

# 第15回東大阪市中小企業振興会議

## 次第

と き 平成31年3月22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) 東大阪市中小企業振興会議各部会報告について

(2) 平成31年度 経済部 新規・拡充事業（案）の概要について

(3) その他

### 3 閉会

# 東大阪市中小企業振興会議報告

(案)

平成 3 1 年 3 月

東大阪市中小企業振興会議



# 目 次

はじめに

参考資料..... 5

資料1 審議経過

資料2 東大阪市中小企業振興会議委員名簿

資料3 東大阪市中小企業振興条例

資料4 東大阪市中小企業振興会議規則

東大阪市中小企業振興会議各部会報告

- モノづくり振興部門会議..... 15
- 商業振興検討部会..... 29
- 労働雇用部門会議..... 53



## はじめに

東大阪市は、全国でも有数の中小企業の大集積地であり、活力ある「中小企業のまち」として、また基盤的技術産業を中心に多種多様なモノづくり企業が集積した「モノづくりのまち」として世界的にも名を馳せている。東大阪市の中小企業はそのほとんどが従業員20人以下の小規模企業者であるが、地域経済を支える本市の重要な存立基盤であるだけでなく、市民の雇用やまちのにぎわいを創出する源として、重要な役割を担っている。

これらの小規模企業者を中心とした中小企業の果たす役割の重要性に鑑み、東大阪市では、中小企業の振興に関する基本理念及び施策等を定め、中小企業者、大企業者、市民、関係団体及び市の責務等を明らかにし、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進することによって、地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与することを目的とした東大阪市中企業振興条例を平成25年4月1日に施行した。

同条例第10条では、東大阪市中企業振興会議の設置を規定しており、同会議は、市長が諮問機関として設置する第三者機関としての役割を担い、地方自治法に規定される市長の附属機関として位置付けられている。

このたび、平成29年7月より東大阪市中企業振興会議及び専門部会であるモノづくり振興部会、商業振興検討部会、労働雇用部門会議において議論を重ねてきた内容がまとまり、各部会における議論について、平成31年3月22日に開催された第15回東大阪市中企業振興会議において、審議・承認されたものを本報告書としたものである。

近年、企業においては人手不足が深刻さを増すなか、人材確保や事業承継問題などが課題となっていることから、新たに労働雇用部門会議を設置したものである。

東大阪市には、これまでの中小企業振興会議における議論の過程で、委員各位より出された様々な意見や提案を真摯に受け止め、実現可能なものから速やかに施策化を図っていただくとともに、深刻化が予想される人手不足についても、喫緊の課題として来年度以降の各部会でご議論いただきたいと考えるものである。

最後に、東大阪市中企業振興会議及び各部会において、終始熱心にご議論をいただいた委員各位に衷心より御礼申し上げます。

平成31年3月

東大阪市中企業振興会議  
会 長 桑野 博行



# 平成30年度東大阪市中小企業振興会議 ～東大阪市の中小企業振興に関する報告～（概要）

## モノづくり振興部門会議

### 3つのテーマについて検討

今日的な課題として3つのテーマを掲げ、速やかな施策展開につなげるべく、あり方を検討

#### 議論のテーマ

- ①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  
→メリハリをつけた支援策の検討
- ②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  
→従来型から多様な主体が交流できる場
- ③支援施策の再構築  
→住工共生のまちづくり事業の支援施策の見直しについての報告

## 商業振興検討部会

### 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

#### 議論のテーマ

- ①東大阪市商業振興ビジョンを踏まえた振り返りについて  
・商業振興コーディネート事業の実例より  
「若江岩田きららプロジェクト事業の現状と課題」  
・商業振興コーディネート事業、元気グループコーディネート事業等から見る新たな商業振興の可能性
- ②次期商業計画策定スケジュール(案)について  
・新総合計画と時期を合わせ、2021年度よりスタート  
・商業を取り巻く環境を考慮し、5年等短い期間での作成  
・現在のビジョンを基本とし、プラン的なものを作成

## 労働雇用部門会議

### 市内企業の人材確保と若者・女性の就労支援

就労支援と人材確保の観点から現在の課題や今後の施策展開を検討

#### 検討課題

- 若者・女性をターゲットにした就活応援窓口事業(就活フェアトリー東大阪)
- ↓
- ・市内企業への就職者数100人を達成するために
  - ・学生を含む若者と復職・再就職を目指す女性の登録者の増加
  - ・利用者満足度の向上
  - ・(就職状況の)実態把握の強化

## 振興会議の提案にもとづく具体的な施策の構築・推進

「モノづくりが元気なまち」「雇用が安定し働きやすいまち」「買い物しやすい街」「農業と農地空間を大切にすまち」

(中小企業振興条例)

地域経済を活性化し豊かで住みよいまちの実現

(総合計画後期基本計画)

活力ある産業社会を切り拓くまちづくりの実現

(東大阪市第2次総合計画 将来都市像)

「夢と活力あふれる 元気都市・東大阪」





# 参 考 资 料



## 審 議 経 過

### 平成29年度

#### 中小企業振興会議

第13回(平成29年7月27日)

- (1) 東大阪市中小企業振興会議の進め方について
- (2) 平成28年度中小企業振興施策実施状況報告

第14回(平成30年3月23日)

- (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

### 平成30年度

#### 中小企業振興会議

第15回(平成31年3月22日)

- (1) 東大阪市中小企業振興会議各部会報告について
- (2) 平成31年度以降中小企業振興会議委員について
- (3) 平成31年度中小企業の振興に関する施策(案)について

東大阪市中小企業振興会議委員名簿

資料 2

平成31年3月現在

会長・部会長	糸野 博行	大阪商業大学総合経営学部教授
副会長・部会長	加藤 司	大阪商業大学総合経営学部教授
部会長	芦塚 格	近畿大学経営学部教授
部会長	衣笠 葉子	近畿大学法学部教授
委員	阿児 加代子	大阪府社会保険労務士会東支部
委員	井戸辻 剛	株式会社商工組合中央金庫東大阪支店長
委員	茨木 延夫	東大阪市小売商業団体連合会会長
委員	大塚 征慈郎	公募委員
委員	大西 由起子	東大阪観光協会会長
委員	草場 寛子	株式会社盛光S C M代表取締役
委員	下山 修	株式会社日本政策金融公庫東大阪支店長兼国民事業統括
委員	谷川 佳央	グリーン大阪農業協同組合常務理事
委員	西松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所所長
委員	檜尾 めぐみ	公募委員
委員	松尾 雅明	東大阪商工会議所専務理事
委員	光岡 正道	公募委員
委員	村田 泰弘	ハローワーク布施所長
委員	柳山 稔	東大阪市工業協会会長

(順不同、敬称略)

## 東大阪市中小企業振興条例

緑豊かな生駒山のおもとに位置する本市のモノづくりの起源は古く、すでに弥生時代には、銅鐸や銅剣などの青銅器鋳物が盛んに造られていました。その歴史と経験に培われた情熱と技術は、大和川の付替えや新田開発などを経て、河内木綿産業や今に続く伸線産業などの地場産業を発展させ、およそ2,000年後の現代に受け継がれました。やがて本市には、多くの製造業が集積することとなり、それが商業、農業、建設業、運輸業その他の産業の活性化にも大きな影響を与えてきました。そして、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。

本市が「夢と活力あふれる元気都市」として発展し続けるためには、中小企業者、大企業者、市民、関係団体そして市が、中小企業の果たす役割の重要性を理解し、協働して、本市の中小企業の振興に総合的に取り組むことが必要不可欠です。

ここに、中小企業の振興を市政の重要な柱として位置付けるとともに、本市の中小企業の振興に関する基本理念及び施策等を定め、もって地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与するため、この条例を制定します。

## (目的)

第1条 この条例は、小規模企業者を中心とした本市における中小企業の果たす役割の重要性に鑑み、中小企業の振興に関する基本理念及び施策等を定め、中小企業者、大企業者、市民、関係団体及び市の責務等を明らかにすることにより、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進し、もって地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与することを目的とする。

## (定義)

第2条 この条例において「中小企業者」とは、中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第2条第1項各号に掲げるもので、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。

2 この条例において「小規模企業者」とは、中小企業基本法第2条第5項に規定する小規模企業者で、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。

3 この条例において「大企業者」とは、中小企業者以外の事業者で、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。

4 この条例において「関係団体」とは、経済団体、金融機関、大学等、特定非営利活動法人その他の中小企業の振興に関係する団体をいう。

## (基本理念)

第3条 中小企業の振興は、中小企業者自らの創意工夫及び自主的な努力のもとに推進されなければならない。

2 中小企業の振興は、中小企業者、大企業者、市民、関係団体及び市が、中小企業の果たす役割の重要性を理解し、協働して推進されなければならない。

3 中小企業の振興は、大都市圏に立地する産業集積の拠点という本市の地域特性を生かした施策により推進されなければならない。

4 中小企業の振興は、国、大阪府その他の公共団体（以下「国等」という。）との連携を図りながら、推進されなければならない。

## (中小企業者の努力)

第4条 中小企業者は、前条に定める基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、自主的な経営基盤の強化、雇用機会の確保、人材の育成、従業員の福利厚生の実施等を図るとともに、第9条に定める施策（以下「施策」という。）を積極的に活用し、その推進に協力するよう努めるものとする。

2 中小企業者は、地域社会の一員として、豊かで住みよいまちの実現に配慮するとともに、地域社会に貢献するよう努めるものとする。

## (大企業者の役割)

第5条 大企業者は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が地域経済の活性化に重要な役割を果たすことを理解し、施策の推進及び中小企業の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

2 大企業者は、地域社会の一員として、中小企業者との共存共栄のもとに、社会的責任を自覚し、地域社会に貢献するよう努めるものとする。

(市民の理解及び協力)

第6条 市民は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が地域経済を活性化し、豊かで住みよいまちの実現に寄与することを理解し、施策の推進及び中小企業の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(関係団体の理解及び協力)

第7条 関係団体は、基本理念にのっとり、中小企業の振興が地域経済の活性化に重要な役割を果たすことを理解し、施策の推進及び中小企業の健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(市の責務)

第8条 市は、基本理念にのっとり、中小企業の振興に関し、必要な調査を行い、施策を実施するものとする。

2 市は、中小企業の振興に関し、必要な財政上の措置を講ずるものとする。

3 市は、中小企業の振興に関し、国等との連携並びに中小企業者、大企業者、市民及び関係団体の協働の推進に努めるものとする。

4 市は、市が発注する工事の請負、役務の提供又は物品の購入その他の調達に当たっては、予算の適正な執行並びに透明かつ公正な競争及び契約の適正な履行の確保に留意しつつ、中小企業者の受注の機会の増大に努めるものとする。

(中小企業の振興に関する施策)

第9条 第1条に定める目的を達成するために、本市が総合的に推進すべき中小企業の振興に関する施策は、次のとおりとする。

- (1) 中小企業者の産業集積を活性化し、ネットワークを強化するための施策
- (2) 中小企業者の操業環境を確保し、市民の住環境との調和を推進するための施策
- (3) 中小企業者の販路を拡大するための施策
- (4) 中小企業者の経営資源を強化するための施策
- (5) 中小企業者の人材を育成し、事業承継を円滑化するための施策
- (6) 中小企業者の資金調達を円滑化するための施策
- (7) 中小企業者の創造的な事業活動を促進するための施策
- (8) 中小企業者のグローバル化を支援するための施策
- (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を発信するための施策
- (11) 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める施策

(振興会議)

第10条 本市に、東大阪市中心企業振興会議（以下「振興会議」という。）を置く。

2 振興会議は、この条例の改廃に関する事項、施策の実施等に関する事項その他の中小企業の振興に係る重要事項を審議する。

3 振興会議は、前項に規定する事項に関し、市長に意見を述べることができる。

4 前3項に定めるもののほか、振興会議の組織及び運営に関し必要な事項は、市長が定める。

(実施状況の公表等)

第11条 市長は、毎年度、施策の実施状況を取りまとめ、公表するものとする。

2 市長は、前項の実施状況について調査及び分析を行うものとする。

(委任)

第12条 この条例の施行について必要な事項は、市長が定める。

附 則

この条例は、平成25年4月1日から施行する。

(趣旨)

第1条 この規則は、東大阪市中小企業振興条例（平成25年東大阪市条例第4号）第10条第4項の規定に基づき、東大阪市中小企業振興会議（以下「振興会議」という。）の組織、運営その他振興会議に関し必要な事項を定めるものとする。

(組織)

第2条 振興会議は、委員25人以内で組織する。

2 振興会議に、特別の事項を審議させるため必要があるときは、臨時委員を置くことができる。

3 委員及び臨時委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 市内の中小企業者
- (2) 学識経験者
- (3) 公募に応じた者
- (4) 本市の職員
- (5) その他市長が適当と認める者

(委員及び臨時委員の任期)

第3条 委員の任期は、前条第3項の規定により委嘱され、又は任命された日が属する年度の翌年度の末日までとする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

2 委員は、再任されることができる。

3 臨時委員の任期は、当該臨時委員に係る特別の事項の審議が終了するまでとする。

(会長及び副会長)

第4条 振興会議に会長及び副会長を置き、委員の互選により定める。

2 会長は、振興会議を代表し、会務を総理する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 振興会議の会議は、会長が招集し、その議長となる。

2 振興会議の会議は、委員の過半数が出席しなければ、開くことができない。

3 振興会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(部会)

第6条 振興会議は、その定めるところにより、部会を置くことができる。

2 部会に属する委員及び臨時委員は、会長が指名する。

3 部会に部会長を置き、委員のうちから会長が指名する。

4 部会長は、部会の事務を掌理する。

5 部会長に事故があるとき、又は部会長が欠けたときは、あらかじめ部会長の指名する委員が、その職務を代理する。

6 振興会議は、部会の議決をもって振興会議の議決とすることができる。

7 前条の規定は、部会の会議について準用する。この場合において、同条中「振興会議」とあるのは「部会」と、「会長」とあるのは「部会長」と、「委員」とあるのは「委員及び臨時委員」と読み替えるものとする。

(関係者の出席)

第7条 振興会議は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求めて、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第8条 振興会議の庶務は、経済部において処理する。

(委任)

第9条 この規則に定めるもののほか、振興会議の運営に関し必要な事項は、会長が定める。

附 則

1 この規則は、平成25年4月1日から施行する。

2 第2条第3項の規定による委嘱又は任命後最初の振興会議の招集及び会長が選出されるまでの間における振興会議の運営は、市長が行う。

附 則（平成27年3月27日規則第26号）

1 この規則は、平成27年4月1日から施行する。

2 改正後の第3条第1項の規定は、この規則の施行の日以後に委嘱され、又は任命される委員の任期について適用し、同日前に委嘱され、又は任命された委員の任期については、なお従前の例による。





## 東大阪市中小企業振興会議各部会報告



# 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 8

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 . . . . . 2 1

参考資料 1 東大阪市モノづくり支援再興戦略の概要 . . . . . 2 4

参考資料 2 都市ブランド形成推進事業の概要 . . . . . 2 5

参考資料 3 モノづくり振興部門会議 開催日程 . . . . . 2 6

参考資料 4 中小企業振興会議モノづくり振興部門会議 委員名簿 . . . 2 7

## 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回東大阪市中小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年度の東大阪市中小企業振興会議「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

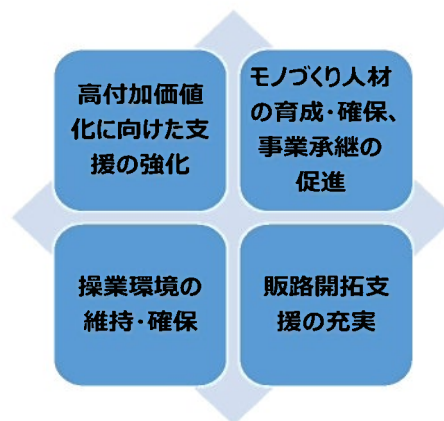
東大阪市中小企業振興会議

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「東大阪市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。



▲モノづくり支援施策の4本の柱

### 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。何をどのようにする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、リスクを取ることの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」「I o T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べきであると考えます。

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」機能は東大阪市青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。

米中貿易摩擦を背景に中国向け輸出が低調傾向にあり、昨今の人手不足も相まって景気の先行き不透明感が強まっている。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。

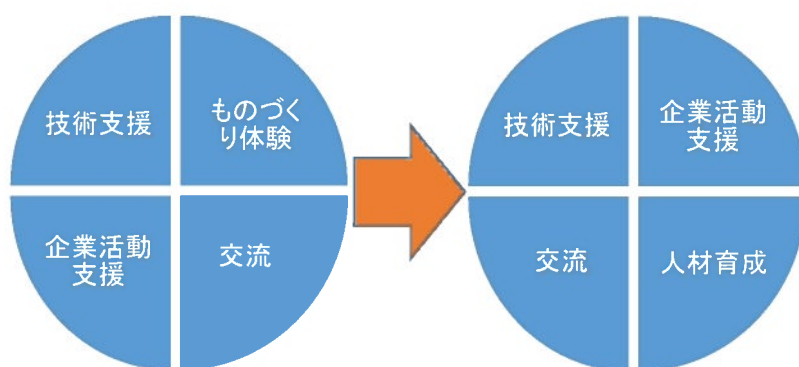
### 1 センターの機能の再構成

『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。



▲東大阪市立産業技術支援センターの機能の再構成

## 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、学生との関わりなど、将来的には人的交流、ネットワークなどソフト面に裏打ちされた拠点としての活用方法の検討を期待する。

東大阪市モノづくり支援新戦略（提言）以降の経済・社会環境の変化

東大阪市モノづくり経済特区構想（策定）〔平成15年3月〕

- ・都市経営的観点からモノづくり都市の方向を明確化
- ・高付加価値製品を作り出す苗床としての機能役割を担うべく、工場の立地・操業しやすい製造環境の提供に向け施策展開

東大阪市モノづくり支援新戦略（提言）〔平成20年2月〕

- ・特区構想の基本理念は、引き続き継承しつつ、なお厳しい小規模企業の実情、モノづくり人材の高齢化、操業環境の悪化といった今日的課題に対応すべく策定
- ・「①小規模企業の高付加価値化を強力に支援」、「②安心して操業できる操業環境を確保」の2つをコンセプトに、4つのフレームで施策展開

新戦略提言以降の経済・社会環境変化の潮流

- 新戦略の提言を受けて以後、5年以上が経過し、この間、平成20年9月のリーマン・ショックによる未曾有の経済危機、さらに平成23年3月の東日本大震災や同年以降の欧州政府債務危機等、新戦略策定時から中小企業・小規模企業者を取り巻く経済・社会環境は著しく変化している。
- 東日本大震災の発生 → 被災地の甚大な被害、原材料等や商品配送の停滞、自衛隊・自衛隊等の消費マインド低下、電力供給制約の発生
  - 国内モノづくりの構造変化 → 人口減少・経営者層の高齢化、海外との競争激化・地域経済の低迷といった構造変化、事業所数減少
  - 政策環境の変化
  - ・国 → 中小企業憲章の制定（H22.6.18 閣議決定）、小規模企業活性化法（H25.6.21公布、9.20施行）、小規模企業振興基本法（H26.6.27公布・施行）
  - ・東大阪市 → 東大阪市中小企業振興条例（H25.3.31公布、4.1施行）
  - 東大阪市住工共生のまちづくり条例（H26.10.1公布、4.1施行）

「モノづくり支援施策のあり方検討部会」での議論

東大阪市中小企業振興会議で「モノづくり支援施策のあり方検討部会」を設置

東大阪市中小企業振興条例に基づいて、平成25年7月に組成した「東大阪市中小企業振興会議」で、新戦略提言以降の経済・社会環境の変化を踏まえ、東大阪市におけるモノづくり支援施策のあり方を再構築していく必要があるとの認識のもと、同年9月に「モノづくり支援施策のあり方検討部会」を設置

「モノづくり支援施策のあり方検討部会」での主な意見

- ・日本の技術力が高いのは、小規模な事業所によるところが大きい
- ・情報の発信側と受信側にギャップがあるのではないか。施策メニューは充実しているので、このギャップを埋めていく仕組みをつくらねば。
- ・どんな内容でも相談を受け、適切な支援機関へコーディネートできる窓口が必要

部会開催	主なテーマ
第1回（H25.10.23）	この間のモノづくり支援施策と今後のあり方検討の必要性
第2回（H26.1.29）	中小企業支援施策について（人材育成・確保、技術支援、事業承継）
第3回（H26.5.27）	中小企業支援施策について（販路開拓）
第4回（H26.6.24）	中小企業支援施策について（高付加価値化）アンケート調査について
第5回（H26.10.28）	アンケート調査結果の概要、再興戦略（仮称）の中間骨子について
第6回（H27.2.4）	モノづくり支援再興戦略（仮称）最終報告（案）について

※上記に加え、2回の学識経験者・有識者会議を開催

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

小規模企業の重要な役割を認識し、その活力が最大限に発揮されることの必要性に鑑み、さら無限に及ぶ成長可能性を発掘するため、小規模企業を中心にきめ細かく光を当てた支援を行う。様々な経営課題を抱えているモノづくり企業が気軽に相談できる総合相談窓口を設置し、適切な支援施策、支援機関への誘導等に努めるなど、小規模企業等のニーズにきめ細かく対応し、その事業の持続的な発展を図る。

2 モノづくり支援施策を“つなぐ”橋渡しの強化

情報を入手していない、自社の強みが発信できていないモノづくり企業に対して、情報の発信、発信を双方方向に行えるようポータルサイト「東大阪市技術交流プラザ」の機能強化を図るとともに、モノづくり企業と支援機関、またモノづくり企業間、さらには、多様なモノづくり支援施策を“つなぐ”橋渡しの強化を図る。

モノづくり支援施策の4本の柱と重点施策

高付加価値化に向けた支援の強化

施策一環の、新製品、新技術開発への支援や医療等の成長分野への参入支援、企業間及び産学公民金連携マッチング支援などを総合的に講じることにより、市内モノづくり企業の生産性の向上とともに、更なる高付加価値化を促進

【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
  - 医療等成長分野への参入支援
  - 企業間及び産学公民金連携に向けた取組を支援
  - 新製品、新技術開発促進に向けた支援
  - 産業財産権の取得に向けた支援
  - 魅力あるデザイン製品づくりを促進

モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進

モノづくり人材の育成・確保と円滑な事業承継に向けた支援策は、モノづくりのまち東大阪にとって重要であり、人材育成・確保のため、産業技術支援センターの測定機器等の充実を図り、その利活用を促進する取組を進めるとともに、事業承継や技術継承に向けた効果的な施策を展開

【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実施
  - 市立産業技術支援センター機器整備事業
  - 次世代モノづくり啓蒙事業
  - モノづくりのまちイノベーション事業
  - ビジネスセミナーの開催
  - 円滑な事業承継及び技術継承に向けた取組

操業環境の維持・確保

住工混在から住工共生に向けた本格的な取り組みは、まちづくりの観点からのものであり、住工共生のまちづくりの実現に向け、各種優遇制度の適切な運用を図るとともに、永続的な工場用地の確保に資する規制の導入に向けて検討

【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
  - 工場移転支援補助の実施
  - 相隣環境対策支援補助の実施
  - 住工共生コミュニティ活動支援補助の実施
  - 事業用地継承支援対策補助の実施
  - 住工共生まちづくり活動支援補助の創設
  - モノづくり立地促進事業の実施

