

会 議 録

会議の名称	令和2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 補助金審査部会（地域魅力アップイベント創出育成事業、産業活性化プロジェクト促進事業）
開催期間	令和2年5月14日（木）～25日（月） ※新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、上記の間で書面での審査を実施した。
議 長	野口 義文 氏（立命館大学産学官連携戦略本部）
審査部会員	野口義文氏（立命館大学 産学官連携戦略本部）、池田正和氏（北おおさか信用金庫 業務推進部）、伊津田崇氏（中小企業診断士）、辻田素子氏（龍谷大学 経済学部）、森本康嗣氏（公募市民） 【5人】
事務局職員	徳永商工労政課長、武部商工労政課商工振興係長、 原田商工労政課職員、西居商工労政課職員 【4人】
開催形態	非公開 ※書面審査のため
書面審査の流れ	5月14日（木）～5月19日（火） 審査委員へ申請書を送付。審査委員が質疑内容を商工労政課へ送付。 委員からの質疑内容を申請者へ送付。 5月19日（火）～5月22日（金） 申請者が質問内容への回答を商工労政課へ送付。 申請者からの回答を審査委員へ送付。 5月22日（金）～5月25日（月） 審査委員が回答を基に審査し、採点表を商工労政課へ送付。
配布資料	<ul style="list-style-type: none"> ・資料1 茨木市産業活性化プロジェクト促進事業補助金募集要領 ・資料2 茨木市産業活性化プロジェクト促進事業補助金の選考について ・資料3 茨木市産業活性化プロジェクト促進事業 審査基準及び配点表 ・資料4 茨木市地域魅力アップイベント創出育成事業補助金募集要領 ・資料5 茨木市地域魅力アップイベント創出育成事業補助金の選考について ・資料6 茨木市地域魅力アップイベント創出育成事業補助金 審査基準及び配点表
備考	地域魅力アップイベント創出育成事業及び産業活性化プロジェクト促進事業ともに、新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言の発出前（令和2年3月2日（月）から3月31日（火）まで）に募集を行った。

