

# 第16回東大阪市中小企業振興会議

## 次第

と き 令和元年7月16日(火)午後6時

ところ クリエイション・コア東大阪 南館3階

1 開 会

2 委員紹介

3 会長・副会長選出

4 議事

(1) 東大阪市中小企業振興会議の進め方について

(2) 平成30年度 中小企業振興施策実施状況報告について

(3) 平成29・30年度 中小企業振興会議報告に対する本市の今後の考  
え方について

(4) 各部会の設置について

5 閉会

# 東大阪市の中小企業振興のフレーム

資料1

## 第2次総合計画 後期基本計画

将来都市像（令和2年）  
「夢と活力あふれる 元気都市・東大阪」

### 【基本理念】

1. 人間尊重のまちづくり
2. 市民参加のまちづくり
3. 豊かさを創造するまちづくり

### 【施策の大綱】

1. 市民が主体となったまちづくり
2. 市民文化を育むまちづくり
3. 健康と市民福祉のまちづくり
4. 活力ある産業社会を切り拓くまちづくり
5. 安全で住みよいまちづくり

#### 第21節 モノづくりが元気なまち

- 1 モノづくり企業の高付加価値化を支援します
- 2 「モノづくりのまち東大阪」を次の世代に引き継ぎます
- 3 モノづくり企業の販路開拓を応援します
- 4 地域経済の連携、交流に取り組みます

#### 第24節 産業活動にとって魅力のあるまち

- 1 居住環境と工場の操業環境の共生を進めます
- 2 金融面から産業活動を支援します
- 3 経済施策情報を分かりやすく発信します
- 4 クリエイション・コア東大阪を有効に活用します

#### 第22節 買い物しやすいまち

- 1 特色ある商業集積地づくりを支援します
- 2 「元気な店舗グループ」の活動を支援します
- 3 地域資源の活用で集客力を強化します
- 4 安心して快適に買い物ができる環境づくりを進めます

#### 第25節 雇用が安定し、働きやすいまち

- 1 働きがいのある労働環境づくりを支援します
- 2 安心して働ける労働環境づくりを支援します
- 3 若者の就業を応援します
- 4 就職に困っている人の雇用を促します
- 5 高齢者の生きがい就労を応援します

#### 第23節 農業と農地空間を大切にすまち

- 1 安全で新鮮な農産物を消費者に届けます
- 2 東大阪市の特産物を地域ブランドとして発信します
- 3 農業と農地空間の担い手を育てます
- 4 農地空間の持つ価値や機能を生かします
- 5 有害鳥獣被害への対策を進めます

### 部門別計画に基づく事業展開

重点事業

実施計画事業  
市政マニフェスト事業

## 東大阪市中小企業振興条例

中小企業の振興に関する基本理念等を明らかにするとともに、本市が市内中小企業を重視し、中小企業振興を市政の重要な柱の一つとして位置づけ、中小企業振興に関する施策を総合的に推進

### 【基本理念】



### 【中小企業振興のための施策】

1. 産業集積の活性化及びネットワークの強化
2. 住工共生のまちづくり
3. 販路拡大
4. 経営資源の強化
5. 人材の育成・事業承継
6. 資金調達の円滑化
7. 創造的な事業活動の促進
8. グローバル化
9. 労働環境の整備
10. 情報発信

## 東大阪市中小企業振興会議

### 振興会議の設置（第10条）

事業者、市民、学識経験者、関係団体、行政等の幅広い関係者で構成

- ・振興条例の改廃に関する事項
- ・施策の実施等に関する事項
- ・中小企業の振興に係る重要事項
- ・・・などについて議論

（振興条例）  
地域経済を活性化し豊かで住みよいまちの実現

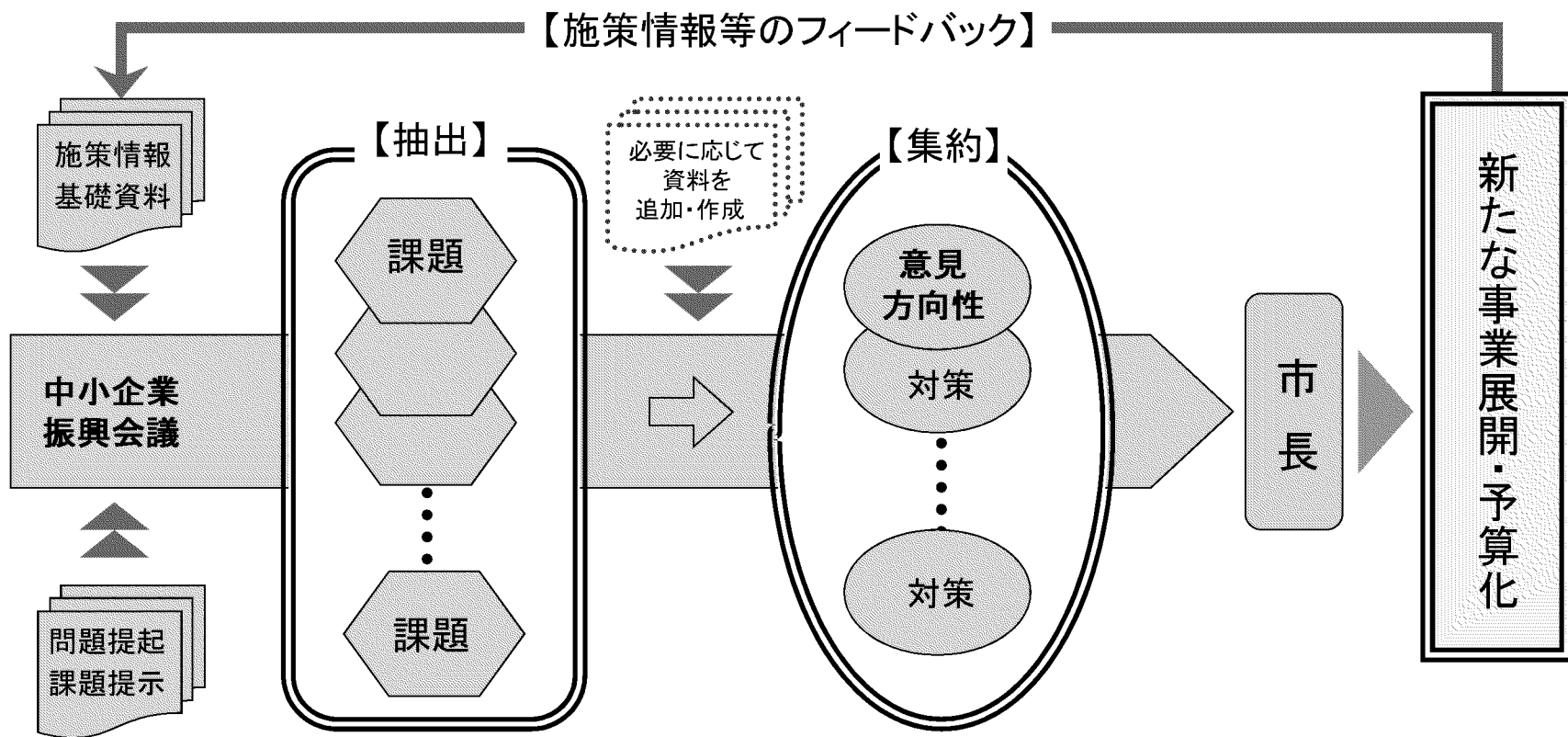
（総合計画後期基本計画）  
活力ある産業社会を切り拓くまちづくり  
（まち・ひと・しごと創生総合戦略）  
産業振興により雇用を提供する

# 中小企業振興会議の進め方(R1~2年度)

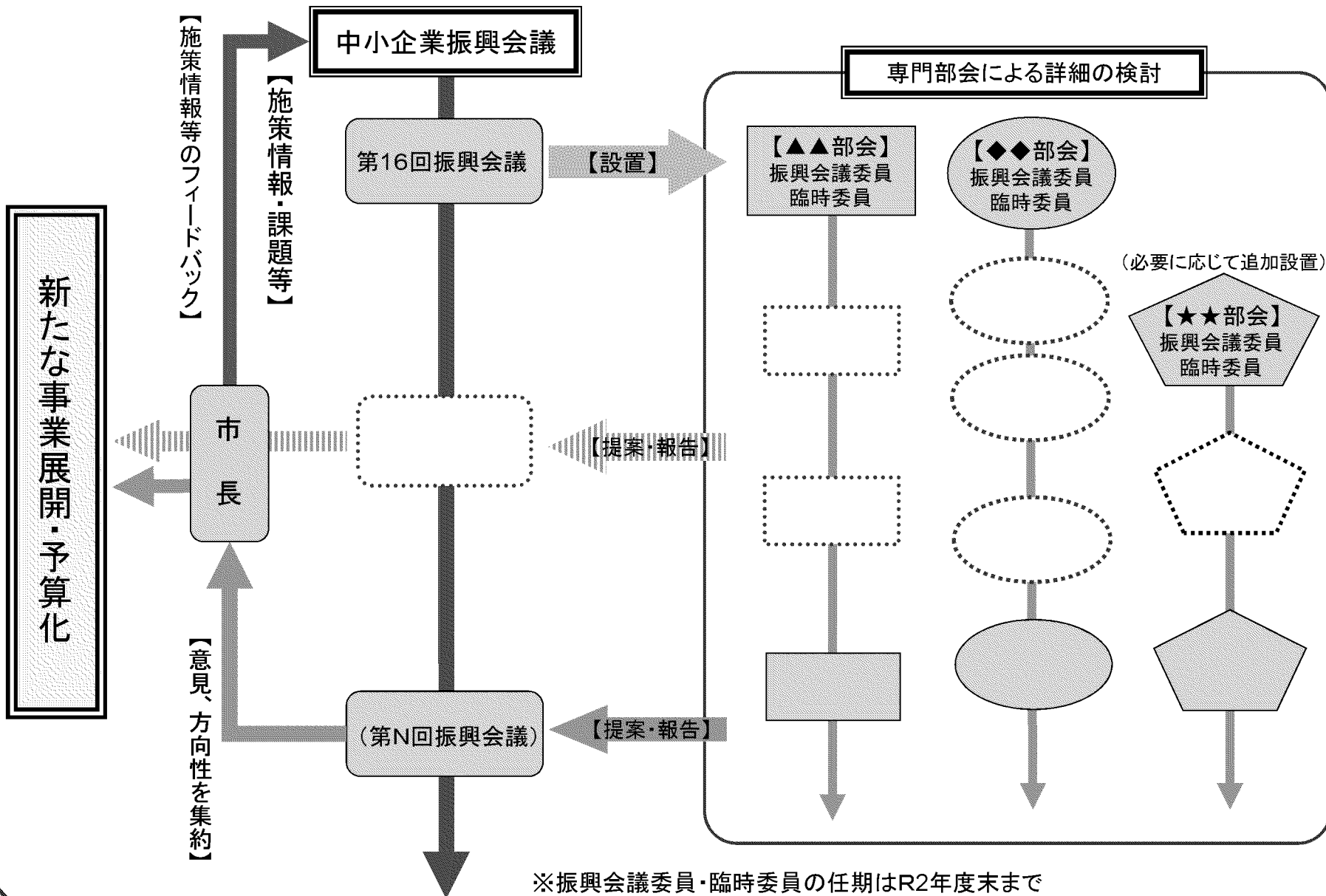
中小企業振興条例 …… 中小企業の振興に関する施策の総合的な推進によって、地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちを実現

条例の改廃、施策の実施等に関する事項、その他の中小企業の振興に係る重要事項について審議 ⇒ 市長に意見

東大阪市の地域経済活性化について幅広い議論を展開  
⇒ 学識経験者・有識者、事業者、関係団体、行政、公募市民により構成



# 中小企業振興会議と専門部会の関係(R1~2年度)





中小企業振興会議  
H25.7～H27.7

各代会設置  
H25.7～H27.7

東大阪市の  
中小企業振  
興に関する  
提言

中小企業振興会議  
H27.8～H29.3

各代会設置  
H27.8～H29.3

東大阪市中小企業  
振興会議報告

や  
補  
完  
の  
検  
討  
の  
報  
告

中小企業振興会議  
H29.7～H31.3

各代会設置  
H30.7～H31.3

東大阪市中小企業  
振興会議報告

や  
課  
題  
整  
理  
の  
事  
前  
報  
告

中小企業振興会議  
R1.7～R3.3

各代会設置  
R1.7～R3.3

提言

モノづくり支援施策のあり方  
検討部会

- ①高付加価値化に向けた支援の強化
- ②モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進
- ③操業環境の維持・確保
- ④販路開拓支援の充実

地域商業の魅力と活力の  
再生検討部会

- ①「議論する場」から「協働する場」へ、関係者間の信頼関係とパートナーシップの構築支援
- ②連携先へのアプローチ支援やコーディネーター的な支援
- ③互いに有用な情報の共有および外部への情報発信

農業振興検討部会

- ①東大阪の農を特徴づける農産品とファームマイルズ運動による加工農産物の推進
- ②ファームマイルズ運動、農業振興啓発事業の更なる拡充・発展
- ③農地の保全、休耕地対策と防災農地制度の確立・推進
- ④援農ボランティア養成講座
- ⑤（仮称）農家サポーターネットワークの構築

モノづくり部門会議

「円滑な事業承継支援策の検討・実施」にむけて、調査及びあり方を検討

地域商業の魅力と活力  
の再生検討部会

折り返し地点として東大阪市商業振興ビジョンを振り返り、今後の施策展開を検討

農業振興検討部会

「第Ⅰ期農政部会の提言」の具現化に向けた検討

モノづくり振興部門  
会議

- ①モノづくりブランディングアンケート調査結果の報告
- ②産業技術支援センターの今後のあり方を検討
- ③支援施策の再構築

商業振興検討部会

- ①事業の再評価およびビジョンにかかる追加検証
- ②今後の商業振興計画のあり方についての検討

労働雇用部門会議

就活ファクトリー東大阪の事業検証

モノづくり振興部門  
会議

- ①各事業の再構築にかかる方針について検討
- ②「都市ブランド形成推進事業」の総括と今後の情報発信のあり方

商業振興検討部会

- ①これまで実施してきた事業の再評価及びビジョンにかかる追加検証
- ②今後の商業振興計画のあり方について

労働雇用部門会議

- ①市内事業所の雇用状況と雇用ニーズの調査
- ②調査結果に基づく施策の課題と改善策の検討

# 中小企業振興会議提言・報告に基づく H30中小企業振興施策実施状況報告

令和元年7月  
経済部



# 東大阪市第2次総合計画後期基本計画

## 部門別計画 第4部 活力ある産業社会を切り拓くまちづくり

### 第21節 モノづくりが元気なまち

- 4-21-1 モノづくり企業の高付加価値化を支援します
- 4-21-2 「モノづくりのまち東大阪」を次の世代に引き継ぎます
- 4-21-3 モノづくり企業の販路開拓を応援します
- 4-21-4 地域経済の連携、交流に取り組みます

### 第22節 買い物しやすいまち

- 4-22-1 特色ある商業集積地域づくりを支援します
- 4-22-2 「元気な店舗グループ」の活動を支援します
- 4-22-3 地域資源の活用で集客力を強化します
- 4-22-4 安心して快適に買い物ができる環境づくりを進めます

### 第23節 農業と農地空間を大切にすまち

- 4-23-1 安全で新鮮な農産物を消費者に届けます
- 4-23-2 東大阪市の特産物を地域ブランドとして発信します
- 4-23-3 農業と農地空間の担い手を育てます
- 4-23-4 農地空間の持つ価値や機能を生かします
- 4-23-5 有害鳥獣被害への対策を進めます

## 第24節 産業活動にとって魅力のあるまち

- 4-24-1 居住環境と工場の操業環境の共生を進めます
- 4-24-2 金融面から産業活動を支援します
- 4-24-3 経済施策情報を分かりやすく発信します
- 4-24-4 クリエイション・コア東大阪を有効に活用します

## 第25節 雇用が安定し、働きやすいまち

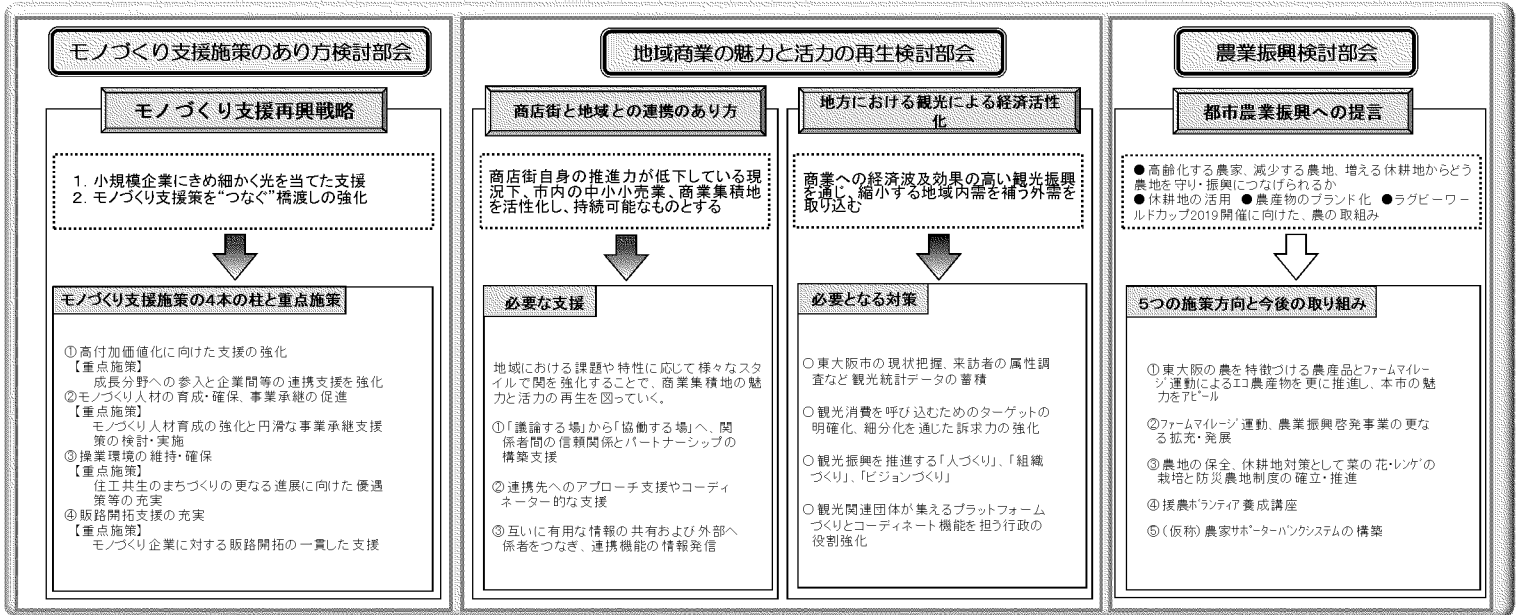
- 4-25-1 働きがいのある労働環境づくりを支援します
- 4-25-2 安心して働ける労働環境づくりを支援します
- 4-25-3 若者の就業を応援します
- 4-25-4 就職に困っている人の雇用を促します
- 4-25-5 高齢者の生きがい就労を応援します

## 第2部 市民文化を育むまちづくり

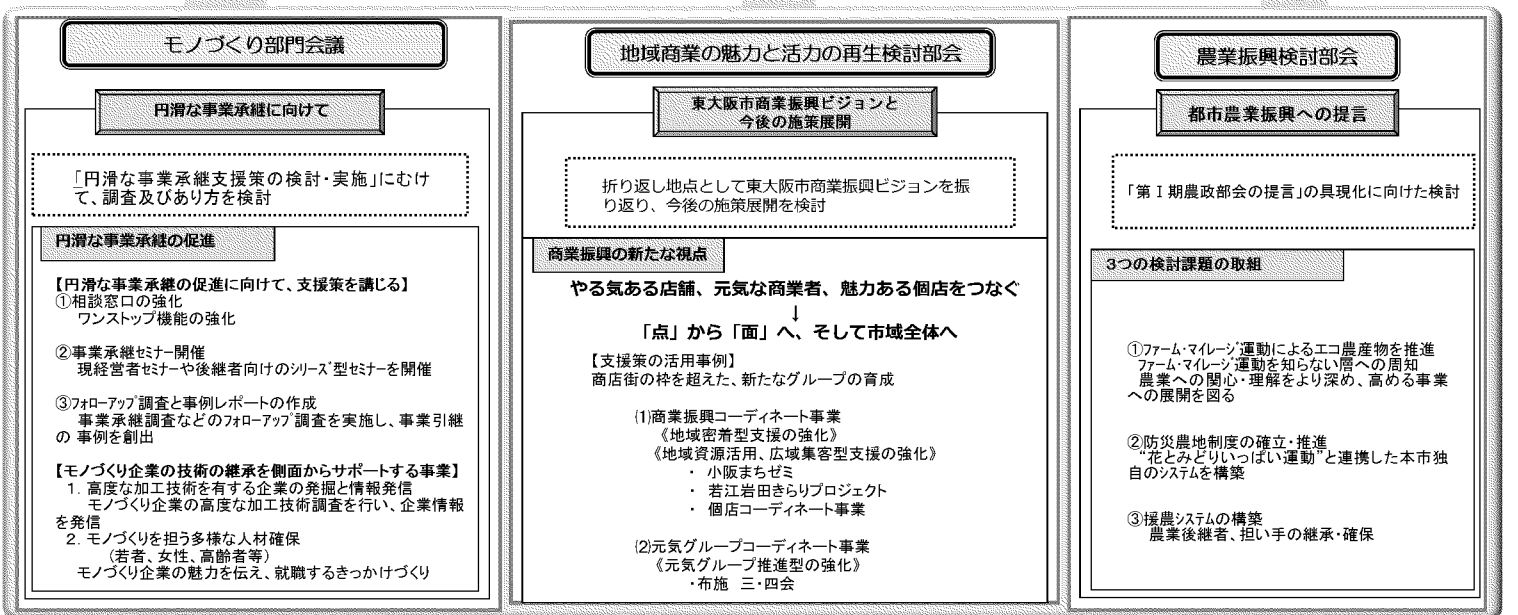
### 第8節 多くの国・地域や人の交流が育まれるまち

- 2-8-5 東大阪市の魅力をつくり、発掘し、発信します

# 平成27年度東大阪市中小企業振興会議～東大阪市の中小企業振興に関する提言（概要）



# 平成28年度東大阪市中小企業振興会議～東大阪市の中小企業振興に関する報告（概要）



## 振興会議の提案にもとづく具体的な施策の構築・推進

「モノづくりが元気なまち」「雇用が安定し働きやすいまち」「買い物しやすい街」「農業と農地空間を大切にするまち」

(中小企業振興条例)

地域経済を活性化し豊かで住みよいまちの実現

(総合計画後期基本計画)

活力ある産業社会を切り拓くまちづくりの実現

(東大阪市第2次総合計画 将来都市像)

「夢と活力あふれる 元気都市・東大阪」

## 【様式の見方】

所属	所属名を記載
----	--------

No.	通しNo.
-----	-------

事業名	事業名を記載	平成30年度 目標達成度
事業概要	事業全体の大まかな内容について記載	目標①、②の達成度に対して、目標が1つの場合は、A:8~7点、B:6~5点、C:4~3点、D:2点として目標達成度を記載。目標が2つの場合はA:4点、B:3点、C:2点、D:1点として、8~7点=A、6~5点=B、4~3点=C、2点=Dとして目標達成度を記載

H29 決算	H29決算額を記載	H30 決算	H30決算額を記載
-----------	-----------	-----------	-----------

提言・報告 施策	東大阪市中小企業振興会議より提案・報告された施策(4頁)に対応する施策番号を記載
-------------	--

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
第4次実施計画体系に該当する箇所の部・節・取り組みのあらまし番号を記載		

指標①	事業を客観的に評価するための基準を記載				指標②	同左			
指標の 説明・計算式	指標の説明・計算式等を記載				指標の 説明・計算式	同左			
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	各年度の目標を記載			平成30年度目標に対する達成度を記載。 (100%=A、80~100%未満=B、50~80%未満=C、50%未満=D)	目標②	同左			
実績①	各年度の実績を記載			実績②					
事業実績 (平成30年度)	平成30年度の取り組み内容を記載								
課題・問題点	平成30年度に取り組んだ改善策のうち、主に実施できなかった内容や、事業実績に記載した内容を実施する中での課題・問題点を記載								
令和元年度に向けた改善策	上記の課題や問題点を具体的にどのように改善していくのかを記載								



東大阪市中小企業振興会議からの提言・報告を踏まえて平成30年度に実施された施策一覧

平成27年 東大阪市の中小企業の振興に関する提言 (評価A・Bの割合 66.7%)		
モノづくり支援施策あり方検討部会 (同割合 52.9%)		
【モノづくり支援再興戦略】		
I. モノづくり支援施策の4本の柱と重点施策		
① 高付加価値化に向けた支援の強化	達成度	掲載頁
医工連携プロジェクト創出事業	A	5
東大阪デザインプロジェクト事業	D	5
高付加価値化支援事業	C	6
産業財産権活用支援事業	D	6
② モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進		
次世代モノづくり啓発事業	A	7
ビジネスセミナー開催経費	A	7
モノづくり開発研究会支援事業	B	8
モノづくり若年者等就業支援事業	C	8
市内企業と学生、女性の就職マッチング事業	A	9
③ 創業環境の維持・確保		
モノづくり立地促進補助事業	A	9
住工共生のまちづくり事業	B	10
④ 販路開拓支援の充実		
東大阪デザインプロジェクト事業	D	5
クリエイション・コア常設展示場出展支援事業	B	10
国内外販路拡大事業	A	11
東大阪市技術交流プラザ事業	A	11
東大阪ブランド推進事業	D	12
モノづくりワンストップ推進事業	A	12
地域商業の魅力と活力の再生検討部会 (同割合 66.7%)		
II. 商店街と地域との連携の在り方		
① 「議論する場」から「協働する場」へ、事業者間の信頼関係とパートナーシップの構築関係	達成度	掲載頁
商業振興コーディネート事業	A	13
地域密着型支援事業	B	13
② 事業者間連携についてのアプローチ支援やコーディネーター的な支援		
商業振興コーディネート事業	A	13
農業振興検討部会 (同割合 100.0%)		
III. 都市農業振興への提言		
5つの施策方向と今後の取り組み		
① 東大阪の農を特徴づける農産品とファーム・マイルージ運動によるエコ農産物を更に推進し、本市の魅力を活かす	達成度	掲載頁
都市農業活性化農地活用事業	A	15
農業啓発推進事業	A	16
② ファーム・マイルージ運動、農業振興啓発事業の更なる拡充・発展		
農業啓発推進事業	A	16
③ 農地の保全、休耕地対策として菜の花・レンゲの栽培と防災農地制度の確立・推進		
都市農業活性化農地活用事業	A	15
ファーム花いっぱい咲かそう事業	A	15
④ 援農ボランティア養成講座		
農業啓発推進事業	A	16
⑤ (仮称)農家サポーターバンクシステムの構築		
農業啓発推進事業	A	16

平成28年 東大阪市中小企業振興会議最終報告 (評価A・Bの割合 92.8%)		
モノづくり部門会議 (同割合 100.0%)		
IV. 円滑な事業承継に向けて		
① 相談窓口の強化・ワンストップ機能の強化	達成度	掲載頁
モノづくりワンストップ推進事業	A	12
② 事業承継セミナー開催:現経営者セミナーや後継者向けのシリーズ型セミナーを開催		
ビジネスセミナー開催経費	A	7
地域商業の魅力と活力の再生検討部会 (同割合 83.3.0%)		
V. 東大阪市商業振興ビジョンと今後の施策展開		
やる気ある店舗、元気な事業者、魅力ある個店をつなぐ「点」から「面」へ、そして市域全体へ		
① 商店街の枠にとらわれない新たなグループへの支援	達成度	掲載頁
商業振興コーディネート事業	A	13
② 新たな組織を担える人づくりへの支援		
商業振興コーディネート事業	A	13
個店経営者育成セミナー事業	A	14
③ 個店への支援から地域商業全体へ波及する振興策の提供		
空き店舗活用促進事業	C	14
商業振興コーディネート事業	A	13
個店経営者育成セミナー事業	A	14
農業振興検討部会 (同割合 100.0%)		
VI. 都市農業振興への提言		
3つの検討課題の取組		
① ファーム・マイルージ運動によるエコ農産物を推進	達成度	掲載頁
都市農業活性化農地活用事業	A	15
農業啓発推進事業	A	16
② 防災農地制度の確立・推進		
ファーム花いっぱい咲かそう事業	A	15
農業啓発推進事業	A	16
③ 援農システムの構築		
農業啓発推進事業	A	16

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	1
----	--------------	-----	---

事業名	医工連携プロジェクト創出事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	市内モノづくり企業等で構成される研究会で健康・医療分野への参入へ向けたセミナーなどを開催するとともに、付加価値の高い製品の製造や研究開発を促進するため、事業化をめざす案件に助成金を交付する。	A

H29 決算	7,044千円	H30 決算	9,891千円	提言・報告 施策	I①		
-----------	---------	-----------	---------	-------------	----	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	1

指標①	健康、医療、介護分野における開発ニーズ案件の情報提供数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	10件	15件	15件	A	目標②				
実績①	39件	52件	-		実績②				

(1) 医工連携研究会(市内企業42社 サポート会員14社)  
市内企業の企業規模や意向などを勘案し、「部品・部材の供給」「試作・設計開発支援」「OEM/ODM」を重点領域に設定。モノづくり企業に不足している「法規制のノウハウ」や「医療機器市場のニーズ把握」「販売ネットワーク」を保有している医療機器製販企業との取引関係構築を目指す「製販ドリブン型」の医工連携を実施。

●「医療機器企業との取引開始を目指すステップアッププログラム」を実施。  
本郷展示商談会(下記参照)の開催に向け、医療機器産業界への参入のポイントや医療機器企業へのプレゼンテーション力の向上、展示会での魅せ方など全5回のプログラムを実施。

●本郷展示商談会を開催  
医療機器企業の集積地「メディカルヒルズ本郷」にて、第2回目となる本郷展示商談会を開催。  
来場者数120名/ブース来訪者数・名刺交換数 326件/引き合い・商談件数 49件  
今後、具体的に取引につながる可能性のある案件数 29件

●医療機器の製造・設計に関するアジア最大級の展示会「MedtecJapan2018/2019」に出展  
医工連携研究会からより意欲的な企業が共同体となり、チーム東大阪として出展。  
出展企業数: 延べ12社 フース来訪者数・名刺交換数 939件/引き合い・商談件数 111件  
今後、具体的に取引につながる可能性のある案件数 41件

●医療機器企業をターゲットにした市内モノづくり企業ツアーの実施  
この間構築した医療機器企業とのつながりをさらに経絡的な関係性へと強化し、ビジネスにつなげていくため、「医療機器企業と連携し、お互いの強みを生かす関係構築」をテーマとした「モノづくり企業と医療機器企業との関係構築」をテーマとした市内モノづくり企業ツアーを実施。

改善すべき点  
・医療機器市場は、厳しい法規制や独特な商習慣が存在し、特に新たに参入を目指す企業にとっては、非常に障壁が高い市場であることから、具体的なビジネスにつながるまでには長期間を要する。  
・医療機器の都道府県別の製品出荷額からも、圧倒的な東高西低の状況であり、首都圏を中心とし、関東圏の医療機器企業とのネットワークの構築・強化を図っていく必要がある。

令和元年度に向けた改善策  
・この間の事業を通じて構築した支援機関や人的ネットワークを最大限に活用し、医療機器ビジネスへの新規参入にあたり必要な基礎から応用までの知識を体系的に学ぶことが出来る本格的なプログラムを実現。  
・具体的なビジネスにつなげていくためには、医療機器企業との経絡的な関係構築が求められることから、引き続き関東圏で開催される大規模展示会への出展や企業ツアーを実施していく。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	2
----	--------------	-----	---

事業名	東大阪デザインプロジェクト事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	世界的工業デザイナーやクリエイター等との交流を促進することにより、デザインの重要性をPRするとともに、デザインという資源を活かした付加価値の高い製品づくりを促進する。	D

H29 決算	3,400千円	H30 決算	2,400千円	提言・報告 施策	I①	I④	
-----------	---------	-----------	---------	-------------	----	----	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	1

指標①	本プロジェクトを通じたデザイナーとのプロジェクト組成数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	2件	3件	4件	D	目標②				
実績①	1件	0件	-		実績②				

事業実績  
(平成30年度)  
①東大阪デザインプロジェクト製品等の発表の場として国際見本市「LIVING & DESIGN2018」へ出展し、本事業の成果を発信した。(来場者数: 6,197人)  
②デザイナーを講師に迎えて勉強会や交流会などを開催し、市内企業とデザイナーとの交流を図った。

改善すべき点  
勉強会への参加者が伸び悩んでいる。勉強や交流をして終わりではなく、製品開発のプロジェクトにつながる取り組みを行っていく必要がある。

令和元年度に向けた改善策  
市内企業にデザインの重要性を啓発していく。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	3
----	--------------	-----	---

事業名	高付加価値化支援事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	市内中小製造業者が単独または2者以上の共同で行う、新たな産業技術の研究や新製品の開発に向けた活動等に対して補助金を交付し、付加価値の高い製品の製造を促進する。	C

H29 決算	4,691千円	H30 決算	4,022千円	提言・報告 施策	I①			
-----------	---------	-----------	---------	-------------	----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	第	取り組みのあらまし
4	21	1

指標①	補助金活用件数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	10件	10件	10件	C	目標②				
実績①	4件	5件	-		実績②				

事業実績 (平成30年度)	研究開発事業が4件、産学連携事業が1件の計5件を採択。
改善すべき点	応募件数が伸び悩んでいる。さらなる周知と公募回数増加などに加えて活用しやすい制度設計の検討が必要と思われる。
令和元年度に 向けた改善策	実施主体である公益財団法人東大阪市産業創造労働者支援機構に在籍する企業訪問相談員等が有する本市の施策に関する市内企業からの意見を参考に制度設計について協議していく。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	4
----	--------------	-----	---

事業名	産業財産権活用支援事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	市内製造業が知的財産の保護および権利化を促進させるため国内で特許権を取得する際の出願審査請求に経費の一部を助成するもの。	D

H29 決算	429千円	H30 決算	182千円	提言・報告 施策	I①			
-----------	-------	-----------	-------	-------------	----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	第	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	産業財産権活用事業補助金の活用				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	10件	10件	10件	D	目標②				
実績①	5件		-		実績②				

事業実績 (平成30年度)	交付件数が昨年度実績と比して減少した。
改善すべき点	補助金の交付件数の減少理由が分からない。
令和元年度に 向けた改善策	本事業の利用件数の減少理由を検討したい。本事業は、市内企業にとってニーズが無いのか、それとも制度の周知が十分でないのか、ニーズはあるものの現在の制度では、そのニーズを満たせないものになっているのか等、仮説を立てて検証を行い、得られた結論に対する解決策を講じる。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	5
----	--------------	-----	---

事業名	次世代モノづくり啓発事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	小学校でのモノづくり体験教室の開催や少年少女発明クラブを支援することにより、次代を担う子どもたちのモノづくりに対する興味や関心を高め、将来の産業を担う人材を育成する。	A

H29 決算	教育支援事業 5,700千円 少年少女発明クラブ 568千円	H30 決算	教育支援事業 5,700千円 少年少女発明クラブ 568千円
-----------	-----------------------------------	-----------	-----------------------------------

提言・報告 施策	I②		
-------------	----	--	--

第4次実施計画体系		
部	第	取り組みのあらまし
4	21	2

指標①	モノづくり体験教室参加児童数				指標②	発明クラブ活動への参加率			
指標の 説明・計算式	H29	H30	H31	H30達成度	指標の 説明・計算式	H29	H30	H31	H30達成度
目標①	5,100人	5,100人	5,100人	A	目標②	80%	80%	80%	B
実績①	5,064人	5,121人	-		実績②	72%	66%	-	

事業実績 (平成30年度)	【モノづくり教育支援事業】 のべ65校、165クラス、5,121人が当事業に参加した。 【少年少女発明クラブ】 のべ537人が参加し、27回開催した。 うち1回は11月に行われた産業フェアにブースを出展し、ワークショップを行った。
改善すべき点	【モノづくり教育支援事業】 目標達成できているが、材料費の高騰により受託者や企業への負担が増えている。 【少年少女発明クラブ】 年度後半になると参加率が低下してしまう。年度を通して高い参加率を維持して参りたい。
令和元年度に 向けた改善策	【モノづくり教育支援事業】 今年度については予算の範囲内で企業への協力を求め、目標達成を目指したい。 【少年少女発明クラブ】 年度途中での退会者が出ないよう、1年間を通して興味を持ってもらえるようなメニュー作りなどに配慮する。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	6
----	--------------	-----	---

事業名	ビジネスセミナー開催経費	平成30年度 目標達成度
事業概要	市内中小企業者の人材育成を積極的に推進し、新分野進出や業務改善、後継者育成等をはかるため、(公財)東大阪市産業創造労働者支援機構がビジネスセミナー(営業・経営・法律・IT等のテーマ)を開催することを補助する。	A

H29 決算	1,222千円	H30 決算	1,158千円
-----------	---------	-----------	---------

提言・報告 施策	I②	IV②	
-------------	----	-----	--

第4次実施計画体系		
部	第	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	ビジネスセミナー参加数				指標②				
指標の 説明・計算式	H29	H30	H31	H30達成度	指標の 説明・計算式	H29	H30	H31	H30達成度
目標①	500社	550社	600社	A	目標②				
実績①	978社	936社	-		実績②				

事業実績 (平成30年度)	33回(他機関との共催事業8回を含む)のセミナーを開催し、累計で936名の参加があった。
改善すべき点	セミナーの内容によっては、セミナー終了後に実施しているアンケートの満足度にばらつきがあり、更なる満足度の向上が求められる。
令和元年度に 向けた改善策	広報での協力や共催でのセミナー実施等、他の支援機関との連携を図り、(公財)東大阪産業創造労働者支援機構の企業訪問相談員等に協力を仰ぎ、本事業の広報、周知及び市内企業のニーズ把握に努める。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	7
----	--------------	-----	---

事業名	モノづくり開発研究会支援事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	市内企業の技術力高度化や研究開発促進を目的としてテーマが設定された2分科会「中堅人材育成・金属コース」「中堅人材育成・高分子コース」により研究会を実施している。それぞれのテーマに基づき機器利用による講習会及び外部講師を招いた座学講習会などを市立産業技術支援センターにおいて実施する。	B

H29 決算	350千円	H30 決算	350千円	提書・報告 施策	1②			
-----------	-------	-----------	-------	-------------	----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	参加者の満足度(大変満足・満足の割合)				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	100%	100%	100%	B	目標②				
実績①	85%	93%	-		実績②				

事業実績 (平成30年度)	3コース(「金属初級コース」「金属中堅人材育成コース」「加工技術中堅人材育成コース」)にて講義および実験・実習をそれぞれ7回実施。 その他、特別講演・オープン講座を3回開催し、見学会も実施した。
------------------	--

改善すべき点	アンケートでは特定のテーマに重点を置いた講義を望む声が見られた。
--------	----------------------------------

令和元年度に 向けた改善策	アンケートの結果を意図した研修内容を検討する。
------------------	-------------------------

