

## 令和7・8年度 第3回 東大阪市中小企業振興会議 議事要旨

日時	令和8年1月21日（水）午後1時 ～ 午後2時30分
場所	東大阪市役所 本庁舎 18階大会議室
出席者	<p><b>中小企業振興会議委員（12名出席）</b>          糸野会長・加藤副会長・芦塚部会長・衣笠部会長・木村委員・小島委員・中澄委員・西松委員・葉山委員・榛木委員・廣田委員・柳沢委員</p> <p><b>事務局</b>          都市魅力産業スポーツ部次長 吉田・産業総務課長 米田・総括主幹 小野・主査 山崎・山路          モノづくり支援室次長 浦塘・総括主幹 辻          商業課長 道籟・総括主幹 村山          労働雇用政策室長 小櫻・室次長 戸田          国際観光室長 福永・室次長 左海          スポーツのまち推進室長 本家・花園・スポーツビジネス戦略課長 西</p>
案件	(1) 各部会の審議経過について (2) 市長への提言案について (3) その他
会議の公開/非公開	公開
傍聴人	なし
資料	別添、「資料」のとおり
議事概要	<p>12名出席しており、委員の過半数が出席しているため、会議は成立。</p> <p>○開会</p> <p>○案件1【各部会の審議経過について】</p> <p>はじめに、商業部会及び労働雇用部会の各部会長から「部会報告書」に基づき報告がありました。</p> <p>商業部会長からの主な説明。</p> <p>「今年度の商業部会では、第3回から第5回の3回を実施し、来月に6回目を開催する予定となっております。主に令和8年度に策定予定の新しい商業活性化方針に関して審議をしてきました。」</p> <p>「3回開催された部会のポイントは、これまでの支援策、つまり商業集積地の支援の継続や個店支援の拡充は引き続き必要だと考えています。そのうえで、新しい業態との連携も具体化していこうという話になりました。特に観光やスポーツ分野との連携を新たな柱に据えることです。大学との連携やAIの活用も検討していますが、これらはまだ議論の途中です。施策の評価については、客観的で簡単に取れるデータと商業の実態を反映することが難しいデータ、両方があると考えています。店舗数やイベント回数、飲食店の利用回数などは数値として取りやすいので活用したいです。ただ、現行の行政的な評価方法は現場の努力や成果がうまく反映されておらず、例えばコロナ禍でイベントができなかった場合など、開催回数の数字だけを見る</p>

と評価が低くなり、商店街の意欲をそいでしまう恐れがあります。そういった実態も踏まえた評価指標が必要だという話になりました。」

「商店街の課題として、後継者不足、消費者や店主の高齢化、空き店舗の増加、集積力の低下、イベントの担い手不足、にぎわいの消失などが挙げられています。こうした課題に対しては、非加盟の店舗も含めて組合員を増やし、広域的に商店街のメンバーを拡大することが重要です。そのためには、商店街に参加するメリットを明確に示す必要があります。また、担い手不足を補うために、大学生などと連携する取り組みも話し合われました。」

「観光やスポーツとの連携に関しては、すでに地域で自走している団体があり、こうした組織を支えていくことが大切です。観光協会はまち歩きツアーを商店街も含めて実施しております。商業活性化の視点で考えれば商店街をツアーに組み込み、情報発信を強化し、誘客や回遊につなげることが狙いとなります。」

また、スポーツイベントとの連携では、商店街の商品券を景品にしたり、地域の情報を提供したりして、外から来たお客さんに商店街を回ってもらう仕組みが重要視されます。例えば、東大阪がラグビーで有名ということを活かして、ラグビーにちなんだトレーディングカードを作り、子どもたちの興味を引くようなアイデアも出ました。それから、10月に都市魅力産業スポーツ部として、東大阪エンジョイ・スポーツ3 Daysを実施されて、ずいぶんにぎわったと聞いています。開催に合わせて、商店街の中でもイベントを実施しました。来年も、となると費用負担の点で配慮して欲しいとか、それから時期が東地域の祭り重なっていて、どうなのかなというような議論もありました。いずれにしてもお祭りとかイベントと連動して誘客することがいかに大事かということと、それを商店街の活性化にとってうまく活用するということが、今後の商店街振興策の大きな柱になるのではないかという共通認識を持ちました。」

「商店街設備の維持管理の問題も話し合いました。アーケードや街路灯の費用負担は大きく、市の単独支援では限界があり、国の補助制度の動向も注視していく必要があります。」