販路開拓支援の充実

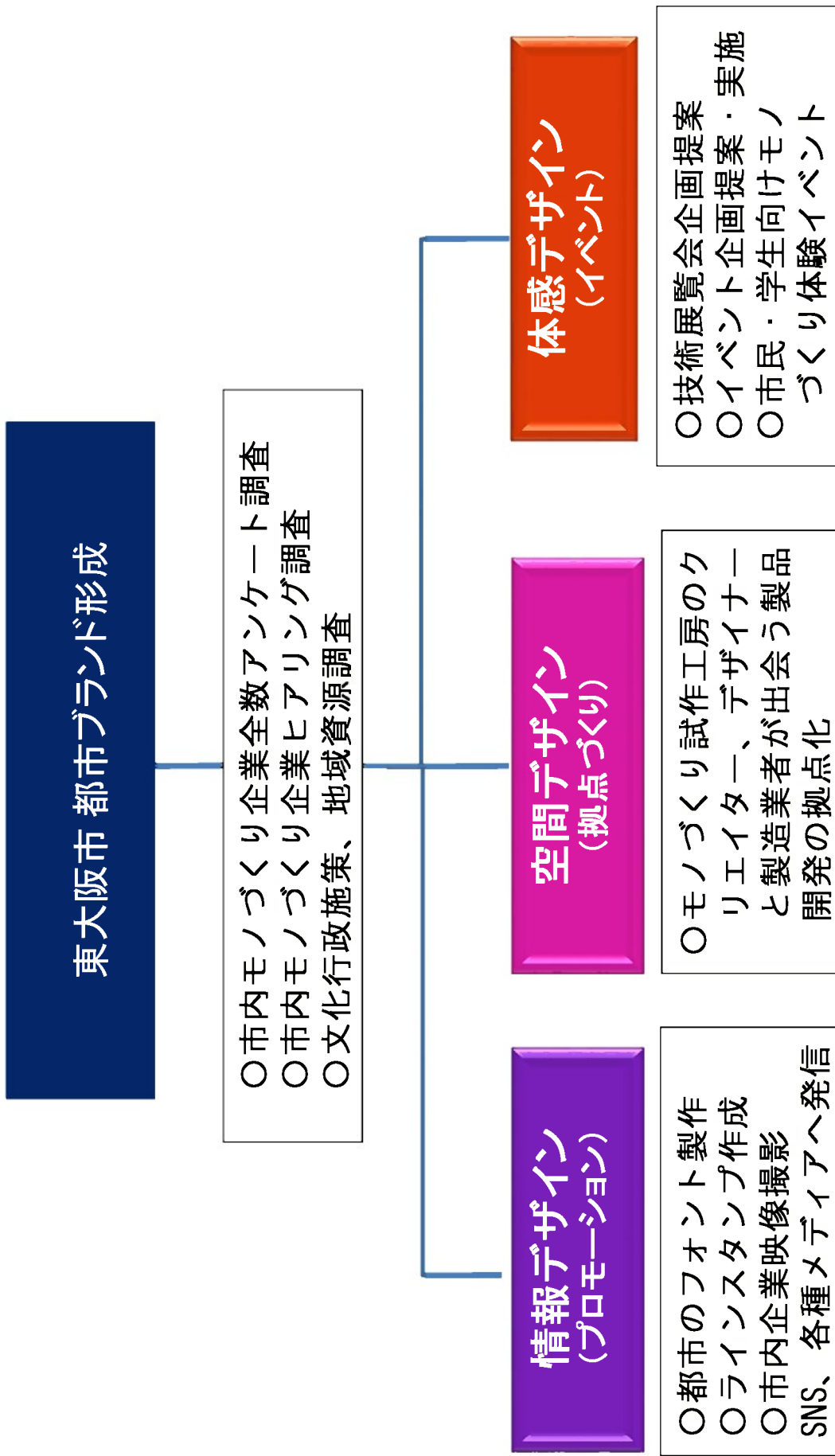
経営課題のトピックにあられる「市場（販路・安注）拡大」。多種多様な販路開拓支援策を展開するとともに、技術交流プラザの利活用を促進するなど、モノづくり企業の営業力を補完していく取組を強化

【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
  - 総合相談窓口の設置
  - モノづくりワンストップ推進事業の強化
  - 東大阪市技術交流プラザ事業の強化
  - 総合的な情報発信
  - 東大阪ブランド推進機構補助事業
  - 国内外販路拡大事業

※第6回東大阪市中小企業振興会議（平成27年2月開催）で取りまとめ提言

# 都市ブランド形成推進事業の概要(平成29年度～)



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)





「東大阪市商業振興ビジョンの振り返りと次期計画の策定について」

東大阪市中企業振興会議

商業振興検討部会

# 目 次

はじめに

1. 本部会の目的	3 2
2. 地域商業を取り巻く現状	3 2
3. 議論の流れ	3 3
4. まとめ	3 5
5. 参考資料について	3 6

## 参 考 資 料

- 【資料1】東大阪市中小企業振興会議 商業振興検討部会の開催経過
- 【資料2】商業振興の新たな視点
- 【資料3】コーディネート事業実施までの流れ
- 【資料4】商業振興コーディネート事業の概要
- 【資料5】元気グループコーディネート事業の概要
- 【資料6】商業振興コーディネート（個店支援）事業の概要
- 【資料7】商業振興コーディネート（ラグビーのまち商業振興）事業の概要
- 【資料8】次期商業計画策定スケジュール（案）
- 【資料9】「若江岩田きらりプロジェクト」の現状と課題について
- 【資料10】東大阪市中小企業振興会議 商業振興検討部会委員名簿

## はじめに

近年の商業を取り巻く環境は、少子・高齢化の進行等を背景として、消費者ニーズの多様化が進むとともに、インターネットによるネット販売比率の増加等購買手法や流通のしくみも大きく変化している。

東大阪市（以下「市」という）では、平成22年に策定された東大阪市商業振興ビジョンにおいて、商業活性化を図るための3つの基本方向が示されており、市ではこれらに基づいたさまざまな商業振興施策を展開してきた。現在はこの計画の最終段階を迎えていることから、商業振興検討部会において次期商業計画策定に向け、商業振興施策についての振り返りを行い、特にコーディネート事業についての検証を行った。

限られた時間の中、様々な視点でのご意見をいただくことで議論が深まり、充実した部会となったところである。

については本部会で検証した後述の内容、考察を次期部会に引き継ぎ、今後の商業振興の指針となる次期計画策定における資料としていただければ幸いである。

最後に、本部会にお忙しい中ご出席いただき、貴重なご意見をいただいた委員各位に深く感謝申し上げます。

平成31年3月

東大阪市中企業振興会議  
商業振興検討部会 部会長 加藤 司

# 東大阪市中心企業振興会議 商業振興検討部会 報告書

## 1、本部会の目的

現計画である第2期「東大阪市商業振興ビジョン」（以下「商業振興ビジョン」という。）は平成22年に概ね10年間の期間を設定し、策定された。本市商業振興の指針となる商業振興ビジョンは市内の13商業集積地を対象としており、主要駅に広がる複数の商店街からなる集積地を「生活の拠点」として位置づけるなかでの支援のあり方が展開されている。この商業振興ビジョンでは、6つの課題と3つの基本方向が示されているが、6つの課題とは、「集積力低下」、「組織力低下・担い手不足」、「個性の不足」、「商業集積地別のビジョンの欠如」、「元気な店舗の取り込み不足」、「情報発信や集積地間交流の不足」であり、これらの解決に向け、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支援の強化」「地域資源活用、広域集客型支援の強化」が示され、本市においてはこれらに基づき商業振興施策を実施しているところである。本部会では、商業振興ビジョンの総括を行う段階に差しかかるなか、地域商業を取り巻く環境変化を踏まえ、これまでの市の商業振興施策の進捗状況や方向性を検証しながら、改めて今後の商業振興の在り方を探ることを目的として開催したものである。

## 2、地域商業を取り巻く現状

地域商業をとりまく現状は、少子・高齢化、後継者不足、消費者ニーズの多様化が進み、購買手法や流通の仕組みが大きく変化してきている。商業集積地が多く存在し、比較的にぎわいが保たれている本市においても、空き店舗の増加として目に見える形で現れつつある。また、大型店舗の撤退による隣接商店街の衰退が懸念される状況もあり、今後は大型店舗等と商店街が共存していけるような商業の形態も考えていかなければならない。

一方で2018年9月に布施のみやこ町商店会の中に簡易宿泊所であるセカイホテルがオープンし、商店街の新しい動きとしてその波及効果が期待される場所である。2019年には東大阪市花園ラグビー場でラグビーワールドカップが開催されることから、商業活動におけるインバウンド対策にも力を入れていく必要がある。市では今年度、商業者向けにインバウンド対応セミナーを開催し、関西におけるイ

ンバウンド基礎情報の紹介や、接客ロールプレイング等を行い、布施地域や花園地域の商店街では英会話教室を行うなど序々に市内商店街でも取組みが広がっており、新たな顧客を呼び込み、商業の活性化につながる試みが始まっている。

### 3、議論の流れ

第1回の部会では、商業振興ビジョンの最終段階に差しかかり、次期商業計画の策定を見据えるなか、改めて「東大阪市商業振興ビジョンを踏まえた振り返り」を行い、議論した。

市内商店街等の商業団体の一部においては推進体制や体力の低下がみられ、担い手となる若手商業者の不足等の厳しい状況のなか、イベント事業や販売促進事業を実施しても本来の売上向上につながらない、また集客に結び付かない等の課題があった。そこで、市は商業振興ビジョンに基づくコーディネート事業を実施し、モデル地区型支援を経て若手商業者グループ「小阪まちゼミの会」や「若江岩田きらりプロジェクト」等が立ち上がることとなった。彼らは市の支援後も自立した活動を続けているが、その活動事例や課題等を確認するなかで、行政による商業振興のサポート体制があったからこそ、意欲的な若手商業者（点）を結び、既存の商店街組織の枠を超えたグループ（面）として、商業集積地全体の新しい組織の活動につながっていることが分かった。今後も意欲のある商業者や若手商業者の方々の活動を支えるこういった支援が必要であるが、それには事業を推進するためのカギとなるコーディネート人材が必要で、そういった人材をどう確保するかが課題であると認識されたところである。また、モデル地区型の活動までとはいかなくとも、集積地内に魅力的な個店が増えることによって集積地全体（面）ににぎわいが波及するという効果も確認されたところである。また、市が個店型支援としてラグビーをモチーフとした食品の製造小売店舗を運営している個店を公募し、菓子や弁当を作られている個店を掲載した「東大阪ショウテنز」という冊子は、各種メディアで取り上げられるとともに、掲載店舗単位で様々なイベントにも出店を行い、市の魅力の一つとして広くアピールすることができた。このような魅力的な個店を増やすことも市域のにぎわいづくりには必要であり、個店支援につながるような事業に今後も行政として取り組んでいくべきであると確認した。

第2回の部会では、既存の商店街組織の枠を超えた若手経営者を中心に発足した「若江岩田きらりプロジェクト」のメンバーの1人である委員から、実際にプロジェクト活動続けるなかでの現状と課題について発表していただき、議論を行った。

例えば子育て世代層を対象として月1回開催している「きらりえがお塾」については、平成26年9月から現在も引き続き開催しており、店主が直接参加親子にプロのノウハウを伝授する人気企画となっている。また、個店同士のつながりができたことで、「酒粕まんじゅう」、「減農薬米の米ぬかクッキー」等の異業種店舗のコラボ商品も多数開発されている。「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さんイベント」では、地元店舗ブースにて子どもたちに職業体験や買い物体験等を楽しんでもらうことで、子どもやその家族に地域店舗の魅力を知ってもらい、お店のファンづくりや若江岩田地区全体の盛り上がりにつながったところである。このように若い世代の顧客層を引き込むことによる商店街活性化を狙いとした企画は、立ち上げ初期には商業振興コーディネート事業として行政の支援も受けたもののやる気ある商業者が集まり、会話するなかで形づくられたものである。会場の確保や運営する人材の確保については課題があり、今後継続的に運営していくにはこれらの課題克服が必要であるとのことではあるが、現在は市からの支援を受けず、自立した活動をされている点も特筆すべき点であるといえる。従来の商店街のみに対する商業振興支援に留まらない、新しい枠組みでの支援のあり方の可能性が示されたところである。

また、次期商業計画策定スケジュールについて事務局より案が示され、計画をつくるうえで重要なバックグラウンドとなるイベントや市の計画・調査について確認を行った。その中で2019年のラグビーワールドカップ開催、2020年の東京オリンピック、2021年のワールドマスターズゲームズ関西とスポーツイベントが続くこともあり、インバウンド対策の重要性について改めて認識した。また、商業にかかわる市の計画として立地適正化計画等の資料が示され、特に今後策定される新総合基本計画は、市全体の方向性を示す重要な計画となることから、この計画内容を次期商業計画にも反映させ、新総合計画と同じ2021年度スタートとすることを確認した。また、モノレール延伸に伴う荒本周辺地域の商業構想および近鉄奈良線沿線の商業の可能性について、担当部局から説明があり、活発な意見交換が行われた。

次期商業計画が対象とする期間については、商業をとりまく環境が、非常に速いスピードで変化している状況を考慮し、現行商業ビジョンの定める10年より5年程度のもう少し短い期間を設定し、社会情勢の変化を速やかにフィードバックできるものとするのが望ましいと結論づけた。また、現在の商業振興ビジョンを基本として持ちながら、その時々状況により柔軟に対応できるプラン的なものを作成するべきではないかとの意見もあった。次期商業計画の期間や内容については、2

019年度以降の部会で詳しく検討していくこととなった。

#### 4、まとめ

本部会では、商業振興ビジョンを振り返り、今後の商業振興のあり方について活発な意見交換を行った。商業振興コーディネート事業を中心とした議論においては、個店という「点」を「面」としてつなぐことによる商業振興の可能性について、モデル地区型および個店支援型の展開を本部会として高く評価したところである。

商店街等の商業団体は店主が高齢化し、若手商業者の育成ができていない等の厳しい状況があり、店主及び団体役員の後継者問題等があるものの、魅力ある店舗、意欲ある商業者や若手商業者は存在する。ノウハウやネットワークが構築できていないが故にばらばらに点在するこれらをまとめることができれば、それは新たな意味での商業集積とも認識できる。グループ形成までには行政によるサポートが必要ではあるが、継続的に活動する新しい組織として認知されるなかで、既存の商店街活動に類するものとして位置づけることも可能ではなかろうか。本市の既存の商店街は多くの住民の買い物行動を支える場であるとともに、街路灯整備などまちの安心安全に寄与し、非常に大きな役割を果たしてきた。商店街の実施するにぎわいイベント等も住民に長年愛されるソフト事業であり、今後もそれらの活動に対する支援は欠かせないところであるが、本部会で議論したように、魅力ある個店を増やす支援を進めていただくことも合わせ、市内商業の振興や魅力づくりのあり方については新たな展開が必要な時期にきているのではないかと考えられる。今後の本市商業振興の方向として、商店街等に対する従来型の施策とともに個店にフォーカスをあてるような新たな視点での施策展開が望まれるところである。

なお、次期商業計画については、今後の社会情勢の変化に柔軟に対応できるよう、比較的短期間のプラン的なものとするのが適当であると考えます。



## 5. 参考資料について

- 【資料1】 東大阪市中小企業振興会議 商業振興検討部会の開催経過
- 【資料2】 商業振興の新たな視点
- 【資料3】 コーディネート事業実施までの流れ
- 【資料4】 商業振興コーディネート事業の概要
- 【資料5】 元気グループコーディネート事業の概要
- 【資料6】 商業振興コーディネート（個店支援）事業の概要
- 【資料7】 商業振興コーディネート（ラグビーのまち商業振興）事業の概要
- 【資料8】 次期商業計画策定スケジュール（案）
- 【資料9】 「若江岩田きらりプロジェクト」の現状と課題について
- 【資料10】 東大阪市中小企業振興会議 商業振興検討部会委員名簿

東大阪市中小企業振興会議  
商業振興検討部会の開催経過

平成30年9月28日（金）第1回商業振興検討部会

- 「東大阪市商業振興ビジョンを踏まえた振り返り」について

平成31年1月10日（木）第2回商業振興検討部会

- 「次期商業計画策定スケジュール（案）」について
- 「商業振興コーディネート事業実績」について

## 商業振興の新たな視点

資料 2

東大阪市商業振興ビジョン策定[平成22年2月]

### 【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

### 商業振興の新たな視点

やる気ある店舗、元気な商業者、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＞

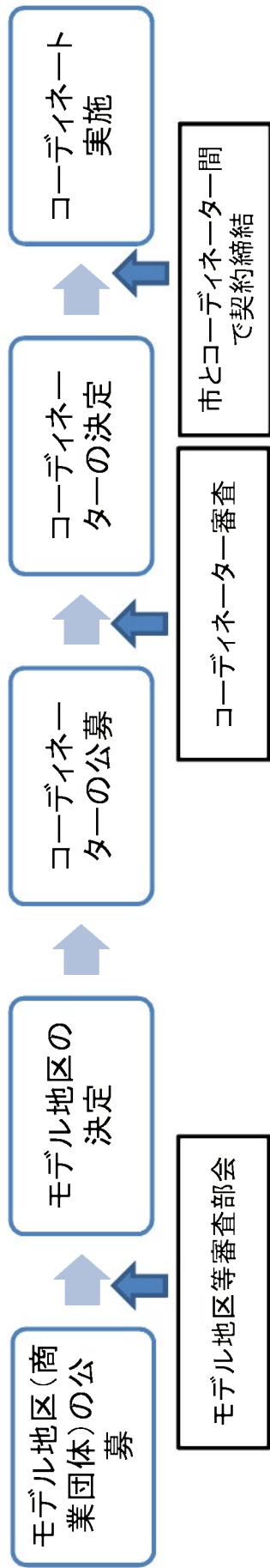
- ・ 小阪まちゼミ
- ・ 若江岩田きらりプロジェクト
- ・ 個店コーディネート事業

#### (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

## ●コーデイネート事業実施までの流れ



## ●コーデイネート内容例

<p>小阪 (平成24年度)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エリア内商店への個別ヒアリングによる現状把握</li> <li>・ワークショップによる商店街における課題のとりまとめと共有</li> <li>・まちゼミ企画運営支援(小阪まちゼミの会発足)</li> </ul> <p>など</p>
<p>若江岩田 (平成27,28年度)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者モニターの意見を活用した子育て層への商店PR事業の企画運営支援(H26きらりプロジェクト発足)</li> <li>・集積地内商店への個別ヒアリング調査、周辺住民へのアンケートによるニーズ・現状把握</li> <li>・商店街イベント、「きらりえがお塾」等の既存事業の効果検証</li> <li>・商店主間の意識共有・新規事業の検討(フアシリテート)</li> </ul> <p>など</p>
<p>布施 (平成27,28年度)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街活性化事例研究(座学研修)</li> <li>・商店主間の意識共有・合意形成に向けたワークショップ</li> <li>・ワークショップの結果に基づくグループ事業支援</li> </ul> <p>など</p>

## 事業名；商業振興コーディネーター事業(委託事業)

## 商業振興ビジョン「推進体制」の強化

### 事業の目的

・市内ほとんどの商業集積地は、意欲はあっても計画づくり、事業化、専門家等とのネットワークづくりなどになかなか踏み込めない状況である。このような思いを大事に育てていくことは商店街の活性化にとっても重要なことである。この思いを実現に向けてることを目的とする支援策である。

### 事業の内容

・モデル商業集積地へのコーディネーター業務  
モデル地区を市内13商業集積地から1地域公募選定し、意欲はあるもののノウハウやネットワークが構築できていない商業集積地が効果的な事業提案、実施できるよう後押し(コーディネーター)を行い、その成果を普及する。以下委託内容。

- ①ヒアリングやワークショップ等(月1～2回程度)の手法を用いた商業集積地域の課題設定や地域ニーズの掘り起こし
- ②商業集積地の中長期的なビジョンや計画づくりの支援  
商業集積地のプロジェクトの企画運営支援
- ③住民や団体等との連携を図るためのコーディネーター
- ④商店街観光や情報発信事業、広域集客のためのしかけづくり
- ⑤上記事業実施に向けた社会実験の企画運営支援

### 予算

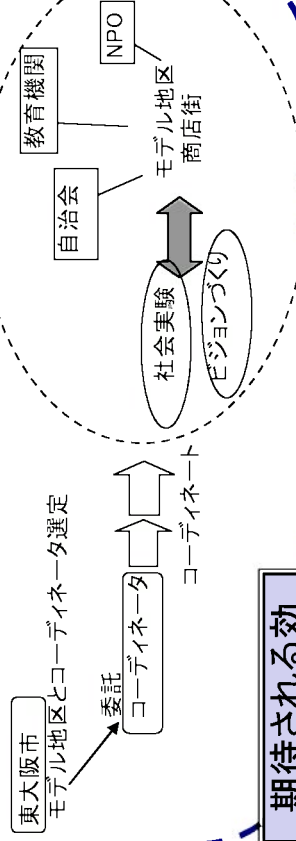
コーディネーターへの委託料

### 事業イメージ

平成27、28年度事業実績

(若江岩田商業集積地、若江岩田きらりプロジェクト)

コーディネーターの支援のもと、地域の子育て施設等と連携しながら、お店のファン作り等を実施している。



### 期待される効果または目標

商業振興ビジョンの3つの基本方向の推進と確立

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

## 事業名：元気グループコーディネーター事業(委託事業)

## 元気グループ推進型支援の強化

### 事業の目的

商店街で起業した新たな若手商業者の育成や、商業集積地内外の意欲的で元気な商店主を発掘し、課題解決に向けたプレイヤーを確保しコーディネートを行うことで地域商業全体の活性化を図るため。

### 事業の内容

これからの商業地域活性化を担う若手リーダー候補の集まりでもある「元気グループ」の育成・研修および活性化に資する事業実践までの2年間に渡るコーディネートを委託するもの。  
初年度は、当該地区の商環境や強み・弱みの把握、先進地事例研究、コンセンサス形成等を目的とした研修やワークショップを中心に行う。  
次年度は初年度の活動を踏まえて、商店街や地域の持つ可能性を広げる事が可能な社会実驗的要素を含めた事業実施を行うことを目標とする。

### 予算

コーディネーターへの委託料

### 事業イメージ

平成27、28年度実績(布施 三・四会)

- ・布施駅北部の三番街・四番街商店街を中心とした9店舗がグループを結成
- ・平成27年度：先進地事例研究、先進地視察、ワークショップによる参加者間の意識や課題共有(三・四番街の強み・弱みとは何か、短期・中期・長期それぞれそれぞれの視点で実施したい事業とは何か)に取り組んだ。
- ・平成28年度：平成27年度の研修等を踏まえ、継続的な顧客層の獲得に向けて、小学校低学年を主要対象としたイベントを実施。

### 期待される効果または目標

- ・コーディネーターによる商店街内外の商店主グループづくりとネットワークの強化を通じた商業振興ビジョンの推進
- ・コーディネートを通じた人材育成と新たな活性化事業への布石

商業振興コーディネート（個店支援）事業概要  
 （情報発信冊子「東大阪 SHOTENS（ショウテنز）」について）

<平成28年度>

【事業概要】

近年著しい既存商店街組織における業種構成の変化、商業集積地の外に店舗を構える商業者の増加等を鑑みると、市の商業振興事業においては、既存商店街の枠にとられない、個店単位への支援が必要となっている。そして、市外から多くの来街者が見込まれるラグビーワールドカップ 2019™の東大阪市花園ラグビー場開催は、「ラグビーのまち」をPRする本市においては、消費者の関心も高く、商業振興に向けた一つの重要な契機である。

その点でアピールできるような、ラグビー等をモチーフとした食品の製造小売店舗を営んでいる個店を公募し、これらの個店をつなぐコーディネートを通じて丁寧な取材に基づいた、見て楽しめる情報冊子を作成した。同内容をウェブ等でも発信しながら、効果検証等も踏まえて東大阪市の新たな名物となる商品の発掘および個店の活性化に資する調査および施策検討を目的として、平成28年度東大阪市商業振興コーディネート事業として展開した。

平成28年9月の個店取材（店主ヒアリング）の結果、遠方からの来街者が購入する土産品という以上に、近隣住民による土産品としての購入および、店舗PRを目的として製造販売している側面が強いことが判明した。そこで、全国高等学校ラグビーフットボール大会開催時の東大阪市花園ラグビー場における配布という話題性ある取組みと並行しながらも、東大阪市ウェブサイトや市政だより、東大阪ブランド推進機構参加店舗への配布等を通じて、市域内での流通はもちろん、市外の個人・企業への土産品としての商品PRを進めた。

【事業の流れ】

- 平成28年7～8月 : 参加店舗公募（市ウェブサイト、市政だより等）
- 平成28年8月 : 参加店舗決定（応募12店舗すべて参加）
- 平成28年9～11月 : 参加店舗取材、情報冊子記事校正
- 平成28年12月 : 情報発信冊子完成
- 平成28年12月～平成29年2月 : 情報発信
- 平成28年2月 : 効果検証（店舗ヒアリングの実施）
- 平成29年3月末 : 効果検証等報告まとめ

【参加店舗一覧（情報発信冊子掲載順）】

- ①菓心庵絹屋 ②ケーキとチョコレートの店ファミーユ ③おほい堂本舗  
 ④肉の森田屋 本店 ⑤菓子房きぬた ⑥花園創菓庵松一 ⑦和菓子舗萩月

- ⑧UN STAGE SATAKE (アンスタージュサタケ) ⑨菓匠庵白穂 ⑩御菓子司五條堂  
 ⑪有限会社和公 ⑫お菓子の工房カランリーヌ

※上記に加え、東大阪カレーパン会、東大阪市花園ラグビー場の紹介もした。

【冊子仕様等 (紙媒体)】

A5サイズフルカラー16ページ 作成数5,400冊

※同データを東大阪市ウェブサイトよりダウンロードも可能。

【主要配布先等】

- 東大阪市経済部商業課
- 上記参加12店舗
- 東大阪物産観光まちづくりセンター
- 花園中央公園前噴水広場周辺  
 (東大阪市花園ラグビー場にて全国高等学校ラグビーフットボール大会開催時)
- 市内企業 (東大阪ブランド推進機構、東大阪ラグビーグッズ創生クラブ、東大阪商工会議所等)
- 大阪観光局 (当団体運営SNS等含む)

【東大阪ショウテンズ冊子の外部メディア取上げ実績 (例)】

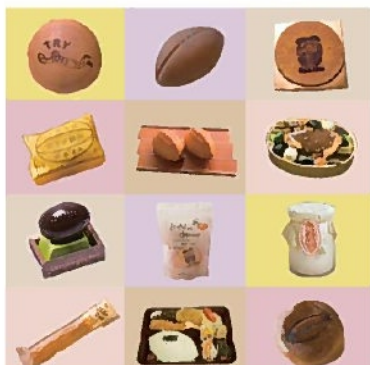
名称	掲載日等	メディアカテゴリー
東大阪経済新聞	H29. 1. 6	web 新聞
産経新聞 (朝刊・河内版)	H28. 12. 26	新聞
ABC ラジオ (武田和歌子のぴたっと。)	H29. 1. 11	ラジオ
J:COM チャンネル (ジモト満載ええ街でおま!)	H29. 1. 21	テレビ
大阪観光局 twitter	H28. 12. 27	SNS

★東大阪ショウテンズは

「東大阪ショウテンズ」は

おいしいもんで

「聖地花園」を応援します!





