

門真市ものづくり産業振興計画
(案)

令和6（2024）年2月19日

門真市

市長あいさつ（予定）

《 目 次 》

I. 門真市ものづくり産業振興計画の策定にあたって	1
1. 計画策定の目的	1
2. 計画の位置づけ	2
3. 計画期間	3
II. 門真市ものづくり産業のなりたち	3
1. 門真市ものづくり産業集積の歴史	3
2. 門真市ものづくり産業をとりまく環境と現況	6
III. 門真市ものづくり産業の課題	20
1. ものづくり産業を取り巻く社会的潮流	20
2. アンケート・ヒアリング調査の結果	23
3. 課題の整理	42
IV. ものづくり産業振興戦略・具体的施策	44
1. 基本理念	44
2. 基本戦略「門真市ものづくり“ 3つの「C」戦略」	46
3. 基本戦略に基づく具体的施策	48
V. 門真市ものづくり産業振興計画の推進に向けて	69
1. 計画の進行管理・評価手法	69
VI. 資料編	70

I. 門真市ものづくり産業振興計画の策定にあたって

1. 計画策定の目的

本市では、「門真市第 6 次総合計画」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”に定め、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し、産業の振興と地域経済の活性化を図っています。

昨今の少子高齢社会の進展により、国内や地域の経済規模の縮小が懸念される中、今後、いかに、市内の「付加価値、雇用、所得、消費等」を確保し、向上させ、「まちの成長のエンジン」である地域経済を活性化していくかが、都市として持続していくための喫緊の課題となっています。また本市がめざす「職住近接のまちづくり」¹の実現には、その前提となる「働く場」の確保、すなわち産業の維持・発展は極めて重要です。

本市の産業構造は、従業者数、売上金額、付加価値額等の指標において、製造業が他の産業に比べて突出して大きく、また歴史的にも近代以降、製造業とともに成長しており、本市の「基幹産業」は、ものづくり産業となっています。市内経済の活性化にはまず、「基幹産業」であるものづくり産業の振興を図ることで、本市の稼ぐ力を高め、そして、市域外からもたらされたお金を他の産業等、市内へ波及し、循環させることが必要です。

しかし、わが国の人口減少・少子高齢社会の進行に伴う担い手の不足や経済のグローバル化に伴う競争の激化、AI・IoT をはじめとするデジタル化の進展、脱炭素やカーボンニュートラルに対する要請など、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、これらの変化にいち早く対応し、チャンスに変えて、成長につなげていくことが必要不可欠です。こうした社会環境の変化は、市内企業の大部分を占めている中小企業に特に大きな影響をもたらしており、企業単独で対応することが難しい状況となっています。企業が抱える様々な課題に対応し、付加価値を上げていくためには、事業者を含め、関係機関が今まで以上に連携・協働する必要があります。

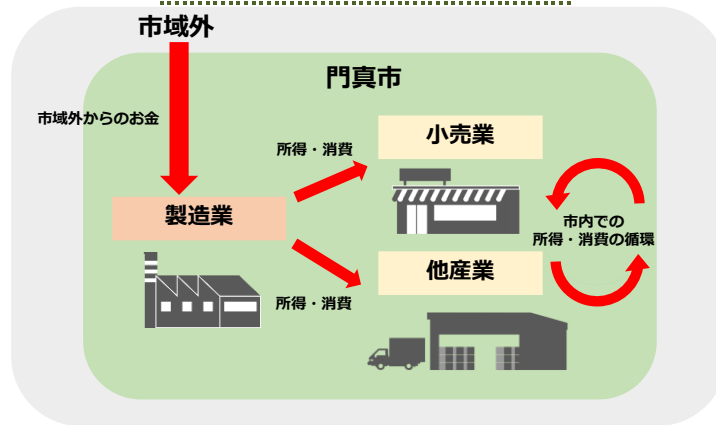
本計画では、本市のものづくり産業のめざすべき姿を明らかにするとともに、それを実現するための基本的な方向性や戦略を定めた上で、これらを計画的に推進・実行していくことを目的に、今回、新たに「門真市ものづくり産業振興計画」として、策定するものです。

本市の近年におけるものづくり産業振興の取組みとしては、平成 22（2010）年に「門真市産業振興ビジョン」を策定し、平成 24（2012）年には門真市中小企業サポートセンターを設置、門真市ものづくり企業ネットワークを発足するなど、相談支援体制の充実や企業間連携の構築などを図ってきました。いわば“基礎固め”とも言える 10 年が経過し、本計画により、経済社会の潮流や事業者等のニーズに沿いながら、“次のステップ”を見据え、本市のポテンシャルを活かした“攻め”のものづくり産業の振興をめざします。

なお本計画での「ものづくり産業」とは、製造業に属する全業種と、情報サービス業や機械設計業などその製品が製造業の付加価値向上に寄与する産業も含むものとします。

¹ 門真市第 6 次総合計画におけるまちづくりの方向性の一つに、「働きながら、子育てしながら暮らしやすい便利で快適な職住近接のまち」を定めている

市域内での経済循環のイメージ



2. 計画の位置づけ

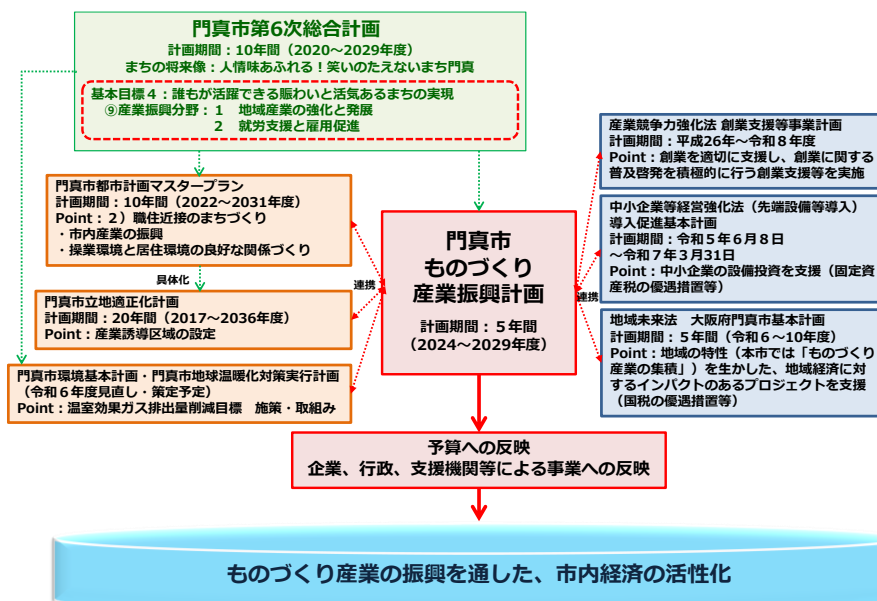
門真市では、「門真市第6次総合計画」を最上位計画として各種施策を推進しており、本計画は、総合計画に位置付けられている、「ものづくり産業振興分野」における具体的な計画です。

また、総合計画においては、「市民参加と協働・共創²によるまちづくり」をコンセプトとしており、本市のさらなる成長を市民や地域、事業者などみんなとともに作り上げ、分かち合っていくため、協働・共創を核として、それぞれのできることを、行うことを明らかにしながら施策や事業を進めることとしています。

本計画においても、事業者、行政機関をはじめ、いわゆる産学官金の関係機関など、ものづくりにかかわるすべてのプレイヤーが協働・共創し、本市のものづくり産業振興を推進することを基本的な考え方とします。

また、関連する行政計画等との整合性を図りつつ、ものづくり産業振興のめざすべき方向性を明らかにし、経済社会動向に即応した取組み、事業の展開を図っていきます。

図表 I-1 計画の位置づけ



² 協働・共創…市民、NPO などをはじめとする地域団体や企業、行政などの多様な主体が対等な立場で互いに尊重し、専門知識や得意分野を生かして役割分担を行い、地域課題の解決やまちづくりに取り組むこと

3. 計画期間

本計画の計画期間は、令和 6（2024）年度から令和 10（2028）年度までの 5 年間とします。

II. 門真市のものづくり産業のなりたち

1. 門真市のものづくり産業集積の歴史

かつて農村地帯であった現在の門真市域では、古くより養蚕、製糸、製茶、糸紡ぎ、木綿織、麦藁細工等が農家の兼業として営まれていました。特に明治末期、農閑期を利用した農村家内工業の形態をとって、メリヤス業が主要な工業に発展しました。メリヤスとは、「ニット」の古い呼び名で、メリヤス編み（平編み・天竺編み）で編んだ生地であり、伸縮性に優れ、靴下や下着類などに利用され、当時わが国の重要輸出品でした。

大阪は、昭和期に入り「東洋のマンチェスター」とも呼ばれたように、特に大阪市内において工業の集積が急速に進みました。一方で、公害問題の惹起や工場等の拡張等を理由とした、郊外への工場移転の動きが活発化してきました。明治期より京阪電気鉄道が開通し、大規模変電所が存在していた現在の門真市域は、地価も比較的安価であったこともあいまって、それらの工場移転候補地の一つとなりました。

そのような中、昭和 8（1933）年、地元による誘致活動もあり、松下電器製作所（現：パナソニックホールディングス（株）、以下「パナソニック」）が、大阪市内より本社・工場を本市に移転し、ラジオや電池を製造する一大工場が形成されました。このことは本市のものづくり産業にとっての大きなターニングポイントとなり、その後も工場は順次拡張されていきました。さらに、天辻鋼球製作所などの有力企業も続いて、誘致活動により本市に移転され、本市は、当時の工場誘致の先駆者であったといえます。

本市全域にわたり、本格的な工業集積が見られるようになったのは、戦後の高度成長期に入ってからです。まず、市の北西部、松下電器産業の周辺に電機関係の下請け工場が増加し始め、続いて、農村地帯の面影を残していた南部地域にも、電器具部品・各種小型機械、段ボールなどの小規模工場が進出し始めました。市内外の手メーカーの急成長を支える形で、部品等を製造する中小企業群が集積し、その技術力を向上させてきたと考えられます。さらに、市内製造業での業務に従事した従業員が本市内で独立するなどによって事業所が急激に増加していきました。

もちろん本市域だけでなく、周辺市においても工業集積が進み、例えば門真市、守口市、大東市、大阪市鶴見区、城東区は一連の機械金属関連工業の集積地であると考えられ（9 ページ参照）、切削、表面処理、プレスなどの事業所が多く、短納期対応を行う企業割合が高いことが特徴とされています。

このような市内における工業生産の拡大は、労働需要の急増をもたらし、本市の人口、消費が著しく増加し、商業、サービス業なども活況を呈するに至りました。

順調な成長を見せていた本市製造業は、昭和 46（1971）年のニクソンショック、昭和 48（1973）年のオイルショック以降、緩やかな減少局面に転じ、昭和 60（1985）年のプラザ合意による円高に起因して、製造業生産機能の海外移転と、それに伴う国内生産の縮小が進み、バブル期である平成 2（1990）年には、製造業の事業所数におけるピーク（1,300 事業所）を迎えたものの、平成 3（1991）年のバブル崩壊以降、従業者数ともに大きな減少に転じることとなりました。平成 12（2000）年前後から横ばいで推移するものの、平成 20（2008）年のリーマンショックを契機とした世界同時不

況による製造業再編の影響を受け、引き続き減少傾向に転じ、令和3（2021）年度には、ピーク時の約半数となる677の事業所が立地するに至っています。一方で、製造業従業者数については減少傾向から、近年、増加に転じています。

これまで、本市の中小製造業は、大手メーカーの市内生産機能の縮小に対し、大都市圏内に立地しているという特性を生かして柔軟に対応し、家電、電子部品等で培われた技術力と外注先ネットワークなどを用いて、より広域的な機械工業の生産を支える基盤産業としての役割を担う産業集積地へと変化してきたと考えられます。

【門真市のものでづくりのできごと】

明治43年4月	京阪電気鉄道（天満橋―五條）開業、門真駅・古川橋駅開業
明治44年10月	京阪電気鉄道が、沿線に電灯電力の供給を開始
大正10年頃	現在の桑才・ひえ島・三ツ島には「ミシン屋」と呼ばれる縫加工場が多数集積 主に肌着、ハンカチ、子ども服などのミシン加工を行う
大正11年7月	大同電力大阪変電所（現：関西電力送配電 古川橋変電所）建設 経済成長による電力ひっ迫のため、京阪地方への電力供給を目的とし、遠くは 岐阜県木曾川水系の水力発電で得た電力を受電
大正後期	綿織物と撚糸、メリヤス生産が本市の主要工業となる（大正12年の大阪府の 調査では、撚糸業、織物業、メリヤス生地編立、ミシン裁縫業、製縄・紐業の 21工場が立地 従業者は305人）ただし当時は大半が農村地帯 （年：事業所数 昭和4年：18、昭和8年：28、昭和11年：30、昭和14 年：39）
昭和8年9月	松下電器製作所（現：パナソニック）が現在の大字門真に本社・工場を移転 ラジオ、ランプ・乾電池、配線器具・合成樹脂・電熱器を製造 店員養成所も設置
昭和12年9月	松下電器産業（現：パナソニック）が現在の松葉町に電動機工場新設
昭和14年6月	天辻鋼球製作所が現在の上野口町に本社・工場を移転
昭和15年	井澤銃砲製造所（後の大日本銃砲製造所）が現在の常称寺町に本社・工 場を移転
昭和26、27年	朝鮮戦争の特需により、市内に相当数の小工場が設立されるも、特需が終わ り、たちまち消滅（記録も極めて乏しい）
昭和31年頃	松下電器産業工場周辺に、電機関係の下請け工場が増加し始める
昭和32年	建設機械・農業機械メーカーの東洋社（現：日立建機ティエラ）が現在の常 称寺町に本社・工場を移転（同社の農業機械は「日の本」ブランドで展開）
昭和34年	柳澤製作所（日本初のガス自動炊飯器を開発）が現在の柳町に新工場を 完成 昭和35から38年にかけて、製造業事業所数が109から329に急増
昭和36年	工場誘致促進のための町税減免に関する特別措置条例 制定
昭和37年頃	門真市南部地域に電器具部品・各種小型機械、段ボールなどの小工場が進 出し始める
昭和38年8月	門真市制施行
昭和38年	松下電器産業変圧器事業部・厨房器事業部工場が現在の松生町に完成

	(現：ららぽーと門真、コストコ等)
昭和 38 年	タイガー魔法瓶の総合工場が現在の速見町に完成
昭和 39 年	松下幸之助氏 門真市名誉市民第一号
昭和 40 年	人口増加率が全国一の 178.2%を記録する(昭和 35 年→40 年)
昭和 45 年	製造業従事者数 過去最高 32,355 人 近畿自動車道 吹田 IC～門真 IC 開通 守口門真商工会議所発足
昭和 46 年	門真市総合基本計画策定(柱の一つとして「産業構造の高度化と中小企業の近代化」を掲げる)
昭和 48 年	松下電器産業 国産カラーテレビ「パナカラー」を発売
昭和 49 年	東和薬品が現在の新橋町に本社を移転
昭和 56 年	タイガー魔法瓶が電気ポット第 1 号「わかたて」を発売
平成 2 年	製造業事業所数 過去最高 1,300 箇所 製造品出荷額 過去最高 9,261 億円
平成 9 年	現 OsakaMetro 長堀鶴見緑地線 門真南駅～鶴見緑地駅 開業 大阪モノレール 門真市駅～南茨木駅 開業
平成 11 年	海洋堂フィギュアの食玩ブーム起こる 「にほんの動物シリーズ」発売開始
平成 16 年	東和薬品が水なしでも飲める口腔内崩壊錠で、適度な硬度と速やかな崩壊性を両立した「RACTAB 技術」を開発
平成 24 年	門真市中小企業サポートセンター開設 本市と事業者による、門真市ものづくり企業ネットワーク発足
平成 30 年	タイガー魔法瓶と JAXA が共同開発し、「こうのとり」7号機搭載の小型回収カプセルに採用された真空二重断熱容器が地球に帰還

(資料)門真市「門真市史」、門真市「カドマイスター企業 2019～かどまのものづくり 54 社～」
大阪府「大阪府内機械金属関連工業集積に関する調査」
町田光弘「大都市圏産業集積の軌跡と展望—門真市工業を事例に—」

2. 門真市のものづくり産業をとりまく環境と現況

(1) 地勢

① 地理的条件

本市は、大阪平野の北東部、淀川の左岸流域に跨る「北河内地域」の一角を占め、市の南西部は大阪市と隣接しています。面積は 12.30 km²、広ぼうは概ね東西 4.9 km、南北 4.3 km であり、地勢も平坦であることから、市内間は徒歩・自転車等による移動が容易となっています。本市がめざす“職住近接”のポテンシャルが高いと言えます。

図表 II-1 門真市の地勢



(資料) 門真市「カドマイスター企業 2019～かどまのものづくり 54 社～」より作成

1) インフラの整備状況

市内には京阪電気鉄道本線、大阪モノレール本線及び OsakaMetro 長堀鶴見緑地線が乗り入れ、特に大阪、京都の各都心部や大阪国際空港へのアクセスが良好となっています。

また、第二京阪道路や近畿自動車道、国道 163 号、大阪中央環状線などの広域幹線道路が市内を通り、自動車等の利便性も高くなっています。

さらに、近い将来モノレールの南伸が予定されており、同じく産業が集積するエリアである大阪東部へのアクセスが飛躍的に向上します。

これらの特徴は、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となることから、ものづくり産業の操業に適しているといえます。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、企業等が専門的な相談も受けやすい環境にあります。

さらに、先端の技術が集積する彩都・健都、各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が高いと考えられます。

門真市の産業立地におけるポテンシャル

近い ✓ 大阪市内から10km以内！	便利 ✓ 大阪・京都の都心部や大阪国際空港へ1本！	速い ✓ 第二京阪道や近畿自動車道、大阪中央環状線など広域幹線道路の結節点！	賑い ✓ 豊富な周辺人口と広大な市場。労働者の確保に有利！
平ら ✓ 平坦で徒歩・自転車での移動が容易！	集う ✓ 門真市ものづくりネットワークなど活発な企業連携！	進化 ✓ 今季、大型商業施設がオープン。市内で複数のプロジェクトが進行中！	支え ✓ 行政がものづくり産業の振興を中心に施策を展開。門真市中小企業サポートセンターがビジネスをバックアップ！

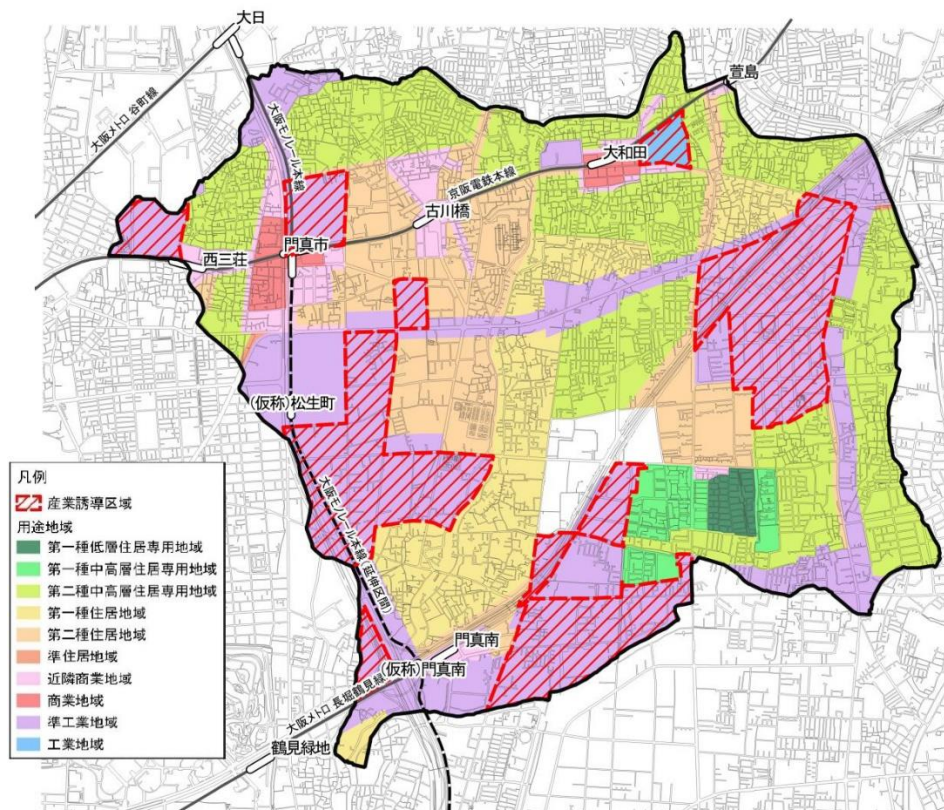
2) 製造業の立地・集積状況

ア. 市内

本市域はコンパクトであるものの、現在、677 の製造業の事業所が立地しています。国道 163 号より南の地域を中心にものづくり産業が集積していますが、大手メーカーの本社や事業所は同国道より北側、京阪本線沿いに立地する傾向にあります。特にものづくり産業が集積しているのは、桑才新町、四宮、三ツ島などを中心としたエリアが挙げられます。

本市の立地適正化計画では、現状の土地利用において準工業地域のうち過半数の土地利用が進むエリアについて、産業誘導区域（市独自の区域）として設定し、既存の住宅とも良好な関係を維持した上で、市内の産業の維持・強化をめざしています。

図表 II-2 門真市のものづくり産業の立地状況（産業誘導区域）



(資料) 門真市立地適正化計画

産業誘導区域を設定するエリア

- 工業地域
- 北島東地区・北島東第2地区（地区計画制度により産業を誘導している区域）
- 準工業地域のうち工業系の土地利用が過半数を占める町丁目（幹線道路から一定幅員を带状に設定している区間は除く。）

