

平成 25 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 議事要旨

日 時：平成 25 年 7 月 18 日（木）14：00～16：00

場 所：茨木市役所 南館 6F 会議室

出席者：三谷委員長、志賀委員、近藤委員、寺田委員、棟田委員、前田委員、西村委員、
小林委員、領家オブザーバー
（茨木市）徳永商工労政課長、村山商工振興係長、白木商工労政課職員
（事務局）アルパック 中塚、原田、石井

次 第：開会

はじめに

I 今年度の取組について

II 推進委員会の取組について

III 今年度のスケジュールについて

IV その他

閉会

はじめに

- ・茨木市 徳永課長あいさつ
- ・三谷委員長あいさつ

I 今年度の取組について

（資料説明） 事務局

（1 地場産品を活用した食による地域の活性化及び農商工連携の推進について）

委員長

- ・対象をサツマイモに絞り、連携できる八百屋さんを探して取り組むという提案になっている。

F 委員

- ・野菜を集荷してくれるというのは良いが、市場がやっていることのスケールを小さくしたものというイメージだと、難しいのではないか。
- ・米なら大丈夫だろう。品種も多く、どうにかなる。
- ・飲食店が欲しいものと農家が出したいものとのマッチングが難しい。時期を合わせる必要もあり、売れなかったものの処分の問題もある。
- ・「どの飲食店に行っても茨木産の米が食べられる」といった取組ならできるのではないか。

委員長

- ・やりたいという八百さんの候補はあるようなので、そこを中心に考えてみてはどうか。

F 委員

- ・その候補は商売でやろうとしているのか、ボランティアか。

A 委員

- ・八百屋さんはビジネスとして考えるだろう。

委員長

- ・もちろん、茨木産の農産物だけを扱うのでは成り立たない。茨木産の1コーナーをつくらうといったことになるのではないかな。

A 委員

- ・昨年度も同様の取組があったが、量の確保、種類の確保、タイミングが難しく、そこをどうすり合わせるかが課題。手間がかかりすぎるものは農家が作りたがらない。

事務局

- ・そうしたことについて農林課と相談し、いつ、どんなものが出荷できるのかアンケートを行い、供給者側のデータベースを作成することについて検討している。

A 委員

- ・他都市の事例をそのまま使うのではなく、茨木用にアレンジしなければ、できそうではない。

オブザーバー

- ・八尾バルでは、バルの時だけ、イベント限定で地元農産物（ごぼう、枝豆）を使った料理を出している。飲食店ベースでは、大阪産（もん）を出している居酒屋さん「空（そら）」がある。そこは野菜も自分で集荷しているが、八百屋さんの集荷のサイクルをどの程度にするのかわからないと、ルートづくりもできない。

事務局

- ・今、想定しているひとつの事業者は、茨木に限定せず能勢町や高槻市からも集荷し、後は市場で調節している。
- ・あるだけ買い取るということになるとリスク調整ができるのは八百屋さんだけであり、集荷コストがどの程度かかるのか、一度やってみて、課題等を整理したい。

オブザーバー

- ・大阪ではネットショップで大阪産を専門に扱っている店がある。あるいは道の駅があるとやりやすいが。

E 委員

- ・伊丹の例では、仕入値が高いため、高級フレンチの店など限られたところしか対象にできないようだ。仕入値が高くなると、価値の分かるお客さんでなければ買ってもらえない。

F 委員

- ・同じものが通常 30 円、地場モノが 100 円となると、やる気があっても「毎日では…」ということになる。

事務局

- ・想定している八百屋さんでも地元産は米が取引の中心になっている。薬物は難しい。

A 委員

- ・常設店で軌道に乗せるための実験事業と位置づけた方が良い。

E 委員

- ・地場物を使うのは小売・飲食にとっても「ウリ」になるが、時期の問題もあって、現実には商売のベースにはなりにくい。当店でも例えば「〇〇農園でつくった野菜を使っています」というのはお客さんへのPRになるが、全ての飲食店が同様に取り組むことは

難しいだろう。

- ・例えばお好み焼きに見山のキャベツを使うとしても、山から直接、配達してもらうのは無理で、2～3年やってみたが、やはり続けるのは提供側の事情からも、飲食店の事情からも難しい。

A 委員

- ・「〇〇農園で作ったものを使っている」と宣伝できればよいのではないか。

F 委員

- ・しかし、どこでも同じものを扱っているとすると、また優位性がなくなる。

E 委員

- ・全ての野菜を地場物にするのは現実的には難しい。お米は安定的な供給が可能なので、一点、お米に絞ってやるという方法もある。

A 委員

- ・裾野を広げられる食材と、地場産品をアピールしたい店舗用の食材がある。裾野を広げる場合には、例えば「茨木市内の飲食店は地場のお米を使っている店が多い」という宣伝と、シールなどでの店舗の特定（応援）、ショット的にしか扱えないものについてはバルなどイベントで使うという方法が考えられる。後者の場合、例えば、常時〇〇農園の野菜を使い続ける、という組み合わせになるのではないか。

