

III. 門真市ものづくり産業の課題

1. ものづくり産業を取り巻く社会的潮流

(1) 人口減少・少子高齢社会の進行

国勢調査によるわが国の総人口は、平成 22（2010）年をピークに減少に転じ、国立社会保障・人口問題研究所の推計では、令和 13（2031）年に 1 億 2000 万人、2056 年に 1 億人を下回ることが予測されています。また、年少人口（0～14 歳）の割合は、長期にわたって一貫して低下していることから、少子高齢社会のさらなる進行も見込まれています。

こうした中で、製造業の担い手となる労働力人口も、生産年齢人口の減少を背景として減少傾向にあり、人手不足による経済の停滞が一層懸念される状況にあることから、今後は高齢者や女性の労働市場への参画を一層促すなど、労働力率の維持・上昇に向けた取組が求められています。

(2) 長期的な景気拡張傾向から後退傾向への変化

日本の経済情勢は、1990 年代初めのバブル経済の崩壊や平成 20（2008）年の世界同時不況の影響など、「失われた 20 年」と呼ばれる厳しい状況が続いてきましたが、リーマンショック後の平成 24（2012）年を底として緩やかに回復局面に入り、その後、景気拡大は平成 30（2018）年 10 月まで続き、「いざなぎ景気」に次ぐ戦後 2 番目の長さとなりました。

しかし、消費税の増税や新型コロナウイルス感染症の拡大により、再び景気は後退局面に入りました。さらに、ロシアによるウクライナ侵攻が追い打ちをかけ、原油などのエネルギー価格の上昇に伴う物価高により、さらなる景気悪化の懸念が高まっています。

こうした中、海外依存へのリスクから生産拠点を国内に戻す国内回帰を図る動きが製造業を中心にみられますが、人手不足や人件費の上昇が大きな懸念となっています。

(3) 働き方改革と雇用・就労形態の多様化

日本の労働力人口は長期的な減少局面にあり、今後人手不足が経済成長の制約になることが懸念されています。このため、働く意欲がある人の労働参画や労働生産性の向上が必要となっており、女性や高齢者といった、これまで就業率が低かった層が注目されています。

国においても、女性や高齢者等の就労促進のための各種制度整備や政策を行っており、近年女性や高齢者の就業者数が増加するとともに、労働力人口に占める比率も上昇しています。また、長時間労働の是正や多様な働き方の実現を目的とした「働き方改革」が進められており、個々の事情に応じた多様で柔軟な働き方ができるよう、様々な取組が進められています。

加えて、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、企業におけるテレワークが大きく普及しました。これにより、育児・介護等と仕事を両立しやすい環境づくりや時間や場所によらない柔軟な働き方が広まっており、このような動向は今後も拡大していくことが予想されています。

(4) 先端技術革新（DX など）によるものづくり産業への影響

令和3（2021）年に設置されたデジタル庁を中心に、社会全体のデジタル化が推進されています。また、新型コロナウイルス感染症の拡大も要因となり、産業のデジタル化・DX の取組がさらに加速しています。

オンライン会議の普及やデジタル技術をもちいた製造プロセスの効率化、管理部門業務の省力化・スリム化など、企業の規模を問わず、今後の成長に向けては、製造業においても今後はデジタル化への対応は不可欠であり、個々の企業の特性や実情に応じた対策が求められています。

(5) SDGs（持続可能な開発目標、GX など）達成へ向けた世界の流れ

令和2（2020）年10月の総理所信表明演説において、2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする「カーボンニュートラル」の実現を目指すことが宣言されました。この宣言は令和32(2050)年までにわが国全体として温室効果ガスの実質的排出量をゼロにすることで、脱炭素社会の実現を目指すもので、この表明を受け、全国の地方自治体でも脱炭素化に向けた動きがみられるようになりました。

本市においても、令和4（2022）年6月、「ゼロカーボンシティ宣言」を行い、市民、市内の事業者とともに、令和32(2050)年までに二酸化炭素の排出量実質ゼロに向けた取組を進めていくこととしています。

企業における脱炭素経営は、単なる光熱費等の削減にとどまらず、特に新たな顧客の獲得、グローバル展開の際の優位性の獲得につながることを期待されており、更なる取組の推進が求められています。

(6) サプライチェーンの強靱化・経済安全保障に関する取組への重要性の高まり

2019（令和元）年12月に中国で最初の症例が確認され、全世界に拡大した新型コロナウイルス感染症は、わが国においても感染が急拡大し、社会活動に深刻な影響を及ぼし、半導体等の生産工場の生産停止・縮小や資源や燃料の供給停滞など国際的なサプライチェーンの停滞によって、製造業の生産活動にも大きな影響を及ぼしました。

また、米中対立の激化やロシアによるウクライナ侵略といった地政学的リスクの高まりを背景に、サプライチェーンの強靱化や他国への情報や技術の流出などが世界的な問題となっており、企業活動における経済安全保障に対する取組の重要性は増加しています。

(7) 政府におけるスタートアップ育成の動き

政府は、日本にスタートアップを生み育てるエコシステムを創出し、第二の創業ブームを実現することを目的として、令和4（2022）年に「スタートアップ育成5か年計画」を策定しました。この計画では、スタートアップ企業への投資額を今後5年間で現在10倍以上に拡大することや、将来においては、ユニコーンを100社創出し、スタートアップを10万社創出することにより、我が国が世界有数のスタートアップの集積地になることを目標に掲げ、官民一体で取組を進めることとしています。

近年、既存の製造業とスタートアップの協業・連携により、新規事業の創出や新たな価値の創造につながっている事例も見られており、製造業においてもスタートアップの重要性は増加しています。

(8) 活発な企業間連携、層の厚い支援機関

本市は、ものづくり企業間の交流のための環境整備や連携支援などを進めています。具体的には、公民連携による門真市ものづくり企業ネットワークなどの活動を通じて、企業間の交流、生産性向上や人材確保・育成など共通の課題解決に向けた取り組み、域内受発注の促進をすすめています。

また、市内には、金融機関の支店も数多く立地しており、守口門真商工会議所とともに地域に根差した支援機関が充実し、「もりかど産業支援機関ネットワーク」など産業支援機関同士の連携も活発に行われています。

(9) 高い交通利便性等、「操業適地」のメリット発揮

本市は、大阪中心部から 10km 圏内の好立地にあり、近畿自動車道、第二京阪道路、国道 1 号線、国道 163 号などの高速道路や幹線道路網が整備されているとともに、京阪本線、大阪モノレールや Osaka Metro などの鉄道網も充実しています。

これらは、原材料や製品の輸送、販路拡大、人材の確保等において大きなメリットを有するとともに、ものづくり産業の集積は、分業体制の構築、資源の共通化等において、優位性を発揮し、ものづくり産業の操業に適しています。

また、大阪中心部に多数存在する公的支援機関へのアクセスが良好であり、専門的な相談も受けやすい環境にあります。

さらに、大阪国際空港や先端の技術が集積する彩都・健都、大学の研究機関等へダイレクトにアクセスでき、また市内には多様なものづくり企業が集積している点から、本市はスタートアップの適地としてのポテンシャルも有していると考えられます。

(10) 大阪関西万博のインパクト

令和 5（2025）年に大阪市・夢洲で開催が予定されている 2025 年大阪・関西万博では、「持続可能な開発目標に達成への貢献」と「Society 5.0 の実現」が目標として掲げられています。

万博の開催は、新技術や新商品の開発のきっかけとなる他、大阪・関西の文化や技術を世界に発信する機会にもつながることが期待されています。

本市も、「TEAM EXPO 2025」プログラム共創パートナーとして、民間事業者や各種団体の方々と共に、協働・共創に取り組み、様々な事業を展開していくこととしています。

また、大阪関西万博を見据え、“町工場がサテライト会場”となることを目指すオープンファクトリーイベント（FactorISM—ファクトリズム—）を八尾市、堺市等とともに実施しており、新たな人流の創出と本市のものづくりブランドを世界に発信することが期待されます。

2. アンケート・ヒアリング調査の結果

(1) 市内事業者へのアンケート結果

① アンケート調査の概要

門真市ものづくり産業振興計画の策定に向けて、令和5（2023）年10月から令和5（2023）年12月にかけて市内製造業事業所を対象にアンケート調査を実施しました。

