

第2回次期堺産業戦略策定懇話会 議事要旨

開催日時	令和7年11月12日(水) 15時00分～17時00分
開催場所	堺市役所 本館3階 大会議室 第1会議室(堺市堺区南瓦町3番1号)
出席委員	上田委員、久保委員、谷村委員(座長)、新田委員、水野委員
議題	第1回懇話会の振り返りと対応方針 次期堺産業戦略(素案)について

議題及び結果の概要

(1) 第1回懇話会の振り返りと対応方針

○久保委員

- ・前回の懇話会の意見に対してかなり前向きな対応策が出ている。
- ・行政だけで進めること、行政以外で進めることがあるため、行政が方針を立てるだけでなく、関係者を巻き込んで進められるような方策をとる方がよい。

○新田委員

- ・前回の懇話会の話が非常に分かりやすくまとめられている上に、多くが取組に反映されておりこの会の意義がある。
- ・特に、最大の課題である「人材確保・育成」について施策・取組にほとんど反映されており、今後期待できる。

○水野委員

- ・前回の懇話会についてしっかり対応していただいている。
- ・行政だけで進められることは限られているため、民間で出来ることを行政がどれだけサポートするのかを鑑みて進める方がよい。

○上田委員

- ・反映していただいていることに関して誠実に受け止めていただけてありがたい。
- ・一方、一般的に行政ではできないことを堺で挑戦するといったチャレンジするという視点が重要。
- ・今回の懇話会等の議論を含めて普通ではできないような新しいインパクトを生み出せたらよい。

(2) 次期堺産業戦略(素案)について

○谷村委員(座長)

- ・堺産業戦略は今後の産業政策の大きな方向性を示すものであり、1つ1つの施策を簡潔に記載しており、具体的な施策について、戦略の中で全て細かく決めてしまうのではなく、社会情勢に応じて見直しを行いながら必要な施策を柔軟に実施できるようにする趣旨かと思う。

■戦略1

○上田委員

- ・顧問派遣というサービスが増えている一方、単価が高い、回数を調整できない等が課題となっている。

- ・中小企業は経営相談や専門家派遣に関して、ハードルが高いと感じている企業が多いため、専門家派遣のハードルを下げる必要がある。
- ・アメリカでは、若い起業家が中小企業等に顧問派遣を行うリバーズメンタリングが当たり前になってきて、これもインパクトがある。

○水野委員

- ・「産学官連携・企業間協業の促進」、「新市場・販路開拓支援」の観点において、ヨーロッパの研究では、大学と企業や地域内の企業間連携のほか、地域と地域外、あるいは海外企業のマッチングが重要視されている。
- ・これらのマッチングに関して行政の役割があると考えているが、介入しすぎると失敗することもある。

○谷村委員（座長）

- ・行政ができること、できないこと、大学の領域でできることを擦り合わせることで新しい展開ができるのではないか。大阪公立大学や移転してくる公立大の高専がある堺ならではの新しい取組に期待感がある。

○久保委員

- ・中小企業・小規模事業者への支援が非常に重要である中、産業競争力を高めるためには、構造的な課題の克服が最優先されるが、あわせて、デジタル化や DX、脱炭素への対応など自己変革をしなければならぬため、専門家の派遣や行政の後押しが必要。
- ・具体的な状況の把握を商工会議所等の支援機関が行い、行政が後押しするような方法だとより効果的に進むのではないかと。
- ・具体的に進める際にはもう少し小規模事業者等のことも考慮して進めなければ目標だけになってしまう。

○谷村委員（座長）

- ・今回の戦略の中で「連携」が非常に多く出てきている。
- ・「連携」は重要なキーワードであり、産学官や企業同士、あるいは海外との連携で、その中に支援機関との連携もこれからより充実させるとよい。

■戦略 2

○谷村委員（座長）

- ・戦略 2 は戦略 1 と深く関連があり、成長産業への投資や新しいことにチャレンジすることをサポートするという意図が強く出ている。
- ・あわせて、現場で頑張っている事業者を下支えするという意図も感じており、施策の運用段階では、どちらの目線も持って取り組んでいただきたい。

