

## 令和5年度 第2回門真市ものづくり産業振興懇話会 議事録

- 日時 令和5年11月30日(木) 10時00分～11時47分
- 場所 市役所別館3階 第3会議室
- 出席者 皆川 健多郎 委員(大阪工業大学 情報科学部データサイエンス学科  
教授)
- 赤堀 彰則 委員(守口門真商工会議所 中小企業相談所 所長)
- 田中 豊 委員(パナソニックオペレーショナルエクセレンス株式会社  
総務センター 総務部 部長)
- 牧野 洋一 委員(牧野精工株式会社 代表取締役社長)
- 大寺 正高 委員(株式会社海洋堂 管理部 総務課  
ゼネラルマネージャー)
- 芦田 伸之 委員(枚方信用金庫 門真東支店 支店長)
- 大平 昌幸 委員(近畿経済産業局 地域経済部地域経済課 課長)
- 岡 正人 委員(大阪府商工労働部 中小企業支援室  
ものづくり支援課 課長補佐)
- 町田 光弘 委員(大阪府 大阪産業経済リサーチセンター 総括研究員)
- 事務局 山 敬史 市民文化部 次長
- 高田 隆慶 市民文化部 産業振興課 課長
- 吉田 武史 市民文化部 産業振興課 課長補佐
- 児島 悠二 市民文化部 産業振興課 主任
- 藤島 努 市民文化部 産業振興課 係員
- 川田 憲司 市民文化部 産業振興課 係員

### 1 開会

司 会: それでは定刻になりましたので、ただいまから令和5年度第2回門真市ものづくり産業振興懇話会を開催させていただきます。

本日はご多忙にも関わらず、ご出席いただき誠にありがとうございます。司会を務めさせていただきます、市民文化部産業振興課長の高田と申します。

本日は、委員10名中9名が出席されているということで、門真市附属機関に関する条例施行規則第5条第2項の規定により、会議が成立していることをご報告申し上げます。

本日、杉本委員は日程の調整がつかませず、ご欠席でございます。

なお、本懇話会につきましては、後日議事録を作成させていただくために、会議を録音させていただきたいと思っておりますので、ご了承のほどよろしくお願いしま

す。

それでは、会議に先立ちまして、お手元にお配りしております資料のご確認をお願いいたします。

1 点目 会議次第

2 点目 資料 1 門真市ものづくり産業振興計画策定に向けたアンケート調査報告書（速報版）

3 点目 資料 2 門真市ものづくり産業振興計画 骨子案

4 点目 資料 3 門真市ものづくり産業振興計画 骨子案 参考資料

でございます。資料につきましては、後ほど順次、議事進行の中で使わせていただきますので、よろしく申し上げます。

もし、不足の資料がございましたら、お申し出ください。

それでは、揃っているようですので、以下の進行は皆川会長にお願いしたいと思います。

会長、よろしく申し上げます。

## 2 案件

### 案件 1 門真市ものづくり産業振興計画策定に向けたアンケート調査の実施状況について

**会 長**：それでは、次第に従いまして進行を務めさせていただきます。

次第の 1 つ目「案件」の「門真市ものづくり産業振興計画策定に向けたアンケート調査の実施状況について」を議題とさせていただきます。

事務局から説明願います。

**事務局**：はい、私、産業振興課の川田から説明させていただきます。

まず、お手元の資料 1「門真市ものづくり産業振興計画策定に向けたアンケート調査報告書（速報版）」をご覧ください。

1 ページをご覧ください。この報告書を作成するにあたり実施しましたアンケートですが、10 月 31 日に令和 3 年の経済センサスを基にし、門真市内の製造事業者様を対象に送付させていただきました。

回答の締め切りは 12 月 1 日としております。この報告書の速報版については、11 月 17 日までの回答を基に作成させていただきました。

送付件数は、市内に複数の事業所がある場合は名寄せを行うなどにより、633 件送付いたしました。そのうち 40 件が宛所不明により返送されており、未到達となっております。

有効回答数が、郵送による回答が 43 件、インターネットによる回答が 18 件、

合計 61 件となっております。

続きまして 2 ページ以降が調査結果となっております。2 ページから 4 ページにわたり、回答いただきました事業所様の概要を掲載しております。従業員数ベースで比較的規模の大きい事業所からの回答率が高いことがわかります。

5 ページから経営状況についてまとめています。

6 ページ(2) 売上が増加した要因については、「販売単価の上昇」の割合が最も高く、次いで、「景気変動」、「営業力の強化」となっています。

7 ページ(3)売上が減少した要因については、「景気変動」の割合が最も高く、次いで、「社会環境の変化」、「その他」、「営業力の不足」となっています。

8 ページ(4) 今後 (3~5 年程度) を見据えた経営戦略の有無については、「立てている」が 52.5%であり、「立てていない」が 45.9%であり、ほぼ 2 分されています。

9 ページから 10 ページに渡り掲載しております、①から③の現在の強みは、アンケートの選択肢の中から 1 位から 3 位までを回答いただく形式となっております。1 位と 2 位では、「技術力・製造精度」が最も高い割合となっております。

10 ページから 11 ページに渡り掲載しております、①から③の今後強化したいものにつきましても、同じくアンケートの選択肢から 1 位から 3 位までを選んで回答いただいております。

12 ページ(7) 経営上の課題は、「人材の確保・育成」の割合が最も高い結果となっております。

続いて、13 ページからは、生産・取引の状況についてまとめています。

13 ページ(1) 生産している主な製品・技術の内容は、自由記述より回答いただいております。一部抜粋した内容を掲載しております。

13 ページ(2) 10 年前と比較した最終製品の変化の有無は、自社の製品が最終的にどのように使用されているかという問いに対する回答です。10 年前と比較して「変化していない」という回答が 6 割を占めています。

14 ページ(3) 最終製品が使われている分野の変化は、こちらも自由記述により回答いただいております。一部抜粋した内容を掲載しております。

16 ページ(8)については、関係する取引先の立地場所に関する設問に対する回答をまとめております。

17 ページ(9) 門真市内の企業からの売上比率については、「10%未満」の割合が最も高い結果となっております。

その一方で、同じく 17 ページ(10) 主な外注・生産分業先の立地場所として、「門真市」と回答があった割合が最も高くなっております。

18 ページからは、4. 立地環境・操業環境・今後の事業展開についてまとめています。18 ページには(1) 門真市内に立地しているメリット、19 ページには(2)

門真市内に立地しているデメリットを併せて掲載しております。

20 ページ(3)①今後の事業所等の立地の方向性は、「現状を維持する」の割合が最も高く、次いで、「現在地・市内で拡張・増設」の割合が高くなっており、その2つを合計すると8割以上が門真市で事業を継続するという内容の回答となっております。

