

令和 8 年 1 月 2 1 日

東大阪市長 野 田 義 和 様

東大阪市中心企業振興会議
会 長 桑 野 博 行

東大阪市中心企業の振興に関する施策への提言について

令和 5・6 年度から今期において本会議で審議しました東大阪市中心企業が総合的に推進すべき
中小企業の振興に関する施策のうち、東大阪市中心企業振興条例第 9 条第 1 項の（1）か
ら（5）及び（7）（8）（10）について、活発な議論を経て、取りまとめた別添報告書を
もって本会議の結論としましたので同条例第 10 条第 3 項に基づき、ここに提言します。

以上

東大阪市中小企業振興会議
モノづくり部会報告書

令和8年1月

東大阪市中小企業振興会議 モノづくり部会

支援施策の柱の再構築に関する提言
～新たな「東大阪のモノづくり」ブランドの確立に向けて～

東大阪市中小企業振興会議
モノづくり部会

はじめに

I	市内製造業を取り巻く経済・社会環境の変化	1
II	中小企業振興会議「モノづくり部会」の開催概要・主な意見	4
III	東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査について	
1	アンケート調査の目的・概要	13
2	調査結果から見た市内モノづくり企業の課題と傾向分析（抜粋掲載）	14
IV	『新たなモノづくり支援施策の体系』（案）について	
1	事業実施における“3つの方針”	16
2	新たな事業柱（案）（共通柱+4つの柱）と紐づく取組み	17
○	新たなモノづくり支援施策の体系（案）全体像	22
○	新たな支援施策に基づくモノづくり支援施策マップ	23

《参考資料集》

はじめに

本モノづくり部会の目的は、「新たな支援施策の柱の構築に向けた提言」です。

本市のモノづくり支援施策は、2015年2月開催の東大阪市中企業振興会議において提言された『モノづくり支援再興戦略』を基盤とし、「小規模企業にきめ細かく光を当てた支援」と「支援施策をつなぐ橋渡し機能の強化」という2つのコンセプトのもと、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という4つの基本フレームに沿った継続的な施策展開を進めてきました。

2026年を迎えた現在、中小企業を取り巻く環境はコロナ禍からの回復段階を超え、大きな転換点を迎えています。国内では人口減少に伴う構造的な課題としての人材不足が深刻化することに加え、資源価格の高騰や、デジタル化・脱炭素化といった世界的な潮流への対応も迫られています。

こうした認識のもと、本モノづくり部会では、本市製造業の集積を改めて地域資源と捉え、企業間ネットワークは地域産業の持続的な成長に欠かせない基盤であるとの認識を共有し、これまでの4つの基本フレームを活かしつつ、企業単独では対応しづらい高度なニーズにも応え、多面的な効果を生むネットワークの構築・強化等について多角的な議論を重ねました。

市内製造業の景況感（DI）は依然としてマイナス幅で推移しており、企業経営の先行きには不透明感が残る。そんな中であって、経営環境を取り巻く様々な課題に対し、前向きに取り組みを進める、また前を向く企業を増やすためには、地域全体で知見・人材・資源を共有し合う体制づくりが不可欠であると考えます。

本報告は、2024・2025年のモノづくり部会における議論の要点と委員からの意見を取りまとめたものであり、次代のモノづくり支援の方向性を探る基礎資料として活かされ、効果的な支援施策が展開されることを期待したい。

最後に、本提言の取りまとめにあたり、貴重なご意見をいただいた企業の皆様をはじめ、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。

2026年1月

東大阪市中企業振興会議
モノづくり部会 部会長 芦塚 格

I 市内製造業を取り巻く経済・社会環境の変化

『モノづくり支援再興戦略』が策定された平成 27 年（2015 年）以降、市内の中小企業・小規模事業者を取り巻く経済・社会環境は、複雑さと不確実性を増し、大きな変化に直面している。

この変化は、単なる景気の浮き沈みといった循環的なものではなく、これまで有効であった事業のやり方そのものが通用しなくなる構造的なものである。この経営環境の大きな変化をマクロな外部環境の動向と、それが市内企業に具体的にどのような課題として現れているかというミクロな視点から考察する。

◆事業活動の前提を揺るがす外部環境の変化

この 10 年で、事業活動の前提そのものが根底から揺らぐ事態が次々と発生した。特に、令和 2 年（2020 年）からの新型コロナウイルス感染症の世界的流行は、グローバルなサプライチェーンの寸断や停滞を招き、働き方の変革やデジタル化を加速させた。

さらに、令和 4 年（2022 年）のロシアによるウクライナ侵攻に端を発する世界的な資源・エネルギー価格の高騰や歴史的な円安の進行は、原材料や電力コストの上昇を通じて市内事業者の収益を圧迫している。これらの経験は、経済安全保障の重要性を浮き彫りにし、強靱なサプライチェーンの再構築や生産拠点の国内回帰といった新たな対応が求められている。

国の政策も、事業再構築や生産性向上、デジタルトランスフォーメーション（DX）・グリーントランスフォーメーション（GX）への挑戦を後押しする補助金制度の拡充など、大きな変化を見せており、このような激動の環境変化にいち早く適応していくことが、企業の存続に不可欠な条件となっている。

◆市内企業に迫る 3 つの構造的な課題

こうした社会・経済の変化は、市内企業に対して、以下の 3 つの側面から構造的な変革を迫っている。

（1）コスト構造の激変 ―「安く良いものを作る」努力の限界

先の外部環境の変化、とりわけ資源価格の高騰と円安は、材料費や光熱費といった製造コストを構造的に押し上げている。これは一時的な現象ではなく、もはや元には戻らない可能性が高い変化と捉えるべきである。

特に、受注型の加工業を中心とする市内企業の多くは、取引先からは値下げを求められ、一方で仕入れ先からは値上げを告げられるという、厳しい板挟みの状態に苦しんでいる。市内企業にとって、経費削減や効率化といった努力だけでは、もはやこのコスト上昇の波を吸収しきれず、利益を確保することが困難になっている。これは、これまで本市の製造業が強みとしてきた事業モデルの限界を示唆しており、コスト削減の努力のみに依存する経営では立ち行かず、自社の技術や製品の価値を正當に価格に転嫁していく交渉力やそもそも付加価値の高い製品・サービスへと事業内容を転換していくことが不可欠となっている。

（２）顧客が求める価値の変化 — 「モノ」から「モノ＋サービス」へ

社会全体でデジタル化やライフスタイルの多様化が進む中、消費者は単なる「モノ」としての製品だけでなく、それに付随するサービスやソリューションをセットで求めるようになり、「モノ」と「サービス（コト）」を組み合わせた新しい価値の提供が期待されている。

また、世界的な課題である気候変動問題に対応するため、脱炭素社会の実現に向けた GX への取組みも企業の持続的成長に必須の要素となっている。これらの変化により、市内企業にとっては、「つくる技術」に加えて、「環境・デジタル分野への対応力」が求められている。

（３）「人」をめぐる危機 — 技術の承継と新しい働きがい

我が国の本格的な人口減少社会への移行は、生産年齢人口の減少を加速させ、市内製造業においても人手不足は恒常的かつ深刻な経営課題となっている。この問題は、単に働き手が足りないということに留まらず、経営者層や技術者の高齢化により、長年かけて蓄積されてきた熟練の技術や知見が、後継者不足によって誰にも引き継がれないまま消えてしまうということが最も深刻である。このリスクは、地域が誇る優れた技術や雇用、受注の喪失に直結する喫緊の課題と言える。

