東大阪市中小企業振興会議
モノづくり部会（第２回）

日　時：令和６年５月２９日（水）１０：００～
場　所：クリエイターズプラザ研修室Ｃ

議　事　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

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

配　布　資　料

資料１　　前回会議の議事録
資料２　　調査票への意見（前回会議）
資料３　　調査票への意見（メールでの事前確認）
資料４　　令和６年度　調査概要
資料５　　令和６年度　調査票（最終案）
資料６　　令和４年度　調査票
資料７　　モノづくり支援室の支援施策一覧（更新）
資料８　　モノづくり部会のスケジュール
資料９　　委員名簿

【資料１】

令和５・６年度　東大阪市中小企業振興会議

第１回　モノづくり部会議事要旨

日時	令和６年３月25日（月）午後１時００分　～　午後２時５５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	**モノづくり部会委員（7名出席）** 芦塚部会長、本多副部会長、阪上委員、繁原委員、榛木委員、廣田委員、柳山委員 **事務局** モノづくり支援室　辻尾室長、浦塘室次長、志水主査、前田主任
案件	（１）モノづくり部会のスケジュール （２）モノづくり支援室の支援施策について （３）東大阪市製造業に関する調査結果について （４）令和６年度市内製造業向けアンケートの素案について
議事要旨	～開会～ 【事務局】 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）委員紹介・事務局挨拶 ３）本部会の位置づけについての説明 ～異議なし～ **１．モノづくり部会のスケジュール** **２．モノづくり支援室の支援施策について** 【委員】 「次第１　モノづくり部会のスケジュール」「次第２　モノづくり支援室の支援施策について」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】 確認ですが、最後に示したスライド（レイヤー分けのたたき台）は投影のみということでよいですか。 【事務局】 投影のみです。

	【委員】 資料３モノづくり支援室の支援施策　についても説明願います。 【事務局】 （資料に基づき説明） 【委員】 ただいまの説明について、ご意見、ご質問はありますか。 【委員】 資料３モノづくり支援室の支援施策一覧 にある PR マークはどのような意味ですか。 【事務局】 展示会やウェブサイト等で市内企業の情報を発信するような趣旨の事業 PR マークを付けています。 【委員】 ３２番（専門見本市等共同出展事業）、３３番（テクノメッセ東大阪開催事業）はお金が出ているのですか。 【事務局】 事業の趣旨として PR になっているものは PR マーク、個別に企業にお金を出しているものは補助金のマークを付けています。 専門見本市等共同出展事業、テクノメッセ東大阪開催事業は市から補助金を出しているが、事業の趣旨としては PR にあたるため PR に分類しています。 マークには大きな意味はなく、担当が主観的に分類しているもので不適切なものもあるかもしれません。 【委員】 大きな意味はないとのことですが、市民に公開する際に分かりやすくするという意味合いもあるのですか。 【事務局】 先ほどの説明は適切ではなく、撤回させていただきます。マークは分かりやすくするために付けているものです。 【委員】 分かりやすくというのは誰に対してですか。 【事務局】 市民です。専門見本市等共同出展事業、テクノメッセ東大阪開催事業は市から商工会議所に補

	助金を出しており、会議所がそれを元に企業の PR を行っています。30 番の展示会出展支援事業は企業が展示会に出展する際の費用に対して個社に補助金を交付していることから、補助金として分類しています。 【委員】 マークがこの会議限りのものか、市民に対してのものか分かりにくかったため質問させてもらいましたが、対象は市民である旨理解しました。 【委員】 37 番（中小企業設備投資支援事業）について。事務局の説明では令和 5 年度には国費が使えなくなったため交付件数が減ったとのことですが、詳しい事情を教えてください。 【事務局】 令和 2～4 年度は新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金（補助率：10/10）が財源として活用できていましたが、令和 5 年度から国の交付要件が変わったことから同交付金を充てることができなくなり、市の単費で実施することになりました。今年度は昨今のエネルギー価格の高騰への対策という観点も取り入れ、交付要件をアレンジしたものです。 【委員】 令和 2 年度より前はもっと交付件数が少なかったのか、もしくは令和 2 年より前にはこの事業はなかったのですか。 【事務局】 本事業は令和 2 年度から開始したものです。 【委員】 「令和 4 年度東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査」P.51 の「今後、東大阪市に期待する支援施策」の問いにおいて、設備投資支援がトップですが、これは国の交付金と関係があるのですか。 【事務局】 令和 4 年度の調査実施時点では令和 5 年度から国の交付金が使えないという想定がなく事業の継続を予定していたため、このような設問項目を設定していました。 【委員】 回答者は令和 5 年度の状況を知らずに回答していたということですね。施策のニーズと実情のギャップが気になったのですが、事情はよく分かりました。 【委員】 委員のご指摘のように、アンケート調査から設備投資にニーズがあるということは見えてきそうです。

【委員】
資料３モノづくり支援室の支援施策一覧 において、令和 5 年度の予算・決算見込みともに 0 円の事業について、資料においてもう少し詳しく記載してはいかがですか。実際に費用は掛かっていないということですか。

【事務局】
4 番（産学官金連携事業）は近畿大学、大阪芸術大学の授業の中で取り組んでいることから予算は発生していません。
11 番（モノづくり体験塾）は後援名義を出すことによるサポートを行っています。
19 番（中小企業振興会議）は委員報酬があるが、総務担当課に予算がついており、モノづくり支援室には予算はついていないため 0 円と記載しています。

【委員】
市民への分かりやすさという点を考慮すると、現在の記載内容では分かりにくく感じます。

【委員】
加えて、委託事業、補助事業、後援事業がすべて一緒に記載されている点も分かりづらくありませんか。

【事務局】
ご指摘を踏まえた上で、資料を修正し、委員に諮った上で公開します。

【委員】
先月の振興会議でも意見が出ましたが、どのようにこの間の施策を評価し、次の施策につなげていくのですか。

【事務局】
施策ごとに目的や指標が異なるため、個別に判断していくことになると考えています。今回の部会では個々の施策の評価ではなく、今後どのような施策を行っていくかという方向性について議論いただきたいと考えています。

【委員】
では個々の施策の必要性については議論しないということですか。

【事務局】
方向性について議論いただきたいですが、率直に申し上げると、モノづくり支援室の事業は多岐に渡っていることによるマンパワー不足の問題などで個々の施策が希薄になっていると考えており、委員の方々もそのように感じるのであれば、個々の施策の必要性について忌憚のないご意見をいただきたいと考えています。

	【委員】 資料 4 東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査 において、中堅社員への人材育成のニーズが高いという結果が示されていますが、中堅社員向けのセミナーについてどう考えていますか。 【委員】 資料 4 に関しては次の議題になるが、現時点で事務局から一言説明願います。 【事務局】 セミナーについては市の外郭団体が主体となってテーマや対象を決めて実施しており、市はその事業に対して補助している立場ということで詳細は把握していません。 市としては、外郭団体や商工会議所に対し時代に応じたセミナーの開催を依頼しながら当該団体の事業を補助しています。 【委員】 調査の結果を考慮しながら効率的に実施していくべきと考えます。 **３．東大阪市製造業に関する調査について** **４．令和６年度市内製造業向けアンケートの素案について** 【委員】 「次第３　東大阪市製造業に関する調査について」「次第４　令和６年度市内製造業向けアンケートの素案について」事務局より説明願います。 【事務局】 （資料に基づき説明） 【委員】 人材について、リクルートなどの民間サービスやハローワークなど、どのようなツールを用いて人材を確保しているかを聞いておいた方がよいのではないですか。また、価格転嫁に伴った賃上げができているかも聞いた方がよいです。できていないのであればそれを支援する施策を検討する必要があるかもしれません。紙面も限られているので難しいところではありますが。 【事務局】 賃上げに関しては 3 か月に 1 回実態調査をおこなっているところですが、こちらでもどの経費によって賃上げが実現できているのか確認してまいります。 【委員】 賃上げに関しては商工会議所でも調査しているが対象が限られています。今回のような大規模な調査で確認しておいた方がよいでしょう。

【事務局】
承知しました。

【委員】
まず印象として、意識の高い市民であると自負していましたが、あまりにも施策の細部までを知らなかったことに驚いています。１つ１つの施策は素晴らしいのにそれが周知できていないことが残念です。周知方法という側面からも検討が必要と考えますが、これまではどのように周知をおこなってきたのですか。

【事務局】
広報ツールとして施策のパンフレットを作成しました。今回のアンケートにパンフレットを同封することで施策の周知を図ってまいりたいと考えています。その他、ウェブサイトのリニューアルなど周知方法について検討しているところです。

【委員】
施策の周知についてはこれまでも課題として挙がっており、商工会議所と連携して企業を個別訪問するなど取り組んできたがなかなか進んでいないと感じます。市内企業の立場として、どのようにすれば情報を取りやすいかという点で意見はありますか。

【委員】
周りの経営者に教えてもらい設備投資事業を利用しましたが、使いやすいという印象を受けました。検査精度が上がり非常に助かっています。しかし、紙資料だけでは内容が分かりにくいと感じます。資料に QR コードを掲載するなどの工夫があってもよいと思います。
カーボンニュートラルについては、一度東大阪市の方に訪問してもらいましたが、総量規制という枠組みと自社の機械を増やしていくという方針がマッチせず、企業の成長戦略に繋がりにくいと感じました。何か市内企業の成長に繋がる施策になればよいと思います。
また、人材育成ができていない企業が多いという点について、市が人材育成の場を作っても社内で教育制度が整っていないとなかなか続きません。社内で教育制度を根付かせるような仕組みをつくることが長い目で見た人材育成につながると思います。

【事務局】
施策の周知については、中小企業が頼りにしている税理士のネットワークを活用するなどしており、引き続き多様な手法で周知に努めてまいります。
脱炭素については、国の施策と絡めれば機械の増設も可能であると考えます。
人材育成については、「そもそも育成する人材がいない」という回答も見受けられますが、だからといって育成をしないというわけではないので、厚労省のセミナーと絡めるなど手法を検討してまいります。

【委員】
企業に対して国の制度もセットで使えるという案内はしているのですか。

【事務局】
市で設けている経営相談窓口の中小診断士が国の施策も案内しています。

【委員】
企業の感覚として、何かあったら経営相談窓口に行こうという雰囲気はあるのですか。

【委員】
相談に行ったところ大変丁寧に対応してもらえました。

【委員】
周りの経営者も同じ感覚でしょうか。

【委員】
そうではないと思います。

【委員】
1 回使ったことがある人はまた相談しようとなるが、知らない人はずっと知らないまま、この壁をどう乗り越えるかが課題です。かつて会議所の職員がローラー作戦で企業を周ったように、サービス提供側もアウトリーチが必要かもしれないですね。