1 質疑内容及び回答

(1) 産業活性化プロジェクト促進事業申請案件

①申請者：たたらば珈琲

	質問事項	回答
1	イベントの実施時期は計画では5~6月予定となっているが、実際の実施時期はいつ頃を考えているのか。	社会的に許容される次期、タイミングを見て、10、11月頃を検討。
2	規模的にはそれほど大きな集客イベントではないと思われるが、何人程度の集客を見込んでいるのか。	屋外に設置した会場で200名程度を見込む。
3	コロナ対策として、具体的にどのような対策を講じようと考えているのか。	入場時に検温、入り口にアルコール消毒液の設置、マスク着用要請、場内アナウンス。
4	収支予算書について 本事業の広告宣伝についてはどのように行うのか？時期や認知の方法は。	チラシ、フライヤーの配布、設置。SNSによる告知。大規模な呼び込みは行わず、ローカルなイベントとして地域住民に告知。
5	事業の自立化について 補助期間終了後の自立開催は考えているのか。	場所や内容を改善しながら自立を目指し、継続的に開催する企画に育てることを目標としている。
6	本事業の効果測定はどのような項目で計るのか。	来場者数、出展者売上、アンケート実施。
7	コロナ感染症対策はチラシに記載されている以外に検討しているか。	検温やソーシャルディスタンスの確保。イベント内容や出展者に関しても非接触でのやりとりを推奨（QR決済など）、大阪コロナ追跡システムの導入を検討。
8	今後、茨木市駅から南茨木駅を結ぶ、大きなにぎわいを作るために、他の地域との連携等は検討しているか。	当店としては、阪急茨木市駅7商店会連合会にも所属しており、今後は社会の様子を見ながら共同計画で範囲を広げることを検討。
9	一般的な地域のお祭りやイベントと差別化するために検討していることはあるか。	茨木市の店舗、事業者と地域住民とのコミュニティ形成を目的とし、イベント時だけでなく普段の生活の中でのつながりを深められるものにする。対話のできるワークショップや、暮らしに密着した専門性のある催し（動物病院、珈琲専門店、家電、理美容等）を行う。
10	これまでのイベント企画の実績は。	茨木市主催の社会実験、イバラボでの夜市開催や阪急茨木市駅西口でのオープンカフェ実施など。また、日替わり店長によるBARのイベント企画、運営。
11	これまでのイベント企画の経験が、今回の申請事業にどのように活かされているか。	ソーシャルな空間での不特定多数を対象としたイベントを実施してきた中で、今回の神社での開催は、会場の広さや社会性において共通点をもつ。コロナ下における安全面、人の流れ、告知方法など、身体的・心理的な距離感をはかる指針としてこれまでの経験をいかすことができる。
12	協賛金はどのように集めるのか。また、そのめどはついているか。	福德商店会とは協力確約済。その他、商圏内の地域企業、店舗に出向き、広告費としての協賛を依頼予定。また現在「イーバーイツ」という茨木市限定のフードデリバリーサービスの運営を行っており、こちらでも協賛金依頼で動き始めているため、連動して新たな協力先を確保する予定。
13	事業計画書が、個人名で提出されています。イベント実施の推進体制はどのようになっているのか。スタッフの数や顔触れ、役割分担など、具体的に教えてほしい。	推進体制は、代表をつとめるたたらば珈琲が所属する福德商店会（20会員）が出店や会場設営など中心的役割を担う。また茨木 commons という有志団体（イベントや地域活性化、まちづくりを行うコミュニティ）にて広告宣伝や集客、出店補助を連携、協力する。
14	今回のイベント参加者の内訳を、地域の事業者、商店会会員、ワークショップ開催者などに分類して、おおよその数とどのような形で参加するかを示してほしい。	福德商店会8名ほどで会場設営、当日の場内スタッフ・地域店舗事業者より、ワークショップを含む出展者として8軒16名程度。音楽や落語のステージ関連で10名程度。イベント当日のお手伝いスタッフ8名程度。当日までの準備スタッフ延べ人数として10名程度。
15	今回のイベント来客数をどのように見込んでいるか。また、どのような層を狙っているのか。来客数の見込みに関しては、その根拠も示してほしい。	小学校以下のお子様のいるファミリー層をターゲットとし、200名程度の来場者数を見込む。神社という場所は普段から親しみをもって来やすい場所であり、立地もスーパーやドラッグストアに隣接。日常の徒歩生活圏であり、角地で目立つことから非常に立ち寄りやすい場所と考える。

	質問事項	回答
16	今回のイベント開催で何が得られるか。短期的かつ中長期的視点で、だれにどのようなメリットや利点が生まれる（あるいは、生まれうる）と考えているのか。	今回の会場である佐奈部神社は、ローカルな地域での買い物や駅に向かう人の流れの中心にある。イベントを開催することで佐奈部神社がより親しみのある場所になり、地域コミュニティの場となることで、地域事業者との交流の機会が増える。結果、地域の安全性向上、経済の活性化にもつながると考えている。
17	今回のイベントは1回限りのものか。それとも、継続、発展の計画があるのか。継続、発展の計画がある場合、市補助金が毎回得られるとは限らない。必要な財源はどのように確保するつもりか。	年1、2回程度の定期的な開催を予定。また阪急茨木市駅7商店会連合会との連携企画などを実施し、範囲を拡大しての発展を計画。地元企業などへの協賛広告依頼、出展料徴収などが主な財源確保となる。
18	(17の) 関連質問ですが、イベントを1回開催するだけで、地域が活性化するとは思えない。今回のイベントを契機にした今後の展望があれば教えてほしい。	定期的に開催し、地域住民同士や地域の事業者同士の繋がりを深めることで普段から相互利用の機会をつくり経済の活性化を図る。また、顔が見えるコミュニティが形成されることで、地域のコミュニケーションが生まれることを期待できる。
19	新型コロナウイルスの影響で、事業計画書に書かれている実施時期は「5月～6月予定」は事実上不可能だと思う。実施時期、規模等に関する新しい計画があれば、ご紹介ください。長引いた場合（第2波の到来等）は、どうするのか。中止、延期、実施等の判断が難しいと思うが、なんらかの判断基準があれば教えてほしい。	開催時期は、社会の受け入れ方を見ながら、10～11月頃に変更予定。新しい社会ルール、生活様式を取り入れ人の距離を十分確保すること、衛生管理に努める。第2波、第3波が発生し長引いた場合は、社会情勢などをみて慎重に判断する。政府や大阪府の入り口戦略に応じて中止、延期の判断をする。
20	事業期間が5月5日となっているが、すでにどのような事業を開始しているのか。	緊急事態宣言が長引いたことから、現在は着手できていない。行動規制が解除されたところから、地域商店会、自治会と連携し、地域の案内フライヤーの作成を予定。それと同時に出店依頼、内容の検討に入る。

