

# 地域産業委員会 案件一覧

(令和7年4月15日開催分)

○所管事務報告 7件

部局	報告順	件名	資料番号	説明者(所管課長名等)
地域未来創造部	1	「馬込地区公共施設整備」に係る基本構想(案)について	20	池田 馬込特別出張所長
	2	(仮称)上池台二丁目複合施設(洗足区民センター)基本計画(案)について	21	古賀 雪谷特別出張所長
	3	文化創造事業について	22	三上 文化芸術推進課長
	4	「洗足池 春宵の響」の開催について	23	
	5	「おおたの文化 week in GRANDUO」の実施報告について	24	
	6	大田区文化振興プランの改定について	25	
産業経済部	7	令和6年度 大田区ものづくり産業等実態調査について	22	高野 工業振興担当課長

# 「馬込地区公共施設整備」に係る基本構想（案）【概要版】

地域産業委員会  
令和7年4月15日  
地域未来創造部 資料20番  
所管 馬込特別出張所

## 整備計画とコンセプト

馬込地区の公共施設については、昭和44年度築の「馬込区民センター」をはじめ、昭和45年度築の「馬込図書館」など、数多くの施設が更新の時期を迎えている。

本構想は、こうした施設の更新を契機とし、周辺施設の再配置も視野に入れるなど、「大田区公共施設等総合管理計画（令和4年3月改訂）」に基づきながら、地域ごとのまちづくりを見据え、効果的・効率的な施設マネジメントによって「区民サービスの維持・向上」を目指すもの。

### 整備対象施設

本構想では、老朽化が著しい昭和46（1971）年度以前に建築された「旧旧耐震」の建物を中心に、その周辺施設を整備対象とする。

なお、本構想に位置付けの無い施設についても、施設ごとの状況を踏まえ、計画的な「施設の保全」に努めるとともに、必要に応じて整備を進めていく。

### ○中馬込地区（二丁目・三丁目周辺）

施設名	敷地面積	延床面積 （※現施設）	用途地域 （※建築率・容積率）	建築年度
馬込図書館	868 m <sup>2</sup>	1,608 m <sup>2</sup>	近隣商業地域 (80%・300%)	昭和45年
馬込特別出張所	895 m <sup>2</sup>	856 m <sup>2</sup>		昭和60年
馬込保育園	1,773 m <sup>2</sup>	818 m <sup>2</sup>	第一種中高層住居専用 地域 (60%・200%)	昭和60年
馬込文化センター	950 m <sup>2</sup>	1,208 m <sup>2</sup>	第一種住居地域 (60%・300%)	昭和54年

### ○南馬込地区（四丁目・五丁目周辺）

馬込区民センター	1,496 m <sup>2</sup>	1,298 m <sup>2</sup>	第一種低層住居 専用地域 (50%・100%)	昭和44年
南馬込四丁目児童館		224 m <sup>2</sup>		昭和42年
みなみまごめ保育園	1,032 m <sup>2</sup>	936 m <sup>2</sup>		
郷土博物館	2,199 m <sup>2</sup>	2,097 m <sup>2</sup>		昭和53年

### コンセプト（案）

#### 1 幅広い世代が利用しやすい環境づくり

- こどもから大人まで「気軽に訪れ、地域交流ができる」場所づくり
- アクセシビリティの向上（高低差の解消）をはじめ、誰もが利用しやすい施設づくり
- 利用実態などを踏まえた「施設機能の再編」と「利便性の向上」

#### 2 「歴史・文化・自然」など地区の特性に合った施設づくり

- 「馬込文士村」を身近に感じることのできる機会の創出
- 「景観」を生かすとともに「環境に配慮」した施設の整備

#### 3 災害時に備えた防災拠点機能の強化

- 安全・安心なまちづくりの推進
- 災害を想定した機能の充実



## 整備内容（中馬込）

中馬込地区では、区有地に隣接する「東京地下鉄用地（約1,278m<sup>2</sup>）」を活用することにより、可能な限り「仮設建物を建築しない」など、「整備コストの縮減」をはじめ、工事期間中における「継続した区民サービスの提供」を目指している。具体的には、区有地と東京地下鉄用地を活用し、出張所、保育園、図書館からなる「新・複合施設」を整備する。

文化センターについては、別途、改修時期等を検討することとし、工事期間中は「一時休館」とする予定。

### 工事ステップ

#### STEP 1

- 区有地と東京地下鉄用地部分に複合施設を「段階的」に整備
- ※ 右図「赤点線内」
- ※ I～Ⅲ期の対象施設は、今後、詳細に検討する。

#### STEP 2

- 図書館をはじめ保育園や出張所が順次移転

#### STEP 3

- 文化センターの改修工事



### 複合施設を整備する場合のメリット

なお、中馬込地区の公共施設の「整備手法」には、出張所や保育園を「改修」し、図書館のみを「新築」とするといった選択肢があるが、この場合、出張所や保育園の改修期間中に、「仮設運営建物」が必要となるなど以下の課題が発生する。

- ◆ 出張所の仮設運営に伴う「文化センター」の休館
- ◆ 保育園の仮設運営に伴う「仮設運営建物」の建設
- ◆ 建築年度が古い図書館の対応が遅延

「複合施設」の整備により、上記「課題の解決」に加え、以下の「メリット」を見込むことができる。

- ◆ 出張所・保育園の「仮設建物での運営期間」の解消
- ◆ 東京地下鉄用地から出張所・保育園部分の坂道の移動の円滑化（高低差の解消）
- ◆ 施設来館者の「交流と賑わい」の創出
- ◆ 新築建物を整備することによる「ZEB基準」の実現

## 整備内容（南馬込）

南馬込地区では、令和3年に「取得した用地（約3,554m<sup>2</sup>）」を活用し、区民センター、保育園、児童館に加え、サテライト図書館（閲覧スペースや貸出窓口を備える小規模なスペース）などからなる「新・複合施設」を整備する。なお、上池台障害福祉会館馬込分場については、本館への機能統合に向けた検討を進める。

郷土博物館については、別途、改修時期を検討することとし、工事期間中は区民センターの建物に仮移転する予定。

また、現在の区民センター及び保育園の跡地については、将来の行政需要などを踏まえ、今後活用方法を検討する。

### 工事ステップ

#### STEP 1

- 取得地に複合施設を整備

#### STEP 2

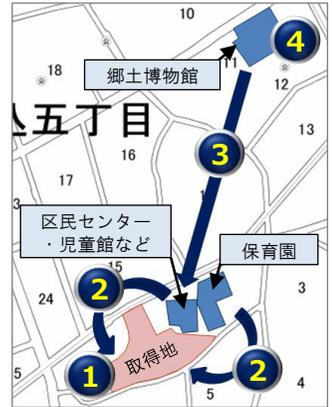
- 区民センターをはじめ、保育園や児童館等が移転

#### STEP 3

- 郷土博物館が、現・区民センターの建物に仮移転

#### STEP 4

- 郷土博物館の改修工事



## スケジュール

今後は、「基本計画」の策定をはじめ、「設計」や「工事」などの取組を進めていく。なお、近年、働き方改革関連法などへの対応に伴い、「工事期間」が「長期化」している。このため、具体的な期間は、「設計」の段階で詳細に検討する。

令和7年度 (2025)	令和8年度 (2026)	令和9年度 (2027)	令和10年度 (2028)	令和11年度以降 (2029)
計画		設計		新築工事

上記スケジュールは、「中馬込」と「南馬込」の両地区共通のもの。両地区での新築工事の終了後、「馬込文化センター」や「郷土博物館」など、「改修」が必要な施設の工事に着手する。

※ 以上の内容は現時点のもの。今後の検討により、整備内容やスケジュールが一部変更となる場合がある。

# 馬込地区公共施設整備

## に係る基本構想

(案)

令和7年3月

大田区

## 目次

<b>1. はじめに</b> .....	<b>3</b>
コラム「基本構想」とは .....	5
<b>2. 地区の特性</b> .....	<b>6</b>
<b>3. 整備対象施設</b> .....	<b>8</b>
<b>4. 整備コンセプト・取組の視点</b> .....	<b>9</b>
中馬込地区の整備概要（案） .....	10
コラム「ZEB <sup>ゼフ</sup> 」とは .....	11
南馬込地区の整備概要（案） .....	13
<b>5. 両地区のスケジュール概要（案）</b> .....	<b>14</b>
コラム 回遊性の向上に向けた「多様な交通手段」への取組 .....	15

# 1. はじめに

## はじめに

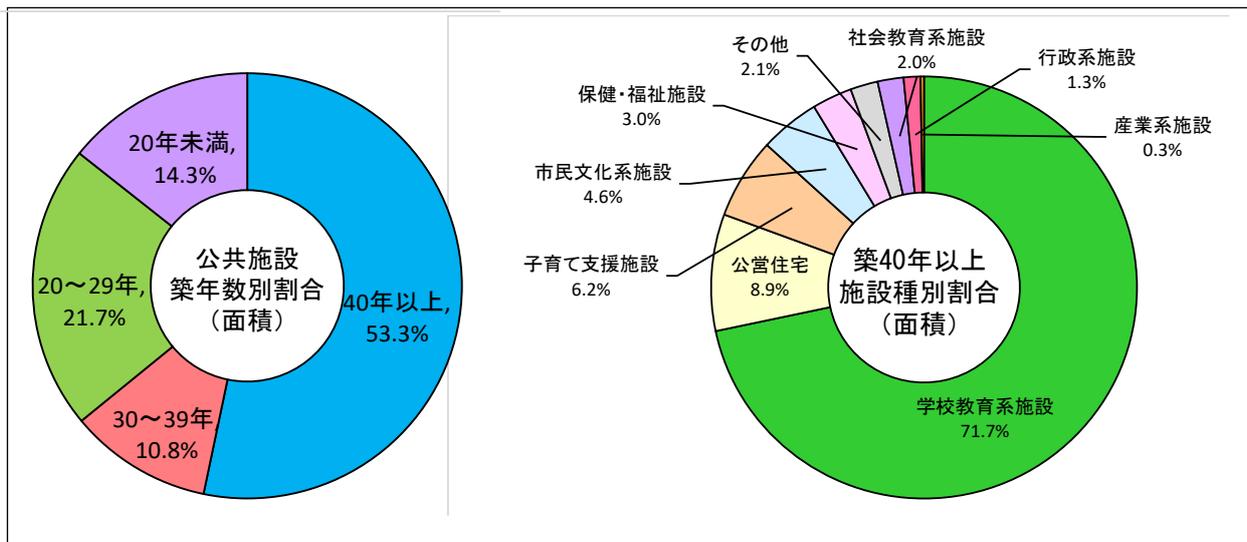
本基本構想については、馬込地区の老朽化した公共施設の更新に当たり、基本的な方向性を定めるものです。区では、公共施設の整備と合わせ、区民や来街者を惹きつける「魅力あるまちづくり」を進めることで、馬込地区の発展を目指しております。

## 公共施設の状況

区が保有する公共施設は、昭和30年代から50年代にかけて集中的に整備されてきました。令和4年現在において、約570施設、延床面積約127万㎡の公共施設のうち、約65万㎡(約53%)が築40年以上を経過するなど、老朽化が進行しております。

区では、こうした現状や新しい行政需要(バリアフリー、少子高齢化、環境負荷低減等)を踏まえながら、『大田区公共施設等総合管理計画(令和4年3月改訂)』に基づき、効果的・効率的な施設マネジメントに取り組んでおります。

【図1】築年別の整備状況



出典：大田区公共施設等総合管理計画(令和4年3月)

## 総量抑制

社会情勢の変化による床面積の増加や、施設の老朽化への対応に伴う更新費用の増加を踏まえ、区では、『大田区公共施設適正配置方針(平成28年3月)』において、2060(令和42)年度までに公共施設の延床面積を概ね1割程度削減することを目標として掲げております。

このような中でも、区は、公共施設の利便性の一層の向上に努めるなど、効果的・効率的な施設マネジメントによる区民サービスの維持・向上の実現を目指しております。

## 上位計画における馬込地区の取組

『大田区公共施設等総合管理計画』（令和4年3月改訂）において、馬込地区の取組については、以下のとおり整理しております。

### 馬込地区

#### ◇整備計画

- ・馬込第三小学校及び複合施設  
    《令和11年度竣工予定》
- ・馬込東中学校 《計画中》
- ・馬込小学校  
    《令和5年度増築工事着手予定》

#### ◇更新の検討を要する主な公共施設

- ・馬込区民センター（昭和44年度築）
- ・南馬込四丁目児童館（昭和44年度築）
- ・馬込図書館（昭和45年度築）
- ・郷土博物館（昭和53年度築）
- ・馬込文化センター（昭和54年度築）

#### ◇周辺の公共施設

- ・南馬込児童館（昭和51年度築）
- ・馬込特別出張所（昭和60年度築）
- ・馬込保育園（昭和60年度築）

#### ◇取り組みの視点

- ・老朽化した施設の更新を契機とし、周辺施設の再配置も視野に入れ、馬込地区の特性に合った施設整備を検討する。
- ・図書館のあり方や将来像を見据えた検討を行う。
- ・区民センター・文化センターのあり方や将来像を見据えた検討を行う。
- ・各学校の特色や敷地・周辺環境を踏まえた整備を行い、学校教育活動の一層の向上を目指す。
- ・郷土博物館について教育的な効果も含め立地場所や展示内容の検討を行うことで、区民還元や観光資源としての価値向上を図り、回遊性向上を目指す。
- ・子ども・子育て支援新制度を踏まえ、放課後の児童の安全・安心な居場所づくり事業を推進する。  
特別出張所と地域包括支援センターの複合化等による地域力の推進拠点づくりを検討する。  
高齢者に対する相談機能、元気維持・介護予防機能等の充実を図る。



出典：大田区公共施設等総合管理計画（令和4年3月改訂）

## コラム 「基本構想」とは

本基本構想では、老朽化した施設の整備を契機とし、地域特性や新しい行政需要等を踏まえるなど、地域全体を俯瞰的に捉え、整備を進める公共施設を位置付けます。さらに、設計や竣工後の運営段階までを貫く基本的な考えであるコンセプトを定めます。

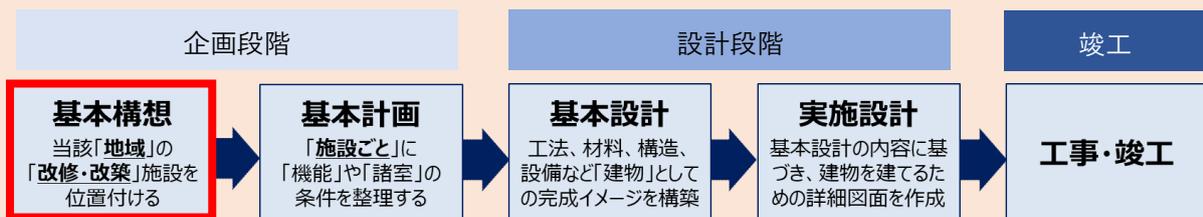
※施設内の具体的な機能などについては、次の取組である「基本計画」で検討いたします。

【図2】本基本構想（整備を進める公共施設）のイメージ

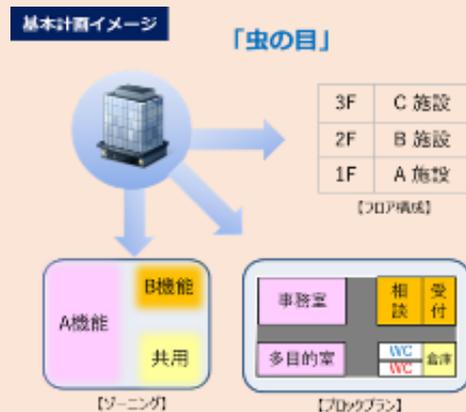


【図3】施設整備までの取組

基本構想は、公共施設整備を進める際の一番はじめの取組です。



- ～ 概略 ～
- ① 基本構想 … 面（地域全体）の検討を行う
  - ② 基本計画 … 点（建物ごと）の検討を行う
  - ③ 基本設計 … 設計の骨組みを作成する
  - ④ 実施設計 … 発注図面を作成する
  - ⑤ 建設工事 … 図面に基づき、工事を行う

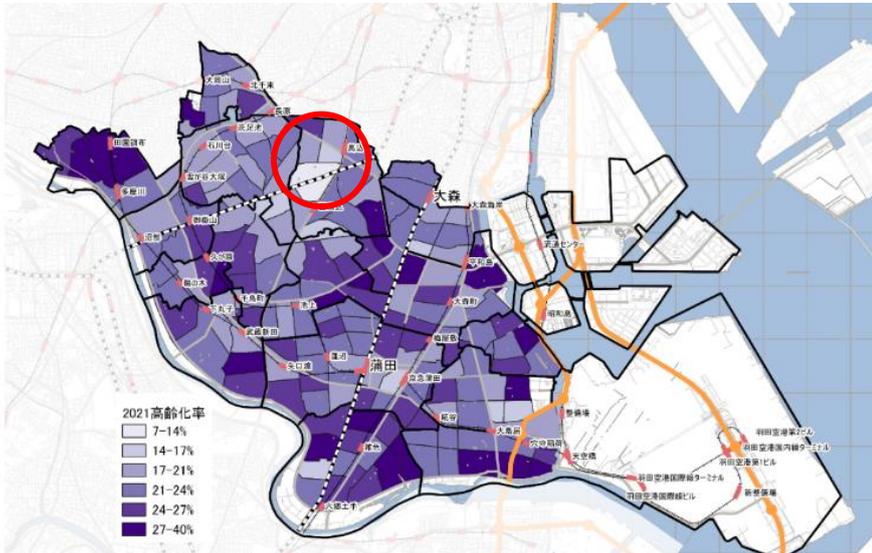




## 馬込地区の高齢化率

区内全域では、住宅地を中心に高齢化が進展していますが、流入人口が多い馬込地区では高齢化率が低くなっております。

【図5】区内の高齢化率



出典：国土交通省国土数値情報、住民基本台帳（2021（令和3）年1月1日）

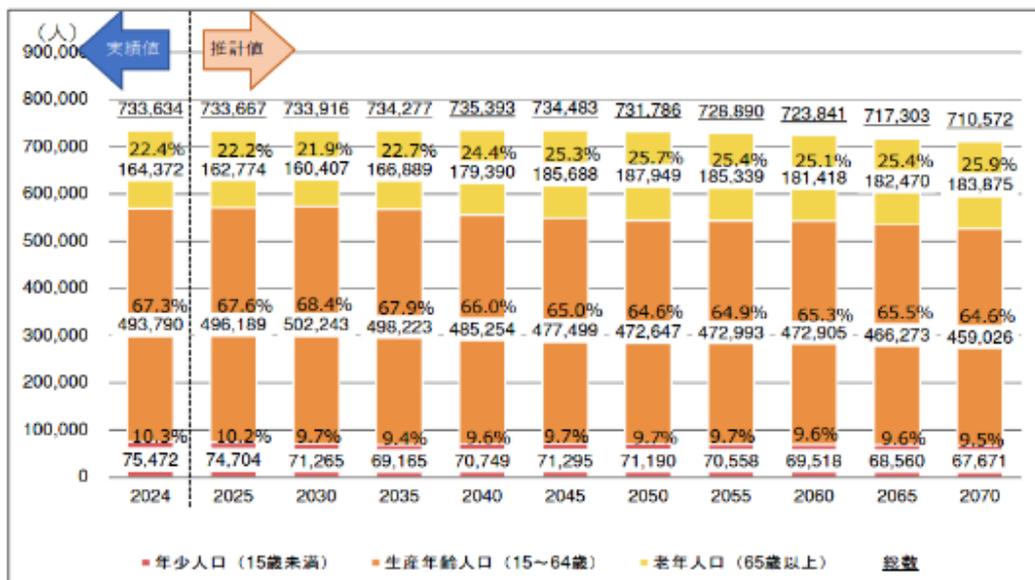
## 区の将来人口推計

区では、新たに2070（令和52）年までの将来人口を推計いたしました。2040年代半ばからは、少子多死による自然減の拡大により人口が緩やかに減少しますが、長期的には70万人の人口規模を維持します。

なお、馬込地区がある大森地域の特徴として、年少人口については、他の地域と比べ、減少の割合が緩やかであることが見込まれております（2024年：25,777人⇒2070年：25,745人）。

※詳細は「大田区将来人口推計（令和6年4月）の概要：年少人口（0-14歳）\_\_地区別（基本推計）」参照

【図6】将来人口推計（区全体）



出典：大田区将来人口推計（令和6年4月）の概要

### 3. 整備対象施設

#### 基本的な考え方

区では、『大田区公共施設個別施設計画（令和3年3月）』に基づき、昭和46（1971）年度以前に建築された「旧耐震基準」の建物は、原則、「新築（建替え）」とし、それ以外の建物については、築年数に応じて「改修」するなど、計画的に公共施設の整備を行っております。

この考え方を踏まえ、馬込地区における整備対象施設は、「馬込図書館」と「馬込区民センター」を中心とするとともに、周辺施設の再配置も視野に入れて検討しております。なお、本基本構想に位置付けの無い施設についても、施設ごとの状況を踏まえ、計画的な「施設の保全」に努めるとともに、必要に応じて「整備」を進めてまいります。

【表1】中馬込地区の対象建物概要一覧

	馬込図書館	馬込特別出張所	馬込保育園	馬込文化センター
敷地面積	868 m <sup>2</sup>	895 m <sup>2</sup>	1,773 m <sup>2</sup>	950 m <sup>2</sup>
延床面積	1,608 m <sup>2</sup>	856 m <sup>2</sup>	818 m <sup>2</sup>	1,208 m <sup>2</sup>
築年度	昭和45年	昭和60年	昭和60年	昭和54年
用途地域	近隣商業地域/準住居地域/第一種住居地域	近隣商業地域/ 第一種中高層住居専用地域	第一種中高層住居専用地域	第一種住居地域
建蔽率	80%/60%	80%/60%	60%	60%
容積率	300%	300%/200%	200%	300%
高度地区	第三種高度地区 最低限高度地区	第三種高度地区/ 第二種高度地区	第二種高度地区	第三種高度地区
日陰規定	5h-3h/4m	5h-3h/3h-2h/4m	3h-2h/4m	5h-3h/4m
防火指定	準防火地域/防火地域	準防火地域	準防火地域	準防火地域

【表2】南馬込地区の対象建物概要一覧

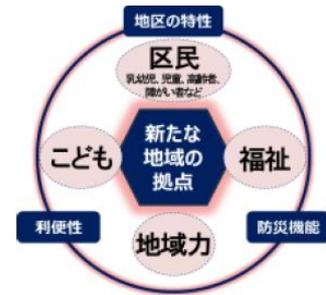
	馬込区民センター※	みなみまごめ保育園	郷土博物館
敷地面積	1,496 m <sup>2</sup>	1,032 m <sup>2</sup>	2,199 m <sup>2</sup>
延床面積	1,880 m <sup>2</sup>	936 m <sup>2</sup>	2,097 m <sup>2</sup>
築年度	昭和44年	昭和42年	昭和53年
用途地域	第一種低層住居専用地域	第一種低層住居用地	第一種低層住居専用地域
建蔽率	50%	50%	50%
容積率	100%	100%	100%
高度地区	第一種高度地区	第一種高度地区	第一種高度地区
日陰規定	4h-2.5h (1.5)	4h-2.5h (1.5)	4h-2.5h (1.5)
防火指定	準防火地域/新防火地域	準防火地域/新防火地域	準防火地域/新防火地域

※ 「南馬込四丁目児童館」、「上池台障害福祉会館馬込分場」を含む

## 4. 整備コンセプト・取組の視点

### 整備コンセプト

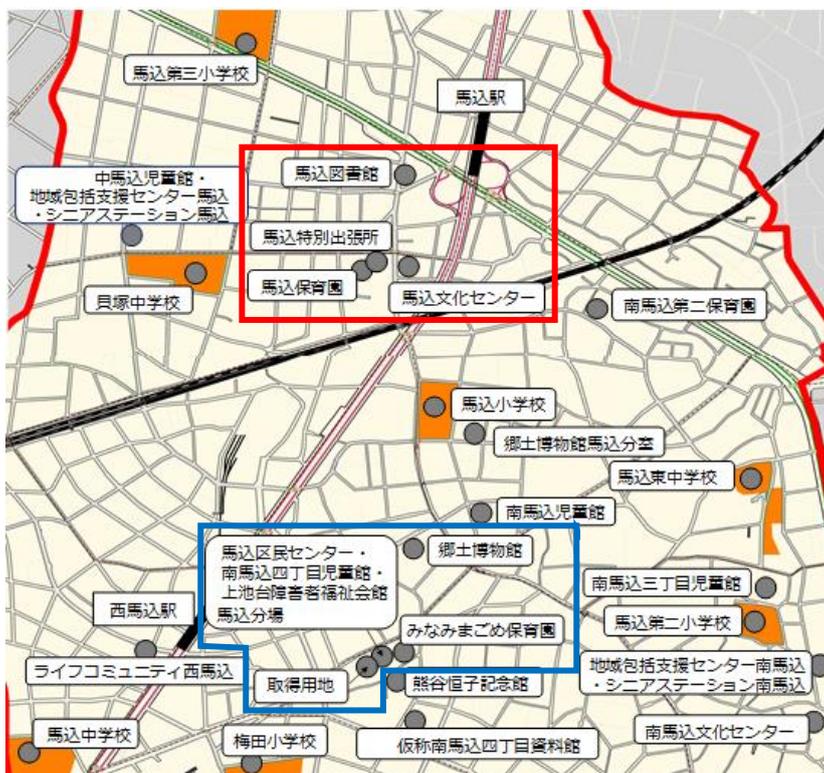
- ① 幅広い世代が利用しやすい環境づくり
  - ⇒ こどもから大人まで「気軽に訪れ、地域交流ができる」場所づくり
  - ⇒ アクセシビリティの向上（高低差の解消）をはじめ、誰もが利用しやすい施設づくり
  - ⇒ 利用実態などを踏まえた「施設機能の再編」と「利便性の向上」
- ② 「歴史・文化・自然」など地区の特性に合った施設づくり
  - ⇒ 「馬込文士村」を身近に感じることのできる機会の創出
  - ⇒ 「景観」を生かすとともに「環境に配慮」した施設の整備
- ③ 災害時に備えた防災拠点機能の強化
  - ⇒ 安全・安心なまちづくりの推進
  - ⇒ 災害を想定した機能の充実



### 2つのエリア設定

馬込地区の中で、特に老朽化している馬込図書館（中馬込）、馬込区民センター（南馬込）を中心に、「中馬込地区」（図7赤枠）と「南馬込地区」（図7青枠）のエリアを設定し、それぞれにおいて検討を進めております。

【図7】現況配置図



## 中馬込地区の整備概要（案）

区では、令和6年9月に、東京地下鉄（株）との間で『財産交換に係る基本協定』を締結いたしました。この協定に基づき、今後、「馬込図書館の土地」と「東京地下鉄(株)用地（約1,278㎡）」を交換する予定であることから、本基本構想では、この土地交換を前提に整備プランの検討を進めております。

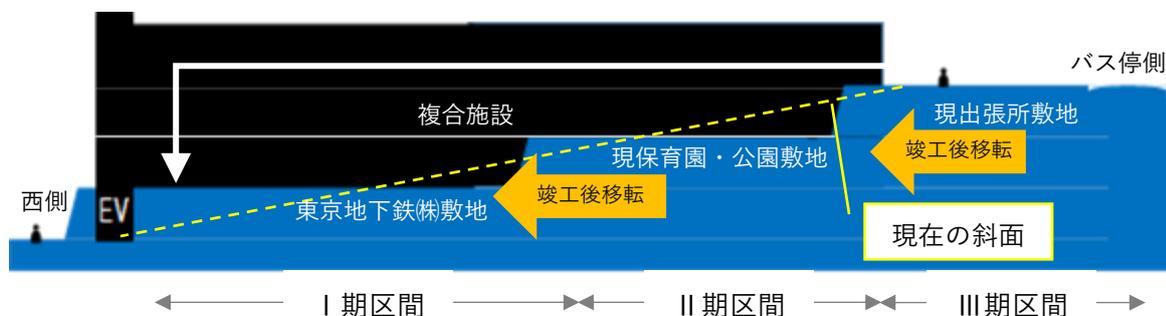
中馬込地区の整備においては、この区有地に隣接する「東京地下鉄(株)用地」を活用することにより、数多くのメリットがあると考えております。例えば、両敷地をまたいで新築の建物を整備することで、建物内の移動により、「坂道の移動が円滑化（高低差を解消）」できる点や、「ZEB基準」などにより環境に配慮した建物の整備が実現できます。さらに、敷地全体を活用して工事を段階的に実施するなど「仮設建物を建築しない」ことにより、「整備費用の縮減」や工事中においても現在の建物にて「継続した区民サービスの提供」を目指します。

このように、中馬込地区では、隣接する土地を活用して馬込特別出張所、馬込保育園、馬込図書館からなる「新・複合施設」を整備するプランを検討しております。なお、新・複合施設においては、馬込地区に多くの文士や芸術家が住んでいたことを踏まえ、現・馬込図書館に存在する「馬込文士村資料室」をリニューアルし、実在する図書の紹介や、「郷土博物館」で保管している関連資料と合わせ、文士の魅力を発信いたします。

最後に、「馬込文化センター」については、別途、改修時期等を検討することとし、工事期間中については、「一時休館」とする予定です。

【図8】 工事ステップ（案）と高低差解消のイメージ

工事については、上記のことを狙いとして、段階的に進めていくことを検討しております。



※Ⅰ～Ⅲ期工事については、今後、詳細に検討してまいります。

【表4】 整備手法（案）

施設名	既存面積	整備手法	備考
馬込特別出張所	856㎡	改築（複合化）	・出張所敷地 895㎡
馬込保育園	818㎡		・保育園敷地 1,773㎡
馬込図書館	1,608㎡		・交換用地 1,278㎡
合計	3,282㎡	-	※以上の敷地（3,946㎡）を活用し、複合施設を整備予定

※ゆうやけ児童公園（466㎡）は、同等面積にて整備予定

## コラム「ZEB」<sup>ゼブ</sup>とは

### 【 ZEB (Net Zero Energy Building) 】

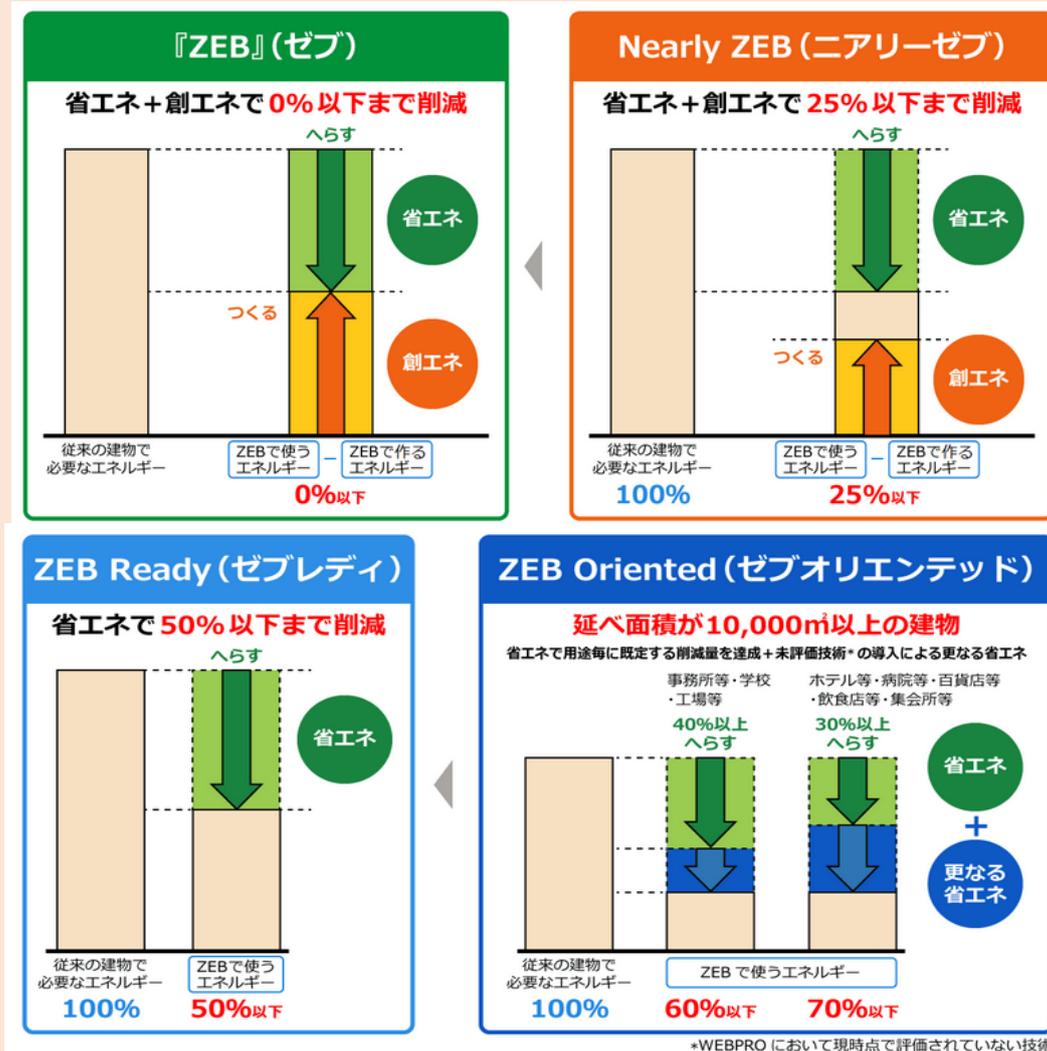
ネット・ゼロ・エネルギー・ビル<sup>ゼブ</sup>の略称で、快適な室内環境を実現しながら、建物で消費する年間の一次エネルギーの収支をゼロにすることを目指した建物のことです。

建物のエネルギー消費量をゼロにするには、大幅な省エネルギーと、大量の創エネルギーが必要です。そこで、ゼロエネルギーの達成状況に応じて、4段階のZEBシリーズが定義されております。

区は、2022（令和4）年3月に『大田区環境アクションプラン』の改定に合わせ2030年（令和12年）までに温室効果ガス排出量46%削減（2013年度比）を表明いたしました。

その実現に向けた環境負荷低減への取組として、今後、公共施設を新築する際には、ZEB（ZEB、Nearly ZEB、ZEB Ready、ZEB Orientedの4種類）の基準を目指し進めます。

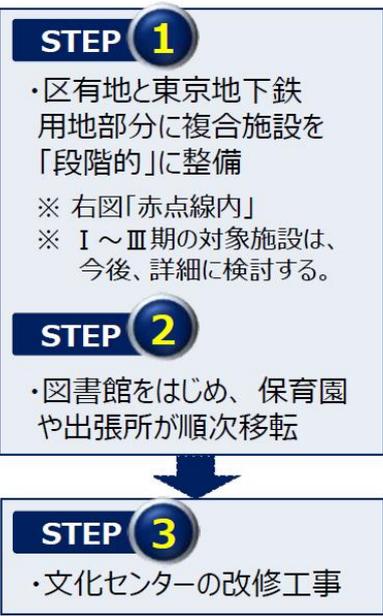
【図9】ZEBの定義



環境省HP『ZEB PORTAL』より引用

## 複合施設を整備する場合

### 工事ステップ

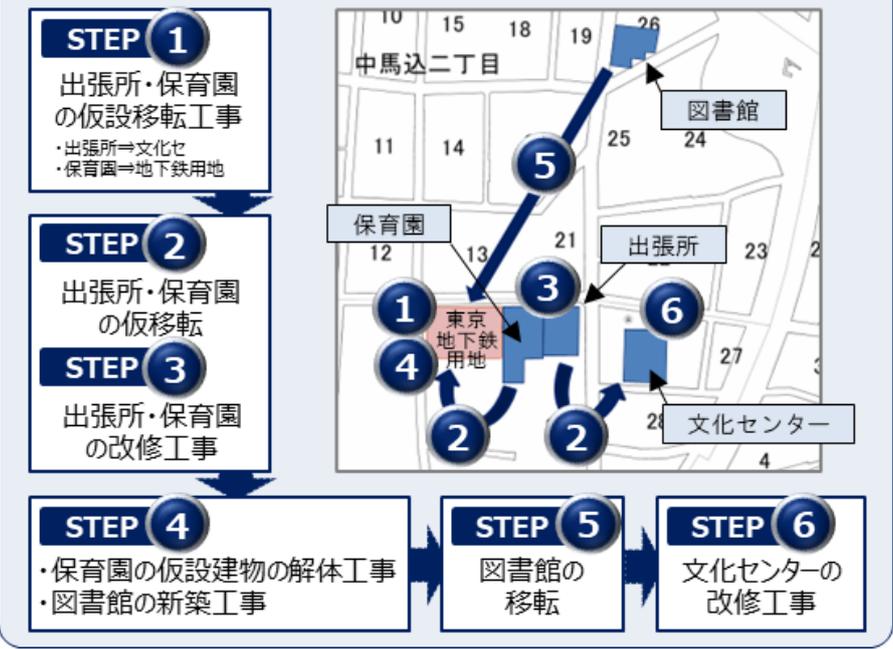


## 出張所や保育園を「改修」する場合

この場合、出張所や保育園の改修期間中に、「仮設運営建物」が必要となり、以下の課題が発生します。

- 出張所の仮設運営に伴う「文化センター」の休館
- 保育園の仮設運営に伴う「仮設運営建物」の建設
- 建築年度が古い図書館の対応が遅延

上記、課題を解決するなど、効果的・効率的な施設マネジメントの観点から、中馬込地区において「複合施設」の整備を予定しております。



## 南馬込地区の整備概要（案）

区では、令和3年2月に、公共施設整備用事業用地として、馬込区民センターと隣接する南馬込四丁目の土地（約3,554㎡）を取得いたしました。本基本構想では、この土地の活用を前提に、整備プランの検討を進めております。南馬込地区の整備については、馬込区民センター、南馬込四丁目児童館、みなみまごめ保育園などからなる「新・複合施設」を整備し、その後、郷土博物館を改修するプランを検討しております。

「馬込区民センター」については、稼働率が高い「体育館」は引き続き整備し、「集会室」などに関しては、現在の利用実態を踏まえ、より多目的な利用が可能となるような多機能化を検討しております。「ゆうゆうくらぶ」の機能については、新施設のロビー空間を有効活用し、引き続き囲碁や談話などができるよう検討いたします。

「南馬込四丁目児童館」については、児童館の利用状況や馬込地区における子育てニーズ等を踏まえ、児童館機能の整備・強化を引き続き検討いたします。

「みなみまごめ保育園」については、新・複合施設への入所を予定しておりますが、私立園であるため、改築手法（複合化もしくは単独で現地改築）については今後、運営事業者と調整を図ってまいります。ただし、いずれの場合においてもこの地で運営継続を図り、引き続き、子どもを健やかに守り育てる取組みを進めてまいります。

なお、「上池台障害福祉会館馬込分場」については、上池台障害者福祉会館（本館）に機能統合する方向で検討いたします。

その他、高低差のある馬込地区において、高齢者や子育て世代の図書館利用が困難な状況にあることから、新たに図書の閲覧スペースと図書館等資料貸出窓口を備える小規模なスペース（サテライト図書館）を整備することを検討してまいります。

【表5】整備手法（案）

施設名	現状面積	整備手法	備考
馬込区民センター	1,298 ㎡	改築（複合化）	取得用地（約3,554㎡）を活用し、複合施設を整備予定 ※みなみ馬込保育園については、複合化もしくは現地改築を予定
南馬込四丁目児童館	224 ㎡		
みなみまごめ保育園	936 ㎡		
サテライト図書館	—	本館へ機能統合	
上池台障害者福祉会館馬込分場	358 ㎡	—	
合計	2,816 ㎡	—	

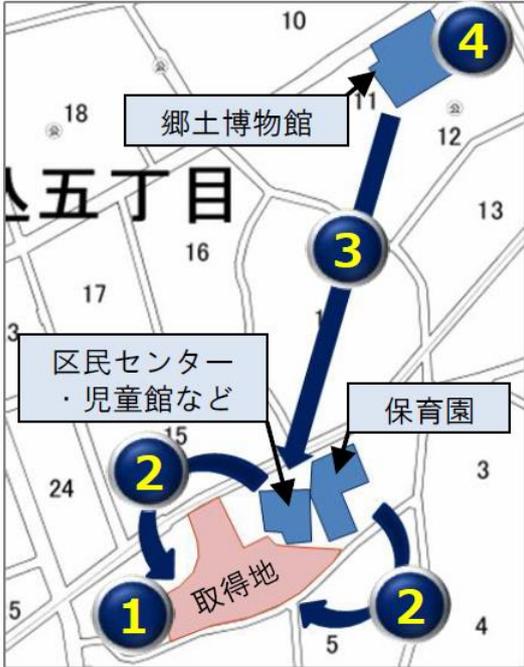
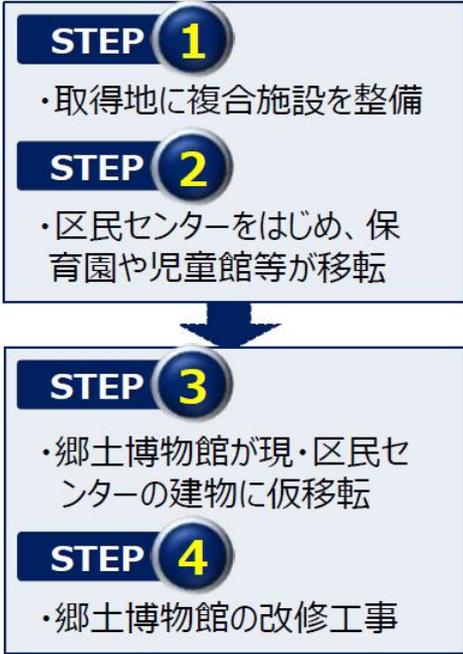
※ 「馬込区民センター」や「みなみまごめ保育園」の跡地活用については、現時点では未定とし、新しい行政需要等を踏まえて、今後検討いたします。

※ 郷土博物館は、現在地にて改修を予定しています（工事中は馬込区民センターを仮移転先として活用予定）。

※ 「郷土博物館馬込分室（昭和40年度築）」については、馬込第三小学校複合施設内（収蔵庫機能）に移転する予定です。郷土博物館馬込分室の跡地については、郷土博物館の改修に合わせて検討いたします。

## 南馬込の整備のイメージ

### 工事ステップ



## 5. 両地区のスケジュール概要（案）

今後は、「基本計画」の策定をはじめ、「設計」や「工事」などの取組を進めてまいります。なお、近年、働き方改革関連法などへの対応に伴い「工事期間」が「長期化」しております。このため、具体的な期間は、「設計」の段階で詳細に検討いたします。

令和7年度 (2025)	令和8年度 (2026)	令和9年度 (2027)	令和10年度 (2028)	令和11年度以降 (2029)
計画		設計		
		新築工事		

※ 上記「スケジュール」は、「中馬込」と「南馬込」の両地区共通のものであります。  
 ※ 新築工事の終了後、「馬込文化センター」や「郷土博物館」など、「改修」が必要な施設の工事に着手してまいります。

## コラム 回遊性の向上に向けた「多様な交通手段」への取組

### デマンド型交通・自動運転バス

令和5年7月から令和6年6月において、区と東急バス(株)は、公共交通不便地域（区では、鉄道駅から500m以上かつ、バス停からも300m以上離れている地域を言う）である「池上駅・西馬込駅接続エリア」と「蒲田駅接続エリア」において、「公共交通不便地域の改善」や「多様な移動サービスの提供」を狙いとして「予約制の相乗り型の交通サービス」である「デマンド型交通実証実験」を実施いたしました。今後は、検証結果を踏めて、他自治体での事例等を研究しつつ、その他の手段も含めて公共交通不便地域の改善について引き続き検討してまいります。



また、令和7年1月には、持続可能な地域交通の実現に向けた取組として天空橋駅から萩中公園間で市街地を走行するルートにて「自動運転バスの実証運行」を実施いたしました。

区では引き続き、次世代技術の活用をはじめ多様な交通手段の確保に向け、今後も取組を進めてまいります。



### コミュニティサイクル

一定の地域内に設置されたサイクルポート（駐輪場所）であれば、どこでも自転車（電動アシスト付き）を借りることができ、返却することができるシステムです。都市の新たな移動手段として、国内でも多くの都市で導入されており、区内でも数多く配備をしております。



### 馬込地区の公共施設整備における対応

区では、回遊性の向上に向けた「多様な交通手段」について、ハード・ソフトの両面から検討を進めております。

『大田区都市計画マスタープラン（令和4年3月）』における馬込・池上地域の都市づくり方針においては、良好な住環境の維持・保全を図りながら地域内の回遊性を高めて、地域の魅力発信をしていくことが重要としております。このため、馬込地区の公共施設整備に当たっては、これらの多様な交通手段の受け皿となれるようなハード整備について検討してまいります。

## 1 策定の目的

本基本計画は、「(仮称) 上池台二丁目複合施設基本構想」(以下「基本構想」という。)に基づき、「既存洗足区民センターの建て替え」に向けた設計上の条件となる事項をまとめることを目的とする。

周辺環境の分析、建物ボリュームの検討及び各機能の特性を踏まえたゾーニングの考え方の整理に加えて、基本構想で定めたコンセプトの実現に向けた「施設機能」の具体化を行い、管理運営も見据えた諸室規模や仕様を検討するなど「**利用者の活動に資する諸室・施設**」の条件整理を行った。

■基本構想の建替えコンセプト  
『つながる・ひろがる地域の輪』

すべての地域住民の人と人の多様なつながりを大切に、生涯にわたり新たな出会いや発見が地域の力の向上につながる施設をつくりあげます。

- すべての地域住民の交流の場であって、安全・安心な居場所となる施設  
世代や文化、障がい等に関わらず全ての地域住民の主体的な交流が図られる場所として、誰もが自分の居場所と感じられる安全で安心な空間を創出します。
- 全世代の学び場であって、成長や発見の機会を創出する施設  
すべての世代に対して学びを創出する施設であって、地域住民の興味関心が広がり、元気にいつまでも主体的な活動ができる魅力的な施設を目指します。
- 自然や文化の活力があふれ、まち全体が活性化する地域拠点  
施設周辺は、「洗足流れ」をはじめとして自然豊かな環境があり、地域をにぎわす洗足池商店街があります。「洗足池公園」には、歴史や文化が詰まっており、勝海舟の功績や大田区との縁を紹介する「勝海舟記念館」が隣接しています。こうした多様な資源を活用しながら、まち全体が活性化していく施設をつくりまします。

## 2 計画地周辺環境の分析

周辺環境とのつながりについて以下のポイントに配慮して計画を行う。



ポイント①  
洗足流れ、にぎわいのある商店街、住宅地それぞれからアクセスしやすい位置にある**本施設の西側角に施設の顔となる機能や魅力的なアプローチ空間を創出する。**

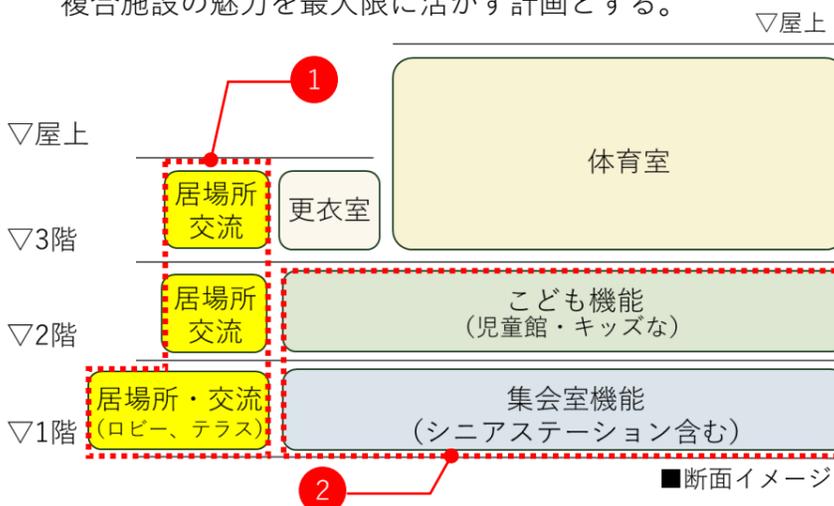
ポイント②  
洗足流れ沿いの豊かな水と緑を活かし、一体的な**景観づくりに配慮する。**

ポイント③  
住宅地の中に立地しているため、音や視線など**住環境等に配慮する。**

ポイント④  
駐車場については既存の位置をベースに**安全性や利便性に配慮する。**

## 3 建物ボリュームとゾーニングの考え方

複合施設の魅力を最大限に活かす計画とする。



【前提条件】  
法規制等により面積・高さともに**既存と同程度の建物ボリュームとする。**

ポイント①  
施設全体で「つながる、ひろがる」のコンセプトを実現するために、居場所・交流空間に吹抜等を計画し、**つながりに配慮する。**

ポイント②  
機能連携を図りやすくするために、諸室の兼用や利用者層が**類似している機能を同一フロアに配置する。**

## 4 コンセプトの実現に向けた「施設機能」の具体化

基本構想で定めた「施設機能」について、既存施設の利用状況やニーズ・社会情勢の変化等を的確に捉えて再構築していくため、以下の取り組みを通して各所管のやりたいこと・やるべきことを掘り下げ、ハード・ソフト両面から「**利用者の活動**」の**具体化**を図った。

取組み1：所管課による実施したいと考えていることに関する設計事務所へのプレゼン

取組み2：計画段階からの所管課・設計・工事担当とのディスカッション

- ★**居場所・交流機能 (共有空間)** を設けて「つながる・ひろがる地域の輪」の実現を目指す。
    - ・居場所 (談話、読書、囲碁・将棋、学習、軽飲食、作品の展示 など)
    - ・多世代交流 (季節のイベント、スマホ講座、絵本の読み聞かせ、ベビーカーメンテナンスなど)
  - ★**貸館機能 (多目的室)** は既存の使われ方をベースに以下の活動が可能な計画とする。
    - ・軽運動利用 (フレイル予防のための体操、踊り・ダンス、ヨガ、卓球等の高さのいらないスポーツなど)
    - ・会議室利用 (フラワーアレンジメントなどの各種講座、会議など)
  - ★**貸館機能 (体育室)** は既存の使われ方をベースに以下のスポーツが可能な計画とする。
    - ・テニス、バドミントン、バスケットボール、バレーボールなど
  - ★**高齢者支援機能 (シニアステーション)** は既存ゆうゆうくらぶを参考に以下の活動を想定する。
    - ・フレイル予防のための体操、ヨガ、ストレッチ、手芸、脳トレ など
  - ★**こどもの居場所機能 (児童館)** は、乳幼児親子を対象とした子育てひろば (※1) や、一般利用 (小中高生)、学童保育事業 (※2) を想定する。
  - ★**子育て支援機能 (子ども家庭支援センターキッズな)** は、子育てひろば事業 (乳幼児親子の居場所) (※1)、相談事業 (子育てや家庭の悩み相談)、ファミリーサポート事業 (ボランティアの登録や相談会)、一時預かり事業 (生後5か月～小学校就学前) を想定する。
- ※1 子育てひろば事業は、児童館とキッズなの施設間連携により、諸室のシェアや一体的な運営に向けて検討する。  
※2 放課後ひろばの整備拡充により児童館内学童保育の需要が解消されるまでの間の運営を想定。

## 5 建設中の対応について

基本構想で定めた「代替地における仮設運用」については、「こども機能」を対象とし以下の通りとする。

○児童館 (学童保育事業含む) →三本松公園拡張用地の一部

○子ども家庭支援センターキッズな→洗足池児童館の一部

なお区民センター (集会室・体育館・ゆうゆうくらぶ) の運用は建替え期間中は休止する。

## 6 今後のスケジュール

設計及び建設工事に必要な期間は以下の通り。

※詳細な解体・建築工事スケジュールは基本・実施設計時に詳細を検討する。

	令和5	令和6	令和7	令和8	令和9	令和10	令和11	令和12
全体計画	基本構想策定 ○庁内検討	基本計画 ○庁内検討	基本・実施設計 仮設先設計・工事 ★ (予定) 住民説明会 指定管理契約期間					
					解体・建築工事			

(仮称) 上池台二丁目複合施設  
(洗足区民センター) 基本計画  
(案)

令和7年4月

大田区

---

## — 目次 —

1. 事業概要	1
2. 計画敷地概要	3
3. 法的条件の整理、建物ボリューム案	5
4. 施設計画	
(1) 施設ゾーニング案	10
(2) ゾーニングで配慮する事項	11
(3) 必要諸室の整理施設	12
5. 工事期間の検討	13
6. 今後のスケジュール	14

---

---

## 1. 事業概要

### 1-1. 事業概要

既存施設の老朽化に伴い、洗足区民センター及び上池台児童館を建替え、新たにシニアステーションを加えた複合施設を一体で新設します。

### 1-2. 策定の目的

本基本計画は、「（仮称）上池台二丁目複合施設基本構想」（以下「基本構想」という。）に基づき、「既存洗足区民センターの建て替え」に向けた設計上の条件となる事項をまとめることを目的とします。

周辺環境の分析、建物ボリュームの検討及び各機能の特性を踏まえたゾーニングの考え方の整理に加えて、基本構想で定めたコンセプトの実現に向けた「施設機能」の具体化を行い、管理運営も見据えた諸室規模や仕様を検討するなど「利用者の活動に資する諸室・施設」の条件整理を行いました。

### 1-3.本施設が目指すべき姿

基本構想では、建替えコンセプトを掲げるとともに、具体的な3つの基本方針を定めています。

基本構想に基づき、『つながる・ひろがる地域の輪』をコンセプトに、区民にとって、安心・安全な居場所であり、主体的な活動ができ、まち全体が活性化する活動拠点を創出します。

また、基本計画では下記のコンセプトを実現するために、具体的な施設の使い方について、条件整理を行いました。

#### 基本構想

### 『つながる・ひろがる地域の輪』

すべての地域住民の人と人の多様なつながりを大切にし、生涯にわたり新たな出会いや発見が地域の力の向上につながる施設をつくりあげます。

#### 1. すべての地域住民の交流の場であって、安全・安心な居場所となる施設

世代や文化、障がい等に関わらず全ての地域住民の主体的な交流が図られる場所として、誰もが自分の居場所と感じられる安全で安心な空間を創出します。

#### 2. 全世代の学び場であって、成長や発見の機会を創出する施設

すべての世代に対して学びを創出する施設であって、地域住民の興味関心が広がり、元気にいつまでも主体的な活動ができる魅力的な施設を目指します。

#### 3. 自然や文化の活力があふれ、まち全体が活性化する地域拠点

施設周辺は、「洗足流れ」をはじめとして自然豊かな環境があり、地域をにぎわす洗足池商店街があります。「洗足池公園」には、歴史や文化が詰まっており、勝海舟の功績や大田区との縁を紹介する「勝海舟記念館」が隣接しています。こうした多様な資源を活用しながら、まち全体が活性化していく施設をつくります。

## 2. 計画敷地概要

### 2-1. 周辺環境について

計画敷地は、東急池上線の洗足池駅から南へ約0.3kmの場所にあります。近隣には洗足池、勝海舟記念館、洗足池図書館があり歴史・文化などの地域資源が豊富な地域となっています。

敷地南西側には「洗足流れ」「桜のプロムナード」があり自然豊かな環境を形成しています。駅や洗足池商店街の賑わいを感じつつ、自然・歴史・文化などの豊かな地域資源を取り込むことができる立地となっています。



### 2-2. 用途地域など

敷地概要は以下の通りです。用途地域が第1種中高層住居専用地域であるため、既存区民センター（集会室、体育室）については既存不適格の状態です。建替えにあたっては、建築基準法48条の許可の取得が必要になります。

住所（住居表示）	東京都大田区上池台二丁目35番2号
住所（地名地番）	東京都大田区上池台二丁目114-1、114-2
敷地面積	2,045.39㎡
地域地区	第1種中高層住居専用地域（容積率200%、建ぺい率60%）、第2種高度地区、準防火地域

## 2-3. 周辺環境とのつながりや重視すべきポイントについて

洗足池駅からの洗足流れ沿い、にぎわいのある商店街、住宅地と、本施設は各方面からそれぞれアプローチしやすい場所であり、人の流れの多い場所に位置しています。特に西角は人の流れの結節点であることから、施設の顔となる機能や魅力的なアプローチ空間の創出が大切です。

洗足流れに面していることを活かし、一体的な景観づくりに配慮します。

3面道路ですが、道路幅員も狭く住宅も密集していることから、音や安全性に配慮が必要です。また、斜線制限や日影規制も厳しいことから、部分的に壁面をセットバックするなど建物ボリュームの工夫が必要です。



### ポイント①

洗足流れ、にぎわいのある商店街、住宅地それぞれからアクセスしやすい位置にある本施設の西側角に施設の顔となる機能や魅力的なアプローチ空間を創出する。

### ポイント②

洗足流れ沿いの豊かな水と緑を活かし、一体的な景観づくりに配慮する

### ポイント③

住宅地の中に立地しているため、音や視線など住環境等に配慮する。

### ポイント④

駐車場については既存の位置をベースに安全性や利便性に配慮する。

### 3. 法的条件の整理、建物ボリューム案

#### 3-1. 法的条件

■敷地概要		
計画地	(住居表示)	東京都大田区上池台二丁目35番2号
	(地名地番)	東京都大田区上池台二丁目114-1、114-2
敷地面積	2,045.39㎡	
地域地区	第1種中高層住居専用地域、準防火地域、 第2種高度地区 (H5m+1.25/1、H15m+0.6/1)	
景観計画の区域区分	市街地類型 (住環境保全市街地)	
許容建ぺい率・容積率	80 (60+10角地+10準耐火) %	200%
許容建築面積・ 容積率対象面積	1636.34㎡	4,090.86㎡
道路斜線	適用距離20m+勾配1.25 ※地盤面0mで検討	
隣地斜線	立ち上がり20m+勾配1.25 ※地盤面0mで検討	
日影規制	3時間-2時間 測定面4m ※平均地盤面0mで検討	

■都市計画図	■高度地区
	<p><b>第2種高度地区</b></p> <p>北側隣地境界線又は 北側道路の反対側の境界線</p>

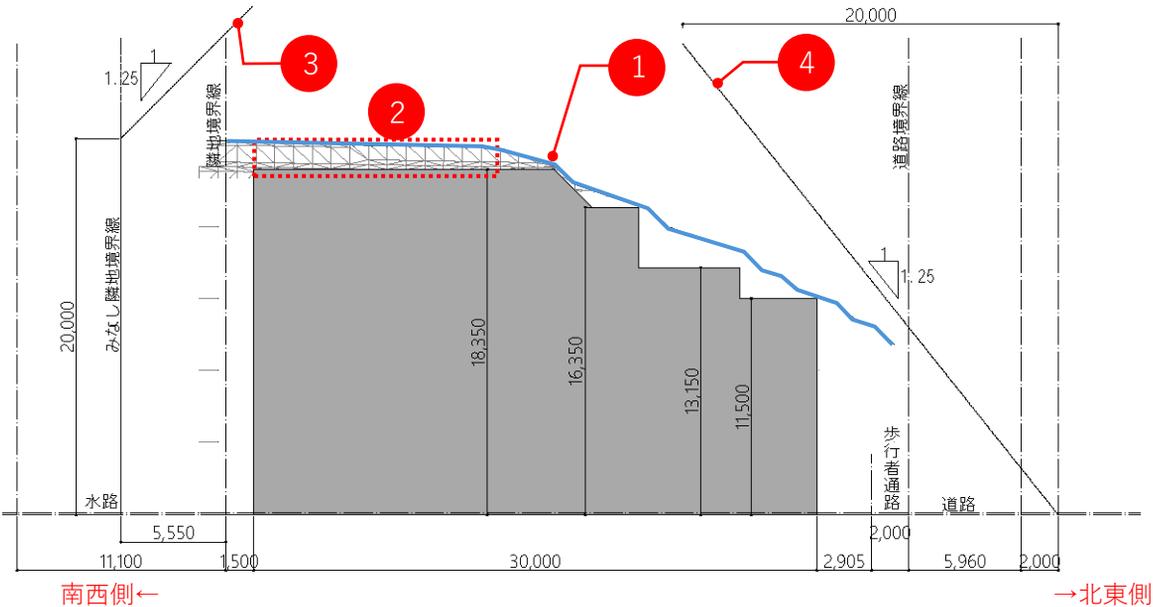
■各種条例基準

<p>緑化（台地部地域）</p> <p>※大田区へ緑化計画書を提出した場合、「東京における自然の保護と回復に関する条例」第14条に基づく東京都への緑化計画書の届出を省略できる</p>	<p>【みどりの条例による地上部緑化基準】 敷地面積（道路拡幅、隅切りを除くこと可能）×（100-80※）×0.01×0.35 ＝敷地面積×7%以上…<b>④</b> ※建ぺい率には緩和も含めることできる</p> <p>【大田区公共施設整備指針第7条による地上部緑化基準】 敷地面積×10%以上…<b>⑤</b></p> <p>④&lt;⑤より、敷地面積×10%以上</p> <p>【接道緑化基準】接道長さ×0.7以上</p> <p>【屋上緑化基準】屋上で利用可能面積×0.25以上</p> <p>地上部：2045.43×0.1＝204.54㎡以上 屋上部：810.86×0.25＝202.71㎡以上 接道部：92.09※×0.7＝64.46m以上 ※北東(53.57m)・北西(38.52)</p>
<p>自転車駐輪場台数</p>	<p>用途が対象外のため、義務なし</p>
<p>駐車台数 (東京都駐車場条例：周辺地区)</p> <p>※特定用途の面積は今後の計画に合わせて要確認 【現在の考え方は以下】 ・特定用途：区民センター・体育館・SST ・非特定用途：児童館・子ども家庭支援センター・学童保育 ・廊下トイレ階段などの共用部は按分とする</p>	<p>合計6台</p> <p>※特定用途2200㎡、床面積4000㎡で算定 緩和係数①＝1－{(6000-4,000) / (2×4,000)}＝0.75 緩和係数②＝1－{(6000-4,000) / 4,000}＝0.5 附置台数の算定：(2,200×①0.75)㎡ / 300㎡＝5.5→6台…<b>④</b> 荷さばき駐車場付置台数の算定： (2,200×②0.5)㎡ / 7,000㎡＝0.157→1台 ④の内訳…6台×0.3＝1.8 →2台以上は普通車対応とする →普通車(2.5m×6m)1台、障がい者用(3.5m×6m)1台、小型車(2.3m×5m)3台、荷さばき用(3m×7.7m×H3mまたは4m×6m×H3m)1台以上（障がい者用車室および、荷さばき用車室は、普通車用車室の内数とした。）</p>
<p>地域力を生かした大田区まちづくり条例 (一定規模建設事業に該当)</p>	<p>壁面後退 50cm以上 公道等の拡幅整備_道路中心から3.25m以上、角地のすみ切り底辺3m以上 駐車場 (2.3m×5m)2台以上 ※東京都条例のほうが厳しい 自動二輪車等駐車場 用途に応じて必要台数を設置 防火水槽 事業区域面積1500㎡以上⇒40t×1基 雨水抑制 事業区域面積500㎡以上対象 廃棄物保管場所、再利用対象物保管場所 設置 エレベーターに防災キャビネットを設置</p>
<p>大田区公共施設整備指針</p>	<p>壁面後退_基準2条(2) 1m以上 歩行者通路_基準3条(1) 幅員2m以上（既設歩道と一体整備→合計2m以上） 隅切り_基準3条(3) 底辺3m以上 樹木本数_基準4条(11) 高1本、中2本、低5本/10㎡緑地毎 樹種_基準4条2項 区の木「クスノキ」区の花「ウメ」シンボルツリー：植樹時5m以上 雨水流出抑制施設_基準5条2項 0.05m<sup>3</sup>×2,045.39＝102.2695≒103m<sup>3</sup>以上</p>

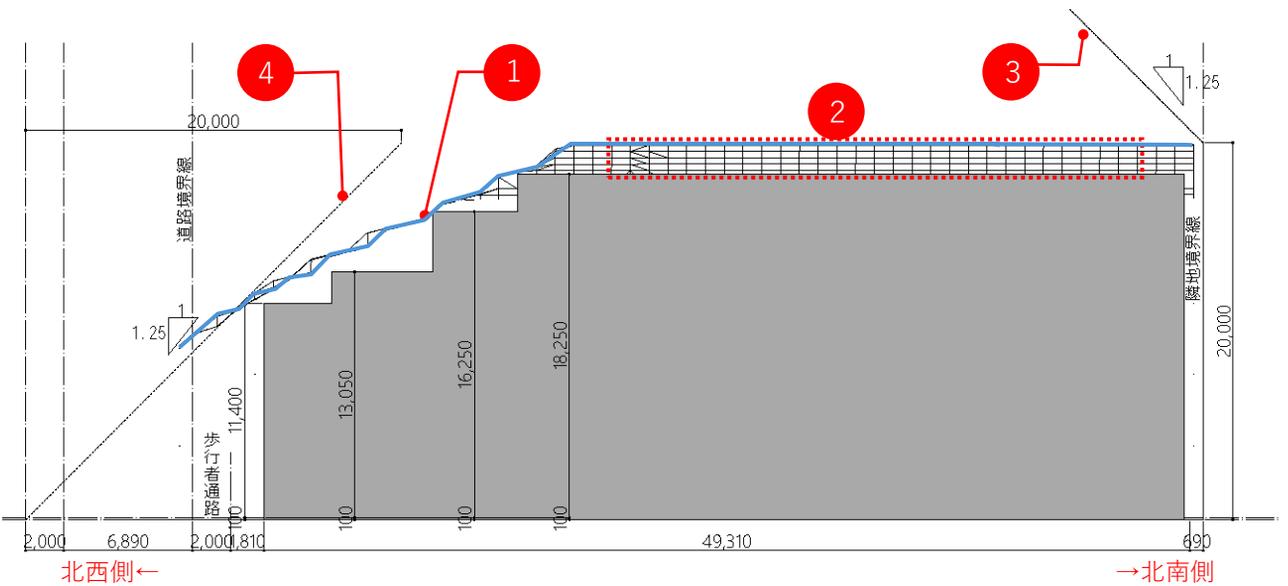
### 3. 法的条件の整理、建物ボリューム案

#### 3-2. 建物ボリュームの検討（断面図）

— 日影制限ライン（建物はこのラインを越えることはできません）



<A-A' '断面図 1:400'>



<B-B' '断面図 1:400'>

断面ポイント①（逆日影ライン）

日影規制が厳しいため、北東側・北西側のボリュームは高さを抑える必要がある

断面ポイント②

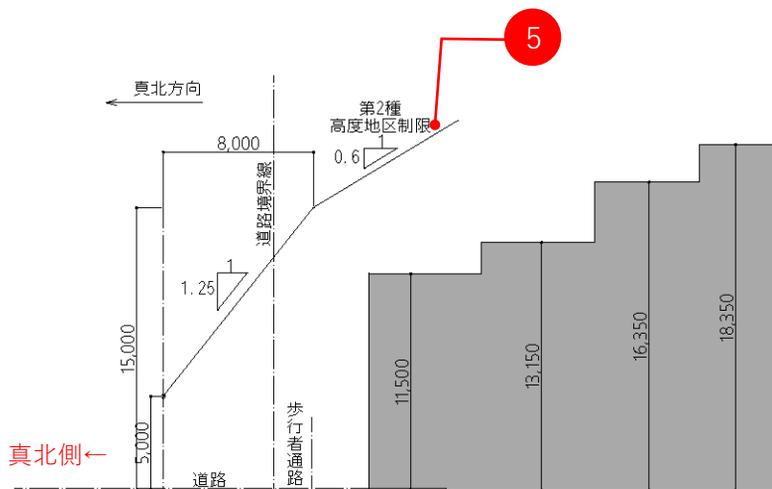
体育室上部は太陽光パネル設置を検討

断面ポイント③

隣地斜線による制限あり

断面ポイント④

道路斜線による制限あり



<C-C 断面図 1:400>

断面ポイント⑤  
第2種高度地区のため、北側斜線による制限あり

<道路斜線制限の検討について>

歩行者用通路（2.0m）を後退距離として検討に含んでいます。

※フェンスや庇等の位置構造が未定のため、建物の後退距離分の緩和は見込んでいません。

### 3. 法的条件の整理、建物ボリューム案

#### 3-3. 配置比較

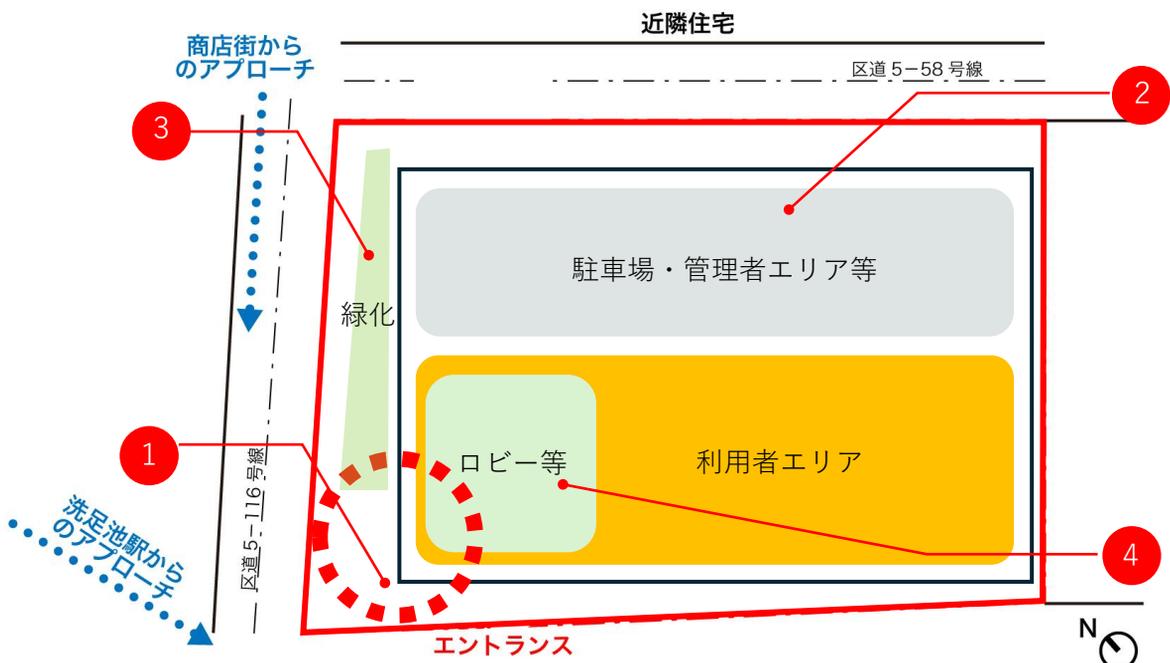
・下記比較検討より、A案が望ましいと考えます。

A案：メインエントランス西側	B：メインエントランス東側
<ul style="list-style-type: none"> <li>・メインエントランスは洗足流れやさくらのプロムナードに面し、かつ洗足池駅からのアクセスしやすい西側に計画</li> <li>・利用者諸室はメインエントランスの位置に合わせて西側に計画。西側の洗足流れやさくらのプロムナードとの一体的な景観づくりが可能な配置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メインエントランスは商店街や近隣住宅側の東側に計画</li> <li>・アプローチや利用者諸室が近隣住宅側に近接しているため、騒音や、住宅前の利用者の混雑など近隣への配慮が必要</li> <li>・洗足流れやさくらのプロムナードなどの豊かな景観が利用者エリアと離れているため、周辺との一体的な利用がしにくい配置</li> </ul>

#### 3-4. 配置計画案

3-3.配置比較より、A案をベースとした配置計画のポイントを以下に示します。

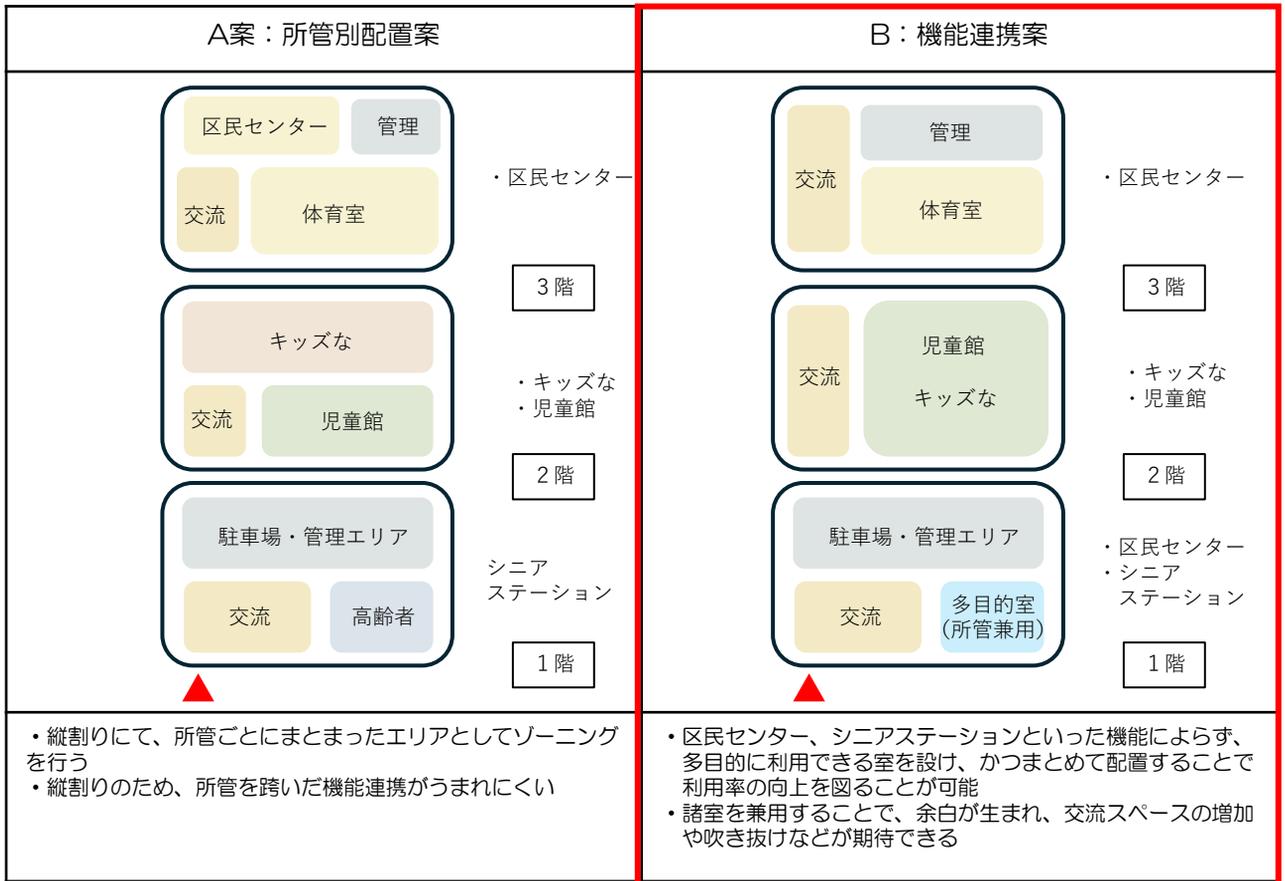
- ①周辺の人の流れを考え、メインアプローチは西側が望ましいと考えます。
- ②駐車場や駐輪場は人の流れの多い北西側を避けた北東側に計画し安全性や利便性に配慮します。
- ③各種条例や整備指針により定められている歩行者用通路や緑化面積を満たしながら、豊かな歩行者空間を計画します。
- ④基本構想のコンセプトを踏まえ、人の流れのあるスペースにテラスやロビーなどの交流スペースを計画するとともに、周辺の豊かな資源と一体的な景観づくりを行います。



## 4. 施設計画

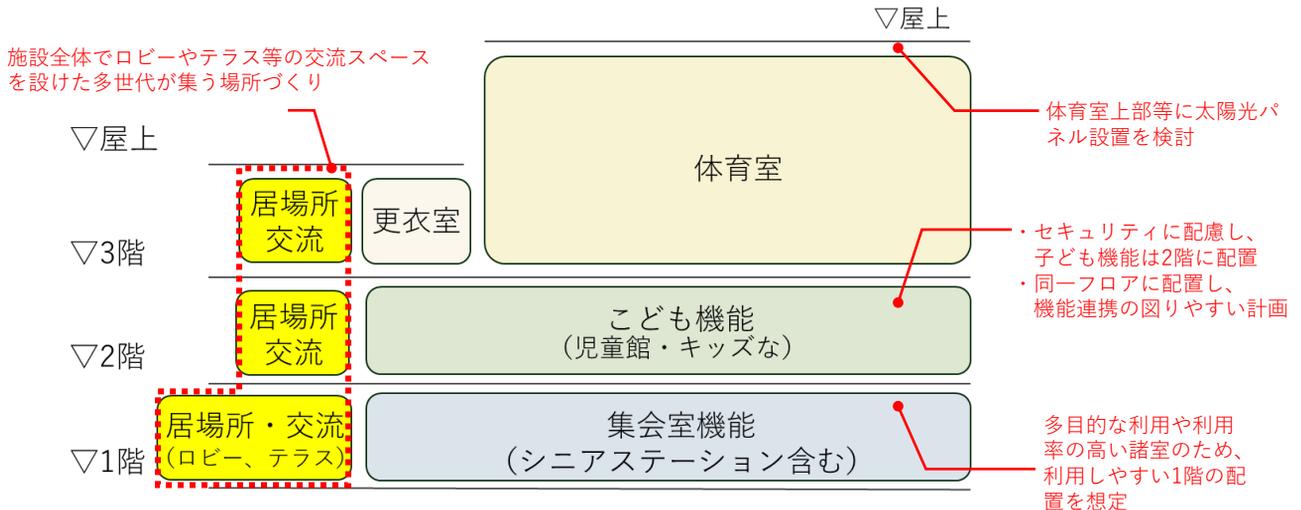
### 4-1. 施設ゾーニング案

#### ○平面ゾーニング比較検討



#### ○断面ゾーニング

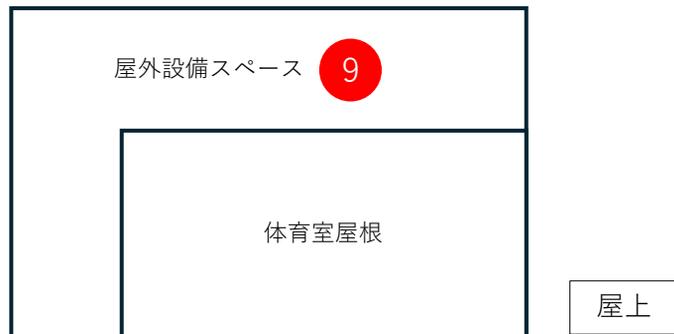
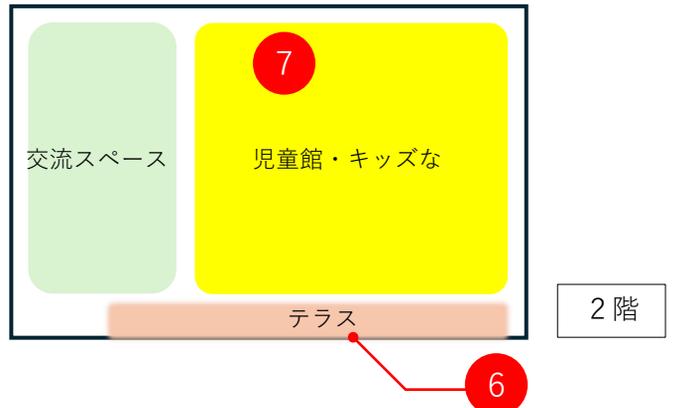
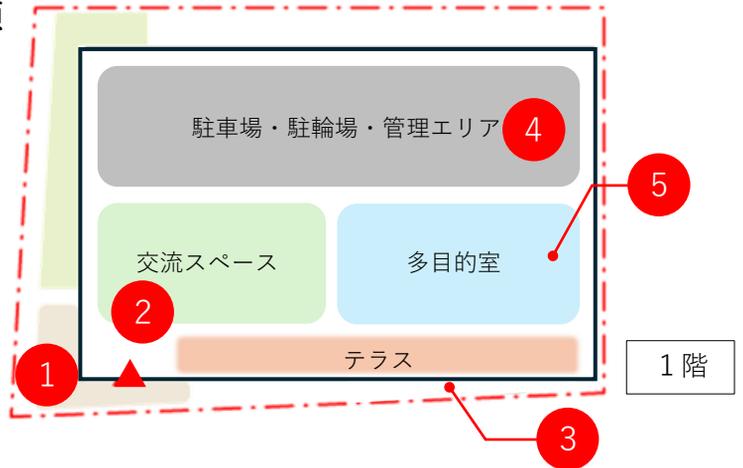
- ・諸室の兼用や利用者層が類似している機能は同一フロアに配置することで、機能連携の図りやすい計画とします。
- ・吹抜等の計画により、上層階の視認性を高めた計画とすることで回遊性の向上を図り、基本構想で掲げられている、「つながる、ひろがる」のコンセプトを実現します。



## 4-2. 施設ゾーニングで配慮する事項

### ■ 1階

- ①西角はすり鉢状の地形で水が溜まりやすい場所のため、浸水を考慮した設計GLを設定します。また床レベルに合わせた適切な段差処理を行います。
- ②多くの人が立ち寄りやすいエントランス空間は、地域の交流スペースとしてあらゆる活動に使えるよう、ゆとりのあるスペースを確保します。
- ③洗足流れに広く面したテラス空間を設けるなど、洗足流れとの一体的な景観づくりや交流スペースとして屋外も積極的に活用します。
- ④駐車場については既存の位置をベースに安全性や利便性に配慮する。
- ⑤床面積を最大限活用するために、諸室の多機能化やフレキシブルな計画として、異なる規模や性能の部屋を所管に関わらず利用できるよう、諸室の兼用化を検討します。



### ■ 2階・3階・屋上

- ⑥1階だけでなく、上階にも洗足流れとのつながりを感じられるとともに施設内の交流を導く、テラスや交流スペースを設けます。
- ⑦遊戯室や体育室など、使い方に応じた天井高さを設定します。経済性に配慮し、吹抜け上部には諸室を設けない計画とします。
- ⑧高天井かつロングスパンである体育室は最上階に配置します。
- ⑨屋内に配置できない設備スペース等は屋上設置を検討し、目隠し壁を設置するなど周囲への景観にも配慮します。

## 4. 施設計画

### 4-3. 必要諸室の整理

基本構想で定めた「施設機能」について、既存施設の利用状況やニーズ・社会情勢の変化等を的確に捉えて再構築していくため、以下の取り組みを通して各所管のやりたいこと・やるべきことを掘り下げ、ハード・ソフト両面から「利用者の活動」の具体化を図りました。

取組み1：所管課による実施したいと考えていることに関する設計事務所へのプレゼン

取組み2：計画段階からの所管課・設計・工事担当とのディスカッション

**★居場所・交流機能（共有空間）**を設けて「つながる・ひろがる地域の輪」の実現を目指す。

- ・居場所（談話、読書、囲碁・将棋、学習、軽飲食、作品の展示 など）
- ・多世代交流（季節のイベント、スマホ講座、絵本の読み聞かせ、ベビーカーメンテナンスなど）

**★貸館機能（多目的室）**は既存の使われ方をベースに以下の活動が可能な計画とする。

- ・軽運動利用（フレイル予防のための体操、踊り・ダンス、ヨガ、卓球等の高さのいろいろなスポーツなど）
- ・会議室利用（フラワーアレンジメントなどの各種講座、会議など）

**★貸館機能（体育室）**は既存の使われ方をベースに以下のスポーツが可能な計画する。

- ・テニス、バドミントン、バスケットボール、バレーボールなど

**★高齢者支援機能（シニアステーション）**は既存ゆうゆうくらぶを参考に以下の活動を想定する。

- ・フレイル予防のための体操、ヨガ、ストレッチ、手芸、脳トレ など

**★こどもの居場所機能（児童館）**は、乳幼児親子を対象とした子育てひろば（※1）や、一般利用（小中高生）、学童保育事業（※2）を想定する。

**★子育て支援機能（子ども家庭支援センターキッズな）**は、子育てひろば事業（乳幼児親子の居場所）（※1）、相談事業（子育てや家庭の悩み相談）、ファミリーサポート事業（ボランティアの登録や相談会）、一時預かり事業（生後5か月～小学校就学前）を想定する。

※1 子育てひろば事業は、児童館とキッズなの施設間連携により、諸室のシェアや一体的な運営に向けて検討する。

※2 放課後ひろばの整備拡充により児童館内学童保育の需要が解消されるまでの間の運営を想定。

## 5. 工事期間の検討

### 5-1. 工事行程

現在想定している工事期間は以下の通りです。なお、今後の基本設計の検討により、期間は変更となる可能性があります。

工事	工事期間（想定）				
仮設児童館設置 （仮設用地）	6か月				
既存解体 （本敷地）	8か月				
複合施設新設 （本敷地）	20か月				
仮設児童館撤去 （仮設用地）	4か月				

### 5-2. 建替え期間中の運用について

基本構想で定めた「代替地における仮設運用」については、「こども機能」を対象とし以下の通りとします。

- ・児童館（学童保育事業含む）→三本松公園拡張用地の一部
- ・子ども家庭支援センターキッズな→洗足池児童館の一部

なお区民センター（集会室・体育館・ゆうゆうくらぶ）の運用は建替え期間中は休止します。



	機能	イメージ	建替え中の対応
ステップ①	・仮設児童館建設	既存運用 仮設児童館建設	すべての機能が運用中
ステップ②	・キッズな仮移転 ・児童館仮設運用	移転 移転	すべての機能が運用中
ステップ③	・洗足区民センター解体 ・上池台児童館解体	既存解体	児童館仮設運用 キッズな仮移転 区民センター休止
ステップ④	・複合施設新設	一体で新設	運用開始

## 6. 今後のスケジュール

現在想定している今後のスケジュール案は以下の通りで、令和7年度末に基本設計、令和8年度に実施設計を行い、令和9年度から解体工事着手予定です。

解体工事完了後、区民センター・児童館・キッズな・シニアステーション機能が一体となった複合施設を新設します。既存施設のゆうゆうくらの機能はシニアステーションに引き継ぎます。

なお、令和8年度末に区民センターの指定管理契約期間が満了するため、それ以降に解体工事に着手することを想定していますが、工事期間については、今後の設計業務の中で詳細を検討していきます。

【年度】

	令和5	令和6	令和7	令和8	令和9	令和10	令和11	令和12
全体計画	基本構想策定	基本計画	基本・実施設計		解体・建築工事			
			仮設先設計・工事					
	○庁内検討	○庁内検討	★(予定)住民説明会					
	指定管理契約期間							

地域産業委員会 令和7年4月15日
地域未来創造部 資料22番
所管 文化芸術推進課

## 文化創造事業について

区の文化資源の公開・活用を推進し、心ときめく機会を創造する。文化に触れ、楽しみ、区民がより充実して豊かに暮らしを送れるよう、令和7年度は次の通り事業を実施する。

### 1 郷土博物館及び勝海舟記念館における令和7年度企画展等の実施について

#### (1) 郷土博物館

- ア 企画展「高橋松亭×川瀬巴水～日本の技と美～」  
令和7年10月7日（火）から11月24日（月・祝）まで
- イ 写真展「昭和の大田区の人と町（仮）」  
令和8年1月20日（火）から3月15日（日）まで

#### (2) 勝海舟記念館

- ア 企画展「拝啓麟太郎さま-旗本・岡田新五太郎からの手紙-」  
令和7年3月14日（金）から7月6日（日）まで
- イ 特別展「第3回収蔵資料展（守り伝える海舟の歴史遺産）」  
令和7年7月11日（金）から11月9日（日）まで
- ウ 企画展「タイトル未定」  
令和7年11月14日（金）から令和8年3月8日（日）まで

### 2 区所蔵作品の展示について

#### (1) 令和7年度開館予定施設

- ア 馬込アートギャラリー
- イ 仮称中央八丁目アートギャラリー

#### (2) その他

- ア 本庁舎での展示
- イ 本庁舎以外の区施設における展示の検討

地域産業委員会 令和7年4月15日
地域未来創造部 資料23番
所管 文化芸術推進課

## 「洗足池 春宵の響」の開催について

### 1 日 時

令和7年5月15日（木）午後6時30分から午後8時まで（予定）

※雨天中止

### 2 場 所

洗足池西岸「池月橋」

### 3 主 催

「洗足池 春宵の響」実行委員会／大田区

### 4 出演者（予定）

笛	福原 徹、福原 百貴、福原 邑佳、福原 寛乃
謡	小早川 修、小早川 泰輝
尺八	善養寺 恵介
囃子	福原 百之助、福原 遊馬
ピアノ	中川 俊郎

### 5 内 容

風光明媚な洗足池西岸に架かる「池月橋」にて野外で行われる、古典芸能の演奏会。幻想的な雰囲気の中、笛や囃子の音色を披露することで、洗足池の風物詩としての当事業を区内外に発信するとともに、文化の振興と地域の活性化を図る。



笛：福原 徹 氏



過去開催時の様子

地域産業委員会 令和7年4月15日
地域未来創造部 資料24番 所管 文化芸術推進課

## 「おおたの文化 week in GRANDUO」の実施報告について

### 1 期間

令和7年3月7日（金）から20日（木・祝）まで

### 2 場所

グランデュオ蒲田 3階東西連絡通路（西蒲田七丁目68番1号）

### 3 実施

主催：ジェイアール東日本商業開発株式会社グランデュオ蒲田、大田区

協力：大田区伝統工芸発展の会

### 4 内容

(1) 伝統工芸品等の展示

“蒲田切子” “炭ギャラリー” や様々な伝統工芸品の展示

(2) 伝統工芸士による実演（全日午後：2名体制）

(3) 伝統工芸士ライブパフォーマンス（3/8・15・20の3日間限定で実施）

(4) 伝統工芸品ワークショップ（3/8・9・15・16・20の5日間限定で実施）

### 5 来場者数

約15,000人

### 6 総括

(1) ジェイアール東日本商業開発株式会社との連携

本事業の実施にあたり、会場および備品の提供やリーフレット5,000部の作成、インスタグラム等での広報、ライブパフォーマンス運営補助等の連携を行った。

(2) 伝統工芸士による実演・ライブパフォーマンス

14日間の会期中、21名の伝統工芸士が実演し、「大判墨流し」など3種類のライブパフォーマンスを行った。伝統を受け継ぐ職人たちが、その技を間近で披露し、工芸の歴史やこだわりを解説することで、伝統工芸の素晴らしさをPRした。

(3) 伝統工芸品ワークショップ

計5日間、14種類のワークショップを実施し、延べ366名が参加した。

来場者に職人の手仕事を体験してもらうことで、伝統工芸を身近に感じさせるとともに、その魅力を伝える機会となった。

伝統工芸品等の展示 “蒲田切子”



伝統工芸品等の展示  
“大田区伝統工芸発展の会”



伝統工芸士による実演



伝統工芸品ワークショップ



伝統工芸士ライブパフォーマンス



## 大田区文化振興プランの改定について

平成31年3月に策定した大田区文化振興プランの計画期間が、新型コロナウイルス感染症に伴う2年間の延伸を経て令和7年度をもって終了するため、当該プランを改定する。

### 1 改定に向けた取組

(1) 「大田区 文化に関する意識調査」

- ア 調査期間 令和6年11月29日（金）から令和7年1月8日（水）まで
- イ 対象者 区内在住の18歳以上2,900人及び区に団体登録している100団体
- ウ 抽出方法 無作為抽出
- エ 調査方法 郵送で調査票を配布し、郵送及びWEBで回収

(2) 会議体

大田区文化芸術推進協議会

(3) パブリックコメント

大田区区民意見公募手続（パブリックコメント）実施要綱に基づき、素案作成後に実施予定

### 2 スケジュール（予定）

	令和7年度												令和8年度
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月～
大田区文化芸術推進協議会		第3回会議		第4回会議		第5回会議			パブリックコメント	第6回会議		計画決定	事業実施

地域産業委員会	
令和7年4月15日	
産業経済部	資料22番
所管	産業振興課

## 令和6年度 大田区ものづくり産業等実態調査について

### 1 目的

5年毎に実施する区内製造業等への調査であり、調査結果から基礎資料を作成することで、政策立案につなげていく。また、調査結果から得られる区内製造業等の好事例等を広報することで、調査後、即座に成長支援につなげる。

### 2 事業概要

- (1) 対象 区内の製造業、ものづくり産業に関連する非製造業、物流業の事業所
- (2) 規模 全数調査
- (3) 実施方法 アンケート調査、ヒアリング調査

### 3 回収状況（回答事業所数）

製造業 71.3% (2,121) 非製造業 63.9% (1,077) 物流業 59.4% (524)

### 4 調査概要

- (1) 区内ものづくり企業の概要（従業者規模、業種区分等）
- (2) 対応領域・得意分野
- (3) 業務活動・地域別受注割合・操業環境
- (4) 地方・海外拠点とのネットワーク
- (5) ファブレス企業との連携
- (6) 人材確保
- (7) 技術・技能の継承
- (8) 事業承継
- (9) 環境負荷軽減に関する取組
- (10) デジタル化
- (11) 創業年数別の企業の特徴
- (12) スタートアップとの連携
- (13) 新製品開発
- (14) 羽田イノベーションシティ
- (15) 物流施設への立地 等

### 5 本編、概要版

別添のとおり

# 大田区ものづくり産業等実態調査 【概要版】

～全国を代表するものづくり産業集積地の現状、そして世界、未来へ～

令和7年3月  
大田区

# 調査の背景と目的

- ◆ 大田区は、都内最大の製造業の集積地であり、国内有数の「ものづくりのまち」である。区内の産業構造をみると、製造業は、売上高・付加価値額創出の源泉として大きな割合を占め、その中核を担っている。
- ◆ 一方、区内ものづくり企業は、世界情勢の変化、サプライチェーンの再構築、人材不足の深刻化、脱炭素化をはじめとした新たな環境対策等、様々な課題への対応に迫られている。
- ◆ 近年、羽田イノベーションシティ(HICity)開業により、大企業、スタートアップ、海外企業など様々なプレイヤーが集まり、交流することで、新たなビジネスが生まれ、発信されることが区内ものづくり産業から期待されている。
- ◆ 本概要版では、区内ものづくり産業の現状を示すとともに、先進的な取組を行う区内企業や、地域経済活性化を図る支援機関等の取組を参考例示している。
- ◆ 区は令和5年度に策定した大田区産業振興ビジョンが目指す将来像の実現に向け、本調査結果で現状の課題を洗い出し、今後につなげていく。

## 調査の概要

### アンケート調査

#### ● 調査対象

区内で「ものづくり産業」あるいは「ものづくり関連産業」を営む事業所

対象事業所数:6,839事業所(製造業:3,580 非製造業:2,186 物流業:1,073)

- 製造業、非製造業、物流業のいずれについても、「令和3年経済センサス-活動調査」の回答事業所をベースに、新規創業や開設、区外移転や廃業等の情報を加味し、調査対象の母集団を設定した。
- 非製造業については、日本標準産業分類の大分類のうち、「①情報通信業 ②卸売業、小売業 ③不動産業、物品賃貸業 ④学術研究、専門・技術サービス業 ⑤サービス業」のなかでも、製造業に関連の深いと思われる産業小分類を抽出した。
- 物流業については、日本標準産業分類の大分類のうち、「運輸業、郵便業」のなかでも、製造業に関連の深いと思われる産業小分類を抽出した。

#### ● 回収状況

回収票数:3,722事業所(製造業:2,121 非製造業:1,077 物流業:524)

- 以下の調査結果は、この回収票に基づく。

※ 本概要版における図表の構成比の数値は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、個々の集計値の合計は必ずしも100%とならない場合がある。

### 訪問ヒアリング調査

アンケート調査による区内の「ものづくり産業」、「ものづくり関連産業」の現況把握を深掘りすることを目的として、区内企業の先進的な取組事例、地域経済活性化を図る支援機関による取組事例等を対象に訪問ヒアリング調査を実施した。

### 電話ヒアリング調査

アンケート調査による区内の「ものづくり産業」の現況把握を深掘りすることを目的として、人手不足への対応/デジタル化の取組/羽田イノベーションシティへの訪問目的、期待/スタートアップとの連携/新規分野における取組/環境負荷軽減の取組/事業動向等について、延べ約150の事業所に対し電話ヒアリング調査を実施した。

## 調査の視点・現状把握のポイント

1. 大田区のものづくり産業の現況	■区内事業所の事業動向、受注や外注の状況 ■区内事業所の強み・得意技術、地方・海外拠点との役割・機能分担の実態 ■区内の操業環境、事業所立地の動向(京浜島、昭和島、城南島(島部)を含む用途地域別の立地、物流施設への立地等)	／等
2. 区内ものづくり企業の経営力の強化	■人材の確保・育成、技術・技能の継承、事業承継に対する考え、取組状況 ■環境負荷軽減、デジタル化に対する考え、取組状況	／等
3. 区内ものづくり企業の事業拡大・成長	■創業年数別の特徴、スタートアップとの連携意向 ■新規事業や新事業分野の開拓に対する考え、取組状況 ■羽田イノベーションシティへの期待	／等

# 本概要版の目次

◆ 本概要版では、区内ものづくり産業の現状を紹介するとともに、先進的な取組を行う区内企業や地域経済活性化を図る支援機関等の取組事例を紹介しています。

01 調査の背景と目的  
調査の概要  
調査の視点・現状把握のポイント

02 本概要版の目次

03 区内ものづくり企業の概要  
04 対応領域・得意分野

05 業務活動・地域別受注割合・操業環境  
06 工場アパートを運営する企業

- ◎ 株式会社桂川精螺製作所 桂川技術集積所
- ◎ 三菱商事都市開発株式会社 innoba大田
- 大田区工場アパート立地助成事業

07 地方・海外拠点とのネットワーク  
08 地方工場と区内事業所の連携に  
取り組む企業

- ◎ 株式会社三陽機械製作所
- 産業のまちネットワーク推進協議会
- 海外取引相談サービス

09 ファブレス企業との連携  
10 区内に立地するファブレス企業

- ◎ 株式会社cosmobloom
- ◎ 株式会社トコシエ
- ユナイト助成事業

11 人材確保  
12 人材確保に取り組む企業

- ◎ 株式会社マテリアル
- おしごとナビ大田区
- 東京商工会議所 大田支部  
ものづくり企業への就職ガイドブック

13 技術・技能の継承  
14 人材育成に取り組む企業

- ◎ 株式会社昭和製作所
- 次世代ものづくり人材育成事業

15 事業承継  
16 事業承継に取り組む企業

- ◎ テック大洋工業株式会社
- ビジネスサポートサービス 専門家派遣
- 株式会社日本政策金融公庫  
事業承継マッチング

17 環境負荷軽減に関する取組  
18 環境負荷軽減に取り組む企業

- ◎ 株式会社ヨシザワ
- 大田区企業立地・SDGs促進助成金
- ものづくり企業立地継続補助事業

19 デジタル化  
20 デジタル化に取り組む企業

- ◎ I-OTA合同会社
- デジタル化支援事業
- ◎ 日新電気株式会社

21 創業年数別の企業の特徴  
22 区内に立地するスタートアップ

- ◎ 株式会社KAMAMESHI
- ◎ 株式会社DrumRole
- 六郷BASE(大田区南六郷創業支援施設)

23 スタートアップとの連携  
24 スタートアップ×匠の技

- ◎ 株式会社極東精機製作所
- ◎ 有限会社安久工機
- ベンチャーフレンドリー塾

25 新製品開発  
26 新製品開発に取り組む企業

- ◎ fabula株式会社
- 新製品・新技術開発支援事業
- 大田区中小企業 新製品・新技術コンクール

27 羽田イノベーションシティ(HICity)  
28 HICityに立地する企業

- 羽田イノベーションシティ(HICity)
- ◎ METALISM
- 株式会社きらぼし銀行 KicSpace HANEDA
- さわか信用金庫 ビジネスマッチングセンター
- 城南信用金庫 よい仕事おこしプラザ

29 物流施設への立地  
30 物流施設に立地する企業

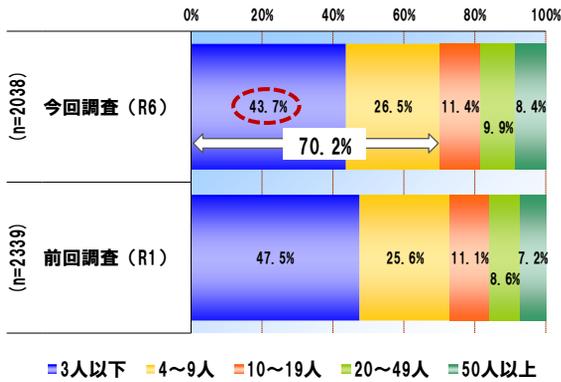
- ◎ 三鈴工機株式会社
- ◎ 株式会社ROMS
- 企業立地促進サポート

- ◎ 区内企業の取組事例等
- 区・大田区産業振興協会の支援策
- 支援機関等による取組

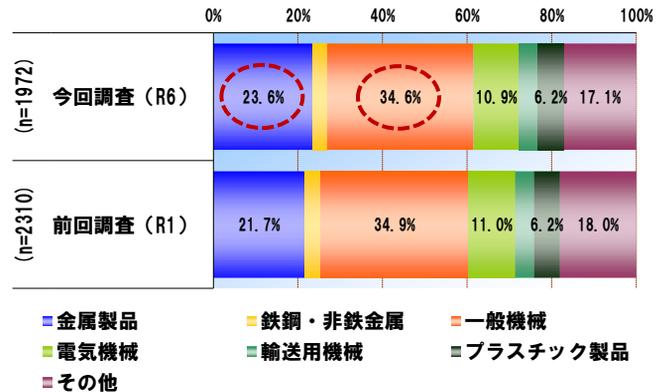
# 区内ものづくり企業の概要（回答事業所の概要）

- ◆ [会社全体の従業者規模]及び[業種区分]の構成について、前回調査(令和元年度)と比較したところ、2つの調査結果に大きな変化はみられない[図表1,2]。
- ◆ 【今回調査】会社全体の従業者規模が「3人以下」が4割強(43.7%)を占める。これに「4～9人」の3割弱(26.5%)を加えた「9人以下」の合計は約7割(70.2%)を占める[図表1]。
- ◆ 【今回調査】事業所の業種区分では「一般機械」が全体の3割強(34.6%)を占め、次いで「金属製品」が2割強(23.6%)を占める[図表2]。

図表1. 会社全体の従業者規模

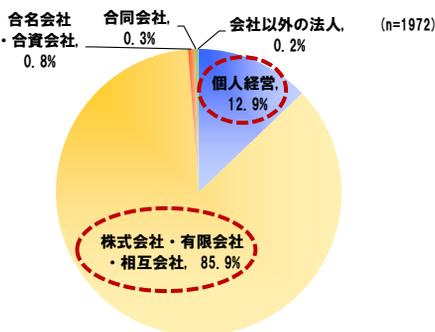


図表2. 業種区分

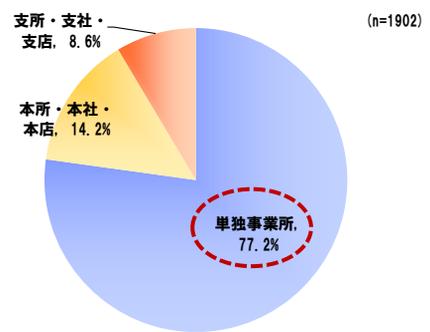


- ◆ 9割弱(85.9%)の事業所が「株式会社・有限会社・相互会社」として事業活動を展開している。
- ◆ 一方、「個人経営」の事業所も1割強(12.9%)を占める[図表3]。また、他に支所・支社・支店を持たない「単独事業所」が8割弱(77.2%)を占める[図表4]。

