東大阪市中小企業振興会議
モノづくり部会（第５回）

日　時：令和7年5月２６日（月）１０：００～
場　所：クリエイターズプラザ研修室

議　事　次　第

１．新たなモノづくり支援施策の体系（案）について

・市内企業ヒアリング内容の報告
・モノづくり支援施策の体系（案）について
・東大阪市製造業にとっての「ＡＩの活用」可能性について

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　市内企業を取り巻く環境の変化や課題の整理
資料２　市内企業ヒアリング内容
資料３　新たなモノづくり支援施策の体系（案）
資料４　モノづくり支援室施策マップ
資料５　モノづくり支援室の支援施策一覧
資料６　東大阪市の製造業×AI 活用の可能性
資料７　モノづくり部会のスケジュール
委員名簿
市内製造業に関する実態・ニーズ調査　報告書

■市内企業を取り巻く環境の変化や課題の整理

資料１－１

■日本経済の構造変化

少子高齢化による人手不足や原材料価格の高騰、国際競争の激化など、企業を取り巻く環境は大きく変化している。また、デジタル化や脱炭素といった社会の変化にも対応が求められており、中小企業にとって事業の転換や人材育成が急務となっている。

日本の経済・社会構造の中長期的な変化（人口減少やそれに伴う需給等）と近時の変化（コストアップ・賃上げ等）への対応が求められる転換点を迎えており、市内企業自身の持続的な変革への対応力向上とともに、（企業単独では対応が難しい）地域資源を活用した企業を支える仕組みづくりが重要である。

なお、市内製造業の景況ＤＩは、直近１年間でマイナス３０～マイナス４０を推移している一方、賃金上昇率が高水準で推移している。

（中小企業の経営課題・社会の変化に係るキーワード）

・少子高齢化、人口減少	・構造的な人手不足	・３０年ぶりの賃上げ
・原材料、エネルギーコスト等の上昇（価格転嫁）	・ＤＸの進展	・生成ＡＩの活用
・カーボンニュートラル	・ＧＸの重要性の高まり	・サーキュラーエコノミー（循環型社会）
・多様な人材活用、人材のシェアリング	・働き方改革	・ウェルビーイング社会への貢献
・地域資源の再価値／継承（人材・設備・仕事など）		・サプライチェーンの強靭化、再構築
・第２創業、スタートアップ	・サステナビリティ、持続可能	・アップサイクル
・エコシステム	・オープンイノベーション	・ロボティクス　自動化
・アジャイル生産（生産プロセスの柔軟化と短縮）		

■中小企業白書や経産省のＲ６中小企業支援計画からの抜粋情報

- 企業家志向を持つ企業は、危機対応でも再成長や変化対応を目指して新たなチャレンジを受け入れて成長を図っている。
- 健全な経営に向けた能力構築、準備が必要。販路開拓の戦略や事業計画の策定、マーケティング視点を入れた開発など。
- 事業承継の時は新陳代謝を図りやすい。経営者が若返ったときにＩＴ化の対応や設備の拡充など。
- 企業が行う外向けの情報発信が需要や資源獲得につながる。
- 就業者数の減少が予測される中、人手に依存しないオペレーションの構築や設備投資に対する視点も重要。
- 賃上げの原資確保を進めるためにも、価格転嫁率向上のための取組みが重要。個々の製品やサービスごとのコストを把握している事業者ほど価格に反映できている。
- サプライチェーン全体の排出量削減の動きが出てきており、脱炭素化を進めるニーズは高い。
- 変化する外部環境の中、現状を維持するためにも、新たな需要獲得、付加価値を高めることが重要。広告や動画等を活用した採用活動が、人材確保に繋がっている。
- 他の支援機関でも活用できる施策がある。連携により支援体制の強化に取り組むことが効果的である。

■アンケート結果から（企業の課題）

- 人材育成、確保[企業の弱み]
- 販路開拓などの営業力[企業の弱み]
- 価格競争力[企業の弱み]
- 売上、利益の減少
- 人材不足
- 新規の顧客開拓
- 設備更新
- 価格転嫁
- 生産性の向上
- 新たな事業柱の構築、新製品・技術の開発
- 働き方改革への対応
- 事業承継
- 市の産業施策を利用したことがない。どのような施策があるか分からない。

【自由記述から】

特に課題と感じる**「人材不足」「生産性向上」「価格転嫁」**について自由記述から分析する。

①人員の過不足を解消できない主な要因
- 応募者自体が無い
- 人材育成ができないまま離職される
- 資金的に好待遇が難しい
- 若い世代の製造業への関心が低い
- 労働条件が大手と比べて劣る

②生産性向上に取り組めていない主な要因
- 資金不足で設備投資が困難
- 指導できるスタッフが不足、高齢化
- 従業員が旧来の方法や固定観念に固執
- 老朽化した設備がありスペースが不足
- IT 知識が不足しており人材も不在

③価格転嫁ができた主な要因
- 取引先との信頼関係を構築
- エビデンスに基づく透明な交渉
- 国の指導や業界全体での値上げの動き
- 商品ごとの見積もりによる価格調整
- 独自技術やブランドの強み

資料１－２

■部会での意見（企業の課題・求められるサポートなど）

・「東大阪は町工場のまち」というイメージを変えて欲しい。「技術力が高い工場が集積している」といった伝え方をしていくことが大切。
・小規模事業者では１～３ヶ月先、規模が大きい企業は数年先の課題が挙がってきているという印象。
　中規模以上の企業が抱える課題であっても、それは小規模事業者にとっては長い目でみると取り組んでいく必要がある課題であると言える。
・「製造業の集積」にメリットを感じている企業が多く、域内での受発注が活発であり、その点が東大阪市の特徴でもあり強みとなっている。
・２，３代目の経営者層に対し、コミュニティづくりにつながる最初のきっかけや仕組みづくりのサポートがあれば。
・市内企業の９割が小規模事業者だが、独自の技術を持っているというのが東大阪の特徴。このような小規模企業が欠けるとサプライチェーンへの影響が大きい。
・経営者同士のネットワーキングが重要であるが、コロナの影響により企業同士の交流が制限され、周辺企業の近況を知る機会が減っている。
・とりわけ小規模企業において、事業の廃業を考えるというマインドに入ってしまっている。
　市として、そういった企業に対しては、直接的な金銭面での支援ではなく、ネットワークを活かしてどう仕事につなげていくのかといったサポートが必要ではないか。
・企業同士のネットワークを活発化させることで、小規模企業も大規模企業もＷＩＮＷＩＮになるような、地域に根付いた事業が良いのではないか。
　計画的に休業、廃業を進め、地域内で仕事を引き継いでいく支援が今の時代には重要であると考える。
・キーワードは「継続」である。単年度ではなく、２～３年は続けていかないと本当の意味での関係性は築くことができない。
・「情報収集のしやすさ」も東大阪の良さである。
・地域のネットワークを活用しており、さらに拡大していきたいと考えている企業が多い。
・「オープンファクトリー」がネットワーキングのきっかけになっていると感じている。
・自社の技術がどういった分野で活用できるのかを知りたい。他業界とのマッチングや市内企業のシーズを紹介する機会が求められる。
・「技術の適正価格」を知ることが重要。本来高い値段で売れるはずの仕事も、小規模企業は価格の上げ方や顧客の拡大ができず、取引先からの言い値で受けてしまっているケースが多い。
・やっとの思いで価格転嫁をしても、また次の価格転嫁を考えなくてはならない状況が続いている。→環境変化に対応した柔軟な支援メニューの提供
・製造業で働く者にとって基盤となる資格（技能検定３級など）について、市内企業へ就職する人は皆が取得できるように環境を整えることができれば、地域として人材育成の環境を整える取り組みはアピールになる。
　企業ＯＢの活躍の場にもなる。
・「売上の減少」と「人材不足」に課題を感じている企業が多く、人材不足が解消されれば、売り上げを伸ばすチャンスがあるとも捉えることが出来る。
・大手企業の賃上げの影響により、中小企業の離職をどう防ぐかも大きなテーマである。
・東大阪で働くことについての安心感やメリットを出すためのサポートが必要ではないか。
・働き方改革へ対応するためには、従業員数を増やしていかないと持たない。
・若者にモノづくりの醍醐味を感じてもらうため、体験型の機会が必要。
・住工共生の取り組みについて、住民と企業の間に入り、仲介するような役割や機能を整備できないか。
・SDGs や操業環境の保全に対応できない企業は淘汰される時代になってきている。
・社会の変化に対応できていない企業にきちんと情報を届け、支援の活用を提案できると良い。
・移転や廃業は、まち単位で考えると、その地域から仕事が流出していることを意味している。
　そういった観点から、円滑な廃業のサポートを考えていく時期に来ていると感じている。
・東大阪全体で受注している仕事をいかに地域内で引き継いでいけるのか、機会損失にしないようにすることが重要である。
　事業承継に係る取り組みの中で、廃業を考えている経営者も対象としていくなど工夫が必要ではないか。
・海外市場を含め、販路開拓については、マッチングの機会をいかに多く作り出すかに尽きる（展示会や商談会の機会提供）
・「海外との取引」について、国内市場が縮小するなかで目を向けていかなければならないものの、貿易手続き・法律・商慣習の違いにより中小企業にはハードルが高いと感じる。

資料１－３

■従業員規模別の傾向・分析

●4 人以下＝126　5～9 人＝108　10～19 人＝106　20～49 人＝113　50 以上＝84　の 5 区分で設定

●認識している課題について、従業員規模別に傾向が見られる。

- 受 注 量：小規模企業ほど「減少」の割合が高い傾向
- 受注単価：「50 人以上」だけ「増加」の割合が最も高い（他は「横ばい」が最も高い）
  他の規模に比べ「4 人以下」の「増加」の割合が低い
- 営業利益：規模に関係なく「横ばい」「減少」の割合が高い
  他の規模に比べ「4 人以下」の「増加」の割合が低い
- 設備計画：企業規模が大きくなるほど「計画有」の割合が高くなる
- 見通し：※規模別で見通しが異なる
  - 事業規模の「拡大」や「維持」「縮小」の見通しは、従業員規模と比例する
  - 「10-99 人」の中規模企業において、「特定分野注力」が高い傾向
  - 「9 人以下」の小規模企業において、「事業の譲渡」「休廃・廃業」が高い傾向
- 価 格 転 嫁：小規模企業ほど「対応できていない」割合が高い傾向
- 生産性向上：小規模企業ほど「対応できていない」割合が高い傾向
- 海 外 取 引：小規模企業ほど「必要性を感じない」割合が高い傾向

直面する課題

規模別で若干の傾向はあるものの、全ての規模の企業で特定の課題に集中している

＜全体で割合が高い順＞

1 「売上利益の減少」：全ての規模の企業で割合が高く、特に「4 人以下」の企業において割合が高い
2 「人材不足」：「5 人以上」の企業において割合が高く、「50 人以上」の大規模企業ほど高い傾向にある
3 「新規顧客」：全ての規模の企業が認識しており、「4 人以下」の企業において優先順位が２番目となっている
4 「設備更新」：全ての規模の企業が認識しており、優先順位は４～５番目となっている
5 「価格転嫁」：「4 人以下」と「50 人以上」の企業において割合が高い傾向
6 「人材育成」：企業規模が大きくなるほど高い傾向にあり、「20 人以上」の企業において優先順位が高い
7 「生産性向上」：全ての規模の企業で認識している。「10-19 人」の企業において優先順位が高い

企業規模	回答数	業績			設備投資の計画	事業の見通し		価格転嫁	生産性の向上	海外企業との取引	直面する課題（割合高い順）						
		受注量	受注単価	営業利益		拡大⇔縮小	特定分野注力 事業譲渡 休業・廃業				1 売上利益の減少	2 人材不足	3 新規顧客の開拓	4 設備更新	5 価格転嫁	6 人材育成	7 生産性向上
4 人以下	126	「減少」の割合高い	「増加」の割合低い	「増加」の割合低い	「有」の割合低い	「拡大」の割合低く、「縮小」の割合高い	「休業・廃業」の割合高い	「出来ていない」割合が高い傾向	「対応できていない」割合が高い	必要性を感じていない	① 割合高い		②	⑤	③ 割合高い		
5-9 人	108			「横ばい」「減少」の割合が高い			「事業譲渡」「休業・廃業」の割合高い				②	①	③	④		⑤	
10-19 人	106						「特定分野への注力」「事業譲渡」の割合高い				①	②	③ 割合高い	⑤			④
20-49 人	113						「特定分野への注力」の割合高い				②	①	⑤	④		③	
50 人以上	84		「増加」の割合高い		「有」の割合高い	「拡大」の割合高く、「縮小」の割合低い	「特定分野への注力」の割合高い				③	① 割合高い	⑤		④ 割合高い	② 割合高い	

東大阪市内製造業へのヒアリング内容

資料２

■Ａ社
面談者：代表取締役
年　齢：５０代
世　代：３代目
従業員数：20-49 人
事業内容：文房具メーカー
事業形態：メーカー／ＯＥＭ／一部商社　商流としては「ＢtoＢtoＣ」

【各課題事項／市への意見・要望・ニーズについて】

事業承継 ↕ **サプライチェーンの見直し**	・協力工場は確実に減少している。東大阪市内でこの 1～2 年に 2 社が廃業。 特に従業員 4 人以下の企業は手遅れとの見解。 主な理由として、 ①中国企業が安価で高品質製品を提供するように ②発注側がリスクヘッジでサプライチェーンを見直し中 ・5 年後に存続不明な零細企業は、徐々に取引を減らされている。 ・自治体の対応は 10 年遅いとの声。
設備投資	・省エネ補助金の対象に合致しない設備が多い。金型更新や特注設備への補助が必要。 ・東大阪の企業はカスタマイズ機械を多用、一般的な補助制度ではカバーできない実態。
新規事業 **同業他社との協業**	・前期は過去最高の売上・利益を記録。勝因は「敵をなくす」こと。 同業他社と協業し、リソースを持ち寄って新規事業を展開。 商品の中身を共通にし、パッケージだけ変えて産業用・一般用に展開。 生産効率・在庫管理を改善。
人材不足・定着	・積極採用は行わず、「働きたいと思える職場づくり」を重視。離職者はほぼゼロ。
ＡＩの活用	・AI はまだ勉強中。便利になりそうな概念は分かるが、自社の事業に落とし込む正解の形がまだ分からない。導入時は、ＩＴ人材の採用はせず、外注を前提。 ・市には「使う側目線」での具体的事例動画の発信を希望。
モノづくりの魅力発信	・YouTube 番組「プロセス X」との連携を提案。同社の取材動画は現在約 80 万回再生。 スタッフ２名が来て、撮影もすぐ終わる。経費も掛からない。
施策の見える化	・市のモノづくり支援室の取り組みが伝わってこない。 ・価格転嫁の件で、昨年、中小企業庁と公正取引委員会の担当者は２回来訪があった。

■Ｂ社
面談者：代表取締役
年　齢：４０代
世　代：４代目
従業員数：20-49 人
事業内容：ゴム、各種樹脂製工業用品製造
事業形態：発注者の図面に基づき加工／ＯＤＭ・ＯＥＭ／一部自社製品の施工（工事部門あり）
　　商流は「ＢtoＢ」のみ。

【各課題事項／市への意見・要望・ニーズについて】

周辺企業とのネットワーク	・以前は数社市内企業との取引があったが、廃業してしまい、現在はほとんど取引が無い。 ・現在は、平野区や八尾市の企業との取引が多い。 ・協業出来そうな企業があれば紹介して欲しい。→２社紹介
設備投資	・設備投資補助金の対象設備が金属加工業に偏っている印象。他業種への対応も拡充を。 ・空調設備について、現在は「更新」のみ対象。熱中症対策が義務化されている中で、「新規導入」も補助対象とすべき。環境改善のための支援が必要。
住工混在	・最近、近接工場の閉鎖に伴い跡地を取得。目的は工場の手狭解消と住宅建設への防衛策。
新規事業自社商品の開発	・自社開発製品も全て顧客ブランドで市場に出ている。実質 OEM の形態が中心。 ・自社ブランドでの製品開発・販売を強化し、メーカーとしての地位を確立したい。
人材不足・採用難	・工事現場の施工人材の不足が深刻。有効求人倍率は約 7 倍。 特に大手との待遇格差は大きく、中小企業では太刀打ち困難。 現在の担い手は 50～60 代が中心。 10～20 年後には業界全体が存続の危機に直面する恐れあり。 ・公共工事の予算を増やし、業界の持続性確保と中小企業の受注機会を支えてほしい。
ＡＩの活用	・AI は企業によって向き・不向きがある。小ロット・多品種対応の当社は、現時点では効果が見込めず、必要性を感じていない。 ・仕事の性質・ボリューム・人材構成・コストと成果のバランスを重視して検討したい。

■C社
面談者：代表取締役
年　齢：２０代
世　代：４代目
従業員数：４人以下
事業内容：伸線業・異形線
事業形態：発注者の図面に基づき加工／発注者の仕様に基づき設計、図面等を作成し、生産

【各課題事項／市への意見・要望・ニーズについて】

事業承継	・先代が逝去し、**1 年前に事業承継**。継ぐかどうか長く悩んだが決断。 ・零細製造業の承継には不安の声が多いが、**「できないことはない」と伝えたい。** ・同じ境遇の人に向けて前向きな情報発信をしたい。
価格転嫁 **（経費削減）**	**・約 7 割の取引先と価格転嫁を完了。** ・交渉力を養う目的で取引金額の小さい相手から順次対応。 ・残りは**相手が無理な要求をしてきたタイミングを狙い交渉する**予定。 ・転嫁交渉を機に**電力契約など社内経費を見直し。**年間 **80 万円（約 20%）の削減**に成功。
受注状況 **販路開拓** **周辺企業とのつながり**	・商社経由でトヨタ・三菱に自動車部品を納入。 ・取引先 1 社から自動車部品の注文が 4 月から停止。**関税の影響**と思われる。 ・自前で自社 HP を作成 **・業界内の集まり**（ゴルフなど）には積極的に参加し、人脈形成。 →それをきっかけに**市内同業者から受注実績**あり。 **・若手経営者や承継予定者との交流を希望。**悩みやトレンドを情報共有したい。
人材不足	・現在のところ感じていない。 ・今作っている製品は社会のどこに使われているのかを伝えることで、従業員のモチベーション向上につながっている。例）インドの高速鉄道など
ＡＩの活用	**・ChatGPT を見積書作成、作業管理、壁打ち相手として活用。**事務の効率化を実感。

■D社
面談者：代表取締役
年　齢：６０代
世　代：２代目
従業員数：10～19 人
事業内容：切削加工・研磨加工・生産用機械等の部品加工
事業形態：発注者の図面に基づき加工

