

第3期摂津市産業振興アクションプラン  
(案)

令和7年3月  
摂津市

## 目 次

<b>第1章 産業振興アクションプランの位置づけ</b> .....	1
1. 策定の背景と目的.....	1
2. 本プランの位置づけ及び計画期間.....	1
<b>第2章 産業を取り巻く環境と摂津市の現況</b> .....	2
1. 社会情勢.....	2
2. 本市の概要.....	4
3. 産業構造.....	5
4. 工業（製造業）.....	6
5. 商業（卸売業・小売業）.....	7
6. 農業.....	8
7. 労働力人口の推移.....	8
<b>第3章 摂津市内産業の課題</b> .....	9
1. 第2期摂津市産業振興アクションプラン取組状況.....	9
2. アンケート調査の結果.....	16
3. SWOT分析.....	19
4. 課題の整理.....	19
<b>第4章 産業振興アクションプランの展開</b> .....	21
1. 目指すべき将来像.....	21
2. 具体的施策と進行管理.....	21
<b>&lt;資料&gt;</b>	
1. 摂津市第3期産業振興アクションプラン懇話会委員名簿.....	31
2. 摂津市第3期産業振興アクションプラン懇話会開催経過.....	32
3. 摂津市産業振興アクションプラン懇話会設置要綱.....	33
4. 摂津ブランド「摂津優品」認定商品及び「摂津優技」認定企業.....	35
5. 研究・分析資料「ものづくりのまち・摂津」の未来像.....	38

# 第1章 産業振興アクションプランの位置づけ

## 1. 策定の背景と目的

本市では、平成26年1月に第1期摂津市産業振興アクションプランを、令和2年3月に第2期摂津市産業振興アクションプランを策定し、産業振興施策を推進してきました。

近年では、人口減少や少子高齢化が急速に進み、国内の経済規模の縮小が懸念される中、2030年が達成期限とされるSDGsへの取組みや、Society5.0の未来社会像である「Well-Being」を実現できる社会への取組みを、持続的に推進していく役割が行政に求められています。

また令和2年に世界的に感染が拡大した新型コロナウイルス（COVID-19）の影響を受けて、テレワークやオンライン会議等の新しい働き方が発展し、それに伴う新事業展開や副業・兼業等の職場環境の改善への取組みが今後さらに進んでいくと見られています。

このような本市の産業振興を取り巻く環境を踏まえ、本市の産業振興施策の方向性と推進のあり方を示すことを目的として、第3期摂津市産業振興アクションプラン（以下「アクションプラン」という。）を策定します。

## 2. 本プランの位置づけ及び計画期間

摂津市行政経営戦略では、各分野で時勢を捉えた施策事業を展開することを掲げ、7つの目標の一つに「活力ある産業のまち」を設定しています。アクションプランは、この目標を実現するための具体的な行動計画であり、第2期産業振興アクションプランの次期計画の位置づけとなります。計画期間は令和7年度から令和11年度の5年間としています。

### <アクションプラン位置づけイメージ>



## 【関連計画】

### 摂津市行政経営戦略



## 第2章 産業を取り巻く環境と摂津市の現況

### 1. 社会情勢

#### (1) 新型コロナウイルスからの回復と世界情勢

2024年版中小企業白書・小規模企業白書によると、新型コロナウイルス（COVID-19）の感染拡大が落ち着き、売上高の落ち込みから一定の回復が見られている。しかしながら、ウクライナ紛争に起因する物価高、円安に見られる円相場の変動等、国内の経済状況は依然として先行きが不透明であり、事業者にとっては厳しい状況が今後も続くと予測されます。

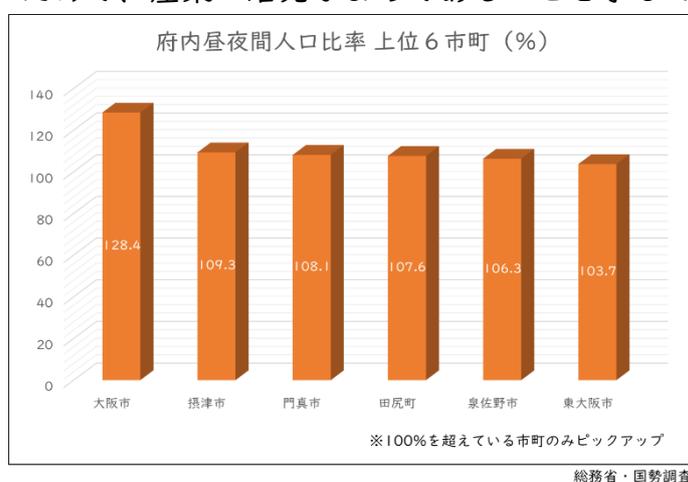
#### (2) 人口減少・少子高齢化

令和2年度国勢調査による日本の人口は1億2614万6千人となっており、5年前と比べ94万9千人減少しています。また総人口に占める65歳以上人口の割合は、5年前と比べ26.6%から28.6%に上昇しています。また国立社会保障・人口問題研究所が令和5年に公表した「日本の将来推計人口」では、2056年に1億人を割ることとなり、人口減少だけでなく、国際人口の移動が進むと見られています。また高齢化については、第一次ベビーブーム及び第二次ベビーブームの世代が65歳以上人口に入った後の2043年にピーク(3,953万人)を迎え、以降減少に転じると見られています。

本市においても例外ではなく、令和2年10月1日時点の総人口は87,456人（令和2年国勢調査）ですが、団塊の世代が75歳以上となる令和7年に

86,704人となり、団塊ジュニア世代が65歳以上となる令和22年には84,781人と減少する見込みです。高齢化率は、令和14年まで緩やかな減少から横ばいで推移しますが、令和22年にかけては増加し、28.9%となる見込みです。

また本市の特徴としては、昼間人口の割合が多いことです。令和2年国勢調査によれば、夜間人口87,456人に対し、昼間人口は95,603人で、夜間より昼間の人口が8,147人増加していることがわかります。昼夜間人口比率は、109.3%となっており、大阪府内の自治体では大阪市に次いで2番目の比率となっています。これは、市内に立地する事業所が多く、市外から通勤する人が多いため、産業の活発なまちであることを示しています。



### (3) Society5.0 と SDGs について

社会全体のデジタル化・グローバル化より、産業振興を取り巻く環境も大きく変化しています。背景には、AI、IoT、ロボット等のデジタル技術やテクノロジーのイノベーションが急速に進んでいるという現状があります。Society5.0は、そのような社会変革を通じて「持続可能性と強靭性を備え、国民の安全と安心を確保するとともに、一人ひとりが多様な幸せ(Well-Being)を実現できる社会」を目指していくものです。産業振興における実現手段としては、DX(デジタル・トランスフォーメーション)の取組みが注目されています。デジタル技術を活用した業務プロセスの効率化や業務改善を通じて、企業の成長に繋がることが期待されています。

またそのような未来の実現に向けて、本計画の取組みをSDGsの6つのゴールと関連付け、産業振興とSDGsを一体的に推進していきます。また令和7年には2025年日本国際博覧会が開催されます。そのテーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」に行政として向き合い、SDGsの本質である「いのちを持

「持続させること」に産業振興の側面から貢献していきます。



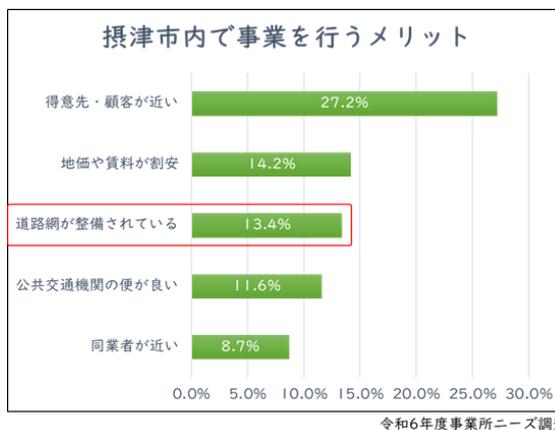
## 2. 本市の概要

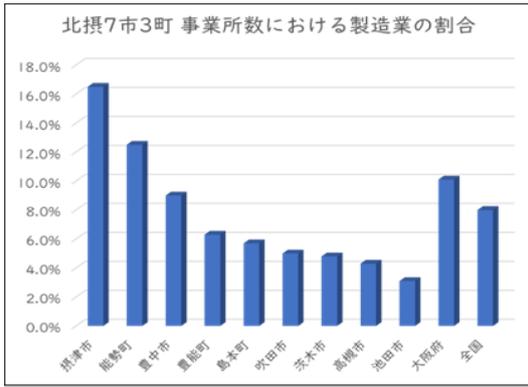
大阪の都市部から12キロメートルという距離にあり、大阪市やその衛星都市と幹線道路や鉄道で結ばれている本市は、大阪都市圏の核となる都市として発展を続けており、近年では南千里丘地域及び千里丘新町に大型マンションが建設されています。事業者にとっては、「道路網が整備されている」という声も多いことから、交通の利便性の良い立地と言えます。

市域には約4,000の事業所が活動し、製造業を中心に、建設業・サービス業・運輸業等の幅広い業種が分布する「産業のまち」です。なかでも工業地域では、主に製造業の大規模事業所が、国内でも主要な工場・研究拠点を置いています。さらに準工業地域を中心に様々な中小規模企業が事業を展開し、地域経済の活性化を担っています。市内全事業所に占める製造業の割合は16.5%と、北摂7市3町の中でもトップであり、府内・全国的に見ても高いことから「ものづくりのまち」と言えます。また、市内に事業所を置く法人が市に納める、住民一人あたりの法人住民税の額としても、大阪府1位（政令市除く）となっています。

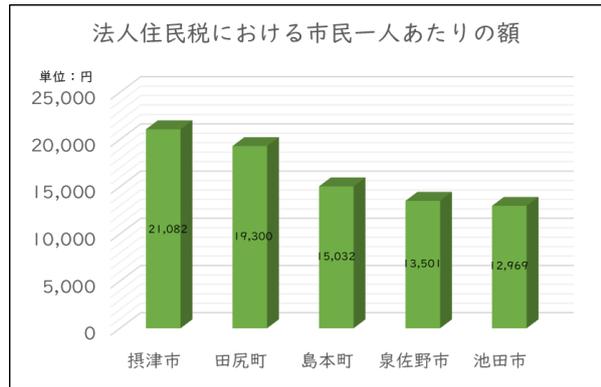
種類		面積(ha)	比率(%)
住居系	第一種低層住居専用地域	10.5	0.8
	第一種中高層住居専用地域	75.7	6.0
	第二種中高層住居専用地域	241.9	19.2
	第一種住居地域	115.6	9.2
	第二種住居地域	94.8	7.5
商業系	近隣商業地域	36.6	2.9
	商業地域	8.5	0.7
工業系	準工業地域	492.7	39.1
	工業地域	182.7	14.5
合	計	1,259.0	100

令和6年3月31日時点  
令和5年度版「摂津市統計要覧」





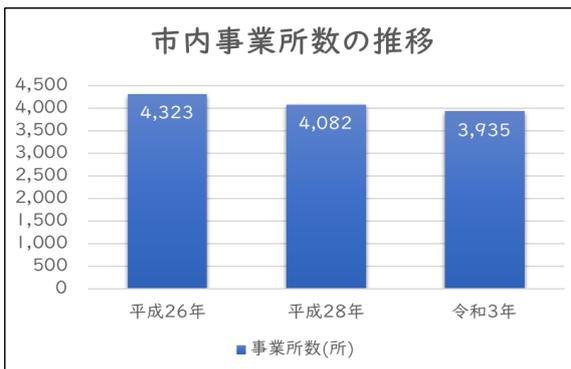
令和3年度経済センサス



※政令市除く  
大阪府「なんでもランキング」

### 3. 産業構造

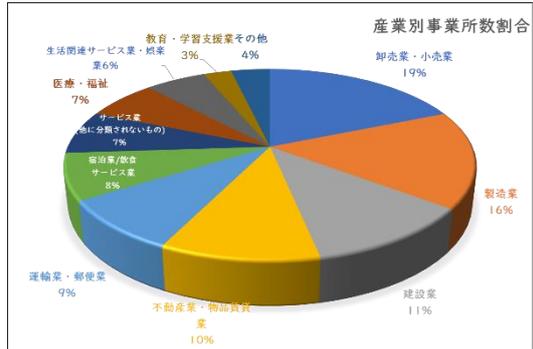
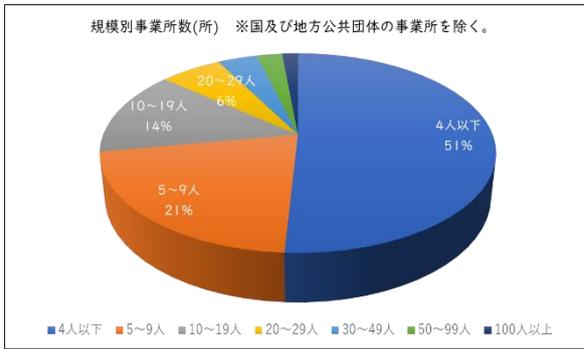
令和3年経済センサス活動調査によると、市内の事業所数は3,935事業所となっています。従業者数は50,144人、1事業所当たりの平均従業者数は12.7人となっています。産業別にみると、卸売業・小売業が738事業所で最も多く、次いで製造業が650事業所、建設業が451事業所、不動産業・物品賃貸業が417事業所、運輸業・郵便業が346事業所となり、これら5業種で全産業の66.1%を占めています。平成28年と比較すると、コロナ禍という社会情勢の影響もあってか、建設業及び運輸業・郵便業の事業所数が増加し、一方では宿泊業・飲食サービス業の事業所が減少しています。特に運輸業・郵便業は、交通の利便性の良さが影響し、またコロナ禍における配送需要が増加していることから伸長していると考えられます。以上のことから、コロナ禍を経て産業構造の変化を顕著に見ることができます。