図表 III-1 アンケート調査の概要

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（2023）年10月31日（火）～令和5（2023）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（全事業所）
有効発送数	591件（42件未達）
有効回答数	152件（回収率25.7%）

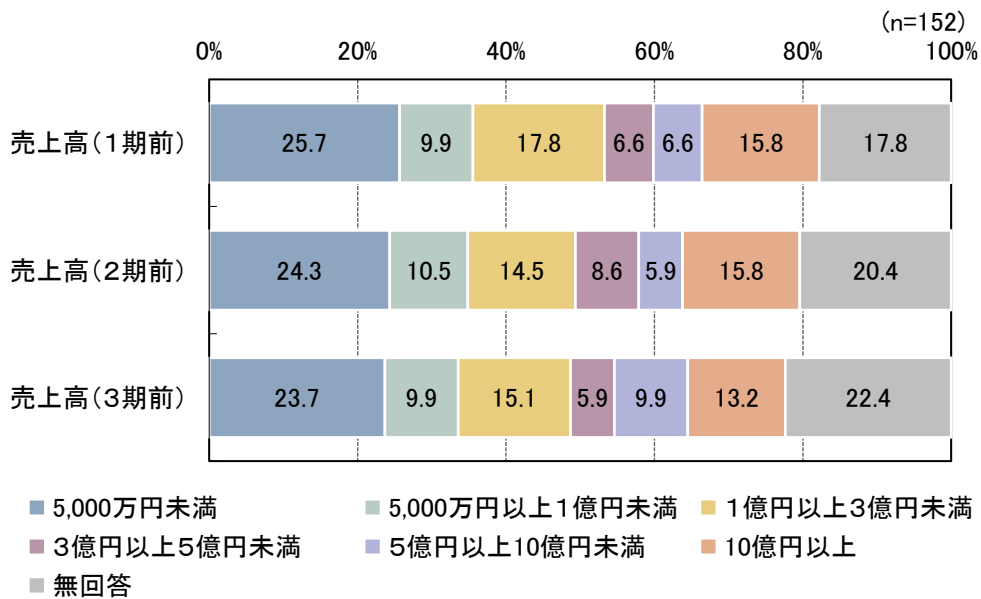
② 主な調査結果

1) 経営の状況について

ア. 売上高

1期前の売上高をみると、「5,000万円未満」の割合が最も高く25.7%となっています。次いで、「1億円以上3億円未満（17.8%）」、「10億円以上（15.8%）」となっています。2期前、3期前についてもほぼ同じ傾向となっています。

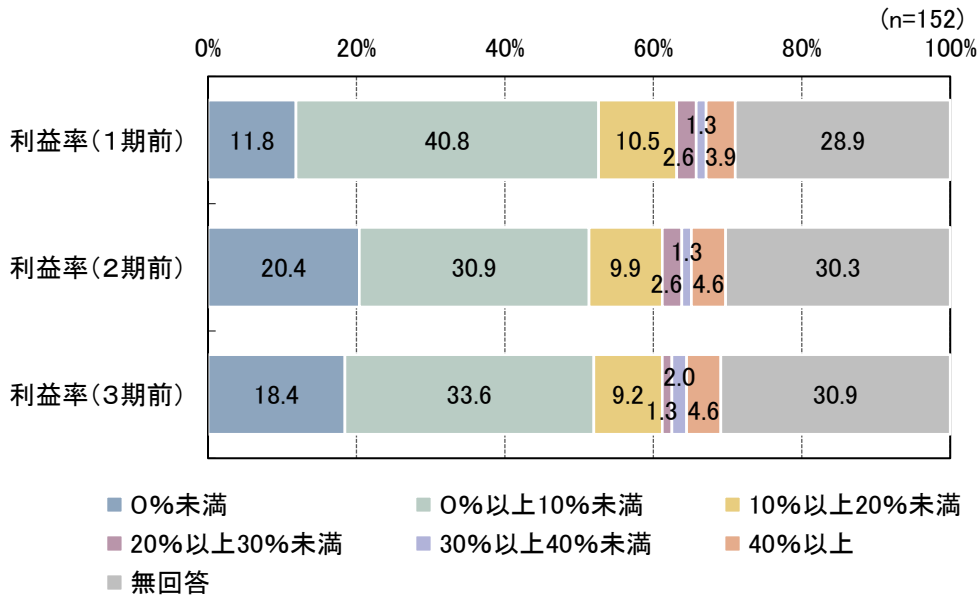
図表 III-2 年間の売上高（1期前～3期前の決算）



イ. 利益率

利益率についてみると、1期前の利益率では、「0%以上10%未満」の割合が最も高く40.8%となっています。次いで、「0%未満（11.8%）」、「10%以上20%未満（10.5%）」となっています。2期前、3期前と比べ、1期前では「0%未満」の割合がやや減少しています。

図表 III-3 年間の利益率（1期前～3期前の決算）

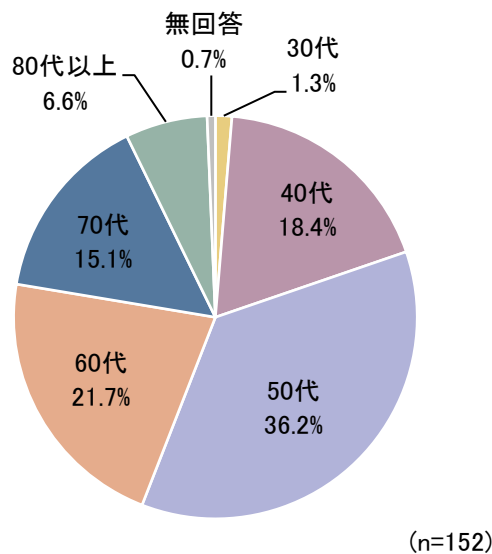


2) 事業承継について

ア. 代表者の年齢

代表者の年齢をみると、「50代」の割合が最も高く36.2%となっています。次いで、「60代（21.7%）」、「40代（18.4%）」となっています。

図表 III-4 代表者の年齢

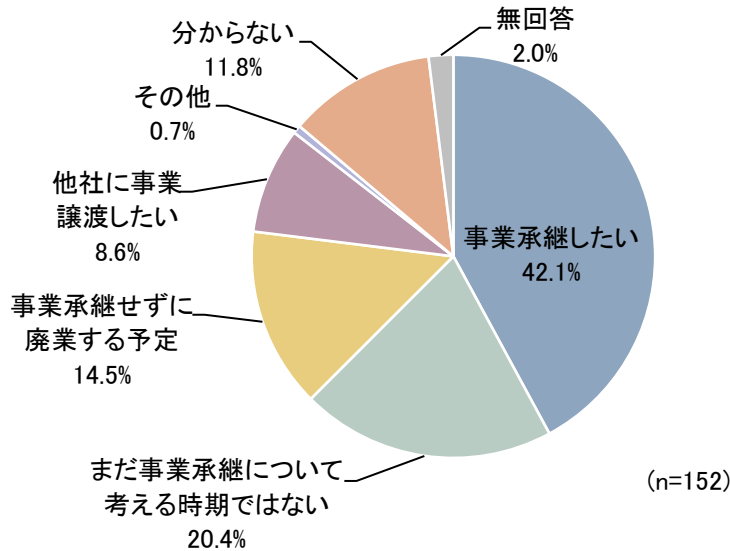


(n=152)

イ. 事業承継の意向

事業承継の意向をみると、「事業承継したい」の割合が最も高く42.1%となっています。次いで、「まだ事業承継について考える時期ではない（20.4%）」、「事業承継せずに廃業する予定（14.5%）」となっています。

