

東大阪市中心企業振興会議 モノづくり部会（第3回）

日 時：令和6年10月30日（水）10：00～

場 所：クリエイターズプラザ研修室

議 事 次 第

1. 令和6年度市内製造業に関する実態・ニーズ調査の結果について
2. モノづくり部会の今後のスケジュール

配 布 資 料

資料1	令和6年度 調査結果
資料2	令和6年度 調査票
資料3	モノづくり支援室の支援施策一覧
資料4	モノづくり支援室施策マップ
資料5	モノづくり部会のスケジュール
資料6	委員名簿
その他	第2回労働雇用部会 資料

令和6年度 東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査結果 まとめ

【調査概要】

- ・調査対象：3,240社（商工会議所工業部会1,934社 非会員企業1,306社）
- ・回答数：538社（16.6%）
- ・実施期間：令和6年6月～8月
- ・調査方法：①調査対象企業への郵送
②東大阪市電子申請システムにてオンライン回答
③その他、電子メール等にて回収

会社概要について

<回答企業の属性については、前回調査（令和4年度）とほぼ同じ>

2. 経営者の年齢

	29歳以下	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上	無回答	合計
回答数	1	19	94	174	130	91	24	5	538
割合	0.2%	3.5%	17.5%	32.3%	24.2%	16.9%	4.5%	0.9%	100.0%

- 令和4年（前回）調査とほぼ同じ割合。

3. 経営者の世代

	1代目（創業者）	2代目	3代目以降	無回答	合計
回答数	109	218	209	2	538
割合	20.3%	40.5%	38.8%	0.4%	100.0%
令和4年（前回）	25.4%	43.8%	30.6%		

- 「1代目」が5%、「2代目」が3%減少し、「3代目」が8%増加。

4. 資本金

	1000万円未満	1000～5000万円未満	5000万円～1億円未満	1～3億円未満	3億円以上	資本金なし	合計
回答数	128	326	42	4	6	32	538
割合	23.8%	60.6%	7.8%	0.7%	1.1%	5.9%	100.0%

- 令和4年（前回）調査とほぼ同じ割合。

5. 従業員数

	4人以下	5-9人	10-19人	20-49人	50-99人	100-299人	300人以上	無回答	合計
回答数	126	108	106	113	53	24	7	1	538
割合	23.4%	20.1%	19.7%	21.0%	9.9%	4.5%	1.3%	0.2%	100.0%
実態	46.2%	24.2%	15.3%	10.8%	2.4%	0.9%			

●令和4年（前回）調査とほぼ同じ割合。

●「従業員数」の割合について、本調査への回答企業と経済センサス活動調査の統計データと比較すると、10人以下の企業の割合が少なくなっており、10-99人の企業の割合が多くなっている。

6. 業績 ①受注量（前期から今期の見込み）

	増加	横ばい	減少	無回答	合計
回答数	108	201	216	13	538
割合	20.1%	37.4%	40.1%	2.4%	100.0%
令和4年（前回）	29.6%	38.8%	31.1%		
4人以下	10.3%	34.9%	50.0%		
5-9人	20.4%	42.6%	37.0%		
10-19人	26.4%	32.1%	38.7%		
20-49人	23.0%	34.5%	39.8%		
50-99人	37.7%	35.8%	35.8%		
100-299人	8.3%	45.8%	33.3%		
300人以上	14.3%	71.4%	0.0%		

●「減少」が40.1%と最も多く、前回調査から9%増加している。

●従業員規模別に見ると、小規模事業者の方がその割合が多い傾向にある。

6. 業績 ②受注単価（前期から今期の見込み）

	増加	横ばい	減少	無回答	合計
回答数	175	306	42	15	538
割合	32.5%	56.9%	7.8%	2.8%	100.0%
令和4年（前回）	39.1%	49.9%	10.6%		
4人以下	19.0%	64.3%	11.9%		
5-9人	33.3%	59.3%	7.4%		
10-19人	34.9%	56.6%	5.7%		
20-49人	32.7%	58.4%	6.2%		
50-99人	45.3%	43.4%	7.5%		
100-299人	58.3%	37.5%	4.2%		
300人以上	28.6%	42.9%	14.3%		

●「横ばい」が56.9%と最も多く、前回調査から7%増加。

従業員規模別に見ると、10人以下の企業の方が「増加」の割合が少なくなり、その分「減少」の割合が多い傾向にある。

6. 業績 ③営業利益（前期から今期の見込み）

	増加	横ばい	減少	無回答	合計
回答数	90	203	232	13	538
割合	16.7%	37.7%	43.1%	2.4%	100.0%
令和4年（前回）	20.5%	40.5%	38.6%		
4人以下	9.5%	35.7%	49.2%		
5-9人	16.7%	37.0%	46.3%		
10-19人	19.8%	35.8%	41.5%		
20-49人	17.7%	44.2%	36.3%		
50-99人	28.3%	28.3%	43.4%		
100-299人	8.3%	50.0%	41.7%		
300人以上	14.3%	42.9%	28.6%		

●「減少」が43.1%と最も多く、前回調査から4.5%増加。

従業員規模別に見ると、「受注単価」と同様、10人以下の企業の方が「減少」の割合が多い傾向にある。

7. 主な業種

	飲・食料品	繊維製品	木製品	家具	紙・紙製品	印刷	化学	プラスチック
回答数	7	15	8	4	16	22	11	74
割合	1.3%	2.8%	1.5%	0.7%	3.0%	4.1%	2.0%	13.8%
	ゴム製品	皮革製品	窯業	鉄鋼	非鉄金属	金属製品	はん用機械	生産用機械
回答数	7	7	2	21	18	212	11	41
割合	1.3%	1.3%	0.4%	3.9%	3.3%	39.4%	2.0%	7.6%
	業務用機械	電子部品	電気機械	情報通信機械	輸送用機械	その他		合計
回答数	13	4	23	1	14	7		538
割合	2.4%	0.7%	4.3%	0.2%	2.6%	1.3%		100.0%

●令和4年（前回）調査とほぼ同じ割合。

8. 保有技術（主要なもの3つまで選択）

	製缶・溶接・鈑金	プレス加工	鋳・鍛造	圧延・伸線	切削加工	研磨
回答数	83	82	33	19	193	58
割合	15.4%	15.2%	6.1%	3.5%	35.9%	10.8%
	放電・レーザー加工	熱処理	鍍金・表面処理	測定・検査	組立・仕上げ	塗装
回答数	42	24	23	67	137	24
割合	7.8%	4.5%	4.3%	12.5%	25.5%	4.5%
	ハンダ付け	射出・押出成形	縫製	その他		合計
回答数	13	59	24	82		963
割合	2.4%	11.0%	4.5%	15.2%		179.0%

●令和4年（前回）調査とほぼ同じ割合。

①切削加工	35.9%
②組立・仕上げ	25.5%
③製缶・溶接・鈑金	15.4%
④プレス加工	15.2%
⑤その他	15.2%
⑥測定・検査	12.5%
⑦射出・押出成形	11.0%

事業の現状について

9. 自社の強み（3つまで選択）

	品質管理	短納期	加工精度 技術力	生産能力	試作・開発力	多品種 少量生産
回答数	232	222	251	114	108	233
割合	43.1%	41.3%	46.7%	21.2%	20.1%	43.3%
	人材育成・確保	価格競争力	販路開拓などの 営業力	情報収集力	現場改善力	多様な取引 ネットワーク
回答数	10	52	30	17	30	46
割合	1.9%	9.7%	5.6%	3.2%	5.6%	8.6%
	財務内容	用途開発	その他	無回答		合計
回答数	50	13	1	7		1416
割合	9.3%	2.4%	0.2%	1.3%		263.2%

①加工精度・技術力	46.7%
②多品種少量生産	43.3%
③品質管理	43.1%
④短納期	41.3%

●自社の強みについて、「加工精度・技術力」「多品種少量生産」「品質管理」「短納期」の順に多くなっており、前回調査と同様。

9. 自社の弱み（3つまで選択）

	品質管理	短納期	加工精度 技術力	生産能力	試作・開発力	多品種少量生産
回答数	38	54	30	83	61	33
割合	7.1%	10.0%	5.6%	15.4%	11.3%	6.1%
	人材育成・確保	価格競争力	販路開拓などの 営業力	情報収集力	現場改善力	多様な取引 ネットワーク
回答数	231	141	199	65	58	103
割合	42.9%	26.2%	37.0%	12.1%	10.8%	19.1%
	財務内容	用途開発	その他	無回答		合計
回答数	71	59	2	27		1255
割合	13.2%	11.0%	0.4%	5.0%		233.3%

①人材育成・確保	42.9%
②販路開拓などの営業力	37.0%
③価格競争力	26.2%

●自社の弱みについて、「人材育成・確保」「販路開拓などの営業力」「価格競争力」の順に多くなっており、前回調査と同様。

10. 事業形態（複数回答可）

	回答数	割合	令和4年（前回）
発注者の図面に基づき加工・生産	346	64.3%	65.4%
発注者の仕様に基づき、自社で設計、図面等を作成し、加工・生産	213	39.6%	31.3%
問屋や大手メーカー等の他社のブランドで販売	83	15.4%	19.1%
自社ブランドで製品等を企業へ販売（B to B）	166	30.9%	34.1%
自社ブランドで製品等を消費者へ販売（B to C）	71	13.2%	13.6%
その他	3	0.6%	
無回答	8	1.5%	
合計	890	165.4%	

①発注者の図面に基づき加工・生産	64.3%
②発注者の仕様に基づき、自社で設計、図面等を作成し、加工・生産	39.6%
③自社ブランドで製品等を企業へ販売（B to B）	30.9%

- 事業形態について、「発注者の図面に基づき加工・生産」「発注者の仕様に基づき、自社で設計、図面等を作成し、加工・生産」「自社ブランドで製品等を企業へ販売（B to B）」の順に多くなっている。

1 1. 今後3年間における設備投資の計画有無

	はい	いいえ	わからない	無回答	合計
回答数	220	163	147	8	538
割合	40.9%	30.3%	27.3%	1.5%	100.0%

- 「設備投資の計画がある」が40.9%と最も多い。
- 一方で「いいえ」30.3%「わからない」27.3%となっている。

1 2. 設備投資の主な目的（複数回答可）

	生産性（力） の向上	品質 向上	コスト 削減	外注の 内製化	環境へ の配慮	新製品 開発	老朽化 対応	その他	無回答	合計
回答数	301	173	87	71	43	97	250	5	97	1124
割合	55.9%	32.2%	16.2%	13.2%	8.0%	18.0%	46.5%	0.9%	18.0%	208.9%

①生産性（力）の向上	55.9%
②老朽化対応	46.5%
③品質向上	32.2%

- 「生産性（力）の向上」が55.9%と最も多く、続いて「老朽化対応」46.5%、「品質向上」32.2%となっている。

◆関連施策

【V：その他】

- ③⑤生産現場自動化推進プロジェクト事業
- ③⑦中小企業設備投資支援事業
- ③⑧生産性向上支援事業
- ④⑩DX／IT導入推進事業

13. 東大阪市内で操業する優位性・良い点（複数回答可）

	回答数	割合
製造業が集積しており、加工依頼できる工場が多い	315	58.6%
経営者同士のネットワークが築きやすい	123	22.9%
物流・交通網が発達している	185	34.4%
モノづくりのまちとしてのブランド力	153	28.4%
都市部が近く従業員が集まりやすい（従業員の住環境）	76	14.1%
大学等教育機関が多く、産学連携の環境が整っている	27	5.0%
特になし	75	13.9%
その他	4	0.7%
無回答	9	1.7%
合計	967	179.7%

