

アクションプラン推進事業の3カ年の総括

(1) アクションプランの進捗状況

1) 中小製造業者に対する巡回訪問の強化とプロジェクト化のサポート

実施事業等	3カ年の取組			3カ年の積み上げ (成果数値) 回数、人数、金額、 件数等
	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	
市内製造業 巡回訪問	①延べ巡回訪問 件数 75 件 ②課題、要望の 解決に向けた具 体的行動 15 件	①延べ巡回訪問件 数 77 件 ②新たな取組のサ ポート 3 件	①延べ巡回訪問件数 55 件 ②中小製造業者へのア ンケート調査 回収率 18% (290 件配布 53 件 回収)	①延べ巡回訪問件 数 207 件

2) ビジネス交流機会の充実

実施事業等	3カ年の取組			3カ年の積み上げ (成果数値) 回数、人数、金額、 件数等
	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	
茨木ビジネ ス交流サロ ン事業	①「大阪のもの づくりを考える」 講師：大阪府も のづくり支援課 領家誠氏 参加者 21 名 ②「小さなこと にしつこく真 剣」 講師：高石工業 株 高石秀之氏 参加者 14 名 ③「複合材に夢 をのせて」 講師：茨木工業 株 豊留永久氏 参加者 26 名	①「効くアピール方 法は「デザインと編 集」にある」 講師：aun creative farm 森口耕次氏 参加者 42 名 ②「わが社の事業革 新～町工場の挑戦 ～」 講師：平岡合金工具 株 古芝義福氏 参加者 28 名 ③「タイの工業団地 への中小企業の進出 と国内へのインパ クトについて」 講師：公益財団法人 大田区産業振興協会 山田伸顯氏	①「医療産業への参入 と薬事法」 講師：大阪府バイオ振 興課 湯澤真氏 参加者 21 名 ②「ものづくり企業か らライフサイエンス へのアプローチ」 講師：iPS ビジネス促 進拠点事務局長 山 戸俊幸氏 参加者 15 名 ③「バッテリーで新し いビジネスに挑戦し てみませんか」 講師：大阪府バッテリ ー戦略研究センター 任田正之氏 参加者 20 名	①3カ年延べ15 件 (開催予定含む) ②各イベント参加 人数 延べ263人 ③交流サロンから の派生 3件

		<p>参加者12名</p> <p>④「高校生レストランの仕掛け人語る～地域にあるものを活かして、新しいビジネスをつくりだす～」 講師：岸川政之氏 参加者23名</p> <p>⑤「研究分野は加工技術を求めている」 講師：(株)アイワークス 横山拓也氏 参加者13名</p> <p>⑥「展示会で自社の加工技術・製品を売り込むポイント～成功企業に共通するノウハウとは～」 講師：向眞毅氏 参加者28名</p>	<p>④「ものづくり企業の人材育成～女性が働きやすい職場づくり～」 講師：(株)西山ケミックス 森豊氏 参加者10名</p> <p>⑤「大学と企業が連携した新たなビジネス創出」 講師：大阪大学産学連携本部 西嶋政樹氏 松村晃氏、立命館大学産学連携戦略本部 野口義文氏 参加者18名</p> <p>⑥「産学連携・医工連携による医療機器開発」 講師：(株)産学連携研究所 隅田剣生氏 参加者23名</p>	
--	--	---	--	--

3) 民間の自発的な取組を誘発する仕組みの整備

実施事業等	3カ年の取組			3カ年の積み上げ (成果数値) 回数、人数、金額、 件数等
	平成23年度	平成24年度	平成25年度	
プロジェクト創出会議	<p>①会議回数 4回</p> <p>②提案アイデア 6件</p> <p>③参加者 延べ50人</p>	<p>①会議回数 4回</p> <p>②提案アイデア 8件</p> <p>③参加者 延べ69人</p>	<p>①会議回数 4回</p> <p>②提案アイデア 3件</p> <p>③参加者 延べ52人</p>	<p>①参加人数 延べ171人</p> <p>②新たな民間主導の取組 4件 (茨木おもいプロジェクト、茨木ヴィンテージカーショー実行委員会、茨産研究会、鼓動初めプロジェクト)</p>

