

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)

門真市 産業振興課

三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング

2023 年 11 月 30 日

《 目 次 》

I. 調査の目的と概要.....	1
1. 調査の目的.....	1
2. 調査の概要.....	1
II. 調査結果	2
1. 事業所の概要	2
2. 経営状況について.....	5
3. 生産・取引の状況について	13
4. 立地環境・操業環境・今後の事業展開について	18
5. 事業環境の変化に対する対応について.....	24
6. 人材の確保・育成について	30
7. 貴社・貴事業所の誇り・強みについて.....	43

I. 調査の目的と概要

1. 調査の目的

門真市の「基幹産業」である「ものづくり産業」の振興を通じた経済の活性化を図るとともに、製造事業者の課題及びニーズに的確に対応した施策を計画的かつ一貫して展開していくための基本方針である「門真市ものづくり産業振興計画」の策定に向け、事業者が抱える課題や市内企業の実態把握、経営課題、施策ニーズを把握するため、市内事業所に対し、アンケート調査を実施した。

2. 調査の概要

(1) 調査方法

調査名称	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
実施期間	令和5年10月31日（火）～令和5年12月1日（金）
調査方法	郵送による調査票の配布、郵送またはWEBによる回収
調査対象	門真市内に事業所を構える633事業所 (総務省事業所母集団データベース(令和3年次フレーム)より抽出)

(2) 回答状況(令和5年11月17日現在)

発送数	未達数	有効 発送数	有効回答数			回収率
			郵送による 回収	WEBに よる回収	合計	
633件	40件	593件	43件	18件	61件	10.3%

(3) 報告書の見方

- ・ 速報版のため、今後の集計作業によって結果が変化する。
- ・ 回答結果の比率はパーセントで表している。四捨五入の処理の関係で、見た目上の比率を足し算しても、合計が100%にならないこともある。
- ・ 複数回答が可能な設問では、回答結果の比率を合計しても100%にはならない。
- ・ 報告書に掲載しているグラフにおいて、値の小さい項目は表記を省略している場合がある。

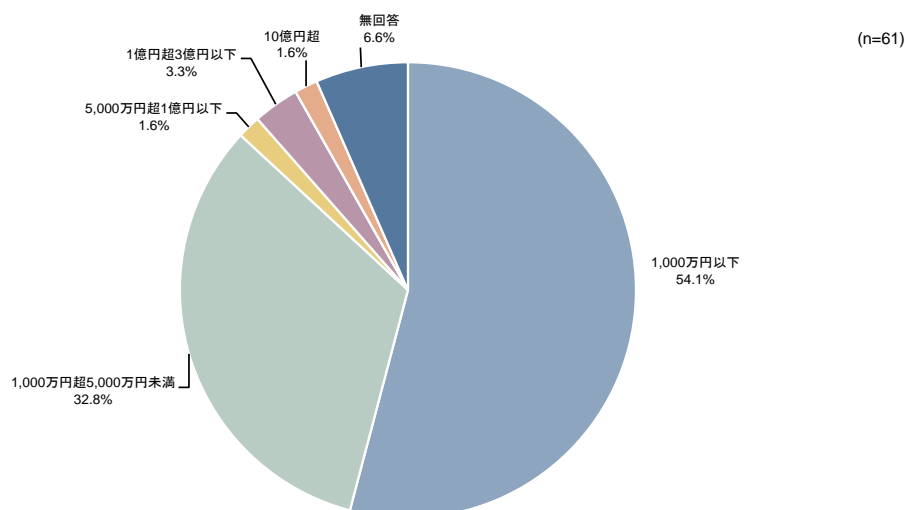
II. 調査結果

1. 事業所の概要

(1) 資本金

「1,000 万円以下」の割合が最も高く 54.1%となっている。次いで、「1,000 万円超 5,000 万円未満 (32.8%)」、「1 億円超 3 億円以下 (3.3%)」となっている。

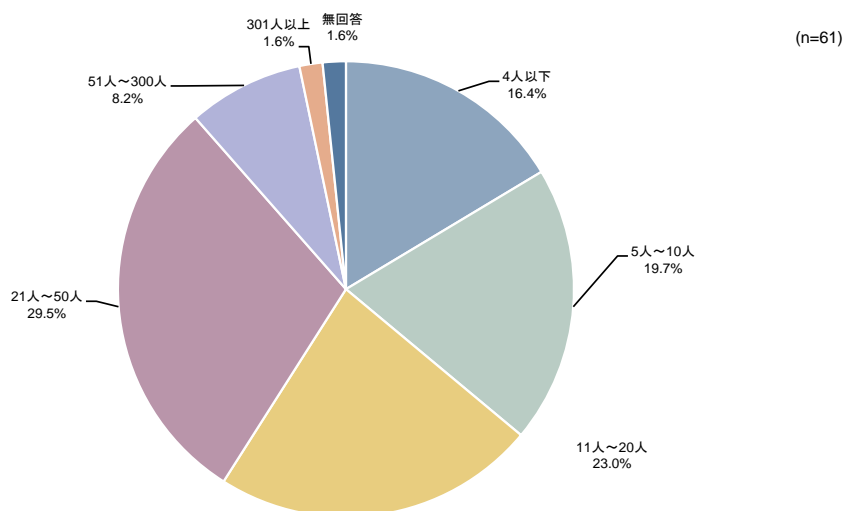
図表 II-1 資本金



(2) 従業員数

「21 人～50 人」の割合が最も高く 29.5%となっている。次いで、「11 人～20 人 (23.0%)」、「5 人～10 人 (19.7%)」となっている。

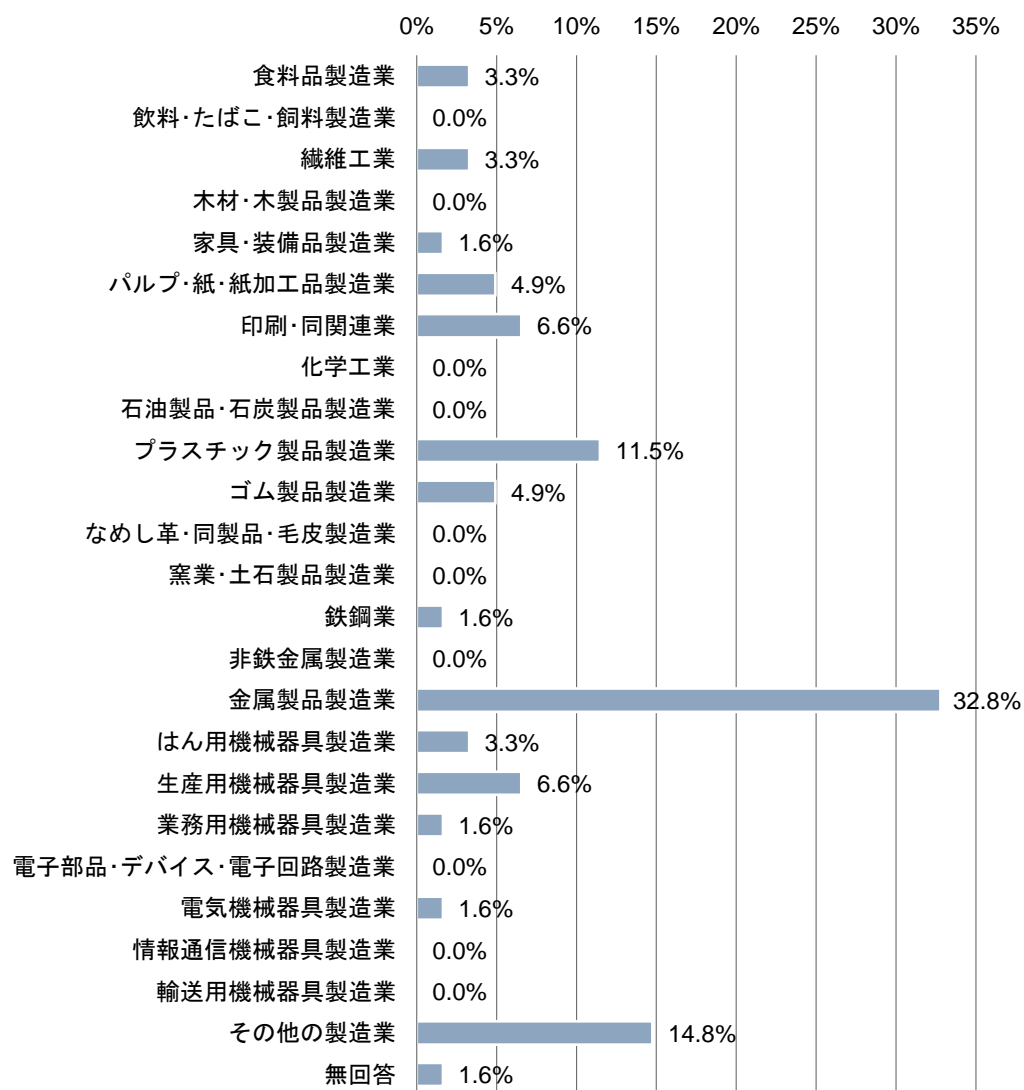
図表 II-2 従業員数



(3) 業種

「金属製品製造業」の割合が最も高く 32.8%となっている。次いで、「その他の製造業 (14.8%)」、「プラスチック製品製造業 (11.5%)」となっている。

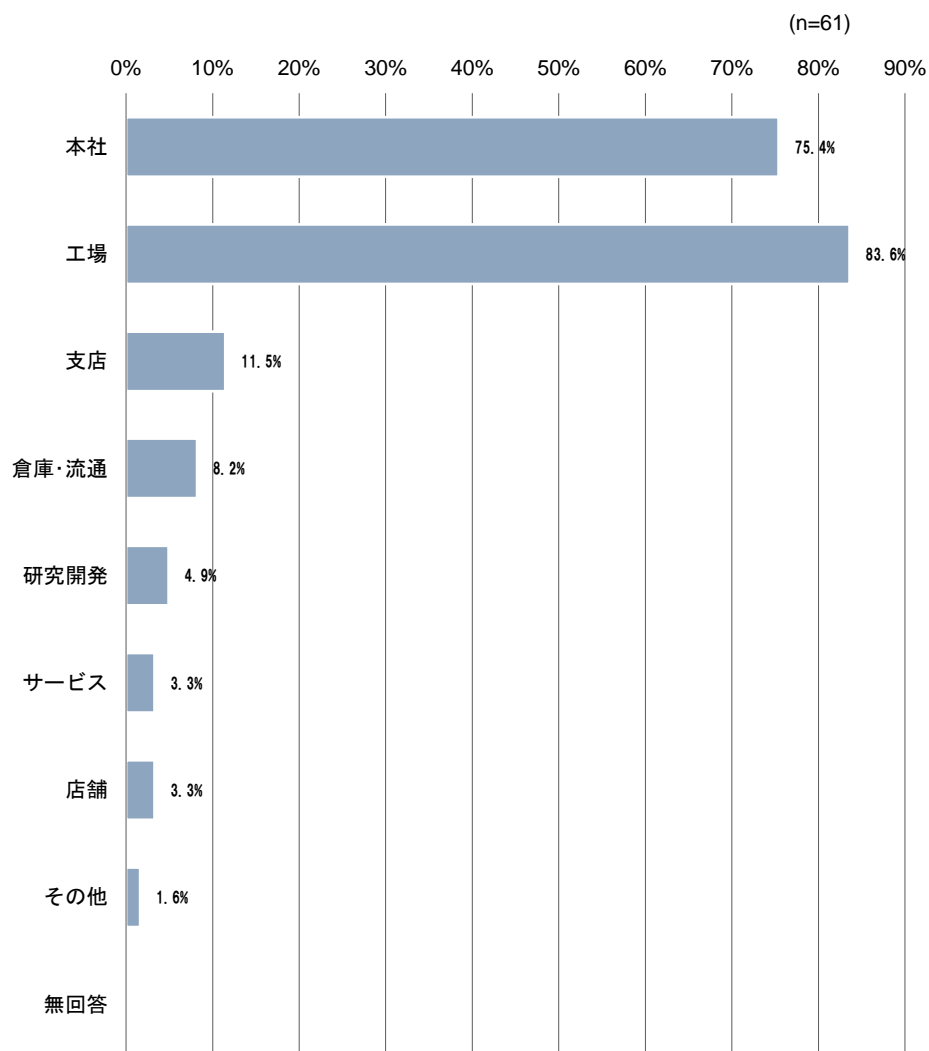
図表 II-3 業種



(4) 門真市における機能

「工場」の割合が最も高く 83.6%となっている。次いで、「本社(75.4%)」、「支店(11.5%)」となっている。

図表 II-4 門真市における機能



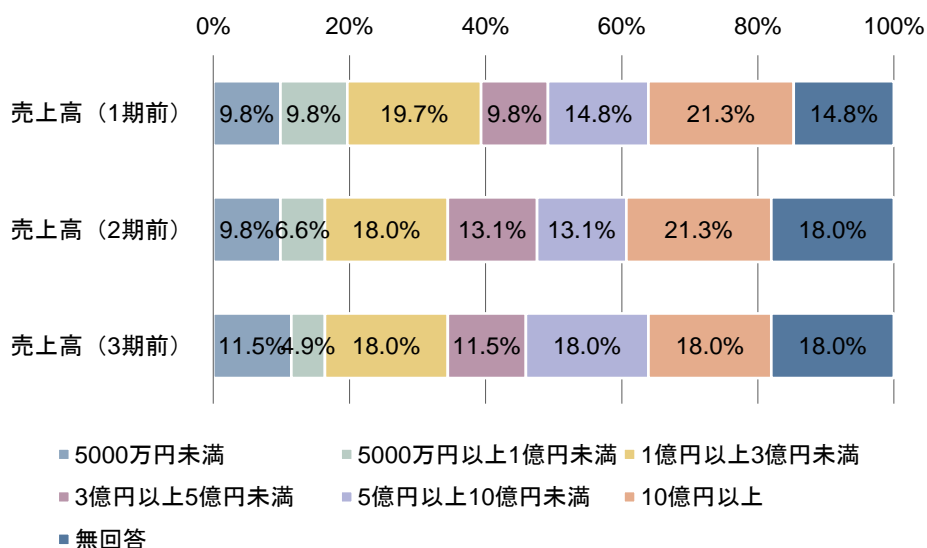
2. 経営状況について

(1) 年間の売上・経常利益(1期前～3期前の決算)

① 売上高

1期前の売上高をみると、「10億円以上」の割合が最も高く21.3%となっている。次いで、「1億円以上3億円未満(19.7%)」、「5億円以上10億円未満(14.8%)」となっている。

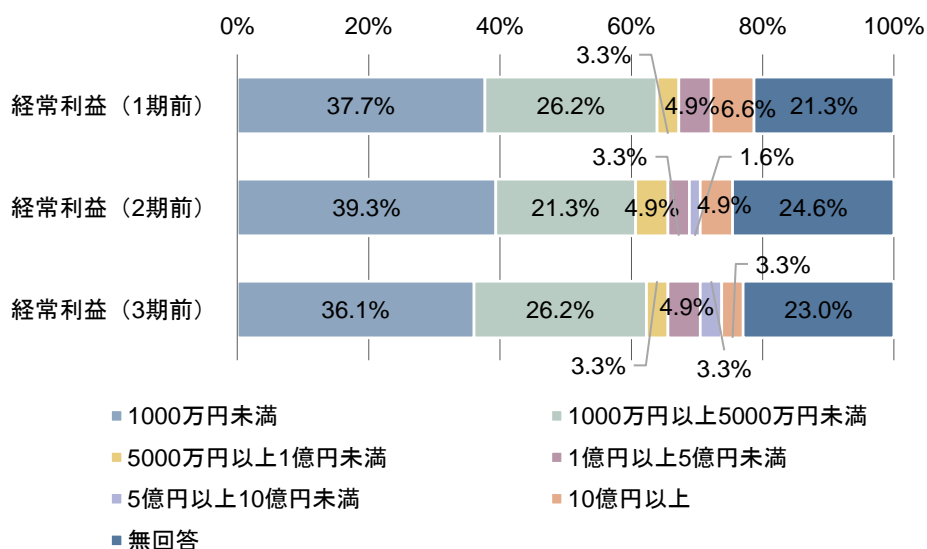
図表 II-5 年間の売上高(1期前～3期前の決算)



② 経常利益

1期前の経常利益をみると、「1000万円未満」の割合が最も高く37.7%となっている。次いで、「1000万円以上5000万円未満(26.2%)」、「10億円以上(6.6%)」となっている。