①製造業が集積しており、加工依頼できる工場が多い	58.6%
②物流・交通網が発達している	34.4%
③モノづくりのまちとしてのブランド力	28.4%
④経営者同士のネットワークが築きやすい	22.9%
⑤都市部が近く従業員が集まりやすい（従業員の住環境）	14.1%

- 「製造業が集積しており、加工依頼できる工場が多い」が58.6%と最も多い。
- 製造業の操業環境に大きく関わる項目として、「物流・交通網が発達している」34.4%「都市部が近く従業員が集まりやすい（従業員の住環境）」14.1%となっている。
- また、「モノづくりのまちとしてのブランド力」といった目に見えない効果については、28.4%となっている。

◆関連施策

【Ⅲ：操業環境の維持・確保】

- ⑮オープンファクトリー
- ⑯住工共生の町づくり事業
- ⑰モノづくり企業ネットワーク構築事業

【Ⅳ：販路開拓支援】

- ⑲産業振興PR
- ⑳東大阪市技術交流プラザ
- ㉑東大阪ブランド推進事業

【Ⅴ：その他】

- ㉓大阪・関西万博参画支援事業

14. 周辺企業とのつながり

①東大阪市内での取引先の有無

	有	無	無回答	合計
回答数	461	60	17	538
割合	85.7%	11.2%	3.2%	100.0%



①-1 取引先の数について

	5社未満	5-10社	11-50社	51-100社	100社以上
回答数	162	109	101	11	3
割合	42.0%	28.2%	26.2%	2.8%	0.8%

②5年前と比較した増減

	増えている	変化なし	減っている	無回答	合計
回答数	123	284	102	29	538
割合	22.9%	52.8%	19.0%	5.4%	100.0%
4人以下	14.3%		23.8%		
5-9人	28.7%		14.8%		
10-19人	24.5%		20.8%		
20-49人	31.0%		15.0%		
50-99人	17.0%		22.6%		
100-299人	16.7%		12.5%		
300人以上	0.0%		28.6%		

- 8割を超える企業（85.7%）が市内に取引関係あり。
- その数については、「5社以下」42%「5-10社」28.2%「11-50社」26.2%となっている。
- その増減について、5年前と比較すると約2割の企業が増加、約半数の企業は変化なし、約2割の企業が減少している。

③新しい企業とのつながり

	求める	求めない	無回答	合計
回答数	387	99	52	538
割合	71.9%	18.4%	9.7%	100.0%
4人以下	65.1%	22.2%		
5-9人	65.7%	23.1%		
10-19人	76.4%	16.0%		
20-49人	77.9%	12.4%		
50-99人	71.7%	22.6%		
100-299人	88.3%	8.3%		
300人以上	71.4%	14.3%		

- 7割を超える企業（71.9%）が新たな企業とのつながりを求めている。
- 従業員規模別にみると、10人以上の企業の方がその割合が高い傾向にある。

◆関連施策

【Ⅲ：操業環境の維持・確保】

- ⑮オープンファクトリー
- ⑰モノづくり企業ネットワーク構築事業
- ⑳中小企業研究交流センター事業
- ㉒異業種交流連絡協議会事業

【Ⅳ：販路開拓支援】

- ⑳東大阪市技術交流プラザ
- ㉑東大阪ブランド推進事業
- ㉒モノづくりワンストップ推進事業

【考えられる対策】

- 東大阪商工会議所事業との連携
- 経営者が集まる機会の提供

15. 3～5年先の事業の見通し（複数回答可）

従業員規模別	回答数	割合	4人以下	5-9人	10-19人	20-49人	50-99人	100-299人	300人以上
事業規模を拡大	189	35.1%	19.8%	28.7%	43.4%	43.4%	43.4%	50.0%	28.6%
事業規模を維持	312	58.0%	63.5%	59.3%	46.2%	56.6%	54.7%	41.7%	71.4%
事業規模を縮小	30	5.6%	13.5%	4.6%	2.8%	3.5%	1.9%	0.0%	0.0%
特定分野への注力	80	14.9%	11.1%	37.0%	8.5%	9.7%	9.4%	4.2%	0.0%
分社化	10	1.9%							
第二創業	15	2.8%							
工場移転	33	6.1%							
事業の譲渡	27	5.0%							
休業・廃業	15	2.8%							
その他	3	0.6%							
無回答	16	3.0%							
合計	730	135.7%							

事業形態別	回答数	割合	発注者の図面に基づき加工	自社で設計加工・生産	大手メーカー等へのOEM	自社ブランドBtoB	自社ブランドBtoC
事業規模を拡大	189	35.1%	32.5%	41.3%	45.8%	47.0%	39.4%
事業規模を維持	312	58.0%	60.3%	57.3%	57.8%	51.8%	52.1%
事業規模を縮小	30	5.6%	5.5%	3.3%	3.6%	3.6%	4.2%
特定分野への注力	80	14.9%	13.6%	22.5%	19.3%	19.9%	22.5%

①事業規模を維持	58.0%
②事業規模を拡大	35.1%
③特定分野への注力	14.9%

- 3～5年先の事業の見通しについて、「事業規模の維持」が58.0%と最も多い。続いて、「事業の拡大」が35.1%、「特定分野への注力」14.9%と続く。※令和4年（前回）調査と同じ傾向
- 「従業員規模別」とのクロス集計
 - 「事業規模を拡大」：10人以下の企業の方が少ない傾向
 - 「事業規模の縮小」：4人以下の企業が突出して割合が多い
 - 「特定分野への注力」：10人以下の企業において多い傾向

経営環境及び社会環境の変化に伴う「経営課題とその対応状況」について

1 6. 現在直面している課題（複数回答可）

	回答数	割合	4 人 以下	5-9 人	10-19 人	20-49 人	50-99 人	100- 299 人	300 人 以上
売上・利益の減少	279	51.9%	64.3%	46.3%	58.5%	44.2%	43.4%	41.7%	42.9%
新規の顧客開拓	202	37.5%	37.3%	32.4%	48.1%	32.7%	37.7%	29.2%	57.1%
設備更新	166	30.9%	27.8%	20.4%	31.1%	30.1%	24.5%	20.8%	28.6%
人材不足	250	46.5%	26.2%	50.9%	50.9%	46.9%	64.2%	54.2%	71.4%
社内での人材育成	149	27.7%							
価格転嫁	153	28.4%							
生産性の向上	138	25.7%							
働き方改革への対応	80	14.9%							
事業承継	76	14.1%	11.1%	15.7%	20.8%	10.6%	9.4%	8.3%	0.0%
操業環境の悪化	32	5.9%							
新製品・技術の開発	89	16.5%							
資金繰り	87	16.2%							
新たな事業柱の構築	112	20.8%	15.1%	15.7%	21.7%	26.5%	26.4%	12.5%	28.6%
脱炭素社会や SDGs への対応	36	6.7%							
海外との取引	26	4.8%							
その他	2	0.4%							
無回答	10	1.9%							
合計	1887	350.7%							

①売上・利益の減少	51.9%
②人材不足	46.5%
③新規の顧客開拓	37.5%
④設備更新	30.9%
⑤価格転嫁	28.4%
⑥社内での人材育成	27.7%
⑦生産性の向上	25.7%

●現在直面している課題として、「売上・利益の減少」が 51.9%と最も多く、「人材不足」46.5%、「新規の顧客開拓」37.5%、「設備更新」30.9%となっている。

●「従業員規模別」とのクロス集計

「売上・利益の減少」：企業規模が小さい（特に 4 人以下）企業ほど割合が多くなる傾向。

「人材不足」：「4 人以下」の企業の割合が低く、「50-99 人」の企業が 64.2%など、比較的企業規模が大きい企業ほど割合が高くなる傾向。

12

「事業承継」：「10-19 人」20.8%「5-9 人」15.7%と割合が高くなっている。

人材不足

17. 人員の過不足

	かなり不足	やや不足	適当	過剰	無回答	合計
回答数	28	300	179	11	20	538
割合	5.2%	55.8%	33.3%	2.0%	3.7%	100.0%
令和4年調査	10.4%	48.9%	37.4%	3.3%		

- ①やや不足 55.8%
 ②適当 33.3%
 ③かなり不足 5.2%

- 「やや不足」55.8%と最も多く、「かなり不足」5.2%と合わせると約6割の企業が人材不足を感じている。
- 前回調査と比較すると「かなり不足」が5.2%減少、「やや不足」が6.9%増加している。

18. 不足している人材について（複数回答可）

	回答数	割合	令和4年調査
経営者の補佐、後継者候補となるマネジメント人材	109	33.2%	
生産や加工等のための技能人材	250	76.2%	85.7%
新製品等開発のための研究開発人材	70	21.3%	17.9%
新規顧客開拓等のための営業人材	102	31.1%	27.0%
新分野への参入、新事業の立ち上げ等マーケティング人材	28	8.5%	
その他	3	0.9%	0.8%
無回答	6	1.8%	
合計	568	173.2%	

- ①生産や加工等のための技能人材 76.2%
 ②経営者の補佐、後継者候補となるマネジメント人材 33.2%
 ③新規顧客開拓等のための営業人材 31.1%
 ④新製品等開発のための研究開発人材 21.3%

- 「生産や加工等のための技能人材」が76.2%と最も多くなっている。
- 前回調査と比較すると「生産や加工等のための技能人材」9.5%減少する一方、「新規顧客開拓等のための営業人材」4.1%「新製品等開発のための研究開発人材」3.4%増加している。

> 19. 「人材不足を解消できない主な要因」（自由回答）については、23ページへ。

20. 人材不足の対応について、効果が高いと思われるもの（3つまで選択）

	回答数	割合	4人 以下	5-9 人	10-19 人	20-49 人	50-99 人	100- 299人	300人 以上
業務の効率化や自動化	214	39.8%	26.2%	36.1%	45.3%	42.5%	45.3%	70.8%	57.1%
労働環境の改善	199	37.0%	27.8%	33.3%	39.6%	44.2%	54.7%	20.8%	28.6%
福利厚生や休暇の充実を含めた健康経営	119	22.1%	12.7%	21.3%	24.5%	20.4%	32.1%	41.7%	42.9%
ジョブ型雇用など新しい雇用形態の導入	29	5.4%							
給与の改善	218	40.5%	17.5%	43.5%	32.1%	38.9%	54.7%	41.7%	57.1%
外注とパートタイムの活用	115	21.4%	24.6%	21.3%	20.8%	17.7%	13.2%	0.0%	28.6%
新たな採用チャネルの活用	64	11.9%							
教育とトレーニングの充実	43	8.0%							
その他	8	1.5%							
無回答	55	10.2%							
合計	1064	197.8%							

