

# 第14回東大阪市中企業振興会議

## 次第

と き 平成30年3月23日（金）午後6時  
ところ クリエイション・コア東大阪 南館3階

### 1 開 会

### 2 議事

（1）部会の設置について

（2）経済部 新規・拡充事業（案）の概要について

（3）報告案件について

- ・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

### 3 閉会

平成25・26年度

### モノづくり支援施策のあり方検討部会

#### モノづくり支援再興戦略

- 1 小規模企業にきめ細かく光を当てた支援
- 2 モノづくり支援策を‘つなぐ’橋渡しの強化

#### ①高付加価値化に向けた支援の強化

【重点施策】 成長分野への参入と企業間等の連携支援を強化

#### ②モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進

【重点施策】 モノづくり人材育成の強化と円滑な事業承継支援策の検討・実施

#### ③操業環境の維持・確保

【重点施策】 住工共生のまちづくりの更なる進展に向けた優遇策等の充実

#### ④販路開拓支援の充実

【重点施策】 モノづくり企業に対する販路開拓の一貫した支援

平成27・28年度

### モノづくり部門会議

#### 円滑な事業承継に向けて

「円滑な事業承継支援策の検討・実施」に向けて、調査及びあり方を検討

#### 【円滑な事業承継に向けて、支援策を講じる】

- ①相談窓口の強化：ワンストップ機能の強化
- ②事業承継セミナー開催：現経営者セミナーや後継者向けのシリーズ型セミナーを開催
- ③フォローアップ調査と事例レポートの作成：事業承継調査などのフォローアップ調査を実施し、事業引継の事例を創出

#### 【モノづくり企業の技術の継承を側面からサポートする事業】

- 1. 高度な加工技術を有する企業の発掘と情報発信  
モノづくり企業の高度な加工技術調査を行い、企業情報を発信
- 2. モノづくりを担う多様な人材確保(若者、女性、高齢者等)  
モノづくり企業の魅力を伝え、就職するきっかけづくり

平成29・30年度

### モノづくり振興部門会議(仮)

#### 設置目的

本市では、モノづくり企業の活性化や集積維持に向け、4つの施策方向に加え、都市ブランド形成推進事業に取り組むなど、一定の方向性が示されており、これらに則った施策を、スピード感を持って展開していくことが求められていると認識している。

このような中、IoTを通じて蓄積されたビッグデータを活用したAIによる自動化といった第四次産業革命の進展を背景に、モノづくり企業を取り巻く外部環境の変化により経営環境も大きく左右されることも懸念される。

そこで、今日的な課題として3つのテーマを掲げ、そのテーマごとにご意見を頂戴しながら速やかな施策展開につなげるべく、振興会議のもとに、専門的な知見を有する方々から構成される(仮称)モノづくり振興部門会議を設置するもの。

#### 議論のテーマ(案)

##### ○第1回部会

- ・「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
- ・モノづくりブランディングアンケート調査結果の報告

##### ○第2回部会

- ・「モノづくり試作工場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」  
モノづくり試作工場の活用に向けた提案を踏まえ、産業技術支援センターの今後のあり方を検討

##### ○第3回部会

- ・「支援施策の再構築」
- ・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  
各種補助制度等のあり方にかかる意見聴取

##### ○第4回部会

この間の議論を意見書としてとりまとめ

#### 部会スケジュール予定

平成30年	5月	第1回	部会
	7月	第2回	部会
	10月	第3回	部会
平成31年	1月	第4回	部会

都市ブランド形成推進事業(平成29年度)

#### 東大阪市 都市ブランド形成

- 市内モノづくり企業全数アンケート調査
- 市内モノづくり企業ヒアリング調査
- 文化行政施策、地域資源調査

#### 情報デザイン (プロモーション)

- 都市フォント製作
- ラインスタンプ作成
- 市内企業映像撮影
- SNS、各種メディアへ発信

#### 空間デザイン (拠点づくり)

- モノづくり試作工場のプロダクター、デザイナーと製造業者が出会う製品開発の拠点化

#### 体感デザイン (イベント)

- 技術展覧会企画提案
- イベント企画提案
- 市民・学生向けモノづくり体験イベント

## 東大阪市商業振興ビジョン（策定）[平成22年2月]

### 【対象】

13商業集積地  
買い物空間だけでなくまちづくり機能も担う地域生活の拠点

### 【6つの課題】

- ・集積力の低下
- ・商業集積地別のビジョンの欠如
- ・組織力低下・担い手不足
- ・元気な店舗の取り込み不足
- ・個性の不足
- ・情報発信や集積地間交流の不足

### 【3つの基本方向】

- ・地域密着型支援の強化
- ・元気グループ推進型の強化
- ・地域資源活用、広域集客型支援の強化

## 東大阪市における消費者行動の変化 (ライフスタイルに合わせた購買への変化)

- ・規模構造の変化…小売業、特に小零細小売業の占める割合の減少
- ・業種構造の変化…既存の業種で括れない新たな業態店の増加
- ・空間構造の変化…近隣市における大型店出店による顧客流出
- ・東大阪市の商業集積地の課題

## 地域商業の魅力と活力の再生検討部会

東大阪市中小企業振興会議  
「地域商業の魅力と活力の再生検討部会」を設置

### 目的

東大阪市中小企業振興条例に基づいて、平成27年7月に組成した「東大阪市中小企業振興会議」で、商業振興ビジョンに基づく商業振興施策の折り返し地点として、これまでの商業振興施策の進捗状況や方向性を検証をしながら、今後の商業振興のあり方を探る必要があるとの認識のもと、「地域商業の魅力と活力の再生検討部会」を設置

- 平成27年10月 「商業振興ビジョンの施策推進状況および課題」
- 平成28年 2月 「商業振興の推進体制強化のに向けた検討」
- 平成28年 9月 「若手事業者支援の成果報告と課題」  
「東大阪市商業振興ビジョンを踏まえた個店支援」
- 平成29年 1月 「東大阪市商業振興ビジョンを踏まえた商業振興の方向性の確認とまとめ」

平成22年3月  
東大阪市小売商業の現状と  
主要商店街の規模・構造調査

平成25年3月  
東大阪消費者意識調査

平成27年3月  
東大阪市小売商業の現状と  
主要商店街の規模・構造調査

## 報告書

### 東大阪市商業振興ビジョンと今後の施策展開

折り返し地点として東大阪市商業振興ビジョンを振り返り、今後の施策展開を検討

### 商業振興の新たな視点

やる気ある店舗、元気な事業者、魅力ある個店をつなぐ  
↓  
「点」から「面」へ、そして市域全体へ  
商店街の枠を超えた、新たなグループの育成

- (1)商業振興コーディネート事業  
＜地域密着型支援の強化＞  
＜地域資源活用、広域集客型支援の強化＞
  - ・小阪まちゼミ
  - ・若江岩田きらりプロジェクト
  - ・個店コーディネート事業
- (2)元気グループコーディネート事業  
＜元気グループ推進型の強化＞
  - ・布施三・四会

## 商業振興検討部会（仮称）

### 設置目的

2019年にラグビーワールドカップというビッグイベントを控え、インバウンド対策なども含めたより効果的な事業を計画的に展開するための指針となるものが必要となってくることから、専門的な知見を有する方々から構成される部会を設置し、ワールドカップ終了後も見据えた計画のあり方について意見をいただく

### 目標・内容

- ①これまで実施してきた事業の再評価およびビジョンにかかる追加検証
- ②今後の商業振興計画のあり方について
  - ・効果的な事業展開の手法についての検討
  - ・新しい商業分野への可能性
  - ・商業振興ビジョンもしくは新たな指針の策定の是非

### スケジュール予定

- 平成30年 2月 第14回 振興会議
- ↓
- 5～6月 第1回部会
- 7～8月 第2回部会
- 10～11月 第3回部会
- 平成31年 2月 第15回 振興会議

平成29年3月  
東大阪消費者意識調査



平成25・26年度  
モノづくり支援施策のあり方検討部会

モノづくり支援再興戦略

(労働雇用関連項目)  
「モノづくり人材の育成・確保・事業承継の推進」

平成27・28年度  
モノづくり部門会議

円滑な事業承継に向けて

(労働雇用関連項目)  
「モノづくりを担う多様な人材確保(若者、女性、高齢者等)」  
「モノづくり企業の魅力を伝え、就職するきっかけづくり」

平成27年8月  
「東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定のための

就職に関するアンケート調査

平成27年度  
企業訪問による  
雇用ニーズ調査

平成28年3月  
東大阪市人口ビジョン

目的  
東大阪市の人口の現状と将来展望に基づき、将来のまちの姿を明らかにする。

平成28年3月  
平成28年7月(第2版)  
東大阪市  
まち・ひと・しごと  
創生総合戦略

- 就労支援ワンストップ窓口の設置
- 学生と製造業の若手従業員との交流会
- 学生向けモノづくり企業のPR冊子等の作成・配布

平成27～29年度  
東大阪市第2次総合計画  
後期基本計画第3次実施計画

人口減少社会に対応した計画

(重点事業)  
市内企業と若者、女性の就職マッチング事業

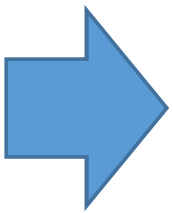
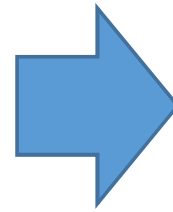
市内企業の採用状況や雇用ニーズをきめ細やかに把握し、新たな雇用ニーズの掘り起こしを図るとともに、学生や子育て世代の女性の就職ニーズとのマッチングを行う。

平成29～31年度  
東大阪市第2次総合計画  
後期基本計画第4次実施計画

東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略の推進に重点を置いた計画

(重点事業)  
就労支援窓口事業

ヴェル・ノール布施に就労支援のための窓口を開設し、就労相談やセミナー等の開催を通じて、若者や子育て世代の女性などを中心とした方々の就労支援を行う。



労働雇用部門会議(仮称)

設置目的

今後、予想される本市の人口減少問題に対応するためには、市内や近隣に数多くある大学の学生や、定住が見込める子育て世代の女性の市内企業への就職を支援し、ひいては市内定住にもつないでいくことが重要であると考えられる。  
また、最近の雇用情勢は、失業率が3%を下回り、有効求人倍率がバブル期を上回るなど改善傾向が続いており、今後もしばらくはこの傾向が続く見込みである。一方で、モノづくり企業を始めとする市内企業においては、人材不足や後継者問題等の課題を抱えている。  
このことから、求職者の就労支援と市内のモノづくり企業を始めとする企業の人材確保の両方の観点から、現在の施策の課題や今後の施策のあり方を検討するため、専門的知見を有する方々から構成される(仮称)労働雇用部門会議を設置するもの。

検討課題

- ①若者・女性をターゲットにした就活応援窓口事業(就活ファクトリー東大阪)の事業検証
- ②人材確保に向けた企業支援策の検討
- ③高齢者雇用促進施策の検討
- ④若者の製造業離れ(モノづくり離れ)の対応策