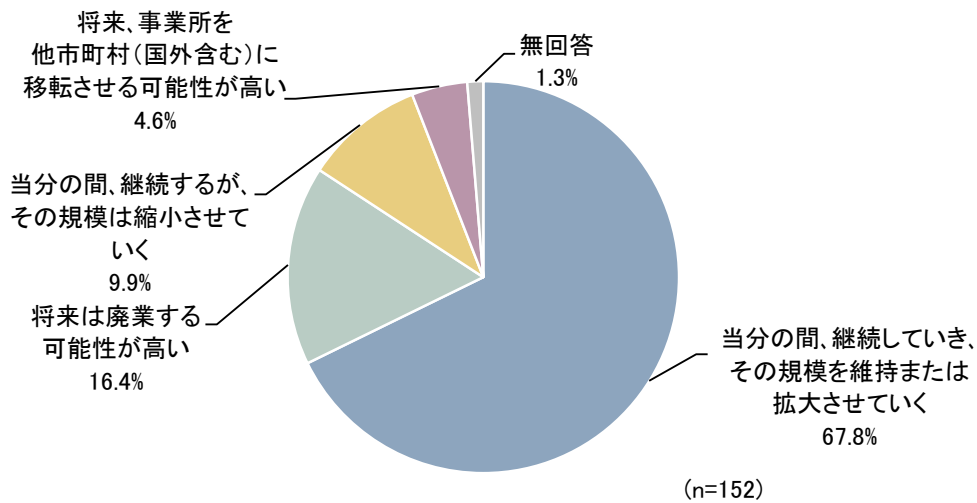
図表 III-5 事業承継の意向



3) 今後の事業の展望

門真市における事業継続の意向としては、「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67.8%となっている。次いで、「将来は廃業する可能性が高い（16.4%）」、「当分の間、継続するが、その規模は縮小させていく（9.9%）」となっている。

図表 III-6 門真市における事業継続の意向

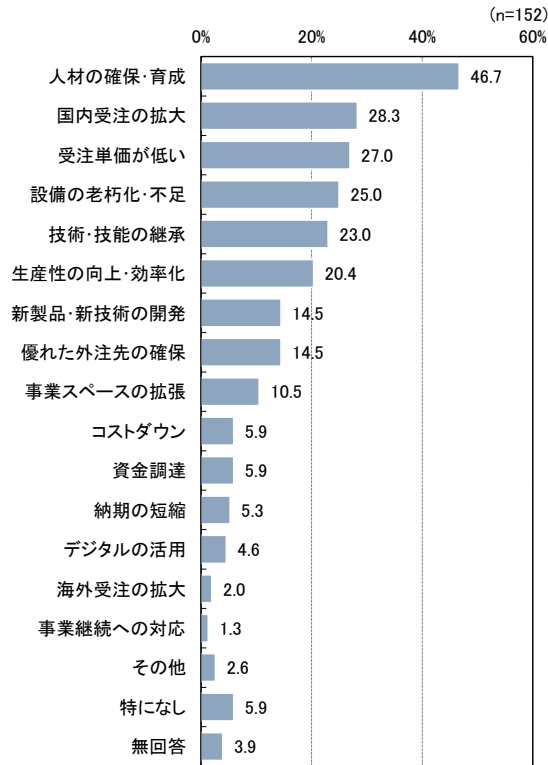


4) 経営上の課題について

ア. 経営上の課題

経営上の課題をみると、「人材の確保・育成」の割合が最も高く 46.7%となっています。次いで、「国内受注の拡大（28.3%）」、「受注単価が低い（27.0%）」となっています。

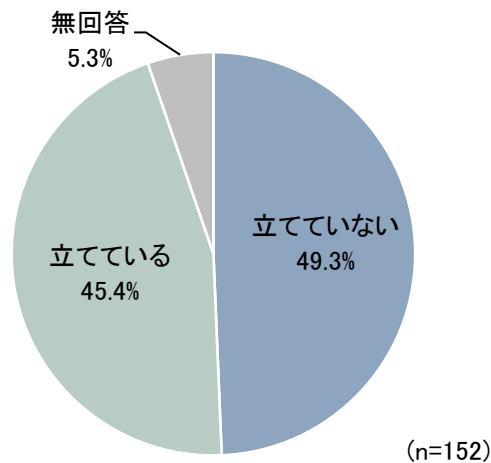
図表 III-7 経営上の課題



イ. 今後（3～5年程度）を見据えた経営戦略の有無

「立てていない」の割合がおよそ半数の 49.3%を占めており、「立てている（45.4%）」の割合を上回っています。

図表 III-8 経営戦略の有無

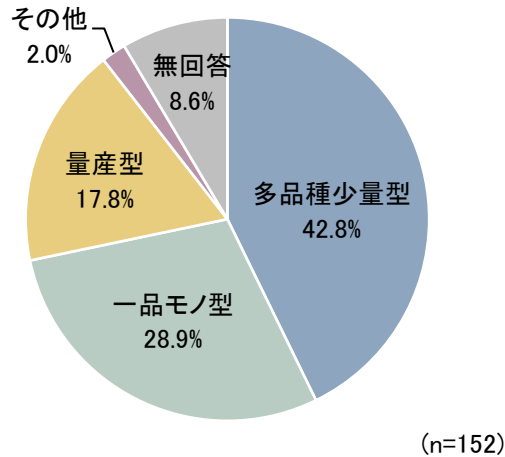


5) 生産の状況について

ア. 主な生産形態

主な生産形態については、「多品種少量型」の割合が最も高く 42.8%となっています。次いで、「一品モノ（オーダーメイド）型（28.9%）」、「量産型（17.8%）」となっています。

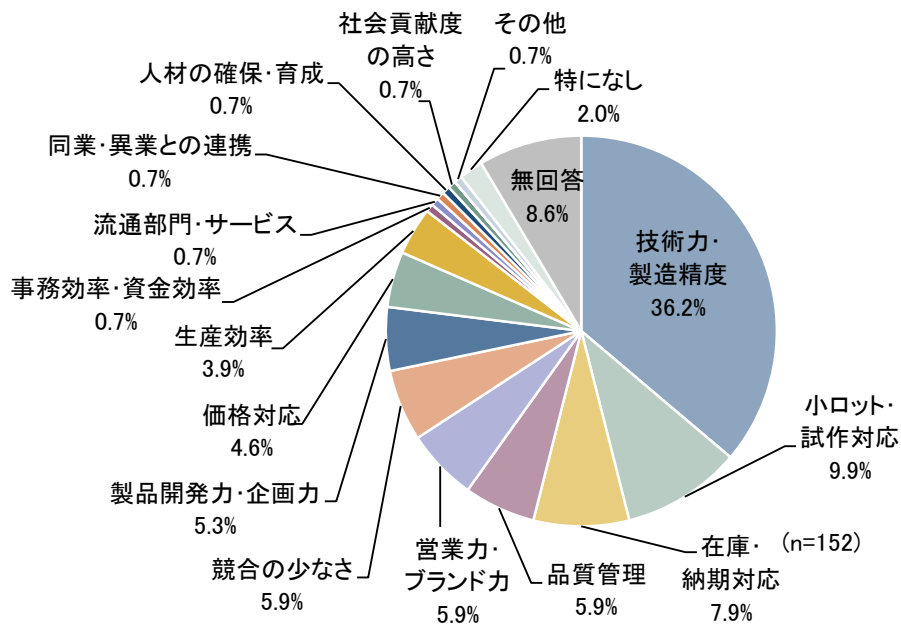
図表 III-9 主な生産形態



イ. 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 36.2%となっています。次いで、「小ロット・試作対応（9.9%）」、「在庫・納期対応（7.9%）」となっています。

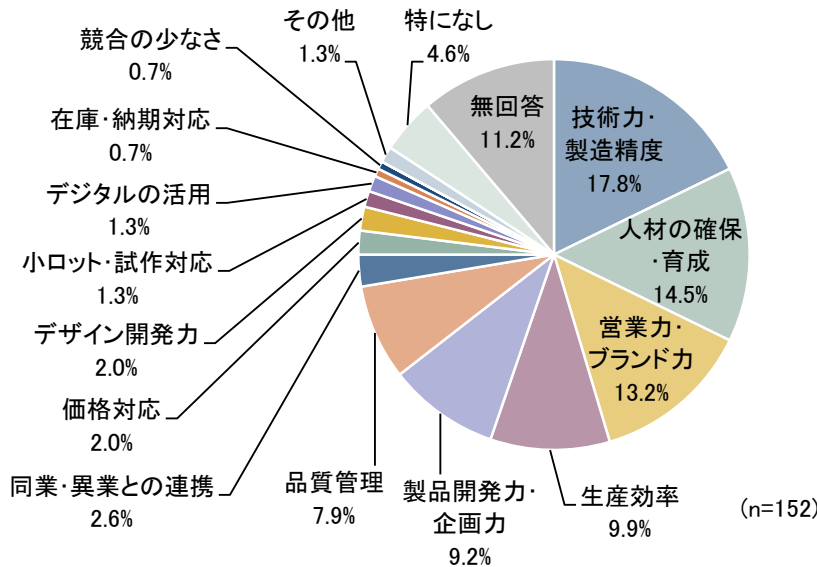
図表 III-10 現在の強み（1位）



ウ. 今後強化したいもの（1位）

今後強化したいものの1位は「技術力・製造精度」の割合が最も高く 17.8%となっています。次いで、「人材の確保・育成（14.5%）」、「営業力・ブランド力（13.2%）」となっています。