これらの議論や提案をもとに、現在は議論の内容をまとめていくところで、2月には調査結果の報告や支援内容の協議をさらに進める予定です。観光・スポーツ分野の委員の参加で幅広い意見に触れられ、とても意義深い会議になりました。」

#### 【以下質疑応答、意見交換】

(会長)

今回スポーツとの連携を新しい取り組みということで、お考えになられていると思うのですが。何か事例とかありますか。

(部会長)

はい。委員会の中ではですね、事例も幾つか挙げていただきました。

(事務局)

スポーツツーリズムを前面に出して、すでに取り組んでいる自治体もございますので、われわれも進める上では、そういった先進事例を確認しながら、本市には花園ラグビー場がございますので、ラグビーを中心に盛り上げていくところを見据え、われわれでできることを取り組んでいきたいと思っております。

(部会長)

商店街の振興と活性化を考える上で、大体皆さんも共通の認識だと思うのですが、人口が減って、高齢化して、どんどん衰退していると。近隣にはショッピングセンターがあり、電車で

15分ぐらい行けば大阪市という巨大な商業集積地との競争で大変な状況になっています。やはりその中で、いろいろ振興策を実施しても限界があるなど。外から人を呼ぶ、いわゆる交流人口を増やさないことには、なかなか産業というのは成り立たない、地域性みたいなのは成り立たないというのが、部会員皆さんの基本的な認識です。そのときに、石切商店街のように観光型商店街として、頑張っているところもあるのですが、そうじゃないところ、例えば布施が妖怪商店街みたいに、ちょっと観光の要素を入れて、活性化しようという動きがあります。観光が商店街振興の1つの大きな柱になるのではないかという可能性を富山委員と大西委員のお話から、ものすごく感じました。多分モノづくりのところでも、いわゆるファクトリーツーリズムがあって、モノづくりと商業、これに観光というのが加わると、まさに3本柱で非常に安定的な振興策が何かできるのではないかなということで、行政の熱い思いも感じて、これは面白くなりそうだなと予感しました。

(委員)

今、新たなニーズをつくり出そうとしているということですが、観光は結構リスクもありますよね。地勢的な、いわゆるパンデミックみたいなことが起こるとか。大きなパイをねらうというので観光っていうのが1つあると思うのですが、同時にそのコミュニティベースの関係性、ニーズをしっかりと作っていくというところも大事にしないといけないと思います。観光客だけのためではなくて、ベースは住民たちが楽しめるということが必要です。何か両方に対して、入れないといけないのかなと感じました。その辺はいかがでしょうか。

(部会長)

おっしゃる通りです。例えば、布施にSEKAI HOTELというホテルができたのはご存じだと

思うのですが、そこで、コンセプトとして打ち出しているのは、東大阪の下町というのか、朝起きたら、豆腐屋さんの声やシャッターを開けるガラガラとした音が聞こえるとか。それが観光客、この地に来た人たちにとってはすごく新鮮だと。それは地域で暮らしているその様子が観光客にとっては非常に魅力的な資源、つまり地域のコミュニティーを感じることができることだと。単に観光で、その時、一時的見るのではなくて、まさにその地域と一緒に暮らした体験をすることが、これからの観光なんじゃないかなと思います。商店街は非常にそれに近いものがあって、そういう意味で、単に一過性ではなくて地域の活性化と観光客というのが融合するような形で振興策を考えたほうがよいと、これは多分、部会員が共通の理解として持っていると思います。

(委員)

観光客にすべてを奪われて、逆に、地元の人が使い勝手悪くなるような京都の観光公害がありますよね。観光客が適度に入ってくることによって、地域が活性化して、商店街を地元の人も今まで通りあるいは今まで以上に楽しく利用できるような相乗効果が大事なのかなというのを感じます。

(部会長)

先ほども言いましたように、周辺に住んでいる人が少なくなってきたら、もうどんどん人口が減ってきて、需要も減ってきます。そうすると、商店街で基本的な物は売っているけど、面白いものやとんがった商店はどんどんつぶれていきます。これを支えようと思うと、やっぱり外から人がやってきて、減ってきている需要を補ってもらう必要があります。あるいは面白い商店街とか、こだわりのお店みたいなのが生き残ることになります。それが商店街の活性化に