所属	経済部 労働雇用政策室	No.	8
----	-------------	-----	---

事業名	モノづくり若年者等就業支援事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	若年者等に対し、モノづくり企業を中心とした就業の機会を提供する。合同企業説明会・面接会および就職セミナーの開催、就職情報誌の市内全戸配布、技能実習と企業での実習を組み合わせた「モノづくり人材育成塾」の開催等の事業を実施する。	C

H29 決算	10,000千円	H30 決算	10,000千円	提書・報告 施策	1②			
-----------	----------	-----------	----------	-------------	----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	25	3

指標①	モノづくり人材育成塾により就職した人数				指標②	その他の就業支援により就職した人数			
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	15人	15人	15人	D	目標②	35人	40人	45人	C
実績①	11人	7人	-		実績②	18人	23人		

事業実績 (平成30年度)	<ul style="list-style-type: none"> <li>モノづくり人材育成塾 技術コース…技専校での基礎的な技術の習得と企業での実習を併せて実施し、モノづくり企業への就職につなげた。 (期間)平成30年10月7日～11月9日 (場所)大阪府立東大阪高等職業技術訓練校、実習受入協力企業 (参加者数)9人 (就職者数)7人</li> <li>就活応援フェスティバル…求人企業・事業所合同説明会を開催した。 (日時)平成30年9月14日 13:00～16:00 (場所)布施駅前市民プラザ「夢広場」 (参加企業数)26社 (参加者数)91人 (就職者数)6人</li> <li>「東大阪スタイル」の発行…モノづくり企業で働く若者や働く人の基礎知識、各所相談窓口等を紹介する冊子を発行し、市内全戸配布するとともに、主要高校、大学、公共施設等に配布した。 (発行日)平成30年8月15日 (発行部数)202,000部</li> <li>東大阪モノづくり企業合同就職面接会…モノづくり企業に限定した面接会を開催した。 (日時)平成31年2月8日 13:00～16:00 (場所)布施駅前市民プラザ「夢広場」 (参加企業数)25社 (参加者数)94人 (就職者数)17人</li> </ul>
------------------	---

改善すべき点	ここ数年の求職者の売り手市場の中で、参加者数の減少が続いており、そのことにより就職者数も伸び悩んでいる。一方で、市内企業は人手不足に悩んでおり、イベントに参加した者が就職できる確率は高くなっている。このことから、参加者数を増やすことが重要な課題となっている。
--------	---

令和元年度に 向けた改善策	今後もより積極的なPRに努める。
------------------	------------------

所属	経済部 労働雇用政策室	No.	9
----	-------------	-----	---

事業名	市内企業と学生、女性の就職マッチング事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	市内企業の採用状況や雇用ニーズをきめ細かに把握し、新たな雇用ニーズの掘り起こしを図るとともに、学生や子育て世代の女性の就職ニーズとのマッチング事業を行う。	A

H29 決算	23,000千円	H30 決算	28,000千円
-----------	----------	-----------	----------

提言・報告 施策	I ②			
-------------	-----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	就職をサポートした学生や女性の人数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	100人	125人	125人	A	目標②				
実績①	48人	134人	-		実績②				

事業実績  
(平成30年度)

『就活ファクトリー東大阪』での実績 ※以下ファクトリーと記載  
【新規登録者数】1079人【就職者数】362人(うち市内企業への就職者数134人)【相談件数】665件

○その他特記事項  
1周年記念イベント、就活セミナー強化WEEK「+ワン・ステップ」を開催。過去の人気セミナー「ブランド・ハブ・スタンス」「ホワイト企業」「声みがき」に関しては、HWの会場を使用し、会場をシアター形式にすることにより、通常よりも多くの人数が受け入れが可能になったため、全てのセミナーで20人以上の集客ができた。また、新たな試みとして、「オープンファクトリー」(職場見学会)とJO部活のママ版「ハッピーJOBサークル」を開催。「オープンファクトリー」では実際に職場に足を運ぶことで、製造業に興味を持ってもらえた。「ハッピーJOBサークル」では同じ悩みを持つママ同士が交流することで高い満足度が得られた。

改善すべき点

・モノづくり企業を始めとする市内企業の慢性的に続く深刻な人手不足を解消すること。  
・ファクトリーは平成29年7月のオープンから就職者数は右肩上がり増加しているが、メインターゲットである学生や卒業後3年以内の方を含む20歳代の若者、とりわけ男性の利用が少ないため、さらなる集客を図り、就職に結びつけること。

令和元年度に  
向けた改善策

【キャリアカウンセリング】  
自己理解ができていない若者が増加しているため、新たな自己診断ツールの導入の検討や現状の適職診断ツールをさらに活用し、迅速に次のステップへ進めるよう、カウンセリングフローの精査を行う。また、面接対策や書類添削も、ファクトリーのカウンセラーとしてのスタンスを統一し、どのカウンセラーが対応しても同じアドバイスができるようにしていく。  
【求職者向けセミナー】  
子育て中の方が参加しやすい託児付きセミナーを開催し、復職及び再就職の更なる支援を行う。また、各年代に応じた内容のセミナーを開催し、内容についてもより実践に即したものにす。セミナー受講者に対しては、セミナー受講からキャリアカウンセリング等の個別支援につなげ、決め細やかなサポートを行う。  
【企業支援】  
引き続き企業の現状にあった内容のセミナーを開催し、採用レベルの底上げを図る。また、企業と求職者の接点を増やしていく。  
【広報】

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	10
----	--------------	-----	----

事業名	モノづくり立地促進補助事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	工業専用地域やモノづくり推進地域(工業地域と多くの準工業地域を指す)において、新たに製造業を営む場合や工場を建設する場合などに、土地・建物にかかる都市計画税および固定資産税相当額の一定割合の補助金を交付することで、製造業の立地と定着を図る。	A

H29 決算	77,654千円	H30 決算	94,577千円
-----------	----------	-----------	----------

提言・報告 施策	I ③			
-------------	-----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	補助事業活用による新規立地件数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	3件	5件	5件	A	目標②				
実績①	8件	5件	-		実績②				

事業実績  
(平成30年度)

指定申請件数は減少したが、本補助金に関する問い合わせは定期的にある。

改善すべき点

・補助金の更なる周知が必要である。  
・平成31年度より補助対象期間が5年から3年に戻ったため、その影響を見極める必要がある。

令和元年度に  
向けた改善策

・他部署との連携を密にし、補助対象となりうる企業の情報取得に努める。



所属	経済部 モノづくり支援室	No.	11
----	--------------	-----	----

事業名	住工共生のまちづくり事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	製造業集積の維持・継承に向けた環境づくりを積極的に推進しつつ、良好な住環境を確保することで、活力あふれる経済活動と快適な生活環境が両立したまちを実現していく。	B

H29 決算	80,612千円	H30 決算	103,840千円	提言・報告 施策	I③			
-----------	----------	-----------	-----------	-------------	----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	第	取り組みのあらまし
4	24	1

指標①	補助金施策の活用実績率				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	80%	80%	80%	B	目標②				
実績①	80%	77%	-		実績②				

事業実績 (平成30年度)	住工共生のまちづくり条例第11条に基づき特にモノづくり企業の集積を維持し、促進することが必要であると認める地区をさらに拡大するための検討を実施した。
改善すべき点	住工共生にかかる補助金施策について、活用件数が少ないものがある。
令和元年度に 向けた改善策	住工共生のまちづくりの取り組みに関するPRを積極的に行う。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	12
----	--------------	-----	----

事業名	クリエイション・コア常設展示場出展支援事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	クリエイション・コア東大阪の1階、2階の展示場に市内企業が製品や技術を展示することに対して出展支援を行う。補助対象者は市内企業のみで、出展開始後2年間、月額出展料の3分の1以内で補助金を交付する。	B

H29 決算	461千円	H30 決算	678千円	提言・報告 施策	I④			
-----------	-------	-----------	-------	-------------	----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	第	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	支援企業数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	15社	15社	15社	B	目標②				
実績①	11社	13社	-		実績②				

事業実績 (平成30年度)	昨年度に引き続き8社、新規出展企業5社の計13社。
改善すべき点	毎年、一定数の申請があるため市内企業のニーズはあるが、更なる広報が必要である。
令和元年度に 向けた改善策	(公財)東大阪市産業創造労働者支援機構所属の企業訪問相談員等の協力を仰ぎ、本制度のPRに努める。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	13
----	--------------	-----	----

事業名	国内外販路拡大事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	市内製造業者の販路拡大を図るため、国内外における商談や交流の機会を支援する。また、パンフレット冊子およびWEBなどを活用したPR媒体を作成し、海外への情報発信を行う。	A

H29 決算	10,820千円	H30 決算	9,127千円
-----------	----------	-----------	---------

提案・報告 施策	I④			
-------------	----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	3

指標①	商談件数				指標②	有効配布部数			
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	100件	100件	100件	A	目標②	1,000部	1,000部	1,000部	B
実績①	390件	256件	-		実績②	1,467部	830部	-	
事業実績 (平成30年度)	市内のモノづくり企業に対する国内展示会の出展支援を通じて、256件の商談成約があった。また、海外向けパンフレットについては、平成29年度に引き続き、展示会などのイベントや、海外関係者との会合時などに積極的に配布をした。あわせて、モノづくりのまち東大阪を世界に発信するウェブサイトを作成した。								
改善すべき点	制作したコンテンツの周知								
令和元年度に 向けた改善策	平成29年度～30年度に制作したコンテンツを活用し、本市のモノづくりの認知度向上を図るとともに、新たに海外向け冊子を作成し、領事館と市内企業とのミートアップ事業に活用する。								

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	14
----	--------------	-----	----

事業名	技術交流プラザ事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	市内製造業者の情報発信・販路開拓を支援するため、製造業検索サイト「東大阪市技術交流プラザ」を運営する。	A

H29 決算	9,069千円	H30 決算	8,891千円
-----------	---------	-----------	---------

提案・報告 施策	I④			
-------------	----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	3

指標①	市内企業への問合せ件数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	300件	330件	360件	A	目標②				
実績①	277件	366件	-		実績②				
事業実績 (平成30年度)	(公財)東大阪市産業創造労働者支援機構の企業訪問相談員が企業訪問時に技術交流プラザの案内を行い未登録企業に対し積極的に登録の呼びかけを行う等、新規登録企業の促進を図ったところ73社から新規申し込みがあった。1件でも多くの発注案件を呼び込むため、展示会への出展を行った。申込後、登録に至っていない企業を対象とした操作セミナーを開催した。英語版ページを作成した。PRのためインターネット上に広告を出稿した。								
改善すべき点	企業への問い合わせは前年の2倍になったが、コーディネーターへの問い合わせが微減している。プラザ登録の申込があったが登録に至らない企業へのフォロー。								
令和元年度に 向けた改善策	サイトや問い合わせフォームを改善し、利便性の高いものにする。企業訪問相談員と連携し操作セミナーへの出席を促す。								

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	15
----	--------------	-----	----

事業名	東大阪ブランド推進事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	「東大阪ブランド」を本市モノづくり企業のフラッグシップと位置づけ、認定製品の発信を行い、『モノづくりのまち東大阪』の都市イメージ向上を図る。	D

H29 決算	1,892千円	H30 決算	2,727千円
-----------	---------	-----------	---------

提言・報告 施策	I④			
-------------	----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	3

指標①	ブランド新規認定製品数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	20製品	25製品	30製品	D	目標②				
実績①	6製品	10製品	-		実績②				

事業実績 (平成30年度)	平成30年8月21日、平成30年8月23日、平成31年2月6日、平成31年2月18日に東大阪ブランド認定審査委員会を開催し、7社10製品を認定した。また、東大阪ブランドについてモノづくり支援室のウェブ上にて発信を行った。東大阪ブランド推進機構のウェブも刷新し、東大阪ブランド製品を紹介する冊子を作成した。
改善すべき点	平成29年度に東大阪ブランドの製品認定が、理事長認定から市長が認定するように仕組みが変更となった。これに伴い、理事長が認定した既存製品も市長認定に移行していく作業が必要である。
令和元年度に 向けた改善策	公募で新規製品の認定を行いつつ、理事長認定から市長認定への既存製品の引継ぎ認定を平行して実施する。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	16
----	--------------	-----	----

事業名	モノづくりワンストップ推進事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	受注拡大サポートや、販路系・技術系コーディネーターによる積極的な企業訪問などにより、企業が抱える課題解決に向けた相談に応じる。	A

H29 決算	21,900千円	H30 決算	22,665千円
-----------	----------	-----------	----------

提言・報告 施策	I④	IV①		
-------------	----	-----	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	3

指標①	企業訪問件数				指標②	マッチング件数			
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	1,200件	1,200件	1,200件	B	目標②	120件	120件	120件	A
実績①	1,685件	996件	-		実績②	160件	144件	-	

事業実績 (平成30年度)	技術コーディネーター、販路開拓コーディネーター、企業訪問相談員それぞれが明確なターゲットを設定し、積極的に企業訪問、相談対応を実施した。とりわけ企業訪問相談員においては、ファーストアプローチ（訪問や架電）で得た情報を元に、技術交流プラザへの登録促進など、より個々の企業に応じた支援策の案内などを行った。
改善すべき点	体制の入れ替わりもあり、限られたマンパワーの中で、より高いパフォーマンスを発揮するため、各コーディネーターが得た情報をしっかりと共有し、連携を図りながら相談業務を進める必要がある。
令和元年度に 向けた改善策	引き続き積極的に企業訪問を実施し、現状の把握や課題を抽出に務める。また、技術コーディネーターや販路開拓コーディネーターについては、高付加価値促進事業や国内展示会出展支援事業など助成金の活用実績のある企業の伴走サポートに当たるなど、他の事業との連携を意識し、相談業務を進める。

所属	経済部 商業課	No.	17
----	---------	-----	----

事業名	商業振興コーディネート事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	意欲ある事業者を想定しながら、新たな商業振興のあり方を試行し地域商業の活性化を図る。	A

H29 決算	2,900千円	H30 決算	2,935千円
-----------	---------	-----------	---------

提言・報告 施策	II①	II②	V①	V②
	V③			

第4次実施計画体系		
部	第	取り組みのあらし
4	22	2

指標①	事業効果があったとする対象店舗の割合				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	20%	25%	30%	A	目標②				
実績①	67%	86%	-		実績②				

事業実績 (平成30年度)	平成30年度については、国や大阪府の政策による訪日外国人観光客数の増加に加えてラグビーワールドカップ2019の開催による外国人観戦者に対する市内事業者による受け入れ体制の向上が課題であるため、訪日外国人(インバウンド)対策のための支援を行った。 ①事業者向けインバウンド対策セミナーの実施(2回) 参考になったと回答 第1回目94%、第2回目78%(全回平均86%) ②事業者向けインバウンドおもてなしマニュアル(冊子、A4、8ページ) 市内商店街向けに3,000部配布
改善すべき点	事業者によるインバウンド対策の支援を行う取り組みとして一定の成果があった。インバウンド対策に興味がある事業者に対しては講義による支援を行い、市内商店街に対してはマニュアルによるインバウンド対応の初歩的な対策を示した。しかしながらセミナーについては参加人数が少なかった(延べ31名)ことから、商業振興の活路のひとつとしてのインバウンド対応の機運の向上が求められる。今後についても、市内事業者や事業者グループの抱える課題の解決に向けて支援を行う事が求められている。
令和元年度に 向けた改善策	平成31年度については、ラグビーワールドカップ2019の開催による「ラグビー」に対する関心が高まることを機会として、「ラグビー」や「ラグビーのまち」を活用した商業振興の可能性がことから、翌年以降も商店街や酒店の取り組みが発展するようにラグビー関係者との連携を構築する支援(コーディネート)を行う。

所属	経済部 商業課	No.	18
----	---------	-----	----

事業名	地域密着型支援事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	商店街や小売市場等の小売商業団体が実施する魅力あふれる商店街づくりや、大学・地域などと連携して行う事業など、地域密着型の取り組みに対し補助金を交付することで、商業の活性化を図る。	B

H29 決算	12,047千円	H30 決算	8,865千円
-----------	----------	-----------	---------

提言・報告 施策	II①		

第4次実施計画体系		
部	第	取り組みのあらし
-	-	-

指標①	にぎわいづくり事業実施団体数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	25団体	21団体	21団体	B	目標②				
実績①	19団体	17団体	-		実績②				

事業実績 (平成30年度)	市内商店街などの団体が、夜市やちびっこ祭りを行う場合、にぎわいづくり事業補助金を交付する。 - 駆草山中央商店街振興組合など17団体へ交付(連合団体含む)
改善すべき点	実施団体の数を増やすとともに、商店街に継続的に足を運んでいただけるような工夫について検討してもらえるよう周知したい。
令和元年度に 向けた改善策	ラグビーワールドカップ開催年であることから令和元年度に限定し、にぎわいづくり事業において「ラグビーのまち東大阪」をPRする事業に対しては補助率と補助限度額を引き上げ、ラグビーワールドカップ開催に向け市内の機運を盛り上げ、商業のにぎわいにつなげる。

所属	経済部 商業課	No.	19
----	---------	-----	----

事業名	個店経営者育成セミナー事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	<p>事業者や開業予定者を対象に、魅力ある個店づくりに必要なコンセプト作りや経営・財務・人材育成・販路開拓等の知識を身につける講座を開講するとともに、専門家(アドバイザー)を店舗に派遣する。</p>	A

H29 決算	976千円	H30 決算	626千円	提言・報告 施策	V②	V③
-----------	-------	-----------	-------	-------------	----	----

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	22	2

指標①	アドバイザー派遣により実効果があったと回答した割合				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	80%	80%	80%	A	目標②				
実績①	88%	80%	-		実績②				

事業実績  
(平成30年度)

平成30年度は中小企業診断士を講師に招いて全4回の講義を実施し、5件のアドバイザー派遣を行った。派遣先の業種は以下のとおり。  
洋服販売店(1件)・飲食店(1件)・新規開業予定者(3件)  
平成30年度では、受講者の募集を市政だよりで大々的に行ったことや、実施期間を全4回土曜日に開催したこと、前年度に比べ受講申込者が60%増えた。平均6割の出席率を保ち、約6割が全4回出席した。前年度においては、受講者が回を重ねるごとに減っていくことが課題であったが、アンケート調査から今年度は、受講者にとって満足のいくものとなっており、意欲的な受講者が多かったため、このような結果となった。

改善すべき点

全4回のセミナーについては、これから創業を検討する方が多かった中で、参加者の意欲や知識の差があったため講義内容等を検討する必要がある。また、創業を検討している方からのアドバイザー派遣の自主的な申込は少なく、できる限り個々の状況を把握し、それぞれに適した情報を提供しフォローしていく必要がある。

令和元年度に  
向けた改善策

特に新規開業予定者にアドバイザー派遣を受けていただくため、セミナーの中で新規開業者の課題をしっかり取り起こし、開業前に個々の必要な知識の獲得のためにアドバイザー派遣を受けていただくよう誘導する。

所属	経済部 商業課	No.	20
----	---------	-----	----

事業名	空き店舗活用促進事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	<p>商店街の空き店舗を活用して商業・サービス業の開業支援を図るため、開業の際の一部経費の補助やアドバイザーの派遣を行う。</p>	C

H29 決算	1,232千円	H30 決算	650千円	提言・報告 施策	V③
-----------	---------	-----------	-------	-------------	----

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	22	1

指標①	空き店舗活用促進事業実施団体数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	4件	4件	4件	C	目標②				
実績①	3件	2件	-		実績②				

事業実績  
(平成30年度)

平成30年度からは補助対象を個店単位での申請者のみに整理した。事業内容としては空き店舗活用促進事業として補助金を交付するとともに中小企業診断士によるアドバイザー派遣を実施した。  
・株式会社アンディエル(布施駅北部二番街商店街)(飲食店)  
・株式会社アールダッシュ(布施駅北部二番街商店街)(FC大阪東大阪オフィス、プロサッカークラブショップ)

改善すべき点

平成30年度から補助申請について、簡便化を図ったが実績については目標に届かなかった。周知方法についても見直したため、問い合わせは多かったが、補助要件として金融機関からの融資を受けることが必要となっており、既存の事業者が商店街に2号店を出す際には自己資金で賄うことも多いため、補助対象から外れるケースが発生した。この点について、既存の事業者が本事業を利用する際に、もう少し利用しやすくする必要がある。

令和元年度に  
向けた改善策

補助対象者のうち、既存の事業者については、金融機関からの融資を受ける要件を緩和し、融資要件の代わりに東大阪商工会議所による経営相談を受けることを要件とする。

所属	経済部 農政課	No.	21
----	---------	-----	----

事業名	都市農業活性化農地活用事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	農業団体や農家が行う農業者の振興・育成・活性化を図る事業、また、大阪エコ農産物の栽培を促進する取り組みに対して支援を行う。	A

H29 決算	31,134千円	H30 決算	26,921千円	提言・報告 施策	Ⅲ①	Ⅲ③	Ⅵ①
-----------	----------	-----------	----------	-------------	----	----	----

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	23	3

指標①	大阪エコ農産物栽培面積				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	1,400a	1,450a	1,500a	A	目標②				
実績①	2,847a	2,750a	-		実績②				

事業実績 (平成30年度)	申請59件 補助金交付額26,921,000円
改善すべき点	H30年度は目標を上回ったが、農家、耕作面積の減少が続いていることから、H31年度に向けても実績が維持できるようにしていきたい。
令和元年度に 向けた改善策	農業の振興及び農地保全に繋がる様、都市農業活性化農地活用事業の啓発に努める。

所属	経済部 農政課	No.	22
----	---------	-----	----

事業名	ファーム花いっぱい咲かそう事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	休耕や耕作放棄となっている農地での花の栽培を促すとともに、エコ米生産者への堆肥活用による環境保全型栽培の取り組みを支援することにより、市内の農空間の環境と景観形成を進める。	A

H29 決算	2,243千円	H30 決算	2,028千円	提言・報告 施策	Ⅲ③	Ⅵ②
-----------	---------	-----------	---------	-------------	----	----

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	花の栽培面積				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	50,000㎡	50,000㎡	50,000㎡	A	目標②				
実績①	68,294㎡	58,866㎡	-		実績②				

事業実績 (平成30年度)	申請件数33件 補助金交付額2,028,000円
改善すべき点	目標達成に向けてより一層、本事業の農家への周知を継続して進める。
令和元年度に 向けた改善策	農家へ向けた広報をより一層、行って本事業の農家への周知を継続して進める。



所属 経済部 農政課

No. 23

事業名	農業啓発推進事業	平成30年度 目標達成度
事業概要	安全・安心な農産物を消費者に提供するために、大阪エコ農産物の生産を促進するとともに、市民・消費者の地元農業と農産物に対する関心を高めることで、地産地消の推進や農業の担い手の育成を支援する。	A

H29 決算	4,150千円	H30 決算	4,150千円
-----------	---------	-----------	---------

提言・報告 施策	Ⅲ①	Ⅲ②	Ⅲ④	Ⅲ⑤
	Ⅵ①	Ⅵ②	Ⅵ③	

第4次実施計画体系		
部	第	取り組みのあらし
4	23	1

指標①	事業参加者数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H30達成度		H29	H30	H31	H30達成度
目標①	1,000人	1,000人	1,000人	A	目標②	/	/	/	/
実績①	1,100人	1,000人	-		実績②	/	/	/	/

事業実績 (平成30年度)	ファームマイレージ運動の推進により、地場農産物に対する市民・消費者の購買行動に繋げ、大阪エコ農産物生産者数の増加をもたらしている。
改善すべき点	ファームマイレージ運動の推進により実績が上がっていることから、今後も実績が上がるように継続していく。
令和元年度に 向けた改善策	より一層、市民・消費者の地元農業と農産物に対する関心と理解を広め、高めることで、農地を守り農業を支えることに繋げていきたい。啓発事業に多くの市民が参加できるようにしていきたい。

## 【H29-30】報告に対する本市の考え方

	各部会からの意見の概要(報告より抜粋)	市の考え方(今後の取組み等)
1	<p>短期的に集中して取組む施策と長期的に取組む施策とを明確にするべき (モノづくり振興部門会議)</p>	<p>今後は長期的に取組む施策なのか、短期的に集中して取組む施策なのか方向性を定めた上で、施策のゴールを意識し施策の企画、立案を行います。</p> <p>また、現在執行している事務事業に関しても、効果を勘案し、整理してまいります。</p>
2	<p>施策の実施に際しては、企業への意識喚起から目標設定、情報提供の流れを想定するべき (モノづくり振興部門会議)</p>	<p>事務事業の周知に関しては、(公財)東大阪市産業創造勤労者支援機構のコーディネーターに協力を仰ぐ等、市の実施する事務事業だけでなく、その他支援機関との連携を図って参ります。また、事務事業のターゲットに応じた効果的情報提供の方法について検討して参ります。</p>
3	<p>重要な分野にリソースを集中すべき (モノづくり振興部門会議)</p>	<p>ご指摘の平成29年度実施調査の結果を踏まえ、ハード面ではなく、ソフト面での支援を念頭に置きつつ、事務事業の絞込みを検討して参ります。</p> <p>また、東大阪市都市ブランド形成推進事業につきましては、ラグビーワールドカップ2019終了を一つのタイミングとし、事業の評価を行います。</p>

	各部会からの意見の概要(報告より抜粋)	市の考え方(今後の取組み等)
4	<p>東大阪市立産業技術支援センターの今後のあり方について (モノづくり振興部門会議)</p>	<p>モノづくり試作工場の模様替えに伴い、再構成した東大阪市立産業技術支援センターの機能を明確に打ち出し、ウェブサイトを活用し市内外の企業への周知に取組みます。</p> <p>また、東大阪市立産業技術支援センターの認知度の向上のみならず、人的交流、ネットワークの形成のための活用法も検討して参ります。</p>
5	<p>学生を含む若者と復職・再就職を目指す女性の登録者の増加について (労働雇用部門会議)</p>	<p>昨年度の労働雇用部門会議で、就活ファクトリー東大阪(以下ファクトリー)の対象者のうち、特に利用者の少ない学生と、子育て中の女性の登録者を増加させるためには、ターゲットごとに違ったアプローチが効果的であるという提言を受けた。</p> <p>そこで、学生に対しては、新たな取り組みとして、キャリアセンターに留まらず近畿大学の学部内で就活関連のセミナーを実施する。</p> <p>セミナーで、ファクトリーの事業内容の説明を行うことで、直接、学生にアピールすることができ、今後の利用に期待できる。</p> <p>子育て中の方に対しては、子どもを連れての遠出が大変であるという意見から、ファクトリーがある布施とは別の地域の方も利用しやすいように、旭町にある子育て支援センター「あさひっこ」にて託児付きのセミナーを実施する。</p> <p>さらに、広報ツールの1つであるウェブサイトについては、ファクトリーの特色や魅力がよりわかりやすい内容に改修していく。</p>

	各部会からの意見の概要(報告より抜粋)	市の考え方(今後の取組み等)
6	<p>利用者満足度の向上について (労働雇用部門会議)</p>	<p>利用者満足度を向上させることで、施設のサービスに満足した利用者の口コミなどによる拡散が期待でき、新規登録者数の増加が見込めることから、ファクトリーの特色あるサービスについて検討を行った。</p> <p>そのうちの1つがキャリアカウンセリングであり、これは、一人あたりの利用回数に上限を設けず、担当制によるきめ細やかな対応が利用者に好評である。今後も利用者を丁寧にサポートしていき、就職に繋げていきたい。</p> <p>もう1つは、多種多様なセミナーを開催しているが、これは利用者の幅広いニーズに応じていくとともに、潜在的求職者の掘り起こしを行い、就職活動の第1歩を踏み出すきっかけに繋げていく狙いがあり、今後もより効果的なセミナーを開催していく。</p>
7	<p>実態把握の強化について (労働雇用部門会議)</p>	<p>利用者の状況を把握することで、就職に結びついていない利用者に対して、きめ細やかなサポートを行うことができる。また、その状況を分析することで、今後の運営にも活かすことができると考えられる。</p> <p>そのため、電話にて確認を行うのはもちろんだが、定期的にメールや文書にて状況確認を行い、より正確な状況の把握に努めていく。</p>

## 東大阪市中小企業振興条例

緑豊かな生駒山のふもとに位置する本市のモノづくりの起源は古く、すでに弥生時代には、銅鐸や銅剣などの青銅器鋳物が盛んに造られていました。その歴史と経験に培われた情熱と技術は、大和川の付替えや新田開発などを経て、河内木綿産業や今に続く伸線産業などの地場産業を発展させ、およそ2,000年後の現代に受け継がれました。やがて本市には、多くの製造業が集積することとなり、それが商業、農業、建設業、運輸業その他の産業の活性化にも大きな影響を与えてきました。そして、本市は、我が国の経済の発展をも支える多種多様な小規模企業者が集積する、活力ある「中小企業のまち」・「モノづくりのまち」として、全国的にも確固たる地位を築きあげてきました。

このように、小規模企業者を中心とする本市の中小企業は、地域経済を支える本市の重要な存立基盤であるとともに、熟練の技術を引き継ぎ、産業を活性化させ、市民の雇用やまちのにぎわいを創出する源です。

本市が「夢と活力あふれる元気都市」として発展し続けるためには、中小企業者、大企業者、市民、関係団体そして市が、中小企業の果たす役割の重要性を理解し、協働して、本市の中小企業の振興に総合的に取り組むことが必要不可欠です。

ここに、中小企業の振興を市政の重要な柱として位置付けるとともに、本市の中小企業の振興に関する基本理念及び施策等を定め、もって地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与するため、この条例を制定します。

## (目的)

第1条 この条例は、小規模企業者を中心とした本市における中小企業の果たす役割の重要性に鑑み、中小企業の振興に関する基本理念及び施策等を定め、中小企業者、大企業者、市民、関係団体及び市の責務等を明らかにすることにより、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進し、もって地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与することを目的とする。

## (定義)

第2条 この条例において「中小企業者」とは、中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第2条第1項各号に掲げるもので、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。

2 この条例において「小規模企業者」とは、中小企業基本法第2条第5項に規定する小規模企業者で、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。

3 この条例において「大企業者」とは、中小企業者以外の事業者で、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。

4 この条例において「関係団体」とは、経済団体、金融機関、大学等、特定非営利活動法人その他の中小企業の振興に関係する団体をいう。

(基本理念)

第3条 中小企業の振興は、中小企業者自らの創意工夫及び自主的な努力のもとに推進されなければならない。

2 中小企業の振興は、中小企業者、大企業者、市民、関係団体及び市が、中小企業の果たす役割の重要性を理解し、協働して推進されなければならない。

3 中小企業の振興は、大都市圏に立地する産業集積の拠点という本市の地域特性を生かした施策により推進されなければならない。

4 中小企業の振興は、国、大阪府その他の公共団体（以下「国等」という。）との連携を図りながら、推進されなければならない。

(中小企業者の努力)

第4条 中小企業者は、前条に定める基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、自主的な経営基盤の強化、雇用機会の確保、人材の育成、従業員の福利厚生の実現等を図るとともに、第9条に定める施策（以下「施策」という。）を積極的に活用し、その推進に協力するよう努めるものとする。

2 中小企業者は、地域社会の一員として、豊かで住みよいまちの実現に配慮するとともに、地域社会に貢献するよう努めるものとする。

(大企業者の役割)

第5条 大企業者は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が地域経済の活性化に重要な役割を果たすことを理解し、施策の推進及び中小企業の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

2 大企業者は、地域社会の一員として、中小企業者との共存共栄のもとに、社会的責任を自覚し、地域社会に貢献するよう努めるものとする。

(市民の理解及び協力)

第6条 市民は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与することを理解し、施策の推進及び中小企業の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(関係団体の理解及び協力)

第7条 関係団体は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が地域経済の活性化に重要な役割を果たすことを理解し、施策の推進及び中小企業の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(市の責務)

第8条 市は、基本理念にのっとり、中小企業の振興に関し、必要な調査を行い、施策を実施するものとする。

2 市は、中小企業の振興に関し、必要な財政上の措置を講ずるものとする。

3 市は、中小企業の振興に関し、国等との連携並びに中小企業者、大企業者、市民及び



関係団体の協働の推進に努めるものとする。

- 4 市は、市が発注する工事の請負、役務の提供又は物品の購入その他の調達に当たっては、予算の適正な執行並びに透明かつ公正な競争及び契約の適正な履行の確保に留意しつつ、中小企業者の受注の機会の増大に努めるものとする。

(中小企業の振興に関する施策)

第9条 第1条に定める目的を達成するために、本市が総合的に推進すべき中小企業の振興に関する施策は、次のとおりとする。

- (1) 中小企業者の産業集積を活性化し、ネットワークを強化するための施策
- (2) 中小企業者の操業環境を確保し、市民の住環境との調和を推進するための施策
- (3) 中小企業者の販路を拡大するための施策
- (4) 中小企業者の経営資源を強化するための施策
- (5) 中小企業者の人材を育成し、事業承継を円滑化するための施策
- (6) 中小企業者の資金調達を円滑化するための施策
- (7) 中小企業者の創造的な事業活動を促進するための施策
- (8) 中小企業者のグローバル化を支援するための施策
- (9) 中小企業者の労働環境を整備するための施策
- (10) 中小企業者の魅力等の情報を発信するための施策
- (11) 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める施策

(振興会議)

第10条 本市に、東大阪市中企業振興会議（以下「振興会議」という。）を置く。

- 2 振興会議は、この条例の改廃に関する事項、施策の実施等に関する事項その他の中小企業の振興に係る重要事項を審議する。
- 3 振興会議は、前項に規定する事項に関し、市長に意見を述べることができる。
- 4 前3項に定めるもののほか、振興会議の組織及び運営に関し必要な事項は、市長が定める。

(実施状況の公表等)

第11条 市長は、毎年度、施策の実施状況を取りまとめ、公表するものとする。

- 2 市長は、前項の実施状況について調査及び分析を行うものとする。

(委任)

第12条 この条例の施行について必要な事項は、市長が定める。

附 則

この条例は、平成25年4月1日から施行する。

## ○東大阪市中小企業振興会議規則

平成25年3月31日東大阪市規則第61号

改正

平成27年3月27日規則第26号

## 東大阪市中小企業振興会議規則

(趣旨)

第1条 この規則は、東大阪市中小企業振興条例（平成25年東大阪市条例第4号）第10条第4項の規定に基づき、東大阪市中小企業振興会議（以下「振興会議」という。）の組織、運営その他振興会議に関し必要な事項を定めるものとする。

(組織)

第2条 振興会議は、委員25人以内で組織する。

2 振興会議に、特別の事項を審議させるため必要があるときは、臨時委員を置くことができる。

3 委員及び臨時委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 市内の中小企業者
- (2) 学識経験者
- (3) 公募に応じた者
- (4) 本市の職員
- (5) その他市長が適当と認める者

(委員及び臨時委員の任期)

第3条 委員の任期は、前条第3項の規定により委嘱され、又は任命された日が属する年度の翌年度の末日までとする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

2 委員は、再任されることができる。

3 臨時委員の任期は、当該臨時委員に係る特別の事項の審議が終了するまでとする。

(会長及び副会長)

第4条 振興会議に会長及び副会長を置き、委員の互選により定める。

2 会長は、振興会議を代表し、会務を総理する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 振興会議の会議は、会長が招集し、その議長となる。

2 振興会議の会議は、委員の過半数が出席しなければ、開くことができない。

3 振興会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(部会)

第6条 振興会議は、その定めるところにより、部会を置くことができる。

2 部会に属する委員及び臨時委員は、会長が指名する。

3 部会に部会長を置き、委員のうちから会長が指名する。

4 部会長は、部会の事務を掌理する。

5 部会長に事故があるとき、又は部会長が欠けたときは、あらかじめ部会長の指名する委員

が、その職務を代理する。

6 振興会議は、部会の議決をもって振興会議の議決とすることができる。

7 前条の規定は、部会の会議について準用する。この場合において、同条中「振興会議」とあるのは「部会」と、「会長」とあるのは「部会長」と、「委員」とあるのは「委員及び臨時委員」と読み替えるものとする。

(関係者の出席)

第7条 振興会議は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求めて、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第8条 振興会議の庶務は、経済部において処理する。

(委任)

第9条 この規則に定めるもののほか、振興会議の運営に関し必要な事項は、会長が定める。

附 則

1 この規則は、平成25年4月1日から施行する。

2 第2条第3項の規定による委嘱又は任命後最初の振興会議の招集及び会長が選出されるまでの間における振興会議の運営は、市長が行う。

附 則 (平成27年3月27日規則第26号)

1 この規則は、平成27年4月1日から施行する。

2 改正後の第3条第1項の規定は、この規則の施行の日以後に委嘱され、又は任命される委員の任期について適用し、同日前に委嘱され、又は任命された委員の任期については、なお従前の例による。

## 東大阪市中小企業振興会議委員(委嘱期間:R1.7.16~R3.3.31)

No.	氏名	役職等		分野	女性
1	阿児 加代子	大阪府社会保険労務士会 大阪東支部		社労士	○
2	芦塚 格	近畿大学経営学部	教授	学識	
3	井戸辻 剛	株式会社商工組合中央金庫	東大阪支店長	金融	
4	茨木 延夫	東大阪市小売商業団体連合会	会長	商業	
5	大塚 征慈郎	公募委員		公募	
6	大西 由起子	東大阪観光協会	会長	サービス	○
7	奥村 龍一	野村証券株式会社	東大阪支店長	工業	
8	織田 康志	ハローワーク布施	所長	労働	
9	加藤 司	大阪商業大学総合経営学部	教授	学識	
10	衣笠 葉子	近畿大学法学部	教授	学識	○
11	草場 寛子	株式会社盛光SCM	代表取締役	工業	○
12	桑野 博行	大阪商業大学総合経営学部	教授	学識	
13	芝田 秀則	株式会社日本政策金融公庫	東大阪支店長	金融	
14	西田 成範	グリーン大阪農業協同組合	常務理事	農業	
15	西松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所	所長	診断士	○
16	檜尾 めぐみ	公募委員		公募	○
17	松尾 雅明	東大阪商工会議所	専務理事	商議所	
18	光岡 正道	公募委員		公募	
19	柳山 稔	東大阪市工業協会	会長	工業	

※五十音順

## ●モノづくり振興部門会議

氏名		役職	女性
1	芦塚 格 (*)	近畿大学経営学部 教授	
2	大塚 征慈郎	公募委員	
3	奥村 龍一	野村證券株式会社 東大阪支店長	
4	草場 寛子	株式会社盛光SCM 代表取締役	○
5	本多 哲夫 (○)	大阪市立大学商学部 教授	
6	松尾 雅明	東大阪商工会議所 専務理事	
7	柳山 稔	東大阪市工業協会 会長	