令和5年度版「摂津市統計要覧」

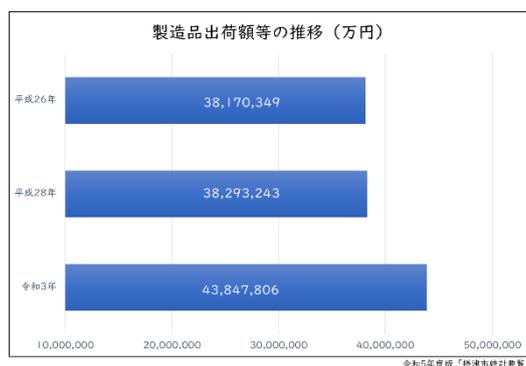
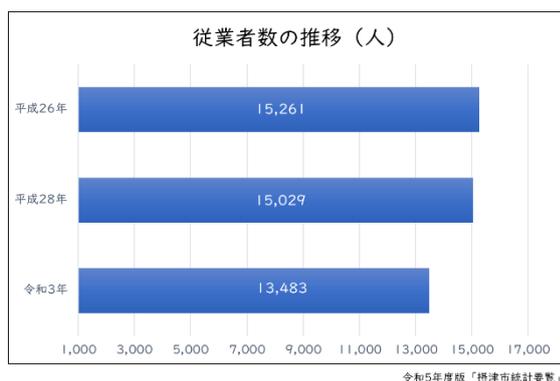
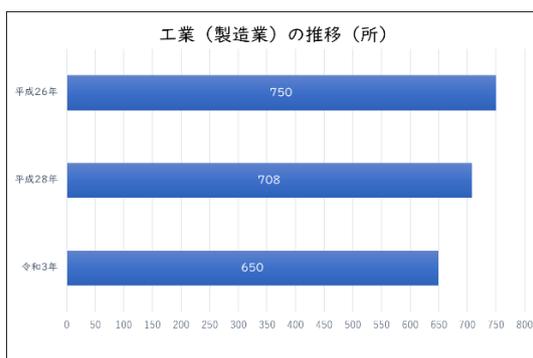


令和5年度版「摂津市統計要覧」



#### 4. 工業（製造業）

次に、工業（製造業）に絞った事業所数と従業者数の推移を見ると、事業所数は平成28年と比較すると、708事業所から650事業所で8.2%の減少となり、従業者数は15,029人から13,483人で10.3%の減少となっています。近年では事業所数・従業者数ともに減少傾向が見られ、新型コロナウイルスを中心とした経済状況の悪化等の影響により、令和3年時点では事業所数、従業者数共に落ち込みが顕著に見られます。ただし製造品出荷額等の推移を見ると、平成28年と比較しても3,829億円から4,384億円と増加傾向にあります。令和6年時点では、原材料費の高騰や賃上げといった社会情勢の変化が見られ、本市の工業を取り巻く情勢についても影響があると考えられます。

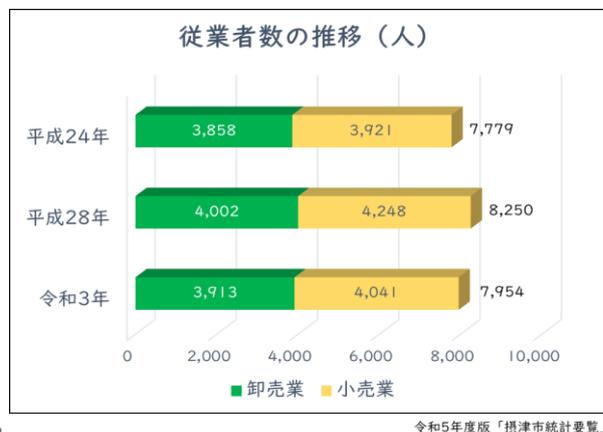
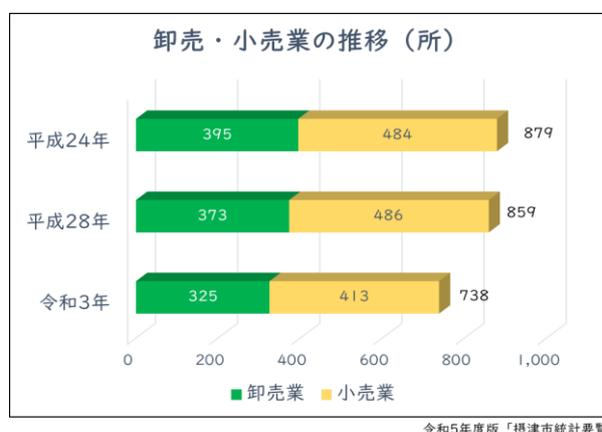


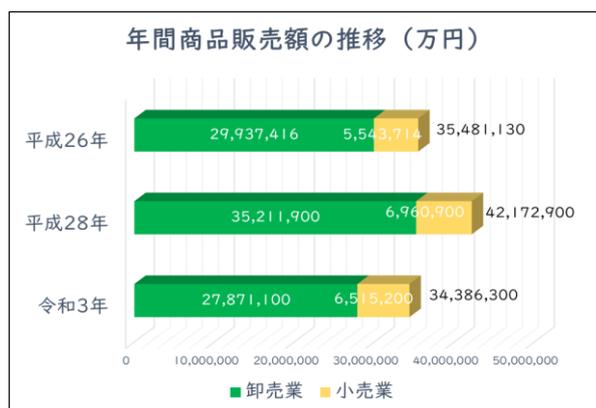
## 5. 商業（卸売業・小売業）

次に、商業の推移を見ていきます。卸売業・小売業は、本市の中でも最も構成比が高い業種です。令和3年時点での本市の商店の数は738店で、平成28年と比較すると121店の減少となっています。業種別では、卸売業が325店で48店の減少となり、小売業は413店で73店の減少となっています。

一方、従業者数は令和3年時点で7,954人となっており、平成28年と比較すると296人の減少となっています。業種別では、卸売業が3,913人で89人の減少となり、小売業は4,041人で、207人の減少となっています。

また、年間商品販売額は3,438億6,300万円で、平成28年と比較すると778億6,600万円の減少となっています。





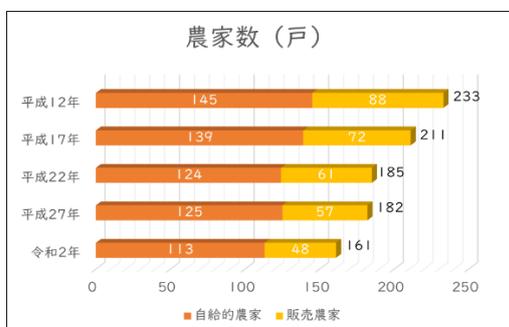
令和5年度版「摂津市統計要覧」

## 6. 農業

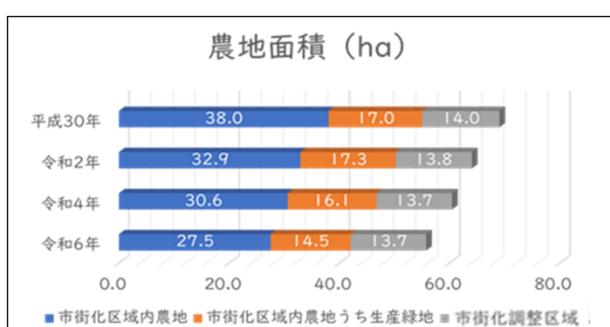
本市の農業は、市街化の進展に伴い、農家数や農地面積は減少傾向にあります。令和6年度の農地面積は平成30年に比べ20.8%減少し41.2haとなっております。市街化区域で特に減少が著しくなっています。

作付け状況としては、食用米が主な作付けとなっています。一方で一部の農家においてなにわの伝統野菜である摂津市特産の「鳥飼なす」の作付けを行い、保存と普及に努めています。

また、近年は農業に従事している方の高齢化が進行し、かつ、後継者がいなく、農業を継続することが難しい状況となっています。



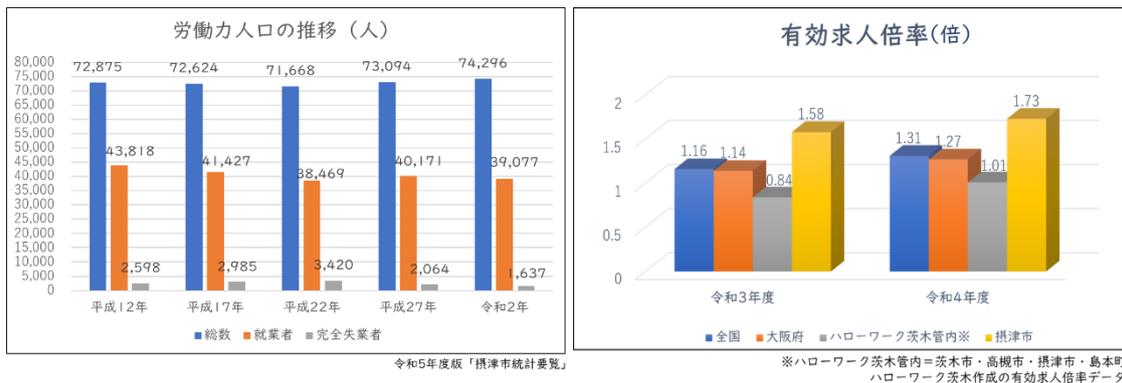
令和5年度版「摂津市統計要覧」



農業委員会実態調査

## 7. 労働力人口の推移

本市の労働力人口は平成7年をピークに減少していましたが、近年は増加に転じており、令和2年は74,296人となりました。また、完全失業率は、平成22年にかけて増加していましたが、国の経済対策の効果等により平成27年に大幅に減少し、令和2年は1,637人とさらに減少しています。有効求人倍率は、令和3年度は1.58倍、令和4年度は1.73倍と、全国・大阪府の倍率を大きく超えており、事業所における人手不足が顕著に表れていると言えます。



### 第3章 摂津市内産業の課題

#### 1. 第2期摂津市産業振興アクションプラン取組状況

第2期摂津市産業振興アクションプランでは、産業振興の方向性（3つの視点）を設定し、5年間の施策を示しました。本章ではその取組実績について示します。

##### (1) 主な取組み

##### <視点1> 中小企業がいきいきと活躍できるまち

##### ■摂津ブランド

平成29年から、摂津市内の事業所等で生み出された一定の基準を満たす優れた商品等を「摂津優品

（せっつすぐれもん）」として、令和4年度からは一定の

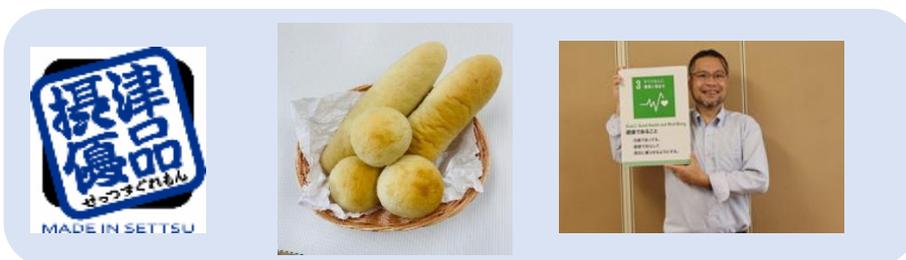
基準を満たした生産技術を持つ企業を「摂津優技（せっつすぐれわざ）」として認定しています。認定企業には、ブランド認定品等の広報費補助や、ロゴマークの使用、イベントへの出展等、商品及び企業PRや販路開拓の支援を積極的に行っています。また令和6年度より、摂津ブランド企業としてのPR強化のため、大学と連携し各事業所の動画制作を行っています。