図表3. 経営組織

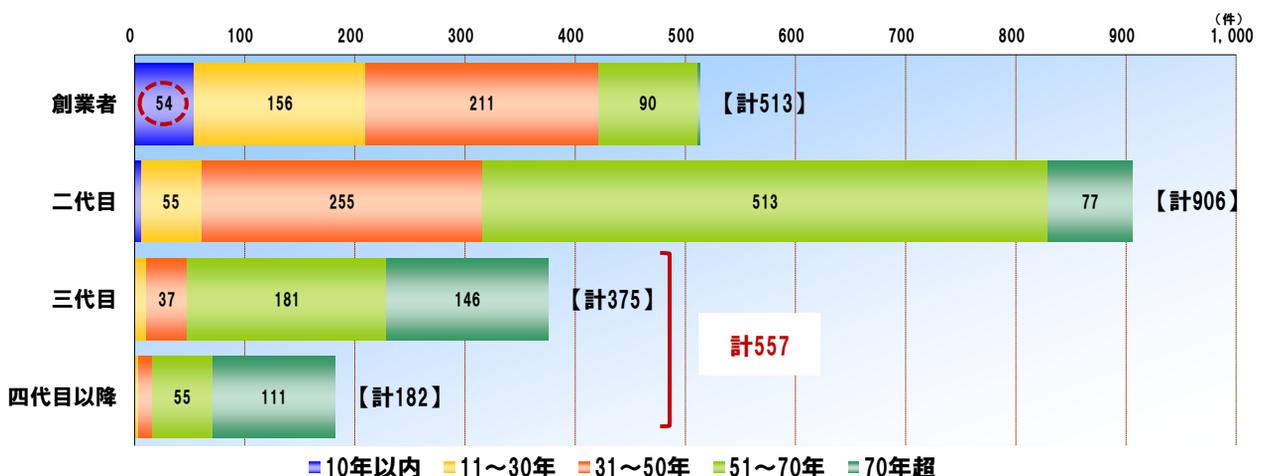


図表4. 事業所の本所/支所/単独の区分



- ◆ 区内ものづくり企業は、現在の経営者が「二代目」にあたる事業所が最も多い[図表5]。
- ◆ また、現在の経営者が「三代目」、「四代目以降」の事業所数の合計は、「創業者」の事業所数より多い。
- ◆ 一方、「経営者=創業者」の事業所も比較的多く、そのうち約1割が創業10年以内の企業の事業所である。

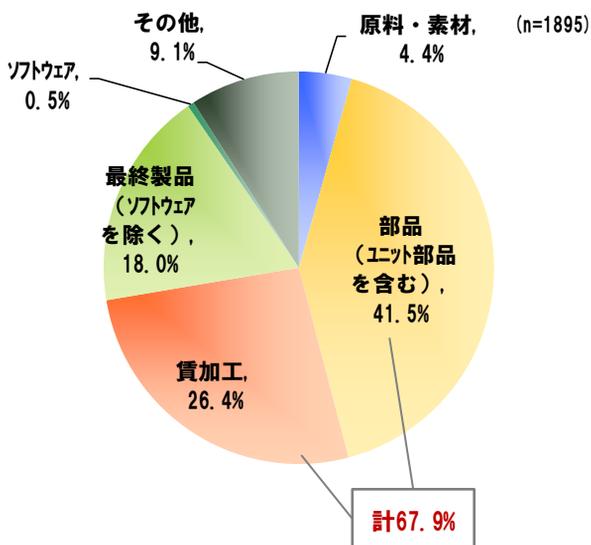
図表5. 経営者の代×創業年数



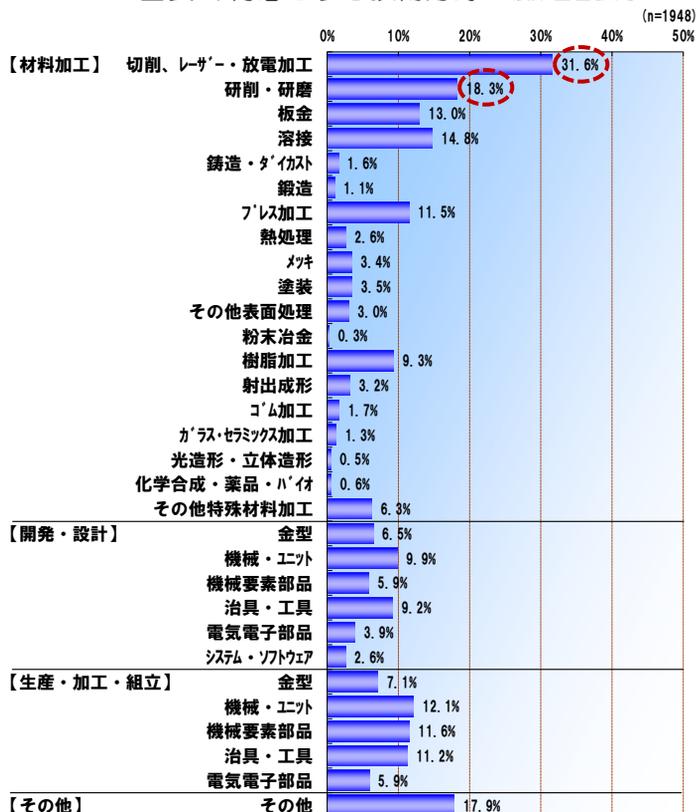
# 対応領域・得意分野

- ◆ 区内ものづくり企業は、「部品(ユニット部品を含む)」の製造や「賃加工」を手がける事業所が7割弱(67.9%)を占める[図表6]。得意とする技術分野として「切削、レーザー・放電加工」を挙げる事業所が3割強(31.6%)と最も多く、次いで「研削・研磨」が2割弱(18.3%)と多い[図表7]。
- ◆ 顧客に対する強みとして「生産工程(加工・組立、検査、品質管理等)」を挙げる事業所が7割弱(68.6%)と最も多く、次いで「製品企画、開発・設計、デザイン工程」が2割強(22.5%)と多い[図表8]。また、製品企画、開発・設計等に関して、「具体的な仕様・図面が示されていない段階から提案をおこなった」とする事業所が6割強(64.8%)を占めている。こうした点には顧客ニーズを汲み取り、図面が示されていないなかで提案を行う区内ものづくり企業の技術力の高さがうかがえる[図表9]。

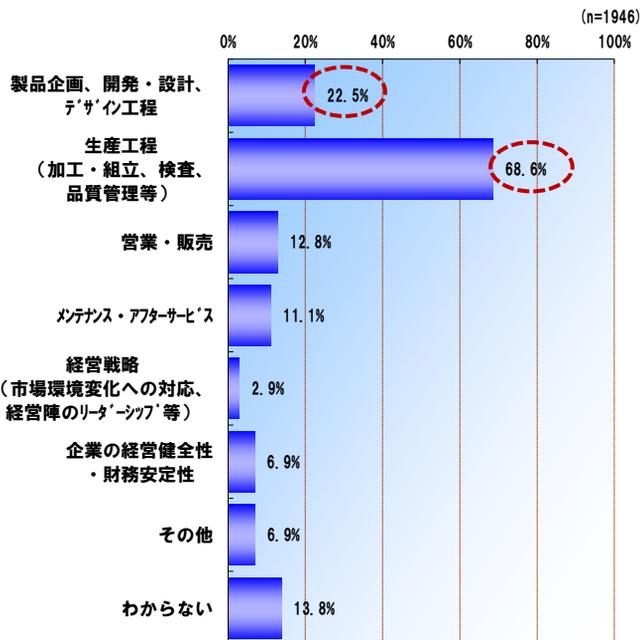
図表6. 提供している製品・サービス



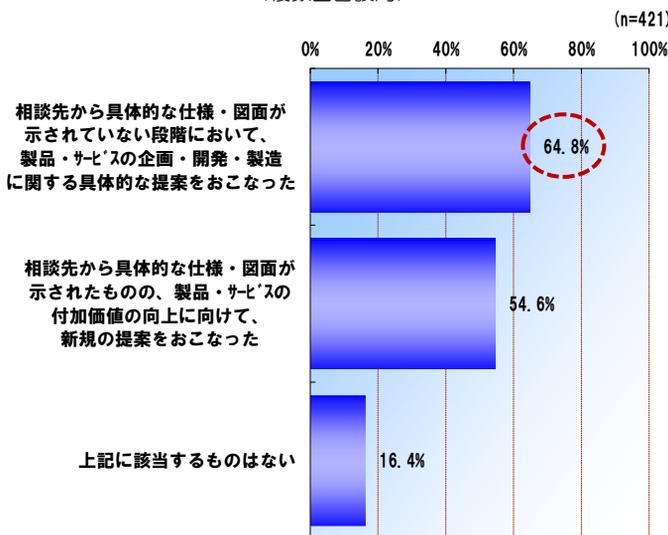
図表7. 得意とする技術分野 <複数回答設問>



図表8. 顧客に対する強み <複数回答設問>



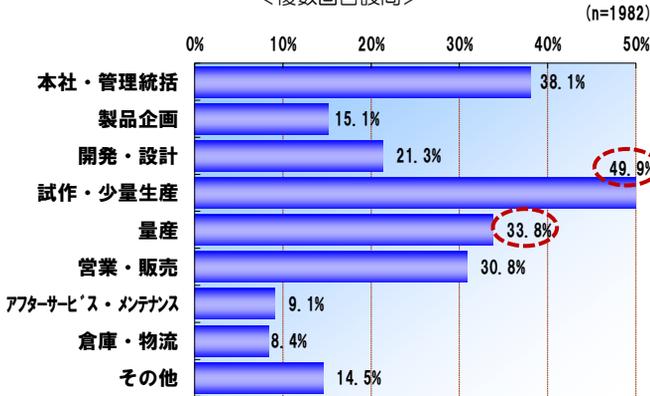
図表9. 過去1年における顧客からの相談への対応 <複数回答設問>



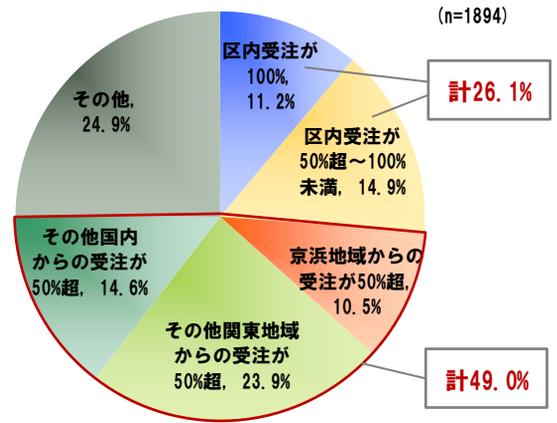
# 業務活動・地域別受注割合・操業環境

- ◆ 区内ものづくり企業の約5割(49.9%)は「試作・少量生産」を手がけているが、区内には「量産」を担う事業所も3割強(33.8%)みられる[図表10]。
- ◆ 地域別の受注割合をみると、区外からの受注を主とする事業所が約5割(49.0%)を占める。一方、「区内受注が100%」や「区内受注が50%超～100%未満」とする事業所も合計3割弱(26.1%)みられる[図表11]。

図表10. 区内事業所が手がける業務活動  
<複数回答設問>

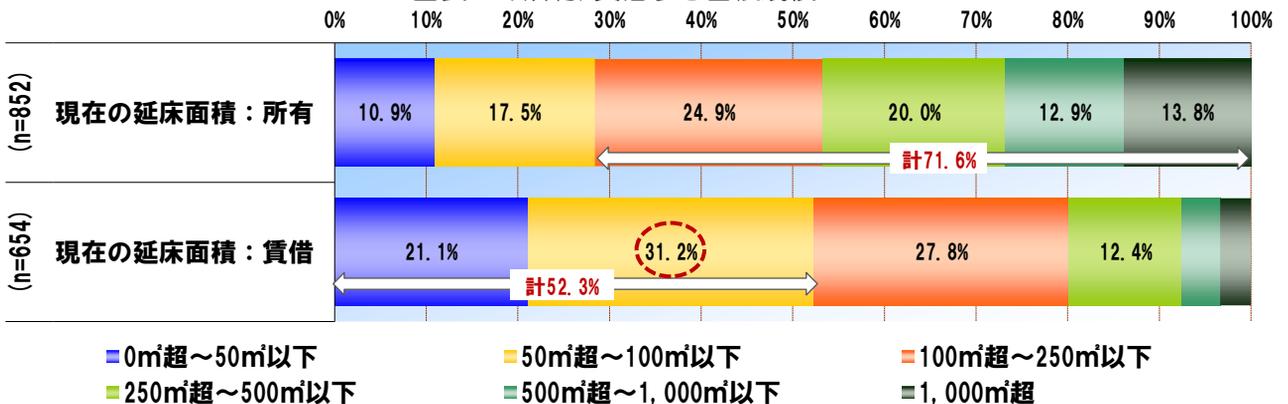


図表11. 地域別の受注割合



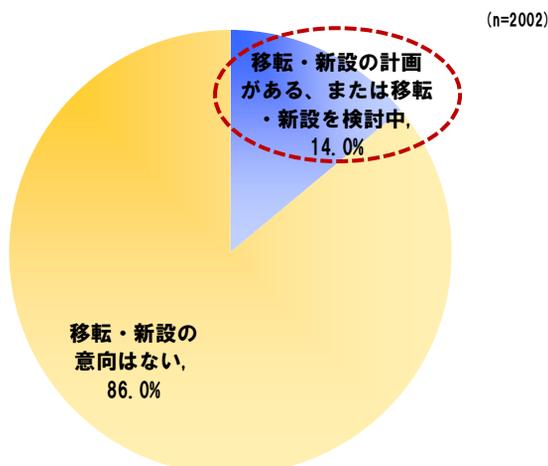
- ◆ 事業所の延床面積について、所有の場合は「100㎡超」の施設を使用する事業所が7割強(71.6%)を占める。一方、賃借の場合、より小規模な「50㎡超～100㎡以下」が最も高く3割強(31.2%)を占め、「100㎡以下」の施設を使用する事業所が5割強(52.3%)を占める[図表12]。

図表12. 所有/賃借する面積規模

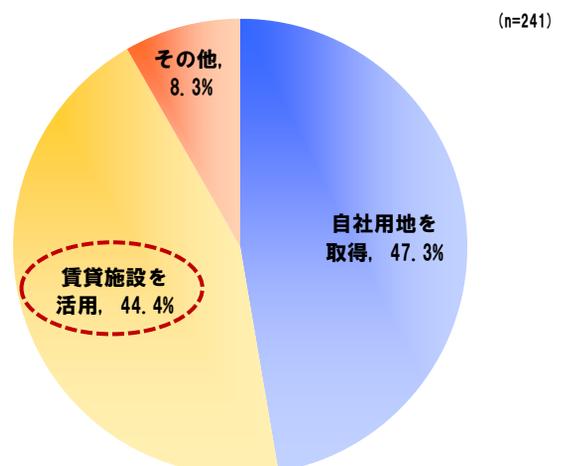


- ◆ 区内のものづくり企業には移転・新設の計画を有する事業所が1割強(14.0%)あり[図表13]、移転先として、次ページに示す工場アパートなどの「賃貸施設を活用」と意向を示す事業所が4割強(44.4%)を占める[図表14]。

図表13. 事業所の移転・新設意向



図表14. 移転・新設後の設立形態に関する意向



## 工場アパートを運営する企業

### 株式会社桂川精螺製作所 桂川技術集積所 (<https://katsuragawa-seira.com/>)

#### 【本社工場リニューアルを機に工場アパートを建設】

同社は、自動車向け金属部品を主力製品として手がけるものづくり企業である。旧本社工場は、ドラマのロケ地としても使用され、ものづくりの象徴として注目を集めた。この本社工場を研究開発拠点にリニューアルする際、「大田区工場アパート立地助成事業」を活用して3階建ての工場アパート「桂川技術集積所」を併設した。スケルトンの貸工場6室と交流用のスペース1室が設けられている。屋上には旧社屋にあった鉄塔を忠実に縮尺したアルミ塔がシンボルとして建てられている。



桂川技術集積所

#### 【ものづくり企業の集積を自社の発展にも活かす】

入居企業と同じ施設にいただけで不思議とこれまでにない仲間意識が生まれてくる。その中で思いがけない協働の機会が生まれ、様々な挑戦に前向きになるなどの効果があった。工場アパートを建設したことは、単なる場所貸しにとどまらず、事業の発展にも寄与している。

同社の次なる目標の一つは、自社製品を搭載した機器を宇宙へ飛び立たせることである。研究開発拠点で工場アパートの入居企業、新進気鋭のスタートアップなどをうまく連携させ、更なる挑戦を続けたいと取締役は話す。



### 三菱商事都市開発株式会社 innoba大田 (<https://www.innoba.jp/>)

#### 【区の助成事業を活用し民設民営の工場アパートを整備】

同社は、2023年8月、ものづくり企業や研究開発企業、スタートアップを対象とした賃貸型の事業拠点として、大田区仲六郷に「innoba大田」を開設した。

区は、工場アパートの建設に対して助成金を支出し、民設民営工場アパートの整備を進めており、この助成制度を活用して開設した同施設は、集合型の民設民営工場アパートとして、区内で最も新しい施設である。



innoba大田

#### 【大田区ならではの強みを活かした地域のコラボ拠点として】

大田区には、ものづくり企業同士が協力し、各社が有する高い基盤技術を持ち寄ることで短納期・難加工を実現するという「仲間まわし」の文化が根付いている。こうした地域特性は、すぐにプロトタイプを製作したいと考える研究開発企業やスタートアップとの相性がよく、区内ものづくり企業や入居企業との連携を通じて新たな化学反応を生む可能性が高いと同社は期待している。

約1,700㎡の敷地に建てられた地上6階の建物内には、約61～229㎡の専有部が32区画用意されており、製造・研究開発からオフィス業務まで幅広い用途で活用できる。また、商談室や荷捌き駐車場など入居企業間でシェアできる共用部も整備されている。



## 大田区工場アパート立地助成事業

- ✓ 区は、ものづくり集積を維持し、強化することを目的として、工場アパートの新増設等を行う際に係る経費の一部を助成する『大田区工場アパート立地助成事業』を実施し、民設民営工場アパートの整備を推進しています。
- ✓ 工場アパートには、企業間の連携を目的とし、自社の工場に貸工場を併設させた「地域中核工場アパート」と、所有者が入居しない「集合型工場アパート」の2種類があります。なお、地域中核工場アパートは貸工場の作業場面積が200㎡以上で2社以上が入居するもの、集合型工場アパートは貸工場の作業場面積が2,000㎡以上で5社以上が入居するものが助成対象となります。
- ✓ 助成率は助成対象経費の1/4、助成額の上限は最大5億円で、助成金は認定した事業計画書に記載された事業が完了した後一括で交付します。

#### 助成対象者

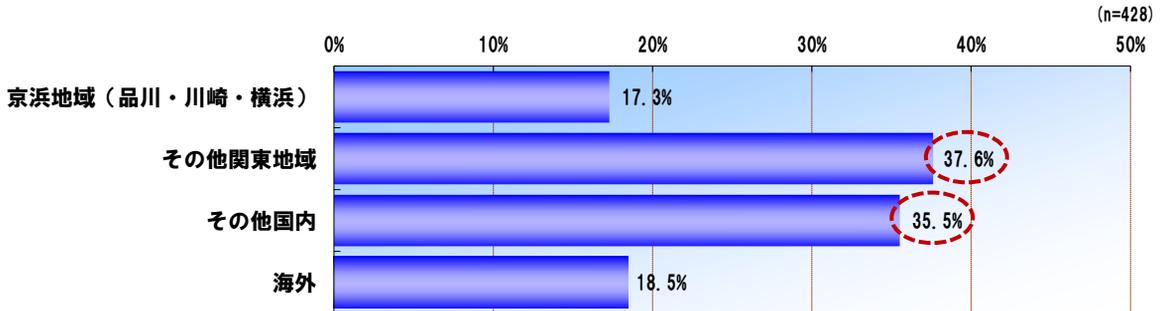
- ①区内で3年以上継続して同一の業種(製造業)を営む中小企業者
- ②区外で3年以上継続して同一の業種を営み、区内での操業を希望する中小企業者
- ③区内で工場アパートを経営しようとする者



# 地方・海外拠点とのネットワーク

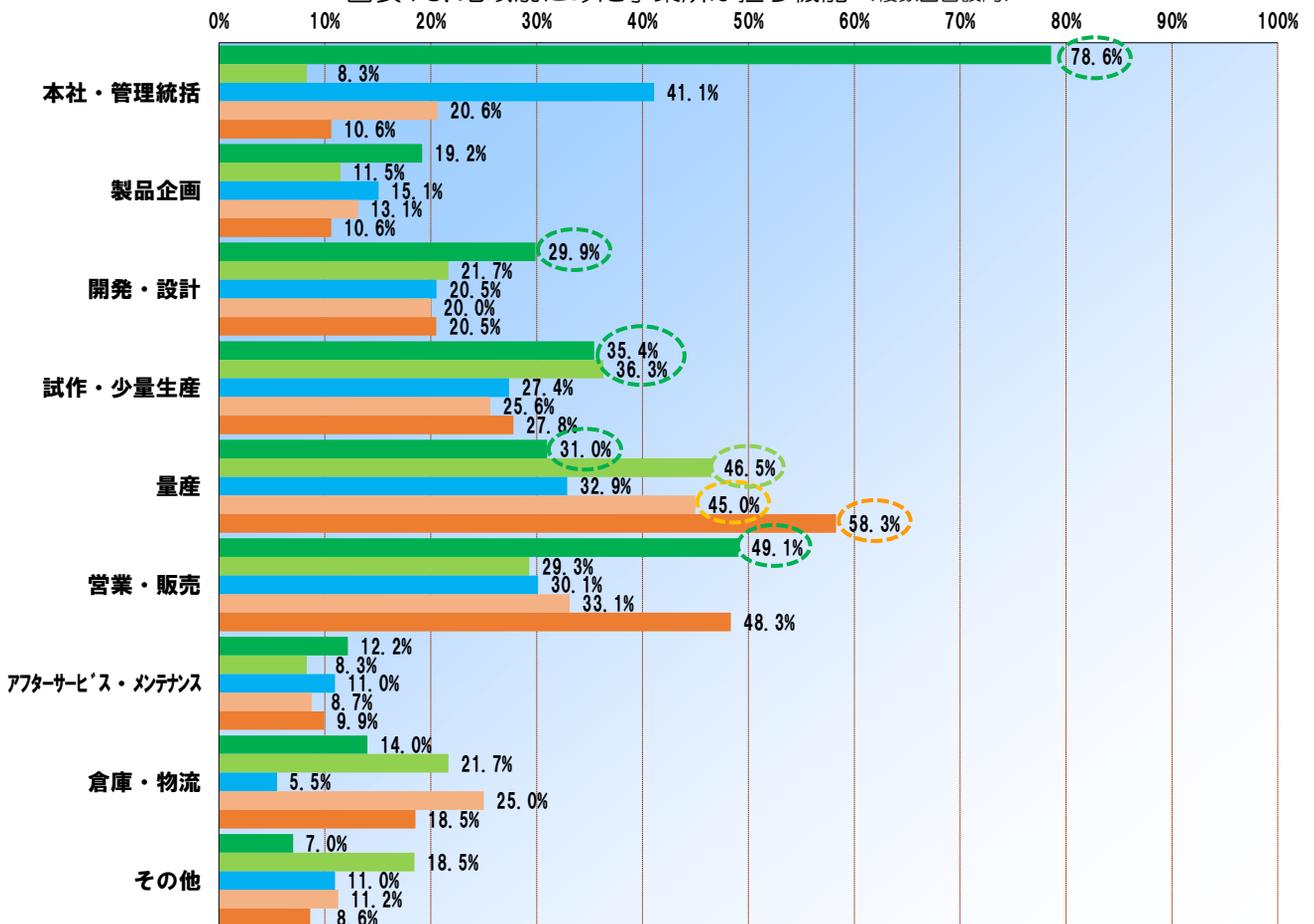
- ◆ 区内ものづくり企業には、区内事業所に加え、区外事業所を構える企業がある。区外事業所の立地をみると、京浜地域以外の「その他関東地域」、関東圏外の「その他国内」がそれぞれ4割弱(37.6%、35.5%)を占める[図表15]。

図表15. 区外にある自事業所以外の事業所の立地 <複数回答設問>



- ◆ 各事業所が担う機能を地域別にみたところ、区内の本所事業所では、「本社・管理統括」が8割弱(78.6%)、「営業・販売」が約5割(49.1%)と多いが、それに加え「試作・少量生産」や「開発・設計」を担う事業所もそれぞれ4割弱(35.4%)、約3割(29.9%)と一定数みられる。また、区内の支所事業所でも「試作・少量生産」を担う事業所は4割弱(36.3%)と高いが、「量産」が5割弱(46.5%)と本所事業所の3割強(31.0%)よりも高い点に特徴がみられる[図表16]。
- ◆ その他関東地域やその他国内の事業所では、「量産」がそれぞれ5割弱(45.0%)、6割弱(58.3%)と高い。
- ◆ この点から、本所事業所を中心に区内の事業所では「試作・少量生産」や「開発・設計」を行い、地方に設けられた生産拠点では「量産」工程を行うといった機能分担がされていることがうかがえる。

図表16. 地域別にみた事業所が担う機能 <複数回答設問>



■ (n=271) 大田区内(本所と回答した事業所)    ■ (n=157) 大田区内(支所と回答した事業所)  
■ (n=73) 京浜地域(品川・川崎・横浜)    ■ (n=160) その他関東地域  
■ (n=151) その他国内

## 株式会社三陽機械製作所 (<https://sanyokikai.co.jp/>)

### 【山形県米沢市に量産工場の新設】

同社は、1948年創業の切削加工会社である。区内に本社工場を有し、2018年に山形県米沢市に量産拠点として米沢工場を新設した。工場新設の背景には、約10年前に事業拡大に伴う人材採用に難航したことが挙げられる。そこで、地元からの人材確保が見込め、企業立地に対する支援が手厚い米沢市に工場を構えた。



米沢工場

### 【地方工場と本社工場の連携による利点】

米沢市で工場を24時間稼働させ大量生産を行うことは、同社の事業拡大にも大きく寄与している。また、人材確保・育成の観点でも、毎年地元の工業高校から新卒採用ができるようになったこと、入社後の本社工場での研修を通して東京側にも若手人材が定着したことなど、本社工場にも好影響が生じている。

一方、区内に生産拠点を維持することによって、大田区の強みであるものづくり企業同士のネットワークを引き続き活用でき、有用な情報も入手しやすくなる利点があると代表は話す。



## 産業のまちネットワーク推進協議会

- ✓ 『産業のまちネットワーク推進協議会』は、全国の「産業のまち」の産業政策担当者(地方自治体の行政職員)で組織された、ものづくり産業の振興を考えるグループです。2024年度末現在、大田区を含む全国の21地方自治体が参画しています。
- ✓ 同協議会は、企業と行政の双方が新たな知見・ネットワークの構築につながるよう、加盟都市に立地する企業間の交流や、加盟都市が開催する展示会への相互参加・出展等の取組を実施しています。
- ✓ 2024年7月に大田区で開催された定例会では、「大田区企業が実施する広域連携について」というテーマで、区内企業のI-OTA合同会社や株式会社KAMAMESHIが講演を行うとともに、区が運営する工場アパートなどの施設見学を実施しました。こうした交流・連携活動が、区内ものづくり企業や「ものづくりのまち」大田区として、支援策の認知度向上につながっています。



2024年度 第1回大田区定例会



## 海外取引相談サービス

- ✓ 大田区産業振興協会は、海外展開を目指す区内中小企業及び個人事業者を対象に、専門家への個別相談等を実施しています。
- ✓ 「海外で販路を開拓したい」、「代理店網を構築したい」、「現地に工場や販売会社を設立したい」、「海外企業と技術連携したい」といった場合には、海外ビジネスに精通した相談員に無料で相談することができます。また、協会のネットワークを活用してJETRO(日本貿易振興機構)や各国の産業支援機関との橋渡しを行います。
- ✓ また、海外市場動向や各国のビジネスチャンス・カントリーリスクに関する無料セミナー、会員制の勉強会の開催、自社の情報を海外にPRしたいと考える事業者に対しては、カタログ・ホームページなどのコンテンツを専門家が翻訳する「翻訳サポート」(一部有料)も行っています。
- ✓ 海外の企業・機関から協会に引き合いが寄せられた際は、区内中小企業との受発注マッチングを行っており、これまで多くの成約につながっています。



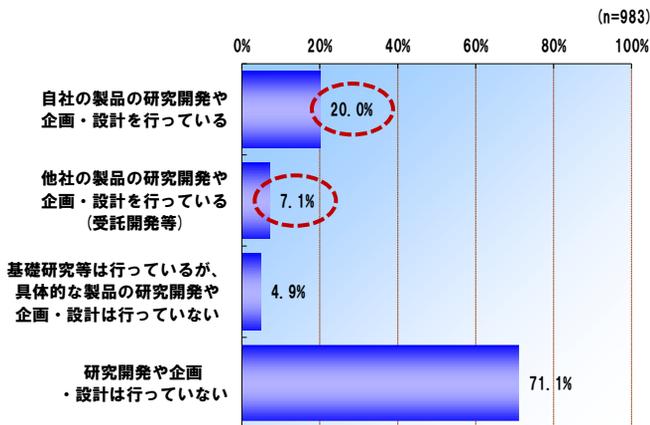
専門家との個別相談



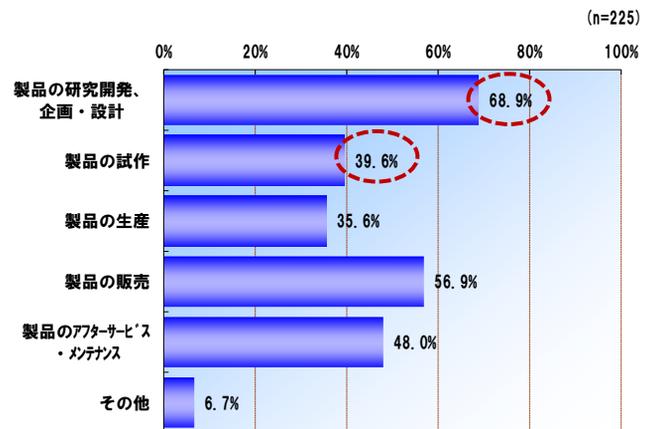
# ファブレス企業との連携

- ◆ 区内には、自社では生産設備を持たず、外部に製造を委託する企業が存在する。区内ものづくり関連企業のうち、「自社の製品の研究開発や企画・設計を行っている」事業所が2割(20.0%)、「他者の製品の研究開発や企画・設計を行っている」事業所が1割弱(7.1%)を占める[図表17]。
- ◆ また、区内ものづくり関連企業では、社内での製品の研究開発や企画・設計において、自事業所が「研究開発、企画・設計」を担うと回答した事業所が7割弱(68.9%)、「製品の試作」を担う事業所が約4割(39.6%)を占める[図表18]。
- ◆ 本調査では、自社製品あるいは他社製品の「研究開発や企画・設計を行っている」区内ものづくり関連企業のうち、「製品の研究開発、企画・設計」あるいは「製品の試作」の機能を担うものの、「製品の生産」は手がけていない事業所が区内にある企業を「ファブレス企業」と位置付ける。

図表17. 製品の研究開発や企画・設計の有無  
 <複数回答設問>

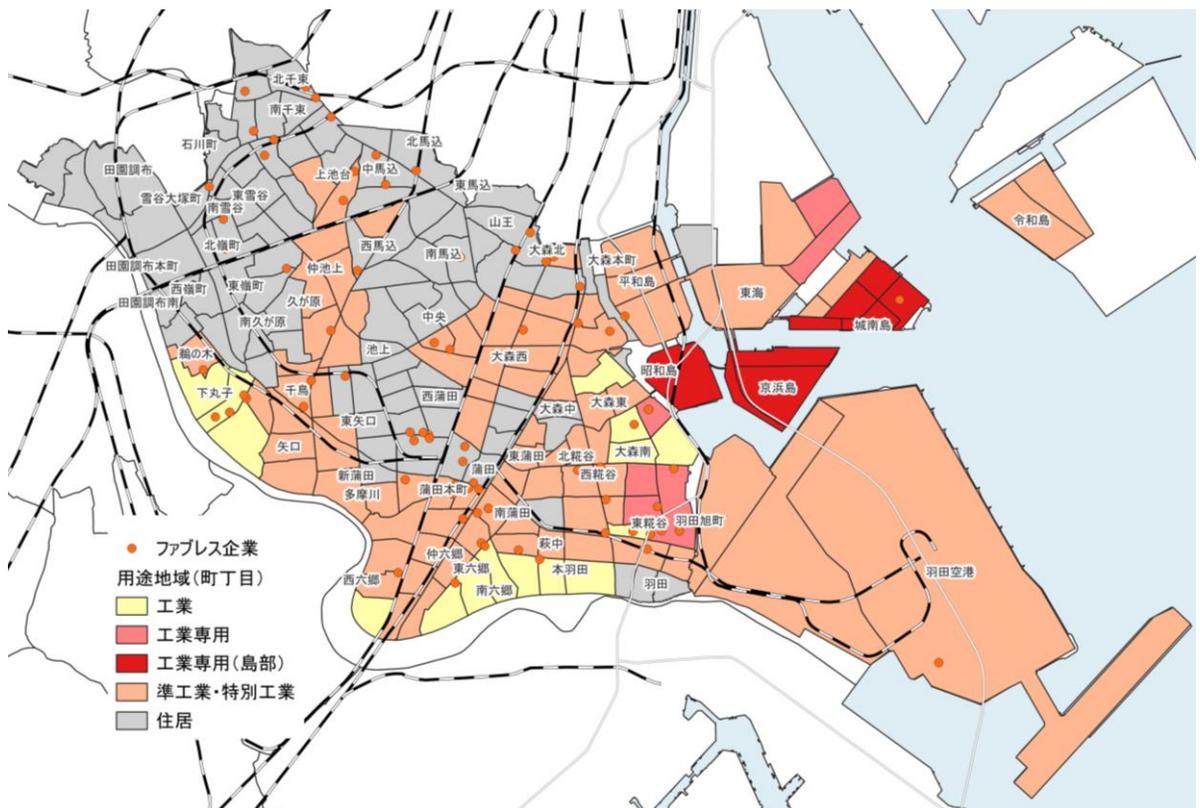


図表18. 製品の研究開発や企画・設計における自事業所が担う機能  
 <複数回答設問>



- ◆ ファブレス企業の事業所は区内広範に立地しており[図表19]、区内ものづくり企業等と連携することで、活発な事業活動を展開している事例もみられる。

図表19. 製品の企画・設計や試作を行う事業所 (ファブレス企業) の立地



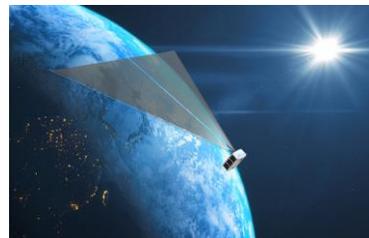
(注釈) 作成重ね合わせるベースマップデータの関係から、町丁目の一部が白地表記になっている箇所がある

## 区内に立地するファブレス企業

### 株式会社cosmobloom (<https://cosmo-bloom.com/>)

#### 【超小型人工衛星の柔軟展開構造の設計・解析、装置開発】

同社は、超小型人工衛星の展開構造物の受託設計、人工衛星の運用後に軌道から離脱・廃棄するための「デオービット装置」、宇宙での通信ネットワークに必要となる超軽量の大型膜面アンテナの製品開発等を手がける大学発のスタートアップである。柔軟な展開構造物の独自解析技術に強みがあり、今後は、宇宙太陽光発電の実現に向けた研究開発や宇宙事業の地上産業への応用、海外市場の開拓を目指している。



開発中のデオービット装置

#### 【区内ものづくり企業との連携、高品質のものづくりを実現】

同社は、「六郷BASE(大田区南六郷創業支援施設)」に入居しており、区内ものづくり企業との協業を意向、実際に製造を依頼している。例えば、大田区産業振興協会が実施する展示会「Meet New Solution in OTA」を通じて出会った区内ものづくり企業には、自社製品の開発に必要な膜の製作を依頼している。

自社はファブレス企業のため、高い品質のものづくりを行う企業が集積している大田区的环境が大変魅力的であると代表は話す。こうした企業との協業を通じ、成長を目指している。



### 株式会社トコシエ (<https://birtht.xyz/>)

#### 【日本初のベルトコンベア型3Dプリンターを開発】

同社は、日本初のベルトコンベア型3Dプリンターの開発、製造販売、造形受託等を手がける大学発のスタートアップである。同社の3Dプリンターは、ベルトコンベアを用いることで長物や大物の加工に対応できることに加え、造形物以外の部分を取り除く必要がないため、24時間365日、無人で造形が可能であることが特徴である。また、ハードウェアとソフトウェアを一気通貫で自社開発している点が強みであり、今後、米国や東南アジアなどの世界市場の開拓や逆輸入によるブランディングを目指している。



ベルトコンベア型3Dプリンター

#### 【区内ものづくり企業との連携や外部リソースを活用】

同社は、「六郷BASE(大田区南六郷創業支援施設)」に入居しており、3Dプリンターのフレームや各 부품の製造を区内ものづくり企業に依頼している。また、大田区産業振興協会の「ユナイト助成事業」を利用し、区内ものづくり企業との連携・協業を進めている。さらに、大田区産業プラザPiOで自主展示会を開催するなど、行政の支援を有効活用しながら、事業の拡大に邁進している。



## ユナイト助成事業

- ✓ 大田区産業振興協会は、スタートアップが直面する試作等の課題を区内で解決し、「ものづくりのまち」大田区としての認知度の向上を通じて、スタートアップの区内への立地を促すことを目的に『ユナイト助成事業』を実施しています。また、本事業では、スタートアップが有する付加価値の高い案件を区内に呼び込むこと、区内企業の受注増加・販路拡大及び技術力の向上を狙っています。
- ✓ 本事業は、登記から6カ月以上5年以内の区内外のスタートアップを対象に、区内企業への直接の依頼・発注業務に対して助成を行っています。

#### 助成対象事業

- ① 新製品や高性能製品を製造する際の部品・パーツ、ユニット・装置の試作・製造又は設計・製作委託
- ② 高度技術やノウハウが要求される、ものづくりを伴う研究・開発の委託
- ③ 高度なソフトウェアの設計、開発委託等
- ④ ①から③に係る要件定義や相談・助言・コンサルティング業務の委託

#### 助成限度額、助成率

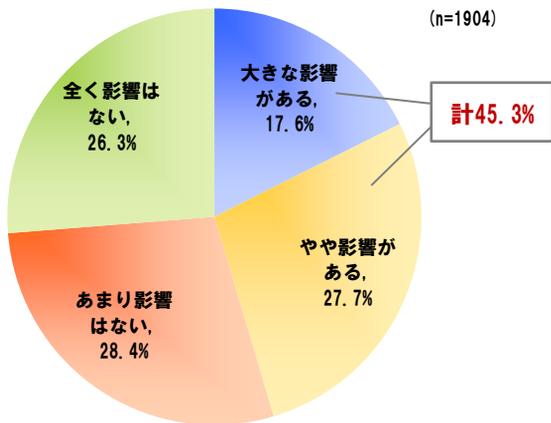
- ・ 区内に登記するスタートアップの場合：助成限度額は100万円、助成率は助成対象経費の1/2
- ・ 区外に登記するスタートアップの場合：助成限度額は50万円、助成率は助成対象経費の1/3



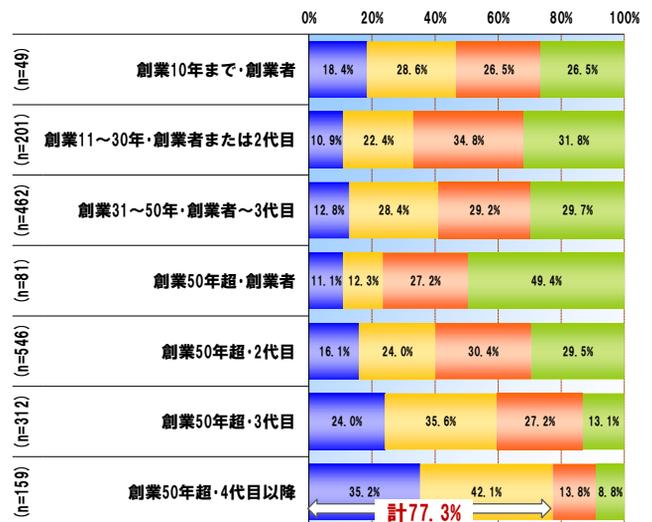
# 人材確保

- ◆ 人材不足が事業展開に及ぼす影響について、「大きな影響がある」と「やや影響がある」を合わせた「影響がある」という回答が5割弱(45.3%)を占める[図表20]。
- ◆ 企業のライフステージ別にみると、創業50年までの企業は、人材不足に関する影響度の認識に大きな差異はみられない[図表21]。
- ◆ 一方、創業50年超の企業では、「創業者」、「2代目」、「3代目」、「4代目以降」と事業承継が進むにつれて、人材不足の影響を大きく捉えている。特に、「創業50年超・4代目以降」の事業所は、8割弱(77.3%)が人材不足について影響がある(「大きな影響がある(35.2%)」、「やや影響がある(42.1%)」)と回答している。

図表20. 人材不足が事業展開に及ぼす影響度



図表21. 人材不足が事業展開に及ぼす影響度 (企業のライフステージ別)

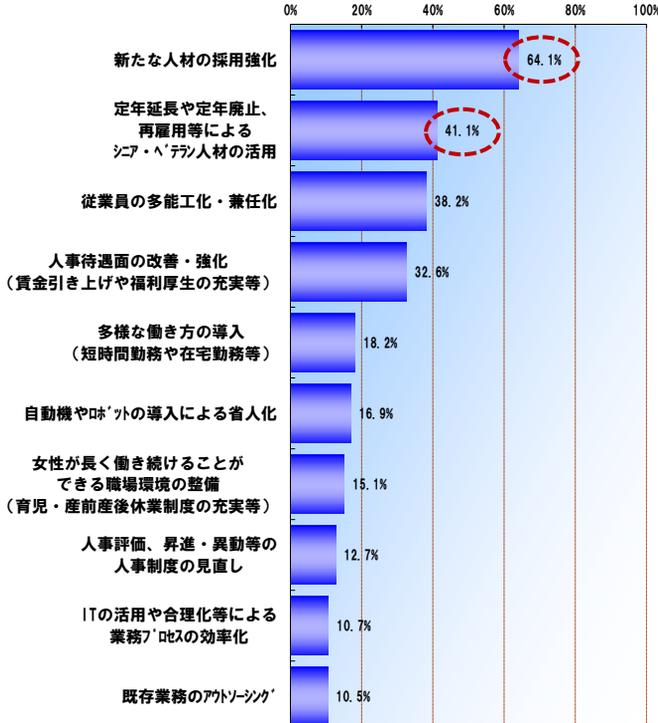


■大きな影響がある ■やや影響がある ■あまり影響はない ■全く影響はない

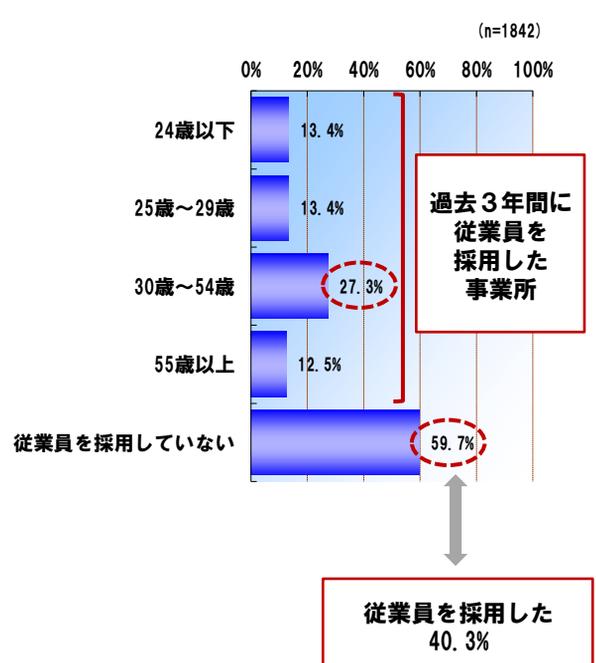
- ◆ 人材不足への対応策として、6割強(64.1%)の事業所が「新たな人材の採用強化」を挙げ、次いで、「定年延長や定年廃止、再雇用等によるシニア・ベテラン人材の活用」を挙げる事業所が4割強(41.1%)と多い[図表22]。
- ◆ 過去3年間に人材採用の実績を有する事業所は約4割(40.3%)に留まるが、採用を行った事業所では、20代だけでなく、「30～54歳」の採用を行う事業所が3割弱(27.3%)と比較的多くみられる[図表23]。

図表22. 人材不足への対応策

<複数回答設問・上位回答を掲載>



図表23. 過去3年間の採用実績 <複数回答設問>



# 人材確保に取り組む企業

## 株式会社マテリアル (https://www.material-web.net/)

### 【航空、宇宙、防衛産業の高品質・短納期 アルミ加工に強み】

同社は、非鉄金属の材料販売や切削加工部品の販売を手がけている。材料販売で創業し、現在はアルミ加工が主力事業となっている。品質を証明する国際規格であるJISQ9100にも対応しており、航空、宇宙、防衛産業を中心に幅広い顧客に対する高品質、短納期の対応を強みにしている。

### 【新卒の継続採用、「マテリアル技塾」による人材育成・定着】

同社は、新卒採用を重視しており、学校が主催する合同企業説明会に参加することで、ほぼ毎年新卒採用を実現している。また、「マテリアル技塾」と称して、毎週、外部講師の技術士を招聘し、若手社員の人材育成も強化している。多様なカリキュラムと膨大な資料が用意されており、新しい技術や日頃の業務で分からないことを確認できるとともに、国家検定技能資格であるマシニングセンタ技能士の試験対策にもなっている。こうした人材育成の取組や仕組みが奏功し、12名の従業員が特級及び1級等の国家検定技能士を取得しており、従業員の定着や顧客への信頼獲得につながっている。



マテリアル技塾の様子



## おしごとナビ大田区

- ✓ 大田区産業振興協会は、区内企業の求人情報サイト『おしごとナビ大田区』を開発しています。同サイトでは、製造業はもちろんのこと、建設業や商社・卸売業、情報・通信業など幅広い業種の求人情報を検索することができます。また、求人情報だけでなく、同サイトを介して人材採用に成功した企業へのインタビュー記事も掲載しています。
- ✓ 掲載料金は初年度25,000円+消費税、2年目以降の継続掲載料金は9,260円+消費税/年としており、低コストで長期の掲載が可能となっています。なお、初年度の掲載料金には、求人ページの作成、原稿作成、写真撮影も含まれており、低廉な価格で総合的な支援が受けられます。
- ✓ 大田区産業振興協会は、求人事業で連携している大学や専門学校で同サイトをPRしており、区内企業の人材確保に向けた後押しをしています。



おしごとナビ大田区



## Topic ものづくり企業への就職ガイドブック

### 東京商工会議所 大田支部 (https://tokyo-cci.meclib.jp/cci01\_1\_32/book/#target/page\_no=1)

#### 【地域産業を支援する商工会議所活動】

東京商工会議所は、東京23区内の会員(商工業者)で構成される総合経済団体である。本部と23区に各支部が設置されており、主に①経営に関する相談、融資の案内、ビジネス交流会等の企業をサポートする「経営支援活動」、②景況調査など企業の声を集め、行政機関等に円滑な経営を行うことができるよう、提言、要望する「政策活動」、③ビジネスや観光の推進をはじめとする地域経済の活性化を目指す「地域振興活動」の3つの柱で事業を展開している。

#### 【若者の地元定着を喚起するガイドブックを発行】

大田支部は、2022年に若者の地元定着を喚起し、区内中小ものづくり、技能職の働き方の良さをPRするガイドブックを発行した。ガイドブックでは、学校へのヒアリングを基に、習得できる技術、技能のみならず、若い技術者の職場での過ごし方や人間関係、お昼の様子や通勤手段など働き方全般について取材記事やコラムを掲載している。また、女性技術者や海外人材も仕事を通じて、いきいきと働ける社風等を紹介している。



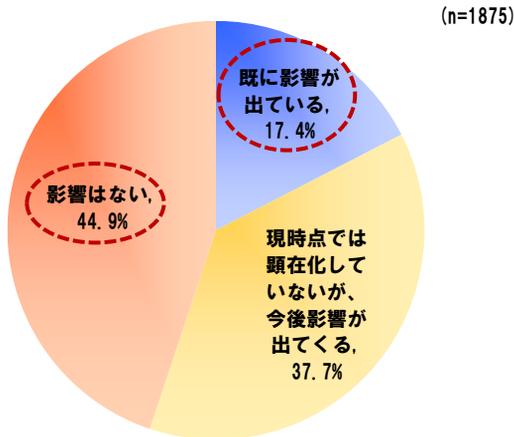
ものづくり企業への就職ガイドブック



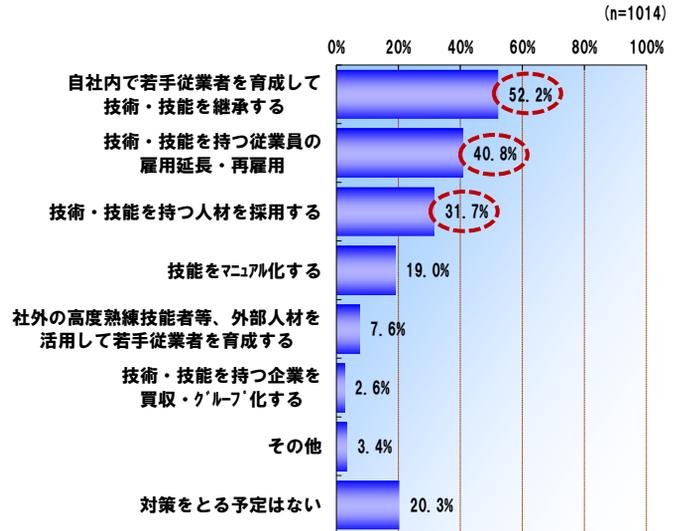
# 技術・技能の継承

- ◆ 従業員の退職や高齢化に伴う技術・技能の継承について、「影響はない」と回答する事業所が多く4割強(44.9%)を占める。一方、「既に、影響が出ている」とする事業所も2割弱(17.4%)みられる[図表24]。
- ◆ 技術・技能の継承に向けた対応策として、「若手従業員の育成」を挙げる事業所が5割強(52.2%)、「従業員の雇用延長・再雇用」を挙げる事業所が約4割(40.8%)と多い。また、「技術・技能を持つ人材を採用する」という形で対策を行う事業所も3割強(31.7%)と一定数みられる[図表25]。

図表24. 従業員の退職や高齢化に伴う技術・技能の継承に係る影響

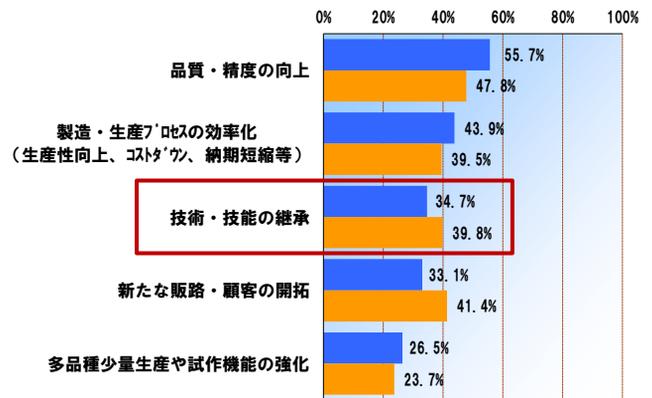


図表25. 技術・技能の継承に向けた対応策  
<複数回答設問>



- ◆ 事業戦略として、[現在]、「技術・技能の継承」に取り組んでいる事業所は3割強(34.7%)を占め、「品質・精度の向上」や「製造・生産プロセスの効率化」に取り組んでいる事業所に次いで多い[図表26]。
- ◆ 事業戦略上の論点のうち「技術・技能の継承」は、[現在]、[今後]ともに3番目に多く、経営上の重要課題として認識されている。また、事業戦略としての「技術・技能の継承」は、[現在]から[今後]にかけて取組意向の割合が3割強(34.7%)から約4割(39.8%)へと高くなっている。この点からも、各事業所において、技術・技能の継承に取り組むことが重要視されているとうかがえる。

図表26. 事業戦略（技術・技能の継承意向）  
<複数回答設問>



■ (n=1927) 現在、取り組んでいること  
■ (n=1932) 今後、特に力を入れて取り組みたいこと

電話ヒアリングでは、人材育成、技術・技能の継承について以下のような回答があった。

## 【人材育成の課題】

- ・ 製造業は人材の育成に時間がかかってしまう。技術の習得に最低3年、独り立ちまでに5年を要する。
- ・ 社内の人手不足により、一から教育する十分な時間が確保できない。

## 【若手人材の育成について】

- ・ 入社後に社内で教育するため、採用段階で必要なスキルは特にない。技術・技能の継承のため若手人材だとお良い。
- ・ 次世代の技術者の育成を目指し、ロボットコンテストの開催支援をしている。

voice



# 人材育成に取り組む企業

## 株式会社昭和製作所 (<https://showa-ss.jp/>)

### 【新入社員のスキル向上のための惜しみない支援】

同社は、材料試験片の製造を中心とした金属加工・機械加工を手がけている。現在の代表が就任した2012年頃から、人材の確保・育成に力を入れるようになり、新卒採用の社員が増えている。

人材育成はOJTが基本であるが、大田工業連合会が実施する「フライス盤・旋盤講座」等も活用している。また、新入社員に対して国家資格取得に向けた講座の開催や勉強時間を勤務時間内に設けるなど、スキル向上の機会を数多く提供している。その結果、社内の資格取得率は試験の合格率を上回っている。

### 【先輩社員との交換日記】

同社の特徴的な取組として、新入社員と先輩社員の交換日記がある。これは、入社後3か月間にわたって日々の出来事を記録していくもので、新入社員が悩みを話しやすくなったり、先輩社員が新入社員の不調に気がつきやすくなったりする効果があり、心身の不安を払拭することに一躍買っている。

同社が採用したいのは“自信はなくても、挑戦してみることが出来る人”である。その挑戦ができるように工夫を講じ、人材の育成と定着に力を注いでいる。



国家資格UT2受講中



## 次世代ものづくり人材育成事業（事業者向け）

- ✓ 区は大田工業連合会に委託し、次世代のものづくり人材育成を目的とした事業を実施しています。
- ✓ 製図やフライス盤等の基本的な操作方法の習得を目的とした「技術指導講習会」、新入社員を対象にビジネスマナーや社会人としての心構えを身につけてもらう「新規人材育成セミナー」などを開催しています。

経営技術指導講習会		実施内容	実施回数
技術指導講習会	CAD製図 初級講座	CADの基本操作、構造と機能といったCADの基礎的な知識を学びます。また、作図演習、図形入力、機械部品の作図等も行います。	年2回実施
	CAD製図 中級講座	CAD製図(初級)程度の技術を有し、職務上さらに高度な技術を有する方向けに、基本操作確認、図面編集、既存図面データ集利用、作図演習等を学びます。	年1回実施
	やさしい図面 の見方	ものづくりに欠かせない図面。この講座では、図面を読むための基礎を学びます。図面の役割や投影方法、各種記号の意味など必要な知識を習得します。	年2回実施
	フライス盤 ・旋盤講座	汎用旋盤、フライス盤の基本的な操作方法、加工の基本を実技を中心に学びます。	年2回実施
新規人材育成セミナー		新入社員の方々に社会人として活動を行っていく上での必要な心構え、ビジネスマナーなどを習得し、社会人として、そしてプロとして、会社及び社会の発展に貢献する人材になって頂くことを目的として実施します。	年1回実施
新規人材育成セミナー参加者のフォローアップセミナー		半年後に、新規人材育成セミナー参加者を対象にフォローアップセミナーを開催します。	年1回実施
次世代経営者育成セミナー		若手経営者、次期経営者、幹部社員を対象に、マーケティングや財務など経営に必要な知識を実践的に学びます。	2・7・10月に開催予定



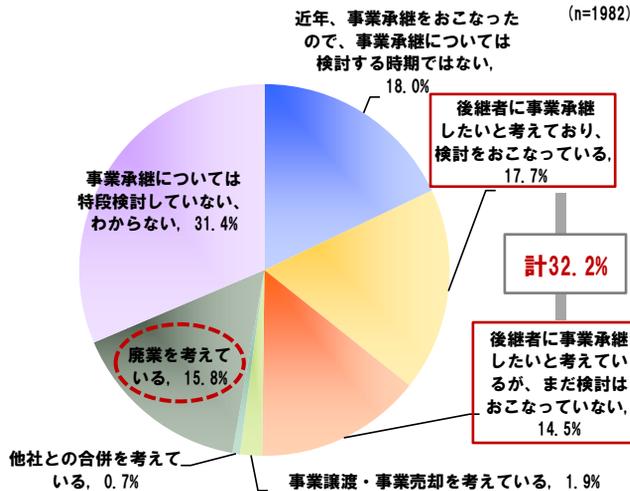
セミナーの様子



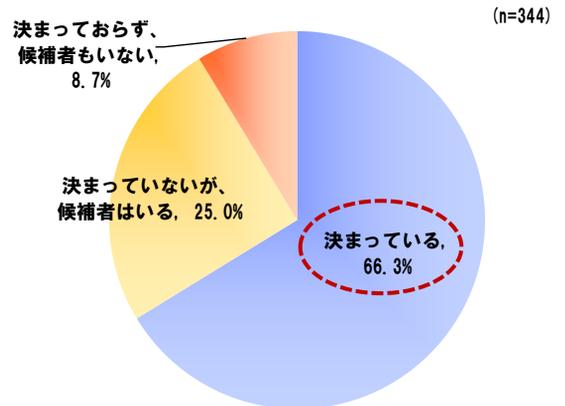
# 事業承継

- ◆ 事業承継に関する意向として、3割強(32.2%)が「後継者に事業承継したい」と回答している。一方、「廃業を考えている」との回答が2割弱(15.8%)を占める[図表27]。
- ◆ 「後継者に事業承継したいと考えており、検討をおこなっている」と回答した事業所のうち、7割弱(66.3%)では具体的な後継者が「決まっている」[図表28]。

図表27. 事業承継の意向

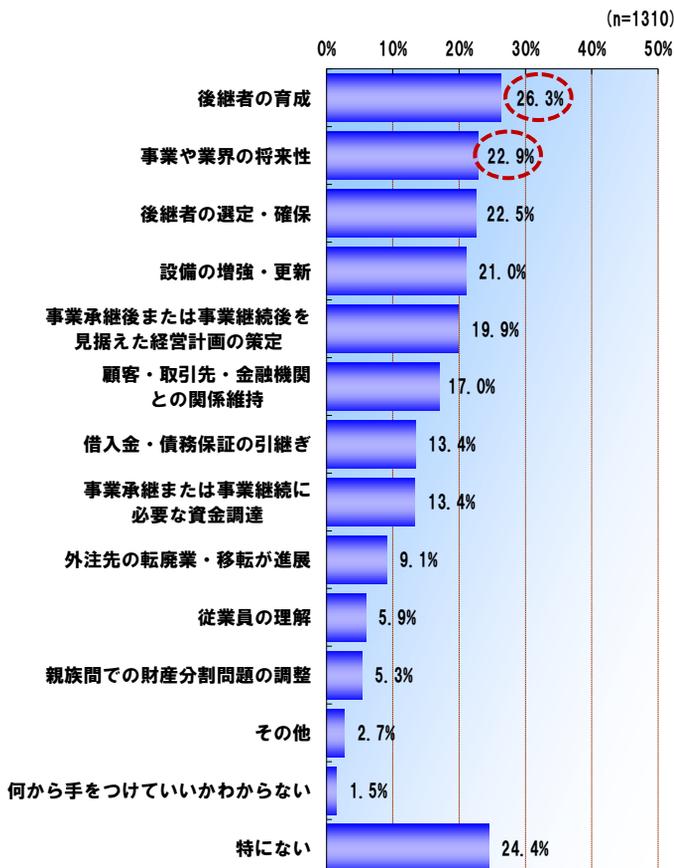


図表28. 後継者の有無

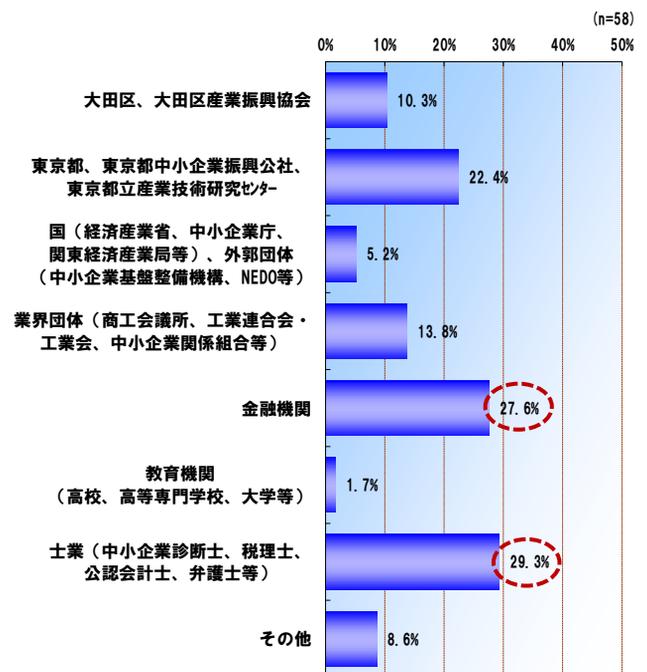


- ◆ 事業承継や事業継続の課題としては、「後継者の育成」が3割弱(26.3%)と最も多く、次いで「事業や業界の将来性」が2割強(22.9%)と多い[図表29]。
- ◆ 事業承継について相談を行った先としては、「士業(中小企業診断士等)」が約3割(29.3%)と最も多く、次いで「金融機関」が3割弱(27.6%)と多い[図表30]。

図表29. 事業承継・継続に関する課題  
<複数回答設問>



図表30. 事業承継に関する相談をした先  
<複数回答設問>



# 事業承継に取り組む企業

## テック大洋工業株式会社 (<https://www.ttkk.co.jp/>)

【2022年に事業承継を行った金属加工メーカー】

同社は、動物園施設や公園施設に設置されている製品(動物用の檻・遊具、公園の階段・歩廊デッキ、ベンチなど)をオーダーメイドで製作する金属加工メーカーである。

1948年の創業後、事業承継を経て現在は鳥潟佑樹氏が3代目の代表取締役就任している。同氏が父親の先代から事業承継を行ったのは2022年9月である。もともとは、他業種に勤務していたが、将来的に会社経営を引き継ぐことを念頭に置いて2002年に入社。10年ほどは、ものづくりの現場、営業職等を経験し、その後、副社長を経て現在に至っている。

【地元の経営者ネットワークを通じて会社経営のノウハウを学ぶ】

社長業を学ぶにあたっては東京中小企業家同友会の存在が大きかったと代表は話す。同友会の太田支部では部会や勉強会といった集まりが定期的に開催されており、同年代やベテランの経営者と交流するなかで会社経営に必要なことを学んだり、経営者間のネットワークを構築している。

また、事業承継の際には、中小企業基盤整備機構のハンズオン支援や東京都中小企業振興公社の設備投資支援等、公的支援策も活用している。



日立市かみね動物園 猛獣舎



## ビジネスサポートサービス 専門家派遣

- ✓ 大田区産業振興協会は、経営に関する悩みを抱えている区内中小企業者及び個人事業者を対象として、約100名の登録者の中から適する資格・経験を有する専門家を派遣し、課題解決へ向けたアドバイスを行っています。
- ✓ 専門家によるサポート分野は、経営全般(人事、組織運営、IT利活用等)、販路開拓、法律・財務、製品開発、設計・デザイン、設備導入、海外ビジネスなど多岐に渡っており、例えば、「事業承継」に関する知見を有する専門家は40名弱登録されています(2025年1月時点)。
- ✓ 利用時間の上限は、案件の数に関わらず年度内20時間(但し、同じ専門家に相談できる上限は15時間)で、料金は無料です。本サービスの利用にあたっては、まず必要事項・相談内容を申し込みフォーム等に記入して申し込んだ後、担当者との事前ヒアリングを経て、専門家が決まります。

過去の相談内容(例)

- ・先代から事業を引き継いだけれど...
- ・どの程度の売り上げで黒字になる?
- ・働き方改革!生産性を向上したい
- ・効果的な自社PR方法は?
- ・次世代を担う人材を確保したい!



## Topic 事業承継マッチング

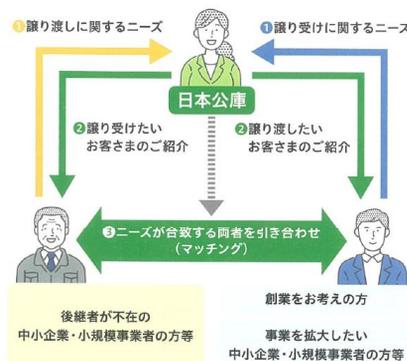
### 株式会社日本政策金融公庫 (<https://www.jfc.go.jp/>)

【第三者間での事業承継に向けたマッチング支援】

後継者の不在等を理由に第三者に「事業を譲り渡したい」と考えている小規模事業者と、創業や事業拡大等のために第三者から「事業を受けたい」と考えている小規模事業者や創業希望者に対して『事業承継マッチング支援』を行っている。

具体的な流れとしては、マッチングを希望する事業者が登録した情報をもとに、公庫がマッチング候補を探索し、相手先が見つかった場合には、事業者同士の面談をセッティングする。

近年、「事業を受け継いでスタートする創業形態」(公庫では「継ぐスタ」と呼称)への関心が高まっているなか、創業を検討している方が事業を引き継ぐお相手を探す際にも本サービスを利用することができる。



事業承継マッチング支援の流れ



# 環境負荷軽減に関する取組

- ◆ 新規顧客・新事業分野の開拓にあたり、関心分野として「環境、エネルギー」を挙げる事業所は一定数みられる。
- ◆ このなかで、「環境、エネルギー」を現在の主力事業分野とする事業所(6事業所)は少ないが、主力事業とは別に新たな事業分野の開拓として「環境、エネルギー」に取り組む意欲を有する事業所は9割強(94.4%)を占める[図表31]。

図表31. 新規顧客・新事業分野の開拓にあたって関心のある分野

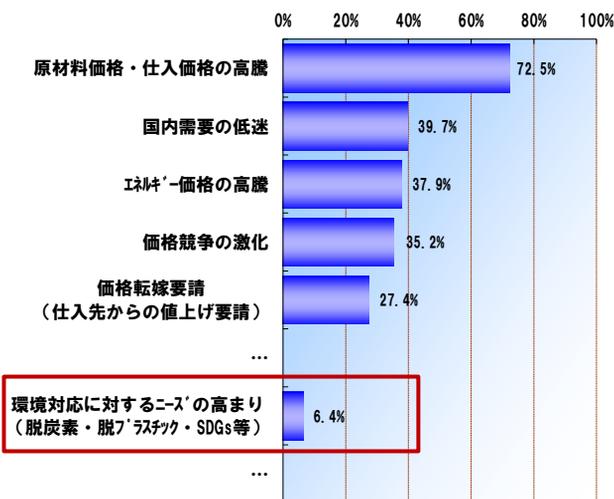
関心のある分野 (複数回答)…①	新規顧客・新事業分野の開拓にあたって関心のある分野												
	生産 用装置 ・ 機械	ヘル ス医療 ・ ケア	エ レク トロ ニクス	半 導 体	宇 宙	航 空	モ ビ リ テ ィ	エ ネ ル ギ ー 環 境 ・ エ ネ ル ギ ー	ロ ボ テ ィ ク ス	建 築 ・ 土 木	I T ・ 通 信	食 料 品	生 活 用 品 ・ 衣 料
①	284	180	169	136	129	107	96	72	68	65	40	35	
②	152	16	39	3	31	6	2	18	3	20	8	6	
③	132	164	130	133	98	101	94	54	65	45	32	29	
③の割合(③÷①)	46.5%	91.1%	76.9%	97.8%	76.0%	94.4%	97.9%	75.0%	95.6%	69.2%	80.0%	82.9%	

- ◆ 市場・競争環境の変化として「環境対応に対するニーズの高まり」を挙げる事業所[図表32]や、[現在]の事業戦略として「エネルギー・環境対策」を挙げる事業所[図表33]はそれぞれ1割に満たない(6.4%、5.7%)。
- ◆ 一方、「エネルギー・環境対策」では、[現在、取り組んでいること(5.7%)]よりも、[今後、特に力を入れて取り組みたいこと(9.3%)]として挙げる事業所は増加していることから、今後、環境負荷軽減や社会の持続可能性を意識した経営、事業活動に取り組む事業所が増えていくことが期待される[図表33]。

図表32. 市場・競争環境の変化

<複数回答設問・一部回答を掲載>

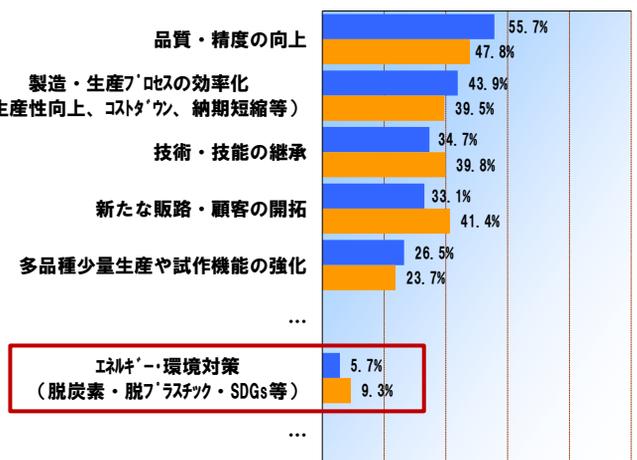
(n=1939)



図表33. 今後の事業戦略(環境配慮)

<複数回答設問・一部回答を掲載>

0% 20% 40% 60% 80% 100%



■ (n=1927) 現在、取り組んでいること  
■ (n=1932) 今後、特に力を入れて取り組みたいこと

電話ヒアリングでは、環境負荷軽減の取組について以下のような回答があった。

## 【取組の必要性】

- ・ 取引先である大手企業からの要請があるため。
- ・ 国の基準に適合させて、環境配慮製品の認定を取得するため。
- ・ 社内で環境負荷軽減への意識の高まりがあるため。

## 【今後取り組みたいこと】

- ・ 太陽光パネルの設置や脱炭素化に取り組みたい。
- ・ 電気代の削減、プラスチック削減に取り組みたい。



## 環境負荷軽減に取り組む企業

## 株式会社ヨシザワ (http://www.4438.co.jp/)

## 【設備更新による環境負荷軽減】

同社は、金属切削加工を手がける企業である。顧客の主力事業や切削する部品の用途は様々だが、受注の多くが大企業からの一次受けである。「大田区企業立地・SDGs促進助成金」等の助成金を活用しながら、空調等を最新機種へ入れ替え、照明をLED化するなど工場内の省エネ化や二酸化炭素排出量の削減が図られている。

## 【環境負荷軽減の取組が職場環境の改善にも寄与】

設備更新によって得られた効果は省エネだけではない。例えば、空調の設置場所を床から壁に変えたことで有効床面積が増え、機械の増設が可能となり業務効率化につながった。また、空調・排気の見直しを図ったことで工場内が適温に保たれたり、加工時の粉塵が舞いにくくなる効果があったという。

当初は大企業からの要請に応じて工場・生産プロセスの環境負荷軽減に対応していたが、結果として職場環境の改善が図られたことで人材の新規採用にもつながった。地球にとっても働く人にとっても良い環境を作ることで、自社の成長につなげていきたいと代表は話す。

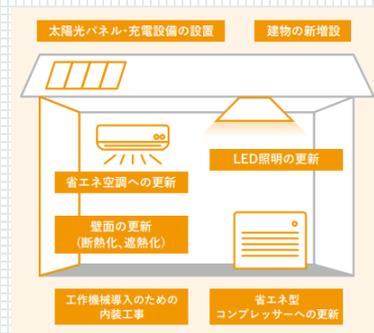


環境負荷軽減等に取り組む本社工場



## 大田区企業立地・SDGs促進助成金

- ✓ 区は、区内立地の促進に加え、新たに脱炭素化・生産性向上に取り組む企業を支援し、区内のSDGsを力強く推進するため、これまでの「大田区ものづくり工場立地助成」と「大田区研究開発企業等拠点整備助成」を統合し、『大田区企業立地・SDGs促進助成金』を創設しました(2024年度開始)。
- ✓ 本事業は、1年以上同一の業種を営む中小企業者のうち、製造業または研究開発企業(ファブレス企業を含む)を対象としています。また、貸工場経営者も対象となります。
- ✓ 本事業は、太陽光パネルの設置や省エネ空調への更新等、脱炭素化に寄与する建物附属設備の整備費用を助成するもので、生産性向上に係る工事も助成の対象となります。補助率は1/3、補助限度額は製造業・貸工場経営者の場合は1,000万円、研究開発企業等(ファブレス企業含む)の場合は500万円、いずれも50万円以上の工事の場合に申請ができます。



本助成金の活用イメージ



## ものづくり企業立地継続補助事業

- ✓ 区は、東京都との連携のもと、防音・防臭・防振等の操業環境の改善に係る経費や区内工場の外壁美化、緑道・オープンスペースの整備といった地域との調和・共生のために行う事業に係る経費の一部を助成しており、ものづくり企業の立地継続を支援しています。
- ✓ 区内中小企業者と区内へ移転する都内中小企業者が補助対象ですが、工場の新増築及び工業専用地域に立地する工場の改修については対象外となります(他の用途地域に接している工場は対象になる場合があります)。
- ✓ 対象経費の合計が100万円以上の事業を対象として、補助対象経費の3/4を補助します(補助上限額は375万円)。
- ✓ なお、『大田区企業立地・SDGs促進助成金』と同補助事業に関する相談や申請受付業務は区が委託する日本立地センターが担当しています。同センター担当者が現場を訪問したうえで、申請を検討する事業者の相談にきめ細かく対応します。

## 過去の活用事例

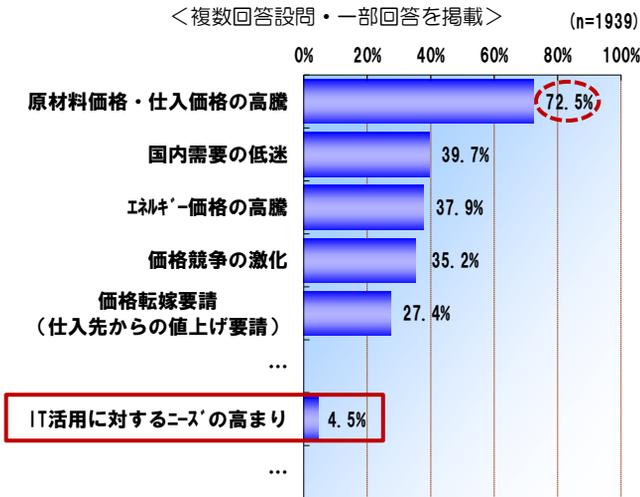
- ・ 防音のための外壁改修
- ・ 著しい操業環境改善効果が見込まれる防臭対策のための設備更新
- ・ 静音機能の高いコンプレッサーの導入



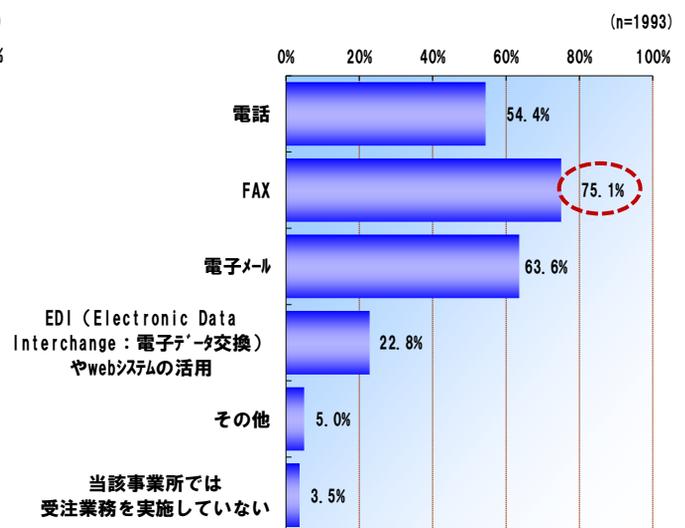
# デジタル化

- ◆ 市場・競争環境の変化として、「原材料価格・仕入価格の高騰」を挙げる事業所が7割強(72.5%)と最も多い。これに対して、「IT活用に対するニーズの高まり」を挙げる事業所は1割に満たない(4.5%)【図表34】。
- ◆ 区内ものづくり企業は、受注の連絡手段として、依然として「FAX」を利用する事業所が8割弱(75.1%)を占める【図表35】。
- ◆ [現在]の事業戦略として、「その他のIT投資」や「3次元CAD/CAMの導入」を挙げる事業所がそれぞれ1割弱(7.7%、7.3%)みられる。また、「その他のIT投資」では、[現在、取り組んでいること]が1割弱(7.7%)、[今後、特に力を入れて取り組みたいこと]が1割強(13.7%)であり、[現在]から[今後]にかけて取組意向の割合が高くなっていることから、今後、デジタル化が進んでいくことが期待される【図表36】。

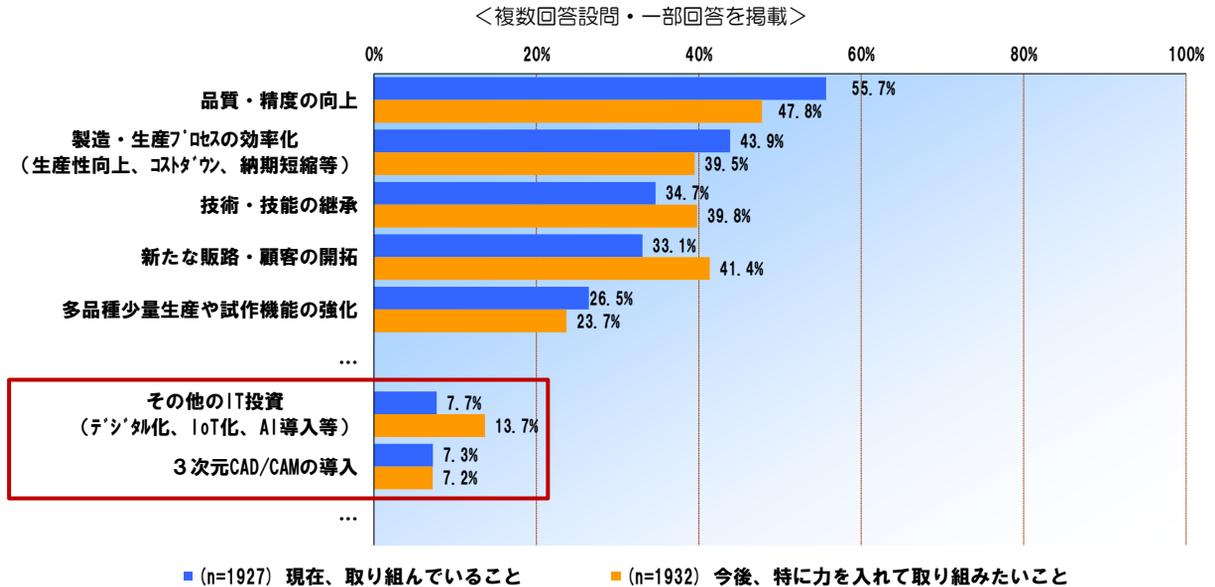
図表34. 市場・競争環境の変化



図表35. 受注の連絡手段 <複数回答設問>



図表36. 事業戦略 (デジタル化関連)



電話ヒアリングでは、デジタル化の取組について以下のような回答があった。

【デジタル化の取組の必要性】

- ・ 取引先の大手企業から要望があり、情報セキュリティシステムの投資が必要である。
- ・ 製品出荷時の検査内容が高度化しており、アナログでは追いつけない。

【今後取り組みたいこと】

- ・ 見積システムと図面管理システムを統一し、受注の効率化・紙削減につなげたい。
- ・ 協調型ロボットを導入し、組み立て作業の効率化を図りたい。
- ・ AIを活用した図面作成の効率化システムを導入し、職人の勤・知見を継承したい。
- ・ AIの予測に基づく在庫管理を行いたい。

voice



## I-OTA合同会社 (https://i-ota.jp/)

## 【ビジネスチャンスを獲得するためのプロジェクト型共同事業体】

工場が集積している大田区には、自社では切削作業しかできなくても、近隣工場に他の工程の仕事をまわしながら、受注した業務を完結できるネットワークがある。各社がそれぞれ得意な業務を担いながら1つの形にしていくプロセスは「仲間まわし」と呼ばれているが、近年、区内ものづくり企業の減少とともに、その伝統が薄れつつあるのではないかと危惧されている。同社はこうしたなか、高い加工技術を有する工場が協力・補完し、新たなビジネスチャンスを獲得していくためのコンソーシアムであり、また、「発注者」と「ものづくり企業」の両者をつなぐ役割を担う主体として、「ものづくりのまち」大田区から生まれたプロジェクト型共同事業体である。



知見を持ち寄る会議

## 【デジタル化による仲間まわしのアップデート】

ものづくりの現場では電話やFAXのやり取りが多かったが、アナログな方法では効率も悪く課題が多かった。そこで同社は、製造業向けのシステム開発を手がけるIT企業とともに、クラウドシステム「プラットものづくり」を構築した。同サービスでは、相談内容をもとに最適な知見や技術を持つ町工場の検索から、見積依頼や発注まで同一システム上で完結する。発注者からの相談・交渉の効率・迅速化を推進するとともに、ものづくり連携をデジタルで広げることで高付加価値なものづくり案件の受注にもつながってきている。



## デジタル化支援事業

- ✓ 大田区は、高度な加工技術を持つ中小企業が集積する国内有数の「ものづくりのまち」であり、ものづくり企業群の更なる発展と事業継続には、DXやデジタル化の推進による生産性の向上、高付加価値化の実現が重要とされています。
- ✓ こうしたなかで、区は大田工業連合会に委託し、区内中小製造業のデジタル化の推進を目的とする『デジタル化支援事業』を実施しています。
- ✓ 本事業は、区内中小製造業を対象として、専門的知識と中小企業への支援実績を有するITコーディネータが、企業の経営戦略や課題に対応したデジタル化のロードマップの策定、業務のデジタル化等を実現するため、伴走支援を行っています。

## ITコーディネータによる伴走支援

- 経営戦略等のビジョンの確認
- 課題と根本原因の洗い出し
- 業務のデジタル化
- デジタル化計画の策定



## デジタル化支援事業の活用例

## 日新電気株式会社 (https://nissindenki.com/)

- ✓ 同社は、見積時に想定していた加工時間と実際にかかった加工時間との差分を適切に把握できておらず、一部の受注業務では赤字が生じているのではないかと懸念を持っていた。また、生産管理システムを十分に使いこなせていなかったため、実際の加工時間を把握・管理する方法が確立できていないという課題も抱えていた。
- ✓ そこで、「デジタル化支援事業」を活用し、まずは社内の既存システムを活かし、費用をかけずにどのような解決策をとることができるか、専門家の支援を得ながら検討を進めた。結果、頻繁に発生する作業工程を細分化し生産管理システムに登録するとともに、システムの使用が難しいベテランの作業員に対しては、現場で実際に加工に要した時間を指示書に記載し、事務スタッフがシステムに入力することにした。
- ✓ 同社は、デジタルとアナログの良いところを掛け合わせ、現場の実態にあった現実的な課題解決の取組を行った。原価管理や製造工程の効率化による利益率の向上が見込まれていると代表は話す。



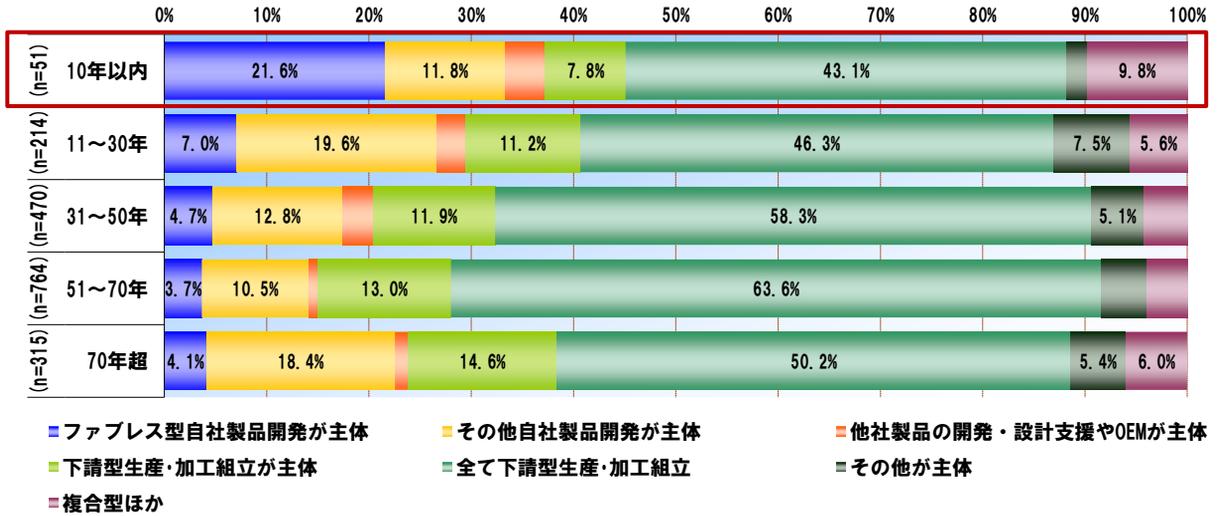
ITコーディネータとの打合せ



# 創業年数別の企業の特徴

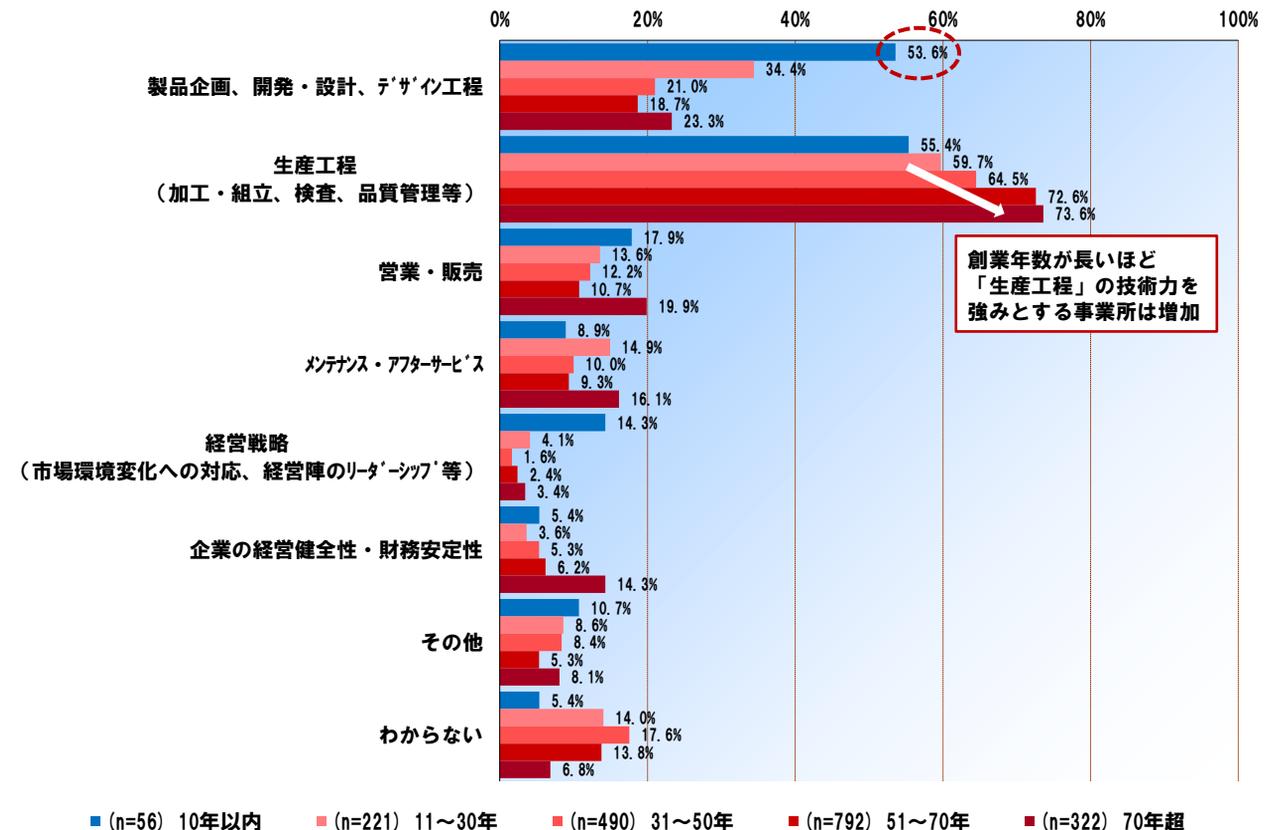
- ◆ 区内ものづくり企業について創業年数別に受注形態をみたところ、創業10年以内の企業は、自社工場を持たず、自社製品の開発を中心に事業を営む「ファブレス型自社製品開発が主体」に該当する事業所が2割強(21.6%)と顕著に多い。一方、全ての階層のなかで比較すると「全て下請け型生産・加工組立」に該当する事業所が4割強(43.1%)と少ないことがうかがえる[図表37]。

図表37. 受注形態（創業年数別）



- ◆ 区内には、「生産工程」に関する加工等の技術力を顧客に対する強みとする事業所が多く、創業年数が長いほど、「生産工程」における技術力を強みとする事業所は増加している[図表38]。
- ◆ 一方、創業10年以内の企業では、「製品企画、開発・設計、デザイン工程」を強みとする事業所が5割強(53.6%)を占め、これまで区内に立地していたものづくり企業とは異なる特徴がみられる。
- ◆ 区内に立地するスタートアップのなかには、デジタル化を通じて、「製品企画、開発・設計等」や「生産工程」の高度化、業務効率化に資するサービスを提供する企業もみられる。こうした企業と区内ものづくり企業の連携が深まることで、区内ものづくり産業の競争力の強化、事業成長につながっていくことが期待される。

図表38. 顧客に対する強み（創業年数別）＜複数回答設問＞



創業年数が長いほど「生産工程」の技術力を強みとする事業所は増加

## 区内に立地するスタートアップ

株式会社KAMAMESHI (<https://kamameshi.com/>)

## 【製造業を横断的につなぐプラットフォームを提供】

同社は、「六郷BASE(大田区南六郷創業支援施設)」に入居しており、製造業が抱える設備の老朽化、廃棄・社内滞留している大量の予備品の課題に対し、部品の管理・シェアリングサービスや、設備技術・人材の保全コンサルティングを手がけ、製造業を横断的につなぐプラットフォームを提供している。代表は、経済産業省の制度を活用し、大企業に在籍しながら自身が立ち上げた企業に出向する新たな起業のスタイルで経済界からも注目されている。



在庫管理&amp;売買マッチングのプラットフォーム

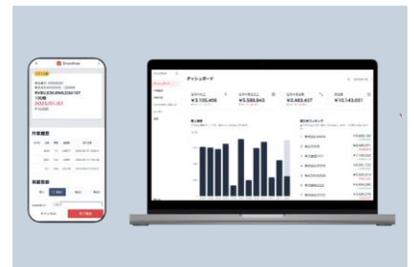
## 【事業継続、防災の観点から中小製造業へサービス拡大】

同社は、現在のところ大企業や中堅企業からの引き合いが比較的多いが、事業継続計画(BCP)や防災の観点から、今後は中小ものづくり企業へのサービス提供の拡大を目指している。特に、中小ものづくり企業は設備保全の担当者が自社におらず、電気設備等のメンテナンスがままならないケースも多い。結果、設備に不具合が生じ、火災等の発生リスクも懸念されている。こうした企業に対し、設備やラインのマップを数時間で作成し、経験豊富なエンジニアの派遣を行う設備保全のコンサルティング・サービスも提供している。

株式会社DrumRole (<https://drumrole.jp/>)

## 【ものづくり現場で“修行”し、製造業向けのITサービスを開発】

同社は、「六郷BASE(大田区南六郷創業支援施設)」に入居しており、現場が抱えている課題、作業員の実態にフォーカスしたITサービスを開発するスタートアップである。代表の2名は、起業のため勤めていた大企業を退職し、修行と位置づけ区内外のものづくり企業で約半年間、フルタイムで勤務した。現場における製造、品質管理、営業販売に自らが深く関わることで得た経験を活かして、製品を開発している。



町工場向けクラウド型生産管理システム

## 【現場での経験を活かしたシンプルで使いやすい製品】

ものづくり企業での修行を通じて、現場で得た「最低限これだけあれば問題がない」という認識・実感をもとに、機能を本当に必要なものに絞ることで、シンプルで、安く、使いやすいシステムの実現を目指し製品を開発した。一つの例としては、現場ではパソコンよりもスマートフォンを誰もが日常的に使用していることに気がついた。そこで、スマートフォンで入力・操作する設計としたことで、抵抗感なく現場に受け入れられるなど、これまでITシステムを導入してこなかったものづくり企業からも、高い評価を得ているという。



## 六郷BASE (大田区南六郷創業支援施設)

- ✓ 区は、2021年10月に創業支援施設として『六郷BASE(大田区南六郷創業支援施設)』を開設しました。新ビジネスに挑戦するスタートアップや起業家、起業希望者、中小企業に対して、ワークスペース、ノウハウ、マッチングの機会を提供しており、仲間と切磋琢磨できるコミュニティの形成を目指しています。
- ✓ 同施設は、ハード、ソフトの両面における支援が充実しています。ハード面では、3Dプリンターやレーザーカッター等を配置した試作室を設けており、アイデアを形にする上で初期のプロトタイプ製作がしやすい環境です。ソフト面では、コミュニティマネージャーが常駐しており、入居企業とも密なコミュニケーションをとるとともに、入居者間の交流を促進しています。また、インキュベーションマネージャーによる定期面談の実施や手厚い伴走支援によって、企業の事業成長を促進しています。
- ✓ さらに、起業・経営、マッチングに役立つイベントを随時開催しており、区内のスタートアップ等の成長に有用な情報の提供や、区内ものづくり企業をはじめとする幅広い企業とのネットワーク構築を支援しています。



施設内観

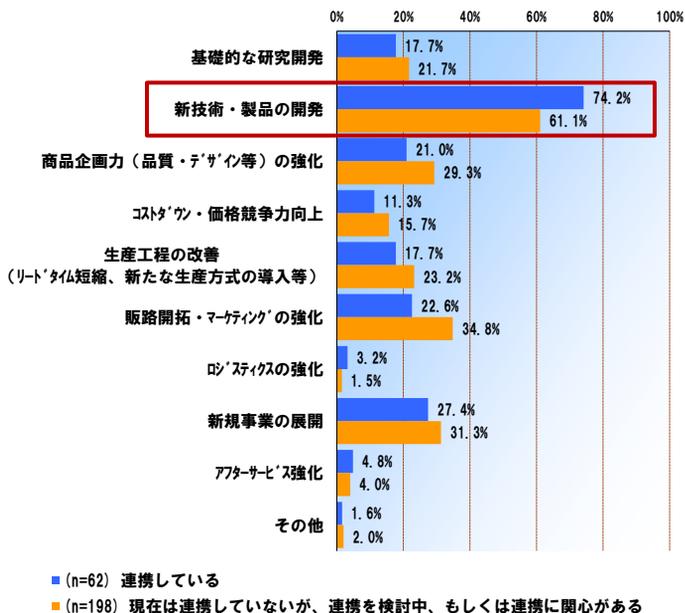
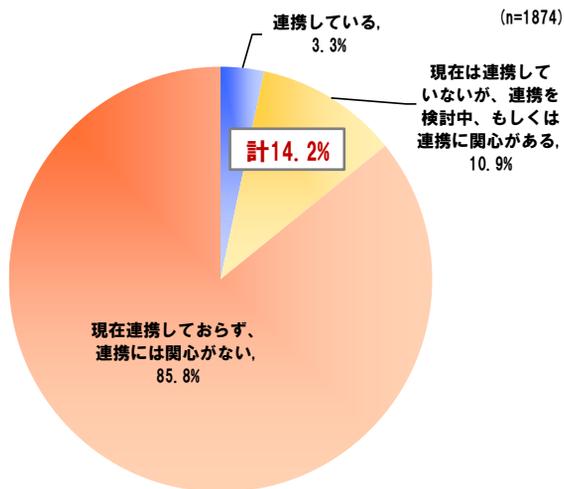


# スタートアップとの連携

- ◆ スタートアップと「連携している」事業所は1割に満たず(3.3%)、「連携を検討中、もしくは連携に関心がある」事業所の約1割(10.9%)と合わせても1割強(14.2%)に留まる[図表39]。
- ◆ これらの企業は、「新技術・製品の開発」を目的にスタートアップとの「連携を実施」あるいは「検討している」割合が最も高く、それぞれ7割強(74.2%)、6割強(61.1%)である[図表40]。

図表39. スタートアップとの連携実績、連携意向

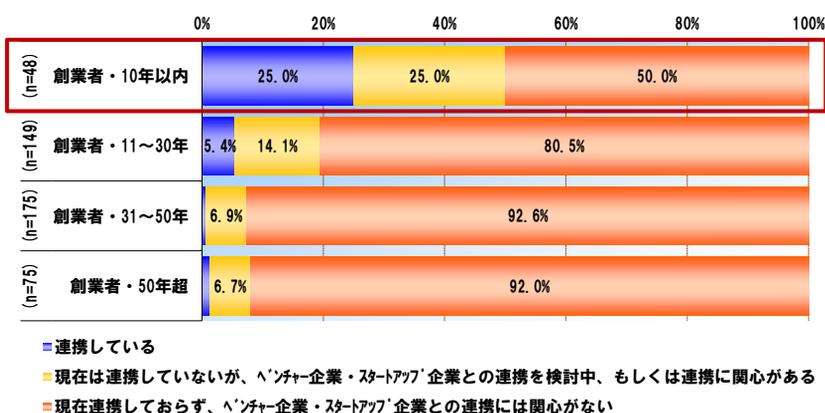
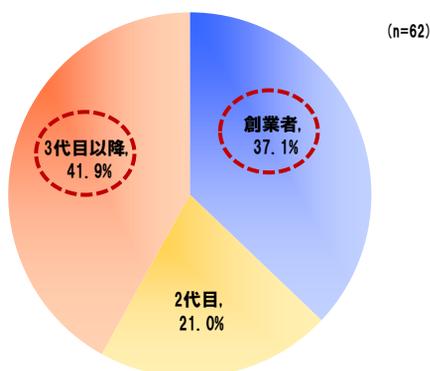
図表40. スタートアップとの連携目的 <複数回答設問>



- ◆ スタートアップと連携している事業所は、経営者が「3代目以降」あるいは「創業者」の割合が高く、それぞれ4割強(41.9%)、4割弱(37.1%)である[図表41]。
- ◆ 特に、経営者=創業者の事業所をみると、創業10年以内の企業は、区内外のスタートアップと「連携している」、「連携を検討中、もしくは連携に関心がある」がそれぞれ3割弱(25.0%)と顕著に多い[図表42]。

図表41. 経営者の代とスタートアップとの連携実績

図表42. 企業のライフステージとスタートアップとの連携意向



電話ヒアリングでは、スタートアップとの連携について以下のような回答があった。

**【連携のきっかけ】**

- ・ 大田区産業振興協会主催の展示会や交流会でベンチャー企業と接点を持ったため。
- ・ 企業同士の紹介、大田区産業振興協会からの紹介があったため。

**【連携の成果や期待すること】**

- ・ 数社で連携して大学発ベンチャーと開発に取り組んでおり、情報共有や勉強の良い機会となっている。
- ・ 大学や企業と連携して開発に取り組んでいる。複雑な部品で単価も高いため、将来的な売り上げ増加を期待している。

## 株式会社極東精機製作所 (https://www.kyokutouseiki.co.jp/)

### 【高精度金属加工の強みを活かし、経営を革新】

同社は、切削を中心にした難削材や異形ワークの高精度加工等の金属加工の強みを活かし、美容機器等のODM事業を拡大している。ルール化、人材育成、最新化・自動化、チャレンジという4つのアクションを掲げ、経営革新を推進しており、売上も急増している。今後は、商社機能や地域におけるハブ企業としての機能を強化し、事業基盤を固めようとしている。



共同開発した超高速3Dプリンター

### 【スタートアップとの協業で超高速3Dプリンターを共同開発】

同社は、インキュベーターとして、2021年から株式会社グーテンベルク等のスタートアップ3社の支援と協業を進めている。「ゼロ距離連携」と称して、スタートアップが抱える課題に果敢に挑みながら、異分野への進出や新規事業を創出している。

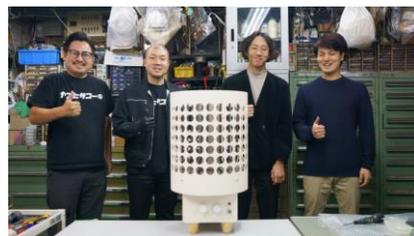
株式会社グーテンベルクとは、従来の10倍速で造形可能な超高速3Dプリンターをわずか3か月で共同開発し、切削加工中心だった製造工程の革新を目指す。同社の高精度な加工技術や量産力と、ベンチャーフレンドリープロジェクトを共に推進する有限会社安久工機の機能試作力が相まって事業化につながった。



## 有限会社安久工機 (https://www.yasuhisa.co.jp/)

### 【アイデア・構想からカタチをつくる試作開発コーディネータ】

同社は、“モノづくり天国”をつくることを経営理念に掲げ、アイデアと構想からカタチをつくりだす試作開発コーディネータである。長年の医工学研究連携で培った「ゼロ→イチ」の開発設計力、構想設計から加工・調達、組立調整までのワンストップでの一貫対応力、知恵と複合的な技術のネットワーク力を強みに、あらゆる「つくりたい」という想いを叶えようとしている。



安久工機×ベンチャー

### 【「ベンチャーフレンドリー塾」によるコミュニティの形成】

同社常務取締役の田中宙氏は、ベンチャーフレンドリープロジェクトを発足、同プロジェクトの勉強会である「ベンチャーフレンドリー塾」に会長として携わり(副会長は株式会社極東精機製作所代表取締役社長の鈴木亮介氏)、コミュニティ形成に取り組んでいる。参加者とは技術的親和性よりもベンチャー企業の話聞いてくれるベンチャーフレンドリーな姿勢やマインドがあるか、実際にどのようなプロジェクトで何を製作した経験値があるかを可視化したいと話す。