②申請者：茨木建設総合協同組合

	質問事項	回答
1	建設重機を子供たちに操縦体験するとの事であるが、子供たちに怪我がないよう、具体的な安全対策はどのようになっているのか。	エリアごとにバリケードにて区画し、保護帽装着のうえ操縦者同乗のうえ実施する。
2	コロナ対策として、具体的にどのような対策を講じようと考えているのか。	待ち行列を区画分けし、距離が密にならないようにする。また、会場に消毒液、体温計、マスク等を配置する。
3	本事業の広報、広告について 小学校に配布するチラシ以外に本事業を行うことを認知してもらう活動はどのように行うのか。	昨年同様、各小学校へチラシの配布を実施する。また、ポスターを作成し、市内各所への掲示、フェイスブックにてイベントページを作成しPRすることを予定している。
4	3,000人を超える来場者があるイベントとして、今後、周辺地域との連携を強化することは検討しているか。	特に、近接する茨木小学校、中条小学校へはチラシ配布時にお伺いし、ご意見を伺い何かできることがあれば取り組んでいきたいと考えている。
5	昨年度の実績は。来場者数は「3,000名をこえる」とあるが、もう少し細かい数字があれば記載するように。大人と子供の比率についても記載するように。また、来場者、建設業者からはどんな声があったのか。	ポップコーンを配布した人数が1,700名弱。 ポップコーンに並ばず体験のみの方が目測で半分はいたので、3,000名を超える人出だと思う。 子ども7：大人3くらいで来場していた。 来場者からは、「楽しかった、貴重な体験でした、子どもが好きなので」等好意的でした。建設業者からも皆さんが楽しんで興味を持っていただけていることがうれしいとの声があった。
6	会計報告書で、支出内訳はわかりませんが、収入に関する情報がありません。昨年度の費用はどのように工面されたのか。	全額組合の費用で賄った。
7	継続、発展の意向をお持ちだが、市補助金が毎回得られるとは限らない。必要な財源はどのように確保するつもりか。	組合の費用で実施、困難となった場合、協力いただけるメーカー等からの協賛をお願いする予定。
8	新型コロナウイルスの影響が長引いた場合（第2波の到来等）はどうするのか。中止、延期、実施等の判断が難しいが、なんらかの判断基準があるか。	1か月前に流行の兆しが見られた場合、組合の理事会で判断し中止とする。それ以外にも状況を踏まえ、中止の際は早めの判断を行う。

