


# 重点取組1 【成長を目指す事業者の活力向上】



＜目指す方向性＞

## ① 事業活動の価値向上

★評価基準  
A: かなり高い(目標120%以上)  
B: 高い(目標100%以上)  
C: 低い(目標99%以下)  
D: かなり低い(目標50%以下)

達成度  
**D**

必要性  
**A**

**【1】目指す方向性を実現するための取組の柱**

- ◎付加価値の高い事業を生み出す取組の促進
- 事業者の環境配慮に関する取組の促進

**【2】後期アクションプラン(H28~R2)で特に重点を置く施策**

(1) 市内事業者の事業活動への支援の充実

【主な取組】 経営アドバイザーによる無料相談、越境ECセミナーの開催 など

(2) 産業活性化や高付加価値化等につながる事業者主体の取組の促進

【主な取組】 付加価値・認知度向上の取組への補助(産業活性化プロジェクト促進事業) など

(3) 設備等の環境対応促進と環境産業関連情報の提供

【主な取組】 特になし

**【5】実績数値(定量的評価)には表れない取組の効果や変化**

- ◇商品や店舗の「認知度向上」に向けた取組のための補助金活用に比べて、新たな商品・サービス開発など「付加価値向上」のための活用が伸びていない
- ◇市制度を利用せず、独自で付加価値向上に取り組む事業者もいると思われる。
- ◇地球温暖化対策など環境配慮への取組状況は、事業所により差がある。(温室効果ガス排出量削減目標の有無や環境関連制度の認知度など)

**【3】取組の進捗が分かる指標** <各年度内訳は別紙>


指標	目標	実績 (赤字は達成)
多様な事業者の連携による新たな商品・サービス等の開発数	累計 7件	累計 5件
産業活性化プロジェクト促進事業を活用した高付加価値な製品・商品の開発数	累計 5件	累計 1件
産業活性化プロジェクト促進事業を活用した市内事業者(製品・商品)の認知向上にむけた取組件数	累計 5件	累計 4件
産学連携スタートアップ支援事業を活用した事業(製品・技術等)の実用化数	累計10件	累計 4件

**【4】方向性の達成度を判断するための参考指標**

- ◆【R1調査】過去10年に新事業を展開した事業所 29.0%  
うち、新事業の展開が売上の増加に貢献した事業所 53.2%
- ◆企業の「先端設備等導入計画」の認定数(新規) 【H30】21件 【R2】10件

**【6】『達成度』と『必要性』の評価**

付加価値向上の取組を増やす仕掛けである「産業活性化プロジェクト促進事業補助金」では、認知度向上の取組に比べて、付加価値向上の取組(商品・サービス開発等)への活用が少ない。高付加価値な新事業展開からは売上増や周辺産業への波及効果も期待できるので、市制度を利用しない独自の取組からも好事例を把握してモデルケースとして提示し、事業者の意欲や事業イメージを喚起するなど、取組を誘発する仕掛けを見直した上で、引き続き支援する必要性は高いと考える。また、国やSDGsの取組によって環境意識は広く浸透しつつあるため、今期は事業所向けの主だった施策は行なわなかったが、実際の取組状況は事業所によって差があり、特に小規模事業所への取組促進は必要と考えられる。



＜目指す方向性＞

## ② 創造的機能の集積と企業立地の促進

★評価基準  
A: かなり高い(目標120%以上)  
B: 高い(目標100%以上)  
C: 低い(目標99%以下)  
D: かなり低い(目標50%以下)

達成度  
**B**

必要性  
**B**

**【1】目指す方向性を実現するための取組の柱**

- ◎事業活動における創造的機能の集積促進
- ◎企業活動への支援と立地促進

**【2】後期アクションプラン(H28~R2)で特に重点を置く施策**

(1) 創造的機能の強化に向けた取組の充実

【主な取組】 彩都ライフサイエンスパーク・バイオインキュベーションとの連携 など

(2) 市内事業者に対する操業継続の支援

【主な取組】 企業への巡回訪問、支援策の案内 など

(3) 企業立地の促進への支援

【主な取組】 企業立地促進奨励金、土地建物情報の提供 など

**【5】実績数値(定量的評価)には表れない取組の効果や変化**

- ◇彩都ライフサイエンスパーク全区画で企業が立地、集積が進む
- ◇彩都や工場跡地を中心に、物流施設・データセンターが増加
- ◇バイオインキュベーション入居企業から上場企業も生まれている
- ◇市内への立地や移転(拡大)の意向はあるが、事業用地や物件が不足

**【3】取組の進捗が分かる指標** <各年度内訳は別紙>


指標	目標	実績 (赤字は達成)
巡回訪問での制度周知による各種支援策の利用件数	100件/年	83.2件/年
研究施設・生産施設・物流施設等の新規立地件数	累計 10件	累計 10件

**【4】方向性の達成度を判断するための参考指標**

- ◆バイオインキュベーション施設入居率(3館) 【R3.3.31】①100%、②100%、③95%
- ◆業況判断DI(北信 景況レポート 12月調査) 【H28】1.6 【R1】10.0 【R2】△46.7
- ◆土地建物情報の提供数 【H28】0件(申請15件) 【R2】0件(申請7件)
- ◆企業立地奨励金 交付件数 【H28】土地8件 建物18件 償却資産30件  
【R2】土地11件 建物15件 償却資産29件