部会スケジュール予定

平成30年 6月	第1回部会
平成30年 8月	第2回部会
平成30年10月	第3回部会
平成31年 1月	第4回部会

# 「東大阪市中小企業振興条例にかかる 中小企業の振興に関する施策(案)」抜粋 (新規・拡充事業(案)の概要)

(注意)以下の事業は、平成30年度当初予算の成立を条件とするもので、現時点で実施が確約されたものではありません。

平成30年3月  
経済部



# 東大阪市第2次総合計画後期基本計画

## 部門別計画 第4部 活力ある産業社会を切り拓くまちづくり

### 第21節 モノづくりが元気なまち

- 4-21-1 モノづくり企業の高付加価値化を支援します
- 4-21-2 「モノづくりのまち東大阪」を次の世代に引き継ぎます
- 4-21-3 モノづくり企業の販路開拓を応援します
- 4-21-4 地域経済の連携、交流に取り組みます

### 第22節 買い物しやすいまち

- 4-22-1 特色ある商業集積地域づくりを支援します
- 4-22-2 「元気な店舗グループ」の活動を支援します
- 4-22-3 地域資源の活用で集客力を強化します
- 4-22-4 安心して快適に買い物ができる環境づくりを進めます

### 第23節 農業と農地空間を大切にすまち

- 4-23-1 安全で新鮮な農産物を消費者に届けます
- 4-23-2 東大阪市の特産物を地域ブランドとして発信します
- 4-23-3 農業と農地空間の担い手を育てます
- 4-23-4 農地空間の持つ価値や機能を生かします
- 4-23-5 有害鳥獣被害への対策を進めます

## 第24節 産業活動にとって魅力のあるまち

- 4-24-1 居住環境と工場の操業環境の共生を進めます
- 4-24-2 金融面から産業活動を支援します
- 4-24-3 経済施策情報を分かりやすく発信します
- 4-24-4 クリエイション・コア東大阪を有効に活用します

## 第25節 雇用が安定し、働きやすいまち

- 4-25-1 働きがいのある労働環境づくりを支援します
- 4-25-2 安心して働ける労働環境づくりを支援します
- 4-25-3 若者の就業を応援します
- 4-25-4 就職に困っている人の雇用を促します
- 4-25-5 高齢者の生きがい就労を応援します

## 第2部 市民文化を育むまちづくり

### 第8節 多くの国・地域や二つの交流が育まれるまち

- 2-8-5 東大阪市の魅力をつくり、発掘し、発信します

# 東大阪市中小企業振興条例

---

## 第9条 中小企業の振興に関する施策

- 1 中小企業者の産業集積の活性化及びネットワークを強化させるための施策
- 2 中小企業者の操業環境の確保及び市民の住環境との調和を推進するための施策
- 3 中小企業者の販路拡大のための施策
- 4 中小企業者の経営資源を強化するための施策
- 5 中小企業者の人材の育成・事業承継に関する施策
- 6 中小企業者の資金調達の円滑化を促進させるための施策
- 7 中小企業者の創造的な事業活動の促進のための施策
- 8 中小企業者のグローバル化のための施策
- 9 中小企業者の労働環境を整備するための施策
- 10 中小企業者の魅力等の情報発信を行うための施策
- 11 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める施策



## 4

## 東大阪産業フェア開催経費

(モノづくり支援室)

## 【事業内容】

平成31年度に開催されるラグビーワールドカップは国内外に向けて本市が「モノづくりのまち東大阪」であることをアピールする絶好の機会となる。このため、前年度の平成30年度に、市民を対象に、「モノづくりのまち」であることを印象付けるとともに、ラグビーワールドカップに向けた機運を盛り上げるために東大阪産業フェアを実施する。また、平成31年度に開催する産業フェアに向けて実行委員会を組成し、様々な団体等に参画などの働きかけを行う。

H30予算要求額	3,000千円
----------	---------

総合計画	4-21-3		
実施計画	/		
振興施策	3	10	
市政マニフェスト	/		

(モノづくり支援室)

## 【事業内容】

この間、市内製造業者から「モノづくり親善大使」を任命し、講演などの際に「モノづくりのまち東大阪」を広くアピールいただいていた。このような取り組みに加え、平成29年度よりモンスターエンジン西森洋一氏を「モノづくり東大阪応援大使」に任命し、日々の芸能活動や本市のさまざまなイベント等の場面で、モノづくりの魅力や本市の取り組み、市内モノづくり企業の製品・技術力情報などを発信するもの。また、平成30年度は本市を対外的にアピールするための冊子を作成していく。

H30予算要求額	2,539千円
----------	---------

総合計画	4-21-3 4-24-3			
実施計画	/			
振興施策	3	10		
市政マニフェスト	/			

(モノづくり支援室)

## 【事業内容】

東大阪市産業技術支援センター内の試作工房を模様替えし、企業と企業、企業とデザイナー、企業とアイデアを持った学生等の交流の場としての新しい価値をうみだし、モノづくり企業やデザイナー等さまざまな人たちが交流し新製品を生み出していく土壌造りを行う。併せて、試作工房において、モノづくり企業が付加価値の高い最終製品の開発を進めるため、日本インダストリアルデザイナー協会へ製品開発支援を委託する。これらの活動を通じて東大阪の産業の発展を促す。

H30予算要求額	12,000千円
----------	----------

総合計画	4-21-1、4-21-4			
実施計画	/			
振興施策	1	4	7	8
市政マニフェスト	/			

(モノづくり支援室)

## 【事業内容】

本市におけるモノづくり企業集積の機能維持すべく、事業承継にかかる総合的な支援を実施する。このため、東大阪商工会議所に事業承継相談窓口を設置するとともに、事業承継に課題を有する企業などを訪問するとともに、必要に応じて専門家を派遣する。また、事業承継に関するセミナーなども開催していく。

H30予算要求額	11,000千円
----------	----------

総合計画	4-21-2		
実施計画	/		
振興施策	1	4	5
市政マニフェスト	/		



20

## 商工会議所補助金・委託料 (若手経営者ネットワーク化促進事業)

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

本市モノづくり企業間の最大の特徴でもある柔軟なネットワークを今後も有効に機能させるため、若手経営者など次世代を担う人材をワークショップなどを通じて相互理解を深め、新たな人的ネットワークの形成につなげていく。

H30予算要求額	4,000千円
----------	---------

総合計画	4-21-2		
実施計画	/		
振興施策	1	4	
市政マニフェスト	/		

(商業課)

## 【事業内容】

## ＜インバウンド対応促進事業＞

訪日外国人（インバウンド）受け入れのために商業者として何をすべきかをアナウンスするため、専門家等によるセミナー等を実施し、商業者自身の取り組みを促すきっかけづくりを支援（コーディネート）することを目的とする。

## ＜ポータルサイト等掲載支援事業＞

個性ある店内、商品のビジュアル展開は入店を促す有効な動機づけであり、希望された店舗に対し、世界的ポータルサイトのグーグルやグルメサイト等が提供するインターネットサービスを活用した誘客を図る方法を学ぶ場を提供し、市内の商業振興のボトムアップを図る。

H30予算要求額	3,500千円
----------	---------

総合計画	4-22-2			
実施計画	○			
振興施策	1	4	7	10
市政マニフェスト				

(労働雇用政策室)

## 【事業内容】

布施駅前再開発ビル（ヴェル・ノール布施）4階に開設している就活応援窓口「就活ファクトリー東大阪」にて、女性と39歳以下の若者を対象に、キャリアカウンセリングや適職診断、面接対策、セミナー等のメニューを通じてその就労を支援するとともに企業の人材確保や定着支援にも取り組む。また、働く意欲がありながら就労できない就労困難者等を対象に就労支援コーディネーターが支援を行う地域就労支援事業にも取り組む。

H30予算要求額	35,625千円
----------	----------

総合計画	4-25-3	4-25-4
実施計画	○	
振興施策	5	9
市政マニフェスト	○	

# 大阪府東大阪市における基本計画の概要

～地域未来投資促進法関連～

追加資料 1

## 計画のポイント

東大阪市は、全国でも有数の「モノづくりのまち」であり、製造業が基幹産業である。東大阪市内製造業の中でも製造品出荷額等が多く、事業所数も多い金属製品製造業、プラスチック製品製造業を中心とした企業群の高付加価値化の促進を図る。併せて市内にある4つの大学と市内企業との産学連携の促進により、東大阪市経済を牽引する企業群を創出し、経済の活性化と技術力の向上に取り組み、その効果を隅々まで波及させることをめざす。

## 促進区域

大阪府東大阪市

## 経済的効果の目標

計画期間内において1事業者あたりの平均6,161万円の付加価値額を創出する地域経済牽引企業を16件創出し、これらの地域経済牽引事業が促進区域で1.35倍の波及効果を与え、計画期間を通して133,100万円の付加価値を創出することをめざす。

## 地域経済牽引事業の承認要件

### 【要件1：地域の特性を活用すること】

東大阪市内の金属製品製造業、プラスチック製品製造業等の産業集積を活用した成長ものづくり

### 【要件2：高い付加価値を創出すること】

・付加価値増加分：6,161万円超

### 【要件3：いずれかの経済的効果が見込まれること】

- 売上額：5%以上増加
- 雇用者平均給与総額：5%以上増加

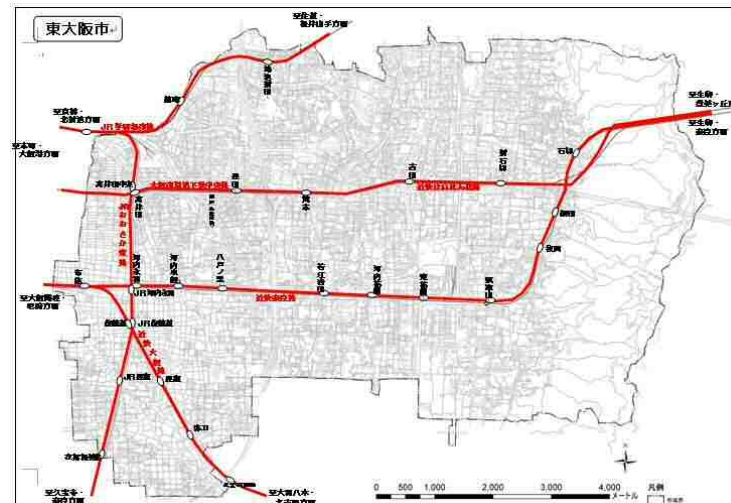
## 制度・事業環境の整備

東大阪市住工共生のまちづくり事業の実施、大阪府企業立地促進補助金・産業集積促進税制の実施、地方創生関係施策の検討、東大阪市技術交流プラザの活用、相談窓口の設置など

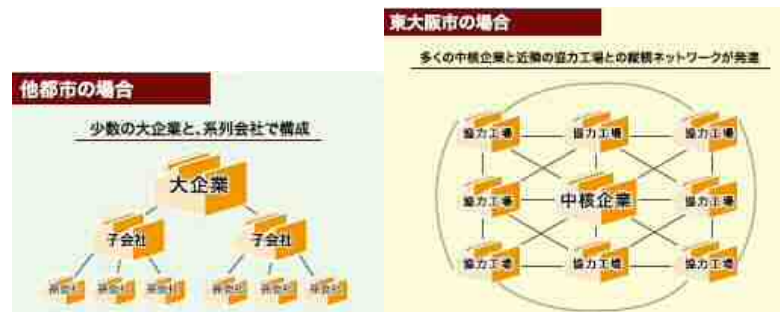
## 地域経済牽引支援機関

東大阪商工会議所、公益財団法人東大阪市産業創造勤労者支援機構、ものづくりビジネスセンター大阪(MOBIO)、近畿大学、株式会社池田泉州銀行、大阪シティ信用金庫、伊藤忠商事株式会社、地方独立行政法人大阪産業技術研究所