③申請者：MASSHI project

	質問事項	回答
1	何人程度の集客を見込んでいるのか。	普段でも椅子席と立ち見でプラザのキャパシティは100名が限界。しかし、極力密を避けなければいけないので、半数ほどになる可能性はある。
2	ネット配信による音楽イベントの提供等、できうる限り「密」を避ける手法を併用することはできないか。	ライブ配信を考えている。業務としてライブ配信をしている業者に協力を要請し了解をもらっており、茨木市の映像制作会社を中心に協力体制を組んだ。
3	コロナ対策として、具体的にどのような対策を講じようと考えているのか。	日々状況が変化しているので、文化振興財団と協議しながら、具体的な対策を検討する。
4	事業計画書について 本募集「茨木市産業活性化プロジェクト促進事業」の事業目的、補助対象事業に照らし合わせて事業目的は。 また、具体的な地域活性化への波及効果は。	茨木市民である我々が茨木市民のために専門分野を活かして行動し、呼吸コンサートを開催することで、集った人達の心をほんの少し潤し、出店者の飲食で身体を潤してもらえればと思う。観覧に来てくれた人に茨木商工会議所や茨木市商業団体連合会が発行している案内パンフレット等を届け、各店の認知度が少しでも上がるきっかけになればと思う。
5	本事業の広報、広告について 本事業を行うことを認知してもらう活動はどのように行うのか。	7月からHP立ち上げ開催の案内。ニュースリリース。 8月に仮チラシ作成予定。
6	事業の自立化について 補助期間終了後の自立開催は考えているのか。	毎年10月を「クリブラ呼吸コンサート」の月と考えている。
7	飲食を伴うイベントのようですが、保健所への届け等法令遵守について手続きを行う予定は。	「露店営業許可」をとっている店に限らせてもらう。
8	本事業の効果測定はどのような項目で計るのか。	SNSを含め、アンケートがメインになる。共催の文化振興財団や後援してもらった各団体の感想等を次に向けた課題とする。
9	イベント開催のPRはどのように進めていくのか。	7月からHP立ち上げ開催の案内。ニュースリリース。 8月に仮チラシ作成予定。
10	今後、さらに発展させて地域の活性化につなげるための具体策は何か検討しているか。	「森が音楽会」など、街なかだけでなく山での音楽会も企画し、これまでも実施している。我々は舞台の裏方なので、市民の方の「舞台への夢」をサポートし続けていきたい。そのことが市民力の強化につながればいい。
11	前回（令和元年10月）の反省点と今回の課題はどのように考えているのか。	前は午後3時頃まで雨に降っていたので仕込時間が短く、照明や音響が満足いかない部分があり、同じ失敗を繰り返さないために、今回は前日に仕込を予定している。
12	第1弾と位置づけられている「川端通で聴く川端康成の世界（MASSHI project）」について詳しく教えてほしい。出店数、来場者数といった定量的な側面はもちろんだが、どのような反響があったのか、主催者はそこでどんな教訓を得たのか、今回の企画にあたってどのような改善がなされているのかなどについて、説明を。	2018年11月25日に開催された茨木市制70周年記念シンポジウム「川端康成とふるさと茨木」の中での朗読と弦楽四重奏を「川端通りで聴く川端康成の世界」として再構成したもの。昨年の5月頃、文化振興財団職員と話していた折、プラザ(中庭)の噴水が壊れ修理もできないが、音量的な問題はあると思うが、との相談があり、ならば試験的にMASSHIprojectでコンサートをやり、音量など許容できる規定を作っては？ということで企画を考え始めた。当日は雨模様との予報が出ていたので屋根のあるところでの2店舗の出店に限らせてもらった。財団の報告では120人は観覧していたとのこと、ただこの場所は出入り自由なので固定はしていない。終了後の観覧者の意見は（SNSなどで）照明が幻想的で、音楽と朗読のコラボレーションが良かった、との評価をたくさんいただいた。 試験的に始めたコンサートだったが、財団からも引き続きやってほしい、との声をもらい、今後は「呼吸コンサート」として定着させていく予定。