21 ページ(4) 事業用地・建物についての課題は、「敷地が手狭になった」の割合が最も高く、次いで、「建物の老朽化」が高くなっております。

22 ページ(6) 代表者の年齢は、「50代」の割合が最も高くなっております。

23 ページ(7) ① 事業承継の意向については、「事業承継したい」の割合が最も高くなっております。

24 ページからは、5. 事業環境の変化に対する対応についてまとめております。まず、カーボンニュートラルについてです。

24 ページでは、必要性の変化、25 ページでは、対応が増加している背景、26 ページでは、取組内容、27 ページでは、カーボンニュートラルを進める上での課題について掲載しております。特に27 ページの進める上での課題については、コストに関する課題が大きいことが表れております。

次に、デジタル技術の活用についてです。

28 ページ(5)では取組内容、29 ページ(6)では活用に関する課題について掲載しております。

次に、30 ページからは、6. 人材の確保・育成についてまとめております。

30 ページ(1) 人員の過不足の状況では、「人員が不足している」の割合が半数近くを占めています。

31 ページ(2) 人員が不足している職種については、「製造・加工職」の割合が最も高く、次いで、「営業職」が高い結果となっております。

32 ページ(3) 現在採用を行なっている属性、33 ページ(4) 今後採用を増やしたいと考えている属性は、共に「中途採用」の割合が最も高くなっております。

36 ページから39 ページにかけては、外国人について掲載しております。

36 ページ(1)① 外国人労働者の雇用の状況は、「雇用する予定はない」が最も高く、概ね半数を占めており、「すでに雇用している」という割合は3割を占めています。

37 ページ② 雇用している外国人の出身国は、「ベトナム」の割合が最も高く、8割以上を占めています。

41 ページ(9) 人材開発・研修の取組内容は、「社員の資格取得などへの支援」の割合が最も高くなっております。

最後の43 ページでは、誇り・強みについて自由記述にて回答いただいたものを、一部抜粋する形で掲載しております。

以上で説明を終わらせていただきます。ありがとうございました。

**会 長**：ただいまの説明について、何かご質問・ご意見等はございませんか。  
一つ教えていただければと思いますが、7ページの売上が減少した要因のところ  
で、「その他」の割合が大きいですが、その内訳はわかりますでしょうか。

**事務局**：今すぐには分かりませんが、調べる時間をいただけたら。

**会 長**：記述式になっているのであれば、その部分を出していただいたほうがこれだけ回  
答があるのでよろしいかと思えます。また最終的な資料で結構です。

**事務局**：こちらは速報版ですので、確定版については、その他の内訳も出すようにいたし  
ます。

**会 長**：他にいかがでしょうか。

**委 員**：29 ページデジタル化の活用に関する課題のところ、調査結果には実感するも  
のがありますが、「投資費用が高額である」というのはしょうがないとして、次  
いで、「費用対効果が不明」というのが来ている。他の選択肢についても、同じ  
状況が発生していると想像しています。デジタル化はうまく使えば得はあるの  
ですが、ツールがまだ完璧でない、そろばんからエクセルの表計算に一気に飛ん  
だようなところがあり、ツールが全て自動化できればいいですが、職人芸的なと  
ころもまだ残っているため、そこをいかに仕事として見えるようにして、デジタ  
ルに置き換えていくかが現状ネックになっていると思っています。  
自分たちのノウハウが何か、ということを確認した上で、デジタルツールにい  
かに落とし込んでいくか、相談先があるかないかで、普及率は一気に変わるので  
は考えています。そういった支援が可能であれば、ものづくりに関するデジタル  
化は進んでいくのではないかと考えています。

**会 長**：システムへの直接的な支援ではなく、システムにどのようにつないでいくか、つ  
なぐ前にやることがある、というご指摘かと思えます。門真市では実際にそのよ  
うな取組をされており、生産性1.5倍部会などがそういった場所になるかと思  
いますが。

**事務局**：いま会長よりお話があった通り、ものづくり企業ネットワークというところで、  
1.5倍に生産性を上げていくということで取組んでいます。そこに参加されて

いない企業については、サポートセンターで支援していくということで活動していますが、アンケート結果を見ると恐らくできていないということがよくわかるため、今いただいたご意見も踏まえて、計画に盛り込むとともに、実質的な支援も考えていきたいと思います。

**会 長:**ありがとうございます。研究会については■■社長にいろいろとお世話になっているかと思います。はい、お願いします。

**委 員:**まだ集計結果が少ない状況かとは思いますが、興味深く見させていただきました。売上と経常利益を実数で答えているので、利益率も出せるはずですが、これを見ると意外と元気そうな会社が多いように思いました。世の中では、中小企業の7割が赤字だと聞いていますが、これを見ると、なかなか元気そうだなというか、元気な企業だけが回答しているのかどうか。それは率で見たほうが見えるような気がしました。

**事務局:**率のところについては検討させていただきます。速報値は60くらいの回答数で、現時点で80くらいなのですが、構成比を見ていただくと、経済センサスで従業員が4人以下の企業が40数%ある中で、現状の回答率は10何%という状況であるため、その部分はこの回答でまだ見えていないところがあります。小さい企業はなかなか回答しにくいというのが現状で問い合わせもある中で聞こえている部分になります。

**会 長:**経常利益率などでも見ていこうという意味で、実数値を記入いただいています。価格転換をしても売上高となるため、最終的なまとめのところで、ご指摘があったような比率があるといいパラメーターとなると思います。

また、ご指摘の通り、これが本当に全体の縮図となっているのかというところで、先方からの自主的な回答という中で、積極的に発言される方の実態ということになるかと思えます。縮図として捉えるには、ヒアリングなどの機会を検討していく必要があるのではないかと感じました。

はい、お願いします。

**委 員:**金融機関として製造業の決算書をお預かりすることも多いですが、枚方信用金庫はどちらかといえば、小規模な地域の金融機関であるため、お取引先は限られています。実態の利益よりも赤字の企業が多いと感じています。この1・2年は特に苦しい会社が多いとは思いますが。正式に出しているわけではないため分かりませんが、回答の内訳について考えると、業績のいい、また書く余裕がある企

業からの回答が多いのではないかと肌で感じています。

回答率が 10%程度ということなので、枚方信用金庫や商工会議所などがフォローして回答率を上げることもできれば、より正確な結果となってくるのではないかと思います。

また、22 ページの事業継承や廃業に関する回答を拝見していると、そもそも廃業を考えている人はあまりこのようなアンケートなどに答えないと思いますが、それでも一定数は「当初から自分の代限り」、「後継者がいない」と回答しているところを見ると、将来、門真市の事業所が減るということは、考えられる。そのあたりも踏まえて戦略を練ってはどうかと考えている。