①給与の改善	40.5%
②業務の効率化や自動化	39.8%
③労働環境の改善	37.0%
④福利厚生や休暇の充実を含めた健康経営	22.1%
⑤外注とパートタイムの活用	21.4%

- 「給与の改善」が40.5%と最も多く、「業務の効率化や自動化」39.8%「労働環境の改善」37.0%「福利厚生や休暇の充実を含めた健康経営」22.1%「外注とパートタイムの活用」21.4%の順に多くなっている。
- 従業員規模別に見た場合、上位4項目については、企業規模が大きい企業ほど割合が多い傾向にある。
- 「外注とパートタイムの活用」については、企業規模が小さい企業ほど割合が多い傾向にある。

◆関連施策

【V：その他支援施策】

- ③生産現場自動化推進プロジェクト事業
- ③7中小企業設備投資支援事業
- ③8生産性向上支援事業
- ④0DX／IT導入推進事業

【産業総務課】

- 中小企業診断士による経営相談事業

2.1. 過去12ヶ月間、原材料や生産コストの増加による価格転嫁の状況と顧客の反応

	回答数	割合	4人 以下	5-9 人	10-19 人	20-49 人	50-99 人	100- 299人	300人 以上
価格転嫁済み	402	74.7%	65.9%	75.9%	76.4%	77.9%	79.2%	79.2%	85.7%
顧客先に交渉をしたが、 受け入れられなかった	40	7.4%	21.4%	19.4%	18.9%	13.3%	7.5%	8.3%	14.3%
顧客先に反対され、価格転 嫁できていない	11	2.0%							
顧客先へ交渉したところ、 他社へ切り替えられた	19	3.5%							
その他 → 多くの企業が 「交渉中」と回答	23	4.3%							
現在のところ価格転嫁の 必要性を感じていない	21	3.9%							
無回答	22	4.1%							
合計	538	100.0%							

- 「価格転嫁済み」が74.7%と最も多い。
- 一方、交渉中を含め「価格転嫁できていない企業」が17.2%存在。
- 従業員規模別に見ると、企業規模が小さい企業ほど「価格転嫁できていない企業」の割合が高い。

◆関連施策

【Ⅰ：高付加価値化】

- ⑤高付加価値化促進事業
- ⑦産業財産権活用支援事業

【Ⅱ：人材の育成・確保、事業承継の促進】

- ⑫ビジネスセミナー開催事業（価格転嫁をテーマに開催）
 - ・価格交渉の交渉術・交渉のための資料作成ワークショップなど

【Ⅳ販路開拓】

- ⑳東大阪ブランド推進事業

2 1 - 1. 価格転嫁の割合

	5%未満	5-10%未満	10-20%未満	20%以上	無回答	合計
回答数	72	137	68	107	18	402
割合	17.9%	34.1%	16.9%	26.6%	4.5%	100.0%

①5-10%未満	34.1%
②20%以上	26.6%
③5%未満	17.9%
④10-20%未満	16.9%

2 2. 価格転嫁後の利益への影響

	増加	変化なし	減少	無回答	合計
回答数	86	238	67	11	402
割合	21.4%	59.2%	16.7%	2.7%	100.0%

①変化なし	59.2%
②増加	21.4%
③減少	16.7%

- 価格転嫁の割合については、「5-10%未満」34.1% が最も多く、続いて「20%以上」26.6%となっている。
- 価格転嫁後の利益への影響については、「変化なし」が59.2%と最も多く、「増加」が21.4%となっている。

2 3. 費目別の対応状況について

	①材料費		②エネルギー		③労務費・賃上げ	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
十分対応できている	117	29.1%	69	17.2%	64	15.9%
一部対応できている	247	61.4%	200	49.8%	215	53.5%
対応できていない	27	6.7%	105	26.1%	108	26.9%
対応方法が分からない	6	1.5%	18	4.5%	5	1.2%
無回答	5	1.2%	10	2.5%	10	2.5%
合計	402	100.0%	402	100.0%	402	100.0%

- 「材料費」については、9割を超える企業が一定対応できている
- 一方、「エネルギー」「労務費・賃上げ」については、「十分対応できている企業」が2割以下に留まり、「対応できていない企業」がそれぞれ26%存在する。

> 2 4. 「価格転嫁できた要因」(自由回答) については、2 5 ページへ。

> 2 4. 「価格転嫁できていない要因」(自由回答) については、2 6 ページへ。

◆関連施策

【Ⅱ：人材の育成・確保、事業承継の促進】

⑫ビジネスセミナー開催事業（価格転嫁をテーマに開催）

- ・価格交渉の交渉術・交渉のための資料作成ワークショップなど

25. 生産性の向上に向けた取り組み状況

	回答数	割合	4人 以下	5-9 人	10-19 人	20-49 人	50-99 人	100- 299人	300人 以上
十分対応できている	43	8.0%	8.7%	10.2%	5.7%	9.7%	5.7%	4.2%	0.0%
一部対応できている	334	62.1%	42.9%	59.3%	68.9%	67.3%	79.2%	75.0%	85.7%
対応できていない	116	21.6%	27.8%	22.2%	22.6%	17.7%	13.2%	20.8%	14.3%
対応方法が分からない	12	2.2%							
必要性を感じていない	20	3.7%							
無回答	13	2.4%							
合計	538	100.0%							

①一部対応できている	62.1%
②対応できていない	21.6%

- 生産性の向上に向けた取り組み状況について、「一部対応できている」が62.1%と最も多く、「十分対応できている」8.0%を加えると約7割の企業が何らかの対応を始めている。
- 従業員規模別に見ると、従業員数が多い企業ほど対応を始めている傾向。
- 一方で、「対応できていない」21.6%、「対応方法が分からない」2.2%と2割を超える企業が取り組めていない。

26. 生産性の向上に資する方法・取り組みについて、効果が高いもの（3つまで選択）

	回答数	割合	4人 以下	5-9 人	10-19 人	20-49 人	50-99 人	100- 299人	300人 以上
5S活動など業務改善活動	128	23.8%	9.5%	16.7%	24.5%	34.5%	39.6%	41.7%	14.3%
デジタルツールの活用	133	24.7%	19.8%	22.2%	19.8%	29.2%	32.1%	33.3%	57.1%
設備やロボット導入による自動化	155	28.8%	19.8%	22.2%	30.2%	27.4%	41.5%	62.5%	85.7%
品質管理の強化	160	29.7%	34.1%	30.6%	23.6%	32.7%	30.2%	20.8%	14.3%
従業員のスキル向上	294	54.6%	40.5%	62.0%	66.0%	56.6%	54.7%	41.7%	42.9%
生産プロセスの効率化	139	25.8%	24.6%	25.0%	27.4%	25.7%	24.5%	20.8%	42.9%
その他	5	0.9%							
無回答	38	7.1%							
合計	1052	195.5%							

①従業員のスキル向上	54.6%
②品質管理の強化	29.7%
③設備やロボット導入による自動化	28.8%
④生産プロセスの効率化	25.8%
⑤デジタルツールの活用	24.7%
⑥5S活動など業務改善活動	23.8%

- 生産性の向上に資する方法・取り組みについて、効果が高いものとしては、「従業員のスキル向上」が54.6%と最も多く、「品質管理の強化」「設備やロボット導入による自動化」「生産プロセスの効率化」「デジタルツールの活用」「5S活動など業務改善活動」と続く。
- 従業員規模別にみると、「デジタルツールの活用」「設備やロボット導入による自動化」については、企業規模が大きい企業ほど割合が多い。
- 一方で、「従業員のスキル」については、企業規模が小さい企業ほど割合が多い。

> 27. 「生産性の向上に取り組めていない主な要因」（自由回答）については、28ページへ

◆関連施策

【Ⅱ：人材の育成・確保、事業承継の促進】

⑫ビジネスセミナー開催事業

・テーマ：「生産性の向上」「業務改善活動」「ITスキルの向上」など

【Ⅴ：その他】

⑤生産現場自動化推進プロジェクト事業

⑦中小企業設備投資支援事業

⑧生産性向上支援事業

④DX／IT導入推進事業

28. 海外企業との取引

	回答数	割合	
直接取引している	91	16.9%	①必要性を感じていない 42.8%
間接的に取引している	114	21.2%	②間接的に取引している 21.2%
必要性を感じているが、取引には至っていない	80	14.9%	
必要性を感じていない	230	42.8%	
無回答	23	4.3%	
合計	538	100.0%	

●「間接的に取引している」21.2%、「直接取引している」16.9%と約4割の企業が海外とビジネスを行っている。

●一方で「必要性を感じていない」が42.8%と最も多い。

●また「必要性を感じているが、取引には至っていない」企業が14.9%存在。

◆関連施策

【Ⅱ：人材の育成・確保、事業承継の促進】

⑫ビジネスセミナー開催事業

テーマ：「海外市場の可能性」など

【Ⅳ：販路開拓】

⑳包括連携協定・業務提携

日本貿易振興機構や中小機構のサービスの活用促進。日本貿易振興機構との連携セミナーなど。

㉑モノづくりワンストップ推進事業

東大阪市産業創造勤労者支援機構の海外販路開拓コーディネーターによる相談体制

㉒展示会出展支援事業

29. 海外での拠点設立

	回答数	割合
設立済み	47	8.7%
設立の計画がある	17	3.2%
必要性を感じていない	441	82.0%
無回答	33	6.1%
合計	538	100.0%

●「必要性を感じていない」が82.0%と最も多い。

●「設立の計画がある」企業が3.2%存在。

30. SDGs（持続可能な社会）の17の開発目標に係る取り組み

	回答数	割合
目標にひもづいた取り組みを進めており、対外的にも明言・発信している	68	12.6%
目標にひもづいた取り組みを進めているが、対外的には発信していない	123	22.9%
目標とその内容について認識はあるが、取り組み方法がわからない	147	27.3%
目標とその内容について認識していない	59	11.0%
取り組む必要性を感じていない	96	17.8%
その他	6	1.1%
無回答	39	7.2%
合計	538	100.0%

- 「目標にひもづいた取り組みを進めており、対外的にも明言・発信している」企業は12.6%に留まる。
- 「目標とその内容について認識はあるが、取り組み方法がわからない」が27.3%と最も多く、また「目標にひもづいた取り組みを進めているが、対外的には発信していない」が22.9%と続いている。

◆関連施策

【Ⅱ：人材の育成・確保、事業承継の促進】

⑫ビジネスセミナー開催事業

31. SDGs（持続可能な社会）へ取り組む目的や効果につながった事例（複数選択可）

	回答数	割合
企業イメージの向上・マスコミ等への露出	63	14.3%
人材の獲得と定着	37	8.4%
融資の際、有利になる	11	2.5%
取引先の継続受注	69	15.6%
顧客開拓の際のアピールポイント	56	12.7%
新たなビジネスチャンスの創出	42	9.5%
製造プロセスの効率が上がり、コスト削減につながる	27	6.1%
規制等への適合性の向上	30	6.8%
地域社会への貢献	56	12.7%
特になし	151	34.2%
その他	4	0.9%
無回答	115	26.0%
合計	661	149.5%