	質問事項	回答
13	協賛金はどのように集めるのか。また、そのめどはついているか。	MASSHIproject(市民活動推進屋)がこれまで開催してきたイベントやコンサートに、毎回協賛してくれる会社や個人があり、今回も開催許可が出たらお願いする予定。その他メンバーの営業力に頼って幅広く賛同者を集めたい。ただし、コロナのせいで事業の自粛要請を受けたところもあり、みんな苦しい状態になっているので、自己負担は増えると考えている。
14	市内協力店は何店舗ぐらいになるか。	スペースから計算すると5~6店舗になる予定。
15	第1弾は無料だが、今回は有料化(2,000円)となったの理由は。	前回は試験的に始めたことであり、しかも野外なので雨天中止も考えられるので無料とした。今回も野外という条件は同だが、前回観覧していただいた方から「有料の価値があるのになぜ有料にしないのか、出演者はプロであり照明や音響の経費も必要はず」と温かい声をいただいた。負担軽減には有料にするのはひとつの方法だが、野外である以上中止になる可能性もあるので前売りは難しい。誰もが行き来できる場所なので、入場料として受け取るのではなく、日本人には不得意の寄付「お代は観てのお帰り」を確立させたいと思っている。「このコンサートが良かった。そして来年もやってほしいという方はカンパとして2,000円お願いします」というアナウンス。
16	資料2の観覧参加料に「100人」という数字があるが、会場の収容人数が100人なのか。それとも、150人来られたら、2,000円×150人で30万円の収入になりうるのか。	前回は100人だったので、ひとつの判断材料としての100名とした。15の回答に書いたが入場料という表現はしない。前回の意見から有料にしても納得してもらえると判断したので、カンパとしての金額を決めた。払いたくない人がいると思うが、それはそれで仕方がないと思う。
17	「自己負担」とはどのようなお金なのか。第1弾の川端通で聴く川端康成の世界では、257,500円が計上され、今回は95,920円である。この差は何か。	自己負担はほぼ申請者個人の負担である。今回は参加料という形で100名のカンパを見込んだ。協賛金も申請時点ですが増やしている。補助金を入れて自己負担を10万円以内に抑えたいという想いから算出した。
18	今後、第3弾、第4弾がありうるのか。継続、発展の計画がある場合、市補助金が毎回得られるとは限らない。必要な財源はどのように確保するのか。	補助金を申請するのは、我々の活動が茨木にとって「有り」か「無し」の判断をしていただくためだと思っている。市民力こそ活性化の大きな力になると思う。これからも補助金だけに頼らず、なんらかの収入を考えていかなければいけない。今回から「お代は観てのお帰り」という挑戦をする。そこでどれだけの方々が我々の活動に賛同していただけるか、そして茨木で行われている舞台芸術に対して感動の対価としての寄付が当たり前の世界になることを、時間は長くかかるとも期待したい。
19	新型コロナウイルスの影響が長引いた場合(第2波の到来等)の対応は、中止、延期、実施等の判断が難しいと思うが、なんらかの判断基準はあるのか。	公的な機関に共催や後援をしていただく催し物なので、その都度方向性を協議しながら進めていきたいと思う。団体だけの判断基準は持つてはいけないと考えている。 市民のみなさんに集まっていたいで心を癒やし、明日への力を蓄えていただきたいコンサートなので、集まてはいけないとの指示が出た場合は開催はできない。