**会 長**：経常利益 1 千万円未満のところには赤字も含まれているということでしょうか。赤字は分けたほうがいいのかもしいかなもしれないですね。

**事務局**：そうですね。最終の報告書については、別の割合で計算するようにいたします。

**委 員**：7 ページ(3)売上が減少した要因について、先ほど「その他」をもう少し掘り下げてはどうかという話がありましたが、「社会現象の変化」という言葉が何を意味しているかももう少し掘り下げてもいいのではないかと思います。要は、自分が作っているもの自体が受け入れられなくなっているから減っているということであれば、かなり経営の危機に直面することだと思うため、この辺りをもう少し掘ってみてもいいのではないかと思います。

また先ほど、デジタル化について発言がありましたが、門真市として振興計画を作成する際に、IT を使えばいいというわけではなく、デジタル技術を使って何を効率化するのか、何を変革するのかという、本質の部分があって初めてデジタルを使うことのメリットが生まれるという根っこの部分をきちんと書く必要があると思います。

12 ページ(7)経営上の課題で、「人材の確保・育成」が 6 割弱でトップとなっているが、アンケートをさらに見ていくと「中途採用を増やしたい」割合が非常に高い。その背景にあるものとしては、35 ページ(6) 人材育成上の課題にある、「指導・育成を行う能力のある社員がいない、もしくは不足している」など、人を育成する力を会社として持っていない、というようにも読み取れます。指導・育成を行うのは、社員の個人的な感覚で行う OJT に頼っているとも読み取れますが、会社の中で、自社の技量やノウハウなどの暗黙知が、見える化、標準化されていないため、組織としての人材育成を難しくしているとも考えられます。

会社として今の状況がどうなのかを見て、暗黙知となっているものはできるだけ見える化して、その上で、デジタル化や人材の確保・育成など成長戦略を考え

ていかなければならない。このアンケートから分析し、各課題をさかのぼって、本質的な会社の状況を把握する、戦略を作るということを置いたうえで、各論に入っていくようにしたほうがいいのではないかと思います。

会 長：まさしく人への投資というあたりについて、いまリカレントやリスクリングという部分で、リカレントは学び直しというキーワードに対して、リスクリングはいま企業内にまだない知識を外部から取り入れてこなくてはならないということで、従来はそういう人材を採用したり、アウトソースしたりということでしたが、今日はそれを社内の人材で育成していこうという取組みの重要性についてご指摘いただいたのかなと思います。

委 員：それだけではなく、要は会社の中で人を育成したり、デジタル化するにしても、社長自身が、経営課題に対してどのような人材が必要なのか、デジタル技術を使って何を変えるのか、根っこの部分を見える化する、強くすることによって、デジタル化等の各論にもつながっていくというような流れを作っていくのが大事である、ということをお伝えしたかったということです。

会 長：構造をしっかりと理解して、見えていない根本の原因があるということ把握するということ。

委 員：その部分をまずは会社として取組まなくてはいけない、ということを伝えなくては、デジタル化だけを言ってもなかなか進まないのではないかと思います。

会 長：支援がどうしても投資の部分に向くので、デジタル化の部分だけが先行してしまうということですね。承知しました。  
他にご意見はいかがでしょうか。はい、どうぞお願いします。

委 員：20 ページの事業用地のところ、一番困るのは門真市内で創業されていた事業所の方が外に出してしまうことだが、それは商工会議所にとってもつらいところがあります。会議所や金融機関、市の方にも定期的に用地の情報が入ってくるかと思うため、そういった情報を一元的に集約してアクセスしやすいようにするというのもいいのではないかと思います。

会 長：なかなか難しい所で、企業が成長してくれることはいい事ですが、市外に出してしまうのは、困るということですね。ありがとうございます。  
そのほかはいかがでしょうか。



**委員：**府でも企業調査をやらせていただいているが、10ページから12ページに出てくる今後強化したいものや課題などの回答は、従来であれば、技術開発や販路拡大などが上位であり、我々も支援していてその通りだと感じていました。最近の傾向としては、人材の確保・育成が上位に上がってきていると感じています。12ページ(7)経営上の課題でいうと、人材の確保・育成が6割近くを占めており、過半数の企業が困っておられる。人口減少の中でこれをこれからどうしていくのかは大きな課題だと感じていますので、最終の方向性としてこの辺りをどうまとめられるのかなと思っております。

**委員：**課題に、人材確保がぐんと上がってきていますが、肌感覚としてはフェーズが変わってきていると感じています。これまで人材不足といえば、現場で作業する人が不足しているので、そこは自動化やIT化しましょう、効率を上げましょうということでしたが、いまは、採用が毎年ゼロ、採用できないという企業が多いため、誰がそのロボットの管理をするのか、IT化したシステム入れて使いこなすのか、その人自体がいなくなるような危機感が出てきており、誰も動かすことができない。システムさえ作れば、誰でもボタンを押せばいい。ボタンを押す人は何とか確保できるが、その準備をできる人材が確保できないという状況なため、人が欲しいが確保できないということで、事業も承継できない、技能も伝承できないという危機感の方が多いのではないかと思います。我々としてもそういった危機感の方が強いです。

**会長：**質的な人材不足ということで、そういったニーズがあるということだが、それについてはこの回答ではもう少し深堀する必要があると思います。貴重なご意見をありがとうございます。

**委員：**人材不足の話聞いていて思い出したのですが、ある展示会に出展しているMOBIO事業を熱心に活用いただいている企業から話を伺ったところ、技術開発をする人材を確保できない、という話をされてきました。技術・技能の継承、技術開発に関して人材を確保できないということが多分に出てきているのではないかと思います。アンケートによっては専門人材や営業人材など細分化することで、そのあたりが見えてくるのではないかなと思いますが、本アンケートについてはこれ以上の枝間はないということでしょうか。

**事務局：**31ページに人材が不足している職種ということで踏み込んで聞いているが、「製造・加工職」が不足している割合として高いということで、ここから先は見えて

いない状況です。

**会 長**：他にいかがでしょうか。

**委 員**：製造業の中にソフトウェア開発業は入らないのでしょうか。それともその他製造業に含まれてしまうのでしょうか。ソフトを開発する企業が門真市の中にどれくらいあるのか気になりました。

10年ほど前の私自身の経験となりますが、海外の方で製造実習を通じて、日本でそのような開発を手伝っていただきたいということがあったが、農業や加工に関する実習生は呼び寄せられるけれども、ソフトウェア開発では製造実習としては認められないということでした。ベトナムには高学歴の方で、ソフトウェア開発に秀でた人がたくさんいるため、そういった開発人材を呼び寄せることができれば、いろんな意味で役に立つのではないかと思います。