## <平成29年度>

平成28年度に作成した東大阪ショウテنزについて、新規店舗を追加した改訂版を制作した。

- ・掲載店舗数を12店舗から15店舗へ拡大。
- ・平成29年8月21日～8月31日 公募

### 【冊子仕様等（紙媒体）】

- ・冊子 A5版 20ページ 作成数15,000冊
  - ・ポスター B2版 15枚
  - ・チラシ A4版 10,000枚
- ※同データを東大阪市ウェブサイトよりダウンロードも可能。

### 【主要配布先等】

- 花園中央公園前噴水広場周辺  
(東大阪市花園ラグビー場にて全国高等学校ラグビーフットボール大会開催時)
- 掲載15店舗
- 市役所（リージョンセンター）

### 【追加参加店舗】

- ① 株式会社 三容 ② ケーキハウス ミュー ③ コンフィセリー ラパート

### 【主なイベント】

全国自治連合会への出店

平成29年11月9日（木）ホテルニューオータニで行われた全国自治連合会にショウテنزの7店舗が出店し、販売を行った。



## 商業振興コーディネート（ラグビーのまち商業振興）事業概要

<平成29年度>

## 【事業概要】

RWCに向けて、商業振興とラグビーのまち東大阪をより一層支援・PRすることから、商店や飲食業を通じたラグビーのまちについての広報やラグビーを活かした店頭販促物やチラシやPOPづくりで使用できる無料のイラスト素材の配布等を、小売商業団体連合会を通じて実施した。

RWCに向けて市内商業の課題

- ①RWC2019開催に向けて市民、商業者のラグビーに関する知識・関心不足。
- ②RWCに向けた「ラグビー」に関する商業者の商業活動が乏しい。
- ③RWC開催中、開催後の「ラグビーのまち」を活用した商業振興策。

制作の視点

- ・ラグビーのまちを市民にPRするとともに商業者へ浸透させ、商業振興のためのひとつのアイデアとして「ラグビー」を活用してもらえるよう提案、コーディネート。
  - ・RWCに向けて意欲のある個店の自主的な販促活動を支援する題材（無料イラスト素材）の制作配布。
  - ・外国人観光客（インバウンド）へのおもてなしツールの一部制作。
- RWCに向けて、「ラグビー」を商業振興のひとつの機会とアイデアとして提起した。
- ひいては、市民もRWCをきっかけにまちのにぎわいや商業振興のひとつとして恩恵を感じてもらった。

## 【製作物】

- ①啓発グッズ（つり銭トレイ）・・・ラグビーのまちのPRと市内消費を啓発した。  
1,400個
- ②メッセージボード・・・ラグビーの形の店頭PRボード。  
1,400個
- ③立体POP・・・ラグビーのまち、ラグビー知識や見どころを消費者、商業者にPRした。  
2,000部×2種、合計4,000部
- ④フリーイラスト・・・ラグビーにかかるイラストを製作し、市内商業者が利用する。  
292種

【各種グッズ画像】



① つり銭トレイ ※本体は透明色



②メッセージボード



③-1 ラグビーのまち紹介POP  
ラグビーのまち編



③-2 ラグビーのまち紹介POP  
ラグビーの基本編



東大阪市内の商業者の皆さまへ

ラグビーのまちを盛り上げよう!! **利用無料**

# 花園ラグビー場

## 応援POP

ポップ

聖地  
ラグビーを応援しよう!  
花園

色んな素材がいつでも使い方自由自在!!

Hot item

FREE Wi-Fi

I ♥ RUGBY  
RICHOSHOSAKA

人気商品

誰でも気軽に始められる

1 専用ウェブサイトからアクセス  
2 必要なイラストをダウンロード!!  
3 パソコンでPOP・チラシの印刷・装订  
4 完成!! 街中にラグビーのまちを  
盛り上げよう!!

東大阪市 東大阪市小売店協同組合

④ フリーイラスト チラシ

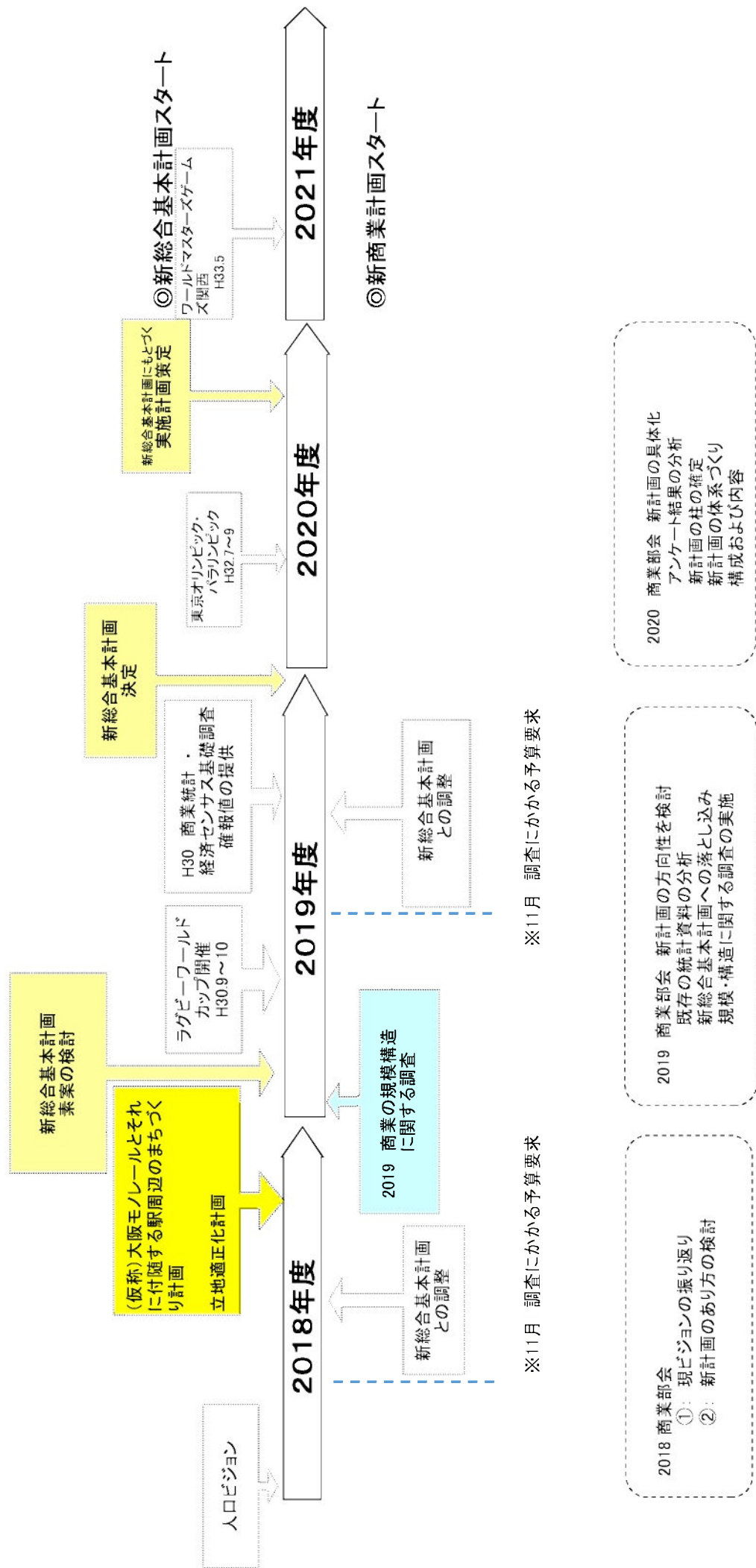
### ◎ 次期商業計画策定スケジュール(案)

現ビジョンの対象期間 H22年(2010年)2月～概ね10年

新計画は2020年度中の策定、2021年度施行を予定

- ・ ラグビーワールドカップ開催後の景況を反映するため
  - ・ 市の新総合基本計画実施(2021年～)との整合性をもたせるため
- 概ね5年のプラン的なものでいいの( ex.H19モノづくり支援新戦略→H26モノづくり支援再興戦略)

資料8



## 「若江岩田きらりプロジェクト」の現状と課題について

平成31年1月10日

### <主な取組み内容>

#### 「きらりえがお塾」(平成26年9月～)

・きらりっこを利用する子育て世代層(0～3歳の未就学児がいる家庭)を対象としており、月1回開催している。

- |        |     |           |                               |
|--------|-----|-----------|-------------------------------|
| ・平成26年 | 9月  | 菓匠庵 白穂    | 手作り和菓子体験                      |
| ・      | 10月 | ひらた米穀店    | 子どもも食べられる玄米                   |
| ・      | 11月 | ベーカリートレント | 親子でパン教室                       |
| ・      | 12月 | 酒のにしだ     | 発酵食品で美しく！<br>本物の酒粕を使った簡単クッキング |
| ・平成27年 | 1月  | おおくま整骨院   | 親子で楽しむ体操                      |
| ・      | 2月  | フォトピープル   | フラワーアレンジメント<br>ひなまつりバージョン     |
| ・      | 3月  | ケーキ屋健ちゃん  | クッキー&スイートポテトを作ろう              |



現在に至る。

#### 「大人のえがお塾」(平成28年4月～)

・平成28年4月より「大人のえがお塾」を開始。

第一弾講座は、プロジェクトメンバーの「酒のにしだ」による、「気取らないワインの楽しみ方・選び方」を実施した。

- ・平成28年 4月) 酒のにしだ
- ・平成28年10月) ひらた米穀店
- ・平成29年 1月) ベーカリートレント



現在に至る。

「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」(平成28年～)

- ・若江岩田駅前の行政サービスセンター「希来里(きらり)」内を会場として、当プロジェクトが初めて単体で企画・主催した、「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」を開催。イコーラム内に出店した地元店舗ブースにて5歳～12歳までの子どもたちに職業体験や買い物体験等を楽しんでもらう事で、子どもやその家族に地域店舗の魅力を知ってもらい、お店のファンづくりや若江岩田地区全体の盛り上がりにつめた。イベント開催前からJ:COM東大阪や東大阪経済新聞、週刊ひがしおおさか等、地域情報を発信する各メディアに取り上げられたこともあり、プロジェクトの名前や活動内容、各店の知名度向上につながった。また、イベントをきっかけに店舗に足を運んだ消費者(新規顧客)が複数いたことが、事業効果検証アンケート等を通じて、各店より報告されており、モチベーションの向上につながっている。

(「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」概要)

- ◎開催日時 : 第1回 平成28年7月 3日(日) 10～14時  
第2回 平成29年7月16日(日) 10～14時
- ◎開催場所 : 希来里6階イコーラム  
(ギャラリー、第1～第4研修室、学習室)
- ◎対象 : 5歳～12歳程度の子どもと、その家族

※平成30年度は会場の都合により、現在、開催はできていない。

「コラボ商品の開発・販売について」(平成27年1月～)

商店主の横のつながりができたことで、共同での製品企画等につながっている。

- ・大阪産日本酒を使った酒粕饅頭づくり
- ・和菓子とお酒のギフト
- ・減農薬米の米ぬかクッキー
- ・父の日ギフトコラボ企画
- ・中元ギフトコラボ企画
- ・20歳の記念バック 等。

<課題>

- ・
- ・

東大阪市中小企業振興会議  
商業振興検討部会委員名簿

No.		委員氏名	役職等
1	部会員	茨木 延夫	東大阪市小売商業団体連合会会長
2	部会員	大西 由起子	東大阪観光協会会長
3	部会長	加藤 司	大阪商業大学総合経営学部教授
4	部会員	下山 修	株式会社日本政策金融公庫支店長兼国民生活事業統轄
5	部会員	新澤 貴之	菓匠庵白穂店主
6	部会員	光岡 正道	公募委員
7	部会員	和合 健一	瓢箪山中央商店街振興組合理事(有限会社東阪社代表取締役)

※五十音順、敬称略





市内企業の人材確保と  
若者・女性の就労支援について

東大阪市中小企業振興会議

労働雇用部門会議

## 目 次

はじめに

1. 労働雇用部門会議の設置について . . . . .	5 6
2. 若者・女性の雇用促進について . . . . .	5 6
3. 就活ファクトリー東大阪について . . . . .	5 7
4. 就活ファクトリー東大阪の目標達成のために . . . . .	5 8
5. まとめ . . . . .	6 0
参考資料 . . . . .	6 2

## はじめに

東大阪市の労働雇用情勢は、人口減少や少子高齢化による人口構成の変化が進むなか、有効求人倍率が1倍を超えて高水準で上昇し（ハローワーク布施管内）、必要な労働力が確保できないことから、製造業をはじめとする市内企業においては、生産活動の抑制や事業の廃止を余儀なくされる事態も生じており、人材不足の解消が喫緊の課題となっています。

市内企業の人材確保に向けて、潜在的な労働力の掘り起こしを行うことが急務であり、とりわけ学生をはじめとする若者や、再就職等を目指す女性を市内企業への就職に繋ぐために、平成29年7月に「就活ファクトリー東大阪」が設置されました。

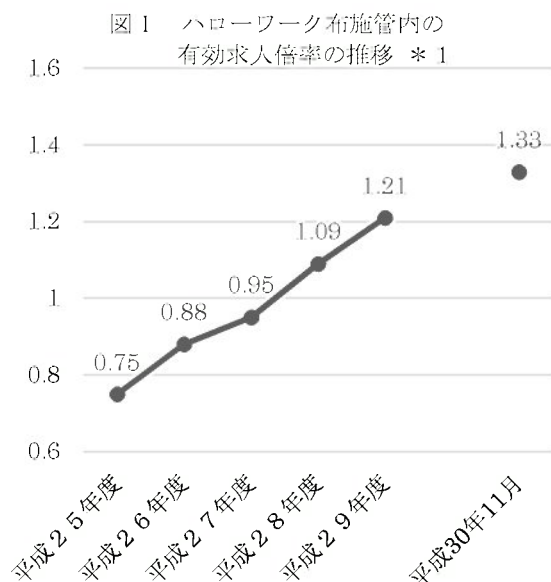
本部会では、「就活ファクトリー東大阪」の事業内容を検証し、より多くの若者や女性に市内企業への就職を働きかける手法について、部会で活発な議論を重ね、一定のとりまとめを行いました。今後、この報告書の趣旨を踏まえて、より効果的な事業展開が行われることを期待するところです。

最後に、今回の提案をとりまとめるにあたって終始熱心に御議論いただいた委員各位に深く感謝を申し上げます。

平成31年3月

東大阪市中小企業振興会議  
労働雇用部門会議 部会長 衣笠葉子

## 1. 労働雇用部門会議の設置について



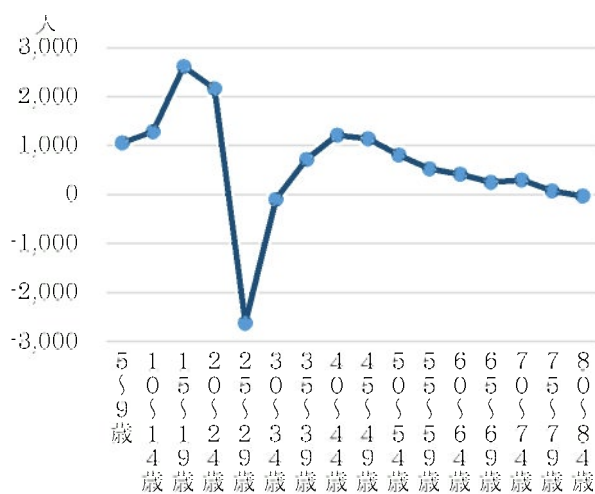
ハローワーク布施管内の有効求人倍率は、平成28年度以降、1倍を超え、直近、平成30年11月は1.33倍\*1となっている。景気回復で企業の採用意欲が旺盛となり、管内の雇用情勢は回復傾向が続いていることが伺える。特に製造業に従事する「生産工程の職業」の有効求人倍率は同年11月で2.76倍\*1と2倍を大きく超え、求人数が求職者数を大きく上回っている。このような状況で、求職者の売り手市場が続いており、特に市内製造業では人手不足が深刻な状況となっている。

このことから市内のモノづくり企業を始めとする市内企業の人材確保と求職者の就労支援の観点から、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、労働雇用部門会議が設置された。

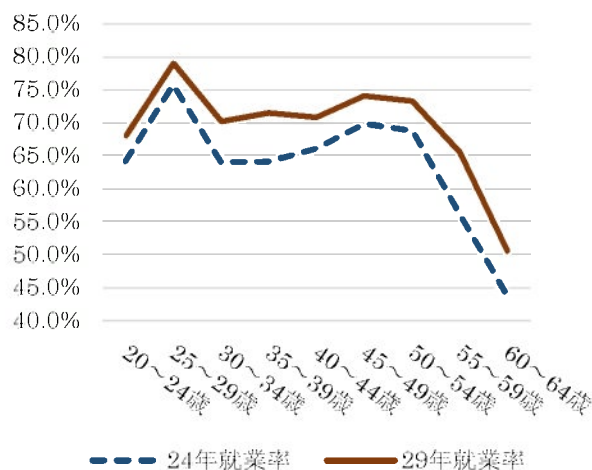
\*1 ハローワーク布施が発行する求人ナビ(2019年1月)より。ハローワーク布施管内は東大阪市、八尾市を含む。

## 2. 若者・女性の雇用促進について

図II 年齢階層別にみた人口移動(東大阪市)\*2



図III 女性就業率(大阪府)\*3



「図Ⅱ 年齢階層別にみた人口移動（東大阪市）」によると、本市においては「15歳から19歳」「20歳から24歳」の層で人口流入、「25歳から29歳」の層で人口流出が際立っている。これは、市内及び近隣地域に大学が多く立地していることによるもので、大学入学の際に本市へ転入し、卒業、就職により市外へ転出している学生が多数含まれているためと考えられる。

「図Ⅲ 女性就業率（大阪府）」によると、女性の就業率は、30代に入ると結婚、出産、育児などにより就業率が低下し、M字カーブを形成する。子育てが一段落する40代以降は上昇するが、十分には回復していない。しかしながら、平成24年と平成29年を比べると、M字カーブの底は上昇し、窪みが浅くなり、全体的に上方へシフトしていることが分かる。

このようなことから、本市の立地を活かし、流入してきた学生がモノづくり企業を始めとする市内企業へ就職することを促すことにより、市内企業の人材確保に資するとともに、ひいては、将来の人口減少に歯止めをかけることが期待できる。また、働きたいと思っているがきっかけをつかめないでいる潜在的求職者層の女性の背中を押し、就職するきっかけを提供することで、その活躍を図り、人材不足の解消につなげていく。

\*2 総務省統計局「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所推計の「東大阪市の生残率」より労働雇用政策室にて作成。平成22年の国勢調査の実人数に国立社会保障・人口問題研究所が推計している5年後の生残率をかけて算出した人口と、実際の5年後である平成27年の国勢調査の実人数との差で人口を算出。差がゼロであれば人口移動はないものとみなす。

\*3 平成24年・平成29年就業構造基本調査より。

### 3. 就活ファクトリー東大阪について

#### ①設立経過について

本市においては、今後予想される人口減少への対策が喫緊の課題となっており、その課題に対応するために「東大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定された。そこでは、人材確保に苦慮し、必要な労働力の確保ができないことから、廃業を余儀なくされる企業が出てきている中で、市内の大学生と中小企業の雇用マッチングのための施策や、子育てが一段落した母親を対象とした就労支援の取組が盛り込まれた。これを推進する施策として、平成29年7月、ヴェル・ノール布施4階のハローワーク布施と同一フロアに、学生等を含む若者や復職・再就職を目指す女性の就労を支援する施設として「就活ファクトリー東大阪」（以下、「ファクトリー」とする。）が設置された。

## ②事業内容について

39歳以下の若者と女性（女性は年齢不問）を対象に、モノづくり企業を始めとする市内企業への就職に結び付けるための支援を行う。

### 【キャリアカウンセリング】

就職や仕事についての不安や悩みについて、専門のキャリアカウンセラーによるアドバイスをを行っている。

### 【職業適性診断】

「自分の個性は何か」「適性と職業の関係」など、職業選択に備えて何をしたらよいかを考えるきっかけを提供している。

### 【各種セミナーの実施】

パソコンセミナー等の就職活動に役立つセミナーを多数開催している。

### 【就職活動の個別サポート】

面接時のお辞儀の仕方、受け答えの仕方、注意事項などをアドバイスする模擬面接、エントリーシート・履歴書・職務経歴書などの応募書類の添削指導、面接の予定がある相談者への面接特訓を実施している。

## 4. 就活ファクトリー東大阪の目標達成のために

ファクトリーでは、「市内企業へ就職者数100人を目指す」という目標を掲げている。目標を達成するためには、①「学生を含む若者と復職・再就職を目指す女性の登録者の増加」、②「利用者満足度の向上」、③「実態把握の強化」という3つの課題に取り組む必要があると考える。

### ①学生を含む若者と復職・再就職を目指す女性の登録者の増加

- ・ファクトリーの施設やイベントについては、市政日より、ファクトリーのウェブサイト等さまざまな手段にて広報しているが、利用者の認知経路を分析してみると、ハローワーク布施からの紹介が多数を占めており、学生の登録者が少ない。このことから、今後もハローワーク布施との連携を強化するとともに、学生の登録者を増やすためにも、大学のキャリアセンターとの連携強化やキャリア関連の授業への組み込みの働きかけなどが必要である。さらに、学生目線の情報発信を検討していく必要がある。
- ・同フロアにある布施子育て支援センター「ゆめっこ」との連携を強化し利便性の向上をはかることで、子育て中の女性も利用しやすい環境を整備し、それを周知することで、潜在的求職者の掘り起こしにつなげていく。

## ②利用者満足度の向上

- ・利用者一人ひとりに寄り添ったきめ細やかなカウンセリングは、利用者から好評を得ており、今後もより一層の体制強化が必要である。
- ・多種多様なセミナーを行うことで、ファクトリーを利用するきっかけとなり、また、実際に就職が決まった利用者から、就職活動に役に立ったとの声が多数寄せられている。今後も様々なニーズに応えられるようにすることが必要である。