- 「特になし」が34.2%と最も多い。
- メリットを感じている内容について、大きく2つに分類できる。
 - ①売り上げへの影響：「取引先の継続受注」15.6% 「顧客開拓の際のアピールポイント」12.7%
 - ②企業イメージへの影響：「企業イメージの向上・マスコミ等への露出」14.3% 「地域社会への貢献」12.7%

東大阪市の産業振興施策について

3 2. 国や自治体等支援機関の施策情報の入手手段（複数選択可）

	回答数	割合
東大阪商工月報	335	62.3%
東大阪市中心企業だより（メール・東大阪公式 LINE）	139	25.8%
東大阪市技術交流プラザのメールマガジン	84	15.6%
東大阪商工会議所のメールマガジン	118	21.9%
東大阪市産業創造勤労者支援機構のメールマガジン	43	8.0%
大阪府（モビオ）・大阪産業局のメールマガジン	94	17.5%
中小機構のメールマガジン	58	10.8%
つながりのある企業からの口コミ	143	26.6%
業界団体や組合への参加	81	15.1%
金融機関、税理士等からの情報提供	199	37.0%
情報提供イベントやセミナーの参加	40	7.4%
市役所のホームページ	32	5.9%
経済産業省（近畿経済産業局）のホームページ	69	12.8%
その他	15	2.8%
無回答	23	4.3%
合計	1473	273.8%

①東大阪商工月報	62.3%
②金融機関、税理士等からの情報提供	37.0%
③つながりのある企業からの口コミ	26.6%
④東大阪市中心企業だより（メール・東大阪公式 LINE）	25.8%
⑤東大阪商工会議所のメールマガジン	21.9%
⑥大阪府（モビオ）・大阪産業局のメールマガジン	17.5%
⑦東大阪市技術交流プラザのメールマガジン	15.6%

- 「東大阪商工月報」が 62.3%と最も多く、続いて「金融機関、税理士等からの情報提供」37.0%、「つながりのある企業からの口コミ」26.6%と多い。

◆関連施策

【Ⅳ：販路開拓支援】

②東大阪市技術交流プラザ

市内企業向けのメルマガサービス

⑨モノづくりワンストップ推進事業

販路開拓コーディネーターによる企業訪問

【考ええる対策】

- 「東大阪商工月報」：最も有効的な広報ツールとして活用に向け東大阪商工会議所と要協議
- 金融機関や土業を通じたアプローチのため、業界団体等と関係を構築、強化
- 異業種交流連絡協議会など市内グループへの広報を強化
- 市の各種事業において接点のある企業への広報を強化

【産業総務課・広報課】

○中小企業だより／東大阪公式 LINE

33. 事業を拡大、スムーズに進めるために希望する連携先、職種（複数選択可）

	中小企業 診断士	公認会計士	税理士	弁護士	弁理士	マーケティングの専門家	営業コンサル タント
回答数	54	36	106	34	17	36	51
割合	10.0%	6.7%	19.7%	6.3%	3.2%	6.7%	9.5%
	ITコンサル タント	デザイナー・ クリエイター	人材開発の 専門家	国際貿易の 専門家	労働安全衛生 の専門家	大学等	大企業
回答数	24	33	29	9	12	35	46
割合	4.5%	6.1%	5.4%	1.7%	2.2%	6.5%	8.6%
	中小企業	スタートアッ プ企業	海外企業	行政・公的 支援機関	特になし	その他	無回答
回答数	92	16	21	69	176	4	57
割合	17.1%	3.0%	3.9%	12.8%	32.7%	0.7%	10.6%

①特になし	32.7%
②税理士	19.7%
③中小企業	17.1%
④行政・公的機関	12.8%
⑤中小企業診断士	10.0%

- 「税理士」が19.7%と最も多く、続いて、「中小企業」17.1%、「行政・公的支援機関」12.8%、「中小企業診断士」10.0%となっている。
- 税理士や中小企業診断士など専門家による経営アドバイス、また、企業規模が近い企業（中小企業同士）とのつながりにニーズがある。

◆関連施策

【Ⅰ：高付加価値化】

④産学官金連携事業

【Ⅲ：操業環境の維持・確保】

⑰（公財）東大阪市産業創造勤労者支援機構

⑱東大阪市立産業技術支援センター

⑳モノづくり企業ネットワーク構築事業

㉑中小企業研究交流センター事業

【産業総務課】

○中小企業診断士による経営相談事業

> 34. 「東大阪市への産業振興施策への要望」（自由回答）については、30ページへ

19. 人材不足を解消できない主な要因

【要 約】

人材不足の要因に係る回答について、主に以下の5つの視点から問題点を分類。
これらの要因は複合的に影響しており、困難な状況がうかがえる。

1. 人的要因

最も多かった意見が、「応募者自体が無い、少ない」こと。求人を行っても応募が集まらず、応募があったとしても、企業が望むスキルを持つ人材は少ない。また、若年層の定着率が低いため、雇用維持も難しい状況。

2. 人材育成の遅れ

人材育成の体制が整っていないため、採用した人材が必要なスキルを十分に習得するまでに時間がかかり、成長前に退職してしまうケースが多い。企業内の教育プログラムが十分に整っておらず、技術の継承が進まず、そのことがさらに業務の非効率化や人材流出の要因となっている。

3. 資金的な制約

資金不足による賃金面の弱さが、他社や他の業界に比べて競争力の低さにつながっている。人材紹介サービスに係る費用や賃金水準の維持が難しく、特に若年層の人材確保困につながっている。最低賃金を引き上げる対応や既存社員との給与バランスなども難しい面があり、資金的な制約が採用面の課題をより深刻化させていると言える。

4. 社会的背景

製造業全体に対する若年層の関心が低くなっており、若い世代の製造業離れが進んでいる。モノづくりの魅力が認識されにくいことや SNS を通じたネガティブな印象が、製造業全体への敬遠につながっている。また、若年層の人口減少や大手志向の強まりが、中小企業の人材確保を一層困難にしている。

5. 労働条件・職場環境

労働条件について、給与や福利厚生、休日日数の少なさといった面で大手企業と比較すると劣る場合が多い。加えて、夜勤や製造現場の職場環境も、若年層には敬遠されがちである。キャリアパスや昇進制度も不十分なため、長期的にキャリアを積む魅力が弱い点も要因となっている。

6. その他の要因

採用活動の不足や PR 力の弱さも影響している。専任の採用担当が不在で、代表者が対応せざるを得ないことから、積極的な採用活動に充てる時間や資源が不足している現状が見受けられる。

【主な意見】

1. 人的要因

- ・応募不足・人材不足
- ・募集しても応募が少ない、希望人材が来ない。
- ・中小企業や製造業では特に人材が集まらない。
- ・応募があってもスキルやレベルが低すぎる。
- ・新卒・中途採用ともに困難で、マッチングが難しい。
- ・離職率の高さ
- ・若い人材の離職が多く、定着率が低い。
- ・入社後に長続きせず、すぐに辞めてしまうケースが多い。

2. 人材育成

- ・育成不足・技術習得の難しさ
- ・人材育成が進まず、技術習得に時間がかかるため辞めてしまう。
- ・教育プログラムや育成体制が不足している。

3. 資金的要因

- ・資金不足・給与の競争力
- ・売上の不安定や資金不足で新人に高い賃金を提示できない。
- ・最低賃金の上昇に対応できず、既存社員との給与バランスが取れない。
- ・人材紹介などに高い費用がかかるため採用に踏み切れない。

4. 社会的背景

- ・業界全体の人材不足
- ・製造業に対する若者の関心が低く、モノづくりへの興味が薄れている。
- ・SNS などでの風評被害により、製造業が敬遠されている。
- ・人口減少による若年層の母数の減少。
- ・大企業志向が強く、中小企業や製造業に人材が回らない。

5. 労働条件・職場環境

- ・条件面の弱さ
- ・給与面や福利厚生が他社と比べて劣っている。
- ・夜勤や休日出勤、24 時間稼働などの労働環境が若者に敬遠されている。
- ・休日日数が少なく、労働環境が悪い。
- ・明確なキャリアパスや昇進制度が整っていない。
- ・競争力の低下
- ・大企業や他業界に人材を奪われ、競争できる魅力を提供できない。

6. その他

- ・採用活動の不足
- ・採用活動が活発でなく、会社の PR 力が不足している。
- ・人材採用に関する専任担当がいらない、代表者が対応しているため余裕がない。

24. 価格転嫁できた要因

【要 約】

1. 取引先との信頼関係と理解

長年の信頼関係がある取引先や顧客に対して、材料費や人件費の上昇といった背景を理解してもらい、価格転嫁が受け入れられやすくなった。

2. エビデンスに基づく透明な交渉

材料費や原価の高騰を示す見積書やコスト上昇の具体的なデータを提示し、透明性を保った交渉により、顧客の理解を得ることができた。

3. 国や業界の動向

国の指導や業界全体での値上げの動きが後押しとなり、取引先が価格転嫁を受け入れやすくなった。特に、大手企業に対しては行政の指導もあり、交渉がしやすくなった背景がある。

4. 商品ごとの見積もりによる価格調整

オーダーメイド品やリピート品ごとに見積もりを調整し、材料費や加工費の変動を反映させた価格提示を行うことで、価格転嫁を図った。

5. 独自技術やブランドの強み

自社の独自技術やブランドの強みを活かし、競合が少ない商品で価格を調整した。自社ブランド製品に対して定価を引き上げるなど、ブランド力を活用した。

【主な意見】

1. 取引先や顧客の理解と信頼関係

- ・長年の信頼関係があり、取引先や顧客が材料費や原価高騰を理解してくれた。
- ・社会全体や業界での値上げの流れに沿って、取引先が応じやすくなった。
- ・顧客は人件費や光熱費の上昇など、コスト増加の背景を理解している。

2. エビデンスの提示と透明な交渉

- ・材料費や原価の高騰に関する見積書や明細を提示し、信頼性の高い資料を基に交渉した。
- ・価格転嫁にあたっては、透明性の高い資料やデータを提示し、理解を得ることができた。

3. 国や業界の動向

- ・国の指導や業界全体での値上げの動きにより、取引先が価格転嫁を受け入れやすくなった。
- ・大手企業に対しては、行政の指導があり、交渉がしやすくなった。

4. 商品ごとの見積もりによる価格調整

- ・オーダーメイドや受注生産品など、商品ごとに見積もりを出すことで、価格転嫁がしやすかった。
- ・リピート品については、材料費や加工費の上昇を反映した見積もりを提出し、調整できた。

5. 独自技術やブランドの活用

- ・独自の技術を持つことで価格転嫁が容易になり、自社ブランド商品に対しては定価を上げることで調整できた。
- ・比較される他社が少ないため、自社ブランドの製品で価格転嫁が受け入れられた。

