

八尾市長様

平成23年度 産業振興に関する提言書
～今後の産業情報の発信について～

平成23年12月

八尾市産業振興会議

～ はじめに ～

八尾市で「八尾市中小企業地域経済振興基本条例」が制定され10年が経過しました。この間、IT技術の急速な発展やグローバル化の進展により、市民や企業を取り巻く環境が様変わりしました。これに伴い、条例も新しい時代に相応しい内容にすべく、平成23年7月に改正されることになりました。

改正条例は、前述の市内産業を取り巻く環境の変化等を踏まえ、今後の八尾市の産業のあるべき姿についての議論の結果生まれたものです。検討においては、市民や商業者・工業者の代表等により構成される本会議にて、熱心な議論を行いました。

その議論の中で、「八尾に暮らす市民でありながら、八尾市の産業のことを知らない」、「市内に素晴らしいものがあるなら、購入や利用をしたい」との発言が多数を占めました。一方、地域商業者からは、市民向けに様々な販売促進活動を実施しても、市民にその情報が十分に届いていない現状や、工業者からは「ものづくりのまち八尾」を受け継いでいくには、若い人材が必要であるにもかかわらず、その確保ができていないという課題が指摘されました。

こうした議論のもとをたどれば、八尾市が有する地域・産業・文化などの魅力を、そこに暮らす市民はもとより事業者も十分に認知していないことが要因として考えられます。

この認識のもとで、本年度の八尾市産業振興会議に「情報発信部会」を設置し、八尾市の産業の魅力をはじめとした市内産業に関する情報を市民や事業者確実に届け、市内での望ましい関係を構築するため、情報発信の方向性とその方法について検討を行って参りました。

その検討結果を踏まえて、この度、八尾市における「今後の産業情報の発信について」として取りまとめ、ご提言申し上げます。この提言内容については、市政運営の参考とされ、実現に向けた取組みが進められることを期待いたします。

平成23年12月

八尾市産業振興会議

目 次

第 1 章 情報発信の重要性	1
第 2 章 八尾市の産業情報発信の現状及び課題について	2
第 3 章 産業情報発信の方向性、取組み等について	4
1. 産業情報の発信の実施にあたっての方向性・留意点	4
2. 市内（市民、市内事業者）に向けた産業情報の発信	5
3. 市外に向けた産業情報の発信	8
4. 八尾市中小企業地域経済振興基本条例の理念の周知	10
第 4 章 産業情報の発信によるまちの活性化に向けて	12
（参考）部会における各委員からの意見	14
平成 23 年度「八尾市産業振興会議」委員名簿	15
平成 23 年度「八尾市産業振興会議 情報発信部会」委員名簿	16
平成 23 年度「八尾市産業振興会議」審議経過	17
平成 23 年度「八尾市産業振興会議 情報発信部会」審議経過	18

第1章 情報発信の重要性

我が国で情報が注目されるようになったのは、1980年代以降である。以来、パーソナルコンピュータの急速な発展に伴い、低価格で高性能のものが次々と生み出され、情報の利活用が企業のみならず私たちの日常生活でも重要視されるようになった。特に、1990年代に入ると、インターネットの普及により、情報の流通量や流通スピードは目覚ましい勢いで年々増加を見せている。また近年では、ブログ、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）やツイッターなど、新しいサービスが誕生し、私たちが自ら情報を発信する機会も増加している。

このように情報技術の進展により、今や情報が氾濫する時代となっている。換言するならば、私たちは現代社会を生きていく上で、多くの情報の中から自ら欲する情報を取捨選択する必要に迫られているのである。

このことは、情報を提供する側から見れば、自らが発信したい情報を想定する顧客等に届けるには、その顧客の生活スタイルに合った方法で目に触れる機会を作らなければならなくなっていることを意味する。これまで情報発信の中核的役割を担ってきた新聞・雑誌・パンフレットなど、紙に情報を印刷したものを提供するだけでは、個人の生活行動の変化に対応しきれず、情報が想定する相手に伝わらなくなっている。そのため、近年は上述のような手段により、デジタルデータとして情報を発信するなど、情報メディアの活用の在り方を検討することも重要となっている。

また、個人でも自由に情報を発信することが可能となり、その個人が発信した内容に対して、それを受け取った者が返信をするという形で情報を共有することも一般的になりつつある。そうした情報発信を継続する者の中には、個人でありながら強い情報発信力を有する者が出現するなど、個人の興味・関心に合った情報を提供できれば、多くの人々に喜びや満足感を与えることが可能となっているのである。