**会 長**：貴重なご意見をありがとうございます。

その他はいかがでしょう。よろしいでしょうか。

なお、9ページから10ページの強みの1位から3位の集計については、最終的な姿はこのままとなるのかどうか。1位から3位を指数化して表すなどの工夫は何か考えておられるでしょうか。ポイント化することで新たに見えてくるものもあるのではないかと思いますがいかがでしょうか。

**事務局**：最終的な報告書では1位を3ポイント、2位を2ポイント、3位を1ポイントという形で、総合的に見られるようなかたちで整理したいと思っています。

**会 長**：ポイントの比率は3，2，1なのか5，3，1なのか、重みを工夫してみられると色々な状況が見られるのではないかと思います。

**委 員**：アンケートについては、結果がこうだったという書かれ方をされているだけですが、最後は分析のようなことはされる予定でしょうか。

**事務局**：この後クロス集計等も追加して詳細な分析を実施する予定です。

**委 員**：それはいつ出る予定でしょうか。

**事務局**：骨子案をこの後ご提案させていただきますが、骨子案の後に素案の作成を予定しております。その手前では見えるようにしていきたいと考えています。

委員：アンケートで見えてくるものがたくさんあると思うのですが、それが骨子なり素案なりに反映されなくてはアンケートを取った意味がないと思いますので、分析を先に共有いただければ、骨子案なり素案なりを考えるのに役立つと思います。

会長：アンケートは12月1日までということで、次回の懇話会では最終版が出てくるという理解でよろしいでしょうか。

事務局：次回までには最終版を出したいと思っていますが、アンケートの期限はもう少し延ばして回答を集めていきたいと考えています。

会長：先程もありましたように、ファクトに基づいて次の素案ができてくるかと思いますので、集積と分析をよろしくお願いします。  
その他ご意見はよろしいでしょうか。

一同：はい。

会長：それではこの件につきましては以上で終了とさせていただきます。

## 案件2 門真市ものづくり産業振興計画骨子案について

会長：続きまして、案件の2「門真市ものづくり産業振興計画骨子案について」を議題とさせていただきます。  
事務局から説明願います。

事務局：はい。私、産業振興課の児島から説明させていただきます。

お手元の資料2「門真市ものづくり産業振興計画 骨子案」、資料3「門真市ものづくり産業振興計画 骨子案 参考資料」をご覧ください。

まずは資料2をご説明させていただきます。

「門真市ものづくり産業振興計画 骨子案」ということで、いわば計画本体の骨格、章立て、目次ということでご理解いただければと思います。

様々な行政計画がありますが、基本的な構造としては課題（問題や機会）という言葉を出して整理をし、基本方針を立て、それに基づいた基本戦略（基本理念）、さらにそれにぶら下がる具体的施策を示すという構成が多くあり、基本的には今回の計画もそのような構成で作成してまいりたいと思います。

まず序章は、計画策定の趣旨ということで、目的としましては、前回懇話会でもご説明しましたとおり、少子高齢社会の中で、人口減少や国内市場の縮小が懸念される中、市内経済をいかに活性化していくか。まずは優先順位として、本市の基盤産業、雇用や付加価値の面で特化度の非常に高い、いわゆる域外から稼げる産業が、本市では製造業であるということで、その振興に取り組んでまいります。一方で、製造業においても、不安定な世界情勢や人材不足、デジタル化、脱酸素への対応等、中小企業を含めたものづくり産業を取り巻く環境は、急激かつ急速に変化している状況であります。それらに対応していくことは当然ですが、迅速に対応することで逆に競争力が生まれる段階にあるものもあるため、チャンスでもあるという視点を大事に、計画を立てていきたいと考えております。そして、本市のものづくり産業の目指すべき姿を踏まえた、戦略、企業や支援機関等のそれぞれの役割分担を整理して共有することが、策定の目的となっております。

計画の位置付けは、門真市第6次総合計画が10年間の計画としてございますのでそちらを上位計画といたします。

関係する市の個別計画としまして、立地適正化計画は、昨年度の見直しにより、市内で産業誘導区域を新たに具体化し、設定しております。環境基本計画についても、現在見直しの予定ですが、門真市でも昨年度ゼロカーボンシティを宣言しているなどの変化を踏まえ、個別計画との整合性を図っていきます。そして、国・府の関連計画、例えば地域未来法に基づく市町村計画や地方拠点化税制に関する計画などとも整合性を図っていきます。

計画期間は、令和6年度から令和10年度の5年間となります。

次に、第1章にて、門真市ものづくり産業の概況について説明してまいります。まず、門真市ものづくり産業の歴史と現在、ということで、こちらは比較的、定性的な記載になるかと思えます。

一つ目に、本市のものづくり産業の歴史ということで、計画の導入部分として比較的アイキャッチのある内容にしたいと考えています。実は、門真の産業の歴史については、実際に研究者の方や学生の方などから問い合わせが寄せられていることあるため、門真市の市史等を活用しながら、門真の製造業の歴史をいま一度紐解き、整理したいと思っております。

二つ目に、本市ものづくり産業の特徴ということで、ものづくり産業の現在の特徴を整理したいと考えております。

三つ目に、門真市ものづくり産業振興への取組など、ということで、市内企業のロールモデルや市や支援機関の取組も、PRも兼ねて現状の姿を紹介したいと

思っております。

次に、数字でみる門真市のものづくり産業、ということで、定量的記載となりますが、前回の懇話会でもご指摘をいただきました、統計データ等の数字をこちらで抑えていきたいなと思います。

続いて、第2章では、門真市ものづくり産業の課題、ということで、いったん課題をこちらで整理したいと思っております。

大きくは、ものづくり産業を取り巻く社会的潮流（外部環境）と、アンケート・ヒアリング調査の結果（内部環境）と課題を2つに分けております。

外部環境に関しては、一定、前回懇話会でもご意見をいただいた通りです。

続いて、第3章では、ものづくり産業振興の基本方針・基本戦略・具体的施策、ということで、具体的に何をしていくか戦略部分となります。

基本方針を「門真全域-ものづくりテーマパーク構想」ということで、事務局の案を作成しております。

概念的な話になりますが、門真市の特徴として、交通の便が良く、コンパクトな市域であるという中で、ものづくりをテーマにして、ショッピングモールのような買い物ができる場所、そこに行けばなんでも手に入るという側面と、多様な業種の製造業があり、それぞれの魅力をオープンファクトリーのように一般の方からも楽しみとして訪れたい場所ということ。テーマパークということで、様々な人が市内、市外から集うことから、出会いがあって、様々なコラボや連携が次々と生れていく。そのような、製造業を中心とした賑わいを創出していく、そんな街を実現したいという思いを込めています。

