

第2回モノづくり部門会議会議録

日時：平成27年11月9日（月） 午後6時から午後8時

場所：クリエイション・コア東大阪 研修室C

○中小企業振興会議モノづくり部門会議委員

出席委員：糸野委員、本多委員、阿児委員、高田委員、田中委員、西松委員、
宮野委員、大本委員

欠席委員：高島委員、吉田委員

○アドバイザー

中小企業振興会議 文能会長

○事務局

鶴山モノづくり支援室長、田中モノづくり支援室次長、賀川労働雇用政策室長、
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

- ・本多副部会長の紹介
- ・アドバイザーとして出席いただいている中小企業振興会議文能会長の紹介

1 はじめに

- ・第1回部門会議にて委員より意見を頂いたモノづくりワンストップ推進事業の具体的な活動内容等について、資料1に沿って事務局より説明。

委員 前回の部会での質問内容について、委員よりご説明をお願いします。

委員 コーディネータが企業を回っているのは事実であるが、技術交流プラザ登録企業、セミナー参加企業、新聞に取り上げられた企業を中心に訪問していると聞いている。このような企業は自社でPRができるため、コーディネータが訪問する必要はないのではないかと。超零細企業を中心に廃業が増えている。そのような企業に訪問して、企業の特徴や情報を発信することが必要である。他市もやっていることなので、東大阪市がやらなくてどうするのか。今まで通りの事業ならやめた方がよい。

→（事務局）本部会にて小規模企業にターゲットिंगをすることを命題として頂いている。どう実施していくかを考えた時に、財団法人やコーディネータが持っているデータベースには限界がある。そのため、平成25年度に本市が総務省の経済センサスをベースに市域製造業の立地調査を行い確立したデータベースを活用し、小規模層の企業を中心に、把握できていなかった企業にアプローチするように今年度より切り替えている。

また、小規模企業の情報発信については、非常に大きな課題であると認識

している。本市で運営している技術交流プラザというウェブサイトに登録いただくことが有効ではないかと考えており、コーディネータが企業を訪問した際に技術交流プラザの案内をしている。しかし、現状は申込を頂いても登録に至っていない企業が多い状況である。これは、時間的な制約の問題等、様々な要素が考えられる。希望する企業が気軽に技術交流プラザに情報を掲載できる環境をどうやって実現していくか検討が必要である。

委員 小規模企業を中心に回っていくとのことだが、具体的な目標としてはどの程度を考えているのか。

→（事務局）3年間で全事業所に何かしらの形でアプローチをする。少なくとも1人のコーディネータがリストに基づき1日あたり3社に連絡を入れるよう協力依頼をしている。本市としては、企業に訪問をして、そこでやりとりをして次のステップに繋げるというのが一番良いと考えているが、財団法人は市の看板を背負っているわけではないので、どのような団体かを理解していただくことから始まる。そこで、財団法人の紹介を市政だよりに掲載した。市としても、財団法人の活動が受け入れてもらえる環境づくりを積極的に実施していきたい。

委員 今の説明を聞いて大きく変わっていくことを期待している。ワンストップ推進事業の充実と技術交流プラザの登録企業数の増加については、市内でモノづくりをしている私も望んでいることである。

先日、協力いただける企業を探していたところ、滋賀県の企業を紹介いただいたが、本社が東大阪市であった。また、東大阪市にはクリエイション・コアがあり、コーディネータが在籍している。しかし、紹介できる企業は、個人のネットワークや既存のデータベースなど限られている状況である。そこで、クリエイション・コアに届いた相談に対して、東大阪市のワンストップ相談窓口聞いてくれとなれば良いのではないかと。市単位の窓口ではなく、大きな受け皿にきた依頼をつなげてもらう情報の流れが重要ではないか。きめ細やかな情報収集をしていただき、ワンストップ窓口をもっと使いやすいものにしていただきたい。

→（事務局）ご指摘のとおり大阪府と連携することで様々なオーダーが期待できる。一方、きめ細やかな情報、鮮度の高い情報をいかに収集できるかは非常に重要であると感じており、課題として認識している。

委員 モノづくりワンストップ推進事業については、小規模企業に焦点を当てていくという形が変わっているとのことである。さらに、技術交流プラザについても、今後、改善していくとのことである。このように変わっていくタイミングで、ぜひとも委員の皆様から意見を頂戴し、より使いやすい、より目的に沿った形で仕組みを構築できればと考えている。