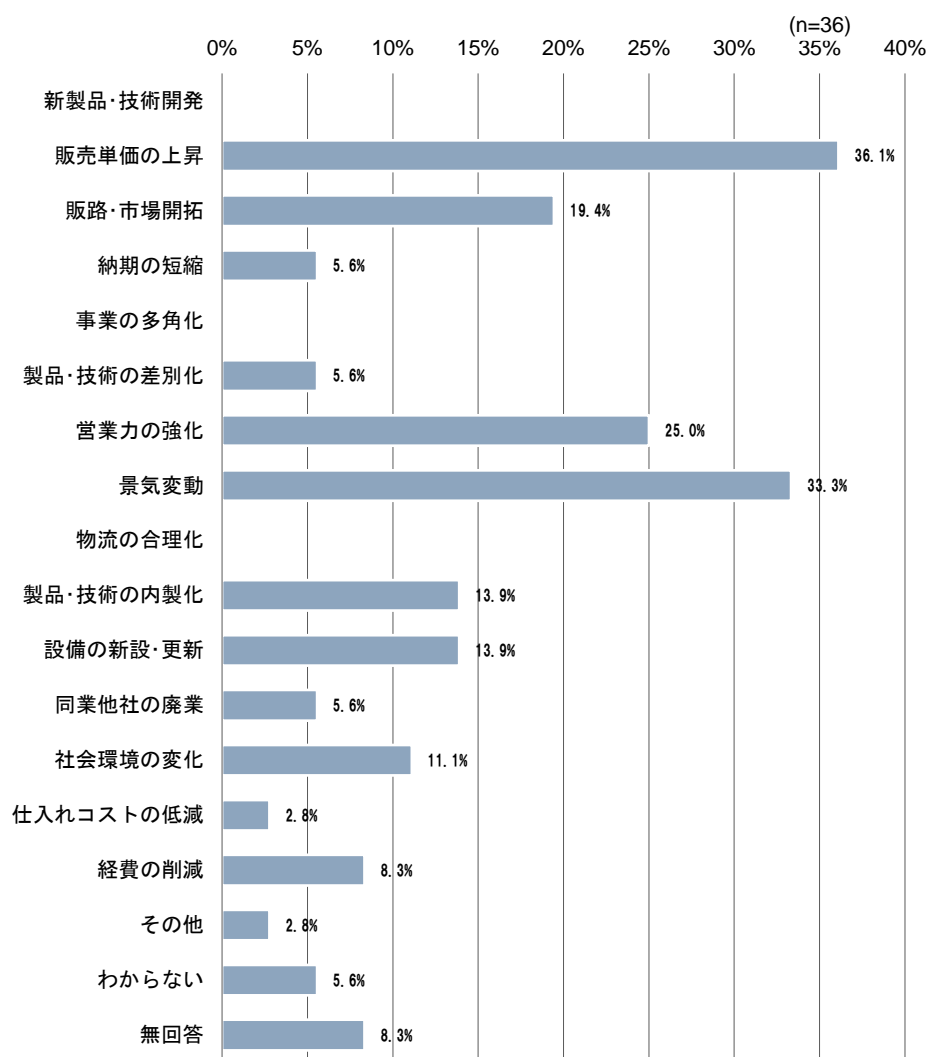
図表 II-6 年間の経常利益(1期前～3期前の決算)



(2) 売上が増加した要因

「販売単価の上昇」の割合が最も高く 36.1%となっている。次いで、「景気変動(33.3%)」、「営業力の強化(25.0%)」となっている。

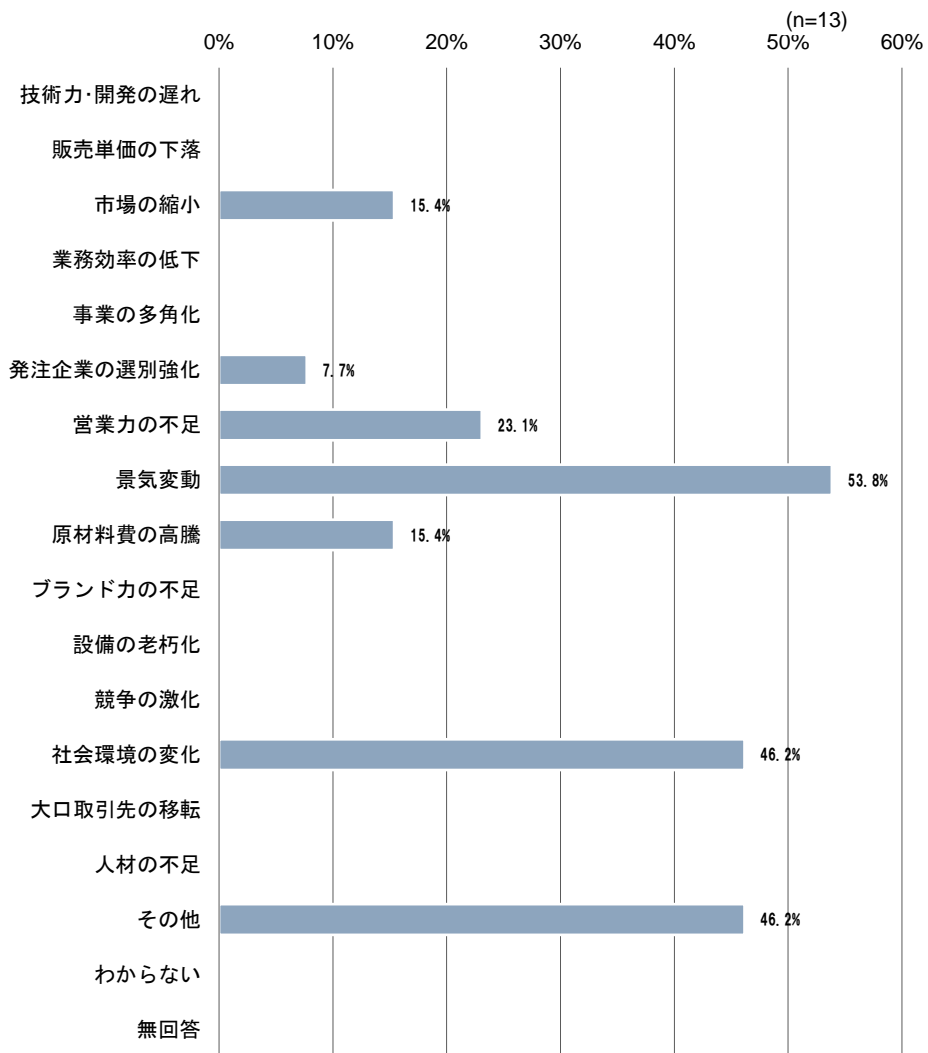
図表 II-7 売上が上昇した要因



(3) 売上が減少した要因

「景気変動」の割合が最も高く 53.9%となっている。次いで、「社会環境の変化(46.2%)」、「その他 (46.2%)」、「営業力の不足 (23.1%)」となっている。

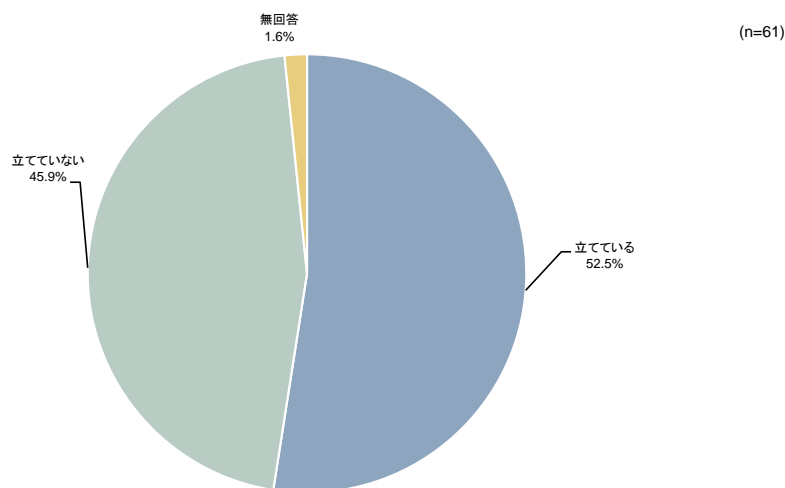
図表 II-8 売上が減少した要因



(4) 今後(3~5年程度)を見据えた経営戦略の有無

「立てている」の割合は52.5%であり、「立てていない(45.9%)」を上回っている。

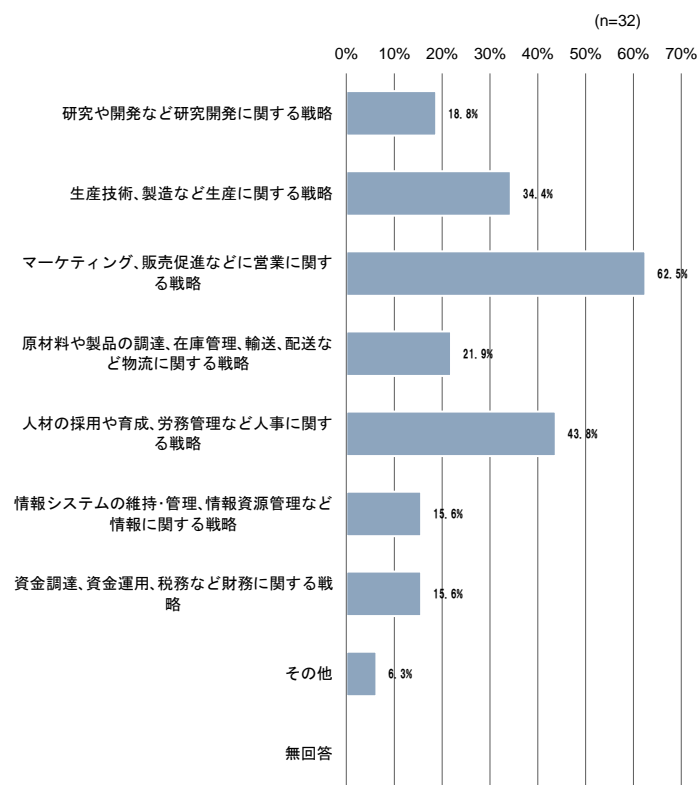
図表 II-9 経営戦略の有無



(5) 経営戦略の内容

「マーケティング、販売促進などに営業に関する戦略」の割合が最も高く62.5%となっている。次いで、「人材の採用や育成、労務管理など人事に関する戦略(43.8%)」、「生産技術、製造など生産に関する戦略(34.4%)」となっている。

図表 II-10 経営戦略の内容

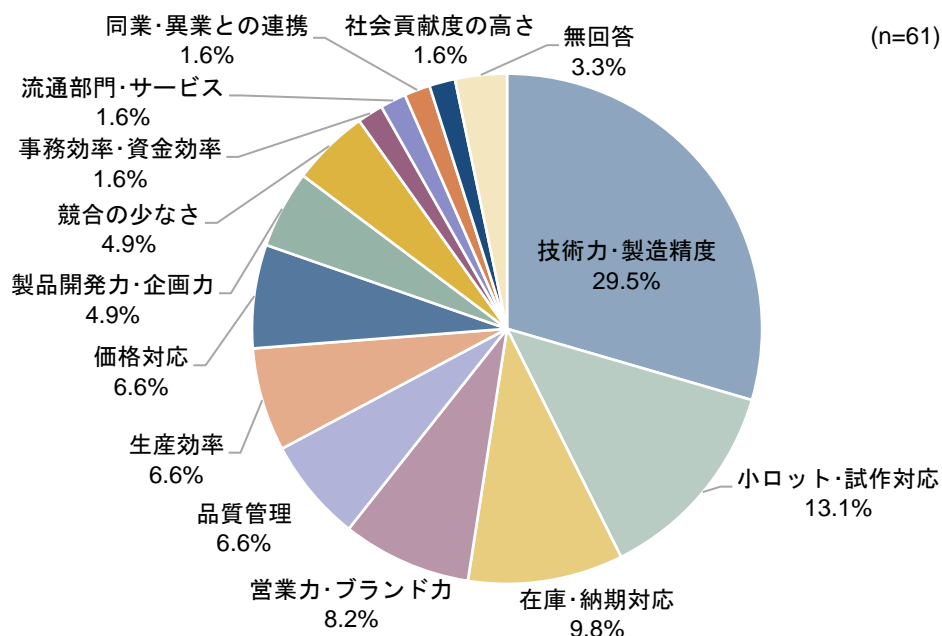


(6) 現在の強みと今後強化したいもの(1位～3位)

① 現在の強み (1位)

現在の強みの1位は「技術力・製造精度」の割合が最も高く29.5%となっている。次いで、「小ロット・試作対応(13.1%)」、「在庫・納期対応(9.8%)」となっている。

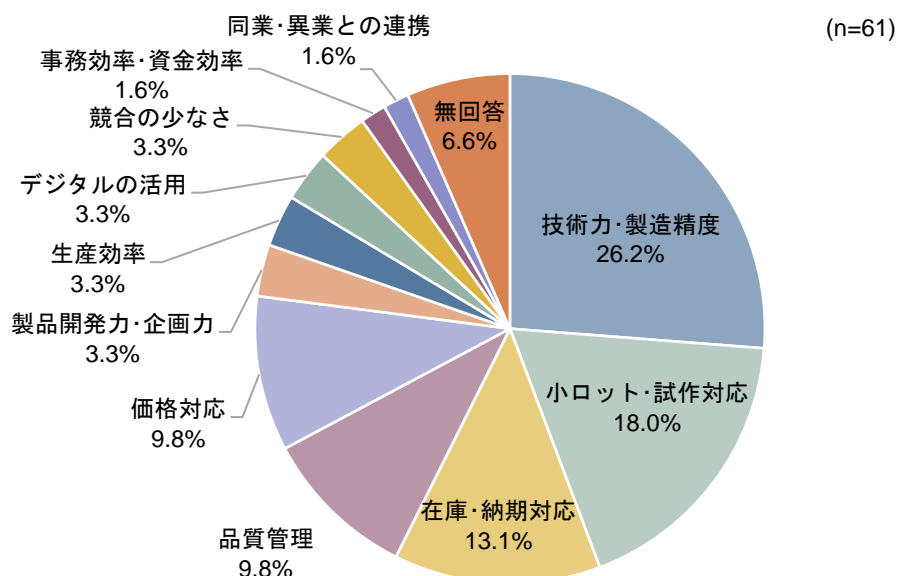
図表 II-11 現在の強み(1位)



② 現在の強み (2位)

2位も「技術力・製造精度」の割合が最も高く26.2%となっている。次いで、「小ロット・試作対応(18.0%)」、「在庫・納期対応(13.1%)」となっている。

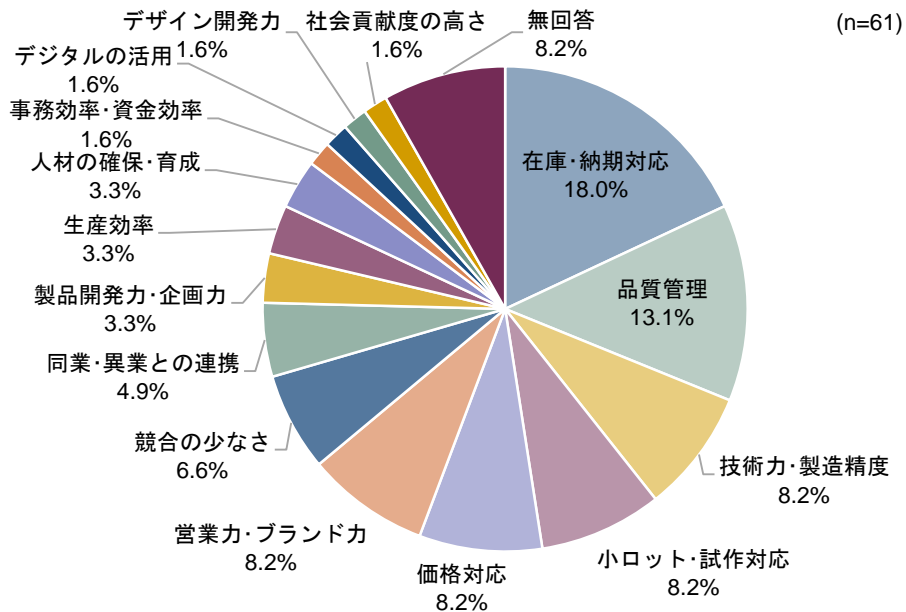
図表 II-12 現在の強み(2位)



③ 現在の強み（3位）

3位は「在庫・納期対応」の割合が最も高く 18.0%となっている。次いで、「品質管理 (13.1%)」、「技術力・製造精度 (8.2%)」、「小ロット・試作対応 (8.2%)」、「価格対応 (8.2%)」、「営業力・ブランド力 (8.2%)」となっている。

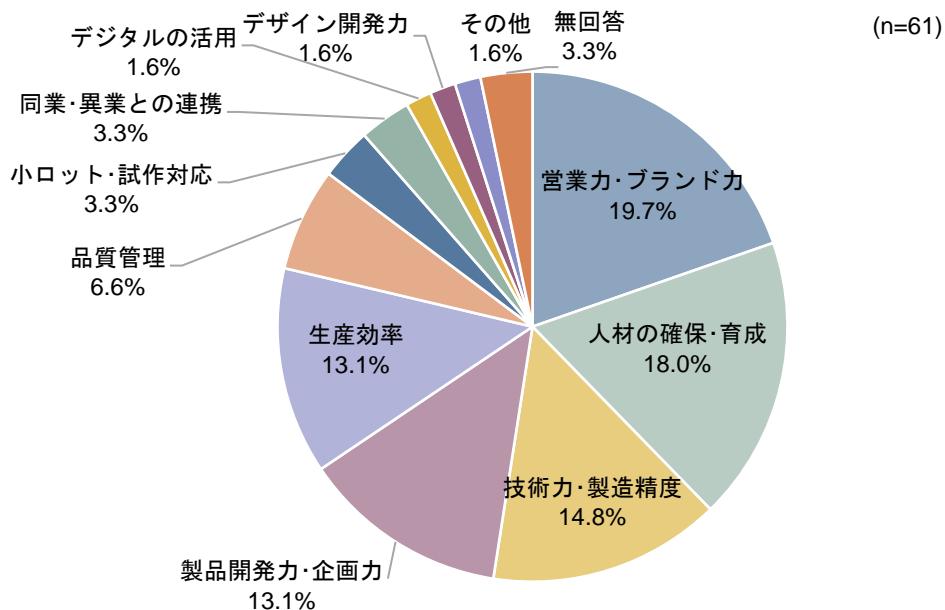
図表 II-13 現在の強み(3位)



