

## 第4回モノづくり支援施策のあり方検討部会会議録

日時：平成26年6月24日（火） 午後6時から午後8時

場所：クリエイション・コア東大阪 技術交流室A

### ○中小企業振興会議委員

出席委員：糸野委員、本多委員、森田委員、小杉委員、田中委員、丸谷委員、  
阿児委員、西松委員、大本委員、加來委員、高橋委員

欠席委員：吉田委員

### ○事務局

鶴山モノづくり支援室長、巽モノづくり支援室次長

辻井労働雇用政策室長、久保労働雇用政策室次長、土山労働雇用政策室次長

野下モノづくり支援室主査、中川モノづくり支援室主任

## 開会

### 1 はじめに

・前回の部会において、意見があった施策支援の総合窓口について、事務局よりチラシに沿って大阪府に設置されたよろず支援拠点を紹介。

**委員** よろず支援拠点は、市の窓口ではなく大阪府の窓口であり、大阪府から必要に応じて市にまわしてもらうことになるのか。

→（事務局）その通りである。

**委員** 東大阪市内には、中小企業が多く、特に零細企業が多い。この制度は都道府県に窓口が1つしかないが、仕事を止めて本町まで相談にいかうとはならないのではないかと。東大阪市内にも同じような窓口が必要ではないか。

→（事務局）東大阪市では、市内の製造業を対象としたモノづくり相談窓口を開設している。また、大阪府のよろず支援拠点の受け入れ機関である大阪産業振興機構と連携をとりながらやっていきたいと考えている。

**委員** よろず支援拠点のチラシは、どう配布しているのか。

→（事務局）クリエイションコアなどの支援機関のラックに置いている。また、ホームページや中小企業庁のミラサポにて情報発信している。

**委員** 大阪産業振興機構が、以前から行っている経営相談と何が違うのか。何か新しいことがあるのか。

→（事務局）ワンストップで対応する窓口として、様々な課題に対して総合的にサポートしていくものである。今までの支援よりも踏み込んでやっていく、というアピールでもあると考えている。

**委員** よろず支援拠点は、国の方針で実施する事業である。大きい県でも小さい県でも、窓口は各都道府県で1か所となっている。大阪府に1か所でカバーできるのか疑問である。そもそも利用しないのではないかと。国も小規模企業振興基本法を審議しており、

5人以下の企業に着目している。東大阪市独自でこのような窓口ができないか、という思いがある。

**委員** 中小企業庁が、各行政機関に6月末までに中小企業施策をまとめるよう指示がでていると思うが、東大阪市は作成しているのか。

→（事務局）現在、作成中である。作成後、中小企業庁のミラサポサイトに掲載される予定である。

**委員** 東大阪市にはたくさんの支援施策があるが、ホームページで閲覧すると、すみのすみまで見ないと見つけることができない。中小企業庁からの指示で作成するものが、どのような形でできるのか期待をしている。前回の委員会であがった質問に対する回答が、よろず支援拠点であるならば、違うのではないかと思う。

→（事務局）東大阪市では、モノづくり相談窓口にてワンストップサービスを実施している。窓口に合わせていただくと、該当する支援施策を案内させていただくといった事業を過去から実施している。

**委員** 委員の方々の意見と市の意見が、若干ずれている。中小企業が県に相談するかというと、利用しづらいのではないか。利用する立場で考えて、東大阪市にはもう少し工夫をお願いしたい。

## 2 モノづくり支援施策[中小企業支援施策（高付加価値化に向けた支援）]について

・モノづくり支援施策[中小企業支援施策（高付加価値化に向けた支援）]について、事務局より資料1に沿って説明。

**委員** この資料を説明いただいた目的は何か。

→（事務局）本市が行っている支援施策について、他に実施すべき支援や既存の支援施策で見直す必要があるものなどについて、ご意見をいただければと考えている。また、作成するアンケートの参考資料にさせていただければと思っている。

**委員** 支援施策のメニューは非常に充実しているが、支援施策をうまく利用してもらえていないということが問題ではないか。うまく機能させるためにはどうすれば良いかというのが、重要ではないか。

**委員** 東大阪市内の企業で自社製品をもっている割合は約3割で、それ以外はほぼ下請けである。下請けもしながら独自製品を開発していくことは大事だと思うが、独自製品の開発は時間もお金もかかるので難しい。独自製品をもっていない下請け企業に対する支援を、検討していくべきである。

