

第12回中小企業振興会議 議事要旨

日 時	平成29年3月24日（金）午後2時00分から午後3時30分まで
場 所	クリエイション・コア東大阪 南館3階技術交流室A
出席者	○中小企業振興会議委員 阿児委員、飯島委員、茨木委員、上田委員、大西委員、小野委員、加賀委員、角本委員、糸野委員、倉貫委員、高田委員、田中委員、谷川委員、中嶋委員、西松委員、宮野委員、脇田委員 ○事務局 河内経済部長、浅田経済部次長、鶴山モノづくり支援室長、賀川労働雇用政策室長、大西経済総務課長、米田商業課長、久保労働雇用政策室次長、土山農政課長、森脇経済総務課主査
案 件	1. 東大阪市中心小企業振興会議各部会報告について 2. 平成29年度中小企業の振興に関する施策（案）について
議事要旨	<p>開会</p> <p>○案件1【東大阪市中心小企業振興会議各部会報告について】 東大阪市中心小企業振興会議報告に基づき、中嶋地域商業の魅力と活力の再生検討部会長、上田農業振興検討部会長、糸野モノづくり部門会議部会長より各部会の報告を行った。</p> <p>【以下質疑応答】</p> <p>（委員） 今、3部門の報告を聞いた。モノづくりワンストップ事業や、技術交流プラザ、これはモノづくり企業を紹介するホームページで、このホームページを経由して、仕事の引き合い・問い合わせが結構あって、恩恵を受けている企業がある。商業のところ、東大阪市内のそういった小規模企業・店舗を周知するような施策はあるのか？</p> <p>（事務局） 商業の情報発信ということで、最初の方は行政からの支援で立ち上げをしていただいて、それ以降は商店街連合会の方で運営をされている「まちナビサイト」がひとつございます。それ以外のものとしたしまして、行政の方のホームページで今回個店のコーディネート事業という形で取り上げさせてもらったお店という点を結んで情報発信をしてみようとしております。あとは、観光協会のホームページにおいて、いろんな食品でありますとか、モノづくりの製品もふまえての情報発信等をしていただいているところです。併せまして、昨年11月に東大阪ツーリズム振興機構（DMO）というところが立ち上がり、東大阪市内のいろんな魅力ある情報発信を行っている。新聞でご覧になったかもしれませんが、例えば、今現在ラグビーめしについて取り組んでおられ、今後については、そういったところを包括して発信していくということで、行政と連携しながらやってまいります。</p> <p>次に、農業の発信ということで、JAグリーン大阪、中河内さんのご協力を得て、ファームマイレージ2運動を東大阪市としてはとくに重点課題と考えております。あとは援農ということで、農業も高齢化が進んでおりますので、農家の方だけではなくて、市民一般の方にも手助けしていただいて、東大阪市の都市農業を守っていききたいと考えております。</p> <p>（委員） ありがとうございます。東大阪のまちナビサイト、私もスマホで見させていただくんですけども、確かにそういった情報発信というものあるんですけども、モノづくりと商業でホームページが変わるんですね。そこへいけば必ず情報ある、例えばブログ的な形で、まちの情報をポンポンと情報提供するのと違うと思うんですね。東大阪市のホームページも以前と比べれば、だいぶ見やすくなったんですけども、東大阪で何が起きているのか、今日の東大阪どうなっているのか、ホームページ一箇所、様々なジャンルの事柄やまち全体がわかるような情報発信に努めてもらいたいと思います。</p> <p>（事務局） ホームページを担当している部局にこういった意見があったということをお伝えしていきたいと思っております。</p> <p>（委員） ひがしおおさかまちナビサイトは、最終的には、工業も農業も、商店街も含めたポータルサイトという形を目指しておりますが、十分に機能しておらないところが現状でございます。少しお聞きしたいのですが、農政部会の提言の中に、農業の生産物を商店街で空き店等を利用し販売するといった商店街の活用について示されているが、現実の問題として商店街の活用という計画はあるのでしょうか？また、どのような計画をした方がいいかと思われるのか？それと商店街でどのような協力・支援をできるのか、お聞かせ願いたいと思います。</p> <p>（委員） 部会の方でも活用というところまでの議論は進んでいないというのが現状でございます。提言をさせていただいた経過としては、飲食店と農家さんがコミュニケーションをとられて、こういう農産物がある</p>