→ 今後、市内の産業振興の面から産業立地を促進すべきエリアに対しては産業誘導区域に順次追加していく等、区域の見直しを柔軟に検討。

→ また、今後、地域の事業者や周辺住民の意向を踏まえながら、必要に応じて順次居住誘導区域から除外することも含め検討。

また、北島西・北周辺地区土地区画整理事業における市有地活用方針では、第二京阪道路沿道のメリットを十分に活かし、北島東地区・北島東第2地区とも一体となり、広域の産業を牽引する拠点的作用を担うとともに、本市の特色である職住近接のまちをリードするようなゾーンとして設定し、ものづくり企業の誘導をめざしています。

図表 II-3 門真市南東地域まちづくり基本構想のゾーニングを基にした土地利用計画（案）



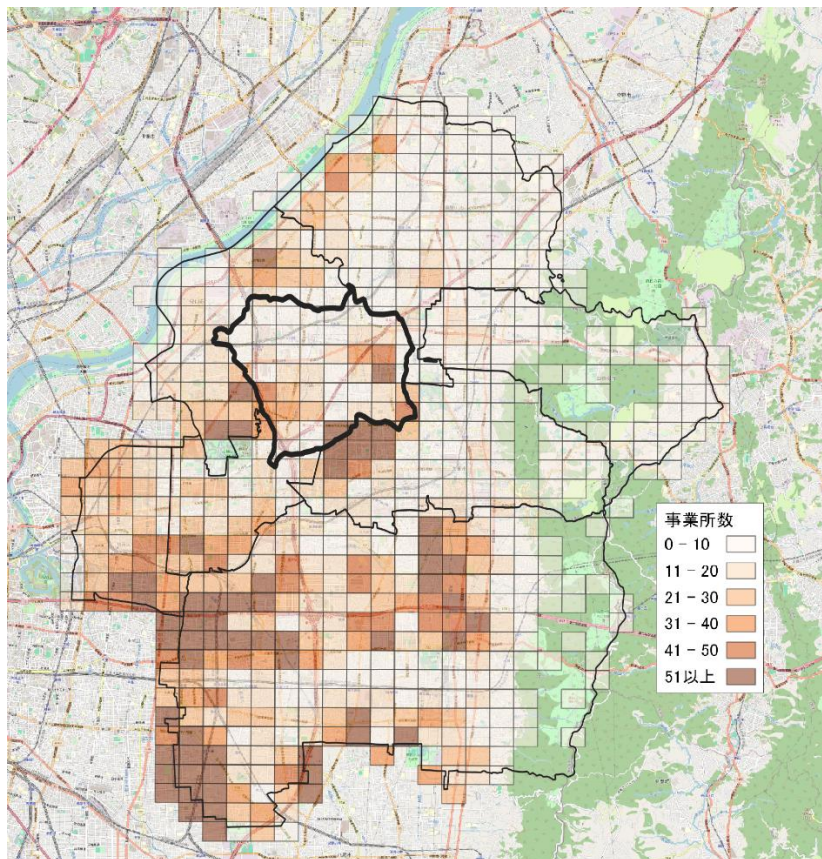
(資料)門真市北島西・北周辺地区土地区画整理事業における市有地活用方針

イ. 広域

ものづくり産業の集積は、本市域内のみで完結することではなく、近隣市にわたり連続して形成されています。例えば、本市製造業のうち、多くを占める機械金属関連業種について見た場合、大阪府内には大阪東部、大阪北東部、大阪北部の3つの集積地域があるとされています。本市は守口市、大東市、大阪市鶴見区・城東区を中心とした「大阪北東部」の集積地域に属しています。大阪北東部エリアの特徴として、大手家電メーカーが立地したことから、家電部品や電子部品などの製造企業や、その外注先となる切削、表面処理、プレスなどの加工業者が多く、短納期対応をしている企業割合が高いことが特徴です。（大阪府立産業開発研究所「大阪府内機械金属関連工業集積に関する調査」）

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結果においても、市内事業者の主な顧客、外注・生産分業先の所在地において、大阪市、東大阪市、大東市、守口市等の割合が高く、集積地域内外に相互に関連する取引構造があると言えます。（30ページ参照）

図表 II-4 門真市周辺のものづくり産業の立地状況（500mメッシュ）



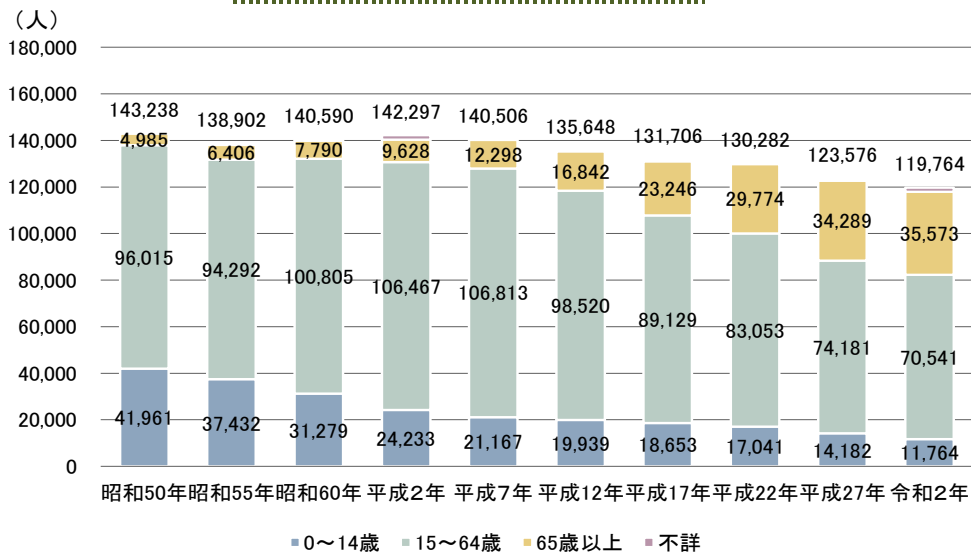
（資料）総務省・経済産業省「平成 28(2016)年 経済センサス-活動調査」

(2) 人口

① 人口動態

本市の総人口は、昭和 30 年代から昭和 40 年代の高度経済成長期に大幅に増加し、昭和 35 (1960) 年から昭和 40 (1965) 年にかけて人口増加率が全国 1 位 (178.2%) となりました。しかし、昭和 50 (1975) 年の 143,238 人をピークとして、横ばい傾向となり、平成 2 (2020) 年以降は減少に転じています。その後、令和 2 年 (2020) の国勢調査によると、119,764 人となっています。また、年齢 3 区分人口の推移をみると、高齢人口 (65 歳以上人口) の増加と、年少人口 (0~14 歳人口) の減少が顕著となっています。

図表 II-5 年齢 3 区分別人口の推移

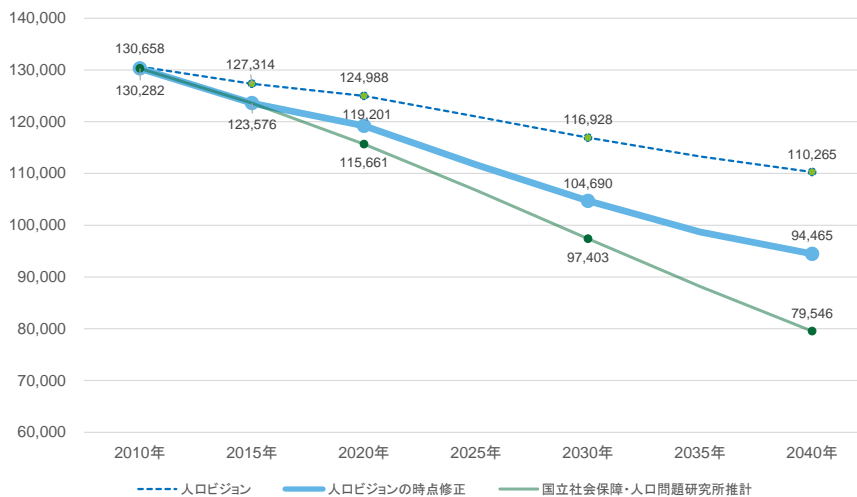


(資料) 総務省「昭和 50 (1975) 年~令和 2 (2020) 年 国勢調査」

② 将来人口推計

本市の将来人口は、特に、合計特殊出生率が令和 22 (2040) 年に人口置換水準である 2.07 に達し、人口移動が均衡すると仮定した場合、人口は 94,465 人となることが予測されています。

図表 II-6 将来人口推計



(資料) 「第6次門真市総合計画(令和2年(2020)3月策定)」

(3) 産業構造

① 事業所数・就業者数

本市の事業所数は平成 28 (2016) 年から令和 3 (2021) 年にかけて、6.1% (334 事業所) 減少しており、就業者数は 1.8% (1,170 人) 減少しています。製造業についてみると、事業所数は 8.8% (65 事業所) 減少していますが、就業者数は 11.4% (2,130 人) の増加となっています。

図表 II-7 事業所数・就業者数 (産業大分類)

	事業所数(事業所)				従業者数(人)			
	2016年	2021年	増減数	増減率	2016年	2021年	増減数	増減率
総数	5,462	5,128	-334	-6.1	65,823	64,653	-1,170	-1.8
農業, 林業	3	5	2	66.7	36	60	24	66.7
鉱業, 採石業, 砂利採取業	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	412	468	56	13.6	2,934	3,380	446	15.2
製造業	742	677	-65	-8.8	18,709	20,839	2,130	11.4
電気・ガス・熱供給・水道業	4	6	2	50.0	24	44	20	83.3
情報通信業	24	29	5	20.8	1,720	1,130	-590	-34.3
運輸業, 郵便業	285	255	-30	-10.5	5,093	5,766	673	13.2
卸売業, 小売業	1,114	964	-150	-13.5	9,809	9,431	-378	-3.9
金融業, 保険業	70	58	-12	-17.1	833	644	-189	-22.7
不動産業, 物品賃貸業	411	467	56	13.6	1,441	1,565	124	8.6
学術研究, 専門・技術サービス業	87	101	14	16.1	4,321	2,343	-1,978	-45.8
宿泊業, 飲食サービス業	894	706	-188	-21.0	5,409	4,810	-599	-11.1
生活関連サービス業, 娯楽業	476	415	-61	-12.8	1,985	1,608	-377	-19.0
教育, 学習支援業	106	108	2	1.9	894	1,304	410	45.9
医療, 福祉	501	536	35	7.0	6,788	8,026	1,238	18.2
複合サービス業	19	19	0	0.0	387	335	-52	-13.4
サービス業	314	314	0	0.0	5,440	3,368	-2,072	-38.1

(資料) 総務省・経済産業省「平成 28(2016)年、令和3年(2021)年 経済センサス-活動調査」

図表 II-8 製造業の事業所数、1 km²あたりの事業所数、就業者数の比較

	製造業事業所数	1km ² あたりの 製造業事業所数	製造業従業者数(人)
門真市	677	55.0	20,839
大阪市	14,860	65.9	191,643
守口市	825	64.9	7,925
大東市	747	40.9	13,461
東大阪市	5,564	90.1	63,105

(資料) 総務省・経済産業省「令和3(2021)年 経済センサス-活動調査」、
国土地理院「令和5(2023)年 全国都道府県市区町村別面積調」

② 付加価値額

付加価値額についてみると、平成 28 (2016) 年から令和 3 (2021) 年にかけて、2.7% (9,231 百万円) の減少となっています。一方で、製造業についてみると、1.0% (1,388 百万円) の増加となっています。

図表 II-9 付加価値額 (産業大分類別)

	付加価値額(百万円)		増減数 (百万円)	増減率 (%)
	2016	2021		
全産業	339,102	329,871	-9,231	-2.7
農林漁業	272	255	-17	-6.3
鉱業, 採石業, 砂利採取業	-	-	-	-
建設業	16,953	19,162	2,209	13.0
製造業	132,446	133,834	1,388	1.0
電気・ガス・熱供給・水道業	84	133	49	58.3
情報通信業	16,856	9,912	-6,944	-41.2
運輸業, 郵便業	20,317	23,161	2,844	14.0
卸売業, 小売業	40,088	46,502	6,414	16.0
金融業, 保険業	11,210	6,776	-4,434	-39.6
不動産業, 物品賃貸業	10,944	9,834	-1,110	-10.1
学術研究, 専門・技術サービス業	40,109	17,792	-22,317	-55.6
宿泊業, 飲食サービス業	1,269	6,210	4,941	389.4
生活関連サービス業, 娯楽業	5,679	2,869	-2,810	-49.5
教育, 学習支援業	3,267	3,695	428	13.1
医療, 福祉	25,241	30,284	5,043	20.0
複合サービス事業	1,483	1,871	388	26.2
サービス業	12,884	17,582	4,698	36.5

(資料)総務省・経済産業省「平成 28(2016)年、令和3年(2021)年 経済センサス-活動調査」

(4) 製造業の特徴

① 事業所数・就業者数

産業中分類別に製造業の事業所数をみると、金属製品製造業や生産用機械器具製造業、化学工業などの事業所が多くなっており、本市の主要な産業となっていますが、その他の業種に関しても、満遍なく存在しており、様々な業種の製造業が集積し、いわゆる「フルセット型」の産業構造となっています。

また、平成 28 (2016) 年から令和 3 (2021) 年にかけての変化をみると、事業所数については、概ねどの分類においても、10 事業所程度の増減であり、大きな変化は見られません。一方で、従業者数については、特に、生産用機械器具製造業で 419.9% (4,014 人) の増加、家具・装備品製造業で 70.5% (3,357 人) の減少となっており、大きな変化が見られます。

図表 II-10 製造業の事業所数、就業者数

	事業所数(事業所)				従業者数(人)			
	2016年	2021年	増減数	増減率(%)	2016年	2021年	増減数	増減率(%)
製造業合計	742	677	-65	-8.8	18,709	20,839	2,130	11.4
食品製造業	17	14	-3	-17.6	403	507	104	25.8
飲料・たばこ・飼料製造業	3	-	-	-	25	-	-	-
繊維工業	45	32	-13	-28.9	260	195	-65	-25.0
木材・木製品製造業	9	7	-2	-22.2	23	122	99	430.4
家具・装備品製造業	30	35	5	16.7	4,765	1,408	-3,357	-70.5
パルプ・紙・紙加工品製造業	45	39	-6	-13.3	886	761	-125	-14.1
印刷・同関連業	37	35	-2	-5.4	574	607	33	5.7
化学工業	12	12	0	0.0	879	815	-64	-7.3
石油製品・石炭製品製造業	4	5	1	25.0	16	46	30	187.5
プラスチック製品製造業	70	61	-9	-12.9	785	630	-155	-19.7
ゴム製品製造業	3	5	2	66.7	9	42	33	366.7
なめし革・同製品・毛皮製造業	5	2	-3	-60.0	63	47	-16	-25.4
窯業・土石製品製造業	7	9	2	28.6	224	253	29	12.9
鉄鋼業	24	18	-6	-25.0	219	184	-35	-16.0
非鉄金属製造業	10	7	-3	-30.0	41	59	18	43.9
金属製品製造業	153	147	-6	-3.9	1,702	1,899	197	11.6
はん用機械器具製造業	46	47	1	2.2	2,242	3,973	1,731	77.2
生産用機械器具製造業	88	77	-11	-12.5	956	4,970	4,014	419.9
業務用機械器具製造業	17	17	0	0.0	265	137	-128	-48.3
電子部品・デバイス・電子回路製造業	21	14	-7	-33.3	543	260	-283	-52.1
電気機械器具製造業	49	46	-3	-6.1	1,773	1,742	-31	-1.7
情報通信機械器具製造業	3	5	2	66.7	1,642	1,892	250	15.2
輸送用機械器具製造業	14	12	-2	-14.3	168	100	-68	-40.5
その他の製造業	30	31	1	3.3	246	190	-56	-22.8

(資料) 総務省・経済産業省「平成 28(2016)年、令和3年(2021)年 経済センサス-活動調査」

② 付加価値額・製造品等出荷額

産業中分類別に、平成28(2016)年から令和3(2021)年にかけての製造品出荷額、付加価値額の変化をみると、従業者数と同様に、生産用機械器具製造業で付加価値額が2145.1%(19,522,086万円)の増加と大きな伸びが見られる他、化学工業においても444.4%(1,185,219万円)の増加で、大きな伸びが見られています。

図表 II-11 製造業の付加価値額・製造品等出荷額

	製造品出荷額等(万円)				粗付加価値額(万円)			
	2016年	2021年	増減数	増減率(%)	2016年	2021年	増減数	増減率(%)
製造業合計	36,315,942	68,217,534	31,901,592	87.8	14,722,512	31,909,736	17,187,224	116.7
食料品製造業	473,422	475,289	1,867	0.4	253,403	185,893	-67,510	-26.6
繊維工業	195,744	204,565	8,821	4.5	88,770	104,487	15,717	17.7
木材・木製品製造業	X	477,881	-	-	X	105,375	-	-
家具・装備品製造業	4,652,741	5,033,547	380,806	8.2	965,107	1,014,825	49,718	5.2
パルプ・紙・紙加工品製造業	2,474,795	2,614,565	139,770	5.6	669,695	739,679	69,984	10.5
印刷・同関連業	875,648	1,043,374	167,726	19.2	334,616	352,323	17,707	5.3
化学工業	583,712	2,583,031	1,999,319	342.5	266,676	1,451,895	1,185,219	444.4
石油製品・石炭製品製造業	X	221,104	-	-	X	80,051	-	-
プラスチック製品製造業	508,487	706,551	198,064	39.0	257,804	385,032	127,228	49.4
ゴム製品製造業	X	71,292	-	-	X	30,266	-	-
なめし革・同製品・毛皮製造業	X	X	-	-	X	X	-	-
窯業・土石製品製造業	X	188,934	-	-	X	93,549	-	-
鉄鋼業	1,422,875	1,369,503	-53,372	-3.8	216,030	183,948	-32,082	-14.9
非鉄金属製造業	25,971	70,522	44,551	171.5	14,222	35,695	21,473	151.0
金属製品製造業	2,755,150	3,642,221	887,071	32.2	1,278,582	1,352,724	74,142	5.8
はん用機械器具製造業	1,900,743	2,019,059	118,316	6.2	979,652	976,114	-3,538	-0.4
生産用機械器具製造業	1,812,779	37,593,985	35,781,206	1,973.8	910,075	20,432,161	19,522,086	2,145.1
業務用機械器具製造業	190,215	114,158	-76,057	-40.0	102,989	53,885	-49,104	-47.7
電子部品・デバイス・電子回路製造業	474,112	985,920	511,808	108.0	172,920	545,886	372,966	215.7
電気機械器具製造業	6,977,437	4,764,545	-2,212,892	-31.7	2,565,002	1,729,953	-835,049	-32.6
情報通信機械器具製造業	X	X	-	-	X	X	-	-
輸送用機械器具製造業	297,663	92,301	-205,362	-69.0	109,827	49,788	-60,039	-54.7
その他の製造業	176,604	154,902	-21,702	-12.3	97,508	52,800	-44,708	-45.9

(資料)総務省・経済産業省「平成28(2016)年、令和3年(2021)年 経済センサス-活動調査」

(注)従業者4人以上の事業所について集計したもの

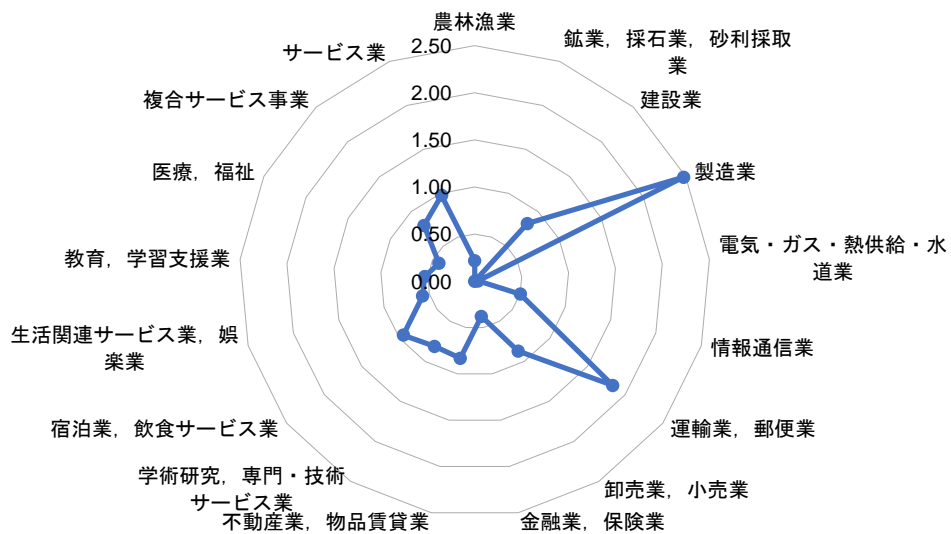
③ 製造業の特徴

市内産業の付加価値額をベースとした特化係数³をみると、製造業では 2.47 となっていることから、全国と比べて、本市の製造業の値は非常に高く、本市の基盤産業であると言えます。

また、生産用機械器具、電気機器、化学工業などをはじめとして、様々な業種の製造業が集積していることも特徴（大阪府内の製造産業の特徴である、いわゆる「フルセット型」産業構造）の一つであり、市内には高い技術力を持ち、世界や国内でトップシェア企業、ニッチトップを誇る企業も存在しています。

一方で、近年製造業の就業者数は増加傾向ですが、製造業の事業所数は減少傾向となっています。

図表 II-12 市内産業の特化係数（付加価値額ベース）



(資料)総務省・経済産業省「令和3年(2021)年 経済センサス-活動調査」

³ 産業別の構成比を全国の産業別の構成比と比較することで、どの産業に特化しているのかを示す指標。ある産業の特化係数が1より大きいと、当該市町村において、その産業を占める割合が、全国に比べて大きく、1より小さいと全国に比べ割合が小さいことになる。これにより他の全国と比べた事業所の集積度合や経済への寄与度などを把握することができる。

(5) ものづくり産業振興の取組など

① ものづくり企業の取組み

1) ものづくり企業の連携・交流促進（門真市ものづくり企業ネットワーク）

市内ものづくり企業及び関係機関が連携・交流し、企業の経営の安定と事業発展を図り、地域経済の活性化、振興に寄与することを目的とした、産官によるネットワークです。平成 24（2012）年 7 月に発足し、令和 6（2024）年 1 月現在、門真市内の大手、中小ものづくり企業 99 社が参画しています。

