

# 令和5・6年度 東大阪市中小企業振興会議

## 第2回 モノづくり部会議事要旨

日時	令和6年5月29日(水) 10時00分～12時00分
場所	クリエイション・コア東大阪南館3階 研修室C
出席者	<b>モノづくり部会委員(6名出席)</b> 芦塚部会長、本多副部会長、繁原委員、榛木委員、廣田委員、柳山委員 <b>事務局</b> モノづくり支援室 辻尾室長、浦塘室次長、辻総括主幹、志水主査、大月係員
案件	(1) 令和6年度市内製造業向けアンケート調査の項目について (2) モノづくり支援室の支援施策の現状と今後の方向性について (3) モノづくり部会の今後のスケジュールについて
議事要旨	～開会～ <b>【事務局】</b> 1) 確認事項 ①過半数の出席により、東大阪市中小企業振興会議規則第5条第2項に基づき会議が成立していること ②配布資料 2) 委員・事務局紹介  <b>1. 令和6年度市内製造業向けアンケート調査の項目について</b>  <b>【委員】</b> 「次第1 令和6年度市内製造業向けアンケート調査の項目について」事務局より説明をお願いします。  <b>【事務局】</b> (資料に基づき説明)  <b>【委員】</b> 設問13「3～5年度の事業の見通し」設問14「直面している課題」について、設問の性質上、後ろ向きの選択肢が多く、自社の状況と照らし合わせると、やはりそのような回答になってしまいます。そうではなく、市内で操業するメリット、強みに関する設問があれば施策に反映できるのではないのでしょうか。東大阪は社会インフラが整っている。教育機関が多い。採用の面でメリットがある。課題だけでなく良い面もアンケートから導き出せるのではないかと考えます。自社の方向性としては「高付加価値化」に注力しており、自動車のEV化といった領域で利益拡大を図っています。  <b>【委員】</b> 「高付加価値化」については、設問9「自社の強み」の中で選択肢として設けてはどうでしょうか。

**【事務局】**

設問14「3年～5年先の事業の見通し」の選択肢の中に、量ではなく質を求める分野への集中という項目として反映いたします。

**【委員】**

「人材不足」「生産性向上」については、正直どの企業も課題を抱えていると考えます。よりその原因に絞り込んだ設問の方が課題の解決に向かうのではないのでしょうか。また、中小企業にとって「働き方改革」のインパクトが1番大きいと感じています。休日の日数、残業時間の規制等会社の福利厚生制度についての認識や状況を把握しても良いのではないのでしょうか。

**【事務局】**

製造業の働き方改革については、労働雇用政策の担当となるので、労働雇用部会へ申し送りをさせていただきます。

**【委員】**

労働雇用とモノづくりは表裏一体です。労働雇用部会との共有を密にお願いしたい。

**【事務局】**

「働き方改革への対応」については、設問15「直面している課題」の選択肢として反映します。また、次回の労働雇用部会で必ず報告をさせていただきます。

**【委員】**

委員からご意見のあった「立地のメリット」については、前回の調査にはなかったのが、紙面スペースとの兼ね合いになるが、聞いておいた方が良くと思います。

**【委員】**

設問13「地域への受発注先の有無」について。「受注」「発注」「地域」の定義が曖昧ではないのでしょうか。例えば、受注先は増えているが、発注先は減っている場合など回答に迷うかもしれません。

**【事務局】**

回答者が答えやすいように再考いたします。

**【委員】**

ネットの普及、コロナの影響により、東大阪市内企業とつながってなくても影響は小さく、全国の企業とやり取りが可能な社会となっています。そうしたことから「地域とのつながりがあること」について、優先順位は下がっていると感じています。

**【事務局】**

東大阪市では、企業の集積が最大の強みであると考えており、コロナによってどのように状況が変化しているのかクロス集計を行い、分析をしていきたいと考えています。地域→市内、受発注→取引というように表現を検討いたします。

**【委員】**

設問30「SDGsへの対応」について。17の目標があり、紐づけようとするとなんでも紐づけることが出来ます。対応の定義について分かりづらく、この設問をどう施策に活かしていくのかが見えません。

**【委員】**

SDGsへの対応については、具体例を示した方が良いと考えます。例を挙げると、ある大手企業のアンケートでは、17の目標の内どの目標に当てはまる活動を進めているのかを聞く項目が設定されています。