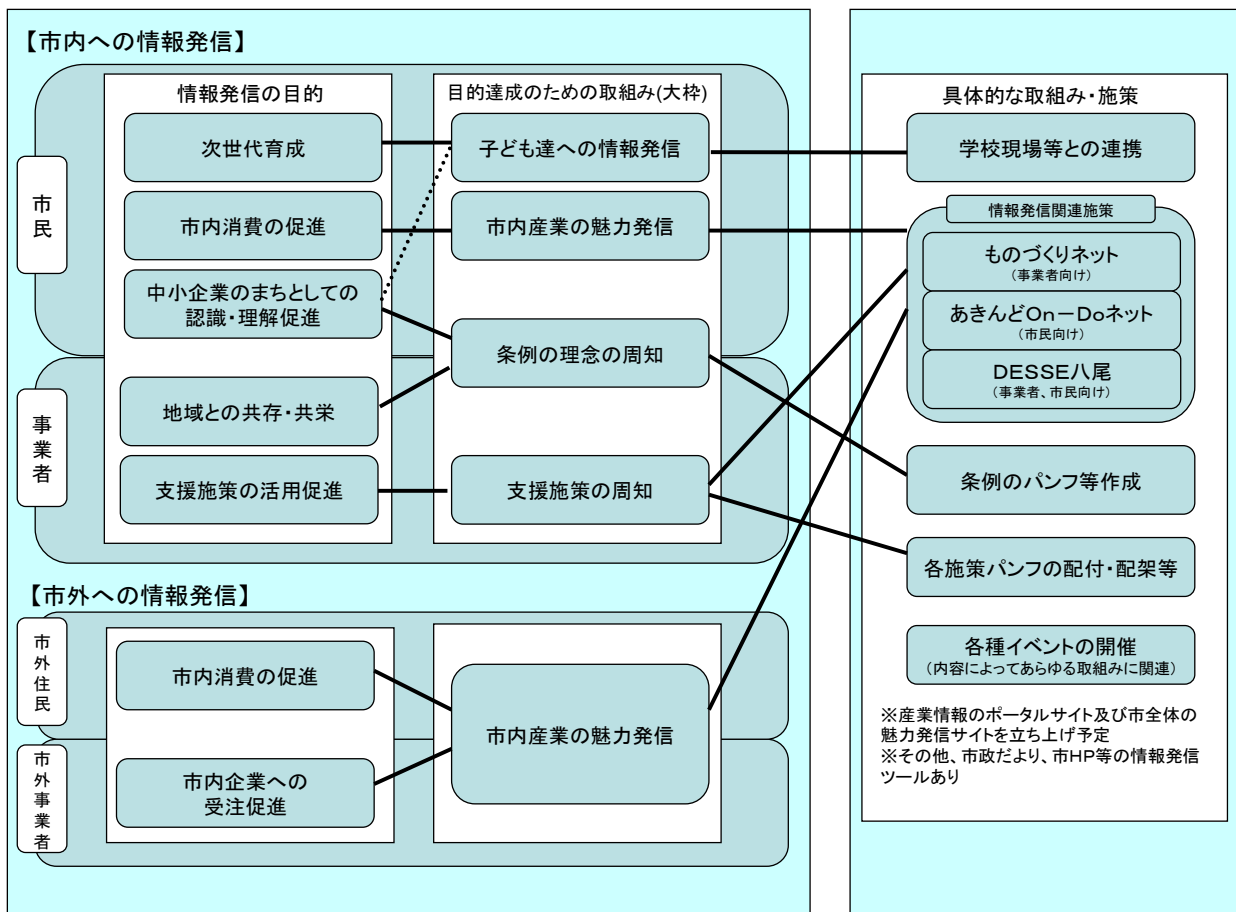
情報過多の時代を迎えた今、従来から行政を中心に進められてきた情報提供の在り方も検討を余儀なくされている。というのは、行政では区域内に暮らす市民や事業者に対して画一的な情報提供が行われてきたため、欲しい情報がそれを求める者に届かない事態が生じているからである。市民や事業者の中には、インターネットを駆使し自ら最新の情報を収集している者がいる一方で、こうしたことを苦手とする者がいるなど、いわゆるデジタルデバイドと呼ばれる大きな格差が生じており、提供する相手に対して最適な方法での情報提供が求められているのである。