【各課題事項／市への意見・要望・ニーズについて】

従業員の意識変化 **生産性の低下**	・コロナ禍以降、従業員の仕事への**モチベーションが低下**。工程を早める姿勢が薄れ、生産性が下がっている。 ・仕事量が減っていることも一因だが、具体的な改善策が見いだせていない。 ・意識改革に苦慮している。
設備投資	・**「中古設備」**も補助金の対象にしてほしい。 ・また、補助金の事前申請制度では、設備導入のタイミングが合わない。導入が後手に回るケース多数。 ・設備導入後の**事後申請を可能に**してほしい。周囲の企業でも「補助金設備が使われていない」という声がある。現場のニーズを反映した柔軟な制度運用を希望。
周辺企業とのつながり	・徐々に減ってきているものの、**約５０社と取引関係**にある。 ・近隣の企業とも交流がある。
顧客開拓	・**口コミや紹介**が中心。「以前の取引先が廃業したので探している」という案件も多い。 ・ホームページでの情報発信には消極的。SEO 対策などに予算をかけられない。 ・代表の弟が営業担当。価格交渉中心の「購買部門」ではなく、**生産現場に足を運び、現場の課題やニーズに対応**する営業手法を重視している。
人材不足	・民間求人サイトでは希望人材が集まらず、ハローワークも人の質に課題あり。 ・約 10 年前からベトナム人技能実習生を受け入れ、これまでに約 10 名が入れ替わった。現在は 3 名在籍中。**定着に難しさ**を感じている。

未来志向の新たなモノづくり支援施策の体系（案）

資料３－１

課題の分析・方針検討の視点

- 規模別の課題
- 短期的課題 中長期的課題
- 情報が適正に届いていない
- 環境変化への対応
- 支援メニューが活用されていない

地域資源・優位性

- 地域ネットワーク
- 製造業の集積
- サプライチェーン

市内企業が直面する課題

- 住工混在
- 設備更新
- 生産現場の自動化
- 原材料・エネルギー高
- ＩＴ／ＤＸ
- 価格転嫁
- 環境変化への対応
- 脱炭素（ＧＸ）
- 取引先の廃業
- 高付加価値化
- 新製品・技術の開発
- 新事業の構築
- 生産性向上
- 異分野への参入
- ブランディング
- 大学との連携
- ＩＴ／ＤＸ
- 脱炭素（ＧＸ）
- 売上・利益の減少
- 新規顧客開拓
- 海外との取引
- デジタル マーケティング
- 魅力の発信
- ブランディング
- 人手不足
- 人材育成・定着
- 事業承継
- 技術継承
- 働き方改革への対応
- 若者の製造業ばなれ
- 従業員の住環境
- 次世代人材の育成
- 廃業・休業
- ＳＤＧｓ

◎事業実施における３つの方針（市の心構え）

①「従業員規模別」「課題別」を意識した支援メニューの提供

・経営相談員による経営分析、課題の確認、アドバイス等を実施
・課題に応じて適切なサポート情報を提供、提案
・とりわけ従業員規模が小さい企業ほど経営環境は厳しい傾向にあり、適切なサポートを提供
●小規模企業（9人以下）70.4%／中規模企業（10人以上）29.6%

②市内企業に情報を確実に届ける 支援機関との連携・ＨＵＢ機能（橋渡し）の強化

・商工会議所、金融機関、税理士等との連携による情報発信
・国・府・支援機関等との連携強化
・市内企業が活用できる支援情報の収集と提供

③環境変化に対応した柔軟な支援メニューを提供

経営環境を取り巻く急速な変化に対応するため、必要と考えられる支援については、スピード感を持って反映、実施していく。

施策の方向性と考え方（進化・深化・充実・補完）

東大阪の企業間ネットワークは、地域産業の強化に欠かせない基盤であり、最大の特長である。技術や資源を補完し合うことで、企業単独では対応しづらい高度なニーズにも応えられる体制や連携を通じた技能継承や若手技術者の育成・確保にもつながり、地域全体の人材基盤の強化にもつながる。さらに、共同での展示会出展や情報発信により、販路開拓や「モノづくりのまち東大阪」としてブランド力向上につながるなど、多面的な効果を生むネットワークの構築・支援は、地域産業の持続的発展に不可欠である。

●令和６年度実態調査から　市内企業との取引関係がある：85.7%
新しい企業とのつながりを求める：71.2%

市内企業を取り巻く経営環境は、デジタル化や脱炭素化といった大きな社会構造の転換に加え、地政学的リスクやサプライチェーンの再編など、複層的な変化に直面している。こうした状況の中で、本市が推進する「住工共生のまちづくり」をはじめとした操業環境の整備に資する各種取り組みは、環境変化に対応する足場としても重要な役割を果たすと考える。産業と暮らしが共存できるまちづくりを通じて、企業の競争力と市民生活の調和を図る本市独自のアプローチを深化させながら、柔軟でしなやかな地域産業構造の構築を進める。

市場の縮小、資源高、人手不足、脱炭素化社会への対応など、多様な課題に直面しており、こうした課題に個別に対応するだけでは十分と言えず、持続的に成長するためには、自社の強みを活かしながら「付加価値」を高める取り組みが不可欠である。そうしたことから「高付加価値化」に「持続的な成長」を要素に加え、技術・開発力の高度化、新事業創出、大学等との連携、ＤＸなど一体的に進めることで、地域産業の持続的な競争力強化を図る。

国内市場の縮小や顧客ニーズの高度化・多様化が進む中、市内モノづくり企業が持続的に成長するには、既存の取引先に依存せず、新たな市場や販路の開拓に主体的に取り組む必要がある。異分野への参入、デジタル活用、海外展開など、販路拡大の手法も多様化する一方で、中小企業にはそれらを実行するためのリソースが不足している。こうした背景を踏まえ、自社技術や製品の価値を市場に的確に伝えられる力の育成と支援体制の強化により、企業の収益力の向上を図り、次の投資アクションへつながる好循環を生み出す。

経営者の高齢化や若年層の製造業離れにより、技能継承・事業承継の課題が深刻化している。加えて、デジタル化やカーボンニュートラルへの対応など経営環境の変化に即した次世代人材の育成・定着も急務となっている。こうした背景から、「地域産業の未来を担う人材育成と事業承継の強化」を柱として設定し、企業・支援機関・教育機関・専門家等との連携を通じ、若者の定着促進や技能継承の場の整備、事業承継関連の支援強化などを進める。

新たな事業柱の設定

【共通柱】地域基盤・特長

企業間ネットワークの構築・強化

・東大阪ブランド推進事業
・モノづくり企業ネットワーク構築事業
・異業種交流連絡協議会事業
・モノづくり補助金（経営力向上枠）
・オープンファクトリー
・東大阪商工会議所、大阪産業局等との連携

環境変化に対応できる柔軟な地域産業基盤の整備・強化

・住工共生のまちづくり条例に基づく各種事業
・設備導入、更新に関わる事業（設備投資支援事業）
・生産性向上（生産性向上支援事業）
・製造現場の自動化
・ＤＸ／ＩＴ導入支援事業
・取引先の廃業等によるサプライチェーンの見直し支援
・脱炭素推進事業
・物価上昇に対する関連施策
・オープンファクトリー
・（公財）東大阪市産業創造勤労者支援機構
・東大阪市立産業技術支援センター

持続的成長に向けた高付加価値化支援

・新事業の立ち上げ（高付加化価値化促進事業＜補助金＞）
・成長産業への参入（医工連携プロジェクト創出事業）
・デザイン製品の開発（デザインプロジェクト事業）
・産官学金連携事業
・生産性向上（生産性向上支援事業）
・技術コーディネーターによるサポート（ワンストップ相談事業）
・産業技術支援センターでの技術相談、機器利用
・創業関連事業（創業促進インキュベーション支援事業）
・知的財産関連事業（産業財産権活用支援事業）
・マーケティング関連事業（中小機構・大阪産業局など）
・デジタル化やカーボンニュートラルへの対応

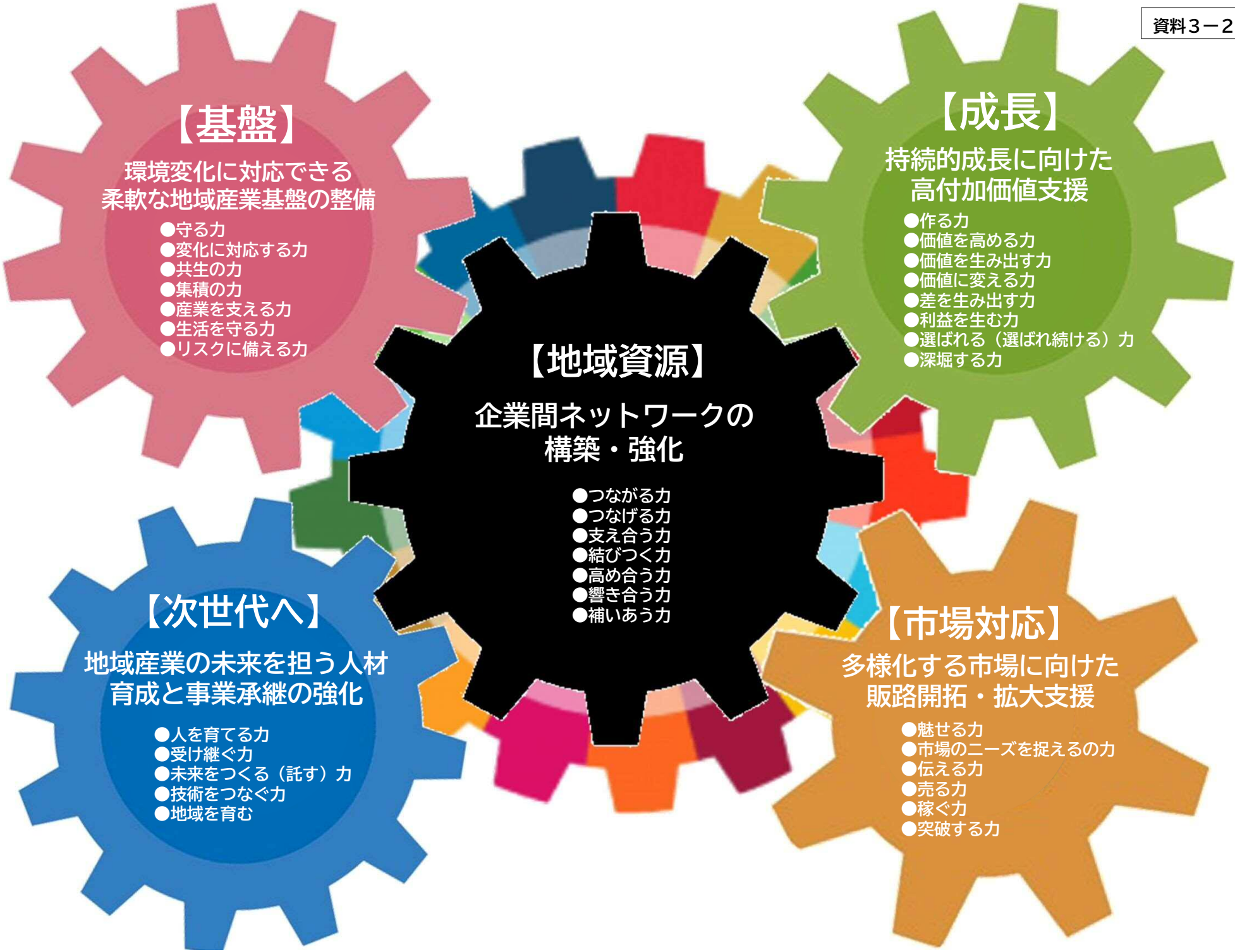
多様化する市場に向けた販路開拓・拡大支援

・東大阪市技術交流プラザ
・販路開拓コーディネーターによるサポート（ワンストップ相談事業）
・東大阪ブランド推進事業
・展示会、商談会関連事業（専門見本市共同出展・テクノメッセ開催事業・出展補助金）
・包括連携、業務提携（JETRO・伊藤忠商事・大阪大学・大阪歯科大学・中之島クロス等）
・海外販路、デジタルマーケティング
・スタートアップ企業案件の受け皿

地域産業の未来を担う人材育成と事業承継の強化

・ビジネスセミナー
・インターンシップ支援事業
・次世代モノづくり人材の育成（モノづくり体験塾・小学校への出前授業・少年少女発明クラブ）
・外国人材の活用（日本貿易振興機構などとの連携）
・デジタル人材、副業、兼業人材やシニア技術者の活用
・事業承継、Ｍ＆Ａ関連事業（東大阪商工会議所／大阪府事業承継・引継ぎセンターとの連携）
・人材の採用、育成、定着に関わる事業（労働雇用政策室）

資料３－２


【基盤】
環境変化に対応できる
柔軟な地域産業基盤の整備
●守る力
●変化に対応する力
●共生の力
●集積の力
●産業を支える力
●生活を守る力
●リスクに備える力
【成長】
持続的成長に向けた
高付加価値支援
●作る力
●価値を高める力
●価値を生み出す力
●価値に変える力
●差を生み出す力
●利益を生む力
●選ばれる（選ばれ続ける）力
●深堀する力
【地域資源】
企業間ネットワークの
構築・強化
●つながる力
●つなげる力
●支え合う力
●結びつく力
●高め合う力
●響き合う力
●補いあう力
【次世代へ】
地域産業の未来を担う人材
育成と事業承継の強化
●人を育てる力
●受け継ぐ力
●未来をつくる（託す）力
●技術をつなぐ力
●地域を育む
【市場対応】
多様化する市場に向けた
販路開拓・拡大支援
●魅せる力
●市場のニーズを捉えるの力
●伝える力
●売る力
●稼ぐ力
●突破する力

令和６年度　東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査　×　モノづくり支援室支援施策マップ

資料４

●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ー
●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**
補助金	③医工連携プロジェクト創出事業 ⑤高付加化価値化促進事業 （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	㉚展示会出展支援事業 ㉛クリエイションコア常設展示場出展支援事業	㊲中小企業設備投資支援事業	㊱大阪・関西万博参画支援事業
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産学官金連携事業		㉑モノづくり企業ネットワーク構築事業	㉒中小企業研究交流センター事業 ㉕産業振興ＰＲ事業 ㉖東大阪市技術交流プラザ ㉗東大阪ブランド推進事業 ㉘包括連携協定・業務提携 （JETRO・伊藤忠商事など） ㉙モノづくりワンストップ推進事業 ㉜専門見本市等共同出展事業 ㉝テクノメッセ東大阪開催事業 ㉞ラグビーグッズ販売促進事業	㊵ＤＸ／ＩＴ導入支援事業（展示会）	㊱大阪・関西万博参画支援事業
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 ㉒中小企業研究交流センター事業 ㉓工業振興月間事業 ㉔異業種交流連絡協議会事業		㊳生産性向上支援事業 ㊵ＤＸ／ＩＴ導入支援事業	㊴中小企業脱炭素推進事業
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		㉘包括連携協定・業務提携 （大阪大学・大阪歯科大など） ㉙モノづくりワンストップ推進事業	㉟生産現場自動化推進プロジェクト事業 ㊳生産性向上支援事業	

ネットワーキング 周辺企業とのつながり
⑤高付加化価値化促進事業 （経営力向上）
㉗東大阪ブランド推進事業
⑮オープンファクトリー ㉑モノづくり企業ネットワーク構築事業 ㉒異業種交流連絡協議会事業

モノづくり支援室の支援施策

資料５

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）	
R４	①セミナー ②個別相談	①3 回開催／23 社参加 ②4 社
R５	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）	
R３	公募と企業選定	応募６社
R４	デザイナーとのマッチング、製品開発	４社
R５	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）	
R４	医療機器関連相談案件数	69 件
R５	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ＰＲを実施。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	学生とのマッチング件数	３件
R５	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　PR

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賃借施設「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）	
R４	プログラム受講生数	23 名
R５	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）	
R４	体験した延べ児童数	4,068 名
R５	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）	
R４	参加人数	21 名
R５	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）	
R４	①受入企業数 ②参加人数	①5 社 ②6 名
R５	①受入企業数 ②参加人数	①5 社 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	①　4 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	①　891 件 ②　202 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れを支援する。
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

相談　マッチング　補助金　体験
調査　セミナー　PR

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）	
R４	①開催日数	①2 日
	②延参加企業	②21 社
	③来場者	③4,290 名
R５	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）	
R４	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
R５	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）	
R４	クリエイターズプラザ 平均利用率	33.7%
R５	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）	
R４	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
R５	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）
R４	製造業に関する実態ニーズ調査 （モノづくり支援室調査）
R５	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）	
Ｒ４	交流大会	２回／127 名参加
Ｒ５	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」の利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）	
R 4	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
R 5	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）	
R 4	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
R 5	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

相談　マッチング　補助金　体験
調査　セミナー　PR

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 ②新規認定数 ③庁舎１階などの認定製品の展示更新 ④企画展示の開催などのＰＲ活動	①84 社 146 製品 ②9 社 12 製品 ③1 回 ④0 回
R５	①年度末認定数 ②新規認定数 ③庁舎１階などの認定製品の展示更新 ④企画展示の開催などのＰＲ活動 ⑤庁内調達促進チラシ作成	①97 社 168 製品 ②16 社 26 製品 ③1 回 ④4 回 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 ②その他連携による実績	①1 人 ②2 件
R５	①職員派遣 ②その他連携による実績	①1 人 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関係する製品のほか、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）	
R４	助成金交付件数	17 件
R５	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）	
R４	助成金交付件数	6 件
R５	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）	
R４	第 15 回オートモーティブワールド	出展 ９社 商談 88 件
R５	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

東大阪市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）	
R４	①来場者数 ②出展社数 ③引合件数	①8,574 名 ②92 社・団体 ③5,137 件
R５	①来場者数 ②出展社数 ③引合件数	①9,254 名 ②99 社・団体 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）

相談　マッチング　補助金　体験
調査　セミナー　PR

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、市内製造業の強靭化を目指す。

年度	実績（R５は１月末現在）	
R４	①ヒアリング ②専門家派遣 ③IE 人材育成塾	①71 社 ②27 社 ③29 名
R５	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）	
R５	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）	
R５	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

東大阪市の製造業×AI 活用の可能性

資料６－１

東大阪市の中小零細企業こそ、「少人数で高効率に働く」「若手人材が育つ環境を作る」「市場の変化に即応する」ために、AI の活用が大きな武器になりえるのか！？

カテゴリー	観点	内容
１．生産性の向上とコスト削減	**作業の自動化・省人化**	画像認識 AI＋ロボットにより、検査・組立・加工などを自動化。人手不足の対策にも。
	生産スケジュールの最適化	AI が受注・在庫・機械稼働状況をもとに、効率的な生産計画を自動立案。
	不良品の早期検出	カメラ＋AI で目視検査を代替し、高精度で不良品を発見。品質が安定。
２．熟練技術の継承・技術力の維持	**熟練技能者のノウハウをデジタル化**	加工条件や動作パターンを AI が記録し、若手への教育やロボット制御に活用
	作業マニュアルの自動生成	AI が動画や作業記録から、標準化された手順書を作成。品質の均一化も実現。
３．付加価値の高い製品開発	**顧客ニーズの分析**	取引データや市場情報を AI が分析し、需要の変化や潜在ニーズを予測。
	新製品の設計支援	CAD と連携した AI 設計アシスタントで、開発スピードが向上。
４．小規模ならではの柔軟性を強化	**多品種少量生産への対応強化**	AI により生産切替・段取り作業が効率化。短納期・個別対応に強くなる。
	低コスト AI の導入	近年はクラウド型や月額制の AI ツールも増加し、導入ハードルが低下。
５．地域・業種を超えた連携	**地域内の協業ネットワーク構築**	AI を活用したマッチングや工程管理で、受発注や共同受注の連携がスムーズに。
	地域経済の活性化	地域全体で生産性向上、雇用創出、新たな産業の創出につながる。
６．安全・働きやすい職場づくり	**危険作業の自動化**	高温・高負荷の作業を AI＋ロボットに置き換えて安全性向上。
	事故の予兆を検知	作業者の動き・設備の音などを AI が監視し、異常の兆候を通知
７．海外展開・新市場開拓	**AI による多言語対応や市場調査**	英語・中国語対応のチャットボットや顧客分析で、海外展開の第一歩に。
	越境 EC の自動最適化	商品データの自動翻訳・分類でネット販売も強化。