## 《促進区域図》



## 《東大阪市内企業群の特徴》



## 計画期間

計画同意の日から平成34年度末日まで



## 設備投資に係る新たな固定資産税特例に向けた 本市の対応について

### 国（経済産業省 中小企業庁）の施策方向（概要）

○集中投資期間中における中小企業の生産性革命を実現するための臨時・異例の措置として、償却資産に係る固定資産税の特例措置を講じる。

＜特例措置の内容＞

ア) 一定の要件を満たす設備投資を対象

イ) 特例率は、3年間、ゼロ以上1/2以下で市町村の条例で定める割合

ウ) 当該特例措置は、集中投資期間（平成30年度～32年度）に限定

○新法成立前ではあるが、①市町村が特例率をゼロとし、②基本計画を策定することを表明した場合、ものづくり補助金（平成29年度補正含む）等の優先採択を受けることができる。

### 本市の対応

国（経済産業省 中小企業庁）の施策の考え方に則り、中小企業支援の観点から、新法に基づく基本計画を策定し、計画の要件に該当する新たな設備投資について、固定資産税の特例率を3年間ゼロとする。

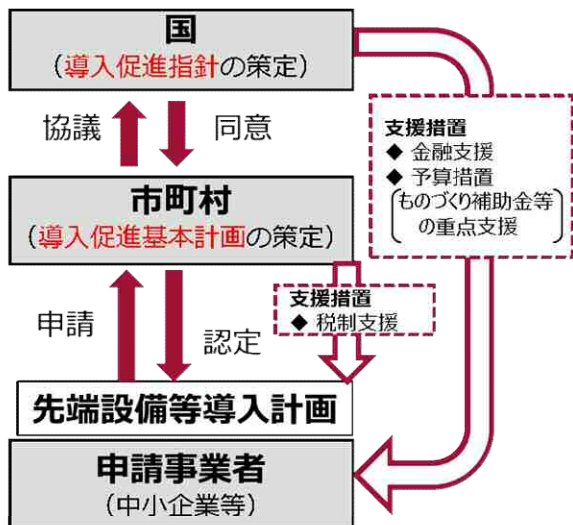
これにより、「ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業（ものづくり補助金）」等の補助事業を受けようとする事業者が優先採択を受けることができる環境を整える。

\* 特例率ゼロの適用を受けることができるのは、資本金額1億円以下の法人、従業員数1,000人以下の個人事業主等の中小企業者等

### スキーム

改正概要 【適用期限：平成32年度末まで】

＜生産性向上特別措置法案＞



対象者 ※1	中小企業者等（資本金額1億円以下の法人、従業員数1,000人以下の個人事業主等）のうち、先端設備等導入計画の認定（労働生産性年平均3%以上向上、市町村計画に合致）を受けた者（大企業の子会社を除く）
対象地域	導入促進基本計画の同意を受けた市町村※2
対象設備 ※1	生産性向上に資する指標が旧モデル比で年平均1%以上向上する下記の設備 【減価償却資産の種類（最低取得価格/販売開始時期）】 ◆機械装置（160万円以上/10年以内） ◆測定工具及び検査工具（30万円以上/5年以内） ◆器具備品（30万円以上/6年以内） ◆建物附属設備（※3）（60万円以上/14年以内）
その他要件	生産、販売活動等の用に直接供されるものであること/ 中古資産でないこと
特例措置	固定資産税の課税標準を、3年間 ゼロ～1/2（※4）に軽減

※1 市町村によって異なる場合あり ※2 市町村内で地域指定がある場合あり  
※3 家屋と一体となって効用を果たすものを除く ※4 市町村の条例で定める割合

➤ 本特例に合わせ、「ものづくり・商業・サービス補助金」等の予算措置を拡充・重点支援することで、国・市町村が一体となって、中小企業の生産性の向上を強力に後押し。

東大阪市中小企業振興会議委員(委嘱期間:H29.7.27~H31.3.31)

No.	氏名	役職等	
1	阿児 加代子	大阪府社会保険労務士会 大阪東支部	
2	芦塚 格	近畿大学経営学部	教授
3	油谷 孝行	ハローワーク布施	所長
4	茨木 延夫	東大阪市小売商業団体連合会	会長
5	大塚 征慈郎	公募委員	
6	大西 由起子	東大阪観光協会	会長
7	加賀 美孝	株式会社商工組合中央金庫	東大阪支店長
8	加藤 司	大阪商業大学総合経営学部	教授
9	草場 寛子	株式会社盛光SCM	代表取締役
10	条野 博行	大阪商業大学総合経営学部	教授
11	下山 修	株式会社日本政策金融公庫	東大阪支店長
12	高島 政康	東大阪市工業協会	会長
13	谷川 佳央	グリーン大阪農業協同組合	常務理事
14	西松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所	所長
15	檜尾 めぐみ	公募委員	
16	松尾 雅明	東大阪商工会議所	専務理事
17	光岡 正道	公募委員	

※五十音順

## ●(仮称)モノづくり振興部門会議

氏名		役職
1	芦塚 格 (*)	近畿大学経営学部 教授
2	大塚 征慈郎	公募委員
3	草場 寛子	株式会社盛光SCM 代表取締役
4	高島 政康	東大阪市工業協会 会長
5	本多 哲夫 (○)	大阪市立大学商学部 教授
6	松尾 雅明	東大阪商工会議所 専務理事

## ●(仮称)商業振興検討部会

氏名		団体名・役職名
1	茨木 延夫	東大阪市小売商業団体連合会 会長
2	大西 由起子	東大阪観光協会 会長
3	加藤 司 (*)	大阪商業大学総合経営学部 教授
4	下山 修	株式会社日本政策金融公庫 東大阪支店長
5	新澤 貴之 (○)	菓匠庵白穂 店主
6	光岡 正道	公募委員
7	和合 健一 (○)	有限会社東阪社 代表取締役

## ●(仮称)労働雇用部門会議

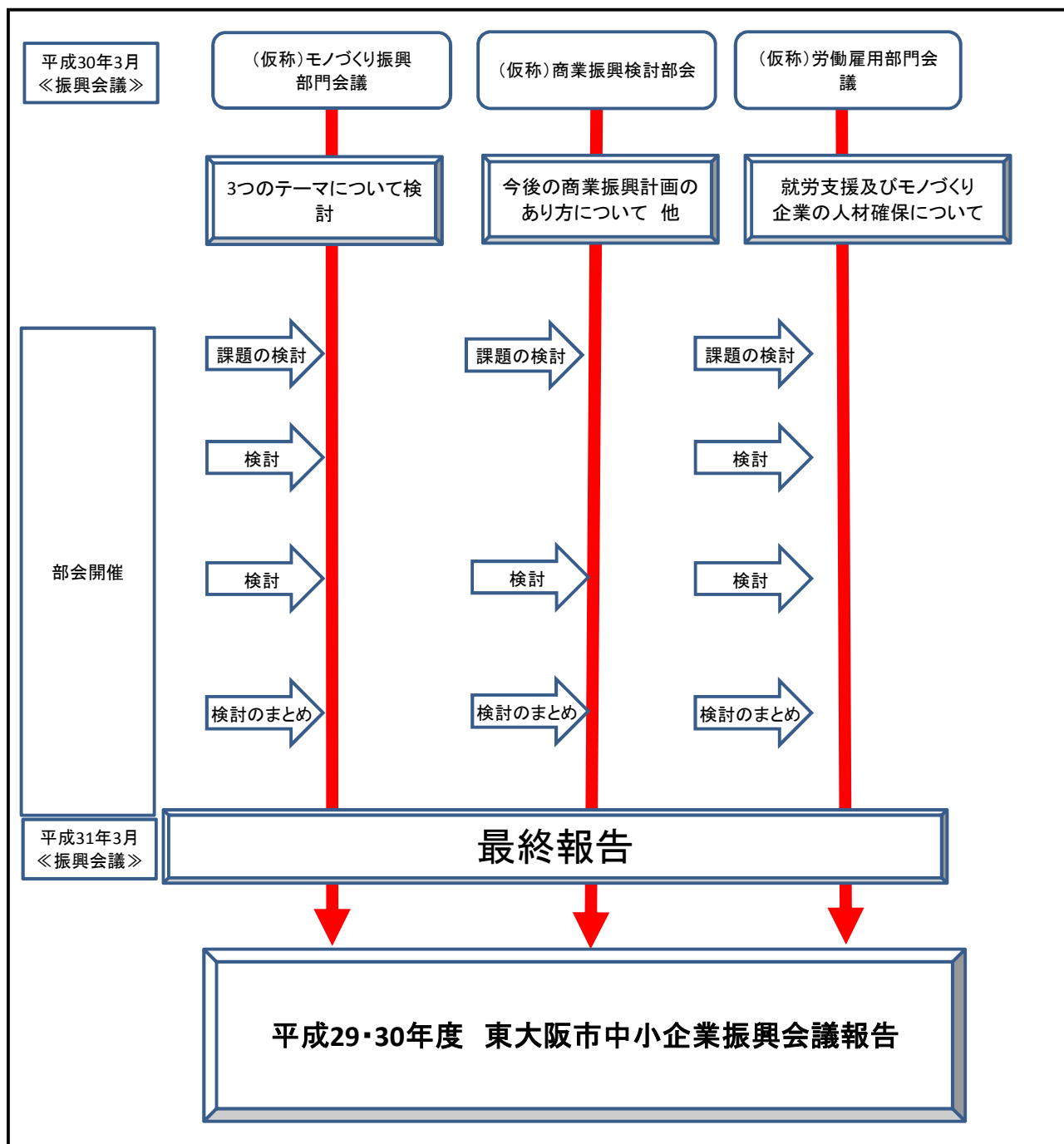
氏名		役職
1	阿児 加代子	オフィス・AKO 特定社会保険労務士
2	油谷 孝行	ハローワーク布施 所長
3	衣笠 葉子 (*)(○)	近畿大学法学部 教授
4	田中 聡一 (○)	近畿工業株式会社 代表取締役
5	西松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所
6	檜尾 めぐみ	公募委員

(○):臨時委員  
(\*):部会長

※五十音順

# 中小企業振興会議スケジュール(案)

資料 4





## 東大阪市 都市ブランド形成

- 市内モノづくり企業全数アンケート調査
- 市内モノづくり企業ヒアリング調査
- 文化行政施策、地域資源調査

### 情報デザイン (プロモーション)

- 都市フォント製作
- ラインスタンプ作成
- 市内企業映像撮影
- SNS、各種メディアへ発信

### 空間デザイン (拠点づくり)

- モノづくり試作工房のプロダクター、デザイナーと製造業者が出会う製品開発の拠点化

### 体感デザイン (イベント)

- 技術展覧会企画提案
- イベント企画提案
- 市民・学生向けモノづくり体験イベント

## 青少年向けモノづくり体験活動団体交流会報告書

日時：平成29年10月14日（土曜日）

10時～12時

場所：クリエイション・コア東大阪南館3階

### 1. 交流会の趣旨説明

現在、世間では景気が上向きつつあり大阪地域では有効求人倍率が1.5を上回っている状況の中、本市の雇用情勢を見ますと、業種によりますが人材不足の状況が続いています。とりわけ市内の中小企業（製造業）においてはモノづくり離れが進み、人材が集まらない状況が続いています。