④ 今後強化したいもの（1位）

「営業力・ブランド力」の割合が最も高く 19.7%となっている。次いで、「人材の確保・育成 (18.0%)」、「技術力・製造精度 (14.8%)」となっている。

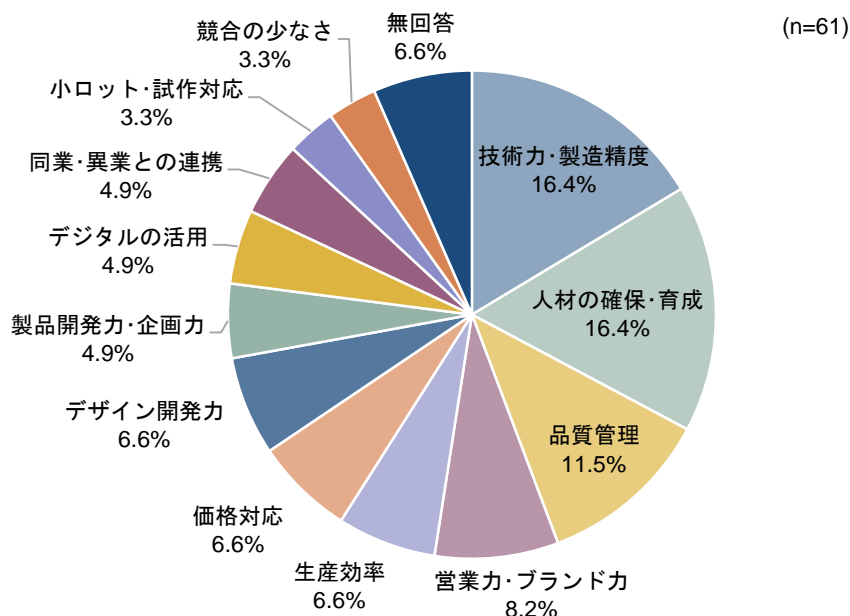
図表 II-14 今後強化したいもの(1位)



⑤ 今後強化したいもの（2位）

「技術力・製造精度」、「人材の確保・育成」の割合が高く、それぞれ 16.4%となっている。次いで、「品質管理（11.5%）」、「営業力・ブランド力（8.2%）」となっている。

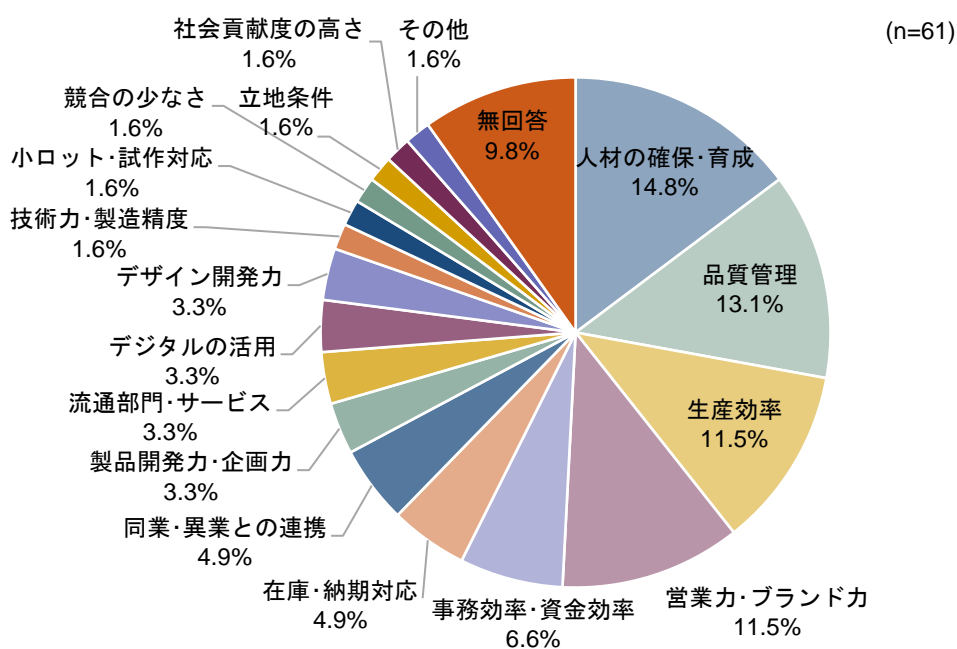
図表 II-15 今後強化したいもの（2位）



⑥ 今後強化したいもの（3位）

「人材の確保・育成」の割合が最も高く 14.8%となっている。次いで、「品質管理（13.1%）」、「生産効率（11.5%）」、「営業力・ブランド力（11.5%）」となっている。

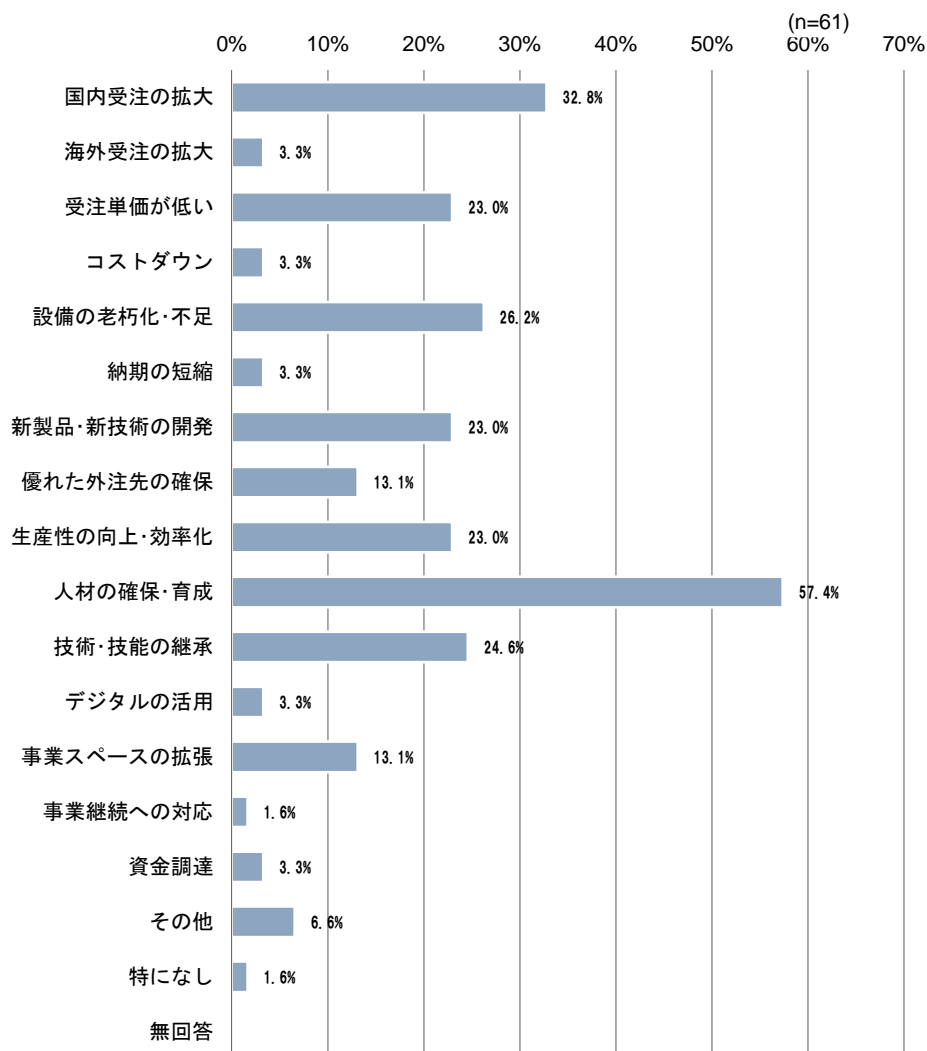
図表 II-16 今後強化したいもの（3位）



(7) 経営上の課題

「人材の確保・育成」の割合が最も高く 57.4%となっている。次いで、「国内受注の拡大 (32.8%)」、「設備の老朽化・不足 (26.2%)」となっている。

図表 II-17 経営上の課題



3. 生産・取引の状況について

(1) 生産している主な製品・技術の内容

生産している主な製品・技術の内容としては、以下のようなものが挙げられている。

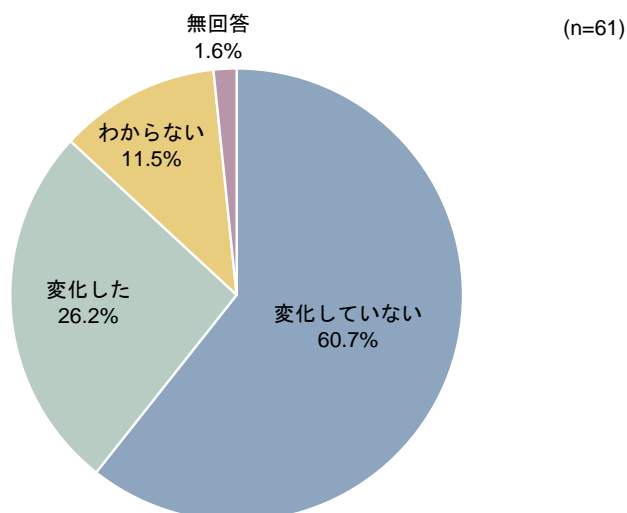
図表 II-18 生産している主な製品・技術の内容(一部抜粋)

No.	生産している主な製品・技術の内容
1	ステンレスのシャーリング・レーザー加工
2	ベアリング用鋼球・金属球・セラミック球・その他材料球の製造
3	印刷紙表面加工
4	アスファルト合材・再生路盤材
5	重量物用段ボール
6	空調機器・加湿器・全熱交換器・除湿器の製造
7	工業用ブラシ
8	サンドブラスト装置の製造
9	汎用旋盤金属加工
10	バッグやポーチなどの布製品
11	プラスチック製精密部品製作、試作部品
12	屋内外広告の印刷物 内装展示物製作
13	通販用段ボールケース(ワタチケース等)、ギフト用ケース等
14	工業用ゴム製品の製造
15	農産物漬物の製造

(2) 10年前と比較した最終製品の変化の有無

「変化していない」の割合が最も高く 60.7%となっている。次いで、「変化した(26.2%)」、「わからない(11.5%)」となっている。

図表 II-19 10年前と比較した最終製品の変化の有無



(3) 最終製品が使われている分野の変化

最終製品が使われている分野の変化としては、以下のような回答があった。

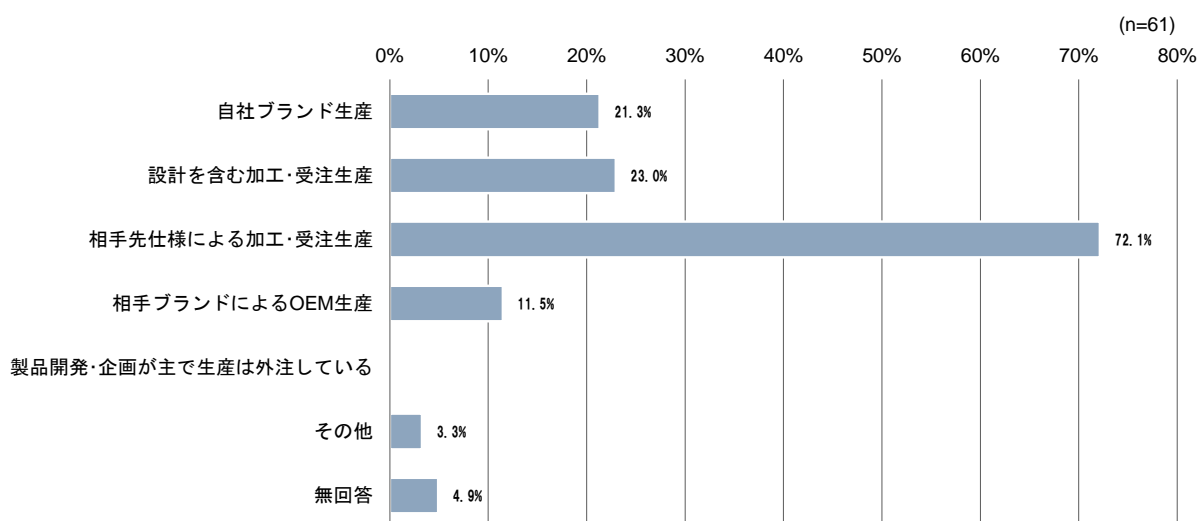
図表 II-20 最終製品が使われている分野の変化(一部抜粋)

No.	生産している主な製品・技術の内容
1	半導体から食品分野に変化した
2	従来分野に加え、自動車分野が増加した。
3	無線のリモコン等を使用した建設機械の製造
4	服飾からペット・アウトドア、大企業から小規模企業・個人
5	半導体関係から医療、食品関係に変化した。

(4) 主な生産内容

「相手先仕様による加工・受注生産」の割合が最も高く 72.1%となっている。次いで、「設計を含む加工・受注生産 (23.0%)」、「自社ブランド生産 (21.3%)」となっている。

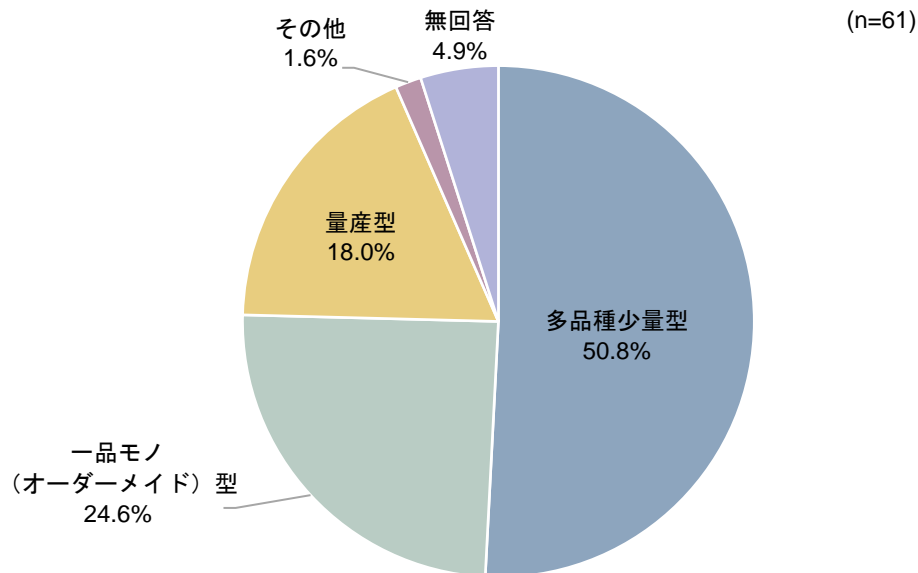
図表 II-21 主な生産内容



(5) 主な生産形態

「多品種少量型」の割合が最も高く 50.8%となっている。次いで、「一品モノ（オーダーメイド）型（24.6%）」、「量産型（18.0%）」となっている。

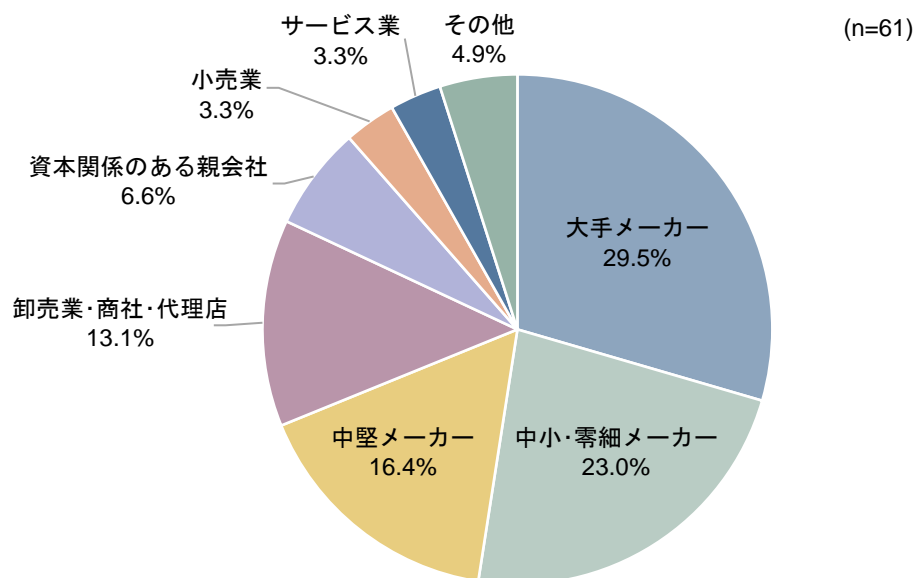
図表 II-22 主な生産形態



(6) 売上が最も高い顧客・取引先

「大手メーカー」の割合が最も高く 29.5%となっている。次いで、「中小・零細メーカー（23.0%）」、「中堅メーカー（16.4%）」となっている。

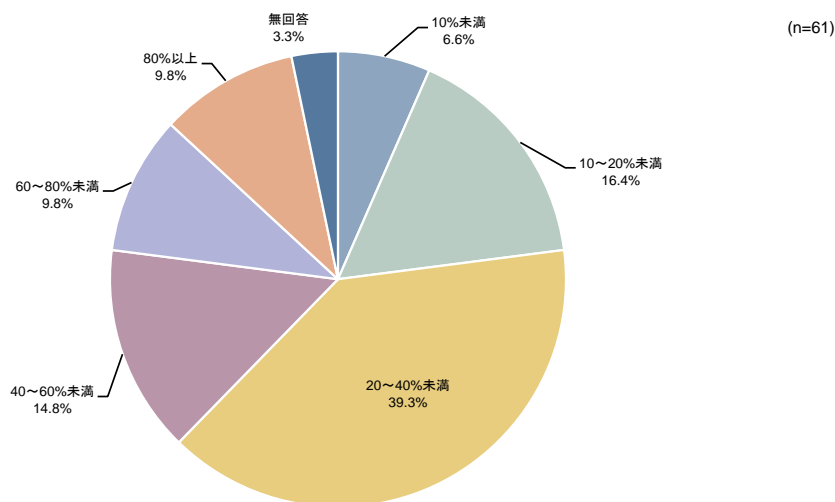
図表 II-23 売上が最も高い顧客・取引先



(7) 売上が最も高い顧客・取引先との取引の比率

「20～40%未満」の割合が最も高く 39.3%となっている。次いで、「10～20%未満 (16.4%)」、「40～60%未満 (14.8%)」となっている。

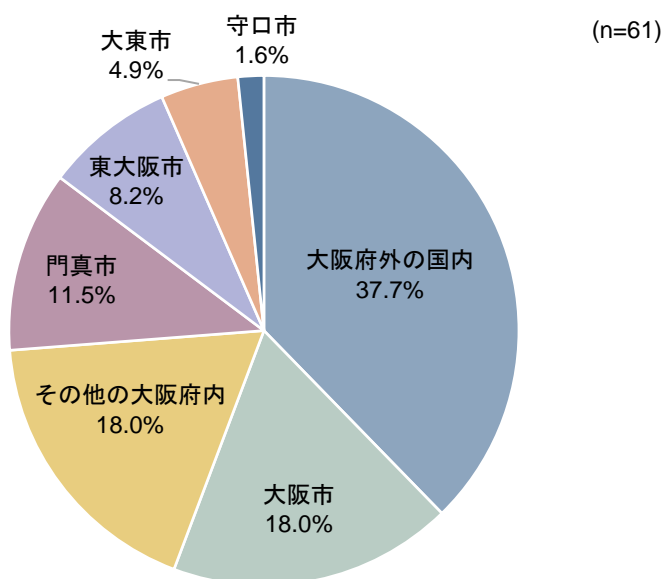
図表 II-24 売上が最も高い顧客・取引先との取引の比率



(8) 売上が最も高い顧客・取引先の立地場所

大阪府外の国内」の割合が最も高く 37.7%となっている。次いで、「大阪市 (18.0%)」、「その他の大阪府内 (18.0%)」、「門真市 (11.5%)」となっている。