同時に、働き手の価値観も変化しており、賃金だけでなく、働きがいや企業の社会貢献への姿勢が人材を確保・定着させる上で重要な要素となっている。

以上のように、本市製造業は、外部環境の大きな変化と内部の構造的課題という、複雑に絡み合った課題に直面している。こうした中、平成 25 年（2013 年）に施行した「東大阪市中小企業振興条例」及び「東大阪市住工共生のまちづくり条例」の理念は、その重要性を一層増している。振興条例第 9 条に掲げられる各施策（3 ページに掲載）により、サプライチェーンの強靱化、DX・GX への対応、深刻化する人手不足、円滑な事業承継など、新たな課題にも的確に対応し、市内事業者が成長を続けられる環境づくりのために、支援策の強化と再構築が不可欠である。

振興条例第 9 条（抜粋）

（中小企業の振興に関する施策）

- （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

テーマ：市内製造業向け実態・ニーズ調査に係る項目の最終検討と確定

令和 6 年度市内製造業向けアンケート調査項目については、設問構成に関して多数の意見があり、課題だけでなく市内操業の利点や強みを把握できる設問の追加や、地域との取引実態、SDGs への対応の具体例提示などの改善提案があった。また、オンライン回答や関係団体との連携による回収率向上も提案された。加えて、モノづくり支援施策の今後の方向性としては、地域産業の持続的発展に向け、技術の高付加価値化や人材育成の強化、操業環境の維持、販路開拓支援の拡充が論点となり、他業種とのマッチング機会の創出や企業と地域住民との関係性の向上、海外展開支援の必要性が挙げられた。

1. 市内製造業向けアンケート調査項目について

- ・従来の「課題中心」の設問だけでなく、「立地のメリット」「強み」などポジティブな視点も加えるべき。
- ・「高付加価値化」は製品だけでなく、技術自体の価値向上を意識すべき。
- ・回答率向上のため、QRコードによるオンライン回答や関係団体との連携が提案された。

① 高付加価値化支援

- ・「東大阪は町工場のまち」というイメージを変えて欲しい。「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。
- ・製品でなく技術の価値向上を望む企業の声あり。
- ・万博などの機会を活用したアピール、他業界とのマッチング機会創出が重要。

- ・製造業で働く者にとって基盤となる資格（技能検定３級など）について、市内企業へ就業する者すべてが取得できる環境を整えることができれば、技術者を育てるモノづくりのまちとして、人材確保に向けたアピールにつながる。
- ・教育委員会との連携により、学校教育と企業体験の橋渡しを模索。

- ・近隣住民に地域で作られる製品やそこで働く人の人柄や想い、製造現場の実態などを直接的に伝え、事業活動に対する理解促進につながる機会となるオープンファクトリーのPR強化。

②働き方改革・人材確保に関する意見

- ・年間休日増加や残業抑制などに取り組む一方で、生産性を低下させてしまう。
- ・採用環境が非常に厳しくなっており、中小企業にとっては今後さらに悪化する懸念。
- ・今後はワークライフバランスや企業の魅力が採用の鍵となる。

③SDGs・操業環境に関する意見

- ・SDGs や操業環境の保全に対応できない企業は淘汰される時代になってきている。
- ・社会の変化に対応できていない企業にきちんと情報を届け、支援の活用を提案できると良い。

④支援施策の周知・届け方に関する意見

- ・東大阪の裾野産業を維持するには、支援施策の丁寧な届け方が必要であり、今ある支援策の活用だけでも企業が持ち直す可能性がある。

⑤人材確保に向けた環境整備

- ・「売上の減少」と「人材不足」に課題を感じている企業が多く、人材不足が解消されれば、売り上げを伸ばすチャンスがあるとも捉えることが出来る。
- ・働き方改革へ対応するためには、従業員数を増やす必要がある。
- ・寮や休憩室など労働環境整備への支援が必要。
- ・地方から人材を呼び込むには、東大阪で働く安心感の提供がカギ。
- ・就職面談会には学生の参加が少ない。
- ・民間の人材紹介は費用が高く、中小企業には負担が大きい。
- ・市内企業において社員寮などを整備し、外国人材をうまく活用している事例もある。
- ・モノづくり支援に限らず、住環境や生活支援まで含めた支援が必要。

⑥産業集積とコミュニティに関する意見

- ・「製造業の集積」にメリットを感じている企業が多く、域内での受発注が活発であり、その点が東大阪市の特徴でもあり強みとなっている。
- ・外注から内製化、地理的な距離を考慮しない他地域への発注など地域産業に頼らない取引関係の構築が全国的な流れとなっているが、東大阪は例外と言える。
- ・コミュニティ内からの情報提供が有効であり、信頼ある組織や媒体を通じた情報伝達が効果的である。
- ・他社事例を知ることで企業が刺激を受ける環境づくりが重要。
- ・コミュニティ支援が、情報共有やネットワーク構築の鍵となる。
- ・経営者の世代交代により、地域企業とのつながりが薄れている。
- ・若手経営者向けのネットワーク形成支援が有効。

テーマ：・市内製造業向け実態・ニーズ調査の結果（詳細版）の提示

・新たな事業柱の検討に向けた市内企業が抱える課題の整理と分析

市内製造業の課題分析に関する説明を受け、小規模企業の重要性和脆弱性、ネットワーキングの必要性、情報発信や支援策の周知強化、事業承継や計画的廃業への支援の必要性など、多角的な意見が挙がった。とくに、小規模企業の技術力を活かすには、企業間の連携や集積の維持が鍵であり、仕事の受け皿としてのネットワーク構築が求められるとの声が多かった。また、情報収集の難しさに対しては、提案型の周知や市職員による積極的な企業訪問など、きめ細かな対応が必要との意見があった。加えて、海外展開への支援や、市内企業の技術を集約・発信するプラットフォームの整備についても意見が交わされ、今後の施策検討においては、企業規模に応じた、地域全体の強みを活かす支援が求められる。

1. 小規模企業への評価と支援

- ・小規模企業にも高い技術力を持つ企業が多く、サプライチェーンに欠かせない存在。
- ・廃業リスクや後継者不在に対し、ネットワークや引継ぎの仕組みが必要。

2. ネットワーキング・情報共有の重要性

- ・ コロナを機に、経営者同士が顔を合わす機会が少なくなっており、企業間の連携や交流の場が求められる。
- ・ 経営者同士の交流は、価格交渉力や販路拡大の向上に繋がる側面がある。
- ・ 地域内受注の維持には、日常的な企業間の横の連携が不可欠である。

3. 経営環境と課題

- ・ コロナや原材料高騰の影響で、経営環境が急激に悪化している。
- ・ 「技術の適正価格」を知ることが重要。本来もっと付加価値の高いはずの仕事も、小規模企業は価格交渉や顧客開拓の余裕がなく、取引先からの言い値で請け負っているケースが多い。
- ・ 度重なる原材料高、エネルギー高、人件費高により、価格転嫁が追い付かない状況が続いている。

4. 情報発信と施策周知

- ・市が取り組む主な広報ツール（商工月報、LINE、市政だよりなど）だけでは情報が伝わらない企業も多く、積極的な企業訪問などプッシュ型の情報発信が求められる。

5. ネットワーキング事業への期待

- ・商工会議所で実施している交流会やネットワーク促進イベントへの参加者は多い。
- ・オープンファクトリーや企業運動会など、ビジネスが主目的でない形式の方が有効的な場合がある。
- ・単発ではなく継続性のあるコミュニティづくりが求められる。
- ・地域のネットワークを活用しており、さらに拡大していきたいと考えている企業が多い。