今後は「(仮称)ヤスヒサイバネーションラボラトリー」を開設し、スタートアップとの協業を加速させる意向である。



## ベンチャーフレンドリー塾

- ✓ 大田区産業振興協会は、2022年10月に区内外のものづくり企業とスタートアップの関係者を中心とした会員制の勉強会である『ベンチャーフレンドリー塾』を立ち上げました。本取組を通じて、ものづくり企業とスタートアップの両者の強みやポテンシャルを活かし、両者の相乗効果を高め、新たな市場の開拓につなげていきたいと考えています。
- ✓ 特に、スタートアップにとっては、経験豊富なものづくり企業の技術、経営面のノウハウや経営資源を活かし、ビジネスの実現可能性を高めることができます。ものづくり企業の中には高い技術力に加え、コミュニケーション力でスタートアップとの対話を重ね、積極的に連携をする「ベンチャーフレンドリー企業」が次々と現れています。
- ✓ 今後、会員企業間の連携を醸成しながら、ビジネスチャンスと事業課題の解決に向けた知見を深めていきますので、新規会員となる仲間を募集中です。



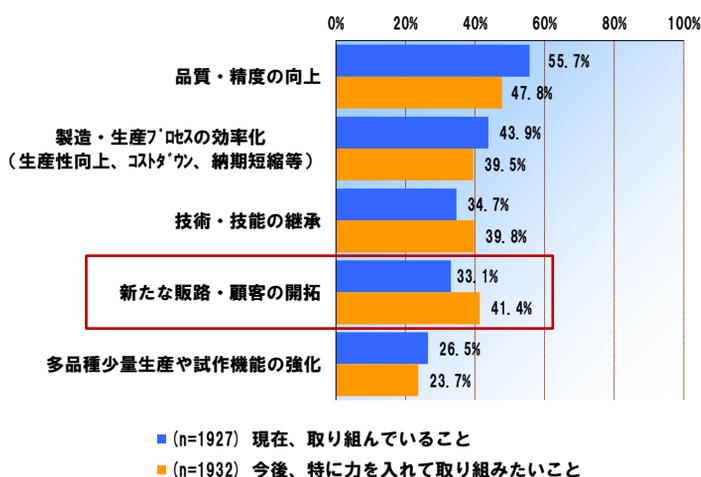
ベンチャーフレンドリー塾の様子



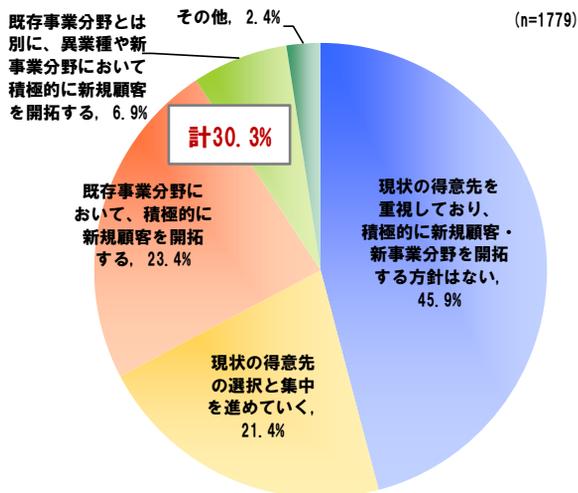
# 新製品開発

- ◆ 事業戦略で「現在、取り組んでいること」として、「品質・精度の向上」や「製造・生産プロセスの効率化」、「技術・技能の継承」に次いで、「新たな販路・顧客の開拓」を挙げる事業所が3割強(33.1%)と多い。
- ◆ 「新たな販路・顧客の開拓」を、「現在、取り組んでいること」に挙げる事業所は3割強(33.1%)、「今後、特に力を入れて取り組みたいこと」に挙げる事業所は4割強(41.4%)であり、「現在」から「今後」にかけて取組意向の割合が高くなっている[図表43]。ただし、営業方針として「既存事業分野における新規顧客の開拓」に意欲的な事業所は2割強(23.4%)、「異業種や新事業分野における新規顧客開拓」の意向を有する事業所は1割弱(6.9%)と、合計で約3割(30.3%)に留まる[図表44]。

図表43. 事業戦略（新規開拓）＜複数回答設問・上位回答を掲載＞

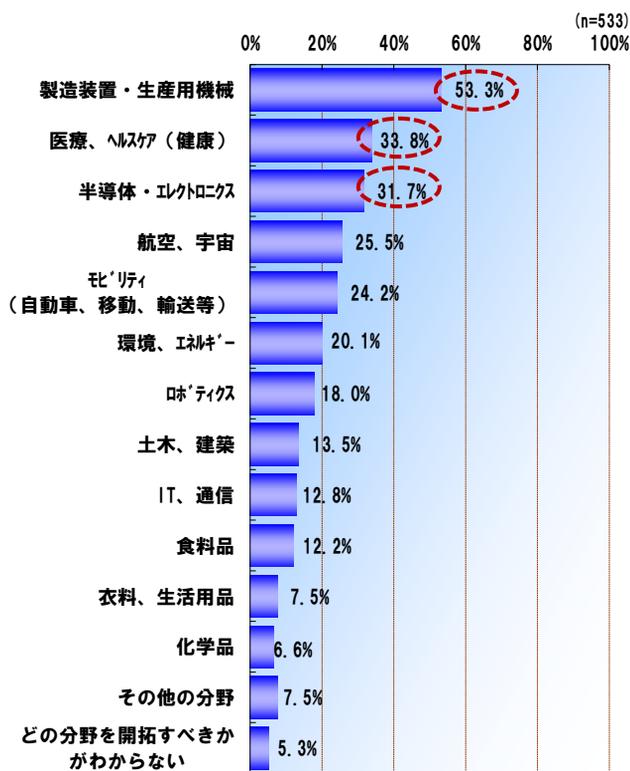


図表44. 営業方針

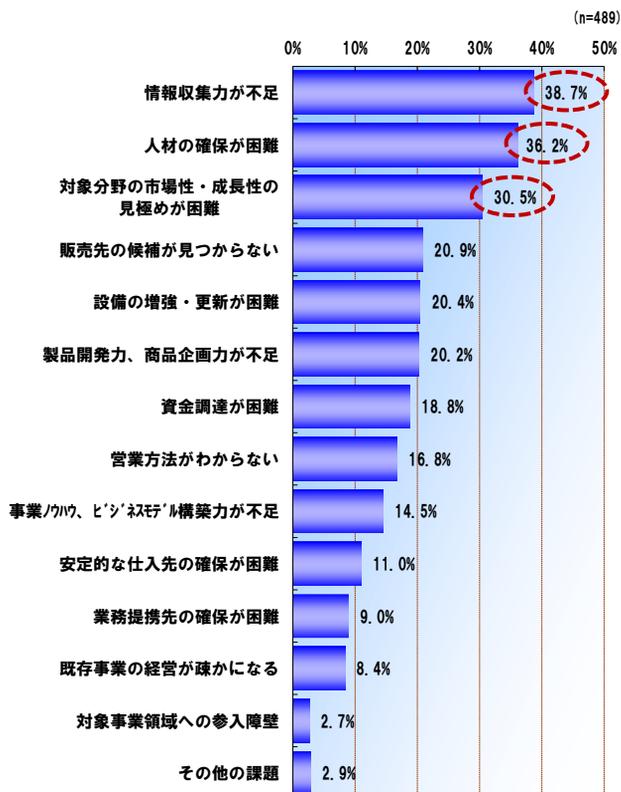


- ◆ 新規顧客・新事業の開拓意向分野として、「製造装置・生産用機械」を挙げる事業所が最も多く5割強(53.3%)を占め、次いで「医療、ヘルスケア(健康)」や「半導体・エレクトロニクス」の順に多く、それぞれ3割強(33.8%、31.7%)を占める[図表45]。
- ◆ 新規顧客・新事業の開拓における課題として、「情報収集力が不足」や「人材の確保が困難」がそれぞれ4割弱(38.7%、36.2%)と多く、次いで「対象分野の市場性・成長性が見極めが困難」を挙げる事業所が約3割(30.5%)と多い[図表46]。

図表45. 新規顧客・新事業の開拓を行いたい分野  
＜複数回答設問＞



図表46. 新規顧客・新事業の開拓における課題  
＜複数回答設問＞



## 新製品開発に取り組む企業

### fabula株式会社 (https://fabulajp.com/)

#### 【食品廃棄物を素材・建材へアップサイクル】

同社は、「ゴミから感動をつくる」をビジョンに掲げ、規格外の野菜や加工時に出る端材等の食品廃棄物を乾燥・熱圧縮し新素材を開発することで、未利用資源に新たな価値を付与している。例えば、コーヒーの抽出かすからできた素材で食器を作ったり、廃棄野菜から建材を作ったりするなど、本来ならば捨てられるはずの食品廃棄物を新たな素材・建材へと生まれ変わらせている。

#### 【区内ものづくり企業と連携した新製品開発】

同社は、コンクリートのリサイクルや次世代に向けた低炭素型の建材を研究する東京大学の研究室から生まれたスタートアップである。「六郷BASE(大田区南六郷創業支援施設)」に本社があり、大田区産業振興協会を介して知り合った区内ものづくり企業と連携しながら新製品を開発している。協会の「新製品・新技術開発支援事業」や細やかな支援は、こうした新製品の開発を長い目で見て支えてくれ、ありがたいと代表は話す。

今後は、建築物の主要な部位に使える建材となるよう品質・性能を向上させ、社会への実装を加速させていきたいと考えている。



様々な原料を用いた新素材



## 新製品・新技術開発支援事業

### (トライアル助成・開発ステップアップ助成・実用化製品化助成)

- ✓ 大田区産業振興協会は、中小企業の製品開発力・技術力の向上を図り、付加価値を生み出すものづくり産業の活性化のため、区内中小企業が取り組む新製品・新技術の開発を支援します。支援の対象は、区内で本社または事業所を1年以上操業している中小企業者(個人事業者を含む)です。
- ✓ 本事業は、「ホップ」「ステップ」「ジャンプ」という開発フェーズに応じて3タイプの支援を行っています。具体的には、新製品・新技術を開発するための市場調査段階(ホップ)においては『トライアル助成』を、企画・設計から試作品を完成させるまでのプロセス(ステップ)では『開発ステップアップ助成』を、試作開発が終了した製品・技術の実用化に取り組む際(ジャンプ)には『実用化製品化助成』を活用することができます。

#### トライアル助成

助成限度額:100万円  
助成率:助成対象経費の1/2

#### 開発ステップアップ助成

#### 実用化製品化助成

助成限度額:500万円  
助成率:助成対象経費の2/3



## 大田区中小企業 新製品・新技術コンクール

- ✓ 大田区産業振興協会は、優れた新製品や新技術を開発した区内中小企業を表彰し、その高度な開発力・技術力を広く区内外にアピールしていくため、毎年『大田区中小企業 新製品・新技術コンクール』を実施しており、2024年度までに36回開催しています。
- ✓ 概ね5年以内に開発された新製品・新技術で、取引実績がある、または実用に供されているものなどが応募対象になっており、例年春から夏にかけて募集を行っています。
- ✓ 受賞特典としては、副賞(最大30万円)のほか、『Meet New Solution in OTA』への無料出展、希望する展示会への出展助成、さらには協会の広報誌や新聞等を通じた広報支援を受けることができます。
- ✓ また、本コンクールを受賞した企業は、製品・技術のPRの際に右図のロゴマークを使用することができます。



大田区中小企業 新製品・新技術  
コンクールロゴマーク



# 羽田イノベーションシティ(HICity)

- ◆ 羽田イノベーションシティ(HANEDA INNOVATION CITY:HICity)は、区が羽田空港跡地第一ゾーン整備事業として、羽田みらい開発株式会社と公民連携によりまちづくりを進め、令和5年11月に全面開業した新たな「まち」です。
- ◆ 区は、羽田イノベーションシティ内に、産業交流拠点「HANEDA×PiO(ハネダピオ)」を設置しています。また、同拠点には、社会課題の解決に意欲を有する企業が入居するテナントゾーン、交流を起点に新たなビジネスの創出を目的とした「PiO PARK(ピオパーク)」を設けています。世界と地域をつなぐゲートウェイとして、羽田イノベーションシティに国内外のヒト・モノ・情報を集積し、ここに集う国内外のプレイヤーの交流を通じて、新たなビジネスやイノベーションの創造、国内外に日本のものづくり技術や日本各地の魅力の発信を進めていきます。



羽田イノベーションシティ

- ◆ PiO PARKでは、ビジネスセミナーや交流イベントなどの開催希望者に対し、イベントスペースを貸し出しています。また、フリーアドレス型のコワーキングスペースや個室ブース、会議スペースなどを整備しており、用途や利用人数に応じ利用することができます。
- ◆ 加えて、イノベーションの創出に向け、海外展開、スタートアップ連携、市場開拓、ものづくり技術等、様々なテーマ、切り口で独自のプロジェクトを企画・運営しています。
- ◆ 独自プロジェクトの1つとして、大田区ならではの高度なものづくり技術に特化したミニ展示会「超専門技術ミニ展示会」を開催しています。同展示会では、区内ものづくり産業の特徴を踏まえ、これまで「穴あけ展」、「曲げ展」等のユニークな企画を行っています。



PiO PARKを拠点とするプロジェクト(1)  
<超専門技術ミニ展示会>



PiO PARKを拠点とするプロジェクト(2)  
<HANEDA共創プラットフォーム>

- ◆ また、ベンチャーフレンドリー塾を含む「HANEDA共創プラットフォーム」も、PiO PARKの独自プロジェクトの1つです。
- ◆ 同プラットフォームは、新たな領域へチャレンジする区内企業と立ち上げたもので、先述の「ベンチャーフレンドリー塾」のほか、次の2つの活動等を行っています。

【自社商品のつくりかた勉強会】  
工業デザイン、高速プロトタイプングなどを学び、「脱下請け」や「メーカー化」に向けた知見を深めることを目的としています。

【グローバルビジネス勉強会】  
国際市況や投資環境、国内外の企業の国際戦略を学び、国際化に関する知見、自信、ネットワークを深めることを目的としています。

# HICityに立地する企業

## METALISM (<https://www.metalism.jp/>)

【HICityに拠点を構えるものづくり企業の連携組織】

同連携組織は、区内でめっき加工を手がけるEBINAX株式会社为中心となり、2021年に区内外のものづくり企業とともに立ち上げた共同開発プロジェクトで、めっき、プレス加工、レーザー加工、金型、治工具、板金、塗装等を強みとする7社が参画している。

HICityの開業を契機に、オープンイノベーションに取り組みたいと考えていた同社の社長が、異業種交流ネットワークなどを通じて声がけし組織化された。国内外からのアクセスに便利なHICityに「LOUNGE」と呼ばれる拠点を構えることで、メンバー間での定例会や外部との打ち合わせ、ショールームとして活用している。

【HICityを起点とした新たなオープンイノベーションに向けて】

区は、SDGsの達成に向けて優れた取組を提案する都市として内閣府から2023年度の「SDGs未来都市」に選定されている。同連携組織は、そのオリジナルロゴマークを提案し採用された中学生に対し記念品を製作している。

今後、メンバー企業の工場を互いに訪問しあう活動を再度行うなど、コミュニケーションを一層深め、日本の玄関口である羽田からイノベーションを発信していきたいと考えている。



区オリジナルSDGsロゴマークの採択者に授与された記念品



## Topic HICity×金融機関

### 株式会社きらぼし銀行 – KicSpace HANEDA (<https://kicspace.com/>)

同社は、HICityの立地を活かし、行政・大企業との連携や国内外マッチングなどの様々な機会を提供する場として、ユニコーン企業の創出を目指すインキュベーション施設『KicSpace HANEDA (Kiraboshi Connect Space HANEDA)』を運営している。

同施設は、スタートアップ支援の入口の役割を担っており、2024年末までに30回超のピッチイベント「きらぼしピッチ」を開催するとともに、スタートアップの事業化支援、成長支援を目的としたアクセラレータプログラム「KicSpace Accelerator」や大企業との協業を促すリバーシブルピッチなどを実施している。



きらぼしピッチの様子

### さわやか信用金庫 – ビジネスマッチングセンター (<https://www.sawayaka-shinkin.co.jp/business/support/BMC/>)

同金庫は、地域中小企業に対し、創業期から成長期・成熟期までライフステージに応じた解決策の提案、実行支援に取り組んでいる。

また、HICityでは、取引先企業の販路拡大や技術連携等の課題解決を支援するため、新たな拠点として『ビジネスマッチングセンター』を運営している。

同センターは、区内ものづくり企業のI-OTA合同会社と連携し、ものづくり×デジタル化をテーマとした「プラッとものづくり連携セミナー」など各種公開セミナーを通じた情報発信、同業種・異業種企業の交流会等を実施している。



センターの内観

### 城南信用金庫 – よい仕事おこしプラザ (<https://www.yoishigotookoshi-plaza.jp/>)

同金庫は、全国の信用金庫のネットワークを活用し、販路拡大や経営課題について相談ができるネットワーク「よい仕事おこしネットワーク」の事務局を務めており、HICityでは、その拠点として『よい仕事おこしプラザ』を運営している。羽田空港と近接する立地を活かし、食品加工業者とバイヤーをつなぐ商談会等、全国各地の企業が交流できるイベントを開催している。

また同庫は、製造業の技術や生産管理に精通した人材を外から「ものづくりコンシェルジュ」として採用し、地域の中小企業へ専門的な目線で助言をする活動も行っている。地域企業のなまの声を聴き、悩みに寄り添いながら一緒に解決策を検討することができる点が強みである。

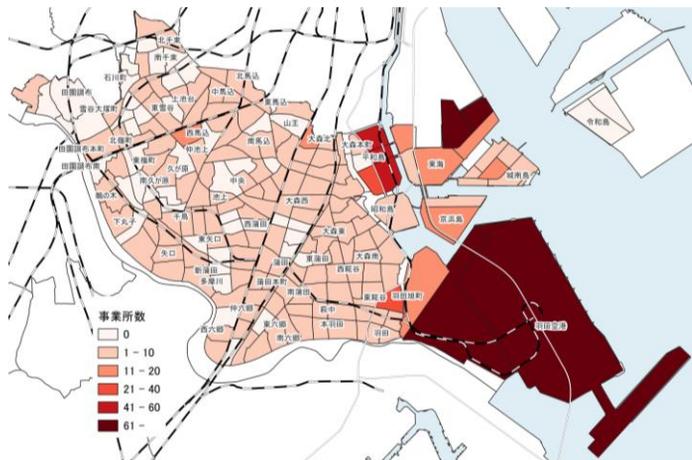


よい仕事おこしプラザ

# 物流施設への立地

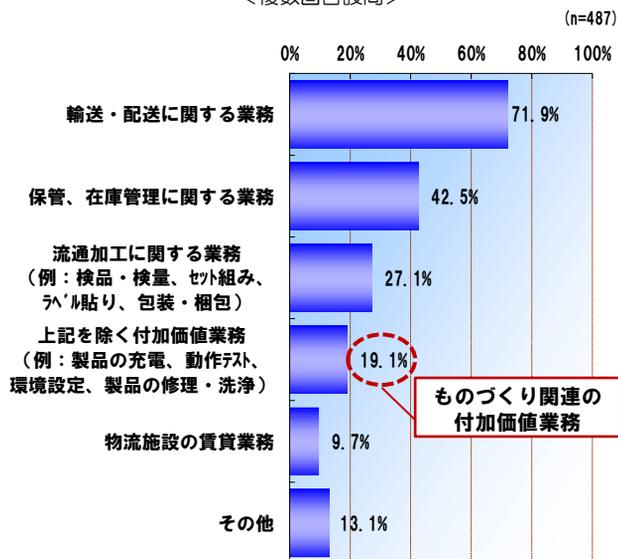
- ◆ 区内には羽田空港周辺や平和島を中心に、物流業の事業所の集積がみられる。また、工業専用地域である昭和島や京浜島、工業専用地域が大半を占める城南島にも、近年、物流業の事業所が多く立地している[図表47]。
- ◆ 物流施設内では、これまでも「保管、在庫管理に関する業務」、検品・検量/セット組み/ラベル貼り/包装・梱包等の「流通加工に関する業務」が行われていた。近年、より付加価値の高いサービスの提供に向け、物流施設内で製品の修理や洗浄、故障品のメンテナンスなどのものづくり関連の付加価値業務を手がける動きがみられる[図表48]。

図表47. 区内の物流業の事業所立地  
(令和3年の町丁目単位の立地事業所数)



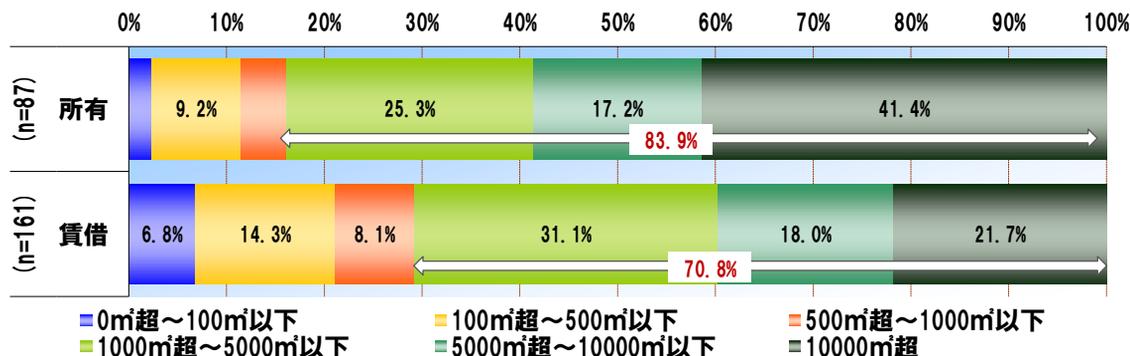
(資料) 総務省「経済センサス-活動調査」(令和3年)より作成  
(注釈) 作成重ね合わせるベースマップデータの関係から、町丁目の一部が白地表記になっている箇所がある

図表48. 物流施設内で実施している業務内容  
<複数回答設問>



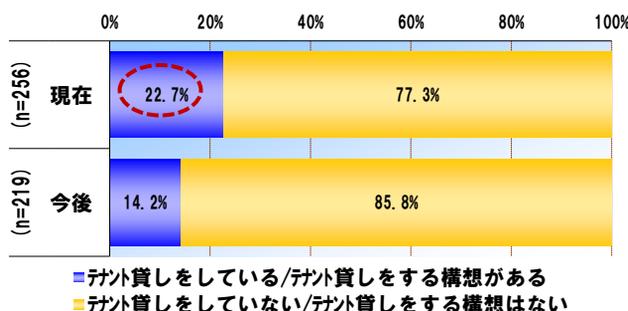
- ◆ 区内ものづくり企業の事業所に比べ、物流業の事業所は延床面積の大きな施設を管理・運営している。所有の場合は8割強(83.9%)、賃借の場合も約7割(70.8%)の事業所が延床面積1,000㎡超の施設を管理・運営している[図表49]。

図表49. 物流施設の延床面積

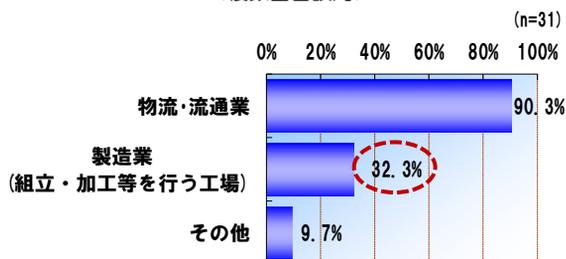


- ◆ 物流業の事業所は延床面積の大きな施設を管理・運営しており、2割強(22.7%)が現在「テナント貸しをしている、あるいはテナント貸しをする構想がある」と回答している[図表50]。
- ◆ 今後のテナント貸しの相手先として、「物流・流通業」だけでなく「製造業」を挙げる事業所が3割強(32.3%)を占める[図表51]。こうしたなかで、ものづくり企業が物流施設へ入居する事例が増えつつある。

図表50. テナント貸しの構想の有無【現在】



図表51. テナント貸しの相手先【今後】  
<複数回答設問>



# 物流施設に立地する企業

## 三鈴工機株式会社 (<https://www.misuzukoki.jp/>)

### 【物流施設に入居することで顧客の納品ニーズに迅速に対応】

同社は、三重県に本社を置き、食品工場向けの加工機械装置や物流機械装置の開発、設計、製造等を手がける。東京営業所の機能に、一部製造部門や展示スペースを加える目的から、羽田空港に近接する大型物流施設「三井不動産インダストリアルパーク羽田」内の一部に区が開設した産業施設に入居している。この移転によって職場環境が改善されるとともに、翌日納品が求められる製品を保管し、最大の市場である関東及び関東以北向けの配送拠点として活用することで、顧客への納期短縮を実現している。



多種多様な搬送機器を展示

### 【区内ものづくり企業との連携、立地を生かす事業展開を意向】

大田区産業振興協会の「受発注あっせん相談サービス」を活用し、区内ものづくり企業への発注が実現した。大田区は、ものづくり企業が集積し、区や協会等の支援機関の活動も活発であることから、新たな技術的知見の習得等、今後の事業展開に向けた連携を期待している。また、同社は東京営業所の羽田空港に近い立地を生かすことで、国内外の顧客から意見をいただき改良開発につながる「イノベーション・ラボ」としても活用したいと考えている。



## 株式会社ROMS (<https://roms.inc/>)

### 【物流施設を小型物流ソリューションシステムの展示に活用】

同社は、品川区に本社を置き、物流事業者、製造事業者向けの自動倉庫を始めとする、小型自動化ソリューションを提供するスタートアップである。大田区内の物流倉庫に「平和島ラボ」を設け、自社で企画、設計、開発した保管、搬送、仕分けシステムなどの各種ソリューションを展示、各機器の実証の場として製品開発を行うとともに、自動化システムを顧客の立場から検証し、顧客へ提案する場としている。特に、顧客からは「実機を見たい」という要望が強く、実機を見てもらうとともに、現場に適應させるための意見を頂く場として、販売、開発両面で効果を発揮している。



平和島ラボ

### 【実機による展示・実証の場としての立地優位性を活用】

平和島をはじめ区内臨海部は、顧客である物流事業者等に近く、遠方の顧客も羽田空港からアクセスしやすい利便性があり、実機を置ける展示、実証の場としての立地優位性がある。同社にとっては本社との近接性による施設間連携や従業員の通勤面でも有利である。さらに、業務拡大に合わせ製造、設計、開発等で区内ものづくり企業との協業にも積極的な意向を持っている。



## 企業立地促進サポート

- ✓ 区は、区内で貸工場・工場用地を探している製造業を対象に、企業立地を促進するためのサポートをしています。相談フォーマットに貸工場・工場用地の希望条件(事業内容や用途、広さ、耐荷重等)を記入し、区宛に送付いただくことで、相談支援を受けることができます。
- ✓ 本サポートは、区が日本立地センターに委託して実施しており、相談者は無料で活用することができます。
- ✓ 日本立地センターの産業立地推進員が、貸工場・工場用地を探している方にヒアリングを行った上で、区内の最適な土地、建物を紹介しています。なお、区内における移転だけでなく、区外から区内への移転を検討している方に対しても同様のサポートを実施しています。また、定期的に区内ものづくり企業を訪問し、立地上の課題等の聞き取りも行っています。



相談支援風景



発行

大田区 産業経済部 産業振興課

〒144-0035 東京都大田区南蒲田一丁目20番20号

TEL 03-5744-1376 FAX 03-6424-8233

# 大田区ものづくり産業等実態調査の実施 及び結果検証等業務委託

## 調査報告書

令和7年3月  
大田区



# 目次

1	調査の概要	1
1-1	調査の背景と目的	1
1-2	調査の視点	1
1-3	調査の実施内容	2
2	大田区の製造業事業所の立地動向	5
2-1	区内に立地する製造業事業所数の推移	5
2-2	特別区(東京 23 区)と比較した区内製造業の特徴	6
2-3	令和 3 年経済センサス-活動調査による概況把握	7
3	区内に立地する製造業の実態	15
3-1	回答事業所の概要	15
3-2	得意技術・強み	35
3-3	事業所の役割・機能分担	44
3-4	事業所の受注状況	51
3-5	事業所の外注状況	64
3-6	事業所のビジネス展開	72
3-7	スタートアップとの連携	89
3-8	区内における操業環境	92
3-9	人材確保・活用	105
3-10	事業承継	119
3-11	BCP 対応	124
3-12	羽田イノベーションシティ	126
3-13	支援機関との関わり	129
4	区内に立地するものづくり関連産業の実態	135
4-1	非製造業の実態把握	135
4-2	物流業の実態把握	175
5	調査結果のまとめ	191



# 1 調査の概要

## 1-1 調査の背景と目的

大田区は、都内最大の製造業の集積地であり、国内有数の「ものづくりのまち」である。区内の産業構造をみると、製造業は、売上高・付加価値額創出の源泉として大きな割合を占め、その中核を担っている。

一方、区内ものづくり企業は、世界情勢の変化、サプライチェーンの再構築、人材不足の深刻化、脱炭素化をはじめとした新たな環境対策等、様々な課題への対応に迫られている。

近年、羽田イノベーションシティ(HICity)開業により、大企業、スタートアップ、海外企業など様々なプレイヤーが集まり、交流することで、新たなビジネスが生まれ、発信されることが区内ものづくり産業から期待されている。

こうした背景を踏まえ、本調査は今後の産業振興施策の立案や実施に向け、区内ものづくり企業等の受発注の現況やものづくりを取り巻く変化等、区内ものづくり産業等の実態を把握することを目的としたものである。

## 1-2 調査の視点

本調査は、令和元年度に区が実施した「大田区ものづくり産業等実態調査」(以降、「前回調査」という)と同様、産業構造の変化、経営者・従業員の高齢化や宅地化の進展による操業環境の変化等を踏まえ、区内に立地する製造業事業所等の事業活動の実態把握を行った。

加えて、今回の調査では以下の3点に焦点を当て、調査・分析を実施した[表 1]。

表 1. 今回の調査における焦点

### 1) 人材不足、脱炭素、デジタル化への対応、羽田イノベーションシティへの期待

■区内ものづくり企業は人材不足の深刻化、脱炭素をはじめとした新たな環境対策、デジタル化への対応等、様々な課題への対応に迫られている。一方、羽田イノベーションシティ(HICity)開業によりスタートアップなど様々なプレイヤーが集まり、新たなビジネスが生まれ、発信されることが区内ものづくり産業から期待されている。

■本調査では、「人材確保」、「市場・競争環境の変化」、「事業戦略」等のほか、スタートアップとの連携状況や羽田イノベーションシティへの期待等について調査・分析を実施した。

### 2) 企業のライフステージ、従業員規模等に着目した事業活動の特徴・実態把握

■区は、これまで創業支援施設の開設・運営や各種支援施策を通じて、ものづくり分野における起業を支援してきた。また区内には、長年ものづくりを営む製造業の事業所が多く立地しており、ものづくり産業の基盤を担っている。

■従業員規模については、9名以下の事業所が多い一方、工業専用地域では、比較的従業員規模が大きい事業所が多く立地しているなどの特徴がある。

■本調査では、以上の特性を踏まえて、社歴や経営者の代を組み合わせた「ライフステージ」や「従業員規模」毎の事業活動の特徴や実態等について調査・分析を実施した。

### 3) 区内に立地するものづくり関連産業(非製造業・物流業)に関する特徴・実態の把握

■近年、非製造業と製造業が取引や製品の企画・開発等で協業を行っている。本調査では、非製造業における製造業との取引や製品の企画・開発の実績等について調査・分析を実施した。

■近年、物流業では、流通加工の延長としての付加価値業務(製品の組立や修理)が注目を集めている。本調査では、臨海部を中心に物流事業所が多く立地している区内において、物流施設におけるものづくりの実態や区内ものづくり産業との連携可能性等について調査・分析を実施した。

### 1-3 調査の実施内容

本調査では、区内に立地する事業所を対象にアンケート調査を実施するとともに、回答事業所を中心に、電話ヒアリング調査、訪問ヒアリング調査を行い、各企業の事業活動の実態把握を行った。

#### 1-3-1 アンケート調査

区内で活動する事業所を対象に、企業・事業所の概要や事業動向、受発注の状況や事業所が担う機能・業務、事業戦略や立地環境、今後の事業意向等について最新の現況を明らかにするため、製造業、ものづくり関連産業（非製造業、物流業）の事業所を対象にアンケート調査を実施した[表 2]。

表 2. アンケート調査の調査概要

##### 【調査対象】

■「令和3年経済センサス-活動調査」に回答した区内事業所のうち、製造業、非製造業、物流業の事業所を抽出し調査対象とした。

\*日本標準産業分類 大分類-製造業：3,584 事業所

「令和3年経済センサス-活動調査」で捕捉された区内に立地する製造業事業所（全数）

\*非製造業：2,114 事業所

「令和3年経済センサス-活動調査」で捕捉された区内に立地する次の業種の事業所

○日本標準産業分類 大分類-情報通信業：[小分類]ソフトウェア業、情報処理・提供サービス業、インターネット付随サービス業

○日本標準産業分類 大分類-卸売業,小売業：[小分類]建築材料卸売業、化学製品卸売業、石油・鉱物卸売業、鉄鋼製品卸売業、非鉄金属卸売業、再生資源卸売業、産業機械器具卸売業、電気機械器具卸売業、その他の機械器具卸売業、機械器具小売業（自動車、自転車を除く）

○日本標準産業分類 大分類-不動産業,物品賃貸業：[小分類]産業用機械器具賃貸業

○日本標準産業分類 大分類-学術研究,専門・技術サービス業：[小分類]自然科学研究所、デザイン業、機械設計業

○日本標準産業分類 大分類-サービス業：[小分類]産業廃棄物処理業、機械修理業（電気機械器具を除く）、電気機械器具修理業、労働者派遣業

\*物流業：1,070 事業所

「令和3年経済センサス-活動調査」で捕捉された区内に立地する次の業種の事業所

○日本標準産業分類 大分類-運輸業,郵便業：[小分類]一般貨物自動車運送業、特定貨物自動車運送業、貨物軽自動車運送業、集配利用運送業、その他の道路貨物運送業、

外航海運業、沿海海運業、内陸水運業、船舶貸渡業、航空運送業、航空機使用業（航空運送業を除く）、倉庫業（冷蔵倉庫業を除く）、冷蔵倉庫業、港湾運送業、貨物運送取扱業（集配利用運送業を除く）、運送代理店、こん包業、運輸施設提供業、その他の運輸に附帯するサービス業

■上記に加え、民間企業データベースをもとに、令和3年以降に区内で創業あるいは新規に事業所を開設した企業、大田区の産業支援施設に入居開始した事業所等を調査対象に加えると同時に、区が区外移転や廃業等を捕捉している事業所を除外した計 6,839 事業所（製造業:3,580、非製造業:2,186、物流業:1,073 事業所）をアンケート調査の対象とした。

##### 【調査方法】

訪問配布・訪問回収

（※原則として訪問配布・訪問回収で調査を実施したが、区内事業所（支所等）ではアンケート調査票に回答できない場合、本所への郵送による回答依頼を実施）

**【調査期間】**

令和6年7月中旬～令和6年10月15日

**【回収状況】**

調査対象 6,839 事業所のうち、移転、倒産・廃業、休業等の理由により、1,297 事業所に対し調査協力依頼を行うことができなかった。本調査では、同 1,297 事業所を除く 5,542 事業所のうち、3,722 事業所（製造業：2,121、非製造業：1,077、物流業：524 事業所）から回答を得た。

	製造業	ものづくり関連産業		合計
		非製造業	物流業	
[1] 調査対象事業所数	3,580	2,186	1,073	6,839
[2] 移転、倒産・廃業、休業等	606	500	191	1,297
[3] 2を除く事業所数	2,974	1,686	882	5,542
[4] 回答事業所数	2,121	1,077	524	3,722
[5] 回収率（4÷3）	71.3%	63.9%	59.4%	67.2%

本報告書における図表の構成比の数値は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、個々の集計値の合計は必ずしも100%とならない場合がある。

**【調査項目】****■製造業**

\*会社全体：会社概要、事業動向、事業継続の意向 / 等

\*事業所：事業所概要、受注状況、機能・業務、外注状況、事業戦略、販路開拓の取組、社外との連携、区内の操業環境、人材確保状況、事業所の移転・新設意向 / 等

**■非製造業**

\*会社全体：会社概要、事業動向 / 等

\*事業所：事業所概要、受注状況、研究開発・設計や自社製品の開発の取組、社外との連携、区内の操業環境、人材確保状況、事業所の移転・新設意向 / 等

**■物流業**

\*会社全体：会社概要、事業動向 / 等

\*事業所：事業所概要、受注状況、物流施設における業務内容、区内の操業環境、区内製造業との連携意向、2024年問題の影響 / 等

### 1-3-2 電話ヒアリング調査

アンケート調査の回答事業所を対象に、回答内容の背景や具体的な意向を幅広く把握するため、次の論点・テーマに対応する事業所を抽出し電話ヒアリング調査を行い、延べ約 150 事業所から回答を得た[表 3]。

表 3. 電話ヒアリング調査の調査項目

営業利益の増加、事業の成長が実現できた要因／事業におけるデジタル化の取組／環境負荷軽減の取組／新規分野（特にモビリティ、ロボット、ヘルスケア分野）での取組／スタートアップと連携した取組／人材確保の取組／人材育成・技術継承の取組／羽田イノベーションシティへの訪問目的（特にビジネス目的、入居テナントとの打ち合わせ・相談のための訪問に関する詳細）、期待
--

### 1-3-3 訪問ヒアリング調査

先述の電話ヒアリング調査とは別に、より詳細に各事業所の取組実態等を把握するため、約 20 事業所に対し訪問ヒアリング調査を実施した。各事業所には、人材確保に関する取組、その背景や課題、今後の展望等について聞き取りを行った。

また、製造業だけでなく、区内で工場アパートの運営を手がける企業や、羽田イノベーションシティに拠点を設ける金融機関等にもヒアリングを行い、区内ものづくり企業への支援に関する取組を把握した。

なお、訪問ヒアリング調査の概要については、本報告書[概要版]に事例等として掲載している。

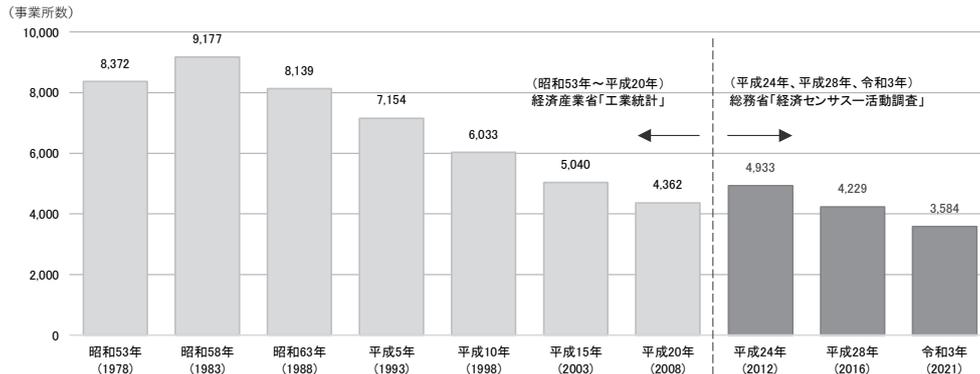
## 2 大田区の製造業事業所の立地動向

### 2-1 区内に立地する製造業事業所数の推移

大田区には、かつて 9,000 を超える製造業事業所が立地していたが、年々、事業所数は減少し、令和 3 年には 3,584 事業所となっている[図 1]。

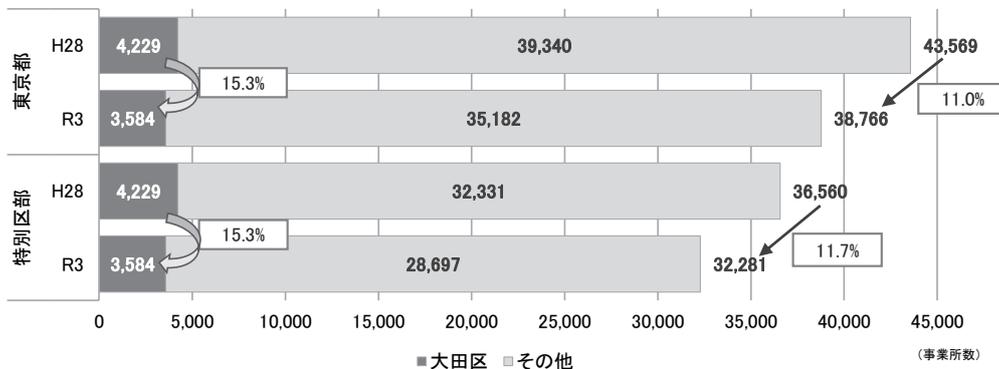
しかし、依然として大田区には製造業の立地集積がみられ、令和 3 年では東京都内に立地する製造業 (38,766 事業所) の約 1 割が区内に立地している[図 2]。なお、製造業事業所数の減少は大田区だけでなく、東京都計、特別区 (東京 23 区) 計にも同様にみられる傾向であり、近隣他自治体と比べ、区内の製造業事業所数の減少幅は同水準に留まる[図 3]。

図 1. 大田区に立地する製造業の事業所数の推移



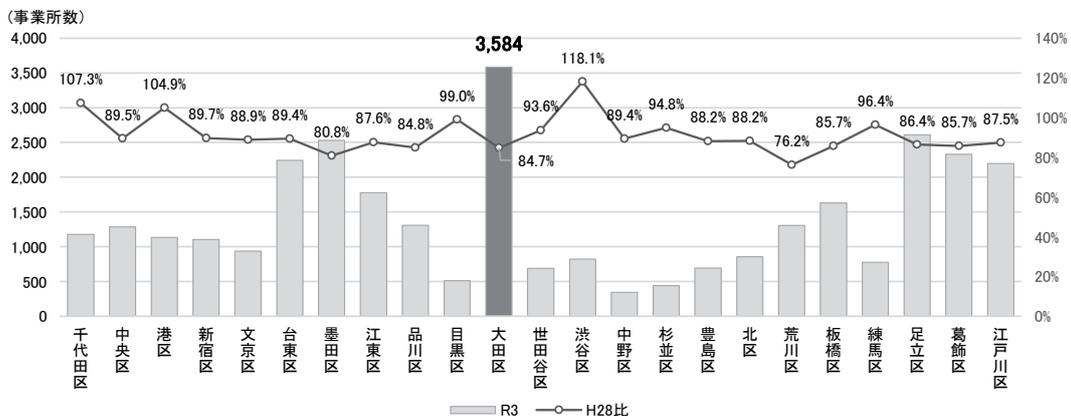
(資料) 経済産業省「工業統計」、総務省「経済センサス-活動調査」より作成

図 2. 東京都、特別区部計に占める大田区内の製造業の事業所数(平成 28、令和 3 年)



(資料) 総務省「経済センサス-活動調査」(平成 28 年、令和 3 年)より作成

図 3. 特別区に立地する製造業の事業所数 <平成 28 年値を 100 とする指数> (令和 3 年)



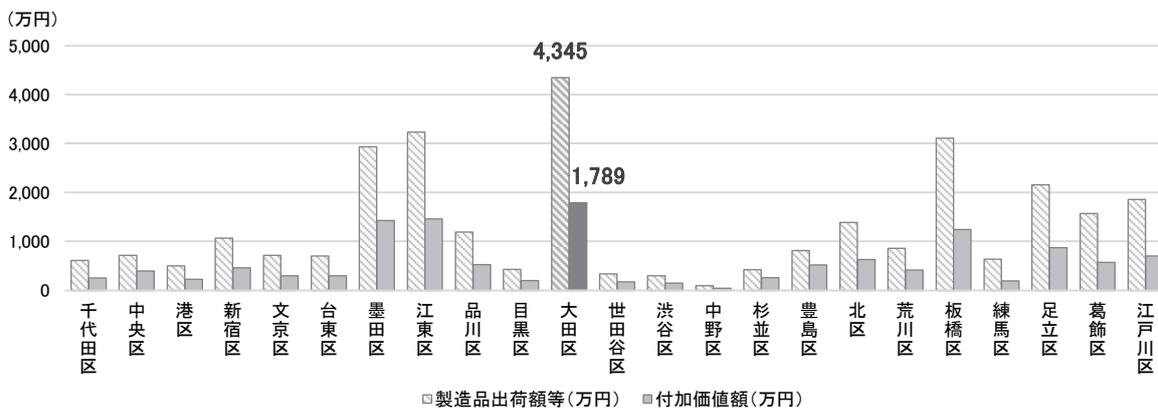
(資料) 総務省「経済センサス-活動調査」(平成 28 年、令和 3 年)より作成

## 2-2 特別区（東京 23 区）と比較した区内製造業の特徴

大田区の製造品出荷額等及び付加価値額は特別区において高い水準である[図 4]。

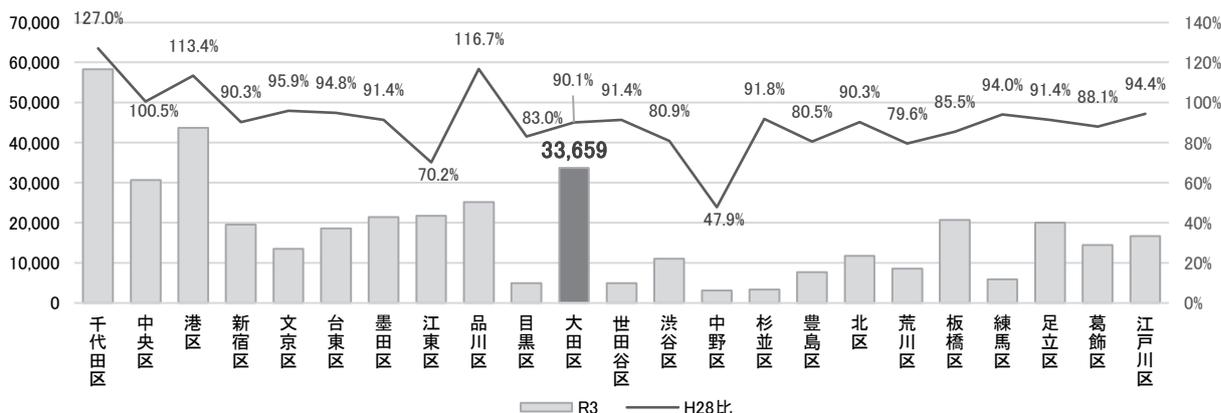
また、区内の製造業従業者数は特別区の中でも多いが、大田区と従業者数が同水準以上の中央区、千代田区、港区と比べ、平成 28 年比の製造業従業者数は低い[図 5]。加えて、大田区は従業者数が「1～9 人」の製造業事業所が多く[図 6]、小規模の製造業事業所が多く立地していることが特徴として挙げられる。

図 4. 特別区に立地する製造業の製造品出荷額等及び付加価値額(従業者 4 人以上、令和 3 年)



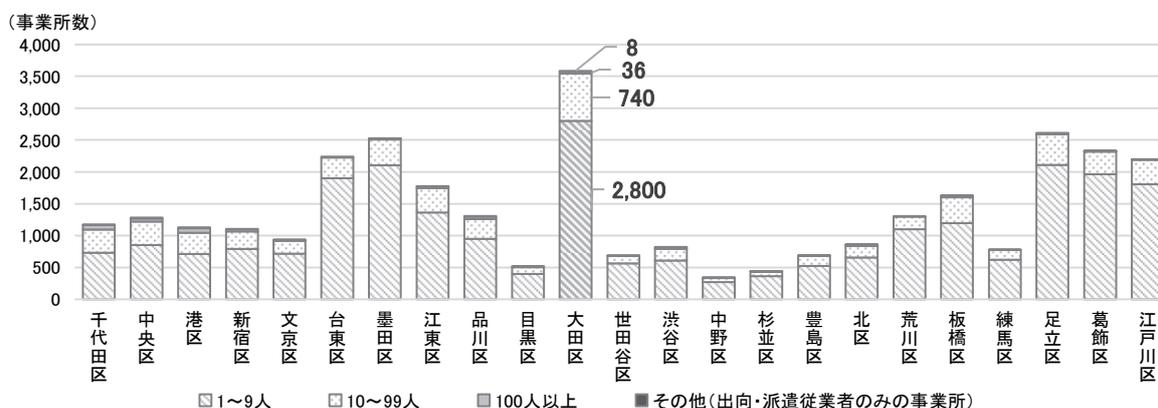
(資料) 総務省「経済センサス-活動調査」(令和 3 年) より作成

図 5. 特別区に立地する製造業の従業者数 <平成 28 年値を 100 とする指数> (令和 3 年)



(資料) 総務省「経済センサス-活動調査」(平成 28 年,令和 3 年) より作成

図 6. 特別区に立地する製造業の従業者規模別事業所数(令和 3 年)



(資料) 総務省「経済センサス-活動調査」(令和 3 年) より作成

### 2-3 令和3年経済センサス-活動調査による概況把握

本調査ではアンケート調査の実施にあたり、国から「令和3年経済センサス-活動調査」の個票データの提供を受けた。以下では、大田区の用途地域設定を踏まえ、区内を5分割した独自の地域区分に基づき、令和3年時点に区内に立地する製造事業所の概況について集計・分析した[表4]。

表4. 地域区分設定の考え方

- 用途地域の設定に基づき、町丁目を単位に地域区分を設定。なお、同一町丁目に複数の用途地域が存在する場合は、一律に工業系の用途地域として判別。  
(例：準工業地域と工業地域が存在する町丁目は、工業地域として判定)
- 設定した区分：①工業専用、②工業専用（島部）、③工業、④準工業・特別工業、⑤その他（その他住居系）

地域区分別に製造業事業所数をみると、「準工業・特別工業地域」が1,761事業所と最も多く5割強（51.5%）を占めている。次いで「工業地域」が667事業所、「その他住居系地域」が588事業所となっている。

また、製造品出荷額等をみると、「準工業・特別工業地域」が2,101億円と最も多く約4割（40.4%）を占める。次いで「工業専用（島部）地域」が1,150億円、「工業地域」が707億円となっている。1事業所当たり製造品出荷額等も同様に、「工業専用（島部）地域」が6億500万円と最も多く、次いで「工業専用地域」が2億8,000万円、「準工業・特別工業地域」が1億1,900万円となっている[図7]。

図7. 製造業の事業所数、従業員数及び製造品出荷額等 <地域区分別>

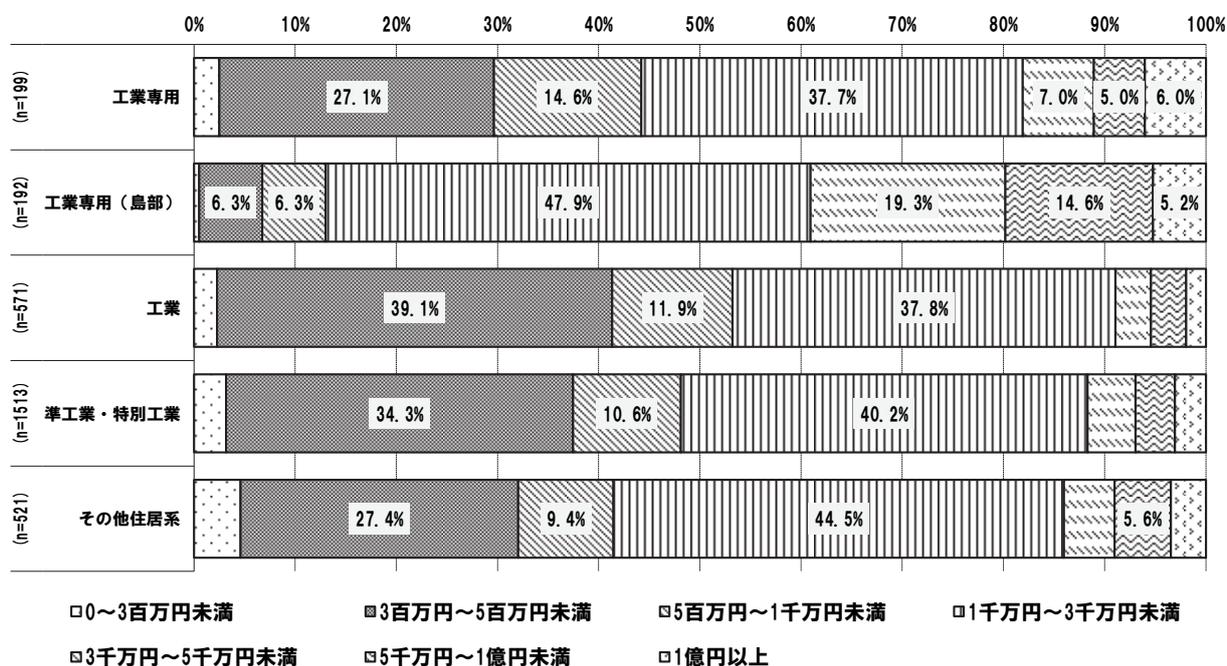
用途地域	事業所数		従業員数		製造品出荷額等		1事業所当たり 製造品出荷額等 (百万円)
		構成比 (%)		構成比 (%)	(百万円)	構成比 (%)	
合計	3,422	100.0%	32,242	100.0%	519,888.7	100.0%	151.9
工業専用	216	6.3%	2,660	8.3%	60,368.4	11.6%	279.5
工業専用（島部）	190	5.6%	4,108	12.7%	115,013.3	22.1%	605.3
工業	667	19.5%	5,215	16.2%	70,720.8	13.6%	106.0
準工業・特別工業	1,761	51.5%	15,546	48.2%	210,082.0	40.4%	119.3
その他住居系	588	17.2%	4,713	14.6%	63,704.2	12.3%	108.3

(注釈) 上表では製造品出荷額等が不詳の事業所を除き集計。

(資料) 総務省「経済センサス-活動調査」(令和3年)より作成

資本金について地域区別にみると、「工業専用（島部）地域」では、約2割（19.3%）を占める「3千万円～5千万円未満」、1割強（14.6%）を占める「5千万円～1億円未満」、1割弱（5.2%）を占める「1億円以上」を合わせると、3千万円以上の割合が顕著に高く約4割（39.1%）を占めている〔図8〕。

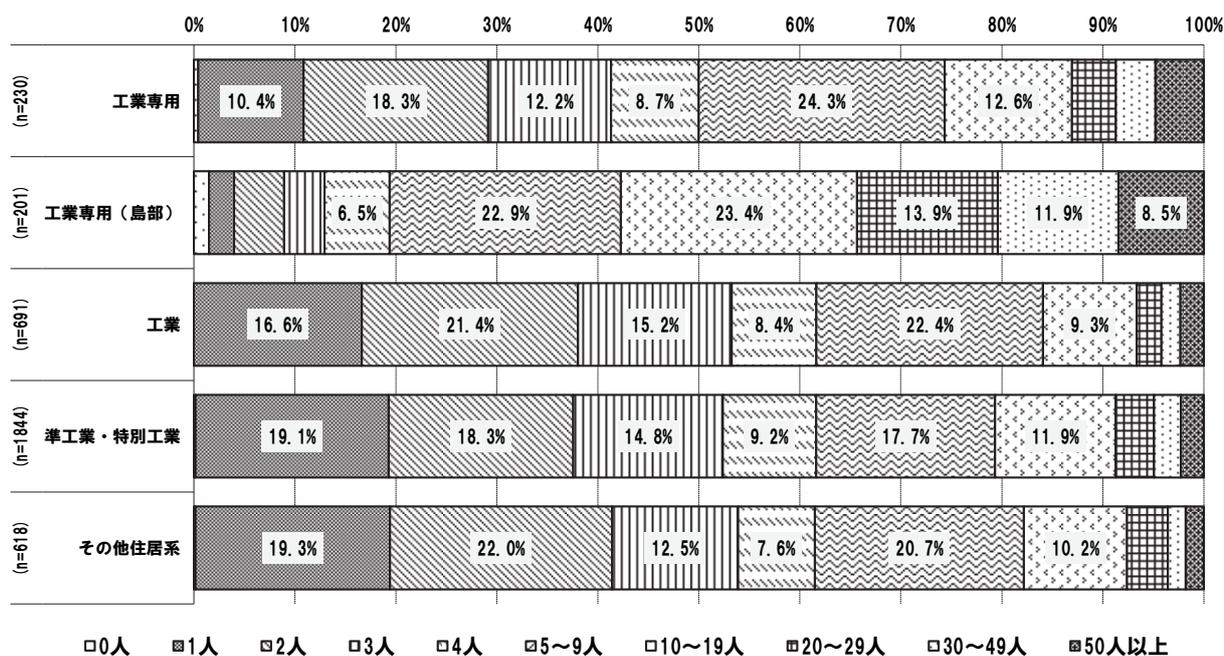
図8. 資本金 <地域区分別>



（注釈）上図では資本金が不詳の事業所を除き集計。  
（資料）総務省「経済センサス・活動調査」（令和3年）より作成

また、従業員規模について地域区別にみると、「工業専用（島部）地域」では、「50人以上」の割合が1割弱（8.5%）と他の地域区分に比べ高い〔図9〕。

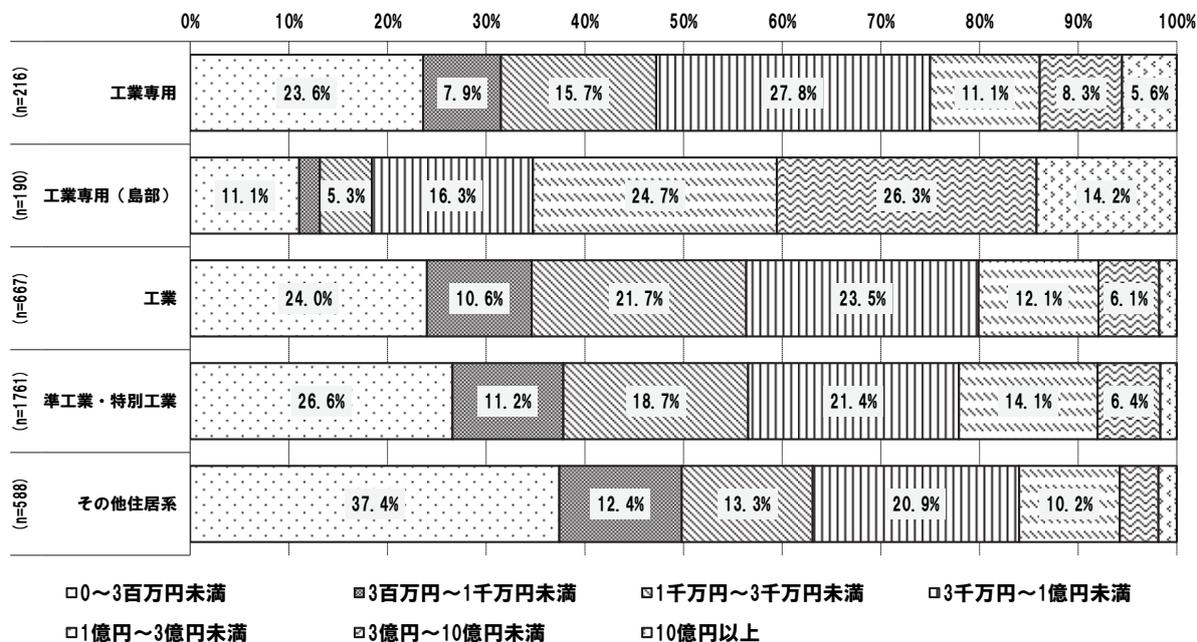
図9. 事業所の従業員規模 <地域区分別>



（資料）総務省「経済センサス・活動調査」（令和3年）より作成

加えて、製造品出荷額等を地域区分別についてみると、「工業専用（島部）地域」では、2割強（24.7%）を占める「1億円～3億円未満」、3割弱（26.3%）を占める「3億円～10億円未満」、1割強（14.2%）を占める「10億円以上」を合わせると「1億円以上」の割合が7割弱（65.2%）を占め、他の地域区分よりも立地事業所の製造品出荷額等が大きい傾向がある。また、製造品出荷額等が「10億円以上」の割合をみると、「工業専用（島部）」が1割強（14.2%）と最も高く、次いで「工業専用地域」が1割弱（5.6%）となっている[図 10]。

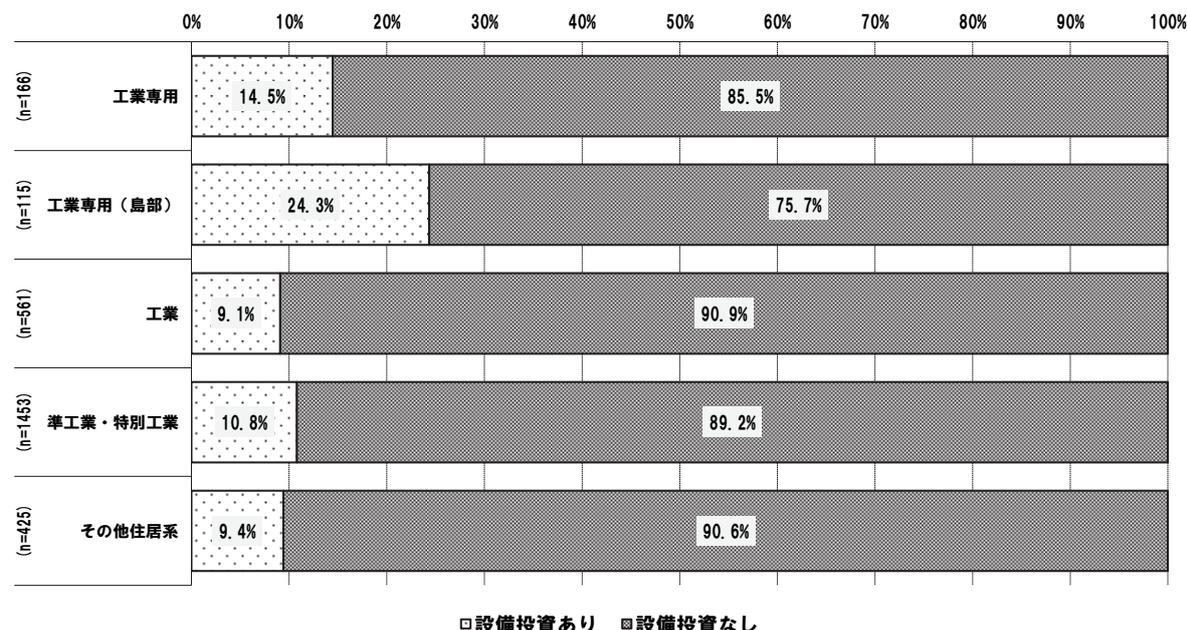
図 10. 製造品出荷額等 <地域区分別>



(資料) 総務省「経済センサス-活動調査」(令和3年)より作成

事業所の設備投資の有無について地域区分別にみると、ほぼ全ての地域で「設備投資あり」の割合が2割（20%）を下回っているのに対し、「工業専用（島部）地域」では2割強（24.3%）を占めている。「工業専用（島部）地域」では大規模な設備を整え生産活動を行う製造業事業所が多いと考えられ、その影響が数値にも表れていることがうかがえる[図 11]。

図 11. 設備投資の有無 <地域区分別>



(資料) 総務省「経済センサス-活動調査」(令和3年)より作成

大田区の製造業の労働生産性【純付加価値額÷従業者数】を産業中分類別にみると、「窯業・土石製品製造業」が1,232万円/人と最も高く、次いで「飲料・たばこ・飼料製造業」が1,004万円/人となる。ただし、各業種とも事業所数が少ないため、数値が上振れしている可能性がある点には留意が必要である[図12]。また、立地事業所数順に労働生産性をみると、「金属製品製造業」で498万円/人、「生産用機械器具製造業」で447万円/人、「はん用機械器具製造業」で519万円/人であり、「生産用機械器具製造業」については大田区平均の496万円/人を下回っている。

「金属製品製造業」では、付加価値率【純付加価値額÷製造品出荷額等】が0.46、有形固定資産回転率【製造品出荷額等÷有形固定資産】が43.18と、それぞれ大田区平均の0.38、35.07を上回っているものの、労働装備率【有形固定資産÷従業者数】が25万円/人と大田区平均の38万円/人を下回っていることから、設備の稼働率は高いものの、今後、従業者の作業を下支えするDXやICTの活用等を進めることで労働生産性が向上する可能性がある。なお、「はん用機械器具製造業」についても同様の傾向がみられる。

一方、「生産用機械器具製造業」では労働装備率は50万円/人【有形固定資産÷従業者数】と大田区平均の38万円/人を上回るものの、付加価値率【純付加価値額÷製造品出荷額等】は0.35、有形固定資産回転率【製造品出荷額等÷有形固定資産】は25.22とそれぞれ大田区平均の0.38、35.07を下回っていることから、設備投資は進んでいるものの十分な稼働が得られず、今後、設備の稼働率を高めていくことで労働生産性が向上する可能性がある。

図12. 産業中分類別にみた労働生産性

	民営事業所数	労働生産性(万円/人)			
		付加価値率	労働装備率(万円/人)	有形固定資産回転率	
食料品製造業	61	396	0.46	50	17.14
飲料・たばこ・飼料製造業	4	1,004	0.69	325	4.49
繊維工業	42	254	0.39	6	109.69
木材・木製品製造業(家具を除く)	10	246	0.26	23	40.55
家具・装備品製造業	44	442	0.25	8	227.04
パルプ・紙・紙加工品製造業	24	465	0.38	10	125.53
印刷・関連業	124	430	0.39	55	20.10
化学工業	21	662	0.31	2	1,030.79
石油製品・石炭製品製造業	-	-	-	-	-
プラスチック製品製造業(別掲を除く)	162	496	0.35	13	106.11
ゴム製品製造業	15	554	0.95	19	30.18
なめし革・同製品・毛皮製造業	5	273	0.15	10	184.13
窯業・土石製品製造業	15	1,232	0.27	67	68.75
鉄鋼業	38	563	0.28	29	70.44
非鉄金属製造業	38	480	0.33	9	155.04
金属製品製造業	604	498	0.46	25	43.18
はん用機械器具製造業	241	519	0.46	28	40.12
生産用機械器具製造業	501	447	0.35	50	25.22
業務用機械器具製造業	149	494	0.47	39	26.66
電子部品・デバイス・電子回路製造業	70	293	0.26	30	37.77
電気機械器具製造業	180	592	0.39	14	111.01
情報通信機械器具製造業	25	816	0.17	492	9.87
輸送用機械器具製造業	110	546	0.39	29	48.00
その他の製造業	100	354	0.37	14	69.32
区内製造業計、区内製造業平均	2,584	496	0.38	38	35.07

(注釈1) 上図では製造品出荷額等及び有形固定資産が不詳の事業所を除き集計。なお、石油製品・石炭製品製造業の該当事業所数は2事業所以下のため秘匿とした。

(注釈2) 民営事業所数の列は、各産業及び製造業全体の区内事業所数の合計を表す。また、労働生産性に関する各列は、各産業及び製造業全体の区内事業所の平均値を表す。

(資料) 総務省「経済センサス-活動調査」(令和3年)より作成

労働生産性【純付加価値額÷従業員数】について地域区分別にみると、「工業地域」は453万円/人、「準工業・特別工業地域」は440万円/人、「その他住居系地域」は490万円/人であり、大田区平均の496万円/人を下回っている。特に、「その他住居系地域」では、労働装備率【有形固定資産÷従業員数】が74万円/人と大田区平均の38万円/人を上回り、有形固定資産回転率【製造品出荷額等÷有形固定資産】が20.57と大田区平均の35.07を下回ることから、設備投資はなされているものの、他地域に比べ操業環境に一定の制約があり、設備の稼働率を高めることができていない実態があるとうかがえる[図13]。

また、「工業専用地域（島部）」では労働生産性が706万円/人と最も高く、有形固定資産回転率【製造品出荷額等÷有形固定資産】も53.61と大田区平均の35.07を上回ることから、大型の加工機等の設備を備え生産活動を行う事業所が立地していることなどが、その要因としてうかがえる。

図13. 労働生産性 <地域区分別>

	民営事業所数	労働生産性（万円/人）			
		付加価値率	労働装備率 （万円/人）	有形固定資産回転率	
工業専用	153	602	0.39	87	17.74
工業専用（島部）	105	706	0.39	34	53.61
工業	541	453	0.40	21	53.89
準工業・特別工業	1,385	440	0.38	26	45.33
その他住居系	400	490	0.32	74	20.57
区内製造業計、区内製造業平均	2,584	496	0.38	38	35.07

（注釈1）上図では製造品出荷額等及び有形固定資産が不詳の事業所を除き集計。なお、石油製品・石炭製品製造業の該当事業所数は2事業所以下のため秘匿とした。

（注釈2）民営事業所数の列は、各産業及び製造業全体の区内事業所数の合計を表す。また、労働生産性に関する各列は、各産業及び製造業全体の区内事業所の平均値を表す。

（資料）総務省「経済センサス・活動調査」（令和3年）より作成



製 造 業



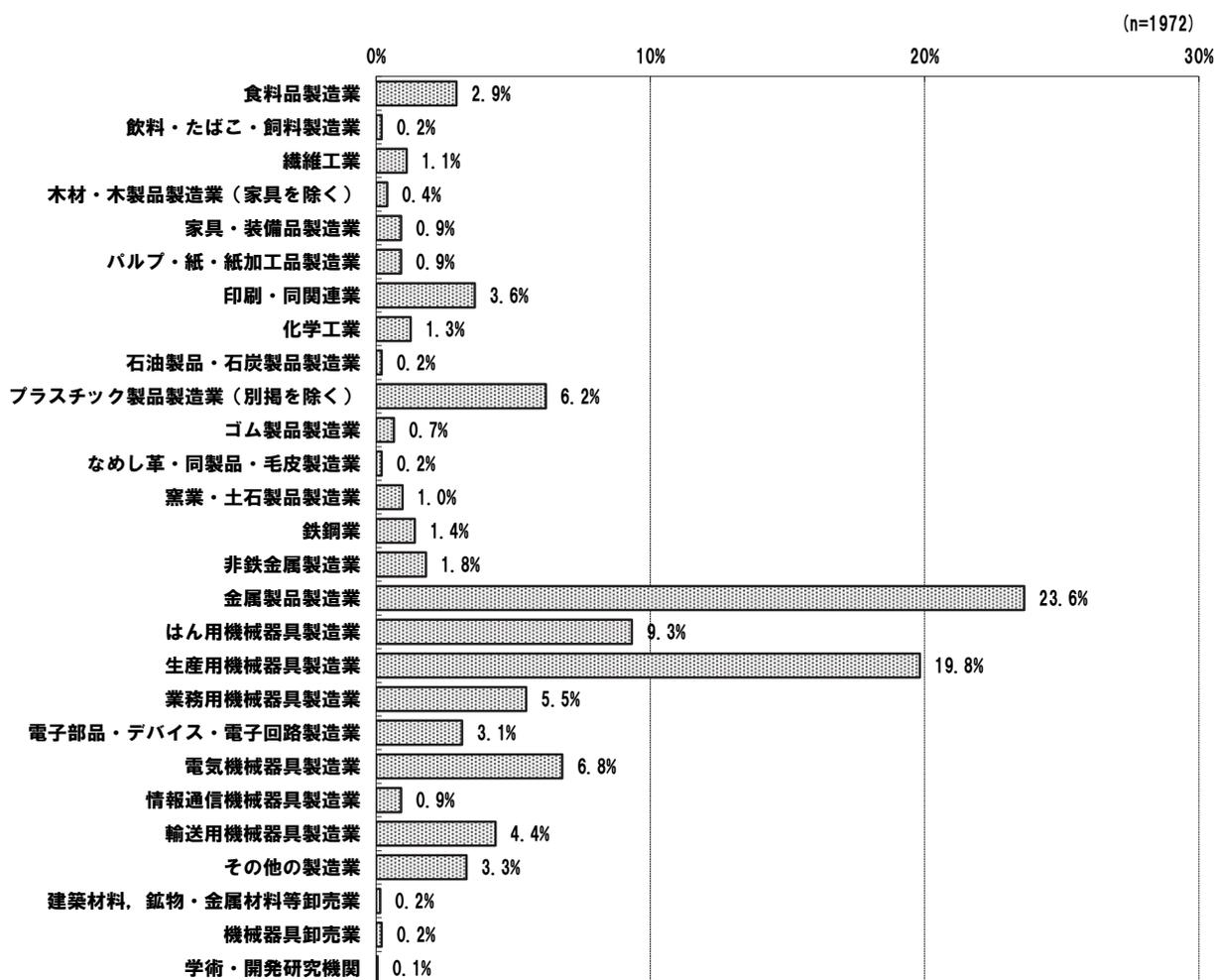
### 3 区内に立地する製造業の実態

#### 3-1 回答事業所の概要

##### 3-1-1 業種

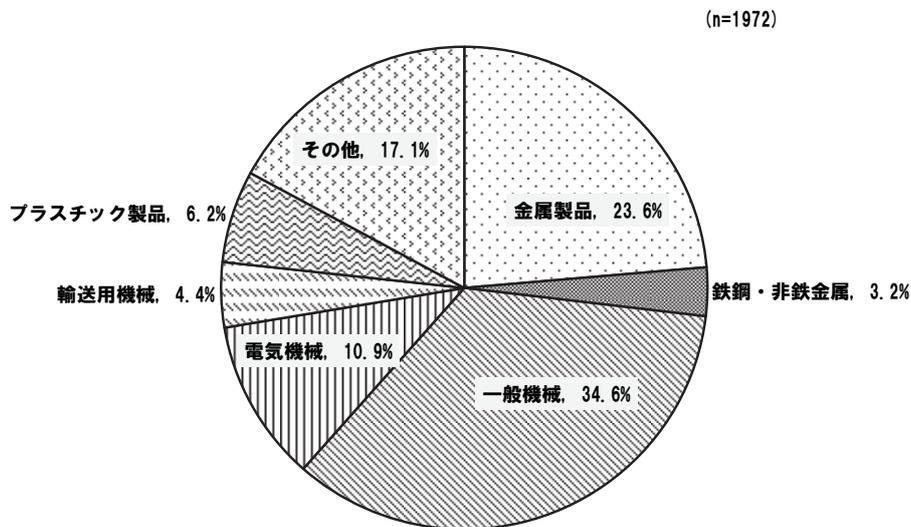
「令和3年経済センサス-活動調査」等のデータをもとに、回答事業所の業種を中分類ベースで見ると、「金属製品製造業」と「生産用機械器具製造業」が他の業種を大きく上回っており、それぞれ2割強（23.6%）、約2割（19.8%）を占める[図14]。

図 14. 回答事業所の業種(中分類ベース)



業種分類を次の7区分に集約したところ、「一般機械」の割合が最も高く3割強(34.6%)を占め、「金属製品」の2割強(23.6%)がこれに次ぐ。両者の合計割合が6割弱(58.2%)を占める[図15]。

図15. 回答事業所の業種

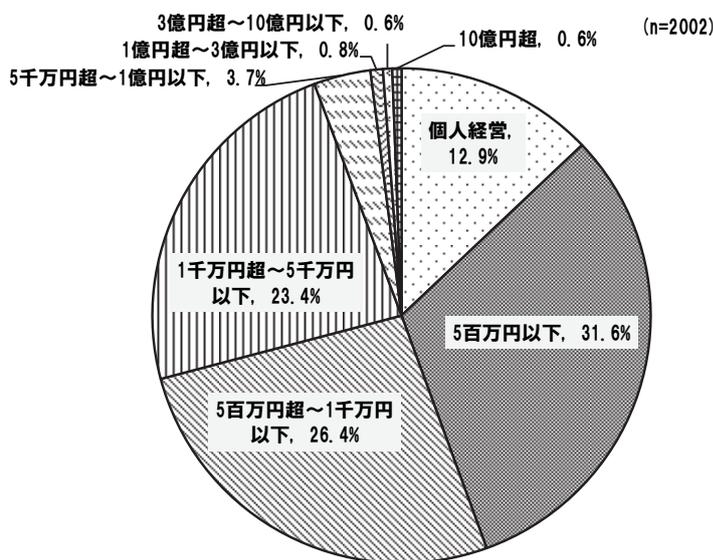


(注釈) 一般機械：はん用機械、生産用機械、業務用機械 / 電気機械：電子部品・デバイス・電子回路、電気機械、情報通信機械

### 3-1-2 事業規模

回答事業所の資本金については、「5百万円以下」の割合が最も高く3割強(31.6%)を占め、「5百万円超～1千万円以下」の3割弱(26.4%)がこれに次ぐ。両者を合計した「1千万円以下」が6割弱(58.0%)を占める[図16]。

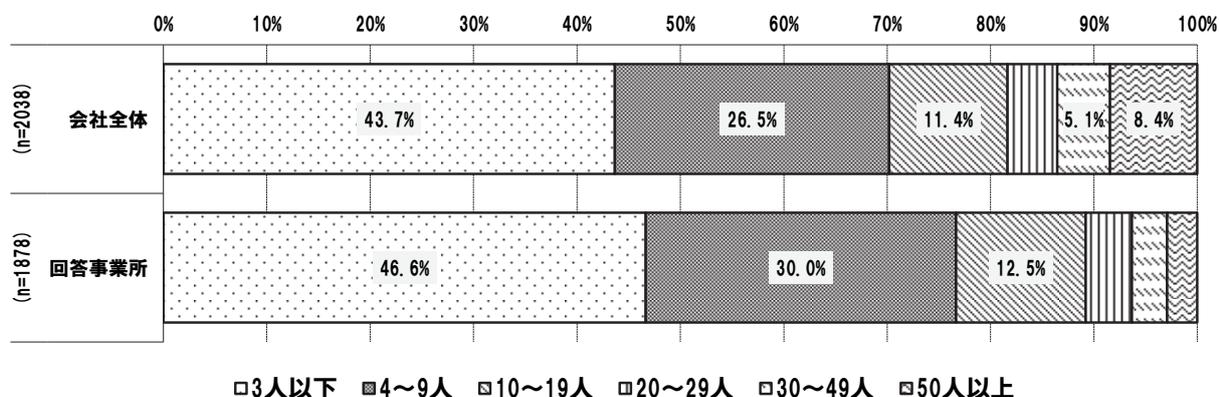
図16. 資本金



回答事業所の会社全体の従業者数及び回答事業所のみの方の従業者数をみると、会社全体については、「3人以下」の割合が最も高く4割強（43.7%）を占め、「4～9人」の3割弱（26.5%）がこれに次ぐ。両者を合計した「9人以下」が約7割（70.2%）を占める。

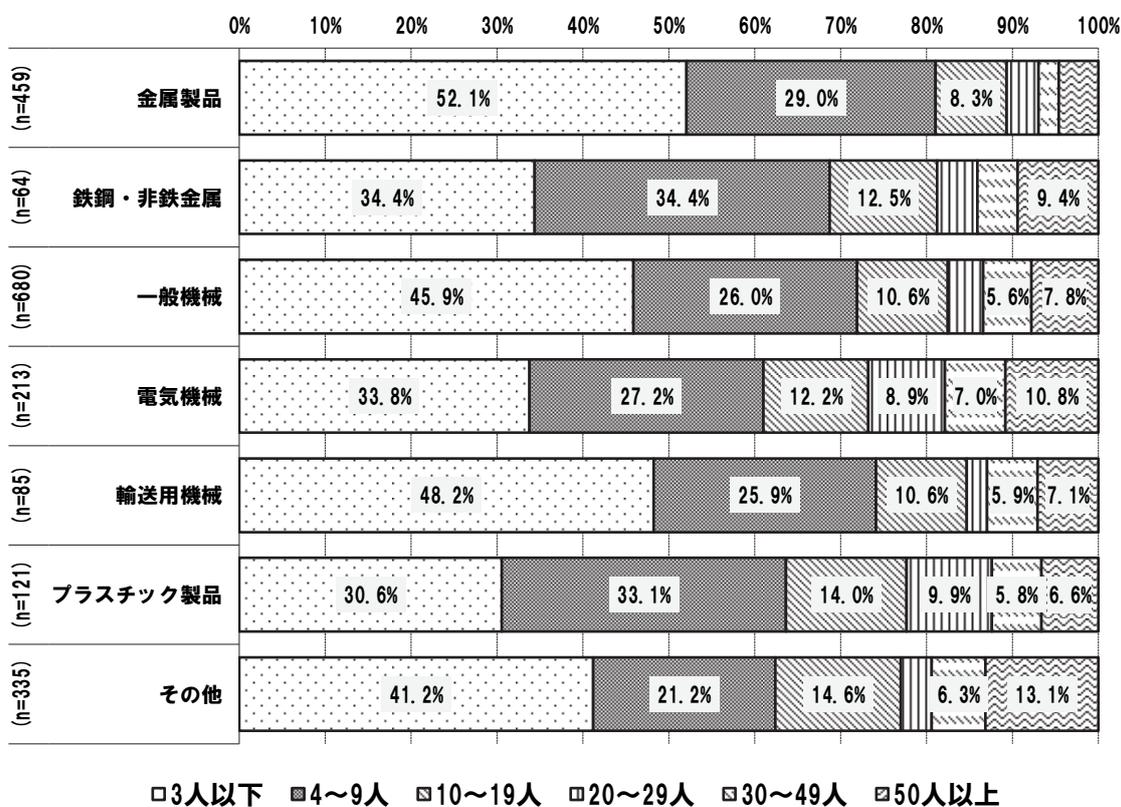
回答事業所のみの方の従業者数に限った場合、「3人以下」が5割弱（46.6%）、「4～9人」が3割（30.0%）を占めており、両者を合計した「9人以下」が8割弱（76.6%）を占める〔図 17〕。

図 17. 会社全体及び回答事業所の従業者数



会社全体の従業者数を業種区別にみると、「金属製品」、「輸送用機械」、「一般機械」では、「3人以下」が5割弱（45.9%）～5割強（52.1%）を占めており、従業者規模が小さい事業所が多い〔図 18〕。

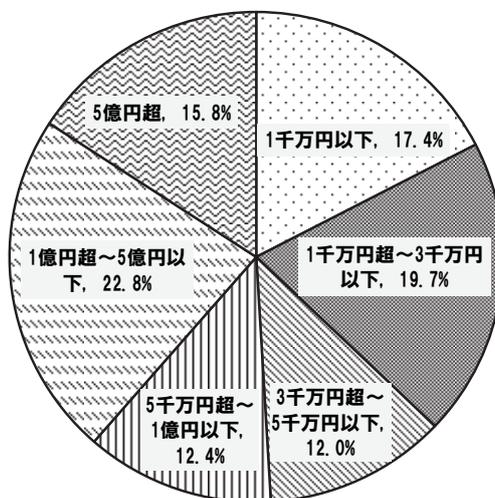
図 18. 会社全体の従業者数<業種区分別>



会社全体の売上（収入）金額は「1億円超～5億円以下」の割合が最も高く2割強（22.8%）を占め、次いで、「1千万円超～3千万円以下」が約2割（19.7%）、「1千万円以下」が2割弱（17.4%）の順である[図 19]。

図 19. 会社全体の売上（収入）金額

(n=1757)

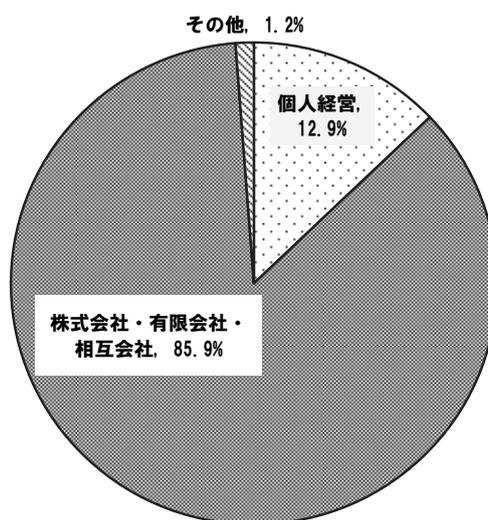


### 3-1-3 経営組織・経営者

「令和3年経済センサス-活動調査」のデータをもとに回答事業所の経営組織の区分をみると、「株式会社・有限会社・相互会社」が9割弱（85.9%）を占める[図 20]。

図 20. 回答事業所の経営組織

(n=1972)



経営者の年齢については、「70歳以上」の割合が最も高く3割強（34.3%）を占め、これに「60歳代」の2割強（23.5%）を加えた「60歳以上」が6割弱（57.8%）を占める[図 21]。

会社全体の従業者規模別にみると、「49人以下」では、従業者規模が小さくなるにつれて経営者の年齢が高くなる傾向がみられる[図 22]。

図 21. 経営者の年齢

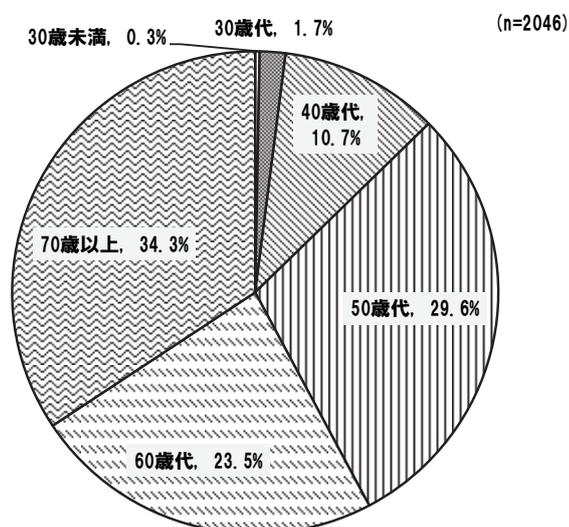
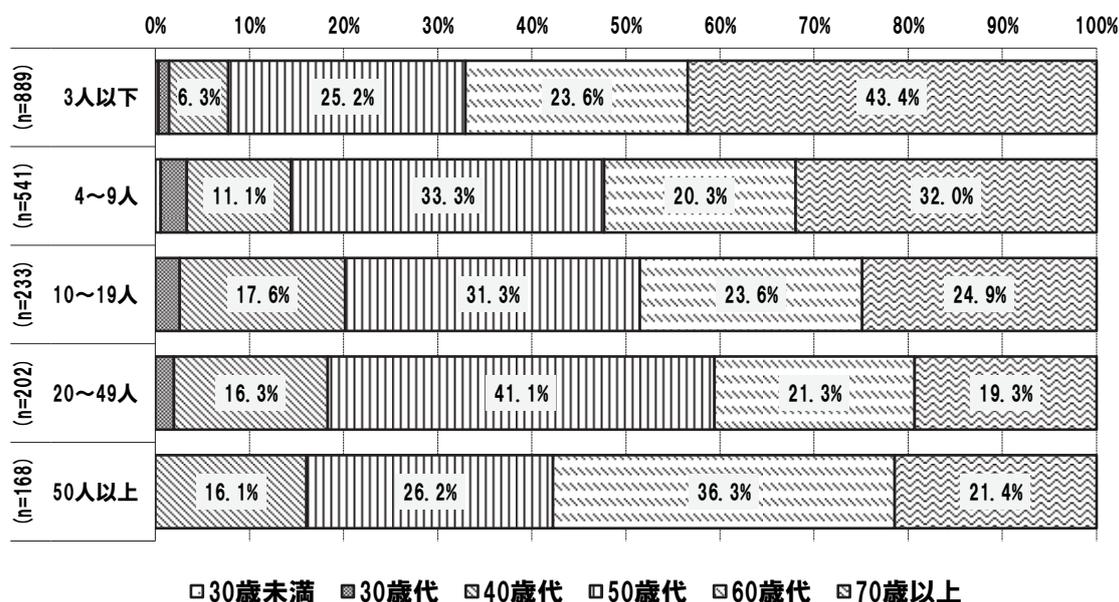


図 22. 経営者の年齢<従業者規模別>



経営者の在任期間をみると、「30年以上」の割合が最も高く約3割（29.6%）を占め、次いで、「10～20年未満」が2割強（23.9%）、「20～30年未満」が2割弱（16.5%）の順である[図 23]。

会社全体の従業員規模別にみると、「49人以下」では、従業員規模が小さいほど経営者の在任期間が長くなる傾向がみられる[図 24]。

図 23. 経営者の在任期間

(n=2027)

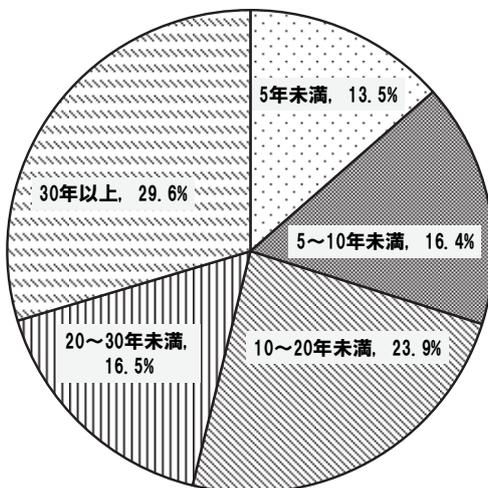
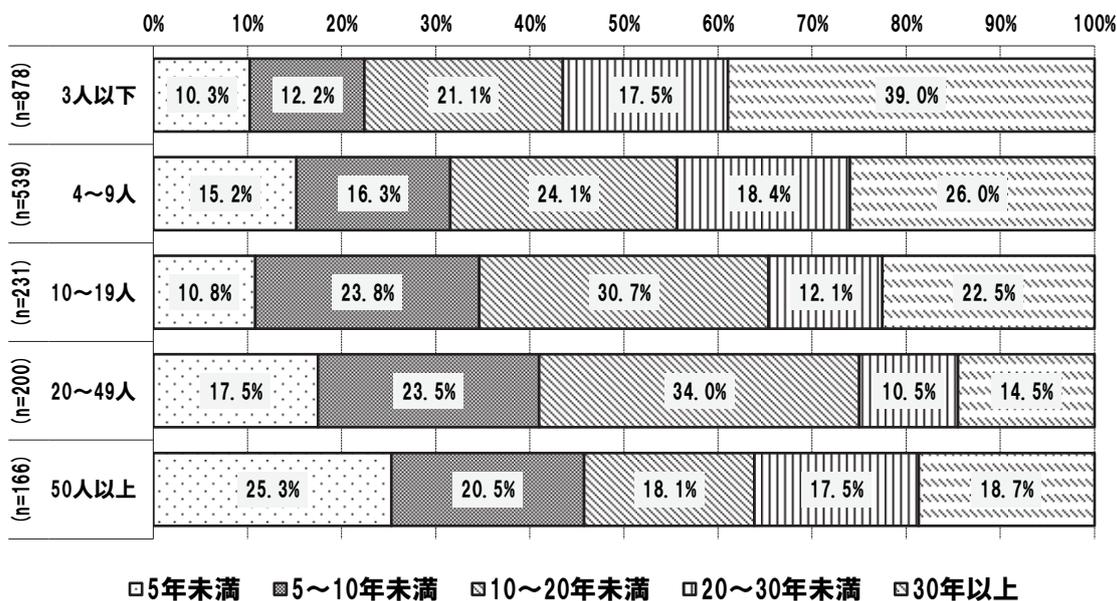


図 24. 経営者の在任期間<従業員規模別>



経営者の代については、「二代目」の割合が最も高く 5 割弱（45.8%）を占め、次いで、「創業者」が 3 割弱（26.2%）、「三代目」が 2 割弱（18.9%）の順である[図 25]。

会社全体の従業者規模別にみると、従業者規模が大きくなるにつれて事業承継が進んでいることがうかがえる[図 26]。

図 25. 経営者の代

(n=2044)

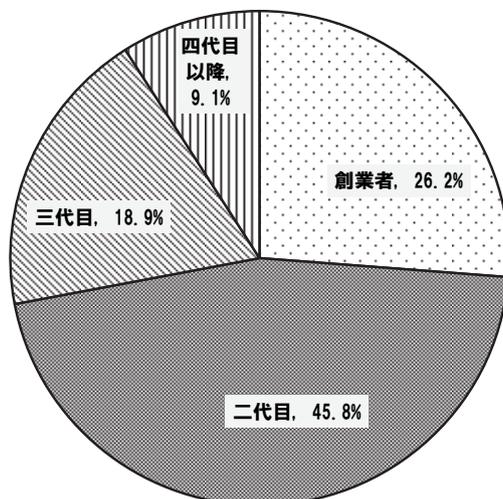
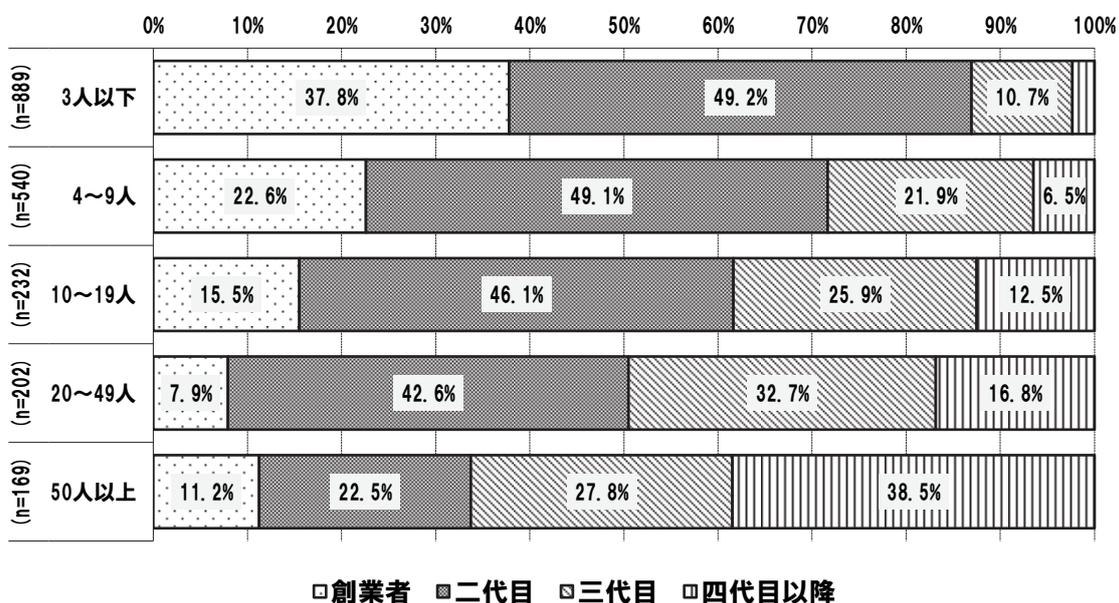


図 26. 経営者の代<従業者規模別>



アンケート結果の創業年をもとに社歴を算出すると、「51～70年」の割合が最も高く4割強(42.4%)を占め、次いで、「31～50年」が3割弱(26.1%)、「70年超」が2割弱(17.0%)の順である[図 27]。

会社全体の従業者規模別にみると、従業者規模の拡大とともに社歴が長い事業所の割合が高くなっている。[図 28]。

図 27. 社歴

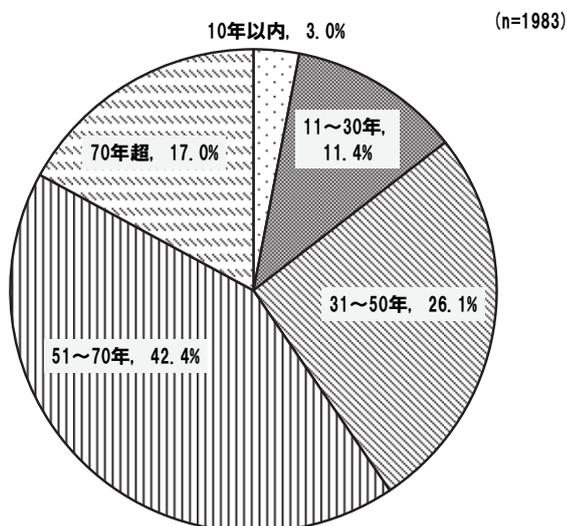
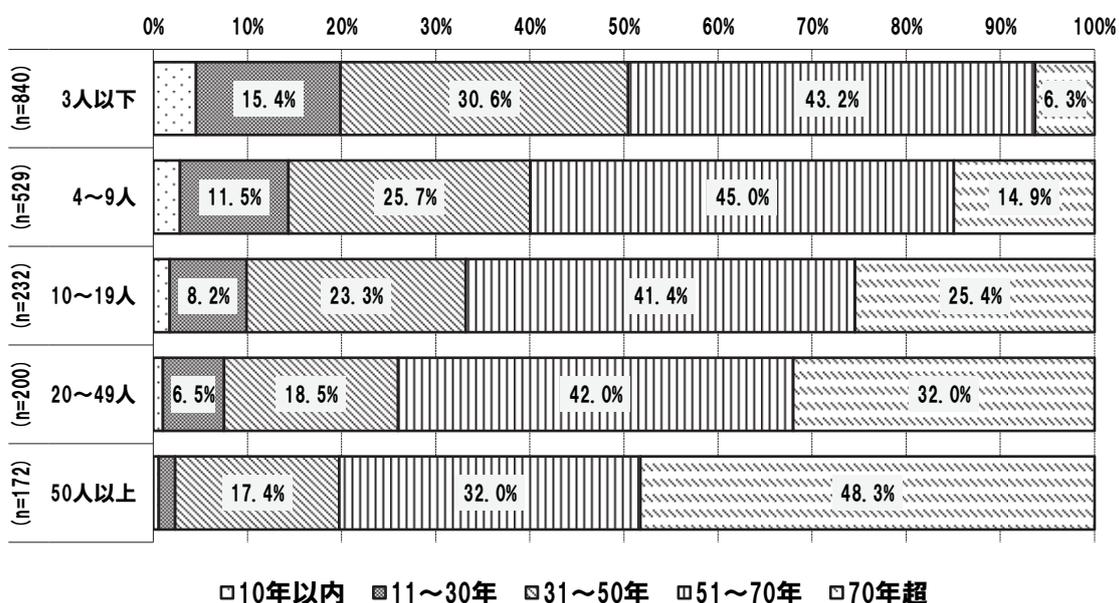


図 28. 社歴<従業者規模別>

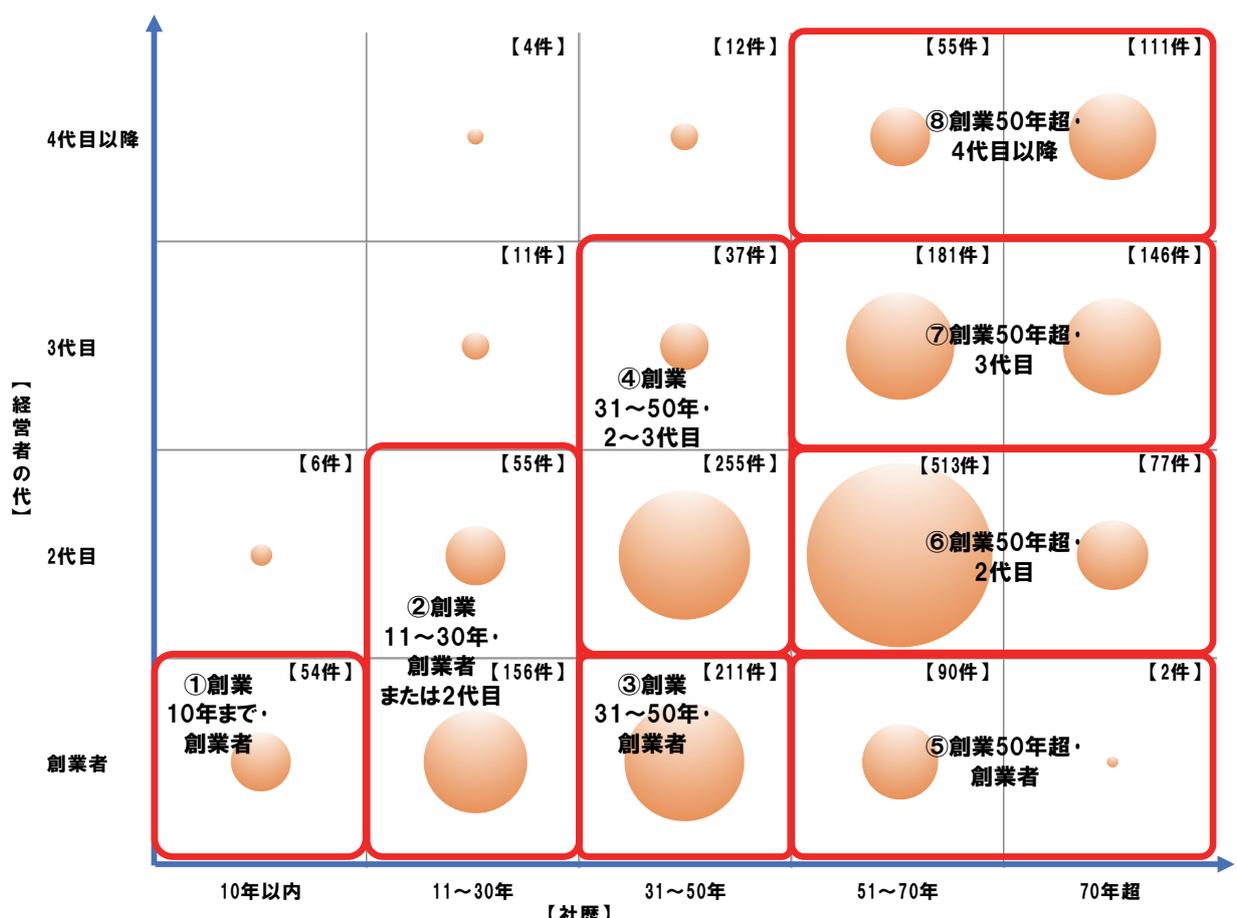


先述の「経営者の代」と「社歴」をもとに、企業のライフステージを次の8段階に分類した[表 5][図 29]。

表 5. 企業のライフステージの8分類

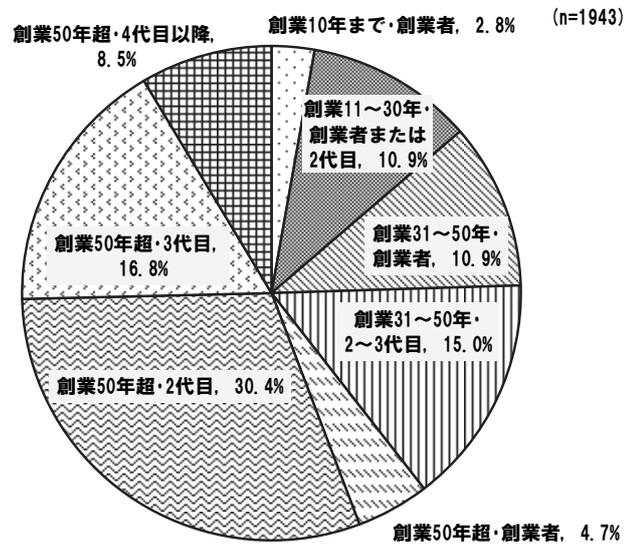
①	社歴が10年以内、かつ、経営者の代が創業者
②	社歴が11～30年、かつ、経営者の代が創業者または2代目
③	社歴が31～50年、かつ、経営者の代が創業者
④	社歴が31～50年、かつ、経営者の代が2～3代目
⑤	社歴が50年超、かつ、経営者の代が創業者
⑥	社歴が50年超、かつ、経営者の代が2代目
⑦	社歴が50年超、かつ、経営者の代が3代目
⑧	社歴が50年超、かつ、経営者の代が4代目以降

図 29. 企業のライフステージ別の事業所数



企業のライフステージの構成比をみると、「創業50年超・2代目」の割合が最も高く約3割(30.4%)を占め、次いで、「創業50年超・3代目」、「創業31～50年・2～3代目」の順にそれぞれ2割弱(16.8%、15.0%)を占める。[図30]。