次章より、上述の認識のもと、これまで八尾市が市民や事業者に対して実施してきた様々な産業情報の提供について検討を行った上で、今後の取り組むべき方向について、取りまとめるものとする。

第2章 八尾市の産業情報発信の現状及び課題について

現在、八尾市では、助成金制度や公的融資制度等の支援施策、市内事業者情報、展示会等のイベント情報などの産業情報について、「八尾ものづくりネット」、「八尾あきんどOn-Doネット」、「DESSE！やお」などの情報発信関連の施策や、市政だより、市ホームページ等のツールを活用し、情報発信を行っている。

そして、現在実施している産業情報発信の取組みを、発信の対象、目的、内容等によってカテゴリ分けを行った場合、以下のイメージ図となる。



これらの取組みについては、程度の違いこそあれ、現状において一定の成果があがっている。ただ一方で、限られた財源の中、より効果的かつ効率的な情報発信を行うことが求められ、今後は既存の取組みの見直しや、新たな方策の検討等を行っていく必要がある。

特に、本年5月には、八尾市立中小企業サポートセンター、八尾市産業政策課、八尾商工会議所、日本政策金融公庫が入居する合築施設がオープンし、八尾市の産業振興拠点としてスタートしたところである。今後は本施設が八尾市の産業振興の拠点施設としての機能を最大限に発揮するため、各種支援施策についての情報発信等を強化していくことが求められている。

また、八尾市の産業の特徴や市内企業の魅力について、市外に積極的に発信することを通じ、中小企業のまちとしての認知度の向上や、地域の活性化を図っていくことも求められている。さらに、本年7月には「八尾市中小企業地域経済振興基本条例」が改正され、これを契機とし、市民、事業者、市が一体となって条例の理念を実現していくために、中小企業振興の重要性等について市民・事業者等に一層の理解促進を図っていく必要がある。

このように、前述した時代の流れとしての「情報発信」というものの重要性の高まりに加え、八尾市独自の状況として、産業に関わる情報発信の必要性が高まっている中、どうすれば必要な産業情報を必要な相手に届け、且つ活用してもらえるか、どうすれば市民にまちづくりにおける産業振興の重要性を伝えることができるか等、発信する対象に応じた産業情報発信のあり方、市外への発信も含めた産業情報発信の全体的な方向性や、新たに考えられる方策等も合わせて検討を行う必要がある。

第3章 産業情報発信の方向性、取組み等について

本章では、前述した八尾市の産業情報の発信における現状と課題を把握した上で、今後の産業情報発信の方向性や留意点、考えられる取組み等をまとめる。

1. 産業情報の発信の実施にあたっての方向性・留意点

まず、産業情報に関わらず情報発信を行うにあたっては、その情報を誰に（発信の対象の明確化）、どういった目的で（目的の明確化）、どういった内容の情報を（発信情報の整理・選別、ニーズ把握）、どういった手段で伝えるのか（適切なツールの選択）といった点について、しっかりと留意した上で進める必要がある。それぞれの留意点については以下のとおりである。

（1）発信の対象及び目的の明確化

情報発信を行う場合は、発信しようとしている情報を誰に届けたいのかを予め絞り込む必要がある。発信する情報提供先が市民なのか、事業者なのか、市内向けなのか市外向けなのか等によって、発信する内容の整理や発信手法（ツール）が異なってくる。

また、情報を発信することによって、そこからどういった成果を期待するのか、その目的も、予め明確にしておく必要がある。情報発信の目的を明確にすることにより、対象の絞込みや情報発信の成果の検証にもつなげることができる。この点を押さえないままに情報発信を行うと、発信すること自体が目的となってしまうことに陥りかねないため、注意が必要である。

（2）発信情報の整理

産業情報を有効に伝えるには、その発信の対象や目的等に応じて、どの情報を発信すれば、受け手により分かりやすく伝えることができるか、保有している情報を内容により整理した上で発信する必要がある。

（3）適切なツールの選択

情報発信のためのツールとして、八尾市では、市政だよりや産業情報誌などの紙媒体から、市ホームページや八尾ものづくりネット、八尾あきんどON-DOネット、メール配信といったデジタル媒体、さらには地域情報誌など市外部の媒体の活用など、様々なものに取り組んでいる。更に、映像も見る側にとって分かりやすく伝える媒体として有効なことから、今後の導入も考えることができる。