**【6】『達成度』と『必要性』の評価**

交通利便性や災害の少なさから、物流・データセンターを中心に新たな企業の立地が進んでいる。また、バイオインキュベーション施設は常に高い入居率で推移し、上場企業も現れるなど、集積を図る分野であるバイオ産業の育成も進んでいる。一方で、令和2年度以降は新型コロナウイルス感染症の影響で、全国的に業況が急速に悪化していることや、工業・研究開発系の立地ニーズに対応できる土地・物件が市内に不足しておりバイオインキュベーション入居企業が市外へ流出傾向にあることを踏まえ、引き続き企業の市内定着や操業維持に向けた支援の必要性は高い。



＜目指す方向性＞

## ③ 起業の促進と成長支援

★評価基準  
A: かなり高い(目標120%以上)  
B: 高い(目標100%以上)  
C: 低い(目標99%以下)  
D: かなり低い(目標50%以下)

達成度  
**A**

必要性  
**A**

**【1】目指す方向性を実現するための取組の柱**

- ◎新規開業者の創業促進と成長支援

**【2】後期アクションプラン(H28~R2)で特に重点を置く施策**

(1) 起業・創業に触れる機会づくり

【主な取組】 起業セミナー(学生向け・女性向け・市外からの誘致) など

(2) 起業・創業の支援の充実

【主な取組】 創業促進事業補助金の拡充、創業支援ネットワークの連携による支援 など

(3) 起業後のフォローアップの充実

【主な取組】 アフターフォロー巡回訪問、起業交流会、HP等での起業家紹介 など

**【5】実績数値(定量的評価)には表れない取組の効果や変化**

- ◇支援機関の連携強化や支援制度の充実により、相談や制度利用は増加傾向
- ◇H30前後から、女性の創業相談や支援制度利用が増加
- ◇R2は感染症の影響もあり、創業直後の融資ニーズが増加

**【3】取組の進捗が分かる指標** <各年度内訳は別紙>

指標	目標	実績 (赤字は達成)
子ども(仕事の概念を理解する前の年齢層)を対象に、起業・創業も含めた「働き方」やビジネスの仕組み	1回/年	0.8件/年
学生(将来の仕事を具体的に考える年齢層)を対象に、起業・創業のステップ等を学ぶ機会の提供回数	1回/年	3.2回/年
子育て世代を対象とした、入門編セミナー等の開催	1回/年	3.4回/年
起業・創業に興味を持つ人を対象とした、入門編セミナー等の開催	1回/年	1.6回/年
創業支援ネットワークによる創業相談者数	320人/年	366.8人/年
創業支援ネットワークによる創業実現者数	95人/年	88.4人/年
起業家からの相談・フォローアップ件数	30件/年	39.8件/年
起業家同士の交流機会の開催回数	2回/年	1.2回/年
起業家同士の交流機会の参加者数	50人/年	39.0人/年

**【4】方向性の達成度を判断するための参考指標**

- ◆開業率(雇用保険ベース・HW茨木管内) 【H24】4.95% 【H28】6.62% 【R1】4.16%
- ◆廃業率(雇用保険ベース・HW茨木管内) 【H24】3.58% 【H28】3.38% 【R1】5.29%
- ◆後継者の有無(事業主50歳~)【R1調査】あり34.5%、なし40.9%(廃業予定30.9%)

**【6】『達成度』と『必要性』の評価**

補助金・セミナー等の支援メニューを充実させ、それらを利用して創業に至る人数も増加していることから、一定の目的は達成したと言える。しかし、直近年度では廃業率が開業率を上回っていることから、今後も創業支援を継続するとともに、事業承継や創業後のアフターフォローなど「事業継続」に向けた支援や、若者等への「創業機運醸成」の取組の必要性も高まっていると言える。

## 重点取組2【市民の快適な暮らしや地域社会を支える機能】



＜目指す方向性＞

### ④ まちのにぎわい創出

★評価基準
A: かなり高い(目標120%以上)
B: 高い(目標100%以上)
C: 低い(目標99%以下)
D: かなり低い(目標50%以下)

達成度

A

必要性

A

#### 【1】目指す方向性を実現するための取組の柱

- ◎魅力ある個店の創出促進
- ◎人を呼び込む仕掛けづくり
- 市内産業の情報発信の強化

#### 【2】後期アクションプラン(H28~R2)で特に重点を置く施策

- (1) 商店の魅力アップ支援  
 【主な取組】 経営アドバイザーによる経営支援、巡回訪問 など
- (2) 人が集まり、滞留する仕掛けづくり  
 【主な取組】 集客性・回遊性のある食関連イベントの支援、商店街イベントの支援 など

#### 【5】実績数値(定量的評価)には表れない取組の効果や変化

- ◇毎年、商店街や民間団体主体の新たなイベントが生まれている
- ◇過半数の商店街が魅力向上に取り組みたいとする一方、人員・資金不足が課題
- ◇感染症拡大を機に、経営の維持・改善に向けた支援ニーズや新たな取組が増加

