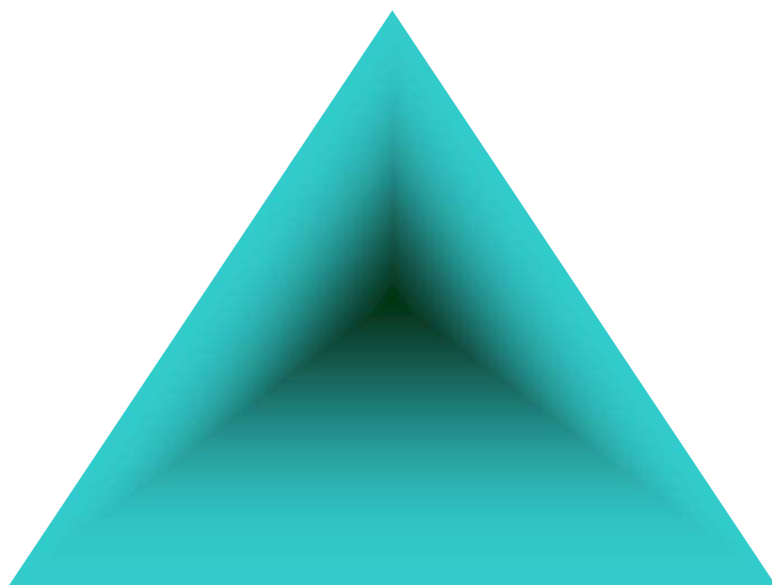


# 門真市産業振興ビジョン

— メイドイン門真 発見・発信・次世代へ —

- \* 門真の目玉 強みづくり
- \* 門真からの情報発信
- \* 事業継承 次世代へ



(素案)

門 真 市

## 目 次

第1章 産業振興ビジョン策定にあたって	(1頁)
第1節 計画策定の趣旨	(1頁)
第2節 計画の推進にあたって	(3頁)
第2章 門真市産業を取り巻く状況～統計と実態調査から～	(5頁)
第1節 門真市の商業・サービス業を取り巻く現状と課題	(5頁)
第2節 門真市の製造業を取り巻く現状と課題	(15頁)
第3節 門真市の農業がおかれている現状と課題	(27頁)
第3章 産業振興ビジョン～基本方針と目標～	(31頁)
第4章 産業振興に向けた方策	(34頁)
第1節 門真の目玉 強みづくり	(35頁)
第2節 門真からの情報発信	(41頁)
第3節 事業継承 次世代へ	(44頁)

# 第1章 産業振興ビジョン策定にあたって

---

## 第1節 計画策定の趣旨

### (1) 門真市産業振興ビジョン策定の背景

昨今、人口減少社会の到来や、少子高齢化の進行、地球温暖化をはじめとする環境問題の深刻化、価値観やライフスタイルの多様化など、地域を取り巻く環境は急速に変化しています。そうした社会経済環境の変化を猛烈に受けているのが門真市の経済であるといえます。

本市は、高度成長期に家電産業を推進力として発展を遂げ、大阪府内の代表的なものづくり都市のひとつとなりました。本市の経済は石油危機や円高不況を乗り越え堅調に推移してはきたものの、バブル経済崩壊後は大変厳しい状況が続いております。

加えて、米国住宅バブルの崩壊に端を発したサブプライムローン問題がもたらす世界金融危機により、世界経済の同時不況が強まっているなかで、我が国はもとより本市においても、製造業を中心とする従業者の雇用喪失や、新卒者の就職難などに象徴される雇用不安が蔓延するなど、地域を取り巻く環境はますます厳しくなっております。

本市においては、経済の牽引役を担ってきたのは製造業であり、現在の厳しい状況の要因となっているのもまた製造業であります。グローバル化の下で大規模、中規模工場の転出が進むとともに、下請け中小企業への受発注数の低下、受注単価の低下は地域経済や市民生活に大きな影響を与えております。

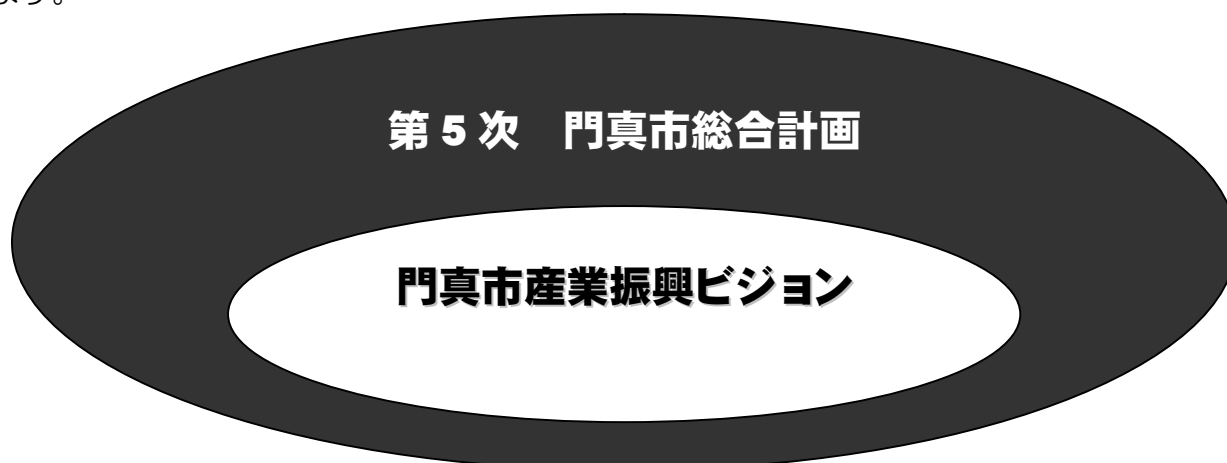
また製造業の発展に伴って市場が拡大した商業・サービス業についても、製造業の市外流出に伴う従業者の減少という悪影響を受け店舗数も減少しました。平成8年には、都市高速鉄道大阪モノレールの開通で、京阪電車門真市駅での乗換えが可能となり、平成9年には大阪市営地下鉄・長堀鶴見緑地線の門真南駅が開業され、門真市における都市構造は大きく変化しました。さらに、平成18年には近隣市に大型ショッピングモールが相次いで出店したことなども大きく影響し、小売業をはじめ商業・サービス業等を取り巻く環境が大きく変化してきました。農業についても、工業化、宅地化の影響もあり、農地面積が減少していくなかで、門真市の特産物として知られるれんこんやくわいの存続の在り方が問われています。製造業、商業・サービス業も含め、事業継承や後継者の不足問題が喫緊の課題となっております。

## (2) 門真市産業振興ビジョン策定の目的

時代の大きな変化のなか、様々な要因により低迷している本市産業の転換点を生み出し、今後変化し続ける多様なニーズに対し、柔軟に対応し発展していけるようにするため、目標となる門真市産業の姿を明らかにします。本ビジョンは、門真市の現状に合った産業の将来像を把握することに努め、理想とする門真市産業のあり方を目指したビジョンを打ち出し、産業に携わる全ての者が共に共通の目標を目指すためのものです。そのため、その主体である事業者を始め、経済団体、公的産業支援団体、市民、NPO、そして行政が、それぞれの役割を果たしつつ協働して環境や体制の整備に努め、今後目指すべき方向性を共有することにより、将来像の実現を図ることを目的として、「門真市産業振興ビジョン」を策定いたします。

## (3) 本ビジョンの位置付け

本ビジョンは、「第5次門真市総合計画」（平成22年度～31年度）を上位計画とした個別計画として位置づけ、新しい社会情勢等も踏まえながらの将来構想（ビジョン）とします。



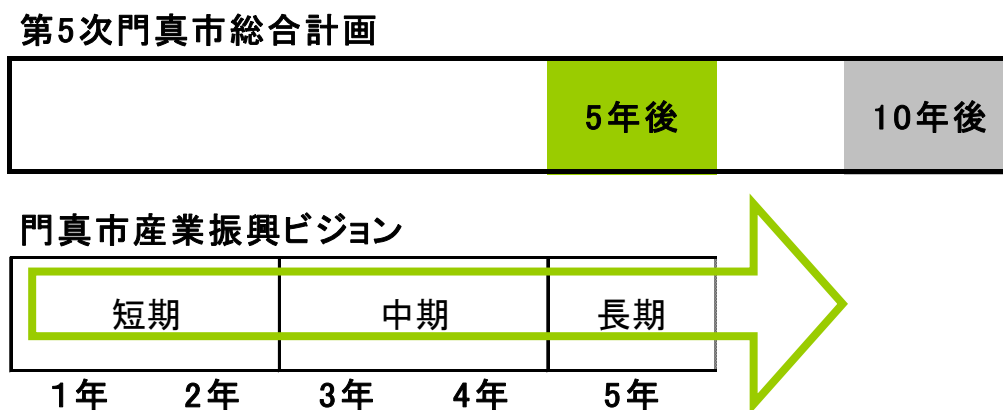
また、本ビジョンの主役は事業者であり、市民であり、行政であります。

したがって、公と民との連携をどう構築していくかが重要であり、このビジョンを基に、おおむね5年を目処として今後の産業振興に向けて公民が協働して取り組んでいくこととします。

## 第2節 計画の推進にあたって

### (1) 推進期間

平成 22 年度から平成 26 年度までの 5 力年ビジョンとします。



### (2) 本ビジョン推進に向けて

本ビジョンを推進していくためには、事業者、市民や経済団体、その他関係団体各々が主体性をもって取り組むことが重要です。市全体が協働して取り組むための方向性として、それぞれの役割を、以下のとおりとします。

#### 事業者

事業者は、本市の経済を支える重要な担い手であるという認識を持って、自助努力・自己責任の下に、企業家精神を発揮して経営の革新を図っていくことが求められています。

さらに、企業も地域社会の一員としての市民意識を持ち、豊かな生活を実現するために、地域コミュニティの活動に積極的に参加していくことが期待されます。

#### 経済団体

地域の事業者により構成される商工会議所をはじめとする経済団体は、事業者と産業関係機関との調整を果たしながら事業活動を支援することを主な役割とします。

さらに、事業者と地域あるいは行政との連携を図り、地域経済社会の振興・発展や、社会福祉の増進に向けて取り組んでいくことが期待されます。

## 公的機関・大学等

府の産業支援機関や国の産業関連機関、近隣の大学等には、本市の産業や行政との交流・連携を積極的に進め、研究開発や人材供給など、地元企業の活動支援に共同・協力して取り組むことが期待されます。

## 市民・NPO

市民は、生活と産業が調和するまちづくりの必要性を理解するとともに、産業の担い手であり地域社会の一員として役割を果たすことが重要です。

さらに、産業振興のための取り組みや、環境づくりに対する市民・NPOの積極的な参画や協働をすすめることが期待されています。

## 行政

行政は、事業者の産業活動が円滑に進むよう支援することを主な役割として、国・府の施策を適時に活用し、また、経済団体と協力して、企業間連携・産学連携の機会づくりなど、産業振興の環境整備に努めます。

## 第2章 門真市の産業を取りまく状況～統計と実態調査から～

### 第1節 門真市の商業・サービス業等を取りまく現状と課題

#### 1-1 商業・サービス業の現状

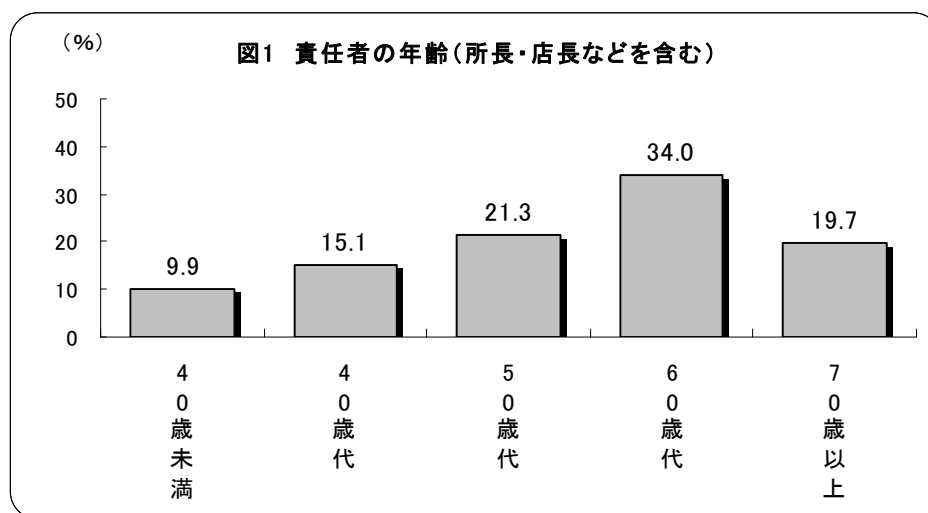
門真市の商業・サービス業等の発展をみると、製造業が果たしてきた役割を無視することはできません。門真市の製造業は、昭和40年代の高度経済成長期に急成長を遂げ、それに伴って労働力の急激な増加をもたらしました。この製造業の従業者数の増加は、昼間人口の増加につながり、さらに夜間人口の急増にもつながりました。門真市内の人口の急激な増加は、そのまま消費需要につながることから、市内の小売業、対個人サービス業等において、大きな成長を遂げる主な要因となったのです。

しかし、近年、大手・中堅の製造業が市外または海外へと生産拠点を移し、移転した企業の下請け先であった市内の中小零細企業への発注も減少する中で、製造業従業者数の急激な減少につながりました。労働者人口の激減により、市内の人口も緩やかな減少が生じ、人口に伴い消費需要も低下していきました。このような要因から、平成3年頃をピークとし、小売業や対個人サービス業も縮小傾向の流れが続いています。

#### 1-2 商業・サービス業が抱える主な問題・課題

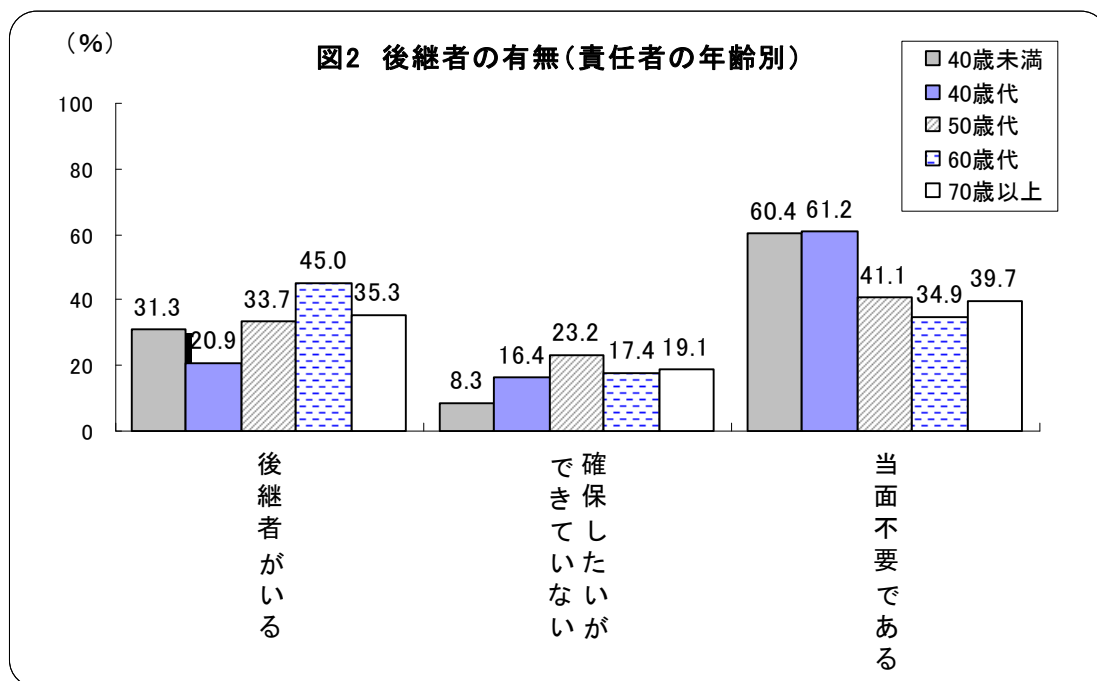
##### (1) 高齢化の進展や後継者不足への対応

高齢化が進行しており、経営者は60歳代の割合が最も高いのが特徴です。(図1)後継者が育っていない現状は、事業所が抱える直面課題として最も高い割合で認識されています。



