

モノづくり振興部門会議最終報告

東大阪市中小企業振興会議

モノづくり振興部門会議

目 次

はじめに

1. モノづくり支援施策の今後の方向性について 1

2. 東大阪市産業技術支援センターの今後のあり方について 3

参考資料 1 モノづくり振興部門会議 開催日程 5

参考資料 2 中小企業振興会議モノづくり振興部門会議 委員名簿 6

はじめに

本市のモノづくり支援施策は、平成27年2月開催の第6回東大阪市中企業振興会議で取りまとめて提言した『モノづくり支援再興戦略』に沿って展開されている。この再興戦略では、2つのコンセプト「1 小規模企業にきめ細かく光を当てた支援」、「2 モノづくり支援施策を“つなぐ”橋渡しの強化」を設定し、そのコンセプトのもとに、「①高付加価値化に向けた支援の強化」、「②モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進」、「③操業環境の維持・確保」、「④販路開拓支援の充実」の4つの基本フレームに基づき、今後講じるべき施策を示したところである。

また、上記4つの基本フレームに基づく施策に加えて、市では、平成29年度から東大阪市都市ブランド形成推進事業を実施している。本事業は、2019年に開催されるラグビーワールドカップを契機に、国内外における東大阪市のもつ「モノづくりのまち」のイメージ・認知度の向上を図ることで企業取引の優位性につなげるとともに、東大阪市に立地することへのモノづくり企業のプライドの醸成や、住民理解の向上などにも資することを目的としている。

さらに、平成30年度には、都市ブランド形成推進事業の一環として、試作品づくりや新製品開発の促進を図ることを目的に、東大阪市立産業技術支援センターにある「モノづくり試作工房」をモノづくり企業とデザイナーや学生などのアイデアをもった人が交流できる場に模様替えする事業にも取り組んでいるところである。

上記の状況を踏まえて、平成30年度の東大阪市中企業振興会議「モノづくり振興部門会議」では、モノづくり支援施策をより効果的に実施するために必要な観点と東大阪市立産業技術支援センターのあり方について活発に議論し、それぞれ「モノづくり支援施策の今後の方向性」「東大阪市立産業技術支援センターの今後のあり方」として意見を取りまとめた。限りある時間の中での議論であったため、個別具体的な内容には踏み込めていないが、今後、本報告の意を汲んで支援施策がより効果的に実施されることを期待したい。

最後に、本報告の取りまとめにあたり、終始熱心にご議論いただいた委員各位に深く感謝申し上げます。

平成31年1月

東大阪市中企業振興会議

モノづくり振興部門会議 部会長 芦塚 格

- モノづくり支援施策の今後の方向性について -

先述のとおり、本市のモノづくり支援施策は、『モノづくり支援再興戦略』の4つの基本フレームである、「①高付加価値化に向けた支援の強化」、「②モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進」、「③操業環境の維持・確保」、「④販路開拓支援の充実」に沿って展開されている施策に加えて、平成29年度から実施されている「東大阪都市ブランド形成推進事業」で構成されている。

本報告では、平成30年度の新規・拡充事業を手がかりに、本市のモノづくり支援施策がより効果的に実施されるために必要な観点について、以下の3つの意見に集約した。

1. 短期的に集中して取組む施策と長期的に取組む施策とを明確にするべき

本市のモノづくり支援施策について、短期的に集中して取組む施策と長期的に取組む施策とに整理するべきである。

今日的な課題に対応するための施策のような短期的に集中して取組む必要がある施策については、目標を明確に示して結果を求めるべきである。一方で、若者を育てる教育やモノづくりに触れる機会を増やす取り組みなど、短期では結果が出ない施策については目先の成果にとらわれず長期的に取組むべきである。