## ③実態把握の強化

利用者の実態把握は、さらなるニーズに応じていくために非常に重要で、定期的に電話、メール、郵送による一斉調査を実施する必要がある。

各委員からの意見は以下のとおり。

### ①学生を含む若者と復職・再就職を目指す女性の登録者の増加について

- ・学生の乗降の多い駅で集中的にファクトリーのPRをしてはどうか。
- ・対象者が施設の入り口を見ても分かりにくいので、対象者が若者と女性であることが視覚的にすぐに分かるようにしてはどうか。
- ・若者や学生と子育て中の女性の支援は、まったく違うアプローチをしていかなければならない。子育て中の女性に対しては出張セミナー等のアウトリーチ的なアプローチが必要。
- ・市内で育児をしている女性は家から近い職場を希望する傾向がみられることから、近所に子育てに理解のある企業があれば働きたいというニーズは絶対にあると思う。
- ・布施子育て支援センター「ゆめっこ」以外の子育て支援センターで子連れOKの出張セミナーやキャリアカウンセリングを実施すれば潜在的な求職者を掘り起こすことができる。
- ・子育て支援センターでの出張セミナーは、1ヶ所で試しに実施し、効果があれば拡大するという方法を取ることもできる。
- ・SNSでの周知にもう少し力を入れてはどうか。
- ・施設のウェブサイトを利用者の声を直接書き込めるようにしてはどうか。
- ・セミナー等のうたい文句には分かりやすいタイトルをつけ、対象者を明確にし、各対象者が安心して参加できるようにすることが大切。
- ・学生は自分にメリットが感じられないとセミナー等には参加しない。
- ・大学との連携は、重点校を絞りそこから拡大させるという長期的な視点で実施してはどうか。
- ・大学の授業の一部にファクトリーの事業を組み込んでもらうことを検討して



いるとのことだが、そこで何を学生にアピールするかが非常に大事。

## ②利用者満足度の向上について

キャリアカウンセリングは一人当たりの利用回数に上限を設けず、担当制によるきめ細やかな対応が利用者に好評であり、他施設にないサポートが実施できている。今後も利用者を丁寧にサポートするためには体制の強化が必要である。また、セミナーについても、様々なニーズに応えられるように多様なバリエーションで多数開催していくことが必要である。

## ③実態把握の強化について

利用者の状況を把握することは、今後のサービス内容を検討する上で非常に重要であり、継続する必要がある。

## 5. まとめ

ファクトリーの対象者は、39歳以下の若者及び女性（女性は年齢不問）ということだが、学生と子育て中及び子育て終了後の女性ではまったく違うアプローチが必要であり、各々の対象者に合わせたPR方法を検討していく必要があると考える。

子育て中の女性に関しては、自宅の近隣に子育てに理解のある企業があれば働きたいというニーズは十分にあり得る。しかし、セミナーやキャリアカウンセリングを受講するにも自宅から近い距離に施設がないと利用し難いため、ファクトリー側から出向いていくことが必要である。そこで、布施子育て支援センター「ゆめっこ」以外の子育て支援センターとも連携し、最初は試験的に1ヶ所からでも、子連れ参加可能なセミナーやキャリアカウンセリングの実施を検討していただきたい。その後、効果があれば拡大していくことで有効な連携を行うことができると考えられる。

学生に関しては、面接対策や履歴書の添削をしてもらえる等、ファクトリーに行くことで学生自身にメリットがあるということが分からないと足を運ばない。また、対象が学生であることが明確なものでないと参加しづらい傾向がみられる。そのため、セミナーやキャリアカウンセリングの実施の際は、対象が学生であることを明確に周知することが重要である。それと、学生はSNSの利用頻度が高く、そこをうまく活用すればファクトリーの魅力を口コミで拡散させることも可能である。併せて、ファクトリー利用者の声を閲覧しやすくする等、ウェブサイトの充実も必要である。

大学との連携については、まずは重点校を絞り、効果が上がれば徐々に拡大

させていく方策を考え得る。そうすることで、ファクトリー側はもちろん、大学側にとってもアピールポイントとなり、かかる連携が他大学にもスムーズに展開していく可能性がある。現在検討している大学等におけるキャリア関連の授業カリキュラムの一部に関わっていくことは、今後の事業の大きな展開へのきっかけになると考えられることから、成功させていきたい。

ファクトリーでの主な事業であるキャリアカウンセリングについては、一人当たりの利用回数の上限を設けず、担当制による一貫した相談体制が利用者に好評であり、他施設にないサポートが実施できている。このきめ細やかなキャリアカウンセリングはファクトリーの最大のセールスポイントである。そのため、キャリアカウンセリング体制のさらなる充実が非常に重要である。同時に、セミナーについても、今後、対象者ごとに集客力のある内容を企画、実施するために、より一層の体制の充実、強化が必要である。

利用者の実態把握については、就職の可否や就職するまでの期間、就職先、雇用形態等を詳細に分析することが、より効果的なカウンセリングや、対象者ごとのニーズにあったセミナーの実施につなげていく上で不可欠である。今後も定期的な調査の実施が必要である。

最後に、「就活ファクトリー東大阪」は、市内外の求職者を市内企業への就職に結びつけるという、非常に重要な役割を担っている。今後も継続的により大きな目標を掲げ、長期的な視点で事業の改善を積み重ねていくことにより、さらに発展していくことを期待する。

## 参考資料

- 【資料 1】 東大阪市の年齢層別人口移動と女性をとりまく状況
- 【資料 2】 就活ファクトリー東大阪のパンフレット
- 【資料 3】 就活ファクトリー東大阪の目標を達成するために
- 【資料 4】 就活ファクトリー東大阪のPR方法と利用者が施設を知ったきっかけ
- 【資料 5】 就活ファクトリー東大阪のセミナー利用者数および利用者の声
- 【資料 6】 東大阪市中企業振興会議 労働雇用部門会議の開催経過
- 【資料 7】 東大阪市中企業振興会議 労働雇用部門会議委員名簿

資料1

図 I 年齢層別にみた人口移動(東大阪市)

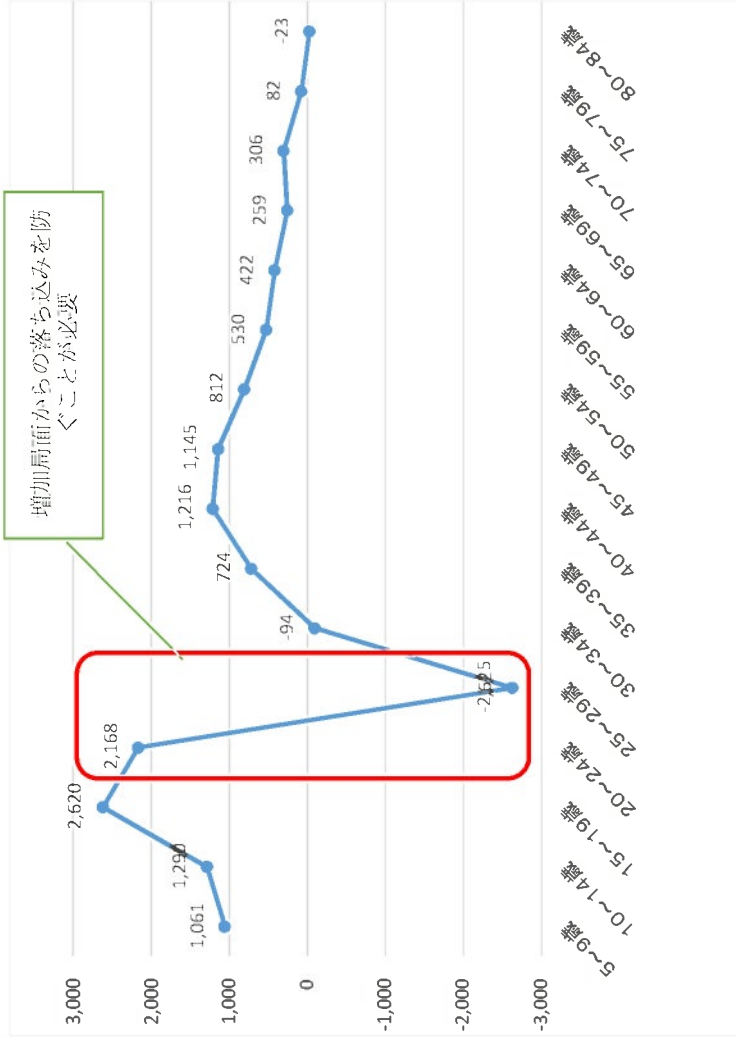
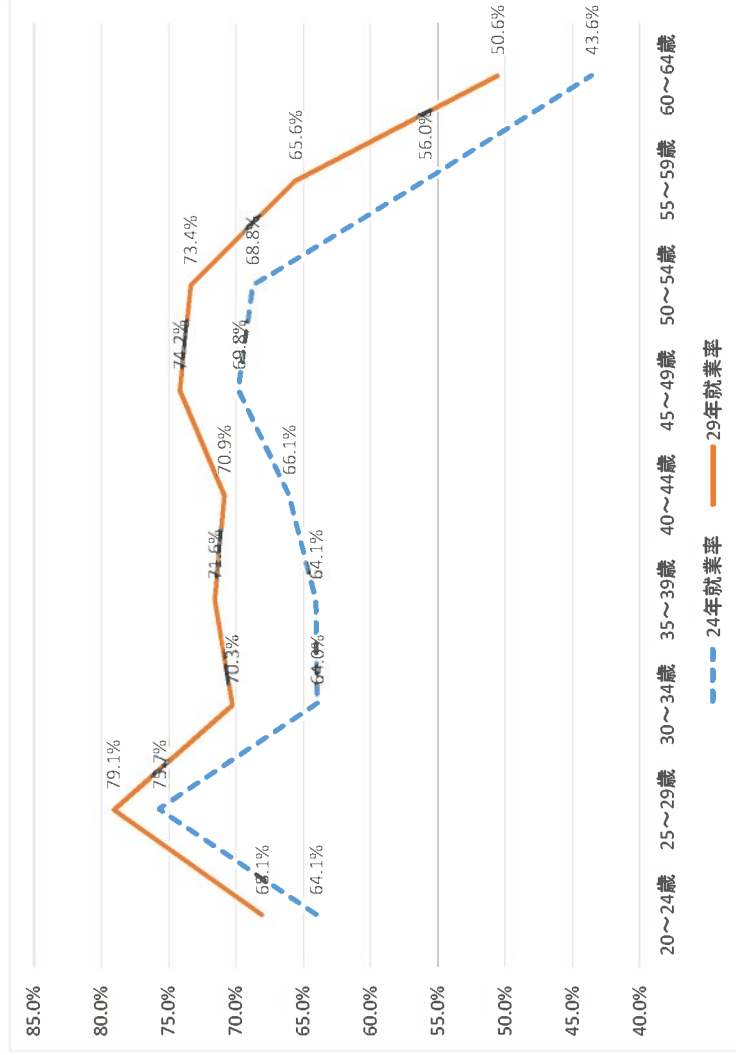


図 II 女性就業率(大阪府)

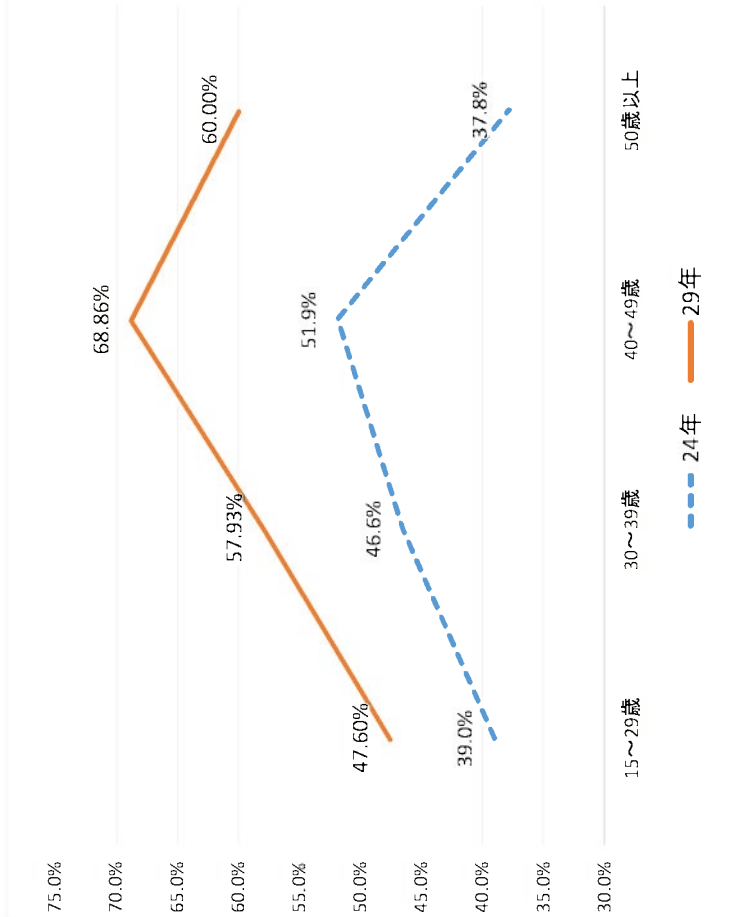


\* 総務省統計局「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所推計の「東大阪市の生残率」より労働雇用政策室にて作成。

\* 平成22年の国勢調査の実人数に国立社会保障・人口問題研究所が推計している5年後の生残率をかけて算出した人口と、実際の5年後である平成27年の国勢調査の実人数との差で人口を算出。差がゼロであれば人口移動はないものとみなす。

\* 平成24年・平成29年就業構造基本調査より。

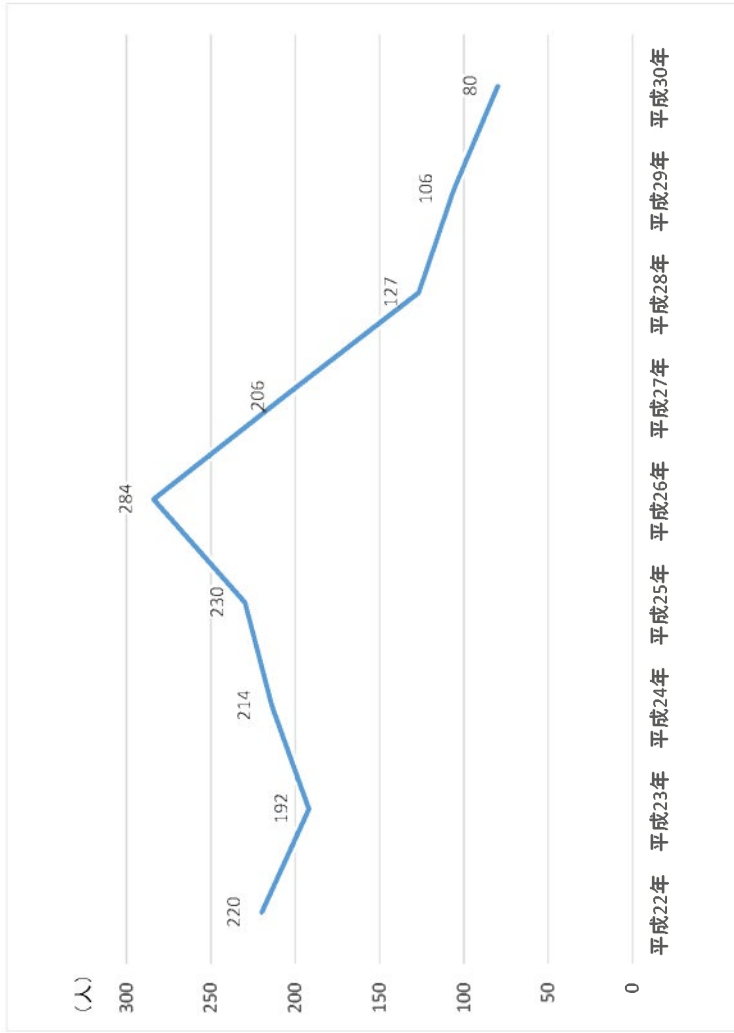
図 III 育児をしている女性の有業率(大阪府)



\*平成24年・平成29年の就業基本構造調査の大阪府の育児をしている女性の有業率を比較したもの。なお、「育児をしている」とは、小学校入学前の未就学児を対象とした育児(乳幼児の世話や見守りなど)をいい、孫やおい・めい、弟妹の世話などは含まない。(育児をしている女性の有業率＝育児をしている女性の有業者数／育児をしている女性の有業者数＋育児をしている女性の無業者数)

図 IV

保育所等利用待機児童数の推移(東大阪市)



\*大阪府ホームページ「保育所等利用待機児童数等の状況について」より、各年4月1日時点の人数。

## 考察

・図Ⅰにおいて、15～19歳、20～24歳の層で人口流入、25～29歳の層で人口流出が際立っている。これは市内及び近隣地域に大学が多く立地していることによるもので、大学入学の際に本市へ転入し、卒業、就職により市外へ転出している学生が多数含まれているためと考えられる。

・図Ⅱにおいて、女性の就業率は、30代に入ると結婚・出産・育児などにより就業率が低下し、いわゆるM字カーブ状態にさしかかる。子育て等が一段落する40代以降でも、女性就業率は十分に回復しない。しかしながら、5年前に比べると、M字カーブの底は上昇し、窪みが浅くなり、全体的に上方へシフトしている。

・図Ⅲにおいて、育児をしている女性の有業率は、5年前に比べて上昇している。これは、人手不足により企業が女性のさらなる活用に迫られたことにより、育児休業制度等が整備されてきたことや、短時間勤務等の多様な働き方が認められるようになったことが考えられる。また、女性が育児をしながら就業することに対する意識が社会全体として変化してきたのも一因であると思われる。

・図Ⅳにおいて、保育所などの施設整備が進むことで、待機児童数は年々減少してきている。このことも女性の有業率の上昇の一因であると考えられる。



本市の立地上の特色から、流入してきた学生を市内企業への就職につなげることにより、将来の人口減少に歯止めをかけることができる。また、女性が育児をしながら就業することへの理解が増してきた昨今の社会状況において、働きたいと思っっているが、きっかけをつかめないでいる潜在的求職者層の女性の背中を押し、就職するきっかけを提供することで、その活躍が期待される。



企業支援  
いたします! /

採用担当のみさまへ

就活フェアクトリー東大阪では、東大阪市内企業に対して、  
採用支援 定着支援 イベント開催 情報提供  
 などのサービスを提供しています。

1 採用支援

企業の経営者や総務、人事担当者が日頃抱えている問題や、(新卒採用に苦戦していて、この数年採用がうまく進まない)といった採用の課題などに対して、アドバイザーが相談を受けた上で企業の課題解決をサポートいたします。

■サービス提供メニュー  
 人材の採用に  
 関するアドバイス  
 求人票の  
 作成サポート  
 語学活用  
 セミナー  
 など

2 定着支援

1年定後のサポートをいなくても、すぐに辞退されてしまう、「ようやく働き始めたのに、3年も経たずに辞めてしまふ」などの定着の課題について、アドバイザーが解決に向けてサポートいたします。

■サービス提供メニュー  
 人材の定着に  
 関するアドバイス  
 定着セミナー  
 選手社員  
 など

3 イベント開催

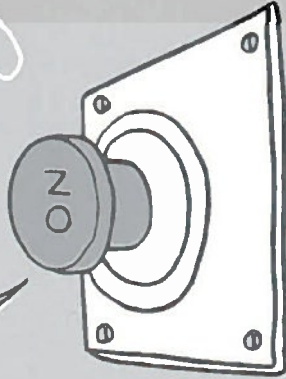
多くの求職者に対し、企業が求める人材を直接伝えることができ、イベントを開催いたします。

■サービス提供メニュー  
 合同企業説明会  
 企業と求職者の交流会  
 など

4 情報提供

求職者目線に立った、求人票では伝わりにくい企業の魅力や人材ニーズを発信いたします。  
※サービス内容は変更いたします。必ずホームページまたは電話にてお申し込みください。

あなたの“働きたい”に  
**スイッチON**



いち押し  
 未来へ  
**スイッチON!**

ヴェルノール市  
 4階



4

バス  
 ローター

近鉄市橋駅

FAC TORY  
**就活フェアクトリー東大阪**

〒577-0056 東大阪市長岑一丁目8-37 ヴェルノール市橋4階  
 TEL: 06-4306-5360 FAX: 06-4306-5160

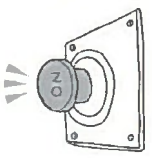
開業時間 9:00~17:30 (FACIE) 土日祝・年末年始

<http://www.shukatsu-higashiosaka.jp>



検索

就活フェアクトリー東大阪



# 「若者・女性の未来を創る」をコンセプトに、 就活スタートから就職後までも徹底サポート!

就活ファクトリー東大阪では、「若者・女性の未来を創る」をコンセプトに就職に関するさまざまなサービスをご用意。ご自身にとって最も望ましいキャリアを選択できるようにサポートしています。また若者や女性が長期的な視点で自らの人生設計(ライフプランニング)を行い、能力を発揮しつつ、主体的に生き方を選択することを応援。  
「若者・女性の未来を創る」お手伝いを行っています。

ステップ1  
まずは登録!

ステップ2  
就活の準備をしよう!

ステップ3  
キャリア  
カレッジをしよう

ステップ4  
ワンポイント  
アドバイス

ステップ5  
就職支援  
カレッジ

ステップ6  
女性向けセミナー

ステップ7  
企業相談会

## 就活までの3ステップ

ステップ1  
まずは登録!

ステップ2  
就活の準備をしよう!

ステップ3  
キャリア  
カレッジをしよう

ステップ4  
ワンポイント  
アドバイス

ステップ5  
就職支援  
カレッジ

ステップ6  
女性向けセミナー

ステップ7  
企業相談会

9:00~17:30  
土日祝、年末年始

39歳以下の若者や  
女性の方(女性は年齢不問)

無料!  
サービスの利用は

就職後も  
バックアップ

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

サービスの利用は  
無料!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!

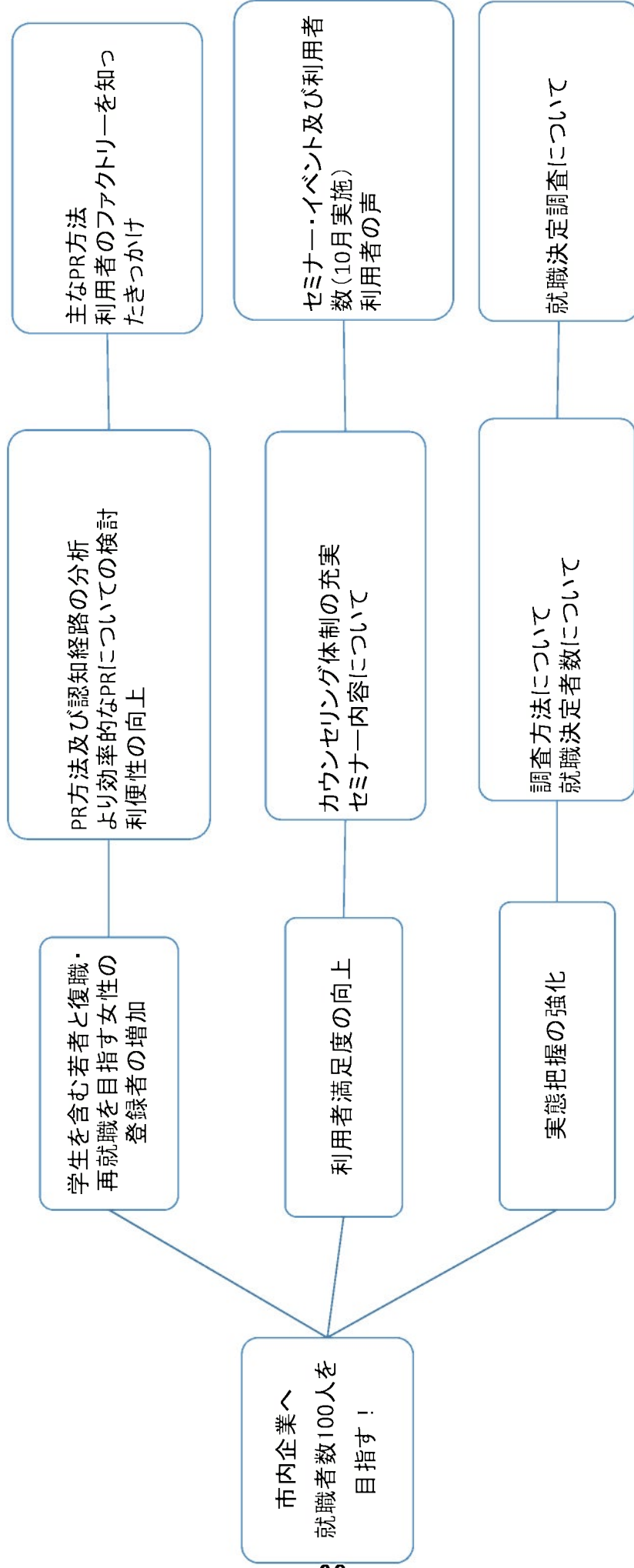
就職後も  
ご利用OK!