このような現状に、若者たちや子供たちにモノづくりの楽しさを伝える活動をされているみなさま方は、既に危機感を感じておられることと思います。

我々、労働雇用政策室も同感であり、みなさま方の活動が活性化することにより、今後、若者がモノづくり企業に就職することへ繋がると考えております。また、これからの我々の施策の参考にもさせていただきたいと思っております。

本交流会は、モノづくり離れ、製造業離れの原因は何なのかについて、みなさま方に幅広い意見交換をしていただき、相互理解を深め、相互補完や協働の可能性を探るために開催するものです。

### 2. 主催者あいさつ

東大阪市の産業といえばモノづくりですが、今年は都市ブランド推進事業として、「モノづくりのまち東大阪」というのを世界に展開しようとしているところです。景気は良く、仕事はたくさんありますが、モノづくり企業になかなか人材が集まらないといった課題をよく耳にします。今日は、何らかの形で子ども達にモノづくりの体験を通じて、製造業で働くことの楽しさや、モノができあがっていくことの楽しさを伝えておられる団体、または教育関係のみなさま方にお集まりいただきました。みなさま方が、それぞれのお立場、そしてお持ちの資源、人、物、お金といったものを、この機会を通じて共有してもらい、それぞれの活動がより充実するように、お互い相互補完ができるように、この会議を開催したところです。

今日の会議が有意義なものとなりますように。

### 3. 各団体の発表内容

報告 2

①～⑫（調査票参考）

### 4. 各班のミートアップでの主な意見

#### 【A班】

#### ①モノづくり離れの原因は何か

- ・東大阪市の特色としてパーツしか作れない。その集積がある。そのため、職業体験等をしてもらっても、自動車のような最終製品ではないし、自動車の部品のその下の部品がすごくいいもので無いといけないと言う事がわからない。モノづくりのどの部分を東大阪市は支えているのか。そのモノづくりの中心が中小企業であると言う事を理解する必要がある。大人も理解していないし、子供にもそういうモノをつくっているというプライドが醸成されていない。最終製品が無いから、モノづくりで無く、他のところへ行ってしまうという感覚はある。
- ・発明クラブは東大阪市内全域の小学校5年から中学校2年までの子供たちを対象にしている。入りたい希望者は多く、30人の定員に40人ぐらいの応募がある。親の薦めもあるかと思う。子供たちはカッターやのこぎり等の道具をふだん使わないので、道具を使わせるとすごく興味を持つ。最初は指導するが、後は自分たちでできるようになる。ところが、中学になるとクラブ活動や高校受験で活動を離れていってしまう傾向がある。
- ・モノづくり企業の奥さんがいけない。自分のところの仕事を否定するようなことを子供に言うので、親の仕事を引き継ごうということにならない。奥さんが「お父ちゃん、かっこいい」と言うような職業にしていけないとだめである。
- ・モノづくり離れの原因を考える前に、本当に離れているのかを考えないといけない。東京でメーカーズフェアと言うイベントをやっているが、それこそ3Dプリンターであるとか最新技術を見ることができる。そこで盛り上がっていることと、実際に私たちが工場で行っているモノづくりと、その間がないだけで、技術を見学して盛り上がって、モノづくり関係の学校に進学してもらって就職してもらえようなつながりが必要かと思う。
- ・中学では職場体験の授業はあるが、クラブ活動や勉強で、やはりいろいろなことを体験する時間や場所や機会が少なくなっているかと思う。

- ・マクロで見た場合、文部科学省の方針として大学偏重があるかと思う。すべては大学進学のためにと一本筋を通してしまっている。ホワイトカラーになって涼しいところで仕事をするのが高給取りだと言うイメージが定着してしまっている。しかし生涯賃金を比べてもそんなに差は無い。

厚労省も経産省も人材の確保に躍起になっているが、そもそも人材を供給するスキームができていない。

ミクロで見た場合、小中高のキャリア教育に問題がある。好きな仕事を選べと言うが選べるものではない。文系の7割は営業職になっていると言う実態もある。いろんな仕事を選べるといいながら大学4年で幻想が打ち砕かれる。いろいろな仕事を経験しておく必要がある。

- ・学校教育の中では、与えられた時間も少ない中、実習などのケースでも、失敗をあまりさせていない。失敗して学ぶと言う事ができない。教師の与えた課題を解くことだけを教えている。失敗を経験しなければ、本当に技術者としてやって行けるのか自信が持てない。

ベンチャー企業として城工房を立ち上げたのも、取り組みの中で失敗をさせる機会を持つためもある。取り組みの中で失敗をすることにより自信がつくのではないか。

## ②若者がモノづくりに目を向けるには

- ・先ほど、ホワイトカラーとブルーカラーがあまり変わらないという話があったが、それ以上に、技術を持っている人は75歳でも80歳になってもやっていると強みがある。技術を持っている人はどの業種でも不足している。負けない技術を認定する制度、たとえば資格とかマイスターみたいにそれがあるから働けると言う制度と、たとえばロボットコンテストをやって、企業が応援するようなヴィジュアルとしてモノづくり企業のイメージアップになるような取り組みであるとか、中小企業というものは思っているよりすごいものだということをもっとアピールしてほしい。

また、起業をすれば社長になれるが、そういう良いところをアピールしてほしい。

- ・少年少女発明クラブは全国に200あり、大阪には5つある。ロボコンなどもやっている。東大阪もロボットではないが全国の大会にも出場したりしている。東大阪でもそのような大会を地域に根ざした形でやれば面白いのではないかと思う。子供たちも興味を持つと思う。

発明クラブは5年生から中2までなので、もう少し小さいうち、たとえば小学

校2年か3年から入ってもらって、長い間やってもらおうというのもしできないかと考えている。小さい子供なら保護者も迎えに来たりするので、保護者を巻き込んだモノづくり体験などもできる。

- 東大阪市は他のモノづくりの都市もまねができない独自のモノづくりの魅力をもっている。相当なポテンシャルを持っている。東大阪のモノづくりの現場で、モノづくりに携わる人たちがいかにかっこよく元気に働いているかと言うのをもっと表に出して行かないといけない。他市でやっていることをやっても意味が無い。さすが東大阪と言うようなものを作り出さないといけない。東大阪でモノづくりをやっているとてるとか、ゲンバ男子・女子のような取り組みもあるが、かっこいいモノづくりにしていかななくてはならない。
- たとえば、子供たちに3Dプリンターで形を作ってもらって、それを実際に金属加工で作ってあげるとかすると、自分の作ったものが、本当に大人の世界のモノづくりにつながるとい体験ができるのではないか。そういう、子供が自信をつけて大人になっても安心してモノづくりができるという流れができれば良いかと思う。
- モノづくりという大きな枠組みの中で具体的にどのようなものがあるのか、幼稚園の段階から小・中・高の段階で、系統立てて、どんな業種があるのかも含めて、まず知ってから体験していくというのが大事なのかと思う。
- 人工知能はホワイトカラーの仕事を奪う。銀行員の融資係は配転になる。多くの事務職は全部AIに食われてしまう。証券会社のディーラーもゴールドマンサックスは2人しかいない。つまり人間の経験と知恵でしかできなかった仕事はこれから激減する。多くの大人は文系大学を出てそういうところに勤めたら多くの給料がもらえると思っているが全部崩壊する。しかし高度なモノづくりの技能を持っている人は絶対に最後までいける。こういうところを強調していくとかなり違うのではないか。
- モノづくりの魅力を子どもたちにもアピールする必要があるが、保護者の理解も重要である。子どもが工科高校に行くまでは、そういう世界があるというのを知らなかったと言う保護者が多い。それだけアピールができていないということである。保護者はいまどきの工場の実態と言うものをご存知ない。だからそのあたりのアピールを、動画を使うとか、いろいろな手法でしていく必要がある。城東工科でも、年1回、城高メッセというイベントを行っており、保

護者や地域の方にも参加していただき、技術者の仕事ぶりを見ていただくようにしている。

## 【B班】

### ①モノづくり離れの原因は何か

- ・18歳以上で刃物を使ったことが無いという人は何人も見受けられる。安全性が重視され、自分がやりたくても親がさせてくれないことでモノづくりの機会を失う。そして子どもの頃にモノをつくる機会が無かったことで、大人になってもモノづくりに興味を抱きづらくなっている。また、そういう子どもの親もモノづくりの経験が無い方が多い。
- ・小さい頃からスマートフォン等、刺激のあるものが身の周りにたくさんあり、楽しいことや新しいことは待っていれば現れるという状況。自分で考えて何かをする、作る機会が少ない。
- ・自分で考えなくともマニュアルどおりにすればモノが簡単に作ることができる世の中。しかしそれは自分で考えて作ったものではないため、そういったものはあまり使う気にならず、モノを作る楽しさを感じにくく、次につながりづらい。
- ・世の中にモノが多い。昔であればモノが壊れても修理して再び使っていたが今は自分で作らずともすぐに、安く新しいモノが手に入ってしまう。
- ・「若者のモノづくり離れ」は大人が勝手に決めていることで、若者は実はそう思っていないのでは。そもそも「モノづくり」という言葉は人によってばらばらに解釈されている。
- ・我々大人が本当に東大阪市の製造業やモノづくりのことが好きなのか、我々大人が実際モノづくりをしているのか。我々自身がやっていない、やらなくてもいい状況にあるのでは。少し危険を伴うような従来のモノづくりより、もっとカッコいい、もっと楽しいモノづくりがあり、我々大人がその新しいモノづくりを受け入れていかなければならない。
- ・デジタル化が進み、若者の遊びで実物のモノを扱うことが少なくなったから。
- ・身近な人からモノづくりのすごさを伝えられたり、モノづくりを一緒にしてく



れる大人がいたりすることによって、モノづくりを身近に感じ、「あこがれ」につながる。そのような機会が不足している。また、何かモノを作る際もマニュアルどおりに作って終わり、ということではモノを作る楽しさを感じにくく、もっとモノづくりをしたいという気持ちにつながりづらい。

- ・若者にとっては、小さい部品等のモノづくりに対しては、やりがいや楽しさや仕事風景のイメージがしにくいものであるため、モノづくりに「あこがれ」を感じにくくなっている。
- ・若者も自分の自由な時間があったり大人の言いつけがあったり友達の付き合いがあったりで忙しいため、モノづくりに関われる時間が無いように感じる。
- ・汚しても散らかしても当たり前、くらいの自由度がある時間・空間を与えないと、モノづくりをやってみようという気持ちにはならない。
- ・モノづくりに興味の無い人は無理にする必要は無い。
- ・若者にとって憧れるもの、カッコいいものというものは「目にしたくなる」「近寄りたくなる」「やってみたくなる」ものだと思うが、モノづくりをそのような憧れるものにしてこなかったことは大人の責任ではないか。モノづくりは大事だというのに、モノづくりを「カッコよくない」「楽しそうじゃない」逆に「資金繰りや肉体労働等でしんどそう」というイメージにしてしまったことが原因の一つではないか。また、モノづくりの経営者と事業継承の話をした際に、「自分の会社は自分の代で終わりだ」とおっしゃる経営者は割と多く、その経営者の子どもが親のそんな姿を見ると、やはりモノづくりは大変だという印象を受けると思う。