## ●商業振興検討部会

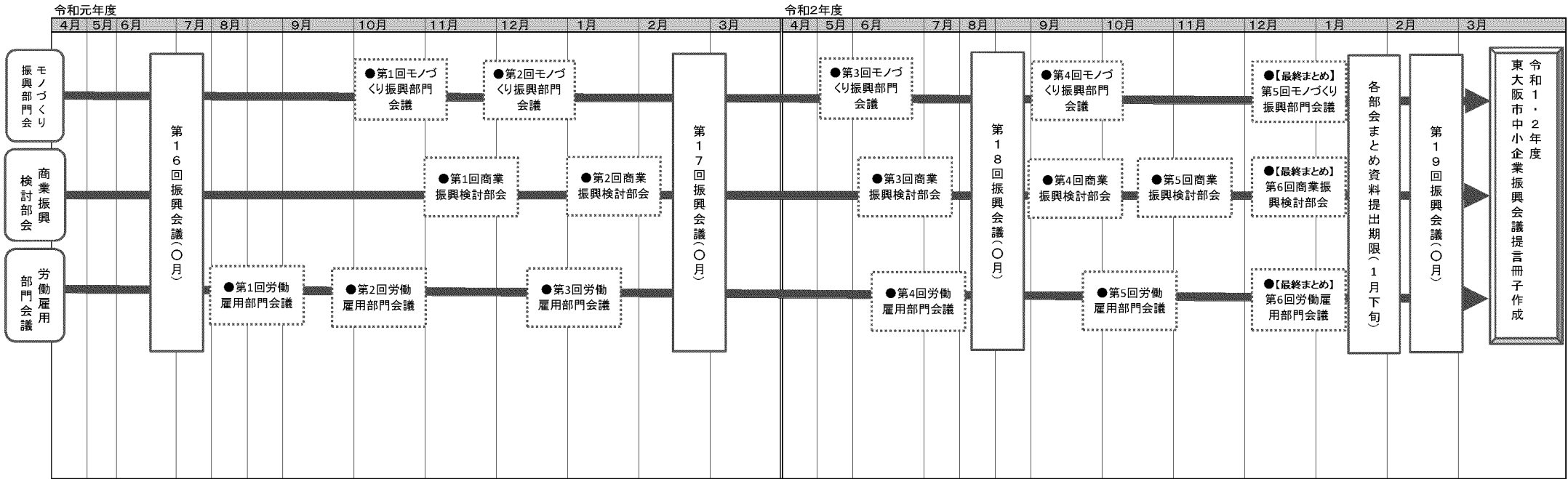
氏名		団体名・役職名	女性
1	茨木 延夫	東大阪市小売商業団体連合会 会長	
2	大西 由起子	東大阪観光協会 会長	○
3	加藤 司 (*)	大阪商業大学総合経営学部 教授	
4	芝田 秀則	株式会社日本政策金融公庫 東大阪支店長	
5	白山 登茂和 (○)	ふれんちん 店主	
6	西田 祥一 (○)	酒のにしだ 店長	
7	光岡 正道	公募委員	
8	和合 健一 (○)	有限会社東阪社 代表取締役	

## ●労働雇用部門会議

氏名		役職	女性
1	阿児 加代子	オフィス・AKO 特定社会保険労務士	○
2	織田 康志	ハローワーク布施 所長	
3	衣笠 葉子 (*)	近畿大学法学部 教授	○
4	田中 聡一 (○)	近畿工業株式会社 代表取締役	
5	西松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所	○
6	檜尾 めぐみ	公募委員	○

(○):臨時委員

(\*):部会長



※第17回振興会議と第18回振興会議は、どちらか一方を開催予定。

# 東大阪市の中小企業振興に関する提言

## 【概要】

平成 27 年 7 月  
東大阪市中小企業振興会議





# 目 次

## はじめに

平成 27 年度東大阪市中企業振興会議～東大阪市の中小企業振興に関する提言（概要）

1 東大阪市の中小企業の概要と動向	5
(1) 市内中小企業の概要	
(2) 市内中小企業の景況感	
(3) 市内中小企業の経営上の問題点	
(4) 雇用情勢	
2 東大阪市中企業振興会議及び部会の設置	8
3 東大阪市の中小企業振興に関する提言の概要	10
4 参考資料	11
資料1 審議経過	
資料2 東大阪市中企業振興会議委員名簿	
5 東大阪市の中小企業振興に関する提言	
● 東大阪市モノづくり支援再興戦略（モノづくり支援施策のあり方検討部会）	17
● 商店街と地域との連携のあり方（地域商業の魅力と活力の再生検討部会）	19
● 地方における観光による経済活性化について（地域商業の魅力と活力の再生検討部会）	21
● 都市農業振興への提言（農業振興検討部会）	23



## はじめに

東大阪市は、全国でも有数の中小企業の一大集積地であり、活力ある「中小企業のまち」として、また基盤的技術産業を中心に多種多様なモノづくり企業が集積した「モノづくりのまち」として世界的にも名を馳せている。東大阪市の中小企業はそのほとんどが従業員 20 人以下の小規模企業者であるが、地域経済を支える本市の重要な存立基盤であるだけでなく、市民の雇用やまちのにぎわいを創出する源として、重要な役割を担っている。

これらの小規模企業者を中心とした中小企業の果たす役割の重要性に鑑み、東大阪市では、中小企業の振興に関する基本理念及び施策等を定め、中小企業者、大企業者、市民、関係団体及び市の責務等を明らかにし、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進することによって、地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与することを目的とした東大阪市中心小企業振興条例が平成 25 年 4 月 1 日に施行された。

東大阪市では、東大阪市第 2 次総合計画後期基本計画においてまちづくりの基本方針が示され、その目標達成に向けた各般の施策が展開されているところである。特に東大阪市中心小企業振興条例では中小企業の振興を市政の重要な柱として位置付けていることから、市として中小企業の振興に関する施策については総合的に推進、地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現を目指している。東大阪市中心小企業振興会議も本条例に基づき平成 25 年 7 月 29 日に設置され、その後 2 年間に渡り、市が実施しているこれらの施策はもとより、今後展開すべき中小企業支援施策等について議論を重ねてきた。

このたび、東大阪市中心小企業振興会議の専門部会であるモノづくり支援施策のあり方検討部会、地域商業の魅力と活力の再生検討部会、農業振興検討部会において議論を重ねてきた内容を、東大阪市中心小企業振興会議の提言として取りまとめた。東大阪市には、これまでの中小企業振興会議における議論の過程で、委員各位より出された様々な意見や提案を真摯に受け止め、実現可能なものから速やかに施策化を図っていただきたいと考えるものである。

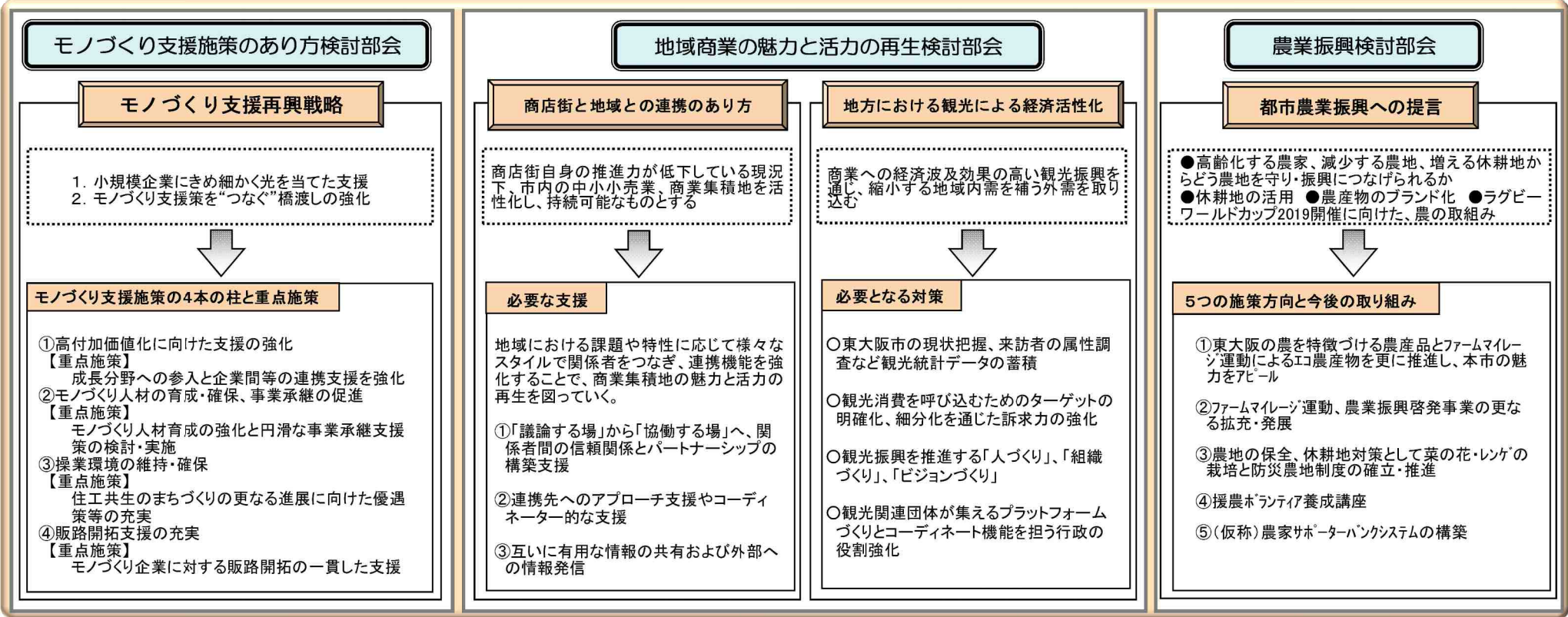
最後に、東大阪市中心小企業振興会議及び各部会において、終始熱心にご議論をいただいた委員各位に衷心より御礼申し上げます。

平成 27 年 7 月

東大阪市中心小企業振興会議  
会 長 文 能 照 之



# 平成27年度東大阪市中小企業振興会議～東大阪市の中小企業振興に関する提言（概要）



**振興会議の提案にもとづく具体的な施策の構築・推進**  
 「モノづくりが元気なまち」「雇用が安定し働きやすいまち」「買い物しやすい街」「農業と農地空間を大切にすまち」

(中小企業振興条例)  
地域経済を活性化し豊かで住みよいまちの実現
(総合計画後期基本計画)  
活力ある産業社会を切り拓くまちづくりの実現

(東大阪市第2次総合計画 将来都市像)  
**「夢と活力あふれる 元気都市・東大阪」**



# 1 東大阪市の中小企業の概要と動向

## (1) 市内中小企業の概要

東大阪市は面積が 61.78k m<sup>2</sup>で大阪府下の市町村別では第 9 位(平成 27 年 3 月 6 日国土交通省国土地理院発表の大きさ)であるのに対し、事業所数は 26,285 件(平成 24 年経済センサス活動調査)従業者数は 235,585 人と大阪市、堺市について 3 位となっており、全国でも有数の産業集積地である。

全事業所数のうち、製造業の事業所数は 6,546 件で 24.9%、従業者数は 65,649 人と 27.9%を占めており、ともに最も多い産業(大分類)となっている。(図表 1) 事業所数を従業員規模別にみると、「1~4 人」規模が 15,346 事業所と全体の 58.4%を占め、次いで「5~9 人」が 5,223 事業所(19.9%)であり、従業者 9 人以下の事業所が全体の約 80%を占めている。(図表 2)

ただ、経済センサス以前に実施されていた工業統計調査によると、製造業の事業所数は平成 20 年の調査では、6,016 件で、昭和 58 年の 10,033 件をピークに減少傾向にあり、この状況は今現在も進行形であると思われる。

製造業の事業所数・売上の推移(図表1)

業種分類	事業所数	構成比	従業者数	構成比
農林漁業	13	0.0%	56	0.0%
鉱業	0	0.0%	0	0.0%
建設業	1,542	5.9%	10,121	4.3%
製造業	6,546	24.9%	65,649	27.9%
電気ガス・熱供給・水道業	14	0.1%	921	0.4%
運輸・情報・通信業	1,027	3.9%	21,594	9.2%
卸売・小売業	6,259	23.8%	55,016	23.3%
飲食店等	2,944	11.2%	17,807	7.6%
金融・保険業	280	1.1%	4,109	1.7%
不動産業	1,868	7.1%	6,440	2.7%
サービス業ほか	5,792	22.0%	53,872	22.9%
総数	26,285	100.0%	235,585	100.0%

規模別事業所数・従業者数(図表2)

従業員規模	事業所数	構成比	従業者数	構成比
1~4人	15,346	58.4%	33,772	14.3%
5~9人	5,223	19.9%	34,088	14.5%
10~19人	3,114	11.8%	42,176	17.9%
20~29人	1,126	4.3%	26,605	11.3%
30人以上	1,396	5.3%	98,944	42.0%
派遣従業員のみ	80	0.3%	0	0.0%
総数	26,285	100.0%	235,585	100.0%

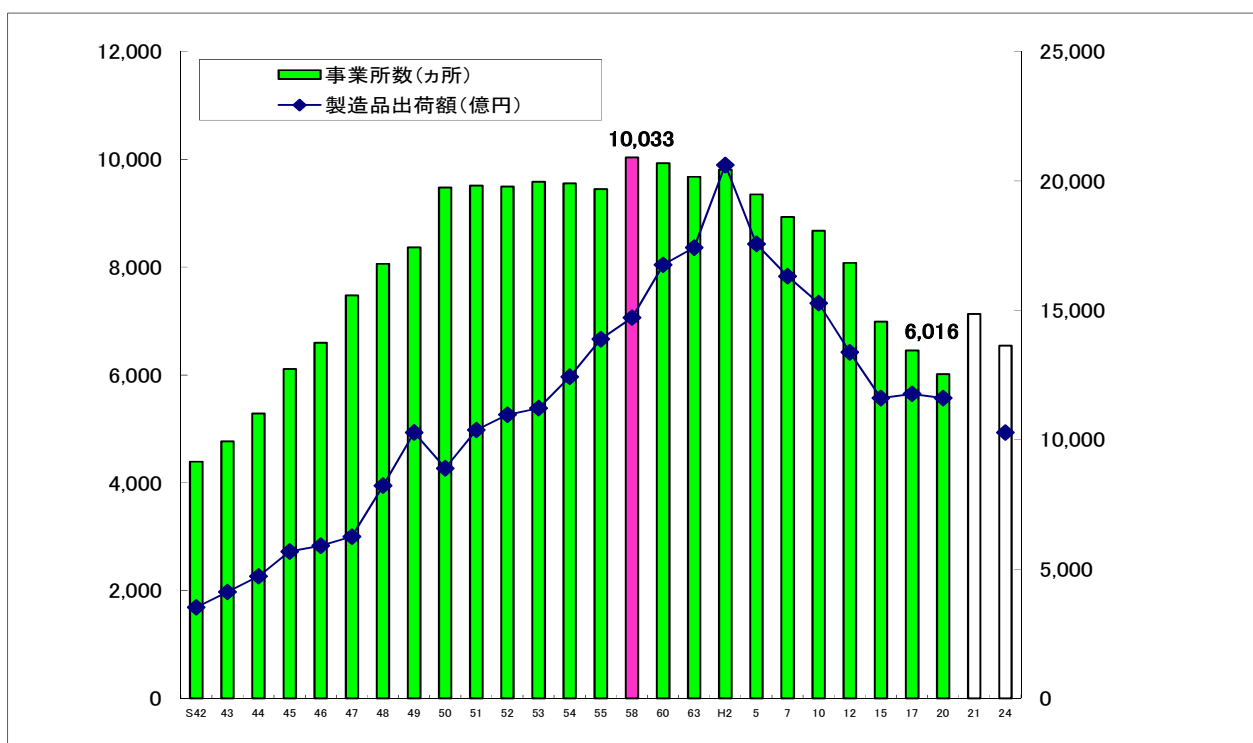
<出典>行政管理局「経済センサス活動調査」

※一部分類は省略し表記している。

・運輸・情報・通信業(情報通信業+運輸業、郵便業)

・サービス業ほか(学術研究、専門・技術サービス業+生活関連サービス業、娯楽業+教育、学習支援業+医療、福祉+複合サービス業+サービス業)

製造業の事業所数・製造品出荷額

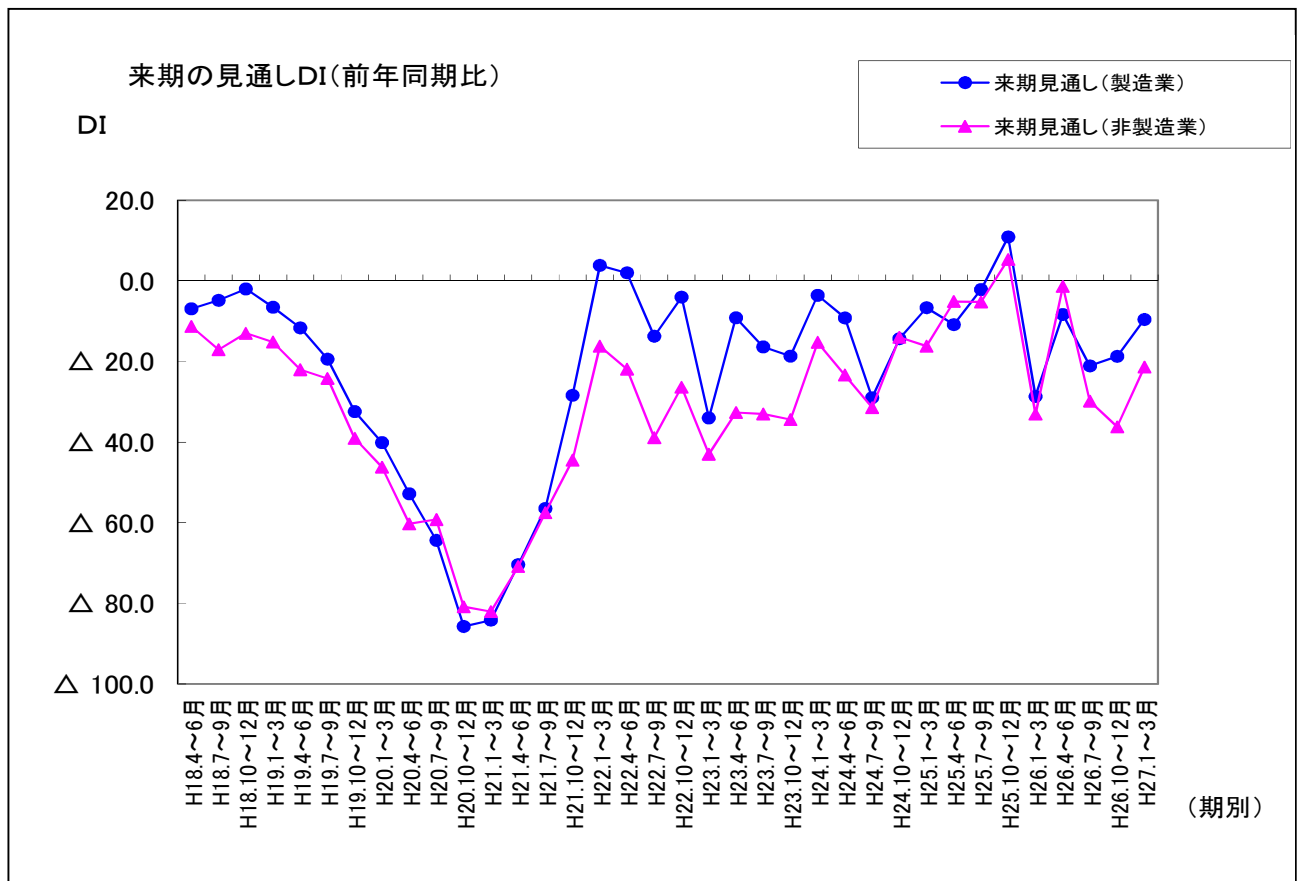


<出典>行政管理局「工業統計調査」「経済センサス活動調査」

- ※1 平成20年以前は工業統計調査、平成21年は経済センサス基礎調査、平成24年は経済センサス活動調査
- ※2 平成21年経済センサス基礎調査、平成24年経済センサス活動調査は、事業所・企業の補足範囲を拡大している等の理由により、平成20年以前の調査とは時系列比較はできない
- ※3 平成20年以前の調査は出荷額のみ、平成24年は売上げで出荷額以外の収入も含む
- ※4 平成24年の売上げは「外国の会社」及び「法人でない団体を除いた5,451件の合計額

## (2) 市内中小企業の景況感

市内企業の景況感は、国の経済政策である「大胆な金融政策」、「機動的な財政政策」、「民間投資を喚起する成長戦略」のいわゆる「三本の矢」を背景とした円安・株高等の流れを受け緩やかに改善、平成26年1月から3月期には、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要等により、景況DIはリーマンショック以降の最高値を記録した。しかしながら、平成26年4月以降、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動等により、景況DIは悪化。今後は、先行きに持ち直しを見込むも、慎重な見方が続いている。



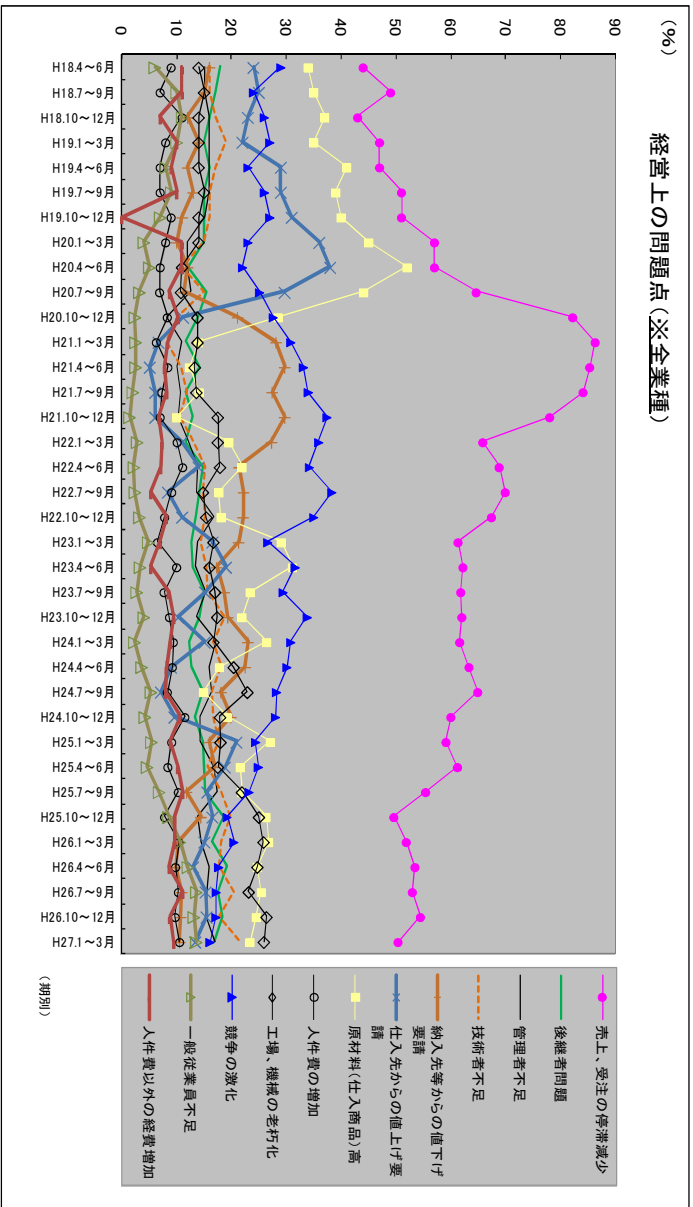
<出典>経済部「東大阪市動向調査」

※DIとは、好況(増加、上昇、好転)と回答した企業の比率から不況(減少、下降、悪化)と回答した企業の比率を引いた数値であり、判断の目安となる指数である。売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景況感の相対的な広がり意味する。



### (3) 市内中小企業の経営上の問題点

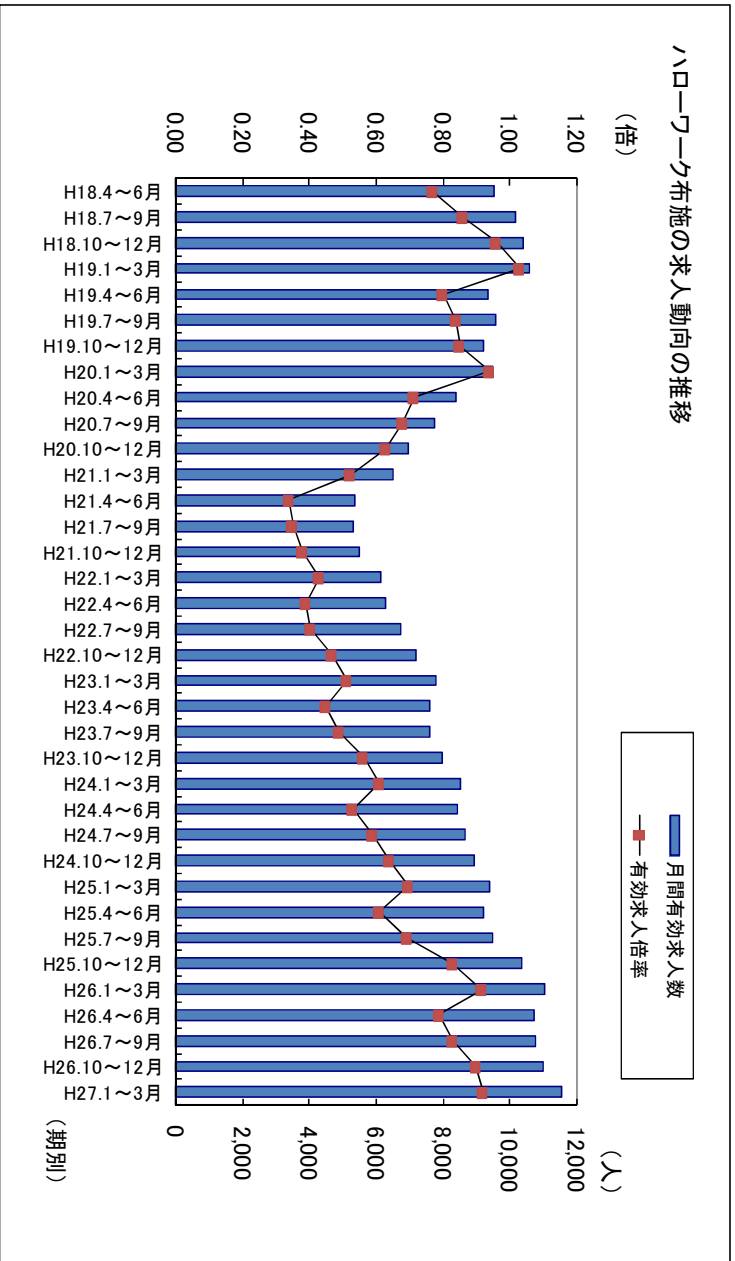
市内企業の経営上の問題点は、調査開始来「売上、受注の停滞減少」が最も高く、「工場、機械の老朽化」がこれに続き、最近では、「技術者不足」や「後継者問題」、「管理者不足」、「一般従業員不足」など人材不足に起因する問題が高い数値を示している。



<出典>経済部「東大阪市動向調査」

### (4) 雇用情勢

ハローワーク布施 (東大阪市・八尾市管轄) の有効求人倍率 (原数値) について、平成27年1月～3月期の3ヶ月平均は0.92となり、改善傾向が続いている。

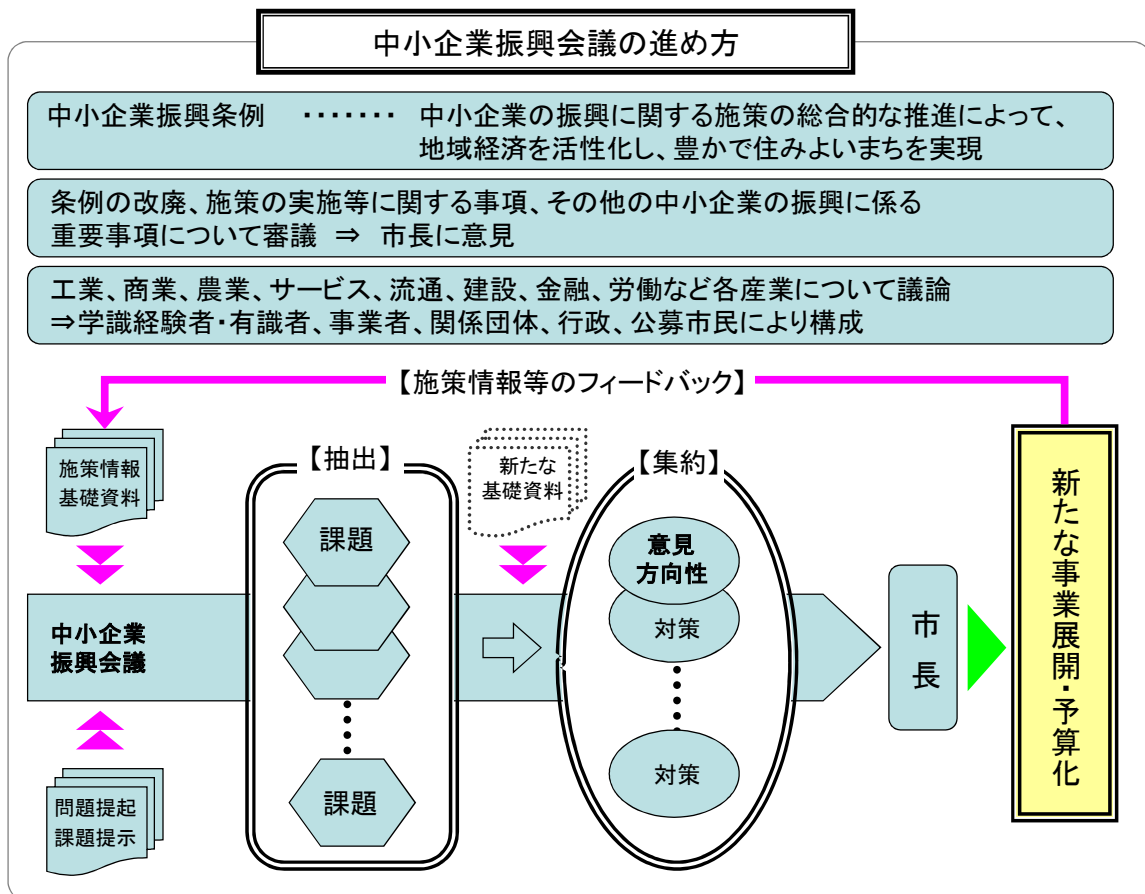


<出典>経済部「東大阪市動向調査」

## 2 東大阪市中小企業振興会議及び部会の設置

平成25年7月29日に東大阪市中小企業振興条例に基づく「東大阪市中小企業振興会議」が設置され、市内中小企業の現況や課題等を踏まえ、本市中小企業の施策の推進について審議を行うこととなった（【図1】参照）

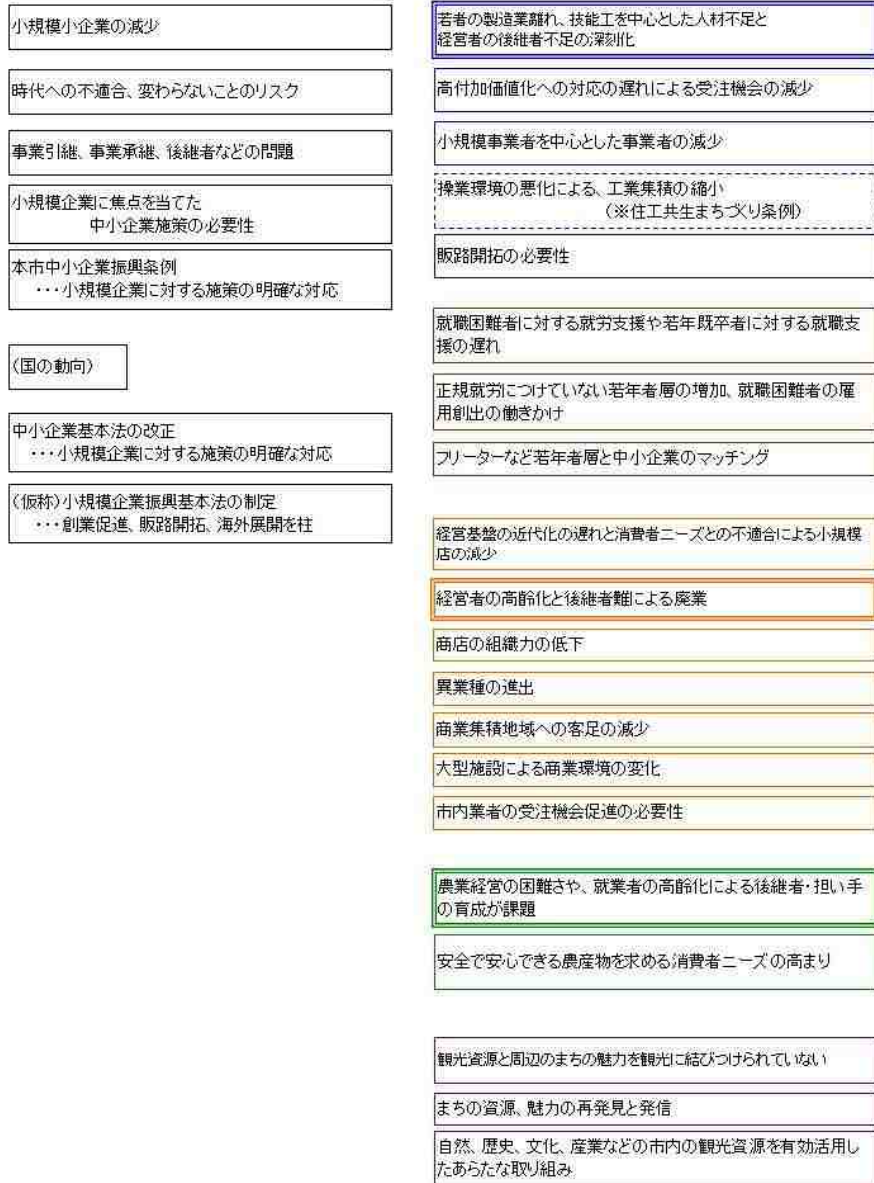
また、中小企業振興会議における検討テーマを選定するため、平成25年8月26日に「東大阪市中小企業振興会議検討テーマ選定部会」を設置。同部会において、市内中小企業の現状と課題の抽出・整理を行い、「事業継承、後継者問題、事業転換等を念頭に置いた中小企業集積の持続に関する検討」を振興会議全体のテーマとすることとし、本テーマを念頭に置きながら、市内中小企業が抱える課題の解決について、より詳細に議論を行うため、中小企業振興会議のもとに、「モノづくり支援施策のあり方検討部会」「地域商業の魅力と活力の再生検討部会」「農業振興検討部会」の3つの部会の立ち上げを決定した。（【図2】参照）なお、「労働雇用に関するあり方の検討」に関しては、製造業や商業との雇用マッチングや雇用環境と密接に関係するが、今回は特に「モノづくり支援施策のあり方検討部会」の中で議論を進めた。また、「観光行政に関する検討」については「地域商業の魅力と活力の再生検討部会」の中で議論を進めた。



【図1】

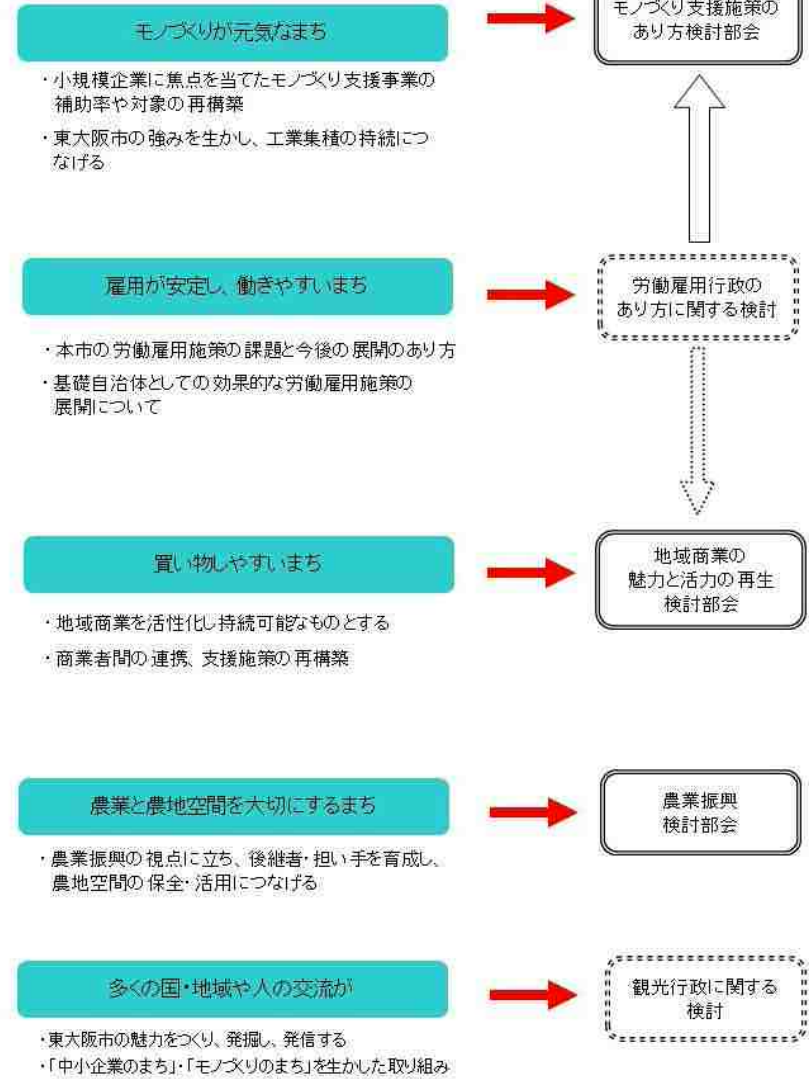
# 東大阪市中小企業振興会議の検討課題と部会構成

## 東大阪市の中小企業の現状と課題



事業承継、後継者問題、事業転換等を念頭に置いた、中小企業集積の持続に関する検討

## 検討の方向性



【図2】

### 3 東大阪市の中小企業振興に関する提言の概要

はじめにでも述べたとおり、東大阪市では東大阪市第2次総合計画後期基本計画においてまちづくりの基本方針が示され、その目標達成に向けた各般の施策が展開されているところである。また平成25年4月から施行された東大阪市中企業振興条例は、中小企業の振興を市政の重要な柱として位置付け、市として中小企業の振興に関する施策については総合的に推進することによって、地域経済を活性化し豊かで住みよいまちの実現を目的としている。振興会議としても、市の総合計画とこれを推進する後期基本計画及び中小企業振興条例のそれぞれの理念、目的を踏まえ、市が実施している各般の施策はもとより、今後展開すべき中小企業振興のための施策等について議論を重ねてきた。

モノづくり支援施策のあり方検討部会では、小規模企業にきめ細かく光をあてた支援とモノづくり支援策を“つなぐ”橋渡しの強化の2つのコンセプトを再設定。①高付加価値化に向けた支援の強化 ②モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進 ③操業環境の維持・確保 ④販路開拓支援の充実 をモノづくり支援施策の4本の柱として重点施策を位置づけた「モノづくり支援再興戦略」を取りまとめた。

地域商業の魅力と活力の再生検討部会では、商店街と地域との連携のあり方に関し、地域における課題や特性に応じて様々なスタイルで関係者をつなぎ連携機能を強化することで、商業集積地の魅力と活力の再生を図ることを支援のポイントとして、その具体的な支援策を提言している。また、地方における観光による経済活性化に関しては、商業への経済波及効果の高い観光振興を通じ、縮小する地域内需を補う外需を取り込むために必要となる対策について提言している。