「①市内企業同士の連携・交流促進を図る。②企業の魅力の強化を図る。③人材育成等により企業体制の強化を図る。」ことを活動方針として、企業間交流はもとより、部会活動の促進とビジネスにつながる活動を実施しています。

活動内容（令和 5 年度）：会員大会（総会）（年 1 回）、定例会（原則月 1 回）、生産性 1.5 倍部会、人材確保・育成事業部会、ものづくり町内会の組織、地域の子どもへの貢献活動 等

② 支援機関の取組み

1) 地域支援機関の連携・交流促進（もりかど産業支援機関ネットワーク）

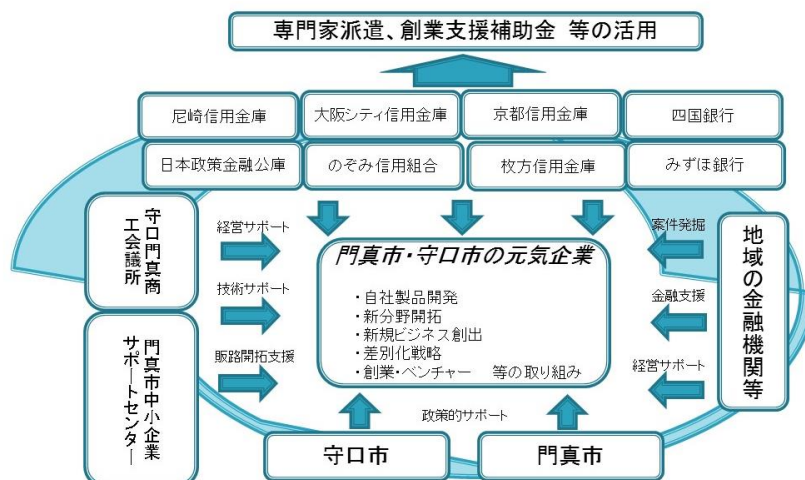
市内には、金融機関の支店等の地域に根差した支援機関が数多く立地しています。そこで、門真市・守口市の地域の金融機関、守口門真商工会議所等の支援機関、行政が連携することで、効果的な企業へのサポートを実現するため、「もりかど産業支援機関ネットワーク」を平成 26（2014）年 2 月に設立しました。

「もりかど産業支援機関ネットワーク金融機関若手交流会」では、若手行員、商工会議所職員、市職員等で企業支援に必要な知識や施策活用イメージ等を共有することで、支援スキルの向上を図るとともに、交流を深め、日常の連携につなげています。

活動内容（令和 5 年度）：「今使える！これから使える！最新補助金説明会」

「カーボンニュートラルの基礎と企業支援への実践（ワークショップ）」

もりかど産業支援機関ネットワークのフォーメーション



③ 門真市の取組み

1) 経営相談・支援体制（門真市中小企業サポートセンター）

専門的な知識を持ったコーディネーター（アドバイザー）が企業の抱える悩みや課題をスピーディーに解決し、個々の企業の経営強化につなげるための総合支援拠点を設置し、運営しています。平成 24（2012）年に開設しました。

具体的には販路開拓・拡大、IT 導入・活用、人材確保・育成、生産性や品質の改善、事業承継、表彰・顕彰制度申請支援、補助金申請支援などの支援を実施しています。

2) ものづくり技術、ブランドの発信（カドマイスター認定制度）

市内の卓越した技術等を有するものづくり中小企業を「カドマイスター」として認定、広く情報発信し、企業が躍進できるよう支援しています。製品のブランド力、卓越した技術力・技能、品質管理の意識、市場での占有率、人材確保・育成や社会貢献に対する取組を審査し、これまで 65 社のものづくり企業を認定（令和 6（2024）年 3 月現在）しています。平成 23（2011）年より実施しています。

認定企業には、ロゴマークの使用や、市のものづくりの看板企業として PR するとともに、展示会への合同出展や市補助事業の補助率のアップなどのインセンティブを設けています。

3) マッチング・受注獲得（ものづくりポータルサイト「ものづくりタウンかどま」）

市内のものづくり企業の事業内容や企業情報、動画による企業紹介を掲載するポータルサイトです。主要製品や取引先、加工可能な材料・加工範囲、認証・認定資格、主要設備等を紹介するとともに、中小企業サポートセンターと連携し、マッチングや引き合いに対応します。令和 5（2023）年 11 月現在、121 社の情報を掲載しています。

4) ものづくりの魅力発信・産業観光（オープンファクトリー）

令和 7（2025）年の大阪関西万博を見据え、“町工場がサテライト会場”となることをめざし、八尾市、堺市、門真市等が連携してオープンファクトリーイベント（FactorISM—ファクトリズム—）を実施しています。FactorISM は、令和 2（2020）年の開始以降「こうばはまちのエンターテイメント」を合言葉に、ものづくりの現場を一般開放し、人々の生活を支え、世界を魅了する町工場で、ものづくりを体験、体感してもらいイベントです。令和 5（2023）年は、これまで最多となる市内企業 11 社が参加しました。

また、令和 5（2023）年からは、門真市独自の取組みとして、近隣の高校・高専の学生が、事前に企業の魅力や工場を取材し、ポスターやリーフレットを作成してイベントを盛り上げています。ものづくり企業、学生、市が一体となって「門真のものづくり」の魅力を発信しています。

このことは、将来的な人材獲得を視野に入れた企業の PR や地域への理解醸成、イベントを通じた社内の人材育成やモチベーションアップ、参加企業同士の交流・連携、新たな観光コンテンツの創出などの効果が期待できます。

5) まちづくりにおけるゾーニング（産業誘導区域の設定）

市内で産業地としての性格が強いエリアにおいて、土地利用を住宅系へ転用することに対して、民間事業者と協議等を行い、適切に操業環境と居住環境双方の共存を図る仕組みを構築するため、市独自の区域として「産業誘導区域」を設定しています。（7ページ参照）

さらに、産業誘導区域内の土地を購入、または、工場等の新築または購入したもののづくり企業に対し、取得した資産に係る固定資産税額の3分の2にあたる額を3年間補助（最大800万円）する「産業誘導区域移転補助金」を令和5（2023）年に創設しました。

6) 操業環境の維持・向上（工場立地法に基づく緑地率等の引き下げ）

市内に立地する特定工場（敷地面積9,000㎡以上又は建築面積3,000㎡以上）が、本市から移転を伴うことなく、老朽施設等の建替えや新規設備投資等をより柔軟に実施することができる環境を整備するため、緑地を含む環境施設等の設置要件を一定程度緩和する条例を令和4（2022）年7月に制定しました。これにより、緑地面積率を工場立地法で規定された20%から最大5%まで緩和しています。

規制の緩和とあわせて、特定工場が市内の緑化活動（ボランティア活動や公園等の整備に対する寄付など）に協力するための指針を策定しています。

7) 企業と地元求職者のマッチング（合同企業就職説明会・面接会）

企業の人材不足の解消及び求職者の就労促進のために、門真市、守口市、ハローワーク門真及び守口門真商工会議所と連携し、門真市・守口市に事業所がある企業による「合同企業就職説明会・面接会」を毎年実施しています。

8) 企業の魅力向上・発信（「職住近接のまち」実現のための企業魅力アップ補助金）

中小ものづくり企業が、人材の確保や、多様な人材を定着・活躍できるようにするため、職場の労働環境整備や、魅力の向上・発信を支援する補助事業を令和5（2023）年に創設しました。工場等のバリアフリー化、休憩室の整備、女性専用設備の整備やオープンファクトリーの実施などにかかる費用に対し、最大4分の3（最大50万円）を支援しています。

9) 地域経済を牽引する取組（地域中核企業）に対する支援（地域未来投資促進法に基づく基本計画の策定）

地域未来投資促進法に基づき、市町村及び都道府県が作成し国の同意を得た基本計画（計画には、地域の稼ぐ力を有する産業等、地域特性等を位置づけ）に沿って、各事業者が実施しようとする「地域経済牽引事業」に関して「地域経済牽引事業計画」を策定、認定を受けることにより国等から各種支援を受けることができるものです。

地域経済牽引事業に対する国の支援措置には「税制支援」、「金融支援」、「補助金による支援」などがあります。

【門真市基本計画のポイント】

- 本市には、優れた製品・技術力を持つものづくり企業が多数集積しており、また、第4次産業革命分野、医療・ヘルスケア分野に資する産業集積を有する特徴がある。
- 市内製造業の産業集積の維持並びに製造業等のより成長性の高い分野への参入や、高い付加価値を生み出す地域経済牽引事業を創出するため、製造事業者等による生産性向上や成長分野への参入のための投資等の取組みを促進する。
- また質の高い雇用を創出し、同産業がもつ地域経済への波及効果を通じて、他産業も含めた雇用、所得、消費を拡大し、経済成長の好循環が実現する状況をめざす。

10) ものづくり企業や支援機関等のニーズ集約と施策等推進体制（門真市ものづくり産業振興懇話会）

市内企業、学識経験者、支援機関、関係行政機関の代表者が集まり、ニーズの集約や今後の施策の方向性などについて検討するため、市からの諮問に対し答申を行う本市の附属機関として、「門真市ものづくり産業振興懇話会」を令和5（2023）年度より設置しています。

III. 門真市の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・上昇に向けた取組に加え、デジタル化や自動化等による事業活動の効率化が求められています。まずは、人でなければできない業務と省人化・省力化できる業務に分類するなど、業務の見える化、棚卸から取り組むこと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、平成初期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、新型コロナウイルス感染症の拡大などにより、再び景気は後退局面に入り、中小企業・小規模事業者の経営環境は、現在では、感染症流行後の水準からは回復しつつあるものの、足下の急激な為替や物価の変動等の影響で引き続き厳しい状況にあります。さらにまた、紛争やテロによる地政学的リスクの高まりを背景に、さらなる景気悪化の懸念が高まっています。製造業を中心に、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。

こうした中で、特に中小企業においては、付加価値の向上に向けた取組が重要となっています。

(3) 働き方改革と雇用・就労形態の多様化

現在わが国では、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。

また、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。さらに副業・兼業も人材確保の方法として重視されています。

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（デジタル化や DX⁴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用いた製造プロセスの効率化、管理部門業務の省力化・スリム化や連携など、企業の規模を問わず、今後の成長に向けては、製造業においてもデジタル化への対応は不可欠であり、個々の企業の特長や実情に応じた対策が求められています。

また、人材育成の面でも、デジタル化・DX をはじめとする技術革新やビジネスモデルの変化に対応するため、従業員に対して職業能力の再開発を行うリスキリング⁵の取組も広まりつつあります。

さらに、これらの取組を通じ、DX 関連産業への参入により、企業の成長の機会となることが期待されています。

(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

国においては、令和 2（2020）年 10 月に、令和 32（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」の実現をめざ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めざすもので、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。エネルギー消費が多い産業である製造業は、温室効果ガスの実質的排出量が多く、「ものづくりのまち」である本市のゼロカーボンシティの実現のためには、とりわけ中小製造事業者のカーボンニュートラルを進める必要があります。

また、持続可能な世界の実現に向け、平成 27（2015）年の国連サミットで SDGs が採択され、脱炭素や SDGs に取り組む企業も増加しています。

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。

⁴ DX（デジタル・トランスフォーメーション）…企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること

⁵ リスキリング…今の職業で必要とされるスキルの大幅な変化に適応するために、従業員が必要なスキルを獲得すること、あるいは、企業が従業員にそのスキルを習得させること

(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

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、近年は感染症だけでなく、大規模な災害が頻発しており、災害時の事業継続やサプライチェーンの維持も重要な課題となっており、BCP⁶の策定などによる個社の事業継続に向けた取り組みも重要となっています。

こうした背景のもと、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も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年間で現在の10倍以上に拡大することや、将来においては、ユニコーン企業⁷を100社創出し、スタートアップで10万社創出することにより、わ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、スタートアップと、既存の製造業の協業・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しています。

⁶ BCP…企業が自然災害、大火災などの緊急事態に遭遇した場合に、事業資産の損害を最小限にとどめつつ、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とするために、平常時に行うべき活動や緊急時における事業継続のための方法や手段などを取り決めておく計画のこと

⁷ ユニコーン企業…企業価値又は時価総額が10億ドル以上となる未上場のベンチャー企業のこと

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、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%）

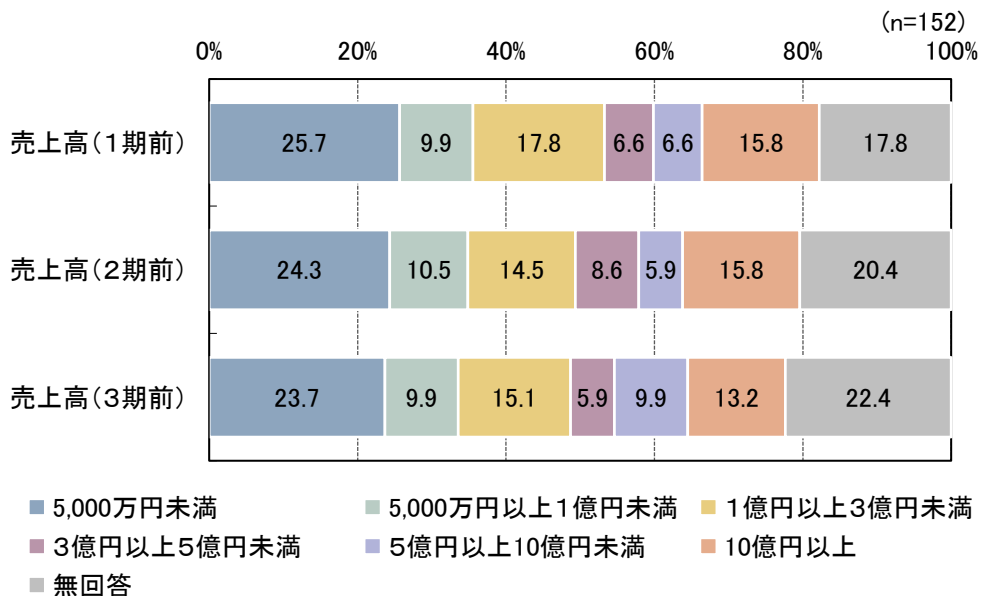
② 主な調査結果

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。

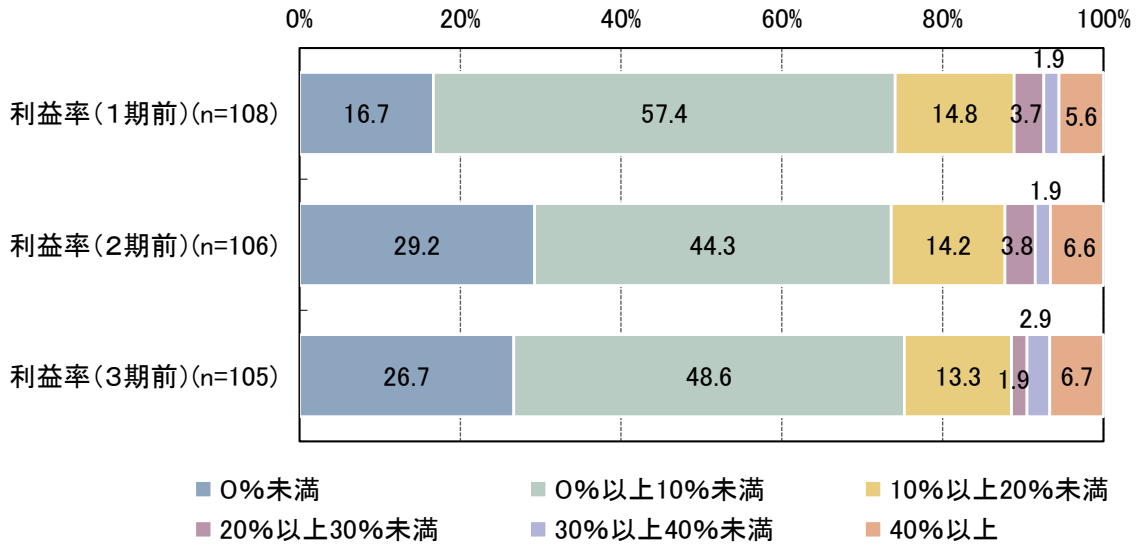
図表 III-2 年間の売上高（1期前～3期前の決算）



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）

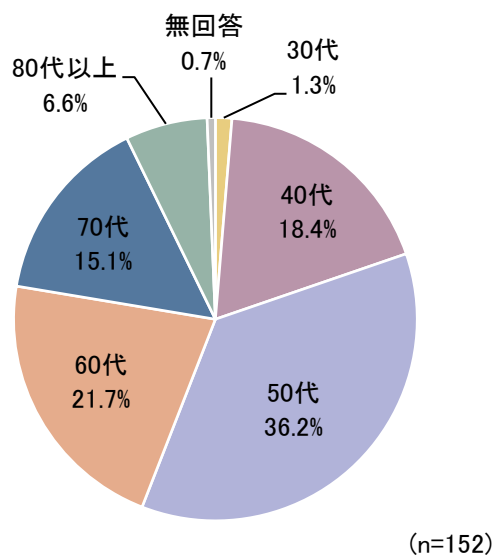


2) 事業承継について

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。

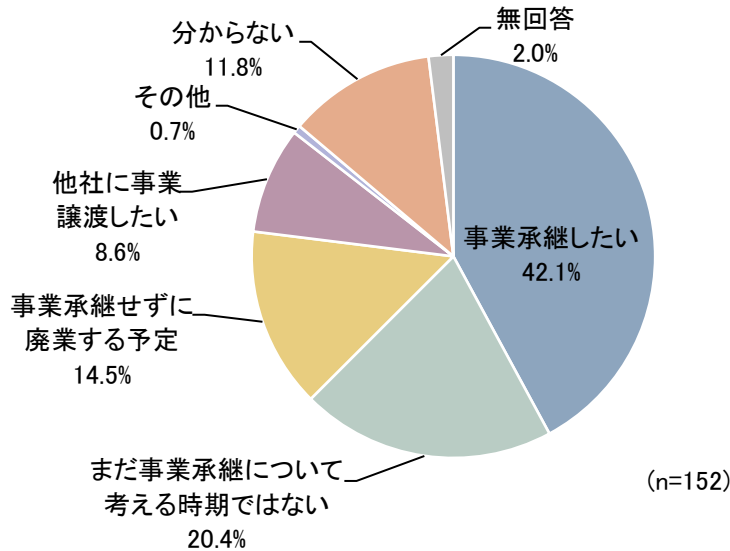
図表 III-4 代表者の年齢



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。

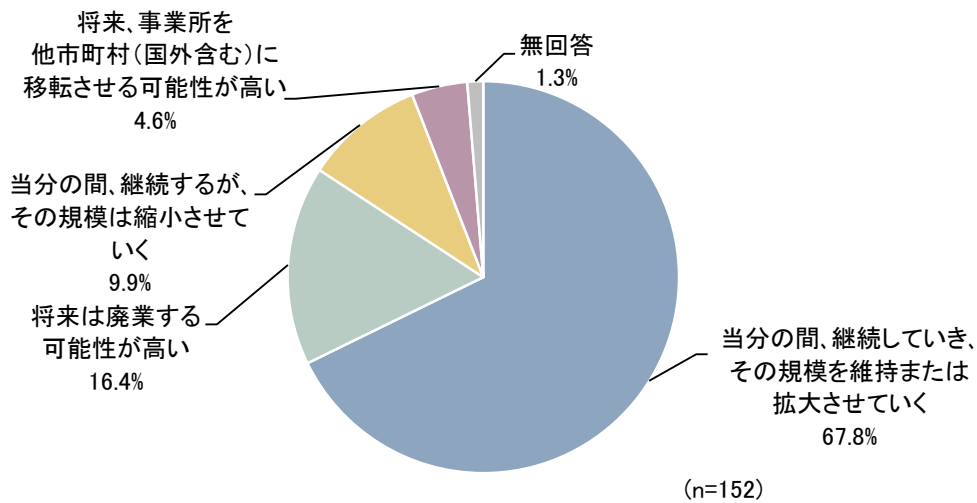
図表 III-5 事業承継の意向



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%となっています。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

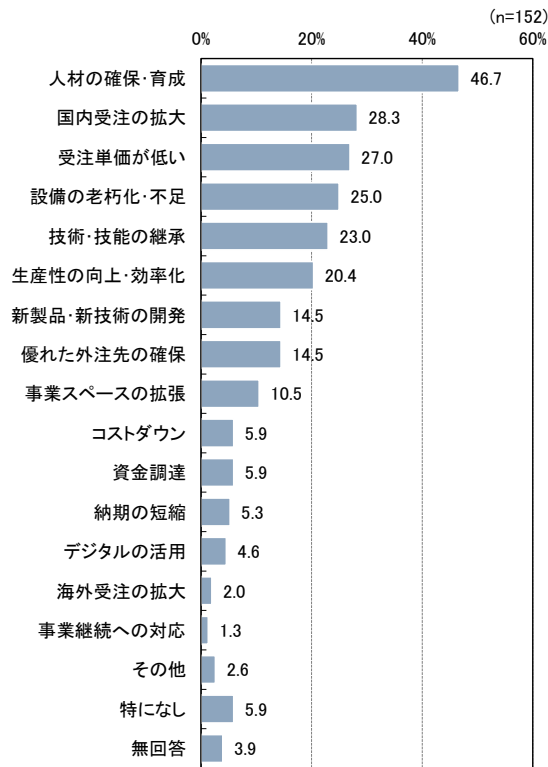


4) 経営上の課題について

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。

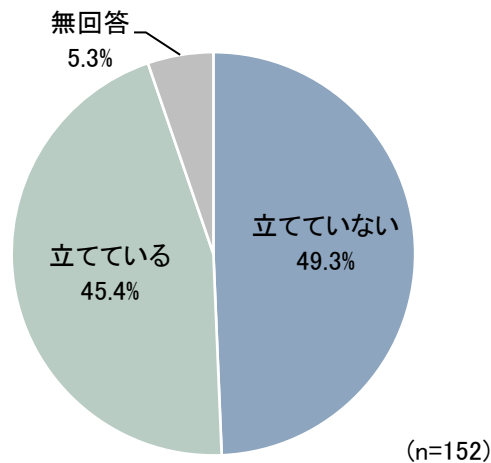
図表 III-7 経営上の課題



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

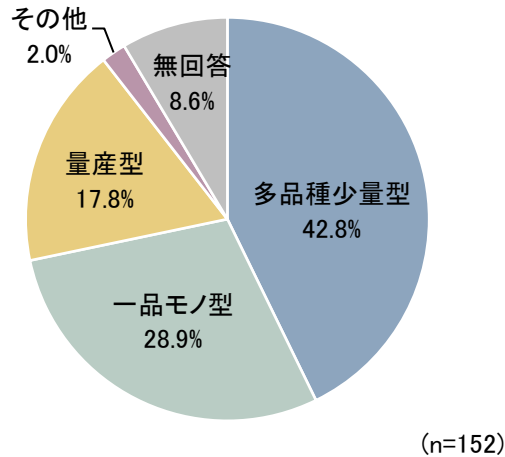


5) 生産の状況について

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

現在の強みについて、1位は「技術力・製造精度」、2位は「在庫・納期対応」、3位は「小ロット・試作対応」となっています。（上位3項目までを尋ね、1位を3点、2位を2点、3位を1点として点数化）