就職後も  
ご利用OK!



「就活ファクトリー東大阪」の目標を達成するために

資料3



**主なPR方法**

- 施設やイベントの周知(不定期)
  - ・市政だより
  - ・各大学や各施設へのチラシの配架
- ・ホームページ
- ・フリーペーパー
- ・駅張りポスター
- セミナーの周知(月1回)
  - ・市政だより
  - ・各大学や施設へのチラシの配架
- ・ホームページ

**【セミナーカレンダーなど送付先一覧】**

大学・短大	大阪経済法科大学
	大阪産業大学・短期大学
	大阪樟蔭女子大学
	大阪商業大学
	近畿大学・短期大学
	東大阪大学・短期大学部
その他	近畿圏内の88大学 計94校
専門学校	20学校

関係機関・その他	桶根子育て支援センター
	長瀬子育て支援センター
	鴻池子育て支援センター
	荒本子育て支援センター
	旭町子育て支援センター
	ハローワーク布施
	東大阪商工会議所
	東大阪若者サポートステーション
	イトーヨーカドー東大阪店
	AOKI就活ステーション近大前店
その他	他市ハローワークなど 計41箇所

**利用者がフアクトリーを知ったきっかけ**

全体	男女別 合計	内訳					再掲	
		年齢						
		19歳以下	20-24歳	25-29歳	30-34歳	35-39歳	40歳以上	
利用者数(延べ数)	394	男 79	28	28	12	10	0	2
		女 315	0	36	46	52	137	6
計	394	1	64	74	56	62	137	8
登録者数(実数)	123	男 24	1	4	11	5	3	0
		女 99	0	10	14	19	13	43
計	123	1	14	25	24	16	43	2

【利用者の属性(平成30年10月実績)】

【就活フアクトリー東大阪を知ったきっかけ(複数回答可)(平成30年10月)】

	人数
紹介	78
ホームページ	6
市政だより	2
メールマガジン	0
SNS (Facebook等)	0
新聞・テレビ・求人誌	0
交通広告	1
説明会・セミナー等のイベント	10
その他	27
<b>合計</b>	<b>124</b>

紹介の内訳	人数
家族・知人・友人	1
学校の先生	1
ハローワーク	76
キャリアセンター	0
その他	0

・現状はハローワークからの紹介が多数を占めている。今後は学生の登録者数を増やすためにもキャリアセンターや学校との連携の強化を行っていききたい。

・近い将来に就職活動を考えている潜在的な求職者にも施設を認知してもらう必要がある。

資料5

利用者の声(一部)

セミナー・イベント及び利用者数(平成30年10月実施)

対象者	講座名	定員	参加者数	男女別合計	内訳										再掲	
					年齢											
					19歳以下	20-24歳	25-29歳	30-34歳	35-39歳	40歳以上					在学中	
若者・女性	ハッピーJOBサクル	10	7	男	0	0	0	0	0	0					0	
				女	7	0	0	1	2	2					0	
女性	あなたの夢を支える 夢ノートの書き方	15	8	男	0	0	0	0	0	0					0	
				女	8	0	0	1	0	1	6					0
若者・女性	自己PR・志望書の書き方	15	12	男	1	0	1	0	0	0					0	
				女	11	0	2	0	1	1	7					1
若者・女性	Excel講座～基礎編～	10	10	男	1	0	0	1	0	0					0	
				女	9	0	1	0	0	4	4					0
若者・女性	Excel講座～関数とグラフ編～	10	8	男	0	0	0	0	0	0					0	
				女	8	0	0	1	1	3	3					0
若者・女性	就活に役立つ漢文字セミナー	15	19	男	0	0	0	0	0	0					0	
				女	19	0	1	1	2	6	9					0
若者・女性	今さら聞けない応募書類の作り方	15	11	男	1	0	1	0	0	0					0	
				女	10	0	1	2	1	1	5					1
若者	就活スタートアップセミナー	15	13	男	2	0	2	0	0	0					0	
				女	11	0	0	3	4	3	1					0
若者・女性	声みがきで印象アップ!	15	22	男	3	0	0	3	0	0					0	
				女	19	0	1	3	3	3	9					0
女性	エニアグラムで自己分析性格感から適職を探そう	15	18	男	0	0	0	0	0	0					0	
				女	18	0	2	0	4	1	11					0
若者・女性	Excel講座～基礎編～	10	10	男	1	0	1	0	0	0					0	
				女	9	0	1	0	3	1	4					0
若者・女性	Excel講座～関数とグラフ編～	10	9	男	2	0	1	1	0	0					0	
				女	7	0	1	0	1	2	3					0
女性	【子連れOK】チームで見学ハンッピー子育て講座	6	7	男	0	0	0	0	0	0					0	
				女	7	0	0	1	3	1	2					0
合計				161	154	0	10	13	25	29	66					2
				154	0	16	18	25	29	66					2	

ささいなことでも相談にのってくれて、とても助かりました。一緒に考えてくれたので、1人で転職活動するよりも心強かったです。

セミナーを受け自己分析ができました。また面接の練習を受けることにより自身の欠点がわかった。

ジョブ活という就活セミナーに入っていました。同じように就活をしている仲間たちと意見交換をし、自分を見つめることができました。また、就活ファクトリーの方が親身になってお話を聞いてくださり、不安がなくなりました。

セミナーや合同説明会の情報が手に入る。履歴書等の添削してもらえます。再就職活動中は不安なことも多くよく相談できました。

セミナーがとても良かったです! 通常ならお金のかかるセミナーもここなら全て無料でスキルアップにつながりました!

私は学生なのですが、すぐに予約してカウンセリングを受けられるところがとても興味を持って自分自身を振り返ることができました。

キャリアプランから職務経歴書の添削までしっかり対応して下さったのが、本当に良かったです。

親身になって相談に乗っていただき、自分自身の視野を広げて就活に取り組むことができました。履歴書の書き方から求人票の添削、その日その日する事の手順までサポートしていただきました。

自分のペースに合わせて、支援して下さったこと、再就職者向けセミナーも活動を始めるにあたってgood。

- ・多様なテーマのセミナーを行うことで、幅広いニーズに応えるようにしている。
- ・「利用者の声」でもセミナーが役に立ったという感想を多数いただいている。
- ・セミナー利用者の年代にバラつきがある。

・カウンセリングは一人当たりの上限を設けず、きめ細やかなサービスの提供を心がけている。一人ひとりの利用者の悩みに寄り添うことで、他施設にはないカウンセリングでのサポートが役に立ったという感想をいただいている。カウンセリング体制の充実、多様なセミナーが利用者の就職につながっていると考えられる。

東大阪市中小企業振興会議  
労働雇用部門会議の開催経過

- 第1回労働雇用部門会議 平成30年10月19日（金）開催  
就活ファクトリー東大阪の事業内容と実績について
  
- 第2回労働雇用部門会議 平成30年12月26日（水）開催  
就活ファクトリー東大阪にて目標を達成するために
  
- 第3回労働雇用部門会議 平成31年1月22日（火）開催  
「市内企業の人材確保と若者・女性の就労支援について」報告書（案）について

東大阪市中小企業振興会議  
労働雇用部門会議委員名簿

役 職	氏 名	役 職 等
部会長	衣 笠 葉 子	近畿大学法学部 教授
委 員	阿 児 加代子	オフィス・AKO 特定社会保険労務士
委 員	田 中 聡 一	近畿工業株式会社 代表取締役
委 員	西 松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所 所長
委 員	檜 尾 めぐみ	NPO 法人発達障害サポートセンターピュア 理事長
委 員	村 田 泰 弘	布施公共職業安定所 所長

※順不同・敬称略

# 「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31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31年3月  
経済部



# 東大阪市第2次総合計画後期基本計画

中小企業のまち  
東大阪市

## 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・地域や人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

---

中小企業のまち  
東大阪市

## 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】

今年度で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、本市への来訪者や市民を対象にした賑わいづくり及びモノづくりのまち東大阪を発信するイベントを開催するとともに、市域の賑わいを醸成するための商店街を主体とするイベントを支援する。

H31 予算額	25,000千円
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】

## 【大阪大学との連携】

平成28年4月に大阪大学大学院医学系研究科及び医学部附属病院との間で包括連携協定を締結。医療現場の課題に関する情報収集や医療者等とのネットワーク構築を図っている。また、平成31年2月には同大学院歯学研究科及び歯学部附属病院との間で歯科医療関連機器の開発を目的とした連携協定を締結した。

## 【東大阪市医工連携研究会】

(公財)東大阪市産業創造勤労者支援機構において、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。「部品・部材の供給」「試作設計開発支援」「OEM」を重点領域に、医療機器企業とのネットワークの構築、強化を図る。

## 【医工連携事業化促進補助金】

市内モノづくり企業が行う医療分野に向けた製品開発に対して助成する。

## 【ビジネスマッチング事業】(平成31年度新規事業)

市内企業の主体的な活動を促進するため実行委員会を組成し、大規模展示会への共同出展や医療機器企業等を対象に市内企業見学ツアー・商談会を実施。

H31 予算額	12,188千円		
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	○		

12

## 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】

平成30年度に模様替えした市立産業技術支援センターのモノづくり試作工房を活用し、モノづくりにおけるデザインの必要性や重要性について学ぶため、デザインシンキングのワークショップを開催する。また、デザイナーと協働でモノづくり企業が付加価値の高い自社製品の開発を進めるための事業を行う。

H31 予算額	5,000千円
---------	---------

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	/			

## 商工会議所補助金・委託料(市内企業ミートアップ事業)

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

本市との産業連携に関心を持っている国の総領事あるいは商工通商担当領事と海外展開に興味を持っている市内企業が出会う場を設定し、情報交換や意見交換を行うことにより、参加する企業の海外展開を考えるきっかけとするとともに、「モノづくりのまち東大阪」の各国での認知拡大を目指す。

H31 予算額	2,000千円
---------	---------

総合計画	4-21-2			
実施計画	/			
振興施策	3	8		
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、商店街等の小売商業団体の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。

H31 予算額	13,597千円
---------	----------

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	○			

(商業課)

## 【事業内容】

商業振興に意欲的に取り組む商店街等の小売商業団体に対し商業活性化にかかる支援をしているところであるが、とりわけ2019年はラグビーワールドカップ開催にあわせたラグビーをアピールするコンテンツを提供するもの。

H31 予算額	4,000千円
---------	---------

総合計画	4-22-1			
実施計画	○			
振興施策	1	4	7	10
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。

H31 予算額	17,000千円
---------	----------

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				



(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労支援窓口「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取り組んでいる。

同じフロアにあるハローワーク布施や布施子育て支援センター「ゆめっこ」との連携をさらに強化するとともに、平成31年度は、大学や布施以外の子育て支援センターとの連携に取り組み、学生を含む若者や子育て中の女性の利便性や認知度の向上を図り、さらなる利用者の増加につなげる。

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、市内2ヶ所の就労支援センターで実施している地域就労支援事業にも取り組んでいる。

H31 予算額	35,967千円
---------	----------

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	○	

## 「平成 29 年度中小企業振興施策実施状況報告」に寄せられたご意見の概要と本市の考え方

意見の概要	市の考え方
<p>1</p> <p><b>【医工連携プロジェクト創出事業】</b> 市内企業が持つ、高い技術を阪大のニーズに結びつけるべきである。また、早稲田大学工学部は現在、東京女子医大と提携関係にあり、医療機器開発を通じて医療分野に貢献しているため、早稲田大学との接触も一つの手段ではないか。 (大塚委員)</p>	<p>平成28年4月大阪大学大学院医学系研究科(以下、阪大)と連携以来、阪大の医師、看護師、研究者などから27件相談を受け、内容に応じて対応可能性のある企業とマッチングを図っているところであります。そうした取り組みを進める中で、医療機器の市場は複雑な法規制や独特な商習慣などから市場性が見極めが非常に困難であり、市内企業自らが事業化を図っていくことには非常に高いハードルがあると認識しており、市では、市内企業の規模、意向、実現性などを勘案し、「部品・部材の供給」「試作・設計・開発支援」「OEM/ODM生産」を重点領域とし、医療現場とではなく、医療機器企業をメインターゲットに取り組みを進めております。そうしたことから、昨年12月には大阪府内の自治体では初となるメディカルヒルズ本郷(東京都文京区本郷地区)での展示会を開催するなど首都圏の医療機器企業とのネットワークの構築、強化を図っております。今年度も10月24日(水)に同展示会を開催予定であり、早稲田大学や東京女子医大の皆様にも、まずは本市モノづくり企業の技術力に触れていただく機会となればと考えております。</p>

<p>2</p>	<p><b>【東大阪デザインプロジェクト事業】</b></p> <p>①デザインプロジェクトの意味が少し理解しにくいですが、最終製品をデザイン化するというのがあれば大いにやるべきである。ただし、この事業はかなり難しい仕事であるため、もっと後年で良いのではな いか。(大塚委員)</p> <p>②製品事例については、市のHP等で紹介されているが、市民への認知度を高めるためにも一定期間、市役所等のロビーに展示してみてはどうか。(下山委員)</p> <p>③実績の1件はどのような内容か。なぜ、参加企業が1件なのか。 (加藤委員)</p>	<p>①デザインプロジェクトでは、製品開発におけるデザインの役割や効果、世界各国の取組み事例を学んでいただくため、市内企業向けのセミナーや勉強会、デザイナーとの交流会等を開催しています。あわせて、本プロジェクトをきっかけに誕生した製品を国内・国際展示会に出展し、本市のモノづくりを世界に発信しています。これらの取組みを通じて、世界から必要とされる競争力の高い製品を生み出し、結果として本市の産業活性化に貢献したいと考えています。ご指摘のとおり本事業は、すぐに成果のもではありませんが、成功事例も少しずつ増えてきており、デザイナー、クリエイターとの協働に関心を持つ市内企業が一定数いることから本事業は継続していきたいと考えています。また、経済産業省と特許庁が、2018年5月にデザインを活用した経営手法や効果等について整理した「デザイン経営」宣言を公表していることから、今やるべき事業と認識しています。</p> <p>②現在は、市民ではなく世界へのアプローチの観点で国内・国際展示会に東大阪市ブースをかまえ、東大阪市のモノづくりの情報発信をしています。そのような中で、東大阪市出身の方が、本市のブースに来られ、市内企業の製品に関心を持っていただくことがあります。ご指摘の市役所での展示については、市民の製造業に対する理解の醸成という市内へのアプローチの観点で有効な手法だと考えています。</p> <p>③デザインプロジェクトでは、主に市内企業向けに勉強会やセミナー、交流会等を開催しています。本市主催の勉強会等への参加者は全5回で約80名となっています。実績の1件は、勉強会等をきっかけにデザイナーとの製品開発に取り組むことが確定している企業数です。</p>
----------	---	--

	意見の概要	市の考え方
3	<p style="text-align: center;"><b>【高付加価値化支援事業】</b></p> <p>①製品への付加価値は時代と共に変わるものである。例えば、より薄いもの、より軽いもの、より滑らかなもの、より曲がりやすいもの、性能は同じでもより安いものなどケースバイケースである。(大塚委員)</p> <p>②周知不足は、他の事業の課題でもあり、以前から議題にあがっている。技術交流プラザや商工会議所などのメールリストは利用されているか。今の周知方法に加えて新規周知方法を検討することを重点目標とするような「周知徹底事業」などを立ち上げて良いのでは。(西松委員)</p>	<p>①ご指摘のとおり、製品に求められる付加価値は時代によって変化し得るものであると認識しております。本事業で生み出される製品が、時代のニーズに応えられる製品になるよう適時適切にテーマを見直して参ります。</p> <p>②周知方法につきましては、技術交流プラザのメールマガジン、当市経済総務課から発出しています中小企業だより、モノづくり支援室で実施している施策紹介のパンフレット、(公財)東大阪市産業創造勤労者支援機構のウェブサイトにて広報・周知しております。また、昨年度よりワンストップ相談窓口企業訪問相談員を配置し上述の施策パンフレットを企業訪問の際に活用し情報提供を行っております。</p>
4	<p style="text-align: center;"><b>【ビジネスセミナー開催経費】</b></p> <p>①セミナー内容について、今回は営業、次回は経理やITといったテーマが決められているのか。また、セミナー終了後にさらに具体的にディスカッションするようなグループワークなどがあっても良いのでは。(大塚委員)</p> <p>②目標より実績が大幅に上回り、大成功事業だと思う。これからもニーズに合わせた内容を盛り込み、さらに発展した事業にしていきたい。(西松委員)</p>	<p>①セミナーの内容につきましては、参加企業に対するアンケートの回答で要望のあったものや、企業の課題や、悩みとしてよく挙げられる分野を中心にプログラムを組んでおります。また、平成29年度にIoTセミナー事業や、東大阪ブランド事業でのブランディングのセミナーをワークショップ形式で実施したところ好評を得たため、平成30年度からは東大阪商工会議所に委託して実施している若手経営者ネットワーク化促進支援事業など他の事業においてもワークショップ形式を展開しているところです。</p> <p>②今後も企業のニーズに沿ったプログラムを提供できるよう情報収集し、より効果の高い事業になるよう努めて参ります。</p>

	意見の概要	市の考え方
5	<p align="center"><b>【モノづくり開発研究会支援事業】</b></p> <p>非常に重要な支援事業であるため、講義回数を増やし、多彩な講師陣を配すためにも予算を拡充すべきでは。(大塚委員)</p>	<p>モノづくり開発研究会では次代の企業を担う中堅人材や技術者の育成を目的に、講義と実習を交えた技術研修を実施しており、本市は補助金を交付することでその活動を支援しております。各コースとも9ヶ月間に行われる全講義を毎月受講いただくことが前提となっていることから、講義回数については企業の負担も考慮して設定されているものと考えております。</p> <p>また、予算の拡充は厳しいものがありますが、平成30年度は受講生の声をもとに新たに初級コースを設けるなど、ニーズに合わせて適宜内容の見直しを図られております。</p>
6	<p align="center"><b>【クリエイション・コア常設展示場出展支援事業】</b></p> <p>平成29年度の出展企業数11社は少ないのではないかと。展示場への年間来場者数は何名でしょうか。また、来場者へのアンケートについて、自主的に記入して貰うことも考えてはどうか。(大塚委員)</p>	<p>クリエイション・コア東大阪の常設展示場は大阪府の事業であり、本市は常設展示場に市内企業が出展する際に出展を開始した日から2年間で限度に、出展費用の一部を助成しております。平成29年度の助成件数は11件ですが、過去の件数(平成28年度14件、平成27年度10件)と比して特段少なくはないと考えております。平成30年3月時点で、全出展企業148社のうち、66社が市内企業です。今後も市内企業の比率を高めるべく事業を進めて参ります。</p> <p>また、年間来場者数についてはクリエイション・コア東大阪の指定管理者であるコンベンションリンケージ社より、平成29年度が29,694人、平成28年度が29,107人、平成27年度が26,526人であると、伺っております。</p> <p>来場者アンケートの実施につきましては、視察に来られた方に対して既に行っている旨、コンベンションリンケージ社より伺っております。</p>

	意見の概要	市の考え方
7	<p align="center"><b>【国内外販路拡大事業】</b></p> <p>ITの時代、インターネット販売は必要である と考える。また、ネット販売に限らず、 商品を販売した後のフォローも必要では ないか。例えば顧客に使用感を聞くなど。 (大塚委員)</p>	<p>市内企業の最終製品の多くは既にAmazon等のECサイトで販売されています。商品販売後のフォロー、改善意見の収集についてはその重要性を市内企業に認識いただくために、ビジネスセミナー事業等で気付きを提供できるように検討を進めてまいります。</p>
8	<p align="center"><b>【技術交流プラザ事業】</b></p> <p>技術交流プラザでは、多くの技術を知ることができ、企業にとっても大きな価値がある。より多くの企業に登録していただき、共有財産として活用いただきたい。 (大塚委員)</p>	<p>平成29年4月にサイトのリニューアルを行い、操作性・機能性の向上、検索機能を強化いたしました。今後ともユーザーにとってより利便性の高いウェブサイトとなるよう改善を重ねることにより、登録情報の質と量の向上を図ってまいります。また、展示会やインターネットを活用したPR施策を実施することによりサイトの認知度向上を図り、登録企業の増加に努めてまいります。</p>

意見の概要	市の考え方
<p data-bbox="357 712 651 741">【東大阪ブランド推進事業】</p> <p data-bbox="276 763 734 1220">①東大阪ブランドに認定されれば、どのようなメリットがあるのかよく分らない。認定の前後で売上に変化があったかなど、一定の検証をするべきではないか。また、本市で製造されている商品には、メーカー名が入っている筈で、個々のブランドイメージを高めるために企業努力もされている。この企業ブランドと東大阪ブランドの関係をどのように捉えたらよいか。 (大塚委員)</p> <p data-bbox="276 1288 734 1462">②製品事例については、市のHP等で紹介されているが、市民への認知度を高めるためにも一定期間、市役所等のロビーに展示してみてもどうか。(下山委員)</p> <p data-bbox="276 1529 734 1653">③目標20製品に対して実績が6製品と低調なのはなぜか。ブランド認定の基準は何か。(加藤委員)</p>	<p data-bbox="759 376 1394 600">①ブランドに認定された製品については、ブランドの商標をパッケージ等につけて販売することができます。また、東大阪ブランド推進機構で作成する冊子やウェブに製品や企業の紹介が掲載されますので、販路開拓に役立てていただけます。</p> <p data-bbox="759 618 1394 741">モノづくりのまち東大阪で生まれた製品、その中でも一定の要件をクリアしている認定製品ということで信頼度が上がるという効果はあるものと考えています。</p> <p data-bbox="759 763 1394 842">認定前後での売上げの変化については、そういったことができるのかどうかも含め検討してまいります。</p> <p data-bbox="759 860 1394 1034">また、個々の企業ブランドと当ブランドとの関係については、企業は当ブランドの価値があるということで認定申請を行っていると考えられることから、相乗効果があると考えています。</p> <p data-bbox="759 1288 1394 1411">②市役所ロビーでの展示につきましては、すでに常設展示場があり、来庁された方にご覧いただいている風景はよく確認できます。</p> <p data-bbox="759 1529 1394 1798">③平成29年度において1ヶ月間の公募を2回行いましたが、制度の運用開始が下半期からであったこともあり、6製品の認定に留まっているところです。ウェブや市の広報だけでなく、企業訪問など面会の場面においても周知を図っていきます。ブランド認定の基準については、以下の通りです。</p> <p data-bbox="759 1865 1394 2083">1) プラスアルファ製品 以下の5つのうちいずれかの特長において、従来製品にはない付加機能、付加価値等を有する製品。 《デザイン・プラス》 ・卓越したデザインで新たな価値をユーザーに訴求で</p>