4) 提案公募事業の創設

実施事業等	3カ年の取組			3カ年の積み上げ (成果数値) 回数、人数、金額、 件数等
	平成23年度	平成24年度	平成25年度	
産業活性化プロジェクト促進事業補助	①芋焼酎「茨木童子」の試作 ②第1回茨木ワインターシャワー&食のマルシェ ③茨コン	①地元産の大豆・米を使った「龍王みそ」トレーニングの試作及びPR ②地元産品の発信及び新商品開発”いばらきさん”プロジェクト ③茨木「宙(そら)いも」プロジェクト ④第2回茨木ワインターシャワー&食のマルシェ ⑤バルフェスタいばらき2012	①バルフェスタいばらき2013	①補助対象事業 3カ年延べ9件

5) 茨木ブランドの創出と発信

実施事業等	3カ年の取組			3カ年の積み上げ (成果数値) 回数、人数、金額、 件数等
	平成23年度	平成24年度	平成25年度	
食による地域活性化事業(茨木スイーツフェアの開催)		①期間 3月3日～24日 ②参加店 25店 ③新商品開発 19件	①期間 11月9日～ 12月1日 ②参加店 27店	
ニュースレター(IBARAKI-RYOKU)による情報発信	2回発行 (各3000部発行)	2回発行 (各3000部発行)	2回発行 (1回目600部、 2回目1800部発行)	①総発行回数 6回

6) その他ビジョン関連施策及び重点施策に関連する施策

実施事業等	3カ年の取組			3カ年の積み上げ (成果数値) 回数、人数、金額、 件数等
	平成23年度	平成24年度	平成25年度	
空き店舗実態調査事業			<p>①市内中心市街地の空き店舗の実態調査</p> <p>②調査結果に基づく分析</p> <p>③活用施策（インキュベーションスペース等）の検討・提案</p>	<p>空き店舗率 9.5%</p> <p>中心市街地空き店舗数</p> <p>1232店中130店</p> <p>空き店舗の活用策として、商業テナントビルを活用したインキュベーションセンター等を提示</p>
まちづくり一体型商店街活性化支援事業			<p>商店街に人の流れを継続的に呼び込み、地域商業の活性化を図ることを目的に、ニーズ調査等を実施し、商店街に求められる機能や役割などを分析の上、5年～10年後のまちの将来像を見据えた商店街の活性化プランの策定する。</p>	<p>立命館大学の茨木キャンパス開学の機会をとらえ、地域の大学生と商店街が一体となってまちづくりのあり方を検討するため、商店街を取り巻く環境等を調査するとともに、活性化の方向性を示し、方向性の検証作業も行う。</p>
中小企業経営アドバイザー事業	<p>中小企業経営アドバイザーによる創業相談、店舗改装の相談、経営相談、商店街への巡回訪問等を実施、</p>	<p>中小企業経営アドバイザーによる創業相談、店舗改装の相談、経営相談、商店街への巡回訪問等を実施、</p>	<p>中小企業経営アドバイザーによる創業相談、店舗改装の相談、経営相談、商店街への巡回訪問等を実施、</p>	<p>相談件数</p> <p>平成25年度 209件</p> <p>平成24年度 212件</p> <p>平成23年度 234件</p>

<p>バイオ産業 推進事業</p>		<p>彩都ライフサイエ ンス関連企業のP R支援のため、茨 木商工会議所を中 心に、ビジネスマ ッチングフェアへ の共同出展支援や セミナー等を開 催。</p>	<p>彩都ライフサイエ ンス関連企業のP R支 援のため、茨木商工 会議所を中心にビジ ネスマッチングフェア への共同出展支援や セミナー等を開催。</p>	<p>産産学ビジネス マッチングフェアへ の彩都立地企業の 出展支援と、ライフ サイエンス関連企 業を対象としたセ ミナーを開催。</p>
<p>産業情報サ イト事業</p>	<p>市内企業の情報 化を支援し、消 費者等市民の利 便性向上のため、 産業情報サイ トを設置し、 情報発信を行 う。</p>	<p>市内企業の情報化 を支援し、消費者 等市民の利便性向 上のため、産業情 報サイトを設置 し、情報発信を行 う。</p>	<p>市内企業の情報化を 支援し、消費者等市民 の利便性向上のため、 産業情報サイトを設 置し、情報発信を行 う。</p>	<p>①アクセス件数 23年度 114,543 件 24年度 123,740 件 25年度 102,645 件 ②登録事業者数 978 事業所</p>