## 令和6年度 摂津ブランド認定品一覧（2商品・1技術）



ハコセトラシリーズ（国産木材のオーダーサウナ）／株式会社花岡工務店



摂津市のWE米（粉末）を使用したパン／株式会社フォレストフィールド

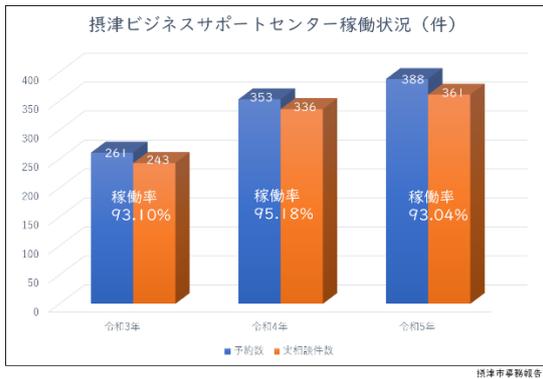


微細金型溶接補修、機械加工での加工欠損部補修／ホクト工業

※令和6年度以前の認定品については、資料4を参照

### ■摂津ビジネスサポートセンター

さらなるワンストップサービス拡充のため、令和3年4月より市内の事業者が経営に関する課題や悩みについて、専門家による伴走支援を受けられるよう、摂津ビジネスサポートセンター（以下、「ビジサポ」という。）を開設しました。新たな販路開拓、新商品開発、創業支援、HP作成、SNS運用等の様々なニーズに対応し、週2回（火曜日と木曜日）に相談を受け付けています。



※詳細な実績や成果については、資料 5 (P38 から P42) を参照

### ■ その他活動目標に対する実績

	令和元年度	令和5年度
新規設備投資計画（先端設備等導入計画）の認定件数	29 件	16 件
経営や事業承継等の相談・セミナーによる指導件数	17 件	393 件
展示会出展事業所数	4 事業所	3 事業所
セッピスクラッチ参加店舗数	195 店舗	195 店舗
新規創業者への家賃補助件数	—	3 件

### <視点 2> 新たな産業を生み出し活力のあるまち

創業支援事業として、これまで「創業サポート総合窓口」「専門相談窓口」等によるサポートを行っていましたが、令和 3 年度にビジサポを創設したことで新規創業の相談窓口が新たに強化され、初年度から多くの創業相談 (35 件) がありました。また、令和 5 年度から市商工会が主催 (本市は協賛) で、「鳥飼なす ONE グランプリ」が開催されました。市内飲食店 (令和 5 年度は 20 店舗) にて鳥飼なすを使った料理が提供され、特産品の PR 拡大に繋がりました。

■その他活動目標に対する実績

	令和元年度	令和5年度
企業立地促進制度に基づく企業立地奨励金の交付件数	39件	43件
6次産業化参入事業者数	1事業者	1事業者
市民農園の面積	11,747 m <sup>2</sup>	15,564 m <sup>2</sup>
鳥飼なすの耕作面積	967 m <sup>2</sup>	1,606 m <sup>2</sup>
aruku&による観光あるきコース利用者数	—	216人
創業に係る相談件数	7件	119件

<視点3>誰もが安心していきいきと過ごせることができるまち

令和4年度からは、既存の就職関連フェアを継続的に実施するだけでなく、「摂津市お仕事フェア」については、新たにポリテクセンターと連携し、内容をブラッシュアップさせました。受講生とものづくり企業とのマッチングを実施し、令和4年度は参加企業8社、参加者数74人、就職者3人の実績となりました。同じく令和4年度には「摂津市消費者安全確保地域協議会」を設置し、消費者被害に遭いやすく、見守りが必要な高齢者等の「配慮を要する消費者」を、地域で見守るための取組を進めています。具体的には、令和4年度に特殊詐欺被害防止のため、公用車等に啓発マグネットを貼り付け、啓発活動を行いました。さらに令和5年度は、ひとり暮らし高齢者等に向けて啓発マグネットを配布し活動を強化しています。

	令和元年度	令和5年度
職業能力開発講座修了生が就労できた割合	26.6%	50%
地域就労支援事業を通じて就業した人数	22人	28人
労働相談の件数	13件	15件
摂津地区人権推進協議会加入企業	70企業	60企業
消費生活相談の件数	541件	591件

## (2) コロナ禍、原油価格・物価高騰における事業展開

令和 2 年より大流行した新型コロナウイルス感染症は、緊急事態宣言が発令される等、本市の市民生活や経済活動においても大きなインパクトを与えました。そのような危機的状況において、商品券や割引チケット等の事業を展開し、影響を受けている市民・事業所に対する支援を講じました。また、前計画の期間においては、原油価格や物価の高騰が顕著に見られたため、支援金等の対策を講じました。

### 【令和 2 年度の取組】

#### <融資完済前の保証料補給>

融資を借入する際に大阪信用保証協会に支払う「保証料」を完済後に全額（上限 30 万円）補給しておりますが、令和 2 年度は新型コロナウイルス感染症の支援対策として、借入中の全事業所に対し、完済前に全額補給を行いました。

#### <新型コロナウイルス感染症対策子育て世帯応援商品券発行事業>

新型コロナウイルス感染症の影響を受けている子育て世代（児童手当受給者）に対し、子育て応援商品券を交付しました。市民には、児童一人当たり 10,000 円の商品券を配布し、セップィスクラッチを取扱ったことのある店舗を中心として、参加店は 199 店となりました。



#### <新型コロナウイルス感染症対策テイクアウト・デリバリー導入支援補助事業>

新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、事業存続のためテイクアウト・デリバリーサービスを新たに導入、拡充した飲食店に対し、その経費を補助する事業を展開しました。上限を 50,000 円として経費の 1/2 を補助し、71 店舗に交付しました。※令和 3 年 9 月 30 日に終了



#### <新型コロナウイルス感染症対策中小企業者雇用継続支援事業>

新型コロナウイルス感染症拡大の影響に伴う特例措置による雇用調整助成金、又は緊急雇用安定助成金の交付を受けた事業所に対して、雇用維持のため支援

金を支給しました。1事業者あたり10万円（国助成金の申請事務を社会保険労務士に依頼した場合は、要した費用5万円（上限）を上乗せ支給）を上限とし、200件支給しました。※令和4年3月31日に終了

### <新型コロナウイルス感染症対策小規模事業者等激励金給付事業>

緊急事態宣言により売上に影響を受ける小規模事業者等に対して、激励金（10万円上限）として701件支給しました。

### <休業要請支援金（府・市町村協働支援金）事業>

緊急事態宣言により大阪府から休業要請等を受け、特に深刻な影響を受けている中小企業・個人事業主に対して支援金を支給しました。法人100万円、個人50万円（本市負担は1/2）として268件支給しました。

### <摂津エール飯>

1回目の緊急事態宣言が発令された令和2年には、飲食店の休業要請や営業時間短縮、不要不急の外出自粛といった大阪府からの要請により、本市の飲食店は大きな影響を受けました。

苦境に立つ飲食店を応援する目的で、発信力の強いSNSを活用し、料理写真を掲載した「#摂津エール飯」として拡散を促進しました。



### <スクラッチカード発行事業>※継続

小規模商業店舗の活性化のため、平成28年からセッピスクラッチ発行事業を展開しており、令和2年度は179店舗の参加がありました。

コロナ禍（令和2年度から令和4年度）では、通常期よりも当選確率を上げて消費を促進しました。



## 【令和3年度の取組】

### ＜新型コロナウイルス感染症対策ゴールドステッカー認証店舗支援事業＞

大阪府の「感染防止認証ゴールドステッカー」を取得した飲食店を支援するため、「ゴールドステッカーNavi チラシ」1冊に300円のクーポン券を5枚付け、市民へ配布しました。協力店舗は80店（うちクーポン券利用可能店舗77店舗）となり、中小規模店舗を対象に支援策を講じました。



### ＜新型コロナウイルス感染症対策飲食店取引事業者等支援金事業＞

飲食店の時短営業や不要不急の外出自粛によって影響を受けた事業所（786事業所）に対し、1事業者あたり10万円の支援金を交付しました。国の一時支援金、月次支援金（4月～6月いずれかひと月）を受給されている事業所についても、それぞれで申請可能とし、最大20万円を交付しました。

## 【令和4年度の取組】

### ＜新型コロナウイルス感染症対策飲食店支援グルメクーポン事業＞

感染拡大の防止と社会経済活動の両立が求められる中、飲食店の集客は回復途上にあること及び原材料の価格が上昇していることに鑑み、「感染防止認証ゴールドステッカー」を取得した飲食店で使用できるクーポン券を発行しました。登録店で使用できる割引券（500円×5枚）付き「せっつグルメガイド」を市民に配布し、参加店舗は93店舗となりました。



### ＜摂津市中小企業等物価高騰対策支援金支給事業＞

原油価格や物価高騰により、経営に影響を受けながらも、事業継続に努める事業者を対象に、負担軽減や事業継続を支援するため、法人10万円・個人事業主5万円を支給しました。合計2,526件に支給し、内訳は法人1,351件、個人事業主1,175件となりました。

## <新型コロナウイルス感染症対策商品券発行事業>

新型コロナウイルス感染症の長期化及び原油価格・物価の高騰が顕著に見られる中、地域における消費を支えるために「摂津市セッピープラチナプレミアム商品券」を発行しました。1冊（500円券×10枚（5,000円））を2,000円で販売し市民に広く周知しました。協力店舗は384店舗となり、122,535冊の購入がありました。



### 【令和5年度の取組】

## <物価高騰対策割引券発行事業>

令和5年度は、物価高騰の影響を受けた店舗を応援するとともに、市民の家計を支援するため、市民全員に対し、物価高騰対策割引券（セッピー割引チケット）を交付しました。対象店舗全店で使える「全店舗共通券」と、小規模店舗への支援強化のための「小規模店限定券」を作り、商業活性化を推進しました。



全店舗共通券

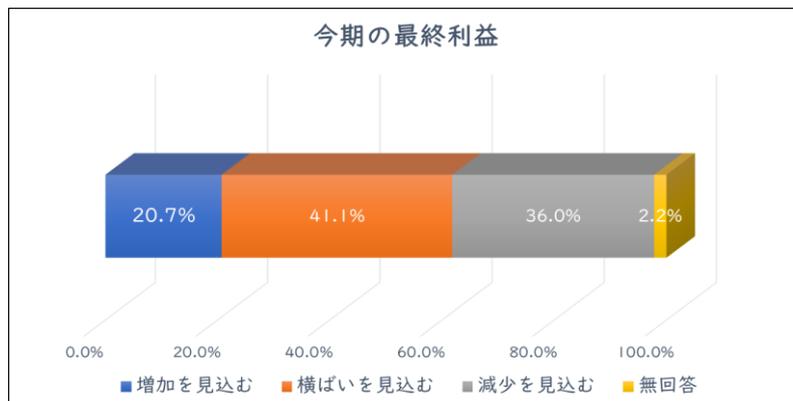


小規模店限定券

## 2. アンケート調査の結果

### (1) 景況感

アクションプラン策定にあたっては、市内事業所2,448か所に対しアンケート調査を実施し854件の回答を得ました。前期と比較した今期の最終利益についてたずねたところ、「増加を見込む」が20.7%、「横ばいを見込む」が41.1%、「減少を見込む」が36.0%となりました。

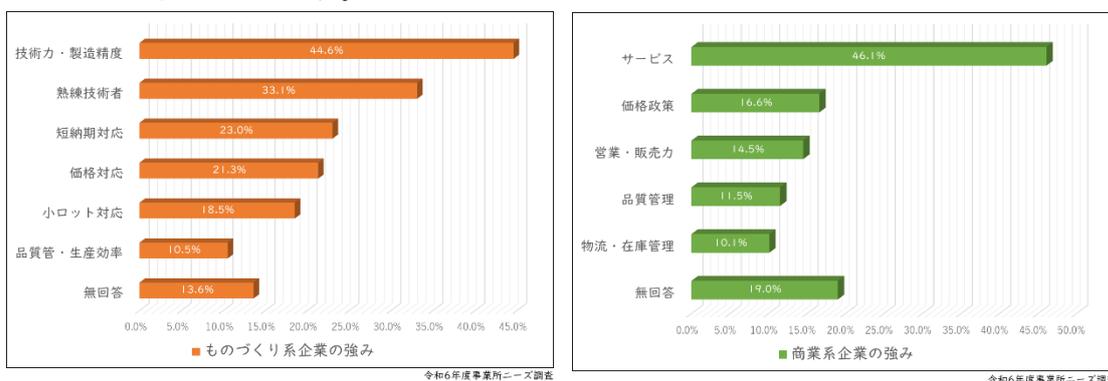


令和6年度事業所ニーズ調査

## (2) 自社の強み

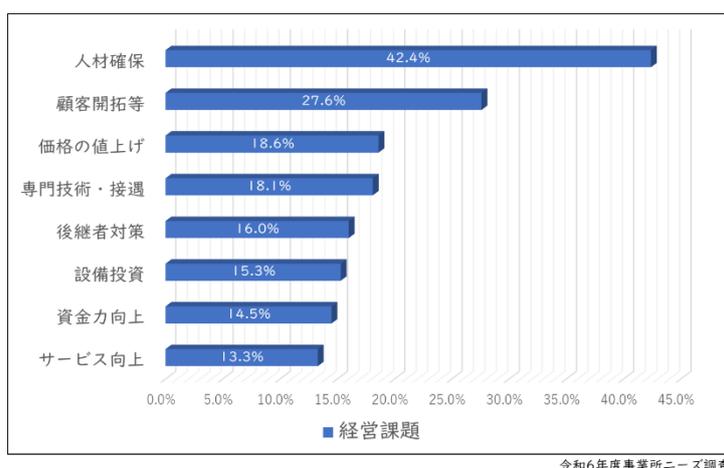
次に「ものづくり系企業」と「商業系企業」に分類し、同業他社と比較した際の自社の強みをたずねました。まず「ものづくり系企業」は、「技術力・製造（加工）精度」が44.6%と最も多く、次いで「熟練技術者」が33.1%、「短納期対応（スピード）」が23.0%、「価格対応」が21.3%となっています。