また、今後の施策の立案にあたっては、その施策がどちらに該当するのかを明確にすることが必要であると考えます。

2. 施策の実施に際しては、企業への意識喚起から目標設定、情報提供の流れを想定するべき

施策の実施に際しては、「経営者の意識へのアプローチ」と、それにより「やる気が起こった経営者に対する情報提供」の2段階に分けて取組むことが必要である。

「経営者の意識へのアプローチ」においては、施策を実施する際の目標設定と情報発信が重要である。その施策の具体的な夢や目標をセミナー等の広い間口で情報発信して、経営者の意識を喚起することが目的となる。

「やる気が起こった経営者に対する情報提供」においては、意識が喚起された経営者を納得させる様な情報を提供することが重要である。何をどのようにすべきかという具体的なノウハウを懇切丁寧に提供することが求められるため、意欲があり、リスクを取ることでできる企業を対象を絞ることが必要である。対象者は限られることになるが、その対象者に対して密度の濃い学びの機会を提供することで、想定した政策効果を得ることができると考える。

3. 重要な分野にリソースを集中すべき

市ではさまざまなモノづくり支援施策を実施しているが、手を広げ過ぎているように感じられる。

平成30年度の新規・拡充事業として示された事業は、「東大阪市事業承継総合支援事業」「若手経営者ネットワーク化促進事業」「IoT人材育成事業」「東大阪産業フェア」「高付加価値新製品開発支援事業」の5事業であった。いずれも市内のモノづくり企業が直面している問題への対応や時流に合わせた取組みであり、行政としてさまざまな課題に幅広く対応することが求められることは理解できるが、費用対効果を意識して、限られたリソースを効率的に活用するべきであると考える。

平成29年度に実施された「モノづくりブランディングアンケート」も含めた過去のアンケートの調査結果をみると、市内企業には技術力はあるが企画力が低いことが示されており、その分野に特化した取組みは重要であり、設備投資に対する補助制度のようなハード面ではなく企業の課題解決に資する情報提供や、新たなニーズとのマッチング支援等のソフト面の支援が求められている。

本報告の意見を踏まえて、施策の絞込みを検討することが望まれる。

最後に、東大阪市都市ブランド形成推進事業については、東大阪市を客観的に見つめなおすことで、「まちの魅力」を意識させ、東大阪市が都市としての物語性、哲学を持つことで、東大阪市に属することの誇りを喚起させることに資することができるという点では評価に値するのではないだろうか。その意味では、東大阪市モノづくりブランディング基礎調査で得たような企業の「生の声」を集約し、東大阪市の魅力として発信されたい

また、この事業は長期的に取り組む必要のある事業だが、ラグビーワールドカップ2019終了後に一度総括すべきである。

- 東大阪市産業技術支援センターの今後のあり方について -

東大阪市立産業技術支援センター（以下、「センター」という。）は、平成9年に、地域の活性化を図るため地域に密着したさまざまな技術支援を行う施設として開設された。現在、本施設は「技術支援」「企業活動支援」「交流」「ものづくり体験」の4つの機能により中小製造業等への技術支援を行っている。

「技術支援」機能は、「技術の地域診療所」として、技術的課題への相談対応や、多種多様な測定機器等を低廉な使用料で中小製造業等の利用に供することなどをその内容としており、本施設の中心的な機能といえる。「企業活動支援」機能は、貸会議室や創業期もしくは新分野の開拓に取り組んでいる中小企業者が使用することができる企業育成室の提供、講習会等による技術マッチングをその内容としている。「交流」機能は常設展示室や企業交流室での市内企業の紹介やセンターのウェブサイトによる情報提供、「ものづくり体験」機能は東大阪市少年少女発明クラブと夏休み親子ものづくり体験教室をその内容としている。

また、先述のとおり、市では、平成30年度にセンターの「モノづくり試作工房」をモノづくり企業とデザイナーや学生などのアイデアをもった人が交流できる場に模様替えする事業にも取り組んでいる。

堅調な世界経済を背景に企業収益は過去最高水準となり、生産年齢人口が減少する中でも就業者数が増加するなど所得・雇用面で経済の好循環が見られる一方、昭和58年の10,033社をピークに市内企業数は減少する傾向にある中、域内の中小企業は、人手不足、後継者不足等の課題に直面しており、現状を放置すると域内の産業基盤が失われかねない状況である。