(2) 委員によるアクションプラン推進に対する評価

1) 中小製造業者に対する巡回訪問の強化とプロジェクト化のサポート

実施事業に関する評価		重点施策に関するコメント
●市内製造業巡回訪問		<p>○巡回訪問は、企業のトップといかに腹を割った話ができるかが重要で継続していくことで可能となると思う。アンケートの分析とそのフォローを進めてほしい。</p> <p>○訪問は行われていると思います。今後はこれをビジネス交流サロンとからめてネットワークに発展できるかがポイントでしょうか。期待しています。</p> <p>○もっとたくさん企業の訪問ができれば課題やニーズが把握できる。</p> <p>○とある市内製造業の声として、巡回員の情報提供により補助金情報を得られ利用できたと聞いた。一定の成果があったように思う。しかし製造業のビジネスマッチングなどプロジェクト化のサポートという面においてはあまり成果が見えない。</p> <p>○巡回訪問の際、ニーズに沿った情報の準備はできているのか？ニーズの掘り起しがなされているか？訪問先企業は、3年間継続されているのか？等の内容報告も必要だと思います。</p> <p>○23～25年度と継続して訪問しておられることが、今後、成果につながっていくことではないかと思います。</p> <p>○今までなかった精力的な取り組みです。少なくとも「ひとりぼっち」感は軽減されました。</p>
①十分目的を達成している	2	
②どちらかと言えば達成している	4	
③どちらかと言えば不足している	2	
④著しく不足している	0	

2) ビジネス交流機会の充実

実施事業に関する評価		重点施策に関するコメント
●茨木ビジネス交流サロン事業		<p>○テーマの選定や講師要請などなかなか難しい部分があるが、良く進められていると思う。今後勉強会からプロジェクト化に発展させていける方法を考えてほしい。</p> <p>○製造業の交流の場となることを期待しています。その意味では、継続が求められます。事業主体が変わるのであれば、趣旨、目的等まで引き継ぐことが必要でしょう。</p> <p>○安い負担金で参加できる交流会をもっと宣伝してたくさんの方のアイデアが実現できるようになればと思います。</p> <p>○市内にもともと少ない製造業向けの内容に偏った面があり、事業者ニーズに合っているか検討する必要がある。今後継続する場合は、実施目的や対象企業を見直す必要があるのではないかと。</p> <p>○同業種、異業種事業所の情報交換の場の提供は、とても大事だと思います。参加率を、いかに上げていくかが課題になるのでは。</p> <p>○交流するための中身が充実してきているのではないかと思います。</p> <p>○これも今までなかった取り組みです。講師の方々も素晴らしい。これが茨木発のものづくりコラボにつながればと思います。</p>
①十分目的を達成している	2	
②どちらかと言えば達成している	6	
③どちらかと言えば不足している	0	
④著しく不足している	0	

3) 民間の自発的な取組を誘発する仕組みの整備

実施事業に関する評価		重点施策に関するコメント
●プロジェクト創出会議		<p>○ヴィンテージカーショーなど色々なプロジェクトが生まれている。今後も新しいプロジェクトが生まれていくように今までの成功パターンを分析しまとめ活かしてほしい。</p> <p>○茨産研究会などを含め多くのイベントが生まれました。その成果はあったと思います。ただ、多大な労力がかかるため推進力をどう維持するか課題があるようです。</p> <p>○市民の交流が自発的なアイデア実現のイベントがたくさん実施されている。</p> <p>○会議の設定方法そのものを見直した方が良いと思う。</p> <p>○ノウハウを持っている商工会議所主体事業となるのは、期待できます。</p> <p>○おいもプロジェクトの旗が街で良くみかけ、楽しく思われました。</p>
①十分目的を達成している	1	
②どちらかと言えば達成している	6	
③どちらかと言えば不足している	1	
④著しく不足している	0	