24. 価格転嫁ができていない要因

【要 約】

1. 取引先や顧客の拒否

取引先や顧客から値上げの理解が得られず、力関係や過去の値下げが影響し、価格転嫁が難しい状況。

2. 厳しい競争環境

他社との激しい価格競争の中で、値上げすると受注を失うリスクがある。

3. コスト増加の説明が不足

材料費や光熱費の上昇を説明する資料が十分でなく、コスト増加の理由を説得できない。また、転嫁後すぐにコストが再上昇し、追いつかないケースもある。

4. 業界特有の課題

大手企業の購買方針や取引慣習があり、親会社との関係性など急な原材料高騰にも対応してもらえない。

5. その他の要因

具体的な資料の提供不足や顧客側の経営状況悪化など。

【主な意見】

1. 取引先・顧客の拒否や力関係

- ・取引先や顧客が値上げを受け入れない、または理解が得られない。
- ・客先との力関係や営業担当者が提案しづらい状況がある。
- ・コロナ禍で値段を下げたことが影響し、その後の値上げが難しくなっている。
- ・一度値上げした後、再度の値上げを提案しにくい。

2. 競争環境の厳しさ

- ・価格競争が激しく、他社との競争や相見積もりのため価格転嫁が難しい。
- ・他社に比べて製品価格が高い、または業界が低迷しており値上げが受け入れられない。
- ・価格転嫁するとライバル企業に負けて受注を失うリスクがある。

3. コスト増加への対応の困難さ

- ・材料費、光熱費、人件費、物流費などが上昇しているが、そのコストを顧客に十分に説明する資料や説得材料が不足している。
- ・副資材（電気、油、ガソリン）の値上げや人件費の上昇を理由にした価格転嫁が困難。
- ・価格転嫁を行った後にすぐにコストが再度上昇し、追いつけないケースもある。

4. 業界特有の課題

- ・取引先の購買方針や大手企業の拒否、大手流通企業が数年にわたって値上げを受け入れない。
- ・原材料価格の急激な変動、特に金属材料やエネルギー価格の高騰に対応が遅れている。
- ・親企業や大手顧客との関係が優先され、価格転嫁が難しい。

5. その他の要因

- ・価格を算定するための具体的な根拠や資料が不足している。
- ・市場低迷や顧客の経営状況が厳しいため、交渉が困難。
- ・取引件数が多く、売上が少ない取引先が後回しになり、対応が遅れている。

27. 生産性の向上に取り組めていない主な要因

【要 約】

1. 資金不足

売上や受注の減少で資金が不足し、設備投資や人材確保が難しい状況。

2. 高齢化と人材不足

指導できるスタッフが不足しており、教育体制も整わないため、機械の稼働率が下がってしまう。

3. 固定観念と意識改革の難しさ

従業員が旧来の方法や固定観念に固執し、変化に対して消極的である。

また、コンサルタントの導入も高額で難しい。

4. 設備の問題

老朽化した設備やスペースが不足しており、十分な自動化、省人化に対応できない。また、導入コストとその後の仕事量が見合わないリスクもある。

5. IT 知識の不足

デジタル技術や IT ツールの活用方法について知識が不足している。またそうした人材が不在。

【主な意見】

1. 資金的要因

- ・売上や受注量の減少による資金不足
- ・設備投資に必要な資金が不足
- ・人材不足・指導者不在

2. 高齢化や人材不足

- ・指導者や対応スタッフがいらない
- ・教育の不足、人手不足による機械稼働率の低下

3. 意識改革・固定概念

- ・従業員の旧来手法や固定観念への固執
- ・変化を嫌う雰囲気
- ・コンサルタントの費用が高額で導入しにくい

4. 設備関係

- ・設備の老朽化や導入スペースの不足
- ・自動化や省人化が困難
- ・設備投資に見合う仕事量がない

5. IT 等知識不足

- ・ IT やデジタルツールの知識不足
- ・ デジタル活用の方法が分からない
- ・ 知識や業務量に偏りがある

6. その他

- ・ 発注数量の少なさや日常業務に追われる状況
- ・ 技術継承の難しさ
- ・ リソース不足や事例の乏しさ
- ・ 半受注生産のため

34. 東大阪市への産業振興施策への要望

【主な回答】

1. 補助金関連

- ・助成期間の延長：常設展示場出展支援助成金の助成期間を2年から10年に延長希望。
- ・手続きの簡素化：補助金の申請手続きが複雑で申し込みづらい。手続きをスムーズにしてほしい。
- ・助成金情報の提供：利用可能な補助金を見つけて提示してほしい。知らない助成金が多い。
- ・設備更新支援：設備更新に対する補助金の拡充が必要。特に中古設備の対象化を希望。
- ・補助金上限額の引き上げ：物価高騰に伴い、補助金上限額の引き上げを求める。
- ・自由度の拡大：設備導入補助金の自由度を広げてほしい。
- ・業種の偏り：補助金が特定の業種（例：金属加工、プラスチック加工）に偏重している印象がある。

2. 住工・工場用地関連

- ・権利主張の問題：近隣住民の権利主張による工場運営の困難。工場用地の確保が必要。
- ・工業団地の設立：中小零細企業向けの工業団地の設立を希望。
- ・用途地域の変更：準工業地域から住居地域への変更を避ける施策が必要。
- ・特例建て替えの検討：第1種住居地域の工場の特例建て替えを認めてほしい。

3. 人材面・働き方改革

- ・若者の意識低下：20代の若者の仕事への意識が低下しているため、教育プログラムの必要性。
- ・製造業のPR強化：東大阪の製造業をアピールする施策が必要。
- ・求人サポートの強化：求人に関するサポートを強化してほしい。

4. 税制面

- ・事業所税の廃止：事業所税の廃止を求める声。
- ・企業への補助：企業にも目に見える形での補助を希望。

5. 販路開拓

- ・顧客紹介の希望：得意先を紹介してほしい。
- ・常設展示スペースの設置：東大阪の製造業技術を紹介するスペースの設置を希望。
- ・PR活動の強化：国内外への技術PR活動を行う媒体を求める。

6. 情報提供

- ・情報提供の明確化：各事業職種別により詳しい情報提供を希望。
- ・市役所の情報発信の改善：市役所のホームページがわかりにくい。

7. その他

- ・行政の主導強化：産業発展のための行政主導の支援が必要。
- ・交通インフラの整備：駐車場や公共交通機関の整備を求める。

令和6年度 東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査

本調査は東大阪市が実施する調査です（委託先：東大阪商工会議所）。今後の産業振興施策の策定等に活用いたしますので、皆様のお声をお聞かせください。

事業所名		代表者役職		代表者名	
記入者名		TEL		FAX	
所属・役職		Mail			

会社概要について

1	設立年（個人は開業年）	西暦 _____ 年			
2	経営者の年齢	☐ 1. 29歳以下 ☐ 2. 30代 ☐ 3. 40代 ☐ 4. 50代 ☐ 5. 60代 ☐ 6. 70代 ☐ 7. 80歳以上			
3	経営者の世代	☐ 1. 1代目（創業者） ☐ 2. 2代目 ☐ 3. 3代目以降			
4	資本金（または出資金）	☐ 1. 1000万円未満 ☐ 2. 1000～5000万円未満 ☐ 3. 5000万円～1億円未満 ☐ 4. 1～3億円未満 ☐ 5. 3億円以上 ☐ 6. 資本金なし			
5	従業員数 （常時使用する従業員の数）	☐ 1. 4人以下 ☐ 2. 5-9人 ☐ 3. 10-19人 ☐ 4. 20-49人 ☐ 5. 50-99人 ☐ 6. 100-299人 ☐ 7. 300人以上			
6	業績 （前期から 今期の見込み）	売上高	前期実績 約 _____ 万円	前々期実績 約 _____ 万円	
		受 注 量	受注単価	営業利益	
		☐ 増加 ☐ 横ばい ☐ 減少	☐ 増加 ☐ 横ばい ☐ 減少	☐ 増加 ☐ 横ばい ☐ 減少	
7	主な業種 （主要なものを1つ選択）	☐ 1. 飲・食料品 ☐ 2. 繊維製品 ☐ 3. 木製品 ☐ 4. 家 具 ☐ 5. 紙・紙製品 ☐ 6. 印 刷 ☐ 7. 化 学 ☐ 8. プラスチック ☐ 9. ゴム製品 ☐ 10. 皮革製品 ☐ 11. 窯 業 ☐ 12. 鉄 鋼 ☐ 13. 非鉄金属 ☐ 14. 金属製品 ☐ 15. はん用機械 ☐ 16. 生産用機械 ☐ 17. 業務用機械 ☐ 18. 電子部品 ☐ 19. 電気機械 ☐ 20. 情報通信機械 ☐ 21. 輸送用機械 ☐ 22. その他（ _____ ）			
8	保有技術 （主要なものを3つまで選択）	☐ 1. 製缶・溶接・鈑金 ☐ 2. プレス加工 ☐ 3. 鋳・鍛造 ☐ 4. 圧延・伸線 ☐ 5. 切削加工 ☐ 6. 研磨 ☐ 7. 放電・レーザー加工 ☐ 8. 熱処理 ☐ 9. 鍍金・表面処理 ☐ 10. 測定・検査 ☐ 11. 組立・仕上げ ☐ 12. 塗装 ☐ 13. ハンダ付け ☐ 14. 射出・押出成形 ☐ 15. 縫製 ☐ 16. その他（ _____ ）			

事業の現状について

9	自社の強み・弱み （各々3つまで数字を 記載してください）	A：強 み				B：弱 み			
		1. 品質管理	2. 短納期	3. 加工精度・技術力					
		4. 生産能力	5. 試作・開発力	6. 多品種少量生産					
		7. 人材育成・確保	8. 価格競争力	9. 販路開拓などの営業力					
		10. 情報収集力	11. 現場改善力	12. 多様な取引ネットワーク					
		13. 財務内容	14. 用途開発	15. その他（ _____ ）					

