

## 会 議 録

会議の名称	平成24年度 第1回茨木市産業振興アクションプラン推進委員会
開催日時	平成24年 8月 23日 (木) (午前・ <u>午後</u> ) 2 時 開会 (午前・ <u>午後</u> ) 3 時 30分 閉会
開催場所	茨木市立男女共生センター ローズWAM 研修室501
議 長	三谷 真 氏 (関西大学 商学部 准教授)
出 席 者	三谷真氏 (関西大学 商学部 准教授)、近藤正典氏 (市中小企業経営アドバイザー) 寺田和子氏 (市民委員)、棟田勝子氏 (市民委員)、高石秀之氏 (高石工業 (株)) 前田幸子氏 (茨木商工会議所 商業部会、女性会)、西村庄司氏 (茨木市農業振興団 体 養液部会、後継者部会)、小林豊和 (茨木商工会議所 事務局長)、谷秀樹氏 (大 阪府 農と緑の総合事務所) (9人)
欠 席 者	志賀公治氏 (市中小企業経営アドバイザー) 領家誠氏 (大阪府 商工労働部 経済交流促進課) (2人)
事務局職員	徳永商工労政課長、和田商工労政課商工振興係長、白木商工労政課 職員、武部商工 労政課職員、有限会社 協働研究所 与那嶺、濱名 (6人)
議題(案件)	(1)取組の現状について (2)取組の計画について (3)年次目標 (評価指標) について (4)地元産品等の情報発信の戦略等について (5)その他
配布資料	・産業振興アクションプラン推進事業の進捗報告 ・平成24年度実施計画 ・平成24年度の目標設定の考え方 ・平成24年度スケジュール ・地元産品等の情報発信の戦略等について

## 議事の経過

### 1. 開会あいさつ

事務局：（開会のあいさつ）

委員長：（あいさつ）

### 2. 取組の現状について

委員長：資料1に基づいて事務局から説明をお願いします。

事務局：（資料1に基づき、4月以降の進捗報告）

これまでにやってきたこと、方向性について説明。

#### ○中小製造業訪問・事業化支援について

訪問件数は25件、要望・支援ニーズ件数は10件で、対応件数も10件。

※相談が2件あり、市に企業紹介の依頼があるなど、機能を実感しています。

#### ○ビジネス交流サロンについて

5/23(42名参加)と8/22(28名参加)の2回開催

#### ○プロジェクト創出会議について

5/10と8/9の2回開催。

#### ○産業活性化プロジェクト促進事業補助金

・第1回公募(5/7～31)では、竜王みそドレッシングの試作及びPRと“いばらきさん”プロジェクトの2件応募・採択。

・第2回公募(8/13～31)は募集中で、ヴィンテージカー・ショー、おいもプロジェクト、いばらきバルの3つが申請予定。

#### ○進行中の民間プロジェクト

①いばらきさんプロジェクト

②茨木おいもプロジェクト

③第2回茨木ヴィンテージカー・ショー&食のマルシェなどがあります。

### <質疑>

G委員：資料1の2頁目「中小製造業訪問・事業化支援」で要望・支援ニーズ件数が10件で、対応件数が10件というのは全て解決したということですか？

事務局：そうです。どうしても解決できないような相談は来ていません。

委員長：バルの主催はどこですか？

事務局：実行委員会です。中心になっているのは、阪急方面の中華料理店の方です。

委員長：予算的に補助金は3つのプロジェクトを採択できますか？

事務局：できます。

G委員：資料1の3頁にある「麦音フェスタ」は地域魅力アップイベント創出育成事業補助金の方を使ったようですが、なぜですか？

事務局：広域の集客イベントを対象にしていることと、限度額が大きいことが理由だと思います。そちらは観光を対象とする補助金です。

E委員：市内には中小製造業は何社ぐらいありますか？

事務局：200～250社の間だと思われます。

E委員：企業訪問は手を挙げたところを訪ねるのですか？

事務局：アポを取って訪問します。訪問先は、何にポイントを置いて訪問するかによります。新分野への進出などに協力したいと思って訪問していますが、実際に相談されることは、建物が古くなっているの建て替えたいとか、土地がないかなどです。それらに伝えていくことが振興につながると思います。

