

門真市内
企業の産業活動上の課題把握及び
市内企業等ヒアリング調査
報告書

平成 21 年8月

門 真 市

目次

1. 調査の目的	1
2. 調査の方法と実施時期	1
3. 市内企業の実態と産業活性化に向けた課題	1
3-1. 製造業	1
3-2. 商業・サービス業	4
4. 市内企業等ヒアリング結果の概要	9
4-1. 製造業	9
4-2. 商店会、ショッピングセンター	10

1. 調査の目的

「門真市第5次総合計画」の策定にあたっては、市民、企業、団体の意見を踏まえ、それらの意見内容を計画に反映していくこととしている。

こうしたことから門真市第5次総合計画の策定に向けて、市内産業の活性化に向けた施策検討の参考とするため、本市内で活動する企業の産業活動上の課題等について把握することを目的とする。

2. 調査の方法と実施時期

- ・市内企業の実態等については、平成19年度及び平成20年度に市民生活部生活産業課において「門真市製造業に関する実態調査」及び「門真市商業・サービス業等に関する実態調査」を行うため、アンケート調査が実施されており、それらの実態調査やアンケート調査の結果から現状及び課題を整理することとした。
- ・なお、これらの課題を整理したうえで、第5次総合計画において市内産業の活性化方策について、市内企業及び商店会等へのヒアリングを行い、施策への反映を検討する。
*平成21年7月末～8月初旬に、工業系については、市内の製造業5社について、また、商業・サービス業系については4商店会及び1ショッピングセンターについてヒアリングを行った。

3. 市内企業の実態と産業活性化に向けた課題

3-1. 製造業（「門真市製造業に関する実態調査報告書」（平成20年3月）より）

次の9項目を経営者能力に対する自己評価として調査し、これをもとに各種分析がなされている。

- ◇情報活用能力…
 - ・IT技術に関する専門的知識
 - ・収集した情報を活用する能力
 - ・全社的IT化を推進できる能力
 - ・収集した情報を活用し自分自身で新たな企画を生み出す能力
 - ・情報システムでは入手できないような情報に関する敏感さや感性
- ◇業務推進能力…
 - ・良好な人間関係の構築や意見調整能力
 - ・社外の人脈の広さ
 - ・特定業界・分野の業務知識
 - ・リーダーシップ

この分析結果を活用し、次のような課題が指摘されている。

- ① 総合経営能力の「優れている」企業ではインターネットの活用が進み、一方、総合経営能力の「劣っている」企業ではインターネットの活用が進んでいない。

◇市内製造業の活性化のためには、IT等の活用を促進していく支援が必要。

- ② 総合経営能力の「優れている」企業では新事業展開がなされ、総合経営能力の「劣っている」企業ではほとんど新事業が展開されていない。

また、門真市の工場立地問題として、工場の機能移転が大きな課題として存在していると、移転意向が調査されている。

- ◇移転の意向…・全機能の移転を考えている（7.9%）
・一部機能の移転を考えている（13.6%）
・移転を考えていない（78.5%）

このうち、機能移転を考えている工場の門真市の所在地は、工場の立地が多い南東地域（25.0%）、南西地域（22.2%）が機能移転を考えており、企業集積の高い地域ほど機能移転を考えている。また、黒字基調の企業ほど機能移転の意向が強い。

◇機能移転が実施されると門真市域の企業立地に大きな影響を与える可能性があり、企業留置もしくは転出後にも企業誘致を促進する施策が必要である。

*転出後に住宅等が建設されると工場等の転出が加速化される可能性がある。

また、市場占有率の高い製品を有する企業は、規模の大小に関わらず、該当する業界への影響が強い。このような業界に強い影響を及ぼす企業の機能移転の意向をみると、

- ◇市場占有率の高い製品を有する企業のうち 50.0%が機能移転を考えている。
◇市場占有率の高い製品を持ってない企業のうち 15.1%が機能移転を考えている。

以上から、もし、門真市外への機能移転が実施されれば、該当する業界では影響のある企業が門真市内からなくなり、門真市への好ましくない影響を与えることが推測される。

◇市場占有率が高い製品を有する企業や企業業績の好調な企業が門真市域外に機能移転すると、門真市の経済への影響は大きい。機能移転を考えている企業に有利な条件を提示し、門真市内で移転場所の確保するための施策が必要である。