また、情報の発信にあたっては、これら多種多様なツールを発信しようとする対象

や目的等に応じて、適切に使い分ける必要がある。

また、人は「情報」に対して、自分に対する関連性、必要性を勘案した上で、取捨選択を行う。自分にとって関心がない情報、必要だと感じない情報は、自ら情報の収集を行わないことはもちろん、届けられた情報についても受け取ってもその内容を確認せずすぐさま捨ててしまう。つまり、産業情報を届けたい相手に本当の意味で届けるには、その情報に対する関心を得る必要がある。

受け手側が現時点で求めている情報についても、発信の方法等を工夫することで、関心を得ることができることから、伝え方についても、適切なツールの選択はもちろんとして、どうすれば受け手側がより関心を示すか、受け手側にとって有効かつ分かりやすい情報発信となるか、工夫が必要となる。

以上、産業情報発信における総論的な話として、その留意点等を述べてきたが、発信の方法については、その対象が市内なのか市外なのか、市民なのか事業者なのかによって内容や手法を選択して実施する必要がある。以降、市内向け、市外向けに分けて、具体的に発信の方策、及び八尾市の産業振興に対する根幹となる理念を述べた八尾市中小企業地域経済振興基本条例の周知をいかに行っていくべきかについて述べる。

2. 市内（市民、市内事業者）に向けた産業情報の発信

市内に向けた情報発信は、大きく市民に向けた発信と市内事業者に対する発信とに分けることができる。以下、それぞれに対する発信の手法等について述べる。

（1）市民に向けた情報発信

①発信の目的・伝えるべき情報

八尾市には多くの中小企業が集積し、その事業活動が市民生活に密接に関係しているにもかかわらず、その存在が十分に市民に認知されていない。こういった状況から、市民に向けた情報発信の目的としては、身近に世界に通用する技術をもった企業が集積していることを知ることによる親近感や誇りの醸成、市内の魅力あるお店を知ってもらうことによる市内消費の促進、まちづくりにおける産業の重要性を知ってもらうことによる相互理解、及び未来の担い手として、子どもたちに地域の中小企業の魅力を伝えること等が考えられる。

②市民に対する伝え方・発信のツール

ア) 身近な商品からの気づき

多くの市民にとって、日々の生活の中で市内の産業に関心を持つ機会は少ない。しかし、例えば自分が活用しているものや食べているものなど、身近なもの・親しみの持てるものが八尾で作られているんだといった「気づき」があれば、そこから市内産業に対する関心を持ってもらうことにつながるることができる。

また、商品等の情報を発信する際には、単に商品等に関する情報を伝えるのではなく、ストーリー性を持たせて発信をすることで関心を得やすくなる。例えば、ある商品について、開発に至る背景や思い、苦労話など、作り手側の物語を合わせて発信することで、一般の市民にも興味や親近感を抱かせることができる。

イ) 身近にある生産現場の体験

見学可能な工場を紹介する本が出版されたり、マスコミで取り上げられるなど、現在、工場見学が注目されている。八尾市においても、市内に多数集積する工場を見学できる仕組みができれば、市民の市内産業に対する関心や理解の高まりにつながるためのツールとして活用ができる。特に親子で一緒に参加できるような仕組みができれば相乗効果的に市内産業に対する理解の促進につながることも可能となる。一方で、工場見学は受け入れ側の工場の施設や体制的な問題等、クリアすべき課題も多くあることから、仕組みの実現にあたっては工夫が必要である。

ウ) 子どもたちへの発信

市民への発信の中でも、特に子ども達に八尾の産業について知ってもらうことは重要である。将来、市内の産業の担い手となりうる子どもたちに、八尾の産業やその大切さを伝えることができることに加え、子ども達を通じてその保護者たちにも情報を伝えることができる。

なお、子ども達への発信については、学校現場との連携が不可欠であり、いくつかの学校において既に実施されている職業体験、工場見学や出前講座などのように、地域の事業者の協力のもと、学校現場における市内産業を学ぶ機会の創出を進める必要がある。

エ) 働く場としての中小企業の魅力提供

子ども達への情報発信の延長として、具体的に将来進む先を考える時期を迎える高校生やその保護者等に対して、働く場としての中小企業の魅力を伝えることも重要である。中小企業だからこそ感じることのできるやりがいを伝えていく必要がある。

(2) 市内事業者に向けた情報発信

① 発信の目的・伝えるべき情報

市内事業者に向けた情報発信の目的としては、市や関係機関が実施している支援施策等の発信によって、これら支援施策等の積極的な活用を促し企業成長の一助としてもらうことや、自身の事業活動の参考とできるような先進事例の周知、事業者間連携の促進のため、市内の事業者が互いに知り合う機会の創出や事業者情報の発信等が考えられる。以下、具体的な説明を行う。