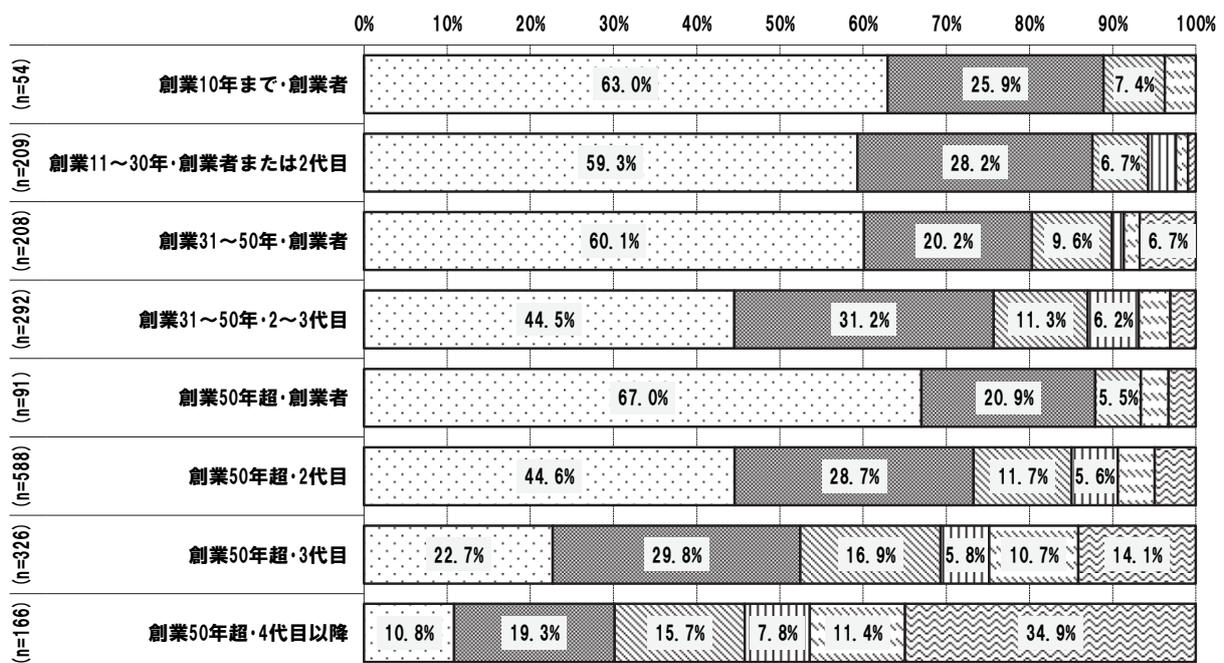
図30. 企業のライフステージ



この企業のライフステージ別に会社全体の従業員規模を比較すると、「創業31～50年」の場合、経営者が「創業者」の事業所よりも「2～3代目」の事業所の従業員規模が大きい傾向がうかがえる。また、「創業50年超」においても、「創業者」、「2代目」、「3代目」、「4代目以降」となるにつれて、従業員規模が大きくなる傾向がみられる[図31]。

こうしたことから「創業30年超」の社歴の長い企業では、事業承継に伴って従業員規模が大きくなっている傾向がうかがえる。

図31. 従業員規模<企業のライフステージ別>



□3人以下 □4～9人 □10～19人 □20～29人 □30～49人 □50人以上

### 3-1-4 所在地

回答事業所の所在地の用途地域をみると、「準工業・特別工業」の割合が最も高く約5割（50.9%）を占め、次いで、「工業」が約2割（20.9%）、「その他住居系」1割強（14.2%）の順である[図 32]。

会社全体の従業者規模別では、従業者規模の大きい事業所ほど「工業専用（島部）」の割合が高くなっている[図 33]。

図 32. 用途地域

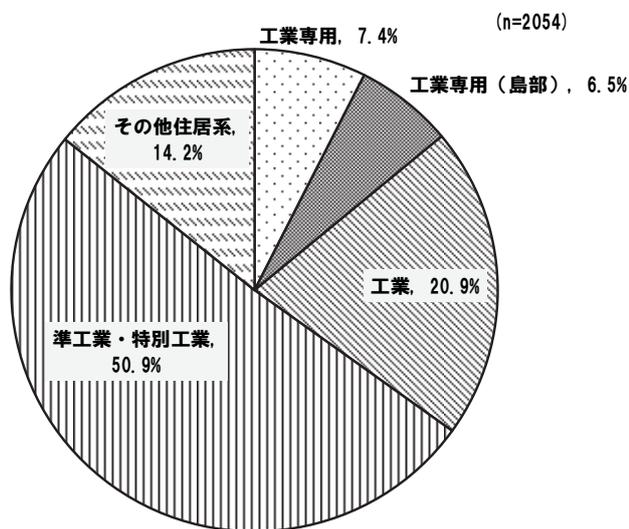
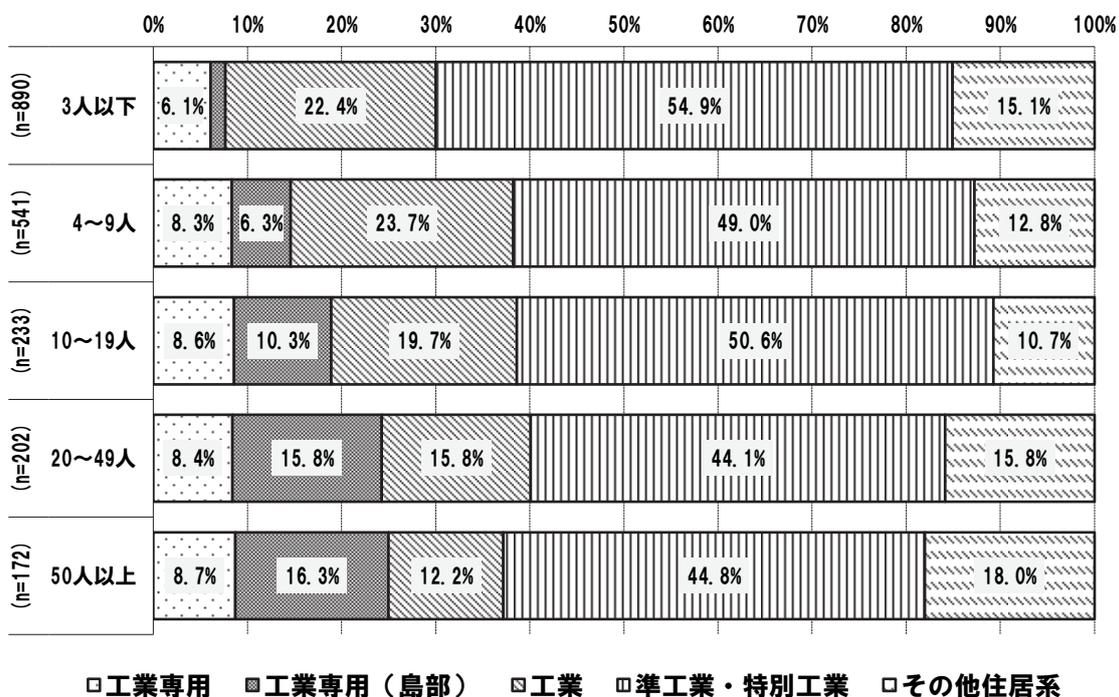


図 33. 用途地域<従業者規模別>



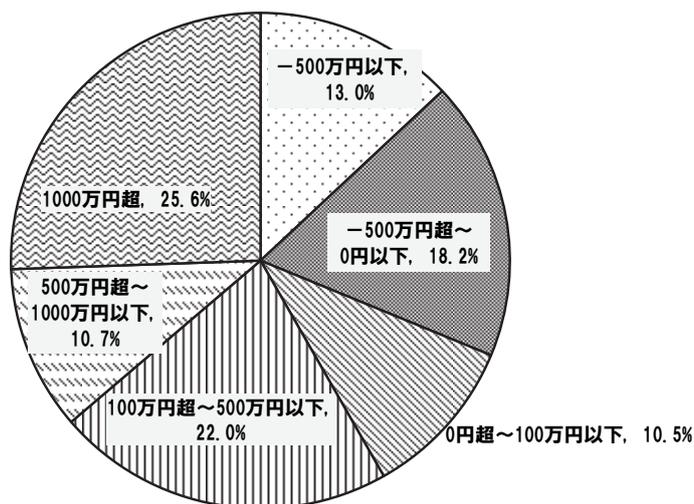
### 3-1-5 事業動向

#### ① 営業利益

会社全体の営業利益をみると、「1000万円超」の割合が最も高く3割弱（25.6%）を占め、「100万円超～500万円以下」の2割強（22.0%）がこれに次ぐ。一方、「-500万円超～0円以下」が2割弱（18.2%）、「-500万円以下」が1割強（13.0%）を占めており、両者を合計した「0円以下」の黒字化していない割合が3割強（31.2%）を占める[図 34]。

図 34. 会社全体の営業利益

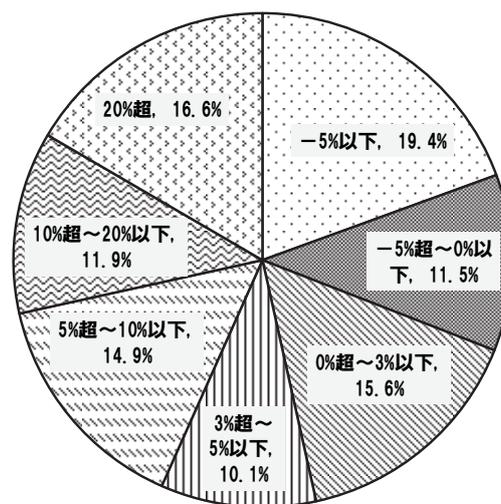
(n=1585)



対売上高営業利益率を算出すると、「-5%以下」の割合が最も高く約2割（19.4%）を占め、次いで、「20%超」、「0%超～3%以下」がそれぞれ2割弱（16.6%、15.6%）、「5%超～10%以下」が1割強（14.9%）の順である[図 35]。

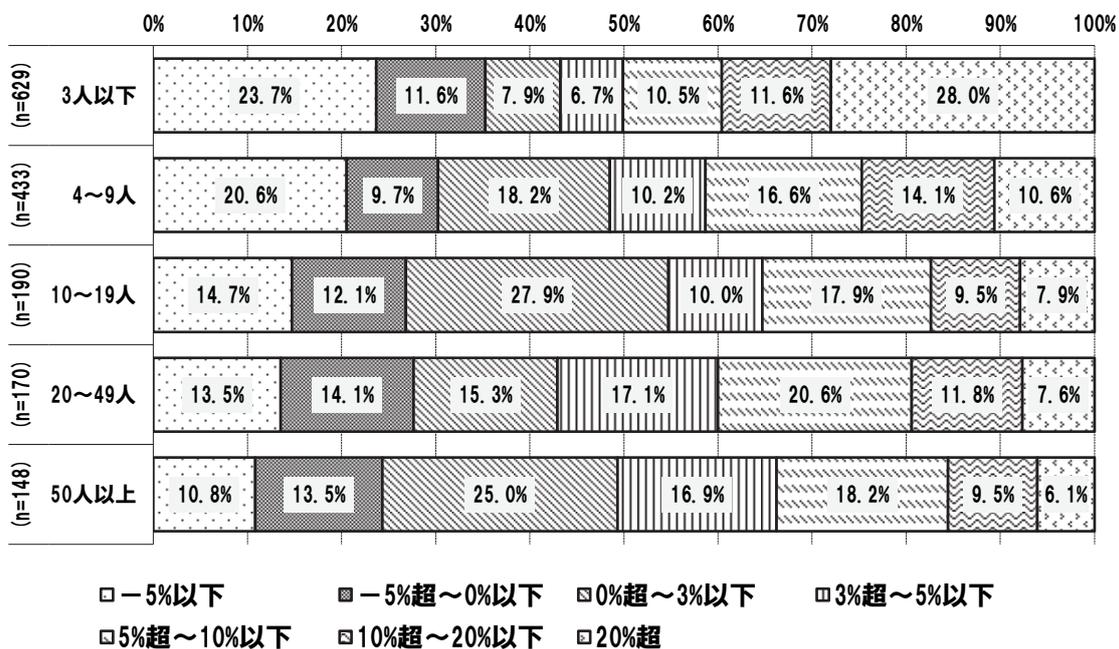
図 35. 対売上高営業利益率

(n=1577)



会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模が小さくなるにつれて営業利益率が「0%以下」の黒字化していない割合が高くなる傾向がみられる。一方、営業利益率が「20%超」の事業所の割合も高くなり、従業員規模が小さい事業所では営業利益率が二極化する傾向がうかがえる〔図 36〕。

図 36. 対売上高営業利益率<従業員規模別>

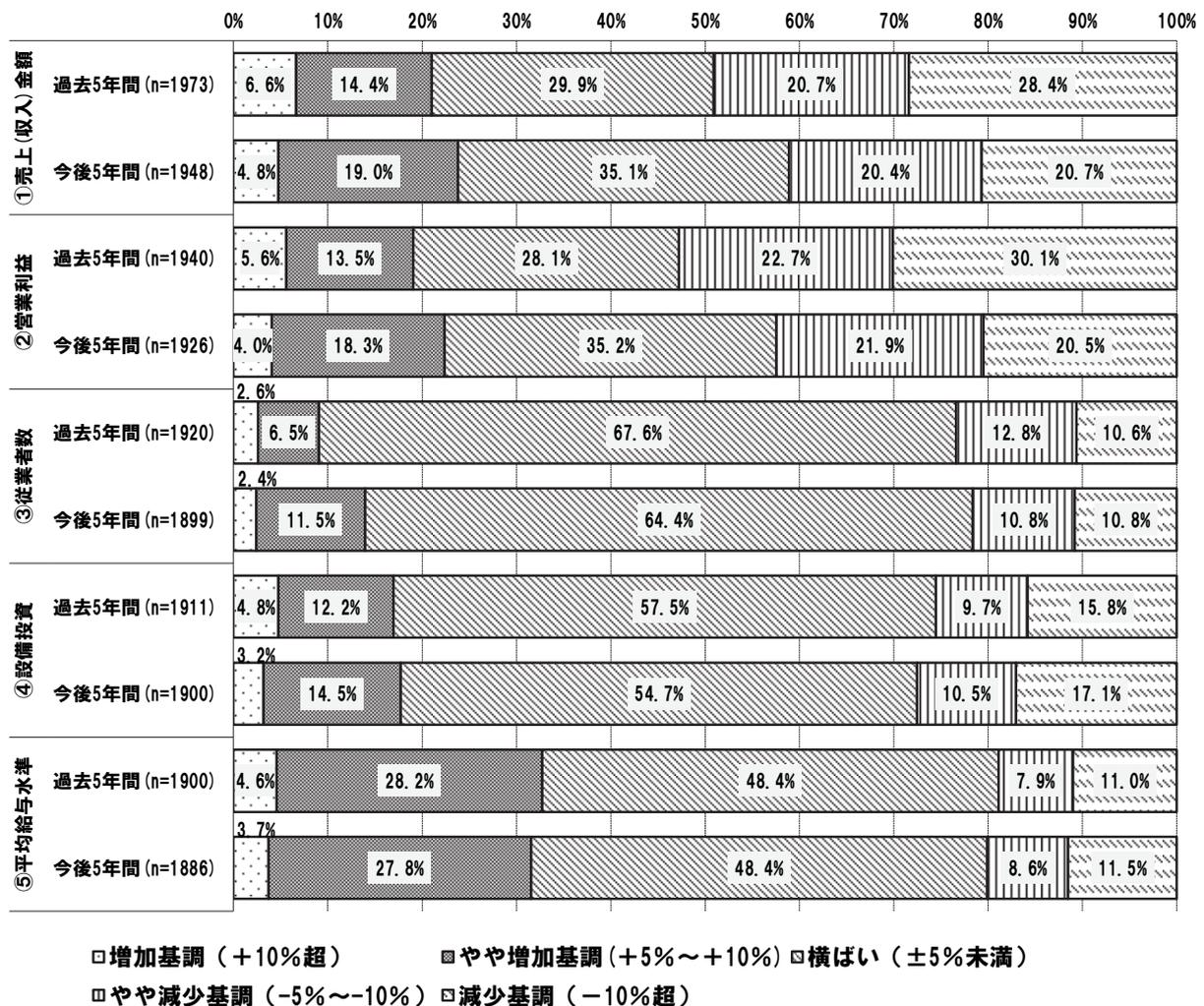


## ② 過去の実績と今後の見通し

過去5年間における会社全体の事業動向を尋ねたところ、「①売上(収入)金額」、「②営業利益」、「③従業者数」、「④設備投資」については、「減少基調」と「やや減少基調」の合計割合が「増加基調」と「やや増加基調」の合計割合を上回っており、特に「①売上(収入)金額」と「②営業利益」はその傾向が強い。一方、「⑤平均給与水準」では、「増加基調」と「やや増加基調」の合計割合が「減少基調」と「やや減少基調」の合計割合を上回っており、今後5年間においても同様の傾向がみられる。

また、各項目について過去5年間の実績と今後5年間の見通しを比較すると、「①売上(収入)金額」と「②営業利益」においては、過去から今後にかけて「増加基調」と「やや増加基調」の合計割合が上昇し「減少基調」と「やや減少基調」の合計割合が低下していることから、今後業績が上向きになると見込んでいる事業所が一定数存在することがうかがえる[図37]。

図37. 過去5年間の事業動向と今後5年間の見通し(会社全体)



加えて、過去5年間の事業推移と今後5年間における見通しについて、各事業所の回答結果を以下のように「+2」～「-2」点で点数化したうえで平均点を算出し比較を行った。

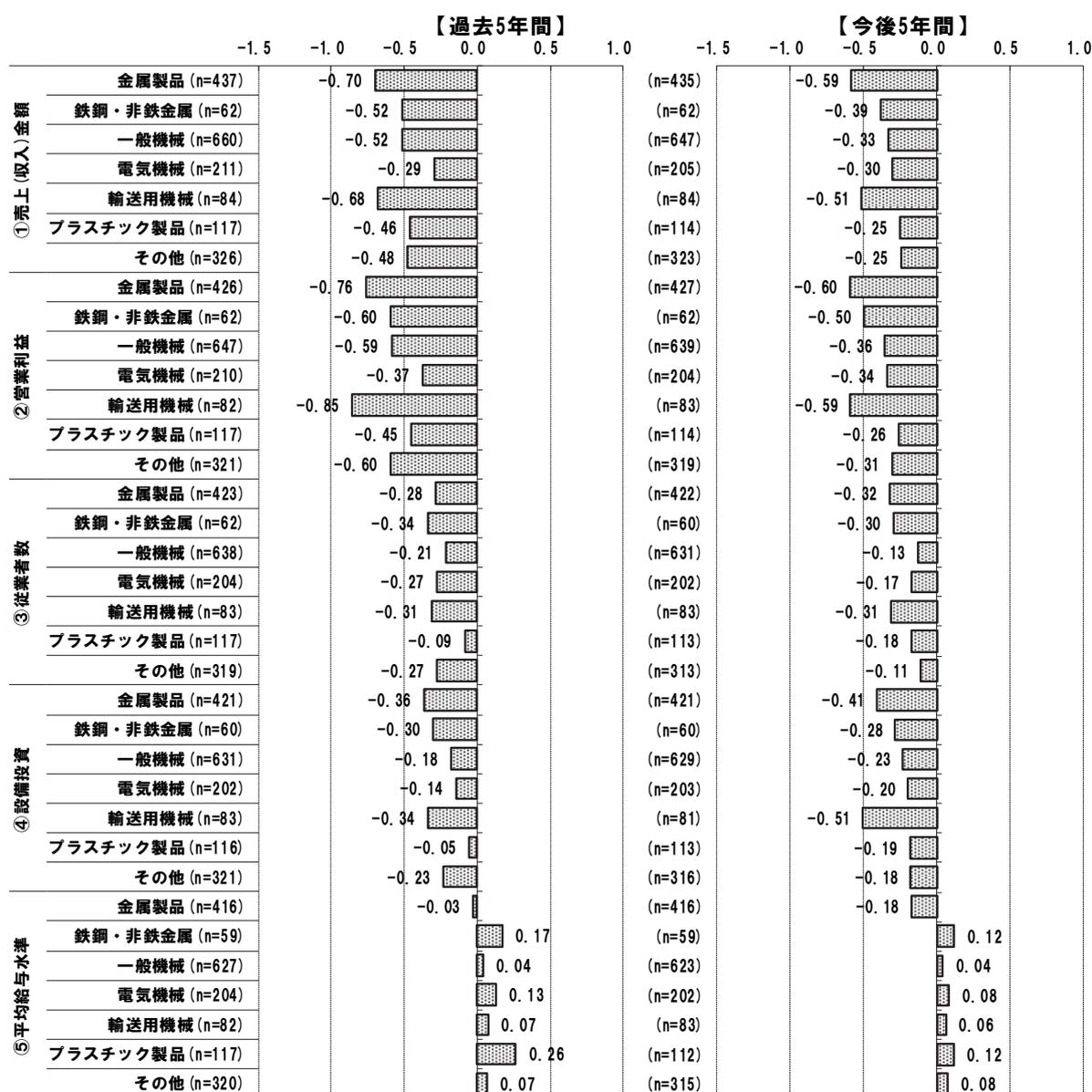
＜点数化の方法＞

- 増加基調：+2点
- やや増加基調：+1点
- 横ばい：±0点
- やや減少基調：-1点
- 減少基調：-2点

業種区別にみると、「⑤平均給与水準」を除く全ての項目において平均点がマイナスになっており、増加基調よりも減少基調とみる事業所が多い。

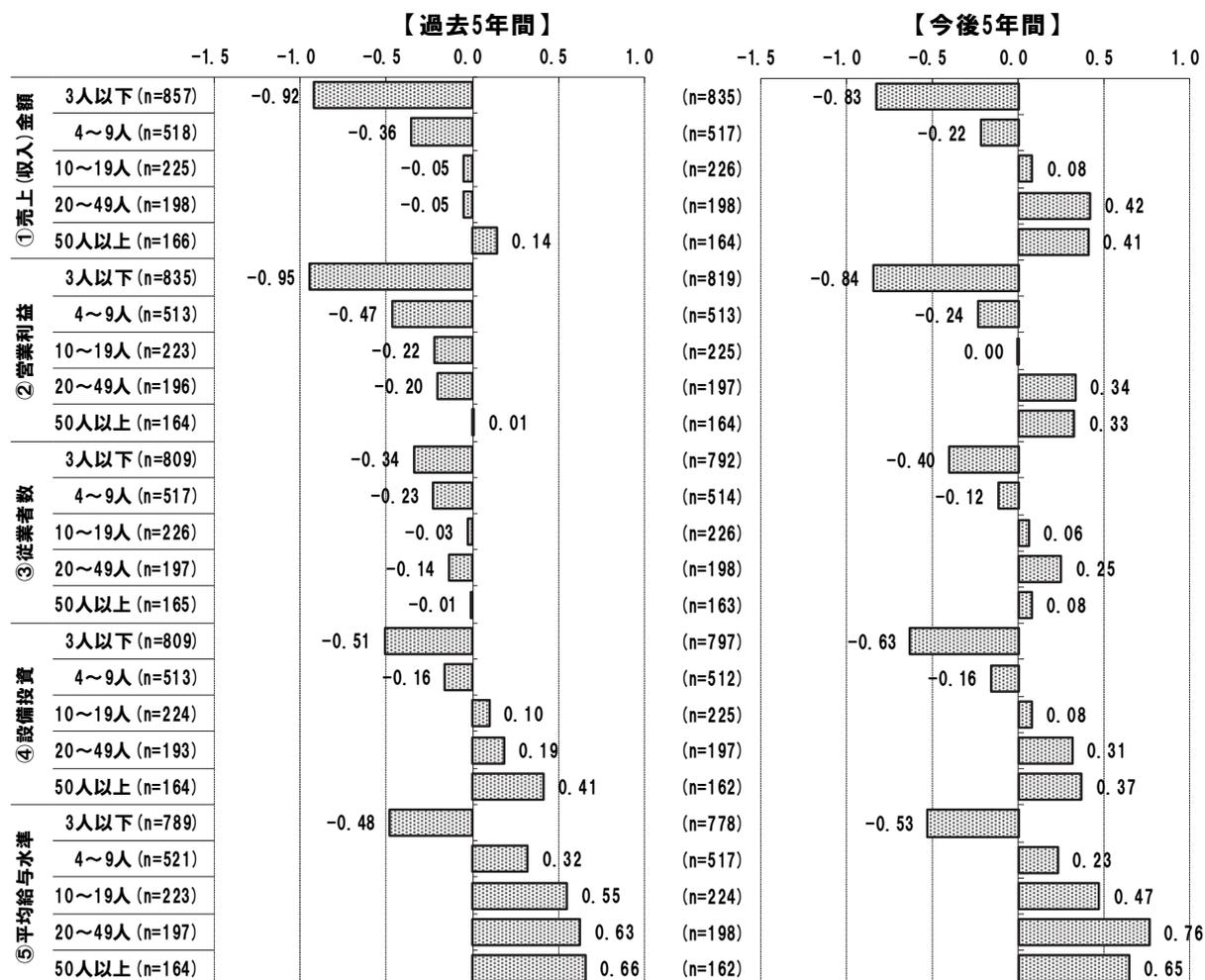
特に「金属製品」と「輸送用機械」では、「①売上（収入）金額」と「②営業利益」の過去5年間における平均点が他の業種よりもマイナス側に振れており、減少基調だったと回答した事業所が多い。なお、過去から今後にかけては平均点のマイナス幅が小さくなっており、業績の上向き傾向がみられるものの、他の業種との比較では今後減少基調とみる事業所が多いことがうかがえる[図 38]。

図 38. 過去5年間の事業推移と今後5年間における見通し(点数化) <業種区分別>



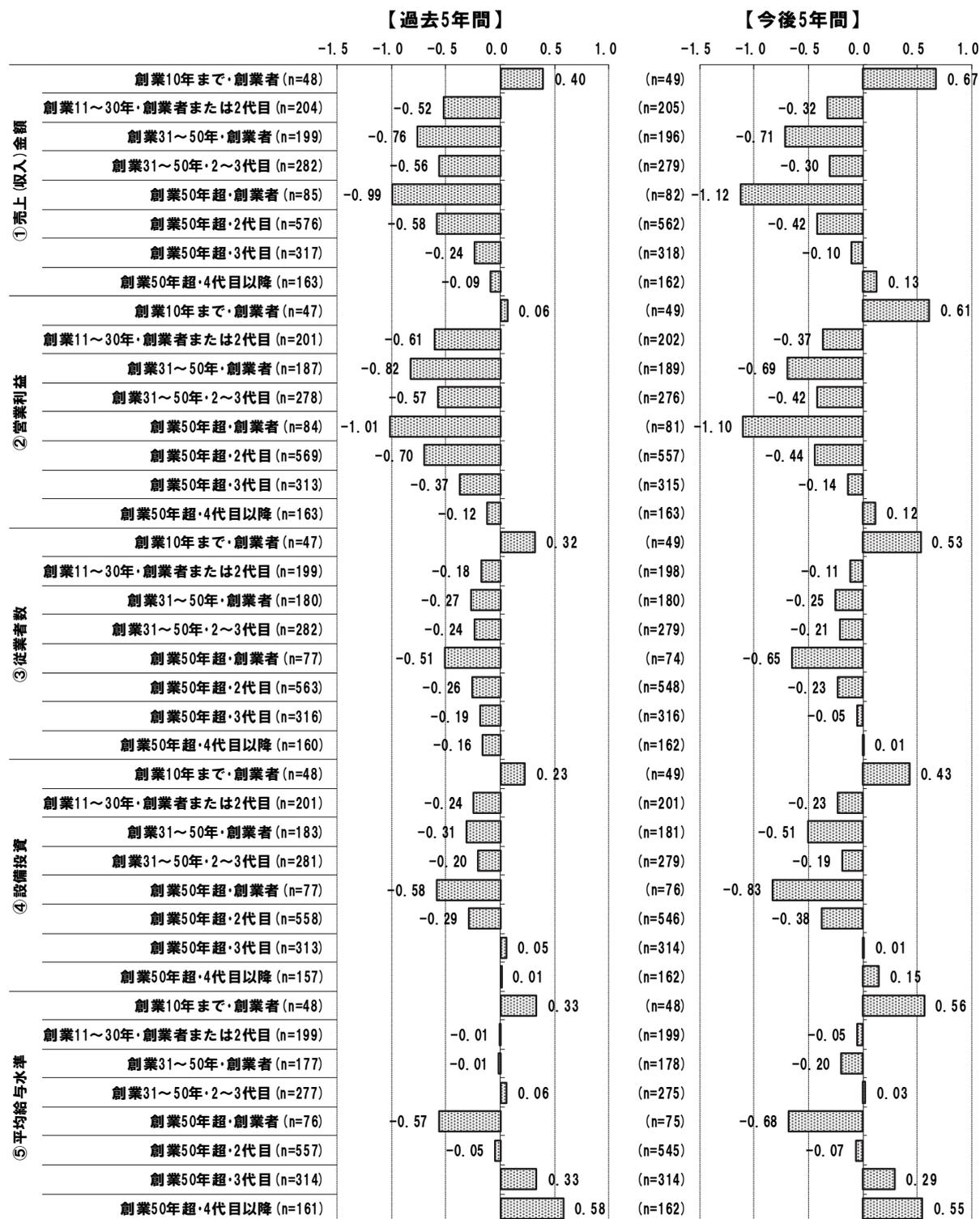
会社全体の従業員規模別にみると、いずれの項目においても従業員規模の拡大とともに平均点が上昇する傾向がみられ、過去の実績及び今後の見通しとも増加基調とみる事業者が多くなることうかがえる[図 39]。

図 39. 過去5年間の事業推移と今後5年間における見通し(点数化)  
 <従業員規模別>



加えて、企業のライフステージ別に比較すると、「創業10年まで・創業者」については該当事業所数が少ないものの、全ての項目において平均点がプラスとなっており、他の類型に比べて過去・今後とも増加基調とみる事業所が多い。また、「創業31～50年」に着目すると、「創業者」よりも「2～3代目」の方が、平均点が高くなっており、事業承継が進んでいる事業所ほど事業動向が上向きになる傾向がうかがえる。この点は、「創業50年超」の事業所においても同様であり、「創業者」、「2代目」、「3代目」、「4代目以降」の順に平均点が上昇する傾向がみられる[図40]。

図40. 過去5年間の事業推移と今後5年間における見通し(点数化)  
 <企業のライフステージ別>

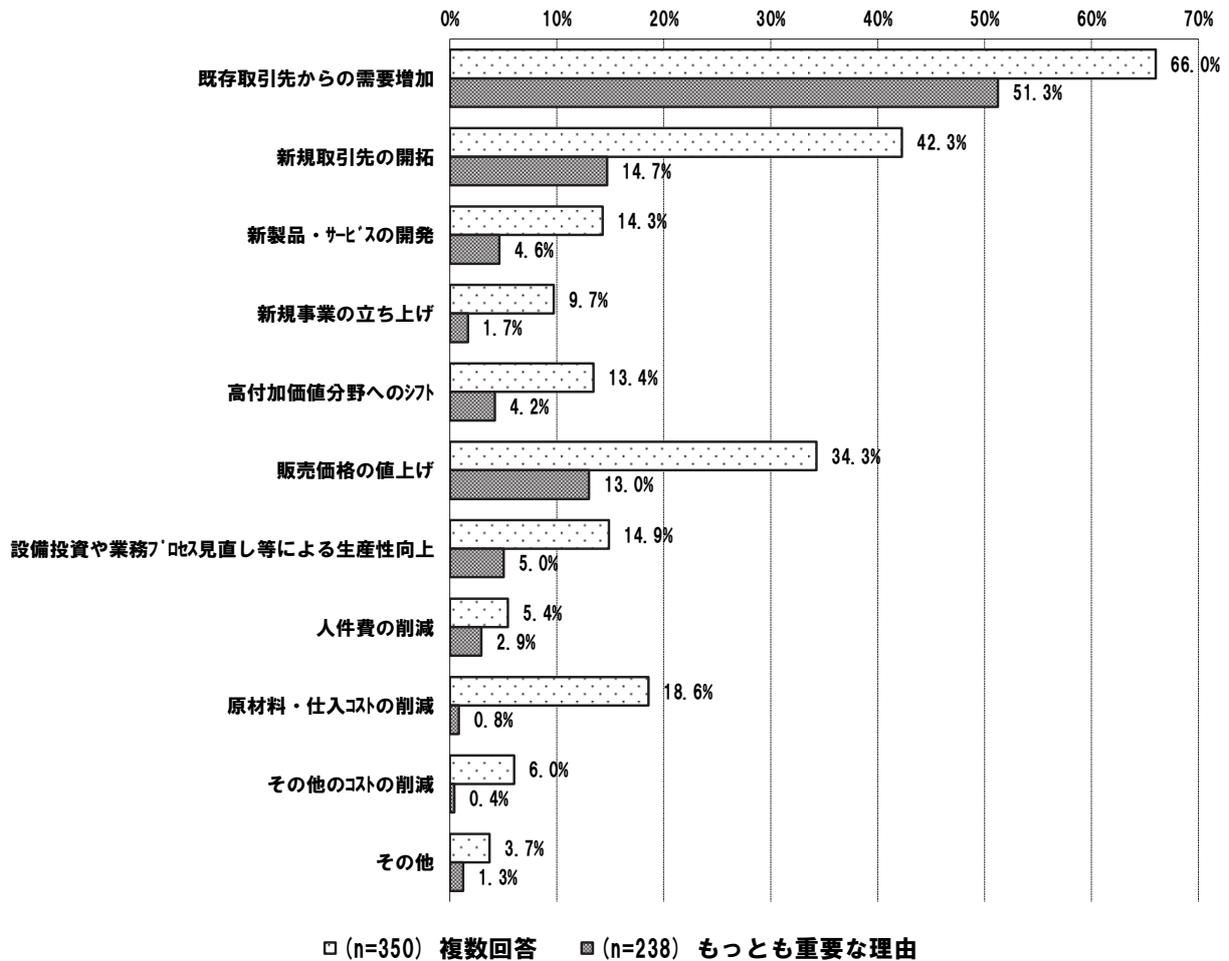


### ③ 営業利益の増加要因

過去5年間において営業利益が「増加基調」または「やや増加基調」と回答した事業所にその理由を尋ねたところ、複数回答の場合、「既存取引先からの需要増加」の割合が最も高く7割弱(66.0%)を占め、それに次ぐ「新規取引先の開拓」の4割強(42.3%)や「販売価格の値上げ」の3割強(34.3%)等を大きく上回っている。

もっとも重要な理由の場合も、「既存取引先からの需要増加」の割合が5割強(51.3%)と最上位を占める[図41]。

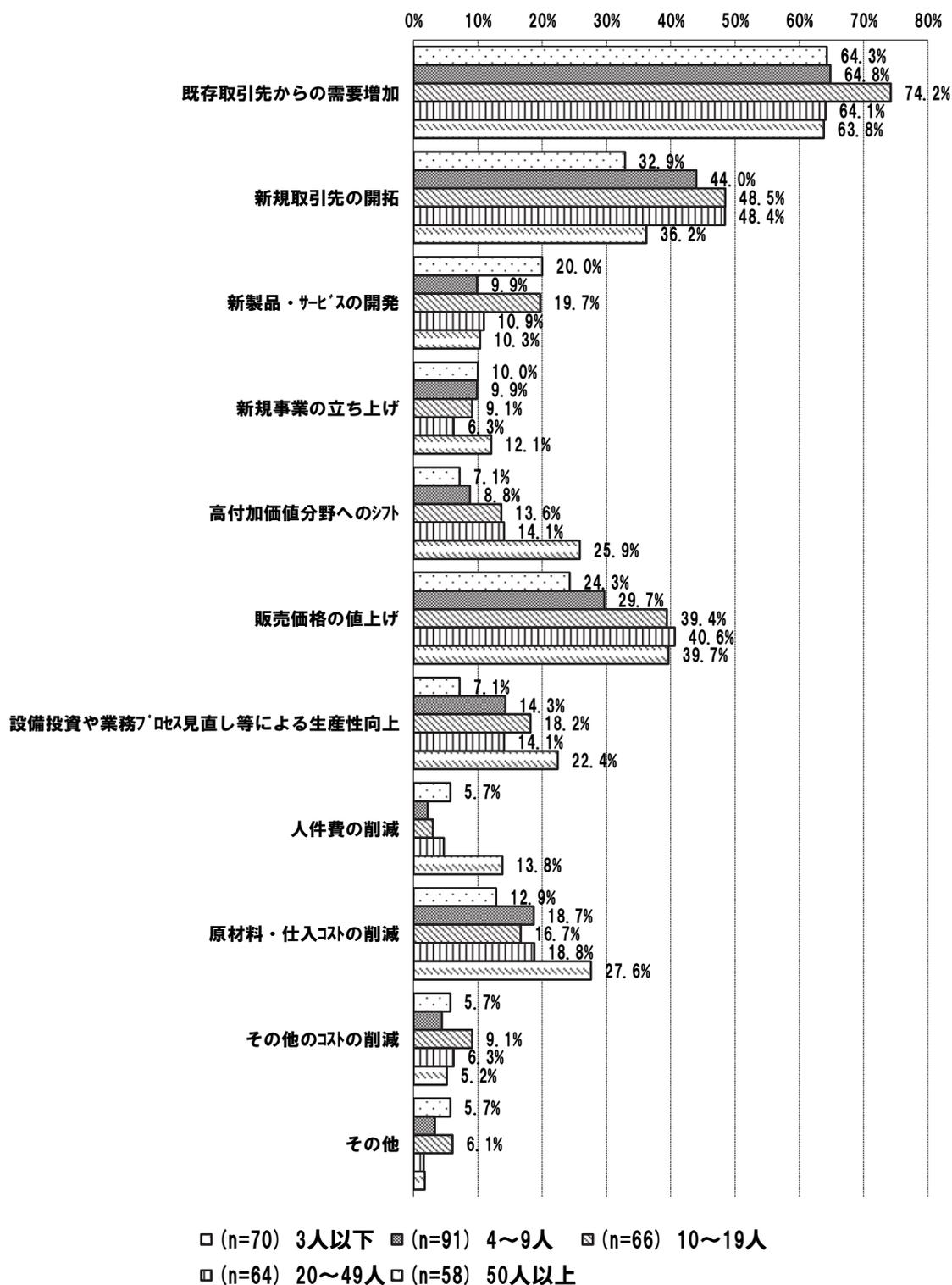
図41. 営業利益が増加した理由



会社全体の従業員規模別にみると、いずれの階層においても「既存取引先からの需要増加」が最上位に挙げられており、「新規取引先の開拓」もしくは「販売価格の値上げ」がこれに次ぐ。

また、「販売価格の値上げ」をはじめ「高付加価値分野へのシフト」、「設備投資や業務プロセス見直し等による生産性向上」、「原材料・仕入コストの削減」については、従業員規模が大きくなるにつれて回答割合が高くなる傾向がみられる[図 42]。

図 42. 営業利益が増加した理由<従業員規模別> (複数回答設問)



過去 5 年間の売上が「増加基調」あるいは「やや増加基調」と回答した事業所に対し、営業利益の増加が実現できた要因や実施した取組について電話ヒアリングを実施した。結果は以下の通りである。

《売上増加の背景・理由》

- ✓ 新規取引先の拡大や、新製品の開発、業態の拡大等、社内での新しい取組により営業利益が増加した事業所が目立つ。
- ✓ また、設備投資やコストカットなどの企業努力のほか、既存取引先の影響を受けて営業利益が増加した事業所も見受けられる。

【現場の声：販路拡大により、営業利益が増加した事業所】

- 商談会に積極的に参加し、取引先を増やした。[金属製品製造業]
- 従業員が区のセミナーや近隣企業との勉強会に出席し、取引先を新規開拓できた。[生産用機械器具製造業]

【現場の声：新製品の開発に取り組み、売上が増加した事業所】

- 毎日取り組んでいる新製品の開発、試作品が採用され、業績に貢献している。[食料品製造業]
- コロナ禍で補助金を活用しながら新製品の開発に取り組んだため。[窯業・土石製品製造業]

【現場の声：業態を変え、売上が増加した事業所】

- 従来は賃加工が主力事業であったが、ここ数年は自社製品の製作と販売を主力事業としている。その結果、営業利益が増加し、現在の売上の半分以上は自社製品の販売によるものである。なお、主力事業の変更に伴い、事業形態も BtoB から BtoC に変わった。[窯業・土石製品製造業]
- 従来は 1 点ものの製作が中心だったが、長年の技術の蓄積を活用して高付加価値製品を量産化した結果、営業利益が増加した。自社でないと作れない製品であり、また納品が早いことも営業利益の増加に貢献している。[はん用機械器具製造業]
- コロナ禍の行動規制を受け、従来から取り組んでいたネット受注にさらに力をいれた。[窯業・土石製品製造業]

【現場の声：設備投資やコストカットに取り組み、売上が増加した事業所】

- 設備投資を行う際にはコストを抑えるために、地方まで社長が赴き中古品の設備や工具を安く購入した。少人数で計画を立てて機動的に動き、社内の意思決定が速いことも営業利益の増加につながっている。[金属製品製造業]
- 助成金を活用して設備投資を行い、人員配置や動線を改善した。[化学工業]
- 図面の再利用等により、コストカットを行っている。[業務用機械器具製造業]

【現場の声：既存取引先からの需要増加を受け、売上が増加した事業所】

- 半導体需要を受けて、既存取引先からの受注が増えた。[生産用機械器具製造業]
- 既存取引先からの受注が増え、営業利益が増加した。顧客のニーズに応じて最新機種の設備を活かしつつ機動力をもって短い納期で納品できるのが強み。[生産用機械器具製造業]

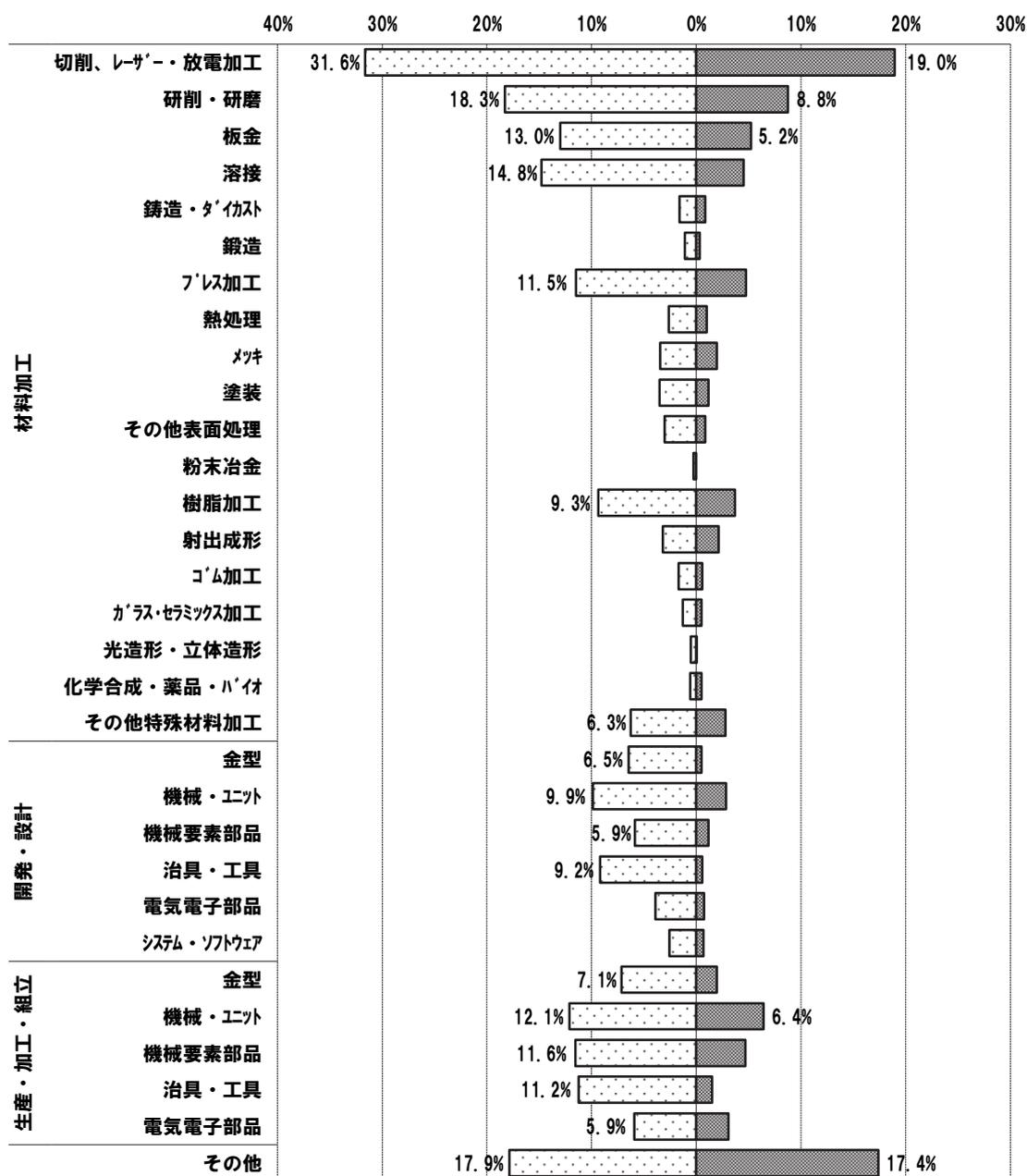
### 3-2 得意技術・強み

#### 3-2-1 得意技術

回答事業所が得意とする技術分野としては、複数回答の場合、「切削、レーザー・放電加工」の割合が最も高く3割強（31.6%）の事業所が挙げており、次いで、「研削・研磨」、「その他」がそれぞれ2割弱（18.3%、17.9%）、「溶接」、「板金」がそれぞれ1割強（14.8%、13.0%）の順である。最も主要な分野に限定してみると、「切削、レーザー・放電加工」を挙げる事業所が最も多く約2割（19.0%）を占める〔図43〕。

上記で挙げた技術の他にも、「材料加工」、「開発・設計」、「生産・加工・組立」の各領域において回答が分散しており、区内には多様なものづくり技術を有する事業所が存在していることがうかがえる。

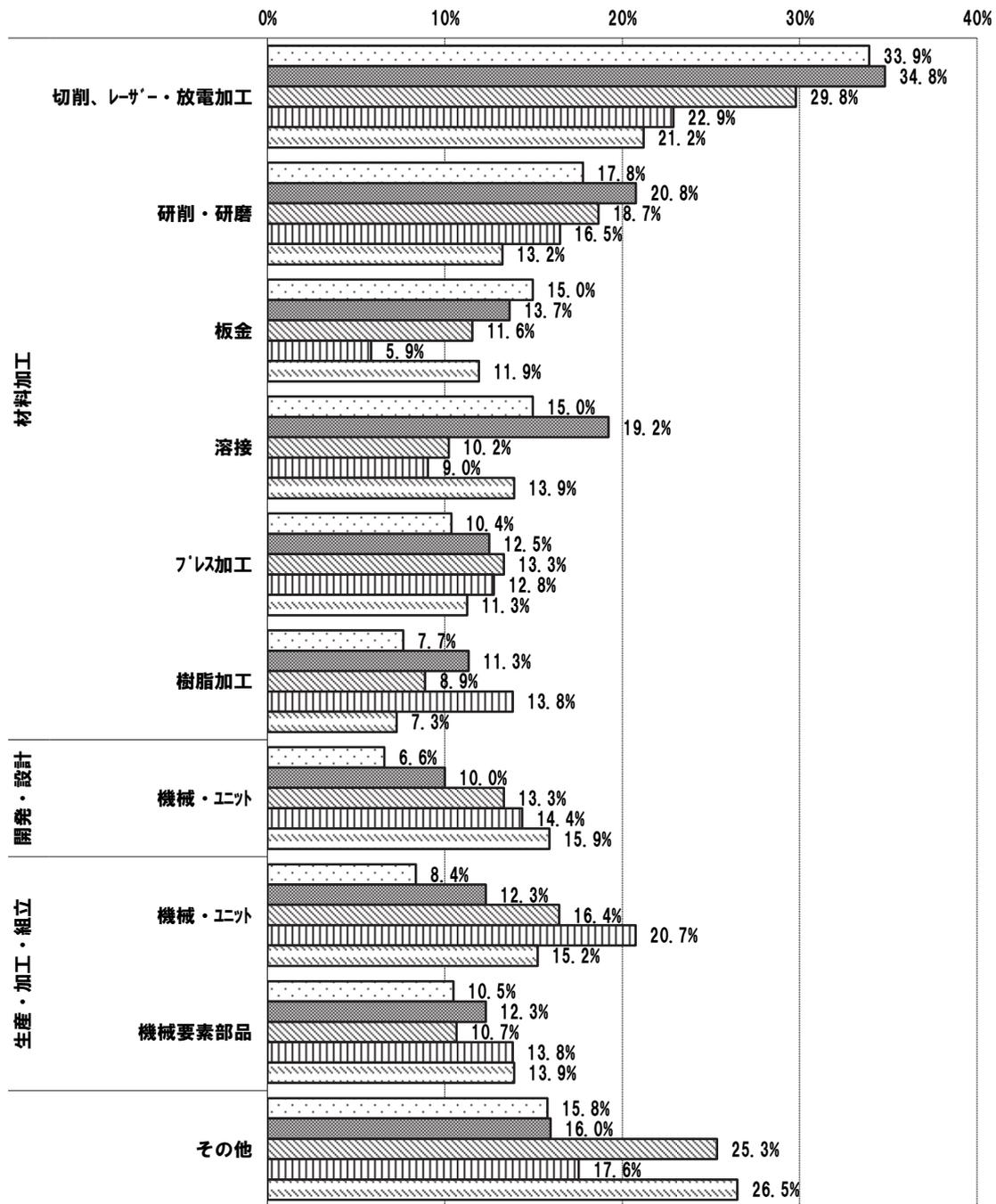
図 43. 得意とする技術分野



□ (n=1948) あてはまるものすべて    ■ (n=1794) 最も主要な分野

会社全体の従業者規模別にみると、回答事業所全体で回答割合が高い「切削、レーザー・放電加工」や「研削・研磨」等については、従業者規模が小さくなるにつれて、得意とする事業所の割合が高くなる傾向がみられる。一方、「開発・設計」及び「生産・加工・組立」領域における「機械・ユニット」等では、従業者規模が大きくなるほど得意とする事業所の割合が高くなる傾向がみられる[図 44]。

図 44. 得意とする技術分野(複数回答)＜従業者規模別＞ (複数回答設問)



□ (n=849) 3人以下 ■ (n=520) 4~9人 ▨ (n=225) 10~19人  
 ▩ (n=188) 20~49人 □ (n=151) 50人以上

(注釈) 回答割合が高い一部の項目をグラフ化

業種区分別に回答割合が高い上位 5 項目を比較すると、全体で回答割合が高い「切削、レーザー・放電加工」（表中の網かけ）は全ての業種において上位 3 項目までに挙げられている。特に「その他」を除く業種においては、回答割合が 2 割弱以上を占めており、「切削、レーザー・放電加工」が多様な業種において区内のものづくり産業を支える基盤技術の一つになっていることがうかがえる。

また、技術分野については業種による差がみられ、「その他」を除く各業種で上位に挙げられた技術分野（「その他」を除く）を列挙すると以下の通りである[表 6]。

- 金属製品：溶接、板金、プレス加工、研削・研磨
- 鉄鋼・非鉄金属：鋳造・ダイカスト、機械要素部品、金型
- 一般機械：研削・研磨、機械・ユニット、治具・工具
- 電気機械：電気電子部品、板金
- 輸送用機械：溶接、研削・研磨、プレス加工、板金
- プラスチック製品：樹脂加工、射出成形、金型

表 6. 得意とする技術分野(複数回答)の上位 5 項目<業種区分別> (複数回答設問)

	1位		2位		3位		4位		5位	
	技術分野	割合	技術分野	割合	技術分野	割合	技術分野	割合	技術分野	割合
金属製品 (n=451)	溶接	28.4%	切削、レーザー・放電加工	26.6%	板金	26.4%	プレス加工	20.6%	研削・研磨	20.0%
鉄鋼・非鉄金属 (n=62)	切削、レーザー・放電加工	32.3%	鋳造・ダイカスト	24.2%	機械要素部品 (生産・加工・組立)	14.5%	その他	14.5%	金型(開発・設計)	12.9%
一般機械 (n=660)	切削、レーザー・放電加工	49.2%	研削・研磨	28.5%	機械・ユニット (生産・加工・組立)	21.2%	治具・工具 (生産・加工・組立)	19.1%	機械・ユニット (開発・設計)	17.1%
電気機械 (n=207)	電気電子部品 (生産・加工・組立)	31.4%	切削、レーザー・放電加工	23.2%	その他	19.3%	電気電子部品 (開発・設計)	17.9%	板金	15.5%
輸送用機械 (n=83)	切削、レーザー・放電加工	54.2%	溶接	26.5%	研削・研磨	25.3%	プレス加工	20.5%	板金	16.9%
プラスチック製品 (n=113)	樹脂加工	62.8%	射出成形	34.5%	切削、レーザー・放電加工	18.6%	金型(開発・設計)	12.4%	金型(生産・加工・組立)	10.6%
その他 (n=293)	その他	68.6%	その他特殊材料加工	9.2%	切削、レーザー・放電加工	6.8%	樹脂加工	5.1%	プレス加工	4.8%

用途地域別にみても、「切削、レーザー・放電加工」（表中の網かけ）は全ての地域において上位 2 項目までに挙げられており、区内で広範に分布していることがうかがえる。また、「溶接」は「その他住居系」以外の地域において、「研削・研磨」は「工業専用（島部）」以外の地域において上位 4 項目までに挙げられており、分布エリアが広範にわたっていることがうかがえる。

その他、「工業専用」、「工業専用（島部）」では、「板金」が上位に挙げられており、加えて島部においては「プレス加工」を手がける事業所が多くみられる[表 7]。

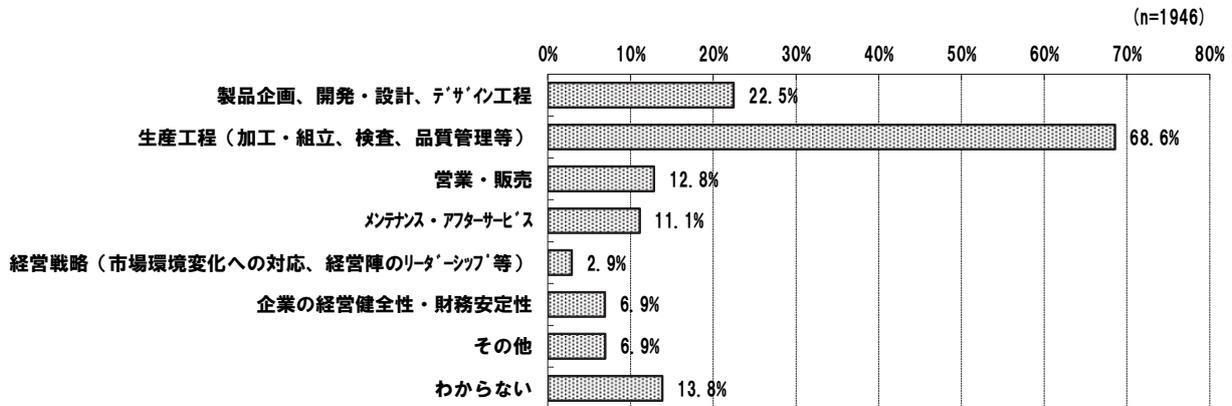
表 7. 得意とする技術分野(複数回答)の上位 5 項目<用途地域別> (複数回答設問)

	1位		2位		3位		4位		5位	
	技術分野	割合	技術分野	割合	技術分野	割合	技術分野	割合	技術分野	割合
工業専用 (n=144)	切削、レーザー・放電加工	29.9%	溶接	22.2%	板金	16.7%	研削・研磨	16.0%	機械・ユニット (開発・設計)	15.3%
工業専用(島部) (n=131)	板金	24.4%	切削、レーザー・放電加工	23.7%	溶接	23.7%	その他	21.4%	プレス加工	19.8%
工業 (n=413)	切削、レーザー・放電加工	36.1%	研削・研磨	20.3%	溶接	14.5%	治具・工具 (生産・加工・組立)	13.8%	機械・ユニット (生産・加工・組立)	12.8%
準工業・特別工業 (n=1000)	切削、レーザー・放電加工	33.2%	研削・研磨	19.4%	その他	17.6%	溶接	14.7%	機械要素部品 (生産・加工・組立)	12.8%
その他住居系 (n=260)	その他	26.5%	切削、レーザー・放電加工	23.5%	研削・研磨	14.6%	機械・ユニット (生産・加工・組立)	11.5%	電気電子部品 (生産・加工・組立)	11.5%

### 3-2-2 顧客に対する強み

顧客に対する強みについては、「生産工程（加工・組立、検査、品質管理等）」の割合が最も高く7割弱（68.6%）を占め、これに次ぐ「製品企画、開発・設計、デザイン工程」の2割強（22.5%）等を大きく上回る[図 45]。

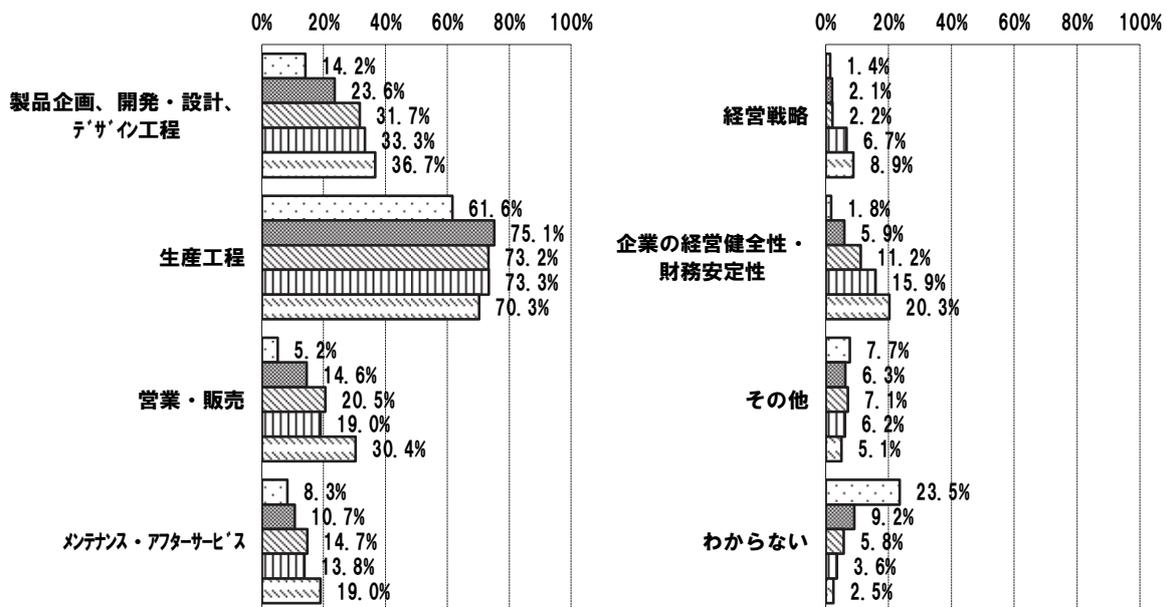
図 45. 顧客に対して持っている強み（複数回答設問）



会社全体の従業員規模別にみると、いずれの階層においても「生産工程」を強みとする事業所の割合が突出して高い。また、従業員規模の拡大とともに、「製品企画、開発・設計、デザイン工程」、「営業・販売」、「メンテナンス・アフターサービス」、「企業の経営健全性・財務安定性」、「経営戦略」を挙げる事業所の割合が高くなる傾向がみられる。

一方、従業員規模が小さい事業所ほど、自社の強みが「わからない」とする割合が増加している[図 46]。

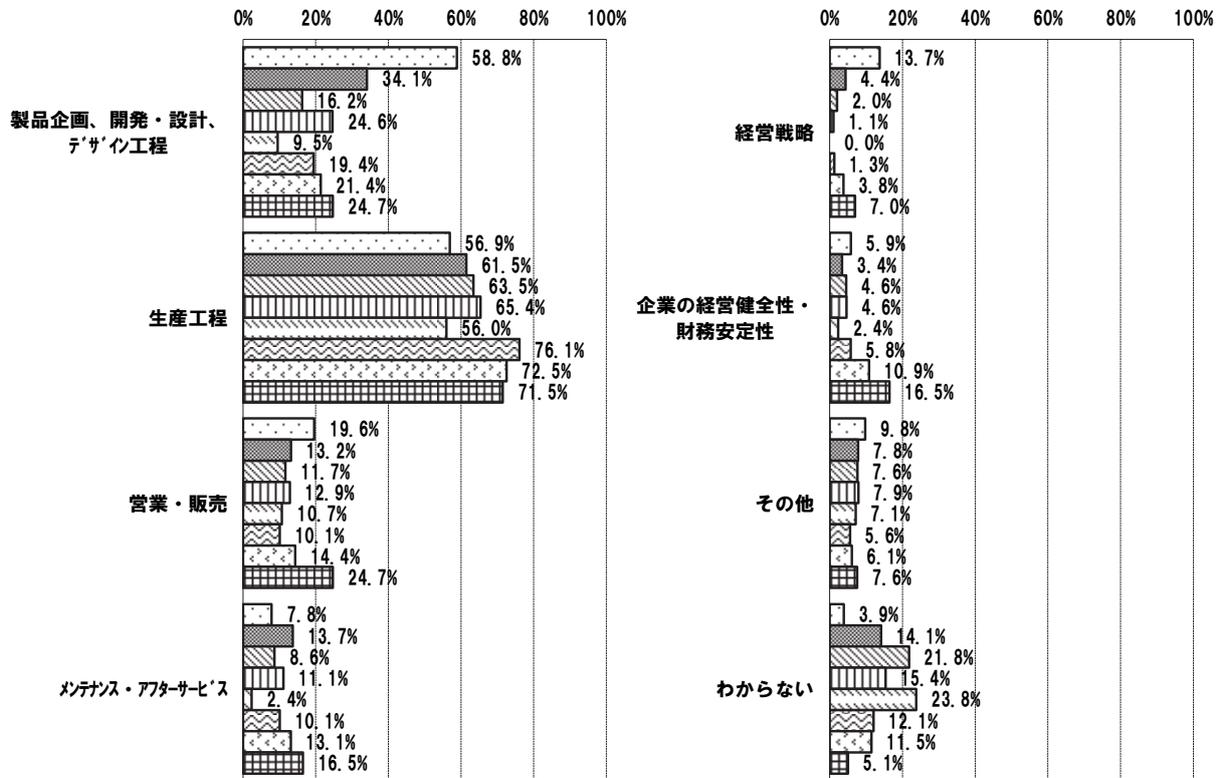
図 46. 顧客に対して持っている強み<従業員規模別>（複数回答設問）



□ (n=833) 3人以下 ■ (n=522) 4~9人 ▨ (n=224) 10~19人  
 ▩ (n=195) 20~49人 □ (n=158) 50人以上

企業のライフステージ別にみると、「創業10年まで・創業者」では、他の類型に比べて「製品企画、開発・設計、デザイン工程」の割合が高く6割弱（58.8%）を占める。一方、「創業50年超」の「2代目以降」では「生産工程」を強みとする事業所が多く、回答割合は、それぞれ7割（76.1%、72.5%、71.5%）を超えている〔図47〕。

図47. 顧客に対して持っている強み<企業のライフステージ別>（複数回答設問）

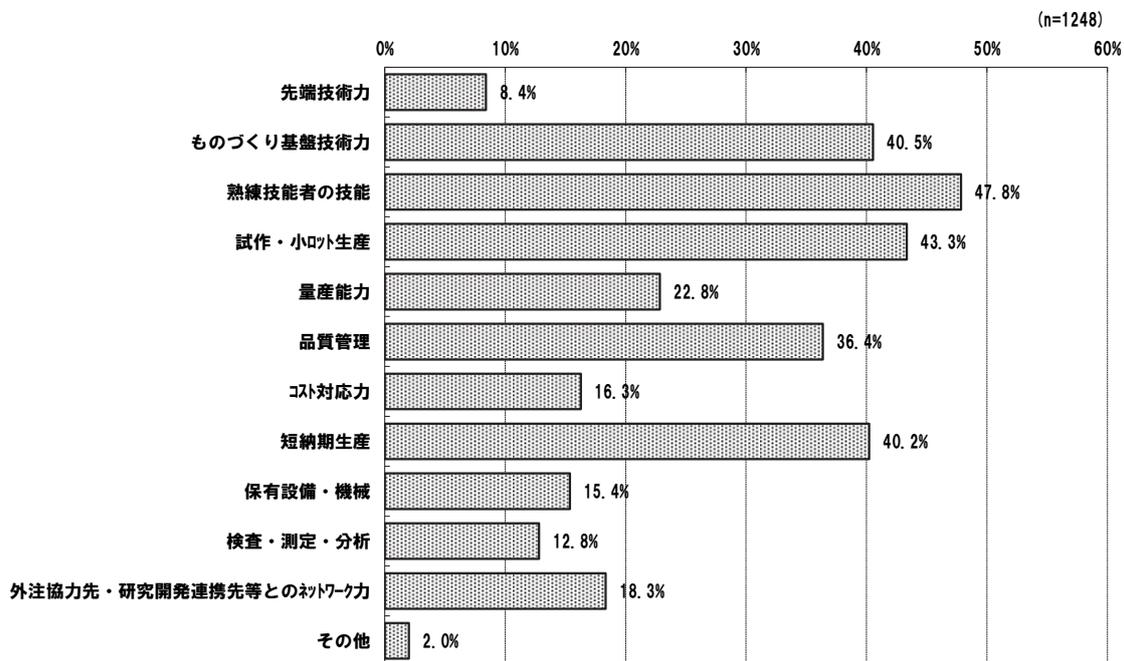


- (n=51) 創業10年まで・創業者
- ▣ (n=197) 創業31～50年・創業者
- (n=84) 創業50年超・創業者
- ▣ (n=313) 創業50年超・3代目

- ▣ (n=205) 創業11～30年・創業者または2代目
- (n=280) 創業31～50年・2～3代目
- ▣ (n=556) 創業50年超・2代目
- ▣ (n=158) 創業50年超・4代目以降

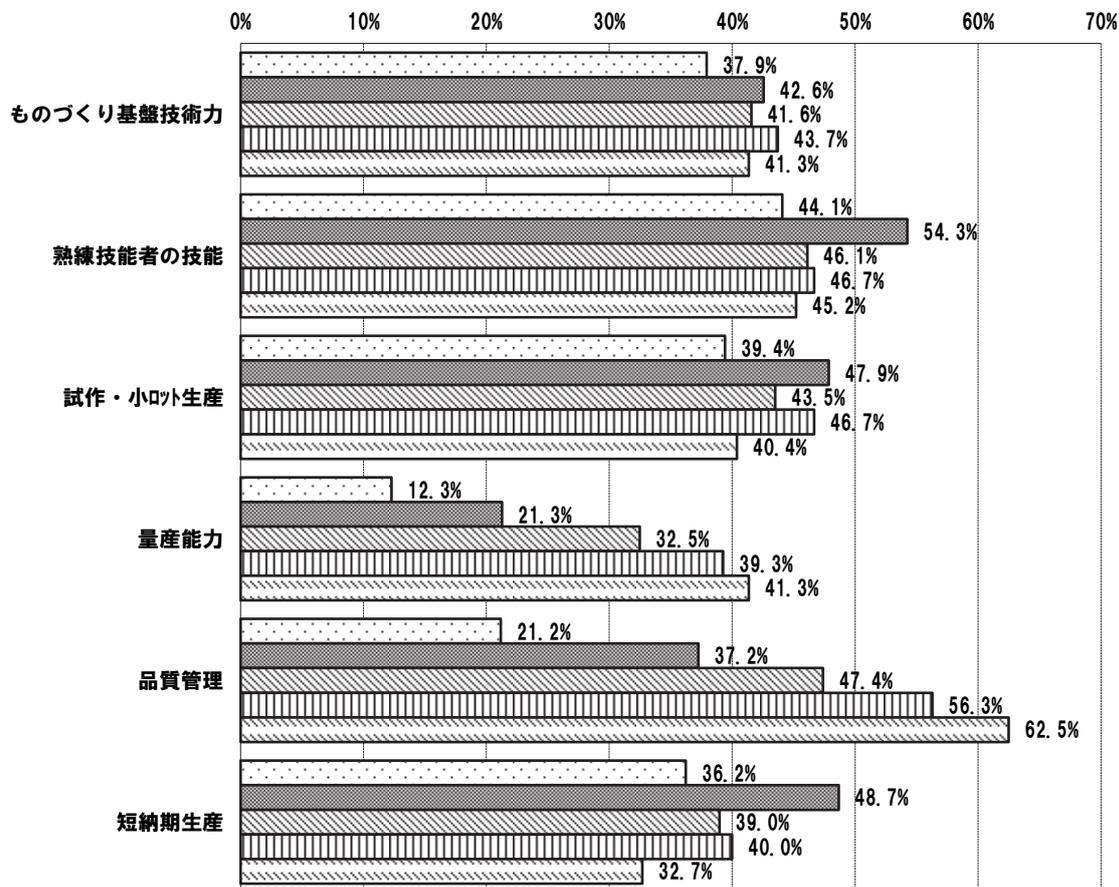
加えて、回答が最も多い「生産工程（加工・組立、検査、品質管理等）」における強みの詳細を尋ねたところ、「熟練技能者の技能」の割合が最も高く 5 割弱（47.8%）を占め、次いで、「試作・小ロット生産」が 4 割強（43.3%）、「ものづくり基盤技術力」、「短納期生産」がそれぞれ約 4 割（40.5%、40.2%）、「品質管理」が 4 割弱（36.4%）の順である[図 48]。

図 48. 生産工程における強み（複数回答設問）



会社全体の従業者規模別にみると、従業者規模が「4～9人」の事業所では、「熟練技能者の技能」が5割強（54.3%）、「短納期生産」や「試作・小ロット生産」がそれぞれ5割弱（48.7%、47.9%）を占め、他の階層に比べて強みとする事業所が多い。また、「品質管理」や「量産能力」に関しては、従業者規模が大きくなるにつれて強みとする事業所の割合も高くなる〔図 49〕。

図 49. 生産工程における強み<従業者規模別>（複数回答設問）

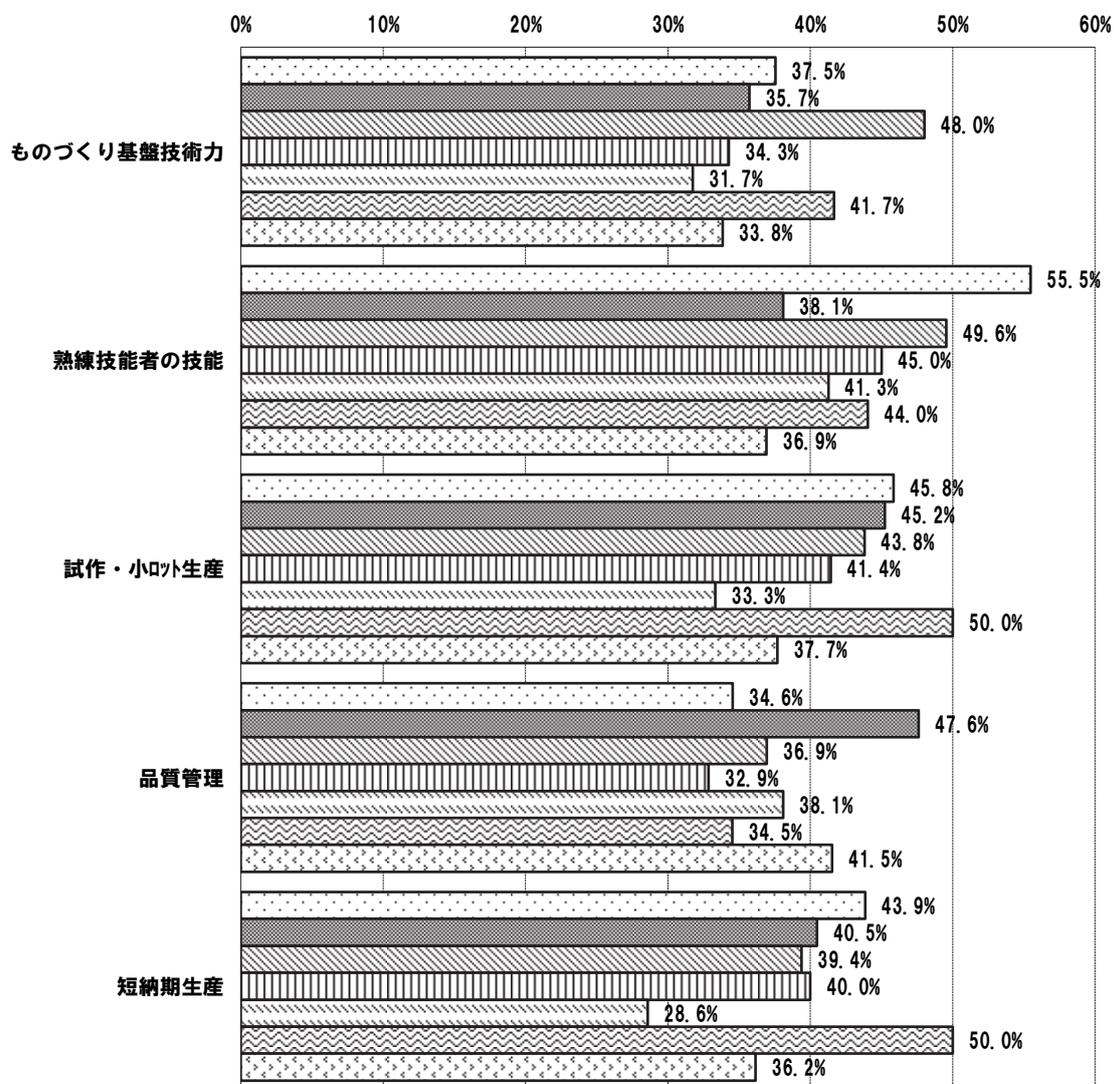


□ (n=472) 3人以下 ■ (n=376) 4～9人 ▨ (n=154) 10～19人  
 ▩ (n=135) 20～49人 □ (n=104) 50人以上

(注釈) 回答割合が高い一部の項目をグラフ化

業種区分別の比較では、「金属製品」では他の業種に比べて「熟練技能者の技能」の割合が6割弱（55.5%）と高くなっているほか、「鉄鋼・非鉄金属」では「品質管理」、「一般機械」では「ものづくり基盤技術力」がそれぞれ5割弱（47.6%、48.0%）、「プラスチック製品」では「試作・小ロット生産」や「短納期生産」の割合がそれぞれ5割（50.0%）と他の業種に比べて高くなっており、業種間での比較において強みとする領域が異なることがわかる[図 50]。

図 50. 生産工程における強み<業種区分別>（複数回答設問）

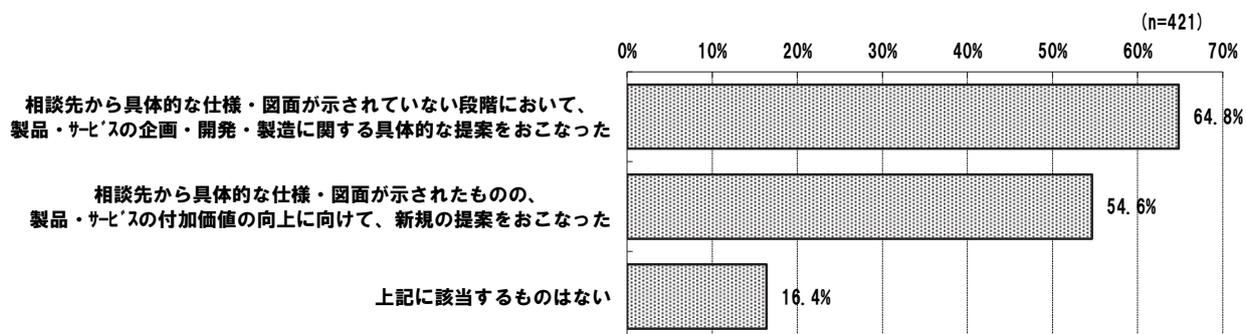


- (n=301) 金属製品      ■ (n=42) 鉄鋼・非鉄金属      □ (n=452) 一般機械
- (n=140) 電気機械      □ (n=63) 輸送用機械      ■ (n=84) プラスチック製品
- (n=130) その他

(注釈) 回答割合が高い一部の項目をグラフ化

また、強みとして「製品企画、開発・設計、デザイン工程」を挙げた事業所に対して過去1年における相談内容を尋ねたところ、「相談先から具体的な仕様・図面が示されていない段階において、製品・サービスの企画・開発・製造に関する具体的な提案をおこなった」が6割強（64.8%）、「相談先から具体的な仕様・図面が示されたものの、製品・サービスの付加価値の向上に向けて、新規の提案をおこなった」が5割強（54.6%）を占める〔図51〕。

図 51. 製品企画、開発・設計、デザイン工程について受けた相談（複数回答設問）

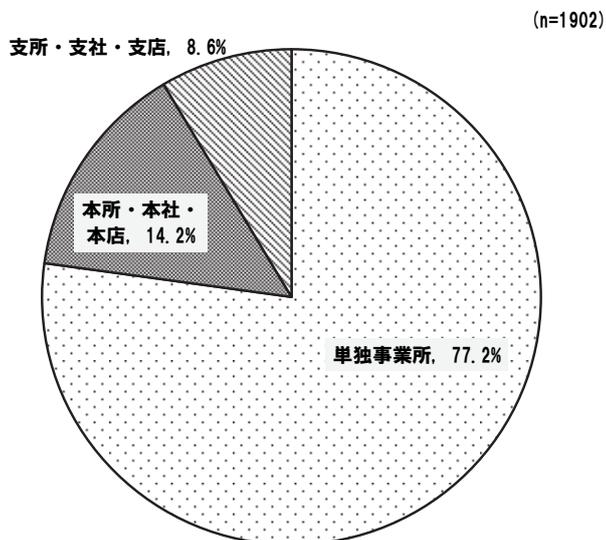


### 3-3 事業所の役割・機能分担

#### 3-3-1 回答事業所の位置づけ

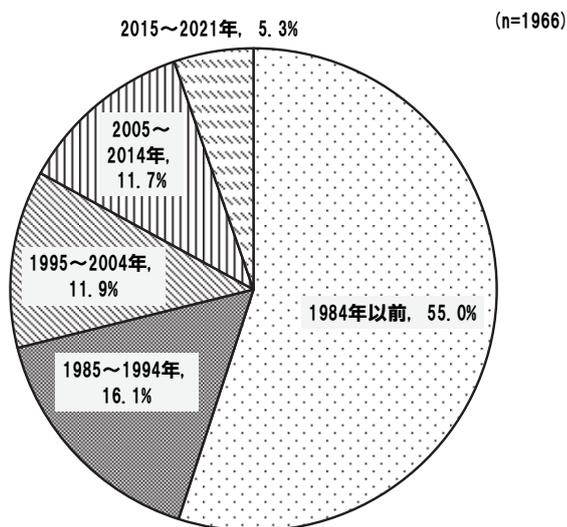
回答事業所の単独・本所・支所の区分をみると、8割弱（77.2%）が「単独事業所」である[図 52]。

図 52. 事業所の区分



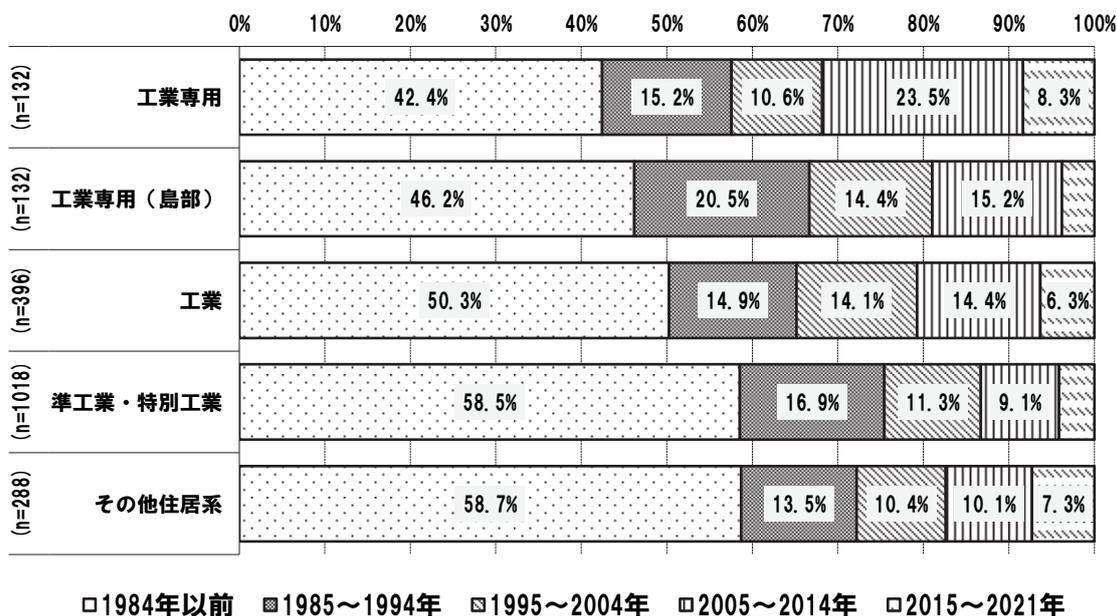
令和3年経済センサス - 活動調査」のデータをもとに、回答事業所の開設時期をみると、「1984年以前」の割合が最も高く6割弱（55.0%）を占め、次いで、「1985～1994年」が2割弱（16.1%）、「1995～2004年」が1割強（11.9%）の順である[図 53]。

図 53. 事業所の開設時期



また、用途地域別にみると、「準工業・特別工業」や「その他住居系」に属する地域では1994年以前に開設された事業所が多くなる傾向がみられる。一方、島部を除く「工業専用」地域では、2005年以降に開設された比較的新しい事業所が多く3割強（31.8%）を占める[図 54]。

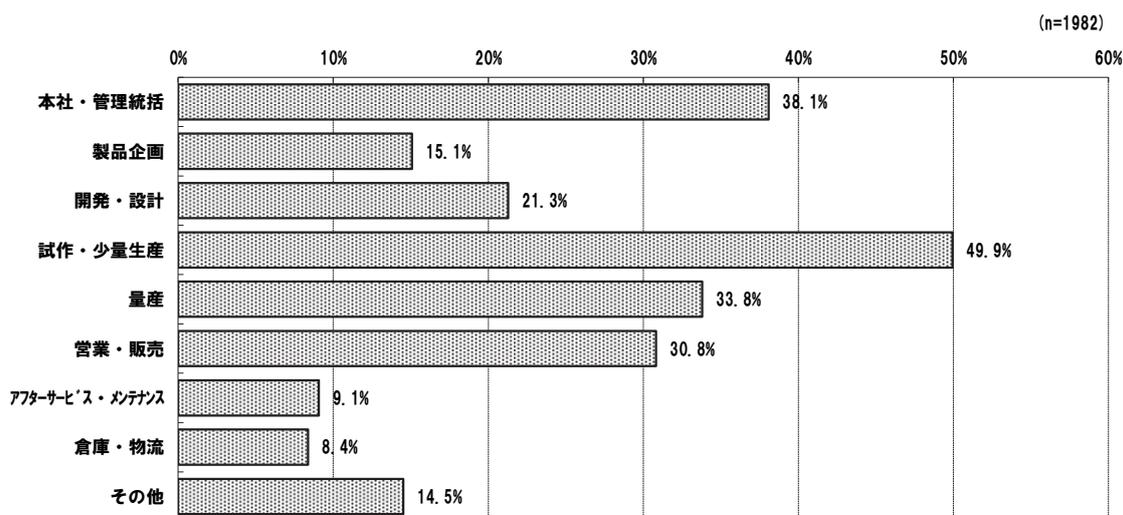
図 54. 事業所の開設時期 <用途地域別>



### 3-3-2 事業所で手がけている業務

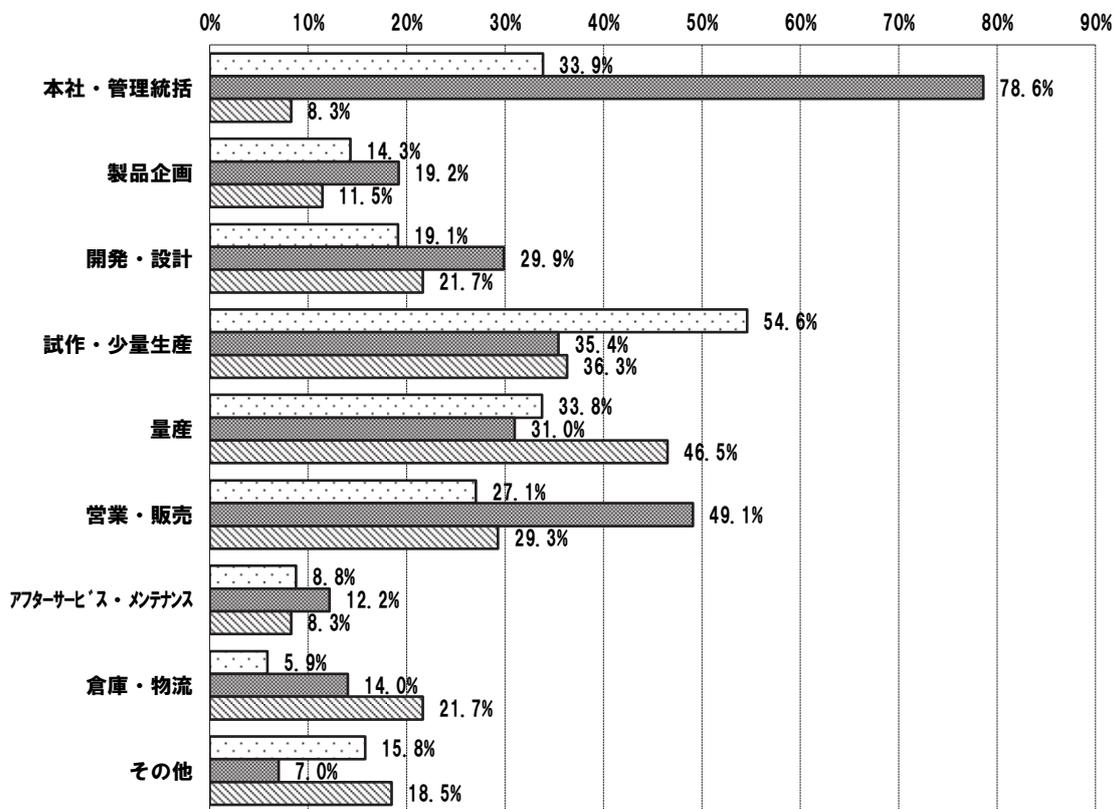
回答事業所で手がけている業務としては、約5割（49.9%）が「試作・少量生産」を挙げており、それに次ぐ「本社・管理統括」の4割弱（38.1%）、「量産」の3割強（33.8%）、「営業・販売」の約3割（30.8%）等を大きく上回っている[図 55]。

図 55. 事業所で手がけている業務（複数回答設問）



事業所の単独・本所・支所の区分別にみると、「単独事業所」では「試作・少量生産」の割合が5割強（54.6%）と高い。一方、「本所・本社・本店」では「本社・管理統括」が8割強（78.6%）、「営業・販売」が約5割（49.1%）を占め、「支所・支社・支店」では「量産」を手がける事業所が5割強（46.5%）と多く、事業所の位置づけによって担う役割が異なっている[図 56]。

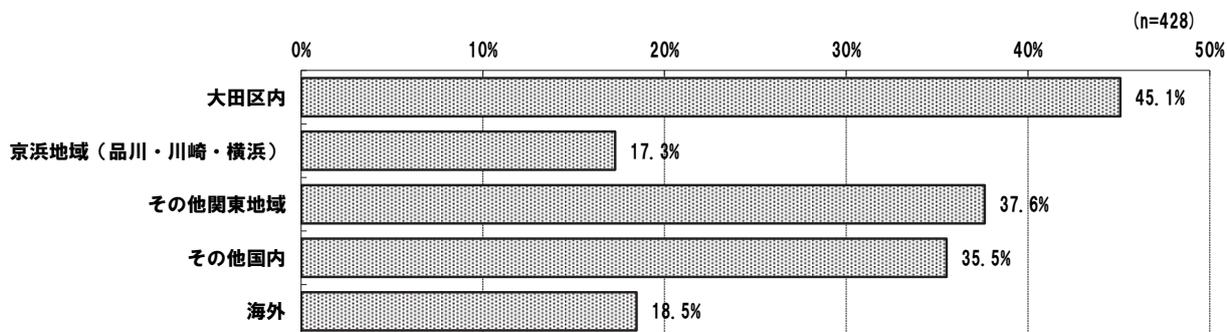
図 56. 事業所で手がけている業務<事業所の区分別>（複数回答設問）



□ (n=1412) 単独事業所   ▨ (n=271) 本所・本社・本店   ▩ (n=157) 支所・支社・支店

次に、「本所・本社・本店」または「支所・支社・支店」と回答した事業所に対して、自事業所以外の事業所の立地場所を尋ねたところ、「大田区内」の割合が最も高く5割強（45.1%）を占め、次いで、「その他関東地域」、「その他国内」がそれぞれ4割強（37.6%、35.5%）の順である[図 57]。

図 57. 自事業所以外の事業所の立地場所（複数回答設問）

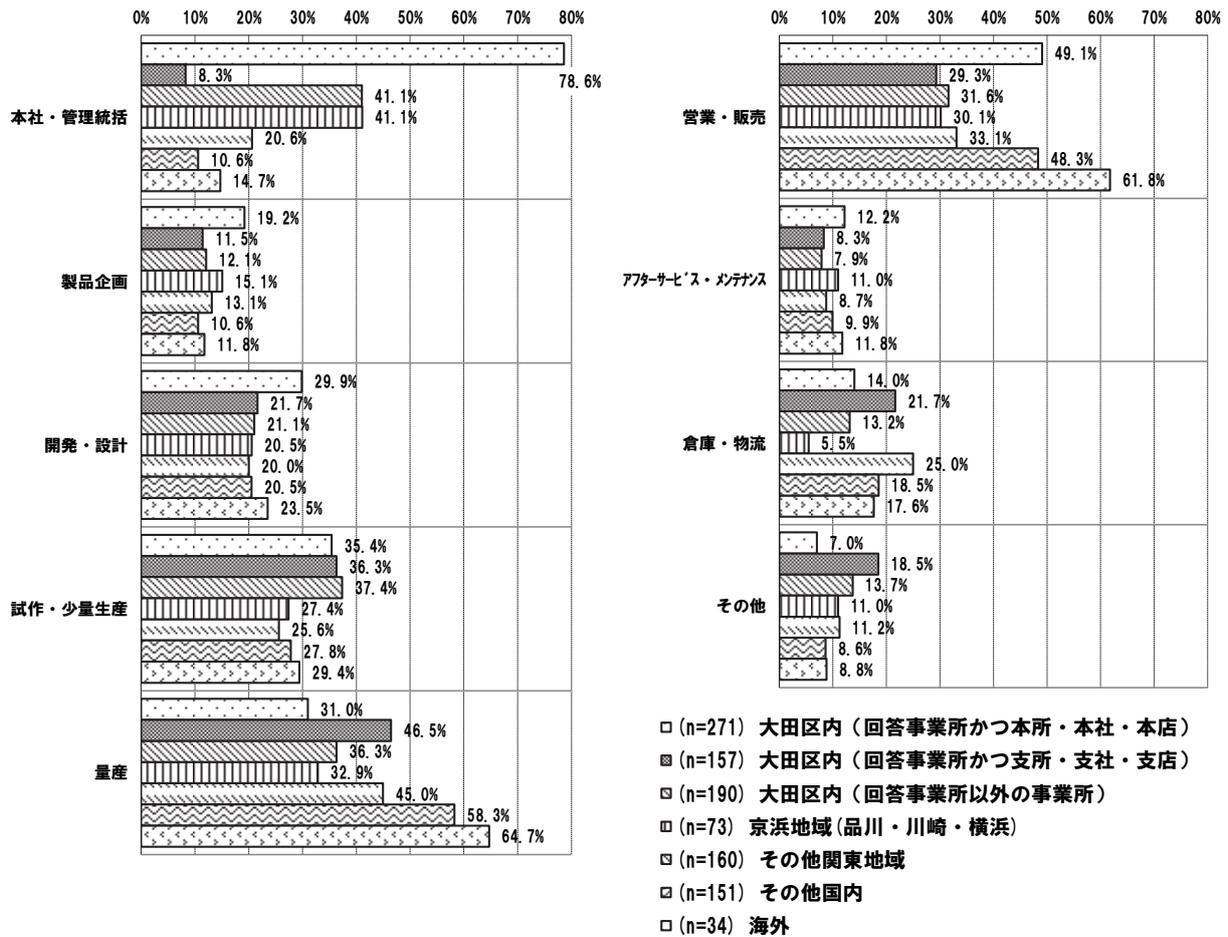


(注釈) その他関東地域：茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京（大田・品川は除く）、神奈川（川崎・横浜は除く）

単独事業所以外の企業を対象に、各事業所が担う機能を地域別にみたところ、区内の本所では、「本社・管理統括」が8割弱（78.6%）、「営業・販売」が約5割（49.1%）と多いが、それに加え「試作・少量生産」や「開発・設計」を担う事業所もそれぞれ4割弱（35.4%）、約3割（29.9%）と一定数みられる。また、区内の支所でも「試作・少量生産」を担う事業所は4割弱（36.3%）と高いが、「量産」が5割弱（46.5%）と本所の3割強（31.0%）よりも高い点に特徴がみられる。その他関東地域、その他国内、海外の事業所では、「量産」がそれぞれ5割弱（45.0%）、6割弱（58.3%）、6割強（64.7%）と高い[図 58]。

この点から、本所を中心に区内の事業所では「試作・少量生産」や「開発・設計」を行い、地方や海外に設けられた生産拠点では「量産」工程を行うといった機能分担がされていることがうかがえる。

図 58. 事業所で手がけている業務<立地場所別> (複数回答設問)



### 3-3-3 区外事業所の立地状況

アンケート調査で自事業所が「本所」あるいは「支所」と回答した計 434 事業所のうち、企業ウェブサイトがあり、ウェブサイトで事業所の立地情報が紹介されていた 347 事業所を対象に、事業所の区外立地の有無や立地都道府県について公開情報をもとに整理した[表 8]。

表 8. 本所・支所の区外事業所の立地状況

	区外に事業所あり	区外に事業所なし	合計
本所	155	59	214
支所	102	31	133

(注釈) 上表のデータは 2024 年 12 月時点の公開情報をもとに、立地情報を収集・集計した結果である。

表 9 に示す通り、区内に本所あるいは支所を構え、区外にも事業所を有する区内ものづくり企業は、関東周辺や宮城県、愛知県、大阪府等に事業所を多く構えている。特に、区内に本所を構える企業では、関東地域以外では、宮城県、福島県、新潟県等に工場を設けている事例が比較的多い。

表 9. 区外事業所の立地都道府県と事業所が担う機能

＜区内に本所を構える事業者の区外事業所の立地＞						＜区内に支所を構える事業者の区外事業所の立地＞							
	工場	研究所	その他	不明	合計		工場	研究所	その他	不明	合計		
1	北海道	2	1	2	2	7	1	北海道	0	0	2	3	5
2	青森県	0	0	0	0	0	2	青森県	0	0	1	0	1
3	岩手県	3	0	0	0	3	3	岩手県	1	0	0	0	1
4	宮城県	13	0	6	4	23	4	宮城県	7	0	5	2	14
5	秋田県	2	0	0	0	2	5	秋田県	0	0	0	0	0
6	山形県	6	1	0	0	7	6	山形県	2	0	1	0	3
7	福島県	15	2	2	1	20	7	福島県	2	0	4	0	6
8	茨城県	12	1	1	3	17	8	茨城県	7	0	4	3	14
9	栃木県	17	1	1	1	20	9	栃木県	4	0	2	2	8
10	群馬県	9	0	1	2	12	10	群馬県	1	0	3	1	5
11	埼玉県	13	0	6	6	25	11	埼玉県	5	0	6	2	13
12	千葉県	13	1	2	3	19	12	千葉県	7	1	3	0	11
13	東京都	3	0	6	5	14	13	東京都	6	1	3	18	28
14	神奈川県	17	2	5	5	29	14	神奈川県	11	2	4	5	22
15	新潟県	13	1	0	1	15	15	新潟県	2	0	3	0	5
16	富山県	0	0	1	2	3	16	富山県	0	0	0	0	0
17	石川県	0	0	0	0	0	17	石川県	0	0	0	0	0
18	福井県	0	0	0	0	0	18	福井県	0	0	0	0	0
19	山梨県	2	0	1	1	4	19	山梨県	1	0	0	0	1
20	長野県	5	2	2	4	13	20	長野県	0	0	0	0	0
21	岐阜県	3	0	1	1	5	21	岐阜県	1	0	1	0	2
22	静岡県	6	0	3	4	13	22	静岡県	3	0	1	2	6
23	愛知県	1	1	11	5	18	23	愛知県	11	0	6	8	25
24	三重県	0	0	1	0	1	24	三重県	1	0	0	1	2
25	滋賀県	0	0	0	0	0	25	滋賀県	1	0	1	1	3
26	京都府	0	2	3	0	5	26	京都府	0	0	0	1	1
27	大阪府	0	1	14	4	19	27	大阪府	6	2	13	7	28
28	兵庫県	1	0	2	1	4	28	兵庫県	9	0	2	5	16
29	奈良県	0	0	0	1	1	29	奈良県	1	0	0	0	1
30	和歌山県	0	0	0	0	0	30	和歌山県	0	0	0	0	0
31	鳥取県	0	1	0	0	1	31	鳥取県	0	0	0	0	0
32	島根県	0	0	0	0	0	32	島根県	0	0	1	0	1
33	岡山県	0	0	0	0	0	33	岡山県	0	0	2	0	2
34	広島県	0	0	0	1	1	34	広島県	2	0	1	1	4
35	山口県	0	0	0	0	0	35	山口県	5	0	4	0	9
36	徳島県	0	0	0	0	0	36	徳島県	1	0	1	0	2
37	香川県	0	0	0	0	0	37	香川県	2	0	0	1	3
38	愛媛県	2	0	0	0	2	38	愛媛県	1	0	0	0	1
39	高知県	0	0	0	0	0	39	高知県	0	0	0	0	0
40	福岡県	0	0	9	2	11	40	福岡県	0	0	4	4	8
41	佐賀県	0	0	2	0	2	41	佐賀県	1	0	1	0	2
42	長崎県	0	1	0	0	1	42	長崎県	1	0	0	0	1
43	熊本県	0	0	1	2	3	43	熊本県	1	0	0	0	1
44	大分県	0	0	0	0	0	44	大分県	1	0	1	0	2
45	宮崎県	0	0	0	0	0	45	宮崎県	1	0	0	0	1
46	鹿児島県	0	0	0	0	0	46	鹿児島県	1	0	0	1	2
47	沖縄県	0	0	0	0	0	47	沖縄県	0	0	0	0	0

(注釈) 上表のデータは 2024 年 12 月時点の公開情報をもとに、立地情報を収集・集計した結果である。

また、区内に本所を構え、区外にも事業所を有する 155 事業所のなかで、公開情報から本所の機能が不明であった 81 事業所を除く 74 事業所のうち、62 事業所は本所に工場を併設しており、6 事業所は研究所を本社に併設する形で構えている[表 10]。こうした区内本所に併設されている工場や研究所が、量産等を担う区外工場と機能分担を図っていることがうかがえる。

表 10. 区内の本所が担う機能

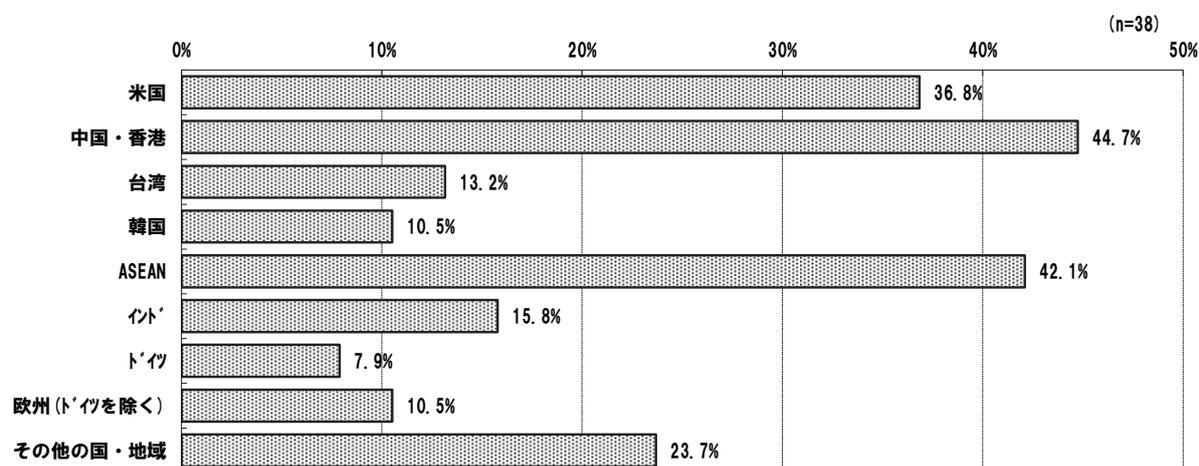
	工場併設	研究所併設	本社機能のみ	不明	合計
本 所	62	6	6	81	155

(注釈) 上表のデータは 2024 年 12 月時点の公開情報をもとに集計した結果である。

### 3-3-4 海外現地法人

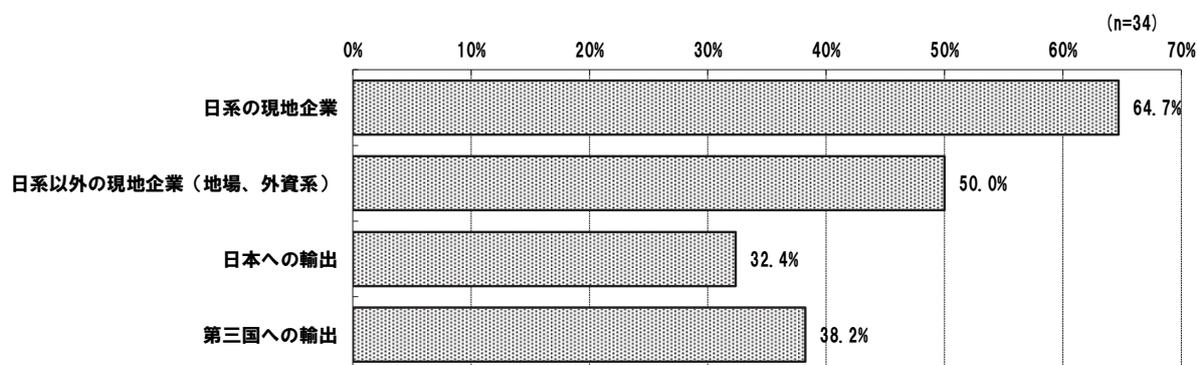
「海外」に事業所があると回答した事業所に対して海外現地法人（海外子会社）の所在地を尋ねたところ、「中国・香港」の割合が最も高く 4 割強（44.7%）を占め、次いで、「ASEAN」が 4 割強（42.1%）、「米国」が 4 割弱（36.8%）の順である[図 59]。

図 59. 海外現地法人(海外子会社)の立地している国・地域（複数回答設問）



海外現地法人の販売先については、「日系の現地企業」の割合が最も高く 6 割強（64.7%）を占め、次いで、「日系以外の現地企業（地場、外資系）」が 5 割（50.0%）、「第三国への輸出」が 4 割弱（38.2%）の順である[図 60]。

図 60. 海外現地法人の販売先（複数回答設問）



直近 5 年間の海外現地法人の売上動向を販売先別にみると、回答数が少ない点に留意する必要があるが、「日系以外の現地企業」と「第三国への輸出」では、「日系の現地企業」、「日本への輸出」と比べて「増加基調」の割合がそれぞれ 6 割強（64.7%）、5 割弱（46.2%）と高い[表 11]。