繋がり、周辺にとっても非常に魅力的な商地になります。はい、ぜひまた（他の分野と）連携させていただければと思います。

（委員）

石切参道商店街の結果報告を言うと、去年から今日までで、過去一番、お客さんが来てくれた状況でした。大阪府も東大阪市も協力していただいて、万博のモデル商店街という形でスタートしました。石切の商店街に関しては、コロナ禍でも地域の老人、子どもたちとかとずっと触れ合ってきたことで、最終的に（訪問客の内訳として）海外からのお客さんはほぼ1割ぐらいです。道頓堀や心齋橋のようにほぼインバウンドのお客さんばかりになったらどうしようかなっていう懸念点もありましたが、それに関しては、頑張った結果1割しか来てくれなかったけど、それでよかったなと思っています。日本特有の、レトロな商店街が、急に海外の方々ばかりになってしまうというのは、困るなというのは正直なところ。地域との触れ合いとしては、商店街の清掃活動を月に2回、地域の方や手伝ってくれる方が来てくれて一緒に掃除をし、地域のつながりを感じています。それから、インフルエンサーも活用しています。TikTokやSNSで石切の魅力を発信してくれていて、実際に少しずつ効果も出てきているところです。ただ課題はあって、予算のかけ方ややり方についてもまだまだ工夫が必要だと思っています。地元の方や若い人たちとつながりながら、商店街の活気を取り戻していく、それが一番大事だと思います。今後も行政とも連携しながら、いろんな取り組みを続けていきたいです。

労働雇用部会長からの主な説明。

「令和5・6年度の部会からまとめたものを市長提言として本会議で承認していただきました。そして令和7年度につきましては、令和7年10月に第1回の部会を開催しました。今回の報告はその第1回の部会の内容となります。

部会では、1.それまでの部会の取り組みの振り返り、2.令和8年度事業案について、3.令和8年度アンケート調査案と、3つの課題がございました。

では、1の振り返りについて見てまいります。労働雇用部会策定の事業の実績や課題、その課題を解消するために令和7年度に取り組んでいる事業について報告を受けました。

次に2の令和8年度事業案につきましては、次年度の予算案に係る事業のうち、新規項目や重点的に取り組む事業として、3つの事業を取り上げて議論を行いました。委員からは、参加者からアンケートをとって、結果を令和8年度事業に生かすべきといったご意見や、今回の事業で見た課題を解消し、より効果的な事業とするための予算を確保すべきといったご意見が出されました。企業支援事業については、皆様、日頃XやインスタグラムといったSNSをご覧になる機会があるかとは思いますが、基本的にSNSを活用した発信によって、求職者が増えたという事例がございます。そうした好事例を東大阪市内にも波及させていこうという事業です。次に就活ファクトリー東大阪の事業です。就活ファクトリー東大阪は、求職者の支援とあわせて、企業支援を行っています。その中で、求人倍率と企業の従業員が少ないという方への課題をしていることから、そうした点を解決するために、新たな取り組みを試みようとするものです。委員からは、ハローワークと連携してはどうかといったご意見、また、経営者の考えを引き継いでくれる人材が不足していると感じられるとして、そうした情報を求職者に理解してほしいといった実際の現場を知る方など具体的なご意見をいただいています。」

「最後に3として、令和8年度アンケート調査案についてです。昨今の人手不足の中で、学生の就職活動方法がとりわけ大きく変化しています。合同企業説明会参加者数の減少も見

られますし、学生の行動や意識の変化に合わせた就職支援が必要になってきています。そこで、就職に関する大学生向けアンケートと、採用に関する企業向けアンケートを行うことにより、採用のミスマッチや企業と大学生の意識差を見て支援策の参考としようという取り組みで求めている人材についての課題として整理をしていくものです。たとえば、このところ学生の就職活動に関して、福利厚生を重視する傾向が見られるのですが、委員からは、働きやすさのところを福利厚生と勘違いしている学生もいるようだ、というご指摘があったところでございます。他のご意見としては、アンケート調査の質問項目に、人材育成に関しても加えて欲しいとのご要望も出ております。来月開催する第2回の部会では、このアンケート項目の最終の検討を行うことになっております。」

#### 【以下質疑応答、意見交換】

(委員)

