発、先生からの情報提供、栄養学科と連携した新メニューの開発、留学生の受入、インターンシップの受入…）

##### 3. 茨木市の産業振興について

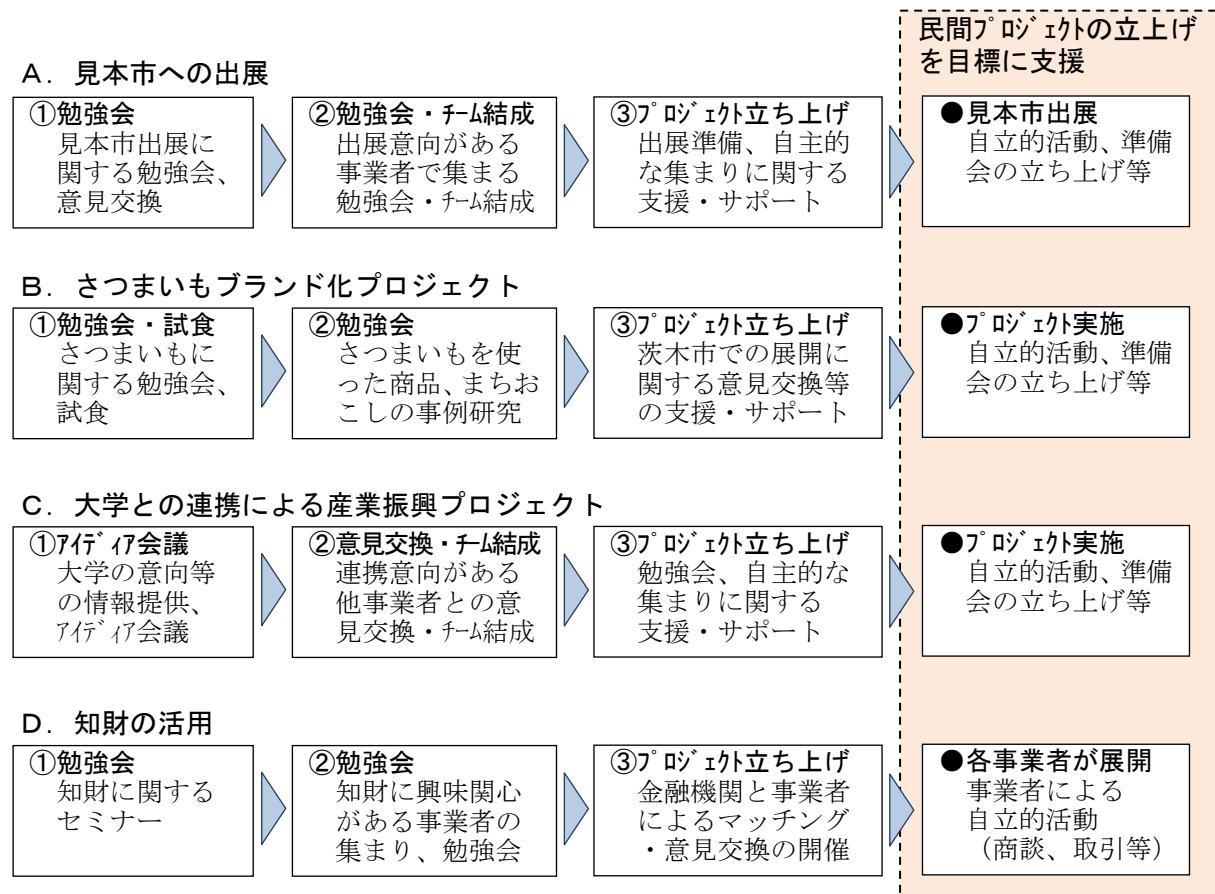
○個別プロジェクトの認知状況、参加した取組

○今後の取組意向（農商工連携、事業者交流、地域活性化活動…）

○産業振興に向けて市が実施すべき施策（企業立地の促進、低利融資、専門家による無料相談、各種補助制度の充実、セミナーの開催…）

#### (4) テーマ研究会の設定例

- 何らかのテーマに対して関心の高い積極的な企業が3社程度集まることができれば、テーマ研究会として立ち上げを支援する。
- 活動内容・方法については、参加企業数や参加企業の意向等を踏まえて柔軟に対応するものとするが、いくつか想定されるテーマについて下記に提示する。
- 最終的にはテーマ研究会からの何からのアクション（共同事業、助成事業申請等）を期待し、今年度は勉強会的な位置づけでも、対象となる企業の発掘と研究会の立ち上げを重視する。



#### (5) 交流サロンの設定例

- 上記のほか、事業者アンケート等からニーズが高く、いずれ研究会等への展開も期待されるテーマを対象に、企業発掘も兼ねた、下記のような交流サロンのテーマ設定を検討する。

##### E. 勉強会・交流会型

a 製品のPR方法	b Web ページ製作	c アプリの活用	d 試作品の製作
e 6次産業化	f 結婚・出産後の女性の人材活用	g メンタル対策	h 社会起業家の現状・連携方法



## (5) 中小製造業訪問

### ① 取組方針

- 企業訪問を国の成長戦略や市の産業活性化につながる企業を発掘・創出する手法のひとつとして位置づけ、企業アンケートや商工会議所へのヒアリング等から、研究会活動等に積極的な参加が期待される企業をターゲットに、参加意向や姿勢を把握する訪問ヒアリングを行う。
- また、上記の企業を発掘・創出する手法として、摂津水都信用金庫等との産業振興連携協定締結を活かして情報交換を積極的に行い、市内企業において様々な競争資金などの活用を図る仕組みを構築する。
- 訪問にあたっては、国・大阪府や大阪府内の産業支援機関、近隣府県を含めた茨木市のものづくり産業の支援・振興の恒常的な支援メニュー等の活用につなげるような情報提供を検討する。

### ② 中小製造業訪問の流れ

- 企業アンケートを踏まえ、競争資金等支援メニューの要件に合致する企業を発掘し、意向を把握する。
- 企業訪問において、企業が抱える課題を把握し、支援メニューや支援機関の紹介を行う。

- 訪問成果を活かして、事業拡大や新製品開発などに積極的な企業に対して資金獲得などの支援を実施する。
- 優れた技術や製品を有する企業に対して、交流サロン等の機会を利用して事業連携や新事業創出を働きかける。

- 恒常的な支援策を持つ支援機関の情報などを蓄積し、「お役立ち帳（茨木市企業支援制度集）」のように Web 等で提供していく。
- 産業活性化につながる制度等の活用を、企業に積極的に働きかけていく。

### ③ 摂津水都信用金庫（大阪彩都総合研究所）との連携の仕組み

- 市内企業に対して事業拡大、新産業創出につなげる制度等の活用を働きかけるにあたり、摂津水都信用金庫（大阪彩都総合研究所）と連携し、企業の発掘・創出に取り組む。対象企業によっては同行して訪問し、それぞれの立場から企業支援に取り組む。支援制度などに関する情報交換を積極的に行うことで、時期に応じた適切な支援を目指す。