ア) 支援施策等の周知

八尾市では助成金や公的融資制度などの事業者支援を行っており、一定の利用実績は得ているものの、一方でほとんど利用のない事業者もある。これら支援施策を効果的に活用することは、企業成長の一助となるため、市として積極的な活用を促進する必要がある。

事業者が利用しない理由としては、利用にあたっての手続きの煩雑さや、求めているメニューが十分でないということも想定されるが、そもそもこれらの情報を知らないということが考えられる。

これらの支援情報の発信については、現在、市ホームページやチラシの配架、メール配信、商工関係の団体の会議の場での説明等により行われているが、今後は国や府、その他関係機関の支援情報を含め、事業者にきめ細やかに情報提供し、また事業者が求めている情報を探しやすい仕組みを考える必要がある。

イ) 成功事例の共有

成功している元気な企業経営者の話などの成功事例は、仮に業種が異なっても、事業者が企業経営を行う中で参考となる部分が多い。特に同じ八尾市内で頑張る企業の情報を発信することは、他の事業者にとって刺激になり、モデルケースとして、他の事業者への波及効果が期待できる。

ウ) 市内事業者間の情報共有

市内に集積している事業者が、その集積メリットを活かすには、市内事業者がお互いを知ることでもある。市内事業者が互いに知り合うことで、個の力が結集され、それぞれの得意分野を持ち寄り連携することにつながり、新たなビジネスの創出のきっかけになることが考えられる。八尾ものづくりネットや八尾あきんどOn-Doネットといった市内の事業者情報を保有・発信している市が、これらの情報を有効に活用し、発信することで、企業間連携の仕掛けを行うことができる。

②事業者に対する伝え方・発信のツール

ア) メールマガジンの発行

支援施策やセミナー等の情報発信を行うメルマガ配信は、配信する情報の一定の整理は必要ではあるものの、低コストで迅速な発信が可能であり、有効な発信ツールとしての活用が期待できる。配信する情報の範囲については、業種やタイミングによって企業が興味を持つ内容は異なるため、ある程度範囲の広い情報を載せるべきだという考え方と、多くの情報を載せることで、不要な情報を多く届けることにつながり、逆にメルマガに対する関心が薄れてしまうという懸念があり、それぞれのバランスについては、企業側のニーズを把握しつつ検討をする必要がある。

イ) 団体等を通じた情報発信

発信にあたっては、メールマガジンのように個々の企業に直接届くよう発信する方法が考えられる一方で、複数の事業者が構成員として加盟している団体に対して配信するという取組みも考えられる。それぞれの団体では事務局が会員企業の特性に応じて、一定の情報の選別を行った上で企業に情報発信を行っているので、これを活用することにより、より個別企業のニーズに沿った情報発信が可能となる。

ウ) 中小企業サポートセンターのネットワークの活用

中小企業サポートセンターは、その支援活動を通じて、市内企業にネットワークを保有するとともに、様々な情報を把握している。これを活用し、同センターに配属されている各コーディネーターが企業ヒアリング等の際に、当該企業が抱えている経営課題や新たに取り組もうとしている製品開発等にフィットした支援施策等を紹介することで、企業ニーズにあった情報提供が可能となる。

③その他

事業者への発信にあたっては、事業者側が情報に対する関心を持つことが必要であり、そのためには事業者側の意識の向上が必要である。また、インターネットやメールマガジンの配信等は広く効率的に発信するツールとして活用できるが、一方でFAXや紙媒体での情報提供を望む事業者や、インターネット環境自体を保有していない事業者が存在することも念頭に入れ、適切な組み合わせによるツールの活用を考える必要がある。

3. 市外に向けた産業情報の発信

八尾市は全国でも有数のものづくりのまちであり、また、市内には地域に根ざした市場・

商店街や、多くの特徴ある個店がある。これらは八尾市の魅力・強みであり、これらを広く外部へ向けて発信をすることで、市全体としてのイメージ向上や、企業の受発注機会の増加、市内での消費促進につながる。加えてそれは市民のまちに対する愛着や、誇りの醸成につながることもできるため、今後は市外に向けた産業情報の発信についても検討を進める必要がある。