資料：門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成21年3月

40歳から60歳代までは後継者探しが進んでいることが読み取ることができます。しかし70歳以上になると、後継者がいる割合が低い一方で、当面不要であるとの回答も少なくないことから、自分が経営を続けられるうちは続けるが、それ以上は後継者に経営を託すことはせずに、事業所を閉鎖するという考えの傾向がうかがえます。  
(図2)



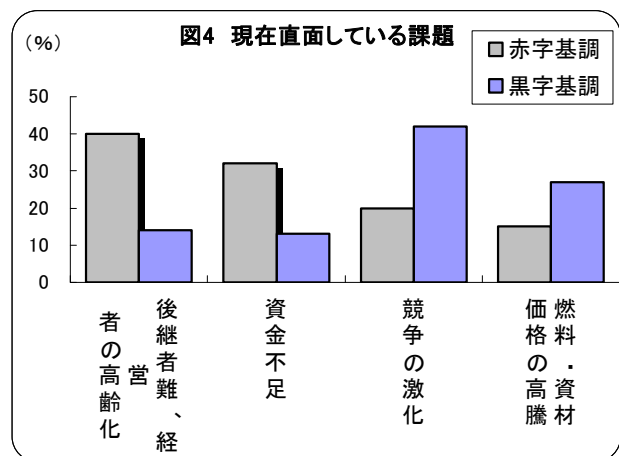
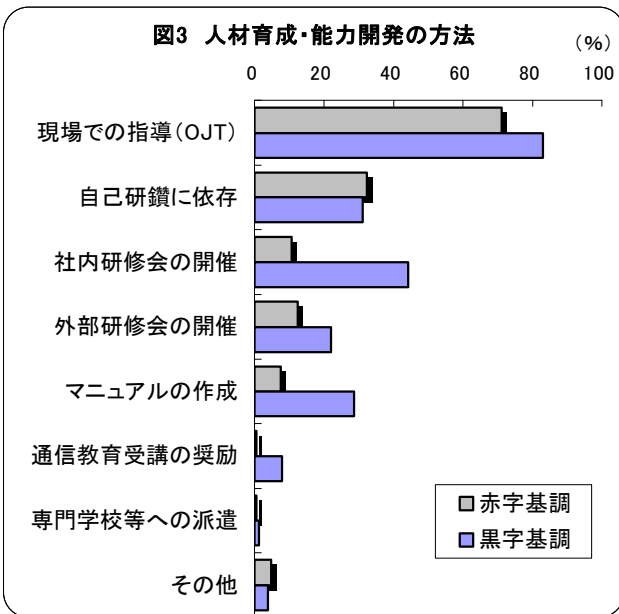
資料:門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成21年3月



## (2) 事業形態や経営状況による課題の差異が大きい

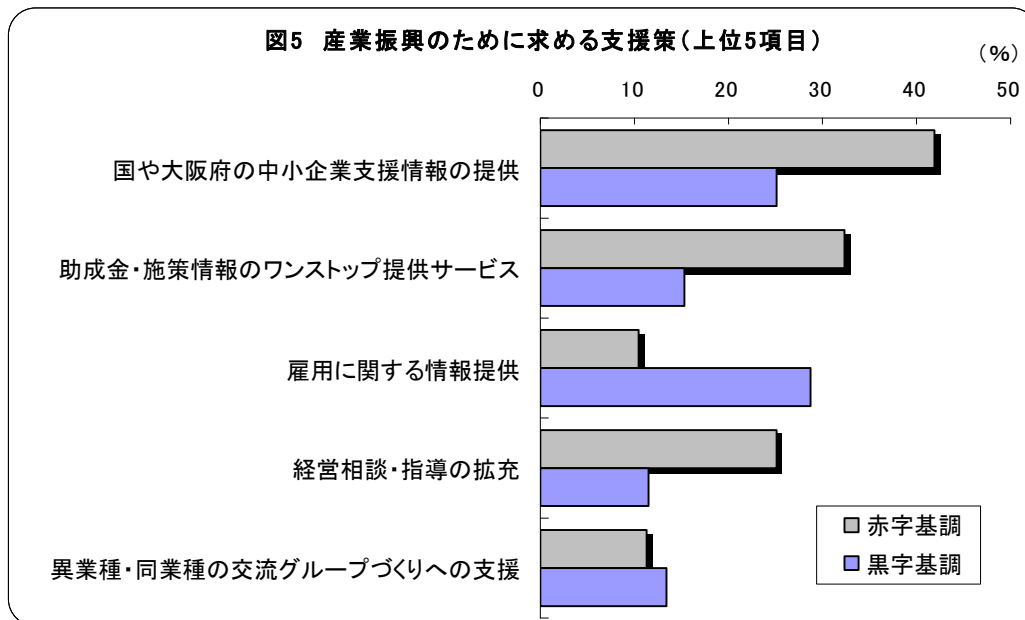
対個人、対事業者の違いによる課題の差異、また経営状況が赤字基調か黒字基調かの違いによる課題の差異は大きく、支援策を検討していく上での確に把握していくことが必要であると考えられます。

収益別に着目すると、人材育成について、赤字基調の事業所では研修会やマニュアル作成等への取り組みが弱く、自己研鑽に頼るところが大きい傾向にあります。(図3) 赤字基調の事業所が直面する課題としても「後継者難、経営者の高齢化」が最も大きな割合を占めており、人材育成に対する課題を抱えていることがうかがえます。(図4) 一方、黒字基調の事業所においては、「競争の激化」、「燃料・資材価格の高騰」などが課題の上位に入っており、その傾向に差があらわれています。(図4)



資料：門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成21年3月

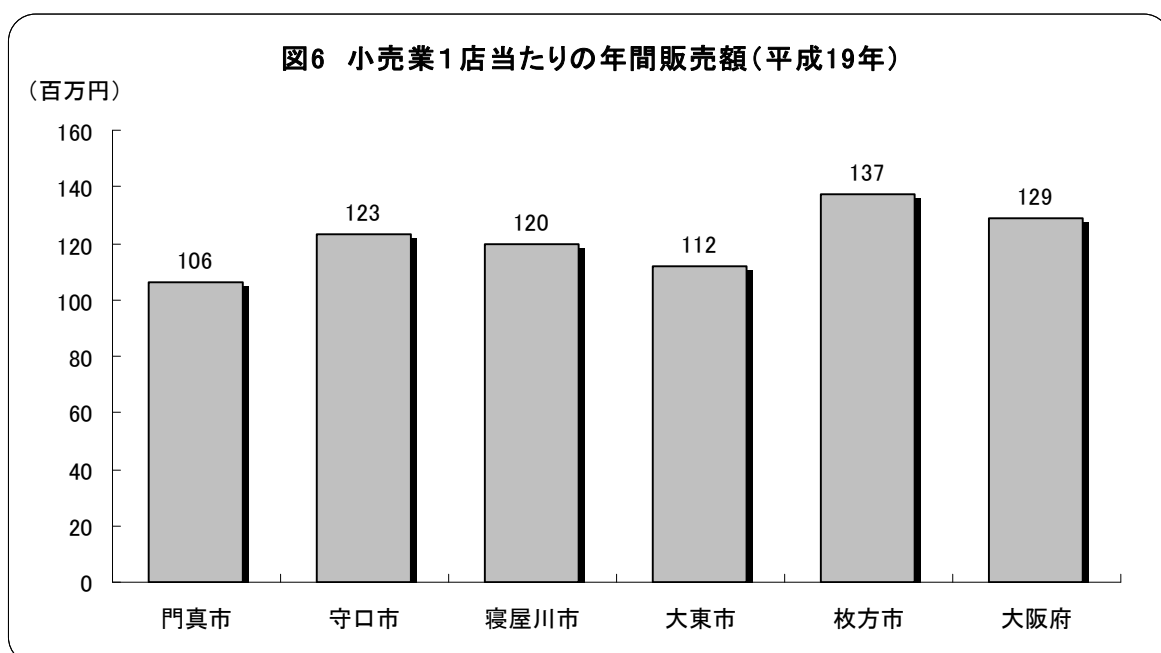
行政に求める支援内容についても、赤字基調の事業所では中小企業支援の情報提供や情報のワンストップ提供サービスを期待している一方、黒字基調の事業所では「雇用に関する情報提供」を望む声が多いなど、収益状況により支援要望に差がみられます。(図5) このようなことから、今後は、画一的な補助金交付のような方法ではない、地域特性や企業の経営状況を考慮したより効果的な産業振興策が望まれていると考えられます。



資料：門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成 21 年 3 月

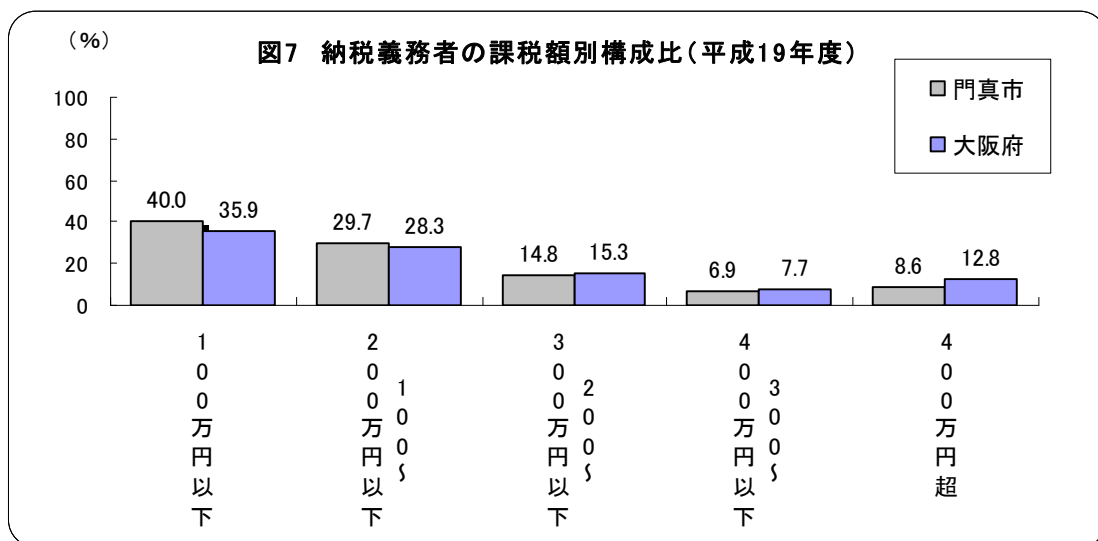
### (3) 顧客が減少傾向

小売業 1 店当たりの年間販売額をみると、門真市は大阪府平均よりも低く、近隣市と比較しても低い状況となっています。(図6)



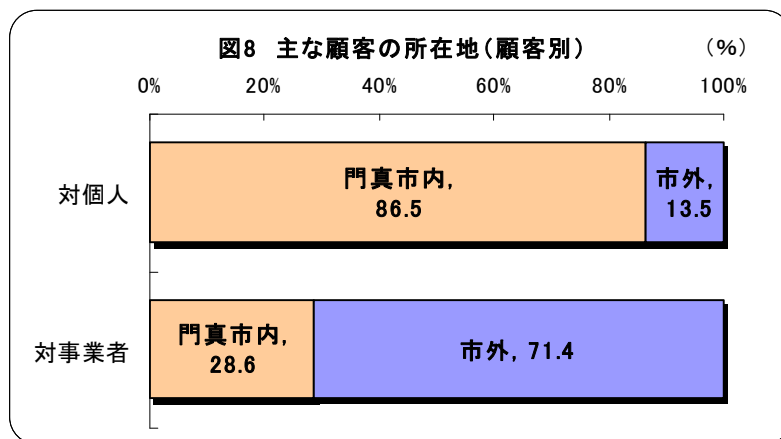
資料：門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成 21 年 3 月

加えて、所得階層は課税標準額「100万以下」層が4割と大阪府全域に比べて4.1ポイント高いことから、高級品や必需性の高くない選択的サービス需要は少ないと考えられます。(図7)



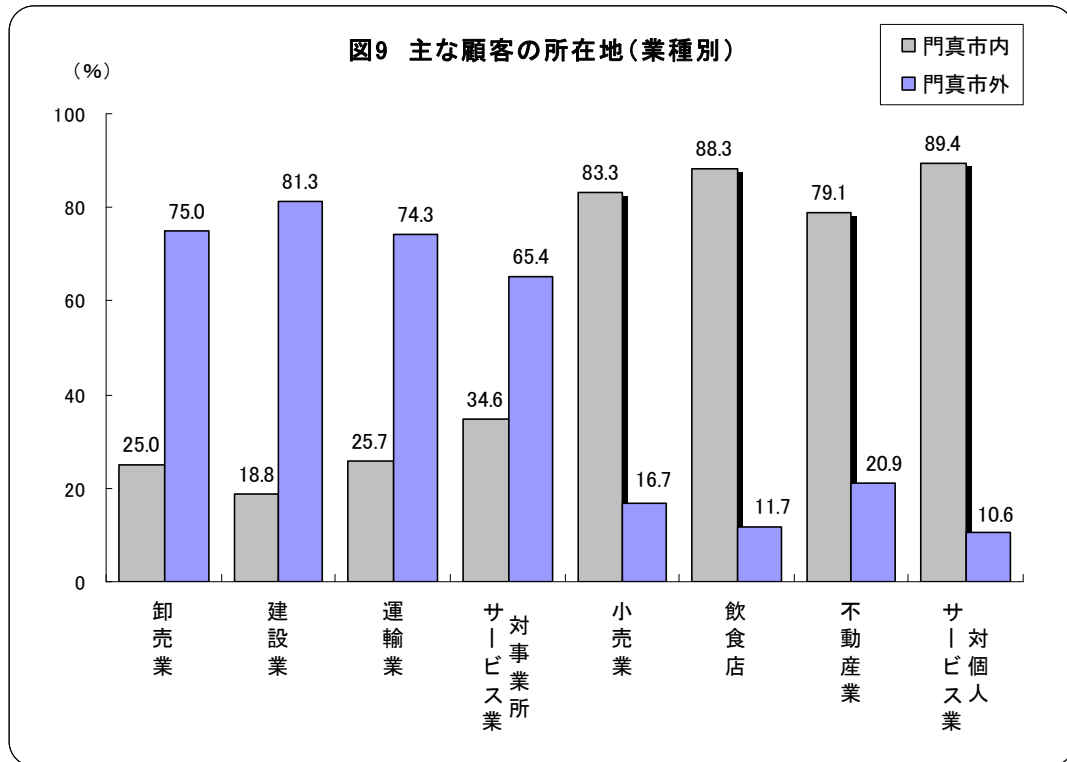
資料:大阪府市町村課「市町村民税所得割課税標準段階別納税義務者数」平成19年度

顧客の割合に着目すると、対個人向けの事業所では、主な顧客が門真市内というのが9割近くを占めるのに対して、対事業者向けの事業所では、それが3割弱にとどまっています。(図8)