10	事業形態 （該当するものを全て選択）	☐ 1. 発注者の図面に基づき加工・生産 ☐ 2. 発注者の仕様に基づき、自社で設計、図面等を作成し、加工・生産 ☐ 3. 問屋や大手メーカー等の他社のブランドで販売 ☐ 4. 自社ブランドで製品等を企業へ販売（B to B） ☐ 5. 自社ブランドで製品等を消費者へ販売（B to C） ☐ 6. その他（ _____ ）
11	設備投資の計画はありますか （今後3年）	☐ 1. はい ☐ 2. いいえ ☐ 3. わからない
12	設備投資の主な目的 （該当するものを全て選択）	☐ 1. 生産性（力）の向上 ☐ 2. 品質向上 ☐ 3. コスト削減 ☐ 4. 外注の内製化 ☐ 5. 環境への配慮 ☐ 6. 新製品開発 ☐ 7. 老朽化対応 ☐ 8. その他（ _____ ）
13	東大阪市内で操業する 優位性・良い点 （該当するものを全て選択）	☐ 1. 製造業が集積しており、加工依頼できる工場が多い ☐ 2. 経営者同士のネットワークが築きやすい ☐ 3. 物流・交通網が発達している ☐ 4. モノづくりのまちとしてのブランド力 ☐ 5. 都市部が近く従業員が集まりやすい（従業員の住環境） ☐ 6. 大学等教育機関が多く、産学連携の環境が整っている ☐ 7. 特になし ☐ 8. その他（ _____ ）
14	周辺企業とのつながり ①東大阪市内での取引先の有無と数 ②5年前と比較した増減 ③新しい企業とのつながりを求めますか	☐ 1. 有（約 _____ 社） ☐ 2. 無 ☐ 1. 増えている ☐ 2. 変化なし ☐ 3. 減っている ☐ 1. 求める ☐ 2. 求めない
15	3～5年先の事業の見通し （該当するものを全て選択）	☐ 1. 事業規模を拡大 ☐ 2. 事業規模を維持 ☐ 3. 事業規模を縮小 ☐ 4. 特定分野への注力 ☐ 5. 分社化 ☐ 6. 第二創業 ☐ 7. 工場移転 ☐ 8. 事業の譲渡 ☐ 9. 休業・廃業 ☐ 10. その他（ _____ ）
経営環境及び社会環境の変化に伴う「経営課題とその対応状況」について		
16	現在直面している課題 （該当するものを全て選択）	☐ 1. 売上・利益の減少 ☐ 2. 新規の顧客開拓 ☐ 3. 設備更新 ☐ 4. 人材不足 ☐ 5. 社内での人材育成 ☐ 6. 価格転嫁 ☐ 7. 生産性の向上 ☐ 8. 働き方改革への対応 ☐ 9. 事業承継 ☐ 10. 操業環境の悪化 ☐ 11. 新製品・技術の開発 ☐ 12. 資金繰り ☐ 13. 新たな事業柱の構築 ☒ 14. 脱炭素社会やSDGsへの対応 ☐ 15. 海外との取引 ☐ 16. その他（ _____ ）
【人材不足】		
17	人員の過不足について	☐ 1. かなり不足 ☐ 2. やや不足 ☐ 3. 適当→設問20へ ☐ 4. 過剰→設問20へ
18	こういった人材の不足を 感じていますか （該当するものを全て選択）	☐ 1. 経営者の補佐、後継者候補となるマネジメント人材 ☐ 2. 生産や加工等のための技能人材 ☐ 3. 新製品等開発のための研究開発人材 ☐ 4. 新規顧客開拓等のための営業人材 ☐ 5. 新分野への参入、新事業の立ち上げ等マーケティング人材 ☐ 6. その他（ _____ ）
19	人材不足を解消できない 主な要因（自由記述）	

●横軸：市内企業の主な課題・弱み（設問9・14・16から記載）

●縦軸：支援施策のカテゴリ

●表内：該当するモノづくり支援室支援施策を記載

事業柱	I：高付加価値化	II：モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進	III：操業環境の維持・確保	IV：販路開拓支援	V：その他支援		
	新製品・技術の開発 新たな事業柱の構築	人材不足 人材育成・確保 働き方改革への対応 事業承継	操業環境の悪化 （住工共生）	売上・利益の減少 新規の顧客開拓・営業力 価格転嫁 価格競争力 海外との取引	設備投資・更新 生産性の向上	脱炭素社会への対応 SDGs への対応	ネットワーキング 周辺企業とのつながり
補助金	③医工連携プロジェクト創出事業 ⑤高付加価値化促進事業 （製品開発） ⑥創業促進インキュベーション 支援事業 ⑦産業財産権活用支援事業		⑯住工共生のまちづくり事業 ・工場移転支援補助金 ・相隣環境対策支援補助金 ・事業用地継承支援対策補助金 ・住工共生まちづくり立地促進補助金 ・住工共生まちづくり活動支援補助金	⑩展示会出展支援事業 ⑪クリエイションコア常設展示場 出展支援事業	⑦中小企業設備投資 支援事業	⑧大阪・関西万博参画 支援事業	⑤高付加価値化 促進事業 （経営力向上）
ビジネスマッチング など機会提供	②高付加価値新製品開発事業 ③医工連携プロジェクト創出事業 ④産学官産連携事業		②モノづくり企業ネットワーク構築事業	⑫中小企業研究交流センター事業 ⑬産業振興PR事業 ⑭東大阪市技術交流プラザ ⑮東大阪ブランド推進事業 ⑯包括連携協定・業務提携 （JETRO・伊藤忠商事など） ⑰モノづくりワンストップ推進事業 ⑱専門見本市等共同出展事業 ⑲テクノメッセ東大阪開催事業 ⑳ラグビーグッズ販売促進事業	④DX／IT導入支援 事業（展示会）	⑧大阪・関西万博参画 支援事業	⑦東大阪ブランド 推進事業
セミナー イベント 体験		⑧モノづくり開発研究会支援事業 ⑨モノづくり教育支援事業 ⑩少年少女発明クラブ補助金 ⑪モノづくり体験塾 ⑫ビジネスセミナー開催事業 ⑬事業承継総合支援事業 ⑭インターンシップ支援事業 ※労働雇用政策室事業あり	⑮オープンファクトリー ⑯中小企業研究交流センター事業 ⑰工業振興月間事業 ⑱異業種交流連絡協議会事業		⑬生産性向上支援事業 ④DX／IT導入支援 事業	⑨中小企業脱炭素 推進事業	⑮オープンファクトリー ⑯モノづくり企業ネット ワーク構築事業 ⑱異業種交流連絡協議会 事業
相談 専門家派遣	①東大阪デザインプロジェクト事業 ③医工連携プロジェクト創出事業	⑬事業承継総合支援事業 ※労働雇用政策室事業あり		⑯包括連携協定・業務提携 （大阪大学・大阪歯科大など） ⑰モノづくりワンストップ推進事業	⑬生産現場自動化推進 プロジェクト事業 ⑬生産性向上支援事業		

モノづくり支援室の支援施策

資料3

都市魅力産業スポーツ部 モノづくり支援室

予算、決算は千円単位

I. 高付加価値化に向けた支援の強化

新製品、新技術開発への支援や医療等の成長分野への参入支援、産学官金連携支援などを総合的に講じることにより、市内モノづくり企業の生産性の向上とともに更なる高付加価値化を促進する。

1. 東大阪デザインプロジェクト事業

R5 予算 2,400 R5 決算見込 2,400

平成 22 年度より事業開始。世界で高く評価される工業デザイナー喜多俊之氏を本市デザインクリエイティブアドバイザーとして迎え、市内企業にデザインの重要性の啓発や指導を行うもの。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	①セミナー ②個別相談	①3 回開催／23 社参加 ②4 社
R 5	①セミナー ②個別相談	①2 回開催／17 社参加 ②2 社

2. 高付加価値新製品開発支援事業

R5 予算 12,152 R5 決算見込 12,152

市内企業とデザイナーとのマッチング機会を創出し、下請加工や部品製造業から最終製品製造業移行を目指した製品開発支援。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 3	公募と企業選定	応募 6 社
R 4	デザイナーとのマッチング、製品開発	4 社
R 5	製品発表	3 社

3. 医工連携プロジェクト創出事業

R5 予算 11,222 R5 決算見込 11,222

市内企業の高い技術力やネットワークを活かした医療機器や関連周辺器具の開発を支援する。また、市内モノづくり企業の医療・健康・介護分野への参入促進を図る。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	医療機器関連相談案件数	69 件
R 5	医療機器関連相談案件数	54 件

4. 産学官金連携事業

大学や金融機関など、異分野の組織と協働して、新しい技術や商品、サービス、ビジネスモデルなどの創出を通じて、地域経済や地域社会の発展を促進する。市では、双方のマッチング機会を創出し、開発製品の P R を実施。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	学生とのマッチング件数	3 件
R 5	学生とのマッチング件数	4 件



相談



マッチング



補助金



体験



調査



セミナー



P R

5. 高付加価値化促進事業（モノづくり支援補助事業）



R5 予算 4,302 R5 決算見込 4,302

市内中小企業者又は市内中小企業者 2 社以上が共同して行う新たな技術の研究や新製品の開発に向けた取り組み及び市内中小企業を中心に構成する企業グループが行う経営力の向上に資する調査研究や講習会の開催に対して助成金を交付する。実施主体は東大阪市産業創造勤労者支援機構。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	助成金交付件数	11 件
R 5	助成金交付件数	9 件

6. 創業促進インキュベーション支援事業（モノづくり支援補助事業）



R5 予算 9,789 R5 決算見込 9,789

（独）中小企業基盤整備機構の公的貸借施設「クリエイション・コア東大阪」のインキュベートルームに入居した者のうち本市の工業集積等を活用して新製品・新技術の開発や新事業の創出を図る中小企業者等に対して、入居にかかる賃借料の一部を助成する事により本市内における創業を促すもの。実施主体は東大阪市産業創造勤労者支援機構。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	助成金交付件数	14 室
R 5	助成金交付件数	12 室

7. 産業財産権活用支援事業（モノづくり支援補助事業）



R5 予算 300 R5 決算見込 300

特許法（昭和 34 年 4 月 13 日法律第 121 号）に規定されている特許権の国内での取得費用に対して助成金を交付することで、市内製造業の開発した新技術・新製品に関する産業財産権の保護及び権利化を促進させ、競争力強化及び事業活動の振興を図るもの。実施主体は東大阪市産業創造勤労者支援機構。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	助成金交付件数	3 件
R 5	助成金交付件数	1 件



II. モノづくり人材の育成・確保、事業承継の促進

小～大学生の若年層向けモノづくり体験学習や、現役の技術者に向けた技能向上セミナー、円滑な事業承継に向けた支援事業などを通じ、幅広い世代においてモノづくり人材の育成、確保を目指す。

8. モノづくり開発研究会支援事業



R5 予算 350 R5 決算見込 350

厳しい競争環境の中で中小企業が活力を維持・向上していくための一助として、基盤技術強化・新技術開発・新分野進出、並びに人材育成等の支援に取り組む。(地独)大阪産業技術研究所などの支援機関の協力を得ながら、測定機器の利用技術を含む実習とテーマに即した講義と組み合わせて開催している。

年度	実績 (R5 は 1 月末現在)	
R 4	プログラム受講生数	23 名
R 5	プログラム受講生数	17 名

9. モノづくり教育支援事業



R5 予算 5,800 R5 決算見込 5,800

将来の東大阪を担う人材の育成を図るもの。市内の小学校 3 年生～6 年生を対象に総合体験学習の一環としてモノづくり体験教室を行っている。市内企業の協力を得て、小学校へモノづくり学習の講師派遣を行っている。

年度	実績 (R5 は 1 月末現在)	
R 4	体験した延べ児童数	4,068 名
R 5	体験した延べ児童数	4,007 名

10. 東大阪少年少女発明クラブ補助金



R5 予算 568 R5 決算見込 568

将来のモノづくり人材の育成を目的として市内在住の小学校 5 年生～中学校 2 年生向けに科学的な興味、関心を追求する場を提供する。自由な環境の中で創作活動を行い作品を完成させる喜びを体得させ、科学的発想に基づく生活態度を育成すると共に、創造性豊かな人間形成を図る。

年度	実績 (R5 は 1 月末現在)	
R 4	参加人数	21 名
R 5	参加人数	20 名

11. モノづくり体験塾



高校生や大学生等を対象に、モノづくり体験塾での体験学習等を通じて、地域企業と住民、高校・大学校等の教育機関、行政等が交流することにより、東大阪のモノづくりで活躍し得る「人材」を発掘し、若者等の就職支援に繋げる。実施主体は 21 世紀ものづくり中小企業協同組合。市では成果発表会の機会を提供。