よって、市外に向けた産業情報の発信について、こういった手法や留意点があるのか以下に述べる。

(1) マスコミの活用

情報発信を検討するうえでマスコミの影響力は大きく、特に広域的な情報発信において、その活用は重要である。マスコミを活用した発信を行うには、発信したい情報がマスコミの関心を得る必要があり、どうすればよりマスコミの関心を得ることが可能となるか、検討する必要がある。

(2) 八尾の逸品・名品の発信

対外的な発信力を強化するため、新たな商品を開発することも考えられるが、今あるものの中から魅力あるものを発掘し、発信することも重要である。

例えば、最近ではナショナルブランド品が多くなる中で、その土地でしか買えないものを贈るという風潮が減退しているが、土地ならではのもの、八尾でしか買えないものを贈るという取組みが増えれば、「八尾といえば〇〇」という受け取り手のイメージの醸成につながり、同時に市内での消費促進という好循環にもつながる。

(3) 「メイドインやお」の発信

八尾で作られているものを基軸として、市内産業を対外的に発信する際に、受け手（購入者）にとってそれが八尾で作られていることを認知してもらう必要がある。農産物の「八尾若ごぼう」のように「八尾」という名称を含む商品であれば伝わりやすいものの、個別の製品であればそういったものを伝えることは難しい。八尾で作られたものであることが分かる、「メイドインやお」であることを伝える手法の導入も考えられる。

(4) その他の情報発信のためツール

対外的な発信のツールとして、前述のマスコミの活用のほか、ツイッターやフェイスブックなど、ボーダーレスに情報の発信・共有ができるツールや、観光大使のような人を基軸とした発信も対外的な広がりをもたらすツールとして考えられる。

ただ、最終的には内容(ソフト面)の充実が最も重要であり、いくら発信に努めたところで、内容が伴っていなければ(良い製品・商品でなければ)、仮に一時的な盛り上りを

見せたとしてもいずれ飽きられてしまう。一方で継続的に高い評価が得られるような質の高いものがあれば、それ自体を発信のツールとして活用することが可能となる。

4. 八尾市中小企業地域経済振興基本条例の理念の周知

(1) 条例の理念の周知の重要性

八尾市では、平成13年4月に「八尾市中小企業地域経済振興基本条例」を西日本では初めて制定し、市民、事業者、行政それぞれの役割を明確にし、「地域産業の栄えるにぎわいのあるまちづくり」を目指して市全体として一体的に取り組む方針が示された。同条例の制定により、八尾市における中小企業振興施策の具体化が検討され、中小企業サポートセンター事業の立ち上げや、八尾ものづくりネット、八尾あきんどOn-Doネットといった情報発信事業の実施・充実等、多くの具体的な施策が実施されることになり、八尾市の中小企業振興は大きく前進することになった。また、同条例の制定後、八尾市が戦略的に同条例を活用し、地域における中小企業振興に取り組んでいることについて、全国の自治体から数多くの視察訪問を受けている。

なお、同条例は、より時代に即応したものとするため、本年7月に改正され、改正後の条例では、市民、事業者、行政それぞれの役割についての相互理解の重要性をより強調する内容となっており、八尾市が産業集積のまちとして、発展していくにあたっては、今まで以上に、市民、事業者の本条例の理念を広く周知し、浸透させることが、その根底として重要である。

(2) 周知の方法

条例の理念の周知についても、他の情報発信における考え方と同様、周知を行う対象に応じて、戦略的に行う必要がある。特に留意すべき点として、条例というものが市民や事業者にとってなじみが少ないものであることを認識した上で、より分かりやすく発信する工夫を行う必要がある。

発信のためのツールとして、パンフレットの作成等が考えられるが、例えば、グラフやキャラクターなど、ビジュアル的な表現を用いた市内産業の特徴やまちづくりにおける産業の重要性についての解説や、分かりやすい表現による条文解説など、デザインや構成を工夫し、見る側が関心を持ちやすく、また理解しやすい内容とする必要がある。また、その配付にあたっては、どのようにすればより広く市民・事業者への周知が可能なか、手法を検討する必要がある。

また、子どもや女性など発信力の高い層に対して、より重きを置いて発信するということも考えられる。特に子どもについては前述のとおり、子どもから大人へ伝わることにもつながり、また長期的な視点では、子ども自身が、産業の重要性について認識した