委員 全事業所を3年間で訪問するとのことだが、分母はどの程度か。

→（事務局）訪問を希望しても断られるケースがあるため、訪問ではなくアプローチの件数であるが、分母としては、市内の全事業所から技術交流プラザに登録

している企業と既にコーディネータが訪問した企業を差し引いた4000～5000社程度を対象としていると記憶している。

委員 モノづくりワンストップ推進事業をさらに変えていくという意味で、前回の部会でコーディネータの公募を提案させていただいたが、どう考えているか。

→ (事務局) コーディネータについては、現在、販路系と技術系の体制で、それぞれ専門特化型のコーディネータを採用しており、海外駐在経験や公設試験研究機関で相談業務や試験、研究開発業務に携わったキャリアなどを見させていただいている。限定的に採用しているわけではない。広く公募をしているわけではないが、人材バンクなどに登録している専門性を発揮できる方を紹介させていただいている。優秀な人であれば幅広く求めたいが、例えば、中国駐在経験のコーディネータが3名いても仕方がない。バランスも考えて、意図を持って雇用していく必要がある。

委員 コーディネータの活動量基準について、平成27年度の6ヶ月間で販路系は1人あたり76件の訪問であり、年間142日勤務ということは1日1件ペース。技術系で1人あたり217件の相談対応であり、1日3件程度の相談を受けていることになる。これは、1日で1件訪問して1案件となっているのか。相談対応については、電話だけで済んでいるのか、それとも訪問をしているのか。また、1案件に対して1回の訪問で終了ではなく、2回、3回と続いている支援があるのか。コーディネータの活動概要を知りたい。

→ (事務局) 活動については、多種多様である。例えば、販路系であれば、具体的な課題を頂戴できないケースもあれば、何度も足を運び経営戦略に近いところまで入っていくケースもある。企業のニーズに応じて対応していく。この間は、広く浅い対応になりがちであったが、成果を求めることを考えるときめ細かく、企業が求めている内容を最大限できる範囲で対応していくことが必要である。一方で、民業圧迫にならないことも意識をしながらサポートをさせていただく。技術系については、実態として待ちの姿勢が多くなっている。様々な引合案件に対して企業を紹介する形となるため、持っている情報が古ければミスマッチにつながる。市内企業との情報交換も重要であると認識している。いずれにしても、ニーズによって、深い浅いがあり、対応する回数の違いもある。今までに対応が浅いと指摘を受けていたので、改善していきたい。

2 モノづくり支援施策について

(1) 平成28年度実施施策(案)について

(2) フリーディスカッション

3 東大阪市内製造業の事業承継の実態に関するアンケート調査結果の概要について

東大阪市内製造業の事業承継の実態に関するアンケート調査結果の概要について、資

料2、資料3、参考資料1、参考資料2に沿って事務局より説明。

委員 アンケート調査の目的は何か。

→（事務局）経営上儲かっているにもかかわらず、継承者がいないがために廃業せざるをえないという事態に対して、何かしらの方策により対処をしていきたい。ただし、この問題は企業によって事象が異なることから難しいと考えている。ヒアリングを通じて何かしらの方策を打ち出していきたい。

委員 アンケート調査の回答属性を見ると1～4人の小規模企業層が約4割と多い。その中で経営者の年齢を見ると65～69歳が多くなっている。このことから、コーディネータ事業については、小規模企業層に焦点を当てて早急に実施していく必要がある。

委員 参考資料1の3ページの間3「現在の事業を継承するつもりはない」と回答した理由は何か、との問いに対して、息子・娘に継ぐ意思がない、適当な後継者が見つからないとの回答を合わせると約40%となる。この資料では、何人規模の会社なのかまでは分からないが、訪問活動によって、このような情報も把握できるのではないかと感じた。改めて訪問活動が重要であると感じた。また、お配りした企業家講座の新聞記事について、25歳で青年社長にとあり、このような人材を就職させて社長にしていくという話であり、絵に描いた餅のような話と感ずるかもしれないが、実態とニーズから見れば実現性はあるのではないかと感じた。

