

第14回中小企業振興会議 議事要旨

日 時	平成30年3月23日（金）午後6時00分から午後8時10分まで
場 所	クリエイション・コア東大阪 南館3階研修室
出席者	<p>○中小企業振興会議委員 阿児委員、芦塚委員、油谷委員、茨木委員、大塚委員、大西委員、加藤委員、桑野委員、下山委員、西松委員、檜尾委員、光岡委員</p> <p>○事務局 河内経済部長、矢野経済部次長、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、松下モノづくり支援室次長、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</p>
案 件	<p>(1) 部会の設置について</p> <p>(2) 経済部 新規・拡充事業（案）の概要について</p> <p>(3) 報告案件について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・都市ブランド形成推進事業 ・青少年向けモノづくり体験活動団体交流会
議事要旨	<p>開会</p> <p>○案件1【部会の設置について】 資料1-1、資料1-2、資料1-3に基づき、鶴山モノづくり支援室長、米田商業課長、久保労働雇用政策室次長より、部会の設置について説明するとともに、矢野経済部次長より、農業に関する部会を置かない理由を説明。3つの部会の設置を行うことの承認を受ける。また、中小企業振興会議規則第6条の規定に基づき、資料3のとおり各部会委員を指名するとともに、モノづくり振興部門会議部会長に芦塚委員、商業振興検討部会部会長に加藤副委員長、労働雇用部門会議部会長に衣笠委員を指名。</p> <p>○案件2【経済部 新規・拡充事業（案）の概要について】 資料2、追加資料1、追加資料2、参考資料1に基づき、鶴山モノづくり支援室長、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より説明。</p> <p>【以下意見】</p> <p>(委員) 2点質問をしたい。資料2の事業番号19「事業承継総合支援事業」及び事業番号20「若手経営者ネットワーク化促進事業」について、事業承継と平行して若手経営者のネットワーク化を進めていくという取り組みについては、非常に有意義なことだと考えております。事業番号20「若手経営者ネットワーク化促進事業」について、具体的内容はどうか？</p> <p>(事務局) 事業番号20「若手経営者ネットワーク化促進事業」について、会議所への委託事業であるので、仕様の中身は協議をさせていただく。我々が考えているのは、20人から30人規模の次世代を担う若手経営者にお集まりいただき、毎回違う方がお集まりいただきたいのですが、5回くらい、ワークショップの形でディスカッションしていただく。それによって、グループのつながりを深めていただく、おんなじメンバーでの連続の5回開催ではなくて、いろんな人たちがかわりを持てるようなイメージを持っていることから、いろんな方に参画をいただきたいと思っております。企業の皆さんにも、ぜひお声掛けをいただけるとありがたいというふうに思っております。</p> <p>(委員) もう1点ですが、追加資料1ですが、大阪府におおさか地域創造ファンドという事業があったと思うが、関連はあるのか？</p> <p>(事務局) 全く別物でございます。</p> <p>(委員) 2点質問をしたい。資料2の事業番号24「商業振興コーディネート事業」について、委託事業として予算計上されているが、地域でがんばっておられるお店への支援というのは、どのようにやっておられるのか？もうひとつは、追加資料1地域未来投資促進の基本計画について、大阪府下でほかに先行してやっている実績があるのかどうかをご教示願いたい。</p> <p>(事務局) 本事業においては、直接の支援はないが、ポータルサイト等掲載支援事業については、30店舗ほどを支援させていただこうと思っております。インバウンド対応促進事業のセミナー等をお聞きいただいて、実際にやってみたいという方、自分にはハードルが高いという方、グーグルのマイビジネスという無料のサービスがあり、そこに情報を掲載するサポートをさせていただこうと思っております。お店の名前、地図、電話番号だけではなく、写真も貼り付けることができまして、特に今回考えておりますのは、グーグルのストリートビューという機能がございまして、これは、お店の中にまで入って展開するという機能がございまして、それは360度撮影できるカメラを使いまして、それをグーグル上に貼り付けることができるというものでして、今回はその360度撮影するデータ作成をサポートするということを考えております。また来年度、本市経営企画部の方で、東大阪市の魅力を発信するポータルサイトというものを立ち上げる予定でして、そちらに東大阪市の地図がございまして、そこに文化施設の情報でありますとか、いろんな情報を肉付けすることが予定されております。そちらのマップに本事業で作成しました30店舗のデータもピン立てをしていただくことを考えております。これまでの実績といたしましては、若江岩田の商店街のグループの支援がございまして、従来の商店街だけではなく、若手の店主さんを含めた取組みができないかという声がありましたので、コンサル会社に入ってください、支援をさせていただいたところでは、商業の支援事業といいますが、補助金がなくなると回らなくなるというのが多いのですが、若江岩</p>