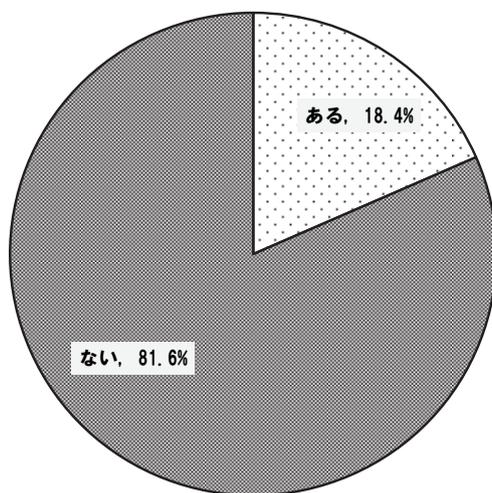
表 11. 直近 5 年間の海外現地法人の売上動向

	合計	増加基調	横ばい	減少基調
日系の現地企業	22 100.0%	5 22.7%	12 54.5%	5 22.7%
日系以外の現地企業	17 100.0%	11 64.7%	5 29.4%	1 5.9%
日本への輸出	11 100.0%	2 18.2%	6 54.5%	3 27.3%
第三国への輸出	13 100.0%	6 46.2%	6 46.2%	1 7.7%

加えて、海外現地法人から日本国内に対して利益または資金還流を受けたことがあるかを尋ねたところ、「ある」と回答した事業所は、2 割弱（18.4%）を占める[図 61]。

図 61. 海外現地法人から日本国内への利益・資金還流の有無

(n=76)



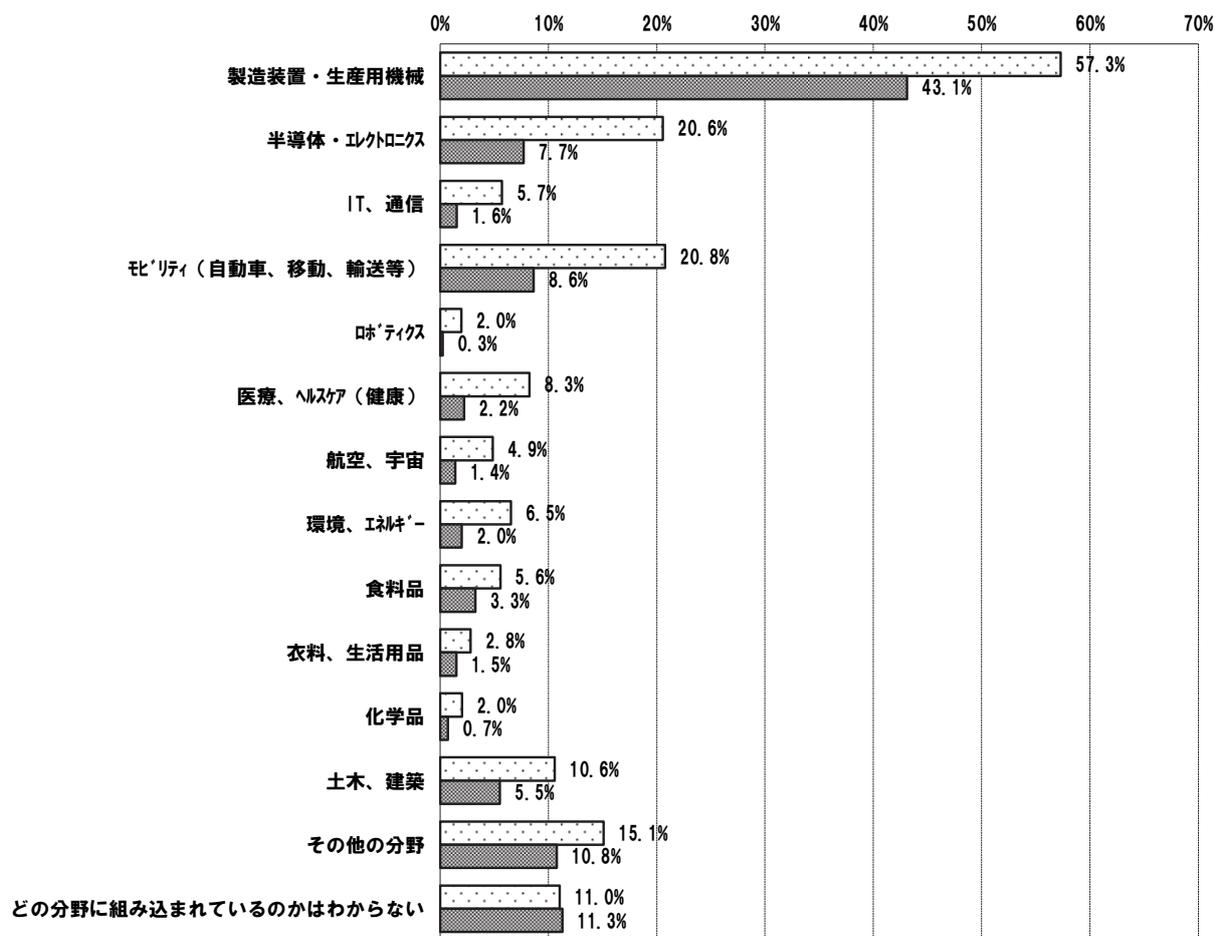
### 3-4 事業所の受注状況

#### 3-4-1 事業領域

回答事業所の主力事業がかかわっている分野について、直近の決算期で最も売上高が多いものを尋ねたところ、「製造装置・生産用機械」の割合が最も高く 4 割強（43.1%）を占め突出している。また一方で、「どの分野に組み込まれているのかはわからない」とする事業所が 1 割強（11.3%）存在する。

上位 3 項目の複数回答でみた場合でも「製造装置・生産用機械」が 6 割弱（57.3%）を占め突出しており、それに次ぐ「モビリティ（自動車、移動、輸送等）」や「半導体・エレクトロニクス」のそれぞれ約 2 割（20.8%、20.6%）等を大きく上回っている〔図 62〕。

図 62. 主力事業がかかわっている分野

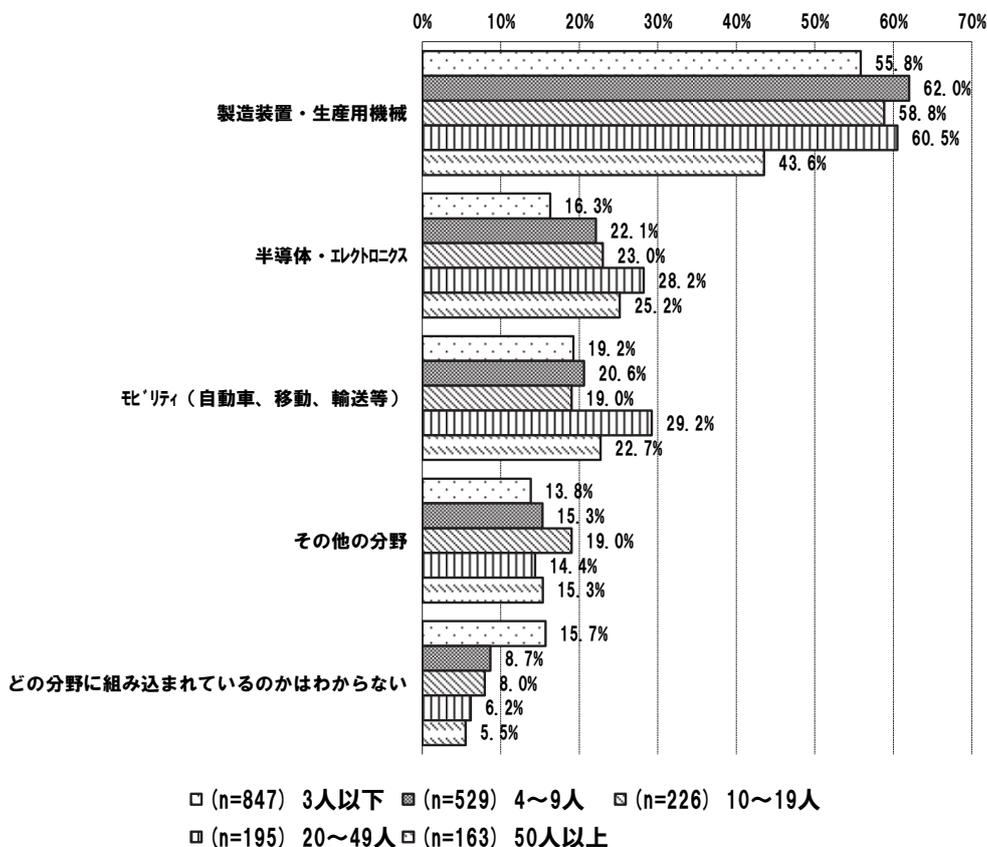


□ (n=1974) 複数回答 (3つまで)

■ (n=1932) 売上高が最も多い分野

会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模が小さい事業所ほど、「どの分野に組み込まれているのかはわからない」の割合が高くなる。一方、「半導体・エレクトロニクス」は従業員規模が大きい事業所ほど回答割合が高くなる傾向がみられる[図 63]。

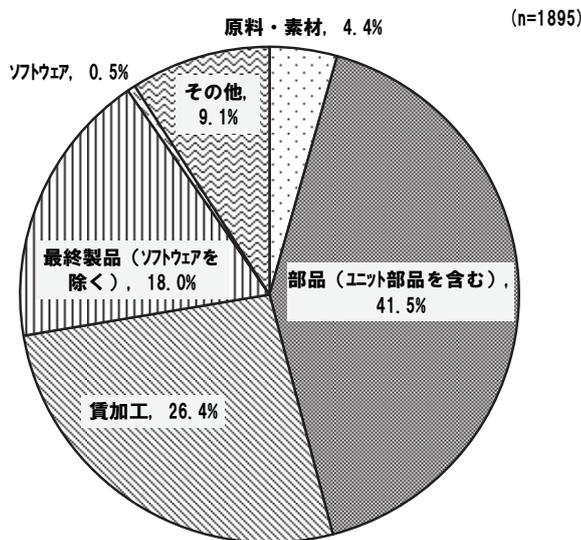
図 63. 主力事業がかかわっている分野<従業員規模別> (複数回答設問)



(注釈) 回答割合が高い一部の項目をグラフ化

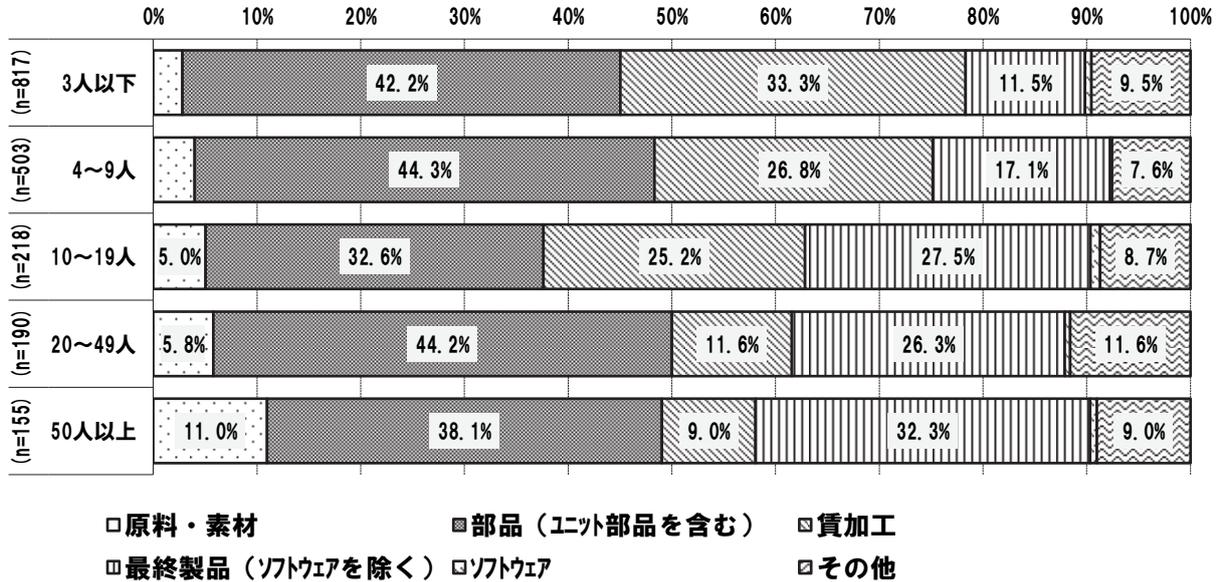
提供する製品・サービスで最も主要なものについては、「部品 (ユニット部品を含む)」の割合が最も高く 4 割強 (41.5%) を占め、次いで、「賃加工」が 3 割弱 (26.4%)、「最終製品 (ソフトウェアを除く)」が 2 割弱 (18.0%) の順である[図 64]。

図 64. 提供している製品・サービスで最も主要なもの



会社全体の従業員規模別にみると、いずれの階層においても「部品（ユニット部品を含む）」の割合が最も高い。また、従業員規模が小さい事業所ほど「賃加工」の割合が高くなる一方で、従業員規模の拡大とともに「最終製品（ソフトウェアを除く）」の割合が高くなる傾向がみられる[図 65]。

図 65. 提供している製品・サービスで最も主要なもの <従業員規模別>

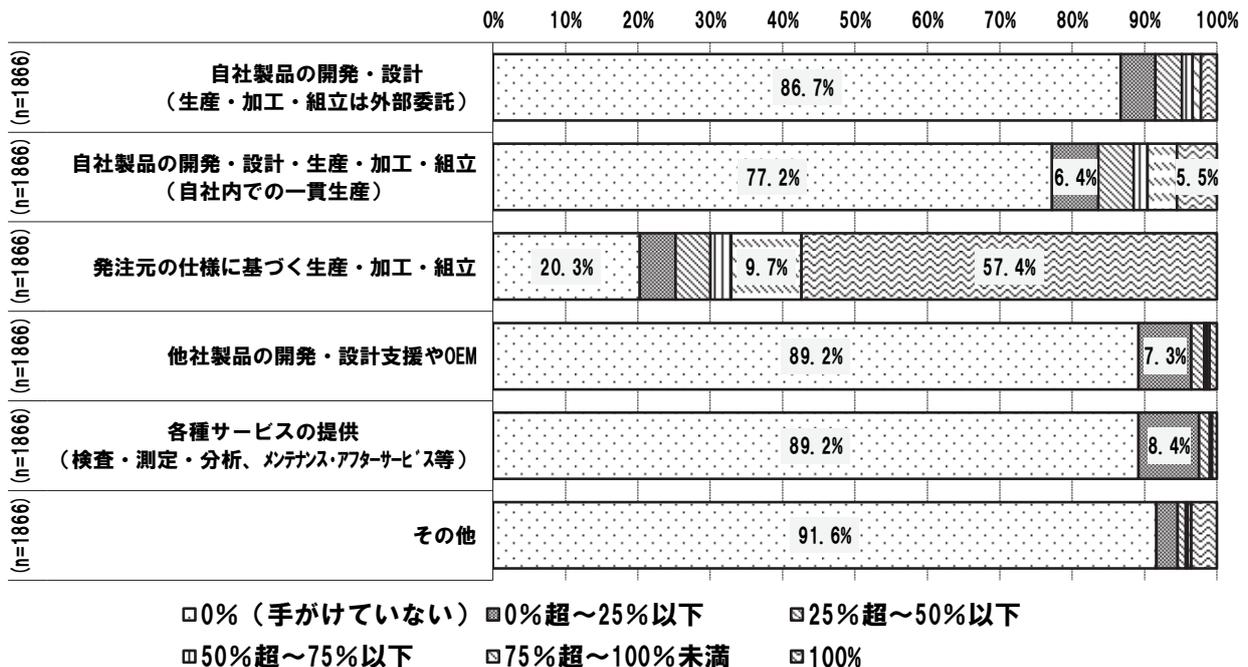


### 3-4-2 受注形態

売上（収入）金額の受注形態別の内訳割合をみると、「発注元の仕様に基づく生産・加工・組立」以外においては「0%（手がけていない）」の割合が8割弱以上を占めている。

一方、「発注元の仕様に基づく生産・加工・組立」では「100%」の割合が6割弱（57.4%）を占めており、当該業務に専従している事業所が多い[図 66]。

図 66. 売上（収入）金額の受注形態別の内訳



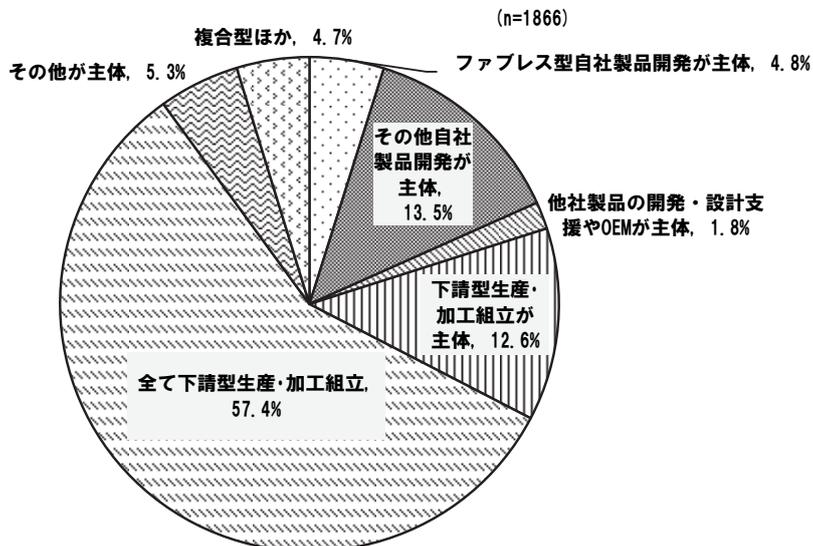
加えて、先述の受注形態別受注割合をもとに、以下の7タイプに分類した[表 12]。

表 12. 受注形態別の割合に基づいた類型化の方法

類型	定義
ファブレス型自社製品開発等が主体	「自社製品の開発・設計（生産・加工・組立は外部委託）」の割合が50%超
その他自社製品開発等が主体	上記以外で、「自社製品の開発・設計（生産・加工・組立は外部委託）」と「自社製品の開発・設計・生産・加工・組立（自社内での一貫生産）」の合計が50%超
他社製品の開発・設計支援やOEMが主体	「他社製品の開発・設計支援やOEM」の割合が50%超
下請型生産・加工・組立が主体	「発注元の仕様に基づく生産・加工・組立」の割合が50%超～100%未満
全て下請型生産・加工・組立	「発注元の仕様に基づく生産・加工・組立」の割合が100%
その他が主体	「各種サービスの提供」または「その他」が50%超
複合型ほか	上記のいずれにも該当しない

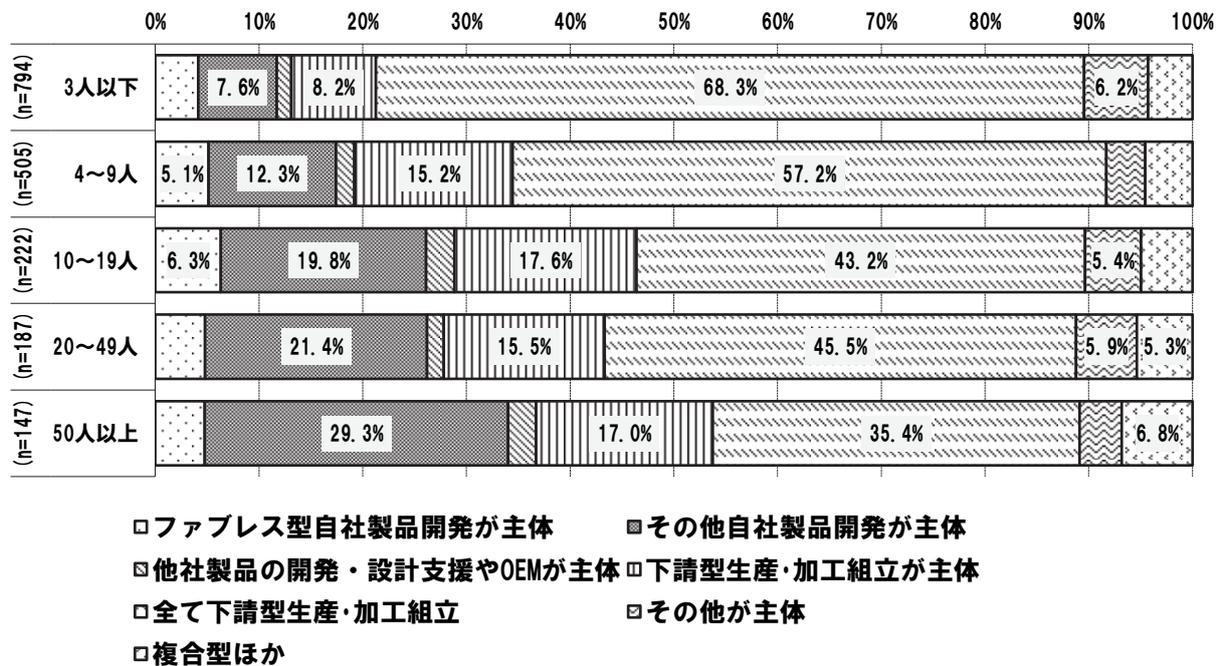
この類型にもとづく構成比をみると、「全て下請型生産・加工組立」の割合が最も高く6割弱(57.4%)を占め、次いで、「その他自社製品開発が主体」、「下請型生産・加工組立が主体」がそれぞれ1割強(13.5%、12.6%)の順である[図 67]。

図 67. 受注形態による類型化



会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模が小さい事業所ほど「全て下請型生産・加工組立」の割合が高くなる傾向がみられる一方で、従業員規模の拡大とともに「その他自社製品開発が主体」の事業所の割合が高くなっており、従業員規模によって受注形態が大きく異なることがうかがえる[図 68]。

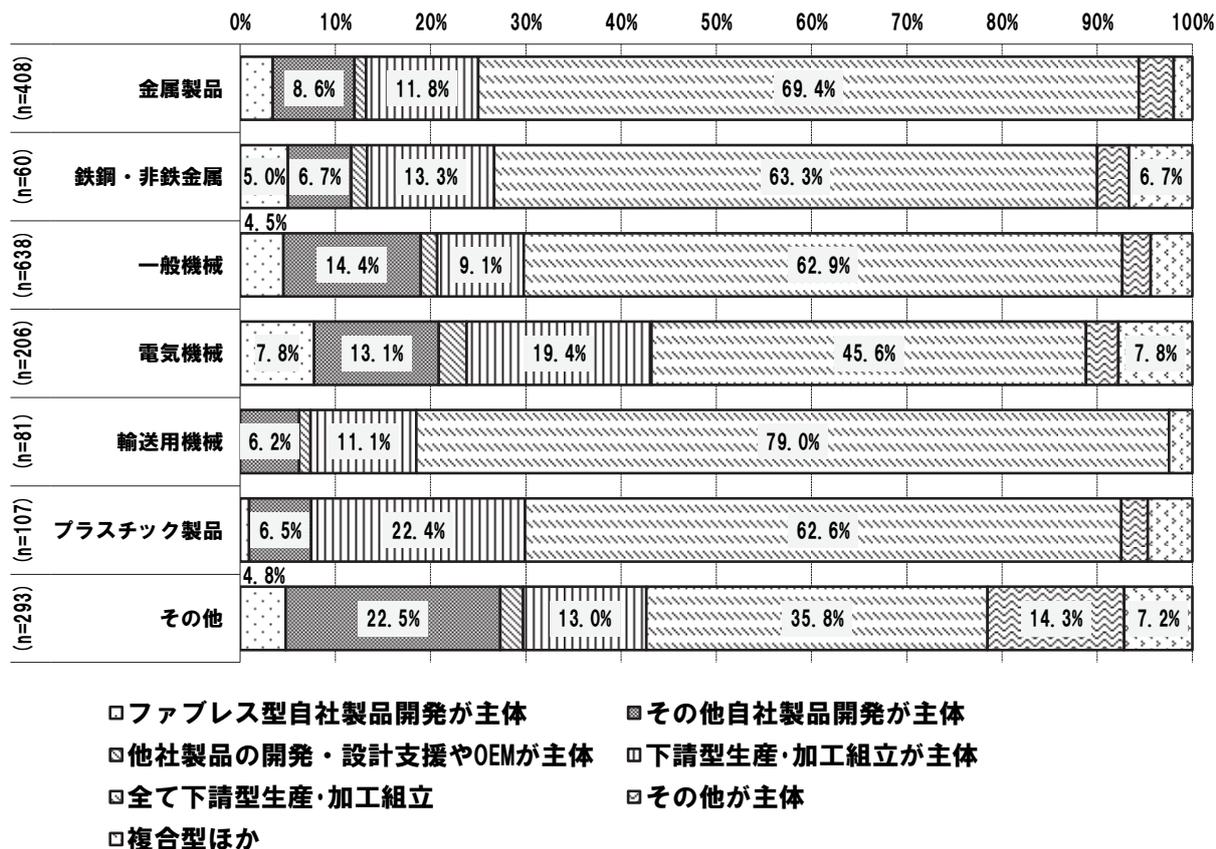
図 68. 受注形態による類型化 <従業員規模別>



次に、業種区分別に比較すると、「輸送用機械」では、「全て下請型生産・加工組立」の割合が他の類型に比べて高く約8割（79.0%）を占めており、これに「下請型生産・加工組立が主体」の1割強（11.1%）を加えた「下請型生産・加工組立が50%超」の事業所が約9割（90.1%）に達する。この他に「下請型生産・加工組立が50%超」の割合が高い業種としては「金属製品」と「プラスチック製品」が挙げられ、それぞれ8割強（81.2%）、9割弱（85.0%）を占める。

また、「ファブレス型自社製品開発が主体」と「その他自社製品開発が主体」を合計した自社製品開発を手がける事業所の割合に着目すると、「その他」が3割弱（27.3%）と最も割合が高く、次いで、「電気機械」が約2割（20.9%）、「一般機械」が2割弱（18.9%）の順である[図 69]。

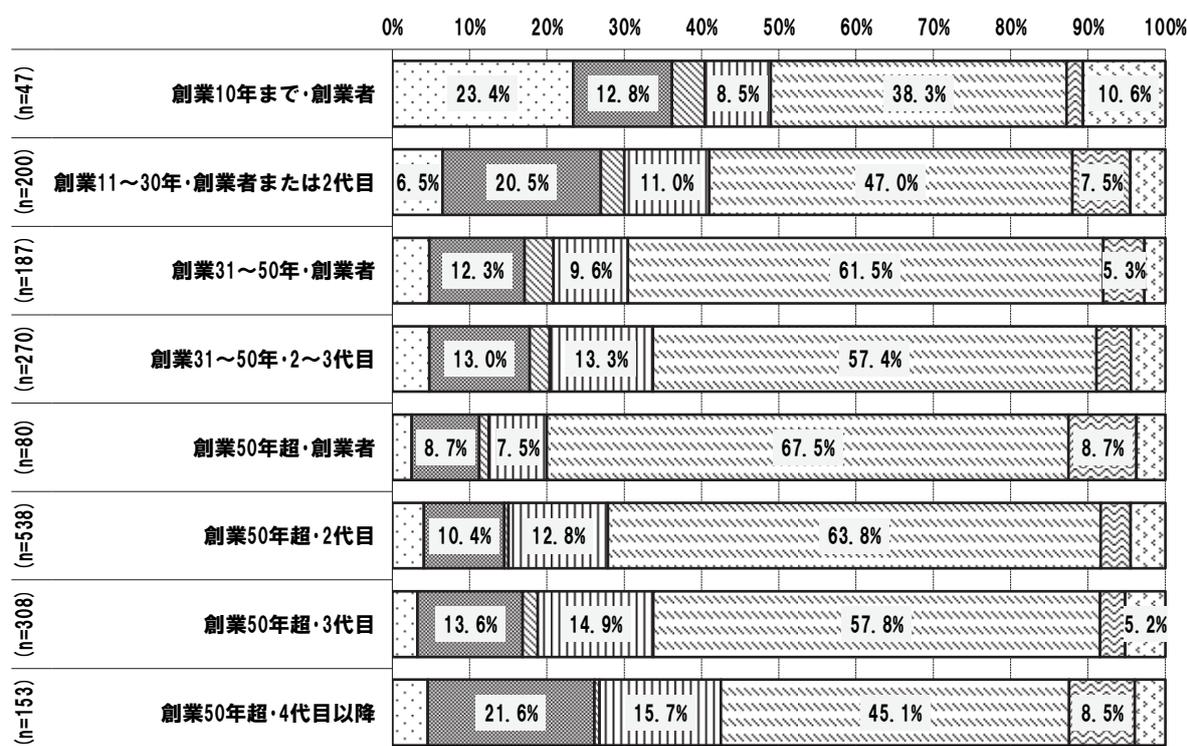
図 69. 受注形態による類型化 <業種区分別>



加えて、企業のライフステージ別にみると、「創業10年まで・創業者」では、他の類型に比べて「ファブレス型自社製品開発が主体」の割合が2割強（23.4%）と高い。

「創業50年超」については「創業者」、「2代目」、「3代目」、「4代目以降」となるにつれて、「全て下請型生産・加工組立」の割合が低くなる一方、「その他自社製品開発が主体」と「下請型生産・加工組立が主体」の割合が高くなっている。こうしたことから、事業承継に伴って「全て下請型生産・加工組立」から「その他自社製品開発が主体」や「下請型生産・加工組立が主体」等に移行している、すなわち、従来の下請中心の受注形態から脱却を図っている事業所が多いことがうかがえる[図70]。

図70. 受注形態による類型化 <企業のライフステージ別>

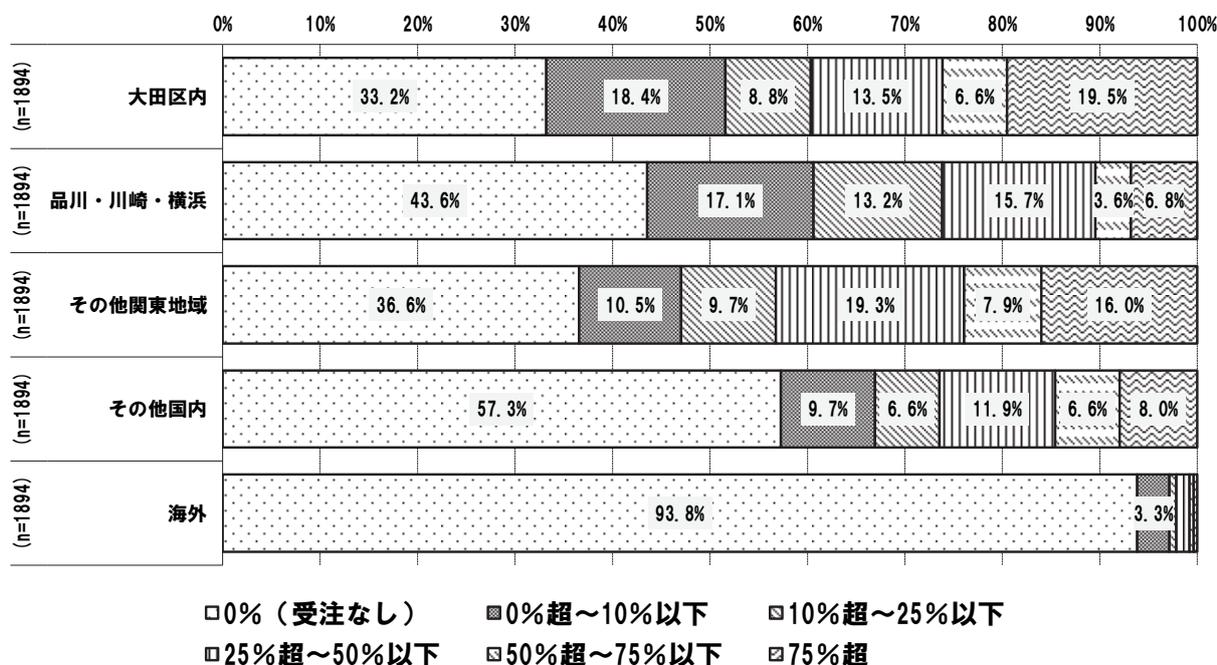


- ファブレス型自社製品開発が主体
- ▣ その他自社製品開発が主体
- ▨ 他社製品の開発・設計支援やOEMが主体
- ▩ 全て下請型生産・加工組立
- ▧ 下請型生産・加工組立が主体
- ▦ その他が主体
- 複合型ほか

### 3-4-3 発注元の立地場所

受注額総額に対する地域別の内訳については、全体から「0%（受注なし）」を除いた「受注あり」の割合をみると、「大田区内」から受注している事業所の割合は7割弱（66.8%）を占める。その他の地域からの受注割合については、「その他関東地域」が6割強（63.4%）、「品川・川崎・横浜」が6割弱（56.4%）、「その他国内」が4割強（42.7%）、「海外」が1割弱（6.2%）の順である[図 71]。

図 71. 受注額総額に対する地域別の内訳



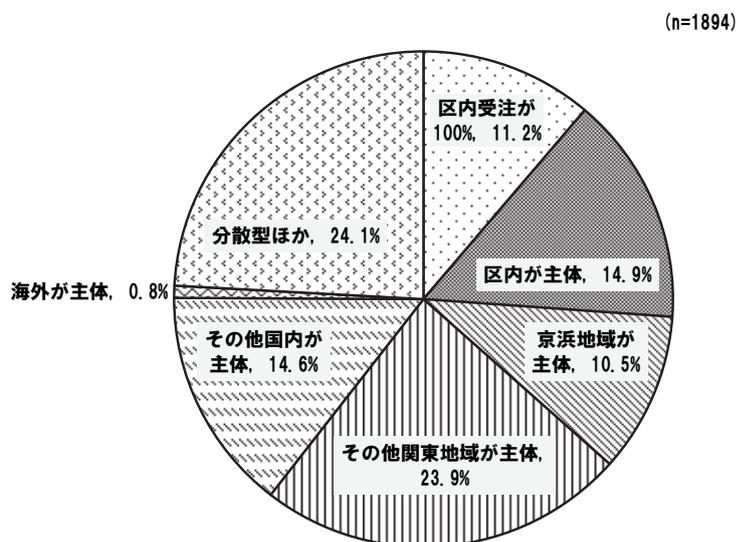
加えて、地域別受注割合をもとに、以下の7タイプに分類した[表 13]。

表 13. 地域別受注割合に基づいた類型化の方法

類型	定義
区内受注 100%	「大田区内」の割合が100%
区内が主体	「大田区内」の割合が50%超~100%未満
京浜地域が主体	「京浜地域」の割合が50%超
その他関東地域が主体	「その他関東地域」の割合が50%超
その他国内が主体	「その他国内」の割合が50%超
海外が主体	「海外」の割合が50%超
分散型ほか	上記以外

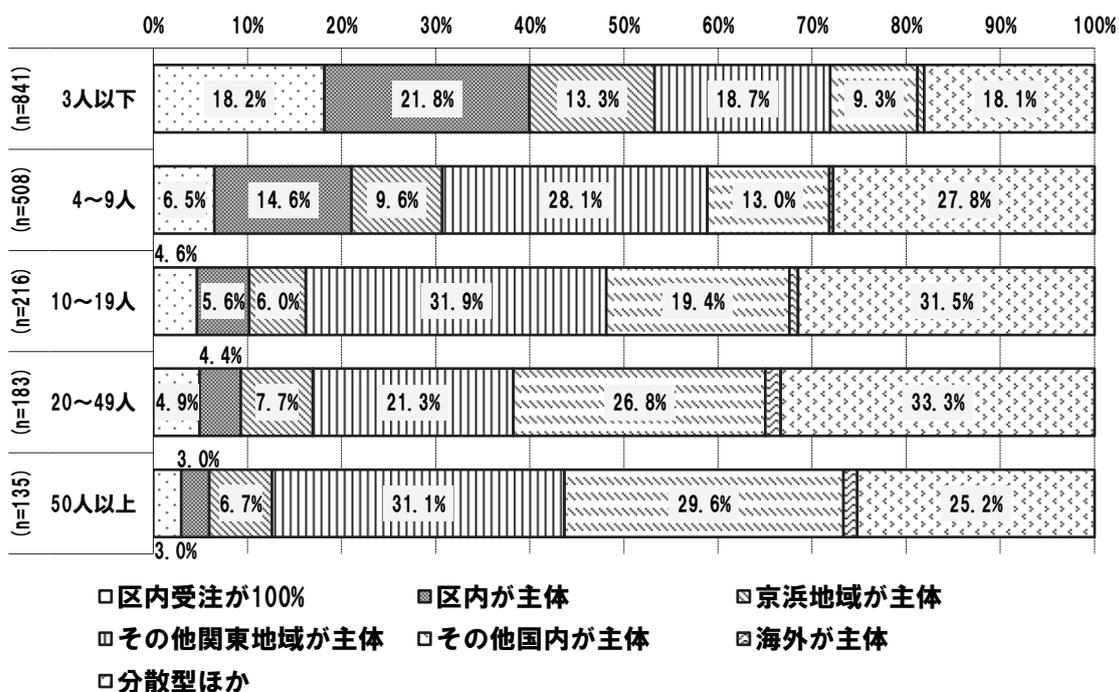
各類型の構成比をみると、「分散型ほか」の割合が最も高く2割強（24.1%）を占めており、次いで、「その他関東地域が主体」が2割強（23.9%）、「区内が主体」、「その他国内が主体」がそれぞれ1割強（14.9%、14.6%）の順である[図 72]。

図 72. 地域別受注割合による類型化



会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模が小さい事業所ほど「区内受注が100%」や「区内が主体」の割合が高くなる傾向がみられる一方で、従業員規模の拡大とともに「その他国内が主体」の割合が高くなっており、取引エリアが広域化していることがうかがえる[図 73]。

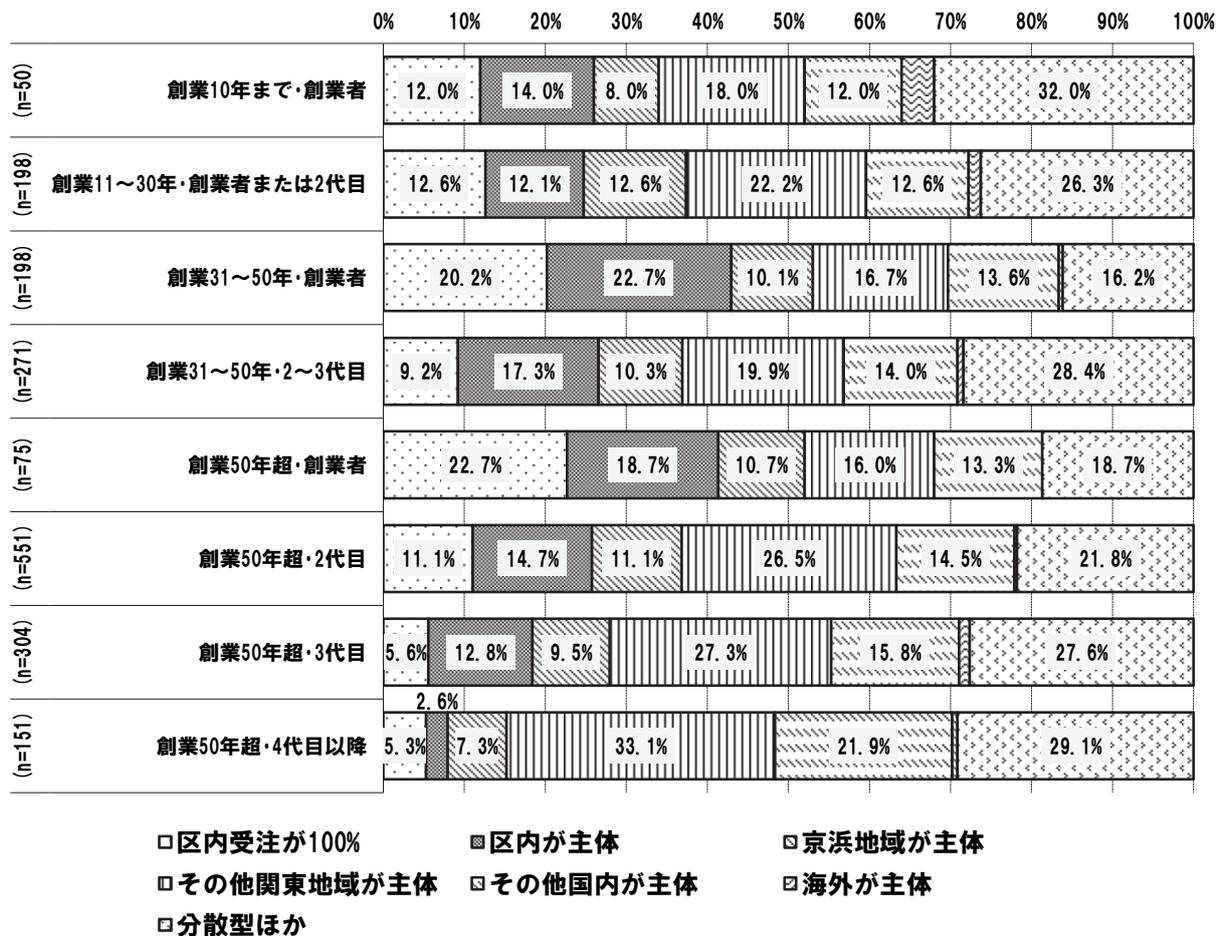
図 73. 地域別受注割合による類型化 <従業員規模別>



企業のライフステージ別にみると、まず「創業 31～50 年」の事業所について「2～3 代目」では、「創業者」に比べ「区内受注が 100%」と「区内が主体」の割合が低くなり、「その他関東地域が主体」、「分散型ほか」等の割合が高くなっている。「創業 50 年超」においては、「創業者」、「2 代目」、「3 代目」、「4 代目以降」となるにつれて、「区内受注が 100%」と「区内が主体」の割合が低く、「その他関東地域が主体」、「その他国内が主体」及び「分散型ほか」の割合が高くなっている。

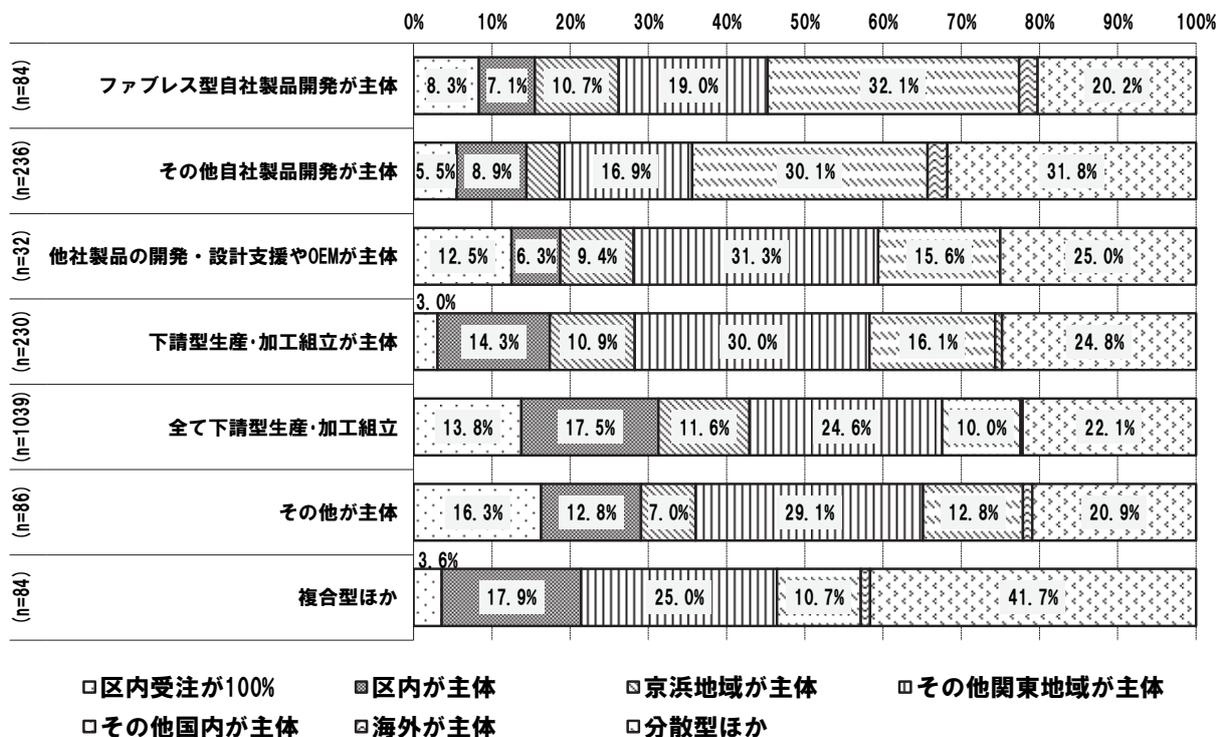
こうしたことから、「創業 30 年超」の企業では、事業承継に伴い取引エリアが広域化、多様化していることがうかがえる[図 74]。

図 74. 地域別受注割合による類型化 <企業のライフステージ別>



加えて、受注形態による類型化別にみると、「ファブレス型自社製品開発が主体」や「その他自社製品開発が主体」といった自社製品開発を主体とする事業所では「その他国内が主体」の割合がそれぞれ3割強（32.1%）、約3割（30.1%）と高く、他の類型に比べて取引エリアが広範になっていることがうかがえる。一方、「全て下請型生産・加工組立」や「その他が主体」では、「区内受注が100%」と「区内が主体」の合計割合がそれぞれ3割強（31.3%）、約3割（29.1%）と高く、区内での取引割合が高いことがうかがえる〔図 75〕。

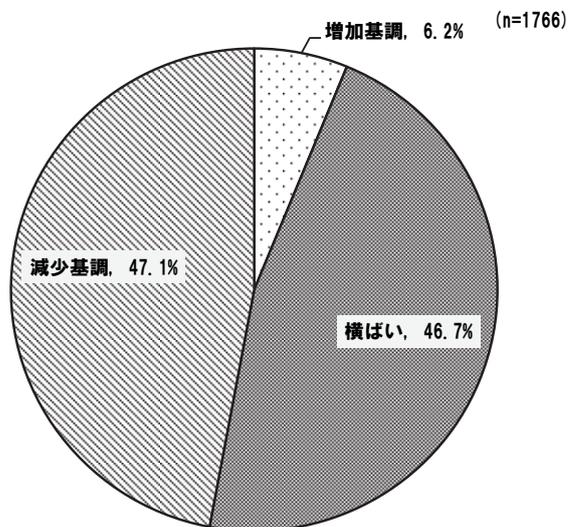
図 75. 地域別受注割合による類型化 <受注形態による類型化別>



### 3-4-4 区内事業者との取引

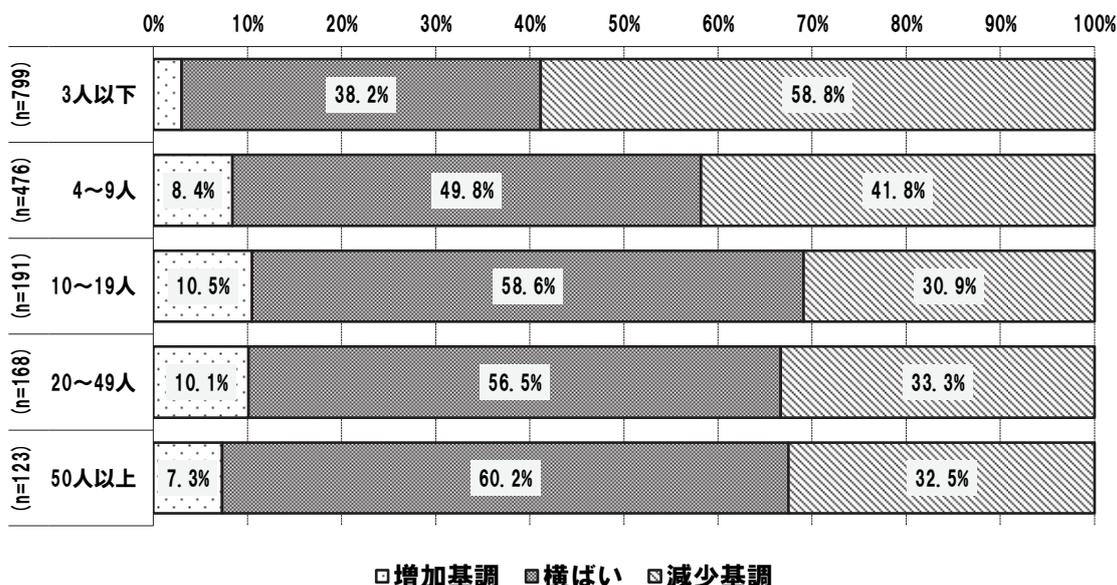
過去5年間における区内からの受注額の変化をみると、「減少基調」と「横ばい」がそれぞれ5割弱（47.1%、46.7%）を占め両者が拮抗している。一方、「増加基調」と回答した事業所は1割弱（6.2%）に留まる〔図 76〕。

図 76. 過去5年間における区内からの受注額の変化



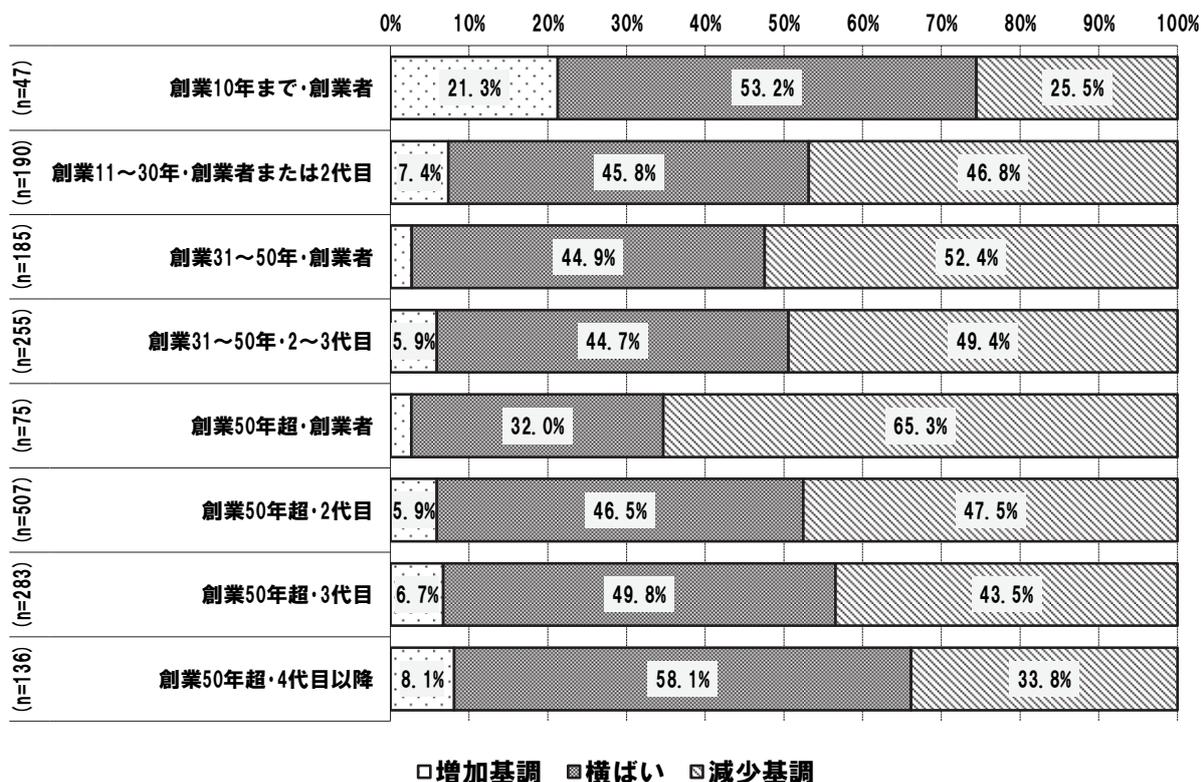
会社全体の従業員規模別にみると、「19人以下」においては、従業員規模が小さい事業所ほど「減少基調」の割合が高くなっている[図 77]。

図 77. 過去5年間における区内からの受注額の変化 <従業員規模別>



企業のライフステージ別にみると、「創業10年まで・創業者」では「増加基調」が2割強(21.3%)と他の類型を大きく上回っている。また、「創業50年超」の事業所に着目すると、「創業者」、「2代目」、「3代目」、「4代目以降」となるにつれて、「横ばい」の割合が高く「減少基調」が低くなっており、事業承継が進んでいる事業所ほど区内との取引を維持している傾向がみられる[図 78]。

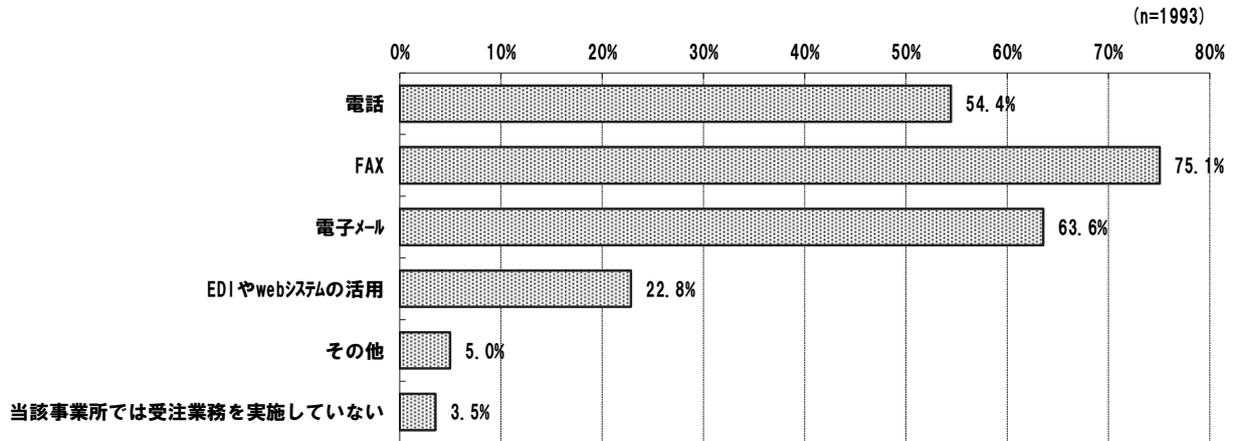
図 78. 過去5年間における区内からの受注額の変化 <企業のライフステージ別>



### 3-4-5 発注元からの受注手段

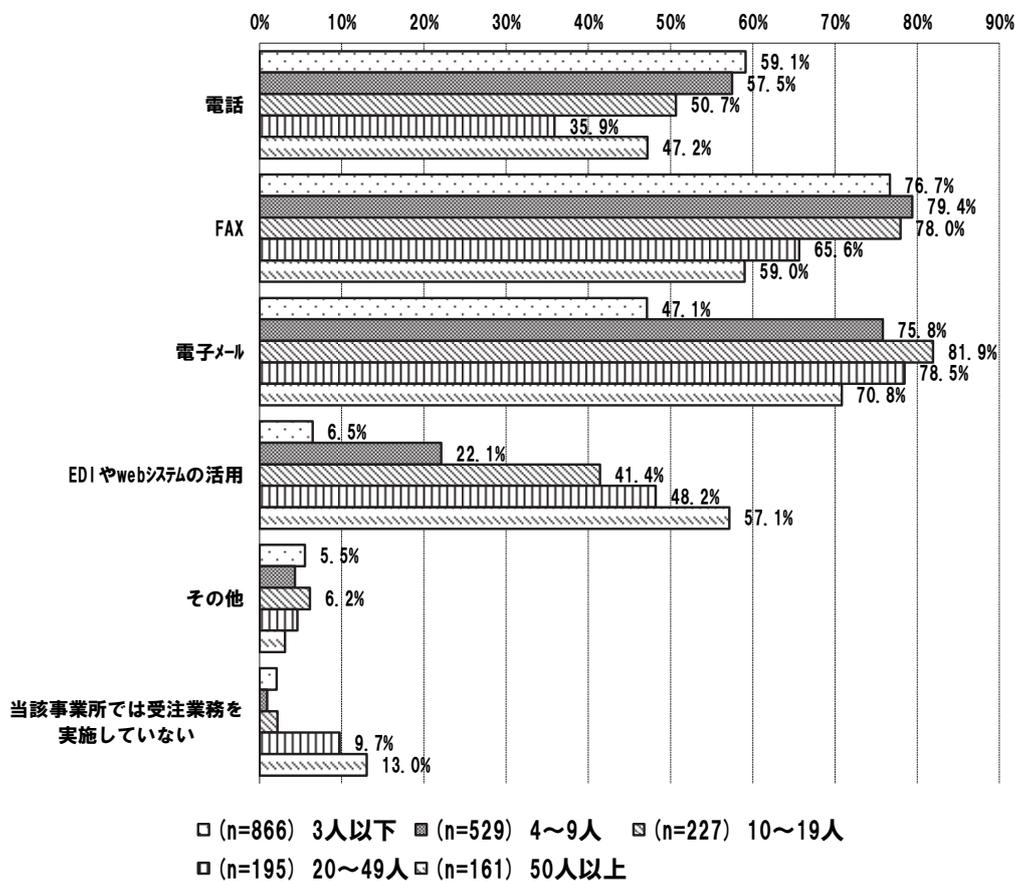
発注元からの受注手段は、「FAX」の割合が最も高く 8 割弱（75.1%）を占め、次いで、「電子メール」が 6 割強（63.6%）、「電話」が 5 割強（54.5%）の順である。一方、「EDI や web システムの活用」は 2 割強（22.8%）に留まる[図 79]。

図 79. 発注元からの受注手段（複数回答設問）



会社全体の従業員規模別にみると、「FAX」と「電話」については従業員規模が小さい事業所ほど利用割合が高くなる傾向がみられる。一方、「EDI や web システムの活用」については、従業員規模の拡大に伴い回答割合も高くなる[図 80]。

図 80. 発注元からの受注手段＜従業員規模別＞（複数回答設問）



### 3-5 事業所の外注状況

#### 3-5-1 外注の有無と技術分野

外注の有無を尋ねたところ、約7割（70.7%）の事業所が「ある」と回答している[図 81]。

会社全体の従業員規模別にみると、外注している割合が最も高いのは「10～19人」の事業所で、8割強（82.5%）を占める[図 82]。

図 81. 外注の有無

(n=2025)

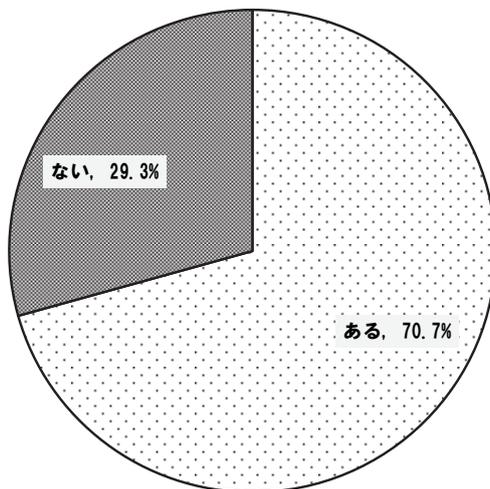
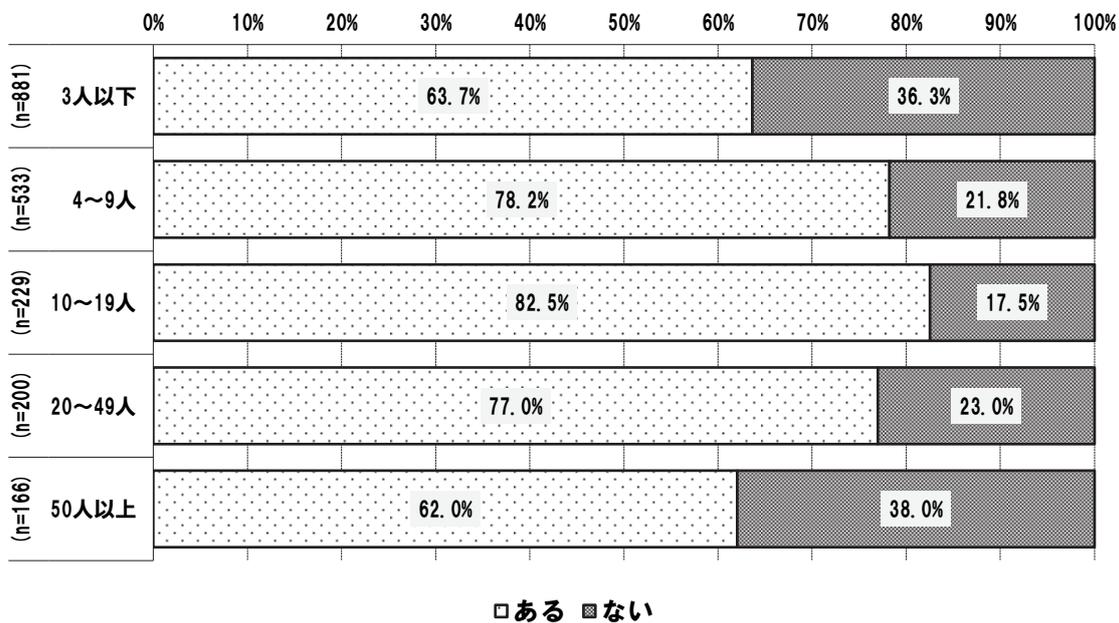
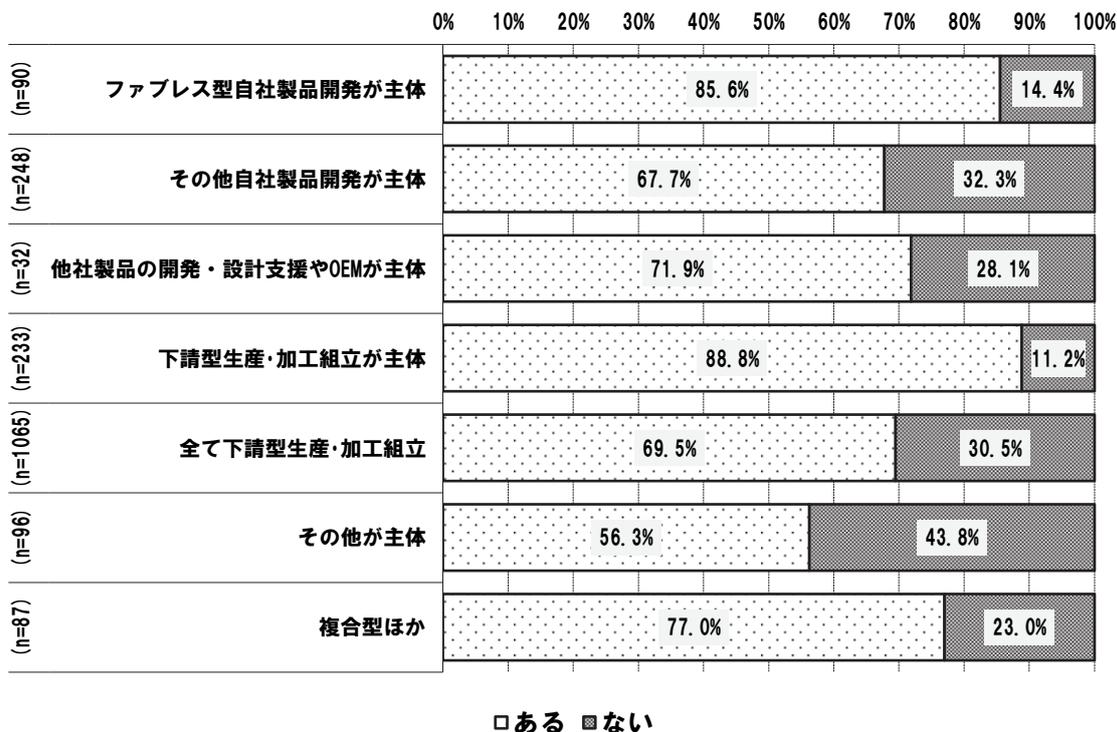


図 82. 外注の有無 <従業員規模別>



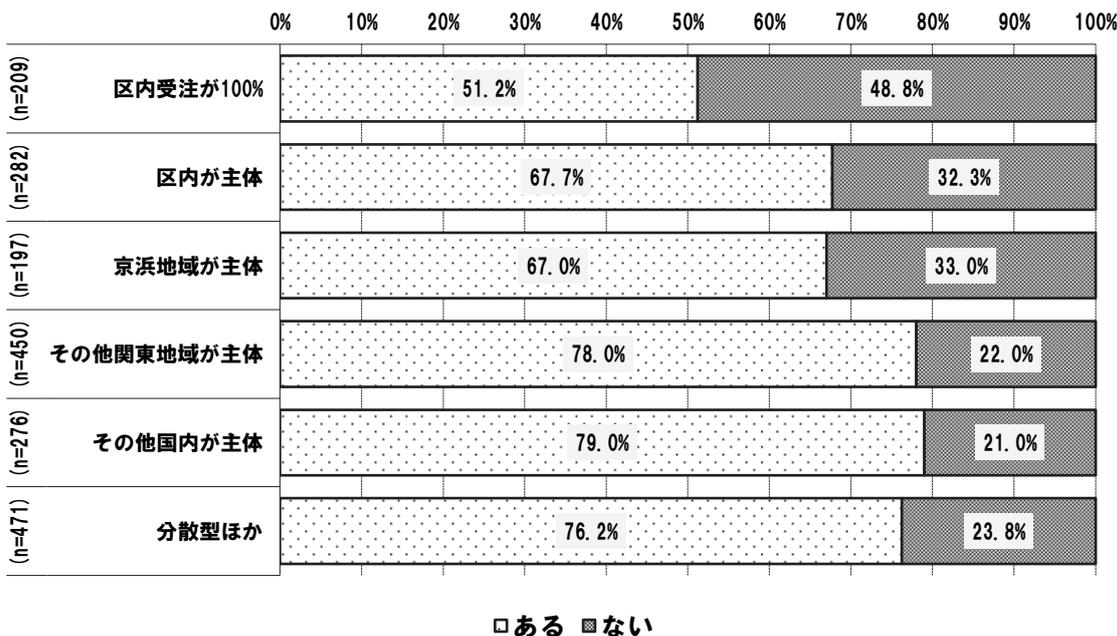
受注形態による類型化別にみると、「ファブレス型自社製品開発が主体」や「下請型生産・加工組立が主体」では、外注の有無に「ある」と回答した割合が高く、それぞれ9割弱（85.6%、88.8%）を占める[図 83]。

図 83. 外注の有無 <受注形態による類型化別>



また、地域別受注割合による類型化別にみると、「区内受注が100%」の事業所では、他の類型に比べて外注が「ない」割合が高く5割弱（48.8%）を占める。これら事業所の多くは区内ものづくり産業の特徴である「仲間まわし」の受け側に該当することがうかがえる[図 84]。

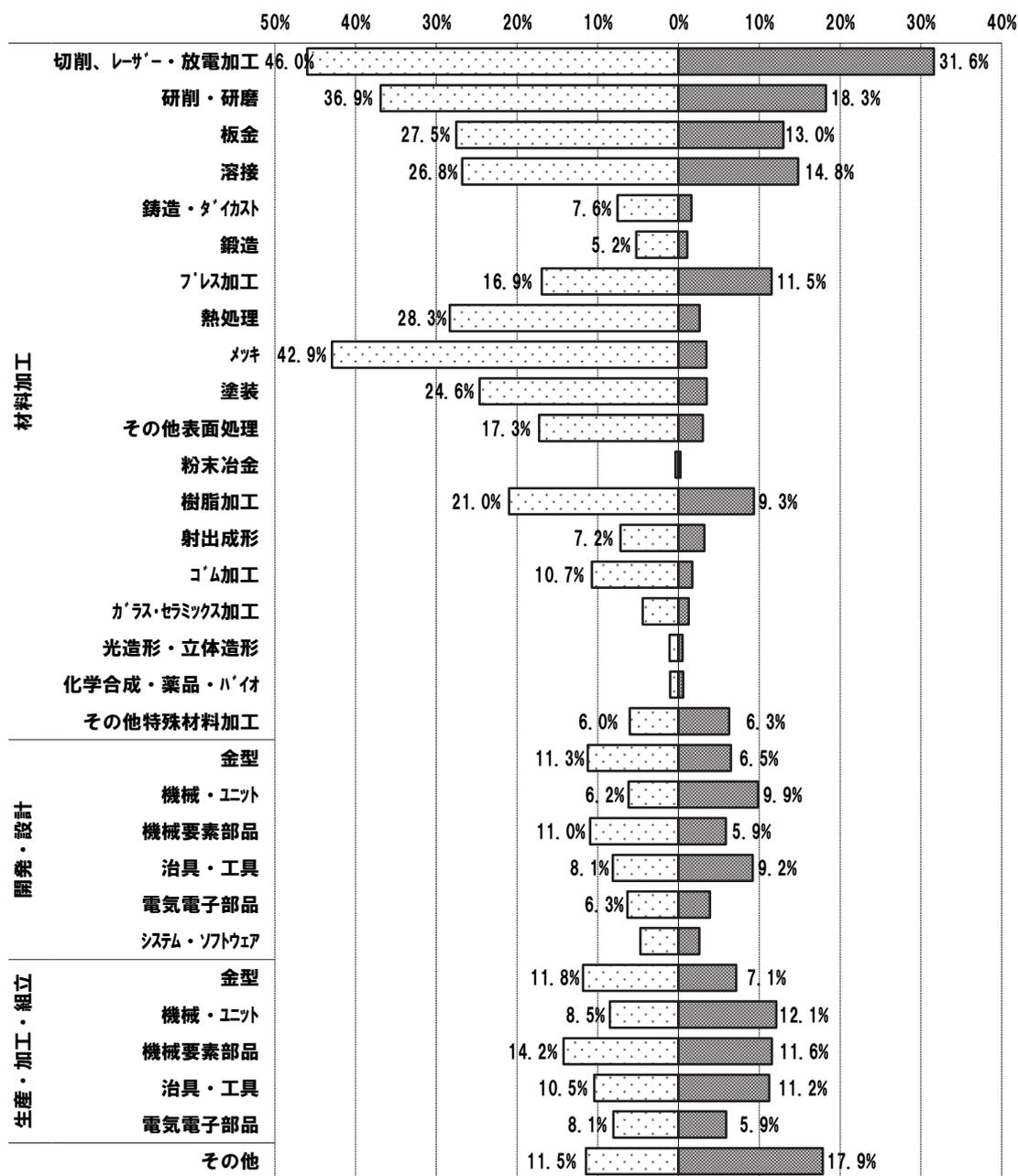
図 84. 外注の有無 <地域別受注割合による類型化別>



外注している技術分野については、「切削、レーザー・放電加工」が 5 割弱（46.0%）、「メッキ」が 4 割強（42.9%）、「研削・研磨」が 4 割弱（36.9%）と上位に挙げられる。

自事業所が得意とする技術分野との比較でみると、「切削、レーザー・放電加工」、「研削・研磨」、「板金」、「溶接」等は、得意とする割合と外注している割合の両方が高い。一方、「メッキ」、「熱処理」、「塗装」といった表面処理に係る技術分野は区内に得意とする事業所が少なく、外注している割合が高くなっている[図 85]。

図 85. 外注している技術分野（複数回答設問）



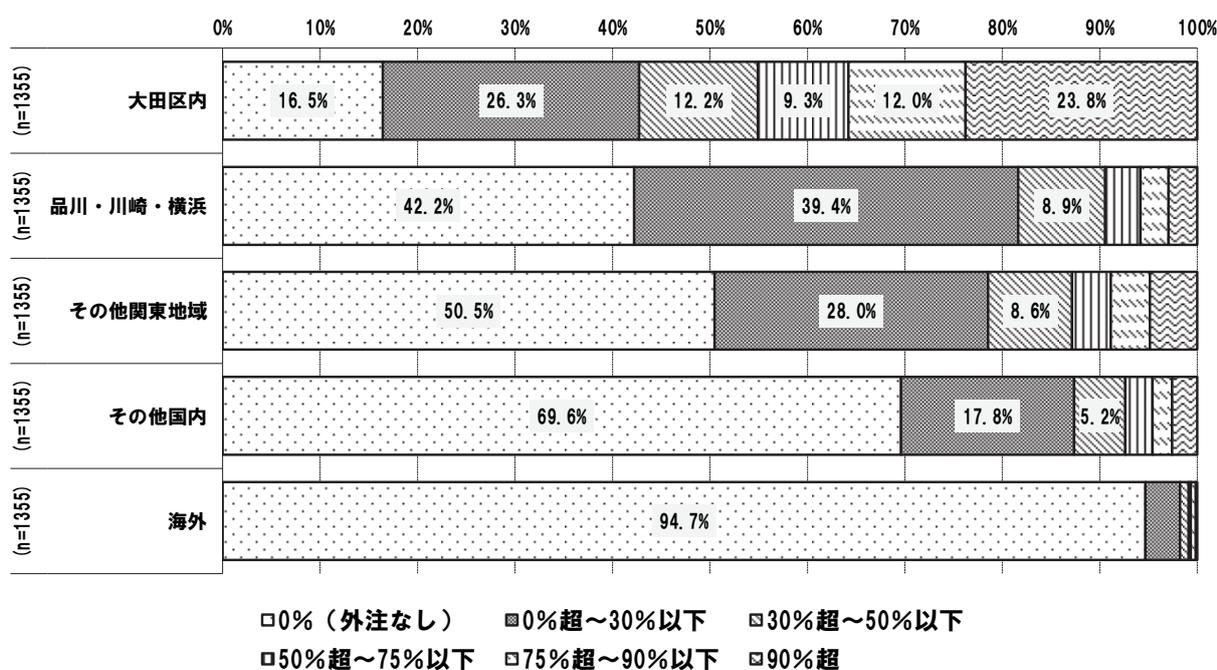
□ (n=1377) 外注している技術分野

■ (n=1948) 【参考】得意とする技術分野（複数回答）

### 3-5-2 外注先の立地場所

外注している事業所に対して外注額総額の地域別の内訳を尋ねた。全体から「0%（外注なし）」を除いた「外注あり」の割合をみると、8割強（83.5%）の事業所が区内の事業者を外注している。区外に外注している割合をみると、割合が高い順に「品川・川崎・横浜」が6割弱（57.8%）、「その他関東地域」が約5割（49.5%）、「その他国内」が約3割（30.4%）、「海外」が1割弱（5.3%）となっている。外注先の地域としては大田区が最も多く、次いで、大田区に近い地域ほど外注している割合が高くなっている[図 86]。

図 86. 外注額総額に対する地域別の内訳



加えて、地域別外注割合をもとに、以下の7タイプに分類した[表 14]。

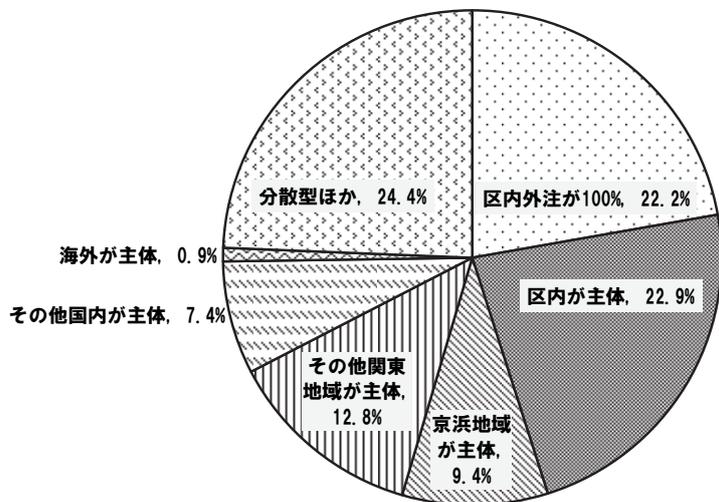
表 14. 地域別外注割合に基づいた類型化の方法

類型	定義
区内外注 100%	「大田区内」の割合が 100%
区内が主体	「大田区内」の割合が 50%超~100%未満
京浜地域が主体	「京浜地域」の割合が 50%超
その他関東地域が主体	「その他関東地域」の割合が 50%超
その他国内が主体	「その他国内」の割合が 50%超
海外が主体	「海外」の割合が 50%超
その他（分散型等）	上記以外

各類型の構成比をみると、「分散型ほか」、「区内が主体」、「区内外注が100%」が多く、それぞれ2割強（24.4%、22.9%、22.2%）を占める。「区内外注が100%」と「区内が主体」の合計割合が5割弱（45.1%）を占めており、区内への外注の割合が高い事業所が多いことがうかがえる[図87]。

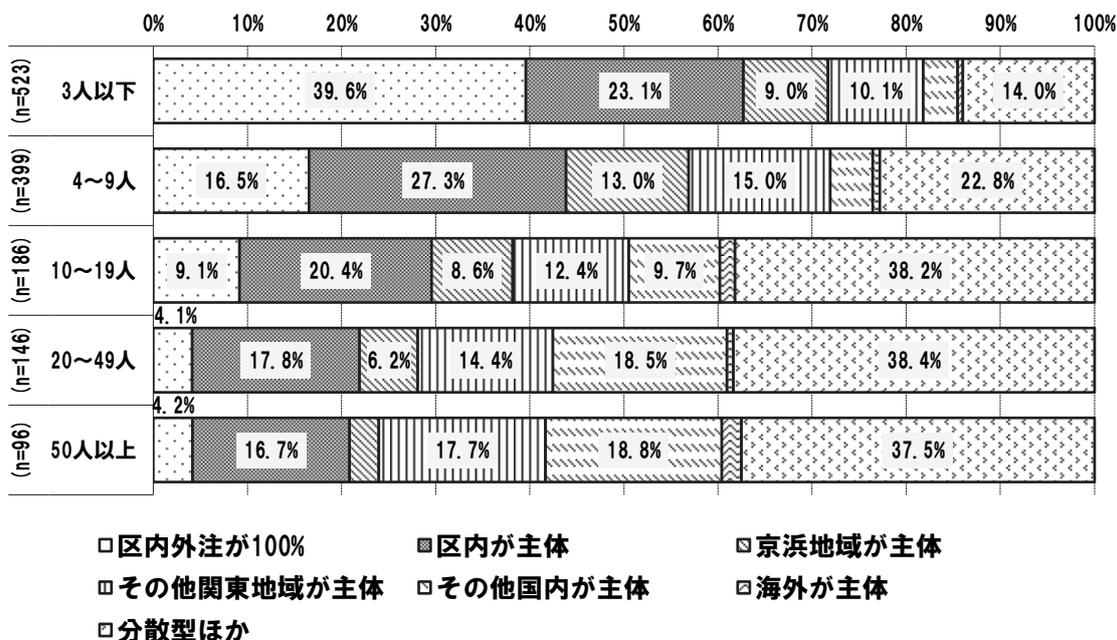
図87. 地域別外注割合による類型化

(n=1355)



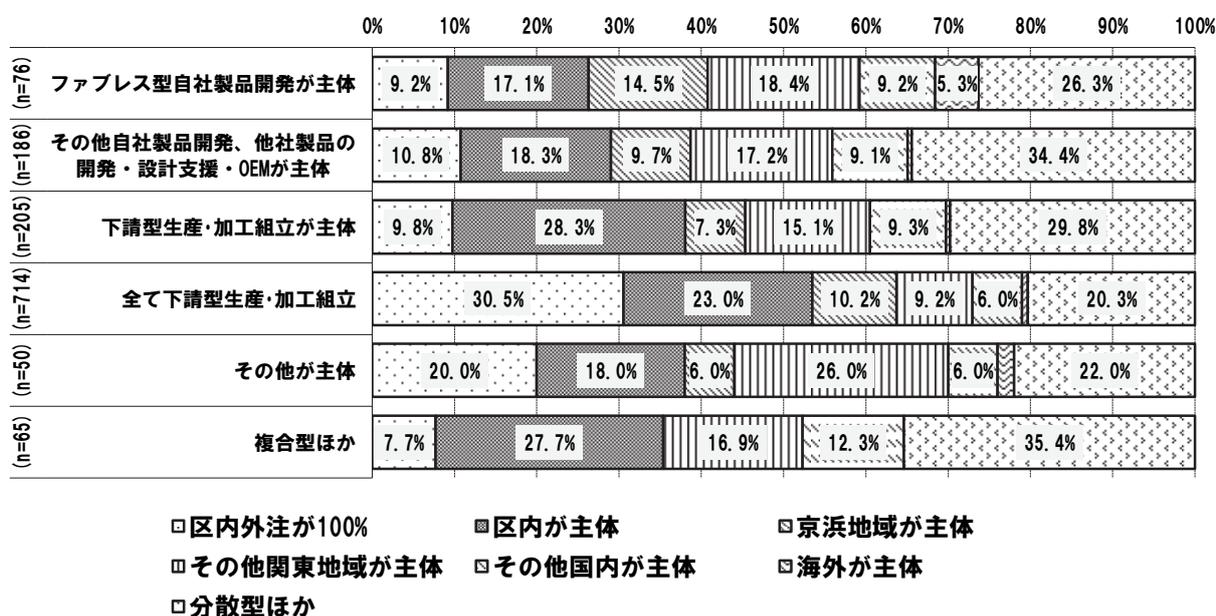
会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模が小さい事業所ほど「区内外注が100%」の割合が高くなる傾向がみられる。これに「区内が主体」を加えた「区内への外注が50%超」でみてもその傾向は顕著であり、従業員「3人以下」の事業所では6割強（62.7%）を占めている[図88]。

図88. 地域別外注割合による類型化 <従業員規模別>



受注形態による類型化別にみると、「全て下請型生産・加工組立」では、「区内外注が100%」が約3割(30.5%)を占め他の類型に比べて高い。これに「区内が主体」の2割強(23.0%)を加えた「区内への外注が50%超」の割合が5割強(53.5%)を占めている[図89]。

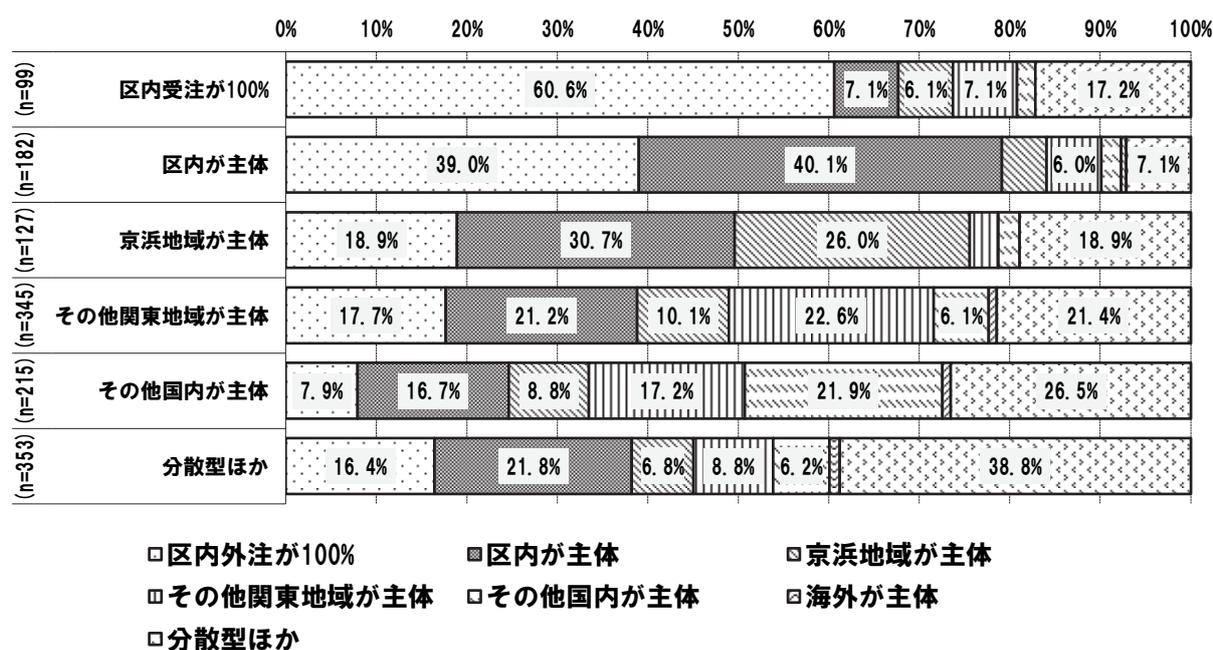
図 89. 地域別外注割合による類型化 <受注形態による類型化別>



地域別受注割合による類型化別にみると、「区内受注が100%」の事業所では「区内外注が100%」の割合が高く約6割(60.6%)を占めている。また、「区内(受注)が主体」の事業所では、「区内外注が100%」と「区内(外注)が主体」のそれぞれ約4割(39.0%、40.1%)を合計した「区内外注が50%超」の割合が他の類型に比べて高く約8割(79.1%)を占める[図90]。

こうしたことから、区内からの受注割合が高い事業所では、外注においても区内事業者とのつながりが強いことがうかがえる。

図 90. 地域別外注割合による類型化 <地域別受注割合による類型化別>

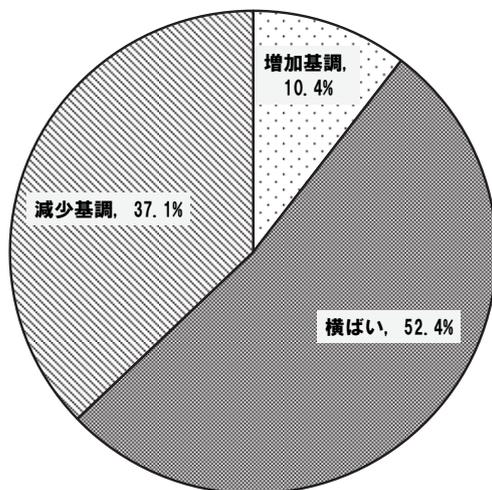


### 3-5-3 区内事業者への外注

過去5年間における区内への外注額の変化については、「横ばい」が5割強（52.4%）を占めており、「減少基調」の4割弱（37.1%）と「増加基調」の約1割（10.4%）を上回っている[図 91]。

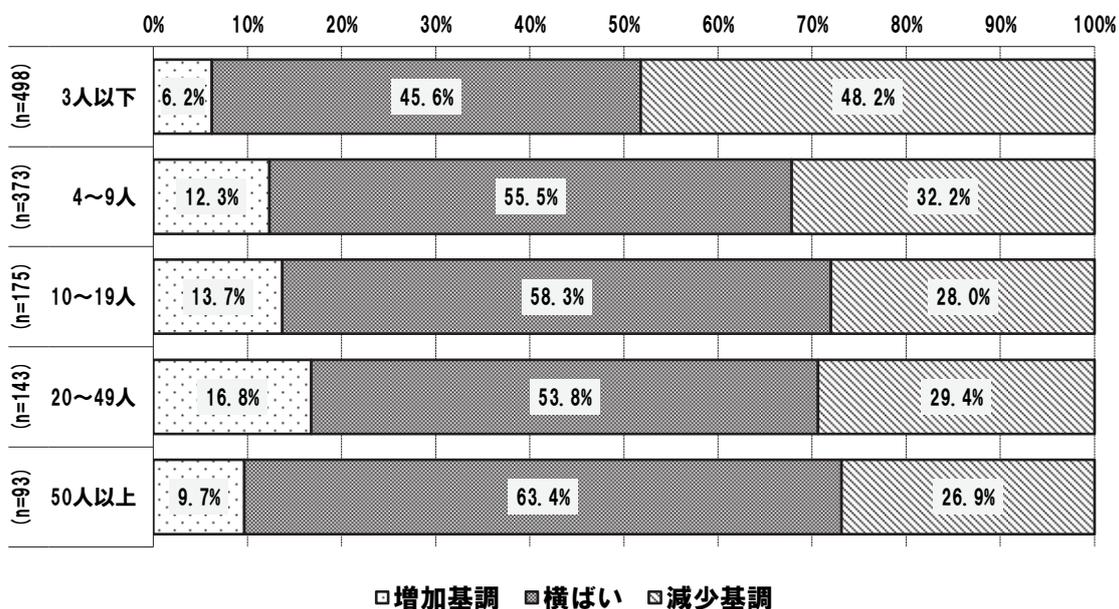
図 91. 過去5年間における区内への外注額の変化

(n=1287)



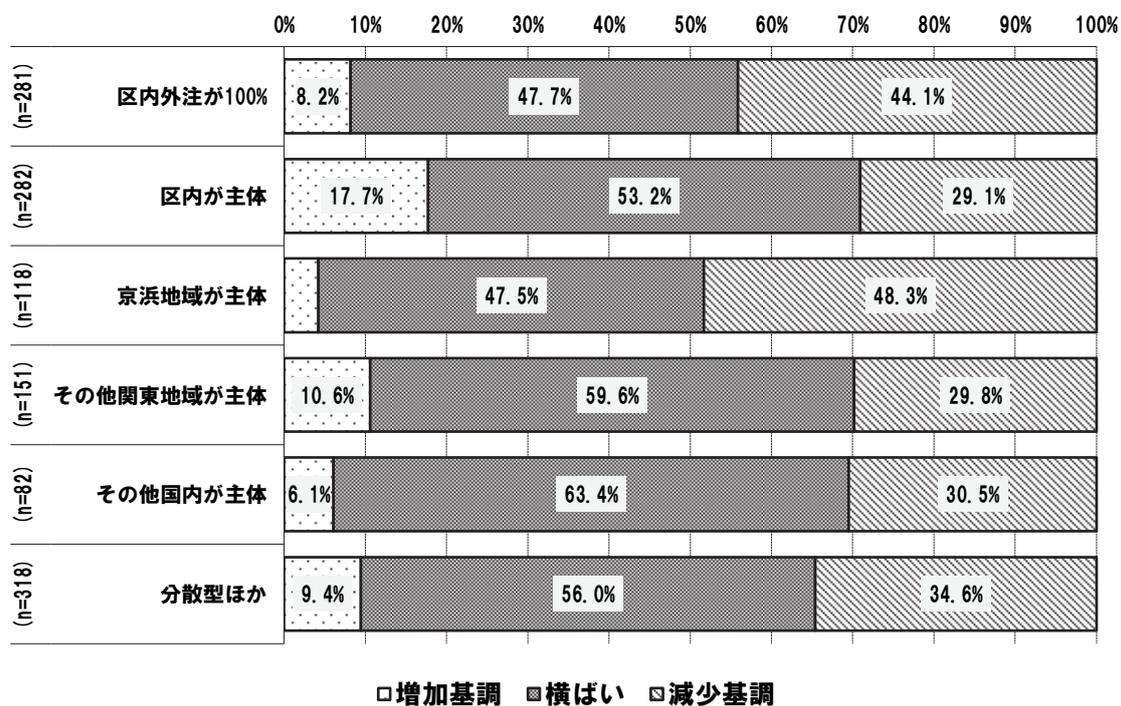
会社全体の従業員規模別にみると、「49人以下」の事業所では、従業員規模の拡大とともに「増加基調」の割合が高くなる[図 92]。

図 92. 過去5年間における区内への外注額の変化 <従業員規模別>



地域別外注割合による類型化別にみると、「区内が主体」では他の類型に比べて「増加基調」の割合が高く 2 割弱（17.7%）を占める[図 93]。

図 93. 過去 5 年間に於ける区内への外注額の変化 <地域別外注割合による類型化別>

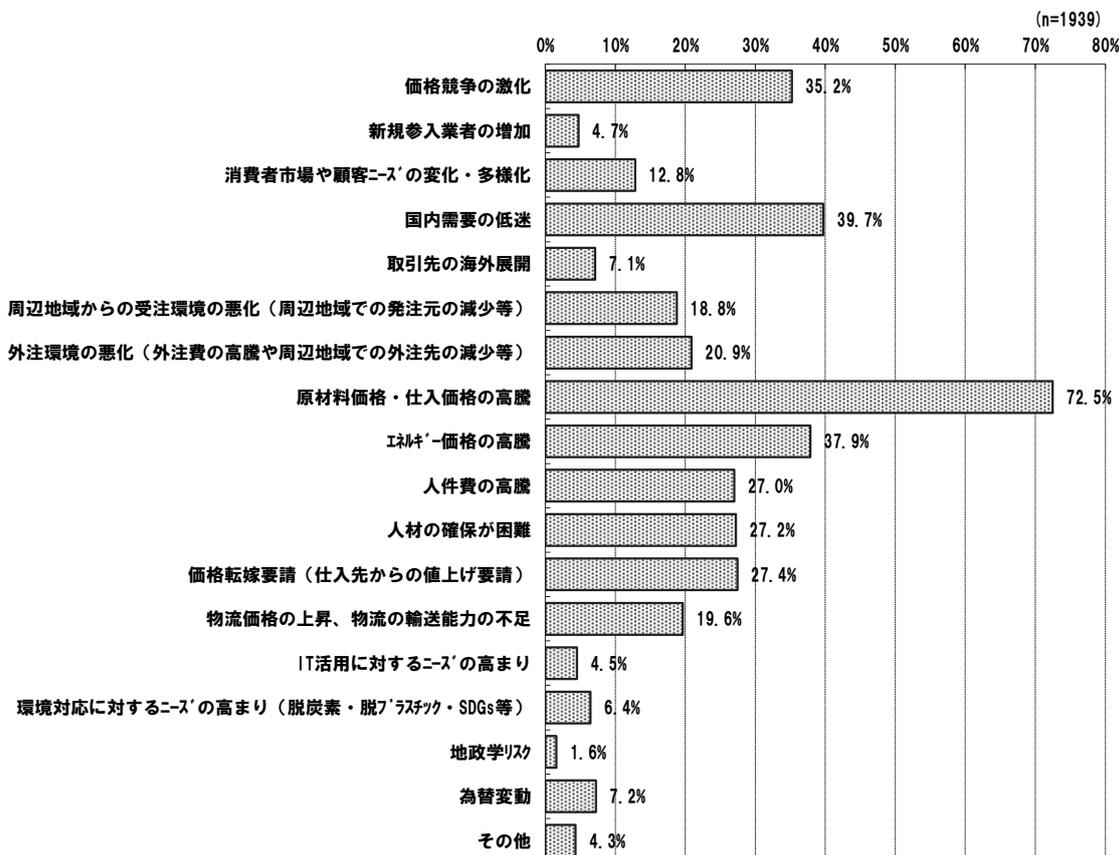


### 3-6 事業所のビジネス展開

#### 3-6-1 市場・競争環境の変化

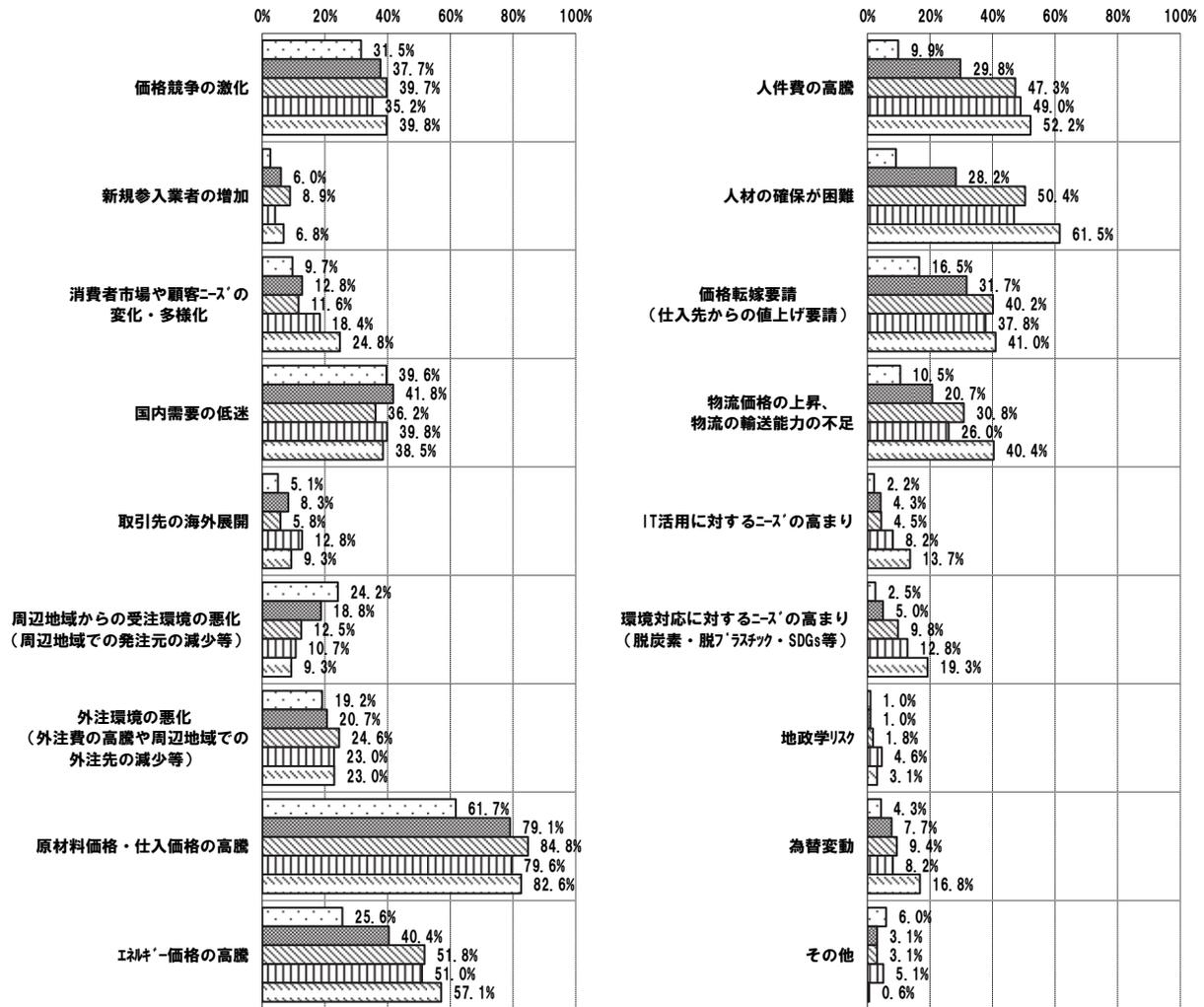
過去1年間で事業に影響があったと考えられることについては、7割強（72.5%）の事業所が「原材料価格・仕入価格の高騰」を挙げており、「国内需要の低迷」の約4割（39.7%）や「エネルギー価格の高騰」の4割弱（37.9%）、「価格競争の激化」の4割弱（35.2%）等を大きく上回っている[図94]。

図 94. 過去1年間で事業に影響があったと考えられること（複数回答設問）



会社全体の従業員規模別にみると、いずれの階層においても「原材料価格・仕入価格の高騰」の割合が高い。また、「エネルギー価格の高騰」、「人件費の高騰」、「人材の確保が困難」、「物流価格の上昇、物流の輸送能力の不足」等においては、従業員規模の拡大とともに回答割合が高くなる傾向がみられる[図 95]。

図 95. 過去1年間で事業に影響があったと考えられること<従業員規模別> (複数回答設問)



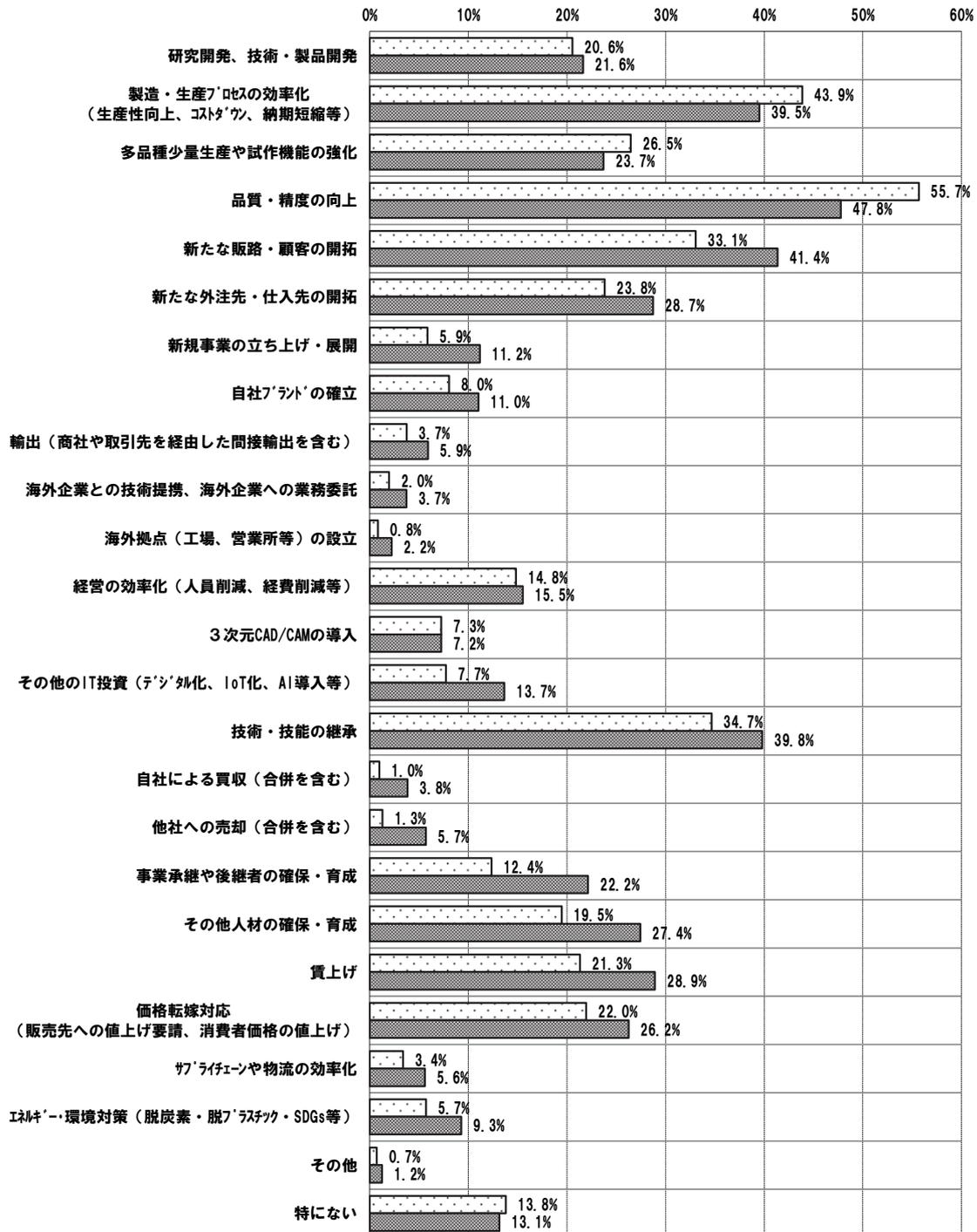
□ (n=828) 3人以下   ■ (n=517) 4~9人   ▨ (n=224) 10~19人  
 ▩ (n=196) 20~49人   □ (n=161) 50人以上

### 3-6-2 事業戦略

事業戦略として[現在、取り組んでいること]及び[今後、特に力を入れて取り組みたいこと]を尋ねたところ、いずれにおいても「品質・精度の向上」が最も多い。その他では、順位が入れ替わるものの、「製造・生産プロセスの効率化（生産性向上、コストダウン、納期短縮等）」、「技術・技能の継承」、「新たな販路・顧客の開拓」が上位に挙げられている。

また、[現在、取り組んでいること]と[今後、特に力を入れて取り組みたいこと]の回答割合の差分に着目すると、「事業承継や後継者の確保・育成」、「新たな販路・顧客の開拓」、「その他人材の確保・育成」、「賃上げ」等においては[今後]の回答割合が[現在]を大きく上回っている[図 96]。