【委員】
非常に非効率な気はしますが…

【委員】
意識の高い経営者は国や市の施策を調べていますが、規模の小さい企業はなかなか手が回りません。効率は悪いが巡回して案内するのもひとつ。経営者の意識によって情報の取り方は全然違うように思います。

【委員】
そこを経営者の自己責任としてよいのか、あるいは経営者の意識改革といった啓発的な活動も支援に入れていくのか考えられるかもしれません。

【委員】
アンケートの回答率 16.7%というのはかなり限定的な回答になっているのではと感じます。回答者の会社の規模や年齢によって分析が変わってくるのではないでしょうか。
今回のアンケート調査ではまず回答率を上げること。そして、比較的大きい規模の会社は市の支援施策を使いたいという意向は低く、自社で何とかやっていこう、もしくは国の大規模な補助を活用しようと考えているのではないかと感じます。反対に自社のような 30～50 人規模の会社は国の施策は使いにくく、市の施策は物足りないです。やはり規模感によってニーズを切り分け、効果がありそうなところを推進していくとよいのではと思います。

【委員】
アンケート調査の項目に回答者の属性は含まれていますか。代理の者が回答した回答を見分ける方法があればと思います。

【委員】
もしくは今の回答を企業規模ごとの切り口で見えるようにするなどしても面白いかと思います。

【委員】
そこは分析の段階でできると思いますが、回答者の属性を入れることによって、代理の回答が多いだとかで見えてくる傾向があるかもしれません。

【事務局】
回答者の役職を追加します。

【委員】
回答率は上がりにくいのですか。

【委員】
会議所で実施するアンケートではだいたい回答率は 2 割程度で項目が多いほど回答率は低いです。質問項目はできるだけ簡略化するとよいが、その関連で資料 5（案）令和 6 年度市内製造業に関する実態・ニーズ調査票 の項目 36,37（利用したことがある支援施策、関心がある支援施策）はどうしても必要なのですか。ここだけでかなりボリュームをとっています。

【事務局】
先ほど議論にも上がった施策の PR として活用したいと考えています。

【委員】
今回の目的は実態調査で PR は別で予算立てした方がよいのではないでしょうか。

【委員】
今回のアンケートは紙媒体で行うのですか。

【事務局】
紙がメインで 3,200 社程度郵送するが、電子で回答できるフォーマットを用意し、市政だよりなどで案内する予定です。

【委員】
第一印象として質問項目が非常に多いです。前回のアンケートで IT 化についての質問もあったのだから、今回は一歩前進して電子でのアンケートを中心にすればよいのではないでしょう

	か。最近は国の労働実態調査などもハガキ 1 枚で、膨大な紙面を使ったアンケートは減ってきているという印象です。 施策の周知について。前回のアンケートによると従業員が 10 名以下の企業が 55.8%で、そのような会社の経営者はパンフレットなどまず読みません。昨今では困ったことがあればまずネットで検索します。施策に関するキーワードでネット広告を出して市のウェブサイトに誘導するなどの方策をとってみてもよいのではないですか。 アンケート調査の人材不足について。人材が余っているという回答はあるわけがないです。回答者の半数が 10 名以下の企業であり、もし余っていたらクビにするだけです。 人材育成について。キーワードは「ジョブ型雇用」。これまでの社内で人材を育てるという「グループ全体雇用」なのか、欧米でみられる「ジョブ型雇用」なのか大企業でも注目されています。また、人材不足に対してはロボット化、無人化という観点もありますね。 【委員】 民間のサービスに広告費を払って施策を PR するというのはどれくらいやっていますか。 【事務局】 HANAZONO EXPO などイベントでは広告出稿もできるケースもありますが、施策の周知に関しては基本的に我々でおこなうという考えで、現実的には難しいと考えています。 【委員】 法規上のルールなど、一定の制約があるのですか。 【事務局】 法規上のルールはないですが、施策の広告出稿に予算措置をしている自治体は全国的にあまりないです。 【委員】 国ではやっているので、他に前例がないか調べるかあるいはやり方を検討してもよいのではないでしょうか。 【事務局】 効果的な周知方法を検討してまいります。 アンケートについては、インターネット上でも回答できるようにします。 ジョブ型雇用については、国が一時期サポートもしていたので、情報をとっていきながら考えてまいります。 【委員】 ジョブ型雇用は、企業側がどれだけきちんと自らの仕事を定義づけできるか、公平な賃金体系をどう構築していくかが高いハードルですが、悩ましいところ。 【委員】

	アンケート調査について。私も他委員同様に質問項目が多すぎると感じます。令和 4 年度の質問票は A4 サイズで 8 枚もあり、これでは答える気にならないと思います。また、前回と同じような質問項目であれば、回答率はさらに下がるのではないでしょうか。もっと絞って枚数を減らすべきと考えます。 また、令和 4 年度と状況がさほど変わっていない質問項目も多くあると思います。「強み、弱み」や「事業形態」などはクロス集計に必要な項目は残してもよいと思いますが、全体の傾向としてはさほど変化はないのではないでしょうか。人材不足に関してはあらゆる項目で課題になっているので、中堅社員の話、人材確保、育成のツールについてはもう少し突っ込んで聞いてみてもよいかと思います。施策の利用状況も結局「利用していない」という結果になるでしょう。 私としては「人材育成」「価格転嫁」「コスト上昇」、ニーズの高い「設備投資」、また新しいトピックスとして例えば「健康経営」などを質問項目として挙げ、傾向として変わらなさそうな項目は省く方がよいと思います。 施策の周知について。私は 2013 年頃からモノづくり部会に参加していますが、毎回この課題を繰り返しています。答えは持ち合わせていませんが、ドラスティックに変えていかなければ小手先だけでは解決しないだろうという印象を受けました。 【事務局】 回答者の立場に立つとできるだけ項目は減らしたいが、コロナ禍も明け状況が変化するなかで前回の調査から時間が経過していることもあり、今回改めて聞いておいた方がよいのではと考えています。 【委員】 正確性を求めるならばそのとおりですが、そうすると「また同じような調査がきた」という印象になり、もっと回答率が減るでしょう。ある項目の回答が仮に 70%から 72%になってもそれは大きな違いではありません。また、100 社回答があればクロス集計ができると言われているなかで 425 社からの回答があり、回答率 15.7%もものすごく低いという数字ではないので、令和 4 年の傾向をベースとすることは説明としてはおかしくないと考えます。 【事務局】 濃淡をつけながら極力簡素化し、総量を減らすように努めてまいります。 【委員】 今回の調査は単にデータをとるだけでなく、ニーズを把握してどう次の施策に活かすが重要です。企業が何をどうしてほしいのかという点をうまく聞き出せるようにしてほしいです。 【委員】 平成 27 年に提言した既存の 4 つの柱をもう一段階掘り下げるという提案はあるのですか。申し上げたいのは、東大阪のモノづくりの有り様はこの 10 年で大きく変わっています。大きな変化としては経営者の高齢化により廃業が増えています。生産拠点を東大阪市外に移した企業も多くあり、東大阪がモノづくりに適した環境の土地であるのかを見つめなおす時期がきたの

	ではないでしょうか。住工共生を 1 つの柱に立てているが、10 年前の工場と住民がいがみ合う関係から仲良くなってきていると感じています。自社は住民との共生がうまくいっていますが、うまくいくためには企業側も最新の公害関係の条例をしっかり遵守することが必要です。施策の再構築にあたっては、この 5 年、10 年で柱の中身に変化があるなかで、モノづくりを取り巻く環境の変化をどう捉えているのかというところがスタート地点になると思いますが、その点はいかがかですか。 【事務局】 20～30 年も同じ取引先で単価が全く変わらないといった小規模企業もみられるなかで価格転嫁の対策は必要と考えます。また、例えば自分の代で終わらすという企業があれば、その資源をどう地域に残していくかという支援も必要ではないかと考えているところです。将来的な人材の確保という点からも重要になってくる価格交渉や、どうすれば利益を生み出せるのかという点を企業には直視してもらうための方策も考えていき、将来の意向が分かるような項目を設定してまいります。 【委員】 個人的な見解としては小規模零細の M＆A が増えてくるのではないかと考えています。市はそれを促進する立場ではないと思いますが、現実としては動いてくると思います。 【委員】 4 つの柱を踏襲しつつも現実も見るべきではという貴重なご意見です。行政としてはこれまで支援してきたところを急にこの領域はもう支援しないというわけにはいかないと思いますが、現状を見据えながら少しずつ重点を移していくというご意見かと思います。 【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感謝します。次回は 5 月頃の開催を予定しています。 ～閉会～

第１回中小企業振興会議モノづくり部門会議での意見　　【資料２】

1	・まずは回収率を上げることを重視。 ・質問項目が多すぎる。調査票の枚数を減らすべき。 ・質問項目を簡略化。 ・前回と同じような項目は不要。傾向として変わらなそうな項目は省く。	・項目数：前回５６（基本項目９＋４７） 今回３４（基本項目９＋２５） ・フォントサイズなど調査票について見やすく工夫 ・調査方法について：郵送と併せて、ホームページからもダウンロード、メールで回答できるようにする。
2	設問項目として「人材育成」「価格転嫁」「コスト上昇」「設備投資」「健康経営」はどうか。	・「価格転嫁」「コスト上昇」「設備投資」設問を設定 ・「人材育成」前回調査の結果を活用 ・「健康経営」人材不足の項目の中で選択肢として反映
3	中堅社員への人材育成について、ニーズが高い。	前回の調査結果からニーズが高いテーマと認識。 現在は、市の補助事業として、東大阪市産業創造勤労者支援機構や東大阪商工会議所においてセミナー等を実施。課題解決に向けたより良い手法を検討していく。
4	社内での教育制度が整っていないと長続きしない。社内での教育制度を根付かせるような仕組みづくりが必要。	皆様のお会社での取り組みや良い事例などあればご紹介いただきたい。
5	人材育成について、キーワードは「ジョブ型雇用」。人材不足に対しては、ロボット化、無人化という観点もある。	設問18「人材不足への対応について」の中で、選択肢「業務の効率化と自動化」「ジョブ型雇用など新しい雇用形態の導入」を設定
6	人材確保のために利用しているサービスについて	設問18「人材不足への対応について」の中で、選択肢「採用チャネルの活用」を設定
7	価格転嫁に伴う賃上げについて	設問20-24で設定
8	支援施策の周知方法について	設問31で設定
9	関心がある支援施策を聞く項目は必要なのか。	・設問33にて設定 ・具体的な支援メニューに関するニーズを把握するとともに、施策のPRの機会としても活用したい。