図表 III-11 今後強化したいもの（1位）

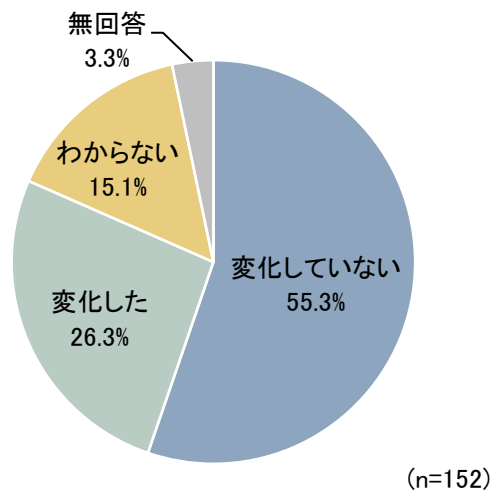


6) 取引の状況について

ア. 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 55.3%となっています。次いで、「変化した（26.3%）」、「わからない（15.1%）」となっています。

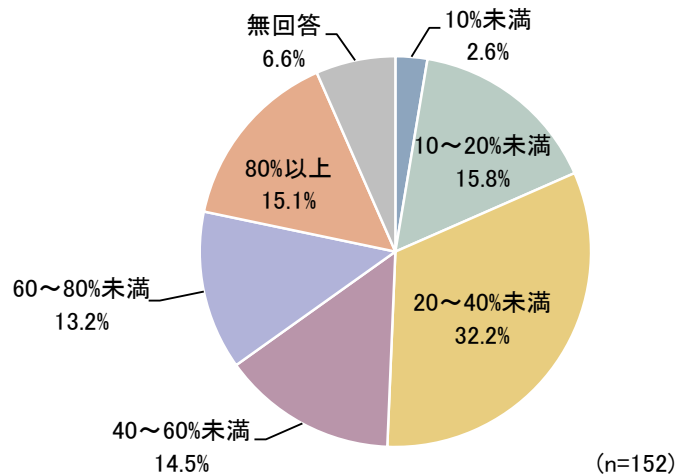
図表 III-12 10年前と比較した最終製品の変化の有無



イ. 売上がもっとも高い顧客・取引先との取引の比率

売上がもっとも高い顧客・取引先との取引の比率は、「20～40%未満」の割合が最も高く 32.2% となっています。次いで、「10～20%未満（15.8%）」、「80%以上（15.1%）」となっています。

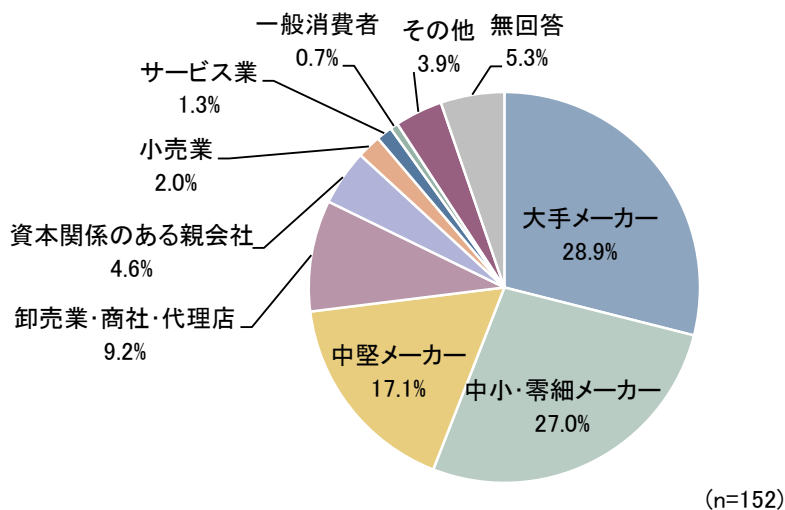
図表 III-13 売上が最も高い顧客・取引先との取引の比率



ウ. 売上が最も高い顧客・取引先

売上が最も高い顧客・取引先については、「大手メーカー」の割合が最も高く 28.9% となっています。次いで、「中小・零細メーカー（27.0%）」、「中堅メーカー（17.1%）」となっています。

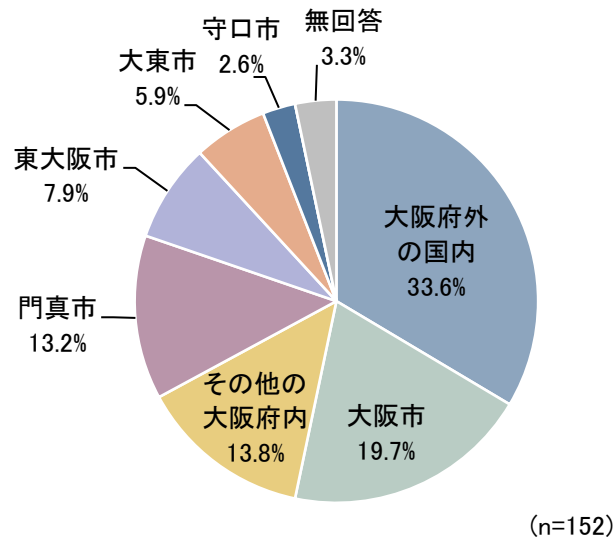
図表 III-14 売上が最も高い顧客・取引先



エ. 売上高が最も高い顧客・取引先の立地場所

売上高が最も高い顧客・取引先の立地場所については、「大阪府外の国内」の割合が最も高く33.6%となっています。次いで、「大阪市（19.7%）」、「その他の大阪府内（13.8%）」となっています。

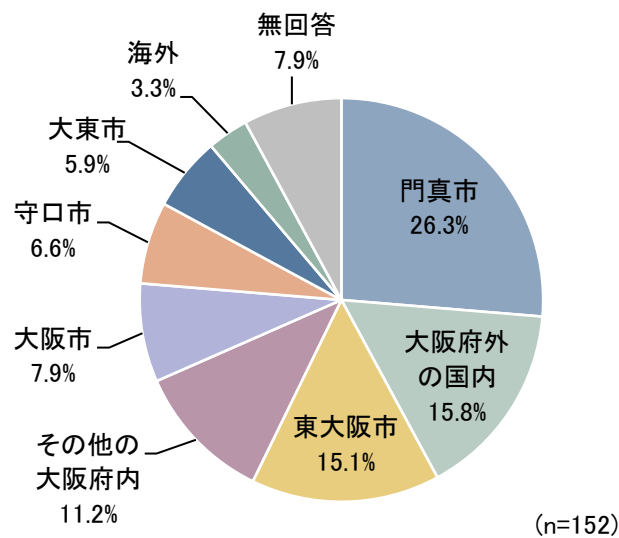
図表 III-15 売上高が最も高い顧客・取引先の立地場所



オ. 主な外注・生産分業先の立地場所

主な外注・生産分業先の立地場所については、「門真市」の割合が最も高く26.3%となっています。次いで、「大阪府外の国内（15.8%）」、「東大阪市（15.1%）」となっています。