図 96. 事業戦略として現在取り組んでいること及び今後特に力を入れて取り組みたいこと（複数回答設問）

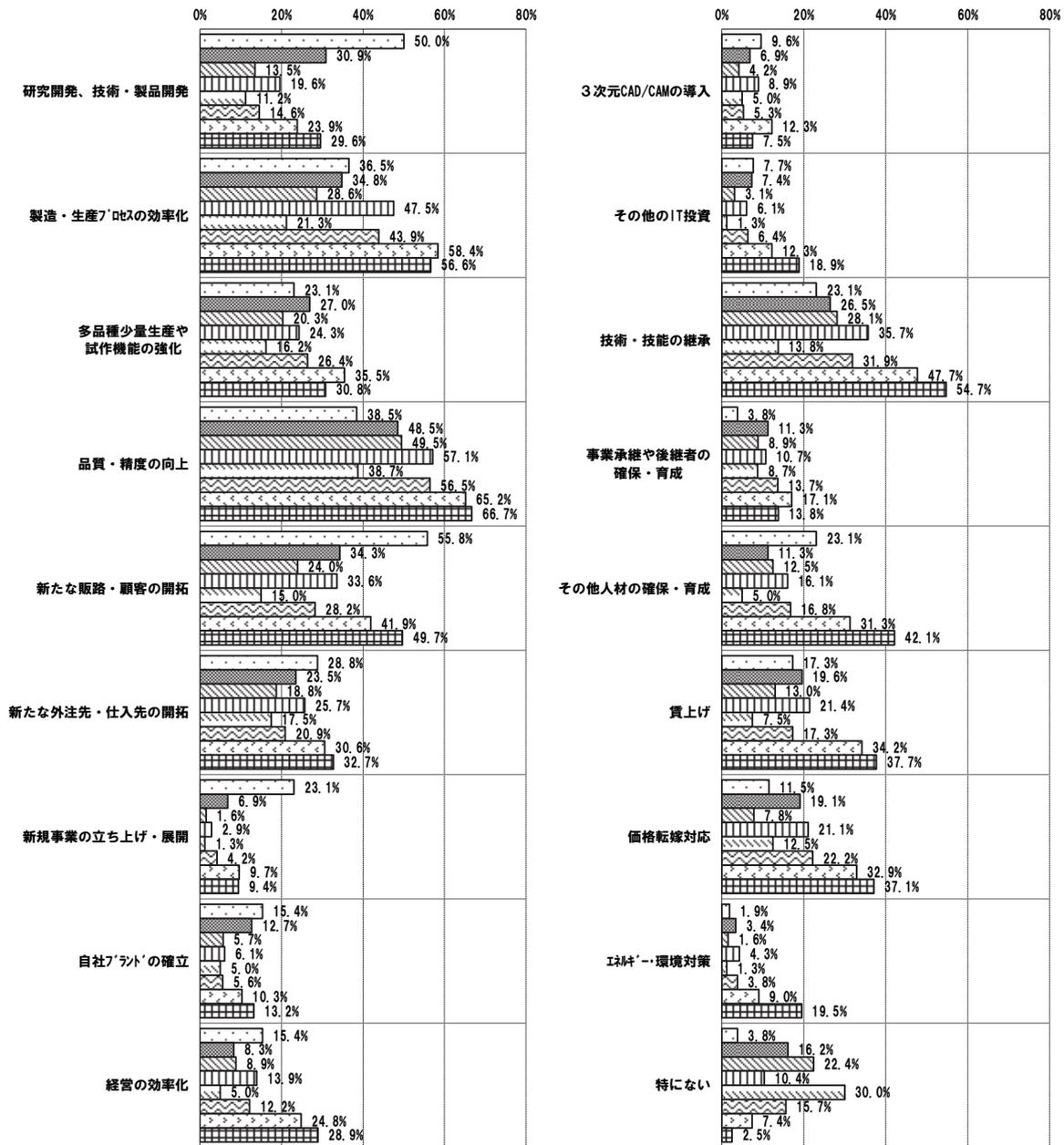


□ (n=1927) 現在、取り組んでいること ■ (n=1932) 今後、特に力を入れて取り組みたいこと

[現在、取り組んでいること]を企業のライフステージ別にみると、「創業10年まで・創業者」においては、「新たな販路・顧客の開拓」と「研究開発、技術・製品開発」の割合がそれぞれ6割弱(55.8%)、5割(50.0%)と突出して高く、3番目に多い「品質・精度の向上」の4割弱(38.5%)等を大きく上回っている。他の類型との比較においても、これら項目の回答割合は高くなっている。

また、「創業50年超」の事業所に着目すると、「創業者」、「2代目」、「3代目」、「4代目以降」となるにつれて、「品質・精度の向上」、「製造・生産プロセスの効率化」、「技術・技能の継承」、「新たな販路・顧客の開拓」等、多くの項目で回答割合が高くなる傾向がみられ、事業承継が進んでいる事業所ほど多様な取組を実施していることがうかがえる[図97]。

図97. 事業戦略として[現在、取り組んでいること]＜企業のライフステージ別＞（複数回答設問）



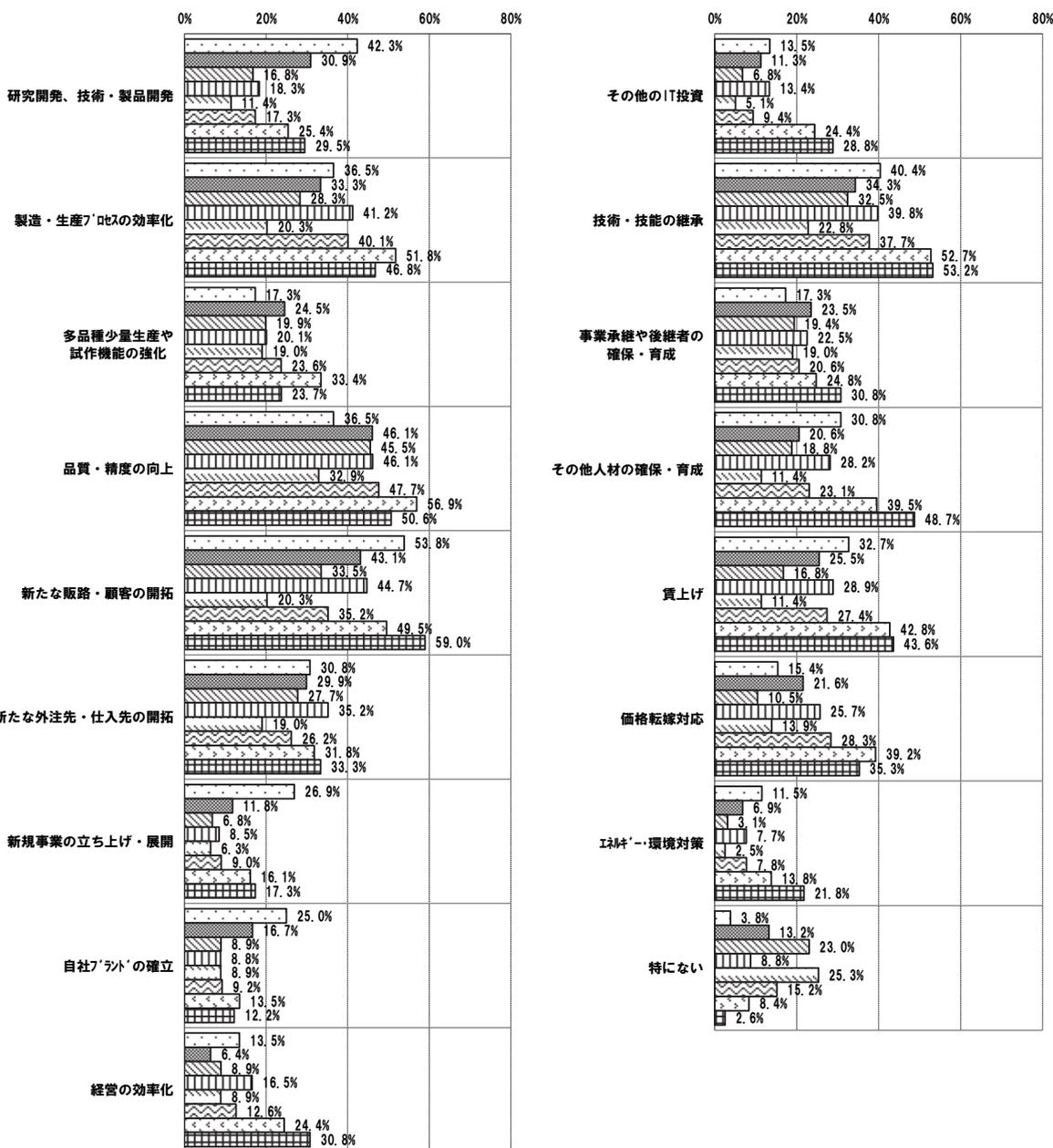
- (n=52) 創業10年まで・創業者
- ▨ (n=192) 創業31～50年・創業者
- ▩ (n=80) 創業50年超・創業者
- ▧ (n=310) 創業50年超・3代目
- ▦ (n=204) 創業11～30年・創業者または2代目
- ▤ (n=280) 創業31～50年・2～3代目
- ▣ (n=549) 創業50年超・2代目
- ▢ (n=159) 創業50年超・4代目以降

(注釈) 回答割合が高い一部の項目をグラフ化

[今後、特に力を入れて取り組みたいこと]についても、[現在]と同様の傾向がみられる。「創業10年まで・創業者」においては、他の類型に比べて「新たな販路・顧客の開拓」や「研究開発、技術・製品開発」等に取り組むたいと考えている事業所の割合が高い傾向がある。また、「創業50年超」においては、「創業者」、「2代目」、「3代目」、「4代目以降」となるにつれて、「新たな販路・顧客の開拓」、「技術・技能の継承」、「品質・精度の向上」、「その他人材の確保・育成」、「製造・生産プロセスの効率化」、「賃上げ」等に対する取組意向が高くなる傾向がみられる[図98]。

図98. 事業戦略として[今後、特に力を入れて取り組みたいこと]

＜企業のライフステージ別＞（複数回答設問）



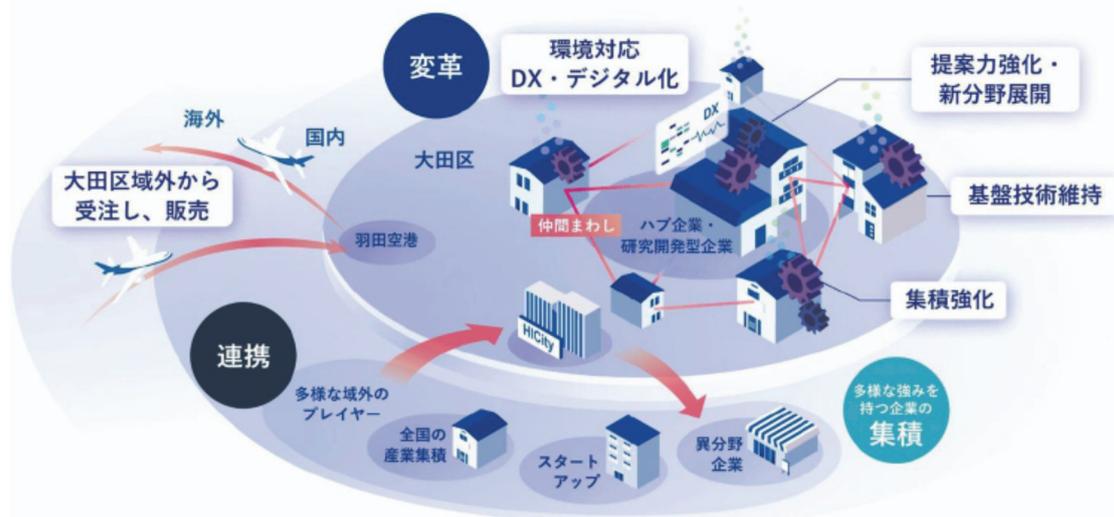
- (n=52) 創業10年まで・創業者
- ▨ (n=191) 創業31～50年・創業者
- ▤ (n=79) 創業50年超・創業者
- (n=311) 創業50年超・3代目

- ▩ (n=204) 創業11～30年・創業者または2代目
- ▧ (n=284) 創業31～50年・2～3代目
- ▦ (n=554) 創業50年超・2代目
- ▧ (n=156) 創業50年超・4代目以降

(注釈) 回答割合が高い一部の項目をグラフ化

区は、令和 6 年 3 月に「大田区産業振興ビジョン」を策定し、区内の産業の特徴や取り巻く環境の変化等を踏まえたうえで、「変革」、「集積」、「連携」という 3 つの基本方針を掲げ、令和 6 年度から令和 15 年度の 10 年間の大田区産業振興の目指すべき姿や方向性についてまとめている[図 99]。

図 99. 「大田区産業振興ビジョン」におけるものづくり産業の目指す姿と産業振興の方向性



同ビジョンの施策の方向性の一つに取り上げられている環境対応や DX・デジタル化について、区内事業者の取組状況をみると、前述の図 94 に示すように、市場・競争環境の変化として「IT 活用に対するニーズの高まり」や「環境対応に対するニーズの高まり」を挙げる事業所の割合は他の項目に比べて低くいずれも 1 割（4.5%、6.4%）に満たない。

また、先述の図 96 に示すように、事業戦略として[現在、取り組んでいること]をみると、「3 次元 CAD/CAM の導入」、「その他の IT 投資（デジタル化、IoT 化、AI 導入等）」、「エネルギー・環境対策（脱炭素・脱プラスチック・SDGs 等）」といった環境対応や DX・デジタル化に取り組んでいる事業者の割合は 1 割弱（7.3%、7.7%、5.7%）に留まっており、他の取組に比べて遅れていることがうかがえる。ただし、これらのうち「その他の IT 投資（デジタル化、IoT 化、AI 導入等）」と「エネルギー・環境対策（脱炭素・脱プラスチック・SDGs 等）」については、[現在、取り組んでいること]よりも[今後、特に力を入れて取り組みたいこと]の回答割合が増加していることから、今後、環境対応や DX・デジタル化に取り組む区内事業所が増えてくることが期待される[図 96]。

こうしたなか、デジタル化に今後取り組みたいと回答した事業所や環境負荷軽減に取り組む事業所に、取組の必要性や取組内容等について電話ヒアリングを実施した。結果は以下の通りである。

《デジタル化の取組内容と取組の背景》

- ✓ 取引先からの要請があるため、デジタル化に取り組む必要があるという意見が目立つ。
- ✓ 今後取り組みたい内容としては、受発注システムから生産現場、バックオフィスまで幅広くニーズがあることが見受けられる。
- ✓ また、導入には費用面や社員のスキル面で課題があることも見受けられる。

【現場の声：デジタル化の取組の必要性】

- 時代や取引先から要請があり、受発注に影響するため。[印刷・同関連業]
- 自社も ISO は取得しているものの、大手企業のさらなるニーズがあるため。[生産用機械器具製造業]
- 製品を出荷する際に必ず検査工程を経なければならないが、検査内容が高度化しているためデジタル化しなければ対応できないため。[業務用機械器具製造業]

【現場の声：今後取り組みたい内容－受発注システム】

- 現在、顧客との図面の受け渡しの95%は紙面で行っているため、デジタル化したい。今後、図面のデジタル化のために、数千万円かかるがCADを導入したい。[はん用機械器具製造業]
- 顧客への提案書をAI活用により作成したい。また単純作業のRPA（ロボティクス・プロセス・オートメーション）化を進めたいと考えている。[はん用機械器具製造業]
- 現在、見積システムと図面管理システムが統一されていないため、一体化したシステムの導入を考えている。[生産用機械器具製造業]
- 見積から図面を作成する過程は担当者の勤で作成しているため、デジタル化を進めて知見の継承につなげたい。AIを活用して、データを入力し検索すれば図面化できるようにしたい。[生産用機械器具製造業]

【現場の声：今後取り組みたい内容－生産現場のデジタル化】

- 製品化に至る工程の可視化を進めたい。[生産用機械器具製造業]
- AIを活用した出荷予測システムを導入したい。食材の出荷量は毎年パターン化されており、出荷量をAIに予測させ在庫管理をすれば食品ロスにつなげられる。[食料品製造業]
- 協調型ロボットを導入して組立のサポートに活用したい。現在ロボットを使用するためには安全対策のため、一定の範囲内でしか使用できないという制約があるが、協調型ロボットならば制約がないため大幅な効率化が図れる。[業務用機械器具製造業]

【現場の声：今後取り組みたい内容－バックオフィスのデジタル化】

- 補助金を活用して10年来の古いシステムを更新させてもらったが、大手企業からの要請があるため、今後は情報セキュリティ関連のシステムを導入したい。[生産用機械器具製造業]
- 管理部門での勤怠システムや給与システムの導入はある程度進めたが、まだ対応できていないe-Taxや請求書の電子化システムを導入したい。[はん用機械器具製造業]
- 特に管理部門でシステム化を推進する必要があるため、e-TaxやeLTAX等の納税システムや、勤怠管理・給与計算システムを導入したい。[印刷・同関連業]

【現場の声：デジタル化の取組の課題】

- システムに関する専門知識のブラッシュアップが必要であり、メンテナンスに費用がかかるので大変である。[生産用機械器具製造業]
- 業務の一つ一つの工程はできているが、全体を統合する仕組がなかなかうまくできていない。データや手順を統合していきたい。[プラスチック製品製造業]
- 手形の電子化に対応したものの、未だに取引先119社のうち19社が対応できていない。取引先に合わせて紙ベースの請求書等も残さざるを得ないという課題がある。取引先を含めたデジタル化を進めていく必要がある。[業務用機械器具製造業]

【現場の声：行政に求める支援策】

- 自社は従業員数5人の小規模事業所であるため、他社での効率化やデジタル化の取組事例等を教えてほしい。[生産用機械器具製造業]
- デジタル化の取組の経験を持つ企業の体験談を聞く機会の提供や専用のアプリなどを紹介してもらえればありがたい。[プラスチック製品製造業]
- 町工場レベルでもものづくりに関するソフトやシステムで困っている問題があった場合に、区内の工場で情報を広めるなどして情報を共有化する機会が持てるようにしてほしい。[生産用機械器具製造業]
- 区のアドバイザーに定期的にシステム診断に来てほしい。[業務用機械器具製造業]

《環境負荷軽減の取組内容と取組の背景》

- ✓ 環境負荷軽減の取組として「煙の影響を減らす最新機器の導入」、「太陽光パネルの設置」、「省エネエアコンの導入」など環境配慮に対応した設備を社内に導入するほか、「排水基準への対応」、「CO<sub>2</sub>の計測」、「リサイクル材の活用」等も見受けられた。
- ✓ 取組の背景としては取引先の要望があったと回答した事業所が目立つ。また、国内外の基準に適合させるため、あるいは自社の環境問題への意識の高まりにより、環境負荷軽減に取り組んでいると回答している事業所が見受けられた。

【現場の声：環境負荷軽減の取組の必要性－取引先等からの要請】

- 取引先の大手企業から CO<sub>2</sub>削減等の環境負荷軽減の取組をするよう要請があるため。自社は ISO を取得しているが、日々 CO<sub>2</sub> を計測して削減努力をしている。[はん用機械器具製造業]
- 取引先からの要請があり、脱プラスチックの一環として必要な認証を取得している。[印刷・同関連業]
- 取引先からの要請があり、メッキ時の排水基準に適合することや有害薬品を使用しないことに取り組む必要がある。また、グリーン調達で規制されている有害物質を作業工程で使用しない方法を検討している。最終的には EU の基準を満たしたいと考えている。しかし、自社は住宅街に所在しており、限られた土地での設備投資が難しいと感じている。[金属製品製造業]
- 国の基準に適合するため、煙の影響を減らす最新機械を導入している。また塗装部門では薬品や塗料に対応したマスクを使用している。[はん用機械器具製造業]

【現場の声：環境負荷軽減の取組の必要性－自社での積極的な取組の背景】

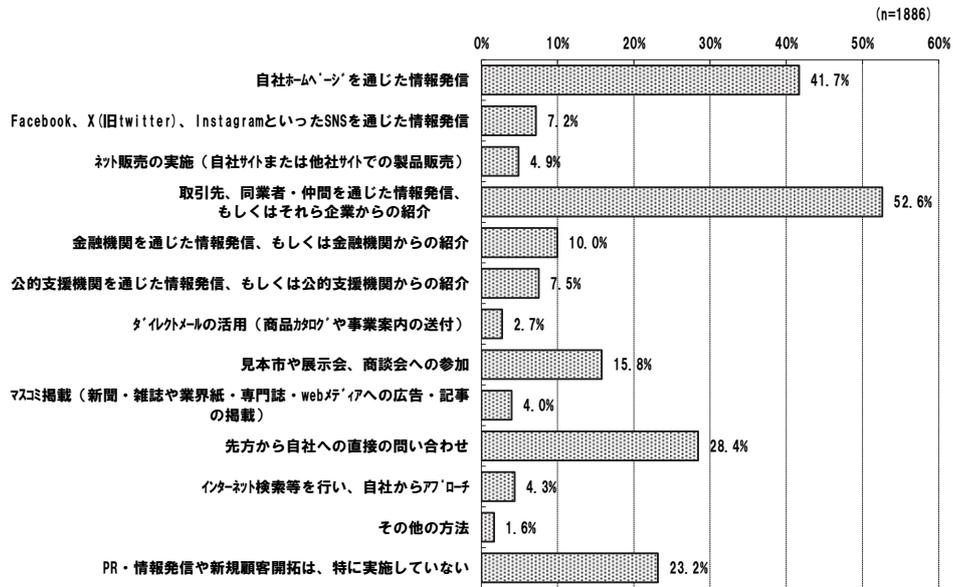
- 環境問題への意識の高まりから、助成金を活用して高効率の省エネエアコンを導入した。[業務用機械器具製造業]
- 社内で環境問題への意識が高まり、再生紙等のリサイクル材の活用に取り組んでいる。[金属製品製造業]
- 電気代節約のため、事業所ビルに太陽光パネルとバッテリーを設置する。[金属製品製造業]

### 3-6-3 販路開拓

#### ① 情報発信等の方法

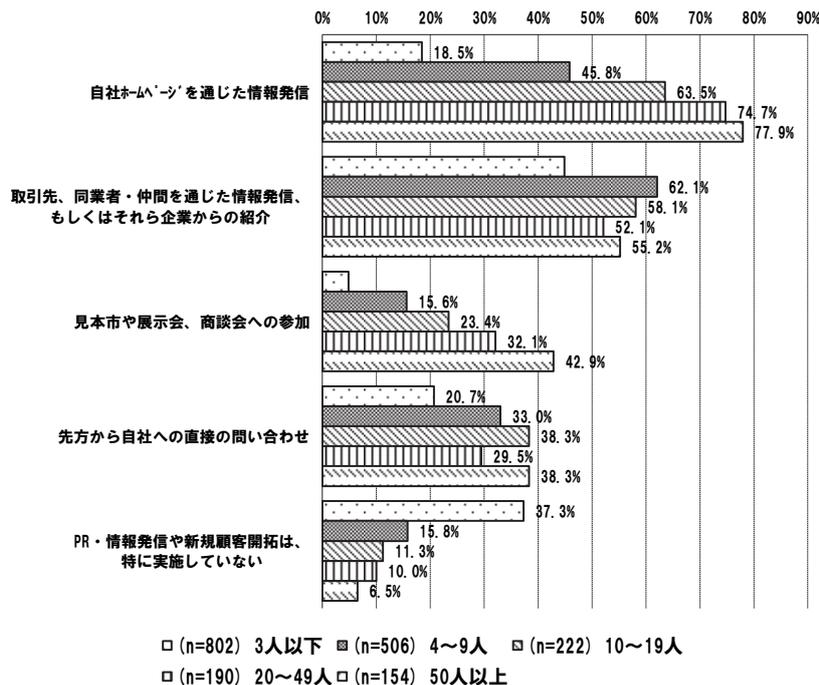
自社のPR・情報発信や新規顧客開拓の方法については、「取引先、同業者・仲間を通じた情報発信、もしくはそれら企業からの紹介」の割合が最も高く5割強（52.6%）を占め、次いで、「自社ホームページを通じた情報発信」が4割強（41.7%）、「先方から自社への直接の問い合わせ」が3割弱（28.4%）の順である。一方、「PR・情報発信や新規顧客開拓は、特に実施していない」事業所が2割強（23.2%）存在する[図100]。

図100. PR・情報発信や新規顧客開拓の方法（複数回答設問）



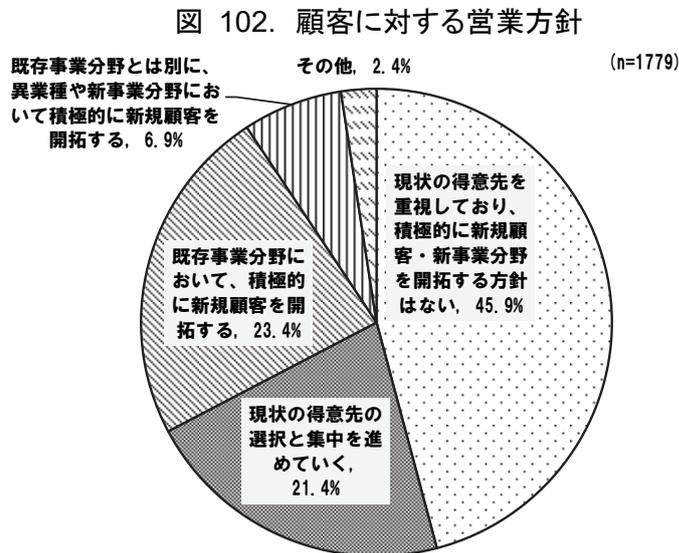
会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模が大きい事業所ほど「自社ホームページを通じた情報発信」や「見本市や展示会、商談会への参加」の割合が高くなる一方で、従業員規模が小さくなるにつれて「PR・情報発信や新規顧客開拓は、特に実施していない」の割合が高くなっている[図101]。

図101. PR・情報発信や新規顧客開拓の方法＜従業員規模別＞（複数回答設問）

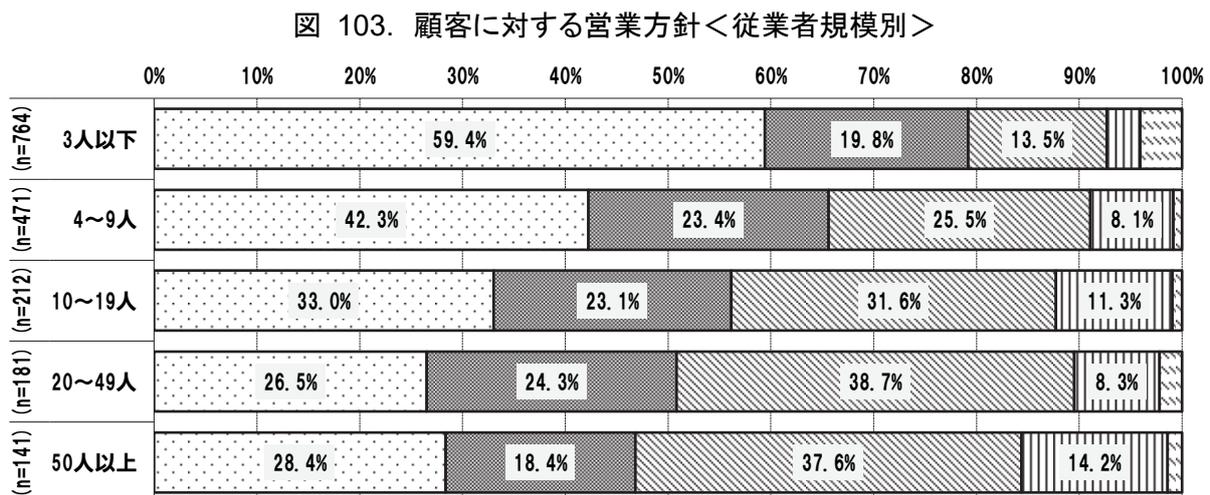


## ② 営業方針

顧客に対する営業方針について尋ねたところ、「現状の得意先を重視しており、積極的に新規顧客・新事業分野を開拓する方針はない」の割合が最も高く5割弱（45.9%）を占め、これに「現状の得意先の選択と集中を進めていく」の2割強（21.4%）を加えた「現状の得意先との取引を重視する」事業所が7割弱（67.3%）を占める。一方、「既存事業分野とは別に、異業種や新事業分野において積極的に新規顧客を開拓する」は1割弱（6.9%）に留まる[図 102]。



会社全体の従業員規模別にみると、「49人以下」では従業員規模が小さくなるとともに「現状の得意先を重視しており、積極的に新規顧客・新事業分野を開拓する方針はない」の割合が高くなっており、従業員規模が小さい事業所では販路開拓に消極的であることがうかがえる。一方、「既存事業分野において、積極的に新規顧客を開拓する」は、「49人以下」では従業員規模の拡大とともに回答割合が高くなり、顧客に対する営業方針は従業員規模によって大きく異なることがわかる[図 103]。



- 現状の得意先を重視しており、積極的に新規顧客・新事業分野を開拓する方針はない
- 現状の得意先の選択と集中を進めていく
- ▨ 既存事業分野において、積極的に新規顧客を開拓する
- ▩ 既存事業分野とは別に、異業種や新事業分野において積極的に新規顧客を開拓する
- ▧ その他

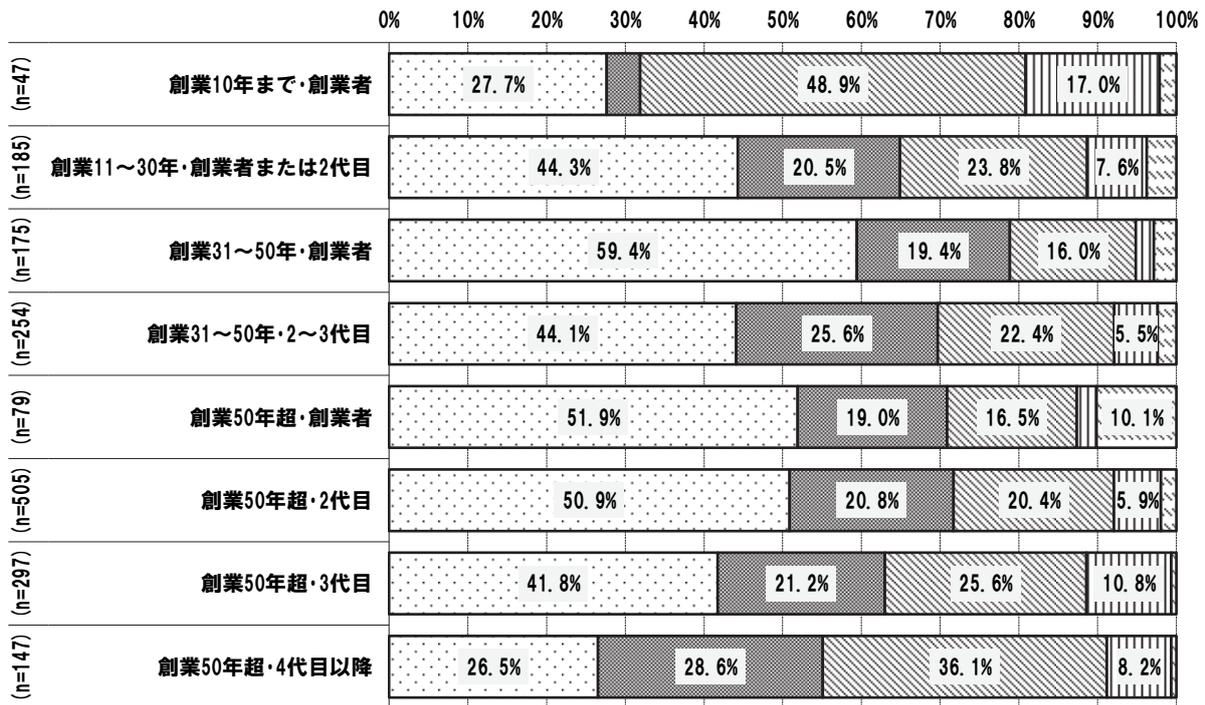
また、企業のライフステージ別にみても、顧客に対する営業方針が大きく異なっている。

「創業10年まで・創業者」では、他の類型に比べて「既存事業分野において、積極的に新規顧客を開拓する」の割合が高く、5割弱（48.9%）の事業所が既存領域で顧客を開拓したいと考えている。

「創業31～50年」に着目すると、「2～3代目」においては「創業者」に比べて「現状の得意先の選択と集中を進めていく」と「既存事業分野において、積極的に新規顧客を開拓する」の割合が高い。「創業50年超」においても同様の傾向がみられ、「創業者」、「2代目」、「3代目」、「4代目以降」となるにつれて、「現状の得意先の選択と集中を進めていく」と「既存事業分野において、積極的に新規顧客を開拓する」の割合が高くなっている。

こうしたことから「創業30年超」の企業の事業所の中には、現状の得意先との取引関係見直しや、既存事業分野で新規顧客を開拓したいとする事業所が多いことがうかがえる[図104]。

図104. 顧客に対する営業方針 <企業のライフステージ別>

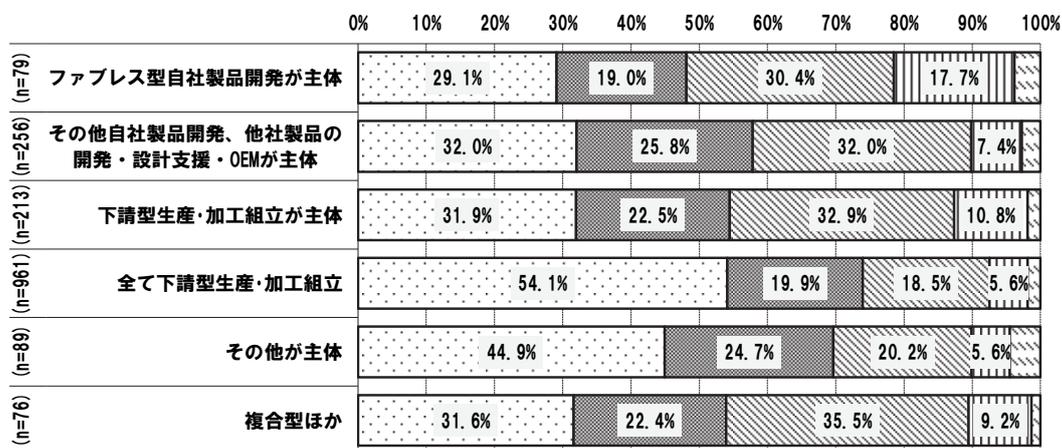


- 現状の得意先を重視しており、積極的に新規顧客・新事業分野を開拓する方針はない
- 現状の得意先の選択と集中を進めていく
- 既存事業分野において、積極的に新規顧客を開拓する
- 既存事業分野とは別に、異業種や新事業分野において積極的に新規顧客を開拓する
- その他

受注形態による類型化別にみると、「全て下請型生産・加工組立」では「現状の得意先を重視しており、積極的に新規顧客・新事業分野を開拓する方針はない」が5割強（54.1%）と他の類型を大きく上回っており、既存顧客との取引を重視する傾向が強い。

また、「ファブレス型自社製品開発が主体」においては、「既存事業分野とは別に、異業種や新事業分野において積極的に新規顧客を開拓する」が2割弱（17.7%）を占め、新規分野にチャレンジしたいと考えている事業所の割合が他の受注形態よりも高くなっている[図 105]。

図 105. 顧客に対する営業方針 <受注形態による類型化別>

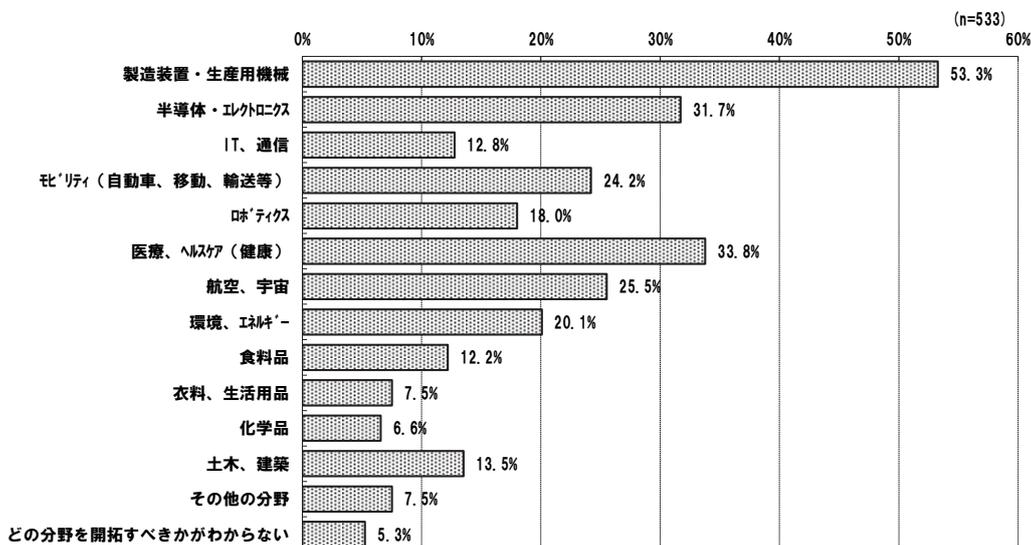


- 現状の得意先を重視しており、積極的に新規顧客・新事業分野を開拓する方針はない
- 現状の得意先の選択と集中を進めていく
- 既存事業分野において、積極的に新規顧客を開拓する
- 既存事業分野とは別に、異業種や新事業分野において積極的に新規顧客を開拓する
- その他

### ③ 新規顧客・新事業分野の開拓

「既存事業分野において、積極的に新規顧客を開拓する」または「既存事業分野とは別に、異業種や新事業分野において積極的に新規顧客を開拓する」と回答した事業所に対して新規顧客・新事業分野の開拓にあたって関心のある分野を尋ねたところ、5割強（53.3%）の事業所が「製造装置・生産用機械」を挙げており、次いで、「医療、ヘルスケア（健康）」、「半導体・エレクトロニクス」がそれぞれ3割強（33.8%、31.7%）の順である[図 106]。

図 106. 新規顧客・新事業分野の開拓にあたって関心のある分野（複数回答設問）



新規顧客・新事業分野の開拓にあたって関心のある分野を回答数が多い順に並べ、最も売上が多い事業分野（主力事業分野）と一致するかどうかで分類したところ、「医療、ヘルスケア」、「航空、宇宙」、「環境、エネルギー」、「ロボティクス」、「IT、通信」では「売上が最も多い現在の主力事業分野と、関心のある分野が一致していない事業所数」（表中の③）の割合が9割以上と高く、今後、異業種からの参入が期待される[表 15]。

表 15. 新規顧客・新事業分野の開拓にあたって関心のある分野と主力事業分野（複数回答設問）

	新規顧客・新事業分野の開拓にあたって関心のある分野													
	製造装置・生産用機械	医療、ヘルスケア	半導体・エレクトロニクス	航空、宇宙	モビリティ	環境、エネルギー	ロボティクス	土木、建築	IT、通信	食料品	衣料、生活用品	化学品	その他の分野	分野不明
関心のある分野（複数回答）…①	284	180	169	136	129	107	96	72	68	65	40	35	40	28
売上が最も多い現在の主力事業分野と、関心のある分野が一致している事業所数…②	152	16	39	3	31	6	2	18	3	20	8	6		
売上が最も多い現在の主力事業分野と、関心のある分野が一致していない事業所数（②-①）…③	132	164	130	133	98	101	94	54	65	45	32	29		
③の割合（③÷①）	46.5%	91.1%	76.9%	97.8%	76.0%	94.4%	97.9%	75.0%	95.6%	69.2%	80.0%	82.9%		

（注釈）③の割合が9割以上に網掛け

区では、区内事業者が新規顧客を開拓する際のターゲット領域として「モビリティ」、「ロボティクス」、「医療・ヘルスケア」等に注目しており、本調査では、これら分野を主力事業とする区内事業所に対し、具体的な製品の内容と自社の強みについて電話ヒアリングを実施した。結果は以下の通りである。

《新事業分野開拓の現状・意向》

- ✓ 自動車関連部品、エレベーターの部品、ロボット関連部品、医療用検査の部品など幅広い領域の製品を手がけている。一方、受注した製品が最終的にどのような部品に使用されているかはわからないと回答した事業所も見受けられた。
- ✓ どの分野にも共通して、長年の蓄積による高い技術力・少量多品種でオーダーメイドに対応する力、競合優位性が高いことを自社の強みとして挙げる事業所が見受けられる。

【開発・製造している製品の内容ーモビリティ分野（自動車関連）】

- 自動車のエンジン<sup>①</sup>の部品を製造している。[はん用機械器具製造業]
- 自動車関連の圧力センサー<sup>②</sup>を製造している。[業務用機械器具製造業]
- 自動車関連の半導体配管部品（ガス部分）<sup>③</sup>を製造している。[生産用機械器具製造業]
- 99.999%純度のアルミを取り扱っており、自動車のバックミラー等に採用してもらっている。[生産用機械器具製造業]
- 自動車の切削工具の砥石を取り扱っており、売上は会社全体の50%を超える。[生産用機械器具製造業]
- 自動車の運転者、同乗者のリラックス度を脳波測定により評価するセンサー<sup>④</sup>を開発している。[情報通信機械器具製造業]
- 自動車のエンジンを作る機械に使用するダイカストマシン（金属等を溶かして金型に流し込み製造する装置）の消耗部品を取り扱っている。[生産用機械器具製造業]
- 自動車、トラック、バイクなどのラジエーターグリル、ドアミラー、エンブレムなどのプラスチック部分の劣化を防ぐためのメッキを手がけており、売上は会社全体の35%程度を占める。[プラスチック製品製造業]
- バス、トラック等の金属加工品や電装品を手がけており、ジョイント部分のねじやフットブレーキの圧力スイッチなどの部品を製造している。[輸送用機械器具製造業]
- 自動車関連だが、取引先の指示に従い納品しているので部品の詳細は分からない。[金属製品製造業]

【開発・製造している製品の内容ーモビリティ分野（エレベーター関連）】

- 自社はエレベーターのカゴやエレベーターが移動するためのガイドレールを扱っている。[はん用機械器具製造業]
- エレベーターのスイッチボタンや配線等の部品を製造しており、売上全体の70～80%を占める。[はん用機械器具製造業]

【開発・製造している製品の内容ーモビリティ分野（その他）】

- 鉄道の変圧器につける装置を手がけており、全業務の5%程度を占める。[業務用機械器具製造業]
- フォークリフトのコネクター（コンセント、プラグ）を取り扱っており、売上全体の50～60%を占める。[電気機械器具製造業]
- 詳細は分からないが輸送関係の部品の受注がある。[はん用機械器具製造業]

【自社の強み（技術力・対応力）ーモビリティ分野】

- 少量多品種対応と精度が高いことが強みである。[はん用機械器具製造業]
- 永年磨いてきた旋盤による切削加工の技術が強みである。[金属製品製造業]
- 高精度のため、大手企業からの受注も多い。東京スカイツリーのエレベーターの部品も自社が手を使った。[はん用機械器具製造業]
- もとの業態が商社だったため、幅広く調達する能力がある。[生産用機械器具製造業]
- 社員数は25人と多くはないが、問題が発生しても作業や機械の全工程について柔軟に対応することができる。[業務用機械器具製造業]
- 少量多品種に対応でき、大学等から実験用で1個単位での注文に対応している。また大企業からの試作品依頼にも対応できていることが強みである。[生産用機械器具製造業]
- 一品一葉の製品を製作しており、顧客の要望に合わせてオーダーメイドに対応できる。50年の歴史があるため、穴を開けたり広げたりと様々な対応ができる。[生産用機械器具製造業]
- 手作りなのでカスタマイズに対応できるところが強みである。[生産用機械器具製造業]

【自社の強み（競合優位性）ーモビリティ分野】

- 自社は3000品目の少量多品種に対応しており他社の手がけにくい分野であることが大きな強み。[はん用機械器具製造業]
- 自社のパイプ曲げの技術は競合する他社が少ないのが強み。[はん用機械器具製造業]
- 専門性に特化しており競合他社も少ないことが強み。[電気機械器具製造業]

【開発・製造している製品の内容ーロボティクス分野】

- 生産ラインに使用するロボットのアーム部分等の部品を取り扱っており、売上は全体の10%程度である。組立、製品の不良品をチェックする検査ロボット等、製品は多岐にわたる。[生産用機械器具製造業]
- 人手不足の自動化に対応する機械の製品を製造している。大企業のオートメーションラインのようなものではなく、小規模だが出荷前の製品検査機器を製造している。[電気機械器具製造業]
- 産業用PCや産業ネットワークを取り扱っており、ロボットメーカーに対してコントローラーやロボットを動かすプログラミングを提供している。売上全体の10%程度を占める。[電子部品・デバイス・電子回路製造業]

【自社の強みーロボティクス分野】

- 強みは長年の技術の蓄積により、メカニズムの設計やプログラミングを自社で完結できることである。[生産用機械器具製造業]
- 強みは競合他社が少ないことである。[電気機械器具製造業]

【開発・製造している製品の内容ー医療・ヘルスケア分野】

- 業務の一部で「ECMO（体外式膜型人工肺）」の部品を手がけていた。全国シェアで10～20%程度あった。血液入替機械の部品の製造は継続している。[業務用機械器具製造業]
- CT検査用・手術用部品を扱っており、売上の25%程度を占める。[業務用機械器具製造業]

- 血液分析装置の部品を取り扱っている。先代が大手企業の創業者と懇意であり、40年来の直取引をしている。外注に出すことはほとんどなく自社完結している。[鉄鋼業]
- 血液分析装置の部品を製造している。全て日本製で製造してほしいとの顧客ニーズに応えている。売上は自社全体の20%程度である。[電子部品・デバイス・電子回路製造業]
- 製薬会社からの受注で新薬製造のためのプラントを制御するシステムを手がけている。生産ラインが動くかどうかも含め、提案から試運転、メンテナンスまで一貫した仕事をしている。売上の10～15%程度を占めている。[電気機械器具製造業]
- カテーテルの部品を製造し、売上は自社全体の10%程度である。[生産用機械器具製造業]
- 内視鏡の操作パネルの加工をしている。製品は外観や見栄えが大切に傷等がないよう工夫している。[金属製品製造業]
- 最終製品が何かは知らないが、医療機器の部品として長いシャフト（1142ミリ）を納めている。[輸送用機械器具製造業]
- MRIのモーターを扱っており、売上の35～40%を占める。[電子部品・デバイス・電子回路製造業]
- レントゲンの熱照射部品が売上の100%を占める。[電気機械器具製造業]
- 薬の検査装置（最終製品）を取り扱っている。[生産用機械器具製造業]

#### 【自社の強み（技術力・対応力）－医療・ヘルスケア分野】

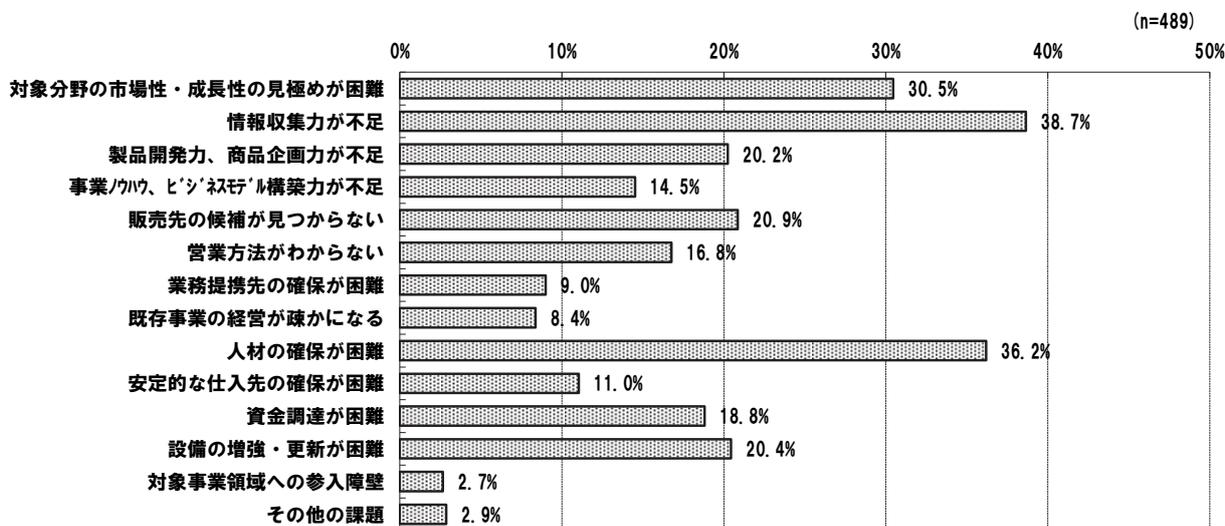
- 血液分析装置は大掛かりな機械であり表面等の完成状態がきれいであればならないが、自社は板金や塗装等の分野で高い評価を受けている。[生産用機械器具製造業]
- 他社よりも大きいMC（マシニングセンター）という機械を保有しているので他社でできない部品に対応できる。また古くからの人のつながりが強みで、納品までの様々な工程（熱処理や加工他）を分担してやっている。[輸送用機械器具製造業]
- 先代が他社と特許を取得したことが強みである。[生産用機械器具製造業]
- もともとコンビナートのプラントを手がけていたためノウハウがあることが強みである。[電気機械器具製造業]
- メッキの品質に強みがある。[金属製品製造業]
- 柔らかい素材は加工しづらいが、自社ではそれが永年の技術の蓄積によって可能である。[電気機械器具製造業]

#### 【自社の強み（競合優位性）－医療・ヘルスケア分野】

- 自社のスリッピングは国内に競合他社がなく、競合するのはドイツメーカーのみであること。[業務用機械器具製造業]
- 海外企業も含めて5～6社程度しか製造することができない技術であるため。[電子部品・デバイス・電子回路製造業]

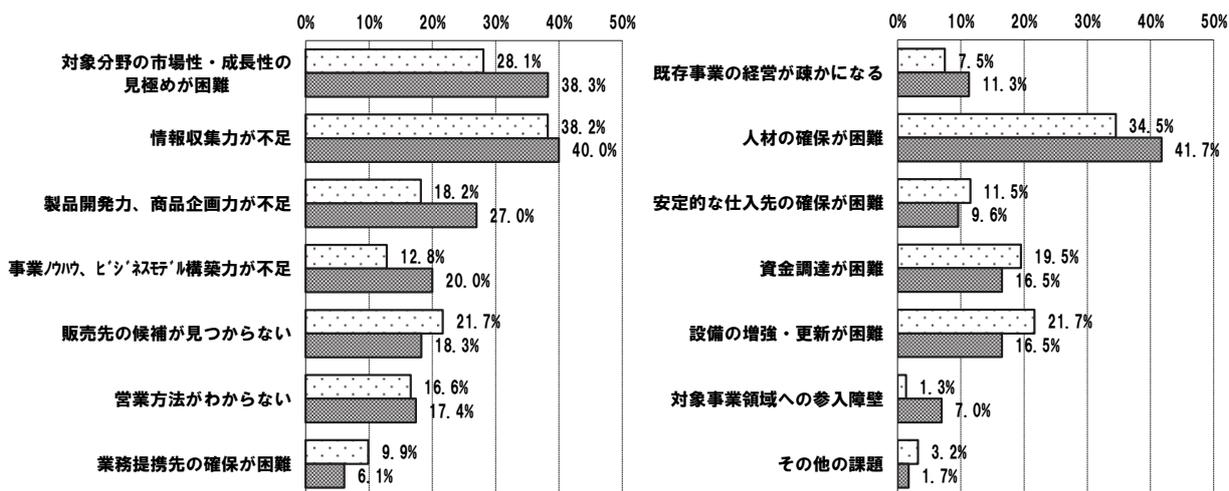
新規顧客・新事業分野の開拓にあたって直面している課題としては、「情報収集力が不足」の割合が最も高く4割弱（38.7%）を占める。次いで、「人材の確保が困難」が4割弱（36.2%）、「対象分野の市場性・成長性の見極めが困難」が約3割（30.5%）の順である[図 107]。

図 107. 新規顧客・新事業分野の開拓にあたって直面している課題（複数回答設問）



営業方針として「既存事業分野において、積極的に新規顧客を開拓する」と回答した事業者と「既存事業分野とは別に、異業種や新事業分野において積極的に新規顧客を開拓する」と回答した事業者について両者間の回答割合の差を比較したところ、異業種や新規事業分野への参入を考えている事業所では、既存分野での顧客開拓を考えている事業所に比べて「対象分野の市場性・成長性の見極めが困難」、「製品開発力、商品企画力が不足」、「事業ノウハウ、ビジネスモデル構築力が不足」、「人材の確保が困難」等の回答割合が高くなっており、製品の企画・開発・事業化や人材確保面に対する課題感が相対的に強いことがうかがえる[図 108]。

図 108. 新規顧客・新事業分野の開拓にあたって直面している課題<営業方針別>（複数回答設問）

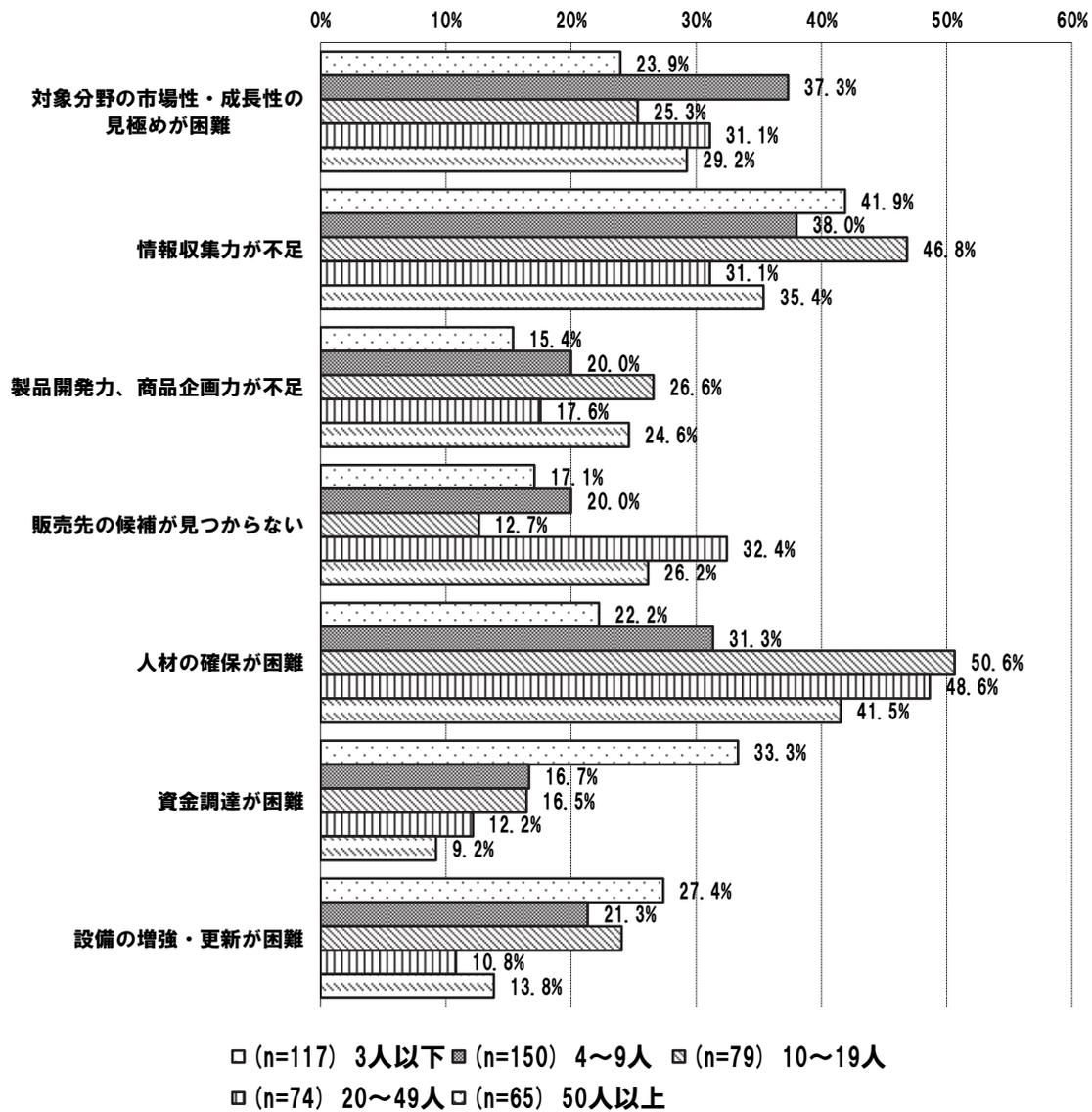


□ (n=374) 既存事業分野において、積極的に新規顧客を開拓する

■ (n=115) 既存事業分野とは別に、異業種や新事業分野において積極的に新規顧客を開拓する

会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模が小さい事業所ほど「資金調達が困難」や「設備の増強・更新が困難」を課題に挙げる傾向が顕著であり、「ヒト」、「モノ」、「カネ」、「情報」のうち、「モノ」と「カネ」に対する課題感が強くなる傾向がみられる[図 109]。

図 109. 新規顧客・新事業分野の開拓にあたって直面している課題<従業員規模別> (複数回答設問)



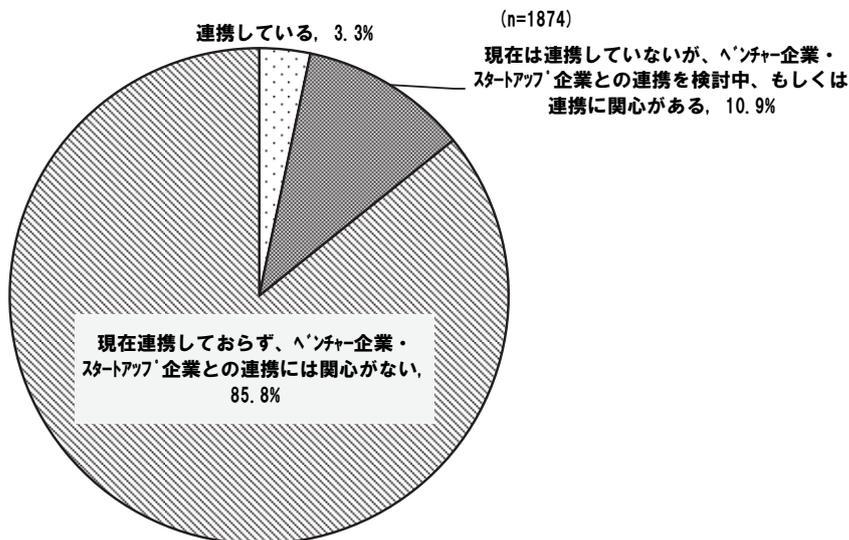
(注釈) 回答割合が高い一部の項目をグラフ化

### 3-7 スタートアップとの連携

#### 3-7-1 連携状況

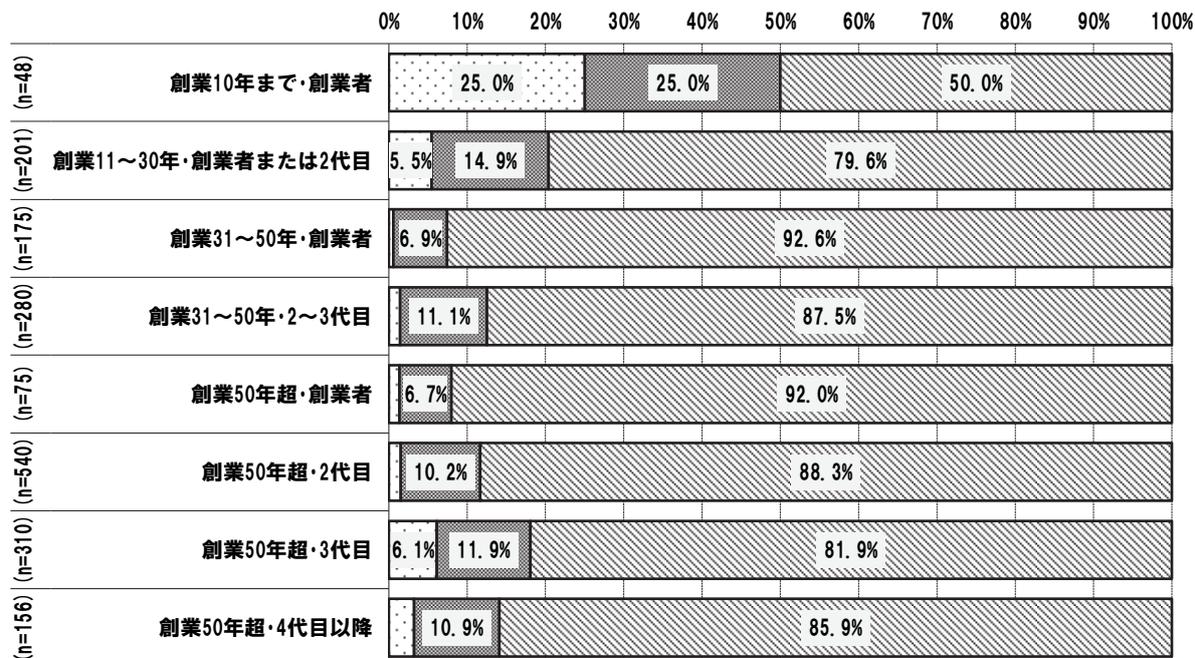
スタートアップとの連携状況を尋ねたところ、「現在連携しておらず、ベンチャー企業・スタートアップ企業との連携には関心がない」事業所が9割弱（85.8%）を占める[図 110]。

図 110. スタートアップとの連携状況



企業のライフステージ別にみると、「創業10年まで・創業者」では、他の類型に比べて「連携している」と「現在は連携していないが、ベンチャー企業・スタートアップ企業との連携を検討中、もしくは連携に関心がある」の割合が高く、スタートアップと既に連携していたり、スタートアップとの連携に関心がある割合がそれぞれ3割弱（25.0%）と高い[図 111]。

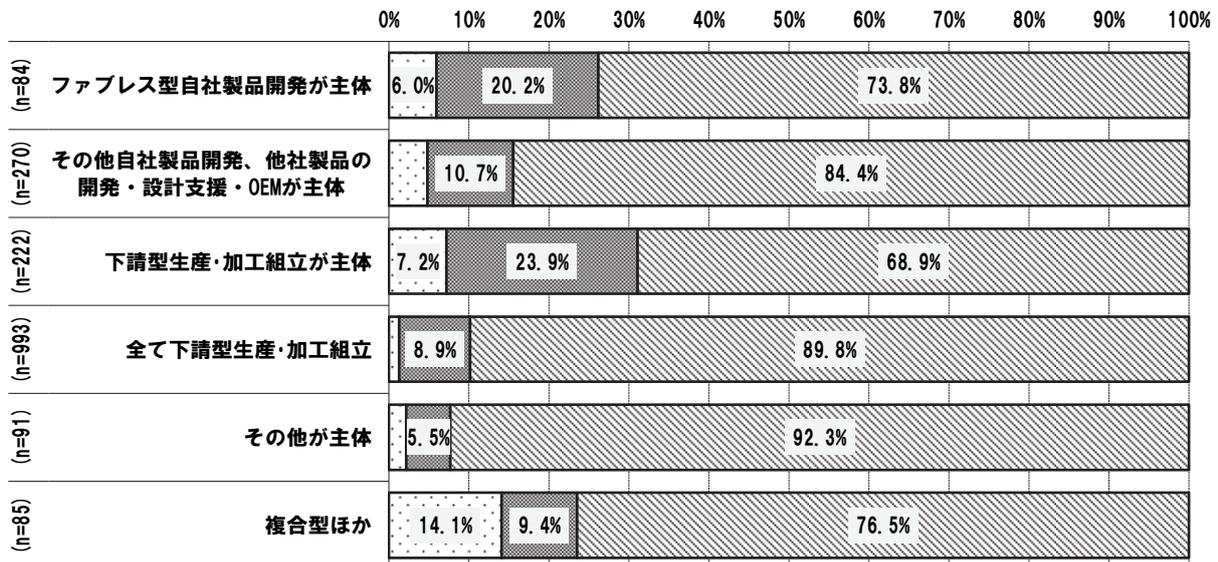
図 111. スタートアップとの連携状況 <企業のライフステージ別>



- 連携している
- 現在は連携していないが、ベンチャー企業・スタートアップ企業との連携を検討中、もしくは連携に関心がある
- ▨ 現在連携しておらず、ベンチャー企業・スタートアップ企業との連携には関心がない

また、受注形態による類型化別にみると、「ファブレス型自社製品開発が主体」や「下請型生産・加工組立が主体」では、「現在は連携していないが、ベンチャー企業・スタートアップ企業との連携を検討中、もしくは連携に関心がある」の割合が高く、それぞれ約2割（20.2%）、2割強（23.9%）の事業所がスタートアップとの連携に関心を持っている[図 112]。

図 112. スタートアップとの連携状況 <受注形態による類型化別>



□連携している

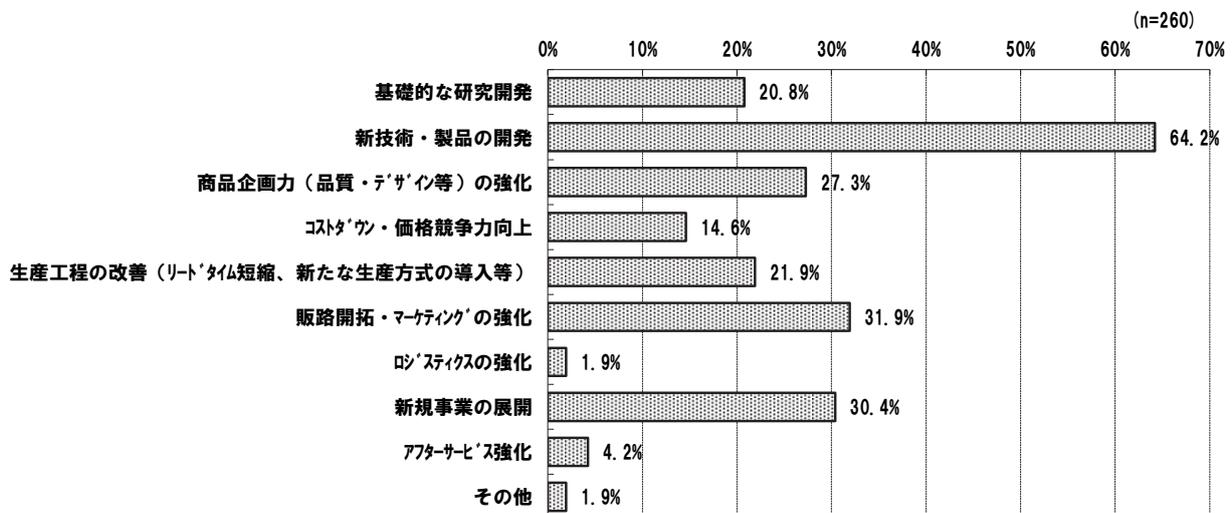
▨現在は連携していないが、ベンチャー企業・スタートアップ企業との連携を検討中、もしくは連携に関心がある

▤現在連携しておらず、ベンチャー企業・スタートアップ企業との連携には関心がない

### 3-7-2 連携目的

スタートアップと「連携している」事業所と「現在は連携していないが、ベンチャー企業・スタートアップ企業との連携を検討中、もしくは連携に関心がある」事業所に連携目的を尋ねたところ、「新技術・製品の開発」が6割強（64.2%）と突出して高い[図 113]。

図 113. スタートアップとの連携目的（複数回答設問）



スタートアップとの連携に取り組む事業所に対し、具体的な連携内容や連携の背景、また連携の成果や期待することについて電話ヒアリングを実施した。結果は以下の通りである。

《スタートアップとの連携目的と連携の背景》

- ✓ OEM 生産など生産過程における他社との連携や、大学と連携した開発・設計に取り組んでいる事業所が見受けられる。
- ✓ スタートアップとの連携の背景としては、展示会や交流会で接点があったことや、企業同士あるいは大田区産業振興協会からの紹介が多い。
- ✓ スタートアップとの連携を通して、情報共有や勉強の機会があるという前向きな意見も見受けられた。

【現場の声：スタートアップとの連携内容】

- お菓子に関するコンサル、OEM 生産、自社販売等で、他社と連携している。[食料品製造業]
- 自社製品はスーパーや小売店等における競争力が弱いため、ブランド企業と連携して OEM 生産を行っている。[食料品製造業]
- ロケットに積載するアームの開発において数年前から大学やスタートアップと連携している。[プラスチック製品製造業]
- 大学発ベンチャー企業とともに PC 等の精密機器を屋外で常設使用できる躯体の開発をしている。[金属製品製造業]

【現場の声：連携の背景】

- OEM 生産を通しての問い合わせや相談、あるいは紹介によりスタートアップとの連携を拡大している。[食料品製造業]
- 大田区産業振興協会の相談員に大学教授を紹介してもらった。[金属製品製造業]
- 大田区産業振興協会主催の展示会や交流会を通して接点を持ったベンチャー企業側から相談があったため。技術を有しておらず課題を抱えているベンチャー企業は多いため、連携のニーズがある。[金属製品製造業]
- コンソーシアムの機会を活かして、4~5 社で開発に参加している。[生産用機械器具製造業]

【現場の声：連携の成果、期待すること】

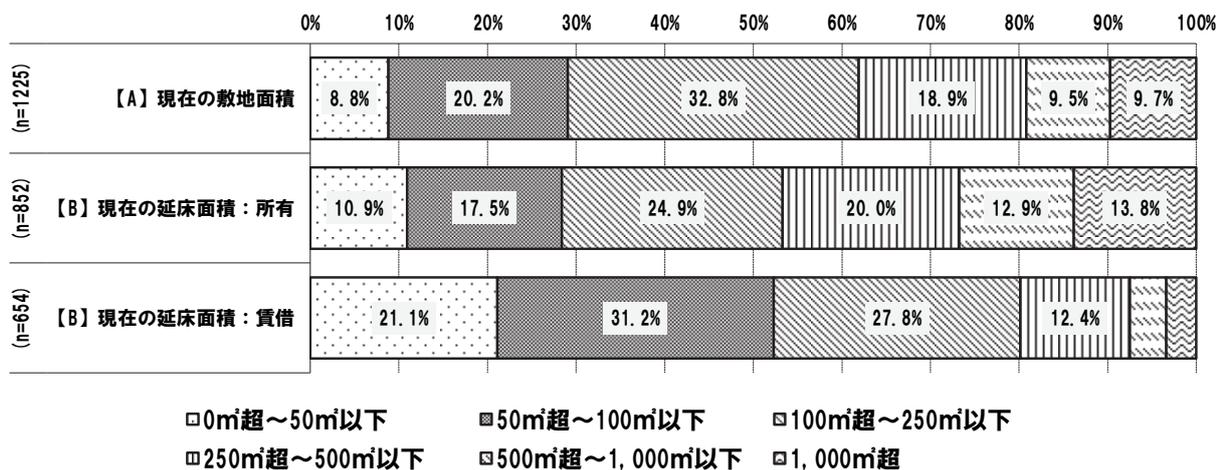
- ベンチャー企業との研究開発での連携は、売上には直接結びつかないものの情報共有や勉強のため良い機会になっている。[生産用機械器具製造業]
- 複雑な部品であり単価も高い製品の開発において連携しているので将来的に売上が増加することを期待している。[プラスチック製品製造業]

### 3-8 区内における操業環境

#### 3-8-1 事業所の広さ・賃料

現在の延床面積を所有・賃借の形態別に比較すると、「所有」形態の事業所よりも「賃借」形態の事業所の方が、延床面積が小さい傾向がうかがえる。「賃借」形態の場合、「50 m<sup>2</sup>超～100 m<sup>2</sup>以下」の割合が最も高く 3 割強（31.2%）を占め、「100 m<sup>2</sup>超～250 m<sup>2</sup>以下」の 3 割弱（27.8%）がこれに次ぐ。両者を合計した「50 m<sup>2</sup>超～250 m<sup>2</sup>以下」が約 6 割（59.0%）を占める[図 114]。

図 114. 敷地面積・延床面積



用途地域別に比較すると、延床面積は「所有」形態、「賃借」形態のいずれにおいても「工業専用（島部）」で大きく、「その他住居系」で小さい傾向がみられる[図 115][図 116]。

図 115. 延床面積(所有) <用途地域別>

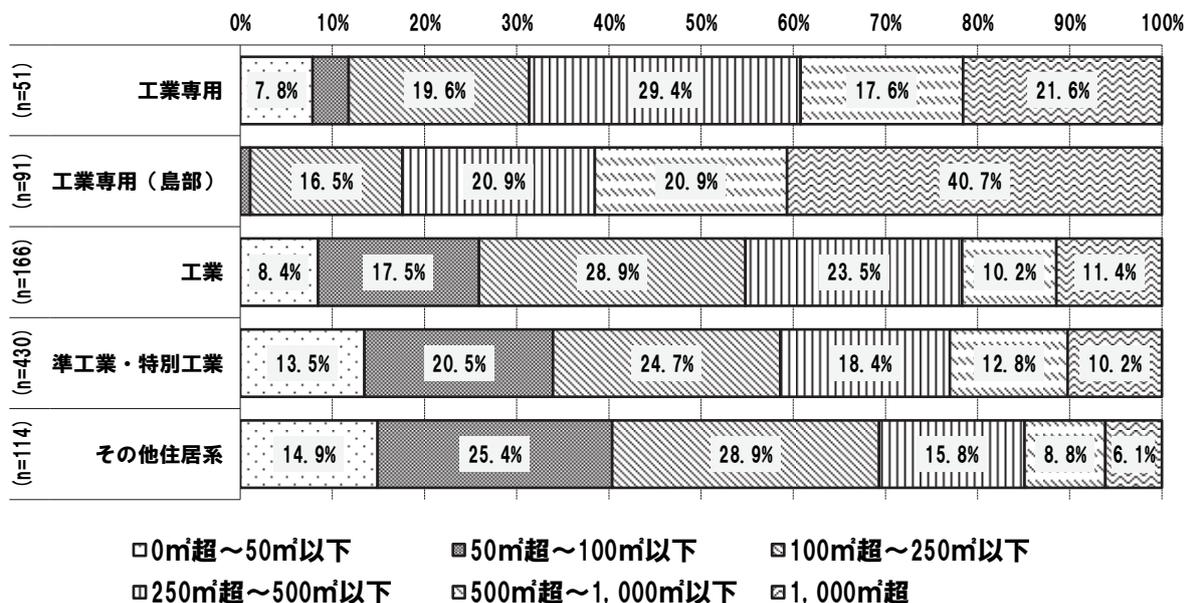
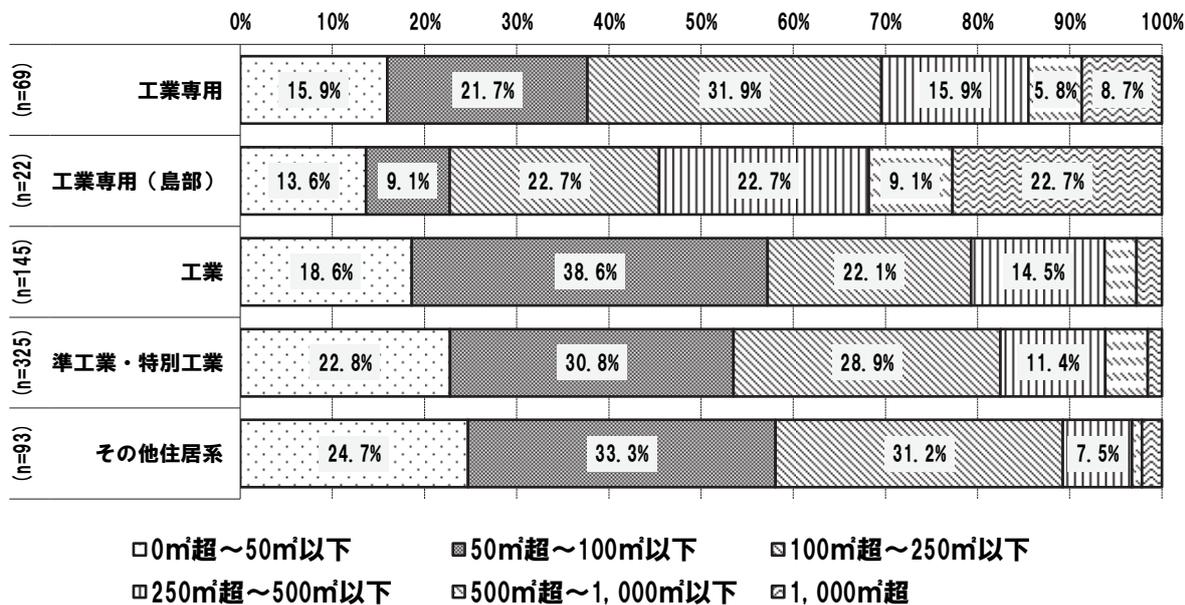
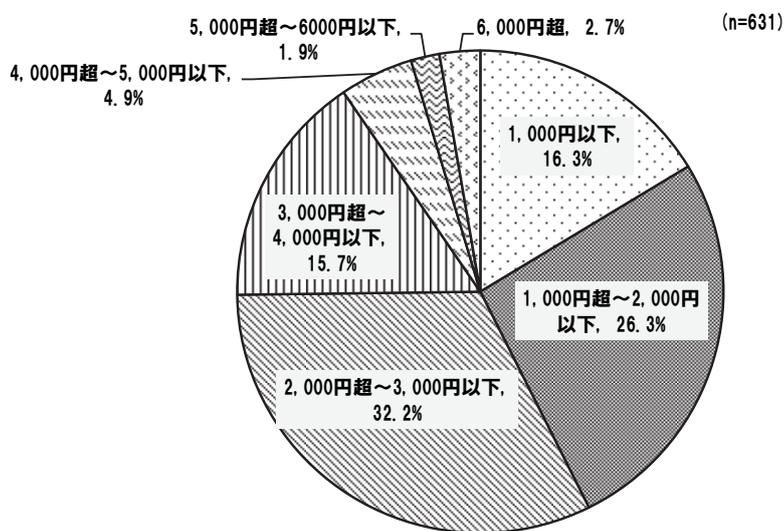


図 116. 延床面積(賃借) <用途地域別>



「賃借」形態の建物の㎡あたりの月額賃料を算出すると、「2,000円超～3,000円以下」が最も高く3割強（32.2%）を占め、次いで、「1,000円超～2,000円以下」が3割弱（26.3%）、「1,000円以下」が2割弱（16.3%）の順である[図 117]。

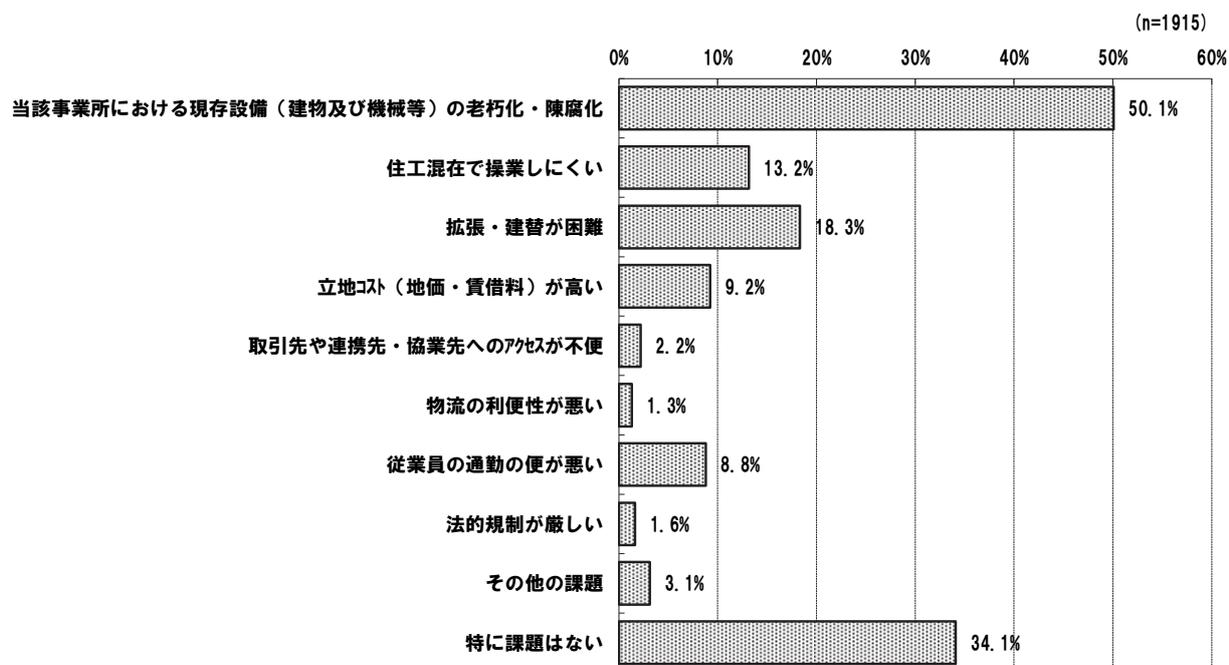
図 117. 賃借建物の㎡あたりの月額賃料



### 3-8-2 操業上の課題

操業にあたっての課題については、「当該事業所における現存設備（建物及び機械等）の老朽化・陳腐化」が最も多く、約5割（50.1%）の事業所が挙げている。一方、「特に課題はない」とする事業所が3割強（34.1%）存在する[図 118]。

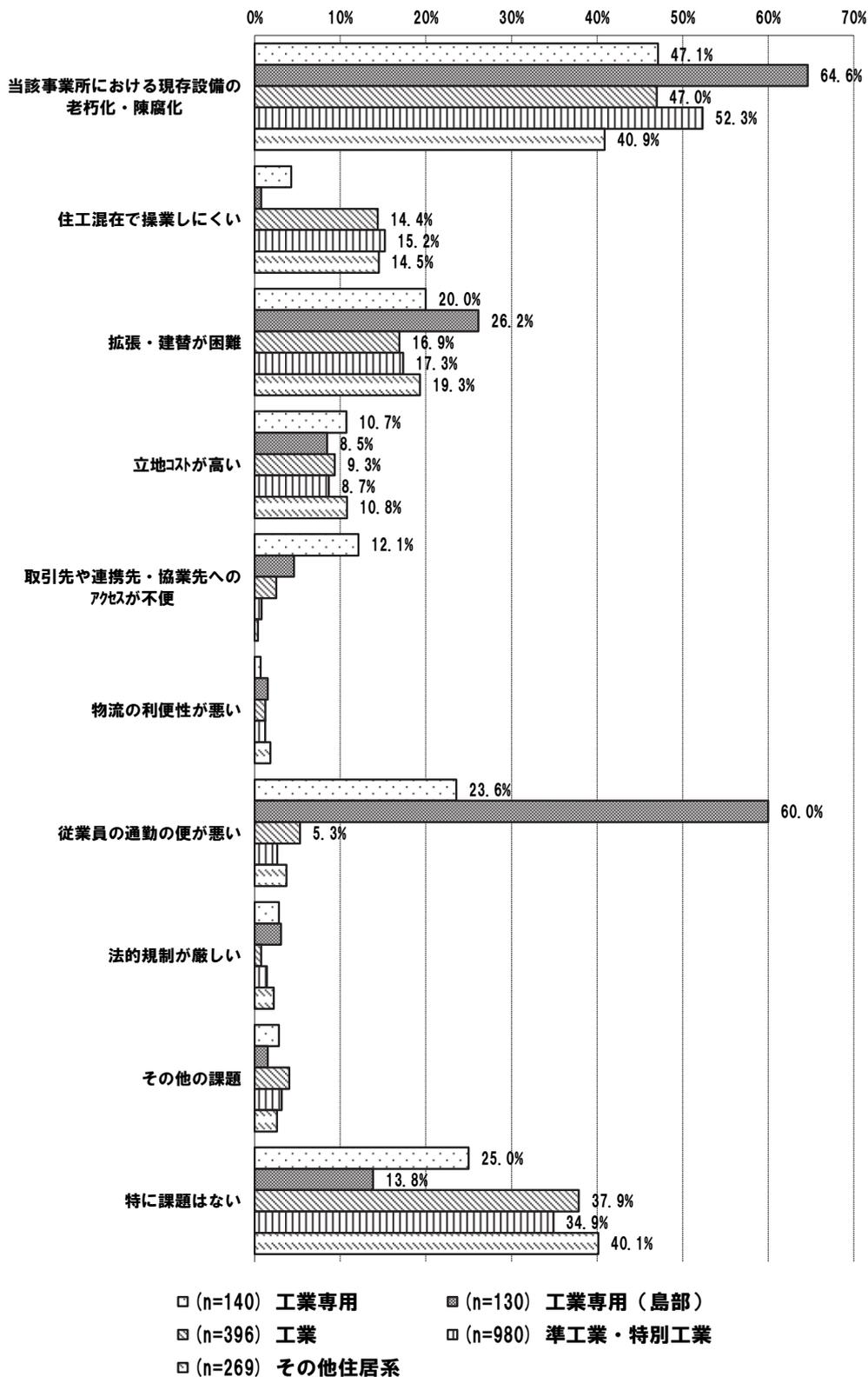
図 118. 操業にあたっての課題（複数回答設問）



用途地域別にみると、いずれの地域においても「当該事業所における現存設備の老朽化・陳腐化」の割合が最も高く、「工業専用（島部）」では6割強（64.6%）と他地域よりも回答割合が高くなっている。また、同地域では「従業員の通勤の便が悪い」ことを課題に挙げる事業所が6割（60.0%）を占める。

一方、「工業専用」、「工業専用（島部）」では、その他の地域に比べて「特に課題はない」とする割合がそれぞれ3割弱（25.0%）、1割強（13.8%）と低い[図 119]。

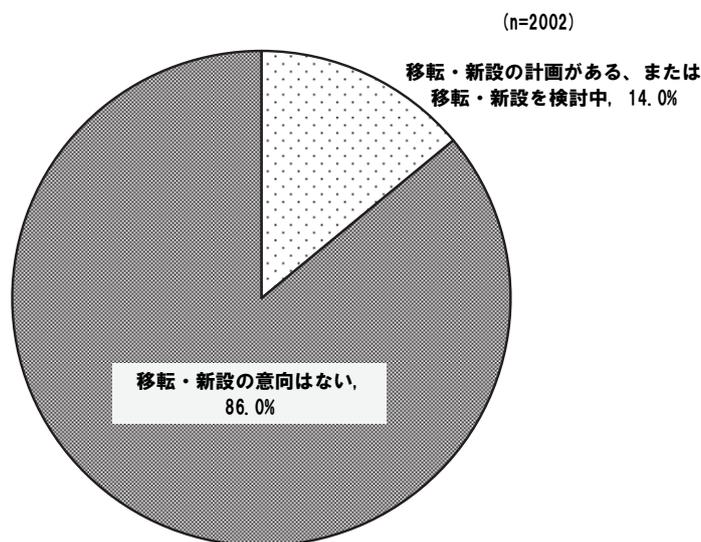
図 119. 操業にあたっての課題＜用途地域別＞（複数回答設問）



### 3-8-3 事業所の移転・新設に対するニーズ

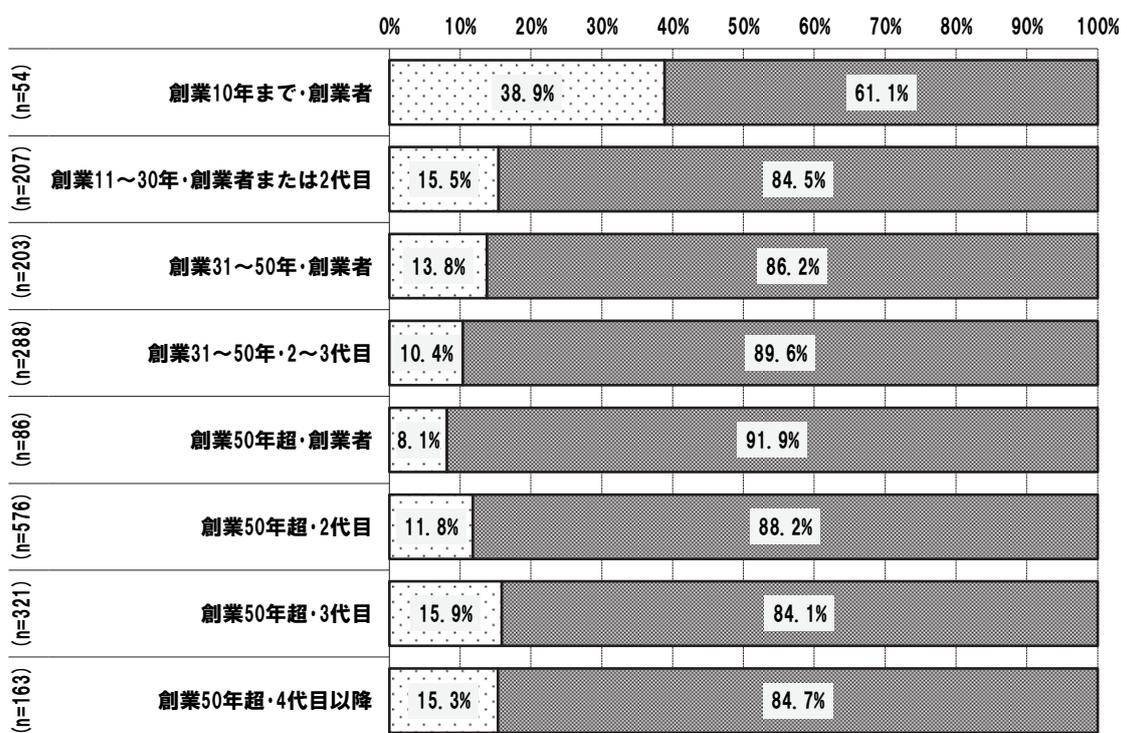
事業所を移転・新設する意向を尋ねたところ、「移転・新設の意向はない」が9割弱（86.0%）を占め、「移転・新設の計画がある、または移転・新設を検討中」の1割強（14.0%）を大きく上回っている[図 120]。

図 120. 事業所を移転、または新設する意向



企業のライフステージ別にみると、「創業10年まで・創業者」では「移転・新設の計画がある、または移転・新設を検討中」が4割弱（38.9%）と他の類型に比べて移転・新設ニーズが高く、さらなるステップアップに向けて事業所の移転・新設を検討している割合が高いことがうかがえる[図 121]。

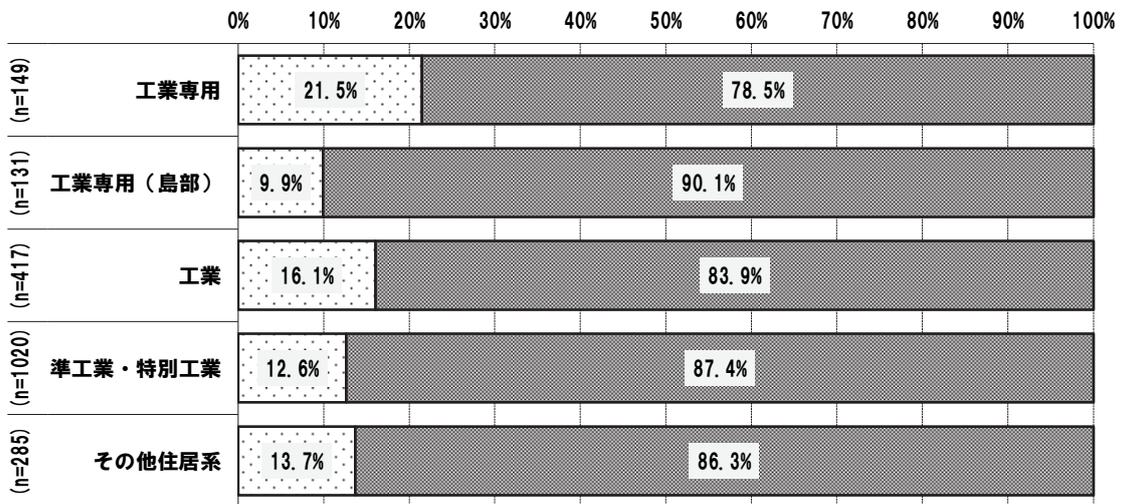
図 121. 事業所を移転、または新設する意向 <企業のライフステージ別>



□ 移転・新設の計画がある、または移転・新設を検討中 ■ 移転・新設の意向はない

用途地域別では、島部を除く「工業専用」地域に立地する事業所において「移転・新設の計画がある、または移転・新設を検討中」の割合が2割強（21.5%）と他の地域に比べて高く、移転・新設ニーズが高いことがうかがえる[図 122]。

図 122. 事業所を移転、または新設する意向 <用途地域別>

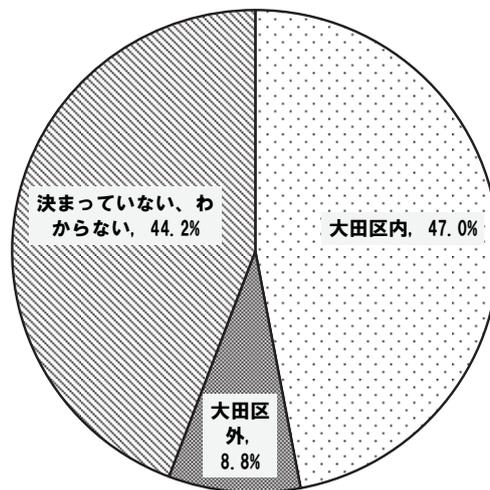


□ 移転・新設の計画がある、または移転・新設を検討中 ■ 移転・新設の意向はない

次に移転・新設先として考えている場所を尋ねたところ、「大田区内」が5割弱（47.0%）、「決まっていない、わからない」が4割強（44.2%）と、両者の割合が拮抗している[図 123]。

図 123. 移転・新設先として考えている場所

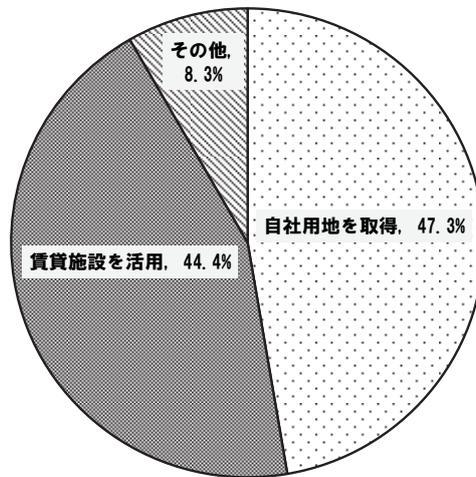
(n=251)



事業所の設立形態については、「自社用地を取得」が5割弱（47.3%）、「賃貸施設を活用」が4割強（44.4%）と、両者の割合が拮抗している[図 124]。

図 124. 移転・新設先の事業所の設立形態

(n=241)



これを移転・新設先別にみると、「大田区内」での「自社用地を取得」が46件、「大田区内」での「賃貸施設を活用」が57件みられた[表 16]。

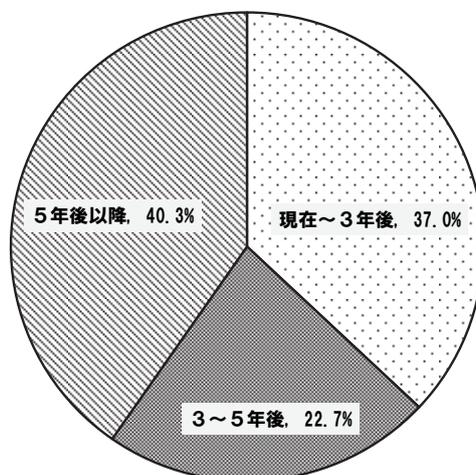
表 16. 移転・新設先の事業所の設立形態 <移転・新設先別>

	合計	自社用地 を取得	賃貸施設 を活用	その他
合計	241	114	107	20
	100.0%	47.3%	44.4%	8.3%
大田区内	110	46	57	7
	100.0%	41.8%	51.8%	6.4%
大田区外	20	13	7	0
	100.0%	65.0%	35.0%	0.0%
決まっていない、わからない	104	51	40	13
	100.0%	49.0%	38.5%	12.5%

移転・新設の想定時期については、「5年後以降」と「現在～3年後」の割合が高く、それぞれ約4割（40.3%）、4割弱（37.0%）を占めており、移転・新設を考えている回答者全体でみるとニーズが分散していることがうかがえる[図 125]。

図 125. 移転・新設の想定時期

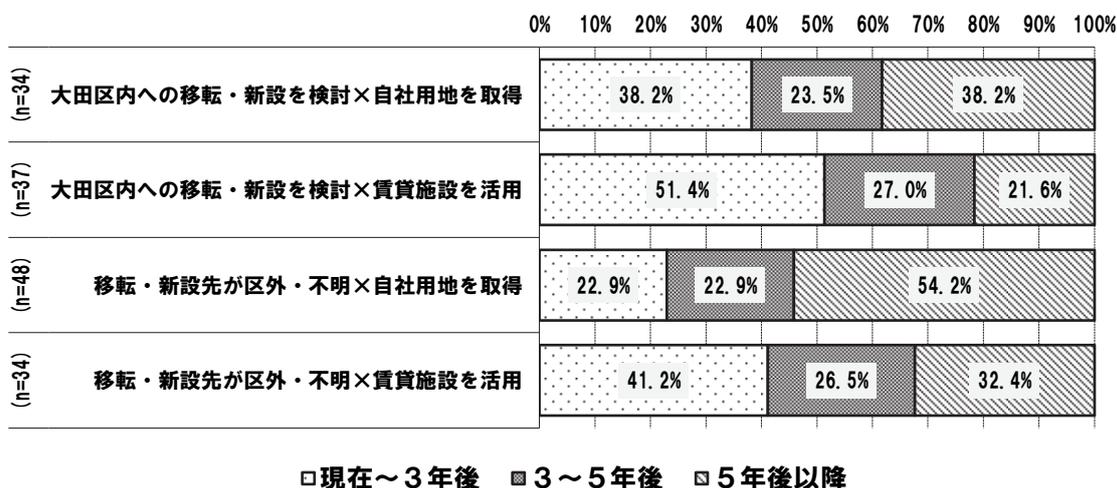
(n=181)



移転・新設先の場所・設立形態別にみると、区内での賃貸施設の活用を検討している事業所では「現在～3年後」の割合が最も高く5割強（51.4%）を占め、区内での自社用地の取得を検討している事業所の4割弱（38.2%）を上回っている。

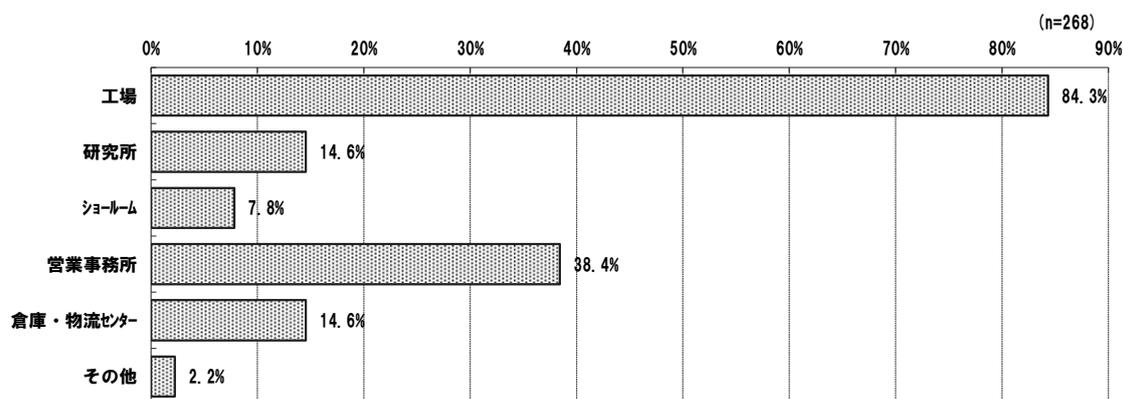
また、移転・新設先の事業所の設立形態として「賃貸施設を活用」したいと回答した賃貸施設活用型と「自社用地を取得」したいと回答した自社用地取得型を比較すると、前者の方がより早い時期での移転・新設を想定していることがうかがえる[図 126]。

図 126. 移転・新設の想定時期 <移転・新設先の場所・設立形態別>



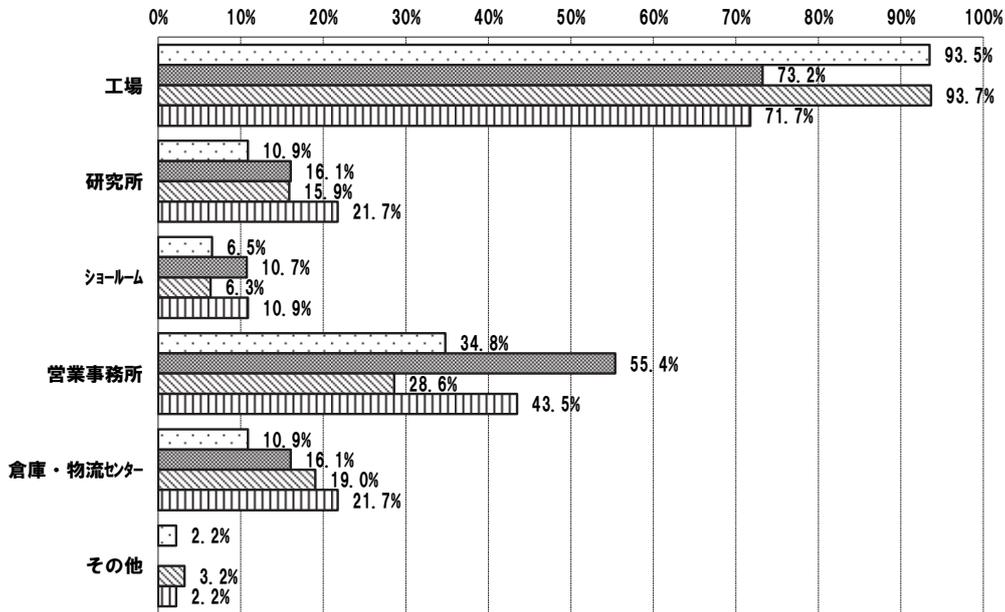
事業所の用途としては、「工場」が8割強（84.3%）を占め、「営業事務所」の4割弱（38.4%）等を大きく上回っている[図 127]。

図 127. 移転・新設先の事業所の用途（複数回答設問）



移転・新設先の場所・設立形態別にみると、いずれのタイプにおいても「工場」としての利用ニーズが突出して高く、特に自社用地取得型では、「大田区内への移転・新設を検討」、「移転・新設先が区外・不明」のいずれにおいても、それぞれ9割強（93.5%、93.7%）を占める。また、「営業事務所」については、自社用地取得型よりも賃貸施設活用型の方が、利用ニーズが高くなることうかがえる[図 128]。

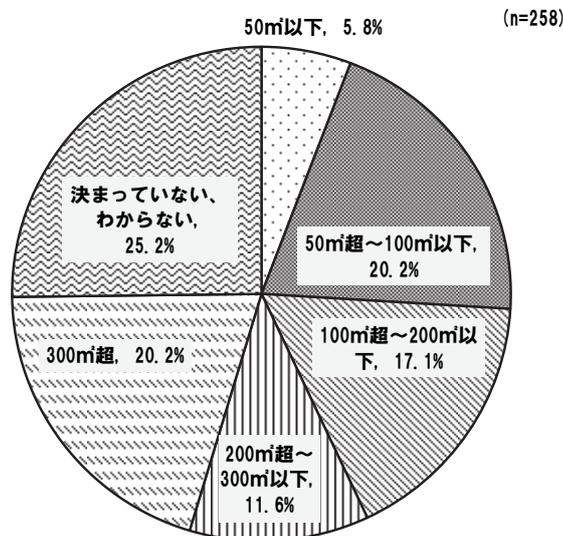
図 128. 移転・新設先の事業所の用途 <移転・新設先の場所・設立形態別>



- (n=46) 大田区内への移転・新設を検討×自社用地を取得
- ▨ (n=56) 大田区内への移転・新設を検討×賃貸施設を活用
- ▩ (n=63) 移転・新設先が区外・不明×自社用地を取得
- ▮ (n=46) 移転・新設先が区外・不明×賃貸施設を活用