相談窓口でも若い人にもっと製造業に目を向けてほしいというところで取り組んでいました。実は昨日も4人ほど製作所の見学に行きました。実際に見てみれば、モノづくりが嫌だという人は少ない感じです。先ほどご説明ありましたように単に条件だけで、仕事を選ぶ方が非常に多い。条件を入れるので、ネットのフィルターで、面白みがあるような会社とかをたどり着けてないんだなという話を部会でしておりました。ネットの求人条件では応募してくる人もいますが、実際の仕事内容や環境が分かると応募が減ることもあるそうです。だから就活ファクトリーでも、東大阪の会社の一覧とかあれば。ハローワークは失業保険をもらいに若い人が来られるので、そういったときに介入というか誘う声かけしようというふうなところで一緒に連携していければいいなと思います。

(委員)

私のところは今年の4月に新卒採用で4名入社しました。私は製造業の経営者として、意外と「製造業の会社」という実感があまりないというか、会社全体をイメージして見ているという印象です。就職先としての「ものづくりの会社」で働きたいというよりは、「こういう会社に入りたい」「こういう説明を丁寧にしてもらえる会社は魅力的だ」と思ってもらうことのほうが大事だと感じています。端的に言うと、面接をする人の対応が優しいとか、そういう印象でここに入りたいと思ってもらうことですね。私の会社でも20代が3割くらい増えていますが、やはり情報発信の大切さをすごく感じております。SNSはそれほど活用していませんが、定期的にホームページの中で社員向けのイベントについて掲載したり、参加促進を行ったりしています。会社としてはそのような情報発信の方法や取組を大事にしている、中小企業もしっかりやらないといけないと思っており、製造業だから就職希望者が来ないというのは少し違うのかな、と感じます。

(会長)

先ほど商業と工業の連携ということで、お話があったと思うのですが、雇用の方もやはり連携していく必要があるのかなと思います。

#### ○案件2【市長への提言案について】

モノづくり部会長からの主な説明

「これまでの経過と今回の提案について説明させていただきます。今回の提言は2015年の戦略のリニューアルという位置づけです。高付加価値化、人材育成・確保、事業承継、操業環境

や販路支援といった枠で施策を進めてきましたが、この10年で状況は大きく変わりました。コロナでサプライチェーンが途切れたり、デジタル化が一気に進んだり、脱炭素の要請が強まったり。企業が持続的に成長していくために、それらへの対応を勘案するような支援がやっぱり必要だろうということです。」

「市内企業に迫る三つの構造的課題があります。ひとつはコストに関する板挟みです。仕入先からは値上げ、取引先からは値下げを求められ、価格転嫁が本当に難しい。もうひとつは、求められる価値の中身が変わってきたこと。いいモノを作るだけでは足りず、サービスや全体のソリューションまで提供してほしい、という期待が強まっています。最後は人をめぐる危機です。人口減少と高齢化で人手が足りず、技術の継承も危うい。急な廃業で取引先が昨日なくなっていた、という話も出て、このリスクにどう備えるかを全体として考えていくということです。」

「議論の経過で言うと、最初は既存施策のおさらいとアンケート設計から入りました。そこで多く出たのが『行政の支援情報が届いていない』という指摘です。アンケートの結果からも、事業所数の減少、人材不足、価格交渉の難しさが議論されました。一方で東大阪のメリットも見えました。地域に企業が集積していること、企業同士のネットワークが強みです。ここはもっと生かすべきだ、という合意ができています。また、小規模と中規模では必要な支援が違うので、ネットワークの構築に何かできないかという問題意識も共有されました。」

「そこで支援を実施するにあたって、大きく3つの方針を決めました。ひとつは、規模別・課題別を意識したメニューを提供すること。もうひとつは、支援制度の情報を確実に届けるために、支援機関のコーディネーターとの接点を増やすなど、連携とハブ機能を強化すること。最後は、環境の変化に応じてメニューを柔軟に見直すことです。」

「この支援の大きな柱というもので、1つ土台となるもの、共通柱というふうに、17ページのところで書いています。特に重視しているのが企業ネットワークの構築・強化です。東大阪の強みそのものなので、ここをしっかりと可視化し、日常的な情報共有を通じて、急な廃業や承継のリスクに備える耐性を高めます。その上で四つの柱に展開していきます。まずは産業基盤の整備強化です。住工共生のまちづくりで暮らしと産業の調和を図りつつ、最新設備の導入や更新、生産性向上、現場の自動化、AIの普及・導入などを後押しして、環境変化に耐える力をつけます。次に高付加価値化の支援です。新製品や新事業の立ち上げ、成長分野への参入を支え、技術コーディネーターによるきめ細かな伴走で各社の強みを磨き、採算性を引き上げていきます。三つ目は販路開拓・拡大の支援です。まず見つけてもらえるように情報公開の仕方を工夫し、検索で見つかる仕組みやビジネスマッチングサイトを整えます。さらにコーディネーターが開拓を後押しし、展示会や商談会の活用、東大阪ブランドの普及、異分野との連携やデジタル活用、海外展開まで視野に入れます。最後が人材育成と事業承継の強化です。経営者や従業員向けのセミナーや講座を実施し、承継やM&Aの支援で技術と事業を次世代につなぐ。同時に、若い世代には製造業の実像が伝わっていない面があるので、具体的な情報をきちんと届けて魅力を知ってもらい取り組みも進めます。」