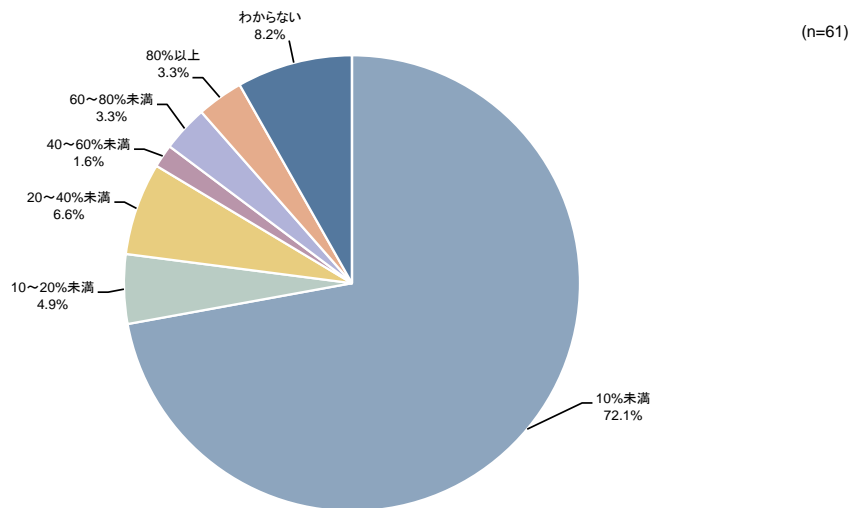
図表 II-25 売上が最も高い顧客・取引先の立地場所



(9) 門真市内の企業からの売上比率

「10%未満」の割合が最も高く 72.1%となっている。次いで、「わからない (8.2%)」、「20~40%未満 (6.6%)」となっている。

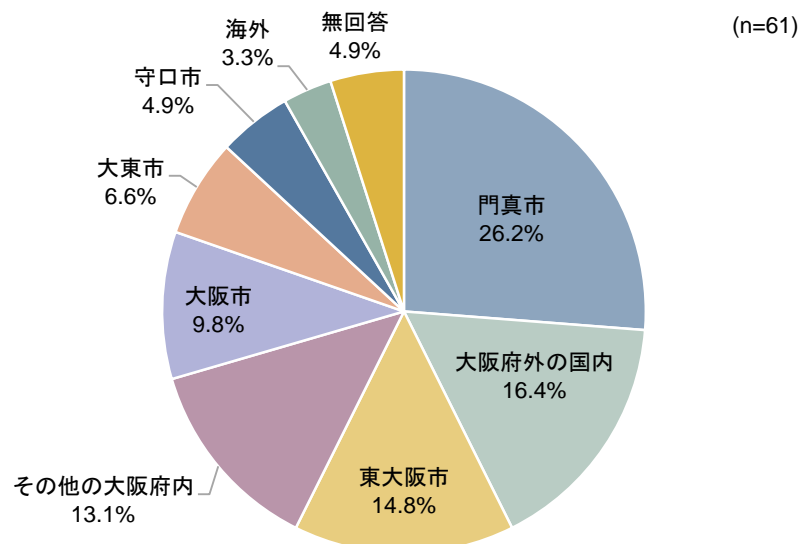
図表 II-26 門真市内の企業からの売上比率



(10) 主な外注・生産分業先の立地場所

「門真市」の割合が最も高く 26.2%となっている。次いで、「大阪府外の国内 (16.4%)」、「東大阪市 (14.8%)」となっている。

図表 II-27 主な外注・生産分業先の立地場所

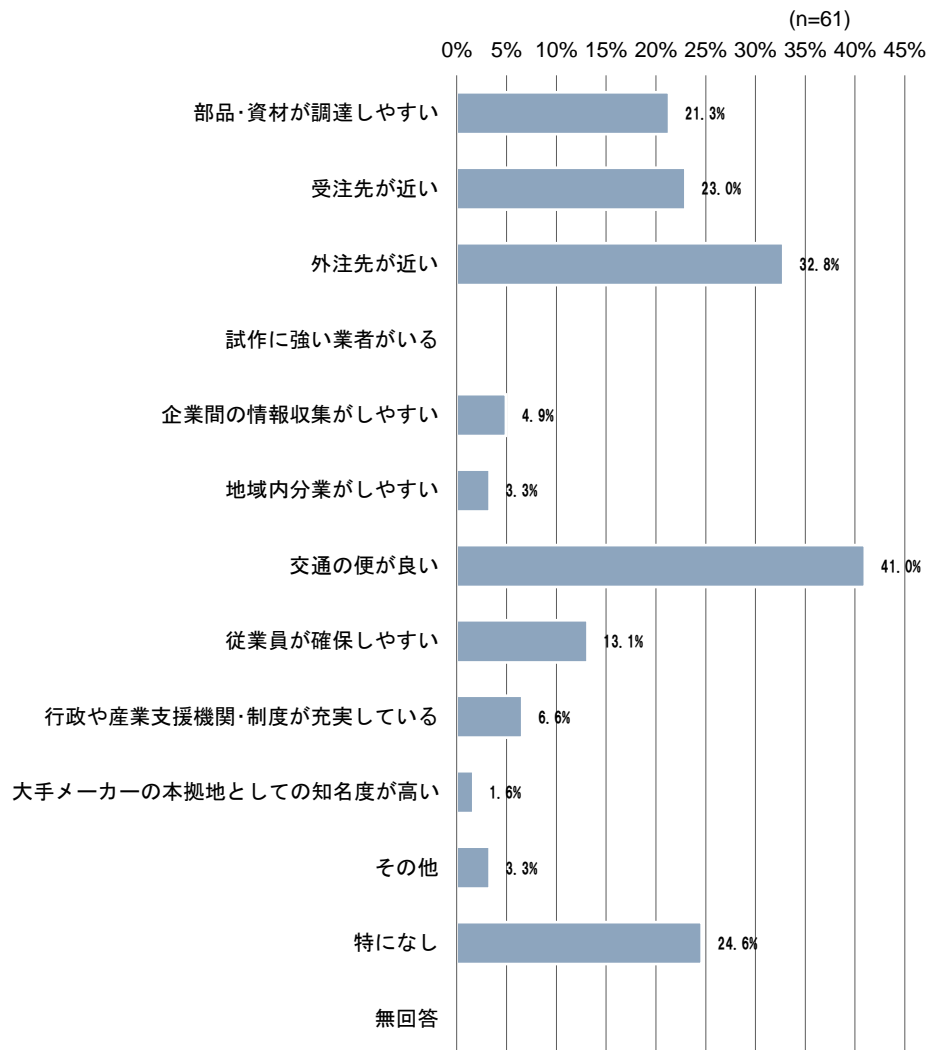


4. 立地環境・操業環境・今後の事業展開について

(1) 門真市内に立地しているメリット

「交通の便が良い」の割合が最も高く 41.0%となっている。次いで、「外注先が近い (32.8%)」、「特になし (24.6%)」となっている。

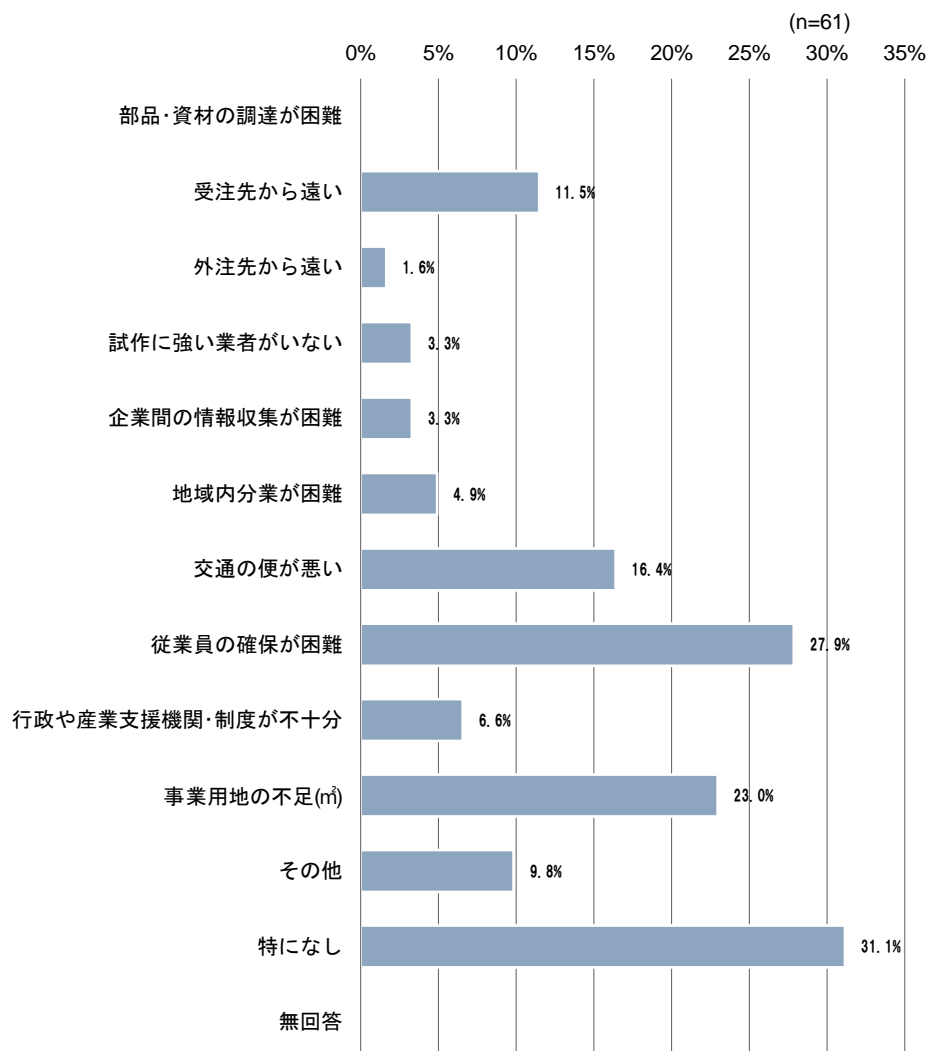
図表 II-28 門真市内に立地しているメリット



(2) 門真市内に立地しているデメリット

「特になし」の割合が最も高く 31.2%となっている。次いで、「従業員の確保が困難（27.9%）」、「事業用地の不足（23.0%）」となっている。

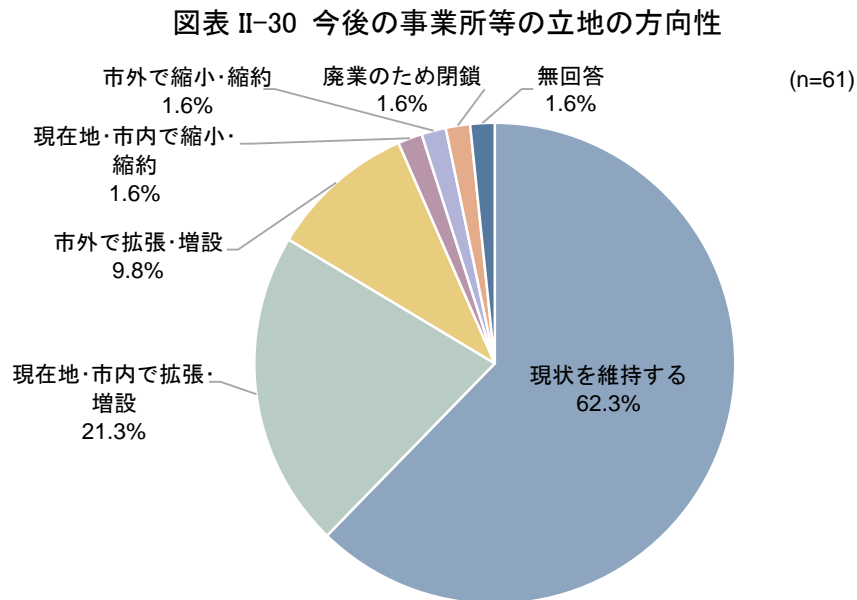
図表 II-29 門真市内に立地しているデメリット



(3) 今後の事業所等の立地の方向性とその理由

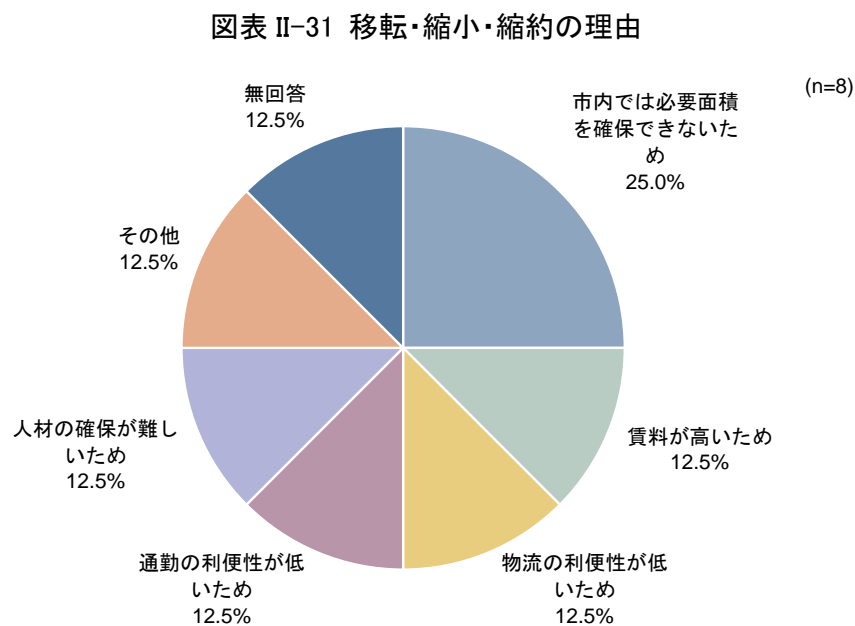
① 今後の事業所等の立地の方向性

「現状を維持する」の割合が最も高く 62.3%となっている。次いで、「現在地・市内で拡張・増設 (21.3%)」、「市外で拡張・増設 (9.8%)」となっている。



② 移転・縮小・縮約の理由

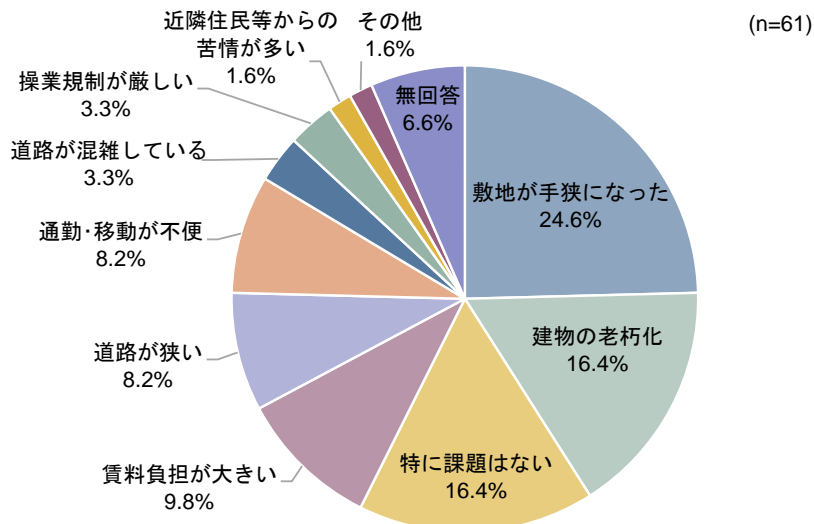
「市内では必要面積を確保できないため」の割合が最も高く 25.0%となっている。次いで、「賃料が高いため (12.5%)」、「物流の利便性が低いため (12.5%)」、「通勤の利便性が低いため (12.5%)」、「人材の確保が難しいため (12.5%)」となっている。