■戦略3

○新田委員

- ・前回の懇話会で出たアイデアが施策「商店街の活性化」に盛り込まれている。
- ・堺市が他の自治体を牽引するくらいの取組をすれば面白いと思ったときに、戦略3は非常に可能性がある。
- ・伝統産業のブランド化のKPI（PV数）について、相当難しい数字だと思うが、ブランド化が推進出来れば、PV数も一気に伸びると感じる。

○谷村委員（座長）

- ・堺市ならではと言うと、やはり伝統産業が肝になるイメージで、伝統産業をブランド化させていくことで、堺市自体のブランディングにも繋がっていく政策をどんどんやっていただきたい。

○久保委員

- ・大型のショッピングセンターの進出やモータリゼーションの影響など、生活環境が変化する中、商店街においても様々な取組を模索することが重要。
- ・例えば、空きテナントを事務所として使うのではなくコミュニティの場所とするなど、行政や支援機関、商店街が様々なアイデアを参考に一緒になってまちづくりを行うシステムができるとよい。
- ・他方、経営者の高齢化や実際に商店街に住んでいない方も多いため課題はあり、一筋縄ではいかないが、様々な成功事例もあるので、それらを研究することも必要。

■戦略4

○上田委員

- ・戦略3と戦略4は紐づけることができる。例えば、若者が伝統に対する課題を認識し、伝統産業でどのようなイノベーションを起こすかというように戦略3の伝統産業と戦略4のスタートアップ関連を紐づけることは非常にインパクトがある。
- ・イノベティブ人材の育成がどれだけの人を対象にしたか明確にした方がよい。海外では、子どもたちが起業家のイベントに来ている。イノベーションや新しいものはエンタメ化して、もう少し日常に入り込むようなアントレプレナーシップ教育を行ったほうがよい。
- ・例えば、赤ちゃんから高齢者まで参加できるハードルの低い日本一優しいアントレプレナーシップ教育が出来ればインパクトという表現にもつながる。

○谷村委員（座長）

- ・アメリカではイノベーション人材の育成としてこどもの段階から起業教育が行われて、また起業家と接する機会があると聞いているが、日本では起業は一部の人ができるイメージが強い。
 - ・毎年中学生から大学院生までを対象としてビジネスプランコンテストを行うが、実現可能性等を考えずに素朴に自分の困っていることを事業にする中学生からのプランが1番面白い。
- そのような時期から事業によって困りごとが解決できる感覚を身に付けてもらうのは面白い。

○水野委員

・戦略3と戦略4の連携で言うと、商店街活性化において、商店街の裏通りにおしゃれな若い人が経営しているお店があることから商店街をもう少し広く捉え、新しいお店やサービスを展開するアントレプレナーをサポートすることがあってもよい。

○上田委員

・商店街と学生という観点で、大学生が日替わりで1日店長やオーナーになり、自分で商品開発をするシェアキッチンを行うと、経営者思考が身につく。

・今の若者はお金を稼ぐ大切が分からなくなっている。商売が楽しい、嬉しいという感覚を身につけてもらうために、商店街の空き家をシェアキッチンとして様々な方に貸し出すなどハードルを低くし、商店街を活用した取組も面白い。

○谷村委員（座長）

・最近では生成AIで簡単に事業計画を作って応募する学生も多い中で、机上の計画だけでは成立せず、泥臭く汗をかき、チラシを撒いて、お客さんに頭を下げることをして、初めて売上げが立つと学んでもらえる。それができるのは商店街ならではの感じる。人情味のある大阪の堺ならではの取組としてやっていただくのも面白い。

■戦略5

○新田委員

女性の就労支援携わっており、注目していたが、前回の懇話会での意見が内容に盛り込まれており、非常によい。

・女性がデジタルスキルを得ることで、様々な課題が一気に解決できる。

・一方で、デジタルスキルを学んでも企業の求めるスキルではなく活かせていない状況が課題であり、企業側から困っていることを聞き出した上でマッチさせていくことはできないのかと常々思っている。

○上田委員

・大学3年生の就職活動の時期になると、学生は大手志向になり、その段階で市内の優良中小企業と出会っても第1志望にはなりにくい。第1志望にするためには大学1年生から接点を作ることが重要。