<門真市製造業活性化に向けた基本的な課題>

- ◇製造業が急激な発展を遂げたのは、家電製品の生産が急成長した高度経済成長期である。
◇昭和 40 年代前半には事業所数が 5 年で倍増。

*門真市内及び近隣の企業で働いていたとみられる西日本各地の出身者が門真市内で創業。

*立地地域としては南東地域が受け皿となった。

- ◇事業所数の伸びは、その後鈍化するものの、平成 2 年頃まで集積規模が拡大した。しかし、平成 2 年以降、市外からの事業所の流入の減少や他府県出身で門真市内の企業で働いていた人による創業が減少することに伴い、市内事業所数は減少している。

*地域的にみれば、工場立地の受け皿となってきた南東地域への立地余地が乏しくなってきたことなどから、平成 8 年から 18 年にかけて南東地域における事業所数の大幅に減少。

- ◇さらに、高度経済成長期に集中的に立地した企業が創業者の高齢化に伴い廃業するケー

スが増えているとみられ、平成16年から18年にかけての廃業率が大阪府内で最も高い。廃業が増える一方で開業が進まないことから、集積規模縮小が顕著になっている。

◇こうした状況にあるものの、製造業は門真市の経済にとって現在においても市内従業員の3分の1を占める代表的な産業である。製造業の大阪府内における地位をみても、従業員数で府内5位に位置し、事業所の密度でも同5位に位置するなど府内有数の工業集積地域である。

◇門真市製造業が停滞することがあれば、門真市の経済にとって深刻な影響を及ぼし、大阪工業の地位低下にもつながる可能性があり、工業集積の維持・強化が望まれる。

◇大手・中堅企業に組み込まれる部品の製造や加工を行っている場合に、その大手・中堅企業は電気機械器具に属するケースが多く、電気機械器具を中心とした機械工業を支える小零細企業が集積する基盤的な産業地域となっている。

◇このように市内に特徴的な電気機械器具の製造を支える一方で、受注地域は市内に留まらず、門真市内基盤産業は大阪工業、近畿工業といった広域的な製造業をも支えている。

◇そうした重要な役割を果たしているにも関わらず、企業の経営は厳しい状況にある。特に、零細企業、二次下請企業、機械金属関連以外の製造業については業績が悪い。しかし、そこから抜け出すための新事業展開などの前向きな対応ができていない企業は少ない。

◇現在の代表者の年齢は60歳以上が3分の2を占めるなど高齢化が進んでおり、情報の収集・分析・活用能力に劣ると自己評価する状況にある。

◇門真市の立地環境に対する評価としては、多くの企業が地域の産業集積を評価しており、それをある程度活用できていると認識している。一方、地域の手前メーカーの知名度を強みとして意識しているものの、十分には活用できていないとみている。

◇門真市内の知の集積やITの活用は不十分であり、地域の産業集積についても通常取引関係の中でのみ活用している可能性があり、グループ活動を通じて学習したり新たな展開をしたりといった動きに踏み出せていない企業が多い。

◇以上のような状況を踏まえ、＜個々の企業を対象とした支援の方向性＞としては、

■IT化への対応の支援

■産学連携やグループ活動のきっかけづくり

■連携の可能性のある大学、研究機関、パートナーとなる企業の紹介

◇門真市製造業を全体として位置づけ、方向付けるためには、その特長を明らかにして広くアピールしていくことが重要であり、本市製造業の特徴*を活かし、

■受注開拓や新製品開発を行えるような支援

*門真市製造業は隣接する守口市、大東市、大阪市鶴見区、城東区とともに、家電製品の製造を支える機能が発達してきた地域である。加工機能としては切削、表面処理、金属プレスなどが多く、短納期対応できるという特徴がある。

■各企業が新規受注獲得の際には、大手家電メーカーとの取引実績が有効な手段となる。わが国機械工業を支えてきた地域であるという「実績」を売り込んでいくことが重要であり、企業への啓発等による支援

*大手家電メーカーの下請企業が多いということは、新規受注先を獲得する際の強みとなる。新たに大阪府内の大手家電メーカー下請企業と取引を始めた府外企業において「大手家電メーカーの下請企業の品質は抜群」といった声が聞かれる。個々の企業の経営革新を図るとともに、地域として「門真」という知名度、ブランドを活かして、仕事や企業、人を呼び込む努力が求められる。

3-2. 商業・サービス業

(「門真市商業・サービス業等に関する実態調査報告書」(平成21年3月)より)