年度	実績 (R5 は 1 月末現在)	
R 4	①受入企業数	①5 社
	②参加人数	②6 名
R 5	①受入企業数	①5 社
	②参加人数	②未確認



相談



マッチング



補助金



体験



調査



セミナー



PR

12. ビジネスセミナー開催事業（モノづくり支援補助事業） R5 予算 800 R5 決算見込 800

（公財）東大阪市産業創造勤労者支援機構による各種テーマ（営業・経営・法律・IT等のテーマ）に応じたビジネスセミナー開催経費について補助する。
実施主体は東大阪市産業創造勤労者支援機構。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R4	①オンライン型 ②リアル型	①18回／847人 ②21回／367人
R5	①オンライン型 ②リアル型	①4回／151人 ②21回／1,033人

13. 事業承継総合支援事業

R5 予算 9,000 R5 決算見込 9,000

後継者がいない、事業承継が円滑に進まないなどにより、市内企業における技術、技能等を含む経営資源の喪失を防ぐために、東大阪商工会議所内に相談窓口を設け、セミナー開催や訪問型の相談を実施し、事業承継に関し総合的に支援を行う。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R4	①相談件数 ②セミナー	①891件 ②202名
R5	①相談件数 ②セミナー	未確認

14. インターンシップ支援事業

R5 予算 250 R5 決算見込 250

大阪府下を中心に大学、高等専門学校、高校などへインターン生受入を希望する市内モノづくり企業を掲載したガイドブックを配布し、インターンシップ生の受入を支援する。
実施主体は東大阪商工会議所。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R4	①受入企業数 ②参加人数	①18社 ②41名
R5	①受入企業数 ②参加人数	①未確認 ②未確認



Ⅲ. 操業環境の維持・確保

都市計画法を用いた特別用途地区の指定や各種補助金等による企業誘致の推進、住工共生の理解推進を目的としたオープンファクトリー事業の支援等により、市民・モノづくり企業・市が一体となりモノづくり企業の操業環境及び市民の住環境の保全創出を目指す。

15. オープンファクトリー（産業振興 PR 経費）

R5 予算 5,000 R5 決算見込 5,000

モノづくりの現場を活用し、市民や国内外からの来訪者に本市のモノづくりを体験・体感していただくイベント等を実施することで「モノづくりのまち東大阪」を国内外に発信し、認知度向上と市民の誇りの醸成を図るとともに、住工共生や人材確保等にもつなげることを目指している。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	①開催日数	①2 日
	②延参加企業	②21 社
	③来場者	③4,290 名
R 5	①開催日数	①4 日
	②延参加企業	②34 社
	③来場者	③9,031 名

16. 住工共生のまちづくり事業

R5 予算 142,932 R5 決算見込 141,076

水走地区への特別用途地区指定をはじめとする各種規制や市内に製造業を呼び込むための補助金、土地の用途純化誘導による市民の良好な住環境及びモノづくり企業の操業環境の保全創出による住工共生のまちの実現を目指す。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	①工場移転支援補助金	①1 件
	②相隣環境対策支援補助金	②0 件
	③事業用地継承支援対策補助金	③0 件
	④住工共生モノづくり立地促進補助金	④30 件
	⑤住工共生まちづくり活動支援補助金	⑤1 件
	⑥住宅建築にかかる協議件数	⑥105 件
R 5	①工場移転支援補助金	①1 件
	②相隣環境対策支援補助金	②1 件
	③事業用地継承支援対策補助金	③0 件
	④住工共生モノづくり立地促進補助金	④25 件
	⑤住工共生まちづくり活動支援補助金	⑤0 件
	⑥住宅建築にかかる協議件数	⑥84 件



17. (公財) 東大阪市産業創造勤労者支援機構

R5 予算 141,466 R5 決算見込 141,466

東大阪市内の中小企業への支援を行い産業の振興と創造を推進し、並びに東大阪市の中小企業勤労者及びその家族への福祉の向上を図ることにより、東大阪市の健全な発展に寄与することを目的とした公益財団法人への補助並びに連携。

年度	実績 (R5 は 1 月末現在)	
R 4	クリエイターズプラザ 平均利用率	33.7%
R 5	クリエイターズプラザ 平均利用率	31.8%

18. 東大阪市立産業技術支援センター

R5 予算 71,951 R5 決算見込 70,768

中小製造業等に対する技術支援等により、産業の育成及び振興を図る。「技術の地域診療所」として技術相談員が、「モノづくり」に関連する企業の製品の品質向上やトラブルの対応策等の技術面での相談を受け付けている。また、測定機器を設置し、低廉な使用料で中小製造業等の利用に供し、中小製造業等の技術支援に取り組んでいる。

年度	実績 (R5 は 1 月末現在)	
R 4	①技術相談 ②機器利用 ③会議室等 ④セミナーの開催	①1,814 件 ②2,913 件 ③201 件 ④371 名
R 5	①技術相談 ②機器利用 ③会議室等 ④セミナーの開催	未確認

19. 中小企業振興会議

中小企業振興条例に関する事項、施策の実施等に関する事項その他中小企業にかかる重要事項を審議するもの。

20. 中小企業経営実態調査業務

R5 予算 1,500 R5 決算見込 1,500

市内の中小企業の景況感や抱える課題、今後の事業展開の方向性等を調査・分析する事で、必要な支援策を検討する際の一助とすることを目的とする。

年度	実績 (R5 は 1 月末現在)
R 4	製造業に関する実態ニーズ調査 (モノづくり支援室調査)
R 5	東大阪市内および近隣の 6 大学の学生の就職意識調査 (労働雇用政策室調査)



21. モノづくり企業ネットワーク構築事業

R5 予算 3,000 R5 決算見込 3,000

市内製造業者の有機的なネットワークが経営者の世代交代や製造業者を取り巻く産業構造の変化により、希薄になりつつある。そのため、東大阪市内の製造事業者間の新たなネットワークの形成を促進する。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R 4	①交流会 ②勉強会 ③工場見学会	①5 回開催／116 名 ②2 回開催／35 名 ③1 回開催／9 名
R 5	①交流会 ②大交流会	①4 回開催／92 名 ②2 回開催／70 名

22. 中小企業研究交流センター事業

R5 予算 600 R5 決算見込 600

東大阪市域における中小企業についての専門的な調査研究と企業間の交流、市内企業ガイドブック「もうかりメッセ東大阪」の発行などの情報提供。実施主体は東大阪商工会議所。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R 4	①「東大阪地域経済白書」発刊 ②景気動向研究会の開催 ③公開セミナーの開催 ④市域企業の情報収集（グッドカンパニー対象企業推薦） ⑤各種調査	
R 5	①「東大阪地域経済白書」発刊 ②景気動向研究会の開催 ③公開セミナーの開催 ④市域企業の情報収集（グッドカンパニー対象企業推薦） ⑤各種調査	

23. 工業振興月間事業

R5 予算 748 R5 決算見込 748

7月の工業振興月間にあわせ、東大阪市域における工業活性化の指針を示すテーマを設定したセミナーの開催や優良企業を表彰。実施主体は東大阪商工会議所。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R 4	①講演会 ②企業視察会、セミナー ③優良企業表彰	①136 名参加 ②3 回開催／73 人参加 ③4 社表彰
R 5	①講演会 ②企業視察会、セミナー ③優良企業表彰	①63 名参加 ②3 回開催／46 人参加 ③4 社表彰

 相談	 マッチング	 補助金	 体験
 調査	 セミナー	 PR	

24. 異業種交流連絡協議会事業

R5 予算 250 R5 決算見込 250

東大阪市内にある異業種交流グループ間において、会員相互の連携を深めると共に、グループの活性化を図り、地域中小企業の振興を図る。実施主体は東大阪商工会議所。

年度	実績（R5 は 1 月末現在）	
R 4	交流大会	2 回／127 名参加
R 5	交流大会	2 回／105 名参加



相談



マッチング



補助金



体験



調査



セミナー



PR

IV. 販路開拓支援の充実

経営課題のトップにあげられる「市場（販路・受注）拡大」。市内製造業検索サイト「技術交流プラザ」の活用や市内企業の優れた製品を認定する「東大阪ブランド」事業、販路開拓を支援する各種補助金などの支援策により、モノづくり企業の営業力を補完していく取組みを実施している。

25. 産業振興PR業務



R5 予算 1,232 R5 決算見込 1,113

本市の製造業のポテンシャルを内外に広くアピールすることで、本市の認知度の向上と市内製造業の販路拡大を図る。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R4	①モノづくり東大阪応援大使 ②東大阪フォント タグラインの活用促進 ③大阪アフリカビジネスフォーラム ④地域内工業製品の展示	①ふれあい祭りにてPR活動 ②26件 ③1日開催 227名参加
R5	①モノづくり東大阪応援大使 ②東大阪フォント タグラインの活用促進 ③大阪アフリカビジネスフォーラム ④地域内工業製品の展示 ⑤冊子「ステキなモノがたり」製作	①「こーばへ行こう！」にてPR活動 ②38件 ③2日間開催 1,363名参加

26. 東大阪市技術交流プラザ



R5 予算 6,561 R5 決算見込 6,557

市内製造業検索サイトを運営するもの。データベース化した市内製造事業者の情報など、その優れた技術や製品情報をインターネット上にて公開し、全国から加工依頼、部品調達、試作品作りなどのビジネスマッチングにつなげる。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R4	①掲載企業数 ②サイト閲覧件数 ③企業問合せ件数 ④プラザメール配信数	①1,208社 ②333,496件 ③311件 ④33回
R5	①掲載企業数 ②サイト閲覧件数 ③企業問合せ件数 ④プラザメール配信数	未確認



27. 東大阪ブランド推進事業



R5 予算 3,491 R5 決算見込 3,439

本市の事業者が製造した優れた最終製品を東大阪ブランド製品として客観的な視点で評価・認定する。当該製品の価値を高め、市内事業者の製品開発の促進及び、認定製品を有する事業者が相互に連携して東大阪ブランドのCI活動を行うことを通じて本市のモノづくりのまちとしての都市イメージの向上を図る。

年度	実績（R5は2月末現在）	
R4	①年度末認定数	①84社 146製品
	②新規認定数	②9社 12製品
	③庁舎1階などの認定製品の展示更新	③1回
	④企画展示の開催などのPR活動	④0回
R5	①年度末認定数	①97社 168製品
	②新規認定数	②16社 26製品
	③庁舎1階などの認定製品の展示更新	③1回
	④企画展示の開催などのPR活動	④4回
	⑤庁内調達促進チラシ作成	⑤4枚

28. 包括連携協定・業務提携



R5 予算 300 R5 決算見込 300

企業や大学をはじめその他公官庁、支援機関など幅広い分野において緊密な相互連携を図り、双方の資源を活用した事業に協働で取り組むことにより、人的・財政的な面での効率化を図りながら、双方のノウハウを活かした産業支援施策の充実を図る。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R4	①職員派遣	①1人
	②その他連携による実績	②2件
R5	①職員派遣	①1人
	②その他連携による実績	②2件

29. モノづくりワンストップ推進事業



R5 予算 24,688 R5 決算見込 24,688

東大阪市産業創造勤労者支援機構に技術コーディネーターと販路開拓コーディネーターを配置し、技術・販路の両面からきめ細かい支援サービスをワンストップで市内企業全体に提供し、発注案件や販路開拓を支援する。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R4	相談件数	2,782件
R5	相談件数	未確認