「ものづくり×□＝無限の可能性」と示していますが、これは、□にどんなものが入るのかは図り知れませんが、ものづくり企業同士はもちろん、地域の方や学校などとのコラボレーションということを想定しています。すでにオープンファクトリーなど、企業と地域住民との取組であったり、ものづくり企業が公園でキャンプのイベントを実施したりなど、そのような取組のよって無限の可能性が出てくるという思いを込めております。

次に、基本方針に基づいた基本戦略ということで、3つに分けてシンプルにわかりやすい記載としております。

一つ目は、イノベーションということです。基本方針の下にもある通り、平成24年に門真市中小企業サポートセンターを開設し、同年、門真市ものづくり企業ネットワークが発足していますが、門真市が製造業支援に本格的に取組み始めて約10年が経過し、これまでは「地固め」の10年でしたが、その課題や新たなチャンスに取り組み、次のステージに目を向けるということで、一つ目の基本戦

略としてイノベーションを挙げています。下には基本的な具体的施策ということで例を入れております。

次に、基本戦略2はネットワーク・連携です。こちらは、横のつながり、ということで、企業同士の連携やコラボレーションなどが新しい価値を生んでいくのではないかとということで、情報交換も含めて取組を強化していきたいと考えております。

続いて、基本戦略3は産業基盤・集積です。ものづくり企業のボトムアップ、狭いエリアの中で多くの企業が集積する門真市の中で、環境づくり、いかに産業集積を維持していくかを記載しています。

ここで参考資料の資料3をご覧ください。

骨子案の参考資料となりますが、下に、門真市産業の課題の整理・分析ということでSWOT分析を行ってみました。こちらはまだアンケートの深堀などは反映できていませんが、またそちらも含めて分析を継続してまいりたいと思います。外部環境を機会と脅威、内部環境を強みと弱みに分けて整理し、それぞれクロスをしてそれぞれの場所で考えられる戦略を例示し、基本戦略を立てさせていただきました。

こちらはアンケートの分析を踏まえて今後より深堀をしていき、具体的施策にも入れていきたいと考えております。

資料2に戻り、最後にある計画の推進ということで、各主体の役割については、企業、行政、支援機関などのそれぞれの役割分担、計画の進行管理については、適切なKPIを設定していきます。そして、毎年、ものづくり産業振興懇話会でご確認いただき、ご意見をいただきながら、アクションプランに反映してまいります。

以上、計画の骨子案について説明を終わらせていただきます。

会 長：ただいまの説明について、何かご意見やご質問はありますか。

委 員：先ほどから意見に挙がっているように、こちらでも人材の話が重要かと思います。ものづくりは波があって、受発注が無いときにも人材を支えていけるような、人材のシェアのようなことを、企業間でできるかどうかわかりませんが、そういったことで何か面白いアイデアがないのかどうか。市にも踏み込んでいただけるとありがたいです。

会 長：企業間のワークシェアリングとかそういったことですね。

委 員：ずっと続く課題だと思うので、その改善策として。

会 長：承知しました。ありがとうございます。他にご意見はございませんでしょうか。

委 員：基本戦略の1にしても2にしても、各社の強みが何かをクリアにしなくてはやりにくいかと思います。弊社でも競争力のある商品がありますが、そういったものを産業賞や技術賞に応募するのですが、担当者に申請書を書かせると、意外と何が差別化の要因なのか、自社の強みを書ききることができず、本人たちが気づいていないことが多いです。第三者の目線で、ヒアリングをしてみると丸一日かけてようやく強みに気付くこともあれば、結局分からないということもあります。なぜ、他社では実現できないのか分からないが、自社にしかできない。すごさがよくわからないまま、表彰に応募しても落ちてしまう。シンプルに他社との違い、強みがクリアになれば、横展開がしやすく、技術のイノベーションにも取り組みやすくなる。何がそれぞれの企業の強みなのか、自分たちだけで確認することが難しいようであれば、何らかの支援をしてあげること、戦略の1、2も対応がスムーズになるのではないかとアンケートを見ていて思いました。

会 長：ありがとうございます。続いて、どうぞ。

委 員：おっしゃる通りで、まず会社の棚卸、会社の中のファクトを経営者に気付かせるための棚卸、見える化の作業があって、各論に入っていくという立てつけに、是非していただきたいと思います。  
今支援センターもありますので、ロールモデルを作っていただくことが大事だなと思っています。

委 員：ぜひ、そういったことはやっていただきたいと思います。大企業は、いろいろな商品があって、競争力があつたりなかつたりするので、自社で強み弱みが見えるかもしれないが、我々、中小企業はずっと続いていると、当たり前になってしまい、なぜ誰も出来ないのかという感覚になってしまい、強みは何かと聞かれると固まってしまうことが多い。ぜひ外から見て強みを指摘していただけると、再認識できるのではないかと思います。

会 長：ソフトの部分が見えるようにする仕組みが大事だというご指摘だったかと思います。門真市も、国も、稼ぎ頭は製造業ということで、国と比較しても、資料3で見ると門真市は割合が大きいので、そのあたりの位置づけをより明確にすると思います。大阪府自体も、製造業の経済的に果たす役割は大きいかと思いますが、それに比べてもさらに、といった、門真市の特徴をうまく出しながら、

それがここに注力していく意味である、という説明につながっていくのではないかなと思います。

その他に何かご質問等はいかがでしょうか。

**委員：**大阪府のものづくり企業の集積は全国でも1位、2位を占める割合ですが、一方では、99.6%が中小企業です。

大阪府のものづくりはフルセット型という言い方をされ、色々な業種がバランスよく存在しています。また、歯ブラシからロケットまでという言い方もされます。ただ、これは強みであると同時に弱みでもあるかと思います。突出した産業がない中で、大阪の強みに磨きをかけるにはどうしていくべきなのか。連携や域外から仕事を取ってくるなどが必要だと思います。また、各地で盛んになってきているオープンファクトリーには2つの大きな効果があると考えています。一つは、外から人を呼び込んで、新しい出会いや交流の機会作り。もう一つは、地域内の企業を知り、そしてつながるということ。インナーブランドということも言われています。万博が近づいてきていますが、現状のオープンファクトリーの多くはイベント的に数日間実施しています。万博では外国のミッション団等も来ると見込まれるため、万博を契機に常日頃に受け入れる体制も必要ではないかと考えています。そのことにより、ビジネスを取り込めるチャンスになるのではないかと思います。