1	設問5 従業員数 項目がかなり細かく設定されているため、回答者はここを書くだけで（正確な数を調べるのに）大変ではないか。 記入に時間がかかるという負担の問題もあるが、最近とくに注意が払われるジェンダーの観点からもあまり性差による厳密な数を問わないほうがよいように考える。	反映済み
2	設問6　売上高 この項目についても正確な数字を調べて記入しなければならないので、設問4の資本金の設問のように選択肢で選べるようにする方が回答者の負担が軽く済むかと思う。 スペースの都合上難しいようであれば、約〇〇万円という形、つまり「約」を前に付けて大体の数字で構わないことを示しておく方がよいのかもしれない。	反映済み
3	設問11 ３～５年先の事業の見通し この設問にも「該当するもの全て選択」と記載した方が良いと思います。	反映済み
4	設問13　周辺企業とのつながりについて ここで使用されている「協力工場」という言葉は、おそらく「外注先・委託先」という意味かと思うが、単に「協力（連携）している工場」という意味として捉えられる可能性もあるように思う。 「外注先」や「委託先」という言葉の方が、まだ誤解や混乱は少ないのかもしれない。また、こちらも〇〇社と具体的な企業数を書くことになっているが、約〇〇社と「約」を付けておくのはいかがでしょうか。	反映済み
5	設問17 どういった人材の不足を感じていますか？ 設問16で「かなり不足」「やや不足」と回答した方に限定した設問かと思いますので、そのことを記載。 （例：前の設問で1と2を回答された方のみご回答ください、等）。	反映済み
6	設問19　人材不足への対応について 上と同様。	反映済み。 （設問の内容を一部変更）
7	設問21　価格転嫁に対する顧客の反応 設問20で「はい」と回答した方に限定した設問かと思いますので、そのことを記載。	反映済み
8	設問22　価格転嫁後、利益への影響 上と同様。	反映済み
9	設問25　生産性の向上 「必要性を感じていない」という選択肢があるほうがよいかもしれません。	反映済み
10	設問29～35 これらの設問の選択肢に「必要性を感じていない」があってもよいのではないか。 確かに、設問36までいくと「必要性を感じていない」の選択肢があるので、そこで選べばよいことにはなっているが、回答者は設問29～35を記入してからはじめて設問36を見ることになるので、やや不親切。 また、「対応できていない」ことと「必要性を感じていない」ことは違うと思うので、設問36の選択肢に「必要性を感じていない」があること自体にもやや違和感を覚える。	反映済み。 構成を変更し、それぞれの設問に応じた 選択肢を設定。
11	設問31　国や自治体等支援機関の施策情報はどこで入手しますか。 最初の選択肢「各支援機関のメールマガジン・ウェブサイト」に選択番号が振られていないことが気になります。 また、選択肢9番に「その他」があり、また、選択肢15番にも「その他」があって、重複している。 そのことにも関係しているかと思うが、選択肢1～9と選択肢10～15はもともと別々だった設問の選択肢という印象があり、 例えば、選択肢1番「市役所」と選択肢10番「東大阪市中小企業だより」がこの設問の中の選択肢として並存していることにちょっと違和感がある。 選択肢11「支援機関や公的な相談窓口への問い合わせ」も、選択肢1～8と重複している印象があり、回答者からすると何か奇異な感じがする。	反映済み。 選択肢全体を整理。
12	設問32　事業を拡大、スムーズに進めるためにどの職種の方とつながりたいですか。 選択肢の中に「特になし」がある方がよい。	反映済み
13	設問33　東大阪市に期待する支援施策について 上と同様。	反映済み
14	【同じ経営課題に対する質問が分散しており、課題ごとの設問が必要】 １．問１～11・13を「会社概要について」とする。 ２．問12以降を「経営課題への対応」として、「経営環境の変化への対応」「社会環境変化への対応」を編入して再構築。経営課題ごとに設問する。具体には下記の構成を提案 「経営課題への対応について」 ●人材不足：　・人員の過不足　・不足する人材　　・人材不足への対応　※29、30は重複、意味不明のため削除 ●価格転嫁：　・価格転嫁（価格引き上げ）の有無　・費目別（材料費・エネルギー・労務費）　対応の可否　23 24 25を統合 ・価格転嫁への顧客の反応　・価格転嫁後の利益への影響 ●生産性向上：・生産性向上への対応　・デジタル化の対応　・生産工程の自動化 ・設備投資の計画→会社概要に編入可　・設備投資の目的→会社概要に編入可 ●グルーバル化：・グローバル化の現状　・海外拠点の現状　・英語版HPの対応　必要か？　「期待する施策」でもニーズ確認可 ●トピックス：・脱炭素社会への対応　・SDGsへの対応　・CSR活動 ※各々の事象について対応できない要因　36は、事象事に違うため再考すべき	反映済み。 経営課題のカテゴリーごとに設問順を整理。 また、「経営課題に対応できていない主な要因」については、事象ごとに要因が異なり、より具体的な要因を把握するため、自由記述の形式に変更。

【資料４】

東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査の概要

（１） 調査対象：・東大阪商工会議所　工業３部会に所属する市内企業　1,862社

・非会員市内企業　1,381社

合計：3,243社

（前回）調査対象：2,700社　　有効回答数：425社（回収率15.7%）

（２） 調査票：A3サイズ　1枚　4ページ（依頼状を別添）

（３） 設問数：32項目

（４） 調査方法：・郵送による調査票の発送。返信用封筒にて回収。

・市のホームページからダウンロード。メールにて回収。

（５）スケジュール：６月下旬　調査票発送

７月下旬～８月中旬　調査票回収・集計（集計用個票データ提出）

８月中旬～９月中　　調査内容分析・検討

（６）その他：特徴的な回答をした企業１０社程度にヒアリングによる聞き取り調査を実施

回答時間　約 8 分

令和６年度　東大阪市内製造業に関する実態・ニーズ調査

事業所名		代表者役職		代表者名	
記入者名		TEL		FAX	
所属・役職		Mail			

会社概要について

1	設立年（個人は開業年）	西暦　　年	
2	経営者の年齢	□1．29 歳以下　□2．30 代　□3．40 代　□4．50 代 □5．60 代　□6．70 代　□7．80 歳以上	
3	経営者の世代	□1．１代目（創業者）　□2．２代目　□3．３代目以降	
4	資本金（または出資金）	□1．1000 万円未満　□2．1000～5000 万円未満　□3．5000 万円～1 億円未満 □4．1～3 億円未満　□5．3 億円以上　□6．資本金なし	
5	従業員数 （常時使用する従業員の数）	□1．4 人以下　□2．5-9 人　□3．10-19 人　□4．20-50 人 □5．51-100 人　□6．101-300 人　□7．300 人以上	
6	業績	売上高	前期実績　約＿＿＿＿＿＿万円　前々期実績　約＿＿＿＿＿＿万円
		（前期から今期の見込み）	受注量：□増加 □横ばい □減少　受注単価：□増加 □横ばい □減少　営業利益：□増加 □横ばい □減少
7	主な業種 （主要なものを１つ選択）	□1．飲・食料品　□2．繊維製品　□3．木製品　□4．家　具 □5．紙・紙製品　□6．印　刷　□7．化　学　□8．プラスチック □9．ゴム製品　□10．皮革製品　□11．窯　業　□12．鉄　鋼 □13．非鉄金属　□14．金属製品　□15．はん用機械　□16．生産用機械 □17．業務用機械　□18．電子部品　□19．電気機械　□20．情報通信機械 □21．輸送用機械　□22．その他（　　）	
8	保有技術 （主要なものを３つまで選択）	□1．製缶・溶接・鈑金　□2．プレス加工　□3．鋳・鍛造 □4．圧延・伸線　□5．切削加工　□6．研磨 □7．放電・レーザー加工　□8．熱処理　□9．鋳金・表面処理 □10．測定・検査　□11．組立・仕上げ　□12．塗装 □13．ハンダ付け　□14．射出・押出成形　□15．縫製 □16．その他（　　）	

事業の現状について

9	自社の強みについて （各々３つまで選択）	A：強　み				B：弱　み			
		□1．品質管理	□2．短納期	□3．加工精度・技術力					
		□4．生産能力	□5．試作・開発力	□6．多品種少量生産					
		□7．人材育成・確保	□8．価格競争力	□9．販路開拓などの営業力					
		□10．情報収集力	□11．現場改善力	□12．多様な取引ネットワーク					
		□13．財務内容	□14．用途開発	□15．その他（　　）					

10	事業形態 （該当するもの全て選択）	□1．発注者の図面に基づき加工・生産 □2．発注者の仕様に基づき、自社で設計、図面等を作成し、加工・生産 □3．問屋や大手メーカー等の他社のブランドで販売 □4．自社ブランドで製品等を企業へ販売（ＢｔｏＢ） □5．自社ブランドで製品等を消費者へ販売（ＢｔｏＣ） □6．その他（　　）
11	設備投資の計画はありますか （直近３年）	□1．はい □2．いいえ
12	設備投資の主な目的について	□1．生産性（力）の向上　□2．品質向上　□3．コスト削減 □4．外注の内製化　□5．環境への配慮　□6．新製品開発 □7．老朽化対応　□8．その他（　　）
13	周辺企業とのつながりについて ①地域での受発注先の有無と数 ②５年前と比較した増減について ③新しい企業とのつながりを求めますか	□1．有（約　　社）　□2．無 □1．増えている　□2．変化なし　□3．減っている □1．求める　□2．求めない
14	３～５年先の事業の見通し （該当するもの全て選択）	□1．事業規模を拡大　□2．事業規模を維持　□3．事業規模を縮小 □4．分社化　□5．第二創業　□6．工場を移転 □7．事業の譲渡　□8．休業・廃業　□9．その他（　　）

経営環境及び社会環境の変化に伴う「経営課題とその対応状況」について

15	現在直面している課題について （該当するもの全て選択）	□1．売上・利益の減少　□2．新規の顧客開拓　□3．設備更新 □4．人材不足　□5．社内での人材育成　□6．価格転嫁 □7．生産性の向上（デジタル化・自動化）　□8．事業承継 □9．操業環境の悪化　□10．新製品・技術の開発　□11．資金繰り □12．新たな事業柱の構築　□13．脱炭素社会や SDGs への対応 □14．海外との取引　□15．その他（　　）