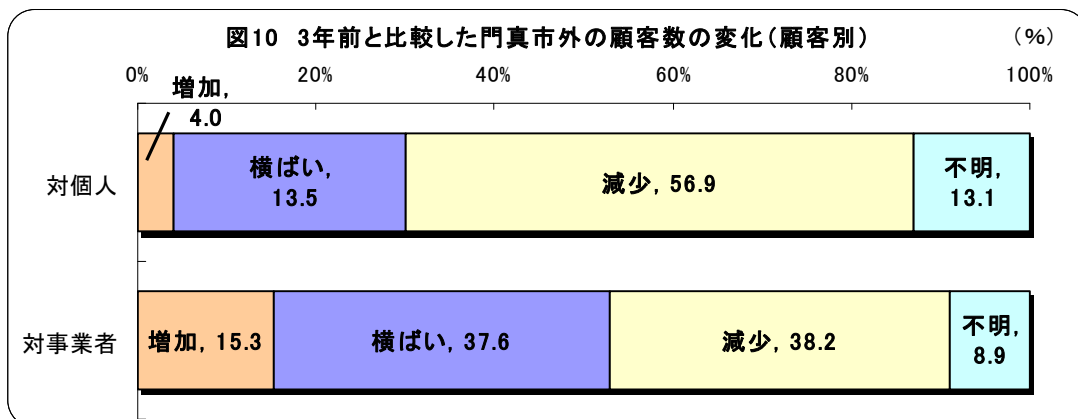
資料:門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成21年3月

業種別に着目すると、卸売業、建設業、運輸業、対事業所サービス業においては門真市外を顧客にしている割合が半数以上である一方、小売業のほか、飲食店、不動産業、対個人サービス業では門真市内の顧客を対象としているケースが大半となっています。(図 9)



資料:門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成 21 年 3 月

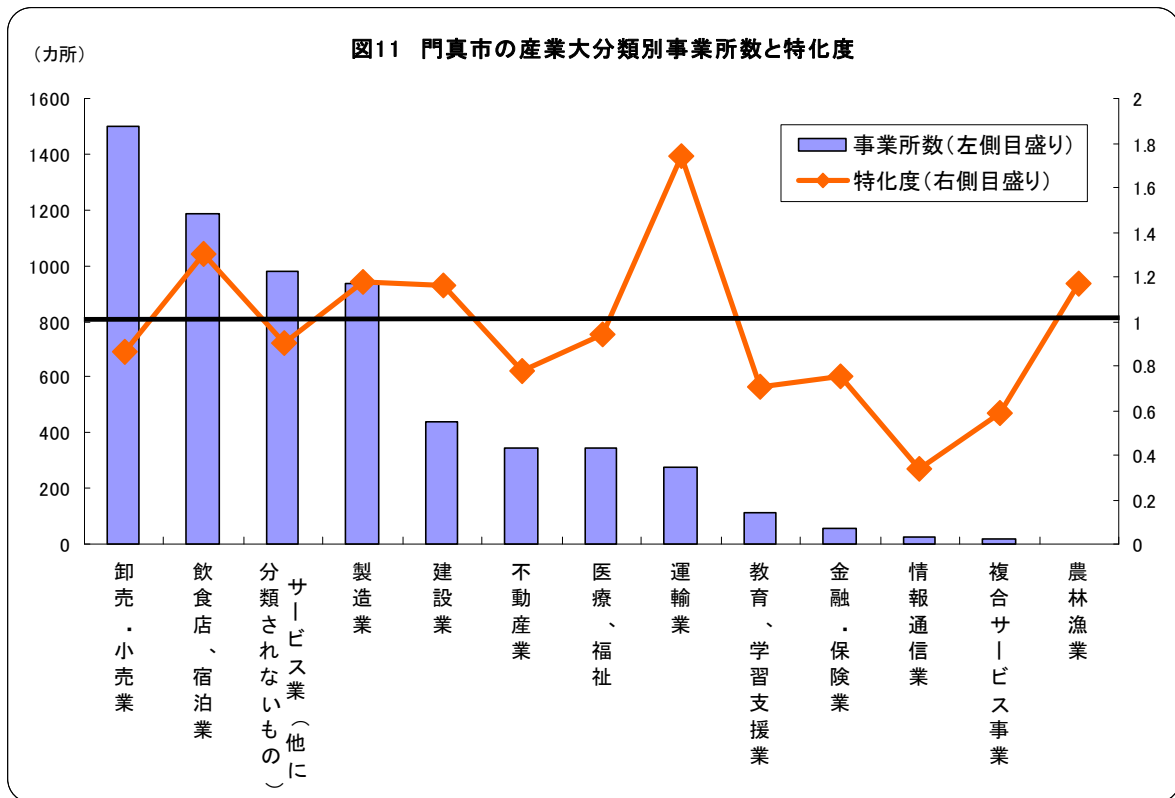
市内顧客が 8 割以上を占める対個人事業は、地域密着型の商圈に特徴があることがうかがえます。顧客数の変化をみると、対個人は半数以上の事業所で減少している一方で、対事業者においては減少幅が小さく、増加若しくは横ばいである事業所が半数以上と、対個人の顧客層と比べ対照的な分布になっています。(図 10)



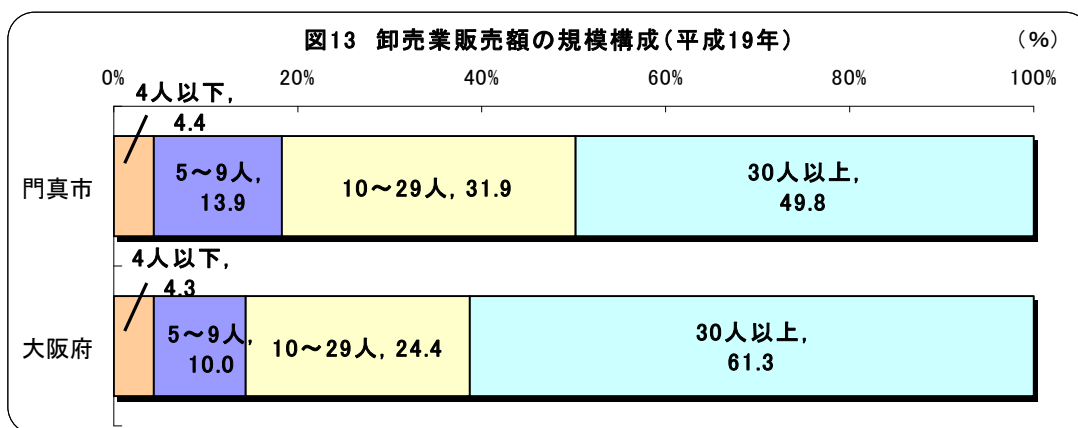
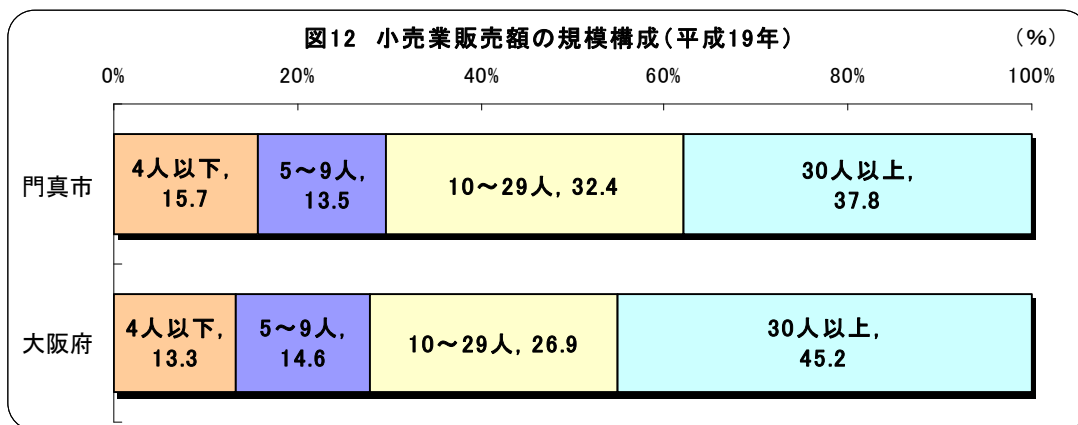
資料:門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成 21 年 3 月

#### (4) 商店街の衰退傾向への歯止め

事業所の特徴としては、事業所数は「卸売業・小売業」が最も多く、次に「飲食店、宿泊業」が続いています。大阪府全体と比べて構成比が高いか低いかという特化度でみると、門真市において大阪府よりも構成比が高い(特化度が1を上回る)のは「飲食店、宿泊業」、「製造業」であり、構成比が低い(特化度が1を下回る)のは「卸売・小売業」、「サービス業(他に分類されないもの)」となっています。また、これらの産業以外では「運輸業」が飛び抜けて高い傾向がみられます。(図11)

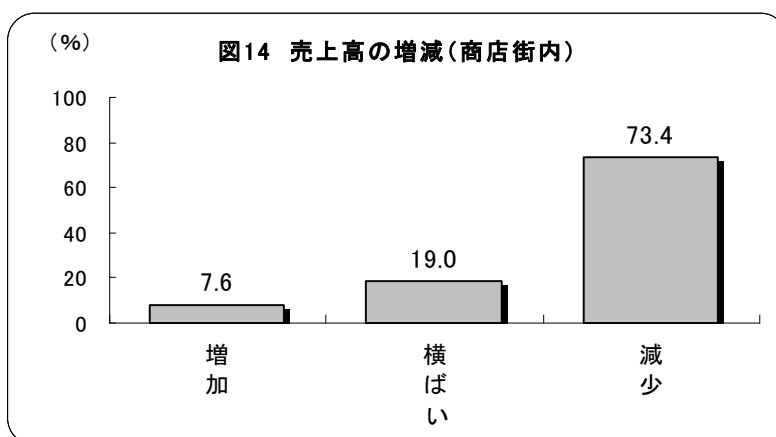


事業所数の多い小売業では4人以下規模の零細店が多く、府内全域でみてもその比率は高くなっており、卸売業では「医療品・化粧品等卸売業」において規模の大きい事業所が立地し、販売額においても大規模事業所が約半数を占めています。(図12, 13)



資料:門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成21年3月

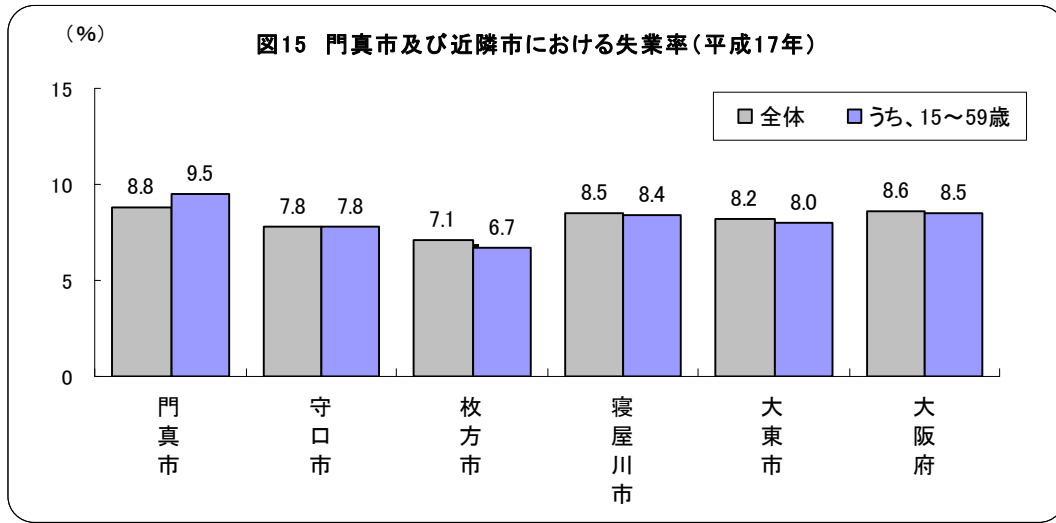
このような現状において全体的に売上高が減少している中、商店街が立たされている状況としては減少の割合が高く、衰退傾向が顕著です。(図14)



資料:門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成21年3月

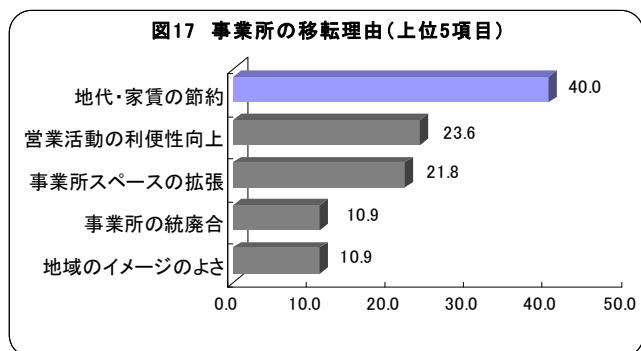
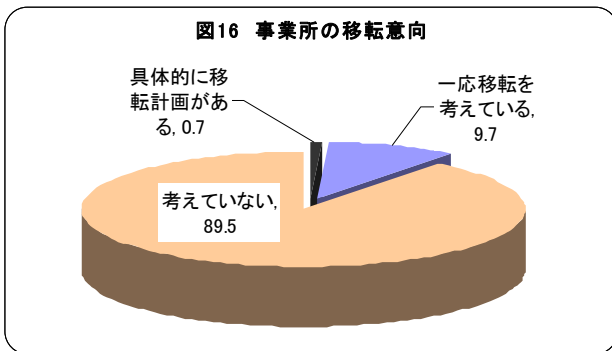
(5) 事業所や居住人口の市外流出への対応

平成 17 年の国勢調査をみると、門真市における失業率は、全体でも 15 歳～59 歳の年齢階層においても大阪府を上回っており、近隣市と比べても同様の傾向となっています。(図 15)

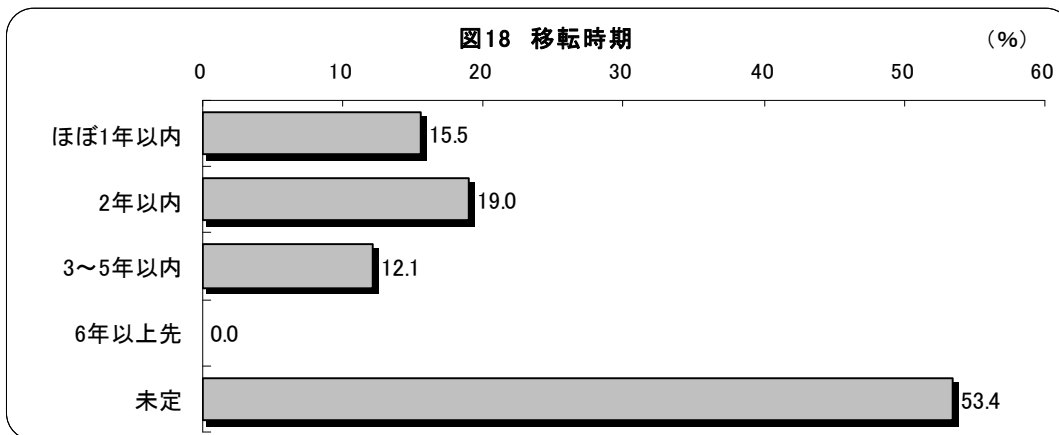


資料:総務省『国税調査』

今後事業所の移転を考えているところは 1 割近くあり、「地代・家賃の節約」を理由に挙げているところが多くなっています。(図 16, 17) 移転時期は未定である割合が高く直ちに事業所の流出が始まるわけではありませんが、顕在化を防ぐためにも、今後課題解決に向けた取り組みが必要となります。(図 18)