また、先ほど人材シェアの話がありましたが、大正区、港区では人材育成の協議会を作って、技能が優れた技術を持つ技能者を国が認定するものづくりマイスター制度というのがあります。各企業・工場にいるマイスターに周辺企業・工場の方が習いに行くカリキュラムを作っておられます。外から講師を呼ぶのはコストがかかりますし、企業内部だけでは人材が限られていますし、そういった人材がない場合もありますので、また参考していただければと思います。

また、強みの話で、匠の申請により、自社のメリット、強みが分かる、という効果がありますので、匠の申請をしていただけるよう誘導いただければと思います。

**会長：**門真市にもカドマイスターがありますし、匠も、年々提案書がレベルアップしていて、支援の体制が充実していることもあるかと思いますが、強みを知る機会になるかと思います。

その他いかがでしょうか。

**委員：**骨子案の基本戦略2について、具体例に、域内受発注の促進とありますが、域内の循環を高めるのは大事だと思います。冒頭でも、基幹産業で外から稼ぐという



話がありましたが、どちらかという受注に関しては外から稼ぐ方を重点に置いた方が良いと思いました。アンケートでも、門真市内の受注先が少ないということもありましたので、そちらを打ち出したほうがいいのではないかと思います。また、参考資料について、上の図を見ると、門真市はほとんどが製造業のように見えますが、あくまで企業単位ということで、門真市内の大手企業が、市外も含めた全国で売上をあげている、市外の工場も含めて付加価値を生んだりしているということなので、見せ方は誤解を与えない様に注意しなくてはならないと思います。従業者数の28.4%は高いのかもしれないですが、それぐらいがベースとなるため、誤解のないように記入いただければと思います。

会 長：ありがとうございます。その他はいかがでしょう。よろしいでしょうか。

一 同：はい。

会 長：ありがとうございます。本日頂いたご意見の反映や、その他修正につきましては、会長一任ということで、事務局と私のほうで骨子案とさせていただきたいと思いますので、ご了解いただければと思いますが、よろしいでしょうか。

一 同：異議なし。

会 長：それでは事務局と共に検討させていただきます。  
この件につきましては以上で終了します。

### 案件3 その他

会 長：次に「その他」に移らせていただきます。  
事務局から何かありますでしょうか。

事 務 局：第3回の懇話会の開催につきましては、第1回の懇話会でお示ししましたとおり、12月中旬から令和6年1月中旬にかけてとなっておりますが、1月中旬までを目途に日程調整をさせていただくということで、よろしくお願いたします

会 長：それでは、残りの時間は意見交換に充てたいと思います。本日の内容以外でも結構ですので、何かございましたら、どうぞ忌憚のないご意見をいただければと思います。

### (意見交換等)

委員：先ほど企業間の人材の交流について話がありましたが、在籍型の出向といえ  
ば、コロナ禍で航空会社が自治体にとという話もありました。景気の変動で人を  
融通させる、足りないところへ売上、受注が減っている所から動かしていくと  
いうこともあるかもしれない、実際に取組みをされている例もあります。

また、経済産業省の方で地域の人事部という言い方をしていますが、一社単体  
では限界のある採用活動や育成について、複数の企業、金融機関、自治体など  
関係者が一体となって進める取組みを支援しています。

門真市ものづくり企業ネットワークには、人材確保・育成事業部会があり、そ  
ういった会を母体としながら、基本戦略3にある、戦略的な人材確保・育成に  
ついて、行政だけではなく企業も巻き込みながら、仕組みを作っていくことも  
検討材料の一つではないかと思います。このような点について皆さんどう思わ  
れますでしょうか。

会長：忙しいときはみんな忙しい。逆に言うと暇な時の使い方が大事で、そういう時  
に人材訓練ができればいいですが、そういう時はなかなかお金が出せない状況  
があるため、そこに市が補助金を出してくれるであるとか、そういった事業が  
あるといいのかもしれない。

バンクというか、ストックしておく人材自体が今後少なくなっていくわけで、  
見方を変えると、生産性をどう挙げていくか、その手段としてのデジタル化の  
活用に進むために、先ほど議論のあった自社の棚卸などやるべきことに注力し  
ていくかも、改めて大事なのではないかと思います。

委員：当局で本年度試みていることとして、製造業の現場の人材不足にどう対応する  
かということで、省人化できるものと、人でなければ出来ないものの棚卸をす  
る、その検討プロセス自体を横展開できないか、検討しているところです。

これまでは景気の波があり、求人票が出てこないということがありましたが、  
これからは恒常的に人口が減ってきて、人が足りないという時代となってく  
ると、本当に人しかできないことを見極めて、経営者がそれを認識したうえで求  
人活動をしていくことをしなくてはいけない。見える化の作業が必要だと思  
います。

また、在籍型の出向を推奨しようということではなく、一社で難しい場合は、  
地域の中で特に育成をしっかりやっていくことが、戦略や枠組みに入れていく  
ことが重要だと思っています。

会長：はい、どうぞお願いします。

委員：我々の業界ということではなく、我々の取引先関係については、実はあまり調子が良くありません。本来これだけ円安となれば、色々なコスト競争力がついてくるかと思いますが、現状は円安になっているにもかかわらず、コスト競争力で戦えないという状況となっており、シェアを取られ続けている状態です。材料費や他が上がったといっても、なかなかコストの転換が出来ない状況ですが、これだけ円安になっているにもかかわらずなぜコストで戦えないのか、素朴な疑問があります。なかなか苦しい状況です。

また、省人化はやらなくてはいけないと思いますが、省人化と無人化があり、無人化、自動化というどうしても腰が重くなる。省人化で人が関わらなくてはいけない間は仕事があるのですが、自動化して無人化することでその仕事のごっそりなくなることが多く、日本でやろうと思うと、人が関わる部分は残さなくてはいけないのかなと考えています。

会長：完全自動化すると海外へ行ってしまうということでしょうか。

委員：そうですね。ラインごとどこかへ行ってしまう。

会長：逆に今は、国内に回帰して完全自動化でやろうとラインを作って動かされたりしていますが。この辺りはいかがでしょうか。

委員：そうですね。無人化できるものも確かにあると思いますが、無人化したときにその商品をどこで作るか、原料の調達や電気代、維持費、商品の消費地がどこにあるか物流コストが絡んできます。これだけ円安になると、海外で作って日本に運んでくるより、国内で生産したほうがましかなということはあるかと思いますが。ただ、無人化まで行ける例はそんなに多くはないと思いますので、どこかで人が関わらなくてははいけない。ボタンを押すだけにしてしまうと、どこでもできるため、その時々で一番安い所に行ってしまう。とはいえ、職人芸的な部分は残っている。そこに、皆さんなかなか気づかないところがある。海外に持って行って作ってみるとなかなかうまく行かず、日本から人が行って教えているうちに、向こうの人が気づき、海外で物が作れるようになる。弊社でも、日本のマザー工場のノウハウを伝えないと、海外の工場は立ち上がらないということがよくある。その辺りを見える化できるかによって、連携するにせよ何するにせよ、やり方が変わるのだらうと思います。気づいていないことがたくさんあって、海外で同じように作っても、同じようできない。うどんと同じで、そこで作業している人はなんとなく肌で感じたまま作業していても、実