【人材不足】

16	人員の過不足について	□1．かなり不足　□2．やや不足 □3．適当→設問 19 へ　□4．過剰→設問 19 へ
17	どういった人材の不足を感じていますか？ （該当するもの全て選択）	□1．　経営者の補佐、後継者候補となるマネジメント人材 □2．　生産や加工等のための技能人材 □3．　新製品等開発のための研究開発人材 □4．　新規顧客開拓等のための営業人材 □5．　新分野への参入、新事業の立ち上げ等マーケティング人材 □6．　その他（　　）
18	人材不足を解消できない 主な要因について（自由記述）	
19	人材不足への対応について、御社にとって効果が高いと思われる（すでに対応済の企業様は効果が高かった）ものを３つまで選択ください	□1．業務の効率化と自動化 □2．テレワークなど柔軟な労働条件の提供 □3．ジョブ型雇用など新しい雇用形態の導入 □4．給与の改善　□5．外注とパートタイムの活用 □6．健康経営　□7．新たな採用チャネルの活用 □8．教育とトレーニングの充実　□9．その他（　　）

【価格転嫁】			
20	過去 12 ヶ月間、原材料や生産コストの増加により価格を引き上げたことがありますか		□1．は　い（□5%未満　□5-10%　□11-20%　□20%以上） □2．いいえ　→設問 23 へお進みください
21	価格転嫁に対する顧客の反応		□1．受容　　□2．交渉で不採択　　□3．交渉なく反対 □4．他社への切り替え　□5．その他（　　）
22	価格転嫁後、利益への影響		□1．増加　　□2．変化なし　　□3．減少
23	費目別の対応状況について	①材料費	□1．十分対応できている　　□2．一部対応できている □3．対応できていない　　□4．対応方法が分からない
		②エネルギー	□1．十分対応できている　　□2．一部対応できている □3．対応できていない　　□4．対応方法が分からない
		③労務費・賃上げ	□1．十分対応できている　　□2．一部対応できている □3．対応できていない　　□4．対応方法が分からない
24	価格転嫁が出来ている企業様、出来ていない企業様、それぞれ主な要因について（自由記述）		
【生産性の向上】			
25	生産性の向上について		□1．十分対応できている　　□2．一部対応できている □3．対応できていない　　□4．対応方法が分からない □5．必要性を感じていない　→設問 28 へお進みください
26	生産性の向上に資する方法・取り組みについて、御社にとって効果が高いと思われる（すでに対応済の企業様は効果が高かった）ものを３つまで選択ください		□1．５Ｓ活動など業務改善活動　　□2．デジタルツールの活用 □3．ロボットの導入による自動化　□4．従業員のスキル向上 □5．生産プロセスの効率化　　□6．品質管理の強化 □7．その他（　　）
27	生産性の向上に取り組めていない主な要因について（自由記述）		
【グローバル化】			
28	海外企業との取引		□1．直接取引している　　□2．間接的に取引している □3．必要性を感じているが、取引には至っていない □4．必要性を感じていない
29	海外での拠点設立		□1．設立済み　　（国・地域名：　　） □2．設立の計画がある（国・地域名：　　） □3．必要性がない
【社会環境の変化】			
30	SDGs（持続可能な社会）への対応		□1．十分対応できている　　□2．一部対応できている □3．対応できていない　　□4．対応方法が分からない □5．必要性を感じていない

東大阪市の産業振興施策について		
31	国や自治体等支援機関の施策情報はどこで入手しますか。 （該当するもの全て選択）	□1．東大阪商工月報 □2．東大阪市中小企業だより（メール・東大阪公式 LINE） □3．東大阪市技術交流プラザのメールマガジン □4．東大阪商工会議所のメールマガジン □5．東大阪市産業創造勤労者支援機構のメールマガジン □6．大阪府（モビオ）・大阪産業局のメールマガジン □7．中小機構のメールマガジン □8．つながりのある企業からの口コミ □9．業界団体や組合への参加 □10．金融機関、税理士等からの情報提供 □11．情報提供イベントやセミナーの参加 □12．市役所のホームページ □13．経済産業省（近畿経済産業局）のホームページ □14．その他（　　）
32	事業を拡大、スムーズに進めるために希望する連携先、職種について。 （該当するもの全て選択）	□1．中小企業診断士　□2．公認会計士　□3．税理士 □4．弁護士　□5．弁理士　□6．マーケティングの専門家 □7．営業コンサルタント　□8．ＩＴコンサルタント □9．デザイナー・クリエイター　□10．人材開発の専門家 □11．国際貿易の専門家　□12．労働安全衛生の専門家 □13．大学等　□14．大企業　□15．中小企業 □16．スタートアップ企業　□17．海外企業 □18．特になし　□19．その他（　　）
33	東大阪市に期待する支援施策について （該当するもの全て選択） ▼モノづくり支援室が実施している施策情報 施策パンフ	□1．販路開拓支援　□2．新製品・技術開発支援 □3．設備投資支援　□4．人材育成・確保支援 □5．事業承継の支援　□6．企業間ネットワークの構築 □7．操業環境の保全　□8．工場用地の確保 □9．都市ブランドの向上　□10．知的財産取得支援 □11．省エネルギー化支援　□12．ＩｏＴ等の情報化支援 □13．ＥＶ等の新事業支援　□14．ＳＤＧｓ推進支援 □15．ＢＣＰ策定支援　□16．多様な人材活躍支援 □17．働き方改革への支援　□18．レンタルオフィスへの支援 □19．起業・第２創業の支援　□20．施策情報の提供 □21．デザイナーとの連携支援　□21．特になし □22．その他（　　）
34	東大阪市の産業振興施策への要望 （自由記述）	

ご協力ありがとうございました。

【資料６】

『東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査』ご協力のお願い

平素は、東大阪市政各般にご理解、ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

新型コロナウイルス感染症の影響に加え、世界的な原油高や原材料高などが生じており、今後の先行きは予断を許さない状況が続いております。本市製造業の皆様の中には操業・経営環境などに大きな影響が生じている事業者もおられることと存じます。

そのような中、今回のアンケート調査は本市製造業の皆様の景況感や抱える課題、今後の事業展開の方向性等を調査・分析することで、必要な支援策を検討する際の基礎資料とさせていただくものです。

尚、本市では様々なアンケート調査を実施しており、複数の調査で重複しております皆様には大変ご負担をお掛けいたしますが、何卒趣旨をご理解の上、ご協力賜りますようお願い申し上げます。

令和４年７月

東大阪市都市魅力産業スポーツ部モノづくり支援室

ご回答についてのお願い

- ご回答は、設問ごとの指定の数だけ『□』に✔印を付けてください。
- その他に✔印を付けた方は、（　　）内に具体的な内容をご記入ください。

★ 調査票に回答をご記入の上、令和４年８月１２日（金）までに同封の返信用封筒にてご返送頂きますようお願い申し上げます。

【お問合せ先（委託先）】

東大阪商工会議所　企画調査部

〒５７７－０８０９　東大阪市永和２－１－１

ＴＥＬ．０６－６７２２－１１５１　／　ＦＡＸ．０６－６７２５－３６１１

※ご回答いただきました内容につきまして、個別企業の情報が特定されないように統計処理をしたうえで公開する場合があります。また、東大阪市及び東大阪商工会議所から、聞き取り調査のお願いをさせていただく場合や、貴社事業に関連性の高い支援施策・セミナーのご案内をさせていただく場合がございます。

令和４年度　東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査

事業所名		記入者名	
Ｔ　Ｅ　Ｌ		所属・役職	

会社概要について					
1	設立年（個人は開業年）	西暦 ＿＿＿＿＿＿＿＿年			
2	経営者の年齢	□１．２９歳以下　□２．３０歳代　□３．４０歳代　□４．５０歳代 □５．６０歳代　□６．７０歳代　□７．８０歳以上			
3	経営者の世代	□１．１代目(創業者)　□２．２代目　□３．３代目以降			
4	資本金（または出資金）	□１．１,０００万円未満　□２．１,０００～５,０００万円未満 □３．５,０００万円～１億円未満　□４．１～３億円未満 □５．３億円以上　□６．資本金なし			
5	従業員数 （出向社員、派遣社員は除く）	Ａ　役　員		男 ＿＿＿＿人　女 ＿＿＿＿人	
		Ｂ　常用雇用者	正社員	男 ＿＿＿＿人　女 ＿＿＿＿人	
			パート・アルバイト	男 ＿＿＿＿人　女 ＿＿＿＿人	
		Ｃ　臨時・日雇雇用者		＿＿＿＿人	
6	業　績	売上高	前期実績 ＿＿＿＿＿＿＿＿万円	前々期実績 ＿＿＿＿＿＿＿＿万円	
		前期から 今期の見込み （それぞれ１つ選択）	Ａ　受注量	Ｂ　受注単価	Ｃ　営業利益
			□１．増加　□２．横ばい　□３．減少	□１．増加　□２．横ばい　□３．減少	□１．増加　□２．横ばい　□３．減少
7	主な業種 （主要なもの１つ選択）	□１．飲・食料品　□２．繊維製品　□３．木製品　□４．家　具 □５．紙・紙製品　□６．印　刷　□７．化　学　□８．プラスチック □９．ゴム製品　□10．皮革製品　□11．窯　業　□12．鉄　鋼 □13．非鉄金属　□14．金属製品　□15．はん用機械　□16．生産用機械 □17．業務用機械　□18．電子部品　□19．電気機械　□20．情報通信機械 □21．輸送用機械　□22．その他（　　）			
8	保有する技術 （主要なものを３つまで選択）	□１．製缶・溶接・鈑金　□２．プレス加工　□３．鋳・鍛造 □４．圧延・伸線　□５．切削加工　□６．研　磨 □７．放電・レーザー加工　□８．熱処理　□９．鍍金・表面処理 □10．測定・検査　□11．組立・仕上げ　□12．塗　装 □13．ハンダ付け　□14．射出・押出成形　□15．縫　製 □16．その他（　　）			
9	強みと弱み （Ａ「強み」Ｂ「弱み」 それぞれ３つまで選択）	Ａ　強　み		Ｂ　弱　み	
		１．品質管理　２．加工精度・技術力　３．短納期 ４．生産性向上　５．試作・開発力　６．多品種少量生産 ７．人材育成・確保　８．価格競争力　９．販路開拓などの営業力 10．情報収集力　11．現場改善力　12．多様な取引ネットワーク 13．財務内容　14．その他（　　）			