**委員** 独自製品をもたない企業に対する経営面の支援はあるか。

→（事務局）本市のワンストップ窓口は、モノづくりに対する窓口となるため、販路開拓や技術支援を行っており、資金繰りに対する相談などはできていない。本市経済総務課や商工会議所で行っている経営相談といったところが窓口になると思われる。

**委員** レジュメでもそうだが、高付加価値化がメインとなっている。独自製品以外に対する支援もしているということ、打ち出していく必要があるのではないか。

**委員** 他市の状況を調べたところ、高槻市では市の職員が出向いて市民に講座を行う、出

前講座が充実しており、80メニューほど実施している。市の施策を積極的に市が向いて説明することが必要ではないか。東大阪市でも出前講座を検討すべきではないか。

**委員** 東大阪市の施策については、どのようにアナウンスをしているのか。

→（事務局）ホームページや技術交流プラザ、市政だよりなどを用いてアナウンスをしている。併せて、モノづくりワンストップ事業の中で、コーディネーターが市内企業を訪問し、企業にあった支援策を案内している。

**委員** 市役所は、企業側がアクションを起こさないと動かない。企業側がアクションを起こすためには、企業側にもっと理解してもらえるように情報発信をしていかなければいけない。

**委員** 市政だよりやホームページより、もっと踏み込んだ広報が重要ではないか。例えば、地域ごとに場所を決めて、条例や施策について知ってもらう活動をしてこそ、市政だよりやホームページが生きてくるのではないか。

**委員** 東大阪ケーブルテレビはどうか。

**委員** ケーブルテレビは少し敷居が高いのでは。

**委員** 市役所の職員は、ホームページのどのページにどのような内容があるか把握しているのか。ホームページから必要な情報を探すのは、大変である。内容についても、難しい言葉で書いている。企業側からアクションを起こさせるために、わかりやすい言葉でアプローチする必要があるのではないか。そうすることで、もっと市の施策の活用が増えるのではないか。

**委員** モノづくり応援隊という施策があるが、名称は非常に目にとまりやすく良いと思う。しかし、政策の中身を見ると敷居が高い。敷居を下げた政策にするか、別の施策で利用するなどしてはどうか。

**委員** 市内のどの工場がどのような技術を持っているのか知りたいと思っている。下請け企業の方々が、自分の技術について発信できれば良いと感じている。そのような発信が非常に大事だと思う。

**委員** 情報の発信側と受信側にギャップがあるのではないか。施策メニューは充実しているにもかかわらず、使い手側はどのように利用、活用してよいかかわからないのではないか。このギャップを埋めていく仕組みをつくれれば、進んでいくと思う。

**委員** 例えば、歯が痛いときに眼科に行く人はいない。これを経営者におきかえると、課題など不安に思っていることを解決するルートを構築している企業もたくさんあるが、課題があってもどう解決してよいかかわからない企業もある。そのような企業が、東大阪市に相談したら良いと思ってもらえるシステムが必要ではないか。東大阪市の窓口で相談すれば、次の展開が見えるといった事例が数件できれば、あとは口コミなどで広がっていくと思う。

**委員** 病院では、医療が複雑化していく中で、トータルの診療を行う総合診療科がある。モノづくりでも社会が複雑化しているため、ピンポイントで解決策を探すのは難しい。東大阪市の施策は非常に多いので、自分の悩みがどの施策にマッチしているのかわ

かりづらい。とりあえず、悩みごとをヒアリングして次の展開を示すさばきが必要ではないか。自分で設問に答えてアプローチしていく方法や、相談所という形で人が相談を受け付けるなど、様々な方法があると思う。

**委員** モノづくりの110番のような、どんな内容でも相談を受け付ける窓口があれば良いのではないかと。自分で積極的にアクションすることが、企業にとってハードルになっている。そのような方々に、もっとオープンに使ってもらえる仕組みがあれば良いのではないかと。