#### 【3】取組の進捗が分かる指標 <<各年度内訳は別紙>>

	目標	実績 (赤字は達成)
商店を対象とした経営・販売・集客等に関する支援件数	累計 40件	累計 44件
市が主催・共催・後援等を行った集客性・回遊性のある食に関するイベント数	累計 3件	累計 7件
商店街の活性化や認知度向上にむけたイベントの数	累計 3件	累計 5件

#### 【4】方向性の達成度を判断するための参考指標

- ◆商店街の空き店舗(3年前比)【R1調査】増加7.1% ほぼ同じ 64.3% 減少21.4%
- ◆商店街の来街者(3年前比)【R1調査】増加14.3% ほぼ同じ 35.7% 減少42.9%
- ◆中心市街地の評価 【H28調査】活気が増えた14.8% 活気が無くなった25.8%
- ◆中心市街地の印象 【H28調査】魅力的・個性的な店舗 充実3.7% 少ない63.1%

#### 【6】『達成度』と『必要性』の評価

商店街や事業者主体の新たなイベントが毎年生まれているほか、新型コロナウイルス感染症の拡大以降、テイクアウト販売やオンラインサービスなど新たな取組に着手するなど、魅力や利便性向上への意欲が高い事業者が多数存在する。一方で、消費者の目線では、中心市街地に魅力・活気が少ないとする声が依然として多いことから、今後は、後継者難による魅力的な店舗の減少を抑えるための事業承継の支援や、一過性ではなく継続的な集客につながる新たな取組創出に向けた支援の必要性が高い。



＜目指す方向性＞

### ⑤ 地域の生活支援と快適性の向上

★評価基準
A: かなり高い(目標120%以上)
B: 高い(目標100%以上)
C: 低い(目標99%以下)
D: かなり低い(目標50%以下)

達成度

A

必要性

B

#### 【1】目指す方向性を実現するための取組の柱

- ◎生活支援サービスの提供支援
- 快適性を高める環境の整備

#### 【2】後期アクションプラン(H28~R2)で特に重点を置く施策

- (1) 商店街等による生活支援サービスの取組支援  
 【主な取組】 生活利便性向上の取組(新型コロナ対策含む)への補助 など
- (2) 商店街等における生活利便施設等の整備支援  
 【主な取組】 生活利便施設の設置への補助 など

#### 【5】実績数値(定量的評価)には表れない取組の効果や変化

- ◇感染症拡大に伴い、生活支援サービス実施の機運が高まる  
(特に、移動販売やテイクアウト、オンラインサービス導入の相談が増加)
- ◇全国的に、商店街は商業だけでなく生活支援機能の担い手として期待されている

#### 【3】取組の進捗が分かる指標 <<各年度内訳は別紙>>

	目標	実績 (赤字は達成)
商店街等での生活支援サービスの実施件数	累計 2件	累計 4件
商店街等での生活支援サービスの利用者数	累計 100件	累計 810件
商店街等における生活利便施設等の設置に向けての支援件数	累計 2件	累計 2件

#### 【4】方向性の達成度を判断するための参考指標

- ◆中心市街地の印象 【H28調査】日常的な買物の利便性 充実33.4% 少ない16.1%
- ◆訪れやすく・使いやすい商店街に向けて、実施して欲しい施策 【H28調査】  
 第1位 自転車駐輪場の整備(53.7%) 第2位 共通駐車サービスの導入(42.2%)  
 \* 生活支援サービス関連 … 宅配サービス(20.1%)、送迎保育拠点(15.3%)

#### 【6】『達成度』と『必要性』の評価

新型コロナウイルス感染症の拡大を機に、事業者が共同で飲食のデリバリーやオンライン配信用スタジオの運営をするなどの取組が生まれている。従来から商店街を含む中心市街地の利便性の評価は悪くなく、生活支援サービスを求める声も少なかったが、少子高齢化が進展する中、国も、地域のニーズに応え、生活を支える場としての機能を商店街に期待していることから、今後も、商店街や意欲ある事業者の連携による取組を誘発・支援する必要性は高い。



＜目指す方向性＞

### ⑥ 地元農産物の流通の促進

★評価基準
A: かなり高い(目標120%以上)
B: 高い(目標100%以上)
C: 低い(目標99%以下)
D: かなり低い(目標50%以下)

達成度

A

必要性

C

#### 【1】目指す方向性を実現するための取組の柱

- ◎販売機会の拡充支援
- 農商連携の推進
- 農産物の安全性の向上支援

#### 【2】後期アクションプラン(H28~R2)で特に重点を置く施策

- (1) 消費者と生産者の交流の促進  
 【主な取組】 えきまえマルシェ、夢広場(鏡野町アンテナショップ・直売所)の開設 など
- (2) 農商工連携の促進  
 【主な取組】 飲食店と農業者の交流会開催、茨木カクテル など

#### 【5】実績数値(定量的評価)には表れない取組の効果や変化

- ◇農商の個別マッチングよりも、マルシェなど販売機会へのニーズが高い
- ◇直売イベントや店舗の一角を利用した販売など、市内農産物の販売機会が増加
- ◇市内農産物にこだわった飲食店や商品が生まれている
- ◇おいもグルメフェア参加店へサツマイモの購入先として農業者のマルシェを紹介