田の事業につきましては、補助金がなくなっても自立してやっていくということをいただいております、若手経営者が育ち若江岩田きらりプロジェクトということで、今も自立されている事業をされておられます。

(事務局) 2点目のご質問について、大阪府の先行した取り組みにつきましては、詳細をつかんでおりません。大阪府に確認をさせていただき、議事要旨を送付する際に添付資料として送付させていただきます。

(委員) 資料1-1の都市ブランド形成推進事業は、どのような内容か？

(事務局) 次の報告案件の中で、都市ブランドをご説明させていただきますので、ただいまのご質問を織り込んでご説明をさせていただきます。

(委員) 資料2事業番号4「東大阪産業フェア開催経費」について、本フェアに出展される企業さんはどのような企業を想定されているのか？

(事務局) 市民向けのイベントで考えておりますので、いわゆる BtoB という視点は基本的に考えてございません。フェアですので、そこまでにぎわいを作っていく、物を売るでありますとか、食べ物を売るとか、そういったことを可能な範囲で検討してまいりたいと思います。ただし、東大阪市のものづくりの歴史でありますとか、ラグビーワールドカップ2019において花園で試合をされる国の情報等の掲示等を行うかもしれませんが、商談という場面は想定しておりません。

○案件3【報告案件について ①都市ブランド形成推進事業 ②青少年向けモノづくり体験活動団体交流会】
報告1、報告2に基づき、鶴山モノづくり支援室長、賀川労働雇用政策室長より報告。

【以下意見】

(委員) 先程の子供向けの施策と、説明いただいた施策、根は一緒だと思う。東大阪の都市ブランドをどうやって形成していくかということですが、非常に面白い試みはされていると思いますが、ブランドというものは、当事者だけでなくその周辺の方がそれをどういうふうに思っているか、ブランドは皆さんの心にある、本人ではなくて周辺の方がどう思うかというのがブランドなんです。東大阪っていうのはこんなにすばらしいものがあるよといくら言ってもですね、周辺の人たちが或いは東大阪で暮らしてみようと思う方が、東大阪ってモノづくりのまちでかっこいいやんと、是非あそこで暮らしてみたい、あそこで働きたいと思わないと駄目なんです。東大阪の人がいくら思っているのもですね、他人がそう思ってくれないといけないので、大変失礼な言い方かもしれませんが、中の人間がどう思うかということを中心にどうもブランドを考えてらっしゃって、外からどう見られるかということがもうちょっとあってもいいんじゃないか、もうちょっと言うんですね、モノづくりのまち東大阪、これはすばらしいですよ、ナンバーワンとかナンバーワン、モノづくりだけでは都市ブランドは形成されないんじゃないかと、僕は思うんですね。例えば商業にしたって、モノづくりがあって、そこにいろんな面白い人がいて、儲かっている人がいて、そこに行けばおいしいものがいっぱい食べられる、しかも集積があるんで安いとかね、僕らが学生と回ると、安くておいしいんだけど、どうも若者にしたらおしゃれじゃないというような感じなんです。僕はまちっていうのは一体で、「住みたい」・「食べたい」・「働きたい」の3つの要素があって初めて都市ブランドの概念ができるとちょっと思うんですけど、例えば都市近郊で、モノづくりのまちでっていうと、例えば尼崎・川崎ですよ。川崎なんか最近ものすごくおしゃれになってきている。若い人たちが住みたいまちになっている。住みたい=働きたいみたいな感じにつながっていくとですね、もうちょっとブランドの定義というか、広がりやを広くしていただいて、それを今商業なんかでやっている施策にね、どんどん反映していく。例えば商業のところでも賑わいを作っていく、ネットワークとかいったらね、それは住むんだったらいいところだねというのを打ち出そうとしているので、僕は矛盾していないと思っている。ブランドっていうのがちょっと狭く、モノづくりっていうことにすごく限定されているのもったいないという印象なんです。

(事務局) メインはそうなんですけれども、議論としては振興会議にお諮りさせていただいておりますので、委員の皆様方に広くということで、部会の中で議論していくという位置付けではなくて、基本的にはこの場でご議論いただくということも、当然ありということで本日はご説明をさせていただきました。

(委員) ということは、これを例えば商業の部会の中で使っていただいてもかまわないということなんですね。

(事務局) モノづくりというのは、東大阪というものを最大限区別化できる、性格上都市の色合いを明確に出せるという最大のツール。それをいろんな形で都市のイメージアップに相乗的につなげていくことを思っております。そういった意味において、モノづくりの部会で収まるものではなくて、広く言えば東大阪市全体と考えていいと考えております。