事業の現状について			
１０	特筆すべき事業内容 （ＡＢＣはそれぞれ１つ選択、 Ｄは該当するもの全て選択）	Ａ　特許等知的財産権の有無	□1．あ　り　　□2．な　し
		Ｂ　高シェアの製品・部品等の有無	□1．あ　り　　□2．な　し
		Ｃ　独自技術の有無	□1．あ　り　　□2．な　し
		Ｄ　高シェア製品や 独自技術などの今後の活用	□1．今までの取組みを継続する □2．今までの取組みを利用した新たな展開を模索 □3．今までの取組みを利用せず全く新しい展開を模索 □4．継続は困難で、今後の展開を検討中 □5．わからない
１１	事業形態 （該当するもの全て選択）	□1．自社ブランドで製品等を企業へ販売（ＢｔｏＢ） □2．自社ブランドで製品等を消費者へ販売（ＢｔｏＣ） □3．問屋や大手メーカー等の他社のブランドで販売 □4．発注者の仕様に基づき、自社で設計し、図面等を作成し、加工・生産 □5．発注者の図面に基づき加工・生産	
１２	前期１年間における 新規顧客の獲得の有無 （該当するもの全て選択）	□1．現在の主たる事業で新規顧客を獲得した □2．現在の主たる事業以外で新規顧客を獲得した □3．新規顧客の獲得に取り組んでいるが、獲得に至っていない □4．新規顧客の獲得に取り組んでいない	
１３	デジタル化に係る取組について （該当するもの１つ選択）	□1．順調に取組を進めている　　□2．取組を進めているが不十分 □3．取組を予定するも、進んでいない　　□4．デジタル化への取組の予定はない （４と回答された方は設問１８にお進みください。）	
１４	ＩＴツール・サービスの 利活用状況 （該当するもの全て選択）	□1．自社ホームページの作成　　□2．ＷＥＢ広報媒体の活用 □3．ＷＥＢ上での受発注や予約　　□4．ＳＮＳの利用 □5．インターネットバンキングの利用　　□6．各種パッケージソフトの利用 □7．クラウドサービスの利用　　□8．ＷＥＢを利用した遠隔会議 □9．電子決済　　□10．Ｅラーニングを利用した社員教育 □11．ＲＰＡやＡＩ等の導入　　□12．一切利用していない □13．その他（　　）	
１５	ＩＴ・自動化について 関心のある分野 （該当するもの全て選択）	□1．設計製造　　□2．品質管理　　□3．人事管理 □4．会議開催　　□5．受発注管理　　□6．在庫管理 □7．営業活動　　□8．生産工程管理　　□9．その他（　　）	
１６	貴社で既に完了した デジタル化の分野 （該当するもの全て選択）	□1．設計製造　　□2．品質管理　　□3．人事管理 □4．会議開催　　□5．受発注管理　　□6．在庫管理 □7．営業活動　　□8．生産工程管理　　□9．その他（　　）	
１７	ＩＴの導入・利用を 進める際の課題 （該当するもの全て選択）	□1．コストが負担できない　　□2．導入メリットがわからない □3．取り組み方がわからない　　□4．ＩＴを使いこなす人材が不足 □5．業務内容に合ったＩＴ技術がない　　□6．導入に抵抗のある従業員が多い □7．導入サポートをしてくれる人がいない　　□8．個人情報漏えいの不安がある □9．自社技術の流出に不安がある　　□10．その他（　　） □11．課題はない	

１８	製造現場におけるＩｏＴ（センサ・ＲＦＩＤ等）導入状況 （該当するもの全て選択） ※ＲＦＩＤとは 専用の電子タグを使った自動認識技術	Ａ　現　状 （導入している分野）	□１．設備稼働管理　□２．異常検知・予知保全 □３．検査・検品　□４．在庫管理 □５．安全・衛生管理　□６．その他（　　） □７．導入していない
		Ｂ　今後の導入意向 （導入したい分野）	□１．設備稼働管理　□２．異常検知・予知保全 □３．検査・検品　□４．在庫管理 □５．安全・衛生管理　□６．その他（　　） □７．導入の意向はない
		Ｃ　導入に向けた課題	□１．専門知識を持つ人材の不足　□２．設備投資資金の不足 □３．対応する時間の不足　□４．投資効果がみえない □５．その他（　　）　□６．特に課題はない
１９	東大阪市内で操業するうえでの課題 （該当するもの全て選択）		□１．住工混在で操業しにくい　□２．拡張・建替が困難 □３．地価・賃借料が高い　□４．交通渋滞が激しい □５．人件費の高騰　□６．人材の確保が困難 □７．受注先の減少　□８．外注先の減少 □９．その他（　　）　□10．特にない
今後の経営方針について			
２０	３～５年先の事業の見通し （該当するもの全て選択）		□１．事業規模を拡大　□２．事業規模を維持　□３．事業規模を縮小 □４．分社化　□５．第二創業　□６．工場を移転 □７．事業の譲渡　□８．休業・廃業　□９．その他（　　）
２１	今後３年間に 力を入れていく事業 （該当するもの３つまで選択）		□１．保有技術の高度化　□２．新技術の導入　□３．新製品の開発 □４．新サービスの開発　□５．製品デザインの開発　□６．製品・企業のブランディング □７．環境対応力の向上　□８．海外拠点の設置・増設　□９．取引先との関係強化 □10．国内での販路開拓　□11．海外での販路開拓　□12．人材確保 □13．人材育成　□14．人員整理　□15．他社との連携強化 □16．大学等との連携強化　□17．デザイナーとの協働　□18．生産性の向上 □19．知的財産戦略の強化　□20．既存事業の整理　□21．経営体制の強化 □22．事業承継　□23．その他（　　）
２２	事業承継 （該当するもの１つ選択）		□１．後継者は既に決定している　⇒　□１．親族　□２．親族以外の従業員　□３．それ以外 □２．事業承継の必要はあるが、後継者については決まっていない □３．第３者への事業譲渡またはＭ＆Ａを検討　□４．事業承継済み □５．未定・わからない、承継しない
２３	事業承継の課題 （該当するもの全て選択）		□１．後継者がいない　□２．後継者が育っていない　□３．後継者はいるが本人未承諾 □４．適切な承継時期が不明　□５．経営理念の承継　□６．技能の承継 □７．株式等資産の承継　□８．取引先との関係維持　□９．親族間の相続 □10．相続税等の負担　□11．従業員の理解　□12．事業承継の相談先が不明 □13．わからない　□14．特にない　□15．その他（　　）
新たな事業展開への取組について			
２４	新たな事業展開への 現在の取組状況 （該当するもの３つまで選択）		□１．保有技術の高度化　□２．新技術の導入 □３．既存分野での新製品の開発・提案　□４．既存製品の新規の販路開拓 □５．新分野での事業開発　□６．必要性は感じるが取組んでいない □７．必要性を感じない　□８．その他（　　）

２５	新技術・新製品開発における問題 （該当するもの３つまで選択）	□１．取組むテーマが決められない　□２．開発の進め方がわからない □３．開発できる人材がいない　□４．開発の資金がない □５．開発する時間がない　□６．市場ニーズの把握 □７．問題はない　□８．その他（　　）
２６	販路開拓における問題 （該当するもの３つまで選択）	□１．販路開拓の方法がわからない　□２．販路開拓する人材が不足 □３．販路開拓の資金がない　□４．販路開拓する時間がない □５．販路開拓しているが取引に繋がらない　□６．問題はない □７．その他（　　）
２７	拡大したい販路開拓先 （該当するもの全て選択） ※選択肢はＧＤＰ・輸出先上位国	□１．日本国内　□２．アメリカ　□３．中　国　□４．ドイツ　□５．イギリス □６．インド　□７．ロシア　□８．韓　国　□９．台　湾　□10．香　港 ⇒その他の国（３つまでご記入ください）（　　）（　　）（　　）
２８	異業種連携・産学連携・オープンイノベーションへの取り組み （該当するもの全て選択）	Ａ　今後希望する連携先（継続も含む） □１．大学等　□２．大企業 □３．中小企業　□４．ベンチャー企業 □５．公的研究機関　□６．コンサルや民間研究所 □７．国外の大学・企業・機関等　□８．特にない □９．その他（　　） Ｂ　連携により期待する効果等 □１．基本的な技術の確立　□２．新たな製品や技術の開発 □３．生産性の向上　□４．受発注手続きの効率化 □５．販路開拓　□６．従業員のスキルアップ □７．ネットワークの拡大　□８．その他（　　）
２９	今後注力したい領域 （実施中並びに検討中・希望などそれぞれ３つまで選択）	Ａ　取組実施中　優先度　高 → 低　（　　） Ｂ　検討中・希望　優先度　高 → 低　（　　） １．自動車関連　２．航空宇宙関連　３．鉄道関連　４．ドローン ５．再生可能エネルギー　６．燃料電池・全固体電池　７．次世代ロボット ８．ＡＩ・ＩｏＴ　９．医療・ヘルスケア　10．非接触技術　11．半導体関連 12．飲食料品　13．農業関係　14．建設関係　15．特になし 16．その他（　　）
３０	新分野に取り組む上での課題 （該当するもの全て選択）	□１．必要資金の確保・調達　□２．知識・ノウハウ不足 □３．必要な人材の確保　□４．研究や開発の為の時間の確保 □５．研究や開発のための設備・部材の確保　□６．進出計画の策定 □７．その他（　　）　□８．特になし
人材育成について		
３１	人材育成の実施状況	□１．実施している　□２．必要性は感じているが、実施していない　□３．必要がない
３２	人材育成が必要な階層 （最もあてはまるもの１つ選択）	□１．経営者層　□２．管理職　□３．中堅社員 □４．新入社員　□５．後継者
３３	（設問３１にて２、３と回答された方） 人材の育成を実施しない理由 （最もあてはまるもの１つ選択）	□１．時間の余裕がない　□２．予算がない □３．外部機関の研修情報がわからない　□４．適切な教育機関がない □５．教育できる人材がいない　□６．育成してもすぐに辞めてしまう □７．そもそも育成する人材がいない　□８．その他（　　）

３４	社員に求める業務スキル （重視するもの３つまで選択）	□１．経営戦略・経営企画　□２．商品企画・マーケティング　□３．財務・経理 □４．人事・労務　□５．営業　□６．知財管理 □７．海外事業(販売・生産)　□８．情報システム　□９．購買・調達 □10．生産管理　□11．環境管理　□12．新ビジネスモデルの構築 □13．その他（　　）
３５	社員に求める技術スキル （重視するもの３つまで選択）	□１．機械設計(CAD･CAM含む)　□２．電子・電気回路設計　□３．制御設計 □４．保全　□５．品質管理　□６．計測・評価 □７．生産技術・改善　□８．機械加工　□９．成形・プレス加工 □10．鍛造・ダイキャスト　□11．解析・ＣＡＥ　□12．ソフトウエア開発 □13．その他（　　）