**【委員】**

採用活動への効果、地域へのPRなどどのように企業が活用されているのかを聞くのがよいのではないのでしょうか。

**【事務局】**

中小企業にとって将来的に避けられない課題であると考えています。回答する企業にとって分かりにくい内容となっているので、いただいたご意見を基に、再考いたします。

**【委員】**

設問33「期待する支援施策」について。前回と同様の内容であり、おそらく傾向は変わらないので、削除しても良いのではないのでしょうか。

**【事務局】**

この設問は、施策の周知を目的として設定していました。調査票に施策パンフレットを同封することで、この設問については削除いたします。

**【委員】**

発送鑑とは別に、調査票自体に、東大阪市が実施主体であることを明確に記載しておいた方が良いのではないのでしょうか。

**【事務局】**

調査票の最初に記載するようにいたします。

**【委員】**

QRコードをつけてオンラインで回答できるようにしてはいかがでしょうか。

**【事務局】**

市のシステムを活用してオンラインでも回答できるようにいたします。

**【委員】**

回収率を上げるために企業が加盟する各種団体等へ協力を仰ぐと良いのではないのでしょうか。

**【事務局】**

市とつながりのある各種団体、ネットワークを活用して、回収率の向上に努めます。

**2. モノづくり支援室の支援施策の現状と今後の方向性について**

**【委員】**

「次第2 モノづくり支援室の支援施策の現状と今後の方向性について」事務局より説明をお願いします。

**【事務局】**

(資料に基づき説明)

**【委員】**

4つの柱それぞれについて時間を区切り、各委員よりご意見をいただきたいと思います。

**①高付加価値化に向けた支援の強化**

**【委員】**

当社は加工技術を売りにしており、自社ブランドはありません。社会のトレンドとして、技術を活かした自社ブランド製品の開発という流れもありますが、当社についてはデザイナーとのマッチング等について関心はありません。一方、自社の技術がこういった分野で活用できるかということが知りたいです。言い換えると、「製品の高付加価値化」ではなく「技術の高付加価値化」と言うことが出来ます。

**【委員】**

他業界とのマッチングや市内企業のシーズを紹介する機会提供が必要ということですね。

**【委員】**

行政には「町工場でがっちゃんがっちゃん」という昔ながらの製造業のイメージを変えてほしいと思っています。個々の会社も東大阪のモノづくりをどのように売り込み、ブランディングにつなげていくのか考えて取り組んでいますが、いち企業が「日本一、世界一」というイメージを打ち出してもなかなか社会には浸透しないと感じています。

**【事務局】**

東大阪のブランドを高めていくということを柱に取り組んでいきたい。現在は、万博をキーワードに価値を高めていくことに注力しています。

**【委員】**

近畿大学においても、東京と大阪でシーズ発表会を開催しています。そういった機会を捉え、積極的にアピールしていくのもひとつであると思います。

**【委員】**

行政が「東大阪は町工場のまち」というイメージを前面に押し出していた時期があったと思います。その影響から「東大阪の企業は小さい町工場ばかり」という印象が付き、正直迷惑でした。以前、広告を実施した際も、先方の担当者から所在地に「東大阪」と書かない方が良いと言われた経験があります。「小さな町工場があり、技術が高い」ではなく、「技術力が高い工場が集積している」といった伝え方をしていくことが大切であると考えています。

**②モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進**

**【委員】**

このテーマについては、労働雇用部会と一緒に議論することはできないのでしょうか。

**【事務局】**

各部会の内容については、親会議である中小企業振興会議の方に共有され、そちらの方でも委員の皆様にご意見を頂戴し、議論いただけるものと考えております。

**【委員】**

当社では、全ての新入社員が技能検定3級を取得する取り組みを進めています。製造業で働く者にとって、基盤となる資格であることから、市内モノづくり企業に就職する人はみんなが取得できるように市が環境を整えると良いのではないのでしょうか。個々の企業には限界があるが、市を挙げて人材育成の環境を整える取り組みはアピールになると考えます。大手企業のOBなど協力者はいます。

**【委員】**

東大阪の製造業で働く人はみんなベースとなる資格を持っていることを、地域全体の取り組みとして分かりやすく発信していくことは非常に良いと考えます。

**【委員】**

次世代への教育について、モノづくり教育支援事業など取り組みを進められているところではありますが、一過性であり、もっと大々的に取り組む必要があるのではないのでしょうか。実体験として、自分自身が子供の時、授業でラグビーを経験したことで、ラグビー人口のすそ野が広がったと感じています。空き工場などを活用し、モノづくりのベテランOBの協力を仰ぎながら、若い年代からモノづくりに触れる機会をもっと増やすことは出来ないのでしょうか。東大阪ブランドやこーばへ行こう！など別々で活動している団体が連携して、同じ方向性を見出していくことも一つではないかと感じています。