(1) 門真市の商業・サービス業の特徴

- ① 「卸売業・小売業」「飲食店、宿泊業」等の事業所数が多く、「運輸業」の特化度が高い。
 - *「酒像、ビヤホール」「食堂、レストラン」「喫茶店」の事業所数が多い
 - *「一般貨物自動車運送業」の従業者が多く、「倉庫業」への特化が顕著
- ② 商業では、「医薬品・化粧品等卸売業」「食肉小売業」等の特化度が高い。
 - *卸売業では「建築材料卸売業」「自動車卸売業」「医薬品・化粧品等卸売業」等に特化
 - *小売業では「食肉小売業」「野菜・果実小売業」「燃料小売業」等に特化
- ③ 小売業における門真市への顧客吸引力は低下
 - *小売商業中心性指数は平成9年の0.897から19年には0.847に低下
- ④ 門真市では零細店舗が多い
 - *1店当たり従業者数は門真市が6.4人で大阪府6.8人よりも少ない

(2) 門真市商業・サービス業等の成り立ち

- ① 事業所開設の時期によって、立地地域や業種構成に特徴がある
 - *戦前～昭和30年代
北部(国道163号線以北)を中心に小売業の立地が盛ん
 - *昭和40年代
製造業の活発な立地、定住人口の増加、大阪市のベッドタウン化の進行を背景に南部で飲食店や不動産業の立地が急増
 - *昭和50年代～平成6年
百貨店の開業など周辺環境の大きな変化で小売業のシェアが激減。市内人口や世帯数の増加から、飲食店や建設業のシェアが拡大。対事業所サービス業のシェアが拡大
- ② 商業・サービス業等の現状は、「対事業者向け」と「対個人向け」により異なる
 - *対事業者向け業種(卸売業、建設業、運輸業等)
主な顧客は市外の製造、建設・建築、小売などで、他の業種に比べて市外の顧客を獲得

*対個人向け業種（洗濯・理美容・浴場業、小売業、飲食店等）

地域密着型で市内を主な商圈している。また、市外の顧客は近年減少している

(3) 門真市商業・サービス業等の特徴

① 敷地・延べ床面積は業種や地域によって違いがみられる

*敷地面積

対事業所サービス業、卸売業、運輸業が多い南西地域では、250 m²以上が多い。

小売業や対個人サービス業、飲食店が多い北西地域では 50 m²未満が多い。

*延べ床面積

敷地面積と同様の傾向。南北における地価の格差が影響

② 売上高・収益状況ともに厳しい状況にある

*3年前に比べて売上高減少の企業は 7 割を占め、住宅街や商店街にある事業所が苦戦

*飲食店は 7 割超が赤字基調。対事業所サービス業、卸売業、不動産業は他業種に比べて黒字基調が多い

(4) 事業所の立地と企業行動

① 門真市内の立地を規定している要因

*物や人の移動に関わる交通アクセスの良さ、同業者・関連企業や顧客との近接性が立地に大きく影響

② 事業所が抱える立地に対する不満

*事業所スペース及び優秀な人材の確保、地域のイメージが経営に与える効果、地代・家賃、企業活動の利便性、といった点で不満を持つ事業所が存在

③ 企業経営を左右する重要な課題の解決が急務

*上記の不満がこのまま解消されなければ、魅力的でより好適な事業環境を求めて、企業が門真市外に流出する可能性もある

*市外流出を防ぐための環境整備や課題解決に向けた取り組みが重要

④ 開設年の新しい事業所は地域との関わりが薄い

*会社見学や体験学習に関しては、新しい事業所でも取り組まれている

(5) 事業活動について

① 経営上のセールスポイント

*良品質な商品やサービスを提供できることを強みとする事業所が多い。また、赤字基調の事業所では強みを持たないとするケースが多い

② 情報システムの活用状況と効果

*活用しない事業所が約 5 割と情報化対応が遅れている。活用した事業所は、顧客

との関係強化や情報収集、迅速な商品・サービスの提供に役立ったとしている。

③ 人材育成と能力開発

*赤字基調の事業所では黒字基調に比べて、社内研修会の開催やマニュアル作成などに取り組むケースが少なく、現場での指導や自己研鑽に頼っている

(6) 課題と今後の方針

① 収益基調によって課題が異なる

*黒字基調では競争激化や燃料・資材価格の高騰、従業員不足を、赤字基調では後継者難や資金不足を主な課題にあげるなど、問題意識が異なる

② 黒字基調では積極的な取り組み姿勢がみられる

*黒字基調では事業規模の拡大が3割を超え、サービスの充実や人材育成・強化、取り扱い品種・サービスの拡大などにより規模拡大を図る予定。また、行政には雇用に関する情報提供、従業員確保のための企業合同PRなどの拡充を望んでいる