一方で「商業系企業」の場合は、「サービス」が46.1%と最も多く、次いで「価格政策」が16.6%、「営業・販売力」が14.5%、「品質管理・鮮度管理」が11.5%となっています。



## (3) 今後の経営における課題

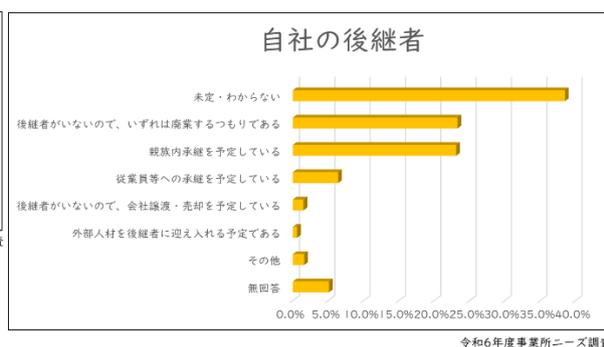
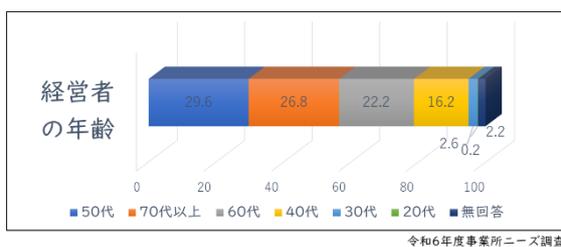
今後の経営課題についてたずねたところ、「人材・労働力の確保・育成」が42.4%と最も多く、次いで「顧客開拓・市場開拓、販売力強化」が27.6%、「製品・商品価格の値上げ」が18.6%、「専門技術、待遇・応対の維持・強化」が18.1%、「後継者対策」が16.0%となっています。



#### (4)経営者の年齢と後継者

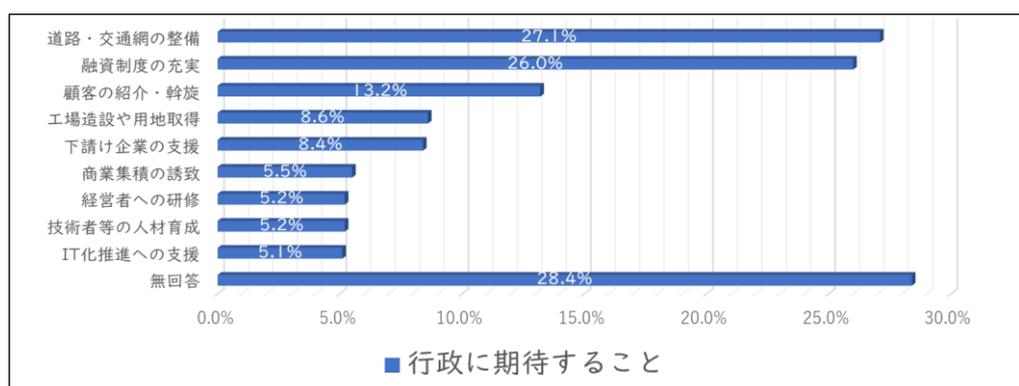
経営者の年齢をたずねたところ、「50代」が29.6%と最も多く、次いで「70代以上」が26.8%、「60代」が22.2%となっています。

後継者については、「未定・わからない」が38.5%で最も多くなっています。次いで「後継者がいないので、いずれは廃業するつもりである」が23.3%、「親族内承継を予定している」が23.1%、「従業員等への承継を予定している」が6.4%となっています。



#### (5)行政に期待すること

今後行政に期待することは、「道路・交通網の整備」が27.1%と最も多く、次いで「融資制度の充実」が26.0%、「取引先・顧客の紹介・斡旋」が13.2%、「倉庫や新店舗用地取得、工場造設や新規工場用地取得への支援」が8.6%、「下請け企業への支援」が8.4%となっています。



令和6年度事業所ニーズ調査

### 3. SWOT 分析

社会情勢、本市の現況、アンケート調査の結果等を踏まえて、アクションプラン策定の方向性を位置付けるべく、SWOT 分析を実施しました。本市を取り巻く環境を「外部環境」と「内部環境」に整理し、「外部環境」では本市が成長するための「機会」と社会的な悪影響を及ぼす「脅威」に分類し、「内部環境」においては、本市の「強み」と「弱み」に分類しました。

「活力ある産業のまち」 実現に向けた 本市の取組みの整理		外部環境		
		機会	脅威	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人人口、外国人労働者の増加傾向（技能実習制度及び特定技能制度の見直し、「育成就労」制度の創設に向けた取組）</li> <li>大阪関西万博の開催</li> <li>国による中小企業における省力化投資の促進</li> <li>国による適切な価格転嫁の取組（パートナーシップ構築宣言）</li> <li>DXの推進</li> <li>SDGs 目標達成期限（2030年）</li> <li>Society5.0の実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>少子高齢化社会の進行による絶対的な生産人口の減少</li> <li>コロナ禍後、回復傾向にあった業況感の足元での不透明感</li> <li>（物流の）2024年問題</li> <li>経営者の高齢化</li> <li>原材料の高騰（物価高）</li> <li>国際紛争、災害リスク</li> <li>賃上げの動き</li> <li>空き店舗、空き家の増加</li> </ul>	
内部環境	強み	・増益の傾向（今期→来期） ・技術力、製造（加工）精度 ・短納期対応 ・熟練技術者（→弱みでもある） ・サービス ・価格政策 ・営業、販売力 ・交通アクセスの利便性 ・地代、賃料 ・近接性 ・市内に約4,000ある事業所数	（強みを機会はどう活かすか）  <経営力・競争力の強化> ■省力化（投資）の促進 ■ビジネス等による経営指導・支援の強化 ■摂津ブランド認定や市HP等を通じた産業の発信力強化 ■商談会・展示会等の出展及びPR促進 ■オープンファクトリーの推進	（強みで脅威をどう乗り切るか）  <経営力・競争力の強化> ■省力化（投資）の促進  <連携の強化> ■販路拡大のためのマッチング促進 ■職業訓練機関との連携（人材確保、リスティングなど）
	弱み	・人材、労働力の確保育成 ・顧客対策、市場開拓、販売力強化 ・製品、商品価格の値上げ ・専門技術、接遇、対応の維持強化 ・後継者対策 ・経営者の高齢化 ・従業員の減少傾向 ・人材育成に取組めていない ・外国人材の活用ができていない ・熟練技術者	（弱みを機会はどう克服するか）  <経営力・競争力の強化> ■省力化（投資）の促進 ■オープンファクトリーの推進  <連携の強化> ■外国人材をはじめとする雇用促進 ■大阪産業局等他の支援機関との連携強化	（脅威に対して弱みによる影響をどう最小限に抑えるか）  <連携の強化> ■事業承継、後継者対策の意識醸成 ■事業承継マッチング促進 ■BCP策定の推進

### 4. 課題の整理

アンケート調査から SWOT 分析を経て、多くの課題が見えてきました。アンケート調査では、技術力・営業力のある企業を強みと感じている企業が多い一方で、景況感としては厳しい経営状況にある企業が多いと見受けられます。現場では価格転嫁や顧客開拓等の対応が求められている状況です。

また最も大きな課題は「人材不足」となっており、本市だけでなく少子高齢化が急速に進む日本全体の課題であると言えます。高齢化問題は市内事業所の経営者の年齢層にも影響を与えており、事業承継に取り組む重要性が増しています。

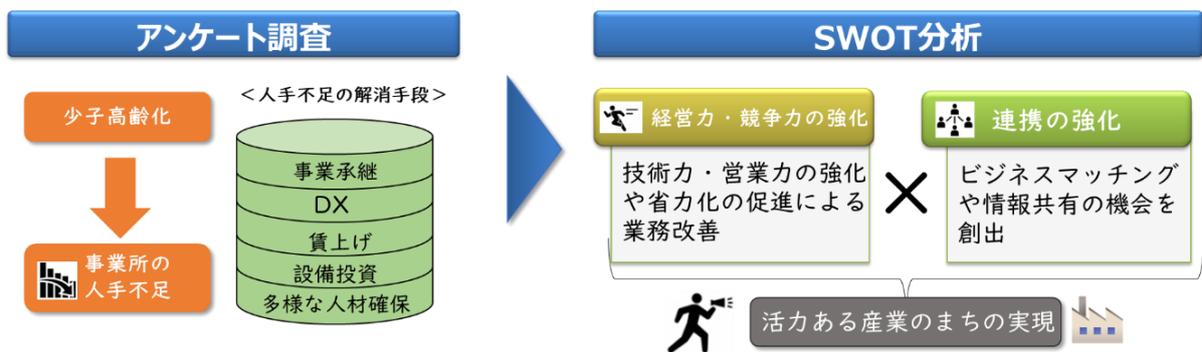
そして SWOT 分析では、アンケート調査の結果から強み、弱みを分析した上で、機会と脅威を取り入れ、「経営力・競争力の強化」「連携の強化」の2つのキ

ワードが浮き彫りになりました。

「経営力・競争力の強化」は、人材確保だけでなく、技術力・営業力の強化や省力化の促進による業務改善により、経営基盤が強化され、安定的な経営や新規事業へのチャレンジ等、企業活動が活性化することを指します。

「連携の強化」は、事業所と支援機関が事業連携を図り、ビジネスマッチングや情報共有の機会を創出することを指します。産業振興課としては、第1期アクションプランにて、様々な機関との連携によるワンストップのサービスの提供を掲げ、南千里丘別館の産業支援ルームに情報コーナーやビジサポを開設しました。今後は、市商工会との連携が特に重要であり、さらなる事業連携を目指し協働していきます。また市内の事業所間においても、コンパクトなまちである摂津市の特徴を活かし、コミュニケーションが活発に行われ、協働を促進していくことが必要です。

これらの強化を進めた先に、事業所に人が集まり、定着が図られ「活力ある産業のまち」が実現すると考えます。



## 第4章 産業振興アクションプランの展開

### 1. 目指すべき将来像

目指すべき将来像＝活力ある産業のまち

第2章で取り上げたとおり、刻々と変化し続ける環境下では、前章で整理した課題の本質を理解し、解決策を立案していくことが求められます。その上で、目指すべき将来像を「活力ある産業のまち」と定め、「商工業」「農業」「就労・雇用」「消費生活」の4方面から施策のアプローチをしていきます。



### 2. 具体的施策及び進行管理

前述の目指すべき将来像の実現に向けて、4つの視点を設定し、それぞれに紐付く9つの展開として具体的施策を策定します。また進行管理にて、4つの視点の達成状況については「成果指標」を、9つの施策展開の実施状況については「活動目標」を設け、取組の効果を検証し、改善を行う仕組み（PDCA サイクル）を構築します。また、必要に応じて、有識者や市内事業所等をはじめとする関係機関から意見等を聴取し、本計画における施策の推進を図ります。

<視点1> 中小企業がいきいきと活躍できるまち（商工業）



本市の強みである製造業を中心とした産業の成長のため、経営力・競争力の向上を図ること、事業所間及び市と支援機関との連携を強化し、持続可能な支援を展開します。また市内商業の成長と発展のため、地域の商店や商店街、小規模商業店舗等の活性化を図り、にぎわいのあるまちづくりを目指します。創業者については、創業時の支援だけでなく、持続的かつ安定的な経営を支える伴走支援体制を整備します。