(4) 事業用地・建物についての課題

「敷地が手狭になった」の割合が最も高く 24.6%となっている。次いで、「建物の老朽化 (16.4%)」、「特に課題はない (16.4%)」、「賃料負担が大きい (9.8%)」となっている。

図表 II-32 事業用地・建物についての課題

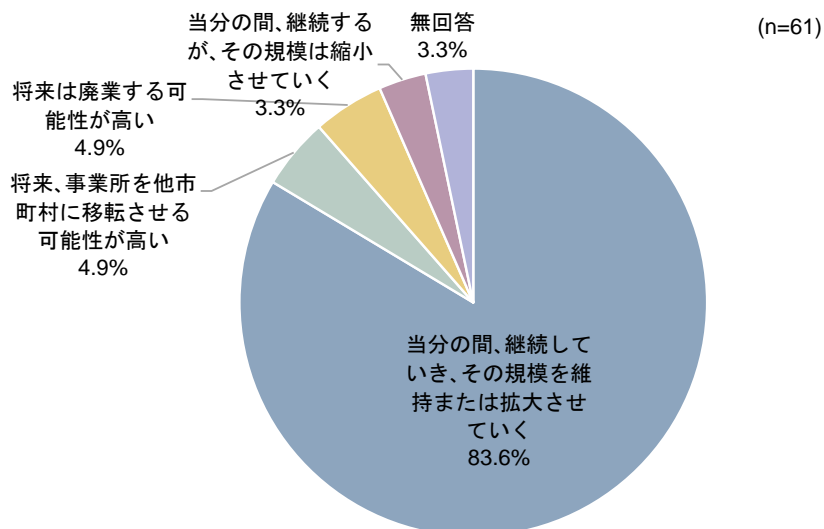


(5) 門真市における事業継続とその理由

① 門真市における事業継続の意向

「当分の間、継続していき、その規模を維持または拡大させていく」の割合が最も高く 83.6%となっている。次いで、「将来、事業所を他市町村に移転させる可能性が高い (4.9%)」、「将来は廃業する可能性が高い (4.9%)」となっている。

図表 II-33 門真市における事業継続の意向

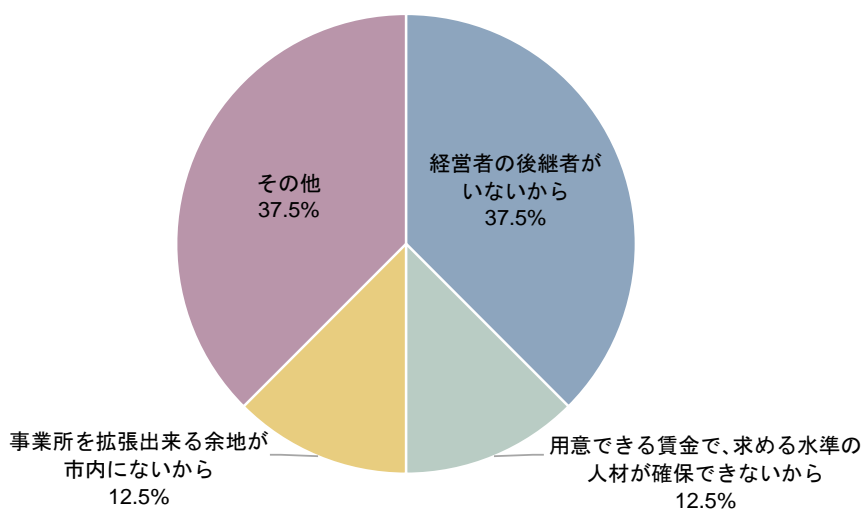


② 移転・縮小・廃業の理由

「経営者の後継者がいないから」の割合が高く、37.5%となっている。次いで、「用意できる賃金で、求める水準の人材が確保できないから（12.5%）」、「事業所を拡張出来る余地が市内にないから（12.5%）」となっている。

図表 II-34 移転・縮小・廃業の理由

(n=8)

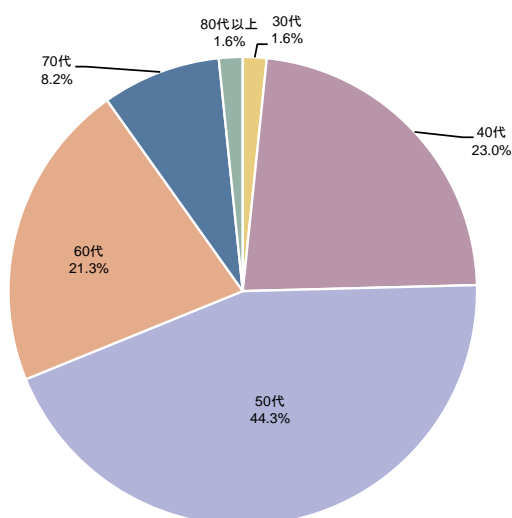


(6) 代表者の年齢

「50代」の割合が最も高く 44.3%となっている。次いで、「40代（23.0%）」、「60代（21.3%）」となっている。

図表 II-35 代表者の年齢

(n=61)

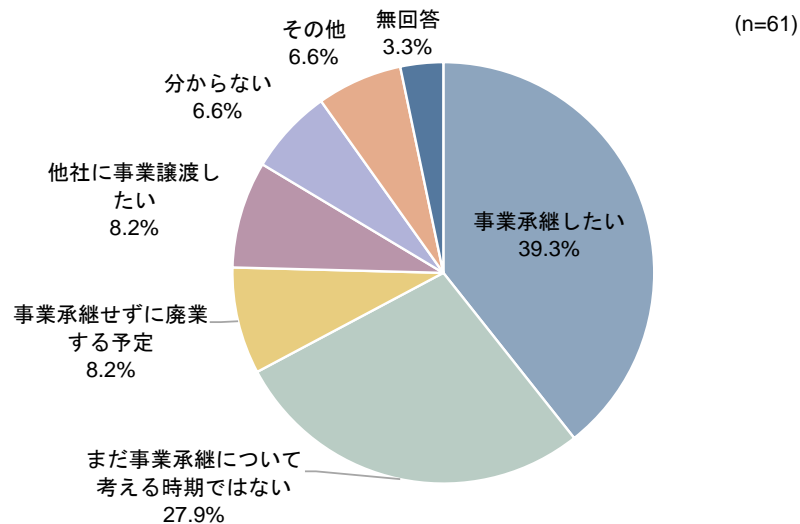


(7) 事業承継について

① 事業承継の意向

「事業承継したい」の割合が最も高く 39.3%となっている。次いで、「まだ事業承継について考える時期ではない (27.9%)」、「事業承継せずに廃業する予定 (8.2%)」、「他社に事業譲渡したい (8.2%)」となっている。

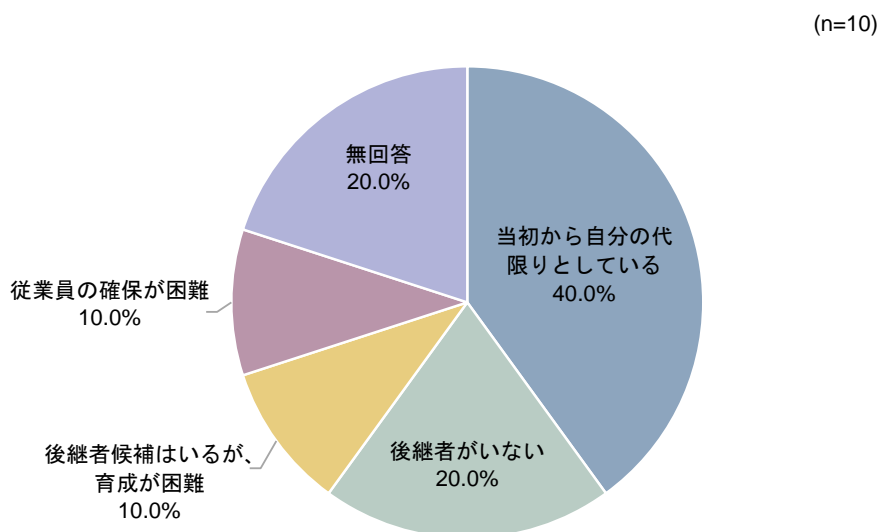
図表 II-36 事業承継の意向



② 廃業、事業譲渡 (M&A 含む) をしたいと考える理由

「当初から自分の代限りとしている」の割合が最も高く 40.0%となっている。次いで、「後継者がいない (20.0%)」、「後継者候補はいるが、育成が困難 (10.0%)」、「従業員の確保が困難 (10.0%)」となっている。

図表 II-37 廃業、事業譲渡(M&A 含む)をしたいと考える理由

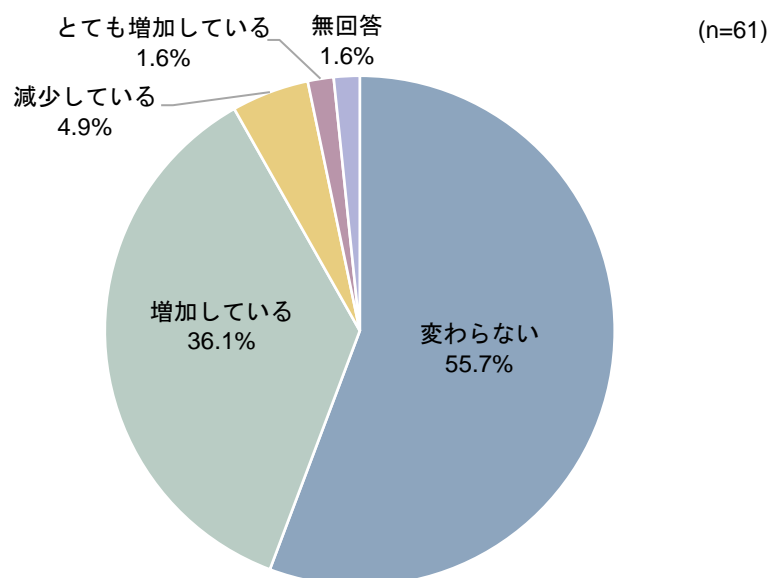


5. 事業環境の変化に対する対応について

(1) カーボンニュートラル(脱炭素)への対応の必要性の変化

「変わらない」の割合が最も高く 55.7%となっている。次いで、「増加している(36.1%)」、「減少している(4.9%)」となっている。

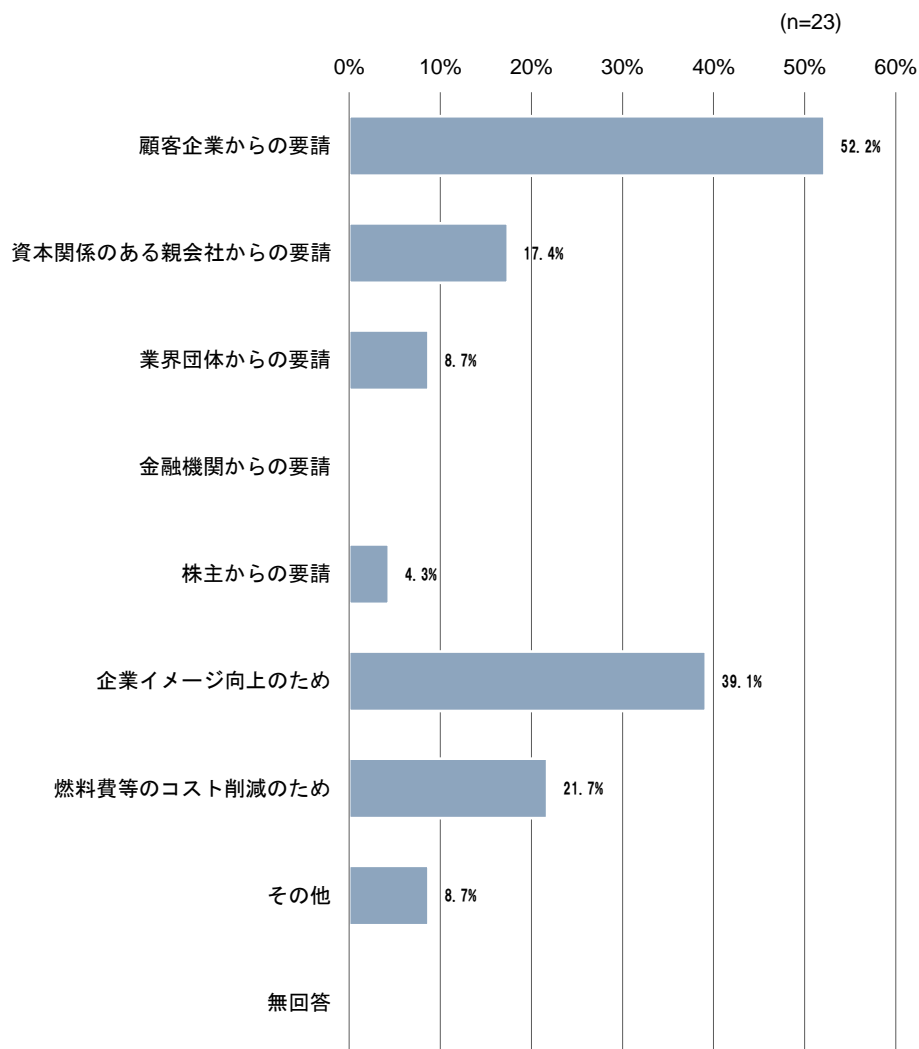
図表 II-38 カーボンニュートラル(脱炭素)への対応の必要性の変化



(2) カーボンニュートラル(脱炭素)への対応が増している背景

「顧客企業からの要請」の割合が最も高く 52.2%となっている。次いで、「企業イメージ向上のため (39.1%)」、「燃料費等のコスト削減のため (21.7%)」となっている。