農業振興検討部会では、高齢化する農家、減少する農地、増える休耕地からどう農地を守り、振興につなげられるかや休耕地の活用、農産物のブランド化、ラグビーワールドカップ2019開催に向けた、農の取組みをテーマに検討を進め、①東大阪の農を特徴づける農産品とファームマイレージ運動によるエコ農産物を更に推進し本市の魅力アピール ②ファームマイレージ運動、農業振興啓発事業の更なる拡充・発展 ③農地の保全、休耕地対策として菜の花・レンゲの栽培と防災農地制度の確立・推進 ④援農ボランティア養成講座 ⑤(仮称)農家サポーターバンクシステムの構築 の5つの施策方向とその今後の取り組みについて提言している。

振興会議が提言するこれらの内容は、市が実施している施策のさらなる推進と中小企業振興のための新たな展開を可能とする内容となっている。よって、市がこれら実現可能なものについて速やかに具体的な施策を構築・推進することが、中小企業振興条例が目的とする「地域経済を活性化し豊かで住みよいまち」と総合計画後期基本計画における「活力ある産業社会を切り拓くまちづくり」を実現するとともに、第2次総合計画がめざす将来都市像「夢と活力あふれる 元気都市・東大阪」の実現へとつながるものであることから、今後の市の取り組みが大いに期待されている。

## 4. 参 考 资 料



## 審 議 経 過

### 平成25年度

#### 中小企業振興会議

第1回(平成25年7月29日)

- (1) 東大阪市中小企業振興会議の進め方について
- (2) 東大阪市の中小企業の現状について
- (3) 経済施策について
- (4) 検討テーマの設定について
- (5) 会議の公開について

第2回(平成25年9月26日)

- (1) 東大阪市中小企業振興会議部会の設置について

第3回(平成26年3月12日)

- (1) 各部会における中間報告について
- (2) 平成26年度中小企業の振興に関する施策(案)について

### 平成26年度

#### 中小企業振興会議

第1回(平成26年8月6日)

- (1) 各部会における進捗報告について
- (2) H25 中小企業振興施策に関する実施状況の報告について

第2回(平成26年11月26日)

- (1) 各部会における進捗報告について

第3回(平成27年3月2日)

- (1) 各部会における報告等について

### 平成27年度

#### 中小企業振興会議

第1回(平成27年7月14日)

- (1) 中小企業振興会議最終報告案について
- (2) H26 中小企業振興施策に関する実施状況の報告について

## 東大阪市中小企業振興会議委員名簿

平成27年7月現在

会長・部会長	文能 照之	近畿大学経営学部教授
副会長・部会長	糸野 博行	大阪商業大学総合経営学部教授
部会長	中嶋 嘉孝	大阪商業大学総合経営学部准教授
部会長	上田 秀樹	大阪樟蔭女子大学健康栄養学部 健康栄養学科准教授
委員	阿児 加代子	オフィス・AKO 特定社会保険労務士
委員	大西 由起子	東大阪観光協会会長
委員	大本 仁	大阪東信用金庫東大阪営業部部長
委員	加來 千佳子	大建プラスチック株式会社代表取締役社長
委員	角井 勝美	光輝物流株式会社代表取締役社長
委員	角本 律子	前東大阪商工会議所東支所所長
委員	倉貫 智之	東大阪市大型小売店舗連絡協議会会長
委員	小杉 栄	公募委員
委員	園田 浩一	前東大阪市産業創造勤労者支援機構事務局長
委員	西田 尚子	布施公共職業安定所所長
委員	高田 久司	グリーン大阪農業協同組合常務理事
委員	高橋 由紀子	東大阪ブランド機構理事
委員	田中 聡一	公募委員
委員	寺尾 昇三	センター建設株式会社代表取締役会長
委員	西松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所所長
委員	平井 良彦	前東大阪市小売商業団体連合会会長代行
委員	丸谷 賢司	公募委員
委員	森田 園子	元大阪樟蔭女子大学学芸学部ライブ・ランニング学科教授
委員	矢沢 文浩	株式会社商工組合中央金庫東大阪支店支店長
委員	吉田 久	株式会社日本政策金融公庫東大阪支店中小企業事業統括
委員	脇田 恒夫	公募委員

(順不同、敬称略)

## 検討テーマ選定部会委員名簿

平成25年8月現在

部会長	文能 照之	近畿大学経営学部教授
委員	上田 秀樹	大阪樟蔭女子大学学芸学部健康栄養学科准教授
委員	糸野 博行	大阪商業大学総合経営学部教授
委員	中嶋 嘉孝	大阪商業大学総合経営学部准教授
委員	森田 園子	大阪樟蔭女子大学学芸学部ライブ・ランニング学科教授

(順不同、敬称略)



## 5. 東大阪市の中小企業振興に関する提言



# 東大阪市モノづくり支援再興戦略の概要

## 東大阪市モノづくり支援新戦略（提言）以降の経済・社会環境の変化

東大阪市モノづくり経済特区構想（策定）〔平成15年3月〕



- ・都市経営的観点からモノづくり都市の方向を明確化
- ・高付加価値製品を作り出す苗床としての機能的役割を担うべく、工場の立地・操業しやすい製造環境の提供に向け施策展開

東大阪市モノづくり支援新戦略（提言）〔平成20年2月〕

- ・特区構想の基本理念は、引き続き継承しつつ、なお厳しい小規模企業の実情、モノづくり人材の高齢化、操業環境の悪化といった今日的課題に対応すべく策定
- ・「①小規模企業の高付加価値化を強力に支援」、「②安心して操業できる操業環境を確保」の2つをコンセプトに、4つのフレームで施策展開

### 新戦略提言以降の経済・社会環境変化の潮流

新戦略の提言を受けて以後、5年以上が経過し、この間、平成20年9月のリーマン・ショックによる未曾有の経済危機、さらに平成23年3月の東日本大震災や同年以降の欧州政府債務危機等、新戦略策定時から中小企業・小規模企業者を取り巻く経済・社会環境は著しく変化している。

- 東日本大震災の発生 → 被災地の基大な被害、原材料等や商品配送の停滞、自粛ムード等の消費マインド低下、電力供給制約の発生
- 国内モノづくりの構造変化 → 人口減少・経営者層の高齢化・海外との競争激化・地域経済の低迷といった構造変化、事業所数減少
- 政策環境の変化
  - ・国 → 中小企業憲章の制定(H22.6.18 閣議決定)、小規模企業活性化法(H25.6.21公布、9.20施行)、小規模企業振興基本法(H26.6.27公布・施行)
  - ・東大阪市 → 東大阪市中小企業振興条例(H25.3.31公布、4.1施行) 東大阪市住工共生のまちづくり条例(H25.3.31公布、4.1施行)

## 「モノづくり支援施策のあり方検討部会」での議論

東大阪市中小企業振興会議で「モノづくり支援施策のあり方検討部会」を設置

東大阪市中小企業振興条例に基づいて、平成25年7月に組成した「東大阪市中小企業振興会議」で、新戦略提言以降の経済・社会環境の変化を踏まえ、東大阪市におけるモノづくり支援施策のあり方を再構築していく必要があるとの認識のもと、同年9月に「モノづくり支援施策のあり方検討部会」を設置

### 「モノづくり支援施策のあり方検討部会」での主な意見

- ・日本の技術力が高いのは、小規模な事業所によるところが大きい
- ・情報の発信側と受信側にギャップがあるのではないか。施策メニューは充実しているので、このギャップを埋めていく仕組みをつくらば。
- ・どんな内容でも相談を受付し、適切な支援機関へコーディネートできる窓口が必要

部会開催	主なテーマ
第1回(H25.10.23)	この間のモノづくり支援施策と今後のあり方検討の必要性
第2回(H26.1.29)	中小企業支援施策について(人材育成・確保、技術支援、事業承継)
第3回(H26.5.27)	中小企業支援施策について(販路開拓)
第4回(H26.6.24)	中小企業支援施策について(高付加価値化)、アンケート調査について
第5回(H26.10.28)	アンケート調査結果の概要、再興戦略(仮称)の中間骨子について
第6回(H27.2.4)	モノづくり支援再興戦略(仮称)最終報告(案)について
第7回(H27.5.25)	モノづくり支援再興戦略等について(自由討議)

※上記に加え、2回の学識経験者・有識者会議を開催

## 2つのコンセプト

### 1 小規模企業にきめ細かく光を当てた支援

小規模企業の重要な役割を認識し、その活力が最大限に発揮されることの必要性に鑑み、さらに**無限に秘める成長可能性を発掘するため、小規模企業層を中心にきめ細かく光を当てた支援を行う。**様々な経営課題等を抱えているモノづくり企業が気軽に相談できる総合相談窓口を設置し、適切な支援施策、支援機関への誘導等に努めるなど、**小規模企業等のニーズにきめ細かく対応し、その事業の持続的な発展を図る。**

### 2 モノづくり支援施策を“つなぐ”橋渡しの強化

情報を入手していない、自社の強みが発信できていないモノづくり企業に対して、情報の受信、発信を双方向に行えるようポータルサイト「東大阪市技術交流プラザ」の機能強化を図るとともに、**モノづくり企業と支援機関、またモノづくり企業間、さらには、多様なモノづくり支援施策を“つなぐ”橋渡しの強化を図る。**

### モノづくり支援施策ニーズアンケート調査「市内モノづくり企業の発展に向けて」

市内モノづくり企業の現状や情報入手・発信、販路開拓、高付加価値化への取組み状況とそれらに対する支援施策のニーズを把握し、今後のモノづくり支援施策のあり方を検討するための基礎資料とすべく実施

#### アンケート調査結果から

- 小企業・小規模企業と規模の大きな中小企業の間で、経営状況に大きな格差
- 小企業では3割強が事業継承するつもりはないと回答
- 情報を入手していない小企業・小規模企業が多数存在
- 市に対する情報発信は、多様な組み合わせが求められている
- 自社の強みについて、情報発信が「できていない」と考える企業が多い
- 総合相談窓口の設置ニーズは、高い
- 従業員規模によって、求める販路開拓支援、高付加価値化支援施策は異なっている

## モノづくり支援施策の4本の柱と重点施策

### 高付加価値化に向けた支援の強化

施策ニーズの高い、新製品、新技術開発への支援や医療等の成長分野への参入支援、企業間及び産学公民金連携マッチング支援などを総合的に講じることにより、市内モノづくり企業の生産性の向上とともに更なる高付加価値化を促進

#### 【重点施策】成長分野への参入と企業間等の連携支援を強化

- 医療等成長分野への参入支援
- 企業間及び産学公民金連携に向けた取組を支援
- 新製品、新技術開発促進に向けた支援
- 産業財産権の取得に向けた支援
- 魅力あるデザイン製品づくりを促進

### モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進

モノづくり人材の育成・確保と円滑な事業承継に向けた支援策は、モノづくりのまち東大阪にとって重要であり、人材育成・確保のため、産業技術支援センターの測定機器等の充実を図り、その利活用を促進する取組を進めるとともに、事業承継や技術継承に向けた効果的な施策を展開

#### 【重点施策】モノづくり人材育成の強化と円滑な事業承継支援策の検討・実施

- 市立産業技術支援センター機器整備事業
- 次世代モノづくり啓発事業
- モノづくりのまちイメージアップ事業
- ビジネスセミナーの開催
- 円滑な事業承継及び技術継承に向けた取組

### 操業環境の維持・確保

住工混在から住工共生に向けた本格的な取り組みは、まちづくりの観点からのものであり、住工共生のまちづくりの実現に向け、各種優遇制度の適切な運用を図るとともに、永続的な工場用地の確保に資する規制の導入に向けて検討

#### 【重点施策】住工共生のまちづくりの更なる進展に向けた優遇策等の充実

- 工場移転支援補助の実施
- 相隣環境対策支援補助の実施
- 住工共生コミュニティ活動支援補助の実施
- 事業用地継承支援対策補助の実施
- 住工共生まちづくり活動支援補助の創設
- モノづくり立地促進事業の実施

### 販路開拓支援の充実

経営課題のトップにあげられる「市場(販路・受注)拡大」。多種多様な販路開拓支援策を展開するとともに、技術交流プラザの利活用を促進するなど、モノづくり企業の営業力を補完していく取組を強化

#### 【重点施策】モノづくり企業に対する販路開拓の一貫した支援

- 総合相談窓口の設置
- モノづくりワンストップ推進事業の強化
- 東大阪市技術交流プラザ事業の強化
- 総合的な情報発信
- 東大阪ブランド推進機構補助事業
- 国内外販路拡大事業



## 商店街と地域との連携のあり方(概要①)

### ◆東大阪市の中小小売商業の現状・課題

- ・規模構造の変化 … 小売業、特に小零細小売業の占める割合の減少
- ・業種構造の変化 … 既存の業種で括れない新たな業態店の増加
- ・空間構造の変化 … 近隣市における大型店出店による顧客流出

### ◆東大阪市における消費者行動の変化

消費者人口の減少、核家族化、世帯人員の減少

#### ライフスタイルに合わせた購買への変化

- ◁ 食料品、日用品における価格、品揃えを重視
- ◁ 中食市場の成長
- ◁ インターネット普及による商品比較、価格競争
- ◁ 高齢化に対応した販売・配送サービス

### ◆東大阪市の商業集積地の課題

- ・消費者のライフスタイルやニーズへの不適合による小規模店の減少
- ・経営者(店主)の高齢化と後継者難に伴う空き店舗の増加
- ・商店街の組織力、推進力の低下
- ・商業集積地域への来街者数、年間商品販売額の減少

商店街自身の推進力が低下している現況下、市内の中小小売業、商業集積地を活性化し、持続可能なものにするためには？

### 議論のポイント

商店街内の人材確保と担い手の育成はもちろんのこと、これからは地域社会を構成する多様な主体(大型店、大企業、異業種、金融機関、教育機関、NPO法人、農業者、電鉄会社等)とのネットワークづくりや連携強化により商店街の機能強化を図っていくことが重要な視点である。  
なかでも、過去には商売敵であった大型店、コンビニエンスストアや、異業種である飲食店など、業態や業種の垣根を越え、対等の立場での連携を図ることで、地域貢献や共存共栄の方向性を確立する必要がある。

## 商店街と地域との連携のあり方(概要②)

### 本部会での議論のながれ

#### 第1回テーマ「商店街と大型店との連携について」

##### ◆布施商店街連絡会の取り組みをケーススタディ

(例)共同催事などによる集客事業、プレミアム付共通商品券事業、盆踊り大会、歳末大売り出し事業 等

⇒商店街が大規模小売店舗と協議・連携する「場づくり」の構築が第一となるが、それが困難な場合は行政がコーディネート機能を担うことで商店街と大型店が一体となり、「地域のために」様々な形で地域連携を育んでいくことは可能である。

#### 第2回テーマ「商店街とコンビニエンスストアとの連携について」

##### ◆株ファミリーマートの取り組みをケーススタディ

(例)商店街の催事参加、不足業種の補完、災害時の社会インフラ拠点など

⇒特に東日本大震災以降に存在価値向上や社会的責任(CSR)が増しているコンビニエンスストアと、商店街に留まらず、行政(自治体)との包括協定の締結等も視野に、新たな連携のあり方を模索していく必要がある。

#### 第3回テーマ「商店街と飲食店(まちなかバル)の連携について」

##### ◆布施えびすバルの取り組みをケーススタディ

(例)食べ歩きイベントで物販店は直接関与しないものの、「街へ集客することによる顧客の開拓」という側面においては販売促進イベントと同様の手法であるとの共通認識のもと、バルイベント当日に商店街の物販店も連携・参加し、新規顧客開拓に向け集客力強化を進めている。

⇒異業種や他機関をつないだバルイベントを通じて域内経済循環を推進していく。

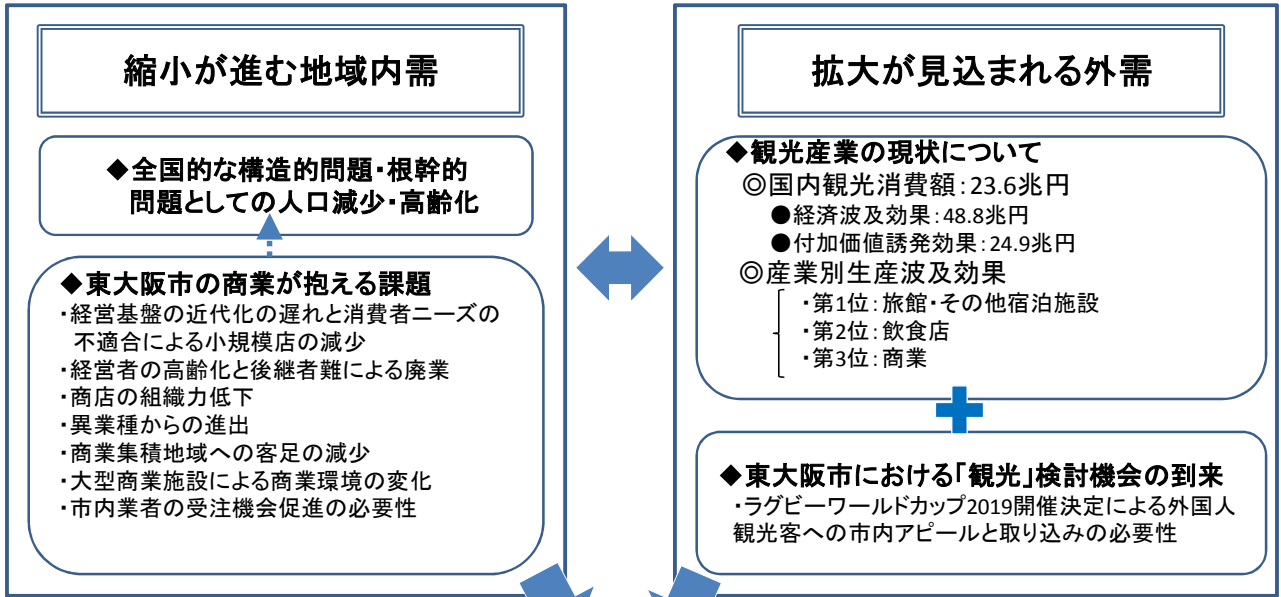
### ★まとめ(今後必要な支援のポイント)

- ①「議論する場」から「協働する場」へ、関係者間の信頼関係とパートナーシップの構築支援
- ②連携先へのアプローチ支援やコーディネーター的な支援
- ③互いに有用な情報の共有および外部への情報発信

地域における課題や特性に応じて様々なスタイルで関係者をつなぎ、連携機能を強化することで、商業集積地の魅力と活力の再生を図っていく。



地方における観光による経済活性化について(概要①)



商業への経済波及効果の高い観光振興を通じ、縮小する地域内需を補う外需を取り込むためには？

議論のポイント

- ・東大阪市の観光振興における現状把握と方向性検討の重要性  
(ニーズやターゲット層の把握、観光資源の掘り起こしとコースづくり、観光振興を担う「人」や「組織」、「ビジョン」、「地域にお金が落ちる」ためのしくみづくり)

地方における観光による経済活性化について(概要②)

本部会での議論のながれ

第5回テーマ「地域における観光による経済活性化について①」  
～観光産業の動向と現状把握の必要性について～

- ・観光ステータス向上と観光地意識醸成について
- ・隣接する大阪市における外国人旅行客の増加やラグビーワールドカップ2019開催に備え、旅行業だけでなく小売業・飲食業などにおいて外国人を受け入れる仕組みを早急に創る必要性
- ・東大阪観光協会や(一社)大阪モノづくり観光による観光プログラム、花園ラグビー場、金剛生駒紀泉国定公園、石切神社、枚岡神社などの観光資源を掘り起こし、つなげ、アピールするにはどうすべきか？

第6回テーマ「地域における観光による経済活性化について②」  
～観光消費額の向上と域内循環力強化について～

- ・観光による経済効果をあげるには観光消費額の向上と域内循環力(産業間での連関力)の強化が必要。
- ・本市所管課や地元商店街、東大阪観光協会などで実施する観光振興にかかる取り組み事例から見えてくる課題とは何か？

★まとめ(今後必要となる対策とは)

- ・東大阪市の現状把握、来訪者の属性調査など観光統計データの蓄積
- ・観光消費を呼び込むためのターゲットの明確化、細分化を通じた訴求力の強化
- ・観光振興を推進する「人づくり」、「組織づくり」、「ビジョンづくり」
- ・観光関連団体が集えるプラットフォームづくりとコーディネート機能を担う行政の役割強化





## 都市農業振興への提言の概要

### 東大阪市の農業の現状と課題

東大阪市の農業は、水田を中心に、都市近郊という有利な立地条件を生かした軟弱野菜、施設園芸作物、花き等の栽培による収益性の高い農業経営と基幹作物である水稲栽培が混在し府・市民への生鮮農産物の供給と、緑地空間の提供という重要な役割を果たしている。しかしながら、①土地区画整理事業の完了と都市化による、農地の急激な改廃の進行 ②それに伴う農作物の生育に適した農業用水確保の課題やごみの不法投棄、日照問題など、農業生産を取り巻く環境の悪化 ③農業後継者不足による担い手の減少など多くの問題を抱えている。

### 部会の議論で見えてきた課題

- ◆安全で安心できる農産物を求める消費者ニーズの高まり ◆農地面積は小規模なものが殆どで市内で細々と農業を営む
- ◆水利団体の維持管理・改修費用の応益負担は限界 ◆少子高齢化の進行による就農者の高齢化や後継者の育成、農地の継承など構造的課題
- ◆生産者・市民・消費者が共にあって地場農業を持続的に守り育てていくことを、目的とした支援等の事業の必要性

### 部会の主な検討テーマ

- 「高齢化する農家」、「減少する農地」、「増える休耕地」からどう農地を守り・振興につなげられるか
- 休耕地の活用 ●農産物のブランド化 ●ラグビーワールドカップ2019開催に向けた農の取組み

### 5つの施策方向と今後の取り組み

#### ◎東大阪の農を特徴づける農産品とファームマイレージ運動によるエコ農産物を更に推進し、本市の魅力のアピール

- ・ラグビーワールドカップ2019開催に向け、ファームマイレージ運動の展開による市内エコ農産物を市のブランド拡充・充実
- ・6次産業化の進展に向けた情報提供と支援

#### ◎ファームマイレージ運動、農業振興啓発事業の更なる拡充・発展

- ・ファームマイレージ運動を知らない層への浸透度・認知度を高めるための、創意工夫ある周知・啓発活動
- ・市民・消費者自らが、農に参加する志向を持ち、農業への関心・理解をより深め・高める事業の展開

#### ◎農地の保全、休耕地対策として菜の花・レンゲの栽培と防災農地制度の確立・推進

- ・災害時の避難空間として、農地が提供され、活用できる(仮称)防災農地制度の確立
- ・休耕地での菜の花・レンゲの栽培と防災農地の登録をセットで申請された農家に対する補助金拡充などの施策の検討

#### ◎援農ボランティア養成講座

- ・市が確保した農地で、指導は農家や農協、青年農業者グループ、あるいは外部講師等に連携、委託

#### ◎(仮称)農家サポーターバンクシステムの構築

- ・作業技術レベル、希望作業などのサポーター情報と農家が求める作業内容等、双方の情報を「見える化」し農家を守り支援する

# 東大阪市中小企業振興会議報告

## 【概要】

平成 29 年 3 月  
東大阪市中小企業振興会議



# 目 次

はじめに

参考資料..... 5

- 資料1 審議経過
- 資料2 東大阪市中小企業振興会議委員名簿
- 資料3 東大阪市中小企業振興条例
- 資料4 東大阪市中小企業振興会議規則

東大阪市中小企業振興会議各部会報告

- モノづくり部門会議..... 15
- 地域商業の魅力と活力の再生検討部会..... 16
- 農業振興検討部会 ..... 17



## はじめに

東大阪市は、全国でも有数の中小企業の大集積地であり、活力ある「中小企業のまち」として、また基盤的技術産業を中心に多種多様なモノづくり企業が集積した「モノづくりのまち」として世界的にも名を馳せている。東大阪市の中小企業はそのほとんどが従業員 20 人以下の小規模企業者であるが、地域経済を支える本市の重要な存立基盤であるだけでなく、市民の雇用やまちのにぎわいを創出する源として、重要な役割を担っている。

これらの小規模企業者を中心とした中小企業の果たす役割の重要性に鑑み、東大阪市では、中小企業の振興に関する基本理念及び施策等を定め、中小企業者、大企業者、市民、関係団体及び市の責務等を明らかにし、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進することによって、地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与することを目的とした東大阪市中心企業振興条例を平成 25 年 4 月 1 日に施行した。

同条例第 10 条では、東大阪市中心企業振興会議の設置を規定しており、同会議は、市長が諮問機関として設置する第 3 者機関としての役割を担い、地方自治法に規定される市長の附属機関として位置付けられている。

このたび、平成 27 年 8 月から東大阪市中心企業振興会議の専門部会であるモノづくり部門会議、地域商業の魅力と活力の再生検討部会、農業振興検討部会において議論を重ねてきた内容がまとめ、各部会における議論について、平成 29 年 3 月 24 日に開催された第 12 回東大阪市中心企業振興会議において、審議・承認されたものを本報告書としたものである。

東大阪市には、これまでの中小企業振興会議における議論の過程で、委員各位より出された様々な意見や提案を真摯に受け止め、実現可能なものから速やかに施策化を図っていただきたいと考えるものである。

最後に、東大阪市中心企業振興会議及び各部会において、終始熱心にご議論をいただいた委員各位に衷心より御礼申し上げます。

平成 29 年 3 月

東大阪市中心企業振興会議  
会 長 文 能 照 之



# 平成28年度東大阪市中心小企業振興会議～東大阪市の中小企業振興に関する提言（概要）

## モノづくり部門会議

### 円滑な事業承継に向けて

「円滑な事業承継支援策の検討・実施」にむけて、調査及びあり方を検討

#### 円滑な事業承継の促進

【円滑な事業承継の促進に向けて、支援策を講じる】

- ①相談窓口の強化  
ワンストップ機能の強化
- ②事業承継セミナー開催  
現経営者セミナーや後継者向けのシリーズ型セミナーを開催
- ③フォローアップ調査と事例レポートの作成  
事業承継調査などのフォローアップ調査を実施し、事業引継の事例を創出

【モノづくり企業の技術の継承を側面からサポートする事業】

1. 高度な加工技術を有する企業の発掘と情報発信  
モノづくり企業の高度な加工技術調査を行い、企業情報を発信
2. モノづくりを担う多様な人材確保  
(若者、女性、高齢者等)  
モノづくり企業の魅力を伝え、就職するきっかけづくり

## 地域商業の魅力と活力の再生検討部会

### 東大阪市商業振興ビジョンと今後の施策展開

折り返し地点として東大阪市商業振興ビジョンを振り返り、今後の施策展開を検討

#### 商業振興の新たな視点

やる気ある店舗、元気な事業者、魅力ある個店をつなぐ

↓  
「点」から「面」へ、そして市域全体へ

【支援策の活用事例】

商店街の枠を超えた、新たなグループの育成

- (1)商業振興コーディネート事業  
《地域密着型支援の強化》  
《地域資源活用、広域集客型支援の強化》
  - ・小阪まちゼミ
  - ・若江岩田きらりプロジェクト
  - ・個店コーディネート事業
- (2)元気グループコーディネート事業  
《元気グループ推進型の強化》
  - ・布施 三・四会

## 農業振興検討部会

### 都市農業振興への提言

「第Ⅰ期農政部会の提言」の具現化に向けた検討

#### 3つの検討課題の取組

- ①ファーム・マイルージ運動によるエコ農産物を推進  
ファーム・マイルージ運動を知らない層への周知  
農業への関心・理解をより深め、高める事業への展開を図る
- ②防災農地制度の確立・推進  
“花とみどりいっぱい運動”と連携した本市独自のシステムを構築
- ③援農システムの構築  
農業後継者、担い手の継承・確保

## 振興会議の提案にもとづく具体的な施策の構築・推進

「モノづくりが元気なまち」「雇用が安定し働きやすいまち」「買い物しやすい街」「農業と農地空間を大切にするまち」

(中小企業振興条例)

地域経済を活性化し豊かで住みよいまちの実現

(総合計画後期基本計画)

活力ある産業社会を切り拓くまちづくりの実現

(東大阪市第2次総合計画 将来都市像)

「夢と活力あふれる 元気都市・東大阪」





# 参 考 资 料



## 審 議 経 過

### 平成27年度

#### 中小企業振興会議

第8回(平成27年8月3日)

- (1) 東大阪市中小企業振興会議の進め方について
- (2) 東大阪市の中小企業の現状について
- (3) 経済施策について
- (4) 部会の設定について
- (5) 会議の公開について

第9回(平成27年11月27日)

- (1) 各部会における報告について
- (2) 農業振興検討部会の設置について

第10回(平成28年3月28日)

- (1) 各部会における報告について
- (2) 平成28年度中小企業の振興に関する施策(案)について

### 平成28年度

#### 中小企業振興会議

第11回(平成28年11月14日)

- (1) 各部会報告について

第12回(平成29年3月24日)

- (1) 東大阪市中小企業振興会議各部会報告について
- (2) 平成29年度中小企業の振興に関する施策(案)について

## 東大阪市中小企業振興会議委員名簿

資料2

平成29年3月現在

会長・部会長	文能 照之	近畿大学経営学部教授
副会長・部会長	糸野 博行	大阪商業大学総合経営学部教授
部会長	中嶋 嘉孝	大阪商業大学総合経営学部准教授
部会長	上田 秀樹	大阪樟蔭女子大学健康栄養学部 健康栄養学科准教授
委員	阿児 加代子	大阪府社会保険労務士会東支部
委員	飯島 茂春	株式会社日本政策金融公庫東大阪支店長兼国民事業統括
委員	茨木 延夫	東大阪市小売商業団体連合会会長
委員	大西 由起子	東大阪観光協会会長
委員	小野 栄治	公募委員
委員	加賀 美孝	株式会社商工組合中央金庫東大阪支店長
委員	角本 律子	東大阪市産業創造勤労者支援機構常務理事
委員	倉貫 智之	東大阪市大型小売店舗連絡協議会会長
委員	高島 政康	東大阪市工業協会会長
委員	高田 克己	公募委員
委員	田中 聡一	公募委員
委員	谷川 佳央	グリーン大阪農業協同組合常務理事
委員	西田 尚子	ハローワーク布施所長
委員	西松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所所長
委員	宮野 利恵子	公募委員
委員	弓場 秀樹	東大阪商工会議所東支所所長
委員	脇田 恒夫	公募委員

(順不同、敬称略)

## 東大阪市中小企業振興条例

緑豊かな生駒山のおもとに位置する本市のモノづくりの起源は古く、すでに弥生時代には、銅鐸や銅剣などの青銅器鋳物が盛んに造られていました。その歴史と経験に培われた情熱と技術は、大和川の付替えや新田開発などを経て、河内木綿産業や今に続く伸線産業などの地場産業を発展させ、およそ2,000年後の現代に受け継がれました。やがて本市には、多くの製造業が集積することとなり、それが商業、農業、建設業、運輸業その他の産業の活性化にも大きな影響を与えてきました。そして、本市は、我が国の経済の発展をも支える多種多様な小規模企業者が集積する、活力ある「中小企業のまち」・「モノづくりのまち」として、全国的にも確固たる地位を築きあげてきました。

このように、小規模企業者を中心とする本市の中小企業は、地域経済を支える本市の重要な存立基盤であるとともに、熟練の技術を引き継ぎ、産業を活性化させ、市民の雇用やまちのにぎわいを創出する源です。

本市が「夢と活力あふれる元気都市」として発展し続けるためには、中小企業者、大企業者、市民、関係団体そして市が、中小企業の果たす役割の重要性を理解し、協働して、本市の中小企業の振興に総合的に取り組むことが必要不可欠です。

ここに、中小企業の振興を市政の重要な柱として位置付けるとともに、本市の中小企業の振興に関する基本理念及び施策等を定め、もって地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与するため、この条例を制定します。

## (目的)

第1条 この条例は、小規模企業者を中心とした本市における中小企業の果たす役割の重要性に鑑み、中小企業の振興に関する基本理念及び施策等を定め、中小企業者、大企業者、市民、関係団体及び市の責務等を明らかにすることにより、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進し、もって地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与することを目的とする。

## (定義)

第2条 この条例において「中小企業者」とは、中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第2条第1項各号に掲げるもので、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。

2 この条例において「小規模企業者」とは、中小企業基本法第2条第5項に規定する小規模企業者で、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。

3 この条例において「大企業者」とは、中小企業者以外の事業者で、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。

4 この条例において「関係団体」とは、経済団体、金融機関、大学等、特定非営利活動法人その他の中小企業の振興に関係する団体をいう。

## (基本理念)

第3条 中小企業の振興は、中小企業者自らの創意工夫及び自主的な努力のもとに推進されなければならない。

2 中小企業の振興は、中小企業者、大企業者、市民、関係団体及び市が、中小企業の果たす役割の重要性を理解し、協働して推進されなければならない。

3 中小企業の振興は、大都市圏に立地する産業集積の拠点という本市の地域特性を生かした施策により推進されなければならない。

4 中小企業の振興は、国、大阪府その他の公共団体（以下「国等」という。）との連携を図りながら、推進されなければならない。

## (中小企業者の努力)

第4条 中小企業者は、前条に定める基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、自主的な経営基盤の強化、雇用機会の確保、人材の育成、従業員の福利厚生の実施等を図るとともに、第9条に定める施策（以下「施策」という。）を積極的に活用し、その推進に協力するよう努めるものとする。

2 中小企業者は、地域社会の一員として、豊かで住みよいまちの実現に配慮するとともに、地域社会に貢献するよう努めるものとする。

## (大企業者の役割)

第5条 大企業者は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が地域経済の活性化に重要な役割を果たすことを理解し、施策の推進及び中小企業の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

2 大企業者は、地域社会の一員として、中小企業者との共存共栄のもとに、社会的責任を自覚し、地域社会に貢献するよう努めるものとする。

(市民の理解及び協力)

第6条 市民は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与することを理解し、施策の推進及び中小企業の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(関係団体の理解及び協力)

第7条 関係団体は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が地域経済の活性化に重要な役割を果たすことを理解し、施策の推進及び中小企業の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(市の責務)

第8条 市は、基本理念にのっとり、中小企業の振興に関し、必要な調査を行い、施策を実施するものとする。

2 市は、中小企業の振興に関し、必要な財政上の措置を講ずるものとする。

3 市は、中小企業の振興に関し、国等との連携並びに中小企業者、大企業者、市民及び関係団体の協働の推進に努めるものとする。

4 市は、市が発注する工事の請負、役務の提供又は物品の購入その他の調達に当たっては、予算の適正な執行並びに透明かつ公正な競争及び契約の適正な履行の確保に留意しつつ、中小企業者の受注の機会の増大に努めるものとする。

(中小企業の振興に関する施策)

第9条 第1条に定める目的を達成するために、本市が総合的に推進すべき中小企業の振興に関する施策は、次のとおりとする。

- (1) 中小企業者の産業集積を活性化し、ネットワークを強化するための施策
- (2) 中小企業者の操業環境を確保し、市民の住環境との調和を推進するための施策
- (3) 中小企業者の販路を拡大するための施策
- (4) 中小企業者の経営資源を強化するための施策
- (5) 中小企業者の人材を育成し、事業承継を円滑化するための施策
- (6) 中小企業者の資金調達を円滑化するための施策
- (7) 中小企業者の創造的な事業活動を促進するための施策
- (8) 中小企業者のグローバル化を支援するための施策
- (9) 中小企業者の労働環境を整備するための施策
- (10) 中小企業者の魅力等の情報を発信するための施策
- (11) 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める施策

(振興会議)

第10条 本市に、東大阪市中小企業振興会議（以下「振興会議」という。）を置く。

2 振興会議は、この条例の改廃に関する事項、施策の実施等に関する事項その他の中小企業の振興に係る重要事項を審議する。

3 振興会議は、前項に規定する事項に関し、市長に意見を述べることができる。

4 前3項に定めるもののほか、振興会議の組織及び運営に関し必要な事項は、市長が定める。

(実施状況の公表等)

第11条 市長は、毎年度、施策の実施状況を取りまとめ、公表するものとする。

2 市長は、前項の実施状況について調査及び分析を行うものとする。

(委任)

第12条 この条例の施行について必要な事項は、市長が定める。

附 則

この条例は、平成25年4月1日から施行する。

(趣旨)

第1条 この規則は、東大阪市中小企業振興条例（平成25年東大阪市条例第4号）第10条第4項の規定に基づき、東大阪市中小企業振興会議（以下「振興会議」という。）の組織、運営その他振興会議に関し必要な事項を定めるものとする。

(組織)

第2条 振興会議は、委員25人以内で組織する。

2 振興会議に、特別の事項を審議させるため必要があるときは、臨時委員を置くことができる。

3 委員及び臨時委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

(1) 市内の中小企業者

(2) 学識経験者

(3) 公募に応じた者

(4) 本市の職員

(5) その他市長が適当と認める者

(委員及び臨時委員の任期)

第3条 委員の任期は、前条第3項の規定により委嘱され、又は任命された日が属する年度の翌年度の末日までとする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

2 委員は、再任されることができる。

3 臨時委員の任期は、当該臨時委員に係る特別の事項の審議が終了するまでとする。

(会長及び副会長)

第4条 振興会議に会長及び副会長を置き、委員の互選により定める。

2 会長は、振興会議を代表し、会務を総理する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 振興会議の会議は、会長が招集し、その議長となる。

2 振興会議の会議は、委員の過半数が出席しなければ、開くことができない。

3 振興会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(部会)

第6条 振興会議は、その定めるところにより、部会を置くことができる。

2 部会に属する委員及び臨時委員は、会長が指名する。

3 部会に部会長を置き、委員のうちから会長が指名する。

4 部会長は、部会の事務を掌理する。

5 部会長に事故があるとき、又は部会長が欠けたときは、あらかじめ部会長の指名する委員が、その職務を代理する。

6 振興会議は、部会の議決をもって振興会議の議決とすることができる。

7 前条の規定は、部会の会議について準用する。この場合において、同条中「振興会議」とあるのは「部会」と、「会長」とあるのは「部会長」と、「委員」とあるのは「委員及び臨時委員」と読み替えるものとする。

(関係者の出席)

第7条 振興会議は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求めて、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第8条 振興会議の庶務は、経済部において処理する。

(委任)

第9条 この規則に定めるもののほか、振興会議の運営に関し必要な事項は、会長が定める。

附 則

1 この規則は、平成25年4月1日から施行する。

2 第2条第3項の規定による委嘱又は任命後最初の振興会議の招集及び会長が選出されるまでの間における振興会議の運営は、市長が行う。

附 則（平成27年3月27日規則第26号）

1 この規則は、平成27年4月1日から施行する。

2 改正後の第3条第1項の規定は、この規則の施行の日以後に委嘱され、又は任命される委員の任期について適用し、同日前に委嘱され、又は任命された委員の任期については、なお従前の例による。