<視点2> 中小企業がいきいきと活躍できるまち（農業）



農地が年々減少していく中で、農地の持つ多面的機能を有効に活用する等、農業に親しめるまちを目指します。

<視点3> 誰もが安心していきいきと過ごせるまち（就労・雇用）



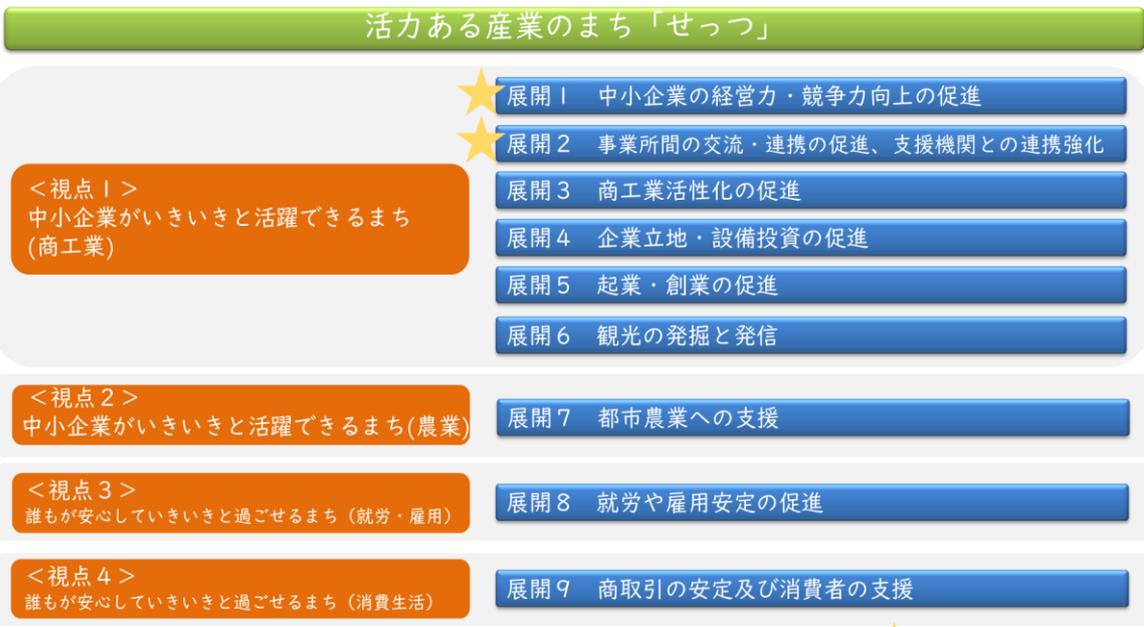
働く意欲のある人々に対する雇用機会の拡大と働く人たちの雇用の安定、労

働環境や福利厚生等の向上を支援します。



<視点4> 誰もが安心していきいきと過ごせるまち（消費生活）

誰もが安心して暮らすために、良質で適正な商品やサービスを選択できるように、消費者の自立を支援し、悪質な商取引等による消費者被害の未然防止、拡大防止に取り組みます。



★…特に注力すべき展開

<視点1> 中小企業がいきいきと活躍できるまち（商工）



【成果指標】

指標	令和5年度 （実績）	令和11年度 （目標）
自社の最終利益が「増加を見込む」と回答した事業者の割合	20.7% （令和6年度）	22.7%
（情報交換・商品化等の方法で）他社との連携を行っている事業者の割合	41.6% （令和6年度）	45.7%
創業相談を受け、創業に至った件数	22件	24件



## ★展開1 中小企業の経営力・競争力向上の促進

- ・オープンファクトリーを実施し、事業所の成長と発展を促進します。
- ・2025年日本国際博覧会に参画し、摂津市の強みであるものづくり企業のPRに取り組みます。
- ・ビジサポの新規顧客獲得のための告知活動の強化に取り組みます。
- ・人材確保のために必要な設備等を整備する事業所への支援策を検討します。
- ・空き店舗の活用について、活用方法や情報共有等の手段を検討します。
- ・市内事業所の大規模展示会への出展について、支援策を検討します。

<せつつキッズファクトリー2024 実行委員会及び当日の様子>

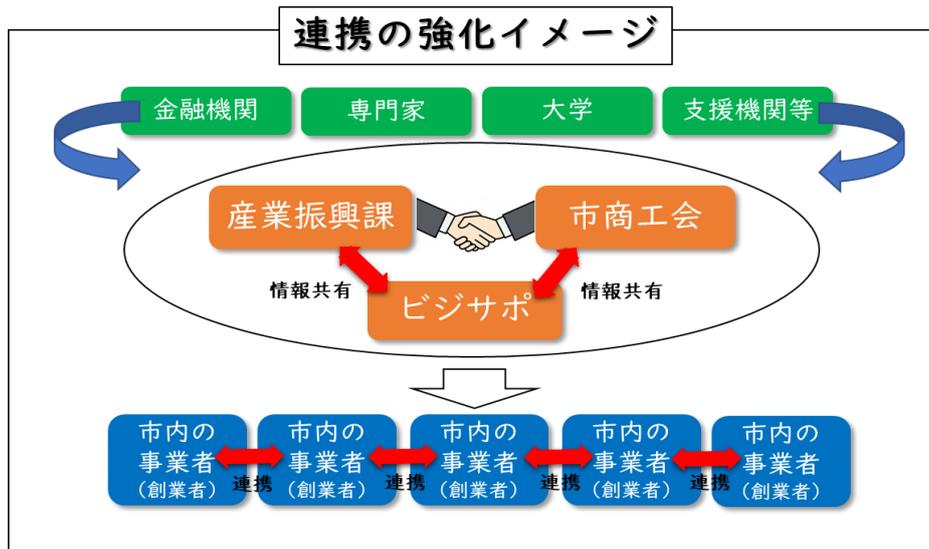


<活動目標>

	令和5年度（実績）	令和11年度（目標）
オープンファクトリー参加企業	5事業所(令和6年度)	10事業所
ビジサポの新規相談数	62回	68回
展示会出展事業所数	3事業所	8事業所

## ★展開2 事業所間の交流・連携の促進、支援機関との連携強化

- ・市商工会との連携を強化し、ビジサポを通じた課題抽出を積極的に図ります。
- ・金融機関・大阪信用保証協会と勉強会等を通じて連携を強化し、融資等の手段で市内事業者の支援を強化します。
- ・ビジサポを通じて、市内事業者間の交流を促進し、マッチングや販路拡大の機会を増やします。
- ・地元事業所の紹介ページの登録件数を増やし、販路開拓の機会となるよう告知を強化します。



<活動目標>

	令和5年度(実績)	令和11年度(目標)
資金融資件数	18件	27件
地元企業の登録件数	—	200件

## Column



### ～株式会社神戸製鋼所との連携事例～

令和6年度には、市商工会が運営する「摂津市鉄工会」の11月度月例会に参加し、連携を深めました。摂津市鉄工会では月ごとに月例会を実施していますが、市商工会の職員が株式会社神戸製鋼所とコネクションを持っており、市内の鉄を扱う中小企業に声掛けをし、連携の実現に至りました。神戸製鋼所の研究施設である「神戸総合技術研究所」で実施し、研究者と町工場の社員が熱く議論を交わしました。

本来、株式会社神戸製鋼所は鉄を「供給する」側で、中小企業は「加工する」側であり、商品の取引は行われているものの、お互いの現場の声は届いていませんでした。通常のビジネススキームでは現場同士のマッチングは困難ですが、市商工会等の支援機関が間に入り連携して繋げていくことでシナジー効果が見込め、本市だけでなく日本の製造業の底上げまで波及が見込めると考えます。本会には、日刊工業新聞社も取材にて参加され、連携事例がピックアップされました。本市では今後も様々な機関と連携を強化し、市内中小企業の一助となるアイデアを創出していきます。



### 展開3 商工業活性化の促進

- ・引き続き摂津優品（せっつすぐれもん）・摂津優技（せっつすぐれわざ）の認定を促進します。また大学と連携し、摂津ブランドPR動画制作を行います。
- ・市が持つあらゆる媒体を活用し、商業PRや魅力発信を拡大します。
- ・地域の商店や商店街のそれぞれの特徴・利点を活かした取組を支援し、にぎわいのあるまちづくりを目指します。

#### <活動目標>

	令和5年度（実績）	令和11年度（目標）
摂津ブランド優品・優技の認定件数（累計）	22件	37件



令和6年度摂津ブランド認定式



大阪勧業展でのPR

### 展開4 企業立地・設備投資の促進

- ・企業の市外からの誘致及び市内での規模拡大に向け、企業立地等促進制度の利用を促進します。

#### <活動目標>

	令和5年度（実績）	令和11年度（目標）
企業立地促進制度に基づく企業立地奨励金の交付件数	43件	現状維持

### 展開5 起業・創業の促進

- ・市商工会・金融機関と連携し、特定創業支援等を通じて創業を促進します。
- ・市内空き店舗に入居して創業する飲食店事業者に対して、創業後一定期間の家

賃補助を行います。

・ビジサポにて相談窓口を設け、創業者の経営相談を受け付け、創業及び持続的な事業継続ができるよう支援します。

<活動目標>

	令和5年度（実績）	令和11年度（目標）
創業相談を受けた件数	119件	130件

## 展開6 観光資源の発掘と発信

・2025年日本国際博覧会を契機として、観光資源を見直し、様々な資源を活用・融合させながら新たな観光の可能性を探るべく、発掘と発信を行います。

・「大阪銘木団地」及び「大阪欄間」という本市の特長である資源を活かし、事業者の取組を支援しながら、観光資源として発信します。

・「ものづくりのまち」という特色を活かし、通年で工場見学できるような協力企業を募り、本市のPR活動に繋げていきます。

・阪急電鉄株式会社と連携し、「観光あるき」イベント及び「aruku&」アプリを通じて、本市の魅力ある観光資源を発信します。

<活動目標>

	令和5年度（実績）	令和11年度（目標）
あるくとaruku&による観光あるきコース利用者数	216人	現状維持

## <視点2> 中小企業がいきいきと活躍できるまち（農業）



### 【成果指標】

指標	令和5年度（実績）	令和11年度（目標）
（大阪府中央卸売市場への）鳥飼なすの出荷量	1,551個	増加



## 展開7 都市農業への支援

- ・本市の地域特産物である「鳥飼なす」について、保存と生産拡大だけでなく、関係機関とのネットワークを構築し商業施設で取り扱う等、知名度向上や消費拡大を図ります。
- ・市民農園の活用により、農地の保全を図ります。
- ・農業体験や農園利用者に作付け指導を行うとともに、国・府等関係機関と連携し指導できる人材の育成を支援します。
- ・市街化調整区域における地域計画の取組等に対し、関係機関や国・府の動向を踏まえた支援を進めます。
- ・耕作地の管理、農作物の苗づくりから収穫までの一連の作業が研修できる仕組みを検討していきます。

### <活動目標>

	令和5年度（実績）	令和11年度（目標）
鳥飼なすの耕作面積	1,606 m <sup>2</sup>	2,000 m <sup>2</sup>
市民農園の面積	15,564 m <sup>2</sup>	17,000 m <sup>2</sup>
国版認定農業者数	0名	増加

## <視点3> 誰もが安心していきいきと過ごせるまち（就労・雇用）



### 【成果指標】

指標	令和5年度（実績）	令和11年度（目標）
職業能力開発講座修了生が就労できた割合	50%	増加
地域就労支援事業を通じて就業した人数	28件	30件

## 展開8 就労や雇用安定の促進

- ・事業所が多様で潜在的な人材（子育て中の女性・外国人・高齢者等）を採用できるよう、支援策を検討します。
- ・障がい者、ひとり親家庭の母親、中高年齢者や若年者等で、働く意欲を持ちな

から就労に際して困難な課題を抱える人の就労を実現するため、スキルアップを支援するとともに、関係部署とさらに連携し、多方面から総合的な支援を行います。

- ・市内事業者や公共職業安定所（ハローワーク）等と連携し、三市一町合同就職フェア・障がい者就職フェア等の求職活動の場を提供します。
- ・人権の観点から、摂津地区人権推進企業連絡会への参加促進・啓発活動を支援します。

#### <活動目標>

	令和 5 年度（実績）	令和 11 年度（目標）
労働相談の件数	15 件	現状維持
摂津地区人権推進企業 連絡会の加入企業	60 件	現状維持

### <視点 4> 誰もが安心していきいきと過ごせるまち（消費生活）



#### 【成果指標】

指標	令和 5 年度 （実績）	令和 11 年度 （目標）
直近 1 年間で消費者トラブルに遭ったと回答した市民の割合	6.7%	減少

## 展開 9 商取引の安定及び消費者の支援

- ・高齢者・障害者・認知症等の支援が必要な市民の消費被害を抑制するため、消費者安全確保地域協議会を通じて支援します。
- ・国が推進する消費生活相談ルームにおける DX 化を図り、効率的かつ適切なアドバイスができるよう環境を整備します。
- ・多重債務を抱え一人で悩んでいる人に対して、必要に応じて弁護士又は司法書士等の専門家につなぐ等、解決に向けた支援を実施します。

#### <活動目標>

	令和 5 年度（実績）	令和 11 年度（目標）
消費生活相談の件数	591 件	現状維持

< 資料 >

### 摂津市第3期産業振興アクションプラン懇話会委員名簿

区分	氏名	機関名等
中小企業経営の指導に関し知識経験を有する者	◎岩橋 亮	岩橋マネジメントサービス 代表 (中小企業診断士)
市内事業を営む商業者	山田 匡規	摂津市商店連合会 会長
市内事業を営む工業者	谷川 幸広	(株)アサヒ工作所 代表取締役社長
市内事業を営む工業者	小川 佳美	株式会社大阪エース (摂津優品の事業者) 代表取締役
金融機関を代表する者	小石 英司	北おおさか信用金庫 千里丘支店長
摂津市商工会を代表する者	○島内 嘉紀	摂津市商工会 事務局長 (経営指導員)
学識経験を有する者	橋口 勝利	慶応義塾大学 経済学部 教授
市内認定農業事業者	渡邊 勝彦	大阪版認定農業者

(敬称略)