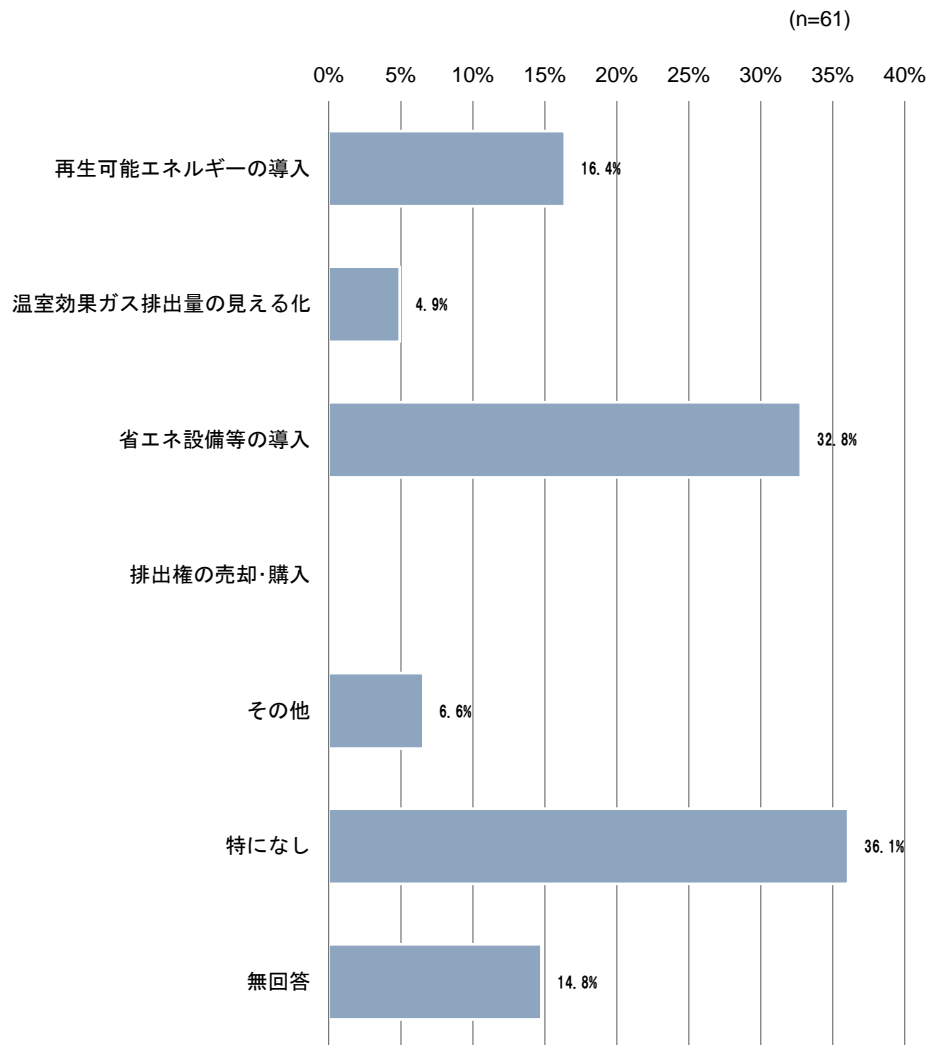
図表 II-39 カーボンニュートラル(脱炭素)への対応が増している背景



(3) カーボンニュートラル(脱炭素)の具体的な取組内容

「特になし」の割合が最も高く 36.1%となっている。次いで、「省エネ設備等の導入 (32.8%)」、「再生可能エネルギーの導入 (16.4%)」となっている。

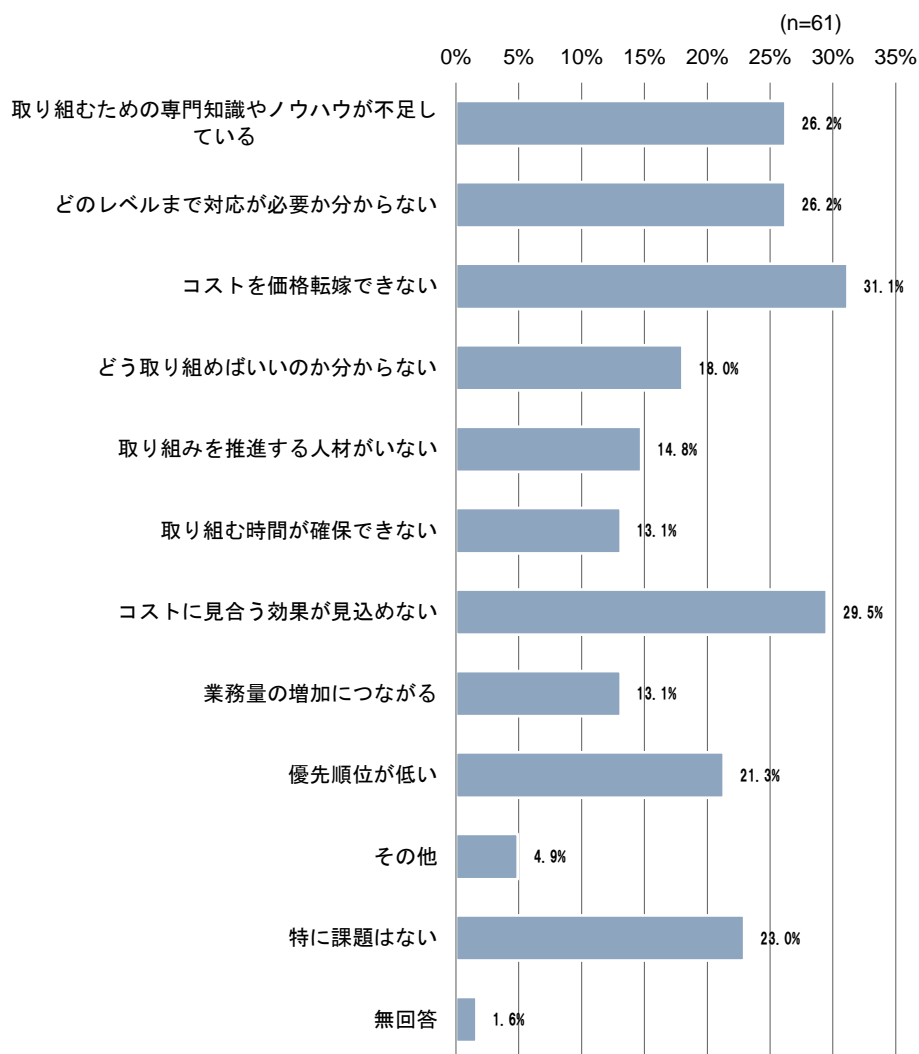
図表 II-40 カーボンニュートラル(脱炭素)への具体的な取組内容



(4) カーボンニュートラル(脱炭素)を進める上での課題

「コストを価格転嫁できない」の割合が最も高く 31.2%となっている。次いで、「コストに見合う効果が見込めない (29.5%)」、「取り組むための専門知識やノウハウが不足している (26.2%)」、「どのレベルまで対応が必要か分からない (26.2%)」となっている。

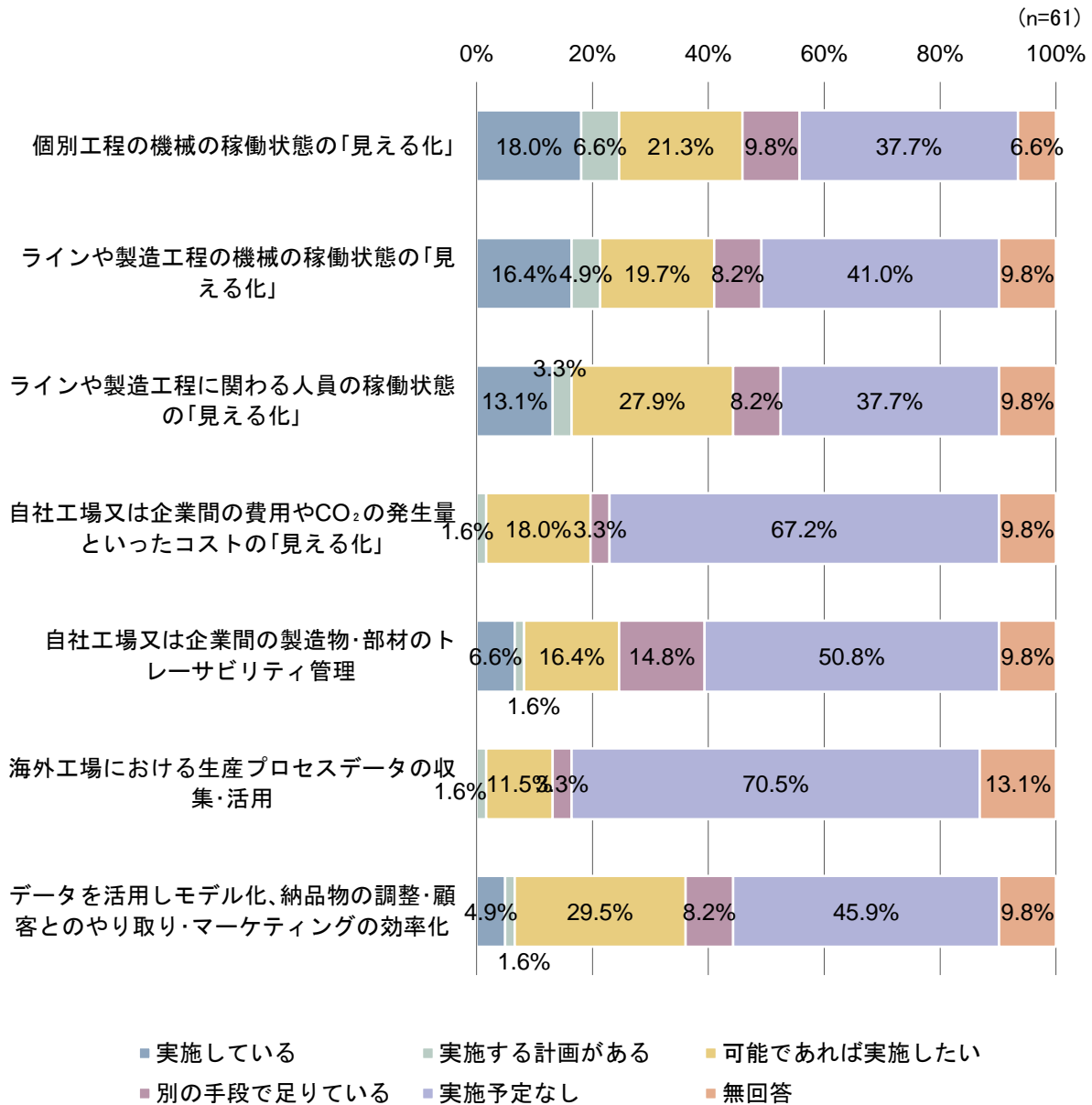
図表 II-41 カーボンニュートラル(脱炭素)を進める上での課題



(5) デジタル技術の活用による、生産プロセス等の改善・向上への取組内容

デジタル技術の活用による、生産プロセス等の改善・向上への取組内容について、実施（もしくは計画）しているもの（「実施している」＋「実施する計画がある」）についてみると、「個別工程の機械の稼働状況の「見える化」」の割合が最も高く 24.6%となっている。次いで、「ラインや製造工程の機械の稼働状況の「見える化」（21.3%）」、「ラインや製造工程に関わる人員の稼働状況の「見える化」（16.4%）」となっている。

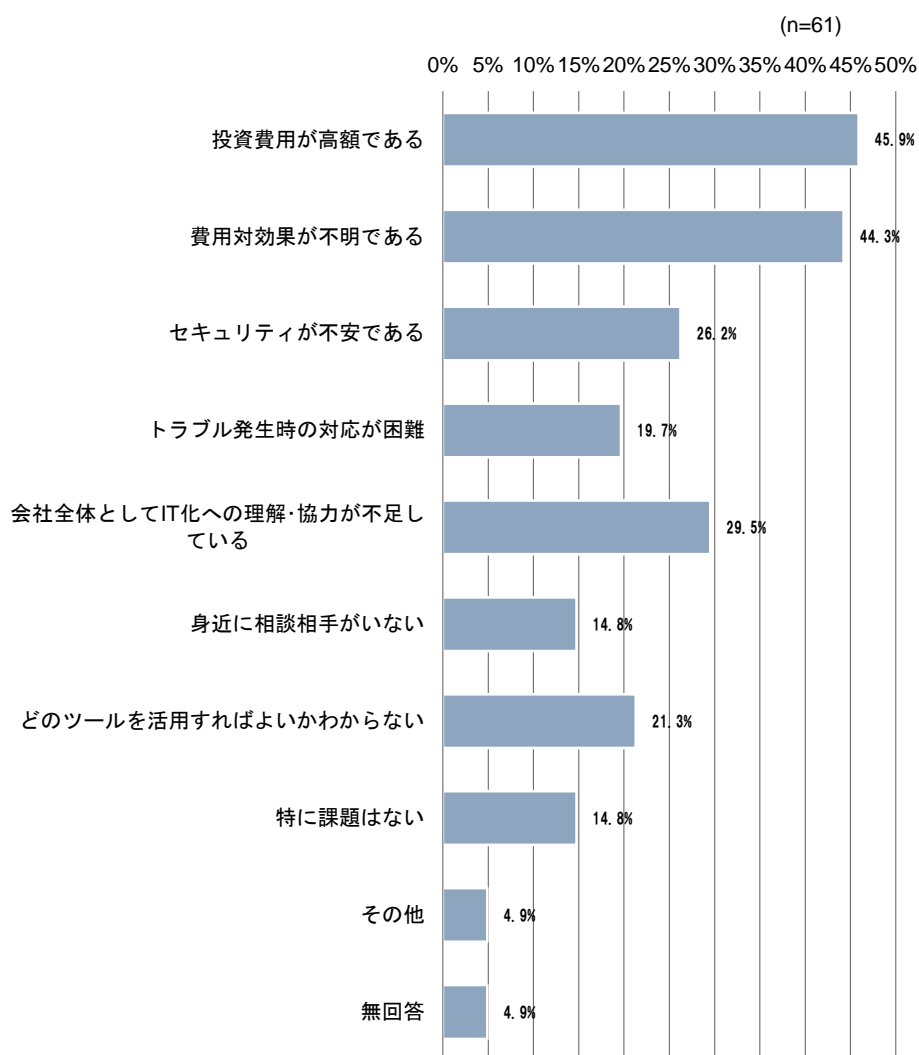
図表 II-42 デジタル技術の活用による、生産プロセス等の改善・向上への取組内容



(6) デジタル技術の活用に関する課題

「投資費用が高額である」の割合が最も高く 45.9%となっている。次いで、「費用対効果が不明である(44.3%)」、「会社全体として IT 化への理解・協力が不足している(29.5%)」となっている。