		<p>きる製品</p> <p>《ファンクション・プラス》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東大阪らしい技術や斬新なアイデアに裏付けられた機能が加えられた製品</li> </ul> <p>《エコロジー・プラス》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・環境に配慮された、または環境負荷を減らすための製品</li> </ul> <p>《パイオニア・プラス》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな市場を開拓していく(開拓してきた)チャレンジングな製品</li> </ul> <p>《ヒストリー・プラス》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東大阪市を代表するロングセラー製品(ネジ、クギ、リベット、金網、鋳物、クシ、ブラシ等)</li> </ul> <p>2) オンリーワン製品</p> <p>すでに自社製品として市場に出荷しているプラスアルファ製品に該当する製品のうち、その特長により他の追随を許さない製品。</p> <p>3) ナンバーワン製品</p> <p>特定の市場でトップシェアを記録する製品。但し、その集計に関する条件等が、第三者が作成し公表されているものに限る。</p>
10	<p><b>【モノづくりワンストップ推進事業】</b></p> <p>企業が抱える課題の相談に応じることは非常に重要であり、問題点を共有し、積極的に解決策を提示し、その後の経過まで把握した上で、相談に応じる態度が必要である。平成29年度の実施件数は1,685件に達しており、その結果がどのようなものであったかを知りたい。</p> <p>(大塚委員)</p>	<p>平成29年度については、新たに雇用した企業訪問相談員4名を中心に、市や(公財)東大阪市産業創造勤労者支援機構として、今まで一度もコンタクトを取っていなかった企業へ積極的に訪問を実施し、現況のヒアリングや市の施策の広報などを行いました。</p> <p>抱えている課題は様々であるものの、多くの小規模企業では、特に「人材不足」「事業承継」が深刻な状況であり、商工会議所などと連携するなど、必要に応じて適切な支援機関に引き継いでおります。今後とも、コーディネーター、企業訪問相談員、関係支援機関間の情報共有により、より効果的、効率的なサポートを図っていきます。</p>



	意見の概要	市の考え方
11	<p><b>【事業承継フォローアップ調査事業】</b>            全国で多くの企業が事業承継問題で悩んでいるのは、周知の事実であり、フォローアップ調査の時代ではなく、コンサル実施の段階を迎えている。まずは企業の悩みをじっくり聞き、解決策を提示すること。理屈ではない面があり、相談員の人間性・信頼感が重要である。(大塚委員)</p>	<p>平成27年度実施の事業承継に関する実態調査、また29年度実施したフォローアップ調査を経て、今年度、事業承継に関する総合相談窓口を開設しました。常設で相談窓口を設置するとともに、8名のコーディネーターによる訪問相談を実施。税務の問題や従業員、取引先との関係など課題の内容に応じて、支援機関、専門家の紹介を行い、必要に応じて専門家の派遣など個々の企業に応じたきめ細かい支援につなげています。</p>
12	<p><b>【商業振興コーディネート事業】</b>            来年のRWC開催を控えて、市内の各種団体とコラボした活動など、今以上に横の連携が必要ではないか。(下山委員)</p>	<p>平成30年度に関しては、RWCに因んだアピールグッズの作成配布や11月に開催されるゆるきゃらグランプリ、東大阪グリーンフェスタに合わせて産業フェアを行う予定をしております。産業フェアには東大阪ショウテンズ掲載店舗に出展していただく等、商業振興コーディネート事業以外のしくみでも商業者との連携を展開してまいります。</p> <p>今後もRWCに関する情報の周知に努め、バル開催団体等との連携も検討していきたいと考えております。</p>

意見の概要	市の考え方
<p data-bbox="373 327 633 360"><b>【地域密着型支援事業】</b></p> <p data-bbox="276 376 735 1794">①事業の主旨は、魅力あふれる商店街づくりと大学・地域連携事業という2つのキーワードが述べられ、商店街の取組に期待されていることにあると考える。地域・商店街に、多くの方々に来てもらうためには夜市やちびっこ祭りなど様々な催しにチャレンジすることが重要である。地域連携を図りながら、これらの取組み・成果を一時的なものではなく、持続可能なものにしていくためには、根本的に「まちの魅力・誇れるものは何か」を問い創る必要があると考える。その前提として一度、地域が持つ価値というものを見直し、掘り起こすという作業が必要ではないかと思われる。まちや商店街の歴史、文化、人、他にはない地域の宝、そういったものを見直す中で、まちへの愛着が醸成され、自発的な取組みが促されると考える。地域自身が誇りを持たないまちは、インバウンドにとっても魅力を感じられないのではないか。大阪の空堀商店街、平野郷、船場、天満界限、中崎町等も地域の皆さんがまちの成り立ち・歴史・人物等の魅力を丁寧に発掘、発信していくことで、商店街・地域の魅力に磨きをかけ、多くの人々が訪れるまちになっている。「さあ、一度私たちのまちを、皆さん見て下さい！」ということで、各々の地域で年に一度、まち開きが行われている。(光岡委員)</p> <p data-bbox="276 1856 735 2033">②認定された19団体の活動の具体的な内容は何か。目標達成は認定団体数ではなく、成果指数とすべきではないか。(加藤委員)</p>	<p data-bbox="758 349 1394 909">①地域密着型支援事業としましては、夜市やちびっこ祭り等市内商店街など小売商業者で組織する団体がイベントを行う「にぎわいづくり事業」、各商業集積地が経済的機能強化のために商品券の発行を行うにあたり、必要な経費及びプレミアム分の 1/2 を補助する「地域力強化事業」、商店街など小売商業者で組織する団体が、買い物を楽しめる魅力的な商業施設づくり等を企画提案する「商業集積地魅力アップ事業」、高齢化が進むなか、地域生活の拠点として買い物場所だけではない商店街の持つ社会的な役割を発揮させるべく、商店街の高齢者特化型の事業を支援する「高齢者等に優しい商店街づくり事業」があります。</p> <p data-bbox="758 925 1394 1102">これらの事業を一時的なものではなく持続可能なものにしていくために、若江岩田や鴻池地域における商店街主催の催しなどのように、地域住民と共に展開する事業について引き続き支援をまいります。</p> <p data-bbox="758 1117 1394 1435">また、東大阪市内には魅力ある名所が数多くありますが、東大阪観光協会が実施されているまち歩きでも名所をめぐるコースに市内の名店も組み入れていただいているところです。石切参道商店街のように昭和の香りが色濃く残る特徴ある商店街も市内に存在することから、地域の魅力発信と連携した商業振興の可能性も考えていきたいと思っております。</p> <p data-bbox="758 1547 1394 1912">②にぎわいづくり事業の具体的な活動内容としては、夜市やちびっこ祭りなど小売商業者で組織する団体が各商店街でイベントを行うものです。店主の高齢化など様々な問題がある中で、現状の認定団体数を維持することを目標値とさせていただいております。イベント開催に際し、各店舗への認知や誘客につながるような工夫をしていただく等により事業成果を求めていけるよう検討をまいります。</p>

<p>14</p>	<p style="text-align: center;"><b>【空き店舗活用促進事業】</b></p> <p>①平成30年度は空き店舗での開業者も補助対象になるなど、対象者が拡充されることから、市内金融機関への周知なども取り組まれたらどうか。(下山委員)</p> <p>②テナントが現れるのを待つのではなく、「商店街活性化の方策を問う」という提案型の挑戦的方法で事業者選定した方が、元気な若者経営者が現れる可能性が高いと考える。様々な行政の助成策も提示しながらプロポーザル方式による選定をPRしていくことは、まちの情報発信という意味でも得策である。全国の空き家活用においても、このような手法が多く取られており、商店街・地域が求めるものを募集要項にまとめ、公募することが考えられる。行政には選定にあたっての仕様書づくり、進行管理の面でアドバイザーを派遣する等の支援が求められる。空堀商店街では、空き店舗は見当たらない。古い町家を改修し、若い人たちがレストラン等を経営している。7,000 円のすし会席を楽しみに多くの人を訪れる店もある。行政は、改修費用の補助、まちの情報発信等の取組みへの支援を行っていた。(光岡委員)</p> <p>③空き店舗は、従来のように開業を目標とするだけでなく、周辺地域の商業集積の性格を変える視点を持つべきである。商業利用だけでなく、住宅・事務所利用(例えばデザイナー)を含めたまちづくりの視点が必要になるのではないか。(加藤委員)</p>	<p>①平成 30 年度の空き店舗活用促進事業の PR については、市の協定金融機関や政府系金融機関等へチラシやポスターの配架依頼を行いました。今後も幅広い周知の方法について検討してまいります。</p> <p>②企画提案型の商店街活性化のための事業については、商店街からの提案だけでなく、一般企業やNPO、大学等からの企画募集を行い、試行錯誤しながら複数年にわたり実施、展開してきたところです。最終的には商業者自身で自立、継続して取り組んでいただけるような持続可能な事業として確立させていくことが今後の課題であると認識しております。空き店舗の活用については、商店街の意見だけでなく家主等の意見等もふまえながら、意欲のある商業者が活用しやすい支援の仕組みについて検討していかなければならないと考えております。</p> <p>③現在は小売、飲食業や一部の個人向けサービス業に対し支援を行っておりますが、空き店舗の解消につながる状況には至っておりません。商店街のにぎわいという観点からも、事務所利用等を今後対象に含めるなどについて検討してまいります。</p>
-----------	--	--

意見の概要	市の考え方
<p data-bbox="220 882 245 909">15</p> <p data-bbox="277 712 730 788"><b>【市内企業と学生、女性の就職マッチング事業】</b></p> <p data-bbox="277 808 730 1077">地元学生や女性が参加しやすい説明会、マッチングイベントを実施して欲しい。職住近接は会社にも社員にもメリットが大きいと思われる。(会社、社員どちらの住民税も東大阪になるので市役所もメリットが大きい)(西松委員)</p>	<p data-bbox="759 427 1393 504">現在、求職者の売り手市場が続いており、市内企業は人材の確保に苦慮している状況が続いています。</p> <p data-bbox="759 524 1393 887">このような状況の中、毎年近畿大学にて、学生、卒業後3年以内の方を対象にした合同企業説明会、布施駅前市民プラザにて、市内企業へ就職を希望される方を対象にした面接会(就活応援フェスティバル)、市内モノづくり企業への就職を希望される若年者の方を対象にした就職面接会(東大阪モノづくり企業合同就職面接会)を開催しています。さらに平成30年度は女子学生を対象にした合同企業説明会(女子ナビ)を樟蔭女子大学にて開催しました。</p> <p data-bbox="759 907 1393 1030">また、就活ファクトリー東大阪にて、女性を対象にした子育て応援企業が参加するミニ面接会を開催する予定です。</p> <p data-bbox="759 1050 1393 1220">求職者の売り手市場の中、これらのイベントの参加者数が減少傾向にあり、地元学生や女性が少しでも参加しやすい説明会やマッチングイベントにしていくことは、本市としても非常に重要であると考えています。</p>

委員氏名 (網掛けは女性委員)	役 職 等		分野
阿児 加代子	大阪府社会保険労務士会東支部		社労士
芦塚 格	近畿大学 経営学部	教授	学識
井戸辻 剛	株式会社商工組合中央金庫	東大阪支店長	金融
茨木 延夫	東大阪市小売商業団体連合会	会長	商業
大塚 征慈郎	公募委員		公募
大西 由起子	東大阪観光協会	会長	サービス
加藤 司	大阪商業大学総合経営学部	教授	学識
草場 寛子	株式会社盛光SCM	代表取締役	工業
糸野 博行	大阪商業大学総合経営学部	教授	学識
下山 修	株式会社日本政策金融公庫	東大阪支店長兼中小企業事業統括	金融
谷川 佳央	グリーン大阪農業協同組合	常務理事	農業
西松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所	所長	診断士
檜尾 めぐみ	公募委員		公募
松尾 雅明	東大阪商工会議所	専務理事	商議所
光岡 正道	公募委員		公募
衣笠 葉子	近畿大学法学部	教授	学識
村田 泰弘	ハローワーク布施	所長	労働
柳山 稔	東大阪市工業協会	会長	工業
奥村 龍一	野村證券株式会社	東大阪支店長	工業

19

※臨時委員は、部会のみに参加する委員です。

委員氏名 (網掛けは女性委員)	役 職 等		分野
本多 哲夫	大阪市立大学	教授(大学院経営学研究科商学部)	学識
白山 登茂和	ふれんちん	店主	商業
西田 祥一	酒のにしだ	店主	商業
和合 健一	有限会社東阪社	代表取締役	商業
田中 聡一	近畿工業株式会社	代表取締役	工業

## ●モノづくり振興部門会議

	氏名	役職	女性
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	本多 哲夫 (○)	大阪市立大学商学部 教授	
5	松尾 雅明	東大阪商工会議所 専務理事	
6	柳山 稔	東大阪市工業協会 会長	
7	奥村 龍一	野村證券株式会社 東大阪支店長	

## ●労働雇用部門会議

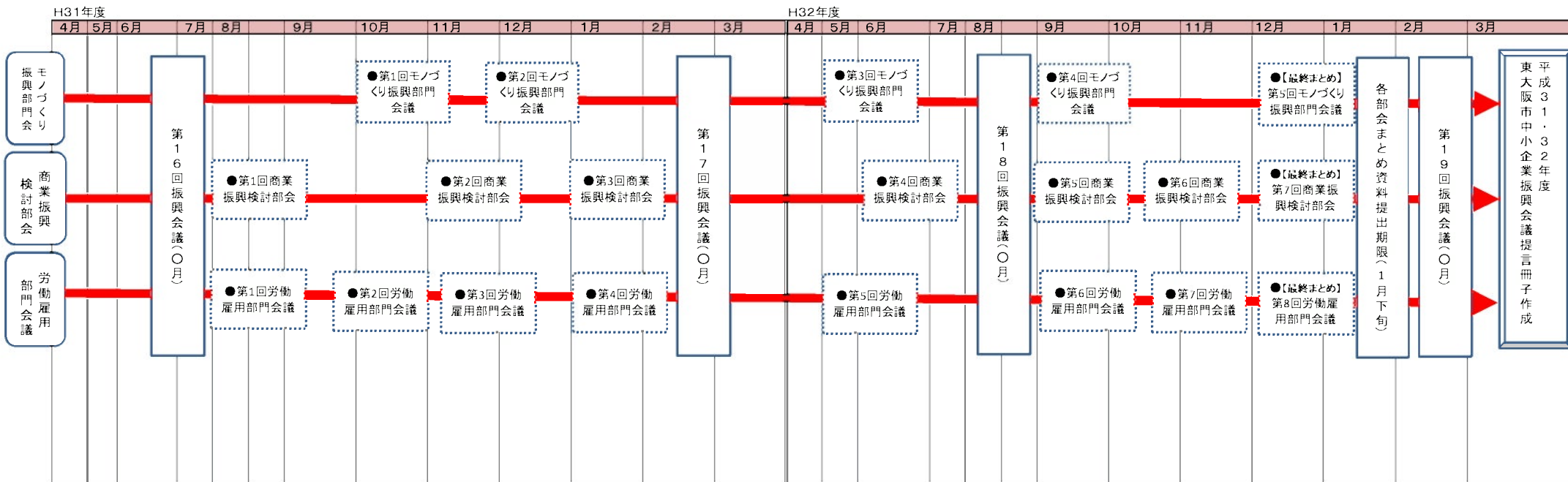
	氏名	役職	女性
1	阿児 加代子	オフィス・AKO 特定社会保険労務士	○
2	衣笠 葉子 (*)	近畿大学法学部 教授	○
3	田中 聡一 (○)	近畿工業株式会社 代表取締役	
4	西松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所	○
5	檜尾 めぐみ	公募委員	○
6	村田 泰弘	ハローワーク布施 所長	

## ●商業振興検討部会

	氏名	団体名・役職名	女性
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	白山 登茂和 (○)	ふれんちゃん 店主	
6	西田 祥一 (○)	酒のにしだ 店主	
7	光岡 正道	公募委員	
8	和合 健一 (○)	有限会社東阪社 代表取締役	

(○): 臨時委員

(\*): 部会長



## 「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31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31年3月

経済部





# 東大阪市第2次総合計画後期基本計画

中小企業のまち  
東大阪市

## 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・地域や人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

---

中小企業のまち  
東大阪市

## 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31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	高付加価値新製品開発支援事業	5	12
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	商工会議所補助金・委託料(事業承継総合支援事業)	5	18
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(若手経営者ネットワーク化促進事業)	5	19
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	産業振興PR経費	5	15
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(市内企業ミートアップ事業)	6	20
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	高付加価値新製品開発支援事業	5	12
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	商工会議所補助金・委託料(事業承継総合支援事業)	5	18
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(若手経営者ネットワーク化促進事業)	5	19
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31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	18
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
<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	12
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	高付加価値新製品開発支援事業	5	12
モノづくり支援室	商工会議所補助金・委託料(市内企業ミーティング事業)	6	20
<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	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	6	27

# 平成31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】

本市の重要な存立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。

H31予算額	141,414千円
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。

H31予算額	23,661千円
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・技術を展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。

【展示会出展支援事業】  
市内中小製造業者の販路開拓や取引拡大を目的とした展示会などに出展するため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。

H31予算額	23,465千円
総合計画	4-21-1 4-21-3 4-24-1
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】

今年度で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、本市への来訪者や市民を対象にした賑わいづくり及びモノづくりのまち東大阪を発信するイベントを開催するとともに、市域の賑わいを醸成するための商店街を主体とするイベントを支援する。

H31予算額	25,000千円
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】

「ラグビーワールドカップ2019を絶好の機会と捉え、国内はもとより海外に向けて、本市が技術力・製品開発力のあるモノづくり企業が多数集積している「モノづくりのまち東大阪」であることを情報発信する。また、国内外における本市の都市イメージ・認知度の向上を図るとともに、モノづくり企業が本市に立地すること自体に誇りを持って、そのことが企業取引の優位性につながるような都市イメージの醸成につなげる。

H31予算額	3,500千円
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1,000社を超える市内企業の技術力や製品、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30年度には英語版サイトの構築も行い、機能強化による支援充実を図った。

H31予算額	8,999千円
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。

H31予算額	4,370千円
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。

H31予算額	5,800千円
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】

【大阪大学との連携】  
平成28年4月に大阪大学大学院医学系研究科及び医学部附属病院との間で包括連携協定を締結。医療現場の課題に関する情報収集や医療者等とのネットワーク構築を図っている。また、平成31年2月には同大学院歯学研究科及び歯学部附属病院との間で歯科医療関連機器の開発を目的とした連携協定を締結した。

【東大阪市医工連携研究会】  
(公財)東大阪市産業創造労働者支援機構において、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。「部品・部材の供給」「試作設計開発支援」「OEM」を重点領域に、医療機器企業とのネットワークの構築、強化を図る。

【医工連携事業化促進補助金】  
市内モノづくり企業が行う医療分野に向けた製品開発に対して助成する。  
【ビジネスマッチング事業】(平成31年度新規事業)  
市内企業の主体的な活動を促進するため実行委員会を組成し、大規模展示会への共同出展や医療機器企業等を対象に市内企業見学ツアー・商談会を実施。

H31予算額	12,188千円
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31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。

H31予算額	2,445千円
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	

## 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、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。

H31予算額	1,530千円
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	

## 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)東大阪市産業創造労働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。

H31予算額	1,300千円
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	○

## 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。

H31予算額	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	

## 12 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】

平成30年度に模様替えした市立産業技術支援センターのモノづくり試作工房を活用し、モノづくりにおけるデザインの必要性や重要性について学ぶため、デザインシンキングのワークショップを開催する。また、デザイナーと協働でモノづくり企業が付加価値の高い自社製品の開発を進めるための事業を行う。

H31予算額	5,000千円
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	

## 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。

H31予算額	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	

## 13 東大阪市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、科学的な考え方を養い、創造性豊かな人間形成を図ることを目的として設置されている「東大阪市少年少女発明クラブ」に対して支援を行っている。

H31予算額	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	○

## 18 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。

H31予算額	9,000千円
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	

## 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31年度の導入機器は、「エネルギー分散型X線分析装置」を予定している。

H31予算額	54,400千円
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	○

## 19 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。

H31予算額	3,000千円
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	

# 平成31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(市内企業ミートアップ事業)

(モノづくり支援室)

### 【事業内容】

本市との産業連携に関心を持っている国の総領事あるいは商工通商担当領事と海外展開に興味を持っている市内企業が出会う場を設定し、情報交換や意見交換を行うことにより、参加する企業の海外展開を考えるきっかけとするとともに、「モノづくりのまち東大阪」の各国での認知拡大を目指す。

H31予算額	2,000千円
総合計画	4-21-2
実施計画	
振興施策	3   8
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、商店街等の小売商業団体の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。

H31予算額	13,597千円
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】

本市の魅力を外内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。

H31予算額	8,796千円
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。  
また、個店経営者育成セミナーあきんど塾と連携した創業者支援の項目を加え、給付型支援を実施する。

H31予算額	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】

商業振興に意欲的に取り組む商店街等の小売商業団体に対し商業活性化にかかる支援をしているところであるが、とりわけ2019年はラグビーワールドカップ開催にあわせたラグビーをアピールするコンテンツを提供するもの。

H31予算額	4,000千円
総合計画	4-22-1
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。

H31予算額	640千円
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。

H31予算額	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。

H31予算額	17,000千円
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。

H31予算額	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。

H31予算額	3,039千円
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31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。

H31予算額	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「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。

H31予算額	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。

H31予算額	290千円
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。

H31予算額	2,800千円
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労支援窓口「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取り組んでいる。

同じフロアにあるハローワーク布施や布施子育て支援センター「ゆめっこ」との連携をさらに強化するとともに、平成31年度は、大学や布施以外の子育て支援センターとの連携に取り組み、学生を含む若者や子育て中の女性の利便性や認知度の向上を図り、さらなる利用者の増加につなげる。

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、市内2ヶ所の就労支援センターで実施している地域就労支援事業にも取り組んでいる。

H31予算額	35,967千円
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。

H31予算額	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。

H31予算額	4,029千円
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。

H31予算額	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。

H31予算額	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。

H31予算額	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31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団体及び、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。

H31予算額	37千円
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、国の法律改正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。

H31予算額	1,609,282千円
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。

H31予算額	2,713千円
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。

H31予算額	1,777千円
総合計画	4-21-4
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。

H31予算額	566千円
総合計画	4-24-3 4-25-1
実施計画	
振興施策	7
市政マニフェスト	

中小企業振興会議提言・報告に基づく  
H29中小企業振興施策実施状況報告

平成30年7月  
経済部



# 東大阪市第2次総合計画後期基本計画

中小企業のまち  
東大阪市

## 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

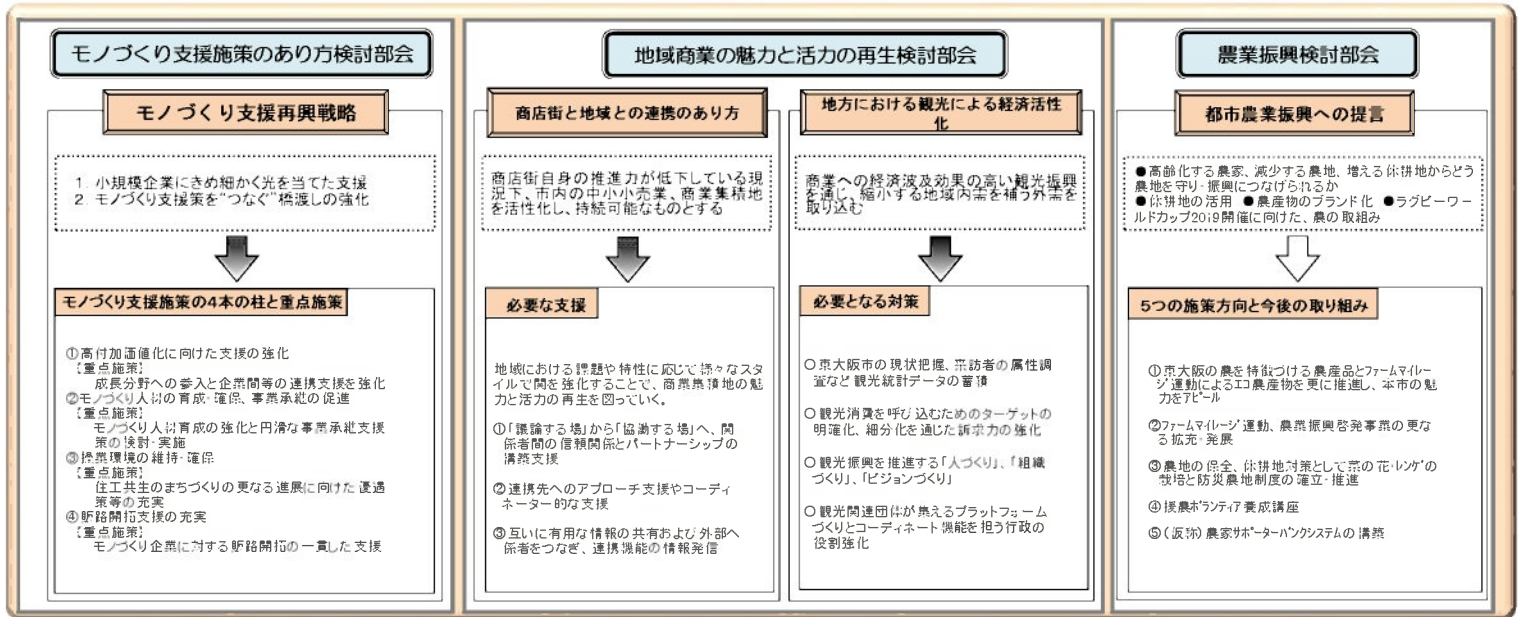
- 4-25-1 働きがいのある労働環境づくりを支援します
- 4-25-2 安心して働ける労働環境づくりを支援します
- 4-25-3 若者の就業を応援します
- 4-25-4 就職に困っている人の雇用を促します
- 4-25-5 高齢者の生きがい就労を応援します

