

令和5・6年度 東大阪市中企業振興会議

第4回 モノづくり部会議事要旨

日時	令和7年2月5日(水) 10:00~12:00
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、辻総括主幹、志水主査、大月係員
案件	1. 「施策体系の柱」の検討に向けた「市内企業が抱える課題の整理・分析」について ・令和6年度市内製造業に関する実態・ニーズ調査の結果報告 2. 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～ 【事務局】 1) 確認事項 ①過半数の出席により、東大阪市中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 1. 「施策体系の柱」の検討に向けた「市内企業が抱える課題の整理・分析」について 【委員】 「次第1「施策体系の柱」の検討に向けた「市内企業が抱える課題の整理・分析」について」事務局より説明をお願いします。 【事務局】 (資料1・2に基づき説明) 【委員】 調査結果の全体的なイメージでは、課題を感じている企業を規模別に見ると、小規模企業に寄りすぎていると感じた。小規模事業者は弱く見えるが、実際は確かな技術を持っている企業も多い。自社の経験では、最近4名規模の取引先の代表が倒れられ、慌てて別の候補企業を探している。 【委員】 東大阪の企業の9割が小規模事業者だが、独自の技術を持っているというのが東大阪の特徴。このような小規模企業が欠けるとサプライチェーンにも影響が出てくるので、小規模事業者も支援していく必要はあると考える。

【委員】

アンケート結果を見ていると、小規模事業者では1～3ヶ月先、規模が大きい企業は数年先の課題が挙がってきているという印象を持った。中規模以上の企業が抱える課題であっても、それは小規模事業者にとっては長い目でみると取り組んでいく必要がある課題である。そういった意味で、小規模事業者が自社のみでは対処できない課題はサポートしていく必要があると考える。

【委員】

アンケート結果からネットワーキングが大事だと感じた。自身は零細企業のプレーヤーであるが、まさに突然取引先が無くなり、困った経験がある。この背景には、大きい企業が依頼先の企業に関する情報を抱え込んでいることも一因と言える。また、コロナの影響により企業同士の交流が制限され、周辺企業の近況を知る機会が減った影響も大きいと感じている。

【委員】

企業数が減っていくと、同規模の企業同士でつぶし合いになってしまう。

【委員】

他に真似できない技術は本来高い値段で売れるはずだが、小規模企業は価格の上げ方や顧客の拡大ができず、取引先からの言い値で受けてしまっているケースが多い。周辺企業とのネットワーキングを広げ、勉強しながら、価値の高い技術を高く売っていけるようにしなければならない。

最近では、自動車業界は調子が悪く、半導体業界も止まってしまっており、今後、半年から1年で関西地域でも休業、廃業が進むのではないかと懸念している。

【委員】

他であぶれた注文が自社にも入ってきているが、価格を見たら材料代にもならないような値段となっている。コロナや価格高騰の影響で廃業を決意するケースも出てきている。前回のアンケートと同じ結果でも、経営を取り巻く環境はすさまじいスピードで変化していつている。このまちの良さは情報収集のしやすさにあり、東大阪商工月報をはじめ、広報ツールをどう活用していくのが大切である。

【委員】

「地域全体の集積」を価値と考えて、他の企業との取引も認めるのか、自社の強みとして囲い込んでおくのか、企業のスタンスが分かれるところ。

【委員】

とりわけ小規模企業において、事業の廃業を考えるというマインドに入ってしまったている。市として、そういった企業に対しては、直接的な金銭面での支援ではなく、ネットワークを活かしてどう仕事につなげていくのかといったサポートが必要ではないか。

【委員】

東北地方にあった家族経営の企業の案件が、大阪に発注されるケースもあった。これは、まち単位で考えると、その地域から仕事が出ていることを意味している。そういった観点から、そろそろ円滑な廃業のサポートを考えていく時期に来ていると感じている。東大阪全体で受注している仕事をいかに地域内で引き継いでいけるのか、機会損失にしないようにすることが重要である。廃業はするが引き継いでくれる市内企業があれば、まち全体として仕事は減らない。事業承継に係る取り組みの中で、廃業を考えている方も対象としていくなど工夫が必要ではないか。