#### 【3】取組の進捗が分かる指標 <<各年度内訳は別紙>>

	目標	実績 (赤字は達成)
地元産農産物の販売機会の拡充件数	累計 1件	累計 7件
農商工連携に対して意欲のある事業者のマッチング件数	累計 2件	累計 2件
マッチングによる新たな商品、サービスの開発件数	累計 2件	累計 3件

#### 【4】方向性の達成度を判断するための参考指標

- ◆おいもグルメフェア参加店舗 マルシェでの購入(注文予約)数 【R2】12件

#### 【6】『達成度』と『必要性』の評価

農産物の販売機会拡充のための飲食店・農業者の交流会からマッチング(取引)に繋がったほか、レシピ公募による茨木カクテル(赤紫蘇を活用)が生まれるなど、市内農産物の活用が広がっている。また、マルシェなどでの販売は農業者・市民ともに需要が高く、民間発の販売イベントや店頭を間借りした販売も増えている。よって、目的は概ね達成されたと判断し、今後は農業者に特化した施策ではなく、事業者間連携の支援施策の一環として、連携づくりや、そこから生まれる高付加価値な事業(商品・サービス)の創出に向けた支援に取り組む。

## 重点取組3 【産業を活性化させる基盤づくり】

	《目指す方向性》	★評価基準 A: かなり高い(目標120%以上) B: 高い(目標100%以上) C: 低い(目標99%以下) D: かなり低い(目標50%以下)	達成度	必要性
	⑦ 連携の促進		C	A

### 【1】目指す方向性を実現するための取組の柱

- ◎産業に関わる交流機会の創出
- 市内産業を知る機会の拡充

### 【2】後期アクションプラン(H28~R2)で特に重点を置く施策

- (1) 連携を生み、育てるための仕組みの整備・強化
- 【主な取組】 連携による取組への補助(産学連携スタートアップ促進事業)、
- (2) 産学連携に取り組みやすい環境づくり
- 【主な取組】 産学連携交流サロンの実施 など
- きたしんビジネスマッチングフェア、異業種交流会(商工会議所) など

【3】取組の進捗が分かる指標	目標	実績 (赤字は達成)
多様な事業者の連携による新たな商品・サービス等の開発数(再掲)	累計 7件	累計 2件
プロジェクトの創出を目的とした会議から生まれる新たな取組件数	累計 2件	累計 3件
商店街の活性化に向けた新たな取組件数	累計 7件	累計 17件
農工商連携に対して意欲のある事業者のマッチング件数(再掲)	累計 2件	累計 2件
(仮称)産学連携交流サロンの開催数	3回/年	2.4回/年
産学連携スタートアップ支援事業を活用した事業(製品・技術等)の実用化数(再掲)	累計 10件	累計 4件

【4】方向性の達成度を判断するための参考指標
◆きたしんビジネスマッチングフェアでのマッチング数 【H28】11件 【R2】12件(R2はオンライン)
◆産学連携を実施している事業所 【H27調査】5.3% 【R1調査】6.0%
◆事業者間の連携の状況 【R1調査】連携あり 32.7%、連携なし・関心なし 43.0%

【5】実績数値(定量的評価)には表れない取組の効果や変化

- ◇一部の商店街で、新たな取組・イベントの実施が活性化
- ◇関心はあるが連携していない理由は「窓口・進め方が分からない」が上位
- ◇取組が生まれるきっかけや、補助金を活用した取組実現までのコーディネートが必要

【6】『達成度』と『必要性』の評価

市には大学や商店街が多く、連携に適した環境にあるが、産学連携交流サロンの場からは、新たな連携から補助金を活用して商品化等に至る事例は生まれず、連携を生む仕掛けが機能しなかった。また、事業者の連携実績や関心も高まっていない。連携によって付加価値向上の高い事業が生まれると、売上の増加や周辺産業への波及効果などが期待できることから、連携を生むための仕掛けの見直しや、取組実現までのコーディネート機能の強化を行い、引き続き支援を行う必要性は高い。

	《目指す方向性》	★評価基準 A: かなり高い(目標120%以上) B: 高い(目標100%以上) C: 低い(目標99%以下) D: かなり低い(目標50%以下)	達成度	必要性
	⑧ 人材の確保と育成		C	A

### 【1】目指す方向性を実現するための取組の柱

- 就労希望者と企業との接点拡大
- 企業OB人材の活用
- 企業の成長を支える人材育成の支援

### 【2】後期アクションプラン(H28~R2)で特に重点を置く施策

- (1) 事業者・人材のコーディネート機能の強化
- 【主な取組】 就労支援フェア(合同面接会、個別相談、セミナー)の開催 など
- (2) 職業能力の向上にむけた支援
- 【主な取組】 能力開発講座(パソコン、フォークリフト)、就労体験事業 など
- (3) 働きやすい職場づくりの促進
- 【主な取組】 働きやすい職場づくり推進事業所認定制度の創設 など
- (4) 市内事業者の人材育成への支援
- 【主な取組】 人材育成支援事業補助金の拡充、中小企業大学校サライゼミの実施 など