◎は座長 ○は副座長

※役職名は令和6年12月末時点

## 摂津市第 3 期産業振興アクションプラン懇話会開催経過

年	月	日	主要項目	懇話会内容
令和 6 年	3 月	18 日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 令和 5 年度の取組み</li> <li>・ 市政モニターアンケート</li> <li>・ 今後の施策展開について</li> <li>・ 事業所実態調査について</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 令和 5 年度の取組みや市政モニターアンケートを受けて、次年度以降の取組みについて検討を実施。</li> <li>・ 第 3 期産業振興アクションプラン策定に係る事業所実態調査について、質問項目等の検討を実施。</li> </ul>
令和 6 年	9 月	30 日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第 3 期産業振興アクションプランの策定について</li> <li>・ 令和 6 年度の取組みについて</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第 3 期産業振興アクションプランの骨子案の検討を実施。</li> <li>・ 令和 6 年度取組みについて報告。</li> </ul>
令和 6 年	11 月	28 日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第 3 期産業振興アクションプラン素案の検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第 3 期産業振興アクションプランの素案を基に、課題の整理、成果指標等の中身の詳細を議論・検討。</li> </ul>
令和 7 年	1 月	○日	後日記載	後日記載

## 摂津市産業振興アクションプラン懇話会設置要綱

## (目的)

第1条 摂津市の産業振興に関する実施計画を示す摂津市産業振興アクションプラン（以下「アクションプラン」という。）の作成及び進行管理にあたり、事業者、関係団体、専門家から幅広く助言を求め、地域特性に合った効果的かつ実現性のあるアクションプランを目指し、摂津市産業振興アクションプラン懇話会（以下「懇話会」という。）を設置する。

- (1) アクションプラン策定及び進行管理に係る助言の収集の機会確保。
- (2) 産業振興に関する施策の情報収集。

## (組織)

第2条 懇話会の委員は、次に掲げる者のうちから市長が選任し委嘱する。

- (1) 中小企業経営の指導に関し知識経験を有する者
- (2) 市内事業所代表者
- (3) 市内事業を営む商業者
- (4) 市内事業を営む工業者
- (5) 金融機関を代表する者
- (6) 摂津市商工会を代表する者
- (7) 学識経験を有する者
- (8) 市内認定農業者

2 懇話会は、委員10名以内で組織する。

## (任期)

第3条 委員の任期は、3年とする。

- 2 委員は、委嘱された時の当該身分を失ったときは、その職を失う。
- 3 後任委員の任期は前任者の残任期間とする。

## (費用弁償)

第4条 懇話会委員がアクションプランに係る会議に出席した日1日につき9,000円を支給する。

## (座長及び副座長)

第5条 懇話会に、座長及び副座長を置き、委員の互選によって定める。

- 2 座長は、会務を総理し、懇話会を代表する。
- 3 副座長は、座長を補佐し、座長に事故あるときは、その職務を代理する。

## (会議)

第6条 懇話会は、必要に応じ座長が招集し、座長がその懇話会の長となる。

- 2 座長が必要と認めたときは、懇話会の関係者の出席を求め、意見又は説明を聞くことができる。

(秘密の保持)

第 7 条 懇話会の委員は、職務上知り得た個人情報等の一切の事項を、懇話会の目的以外に利用し、又は第三者に漏洩してはならない。なお、その職を退いた後も同様とする。

(庶務)

第 8 条 懇話会の庶務については、産業振興課において処理する。

(委任)

第 9 条 この要綱に定めるもののほか、懇話会の運営に関し必要な事項は、市長が定める。

附則

この要綱は、平成 25 年 6 月 20 日から施行する。

附則

この要綱は、平成 31 年 4 月 1 日から施行する。

附則

この要綱は、令和 2 年 7 月 1 日から施行する。

附則

この要綱は、令和 3 年 7 月 1 日から施行する。

附則

この要綱は、令和 5 年 8 月 1 日から施行する。



MADE IN SETTSU  
**摂津ブランド**  
 中小企業応援プロジェクト



「摂津優品（せっつすぐれもん）」

「摂津優技（せっつすぐれわざ）」

### 令和5年度 摂津ブランド認定品一覧（2技術）



(株)マスパックプロダクツ  
 紙・段ボール製店頭ディスプレイの製造



(株)レイホー製作所  
 窯業・土石製品製造業

### 令和4年度 摂津ブランド認定品一覧（1商品・1技術）



(株)CONNY HALF  
 アウトドア&スキンミスト



(株)トーコー  
 アルミ加工販売

### 令和3年度 摂津ブランド認定品一覧（4商品）



(株)三陽電設  
 こども向け消毒液スタンド



ランコーポレーション  
 吉祥文様 真鍮製和柄小物



(株)山辺板金工作所  
純銅たたき出しランプシェード  
「TSUCHIMEI.2 シリーズ」



(株)大阪エース  
ソーフトワレ

令和2年度 摂津ブランド認定品一覧 (2商品)



(株)松本製作所  
アロマシール  
(梅結・香るシマちゃん・LEAF)



(有)岡田工芸社  
BOSS HOBBY スクエア・プレート

令和元年度 摂津ブランド認定品一覧 (3商品)



木下らんま店  
らんま職人が作る名刺入れ



アクティプリント(株)  
セイバーオードリン SP



古川皓一バイオリン工房／古川皓一作バイオリン

平成 30 年度 摂津ブランド認定品一覧 (1 商品)



前村食品  
まぼろしの鳥飼なす漬

平成 29 年度 摂津ブランド認定品一覧 (5 商品)



(株)大阪エース  
男十撫せっけん (オトナセッケン)



三島金型(株)  
Hawk Tee (ホークティー) 85



(株)ブライトリバー  
EYESPOT (アイスポット)



(株)日照  
Chibi 丸ちゃんミラーボール



(株)カネタ  
スライドグリルスター☆「丸焼きくん」

## 「ものづくりのまち・摂津」の未来像

### －第 3 期摂津市産業振興アクションプランへの所見－

2025 年 3 月

慶應義塾大学教授 橋口勝利

本資料は、慶應義塾大学経済学部の橋口勝利教授に、アクションプラン（特にビジサポ・摂津ブランド）の内容に関して、研究・分析いただいた資料となります。

#### 〔1〕 本報告書の目的－コロナ後の摂津市へ－

このたび、第 3 期摂津市産業振興アクションプラン（以下、アクションプランと略します）の策定に伴い、摂津市は「ものづくりのまち」として新たな道筋を見出していくことが期待されます。製造業を取り巻く国際環境が厳しくなり、原料価格の高騰の問題も直撃しています。一方で人口急減社会が目前に迫っていることも考え合わせれば、これまでの摂津市の歩みを検証し、課題を見出していくことが必要です。本報告書は、アクションプランで示された内容を基に、摂津市の現状と今度の課題を提示することを目的とします。

#### 〔2〕 摂津市の現況－人口動態と産業構造

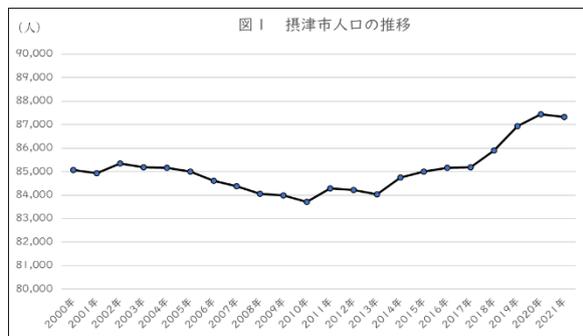
##### （1）人口の推移

摂津市の人口動態を確認しておきます。アクションプランでは、2020（令和 2）年 10 月 1 日時点の摂津市総人口を 87,456 人としたうえで、将来的には人口の減少と高齢化率の上昇を予想しています。

摂津市の人口推移と将来像をもう少し長期的に検討するために、図 1 を用います。図 1 は、摂津市の人口推移を 2000（平成 12）年から 2021（令和 3）年までの推移を示したものです。摂津市の人口は約 8 万人から約 8 万 5 千人で人口が推移しますが、2002 年から減少傾向にありました。しかしながら 2010 年から上昇に転じ、2018 年にはいっそうの人口増を示して 8 万 7 千人を超えるに至っています。2020 年には、人口増大は止まりますが（コロナ禍の影響が考えられます）、日本全国が 2008 年をピークに人口減少社会に転じたことと比べると、明らかに異なった推移を示しています。

摂津市の人口状況を大阪府全体で確認します。表 1 は、大阪府全域の自治体を取り上げて、将来の人口減少の推移を予測した数値を示したものです。国立社会保障・人口問題研究所は将来の人口推計を公表しています。この際に注目されたのが、「若年女性」の人口です。20 歳から 39 歳の女性を「若年女性」と定義して、その減少率が将来的に 50%を超える自治体を「消滅可能性都市」としました。大阪府でも同様に若年女性の減少が少子化を加速化させ、人口減少が深刻

化する自治体が存在することは指摘されています<sup>i</sup>。表1は、2023（令和5）年時点の推計に基づいて、この若年女性の減少率の低い自治体を10位まで取り上げたものです。大阪府には現在43市町村（33市、9町、1村）存在していますが、すべての自治体は2050年には若年女性の減少は避けられないと推計されています<sup>ii</sup>。ただし、この表に示された上位10の自治体は、比較的人口減少は緩やかに進むと推計されています。加えて、2013年推計の若年女性減少率に比べれば、減少率は改善しています（田尻町を除く）。この地域が、大阪市を含んで北摂地域に位置していることを考え合わせると、この10年間で北摂地域は、若年女性を含めて人口流入が進んだために、将来の人口減少予測が改善したと考えられます。摂津市の減少率は22.9%で、府内の9番目に位置しますので、この北摂地域のトレンドと一致しています。つまり **2010年以降の摂津市の人口増大（図1）は、人口減少の将来予測を大きく改善させることに繋がったと考えられるのです。したがって摂津市は、この人口増大の傾向、とくに若年女性や子育て層の定住促進を進めていくことが、この将来予測のいっそうの改善に繋がる**と言えるでしょう。



※『大阪府統計課推計人口』より筆者作成

表1 大阪府の人口予測と摂津市

順位	自治体	若年女性 減少率 (%)	2050年 (予想)		2020年 (実績)		若年女性 減少率(2013年) (%)
			若年女性	総人口	若年女性	総人口	
1	箕面市	▲14.0	12,366	128,501	14,375	136,868	▲40.3
2	豊中市	▲14.3	37,606	367,696	43,890	401,558	▲28.3
3	吹田市	▲15.9	38,202	366,647	45,444	385,567	▲33.4
4	茨木市	▲16.8	27,382	266,518	32,910	287,730	▲27.8
5	田尻町	▲17.0	774	7,638	932	8,434	3.8
6	池田市	▲17.2	9,461	94,005	11,430	104,993	▲41.1
7	高槻市	▲19.2	28,756	300,685	35,570	352,698	▲27.8
8	島本町	▲19.3	2,564	28,158	3,178	30,927	▲39.3
9	摂津市	▲22.9	7,948	77,289	10,308	87,456	▲40.3
10	大阪市	▲26.0	272,882	2,430,185	368,504	2,752,412	▲37.6

注1) 「若年女性」は、20歳～39歳の女性を示す。

注2) 「若年女性減少率」の低い自治体からランキング形式で表記した。

注3) 2013年の若年女性減少率は、2010年（実績値）と2040年（予想）と比較して推計した数値。

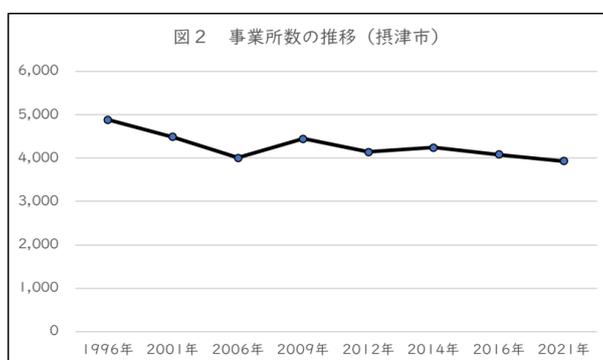
※増田寛也編『地方消滅』中小新書（2014年）、人口戦略会議編『地方消滅2』中公新書（2024年）を基に作成。

## （2）産業分析

アクションプランでは、摂津市の事業所の多さが、昼間人口の増加をもたらしていると指摘されています<sup>iii</sup>。この摂津市を特徴づける事業所は、長期的にみてどのような変化を辿ってきたのでしょうか。『アクションプラン』6頁には、2021（令和3）年の事業所数ランキングで、「卸売業・小売業」「製造業」「建設業」「不動産業・物品賃貸業」「運輸業・郵便業」が上位5種で全産業の66.1%を占めるとされています。この産業構造についても、やや時期を長くにとって詳しく考えていきます。図2は、摂津市の事業数の推移を、1996年から2021年までの25年間をとって示したものです。1996年には事業所は約5,000件存在していましたが、2021年には約4,000件へと緩やかに減少していきま。2008年のリーマン・ショックによる不況が摂津市にも影響を及ぼしたと考えられますが、2006年から2009年の推移をみると、減少傾向からむしろ上昇に転じています。つまり **この25年間に「ものづくりのまち・摂津市」は、経済環境の変化のなかで、産業の構造変化が進んでいた**と考えられるのです。