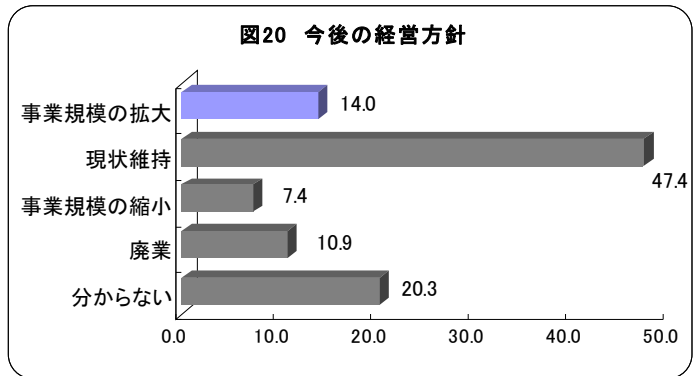
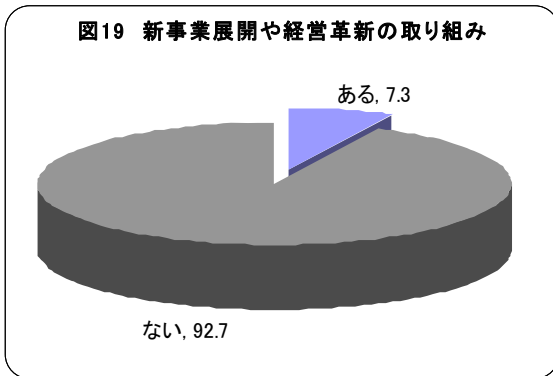
資料:門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成 21 年 3 月



資料:門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成 21 年 3 月

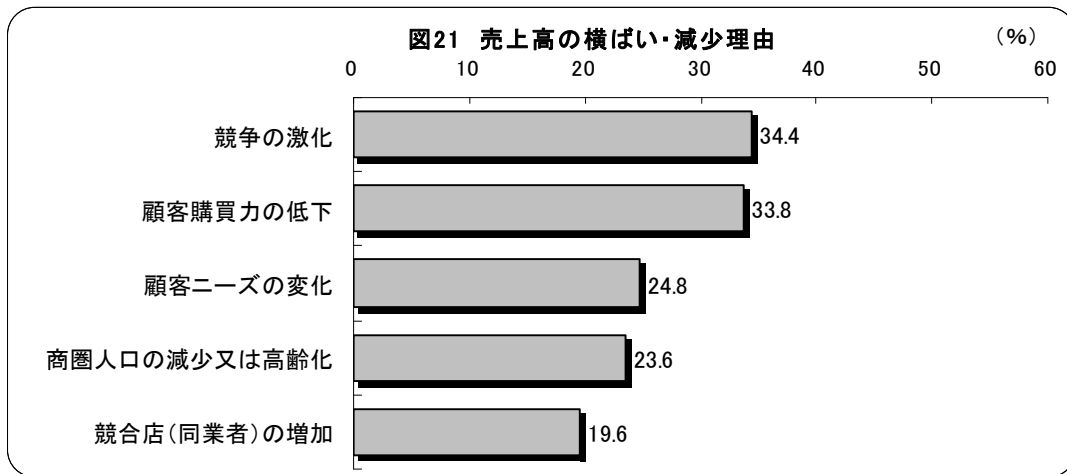
(6) 規制緩和の進展等により経営の不安定要素が増大

新規事業展開や革新的な取り組みについては、取り組んでいないとの回答が9割以上となっており、事業規模の拡大を検討している事業所についても14.0%にとどまっています。(図19, 20)



資料：門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成21年3月

売上高の横ばい・減少理由として「競争の激化」が最も高くなっていることから、規制緩和等の進展による経営の不安定要素の高まりが見られます。(図21)

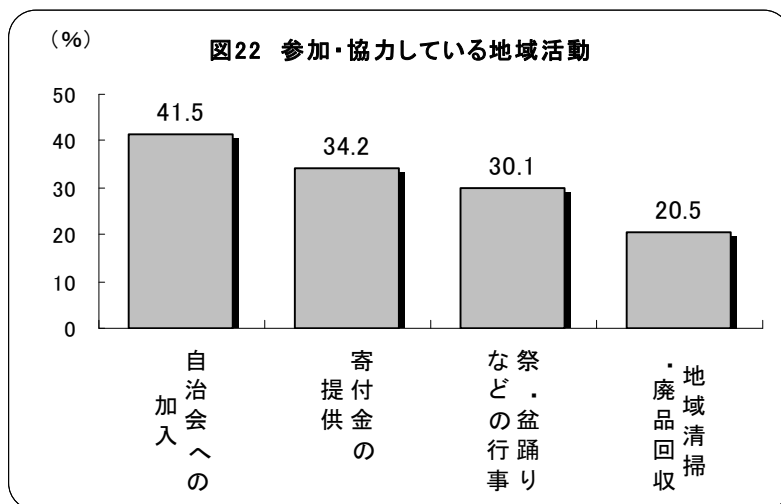


資料：門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成21年3月



## (7) 地域全体のかかわりの希薄化に伴う経営意欲の低下

事業所と地域とのかかわりが希薄化し、活力不足などによる経営意欲の低下が表面化してきています。事業所の地域への参加・協力に最も多いもので「自治会への加入」が4割にとどまるなど、事業所からの積極性も低下しており、今後の意欲増進に向けた地域一体型の商業サービスへの取り組みが求められています。(図 22)



資料：門真市商業・サービス業に関する実態調査報告書 平成 21 年 3 月

## 第 2 節 門真市の製造業を取り巻く現状と課題

### 2-1 製造業の現状

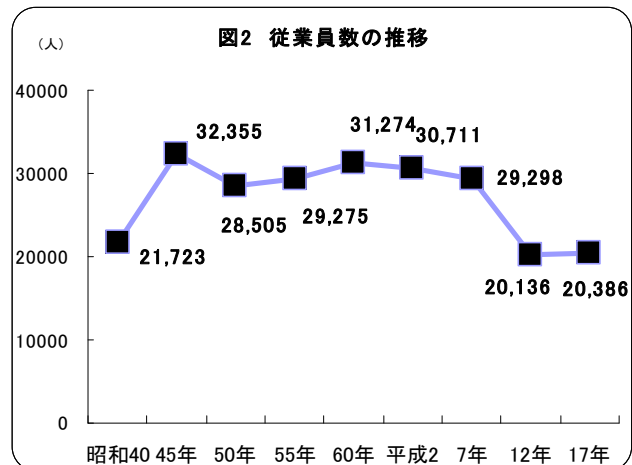
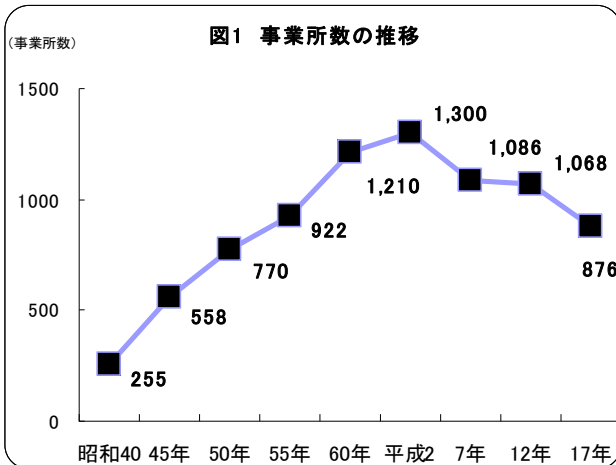
近代工業化前の門真市では、農村の余剰労働に依存する農村工業、特に戦前のお阪周辺の代表的工業であった綿（メリヤス）工業が小規模ながら発達していました。門真市の近代工業の起点となった現関西電力古川橋変電所の建設により、電力供給が安定した門真市に、大阪市内から多くの企業が移転してくる動きが出たことが、今日の門真市製造業の礎を築いています。

門真市は、大阪府の北東部に位置し、北東は寝屋川市、南東は大東市、北西は守口市、南西は大阪市と接する都市であり、市域も大阪府内の市町村の中でも極めて小さく東西 4.9 km、南北 4.3 km とほぼ正方形の形状になっており、製造業が発展する地域として、地理的に恵まれていました。大阪市都心部から約 10 km の距離に位置し、近畿自動車道、大阪中央環状線、国道 163 号といった幹線道路が市域を通る主要な交通網の結節点となっていることに加え、平成 21 年度末においては第二京阪道路の開通が予定されるなど、より高い利便性が付加されることとなり、今後の新たな集積を目指す動きが活発化してくるものと思われます。

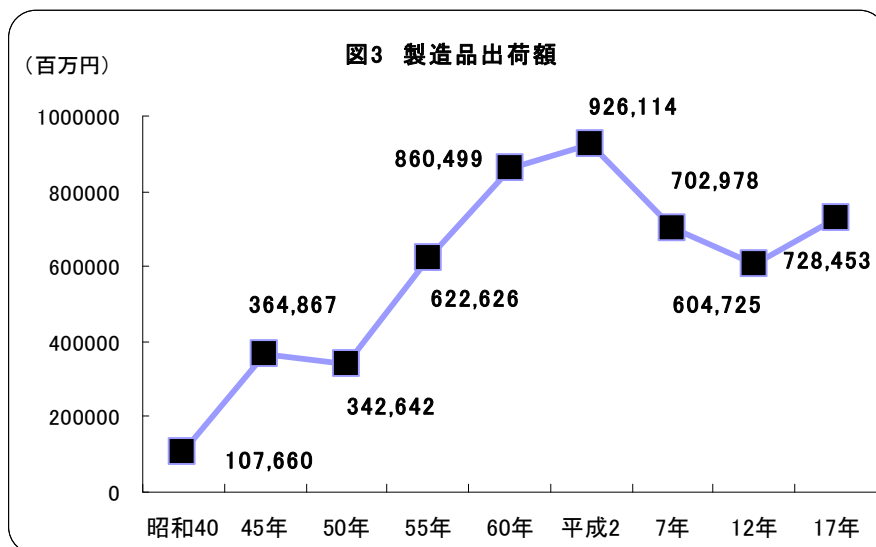
## 2-2 製造業が抱える主な問題・課題

### (1) 中小企業の廃業増加、開業減少による集積・規模縮小

事業所数については、昭和40年以降、順調に事業所数を伸ばしていましたが、平成2年を境に減少に転じ、平成17年現在で876事業所となっています。(図1) このように事業所数が減少する一方で、従業者数、製造品出荷額ともに増加傾向もみられることから、零細規模事業所の廃業と大規模事業所の製造品出荷額増加が同時に進んでいることが考えられます。(図2, 3)



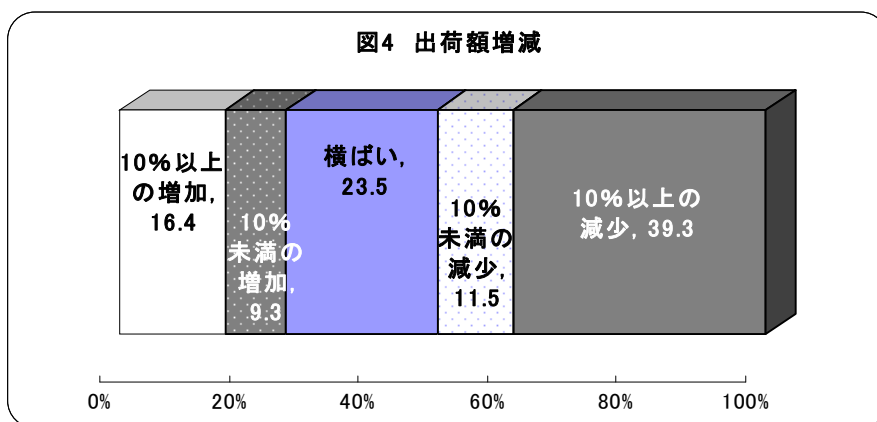
資料:大阪府『工業統計調査結果表』『大阪の工業』各年版



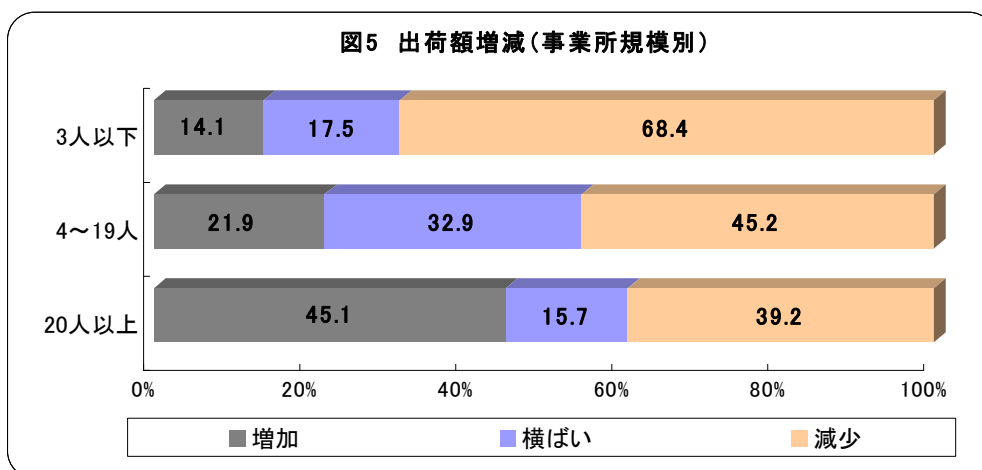
資料:大阪府『工業統計調査結果表』『大阪の工業』各年版

売上が減少傾向の企業が、増加傾向の企業よりも大幅に多くなっています。特に3年前と比べると10%以上の減少となっている企業が4割近くを占めています。(図4)

企業規模別では規模が小さいほど、製造品出荷額増加企業の割合が少なく、売り上げ減少企業の割合が高くなっています。(図5)



資料:門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

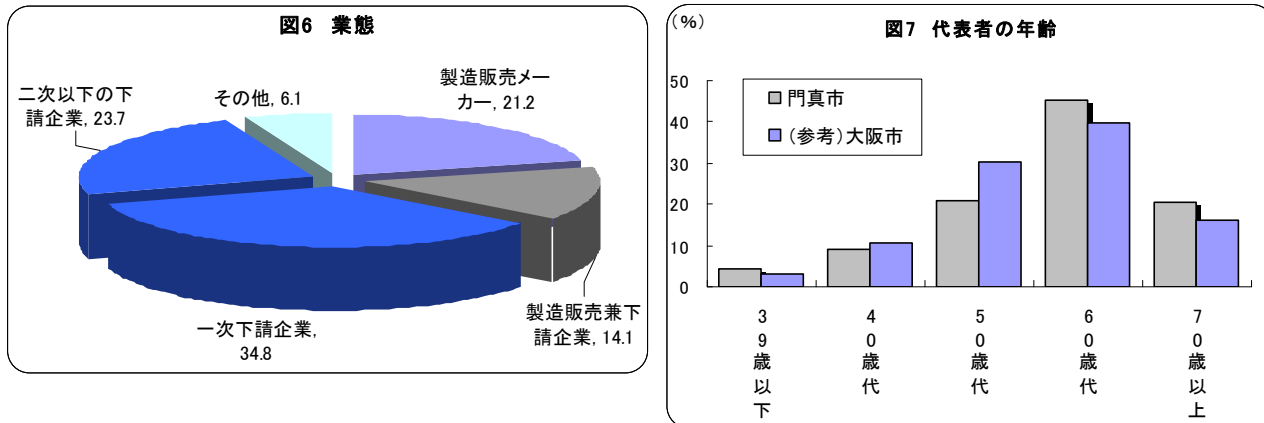


資料:門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

## (2) 代表者の高齢化と世代交代

市内の企業は、一次下請企業が最も多く、二次以下の下請企業を加えると過半数が下請を中心とした業態となっています。(図6)