## 東大阪市中小企業振興会議各部会報告



# 円滑な事業承継に向けて(提案)の概要

～東大阪市中小企業振興会議 モノづくり部門会議～

## モノづくり部門会議設置の必要性

### 事業承継は喫緊の課題

- 東大阪市の製造業事業所は、昭和 58 年の約 1 万をピークに減少傾向をたどってきており、このような状況が今後も続くとなれば、本市の基盤的技術産業の集積の崩壊につながる懸念がある。
- 地域経済発展の基盤となる集積の機能を維持していくためにも、創業を促進していくことはもとより、既存のモノづくり企業の従業員や機械設備、取引先、ノウハウや技術力などをきっちりと次世代につなげていくことが求められており、事業承継にかかる効果的な支援施策の早期の着手は東大阪市にとって喫緊の課題であると言える。

### 「モノづくり支援新戦略」における残課題

- 平成 27 年 2 月に東大阪市中小企業振興会議において、『モノづくり支援再興戦略』として、今後のモノづくり支援施策のあり方が取りまとめられ、その一つのフレームである「モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進」の中で「円滑な事業承継及び技術継承に向けた取り組み」が掲げられたものの、その内容は「・・・事業承継や技術継承について、今後、更なる深掘調査などを行い、それらを踏まえた適切な施策展開を進める」とし、課題として残されている状況であった。

## 市内モノづくり企業の現状把握

### アンケート調査により現状を把握

名称：「東大阪市内製造業の事業承継の実態に関する調査」  
 調査期間：平成 27 年 9 月 14 日～10 月 2 日  
 調査対象：東大阪市内モノづくり事業所 3,068 社  
 <回収数> 589 社 (回収率 19.2%)

### アンケートの主な結果

- 「事業継続の意思無し」と回答した事業所 (118) をみると
  - ・その全てが従業員規模 19 人以下 (無回答除く)
  - ・特に 4 人以下の事業所が 109 とほとんどを占める
  - ・経営者の年齢は 65 歳以上が 77 事業所ある
  - ・現在の経営状況では、不調とする事業所が 78 (66.1%) あるものの、順調とする事業所も 14 (11.9%) ある。
- 「M&Aによる売却を検討している」と答えた事業所が 10 事業所ある

- 事業承継の問題は、まさに小規模企業の最大の課題の一つ
- 経営者のバトンタッチに向けた選択肢などからも、事業承継または廃業いずれの場合においても、「事前準備 (計画的取組)」が重要

## 取組むべき事業承継関連施策

円滑な事業承継の促進に向けて、次のような支援策を講じるべきである。

### 相談窓口の強化

(公財) 東大阪市産業創造勤労者支援機構のワンストップ機能を強化、様々な支援機関の事業承継機能を収集・分析し、小規模事業者等の実情にあった適切な案内を行う。

### 事業承継セミナー開催

現経営者向けのセミナーに加え、後継者 (次代の経営者) 向けのシリーズ型セミナー (年度毎にメンバーを入れ替えるような塾形式) を開催する。

### フォローアップ調査と事例レポートの作成

今回の調査にかかるフォローアップ調査を実施するとともに、既に廃業している前経営者へヒアリングにより、廃業の際の従業員の再雇用先確保支援や機械設備・取引先の引き継ぎ先などの事例を収集し、今後の支援策に向けた資料としていく。

モノづくり企業の技術の継承という側面からは、次のような施策に取り組むべきであると考える。

### 高度な加工技術を有する企業を発掘し、積極的に情報発信

市内モノづくり企業の高度な加工技術について調査を行い、技術交流プラザなどで企業情報として発信していく。

### 若者、女性、高齢者等をはじめモノづくりを担う多様な人材確保

若者などにモノづくり企業の魅力・働き甲斐などを正確に伝えていく施策をより一層強化していくべきである。

人材という観点からは、本部門会議に留まることなく、業種、年齢等をこえた横断的な議論が必要である。

## 東大阪市商業振興ビジョンと今後の施策展開

東大阪市中小企業振興会議  
地域商業の魅力と活力の再生検討部会

### 東大阪市商業振興ビジョンに沿った事業展開を振り返る

- 第2期商業振興ビジョンに沿った事業展開を振り返り、今後の施策展開を探る
  - ・ビジョンにうたわれる、商業振興推進にむけた体制づくり
  - ⇒サポートセンター（仮称）に代わるコーディネート事業の実施

### コーディネート事業実施により見えた効果と課題

- 効果
  - ・やる気ある店舗、元気な商業者、魅力ある個店の発掘
  - ・商店街組織の枠を超えた、新たなグループの育成
- 課題 … 継続した組織となるために
  - ・組織のリーダーとしての人材育成
  - ・自主運営までのサポート体制 ⇒ コーディネーターによる支援
  - ⇒行政による支援

### 商業振興の新たな視点

- 「点」から「面」へ、そして市域全体へ
  - ・個々の店舗（点）をつないで新たな枠組み（面）を構築し、その活力が周辺地域へ波及。従来の商店街の商圈との相乗効果も生みながら、市域に広がる可能性。

## 東大阪市の農業が抱える課題

### 1 農業後継者・担い手の育成を図り、いかに都市農業を維持するか

本市農業においては、農家の高齢化が進み、技術力・生産意欲が高いものの、作りたくても年齢・体力的に限界に近づきつつある中で、都市農業においては農地を維持・継承していく上で、相続による農地の細分化、相続税納税のための物納、さらには、固定資産税などの税負担への対応は、都市農家が抱える課題となっている。農業後継者、担い手の継承・確保を図り、いかに都市農業を維持・守っていくか、各自治体の果たす役割が益々重要になってきている。

### 2. 都市農業を取り巻く新たな課題

#### ○都市農業振興基本法の成立

人口減少社会や高齢化が進み、都市農地に対する開発、宅地化の圧力が弱まる一方で、農業・農地のもつ多様な機能・役割が都市農業振興基本法の成立に示されるように、都市農業の再生が期待される状況が生まれている。

政府は、基本理念を定め、都市農業の振興に関する施策を総合的にかつ計画的に推進する都市農業振興基本計画を今後、策定し、各自治体は地方計画を策定することになる。

## 「第 I 期農政部会の提言」の具体化に向けた検討

- ファームマイレージ運動、農業振興啓発事業の更なる拡充・発展と本市の農の魅力のアピール
- 防災農地制度の確立・推進
- 援農ボランティア、農家サポーターバンクシステムの構築

## 3つの検討課題の取組みについて

### ◎ファームマイレージ運動によるエコ農産物を更に推進

- ・ファームマイレージ運動を知らない層への周知を図る
- ・市民・消費者自らが、農に参加する志向を持ち、農業への関心・理解をより深め・高める事業の展開を図る

### ◎防災農地制度

- ・花とみどりいっぱい運動と連携した本市独自のシステムを構築する

### ◎援農システムの構築に向けたアンケート集計

- ・一般向けと農家向けに分けて、アンケートを実施
- ・集計結果を検討し、本市に援農システムを構築できるようにする

# 東大阪市中小企業振興会議報告

平成31年3月

東大阪市中小企業振興会議





# 目 次

はじめに

参考資料..... 3

資料1 審議経過

資料2 東大阪市中小企業振興会議委員名簿

資料3 東大阪市中小企業振興条例

資料4 東大阪市中小企業振興会議規則

東大阪市中小企業振興会議各部会報告

- モノづくり振興部門会議..... 1 1
- 商業振興検討部会..... 2 5
- 労働雇用部門会議..... 4 9



## はじめに

東大阪市は、全国でも有数の中小企業の大集積地であり、活力ある「中小企業のまち」として、また基盤的技術産業を中心に多種多様なモノづくり企業が集積した「モノづくりのまち」として世界的にも名を馳せている。東大阪市の中小企業はそのほとんどが従業員20人以下の小規模企業者であるが、地域経済を支える本市の重要な存立基盤であるだけでなく、市民の雇用やまちのにぎわいを創出する源として、重要な役割を担っている。

これらの小規模企業者を中心とした中小企業の果たす役割の重要性に鑑み、東大阪市では、中小企業の振興に関する基本理念及び施策等を定め、中小企業者、大企業者、市民、関係団体及び市の責務等を明らかにし、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進することによって、地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与することを目的とした東大阪市中心企業振興条例を平成25年4月1日に施行した。

同条例第10条では、東大阪市中心企業振興会議の設置を規定しており、同会議は、市長が諮問機関として設置する第3者機関としての役割を担い、地方自治法に規定される市長の附属機関として位置付けられている。

このたび、平成29年7月より東大阪市中心企業振興会議及び専門部会であるモノづくり振興部門会議、商業振興検討部会、労働雇用部門会議において議論を重ねてきた内容がまとまり、各部会における議論について、平成31年3月22日に開催された第15回東大阪市中心企業振興会議において、審議・承認されたものを本報告書としたものである。

近年、企業においては人手不足が深刻さを増すなか、人材確保や事業承継問題などが課題となっていることから、新たに労働雇用部門会議を設置したものである。

東大阪市には、これまでの中小企業振興会議における議論の過程で、委員各位より出された様々な意見や提案を真摯に受け止め、実現可能なものから速やかに施策化を図っていただくとともに、深刻化が予想される人手不足についても、喫緊の課題として来年度以降の各部会でご議論いただきたいと考えるものである。

最後に、東大阪市中心企業振興会議及び各部会において、終始熱心にご議論をいただいた委員各位に衷心より御礼申し上げます。

平成31年3月

東大阪市中心企業振興会議  
会 長 糸野 博行

# 平成30年度東大阪市中小企業振興会議 ～東大阪市の中小企業振興に関する報告～（概要）

<p><b>モノづくり振興部門会議</b></p> <p>3つのテーマについて検討</p> <p>今日的な課題として3つのテーマを掲げ、速やかな施策展開につなげるべく、あり方を検討</p> <p><b>議論のテーマ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①平成30年度新規拡充事業の效果的・効率的な実施に向けて →メリハリをつけた支援策の検討</li> <li>②モノづくり試作工房の活用を踏まえた産業技術支援センターの今後のあり方 →従来型から多様な主体が交流できる場</li> <li>③支援施策の再構築 →住工共生のまちづくり事業の支援施策の見直しについての報告</li> </ul>	<p><b>商業振興検討部会</b></p> <p>東大阪市商業振興ビジョンと今後の施策展開</p> <p>折り返し地点として東大阪市商業振興ビジョンを振り返り、今後の施策展開を検討</p> <p><b>議論のテーマ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①東大阪市商業振興ビジョンを踏まえた振り返りについて ・商業振興コーディネートネットワーク事業の実例より 「若江岩田ささらプロジェクト事業の現状と課題」 ・商業振興コーディネートネットワーク事業、元気グルーポコーディネート事業等から見る新たな商業振興の可能性</li> <li>②次期商業計画策定スケジュール(案)について ・新総合計画と時期を合わせ、2021年度よりスタート ・商業を取り巻く環境を考慮し、5年等短い期間での作成 ・現在のビジョンを基本とし、プラン的なものを作成</li> </ul>	<p><b>労働雇用部門会議</b></p> <p>市内企業の人材確保と若者・女性の就労支援</p> <p>就労支援と人材確保の観点から現在の課題や今後の施策展開を検討</p> <p><b>検討課題</b></p> <p>若者・女性をターゲットにした就活広場窓口事業(就活ファクトリー東大阪)の事業後継</p> <p>↓</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内企業への就職者数100人を達成するために</li> <li>・学生を含む若者と復職・再就職を目指す女性の登録者の増加</li> <li>・利用者満足度の向上</li> <li>・(就職状況の)実態把握の強化</li> </ul>
---	---	---

振興会議の提案にもとづく具体的な施策の構築・推進  
「モノづくりが元気なまち」「雇用が安定し働きやすいまち」「買い物しやすい街」「農業と農地空間を大切にすまち」

地域経済を活性化し豊かで住みよいまちの実現  
(中小企業振興条例)  
活力ある産業社会を切り拓くまちづくりの実現  
(総合計画後期基本計画)

(東大阪市第2次総合計画 将来都市像)  
「夢と活力あふれる 元気都市・東大阪」

# 参 考 资 料

## 審 議 経 過

### 平成29年度

#### 中小企業振興会議

第13回(平成29年7月27日)

- (1) 東大阪市中小企業振興会議の進め方について
- (2) 平成28年度中小企業振興施策実施状況報告

第14回(平成30年3月23日)

- (1) 部会の設置について
- (2) 経済部 新規・拡充事業(案)の概要について
- (3) 報告案件について
  - ・都市ブランド形成推進事業
  - ・青少年向けモノづくり体験活動団体交流会

### 平成30年度

#### 中小企業振興会議

第15回(平成31年3月22日)

- (1) 東大阪市中小企業振興会議各部会報告について
- (2) 平成31年度以降中小企業振興会議委員について
- (3) 平成31年度中小企業の振興に関する施策(案)について

東大阪市中小企業振興会議委員名簿

資料2

平成31年3月現在

会長・部会長	糸野 博行	大阪商業大学総合経営学部教授
副会長・部会長	加藤 司	大阪商業大学総合経営学部教授
部会長	芦塚 格	近畿大学経営学部教授
部会長	衣笠 葉子	近畿大学法学部教授
委員	阿児 加代子	大阪府社会保険労務士会大阪東支部
委員	井戸辻 剛	株式会社商工組合中央金庫東大阪支店長
委員	茨木 延夫	東大阪市小売商業団体連合会会長
委員	大塚 征慈郎	公募委員
委員	大西 由起子	東大阪観光協会会長
委員	草場 寛子	株式会社盛光S C M代表取締役
委員	下山 修	株式会社日本政策金融公庫東大阪支店長兼国民事業統括
委員	谷川 佳央	グリーン大阪農業協同組合常務理事
委員	西松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所所長
委員	檜尾 めぐみ	公募委員
委員	松尾 雅明	東大阪商工会議所専務理事
委員	光岡 正道	公募委員
委員	村田 泰弘	ハローワーク布施所長
委員	柳山 稔	東大阪市工業協会会長

(順不同、敬称略)

## 東大阪市中小企業振興条例

緑豊かな生駒山のおもとに位置する本市のモノづくりの起源は古く、すでに弥生時代には、銅鐸や銅剣などの青銅器鋳物が盛んに造られていました。その歴史と経験に培われた情熱と技術は、大和川の付替えや新田開発などを経て、河内木綿産業や今に続く伸線産業などの地場産業を発展させ、およそ2,000年後の現代に受け継がれました。やがて本市には、多くの製造業が集積することとなり、それが商業、農業、建設業、運輸業その他の産業の活性化にも大きな影響を与えてきました。そして、本市は、我が国の経済の発展をも支える多種多様な小規模企業者が集積する、活力ある「中小企業のまち」・「モノづくりのまち」として、全国的にも確固たる地位を築きあげてきました。

このように、小規模企業者を中心とする本市の中小企業は、地域経済を支える本市の重要な存立基盤であるとともに、熟練の技術を引き継ぎ、産業を活性化させ、市民の雇用やまちのにぎわいを創出する源です。

本市が「夢と活力あふれる元気都市」として発展し続けるためには、中小企業者、大企業者、市民、関係団体そして市が、中小企業の果たす役割の重要性を理解し、協働して、本市の中小企業の振興に総合的に取り組むことが必要不可欠です。

ここに、中小企業の振興を市政の重要な柱として位置付けるとともに、本市の中小企業の振興に関する基本理念及び施策等を定め、もって地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与するため、この条例を制定します。

## (目的)

第1条 この条例は、小規模企業者を中心とした本市における中小企業の果たす役割の重要性に鑑み、中小企業の振興に関する基本理念及び施策等を定め、中小企業者、大企業者、市民、関係団体及び市の責務等を明らかにすることにより、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進し、もって地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与することを目的とする。

## (定義)

第2条 この条例において「中小企業者」とは、中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第2条第1項各号に掲げるもので、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。

2 この条例において「小規模企業者」とは、中小企業基本法第2条第5項に規定する小規模企業者で、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。

3 この条例において「大企業者」とは、中小企業者以外の事業者で、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。

4 この条例において「関係団体」とは、経済団体、金融機関、大学等、特定非営利活動法人その他の中小企業の振興に関係する団体をいう。

## (基本理念)

第3条 中小企業の振興は、中小企業者自らの創意工夫及び自主的な努力のもとに推進されなければならない。

2 中小企業の振興は、中小企業者、大企業者、市民、関係団体及び市が、中小企業の果たす役割の重要性を理解し、協働して推進されなければならない。

3 中小企業の振興は、大都市圏に立地する産業集積の拠点という本市の地域特性を生かした施策により推進されなければならない。

4 中小企業の振興は、国、大阪府その他の公共団体（以下「国等」という。）との連携を図りながら、推進されなければならない。

## (中小企業者の努力)

第4条 中小企業者は、前条に定める基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、自主的な経営基盤の強化、雇用機会の確保、人材の育成、従業員の福利厚生の実施等を図るとともに、第9条に定める施策（以下「施策」という。）を積極的に活用し、その推進に協力するよう努めるものとする。

2 中小企業者は、地域社会の一員として、豊かで住みよいまちの実現に配慮するとともに、地域社会に貢献するよう努めるものとする。

## (大企業者の役割)



第5条 大企業者は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が地域経済の活性化に重要な役割を果たすことを理解し、施策の推進及び中小企業の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

2 大企業者は、地域社会の一員として、中小企業者との共存共栄のもとに、社会的責任を自覚し、地域社会に貢献するよう努めるものとする。

(市民の理解及び協力)

第6条 市民は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与することを理解し、施策の推進及び中小企業の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(関係団体の理解及び協力)

第7条 関係団体は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が地域経済の活性化に重要な役割を果たすことを理解し、施策の推進及び中小企業の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(市の責務)

第8条 市は、基本理念にのっとり、中小企業の振興に関し、必要な調査を行い、施策を実施するものとする。

2 市は、中小企業の振興に関し、必要な財政上の措置を講ずるものとする。

3 市は、中小企業の振興に関し、国等との連携並びに中小企業者、大企業者、市民及び関係団体の協働の推進に努めるものとする。

4 市は、市が発注する工事の請負、役務の提供又は物品の購入その他の調達に当たっては、予算の適正な執行並びに透明かつ公正な競争及び契約の適正な履行の確保に留意しつつ、中小企業者の受注の機会の増大に努めるものとする。

(中小企業の振興に関する施策)

第9条 第1条に定める目的を達成するために、本市が総合的に推進すべき中小企業の振興に関する施策は、次のとおりとする。

- (1) 中小企業者の産業集積を活性化し、ネットワークを強化するための施策
- (2) 中小企業者の操業環境を確保し、市民の住環境との調和を推進するための施策
- (3) 中小企業者の販路を拡大するための施策
- (4) 中小企業者の経営資源を強化するための施策
- (5) 中小企業者の人材を育成し、事業承継を円滑化するための施策
- (6) 中小企業者の資金調達を円滑化するための施策
- (7) 中小企業者の創造的な事業活動を促進するための施策
- (8) 中小企業者のグローバル化を支援するための施策
- (9) 中小企業者の労働環境を整備するための施策
- (10) 中小企業者の魅力等の情報を発信するための施策
- (11) 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める施策

(振興会議)

第10条 本市に、東大阪市中小企業振興会議（以下「振興会議」という。）を置く。

2 振興会議は、この条例の改廃に関する事項、施策の実施等に関する事項その他の中小企業の振興に係る重要事項を審議する。

3 振興会議は、前項に規定する事項に関し、市長に意見を述べることができる。

4 前3項に定めるもののほか、振興会議の組織及び運営に関し必要な事項は、市長が定める。

(実施状況の公表等)

第11条 市長は、毎年度、施策の実施状況を取りまとめ、公表するものとする。

2 市長は、前項の実施状況について調査及び分析を行うものとする。

(委任)

第12条 この条例の施行について必要な事項は、市長が定める。

附 則

この条例は、平成25年4月1日から施行する。

(趣旨)

第1条 この規則は、東大阪市中小企業振興条例（平成25年東大阪市条例第4号）第10条第4項の規定に基づき、東大阪市中小企業振興会議（以下「振興会議」という。）の組織、運営その他振興会議に関し必要な事項を定めるものとする。

(組織)

第2条 振興会議は、委員25人以内で組織する。

2 振興会議に、特別の事項を審議させるため必要があるときは、臨時委員を置くことができる。

3 委員及び臨時委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 市内の中小企業者
- (2) 学識経験者
- (3) 公募に応じた者
- (4) 本市の職員
- (5) その他市長が適当と認める者

(委員及び臨時委員の任期)

第3条 委員の任期は、前条第3項の規定により委嘱され、又は任命された日が属する年度の翌年度の末日までとする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

2 委員は、再任されることができる。

3 臨時委員の任期は、当該臨時委員に係る特別の事項の審議が終了するまでとする。

(会長及び副会長)

第4条 振興会議に会長及び副会長を置き、委員の互選により定める。

2 会長は、振興会議を代表し、会務を総理する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 振興会議の会議は、会長が招集し、その議長となる。

2 振興会議の会議は、委員の過半数が出席しなければ、開くことができない。

3 振興会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(部会)

第6条 振興会議は、その定めるところにより、部会を置くことができる。

2 部会に属する委員及び臨時委員は、会長が指名する。

3 部会に部会長を置き、委員のうちから会長が指名する。

4 部会長は、部会の事務を掌理する。

5 部会長に事故があるとき、又は部会長が欠けたときは、あらかじめ部会長の指名する委員が、その職務を代理する。

6 振興会議は、部会の議決をもって振興会議の議決とすることができる。

7 前条の規定は、部会の会議について準用する。この場合において、同条中「振興会議」とあるのは「部会」と、「会長」とあるのは「部会長」と、「委員」とあるのは「委員及び臨時委員」と読み替えるものとする。

(関係者の出席)

第7条 振興会議は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求めて、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第8条 振興会議の庶務は、経済部において処理する。

(委任)

第9条 この規則に定めるもののほか、振興会議の運営に関し必要な事項は、会長が定める。

附 則

1 この規則は、平成25年4月1日から施行する。

2 第2条第3項の規定による委嘱又は任命後最初の振興会議の招集及び会長が選出されるまでの間における振興会議の運営は、市長が行う。

附 則（平成27年3月27日規則第26号）

1 この規則は、平成27年4月1日から施行する。

2 改正後の第3条第1項の規定は、この規則の施行の日以後に委嘱され、又は任命される委員の任期について適用し、同日前に委嘱され、又は任命された委員の任期については、なお従前の例による。

## 東大阪市中小企業振興会議各部会報告



# モノづくり振興部門会議最終報告

東大阪市中小企業振興会議

モノづくり振興部門会議

## 目 次

はじめに

1. モノづくり支援施策の今後の方向性について	14
2. 東大阪市産業技術支援センターの今後のあり方について	17
参考資料 1 東大阪市モノづくり支援再興戦略の概要	20
参考資料 2 都市ブランド形成推進事業の概要	21
参考資料 3 モノづくり振興部門会議 開催日程	22
参考資料 4 中小企業振興会議モノづくり振興部門会議 委員名簿	23

## はじめに

本市のモノづくり支援施策は、平成27年2月開催の第6回東大阪市中小企業振興会議で取りまとめて提言した『モノづくり支援再興戦略』に沿って展開されている。この再興戦略では、2つのコンセプト「1 小規模企業にきめ細かく光を当てた支援」、「2 モノづくり支援施策を“つなぐ”橋渡しの強化」を設定し、そのコンセプトのもとに、「①高付加価値化に向けた支援の強化」、「②モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進」、「③操業環境の維持・確保」、「④販路開拓支援の充実」の4つの基本フレームに基づき、今後講じるべき施策を示したところである。

また、上記4つの基本フレームに基づく施策に加えて、市では、平成29年度から東大阪市都市ブランド形成推進事業を実施している。本事業は、2019年に開催されるラグビーワールドカップを契機に、国内外における東大阪市のもつ「モノづくりのまち」のイメージ・認知度の向上を図ることで企業取引の優位性につなげるとともに、東大阪市に立地することへのモノづくり企業のプライドの醸成や、住民理解の向上などにも資することを目的としている。

さらに、平成30年度には、都市ブランド形成推進事業の一環として、試作品づくりや新製品開発の促進を図ることを目的に、東大阪市立産業技術支援センターにある「モノづくり試作工房」をモノづくり企業とデザイナーや学生などのアイデアをもった人が交流できる場に模様替えする事業にも取り組んでいるところである。

上記の状況を踏まえて、平成30年度の東大阪市中小企業振興会議「モノづくり振興部門会議」では、モノづくり支援施策をより効果的に実施するために必要な観点と東大阪市立産業技術支援センターのあり方について活発に議論し、それぞれ「モノづくり支援施策の今後の方向性」「東大阪市立産業技術支援センターの今後のあり方」として意見を取りまとめた。限りある時間の中での議論であったため、個別具体的な内容には踏み込めていないが、今後、本報告の意を汲んで支援施策がより効果的に実施されることを期待したい。

最後に、本報告の取りまとめにあたり、終始熱心にご議論いただいた委員各位に深く感謝申し上げます。

平成31年1月

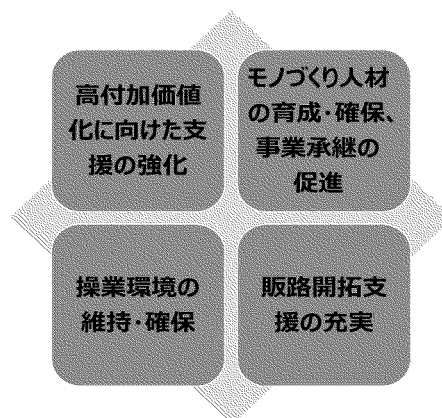
東大阪市中小企業振興会議

モノづくり振興部門会議 部会長 芦塚 格

## - モノづくり支援施策の今後の方向性について -

先述のとおり、本市のモノづくり支援施策は、『モノづくり支援再興戦略』の4つの基本フレームである、「①高付加価値化に向けた支援の強化」、「②モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進」、「③操業環境の維持・確保」、「④販路開拓支援の充実」に沿って展開されている施策に加えて、平成29年度から実施されている「東大阪市都市ブランド形成推進事業」で構成されている。

本報告では、平成30年度の新規・拡充事業を手がかりに、本市のモノづくり支援施策がより効果的に実施されるために必要な観点について、以下の3つの意見に集約した。



▲モノづくり支援施策の4本の柱

### 1. 短期的に集中して取組む施策と長期的に取組む施策とを明確にするべき

本市のモノづくり支援施策について、短期的に集中して取組む施策と長期的に取組む施策とに整理するべきである。

今日的な課題に対応するための施策のような短期的に集中して取組む必要がある施策については、目標を明確に示して結果を求めるべきである。一方で、若者を育てる教育やモノづくりに触れる機会を増やす取り組みなど、短期では結果が出ない施策については目先の成果にとらわれず長期的に取組むべきである。

また、今後の施策の立案にあたっては、その施策がどちらに該当するのかを明確にすることが必要であると考えます。

### 2. 施策の実施に際しては、企業への意識喚起から目標設定、情報提供の流れを想定するべき

施策の実施に際しては、「経営者の意識へのアプローチ」と、それにより「やる気が起こった経営者に対する情報提供」の2段階に分けて取組むことが必要である。

「経営者の意識へのアプローチ」においては、施策を実施する際の目標設定と情報発信が重要である。その施策の具体的な夢や目標をセミナー等の広



い間口で情報発信して、経営者の意識を喚起することが目的となる。

「やる気が起こった経営者に対する情報提供」においては、意識が喚起された経営者を納得させる様な情報を提供することが重要である。何をどのようにするべきかという具体的なノウハウを懇切丁寧に提供することが求められるため、意欲があり、リスクを取ることのできる企業を対象を絞ることが必要である。対象者は限られることになるが、その対象者に対して密度の濃い学びの機会を提供することで、想定した施策効果を得ることができると考える。

### 3. 重要な分野にリソースを集中すべき

市ではさまざまなモノづくり支援施策を実施しているが、手を広げ過ぎているように感じられる。

平成30年度の新規・拡充事業として示された事業は、「東大阪市事業承継総合支援事業」「若手経営者ネットワーク化促進事業」「I o T人材育成事業」「東大阪産業フェア」「高付加価値新製品開発支援事業」の5事業であった。いずれも市内のモノづくり企業が直面している問題への対応や時流に合わせた取組みであり、行政としてさまざまな課題に幅広く対応することが求められることは理解できるが、費用対効果を意識して、限られたリソースを効率的に活用するべきであると考えられる。

平成29年度に実施された「モノづくりブランディングアンケート」も含めた過去のアンケートの調査結果をみると、市内企業には技術力はあるが企画力が低いことが示されており、その分野に特化した取組みは重要であり、設備投資に対する補助制度のようなハード面ではなく企業の課題解決に資する情報提供や、新たなニーズとのマッチング支援等のソフト面の支援が求められている。

本報告の意見を踏まえて、施策の絞込みを検討することが望まれる。

最後に、東大阪市都市ブランド形成推進事業については、東大阪市を客観的に見つめなおすことで、「まちの魅力」を意識させ、東大阪市が都市としての物語性、哲学を持つことで、東大阪市に属することの誇りを喚起させることに資することができるという点では評価に値するのではないだろうか。その意味では、東大阪市モノづくりブランディング基礎調査で得たような企業の「生の声」を集約し、東大阪市の魅力として発信されたい。

また、この事業は長期的に取り組む必要のある事業だが、ラグビーワールド

カップ2019終了後に一度総括すべきである。

## - 東大阪市立産業技術支援センターの今後のあり方について -

東大阪市立産業技術支援センター（以下、「センター」という。）は、平成9年に、地域の活性化を図るため地域に密着したさまざまな技術支援を行う施設として開設された。現在、本施設は「技術支援」「企業活動支援」「交流」「ものづくり体験」の4つの機能により中小製造業等への技術支援を行っている。

「技術支援」機能は、「技術の地域診療所」として、技術的課題への相談対応や、多種多様な測定機器等を低廉な使用料で中小製造業等の利用に供することなどをその内容としており、本施設の中心的な機能といえる。「企業活動支援」機能は、貸会議室や創業期もしくは新分野の開拓に取り組んでいる中小企業者が使用することができる企業育成室の提供、講習会等による技術マッチングをその内容としている。「交流」機能は常設展示室や企業交流室での市内企業の紹介やセンターのウェブサイトによる情報提供、「ものづくり体験」機能は東大阪市青少年少女発明クラブと夏休み親子ものづくり体験教室をその内容としている。

また、先述のとおり、市では、平成30年度にセンターの「モノづくり試作工房」をモノづくり企業とデザイナーや学生などのアイデアをもった人が交流できる場に模様替えする事業にも取り組んでいる。

米中貿易摩擦を背景に中国向け輸出が低調傾向にあり、昨今の人手不足も相まって景気の先行き不透明感が強まっている。一方、昭和58年の10,033社をピークに市内企業数は減少する傾向にある中、域内の中小企業は、人手不足、後継者不足等の課題に直面しており、現状を放置すると域内の産業基盤が失われかねない状況である。

このような状況を踏まえて、本報告では、センターの今後のあり方について以下のとおり意見を集約した。

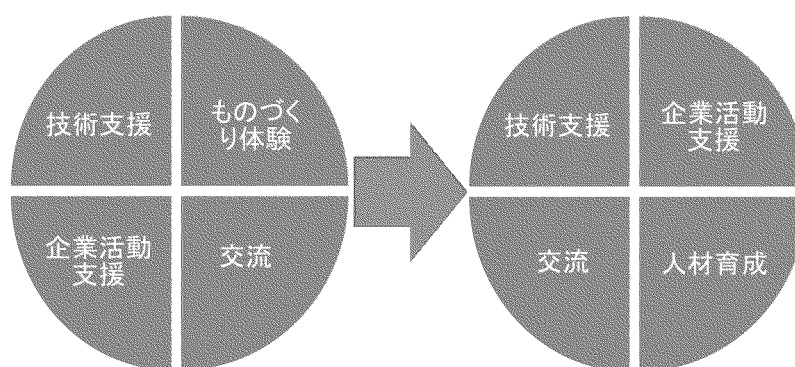
### 1 センターの機能の再構成

『モノづくり支援再興戦略』の4つの基本フレームに沿って展開されている施策では、市立産業技術支援センター機器整備事業を「②モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進」に位置づけている。それは、センターが高付加価値化の取り組み支援である市内モノづくり企業の技術支援にとどまらず、中堅人材の育成にも取り組んでいることが理由である。また、「モノづくり試作工房」を模様替えすることにより、今後、センターはモノづくり企業とデザイナーや学生などのアイデアをもった人との交流の拠点としても期待されている。

現在のセンターの機能は「技術支援」「企業活動支援」「交流」「ものづくり体

験」となっているが、人材育成に関するセンターの取り組みが十分打ち出せていないように感じられる。また、「交流」については、今後、「技術支援」と並ぶセンターの中心的な機能と位置づけるべきである。

よって、センターの機能を「①技術支援」「②交流」「③人材育成」「④企業活動支援」の4つに再構成し、それぞれの機能を明確化した上で、ウェブサイト等による情報発信を見直してセンターの認知度の向上を図るべきと考える。



▲東大阪市立産業技術支援センターの機能の再構成

## 2 センターの機能の明確化

平成27年7月に取りまとめた「東大阪市中企業振興に関する提言」の77～79ページのアンケート調査「市内モノづくり企業の発展に向けて」（平成26年実施）の分析にもあるように、センターに対する利用者からの評価は高い。これまでの取り組みを引き継ぎながら、今後センターに期待される役割を打ち出していくために、例えば以下のようにセンターの各機能を明確にすることが求められる。

### ①技術支援

引き続きセンターの核になる機能であり、品質試験的な機器利用のみではなく、課題解決から技術開発に繋がる技術支援を中心に位置づける。

### ②交流

「モノづくり支援施策の今後の方向性」の報告でも言及したとおり、ソフト面の支援が求められているところであり、モノづくり試作工房の活用などによるネットワークの核となる取り組みを明確に打ち出す。

### ③人材育成

現在「企業活動支援」機能として位置づけられている講習会の取り組みと現在「ものづくり体験」機能に位置づけられている事業を合わせて「人材育成」機能として整理し、若手に向けた取り組みの重要性を明確に打ち出す。

#### ④企業活動支援

市の他施策と連携したコーディネート機能や講習会等イベントによる技術マッチングなど支援メニューを明確化する。企業育成室については、センターに期待されている役割を踏まえて入居対象者を広げることを検討するとともに、入居者への支援についての仕組みを構築して入居することのメリットを明確に打ち出す。

最後に、モノづくりを広く知ってもらうための取り組みへの協力を通じてセンターの認知度の向上を図るなど、モノづくりのまちの施設としての特徴を出していくことや、学生との関わりなど、将来的には人的交流、ネットワークなどソフト面に裏打ちされた拠点としての活用方法の検討を期待する。

# 東大阪市モノづくり支援再興戦略の概要

参考資料1

## 東大阪市モノづくり支援新戦略（提言）以降の経済・社会環境の変化

東大阪市モノづくり経済特区構想（策定） [平成15年3月]

- 都市経営的観点からモノづくり都市の方向を明確化
- 高付加価値製品を作り出す基床としての機能的役割を担うべく、工場の立地・操業しやすい製造環境の提供に向けた施策展開

東大阪市モノづくり支援新戦略（提言） [平成20年2月]

- 特区構想の基本理念は、引き続き継承しつつ、なお厳しい小規模企業の実情、モノづくり人材の高齢化、操業環境の悪化といった今日的課題に対応すべく策定
- ①小規模企業の高付加価値化を強力に支援し、②安心して操業できる操業環境を確保し、③2つのコンセプトに、4つのフレームで施策展開

### 新戦略提言以降の経済・社会環境変化の潮流

新戦略の提言を受けて以後、5年以上が経過し、この間、平成20年9月のリーマン・ショックによる未曾有の経済危機、さらに平成23年3月の東日本大震災や同年以降の欧州政府債務危機等、新戦略策定時から中小企業・小規模企業者を取り巻く経済・社会環境は著しく変化している。

- 東日本大震災の発生 → 被災地の甚大な被害、原材料等や商品配達等の停滞、自粛ムード等の消費マインド低下、電力供給制約の発生
- 国内モノづくりの構造変化 → 人口減少・経営者層の高齢化・海外との競争激化・地域経済の低迷といった構造変化、事業所数減少
- 政策環境の変化
  - ・国 → 中小企業憲章の制定（H22.6.18 閣議決定）、小規模企業活性化法（H25.6.21公布）、9.20施行、小規模企業振興基本法（H26.6.27公布・施行）
  - ・東大阪市 → 東大阪市中小企業振興条例（H25.3.31公布、4.1施行）
  - ・東大阪市住工共生のもちづくり条例（H25.3.31公布、4.1施行）

## 「モノづくり支援施策のあり方検討部会」での議論

東大阪市中小企業振興会議で「モノづくり支援施策のあり方検討部会」を設置

東大阪市中小企業振興条例に基づいて、平成25年7月に組成した「東大阪市中小企業振興会議」で、新戦略提言以降の経済・社会環境の変化を踏まえ、東大阪市におけるモノづくり支援施策のあり方を再構築していく必要があるとの認識のもと、同年9月に「モノづくり支援施策のあり方検討部会」を設置

### 「モノづくり支援施策のあり方検討部会」での主な意見

- ・日本の技術力が衰えているのは、小規模な事業所によるところが大きい
- ・情報の発信側と受信側にギャップがあるのではないかと。施策メニューは充実しているのに、このギャップを埋めていく仕組みをつくらねば。
- ・どんな内容でも相談を受け、適切な支援機関へコーディネートできる窓口が必要

部会開催	主なテーマ
第1回（H25.10.23）	この間のモノづくり支援施策と今後のあり方検討の必要性
第2回（H26.1.29）	中小企業支援施策について（人材育成・確保、技術支援、事業承継）
第3回（H26.5.27）	中小企業支援施策について（販路開拓）
第4回（H26.6.24）	中小企業支援施策について（高付加価値化）アンケート調査について
第5回（H26.10.28）	アンケート調査結果の概要、再興戦略（仮称）中間骨子について
第6回（H27.2.4）	モノづくり支援再興戦略（仮称）最終報告（案）について

※上記に加え、2回の学識経験者・有識者会議を開催

## 2つのコンセプト

### 1 小規模企業にきめ細かく光を当てた支援

小規模企業の重要な役割を認識し、その活力が最大限に発揮されることの必要性に鑑み、さらに無制限に求める成長可能性を確保するため、小規模企業層を中心にきめ細かく光を当てた支援を行う。様々な経営課題等を抱えているモノづくり企業が気軽に相談できる総合相談窓口を設置し、適切な支援施策、支援機関への誘導等に努めるなど、小規模企業等のニーズにきめ細かく対応し、その事業の持続的な発展を図る。

### 2 モノづくり支援施策を“つなぐ”補填の強化

情報を入手していない、自社の強みが発信できていないモノづくり企業に対して、情報の受信、発信を双方方向に行き届けるようポータルサイト「東大阪市技術交流プラザ」の機能強化を図るとともに、モノづくり企業と支援機関、またモノづくり企業間、さらには、多様なモノづくり支援施策を“つなぐ”補填の強化を図る。

### モノづくり支援施策ニーズアンケート調査「市内モノづくり企業の発展に向けて」

市内モノづくり企業の現状や情報入手・発信、販路開拓、高付加価値化への取組み状況とそれらに対する支援施策のニーズを把握し、今後のモノづくり支援施策のあり方を検討するための基礎資料とすべく実施