図表 II-43 デジタル技術の活用に関する課題

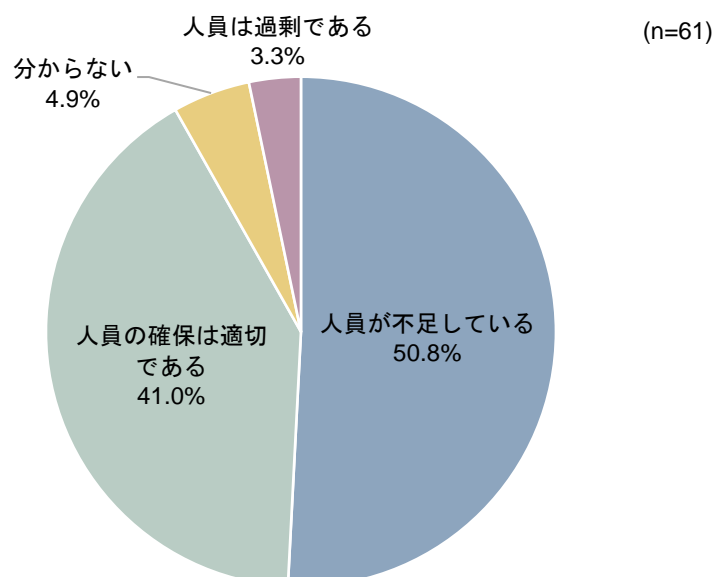


6. 人材の確保・育成について

(1) 人員の過不足の状況

「人員が不足している」の割合が最も高く 50.8%となっている。次いで、「人員の確保は適切である (41.0%)」、「分からない (4.9%)」となっている。

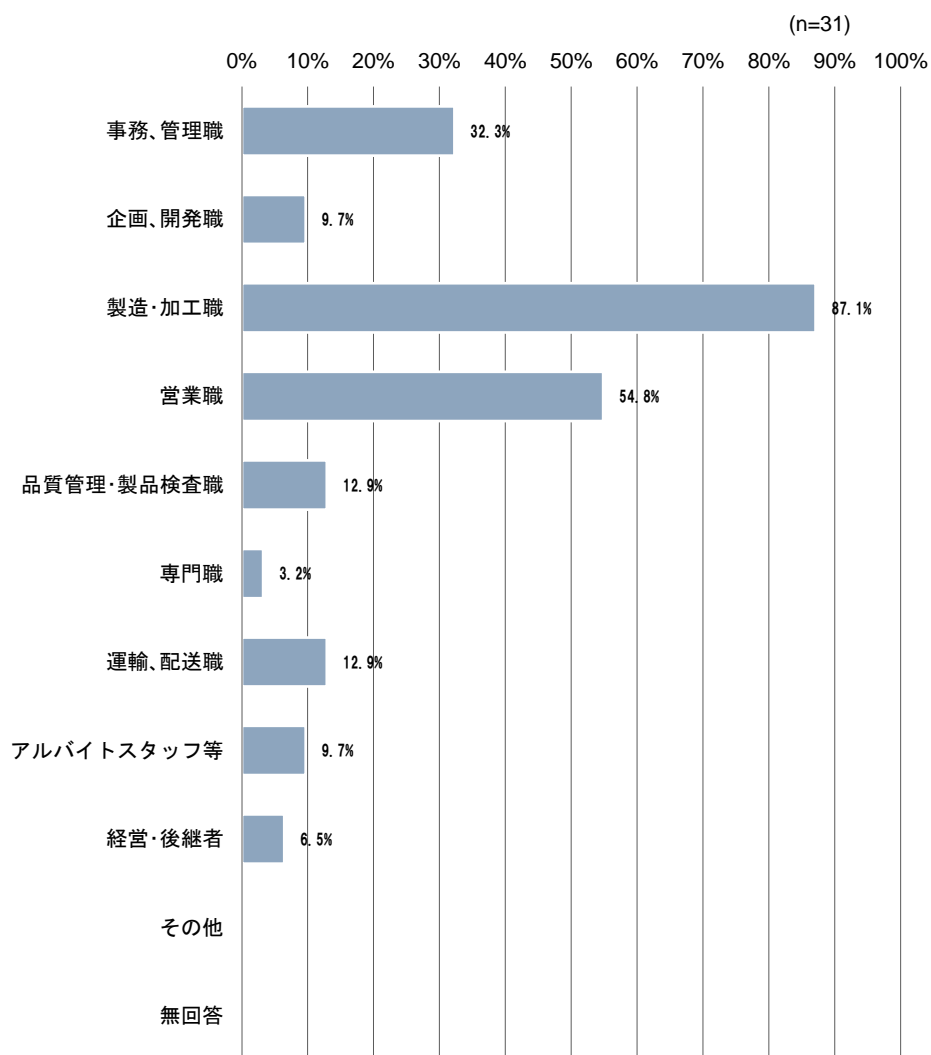
図表 II-44 人員の過不足の状況



(2) 人員が不足している職種

「製造・加工職」の割合が最も高く 87.1%となっている。次いで、「営業職 (54.8%)」、「事務、管理職 (32.3%)」となっている。

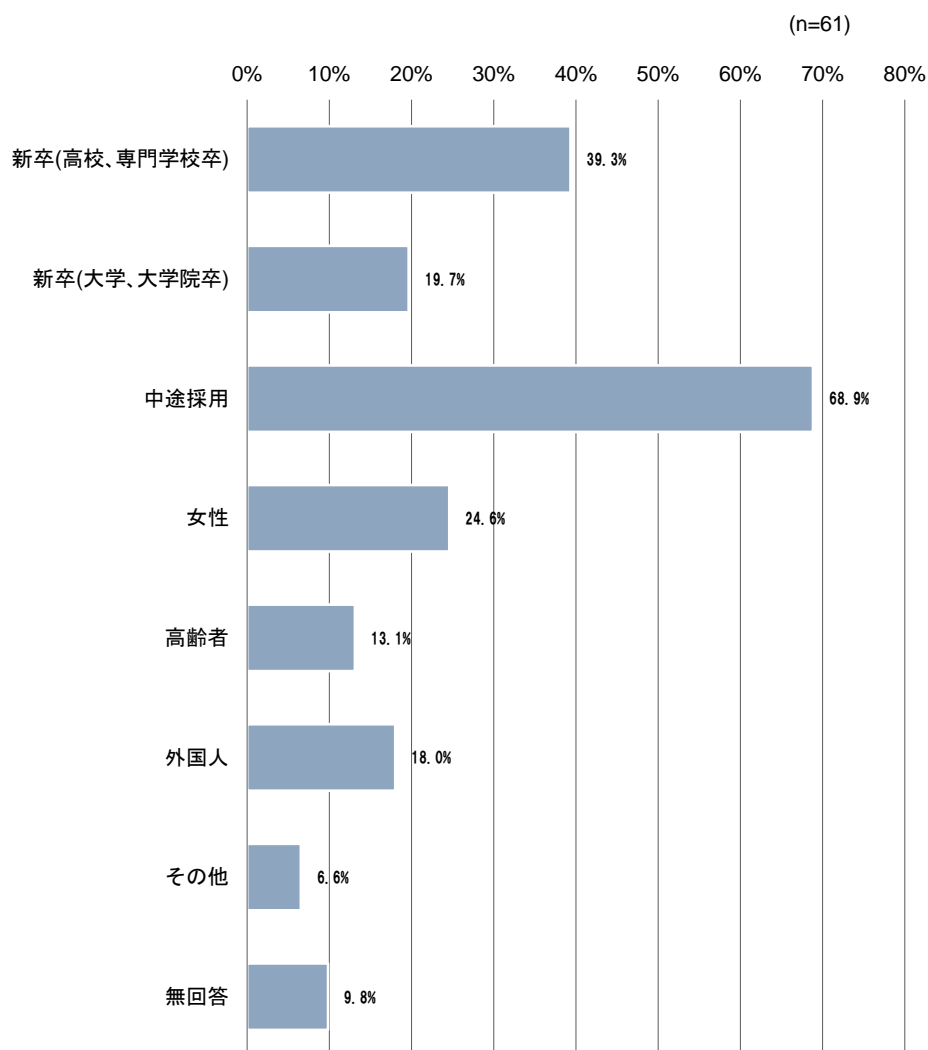
図表 II-45 人員が不足している職種



(3) 現在採用を行なっている属性

「中途採用」の割合が最も高く 68.9%となっている。次いで、「新卒(高校、専門学校卒) (39.3%)」、「女性 (24.6%)」となっている。

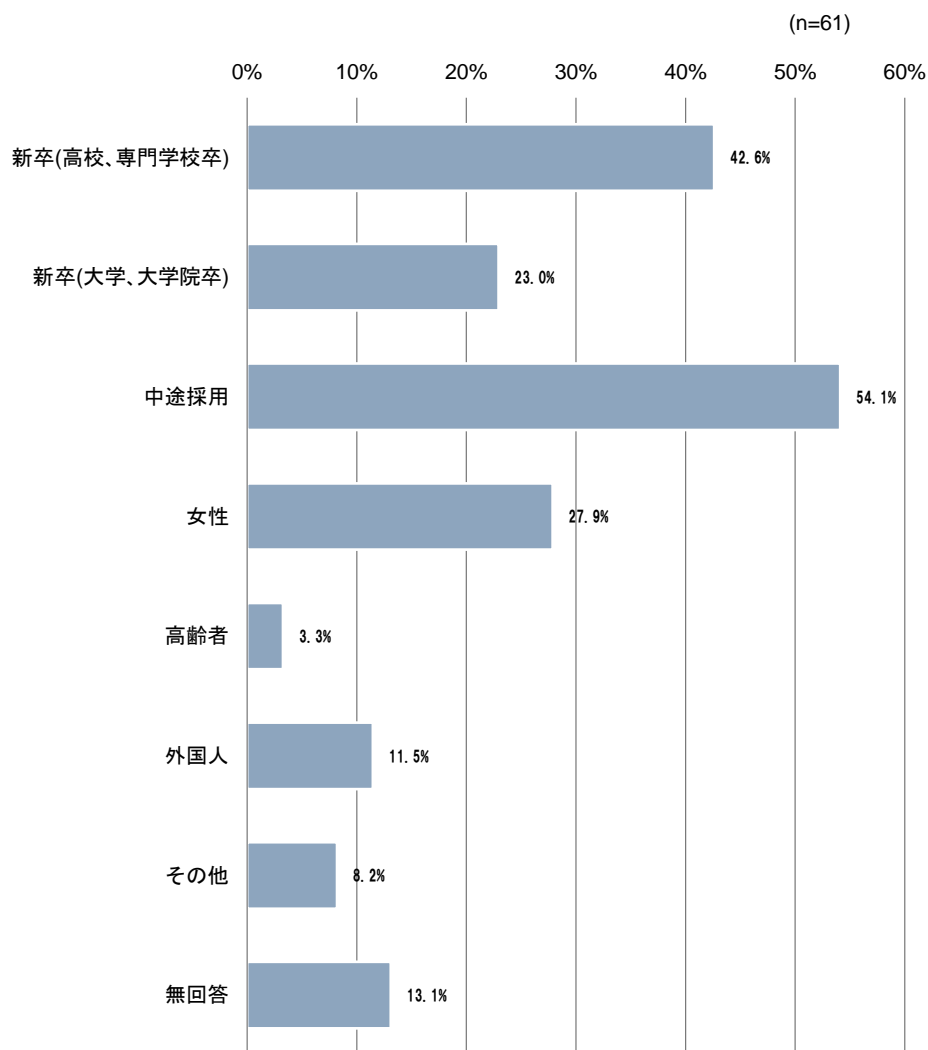
図表 II-46 現在採用を行なっている属性



(4) 今後採用を増やしたいと考えている属性

「中途採用」の割合が最も高く 54.1%となっている。次いで、「新卒(高校、専門学校卒) (42.6%)」、「女性 (27.9%)」となっている。

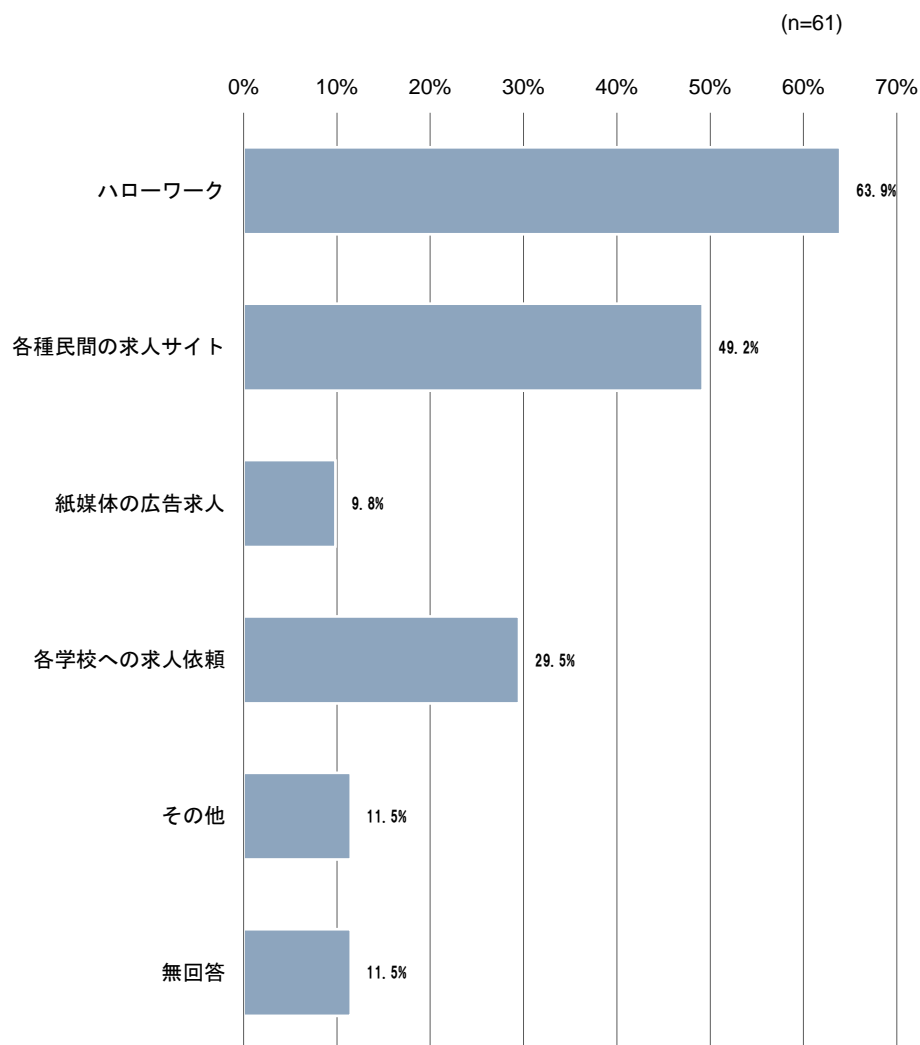
図表 II-47 今後採用を増やしたいと考えている属性



(5) 現在行っている求人の方法

「ハローワーク」の割合が最も高く 63.9%となっている。次いで、「各種民間の求人サイト (49.2%)」、「各学校への求人依頼 (29.5%)」となっている。

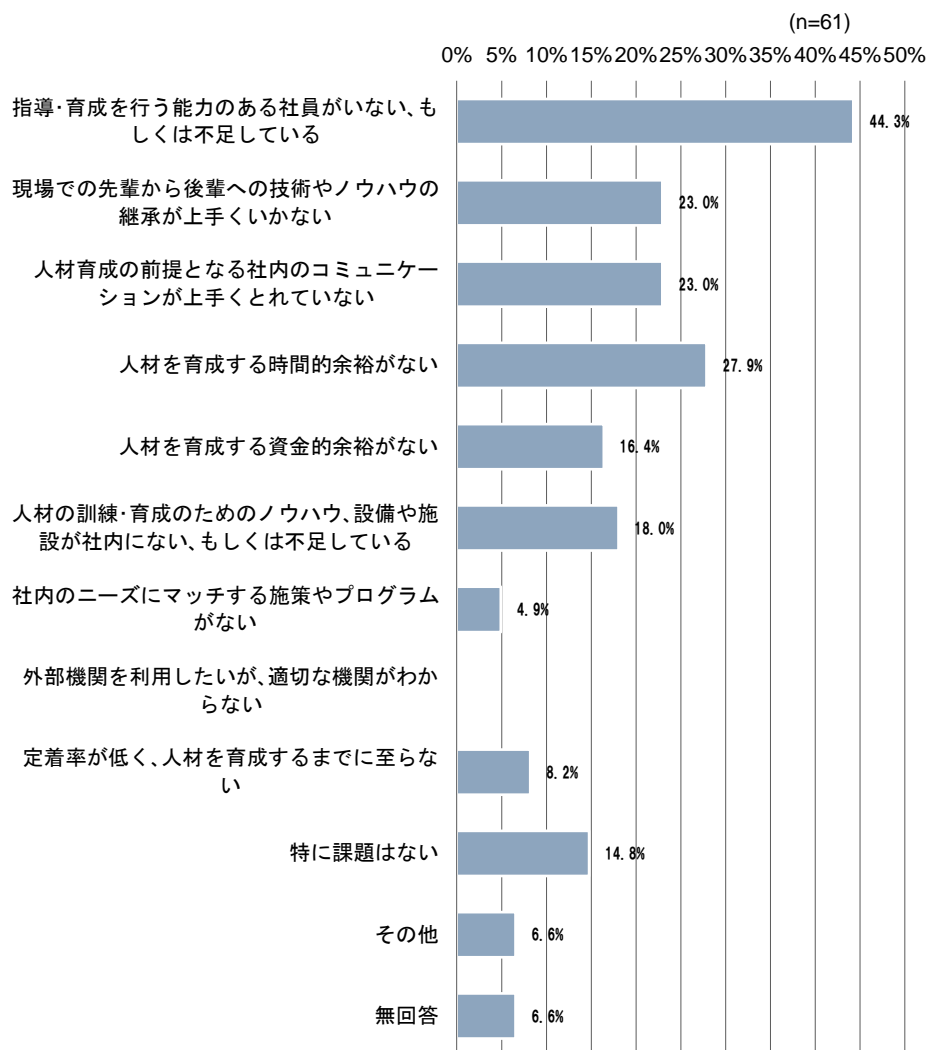
図表 II-48 求人の方法



(6) 人材育成上の課題

「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」の割合が最も高く44.3%となっている。次いで、「人材を育成する時間的余裕がない(27.9%)」、「現場での先輩から後輩への技術やノウハウの継承が上手くいかない(23.0%)」、「人材育成の前提となる社内のコミュニケーションが上手くとれていない(23.0%)」となっている。