6. 円滑な廃業・事業承継支援

- ・移転や廃業は、まち単位で考えると、地域から仕事が出ていることを意味しており、市域における受注、雇用、設備等を守るため「引き継ぎ支援」への政策転換が必要である。そういった観点から、円滑な廃業をサポートしていく時期に来ていると考える。

7. 海外展開支援

- ・「海外との取引」について、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ものの、貿易手続き・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。
- ・海外市場を含め、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。展示会や商談会の機会提供を望む。

第5回 令和7年5月26日（月）

テーマ：・新たな施策体系の柱（案）の提示と提言に向けた審議

・市内製造業にとっての「AIの活用」可能性について

[illegible]

新たなモノづくり支援施策の体系（案）に関する議論では、突然の廃業がサプライチェーン全体に与える影響への懸念が示され、事業承継支援や企業間ネットワークの強化の必要性が強調された。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よる継続的な企業訪問や支援機関との連携の重要性に加え、発注側企業の意識変革の必要性も指摘された。また、若年層へのモノづくりの魅力発信や生成 AI 等の先端技術活用を通じた業務効率化・競争力向上の可能性が示された一方で、使いこなすまでのハードルや情報管理に係るリテラシー教育の強化も課題として挙げられた。目の前にある課題解決に向けた支援施策の構築と企業の持続的発展を見据えた中長期的な支援の両立が求められる。

①サプライチェーンの維持と事業承継支援

- ・近年、突然廃業する企業が多く、取引先やサプライチェーン全体に与える影響が大きい。
- ・サプライチェーンを守るには、企業間ネットワークの強化が不可欠。
- ・M&A や事業承継に関する情報提供のニーズが今後さらに高まる。
- ・支援機関には、廃業寸前ではなく、早期に企業と接点を持つ仕組みが求められる。
- ・事業承継は、金融機関や商工会議所などのネットワークを活かした連携が重要。

②小規模企業支援と施策の届け方

- ・経営継続への意欲が薄い企業も存在し、支援対象の選別・重点化が必要。
- ・市の支援情報が十分に届いておらず、情報発信と訪問対応の強化が必要。
- ・単なる施策案内ではなく、親身な対応を行う伴走支援型の取組みが求められる。

③人材育成・次世代支援

- ・小中学生向けのモノづくり体験では、その指導者の多くは高齢の方に担っていただいているが、20～30代の若い世代からモノづくりの魅力を伝えてもらうことで子どもたちへの伝わり方や響き方が変わるように感じる。
- ・若年層がモノづくりに魅力を感じ、夢のある職業として希望を感じるよう、企業との接点づくりが重要である。
- ・技術者だけでなく、文系人材にも対応できる教育プログラムの充実が求められる。

④AI の活用とその課題

- ・経営者の業務効率化に AI は極めて有効（例：記事作成、議事録作成、計画作成等）。
- ・AI は「良き相談相手」となり得る。社内に使いこなせる人材の育成がカギ。
- ・社内の人材評価に AI を活用するなど、新たな応用も始まっている。
- ・無秩序な利用は競争力の低下を招く可能性もあり、情報管理に関わるリテラシーが重要。
- ・有料版と無料版の違いやリスクを理解した専門的な支援があると安心。
- ・市は「AI 活用の選択肢を提示する立場」にあり、その「判断材料」を企業に提供する役割を担ってほしい。

⑤今後の支援施策に求められる視点

- ・施策が延命措置にとどまらず、地域企業にとっての希望や未来を描けるものであるべき。
- ・支援の方向性として、既存企業への寄り添いと同時に、次世代人材への接点づくりを両輪で推進すべき。

テーマ：新たなモノづくり支援施策の柱の構築に向けた提言書（案）について

提言書（案）の内容について、特に人手不足への対応、外国人材の活用、地元人材の育成、施策情報の効果的発信、モノづくりの魅力の可視化等について議論された。

連携支援機関による外国人材の採用・定着支援の内容や企業が直面する言語や生活環境の課題、地域全体での受け入れ体制整備の重要性が指摘された。さらに、市内企業と地元高校生や子どもたちとの接点をつくるため、モノづくり体験の機会提供やオープンファクトリーの推進が必要であると確認され、そうした活動が、従来の「町工場」のイメージから、技術力の高い工場が集積する都市ブランドへの転換にもつながるといった意見が出された。施策発信については、支援策を活用した企業の実例や従業員の声をストーリーとして伝えることで、地域で働く魅力や人情味を効果的に示すことが重要であること。また、若者や女性の就労意識に配慮しつつ、企業側が柔軟に対応し、安全で働きやすい環境を積極的に発信することの必要性も強調された。

- ・外国人材を採用する際、言語の壁や住環境の整備等が課題となっており、モノづくりのまちとして外国人も住みやすい環境を整えることが必要である。
- ・外国人同士のネットワーキングやスポーツイベントへの参加なども定着支援策として有効ではないか。

- ・ 地元の高校生や小中学生へのモノづくりに触れる体験機会を増やす。
- ・ 普通科高校生や文系の人材にも関心を持たせる仕組みづくりが必要である。
- ・ 企業インターンやオープンファクトリーなど、企業と教育現場の接点拡大が重要である。

- ・施策内容の単なる発信ではなく、先行企業の事例や従業員によるエピソードをストーリー化するなど、「伝わる」工夫が必要である。
- ・提言書の内容について、初めて見た市民の方でも理解できるような表現方法の工夫が必要ではないか。

- ・女性や文系人材が働きやすい職場環境であることのPR。
- ・社員や学生による意見、評価の機会を活用して、仕事内容や労働環境の現状を発信。

⑤今後の施策検討に向けた視点

- ・外国人・若年層・女性・地元出身者など多様な人材との接点づくりを重視。
- ・施策が単なる延命措置に留まらず、地域企業の未来や希望を描ける内容であること。

第7回 令和8年1月14日（水）

テーマ：新たなモノづくり支援施策の柱の構築に向けた提言内容の最終検討と確定について

[illegible]

提言書（案）全体の最終確認と市民・事業者向けの啓発チラシの内容について議論された。事業の共通柱である「企業間ネットワークの構築・強化」が単なる交流推進に見えないよう、東大阪の技術力や対応力を象徴する“モノづくりブランド”の確立に向けた位置付けであることを分かりやすく伝えるべきとの意見が出された。

また、啓発チラシについては、施策説明にとどまらず、市民が市内企業の特長を知り、価値を理解する機会となる構成が望ましいとされ、市民向けと事業者向けのそれぞれの情報について、ストーリー性を持たせて伝えていくことが大切であるとの意見が出された。

①提言書の最終案について

- ・共通の柱として掲げている「企業間ネットワークの構築・強化」について、仲良し企業づくりのように見えてしまう。あらゆる案件にも対応できる東大阪の強みを押し出し、新たな“東大阪のモノづくり”ブランドの確立に向けた魅せ方が望ましい。
- ・長期的な視点で考えると、事業者が希望を持てるような、東大阪市がめざしているビジョンを示す方が良いのではないか。
- ・“東大阪のモノづくり”ブランドとは、例えば、子どもに東大阪の魅力を尋ねたときに、真っ先に「モノづくり」と出てくるような状態になることだと考える。