## ②若者がモノづくりに目を向けるには

- ・子どもの頃からモノづくりを経験してもらい、教えてもらうだけでなく自分でやってみる。それが自信・楽しさにつながる。
- ・「プロジェクトX」のようなドキュメンタリーや「下町ロケット」のようなドラマでは、モノづくりにスポットを当てることで目立って見えるため、若者にも「あこがれ」を感じやすい材料になっていると思う。
- ・十分なモノづくりの時間を作り、手を動かしてモノづくりを体験すること。自

分で作ったものには愛着がわくしモノづくりにも興味を抱ききっかけとなる。

- ・モノづくり企業を経営することでお金が儲かり暮らしがよくなることを若者に見せつけることが大事。
- ・大人が持つモノづくりに対する価値観を若者に押し付けず、若者に今回と同じような議論をしてもらい、何がしたいかを若者から引き出す。
- ・モノづくりに興味を抱かせる手法は小学生相手と中高生相手では違ったものになる。小学生等のようにまだ能動的に何かをしづらい人には、モノづくり体験等に参加してもらった方がよい。中高生は大体の人がスマートフォンを持っているため、小さなモノづくりから最終製品に至るまでの加工工程等を動画等で見るのが効果的だと思う。

### 【C班】

#### ①モノづくり離れの原因は何か+②若者がモノづくりに目を向けるには

- ・モノづくり自体が普及していない。怪我などを恐れてモノづくりをさせない学校も多い。モノづくりには危険がつきものであるが、実際に経験しなければ子どもは興味をもたない。刃物を使ったりすることは危険ではあるが、実際に体験させてあげれば、子ども達はとても喜び興味をもつ。
- ・昔に比べれば、刃物の使い方を知らない子が多いが、きちんと使い方、手順を教えてあげれば使うことができる。そのあたりの教育も必要。また、物が溢れすぎていて物に対する執着がない。例えば、物に開発秘話などのストーリー性を持たせれば興味が沸くのでは。
- ・工業高校では、興味をもった子がきているが、その中でも道具を触ったことがない生徒もいる。もっと早い段階で、経験していないのかと思う。物を分解して、それがどのような仕組みでできているのかとか、そういうことをしなくなってきた。潰れたら 100 円で買える。買い替えが利きすぎることから物自体のからくりに興味をもてない。
- ・最初に、基本的なカッターなどの道具の使い方は全て教える。なので、小学校の時のモノづくりはとても大事。中学、高校になるとモノづくりの仕組みが大事になってくる。モノづくりが好きな子も嫌いな子もいて、嫌いな子にむりやりさせるのはよくない。その子の得意分野の個性を伸ばすことが大事であつ

て、モノづくりが全てではない。小学生の時は基本的なことを、高校ではより専門的なことを教えてもらいたい。

- 東大阪の小学校での取り組みは地方でもかなりの評価を得ている。モノづくりの考え方は学校によっても、クラスによっても違う。都会だとすぐに物が買え、親も買い与える。便利なのが不利となってくる。田舎の方へ行くとモノづくりに興味をもつ子が多い。メーカー側も、修理のできるモノを普及させないといけない。親も、物を大事にする、修理もできるということを教えないといけない。
- 工科高校では基礎を教えているが、大学の機械科では基礎はない。なので、工科高校から大学の機械科に進むと、基礎を学んでいるので役に立つ。若い世代は、これから発展していく海外の国で指導的立場を求められる。そのような国というのは、日本の50年前くらいの技術力であり、潰れたら自分で部品を作るようなこともしないといけない。そういう経験をしていないと行った先で役に立たない。そのためにも、小学生くらいからモノづくりの魅力を学び、感性を磨いて欲しい。
- 仕事によっては、早くから就いておく方が、自分の人生にとって良いこともあり、世の中の役にも立つこともある。若い頃から自分の適性を見つけるために、教育関係の方にも考えてもらう必要がある。
- 親に推薦されて入ってくる子は定着率が悪い。好きで入ってきた子は、工科高校や工専に進学している子も多く、上達も早い。好きでない子は、集中力も低く、怪我の危険性も上がる。モノも、道具も大事にせずに扱いが悪い。
- 物が溢れていてすぐには買えるので、デザイン・材料などから決めてという、0から作る経験がない。
- 与えられたことしかできないようではだめ。教育で変えて欲しい。
- 小学校で物を作る基本や仕組みを学び、そこから中学・高校へと繋がっていく。モノづくりでは世界1になることもできる。高校生くらいでどれだけモノづくりに対して夢を持てるかが大事。そのことが将来の進路にもつながる。モノづくりは楽しい、世界1になれる、そういったことを教える教育が大事。

- ・教育現場で、モノづくりに夢をもたせることが大事。学校での子どもたちのモノづくりの様子を見ていると輝いている。

## 5. 意見発表 (●はホワイトボードに書かれていたものです)

### ①モノづくり離れの原因は何か

#### 【A班】

- 最終製品をつくっていない（見えにくい）
  - 中学生になると、クラブ活動などを理由に活動をやめる
  - モノづくりに対する家族の理解
  - モノづくりを体験する時間がとれない
  - 大学偏重の教育、キャリア教育
  - 学校教育の中で失敗させる機会がない
- ・部品を作るところは見たことがあっても、その部品からどのような最終製品ができあがるのかわからない。そういったことがイメージできれば良い。
- ・クラブ活動などで忙しくなり、モノづくりの時間がとれない。金槌などの道具を使ったことのない子どもが多いなか、実際使ってみると、とても喜ぶ子が多い。
- ・家庭内でのモノづくりに関する会話の有無も原因となっている。
- ・大学へ行くための教育となっており、教育現場でのモノづくり離れが進んでいる。
- ・学校教育の中で、出された問題を解くということがメインとなっており、失敗をする時間がとれない。

#### 【B班】

- モノづくりの経験がない状態でのモノづくり企業への就職
- 自分で何かする、作る機会が少ない
- 自分で作らずとも安く、すぐにモノが手に入ってしまう
- モノづくりをする必要性がなくなっているのでは？
- 「モノづくり」という言葉の意味が多様化している
  - モノづくり離れは、実は起こっていないのでは
  - 大人と若者との「モノづくり」の考えの違い
- デジタル化
- モノづくりに対する「あこがれ」を感じる機会が不足
  - マニュアル通りにモノを作る

●楽しいことは「すべき」ではじまるのではなく、自然とはじまるものである。

モノづくりに興味のない人は、ムリにする必要はない。

●何をするにしても安全性が重視される（親や世間）

・物が溢れていて、モノづくりをする必要がない。

・親がさせていない。

・モノづくり「離れ」というより、「目が向かない」のではないか。

・子どもが目を向けるには、憧れやそこに引き込まれる何かが必要なのではないか。

### 【C班】

●「モノづくり」自体が普及していない

●ケガなどを恐れてやらせないが、実際行くと、子ども達はとても喜ぶ

●最近の子どもは道具の使い方を知らない子が多い。そのあたりの教育に力をいれてほしい

●物があふれすぎている。物にストーリー性（開発話など）を持たせ、物自体に興味をもたせる

●小さい頃から道具を使う機会が減っているのかも

●好きな子、嫌いな子がいる。好きな子の興味を深めさせる

●道具の使い方はきちんと、小さい頃から教える

●学校によって、クラスによってもモノづくりに対する思いが違う

●都会だからこそ、すぐに物が買え、親も買い与える

●「好き」であることが大事。定着率もよい。進路にも影響

●保険加入。危険はある

●モノ・道具を大切にしない。物の扱いが悪い

●モノづくりの楽しさがわからない

●作る過程から経験し、できあがった時の達成感を得る

●「モノづくり」自体を知らない大人が多い

●与えられた事だけにしかできないようではダメ！教育が大事

●モノづくりに対して夢をもたせることが大事。そのことが将来の進路につながる

・C班については①と②が合わさった形で議論された。

・小学校の子どもの頃からモノづくりをする習慣がないというのが大きな原因。例えば、工具の使い方などを教えている大人が非常に少ないのではないか。小学校でも、危ないからといって大人がストップをかけてしまい、モノづくりの土壌

が形成されず、モノづくりに触れる機会がなくなっている。なので、小学校でモノづくりの楽しさ、例えば物を分解して仕組みを考えさせる時間をとってあげて、モノづくりに触れる経験、チャンスを与えてあげると興味がでてくる。そこから、必ずしもモノづくりの道に行く必要はなくて、好きであれば進めばよいが、自分の適性を活かして社会と繋がっていけばよい。

#### 【司会】

子どもの環境が大事であると感じました。「教育」というのがキーワードであり、いかにモノづくりの体験をさせられるのかが重要であると思いました。実際の現場での意見として、モノづくりを体験させると子ども達は喜ぶといった声もいただきました。

#### ②若者がモノづくりに目を向けるには

##### 【A班】

- 誰にも負けない技術を身につける仕組み
  - 中小企業に目を向けさせる仕組み
  - モノづくり企業を起業させることに目をむけさせる
  - 幼少期からモノづくり体験
  - 保護者をまきこむ
  - 現場でかっこよく働いていることを発信する
  - 東大阪市独自の魅力を発信する
  - 子どもの体験、学校教育が本職のモノづくりにつながる仕組み
  - モノづくりの本質を知って、体験させる
  - AIはホワイトカラーの仕事を奪う。モノづくりを知っている人が最後は勝つ
  - 子ども、保護者にいろんなアピールをする
- ・東大阪独自のモノづくりの魅力をしっかりPRするべきではないか
- ・モノづくりを行うのに、前例に縛られずに続けていく

##### 【B班】

- モノづくりに対する「あこがれ」楽しさを感じられる機会の提供  
→プロジェクトX、下町ロケット
- モノづくりの時間をつくる体験



手を動かす→つくったモノに愛着がわく

- モノづくりが“お金”につながることが大事
- 若者にこういうギロンをしてもらう

- ・インターネットなどで動画の紹介をどんどんやっていく。
- ・モノづくりを押し付けない。
- ・不自由を体験してもらうことがモノづくりの大切さに結びつくのでは。

#### 【C班】

- ①に記載

- ・物が溢れている、いろいろな物がすぐには買えるのが現状。
- ・技術を持っている大人と、子ども達をいかにつなぐかが重要である。今、集まっている方々が、その役割を担っていると思う。
- ・ストーリーを持って、どういう目標をおくかが大切。技術の世界では1番になれる。
- ・未来を担う若者をサポートしていく。

#### 【司会】

仕組み作りということでは、我々行政も、今後の施策に活かしていければよいと思います。

#### 6. 閉会のあいさつ

短い時間ではありましたが、濃度の濃い議論をしていただいたと感じています。私自身、モノづくりについて理解していたつもりでしたが、各班でまとめたいただいたご意見を聞いて、目からうろこに思うことが多々ありました。危険だからといって、子ども達がモノづくりの体験をする機会が減っているというのは思うところでしたが、モノづくりに対して新しい経緯を見せていくという考えには、なるほどと思いました。様々な分野でAI化が進んでいる状況下の中、バーチャルの世界で作っていくことも、モノづくりと考えられないこともないのかと思ったりします。例えば、3Dプリンターで形になったりする時代ですが、パソコンの中で作っていくこともモノづくりになるのかと。

また、複数班で出された意見として、不便にならないと物のありがたさが分からない、便利な物が溢れすぎていてモノづくりの必要性が無くなってきているとありました。誰かが創意工夫して作った物が世界の各所で大量生産されて売