図表 III-16 主な外注・生産分業先の立地場所

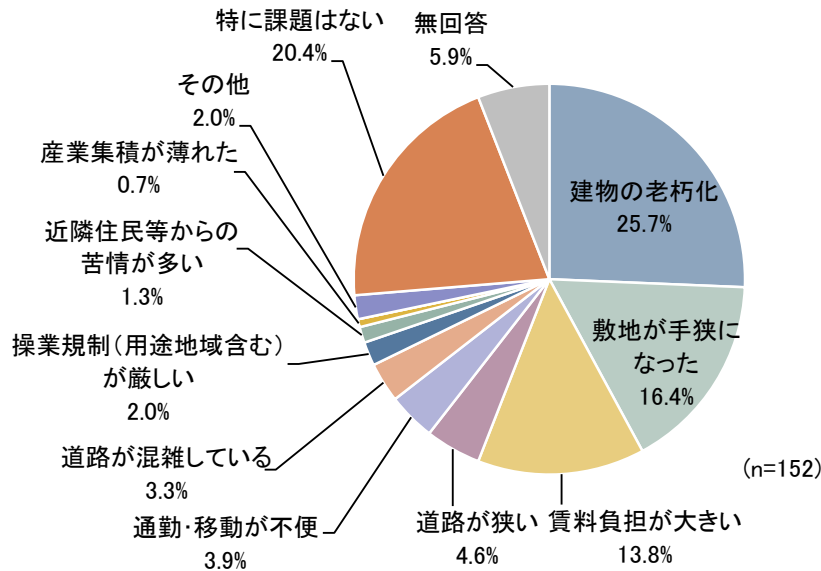


7) 事業用地について

ア. 事業用地・建物についての課題

事業用地・建物についての課題は、「建物の老朽化」の割合が最も高く 25.7%となっています。次いで、「特に課題はない（20.4%）」、「敷地が手狭になった（16.4%）」となっています。

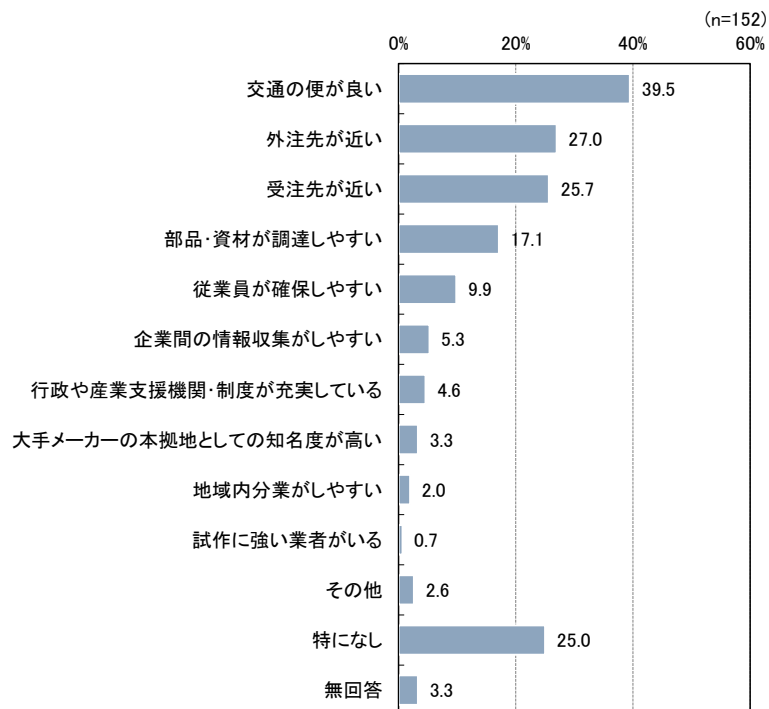
図表 III-17 事業用地・建物についての課題



8) 門真市の操業環境について

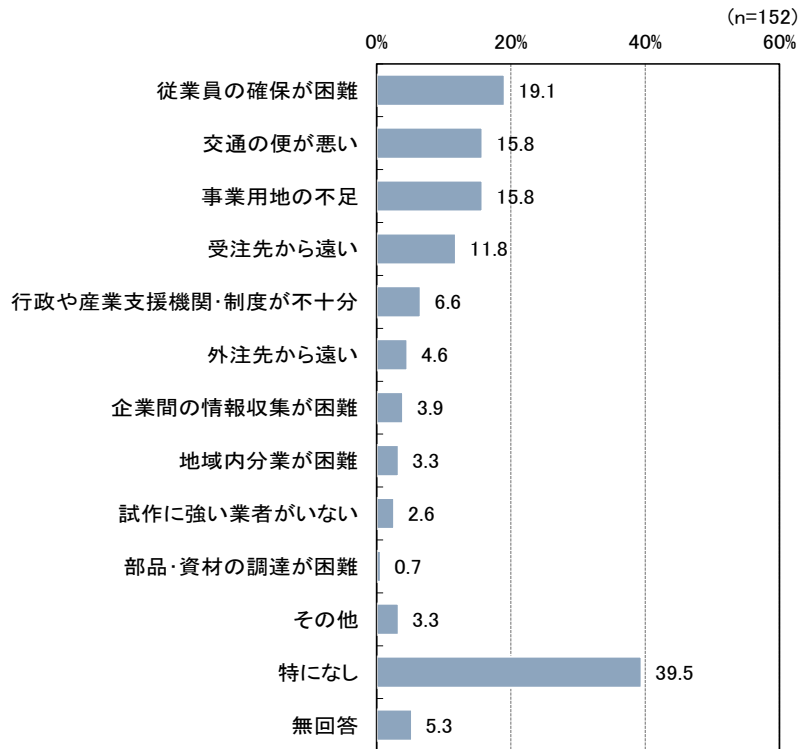
門真市に立地しているメリットとしては、交通の利便性、外注先の近さ、受注先の近さなどが挙げられています。

図表 III-18 門真市内に立地しているメリット



一方でデメリットとしては、従業員の確保が困難なこと、交通の便が悪いこと、事業用地が不足していることなどが挙げられています。

図表 III-19 門真市内に立地しているデメリット

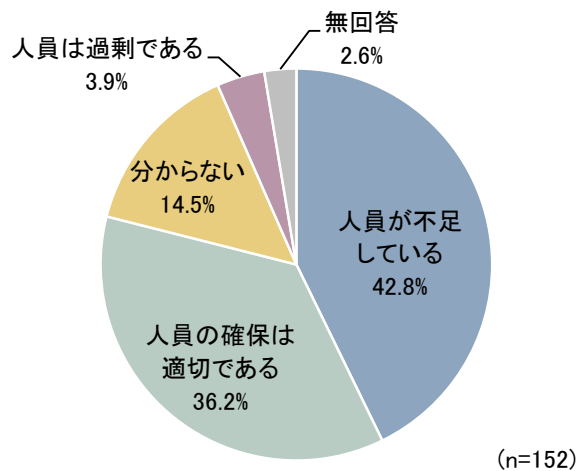


9) 人材の確保・育成について

ア. 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 42.8%となっており、「人員の確保は適切である (36.2%)」を上回っています。

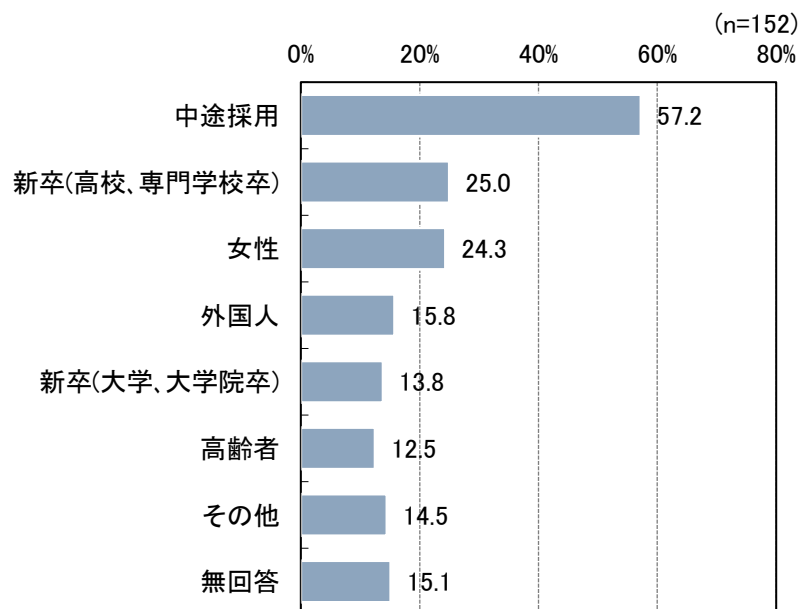
図表 III-20 人員の過不足の状況



イ. 現在採用を行っている属性

現在採用を行なっている属性については、「中途採用」の割合が最も高く57.2%となっています。次いで、「新卒(高校、専門学校卒) (25.0%)」、「女性 (24.3%)」となっています。