②市民・事業者向けの啓発チラシについて

- ・タイトルについて、「東大阪のモノづくりの今」といったように、もっとシンプルに分かりやすいフレーズの方が良いのではないか。
- ・施策の周知に留まらず、市民にモノづくりの魅力を知ってもらえる機会となればなお良い。
- ・市民向けと事業者向けの情報が混ざっているように感じるので、表面を「東大阪のモノづくりの魅力・強み」、裏面に「新たなモノづくり支援施策の体系」とすることで、ストーリー性が高まるのではないか。
- ・「モノづくり企業とともに 暮らしやすいまちへ」という概念について、騒音対策などの物理的な共生だけでなく、「モノづくり企業が地域の一員として、雇用や税収を通じ、暮らしを支える基盤」という本質的な価値も伝えていってはどうか。

Ⅲ 東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査について

1. 調査の目的・概要

名 称：『東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査』

目 的：市内製造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・分析することで、必要な支援策を検討する際の基礎資料とするために実施するもの。

調査期間：令和 6 年 6 月～8 月

調査対象：3,240 社（東大阪商工会議所工業部会 1,934 社及び市内企業 1,306 社）

有効回答数：538 社（回収率：16.6%）

調査方法：①調査対象企業への郵送

②東大阪市電子申請システムにてオンライン回答

③その他、電子メール等にて回収

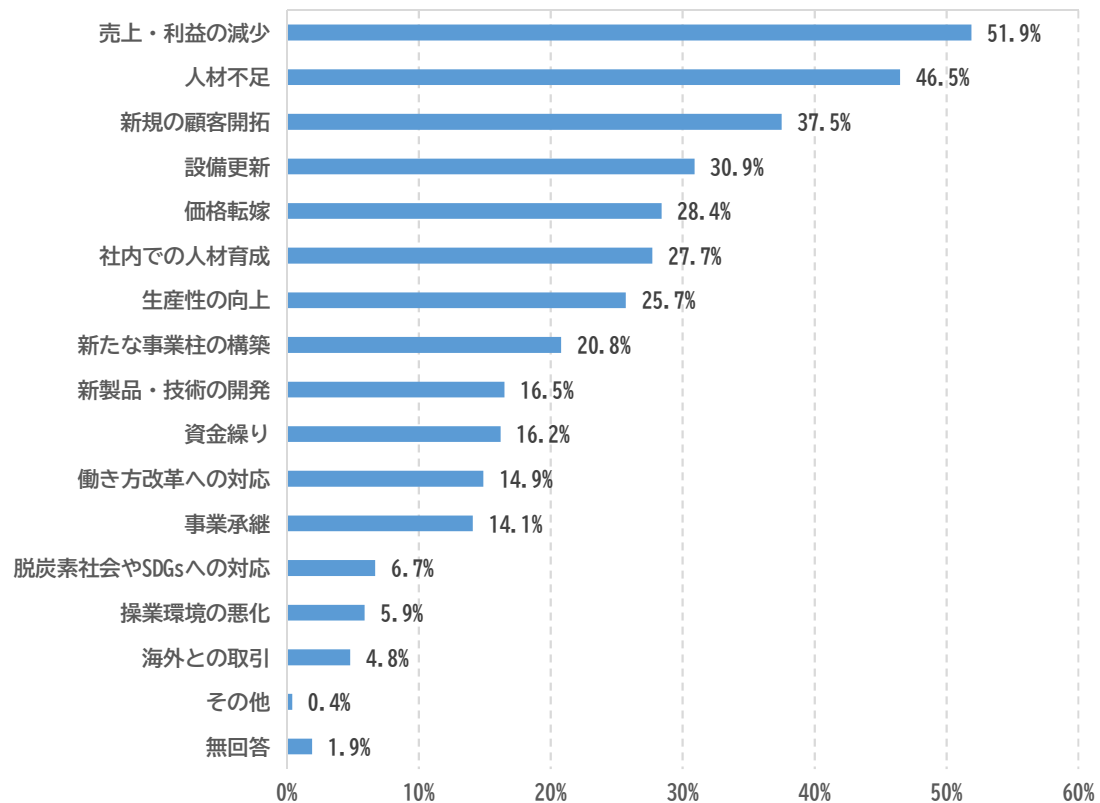
実施主体：東大阪市都市魅力産業スポーツ部（東大阪商工会議所へ委託）

▼従業員規模別回答数

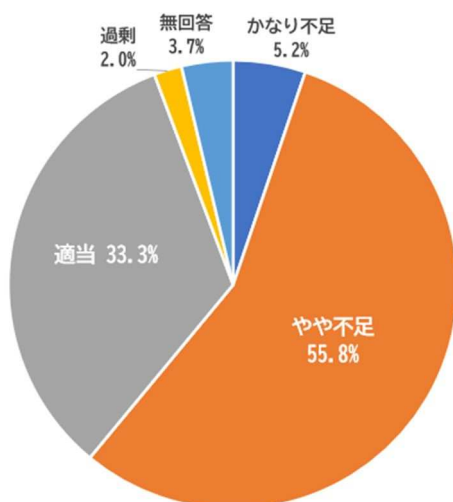
	4 人以下	5-9 人	10-19 人	20-49 人	50-99 人	100-299 人	300 人以上	無回答	合計
回答数	126	108	106	113	53	24	7	1	538
					84				
割 合	23.4%	20.1%	19.7%	21.0%	9.9%	4.5%	1.3%	0.2%	100.0%
					15.7%				

2. 調査結果から見た市内モノづくり企業の課題と傾向分析（主な項目を抜粋して掲載）
 詳細は、添付の「東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査」「従業員規模別の傾向・分析」を参照。

①現在直面している課題（複数回答可）



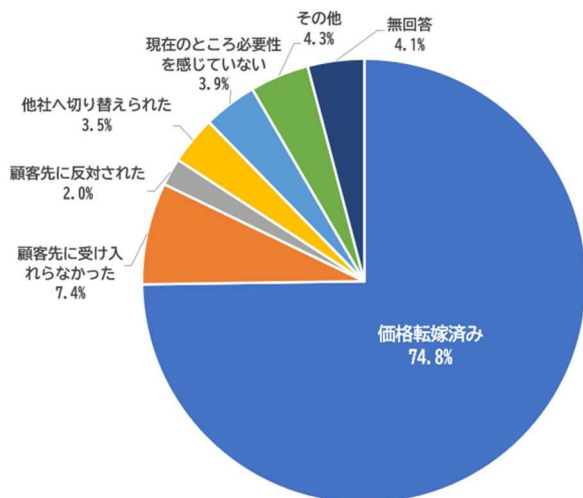
②人員の過不足について



「やや不足」55.8%と最も多く、「かなり不足」5.2%と合わせると約6割の企業が人材不足を感じている。

なお、「人材不足の対応について効果が高いもの」として、「給与の改善」が40.5%と最も多く、続いて「業務の効率化や自動化」39.8%「労働環境の改善」37.0%となっている。従業員規模別に見ると、10人以上の企業においては、「業務の効率化や自動化」が最も多くなっており、生産性の向上に取り組む姿勢がうかがえる。

③価格転嫁の状況と顧客の反応



「価格転嫁済み」が74.8%と最も多くなっている。
一方、交渉中を含め「価格転嫁できていない企業」が17.2%となっている。

なお、費目別に見ると「材料費」については、「一部対応できている」が61.4%、「十分対応できている」が29.1%と9割を超える企業が一定対応できている。一方、「エネルギー」「労務費・賃上げ」については、「十分対応できている企業」が2割以下に留まり、「対応できていない企業」がそれぞれ26%存在する。