図表 III-10 現在の強み

順位	項目	点数化
1位	技術力・製造精度	218
2位	在庫・納期対応	100
3位	小ロット・試作対応	95
4位	品質管理	81
5位	価格対応	68
6位	生産効率	47
7位	競合の少なさ	44
8位	営業力・ブランド力	38
9位	製品開発力・企画力	36
10位	同業・異業との連携	20
11位	特になし	9
12位	事務効率・資金効率	7
13位	デジタルの活用	7
14位	その他	7
15位	立地条件	5
16位	人材の確保・育成	5
17位	社会貢献度の高さ	5
18位	流通部門・サービス	3
19位	デザイン開発力	1
20位	知的財産権	0

ウ. 今後強化したいもの

今後強化したいものについて、1位は「技術力・製造精度」、2位は「人材の確保・育成」、3位は「営業力・ブランド力」となっています。（上位3項目までを尋ね、1位を3点、2位を2点、3位を1点として点数化）

図表 III-11 今後強化したいもの

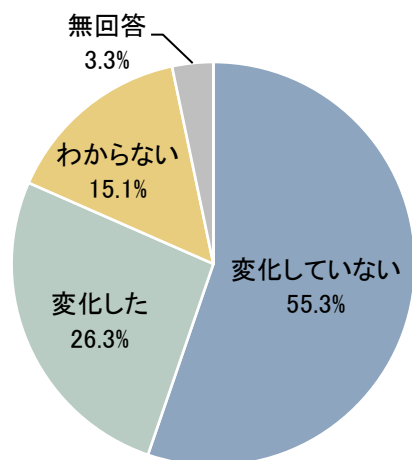
順位	項目	点数化
1位	技術力・製造精度	132
2位	人材の確保・育成	114
3位	営業力・ブランド力	90
4位	品質管理	86
5位	生産効率	84
6位	製品開発力・企画力	55
7位	同業・異業との連携	39
8位	価格対応	29
9位	デジタルの活用	23
10位	在庫・納期対応	22
11位	特になし	21
12位	デザイン開発力	20
13位	小ロット・試作対応	16
14位	事務効率・資金効率	12
15位	競合の少なさ	10
16位	その他	9
17位	社会貢献度の高さ	3
18位	流通部門・サービス	2
19位	立地条件	2
20位	知的財産権	0

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

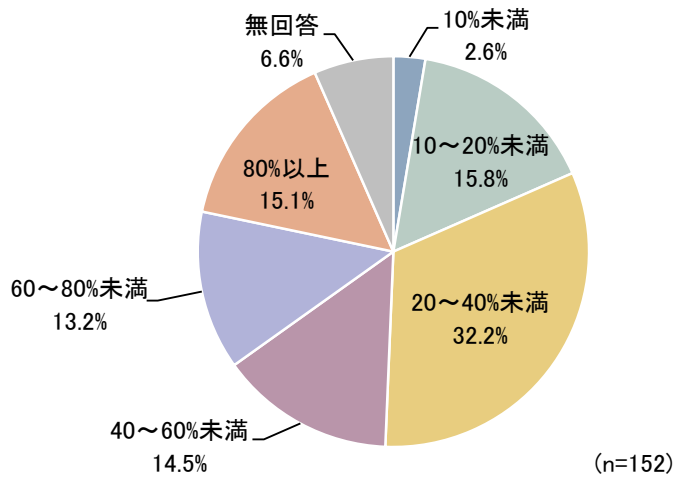


(n=152)

イ. 売上高がもっとも高い顧客・取引先との取引の比率

売上高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。

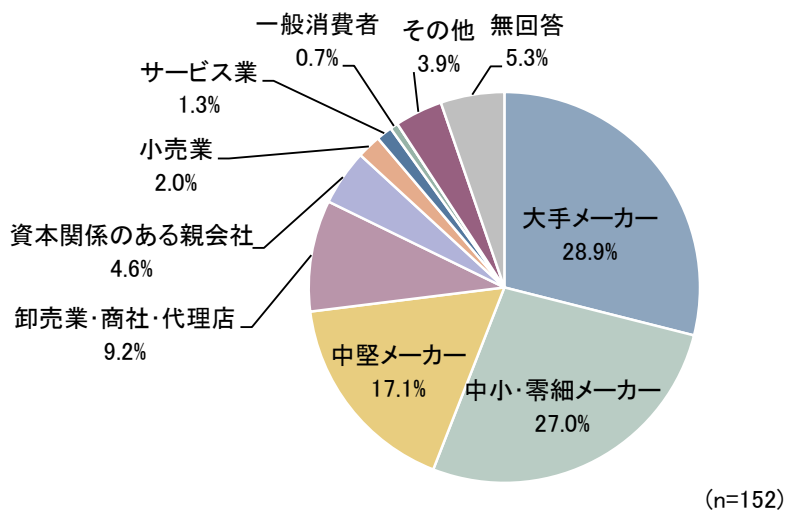
図表 III-13 売上高が最も高い顧客・取引先との取引の比率



ウ. 売上高が最も高い顧客・取引先

売上高が最も高い顧客・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。

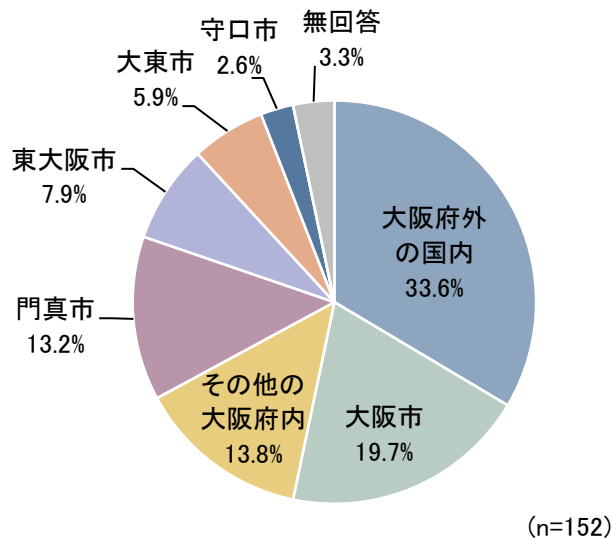
図表 III-14 売上高が最も高い顧客・取引先



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。

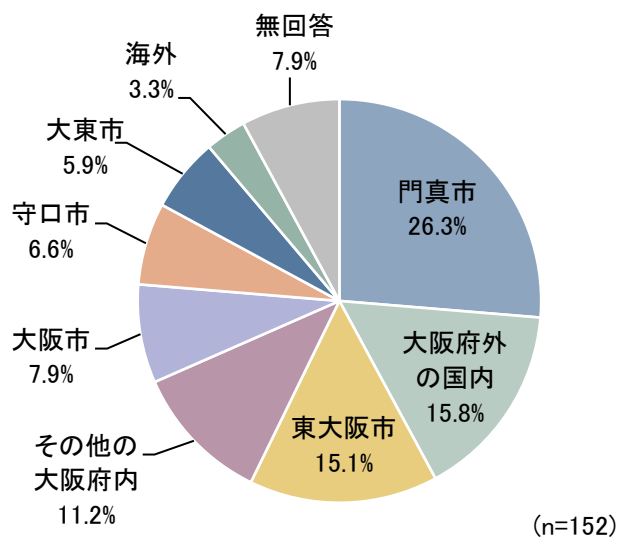
図表 III-15 売上高が最も高い顧客・取引先の立地場所



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

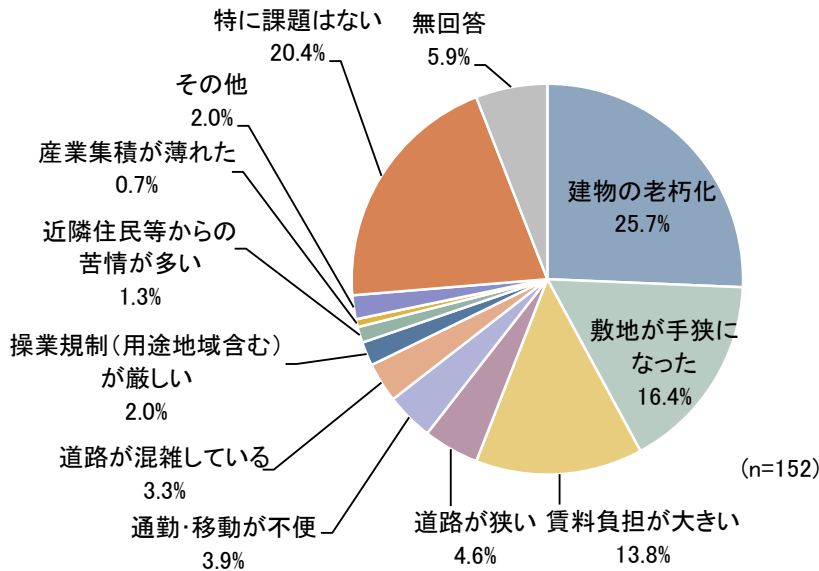


7) 事業用地について

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。

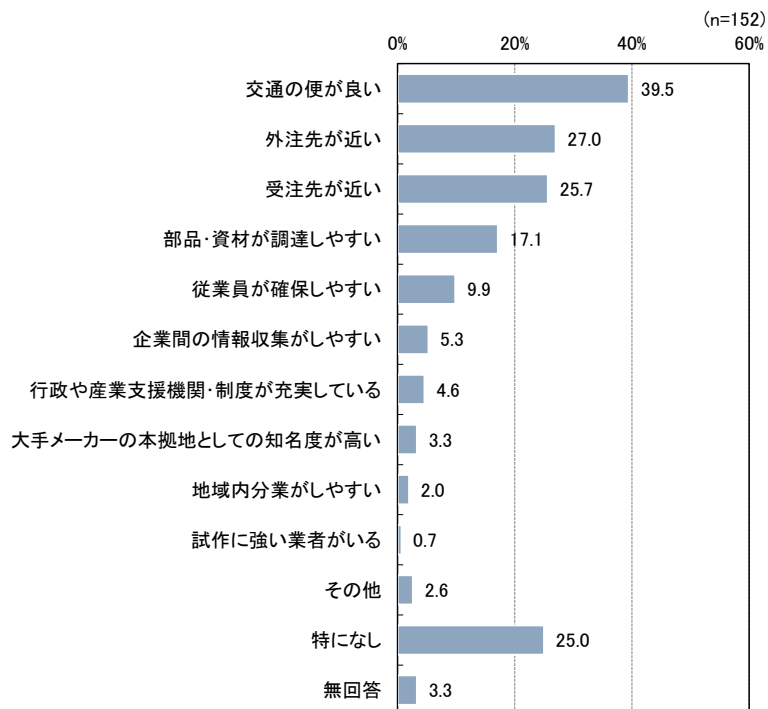
図表 III-17 事業用地・建物についての課題



8) 門真市の操業環境について

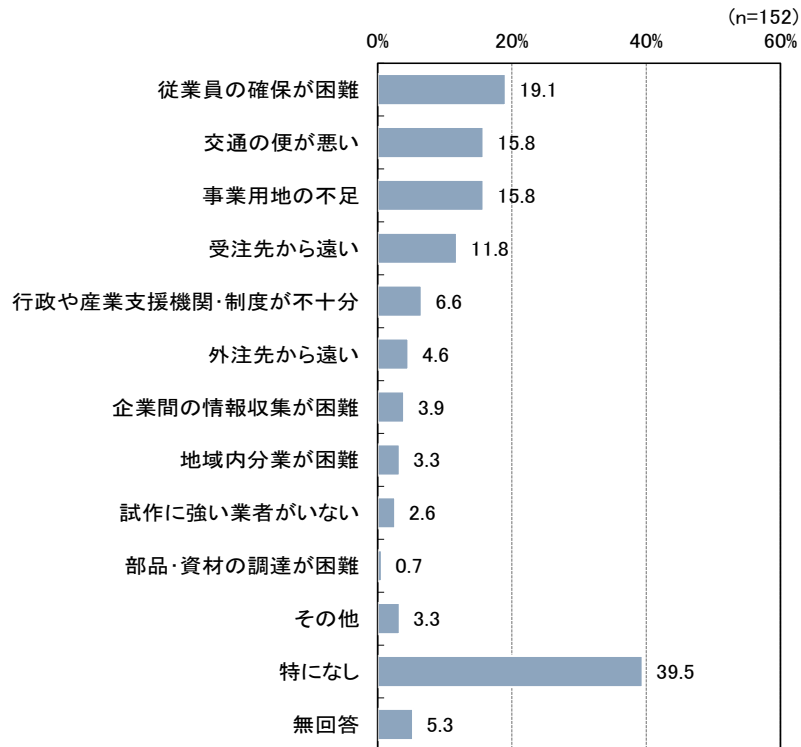
門真市に立地しているメリットとしては、交通の利便性、外注先の近さ、受注先の近さなどが挙げられています。

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。交通の便について、メリットとデメリットの双方に高い割合となっていますが、企業等に対するヒアリングでは「域内交通」の利便性が低いことがデメリットとして挙げられています。