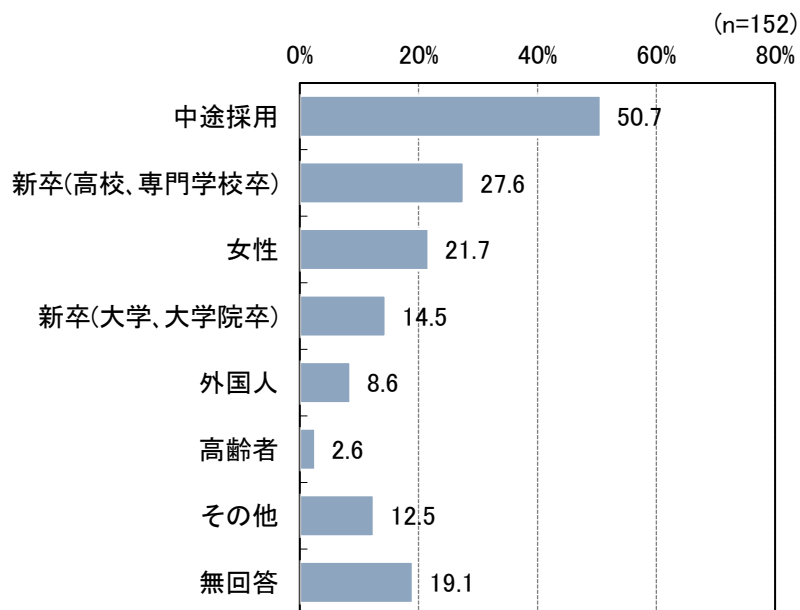
図表 III-21 現在採用を行なっている属性



ウ. 今後採用を増やしたいと考えている属性

今後採用を増やしたいと考えている属性については、「中途採用」の割合が最も高く50.7%となっています。次いで、「新卒(高校、専門学校卒) (27.6%)」、「女性 (21.7%)」となっています。

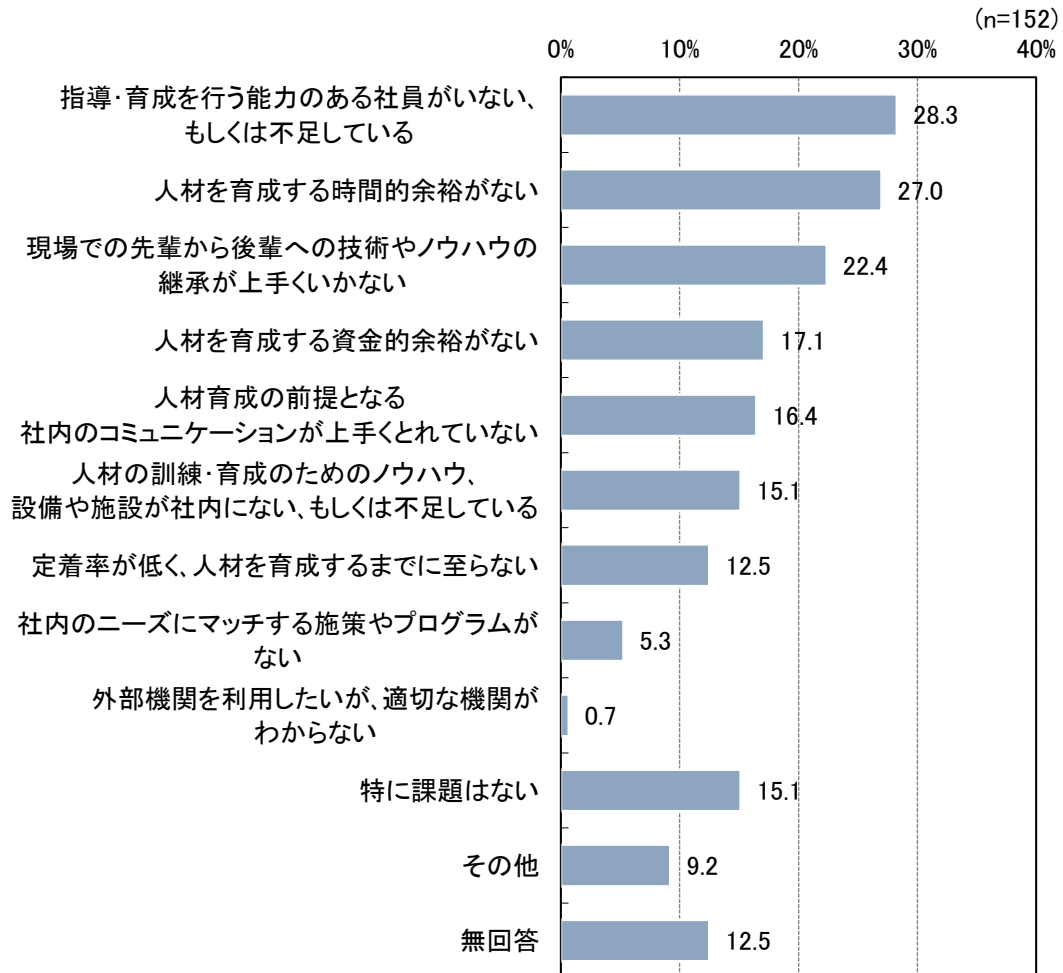
図表 III-22 今後採用を増やしたいと考えている属性



エ. 人材育成上の課題

人材育成時用の課題については、「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28.3%となっています。次いで、「人材を育成する時間的余裕がない（27.0%）」、「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（22.4%）」となっています。

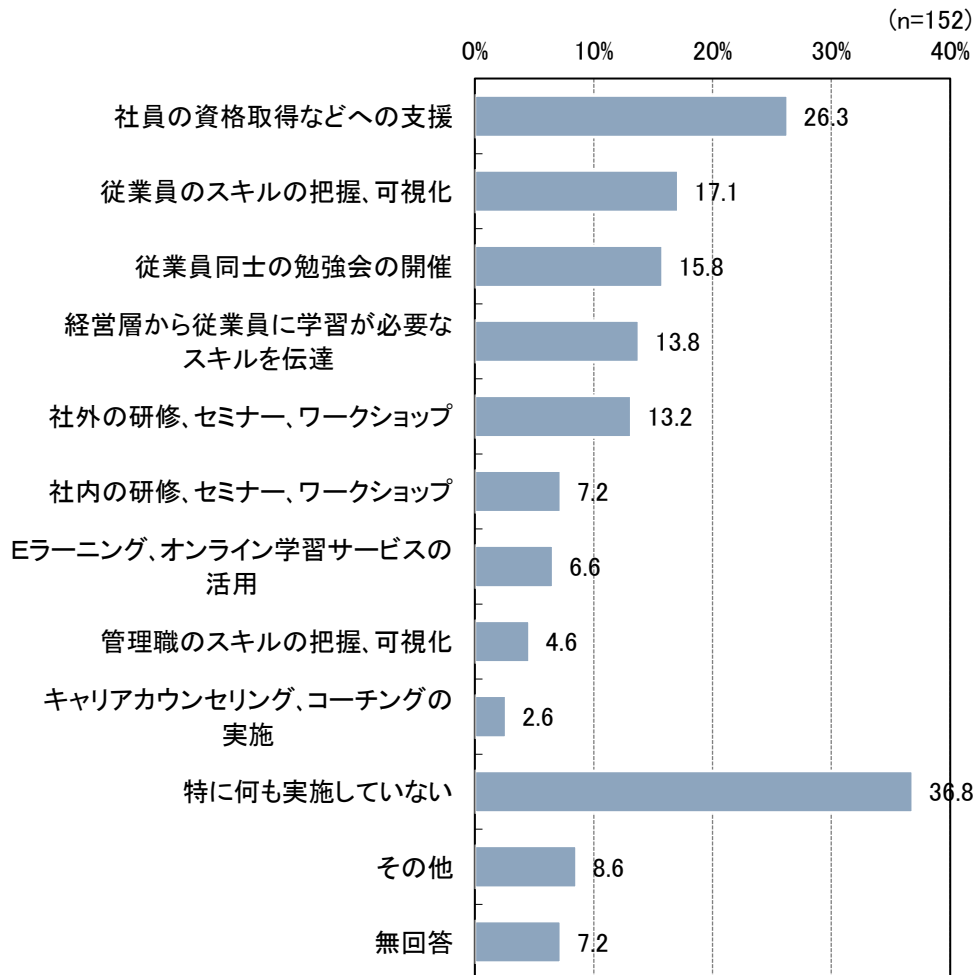
図表 III-23 人材育成上の課題



オ. 人材開発・研修の取組内容

人材開発・研修の取組内容については、「特に何も実施していない」の割合が最も高く 36.8%となっています。次いで、「社員の資格取得などへの支援（26.3%）」、「従業員のスキルの把握、可視化（17.1%）」となっています。

