

令和5・6年度 東大阪市中企業振興会議

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しょうか。 【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いただきましたが、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」P51 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ないか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の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のでしょうか。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、自社で何とかやっけていこう、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せん。

【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のでしょうか。

【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。最近で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へ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だから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のでしょうか。

【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のでしょうか。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のでしょうか。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たなかで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と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～