■**ＡＩ時代に生産現場で働く人物像について**（Ｈ２８年度版情報通信白書より）

これまでの生産現場では、作業に必要なすべてのスキルを人が身につけ、すべての作業を自分でこなす「多能工」が求められていました。

しかし AI が発達した今、仮に AI が作業の 8 割を担うようになると、人は残り **2 割の業務**に集中すればよくなります。

⇒ 企業はこの **2 割のスキルを効率よく教育**していくことが必要です。

また、AI が担う 8 割分の時間を、人は**新しい技術や知識の習得、課題の解決**など、これまで手が回らなかったことに充てられるようになります。

こうした環境では、単に作業をこなす能力よりも、**「自分から学び、挑戦しようとする姿勢」「現場の課題を見つけ、解決に向けて動ける力」**が重要になります。

将来的には、AI によって生まれた時間を使って、重要だが手が付けられなかった取組みに挑戦し、企業の発展につなげていくことが期待されています。

資料６－２

中小製造業向け低コスト AI 活用モデル事例集

---

① AI 画像検査（外観検査）

目　的：不良品の検出・品質管理の効率化

内　容：安価なカメラとクラウド AI を組み合わせ、製品の欠陥を自動で発見

費　用：初期 30～100 万円（機材＋クラウド）

導入例：・ネジ工場：目視検査を AI が代替、検査時間 1/3 に短縮

・成型品メーカー：スマホと AI アプリで不良検出

---

② 音・振動による異常検知（予知保全）

目　的：機械の故障を未然に防ぐ

内　容：センサーで異音・振動を AI が常時監視

費　用：10～30 万円（センサー＋クラウド）

導入例：・加工機：モーターの異常音を検知

・溶接機：振動異常を AI で早期に察知

---

③ AI による在庫・受注予測

目　的：在庫管理の最適化

内　容：販売履歴を AI が分析し、最適な発注量を提案

費　用：月額 1 万円～

導入例：・樹脂加工：材料発注を予測で自動化

・部品商社：季節需要に応じた発注予測

---

④ 熟練技能の継承と教育への活用

目　的：熟練技能者のノウハウのデータ化。他の技術者が早期に習得できる環境を構築し、属人化の解消。

内　容：熟練技能者の動作等を記録し、最適な加工条件を抽出・モデル化

費　用：100～300 万円（センサー・データ取得機器、ＡＩ解析、システム開発）

導入例：・株式会社由紀精密：高精度切削加工のデータ化・標準化

・三元ラセン管工業：熟練工の技能記録から教育資料を自動生成

【導入のポイント】

①小さく始めて、効果を検証しながらスケールアップ

②無料トライアルや補助金を活用（IT 導入補助金など）

資料７

モノづくり部会のスケジュール

第３回 10月30日	第４回 令和7年2月5日	第５回 令和7年5月26日	第６回 令和7年8月頃	第７回 令和7年10月頃
●アンケート結果の提示 ●「結果」と「課題」について共通認識	●アンケートの結果の提示（詳細版） ●新戦略の柱の検討に向けた「市内企業の課題」の整理	●新たな施策体系の柱（案）を提示 ●提言に向けた審議	●新戦略骨子案の提示 ●提言に向けた審議	●新戦略骨子案の再提示【確定】

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	代表取締役社長（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７年５月１日現在）

東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査

令和７年３月

東　大　阪　市

は　じ　め　に

平素は、東大阪市政に対し、皆様のご理解とご協力を賜り、心より感謝申し上げます。

さて、現在の我が国経済は、コロナ禍からの回復が進んでいるものの、依然として多くの課題に直面しています。特に、インフレの影響や急激な金利上昇が消費や投資活動に影響を及ぼし、企業の経営環境を厳しくする要因となっています。また、ウクライナ情勢や国際的なサプライチェーンの混乱も我が国経済に不安定要因をもたらしています。

地域経済においても、これらの影響は避けられないほか、市内の企業も新たな局面を迎えています。長期的な視点で見れば、少子高齢化による人口減少とそれに伴う内需の変化、デジタル化の促進、そして地球環境の保全に対する取組みがますます重要性を増しています。これらの変化に対応するためには、柔軟なビジネスモデルが求められます。

こうした状況の中、「モノづくりのまち東大阪」の経済活動を支える製造業における景況感や抱える課題を明らかにするため、東大阪商工会議所に業務を委託し、アンケート調査を実施しました。この調査を通じて、市内企業が直面している現実や課題、さらには新たな取組みや未来への展望を確認することができました。

得られたデータは、市内企業の効率的かつ効果的な業務運営の実現や事業を行いやすい環境を整えるための施策検討に活用してまいります。

本調査報告書がさまざまな場面で活用され、皆様のお役に立つと幸いでございます。

最後に、本調査にご協力いただきました市内モノづくり企業及び東大阪商工会議所をはじめとした関係者の皆様に御礼申し上げます。

令和７年３月

東大阪市都市魅力産業スポーツ部

【調査の概要】

１．名　　称

『東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査』

２．目　　的

市内製造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・分析することで、必要な支援策を検討する際の基礎資料とするために本調査を実施するもの。

３．調査期間

令和６年６月～８月

４．調査対象

３，２４０社（東大阪商工会議所工業部会１，９３４社及び市内企業１，３０６社）

有効回答数：５３８社　　回収率：１６．６％

５．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

６．実施主体

東大阪市都市魅力産業スポーツ部（東大阪商工会議所へ委託）

目　次

はじめに
調査の概要

Ⅰ．会社概要について
　１．設立年（個人は開業年）　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１
　２．経営者の年齢　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１
　３．経営者の世代　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２
　４．資本金（または出資金）　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２
　５．従業員数（常時使用する従業員の数）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３
　６．業績
　　・受注量（前期から今期の見込み）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３
　　・受注単価（前期から今期の見込み）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　４
　　・営業利益（前期から今期の見込み）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　４
　７．主な業種　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　５
　８．保有技術　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　５

Ⅱ．事業の現状について
　９．自社の強みと弱み
　　・強み　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　６
　　・弱み　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　７
　１０．事業形態　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　８
　１１．設備投資の計画　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　９
　１２．設備投資の主な目的　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　９
　１３．東大阪市内で操業する優位性・良い点　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１０
　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　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１１
　　②５年前と比較した増減　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１１
　　③新しい企業とのつながりについて　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１２
　１５．３～５年先の事業の見通し　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１３

Ⅲ．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 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１４
１７．人員の過不足について ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１５
１８．どういった人材の不足を感じていますか ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１６
１９．人材不足を解消できない主な要因（自由記述）・・・・・・・・・・・・・・・・２８
２０．人材不足への対応について、効果が高いと思われる（効果が高かった）もの ・・・・・１７
２１．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 ・・・１８
２１－１．価格転嫁の割合 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１９
２２．価格転嫁後、利益への影響 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１９
２３．費目別の対応状況 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２０
①材料費
②エネルギー
③労務費・賃上げ
２４．価格転嫁が出来た要因（自由記述）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３０
２４．価格転嫁が出来ていない要因について（自由記述）・・・・・・・・・・・・・・・３１
２５．生産性の向上に向けた取り組みについて ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２１
２６．生産性の向上に資する方法・取組みについて、効果が高い(高かった)と思われるもの ・２２
２７．生産性の向上に取り組めていない場合、その主な要因（自由記述）・・・・・・・・・３２
２８．海外企業との取引 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２３
２９．海外での拠点設立 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２３
３０．SDGs（持続可能な社会）の１７の開発目標に係る取り組み ・・・・・・・・・・・２４
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 ・・・・・・・・・２５

Ⅳ．東大阪市の産業振興施策について

３２．国や自治体等支援機関の施策情報の入手方法について ・・・・・・・・・・・・・・・２６
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 ・・・・・・・・・・・２７
３４．東大阪市の産業振興施策への要望（自由記述）・・・・・・・・・・・・・・・・・３３

自由記述　回答一覧 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３４

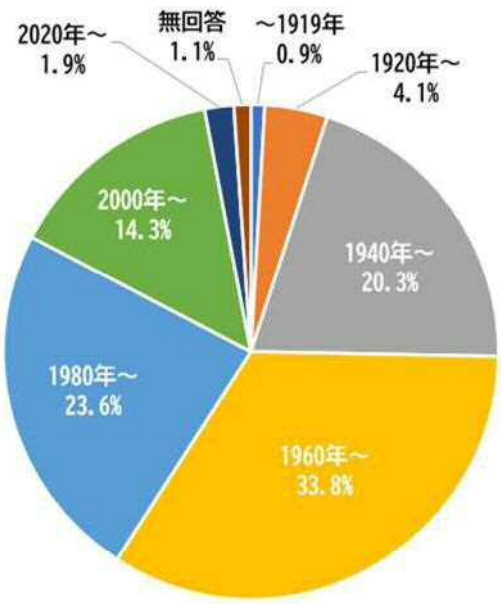
≪調査票≫

【主な設問における「従業員規模別」とのクロス集計の結果と考察の記載について】
　本調査の内容については、とりわけ東大阪市中小企業振興会議モノづくり部会における審議資料として活用を図るものである。そのため、必要と考えられる主な設問については、「従業員規模別」とのクロス集計を行い、その結果と考察についても掲載している。

Ⅰ．会社概要について

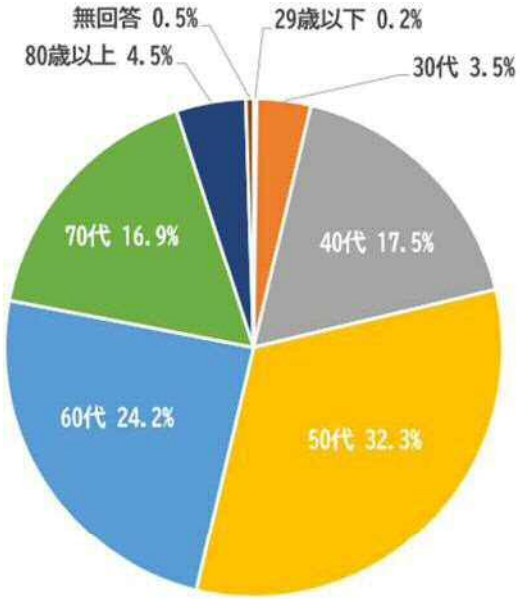
１．設立年（個人は開業年）

	回答数	割　合
～1919 年	5	0.9%
1920 年～	22	4.1%
1940 年～	109	20.3%
1960 年～	182	33.8%
1980 年～	127	23.6%
2000 年～	77	14.3%
2020 年～	10	1.9%
無回答	6	1.1%
合　計	538	100.0%



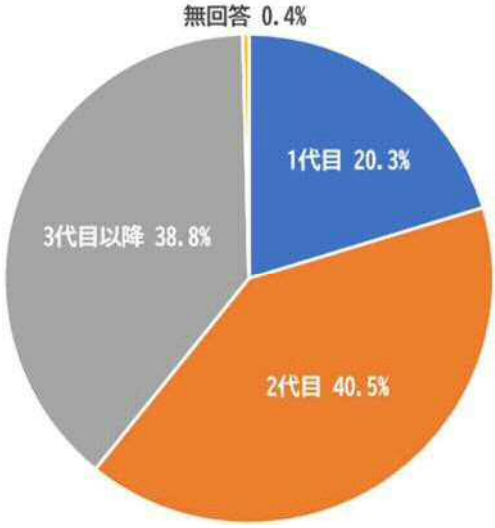
２．経営者の年齢

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



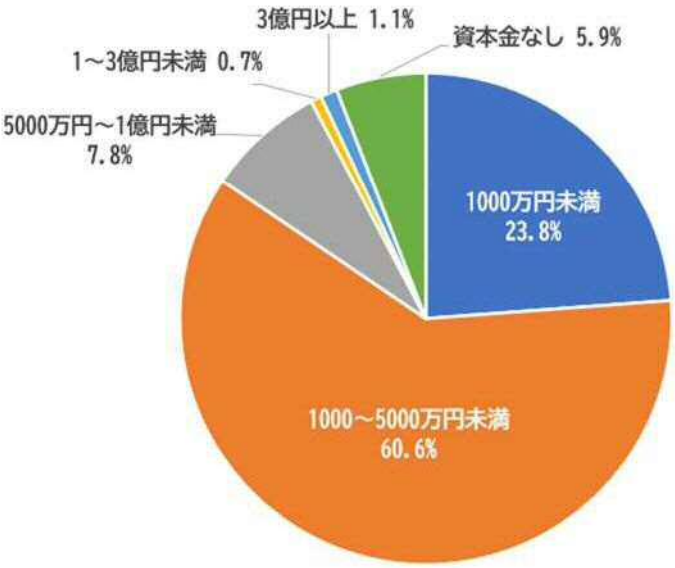
３．経営者の世代

	回答数	割　合
1 代目（創業者）	109	20.3%
2 代目	218	40.5%
3 代目以降	209	38.8%
無回答	2	0.4%
合　計	538	100.0%



４．資本金

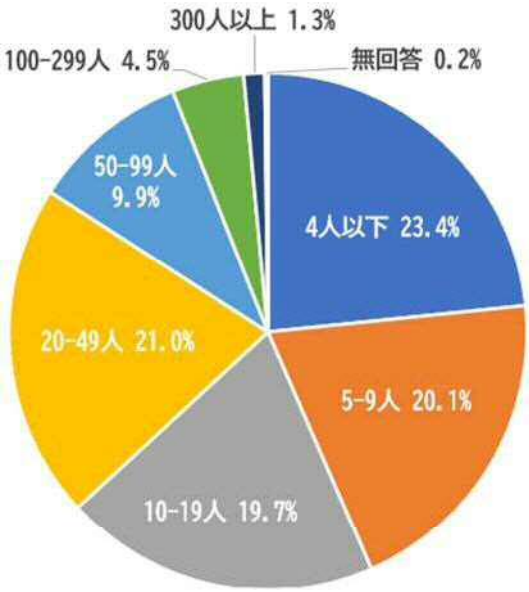
	回答数	割　合
1000 万円未満	128	23.8%
1000～5000 万円未満	326	60.6%
5000 万円～1 億円未満	42	7.8%
1～3 億円未満	4	0.7%
3 億円以上	6	1.1%
資本金なし	32	5.9%
合　計	538	100.0%



５．従業員数

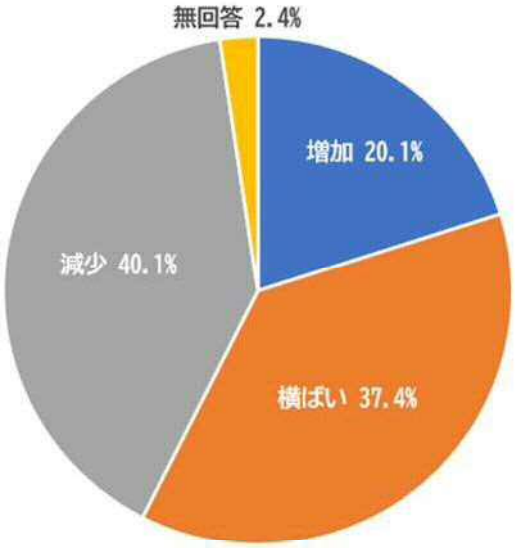
	4 人以下	5-9 人	10-19 人	20-49 人	50-99 人	100-299 人	300 人以上	無回答	合計
回答数	126	108	106	113	53	24	7	1	538
					84				
割　合	23.4%	20.1%	19.7%	21.0%	9.9%	4.5%	1.3%	0.2%	100.0%
					15.7%				

【「従業員数規模」の区分について】
100 人以上の企業の回答の母数が小さいため、より分かりやすく傾向を掴むため、本報告書では「50-99 人」「100-299 人」「300 人以上」を「50 人以上」と区分。企業規模を「4 人以下」「5-9 人」「10-19 人」「20-49 人」「50 人以上」５区分とすることで、各区分のおおよその母数に調整しています。



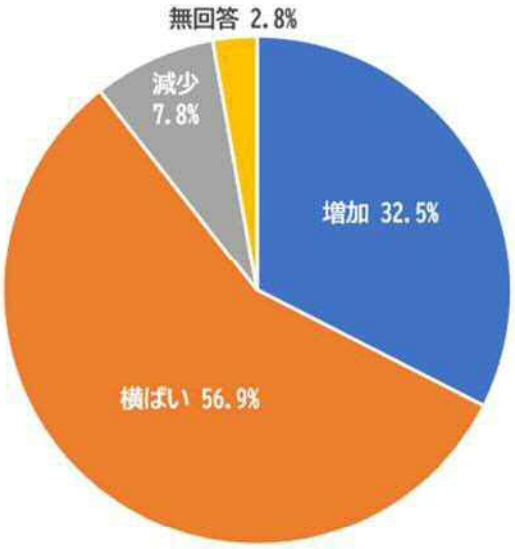
６．業績　①受注量（前期から今期の見込み）

従業員規模別	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%
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 人以上	27,4%	41.7%	32.1%		
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%		



6．業績　②受注単価（前期から今期の見込み）

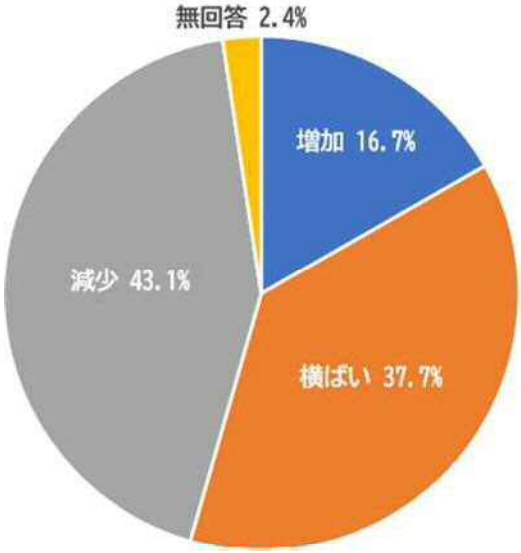
従業員規模別	増加	横ばい	減少	無回答	合計
回答数	175	306	42	15	538
割　合	32.5%	56.9%	7.8%	2.8%	100.0%
4 人以下	19.0%	64.3%	11.9%		
5-9 人	33.3%	59.3%	7.4%		
10-19 人	34.9%	56.6%	5.7%		
20-49 人	32.7%	58.4%	6.2%		
50 人以上	47.6%	41.7%	7.1%		
50-99 人	45.3%	43.4%	7.5%		
100-299 人	58.3%	37.5%	4.2%		
300 人以上	28.6%	42.9%	14.3%		



●従業員規模別に見ると、4 人以下の企業が「増加」の割合が少なく、
一方、50 人以上の企業だけ「増加」の割合が最も多くなっている。

6．業績　③営業利益（前期から今期の見込み）

従業員規模別	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%
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 人以上	21.4%	35.7%	41.7%		
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%		