られており、知恵の低準化といいますか、便利が当たり前になってしまっています。そのことが、子ども達の夢や創意工夫がなくなっている一因と考えられ、我々大人が考えていかないといけないことだと思いました。

自分がどのような人生を送っていくのかを考える時、選択肢の一つとしてモノづくりを挙げてもらうために、子ども達の中に創意をもたせることが大事だと感じました。三つ子の魂百までと言いますが、子どもの時に、創意・発想したり、手を動かして物を作ったりするという経験をしなければ、将来においてもなかなかできない子ども達が増えていくこととなります。日本のモノづくり力の順位が下がってきている中、モノづくりの街東大阪では、みなさまのそれぞれの活動を通じて、今後も子どもたちにモノづくりを教え、そして、モノづくりのDNAがこの東大阪から育っていつてくれたらということを祈念しております。

## 「東大阪市中小企業振興条例にかかる 中小企業の振興に関する施策(案)」

(注意)以下の事業は、平成30年度当初予算の成立を条件とするもので、現時点で実施が確約されたものではありません。

平成30年3月  
経済部



# 東大阪市第2次総合計画後期基本計画

## 部門別計画 第4部 活力ある産業社会を切り拓くまちづくり

### 第21節 モノづくりが元気なまち

- 4-21-1 モノづくり企業の高付加価値化を支援します
- 4-21-2 「モノづくりのまち東大阪」を次の世代に引き継ぎます
- 4-21-3 モノづくり企業の販路開拓を応援します
- 4-21-4 地域経済の連携、交流に取り組みます

### 第22節 買い物しやすいまち

- 4-22-1 特色ある商業集積地域づくりを支援します
- 4-22-2 「元気な店舗グループ」の活動を支援します
- 4-22-3 地域資源の活用で集客力を強化します
- 4-22-4 安心して快適に買い物ができる環境づくりを進めます

### 第23節 農業と農地空間を大切にすまち

- 4-23-1 安全で新鮮な農産物を消費者に届けます
- 4-23-2 東大阪市の特産物を地域ブランドとして発信します
- 4-23-3 農業と農地空間の担い手を育てます
- 4-23-4 農地空間の持つ価値や機能を生かします
- 4-23-5 有害鳥獣被害への対策を進めます

## 第24節 産業活動にとって魅力のあるまち

- 4-24-1 居住環境と工場の操業環境の共生を進めます
- 4-24-2 金融面から産業活動を支援します
- 4-24-3 経済施策情報を分かりやすく発信します
- 4-24-4 クリエイション・コア東大阪を有効に活用します

## 第25節 雇用が安定し、働きやすいまち

- 4-25-1 働きがいのある労働環境づくりを支援します
- 4-25-2 安心して働ける労働環境づくりを支援します
- 4-25-3 若者の就業を応援します
- 4-25-4 就職に困っている人の雇用を促します
- 4-25-5 高齢者の生きがい就労を応援します

## 第2部 市民文化を育むまちづくり

### 第8節 多くの国・地域や二つの交流が育まれるまち

- 2-8-5 東大阪市の魅力をつくり、発掘し、発信します

# 東大阪市中小企業振興条例

---

## 第9条 中小企業の振興に関する施策

- 1 中小企業者の産業集積の活性化及びネットワークを強化させるための施策
- 2 中小企業者の操業環境の確保及び市民の住環境との調和を推進するための施策
- 3 中小企業者の販路拡大のための施策
- 4 中小企業者の経営資源を強化するための施策
- 5 中小企業者の人材の育成・事業承継に関する施策
- 6 中小企業者の資金調達の円滑化を促進させるための施策
- 7 中小企業者の創造的な事業活動の促進のための施策
- 8 中小企業者のグローバル化のための施策
- 9 中小企業者の労働環境を整備するための施策
- 10 中小企業者の魅力等の情報発信を行うための施策
- 11 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める施策



## 平成30年度中小企業の振興に関する施策一覧

所管課	事業名	掲載頁	No.
<b>1 中小企業者の産業集積の活性化及びネットワークを強化させるための施策</b>			
モノづくり支援室	モノづくり支援補助事業	4	3
モノづくり支援室	都市ブランド形成推進事業	4	5
モノづくり支援室	東大阪ブランド推進事業	4	7
モノづくり支援室	医工連携プロジェクト創出事業	4	9
モノづくり支援室	産業技術支援センター整備事業	5	14
モノづくり支援室	異業種交流促進事業	5	17
モノづくり支援室	高付加価値新製品開発支援事業	5	18
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(事業承継総合支援事業)	5	19
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(若手経営者ネットワーク化促進事業)	6	20
商業課	地域密着型支援事業	6	21
商業課	空き店舗活用促進事業	6	23
商業課	商業振興コーディネート事業	6	24
商業課	個店経営者育成セミナー事業	6	25
商業課	商店街環境整備維持管理事業補助金	6	26
商業課	共同施設設置助成事業	6	27
商業課	商業振興事業補助金	6	28
<b>2 中小企業者の操業環境の確保及び市民の住環境との調和を推進するための施策</b>			
モノづくり支援室	住工共生のまちづくり事業	4	1
商業課	空き店舗活用促進事業	6	23
商業課	商店街環境整備維持管理事業補助金	6	26
商業課	共同施設設置助成事業	6	27
農政課	農業啓発推進事業	7	35
農政課	有害鳥獣駆除対策事業	7	36
農政課	ファーム花いっぱい咲かそう運動事業	7	37
農政課	都市農業活性化農地活用事業	7	39
<b>3 中小企業者の販路拡大のための施策</b>			
モノづくり支援室	モノづくりワンストップ推進事業	4	2
モノづくり支援室	モノづくり支援補助事業	4	3
モノづくり支援室	東大阪産業フェア開催経費	4	4
モノづくり支援室	都市ブランド形成推進事業	4	5
モノづくり支援室	技術交流プラザ事業	4	6
モノづくり支援室	東大阪ブランド推進事業	4	7

所管課	事業名	掲載頁	No.
<b>3 中小企業者の販路拡大のための施策(続き)</b>			
モノづくり支援室	東大阪デザインプロジェクト事業	5	10
モノづくり支援室	モノづくりのまち東大阪技術力アピール事業	5	12
モノづくり支援室	産業振興PR経費	5	15
商業課	観光振興事業	6	22
農政課	農業啓発推進事業	7	35
農政課	都市農業活性化農地活用事業	7	39
<b>4 中小企業者の経営資源を強化するための施策</b>			
モノづくり支援室	モノづくりワンストップ推進事業	4	2
モノづくり支援室	産業技術支援センター整備事業	5	14
モノづくり支援室	高付加価値新製品開発支援事業	5	18
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(事業承継総合支援事業)	5	19
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(若手経営者ネットワーク化促進事業)	6	20
商業課	空き店舗活用促進事業	6	23
商業課	商業振興コーディネート事業	6	24
商業課	個店経営者育成セミナー事業	6	25
商業課	商店街環境整備維持管理事業補助金	6	26
商業課	共同施設設置助成事業	6	27
商業課	商業振興事業補助金	6	28
農政課	農業啓発推進事業	7	35
農政課	都市農業活性化農地活用事業	7	39
経済総務課	中小企業振興会議経費	8	43

## 平成30年度中小企業の振興に関する施策一覧

所管課	事業名	掲載頁	No.
<b>5 中小企業者の人材の育成・事業承継に関する施策</b>			
モノづくり支援室	モノづくり教育支援事業	4	8
モノづくり支援室	ビジネスセミナー開催経費	5	11
モノづくり支援室	東大阪市少年少女発明クラブ補助金	5	13
モノづくり支援室	モノづくり開発研究会支援事業	5	16
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(事業承継総合支援事業)	5	19
商業課	個店経営者育成セミナー事業	6	25
労働雇用政策室	就活応援窓口経費	7	34
農政課	農業啓発推進事業	7	35
農政課	農産物展示品評会経費	7	38
農政課	優良農家優良団体表彰事業	8	40
農政課	農産物展示品評会経費	8	34
<b>6 中小企業者の資金調達の円滑化を促進させるための施策</b>			
経済総務課	中小企業融資事業	8	41
<b>7 中小企業者の創造的な事業活動の促進のための施策</b>			
モノづくり支援室	モノづくりワンストップ推進事業	4	2
モノづくり支援室	モノづくり支援補助事業	4	3
モノづくり支援室	東大阪ブランド推進事業	4	7
モノづくり支援室	医工連携プロジェクト創出事業	4	9
モノづくり支援室	東大阪デザインプロジェクト事業	5	10
モノづくり支援室	高付加価値新製品開発支援事業	5	18
商業課	地域密着型支援事業	6	21
商業課	観光振興事業	6	22
商業課	空き店舗活用促進事業	6	23
商業課	商業振興コーディネート事業	6	24
商業課	個店経営者育成セミナー事業	6	25
農政課	農産物展示品評会経費	7	38
農政課	優良農家優良団体表彰事業	8	40
経済総務課	中小企業振興会議経費	8	43
経済総務課	東大阪市企業表彰事業	8	44

所管課	事業名	掲載頁	No.
<b>8 中小企業者のグローバル化のための施策</b>			
モノづくり支援室	モノづくりワンストップ推進事業	4	2
モノづくり支援室	モノづくり支援補助事業	4	3
モノづくり支援室	都市ブランド形成推進事業	4	5
モノづくり支援室	東大阪デザインプロジェクト事業	5	10
モノづくり支援室	モノづくりのまち東大阪技術力アピール事業	5	12
モノづくり支援室	高付加価値新製品開発支援事業	5	18
<b>9 中小企業者の労働環境を整備するための施策</b>			
労働雇用政策室	ワークサポート事業	6	29
労働雇用政策室	若者自立支援援助事業	7	30
労働雇用政策室	モノづくり若年者等就業支援事業	7	31
労働雇用政策室	若年者等トライアル雇用事業	7	32
労働雇用政策室	障害者雇用促進事業	7	33
労働雇用政策室	就活応援窓口経費	7	34
<b>10 中小企業者の魅力等の情報発信を行うための施策</b>			
モノづくり支援室	東大阪産業フェア開催経費	4	4
モノづくり支援室	都市ブランド形成推進事業	4	5
モノづくり支援室	技術交流プラザ事業	4	6
モノづくり支援室	東大阪ブランド推進事業	4	7
モノづくり支援室	モノづくり教育支援事業	4	8
モノづくり支援室	モノづくりのまち東大阪技術力アピール事業	5	12
モノづくり支援室	産業振興PR経費	5	15
商業課	地域密着型支援事業	6	21
商業課	観光振興事業	6	22
商業課	商業振興コーディネート事業	6	24
商業課	商業振興事業補助金	6	28
農政課	ファーム花いっぱい咲かそう運動事業	7	37
農政課	農産物展示品評会経費	7	38
農政課	優良農家優良団体表彰事業	8	40
経済総務課	中小企業情報提供事業	8	42
<b>11 市長が必要と認める施策</b>			
商業課	共同施設設置助成事業	7	22

# 平成30年度中小企業の振興に関する施策について

**1 住工共生のまちづくり事業**  
(モノづくり支援室)

**【事業内容】**  
本市の重要な存在基盤であるモノづくり企業の操業上の環境づくりを積極的に推進しつつ、良好な住環境を保全・創出することで、活力あふれる経済活動と快適な生活環境が両立したまちを実現していくことを目的に、各種施策を実施するもの。