高度経済成長期に創業した企業が多く、代表者の高齢化も近隣市と比較して顕著であることに加え、世代交代が進んでいません。(図7)

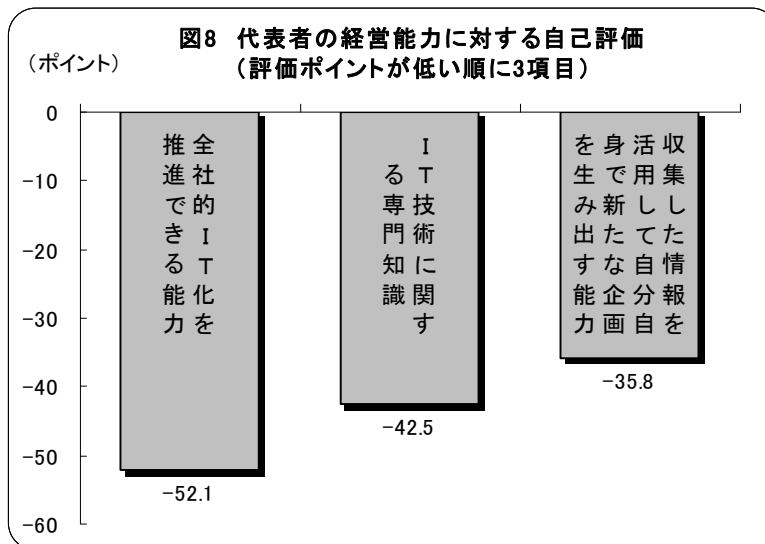


資料:門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

## (3) 知の集積やIT活用の未成熟

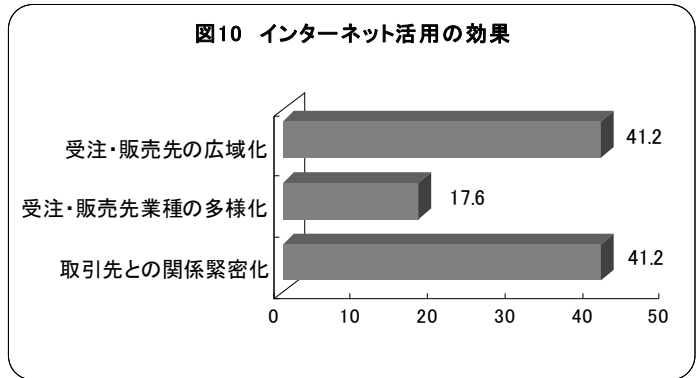
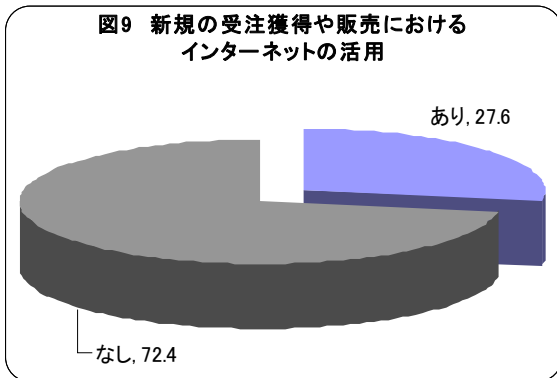
今後一層の発展を目指すためには、知の集積やその活用を図ることが求められますが、その主たる手段となるITの活用が未成熟であることがうかがえます。

経営者の能力についての自己評価では、情報の収集・分析・活用能力、特にIT化への対応が劣ると認識しています。(図8)



資料:門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

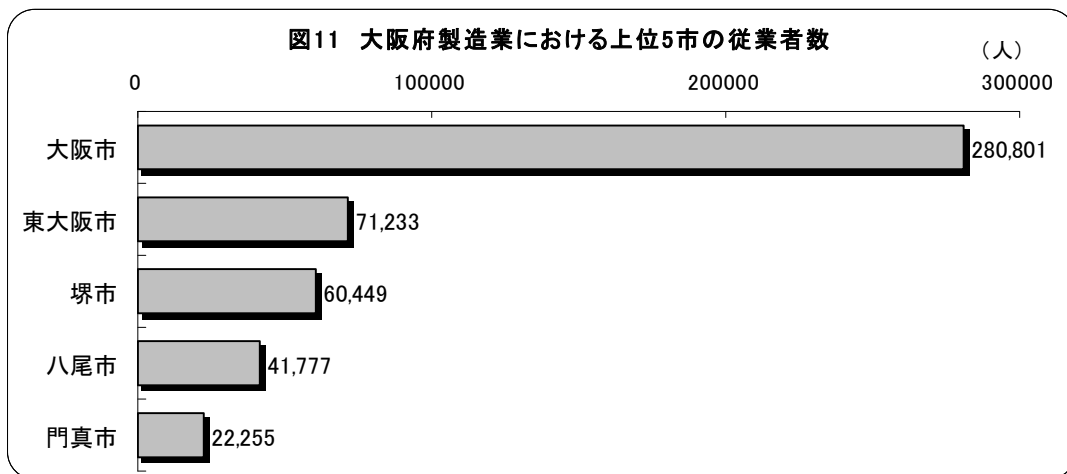
新規の受注獲得や販売におけるインターネット活用意向は3割弱にとどまり、実際インターネットを活用している企業の効果をも、受注先を多角化する意向がある企業が少ない状況です。(図9, 10)



資料: 門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

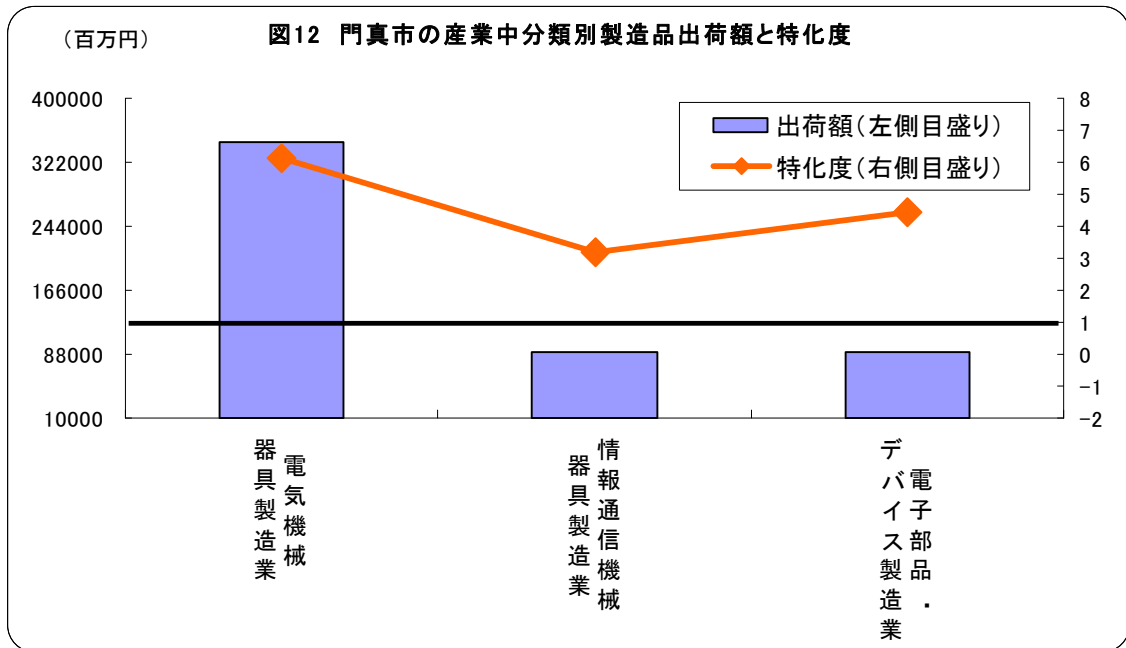
#### (4) 特定の企業の業績に左右される構造

門真市は、市域が狭いにもかかわらず、大阪府内でも有数の製造業事業所が集積する密度の高い地域であり、製造業の従業者数は府内で第5位となっています。(図11)



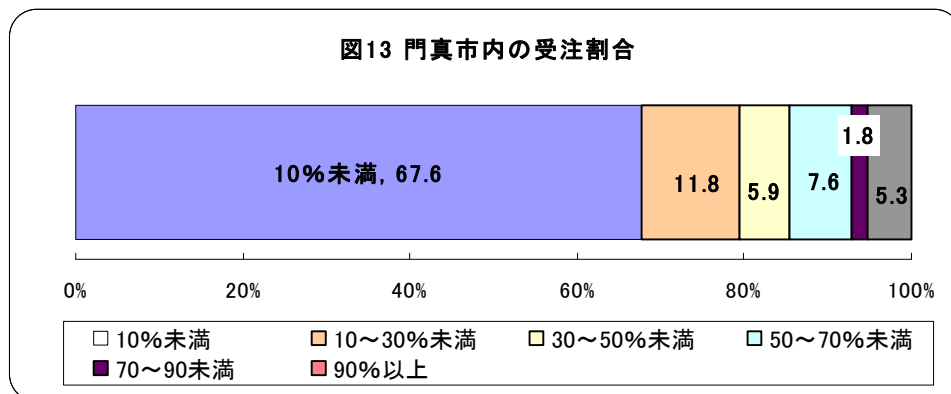
資料: 大阪府『平成18年事業所・企業統計調査』

また、製造品出荷額では、「電気機械器具製造業」「情報通信機械器具製造業」「電子部品・デバイス」等の広義の電気機械器具の割合が大阪府全体の比率より高くなっています。(図12)



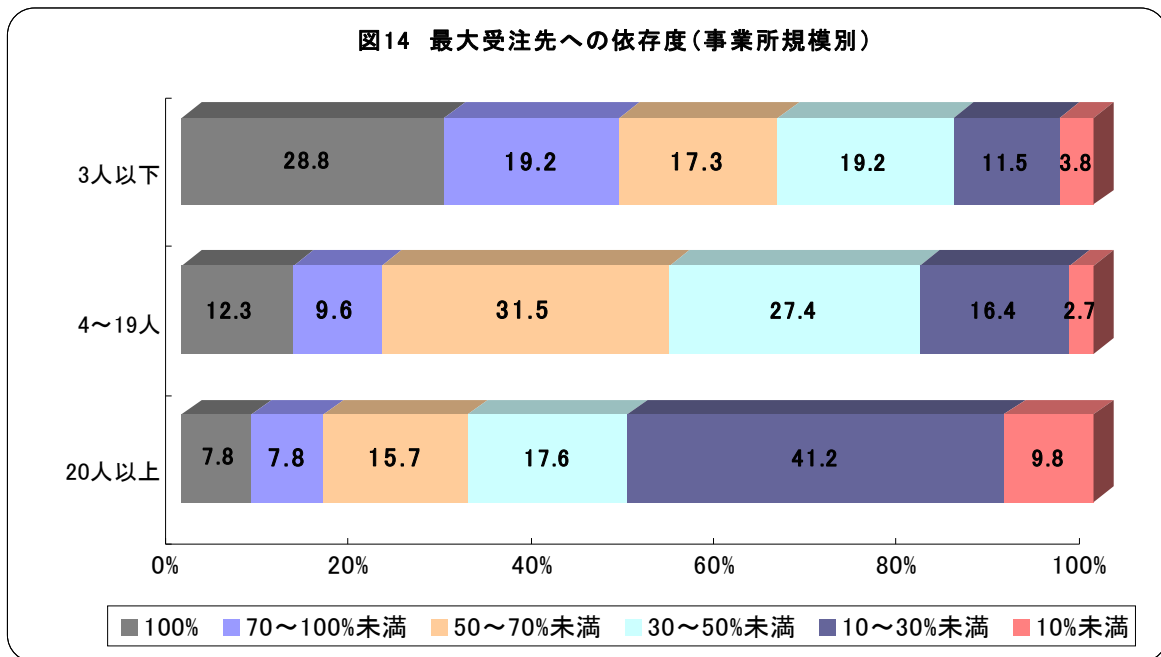
資料:大阪府『平成17年大阪の工業』

門真市内の受注割合は10%未満が3分の2を占めており、市内の受注依存度が低く、市外から需要を獲得する割合が高くなっています。(図13)



資料:門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

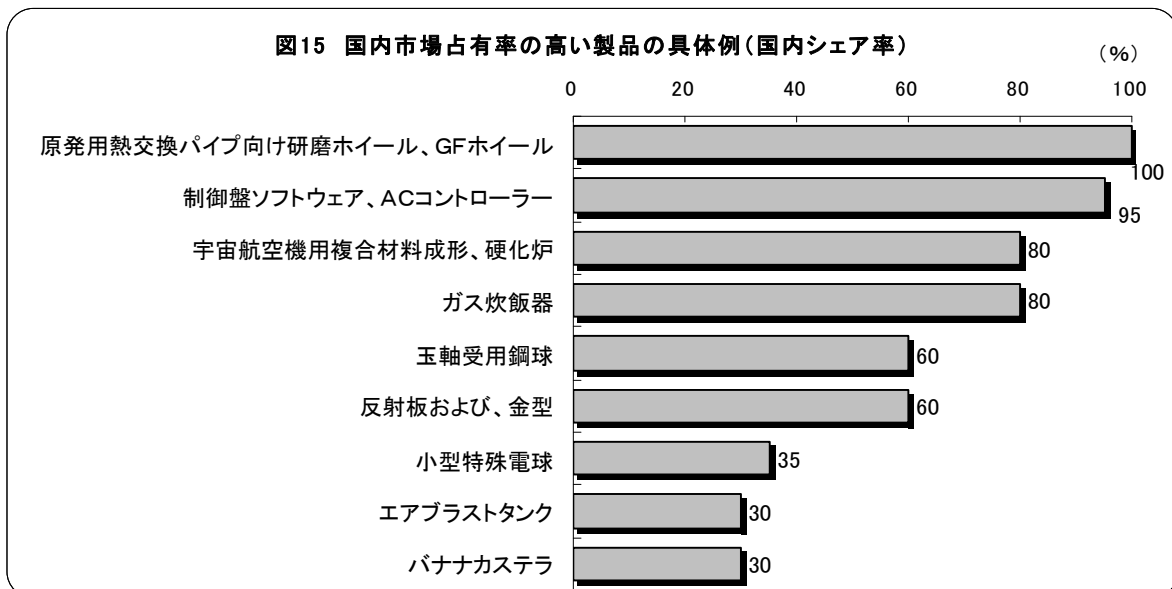
市内の中小企業は、特定の受注先への依存度が高く、その業績や受注方針に左右される企業が多く、規模が小さくなるほど依存度が高くなる傾向がみられます。(図 14)