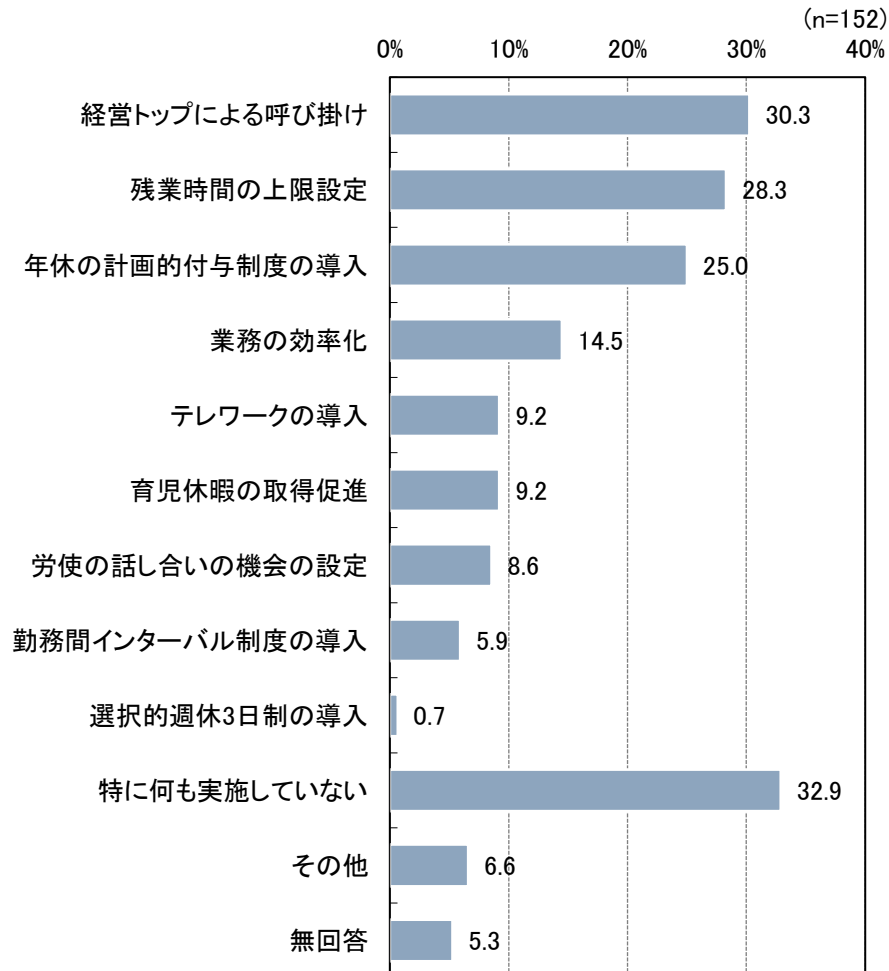
図表 III-24 人材開発・研修の取組内容



カ. 働き方改革の取組内容

働き方改革の取組内容としては、「特に何も実施していない（32.9%）」や「経営トップによる呼び掛け（30.3%）」、「残業時間の上限設定（28.3%）」などの回答が高い割合となっています。

図表 III-25 働き方改革の取組内容

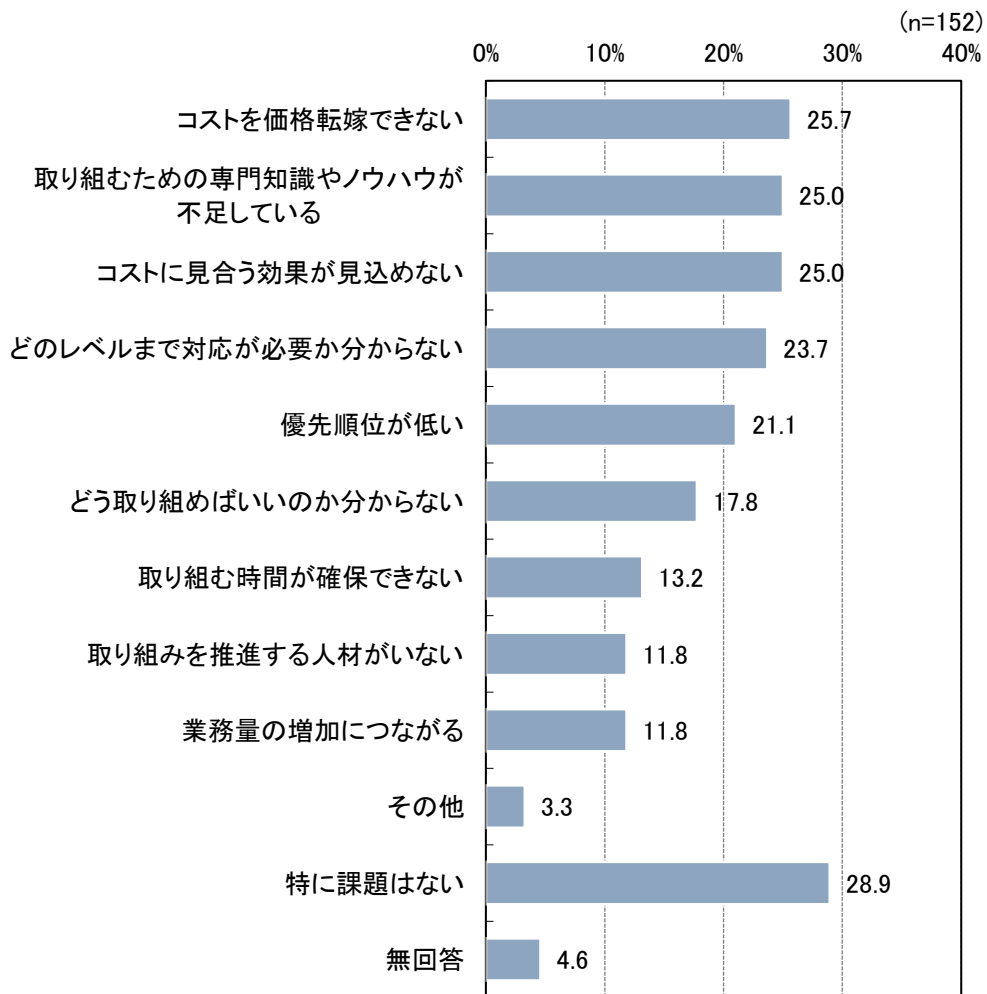


10) 事業環境の変化への対応

ア. カーボンニュートラル（脱炭素）を進める上での課題

カーボンニュートラル（脱炭素）を進める上での課題としては、「コストを価格転嫁できない（25.7%）」や「取り組むための専門知識やノウハウが不足している（25.0%）」、「コストに見合う効果が見込めない（25.0%）」などの回答が高い割合となっています。