【3】取組の進捗が分かる指標	目標	実績 (赤字は達成)
就労支援フェアの就職者数	45人/年	36.6人/年
就労支援フェアの来場者数	450人/年	352.4人/年
就労支援フェアの参加事業所数	87事業所/年	80.8事業所/年
職業能力の向上にむけた講座・セミナーの受講者数	150人/年	77.4人/年
茨木市勤労者互助会の会員事業所数	170事業所/年	146事業所/年
雇用・労働関係セミナー受講者数	190人/年	150.2人/年
働きやすい職場づくりに取り組む事業所に対する支援メニュー数	累計 2事業	累計 2事業
人材育成に向けた支援メニュー数	累計 4事業	累計 3事業
人材育成支援メニューの利用者数	150人/年	69.4人/年

【4】方向性の達成度を判断するための参考指標
◆有効求人倍率(ハローワーク茨木管内)【H24】0.64% 【H28】6.62% 【R2】0.85%
◆人材確保が「できている」事業所【H27調査】47.9% 【R1調査】23.0%
◆人材育成の状況 【R1調査】できている 26.0%/できていない 38.3%

【5】実績数値(定量的評価)には表れない取組の効果や変化

- ◇人材育成・働き方改革に取り組めない理由とも「人手不足」関連が多数

【6】『達成度』と『必要性』の評価

主に就職困難者(障害者やブランクのある方)の支援を行い、一定数の就職に繋がったが、新型コロナウイルス感染症の影響による失職者も増える中、今後も支援の必要性は高い。また、市域では人手不足の事業所が増え、人手不足が理由で働きやすい職場づくりや人材育成に取り組めないとする事業所も多数あるが、これらの取組が人手不足の打開策にもなり得ることから、引き続き両側面からの支援が必要である。

	《目指す方向性》	★評価基準 A: かなり高い(目標120%以上) B: 高い(目標100%以上) C: 低い(目標99%以下) D: かなり低い(目標50%以下)	達成度	必要性
	⑨ 支援機能の充実		B	B

### 【1】目指す方向性を実現するための取組の柱

- ◎利用者の視点に立った産業支援関連情報の提供
- ◎専門的支援機能の充実と相談機能の強化

### 【2】後期アクションプラン(H28~R2)で特に重点を置く施策

- (1) 産業支援関連情報の各媒体による提供
- 【主な取組】 「あい・きゃっち」のリニューアル、商工会議所会報誌への情報掲載 など
- (2) 市の産業支援機能の強化と関係機関の連携強化
- 【主な取組】 アドバイザーによる経営や就労の相談、創業支援ネットワーク機関の連携、連携によるセミナー等の実施(JETRO、中小機構、中小企業大学校)など

【3】取組の進捗が分かる指標	目標	実績 (赤字は達成)
(指標の設定なし)		

【4】方向性の達成度を判断するための参考指標
◆経営相談 【H28】371件 【R2】513件(経営サポートデスク分含む)
◆就職サポートセンター相談 【H28】就職190件・労働86件 【R2】就職90件・労働74件
◆事業者の情報源【R1調査】 第1位 口コミ 39.7%、第2位 特になし 21.6% (商工会議所 13.2%、市HP・SNS 8.5%、市窓口 5.7%、産業支援機関 1.8%)
◆産業情報サイト「あい・きゃっち」アクセス数 【H30】61,757件(※サイトリニューアル) 【R2】182,099件

【5】実績数値(定量的評価)には表れない取組の効果や変化

- ◇関係機関との連携強化により、他機関からの案内で来庁する相談者が見られる
- ◇産業情報サイト「あい・きゃっち」をリニューアルし、市の支援情報も掲載
- ◇新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、「経営サポートデスク」を開設(R2)

【6】『達成度』と『必要性』の評価

経営・就労の相談窓口を常設しているほか、市産業情報サイトやSNS・アプリ、国や府の情報サイト・メルマガ等を活用した支援情報の発信に努めたが、依然として市施策の認知度は高くなく、十分に事業者へ届いていない可能性がある。新型コロナウイルス感染症の影響が続き、幅広い層の事業者が支援を求めていることから、今後も外部の関連機関と連携した支援や、支援情報発信の手法の見直しの必要性が高い。