F 委員

- ・野菜というのは、約束していても自然条件によってできないこともある。

E 委員

- ・日常的なものにならないと、飲食店としてもメリットにならない。お店が農業を育てるようなイメージで取り組んだ方が両者にとってプラスではないか。

F 委員

- ・例えば大学の食堂で使ってもらうことは考えられないか。

E 委員

- ・学校給食や大学の食堂で茨木産のお米を使ってもらう、採算的に厳しければ行政が補助するなど、価格だけで勝負できないならどこかが支えないといけない。

事務局

- ・政策側から入ると、行政主導の話になりがち。モチベーションが八百屋さんや農家側になければ産業振興にならないのではないか。

オブザーバー

- ・集荷の流通コストの問題があるが、社会実験的なものとして学生をここに関わらせることができないか。例えば学食用の食材を学生が取りに行く、その指導を八百さんがやる。半端物でも大学なら利用には問題がないし、農家も地域に若者が入ってくことで何か生まれる。「学生八百さん隊」といったネーミングで取り組んではどうか。

E 委員

- ・追手門大学が店舗を作って運営していたが、途中で挫折した。学生が継続的にやるのは難しい。

C 委員

- ・まず、そこにあることを知ってもらう必要がある。

- ・教育委員会が子どもたちに「学校給食で食べたいものを3つ考える」という宿題を出し、意見の多かったものを実際に給食として出したことがある。そうした切り口で子どもや市民を巻き込む方法を考えてはどうか。

委員長

- ・茨木産を扱えば補助するなど、実行するメリットを生み出す必要があるのでは。

A 委員

- ・他都市に比べて地元産を扱う店が多いことは、アピール材料になる。

E 委員

- ・茨木独自のこだわりモノというのはあるのか。

F 委員

- ・特にはない。全体としてのレベルは高いが、大規模にまとまって作っているものはないので、特産品になっていない。

A 委員

- ・シェフが家の庭で野菜を育てて調理し、提供するというイメージが大切。味が普通でも、「朝採り」などは鮮度や安心感がセットでウリなる。そうしたアピールができれば。

E 委員

- ・日常の小売・飲食の営業、農家の作業という中では簡単でない。地場産品を使った商品を出すことはできるが、それを安定的にするだけの供給ができるか。ある時期だけしか出せないというのが顧客にとって良いのか。

F 委員

- ・逆に日常的になりすぎるとウリにならなくなる。
- ・やる気のある八百屋さんで実験的に取り組んでみて、協力してくれる居酒屋さんやお惣菜の店を掘り起こしながら進めてはどうか。

B 委員

- ・その八百さんは価格で勝負しようとしているのか、それとも価値か。

事務局

- ・値段ではなく、地元産のモノを売りたいという思いが強い。

(2 民間プロジェクト関係の立ち上げ支援について)

オブザーバー

- ・他の企業サロンでも初年度からこうした取組をやろうとして失敗した。十分に企業の掘り起しができているのか。プロジェクト化に向けたつながりがない段階でプロジェクト型を仕掛けても誰も集まらない。企業訪問を続けるなかで、参加に前向きな企業をどれだけ集められるかが重要。また、発掘やつながりづくりの場をつくっておくべき。
- ・プロジェクトをすすめるなら、従来どおりのオープン型の交流サロンと、クローズ型の勉強会でやるべき。
- ・見本市なら中小企業総合展があり、自治体でブースを出しているところもあるが、派手にやっているところは関（刃物）、燕三条（刃物、金物）など全国でも有数の中小企業集積地。大阪では八尾と東大阪くらいで、あとは県単位。
- ・自治体ブースはあまり面白くない。まれに「出身地だから」と寄ってくれる人はいるが、

トータルとしては多くない。大阪府でも 50 社程度に出展補助を行っているが、加工テーマごとに分かれている方が訪問者にもわかりやすい。市町村ベースでは特色を出しにくい。

- ・中小企業総合展はお祭りの部分もあるので、出展スキルを上げるために参加してみるという方向もある。
- ・第一に、意欲ある企業を発掘する機会を十分に整えること、その上で見本市参加などを考えるべき。
- ・大学との連携や知財については、クローズな勉強会なら良いと思う。有志で結成されたひらかた地域産業クラスター研究会は毎月研究会を行い、交流及び大学連携（例えば関西医科大学との医工連携）を行っている。同会では勉強会はクローズ、交流会はオープンな形で実施している。そうした点に注意して行こうなら、方向性としてはこれでも構わないと思う。
- ・摂津水都信金との関係は、コーディネーターがよほど茨木をえこひいきしなければ難しいだろう。研究会をからませるなど、抱きこむための仕組みが必要。結局は「銀行がマッチングする」のではなく、「銀行の担当者がマッチング」するので、専任の人をつけてもらうくらいでなければ難しい。
- ・情報提供ツールについては、労多くしてあまり効果的ではない。通常、事業公募は 3~4 月で、それ以外の時期には公募は終わっている。その意味では、例えば短期間で近畿経済産業局の補助金を取りにいける企業をピックアップするなど、事業に結びつけるための戦略をもって取り組むことが重要。門真市では、年度にサポイン事業やものづくり補助金に最低 4 社の応募を目標とし、近畿経済産業局のサポインを担当していた人材を引き抜いて、短期間で事業採択される企業にアプローチし、採択率 6 割を実現している。
- ・企業訪問では、ファーストコンタクトでお金の相談はしない。するとしたら、実際には困っていないところだろう。