(2) 地域魅力アップイベント創出育成事業申請案件

①申請者：IR-OIC フェスタ実行委員会

	質問事項	回答
1	今回、8千人の集客を見込んでいるとの事であるが、コロナの影響がある中、10月時点でこのような大規模イベントが開催可能なのか。 仮に集客人数を絞って開催する場合、何人程度の集客で採算がとれるのか。	開催の可否について、国、府、市によるイベントの自粛要請がある場合は、要請に従う。自治体でイベントに関するガイドラインが作成されると思われる為、ガイドラインに従う。また、コロナウイルスによる影響以外での天候や災害など天変地異に関して、立命館大学と協議し、決定する。仮に人数を絞って開催する場合の採算人数ですが、実行委員会としての採算は、昨年と同規模程度である。出店店舗の採算は、1店舗あたり200食程度である。
2	コロナ対策として、うがい・手洗い・消毒の徹底以外には、何か具体的に検討していることはあるか。	コロナ対策として、手洗い・うがいの・消毒の他にソーシャルディスタンスをとることを行う。また、5月中に大阪府が導入を予定している、「コロナ追跡システム」を利用する予定。利用者が入場の時にQRコードを読み込み、メールアドレスも打ち込んで登録し、メールアドレスのみを大阪府が取得し、その後、もしそのイベントにおいて陽性者が出たりクラスターが発生した場合、登録し参加していた人にその旨を伝えるメールを送信するシステムである。
3	今回、コロナの影響で開催が延期または中止になった場合、どのような対応を考えているのか。	延期・中止となった場合、出店者様にご理解頂けるよう説明し、関係各所への連絡・報告を行う。参加者へは、ホームページ・SNSでの報告する。
4	収支予算書の科目、金額について 収入の部、支出の部について前回実績金額と今回計画金額の差があれば教えてほしい。また、その違いがある場合は何により発生したのか、差がない場合はどうして初めてなのに差が出なかったのか要因を教えてください。	収入、前回1,872,090円、今回2,282,030円 (+409,940円) 本部運営の売上の増加見込 支出、前回1,871,060円、今回2,157,000円 (+285,940円) 支出増加 今回より、使用料賃料として200,000円の増加、アルコール等衛生関連費の増加の為、消耗品が増加4,500円、ポスター・フライヤー増加の為13,000円増加 店舗募集強化の為、郵便代の増加の為、通信運搬費20,078円増加 デザイン料増加の為、報奨金31,500円増加等である。
5	報奨金について 400,000円 の内訳は。前回実績も教えてください。	報奨金の前回の実績は、368,500円である。内訳はポスターデザイン88,000円、ロゴデザイン88,000円、フライヤーデザイン99,000円、ステッカーデザイン93,500円である。今回の報奨金についても前回同様、ポスター・ロゴ・フライヤー・ステッカーのデザイン料である。
6	広告料について 600,000円 の内訳を教えてください。前回実績も教えてください。	広告料の前回の実績は、729,899円である。内訳は、facebook広告費36,899円、ホームページ制作費330,000円、facebookページ製作費50,000円、インスタグラム製作費50,000円、映像記録費263,000円である。今回の広告料の内訳は、facebook広告費100,000円、ホームページ更新費237,000円、映像記録費263,000円を予定している。初回は、ホームページなど、インターネット関連費用への投資が多かったが、今回は継続利用できるものは費用を抑えることができる。
7	協賛金について 前年同等の協賛金を計画しているようだが、コロナの影響なく集められる見込みか。	飲食店や食品関連事業者からの協賛金は見込めない。大阪府と茨木市の食をPRするイベントですので、コロナ禍で落ち込んだ飲食店のアピールの場として、なんとか開催できる協賛金を集めなければならない。そのために、クラウドファンディングなどを行い資金を集める予定。
8	自立化に向けた計画書について 来場者数の伸びが去年実績4,548人、今回計画8,000人と大幅に増えているがどのような工夫をするのか。 単純に天気の想定だけ？天気が良ければ8,000人の根拠はあるのか。	前回は開催日の前日に、関東・東北に甚大な被害をもらった令和元年台風19号の通過した翌日に奇跡的に開催された。天候によって来場者数の増減は大幅に変化するものと見込まれる。しかし、今回の8,000人への大幅な増加は、店舗数の大幅な増加を見込んでいる。前回は、店舗の募集期間があまりなく、参加店舗が13店舗であった。今回は、有名地域の店舗などを含め20店舗の出店を見込んでいる。このイベントの集客の成否は、有名地域の店舗・有名店の出店が重要である。
9	事業継続にあたってのロードマップについて 令和4年度より出店店舗の負担金を15,000円、20店舗見込むとしているが、今回から負担金を出展希望者に求めないのはなぜか。また15,000円という金額の根拠はどう考えているのか。 この15,000円とするならば、令和5年度から本事業を自立させるためのほか収入の有無等目論見を教えてください。	本イベントは、開催実績が1回目のイベントである為、認知度が低い状況である。このイベントの集客の成否は、有名地域の店舗・有名店の出店が重要であるため、出店者の負担を少なくしている。前回の1テント当たりのテントレンタル料・テントウエイト料・設置費の合計が22,600円となった。その一部の金額の15,000円を出店者負担金として考えている。令和5年以降は、アルコール類の販売ができる場所での開催を検討し、アルコール類の販売収益を運営費としたい。