【委員】

域内から仕事を減らさないという視点は、先ほどのネットワーキングの話ともつながるところであり、東大阪全体の横請けのネットワークを活かし、抜けた穴をすぐにふさげる情報共有が大事であるとする。

【委員】

「廃業＝悪いこと」というイメージがあったが、スムーズに事業をつないでいくための取り組みは有効的であるとする。

【委員】

皆様のおっしゃるとおりであると感じている。近畿経済産業局や大阪府も中小企業向けの支援施策を展開するなかで、東大阪市役所の立ち位置として、重点的に何に取り組んでいくのかを検討していく必要がある。行政の立場として、どこかの規模に絞るとするのはあまり好ましくないだろうが、企業同士のネットワークを活発化させることで、小規模企業も大規模企業もWINWINになるような、地域に根付いた事業が良いのではないかと考える。

具体的にどうやっていくのかはこれから検討を重ねていく必要があるが、企業数が減っていくこと自体はある程度想定した上で、ソフトランディングしていくような支援の在り方が望ましいのではないかと考える。計画的に休業、廃業を進め、地域内で仕事を引き継いでいく支援が今の時代には重要であるとする。

【委員】

資料1のP.39「支援施策の要望」について、市役所の方が訪問し、直接話を聞くことで解決に結びつく課題もあろうかと思う。出前サポートというかたちで何を求めているか確認することも大事ではないでしょうか。今後の施策を検討していくにあたり、少数意見と切り捨てずに話を聞く機会を設定して欲しい。

【委員】

私自身、補助金事業について直接市役所の窓口に行った際、丁寧に説明をしてもらった経験がある。企業自身が情報を取りに行く姿勢も必要であるとする。

【委員】

課題を抱えて対応できていない点については、言ってしまえば経営者の勉強不足が一因とも言える。小規模企業ほど経営者がプレイヤーも兼ねているので、特殊技術や経営資源をどう引き継いでいくのか、一人で考えていくことは実際のところ難しいと思われる。

【委員】

企業自身が情報にアクセスするというのも必要であるが、コストをかけずに情報収集できるような一歩踏み込んだサポートも必要であると考えます。

【事務局】

外郭団体である東大阪市産業創造勤労者支援機構が実施する「モノづくりワンストップ相談事業」と連携し、企業訪問を強化している。今回のアンケートで特徴的な意見の回答のあった企業へ訪問し、次回会議の際に報告させていただく。

【委員】

いっそのことアンケートの回答者を集め、飲み会を開催したらどうか。Face to faceの方が絶対に本音を引き出しやすい。

【委員】

素晴らしい意見である。かしまった場ではない場をつくることが重要。企業による自主的な動きでも良いので、開催されることが望まれる。

【委員】

東大阪市からの委託事業において、市内企業のネットワーキング事業を実施している。今年度、企業からの要望により、業種を問わない交流会を開催したところ、通常のセミナー等を上回る参加者が集まったのでニーズはあると考えられる。

【委員】

クリエイション・コア東大阪においても、セミナーの後交流会が盛んに開催されているので、そういった場には積極的に参加してもらおうか。

【委員】

キーワードは「継続」である。2～3年は続けないと本当の意味での関係性は築くことができない。東大阪会議所のネットワーキングに市の職員が参加するなど既存のコミュニティを活用するかたちでも良いと思う。あとはいかに、市内企業が関心の持つ話題を提供するかどうか。

【委員】

実際には、行政に対する要望を軸として集まるのは難しいと考えられる。最近の動きとしては、「オープンファクトリー」がネットワークのきっかけになっていると感じている。ただただ集まることには関心を示さない企業であっても、子どもたちのためにという動機があれば協力してもらいやすい。港区や大正区では参加企業間で新たな取引が始まったり、高校生が就職する事例も出てきている。

【委員】

クリエイション・コア東大阪で開催されている既存の交流会については、いつも同じメンバーという印象。常連の参加者に2人ずつ連れてきてもらうなどの方法はいかがでしょうか。