このような状況を踏まえて、本報告では、センターの今後のあり方について以下のとおり意見を集約した。

1 センターの機能の再構成

『モノづくり支援再興戦略』の4つの基本フレームに沿って展開されている施策では、市立産業技術支援センター機器整備事業を「②モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進」に位置づけている。それは、センターが高付加価値化の取り組み支援である市内モノづくり企業の技術支援にとどまらず、中堅人材の育成にも取り組んでいることが理由である。また、「モノづくり試作工房」を模様替えすることにより、今後、センターはモノづくり企業とデザイナーや学生などのアイデアをもった人との交流の拠点としても期待されている。

現在のセンターの機能は「技術支援」「企業活動支援」「交流」「ものづくり体験」となっているが、人材育成に関するセンターの取り組みが十分打ち出せていないように感じられる。また、「交流」については、今後、「技術支援」と並ぶセンターの中心的な機能と位置

づけるべきである。

よって、センターの機能を「①技術支援」「②交流」「③人材育成」「④企業活動支援」の4つに再構成し、それぞれの機能を明確化した上で、ウェブサイト等による情報発信を見直してセンターの認知度の向上を図るべきと考える。

2 センターの機能の明確化

平成27年7月に取りまとめた「東大阪市中企業振興に関する提言」の77～79ページのアンケート調査「市内モノづくり企業の発展に向けて」（平成26年実施）の分析にもあるように、センターに対する利用者からの評価は高い。これまでの取り組みを引き継ぎながら、今後センターに期待される役割を打ち出していくために、例えば以下のようにセンターの各機能を明確にすることが求められる。

①技術支援

引き続きセンターの核になる機能であり、品質試験的な機器利用のみではなく、課題解決から技術開発に繋がる技術支援を中心に位置づける。

②交流

「モノづくり支援施策の今後の方向性」の報告でも言及したとおり、ソフト面の支援が求められているところであり、モノづくり試作工房の活用などによるネットワークの核となる取り組みを明確に打ち出す。

③人材育成

現在「企業活動支援」機能として位置づけられている講習会の取り組みと現在「ものづくり体験」機能に位置づけられている事業を合わせて「人材育成」機能として整理し、若手に向けた取り組みの重要性を明確に打ち出す。

④企業活動支援

市の他施策と連携したコーディネート機能や講習会等イベントによる技術マッチングなど支援メニューを明確化する。企業育成室については、センターに期待されている役割を踏まえて入居対象者を広げることを検討するとともに、入居者への支援についての仕組みを構築して入居することのメリットを明確に打ち出す。

最後に、モノづくりを広く知ってもらうための取り組みへの協力を通じてセンターの認知度の向上を図るなど、モノづくりのまちの施設としての特徴を出していくことや、将来的には学生との関わりを見据えた活用方法を検討することも期待する。

モノづくり振興部門会議 開催日程

<平成29年度開催状況>

開催なし

<平成30年度開催状況>

平成30年 6月 第1回 部会の開催

- ・モノづくりブランディングアンケート調査結果について
- ・平成30年度新規拡充事業の効果的・効率的な実施に向けて
- ・モノづくり試作工房の活用を踏まえた産業技術支援センターの今後のあり方について

平成30年 8月 第2回 部会の開催

- ・東大阪市立産業技術支援センターのあり方について

平成31年 1月 第3回 部会の開催

- ・住工共生のまちづくり関連施策の見直し（住工審議会）報告
- ・これまでの議論の取りまとめ

中小企業振興会議モノづくり部門会議 委員名簿

(順不同・敬称略)

役職	氏名	役職等
部会長	芦塚 格	近畿大学経営学部 教授
委員	大塚 征慈郎	公募委員
委員	草場 寛子	株式会社盛光SCM 代表取締役
委員	松尾 雅明	東大阪商工会議所 専務理事
委員	柳山 稔	東大阪市工業協会 会長
臨時委員	本多 哲夫	大阪市立大学商学部 教授

(平成31年1月現在)