産業振興アクションプラン（平成28～令和2年度）取組指標の進捗状況 《年度別内訳》

※黄色：目標達成したもの

●市主催事業 ○民間などの独自取組 ★市補助を活用した取組 ☆市後援または相談のあった取組

ビジョンの重点方向・重点取組	後期アクションプランの施策	評価指標	《目標》 H28～R2	《実績》 H28～R2	※ 実績の内訳 ※					
					H28	H29	H30	R1	R2	
成長を目指す事業者の活力度向上	① 事業活動の価値向上	多様な事業者の連携による新たな商品・サービス等の開発数	累計 7件	累計 5件	0件	1件 ☆茨木カクテル 「レッドベリーラミヤマ」	0件	1件 ★茨木のソウルフード 「鶏のすき焼き」	3件 ★IBAR-EATS ☆いばらき街ごはん(マップアプリ) ○赤しそクラフトビール	
		産業活性化プロジェクト促進事業を活用した高付加価値な製品・商品の開発数	累計 5件	累計 1件	0件	0件	0件	1件 ★茨木のソウルフードの発掘と商品開発	0件	
		産業活性化プロジェクト促進事業を活用した市内事業者(製品・商品)の認知向上にむけた取組件数	累計 5件	累計 4件	1件 ★茨木ヴィンテージカーショー	1件 ★異業種交流会 「ゆうカフェ」	0件	1件 ★ボンボニエール2020カレンダープロジェクト	1件 ★クリブラ呼吸コンサート	
		産学連携スタートアップ支援事業を活用した事業(製品・技術等)の実用化数	累計10件	累計 5件 (実用化)	申請 6件 採択 4件 実用化 1件	申請 5件 採択 3件 実用化 1件	申請 3件 採択 2件 実用化 2件	申請 5件 採択 4件 実用化 0件	申請 6件 採択 4件 実用化 1件	
					—	★ECセミナー(3回) 延べ参加数 64社/76人	★ECセミナー(3回) 延べ参加数 40社/48人	★ECセミナー(3回) 延べ参加数 55社/68人	★ECセミナー(1回) 延べ参加数 16社/16社 ※オンライン開催(中小機構共催)	
	② 創造的機能の集積と企業立地の促進	(1) 創造的機能の強化に向けた取組の充実	巡回訪問での制度周知による各種支援策の利用件数	100件/年	83.2件/年 (平均)	●巡回 110件 利用件数 77件	●巡回 108件 利用件数 88件	●巡回 91件 利用件数 90件	●巡回 97件 利用件数 106件	●巡回 14件 利用件数 55件
		(2) 市内事業者に対する操業継続の支援	研究施設・生産施設・物流施設等の新規立地件数	累計 10件	累計 10件	2件	3件	1件	2件	2件
		(3) 企業立地の促進への支援	子ども(仕事の概念を理解する前の年齢層)を対象に、起業・創業も含めた「働き方」やビジネスの仕組み等を学ぶ機会の提供回数	1回/年	0.8件/年 (平均)	0件	2回 ☆いばらキッズタウン ☆いばらキッズ商店街 (茨木青年会議所)	0件	1回 ☆いばらキッズタウン (茨木青年会議所)	1件 ○いばらきこどもいちば (Locaco Project)
	③ 起業の促進と成長支援	(1) 起業・創業に触れる機会づくり (2) 起業・創業の支援の充実 (3) 起業後のフォローアップの充実	学生(将来の仕事を具体的に考える年齢層)を対象に、起業・創業のステップ等を学ぶ機会の提供回数	1回/年	3.2回/年 (平均)	2回/年 ○追大ビジネスプランコンテスト ○立命館大ベンチャーコンテスト (立命館・追手門学院と意見交換実施)	4回/年 ★学生向け起業セミナー×2 (参加:21人) ○追大ビジネスプランコンテスト ○立命館大ベンチャーコンテスト	4回/年 ●学生向け起業セミナー×2 (参加:37人) ○追大ビジネスプランコンテスト ○立命館大ベンチャーコンテスト	4回/年 ●学生向け起業セミナー×2 (参加:41人) ○追大ビジネスプランコンテスト ○立命館大ベンチャーコンテスト	2回/年 (学生向けセミナー:中止) ○追大ビジネスプランコンテスト ○立命館大ベンチャーコンテスト
			子育て世代を対象とした、入門編セミナー等の開催	1回/年	3.4回/年 (平均)	2回/年(参加:34人) ●女性ファーストステップセミナー	4回/年(参加者:80人) ★女性ファーストステップセミナー2 ★女性ステップアップセミナー ●女性起業交流会	4回/年(参加者:58人) ★女性ファーストステップセミナー2 ★女性ステップアップセミナー ●女性起業交流会	4回/年(参加者:65人) ●女性ファーストステップセミナー2 ●女性ステップアップセミナー ●女性起業交流会	3回/年(参加者:30人) ●女性ファーストステップセミナー2 ●女性ステップアップセミナー (女性交流会:中止)
起業・創業に興味を持つ人を対象とした、入門編セミナー等の開催			1回/年	1.6回/年 (平均)	1回/年(参加:28人) ★創業塾	1回/年(参加:32人) ★創業塾	2回/年(参加:45人) ★創業塾 ★起業志望者誘致セミナー	2回/年(参加:47人) ★創業塾 ●起業志望者誘致セミナー	2回/年(参加:49人) ★創業塾 ●起業志望者誘致セミナー	
創業支援ネットワークによる創業相談者数			320人/年	378.8人/年 (平均)	282人	457人	369人	402人	384人	
創業支援ネットワークによる創業実現者数			95人/年	92.4人/年 (平均)	60人	88人	84人 ※補助制度拡充 (創業5年未満の方・法人設立費用⇒対象)	94人	136人	
起業家からの相談・フォローアップ件数			30件/年	39.8件/年 (平均)	●アドバイザー巡回 15件 ★創業塾フォローアップ 18人	●アドバイザー巡回 32件 ★創業塾フォローアップ 15人	●アドバイザー巡回 35件 ★創業塾フォローアップ 18人	●アドバイザー巡回 25件 ★創業塾フォローアップ 22人	●アドバイザー巡回 2件 ★創業塾フォローアップ 17人	
起業者同士の交流機会の開催回数			2回/年	1.2回/年 (平均)	1回 ★起業家向け異業種交流会	1回 ★起業家向け異業種交流会	1回 ★起業家向け異業種交流会	2回 ●エール交換会 ★起業家向け異業種交流会	1回 ★起業家向け異業種交流会	
起業者同士の交流機会の参加者数			50人/年	39.0人/年 (平均)	44人	39人	39人	42人	31人	