	質問事項	回答
10	事業目的の達成度確認について 本事業の目的、主旨が達成できたかどうかの効果測定ができる指標値、KPIの設定等はあるか。（事業終了後の振り返りができるようにしているか）	本事業の目的は「食のまち茨木」のブランドイメージの創造と向上である。現在、その目的を達成するためのKPIの設定はない。定量的な数字は、来場者数と販売実績のデータがある。今回効果測定の方法を検討し、「見える化」することで事業後の振り返り出来るよう検討する。
11	昨年を踏まえて、今年度の課題はどのように考えられているか。	イベントの集客の成否は、有名地域の店舗・有名店の出店が重要である。早期の出店者への募集・出店契約を行わなければならない。
12	現在の状況（コロナ禍）を勘案し、万一中止する場合はキャンセル料等を考慮して、いつ頃までに判断が必要だと考えているか。	出店募集の段階での判断が必要である。コロナ禍で状況を勘案し、6月末に開催の可否を検討したい。
13	天候に大きく左右されると思われるが、雨天の場合の対策は。	前回は、台風通過後の為、強風であったが、強風対策は想定範囲であった。屋外でのイベントである為、荒天時の中止や、落雷での対処等、天変地異や事故等のマニュアルと連絡網を整えている。集客については、影響は避けられない。雨天時に、参加者には大学内の利用可能な屋内スペースの利用などをスタッフが案内する。
14	初年度のイベントで得られた成果と明らかになった課題を教えてください。	準備期間が短かったが、4,548人も参加者があった。募集期間から開催期間が短い為、目標より少ない11店舗となったが、浜松・福岡・滋賀からの出店もあった。特にこの3店舗は人気となった。また、茨木市の事業者の中には、イベントへの初参加の店舗もあり、売切れの店舗も半数あった。事業者にとっても来場者にとっても、魅力ある盛り上がるイベントとなった。店舗募集の課題は、詳細が決まり次第、店舗募集をはやくする必要がある。市広報やFB・J:COMのパブリシティや阪急茨木市駅、JR茨木駅でのポスターの掲示を皆様のご協力ですることができた。茨木市内の飲食店でもポスター掲示を多数することができたが、一方で、茨木市以外での告知は、大阪府の大阪産（もん）のFBページや大阪市内で飲食店の5店舗ほどとなった、次回の目標として茨木市外において、ポスター掲示を増やし、多くの方に知ってもらう機会を増やしたい。マルシェの出店が目標より少ない1店舗であった。こちらも募集期間が短い為であるが、大阪産（もん）を扱う事業者さんと、大阪の食をアピールするいい機会になったとおっしゃっていた。次回は、マルシェの数も増やしていきたい。会場には、イベントののぼりを設置することにより賑わいを作り出すことができた、他府県の出店者は横断幕などを設置し賑やかな店舗作りをしていたが、横断幕などで賑やかでわかりやすい店舗を作り、すべての店舗を賑やかにしイベントを盛り上げたい。
15	「参加の市民は、茨木市の農産物・食品・飲食店の魅力を知り、交流の契機になります。市外の方には、茨木の農産物・食品・飲食店を知っていただく事で…」（資料1の1ページ）、「事業の効果④生産者と消費者・生産者と飲食店の交流の促進ができます」（同3ページ）と、生産者と消費者、生産者と飲食店の交流が強調されていますが、どんな交流がいかに行われるのか。	前回のイベントでは、「餃子ボン酢」の試食会を行った。この試食会の目的は、茨木市の生産者のゆずを使った「餃子専用ボン酢」の開発である。立命館大学・追手門学院大学の学生が、ボン酢についてのアンケートを行い、商品開発前のリサーチを行い、その後、商品を開発した。今後も、生産者の農作物を利用し、商品開発を事業者と行えるよう、生産者・飲食店への働きかけを行っていきたい。
16	大阪の店が提供する餃子の産地比率（大阪産の原材料が使われている割合）はどれぐらいなのか。大阪の店に対しては大阪産を使うようにといった“指導”をしたりにしているのか。大阪の店が提供する餃子は、他地域の店が提供する餃子に比べて、産地比率（大阪産の原材料が使われている割合）が高かったりするののか。それとも、大阪の店が提供する事に意味があり、原材料へのこだわりはないのか。	産地比率の設定や、産地指定の指導などは行っていない。「大阪府環境農林水産部」の協力のもと、大阪産（もん）と大阪産（もん）名品の認証を受けている事業者を中心に、マルシェへの出展をお願いしている。大阪餃子まつりについては、大阪に事業所がある「餃子店」を中心に出店をお願いしている。なお、大阪産（もん）と大阪産（もん）名品については、大阪府産の農産物を使用していることが、認証の条件となっている。
17	昨年度の来場者4548人の属性（年齢層、市内外の比率など）を教えてください。	来場者の属性データはとっていない。
18	昨年度実績に対して今年度8,000人を見込んでいるが、どのような層に呼びかけて、来場者を増やすのか。	インターネットやスマートフォンを利用する層・18歳から50歳までの男女・半径20km圏にお住まいの方・ファミリー層をターゲットにしている。facebook広告にてターゲットを設定して広告を配信し、来場者を増やす。また、facebook広告費を100,000円とし、前回の約3倍の予算を考えている。その他、パブリシティ等を積極的に利用する。