上で、成長していくことにより、八尾の中小企業の未来の担い手となることが期待される。

また、条例は制定して終わりではない。今後はその理念が市民、市内事業者に浸透し、理解されているのかについて、定期的にその進行状況を確認する必要がある。

第4章 産業情報の発信によるまちの活性化に向けて

以上、八尾市の現状を踏まえ、今後の産業情報の発信について、必要な方向性や方策の検討を行ってきた。

これら発信のための取組みを進めるにあたっては、発信した情報が届けたい相手への程度届いているのか、より確実に届ける方策が考えられないか等について、検証を行っていく必要がある。現在実施している発信の方法が最善であるとは限らず、仮に最善であったとしても、時間の経過によって、人々の情報に対する関わり方や入手するツールは変化していく。今後は特定の方法に縛られるのではなく、現状を見極めた上で、新たな方策を常に考え、取り入れる柔軟さも必要である。

そして、重要なことは、単なる産業情報を発信することが最終目的とならず、発信された情報に基づき、八尾に暮らす市民や八尾で活動する事業者の中から、八尾の魅力を認識し、八尾を愛した行動を実践する者が一人でも多く増え、そしてそれらを地域活性化の大きな原動力とすることである。人は興味・関心を持たないものや、自分との係わりをもたないものには見向きもしない傾向にある。そのため、人と人、事業者と事業者など、知人や趣味・活動を同一にする者を介した情報の提供が今後ますます有効な手段となるであろう。発信された情報が伝わり、さらに広がっていくための最大の原動力となるのは「人」である。人と人とのつながりの中で、共感とともに伝えられる情報は受け手の心に深く響く。届けられた情報が受け手のところで留まると、一部への発信で留まってしまうが、受け手が今度は受け取った情報の発信者となり発信する動きが見られるようになると、情報が届けられる範囲は際限なく広がっていく。

近年、情報共有の重要性が増し、従来からの「口コミ」に加え、ミクシィやツイッター、フェイスブック等の新たなwebサービスの活用による、web上のコミュニティでの情報の共有が急激に進んでいるのも、まさに一人一人の「人」を基軸とした情報発信が大きな発信力を持っていることの現れと考えられる。

また、今回改正された八尾市中小企業地域経済振興基本条例の前文に、その理念として『市民、事業者及び市は・・・(中略)・・・相互理解と信頼のもと、協働する必要がある。』と謳われているとおり、産業情報の発信によるまちの活性化に向けて市民、事業者及び行政がそれぞれの立場で共に発信に取り組むことが重要である。

八尾市における情報発信を進めるためには、一人一人の市民がまちづくりにおける産業の重要性や市内産業の魅力への気づきを得ることを通じて、自らが住むまちへの愛着や誇りを醸成し、生活者として、担い手として、或いは発信者としてその役割を果たす。また

事業者は、市内産業が市民生活を支えるとの認識を一層深め、更なる魅力ある製品、商品、店舗づくりに専念するとともに、自らの魅力発信を通じて市民や事業者との良き関係を築き、成長を続けるよう努める必要がある。

そして行政は、市民、事業者がそれぞれの役割を果たせるようにサポートするとともに、産業情報の発信によるまちの活性化を実現するため、多岐に渡る市内の産業情報について、これまで述べてきた情報発信に関する方向性を踏まえた上で、必要な措置を講じていく必要がある。

このそれぞれの立場と役割による、人と人とのつながりの中での情報発信こそが、八尾市中小企業地域経済振興基本条例の理念である相互理解の深まりや、地域産業の栄える賑わいのあるまちづくりの実現につながっていくと考えられる。今回の報告の内容を今後の取組みの一助として、活用されることを期待する。

(参考) 部会における各委員からの意見

- ・ 八尾の産業について、子どもたちにどのように伝えるといいのか、ということを考えるならば、子どもたち自身にどのようなものに関心があるのか聞いてみるといいかも知れない。当事者である子ども達を巻き込むという方法も考えられる。
- ・ 学生の柔軟な視点というものは参考になる。
- ・ 例えば、少子高齢化の流れが進む中では、発信の対象や方法も変化していく。発信の対象や方法を検討する際には、時代の流れ等を踏まえる必要がある。
- ・ 条例をツールとして、市内の企業に「自分たちが八尾の産業を守っていくんだ」という自覚を促し、また、企業間連携の促進につなげることができるようにする必要がある。
- ・ 事業者団体が実施するセミナーやシンポジウム等の取組みも発信のツールとなりうる。
- ・ 映像での発信は製作コストが掛かるが、非営利の民間組織や学生等と連携し、うまく活用することで、低いコストで映像の作成ができる可能性がある。
- ・ ある情報について、積み重ね接することで、身近なものとして当たり前の存在になり、受け入れやすくなる。
- ・ 工業と商業ではそれぞれ役割が違うため、その特徴や強みを説明する際、商業と工業を同じような尺度で述べるべきではない。例えば商業については、工業でいう製造品出荷額等など数字的なものではなく、歴史や地域との結びつきなど地域商業の側面で説明すべきである。
- ・ 地域の商業者は市外への発信よりも、まずは地域に愛されることが重要である。
- ・ ある商品が、八尾で作られたものであると分かるようするための手法として、認証マークの作成が考えられる。
- ・ ゆるキャラなど、親しみやすいキャラクターを活用した発信も考えられる。