・大学と企業が一枚岩となり、大学1年生から人材育成を行うことが非常に大事。中小企業にはマンパワーがないため市だからこそできる支援。

○谷村委員（座長）

・前回の懇話会において、企業のことを知らない学生が多く、知らないから就職しないという話が出たが、大阪公立大学や堺市、企業やリスティング支援をしている事業者など様々な方が連携することでインパクトがある新しい取組が出来る気がする。

■ KPI

○久保委員

・高い数値目標で実現していくことは非常に重要であるため、実現に向けてどう取り組むのか分かりやすくする必要はある。

○新田委員

・女性の就業率について、2022 年ぐらいに 50%を切る程の数値だったところ、今 60%をめざしており、本当にすごい飛躍だと感じる。
・50%から 5%を増やす際も、積極的に就職活動を行っている女性が就職してもなかなか達成しない数値であった。そこからさらに 5%増やすことは、さらなる掘り起こしに加え、まだリーチできていない層にも知ってもらう取組が必要。

○水野委員

・KPI は客観的な数値がないと成立しないが、KPI に縛られ KPI を上げることだけに集中してしまうのはよくない。例えば、デジタル化・DX に取り組んでいる市内企業割合について、DX に取り組んでいるかだけでなく、どう成果として活かすか、生産性を上げるかなどが重要。

○上田委員

・5 つの戦略、3 つのキーワードに「共創」というキーワードがあり、どれだけ共創したのかを KPI に追加することはビジョンの実現に向けて分かりやすい手法である。
・共創をどこまでの範囲と捉えるかによるが、マッチングや産学連携などの数値を KPI に置くと、共創がより分かりやすく追える数字である。
・雇用維持拡大という点において、女性の就業率だけでなく、市全体の中で離職率や定着率、市全体の雇用数などを KPI に設けると、分かりやすい指標になる。

○谷村委員（座長）

・企業の喫緊の課題として、人材不足を常々伺っている。雇用のしやすさ、あるいは就職のしやすさというところに取り組むことで、人材不足の解消にもつながる。

■ その他自由意見

○久保委員

・戦略 1 の「産学官連携と企業間協業の促進」という言葉について、協業という言葉がすでに企業活動の中では進んでいるため、共に助け合うや大企業は中小企業を支えるなどの意味につながる方がよい。
・現在、中小企業は経営者の高齢化と行き詰まりで廃業がかなり増えている。事業承継の問題が大きくなっている中で、事業転換等により新分野への進出が出来る企業もあれば、廃業してしまうところもある。そのあたりを含んだ方がよい。
・大企業の好条件の方へ流れ、中小企業は人手が不足している。女性や企業 OB、高齢者や外国人

労働者に至るまでの人材確保支援という言葉が足りないと感じる。行政としては雇用機会の創出が非常に大事だが、地元の産業界にとると人材確保が非常に大きな課題である。

・市内の小学生や中学生が地元の産業を知る機会を作り職場を体験するなど、オープンファクトリーの活用が民間の中では少しずつ動いている。堺市としても地元を愛し、地元へ就職する取組を進めてほしい。

○新田委員

・優しいアントレプレナーシップ教育というキーワードが出たが、今回戦略 1 から 5 全体を俯瞰してみると、横串を刺したコンセプトとして「0 歳から 100 歳まで、全ての人の挑戦を応援できる街」という表現が漠然と見えてきた。

・裏キーワードとしてもっと市民に刺さる言葉として、この街に住みたい、住み続けたいと思う一言があっても面白い。

○水野委員

・小学校や中学校の授業において、地元の工場や産業を知るような機会がもっとあればよい。ある程度は行っていると思うが、そのような社会見学を市でサポートし質や量を増やせればよい。

○上田委員

・まずは一点突破するために誰に対してのイノベーションにするか検討する。例えば「徹底的に伝統産業にインパクトを与える」や「小学生や中学生を攻める」など、まずは誰に対してのイノベーションかと対象を絞るのも大事。一点突破することによって全面的に展開していくことが、インパクトにつながる。

○谷村委員（座長）

・各委員の皆様より、専門分野のお立場から忌憚ないご意見をいただいた。

・堺市として、めざすべき目標である 2030 年やその先の将来に向かって段階的に進める中で、市の中で議論・共有いただいて、一丸となって取り組んでいただきたい。