**【委員】**

方向性として、子どもの時からモノづくりのまちをどう刷り込んでいくかが大事です。以前は親も近くの工場で働いていたので、親の仕事内容や住んでいる町がどういった町なのかを子どもも知っていました。今は親も大阪市内に働きに行っており、大人が町を知らないから混在が起る要因となっていると考えます。また、委員の新人に資格取得の促進をしていくことは賛

成です。府立高等技術専門校など、機械を使って研修できる資源も活用していければ良いと思います。なお、八尾市では小学校において「わたしたちの八尾市」という授業がありますが、東大阪市では同様の授業はあるのでしょうか。

**【事務局】**

モノづくり教育支援事業において、教育委員会とは連携しており、市内企業が学校へ行き、出前事業を実施しています。工場内で危険を伴うような内容の体験学習については、やはり安全面から義務教育としての実施はなかなか難しいのが現状です。オープンファクトリーは金曜日にも開催されるため、学校の活動として参加してもらえよう協議していきたいと考えています。なお、東大阪市については、日本を代表するモノづくりの町として、一部の教科書に採用されています。

**【委員】**

先日、地元の中学校から連絡があり、集団で工場見学に来ました。設備が1億円することなど価格を説明すると、子どもたちはすごいと喜び、ここで働くわと言って帰って行きました。学校も訪問できる企業を探しています。

**【事務局】**

企業と学校が直接調整いただくとスムーズに進むことが多いと聞いている。教育委員会とも議論していますが、教育委員会が市全体で統一的に実施するとなると難しくなる傾向にあることは認識しているところです。

**③操業環境の維持・確保**

**【委員】**

オープンファクトリーの取り組み内容について、各企業に任せられているイメージが強いです。市として、PRに力を注いでほしいです。

**【事務局】**

こーばへ行こうの実行委員会とは議論をしており、市としてより良い取り組みになるよう全面的にバックアップしていきたいと考えています。

**【委員】**

企業と住民とのトラブルについて、企業側に対して指導は行われているのでしょうか。

**【事務局】**

法令等で定められた騒音の基準を超えている場合、市として指導を行っています。オープンファクトリーなどの取り組みを通じて、地域住民との良好な関係を築いていただきたいと考えています。

**【委員】**

住民と企業の間に入り、仲介するような役割の人を準備できないのでしょうか。

**【事務局】**

高井田地域では、地元の有志により高井田まちづくり協議会という組織があり、そういった役割を担っています。他の地域については、そういった取り組みはなされておらず、必要性や仕組みについて、今後検討していきたいと思います。

**【委員】**

当社では、従業員のためにAEDを設置していますが、地域住民の方にも使えるようにしています。また、災害時の避難セットも50セット用意しており、近隣の方に周知することで、いざという時に使ってもらえます。そのような、企業が従業員向けに取り組んでいることを、地域住民に拡大していくことの支援をしてもらえればありがたいと思います。

**【事務局】**

非常に良い取り組みのヒントをいただきました。市としてどのようなサポートの方法があるのか、検討していきます。

**④販路開拓支援の充実**

**【委員】**

当社は海外市場に注力したいと考えています。しかし、英語版のHPひとつとってもなかなかハードルが高いです。規模が小さくても海外企業と取引出来たり、英訳などに困ったときに相談できる窓口があればよいと考えます。

**【事務局】**

市がいちから海外販路に関する支援策を立ち上げるのは、現実的ではありませんが、海外販路支援をメイン事業とするジェットロとは、市の職員を派遣するなど連携を強化しており、市内企業のニーズに応じて適切なジェットロサービスを活用できるようにサポートしていきます。

**【委員】**

販路開拓については、マッチングの機会をいかに多く作り出すかに尽きるのではないかと思います。

**【事務局】**

モノづくりのまちとしてイメージを高める取組みとともに、マッチングの機会を増やしていく必要性を感じています。前者の取り組みについては、東大阪ブランドに担ってもらいたいと考えています。

**【委員】**

東大阪ブランドの活動について、委員よりご説明いただけますでしょうか。

**【委員】**

東大阪ブランドは現在95社165製品が認定されています。市内では大きな企業の組織体であると考えており、各種取り組みを進めています。最近の活動の方向性は、販路開拓という面よりは、社会貢献的な価値を高めることの意識の方が強いと感じています。製品だけではなく技術や工法もブランド化していくことについて、検討が必要と考えています。

**3. モノづくり部会の今後のスケジュールについて**

**【委員】**

「次第3 モノづくり部会の今後のスケジュールについて」事務局より説明をお願いします。

**【事務局】**

(資料に基づき説明)

**【委員】**

以上をもって、本日の議事を終了します。

**【事務局】**

長時間にわたりご議論頂きありがとうございます。

次回は10月下旬頃の開催を予定しています。

～閉会～