

委員によるアクションプラン推進の3カ年の評価

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>○もっとたくさんの企業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あり？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> <p>○こちらにはかかわっていないので、報告を聞いた印象です。</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	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。生み出すだけでは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。今後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」というお店が半分以上を占めたため、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>○おいも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。こちらで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く思う。</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
<p>○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。</p> <p>○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。</p> <p>○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、動かしたことを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。</p> <p>○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。</p> <p>○バイオ産業は伸びてほしいですね。</p>