のでそれを活用してくださいという形でつながりがある、連携をとってらっしゃることは聞いておりますし、商業活動として回っているという事例として委員の方から聞いているところでございます。商店街に持っていく場合に課題となりますのが、経費的な部分、人的な部分をどうしていくのか、生産物を運搬して、商店街で販売をするということであれば、やはり支援が必要でありますでしょうし、そういったところから、部会の方では具体的な検討はされていないというのが現状でございます。委員の方がおっしゃいましたように、店舗で売るのがそれを定期にするのか不定期にするのか、今後の課題ではあります、候補としてはあるべき姿かなと思います。

(事務局)

提言にありますように、商店街との連携というのは、商業課と協力しながら、商店街の方のご意見をお聞きしながら、東大阪の農産物を置けたらなということを考えております。なぜこういった話になったかと申しますと、東大阪市内のエコ農産物の量が増えてきているところで、売るところをどこにするのかということが課題になってきております。軽トラックを使ってイベントとして何かできないか、または東の山間部でなかなかスーパーとかに行けないところや高齢者のところに軽トラックを使って行けないとか、そういったことを今後進めていけたらなと考えております。

(委員)

農産物の6次化ということで、例えば商店街の方からこういった農産物が欲しい、モノづくりの方からこういった農産物が欲しいといった、そういったコーディネートというんでしょうか、今後2年後、3年後どうしていくのかみたいな、トータルなお考えはあるのでしょうか？

(委員)

農産物の6次産業化についても、部会の方でも話し合ったところでございます。ただ東大阪の場合は、6次産業化を軌道に乗せるといった量、少量多品種というのか、なかなかまとまった量が出来てこない問題がやはりありますので、まだまだイメージが沸かないといったところでございます。一部こういった商品を期間限定で単発での実績はありますが、産業としては難しいと思います。

(事務局)

東大阪の農産物でまとまった量を生産し、それを収穫していくというのはなかなか難しい。先程の商店街で売の話もそうなんです、ひとつの店舗を構えて1年中売っていく量があるわけではないというところがありまして、そういった中で、なかなか6次産業を興すというのは難しいところがございます。産業として食べていくには、収量が少ないというのが一番の問題かなと思っております。

(委員)

今、ファームマイレージ2運動を、これはエコ野菜を推奨するっていうことで、これをまずどんどん押し進めているわけですが、今生産者がどれだけ残るのかという問題があります。今6次化という問題で、奉仕では行けるんですが、採算が合わない。量が問題となる。実は今野菜で一番喜んでもらえるのは生であり、今この新鮮で安全安心な生の野菜をどれだけ振興していくかというのを農業関係は考えていくべきではないかなと思っております。採算が合うような産業化はなかなかできないというのがあります。ただ、農業というのは農産物だけ残すのではなくて、その自然の空間が大事です。震災の時など、万が一の場合に、農地っていうのをどう位置付けがあるのかというのでも検討していきたいと考えておりますので、宜しくお願いいたします。

(委員)

小規模企業への支援っていうのは急務ということで、モノづくり部会でもいろいろ発言させていただいた。今小企業っていうのは、ほんと大変で、私どもがスタートした2年前からも非常に大変な状況ですね。東大阪はもちろん小零細企業が中心となっていて、それが顕著に出てるんですけど、実は地方都市はもっとひどいんです。地方はモノづくりのそういった企業が少ないもんですから、ひとつやめると非常に大きな影響が周辺にきたすという状況ですね。東大阪はまだ集積地ですので、今非常に大変な状況になってるんですが、今頑張れば、集積は日本一を続けることができ、まだまだ力を発揮していくというふうには私は思っています。そういう意味で、是非新年度でも、小企業の支援ということが一番大きなキーワードにさせていただいて、やっていただきたいと思います。それが1点。二つ目は、人材育成についてですね、意見を言いたいと思います。一昨日中学校の方から工場見学にきました。せっかく来たんだから、子供たちに感動してもらって帰りたいと思ってるんですね、見る、触る、感じる、考える、楽しむ。5つのキーワードですね、子供たちに大変喜んでもらってますね、モノづくりの理解と憧れ、将来の人材育成をするっていうことでね、やっていきたいんですが、是非次年度には、モノづくりと商業と農業、これはひとつになってですね、是非人材育成や、それぞれの工場や商店街とか農業関係であるとか、そういった後継者の人材育成という幅広い交流と取り組みを、是非やっていただきたいということを最後に希望しておきたい。