## 第2部 市民文化を育むまちづくり

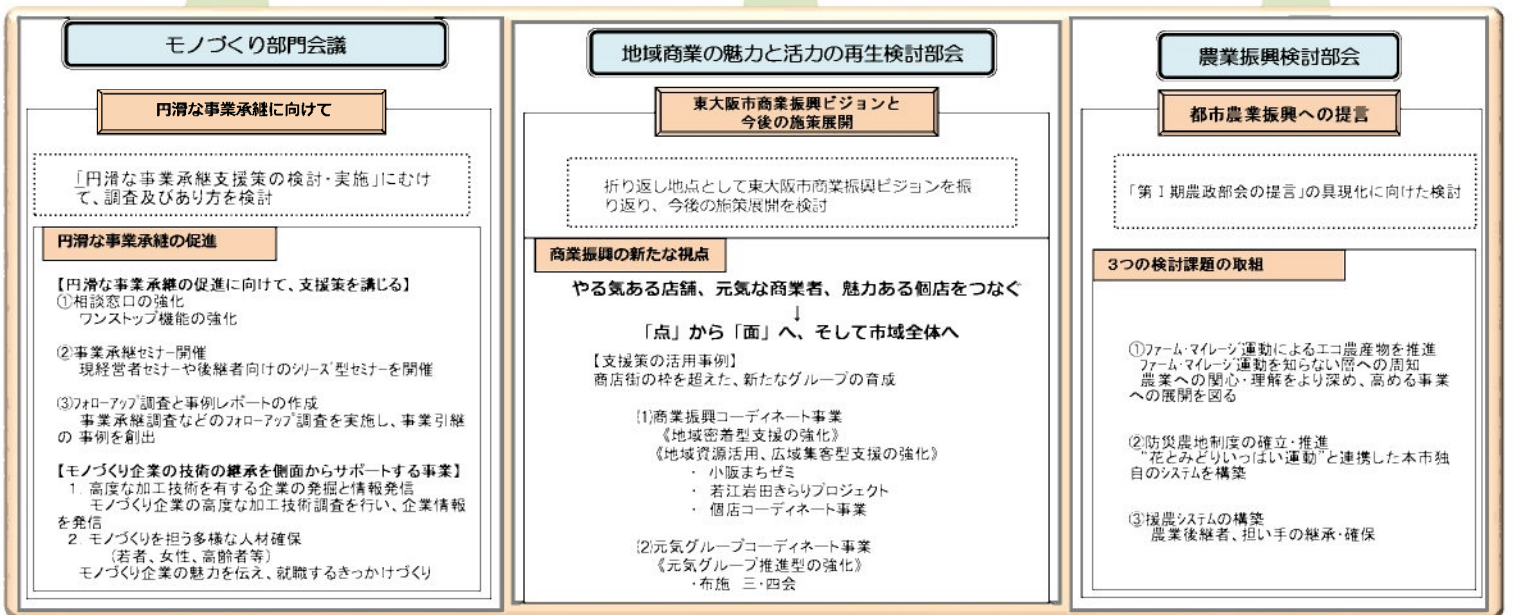
### 第8節 多くの国・地域や人の交流が育まれるまち

- 2-8-5 東大阪市の魅力をつくり、発掘し、発信します

## 平成27年度東大阪市中小企業振興会議～東大阪市の中小企業振興に関する提言（概要）



## 平成28年度東大阪市中小企業振興会議～東大阪市の中小企業振興に関する報告（概要）



### 振興会議の提案にもとづく具体的な施策の構築・推進

「モノづくりが元気なまち」「雇用が安定し働きやすいまち」「買い物しやすい街」「農業と農地空間を大切にすまち」

(中小企業振興条例)

地域経済を活性化し豊かで住みよいまちの実現

(総合計画後期基本計画)

活力ある産業社会を切り拓くまちづくりの実現

(東大阪市第2次総合計画 将来都市像)

「夢と活力あふれる 元気都市・東大阪」

## 【様式の見方】

所属	所属名を記載
----	--------

No.	通しNo.
-----	-------

事業名	事業名を記載	平成29年度 目標達成度
事業概要	事業全体の大まかな内容について記載	目標①、②の達成度に対して、目標が1つの場合は、A:8~7点、B:6~5点、C:4~3点、D:2点として目標達成度を記載。目標が2つの場合はA:4点、B:3点、C:2点、D:1点として、8~7点=A、6~5点=B、4~3点=C、2点=Dとして目標達成度を記載

H28 決算	H28決算額を記載	H29 決算	H29決算額を記載
-----------	-----------	-----------	-----------

提言・報告 施策	東大阪市中企業振興会議より提案・報告された施策(4頁)に対応する施策番号を記載
-------------	---

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらし
第4次実施計画体系に該当する箇所の部・節・取り組みのあらし番号を記載		

指標①	事業を客観的に評価するための基準を記載				指標②	同左			
指標の説明・計算式	指標の説明・計算式等を記載				指標の説明・計算式	同左			
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	各年度の目標を記載			平成29年度目標に対する達成度を記載。 (100%=A、80~100%未満=B、50~80%未満=C、50%未満=D)	目標②	同左			
実績①	各年度の実績を記載				実績②				

事業実績 (平成29年度)	平成29年度の取り組み内容を記載
課題・問題点	平成29年度に取り組んだ改善策のうち、主に実施できなかった内容や、事業実績に記載した内容を実施する中での課題・問題点を記載
平成30年度に向けた改善策	上記の課題や問題点を具体的にどのように改善していくかを記載

東大阪市中小企業振興会議からの提言・報告を踏まえて平成29年度に実施された施策一覧

平成27年 東大阪市の中小企業の振興に関する提言 (評価A・Bの割合 66.7%)		
モノづくり支援施策あり方検討部会 (同割合 52.9%)		
【モノづくり支援再興戦略】		
I. モノづくり支援施策の4本の柱と重点施策		
① 高付加価値化に向けた支援の強化	達成度	掲載頁
医工連携プロジェクト創出事業	A	5
東大阪デザインプロジェクト事業	C	5
高付加価値化支援事業	D	6
産業財産権活用支援事業	C	6
② モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進		
次世代モノづくり啓発事業	B	7
ビジネスセミナー開催経費	A	7
モノづくり開発研究会支援事業	B	8
モノづくり若年者等就業支援事業	C	8
市内企業と学生、女性の就職マッチング事業	D	9
③ 創業環境の維持・確保		
モノづくり立地促進補助事業	A	9
住工共生のまちづくり事業	A	11
④ 販路開拓支援の充実		
東大阪デザインプロジェクト事業	C	5
クリエイション・コア常設展示場出展支援事業	C	10
国内外販路拡大事業	A	11
東大阪市技術交流プラザ事業	B	11
東大阪ブランド推進事業	D	12
モノづくりワンストップ推進事業	A	12
地域商業の魅力と活力の再生検討部会 (同割合 66.7%)		
II. 商店街と地域との連携の在り方		
① 「議論する場」から「協働する場」へ、事業者間の信頼関係とパートナーシップの構築関係	達成度	掲載頁
商業振興コーディネート事業	A	13
地域密着型支援事業	C	13
② 事業者間連携についてのアプローチ支援やコーディネーター的な支援		
商業振興コーディネート事業	A	13
農業振興検討部会 (同割合 100.0%)		
III. 都市農業振興への提言		
5つの施策方向と今後の取り組み		
① 東大阪の農を特徴づける農産物とファームマイルージ運動によるエコ農産物を更に推進し、本市の魅力アピール	達成度	掲載頁
都市農業活性化農地活用事業	A	15
農業啓発推進事業	A	16
② ファームマイルージ運動、農業振興啓発事業の更なる拡充・発展		
農業啓発推進事業	A	16
③ 農地の保全、休耕地対策として菜の花・レンゲの栽培と防災農地制度の確立・推進		
都市農業活性化農地活用事業	A	15
ファーム花いっぱい咲かそう事業	A	16
④ 援農ボランティア養成講座		
農業啓発推進事業	A	16
⑤ (仮称)農家サポーターバンクシステムの構築		
農業啓発推進事業	A	16

平成28年 東大阪市中小企業振興会議最終報告 (評価A・Bの割合 92.8%)		
モノづくり部門会議 (同割合 100.0%)		
IV. 円滑な事業承継に向けて		
① 相談窓口の強化:ワンストップ機能の強化	達成度	掲載頁
モノづくりワンストップ推進事業	A	12
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		
ビジネスセミナー開催経費	A	7
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		
事業承継フォローアップ調査事業	A	14
地域商業の魅力と活力の再生検討部会 (同割合 83.0%)		
V. 東大阪市商業振興ビジョンと今後の施策展開		
やる気ある店舗、元気な商業者、魅力ある個店をつなぐ「点」から「面」へ、そして市域全体へ		
① 商店街の枠にとらわれない新たなグループへの支援	達成度	掲載頁
商業振興コーディネート事業	A	13
② 新たな組織を担える人づくりへの支援		
商業振興コーディネート事業	A	13
個店経営者育成セミナー事業	A	14
③ 個店への支援から地域商業全体へ波及する振興策の提供		
空き店舗活用促進事業	C	15
商業振興コーディネート事業	A	13
個店経営者育成セミナー事業	A	14
農業振興検討部会 (同割合 100.0%)		
VI. 都市農業振興への提言		
3つの検討課題の取組		
① ファーム・マイルージ運動によるエコ農産物を推進	達成度	掲載頁
都市農業活性化農地活用事業	A	15
農業啓発推進事業	A	18
② 防災農地制度の確立・推進		
ファーム花いっぱい咲かそう事業	A	16
農業啓発推進事業	A	16
③ 援農システムの構築		
農業啓発推進事業	A	16



所属	経済部 モノづくり支援室	No.	1
----	--------------	-----	---

事業名	医工連携プロジェクト創出事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	市内モノづくり企業等で構成される研究会で健康・医療分野への参入へ向けたセミナーなどを開催するとともに、付加価値の高い製品の製造や研究開発を促進するため、事業化をめざす案件に助成金を交付する。	A

H28 決算	4,649千円	H29 決算	7,044千円	提言・報告 施策	1①			
-----------	---------	-----------	---------	-------------	----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	1

指標①	健康、医療、介護分野における開発ニーズ 案件の情報提供数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	10件	15件	15件	A	目標②				
実績①	39件	-	-		実績②				

事業実績 (平成29年度)	<p>(1)医工連携研究会(市内企業39社 サポート会員14社) 市内企業の企業規模や意向などを勘案し、「部品・部材の供給」「試作・設計開発支援」「OEM/ODM」を重点領域に設定。モノづくり企業に不足している「法規制のノウハウ」や「医療機器市場のニーズ把握」「販売ネットワーク」を保有している医療機器製販企業との取引関係構築を目指す「製販ドリブン型」の医工連携を実施。 ●「医療機器企業との取引開始を目指すステップアッププログラム」を実施。 本郷展示商談会(下記参照)の開催に向け、医療機器企業へのプレゼンテーション力の向上や展示会での魅せ方など全5回のプログラムを実施。</p> <p>●本郷展示商談会を開催 医療機器企業の集積地「メディカルヒルズ本郷」にて、大阪の自治体として初めて本郷展示商談会を開催。来場者数140名ノブス来訪者数・名刺交換数 468名ノ引き合い・商談件数 91件 今後、具体的に取引につながる可能性のある案件数 34件</p> <p>(2)医工連携創出プロジェクト事業助成金 医療・健康・介護分野の研究や製品開発案件に対し、助成金を交付。助成事業件数 4件。</p> <p>(3)大阪大学大学院医学系研究科及び医学部附属病院との連携推進協定 昨年度に引き続き、大阪大学が設置した「産学連携・クロスイノベーションイニシアティブ」へ自治体として唯一参画。医療現場における課題の情報収集や市内企業の医療分野への参入に役立つネットワークの構築を図った。</p>
改善すべき点	<p>(課題・問題点) ・医療機器市場は、厳しい法規制や独特な商習慣が存在し、特に新たに参入を目指す企業にとっては、非常に障壁が高い市場であることから、具体的なビジネスにつながるまでには長期間を要する。 ・医療機器の都道府県別の製品出荷額からも、圧倒的な東高西低の状況であり、首都圏を中心とし、関東西の医療機器企業とのネットワークの構築・強化を図っていく必要がある。</p>
平成30年度 に向けた改善策	<p>・継続的に医療機器企業とのネットワークを構築・強化していくため、東京で開催される医療機器国際見本市「MedtecJapan2018」への出展や昨年度に引き続き「本郷展示商談会」を開催していく。 ・医工連携研究会の会員企業を中心に新たな企業グループを立ち上げる動きがあり、具体的なビジネス案件を呼び込む変革システムの構築に向け、検証を進める。</p>

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	2
----	--------------	-----	---

事業名	東大阪デザインプロジェクト事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	世界的工業デザイナーやクリエイター等との交流を促進することにより、デザインの重要性をPRするとともに、デザインという資源を活かした付加価値の高い製品づくりを促進する。	C

H28 決算	3,000千円	H29 決算	3,400千円	提言・報告 施策	1①	1④		
-----------	---------	-----------	---------	-------------	----	----	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	1

指標①	本プロジェクトを通じたデザイナーとのプロ ジェクト組成数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	2件	3件	4件	C	目標②				
実績①	1件	-	-		実績②				

事業実績 (平成29年度)	<p>デザイナーを講師に迎えてセミナーや交流会などを開催し、市内企業とデザイナーとの交流を図った。また、東大阪デザインプロジェクト製品発表の場として国際見本市「LIVING &amp; DESIGN2017」へ出展し、本事業の成果を発信した。(来場者数 7,351人) さらに、公益社団法人日本インダストリアルデザイナー協会(JIDA)によるデザインセミナーを開催し、またJIDA会員のデザイナーによる建築資材関係の製品開発を行った。</p>
改善すべき点	プロジェクトの組成に繋がるよう、補助金以外に具体的な取り組みに対する支援を検討する必要がある。
平成30年度 に向けた改善策	セミナー、交流会のあとに、デザイナーが市内企業の工場を訪問してアドバイス等のフォローをするなど、製品開発に関心のある企業に対してさらなる支援を行う。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	3
----	--------------	-----	---

事業名	高付加価値化支援事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	市内中小製造業者が単独または2者以上の共同で行う、新たな産業技術の研究や新製品の開発に向けた活動等に対して補助金を交付し、付加価値の高い製品の製造を促進する。	D

H28 決算	3,966千円	H29 決算	4,691千円	提言・報告 施策	1 (1)			
-----------	---------	-----------	---------	-------------	-------	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	1

指標①	補助金活用件数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	10件	10件	10件	D	目標②				
実績①	4件	-	-		実績②				
事業実績 (平成29年度)	研究開発事業が3件、産学連携事業が1件の計4件を採択。								
改善すべき点	応募件数が伸び悩んでいる。さらなる周知と公募回数増加などに加えて活用しやすい制度設計の検討が必要と思われる。								
平成30年度に 向けた改善策	更なる周知と公募回数増加などを実施するとともに、実施主体である公益財団法人東大阪市産業創造勤労者支援機構と平成31年度に向けた制度設計について協議していく。								

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	4
----	--------------	-----	---

事業名	産業財産権活用支援事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	市内製造業が知的財産の保護および権利化を促進させるため国内で特許権を取得する際の出願審査請求に経費の一部を助成するもの。	C

H28 決算	235千円	H29 決算	429千円	提言・報告 施策	1 (1)			
-----------	-------	-----------	-------	-------------	-------	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	産業財産権活用事業補助金の活用				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	10件	10件	10件	C	目標②				
実績①	5件	-	-		実績②				
事業実績 (平成29年度)	補助金の利用条件が緩和されたこともあり、交付件数が前年に比べ増加した。								
改善すべき点	補助金の周知及び補助対象を現在の特許権以外の産業財産権に拡大するかが検討課題である。								
平成30年度に 向けた改善策	補助金の概要についての周知を図り、注重点や、間違いやすい点について利用者に分かりやすい標記を(公財)東大阪市産業創造勤労者支援機構のHPで行う。								

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	5
----	--------------	-----	---

事業名	次世代モノづくり啓発事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	小学校でのモノづくり体験教室の開催や少年少女発明クラブを支援することにより、次代を担う子どもたちのモノづくりに対する興味や関心を高め、将来の産業を担う人材を育成する。	B

H28 決算	教育支援事業 5,742千円 少年少女発明クラブ 568千円	H29 決算	教育支援事業 5,700千円 少年少女発明クラブ 568千円	提言・報告 施策	I (2)			
-----------	-----------------------------------	-----------	-----------------------------------	-------------	-------	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	2

指標①	モノづくり体験教室参加児童数	指標②	発明クラブ活動への参加率						
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式							
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	5,100人	5,100人	5,100人	B	目標②	80%	80%	80%	B
実績①	5,064人	-	-		実績②	72%	-	-	
事業実績 (平成29年度)	【モノづくり教育支援事業】 のべ75校、178クラス、5,064人が当事業に参加した。 【少年少女発明クラブ】 開催回数26回、のべ564人が参加した。								
改善すべき点	【モノづくり教育支援事業】 材料費の高騰により企業への負担が増えている。 【少年少女発明クラブ】 年度後半になると進学やクラブ活動により参加率が低下してしまう。年度を通して高い参加率を維持して参りたい。								
平成30年度に 向けた改善策	【モノづくり教育支援事業】 今後、受講者数の拡大を図るために、次年度以降については予算の確保に努める。 【少年少女発明クラブ】 年度途中での退会者が出ないよう、1年間を通じて興味を持ってもらえるようなメニュー作りなどを求める。								

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	6
----	--------------	-----	---

事業名	ビジネスセミナー開催経費	平成29年度 目標達成度
事業概要	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。	A

H28 決算	1,368千円	H29 決算	1,222千円	提言・報告 施策	I (2)	IV (2)		
-----------	---------	-----------	---------	-------------	-------	--------	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	ビジネスセミナー参加数	指標②							
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式							
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	500社	550社	600社	A	目標②				
実績①	978社	-	-		実績②				
事業実績 (平成29年度)	34回セミナーを開催し、延べ978名の参加があった。								
改善すべき点	セミナーの内容によって、セミナー終了後に実施しているアンケートの満足度にはばつきがあるため、満足度の更なる向上が求められる。								
平成30年度に 向けた改善策	商工会議所等の他の機関と連携を図り、一年を通じて最大の効果が得られるように事業を進める。今年度も昨年度同様「稼ぐ力」を後押しできるようなセミナーを実施する。								

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	7
----	--------------	-----	---

事業名	モノづくり開発研究会支援事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	市内企業の技術力高度化や研究開発促進を目的としてテーマが設定された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」により研究会を実施している。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。	B

H28 決算	350千円	H29 決算	350千円	提言・報告 施策	1	2		
-----------	-------	-----------	-------	-------------	---	---	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	参加者の満足度(大変満足・満足割合)				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	100%	100%	100%	B	目標②				
実績①	85%	-	-		実績②				

事業実績 (平成29年度)	中堅人材育成・金属コースの講義および実習を、7回実施。中堅人材育成・高分子コースの講義および実習・実習を7回実施。その他、特別講演・オープン講座を3回開催し、見学会も実施した。
------------------	--

改善すべき点	講義と実習を行うので、内容のボリュームが大きく、日程を分けてほしいといった意見がある。また、初心者向けのコースを作ってほしいとの意見もあった。
--------	---

平成30年度に 向けた改善策	30年度からは、コースの再編を行い初心者コースも作った。時間が長いまたは内容を絞って受講したいという要望に応えるため、講義のみ受講できるように運用を変更した。
-------------------	---

所属	経済部 労働雇用政策室	No.	8
----	-------------	-----	---

事業名	モノづくり若年者等就業支援事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	若年者等に対し、モノづくり企業を中心とした就業の機会を提供する。合同企業説明会・面接会および就職セミナーの開催、就職情報誌の市内全戸配布、技能実習と企業での実習を組み合わせた「モノづくり人材育成塾」の開催等の事業を実施する。	C

H28 決算	10,000千円	H29 決算	10,000千円	提言・報告 施策	1	2		
-----------	----------	-----------	----------	-------------	---	---	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	25	3

指標①	モノづくり人材育成塾により就職した人数				指標②	その他の就業支援により就職した人数			
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	15人	15人	15人	C	目標②	35人	40人	45人	C
実績①	11人	-	-		実績②	18人			

事業実績 (平成29年度)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・モノづくり人材育成塾 技術コース…技専校での基礎的な技術の習得と企業での実習を併せて実施し、モノづくり企業への就職につなげた。 (期間)平成29年10月2日～11月10日 (場所)大阪府立東大阪高等職業技術訓練校、実習受入協力企業 (参加者数)14人 (就職者数)11人</li> <li>・就活応援フェスティバル…就職必勝セミナーと求人企業・事業所合同説明会を併せて実施した。 (日時)平成29年9月8日 13:00～16:00 (場所)布展駅前市民プラザ「夢広場」 (参加企業数)26社 (参加者数)71人 (就職者数)7人</li> <li>・「東大阪スタイル」の発行…モノづくり企業で働く若者や働く人の基礎知識、各所相談窓口等を紹介する冊子を発行し、市内全戸配布するとともに、主要高校、大学、公共施設等に配布した。 (発行日)平成29年8月15日 (発行部数)202,000部</li> <li>・東大阪モノづくり企業合同就職面接会…モノづくり企業に限定した面接会を開催した。 (日時)平成30年2月9日 13:00～16:00 (場所)布展駅前市民プラザ「夢広場」 (参加企業数)25社 (参加者数)88人 (就職者数)11人</li> </ul>
------------------	---

改善すべき点	ここ数年の求職者の売り手市場の中で、参加者数の減少が続いており、そのことにより就職者数も伸び悩んでいる。一方で、市内企業は人手不足に悩んでおり、イベントに参加した者が就職できる確率は高くなっている。このことから、参加者数を増やすことが重要な課題となっている。
--------	---

平成30年度に 向けた改善策	今後より積極的なPRに努める。
-------------------	-----------------

所属	経済部 労働雇用政策室	No.	9
----	-------------	-----	---

事業名	市内企業と学生、女性の就職マッチング事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	市内企業の採用状況や雇用ニーズをきめ細かに把握し、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事業を行う。	D

H28 決算	12,000千円	H29 決算	23,000千円	提言・報告 施策	1(2)			
-----------	----------	-----------	----------	-------------	------	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	就職をサポートした学生や女性の人数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	100人	125人	125人	D	目標②				
実績①	48人	-	-		実績②				

【事業実績 (平成29年度)】  
 『就活ファクトリー東大阪』での実績 ※以下ファクトリーと記載  
 【新規登録者数】683名【就職決定者数】113名(うち市内企業への就職決定者数48名)【相談件数】666回  
 【セミナー回数】94回【イベント回数】2回(内訳 HW布施との共催1回、東大阪市主催1回)【詳細は以下】  
 ※就活応援イベント合同企業説明会「カフエーワーク」合同企業説明会、企業プレゼンテーション、セミナー、選考診断ブース、企業PRコーナー、キャリア相談コーナー等を実施。  
 (日時)平成30年2月7日(水) 11:00～16:00 (場所)グランフロント大阪 うめきたSHIP2階  
 (参加企業数)10社 (参加者数)39人(うち19歳以下2人、20歳代25人、30歳代10人、40歳代2人)  
 ○その他特記事項  
 HW布施との共催で、『JO部活』を合計2回実施。以下概要。  
 ※『チームで就活』をテーマに仲間とともに就活。HW布施とファクトリー双方でバックアップし、就職に結び付ける。合計2回の【参加者数】は14名。そのうち【就職決定者数】は10名となり、大きな成果があった。