E委員：先の見通しとして、世代交替で事業所は増えていきますか、減っていきますか？

事務局：徐々に減っていく傾向ではないかと思います。数のこともありますが、質的に今やっている所が発展するようにならないか、施策を改善していきたいと考えています。

E委員：プロジェクトを新たに生み出すのも大事ですが、プロジェクトの創出は、まちの活性化とかぶるものが多く、中小製造業の活性化も大事だと考えます。

事務局：まちの活性化につながるイベントは育ってきていますが、製造業振興は結果として出てこない現状です。やりかたも変えながら、いろいろな所との協力も考えながら改めていきたいと思っています。

E委員：時間もかかるし、難しいと思いますが、交流サロン、訪問以外の方法も考えながら、基盤を支えていただきたいなと思います。

A委員：相手があることで、相手がどう考えるかが重要です。後押しをする仕組みとして交流会や企業訪問があると思います。相手のニーズがあると動きやすいのが現状です。

E委員：「こうしたい」というニーズは生まれて来にくいですね。そこを何とか、ヒントや後押しになることを、そのあたりに詳しい専門家を呼んで茨木市で勉強会などを行うのはどうでしょうか。

事務局：昨日の交流サロンは、“3S”の取組から事業をよくしていこうという話でした。交流サロンから企業同士のやりとりが起こっていますし、役所への相談も出てきているので、いい話が出てくるのではないかと考えています。

委員長：次の議題とも重なるテーマですので、次の資料の説明をしていただこうと思います。

### 3. 取組の計画について

事務局：資料2・3・4の説明を、資料3を中心に行います。

(資料2の説明)

今年度の事業計画案です。地元農産物の活用促進については、イモのスイーツフェアなどを考えていますが、イモ以外も含めて検討します。

(資料3の説明)

今年度の目標設定についてです。相談対応では、あるメーカーから機械を導入したいという相談を受けました。

(資料4の説明)

今年度のスケジュールについてです。

#### <質疑>

A委員：昨年、成果の考え方について議論がありました。ほんとは茨木市の製品出荷額や企業数、就業者数がどうなったのかで評価したいのですが、それは難しいですね。基本的に指標はこれで良いのですが、上記のような結果をサブデータとして載せて意識することも必要かと思っています。鉱工業指数について、全体から中小企業を分けるなどの工夫があると良いと思います。

事務局：工業統計は、速報でも結果が出るのが1年以上後なので、このような目的には使いにくい面があります。

A委員：すぐには無理ですが、データをずっと載せておいて参考にすることはできますね。

事務局：規模別で大企業を抜いたデータは作れますね。5年後の数字と測ることはできると思います。

タイムラグを気にしなければ可能です。ただ、事業所数は残念ながら増えることはなく、減ると思います。そこでどういう残り方をするかが大事です。出荷額が半分になったときに、どこが担うのか。何を考えているかが問われると思います。

委員長：市独自の統計はないですか？税金に関するものはあるでしょうね。

事務局：法人税については把握可能ですが、個人事業者が分かりません。

A委員：財テクをしていたら実際の事業と違うこともあります。

委員長：2年の取組で何らかのサブデータがあると分かりやすいですね。

市民の認知度など、何らかの形で数字を残したいので、考えていただきたいと思います。

G委員：他の尺度は必要だと思います。私たちは物産振興事業で、物産展をアルプラザやイオンショッピングセンター（以前のマイカル）の催事場を使って開催していて、それは売上げで測れます。そんな方法も考えて行かれたらと思います。

委員長：事業所数は届出の状況等で分かるのですか？

事務局：正確に把握するのは不可能です。市内移転でも廃業と開業が1つずつでてくるので、正確な数字は取れません。問題点を解消するために経済センサス調査が始まりましたが、以前のデータと比較できないという問題もあります。

G委員：自宅を本店所在地にしているケースもあります。

E委員：中小製造業は、茨木市の財政でどれくらいを占めていますか？製造業をどう捉えて、どう育てるのでしょうか。

事務局：市民税では法人市民税よりも通常の市民税の方が大きいです。

考え方として、市民税では大企業の税収が大きいです。地元中小製造業の方に大きくなってもらうことを考えています。そういう根を張ってくれる、地元への思いを持っている企業を応援したいと思います。中小製造業には、雇用・安定性・成長の余地があります。

委員長：茨木市の財政状況は良いのですか？

事務局：茨木市は割りと健全財政です。

委員長：首長が何を指すかで変わってきます。ある産業をもり立てながら、今の力を削ぐことなくできるか。立命館大学が来て、お金を落としてくれれば、財政にも良いですね。大事な視点だと思います。