#### アンケート調査結果から

- 小企業・小規模企業と規模の大きな中小企業の間で、経営状況に大きな格差
- 小企業では3割強が事業承継するつもりはないと回答
- 情報を入手していない小企業・小規模企業が多数存在している
- 自社に対する情報発信は、多様な組み合わせが求められている
- 自社の強みについて、情報発信ができていないと考える企業が多い
- 総合相談窓口の設置ニーズは、高い
- 従来員規模によって、求める販路開拓支援、高付加価値化支援施策は異なっている

## モノづくり支援施策の4本の柱と重点施策

### 高付加価値化に向けた支援の強化

【重点施策】  
成長分野への参入と企業間等の連携支援を強化

- 医療等成長分野への参入支援
- 企業間及び産学公民金連携に向けた取組を支援
- 新製品、新技術開発促進に向けた支援
- 産業財産権の取得に向けた支援
- 魅力あるデザイン製品づくりを促進

### モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進

【重点施策】  
モノづくり人材育成の強化と円滑な事業承継支援の検討・実施

- 市立産業技術支援センター機器整備事業
- 次世代モノづくり啓発事業
- モノづくりのまちイマーシアップ事業
- ビジネスセミナーの開催
- 円滑な事業承継及び技術継承に向けた取組

### 操業環境の維持・確保

【重点施策】  
住工共生のまちづくりの更なる進展に向けた優遇策等の充実

- 工場移転支援補助の実施
- 相隣環境対策支援補助の実施
- 住工共生コミュニティ活動支援補助の実施
- 事業用地継承支援対策補助の実施
- 住工共生まちづくり活動支援補助の創設
- モノづくり立地促進事業の実施

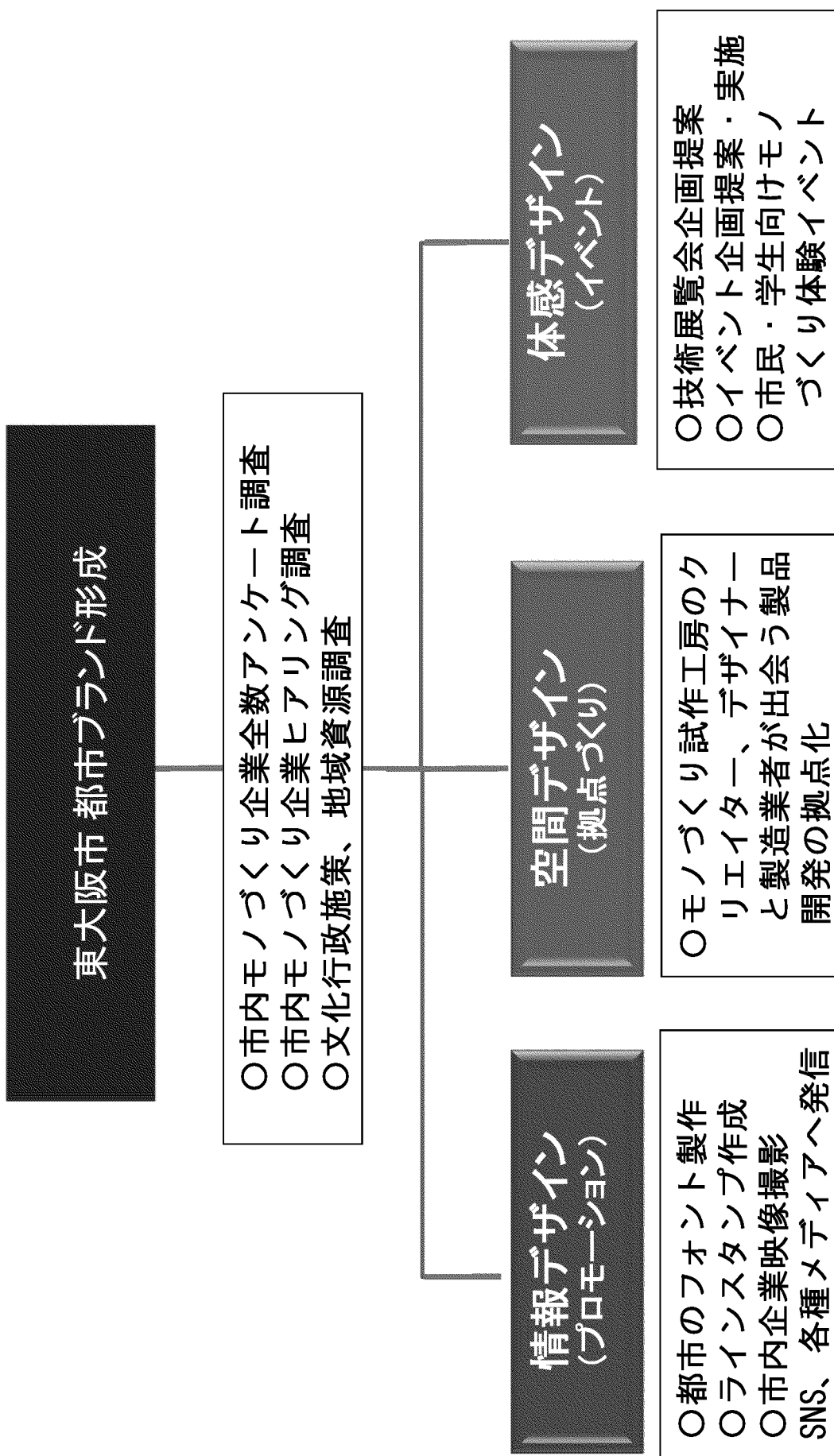
### 販路開拓支援の充実

【重点施策】  
モノづくり企業に対する販路開拓の一貫した支援

- 総合相談窓口の設置
- モノづくりワンストップ推進事業の強化
- 東大阪市技術交流プラザ事業の強化
- 総合的な情報発信
- 東大阪ブランド推進機構補助事業
- 国内外販路拡大事業

※第6回東大阪市中小企業振興会議（平成27年2月開催）で取りまとめ提言

# 都市ブランド形成推進事業の概要(平成29年度～)



モノづくり振興部門会議 開催日程

<平成29年度開催状況>

開催なし

<平成30年度開催状況>

平成30年 6月 第1回 部会の開催

- ・モノづくりブランディングアンケート調査結果について
- ・平成30年度新規拡充事業の効果的・効率的な実施に向けて
- ・モノづくり試作工房の活用を踏まえた産業技術支援センターの今後のあり方について

平成30年 8月 第2回 部会の開催

- ・東大阪市立産業技術支援センターのあり方について

平成31年 1月 第3回 部会の開催

- ・住工共生のまちづくり関連施策の見直し（住工審議会）報告
- ・これまでの議論の取りまとめ



中小企業振興会議モノづくり部門会議 委員名簿

(順不同・敬称略)

役職	氏名	役職等
部会長	芦塚 格	近畿大学経営学部 教授
委員	大塚 征慈郎	公募委員
委員	草場 寛子	株式会社盛光SCM 代表取締役
委員	松尾 雅明	東大阪商工会議所 専務理事
委員	柳山 稔	東大阪市工業協会 会長
臨時委員	本多 哲夫	大阪市立大学商学部 教授

(平成31年1月現在)



「東大阪市商業振興ビジョンの振り返りと次期計画の策定について」

東大阪市中小企業振興会議

商業振興検討部会

# 目 次

はじめに

1. 本部会の目的	28
2. 地域商業を取り巻く現状	28
3. 議論の流れ	29
4. まとめ	31
5. 参考資料について	32

## 参 考 資 料

- 【資料1】東大阪市中企業振興会議 商業振興検討部会の開催経過
- 【資料2】商業振興の新たな視点
- 【資料3】コーディネート事業実施までの流れ
- 【資料4】商業振興コーディネート事業の概要
- 【資料5】元気グループコーディネート事業の概要
- 【資料6】商業振興コーディネート（個店支援）事業の概要
- 【資料7】商業振興コーディネート（ラグビーのまち商業振興）事業の概要
- 【資料8】次期商業計画策定スケジュール（案）
- 【資料9】「若江岩田きらりプロジェクト」の現状と課題について
- 【資料10】東大阪市中企業振興会議 商業振興検討部会委員名簿

## はじめに

近年の商業を取り巻く環境は、少子・高齢化の進行等を背景として、消費者ニーズの多様化が進むとともに、インターネットによるネット販売比率の増加等購買手法や流通のしくみも大きく変化している。

東大阪市（以下「市」という）では、平成22年に策定された東大阪市商業振興ビジョンにおいて、商業活性化を図るための3つの基本方向が示されており、市ではこれらに基づいたさまざまな商業振興施策を展開してきた。現在はこの計画の最終段階を迎えていることから、商業振興検討部会において次期商業計画策定に向け、商業振興施策についての振り返りを行い、特にコーディネート事業についての検証を行った。

限られた時間の中、様々な視点でのご意見をいただくことで議論が深まり、充実した部会となったところである。

については本部会で検証した後述の内容、考察を次期部会に引き継ぎ、今後の商業振興の指針となる次期計画策定における資料としていただければ幸いである。

最後に、本部会にお忙しい中ご出席いただき、貴重なご意見をいただいた委員各位に深く感謝申し上げます。

平成31年3月

東大阪市中心企業振興会議  
商業振興検討部会 部会長 加藤 司

# 東大阪市中小企業振興会議

## 商業振興検討部会

### 報告書

## 1、本部会の目的

現計画である第2期「東大阪市商業振興ビジョン」（以下「商業振興ビジョン」という。）は平成22年に概ね10年間の期間を設定し、策定された。本市商業振興の指針となる商業振興ビジョンは市内の13商業集積地を対象としており、主要駅に広がる複数の商店街からなる集積地を「生活の拠点」として位置づけるなかでの支援のあり方が展開されている。この商業振興ビジョンでは、6つの課題と3つの基本方向が示されているが、6つの課題とは、「集積力低下」、「組織力低下・担い手不足」、「個性の不足」、「商業集積地別のビジョンの欠如」、「元気な店舗の取り込み不足」、「情報発信や集積地間交流の不足」であり、これらの解決に向け、3つの基本方向、「地域密着型支援の強化」「元気グループ推進型支援の強化」「地域資源活用、広域集客型支援の強化」が示され、本市においてはこれらに基づき商業振興施策を実施しているところである。本部会では、商業振興ビジョンの総括を行う段階に差しかかるなか、地域商業を取り巻く環境変化を踏まえ、これまでの市の商業振興施策の進捗状況や方向性を検証しながら、改めて今後の商業振興の在り方を探ることを目的として開催したものである。

## 2、地域商業を取り巻く現状

地域商業をとりまく現状は、少子・高齢化、後継者不足、消費者ニーズの多様化が進み、購買手法や流通の仕組みが大きく変化してきている。商業集積地が多く存在し、比較的にぎわいが保たれている本市においても、空き店舗の増加として目に見える形で現れつつある。また、大型店舗の撤退による隣接商店街の衰退が懸念される状況もあり、今後は大型店舗等と商店街が共存していけるような商業の形態も考えていかなければならない。

一方で2018年9月に布施のみやこ町商店会の中に簡易宿泊所であるセカイホテルがオープンし、商店街の新しい動きとしてその波及効果が期待される場所である。2019年には東大阪市花園ラグビー場でラグビーワールドカップが開催されることから、商業活動におけるインバウンド対策にも力を入れていく必要がある。市では今年度、商業者向けにインバウンド対応セミナーを開催し、関西におけるイ

ンバウンド基礎情報の紹介や、接客ロールプレイング等を行い、布施地域や花園地域の商店街では英会話教室を行うなど序々に市内商店街でも取組みが広がっており、新たな顧客を呼び込み、商業の活性化につながる試みが始まっている。

### 3、議論の流れ

第1回の部会では、商業振興ビジョンの最終段階に差しかかり、次期商業計画の策定を見据えるなか、改めて「東大阪市商業振興ビジョンを踏まえた振り返り」を行い、議論した。

市内商店街等の商業団体の一部においては推進体制や体力の低下がみられ、担い手となる若手商業者の不足等の厳しい状況のなか、イベント事業や販売促進事業を実施しても本来の売上向上につながらない、また集客に結び付かない等の課題があった。そこで、市は商業振興ビジョンに基づくコーディネート事業を実施し、モデル地区型支援を経て若手商業者グループ「小阪まちゼミの会」や「若江岩田きらりプロジェクト」等が立ち上がることとなった。彼らは市の支援後も自立した活動を続けているが、その活動事例や課題等を確認するなかで、行政による商業振興のサポート体制があったからこそ、意欲的な若手商業者（点）を結び、既存の商店街組織の枠を超えたグループ（面）として、商業集積地全体の新しい組織の活動につながっていることが分かった。今後も意欲のある商業者や若手商業者の方々の活動を支えるこういった支援が必要であるが、それには事業を推進するためのカギとなるコーディネート人材が必要で、そういった人材をどう確保するかが課題であると認識されたところである。また、モデル地区型の活動までとはいかなくとも、集積地内に魅力的な個店が増えることによって集積地全体（面）のにぎわいが波及するという効果も確認されたところである。また、市が個店型支援としてラグビーをモチーフとした食品の製造小売店舗を運営している個店を公募し、菓子や弁当を作られている個店を掲載した「東大阪ショウテンズ」という冊子は、各種メディアで取り上げられるとともに、掲載店舗単位で様々なイベントにも出店を行い、市の魅力の一つとして広くアピールすることができた。このような魅力的な個店を増やすことも市域のにぎわいづくりには必要であり、個店支援につながるような事業に今後も行政として取り組んでいくべきであると確認した。

第2回の部会では、既存の商店街組織の枠を超えた若手経営者を中心に発足した「若江岩田きらりプロジェクト」のメンバーの1人である委員から、実際にプロジェクト活動を続けるなかでの現状と課題について発表していただき、議論を行った。

例えば子育て世代層を対象として月1回開催している「きらりえがお塾」については、平成26年9月から現在も引き続き開催しており、店主が直接参加親子にプロのノウハウを伝授する人気企画となっている。また、個店同士のつながりができたことで、「酒粕まんじゅう」、「減農薬米の米ぬかクッキー」等の異業種店舗のコラボ商品も多数開発されている。「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さんイベント」では、地元店舗ブースにて子どもたちに職業体験や買い物体験等を楽しんでもらうことで、子どもやその家族に地域店舗の魅力を知ってもらい、お店のファンづくりや若江岩田地区全体の盛り上がりにつながったところである。このように若い世代の顧客層を引き込むことによる商店街活性化を狙いとした企画は、立ち上げ初期には商業振興コーディネート事業として行政の支援も受けたもののやる気ある商業者が集まり、会話するなかで形づくられたものである。会場の確保や運営する人材の確保については課題があり、今後継続的に運営していくにはこれらの課題克服が必要であるとのことではあるが、現在は市からの支援を受けず、自立した活動をされている点も特筆すべき点であるといえる。従来の商店街のみに対する商業振興支援に留まらない、新しい枠組みでの支援のあり方の可能性が示されたところである。

また、次期商業計画策定スケジュールについて事務局より案が示され、計画をつくるうえで重要なバックグラウンドとなるイベントや市の計画・調査について確認を行った。その中で2019年のラグビーワールドカップ開催、2020年の東京オリンピック、2021年のワールドマスターズゲームズ関西とスポーツイベントが続くこともあり、インバウンド対策の重要性について改めて認識した。また、商業にかかわる市の計画として立地適正化計画等の資料が示され、特に今後策定される新総合基本計画は、市全体の方向性を示す重要な計画となることから、この計画内容を次期商業計画にも反映させ、新総合計画と同じ2021年度スタートとすることを確認した。また、モノレール延伸に伴う荒本周辺地域の商業構想および近鉄奈良線沿線の商業の可能性について、担当部局から説明があり、活発な意見交換が行われた。

次期商業計画が対象とする期間については、商業をとりまく環境が、非常に速いスピードで変化している状況を考慮し、現行商業ビジョンの定める10年より5年程度のもう少し短い期間を設定し、社会情勢の変化を速やかにフィードバックできるものとするのが望ましいと結論づけた。また、現在の商業振興ビジョンを基本として持ちながら、その時々状況により柔軟に対応できるプラン的なものを作成すべきではないかとの意見もあった。次期商業計画の期間や内容については、2



019年度以降の部会で詳しく検討していくこととなった。

#### 4、まとめ

本部会では、商業振興ビジョンを振り返り、今後の商業振興のあり方について活発な意見交換を行った。商業振興コーディネート事業を中心とした議論においては、個店という「点」を「面」としてつなぐことによる商業振興の可能性について、モデル地区型および個店支援型の展開を本部会として高く評価したところである。

商店街等の商業団体は店主が高齢化し、若手商業者の育成ができていない等の厳しい状況があり、店主及び団体役員の後継者問題等があるものの、魅力ある店舗、意欲ある商業者や若手商業者は存在する。ノウハウやネットワークが構築できていないが故にばらばらに点在するこれらをまとめることができれば、それは新たな意味での商業集積とも認識できる。グループ形成までには行政によるサポートが必要ではあろうが、継続的に活動する新しい組織として認知されるなかで、既存の商店街活動に類するものとして位置づけることも可能ではなかろうか。本市の既存の商店街は多くの住民の買い物行動を支える場であるとともに、街路灯整備などまちの安心安全に寄与し、非常に大きな役割を果たしてきた。商店街の実施するにぎわいイベント等も住民に長年愛されるソフト事業であり、今後もそれらの活動に対する支援は欠かせないところであるが、本部会で議論したように、魅力ある個店を増やす支援を進めていただくことも合わせ、市内商業の振興や魅力づくりのあり方については新たな展開が必要な時期にきているのではないかと考えられる。今後の本市商業振興の方向として、商店街等に対する従来型の施策とともに個店にフォーカスをあてるような新たな視点での施策展開が望まれるところである。

なお、次期商業計画については、今後の社会情勢の変化に柔軟に対応できるよう、比較的短期間のプラン的なものとするのが適当であると考えられる。

## 5. 参考資料について

- 【資料1】 東大阪市中企業振興会議 商業振興検討部会の開催経過
- 【資料2】 商業振興の新たな視点
- 【資料3】 コーディネート事業実施までの流れ
- 【資料4】 商業振興コーディネート事業の概要
- 【資料5】 元気グループコーディネート事業の概要
- 【資料6】 商業振興コーディネート（個店支援）事業の概要
- 【資料7】 商業振興コーディネート（ラグビーのまち商業振興）事業の概要
- 【資料8】 次期商業計画策定スケジュール（案）
- 【資料9】 「若江岩田きらりプロジェクト」の現状と課題について
- 【資料10】 東大阪市中企業振興会議 商業振興検討部会委員名簿

東大阪市中小企業振興会議  
商業振興検討部会の開催経過

平成30年9月28日（金）第1回商業振興検討部会

- 「東大阪市商業振興ビジョンを踏まえた振り返り」について

平成31年1月10日（木）第2回商業振興検討部会

- 「次期商業計画策定スケジュール（案）」について
- 「商業振興コーディネート事業実績」について

# 商業振興の新たな視点

資料 2

東大阪市商業振興ビジョン策定[平成22年2月]

## 【3つの基本方向】

- ・ 地域密着型支援の強化
- ・ 元気グループ推進型の強化
- ・ 地域資源活用、広域集客型 支援の強化

## 商業振興の新たな視点

やる気ある店舗、元気な事業者、魅力ある個店をつなぐ

「点」から「面」へ、そして市域全体へ

商店街の枠を超えた、新たなグループの育成

### (1) 商業振興コーディネート事業

＜地域密着型支援の強化＞

＜地域資源活用、広域集客型支援の強化＞

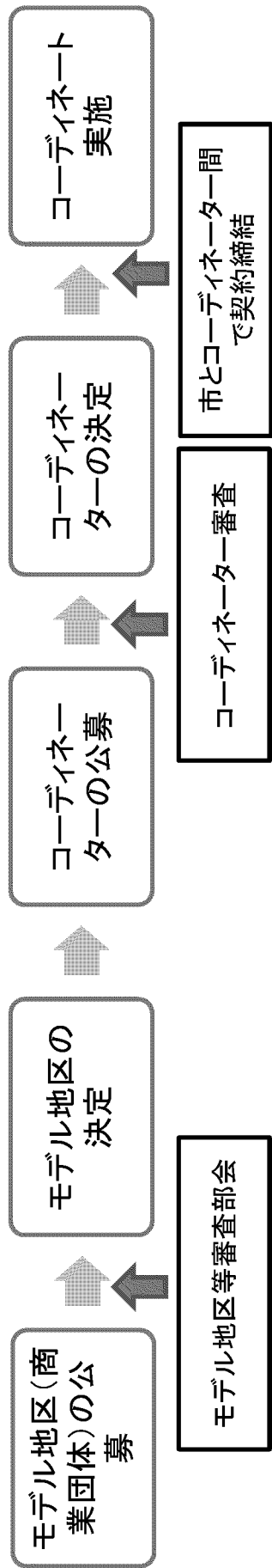
- ・ 小阪まちゼミ
- ・ 若江岩田きらりプロジェクト
- ・ 個店コーディネート事業

### (2) 元気グループコーディネート事業

＜元気グループ推進型の強化＞

- ・ 布施三・四会

## ●コーデイネート事業実施までの流れ



## ●コーディネート内容例

<p>小阪 (平成24年度)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エリア内商店への個別ヒアリングによる現状把握</li> <li>・ワークショップによる商店街における課題のとりにまとめと共有</li> <li>・まちゼミ企画運営支援(小阪まちゼミの会発足)</li> </ul> <p>など</p>
<p>若江岩田 (平成27,28年度)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者モニターの意見を活用した子育て層への商店PR事業の企画運営支援(H26きらりプロジェクト発足)</li> <li>・集積地内商店への個別ヒアリング調査、周辺住民へのアンケートによるニーズ・現状把握</li> <li>・商店街イベント、「きらりえがお塾」等の既存事業の効果検証</li> <li>・店主間の意識共有・新規事業の検討(ファシリテート)</li> </ul> <p>など</p>
<p>布施 (平成27,28年度)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街活性化事例研究(座学研修)</li> <li>・店主間の意識共有・合意形成に向けたワークショップ</li> <li>・ワークショップの結果に基づくグループ事業支援</li> </ul> <p>など</p>

## 事業名；商業振興コーディネーター事業(委託事業)

## 商業振興ビジョン「推進体制」の強化

### 事業の目的

・市内ほとんどの商業集積地は、意欲はあっても計画づくり、事業化、専門家等とのネットワークづくりなどになかなか踏み込めない状況である。このような思いを大事に育てていくことは商店街の活性化にとっても重要なことである。この思いを実現に向けてることを目的とする支援策である。

### 事業の内容

・モデル商業集積地へのコーディネーター業務  
 モデル地区を市内13商業集積地から1地域公募選定し、意欲はあるもののノウハウやネットワークが構築できていない商業集積地が効果的な事業提案、実施できるよう後押し(コーディネーター)を行い、その成果を普及する。以下委託内容。

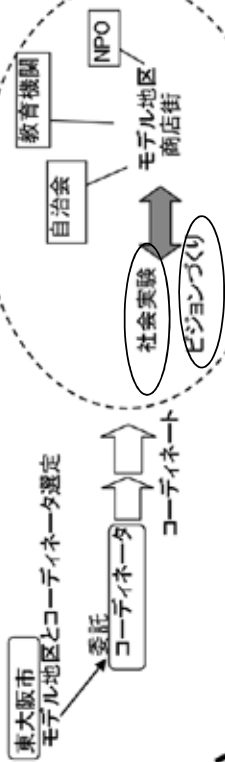
- ①ヒアリングやワークショップ等(月1～2回程度)の手法を用いた商業集積地域の課題設定や地域ニーズの掘り起こし
- ②商業集積地の中長期的なビジョンや計画づくりの支援商業集積地のプロジェクトの企画運営支援
- ③住民や団体等との連携を図るためのコーディネーター
- ④商店街観光や情報発信事業、広域集客のためのしかけづくり
- ⑤上記事業実施に向けた社会実験の企画運営支援

### 予算

コーディネーターへの委託料

### 事業イメージ

平成27、28年度事業実績  
 (若江岩田商業集積地、若江岩田きらりプロジェクト)  
 コーディネーターの支援のもと、地域の子育て施設等と連携しながら、お店のファン作り等を実施している。



期待される効果または目標

- 商業振興ビジョンの3つの基本方向の推進と確立
- ・地域密着型支援の強化
  - ・元気グループ推進型支援の強化
  - ・地域資源活用・広域集客形支援の強化

## 事業名；元気グループコーデイネート事業(委託事業)

## 元気グループ推進型支援の強化

## 事業の目的

商店街で起業した新たな若手商業者の育成や、商業集積地内外の意欲的で元気な商店主を发掘し、課題解決に向けたプレイヤーを確保しコーデイネートを行うことで地域商業全体の活性化を図るため。

## 事業の内容

これからの商業地域活性化を担う若手リーダー候補の集まりでもある「元気グループ」の育成・研修および活性化に資する事業実践までの2年間に渡るコーデイネートを委託するもの。  
初年度は、当該地区の商環境や強み・弱みの把握、先進地事例研究、コンセンサス形成等を目的とした研修やワークショップを中心に行う。  
次年度は初年度の活動を踏まえて、商店街や地域の持つ可能性を広げる事が可能な社会実験的要素を含めた事業実施を行うことを目標とする。

## 予算

コーデイネーターへの委託料

## 事業イメージ

平成27、28年度実績(布施 三・四会)  
・布施駅北部の三番街・四番街商店街を中心とした9店舗がグループを結成

・平成27年度：先進地事例研究、先進地視察、ワークショップによる参加者間の意識や課題共有(三・四番街の強み・弱みとは何か、短期・中期・長期それぞれ視点で実施したい事業とは何か)に取り組んだ。

・平成28年度：平成27年度の研修等を踏まえ、継続的な顧客層の獲得に向けて、小学校低学年を主要対象としたイベントを実施。

## 期待される効果または目標

- ・コーデイネーターによる商店街内外の店主グループづくりとネットワークの強化を通じた商業振興ビジョンの推進
- ・コーデイネートを通じた人材育成と新たな活性化事業への布石

商業振興コーディネート（個店支援）事業概要  
 （情報発信冊子「東大阪 SHOTENS（ショウテンス）」について）

<平成28年度>

【事業概要】

近年著しい既存商店街組織における業種構成の変化、商業集積地の外に店舗を構える商業者の増加等を鑑みると、市の商業振興事業においては、既存商店街の枠にとらわれない、個店単位への支援が必要となっている。そして、市外から多くの来街者が見込まれるラグビーワールドカップ 2019™の東大阪市花園ラグビー場開催は、「ラグビーのまち」をPRする本市においては、消費者の関心も高く、商業振興に向けた一つの重要な契機である。

その点でアピールできるような、ラグビー等をモチーフとした食品の製造小売店舗を運営している個店を公募し、これらの個店をつなぐコーディネートを通じて丁寧な取材に基づいた、見て楽しめる情報冊子を作成した。同内容をウェブ等でも発信しながら、効果検証等も踏まえて東大阪市の新たな名物となる商品の発掘および個店の活性化に資する調査および施策検討を目的として、平成28年度東大阪市商業振興コーディネート事業として展開した。

平成28年9月の個店取材（店主ヒアリング）の結果、遠方からの来街者が購入する土産品という以上に、近隣住民による土産品としての購入および、店舗PRを目的として製造販売している側面が強いことが判明した。そこで、全国高等学校ラグビーフットボール大会開催時の東大阪市花園ラグビー場における配布という話題性ある取組みと並行しながらも、東大阪市ウェブサイトや市政だより、東大阪ブランド推進機構参加店舗への配布等を通じて、市域内での流通はもちろん、市外の個人・企業への土産品としての商品PRを進めた。

【事業の流れ】

- 平成28年7～8月 : 参加店舗公募（市ウェブサイト、市政だより等）
- 平成28年8月 : 参加店舗決定（応募12店舗すべて参加）
- 平成28年9～11月 : 参加店舗取材、情報冊子記事校正
- 平成28年12月 : 情報発信冊子完成
- 平成28年12月～平成29年2月 : 情報発信
- 平成28年2月 : 効果検証（店舗ヒアリングの実施）
- 平成29年3月末 : 効果検証等報告まとめ

【参加店舗一覧（情報発信冊子掲載順）】

- ①菓心庵絹屋 ②ケーキとチョコレートの店ファミリーユ ③おほい堂本舗  
 ④肉の森田屋 本店 ⑤菓子房きぬた ⑥花園創菓庵松一 ⑦和菓子舗萩月



- ⑧UN STAGE SATAKE (アンスタージュサタケ) ⑨菓匠庵白穂 ⑩御菓子司五條堂  
 ⑪有限会社和公 ⑫お菓子の工房カラントリーヌ

※上記に加え、東大阪カレーパン会、東大阪市花園ラグビー場の紹介もした。

【冊子仕様等 (紙媒体)】

A5サイズフルカラー16ページ 作成数5,400冊

※同データを東大阪市ウェブサイトよりダウンロードも可能。

【主要配布先等】

- 東大阪市経済部商業課
- 上記参加12店舗
- 東大阪物産観光まちづくりセンター
- 花園中央公園前噴水広場周辺  
 (東大阪市花園ラグビー場にて全国高等学校ラグビーフットボール大会開催時)
- 市内企業 (東大阪ブランド推進機構、東大阪ラグビーグッズ創生クラブ、東大阪商工会議所等)
- 大阪観光局 (当団体運営SNS等含む)

【東大阪ショウテンズ冊子の外部メディア取上げ実績 (例)】

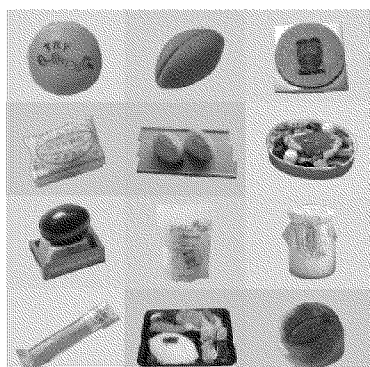
名称	掲載日等	メディアカテゴリー
東大阪経済新聞	H29. 1. 6	web 新聞
産経新聞 (朝刊-河内版)	H28. 12. 26	新聞
ABC ラジオ (武田和歌子のぴたっと。)	H29. 1. 11	ラジオ
J:COM チャンネル (ジモト満載ええ街でおま!)	H29. 1. 21	テレビ
大阪観光局 twitter	H28. 12. 27	SNS

東大阪市のラグビーにちなんでおみやげ、お菓子

「東大阪ショウテンズ」は

おいしいもので

「聖地花園」を応援します!



## <平成29年度>

平成28年度に作成した東大阪ショウテنزについて、新規店舗を追加した改訂版を制作した。

- ・掲載店舗数を12店舗から15店舗へ拡大。
- ・平成29年8月21日～8月31日 公募

### 【冊子仕様等（紙媒体）】

- ・冊子 A5版 20ページ 作成数15,000冊
  - ・ポスター B2版 15枚
  - ・チラシ A4版 10,000枚
- ※同データを東大阪市ウェブサイトよりダウンロードも可能。

### 【主要配布先等】

- 花園中央公園前噴水広場周辺  
(東大阪市花園ラグビー場にて全国高等学校ラグビーフットボール大会開催時)
- 掲載15店舗
- 市役所（リージョンセンター）

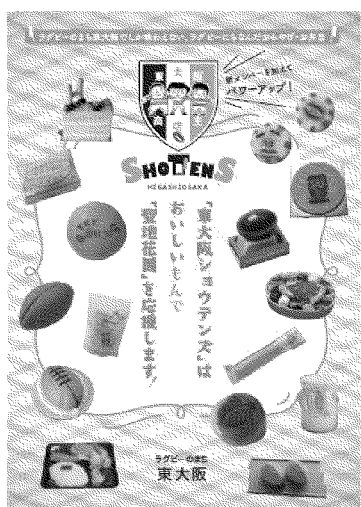
### 【追加参加店舗】

- ① 株式会社 三容 ② ケーキハウス ミュー ③ コンフィセリー ラパート

### 【主なイベント】

全国自治連合会への出店

平成29年11月9日（木）ホテルニューオータニで行われた全国自治連合会にショウテنزの7店舗が出店し、販売を行った。



## 商業振興コーディネート（ラグビーのまち商業振興）事業概要

## &lt;平成29年度&gt;

## 【事業概要】

RWCに向けて、商業振興とラグビーのまち東大阪をより一層支援・PRすることから、商店や飲食業を通じたラグビーのまちについての広報やラグビーを活かした店頭販促物やチラシやPOPづくりで使用できる無料のイラスト素材の配布等を、小売商業団体連合会を通じて実施した。

## RWCに向けて市内商業の課題

- ①RWC2019開催に向けて市民、商業者のラグビーに関する知識・関心不足。
- ②RWCに向けた「ラグビー」に関する商業者の商業活動が乏しい。
- ③RWC開催中、開催後の「ラグビーのまち」を活用した商業振興策。

## 制作の視点

- ・ラグビーのまちを市民にPRするとともに商業者へ浸透させ、商業振興のためのひとつのアイデアとして「ラグビー」を活用してもらえよう提案、コーディネート。
  - ・RWCに向けて意欲のある個店の自主的な販促活動を支援する題材（無料イラスト素材）の制作配布。
  - ・外国人観光客（インバウンド）へのおもてなしツールの一部制作。
- RWCに向けて、「ラグビー」を商業振興のひとつの機会とアイデアとして提起した。
- ひいては、市民もRWCをきっかけにまちのにぎわいや商業振興のひとつとして恩恵を感じてもらった。

## 【製作物】

- ①啓発グッズ（つり銭トレイ）・・・ラグビーのまちのPRと市内消費を啓発した。  
1,400個
- ②メッセージボード・・・ラグビーボールの形の店頭PRボード。  
1,400個
- ③立体POP・・・ラグビーのまち、ラグビー知識や見どころを消費者、商業者にPRした。  
2,000部×2種、合計4,000部
- ④フリーイラスト・・・ラグビーにかかるイラストを製作し、市内商業者が利用する。  
292種

【各種グッズ画像】



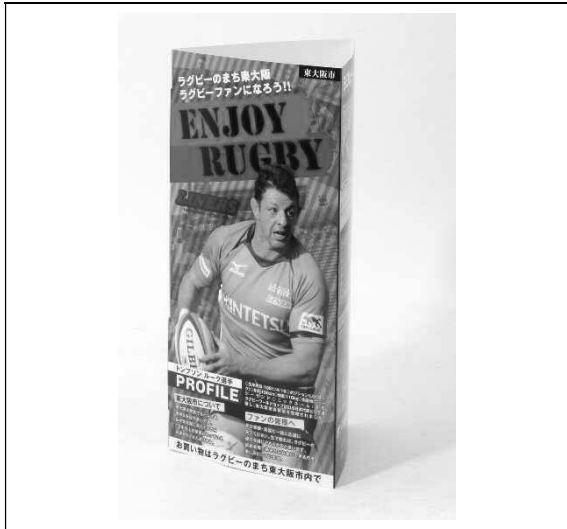
① つり銭トレイ ※本体は透明色



②メッセージボード



③-1 ラグビーのまち紹介POP  
ラグビーのまち編



③-2 ラグビーのまち紹介POP  
ラグビーの基本編

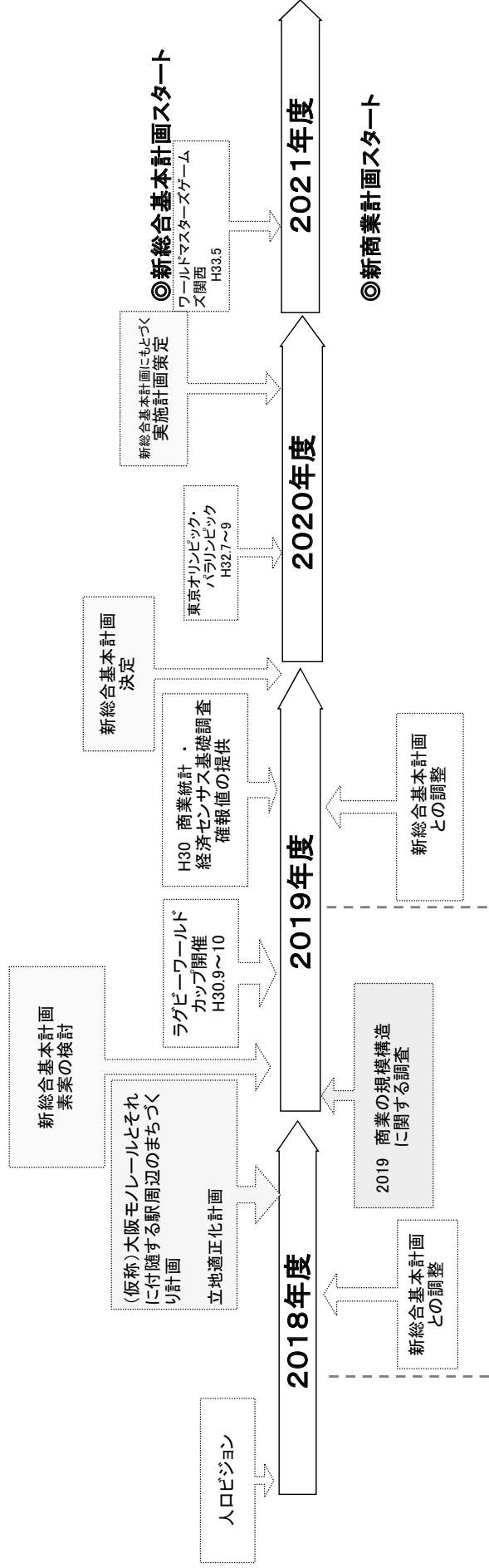


④ フリーイラスト チラシ

◎ 次期商業計画策定スケジュール(案)

現ビジョンの対象期間 H22年(2010年)2月～概ね10年  
 新計画は2020年度中の策定、2021年度施行を予定

- ・ ラグビーワールドカップ開催後の景況を反映するため
  - ・ 市の新総合基本計画実施(2021年～)との整合性をもたせるため
- 概ね5年のプラン的なものでないか( ex.H19モノづくり支援新戦略→H26モノづくり支援再興戦略)



※11月 調査にかかる予算要求

※11月 調査にかかる予算要求

2018 商業部会  
 ①: 現ビジョンの振り返り  
 ②: 新計画のあり方の検討

2019 商業部会 新計画の方向性を検討 既存の統計資料の分析 新総合基本計画への落とし込み 規模・構造に関する調査の実施

2020 商業部会 新計画の具体化 アンケート結果の分析 新計画の柱の確定 新計画の体系づくり

## 「若江岩田きらりプロジェクト」の現状と課題について

平成31年1月10日

### <主な取組み内容>

#### 「きらりえがお塾」(平成26年9月～)

・きらりっこを利用する子育て世代層(0～3歳の未就学児がいる家庭)を対象としており、月1回開催している。

- |        |     |           |                               |
|--------|-----|-----------|-------------------------------|
| ・平成26年 | 9月  | 葉匠庵 白穂    | 手作り和菓子体験                      |
| ・      | 10月 | ひらた米穀店    | 子どもも食べられる玄米                   |
| ・      | 11月 | ベーカリートレント | 親子でパン教室                       |
| ・      | 12月 | 酒のにしだ     | 発酵食品で美しく！<br>本物の酒粕を使った簡単クッキング |
| ・平成27年 | 1月  | おおくま整骨院   | 親子で楽しむ体操                      |
| ・      | 2月  | フォトピープル   | フラワーアレンジメント<br>ひなまつりバージョン     |
| ・      | 3月  | ケーキ屋健ちゃん  | クッキー&スイートポテトを作ろう              |