図表 III-19 門真市内に立地しているデメリット

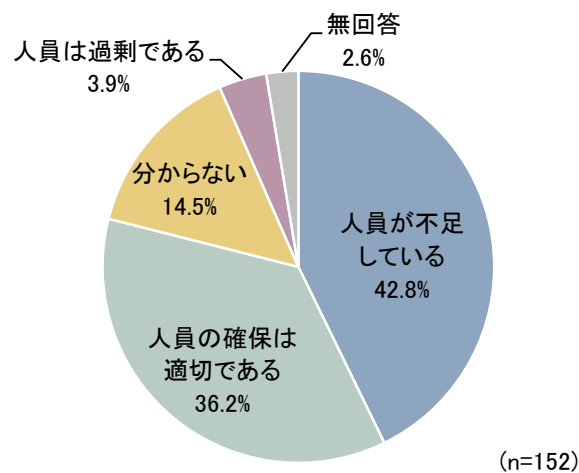


9) 人材の確保・育成について

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。

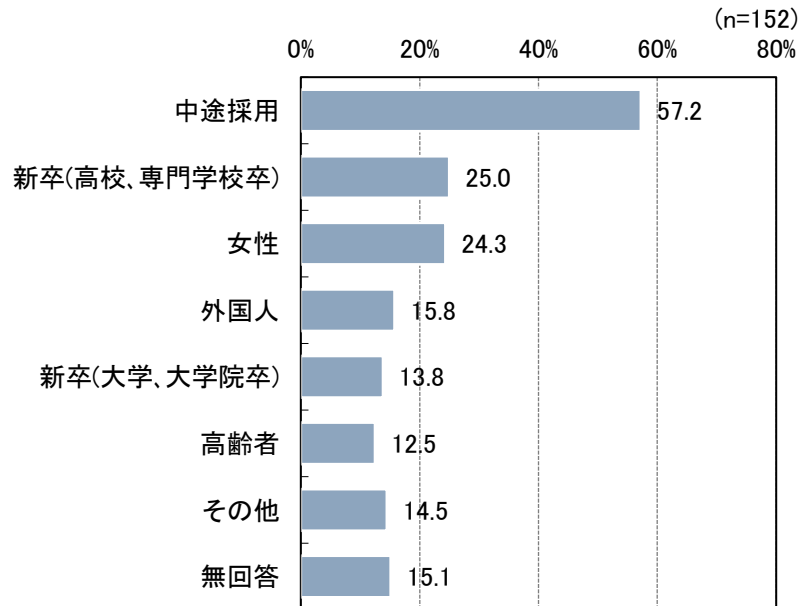
図表 III-20 人員の過不足の状況



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。

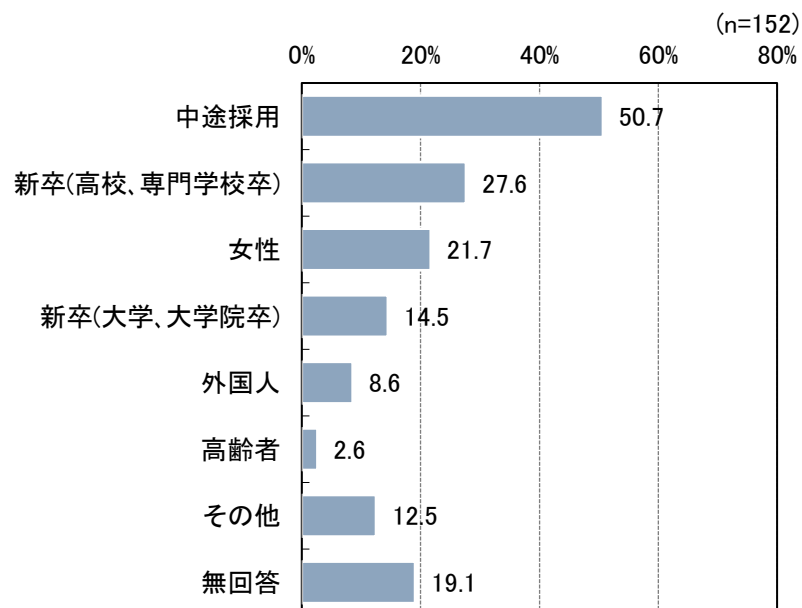
図表 III-21 現在採用を行なっている属性



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。

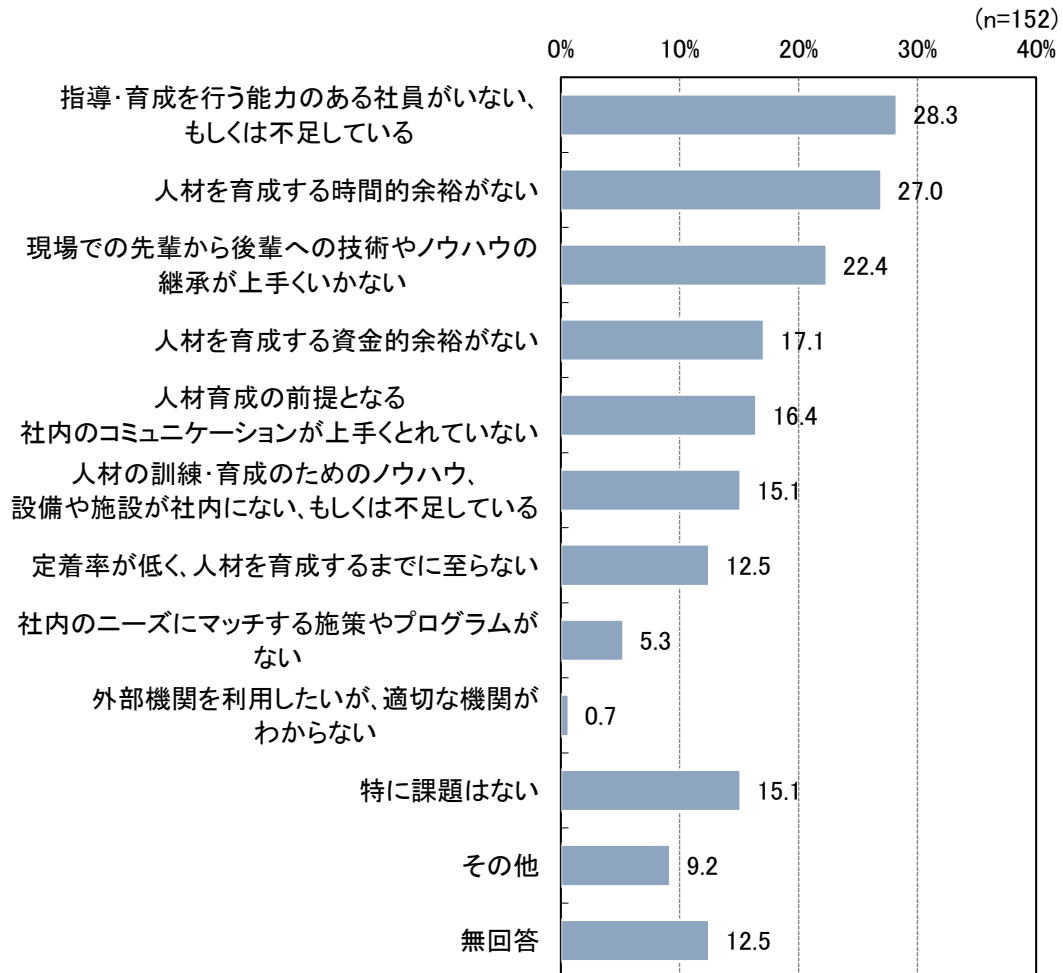
図表 III-22 今後採用を増やしたいと考えている属性



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。

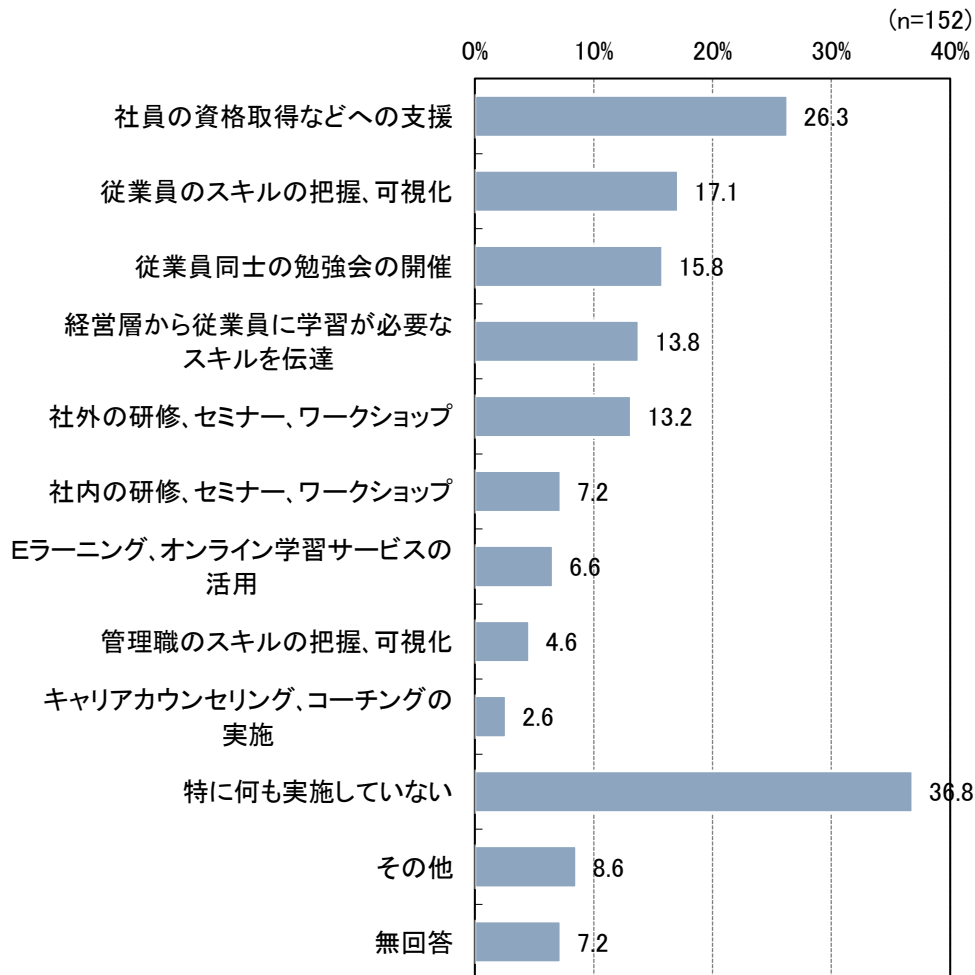
図表 III-23 人材育成上の課題



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。

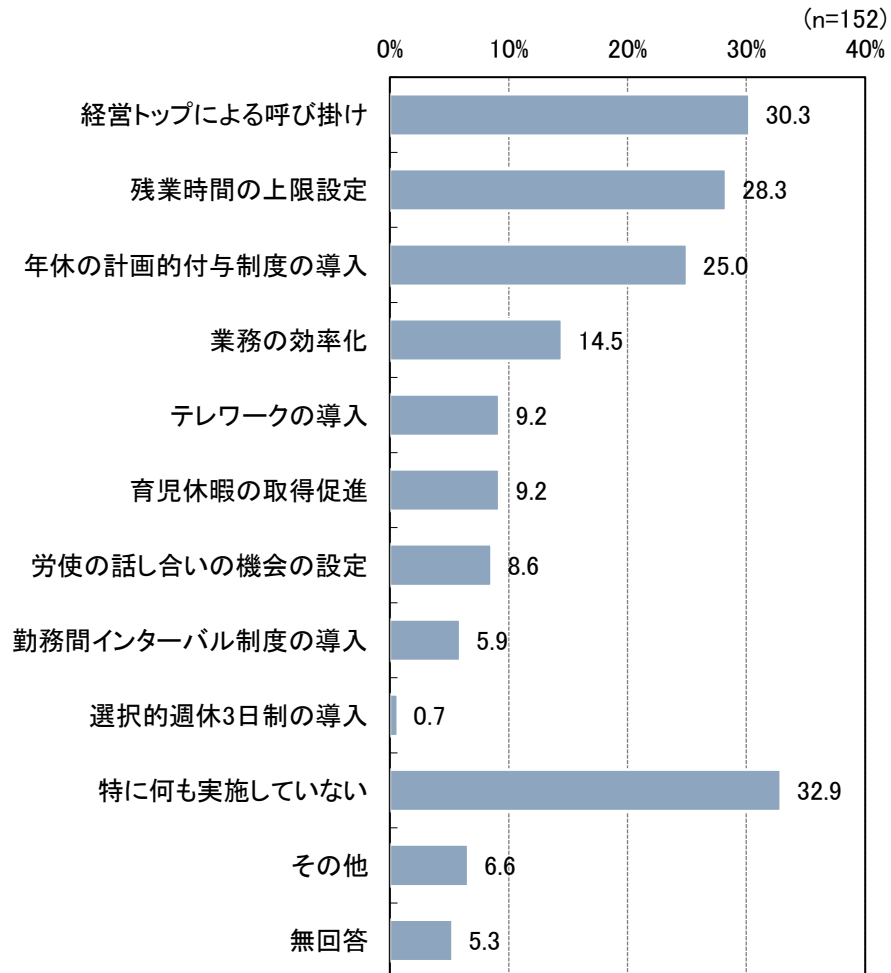
図表 III-24 人材開発・研修の取組内容



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

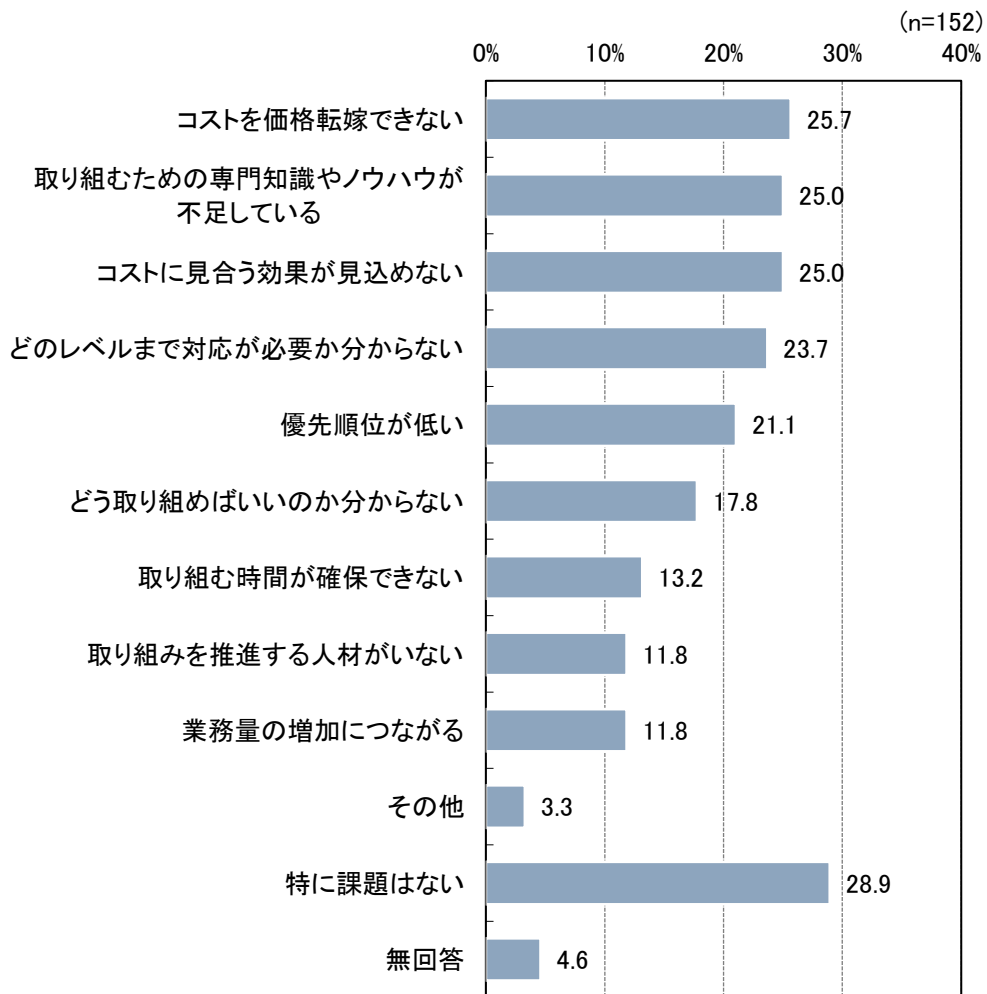


10) 事業環境の変化への対応

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。

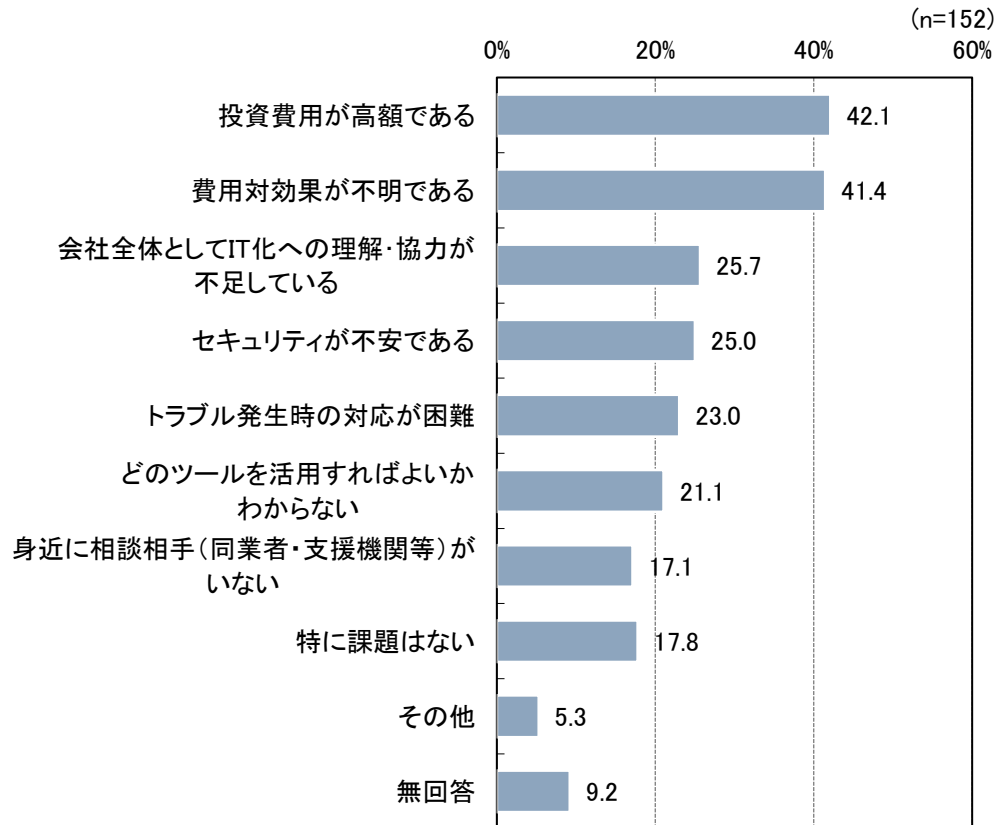
図表 III-26 カーボンニュートラル（脱炭素）を進める上での課題



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、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

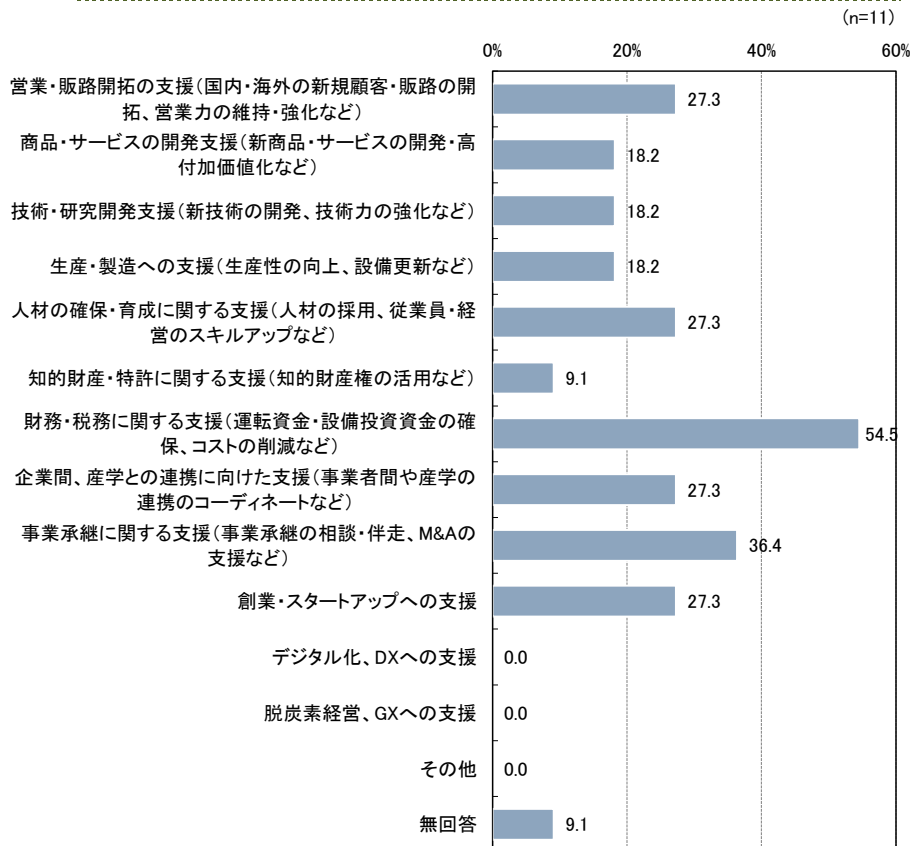
調査名称	門真市ものづくり産業振興計画策定に向けた産業支援機関アンケート調査
実施期間	令和5（2023）年12月11日（月）～令和5（2023）年12月29日（金）
調査方法	郵送による調査票の配布、郵送またはWEBによる回収
調査対象	大阪府内に所在する産業支援機関、門真市内もしくは門真市周辺に所在する金融機関 46 機関
有効発送数	46 件
有効回答数	11 件（回収率 23.9%）

② 主な調査結果

1) 事業者のニーズが高い支援の内容

製造業の事業者に対して力を入れている支援分野としては、「財務・税務に関する支援（運転資金・設備投資資金の確保、コストの削減など）」（54.5%）の割合が最も高く、次いで「事業承継に関する支援（事業承継の相談・伴走、M&Aの支援など）」（36.4%）となっています。

図表 III-29 製造業の事業者に対して力を入れている支援分野



2) 産業支援機関が考える今後注力したい支援分野

産業支援機関が考える今後注力したい支援分野としては、次のような回答がありました。

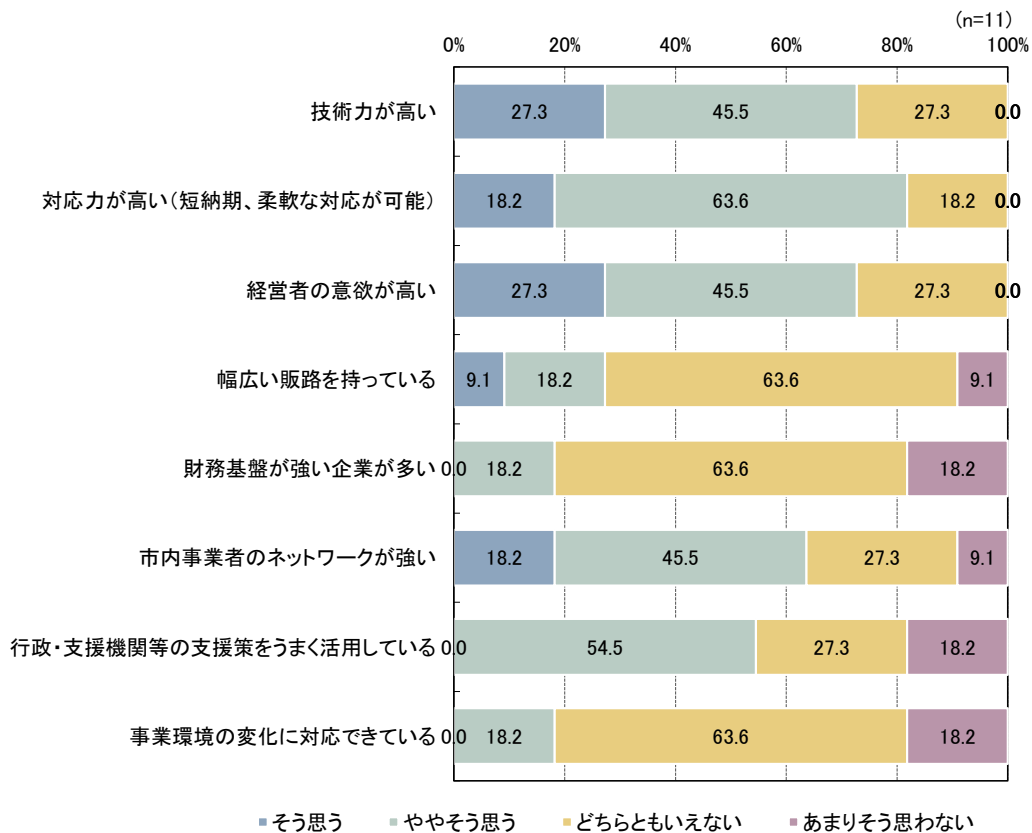
図表 III-30 産業支援機関が考える今後注力したい支援分野

内容
各種コンサルティング業務（SDGs、DX、人材、事業承継等）
デジタル化、自動化、業種特化型支援
ビジネスマッチング
事業承継、M&A を重点的に取り組みたい。
M&A、事業者支援（融資強化）
人材の提供、補助金の提案
次世代の経営者（候補者）への支援

3) 支援機関からみた門真市ものづくり産業の特徴

門真市の製造業事業者の特徴としては、「対応力が高い（短納期、柔軟な対応が可能）」、「技術力が高い」「経営者の意欲が高い」といった回答の割合が高くなっています。

図表 III-31 支援機関からみた門真市ものづくり産業の特徴



4) 今後の連携の可能性

基礎自治体の産業振興部局と今後連携したいと考えている内容としては、以下のような回答がありました。

図表 III-32 基礎自治体の産業振興部局と今後連携したいと考えている内容

内容
補助金等の情報共有
企業間マッチング
ビジネスマッチング（受発注）、人材支援
事業者支援（各種補助金の活用等）
地域の企業が悩んでいる課題の共通認識を持つ。金融機関の垣根を越えて協力していく体制づくり。
支援窓口の一本化が望ましい。

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戦略、具体的施策の方向性を抽出します。

		外部環境	
		Opportunity : 機会	Threat : 脅威
<p>分析の目的</p> <p>「門真市のものづくり産業の活性化」</p>		<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【20 ページ】 ● 大阪関西万博の開催 ● 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【21 ページ】 ● 産業界の DX の推進【21 ページ】 ● 国によるスタートアップ創出の動き【22 ページ】 	<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【20 ページ】 ● 国内市場の縮小【20 ページ】 ● 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）【20 ページ】 ● 災害、感染症等のリスク【22 ページ】 ● 国による賃金引き上げの動き ● 物流の 2024 問題
<p>内部環境</p>	<p>Strength : 強み</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 近隣市にも豊富な産業集積が存在【9 ページ II-4】 ● 製造業従業者数の増加傾向【11 ページ 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）【13 ページ II-10】 ● 多品種・小ロット対応【27 ページ III-9、III-10】 ● 技術力・製造精度の高さ【27 ページ III-10】 ● 高い域外交通の利便性【6 ページ】 ● ものづくり企業の市内での操業維持意向の高さ【25 ページ III-6】 ● 経営者の意欲が高い特徴【40 ページ III-31】 ● 市内事業者のネットワークに強み【16 ページ】 ● 充実した支援機関の存在【16 ページ】 ● 世界的大企業、ニッチトップ企業の存在 ● 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）【8 ページ II-3】 	<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 ● 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、リスティングなど） ● 企業の経営資源の共通化/共有化 ● 周辺地域や他の産業集積地との連携促進など

Weakness : 弱み	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業所数（集積）の減少 【11 ページ II-7】 ● 経営者の事業承継希望が高い 【25 ページ III-5】 ● 経営戦略の弱さ 【26 ページ III-8】 ● 工場等の老朽化 【31 ページ III-17】 ● 市内での工場用地の不足・確保難 【32 ページ III-19】 ● 働き方改革への対応の遅れ 【36 ページ III-25】 ● 脱炭素への対応の不十分さ 【37 ページ III-26】 ● デジタル化への対応の不十分さ 【38 ページ III-27】 【39 ページ III-29】 ● 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 【32 ページ III-20】 【34 ページ III-23】 	<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、ソーニング、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 ● BCP 策定の推進 ● 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
---------------	---	---	---

SWOT 分析を経て、本市のものづくり産業振興の取組の方向性として、本市の持つ域外交通利便性、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、

- 人材の確保・育成、個社の技術、営業力や生産性などの強化を通じた**市内企業の経営力・競争力の強化**
 - 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・集積の維持**とものづくり企業と他産業や関係機関の**ネットワーク・連携の維持・強化**
- の2点がポイントとして浮き彫りになりました。