A委員：大企業も中小企業も両方大事にしたいと思います。立命館大学については、6000人の人が来るので、その人たちが梅田に行かないように考えないといけません。

D委員：産業振興ビジョンで「サムシングニュー」というスローガンを考えたのですが、それを書いていないのはなぜですか？もっと言ってもらえればと思います。製造業振興は道筋として見れば良いと思います。製造業者は儲けとともに雇用も考えています。施策がステップとしてつながっていると良いと思います。

事務局：微力だとは思いますが、目指すところは同じだと思います。

D委員：昨日も交流サロンで、良いお話が聴けました。いろんな人の話を聞いて、輪をつくるところから始めたいと思います。

E委員：商工会議所の部会には、製造業もありますか？

G委員：工業部会があるので、そこから活性化につながると良いのですが、参加しているのは総務の人が多いため、近隣住民との関係などの情報交換が多いです。

事務局：交流サロンで感じたことは、コアな相談は10数件なのですが、しょっちゅう顔を合わせることで踏み込んだ話が増えてきています。それは大きな狙いです。また、セミナーで刺激を受けて自社に生かしてもらうという流れはできてきています。

事務局：交流サロンの場から偶然の話が出てきます。昨日も自動車の金型に関わる3社が集まっていたのですが、それぞれに内容が違うので、景気もそれぞれに違うというのを互いに確認していました。狙ってやるわけではありません。昔、仕事を出したことのある会社に来ていて、また話を聞きに行くことになったりもしました。場は用意しますが、問題解決は自分でやるというのが考えです。

D委員：全体としては減っていても、がんばる企業はあります。

場作りや刺激を与えることを市でバックアップしてほしいと思います。

- H委員：農産物の活用促進については、今までもやってきています。  
ただ、知っている事例ではほとんどうまくいきません。  
農家が自分で持っていても絶対量が少ないので続きません。少量なので、流通が必ずポイントになります。必ず流通業者がいて、農家は1ヶ所にもっていけば良いという形が良いです。運ぶ人を作ってもらえると作りやすいと言えます。
- 事務局：個人の八百屋が農家にピックアップに行く提案をしたのですが、茨木の農家は相手にしてくれないと聞きます。
- H委員：たぶん量が少ないのでしょう。  
能勢の農家は小さかったり、少量多品目の生産を行っているので、対応してくれます。事業計画書に八尾バル実行委員会が載っていますが、八尾についてはよく知っていて、八尾の若ごぼうや枝豆など地場野菜は流通に乗っているの、市場に行けば手に入ります。  
そこに行けば必ず売っている状態にすることが大事です。  
それを直接農家がやるのはしんどいと思います。
- F委員：販売のネックは量と単価です。それがうまく結びつきません。  
農家は昼間は忙しくないの、その時間に売りに走るメリットはあります。  
各戸でやるのは効率が悪いので、3人分をまとめて走って下ろすならいいと思います。もっとも費用が現実的ではありません。他産地では市場に「〇〇産」の垂れ幕があることがありますが、茨木は地元なのにあるかどうか分かりません。
- E委員：北部市場はどうなのですか？
- H委員：市場にはあるのですが、近隣の農産物でくくられてしまって、茨木のものかどうかは分からないんです。
- F委員：給食の場合は量が問題になります。
- D委員：J Aがやってくれるわけではないんですね。
- H委員：泉州以外はJ Aでも量が少ないので合わないんです。
- F委員：小さなネットワークができればそこに乗せられます。
- E委員：地元産のニーズはあると思います。
- F委員：イベントで一緒にできないかと考えています。農業祭と一緒にできませんか？
- 事務局：一緒にやるのは難しいようです。  
ただ、農業部門から打診があって、農業祭で1ブース余るのでおいもを販売しないかという提案はあります。
- F委員：実際、太鼓のイベント（鼓動初め）の時など一緒にやると売れます。  
おいもや商業は分かりやすいのですが、製造業は地味でアピールしにくいですね。  
「こんなことができます」、例えば「シャープペンシルができます」などあれば分かりやすいのですが。
- 事務局：製造業はお客さんが市内にいないという問題もあります。  
展示会に出ることでビジネスチャンスにつながるのではと思ったのですが、交流サロンのアンケートを見る限りは、展示会にはあまり出していないようです。
- D委員：大きな展示会では町単位で出しているところがあります。市や町で何ブースか確保して、1社5万円などで提供しています。埋没する可能性もありますが。
- 事務局：テーマが近い業種なら出られますね。
- D委員：製造業・加工業など大きなテーマの展示会もあります。
- 事務局：公的な展示会は、業種を限定しないものが多いです。金型の展示会だと出せる会社が茨木で何社あるのかということになります。
- G委員：八尾市や東大阪市なら街ごと（東京などに）出展していますね。
- 事務局：そういうやり方はいいなとは思いますが。

