

序章 計画策定の趣旨

計画策定の目的

- 本市は、総合計画において、まちの将来像を“人情味あふれる！笑いのたえないまち門真”と定め、その実現をめざし「誰もが活躍できる賑わいと活気のあるまち」を基本目標の一つに設定、産業の振興を図ってきている。
- しかし少子高齢社会の進展により、経済規模の縮小が懸念される中で、市内の「付加価値、所得、消費等」の確保・向上が必要。このため「本市の基幹産業＝ものづくり産業の振興」の更なる推進が急務。
- 一方、世界情勢、人材不足、脱炭素など、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おり、迅速に対応し、一部はチャンスに変えていくことが必要。
- そこで、本市ものづくり産業の目指すべき姿を踏まえた、戦略、役割分担等を整理する。

計画の位置づけ

- 門真市第6次総合計画を上位計画とし、立地適正化計画、環境基本計画等の市個別計画、関連する国・府の計画などとの連携・整合を図る。

計画期間

- 令和6年度～令和10年度（5年間）

第1章 門真市ものづくり産業の概況

門真市ものづくり産業の歴史と現在

- 本市ものづくり産業の歴史
- 本市ものづくり産業の特徴
  - 全産業に占める製造業の付加価値額、雇用の構成比が大きい「製造業＝本市の稼ぎ頭である基盤産業」
  - 金属製品製造業、生産用機械器具製造業、プラスチック製品製造業、電気機械器具製造業など多様な業種が高密度に集積
  - 高い技術力を持ち、世界や国内でのトップシェア企業や、ニッチトップを誇る企業が存在
  - 製造業の事業所数は減少している一方、従業者数は増加傾向など
- 門真市のものづくり産業振興への取組 など
  - ものづくり企業の取組み（門真市ものづくり企業ネットワーク、オープンファクトリー、その他ロールモデル など）
  - 本市・支援機関の取組み（各支援施策、もりかど産業支援機関ネットワーク など）

数字でみる門真市ものづくり産業

- 主要指数の分析
  - 【市全体】
    - 地勢
    - 人口・将来推計
    - 経済規模（事業所数、従業者数、付加価値額など）
    - 人流動態（通勤者等）・雇用データ など
  - 【製造業】
    - 製造品出荷額
    - 付加価値額
    - 労働生産性
    - 規模別分析等特徴的なクロス分析 など

第2章 門真市ものづくり産業の課題

ものづくり産業を取り巻く社会的潮流（外部環境）

- 人口減少・少子高齢社会（「市場縮小」「労働力減少」「後継者不足」など）
- 長期的な景気拡張傾向から後退傾向への変化（新型コロナ・国際情勢による悪化）
- 働き方改革と雇用・就労形態の多様化（多様な人材の活躍推進、副業人材活用など）
- 先端技術革新（DXなど）によるものづくり産業への影響
- SDGs達成へ向けた世界の流れ(持続可能な開発目標、GXなど)
- 製造業のサプライチェーンを含む国内回帰の動き
- 活発な企業間連携、層の厚い支援機関の存在
- 高い交通利便性等のメリット発揮
- 大阪関西万博のインパクト など

アンケート・ヒアリング調査の結果（内部環境）

- 事業者アンケート
  - 経営の状況、今後の事業の展望
  - 人手不足への対応
  - 門真市での操業環境
  - DX、GX、働き方改革など操業環境の変化への対応 など
- 支援機関アンケート・ヒアリング

第3章 ものづくり産業振興の基本方針・基本戦略・具体的施策

基本方針

ものづくりを合言葉に、多様性に富むものづくり事業者が、まちの活性化の主演として、舞台の最前線で活動し、様々な主体が交わることで、にぎわいと、わくわくするような体験をもたらすような場所＝未来の門真を実現。

「門真全域－ものづくりテーマパーク構想」

ものづくり×  = 無限の可能性

そこでは、市内のものづくりが様々な主体とコラボし、次々と新たな価値を創造していく。

平成24年度に門真市中小企業サポートセンター開設、門真市ものづくり企業ネットワーク発足など、ものづくり産業振興施策が本格的に胎動し約10年が経過。「地固め」の10年が経過し、その課題や新たなチャンスを取り込み、門真市のものづくりは次のステージに目を向けます。

基本戦略に基づく具体的施策「3C 戦略」

基本戦略1  
イノベーション  
(Change・Chance)

- ・デジタル化（GX）への対応・活用
- ・SDGs / 脱炭素（DX）への対応・活用
- ・次世代型スタートアップ、プロジェクト創出・連携
- ・インキュベーション等、次世代ものづくり支援拠点の検討など

基本戦略2  
ネットワーク・連携  
(Chain)

- ・企業（支援機関）ネットワーク活動の拡大、推進
- ・連携・共創を通じた高付加価値化
- ・域内受発注促進（地域内経済循環促進）
- ・域外との連携
- ・ロールモデル集約・展開など

基本戦略3  
産業基盤・集積  
(Cluster)

- ・ものづくりブランドの確立
- ・産業用地の確保 / 立地促進
- ・ものづくり拠点の整備
- ・市民等の理解促進
- ・事業承継
- ・BCP（災害、感染症等）など
- ・戦略的な人材確保・育成
- ・多様な人材の活躍
- ・働き方改革
- ・DXを活用した生産性向上
- ・販路開拓（営業力強化）など

計画の推進

- 各主体の役割  
ものづくり企業、行政、支援機関の役割
- 計画の進行管理・評価手法  
評価指標（KPI）の設定、PDCAマネジメント