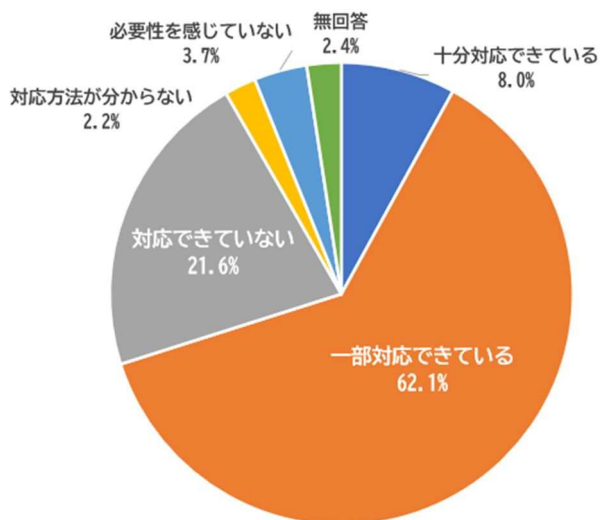
▼価格転嫁ができた主な要因

- ・取引先との信頼関係を構築
- ・エビデンスに基づく交渉
- ・国の指導や業界全体での値上げの動き
- ・商品ごとの見積もりによる価格調整
- ・独自技術やブランドの強み

▼価格転嫁ができていない主な要因

- ・取引先に理解が得られない
- ・取引先との力関係で提案しづらい
- ・他社との価格競争があり、失注するリスクがある
- ・取引先への説明資料や説得材料の不足

④生産性の向上に向けた取り組み状況



「一部対応できている」が62.1%と最も多く、
「十分対応できている」8.0%を加えると約7割の企業が何らかの対応を始めている。

▼生産性向上に取り組めていない主な要因

- ・資金不足で設備投資が困難
- ・指導できるスタッフが不足、高齢化
- ・従業員が旧来の方法や固定観念に固執
- ・老朽化した設備がありスペースが不足
- ・IT知識が不足しており人材も不在

Ⅳ 『新たなモノづくり支援施策の体系』（案）について

本部会で挙げた意見やニーズ・実態調査の内容から、「課題の分析・方針検討の視点」「地域の資源・優位性」「市内企業が直面する課題」を整理。市内企業自身が、それらの地域資源を活かし、多くの課題に対応していくためには、どのような支援施策の体系が求められるのか、事業実施における方針と具体的な取り組み内容と合わせて議論した。

1. 事業実施における“3つの方針”

各種事業を実施していくにあたり、課題の性質や環境変化に対応していくため、以下の通り“3つの方針”を掲げる。

①「従業員規模別」「課題別」を意識した支援メニューの提供

- ・経営相談員による経営分析、課題の確認、アドバイス等を実施
- ・課題に応じて適切なサポート情報を提供、提案
- ・従業員規模が小さい企業ほど経営環境は厳しい傾向にあり、適切なサポートを提供
(参考) 従業員規模別の企業の割合 ※令和3年経済センサス活動調査
小規模企業(9人以下) 70.4% / 中規模企業(10人以上) 29.6%

②市内企業に情報を確実に届ける／支援機関との連携・HUB機能の強化

- ・商工会議所、金融機関、税理士等との連携による情報発信
- ・国・府・支援機関等との連携強化
- ・市内企業が活用できる支援情報の収集と提供

③環境変化に対応した柔軟な支援メニューを提供

経営環境を取り巻く急速な変化に対応するために必要と考えられる支援について、スピード感を持って反映、実施していくことが求められる。

2. 地域資源や課題の分析から考えられる新たな事業柱の設定 (共通柱＋4つの柱)と紐づく取組み

共通柱

【地域資源】 企業間ネットワークの構築・強化

東大阪の企業間ネットワークは、地域産業の強化に欠かせない基盤であり、最大の特長である。技術や資源を補完し合うことで、企業単独では対応しづらい高度なニーズにも応えられる体制や連携を通じた技能継承や若手技術者の育成・確保にもつながり、地域全体の人材基盤の強化にもつながる。さらに、共同での展示会出展や情報発信により、販路開拓や「モノづくりのまち東大阪」としてブランド力向上につながるなど、多面的な効果を生むネットワークの構築・支援は、地域産業の持続的発展に不可欠である。

【考えられる事業・取組み】

- ・各種機会を活用した連携促進・事業機会の創出（東大阪ブランド推進事業）
- ・経営者同士の交流機会の提供（モノづくり企業ネットワーク構築事業）
- ・企業グループが取り組む勉強会等を支援（モノづくり支援補助金：経営力向上枠）
- ・オープンファクトリー
- ・東大阪商工会議所、大阪産業局等支援機関実施のネットワークイベントの活用

【令和6年度ニーズ・実態調査から】

85.7%の企業が市内企業と何らかの取引関係にあり、

71.9%の企業が新たな企業とのつながりを求めている。

①東大阪市内での取引先の有無

	有	無	無回答	合計
回答数	461	60	17	538
割合	85.7%	11.2%	3.2%	100.0%

②新しい企業とのつながりについて

	求める	求めない	無回答	合計
回答数	387	99	52	538
割合	71.9%	18.4%	9.7%	100.0%

1

【基 盤】環境変化に対応できる柔軟な地域産業基盤の整備・強化

市内企業を取り巻く経営環境は、デジタル化や脱炭素化といった大きな社会構造の転換に加え、地政学的リスクやサプライチェーンの再編など、複層的な変化に直面している。こうした状況の中で、本市が推進する「住工共生のまちづくり」をはじめとした操業環境の整備に資する各種取組みは、環境変化に対応する足場としても重要な役割を果たすと考ええる。産業と暮らしが共存できるまちづくりを通じて、企業の競争力と市民生活の調和を図る本市独自のアプローチを深化させながら、柔軟でしなやかな地域産業構造の構築を進める。

【対応する課題】

- ・ 住工混在
- ・ 設備更新
- ・ 生産現場の自動化
- ・ 原材料、エネルギー高
- ・ 価格転嫁
- ・ DX/IT
- ・ 脱炭素
- ・ 環境変化への対応
- ・ 取引先の廃業



【考えられる事業・取組み】

- ・ 住工共生のまちづくり条例に基づく各種事業
- ・ 最新設備の導入、更新の促進（設備投資支援事業）
- ・ 生産性向上・製造現場の自動化（生産性向上支援事業）
- ・ DX/IT の普及・導入の促進（DX/IT 導入推進事業）
- ・ AI の普及、導入の促進（ビジネスセミナー）
- ・ 取引先の廃業等によるサプライチェーンの見直し支援
- ・ 省エネ・脱炭素に関わる支援（脱炭素推進事業）
- ・ 物価上昇・価格転嫁に対する関連施策（ビジネスセミナー・大阪府よろず支援拠点等の活用）
- ・ オープンファクトリー
- ・ （公財）東大阪市産業創造勤労者支援機構
- ・ 東大阪市立産業技術支援センター

市場の縮小、資源高、人手不足、脱炭素化社会への対応など、多様な課題に直面しており、こうした課題に個別に対応するだけでは十分とは言えず、持続的に成長するためには、自社の強みを活かしながら「付加価値」を高める取組みが不可欠である。そうしたことから「高付加価値化」に「持続的な成長」を要素に加え、技術・開発力の高度化、新事業創出、大学等との連携、DX など一体的に進めることで、地域産業の持続的な競争力強化を図る。

【対応する課題】

- ・高付加価値化
- ・新製品、技術の開発
- ・新事業の構築
- ・生産性向上
- ・異分野への参入
- ・ブランディング
- ・大学との連携
- ・DX/IT
- ・脱炭素