平成23年度「八尾市産業振興会議」委員名簿

氏名	職業等	備考
鶴坂 貴恵	プール学院大学短期大学部秘書科教授	座長
文能 照之	近畿大学経営学部教授	副座長
安達 清和	株式会社そごう・西武西武八尾店総務部長	
石部 敏雄	公募委員	
川江 正美	公募委員	
周防 賢一	公募委員	
谷口 啓司	合資会社三和歯刷子工業所代表社員	
寺西 幸雄	安中市場商業協同組合理事長	
中浜 多美江	八尾市女性団体連合会事務局長	
浜田 典弥	公募委員	
林 信彦	八尾市商業協同組合理事長	
藤下 康	近畿経済産業局地域経済部地域開発室長	
藤原 義春	株式会社藤原電子工業代表取締役	
村本 順三	さくら精機株式会社代表取締役社長	
東口 勝宏	大阪府商工労働部商工労働総務課企画グループ課長補佐	
山崎 きみゑ	八尾市消費問題研究会副会長	
横山 雄一	公募委員	

平成23年度「八尾市産業振興会議 情報発信部会」委員名簿

氏 名	職 業 等	備 考
文能 照之	近畿大学経営学部教授	部会長
鶴坂 貴恵	プール学院大学短期大学部秘書科教授	
石部 敏雄	公募委員	
川江 正美	公募委員	
周防 賢一	公募委員	
寺西 幸雄	安中市場商業協同組合理事長	
浜田 典弥	公募委員	
藤原 義春	株式会社藤原電子工業代表取締役	
林 信彦	八尾市商業協同組合理事長	
山崎 きみゑ	八尾市消費問題研究会副会長	
横山 雄一	公募委員	

平成23年度「八尾市産業振興会議」審議経過

第1回八尾市産業振興会議

日 時：平成23年7月12日（火） 14：00～16：00

場 所：八尾市文化会館（プリズムホール）4階 会議室1

議 事：（1）産業振興会議の本年度の進め方について

（2）情報発信部会について

（3）その他報告事項について

第2回八尾市産業振興会議

日 時：平成23年10月28日（金） 10：00～11：45

場 所：八尾商工会議所会館 3階 中会議室

議 事：（1）情報発信部会報告書について

（2）その他報告事項

平成23年度「八尾市産業振興会議 情報発信部会」審議経過

八尾市産業振興会議 第1回情報発信部会

日 時：平成23年7月27日（水） 19：00～21：00
場 所：八尾市立中小企業サポートセンター 3階 セミナールーム
議 事：（1）現状把握について
（2）八尾市中小企業地域経済振興基本条例の発信について

八尾市産業振興会議 第2回情報発信部会

日 時：平成23年8月22日（月） 19：00～21：00
場 所：八尾市立中小企業サポートセンター 3階 セミナールーム
議 事：（1）産業情報の発信のあり方・方向性について
（2）八尾市中小企業地域経済振興基本条例の発信について

八尾市産業振興会議 第3回情報発信部会

日 時：平成23年9月15日（木） 19：00～21：00
場 所：八尾市立中小企業サポートセンター 3階 セミナールーム
議 事：（1）前回までの議論の内容整理等について
（2）前回までの議論の補強・発展等について

八尾市産業振興会議 第3回情報発信部会(オフ会)

日 時：平成23年9月27日（火） 19：00～21：00
場 所：八尾市立中小企業サポートセンター 3階 セミナールーム
議 事：（1）前回までの議論の内容整理等について
（2）前回までの議論の補強・発展等について

八尾市産業振興会議 第4回情報発信部会

日 時：平成23年10月17日（月） 19：00～20：30
場 所：八尾市立中小企業サポートセンター 3階 セミナールーム
議 事：（1）情報発信部会報告書(案)について
（2）その他