●規模に関係なく、「横ばい」「減少」の割合が多くなっている。
「受注単価」と同様、4 人以下の企業が「増加」の割合が少なくなっている。

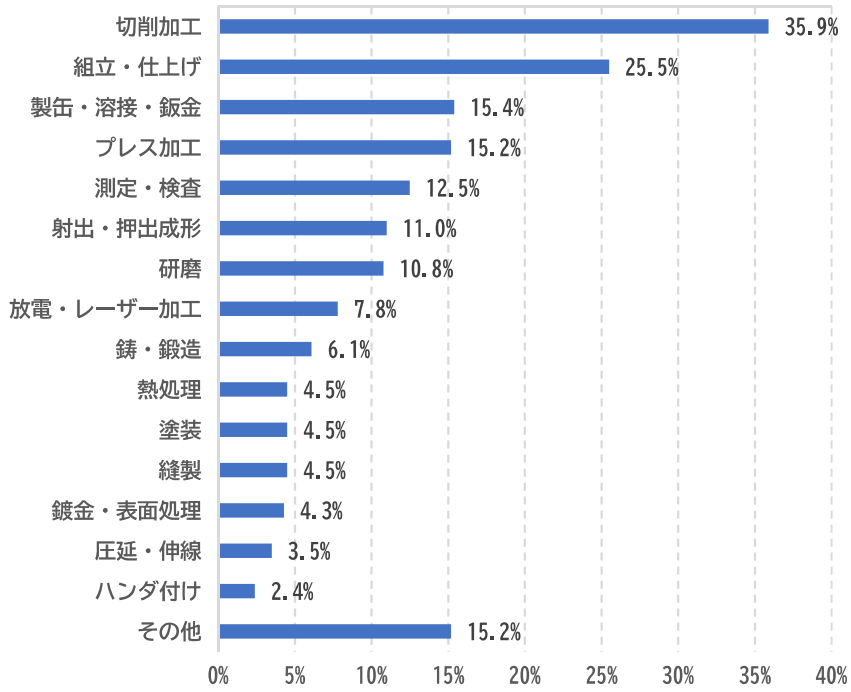
7．主な業種

	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%

●「金属製品」が 39.4%と最も多く、続いて「プラスチック」が 13.8%、「生産用機械」が 7.6%となっている。

8．保有技術（主要なもの３つまで選択）

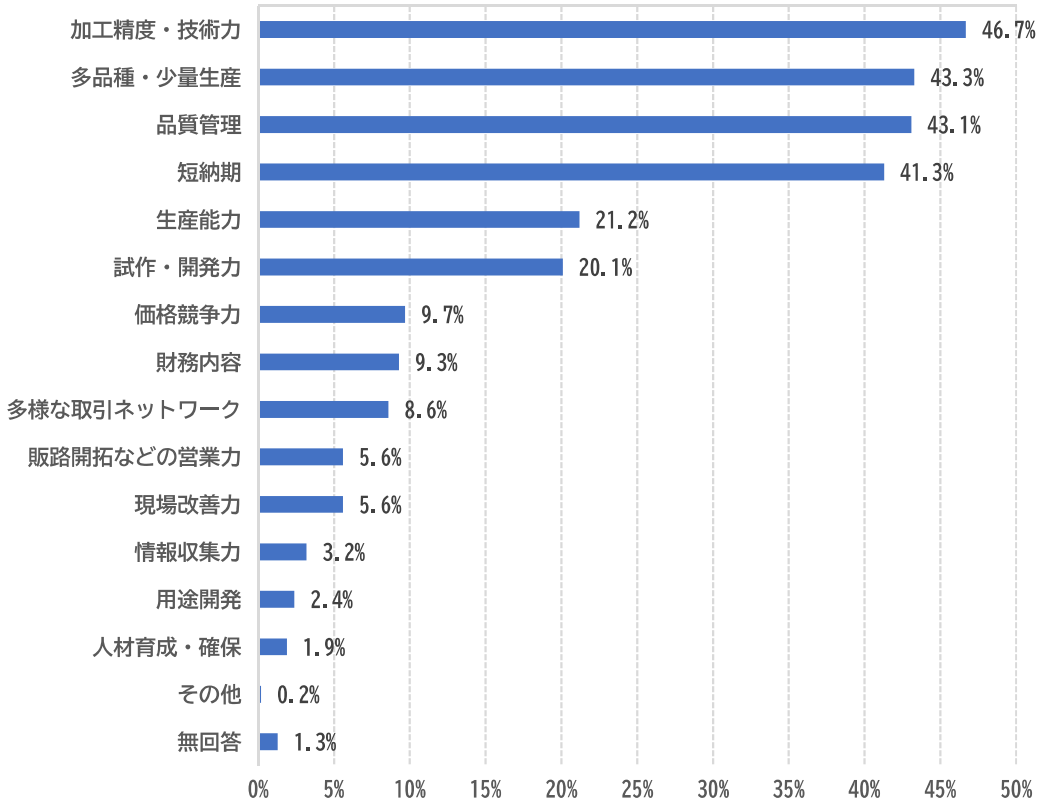
	製缶・溶接・鈑金	プレス加工	鋳・鍛造	圧延・伸線	切削加工	研磨
回答数	83	82	33	19	193	58
割　合	15.4%	15.2%	6.1%	3.5%	35.9%	10.8%
	放電・レーザー加工	熱処理	鍍金・表面処理	測定・検査	組立・仕上げ	塗装
回答数	42	24	23	67	137	24
割　合	7.8%	4.5%	4.3%	12.5%	25.5%	4.5%
	ハンダ付け	射出・押出成形	縫製	その他		合計
回答数	13	59	24	82		963
割　合	2.4%	11.0%	4.5%	15.2%		179.0%



Ⅱ．事業の現状について

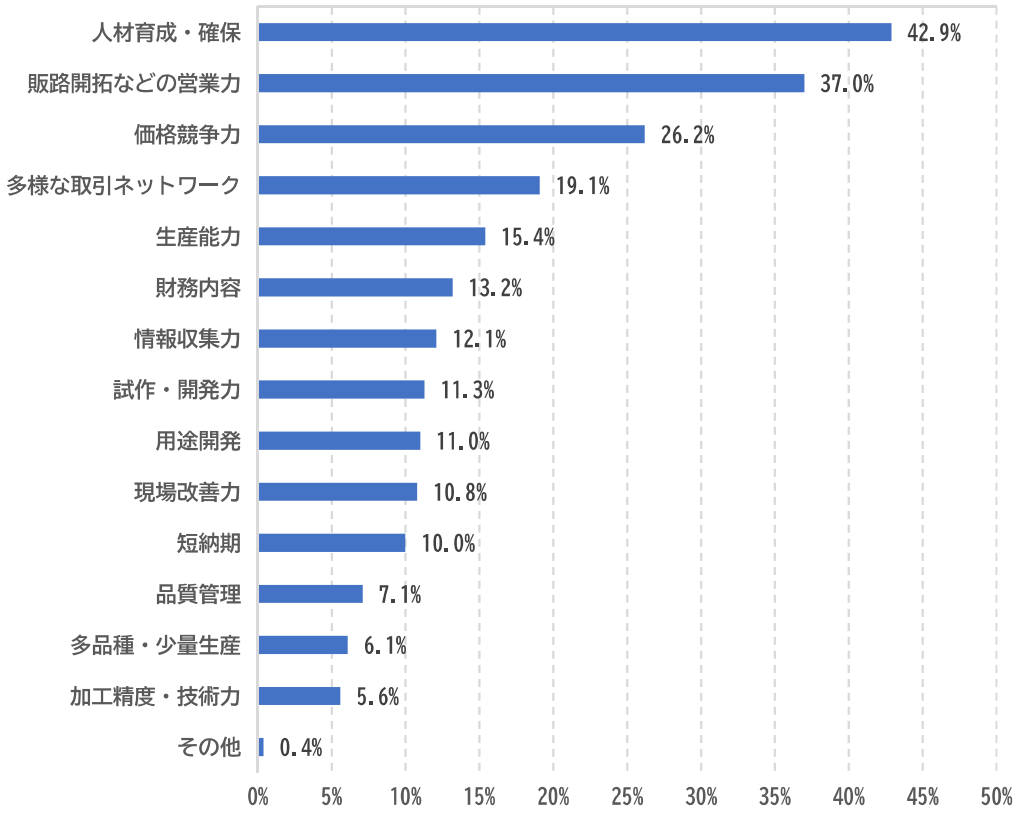
９．自社の強み（３つまで選択）

	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%



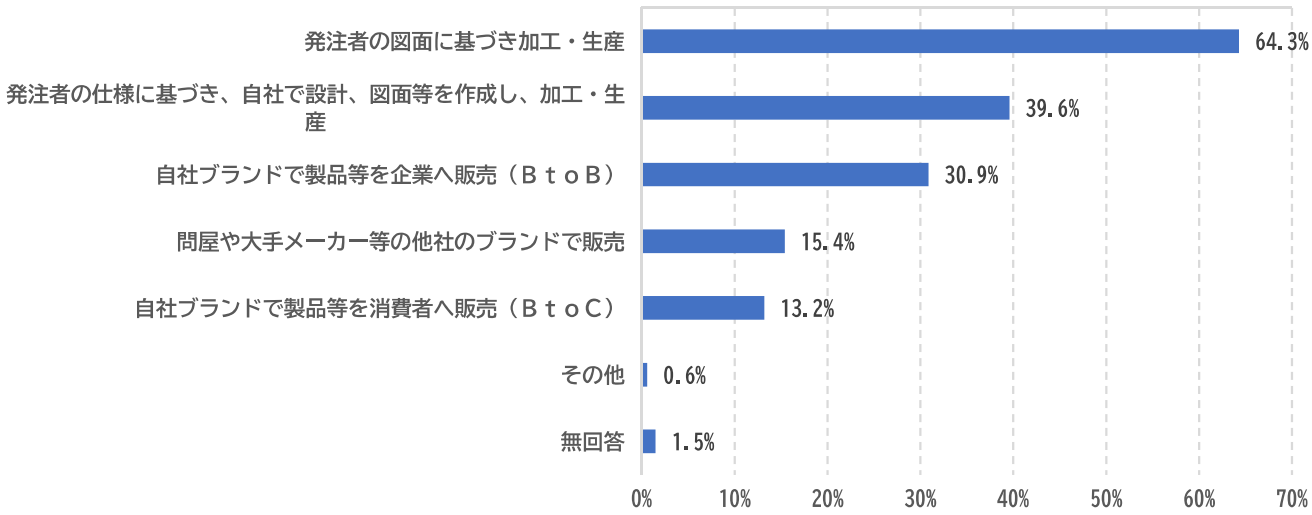
９．自社の弱み（３つまで選択）

	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%



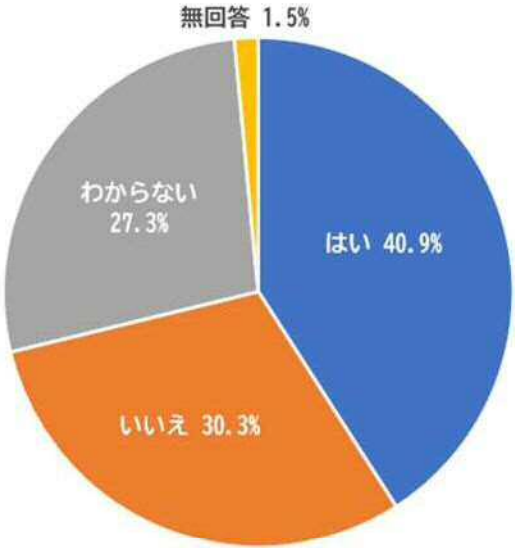
１０．事業形態（複数回答可）

	回答数	割　合
発注者の図面に基づき加工・生産	346	64.3%
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%
問屋や大手メーカー等の他社のブランドで販売	83	15.4%
自社ブランドで製品等を企業へ販売（ＢｔｏＢ）	166	30.9%
自社ブランドで製品等を消費者へ販売（ＢｔｏＣ）	71	13.2%
その他	3	0.6%
無回答	8	1.5%
合　計	890	165.4%



１１．今後３年間における設備投資の計画有無

従業員規模別	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%
4 人以下	20.6%	46.8%	30.2%		
5-9 人	21.3%	44.4%	31.5%		
10-19 人	44.3%	26.4%	28.3%		
20-49 人	51.3%	16.8%	31.0%		
50 人以上	77.4%	10.7%	11.9%		
50-99 人	73.6%	13.2%	13.2%		
100-299 人	79.2%	8.3%	12.5%		
300 人以上	100.0%	0.0%	0.0%		

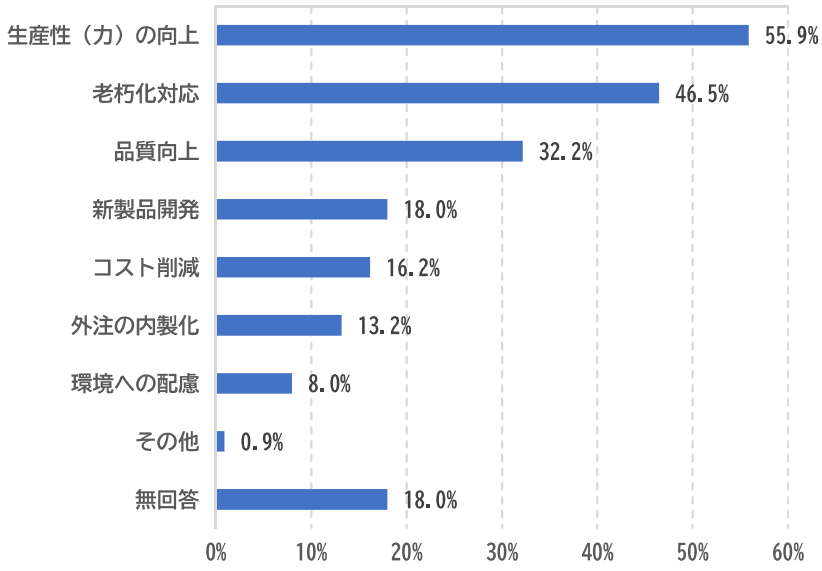


●「計画がある」が 40.9%と最も多く、一方で「いいえ」30.3%「わからない」27.3%となっている。
●企業規模が大きくなるほど、「計画がある」割合が多くなっている。

１２．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%

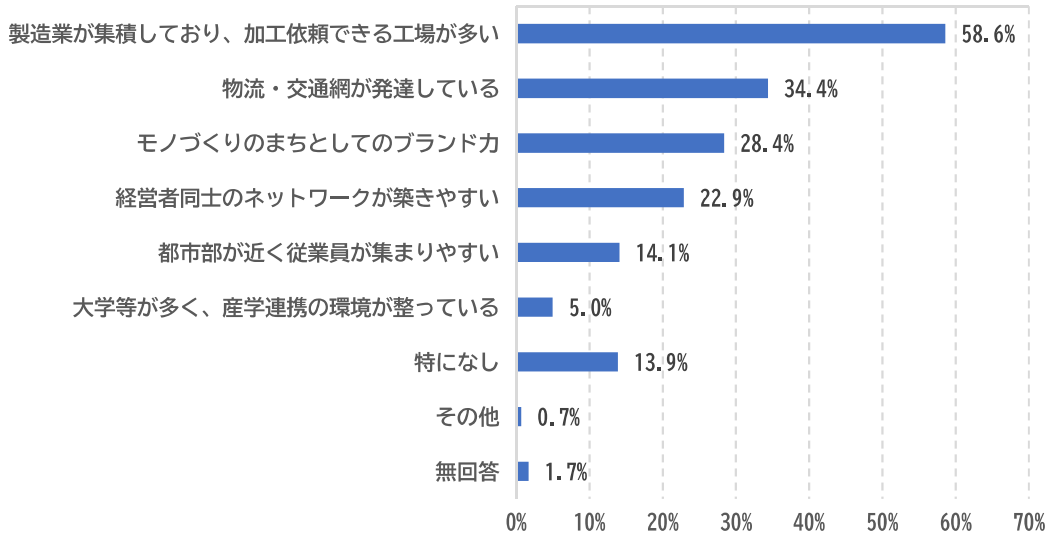
●「生産性（力）の向上」が 55.9%と最も多く、続いて「老朽化対応」46.5%、「品質向上」32.2%となっている。



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%

●「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。



従業員規模別	4 人以下	5-9 人	10-19 人	20-49 人	50 人以上	50-99 人	100-299 人	300 人以上
製造業が集積しており、加工依頼できる工場が多い	62.7%	54.6%	65.1%	55.8%	52.4%	60.4%	45.8%	14.3%
経営者同士のネットワークが築きやすい	17.5%	26.9%	23.6%	26.5%	20.2%	22.6%	16.7%	14.3%
物流・交通網が発達している	22.2%	27.8%	38.7%	45.1%	40.5%	39.6%	37.5%	57.1%
モノづくりのまちとしてのブランド力	21.4%	25.9%	37.7%	25.7%	34.5%	35.8%	37.5%	14.3%
都市部が近く従業員が集まりやすい(従業員の住環境)	4.0%	11.1%	19.8%	15.9%	23.8%	22.6%	25.0%	28.6%
大学等教育機関が多く、産学連携の環境が整っている	2.4%	4.6%	8.5%	5.3%	4.8%	3.8%	4.2%	14.3%
特になし	18.3%	17.6%	7.5%	13.3%	11.9%	11.3%	12.5%	14.3%

●従業員規模が大きい企業ほど、「物流・交通網が発達している」や「都市部が近く従業員が集まりやすい」ことにメリットを感じている傾向がある。

１４．周辺企業とのつながり

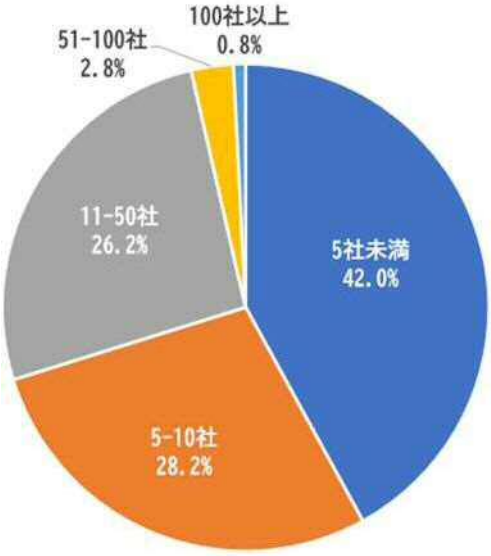
①東大阪市内での取引先の有無

	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%



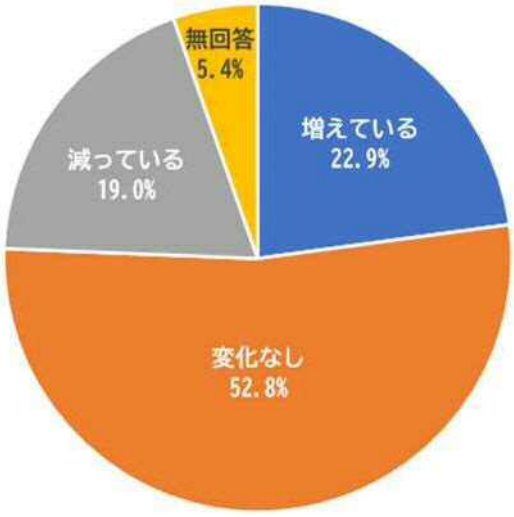
②５年前と比較した増減

従業員規模別	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%	53.2%	23.8%		
5-9 人	28.7%	47.2%	14.8%		
10-19 人	24.5%	50.0%	20.8%		
20-49 人	31.0%	51.3%	15.0%		
50 人以上	15.5%	64.3%	20.2%		
50-99 人	17.0%	60.4%	22.6%		
100-299 人	16.7%	70.8%	12.5%		
300 人以上	0.0%	71.4%	28.6%		