この変化を具体的に分析するために表2を用います。表2は、1996年、2006年、2016年、2021年それぞれの事業所数の上位5件をランキング形式で示しています。「業種」の区分については年度によって方法が異なるため、詳細な比較分析には限界がありますが、大きなトレンド

は見取れます。まず上位1位と2位は、「卸売業・小売業」と「製造業」がランクインしていることから、「ものづくりのまち」であることは明白です。しかしながらその件数と割合(%)に目を向けると一貫して減少傾向です。「卸売業・小売業」と「製造業」は、1996年には合わせて50%を超えるシェア(「卸売業・小売業」36.2%、「製造業」22.8%)を示していましたが、2021年には約35%(「卸売業・小売業」18.8%、「製造業」16.5%)にまで減少します。その一方で「建設業」は、件数と割合ともに一貫して上昇傾向を示し、特に2016年から2021年には、件数は397件から451件、シェアも10.2%から11.5%へと上昇させて3位にランクインします。そしてリーマン・ショック後に成長が見られたのは、「不動産・物品賃貸業」と「運輸業・郵便業」です。この要因として、摂津市の人口増大(2010年以降)と、2020年のコロナ禍(2020年以降)が影響したものと考えられます。つまり、摂津市のベッドタウン化の進行、コロナ禍の行動規制に伴う宅配業務への対応が、これら業種に新たな需要をもたらしたと考えられます。



※平成20年～令和5年度版「摂津市統計要覧」を基に作成。

表2 摂津市の主要業種の変遷

順位	1996年			2006年			2016年			2021年		
	業種	件数	%									
1	卸・小	1,769	36.2	卸・小	1,391	34.7	卸・小	859	21.0	卸・小	738	18.8
2	製造	1,113	22.8	製造	814	20.3	製造	708	17.3	製造	650	16.5
3	建設	489	10.0	建設	384	9.6	不・物	418	10.2	建設	451	11.5
4	運・郵	338	6.9	運・郵	278	6.9	建設	397	9.7	不・物	417	10.6
5	不・物	166	3.4	医・福	181	4.5	宿・飲	365	8.9	運・郵	346	8.8
(参考)	「サービス業」	955	19.5	「サービス業」	607	15.1	「サービス業」	278	6.8	「サービス業」	289	7.3
	総数	4,886	100.0	総数	4,008	100.0	総数	4,082	100.0	総数	3,935	100.0

注1) 「卸・小」は「卸売業・小売業」、「製造」は「製造業」、「建設」は「建設業」、「運・郵」は「運輸業・郵便業」、「不・物」は「不動産業・物品賃貸業」、「医・福」は「医療・福祉」、「宿・飲」は「宿泊業・飲食サービス業」を示す。

注2) (参考)欄の「サービス業」は、「他に分類されないもの」と表記されている。これは順位に入れていない。

注3) 単位は件数。「%」は四捨五入して小数第1位まで算出。

注4) 「総数」は、その他の業種も含む。

※平成20年～令和5年度版「摂津市統計要覧」を基に作成。

### (3) 摂津市の課題

摂津市の人口動態や産業構造は、大都市大阪市への近接性や北摂地域への人口流入のトレンドと連動して、特にこの20年間で変化が生じています。摂津市が製造業と小売業が主軸産業であることは変わりませんが、新規住民の流入や高齢化の進行、子育て層のニーズに応じた事業の必要性が高まっていることも事実です。この社会的変化に対応するためには、①製造業と小売業への再活性化に向けた施策と、②サービス分野をも含めた創業支援が課題となります。次節では、

この課題解決への取組みとして、摂津市産業振興課と摂津市商工会が主導して実施してきた「摂津優品」プロジェクトとビジネスサポートセンターの活動について考察します。

### 〔3〕摂津ブランド事業への挑戦－経営戦略の模索と成果

#### (1) 摂津優品の導入背景

摂津市では、2017（平成29）年から、摂津市内で生み出された一定の基準を満たす優れた商品等を「摂津優品（せっつすぐれもん）」として認定しています。加えて、2022（令和4）年からは、一定の基準を満たした生産技術を持つ企業を「摂津優技（せっつすぐれわざ）」として認定しています。この事業は、摂津市内の多様な企業の技術や製品特性を摂津ブランドとして認定することで、公的な評価を示し、その魅力を広報して販路開拓につなげることが目的です<sup>iv</sup>。

#### (2) 摂津優品事業への検証

「摂津優品」「摂津優技」は、2024（令和6年）度まで継続して実施され、22件が認定されています。その企業を一覧に示したのが、表3です。表3は、各年度の認定企業と創業年、その主力事業、摂津ブランド認定品、そしてその効果も示しています。

表3 摂津優品認定企業と主力事業

認定年	認定企業数	企業名	創業年	所在地 (摂津市内)	業種	主力事業	摂津優品の認定品			ビジネスサポートセンターとの連携	
						取扱い製品・分野	名称	特徴	主力事業との関係・効果		
2017年	5	(株) カネタ	1971年	鳥飼中	製造・販売	製缶・機械製缶・レーザー溶接・切粉圧縮処理装置	スライドグリルスター☆「丸焼きくん」	オールステンレス製パーベキューグリル	主力強化	特殊技術のPR	○
		(株) 日照	1949年	鶴野	製造・販売	演出照明器具	Chibi 丸ちゃんミラーボール	卓上型ミラーボール	主力強化	特殊技術のPR	
		(株) プライトリバー 三島金型 (株)	2008年 1963年	西一津屋 別府	製造・販売 製造	釣具（竿・ルアー等各種小物類） 金型、樹脂成型品	EYESPOT（アイスポット） Hawk Tee（ホークティー）	釣竿用グリップ 特殊設計のゴルフティー	主力強化 多角化	特殊技術のPR 消費者へ直接販売	○
		(株) 大阪エース	1978年	鶴野	製造・販売	化粧品	男十撫せっけん（オトナセッケン）	男性用の自然派石鹸	多角化	販路拡大	○
2018年	1	前村食品	1963年	鳥飼上	製造・卸・小売	漬物	まぼろしの鳥飼なす漬	地元産なすを活用	主力強化	販路拡大・地産地消	○
2019年	3	アクティプリント (株)	1987年	鳥飼上	製造・販売	オリジナルプリント製品、除菌・消臭剤・水質向上製品	セイバーオードリンSP	除菌消臭剤（無臭無害）	主力強化	販路拡大	○
		古川皓一バイオリン工房 木下らんま店	2004年 1969年	千里丘東 鳥飼野々	販売・修理 製造・販売	バイオリン・チェロ・ビオラの専門店 欄間、社寺彫刻、文字彫刻、本彫額	吉川皓一作バイオリン らんま職人が作る名刺入れ	日本人仕様の手作り楽器 大阪欄間の技術を生かす	主力強化 主力強化	特殊技術のPR 伝統技術のPR	○
		(有) 岡田工芸社	1975年	鳥飼西	印刷・塗装	シルク印刷・塗装業	BOSS HOBBY スクエア・プレート	下塗り加工のメモリアルプレート	多角化	消費者へ直接販売	○
2020年	2	(株) 松本製作所	1957年	東別府	二次加工	電子機器、エレクトロニクス関連のフィルム及び粘着テープ	アロマシール	アロマオイルの不織布シール	多角化	消費者へ直接販売	○
2021年	4	三陽電設 (株)	1972年	新在家	設計・制作・設置	電気工事及び電気通信工事、制御盤・分電盤・各種ラック・各種ブース	こども向け足踏み消毒液スタンド	子供への消毒習慣の普及が目的	多角化	消費者へ直接販売 子育て層へ貢献	○
		(株) 山辺板金工作所 ランコーボレーション	1984年 1992年	千里丘東 鳥飼和道	工事関係 加工	屋根・雨樋工事を中心に外壁工事、板金工事、NCフライスを使用した真鍮の切削加工	純銅たたき出しランプシェード 吉祥文様 真鍮製和柄小物	建築板金技術を生かす 日本伝統和柄を繊細に切削加工	主力強化 主力強化	伝統技術のPR 伝統技術のPR	○
		(株) 大阪エース※1	1978年	鶴野	開発・製造・販売	化粧品	ソープワレ	外出用の紙石鹸	多角化	販路拡大	○
		(株) CONNY HALF	2021年	鶴野	企画・販売	石鹸・スキンケア商品。	アウトドア&スキンケアミスト	アウトドアスプレー（アルコールフリー）	主力強化	販路拡大	○
2022年	2	(株) トーコー※2	1973年	鳥飼本町	販売	隔て版の映像販売（ケイカル板及びアルミ加工）	マンションバルコニー用パーテーション隔て版	近畿圏市場占有率50%以上の防火扉	主力強化	販路拡大	
2023年	2	(株) マスバックプロダクツ※2	1968年	南別府	企画・製造・販売	店頭商品展示台	紙や段ボールを主な素材とした店頭商品展示台（ペーパーディスプレイ）	多彩な形状・幅広い素材を活用	主力強化	特殊技術のPR 販路拡大	
		(株) レイホー製作所※2	1940年	鳥飼中	開発・製造・販売	半導体・太陽電池等の黒鉛・カーボン製品と周辺部品	カーボン製品の加工技術	省エネルギー向け黒鉛・カーボン製品の開発へ	主力強化	特殊技術のPR 販路拡大	
2024年	3	(株) 花岡工務店	2002年	新在家	工事関係	住居・店舗等の木造建築のリフォーム、新築	ハコセトラシリーズ	国産木材のオーダーメイドサウナ JA北大阪と協業	主力強化	消費者へ直接販売	○
		(株) フォレストフィールド	2015年	南別府	製造・卸・販売	パン	摂津のWE米（粉末）を使用したパン	滑らかでやさしい味を実現	主力強化	販路拡大	○
		ホト工業※2	1994年	鳥飼本町	補修関係	微細金型溶接・機械加工での加工欠損部の補修	微細金型溶接補修、機械加工での加工欠損部補修	顕微鏡下での金型溶接補修は全国屈指	主力強化	特殊技術のPR	○

注1) ※1は、2度目の認定。※2は、摂津優技（せっつすぐれわざ）の認定。  
注2) 2018年、2021年、2022年は、認定企業が本社移転や事業転換のため、認定取り下げとなったため、この表には反映していない。  
注3) 「主力事業」は、「摂津優品」の名称と重複がある場合は、適宜省略して表記した。  
注4) (株)は株式会社、(有)は有限会社を示す。  
注5) 「ビジネスサポートセンター」は、ビジネスサポートセンターを示す。  
※『摂津ブランド』パンフレット/摂津市産業振興課の提供提供を基に作成。

## ① 創業年・所在地・主力事業

まず認定企業 22 件の創業年と所在地そして主力事業を検討します。戦後日本経済の転機はいくつかありますが、今回は「バブル崩壊」前後の 1991 年、「リーマン・ショック」の 2008 年を区切りとして創業年を分類します。これによれば以下の内訳となります。

・ 1990 年前（「バブル崩壊」前）の創業	16 件
・ 1991 年～2008 年（「リーマン・ショック」前）の創業	4 件
・ 2009 年以降（「リーマン・ショック」後）の創業	2 件

つまり今回の認定企業は、1990 年以前の創業が 16 件を占めています。なかには 1940 年代から 1960 年代の戦後から高度経済成長期に起源をもつ企業がいくつもみられます。所在地は鳥飼地域が 9 件で、主力事業のほとんどが「製造」あるいは「製造・販売」であることから、**「ものづくりのまち・摂津」の産業構造が鳥飼地域を中心に形成されてきた**ことがわかります。1991 年以降創業の企業をみると、主力事業は釣具や楽器、2009 年以降は石鹸・スキンケア商品やパンなどの製造や販売へと業種は多様化し、とくに小売関係の事業がみられ始めます。先の検討で、摂津市の産業構造の変化を指摘しましたが、ブランド認定の傾向にもその兆候がみられます。

## ② 主力事業と効果

「摂津ブランド」認定事業の推移を見ると、摂津市の産業構造の変化や今後の摂津市の道筋が見えてきます。表 3 の「主力事業との関係・効果」の欄からこの点をやや詳しく考察していきます。これまでの摂津ブランドの認定企業は、主力事業との関係で、**「A 主力強化と多角化」「B 消費者への浸透」「C 社会課題の解決」大きく 3 つのカテゴリーに分類できます**。以下、カテゴリーごとに考察します。

### A 主力強化と多角化

まず「主力強化」が見られることです。詳しく言えば、主力事業の強化です。摂津市には、製缶・照明器具・釣具・バイオリン・店頭商品展示台・半導体・溶接など多岐にわたる特殊技術が存在します。加えて欄間や社寺彫刻・板金技術など伝統技術もあります。こうした**技術を広く社会に PR し、その技術の再評価とその継承の必要性を強調することで、主力事業の強化が期待されます**。

次に、「多角化」です。摂津ブランドには、例えば三島金型の場合、主力事業が「金型、樹脂成型品」であるものの、特殊設計のゴルフティーがブランド認定されています。加えて電子機器やフィルムの二次加工を主力事業とする松本製作所は、不織布シールのブランド認定を受けています。これらは**既存の事業を多角化することで事業展開に着手している**ことを示しています。