これらのものづくり産業振興の取組の結果にある“めざす姿”を「**基本理念**」として、次章に取りまとめました。

IV. ものづくり産業振興戦略・具体的施策

1. 基本理念

本市は歴史的にみると、内外に立地する大規模な製造事業者を支えるものづくり産業が集積したものの、生産拠点の海外移転等に伴い集積基盤が縮小したと考えられます。しかし、事業の再構築や新たな販路を開拓するなど、構造変化にうまく対応した企業を中心に、依然として高い集積基盤があります。本市は、基幹産業であるものづくり産業の振興を図るため、平成 24（2012）年度に門真市中小企業サポートセンターの開設、門真市ものづくり企業ネットワークの発足など、ものづくり産業振興施策を本格的に開始しました。それから 約 10 年の「基礎固め」の時期が経過する中で、さらなる高付加価値化をめざすべく門真市ものづくりは次のステージに躍進する必要があると考えます。

本計画では、本市の最上位計画である門真市第 6 次総合計画における基本目標に基づき、本市ものづくり産業のポテンシャルを活かしながら、前章の課題に取り組むために、門真市におけるものづくり事業者、支援機関、市民、行政全ての関係者の共通の理念を以下のとおりに定めます。

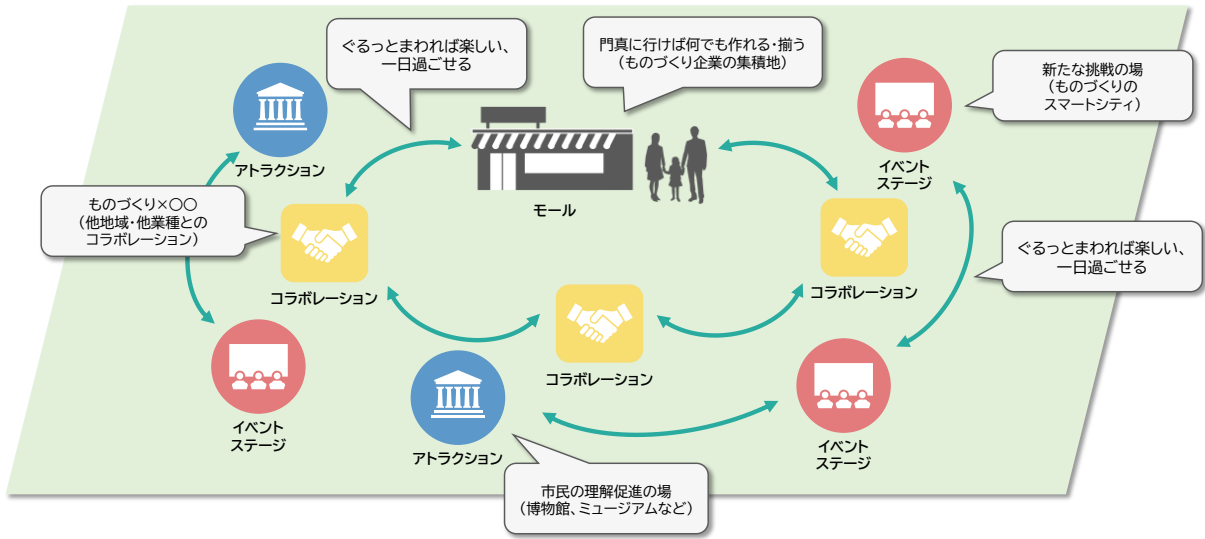
－門真全域－ものづくりのテーマパーク

- 「ものづくりのテーマパーク」は、「ものづくり」を合言葉に、多種・多様な業種のものづくり企業の業績が向上するとともに、本市の活性化の主役として活躍し、未来の門真ににぎわいと、ワクワクするような体験をもたらす場所を実現することをめざします。
- 「ものづくりのテーマパーク」では、市内のものづくり企業が、お互いに知恵を出し合い、また、既存の枠にとらわれず、果敢に新たなことに挑戦し、次々と新しい価値を創造していきます。

また、本市は、ものづくり企業、支援機関や行政のネットワーキングに強みを有しており、今後それらを広く深く重点的に強化していくことが、他地域との差別化につながると考えています。門真というコンパクトなまち全域に、バラエティに富むものづくり企業が立地し、それらが支援機関・市民・行政などの様々な主体と有機的に繋がることで、「クリエイティブな化学反応」を起こし、新たな価値や無限の可能性が生まれる場所を「テーマパーク」という言葉で表します。

【ものづくりのテーマパーク】

ものづくりのまちとしてのブランド(例:「ものづくりランド門真」)



【クリエイティブな化学反応】

「ものづくりのテーマパーク」における、ものづくりを中心とした各主体等との連携（コラボレーション）による、「クリエイティブな化学反応」と、それが生み出す可能性がある新たな価値、可能性の例を下表に示します。

もの づくり	×	⊕	=	∞ (新たな価値・無限の可能性)
		ものづくり		新製品・技術の開発／共同受発注など
		商業・サービス等他 産業		新商品・サービスの創出 ／域内経済循環の促進 など
		教育		キャリア教育の推進、将来の担い手の確保 ／研究開発 など
		医療・福祉		医工連携による医療機器、介護用品等の開発 など
		観光		新たな関係人口、経済効果の創出 など
		スポーツ		Eスポーツや新たなコンテンツの創出
		市民		住工調和のまち／シビックプライドの実現 魅力的な働く場の創出 など
		まちづくり		「職住近接のまち」の実現 など
		芸術		イメージの具現化 など
	

2. 基本戦略「門真市ものづくり」3つの「C」戦略」

この章では、基本理念「一門真全域一ものづくりのテーマパーク」を具体化するための基本戦略を示します。前章までに整理した、歴史的経緯を踏まえたものづくり産業を取り巻く現況、課題、アンケート結果やSWOT分析を踏まえ、基本戦略として、「門真市ものづくり」3つの「C」戦略」を以下に定めます。

(1) 基本戦略 インノベーション (Change・Chance・Challenge)

AI・IoT・ビッグデータ等のデジタル技術の活用が加速する中、ものづくり産業においても、デジタル化・DXへの対応をこれまで以上に推進し、生産性の向上、製品・サービスの高付加価値化、販売力の向上など、競争力の強化をはかります。また、脱炭素（GX）やSDGsといった、新たな時代の潮流を脅威と捉えるのではなく、新たな成長の機会として、企業価値の向上や新たな受注機会の創出につなげます。

また、市内に複数立地する大手メーカー等の持つ世界トップクラスの技術、ノウハウや人材を、地域ものづくり企業のイノベーションに繋げるとともに、大学や研究機関等との産学連携を促進します。

さらに、ものづくり関連のスタートアップ、プロジェクトの創出や次世代ものづくり支援拠点の整備等によって、先進性の高い新規事業への参入など、イノベーションの創出をめざします。

(2) 基本戦略 ネットワーク・連携 (Combination・Chain・Cross)

現在、企業間のネットワークは本市の強みの一つでもあります。産業、とりわけ製造業が高密度に存在する本市において、その特性を活かし、優位性を発揮するため、より一層、企業間での相互の情報・資源共有、機能の補完、新たな価値の創出を促進します。本市ものづくり産業は、その歴史的経緯から、比較的垂直型の企業関係であったと考えられ、企業間の交流が希薄であるという声も聞かれました。近年では市内企業の間で、新たな交流や連携の動きも見られており、引き続き連携のベースとなる、「企業同士が知り合う」環境づくりを進めます。

さらに、市域を越えた取引も盛んにおこなわれていることから、集積のメリットを最大限生かすため、近隣市や国内の工業集積地との連携、異業種との連携、支援機関も巻き込んだネットワークの構築を図り、「ものづくり × X = ∞ の可能性」を追求します。

(3) 基本戦略 基盤・集積強化 (Conditioning・Cluster・Convene)

それぞれの企業が持続的に成長を続けるために、人材の確保・育成、生産性の向上、高付加価値化、企業の緊急事態への対応力向上や事業承継による技術の伝承に取り組みます。

また本市では事業用地の不足が課題となっているものの、企業の成長による拡張や統合を図ろうとする企業、新たに市内に進出しようとする企業、建物老朽化による建て替えを考える企業が適切に市内で事業用地を得られるように、新たな事業用地の確保と円滑なマッチングや誘導、を進めます。

さらに本市は、有数のものづくり産業の集積地であるほか、全国的な知名度を持つ大手メーカーの本拠地が複数立地することから、その技術力や層の厚いものづくりの集積を『ものづくりのまち』としてブランディングを行い、全国的に浸透させ、市内企業への引き合いや成長に繋げることで市内経済の活性化をめざし、ものづくり産業の基盤強化や集積の維持を図ります。

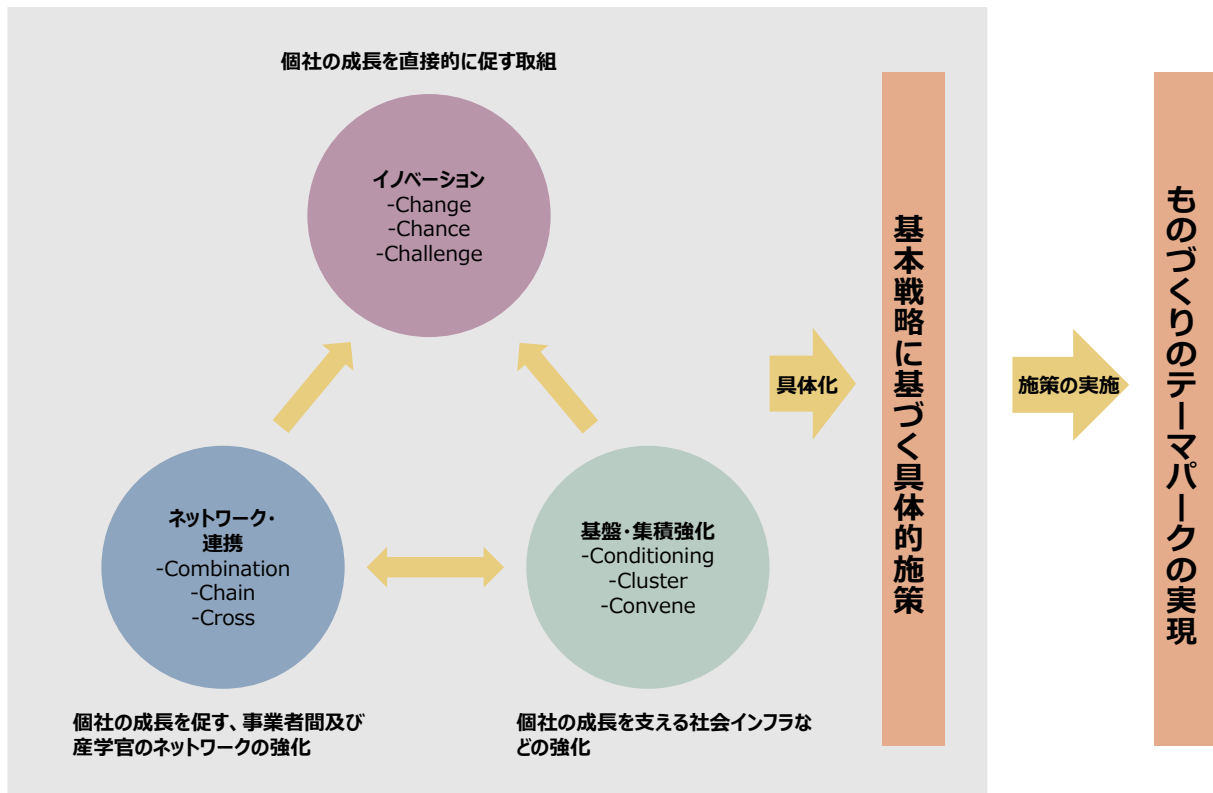
「門真市ものづくり」3つの「C」戦略」の相互の関係性は、以下のとおりです。

- 個社の成長を促す事業者間および他の主体とのネットワークの強化などの取組である
「ネットワーク・連携」
- 個社の成長を支える社会インフラなどの強化などの取組である
「基盤・集積強化」
- そして、それらを活かすとともに、個社の成長を直接的に促し、イノベーションの創出をめざす取組である
「イノベーション」

これら3つの戦略と、それらに基づく「具体的な施策」の実施によって、

基本理念である「ものづくりのテーマパーク」の実現をめざします。

「門真市ものづくり」3つの「C」戦略」の関係性



3. 基本戦略に基づく具体的施策

具体的施策における実施主体の定義・役割について

次項以降の各具体的施策の推進にあたっては、多様な主体の取組みや連携が不可欠です。具体的施策にかかる推進主体については、「ものづくり事業者」、「行政」、「支援機関」の3つに分け、それぞれの具体的な取り組みの例を記載しています。本計画では、「ものづくり事業者」、「行政」、「支援機関」の定義については以下のとおりとします。

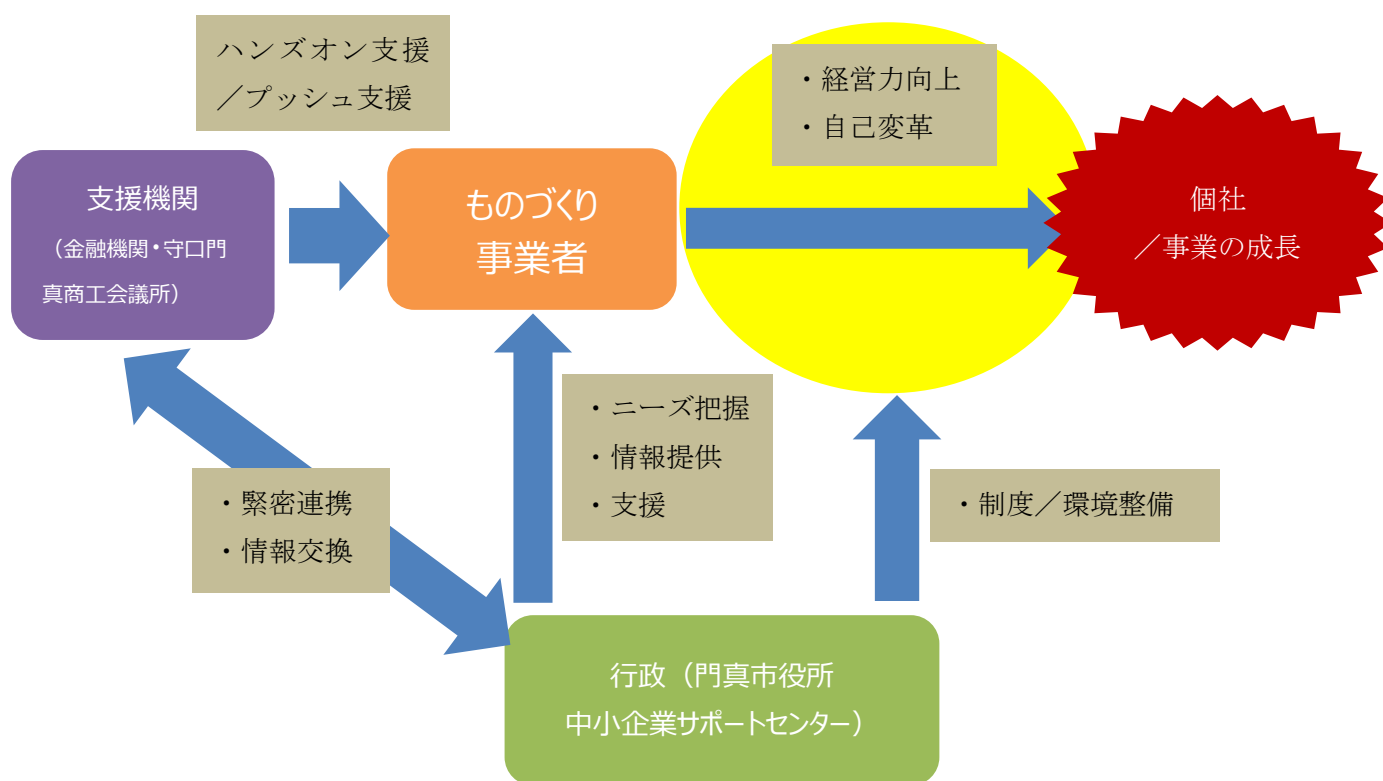
ものづくり事業者…市内のすべてのものづくり企業

行政 …門真市役所（門真市中小企業サポートセンターを含む）

支援機関 …金融機関、守口門真商工会議所

また、各具体的施策の実施や日常的な事業者支援等における「ものづくり事業者」、「行政」、「支援機関」の基本的な役割及び関係を下図に示しています。

「ものづくり事業者」、「行政」、「支援機関」の基本的フォーメーション



(1) イノベーション (Change・Chance・Challenge)

① デジタル化 (DX) への対応・活用

(テーマパークのアトラクションアップデート・最新コンテンツの投入)

市内のものづくり企業のデジタル化を進め、生産性向上による付加価値の創出、人手不足の解消やデジタルを用いた企業間連携を促進します。

また、デジタル化をベースとした DX を通じて、既存の製品・サービスやビジネスモデルを変革し、新たな価値を生むものづくり企業を創出していきます。

取組み

1) ものづくり事業者

- まず、業務の棚卸し（見える化）を行い、デジタル技術を活用し、コスト縮減、人材不足に対し、自動化や省人化できる部分に関しては積極的に導入、生産プロセスの効率化、製品の高付加価値化に努めます。
- デジタル化・DX を進めるにあたっては、専門人材の確保が必要です。デジタル人材を確保・育成していくためには、自社の経営課題等を明らかにし、求めるスキルや人材像を明確化したうえで、確保やリスクリングなど育成に向けた取り組みを行います。あわせて、スポット的な副業・兼業人材の活用も積極的に検討します。
- DX 化を進めることで、既存の製品・サービスやビジネスモデルを変革し、新たな価値を生むものづくり企業にアップデートしていきます。

デジタル化の取組段階

段階 4	デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態 (例) システム上で蓄積したデータを活用して販路拡大、新商品開発を実践している
段階 3	デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態 (例) 売上・顧客情報や在庫情報などをシステムで管理しながら、業務フローの見直しを行っている
段階 2	アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態 (例) 電子メールの利用や会計業務における電子処理など、業務でデジタルツールを利用している
段階 1	紙や口頭による業務が中心で、デジタル化が図られていない状態

(資料) 中小企業白書 2023 II-250 より

デジタル化の進展に向けた戦略的な取り組みの例

- ① デジタル化のビジョン・目標の設定
- ② 業務の棚卸しの実施
- ③ デジタル化の取組に対する評価指標の設定及び管理
- ④ デジタル化の取組に対する費用対効果の検討
- ⑤ IT投資が機動的に行えるデジタル化関連予算の確保

(資料) 経済産業省「DX 推進指標」より

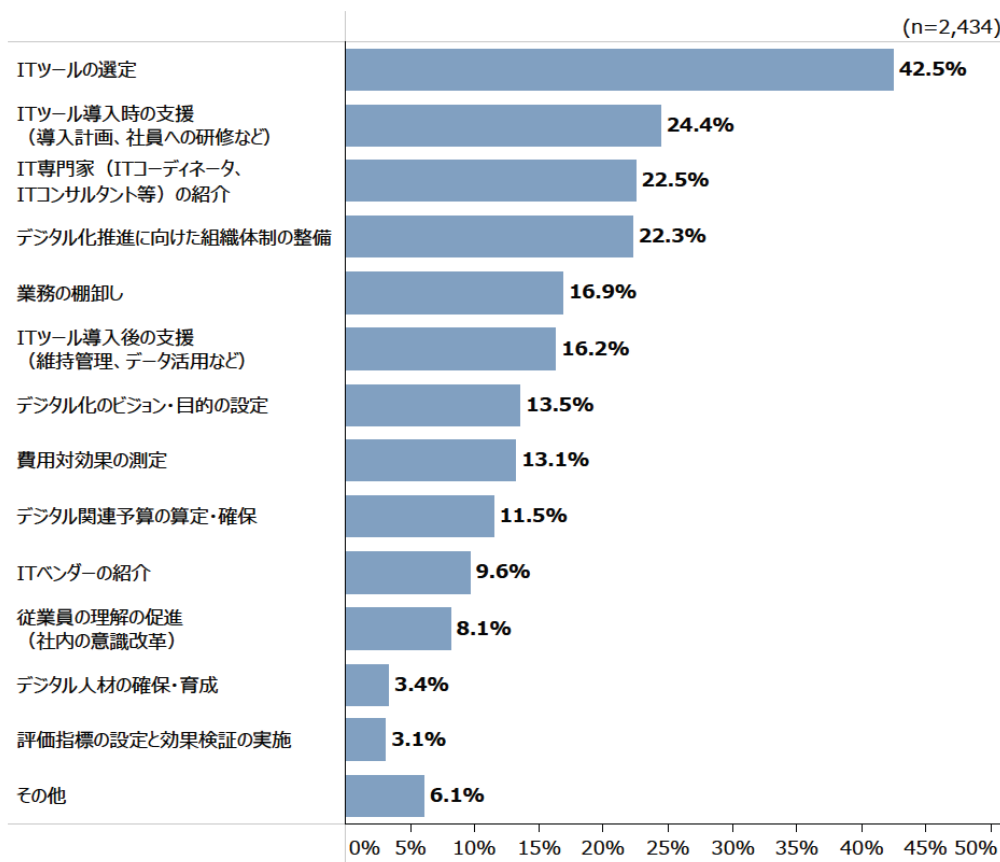
2) 行政

- 市内ものづくり企業におけるデジタル化の状況や支援に係るニーズを把握するとともに、国、府や支援機関などと連携し、ニーズに応じた包括的なデジタル化を推進する支援体制を構築します。
- デジタル技術や DX 等に強みを持つスタートアップを市内に創出・誘致する環境を整備します。それらが既存の市内ものづくり企業と連携・共創することによって、ものづくりをサポート（側面支援）するデジタル技術のサービスの確立や DX を促進します。
- 教育機関と連携し、将来のものづくりを支えるデジタル人材やイノベーション人材を育成します。

3) 支援機関

- 事業者に対するアンケート調査では、デジタル技術の活用に関する課題として「費用対効果への疑問」が多く挙げられていることから、国府等の補助制度の活用提案や、業務の棚卸しなども含め、経営全体の俯瞰を含めながら支援を実施します。
- 国の調査では、事業承継をきっかけとし、デジタル化が進む傾向があることから、その機会をとらえ、デジタル化や DX にかかる支援を行います。