●85.7%の企業が市内に何らかの取引関係がある。

●その数については、「5 社以下」42.0%、「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「増加」22.9%、「変化なし」52.8%、「減少」19.0%となっている。



③新しい企業とのつながり

従業員規模別	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 人以上	75.0%	17.9%		
50-99 人	71.7%	22.6%		
100-299 人	88.3%	8.3%		
300 人以上	71.4%	14.3%		

●71.9%の企業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「つながりを求める」割合が多い傾向にある。

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人以上	50-99人	100-299人	300人以上
事業規模を拡大	189	35.1%	19.8%	29.6%	43.4%	43.4%	44.0%	43.4%	50.0%	28.6%
事業規模を維持	312	58.0%	63.5%	59.3%	56.6%	56.6%	52.4%	54.7%	41.7%	71.4%
事業規模を縮小	30	5.6%	13.5%	4.6%	2.8%	3.5%	1.2%	1.9%	0.0%	0.0%
特定分野への注力	80	14.9%	6.3%	11.1%	18.9%	19.5%	21.4%	26.4%	12.5%	14.3%
分社化	10	1.9%	1.6%	2.8%	1.9%	1.8%	1.2%	1.9%	0.0%	0.0%
第二創業	15	2.8%	0.8%	4.6%	2.8%	2.7%	3.6%	5.7%	0.0%	0.0%
工場移転	33	6.1%	6.3%	5.6%	6.6%	5.3%	7.1%	5.7%	12.5%	0.0%
事業の譲渡	27	5.0%	3.2%	11.1%	6.6%	1.8%	2.4%	3.8%	0.0%	0.0%
休業・廃業	15	2.8%	8.7%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	3	0.6%								
無回答	16	3.0%								
合　計	730	135.7%								

●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%と最も多く、続いて、「事業の拡大」35.1%、「特定分野への注力」14.9%となっている。

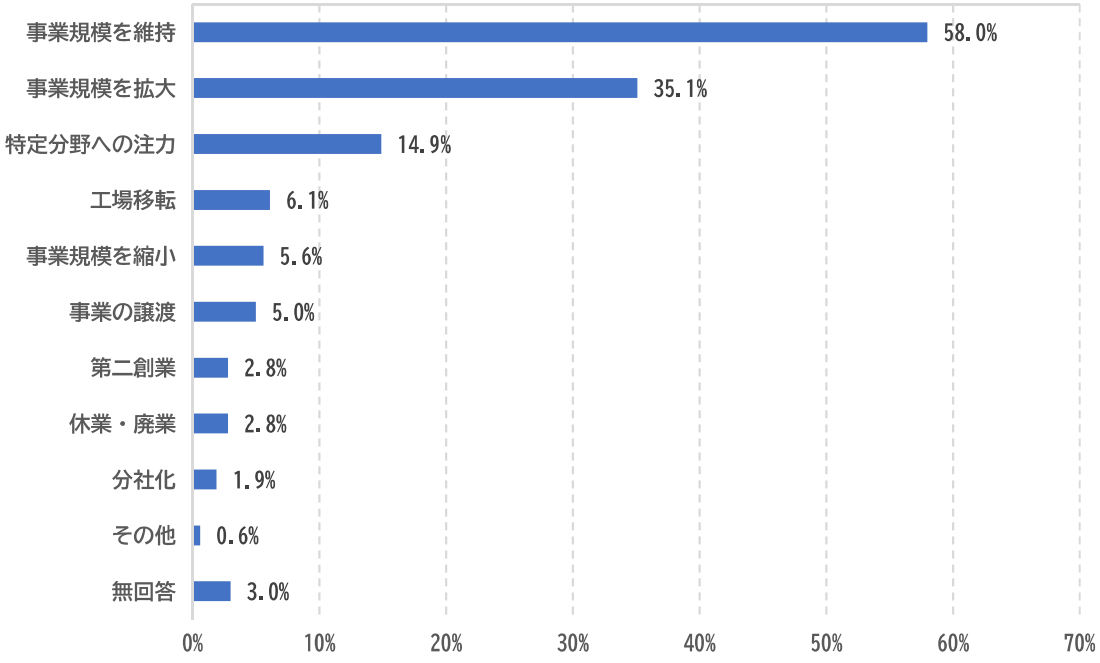
●「従業員規模別」とのクロス集計

「事業規模を拡大」：従業員規模が大きくなるほど割合が多くなっている

「事業規模の縮小」：4 人以下の企業において突出して割合が多くなっている

「特定分野への注力」：10 人以上の企業において割合が多くなっている

「事業の譲渡」「休業・廃業」：19 人以下の企業において割合が多くなっている



Ⅲ．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（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人以上	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%	42.9%	43.4%	41.7%	42.9%
新規の顧客開拓	202	37.5%	37.3%	32.4%	48.1%	32.7%	36.9%	37.7%	29.2%	57.1%
設備更新	166	30.9%	28.6%	26.9%	35.8%	35.4%	27.4%	28.3%	20.8%	42.9%
人材不足	250	46.5%	26.2%	50.9%	50.9%	46.9%	64.3%	64.2%	62.5%	71.4%
社内での人材育成	149	27.7%	5.6%	25.9%	32.1%	38.1%	44.0%	45.3%	37.5%	57.1%
価格転嫁	153	28.4%	34.1%	18.5%	27.4%	25.7%	38.1%	41.5%	25.0%	57.1%
生産性の向上	138	25.7%	15.1%	24.1%	36.8%	26.5%	27.4%	26.4%	29.2%	28.6%
働き方改革への対応	80	14.9%	8.7%	15.7%	13.2%	22.1%	14.3%	11.3%	12.5%	42.9%
事業承継	76	14.1%	11.1%	18.5%	21.7%	10.6%	8.3%	9.4%	8.3%	0.0%
操業環境の悪化	32	5.9%	4.0%	5.6%	6.6%	8.8%	4.8%	5.7%	4.2%	0.0%
新製品・技術の開発	89	16.5%	11.9%	13.9%	15.1%	15.0%	29.8%	30.2%	25.0%	42.9%
資金繰り	87	16.2%	31.0%	16.7%	16.0%	8.0%	4.8%	5.7%	4.2%	0.0%
新たな事業柱の構築	112	20.8%	15.1%	15.7%	22.6%	27.4%	23.8%	28.3%	12.5%	28.6%
脱炭素社会やSDGsへの対応	36	6.7%	0.0%	5.6%	5.7%	8.0%	16.7%	18.9%	8.3%	28.6%
海外との取引	26	4.8%	4.0%	0.0%	8.5%	4.4%	7.1%	9.4%	0.0%	14.3%
その他	2	0.4%								
無回答	10	1.9%								
合　計	1887	350.7%								

●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、続いて「人材不足」46.5%、「新規の顧客開拓」37.5%、「設備更新」30.9%、「価格転嫁」28.4%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」：全ての企業規模で割合が多く、特に「4人以下」の企業において割合が多くなっている。

「人材不足」：「50人以上」の企業が64.3%と企業規模が大きい企業ほど割合が多くなっている。
「社内での人材育成」も同様の傾向。

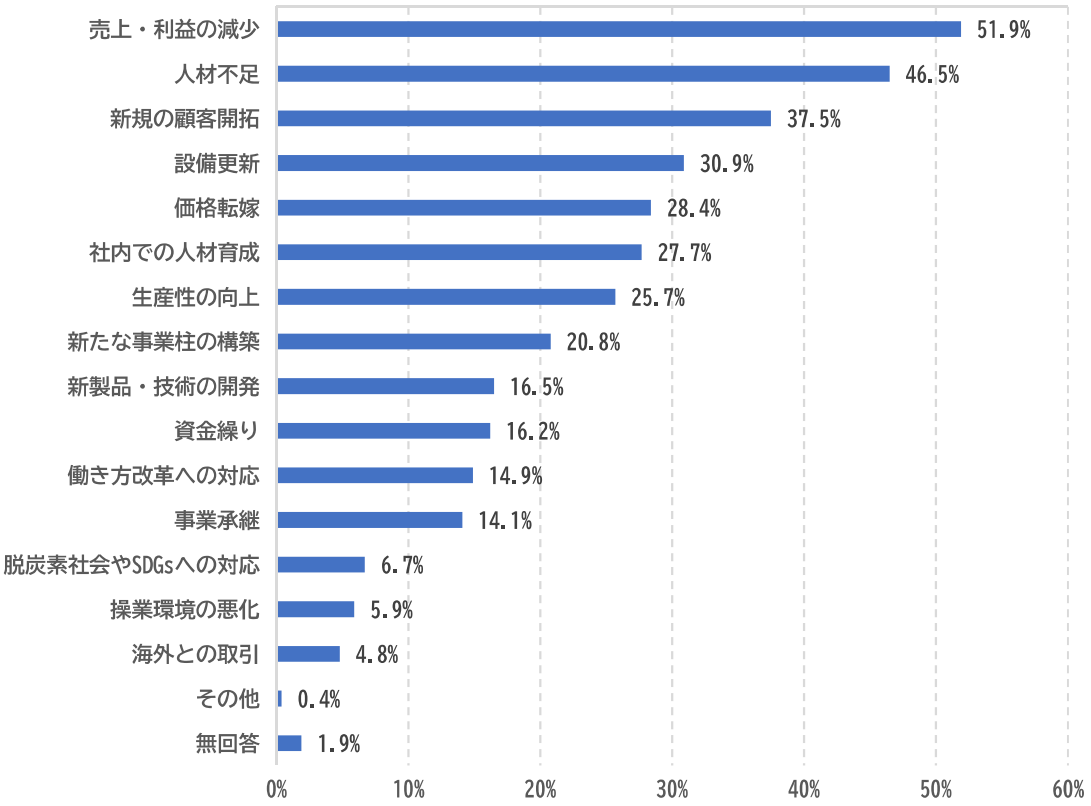
「新規顧客」：規模別に大きな差は見られない

「設備更新」：規模別に大きな差は見られない

「価格転嫁」：「4人以下」と「50人以上」の企業で割合が多くなっている。

「事業承継」：「5-9人」「10-19人」の企業で割合が多くなっている。

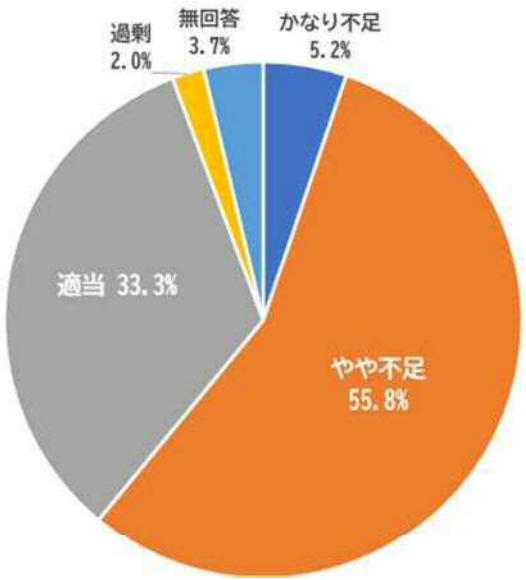
「資金繰り」：「4人以下」の企業において、割合が多くなっている。



人材不足

１７．人員の過不足

	回答数	割　合
かなり不足	28	5.2%
やや不足	300	55.8%
適当	179	33.3%
過剰	11	2.0%
無回答	20	3.7%
合　計	538	100.0%



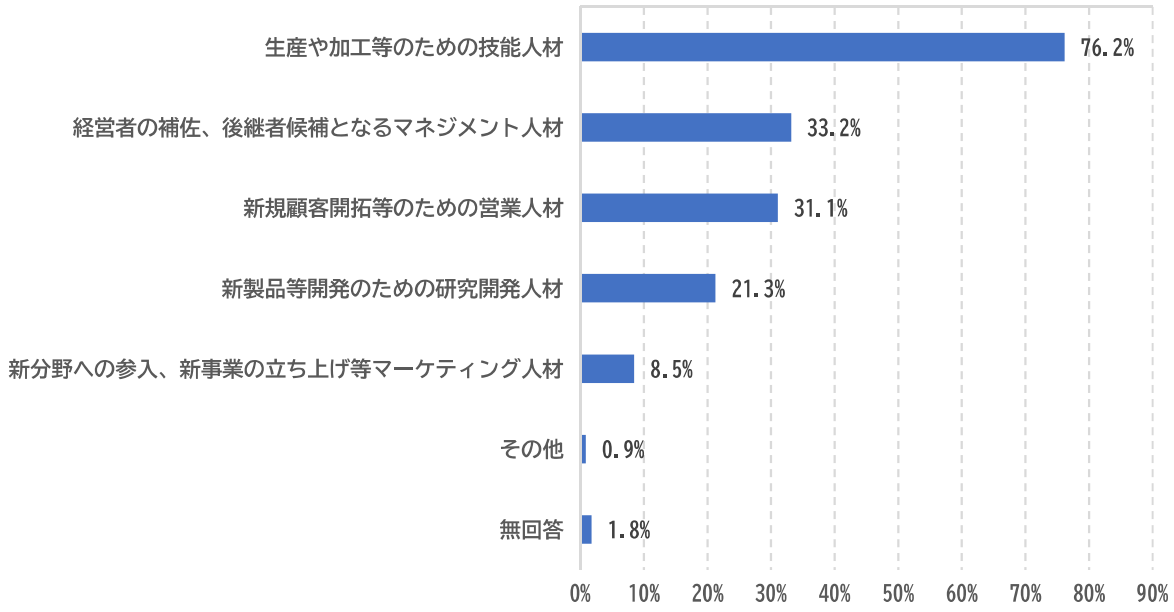
●「やや不足」55.8%と最も多く、「かなり不足」5.2%と合わせると約６割の企業が人材不足を感じている。

１８．不足している人材について（複数回答可）

※設問１７にて、「かなり不足」「やや不足」と回答した方のみ回答　母数：328

	回答数	割合
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%
新製品等開発のための研究開発人材	70	21.3%
新規顧客開拓等のための営業人材	102	31.1%
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%
無回答	6	1.8%
合　計	568	173.2%

●「生産や加工等のための技能人材」が 55.8%と最も多く、続いて「経営者の補佐、後継者候補となるマネジメント人材」33.2%、「新規顧客開拓等のための営業人材」31.1%、「新製品等開発のための研究開発人材」21.3%となっている。



＞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、２８ページへ。

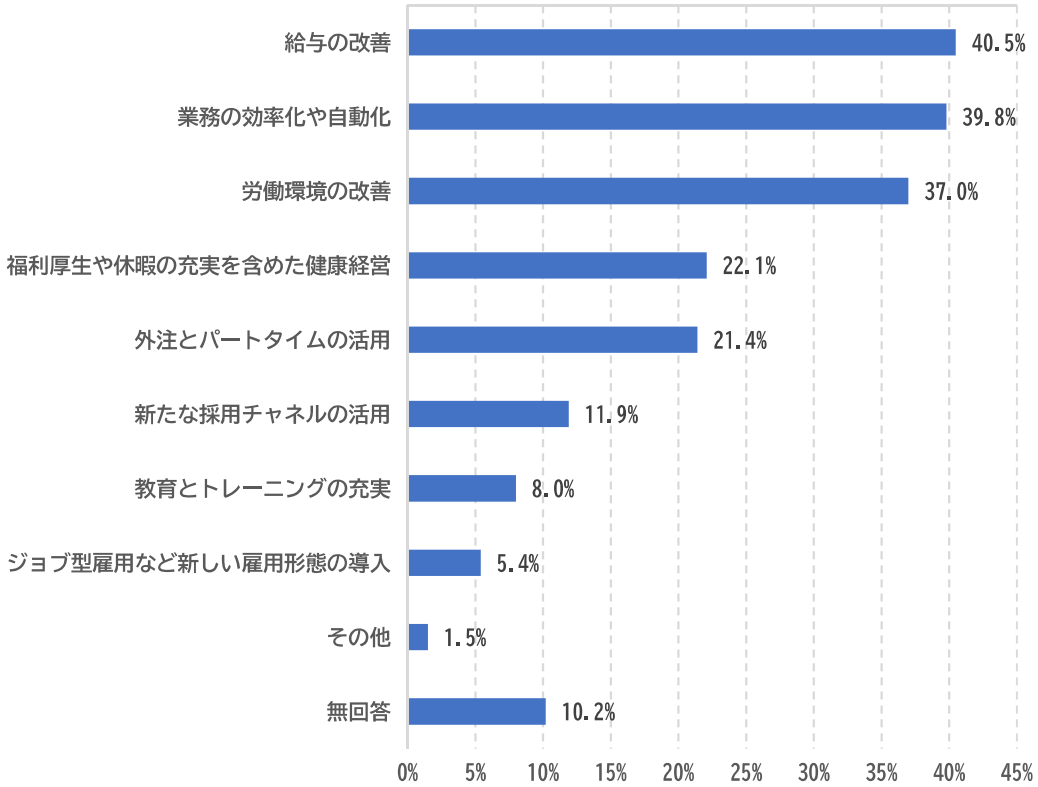
２０．人材不足の対応について、効果が高いと思われるもの（３つまで選択）

企業規模別	回答数	割合	4人以下	5-9人	10-19人	20-49人	50人以上	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%	53.6%	45.3%	70.8%	57.1%
労働環境の改善	199	37.0%	27.8%	33.3%	39.6%	44.2%	42.9%	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%	35.7%	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%	1.6%	5.6%	4.7%	7.1%	8.3%	7.5%	12.5%	0.0%
給与の改善	218	40.5%	17.5%	43.5%	32.1%	38.9%	51.2%	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%	10.7%	13.2%	0.0%	28.6%
新たな採用チャネルの活用	64	11.9%	5.6%	9.3%	13.2%	14.2%	20.2%	24.5%	16.7%	0.0%
教育とトレーニングの充実	43	8.0%	4.0%	9.3%	7.5%	10.6%	14.3%	15.1%	8.3%	28.6%
その他	8	1.5%								
無回答	55	10.2%								
合　計	1064	197.8%								

●「給与の改善」が 40.5%と最も多く、続いて、「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%となっている。