### 3 モノづくり支援施策ニーズ アンケート調査について

・モノづくり支援施策ニーズアンケート調査について、事務局より資料2-1、資料2-2、資料2-3、参考2に沿って説明。

**委員** 2007年の調査の結果では何が分かって、今回の調査で何が知りたいのか。  
→（事務局）2007年の調査については、市内製造業の操業環境の悪化が進展していることが推測されていた。そのため、市の考え方として集合工場建設構想を持っており、その視点でアンケートを作成した。また、当時、景気の回復途上であったが、小規模企業までは景気回復の実感がなかったことから、小規模企業に光をあてたいという考えのもと、平成19年度にアンケート調査を行った。今回の調査では、現行の販路開拓、高付加価値化、操業環境の維持、人材育成の4つのフレームは大事にしつつ、国の施策でも小規模企業や成長分野にターゲットニングしていることから、東大阪市として進むべき方向は何なのか、また、委員の皆様から意見をいただいた「情報」というものを大事に考えて、アンケートを作成した。

併せて、景況感や課題などについては、前回との比較を行いたいと考えている。

**委員** 今回のアンケートの対象は、住工共生のアンケートの対象と同じか。

→（事務局）今回のアンケートの対象は、住工共生のアンケートを回答いただいた企業である。前回の調査では、4人以上の製造業事業所に対してアンケートを実施したが、今回は、1～4人の小規模企業を外すことはできないと考えた。最終的には、規模別の分析を行い、小規模企業と中堅企業の違いを明確にしていきたいと考えている。

**委員** 他地域からひっぱりってきた仕事を東大阪市内の下請けにまわしているか、それとも他市にまわしているのか、規模別で割合がつかめたら良いと思うがどうか。

**委員** 今回のアンケートの目的は、市の政策をどこまで理解しているのかを把握し、今後の政策にどう反映していくのか、ということである。このことを把握するための設問を充実させていく必要があるのではないかと。せっかくいただいた意見であるので、事務局で検討をお願いします。

**委員** 例えば、「あなたは、ホームページのかわりになる技術交流プラザに登録したいと思いますか」という設問を用意するなど、もっと多くの企業が技術交流プラザに登録してもらえるようアンケートを工夫してみてもどうか。

**委員** アンケートを答える立場になると、選択肢に当てはまる答えがないと、そこで回答する気がなくなってしまう。例えば、問9の人材確保について、積極的な選択肢が多

いが、何もしていないなど前向きに取り組んでいない場合の選択肢も必要ではないか。  
→ (事務局) その他の前の選択肢に「当てはまるものがない」など検討する。

**委員** アンケートをつくる立場で意見を言う。今回のアンケートについては、小規模企業に絞りたい、情報提供の話が聞きたい、ということだと思われる。そのことを考えると、2007年の調査項目をそのまま使う必要はないのではないかと。1～4人の企業を集中的に対処したいということであれば、フェイスシートの段階で書けなくなるのではないかと。小規模企業の回答数を上げるためには、設問数を減らすというのは重要である。前回のアンケートをどこまで分析したのか。どこを重視したのか。この設問はいらぬのではないかと、といった振り返りをしているのか。このような分析をしていない設問をそのまま項目として残しているのではないかと。また、いきなり高付加価値化などの文言がでてきても、小規模企業がイメージを持ってないのではないかと。設問の順番についても、工夫すべきである。

→ (事務局) 一部、振り返りを行ってない設問がある。項目はできるだけ圧縮し、並びも変更しながら回答者にできるだけストレスにならない形にしたい。

**委員** 前回のアンケート結果の精査が、まずは必要ではないかと。そこで分かっているところは聞く必要がない。

また、回答がない企業に対して督促を出すとのことだが、1～4人の企業で、督促ハガキが届いたから回答するというのは難しいのではないかと。市の職員が企業を訪問して、回収するくらいのことをしてほしいと考える。アンケートは結果も重要であるが、プロセスも非常に重要である。プロセスの中で、市の職員の方がどれだけ本気で取り組んだかということが説得力となる。結果よりもプロセスを重視してほしいと考えている。

→ (事務局) 非常にスケジュールがタイトな中で、可能な限りで対応していきたい。アンケートの回答を見てから想定外の回答や想定通りの回答の企業に対して、直接ヒアリングをしていきたいと考えている。