改善すべき点  
 (改善すべき点①)  
 近頃、雇用情勢が好転し、求職者にとって、売り手市場の傾向にある中、モノづくり企業を始めとする市内企業の将来的に続く深刻な人手不足を解消すること。  
 (改善すべき点②)  
 ファクトリーは平成29年7月24日(月)のオープンから利用者の数値は右肩上がりに上昇しているが、メインターゲットである学生や卒業後3年以内の方を含む20歳代の若者とりわけ、男性を集客すること。

平成30年度に向けた改善策  
 (改善すべき点①)  
 平成30年度からは市内企業の人材確保を支援するため、新たな取り組みとして、職場見学会を開催することで、就職希望者と人材を求める市内企業からのニーズを各々把握し、マッチングすることで、モノづくり企業を始めとする市内企業への就職に結び付ける支援に取り組む。  
 (改善すべき点②)  
 昨年度、20歳代の若者の集客に効果的であった『JO部活』等のイベントを実施したり、広報に関しても、20歳代の若者の集客を意識し、SNS等のツールを活用し、ファクトリー施設の誘導へ繋げていく。  
 事業をより効果的に実施するために、同じフロアにあるハローワーク布施や隣接する布施子育て支援センター「ゆめっこ」、その他関係機関との連携を一層強化し、若者や女性の市内企業への就労を促進していく。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	10
----	--------------	-----	----

事業名	モノづくり立地促進補助事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	工業専用地域やモノづくり推進地域(工業地域と多くの準工業地域を指す)において、新たに製造業を営む場合や工場を建設する場合などに、土地・建物にかかる都市計画税および固定資産税相当額の一定割合の補助金を交付することで、製造業の立地と定着を図る。	A

H28 決算	27,274千円	H29 決算	77,854千円	提言・報告 施策	1(3)			
-----------	----------	-----------	----------	-------------	------	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	補助事業活用による新規立地件数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	3件	5件	5件	A	目標②				
実績①	8件	-	-		実績②				

【事業実績 (平成29年度)】  
 補助対象期間が平成28年度より3年から5年に拡大したこともあり、年々相談件数や申請件数は増加している。平成30年度以降もさらなる相談、申請が見込まれる。

改善すべき点  
 市のホームページ上では、制度の概要がわかりにくく、パンフレットを資料として制度の説明を行う必要がある。しきく説明会等を通じて、今後も制度の周知に努めていく。

平成30年度に向けた改善策  
 建築審査課、開発指導課等、他部署と連携し、制度の活用が可能かどうか情報収集を行う。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	11
----	--------------	-----	----

事業名	住工共生のまちづくり事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	製造業集積の維持・継承に向けた環境づくりを積極的に推進しつつ、良好な住環境を確保することで、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。	A

H28 決算	24,958千円	H29 決算	80,612千円	提言・報告 施策	1(3)			
-----------	----------	-----------	----------	-------------	------	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	24	1

指標①	補助金施策の活用実績率				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	80%	80%	80%	A	目標②				
実績①	80%	-	-		実績②				
事業実績 (平成29年度)	住工共生のまちづくり条例第11条に基づき特にモノづくり企業の集積を維持し、促進することが必要であると認める地区について、水走地区、高井田地区を選定し、両地区内の支援施策について検討を実施した。								
改善すべき点	住工共生にかかる補助金施策について、事業用地継承支援対策補助金など、活用件数が少ないものがある。条例に基づき、施策等の実施状況を公表し、広く市民、モノづくり企業等の意見を求めるものとなっているが、本条例に関する意見が少ない。								
平成30年度に 向けた改善策	住工共生のまちづくりの取り組みに関するPRや補助金制度等について環境部や建設局などの関係部局とも連携を取りながら、積極的に行う。								

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	12
----	--------------	-----	----

事業名	クリエイション・コア常設展示場出展支援事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	クリエイション・コア東大阪の1階、2階の展示場に市内企業が製品や技術を展示することに対して出展支援を行う。補助対象者は市内企業のみで、出展開始後2年間、月額出展料の3分の1以内で補助金を交付する。	C

H28 決算	593千円	H29 決算	461千円	提言・報告 施策	1(4)			
-----------	-------	-----------	-------	-------------	------	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	支援企業数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	15社	15社	15社	C	目標②				
実績①	11社	-	-		実績②				
事業実績 (平成29年度)	機出展企業7社、新たに契約を結んだ市内企業は4社								
改善すべき点	常設展示はMOBIOに視察に来られる方を対象に展示しているが、費用対効果は不明。								
平成30年度に 向けた改善策	今後の展示視察等の動向を踏まえ検討する。								

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	13
----	--------------	-----	----

事業名	国内外販路拡大事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	市内製造業者の販路拡大を図るため、国内外における商談や交流の機会を支援する。また、パンフレット冊子およびWEBなどを活用したPR媒体を作成し、海外への情報発信を行う。	A

H28 決算	1,622千円	H29 決算	10,820千円	提言・報告 施策	I ④			
-----------	---------	-----------	----------	-------------	-----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	3

指標①	商談件数	指標②	有効配布部数						
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式							
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	100件	100件	100件	A	目標②	1,000部	1,000部	1,000部	A
実績①	390件	-	-		実績②	1,467部	-	-	

事業実績 (平成29年度)	市内のモノづくり企業に対する国内展示会の出展支援を通じて、390件の商談成約があった。また、海外向けパンフレットについては、日本貿易振興機構(ジェトロ)海外事務所や在大阪領事館等に配布した。さらに、映像や都市フォント、LINEスタンプなど国内外向けのコンテンツを製作した。
改善すべき点	平成29年度はコンテンツの製作のみであったため、製作したコンテンツの速やかな発信が必要。
平成30年度に 向けた改善策	インターネットを通じて、平成29年度に製作したコンテンツを世界に向け発信し、本市のモノづくりの認知度向上を図る。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	14
----	--------------	-----	----

事業名	技術交流プラザ事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	市内製造業者の情報発信・販路開拓を支援するため、製造業検索サイト「東大阪市技術交流プラザ」を運営する。	B

H28 決算	4,684千円	H29 決算	9,069千円	提言・報告 施策	I ④			
-----------	---------	-----------	---------	-------------	-----	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	3

指標①	市内企業への問合せ件数	指標②							
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式							
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	300件	330件	360件	B	目標②				
実績①	277件	-	-		実績②				

事業実績 (平成29年度)	(公財)東大阪市産業創造労働者支援機構の専門コーディネーターが企業訪問時に技術交流プラザの案内を行い未登録企業に対し積極的に登録の呼びかけを行う等、新規登録企業の促進を図ったところ73社から新規申し込みがあった。 1件でも多くの発注案件を呼び込むため、展示会への出展を行った。 サイトリニューアル後、登録企業を対象とした操作説明会を開催した。
改善すべき点	新規申込みが73社と前年があったが、登録に至った件数は30社であり登録率が低い。 アクセス数が減少傾向にある。
平成30年度に 向けた改善策	企業への積極的な広報 展示会への出展や広告事業による利用者数の増加 企業検索機能の最適化

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	15
----	--------------	-----	----

事業名	東大阪ブランド推進事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	「東大阪ブランド」を本市モノづくり企業のフラッグシップと位置づけ、認定製品の発信を行い、『モノづくりのまち東大阪』の都市イメージ向上を図る。	D

H28 決算	3,216千円	H29 決算	1,892千円	提言・報告 施策	I(4)			
-----------	---------	-----------	---------	-------------	------	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	3

指標①	ブランド新規認定製品数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	20製品	25製品	30製品	D	目標②				
実績①	6製品	-	-		実績②				

**事業実績 (平成29年度)**  
平成29年11月1日、平成30年3月12日に東大阪ブランド認定審査委員会を開催し、6社6製品を認定した。また、東大阪ブランドについてモノづくり支援室のウェブ上で発信を行った。また、東大阪ブランド推進機構のウェブも刷新し、継続して発信を行っている。

**改善すべき点**  
平成29年度に東大阪ブランドの製品認定が、理事長認定から市長が認定するように仕組みが変わった。これに伴い、既存の理事長が認定した製品も市長認定に移行していく作業が必要である。

**平成30年度に向けた改善策**  
昨年度から制度変更を行ったこともあるので、引き続き公衆で製品認定を行いつつ、改善点を見極めたい。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	16
----	--------------	-----	----

事業名	モノづくりワンストップ推進事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	受注拡大サポートや、販路系・技術系コーディネーターによる積極的な企業訪問などにより、企業が抱える課題解決に向けた相談に応じる。	A

H28 決算	21,551千円	H29 決算	21,900千円	提言・報告 施策	I(4)	IV(1)		
-----------	----------	-----------	----------	-------------	------	-------	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	3

指標①	企業訪問件数				指標②	マッチング件数			
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	1,200件	1,200件	1,200件	A	目標②	120件	120件	120件	A
実績①	1,685件	-	-		実績②	160件	-	-	

**事業実績 (平成29年度)**  
今まで一度もコンタクトを取ったことがない小規模企業等を中心に、市の施策の広報などを行う企業訪問相談員を新たに4名配置するなど、技術コーディネーター、販路開拓コーディネーター、企業訪問相談員それぞれが明確なターゲットを設定し、積極的に企業訪問などを実施した。とりわけ企業訪問相談員においては、計画通り平成29年12月までに約2,300件のファーストアプローチ（訪問や架電）を終え、より個々の企業に応じた支援策の案内など引き続きセカンドコンタクトを進めている。

**改善すべき点**  
限られたマンパワーの中で、より高いパフォーマンスを発揮するため、各コーディネーターで得た情報の共有や連携を図りながら相談業務を進める必要がある。

**平成30年度に向けた改善策**  
引き続き積極的に企業訪問を実施し、現状の把握や課題を抽出に務める。また、技術コーディネーターや販路開拓コーディネーターについては、高付加価値化促進事業や国内展示会出展支援事業など助成金の活用実績のある企業の伴走サポートに当たるなど、他の事業との連携を意識し、相談業務を進める。



所属	経済部 商業課	No.	17
----	---------	-----	----

事業名	商業振興コーディネート事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	意欲ある事業者を想定しながら、新たな商業振興のあり方を試行し地域商業の活性化を図る。	A

H28 決算	4,500千円	H29 決算	2,900千円	提言・報告 施策	Ⅱ(1)	Ⅱ(2)	V(1)	V(2)
					V(3)			

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらし
4	22	2

指標①	事業効果があったとする対象店舗の割合				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	20%	25%	30%	A	目標②				
実績①	67%	-	-		実績②				
事業実績 (平成29年度)	平成29年度商業振興コーディネート事業については、ラグビーにちなんだ弁当、菓子を取り扱う事業者を支援対象とした「東大阪ショウテンス」について冊子改正やPR事業を行った。 ・「東大阪ショウテンス」冊子改正(新規3店舗の追加) ・チラシ、ポスター等の製作による掲載店舗の広報。								
改善すべき点	ラグビーにちなんだ弁当、菓子を取り扱う事業者の支援については2か年の支援を行い、店舗のPRや「ラグビーのまち」の魅力をPRする取り組みとして一定の成果があった。 今後についても、市内事業者や事業者グループの抱える課題の解決に向けて支援を行う事が求められている。								
平成30年度 に向けた改善策	平成30年度については、国や大阪府の政策による訪日外国人観光客数の増加に加えてラグビーワールドカップ2019の開催による外国人観戦者に対する市内事業者による受け入れ体制の向上が課題であるため、訪日外国人(インバウンド)対策のための支援を行う。								

所属	経済部 商業課	No.	18
----	---------	-----	----

事業名	地域密着型支援事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	商店街や小売市場等の小売商業団体が実施する魅力あふれる商店街づくりや、大学・地域などと連携して行う事業など、地域密着型の取り組みに対し補助金を交付することで、商業の活性化を図る。	C

H28 決算	14,524千円	H29 決算	12,047千円	提言・報告 施策	Ⅱ(1)			

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらし
-	-	-

指標①	にぎわいづくり事業実施団体数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	25団体	21団体	21団体	C	目標②				
実績①	19団体	-	-		実績②				
事業実績 (平成29年度)	市内商店街などの団体が、夜市やちびっこ祭りを行う場合、にぎわいづくり事業補助金を交付する。 ・鳳山中央商店街振興組合など19団体へ交付(連合団体含む)								
改善すべき点	実施団体の数を増やすとともに、商店街に継続的に足を運んでいただけるような工夫について検討してもらえよう周知したい。								
平成30年度 に向けた改善策	夜市等を通じて商店街に足を運んでもらい、商店街の魅力を再発見してもらうことにより、商店街の来店者増に繋げたい。								

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	19
----	--------------	-----	----

事業名	事業承継フォローアップ調査事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	近年、中小企業の経営者について、後継者がいない、事業承継が円滑に進まないなどにより、技術、技能等を含む貴重な経営資源を喪失してしまうなど事業承継は大きな課題となっている。本市においても、平成27年度に実施したモノづくり支援施策ニーズアンケート調査にて、事業承継に課題を抱えている事業所が多いことが明らかになり、今後、本市製造業集積を維持するためには、何らかの手立てを講じる必要がある。市内中小製造業の事業承継を巡る現状と課題を整理し、円滑な事業承継に向けた取組を調査分析することで、今後の本市のモノづくり支援施策立案の基礎資料とするため、本調査を行うものである。	A

H28 決算	-	H29 決算	500千円	提言・報告 施策			
-----------	---	-----------	-------	-------------	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	対象事業所99件中、訪問や電話などでコンタクト取った件数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	99件			A	目標②				
実績①	99件				実績②				
事業実績 (平成29年度)	事業推進員1名によるヒアリング調査を実施。対象事業所 平成27年度に実施した市内中小製造業の事業承継に関する実態調査において、経営者の年齢が60歳以上で「事業承継の意思なし」と回答した89事業所及び「M&Aによる売却を検討している」と回答した10事業所。調査票の回収「事業承継の意思なし」170事業所（19事業所はヒアリング拒否及び廃業）「M&Aによる売却を検討している」110事業所 具体的な報告事例については、上記回収事業所のうち、ヒアリングが実施できた24事業所。								
改善すべき点	事業承継に関連する課題は、後継者、経営状況、設備、雇用、取引先など個々の事業所により状況などが違い、多岐にわたることから、総合的なサポートとともに、個別の案件に丁寧に対応していく必要がある。この間の調査で把握した市内事業所の状況を、今後の支援施策に反映していく。								
平成30年度 に向けた改善策	事業承継に関し、下記のとおり支援を実施し、市内企業の円滑な事業承継を図っていく。 (1)事業承継総合相談窓口の開設(常設) (2)訪問相談の実施 実態調査において、「事業承継の意思なし」と回答した事業所及び、事業承継を予定・検討している等と回答した事業所 (3)事業承継に関するセミナーなどの開催 (4)具体的な課題を抱えている事業所に対する専門家の派遣								

所属	経済部 商業課	No.	20
----	---------	-----	----

事業名	個店経営者育成セミナー事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	商業者や開業予定者を対象に、魅力ある個店づくりに必要なコンセプト作りや経営・財務・人材育成・販路開拓等の知識を身につける講座を開講するとともに、専門家(アドバイザー)を店舗に派遣する。	A

H28 決算	937千円	H29 決算	978千円	提言・報告 施策	V(2)	V(3)	
-----------	-------	-----------	-------	-------------	------	------	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	22	2

指標①	アドバイザー派遣により実効果があったと回答した割合				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	80%	80%	80%	A	目標②				
実績①	88%	-	-		実績②				
事業実績 (平成29年度)	平成28年度に引き続き中小企業診断士を講師に招いて全10回の講義を実施し、8件のアドバイザー派遣を行った。派遣先の業種は以下のとおり。米屋(1店舗)×2回、飲食店(2店舗)×各1回、呉服店(1店舗)×1回、調味料ネットショップ販売(1店舗)×1回、美容室(1店舗)×1回、玩具店(1店舗)×1回。全体的にベテランの商業者を中心に行われた。昨今の客離れや新規顧客獲得、人不足などの課題に対し、現地に赴き各店舗の現状に応じたアドバイスを行い、講義だけでは補えない部分のフォローがなされた満足度の高い結果となった。								
改善すべき点	新規・若手開業予定者からのアドバイザー派遣の希望がなかったため、できる限り個々の状況を把握し、それぞれに適した情報を提供しフォローしていく必要がある。								
平成30年度 に向けた改善策	特に新規開業予定者にアドバイザー派遣を受けていただくため、セミナーの中で新規開業者の課題をしっかりと掘り起こし、開業前に個々の必要な知識の獲得のためにアドバイザー派遣を受けていただくよう誘導する。								

所属	経済部 商業課	No.	21
----	---------	-----	----

事業名	空き店舗活用促進事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	商店街の空き店舗を活用して商業・サービス業の開業支援を図るため、開業の際の一部経費の補助やアドバイザーの派遣を行う。	C

H28 決算	3,921千円	H29 決算	1,232千円	提言・報告 施策	V(3)			
-----------	---------	-----------	---------	-------------	------	--	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	22	1

指標①	空き店舗活用促進事業実施団体数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	4件	4件	4件	C	目標②				
実績①	3件	-	-		実績②				
事業実績 (平成29年度)	空き店舗活用促進事業として商店街へ補助金を交付するとともに中小企業診断士によるアドバイザー派遣も実施した。 ・商店街の魅力を高める店舗 布施駅北部四番街商店街振興組合(総統・飲食店) ・商店街の魅力を高める店舗 布施駅北部四番街商店街振興組合(総統・サービス業) ・商店街の魅力を高める店舗 瓢箪山中央商店街振興組合(総統・物販)								
改善すべき点	商店街の不足業種の解消や魅力のある店舗の開業による商店街のにぎわいを生み出すため、新規創業者や開業予定者への制度周知や申請の手続きの簡略化が求められる。								
平成30年度に 向けた改善策	平成30年度は同補助金の補助対象者の条件や申請の手続き等を見直すとともに、より多くの創業者・開業予定者の支援となるよう活用を図る。								

所属	経済部 農政課	No.	22
----	---------	-----	----

事業名	都市農業活性化農地活用事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	農業団体や農家が行う農業者の振興・育成・活性化を図る事業、また、大阪エコ農産物の栽培を促進する取り組みに対して支援を行う。	A

H28 決算	32,261千円	H29 決算	31,134千円	提言・報告 施策	Ⅲ(1)	Ⅲ(3)	Ⅵ(1)
-----------	----------	-----------	----------	-------------	------	------	------

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	23	3

指標①	大阪エコ農産物栽培面積				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	1,400a	1,450a	1,500a	A	目標②				
実績①	2,847a	-	-		実績②				
事業実績 (平成29年度)	申請件数86件 補助金交付額31,134,000円								
改善すべき点	H29年度は目標を上回ったが、農家、耕作面積の減少が続いていることから、H30年に向けても実績が維持できるようにしていきたい。								
平成30年度に 向けた改善策	農業の振興及び農地保全に繋がる様、都市農業活性化農地活用事業の啓発に努める。								

所属	経済部 農政課	No.	23
----	---------	-----	----

事業名	ファーム花いっぱい咲かそう事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	休耕や耕作放棄となっている農地での花の栽培を促すとともに、エコ米生産者への堆肥活用による環境保全型栽培の取り組みを支援することにより、市内の農空間の環境と景観形成を進める。	A

H28 決算	3,364千円	H29 決算	2,243千円	提言・報告 施策	Ⅲ(3)	Ⅵ(2)		
-----------	---------	-----------	---------	-------------	------	------	--	--

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
-	-	-

指標①	花の栽培面積				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	50,000㎡	50,000㎡	50,000㎡	A	目標②				
実績①	68,294㎡	-	-		実績②				

事業実績 (平成29年度)	申請件数39件 補助金交付額2,243,000円
改善すべき点	㎡当たりの補助額を平成28年度より減額したが、申請件数、栽培面積共に増加しているため、引き続きこの事業を行って行きたい。
平成30年度に 向けた改善策	農家へ向けた広報をより一層、行って行きたい。

所属	経済部 農政課	No.	24
----	---------	-----	----

事業名	農業啓発推進事業	平成29年度 目標達成度
事業概要	安全・安心な農産物を消費者に提供するために、大阪エコ農産物の生産を促進するとともに、市民・消費者の地元農業と農産物に対する関心を高めることで、地産地消の推進や農業の担い手の育成を支援する。	A

H28 決算	4,150千円	H29 決算	4,150千円	提言・報告 施策	Ⅲ(1)	Ⅲ(2)	Ⅲ(4)	Ⅲ(5)
					Ⅵ(1)	Ⅵ(2)	Ⅵ(3)	

第4次実施計画体系		
部	節	取り組みのあらまし
4	23	1

指標①	事業参加者数				指標②				
指標の 説明・計算式					指標の 説明・計算式				
	H29	H30	H31	H29達成度		H29	H30	H31	H29達成度
目標①	1,000人	1,000人	1,000人	A	目標②				
実績①	1,100人	-	-		実績②				

事業実績 (平成29年度)	ファームマイレージ運動の推進により、地場農産物に対する市民・消費者の購買行動に繋げ、大阪エコ農産物生産者数の増加をもたらしている。
改善すべき点	ファームマイレージ運動の推進により、年々実績が上がっている。今後も実績が上がるように継続していく。
平成30年度に 向けた改善策	より一層、市民・消費者の地元農業と農産物に対する関心と理解を広め・高めることで、農地を守り農業を支えることに繋げていきたい。いも、The米づくりなどの啓発事業に多くの市民が参加できるように周知工夫をしていきたい。

MONOZKURI CITY

HIGASHI-HOSAKA

WHERE THE ANSWER IS

### モノづくりについて

「モノづくり」とは、生産、製造に対する日本固有の概念で、製品の製造に当たって生産性や精度など物理的品質の追求にとどまらず、生産に係わる者が、それぞれの工程において、その製品が使用されるシーン、役割を意識し、使用者への心配りをしながら作る製品の製造を指すものです。日本の文化にはモノには魂が宿るといった伝統的な考え方があり、こういったことが生産理念の根底にあるものと考えています。

東大阪市では英語表示を MONOZKURI とし、世界へ認知を広げたいと考えています。

### 東大阪フォントと東大阪のモノづくり

東大阪市には約6,000社ものモノづくり企業が集積しており、その多くは小さな町工場で、自社が得意とする加工技術を磨き上げ、お互いがゆるやかな取引関係で繋がっており、受注企業が製品に応じた企業間請負により生産ラインを形成することで、歯ブラシから人工衛星まで何でも作れる「モノづくりのまち東大阪」を形成しています。

「東大阪フォント」はこう言った市内企業同士の繋がりが、ここで生まれる部品造りが繋がりがあうことで様々な製品として世界とつながることをイメージしたデザインにしています。

### タグライン「WHERE THE ANSWER IS」について

「モノづくりのまち東大阪」のタグラインは「WHERE THE ANSWER IS」。

これは「どんなに難しい課題であっても東大阪のモノづくり企業に答えがある」という東大阪市の企業の自信や誇りが込められています。

東大阪市中企業振興会議委員(委嘱期間:H29.7.27~H31.3.31)

No.	氏名	役職等	
1	阿見 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	井戸辻 剛	株式会社商工組合中央金庫	東大阪支店長
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	加藤 司	大阪商業大学総合経営学部	教授
8	草場 寛子	株式会社盛光SCM	代表取締役
9	糸野 博行	大阪商業大学総合経営学部	教授
10	下山 修	株式会社日本政策金融公庫	東大阪支店長
11	谷川 佳央	グリーン大阪農業協同組合	常務理事
12	西松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所	所長
13	檜尾 めぐみ	公募委員	
14	松尾 雅明	東大阪商工会議所	専務理事
15	光岡 正道	公募委員	
16	村田 泰弘	ハローワーク布施	所長
17	柳山 稔	東大阪市工業協会	会長

※五十音順