●従業員規模別に見ると、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。



価格転嫁

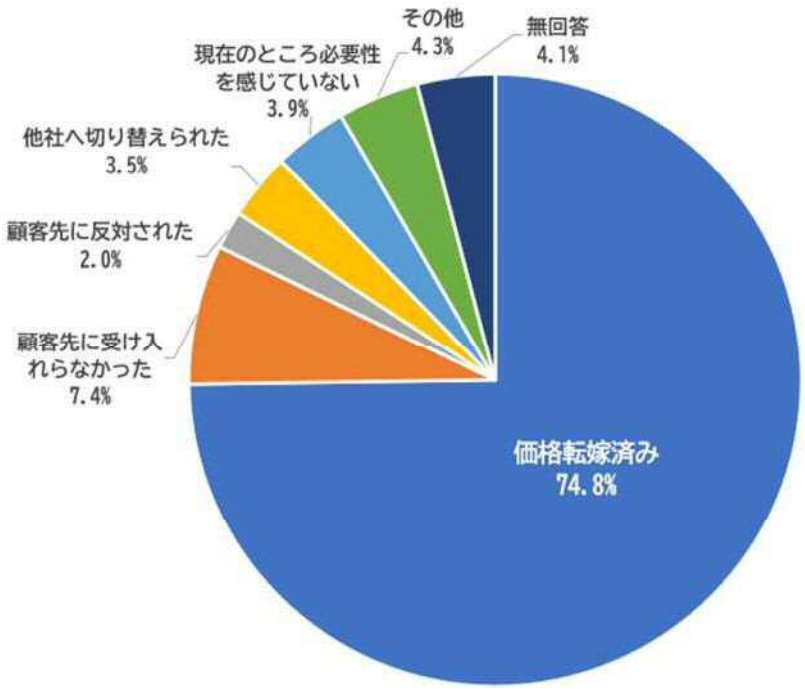
２１．過去１２ヶ月間、原材料や生産コストの増加による価格転嫁の状況と顧客の反応

	回答数	割合	4人以下	5-9人	10-19人	20-49人	50人以上	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%	79.8%	79.2%	79.2%	85.7%
顧客先に交渉をしたが、受け入れらなかった	40	7.4%	21.4%	19.4%	18.9%	13.3%	8.3%	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%	3.2%	1.9%	1.9%	6.2%	7.1%	5.7%	12.5%	0.0%
無回答	22	4.1%								
合　計	538	100.0%								

●「価格転嫁済み」が 74.7%と最も多くなっている。

●一方、交渉中を含め「価格転嫁できていない企業」が 17.2%となっている。

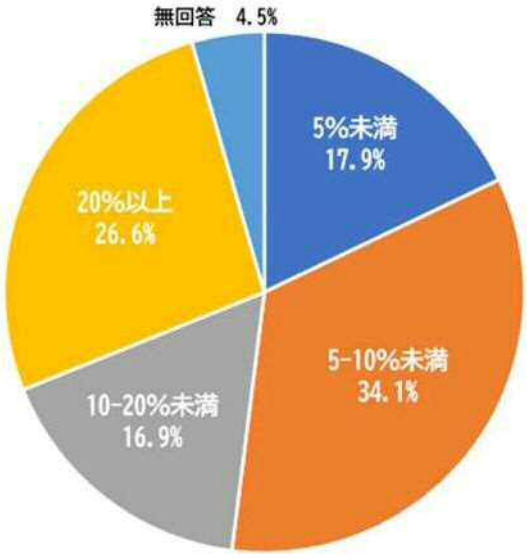
●従業員規模別に見ると、企業規模が小さい企業ほど「価格転嫁できていない企業」の割合が多くなっている。



２１－１．価格転嫁の割合

※設問２１にて、「価格転嫁済み」と回答した方のみ回答　母数：402

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

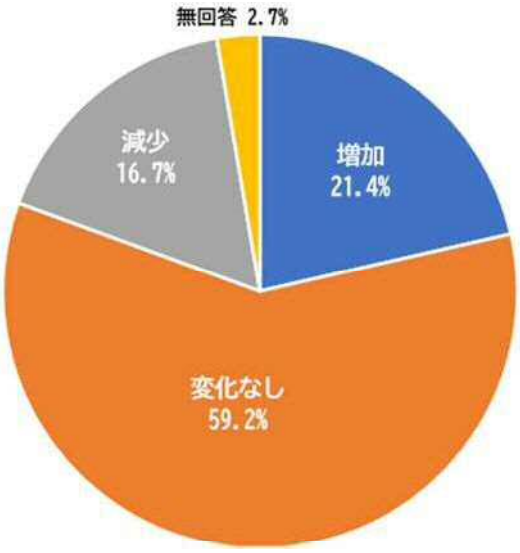


●「5-10%未満」が 34.1%と最も多くなっており、続いて、「20%以上」26.6%、「5%未満」17.9%、「10-20%未満」16.9%となっている。

２２．価格転嫁後の利益への影響

※設問２１にて、「価格転嫁済み」と回答した方のみ回答　母数：402

	回答数	割　合
増加	86	21.4%
変化なし	238	59.2%
減少	67	16.7%
無回答	11	2.7%
合　計	402	100.0%



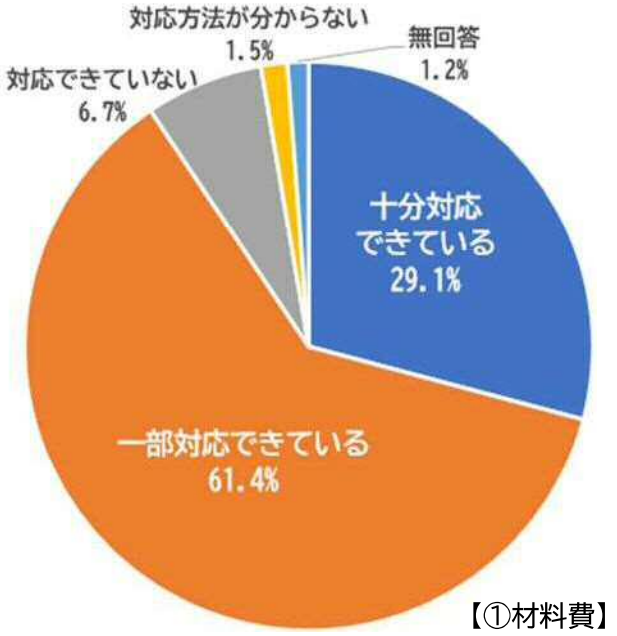
●「変化なし」が 59.2%と最も多くなっており、続いて「増加」が 21.4%、「減少」が 16.7%となっている。

２３．費目別の対応状況について　　※設問２１にて、「価格転嫁済み」と回答した方のみ回答　母数：402

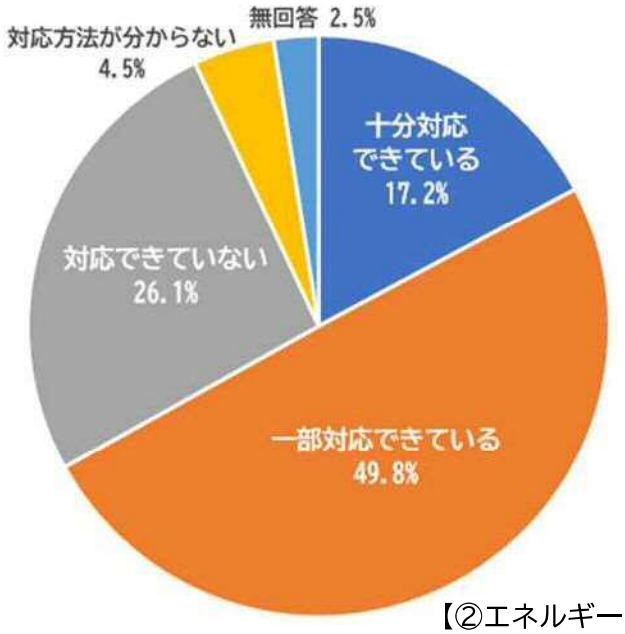
	①材料費		②エネルギー		③労務費・賃上げ	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
十分対応できている	117	29.1%	69	17.2%	64	15.9%
一部対応できている	247	61.4%	200	49.8%	215	53.5%
対応できていない	27	6.7%	105	26.1%	108	26.9%
対応方法が分からない	6	1.5%	18	4.5%	5	1.2%
無回答	5	1.2%	10	2.5%	10	2.5%
合　計	402	100.0%	402	100.0%	402	100.0%

●「材料費」については、「一部対応できている」が 61.4%、「十分対応できている」が 29.1%と９割を超える企業が一定対応できている。

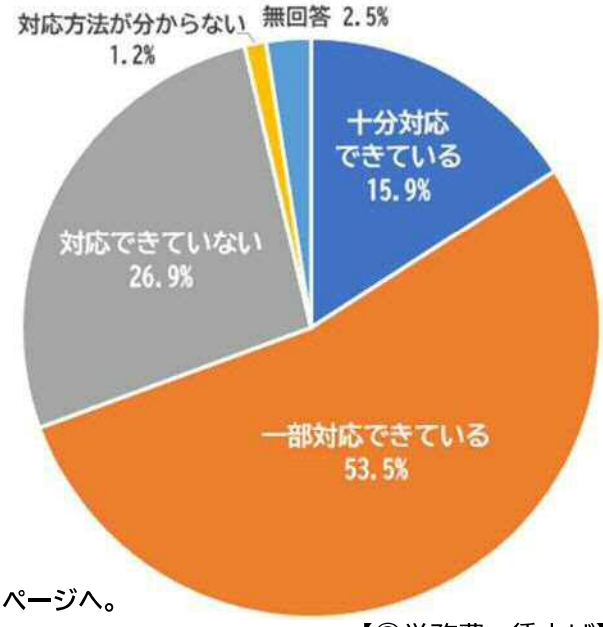
●一方、「エネルギー」「労務費・賃上げ」については、「十分対応できている企業」が２割以下に留まり、「対応できていない企業」がそれぞれ 26%存在する。



【①材料費】



【②エネルギー】



【③労務費・賃上げ】

＞設問２４．「価格転嫁できた要因」（自由回答）については、３３ページへ。
＞設問２４．「価格転嫁できていない要因」（自由回答）については、３６ページへ。

生産性の向上

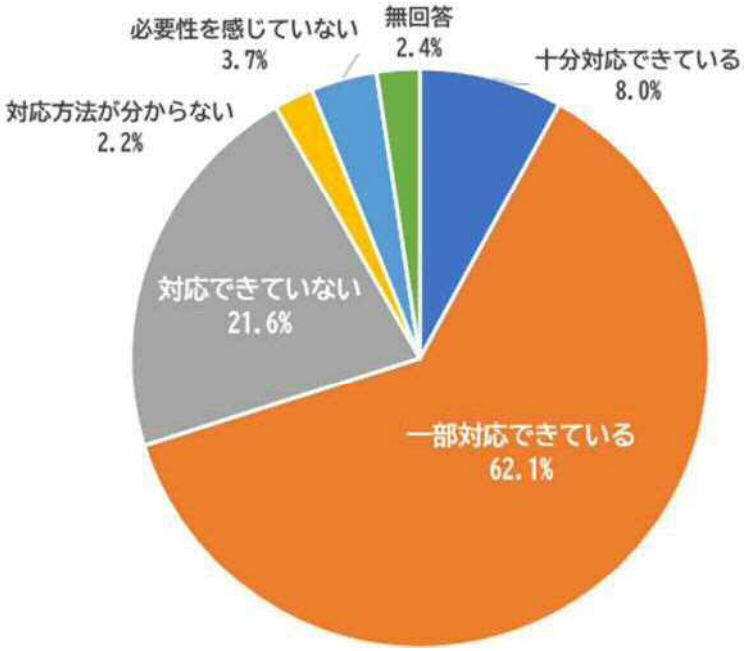
２５．生産性の向上に向けた取り組み状況

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人以上	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%	4.8%	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%	78.6%	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%	15.5%	13.2%	20.8%	14.3%
対応方法が分からない	12	2.2%	3.2%	5.6%	0.0%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
必要性を感じていない	20	3.7%	11.9%	1.9%	0.9%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
無回答	13	2.4%								
合　計	538	100.0%								

●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。

●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。

●「従業員規模別」とのクロス集計
「一部対応できている」：従業員規模が大きい企業ほど割合が多い傾向
「対応できていない」　：従業員規模が小さい企業ほど割合が多い傾向



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）

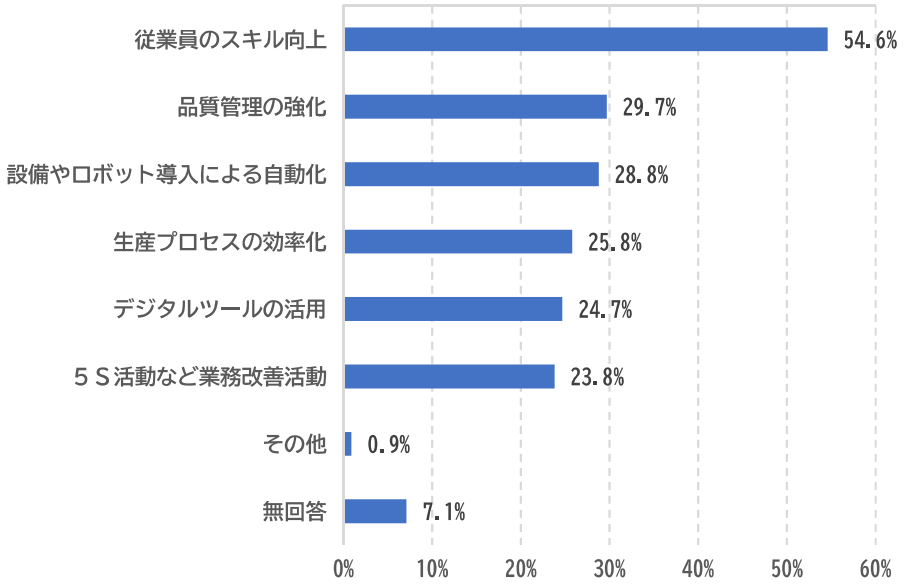
従業員規模別	回答数	割合	4人以下	5-9人	10-19人	20-49人	50人以上	50-99人	100-299人	300人以上
５Ｓ活動など業務改善活動	128	23.8%	9.5%	16.7%	24.5%	34.5%	38.1%	39.6%	41.7%	14.3%
デジタルツールの活用	133	24.7%	19.8%	22.2%	19.8%	29.2%	34.5%	32.1%	33.3%	57.1%
設備やロボット導入による自動化	155	28.8%	19.8%	22.2%	30.2%	27.4%	51.2%	41.5%	62.5%	85.7%
品質管理の強化	160	29.7%	34.1%	30.6%	23.6%	32.7%	26.2%	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%	50.0%	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%	25.0%	24.5%	20.8%	42.9%
その他	5	0.9%								
無回答	38	7.1%								
合　計	1052	195.5%								

●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、続いて、「品質管理の強化」29.7%、「設備やロボット導入による自動化」28.8%、「生産プロセスの効率化」24.7%、「デジタルツールの活用」24.7%「５Ｓ活動など業務改善活動」23.8%となっている。

●「従業員規模別」とのクロス集計

「デジタルツールの活用」：企業規模が大きい企業ほど割合が多い傾向にある

「設備やロボット導入による自動化」：企業規模が大きい企業ほど割合が多い傾向にある



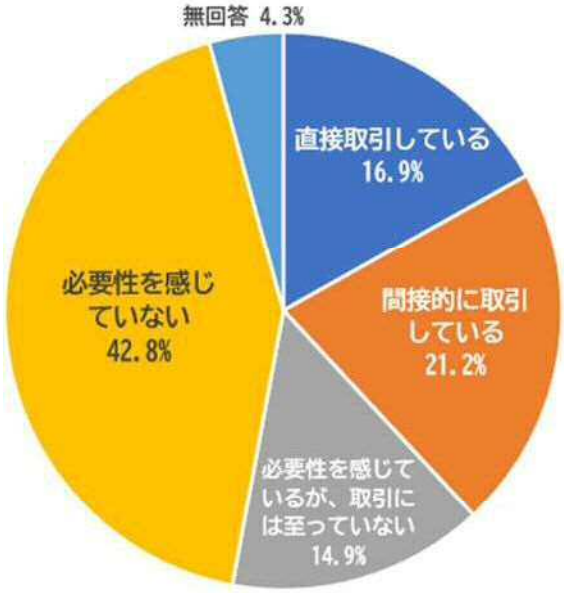
＞設問２７．「生産性の向上に取り組めていない主な要因」（自由回答）については、３９ページへ

グローバル化

２８．海外企業との取引

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人以上	50-99人	100-299人	300人以上
直接取引している	91	16.9%	7.9%	15.7%	16.0%	20.4%	27.4%	32.1%	16.7%	28.6%
間接的に取引している	114	21.2%	11.9%	13.9%	27.4%	25.7%	31.0%	24.5%	41.7%	42.9%
必要性を感じているが、取引には至っていない	80	14.9%	17.5%	13.9%	12.3%	14.2%	16.7%	15.1%	20.8%	14.3%
必要性を感じていない	230	42.8%	55.6%	51.9%	38.7%	38.1%	23.8%	26.4%	20.8%	14.3%
無回答	23	4.3%								
合　計	538	100.0%								

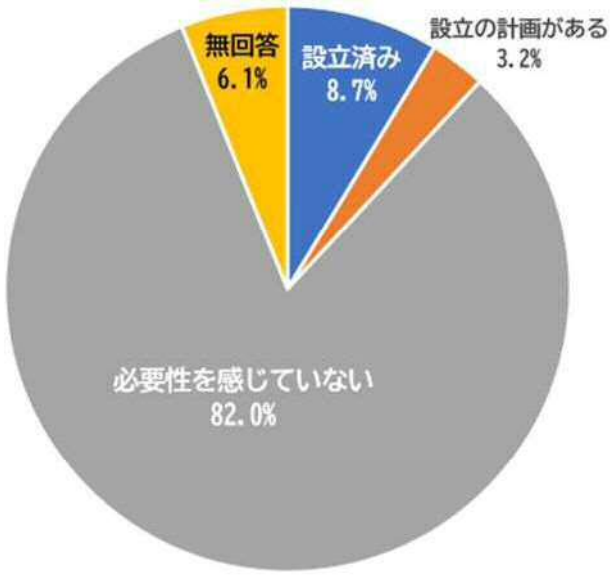
●「間接的に取引している」21.2%、「直接取引している」16.9%と約4割の企業が海外とビジネスを行っている。
●一方で「必要性を感じていない」が42.8%と最も多く、企業規模が小さい企業ほど多くなっている。
●また「必要性を感じているが、取引には至っていない」が14.9%となっている。



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%

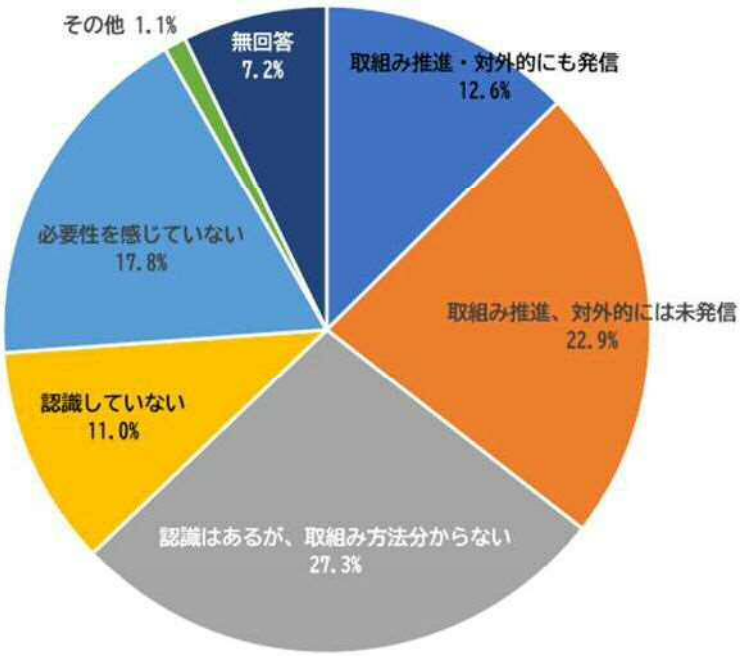
●「必要性を感じていない」が82.0%と最も多い。
●「設立の計画がある」企業が3.2%となっている。