雇用・採用について

３６	人員の過不足感 （該当するもの１つ選択）	□１．かなり不足　□２．やや不足　□３．適当 □４．やや過剰　□５．かなり過剰
３７	（設問３６にて１、２と回答された方） 不足している人材 （該当するもの全て選択）	□１．生産・加工等のための技能人材　□２．新製品等開発のための研究開発人材 □３．新規顧客開拓等のための営業人材　□４．その他（　　）

３８	人材充足のための対応 （ＡＢＣＤはそれぞれ１つ選択、Ｅは他に取組があれば記入）	Ａ　女性の雇用拡大	□１.対応済　□２.検討中　□３.予定なし
		Ｂ　シニアの再雇用・定年延長・定年の廃止	□１.対応済　□２.検討中　□３.予定なし
		Ｃ　外国人の雇用拡大	□１.対応済　□２.検討中　□３.予定なし
		Ｄ　障がい者の雇用拡大	□１.対応済　□２.検討中　□３.予定なし
		Ｅ　その他の取組（　　）	

３９	最近５年間の採用状況 （該当するものそれぞれ１つ選択）	Ａ　新卒採用	□１．採用している □２．採用しているが、募集人員に達していない □３．募集しているが、採用できていない □４．募集していない
		Ｂ　中途採用	□１．採用している □２．採用しているが、募集人員に達していない □３．募集しているが、採用できていない □４．募集していない

４０	外国人の採用にあたり、貴社が考える課題 （該当するもの全て選択）	□１．優秀な人材が見つからない　□２．求める日本語能力がない □３．教育や仕事のフォローが難しい　□４．文化、宗教など国民性の違い □５．職種に制限がある　□６．在留資格や在留ビザの事がわからない □７．雇用の継続性に不安　□８．その他（　　） □９．特にない　□10．外国人の採用はしない

職場環境並びに働き方改革について

４１	快適な職場環境づくりにおいて取組んでいる事 （該当するものそれぞれ１つ選択）	Ａ　有給休暇の取得促進	□１.対応済　□２.検討中　□３.予定なし
		Ｂ　パワーハラスメント防止措置	□１.対応済　□２.検討中　□３.予定なし
		Ｃ　改正育児・介護休業法への対応	□１.対応済　□２.検討中　□３.予定なし
		Ｄ　バリアフリーへの対応	□１.対応済　□２.検討中　□３.予定なし
		Ｅ　休憩を目的としたスペースの確保	□１.対応済　□２.検討中　□３.予定なし

４２	休憩スペースの確保について	Ａ　休憩を目的としたスペースの利用頻度 （該当するもの１つ選択）	□１．ほぼ全員が利用している □２．ほぼ半数が利用している □３．ほぼ利用している人はいない □４．わからない　□５．設置なし
		Ｂ　休憩場所 （該当するもの全て選択）	□１．休憩を目的としたスペース □２．社内の空きスペース □３．社外 □４．その他（　　）
４３	在宅勤務・テレワークの導入	□１．導入済　□２．今後導入したい　□３．導入の予定はない	
４４	（設問４３にて１、２と回答された方） 在宅勤務・テレワークにおける業務内容 （該当するもの全て選択）	□１．事務作業　□２．営業活動　□３．システムの構築 □４．社内会議・打合せ　□５．社外会議・商談　□６．入力作業 □７．設計　□８．その他（　　）	
事業所等の新築または設備投資について			
４５	東大阪市内での事業所等の新築・増築、または設備投資の予定 （該当するものそれぞれ１つ選択）	□１．事業所等の新築や増築の予定がある　（予定時期　西暦　　年頃） □２．設備投資の予定がある　（予定時期　西暦　　年頃） □３．事業所等の新築や増築と共に設備投資の予定もある　（予定時期　西暦　　年頃） □４．予定はない	
４６	（設問４５にて２、３と回答された方） 建物を除く、設備投資の予定規模 （３年以内の投資見込みがある場合）	□１．１,０００万円未満　□２．１,０００～３,０００万円未満 □３．３,０００～２億円未満　□４．２～５億円未満 □５．５～１０億円未満　□６．１０億円以上	
４７	工場や事業所等の立地選定に際し、重要視する条件 （該当するもの全て選択）	□１．自社施設との距離　□２．取引先との距離　□３．インフラの充実 □４．土地の価格　□５．土地の確保がしやすい　□６．労働力の確保しやすさ □７．土地・建物の賃借料　□８．駅からのアクセスが良い　□９．原材料の調達しやすさ □10．関連産業の集積　□11．産学官連携体制の充実　□12．従業員の住環境 □13．地盤・気候等自然環境　□14．自治体の施策の充実　□15．その他（　　）	
カーボンニュートラルについて			
４８	工場、事業所等での事業活動に伴うカーボンニュートラルへの取組について （該当するもの１つ選択）	□１．既に実施している　（内容：　　） □２．実施を予定している（内容：　　） □３．取組む必要性は感じるが、実施する予定はない □４．取組む必要性がないため、実施しない □５．カーボンニュートラルについてよく知らない	
４９	（設問４８にて１、２、３と回答された方） カーボンニュートラルに取組む上での課題 （該当するもの全て選択）	□１．情報がない　□２．予算がない　□３．時間がない □４．取組む方法が不明　□５．取組む人材がいない　□６．相談先が不明 □７．課題はない　□８．その他（　　）	
産業振興施策の利用状況について			
５０	東大阪市の産業振興施策の利用 （該当するもの１つ選択）	□１．利用したことがある　□２．利用したことがない	

５１	利用したことがない場合、 その理由 （該当するもの１つ選択）	□１．どのような施策があるかわからない　□２．利用できるかどうかがわからない □３．手続きが煩雑そう　□４．利用したい施策がない □５．必要ない　□６．その他（　　）
５２	今後、東大阪市に期待する 支援施策 （該当するもの全て選択）	□１．販路開拓支援　□２．新製品・技術開発支援 □３．起業・第二創業の支援　□４．人材育成・確保支援 □５．事業承継の支援　□６．自治体等の施策情報提供 □７．省エネルギー化支援　□８．知的財産取得支援 □９．設備投資支援　□10．工場用地の確保 □11．異業種交流・連携支援　□12．ＩｏＴ等の情報化支援 □13．ＥＶ等の新事業支援　□14．ＳＤＧｓ推進支援 □15．ＢＣＰ策定支援　□16．多様な人材活躍支援 □17．働き方改革への支援　□18．現場改善活動支援 □19．企業間ネットワークの構築　□20．カーボンニュートラルに関する個別相談 □21．デザイナーとの連携支援　□22．大阪万博に関する支援 □23．その他（　　）
５３	東大阪市の産業振興施策への 要望 （フリーアンサー）	
新型コロナウイルス感染症拡大の影響について		
５４	売上への影響 （該当するもの１つ選択し、 ありの場合のみ引き続き回答）	□１．影響あり　□２．影響なし ⇒コロナ禍で最も売上に影響を受けた月　西暦＿＿＿＿＿＿年＿＿＿＿月 ⇒また、その月を前年同月と比較した場合の減少率は □１．1～25%減少　□２．26～50%減少　□３．51～75%減少 □４．76～100%減少　□５．わからない
先行き見通しについて		
５５	今後貴社に 影響を及ぼすと思われる事象 （該当するもの全て選択）	□１．コロナの長期化　□２．原材料高　□３．原油高 □４．海外調達の滞り　□５．円安　□６．半導体不足 □７．木材等の不足　□８．価格転嫁難　□９．最低賃金の上昇 □10．人材不足　□11．地球温暖化　□12．消費税のインボイス制度 □13．社会のＩＴ化　□14．協力工場の減少 □14．その他（　　）
５６	問５４・５５の各項目において 貴社事業にどういった影響があ るか、可能な範囲でご記載くだ さい	

調査のご協力、ありがとうございました。

モノづくり支援室の支援施策

資料 7

都市魅力産業スポーツ部　モノづくり支援室

予算、決算は千円単位

Ⅰ．高付加価値化に向けた支援の強化

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、産学官金連携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する。

1．東大阪デザインプロジェクト事業

R5 予算　2,400　R5 決算見込　2,400

平成 22 年度より事業開始。世界で高く評価される工業デザイナー喜多俊之氏を本市デザインクリエイティブアドバイザーとして迎え、市内企業にデザインの重要性の啓発や指導を行うもの。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	①セミナー ②個別相談	①3 回開催／23 社参加 ②4 社
R５	①セミナー ②個別相談	①2 回開催／17 社参加 ②2 社

2．高付加価値新製品開発支援事業

R5 予算　12,152　R5 決算見込　12,152

市内企業とデザイナーとのマッチング機会を創出し、下請加工や部品製造業から最終製品製造業移行を目指した製品開発支援。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R３	公募と企業選定	応募 6 社
R４	デザイナーとのマッチング、製品開発	4 社
R５	製品発表	3 社

3．医工連携プロジェクト創出事業

R5 予算　11,222　R5 決算見込　11,222

市内企業の高い技術力やネットワークを活かした医療機器や関連周辺器具の開発を支援する。また、市内モノづくり企業の医療・健康・介護分野への参入促進を図る。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	医療機器関連相談案件数	69 件
R５	医療機器関連相談案件数	54 件

4．産学官金連携事業

大学や金融機関など、異分野の組織と協働して、新しい技術や商品、サービス、ビジネスモデルなどの創出を通じて、地域経済や地域社会の発展を促進する。市では、双方のマッチング機会を創出し、開発製品のＰＲを実施。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	学生とのマッチング件数	3 件
R５	学生とのマッチング件数	4 件

相談　マッチング　補助金　体験

調査　セミナー　PR

5．高付加価値化促進事業（モノづくり支援補助事業）

R5 予算　4,302　R5 決算見込　4,302

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技術の研究や新製品の開発に向けた取り組み及び市内中小企業を中心に構成する企業グループが行う経営力の向上に資する調査研究や講習会の開催に対して助成金を交付する。実施主体は東大阪市産業創造勤労者支援機構。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R 4	助成金交付件数	11 件
R 5	助成金交付件数	9 件

6．創業促進インキュベーション支援事業（モノづくり支援補助事業）

R5 予算　9,789　R5 決算見込　9,789

(独)中小企業基盤整備機構の公的賃借施設「クリエイション・コア東大阪」のインキュベートルームに入居した者のうち本市の工業集積等を活用して新製品・新技術の開発や新事業の創出を図る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する事により本市内における創業を促すもの。
実施主体は東大阪市産業創造勤労者支援機構。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R 4	助成金交付件数	14 室
R 5	助成金交付件数	12 室