委員 アンケートの概要を見て思ったのが、今まではアンケートや技術交流プラザへの登録について小規模層の企業に参加いただけていなかったが、この調査では1～4人の回答が一番多い。やはり、小規模層の企業が事業承継を切実な問題として捉えているのではないかと感じた。このアンケート調査でどういう傾向があるのか明らかにしていただきたい。

また、資料2の一番下の参考の類似アンケート調査はどういう意図で記載しているのか。

→（事務局）回収率19.2%の比較材料として記載している。

委員 19.2%が決して低くないという意味か。ここで重要なことは何%の回収率を目指したのかということである。これからアンケートをする際は、回収率や回収数等の目標値を設定すべきである。

委員 事務局からの単純集計の説明の際に東京商工会議所の調査結果と比較をしていたので、東京商工会議所の調査の情報があつた方が分かり易いということもある。次回以降、委員より指摘いただいたことについて、やっていただければと思う。

委員 業歴の問について5年未満が一番短い選択肢であるが、幅が広く感ずる。次回のアンケート調査では、1年未満という選択肢を設けて新規事業を開拓した実態を把握する必要があるのではないかと感じた。

委員 今回のアンケートは、事業承継が目的であつたので、そのような選択肢ではないが、他のアンケートでは調査していく必要があると思う。

委員 参考資料2の3ページの間2のクロス集計を見ると80歳以上の経営者が25名いて、そのうち8名が継続の意思がないということは5年～10年したら絶対になくなるということである。75歳以上でも15人、70歳以上でも24人継続の意思がないとの状況である。何もしなければ、このあたりは絶対になくなっていくので、待たなしの状況である。中には儲かっている会社やすごい技術を持っている会社もあるかもしれないと思うとすごく怖いことだと感じる。

委員 日々、モノづくりの仕事をしていると、年に何件か取引している企業で廃業の話がでてくる。廃業の1番の原因は後継者の問題で継ぐ者がいないことである。長年お付き合いのあった企業が無くなっていくのは堪える。そういう意味では、様々な形での後継者へのアプローチが必要となってくるのではないかと。商店街でも野菜、魚、肉、米など主要なお店が必要であるように、モノづくりにも最低限度必要な技術がそろっていないといけない。このようなモノづくりを支えている所ほど廃業のリスクが高い状況であるので、急ぐ必要がある。

→ (事務局) 今後の東大阪市を考えた場合、集積体の機能をどう維持するかが重要である。事業所の存続を目指すという視点ではなく、今ある技術をこの域内でどう確保していくのか、それによってネットワークどう維持し、再活性化させていくのかを考えていかなければいけない。実は、高度な技術・職人技ほど立ち行かなくなっているとの声をよく聞く。NCがあまりにも進みすぎたがために、本来、人間が果たすべき役割や機能が生かせなくなっているのではないかと感じる。人間が機械を使い、人間がコントロールする環境をもう1度取り戻すべきだと考えている。今後、委員の皆様にはそのような視点でご意見をいただければと思う。

委員 今回の調査で小規模層の企業が深刻であると実感した。参考資料2の2ページの間2で「継承の意思なし」が全体では20.2%であるが、4人以下になると41.2%となっており、深刻さがデータに表れている。また、4ページの事業承継の時期を見ると、どの年代でも10年以内となっており、この10年で事業承継の時期がやってくる。一方で5ページの事業承継の準備状況について見ると、小規模層の企業では「あまりしていない」、「全くしていない」を合わせて5割を超えている状況である。つまり、10年以内に継承を考えているのに、準備をあまりしていない、全くしていないが5割を超えている。しかも年齢を見ると、50代、60代で準備をしていない状況である。さらに、事業承継の相談状況を見ても、小規模企業層で「相談していない」割合が多くなっている。このことから、小規模層の企業で10年以内に来る問題を準備していないという姿が明確に表れている。このことについて、短期で実施する施策と長期的に行う施策は切り分ける必要である。つなげていくような短期的な施策と子供達や若者にモノづくりの素晴らしさを伝える長期的な施策は並行して実施していく必要がある。

4 その他

- ・ 11月27日に開催を予定している中小企業振興会議における部会報告について、部会長に一任する旨、各委員了承。
- ・ アンケート結果の分析にかかる学識経験者・有識者会議について、平成27年12月21日（月）17時より開催。
- ・ 第3回モノづくり部門会議について、平成28年2月16日（火）18時より開催。

閉会

＝第2回モノづくり部門会議 終了＝