(委員) せっかく調査をされるのであれば、東大阪に住んでいる子供たち、或いは東大阪以外の方たちにも、東大阪の都市ブランドってどういうものですかと、モノづくりは皆さんどのように理解されていますか、認識されていますかということまで聞いていただくと、いいと思う。いいものを作っていれば必ず売れるという、これは生産者思考。マーケティングとかブランドといったら、買い手の人の立場なんですね、買い手がどう思ってくれるかというのを外から見た評価っていうのを是非やっていただくと、中の企業さんのイメージと違うのか、同じなかっていうことで、また新しい課題とか、やり方が出てくると思うんです。もしお金に余裕があるのなら是非やっていただきたい。

(事務局) 都市ブランドはまずインナーブランドを大事にしようということで、また発信するだけの統一した意識もまだモノづくり企業全体に醸成されていないですし、ご指摘の内容もちろん意識の中にはありまして、外からどう見えるかっていうことについて、何を指標に図っていくかということも考えております。一方でこれは近畿大学とやっているのですが、将来東大阪へ帰ってくる可能性のある学生さんが東大阪をどう見てくれているのか、モノづくりを知っているのかということ産学連携の中で協力いただきな

がら、今進めようとしております。今後本事業が進んでいったときに、それが変わったかどうかということをもた見極め、長い目で追いかけるということも必要と考えております。

(委員) お金のかからない範囲でお願いします。

(委員) 先ほど説明あったように、東大阪の製造業は大部分が最終製品を作っていない、いわゆる BtoC 商品を作っておられない状況で、東大阪ブランドを考えた場合、やはり最終製品を作り出さないと、なかなか難しいと思うが、如何か。

(事務局) これからの国内の製造業は、高付加価値化を実現する、それをしようとする、やはり自社製品・最終製品をつくるというのが一番的確なのではないかなと考えております。そういった意味で、今回モノづくり試作工房を舞台に、デザイナー・学生・市内企業が交流しながら、製品開発を行っていくことを考えておりますが、それをブランドとして受け入れできるように育て上げていきたいというふうに思っております。

(委員) せっかくであれば、東大阪の方にデザイナーさんが住んでほしい、空き店舗をうまく活用してですね、交流していただくとか、それからやっぱり消費財じゃないと、一般消費者はわからないということですよ。先ほど東大阪の新しいロゴですかね、あれを東大阪の企業さんに作ってもらって、ずっとつながっているわけですから、市内の企業さんで作れるところがあると思います。

(委員) 今回の都市ブランド形成推進事業でアンケート調査等一部をさせていただいております。

先程ご意見のありましたように、ブランドに対する認識というのはそういったものであろうと思います。私も、お手伝いしていなかったら、そういった意見を出したのかなと思うんですが、先程モノづくり支援室よりご説明のありましたように、一般的にブランドというのがこういったものであろうという概念を実際に政策として実現していくものと、全部いっぺんにやるというのは無理なんだなということを感じております。ですから、今回はモノづくりという東大阪の特徴、一番の強みを出せるところを中心に、まず、世界に対して東大阪のブランドの認知してもらおうという形で発信するという1点突破で全面展開していくことを考えておられる。逆に言うと課題もたくさんありまして、住工混在の点、いかに東大阪が住むのにいい街なのかと実際考えると数点問題もある。本当に住みやすく働きやすいまち東大阪にしていくなめには、そんなに簡単に一足飛びにできるものではないなということも認識しながらも、1歩1歩進んでいくのが今回の政策立案なのかなと感じております。

(委員) ブランドというのは非常に難しいと思う。過去に東大阪、人工衛星があった。ロケットすべてでなく、衛星の部品のひとつだったと思うが、人工衛星という切り口で、東大阪には人工衛星を上げられるような企業があるということで成功したと思います。我々商業者としては、ラグビーワールドカップが開催される中で、盛り上げようという運動をやっております。成果物ができましたので、お披露目いたします。トレー、これはラグビー場を模してあります。また、小口ボードを作りまして、さらにはラグビーのルールを書いたものを作りまして、東大阪市内全商店街に配布する予定です。全体として盛り上げていこうと考えております。

(事務局) 先ほどの説明に足らずがございました。先程委員の方からご紹介のありましたものは、市からの委託料で作成したものでございますが、他にもカレンダーのぼり等を作成しておりますので、追加でご説明申し上げます。

(委員) 観光協会では、昨年高校ラグビーの開会にあわせ、一澤帆布さんとのコラボで「聖地花園」の鞆を作成したが、即日完売した。追加したものも即日完売でした。「一澤帆布」と「聖地花園」のブランド力の凄さを感じた次第です。「聖地花園」の商標登録を市はとらなくても大丈夫なのか？

(事務局) そういうもので商標登録はできないという話がありまして、トライくんのイラストを併せれば登録商標できるというふうに聞いております。

事務局より来年度スケジュールを説明し、閉会