相談	マッチング	補助金	体験
調査	セミナー	PR	

30. 展示会出展支援事業（モノづくり支援補助事業）



R5 予算 1,500 R5 決算見込 1,500

展示会等に出展する市内中小企業者等に対し助成金を交付することにより、製造業の高付加価値化施策に係る製品のほか、特殊加工技術など、競争力があると考えられる製品・技術を有する企業等の国内への販路開拓を支援する。実施主体は東大阪市産業創造勤労者支援機構。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R 4	助成金交付件数	17 件
R 5	助成金交付件数	17 件

31. クリエイション・コア常設展示場出展支援事業（モノづくり支援補助事業）



R5 予算 780 R5 決算見込 780

クリエイション・コア東大阪内の常設展示場に優れた技術・製品を出展展示する製造事業者等に対し、出展料の一部を助成する。実施主体は東大阪市産業創造勤労者支援機構。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R 4	助成金交付件数	6 件
R 5	助成金交付件数	6 件

32. 専門見本市等共同出展事業



R5 予算 4,000 R5 決算見込 4,000

出展者・来場者相互のニーズに直結する専門見本市等に複数の市内製造業及び東大阪商工会議所とともに共同出展することで、「モノづくりのまち東大阪」の技術力の高さを国内外に広くアピールすると共に、出展する市内製造業等の新たな顧客獲得、販路開拓、新規事業の創出を図る。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R 4	第15回オートモーティブワールド	出展 9 社 商談 88 件
R 5	第28回機械要素技術展	出展 12 社 商談 33 社

33. テクノメッセ東大阪開催事業



R5 予算 8,000 R5 決算見込 8,000

東大阪域製造業の多種多様な製品・技術を一堂に展示する展示会「テクノメッセ」の開催を通じ、地域産業の活力を広くアピールすると共に出展企業の販路開拓を支援する。実施主体は東大阪商工会議所。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R 4	①来場者数	①8,574 名
	②出展社数	②92 社・団体
	③引合件数	③5,137 件
R 5	①来場者数	①9,254 名
	②出展社数	②99 社・団体
	③引合件数	③6,011 件

相談	マッチング	補助金	体験
調査	セミナー	PR	

34. ラグビーグッズ販売促進事業

R5 予算 500 R5 決算見込 500

中小企業が高度に集積した「モノづくりのまち・東大阪」の商工業のノウハウやアイデアを結集して、ラグビーグッズ開発を目指すと共に、ラグビーグッズの販売・PRを促進する。実施主体は東大阪商工会議所。

年度	実績（R5は1月末現在）
R4	ラグビーグッズ開発、展示、販売及びPRに関する研究活動（セミナーの開催） ラグビーグッズ販売促進、周知活動（ラグビーグッズ展の開催、カタログサイトの運営）
R5	ラグビーグッズ開発、展示、販売及びPRに関する研究活動（セミナーの開催） ラグビーグッズ販売促進、周知活動（ラグビーグッズ展の開催、カタログサイトの運営）



V. I～IV以外の支援施策(生産性向上、脱炭素化などの社会要請)

少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少による人手不足や、2050年に向けたカーボンニュートラルの実現など、施策体系の構築以降に生じた市内製造業を取り巻く外部環境の変化に対応するために実施している。

35. 生産現場自動化推進プロジェクト事業

R5 予算 500 R5 決算見込 500

企業に専門家を派遣し、人手不足や、熟練技術を有する従業員の高齢化等の経営課題への解決策として、生産現場のロボット導入による自動化の支援を行う。

年度	実績 (R5 は 1 月末現在)	
R 4	①訪問相談 ②セミナー	①6 社 ②2 回 / 38 名
R 5	訪問相談	11 社

36. 2025 大阪・関西万博参画支援事業

R5 予算 5,000 R5 決算見込 5,000

市域全体の活性化と「モノづくりのまち東大阪」の効果的な発信を目的として、大阪・関西万博に参画する企業のプロモーション、大阪ヘルスケアパビリオン「展示・出展ゾーン」に出展する企業への支援を行う。

※令和 5 年度事業開始

年度	実績 (R5 は 1 月末現在)
R 5	大阪・関西万博への出展の促進 (補助)
R 6	大阪・関西万博参画企業の支援 (補助・プロモーション)
R 7	大阪・関西万博参画企業の支援 (プロモーション)

37. 中小企業設備投資支援事業

R5 予算 75,000 R5 決算見込 65,814

日々の生産活動において必要不可欠であるエネルギー価格が高騰しているなか、エネルギー消費の削減と生産性向上を図るため、あらかじめ本市が指定する生産設備を更新 (入替) により導入する市内企業の取組みを促進する。

年度	実績 (R5 は 1 月末現在)	
R 2	交付件数	176 件 (4.2 億円)
R 3	交付件数	171 件 (4.4 億円)
R 4	交付件数	170 件 (4.1 億円)
R 5	交付件数 (更新のみ)	22 件 (0.7 億円)



38. 生産性向上支援事業

R5 予算 4,000 R5 決算見込 4,000

少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少により中小企業・小規模事業者の人手不足が深刻化する中、生産性の向上に取り組む市内モノづくり企業に専門家を派遣し、現場改善等の提案を行い、市内製造業の強靱化を目指す。

年度	実績（R5は1月末現在）	
R 4	①ヒアリング ②専門家派遣 ③IE人材育成塾	①71社 ②27社 ③29名
R 5	①ヒアリング ②専門家派遣 ③IE人材育成塾	未確認

39. 中小企業脱炭素推進事業

R5 予算 1,400 R5 決算見込 1,400

脱炭素化に対する理解など市内企業に対する調査と脱炭素経営に取り組むための理解促進や啓発のセミナーを開催する。

※令和5年度事業開始

年度	実績（R5は1月末現在）	
R 5	①脱炭素化に対する理解など市内企業に対する調査 ②セミナーの開催	②2回開催／42名

40. DX／IT導入推進事業

R5 予算 1,129 R5 決算見込 1,129

市内企業の効率的な情報収集と理解の促進につながる体験を主眼に置いた機会を創出すると同時にセミナーを開催することで、市内企業のDX・IT導入を推進するもの。

※令和5年度事業開始

年度	実績（R5は1月末現在）	
R 5	①セミナーの開催 ②展示会の開催	①37名 ②出展20社 来場65名

 相談	 マッチング	 補助金	 体験
 調査	 セミナー	 PR	

モノづくり部会のスケジュール

資料5



【資料6】

東大阪市中小企業振興会議 モノづくり部会

委員名簿

(敬称略、五十音順)

芦塚 格	近畿大学経営学部	教授
阪上 義治	東大阪商工会議所	専務理事
繁原 秀和	株式会社繁原製作所	代表取締役
榛木 孝至	榛木金属工業株式会社	常務取締役 (公募委員)
廣田 義人	有限会社廣田工具製作所	代表取締役
本多 哲夫	大阪公立大学商学部	教授
柳山 稔	東大阪市工業協会	会長

(令和6年3月1日現在)

第3回労働雇用部会 資料

企業支援①（案）

選ばれる企業となるために、魅力を作る

（資料⑤-1）

賃金をひきあげよう！

年々上昇する人件費に対応し、従業員の賃金を引き上げた場合に補助金を支給する。業務の効率化を図ることで、労働環境の整備にも繋がる。国の業務改善助成金へ上乗せ支給することを想定。

ご意見

ワーク・ライフ・バランスのとれた働きやすい環境づくりを！

子育てや介護との両立が可能となるような環境整備や、労働時間の削減や年次有給休暇の取得促進に向けた整備など、従業員がより柔軟な働き方ができるような労働環境の整備に対して補助金を支給する。昨今は、育児休業の取得を希望する男性も増加しているなか、求職者を呼び込み、離職者を減らすことを期待。国の両立支援等助成金への上乗せ支給や働き方改革推進支援助成金への上乗せを想定。

ご意見

自社の従業員を育てよう！スキルアップさせよう！

資格取得にかかる費用へ補助金を支給する。人材育成やリスクリングへの支援を行うことで、不足する人材を自社で充足させる。従業員がキャリアアップできる環境は、求職者へのアピールポイントとなる。対象とする資格については、企業がDX化を進めるにあたって必要となるIT関係の資格、モノづくり部会でも言及のあった現場で有効な技能検定など、精査する必要がある。

ご意見

優先度
高

奨学金の代理返還制度を利用して、従業員へ補助しよう！

代理納付制度を導入している事業所へ補助金を支給する。大阪府でも同様の支援を行っており、若年の求職者へのアピールポイントとして期待できる。

ご意見

第3回労働雇用部会 資料

企業支援②（案）

選ばれる企業となるために、**魅力を発信する**

（資料⑤-2）

インターンシップを活用しよう！

学生とのマッチングにおいて、インターンシップは主流のツールとなっている。参加者へ交通費や報酬を支給することで、学生を呼び込み、マッチングの機会を増やす。参加者へ支給した経費について補助金を支給する。

ご意見

デジタル媒体で発信しよう！

採用Webページの新設・改修、採用動画の制作などに関する費用へ補助金を支給する。SNSでの情報発信は必須であり、求職者の興味をひき、人材の確保に繋げる。作成後は、ファクトリー東大阪の「がんばる企業」のページとリンクさせて、さらなる発信に繋げていく

ご意見

優先度
高

◎費用対効果も考慮しながら、効果的な支援を行っていく。

第3回労働雇用部会 資料

(参考資料)

令和6年8月9日

東大阪府中小企業振興会議 モノづくり部会から労働雇用部会への申し送りについて

令和6年5月29日に開催したモノづくり部会において、市内製造業の働き方改革の促進や労働部会との連携について意見があった。ついては、以下の内容について、労働雇用部会で審議をいただきたい。なお、いただいたご意見は、次回のモノづくり部会にて共有いたします。

(モノづくり部会委員の意見)

- ・中小企業が抱える課題の対応については、「働き方改革への対応」が最もインパクトが大きいと感じている。採用や人手不足、生産性の向上といった課題とも密接に関係しており、休日の日数、残業時間の規制等企業の福利厚生制度について市内企業の認識や状況を把握し、必要に応じて支援すべきではないか。
- ・労働雇用とモノづくりは表裏一体。労働雇用部会との連携を密にお願いしたい。

(モノづくり部会事務局からの依頼)

モノづくり支援室では、働き方改革に関連する施策として、主に生産性向上の観点から支援を行っておりますが、「働き方改革に関わる課題への対応」について、労働雇用の観点からどのような支援が求められるのか、その必要性和内容についてご意見をいただきたい。

(参考情報) モノづくり支援室が実施している働き方改革に関連する支援事業

▼生産性向上支援事業

- ・社内での生産性向上を担う人材育成のためのセミナーの開催
- ・専門家派遣による相談実施

▼DX／IT導入推進事業

- ・DX／ITを導入するメリットや国の支援策に関するセミナーの開催
- ・DX／ITツールの展示会の開催

▼生産現場自動化推進事業

- ・自動化ロボットの専門家派遣による相談実施。