は毎日、微妙に調合している。ただ、自分は調合している意識はないため、同じように作っているといっても他ではうまくいかない。昨日と違うことをしていないかと聞いてみると、そこで初めて気が付く。なぜそんなことをしているのかは自分でもわかっていない。その点が、デジタル化できるとベストですが、引き継ぐのが難しく苦しんでいる。感覚的な色や匂いや肌触りで感じている部分が多いため、すごく難しい所ではあります。もし、そういったものが見える形にできれば、人をキーに連携することができるため、気づいていない強みを見える化することは、すごく大事だと思っています。

会 長：ありがとうございます。そういった意味では、属人的なようで、でもいざ量産する際には標準化されている部分もあるかと思いますが、いかがでしょうか。

委 員：そうですね。弊社も色々と課題はありますが、業界、他社で言うと中国からいち早くベトナムなどに工場を移転されていて、弊社でも、10年から20年で、中国の深セン、東莞がメインとなりますが、人件費、材料費が6倍となっており、巷ではガチャガチャが人気ですが、上代が決まっています。400円から500円から変わらず、一方で原価はどんどん圧迫されています。それなら別のところに変えればという話がありますが、それこそ属人的な部分で、塗装作業、完成品に向けては手作業となるため、弊社のこだわりで、部分的な機械で判を押せばできるような塗装も工程分解してやっているため、20年から30年前から築いてきた中国の工場との関わりもあります。本来、そういった部分も企業の経営戦略を考えると、変えるべきなのかもしれないですが、変えていくことができず利益を圧迫しているところはあります。弊社としても課題があると考えており、どう変えていけるのかなとお話を聞いていました。それこそ、国内回帰ではないですが、単価も上がり、不良品が出るとその分手間もコストもかかりますので、国内で生産したほうが費用面ではいいのではないかなと、高知県に2年前に工場を作ったのですが、2年やってきてやっぱり中国の方が安いということもあり、本末転倒な部分もあります。課題はあるのかなと思いつつ聞かせていただきました。

会 長：ありがとうございます。皆さん模索をしておられるからこそ、こういうところで議論ができるのかもしれないですね。  
それでは、次どうぞ。

委 員：高知県に工場を作られたけれど、中国で作ったほうが安いということでしたが、中国で作れば輸送費などもかかるとは思います。向こうで作ったほうが安

くなる一番の要因は人件費の部分でしょうか。

委員：そうですね。人件費と材料代です。例えば、SDGsの観点で、環境に配慮した素材を使用したほうが良いというメーカーも多いため、我々としてもそれに注力したいと思っていますが、国内ではそういった素材の研究が進んでいますが、それを使うとなると日本から中国へ支給しなくてはならずその時点でコストがかかってきます。となると、中国ですべて揃えて輸入してくるほうが安いということがこの業界では多く、SDGsになかなか踏み込めないということがあります。

委員：入り込んでしまうと逆に高くなってしまいます。

委員：材料費でも、プラスチックになると環境に配慮したものとなると、倍の価格となってしまうため、ただでさえ、フィギアなどは嗜好性が高く、生活の中でどちらかというとならない、趣味性の高いものとなるので、価格が上がってしまうと、ユーザーのもとに届きにくくなってしまいます。環境に配慮するのか、ユーザーの手の届きやすい価格にするのか、そのバランスが最近崩れてきていると感じます。

会長：昔は100円だったものが、今は子どもが買いに行くと300円から500円とかかり高いなと感じてしまっていますが、一方でコストが上がっているということなんです。

他に何か協議されるべきことなどがありましたらお願いいたします。

委員：今、脱炭素ということで、企業にとっては、サプライチェーンの中で脱炭素の要請を受ける側面と、とにかく経費を下げたいというエネルギー価格の側面があり、セミナーを精力的に環境担当部局とやっていますが、参加状況があまりよくないセミナーがあります。なぜなのかということ、企業様からありましたらおっしゃっていただきたい。セミナー内容としては、カーボンニュートラルを巡る情勢や経産省、環境省、府の支援内容、あるいは、いかに省エネしていくかということで、ボイラー編、エアー編と細部に分けてやったり、補助金の情報などがあります。参加率が良いセミナーもありますが、全般的に言えば低調であるため、こうすれば参加したくなるといったご意見があればお願いしたい。

委員：すべての内容を知っているかどうかはわかりませんが、世の中の流れがSDGs

だとかカーボンニュートラルなどの方向に動いているが、我々、中小企業から先行して動きにくいという面があります。取引先や親会社が、こういった方向に行こうとしているのかがわからなければ、全く違う方向に先走ってしまい、後からそれは違うと言われても、困ってしまう。どちらを向いていけばいいか、我々も分かっていない中で、動きづらいというのが正直なところかと思えます。なんとなく向かう方向性はわかるものの、では具体的に何をしましょうという、ちょっと待っていてという状況になっているのが現状です。

**委員：**LED照明の導入補助金などは早々に枠が埋まったりします。電球を変えるという事は機能面の話で社の方針とはあまり関係ないため、そういうことなのかと思ってお話を聞いていました。

**委員：**LED照明は、初期費用に対して1年半から2年で元が取れるということで、償却を短く計算されることが多いですが、太陽光であれば20年から30年、カーボンニュートラルでも同様になります。LED照明であれば、できるならやらないと、という動きになり易いですが、もう少し大きなものとなるとなかなか判断が難しいのではないかなと思います。弊社も太陽光にするかどうかで議論を続けていますが、屋根の耐荷重が足りないということで、それを補強する必要があるようです。

**会長：**他に企業が積極的になれない要因などはありますでしょうか。

**委員：**LED照明の話になりますが、弊社も先月管内の照明をLEDに切り替えたところで、ここ7から8年ほど切り替えるかどうかについては、補助金の話やリース会社からの提案などがありましたが、声の大きい経理から、どれほどのエビデンスがあるのか、現実的な数字を出すように言われるため、今回は6万円得するという話があり切り換えましたが、実際にやってみるとあまり変わらないということもありました。決める前から決まった後も、社内で色々な議論はあるため、弊社で言うとなかなか躊躇して進められなかったというのはあります。LEDに限らず色々なものを導入しようとする、費用対効果ということで、中身を十分に精査できるかということや企業のニーズに合うかどうか、タイミングなども含めてそういったところがポイントになるかと思えます。