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%

●「目標とその内容について認識はあるが、取組み方法がわからない」が 27.3%と最も多く、続いて、「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」22.9%、「取り組む必要性を感じていない」17.8%、「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」12.6%となっている。



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）

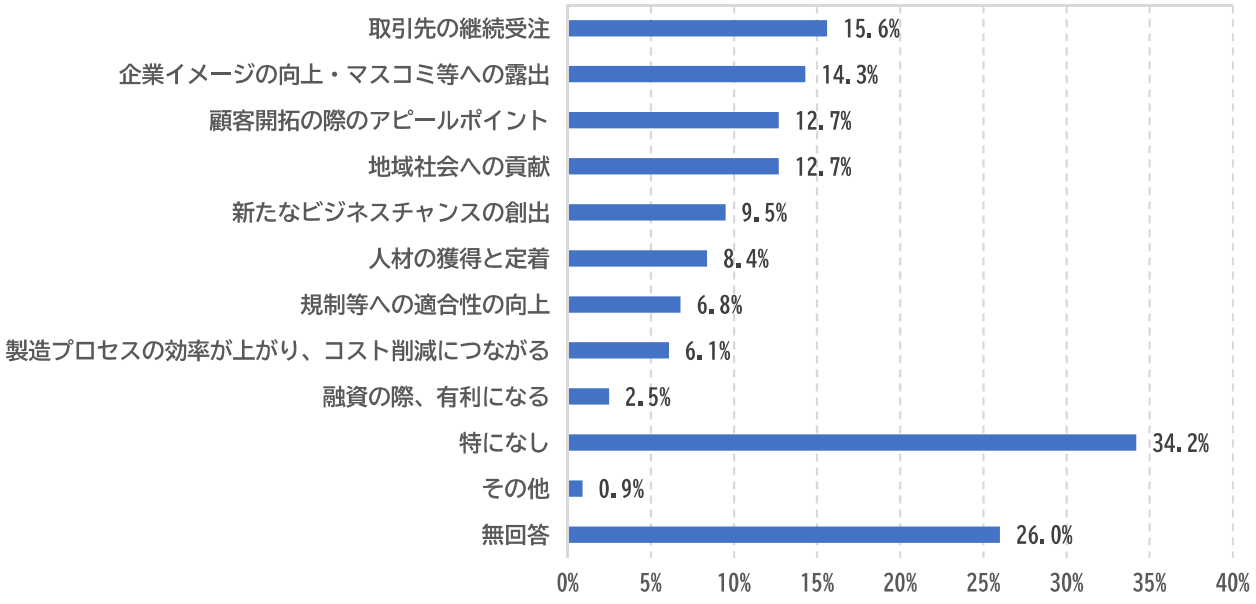
	回答数	割合
企業イメージの向上・マスコミ等への露出	63	14.3%
人材の獲得と定着	37	8.4%
融資の際、有利になる	11	2.5%
取引先の継続受注	69	15.6%
顧客開拓の際のアピールポイント	56	12.7%
新たなビジネスチャンスの創出	42	9.5%
製造プロセスの効率が上がり、コスト削減につながる	27	6.1%
規制等への適合性の向上	30	6.8%
地域社会への貢献	56	12.7%
特になし	151	34.2%
その他	4	0.9%
無回答	115	26.0%
合　計	661	149.5%

●「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は、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%

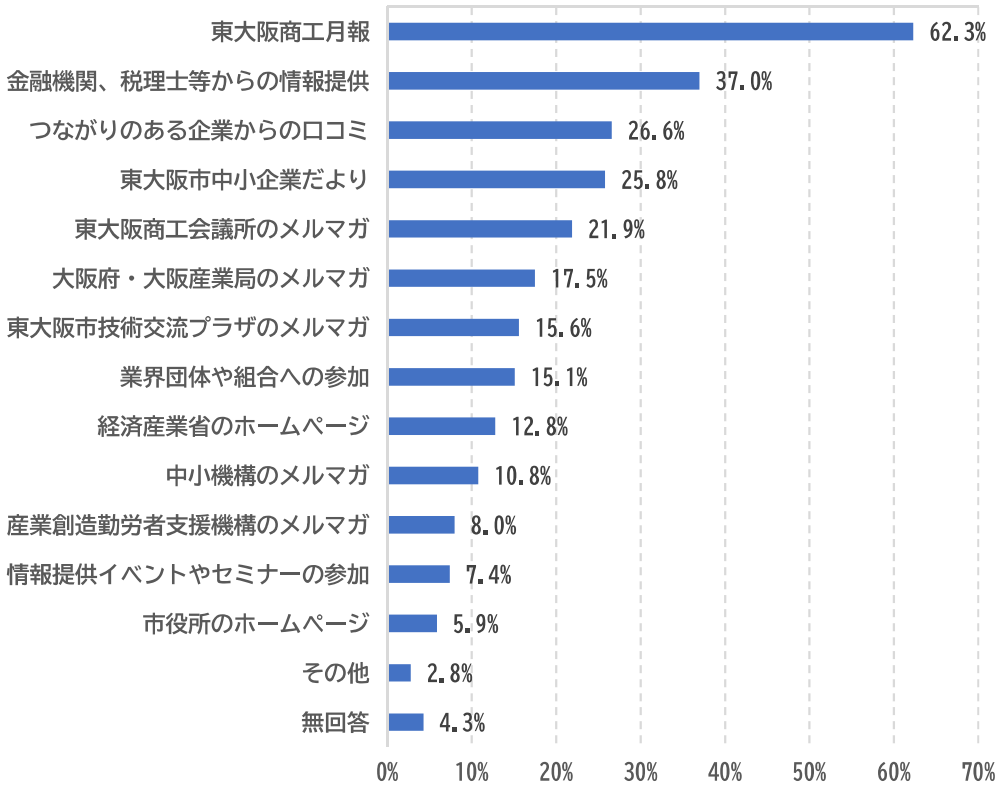
②企業イメージへの影響：「企業イメージの向上・マスコミ等への露出」14.3%　「地域社会への貢献」12.7%



Ⅳ．東大阪市の産業振興施策について

３２．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）

従業員規模別	割合	4人以下	5-9人	10-19人	20-49人	50人以上	50-99人	100-299人	300人以上
東大阪商工月報	62.3%	64.3%	61.1%	67.9%	61.9%	53.6%	56.6%	54.2%	28.6%
東大阪市中小企業だより	25.8%	23.8%	27.8%	26.4%	30.1%	20.2%	22.6%	16.7%	14.3%
東大阪市技術交流プラザのメルマガ	15.6%	17.5%	14.8%	15.1%	19.5%	9.5%	9.4%	8.3%	14.3%
東大阪商工会議所のメルマガ	21.9%	17.5%	19.4%	20.8%	25.7%	27.4%	24.5%	33.3%	28.6%
産業創造勤労者支援機構のメルマガ	8.0%	10.3%	7.4%	11.3%	7.1%	2.4%	1.9%	4.2%	0.0%
大阪府・大阪産業局のメルマガ	17.5%	9.5%	20.4%	18.9%	19.5%	21.4%	24.5%	16.7%	14.3%
中小機構のメルマガ	10.8%	7.9%	5.6%	13.2%	14.2%	14.3%	18.9%	4.2%	14.3%
つながりのある企業からの口コミ	26.6%	28.6%	29.6%	29.2%	25.7%	17.9%	24.5%	4.2%	14.3%
業界団体や組合への参加	15.1%	4.8%	15.7%	14.2%	18.6%	25.0%	22.6%	29.2%	28.6%
金融機関、税理士等からの情報提供	37.0%	31.7%	38.0%	40.6%	36.3%	39.3%	39.6%	33.3%	57.1%
情報提供イベントやセミナーの参加	7.4%	2.4%	4.6%	5.7%	8.0%	19.0%	17.0%	25.0%	14.3%
市役所のホームページ	5.9%	5.6%	6.5%	5.7%	2.7%	9.5%	9.4%	12.5%	0.0%
経済産業省のホームページ	12.8%	4.8%	11.1%	12.3%	14.2%	23.8%	20.8%	20.8%	57.1%
その他	2.8%								
無回答	4.3%								
合　計	273.8%								

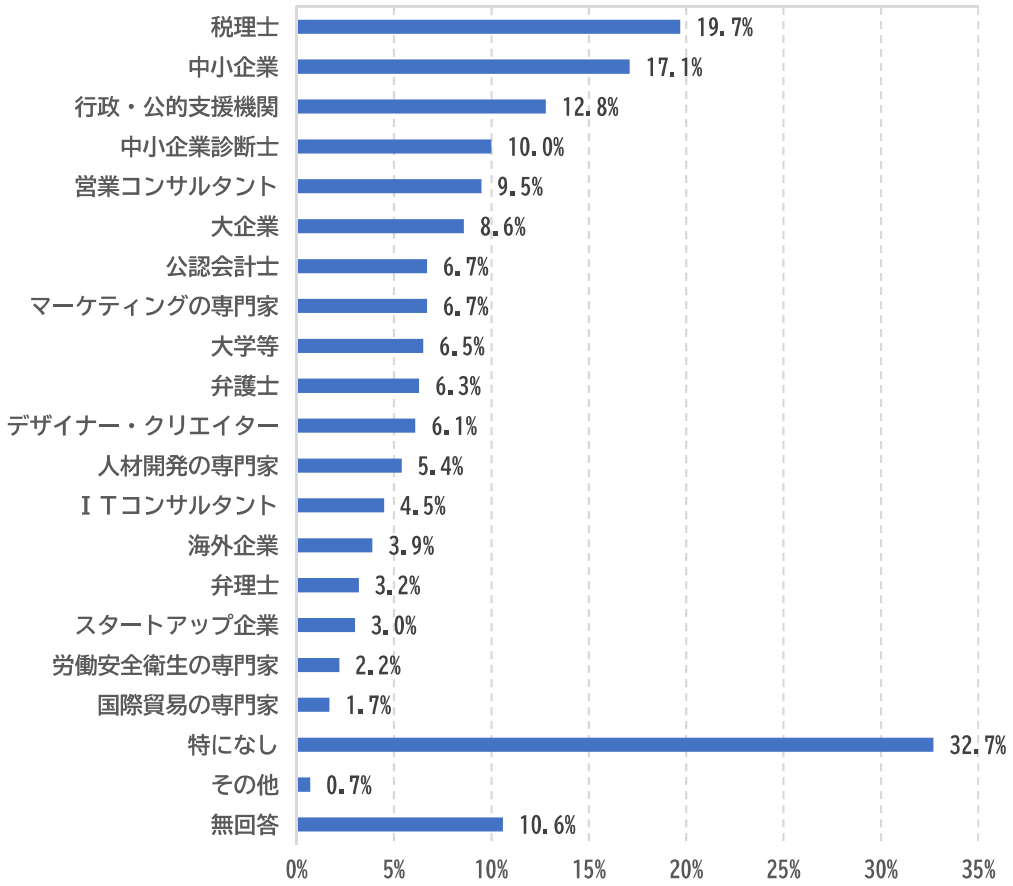


３３．事業を拡大、スムーズに進めるために希望する連携先、職種（複数選択可）

	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%

●「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。



＞設問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、４２ページへ

１９．人材不足を解消できない主な要因

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。

（主な回答）

・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。

（主な回答）

・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難につながっている。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。

（主な回答）

・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

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。

（主な回答）

・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

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。

（主な回答）

・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。

（主な回答）

・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

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。

（主な回答）

・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。

（主な回答）

・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。

（主な回答）

・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。

（主な回答）

・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。

（主な回答）

・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

１．取引先・顧客の拒否や力関係

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。

（主な回答）

・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。
・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。
・大手企業の購買方針や取引慣習があり、急な原材料高騰にも対応してもらえない。

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。

（主な回答）

・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。
・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。

３．コスト増加への対応の困難さ・根拠資料の不足

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。

（主な回答）

・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。
・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。
・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。

４．その他の要因

・市場低迷や顧客の経営状況が厳しいため、交渉が困難。

２７．生産性の向上に取り組めていない主な要因

１．資金不足・資金的要因

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。

（主な回答）

・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

・コンサルタントの費用が高額で導入しにくい

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。

（主な回答）

・指導者や対応スタッフがいない

・教育の不足、人手不足による機械稼働率の低下

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。

（主な回答）

・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

４．設備の問題・導入後の効果が見えない

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。

（主な回答）

・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 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。

（主な回答）

・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

・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

１．補助金関連

・自由度の拡大：設備導入補助金の自由度を広げてほしい。
・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。
・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。
・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．住工共生・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．情報提供

・情報提供の明確化：各業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。

４．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。
・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。

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：国内外へ技術をアピールする媒体など東大阪の製造業を発信する施策が必要。

６．その他

・事業所税の廃止：事業所税の廃止を求める。
・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。

１９．人材不足を解消できない主な要因

▼人的要因・・

従業員の高年齢化
募集しても希望人材がこない
優良人材不足
近隣、工科高校への学卒求人に対して前年、前々前と結果が出ていない
技術職への希望が少ない
募集に対して応募が少ない
中小企業に人材が回ってこない
新卒・中途採用ともに採用難である
中小企業にとっては、募集をかけても応募すらない状況。 また、学生とのマッチングが困難な状況。
採用しても長続きせず退職してしまう人が多い。
アルバイト広告等で人を集めているが、集まりにくい状況。若い方の製造業の成り手が少ない。
地方の工場が人材不足である
これまでの実績がないため、求人活動しても成果に繋がらない
若い人材の離職が多い。工業高校生の応募が減った

▼人材育成・・

入社しても育たずに辞めてしまう
新入社員の定着率が減少
人材育成が進んでいない
古い人と新しい人のギャップが縮まらない。ちょっと厳しく言うとやめてしまう。
人数は適正だが教育に時間と人がかかる
育成プログラムの不足
仕事内容に対し自信が持てないなどを理由に退職される人が多い
多様、複雑に変化、変容する時代に対応する人材育成には時間を要する
技術職のため、技術習得に時間がかかる

▼資金的要因・・

資金に余裕がないため
新人に対して高い賃金を出す事ができない
経費をおさえたいため
売上げの減少
人件費の高騰に対して、単価が比例していない。最低賃金が上がりすぎである。
人材確保の為に高い紹介料等を支払うことへの抵抗感
人材紹介など専門業者へ依頼したいが費用がかかりすぎる
新規顧客の開拓が上手くいかず、売り上げが安定しない事で人員確保に踏み込めない
経営状態が厳しく、十分な給与額を提示できないのも要因のひとつ
既存社員との給与バランスがとれないため
人件費にまわす余裕がない
売上が安定せず、計画的人材雇用が難しい。

▼社会的背景・・

日本全体の人材不足
業界が全体的に人不足
工場で働くことは底辺だといった SNS などでの風評被害
働かなければいけないと思っている日本人が減っている
応募者の半数強がいわゆるフリーターであり、働き方改革の悪い影響が表れているポイントと考える
製造業は斜陽産業である
若い世代がモノづくりに興味を持たなくなっている
若い人が製造現場で働きたがらない傾向にある
高卒も大卒も大企業志向が強い
働き方改革などの働く環境の変化で、従業員の残業を減らす、有休消化率を上げるなど、一人の従業員の実際に働く時間が減少しているため
会社の魅力を PR する力が不足している。数年間に亘るコロナの影響で経営状況が厳しくなったことで思い切った設備投資が行えず、新しい職場環境を提供することが非常に難しかった。採用・人事を行ってくれる人材がおらず、代表者がその対応を行っている。

▼労働条件・職場環境・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

扶養控除内で働く人の最低賃金が上がってきたため、労働時間が少なくなっている
給与など条件面で他社より劣っていると思われる
製造現場が２４時間稼働のため
事業規模が小さいため
労働環境が悪いため
東大阪市内より大阪市内のオフィス街への希望者が多い
工場現場を嫌がる傾向がある
明確なキャリア育成計画を示すことができないことが、新卒採用ができていない理由だと考える
いわゆる 3K なので働きたい若者がいない
利益が減少しており、給料面や福利厚生の問題点が原因
休日日数が少ないため、応募数が少ない
新卒採用を中心に行っているが、人件費のアップと採用数の確保が厳しくなっている
教育体制、給与体制、昇進昇格制度などが整っていないため
町工場では他社と比べて賃金、年間休日数が少ない
時流による人件費のアップが求められていること、またそれに伴う売価のアップが現状はかなり難しい
賃金と企業ブランド力の不足により、転職市場で人材に訴求できない
賞与を出せない経営状況
仕事現場の労働環境が整備されていない。物作りへの熱意の低下。従業員の高齢化。
夜勤があるから
立地の悪さと休日出勤があるため、若い人が興味を示さない
内定を提示しても大手企業へ流れてしまう
給料の良い大企業に人材が流れている
低賃金が常態化しており、技術力のわりに稼げない

▼その他・・

募集の方法が悪い
個人事業だからだと思う
採用活動を行っていないため
技術の習得、継承が難しい
人間関係のトラブル

新規案件の増産や納期遅延の状況などの絶対的な条件がそろわない限り募集には至らない
派遣社員比率が高いため
事業内容が、あまり馴染みがないため
全員が会社経営に携わることを拒否したため
新しい人を雇用する余力が足りない
自社が成長と安定に関する魅力に欠けるため
設備の老朽化
明確な人材不足でないため
家族経営のため
高い加工技術が必要なため

２４．価格転嫁できた要因

製品毎の見積りに転嫁している
材料費分は値上げ文書が証拠書類となるため
転嫁を認めない客先は取り引き停止にしているため
客先との信頼関係
原材料の値上げは理解してもらえる
取引先が国の指導を受け入れざるを得ないから
商品の変更を行った
全国的な値上げの風潮
値上げをお願いしやすい環境になったから
卸売要素が強く価格転嫁しやすい
エビデンスの提出
売先の理解
原価高騰について取引先の理解が得られた
基本的に別注商品が多いため
客先と正直に話し合う
価格決定権が当社にあるから
業界全体で値上げの動きになったため
材料の値上げの見積書を提出した
リピート品は交渉できる
得意先もある程度の上昇はやむを得ないと思っていただいた
下請け企業ではないので、販売価格を自社で決めることができるため
材料費は値上げ単価がはっきりしていて顧客も受け入れてくれた
比較的、業界の川上に存在するため、特に材料費の転嫁は受け入れられやすい
１品１様で毎回見積りをするため
発注先が大手企業である
粘り強く交渉した結果
受注製品が多く、その都度見積りをするため
全ての製品で加工費と材料費の見積りを分けているから
加工精度、技術力があるため
ビジネスの主資材は直列式に値上げできるため
従来からの関係性
同業他社の廃業による
材料費は計算しやすいため
原価が明白であるため