現在に至る。

#### 「大人のえがお塾」(平成28年4月～)

・平成28年4月より「大人のえがお塾」を開始。

第一弾講座は、プロジェクトメンバーの「酒のにしだ」による、「気取らないワインの楽しみ方・選び方」を実施した。

- ・平成28年 4月) 酒のにしだ
- ・平成28年10月) ひらた米穀店
- ・平成29年 1月) ベーカリートレント



現在に至る。

「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」(平成28年～)

- ・若江岩田駅前の行政サービスセンター「希来里(きらり)」内を会場として、当プロジェクトが初めて単体で企画・主催した、「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」を開催。イコーラム内に出店した地元店舗ブースにて5歳～12歳までの子どもたちに職業体験や買い物体験等を楽しんでもらう事で、子どもやその家族に地域店舗の魅力を知ってもらい、お店のファンづくりや若江岩田地区全体の盛り上がりにつめた。イベント開催前からJ:COM東大阪や東大阪経済新聞、週刊ひがしおおさか等、地域情報を発信する各メディアに取り上げられたこともあり、プロジェクトの名前や活動内容、各店の知名度向上につながった。また、イベントをきっかけに店舗に足を運んだ消費者(新規顧客)が複数いたことが、事業効果検証アンケート等を通じて、各店より報告されており、モチベーションの向上につながっている。

(「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」概要)

- ◎開催日時 : 第1回 平成28年7月 3日(日) 10～14時  
第2回 平成29年7月16日(日) 10～14時
- ◎開催場所 : 希来里6階イコーラム  
(ギャラリー、第1～第4研修室、学習室)
- ◎対象 : 5歳～12歳程度の子どもと、その家族

※平成30年度は会場の都合により、現在、開催はできていない。

「コラボ商品の開発・販売について」(平成27年1月～)

商店主の横のつながりができたことで、共同での製品企画等につながっている。

- ・大阪産日本酒を使った酒粕饅頭づくり
- ・和菓子とお酒のギフト
- ・減農薬米の米ぬかクッキー
- ・父の日ギフトコラボ企画
- ・中元ギフトコラボ企画
- ・20歳の記念バック 等。

<課題>

- ・
- ・



東大阪市中小企業振興会議  
商業振興検討部会委員名簿

No.		委員氏名	役職等
1	部会員	茨木 延夫	東大阪市小売商業団体連合会会長
2	部会員	大西 由起子	東大阪観光協会会長
3	部会長	加藤 司	大阪商業大学総合経営学部教授
4	部会員	下山 修	株式会社日本政策金融公庫支店長兼国民生活事業統轄
5	部会員	新澤 貴之	菓匠庵白穂店主
6	部会員	光岡 正道	公募委員
7	部会員	和合 健一	瓢箪山中央商店街振興組合理事(有限会社東阪社代表取締役)

※五十音順、敬称略



市内企業の人材確保と  
若者・女性の就労支援について

東大阪市中小企業振興会議

労働雇用部門会議

## 目 次

はじめに

1. 労働雇用部門会議の設置について . . . . .	5 2
2. 若者・女性の雇用促進について . . . . .	5 2
3. 就活ファクトリー東大阪について . . . . .	5 3
4. 就活ファクトリー東大阪の目標達成のために . . . . .	5 4
5. まとめ . . . . .	5 6
参考資料 . . . . .	5 8

## はじめに

東大阪市の労働雇用情勢は、人口減少や少子高齢化による人口構成の変化が進むなか、有効求人倍率が1倍を超えて高水準で上昇し（ハローワーク布施管内）、必要な労働力が確保できないことから、製造業をはじめとする市内企業においては、生産活動の抑制や事業の廃止を余儀なくされる事態も生じており、人材不足の解消が喫緊の課題となっています。

市内企業の人材確保に向けて、潜在的な労働力の掘り起こしを行うことが急務であり、とりわけ学生をはじめとする若者や、再就職等を目指す女性を市内企業への就職に繋ぐために、平成29年7月に「就活ファクトリー東大阪」が設置されました。

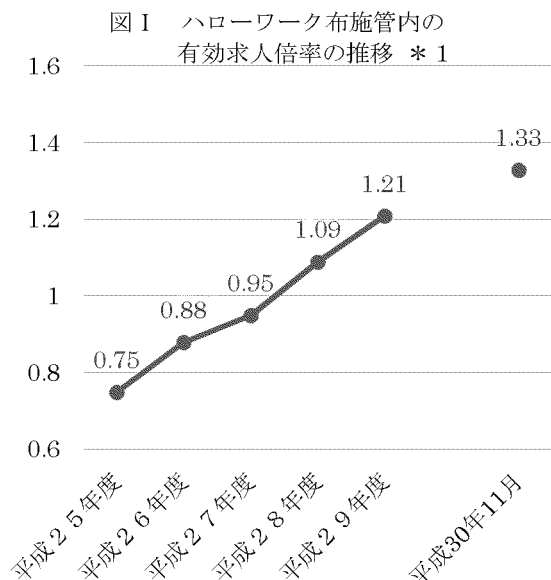
本部会では、「就活ファクトリー東大阪」の事業内容を検証し、より多くの若者や女性に市内企業への就職を働きかける手法について、部会で活発な議論を重ね、一定のとりまとめを行いました。今後、この報告書の趣旨を踏まえて、より効果的な事業展開が行われることを期待するところです。

最後に、今回の提案をとりまとめるにあたって終始熱心に御議論いただいた委員各位に深く感謝を申し上げます。

平成31年3月

東大阪市中小企業振興会議  
労働雇用部門会議 部会長 衣笠葉子

## 1. 労働雇用部門会議の設置について



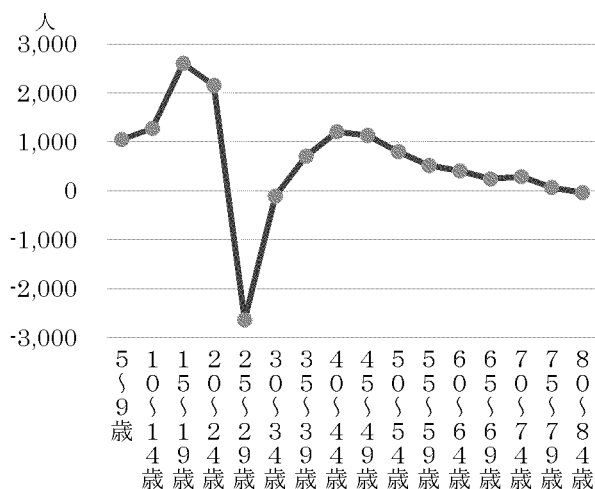
ハローワーク布施管内の有効求人倍率は、平成28年度以降、1倍を超え、直近、平成30年11月は1.33倍\*1となっている。景気回復で企業の採用意欲が旺盛となり、管内の雇用情勢は回復傾向が続いていることが伺える。特に製造業に従事する「生産工程の職業」の有効求人倍率は同年11月で2.76倍\*1と2倍を大きく超え、求人数が求職者数を大きく上回っている。このような状況で、求職者の売り手市場が続いており、特に市内製造業では人手不足が深刻な状況となっている。

このことから市内のモノづくり企業を始めとする市内企業の人材確保と求職者の就労支援の観点から、現在の施策の課題や今後の施策のあり方を検討するため、労働雇用部門会議が設置された。

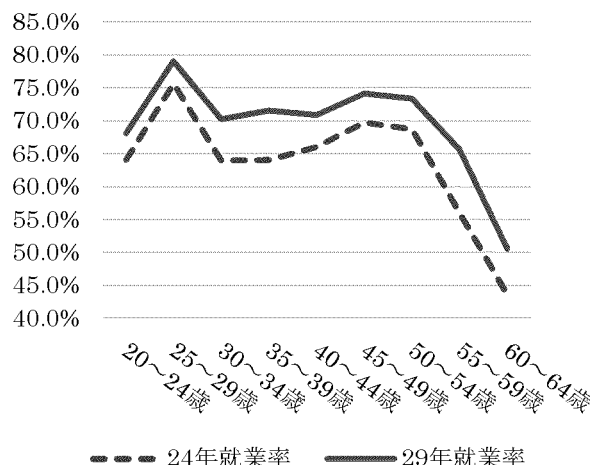
\*1 ハローワーク布施が発行する求人ナビ(2019年1月)より。ハローワーク布施管内は東大阪市、八尾市を含む。

## 2. 若者・女性の雇用促進について

図Ⅱ 年齢階層別にみた人口移動(東大阪市)\*2



図Ⅲ 女性就業率(大阪府)\*3



「図Ⅱ 年齢階層別にみた人口移動（東大阪市）」によると、本市においては「15歳から19歳」「20歳から24歳」の層で人口流入、「25歳から29歳」の層で人口流出が際立っている。これは、市内及び近隣地域に大学が多く立地していることによるもので、大学入学の際に本市へ転入し、卒業、就職により市外へ転出している学生が多数含まれているためと考えられる。

「図Ⅲ 女性就業率（大阪府）」によると、女性の就業率は、30代に入ると結婚、出産、育児などにより就業率が低下し、M字カーブを形成する。子育てが一段落する40代以降は上昇するが、十分には回復していない。しかしながら、平成24年と平成29年を比べると、M字カーブの底は上昇し、窪みが浅くなり、全体的に上方へシフトしていることが分かる。

このようなことから、本市の立地を活かし、流入してきた学生がモノづくり企業を始めとする市内企業へ就職することを促すことにより、市内企業の人材確保に資するとともに、ひいては、将来の人口減少に歯止めをかけることが期待できる。また、働きたいと思っているがきっかけをつかめないでいる潜在的求職者層の女性の背中を押し、就職するきっかけを提供することで、その活躍を図り、人材不足の解消につなげていく。

\*2 総務省統計局「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所推計の「東大阪市の生残率」より労働雇用政策室にて作成。平成22年の国勢調査の実人数に国立社会保障・人口問題研究所が推計している5年後の生残率をかけて算出した人口と、実際の5年後である平成27年の国勢調査の実人数との差で人口を算出。差がゼロであれば人口移動はないものとみなす。

\*3 平成24年・平成29年就業構造基本調査より。

### 3. 就活ファクトリー東大阪について

#### ①設立経過について

本市においては、今後予想される人口減少への対策が喫緊の課題となっており、その課題に対応するために「東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定された。そこでは、人材確保に苦慮し、必要な労働力の確保ができないことから、廃業を余儀なくされる企業が出てきている中で、市内の大学生と中小企業の雇用マッチングのための施策や、子育てが一段落した母親を対象とした就労支援の取組が盛り込まれた。これを推進する施策として、平成29年7月、ヴェル・ノール布施4階のハローワーク布施と同一フロアに、学生等を含む若者や復職・再就職を目指す女性の就労を支援する施設として「就活ファクトリー東大阪」（以下、「ファクトリー」とする。）が設置された。

## ②事業内容について

39歳以下の若者と女性（女性は年齢不問）を対象に、モノづくり企業を始めとする市内企業への就職に結び付けるための支援を行う。

### 【キャリアカウンセリング】

就職や仕事についての不安や悩みについて、専門のキャリアカウンセラーによるアドバイスをを行っている。

### 【職業適性診断】

「自分の個性は何か」「適性と職業の関係」など、職業選択に備えて何をしたらよいかを考えるきっかけを提供している。

### 【各種セミナーの実施】

パソコンセミナー等の就職活動に役立つセミナーを多数開催している。

### 【就職活動の個別サポート】

面接時のお辞儀の仕方、受け答えの仕方、注意事項などをアドバイスする模擬面接、エントリーシート・履歴書・職務経歴書などの応募書類の添削指導、面接の予定がある相談者への面接特訓を実施している。

## 4. 就活ファクトリー東大阪の目標達成のために

ファクトリーでは、「市内企業へ就職者数100人を目指す」という目標を掲げている。目標を達成するためには、①「学生を含む若者と復職・再就職を目指す女性の登録者の増加」、②「利用者満足度の向上」、③「実態把握の強化」という3つの課題に取り組む必要があると考える。

### ①学生を含む若者と復職・再就職を目指す女性の登録者の増加

- ・ファクトリーの施設やイベントについては、市政日より、ファクトリーのウェブサイト等さまざまな手段にて広報しているが、利用者の認知経路を分析してみると、ハローワーク布施からの紹介が多数を占めており、学生の登録者が少ない。このことから、今後もハローワーク布施との連携を強化するとともに、学生の登録者を増やすためにも、大学のキャリアセンターとの連携強化やキャリア関連の授業への組み込みの働きかけなどが必要である。さらに、学生目線の情報発信を検討していく必要がある。
- ・同フロアにある布施子育て支援センター「ゆめっこ」との連携を強化し利便性の向上をはかることで、子育て中の女性も利用しやすい環境を整備し、それを周知することで、潜在的求職者の掘り起こしにつなげていく。



## ②利用者満足度の向上

- ・利用者一人ひとりに寄り添ったきめ細やかなカウンセリングは、利用者から好評を得ており、今後もより一層の体制強化が必要である。
- ・多種多様なセミナーを行うことで、ファクトリーを利用するきっかけとなり、また、実際に就職が決まった利用者から、就職活動に役に立ったとの声が多数寄せられている。今後も様々なニーズに応えられるようにすることが必要である。

## ③実態把握の強化

利用者の実態把握は、さらなるニーズに応じていくために非常に重要で、定期的に電話、メール、郵送による一斉調査を実施する必要がある。

各委員からの意見は以下のとおり。

### ①学生を含む若者と復職・再就職を目指す女性の登録者の増加について

- ・学生の乗降の多い駅で集中的にファクトリーのPRをしてはどうか。
- ・対象者が施設の入り口を見ても分かりにくいので、対象者が若者と女性であることが視覚的にすぐに分かるようにしてはどうか。
- ・若者や学生と子育て中の女性の支援は、まったく違うアプローチをしていかなければならない。子育て中の女性に対しては出張セミナー等のアウトリーチ的なアプローチが必要。
- ・市内で育児をしている女性は家から近い職場を希望する傾向がみられることから、近所に子育てに理解のある企業があれば働きたいというニーズは絶対にあると思う。
- ・布施子育て支援センター「ゆめっこ」以外の子育て支援センターで子連れOKの出張セミナーやキャリアカウンセリングを実施すれば潜在的な求職者を掘り起こすことができる。
- ・子育て支援センターでの出張セミナーは、1ヶ所で試しに実施し、効果があれば拡大するという方法を取ることもできる。
- ・SNSでの周知にもう少し力を入れてはどうか。
- ・施設のウェブサイトを利用者の声を直接書き込めるようにしてはどうか。
- ・セミナー等のうたい文句には分かりやすいタイトルをつけ、対象者を明確にし、各対象者が安心して参加できるようにすることが大切。
- ・学生は自分にメリットが感じられないとセミナー等には参加しない。
- ・大学との連携は、重点校を絞りそこから拡大させるという長期的な視点で実施してはどうか。
- ・大学の授業の一部にファクトリーの事業を組み込んでもらうことを検討して

いるとのことだが、そこで何を学生にアピールするかが非常に大事。

## ②利用者満足度の向上について

キャリアカウンセリングは一人当たりの利用回数に上限を設けず、担当制によるきめ細やかな対応が利用者に好評であり、他施設にないサポートが実施できている。今後も利用者を丁寧にサポートするためには体制の強化が必要である。また、セミナーについても、様々なニーズに応えられるように多様なバリエーションで多数開催していくことが必要である。

## ③実態把握の強化について

利用者の状況を把握することは、今後のサービス内容を検討する上で非常に重要であり、継続する必要がある。

## 5. まとめ

ファクトリーの対象者は、39歳以下の若者及び女性（女性は年齢不問）ということだが、学生と子育て中及び子育て終了後の女性ではまったく違うアプローチが必要であり、各々の対象者に合わせたPR方法を検討していく必要があると考える。

子育て中の女性に関しては、自宅の近隣に子育てに理解のある企業があれば働きたいというニーズは十分にあり得る。しかし、セミナーやキャリアカウンセリングを受講するにも自宅から近い距離に施設がないと利用し難いため、ファクトリー側から出向いていくことが必要である。そこで、布施子育て支援センター「ゆめっこ」以外の子育て支援センターとも連携し、最初は試験的に1ヶ所からでも、子連れ参加可能なセミナーやキャリアカウンセリングの実施を検討していただきたい。その後、効果があれば拡大していくことで有効な連携を行うことができると考えられる。

学生に関しては、面接対策や履歴書の添削をしてもらえる等、ファクトリーに行くことで学生自身にメリットがあるということが分からないと足を運ばない。また、対象が学生であることが明確なものでないと参加しづらい傾向がみられる。そのため、セミナーやキャリアカウンセリングの実施の際は、対象が学生であることを明確に周知することが重要である。それと、学生はSNSの利用頻度が高く、そこをうまく活用すればファクトリーの魅力を口コミで拡散させることも可能である。併せて、ファクトリー利用者の声を閲覧しやすくする等、ウェブサイトの充実も必要である。

大学との連携については、まずは重点校を絞り、効果が上がれば徐々に拡大

させていく方策を考え得る。そうすることで、ファクトリー側はもちろん、大学側にとってもアピールポイントとなり、かかる連携が他大学にもスムーズに展開していく可能性がある。現在検討している大学等におけるキャリア関連の授業カリキュラムの一部に関わっていくことは、今後の事業の大きな展開へのきっかけになると考えられることから、成功させていただきたい。

ファクトリーでの主な事業であるキャリアカウンセリングについては、一人当たりの利用回数の上限を設けず、担当制による一貫した相談体制が利用者に好評であり、他施設にないサポートが実施できている。このきめ細やかなキャリアカウンセリングはファクトリーの最大のセールスポイントである。そのため、キャリアカウンセリング体制のさらなる充実が非常に重要である。同時に、セミナーについても、今後、対象者ごとに集客力のある内容を企画、実施するために、より一層の体制の充実、強化が必要である。

利用者の実態把握については、就職の可否や就職するまでの期間、就職先、雇用形態等を詳細に分析することが、より効果的なカウンセリングや、対象者ごとのニーズにあったセミナーの実施につなげていく上で不可欠である。今後も定期的な調査の実施が必要である。

最後に、「就活ファクトリー東大阪」は、市内外の求職者を市内企業への就職に結びつけるという、非常に重要な役割を担っている。今後も継続的により大きな目標を掲げ、長期的な視点で事業の改善を積み重ねていくことにより、さらに発展していくことを期待する。

## 参考資料

- 【資料 1】 東大阪市の年齢層別人口移動と女性をとりまく状況
- 【資料 2】 就活ファクトリー東大阪のパフレット
- 【資料 3】 就活ファクトリー東大阪の目標を達成するために
- 【資料 4】 就活ファクトリー東大阪のPR方法と利用者が施設を知ったきっかけ
- 【資料 5】 就活ファクトリー東大阪のセミナー利用者数および利用者の声
- 【資料 6】 東大阪市中心小企業振興会議 労働雇用部門会議の開催経過
- 【資料 7】 東大阪市中心小企業振興会議 労働雇用部門会議委員名簿

資料1

図 I 年齢層別にみた人口移動(東大阪市)

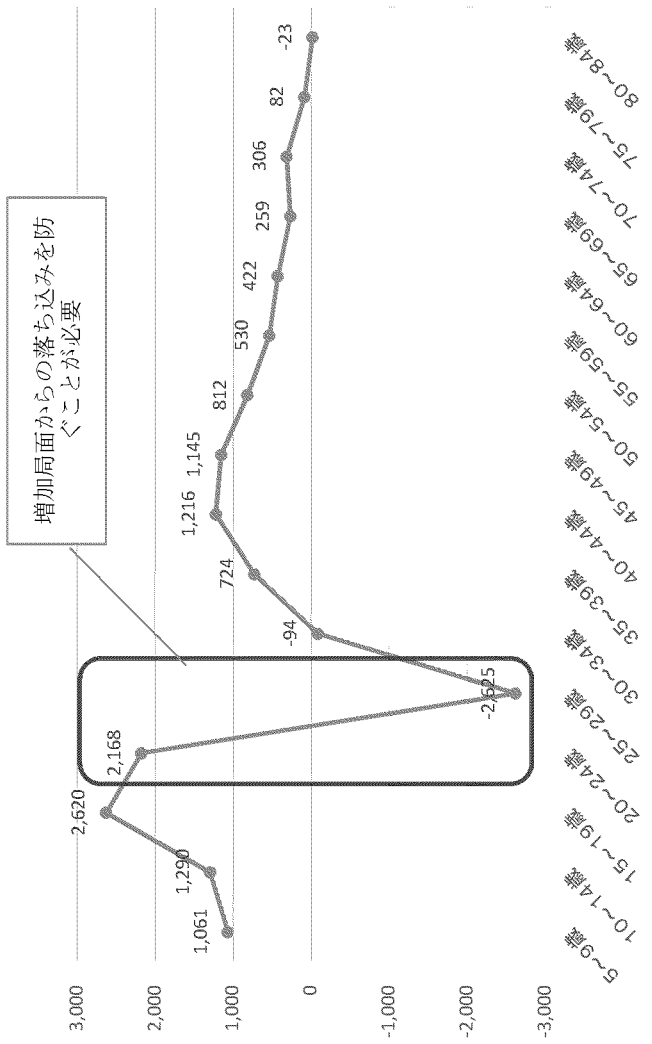
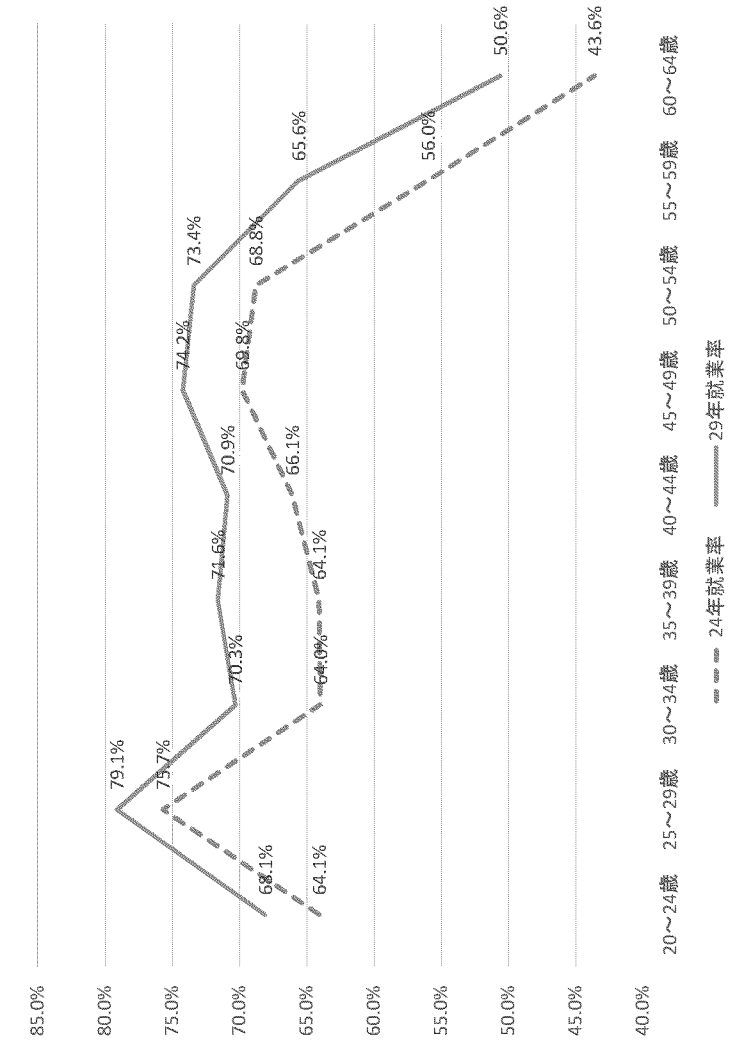


図 II 女性就業率(大阪府)



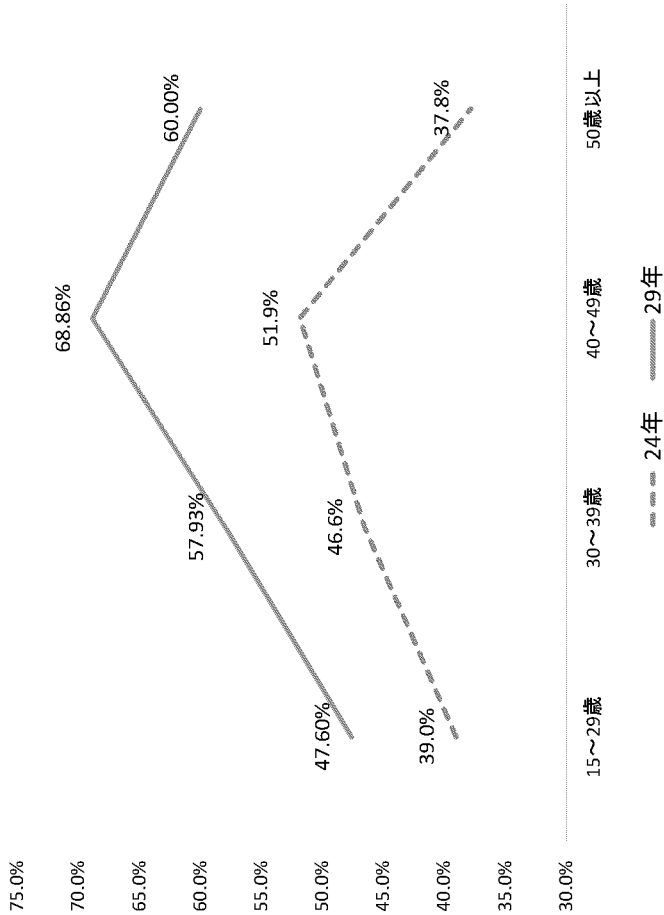
\* 総務省統計局「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所推計の「東大阪市の生残率」より労働雇用政策室にて作成。

\* 平成22年の国勢調査の実人数に国立社会保障・人口問題研究所が推計している5年後の生残率をかけて算出した人口と、実際の5年後である平成27年の国勢調査の実人数との差で人口を算出。差がゼロであれば人口移動はないものとみなす。

\* 平成24年・平成29年就業構造基本調査より。

図 III

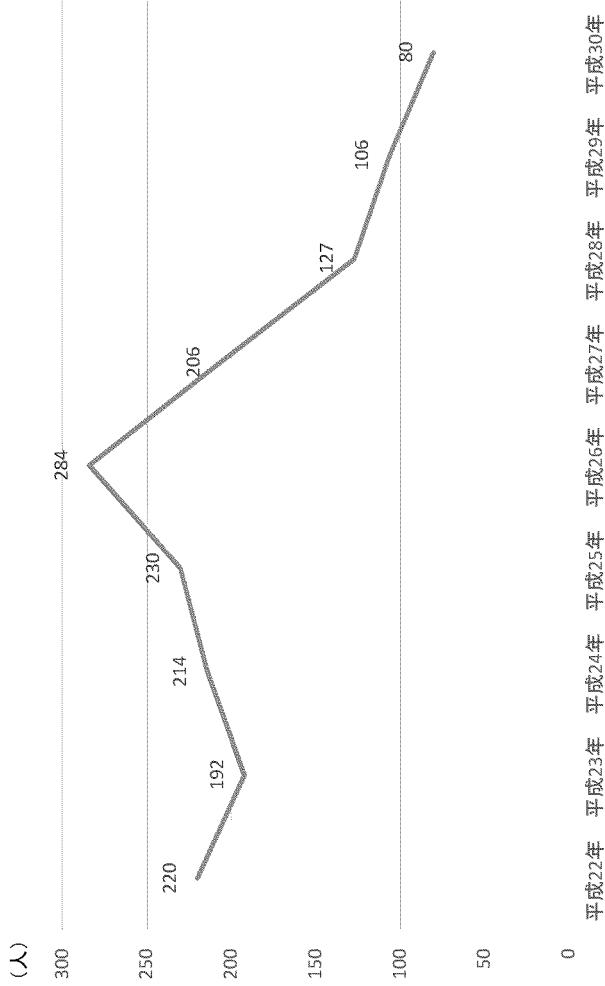
育児をしている女性の有業率(大阪府)



\*平成24年・平成29年の就業基本構造調査の大阪府の育児をしている女性の有業率を比較したもの。なお、「育児をしている」とは、小学校入学前の未就学児を対象とした育児(乳幼児の世話や見守りなど)をいい、孫やおい、めい、弟妹の世話などは含まない。(育児をしている女性の有業率＝育児をしている女性の有業者数／育児をしている女性の有業者数＋育児をしている女性の無業者数)

図 IV

保育所等利用待機児童数の推移(東大阪市)



\*大阪府ホームページ「保育所等利用待機児童数等の状況について」より。各年4月1日時点の人数。

## 考察

・図Ⅰにおいて、15～19歳、20～24歳の層で人口流入、25～29歳の層で人口流出が際立っている。これは市内及び近隣地域に大学が多く立地していることによるもので、大学入学の際に本市へ転入し、卒業、就職により市外へ転出している学生が多数含まれているためと考えられる。

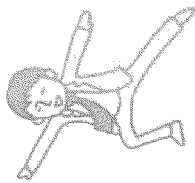
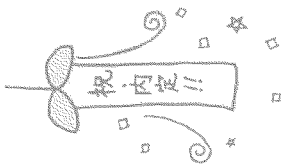
・図Ⅱにおいて、女性の就業率は、30代に入ると結婚・出産・育児などにより就業率が低下し、いわゆるM字カーブ状態にさしかかる。子育て等が一段落する40代以降でも、女性就業率は十分に回復しない。しかしながら、5年前に比べると、M字カーブの底は上昇し、窪みが浅くなり、全体的に上方へシフトしている。

・図Ⅲにおいて、育児をしている女性の有業率は、5年前に比べて上昇している。これは、人手不足により企業が女性のさらなる活用を迫られたことにより、育児休業制度等が整備されてきたことや、短時間勤務等の多様な働き方が認められるようになったことが考えられる。また、女性が育児をしながら就業することに対する意識が社会全体として変化してきたのも一因であると思われる。

・図Ⅳにおいて、保育所などの施設整備が進むことで、待機児童数は年々減少してきている。このことも女性の有業率の上昇の一因であると考えられる。



本市の立地上の特色から、流入してきた学生を市内企業への就職につなげることにより、将来の人口減少に歯止めをかけることができる。また、女性が育児をしながら就業することへの理解が増してきた昨今の社会状況において、働きたいと思っっているが、きっかけをつかめないでいる潜在的求職者層の女性の背中を押し、就職するきっかけを提供することで、その活躍が期待される。



企業支援  
いたします! /

採用担当のみなさまへ

就活ファクトリー東大阪では、東大阪市内企業に対して、  
採用支援 定着支援 イベント開催 情報提供  
 などのサービスを提供しています。

1 採用支援

企業の経営者や総務、人事担当者が日頃抱えている問題や、新卒採用に苦戦していて、ここ数年採用がうまく進まないといった採用の課題などに対して、アドバイザーが相談を受けた上で企業の課題解決をサポートいたします。

- サービス提供メニュー
- 人材の定着に
- 働き方改革支援
- 働き方改革支援
- 働き方改革支援
- 働き方改革支援

2 定着支援

「内定後のサポートをしても、すぐに辞職されてしまう」「よやく働かなくなってきて、3年も経たずに辞めてしまふ」などの定着の課題について、アドバイザーが解決に向けてサポートいたします。

- サービス提供メニュー
- 人材の定着に
- 働き方改革支援
- 働き方改革支援
- 働き方改革支援
- 働き方改革支援

3 イベント開催

多くの求職者に対し、企業が求める人材を直接伝えることができるイベントを開催いたします。

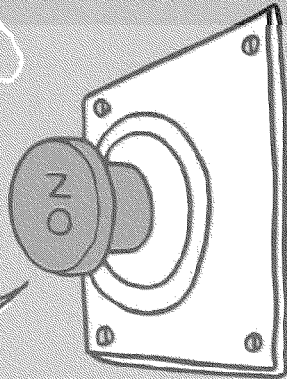
- サービス提供メニュー
- 人材の定着に
- 働き方改革支援
- 働き方改革支援
- 働き方改革支援
- 働き方改革支援

4 情報提供

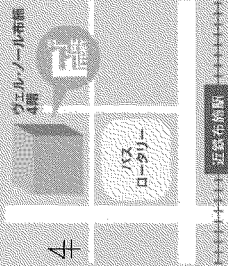
求職者目線に立った、求職者では伝わりにくい企業の魅力や人材ニーズを発信いたします。

※サービス利用に関しては、事前予約が必要となります。まずはメールまたは電話にてお申し込みください。

あなたの“働きたい”に  
スイッチON



いち押し  
未来へ  
スイッチON!



就活ファクトリー 東大阪

〒577-0056 東大阪市長堂一丁目8-37 ヴェルノール市筋4階  
 TEL: 06-4306-5360 FAX: 06-4306-5160

営業時間 9:00~17:30 年中無休 土日祝・年末年始

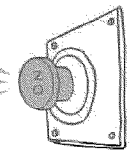
http://www.shukatsushigashiosaka.jp



就活ファクトリー 東大阪

検索





# 「若者・女性の未来を創る」をコンセプトに、 就活スタートから就職後までも徹底サポート!

就活ファクトリー東大阪では、「若者・女性の未来を創る」をコンセプトに就職に関するさまざまなサービスをご用意。  
ご自身にとって最も望ましいキャリアを選択できるようにサポートしています。  
また若者や女性が長期的な視点で自らの人生設計(ライフプランニング)を行い、  
能力を養いつつ、主体的に生き方を選択することを応援。  
「若者・女性の未来を創る」お手伝いを行っています。

ステップ1  
まずは登録!

ステップ2  
相談する

ステップ3  
就活の準備をしよう!

ステップ4  
さあ、スタート!!  
就活スタート!!

ステップ5  
就職後にも  
バックアップ

ステップ6  
就職後にも  
バックアップ

ステップ7  
就職後にも  
バックアップ

ステップ8  
就職後にも  
バックアップ

ステップ9  
就職後にも  
バックアップ

ステップ10  
就職後にも  
バックアップ

ステップ11  
就職後にも  
バックアップ

ステップ12  
就職後にも  
バックアップ

ステップ13  
就職後にも  
バックアップ

ステップ14  
就職後にも  
バックアップ

ステップ15  
就職後にも  
バックアップ

ステップ16  
就職後にも  
バックアップ

ステップ17  
就職後にも  
バックアップ

ステップ18  
就職後にも  
バックアップ

ステップ19  
就職後にも  
バックアップ

ステップ20  
就職後にも  
バックアップ

ステップ21  
就職後にも  
バックアップ

ステップ22  
就職後にも  
バックアップ

ステップ23  
就職後にも  
バックアップ

ステップ24  
就職後にも  
バックアップ

ステップ25  
就職後にも  
バックアップ

ステップ26  
就職後にも  
バックアップ

ステップ27  
就職後にも  
バックアップ

ステップ28  
就職後にも  
バックアップ

ステップ29  
就職後にも  
バックアップ

9:00~17:30  
土曜日・年末年始  
39歳以下の若者や  
女性の方(女性は年齢不問)  
無料!