(7) 門真市の商業サービス業の活性化に向けた基本的な課題

① 製造業とは表裏一体の関係にある商業・サービス業

- ・高度経済成長期の製造事業所の急激な集積とともに、商業・サービス業等が製造業をとりまくように集まり、現在のような層の厚い産業集積を形成している。
- ・ただし、特定の産業に依存している都市では、景気変動により急速に衰退することがある。社会経済環境の変化や企業の規模縮小、工場閉鎖などによる雇用機会の喪失と人口減少、また、製造業とともに発展してきた商業・サービス業等の衰退による地域の活力減退といった事例は少なくない。

② 市民が地域を選ぶ時代に変化

- ・住環境が改善されなければ、市民はよりよい居住や活動の場を求めて地域（都市）を選別するようになるため、当然、市民によって選ばれない地域の産業振興はより厳しいものとなる。

③ 地域間の不均衡是正が急務の課題

- ・地域によってそれぞれ異なる特性及び事業者が抱える課題を理解した上で、行政としてその解決に取り組むことが市民ニーズを満たすことにもつながる。行政に求める産業振興の支援策については、収益状況の違いによりその内容も異なる。財政的に厳しい状況が続く門真市において、今後は、画一的な補助金交付のような方法ではなく、地域特性や企業の経営状況を考慮したより効率的な産業振興策が望まれる。

④ 地域活性化も視野に入れた産業振興が必要

- ・商業・サービス業等の振興を考えると、究極的には地域の活性化が実現されなければ、消費の拡大、開業率の向上、雇用創出といった需要と供給双方の改善は期待できない。仮に、コミュニティの崩壊をこのままなおざりにすれば、将来的には独

居老人の増加、失業率の上昇、治安の悪化など、生活の質の低下を招くだけでなく、製造業や商業・サービス業等の集積の崩壊や人口流出など、課題のさらなる複雑化を招くことになりかねない。地域コミュニティの再生を図ることが商業・サービス業等の振興に対するアプローチとして有効であると考えられる。

⑤ 三位一体の取り組みが重要

・「商業・サービス業等」「製造業」そして「住環境」がそれぞれ密接な関係にあり、それぞれの特徴をみると

◇製造業

大阪市に隣接し、優れた交通アクセス、市域がコンパクトで平坦といった地理的優位性に加え、大手製造業が立地することで、優れた技術を持つ多様な中小企業が存在するという強みがあるとともに、「職住近接」にも適した地域環境を有している。しかし、生産拠点の市外移転による就業機会の喪失や関連する中小事業者の減少を引き起こしている。

◇商業・サービス業

運輸業などものづくりを支える業種が集積する門真市南部では、市外移転による製造業の減少が受注量の減少原因となり、製造業と同様に事業者や雇用の減少を招くこととなる。一方、市民生活を支える業種が集積する北部では、近隣市での相次ぐ大型商業施設の進出などによる商圈の縮小や顧客数減少に直面している小売業のほか、苦戦する対個人向け企業がある。

◇住環境

保育所、大規模病院等の不足、公園、道路等のインフラの未整備、木造住宅密集地区の存在などが背景となり、「仮住まい的な都市」となっている。「仮住まい的」とは、市内に定住する期間が短いことを表しており、出生数の減少や人口流出の増加が顕著になれば、将来さらなる人口減少が予想される。

以上から、事業所や人口の減少は、安定した税収基盤の確保を阻害し、行政サービスの効率的な提供を困難にする。門真市の産業振興をめざしては、「製造業」「商業・サービス業等」「住環境」が三位一体であることを念頭におき、【人財】、【共感】、【財源】を基礎とする方策を検討することが必要である。

4. 市内企業等ヒアリング結果の概要

4-1. 製造業

ヒアリングを行った企業では、技術を持った従業員（主に門真市内居住）がいるため、近隣とのトラブルがないかぎり、現地での継続操業の意向は強い。しかし、近隣との環境上のトラブルが発生するなどの場合は、従業員が通勤可能な近隣地域へ移転も考えられるとしている企業もあり、市内に操業環境を確保できる工場集積地を確保することが望まれている。

また、市内にどのような技術を持った企業が存在するか分からないので、近隣間での物流の利便性はもとより、製造業者間で互いを知ることにより、もっと互いの技術や製品を持ち寄って、付加価値の向上が期待できると考えている企業が多い。