7．産業財産権活用支援事業（モノづくり支援補助事業）

R5 予算　300　R5 決算見込　300

特許法（昭和 34 年 4 月 13 日法律第 121 号）に規定されている特許権の国内での取得費用に対して助成金を交付することで、市内製造業の開発した新技術・新製品に関する産業財産権の保護及び権利化を促進させ、競争力強化及び事業活動の振興を図るもの。実施主体は東大阪市産業創造勤労者支援機構。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R 4	助成金交付件数	3 件
R 5	助成金交付件数	1 件

Ⅱ．モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進

小～大学生の若年層向けモノづくり体験学習や、現役の技術者に向けた技能向上セミナー、円滑な事業承継に向けた支援事業などを通じ、幅広い世代においてモノづくり人材の育成、確保を目指す。

8．モノづくり開発研究会支援事業

R5 予算　350　R5 決算見込　350

厳しい競争環境の中で中小企業が活力を維持・向上していくための一助として、基盤技術強化・新技術開発・新分野進出、並びに人材育成等の支援に取り組む。（地独)大阪産業技術研究所などの支援機関の協力を得ながら、測定機器の利用技術を含む実習とテーマに即した講義と組み合わせて開催している。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	プログラム受講生数	23 名
R５	プログラム受講生数	17 名

9．モノづくり教育支援事業

R5 予算　5,800　R5 決算見込　5,800

将来の東大阪を担う人材の育成を図るもの。市内の小学校３年生～6 年生を対象に総合体験学習の一環としてモノづくり体験教室を行っている。市内企業の協力を得て、小学校へモノづくり学習の講師派遣を行っている。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	体験した延べ児童数	4,068 名
R５	体験した延べ児童数	4,007 名

１０．東大阪少年少女発明クラブ補助金

R5 予算　568　R5 決算見込　568

将来のモノづくり人材の育成を目的として市内在住の小学校 5 年生～中学校 2 年生向けに科学的な興味、関心を追求する場を提供する。自由な環境の中で創作活動を行い作品を完成させる喜びを体得させ、科学的発想に基づく生活態度を育成すると共に、創造性豊かな人間形成を図る。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	参加人数	21 名
R５	参加人数	20 名

１１．モノづくり体験塾

高校生や大学生等を対象に、モノづくり体験塾での体験学習等を通じて、地域企業と住民、高校・大学校等の教育機関、行政等が交流することにより、東大阪のモノづくりで活躍し得る「人材」を発掘し、若者等の就職支援に繋げる。実施主体は 21 世紀ものづくり中小企業協同組合。市では成果発表会の機会を提供。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	①受入企業数 ②参加人数	①5 社 ②6 名
R５	①受入企業数 ②参加人数	①5 社 ②未確認

相談　マッチング　補助金　体験
調査　セミナー　PR

１２．ビジネスセミナー開催事業（モノづくり支援補助事業）

R5 予算　800　R5 決算見込　800

（公財）東大阪市産業創造勤労者支援機構による各種テーマ（営業・経営・法律・IT 等のテーマ）に応じたビジネスセミナー開催経費について補助する。
実施主体は東大阪市産業創造勤労者支援機構。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	①オンライン型 ②リアル型	①18 回／847 人 ②21 回／367 人
R５	①オンライン型 ②リアル型	①　4 回／151 人 ②21 回／1,033 人

１３．事業承継総合支援事業

R5 予算　9,000　R5 決算見込　9,000

後継者がいない、事業承継が円滑に進まないなどにより、市内企業における技術、技能等を含む経営資源の喪失を防ぐために、東大阪商工会議所内に相談窓口を設け、セミナー開催や訪問型の相談を実施し、事業承継に関し総合的に支援を行う。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	①相談件数 ②セミナー	①　891 件 ②　202 名
R５	①相談件数 ②セミナー	未確認

１４．インターンシップ支援事業

R5 予算　250　R5 決算見込　250

大阪府下を中心に大学、高等専門学校、高校などへインターン生受入を希望する市内モノづくり企業を掲載したガイドブックを配布し、インターンシップ生の受入れを支援する。
実施主体は東大阪商工会議所。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	①受入企業数 ②参加人数	①18 社 ②41 名
R５	①受入企業数 ②参加人数	①未確認 ②未確認

相談　マッチング　補助金　体験
調査　セミナー　PR

Ⅲ．操業環境の維持・確保

都市計画法を用いた特別用途地区の指定や各種補助金等による企業誘致の推進、住工共生の理解推進を目的としたオープンファクトリー事業の支援等により、市民・モノづくり企業・市が一体となりモノづくり企業の操業環境及び市民の住環境の保全創出を目指す。

１５．オープンファクトリー（産業振興 PR 経費）

R5 予算　5,000　R5 決算見込　5,000

モノづくりの現場を活用し、市民や国内外からの来訪者に本市のモノづくりを体験・体感していただくイベント等を実施することで「モノづくりのまち東大阪」を国内外に発信し、認知度向上と市民の誇りの醸成を図るとともに、住工共生や人材確保等にもつなげることを目指している。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	①開催日数	①2 日
	②延参加企業	②21 社
	③来場者	③4,290 名
R５	①開催日数	①4 日
	②延参加企業	②34 社
	③来場者	③9,031 名

１６.住工共生のまちづくり事業

R5 予算　142,932　R5 決算見込　141,076

水走地区への特別用途地区指定をはじめとする各種規制や市内に製造業を呼び込むための補助金、土地の用途純化誘導による市民の良好な住環境及びモノづくり企業の操業環境の保全創出による住工共生のまちの実現を目指す。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	①工場移転支援補助金	①1 件
	②相隣環境対策支援補助金	②0 件
	③事業用地継承支援対策補助金	③0 件
	④住工共生モノづくり立地促進補助金	④30 件
	⑤住工共生まちづくり活動支援補助金	⑤1 件
	⑥住宅建築にかかる協議件数	⑥105 件
R５	①工場移転支援補助金	①1 件
	②相隣環境対策支援補助金	②1 件
	③事業用地継承支援対策補助金	③0 件
	④住工共生モノづくり立地促進補助金	④25 件
	⑤住工共生まちづくり活動支援補助金	⑤0 件
	⑥住宅建築にかかる協議件数	⑥84 件

１７．（公財）東大阪市産業創造勤労者支援機構

R5 予算　141,466　R5 決算見込　141,466

東大阪市内の中小企業への支援を行い産業の振興と創造を推進し、並びに東大阪市の中小企業勤労者及びその家族への福祉の向上を図ることにより、東大阪市の健全な発展に寄与することを目的とした公益財団法人への補助並びに連携。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	クリエイターズプラザ 平均利用率	33.7%
R５	クリエイターズプラザ 平均利用率	31.8%

１８．東大阪市立産業技術支援センター

R5 予算　71,951　R5 決算見込　70,768

中小製造業等に対する技術支援等により、産業の育成及び振興を図る。「技術の地域診療所」として技術相談員が、「モノづくり」に関連する企業の製品の品質向上やトラブルの対応策等の技術面での相談を受け付けている。また、測定機器を設置し、低廉な使用料で中小製造業等の利用に供し、中小製造業等の技術支援に取り組んでいる。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	①技術相談 ②機器利用 ③会議室等 ④セミナーの開催	①1,814 件 ②2,913 件 ③201 件 ④371 名
R５	①技術相談 ②機器利用 ③会議室等 ④セミナーの開催	未確認

１９．中小企業振興会議

中小企業振興条例に関する事項、施策の実施等に関する事項その他中小企業にかかる重要事項を審議するもの。

２０．中小企業経営実態調査業務

R5 予算　1,500　R5 決算見込　1,500

市内の中小企業の景況感や抱える課題、今後の事業展開の方向性等を調査・分析する事で、必要な支援策を検討する際の一助とすることを目的とする。

年度	実績（R５は１月末現在）
R４	製造業に関する実態ニーズ調査 （モノづくり支援室調査）
R５	東大阪市内および近隣の６大学の学生の就職意識調査 （労働雇用政策室調査）

２１．モノづくり企業ネットワーク構築事業

R5 予算　3,000　R5 決算見込　3,000

市内製造業者の有機的なネットワークが経営者の世代交代や製造業者を取り巻く産業構造の変化により、希薄になりつつある。そのため、東大阪市内の製造事業者間の新たなネットワークの形成を促進する。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	①交流会 ②勉強会 ③工場見学会	①5 回開催／116 名 ②2 回開催／35 名 ③1 回開催／9 名
R 5	①交流会 ②大交流会	①4 回開催／92 名 ②2 回開催／70 名

２２．中小企業研究交流センター事業

R5 予算　600　R5 決算見込　600

東大阪市域における中小企業についての専門的な調査研究と企業間の交流、市内企業ガイドブック「もうかりメッセ東大阪」の発行などの情報提供。実施主体は東大阪商工会議所。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）
R 4	①「東大阪地域経済白書」発刊 ②景気動向研究会の開催 ③公開セミナーの開催 ④市域企業の情報収集（グッドカンパニー対象企業推薦） ⑤各種調査
R 5	①「東大阪地域経済白書」発刊 ②景気動向研究会の開催 ③公開セミナーの開催 ④市域企業の情報収集（グッドカンパニー対象企業推薦） ⑤各種調査

２３．工業振興月間事業

R5 予算　748　R5 決算見込　748

7 月の工業振興月間にあわせ、東大阪市域における工業活性化の指針を示すテーマを設定したセミナーの開催や優良企業を表彰。実施主体は東大阪商工会議所。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	①講演会 ②企業視察会、セミナー ③優良企業表彰	①136 名参加 ②3 回開催／73 人参加 ③4 社表彰
R 5	①講演会 ②企業視察会、セミナー ③優良企業表彰	①63 名参加 ②3 回開催／46 人参加 ③4 社表彰

２４．異業種交流連絡協議会事業

R5 予算　250　R5 決算見込　250

東大阪市内にある異業種交流グループ間において、会員相互の連携を深めると共に、グループの活性化を図り、地域中小企業の振興を図る。実施主体は東大阪商工会議所。

年度	実績（R５は１月末現在）	
Ｒ４	交流大会	２回／127 名参加
Ｒ５	交流大会	２回／105 名参加

相談　マッチング　補助金　体験
調査　セミナー　PR

Ⅳ．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」。市内製造業検索サイト「技術交流プラザ」の利活用や市内企業の優れた製品を認定する「東大阪ブランド」事業、販路開拓を支援する各種補助金などの支援策により、モノづくり企業の営業力を補完していく取組みを実施している。