【考えられる事業・取組み】

- ・新製品の開発、新事業の立ち上げ（高付加価値化促進事業・医工連携事業化促進事業）
- ・成長産業への参入（医工連携プロジェクト創出事業）
- ・デザイン経営の啓発、普及促進（デザインプロジェクト事業）
- ・大学との技術研究や金融機関とのセミナー共催（産官学金連携事業）
- ・技術コーディネーターによるサポート（ワンストップ相談事業）
- ・技術相談、検査機器等の貸し出し（東大阪市立産業技術支援センター）
- ・創業関連事業（創業促進インキュベーション支援事業）
- ・知的財産関連事業（産業財産権活用支援事業）
- ・マーケティング関連事業（中小企業基盤整備機構・大阪産業局など）
- ・デジタル化やカーボンニュートラルへの対応（DX/IT 導入支援事業・脱炭素推進事業）

3

【市場対応】多様化する市場に向けた販路開拓・拡大支援

国内市場の縮小や顧客ニーズの高度化・多様化が進む中、市内モノづくり企業が持続的に成長するには、既存の取引先に依存せず、新たな市場や販路の開拓に主体的に取り組む必要がある。異分野への参入、デジタル活用、海外展開など、販路拡大の手法も多様化する一方で、中小企業にはそれらを実行するためのリソースが不足している。こうした背景を踏まえ、自社技術や製品の価値を市場に的確に伝えられる力の育成と支援体制の強化により、企業の収益力の向上を図り、次の投資アクションへつながる好循環を生み出す。

【対応する課題】

- ・売上、利益の減少
- ・新規顧客の開拓
- ・海外との取引
- ・デジタルマーケティング
- ・魅力の発信
- ・ブランディング



【考えられる事業・取組み】

- ・市内製造業の検索、ビジネスマッチングサイト（東大阪市技術交流プラザ事業）
- ・販路開拓コーディネーターによるサポート（ワンストップ相談事業）
- ・東大阪ブランド製品の認定、販路開拓につながる機会提供（東大阪ブランド推進事業）
- ・展示会、商談会関連事業
（専門見本市共同出展事業・テクノメッセ東大阪開催事業・海外含む展示会出展支援事業
・クリエイション・コア常設展示場出展料助成金事業等）
- ・スタートアップ企業案件の情報収集とマッチング支援（中之島クロス等との連携）
- ・海外販路、デジタルマーケティング（JETRO・中小企業基盤整備機構等との連携）
- ・包括連携協定・業務提携
（JETRO・伊藤忠商事・大阪大学・大阪歯科大学・中之島クロス等）

4

【次世代へ】地域産業の未来を担う人材育成と事業承継の強化

経営者の高齢化や若年層の製造業離れにより、技能継承・事業承継の課題が深刻化している。加えて、デジタル化やカーボンニュートラルへの対応など経営環境の変化に即した次世代人材の育成・定着も急務となっている。こうした背景から、「地域産業の未来を担う人材育成と事業承継の強化」を柱として設定し、企業・支援機関・教育機関・専門家等との連携を通じ、若者の定着促進や技能継承の場の整備、事業承継関連の支援強化などを進める。

【対応する課題】

- ・人材不足 ・人材育成、定着 ・事業承継 ・技術継承 ・働き方改革への対応
- ・若手の製造業離れ ・従業員の住環境 ・次世代人材の育成 ・廃業、休業 ・SDGs

【考えられる事業・取組み】

- ・技術の高度化や研究開発促進を目的とした技術者向けセミナー（モノづくり開発研究会事業）
- ・市内企業のニーズに応じた経営者、従業員向けセミナー（ビジネスセミナー）
- ・次世代モノづくり人材の育成
（モノづくり教育支援事業・少年少女発明クラブ・モノづくり体験塾・
産学連携など企業と学生との接点づくり）
- ・事業承継、M&A 関連事業（東大阪商工会議所／大阪府事業承継・引継ぎセンターとの連携）
- ・デジタル人材、副業、兼業人材やシニア技術者の活用（大阪府中小企業人材支援センター等）
- ・外国人材の活用（JETRO 等）
- ・製造業に関するネガティブなイメージを転換するための情報発信
（展示会等を通じた東大阪産業全体のプロモーション）
- ・人材の採用、育成、定着に関わる事業（市役所労働雇用政策室）

モノづくり支援施策の体系（案）～新たな「東大阪のモノづくり」ブランドの確立に向けて～

◎事業実施における3つの方針（市の心構え）

- ①「従業員規模別」「課題別」を意識した支援メニューの提供
 - ・経営相談員による経営分析、課題の確認、アドバイス等を実施
 - ・課題に応じて適切なサポート情報を提供、提案
 - ・とりわけ従業員規模が小さい企業ほど経営環境は厳しい傾向にあり、適切なサポートを提供
- 小規模企業（9人以下）70.4%／中規模企業（10人以上）29.6%

- ②市内企業に情報を確実に届ける
支援機関との連携・HUB機能（橋渡し）の強化
 - ・商工会議所、金融機関、税理士等との連携による情報発信
 - ・国・府・支援機関等との連携強化
 - ・市内企業が活用できる支援情報の収集と提供

- ③環境変化に対応した柔軟な支援メニューを提供
経営環境を取り巻く急速な変化に対応するため、必要と考えられる支援については、スピード感を持って反映、実施していく。

全体像

施策の方向性と考え方（進化・深化・充実・補完）

東大阪の企業間ネットワークは、地域産業の強化に欠かせない基盤であり、最大の特長である。技術や資源を補完し合うことで、企業単独では対応しづらい高度なニーズにも応えられる体制や連携を通じて技能継承や若手技術者の育成・確保にもつながり、地域全体の人材基盤の強化にもつながる。さらに、共同での展示会出展や情報発信により、販路開拓や「モノづくりのまち東大阪」としてブランド力向上につながるなど、多面的な効果を生むネットワークの構築・支援は、地域産業の持続的発展に不可欠である。

- 令和6年度実態調査から 市内企業との取引関係がある：85.7%
新しい企業とのつながりを求める：71.2%

市内企業を取り巻く経営環境は、デジタル化や脱炭素化といった大きな社会構造の転換に加え、地政学的リスクやサプライチェーンの再編など、複層的な変化に直面している。こうした状況の中で、本市が推進する「住工共生のまちづくり」をはじめとした事業環境の整備に資する各種取り組みは、環境変化に対応する足場としても重要な役割を果たすと考える。産業と暮らしが共存できるまちづくりを通じて、企業の競争力と市民生活の調和を図る本市独自のアプローチを深化させながら、柔軟でしなやかな地域産業構造の構築を進める。

市場の縮小、資源高、人手不足、脱炭素化社会への対応など、多様な課題に直面しており、こうした課題に個別に対応するだけでは十分と言えず、持続的に成長するために、自社の強みを活かしながら「付加価値」を高める取り組みが不可欠である。そうしたことから「高付加価値化」に「持続的な成長」を要素に加え、技術・開発力の高度化、新事業創出、大学等との連携、DXなど一体的に進めることで、地域産業の持続的な競争力強化を図る。

国内市場の縮小や顧客ニーズの高度化・多様化が進む中、市内モノづくり企業が持続的に成長するには、既存の取引先に依存せず、新たな市場や販路の開拓に主体的に取り組む必要がある。異分野への参入、デジタル活用、海外展開など、販路拡大の手法も多様化する一方で、中小企業にはそれらを実行するためのリソースが不足している。こうした背景を踏まえ、自社技術や製品の価値を市場に的確に伝えられる力の育成と支援体制の強化により、企業の収益力の向上を図り、次の投資アクションへつながる好循環を生み出す。