**委員：**先入観もあるかもしれないですが、SDGsやカーボンニュートラルを真剣に取り組んでいくと、コストとしては増える方向の施策だという認識があります。先ほど話したように、コストをいかに下げるか四苦八苦している中で、後回しに

なってしまう部分があります。LED など何年かすれば償却できるというものであればとっつきやすいのではないかなと思います。SDGs、カーボンニュートラルに取り組むとコストがこれだけ下がりますという話であればもっとみんなも話を聞くのではないかなと思いますが、だれが負担してやるのか、というイメージが払拭できずにいるのではないかなと思います。

**会 長：**見える化して、消費電力量などを見ていくと、よくある事例で、夜間、使用していない機器で電気代がかかっているものを止めると年間約 100 万円の電気代を節約できるとか、空調機のモニタリングをしたところ稼働はしているが効いていないところを止めると年間約 200 万円の節約になるなど、それが DX の延長線上となります。そもそも GX は DX をベースとしてあるため、カーボンニュートラルは消費電力量などを、単に LED を入れればということだけではなく、まず見える化することが必要な取組だと思います。

ある企業さんは、自社の機器を導入すればカーボンニュートラルになるとおっしゃいますが、まさにそれも投資対効果で、なかなか敷居の高い話になります。

愛知県のある企業さんではそのような事例も出されていますし、兵庫県のある企業さんでも、データサイエンス勉強会をさせてもらっていますが、消費電力を簡単なセンサーを付けるだけで見える化し、コンプレッサーを各機械に付けていたものを検証したところ、1 台で問題ないということがわかり、かなりの省電力の効果がわかりました。他にもまだまだあるだろうということで、投資はできるだけ少なく、高い電力代を抑えることはできるのではないかなと思います。照明は使っている電力量がそれほど多くはありませんので、そういった意味でインパクトが弱いのではないのでしょうか。

**委 員：**府が先日行った省エネセミナー内容で、デマンド方式ということで、電気料金は基本料金の部分が結構大きく、年間の最大需要量に積算されるため、デマンド方式を導入して空調を止めるとか、機械を止めるとか、影響のない範囲で調整すると節電できるといった内容でした。データを取るのは比較的簡単であり、また、経費もあまり掛からず、努力もあまり必要ない。お役所の悪い所は、世界の潮流だの、カーボンニュートラルだということを前面に謳ってしまい勝ちなので、もっと実利の部分、経費削減がこれだけできるといったことを提示するような訴え方、内容に変えていかなければならないと感じました。

**会 長：**設備の使用電力がどうなるかが見えて、改善したところ、電力消費量の低減となり、コスト削減につながってきた。これが炭素の排出量も削減することにつ

ながら、カーボンニュートラルに近づいている、というような話の方が興味を持たれるのではないのでしょうか。

他に何かありますでしょうか。

**委員：**アンケートの18から19ページ、メリット、デメリットについて改めてみたときに、資料3の機会に、高い交通利便性と書いてあり、メリットで交通の利便性が良いは41%とある、一方で、デメリットで交通の便が悪いが16.4%とあり、その下に従業員の確保が困難とあります。メリットの方でみると、外注先や受注先が近いという項目があり、3割が高いかどうかもありますが、恐らく、物を出荷したり、材料を入手する際の交通の利便性は良いと言っている一方で、デメリットで交通の便が悪いと言っている人は、従業員が通勤するのに駅から遠いということやバスがない、車がないと難しいという点を交通の便が悪いと言っているのではないかと推察します。この辺りについては、アンケート上は枝間がないため掘り下げられないですが、資料3の機会に、高い交通利便性と挙げるのであれば、もう少し掘り下げてもいいのではないのでしょうか。先ほど申し上げた仮説が正しいのであれば、人材の確保がしにくい、という多くの声に対して、何か施策を出していくヒントになるのではないかと思います。

**委員：**アンケートの回答だけで掘り下げるのは難しいかもしれませんが、各事業所の住所と紐づけることで、傾向が見えてくるのではないのでしょうか。

**委員：**枚方信用金庫の門真東店の目の前にあるバス停の京阪バスの路線が廃線となる、ということで、どうやって通勤しようかと考えているところです。京阪バスがドライバー不足ということで、国道163号線や第二京阪など色々あるため、輸送などについては、門真市は便利だと思えますが、駅からの交通手段については、原付や自転車などあると思えますが、これからまだまだ廃線していくのではないかと思います。このあたりの課題を人材を雇っていくためにどうしていくのか。企業としても手狭などで移転したいと考えても、従業員が通える範囲でしか移転が出来ないということもたくさん聞いているので、そのあたりは本質をついているのではないかと思います。

**会長：**門真市は東西に京阪電車があり、地下鉄も門真南まで来ていますが、南北がないですね。

**委員：**大東と門真の間が不便な感じがします。



- 会 長：大東市の見学をしてから京都に行こうとすると、京橋に戻るか、いったん京都まで出て近鉄で戻ってくるかしかなく、タクシーで行った方がいいという話もありました。
- 委 員：資料3のSWOTについては、もう少しクロス分析をした結果を置いていったらいいかなと思います。例えば、門真のものづくり企業の特徴は何かというときに、資料1の15ページにあるように「多品種少量型」や「一品モノ」に特化した企業の割合が高いですが、これをまた、売上高や従業員規模別で見たときに、強みや弱みの特徴が見えてくるのではないかと思います。
- また、門真市内との取引状況について、17ページを見てみると、10%未満が圧倒的に多く、一方で、18ページを見てみると、受注先や外注先が近いという回答がそれなりにある。そもそも10%未満では地域の中で活発に取引が行われているとは言えないと思いますので、この辺りはヒアリングなどもう少し深掘してみてもいいのかなと思います。今後の戦略を考えているうえで、門真のものづくりネットワークができて10年が経過し、ネットワークができつつあると言いつつも、企業間の情報収集がしやすいという回答は5%に満たないということなので、もう少しネットワークの現状について、どこまでできていて、どこを強めていくべきか、仮説ができてもいいのではないかと思います。
- 会 長：ファクトと対になって各項目が示せばいいということですね。
- 委 員：門真市内の受注が増えていった方がいいということであれば、そこに対して策を打っていくことが重要な戦略となるため。
- 会 長：そのほかはいかがでしょうか。以上でよろしいでしょうか。
- 一 同：はい。
- 会 長：それでは懇話会は以上をもって終了とさせていただきます。委員の皆さま、どうもありがとうございました。

以 上