顧客に対し、人手不足（賃金の上昇）による生産性低下を説明、また副資材の仕入価格上昇も併せて説明
ニッチな業界であり、価格に大きな影響が及ばない
価格転嫁が認められない場合、最悪仕事が無くなってもよいと腹をくくって交渉した
コスト UP 幅が大きすぎるため
オンリーワンの仕事を行っているため
お客様とデータを基に説明
価格を転嫁できるタイミングを逃さない
価格リストの出し方を丁寧にする
早く対応すること
自社ブランドは出来ており、他社を気にしなくてよい
世間全体が値上げブームのようになっている時に提出した分は全て了解を得られている
取引先に正直に話す
原材料、人件費、光熱費等による値上げを理由に交渉したため
お客様より積極的に対応の姿勢を示していただいた
原材料の価格高騰が周知の事実だから
適正な根拠資料を提供する
大手企業は、国からの要請もあり、交渉は大変ですがエビデンスを提出することで認められる
この数年で顧客の仕入先に対する意識が良くなった（下請法遵守）
コストの上昇について具体的に数字を提示した上で交渉した
綿密な原価表を作成し 会社の 5 ヵ年計画やビジョンと共に取引先に公開したため
材料費分は数年前の材料費超高騰の流れで転嫁出来た
都度価格改定の一覧を提出している
価格転嫁については透明性の高い資料の提出と強い意志が必要
材料費やエネルギー費は国が推奨しているため
リピーター顧客は話をある程度聞いてくれるが、新規顧客は難しい
長期に渡り価格転嫁が出来てなかったため
真摯にお客様との交渉を重ねる
企業に対する行政の価格転嫁指導に依る
地道な努力
他社の動向、得意先の反応、仕入れ先からの値上げ内容の精査という観点で十分に状況を確認した上で得意先、ユーザーもこのレベルであれば止む無しと思っていただけるラインでの値上げを実施したことが要因
同業他社の動きを見ながら、継続した交渉をする

２４．価格転嫁ができていない要因

全般的な値上げをしていないため
材料費等の上がる周期が早く対応出来ていないものがある
取引先が受け入れてくれない
説得材料が不足している
コロナ時に値段を下げすぎたため
値上げが多く、対応が追いつかない
値上げ後１年も経っていないのに再度の値上げは難しい
客先との力関係で営業担当が言い出せない
得意先のユーザーが認めないため
客先のコストに上限があるため
取引先に理解していただけなかった
単価に転嫁しづらい
単品都度見積りは競争があるから

光熱費、油代、工具代など顧客にきっちりと説明出来る資料がないため
消耗品のコストがかかり過ぎるため
販売価格が上がっていないため
材料以外のところを認めてもらうのは難しい
製品供給の停止
競争の激しい業界のため
従来の取引先はそもそも聞く耳をもたない
その他の経費の部分は不明であるため
顧客のその先が価格転嫁出来ていないため
周りの副資材（電気、油、ガソリン、運送、資材）の値上げは難しいため
市場低迷による客先との交渉が困難
値上げをしたら失注した商品がある
大手の拒否
客先の購買方針による
営業力不足
単価が算定できない
電力の価格に交渉のすべがない
一部の大手流通企業が値上げを数年受け入れない
取引先の製品価格（消費者）が上がられないから
金属材料（特に鍛金材）について、毎月価格が高騰しているため
相見積及び差値なので価格転嫁は難しい
他社に比べて製品価格が高いため、これ以上値上げできない
業界が暇なので中々応じてくれない
親企業の改善が先であるため
ライバルがいる中、切り出すと注文が他に流れてしまう
世間の値上げが落ち着いた段階で上がってくるものは出しにくい
他社へ切り替えられる不安がある
海外への説明がうまくできていない
転嫁後、すぐに価格（材料・エネルギーなど）が上がるため
大手企業ほど厳しい。大手企業の指導をもっとするべし。
価格競争力が欠乏している
エンドユーザーまでの間に商社が数社入るため
２年前に改編したところ、大幅に仕事が減ったため
基本、相見積もりであり、価格を上げると失注してしまう
単品ではなく混合物なので、ある程度、値上げが出揃ってからでないと対応できないため
競合他社との価格や値上げ状況を考えると実施できない
競合他社が多い場合、どうしても交渉が困難になる
原料、仕入れ品以外の人件費、光熱費、物流費を理由にした転嫁はなかなか受け入れてもらえない
お互いに苦しい経営状況であるため
仕入れ先や外注先からの急な値上げは価格改定に関して後手になってしまう
品目ごとに見積書を作成する必要があり、手間がかかり過ぎるため
新規参入のため、無理をしてギリギリの見積りを出すことがある
得意先が価格転嫁できていないため、当社も出来ない。
相見積もりを取られ、安価な方へ注文が流れるため
最低賃金上昇などのコスト増に対する価格転嫁ルールが未構築のため
受注残を抱えている商品等、皆が納得しないと思われる商品に関しては条件が整うまでは値上げができない
チェーン店向けの商品については、値上げの時期が遅れることがあるため
取引件数が多く、１社あたりの売上が少ない先はどうしても後回しになる

２７．生産性の向上に取り組めていない主な要因

▼資金的要因・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

資金不足
売上げが安定していないため
新たな設備を導入する資金がない
資金力や人材の不足
受注量・売上げ減少のため
資金投資の順序があり、後回しになっている
外部コンサルに依頼すると高額となり、手を出しづらい

▼人材不足・指導者不在・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

従業員の高齢化
指導者が居ないため
対応できるスタッフが不在
人の意識不足
人手が足りず、機械稼働率を上げることができない
改善できる人材が育っていない
人員、時間、設備ともに足りていない
日々の対応に追われ、それどころではない
人材不足と教育不足
教育を行う側、受ける側ともに力量不足

▼意識改革・固定概念・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

従業員の旧来手法への固執
従業員の固定観念
変化を好まない雰囲気
従業員の意識が低い
既存人材では固定観念があり、どうしても前に進みづらい

▼設備関係・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

設備導入のためのスペースが不足している
建物の老朽化
現在の設備では自動化が難しいため
ロボット導入などによる省人化、自動化促進が出来ていないため
仕事量が設備投資を出来るレベルに達していない
設備・機械の老朽化
設備が一応動いているということもあり、更新が後回しになっている
AI 作業ロボットの進歩は日進月歩なので最新技術の導入のタイミングを模索しているため

▼ＩＴ等知識不足・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

IT ツールの知識・ノウハウを持つ人材が不在
デジタルツール等の活用方法が分からない
社員の能力や業務量に偏りがあるため

▼その他・・・

生産性を上げる方法が分からない
発注数量が少ないため
外国人の従業員に対しては言葉の壁がある
技術の継承がむずかしい
受注生産品であり、販売数量も少ないため
現在の工法が、効率化には向いていない
半受注生産のような事業形態のため、生産性が悪い

３４．東大阪市への産業振興施策への要望

▼補助金関連・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

助成金の拡充と周知
知らない助成金が多すぎる
補助金の手続きがもっとスムーズに行える様にしてほしい
常設展示場出展支援助成金の助成期間を 2 年から 10 年に延長してほしい
活用できそうな補助金等があれば、見つけてそちらから提示してくれるとありがたい
設備更新の補助を希望
小規模・零細企業が多い東大阪で、補助金の拡大が必要であり、設備更新をしたい企業が多いのではないか
新規設備だけが対象となっているが、中古設備も対象となることを望む
現在、物価高騰のため設備費が上がり、納期も 1～2 年後となり、即受注案件に対応することができない
設備投資の補助金の案内は手続きが複雑に見え、中々申し込みづらい。手続きの簡略化を求めます
補助金を使い新品にするか、使わずに中古にするか相談できる窓口など設備購入に関するサポートが欲しい
物価高により設備の購入金額も上がっているので、補助金の上限額を引き上げてほしい
設備導入補助金の自由度を拡大してほしい
東大阪市の補助金も金属加工やプラスチック加工など特定の業種に偏重している印象がある

▼住工・工場用地関連・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

工場用地の紹介をしてほしい
準工業地域内だが、後から移住してきた近隣住民の権利主張に悩まされている。小型の換気扇ですら騒音のクレームを入れてくる始末。行政は何もしないだろうから、弊社は県外に移転予定。産業振興とは一体何でしょうか。
周囲が住居地域になり移転したい。物件の斡旋か助成を手厚くして欲しい。
新しく中小零細のために工業団地を作って欲しい。
工業専用地域の拡大
準工業地域の用途を勝手に住居地域に変えないでください
工業地帯にも関わらず、次々と住宅に変わり、住民パワーに繋がる。何処がモノづくりの街なのか。
工場が「第１種住居地域」に指定されており、工場の建て替えができない状況となっています。ただ、弊社の大多数の従業員は工場近隣に住んでおり、このままでは建物が老朽化しても建て替えや移転もできず、廃業に追い込まれるのではと非常に心配しております。用途地域を変更してもらえるのが一番ありがたいですが、変更できないのであれば、特例での建て替えを認めるような施策を検討していただけないでしょうか。
生産活動がしやすい環境整備を求めます

▼情報提供・・

市役所のホームページが分かりにくい
情報提供へのプランをより詳しく各業種別に提供してはと思います

▼人材面・働き方改革・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

20 代の若者の仕事への意識が数年前に比べて、圧倒的に下がっている

教育プログラムを組んで対策を講じるべき

東大阪＝製造業の街＝ものづくりの街を強力にアピールし、人を集める施策を考えて欲しい。

小規模企業に優遇する施策を望む

労働基準法を大企業と零細企業用に分けるような働きかけをしてほしい。（働き方改革への対応についても同様）

全て同じでは、中小企業ばかりがしんどい。

求人に関してのサポートについて、強化を希望します

▼販路開拓・・

得意先を紹介して欲しい

東大阪のモノづくり技術を紹介する常設展示スペースを作っていただきたい

東大阪内だけではなく、国内外問わず東大阪の製造業の技術が PR 出来ると嬉しい。HANAZONO EXPO が近かったように思うが、もう少し「学び」の面があれば尚良い。イベントにこだわりはなく、WEB サイトや冊子の発行でも、広く PR が出来れば媒体は問わない。

▼その他・・・

財務改善を第一に考えた経営指導・伴走支援を望む

現状の調査をしっかりすればそれだけでも変わってくるはず

行政主導でもっと産業発展を導いて欲しい

ほぼ満足しています

事業所税の廃止

個人の定額減税のように、企業にも目に見える補助を求める

中小企業、ものづくりのまちと謳いながら、市の政策からは、支援をするというものが見られない。年配の職人が辞めていき、衰退していく未来しか見えない。事業承継しても税制なども使いづらいし、形だけに見える。本気でものづくりを支援頂けるとありがたい

セミナーやこのアンケートに関しても、小規模で家族経営の会社向けではなく、回答に困ることが多い。このようなアンケートについても、規模で分けて実施した方が良いのではないでしょうか。

「モノづくりの町：東大阪」と言うだけで、経産省の補足説明をするだけで、国の特別会計を取ってくる訳でもなく、申請するのに対し、無償協力する訳でも無く、ありきたりの情報を流すだけで、結局は企業が伸びて、発展するのに対し、他人事で自分達は汗を流さない

製造業の街としての PR とは裏腹に、利用しやすい実効性の高い施策に乏しい。市立図書館においても技術分野の書籍が余りにも貧困で利用価値が低い

東大阪は川上企業が多い中、大手の川下企業に太刀打ち出来ない流通構造を大きく変えるべきで、その手立てを教示頂きたい

「モノづくりの町東大阪」の名に恥じない支援策に力を入れてほしい

観光・スポーツに力点を置かれ、モノづくりは後手に回っているように感じます

市内工場への更なる支援、工場経営の継続のための施策を切に願う

加納地区は駅から離れている企業が多く、社員は近隣住まいもしくは自転車やバイク、自動車で通勤することが多い。市の駐車場を借りている人が多いが、足りておらず、増設を希望します。或いは東花園～吉田駅～住道の路線バスなどの設置などを希望します。

施策を利用した際、説明不足で結果的に非常に資金繰りが悪化し無責任さを感じた。改善を望む

零細事業所ほど車の渋滞による悪影響を被りやすいので、渋滞解消に繋がる調査・工事などをお願いしたい

電子化が進めば進むほどに、様々な施策に対する申込が難しくなった。経験者にしか分からない仕組みになっている

下請け企業を脱却出来るような支援施策、まちづくり施策などが必要。国に特別強化地区に指定してもらう等、日本の製造技術の最先端がここにある！というようなことを目指してほしい。

顧客の価格転嫁状況をよく知っていただき、是正をしていただきたい

資　料　集

「東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査」ご協力のお願い

平素は、東大阪市政各般にご理解、ご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

長期的な円安を背景に、世界的な原油高や原料高などが生じており、今後先行きは予断を許さない状況が続いております。本市製造業の皆様の中には操業・経営環境などに大きな影響が生じている事業所もおられることと存じます。

そのような中、今回のアンケート調査は本市製造業の皆様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・分析することで、必要な支援策を検討する際の基礎資料とさせていただくものです。何卒趣旨をご理解の上、ご協力賜りますようお願い申し上げます。

令和６年６月

東大阪市都市魅力産業スポーツ部モノづくり支援室

【ご回答についてのお願い】

●ご回答は、設問ごとの指定の数だけ「□」に✔印を付けてください。

●その他に✔印を付けた方は、（　　）内に具体的な内容をご記入ください。

【回答方法】

調査票に回答をご記入いただき、**令和６年７月２６日（金）まで**に同封の返信用封筒にてご返送いただきますようお願い申し上げます。

オンラインでも回答いただけます

【問い合わせ先（委託先）】

東大阪商工会議所　企画調査部
〒５７７－０８０９　東大阪市永和２－１－１
ＴＥＬ：０６－６７２２－１１５１
ＦＡＸ：０６－６７２５－３６１１

ご回答いただきました内容につきましては、個別企業の情報が特定されないように統計処理をしたうえで公開する場合がございます。また、東大阪市からヒアリング調査をお願いさせていただく場合や、貴社事業に関連性の高い支援施策の情報等をご案内させていただく場合がございます。

Check!　東大阪市のサポート施策　ご活用ください

東大阪市が令和６年度実施する市内企業様向けの施策パンフレットを同封しております。製品開発や販路開拓、操業環境の維持にご活用いただける補助金メニューなど様々なサポートを実施しておりますので、この機会に内容をご覧いただき、是非ご活用ください。

回答時間　約 8 分

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	売上高	前期実績　約＿＿＿＿＿＿万円　前々期実績　約＿＿＿＿＿＿万円
		（前期から今期の見込み）	受注量：□増加 □横ばい □減少　受注単価：□増加 □横ばい □減少　営業利益：□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．鋳金・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	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（　　）
		B：弱　み	

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（ＢｔｏＢ） □5．自社ブランドで製品等を消費者へ販売（ＢｔｏＣ） □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	ど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）	

20	人材不足への対応について、御社にとって効果が高いと思われる(すでに対応済の企業様は効果が高かった)ものを3つまで選択ください		□1．業務の効率化や自動化　□2．労働環境の改善 □3．福利厚生や休暇の充実を含めた健康経営 □4．ジョブ型雇用など新しい雇用形態の導入 □5．給与の改善　□6．外注とパートタイムの活用 □7．新たな採用チャネルの活用　□8．教育とトレーニングの充実 □9．その他（　　）
【価格転嫁】			
21	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		□1．価格転嫁済み　※以下より割合を選択ください。 ＜□5%未満　□5-10%未満　□10-20%未満　□20%以上＞ □2．顧客先に交渉をしたが、受け入れなれなかった　→ 設問24へ □3．顧客先に反対され、価格転嫁出来ていない　→ 設問24へ □4．顧客先へ交渉したところ、他社へ切り替えられた　→ 設問24へ □5．現在のところ価格転嫁の必要性を感じていない　→ 設問24へ □6．その他（　　）
22	価格転嫁後、利益への影響		□1．増加　□2．変化なし　□3．減少
23	費目別の対応状況	①材料費	□1．十分対応できている　□2．一部対応できている □3．対応できていない　□4．対応方法が分からない
		②エネルギー	□1．十分対応できている　□2．一部対応できている □3．対応できていない　□4．対応方法が分からない
		③労務費・賃上げ	□1．十分対応できている　□2．一部対応できている □3．対応できていない　□4．対応方法が分からない
24	価格転嫁が出来た要因と出来ていない要因があれば、それぞれ記入してください（自由記述）		【出来た要因】 【出来ていない要因】
【生産性の向上】			
25	生産性の向上に向けた取り組みについて		□1．十分対応できている　□2．一部対応できている □3．対応できていない　□4．対応方法が分からない □5．必要性を感じていない
26	生産性の向上に資する方法・取り組みについて、御社にとって効果が高いと思われる（すでに対応済の企業様は効果が高かった）ものを3つまで選択ください		□1．5S活動など業務改善活動　□2．デジタルツールの活用 □3．設備やロボット導入による自動化　□4．品質管理の強化 □5．従業員のスキル向上　□6．生産プロセスの効率化 □7．その他（　　）
27	生産性の向上に取り組めていない場合、その主な要因（自由記述）		
【グローバル化】			
28	海外企業との取引		□1．直接取引している　□2．間接的に取引している □3．必要性を感じているが、取引には至っていない □4．必要性を感じていない
29	海外での拠点設立		□1．設立済み　（国・地域名：　　） □2．設立の計画がある（国・地域名：　　） □3．必要性を感じていない

【社会環境の変化】		
30	SDGs（持続可能な社会）の１７の開発目標に係る取り組み	□１．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 □２．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 □３．目標とその内容について認識はあるが、取り組み方法が分からない □４．目標とその内容について認識していない □５．取り組む必要性を感じていない　→設問 32 へお進みください □６．その他（　　）
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	□１．企業イメージの向上・マスコミ等への露出　□２．人材の獲得と定着 □３．融資の際、有利になる　□４．取引先の継続受注 □５．顧客開拓の際のアピールポイント □６．新たなビジネスチャンスの創出 □７．製造プロセスの効率が上がり、コスト削減につながる □８．規制等への適合性の向上　□９．地域社会への貢献 □10．特になし　□11．その他（　　）

東大阪市の産業振興施策について		
32	国や自治体等支援機関の施策情報はどこで入手しますか （該当するものを全て選択）	□１．東大阪商工月報（商工会議所が発行する月報誌） □２．東大阪市中小企業だより（メール・東大阪公式 LINE） □３．東大阪市技術交流プラザのメールマガジン □４．東大阪商工会議所のメールマガジン □５．東大阪市産業創造勤労者支援機構のメールマガジン □６．大阪府（モビオ）・大阪産業局のメールマガジン □７．中小機構のメールマガジン □８．つながりのある企業からの口コミ □９．業界団体や組合への参加 □10．金融機関、税理士等からの情報提供 □11．情報提供イベントやセミナーの参加 □12．市役所のホームページ □13．経済産業省（近畿経済産業局）のホームページ □14．その他（　　）
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 （該当するものを全て選択）	□１．中小企業診断士　□２．公認会計士　□３．税理士 □４．弁護士　□５．弁理士　□６．マーケティングの専門家 □７．営業コンサルタント　□８．ＩＴコンサルタント □９．デザイナー・クリエイター　□10．人材開発の専門家 □11．国際貿易の専門家　□12．労働安全衛生の専門家 □13．大学等　□14．大企業 □15．中小企業　□16．スタートアップ企業 □17．海外企業　□18．行政・公的支援機関 □19．特になし　□20．その他（　　）
34	東大阪市の産業振興施策への要望 （自由記述）	

ご協力ありがとうございました。

東大阪市製造業に関する実態・ニーズ調査

令和７年３月

東大阪市　都市魅力産業スポーツ部　モノづくり支援室
〒577-8521　東大阪市荒本北 1-1-1
TEL：06-4309-3177