**委員** アンケート後のヒアリングは、普通のことであり、新しみが無い。それよりも、回答がない事業所に対して、直接訪問することで市も頑張っているな、となるのではないかと。

**委員** 問4の情報発信の設問について、選択肢の1と2の間に情報発信しているつもりだが、不安はある、というような項目を追加してほしい。

**委員** その他など自由記述欄でも良いと思う。

**委員** 今までのアンケートについて、アンケート結果は回答者に知らせているのか。

→ (事務局) アンケート結果については、冊子の作成やホームページへの掲載は行っているが、回答者へ直接のお知らせはしていない。

**委員** アンケートが届いた時に、このアンケートが何に使われるのかが分かれば、前向きに回答してもらえないのではないかと。集計結果を何に使うのか、どこに掲載するのか、などを知らせることで、回収率が変わってくる可能性はあると考える。

→ (事務局) 送り状に、アンケート結果の掲載について、記述する。

**事務局** 問10の事業継承の設問について、この問題に対して市ができる具体的な施策はない。前回のアンケートにも設問としてあったこと、非常に重要な課題であること、から残している状況である。皆様のご意見を聞いた上で、問10の設問を残すのか外すのかを判断したい。

**委員** 事業継承にかかる回答を受けて、市が対応できる施策がないのか。

→(事務局) 税制面や人材育成面での支援も現状は何もできない。

**委員** これからも、市が対応できる施策はないのか。

→(事務局) 課題があるというのは認識できたとしても、積極的に打てる施策があるのかという難しい。

**委員** 事業継承の問題というのは、事業が継承されないのが問題ではなく、技術が継承されないことが問題である。モノづくりのまちという冠をかかげて施策をやっていくのであれば、この問題に対して打つべき施策はあるのではないか。この問題に対して受け皿がないというのは、非常に残念である。もう少し枠をひろげて考えてもらえないか。

**委員** 他の機関に事業承継の相談窓口はあるので、施策は探せばあると思う。東大阪市で同じ施策がとれるのかを考えてもらえればと思う。例えば、東大阪市で相談を受けてよろず支援拠点に相談するなど、探せば受け皿はあると思う。

**委員** 今回のアンケートは、東大阪市独自で実施できることだけのために行うものなのか。これからやっつけていこうとしているワンストップサービスに、どう繋げていくか、という考えもあるのではないか。

**委員** 今回のアンケートは、企業が求めているものを知りたいのではないのか。知りたいのに受け皿がないと先に決めてしまうのは、どうなのか。単純に考えて、問10は残すべきではないか。

→(事務局) 技術の継承について、事例をみていると会社をたたんで、技術と機械設備をもって、社長から別の企業の加工業の職人になったパターンはよく聞く。そういう技術の継承と取引ネットワークの継承という視点で考えて、幅広く見ていく。

**委員** 事業の承継で一番ネックになるのは、資金の問題が多い。今ある東大阪市の融資制度の中で、新しく事業承継用の制度をつくれぬか。今ある制度の中で工夫をして対応できるのではないか。

**委員** 先ほど、税制面で対応できる施策がない、という話であったが、国が人を雇うと税金を減額するという制度を行っている。例えば、東大阪市でも同じように市税の面で優遇する施策を考えてみてはどうか。会社側からすると、人を雇って社会保険料を支払うのがしんどい。税金での手当は、まだどこの団体も実績がないはずなので、東大阪市が実施すれば会社に対してアピールになるのではないか。

**委員** アンケートについて、項目の削減など見直しは必要だと思うが、3.の各設問があることで、今回の1つの目的が果たせるのではないかと考える。

**委員** 問10について、選択肢の6, 7, 8が問題である。おそらく継ぐ人がいないため、問12の5年後の経営方針に関する設問の選択肢6の廃業につながることに思

う。問12の回答の割合がどのようになるのかが怖いと感じている。問10については、選択肢6, 7, 8でどれだけの割合があるかを把握し、対策をうたないと、問12の5年以内の廃業につながってしまうのではないか。このことから問10の設問は必要ではないか。

**委員** 問9の人材確保に関する設問に対して、ハローワークという選択肢は必要ではないのか。

→ (事務局) 問9については、行政の施策について反応を見たいという意図で作成した設問である。問9の設問の聞き方を、人材確保のため行政にどのような取り組みを求めると変更する。

#### 4 その他

- ・アンケート調査票の詳細について、本部会の学識経験者・有識者5名による会議で最終確定する旨、各委員了承。
- ・8月6日(水)に開催を予定している中小企業振興会議における本部会の経過報告について、部会長に一任する旨、各委員了承。

#### 5 閉会

第5回モノづくり支援施策のあり方検討部会については、10月28日(火)18時よりクリエイションコア東大阪において開催。

=第4回モノづくり支援施策のあり方検討部会 終了=