今回部会でご議論いただいて、まとめることができました。今日の内容を踏まえて市長への提言に進めたいです。」

【以下質疑応答】

(委員)

まず、10年前の施策等を見せていただいて、今現在、市がやっている施策と支援を見せていただいて、十分行き届いているというような印象を受けました。ただ、私も経営者として、知らなかった部分とか大分ありましたので、支援策の周知徹底の必要性を思い知ったところです。小規模、中・大規模というお話がありましたが、小規模のところは触れ合う機会が少ないですし、情報を得られる、そのタイミングも少ないなと思います。それを担保するためのネットワークの重要性というのが部会の中でも大分議論されましたし、一番重要な部分だと思います。だから、今のいい施策をいかに周知していく、そのために、ネットワークをいかに確立していくかというところに重きを置かれたと思います。

(委員)

私自身を振り返ると本当に行政の施策については情報が取れてなかった。今回参加をさせていただいて、本当にいろんなサポートをしていただいているということに、びっくりしていますし、感謝しております。同じように、もっと小さな規模で事業をされているところは会社から出ることができずに本当に情報が取れないということも、今回アンケートを通して初めて知ることができました。課題がたくさん見えてきたんですけども、余りにも多くてですね、それを従業員規模別や事業規模別に分けてみると、いろいろ見えてくるところもあり、それが細かく支援をしましょうというところにも繋がったと思うんですけども。私ども、ずっと一年以上ここで話している中で、実際の東大阪の強みっていうところをすごく感じる意見がたくさん出て参りました。事業所が集積しているということ。それと同時にうちの取引先、昨日廃業やったんやみたいな話もあって。なくなって初めてわかる東大阪のよさとか、そういうことも感じながら、いろんなこういう支援メニューを考えてきたっていうのが一番です。この新たな東大阪のモノづくり支援策、この新たなっていうところには、多分課題だけではなくて、未来志向で、東大阪市のモノづくりをもう一度つくっていかうという気持ちが皆さんの中にあって、その言葉が入るかと思います。私もいろんな施策が、うまく数多くの事業者に届くようにしております。

(委員)

大分長く、この会議に携わらせていただいて、情報発信についてはものすごく努力していただいているというのをひしひしと感じます。でも、これからも情報発信をしていただけたらと思います。それとともに、情報は知ってる、でもあと一押しが足りないということもあるのかなど。今回、商業部会のお話で、例えばまち歩きツアーというのが、モノづくりツアーとか就活ツアーみたいな感じで実際にその企業に行ってみたら、本当に東大阪にはいっぱい魅力的な企業があるので、実際に現場に行くと、あるいは話を聞いて、その魅力がより伝わったりします。ちょっと別のところで聞いた話ですが、ある専門学校は1ヶ月間強制的にインターンシップをさせるっていうことをやっているようなんですね。それでうちの子がそこに行って、お互い馴染んで、そこで就職したみたいなことがあるので、何かそういうノウハウや制度でもう一押しあると、さらにもっとこういう支援が発展しやすいのかなと思います。

(会長)

それに関しましてどうでしょうか。何か具体的な方策とかございますでしょうか。

(事務局)

やはり小規模企業様にも様々な課題はあり、その課題を解決に結びつけるサポート、これを行政機関もやっております。方針の中でハブ機能を担うということも書いておりますが、市の施策で足りない部分は近隣の支援機関の施策もあわせて情報をお届けすることで、より幅広い

課題に対応が可能だと考えております。そのためには、誰かが企業を訪問して情報伝えるということも重要だと思っています。それはコーディネーターを使いまして、積極的に企業を訪問して、施策を届け、また、お声を聞いて課題を吸い上げる、こういったことを丁寧にやることで、実際に課題を解決する施策につなげていきたいと考えております。」

その後、会長より委員に議決を採り、市長への提言について原案のとおり可決されました。

○閉会