

**令和 7 年度 第 2 回地方独立行政法人京都市産業技術研究所
評価委員会 会議録**

日 時：令和 7 年 1 0 月 3 日（金）午前 9 時 0 0 分～午前 1 0 時 2 0 分

場 所：京都市産業技術研究所 2 階 ホール A・B

議題：第 4 期中期目標（案）について

議事要旨：

- ・以下、各委員の質問・意見など（○：委員、●：京都市、◎：産業技術研究所 と表記）

【1 開 会】

- ・草木 京都市産業観光局長からの挨拶

【2 議 題】

（1）第 4 期中期目標（案）について

～事務局から評価の流れについて説明～

～京都市から資料 1 及び資料 2 に基づき評価案について説明～

- ： 第 4 期中期目標について、第 3 期中期目標からどのように変わったのか、新たな取組について、ポイントをご説明いただきたい。
- ： 第 3 期中期目標では、横串を指した組織体制を構築し、産技研の活動内容を市民の皆様によりわかりやすく説明するために、積極的な情報発信に取り組んできた。
第 4 期中期目標においては、スタートアップへの支援を強化し、利用促進を図るほか、カルチャープレナーによる文化と産業の融合等を推進していく。
また、産業の育成には、製造業の中でも分析・計測機器の分野が重要な位置づけとなると分析しており、企業にとって産技研の貢献は欠かせないと考えている。
情報発信とニーズ把握では、企業ニーズを正確に把握するため、マーケティングの手法を活用していく。
最後に、組織体制については、職員が安心してチャレンジしやすい環境の構築に努めてまいりたい。

- ： 中小企業が新しい研究開発に取り組む場合などに、補助金や助成金を活用して産技研のサービスを受けることができれば、産技研の利用促進に繋

がるのではないかと。

第3期中期目標期間で情報発信の強化に注力されたが、まだ市民の認知度が十分高いとは言えない。市民しんぶんのような利用者の目に触れやすい媒体への広告掲載や、京都市や他団体との共催イベントの実施など、もう一歩踏み込んだ広報を考えてはどうか。

- ： 補助金や助成金を支給する機関に対して、ものづくり企業にとって産技研が役立つという情報を提供し、これらの機関を通じて情報発信をしていくことは有用であると考えている。他の産業支援機関等とも連携して産技研の利用促進、認知度向上に繋げてまいりたい。

- ： 組織運営については、第3期中期目標期間に引き続き、職員がチャレンジしやすい環境づくりに取り組まれるということであるが、どのような評価方法を考えられているか。

また、情報発信については、産技研ではどのようなことができるのかを利用者にしっかりと伝わるよう、産技研が持つ強みのPRに積極的に取り組んでいただきたい。

中小企業の人材確保は大きな経営課題だと感じている。京都は大学が多いものの、学生と企業との接点が少ないのが現状である。産技研ユーザーコミュニティや研究会活動等を通じて、学生との接点を増やしてもらえると中小企業としてはありがたい。

- ： 職員のチャレンジ精神や満足度をどのように数値化して目標とするかは中期計画の策定において検討していくこととしている。職員の満足度のようなアウトカム指標を補足するというよりは、新規利用者数の増加や国からの外部資金の獲得といったアウトプットで職員がチャレンジしていることを評価し、アウトカム指標への影響を評価すべきと考えている。

情報発信については、産技研の有するニッチな技術も含め、多様な情報を発信しており、京都市としては評価している。研究機器の更新などを契機に情報発信に取り組み、更なる利用者数の増加に努めてまいりたい。

人材確保については、京都市としても学生と企業とのマッチング支援など、様々な雇用施策に取り組んでいるところである。また、中小企業では生産性向上につながるデジタル化・DX化の導入が進んでいないところもまだまだ多いため、補助金を活用した支援や産技研と連携した支援などを通じて、中小企業のデジタル化の推進に取り組んでまいりたい。

- ： 産技研と他の産業支援機関等との関係性をわかりやすく絵姿（相関図）で示すことで、産技研という組織がより理解しやすくなるのではないかと。

産技研の情報発信については、産技研利用者が求めている「製品化」「課題解決」など他のキーワードを意識して、InstagramなどのSNSを活用すれば、産技研にたどり着く可能性が高まり、さらなる新規顧客の獲得、認知度向上につながるだろう。

また、企業への御用聞きといった、ニーズ把握については、企業の課題を仮説検証してからヒアリングするなど、工夫して実施することが重要であるとする。

- ： 産技研と他の産業支援機関との相関図については、次回の評価委員会で
お示しできるものを検討してまいりたい。

情報発信については、ホームページだけでなく、SNS等の様々なメディアを戦略的に取り入れ、効果的な情報発信に努めてまいりたい。

企業のニーズ把握については、産技研では単なる機器利用だけでなく、機器利用で得られたデータを活用した助言・提案といった、踏み込んだ相談に乗ることができるのが他の産業支援機関との違いであり、強みである。これらを通じて利用者の満足度向上につなげてまいりたい。

- ： 次期中期目標では、スタートアップを産技研利用者の新たなターゲットの一つとしているが、様々なディープテック・スタートアップに対して産技研だけで包括的な支援を行うことは困難であり、市や他の産業支援機関との連携が必要不可欠だと考えている。また、マーケティング手法の活用など、これまでにない新しい取組も求められており、既存の研究員だけでは対応は困難と考えるが、人的なリソースをどのように考えているか。

- ： スタートアップには、資金調達や人材確保などの経営面での課題を抱える企業も多く、産技研だけでスタートアップを支援することはできないと考えている。このため、様々な産業支援機関による連携が重要であると考えており、例えば「京都スタートアップ・エコシステム推進協議会」は、京都市や産技研だけでなく、大学、金融機関等が参画しており、スタートアップへの技術的な支援については産技研を利用いただくなど、参画機関と連携しながらスタートアップ支援に取り組んでいるところである。

また、産技研は研究成果の産業化をより進めるべきで、これらの取組には、市場調査や顧客分析といったマーケティング手法が必要となる。これらの人材や資金をどのように確保するか、京都市としても来年度の予算編成に向けて検討を進めてまいりたい。

(2) その他

～事務局から今後の予定について説明～

【3 閉会の挨拶】

- ・西本 京都市産業技術研究所理事長からの挨拶