

## 令和元年度 第2回大東市産業振興市民会議（報告）

1. 日時・場所 令和元年7月29日（月）午後3時30分～5時30分  
大東市役所 東別館2階会議室

2. 出欠

### 【出席】

会長	（株）山田製作所 代表取締役	山田 茂
副会長	NPO法人住まいみまもりたい 理事長	吉村 悦子
委員	大阪産業大学 教育研究推進センター長・デザイン工学部教授	濱崎 竜英
	大阪市立大学 社会科学系研究院経営学研究科 教授	本多 哲夫
	明星シンセティック（株） 代表取締役	上田 隆章
	新大阪食品産業（株） 代表取締役	北尻 正太
	NPO法人大東夢づくりコミュニティ 代表理事	中村 朋子
	小金屋食品（株） 代表取締役	吉田 恵美子
	アッセンブル産業（株） 代表取締役	竹原 清司
	大東市商業連合会 会長	角谷 昌寛
	大東商工会議所 常議員・（株）ウチダ 代表取締役	内田 祥嗣
	近畿経済産業局 総務企画部中小企業政策調査課長	足立 光晴

市 政策推進部長 北本 賢一

事務局 産業振興課 田川総括次長・坂本課長補佐・林

3. 議案

(1) 「産業振興と自治体」大阪市立大学 本多教授による講義

- ・大東市の産業振興政策の柱は①大東市産業振興市民会議、②大東市地域産業振興基本条例、③大東市産業振興ビジョンである。
- ・1999年に中小企業基本法が全面改訂され、地方公共団体の位置付けが、「国の施策に準じて施策を講ずる」ものから「その区域の自然的経済的社会的条件に応じた施策を実施する」ように変化した。
- ・2010年に中小企業憲章が制定され、中小企業基本法では十分に考慮されていなかった「中小企業が果たす『社会』『地域社会』『住民生活』『伝統技能・文化』などの役割」、「経営資源の少なさなどの中小企業の問題点」、「家族経営など小零細企業への視点」が取り入れられた。
- ・中小企業振興基本条例の制定は、1999年までの20年間で9件だったものが、2000年からの10年間で49件、2010年代で349件と加速的に増加している。
- ・こうした変化は、自治体の産業振興において、従来の公共事業の推進と国からの補助金等が重視された外来型開発から、地域内の資源（中小企業）

が重視される内発的発展への転換を意味している。

- 中小企業の地域経済だけでなく地域社会に与えるプラス面への評価が高まっており、中小企業と地域社会とのつながりに着目する取り組みが、各地で内発的・同時多発的に生まれている。(大正ものづくりフェスタ・大正オープンファクトリー・港区 WORKS 探検団など)
- 画期的な点として、①中小企業の現場と歴史の魅力を活かしたコミュニティ活性化策となっている点、②商工部局ではない部局が中小企業と密接な関係を持ち始めている点、③中小企業の事業活動の活性化にもつながっている点、が挙げられる。
- 地域に根付く主体は地元の中小企業と自治体である。両者が連携して地域社会・コミュニティの活性化を目指すことで、企業と自治体もそれぞれ活性化する。

## (2) 「関西企業フロントライン Vol. 14」 近畿経済産業局足立課長による説明

- オープンファクトリーに取り組んだ目的(動機)についてヒアリングしたところ、既存顧客(取引先)に対する技術力、ブランド力のアピールや新規顧客(取引先・消費者)の開拓など、オープンファクトリーを社外(取引先等)への働きかけの一つの手段として取り組んでいるケースが8割を超えた。
- オープンファクトリーに取り組んだ効果(意義)についてヒアリングしたところ、取り組みの目的と比較し、社内への働きかけ効果のポイントが大きく伸びている(8%から39%)ことが明らかとなった。これは、取引先や消費者等の社外への働きかけを目的に取り組みを始めたものの、オープンファクトリーの取り組みを通じて、社内の従業員に対する人材育成の効果が当初の想定以上にあったことを表している。
- 社内(従業員)に対する人材育成の効果があつたとされる声を整理すると、「会社方針の共有」や「モチベーションの向上」、「自発的な行動の実現」などの観点で効果があつたという声があつた。
- 効果を生むためには、①経営者の意思表示と従業員との認識共有、②従業員への配慮、③来場者配慮(安全管理)、④情報管理、⑤従業員へのフィードバック、がポイントとなる。
- オープンファクトリーに取り組む中で必要となるのが、①「想い」の可視化、②「業務」の可視化、③「技術・製品力」の可視化、であり、これらの可視化の過程を進めるために、必要となり生まれるものが「共通言語」である。
- 「複数の事業者による取り組み・自治体との協働」といった広域的な取り組みでは、見えない企業間の壁を取り除く効果が期待され、出会いから生まれるイノベーションの創出や、新たな取り組みの誕生が期待される。

### (3) 未来の大東市の産業振興について意見交換

委員からの意見。

- ・未来の大東市の産業振興を考える際には、50年後から10年後、10年後から現在といったように逆算で考えることが大切ではないか。
- ・前は「大阪で作った納豆」だったものが、「大東で」になり、今は「御領で」と地域密着に変わってきた。地域のブランド化が自社のブランド化につながり、企業の発信力が強くなると思う。
- ・自分たちで頑張ればなんとかできることと、そうでないことがあると思う。将来の人口減少・労働人口の減少による人手不足はほぼ間違いなく起こるだろうと思う。
- ・地域に密着した企業になりたい。
- ・大東市にある商店街で機能しているのは9つで、大東市商業連合会に加盟しているのは3つ。物販の店が少なくなっている。意欲はあっても祭りやイベントなどは個人では難しいため、加盟店以外の受け皿がない状態である。
- ・イベントに出るにしてもどこに申し込めばよいのか分からない。大東市は情報を拡散する力が弱いと感じる。
- ・先ほどオープンファクトリーの話があったが、大東市でも市内企業探検ツアーを行っており、また大東商工会議所も12月14日にアクティブスクウェアでものづくりフェスタを行う。ダイハツ工業にも来てもらい、市内製造業もブースを設ける予定である。
- ・イベントが同じようなものが増えてきている老人会、校区福祉委員会、学童などでまちゼミ参加店の出前講座ができないか。自社を地域に知ってもらおうきっかけにもなると思う。
- ・まちゼミ、市内企業探検ツアー、ズンチャッチャ夜市などを一つのプラットフォームで実施し、地域と企業の活性化につなげられないか。
- ・工場の老朽化が進み、移設か改築を考えているが、大東市内で工場用地が見つからない。また、塗装業は大阪府の条例や消防法など規制が厳しくなっている。また、多品種・小ロット化が進んできている。
- ・去年の台風で自社も工場の屋根が損傷したが、去年の地震や台風などの災害がきっかけで工場の老朽化は切実な問題であると感じている企業は多いのではないか。
- ・インターネットが浸透して25年、スマホが普及して10年経つが、過去にこうした情報化社会になると予想もつかなかった。こうしたことを踏まえると、現在でも電子決済やUberなどがあるが、10年後のヒト・モノの移動がどう変化しているか全く予想がつかない。
- ・大東市は、「文化」・「歴史」・「健康」などのコンテンツはあるが、一番人が魅力を感じるであろう「食」の部分が欠けているように感じる。
- ・10年暮らさないとその地域のことは分からず、地域施策などできない。
- ・まずは地域のいいもの、イベント、事業を全て並べてみることから始める

とよい。個別での発信より色々な内容が並んだほうがワクワクするし発信力がある。

4. 次回開催について

10月21日（月）15：30～開催予定。