

【取組の概要について】	目的	取組の経緯	成果	今年度の目標
中小製造業訪問・事業化支援	<ul style="list-style-type: none"> ○市内中小製造業者等を訪問し、<u>関係づくり</u>を進める。 ○訪問の際に、本市の産業振興施策や国・府等の<u>施策情報</u>などの提供も併せて行う。 ○訪問をくり返すことにより、経営課題やニーズを聞き取った上で、各種の専門家や支援機関と連携を図りながら、<u>課題解決や事業化の支援</u>につなげる。 	<ul style="list-style-type: none"> ○7/11、7/20の2日間企業訪問を実施 ○主に、事業所集積地域で未訪問事業所を調査し、支援係、振興係と協働研究所で飛び込み訪問。 ○情報提供(①アクションプラン概要版、②お役立ち帳、③府の公募補助資料)をきっかけにヒアリングを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ○府補助申請支援→採択済み ○意欲的な事業所の発見(他企業の紹介やマッチング情報の提供、新規分野への進出) ○交流・連携希望の意向 ○正式訪問依頼の承諾 ○事業所の移転動向の把握<感触> <ul style="list-style-type: none"> ・1日(午後)で4～5社は訪問可能(意外に訪問すると受け入れてくれる印象) 	<p>【政策推進指標】</p> <p>訪問件数 …40件以上</p> <p>課題、要望抽出件数 …15件</p> <p>課題、要望の解決に向けた具体的行動 …10件</p> <p>【アウトプット指標】</p> <p>事業化(開発、新分野進出、特許申請、展示会出展など)件数 …2件</p> <p>課題、要望(融資、外注先、公設試験研究機関の紹介など)解決件数 …5件</p>
ビジネス交流サロン	<ul style="list-style-type: none"> ○企業間の交流機会を創出し、それによって、<u>経営者等が互いに刺激を受けたり、新しい知見を得たり、もしくは企業間交流(取引など)</u>まで視野に入れた交流会を実施する。 ○本音で話せる場にする事で、経営者が自ら経営課題を解決する「場」に発展させる。 	<p>第1回は10月開催予定</p> <ul style="list-style-type: none"> ○第1回の内容:第1回は、幅広い層を呼び込むことに注力。ホームページによる情報発信や展示会出展のノウハウなど、多くの企業に共通するテーマを模索中。 ○2回目以降:複数人による世話人を組織化し、民間主体での実施を模索したい。(実行委員会形式に近い方法) 	<p>(未開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ヒアリングでニーズを確認 	<p>【政策推進指標】</p> <p>開催数 …3回</p> <p>参加者数 …延べ45人</p> <p>アンケートによる満足度 …80%</p> <p>【アウトプット指標】</p> <p>参加者や講師とのネットワークや具体的な連携など …5件</p>
プロジェクト創出会議	<ul style="list-style-type: none"> ○市が事務局を担い、アイデア発表や取組状況報告、協力者募集、イベントPRなどが行われ、それらがきっかけとなって<u>新しい企画の立ち上げや参加者間の連携強化、民間主催イベント等への協力・参加</u>などにつなげる。 	<ul style="list-style-type: none"> ○6/2開催。茨木音楽祭の報告とさつまいもプロジェクト、ヴィンテージカーイベントの進捗、震災復興支援企画の発表 ○第2回は8/25に開催予定 ○おいもプロジェクト:会議は4回開催 ○ヴィンテージカープロジェクト:会議は3回開催 	<ul style="list-style-type: none"> ○おいもプロジェクトは大岩いもほり園と接触。スイーツ等の開発につなげる企画を検討中 ○ヴィンテージカーイベントを11/6開催で調整中 	<p>【政策推進指標】</p> <p>開催回数 …4回</p> <p>【アウトプット指標】</p> <p>提案、アイデアの数 …5件</p> <p>プロジェクトの立ち上げ件数 …2件</p>
公募補助 (産業活性化プロジェクト促進事業)	<ul style="list-style-type: none"> ○<u>新たな公募補助制度を創設し、民間から産業振興につながる優れた企画提案の応募を受け、事業化に向けて資金的な支援</u>を行う。 ・商品等の認知度を高め、販売を促進する事業 ・付加価値の高い商品等を開発する事業 	<ul style="list-style-type: none"> ○7/11～29に第1回の公募を実施。 ○9月に2回目の公募実施を予定。 	<ul style="list-style-type: none"> ○応募案件は1件 	<p>【政策推進指標】</p> <p>応募件数 …4件</p> <p>【アウトプット指標】</p> <p>採択件数 …2件</p>
茨木ブランドの推進	<ul style="list-style-type: none"> ○<u>特色ある製品や農産物などの商品を発掘</u>する。 ○また、<u>魅力ある新商品の開発を促進</u>する。 ○それらの商品等を、イベントの開催、冊子やホームページ等さまざまな媒体による情報発信などを通じて、<u>認知度を高め、販売促進</u>につなげる。 	<ul style="list-style-type: none"> ○7/14に第1回茨産研究会を開催。5人のメンバーでスタート。既存商品等の魅力、ストーリー、PR方法などを研究中。 ○9月広報で告知して、市民から「茨木らしい商品」を紹介してもらう。 	<ul style="list-style-type: none"> ○関係者からのヒアリング等を通じて、茨木さん候補をリストアップ済み(資料3) 	<p>【政策推進指標】</p> <p>市民からの商品紹介件数(商品数) …50件</p> <p>茨木さん紹介件数(茨産研究会) …10件</p>