※黄色:目標達成したもの

●市主催事業 ○民間などの独自取組 ★市補助を活用した取組 ☆市後援または相談のあった取組

ビジョンの重点方向・重点取組	後期アクションプランの施策	評価指標	＜目標＞ H28～R2	＜実績＞ H28～R2	※ 実績の内訳 ※				
					H28	H29	H30	R1	R2
市民の快適な暮らしや地域社会を支える機能	④ まちの にぎわい創出	商店を対象とした経営・販売・集客等に関する支援件数	累計 40件	累計 44件	●支援件数 4件 ●経営アドバイザーによる訪問3件	●支援件数 5件	●支援件数 6件	●支援件数 8件	●支援件数 18件
		(1) 商店の魅力アップ支援 (2) 人が集まり、滞留する仕掛けづくり	累計 3件	累計 7件	4件 ●茨木おいもスイーツフェア ☆茨木麦音フェスト ☆ハルフェス刈りばらき ☆きたしんうまいもん市 等	0件 (新規なし)	1件 ●いばらきイルミフェスタ灯	1件 ★IR-OICフェスタ	1件 ★和がまち茨木チケット
		商店街の活性化や認知度向上にむけたイベントの数	累計 3件	累計 5件	2件 ★防災イベント(商連) ★イルミネーション(東中央)	1件 ★PRイベント(ショップタウン)	0件 (新規なし)	2件 ★イルミネーション(中条) ★ハロウィンイベント(春日)	0件 (新規なし)
	⑤ 地域の生活支援と 快適性の向上	(1) 商店街等による生活支援サービスの取組支援	累計 2件	累計 4件	0件	1件 ○えきまえマルシェ (茨木ショップタウン会)	1件 ○キッズスペースの設置 (ロサヴィア商店会)	0件	2件 ★IBAR-EATS ★オンライン用レンタルスタジオ
		(2) 商店街等における生活利便施設等の整備支援	累計 100件	累計 810件	0件	- (把握できず)	- (把握できず)	0件	★IBAR-EATS 配達数 804件(参加店舗 33件) ★オンライン用レンタルスタジオ 利用 6社
		商店街等における生活利便施設等の設置に向けての支援件数	累計 2件	累計 2件	0件	0件	1件 ★茨木えきまえマルシェ (改装)	0件	1件 ★オンライン用レンタルスタジオ
	⑥ 地元農産物の 流通の促進	地元産農産物の販売機会の拡充件数	累計 1件	累計 7件	(相談1件)	1件 ○えきまえマルシェ	2件 ○えきまえマルシェ ☆夢広場	4件 (左記+) ☆準農家マルシェ ○大正テンソル館	4件 (左記+)☆民間イベント ※ハレットマルシェ、ShallWeマルシェ、青空マルシェなど
		(1) 消費者と生産者の交流の促進 (2) 農工商連携の促進	累計 2件	累計 2件	(農業者へのヒアリング実施)	●交流会 3回/年 参加者 農業者14人 飲食店等 13人 マッチング件数 2件	(今後の方向性を検討)	●おいもグルメフェア参加店舗へ 茨木産さつまいもの販売場所と してえきまえマルシェを案内	●おいもグルメフェア参加店舗へ 茨木産さつまいもの販売場所と してえきまえマルシェを案内(注 文:12件)
		マッチングによる新たな商品、サービスの開発件数	累計 2件	累計 3件	(農業者へのヒアリング実施)	1件 ☆茨木カクテル 「レッドベリーラミヤマ」	(相談1件) ※柿ドレッシング	1件 ★茨木のソウルフード「鶏のすき 焼き」	1件 ○赤しそクラフトビール (追手門学院大・小豆島)