## **B 消費者への浸透**

摂津ブランド認定企業の「多角化」は、メーカーが消費者へと直接販売を進める道筋ともなっています。つまりこれまでの企業間取引（いわゆる「BtoB」ビジネス）から、消費者への直接販売（いわゆる「BtoC」ビジネス）へと乗り出していったということです。例えば、大阪エースの自然派石鹸は、従来の主力事業であった家具やウレタン製品の製造に加えて、消費者（とくに男性消費者）への直接販売の拡大を目指すものと言えます。

## **C 社会課題の解決**

摂津ブランド認定品には、現代社会の諸問題への解決に取り組むものも見られます。子どもへの消毒習慣の普及を目指した消毒スタンドの提案（三陽電設（株））は、コロナ禍での保育園や店舗の衛生環境の向上に貢献しようとするものです。アロマオイルの不織布シール（（株）松本製作所）、外出用の紙石鹸（（株）大阪エース）は、これもコロナ禍に対応しうるものです。またカーボン加工の加工技術（（株）レイホー製作所）は、今後日本が省エネルギー社会を目指すうえで注目される事業です。農業に目を向ければ、鳥飼なす漬（前村食品）は、摂津市の地産地消や就農ニーズへの対応が期待されます。このように企業活動が住民生活の質的な改善・向上に繋がることが、このブランド事業を通じて発信されてきたのです。

### **(3) 今後の課題**

摂津市の産業構造分析では、「卸売業・小売業」と「製造業」のシェアが減退していることを指摘したうえで、再活性化への必要性を指摘しました。この視点に摂津ブランド事業の検討を加えると、「製造業」の「小売業」への進出が見られることにも注目する必要があります。とくに、戦後日本経済の成長期には、大企業と中小企業が強い結びつき（下請関係や系列取引など）を形成して、企業成長を図るビジネスモデルが多く見られました。しかしながら、バブル崩壊やリーマン・ショックを経て、大企業の撤退や国内市場の変化がみられはじめ、外国製造業との競争が激化するなかで、各企業はこれまでの取引関係を見直してきました。摂津市の企業は、この経済環境の変化に対応して既存の技術の磨き上げに加えて、多角化や消費者への直接販売へと乗出してきたのです。そうだとすれば、摂津ブランド化事業がまず取り組むべきは、こうした時代の变化に合わせて企業が模索してきたビジネスモデルを正確に捉えて評価し、その意義を社会に発信することです。

加えて近年の摂津市に人口増加を考え合わせれば、社会問題の解決に取り組む企業の役割はやはり重要です。子育て層や若年層への生活環境への提案に繋がる製品や技術を積極的に評価し、摂津市内外へ発信すれば、産業の視点から「住みやすいまち・摂津」へと提案することは可能です。新時代に対応した企業の取組みを創出し、発展させるうえで、摂津ビジネスサポートセンターの役割は大きく期待されています。この活動内容と実績を次節で検討して、考察をもう少し深めていきます。

#### [4] ビジネスサポートセンターの活動分析ースタートアップの時代へ

##### (1) ビジネスサポートセンターの導入背景

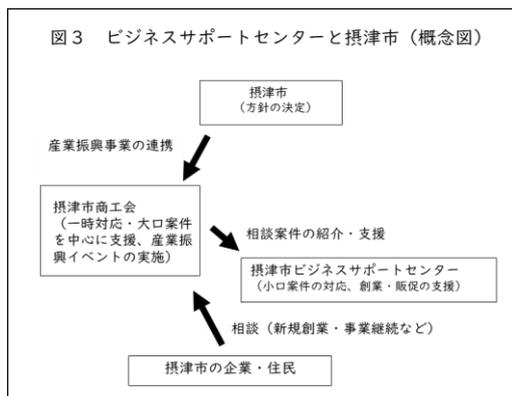
摂津ビジネスサポートセンター（以下、ビジサポと略す）は、2021（令和3）年4月1日に創設されました。従来摂津市で実施されていた「創業サポート窓口」や「専門相談窓口」に新規創業の相談窓口を充実させ、摂津市ものづくりの一層の発展を目指しています。コロナ禍でのスタートではあったものの、開設1年目で243件の相談に応じるなど実績を示しつつあります<sup>v</sup>。

##### (2) 相談実績と検証…摂津ブランド事業との連携

ビジサポは、摂津市の産業振興の方針のもとで地元企業の支援活動を行います。摂津市商工会は、地元企業の相談対応や支援活動を実施します（一次対応）が、小口案件や顧客の細やかなニーズに応じて、支援活動の一部をビジサポに委託しています（図3を参照）。ビジサポの活動報告書によれば、その相談内容は、「新商品の開発の取り組み」や「WEBやSNSを活用した販路開拓」が多く、さらにクラウドファンディングの実施やホームページ制作も見られるなど多岐にわたっています。

摂津ビジネスサポートセンター長の山之内敦氏は、この報告書の中でビジサポの特徴を①高い予約率、②販売促進サポート、③商工会との連動を挙げています<sup>vi</sup>。以下では、そのビジサポの活動実績について表4を用いて具体的に分析します。表4は、ビジサポの創業から3年間の「予約数」、「相談実行数」とその内訳を整理したものです。予約数の推移をみれば、1年目の261件から353件、388件と順調に増大しており、その実行率も90%超を維持していることから、摂津市内でのニーズの高さが確認できます。山之内敦氏によれば、ビジサポの強みは、摂津市商工会と地元企業との繋がりを活用できる点だそうです<sup>vii</sup>。

その相談内容は、「事業展開」が最も多いことがわかります。これは摂津市の既存企業の新たな事業展開に貢献したことが考えられます。先の摂津ブランドの分析で、摂津市の「製造」あるいは「製造・販売」の企業が、多角化や「B to C」へと進出していることを指摘しました。事実、表3の「ビジサポとの連携」欄には、摂津ブランド認定企業の姿が14件確認できます。つまり、摂津市の製造業の業態変化に、ビジサポの貢献が考えられるということです。一方で注目されるのは、「創業支援」へのニーズの高まりです。近年、日本の製造業の新たな競争力創出の源泉として「スタートアップ」が注目されています。表4の実績数からも、2022年の35件から2024年には102件と約3倍へと伸びています。摂津市の産業全体の活性化のためにも、新産業の創出の芽は重視しなければなりません。



※筆者作成

表4 ビジネスサポートセンターの相談実績

年	予約数 (A)	相談実行数 (B)			実行率 (%) (B÷A×100)
		創業支援	事業継続	事業展開	
2022年	261	243	35	19	93.1
2023年	353	336	60	76	95.2
2024年	388	361	102	59	93.0

注1) 「事業継続」はHP・LINE制作等の経営相談。  
 注2) 「事業展開」は販路開拓・自社製品開発、クラウドファンディング・マッチング等。  
 注3) 「予約数」「相談実行数」の単位は「件」。  
 ※摂津市産業振興課からの情報提供を基に作成。

### (3) 今後の課題

ビジサポの事業は、まだ始まったばかりですが、今後の摂津市の産業振興への役割は大きなものがあります。ここで今後の課題を3つにまとめておきます。

#### ① 「創業支援」と「事業支援」の接続

摂津市のスタートアップは、増大傾向にありますが、この事業を摂津市で根付かせていくことが必要です。このためにも「事業継続」や「事業展開」への支援へとつなげていくことが必要です。ビジサポは、「伴走型支援」を重視していますが、**事業の創業から継続までを一体化した支援体制の構築を目指すべき**でしょう。

#### ② 新規相談への働きかけと把握

新規相談層の把握と戦略的な支援が必要になります。デジタル化が進み、個人単位での小規模な創業へのハードルが低下した現在、スタートアップへの潜在的ニーズは摂津市内に多く存在することが予測されます。事実、摂津ブランド認定への検討で示したように、社会課題の解決を目的としたビジネスも生まれています。こうしたニーズの掘り起こしとスタートアップへの働きかけ、そしてビジサポとの相談体制のさらなる充実は不可欠です。摂津市としては**新規相談層の産業分野を把握し、ビジサポを含めた戦略的な支援体制（資金・人材・立地など）を模索することが必要です。**

#### ③ 摂津ブランド事業との連携

摂津ブランド事業とビジサポの活動との結びつきは強まりつつあります。摂津市企業の経営戦略の変化やスタートアップへの機運の高まりを考えれば、相談ニーズのさらなる多様化や増大が予測されることは明らかです。こうした情勢を踏まえて山之内敦氏は、ビジサポの相談体制の充実（人員や対応時間）を進めるだけでなく、地元金融機関との連携を今後の課題に挙げています<sup>viii</sup>。**地元の事業体を含めた業界横断的な支援体制の構築**は、模索する価値が確かにあります。

## 〔5〕今後の展望－「住エ一体のまちづくり」を目指して

最後に、これまでの考察をとりまとめて、摂津市の今後を展望します。まず、前回の第2期摂津市産業振興アクションプランと、今回の第3期摂津市産業振興アクションプランと双方を提示し、その視点の比較を試みます。

	第2期摂津市産業振興アクションプラン	第3期摂津市産業振興アクションプラン
視点1	中小企業がいきいきと活躍できるまち	中小企業がいきいきと活躍できるまち（商工業）
視点2	新たな産業を生み出し活力あるまち	中小企業がいきいきと活躍できるまち（農業）
視点3	誰もが安心していきいきと過ごせることができるまち	誰もが安心していきいきと過ごせることができるまち（就労・雇用）
視点4		誰もが安心していきいきと過ごせることができるまち（消費生活）

※第2期摂津市産業振興アクションプランを基に作成。

第2期アクションプランは、中小企業の事業展開と新規創業を2つに分けたうえで、住民生活をあわせて3点を提示するものでした。これに対して今回は、中小企業への視点を「商工業」と「農業」に分類し、住民への視点を「就労・雇用」と「消費生活」に分類しています。

これまでの考察で明らかのように、北摂地域に位置する摂津市は、人口減少の影響は比較的緩やかな状態にあります。その一方で産業構造の変化も進んでいます。かつての「ものづくりのまち・摂津」を支えた製造業は、次第に多角化や直接販売の道を模索し、「製造」と「小売」の境界線は次第に失われつつあります。一方で、新規住民や子育て層の増加、高齢者比率の上昇への目配りも欠かせません。今回のアクションプランが「商工業」という視点を立てたのは、これまでの産業構造の変化を反映するものでもあります。加えて地元「農業」へ改めて着目したことは、摂津市での農作物ブランドの構築や地産地消への期待を示すものでもあります。

住民へと視点を向ければ、「就労・雇用」が明示されたことで、摂津市が「住みやすいまち」であるだけでなく、「働きやすいまち」を目指すという方向性が明示されたこととなります。現在は、女性の社会進出とそれに伴う子育て支援の必要性、高齢者の再雇用、障がい者の就労支援など問題は多様化・複雑化しています。一方で中小企業は、人材不足の深刻な課題に直面しています。第3期アクションプランでは、中小企業と住民の双方の入り組んだ問題への解決策を模索することが求められます。そう考えれば、今後の摂津ブランド認定事業は、こうした摂津市特有の問題に取り組む企業を見出し、積極的に評価することが求められます。もちろん、ビジサポの「伴走型支援」は、スタートアップや事業継続へのニーズの受け皿となり、摂津市の新たな産業構造の流れに乗せていくことが期待されます。

今回のアクションプランの内容は、摂津市の現在の社会経済の状況を検討して作成されたものですが、全ての問題点を網羅しているとは限りませんし、このプランが摂津市内の企業や住民に具体的な効果が出なければ意味のないものです。そのためには、アクションプラン策定にかかわったメンバーの定期的なチェックだけでなく、摂津市住民の評価や問題提起がなによりも大

**切です。**本報告書は、第3期アクションプランを読み解くための視点を示したものです。「住工一体のまちづくり」が、摂津市のみなさんで磨き上げられていくことを願っています。

- 
- i 増田寛也編『地方消滅』中公新書，2014年。
  - ii 大阪府下で若年女性減少率がもっとも大きいと推計されているのは、能勢町（81.4%）、続いて豊能町（76.9%）、千早赤阪村（69.0%）。
  - iii 『第3期摂津市産業振興アクションプラン』3頁。
  - iv 『第3期摂津市産業振興アクションプラン』9頁。
  - v 「摂津ビジネスサポートセンター 開設1年目の活動報告会」資料。摂津ビジネスサポートセンター・摂津市商工会，2022年7月27日。
  - vi 「摂津ビジネスサポートセンター 開設1年目の活動報告会」資料。山之内敦氏への聴き取り（2024年12月4日）。
  - vii 山之内敦氏への聴き取り（2024年12月4日）。
  - viii 「摂津ビジネスサポートセンター 開設1年目の活動報告会」資料。山之内敦氏への聴き取り（2024年12月4日）。山之内敦氏への聴き取り（2024年12月4日）。

### 第3期摂津市産業振興アクションプラン

発行 : 令和7年3月 摂津市

編集 : 摂津市 生活環境部 産業振興課