これらも含め製造業各企業の門真市の製造業活性化の意見を集約すると、次のように整理ができる。

① 製造業の転出防止策が必要

◇転出防止に向けた優遇措置施策の検討

・転出防止のための優遇制度が必要ではないか。

*従業員の居住地を考慮すると遠方への移転は考えにくいですが、大東市などで安心して操業できる場所があれば、大きな影響を受けない。

◇工場集積地への住宅進出の抑制、住工混在防止、住工共存のための環境整備 等

・住工混在については、住宅地の建設に際して緩衝帯を設置するようには。

・市内には工業地域指定は天辻鋼球の工場地のみであり、準工業地域においても門真市内の工業集積地を明確にし、住宅立地等を規制する必要がある。

・準工業地域においても工業集積地を明確にし、住宅立地等を規制する必要がある。

・門真市内の工業集積地を明確にし、住宅立地等を規制する必要がある。

② 門真に立地することを活かした付加価値向上やPRが必要

◇Made in Kadoma の認定制度等の創設

・「門真もん (=made in kadoma)」を認定し、シールを貼っては。

・大阪全体であるが、宣伝等付加価値をつけることなど商売があまりうまくない。

◇門真市内立地製造業の発信

・生活産業課の方でホームページ製作の相談ができるようにし、ネット上で門真の工業モール街をつくっては。

・門真の製造業を紹介するホームページ（門真ものづくりものがたり）の開設や市役所のホームページとのリンクが必要。

- ・門真の1社逸品（得意技術等）パンフ等の作成。
- ・市内でどのようなものが製造されているのかを紹介する資料（パンフレット等）が必要ではないか。

◇市内の立地企業の交流など通じて互いを知り合うことから始めることが必要

- ・多様な製造業による複合的な製品開発のために交流がもっと必要であると思う。
- ・市も交え、門真市内の製造業者の話し合い（懇談）の場が必要
- ・市内の製造業が互いにもっと得意な技術などを紹介しあい、知り合う必要がある。市内の製造業が連携することにより物流も市内で行えるようになるが、今は情報が少ない。（交流会を開催し、そこで自社の紹介を順にする等）
- ・市内の製造業企業がもっと交流し、互いの技術や特徴を知ることが必要
- ・事業主の門真への愛着づくりのためのネットワークや連帯感づくりが必要

③ その他

- ・高齢経営者で後継者のいない事業所などをM&Aができるようにするなどマッチングができるようにしては。
- ・子どものものづくりの関心を高めるために、小学校でからくり人形の体験学習を行っている。（からくり夢クラブ）
- ・門真市内で製造されたものをもっと市内で流通・消費されるようにしていく必要がある。（地産地消の促進）

4-2. 商店会、ショッピングセンター

商店街（会）では、経営者の高齢化が進み、持ち家型（自宅の一部を店舗にしている）の場合は、店のシャッターを下ろし、住宅として利用され、商店街全体のにぎわい喪失（加速的なシャッター通り化）の要因になっている。

商店街（会）の活性化の道として、地域密着型のサービスが必要であるとの認識は高く、商店街（会）独自でのイベントなどの取り組みは懸命になされているが、住民などとともに地域一体のまちづくりへの話し合いの場がなく、消費者のニーズや商店街に期待することなど生の地域住民の声を聞く場が無い状況である。

これらも含め商店街やショッピングセンター活性化の意見を集約すると、次のように整理ができる。

① 地域に密着したサービスの提供など地域と一体となったまちづくりの取り組みが必要

◇地域住民と商業者などが集まり、地域のまちづくりを話し合う場が必要

- ・市が中心となって、商業者や地域住民等が集まり、まちづくりなどについて話し合う場を設ける。
- ・商業者と地域住民（自治会等）が集まり、対等にまちづくりなどについて話し合う場を設けることが必要ではないか。
- ・地域密着をしていくために、地域と一体となった取り組みや活動が必要である。
- ・中町・垣内町・幸福町まちづくりを活かした商店街の活性化が必要である。

② 空き店舗の対策が必要

◇空き店舗を活用する取り組みが必要

- ・空き店舗を活用し、休憩所や手作りフリーボックス、その他子育て支援などを行う公益施設ができないか。
- ・空き店舗などを埋めていくための商店の誘致情報を提供する等の支援があればと思う。

③ その他

- ・イベントによる活性化も必要と思うので、市の補助金等での支援が必要ではないか。
- ・地元でがんばっている店舗などを何らかの形で応援してほしい。
- ・商店や商店街がまだ持ちこたえられる元気なうちに、大規模店舗等と競合できるよう、ハード、ソフトの対応をしていく必要がある。
- ・商売は、その時々消費やサービスのニーズに合わせていくことや自ら客足の流れをつくることなど、時代の変化に対応して行っていくことが重要である。