H30予算要求額	134,526千円
総合計画	4-24-1
実施計画	○
振興施策	2
市政マニフェスト	○

**2 モノづくりワンストップ推進事業**  
(モノづくり支援室)

**【事業内容】**  
技術系コーディネーターによる市内企業への発注案件などに関する対応と、民間企業でのネットワークやノウハウを活かした販路系コーディネーターによる市内企業の販路開拓支援を効率よく連携させ、技術・販路の両面からきめ細かい支援サービスを市内企業に提供する。また、企業訪問相談員を配置し、市の施策の広報などを実施する。

H30予算要求額	23,670千円
総合計画	4-24-3
実施計画	○
振興施策	3 4 7 8
市政マニフェスト	○

**3 モノづくり支援補助事業**  
(モノづくり支援室)

**【事業内容】**  
【クリエイションコア常設展示場出展支援事業】  
市内の独自の優れた技術力を持つ企業がビジネスマッチングを生み出すために、オンリーワン、シェアナンバーワン等の製品・技術を表示することに対し出展支援する。  
【創業促進インキュベーション支援事業】  
本市の技術集積を活用して新製品・新技術の開発や新事業の創出を図ることなどを目的に、クリエイション・コア東大阪施設内「インキュベートルーム」に入居した中小企業者等に対して、入居にかかる賃借料の一部を助成。  
【国内展示会出展支援事業】  
国内展示会に出展する際の経費の一部を助成。  
【産業財産権活用支援事業】  
産業財産権の利活用等により製品や技術の高付加価値化を戦略的に進めるため、市内製造業が特許権取得にかかる出願審査請求を行う際に、助成金を交付する。  
【高付加価値化促進事業】  
市内中小企業者又は市内中小企業者2社以上が共同して行う、新たな産業技術の研究や新製品の開発に向けた取り組み等の活動に対して助成金を交付する。

H30予算要求額	21,243千円
総合計画	4-21-1 4-21-3 4-24-4
実施計画	○
振興施策	1 3 7 8
市政マニフェスト	○

**4 東大阪産業フェア開催経費**  
(モノづくり支援室)

**【事業内容】**  
平成31年度に開催されるラグビーワールドカップは国内外に向けて本市が「モノづくりのまち東大阪」であることをアピールする絶好の機会となる。このため、前年度の平成30年度に、市民を対象に、「モノづくりのまち」であることを印象付けるとともに、ラグビーワールドカップに向けた機運を盛り上げるために東大阪産業フェアを実施する。また、平成31年度に開催する産業フェアに向けて実行委員会を組成し、様々な団体等に参画などの働きかけを行う。

H30予算要求額	3,000千円
総合計画	4-21-3
実施計画	○
振興施策	3 10
市政マニフェスト	○

**5 都市ブランド形成推進事業**  
(モノづくり支援室)

**【事業内容】**  
前年度に実施したアンケート調査などのフォローアップを進めるとともに「モノづくりのまち東大阪」の将来像を展望した都市ブランディングのためにシンポジウムを開催するなど、ラグビーワールドカップ2019を絶好の機会と捉え、世界へ「Monozukuri City Higashiosaka」を内外に発信する事業を展開する。

H30予算要求額	1,050千円
総合計画	4-21-1 4-21-2
実施計画	○
振興施策	1 3 8 10
市政マニフェスト	○

**6 技術交流プラザ事業**  
(モノづくり支援室)

**【事業内容】**  
平成12年7月28日に開設以来、市内製造企業者の情報発信・販路開拓支援のひとつとして、市内製造業検索サイト「東大阪市技術交流プラザ」を運営。現在約1,200社の技術力や製品、設備などの企業情報が登録されており、内外から受発注先探しなどに活用されている。平成28年度にリニューアルを実施し、機能の強化による支援充実を図った。

H30予算要求額	8,922千円
総合計画	4-21-3 4-24-3
実施計画	○
振興施策	3 10
市政マニフェスト	○

**7 東大阪ブランド推進事業**  
(モノづくり支援室)

**【事業内容】**  
本市事業者が製造した優れた最終製品を市長が東大阪ブランドと認定することで、当該製品の価値を高めるとともに市内事業者の製品開発を促進する。また、認定製品を有する事業者が相互に連携して東大阪ブランドのCI活動を行う。

H30予算要求額	4,570千円
総合計画	4-21-3、4-21-4
実施計画	○
振興施策	1 3 7 10
市政マニフェスト	○

**8 モノづくり教育支援事業**  
(モノづくり支援室)

**【事業内容】**  
小学生にモノづくりへの興味や楽しさを感じてもらい、将来の東大阪を担う人材の育成を図るために、NPO法人東大阪地域活性化支援機構に業務を委託し、子ども向けのモノづくりのメニューを作成している市内企業の協力を得て、市内小学校へ人材派遣を行っている。

H30予算要求額	5,700千円
総合計画	4-21-2
実施計画	○
振興施策	5 10
市政マニフェスト	○

**9 医工連携プロジェクト創出事業**  
(モノづくり支援室)

**【事業内容】**  
(公財)東大阪市産業創造労働者支援機構にて、医療分野への参入に意欲的なモノづくり企業等から構成される研究会を組成し、医工連携に関する様々な情報提供などを進める一方、市内モノづくり企業から医療分野に向けた製品開発などの助成対象案件を公募し、医工連携事業化促進補助金を交付し、支援する。

H30予算要求額	11,842千円
総合計画	4-21-1
実施計画	○
振興施策	1 7
市政マニフェスト	○

# 平成30年度中小企業の振興に関する施策について

## 10 東大阪デザインプロジェクト事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

世界的な工業デザイナーを本市のデザインクリエイティブアドバイザーとして迎え、セミナーやデザインアドバイス会などを通じて広くデザインの重要性をPRするとともに、市内製品のデザインのレベルアップを図る。また、開発された製品や本市がデザイン面の取り組みを進めているまちであることなどをアピールするため展示会に出展していく。

H30予算要求額	2,400千円
総合計画	4-21-1
実施計画	○
振興施策	3 7 8
市政マニフェスト	

## 11 ビジネスセミナー開催経費

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

市内中小企業者の人材育成を積極的に推進し、新分野進出や業務改善、後継者育成等をはかるため、(公財)東大阪市産業創造勤労者支援機構がビジネスセミナー(営業・経営・法律・IT等のテーマ)を開催することを補助する。

H30予算要求額	1,500千円
総合計画	4-21-2 4-24-3
実施計画	
振興施策	5
市政マニフェスト	○

## 12 モノづくりのまち東大阪技術力アピール事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

海外向けに市内製造業の優れた技術や製品を紹介するPR媒体等を作成し、販路開拓等につなげるもの。

H30予算要求額	6,000千円
総合計画	4-21-3
実施計画	○
振興施策	3 8 10
市政マニフェスト	

## 13 東大阪市青少年少女発明クラブ補助金

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

(公社)発明協会の支援のもと次代を担う青少年を対象とし、創作の楽しさを体験し、比較的安価な使用料で利用に供することで、市内製造業の支援を行っている。なお、本事業については、(公財)JKAより補助を受けている。平成30年度の導入機器は、「蛍光X線分析装置」と「試料埋め込み機」を予定している。また、中間試験場壁面改修工事を行なう。

H30予算要求額	568千円
総合計画	4-21-2
実施計画	○
振興施策	5
市政マニフェスト	○

## 14 産業技術支援センター整備事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

市内製造業者が単独で設置することが難しい高度な測定機器、試験機器を設置し、比較的安価な使用料で利用に供することで、市内製造業の支援を行っている。なお、本事業については、(公財)JKAより補助を受けている。平成30年度の導入機器は、「蛍光X線分析装置」と「試料埋め込み機」を予定している。また、中間試験場壁面改修工事を行なう。

H30予算要求額	30,000千円
総合計画	4-21-1
実施計画	○
振興施策	1 4
市政マニフェスト	○

## 15 産業振興PR経費

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

この間、市内製造業者から「モノづくり親善大使」を任命し、講演などの際に「モノづくりのまち東大阪」を広くアピールいただいていた。このような取り組みに加え、平成29年度よりモンスターエンジン西森洋一氏を「モノづくり東大阪応援大使」に任命し、日々の芸能活動や本市のさまざまなイベント等の場面で、モノづくりの魅力や本市の取り組み、市内モノづくり企業の製品・技術力情報などを発信するもの。また、平成30年度は本市を対外的にアピールするための冊子を作成していく。

H30予算要求額	2,539千円
総合計画	4-21-3 4-24-3
実施計画	
振興施策	3 10
市政マニフェスト	

## 16 モノづくり開発研究会支援事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

市内企業の技術力高度化や研究開発促進を目的として2分科会「中堅人材育成(金属コース)」「中堅人材育成(高分子コース)」により研究会を開催している。それぞれのテーマに基づき機器利用による講習会及び外部講師を招いた座学講習会などを市立産業技術支援センターにおいて実施する「モノづくり開発研究会」の取り組みを支援する。

H30予算要求額	350千円
総合計画	4-21-2
実施計画	
振興施策	5
市政マニフェスト	

## 17 異業種交流促進事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

平成7年度に市内の異業種交流グループ間の情報交換や交流を図る目的で結成された、東大阪市異業種交流グループ連絡協議会の活動を支援することにより本市産業の活性化を図る。

H30予算要求額	250千円
総合計画	4-21-4
実施計画	
振興施策	1
市政マニフェスト	

## 18 高付加価値新製品開発支援事業

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

東大阪市産業技術支援センター内の試作工房を模様替えし、企業と企業、企業とデザイナー、企業とアイデアを持った学生等の交流の場としての新しい価値をうみだし、モノづくり企業やデザイナー等さまざまな人たちが交流し新製品を生み出していく土壌造りを行う。併せて、試作工房において、モノづくり企業が付加価値の高い最終製品の開発を進めるため、日本インダストリアルデザイナー協会へ製品開発支援を委託する。これらの活動を通じて東大阪の産業の発展を促す。

H30予算要求額	12,000千円
総合計画	4-21-1、4-21-4
実施計画	
振興施策	1 4 7 8
市政マニフェスト	

## 19 商工会議所補助金・委託料(事業承継総合支援事業)

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

本市におけるモノづくり企業集積の機能維持すべく、事業承継にかかる総合的な支援を実施する。このため、東大阪商工会議所に事業承継相談窓口を設置するとともに、事業承継に課題を有する企業などを訪問するとともに、必要に応じて専門家を派遣する。また、事業承継に関するセミナーなども開催していく。

H30予算要求額	11,000千円
総合計画	4-21-2
実施計画	
振興施策	1 4 5
市政マニフェスト	



# 平成30年度中小企業の振興に関する施策について

## 20 商工会議所補助金・委託料(若手経営者ネットワーク化促進事業)

(モノづくり支援室)

**【事業内容】**  
本市モノづくり企業間の最大の特徴でもある柔軟なネットワークを今後も有効に機能させるため、若手経営者など次世代を担う人材をワークショップなどを通じて相互理解を深め、新たな人的ネットワークの形成につなげていく。

H30予算要求額	4,000千円
総合計画	4-21-2
実施計画	
振興施策	1 4
市政マニフェスト	

## 21 地域密着型支援事業

(商業課)

**【事業内容】**  
商業振興ビジョンの基本方向「地域密着型支援の強化」の具現化を図るための商業振興施策。商業集積地域の振興のため、商店街や小売市場の魅力アップにつながる事業やにぎわいづくり事業、地域別プレミアム商品券事業、高齢者に優しい商店街づくりを推進する事業への補助金交付を実施。