B 委員

- ・同意。サロンはまだ成熟しておらず、こういうことをやりたいという事業者、手を上げる事業者もいないのではないか。これまでの取組を継続することで生まれると良いが。
- ・企業訪問で本当のところはなかなか聞けない。こういう事業が適しているのではと考えても、先方は必要としないという可能性もある。相手の気持ちが大切。

G 委員

- ・情報提供の冊子の効果はあまり期待できない。
- ・最近の公募案件は募集をかけてすぐに締め切ることが多く、我々にも広報手段がないことから、効果的な方法があると良い。
- ・こちらから働きかけて役立つとすれば、例えば商業・サービス業向け活性化税制は儲かっているところにとっては効果的であり、そういう情報をタイムリーに流せる仕掛けが期待される。勉強会がそういう場になってもいいと思う。

A 委員

- ・行政が摂津水都信金と包括協定を結ぶことで、どんな成果が得られているのか。

事務局

- ・正確には信金、大阪彩都総合研究所、商工会議所、本市の 4 社連携。理念が先行してお

り、実際の活動はこれから。これまでの取組としては、市内創業者に対する融資メニューの紹介、創業相談者に対する融資審査の迅速対応、信金ビジネスマッチングへの茨木市ブースの無償出展など。全体としてまだこれから、という状態。

A 委員

- ・今年度の国の補助金はイレギュラーだが、認定支援機関を認定して動かそうとしている。しかし銀行は及び腰。総研のような中間支援組織に情報をかませれば、もっとものづくり補助金や創業支援補助（家賃補助など）の情報発信や情報交流ができ、検討しようとする企業もあるのでは。一担当者でなく、研究者や交流会に出てきてもらうような形にできれば。

事務局

- ・実務者レベルで連絡会議を持つ方向で検討している。

A 委員

- ・補助申請等でも前捌きのための情報交流は必要。

（茨木スイーツフェアについて）

A 委員

- ・さつまいもの旬は何月頃か。

事務局

- ・10月頃。なお、おいもプロジェクトから全ての必要量を調達することは難しい。

A 委員

- ・昨年度も一定の成果はあった。また、昨年度は様子を見ていた商業者もあるだろう。門戸は広く開けておいた方が良い。

事務局

- ・参加した商業者には喜んでもらった。中心部から離れた店舗もあったが、そういう店でもスタンプ集めの客が来てくれたと評価されている。昨年度の様子を見ていた商業者の中にも、手を上げればよかったと思ったところもあるのではないかな。
- ・多少、身銭を切ってもらおうという考え方は良いと思う。
- ・昨年度の25店舗以外にも参加したいと考える店舗があるかもしれないし、和洋菓子以外、例えばパン屋さんなどからも期待があるかもしれない。

事務局

- ・グレード感も必要。グランフロント大阪で梅花女子大にスペースを貸してもらい、茨木スイーツの発信機会を持ちたいと考えている。

E 委員

- ・しかし、そもそもなぜサツマイモなのか。納得できるストーリーが必要。

A 委員

- ・ないものなので、つくらなければいけない。長浜のガラス館も、もともと何かあったわけではない。茨木高校の入交先生や焼き芋専門店のなるとやさんなどのやる気が発端。

委員長

- ・行って、食べ、美味しかったという体験が重要。そして商品や店舗の増加につながる。

事務局

- ・もとはプロジェクト創出会議から出てきたと聞いている。理由は後付だが、なるとやさんはサツマイモへの思い入れが深く、そういう熱い人がいることがまちの資源である。

E 委員

- ・そういう、「茨木市に熱い人がいる」ということがストーリーになり、そういう発想をする人が資源になる。

A 委員

- ・なるとやさんはもともと青果の卸業者さんで、隣で焼き芋も売っている。テレビや新聞の取材も受けている。

D 委員

- ・それだけ聞いても、行ってみたくなる。

A 委員

- ・商品の干し芋も美味しいし、健康食でもある。

E 委員

- ・了解した。しかし、そこをもっと前面に出していくことが必要。

委員長

- ・もし誰かに聞かれた時には、それを口コミで広げて欲しい。

II 推進委員会の取組について

(資料説明) 事務局

III 今年度のスケジュールについて

(資料説明) 事務局

B 委員

- ・今日の議論で方向性が見直しが必要なものもあったと思うが、変えるなら変えるで、その情報は提供してもらえるのか。

D 委員

- ・昨年度のスーツフェアでは、進め方も内容も知らされなかった。集まる機会はなくとも、ニューズレター等で知らせてもらえれば。

事務局

- ・情報はその都度、届けたい。

委員長

- ・本日の意見を踏まえて、「案」のとれた今年度の取組企画を各委員に送付してもらい、また意見があれば事務局に寄せてもらいたい。

IV その他

閉会