

Smart and Human

摂南大学



『副首都・大阪』連携プロジェクト 成果発表会

「大阪の地場産業（伝統産業）」
「海外と繋がりを持っている企業」から
『副首都・大阪』を考える

2018年2月11日（日）

ソーシャル・イノベーション副専攻SA

発表内容



- 調査研究テーマ
- 大阪のものづくり中小企業に関する講義
- 大阪のものづくり中小企業のヒアリング
- ヒアリングのまとめ
- 『副首都・大阪』の魅力
- まとめ（調査研究を通じた気づき、提案）

①大阪の地場産業
(伝統産業)

②海外と繋がりを持
っている企業

取り組み内容、特徴、課題を調べ明らかにする。

- 日 程：2017年11月30日
- 講 師：大阪産業経済リサーチセンター主任研究員
越村 惣次郎 氏
- テーマ：大阪のものづくり中小企業の海外進出の
現状と課題

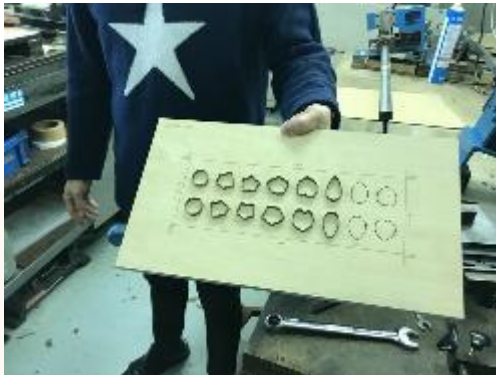
■ 講義の要点

- ・ 国内マーケットは縮小傾向
⇒国内もグローバル化
- ・ 海外進出している中小企業はレア
- ・ 海外進出先：アジアに集中
- ・ 数年前から政府が進出を促進するように
- ・ 海外に生産拠点だけを作るのは国内産業の空洞化の典型
- ・ 販売拠点の進出
⇒新たな需要を獲得、日本にメリット
- ・ 海外進出企業の事例紹介

- 日 程：2017年12月5日
- 講 師：大阪産業経済リサーチセンター総括研究員
北出 芳久 氏
- テーマ：大阪の伝統工芸産業
- 講義の要点
 - ・ 伝統的工芸品と伝統工芸品の違い
 - ・ 伝統的工芸品産業が直面する課題
 - ・ 伝統的工芸品産業を支援する意義

大阪のものづくり中小企業のヒアリング①

- 日程：2018年1月13日
- ヒアリング先：株式会社ノダ（大阪市生野区）
野田隆昌社長
- 取扱商品：各種木型
ゴム、スポンジ、樹脂フィルム、
ジョイントシート、両面テープ、
その他工業用製品製造用
- 海外支社がある国：ベトナム・タイ・フィリピン



ヒアリング内容①

- 海外進出へのきっかけ
⇒ 国内市場への不安・海外に支社を置くことへの憧れ
- 現地の人とのコミュニケーションについて
⇒ 日本的アプローチ、言いたいことは伝わる
- 自社で大切にしていること
⇒ 従業員全員と定期的に、コミュニケーションをとる
- 新たなビジネスモデルの構築
⇒ 海外にデータセンターを置き、現地人を採用

- 日程：2018年2月1日
- ヒアリング先：株式会社中農製作所（大阪府東大阪市）
中農康久会長、西島大輔社長
- 取扱商品：精密機械部品・小型部品清浄機
（自動車部品・産業機械部品）
- 2014年6月 ベトナム駐在員事務所設置
2017年9月 法人化



ヒアリング内容②

- 海外進出のきっかけ
ベトナム人研修生との交流
- 海外進出する助けになったこと
JETRO・中小企業基盤整備機構
⇒中小企業のための情報が不十分
- 現地法人での役割
ベトナム人社員⇒技術習得の速さ
日本人社員⇒高い経営能力



■ 共通点

- ① 海外の従業員と共に働き価値を創造している
- ② 従業員が意見を積極的に言える空気づくりをしている
相互信頼の醸成、目標の共有化
- ③ 経営状況をオープンにし、従業員の参画を促す
- ④ 利益ができる仕組みを確立
 - ・ 特定の企業や品種への依存度を下げる
 - ・ お客様を第一に考える
 - ・ 費用と品質のバランスをとる

技術志向ではなく市場志向であるべき

『副首都・大阪』の魅力

- 中小企業の技術レベルは非常に高い

- ものづくりに対して熱い人が多い（大阪・海外）

- アジア地域に対する輸出入割合が高い

⇒ **「アジアの中の大阪」**として高度な技術での商品を輸出し、ものづくり人材を育てていくことができる。

- ベトナム人の方がモチベーションが高く、成長も早い
入社は縁故で順番待ち
- 日本人はそもそも中小企業に就職してくれない
⇒雇用が空洞化してしまう

MOBIOと協力して学生と中小企業の
マッチングをサポート

- 活力のある中小企業と目標の高い学生が交流する場を設ける
- 外国人労働者を活用しつつ大阪の雇用を創出