委員長：食をテーマに面白いことができそうですね。茨木に限らず北摂などでも、重要なテーマだと思います。

#### 4. 地元産品等の情報発信の戦略等について

委員長：前回の委員会で情報発信の戦略について議論しましょうという話がありました。事務局から資料5について説明をお願いします。

事務局：（資料5について説明）

情報発信について、前回、I委員などから意見がありました。

（市内か広域なのか）どこまでの範囲を想定するかという話もありました。

情報発信については、たたき台を作って11月の中間報告で報告します。

茨産研究会でも情報発信を行っています。市では、①スイーツフェア、②あいきゃっち、③シティライフの「地デカラ通信」、④展示会出展・開催などが考えられます。

②③については今年度でも取り組めるので、進めていく場合は報告します。

そのためのツールも検討します。

3年後に測定することになっている“市民の認知度”についても、どうなのか気になります。これまでの取組はJR茨木駅から阪急茨木市駅の間が多かったのですが、最近総持寺周辺の話も出てきて、農産物の話になると北部の話も出てくるのではと思います。話が出てくれば11月に報告します。地域的にも多面的な取組が進むことで、認知度も上がっていくのではと思います。

#### <質疑>

B委員：おいもサポーターになってイモの植え付けに参加しました。近所の人にも宣伝したのですが、知らない人が多いようです。周囲の人を見ても新しいことをするにはハードルが高いようです。

見たり聞いたりやったりすれば、そうでもないと思いますが、おいもプロジェクトも「どこがやってるの？」と聞かれます。

自分が参加してみて、どうだったか伝えることはできますが、やはり知らない人は多いなあと思います。茨産研究会にも参加して見学に付いて行ったりしました。

それで私はよく分かるのですが、普通の主婦は商店街を通り抜けるだけで、どんな店があるのか知らない人がかなりいます。

いい店があるのもっと情報発信があればと思います。

昨日の交流サロンに参加して、製造業の人が話をされているのを側で聞いていて、

「どんなものを作っているんですか？」と聞くと、ものすごくアピールされるのですが、皆さん控えめでよそでは宣伝していないといいます。茨木の方は奥ゆかしいようです。情報発信は大変だけど頑張らないといけないと思いました。

私の周囲ではシティライフの認知度が高いです。戸別配布されますし、カラー印刷で、子育て情報も盛りだくさんに載っているので、PTAの役員会でもシティライフのお店などが話題になっています。

A委員：フェイスブックやツイッターは、B委員がよく使われていますがいかがですか？

B委員：フェイスブックやツイッターは影響力があって面白く、人のつながりがどんどん広がります。可能性は高いと思います。私には使いやすいツールなので、茨木のことでも結構アップしています。「いいね」を押してくれる人以外に、個別にメッセージで「どこのお店？」「どこで買えるの？」、人なら「どこに行けば会えるの？」「その勉強会はどうやって参加できるの？」と聞いてくる人もいます。

茨木に限らず、高槻や摂津の人とも交流が深まりました。

C委員：私はフェイスブックやツイッターについては全く分かりません。

毎日スーパーに買い物に行きますが、このごろは産地が出ているので茨木産がある

と気になります。

子どもの菜園活動をやっていて、ジャガイモやサツマイモなど苗を植えて収穫しています。土に触れたり、作物に触れるのは子どもにとっていいようです。

芋掘りを企画すると、「やったことがない」と親子で来ますので、アピールの仕方ですね。流通であったり、そこまで行くことが大きいようです。

大岩には毎年のように行っています。

委員長：他にご意見などはありませんか？なければ事務局にお返しします。

## 5. 事務連絡等

事務局：次回の委員会は11月ぐらいに予定しています。また日程調整させていただきますので、よろしくをお願いします。

これで委員会を閉会いたします。ありがとうございました。