資料:門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

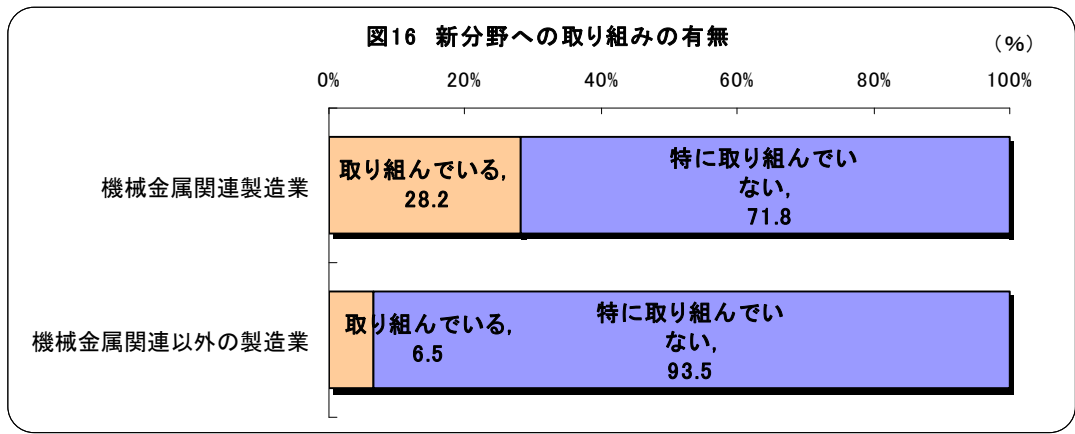
#### (5) 企業間ネットワークや産学連携意識の希薄

市内には国内市場占有率の高い製品や技術を有している企業が一定の割合で立地しています。(図 15)



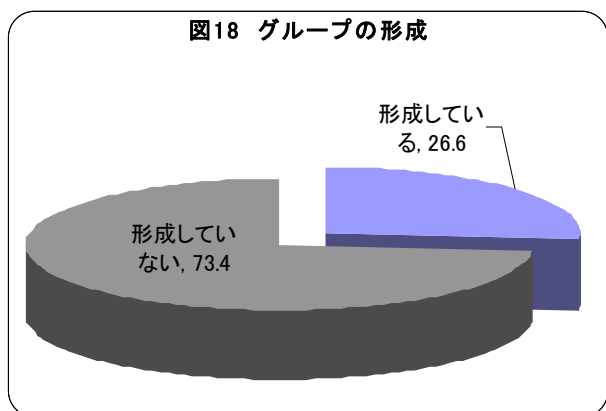
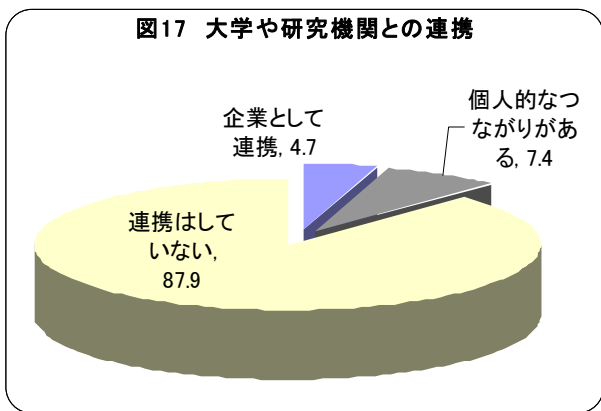
資料:門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

電気機械器具製造業やそれに関連した機械金属関連製造業が多く、そうした業種では情報家電や環境機器、健康福祉機器という新分野に取り組んでいる企業が多くなっています。(図 16)



資料:門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

一方で、事業者が新規事業展開や経営革新等を行っている割合は低く、グループ活動や産学連携を進めている企業についても、極めて低くなっています。(図 17, 18)

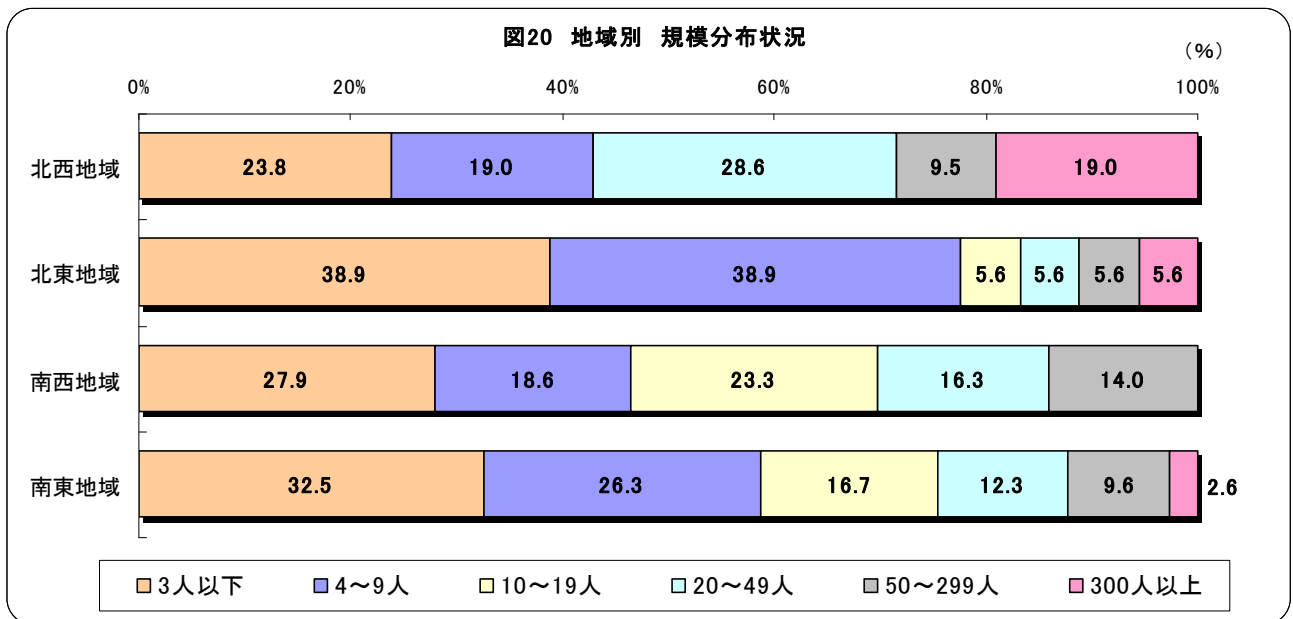
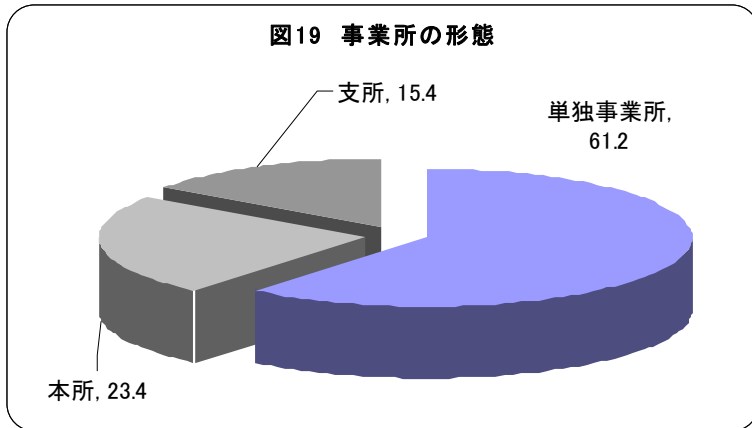


資料:門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月



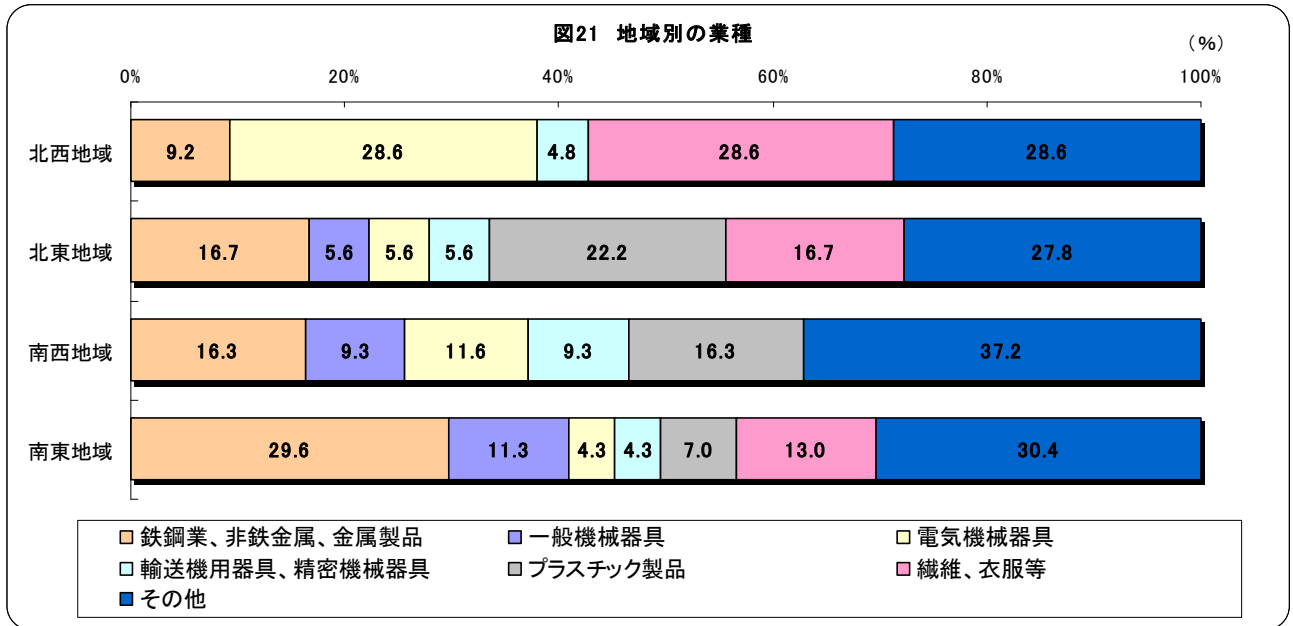
### (6) 住工混在問題

北部地域では、京阪電車が東西に走るため地価が高く、地価が安価であった戦前からの大規模事業所が、地価が比較的安い南西地域、南東地域には、小規模事業所が多く立地しており、地域によって差がみられます。市内の事業所の多くが、他の場所に事業所を持たない単独事業所であり、その多くの事業所は国道163号以南の南部に立地しています。(図19, 20)



資料：門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

北西地域は大手電機メーカーが域内に立地していることに加えて、ニット製品の産地である守口市の影響もあり、「電気機械器具」「繊維・衣服等」の企業が多くなっています。(図 21)

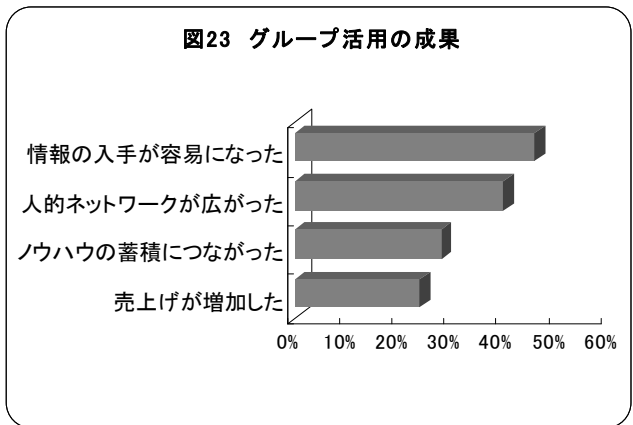
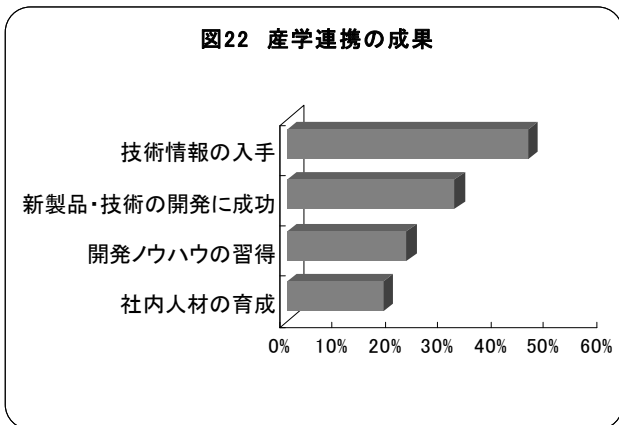


資料：門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

また、一般機械器具製造業の生産設備は、音や振動を伴う場合が多いことから、より広い用地を必要とし住宅立地の密度が低かった南東地域に集中していると考えられます。しかし現在は、南東地域・南西地域にも住宅が増え、住工混在問題が顕著化しています。

(7) 人材の活用不足

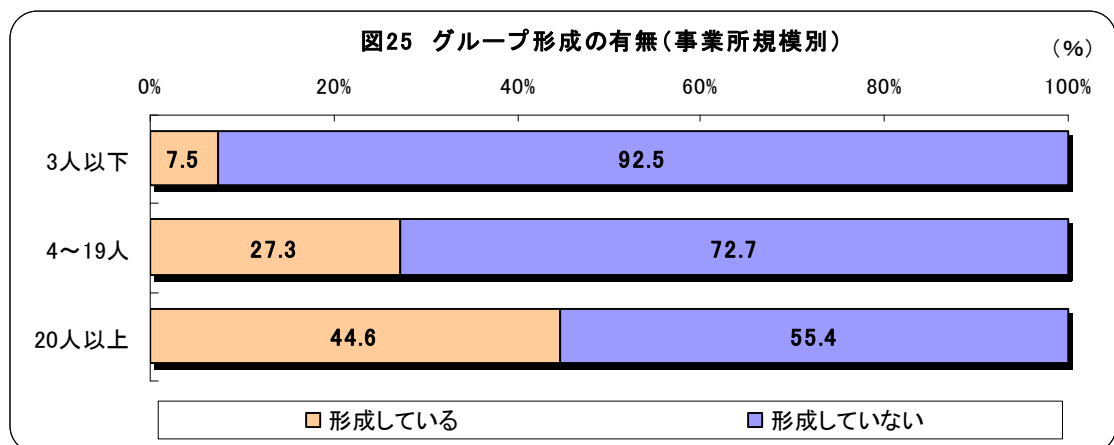
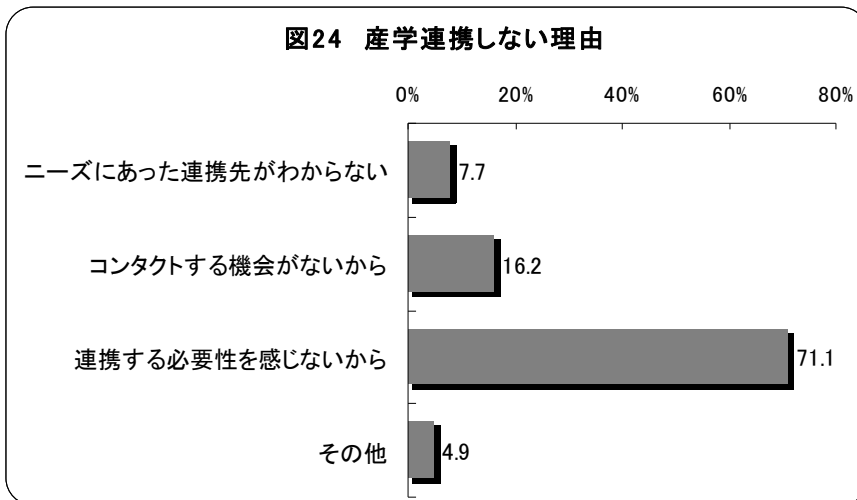
産学連携や企業間同士のグループ活動などを通して、技術情報入手、ノウハウの蓄積や習得などに加え、人材の活用につなげていくことも成果としてあげられています。(図 22, 23)