【委員】

オープンファクトリーや東大阪ブランド機構など色々な企業グループが存在するが、基本的に前向きな企業しか参加していない。そういった企業の意見だけを収集してよいのかという視点も大切である。本当に困っている企業はオープンファクトリーには参加しないと考えられ、そういった企業の声をどう吸い上げるのかが難しい。

【委員】

市内企業みんなが一体となるのはなかなか難しいが、それぞれの企業グループを渡り歩ける立場として市の職員がつなげていくのが良いのではないのでしょうか。

【事務局】

現在、本市で取り組んでいる事例として「企業交流運動会」が挙げられる。今年度は35企業・団体から167名が参加し、ニーズの高さが窺える。名刺交換の数を競う種目を企画するなど工夫している。参加企業からは、社内のコミュニケーションの促進にもつながっているという声が上がっている。

【委員】

資料1のP.19「海外との取引」について、事務手続き・法律・商慣習の違いにより中小企業にはハードルが高いと感じる一方、国内市場が縮小するなかで目を向けていかなければならないと考えている。

【委員】

東大阪市の万博関連の施策にはどのようなものがありますか。

【事務局】

大きく3つの取り組みを進めている。まずは、市として万博に参画する企業の魅力を伝える動画を制作し、専用のプロモーションサイトを開設、発信しています。次に、大阪ヘルスケアパビリオンに出展する約70社の企業に対する展示物の開発及び出展料に係る補助金、そして、万博会期中、設定されている大阪ウィークへの市内企業グループ等による企画展示があります。

【事務局】

市内企業の海外販路に関するサポートとしては、日本貿易振興機構（ジェトロ）との連携が中心に挙げられる。3年前から市の職員をジェトロ大阪本部へ派遣しており、市内企業がジェトロのサービスをスムーズに活用できるように関係性を築いている。これから海外市場を指そうとする企業には、専門家によるハンズオン支援事業がお勧めである。現在も20社以上の市内企業が利用しており、大阪府内では、大阪市に次いで多い数となっている。こうしたサービスを活用できることをもっと市内企業に知ってもらいたいと考えている。

【委員】

前回の昨年10月の会議から変わったことと言えば、トランプ政権の誕生である。自動車関連やメキシコへの関税の影響など状況が激変している。自社では、海外からの相談が増えており、国内回帰の動きが出てくるかもしれないと感じている。

また、大手企業の賃上げの影響により、中小企業の離職をどう防ぐかも大きなテーマである。やっとの思いで価格転嫁をしても、また次の価格転嫁を考えなくてはならない状況が続いている。

【委員】

各企業がどのような技術を保有しているのか、一目で分かるプラットフォームがあれば良いと思う。自社では企業探索をする際には、金融機関に相談をしている。

自社で英語のホームページを準備するのはハードルが高いが、プラットフォーム内の情報だけであれば、何とか準備できる企業もあると思う。

【事務局】

市では発注先探しのプラットフォームとして市内製造業検索サイト「東大阪市技術交流プラザ」を運営している。登録は無料。現在1200社以上の登録があり、新規登録、利用企業の増加に取り組んでいる。この2月にリニューアルしたところであり、万博を契機に海外にも発信していく。

【事務局】

ワンストップ相談窓口のコーディネーターは、内外から企業探索の相談があった際、技術交流プラザのデータベースも活用しながら企業紹介をしており、市内企業の技術や設備の情報源にもなっている。また、設備投資補助金の利用企業には本サイトへの登録を必須とするなど、登録企業の増加に取り組んでいるところである。

【委員】

企業探索サービスについては、イプロスが有名である。大手検索サイトでは、費用をかけて検索順位を上げなければならないので、その対策が大変である。

【事務局】

本市技術交流プラザ事業においても期間を定め、Googleへ広告出稿し、市内企業への引き合いを増やす取り組みをしている。

2. 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2 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)

今回は5月下旬頃を予定。議題は、「新たな施策の体系の提示、提案に向けた審議」となっております。

【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ありがとうございました。

～閉会～