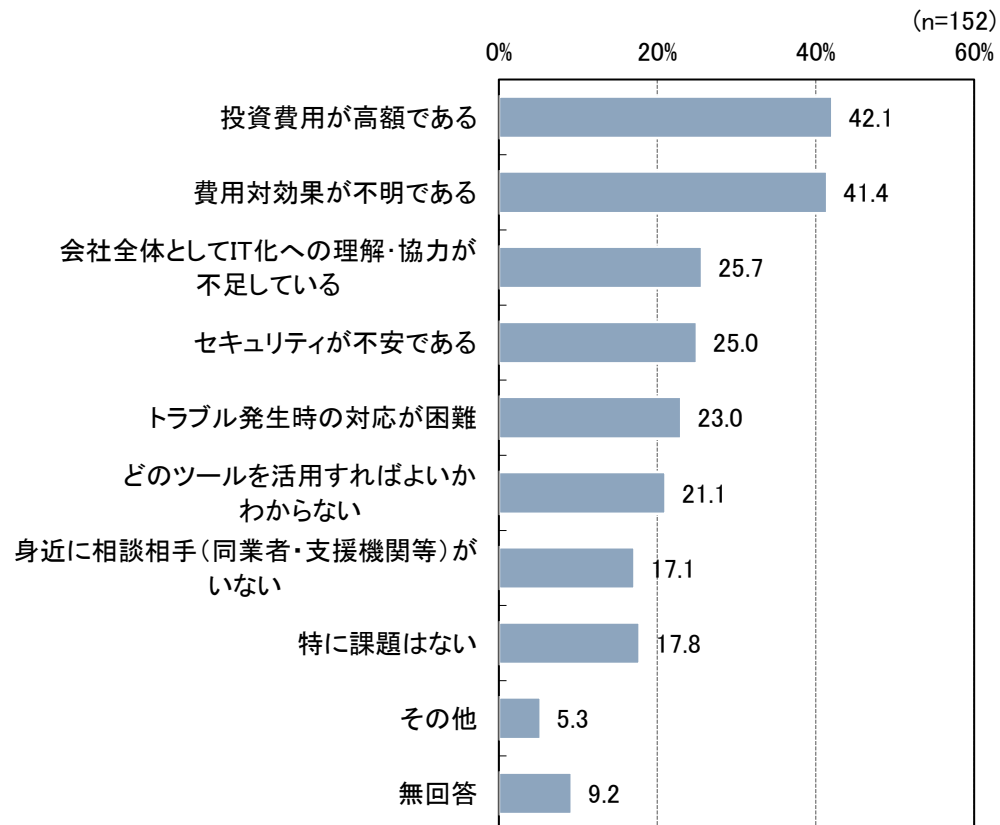
図表 III-26 カーボンニュートラル（脱炭素）を進める上での課題



イ. デジタル技術の活用に関する課題

デジタルの技術の活用に関する課題としては、「投資費用が高額である（42.1%）」や「費用対効果が不明である（41.4%）」、「会社全体としてIT化への理解・協力が不足している（25.7%）」などの回答が高い割合となっています。

図表 III-27 デジタル技術の活用に関する課題



(2) 産業支援機関・金融機関へのアンケート・ヒアリング結果

① アンケート調査の概要

門真市ものづくり産業振興計画の策定に向けて、令和5（2023）年12月に産業支援機関を対象としてアンケート調査を実施しました。

図表 III-28 アンケート調査の概要

調査名称	門真市ものづくり産業振興計画策定に向けた産業支援機関アンケート調査
実施期間	令和5（2023）年12月11日（月）～令和5（2023）年12月29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	大阪府内に所在する産業支援機関、門真市内もしくは門真市周辺に所在する金融機関 46 機関
有効発送数	46 件
有効回答数	11 件（回収率 23.9%）

① 主な調査結果

アンケート集計後に追記

- 1) 事業者のニーズが高い支援の内容
- 2) 産業支援機関が抱える課題
- 3) 産業支援機関が考える今後注力したい支援分野
- 4) 支援機関からみた門真市ものづくり産業の特徴
- 5) 今後の連携の可能性

3. 課題の整理

(1) SWOT 分析

これまでの整理・分析を踏まえて、本市のものづくり産業の強みと弱みを分類の上、本市が成長・発展するための機会と悪影響を及ぼしかねない脅威について整理を行いました。こうした「強み」「弱み」「機会」「脅威」を掛け合わせ、門真市のものづくり産業の方向、在り方の方向性を抽出します。

		外部環境		
		Opportunity : 機会	Threat : 脅威	
分析の目的 「門真市のものづくり産業の活性化」		<ul style="list-style-type: none"> ● 製造の国内回帰、サプライチェーンの再構築の流れ ● 大阪国際万博の開催 ● 市場ニーズの多様化、グローバル化 ● 2050年カーボンニュートラルの実現 ● 国による産業界のDXの推進 ● 国によるスタートアップ創出の動き 	<ul style="list-style-type: none"> ● 少子高齢社会による絶対的な生産人口の減少 ● 国内市場の縮小 ● 長期的な世界情勢の変化（不確実性の増加、日本の国際競争力低下、既存市場の変化） ● 国による賃金引き上げの動き ● 物流の2024問題 	
内部環境	Strong : 強み	<ul style="list-style-type: none"> ● 近隣市にも豊富な産業集積が存在【Ⅱ-4】 ● 製造業従業者数の増加傾向【Ⅱ-7】 ● 多様な業種・技術を持つものづくり企業の集積（対応力ポテンシャルの高さ）【Ⅱ-9】 ● 市内で、新たな都市開発・プロジェクトの進行（まちづくり等）【Ⅱ-3】 ● 多品種・小ロット対応【Ⅲ-10】 ● 技術力・製造精度の高さ【Ⅲ-11】 ● 高い域外交通の利便性【Ⅲ-19】 ● ものづくり企業の市内での操業維持意向の高さ ● ものづくり企業によるネットワークの存在 ● 充実した支援機関の存在 ● 世界的大企業、ニッチトップ企業の存在 	<ul style="list-style-type: none"> ● 稼ぐ力の強化=高付加価値化 ● 個社の強み、企業間連携を活かした、国内回帰を含む新市場の獲得 ● 大企業、中小企業も交えたものづくり企業ネットワークの強化 ● 多様な主体との連携スタートアップの育成・誘致 ● 産業支援機関・施設等を含めた企業支援機能の強化など 	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業連携関係を活かした、高付加価値化（人材、生産性向上、新ビジネスなど）推進 ● 域内受発注促進 ● 支援機関の強化、支援ネットワークの強化 ● 企業ロールモデル等の横展開 ● 教育機関、職業訓練機関との連携（人材確保、リスキリングなど） ● 企業の経営資源の共通化/共用化 ● 周辺地域や他の産業集積地との連携促進など
	Weak : 弱み	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業所数（集積）の減少【Ⅱ-7】 ● 経営者の事業承継希望が高い【Ⅲ-6】 ● 経営戦略の弱さ【Ⅲ-9】 ● 工場等の老朽化【Ⅲ-18】 ● 市内での工場用地の不足・確保難【Ⅲ-20】 ● 働き方改革への対応の遅れ【Ⅲ-26】 ● 脱炭素への対応の不十分さ【Ⅲ-27】 ● デジタル化の不十分さ【Ⅲ-28】 ● 市のものづくりのブランド力・知名度が低い ● 人材・後継者の確保／育成への対応 	<ul style="list-style-type: none"> ● 現状変革のマインド、機運の醸成／強化 ● 個社の営業力、販売力強化 ● 中小企業の中核企業への成長（ハブ機能の増加） ● “見える工場”の推進（オープンファクトリーなど） ● 脱炭素対応の促進 ● デジタル化による生産性向上 ● 次世代人材の育成 ● 市内での産業用地の創出、ゾーニング、立地ニーズへの対応 ● 門真ものづくりブランドの全国的発信など 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業承継マッチングの促進 ● デジタル人材の育成 ● 多様な人材の活躍 ● 新産業の創出 ● 近畿圏外／海外へのアプローチ検討など

※【】は図表の番号

SWOT 分析を経て、門真市のものづくり産業にあり方として、本市の持つ交通利便性、バラエティに富む工業集積やネットワークなどを活かし、以下の3つのポイントが浮き彫りになりました。

- 時代の潮流にいち早く適応し、変革を行い新たな価値を生み出していくための「**イノベーション**」を起こしていく土壌の形成。
 - さらに成長するため、市域内外を問わずものづくり企業同士、ものづくり企業と他産業や関係機関の「**ネットワーク・連携**」の促進。
 - 人材、個社の技術、営業や生産性などの経営力強化による高付加価値化、そしてものづくり集積の維持、発展、ブランド力向上による「**産業基盤・集積**」の形成。
-