資料：門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

一方で、産学連携やグループ形成の進捗状況としては進んでいない現状がうかがえます。産学連携はしていないと回答した企業9割弱（図17）がその理由として挙げたものの中で最も多いのは「連携する必要性を感じないから」で7割の回答を集めています。

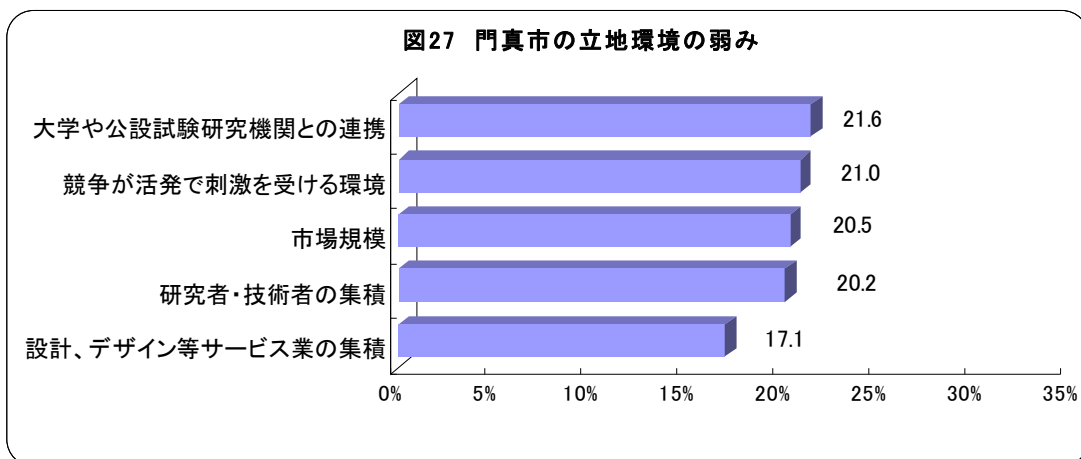
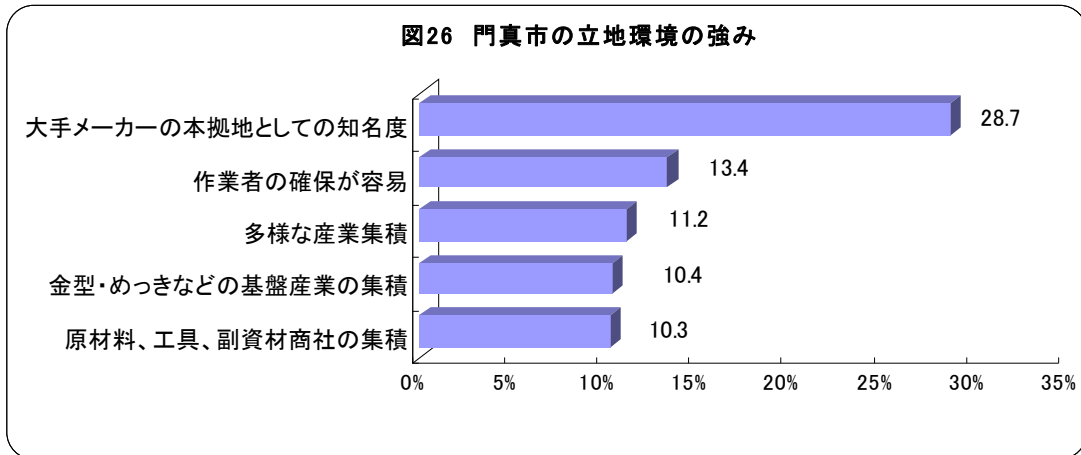
（図24）また、グループ形成についても、事業所規模が小さいほどその形成率は低く、3人以下の事業所では1割に満たない結果となっています。（図25）



資料：門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

### (8) 工業立地メリットの明確化

門真市のメリットとして、「大手メーカーの本拠地としての知名度」が最も高く、その他に秀でた項目がありません。(図 26, 27) 企業誘致を進める基盤づくりとして、門真市としての工業立地へのメリットを明確にしていく取り組みが必要になると考えられます。



資料：門真市製造業に関する実態調査報告書 平成20年3月

### 第3節 門真市の農業を取り巻く現状

#### 3-1 門真市の農業の現状

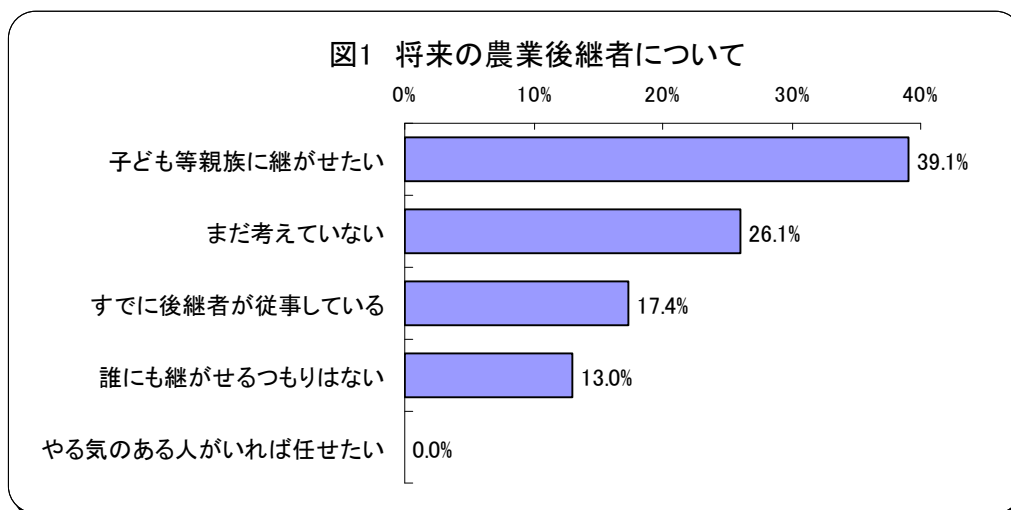
江戸時代には古川の流れも定まり、幕府から直接支配を受ける豊かな水郷農村が形成され、江戸時代後期には、菜種や木綿の栽培でも発展を遂げ、蓮根栽培も活発になってきました。大正期には、「加賀蓮」「備中蓮」の導入によって蓮根栽培はその最盛期を迎え、全国的に「河内蓮根」の名が広まっていき、くわいとともにより農業の繁栄をみましました。一方、明治43年には、市の情勢が大きく変わる発端となった京阪電車の開通により、市はそれに伴う道路整備、工場などの誘致を進め、産業の発展を目指しました。

特に、昭和8年には松下電気器具製作所が進出し、世界的な大企業に躍進するとともに、下請・関連工場も増加していく流れを背景に、農地は次第に減少しました。れんこん・くわいはともに生産量が減少し、今後どのような形で残していくかが、大きな課題となっています。

#### 3-2 農業が抱える主な問題・課題

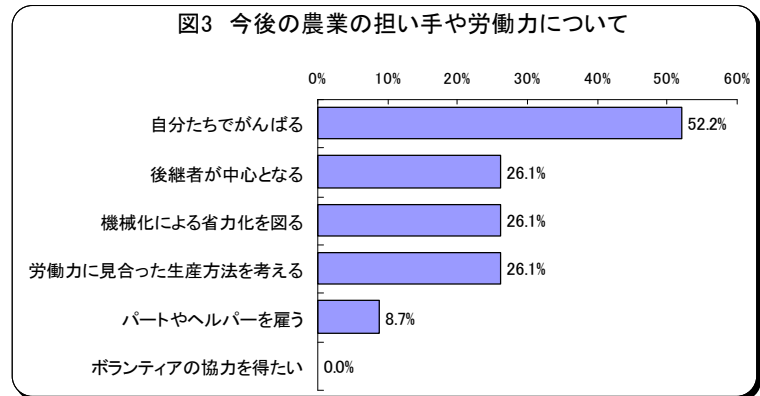
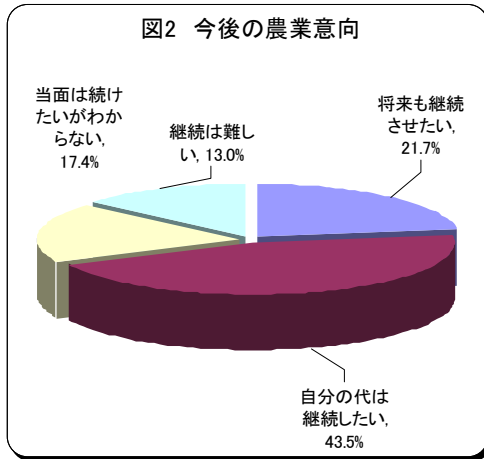
##### (1) 高齢化による後継者問題

農業従事者の高齢化が進んでいる中で、「すでに後継者が従事している」のは2割に満たない状況となっています。「誰にも継がせるつもりはない」も1割以上いること、また「やる気のある人がいれば任せたい」に対する回答者がいないことから、今後の農業を続けていく意識が希薄化している傾向が読み取れます。(図1)



資料：門真市農業意向調査結果 平成21年度

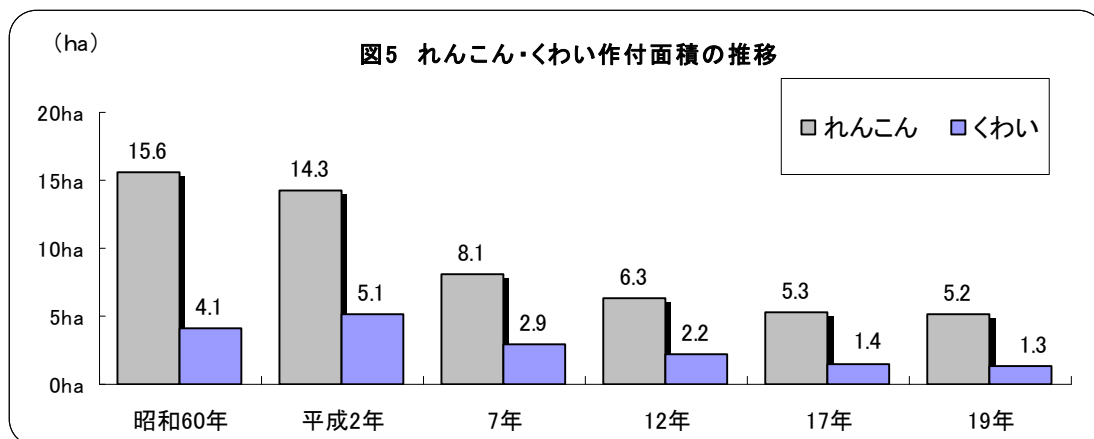
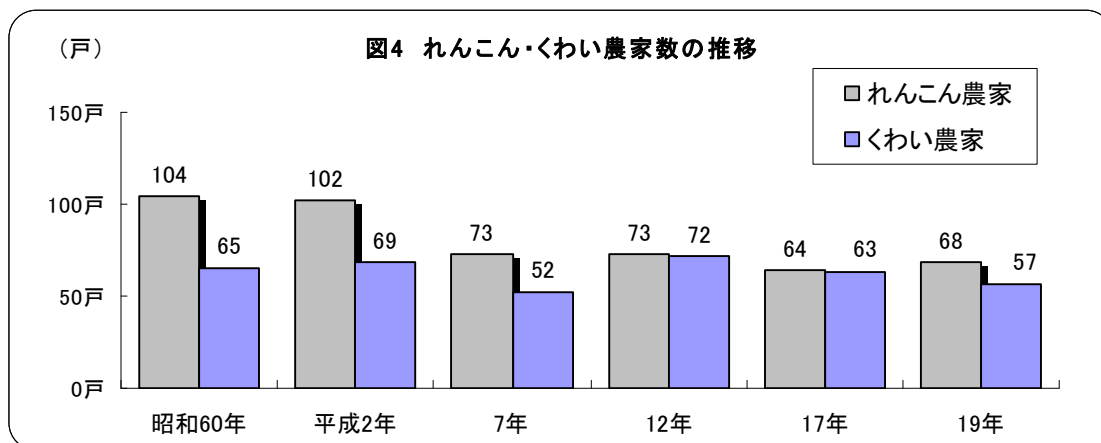
実際、今後の農業の担い手や労働力についても、「自分たちでがんばる」と回答した人が半数以上と多くなっています。今後の意向について、自分たちの代以降の継続は考えていない従事者が多く、将来も継続させたいと考えている従事者は2割にとどまる結果となっており、農地縮小の意向が明確に表れています。(図2,3)



資料:門真市農業意向調査結果 平成21年度

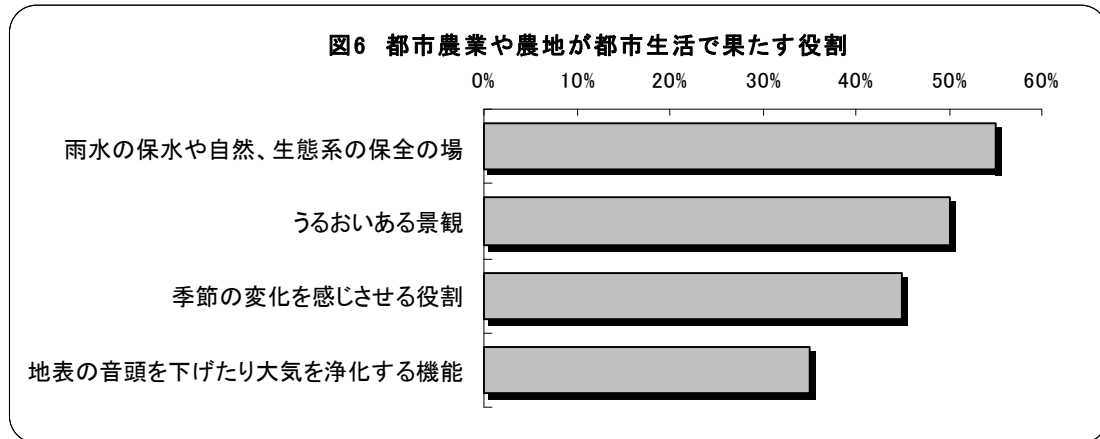
## (2) 生産能力に限界がある

れんこん・くわい農家数の推移は、門真市の特産物である、「れんこん」と「くわい」の生産農家数の推移をみると、「れんこん」農家は平成2年以降減少し、平成7年以降は70戸前後を推移しています。また「くわい」農家は、大きく変化はなく60戸前後で推移しています。(図4) 一方、れんこん・くわいの作付面積の推移をみると、年々減少傾向にあります。(図5)



資料：門真市 生活産業課

耕作面積は縮小し、かつ土地も分断されているため、農作物の生産能力に限界がみられ、農業としての発展を目指すのではなく、都市農家としての在り方を検討する必要があります。「雨水の保水や自然、生態系の保全の場」、また「うるおいのある景観」などが役割として考えられるように、どのように残していくかが、今後の大きな課題となります。(図6)



資料：門真市農業意向調査結果 平成21年度



### 第3章 産業振興ビジョン～基本方針と目標～

---

---

#### 産業振興ビジョン～目指す門真市産業振興の方向～

「メイドイン門真 発見・発信・次世代へ」

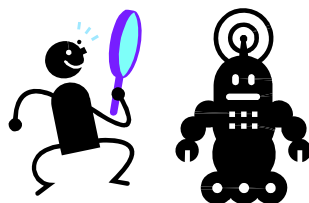
門真市で生み出されるものを発見し、

門真市で生み出されたものを育み、発信し、

門真市で継承し、次世代につないでいく、誇れる門真市産業の振興をめざします。



門真の目玉 強みづくり



発見

門真の産業全体が目玉となるような強みづくりを目指して、商品やサービス、ランドマーク、門真産の製品、特産物などを生み出す環境をつくる必要があります。そのためには、市民がみんなで考える場が必要であり、それぞれの主体同士が、門真市の顔となるものをどのように発見し生み出していくかを話し合っていくことが大切です。

