

東京都地方独立行政法人評価委員会
平成26年度第1回試験研究分科会 議事概要

- 1 日 時：平成26年7月4日(金)13時00分から17時00分まで
- 2 場 所：都庁第一本庁舎33階北側 特別会議室N1
- 3 出席者：三上分科会長、青山委員、北村委員、藤竿委員、森委員（五十音順）
- 4 議 題：
 - (1) 審議事項
 - ①【地方独立行政法人東京都立産業技術研究センターの業務実績評価方針及び評価方法について】の改正について
 - ②地方独立行政法人東京都立産業技術研究センター業務実績報告について
 - (2) その他
- 5 議事概要：
 - (1) ①【地方独立行政法人東京都立産業技術研究センターの業務実績評価方針及び評価方法について】の改正について
事務局から改正の理由、改正案を説明（資料1、2-1、2-2、2-3、3）
【質疑応答・委員意見】 ※ ゴシックが委員の意見、⇒は事務局の説明
<特になし：可決>
 - (1) ②地方独立行政法人東京都立産業技術研究センター業務実績報告について
産業技術研究センターから平成25年度業務実績報告書について説明（資料4）
【質疑応答・委員意見】 ※ ゴシックが委員の意見、⇒は産技研の説明
○利用する企業の業種、企業サイズ比、よく利用される試験はどういったものか。
⇒ 企業の業種は製造業、ものづくり関係が多い。企業サイズの比率は、中小企業が8割、そのほかの2割は大企業や大学その他団体である。試験で多いのは強度試験、腐食試験、環境試験などであり、機械的な製品あるいは部品を試験する企業が多い。

○ブランド試験の中の高速通信試験(403件)とめっき試験(7件)の実績は、当初計画に比べて多いのか少ないのか。
⇒ 高速通信試験は8月開始、めっき試験は3月開始であり、ほぼ予定通りの数字

である。

○26年度の計画については何件ほどの見込みか。

⇒ 高速通信試験については1.5倍から2倍ほどの数字を見込んでいる。めっき試験については2000～3000件をみこんでいる。

○ブランド試験の当初狙ったブランドイメージというのはどういったものか。ブランドが浸透してきているイメージはあるのか。

⇒ 日本の中でその試験に関してはナンバーワンであるというイメージを持っている。また、ブランド試験を開始してから他県の利用が増えてきている。例えばブランド試験の1つである音響試験など、高い評価、一定のブランド効果が見られ、価値を企業の方に見出していただいている。

○試験は全国一律の基準で実施し、それに合格しているか否か、というものかと思うが、試験自身にブランドというのはどういうことか。

⇒ いわゆるJIS試験であれば、JIS規格に基づく試験になる。しかし、それだけでなく、JIS等に規格や規定のない試験、JISよりさらに詳しい精度で測る試験などを行うことができる。これらにより我が国におけるトップランナーであると自負する試験を産技研のブランド試験と命名している。

○技術相談の件数は伸びているが利用者カードの発行枚数が減っているというのはどういうことか。

⇒ 利用者カードの発行というのは新規の利用者であり、認識としては、年間の新規の利用者はこの程度を見込んでいる。23年度には本部をリニューアルしたこともあり伸びが見られたが、現在の数字ほどで落ち着いてきていると認識している。

○成果事例の中で輸入製品があった。輸入商社の製品輸入のものも東京都の産業支援という枠組みの中で取り組んでいるのか。

⇒ 都内の中小企業が卸・小売りで販売するときに、輸入品の品質を事前チェックしたいのに応える、といった形で支援を行っている。

○機器利用について素晴らしい結果が出ている。その中で、割合は非常に少ないが、目的を達成できなかった企業の方もいる。どういったフォローをしているのか。

⇒ 企業の方が、その設備では自身が思っていたことができなかつた、といったことが多い。産技研としては、それら利用者の声に対しては次年度の設備拡充で応えていくというPDCAを行っている。また、そういった企業には、個別に、拡充によってできるようになった旨の連絡を行うなど、アフターフォローも行っている。

○3Dの造形機について、今後どういった考えを持っているか。

⇒ 3Dは、7年ほど前からいわゆる光造形、ナイロン粉末のいわゆるレーザー焼結をやっており、当初は機械部品を想定していたが、やり始める様々な方が利用しに来た。その後、日用品や医療関係など、爆発的に拡大するのではないかと考えていたところ、急速に広がってきており、試作だけでなくそのまま製品となるようなことにもなってきている。こういったことに対応できる3Dを、現在次の一手として考えている。

○金属の3D、アディティブ・マニュファクチャリングは、世界的にも高い関心が集まっている。学術的な分野でも高い関心がある。今後どんどん伸びてくるのではないかと思っており、研究することも多いと感じている。

⇒ 実用化に合わせ、支援体制を検討していく。

○製造業の中には、高い技術力を持っていても販売力が弱いところもある。中小企業振興公社との連携をしっかりとってほしい。

⇒ 相互に協力し、連携し合って支援を行っている。

○ラボを利用し、退出した企業へのアフターフォローはどうしているのか。

⇒ 退出した企業へは、その後の展開について聞き取り調査をし、必要に応じてさらなる技術支援を行うことで、アフターフォローを行っている。また、様々な申請書などの作成へのアドバイスなども行っている。

○海外の規格に適合させるための書類作りは、中小企業が苦手とするところ。ここは強く支援していただきたい。

⇒ 産技研のMTEPでは、CEマークの取得など、相談員が懇切丁寧に支援を行っている。特に、CEマークの相談は比率も高く、貢献できていると感じている。

○技術審査のフォローやそのノウハウの育成についての取組をもう少し。

⇒ 技術審査を実施した際、そこで点数をつけて終わりではなく、自分が採点を行った企業や製品がその後どうなっていくか、しっかりとフォローするとともに支援していく。また、そう取組を組織としてやっていくことで、産技研の中でもしっかり人材育成をやっている。

○知名度調査を実施したことはあるのか。

⇒ 毎年ではないが、第三者に調査委託を行い、平成20年に実施した時が33%ほど、平成24年に実施した時が42%ほどと、上昇はしている。

○共同研究などによる製品化で、中小企業に利益が出た場合、産技研には還元されるのか。

⇒ 公設の試験研究機関であるため、売り上げによつての還元はなく、中小企業のものとなる。特許等の使用許諾をしている場合にはその許諾分のみいただくこととなる。

○研究員の学位取得に向けた取組はどういったことをしているのか。

⇒ 研究員には、修士取得者や博士取得者がいる。また、博士などの上級の学位を取得しようとする研究員には、社会人コースに通うことを支援する仕組みを整えている。

○広報の方法はどういった手法でやっているのか。

⇒ インターネットや紙媒体のほか、連携を組んでいる団体を通じた広報や業界団体・興行団体への広報など、様々な手法で実施している。

○企業支援はもとより、職員の人材育成の面からも、海外の市場動向や技術動向は大切であるが、どのような取組を行っているのか。

⇒ 海外の学会での発表に合わせて、いろいろ見てくることによって人材育成を行っている。また、今後、タイに拠点を構えて現地情報を収集し、都内中小企業にフィードバックするという取組を考えている。

(2) その他

事務局から今後の日程等について説明（資料5）

以上