

平成 25 年度の取組方針(案)

1. 中小製造業の支援

【現状】

- ・企業訪問やメール等により情報提供を実施し、新たな取組のサポートを試みた
が、活動した時期にも問題があり、特別な成果はあがっていない。

【今後】

- ・4～7月に募集が集中する国・府等の「研究開発補助金」や「展示会出展」
などの情報を収集し、各制度にはまりそうな企業に訪問、またはメール送信
を実施し、反応のあった企業の具体的な行動を引き起こす（取組の強化）。
- ・8月以降は、市の支援施策などの情報をたずさえて訪問し、企業の事業内容
や抱える課題を把握しつつ、都市計画情報の提供や老朽化した社屋の建て替
え等の支援ニーズへの対応などを行う（国等の公募事業を紹介すべき企業の
発見にもつなげる）。

2. ビジネス交流サロン

【現状】

- ・金型・自動車部品関連企業の参加頻度が高い（10人程度）。
- ・取引状況や景況感などについて情報交換する動きが出てきている。
- ・医療機器分野に関心の高い企業が目立ってきている。

【今後】

- ・「金型・自動車部品産業」、「医療機器」、「新規分野への進出」、「技術・研究開
発」、「効果的な営業方法」（展示会出展やホームページの充実など）をテーマ
とした開催機会を増やす。
- ・医療機器をテーマとした開催を機に、市内製造業とバイオベンチャー企業と
のマッチングや、医療機器に関する集まり（勉強会など）の立ち上げにつなげ
たい。

3. プロジェクト創出会議

【現状】

- ・同会議は回数を重ねるごとにプロジェクトの実施報告、進捗報告、参加の呼
びかけなどが増えてきており、キーマン同士の交流や事業の相互連携が進展し
ている。

【今後】

- ・同会議はキーマン同士の相互交流の場として機能しており、今後も定期的に
開催していく。
- ・「食と農」や「スイーツ」関連のキーマンの発掘や、これらのキーマンとそ
他のキーマンの交流を促していく。
- ・進行中の民間プロジェクトについて、進捗に合わせてアドバイス等を行って
いく。

4. ブランドの推進

【現状】

- ・25年3月、さつまいもをテーマにスイーツフェアを開催し、市内製菓店のPRと販売促進を支援した。また、「茨木のさつまいも」を市民や洋和菓子店に意識してもらうきっかけとなり、参加事業者の反応から、茨木ブランドの推進に向け、一定の効果を示せた。

【今後】

- ・25年度は引き続き、さつまいもと関連商品を通じたブランドづくりを進めるとともに、新たに、農と飲食をつなぐ取組を進める。

《実施内容》

- ①地元産品を活用した食による地域の活性化の実施（スイーツフェアの発展）
 - ・テーマを「地元農産物の活用」に、参加店をパン屋にまで拡大してスイーツフェアを開催。梅花女子大学・シティライフ・J：COMによる現行の実施体制に、追手門学院大学や商工会議所などを加えて企画・運営を推進する。
 - ・食に関するPRイベントの開催をきっかけに、地場産品を使用した新商品などの開発を促し、市内事業者の販売促進を支援するとともに、市内外の各種イベントにおいてPR販売する機会を提供するなどして、食による地域の活性化を推進する。
- ②農商工連携（農家と飲食店の連携）のモデル事業の実施
 - ・地元産の農産物というアピールポイントを活かし、飲食店を活性化させるモデル事業を実施する。市内の小規模農家と飲食店など加工業者や八百屋など流通業者との取引を促進し、地元農産物を市内で活用する仕組みを他店にも取引を拡大していく。
- ③食のビジネスマッチング会の開催
 - ・農商連携の先進事例についてのセミナーとあわせて、ビジネスマッチングの機会を提供し、市内の農家と飲食店など加工業者や八百屋など流通業者との取引につなげる（例えば、マイクロバスで商業者を農地に案内し、農家や農産物と結びつけるなど）。

5. チャレンジショップ、インキュベーションスペースの検討【新規】

【現状】

- ・チャレンジショップ、インキュベーションスペースの検討は、アクションプランに盛り込まれているが、まだ取り組まれていない。

【今後】

- ・中心市街地（商業地域・近隣商業地域）で空き店舗の実態調査を実施する。
- ・創業志望者の育成や中小企業の振興につながる「空き店舗の活用方策」や「事業者への支援施策」を検討する（チャレンジショップやインキュベーションスペースを含むハード活用型、立地誘導型など）。