２５．産業振興ＰＲ業務

R5 予算　1,232　R5 決算見込　1,113

本市の製造業のポテンシャルを内外に広くアピールすることで、本市の認知度の向上と市内製造業の販路拡大を図る。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	①モノづくり東大阪応援大使 ②東大阪フォント　タグラインの活用促進 ③大阪アフリカビジネスフォーラム ④地域内工業製品の展示	①ふれあい祭りにて PR 活動 ②26 件 ③1 日開催　227 名参加
R 5	①モノづくり東大阪応援大使 ②東大阪フォント　タグラインの活用促進 ③大阪アフリカビジネスフォーラム ④地域内工業製品の展示 ⑤冊子「ステキなモノがたり」製作	①「こーばへ行こう！」にて PR 活動 ②38 件 ③2 日間開催　1,363 名参加

２６．東大阪市技術交流プラザ

R5 予算　6,561　R5 決算見込 6,557

市内製造業検索サイトを運営するもの。データベース化した市内製造事業者の情報など、その優れた技術や製品情報をインターネット上にて公開し、全国から加工依頼、部品調達、試作品作りなどのビジネスマッチングにつなげる。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	①掲載企業数 ②サイト閲覧件数 ③企業問合せ件数 ④プラザメール配信数	①1,208 社 ②333,496 件 ③311 件 ④33 回
R 5	①掲載企業数 ②サイト閲覧件数 ③企業問合せ件数 ④プラザメール配信数	未確認

相談　マッチング　補助金　体験
調査　セミナー　PR

２７．東大阪ブランド推進事業

R5 予算　3,491　R5 決算見込　3,439

本市の事業者が製造した優れた最終製品を東大阪ブランド製品として客観的な視点で評価・認定する。当該製品の価値を高め、市内事業者の製品開発の促進及び、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 活動を行うことを通じて本市のモノづくりのまちとしての都市イメージの向上を図る。

年度	実績（R５は２月末現在）	
R４	①年度末認定数 ②新規認定数 ③庁舎１階などの認定製品の展示更新 ④企画展示の開催などのＰＲ活動	①84 社 146 製品 ②9 社 12 製品 ③1 回 ④0 回
R５	①年度末認定数 ②新規認定数 ③庁舎１階などの認定製品の展示更新 ④企画展示の開催などのＰＲ活動 ⑤庁内調達促進チラシ作成	①97 社 168 製品 ②16 社 26 製品 ③1 回 ④4 回 ⑤4 枚

２８．包括連携協定・業務提携

R5 予算　300　R5 決算見込　300

企業や大学をはじめその他公官庁、支援機関など幅広い分野において緊密な相互連携を図り、双方の資源を活用した事業に協働で取り組むことにより、人的・財政的な面での効率化を図りながら、双方のノウハウを活かした産業支援施策の充実を図る。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	①職員派遣 ②その他連携による実績	①1 人 ②2 件
R５	①職員派遣 ②その他連携による実績	①1 人 ②2 件

２９．モノづくりワンストップ推進事業

R5 予算　24,688　R5 決算見込　24,688

東大阪市産業創造勤労者支援機構に技術コーディネーターと販路開拓コーディネーターを配置し、技術・販路の両面からきめ細かい支援サービスをワンストップで市内企業全体に提供し、発注案件や販路開拓を支援する。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	相談件数	2,782 件
R５	相談件数	未確認

３０．展示会出展支援事業（モノづくり支援補助事業）

R5 予算　1,500　R5 決算見込　1,500

展示会等に出展する市内中小企業者等に対し助成金を交付することにより、製造業の高付加価値化施策に関係する製品のほか、特殊加工技術など、競争力があると考えられる製品・技術を有する企業等の国内への販路開拓を支援する。実施主体は東大阪市産業創造勤労者支援機構。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	助成金交付件数	17 件
R５	助成金交付件数	17 件

３１．クリエイション・コア常設展示場出展支援事業（モノづくり支援補助事業）

R5 予算　780　R5 決算見込　780

クリエイション・コア東大阪内の常設展示場に優れた技術・製品を出展展示する製造事業者等に対し、出展料の一部を助成する。実施主体は東大阪市産業創造勤労者支援機構。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	助成金交付件数	6 件
R５	助成金交付件数	6 件

３２．専門見本市等共同出展事業

R5 予算　4,000　R5 決算見込　4,000

出展者・来場者相互のニーズに直結する専門見本市等に複数の市内製造業及び東大阪商工会議所とともに共同出展することで、「モノづくりのまち東大阪」の技術力の高さを国内外に広くアピールすると共に、出展する市内製造業等の新たな顧客獲得、販路開拓、新規事業の創出を図る。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	第 15 回オートモーティブワールド	出展 ９社 商談 88 件
R５	第 28 回機械要素技術展	出展 12 社 商談 33 社

３３．テクノメッセ東大阪開催事業

R5 予算　8,000　R5 決算見込　8,000

東大阪市域製造業の多種多様な製品・技術を一堂に展示する展示会「テクノメッセ」の開催を通じ、地域産業の活力を広くアピールすると共に出展企業の販路開拓を支援する。実施主体は東大阪商工会議所。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	①来場者数 ②出展社数 ③引合件数	①8,574 名 ②92 社・団体 ③5,137 件
R５	①来場者数 ②出展社数 ③引合件数	①9,254 名 ②99 社・団体 ③6,011 件

相談　マッチング　補助金　体験
調査　セミナー　PR

３４．ラグビーグッズ販売促進事業

R5 予算　500　R5 決算見込　500

中小企業が高度に集積した「モノづくりのまち・東大阪」の商工業のノウハウやアイデアを結集して、ラグビーグッズ開発を目指すと共に、ラグビーグッズの販売・PR を促進する。実施主体は東大阪商工会議所。

年度	実績（R５は１月末現在）
R４	ラグビーグッズ開発、展示、販売及びＰＲに関する研究活動（セミナーの開催） ラグビーグッズ販売促進、周知活動（ラグビーグッズ展の開催、カタログサイトの運営）
R５	ラグビーグッズ開発、展示、販売及びＰＲに関する研究活動（セミナーの開催） ラグビーグッズ販売促進、周知活動（ラグビーグッズ展の開催、カタログサイトの運営）

Ⅴ．Ⅰ～Ⅳ以外の支援施策(生産性向上、脱炭素化などの社会要請)

少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少による人手不足や、2050 年に向けたカーボンニュートラルの実現など、施策体系の構築以降に生じた市内製造業を取り巻く外部環境の変化に対応するために実施している。

３５．生産現場自動化推進プロジェクト事業

R5 予算　500　R5 決算見込　500

企業に専門家を派遣し、人手不足や、熟練技術を有する従業員の高齢化等の経営課題への解決策として、生産現場のロボット導入による自動化の支援を行う。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	①訪問相談 ②セミナー	①6 社 ②2 回／38 名
R 5	訪問相談	11 社

３６．2025 大阪・関西万博参画支援事業

R5 予算　5,000　R5 決算見込　5,000

市域全体の活性化と「モノづくりのまち東大阪」の効果的な発信を目的として、大阪・関西万博に参画する企業のプロモーション、大阪ヘルスケアパビリオン「展示・出展ゾーン」に出展する企業への支援を行う。
※令和 5 年度事業開始

年度	実績（R5 は 1 月末現在）
R 5	大阪・関西万博への出展の促進（補助）
R 6	大阪・関西万博参画企業の支援（補助・プロモーション）
R 7	大阪・関西万博参画企業の支援（プロモーション）

３７．中小企業設備投資支援事業

R5 予算　75,000　R5 決算見込　65,814

日々の生産活動において必要不可欠であるエネルギー価格が高騰しているなか、エネルギー消費の削減と生産性向上を図るため、あらかじめ本市が指定する生産設備を更新（入替）により導入する市内企業の取組みを促進する。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 2	交付件数	176 件（4.2 億円）
R 3	交付件数	171 件（4.4 億円）
R 4	交付件数	170 件（4.1 億円）
R 5	交付件数（更新のみ）	22 件（0.7 億円）

相談　マッチング　補助金　体験
調査　セミナー　PR

３８．生産性向上支援事業

R5 予算　4,000　R5 決算見込　4,000

少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少により中小企業・小規模事業者の人手不足が深刻化する中、生産性の向上に取り組む市内モノづくり企業に専門家を派遣し、現場改善等の提案を行い、市内製造業の強靭化を目指す。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	①ヒアリング ②専門家派遣 ③IE 人材育成塾	①71 社 ②27 社 ③29 名
R５	①ヒアリング ②専門家派遣 ③IE 人材育成塾	未確認

３９．中小企業脱炭素推進事業

R5 予算　1,400　R5 決算見込　1,400

脱炭素化に対する理解など市内企業に対する調査と脱炭素経営に取り組むための理解促進や啓発のセミナーを開催する。

※令和５年度事業開始

年度	実績（R５は１月末現在）	
R５	①脱炭素化に対する理解など市内企業に対する調査 ②セミナーの開催	②2 回開催／42 名

４０．ＤＸ／ＩＴ導入推進事業

R5 予算　1,129　R5 決算見込　1,129

市内企業の効率的な情報収集と理解の促進につながる体験を主眼に置いた機会を創出すると同時にセミナーを開催することで、市内企業のＤＸ・ＩＴ導入を推進するもの。

※令和５年度事業開始

年度	実績（R５は１月末現在）	
R５	①セミナーの開催 ②展示会の開催	①37 名 ②出展 20 社 来場 65 名

相談　マッチング　補助金　体験
調査　セミナー　PR

資料８

モノづくり部会のスケジュール（予定）

スケジュール			テーマ
R6	3/25	①	現状の戦略と現状の支援施策、アンケート素案提示
	5/29	②	アンケート項目提示（決定）、新戦略の審議
	10月	③	アンケート結果提示、新戦略の審議
R7	2月	④	新戦略骨子案提示、提言に向けた審議
	5月	⑤	新戦略骨子案再提示、提言に向けた審議
	8月	⑥	提言案提示、提言に向けた審議
	10月	⑦	提言案再提示（決定）

【資料９】

東大阪市中小企業振興会議　モノづくり部会

委員名簿

（敬称略、五十音順）

芦塚　格	近畿大学経営学部	教授	
阪上　義治	東大阪商工会議所	専務理事	
繁原 秀和	株式会社繁原製作所	代表取締役	
榛木　孝至	榛木金属工業株式会社	常務取締役	（公募委員）
廣田　義人	有限会社廣田工具製作所	代表取締役	
本多　哲夫	大阪公立大学商学部	教授	
柳山　稔	東大阪市工業協会	会長	

（令和６年３月１日現在）