※黄色:目標達成したもの

●市主催事業 ○民間などの独自取組 ★市補助を活用した取組 ☆市後援または相談のあった取組

ビジョンの重点方向・重点取組	後期アクションプランの施策	評価指標	≪目標≫ H28~R2	≪実績≫ H28~R2	※ 実績の内訳 ※				
					H28	H29	H30	R1	R2
⑦ 連携の促進	(1) 連携を生み、育てるための仕組みの整備・強化 (2) 産学連携に取り組みやすい環境づくり	多様な事業者の連携による新たな商品・サービス等の開発数(再掲)	累計 7件	累計 5件	0件	1件 ☆茨木カクテル「レッドベリーラミヤマ」	0件	1件 ★茨木のソウルフード「鶏のすき焼き」	3件 ★IBAR-EATS ☆いばらき街ごはん(マップアプリ) ○赤しそクラフトビール
		プロジェクトの創出を目的とした会議から生まれる新たな取組件数	累計 2件	累計 3件	○まちのにぎわいづくり連絡会議(年間6回)	○まちのにぎわいづくり連絡会議(年間6回)	○まちのにぎわいづくり連絡会議(年間6回)	○まちのにぎわいづくり連絡会議(年間5回) →新たな取組 2件	○まちのにぎわいづくり連絡会議(年間4回) →新たな取組 1件(ゲーム)
		商店街の活性化に向けた新たな取組件数	累計 7件	累計 17件	5件 ④イベント 2件 ★大売出し(商連) ★フロアガイド作成(ショップタウン) ★セール装飾(ソシオ)	2件 ④イベント 1件 ⑤生活サービス 2件	4件 ⑤サービス 1件 ★スクラッチ(ショップタウン) ★クリスマス抽選(ショップタウン) ★マップ作成(阪急7商店会)	4件 ④イベント 2件 ★映画公開キャンペーン(商連) ★中条ぶらり(中条)	2件 ★全店マップ ★除菌グッズ抽選/垂れ幕
		農工商連携に対して意欲のある事業者のマッチング件数(再掲)	累計 2件	累計 2件	(農業者へのヒアリング実施)	●交流会 3回/年 参加者 農業者14人 飲食店等 13人 マッチング件数 2件	(今後の方向性を検討)	●おいもグルメフェア参加店舗へ茨木産さつまいもの販売場所としてえきまえるマルシェを案内	●おいもグルメフェア参加店舗へ茨木産さつまいもの販売場所としてえきまえるマルシェを案内(注文:12件)
		(仮称)産学連携交流サロンの開催数	3回/年	2.4回/年(平均)	●3回/年 参加者:72名	●3回/年 参加者:54名	●3回/年 参加者:58名	●2回/年 参加者:38名	●1回/年 参加者:19名
		産学連携スタートアップ支援事業を活用した事業(製品・技術等)の実用化数(再掲)	累計 10件	累計 5件(実用化)	申請 6件 採択 4件 実用化 1件	申請 5件 採択 3件 実用化 1件	申請 3件 採択 2件 実用化 2件	申請 5件 採択 4件 実用化 0件	申請 6件 採択 4件 実用化 1件
産業を活性化させる基盤づくり ⑧ 人材の確保と育成	(1) 事業者・人材のコーディネート機能の強化 (2) 職業能力の向上にむけた支援 (3) 働きやすい職場づくりの促進 (4) 市内事業者の人材育成への支援	就労支援フェアの就職者数	45人/年	36.6人/年(平均)	●31人 (H28に就職した人数)	●41人 (H29に就職した人数)	●46人 (H30に就職した人数)	●49人 (R1に就職した人数)	●16人 (R2に就職した人数)
		就労支援フェアの来場者数	450人/年	352.4人/年(平均)	●310人	●357人	●342人	●456人	●297人
		就労支援フェアの参加事業所数	87事業所/年	80.8事業所/年(平均)	●93事業所	●91事業所	●89事業所	●85事業所	●46事業所 ※感染症対策で規模縮小
		職業能力の向上にむけた講座・セミナーの受講者数	150人/年	77.4人/年(平均)	●80人	●86人	●85人	●117人	●19人
		茨木市勤労者互助会の会員事業所数	170事業所/年	146事業所/年(平均)	★150事業所	★155事業所	★147事業所	★141事業所	★137事業所(3/1現在)
		雇用・労働関係セミナー受講者数	190人/年	150.2人/年(平均)	●91人	●161人	●266人	●193人	●40人
		働きやすい職場づくりに取り組む事業所に対する支援メニュー数	累計 2事業	累計 2事業	0事業	1事業 ●認定制度創設(2事業所)	2事業 ●認定制度(7事業所) ●正規雇用促進奨励金のインセンティブ(3事業所)	2事業 ●認定制度(5事業所) ●正規雇用促進奨励金のインセンティブ(3事業所)	2事業 ●認定制度(4事業所) ●正規雇用促進奨励金のインセンティブ(3事業所)
		人材育成に向けた支援メニュー数	累計 4事業	累計 3事業	2事業 ●スキルアップセミナー ●人材育成支援補助(拡充:大学等)	2事業 ●スキルアップセミナー ●人材育成支援補助(拡充:海外展開支援機関)	3事業 ●スキルアップセミナー ●人材育成支援補助 ●中小企業大学校サテライトセミ	3事業 ●スキルアップセミナー ●人材育成支援補助 ●中小企業大学校サテライトセミ	3事業 ●スキルアップセミナー ●人材育成支援補助 ●中小企業大学校サテライトセミ
人材育成支援メニューの利用者数	150人/年	69.4人/年(平均)	●スキルアップセミナー 57人 ●人材育成 延べ19人	●スキルアップセミナー 63人	●スキルアップセミナー 62人 ●人材育成 延べ2人 ●サテライトセミ 5人(1回)	●スキルアップセミナー 37人 ●人材育成 延べ7人 ●サテライトセミ 29人(2回)	●スキルアップセミナー 49人 ●人材育成 延べ3人 ●サテライトセミ 14人(1回)		
⑨ 支援機能の充実	(1) 産業支援関連情報の各媒体による提供 (2) 市の産業支援機能の強化と関係機関の連携強化					●産業情報サイト「あい・きゃっち」リニューアル	☆商工会議所会報誌での市施策の情報発信		