4) 提案公募事業の創設

実施事業に関する評価		重点施策に関するコメント
●産業活性化プロジェクト促進事業		<p>○25年度は少し低調になったように思うが、茨木発の商品やプロジェクトの足掛かりになっている。</p> <p>○3と連動し多くのイベントが生まれ、また継続できていることから大きな成果があったと考えます。ただ、提案公募としては尻すぼみの感があります。生み出すだけでなくフォローも必要かもしれません。</p> <p>○市主導でプロジェクトが進められている安心感があり、もっと宣伝して欲しい。</p> <p>○市民が自発的に賑わいをつくるイベントを創出する機運が高まってきている。今後は、行政が広報のプラットフォーム（ホームページ、掲示板、チラシ設置コーナー等）を整備し、市内のみならず市外にPRできる後押しがあれば、集客することによる活性化が図れるのではないかと期待したい事業である。</p> <p>○多数創設した事業が、協力できる仕組みが、考案されればいいですね。情報発信力の工夫も大事では。</p> <p>○バルフェスタは、街あげてのプロジェクトのようでとてもにぎわっていたようでした。</p> <p>○素晴らしい取り組みでした。継続性があればなおよいと思います。</p>
①十分目的を達成している	3	
②どちらかと言えば達成している	5	
③どちらかと言えば不足している	0	
④著しく不足している	0	

5) 茨木ブランドの創出と発信

実施事業に関する評価		重点施策に関するコメント
●食による地域の活性化事業		<p>○スイーツフェアではアンケートも取られ分析もされている。今後このデータを活用して今後の方向性の検討を進めてほしい。来年度「産業」の方向にも展開してもらえるようなので期待している。</p> <p>○スイーツフェアを2回実施できたことは評価します。ただ、検証ができていないことから現状のままでは発展につながる可能性が低いように感じます。運用などに改善が求められます。</p> <p>○茨木ブランドをしっかりと育てて、全国にアピールして欲しいです。</p> <p>○お店を知ってもらえるきっかけづくりとしては意義があったと思う。一方で「受益者負担があれば参加しない」というお店が半数以上を占めたため、継続する必要があるのか検討する必要がある。</p> <p>○広報の仕方をもう少し考えてみては。</p> <p>○茨木ブランドとは？柔軟な視点で、基本からじっくり考えてみる必要もあり。</p> <p>○お味の形がお店によって創造されるので広がりを見せるのかと思いました。</p> <p>○取り組み自体は素晴らしいものですし、一般の方々にも受けるものだと思います。課題としては「知ってもらおう」という情報の発信が弱いと思います。また、”something new”という統一スローガンがいまいち浸透していない感じがします。</p>
①十分目的を達成している	1	
②どちらかと言えば達成している	7	
③どちらかと言えば不足している	0	
④著しく不足している	0	
●ニュースレターによる情報発信		<p>○定期的なニュースレターによる情報発信は重要だと思う。今後も続けてほしい。</p> <p>○ニュースレターの発行がどこまで効果があるのかわかりません。こちらも検証が必要と考えます。</p> <p>○ニュースレターはコンパクトにまとめられていて、見やすく作られていると思います。</p> <p>○ニュースレターを3,000部発行することによる効果が見えない。ホームページを利用するなど手段を見直した方が良いと思う。</p> <p>○ニュースレターの活用がどこでやっているのかはよくわからなかった。</p>
①十分目的を達成している	1	
②どちらかと言えば達成している	5	
③どちらかと言えば不足している	2	
④著しく不足している	0	

6) その他ビジョン関連施策及び重点施策に関連する施策

重点施策に関するコメント

- どの事業も重要だと思う。「空き店舗調査」「商店街活性化」事業は終了するが、立命館大学の開校もあり各結果を活かしてほしい。
- 新規開業者等とアクションプラン事業との連携がもっと活発化することを期待します。
- 産業振興ビジョンを作成するだけに止まらず。自ら（行政）がこれをアクションプランとして実施する仕組みを組み立て、動かしたことそのものを評価します。課題も多いでしょうが、これは動かしたことにより見えたことです。今後もこのような取り組みを継続されることを期待します。人口減少が進むことから都市間競争は確実に厳しさを増します。問題や課題も多いと思いますが、街の魅力を高めるためには必要な取り組みと考えます。
- 茨木市の産業、農業が活性化されビジネスモデルがたくさんできる施策に期待。
- バイオ産業は伸びてほしいですね。