H30予算要求額	13,641千円
総合計画	4-22-1
実施計画	○
振興施策	1 7 10
市政マニフェスト	○

## 22 観光振興事業

(商業課)

**【事業内容】**  
本市の魅力を外にアピールし観光振興を図るため、本市の観光や特産品の情報発信等について業務委託等を行う。

H30予算要求額	8,922千円
総合計画	2-8-5
実施計画	○
振興施策	3 7 10
市政マニフェスト	

## 23 空き店舗活用促進事業

(商業課)

**【事業内容】**  
市内商店街内にある空き店舗を活用し、開業する事業者に対し補助金を交付することにより、より一層の商店街等への来客増加につなげるとともに、商店街の活力と賑わい回復を促進する。  
なお、平成30年度より、あきんど塾と連携した創業者支援の項目を加え、給付金方式に変更する。

H30予算要求額	3,250千円
総合計画	4-22-1
実施計画	○
振興施策	1 2 4 7
市政マニフェスト	○

## 24 商業振興コーディネート事業

(商業課)

**【事業内容】**  
＜インバウンド対応促進事業＞  
訪日外国人(インバウンド)受け入れのために事業者として何をすべきかをアウンスするため、専門家等によるセミナー等を実施し、事業者自身の取り組みを促すきっかけづくりを支援(コーディネート)することを目的とする。  
＜ポータルサイト等掲載支援事業＞  
個性ある店内、商品のビジュアル展開は入店を促す有効な動機づけであり、希望された店舗に対し、世界的ポータルサイトのグーグルやグルメサイト等が提供するインターネットサービスを活用した誘客を図る方法を学ぶ場を提供し、市内の商業振興のボトムアップを図る。

H30予算要求額	3,500千円
総合計画	4-22-2
実施計画	○
振興施策	1 4 7 10
市政マニフェスト	

## 25 個店経営者育成セミナー事業

(商業課)

**【事業内容】**  
市内で小売業、サービス業、飲食業等を営む、またはこれから創業を予定している中小事業者を対象に、『東大阪あきんど塾』(事務局:経済部商業課)を立ち上げ、個店の経営改善をテーマにした研修事業および専門家派遣による個別の経営相談を実施することで、地域商業において最も重要な要素である「繁盛店」創出を目指す。

H30予算要求額	630千円
総合計画	4-22-2
実施計画	○
振興施策	1 4 5 7
市政マニフェスト	

## 26 商店街環境整備維持管理事業補助金

(商業課)

**【事業内容】**  
市内商業環境の安全を促進し、魅力ある商店街等づくりと地域の安全・安心環境の向上を図るため、東大阪市小売商業団体連合会に加盟する組織に対し、街路灯やアーケード照明施設の維持管理にかかる経費の一部補助を行う。

H30予算要求額	3,000千円
総合計画	4-22-4
実施計画	
振興施策	1 2 4
市政マニフェスト	

## 27 共同施設設置助成事業

(商業課)

**【事業内容】**  
商店街等の小売商業団体が、街路灯やアーケード等の共同施設を設置、補修した場合に補助金を交付することで、安全・安心で買物しやすいまちづくりを推進する。

H30予算要求額	8,000千円
総合計画	4-22-4
実施計画	○
振興施策	1 2 4 11
市政マニフェスト	

## 28 商業振興事業補助金

(商業課)

**【事業内容】**  
商店街における販売促進のキャンペーン事業をはじめ、市内での消費・購買を促す取り組みを支援する。

H30予算要求額	1,000千円
総合計画	4-22-1
実施計画	
振興施策	1 4 10
市政マニフェスト	

## 29 ワークサポート事業

(労働雇用政策室)

**【事業内容】**  
専門の労働相談員が、賃金・労働時間・社会保険・労災・解雇問題、その他さまざまな労働相談を受け付け問題解決を図る。

H30予算要求額	3,038千円
総合計画	4-25-1 4-25-2
実施計画	
振興施策	9
市政マニフェスト	

# 平成30年度中小企業の振興に関する施策について

## 30 若者自立支援援助事業

(労働雇用政策室)

### 【事業内容】

一定期間無業状態にある若者を対象に、社会人、職業人としての能力の開発や意識の啓発、社会適応等のため仕事体験事業や講演会、パソコン教室等、職業的自立に向けた支援を、国の地域若者サポートステーション事業を受託する若者自立援助機関に委託し実施している。

H30予算要求額	10,000千円
総合計画	4-25-3 4-25-4
実施計画	○
振興施策	9
市政マニフェスト	

## 31 モノづくり若年者等就業支援事業

(労働雇用政策室)

### 【事業内容】

若年者等の雇用を促進するため、大阪府立東大阪高等職業技術専門校での実習とモノづくり企業での職場体験を組み合わせた「モノづくり人材育成塾」や、モノづくり就職面接会、就職セミナー、働く若者等を紹介する情報誌「東大阪スタイル」の発行等を行っている。

H30予算要求額	10,000千円
総合計画	4-25-3
実施計画	○
振興施策	9
市政マニフェスト	

## 32 若年者等トライアル雇用事業

(労働雇用政策室)

### 【事業内容】

市内に住所を有する若年者等の雇用を促進するため、国のトライアル雇用を実施している市内の事業所の事業主に対し支援金を支給し、若年者等の自立を助長するとともに常用雇用に繋がるよう支援する。

H30予算要求額	650千円
総合計画	4-25-3 4-25-4
実施計画	
振興施策	9
市政マニフェスト	

## 33 障害者雇用促進事業

(労働雇用政策室)

### 【事業内容】

市内に住所を有する障がい者を雇用した市内の事業所の事業主に対し奨励金を支給し、障がい者の自立を助長し福祉の増進を図り、障がい者の雇用を促進する。

H30予算要求額	2,440千円
総合計画	4-25-4
実施計画	
振興施策	9
市政マニフェスト	

## 34 就活応援窓口経費

(労働雇用政策室)

### 【事業内容】

布施駅前再開発ビル(ヴェル・ノール布施)4階に開設している就活応援窓口「就活ファクトリー東大阪」にて、女性と39歳以下の若者を対象に、キャリアカウンセリングや適職診断、面接対策、セミナー等のメニューを通じてその就労を支援するとともに企業の人材確保や定着支援にも取り組む。また、働く意欲がありながら就労できない就労困難者等を対象に就労支援コーディネーターが支援を行う地域就労支援事業にも取り組む。

H30予算要求額	35,625千円
総合計画	4-25-3 4-25-4
実施計画	○
振興施策	5 9
市政マニフェスト	○

## 35 農業啓発推進事業

(農政課)

### 【事業内容】

東大阪市の特産品である大阪エコ農産物を普及させることで、安全安心で新鮮な農産物を消費者に提供するとともに、消費者が地元の農産物を購入することで地産地消を促進し、農業と農地・農空間を守る事業を実施する。

H30予算要求額	4,150千円
総合計画	4-23-1
実施計画	○
振興施策	2 3 4 5
市政マニフェスト	

## 36 有害鳥獣駆除対策事業

(農政課)

### 【事業内容】

生駒山中に生息するイノシシ等の有害鳥獣による水稲・サツマイモ等の農作物への被害を防ぐため、捕獲を行う。

H30予算要求額	4,146千円
総合計画	4-23-5
実施計画	
振興施策	2
市政マニフェスト	

## 37 ファーム花いっぱい咲かそう運動事業

(農政課)

### 【事業内容】

休耕地での草花栽培による荒廃防止・景観形成を進めるとともに、エコ米生産者など堆肥活用による環境保全型栽培の取り組みを支援する。

H30予算要求額	3,000千円
総合計画	4-23-4
実施計画	○
振興施策	2 10
市政マニフェスト	○

## 38 農産物展示品評会経費

(農政課)

### 【事業内容】

農家から出品された自家産野菜や花などを審査し、成績優秀者を表彰することで、生産技術の向上と普及を図り、その優良な付加価値のある野菜・花きの増産により農業経営の安定を目指す。

H30予算要求額	233千円
総合計画	4-23-2
実施計画	
振興施策	5 7 10
市政マニフェスト	

## 39 都市農業活性化農地活用事業

(農政課)

### 【事業内容】

農業団体や農家が行う農業生産基盤整備などに対する補助金交付により、農業振興及び農地の保全・活用を図る。

H30予算要求額	33,000千円
総合計画	4-23-3
実施計画	○
振興施策	2 3 4
市政マニフェスト	

# 平成30年度中小企業の振興に関する施策について

## 40 優良農家優良団体表彰事業

(農政課)

### 【事業内容】

団体活動を通じて農業者の利益を守るとともに、社会的地位の向上に努めている農業者及び、農業経営の改善に努め他の規範と認められる農業者を、表彰する。

H30予算要求額	45千円
----------	------

総合計画	4-23-1		
実施計画			
振興施策	5	7	10
市政マニフェスト			

## 41 中小企業融資事業

(経済総務課)

### 【事業内容】

大阪府制度融資の一部についての受付及び特定中小企業者認定書の発行業務のほか、「東大阪市小規模企業融資制度(大阪府市町村連携型)」を実施している。本年度も引き続き、取扱金融機関への預託額を実施し、利率を府下において最も低い0.8%とするとともに、国の法律開始により融資限度額が1,250万円から2,000万円に引き上げられ、より一層利便性の高い、実効的な融資制度を展開し、市内事業者の経営の安定化、活性化を図ることを目的とする。

H30予算要求額	1,608,642千円
----------	-------------

総合計画	4-24-2		
実施計画			
振興施策	6		
市政マニフェスト			

## 42 中小企業情報提供事業

(経済総務課)

### 【事業内容】

本市の最新支援施策や各種セミナー等の情報を、市内中小企業者へ向け提供する。また、本市産業施策の立案にあたり、重要な基礎資料となる中小企業動向調査を行う。

H30予算要求額	2,374千円
----------	---------

総合計画	4-24-3 4-21-3		
実施計画			
振興施策	10		
市政マニフェスト			

## 43 中小企業振興会議経費

(経済総務課)

### 【事業内容】

振興会議は市長が諮問機関として設置する第3者機関としての役割を担い、法的には地方自治法(第138条の4)に規定される市長の附属機関として設置する。構成メンバーは、市内中小企業者、学識経験者、公募による市民、経済団体、金融機関、行政など幅広い関係者によって構成される予定であり、本市中小企業の①動向に関すること ②施策の推進に関すること ③経済の活性化に関すること ④条例の改廃に関すること ⑤その他本市中小企業の振興に関することなどについて審議を行う。

H30予算要求額	1,754千円
----------	---------

総合計画	4-0-0		
実施計画			
振興施策	4	7	
市政マニフェスト			

## 44 東大阪市企業表彰事業

(経済総務課)

### 【事業内容】

地域や社会における企業の社会的責任(CSR:Corporate Social Responsibility)を果たす企業を表彰する「CSR経営表彰」を行い、当該企業の企業価値を高め、社会から信頼される企業として市域に軸足を置いて、環境、地域・社会、雇用、人権・労働の分野で社会に貢献する中小企業の事業所の増加を図り、もって本市産業の持続可能な振興と発展に資することを目的とする。

H30予算要求額	641千円
----------	-------

総合計画	4-24-3 4-25-1		
実施計画			
振興施策	7		
振興会議提言			