図表 II-49 人材育成上の課題

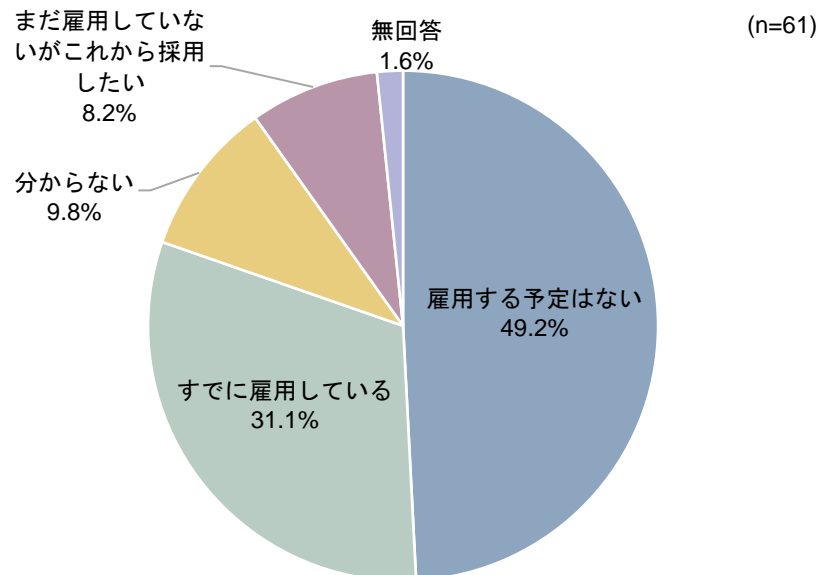


(7) 外国人労働者の雇用について

① 外国人労働者の雇用の状況

「雇用する予定はない」の割合が最も高く 49.2%となっている。次いで、「すでに雇用している (31.2%)」、「分からない (9.8%)」となっている。

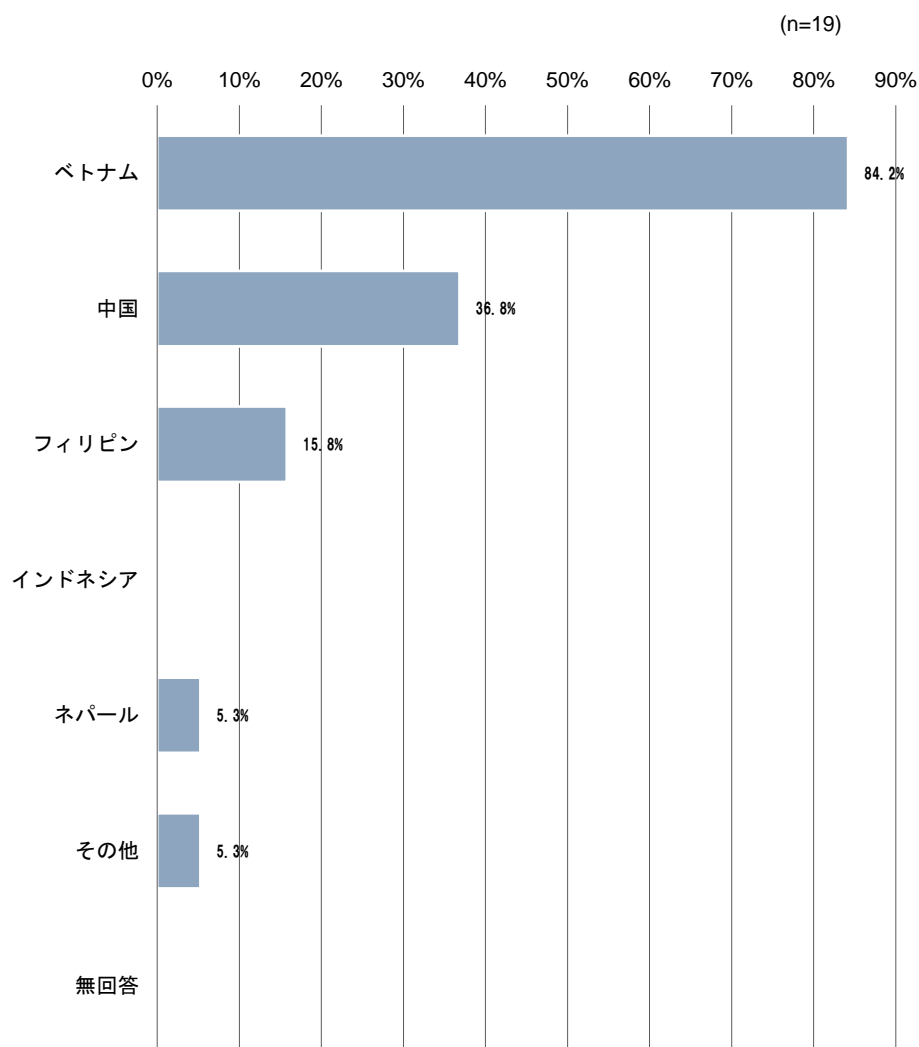
図表 II-50 外国人労働者の雇用の状況



② 雇用している外国人の出身国

「ベトナム」の割合が最も高く 84.2%となっている。次いで、「中国 (36.8%)」、「フィリピン (15.8%)」となっている。

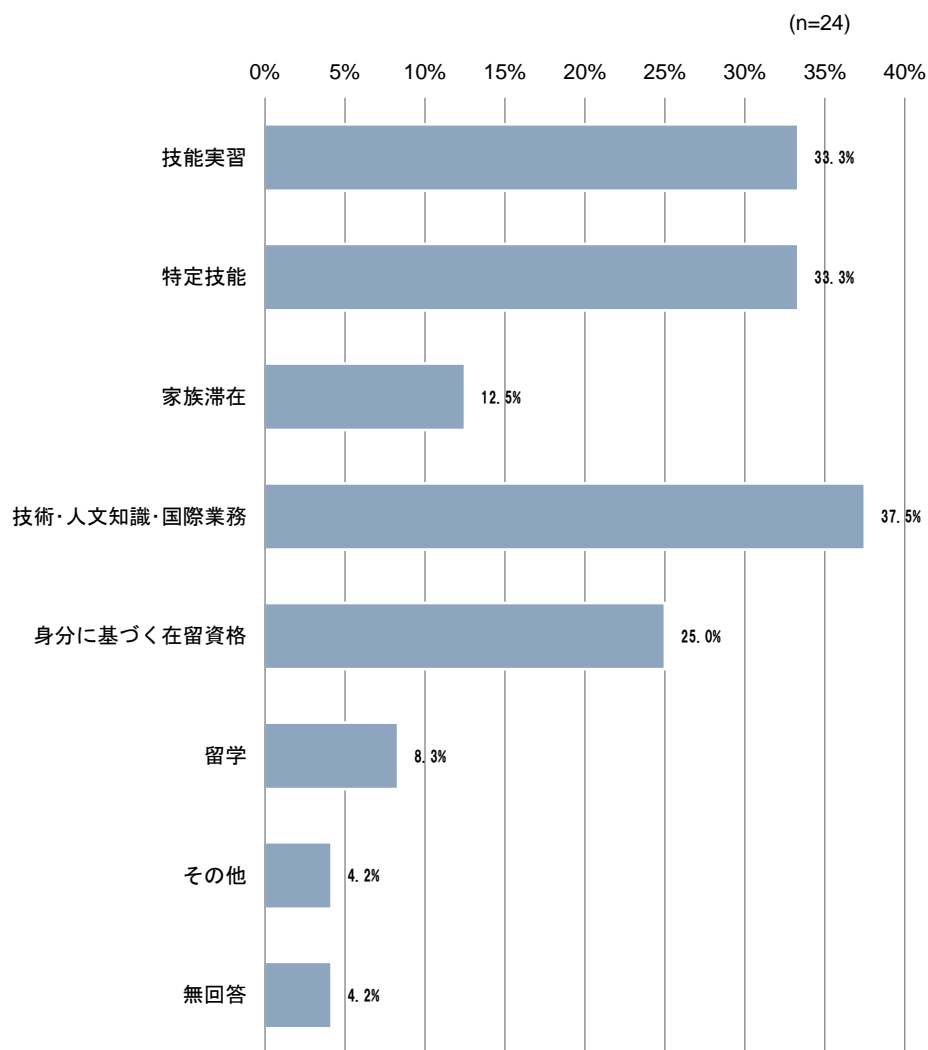
図表 II-51 雇用している外国人の出身国



③ 雇用している外国人の在留資格

「技術・人文知識・国際業務」の割合が最も高く 37.5%となっている。次いで、「技能実習 (33.3%)」、「特定技能 (33.3%)」、「身分に基づく在留資格 (25.0%)」となっている。

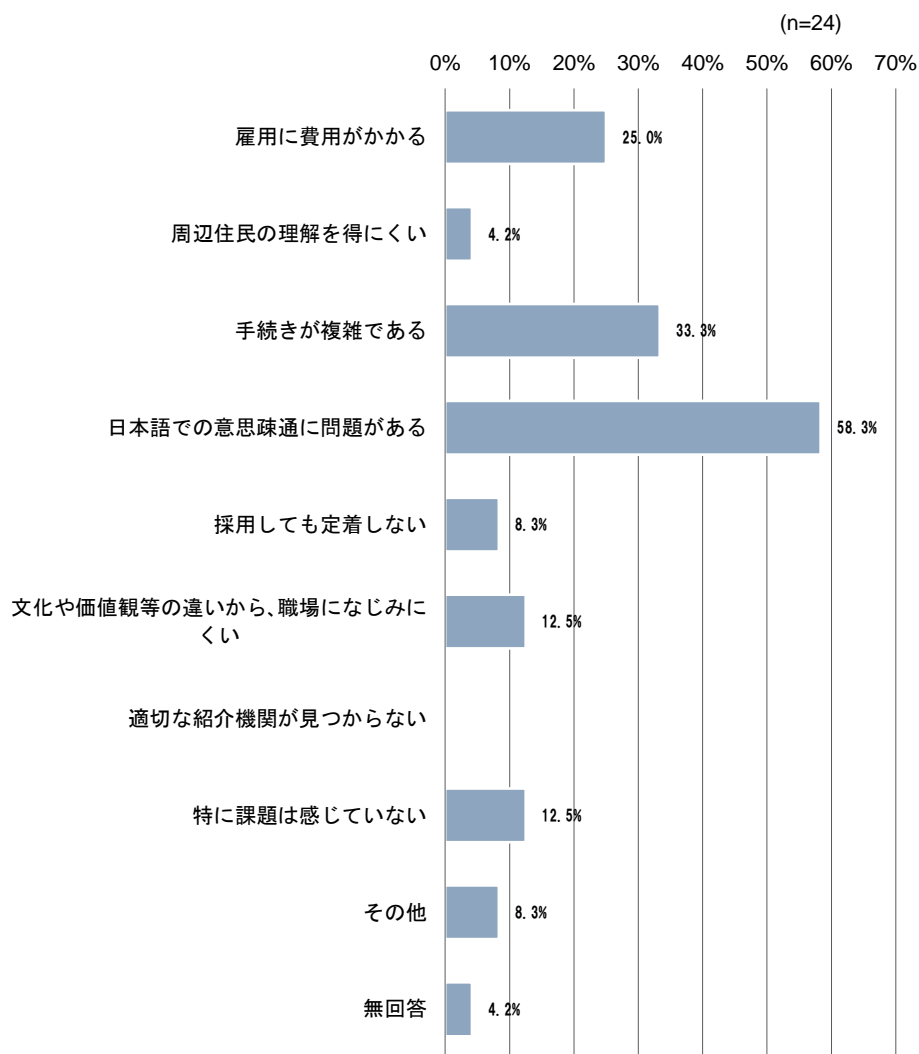
図表 II-52 雇用している外国人の在留資格



④ 外国人労働者の採用に関する課題

「日本語での意思疎通に問題がある」の割合が最も高く 58.3%となっている。次いで、「手続きが複雑である (33.3%)」、「雇用に費用がかかる (25.0%)」となっている。

図表 II-53 外国人労働者の採用に関する課題

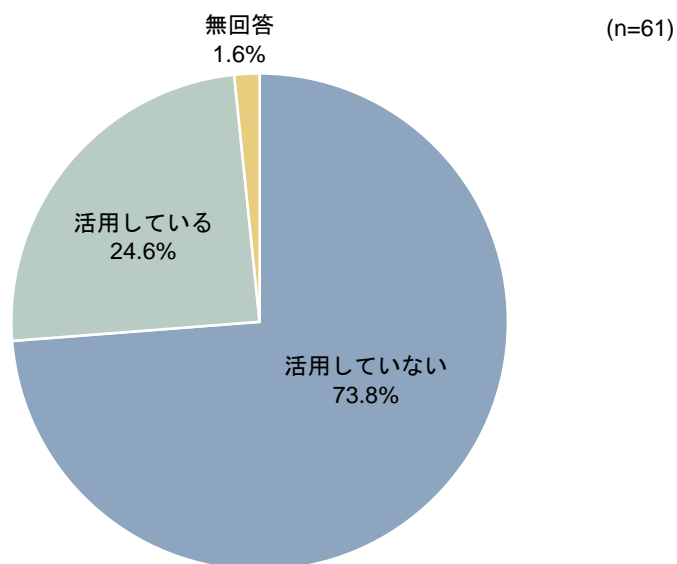


(8) 外部人材の活用について

① 外部人材の活用状況

「活用していない」の割合が最も高く 73.8%となっており、「活用している（24.6%）」を上回っている。

図表 II-54 外部人材の活用状況



② 具体的な外部人材の内容

活用している外部人材の内容については、以下のような回答があった。

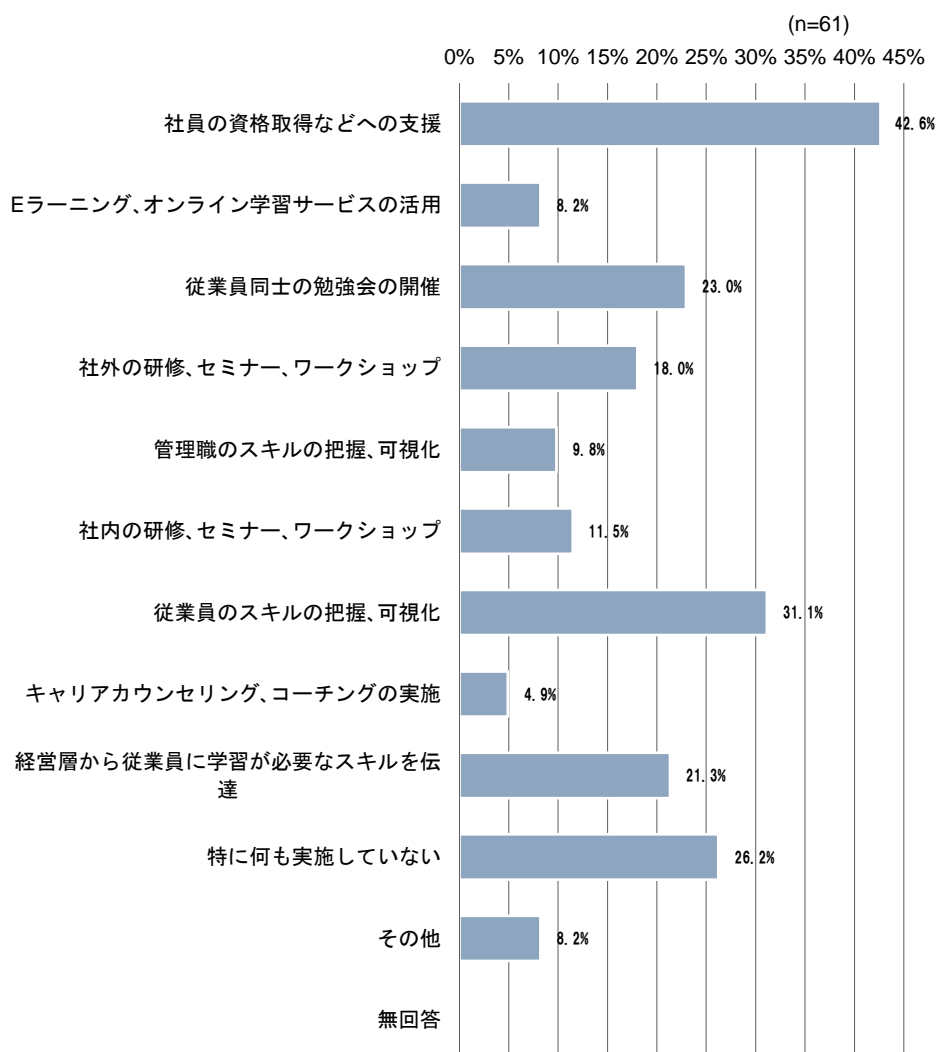
図表 II-55 具体的な外部人材の内容(一部抜粋)

No.	具体的な外部人材の内容
1	Web マーケティングと営業力強化のために外部人材を活用している
2	弁護士・労務士・公認会計士・産業医
3	労務管理の専門家として社労士と契約している。税務管理の専門家として税理士と契約している。
4	税理士・社会保険労務士と顧問契約をし、常に連携をとっている。
5	知的財産として当社より規模の大きい会社に相談している。

(9) 人材開発・研修の取組内容

「社員の資格取得などへの支援」の割合が最も高く 42.6%となっている。次いで、「従業員のスキルの把握、可視化 (31.2%)」、「特に何も実施していない (26.2%)」となっている。

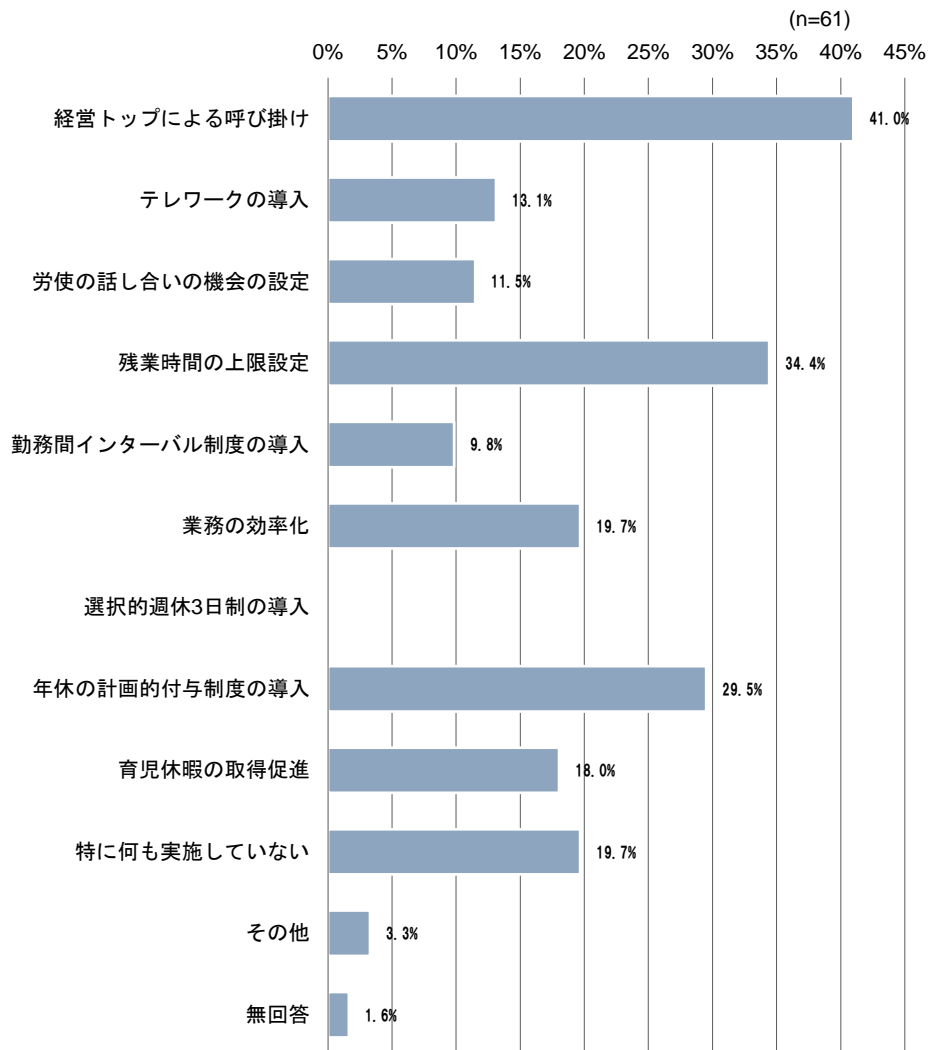
図表 II-56 人材開発・研修の取組内容



(10) 働き方改革の取組内容

「経営トップによる呼び掛け」の割合が最も高く 41.0%となっている。次いで、「残業時間の上限設定（34.4%）」、「年休の計画的付与制度の導入（29.5%）」となっている。

図表 II-57 働き方改革の取組内容



(11) 人材の確保・育成に向けた独自の取組等

人材の確保・育成に向けた独自の取組については、以下のような回答があった。

図表 II-58 人材の確保・育成に向けた独自の取組等(一部抜粋)

No.	人材の確保・育成に向けた独自の取組等
1	個人事業所なのでできる事だが、従業員の都合に合わせ勤務や休日の調整等を行っている。
2	新卒(高校生)を業者の仲介にて募集するか検討中

7. 貴社・貴事業所の誇り・強みについて

(1) 誇れる取組や強みについて

事業所の誇れる取組や強みについては、以下のような回答があった。

図表 II-59 誇れる取組や強み(一部抜粋)

No.	誇れる取組や強み
1	ITと伝統技術をかけ合わせたものづくりをおこなっている。そのものづくりの楽しさを知ってもらえるよう、インターシップやイベントで登壇、おはしづくり・ワークショップをおこない、開かれる工場ものづくりを意識している。
2	世界最高水準の品質を長年維持している
3	自然環境を可視化し、自然との融合を実現して体験してもらう(子供達)
4	工場見学は常に対応可能。ご依頼いただければ、積極的に受け入れている。村野高等支援学校より、実習受け入れ。1名採用。4年目を向えている。
5	毎年オープンファクトリーをして、地域の人に工場見学や体験してもらっている。パートさん含めて従業員の士気が高い。
6	技術に定評があり、品質・納期・営業も高く評価を得ており、売上げに貢献している。他社では、対応が難しい製品も加工しており、客先より良い評価を得ています。