地域のなかで門真ブランドを探し発見していくための話し合いの場を主体的に持ち、意見を出し合うなどして合意形成と新しい発見に努める場づくりを進めます。名店や、歴史資源や文化遺産、製造工場やれんこん田等をランドマークとしたエリアづくりを目指し、市内の活発な人の流れをつくることから始めることで、新たな力の呼び込みや、既存の産業の強化につなげます。

門真市で、みんなで探し、発見し、市内そして市外に発信していけるものを生み出していくことを目標とします。



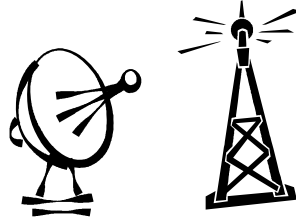
門真発の商品・サービス・ものづくり



強みを生み出す環境づくり



## 門真からの情報発信



門真市の顔となるものを、市民で共有し、また市外に広く発信していくことが、門真市の目玉の定着につながり、人の定着や市外からの人の流れを呼び込むことにもつながると考えます。情報を発信する主体のIT化を促進し、また事業所や企業同士のネットワークづくりを進めることで、情報を活用し積極的に発信させる基盤づくりを目指します。

加えて、情報を受ける側についても、多様な情報発信手段の充実を図り、世代や立場にかかわらずそれぞれの生活スタイルにあった方法で情報を得ることができるよう努めます。

門真市独自の情報を発信する手段のはじめの一歩として情報サイトを立ち上げることにより、名店紹介サイトや商店街マップ、企業検索サイトなどを活用できる体制づくりに努めます。地域に広まり、市全体に広まり、さらには全国に広まっていく、メイドイン門真の発見をつなげる発信体制づくりを目標とします。



多様な情報発信の充実



IT活用に向けた体制づくり



## 事業継承 次世代へ



継承

事業を継承していく土台には、門真市の商業・サービス業、製造業、農業のノウハウや知識を継承する場づくりに加え、事業を続けることができる環境づくり、また従業者が住みやすい生活環境づくりが、後継者や人材の育成につながると考えます。特に、住工混在問題は門真市の抱える問題の一つとなっていることから、歩み寄りの基盤として地域のつながりを強めることで、勤務しやすい、住みやすいまちを目指すことで快適な生活環境を形成することが大切です。市民が地域で生活し、買い物をし、仕事をし、楽しむことができる、地産地消の社会を目指します。

現在、門真の産業においては、後継者や担い手の不足は直面する課題のなかで大きな割合を占めています。人材の不足で廃業せざるを得ない、また活力を失うなどの影響がますます大きくなると予測されることから、次世代につながる人材の育成は喫緊の課題であると考えます。事業に従事している事業者だけではなく、退職者や企業OB等の人材を活用しながら、事業内容を積極的に周知する場、また育成の場を設けるなど、人が門真で働きたいと思う、門真で人材を育みたいと思える環境づくりを目標とします。



人材育成



住みやすい働きやすい買い物しやすいまちづくり

## 第4章 産業振興に向けた方策

第1節 門真の目玉 強みづくり				
発 見	1-1 門真発の商品・サービス・ものづくり	商業・サービス業	製造業	農業
		A 門真発の商品・サービスづくり	A 開発促進の基盤体制づくり	A 特産物を活かした商品・スポットづくり
	B がんばる「名店」の発見・発掘	B オンリーワン企業の発掘による門真の顔づくり	B がんばる「農家」が集まる土台づくり	
	1-2 強みを生み出す環境づくり	商業・サービス業	製造業	農業
A 既存店舗の経営強化や改善	A 経営近代化に向けた取り組みの推進	A 農作物の新たな流通場所づくり		
B 新たなチャレンジの場づくり	B 企業に魅力ある環境づくり	B 安全・安心の農作物で、地産地消の推進		
第2節 門真からの情報発信				
発 信	2-1 多様な情報発信の充実	商業・サービス業	製造業	農業
		A 多様な媒体を活用した情報発信の充実	A ものづくり情報の発信	A 特産物や農業情報の配信
	2-2 IT活用に向けた体制づくり	商業・サービス業	製造業	農業
		A ITの活用を促進する取り組み充実	A 登録サイトの立ち上げとIT化の促進	
第3節 事業継承 次世代へ				
次 世 代 へ	3-1 人材育成	商業・サービス業	製造業	農業
		A 子どもや学生の理解や興味の創出	A 後継者育成に向けた取り組み	A 担い手の育成に向けた取り組み
	B けん引役の人材育成に向けた取り組み	B 人材活用に向けた取り組み	B 人材の幅広い活用	
	3-2 住みやすい・働きやすい・買い物しやすいまちづくり	商業・サービス業	製造業	農業
A 地域の課題に貢献できるサービスづくり		A ものづくりのまちなみの創造	A 農地の保全で潤いのある景観の確保	
B 地域活動に積極的な事業所を増やし、地域コミュニティを向上	B 住宅と工場が共存できるまちづくり			

1-1 門真発の商品・サービス・ものづくり

---

●○ 商業・サービス業等 ○●



門真市といえばこの場所、といえるような歴史的な場所や商業ゾーン、いわゆる「名店」などを発掘または開発し、全国にアピールしていきます。

A 門真発の商品・サービスづくり

取り組み例)

- 商店街や地域単位で顔となるものについて意見を出し合う場づくり
- 歴史資源や文化資源の発見、知識の蓄積に努め、歴史的・文化的なランドマークを検討

B がんばる「名店」の発見・発掘

取り組み例)

- 付加価値の高い商品や新しいサービスの開発
- 事業者から発信される提案によって選定する補助金制度の確立



ものづくりのまちとして全国にアピールできるような製品開発を期待し、その支援体制づくりに努め、試作機能をもつ組織づくりや技術集積の場づくりに向けた取り組みなど、開発の基盤づくりを進めます。

#### A 開発促進の基盤体制づくり

取り組み例)

- 産官学連携による「ものづくり」の研究開発に向けた取り組み
- 企業同士が連携して技術を集積させる取り組み

#### B オンリーワン企業の発掘による門真の顔づくり

取り組み例)

- 国内市場占有率の高い企業を調査、または企業から申告できる窓口を設けるなどして、オンリーワン企業の発掘に努める



れんこんやくわいを特産物として市民に知ってもらい、愛着をもってもらう場づくりをめざします。また、特産物として広められるよう、加工品開発に向けた取り組みを推進します。

## A 特産物を活かした商品・スポットづくり

取り組み例)

- れんこん等の特産物を使った新たなビジネス創出
- れんこんやくわいの歴史や実際の収穫の様子を地域の人に伝える場づくり

## B がんばる「農家」が集まる土台づくり

取り組み例)

- 意欲ある農業者が、営農を続けられるように大阪版認定農業者制度を活用
- 体験型市民農園等、付加価値のある利用方法を検討

## 1-2 強みを生み出す環境づくり

---

### ●○ 商業・サービス業等 ○●



事業所規模や立地、業種によって求められる内容は様々であることから、ニーズの把握に努めるなどより良い経営環境を目指し、柔軟な取り組みを進めます。また、経済状況の悪化や事業者の高齢化等に伴い、新しい事業を試みる意欲が低下している傾向もみられることから、若手のチャレンジを支援する取り組みを進め、一層の商業発展を目指します。

#### A 既存店舗の経営強化や改善

取り組み例)

- 学生や多様な事業者による話し合いの場づくり
- 意欲のある事業者に対する助言や専門家の派遣、セミナー等の開催
- 第二京阪道路開通による商圈変化の把握に努め、地域の特徴を踏まえた販売方法を検討

#### B 新たなチャレンジの場づくり

取り組み例)

- 空き店舗を活用するなどして、「お試し」体験ができるチャレンジショップ等を設置
- 共通のテーマに沿った店舗誘致など、立ち寄ってもらいやすい場所づくり





経営近代化に向けた取り組みとして、セミナーや交流会等の場づくりや、経営相談等によるニーズの把握と適切な支援への取り組みを進め、既存の企業が経営しやすい環境づくりを進めます。また、企業立地の候補地となるような、魅力あるものづくりのまちを目指します。

## A 経営近代化に向けた取り組みの推進

取り組み例)

- 異業種・産官学の連携促進
- 事業者の創業を支援するセンターの活用

## B 企業に魅力ある環境づくり

取り組み例)

- 市内での創業希望者に起業支援セミナー等の開催
- 産業集積や第二京阪道路開通等の強みを活かしたものづくり環境の基盤づくり



農業従事者の減少、農地の減少といった環境のなか、農作物を売り出す場を  
生み出す取り組みを進めることで、新たな市場をつくり、都市農業の生き残る道を模索します。

## A 農作物の新たな流通場所づくり

取り組み例)

- 商店街等と連携し、農作物や特産物・加工品を売る場づくり
- 祭りや商店街のイベント等を利用した売り場づくり
- 農業団体と生産者が連携し、直売所（朝市）等の拡充を図る

## B 安全・安心の農作物で、地産地消の推進

取り組み例)

- エコ農産物の生産者を拡大し、農作物を売る場を増やす取り組み
- 地球環境にやさしい地産地消の推進によるCO<sub>2</sub>の削減への取り組み

## 2-1 多様な情報発信の充実

---

### ●○ 商業・サービス業等 ○●



世代や生活スタイルの違いにより、情報入手方法も様々であることから、いつでもだれでも欲しい情報が手に入るような、多様な情報発信の充実を目指します。

#### A 多様な媒体を活用した情報発信の充実

取り組み例)

- 市内の歴史資源や文化遺産等のランドマークと名店等のスポット紹介マップを作成
- 広報や自治会回覧板等を活用し、商店街単位、地域単位等でのイベント情報の発信

### ●○ 製造業 ○●



ふだんは市民に発信する機会のない製造業の現場やものづくりの様子などを積極的に発信していくことで、市民の興味や関心、愛着心を育み、ものづくりのまちの形成の土台づくりに努めます。

加えて、市外にも情報を発信していくことで、企業誘致や新たな販路開拓にもつなげていきます。

#### A ものづくり情報の発信

取り組み例)

- 各種展示会への出店による技術力のアピール
- ものづくり企業立地促進制度のメリットや門真市の魅力を発信



れんこんやくわいを市内だけでなく市外にもアピールできるよう、収穫方法や調理方法等を配信し、門真ブランドを広める取り組みを進めます。

## A 特産物や農業情報の配信

取り組み例)

- れんこんやくわいの収穫方法等の情報発信

## 2-2 IT活用に向けた体制づくり

---

### ●○ 商業・サービス業等 ○●



門真市で生み出す地域密着型の商品やサービスを広めていくため、IT を活用し市民が情報を得やすい環境づくりを目指します。また、買い物だけではなく地域の有用な情報などを共有することで商業・サービス業と地域のつながりを強め、情報の効果的な活用方法を模索していきます。

#### A ITの活用を促進する取り組みの充実

取り組み例)

- 商業エリアごとの特色に合わせた情報配信
- 情報サイトによる、名店紹介や商店街マップ、イベント情報等の発信

### ●○ 製造業 ○●



企業の受注先の拡大や円滑な業務体制づくりなどを目指し、企業のIT化拡充に向け、経済団体等と連携を図り啓発等の取り組みを進めます。

#### A 登録サイトの立ち上げとIT化の促進

取り組み例)

- 企業のIT化を促進するため啓発や研修会等の場づくり
- 企業の情報サイトを立ち上げ、商談や共同開発ができるような活用の促進

### 3-1 人材育成

---

#### ●○ 商業・サービス業等 ○●



子どもや学生の理解や興味の創出は、時代の担い手育成につながる大切なことであることから、職業体験や見学会の機会の充実に努めます。また、今後活性化に向けた取り組みを先導していく人材の育成を目指し、人材発掘や育成に向けた取り組みを進めていきます。

#### A 子どもや学生の理解や興味の創出

取り組み例)

- 商店街の職業体験（見学会）の開催

#### B けん引役の人材育成に向けた取り組み

取り組み例)

- 後継者などの若手経営者の勉強会を支援



ものづくりへの関心を高め時代の担い手を育成し、ものづくりを愛するまちを目指すため、市民や小・中学生などがものづくりに触れる機会の充実や、人材の活用に向けた取り組みを進めます。

#### A 後継者育成に向けた取り組み

取り組み例)

- 地域の小・中学生などがものづくりへの関心を高めるための工場見学等を実施
- ものづくりの情報発信による興味関心の創造

#### B 人材活用に向けた取り組み

取り組み例)

- 高度な技術やノウハウを持つOB人材を活用



新たな担い手の創出を目指し、見学会などの機会の充実に努めます。

## A 担い手の育成に向けた取り組み

取り組み例)

- 見学会や講習会などの機会の充実
- 農業従事者側が農地を学校等の教育の場として活用する機会を設ける

## B 人材の幅広い活用

取り組み例)

- 小規模の土地を有効利用し、活用していく方法を検討する場を設ける
- NPOやボランティア等に農地の有効活用を呼びかける



## 3-2 住みやすい・働きやすい・買い物しやすいまちづくり

---

### ●○ 商業・サービス業等 ○●



門真市は小規模の店舗が多いことから、地元密着型のサービスを充実させ、生活しやすい環境を地域一体となって目指すことが必要であると考えます。地域の課題解決機能や生活の利便性を向上するサービス等、今後の地域ごとのニーズの把握に努めながら、取り組みを進める事業者の募集に努めるなど地域連携の取り組みを支援し、地域密着型の、地域住民が利用しやすいサービスづくりに向けた取り組みを支援していきます

#### A 地域の課題に貢献できるサービスづくり

取り組み例)

- 空き店舗を活用した、地域の子育てや学童保育の場づくり
- 高齢者対象の宅配サービス等、地域の課題に貢献する取り組み

#### B 地域活動に積極的な事業所を増やし、地域コミュニティ力を向上

取り組み例)

- 商店街、市民、NPOなどとの協働による地域に根ざしたビジネス振興
- 地元の小中高等との連携による地元商店街におけるイベントの開催促進



製造業と地域とが連携していくには、まず地域住民がものづくりへの親しみや愛着を持ち、市全体が一体となってもものづくりのまちを育てていくことが必要です。工場周辺の住民や商店街等がコミュニティを築けるような取り組みを進め、市内における雇用の促進も図ります。また、工場と住民が共存していくため、お互いが住みやすく仕事をしやすい環境を目指し、会話をしながらお互いに歩み寄りができるような場をつくることが共存の第一歩であると考えます。

## A ものづくりのまちなみの創造

取り組み例)

- 地域住民にもものづくりについて知ってもらう機会の充実
- 工場周辺の住民、工場の従業員、商店街等の連携によるものづくりコミュニティの構築を促進

## B 住宅と工場が共存できるまちづくり

取り組み例)

- 地域のイベントに企業も参加できるような取り組みの促進
- 市内で募集し市内で従業員を雇う、市内雇用の促進に努める



緑地を保全し農空間のある景観を残すことで、生活の中で気軽に農業に触れることができる環境をつくり、地域での門真市農業への愛着を高める取り組みを進めていきます。

## A 農地の保全で潤いのある景観の確保

取り組み例)

- 農空間の保全で、安らぎのある緑地の保存に努める
- れんこんの自生する様子を鑑賞したり、観察したりできる、潤いのある景観の保存に努める