デジタル化に関する支援機関への相談内容



資料：(株)野村総合研究所「地域における中小企業のデジタル化及び社会課題解決に向けた取組等に関する調査」

(注) 1.複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

2.デジタル化に関して支援機関に「相談したことがある」と回答した者に対して聞いている。

(資料)中小企業白書 2023 II-295 より

② 脱炭素 (GX) /SDGs への対応・活用

(テーマパークのアトラクションアップデート・最新コンテンツの投入)

2050年のわが国のカーボンニュートラルや本市のゼロカーボンシティの実現を見据え、サプライチェーンを担う、市内ものづくり企業の脱炭素を推進します。

また、市内企業等がグリーン分野への投資等を進めることで、GX（グリーン・トランスフォーメーション）⁸を実現し、新たな価値を生みだしていきます。

さらに、環境や人権、教育、貧困の解消等、持続可能な社会の構築に向けて、各事業者の立場から必要な貢献を進めます。

⁸ GX（グリーン・トランスフォーメーション）…化石燃料に頼らず、太陽光や水素など自然環境に負荷の少ないエネルギーの活用を進めることで二酸化炭素の排出量を減らし、そうした活動を経済成長の機会にするために世の中全体を変革していこうとする取組

取組み

1) ものづくり事業者

【脱炭素（GX）】

- まず、自社のCO2排出量の見える化（例：排出量診断）を行い、把握したCO2排出量を削減するための具体的な取組を計画し、実行します。
- 脱炭素（GX）の推進は、コスト削減をはじめ、自社の競争力強化や企業イメージ向上などの観点でも有効な手段であることから、節電、LEDへの切り替えなどの省エネや、再生可能エネルギーの利用など、出来ることから取組を進めます。
- グリーン分野への投資を推進し、新たな価値を創出します。

【SDGs】

- CSRの遂行による企業価値の向上、地域への理解促進・調和を進め、環境や人権、教育、貧困の解消等、必要な取組を講じます。

2) 行政

- 事業者の脱炭素の取組を進めるため、その入り口となる排出量診断に対する支援を実施します。

【実施事業】「門真市「職住近接のまち」実現のための企業魅力アップ事業補助金」において、カーボンニュートラル推進支援について拡充

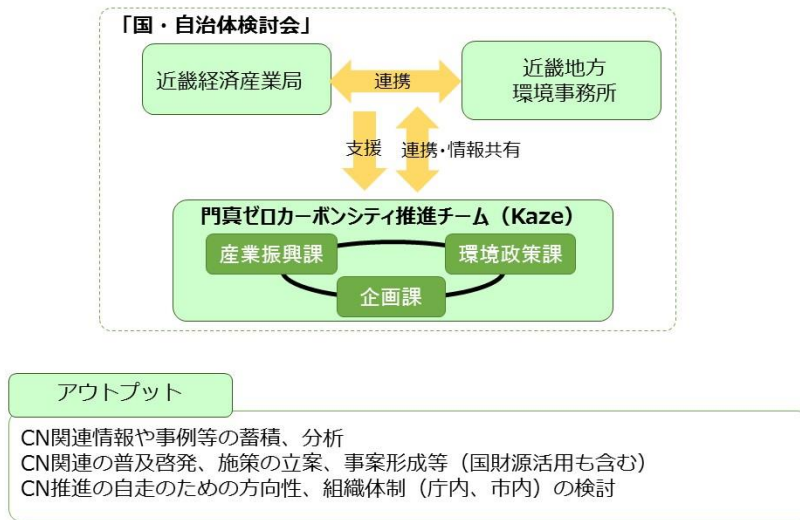
- 国（近畿経済産業局、近畿地方環境事務所等）や大阪府等の関係機関と連携し、ものづくり産業における脱炭素推進施策を検討・実施します。

【実施施策】市役所庁内組織「門真ゼロカーボンシティ推進チーム（KAZE）」によるカーボンニュートル施策の検討
支援機関連携ネットワーク「もりかど産業支援機関ネットワーク」での支援機関職員向けワークショップの実施

- 地域のニーズや課題等を把握するとともに、公民連携により、地域課題に取り組もうとする企業等を支援します。

門真ゼロカーボンシティ推進チームを中心とした、市のカーボンニュートラル推進体制

門真ゼロカーボンシティ推進チーム



3) 支援機関

- 脱炭素やGXに関する動向や補助制度等の支援策の情報把握に努め、企業支援に活用します。
- 脱炭素、GXやSDGsの推進に関連する助成制度や金融商品等の提案により、事業者に対する動機付けを行います。

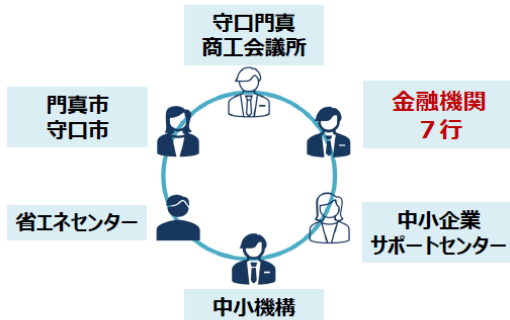
もりかど産業支援機関ネットワーク等での支援機関職員向けワークショップ

もりかど産業支援機関ネットワーク金融機関若手交流会

▼当日の様子

- 金融機関の支店行員が、自行のCN関連金融商品や他機関の支援策等を例示しながら企業（顧客）にCNに取り組む必要性を伝えることができるようになることを目指したネットワークングイベントを実施。

ネットワーク参加機関



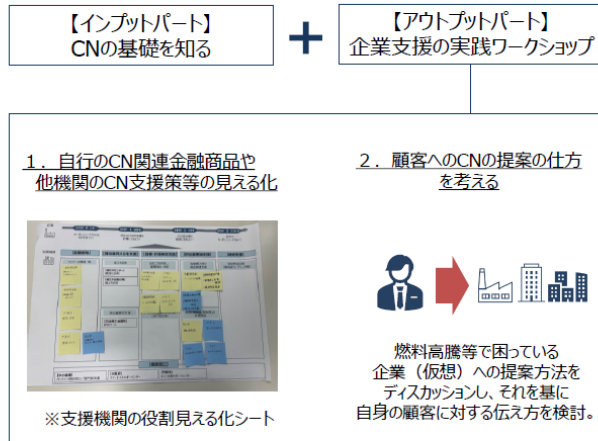
※当日の様子



(資料)近畿経済産業局 PR 資料

ネットワーク概要

もりかど産業支援ネットワーク金融機関若手交流会※(令和5年9月7日)



※「もりかど産業支援機関ネットワーク」：守口市・門真市の元気な企業を応援することを目的とし、地域の金融機関、産業支援機関、行政機関等が連携することで、効果的な企業サポートを実現するため、平成26年2月に立ち上げた組織。

中小企業等への取組段階に応じた支援策

ステップ1 CNを知る

- ・ 中小機構のCN相談窓口
- ・ ハンドブックや事例集等
- ・ 省エネ診断等（省エネお助け隊、省エネ最適化診断、省エネルギー診断）

ステップ2 把握する

- ・ 省エネ診断等
- ・ IT導入補助金
- ・ 排出量算定ツール

ステップ3 削減する

- ・ 省エネ診断等
- ・ ものづくり補助金
- ・ 省エネ補助金
- ・ CEV補助金
- ・ 省エネ設備投資に係る利子補給金
- ・ CN投資促進税制
- ・ J-クレジット制度
- ・ 太陽光発電導入補助金
- ・ 事業再構築補助金
- ・ 自動車部品サプライヤー支援事業
- ・ 日本公庫による環境・エネルギー対策資金（GX関連）

(資料)中小企業白書 2023 (I-73)一部抜粋

③ スタートアップ、プロジェクト創出 (テーマパークの最新アトラクション・最新コンテンツ投入)

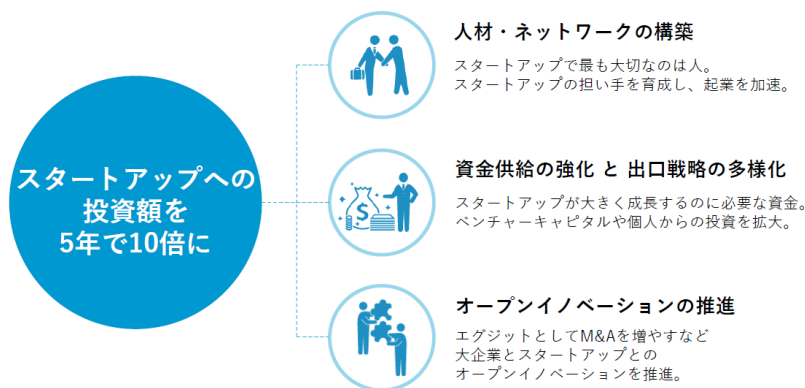
域内における産業の新陳代謝の促進と、新たな付加価値の創出のため、市内でスタートアップ⁹や新たなプロジェクトを次々と生みだします。特に、本市の多様なものづくり企業の集積との相乗効果を発揮するスタートアップ（ファブレス¹⁰形態、ロボット・情報通信分野等）やプロジェクトの創出を図ります。

また、第二創業や、既存企業による新たなプロジェクトについても並行し、その創出を促進します。

03 5年後の目標と3つの柱



官民によるスタートアップ育成策の全体像をまとめ、
人材、資金、ビジネス環境などの様々な支援展開を発表。



(資料) 経済産業省「スタートアップ育成に向けた政府の取り組み」

取組み

1) ものづくり事業者

- スタートアップと積極的に連携することにより、自社の生産プロセスの高度化や新たなプロジェクト、研究開発などに取組みます。
- 他社と連携した新たなプロジェクトの創出に取組みます。

2) 行政

- 大学等研究機関や支援機関等との連携を通じて、市内でスタートアップが誕生し、新たなプロジェクトを創出しやすい環境を整備します。
- 域外交通利便性をはじめとした「ビジネス適地」としての本市の魅力を全国に広く発信し、スタートアップ等の誘致を行います。
- 市内に立地する複数の大手企業等の存在を活かし、そのノウハウや人材等をスタートアップや新たなプロジェクトに活用できる仕組み（オープンイノベーションやマッチングなど）の構築を検討

⁹ スタートアップ…新しい市場を考え、新たな市場を開拓し、社会に新しい価値を提供したり、社会に貢献することによって事業の価値を短期間で飛躍的に高め、株式上場や事業売却をめざす企業や組織のこと

¹⁰ ファブレス…工場を所有せず、製品の企画・設計を自社で行い、生産工程については外部に委託するビジネスモデルのこと

します。

- スタートアップや新規プロジェクトを含むイノベーションには、知的財産権の利活用が不可欠なことから、「知財総合支援窓口¹¹」や「INPIT¹²」等の専門相談機関の活用を促します。

【実施施策】特定創業支援事業

3) 支援機関

- スタートアップ企業や新規プロジェクトを実施しようとする事業者に対し、それぞれの段階に応じた適切な支援を実施します。特にスタートアップに必要な手続きや資金調達方法等についての情報提供、相談に努めます。
- 新規プロジェクトを実施しようとする事業者に対し、Go-tech 等の産学連携支援や補助制度等の活用を促します。

④ 次世代ものづくり支援拠点の整備

(テーマパークのバックオフィスの構築)

ものづくり産業の発展を加速するため、門真市中小企業サポートセンターの機能をアップデートします。施設では、シェアードオフィス¹³やコワーキングスペース¹⁴等のインキュベーション¹⁵機能、交流スペースなどの設置や、コーディネーター人材（アクセレーター等）の配置など、スタートアップやものづくり企業が経営やマッチングなどの相談支援をワンストップで受けられる体制の整備を検討します。

1) 取組み

ア. ものづくり事業者

- 経営全般に関する困りごとの解決や、連携やマッチング等、他者とつながりたい場合に、支援拠点（門真市中小企業サポートセンター）を活用します。

イ. 行政

- 社会経済の動向、企業ニーズ等を踏まえた効果的な施設形態、設置場所など次世代ものづくり支援拠点のあり方について、関係機関と連携しながら、整備を行います。

¹¹ 知財総合支援窓口…中小企業等が抱える様々な経営課題について、自社のアイデア、技術、ブランドなどの「知的財産」の側面から解決を図る支援窓口

¹² INPIT（独立行政法人工業所有権情報・研修館）…経済産業省・特許庁所管の独立行政法人であり、知的財産に関する各種情報提供や人材育成に加え、ビジネスにおける知的財産の戦略的な活用を支援する様々なサービスを提供している

¹³ シェアードオフィス…仕事を複数の企業や人でシェアする施設のこと。一般的な賃貸オフィスと比較すると低いコストで利用することができる

¹⁴ コワーキングスペース…「Co（共同の）」と「work（働く）」をもとにした造語で、さまざまな人が「共に働く」スペースである。他の利用者との交流がしやすく、新たなコミュニティの形成が重視されている

¹⁵ インキュベーション…起業および事業の創出をサポートするサービスや活動のこと

次世代ものづくり支援拠点のイメージ（東京都大田区「六郷 BASE」）

大田区・南六郷にある創業支援施設「六郷BASE」では、創業相談を得意とする専門スタッフが施設に常駐し、起業・経営に役立つ様々なサービスでサポートします。1階は誰でも利用可能なオープンスペース、2、3階は入居型のオフィス、シェアードオフィス、コワーキングスペースになっています。



(資料)大田区シティプロモーションサイトより

(2) ネットワーク・連携（Combination・Chain・Cross）

① 企業（支援機関）ネットワーク活動の拡大、推進 （テーマパークのステージイベント）

本市の強みの一つである、企業ネットワークのさらなる推進、新たな形成に向けての環境を整備することで、企業間交流による共通の課題解決や域内受発注促進・プロジェクトの創出等につながる「きっかけづくり」を行います。（まずは、企業同士が知り合う環境をつくる。）

また、支援機関同士の一層の連携により、より重畳的な企業支援体制（チーム支援体制）を構築し、より効果的な企業支援を実現します。

取組み

1) ものづくり事業者

- “つながる意識”や“外向きマインド”を大切にし、自社のニーズに合ったネットワークへ積極的に参画し、他者との交流を深めます。
- 必要に応じ、自らがハブとなり、新たなネットワークを生み出します。

2) 行政

- 企業間ネットワーク形成に向けた場づくりやノウハウの提供、アドバイスをを行います。
- 連携形成の前提とするため、ものづくり企業の情報等のデータベース化をさらに進めます。
- 地域支援機関のさらなる連携促進のため、「もりかど産業支援機関ネットワーク」（16 ページ）活動の強化や拡充に取り組みます。

【実施施策】門真市ものづくり企業ネットワークによる、企業間連携の促進
 もりかど産業支援機関ネットワークによる、支援機関連携の促進

3) 支援機関

- 自ら企業間ネットワークに積極的に参加し、そこで、関係づくり、企業のニーズ収集、施策等情報の展開や、必要に応じたプッシュ支援を行います。
- それぞれの支援機関がもつ独自の企業ネットワークと、市内企業・ネットワークとの交流等を実施し、ネットワーク同士の相乗効果を創出します。

② 域内受発注の促進（地域内経済循環促進） （テーマパークのショッピングモール）

企業データベースの可視化・発信等により、域内での受発注をこれまで以上に促進し、市内で創出される付加価値を増加させます。

取組み

1) ものづくり事業者

- 身近な企業の製品・技術を把握することで、域内受発注に努めます。

2) 行政

- 企業情報の収集と、ものづくりポータルサイト「ものづくりタウンかどま」や SNS 等での情報発信を充実させます。
- 門真市中小企業サポートセンターは、域内でのマッチングや、域内受発注ネットワークの形成を支援します。

【実施施策】ものづくりポータルサイト「ものづくりタウンかどま」の運営
 門真市中小企業サポートセンターによるマッチング支援

ものづくりポータルサイト「ものづくりタウンかどま」

 ものづくりタウンかどま
 MONOZUKURI TOWN KADOMA

トピックス カテゴリで探す 業種
 TOPICS CATEGORY IN

インタビュー動画掲載中



大光紙工株式会社

変幻自在に加工が可能！片面段ボールで業界を盛り上げたい！

Made in Japanの品質と50年の実績を誇りに、
 片面段ボールの可能性に挑む

READ MORE 

3) 支援機関

- 各支援機関のもつ企業の製品・技術のデータを活用し、企業のメリットとなる域内のマッチングを促進します。

③ 連携・共創を通じた高付加価値化

(テーマパークのアトラクションアップデートと商品開発)

企業間連携による共通の課題解決、資源の共有等による生産性の向上や新製品・サービスにより高付加価値への取組を促進します。

取組み

1) ものづくり事業者

- 新たなプロジェクトについて産学連携等の活用を検討し、進めます。
- 複数の企業による設備や人的資源の共有、共通化など、リソースの効率的な利用について検討、実施します。

2) 行政

- 企業情報の蓄積を進め、企業に対し連携・共創に必要な情報の提供や提案を行います。
- 他機関等との関係構築に努め、産学連携等のコンソーシアム¹⁶形成を支援します。

3) 支援機関

- 各機関が保有する企業情報のストックを活用し、産学連携を含めた連携・共創先の提案を行い、コンソーシアムの形成を支援します。

④ 域外との連携

(テーマパーク外とのコラボレーション)

大阪北東部の一連のものづくり産業集積（門真市、守口市、大東市、都島区、鶴見区）をはじめ、大阪府内でものづくりが盛んな地域（堺市、東大阪市、八尾市等）については、ものづくりの業種も似通っており、相互の交流・連携を進めることで、市域内にとどまらない、お互いのメリットとなる受発注関係や、連携・共創等の相乗効果を発揮できると考えられることから、地域間における関係性のさらなる深化をめざします。

さらに、関東を含む東日本におけるものづくり先進地域についても、まず自治体レベルでの交流を深め、将来の企業間連携につなげていきます。

¹⁶ コンソーシアム…共通の目的を持つ複数の個人や組織が協力するために結成する共同体のこと

取組み

1) ものづくり事業者

- 大阪府が実施する「MOBIO Café meeting」等、市外の企業等を含んだネットワークに積極的に参加します。
- 展示会等のイベントに積極的に参加し、域外の企業との交流や関係性の構築を進めます。
- 現在、自社が属する域外の加工ネットワークや情報等について、必要に応じ、市内の企業ネットワークや行政と共有します。

2) 行政

- 大阪関西万博への出展やオープンファクトリー¹⁷イベント（Factor ISM 等）の共催等を通じて、自治体間の連携強化を図ります。
- 全国の製造業が盛んな自治体と交流することにより、自治体間の連携関係の構築や情報交換を進めます。
- 市内企業との展示会出展等を通じて、域外との企業間連携が促進される環境を整備します。

【実施事業】「産業のまちネットワーク推進協議会」による自治体間連携
オープンファクトリーイベント（Factor ISM）への参加
カドマイスター展示会合同出展事業

産業のまちネットワーク推進協議会

産業のまちネットワーク推進協議会		
R6年度加盟自治体		
自治体名	自治体名	自治体名
米沢市	柏崎市	大田区
いわき市	飯田市	品川区
桐生市	諏訪市	川崎市
太田市	伊那市	オブザーバー
さいたま市	茅野市	門真市
板橋区	坂城町	静岡県
八王子市	富士市	富岡町
相模原市	寒川町	磐田市

- 産業のまちネットワーク推進協議会連携事業のご報告
- ！ 企業交流会
日時：6月22日
場所：ピストロコンフィ
参加自治体：米沢市、坂城町、茅野市、静岡県、大田区
参加人数：41人
 - ！ 目指すは宇宙!?桂川精螺製作所から学ぶ立地戦略
日時：6月28日
場所：PIO PARK
参加自治体：静岡県、富士市、八王子市、大田区
参加人数：94人（リアル41人、オンライン53人）
 - ！ テクノフロンティア
日時：7月26日～28日
場所：東京ビックサイト
参加自治体：川崎市、八王子市、相模原市、諏訪市、茅野市、坂城町、柏崎市、富士市、板橋区、大田区



3) 支援機関

- 各支援機関の持つネットワークを活用し、市内企業と域外企業との連携を促進します。

¹⁷ オープンファクトリー…ものづくり企業が生産現場を公開したり、ものづくりの現場を実際に体験してもらったりすることで、地域の企業の魅力を発信する取組み

⑤ ロールモデル集約・展開 (テーマパーク全体のアップデート)

製品技術や生産性等に関する優位性、地域・社会貢献、施策の利活用等、企業の優れた事例(ロールモデル¹⁸)を取りまとめ、横展開することで、全体のレベルアップを図ります。

取組み

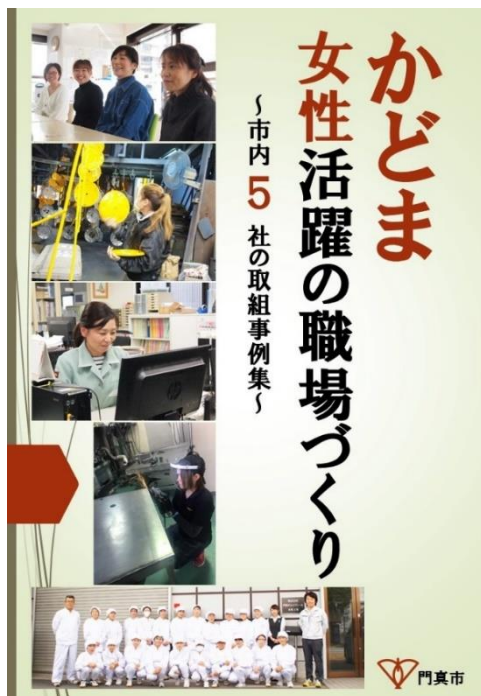
1) ものづくり事業者

- 他者の範となる取組みを実施している事業者は、ロールモデルの展開に積極的に協力します。

2) 行政

- 企業訪問や施策の実施を通じ、ロールモデルとなりうる企業や取組みを把握します。
- ロールモデルを分かりやすい形でコンテンツにまとめ、効果的な情報発信に取り組みます。
- 事例紹介のイベント等を実施し、企業同士の直接の情報交換による、ロールモデルの展開に取り組めます。
- 国、府等関連団体と連携し、域外のロールモデルの把握及び発信にも努めます。