予約

### 求人探し

※就活ファクトリー東大阪では  
求人紹介は行っていません。

ハローワークと連携して、ご自身が納得できる就職活動を  
実現できるようにサポートさせていただきます。

ハローワークと同様、  
求人検索をサポートい  
たします。  
初回は1日1時間までです。

### インターネット

企業情報提供  
多量多様で魅力的な  
市内企業の情報を提供  
いたします。

### 就活の準備と対策

面接特訓、応募書類添削など就職活動に必要なサポートをいたします。

### 模擬面接

お勤めの仕方から、受け答えの仕方、  
面接時の注意喚起など、面接会場に  
向けて専門のキャリアカウンセラーが  
アドバイスを行います。

### 履歴書 職務経歴書添削

エントリーシート・履歴書・職務経歴書な  
どの応募書類の添削指導を行っています。  
希望される場合は、ある程度ご記入の上  
お越しください。

### キャリアカウンセリング

就職活動から転職まで幅広く  
ご相談いただけます。  
ご希望に応じて個別に  
対応いたします。

### PCセミナー

Excel, Word, Power Point  
など業務に必要なPCスキルの  
セミナーを開催いたします。  
ことができます。

### ハローワーク

ハローワーク  
就職活動に関する様々な  
サービスを提供しています。

### フリーランス

フリーランス  
個人事業主として働く  
ためのサポートを行います。

### ハローワーク

ハローワーク  
就職活動に関する様々な  
サービスを提供しています。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

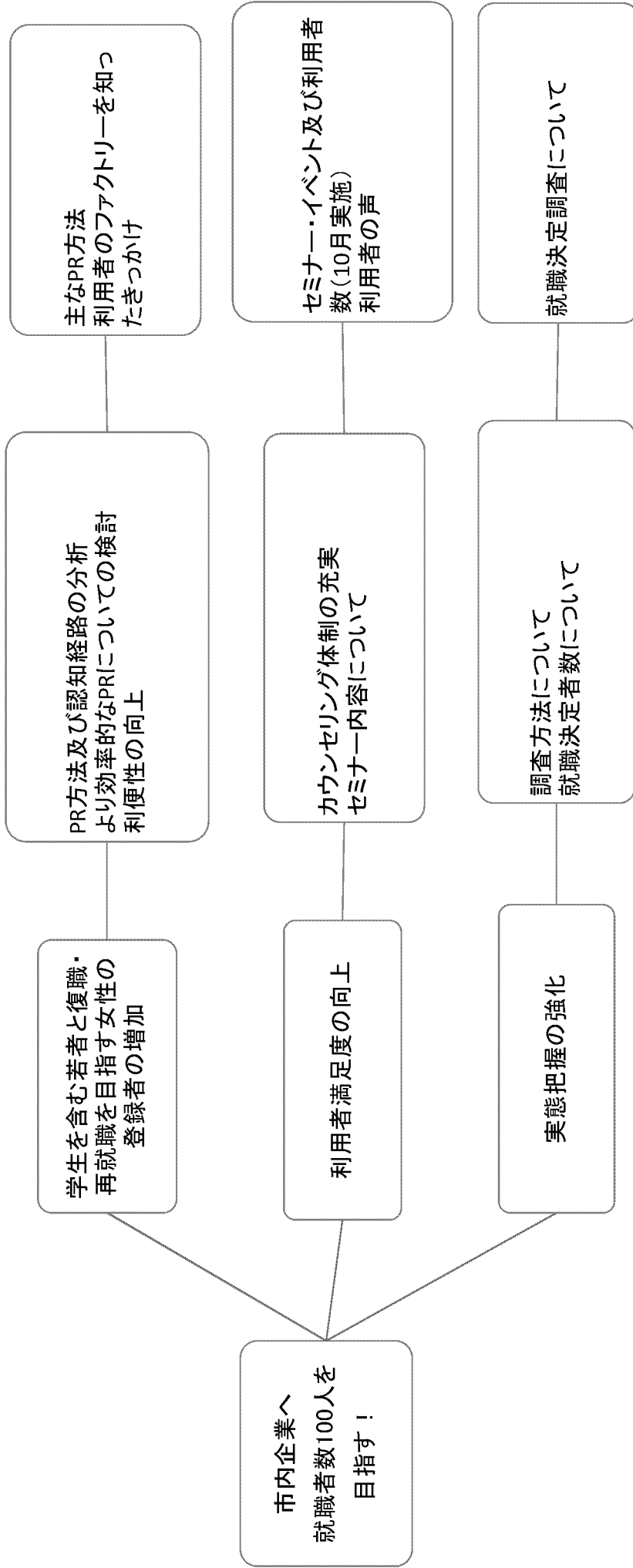
就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

### 就職後にもバックアップ

就職後にもバックアップ  
就職後もサポートを  
提供いたします。

「就活ファクトリー東大阪」の目標を達成するために

資料3



主なPRR方法

- 施設やイベントの周知(不定期)
  - ・市政だより
  - ・各大学や各施設へのチラシの配架
- ・ホームページ
- ・フリーペーパー
- ・駅張りポスター
- セミナーの周知(月1回)
  - ・市政だより
  - ・各大学や施設へのチラシの配架
- ・ホームページ

【セミナーカレンダーなど送付先一覧】

大学・短大	大阪経済法科大学
大阪産業大学・短期大学	大阪樟蔭女子大学
大阪商業大学	近畿大学・短期大学
東大阪大学・短期大学部	その他 近畿圏内の88大学
計94校	
専門学校	20学校

関係機関・その他	桶根子育て支援センター
長瀬子育て支援センター	鴻池子育て支援センター
荒本子育て支援センター	旭町子育て支援センター
ハローワーク布施	東大阪商工会議所
東大阪若者サポートステーション	イトーヨーカドー東大阪店
AOKI就活ステーション近大前店	その他 他市ハローワークなど
計41箇所	

送付箇所計: 153箇所 送付部数計: 1540部

利用者がファクトリーを知ったきっかけ

全体	男女別 合計	内訳						再掲			
		年齢									
		19歳以下	20-24歳	25-29歳	30-34歳	35-39歳	40歳以上				
利用者数(延べ数)	394	男 79	女 315	計 394	1	28	28	12	10	0	2
登録者数(実数)	123	男 24	女 99	計 123	1	4	11	5	3	0	1
		男 99	女 0	計 99	0	10	14	19	13	43	1
		男 123	女 1	計 123	1	14	25	24	16	43	2

【利用者の属性(平成30年10月実績)】

資料4

【就活ファクトリー東大阪を知ったきっかけ(複数回答可)(平成30年10月)】

紹介	人数	紹介の内訳	人数
紹介	78	家族・知人・友人	1
ホームページ	6	学校の先生	1
市政だより	2	ハローワーク	76
メールマガジン	0	キャリアセンター	0
SNS (Facebook等)	0	その他	0
新聞・テレビ・求人誌	0		
交通広告	1		
説明会・セミナー等のイベント	10		
その他	27		
合計	124		

・現状はハローワークからの紹介が多数を占めている。今後は学生の登録者数を増やすためにキャリアセンターや学校との連携の強化を行っていききたい。

・近い将来に就職活動を考えている潜在的な求職者にも施設を認知してもらう必要がある。

資料5

利用者の声(一部)

セミナー・イベント及び利用者数(平成30年10月実施)

対象者	講座名	定員	参加者数	男女別合計	内訳										再席	
					19歳以下		20・24歳		25・29歳		30・34歳		35・39歳			40歳以上
若者・女性	ハッピーJOBサクル	10	7	男 0 女 7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
女性	あなただの夢を叶える。夢ノートの書き方	15	8	男 0 女 8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
若者・女性	自己PR・志望動機の書き方	15	12	男 1 女 11	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
若者・女性	Excel講座～基礎編～	10	10	男 1 女 9	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
若者・女性	Excel講座～開成とグラフ編～	10	8	男 0 女 8	0	0	0	0	0	1	1	3	3	0	0	0
若者・女性	就活に役立つ英単語セミナー	15	19	男 0 女 19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
若者・女性	今さら聞けない応募書類の作り方	15	11	男 1 女 10	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
若者	就活スタートアップセミナー	15	13	男 2 女 11	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
若者・女性	声みがきで印象アップ!	15	22	男 3 女 19	0	0	1	3	3	0	0	0	0	0	0	0
女性	エニアグラムで自己分析!性格から適職を探そう	15	18	男 0 女 18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
若者・女性	Excel講座～基礎編～	10	10	男 1 女 9	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
若者・女性	Excel講座～開成とグラフ編～	10	9	男 2 女 7	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
女性	【子連れOK】チーム育児でハッピー子育て講座	6	7	男 0 女 7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	合計	161	154	男 143 女 154	0	10	13	25	29	29	66	2	66	2	2	2

キャリアプランから職務経歴書の添削までしっかり対応して下さったのが、本当に良かったです。

セミナーや合同説明会の情報が手に入る。履歴書等の添削してもらえる。再就職活動中は不安なことも多くよく相談できた。

ささいなことでも相談にのってくれて、とても助かりました。一緒に考えてくれたので、1人で転職活動するよりも心強かった。

親身になって相談に乗っていただき、自分自身の視野を広げて就活に取り組めたことです。履歴書の書き方から求人票の添削、その日その日する事の手順までサポートしていただきました。

セミナーがとて良かったです! 通常ならお金のかかるセミナーもここなら全て無料でスキルアップにつながりました!!

セミナーを受け自己分析ができた。また面接の練習を受けることにより自身の欠点がわかった。

自分のペースに合わせて、支援して下さったこと、再就職者向けセミナーも活動を始めるにあたってgood。

私は学生なのですが、すぐに予約してカウンセリングを受けられるところ。そして興味を持つことができようなセミナーがあり、自身を振り返ることができました。

J0部活という就活セミナーに入っていました。同じように就活をしている仲間たちと意見交換をし、自分を見つめることができました。また、就活ファクトリーの方が親身になってお話を聞いてくださり、不安がなくなりました。

- ・多様なテーマのセミナーを行うことで、幅広いニーズに応えるようにしている。
- ・「利用者の声」でもセミナーが役に立ったという感想を多数いただいた。
- ・セミナー利用者の年代にバラつきがある。
- ・カウンセリングは一人当たりの上限を設けず、きめ細やかなサービスの提供を心がけている。一人ひとりの利用者の悩みに寄り添うことで、他施設にはないカウンセリングでのサポートが役に立ったという感想をいただいた。

・多様なテーマのセミナーを行うことで、幅広いニーズに応えるようにしている。

東大阪市中小企業振興会議  
労働雇用部門会議の開催経過

- 第1回労働雇用部門会議 平成30年10月19日（金）開催  
就活ファクトリー東大阪の事業内容と実績について
  
- 第2回労働雇用部門会議 平成30年12月26日（水）開催  
就活ファクトリー東大阪にて目標を達成するために
  
- 第3回労働雇用部門会議 平成31年1月22日（火）開催  
「市内企業の人材確保と若者・女性の就労支援について」報告書（案）について

東大阪市中小企業振興会議  
労働雇用部門会議委員名簿

役 職	氏 名	役 職 等
部会長	衣 笠 葉 子	近畿大学法学部 教授
委 員	阿 児 加代子	オフィス・AKO 特定社会保険労務士
委 員	田 中 聡 一	近畿工業株式会社 代表取締役
委 員	西 松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所 所長
委 員	檜 尾 めぐみ	NPO 法人発達障害サポートセンターピュア 理事長
委 員	村 田 泰 弘	布施公共職業安定所 所長

※順不同・敬称略







# 「東大阪市中小企業振興条例にかかる 中小企業の振興に関する施策」

令和元年  
経済部



# 東大阪市第2次総合計画後期基本計画

## 部門別計画 第4部 活力ある産業社会を切り拓くまちづくり

### 第21節 モノづくりが元気なまち

- 4-21-1 モノづくり企業の高付加価値化を支援します
- 4-21-2 「モノづくりのまち東大阪」を次の世代に引き継ぎます
- 4-21-3 モノづくり企業の販路開拓を応援します
- 4-21-4 地域経済の連携、交流に取り組みます

### 第22節 買い物しやすいまち

- 4-22-1 特色ある商業集積地域づくりを支援します
- 4-22-2 「元気な店舗グループ」の活動を支援します
- 4-22-3 地域資源の活用で集客力を強化します
- 4-22-4 安心して快適に買い物ができる環境づくりを進めます

### 第23節 農業と農地空間を大切にすまち

- 4-23-1 安全で新鮮な農産物を消費者に届けます
- 4-23-2 東大阪市の特産物を地域ブランドとして発信します
- 4-23-3 農業と農地空間の担い手を育てます
- 4-23-4 農地空間の持つ価値や機能を生かします
- 4-23-5 有害鳥獣被害への対策を進めます

## 第24節 産業活動にとって魅力のあるまち

- 4-24-1 居住環境と工場の操業環境の共生を進めます
- 4-24-2 金融面から産業活動を支援します
- 4-24-3 経済施策情報を分かりやすく発信します
- 4-24-4 クリエイション・コア東大阪を有効に活用します

## 第25節 雇用が安定し、働きやすいまち

- 4-25-1 働きがいのある労働環境づくりを支援します
- 4-25-2 安心して働ける労働環境づくりを支援します
- 4-25-3 若者の就業を応援します
- 4-25-4 就職に困っている人の雇用を促します
- 4-25-5 高齢者の生きがい就労を応援します

## 第2部 市民文化を育むまちづくり

### 第8節 多くの国・地域や人の交流が育まれるまち

- 2-8-5 東大阪市の魅力をつくり、発掘し、発信します

# 東大阪市中小企業振興条例

---

## 第9条 中小企業の振興に関する施策

- 1 中小企業者の産業集積の活性化及びネットワークを強化させるための施策
- 2 中小企業者の操業環境の確保及び市民の住環境との調和を推進するための施策
- 3 中小企業者の販路拡大のための施策
- 4 中小企業者の経営資源を強化するための施策
- 5 中小企業者の人材の育成・事業承継に関する施策
- 6 中小企業者の資金調達の円滑化を促進させるための施策
- 7 中小企業者の創造的な事業活動の促進のための施策
- 8 中小企業者のグローバル化のための施策
- 9 中小企業者の労働環境を整備するための施策
- 10 中小企業者の魅力等の情報発信を行うための施策
- 11 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める施策

## 令和元年度中小企業の振興に関する施策一覧

所管課	事業名	掲載頁	No.
<b>1 中小企業者の産業集積の活性化及びネットワークを強化させるための施策</b>			
モノづくり支援室	モノづくり支援補助事業	4	3
モノづくり支援室	都市ブランド形成推進事業	4	5
モノづくり支援室	東大阪ブランド推進事業	4	7
モノづくり支援室	医工連携プロジェクト創出事業	4	9
モノづくり支援室	高付加価値新製品開発支援事業	5	12
モノづくり支援室	産業技術支援センター整備事業	5	14
モノづくり支援室	異業種交流促進事業	5	17
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(事業承継総合支援事業)	5	18
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(若手経営者ネットワーク化促進事業)	5	19
商業課	地域密着型支援事業	6	21
商業課	空き店舗活用促進事業	6	23
商業課	商業振興コーディネート事業	6	24
商業課	個店経営者育成セミナー事業	6	25
商業課	商店街環境整備維持管理事業補助金	6	26
商業課	共同施設設置助成事業	6	27
商業課	商業振興事業補助金	6	28
<b>2 中小企業者の操業環境の確保及び市民の住環境との調和を推進するための施策</b>			
モノづくり支援室	住工共生のまちづくり事業	4	1
商業課	空き店舗活用促進事業	6	23
商業課	商店街環境整備維持管理事業補助金	6	26
商業課	共同施設設置助成事業	6	27
農政課	農業啓発推進事業	7	35
農政課	有害鳥獣駆除対策事業	7	36
農政課	ファーム花いっぱい咲かそう運動事業	7	37
農政課	都市農業活性化農地活用事業	7	39
<b>3 中小企業者の販路拡大のための施策</b>			
モノづくり支援室	モノづくりワンストップ推進事業	4	2
モノづくり支援室	モノづくり支援補助事業	4	3
モノづくり支援室	東大阪産業フェア開催経費	4	4
モノづくり支援室	都市ブランド形成推進事業	4	5
モノづくり支援室	技術交流プラザ事業	4	6
モノづくり支援室	東大阪ブランド推進事業	4	7

所管課	事業名	掲載頁	No.
<b>3 中小企業者の販路拡大のための施策(続き)</b>			
モノづくり支援室	東大阪デザインプロジェクト事業	5	10
モノづくり支援室	産業振興PR経費	5	15
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(市内企業ミートアップ事業)	6	20
商業課	観光振興事業	6	22
農政課	農業啓発推進事業	7	35
農政課	都市農業活性化農地活用事業	7	39
<b>4 中小企業者の経営資源を強化するための施策</b>			
モノづくり支援室	モノづくりワンストップ推進事業	4	2
モノづくり支援室	高付加価値新製品開発支援事業	5	12
モノづくり支援室	産業技術支援センター整備事業	5	14
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(事業承継総合支援事業)	5	18
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(若手経営者ネットワーク化促進事業)	5	19
商業課	空き店舗活用促進事業	6	23
商業課	商業振興コーディネート事業	6	24
商業課	個店経営者育成セミナー事業	6	25
商業課	商店街環境整備維持管理事業補助金	6	26
商業課	共同施設設置助成事業	6	27
商業課	商業振興事業補助金	6	28
農政課	農業啓発推進事業	7	35
農政課	都市農業活性化農地活用事業	7	39
経済総務課	中小企業振興会議経費	8	43

## 令和元年度中小企業の振興に関する施策一覧

所管課	事業名	掲載頁	No.
<b>5 中小企業者の人材の育成・事業承継に関する施策</b>			
モノづくり支援室	モノづくり教育支援事業	4	8
モノづくり支援室	ビジネスセミナー開催経費	5	11
モノづくり支援室	東大阪市少年少女発明クラブ補助金	5	13
モノづくり支援室	モノづくり開発研究会支援事業	5	16
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(事業承継総合支援事業)	5	18
商業課	個店経営者育成セミナー事業	6	25
労働雇用政策室	就活応援窓口経費	7	34
農政課	農業啓発推進事業	7	35
農政課	農産物展示品評会経費	7	38
農政課	優良農家優良団体表彰事業	8	40
<b>6 中小企業者の資金調達の円滑化を促進させるための施策</b>			
経済総務課	中小企業融資事業	8	41
<b>7 中小企業者の創造的な事業活動の促進のための施策</b>			
モノづくり支援室	モノづくりワンストップ推進事業	4	2
モノづくり支援室	モノづくり支援補助事業	4	3
モノづくり支援室	東大阪ブランド推進事業	4	7
モノづくり支援室	医工連携プロジェクト創出事業	4	9
モノづくり支援室	東大阪デザインプロジェクト事業	5	10
モノづくり支援室	高付加価値新製品開発支援事業	5	12
商業課	地域密着型支援事業	6	21
商業課	観光振興事業	6	22
商業課	空き店舗活用促進事業	6	23
商業課	商業振興コーディネート事業	6	24
商業課	個店経営者育成セミナー事業	6	25
農政課	農産物展示品評会経費	7	38
農政課	優良農家優良団体表彰事業	8	40
経済総務課	中小企業振興会議経費	8	43
経済総務課	東大阪市企業表彰事業	8	44

所管課	事業名	掲載頁	No.
<b>8 中小企業者のグローバル化のための施策</b>			
モノづくり支援室	モノづくりワンストップ推進事業	4	2
モノづくり支援室	モノづくり支援補助事業	4	3
モノづくり支援室	都市ブランド形成推進事業	4	5
モノづくり支援室	東大阪デザインプロジェクト事業	5	10
モノづくり支援室	高付加価値新製品開発支援事業	5	12
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(市内企業ミーティング事業)	6	20
<b>9 中小企業者の労働環境を整備するための施策</b>			
労働雇用政策室	ワークサポート事業	6	29
労働雇用政策室	若者自立支援援助事業	7	30
労働雇用政策室	モノづくり若年者等就業支援事業	7	31
労働雇用政策室	若年者等トライアル雇用事業	7	32
労働雇用政策室	障害者雇用促進事業	7	33
労働雇用政策室	就活応援窓口経費	7	34
<b>10 中小企業者の魅力等の情報発信を行うための施策</b>			
モノづくり支援室	東大阪産業フェア開催経費	4	4
モノづくり支援室	都市ブランド形成推進事業	4	5
モノづくり支援室	技術交流プラザ事業	4	6
モノづくり支援室	東大阪ブランド推進事業	4	7
モノづくり支援室	モノづくり教育支援事業	4	8
モノづくり支援室	産業振興PR経費	5	15
商業課	地域密着型支援事業	6	21
商業課	観光振興事業	6	22
商業課	商業振興コーディネート事業	6	24
商業課	商業振興事業補助金	6	28
農政課	ファーム花いっぱい咲かそう運動事業	7	37
農政課	農産物展示品評会経費	7	38
農政課	優良農家優良団体表彰事業	8	40
経済総務課	中小企業情報提供事業	8	42
<b>11 市長が必要と認める施策</b>			
商業課	共同施設設置助成事業	6	27

# 令和元年度中小企業の振興に関する施策について

## 1 住工共生のまちづくり事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

本市の重要な存立基盤であるモノづくり企業の操業上の環境づくりを積極的に推進しつつ、良好な住環境を保全・創出することで、活力あふれる経済活動と快適な生活環境が両立したまちを実現していくことを目的に、各種施策を実施するもの。

R1予算額	141,414千円
総合計画	4-24-1
実施計画	○
振興施策	2
市政マニフェスト	○

## 2 モノづくりワンストップ推進事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

技術系コーディネーターによる市内企業への発注案件などに関する対応と、民間企業でのネットワークやノウハウを活かした販路系コーディネーターによる市内企業の販路開拓支援を効率よく連携させ、技術・販路の両面からきめ細かい支援サービスを市内企業に提供する。また、企業訪問相談員を配置し、市の施策の広報などを実施する。

R1予算額	23,661千円
総合計画	4-24-3
実施計画	○
振興施策	3 4 7 8
市政マニフェスト	○

## 3 モノづくり支援補助事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

#### 【クリエイションコア常設展示場出展支援事業】

市内の独自の優れた技術力を持つ企業がビジネスマッチングを生み出すために、オンリーワン、シェアナンバーワン等の製品・技術を展示することに対し出展支援する。

#### 【創業促進インキュベーション支援事業】

本市の技術集積を活用して新製品・新技術の開発や新事業の創出を図ることなどを目的に、クリエイション・コア東大阪施設内「インキュベートルーム」に入居した中小企業者等に対して、入居にかかる賃借料の一部を助成。

#### 【展示会出展支援事業】

市内中小製造業者の販路開拓や取引拡大を目的とした展示会などに出展するための経費の一部を助成。

#### 【産業財産権活用支援事業】

産業財産権の利活用等により製品や技術の高付加価値化を戦略的に進めるため、市内製造業が特許権取得にかかる出願審査請求を行う際に、助成金を交付する。

#### 【高付加価値化促進事業】

市内中小企業者又は市内中小企業者2社以上が共同して行う、新たな産業技術の研究や新製品の開発に向けた取り組み等の活動に対して助成金を交付する。

R1予算額	23,465千円
総合計画	4-21-1 4-21-3 4-24-4
実施計画	○
振興施策	1 3 7 8
市政マニフェスト	○

## 4 東大阪産業フェア開催経費

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

今年度で開催されるラグビーワールドカップは国内外に向けて本市が「モノづくりのまち東大阪」であることをアピールする絶好の機会となる。このため、本市への来訪者や市民を対象にした賑わいづくり及びモノづくりのまち東大阪を発信するイベントを開催するとともに、地域の賑わいを醸成するための商店街を主体とするイベントを支援する。

R1予算額	25,000千円
総合計画	4-21-3
実施計画	○
振興施策	3 10
市政マニフェスト	○

## 5 都市ブランド形成推進事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

「ラグビーワールドカップ2019を絶好の機会と捉え、国内はもとより海外に向けて、本市が技術力・製品開発力のあるモノづくり企業が多数集積している「モノづくりのまち東大阪」であることを情報発信する。また、国内外における本市の都市イメージ・認知度の向上を図るとともに、モノづくり企業が本市に立地すること自体に誇りを持って、そのことが企業取引の優位性につながるような都市イメージの醸成につなげる。

R1予算額	3,500千円
総合計画	4-21-1 4-21-2
実施計画	○
振興施策	1 3 8 10
市政マニフェスト	○

## 6 技術交流プラザ事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

平成12年7月28日に開設以来、市内製造業者の情報発信・販路開拓支援のひとつとして、市内製造業検索サイト「東大阪市技術交流プラザ」を運営。現在1,000社を超える市内企業の技術力や製品、設備などの企業情報が登録されており、内外から受発注先探しなどに活用されている。平成30年度には英語版サイトの構築も行い、機能強化による支援充実を図った。

R1予算額	8,999千円
総合計画	4-21-3 4-24-3
実施計画	○
振興施策	3 10
市政マニフェスト	○

## 7 東大阪ブランド推進事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

本市事業者が製造した優れた最終製品を市長が東大阪ブランドと認定することで、当該製品の価値を高めるとともに市内事業者の製品開発を促進する。また、認定製品を有する事業者が相互に連携して東大阪ブランドのCI活動を行う。

R1予算額	4,370千円
総合計画	4-21-3, 4-21-4
実施計画	○
振興施策	1 3 7 10
市政マニフェスト	○

## 8 モノづくり教育支援事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

小学生にモノづくりへの興味や楽しさを感じてもらい、将来の東大阪を担う人材の育成を図るために、NPO法人東大阪地域活性化支援機構に業務を委託し、子ども向けのモノづくりのメニューを作成している市内企業の協力を得て、市内小学校へ人材派遣を行っている。

R1予算額	5,800千円
総合計画	4-21-2
実施計画	○
振興施策	5 10
市政マニフェスト	○

## 9 医工連携プロジェクト創出事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

#### 【大阪大学との連携】

平成28年4月に大阪大学大学院医学系研究科及び医学部附属病院との間で包括連携協定を締結。医療現場の課題に関する情報収集や医療者等とのネットワーク構築を図っている。また、平成31年2月には同大学院歯学研究科及び歯学部附属病院との間で歯科医療関連機器の開発を目的とした連携協定を締結した。

#### 【東大阪市医工連携研究会】

(公財)東大阪市産業創造勤労者支援機構において、医療分野への参入に意欲的なモノづくり企業等から構成される研究会を組成。「部品・部材の供給」「試作設計開発支援」「OEM」を重点領域に、医療機器企業とのネットワークの構築、強化を図る。

#### 【医工連携事業化促進補助金】

市内モノづくり企業が行う医療分野に向けた製品開発に対して助成する。

#### 【ビジネスマッチング事業】(平成31年度新規事業)

市内企業の主体的な活動を促進するため実行委員会を組成し、大規模展示会への共同出展や医療機器企業等を対象に市内企業見学ツアー・商談会を実施。

R1予算額	12,188千円
総合計画	4-21-1
実施計画	○
振興施策	1 7
市政マニフェスト	○

# 令和元年度中小企業の振興に関する施策について

## 10 東大阪デザインプロジェクト事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

世界的な工業デザイナーを本市のデザインクリエイティブアドバイザーとして迎え、セミナーやデザインアドバイス会などを通じて広くデザインの重要性をPRするとともに、市内製品のデザインのレベルアップを図る。また、開発された製品や本市がデザイン面の取り組みを進めているまちであることなどをアピールするため展示会に出展していく。

R1予算額	2,445千円
総合計画	4-21-1
実施計画	○
振興施策	3   7   8
市政マニフェスト	

## 15 産業振興PR経費

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

この間、市内製造業者から「モノづくり親善大使」を任命し、講演などの際に「モノづくりのまち東大阪」を広くアピールいただいていた。このような取り組みに加え、平成29年度よりモンスターエンジン西森洋一氏を「モノづくり東大阪応援大使」に任命し、本市のさまざまなイベント等の場面で、モノづくりの魅力や本市の取り組み、市内モノづくり企業の製品・技術力情報などを発信するもの。

R1予算額	1,530千円
総合計画	4-21-3 4-24-3
実施計画	
振興施策	3   10
市政マニフェスト	

## 11 ビジネスセミナー開催経費

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

市内中小企業者の人材育成を積極的に推進し、新分野進出や業務改善、後継者育成等をはかるため、(公財)東大阪市産業創造勤労者支援機構がビジネスセミナー(営業・経営・法律・IT等のテーマ)を開催することを補助する。

R1予算額	1,300千円
総合計画	4-21-2 4-24-3
実施計画	
振興施策	5
市政マニフェスト	○

## 16 モノづくり開発研究会支援事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

市内企業の技術力高度化や研究開発促進を目的として2分科会「中堅人材育成(金属コース)」「中堅人材育成(高分子コース)」により研究会を開催している。それぞれのテーマに基づき機器利用による講習会及び外部講師を招いた座学講習会などを市立産業技術支援センターにおいて実施する「モノづくり開発研究会」の取り組みを支援する。

R1予算額	350千円
総合計画	4-21-2
実施計画	
振興施策	5
市政マニフェスト	

## 12 高付加価値新製品開発支援事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

平成30年度に模様替えした市立産業技術支援センターのモノづくり試作工房を活用し、モノづくりにおけるデザインの必要性や重要性について学ぶため、デザインシンキングのワークショップを開催する。また、デザイナーと協働でモノづくり企業が付加価値の高い自社製品の開発を進めるための事業を行う。

R1予算額	5,000千円
総合計画	4-21-1、4-21-4
実施計画	
振興施策	1   4   7   8
市政マニフェスト	

## 17 異業種交流促進事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

平成7年度に市内の異業種交流グループ間の情報交換や交流を図る目的で結成された、東大阪市異業種交流グループ連絡協議会の活動を支援することにより本市産業の活性化を図る。

R1予算額	250千円
総合計画	4-21-4
実施計画	
振興施策	1
市政マニフェスト	

## 13 東大阪市少年少女発明クラブ補助金

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

(公社)発明協会の支援のもと次代を担う青少年を対象とし、創作の楽しさを体験し、科学的な考え方を養い、創造性豊かな人間形成を図ることを目的として設置されている「東大阪市少年少女発明クラブ」に対して支援を行っている。

R1予算額	568千円
総合計画	4-21-2
実施計画	○
振興施策	5
市政マニフェスト	○

## 18 商工会議所補助金・委託料(事業承継総合支援事業)

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

本市におけるモノづくり企業集積の機能維持すべく、事業承継にかかる総合的な支援を実施する。このため、東大阪商工会議所に事業承継相談窓口を設置するとともに、事業承継に課題を有する企業などを訪問するとともに、必要に応じて専門家を派遣する。また、事業承継に関するセミナーなども開催していく。

R1予算額	9,000千円
総合計画	4-21-2
実施計画	
振興施策	1   4   5
市政マニフェスト	

## 14 産業技術支援センター整備事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

市内製造業者が単独で設置することが難しい高度な測定機器、試験機器を設置し、比較的安価な使用料で利用に供することで、市内製造業の支援を行っている。なお、本事業については、(公財)JKAより補助を受けている。平成31年度の導入機器は、「エネルギー分散型X線分析装置」を予定している。

R1予算額	54,400千円
総合計画	4-21-1
実施計画	○
振興施策	1   4
市政マニフェスト	○

## 19 商工会議所補助金・委託料(若手経営者ネットワーク化促進事業)

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

本市モノづくり企業間の最大の特徴でもある柔軟なネットワークを今後も有効に機能させるため、若手経営者など次世代を担う人材をワークショップなどを通じて相互理解を深め、新たな人的ネットワークの形成につなげていく。

R1予算額	3,000千円
総合計画	4-21-2
実施計画	
振興施策	1   4
市政マニフェスト	



# 令和元年度中小企業の振興に関する施策について

## 20 商工会議所補助金・委託料(市内企業ミートアップ事業)

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

本市との産業連携に関心を持っている国の総領事あるいは商工通商担当領事と海外展開に興味を持っている市内企業が出会う場を設定し、情報交換や意見交換を行うことにより、参加する企業の海外展開を考えるきっかけとともに、「モノづくりのまち東大阪」の各国での認知拡大を目指す。

R1予算額	2,000千円
総合計画	4-21-2
実施計画	
振興施策	3   8
市政マニフェスト	

## 21 地域密着型支援事業

(商業課)

### 【事業内容】

商業振興ビジョンの基本方向「地域密着型支援の強化」の具現化を図るための商業振興施策。商業集積地域の振興のため、商店街等の小売商業団体のにぎわいづくり事業、地域別プレミアム商品券事業、高齢者に優しい商店街づくりを推進する事業への補助金交付を実施。

R1予算額	13,597千円
総合計画	4-22-1
実施計画	
振興施策	1   7   10
市政マニフェスト	○

## 22 観光振興事業

(商業課)

### 【事業内容】

本市の魅力を外内にアピールし観光振興を図るため、本市の観光や特産品の情報発信等について業務委託等を行う。

R1予算額	8,796千円
総合計画	2-8-5
実施計画	○
振興施策	3   7   10
市政マニフェスト	

## 23 空き店舗活用促進事業

(商業課)

### 【事業内容】

市内商店街内にある空き店舗を活用し、開業する事業者に対し補助金を交付することにより、より一層の商店街等への来客増加につなげるとともに、商店街の活力と賑わい回復を促進する。  
また、個店経営者育成セミナーあきんど塾と連携した創業者支援の項目を加え、給付型支援を実施する。

R1予算額	3,250千円
総合計画	4-22-1
実施計画	○
振興施策	1   2   4   7
市政マニフェスト	○

## 24 商業振興コーディネート事業

(商業課)

### 【事業内容】

商業振興に意欲的に取り組む商店街等の小売商業団体に対し商業活性化にかかる支援をしているところであるが、とりわけ2019年はラグビーワールドカップ開催にあわせてラグビーをアピールするコンテンツを提供するもの。

R1予算額	4,000千円
総合計画	4-22-1
実施計画	○
振興施策	1   4   7   10
市政マニフェスト	

## 25 個店経営者育成セミナー事業

(商業課)

### 【事業内容】

市内で小売業、サービス業、飲食業等を営む、またはこれから創業を予定している中小事業者を対象に、『東大阪あきんど塾』(事務局:経済部商業課)を立ち上げ、個店の経営改善をテーマにした研修事業および専門家派遣による個別の経営相談を実施することで、地域商業において最も重要な要素である「繁盛店」創出を目指す。

R1予算額	640千円
総合計画	4-22-2
実施計画	○
振興施策	1   4   5   7
市政マニフェスト	

## 26 商店街環境整備維持管理事業補助金

(商業課)

### 【事業内容】

市内商業環境の安全を促進し、魅力ある商店街づくりと地域の安全・安心環境の向上を図るため、東大阪市小売商業団体連合会に加盟する組織に対し、街路灯やアーケード照明施設の維持管理にかかる経費の一部補助を行う。

R1予算額	3,000千円
総合計画	4-22-4
実施計画	
振興施策	1   2   4
市政マニフェスト	

## 27 共同施設設置助成事業

(商業課)

### 【事業内容】

商店街等の小売商業団体が、街路灯やアーケード等の共同施設を設置、補修した場合に補助金を交付することで、安全・安心で買物しやすいまちづくりを推進する。

R1予算額	17,000千円
総合計画	4-22-4
実施計画	○
振興施策	1   2   4   11
市政マニフェスト	

## 28 商業振興事業補助金

(商業課)

### 【事業内容】

商店街における販売促進のキャンペーン事業をはじめ、市内での消費・購買を促す取り組みを支援する。

R1予算額	1,000千円
総合計画	4-22-1
実施計画	
振興施策	1   4   10
市政マニフェスト	

## 29 ワークサポート事業

(労働雇用政策室)

### 【事業内容】

専門の労働相談員が、賃金・労働時間・社会保険・労災・解雇問題、その他さまざまな労働相談を受け付け問題解決を図る。

R1予算額	3,039千円
総合計画	4-25-1 4-25-2
実施計画	
振興施策	9
市政マニフェスト	

# 令和元年度中小企業の振興に関する施策について

## 30 若者自立支援援助事業

(労働雇用政策室)

### 【事業内容】

一定期間無業状態にある若者を対象に、社会人、職業人としての能力の開発や意識の啓発、社会適応等のため仕事体験事業や講演会、パソコン教室等、職業的自立に向けた支援を、国の地域若者サポートステーション事業を受託する若者自立援助機関に委託し実施している。

R1予算額	10,000千円
総合計画	4-25-3 4-25-4
実施計画	○
振興施策	9
市政マニフェスト	

## 31 モノづくり若年者等就業支援事業

(労働雇用政策室)

### 【事業内容】

若年者等の雇用を促進するため、大阪府立東大阪高等職業技術専門校での実習とモノづくり企業での職場体験を組み合わせた「モノづくり人材育成塾」や、モノづくり就職面接会、就職セミナー、働く若者等を紹介する情報誌「東大阪スタイル」の発行等を行っている。

R1予算額	10,000千円
総合計画	4-25-3
実施計画	○
振興施策	9
市政マニフェスト	

## 32 若年者等トライアル雇用事業

(労働雇用政策室)

### 【事業内容】

市内に住所を有する若年者等の雇用を促進するため、国のトライアル雇用を実施している市内の事業所の事業主に対し支援金を支給し、若年者等の自立を助長するとともに常用雇用に繋がるよう支援する。

R1予算額	290千円
総合計画	4-25-3 4-25-4
実施計画	
振興施策	9
市政マニフェスト	

## 33 障害者雇用促進事業

(労働雇用政策室)

### 【事業内容】

市内に住所を有する障がい者を雇用した市内の事業所の事業主に対し奨励金を支給し、障がい者の自立を助長し福祉の増進を図り、障がい者の雇用を促進する。

R1予算額	2,800千円
総合計画	4-25-4
実施計画	
振興施策	9
市政マニフェスト	

## 34 就活応援窓口経費

(労働雇用政策室)

### 【事業内容】

布施駅前再開発ビル(ヴェル・ノール布施)4階に開設している就労支援窓口「ゆめっこ」就活ファクトリー東大阪にて、女性と39歳以下の若者を対象に、キャリアカウンセリングや適職診断、面接対策、セミナー等のメニューを通じてその就労を支援するとともに、企業の人材確保や定着支援に取り組んでいる。

同じフロアにあるハローワーク布施や布施子育て支援センター「ゆめっこ」との連携をさらに強化するとともに、平成31年度は、大学や布施以外の子育て支援センターとの連携に取り組み、学生を含む若者や子育て中の女性の利便性や認知度の向上を図り、さらなる利用者の増加につなげる。

また、働く意欲がありながら就労できない就労困難者等を対象に、市内2ヶ所の就労支援センターで実施している地域就労支援事業にも取り組んでいる。

R1予算額	35,967千円
総合計画	4-25-3 4-25-4
実施計画	○
振興施策	5 9
市政マニフェスト	○

## 35 農業啓発推進事業

(農政課)

### 【事業内容】

東大阪市の特産品である大阪エコ農産物を普及させることで、安全安心で新鮮な農産物を消費者に提供するとともに、消費者が地元の農産物を購入することで地産地消を促進し、農業と農地・農空間を守る事業を実施する。

R1予算額	4,150千円
総合計画	4-23-1
実施計画	○
振興施策	2 3 4 5
市政マニフェスト	

## 36 有害鳥獣駆除対策事業

(農政課)

### 【事業内容】

生駒山中に生息するイノシシ等の有害鳥獣による水稲・サツマイモ等の農作物への被害を防ぐため、捕獲を行う。

R1予算額	4,029千円
総合計画	4-23-5
実施計画	
振興施策	2
市政マニフェスト	

## 37 ファーム花いっぱい咲かそう運動事業

(農政課)

### 【事業内容】

休耕地での草花栽培による荒廃防止・景観形成を進めるとともに、エコ米生産者など堆肥活用による環境保全型栽培の取り組みを支援する。

R1予算額	3,000千円
総合計画	4-23-4
実施計画	○
振興施策	2 10
市政マニフェスト	○

## 38 農産物展示品評会経費

(農政課)

### 【事業内容】

農家から出品された自家産野菜や花などを審査し、成績優秀者を表彰することで、生産技術の向上と普及を図り、その優良な付加価値のある野菜・花きの増産により農業経営の安定を目指す。

R1予算額	233千円
総合計画	4-23-2
実施計画	
振興施策	5 7 10
市政マニフェスト	

## 39 都市農業活性化農地活用事業

(農政課)

### 【事業内容】

農業団体や農家が行う農業生産基盤整備などに対する補助金交付により、農業振興及び農地の保全・活用を図る。

R1予算額	33,000千円
総合計画	4-23-3
実施計画	○
振興施策	2 3 4
市政マニフェスト	

# 令和元年度中小企業の振興に関する施策について

## 40 優良農家優良団体表彰事業

(農政課)

### 【事業内容】

団体活動を通じて農業者の利益を守るとともに、社会的地位の向上に努めている農業団体及び、農業経営の改善に努め他の規範と認められる農業者を、表彰する。

R1予算額	37千円
総合計画	4-23-1
実施計画	
振興施策	5 7 10
市政マニフェスト	

## 41 中小企業融資事業

(経済総務課)

### 【事業内容】

大阪府制度融資の一部についての受付及び特定中小企業者認定書の発行業務のほか、「東大阪市小規模企業融資制度(大阪府市町村連携型)」を実施している。本年度も引き続き、取扱金融機関への預託額を実施し、利率を府下において最も低い0.8%とするとともに、国の法律改正により融資限度額が1,250万円から2,000万円に引き上げられ、より一層利便性の高い、実効的な融資制度を展開し、市内事業者の経営の安定化、活性化を図ることを目的とする。

R1予算額	1,609,282千円
総合計画	4-24-2
実施計画	
振興施策	6
市政マニフェスト	

## 42 中小企業情報提供事業

(経済総務課)

### 【事業内容】

本市の最新支援施策や各種セミナー等の情報を、市内中小企業者へ向け提供する。また、本市産業施策の立案にあたり、重要な基礎資料となる中小企業動向調査を行う。

R1予算額	2,713千円
総合計画	4-24-3 4-21-3
実施計画	
振興施策	10
市政マニフェスト	

## 43 中小企業振興会議経費

(経済総務課)

### 【事業内容】

振興会議は市長が諮問機関として設置する第3者機関としての役割を担い、法的には地方自治法(第138条の4)に規定される市長の附属機関として設置する。構成メンバーは、市内中小企業者、学識経験者、公募による市民、経済団体、金融機関、行政など幅広い関係者によって構成される予定であり、本市中小企業の①動向に関すること ②施策の推進に関すること ③経済の活性化に関すること ④条例の改廃に関すること ⑤その他本市中小企業の振興に関することなどについて審議を行う。

R1予算額	1,777千円
総合計画	4-21-4
実施計画	
振興施策	4 7
市政マニフェスト	

## 44 東大阪市企業表彰事業

(経済総務課)

### 【事業内容】

地域や社会における企業の社会的責任(CSR:Corporate Social Responsibility)を果たす企業を表彰する「CSR経営表彰」を行い、当該企業の企業価値を高め、社会から信頼される企業として市域に軸足を置いて、環境・地域・社会・雇用・人権・労働の分野で社会に貢献する中小企業の事業所の増加を図り、もって本市産業の持続可能な振興と発展に資することを目的とする。

R1予算額	566千円
総合計画	4-24-3 4-25-1
実施計画	
振興施策	7
市政マニフェスト	