経営者の高齢化や若年層の製造業離れにより、技能継承・事業承継の課題が深刻化している。加えて、デジタル化やカーボンニュートラルへの対応など経営環境の変化に即した次世代人材の育成・定着も急務となっている。こうした背景から、「地域産業の未来を担う人材育成と事業承継の強化」を柱として設定し、企業・支援機関・教育機関・専門員等との連携を通じ、若者の定着促進や技能継承の場の整備、事業承継関連の支援強化などを進める。

新たな事業柱の設定

【共通柱】地域基盤・特長
企業間ネットワークの構築・強化

環境変化に対応できる柔軟な地域産業基盤の整備・強化

- ・住工共生のまちづくりに基づく各種事業
- ・設備導入・更新に関わる事業（設備投資支援事業）
- ・生産性向上（生産性向上支援事業）
- ・製造現場の自動化
- ・DX/IT導入支援事業
- ・取引先の廃業等によるサプライチェーンの見直し支援
- ・脱炭素推進事業
- ・物価上昇に対する関連施策
- ・オープンファクトリー
- ・（公財）東大阪市産業創造活動労働者支援機構
- ・東大阪市立産業技術支援センター

持続的成長に向けた高付加価値化支援

- ・新事業の立ち上げ（高付加価値化促進事業＜補助金＞）
- ・成長産業への参入（医工連携プロジェクト創出事業）
- ・デザイン製品の開発（デザインプロジェクト創出事業）
- ・生産性向上（生産性向上支援事業）
- ・技術コディネーターによるサポート（ワンストップ相談事業）
- ・産業技術支援センターでの技術相談、機器利用
- ・創業促進（創業促進イノベーション支援事業）
- ・知的財産関連事業（産業財産権活用支援事業）
- ・マーケティング関連事業（中小機構・大阪産業局など）
- ・デジタル化やカーボンニュートラルへの対応

多様化する市場に向けた販路開拓・拡大支援

- ・東大阪市技術交流プラザ
- ・販路開拓コディネーターによるサポート（ワンストップ相談事業）
- ・東大阪ブランド推進事業
- ・展示会・商談会関連事業（専門員見本市共同出展・テクノメッセ開催事業・出展補助金）
- ・包括連携・業務提携（JETRO・伊藤忠商事・大阪大学・大阪歯科大学・中之島ワックス等）
- ・海外販路、デジタルマーケティング
- ・スタートアップ企業案件の情報収集とマッチング支援

地域産業の未来を担う人材育成と事業承継の強化

- ・ビジネスセミナー
- ・次世代モノづくり人材の育成（モノづくり教育支援事業・モノづくり体験塾・少年少女发明クラブ等）
- ・外国人材の活用（JETROなどの連携）
- ・デジタル人材、副業、業業人材やジェニア技術者の活用
- ・事業承継、M&A関連事業（東大阪商工会議所／大阪府事業承継・引継ぎセンターとの連携）
- ・製造業に関するネガティブイメージを転換するための情報発信
- ・人材の採用、育成、定着に関わる事業（労働雇用政策室）

課題の分析・方針検討の視点

規模別の課題	短期的課題
情報に適切に届いていない	中長期的課題
支援メニューが活用されていない	環境変化への対応

地域資源・優位性

地域ネットワーク	製造業の集積
サプライチェーン	

市内企業が直面する課題

住工混在	設備更新
生産現場の自動化	原材料・エネルギー高
IT/DX	価格転嫁
環境変化への対応	脱炭素（GX）
取引先の廃業	
高付加価値化	新製品・技術の開発
新事業の構築	生産性向上
異分野への参入	ブランディング
大学との連携	IT/DX
脱炭素（GX）	

売上・利益の減少	新規顧客開拓
海外への取引	デジタルマーケティング
魅力の発信	ブランディング
人手不足	人材育成・定着
事業承継	技術継承
働き方改革への対応	若者の製造業はなれ
従業員の住環境	次世代人材の育成
廃業・休業	SDGs

新たな支援施策の柱に基づくモノづくり支援施策マップ

【共通柱】企業間ネットワークの構築・強化					
	I	II	III	IV	地域産業の未来を担う 人材育成と事業承継の強化
ネットワーク サブライチェーン	環境変化に対応できる柔軟な 地域産業基盤の整備・強化	持続的成長に向けた 高付加価値化支援	多様化する市場に向けた 販路開拓・拡大支援	【課題】	【課題】
【地域資源】 ・地域ネットワーク ・製造業の集積 ・サブライチェーン	【課題】 ・住工混在 ・生産現場の自動化・価格転嫁 ・原材料、エネルギー高 ・環境変化への対応・DX/IIT ・炭素素（GX） ・取引先の廃業	【課題】 ・高付加価値化 ・新製品の開発 ・新事業の構築・生産性向上 ・異分野の参入・ブランディング ・大学との連携・DX/IIT ・炭素素（GX）	【課題】 ・売上・利益の減少・新規顧客の開拓 ・海外との取引・魅力の発信 ・ブランディング ・デジタルマーケティング	・人手不足 ・事業承継 ・働き方改革への対応 ・従業員の住環境 ・廃業/休業 ・SDGs	
補助金	⑤モノづくり支援補助金（経営力向上枠） ・工場移転支援補助金 ・相環境対策支援補助金 ・事業用地継承支援対策補助金 ・住工共生まなづくり立地促進補助金 ⑦設備投資支援事業	⑤新製品の開発、新事業の立ち上げ ・高付加価値化促進事業 ・医工連携事業化促進事業 ⑥創業促進インキュベーション支援事業 ⑦知的財産関連事業 ・産業財産権活用支援事業	⑩展示会出展支援事業（国内・海外） ③クリエイション・コア常設展示場出展支援事業		
ビジネス マッチング など機会提供	⑦東大阪ブランド推進事業 （各種機会を活用した連携促進・事業機会の創出）	④DX/IIT導入支援事業 ・医工連携プロジェクト創出事業 ・産官学金連携事業 （近畿大学・大阪シティ信用金庫等） ⑧脱炭素推進事業 ④DX/IIT導入支援事業 ●マーケティング関連事業 （中小機構・大阪産業局等）	⑥東大阪技術交流プラザ ②東大阪ブランド推進事業 ⑧包括連携協定・業務提携（JETRO・伊藤忠商事・大阪大学・大阪歯科大学・中之島クロス等） ②販路開拓コーディネーターによるサポート （フンストトップ相談事業） ②専門見本市等共同出展事業 ③テクノメッセ東大阪開催事業 ●スタートアップ企業案件の情報収集とマッチング支援 （中之島クロス等との連携） ●海外販路、デジタルマーケティング （JETRO・中小機構等との連携）	●製造業に関するネガティブなイメージを転換するための情報発信（展示会等を通じた東大阪産業全体のプロモーション）	
セミナー イベント 体験	②モノづくり企業ネットワーク構築事業 ⑤オープンファクトリー ●東大阪商工会議所・大阪産業局等支援機関実施のネットワークイベントの活用 ⑧東大阪市立産業創造動労者支援機構 ⑨脱炭素推進事業 ●A Iの普及・導入促進（ビジネスセミナー）	●デザイン経営の啓発・普及促進事業	⑧包括連携協定・業務提携 （JETRO・伊藤忠商事・大阪大学・大阪歯科大学・中之島クロス等）	⑧技術者向けセミナー（モノづくり開発研究会事業） ⑩経営者向けセミナー（ビジネスセミナー） ⑬事業承継総合支援事業 【次世代モノづくり人材の育成】 ④産学連携事業など企業と学生との接点づくり ⑨モノづくり教育支援事業 ⑩青少年発明クラブ ⑪モノづくり体験塾 ●人材の採用、育成、定着に関わる事業 （労働雇用政策室）	
相談 専門家派遣	⑪（公財）東大阪市産業創造動労者支援機構 ⑧東大阪市立産業技術支援センター ⑨生産性の向上・製造現場の自動化 （生産性向上支援事業） ⑨脱炭素推進事業 ④DX/IIT導入支援事業（A I含む） ●取引先廃業等によるサブプライチェーンの見直し支援 ●物価上昇・価格転嫁に対する関連施策 （大阪府よろろず支援拠点等）	⑨産業技術支援センターでの技術相談、機器利用 ②技術コーディネーターによるサポート （フンストトップ相談事業） ③生産性向上支援事業 ⑨脱炭素推進事業 ④DX/IIT導入支援事業 ●デザイン経営の啓発・普及促進事業	⑧包括連携協定・業務提携 （JETRO・伊藤忠商事・大阪大学・大阪歯科大学・中之島クロス等） ②販路開拓コーディネーターによるサポート （フンストトップ相談事業）	⑬事業承継、M & A 関連事業 （東大阪商工会議所/大阪府事業承継・引継ぎセンターとの連携） ●外国人材の活用（JETRO等） ●デジタル人材、副業、兼業人材やシニア技術者の活用 （大阪府中小企業人材育成センター等）	