	質問事項	回答
19	「少な目の人数を想定している」（資料4の2ページ）とあるが、資料2の収支予算書は、8,000人を前提としたものという理解でよいか。また、今回の体制で、最大どれぐらいまで対応可能なのか。	収支予算書は、8,000人を想定している。想定最大人数は10,000人である。
20	本部運営売上高見込みの450,000円（餃子360,000円、飲料90,000円）について教えてほしい。これは、本部で販売する、餃子と飲料的売上高か。もし、そうであるならば、本部での餃子と飲料の購入者はそれぞれ何人と想定しているのか。	本部売上高見込みについて、内訳は餃子@500円 x 720食、飲料@150円 x 600本である。これは、本部で販売する餃子と飲料である。
21	同イベントの将来的自立を考えた場合、「協賛金」を増やすか「その他上記以外の収入」を増やす必要がある。中長期的な展望を教えてください。	コロナ禍により、今回の協賛金の予定額を協賛企業より集めるのは大変厳しいため、クラウドファンディング等を行い、資金を募る予定である。令和4年度より出店店舗の負担金を15000円、20店舗見込んでいる。令和5年以降は、アルコール類の販売ができる場所での開催を検討し、アルコール類の販売収益を運営費としたい。
22	新型コロナウイルスの影響が長引いた場合（第2波の到来等）の対応は。中止、延期、実施等の判断が難しいと思うが、なんらかの判断基準があれば教えほしい。	開催の可否について、国、府、市によるイベントの自粛要請がある場合は、要請に従う。自治体でイベントに関するガイドラインが作成されると思われる為、ガイドラインに従う。また、新型コロナウイルスによる影響以外での天候や災害など天変地異に関して、立命館大学と協議し、決定する。

2 審査結果

- (1) たたらば珈琲
500 点中 339 点 ⇒ 採択案件候補
- (2) 茨木建設総合協同組合
500 点中 397 点 ⇒ 採択案件候補
- (3) M A S S H I project
500 点中 337 点 ⇒ 採択案件候補
- (4) IR-OIC フェスタ実行委員会
500 点中 329 点 ⇒ 不採択

<選考基準>

出席委員の評価点合計の 65%以上を取得した事業を、採択案件の候補とする。

ただし、上記基準を上回る事業であっても、個人の総得点の 1/2 (100 点×1/2=50 点) 以下の点数を付けた委員がいる場合は、協議のうえ採択候補案件を決定する。

以上