(事務局)

まず1点目、小規模企業への支援ということにつきましては、中小企業振興条例前文に「本市は、我が国の経済の発展をも支える多種多様な小規模企業者が集積する、活力ある「中小企業のまち」・「モノづ

くりのまち」として、全国的にも確固たる地位を築きあげてきました。このように、小規模企業者を中心とする本市の中小企業は、地域経済を支える本市の重要な存立基盤であるとともに、熟練の技術を引き継ぎ、産業を活性化させ、市民の雇用やまちのにぎわいを創出する源です。」ということで高らかに宣言しております。このことを踏まえてこの振興会議も設置されておりますし、さらに、あえて第2条の定義の中にも小規模企業者の扱いについて規定し、条例の中で小規模企業者への支援ということを条例の中できっちりと定めており、次年度以降についても、こういうスタンスで臨んでいきたいと考えております。

2点目の人材につきましては、この間モノづくり部門会議の中でもご指摘を頂戴しております。様々な機関で人材育成ということについて、とくにモノづくりを中心とした人材育成という観点で、NPO 活性化支援機構であったり、修学旅行生を対象とした一般社団法人大阪モノづくり観光推進協会であったり、布施北高校ではデュアル総合学科を設け全国的にも著名な取り組みを展開されている。これらさまざまな機関がそれぞれ取り組みを展開されておりますので、これらの機関の情報をうまくつないでいくということをやっていく、化学反応がおこればなあという、きっかけづくりといたしますかね、これは行政側にしか多分できないと思いますので、これを行政の方で試みていきたいなと思っております。そういったことをしていくことである意味横串と言いますか、そういう方向になるのではないかと考えているところでございます。

○案件2【平成29年度中小企業の振興に関する施策(案)について】

資料1に基づき、河内経済部長・浅田経済部次長・鶴山モノづくり支援室長より、平成29年度中小企業の振興に関する施策(案)について説明を行った。

【以下質疑応答】

(委員)

今日、この資料貰った時に、都市ブランド形成推進事業、なんじゃこりゃと思ったんですが、今の説明の中にもありましたが、モノづくり部会でも最後のところで意見を言わせてもらったんですが、「モノづくりのまち東大阪」っていう冠は、製造業のまちっていうふうに読み替えられているんじゃないかなっていうきらいがあります。モノづくりっていうのは、物を作るだけでは商売にならない。売る人がいて、商店ではマーケティング能力がいる、市場が何を求めているのか、布施市を中心とした商業のまちだからできるだろうし、農業でも産業ができるのかっていうのは、全く規模感がわからなかったんですが、例えばどっかのレストランで1日限定10食とか出したりしてる店が有ります。10番以内になるために並んで、それが目玉になってその店が流行るとか、いわゆるモノづくりのまちっていうのは、マーケティングが有ったり、実際に製造するところが有ったり、物流が有ったり、交通網が有ったり、いろんな条件がそろっているからモノづくりのまちっていうのが成り立つんじゃないかなというふうに思うんですね。行政の方はワールドカップを絶好の機会ととらえてとおっしゃいましたが、いまわれわれモノづくり企業は2025年大阪万博、大阪モノづくりのまちっていうのを目指していて、もうちょっと定義のところからお話しをして広めていってもらえればなあと思います。これは一個人の意見として。

(事務局)

まさにその通りだと思う。モノづくりっていう言葉を定義したい。モノづくりっていうのは製造業だけではなくて、使われるシーンや使う人たちのことを思いながらっていうことを定義したいですし、このブランディング化の先にある物は、市内モノづくり企業のモチベーションの向上であったり、プライドだと思うんですね。このまちは誇れる町だ。自分たちがいなければ世界は回らない、あの製品、この商品にも我々が作っている部品があるんだというような自負を持てるまちにしたい、していく、これが究極目標です。そのためには世界に発信し、世界からはそう思われているんだ、おれもがんばらないと、といった気持ちを町工場働く皆さんが思ってもらえるような、そういったまちにしていく。これをどのようにしていくか、まだ緒に就いたところですから、これからいろんなシーン、またこのような会議でご意見をいただきながら、そういったものを作り上げていきたいなというふうに思っております。ありがとうございました。

閉会