●：提言内容に新たに記載した取り組み

令和 7 ・ 8 年度東大阪市中小企業振興会議 委員名簿

(順不同、敬称略)

役 職	氏 名	役職等
会長	条 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	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	木 村 亘	株式会社日本政策金融公庫 東大阪支店長
委 員	小 島 栄 二	株式会社商工組合中央金庫 東大阪支店長
委 員	富 山 浩 三	大阪体育大学スポーツ科学部 教授
委 員	中 澄 史 雄	石切参道商店街振興組合 理事長
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	葉 山 三三子	ジャパン合同事務所 特定社会保険労務士
委 員	榛 木 孝 至	公募委員
委 員	廣 田 義 人	有限会社廣田工具製作所 代表取締役
委 員	増 本 哲 男	東大阪商工会議所 専務理事
委 員	柳 沢 太 郎	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

●モノづくり部会

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（臨時委員）	繁 原 秀 和	株式会社繁原製作所 代表取締役
委 員	榛 木 孝 至	公募委員
委 員	廣 田 義 人	有限会社廣田工具製作所 代表取締役
委 員（臨時委員）	本 多 哲 夫	大阪公立大学商学部 教授
委 員	増 本 哲 男	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

●商業部会

役 職	氏 名	役職等
部会長	加 藤 司	大阪商業大学総合経営学部 教授
委 員	茨 木 延 夫	東大阪市小売商業団体連合会 会長
委 員	木 村 亘	株式会社日本政策金融公庫 東大阪支店長
委 員（臨時委員）	白 山 登茂和	ふれんちん 店主
委 員	中 澄 史 雄	石切参道商店街振興組合 理事長
委 員（臨時委員）	西 田 祥 一	酒のにしだ 店主
委 員（臨時委員）	和 合 健 一	有限会社東阪社 代表取締役

●労働雇用部会

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（臨時委員）	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	葉 山 三三子	ジャパン合同事務所 特定社会保険労務士
委 員	柳 沢 太 郎	ハローワーク布施 所長

（令和 8 年 1 月現在）

東大阪市中小企業振興会議 審議経過

令和 5・6 年度

日程	会議名	概要
令和 6 年 2 月 20 日	令和 5・6 年度 第 1 回 東大阪市中小企業振興会議	・東大阪市中小企業振興会議の進め方について ・令和 4 年度 中小企業振興施策実施状況報告について ・各部会の設置について
	第 1 回 労働雇用部会	・労働雇用政策室の主な事業 ・就職氷河期世代支援事業の効果検証 ・現状の課題及び今後の方針について
令和 6 年 3 月 25 日	第 1 回 モノづくり部会	・モノづくり支援室の支援施策について ・令和 4 年度市内製造業に関する調査結果について ・令和 6 年度市内製造業向けアンケート調査の素案について
令和 6 年 5 月 29 日	第 2 回 モノづくり部会	・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 ・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
令和 6 年 7 月 1 日	第 2 回 労働雇用部会	・現状の課題について ・今後の方針
令和 6 年 9 月 3 日	第 3 回 労働雇用部会	・具体的な方針について
令和 6 年 10 月 8 日	第 1 回 商業部会	・本市の商業の状況 ・次期方針に向けて
令和 6 年 10 月 30 日	第 3 回 モノづくり部会	・令和 6 年度市内製造業に関する実態・ニーズ調査の結果について
令和 6 年 12 月 2 日	第 4 回 労働雇用部会	・将来の方向性について ・提言書・提言書（案）について
令和 7 年 2 月 5 日	第 4 回 モノづくり部会	・「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 7 年 2 月 6 日	第 5 回 労働雇用部会	・就職氷河期世代支援事業の総括について ・提言書（案）について
令和 7 年 2 月 13 日	第 2 回 商業部会	・次期活性化方針 ・本市の商業の課題について ・調査関係

令和 7 年 2 月 27 日	令和 5・6 年度 第 2 回 東大阪市中小企業振興会 議	・各部会の審議経過について ・市長への提言案について
-----------------	-------------------------------------	---

令和 7・8 年度

モノづくり部会及び商業部会は、前期からの議題を継続審議

日程	会議名	概要
令和 7 年 5 月 9 日	令和 7・8 年度 第 1 回 東大阪市中小企業振興会 議（書面開催）	・東大阪市中小企業振興会議の進め方について ・令和 7 年度中小企業振興施策一覧について ・各部会の設置について
令和 7 年 5 月 26 日	第 5 回 モノづくり部会	新たなモノづくり支援施策の体系（案）について ・市内企業ヒアリング内容の報告 ・モノづくり支援施策の体系（案）について ・東大阪市製造業にとっての「A I の活用」可能性について
令和 7 年 6 月 25 日	第 3 回 商業部会	東大阪市商業活性化方針について ・指標・評価の考え方 ・令和 6 年度事業実績及び評価 ・課題に向けた議論
令和 7 年 8 月 27 日	第 6 回 モノづくり部会	・新たなモノづくり支援施策の柱の構築に向けた提言書の内容について
令和 7 年 9 月 18 日	令和 7・8 年度 第 2 回 東大阪市中小企業振興会 議（書面開催）	・各部会の審議状況について ・労働雇用部会の設置について
令和 7 年 10 月 2 日	第 1 回 労働雇用部会	・前回の労働雇用部会の振り返りについて ・令和 8 年度事業（案）について ・令和 8 年度アンケート調査（案）について
令和 7 年 10 月 29 日	第 4 回 商業部会	・東大阪市商業活性化方針について ・第 2 次東大阪市観光振興計画及び事業概要について（説明） ・第 2 次東大阪市スポーツ推進計画及び事業概要について（説明） ・各分野と連携できそうな事項について
令和 7 年 11 月 19 日	第 5 回 商業部会	・商業と観光・スポーツの連携に関する提言部分イメージについて ・商業分野と観光・スポーツ分野で連携できそうな事項について

令和8年1月14日	第7回 モノづくり部会	・新たなモノづくり支援施策の柱の構築に向けた提言書（最終案）について
令和8年1月21日	令和7・8年度 第3回 東大阪市中小企業振興会 議	・各部会の審議経過について ・市長への提言案について