希望する延床面積については、「決まっていない、わからない」の割合が最も高く3割弱（25.2%）を占める。具体的な規模としては、「50㎡超～100㎡以下」、「300㎡超」がそれぞれ約2割（20.2%）、「100㎡超～200㎡以下」が2割弱（17.1%）等、ニーズが分散する傾向がみられる[図 129]。

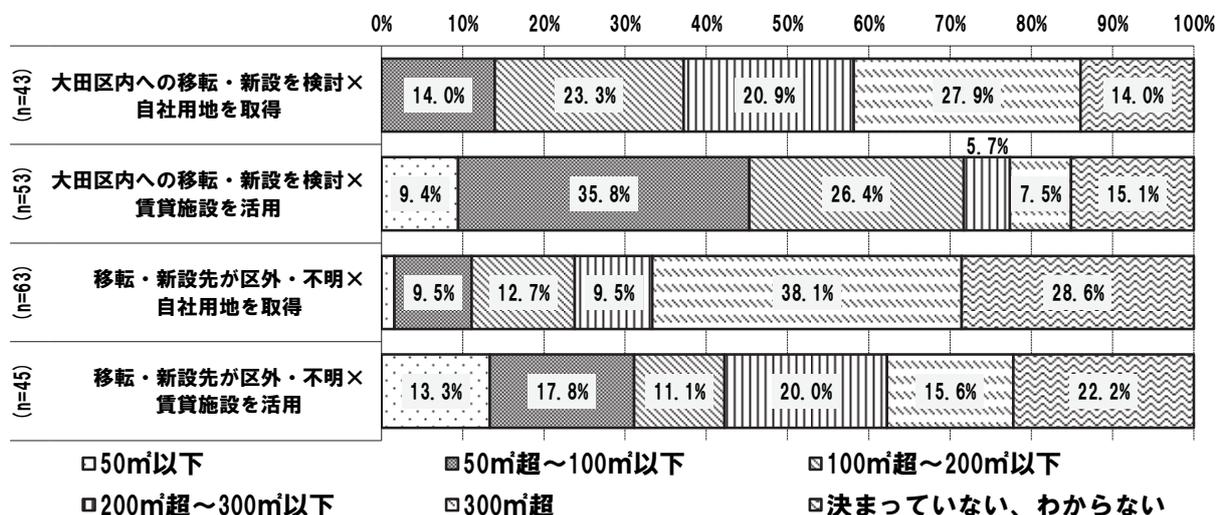
図 129. 希望する延床面積



移転・新設先の場所・設立形態別にみると、自社用地取得型よりも賃貸施設活用型の方が希望する延床面積が小さい傾向がみられる。

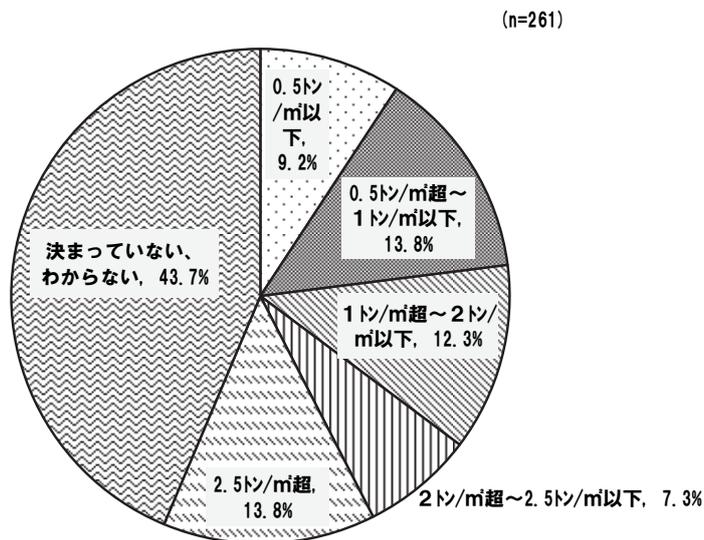
区内での賃貸施設の活用を検討している事業所に着目すると、「50㎡超～100㎡以下」の割合が最も高く4割弱（35.8%）を占め、「100㎡超～200㎡以下」の3割弱（26.4%）がこれに次ぐ。両者を合計した「50㎡超～200㎡以下」に対するニーズが高く6割強（62.2%）を占める〔図 130〕。

図 130. 希望する延床面積 <移転・新設先の場所・設立形態別>



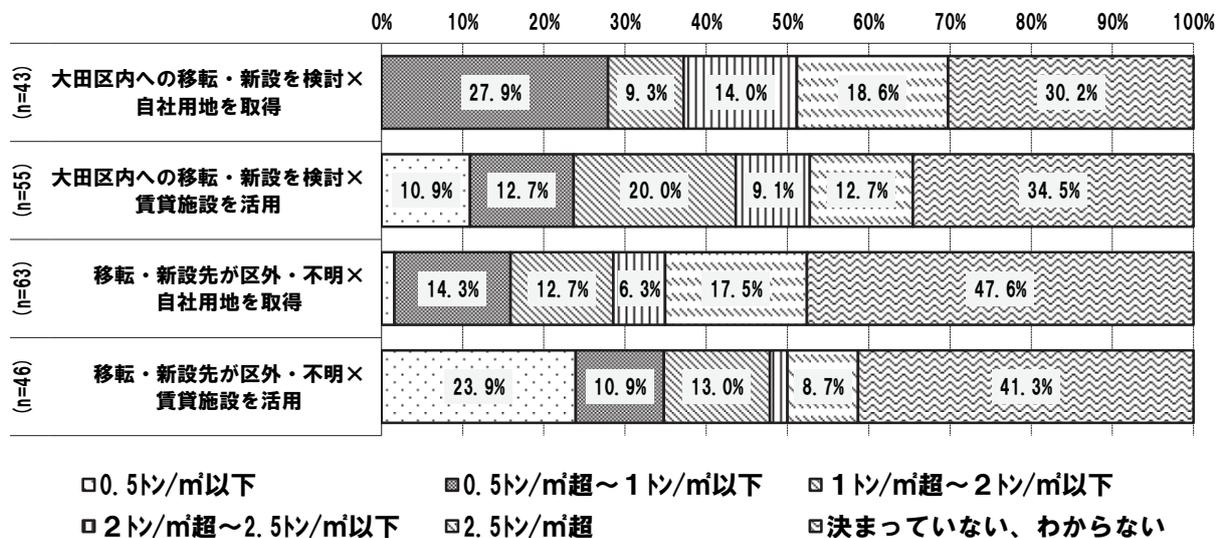
希望する床荷重については、「決まっていない、わからない」が最も多く4割強（43.7%）を占める。その他では、「0.5トン/㎡超～1トン/㎡以下」、「2.5トン/㎡超」、「1トン/㎡超～2トン/㎡以下」がそれぞれ1割強（13.8%、13.8%、12.3%）等、ニーズが分散する傾向がみられる〔図 131〕。

図 131. 希望する床荷重



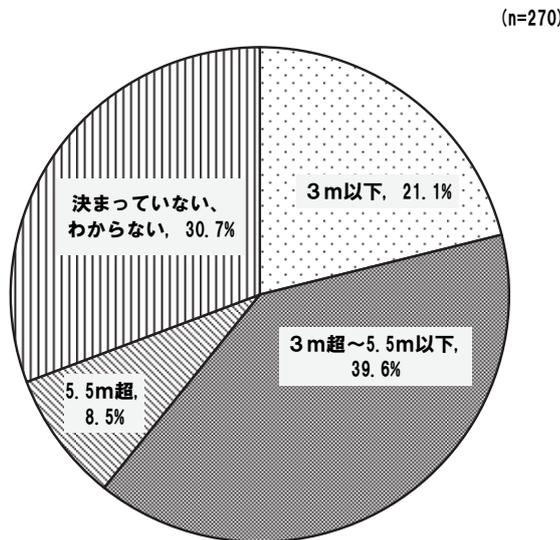
移転・新設先の場所・設立形態別にみると、区内での賃貸施設の活用を検討している事業所の場合、床荷重に対するニーズが分散している[図 132]。

図 132. 希望する床荷重 <移転・新設先の場所・設立形態別>



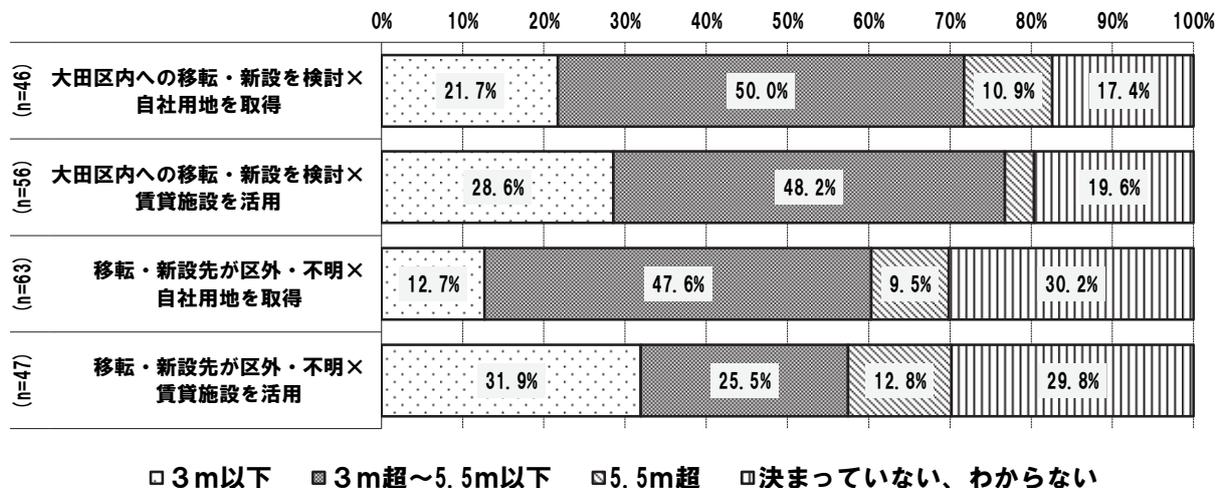
希望する天井高については、「決まっていない、わからない」とする事業所が約3割（30.7%）存在するが、具体的なニーズとしては「3m超～5.5m以下」が最も多く全体の約4割（39.6%）を占める[図 133]。

図 133. 希望する天井高



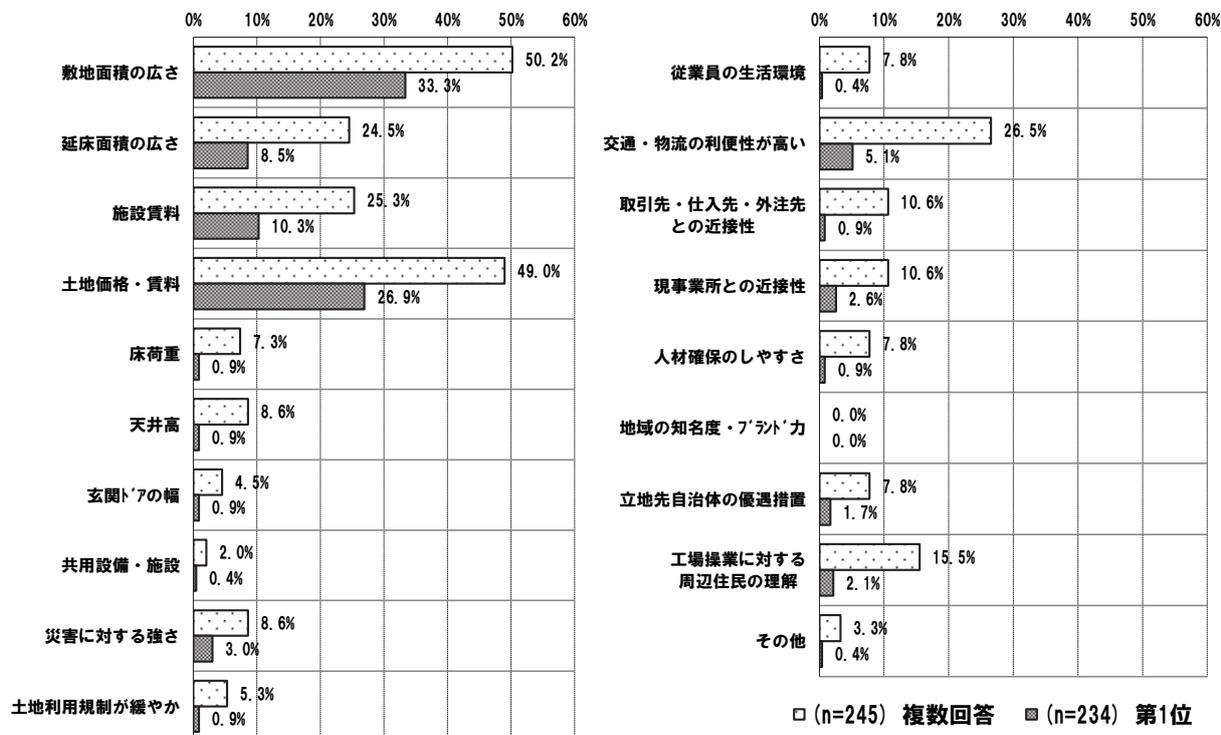
移転・新設先の場所・設立形態別にみると、区内での賃貸施設の活用を検討している事業所の場合、「3m超～5.5m以下」の割合が最も高く5割弱（48.2%）を占める[図 134]。

図 134. 希望する天井高 <移転・新設先の場所・設立形態別>



移転・新設先の選定にあたって重視する条件を尋ねたところ、複数回答の場合、「敷地面積の広さ」と「土地価格・賃料」の割合がいずれも約5割（50.2%、49.0%）と突出して高く、3番目に多い「交通・物流の利便性が高い」の3割弱（26.5%）等を大きく上回っている。うち最も重視する条件に限ってみると、「敷地面積の広さ」が3割強（33.3%）、「土地価格・賃料」が3割弱（26.9%）を占めており、両者の合計が約6割（60.2%）を占める[図 135]。

図 135. 移転・新設先の選定にあたって重視する条件



移転・新設先の選定にあたって重視する条件の上位 5 項目を移転・新設先の場所・設立形態別に比較すると、いずれの類型においても、「敷地面積の広さ」、「延床面積の広さ」、「土地価格・賃料」の 3 つが上位 5 項目までに挙げられている。加えて、自社用地取得型で「工場操業に対する周辺住民の理解」を、賃貸施設活用型では「施設賃料」が重視されている。

区内での賃貸施設の活用を検討している事業所の場合、「施設賃料」の割合が 5 割強（54.0%）を占め、次いで、「敷地面積の広さ」の 4 割強（42.0%）、「土地価格・賃料」の 4 割（40.0%）の順となっている[表 17]。

表 17. 移転・新設先の選定にあたって重視する条件(複数回答)の上位 5 項目  
 <移転・新設先の場所・設立形態別> (複数回答設問)

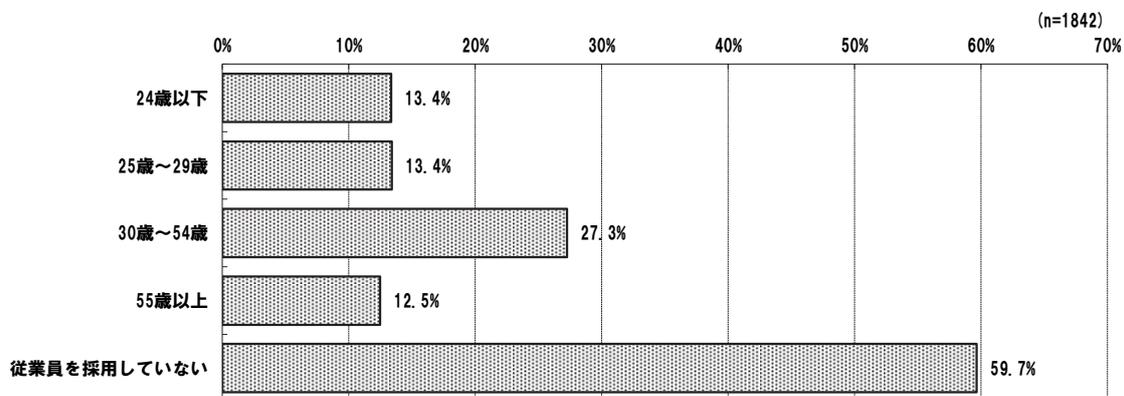
	1位		2位		3位		4位		5位	
	大田区内への移転・新設を検討×自社用地を取得 (n=45)	敷地面積の広さ	60.0%	土地価格・賃料	40.0%	延床面積の広さ	28.9%	天井高	20.0%	工場操業に対する周辺住民の理解
大田区内への移転・新設を検討×賃貸施設を活用 (n=50)	施設賃料	54.0%	敷地面積の広さ	42.0%	土地価格・賃料	40.0%	延床面積の広さ	32.0%	交通・物流の利便性が高い	30.0%
移転・新設先が区外・不明×自社用地を取得 (n=58)	敷地面積の広さ	63.8%	土地価格・賃料	62.1%	交通・物流の利便性が高い	32.8%	延床面積の広さ	19.0%	工場操業に対する周辺住民の理解	17.2%
移転・新設先が区外・不明×賃貸施設を活用 (n=43)	土地価格・賃料	60.5%	施設賃料	37.2%	敷地面積の広さ	32.6%	交通・物流の利便性が高い	32.6%	延床面積の広さ	20.9%

### 3-9 人材確保・活用

#### 3-9-1 人材の採用実績

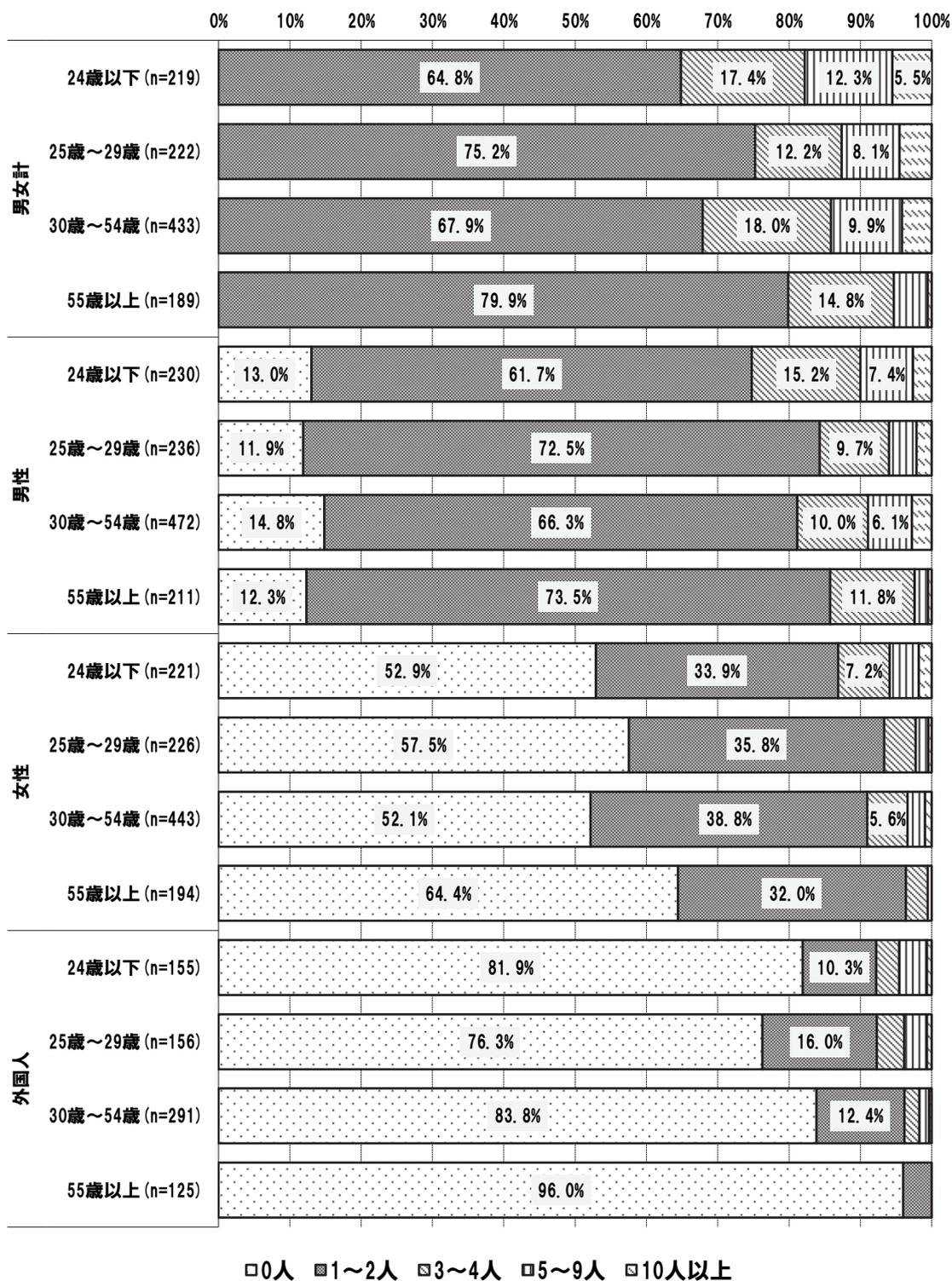
過去3年間における従業員の採用状況をみると、「従業員を採用していない」が約6割（59.7%）を占める。一方、採用した年齢層としては「30歳～54歳」が最も多く、「従業員を採用していない」を含めた全体の3割弱（27.3%）を占める[図 136]。

図 136. 過去3年間における年齢層別の採用有無（複数回答設問）



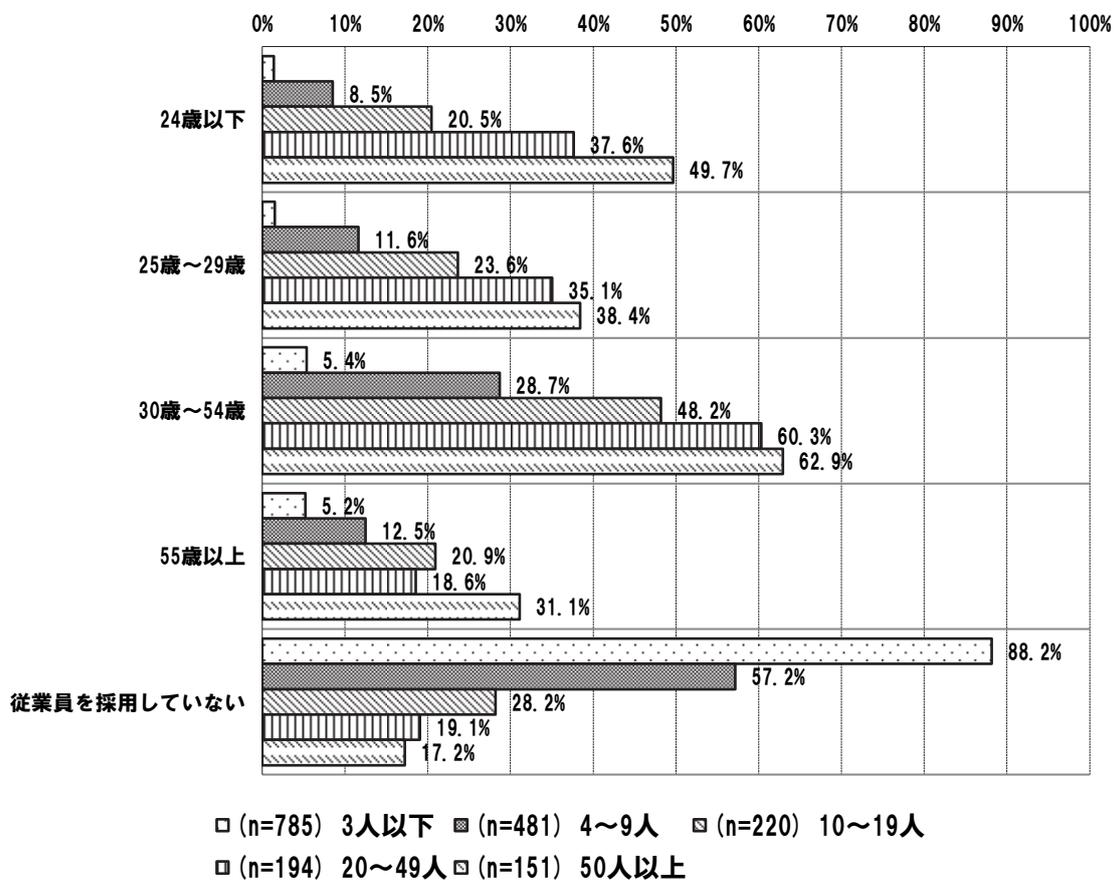
採用人数については、男女計でみた場合、いずれの年齢層においても「1～2人」が最も多く、6割強（64.8%）～約8割（79.9%）を占める。また、女性従業員及び外国人従業員の採用状況については、全体から「0人」を除いた「採用実績あり」の割合を年齢階層別に比較すると、「55歳以上」よりも「54歳以下」の各階層の方が高くなっている。[図 137]。

図 137. 過去3年間における従業員の採用人数



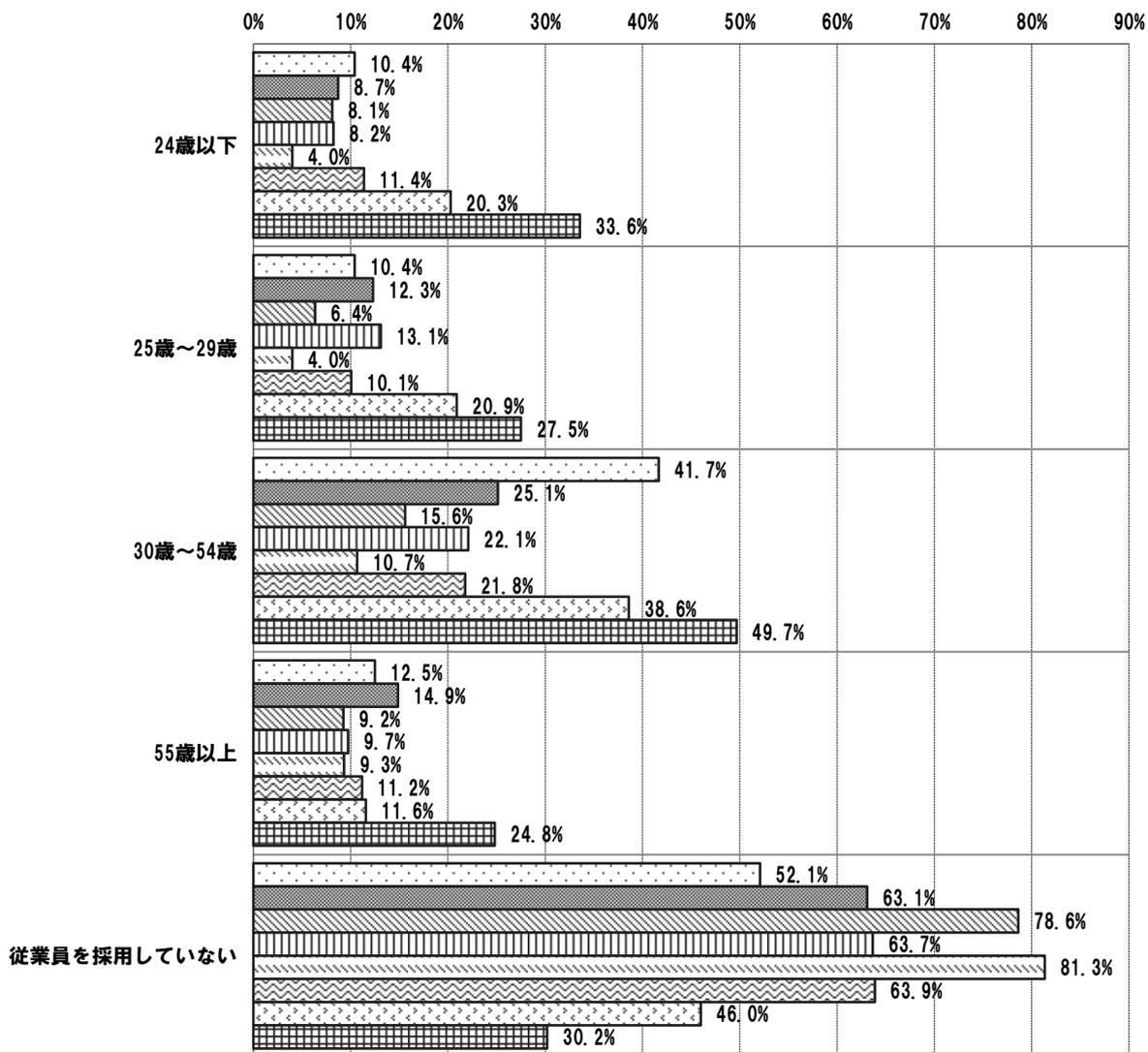
各年齢層における採用有無を会社全体の従業員規模別に比較すると、いずれの年齢階層においても従業員規模が大きい事業所ほど採用割合が高くなる傾向がみられる[図 138]。

図 138. 過去3年間における年齢層別の採用有無<従業員規模別> (複数回答設問)



企業のライフステージ別にみると、「創業10年まで・創業者」において、従業員を採用したなかでは「30歳～54歳」を採用した事業所の割合が4割強（41.7%）と最も高い。また、「創業50年超」に着目すると、「創業者」、「2代目」、「3代目」、「4代目以降」となるにつれて、人材を採用している

図 139. 過去3年間にける年齢層別の採用有無＜企業のライフステージ別＞（複数回答設問）



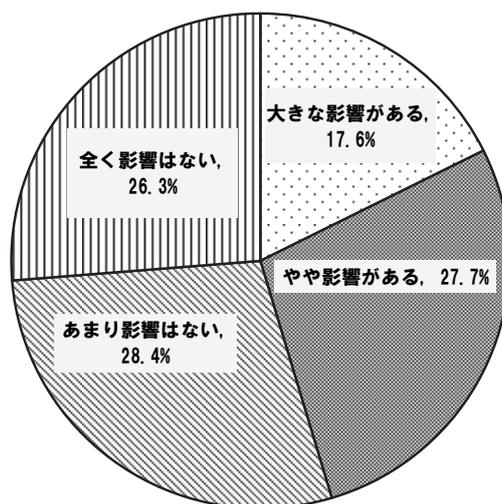
- (n=48) 創業10年まで・創業者
- ▣ (n=195) 創業11～30年・創業者または2代目
- ▤ (n=173) 創業31～50年・創業者
- ▥ (n=267) 創業31～50年・2～3代目
- ▧ (n=75) 創業50年超・創業者
- ▨ (n=537) 創業50年超・2代目
- ▩ (n=311) 創業50年超・3代目
- (n=149) 創業50年超・4代目以降

### 3-9-2 人材不足の影響

人材不足が事業展開に及ぼしている影響について尋ねたところ、「あまり影響はない」、「やや影響がある」、「全く影響はない」がそれぞれ3割弱（28.4%、27.7%、26.3%）、「大きな影響がある」が2割弱（17.6%）の順で、回答が分散している。「大きな影響がある」の2割弱（17.6%）と「やや影響がある」の3割弱（27.7%）を合計した「影響がある」とする事業所は5割弱（45.3%）を占める[図 140]。

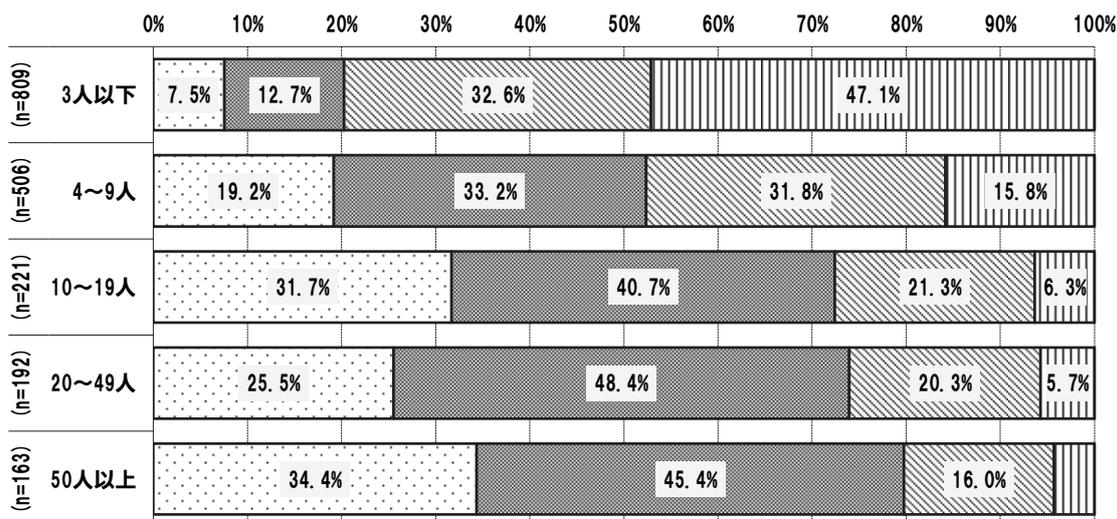
図 140. 人材不足が事業展開に及ぼしている影響

(n=1904)



会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模が大きくなるにつれて「大きな影響がある」と「やや影響がある」の合計割合が高くなっており、人材不足に対する危機感が強くなっていることがうかがえる[図 141]。

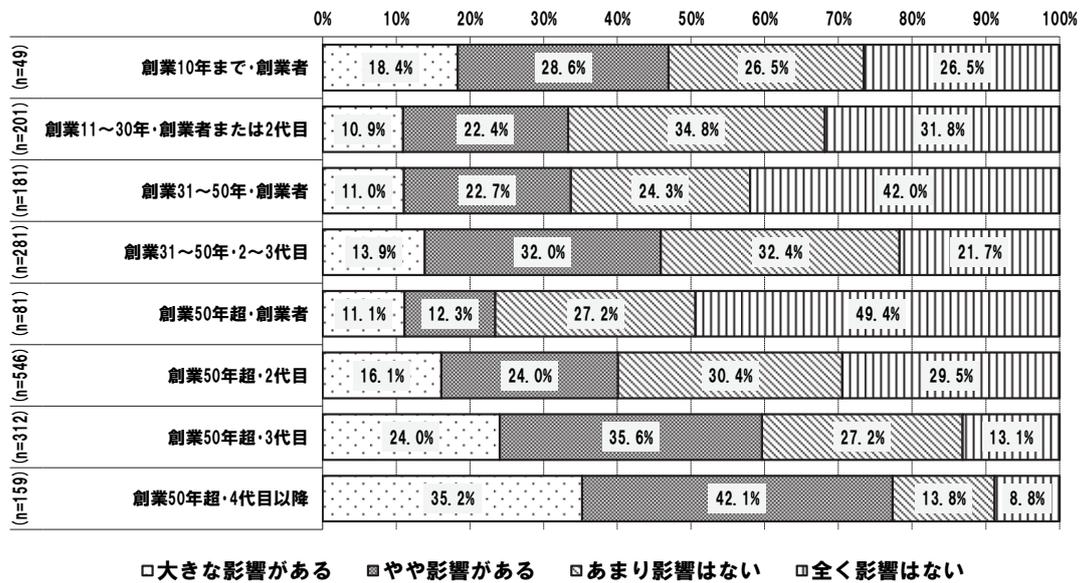
図 141. 人材不足が事業展開に及ぼしている影響 <従業員規模別>



□大きな影響がある ■やや影響がある □あまり影響はない □全く影響はない

企業のライフステージ別にみると、「創業50年超」の事業所においては、「創業者」、「2代目」、「3代目」、「4代目以降」となるにつれて、「大きな影響がある」と「やや影響がある」の割合が高くなっており、事業承継が進んでいる事業所ほど人材不足による影響を認識していることがうかがえる。一方、「創業31～50年・創業者」や「創業50年超・創業者」といった、社歴が長く創業から事業承継が行われていない事業所では「全く影響はない」の割合が高く、それぞれ4割強（42.0%）、約5割（49.4%）を占める〔図142〕。

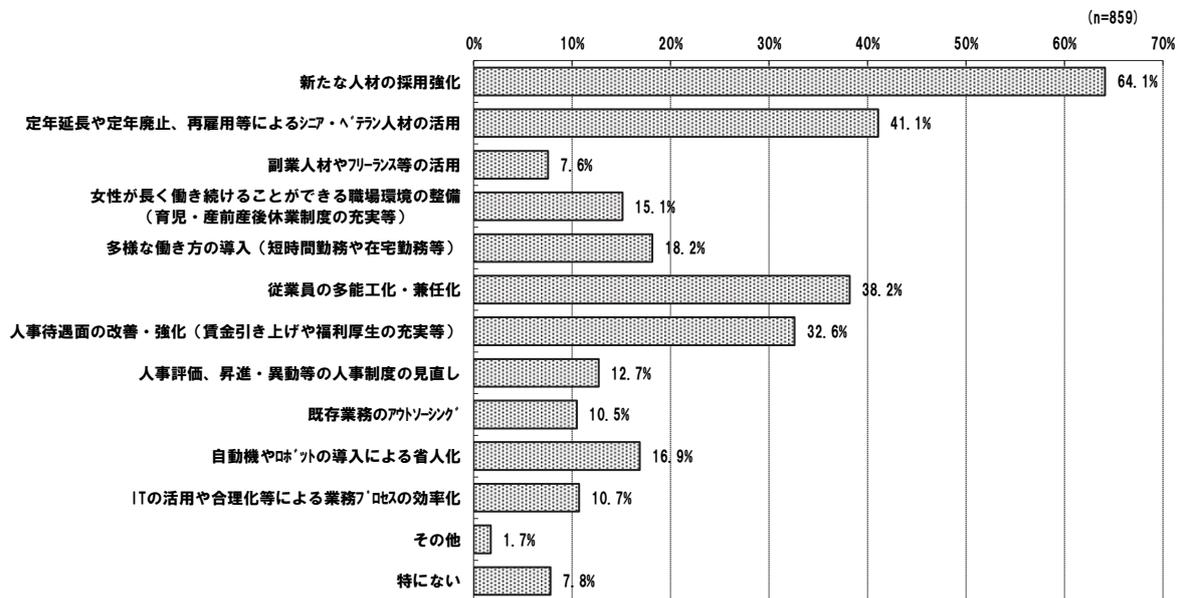
図142. 人材不足が事業展開に及ぼしている影響 <企業のライフステージ別>



### 3-9-3 確保したい人材

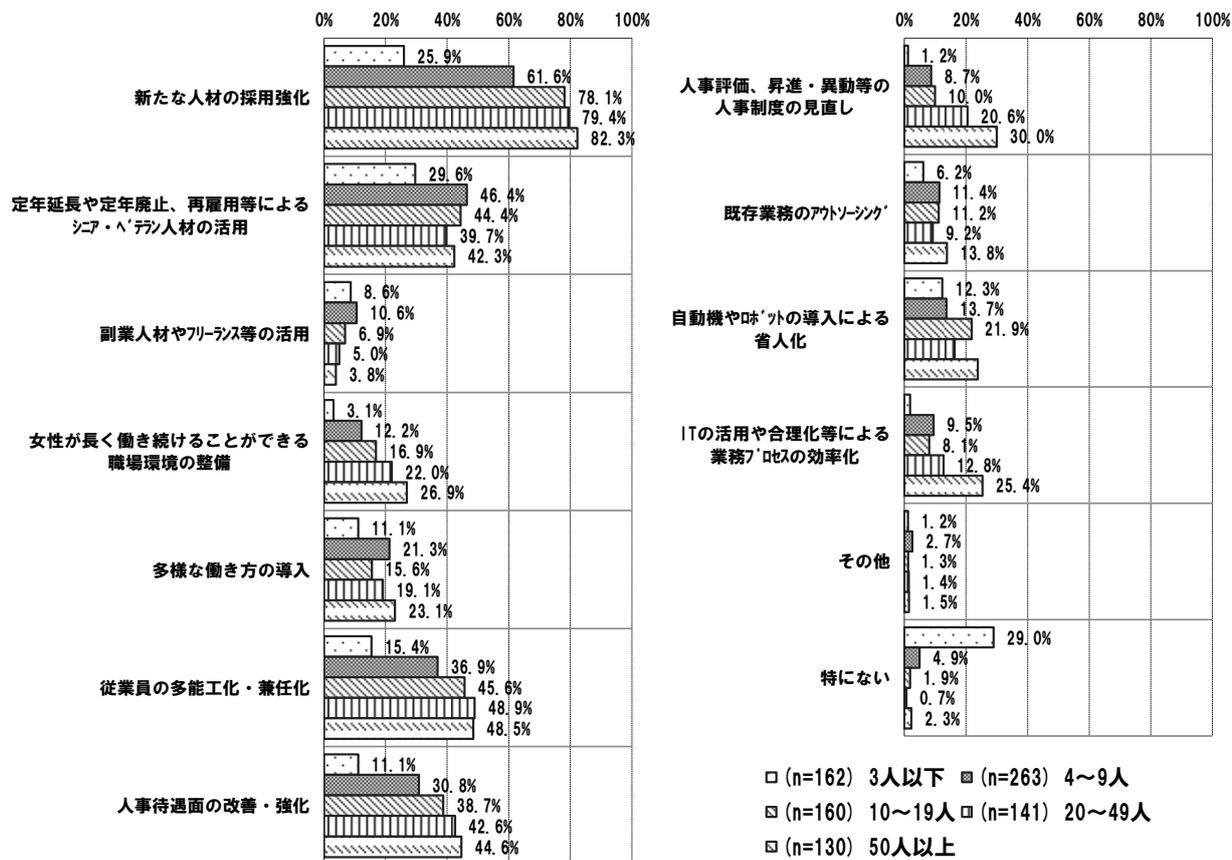
人材不足が事業展開に「大きな影響がある」もしくは「やや影響」があると回答した事業所に対して、人材不足への対応として取り組んでいきたいことを尋ねたところ、「新たな人材の採用強化」の割合が最も高く6割強（64.1%）を占め、それに次ぐ「定年延長や定年廃止、再雇用等によるシニア・ベテラン人材の活用」の4割強（41.1%）や「従業員の多能工化・兼任化」の4割弱（38.2%）、「人事待遇面の改善・強化（賃金引き上げや福利厚生の実施等）」の3割強（32.6%）等を大きく上回っている〔図143〕。

図143. 人材不足への対応として取り組んでいきたいこと（複数回答設問）



会社全体の従業員規模別にみると、「新たな人材の採用強化」、「従業員の多能工化・兼任化」、「人事待遇面の改善・強化」等、多くの項目では従業員規模の拡大とともに回答割合が高くなる傾向がみられ、従業員規模が大きい事業所ほど人材不足に対して様々な対策を講じようとする傾向が強いとかがえる[図 144]。

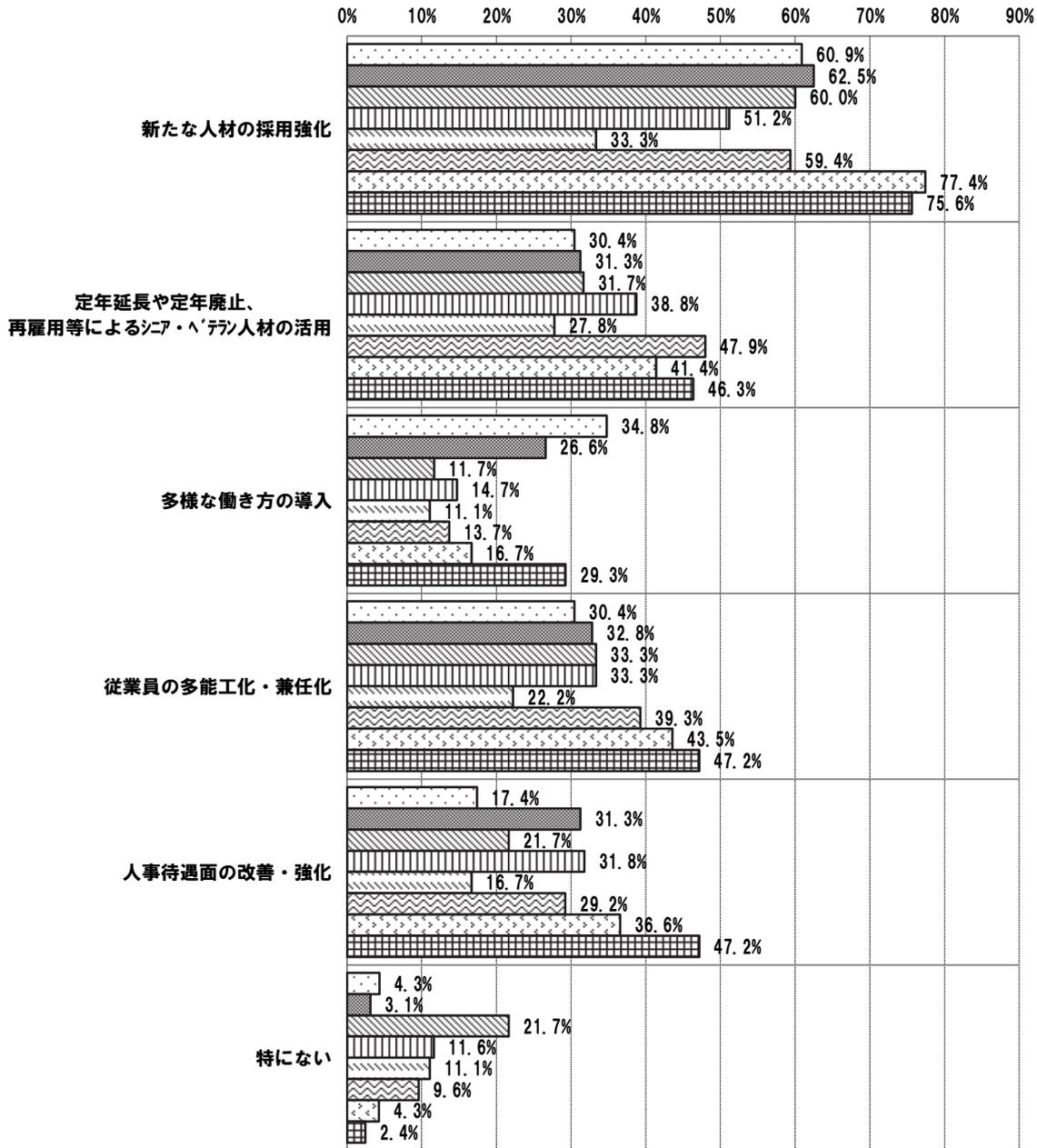
図 144. 人材不足への対応として取り組んでいきたいこと<従業員規模別> (複数回答設問)



企業のライフステージ別にみると、いずれの類型においても「新たな人材の採用強化」の割合が最も高く、人材不足対応策としては、企業のライフステージを問わず新たな人材採用が最重要テーマとなっている。

また、「創業50年超」の事業所については、「創業者」の回答数が少ない点には留意が必要であるが、「創業者」、「2代目」、「3代目」、「4代目以降」となるにつれて、「新たな人材の採用強化」、「従業員の多能工化・兼任化」、「人事待遇面の改善・強化」等の回答割合が高くなる傾向があり、事業承継が進んでいる事業所ほど人材不足への対応に関して積極的であることがうかがえる[図145]。

図145. 人材不足への対応として取り組んでいきたいこと<企業のライフステージ別> (複数回答設問)

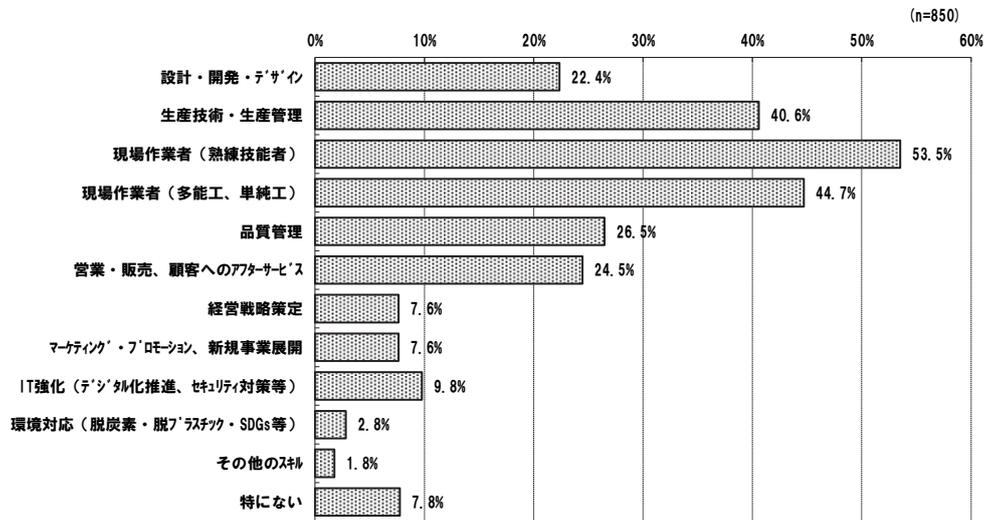


- (n=23) 創業10年まで・創業者
- ▣ (n=64) 創業11～30年・創業者または2代目
- ▤ (n=60) 創業31～50年・創業者
- ▥ (n=129) 創業31～50年・2～3代目
- ▦ (n=18) 創業50年超・創業者
- ▧ (n=219) 創業50年超・2代目
- ▨ (n=186) 創業50年超・3代目
- ▩ (n=123) 創業50年超・4代目以降

(注釈) 回答割合が高い一部の項目をグラフ化

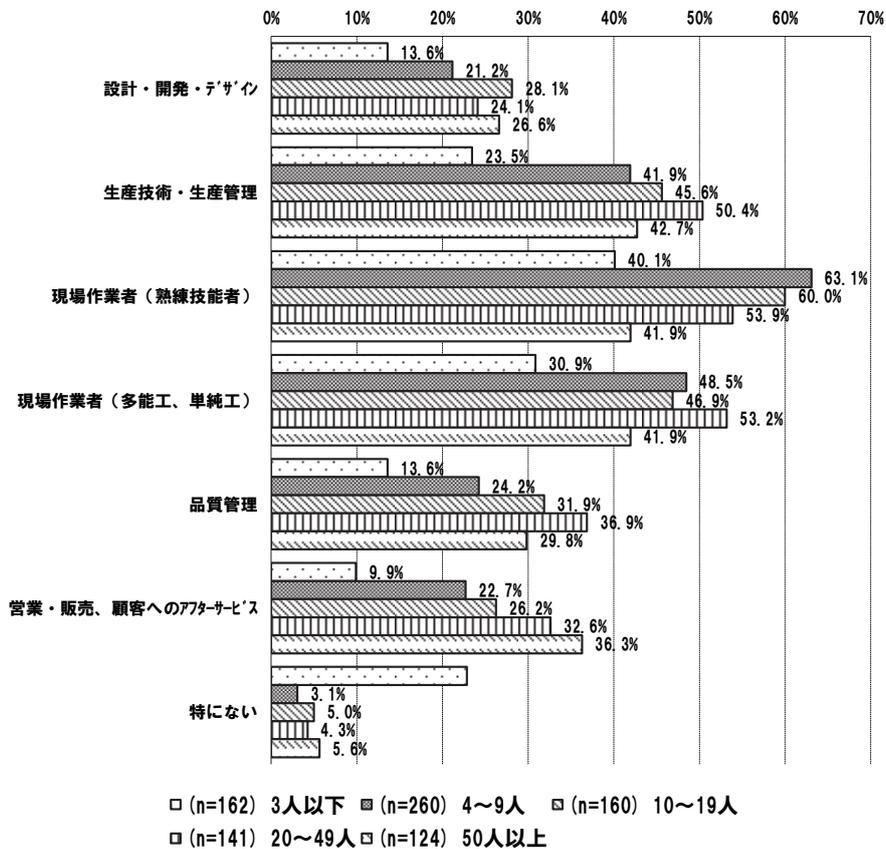
また、どのようなスキルを有する人材の確保に課題があるかを尋ねたところ、「現場作業員（熟練技能者）」の割合が最も高く 5 割強（53.5%）を占め、次いで、「現場作業員（多能工、単純工）」が 4 割強（44.7%）、「生産技術・生産管理」が約 4 割（40.6%）の順であり、現場作業員の確保を課題に挙げる事業所が多い[図 146]。

図 146. どのようなスキルを有する人材の確保に課題があるか（複数回答設問）



会社全体の従業者規模別にみると、従業者規模を問わず上位 3 項目が共通であり、「現場作業員（熟練技能者）」、「現場作業員（多能工、単純工）」、「生産技術・生産管理」が挙げられている。それ以外の項目については、従業者規模の拡大とともに「設計・開発・デザイン」、「品質管理」、「営業・販売、顧客へのアフターサービス」等の割合が高くなる傾向がみられる[図 147]。

図 147. どのようなスキルを有する人材の確保に課題があるか＜従業者規模別＞（複数回答設問）



(注釈) 回答割合が高い一部の項目をグラフ化

区内事業所に求める人材のスキルと、積極的な人材確保の取組について電話ヒアリングを実施した。結果は以下の通りである。

《求める人材と積極的な採用の取組》

- ✓ 専門的な技術や知識を有する人材を求める事業者が見受けられる一方、社内で教育することができる事業者は、専門スキルは問わずに人間性を求めることが見受けられる。
- ✓ また、外国人材を採用する事業者は日本語のレベルや技術力は問わないといった意見が見受けられる。
- ✓ 人材確保が好調な事業者は、公的機関の利用、廃業した事業所からの人材の引き取り、また職業能力開発センターでの講演会等、積極的な取組を行っていることが見受けられる。

【現場の声：求める人材－技術力のある人材】

- 技術力があり設計ができる人材や、海外との交渉できる人材、ITを活用して業務の可視化ができる人材がほしい。 [業務用機械器具製造業]
- 研究分野の人材が足りないため、工学系の学生を求めている。 製造分野は高卒でも良い。技術分野は大卒を採用している。 [電気機械器具製造業]

【現場の声：求める人材－スキル不問】

- 必要なスキルはあれば越したことはないが、「ものづくり」が好きな人であればスキルは問わない。 [家具・装備品製造業]
- 社内教育をしていくため、必要なスキルは特にない。 ただし今後の技術承継を考えるとできれば若手人材を求める。 [業務用機械器具製造業]
- スキルは特に求めない。 業務で失敗しても試行錯誤して教育していくので、人間性で採用する。 [生産用機械器具製造業]
- スキルは求めないが、人としての基本ができていることや粘り強さ・器用さが重要である。 [生産用機械器具製造業]

【現場の声：求める人材－外国人材】

- 外国人材は日常会話ができれば言葉は完璧でなくてもよい。 [金属製品製造業]
- 必要なスキルは日本語ができること、ないし日本語を習得しようとする意欲があること。 技術は社内で教育するのでスキルは問わない。 [化学工業]

【現場の声：採用活動が好調な事業所】

- 公的機関を通じて外国人材を11人採用することができた。 特定技能者であるため正社員としても雇用することができた。 [食料品製造業]
- 同業者や関連業者の廃業が多く、そこから人材を引き取って採用ができている。 したがって、若手人材は少ないが20～30年の業歴のベテランを採用している。また、直近で採用した20代の社員のうち1名は廃業した知り合いの紹介により外国人材を採用した。 [業務用機械器具製造業]
- 直近で2名採用して、うち1名はハローワーク経由で東京都立城南職業能力開発センター大田校の板金溶接科の卒業生を採用できた。東京都立城南職業能力開発センターにおいて自社の業務に関する講演会を行う機会があり、その後、会社見学、面接という流れで採用できた。 もう1名は知り合いのメッキ業者が継続雇用できなくなった社員を引き取った。仕事は一から教えたものの、PC操作ができたため概ね問題ない。 [電子部品・デバイス・電子回路製造業]

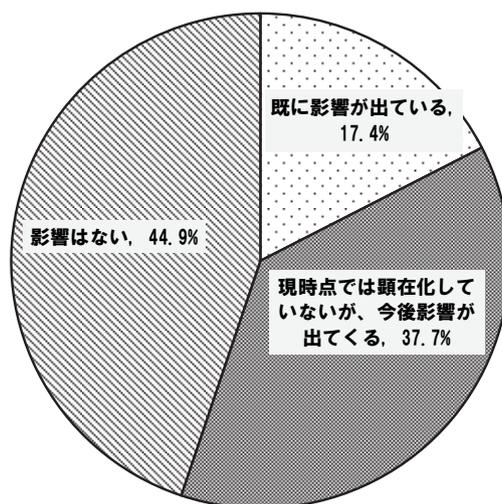
### 3-9-4 技術・技能の継承

技術・技能の継承に係る影響の有無を尋ねたところ、「影響はない」と「現時点では顕在化していないが、今後影響が出てくる」がそれぞれ4割強（44.9%）、4割弱（37.7%）を占める。

また、「既に影響が出ている」の2割弱（17.4%）と「現時点では顕在化していないが、今後影響が出てくる」の4割弱（37.7%）を合計した「影響が出ている/出てくる」とする事業者は6割弱（55.1%）を占める〔図 148〕。

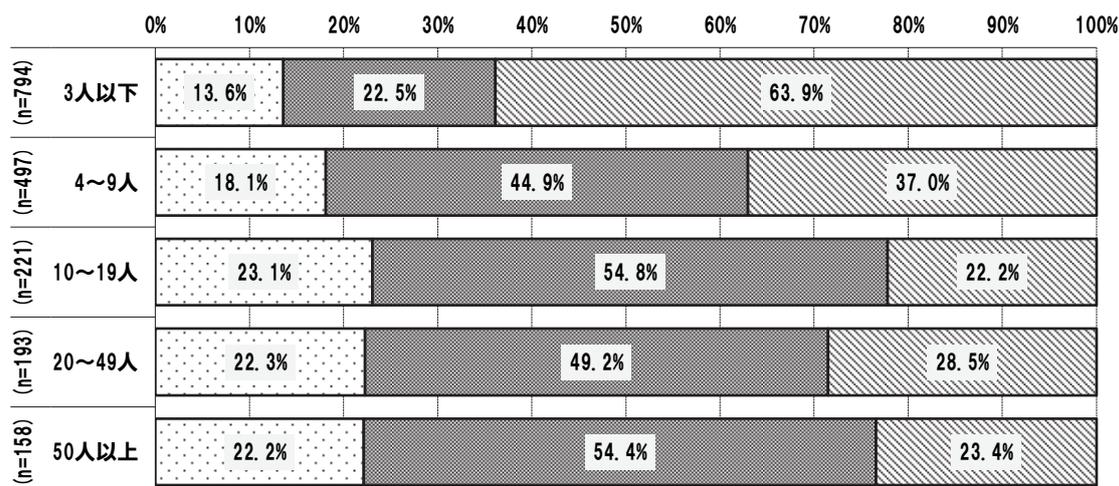
図 148. 技術・技能の継承に係る影響の有無

(n=1875)



会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模が大きくなるにつれて「既に影響が出ている」、「現時点では顕在化していないが、今後影響が出てくる」の割合が高くなる傾向がみられ、従業員規模が大きい事業所ほど技術・技能の継承に係る影響が深刻化していることがうかがえる〔図 149〕。

図 149. 技術・技能の継承に係る影響の有無 <従業員規模別>

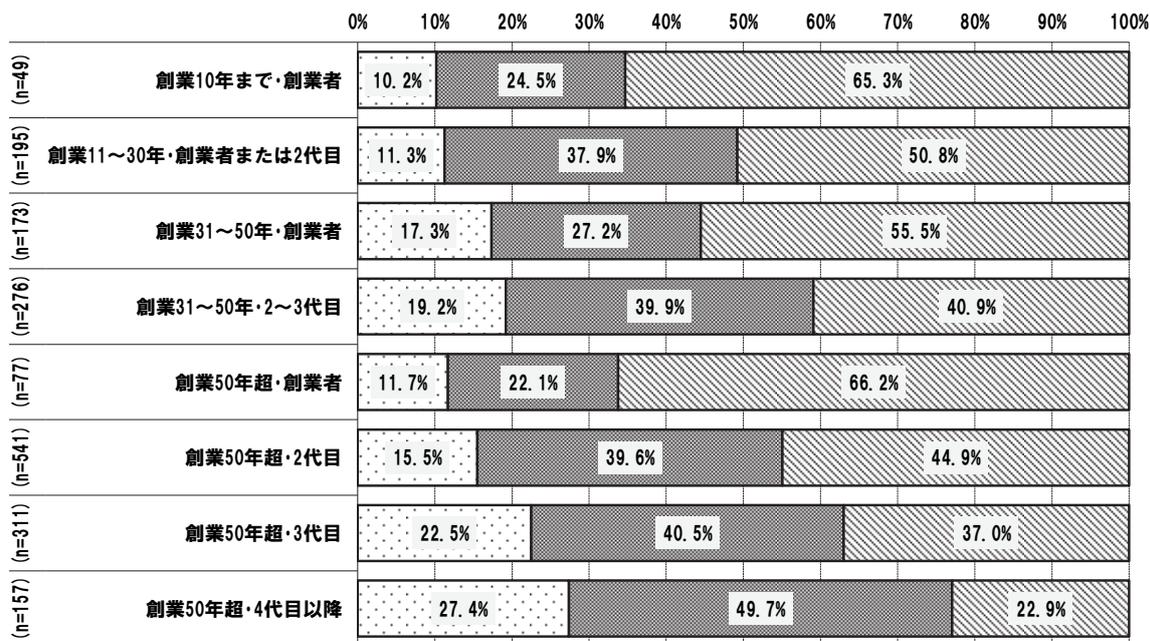


- 既に影響が出ている
- 現時点では顕在化していないが、今後影響が出てくる
- ▨ 影響はない

企業のライフステージ別にみると、「創業 31～50 年」や「創業 50 年超」といった社歴の長い企業の事業所においては、事業承継に伴い「既に影響が出ている」と「現時点では顕在化していないが、今後影響が出てくる」の割合が高くなっており、事業承継が進んでいる事業所ほど技術・技能の継承に係る影響が深刻化していることがうかがえる。

また、「創業 10 年まで・創業者」と「創業 11～30 年・創業者または 2 代目」を比較すると、「既に影響が出ている」と「現時点では顕在化していないが、今後影響が出てくる」の割合は前者よりも後者の方が高くなっていることから、企業のライフステージの進展とともに技術・技能の継承に対する危機感が強くなっていることがうかがえる〔図 150〕。

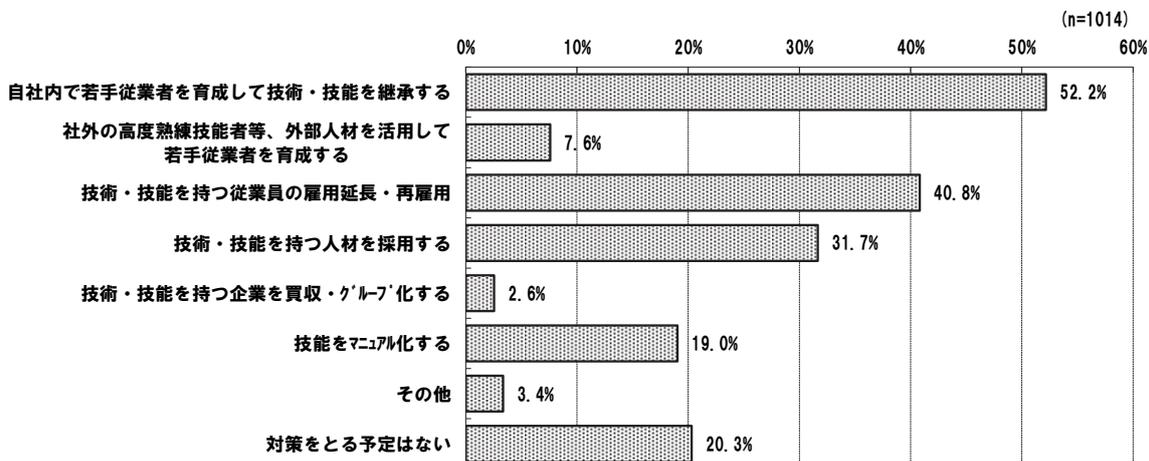
図 150. 技術・技能の継承に係る影響の有無 <企業のライフステージ別>



□既に影響が出ている ■現時点では顕在化していないが、今後影響が出てくる ▨影響はない

「既に影響が出ている」または「現時点では顕在化していないが、今後影響が出てくる」と回答した事業所、すなわち、技術・技能の継承に危機感を持っている事業所に対してその対応策を尋ねたところ、5割強（52.2%）の事業所が「自社内で若手従業員を育成して技術・技能を継承する」を挙げており、次いで、「技術・技能を持つ従業員の雇用延長・再雇用」が約4割（40.8%）、「技術・技能を持つ人材を採用する」が3割強（31.7%）の順である〔図 151〕。

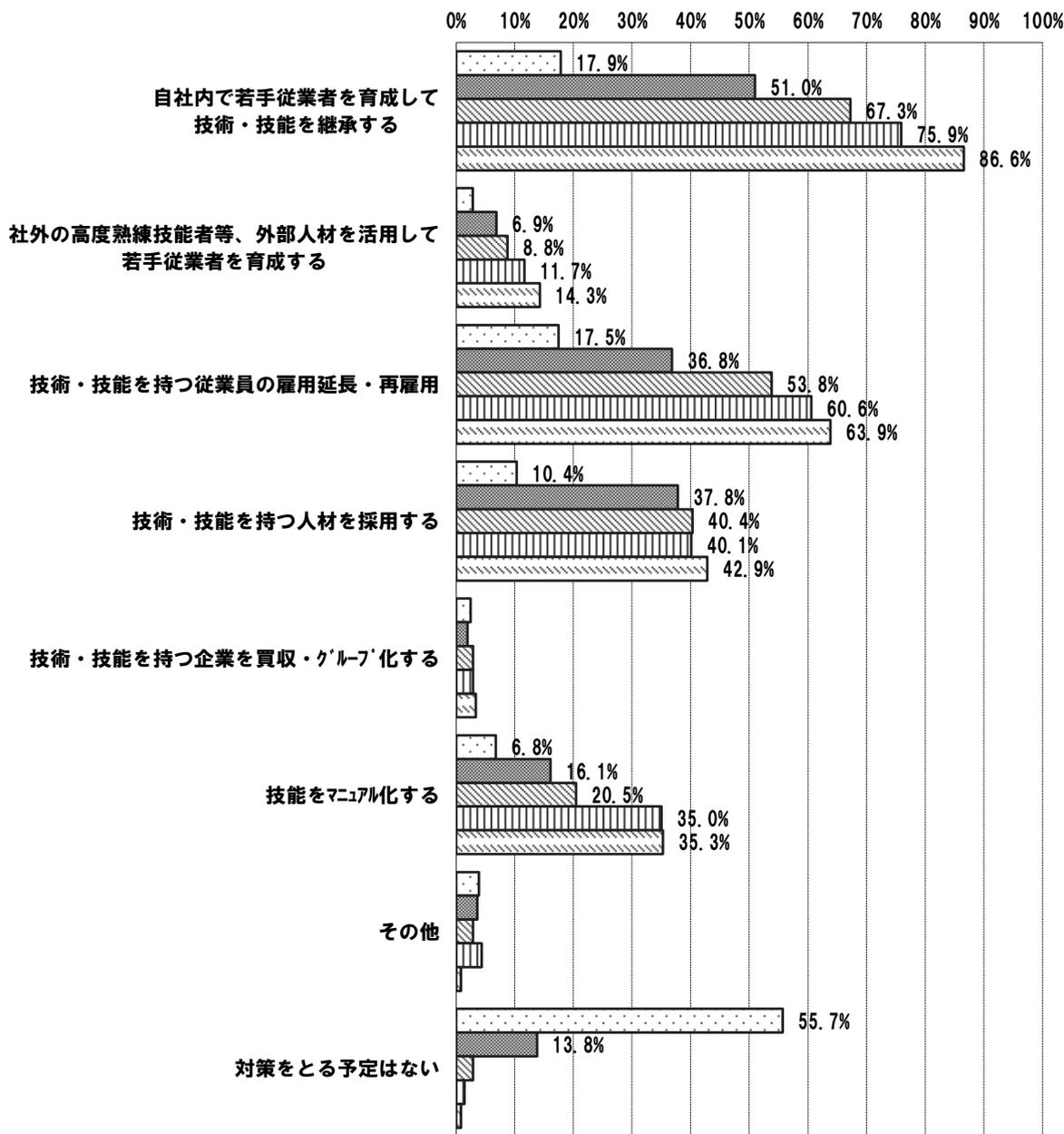
図 151. 技術・技能の継承に係る影響に対して考えている対応策（複数回答設問）



会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模が大きい事業所ほど「自社内で若手従業員を育成して技術・技能を継承する」、「技術・技能を持つ従業員の雇用延長・再雇用」、「技術をマニュアル化する」の割合が高くなる。一方、従業員規模が「3人以下」の事業所では「対策をとる予定はない」が6割弱（55.7%）と突出して高い[図 152]。

こうしたことから、技術・技能の継承に係る対応状況は従業員規模によって大きく異なっており、従業員規模が大きい事業所ほどより積極的であるといえる。

図 152. 技術・技能の継承に係る影響に対して考えている対応策＜従業員規模別＞（複数回答設問）



□ (n=280) 3人以下 ■ (n=304) 4~9人 ▨ (n=171) 10~19人  
 ▩ (n=137) 20~49人 □ (n=119) 50人以上

人材育成や技能・技術の継承に取り組む事業所に電話ヒアリングを実施した。結果は以下の通りである。

《人材育成や技術・技能の継承の背景》

- ✓ 社員の高齢化に危機感をおぼえ、若手人材の育成や技術・技能の継承の必要性を考えている事業所が多く見受けられる。
- ✓ 一方、製造業という特性上、技術の習得が難しく人材の育成に時間を要するという課題、社内で教育をする余裕がないという課題も多く見受けられる。
- ✓ また、製造業への就職希望者の少ないことや離職者が多いことも、人材育成が上手くいかないという課題につながっている。

【現場の声：人材育成に取り組む背景】

- 熟練工が高齢化により退職しているため。採用により社員の補充はできたが、戦力的にはまだまだ不十分なため、これから長期的に育成していくしかない。 [電気機械器具製造業]
- 社員の高齢化が進んでいる。喫緊の課題という訳ではないが、将来に向けて若返りが必要になってくるため。 [生産用機械器具製造業]

【現場の声：人材育成の課題－育成にかかる時間】

- 採用後に社内で教育するものの、仕事ができるまでに6ヵ月かかる。 [鉄鋼業]
- 技術を習得する期間が最低3年、現場で1人だけで対応できるようになるには5年かかる。 [電気機械器具製造業]
- 職業能力開発総合大学の卒業生は図面が読めるなど基本的な教育は受けているが、それでも即戦力とまではいかない。そのため、6か月から1年程度の社員教育は必要となる。 [生産用機械器具製造業]

【現場の声：人材育成の課題－教育をする余裕がない】

- 一から教育するのは費用がかかるため大変である。 [業務用機械器具製造業]
- 社員の教育をする十分な時間がない。 [生産用機械器具製造業]

【現場の声：人材育成の課題－退職者が多い】

- 育成した若手人材が4～5年ほどで辞めてしまうことがよくある。 [家具・装備品製造業]
- この1年で4名採用したが、「自分のニーズに合わない、立ち仕事に合わない」等の理由で全員短期間のうちに辞めてしまった。若い人材を採用して将来の技術承継をしたいが育成もできない。 [生産用機械器具製造業]

【現場の声：行政に求める支援策】

- 「ものづくり」は習得に時間がかかるが、就職希望者が少ない。またどうしても大手企業に人材獲得競争で負けてしまう。したがって、さらに「ものづくり」の魅力を広報・アピールしてほしい。 [プラスチック製品製造業]

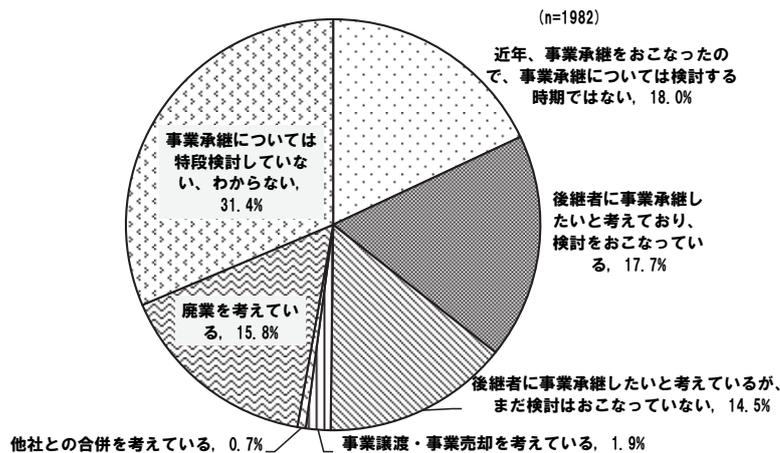
### 3-10 事業承継

#### 3-10-1 事業承継の状況や今後の意向

事業承継の状況や今後の意向を尋ねたところ、「事業承継については特段検討していない、わからない」とする事業所が最も多く 3 割強 (31.4%) を占める。その他では「近年、事業承継をおこなったので、事業承継については検討する時期ではない」とする事業所が 2 割弱 (18.0%) を占める一方、「廃業を考えている」とする事業所も 2 割弱 (15.8%) 存在する。

また、「後継者に事業承継したいと考えており、検討をおこなっている」事業所と「後継者に事業承継したいと考えているが、まだ検討はおこなっていない」事業所がそれぞれ 2 割弱 (17.7%)、1 割強 (14.5%) を占めており、両者を合計した「事業承継したいと考えている」事業所が 3 割強 (32.2%) 存在する[図 153]。

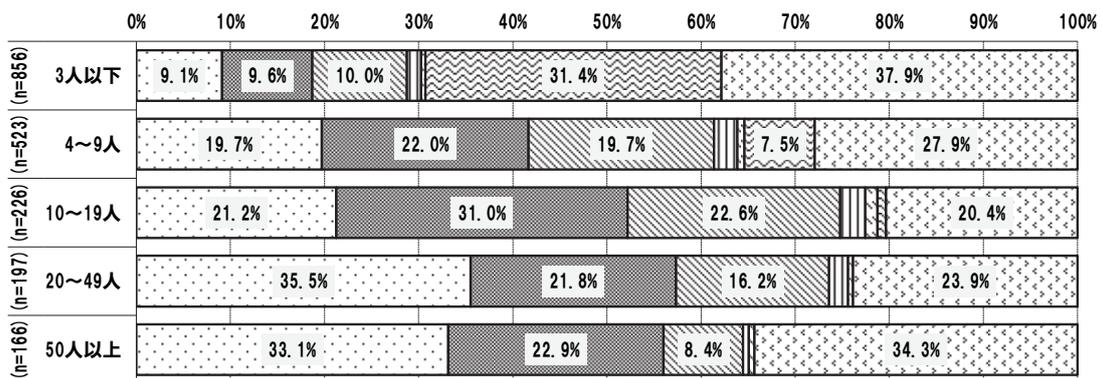
図 153. 事業承継の状況や今後の意向



会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模が「3 人以下」の事業所では、「廃業を考えている」が「4 人以上」に比べて突出して高く 3 割強 (31.4%) を占める。

また、「近年、事業承継をおこなったので、事業承継については検討する時期ではない」に着目すると、従業員規模の拡大とともに回答割合が高くなる傾向がみられ、従業員規模が大きい企業では近年、事業承継が実施されていることがうかがえる[図 154]。

図 154. 事業承継の状況や今後の意向 <従業員規模別>



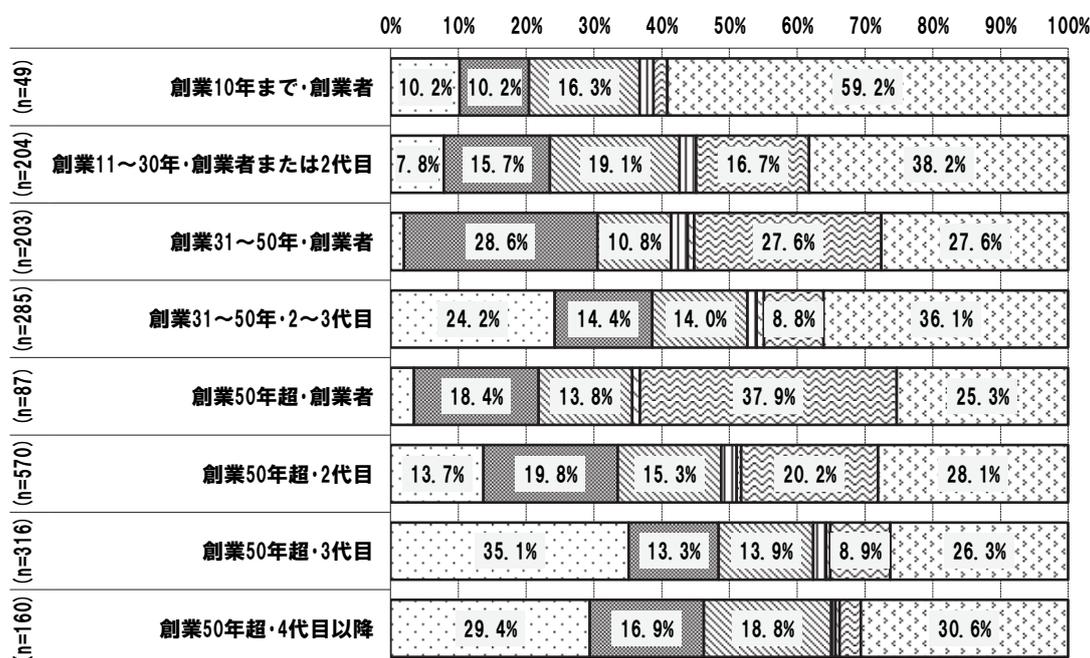
- 近年、事業承継をおこなったので、事業承継については検討する時期ではない
- 後継者に事業承継したいと考えており、検討をおこなっている
- 後継者に事業承継したいと考えているが、まだ検討はおこなっていない
- 事業譲渡・事業売却を考えている
- 他社との合併を考えている
- 廃業を考えている
- 事業承継については特段検討していない、わからない

企業のライフステージ別にみると、「近年、事業承継をおこなったので、事業承継については検討する時期ではない」の割合は、「創業 31～50 年・2～3 代目」が 2 割強（24.2%）、「創業 50 年超」の「3 代目」が 4 割弱（35.1%）、「4 代目以降」が約 3 割（29.4%）と高くなっており、事業承継が進んでいる企業では、現在は事業承継を検討する時期でないとする見解が多い。

また、「創業 31～50 年」及び「創業 50 年超」の「創業者」、すなわち、事業承継が進んでおらず、かつ社歴が長い企業の事業所では「廃業を考えている」の割合が高く、特に「創業 50 年超」では 4 割弱（37.9%）を占める。加えて、「創業 31～50 年」の「創業者」では、「後継者に事業承継したいと考えており、検討をおこなっている」が 3 割弱（28.6%）と他の類型に比べて多く、「事業承継については特段検討していない、わからない」、「廃業を考えている」がそれぞれ 3 割弱（27.6%）と同程度存在する。

その他、「創業 10 年まで・創業者」では、「事業承継については特段検討していない、わからない」の割合が高く約 6 割（59.2%）を占めている〔図 155〕。

図 155. 事業承継の状況や今後の意向 <企業のライフステージ別>

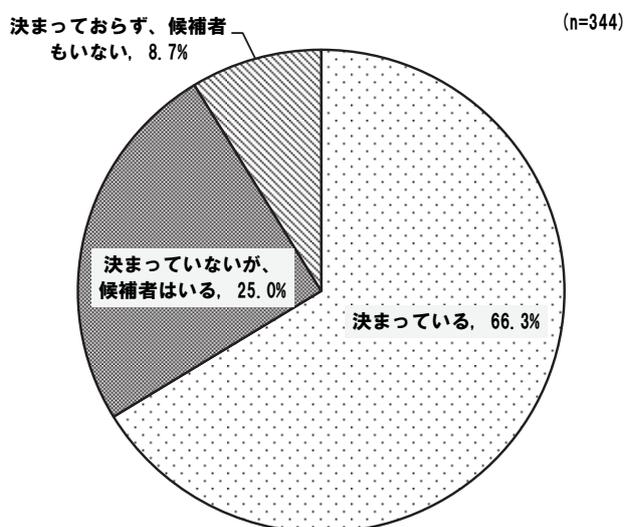


- 近年、事業承継をおこなったので、事業承継については検討する時期ではない
- 後継者に事業承継したいと考えており、検討をおこなっている
- ▣ 後継者に事業承継したいと考えているが、まだ検討はおこなっていない
- 事業譲渡・事業売却を考えている
- 他社との合併を考えている
- ▣ 廃業を考えている
- 事業承継については特段検討していない、わからない

### 3-10-2 後継者

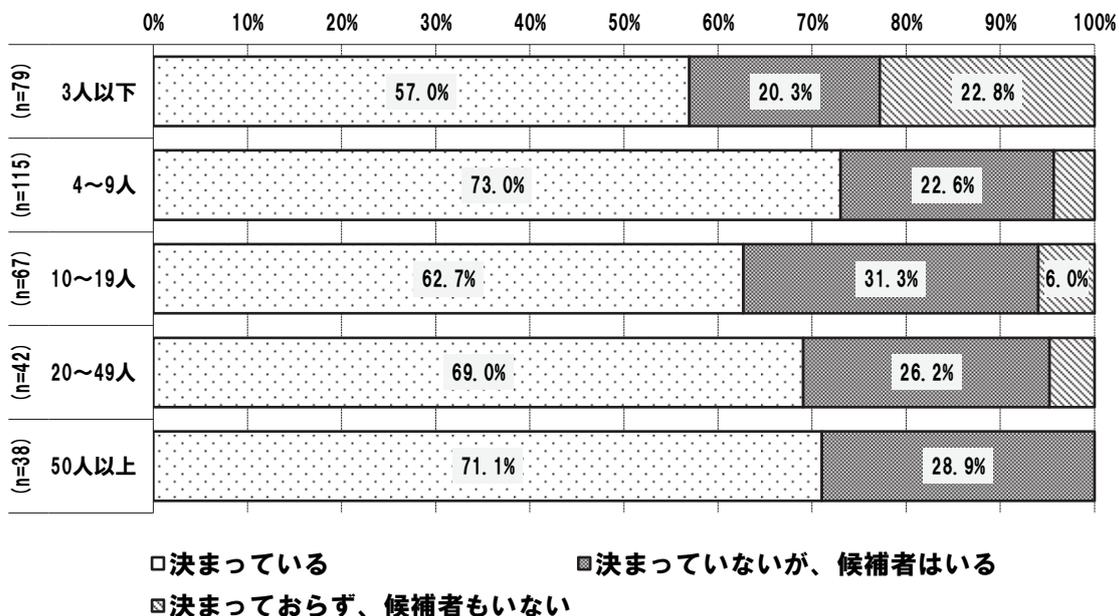
「後継者に事業承継したいと考えており、検討をおこなっている」事業所に後継者の有無を尋ねたところ、「決まっている」の割合が最も高く 7 割弱（66.3%）を占める[図 156]。

図 156. 後継者の有無



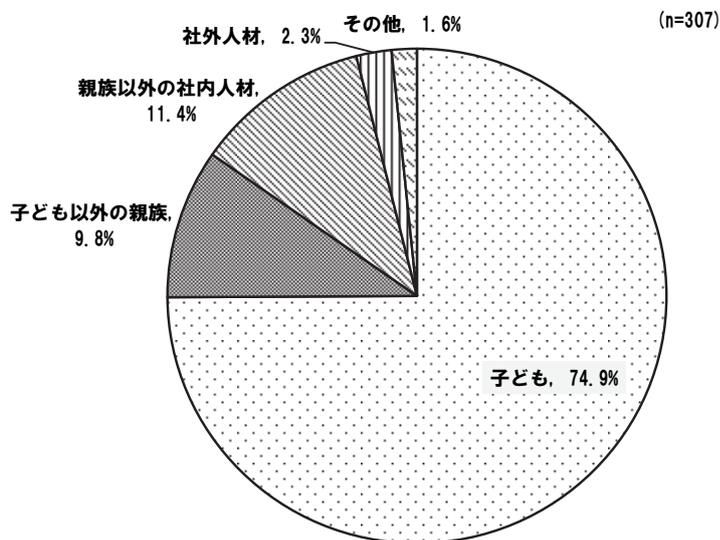
会社全体の従業員規模別にみると、「3人以下」の事業所では「決まっておらず、候補者もない」の割合が高く 2 割強（22.8%）と「4人以上」を大きく上回っている[図 157]。

図 157. 後継者の有無 <従業員規模別>



加えて、事業の後継者が「決まっている」または「決まっていないが、後継者はいる」と回答した事業所に対して、候補を含めた後継者について尋ねたところ、「子ども」の割合が最も高く 7 割強（74.9%）を占めており、「親族以外の社内人材」の 1 割強（11.4%）や「子ども以外の親族」の約 1 割（9.8%）等を大きく上回っている[図 158]。

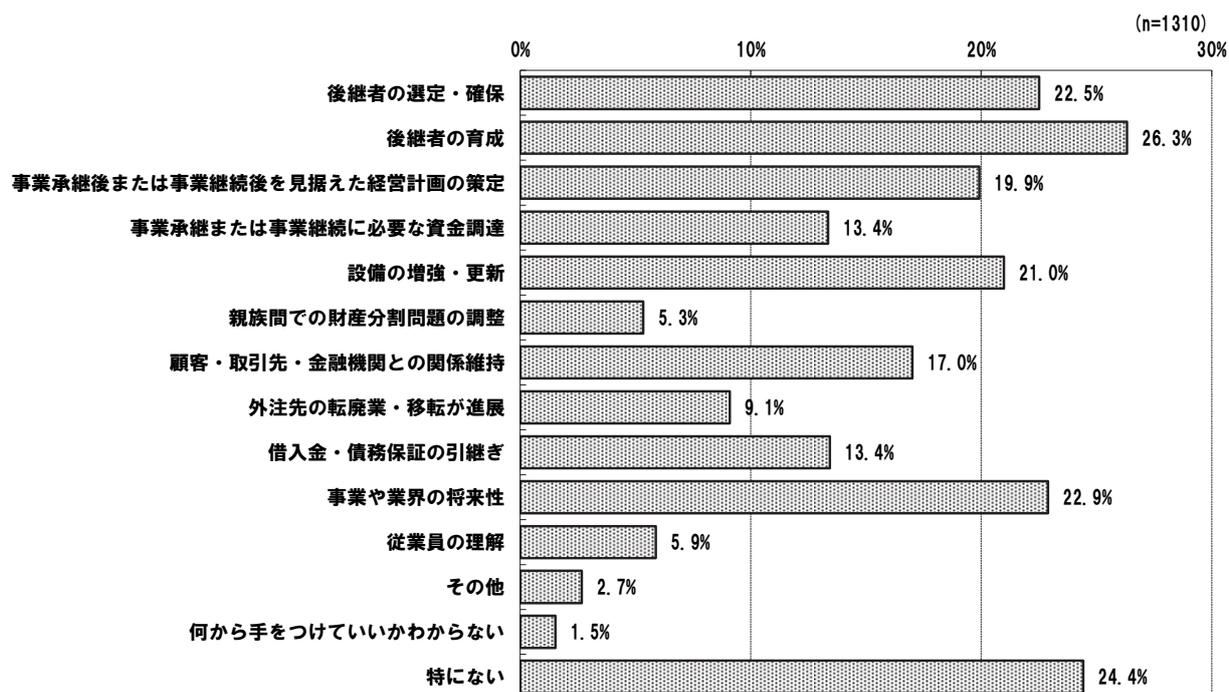
図 158. 後継者との関係



### 3-10-3 事業承継にあたっての課題

全ての事業所に対して事業承継にあたっての課題を尋ねたところ、「後継者の育成」を挙げる事業所が最も多く 3 割弱（26.3%）を占める一方、「特にない」とする事業所が 2 割強（24.4%）存在する[図 159]。

図 159. 事業承継にあたっての課題（複数回答設問）



事業承継の状況・今後の意向別にみると、事業承継にあたっての課題の内容に顕著な差がみられる。

上位 5 項目を比較すると、「後継者に事業承継したいと考えており、検討をおこなっている」事業所では、「事業承継後または事業継続後を見据えた経営計画の策定」の割合が高く約 3 割（29.9%）を占め、次いで、「後継者の育成」、「設備の増強・更新」がそれぞれ 3 割弱（28.4%、25.9%）、「事業や業界の将来性」、「顧客・取引先・金融機関との関係維持」がそれぞれ 2 割強（23.8%、22.3%）の順である。いずれも回答割合が 2 割を超えており、事業承継にあたっての課題が多岐にわたっていることがうかがえる。

一方、「後継者に事業承継したいと考えているが、まだ検討はおこなっていない」事業所では、「後継者の育成」が 5 割弱（45.2%）、「後継者の選定・確保」が約 4 割（40.6%）と割合が高くいずれも 4 割を超えている。3 番目以降の「事業承継後または事業継続後を見据えた経営計画の策定」の 3 割弱（26.5%）等を大きく上回っており、後継者の確保・育成に対する関心が高くなっている。

また、「廃業を考えている」事業所では、「特にない」が突出して高く 5 割弱（47.8%）を占める[表 18]。

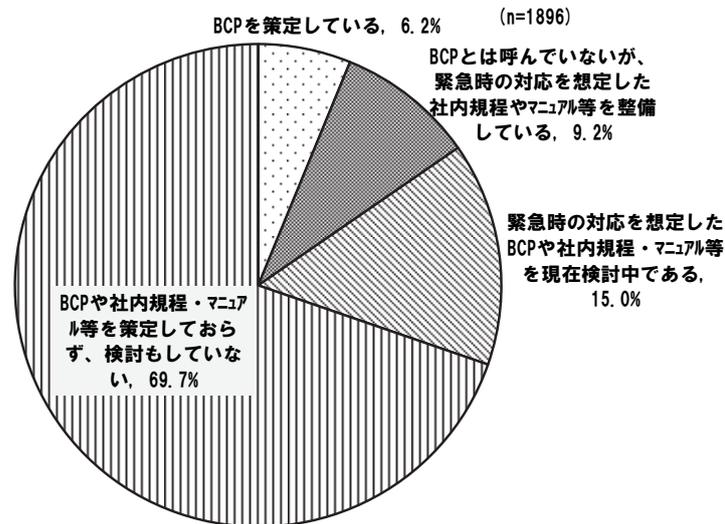
表 18. 事業承継にあたっての課題の上位 5 項目  
 <事業承継の状況・今後の意向別>（複数回答設問）

	1位	2位	3位	4位	5位
近年、事業承継をおこなったので、事業承継については検討する時期ではない (n=351)	設備の増強・更新 27.1%	後継者の育成 25.9%	特にない 23.6%	事業や業界の将来性 23.4%	後継者の選定・確保 23.1%
後継者に事業承継したいと考えており、検討をおこなっている (n=328)	事業承継後または事業継続後を見据えた経営計画の策定 29.9%	後継者の育成 28.4%	設備の増強・更新 25.9%	事業や業界の将来性 23.8%	顧客・取引先・金融機関との関係維持 22.3%
後継者に事業承継したいと考えているが、まだ検討はおこなっていない (n=283)	後継者の育成 45.2%	後継者の選定・確保 40.6%	事業承継後または事業継続後を見据えた経営計画の策定 26.5%	設備の増強・更新 22.6%	借入金・債務保証の引継ぎ 21.2%
事業譲渡・事業売却を考えている (n=36)	後継者の選定・確保 55.6%	借入金・債務保証の引継ぎ 27.8%	後継者の育成 22.2%	事業や業界の将来性 22.2%	事業承継後または事業継続後を見据えた経営計画の策定 19.4%
他社との合併を考えている (n=13)	後継者の選定・確保 30.8%	後継者の育成 23.1%	設備の増強・更新 23.1%	顧客・取引先・金融機関との関係維持 23.1%	借入金・債務保証の引継ぎ 23.1%
廃業を考えている (n=299)	特にない 47.8%	事業や業界の将来性 24.4%	後継者の選定・確保 12.7%	外注先の転廃業・移転が進展 9.4%	設備の増強・更新 9.0%

### 3-11 BCP 対応

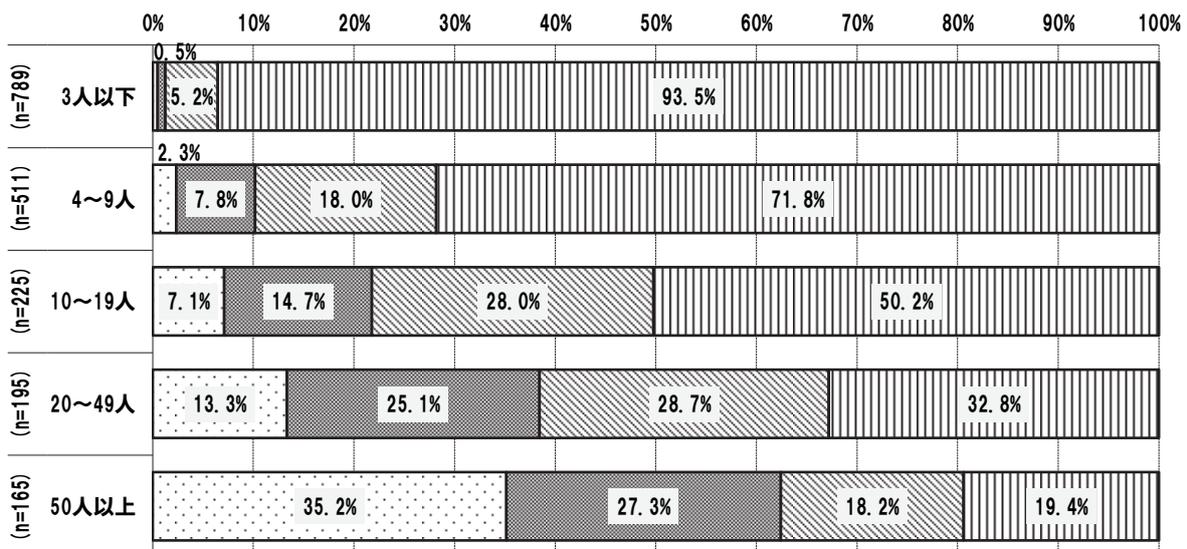
緊急時の対応を想定した BCP や社内規程・マニュアル等の整備状況を尋ねたところ、「BCP や社内規程・マニュアル等を策定しておらず、検討もしていない」事業所が約 7 割（69.7%）を占めている。一方、「BCP を策定している」もしくは「BCP とは呼んでいないが、緊急時の対応を想定した社内規程やマニュアル等を整備している」事業所はそれぞれ 1 割弱（6.2%）、約 1 割（9.2%）を占め、両者を合計した「緊急時の対応を想定した BCP や社内規程・マニュアル等を整備している」事業所は 2 割弱（15.4%）に留まる[図 160]。

図 160. BCP や社内規程・マニュアル等の整備



会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模の拡大とともに「BCP を策定している」と「BCP とは呼んでいないが、緊急時の対応を想定した社内規程やマニュアル等を整備している」の割合が高くなっており、BCP 策定に対する取組状況は従業員規模によって大きく異なっている[図 161]。

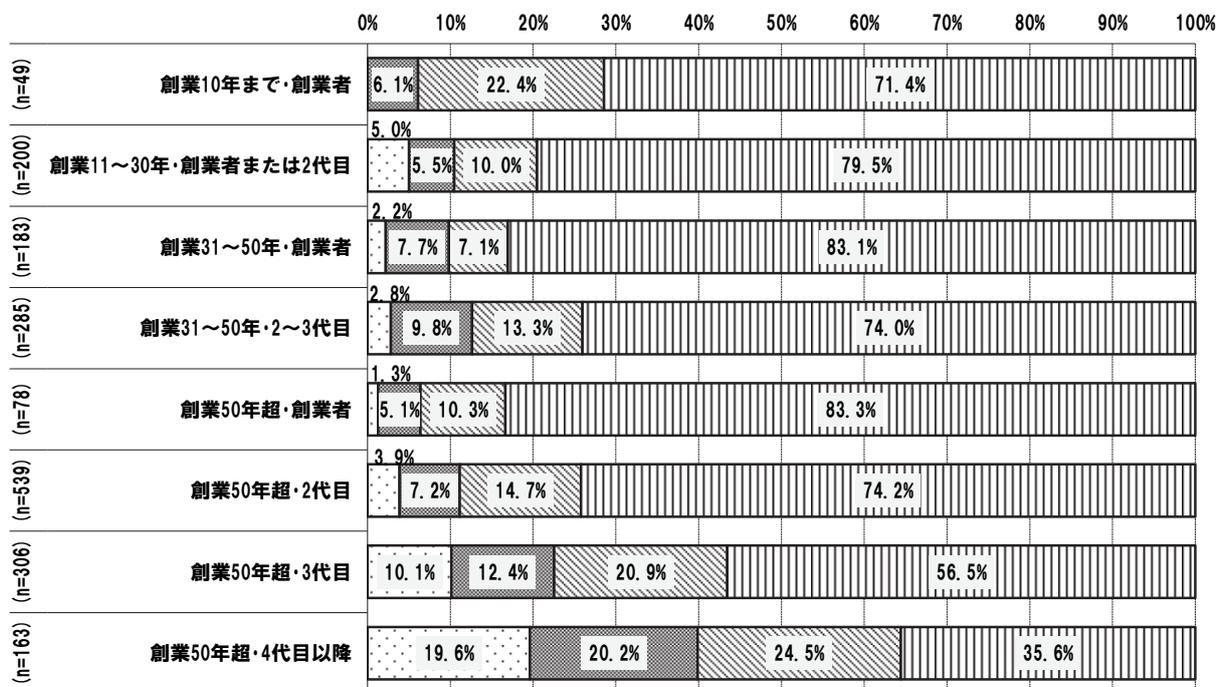
図 161. BCP や社内規程・マニュアル等の整備 <従業員規模別>



- BCPを策定している
- BCPとは呼んでいないが、緊急時の対応を想定した社内規程やマニュアル等を整備している
- ▨ 緊急時の対応を想定したBCPや社内規程・マニュアル等を現在検討中である
- ▩ BCPや社内規程・マニュアル等を策定しておらず、検討もしていない

また、企業のライフステージ別では、「創業50年超」の事業所をみると、「創業者」、「2代目」、「3代目」、「4代目以降」となるにつれて、「BCPを策定している」、「BCPとは呼んでいないが、緊急時の対応を想定した社内規程やマニュアル等を整備している」、「緊急時の対応を想定したBCPや社内規程・マニュアル等を現在検討中である」の各割合が高くなっており、BCP策定に対する取組状況は事業承継とともにより積極的になっていることがうかがえる[図162]。

図 162. BCP や社内規程・マニュアル等の整備 <企業のライフステージ別>

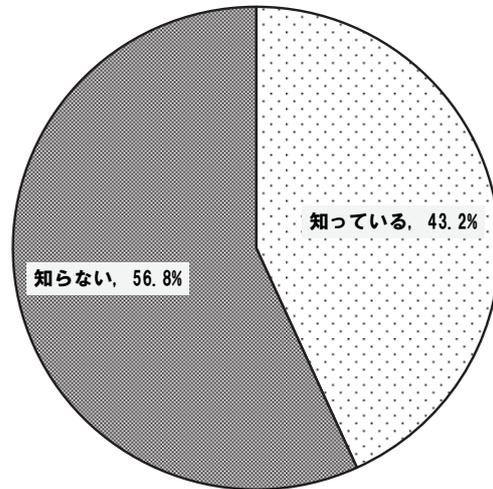


- BCPを策定している
- BCPとは呼んでいないが、緊急時の対応を想定した社内規程やマニュアル等を整備している
- 緊急時の対応を想定したBCPや社内規程・マニュアル等を現在検討中である
- BCPや社内規程・マニュアル等を策定しておらず、検討もしていない

### 3-12 羽田イノベーションシティ

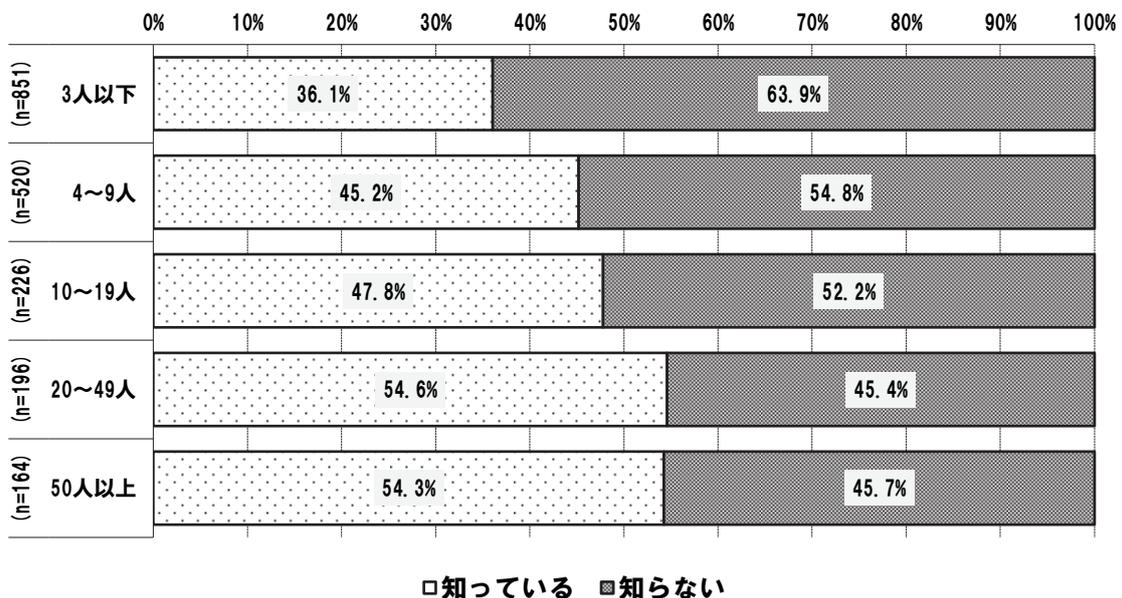
羽田イノベーションシティにおけるまちづくりの認知度については、「知らない」が6割弱(56.8%)を占め、「知っている」の4割強(43.2%)を上回っている[図 163]。

図 163. 羽田イノベーションシティにおけるまちづくりの認知  
(n=1970)



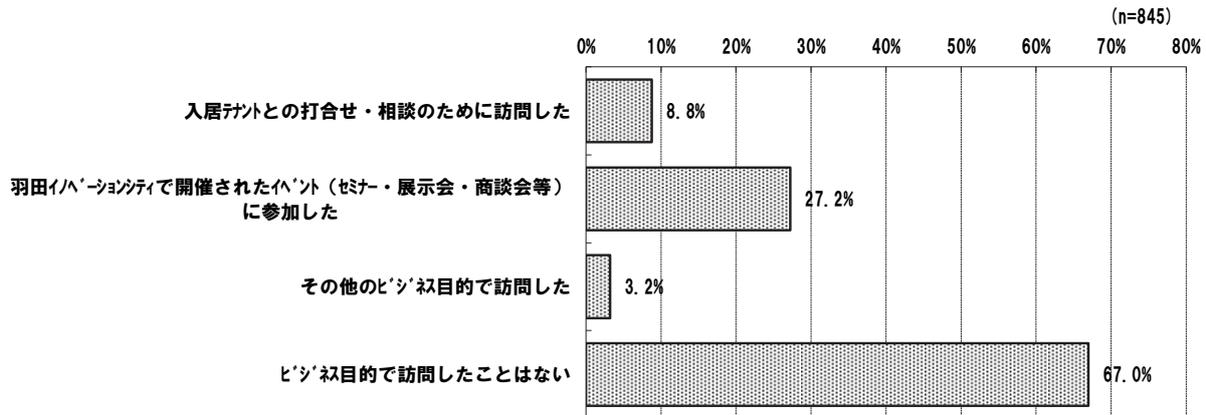
会社全体の従業員規模別にみると、従業員規模が大きい事業所ほど羽田イノベーションシティの認知度が高くなる傾向がみられる[図 164]。