かどま女性活躍の職場づくり～市内5社の取組事例集



3) 支援機関

- ロールモデルとなりうる特徴ある企業を発掘し、支援先企業、行政や支援機関との共有を図ります。

¹⁸ ロールモデル…めざしたいと思う模範となる存在であり、そのスキルや具体的な行動を学んだり模倣したりする対象のこと

(3) 基盤・集積強化 (Conditioning・Cluster・Convене)

① 人材確保・育成

(テーマパークのクルー確保、育成)

本市の大阪都心部に近い好立地や、職住近接のポテンシャルを引き出すとともに、テレワーク等多様な働き方も視野に入れた、企業の人材確保を進めます。また、技能の継承や目まぐるしく変化する企業の課題に迅速に対応するため、リスキリングも含めた人材育成を行います。

さらに、小中学生等へのキャリア教育に参画し、将来のものづくりの担い手となるような人材の育成に努めます。

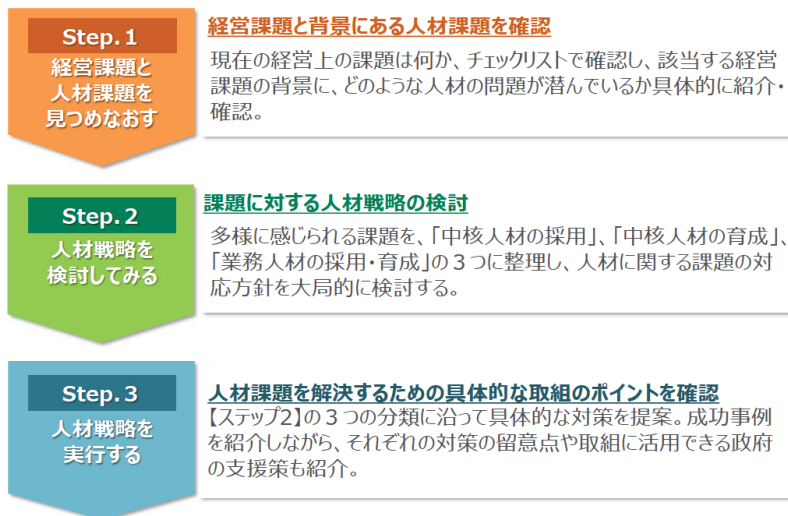
取組み

1) ものづくり事業者

- 経営課題を確認したうえで、その背景にある人材課題を確認し、不足する人材像を明らかにするなど、人材戦略を策定し、実行します。
- 技術の見える化、デジタル化等を通じ、本市のものづくりの強さの源泉となる技能の継承を確実に実施します。
- 人材確保のため、職場の魅力を向上し、積極的に発信します。
- シニア、女性、外国人等多様な人材が活躍できる社内環境を整備することで、人材確保の幅を広げます。
- デジタル人材など専門人材については副業や兼業人材の活用も検討します。
- 企業集積やネットワークなど、スケールメリットを活かした（協働・共創）人材確保・育成に取り組めます。
- 経営層や中堅リーダー層など、階層別に必要な研修の実施や、リスキリングを促進します。
- インターンシップ、職場体験の受入れや教育機関等での出前講座に参加することで学生等との交流を図ります。

人材活用ガイドラインにおける検討の三つのステップ

人材活用ガイドラインの概要



2) 行政

- 外国人や若者など、それぞれのライフスタイルにマッチしたシェアハウス等を整備又は誘致し、市内企業の人材確保につなげます。
- 多様な人材が働くことができる社内環境の整備・実現のため、支援を行います。
- 門真市中小企業サポートセンターによる階層別研修の開催や、リスクリングへの支援を実施します。
- 教育機関や職業訓練機関と連携関係を築き、人材確保の支援に努めます。
- 子どもたちが将来のものづくり人材の候補となるよう、教育機関と連携し、ワークショップの実施や小中学校へのキャリア教育に関する出前講座を行います。

【実施事業】門真市「職住近接のまち」実現のための企業魅力アップ事業補助金において、職場環境の整備や情報発信を支援
 合同企業就職説明会・面接会において、企業と地元求職者のマッチング支援

3) 支援機関

- 人材戦略の策定に必要な経営課題や人材課題の明確化等に対する助言、支援を行います。

② ものづくりブランドの確立

(テーマパークのブランディング・知名度向上)

本市を「ものづくりのまち」として、ブランディングを図ることで、市内に新たな企業や受注、人材、知識等が集まり、企業の成長につなげるとともに、交流人口を増やし、地域経済の活性化につなげます。「ものづくりのまち門真に聞けば、どんな部品も作れる。」というイメージを全国に広げることで「門真市で操業していること」自体が市内ものづくり企業のメリットとなるような状態をめざします。さらに「ものづくり」をキーワードとし、都市としての門真市そのものの知名度の向上につなげます。

取組み

1) ものづくり事業者

- 自らの強み、誰にも負けない製品・技術の特徴を今一度整理し、言語化します。
- 製品や技術において、他にない特徴を持ち、その強みを活かせるよう、SNS 等を用いた情報発信を積極的に行います。
- オープンファクトリーなど「見せる工場」や企業ミュージアム等の取組みを進めます。
- 洗練された商品デザインやプロモーション等の実現のため、MEBIC¹⁹等のクリエイターとのマッチングを検討します。
- 知的財産権や顕彰制度等を積極的に活用し、自社、職人、製品・技術のブランド化を推進します。（顕彰制度の例：カドマイスター、関西ものづくり新撰、大阪府優良企業賞「匠」、守口

¹⁹ MEBIC…大阪で活動するクリエイターを応援するコーディネート施設。クリエイティブ関連企業の活性化に向け、クリエイターの情報発信、ネットワークづくり、他業種との協働によるビジネスの促進などに取り組み、競争とコラボレーションによる新たなビジネスや価値が生まれる環境づくりを進めている

門真ものづくり元気企業、現代の名工、なにわの名工など)

- BtoC の製品については、「大阪製ブランド」への登録や、ふるさと納税の返礼品に登録するなど、積極的な PR を行います。

2) 行政

- ものづくりブランドの発信については、ターゲット（ものづくり業界、一般など）に応じた、コンテンツや発信方法を検討します。
- 今後の「産業観光」の戦略を事業者、支援機関、学生等と協働・共創等により立案し、実施します。
- 情報発信については SNS やメディア等の活用を重点的に取組みます。
- 全国的なものづくり展示会等への市内企業出展を後押しし、ものづくり業界におけるブランド力の向上に取り組めます。
- 域外とのネットワークを活用し、全国の工業集積地域に対し、本市の知名度の向上を図ります。
- 市の企業認定制度「カドマイスター」の実施や、他の顕彰制度等の申請を支援します。

【実施事業】カドマイスター認定制度

カドマイスター展示会合同出展事業

門真市「職住近接のまち」実現のための企業魅力アップ事業補助金において、求職者向け情報発信を支援

カドマイスター展示会合同出展



(資料)機械要素技術展大阪 令和5(2023)年11月

3) 支援機関

- 事業者、行政等と連携し、市内ものづくりの製品・コンテンツ等の展示や、WEB等での情報発信を行います。

③ 操業環境の維持と新たな産業用地の確保

(テーマパークの敷地確保)

市内におけるものづくり産業が集積している区域での集積維持を図るとともに、市内で新たなものづくり産業用地を創出します。

取組み

1) ものづくり事業者

- 自社が望む事業用地の規模や場所、工場等の状態などの状況を、適切な形で行政や産業支援機関等と共有、相談します。(ニーズ提供)

2) 行政

- 本市独自の「産業誘導区域」の仕組みを効果的に運用することで、産業の集積を維持します。
- 市内で新たな都市開発やプロジェクトが進行した際に、産業用地（インダストリアルパーク²⁰）の創出を検討します。
- 市内の遊休地、市内企業の用地に関するニーズ等の情報を収集し、適切な形でマッチングできる体制を整備します。

【実施施策】産業誘導区域移転補助金

工場立地法の基づく緑地率等の引き下げ

3) 支援機関

- 新たな事業用地を確保し拠点を整備しようとする事業者に対して、土地等の情報を提供するなど、適切な支援を行います。

²⁰ インダストリアルパーク…地域経済の発展をはかる目的で、計画的に企業を集積させた地域

④ 事業承継

(テーマパークのアトラクションのアップデート、拡張)

市内ものづくり産業の維持のため、親族内承継、第三者承継や M&A など、様々な形態の事業承継等を円滑に進めます。

事業承継ガイドラインによる事業承継の類型

類型	概要
親族内承継	<ul style="list-style-type: none"> ● 現経営者の子をはじめとした親族に承継させる方法である。 ● 一般的に他の方法と比べて、内外の関係者から心情的に受け入れられやすいこと、後継者の早期決定により長期の準備期間の確保が可能であること、相続等により財産や株式を後継者に移転できるため所有と経営の一体的な承継が期待できるといったメリットがある。
従業員承継	<ul style="list-style-type: none"> ● 「親族以外」の役員・従業員に承継させる方法である（以下「従業員承継」という。）。 ● 経営者としての能力のある人材を見極めて承継させることができること、社内で長期間働いてきた従業員であれば経営方針等の一貫性を保ちやすいといったメリットがある。
社外への引継ぎ (M & A)	<ul style="list-style-type: none"> ● 株式譲渡や事業譲渡等により社外の第三者に引き継がせる方法（以下「M & A」という。）である。 ● 親族や社内に適任者がいない場合でも、広く候補者を外部に求めることができ、また、現経営者は会社売却の利益を得ることができる等のメリットがある。さらに、M & Aが企業改革の好機となり、更なる成長の推進力となることもある。

(資料)中小企業白書 2023 II-127

取組み

1) ものづくり事業者

- 事業承継は時間を要することを念頭に、早めに支援機関等に相談を行い、準備を進めます。あわせて、決定した事業承継に向けた方針を明確にします。

2) 行政

- 事業者に対し、事業承継に必要な取り組み等について、啓発します。
- 門真市中小企業サポートセンターにおいて、承継診断の実施や事業承継支援に取り組むとともに、必要に応じて関係機関と連携し、支援を行います。

【実施施策】門真市中小企業サポートセンターによる事業承継支援

3) 支援機関

- 事業承継が円滑に進むよう、セミナー等を実施するなど啓発を行います。
- 資金・人材・承継後の販路確保等、事業承継に係る様々なテーマについて、事業者の特徴に応じて適切な支援を行います。

⑤ 市民等の理解促進

(テーマパークの住民理解・シビックプライド²¹)

市民が本市の「凄いものづくり」に対しシビックプライドを持つことで、「職住近接」のまち並びに、住工が共生するまちの実現をめざします。

取組み

1) ものづくり事業者

- シビックプライドの醸成のため、オープンファクトリーなどの工場の「見せる化」や企業ミュージアムの取組みを積極的に実施し、高度な技術や職人の存在、魅力等を市民に知ってもらえる機会を作ります。
- SDGs、清掃活動や子どもの見守りなど、地域貢献活動に積極的に取組みます。

2) 行政

- 本市のものづくりの技術力の高さや重要性等について市民に対し分かりやすく発信します。
- 企業が実施するオープンファクトリー等のイベントの実施に対し支援を行います。
- 市内ものづくり企業の SDGs や地域貢献の取組を支援します。

【実施事業】門真市「職住近接」のための企業魅力アップ補助金によるオープンファクトリー実施支援
オープンファクトリーイベント「FactorISM—ファクトリズム—」への参加

3) 支援機関

- 事業者、行政等と連携し、市内ものづくりの製品・コンテンツ等の展示や、WEB等での情報発信を行います。

オープンファクトリー (FactorISM—ファクトリズム—)

2025年の大阪万博を見据え、町工場がサテライト会場となるため2020年から開始。

門真市・八尾市・堺市を中心に、「こぼれはまちのエンターテイメント」を合言葉に、ものづくりの現場を一般開放し、人々の生活を支え、世界を魅了する町工場でのものづくり現場を体験、体感してもらうオープンファクトリーイベント。



開催日 … 10月26日(木)~10月29日(日)

[参加企業] 門真市から、これまで最大の11社参加

カドマスター出展企業の様広伸、坂三和歯車、マルイチエクソムも参加!

今年度は門真支部実行員会が発足。産官学協働による取組みを強化!
市が学生と企業を橋渡し、近隣の高校・高専の学生が、企業の魅力や工場を取材、PRポスターやリーフレットを作成!
ものづくり企業、学生、市が一体となって「門真のものづくり」を全国に発信!

²¹ シビックプライド…都市に対する市民の誇りのこと

⑥ BCP（災害、感染症等） （テーマパークの防災訓練）

昨今、災害等が頻発する状況をふまえ、万が一の場合でも、従業員の安全を確保し、いちはやく事業が再開できるよう、市内のものづくり企業の BCP 策定が促進されるよう支援を行います。

取組み

1) ものづくり事業者

- まず、「超簡易版 BCP『これだけは！』シート」などを活用し、緊急時の事業継続に向けた取り組みに着手します。
- 災害や感染症の拡大等が発生した際、自社にどのような事態が生じるかを把握し、必要な対応が取れるようにします。
- BCP の策定及び見直しやそれに基づいた訓練を定期的実施します。
- サプライチェーンの見える化と多様化を進め、非常事態が発生した際にも可及的速やかに事業を再開し、継続できる体制を整えます。また、生産拠点の多角化や、過度な一社依存からの脱却を検討します。

大阪府「超簡易版 BCP『これだけは！』シート（新型コロナウイルス感染症対策版）」

大阪府 超簡易版BCP「これだけは！」シート（新型コロナウイルス感染症対策版） 策定・最終更新日： 年 月 日

超簡易版（社長・役員・従業員、パート・アルバイト・派遣社員等）と各の役割を明確に、そして事業を継続できるように、地域・社会に貢献するため、このシートを策定します。

1. 基本情報 1-1 事業の業種・工場所在地 所在地：		事業継続目標（※1） ① 完全復旧（※2） ② 部分復旧（※3） ③ 事業継続（※4）
2. BCPの発動条件 ① 発生原因 ② 発生規模 ③ 発生状況		5. 感染発生時の対応 ① 発生原因の把握 ② 発生規模の把握 ③ 発生状況の把握 ④ 発生原因の把握 ⑤ 発生規模の把握 ⑥ 発生状況の把握
3. BCPの発動時の組織体制 BCP担当 社長 副社長 取締役 課長 主任 係長 社員		6. 復旧支援 ① 復旧支援の体制 ② 復旧支援の体制 ③ 復旧支援の体制 ④ 復旧支援の体制 ⑤ 復旧支援の体制
4. 予防対策 ① 事業継続の確保 ② 事業継続の確保 ③ 事業継続の確保 ④ 事業継続の確保 ⑤ 事業継続の確保		⑦ 事業継続の確保 ⑧ 事業継続の確保 ⑨ 事業継続の確保 ⑩ 事業継続の確保 ⑪ 事業継続の確保

※1：完全復旧（※2）：事業継続（※3）：事業継続（※4）

※2：完全復旧（※3）：事業継続（※4）

※3：事業継続（※4）

※4：事業継続（※5）

※5：事業継続（※6）

※6：事業継続（※7）

※7：事業継続（※8）

※8：事業継続（※9）

※9：事業継続（※10）

※10：事業継続（※11）

※11：事業継続（※12）

※12：事業継続（※13）

※13：事業継続（※14）

※14：事業継続（※15）

※15：事業継続（※16）

※16：事業継続（※17）

※17：事業継続（※18）

※18：事業継続（※19）

※19：事業継続（※20）

※20：事業継続（※21）

※21：事業継続（※22）

※22：事業継続（※23）

※23：事業継続（※24）

※24：事業継続（※25）

※25：事業継続（※26）

※26：事業継続（※27）

※27：事業継続（※28）

※28：事業継続（※29）

※29：事業継続（※30）

※30：事業継続（※31）

※31：事業継続（※32）

※32：事業継続（※33）

※33：事業継続（※34）

※34：事業継続（※35）

※35：事業継続（※36）

※36：事業継続（※37）

※37：事業継続（※38）

※38：事業継続（※39）

※39：事業継続（※40）

※40：事業継続（※41）

※41：事業継続（※42）

※42：事業継続（※43）

※43：事業継続（※44）

※44：事業継続（※45）

※45：事業継続（※46）

※46：事業継続（※47）

※47：事業継続（※48）

※48：事業継続（※49）

※49：事業継続（※50）

※50：事業継続（※51）

※51：事業継続（※52）

※52：事業継続（※53）

※53：事業継続（※54）

※54：事業継続（※55）

※55：事業継続（※56）

※56：事業継続（※57）

※57：事業継続（※58）

※58：事業継続（※59）

※59：事業継続（※60）

※60：事業継続（※61）

※61：事業継続（※62）

※62：事業継続（※63）

※63：事業継続（※64）

※64：事業継続（※65）

※65：事業継続（※66）

※66：事業継続（※67）

※67：事業継続（※68）

※68：事業継続（※69）

※69：事業継続（※70）

※70：事業継続（※71）

※71：事業継続（※72）

※72：事業継続（※73）

※73：事業継続（※74）

※74：事業継続（※75）

※75：事業継続（※76）

※76：事業継続（※77）

※77：事業継続（※78）

※78：事業継続（※79）

※79：事業継続（※80）

※80：事業継続（※81）

※81：事業継続（※82）

※82：事業継続（※83）

※83：事業継続（※84）

※84：事業継続（※85）

※85：事業継続（※86）

※86：事業継続（※87）

※87：事業継続（※88）

※88：事業継続（※89）

※89：事業継続（※90）

※90：事業継続（※91）

※91：事業継続（※92）

※92：事業継続（※93）

※93：事業継続（※94）

※94：事業継続（※95）

※95：事業継続（※96）

※96：事業継続（※97）

※97：事業継続（※98）

※98：事業継続（※99）

※99：事業継続（※100）

2) 行政

- の BCP 策定を促進するための啓発や情報提供等の支援を行います。
- 市も、産業振興行政における BCP 策定を進め、非常事態時においても、必要な行政手続きや支援が滞ることのないよう備えます。

3) 支援機関

- 事業者の BCP の策定に向けた、ハンズオン支援や支援制度の利活用を促進します。

V. 門真市ものづくり産業振興計画の推進に向けて

1. 計画の進行管理・評価手法

(1) 計画の進行管理体制

門真市ものづくり産業振興計画の推進にあたっては、産官学金で構成する「門真市ものづくり産業振興懇話会」を毎年開催し、基本戦略に基づく取組の実施状況や KPI を確認し、基本目標の達成状況や、達成に向けて必要な取組・軌道修正のあり方について検討します。

(2) 評価手法

門真市ものづくり産業振興計画については、5年後の計画期間終了時に達成をめざす KGI（重要目標達成指標）を設定します。

その実現に向け、基本戦略ごとの取組の成果を測る KPI を別途設定し、KPI の進捗を毎年確認しながら、基本目標の達成状況や、達成に向けて必要な取組・軌道修正のあり方について検討します。KPI については、指標の進捗状況や事業内容の変化に応じて、適宜見直すものとします。

KGI（重要目標達成指標）

指標	現状値 (令和3年)	目標値 (令和10年)
市内製造業粗付加価値額	23,139,459 万円	令和4年～令和10年の大阪府全体の伸びを上回る
市内製造業従業者一人当たりの付加価値生産性	1756 万円	令和4年～令和10年の大阪府全体の伸びを上回る

(出所)経済産業省「令和3(2021)年 経済構造実態調査」

VI. 資料編

(1) 門真市ものづくり産業振興計画策定経過

年月日	実施項目	備考
令和5年10月2日	令和5年度 第1回門真市ものづくり 産業振興懇話会	案件： (1)会議の公開・非公開について (2)諮問 (3)計画策定の背景・趣旨及びスケジュールについて (4)門真市ものづくり産業を取り巻く概況について (5)門真市ものづくり産業振興の取組みについて (6)市内事業者に対するアンケート調査の実施について (7)その他
令和5年11月31日 ～ 令和5年12月1日	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（事業者）	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
令和5年11月2日	令和5年度 第2回門真市ものづくり 産業振興懇話会	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 (2)門真市ものづくり産業振興計画骨子案につい (3)その他
令和5年12月11日 ～ 令和5年12月29日	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	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箇所
令和6年1月19日	令和5年度 第3回門真市ものづくり 産業振興懇話会	案件： (1)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について (2)門真市ものづくり産業振興計画素案について (3)その他
令和〇年〇月〇日	令和5年度 第4回門 真市ものづくり産業振興 懇話会	案件：

「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（事業者）」及び「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」の報告書は門真市ホームページで公開する予定です。

(2) 門真市ものづくり産業振興懇話会

門真市ものづくり産業振興懇話会は、「ものづくり産業の振興のために必要な事項についての調査審議に関する事務」を担当事務とする市長の附属機関として、令和5年7月5日に設置しました。

門真市ものづくり産業振興懇話会委員名簿

◎会長 ○副会長

委員の構成	氏名	役職
学識経験者	◎皆川 健多郎	大阪工業大学情報科学部 データサイエンス学科 教授
商工業団体を代表する者	赤堀 彰則	守口門真商工会議所 中小企業相談所 所長
事業者を代表する者	大寺 正高	株式会社海洋堂 管理部 総務課 ゼネラルマネージャー
	杉本 直紀	株式会社天辻鋼球製作所 総務部 副部長
	田中 豊	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	牧野精工株式会社 代表取締役社長
金融機関を代表する者	芦田 伸之	枚方信用金庫 門真東支店 支店長
関係行政機関の職員	○大平 昌幸	近畿経済産業局 地域経済部地域経済課 課長
	岡 正人	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	大阪府 大阪産業経済リサーチセンター 総括研究員

門真市附属機関に関する条例施行規則第2条に基づく構成による（各号委員内50音順：敬称略）

(3) 諮問・答申

副市長から門真市ものづくり産業振興懇話会に対する諮問（令和5年10月2日）

諮問書

諮問時の写真

懇話会議事の写真

門真市ものづくり産業振興懇話会から副市長に対する答申（令和〇年〇月〇日）

答申書

答申時の写真