図 164. 羽田イノベーションシティにおけるまちづくりの認知 <従業員規模別>



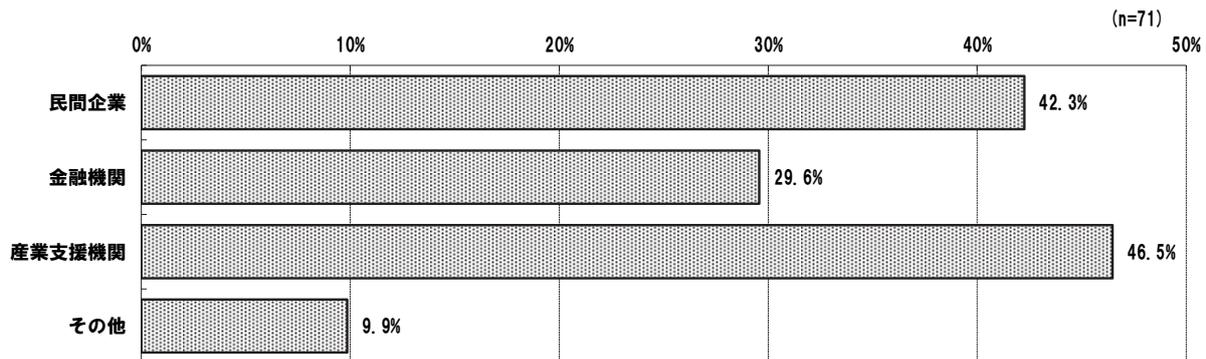
また、羽田イノベーションシティを知っている事業所に対してビジネス目的での訪問経験を尋ねたところ、「ビジネス目的で訪問したことはない」とする事業所が7割弱（67.0%）を占める[図 165]。

図 165. 羽田イノベーションシティをビジネス目的で訪問したことがあるか（複数回答設問）



加えて、打合せ・相談の相手先を尋ねたところ、「産業支援機関」が5割弱（46.5%）、「民間企業」が4割強（42.3%）、「金融機関」が約3割（29.6%）の順となっている[図 166]。

図 166. 打合せ・相談の相手先（複数回答設問）



羽田イノベーションシティにビジネス目的で訪問したことがある事業所に、訪問目的や受発注に至った実績、期待することについて電話ヒアリングを実施した。結果は以下の通りである。

《羽田イノベーションシティへの訪問目的・受発注の実績》

- ✓ 羽田イノベーションシティへのビジネス目的での訪問理由としては、イベントや打ち合わせが大半であるが、その他にも研究開発や展示を理由としての訪問が見受けられた。
- ✓ 受発注に至った実績がある事業所については、羽田イノベーションシティで実施したイベントを通して企業同士の接点ができたことが背景として挙げられた。

【現場の声：ビジネス利用での訪問】

- 取引している金融機関のイベント（講演会、相談会等）があったため訪問した。[家具・装備品製造業]
- 製品の作り方に関する講習会やベンチャーフレンドリー塾に参加するために毎月2回程度、定期的に訪問している。[金属製品製造業]
- 羽田イノベーションシティに入居している同業者を中心とした会合に参加している。[金属製品製造業]
- HANEDA×PiOで機械を借りて研究開発をしたことがある。[生産用機械器具製造業]
- 東京都立産業技術研究センターの支援を受けながら自社のロボットを羽田イノベーションシティに展示させてもらっているため訪問している。[生産用機械器具製造業]

- 羽田イノベーションシティ内の複合型コミュニティラウンジ「Creadisce」において、「大田のお土産 100 選」に選ばれた製品等、数点の自社製品を販売しているため、毎月訪問している。[生産用機械器具製造業]

#### 【現場の声：受発注の実績・経緯】

- 羽田イノベーションシティには優工場のネットワーク会議で訪問した。そこで知り合った仲間と今でも付き合いが続いており、その中で受発注が発生している。[金属製品製造業]
- 羽田イノベーションシティにおいて、大田区産業振興協会が主催した展示会「曲げ展」に参加し、自社の特殊な技術を紹介する機会があった。その結果、他社から相談や、また他社への提案の機会につながった。[プラスチック製品製造業]
- 羽田イノベーションシティを通じて、大学に対して搬送用のロボット（モーター）の受注実績がある。[電子部品・デバイス・電子回路製造業]
- 羽田イノベーションシティで企業や大田区産業振興協会との打ち合わせのために訪問した際に、大田区産業振興協会の運営する YouTube に出演した。間接的ではあるが、大田区産業振興協会の YouTube が発信源になり受注につながった。[窯業・土石製品製造業]
- 羽田イノベーションシティに取引先の開発部門があり、以前から訪問している。羽田イノベーションシティができた当初から受注実績もある。[電気機械器具製造業]

#### 【現場の声：羽田イノベーションシティに期待すること】

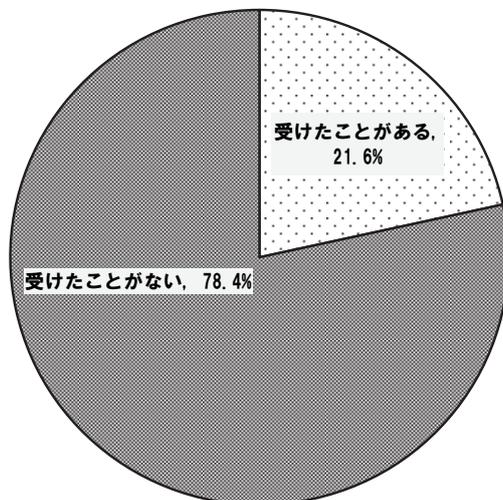
- 羽田イノベーションシティには定期的に勉強会のため訪問しているが、具体的な受注等はない。より利益に直結するような機会提供等があればよい。[プラスチック製品製造業]
- 同業者を中心とした会合に参加しているが、今のところ受注に結び付いたような実績はない。羽田イノベーションシティは観光地化しているところもあり、ビジネス目的での有効な活用の仕方が分かりづらい。[金属製品製造業]
- 企業としては発信の機会が大切である。そのため、区は広報・発信に強いところと協力しつつ、羽田空港に近いという発信力を活用して区内企業を周知してほしい。[窯業・土石製品製造業]

### 3-13 支援機関との関わり

直近1年間における支援機関から支援や助言を受けた経験については、「受けたことがない」の割合が8割弱(78.4%)を占め、「受けたことがある」の2割強(21.6%)を大きく上回っている[図 167]。

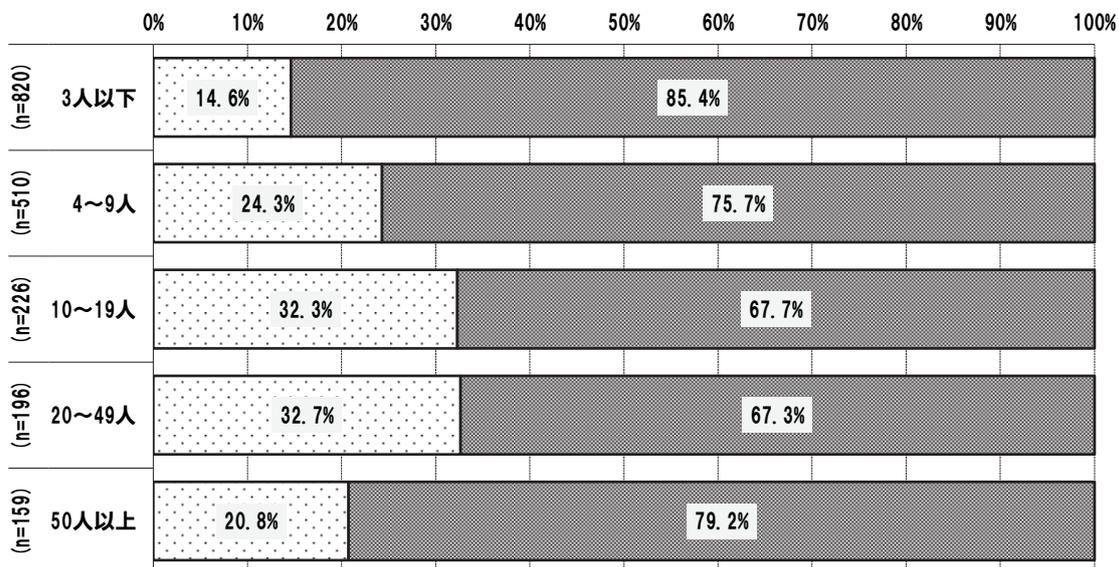
図 167. 支援機関から支援・助言を受けた経験の有無

(n=1923)



会社全体の従業員規模別にみると、支援や助言を「受けたことがある」事業所の割合は、「10～19人」と「20～49人」の事業所で高くそれぞれ3割強(32.3%、32.7%)を占める[図 168]。

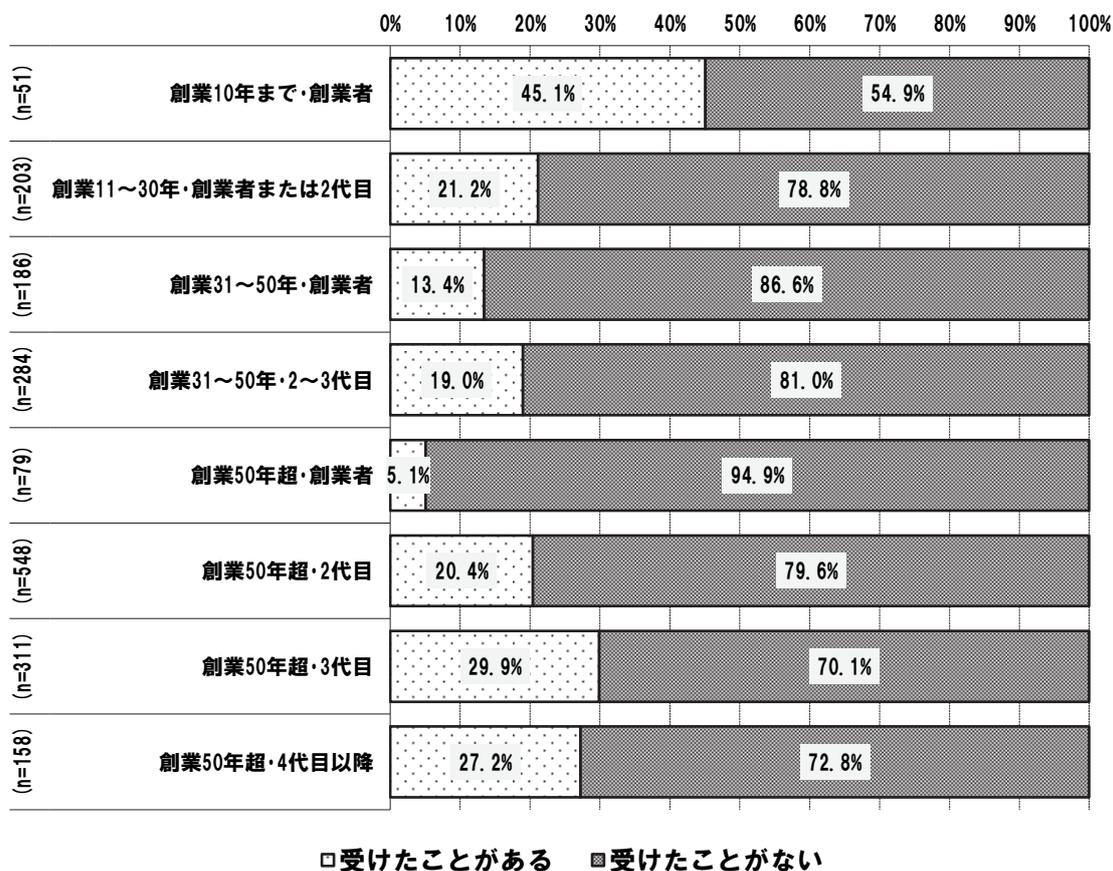
図 168. 支援機関から支援・助言を受けた経験の有無 <従業員規模別>



□受けたことがある ■受けたことがない

企業のライフステージ別にみると、「受けたことがある」割合が最も高いのは「創業10年まで・創業者」で5割弱（45.1%）を占める。次いで、「創業50年超・3代目」が約3割（29.9%）、「創業50年超・4代目以降」が3割弱（27.2%）の順となっており、支援機関に対するニーズは、社歴が短い企業の事業所と社歴が長く事業承継が進んでいる企業の事業所で高くなる傾向がある〔図169〕。

図 169. 支援機関から支援・助言を受けた経験の有無 <企業のライフステージ別>



支援や助言を受けた目的については、「資金調達・設備投資」の割合が最も高く 6 割強（62.9%）を占め、「経営の強化・改善」の 4 割弱（36.8%）がこれに次ぐ[図 170]。

加えて、支援や助言を受けた支援機関をその目的別にみると、目的によって支援先が異なる傾向がうかがえる。例えば、「経営の強化・改善」目的であれば「士業（中小企業診断士、税理士、公認会計士、弁護士等）」が 4 割弱（38.9%）と高く、「資金調達・設備投資」目的であれば「金融機関」が 5 割強（55.6%）と高い。それ以外の目的であれば、「大田区、大田区産業振興協会」や「東京都、東京都中小企業振興公社、東京都立産業技術研究センター」等を挙げる事業所が多くみられる[表 19]。

図 170. 支援や助言を受けた目的（複数回答設問）

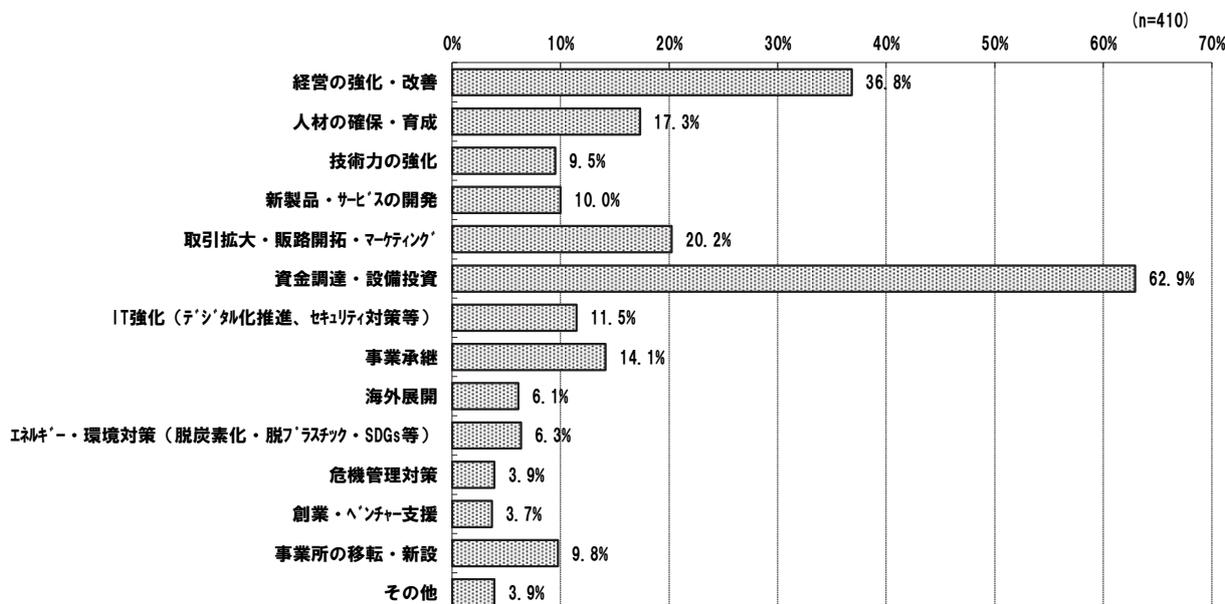


表 19. 支援や助言を受けた支援機関（複数回答設問）

	合計	大田区、大田区産業振興協会	東京都、東京都中小企業振興公社、東京都立産業技術研究センター	国（経済産業省、中小企業庁、関東経済産業局等）、外郭団体（中小企業基盤整備機構、NEDO等）	業界団体（商工会議所、工業連合会・工業会、中小企業関係組合等）	金融機関	教育機関（高校、高等専門学校、大学等）	士業（中小企業診断士、税理士、公認会計士、弁護士等）	その他
経営の強化・改善	149 100.0%	27 18.1%	25 16.8%	4 2.7%	19 12.8%	40 26.8%	3 2.0%	58 38.9%	3 2.0%
人材の確保・育成	70 100.0%	13 18.6%	24 34.3%	6 8.6%	7 10.0%	11 15.7%	8 11.4%	13 18.6%	7 10.0%
技術力の強化	39 100.0%	9 23.1%	9 23.1%	7 17.9%	3 7.7%	3 7.7%	4 10.3%	4 10.3%	7 17.9%
新製品・サービスの開発	41 100.0%	11 26.8%	8 19.5%	8 19.5%	2 4.9%	3 7.3%	3 7.3%	5 12.2%	6 14.6%
取引拡大・販路開拓・マーケティング	82 100.0%	31 37.8%	20 24.4%	4 4.9%	14 17.1%	21 25.6%	2 2.4%	11 13.4%	5 6.1%
資金調達・設備投資	257 100.0%	66 25.7%	39 15.2%	25 9.7%	7 2.7%	143 55.6%	2 0.8%	29 11.3%	8 3.1%
IT強化	46 100.0%	6 13.0%	21 45.7%	6 13.0%	3 6.5%	2 4.3%	0 0.0%	2 4.3%	9 19.6%
事業承継	58 100.0%	6 10.3%	13 22.4%	3 5.2%	8 13.8%	16 27.6%	1 1.7%	17 29.3%	5 8.6%
海外展開	25 100.0%	14 56.0%	6 24.0%	1 4.0%	1 4.0%	2 8.0%	0 0.0%	2 8.0%	1 4.0%
エネルギー・環境対策	26 100.0%	4 15.4%	10 38.5%	5 19.2%	4 15.4%	3 11.5%	0 0.0%	1 3.8%	5 19.2%
危機管理対策	16 100.0%	1 6.3%	7 43.8%	3 18.8%	0 0.0%	1 6.3%	0 0.0%	2 12.5%	3 18.8%
創業・ベンチャー支援	15 100.0%	8 53.3%	2 13.3%	3 20.0%	0 0.0%	2 13.3%	0 0.0%	2 13.3%	3 20.0%
事業所の移転・新設	40 100.0%	21 52.5%	4 10.0%	4 10.0%	2 5.0%	6 15.0%	0 0.0%	5 12.5%	4 10.0%
その他	14 100.0%	7 50.0%	0 0.0%	1 7.1%	1 7.1%	5 35.7%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.1%

(注釈) 回答率が30%以上に網掛け



非 製 造 業



## 4 区内に立地するものづくり関連産業の実態

### 4-1 非製造業の実態把握

#### 4-1-1 対象事業所と分析区分

本調査では、ものづくり産業に関連すると考えられる非製造業分野について「令和3年経済センサス-活動調査」から日本標準産業分類の小分類単位で抽出し、さらに、令和3年以降の新規開設事業所等を加え調査母集団を設定している。「令和3年経済センサス-活動調査」を中心とした調査対象事業所の産業分類別の構成は以下の通りである[表20]。

表 20. 「令和3年経済センサス-活動調査」等より抽出した非製造業の事業所数

産業分類		事業所数	構成比
097	パン・菓子製造業	1	0.05%
140	管理、補助的経済活動を行う事業所	1	0.05%
151	印刷業	5	0.23%
152	製版業	1	0.05%
244	建設用・建築用金属製品製造業（製缶板金業を含む）	1	0.05%
245	金属素形材製品製造業	1	0.05%
260	管理、補助的経済活動を行う事業所	1	0.05%
273	計量器・測定器・分析機器・試験機・測量機械器具・理化学機械器具製造業	1	0.05%
282	電子部品製造業	1	0.05%
291	発電用・送電用・配電用電気機械器具製造業	1	0.05%
310	管理、補助的経済活動を行う事業所	1	0.05%
391	ソフトウェア業	296	13.54%
392	情報処理・提供サービス業	50	2.29%
401	インターネット附随サービス業	44	2.01%
531	建築材料卸売業	137	6.27%
532	化学製品卸売業	117	5.35%
533	石油・鉱物卸売業	27	1.24%
534	鉄鋼製品卸売業	76	3.48%
535	非鉄金属卸売業	46	2.10%
536	再生資源卸売業	71	3.25%
541	産業機械器具卸売業	324	14.82%
543	電気機械器具卸売業	218	9.97%
549	その他の機械器具卸売業	69	3.16%
593	機械器具小売業（自動車、自転車を除く）	162	7.41%
702	産業用機械器具賃貸業	38	1.74%
711	自然科学研究所	25	1.14%
726	デザイン業	37	1.69%
743	機械設計業	64	2.93%
882	産業廃棄物処理業	63	2.88%
901	機械修理業（電気機械器具を除く）	122	5.58%
902	電気機械器具修理業	41	1.88%
912	労働者派遣業	73	3.34%
-	産業分類不詳（令和3年経済センサスのデータセットにない事業所）	71	3.25%
合計		2186	100%

（注釈）令和3年経済センサスで製造業に区分されている事業所のうち、本調査において自事業所は非製造業に該当すると申告した事業所には非製造業向け調査票を配布している。同様に、令和3年経済センサスで非製造業の区分に該当するとされている事業のうち、自事業所は製造業に該当すると申告した事業所には製造業向けの調査票を配布している。上表は、令和3年経済センサスに基づく産業分類ではなく、本調査の回答ベースで区分したものである。

（資料）総務省「経済センサス-活動調査」（令和3年）等より作成

また、回収票については、日本標準産業分類に基づき、回答事業所の業種区分を次の6つに集約し集計・分析を行った〔表 21〕。

表 21. 回答事業所に関する分析区分(6 区分)

分析区分（業種区分）	該当する産業分類（中分類）	該当事業所数
1. 情報通信サービス業	情報サービス業、インターネット付随サービス業	138
2. 卸売業（建築材料、鉱物、金属材料等、機械器具）	建築材料、鉱物・金属材料等卸売業、機械器具卸売業	609
3. 機械器具小売業	機械器具小売業	78
4. 学術研究・技術サービス業	学術・開発研究機関、専門サービス業技術サービス業	59
5. 機械等修理業	機械等修理業	71
6. その他	※ 上記以外の回答事業所	100
産業分類不詳（令和3年経済センサスのデータセットにない事業所）		22
合計（回答事業所数）		1077

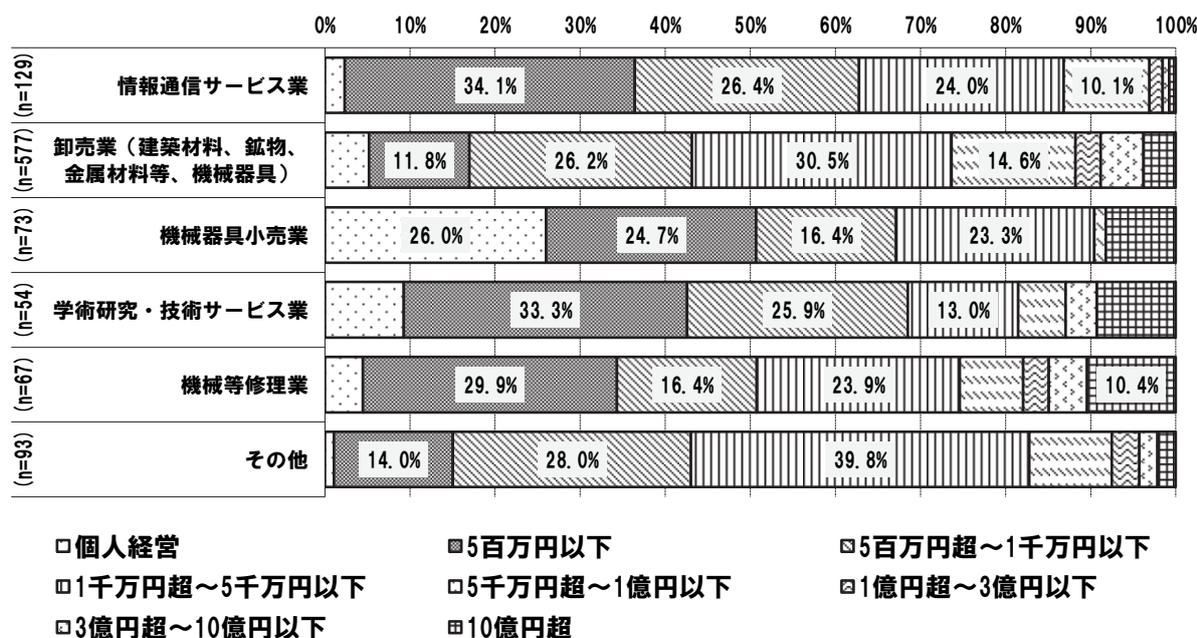
（資料）総務省「経済センサス・活動調査」（令和3年）等より作成

#### 4-1-2 回答事業所の概要

##### ① 事業規模

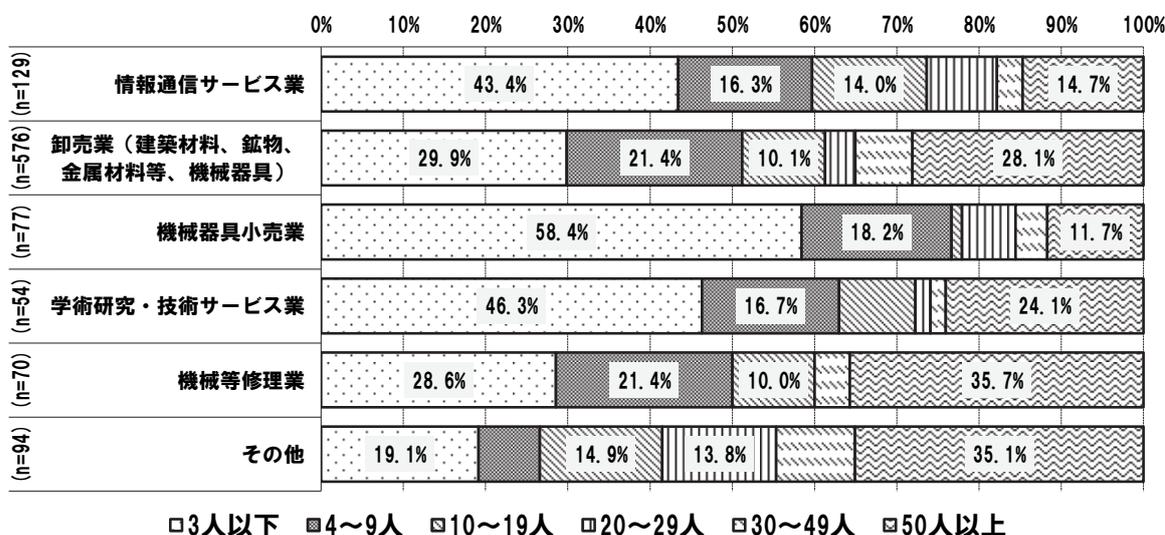
回答事業所の資本金をみると、資本金の規模が「1千万円超～5千万円以下」の事業所は、「その他」の業種で約4割（39.8%）を占め、次いで「卸売業」で約3割（30.5%）を占める。一方、資本金の規模が「5百万円以下」の事業所は、「情報通信サービス業」、「学術研究・技術サービス業」に多く、それぞれ3割強（34.1%、33.3%）を占め、次いで、「機械等修理業」は約3割（29.9%）、「機械器具小売業」は2割強（24.7%）の順である[図 171]。

図 171. 資本金 <業種区分別>



会社全体の従業者規模をみると、「3人以下」の小規模事業所は、「機械器具小売業」では6割弱（58.4%）を占める。次いで、「学術研究・技術サービス業」は5割弱（46.3%）、「情報通信サービス業」は4割強（43.4%）を占め、これらの業種では小規模事業所が多いことがうかがえる。なかでも「機械器具小売業」は、6割弱（58.4%）を占める「3人以下」、2割弱（18.2%）を占める「4～9人」の合計、すなわち「9人以下」の事業所が8割弱（76.6%）を占める[図 172]。

図 172. 従業者数(会社全体) <業種区分別>



創業年をみると、「情報通信サービス業」では、「1990～2000年代」に創業した事業所が5割強（54.7%）を占める。加えて、約2割（19.5%）を占める「2010年代」、1割未満（1.6%）である「2020年以降」の合計、すなわち「1990年以降」に創業した事業所が他の業種に比べて多く、8割弱（75.8%）を占める。次いで、「学術研究・技術サービス業」も「1990年以降」に創業した事業所が多く、5割強（53.9%）を占める。一方、「卸売業」では「1949年以前」に創業した事業所が2割強（21.4%）を占め、3割強（31.8%）を占める「1950～1960年代」と合わせた「1960年代まで」に創業した社歴50年超の事業所が5割強（53.2%）と多いことがうかがえる[図173]。

図173. 創業年 <業種区分別>

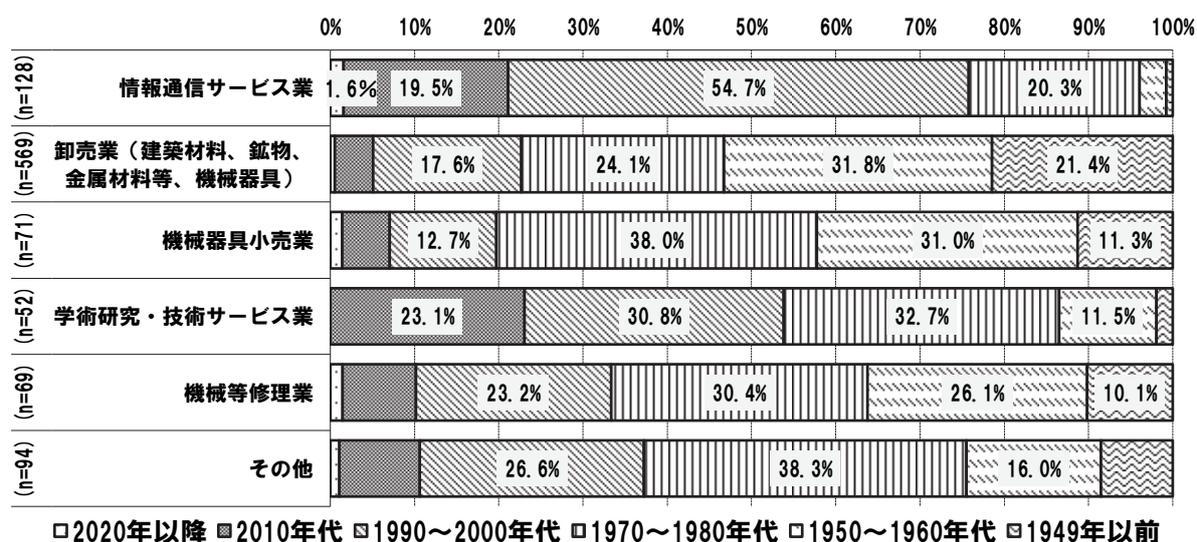
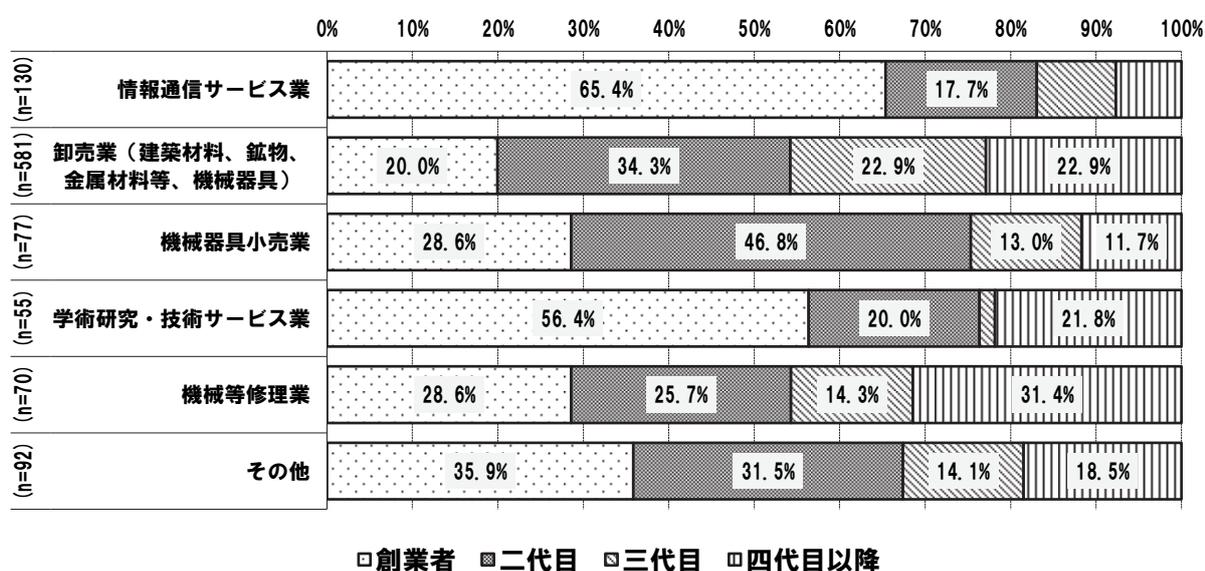


図173で示したように、1990年以降に創業した事業所が多い「情報通信サービス業」では、現在の経営者は「創業者」が7割弱（65.4%）を占め、次いで「学術研究・技術サービス業」においても「創業者」が6割弱（56.4%）を占める。

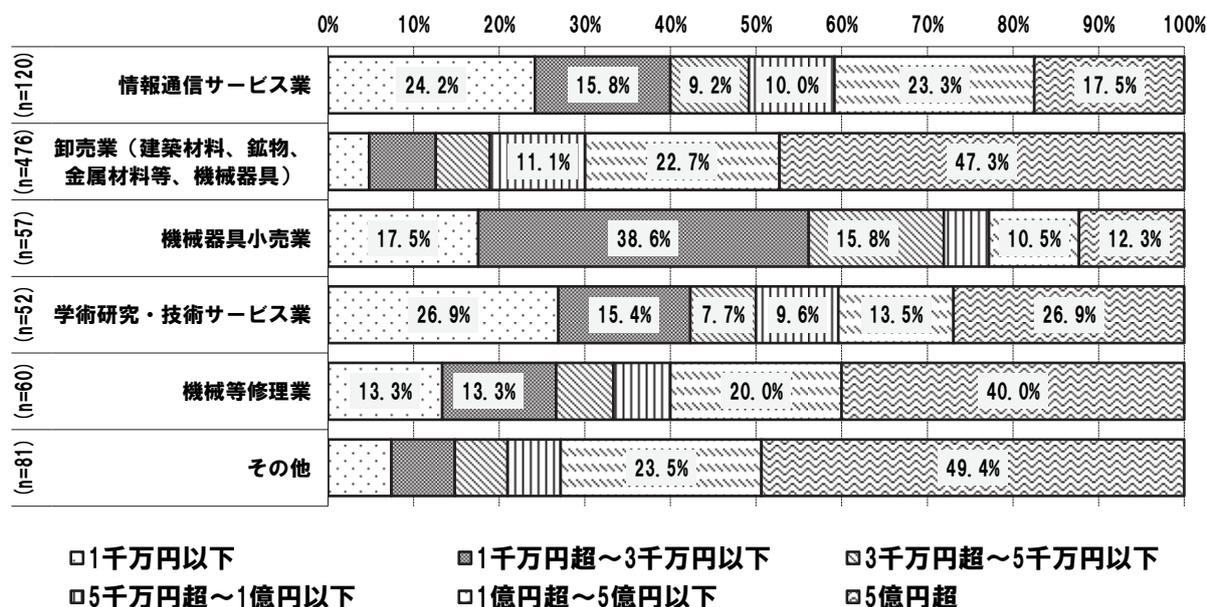
一方、1960年代までに創業した事業所が多い「卸売業」では、「二代目」、「三代目」、「四代目以降」の合計、すなわち現経営者が二代目以降の割合が約8割（80.0%）を占める。次いで、「機械器具小売業」、「機械等修理業」はそれぞれ7割強（71.4%、71.4%）を占める[図174]。

図174. 経営者の代 <業種区分別>



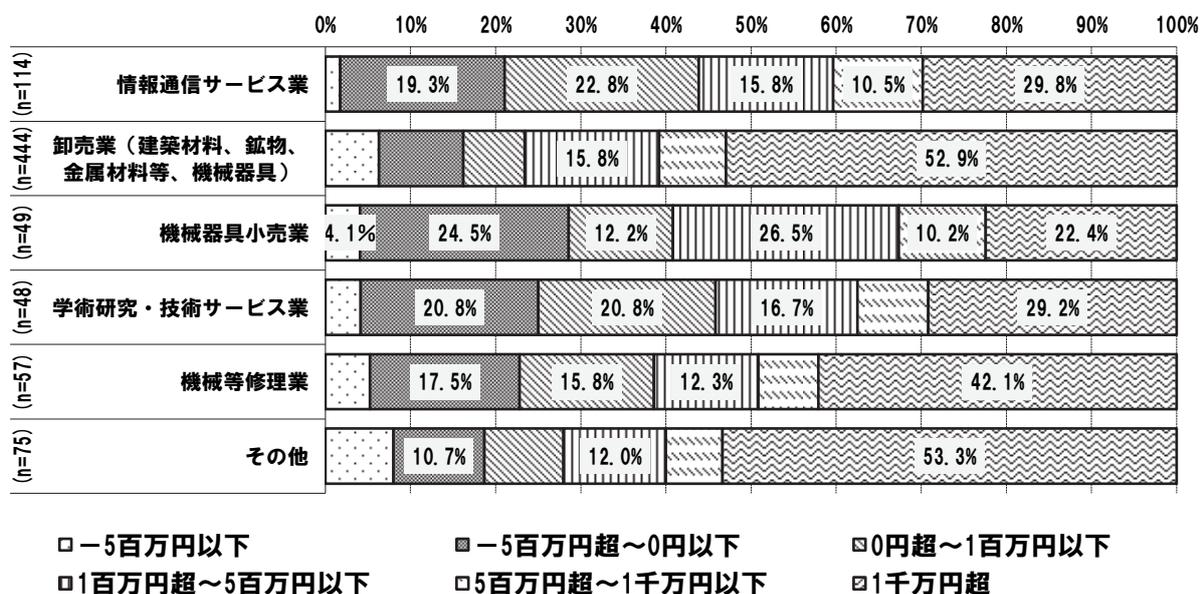
会社全体の売上（収入）金額について業種区別にみると、「その他」の業種では「5億円超」と回答した事業所が約5割（49.4%）を占める。次いで、「卸売業」は5割弱（47.3%）、「機械等修理業」は4割（40.0%）を占める。また、「学術研究・技術サービス業」では、「1千万円以下」と「5億円超」がそれぞれ3割弱（26.9%）を占めており、同業種内で売上の状況に二極化がみられる[図175]。

図 175. 売上(収入)金額（会社全体）＜業種区分別＞



会社全体の営業利益では、多くの業種で「1千万円超」との回答が最も多く、なかでも「卸売業」、「その他」の業種では、「1千万円超」がそれぞれ5割強（52.9%、53.3%）を占める。一方、「機械器具小売業」は「1千万円超」と回答した事業所が2割強（22.4%）と他業種に比べ少なく、加えて1割未満（4.1%）である「-5百万円以下」、2割強（24.5%）を占める「-5百万円超～0円以下」の合計、すなわち営業利益が赤字である事業所が3割弱（28.6%）という特徴がみられる[図176]。

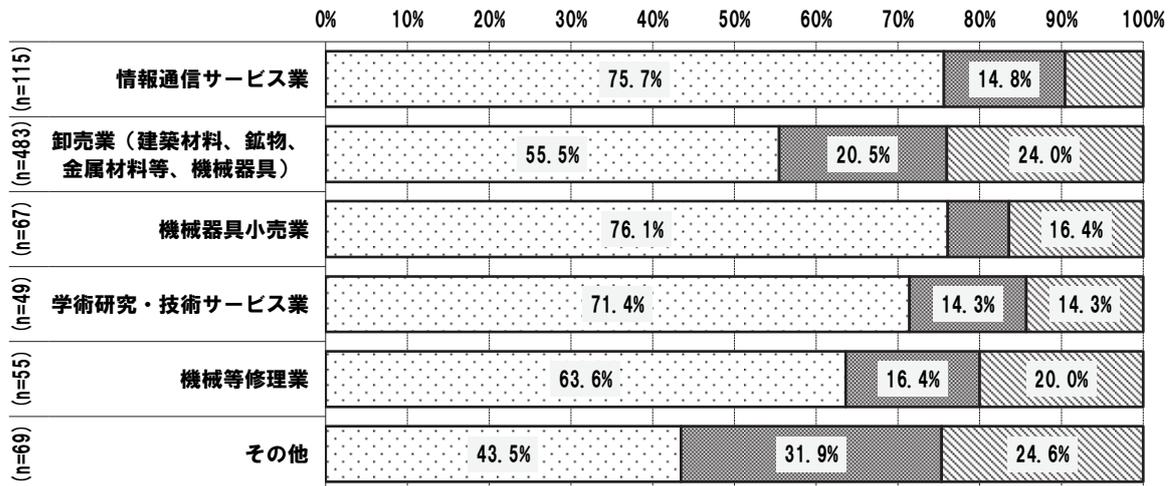
図 176. 営業利益（会社全体）＜業種区分別＞



## ② 事業所の位置づけ

回答事業所の本所・支所の区分をみると、いずれの業種区分も「単独事業所」の割合が最も高い。なかでも、「機械器具小売業」、「情報通信サービス業」は「単独事業所」がそれぞれ8割弱（76.1%、75.7%）を占め、次いで「学術研究・技術サービス業」では7割強（71.4%）を占め、これらの業種で単独事業所が特に多いことがうかがえる[図 177]。

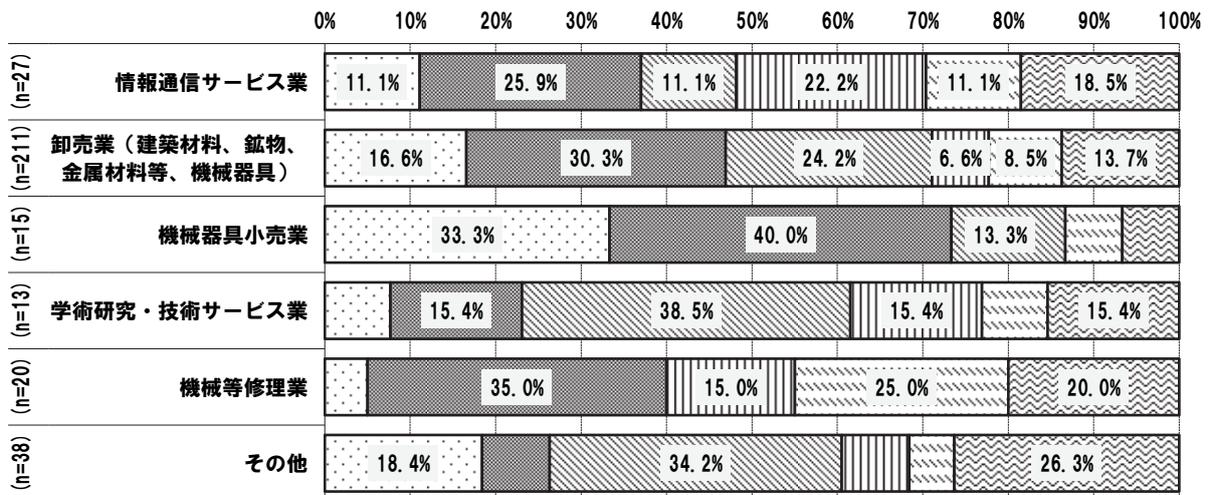
図 177. 事業所の本所・支所の区分 <業種区分別>



- 単独事業所（他の場所に本社・本店、支社・支店がない事業所）
- 本所・本社・本店（他の場所に支所・支社・支店があり、それらを統括する事業所）
- ▨ 支所・支社・支店（他の場所にある本所・本社・本店の統括を受けている事業所）

事業所の従業者規模について、「機械器具小売業」では、3割強（33.3%）を占める「3人以下」と4割（40.0%）を占める「4～9人」の合計、すなわち「9人以下」の事業所が7割強（73.3%）を占め、他業種と比べ小規模な事業所が多いことがうかがえる[図 178]。

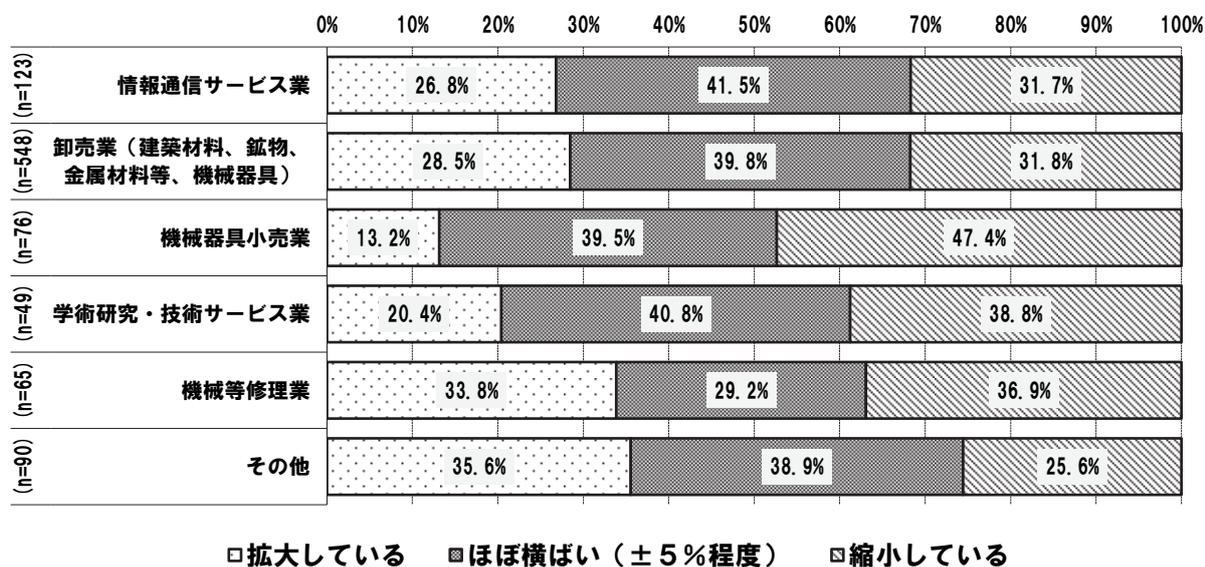
図 178. 従業者数（回答事業所） <業種区分別>



- 3人以下
- 4～9人
- ▨ 10～19人
- ▩ 20～29人
- 30～49人
- 50人以上

また、5年前と比較した事業所の売上（収入）金額の推移について、「機械器具小売業」は「縮小している」と回答した事業所が5割弱（47.4%）を占め、他業種と比べて売上が縮小した事業所が多いことがわかる[図 179]。

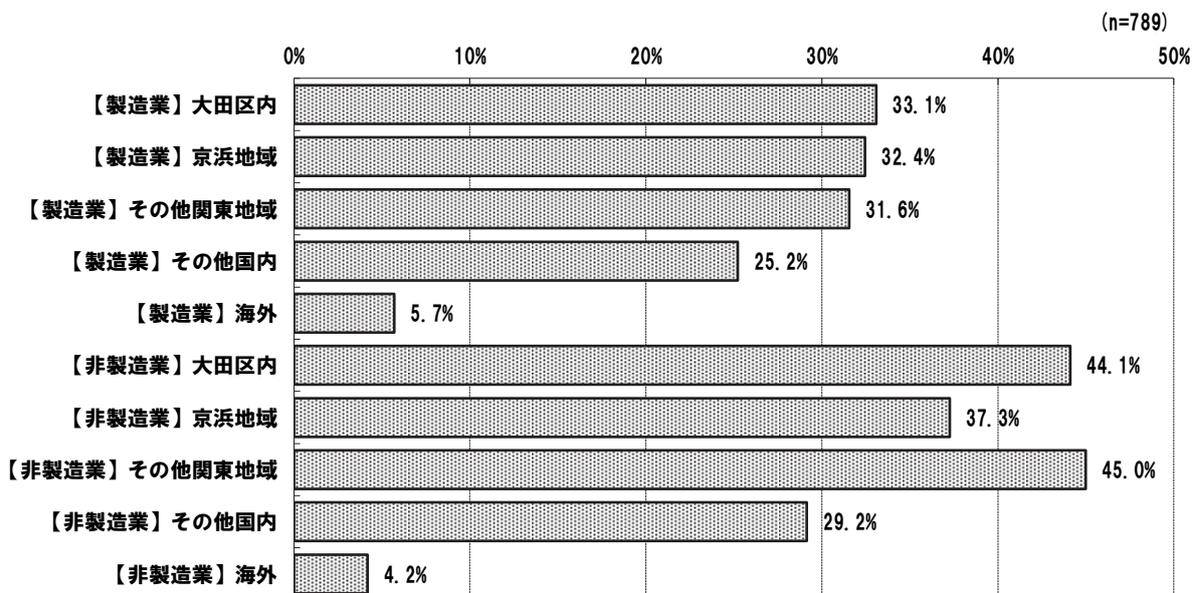
図 179. 5年前と比較した売上(収入)金額の推移 <業種区分別>



### 4-1-3 取引先の概況と製造業との取引実態

区内に立地するものづくり関連産業（非製造業）では、非製造業との取引が比較的多く、なかでも「その他関東地域」に立地する事業所との取引は、5割弱（45.0%）を占める。次いで「大田区内」は4割強（44.1%）、「京浜地域」は4割弱（37.3%）を占める。製造業との取引は「大田区内」に立地する事業所との取引が多く、3割強（33.1%）を占め、次いで「京浜地域」、「その他関東地域」もそれぞれ3割強（32.4%、31.6%）を占める[図 180]。

図 180. 商品・サービスの販売・提供先の「業種」、「立地地域」



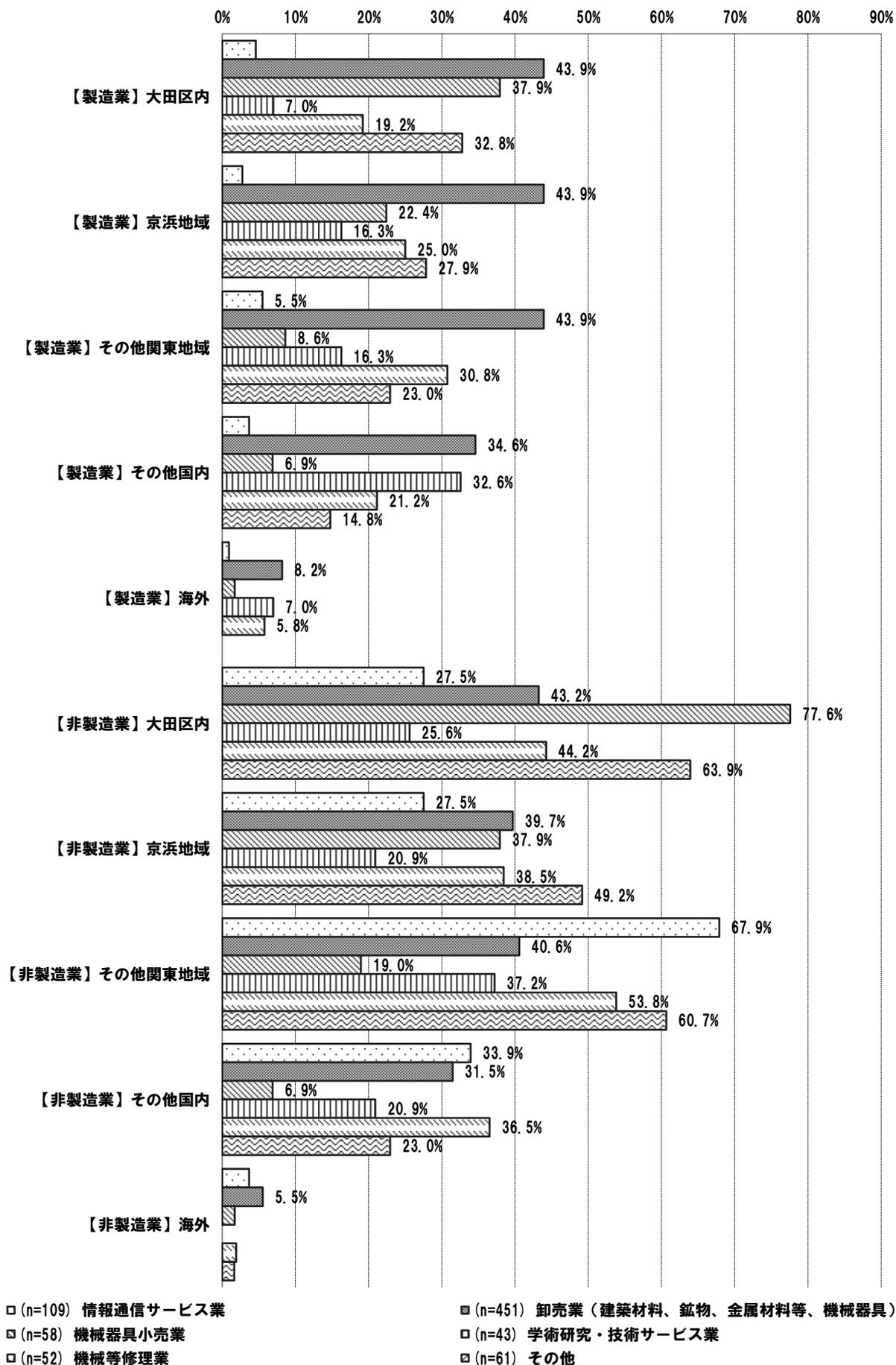
また、業種区分別に商品・サービスの販売・提供先地域をみると、多くの区分において、非製造業との取引が多いことがわかる[図 181]。

さらに、次頁図 181のうち、業種区分ごとに最も多くの事業所が取引を行う相手先地域をまとめたものが次の表 22である。多くの業種区分で、「大田区内」や「その他関東地域」等、自事業所の近郊に立地する非製造業との取引が多いことがうかがえる。なかでも、「機械器具小売業」、「その他」の業種では大田区内の事業所との取引がそれぞれ8割弱（77.6%）、6割強（63.9%）と多いことがわかる。一方、「卸売業」は製造業との取引が多く、特に「大田区内」、「京浜地域」、「その他関東地域」に立地する製造業との取引がそれぞれ4割強（43.9%）と多いことがうかがえる。

表 22. 事業所の業種区分別にみた商品・サービスの販売・提供先のシェア(1)

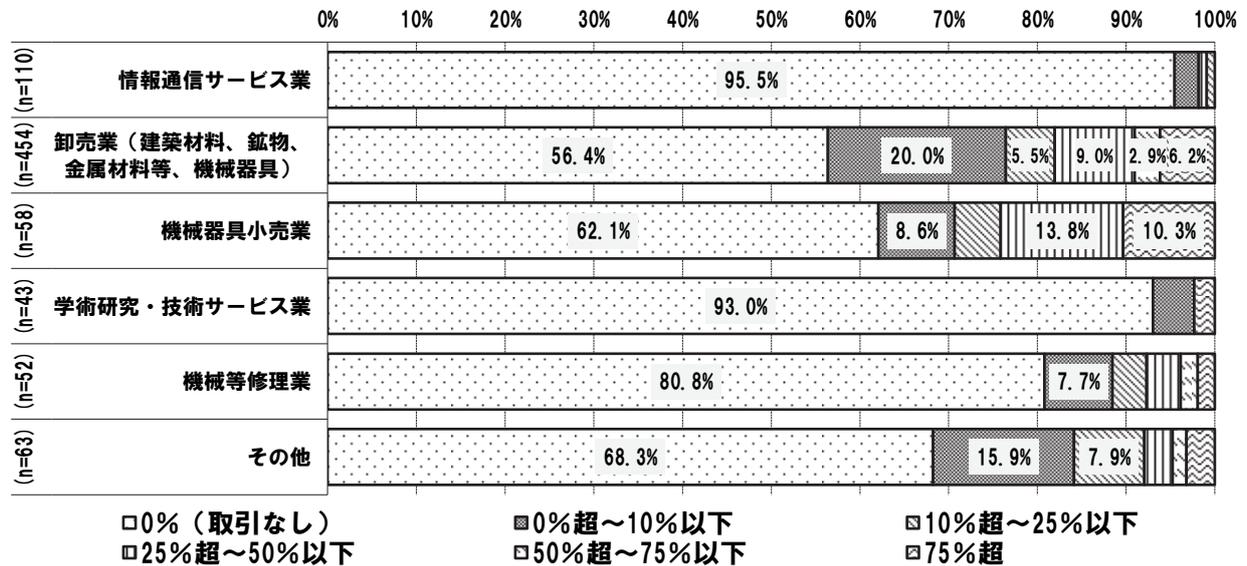
業種区分	商品・サービスの販売・提供先として、最も多くの事業所が挙げた地域	
	回答割合	地域
情報通信サービス業(n=109)	67.9%	【非製造業】その他関東地域
卸売業(建築材料、鉱物、金属材料等、機械器具)(n=451)	43.9%	【製造業】大田区内、【製造業】京浜地域、【製造業】その他関東地域
機械器具小売業(n=58)	77.6%	【非製造業】大田区内
学術研究・技術サービス業(n=43)	37.2%	【非製造業】その他関東地域
機械等修理業(n=52)	53.8%	【非製造業】その他関東地域
その他(n=61)	63.9%	【非製造業】大田区内

図 181. 事業所の業種区別にみた商品・サービスの販売・提供先のシェア(2) <業種区分別>



なお、売上に占める大田区内の製造業との取引シェアをみると「卸売業」は、6割弱（56.4%）を占める「0%（取引なし）」を除いた「0%超～75%超」の合計が4割強（43.6%）を占め、他業種に比べ、区内製造業との取引が比較的多く行われていることがうかがえる。一方、「情報通信サービス業」は「0%（取引なし）」が10割弱（95.5%）、次いで「学術研究・技術サービス業」は9割強（93.0%）を占め、区内製造業者との取引が少ないことがうかがえる〔図 182〕。

図 182. 商品・サービスのシェア(売上に占める構成比)【対大田区内の製造業】<業種区分別>



#### 4-1-4 事業所の売上の推移

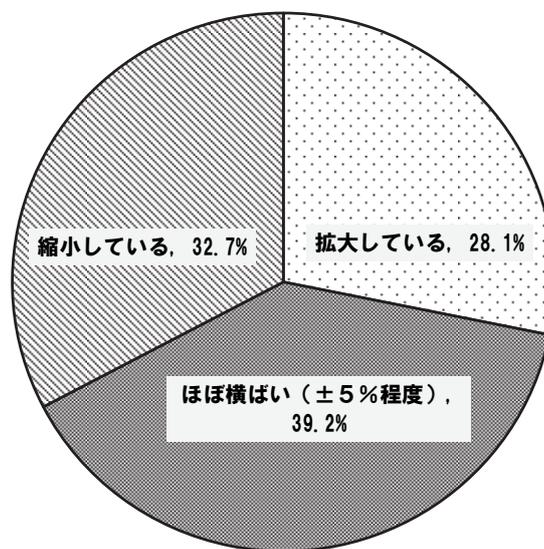
##### ① 対製造業の売上

区内に立地する非製造業の事業所の約4割(39.2%)は、過去5年間の売上の推移について「ほぼ横ばい(±5%程度)」としている。一方、「縮小している」とした事業所が3割強(32.7%)を占め、3割弱(28.1%)を占める「拡大している」を上回っており、全体としてみると、横ばいあるいはややマイナス基調にある。また、過去5年間の対製造業の売上の推移について、約4割(39.4%)を占める「ほぼ横ばい(±5%程度)」、4割弱(38.3%)を占める「縮小している」の合計が8割弱(77.7%)を占め、製造業事業所の縮小・廃業が進む中で、それらの事業所と取引のあった関連産業の売上にも影響が生じていることがうかがえる[図183]。

図183. 過去5年間の売上の推移

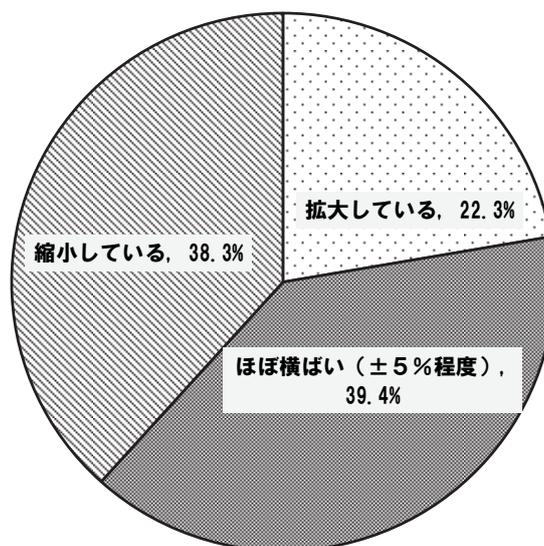
【事業所の売上総額】

(n=970)



【うち、製造業を相手とした売上額】

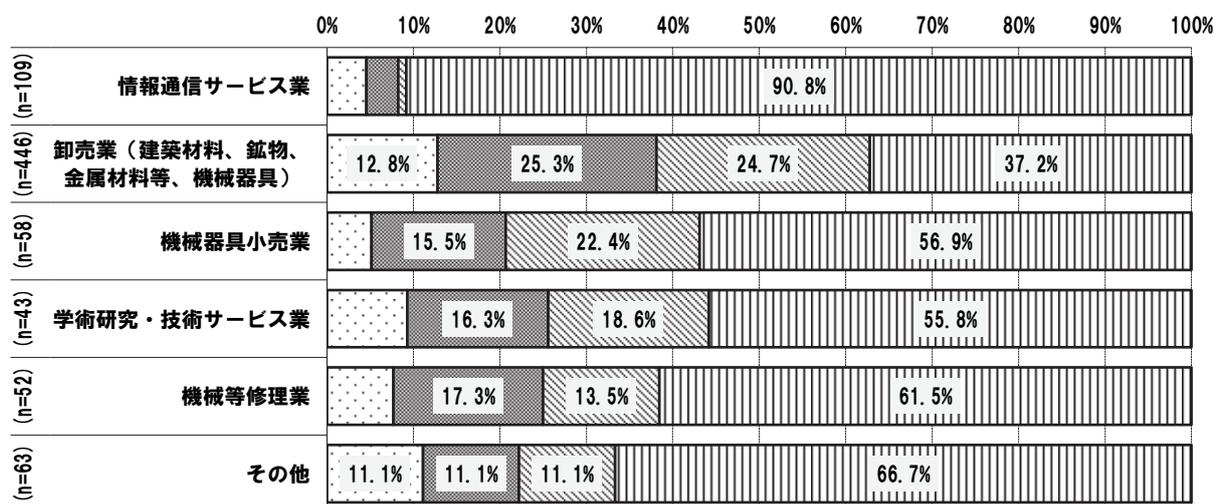
(n=381)



業種区別にみると、「情報通信サービス業」では、「製造業を相手とした売上はない」とする事業所が約9割（90.8%）を占め、他の業種区分に比べ、製造業との取引上の接点は薄いことがうかがえる。また、「機械等修理業」のうち製造業との取引を行う事業所についてみると、対製造業の売上が「拡大している」とする事業所の割合が他業種に比べ比較的高く、4割強（41.9%）を占める[図 184]。

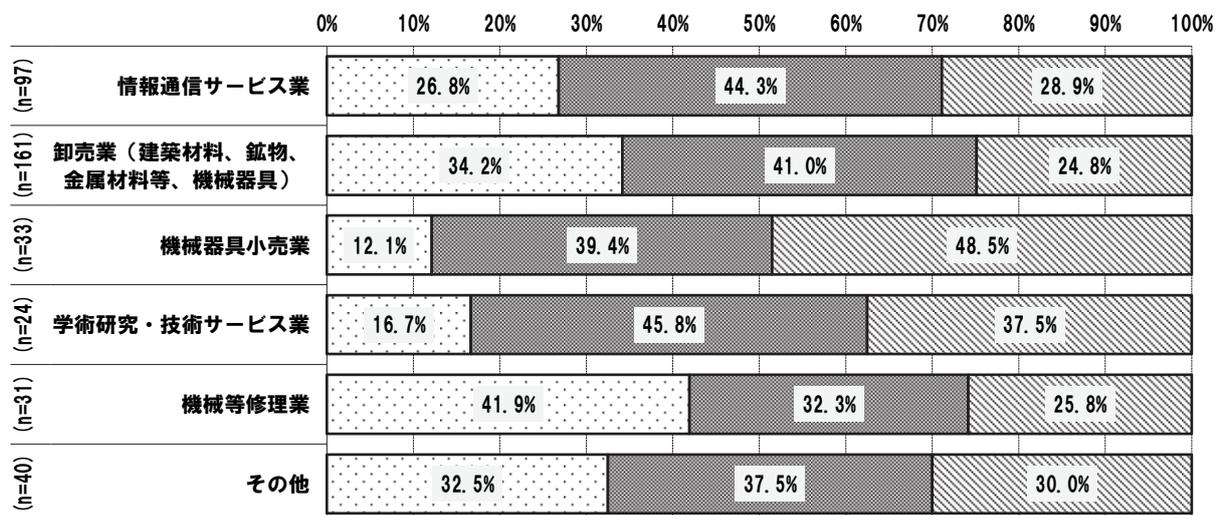
図 184. 過去5年間の売上の推移 <業種区分別>

【製造業を相手とした売上がない事業所を含む集計】



□拡大している ■ほぼ横ばい (±5%程度) ▨縮小している □製造業を相手とした売上はない

【製造業を相手とした売上がない事業所を除く集計】



□拡大している ■ほぼ横ばい (±5%程度) ▨縮小している

## ② 対製造業の売上額の変化の理由

製造業との取引による売上額が拡大している理由として、「既存の販売先への売上の増加」を挙げる事業所が多く7割弱（67.1%）を占める。次いで、「新たな販売先の開拓による売上の増加」が多く、5割強（51.8%）を占める[図 185]。

一方、製造業との取引による売上額が減少している理由としては、「既存の販売先への売上の減少」を挙げる事業所が最も多く8割強（81.8%）を占める[図 186]。

図 185. 製造業との取引による売上額が拡大している理由（複数回答設問）

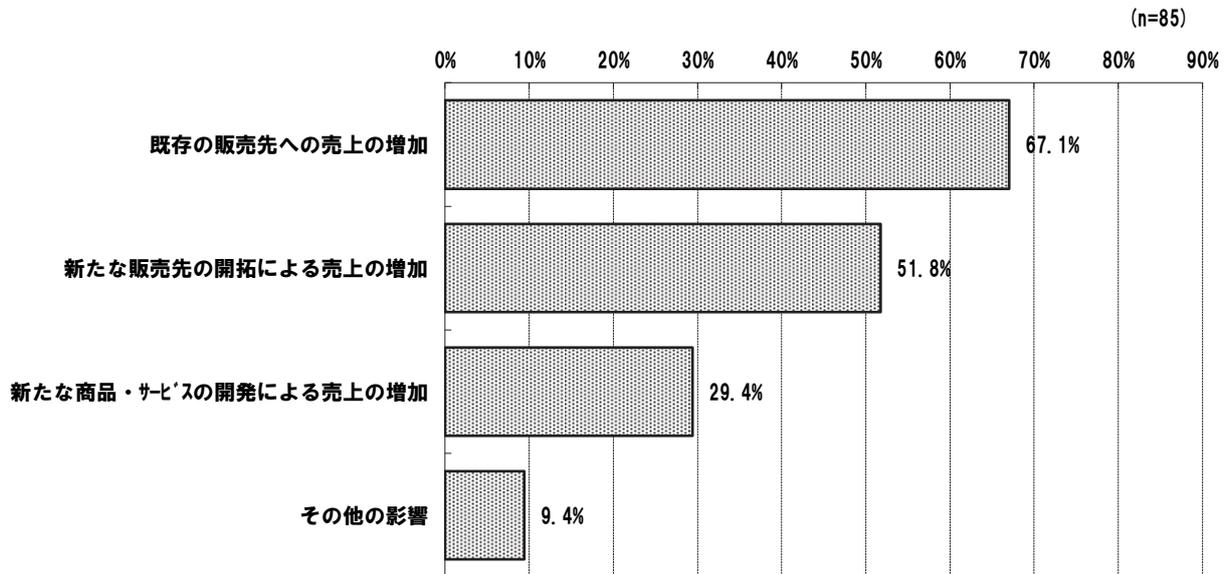
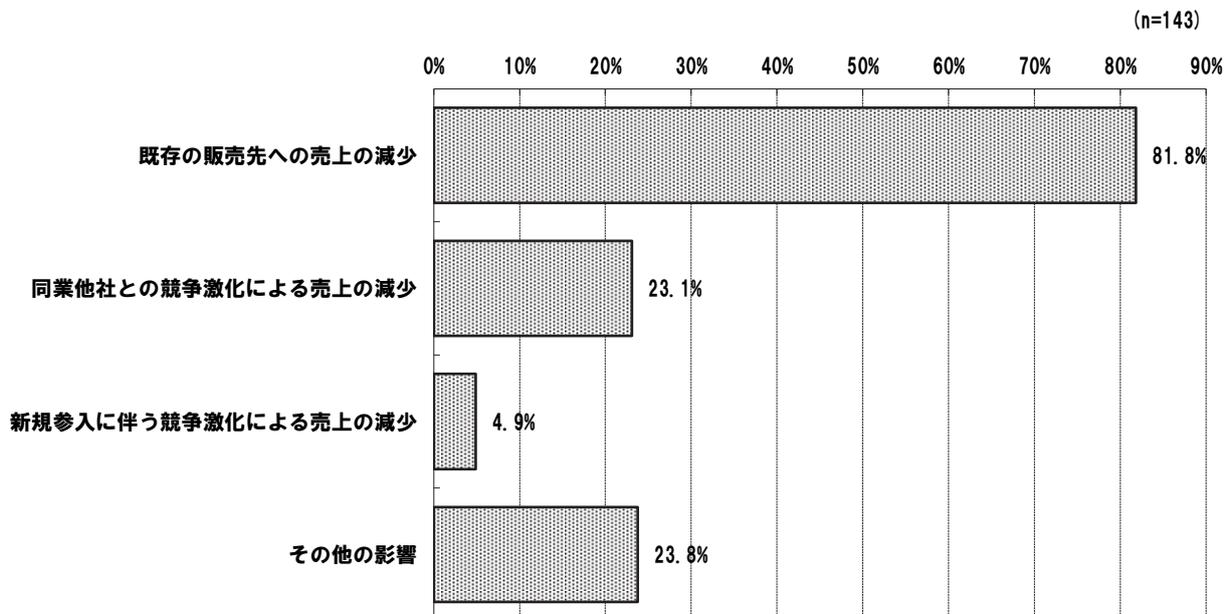


図 186. 製造業との取引による売上額が減少している理由（複数回答設問）



#### 4-1-5 事業内容の変化

過去5年間における事業所の事業内容の変化についてみると、「従来事業の拡大」が4割弱(37.2%)を占め最も多く、約3割(29.1%)を占める「従来事業の縮小」を上回る結果となった。加えて、2割弱(18.4%)を占める「従来事業を維持または拡大しつつ、新事業を開拓」と合わせると、6割弱(55.6%)が事業を拡大傾向であることがうかがえる[図 187]。

業種区別にみると、「その他」の業種では「従来事業の拡大」が5割弱(45.7%)を占める。加えて、2割強(21.4%)を占める「従来事業を維持または拡大しつつ新事業を開拓」との合計は、7割弱(67.1%)を占め最も高く、次いで、6割弱(57.8%)を占める「卸売業」、5割強(53.2%)を占める「情報通信サービス業」、約5割(50.9%)を占める「機械等修理業」の順で高く、多くの業種で事業が拡大傾向にあることがうかがえる。一方、「機械器具小売業」では、「従来事業の縮小」が5割(50.0%)を占め、他業種と異なり、従来事業が縮小傾向であることがうかがえる[図 188]。

図 187. 過去5年間における事業内容の変化

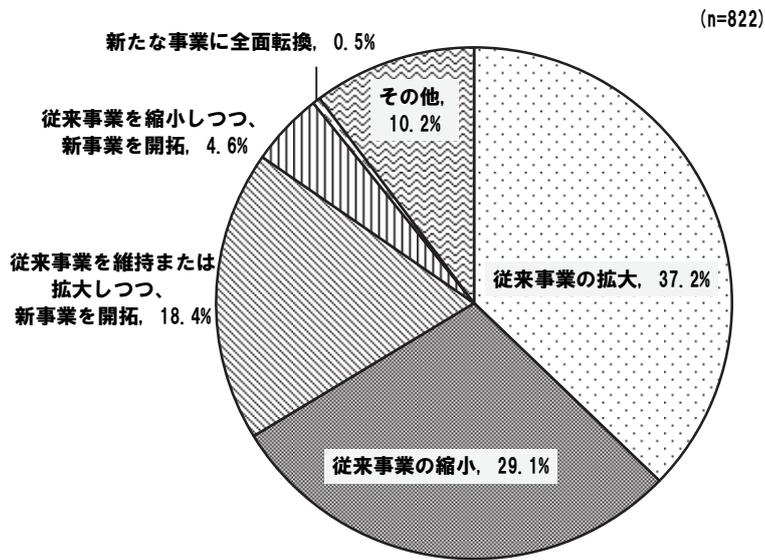
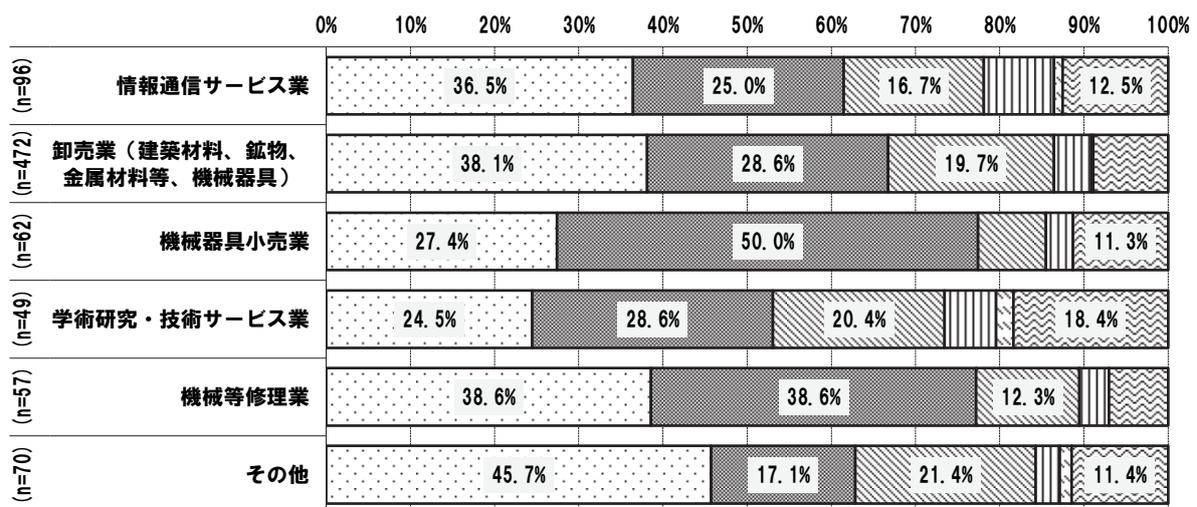


図 188. 過去5年間における事業内容の変化 <業種区分別>



- 従来事業の拡大
- 従来事業の縮小
- ▨ 従来事業を維持または拡大しつつ、新事業を開拓
- ▧ 従来事業を縮小しつつ、新事業を開拓
- ▩ 新たな事業に全面転換
- その他

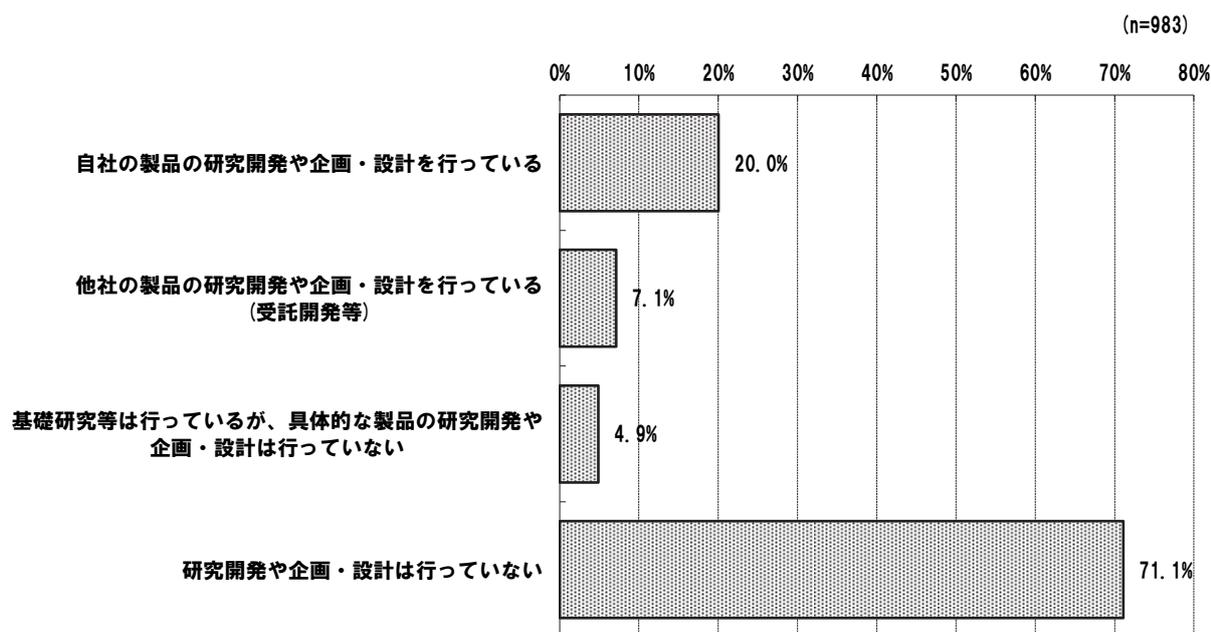
#### 4-1-6 研究開発、製品の企画設計に関する取組

##### ① 取組の実施状況

製品の研究開発や企画・設計の実施状況について、区内に立地する非製造業のうち7割強(71.1%)は「研究開発や企画・設計は行っていない」と回答している。一方、「自社の製品の研究開発や企画・設計を行っている」と回答した事業所が2割(20.0%)を占める[図 189]。

自社製品または他社製品の研究開発や企画・計画を行う事業所の業務内容(自由回答)をみると、その内容は「販売管理システム」、「会計ソフトウェア」等のシステム開発関連や「プリンター」、「オーディオ製品」、「通信機器」等の電子機器関連、「印刷物・ロゴの企画・提案」、「玩具の企画・提案」等のサービス関連等がうかがえる。

図 189. 製品の研究開発、企画・設計の実施状況(複数回答設問)



##### 【自社製品または他社製品の研究開発や企画・設計に関する自由回答例】

###### ■ 製造機械関連

コンターマシン、開先加工機、えぐり機、錠前、非常用電源装置、特殊工業用潤滑油

###### ■ 環境・エネルギー関連

発電機

###### ■ 電子機器関連

プリンター、光演出装置、ドライブレコーダー、オーディオ製品(ヘッドホン等)、油圧、流体計測機、漁労機械、通信機器、高圧ガス用油圧装置、スイッチング電源、半導体

###### ■ システム開発関連

システム開発(販売管理、入退室管理、AI搭載宿泊業効率化システム、医療系システム、モニタリング、資金運用管理)、ソフトウェア開発(会計ソフト、自動秤量ソフト、音響による劣化診断)

###### ■ サービス

非臨床試験受託サービス、企画・提案・設計(印刷物、ロゴ、ノベルティ商品、玩具、ライトアップ演出等)、自動車改修

###### ■ その他

ライトアップ演出設計、業務用洗剤・ワックス、位置通報装置、バリアフリー型航空旅客搭乗橋、配管機器Y型ストレーナー、加工食品(コンビニエンスストア商品)、防衛関連、船舶関連、遊戯機器、油処理剤の開発、雑貨、ホームドア

業種区別にみると、「自社の製品の研究開発や企画・設計を行っている」と回答した事業所は「学術研究・技術サービス業」で4割弱(35.8%)を占め、次いで「情報通信サービス業」で3割強(31.5%)を占める。加えて、「他社の製品の研究開発、企画・設計を行っている(受託開発等)」と回答した事業所も、「学術研究・技術サービス業」で4割弱(35.8%)を占め、他の業種区分に比べ顕著に多い[図 190]。

また、事業所の従業員規模別にみると、「自社の製品の研究開発や企画・設計を行っている」と回答した事業所は、従業員規模が大きいほど多い傾向があり、「50人以上」の事業所では4割弱(38.2%)を占め、突出して高い割合を示している[図 191]。

図 190. 製品の研究開発、企画設計の実施状況 <業種区分別> (複数回答設問)

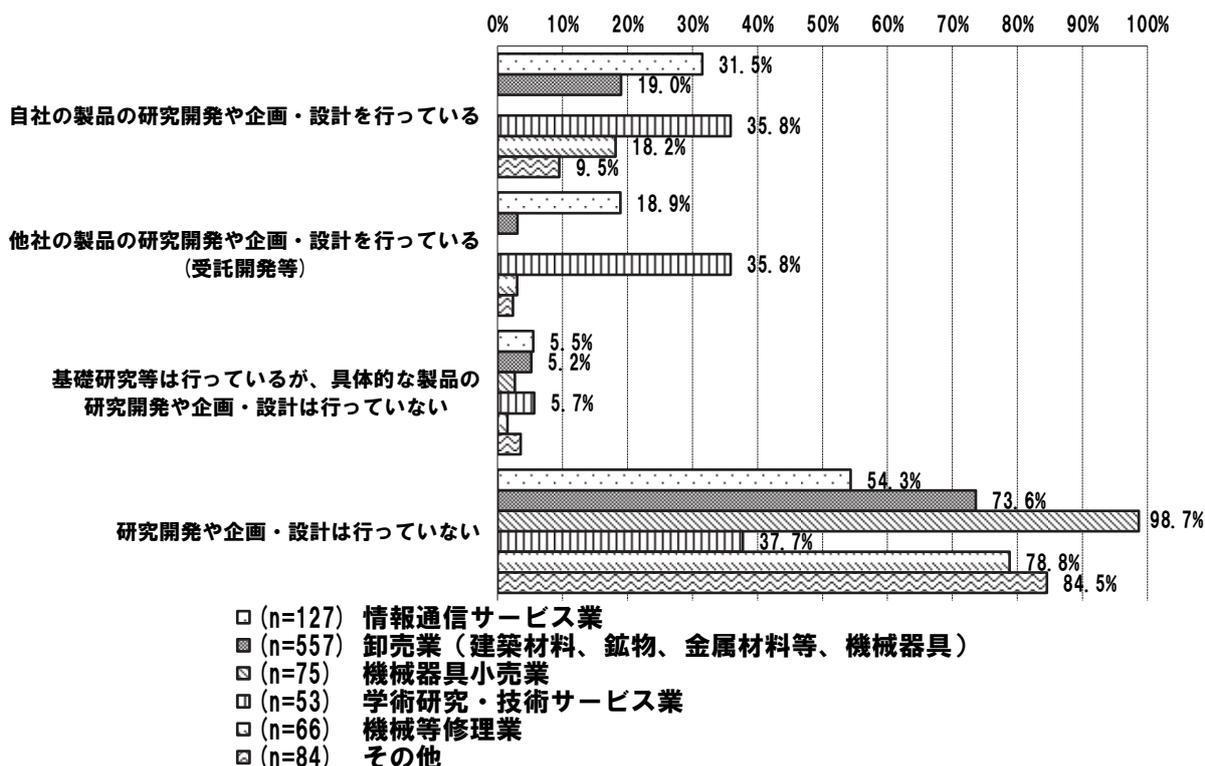
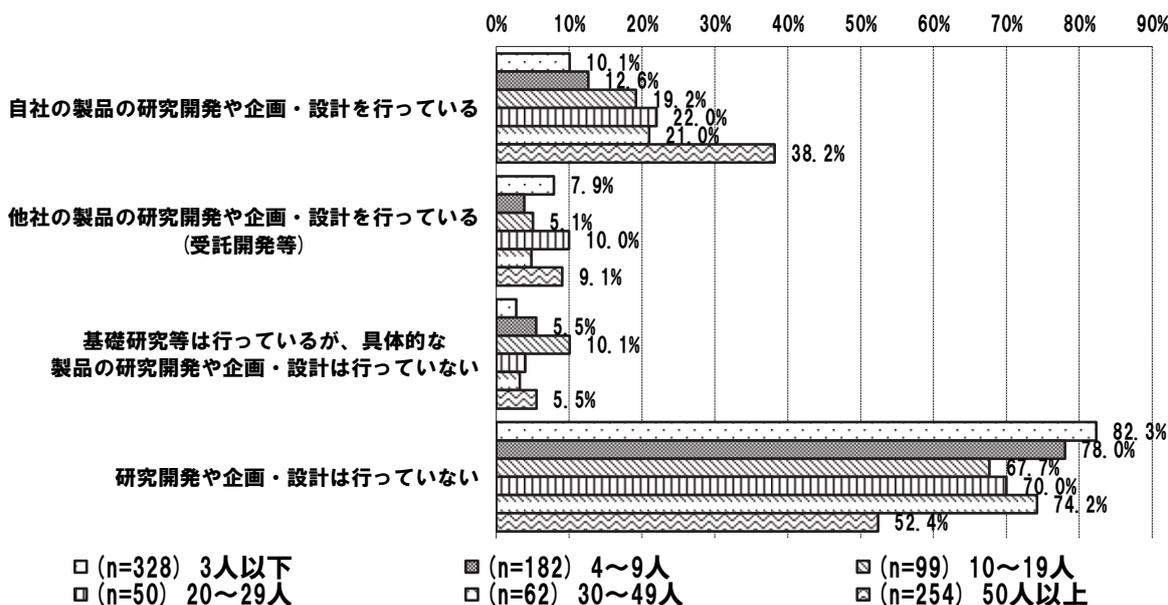


図 191. 製品の研究開発、企画設計の実施状況 <事業所の従業員規模別> (複数回答設問)



研究開発や製品の企画・設計を行う事業所のなかで、自事業所が担う機能として、7割弱(68.9%)が「製品の研究開発、企画・設計」を挙げている[図 192]。

特に研究開発、企画・設計を手がける事業所の割合が高い「情報通信サービス業」、「学術研究・技術サービス業」では、自事業所で「製品の研究開発、企画・設計」を手がけているとする事業所が9割弱(それぞれ89.6%、86.2%)を占める。さらに、「情報通信サービス業」では研究開発や企画・設計だけでなく、「製品のアフターサービス・メンテナンス」が7割弱(68.8%)、「学術研究・技術サービス業」では「製品の試作」が6割弱(58.6%)を占める[図 193]。

図 192. 研究開発、企画・設計における事業所の役割 (複数回答設問)

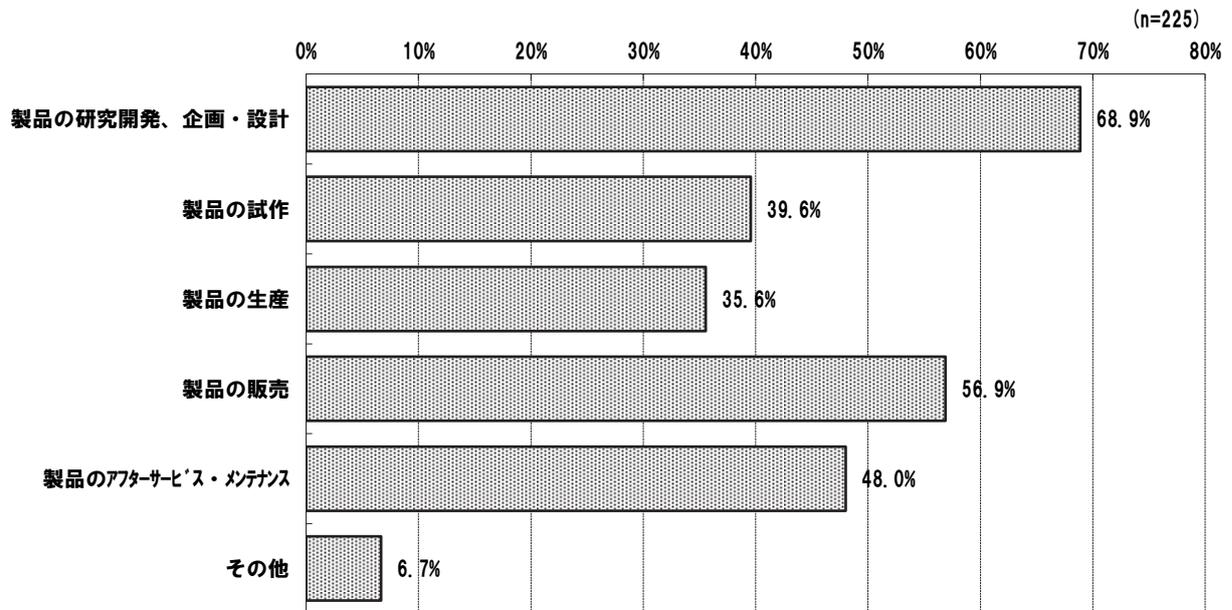
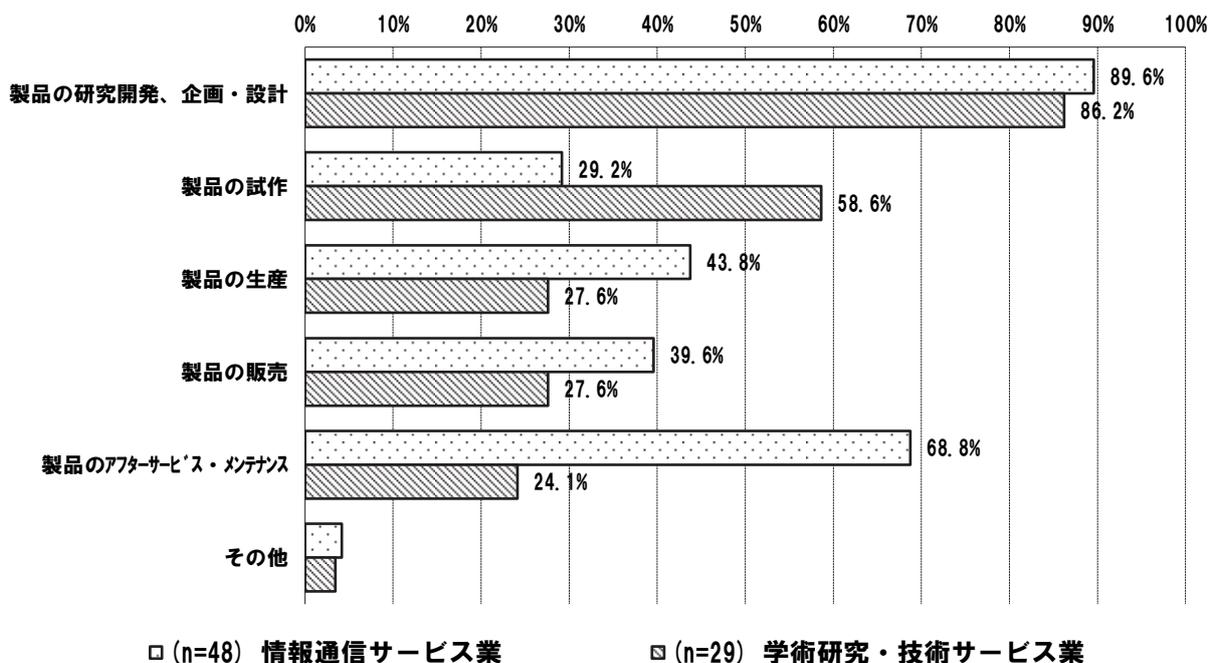


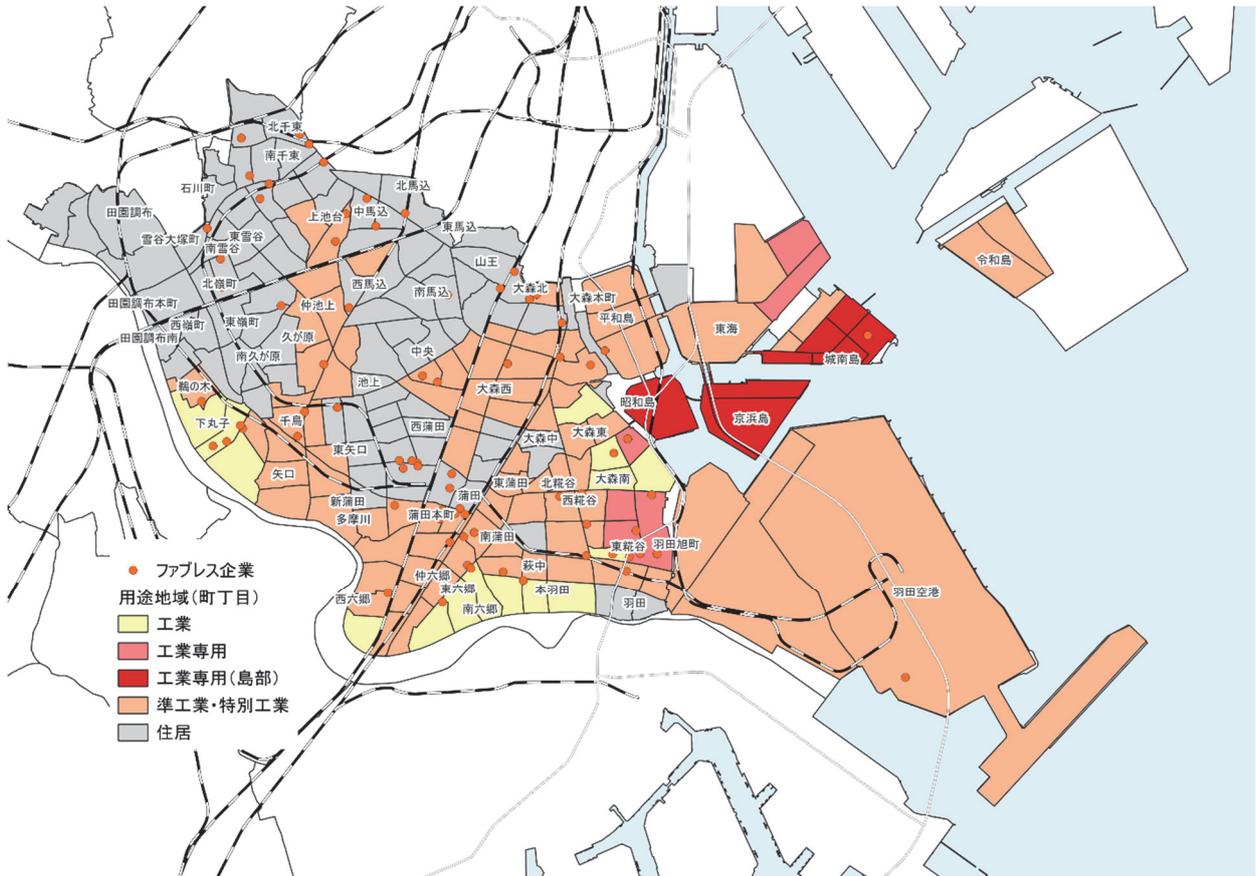
図 193. 研究開発、企画・設計における事業所の役割 <業種区分別> (複数回答設問)



区内には、自社では生産設備を持たず、外部に製造を委託するファブレス企業が存在する。ファブレス企業は、自社の研究開発や企画・設計等の場面において、区内ものづくり産業に対し製品製造の発注を行うなど、密接な関係にある。非製造業の事業所のうち一定数が社内で自社製品あるいは他社製品の「研究開発や企画・設計を行っている」と回答している[p.149-図 189]。このうち、「製品の研究開発、企画・設計」または「製品の試作」をしており、かつ、「製品の生産」をしていない企業を「ファブレス企業」と位置づける。

これらの事業所は住居系の用途地域にも立地しており、工場を持たず、事業所内で製造や加工を行わないファブレス企業も区内には分散立地していることが読み取れる[図 194]。

図 194. 製品の企画・設計や試作を行う事業所(ファブレス企業)の立地



(注釈 1) 図のベースマップは国土数値情報データ、国勢調査(令和2年) 小地域(町丁・字等)データを利用して作成  
 (注釈 2) 重ね合わせるベースマップデータの関係から、町丁目の一部が白地表記になっている箇所がある

## ② 生産工程の外部への委託状況

自社製品あるいは他社製品の研究開発、企画・設計を行う事業所の2割強（22.6%）は、「製品の生産の『全て』を他社に委託」している。加えて、「自社で、製品の生産の『一部』を行い、他社にも『一部』の生産を委託している」の4割弱（37.7%）と合わせると約6割（60.3%）が他社に製品の一部・全てを委託している[図 195]。

また、研究開発や製品の企画・設計を手がける事業所が比較的多い「情報通信サービス業」、「学研究・技術サービス業」について生産形態をみると、「情報通信サービス業」では、「自社で、製品の生産の『全て』を行う」と回答した事業所が5割強（54.2%）を占める。一方、「学研究・技術サービス業」では、「自社で、製品の生産の『一部』を行い、他社にも『一部』の生産を委託している」の4割弱（37.0%）と「製品の生産の『全て』を他社に委託している」の3割弱（25.9%）を合わせた6割強（62.9%）が業務の一部または全てを他社に委託をしていることがうかがえる[図 196]。

図 195. 企画・設計を行う製品の生産形態

(n=212)

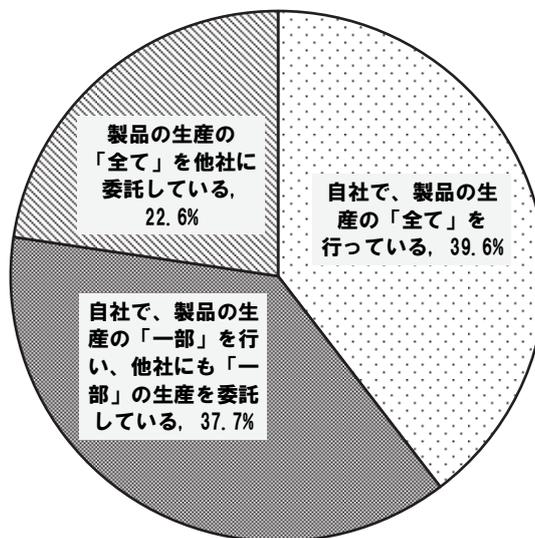
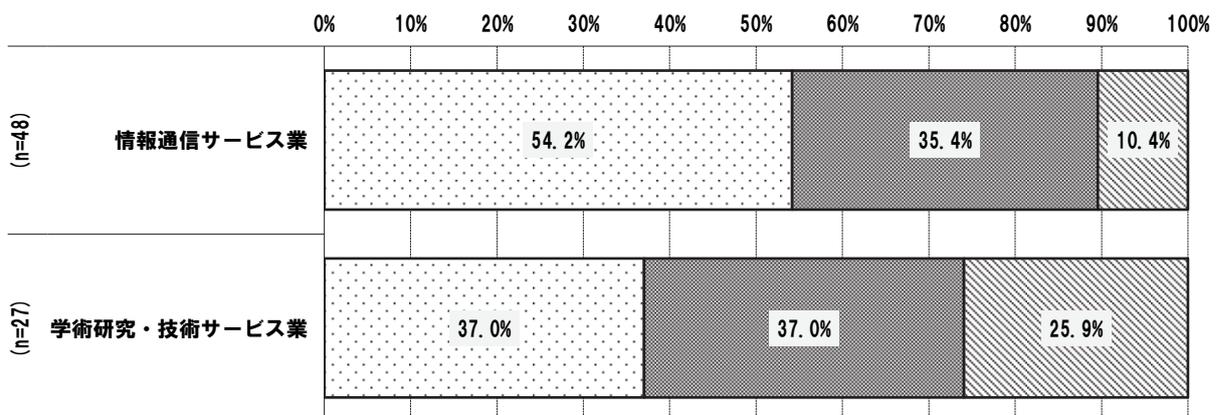


図 196. 企画・設計を行う製品の生産形態 <業種区分別>

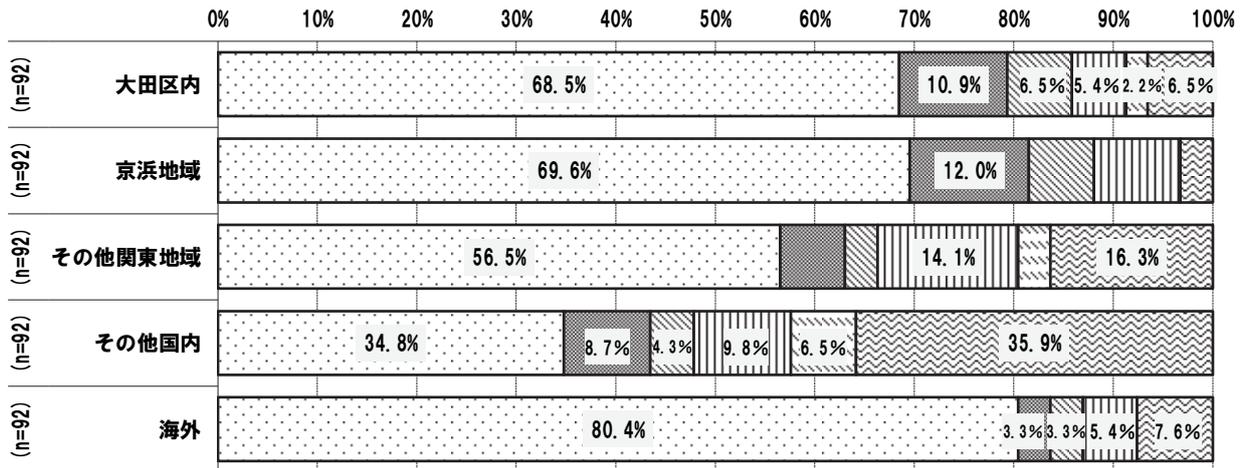


- 自社で、製品の生産の「全て」を行っている
- 自社で、製品の生産の「一部」を行い、他社にも「一部」の生産を委託している
- ▨ 製品の生産の「全て」を他社に委託している

企画・設計を行う製品の生産工程の委託額について、「委託先地域別」かつ「委託費全体に占める割合別」に整理したところ、大田区内への委託が「0%（取引なし）」とする事業所が7割弱（68.5%）を占めるが、残りの3割強（31.5%）は大田区内の事業所への委託実績を有することが明らかとなった。

なお、「その他国内」については、3割強（34.8%）を占める「0%（取引なし）」を除くと、7割弱（65.2%）が委託実績を有することがうかがえる。また、「海外」への委託については、約8割（80.4%）を占める「0%（取引なし）」を除くと、約2割（19.6%）が委託実績を有することがうかがえる[図197]。

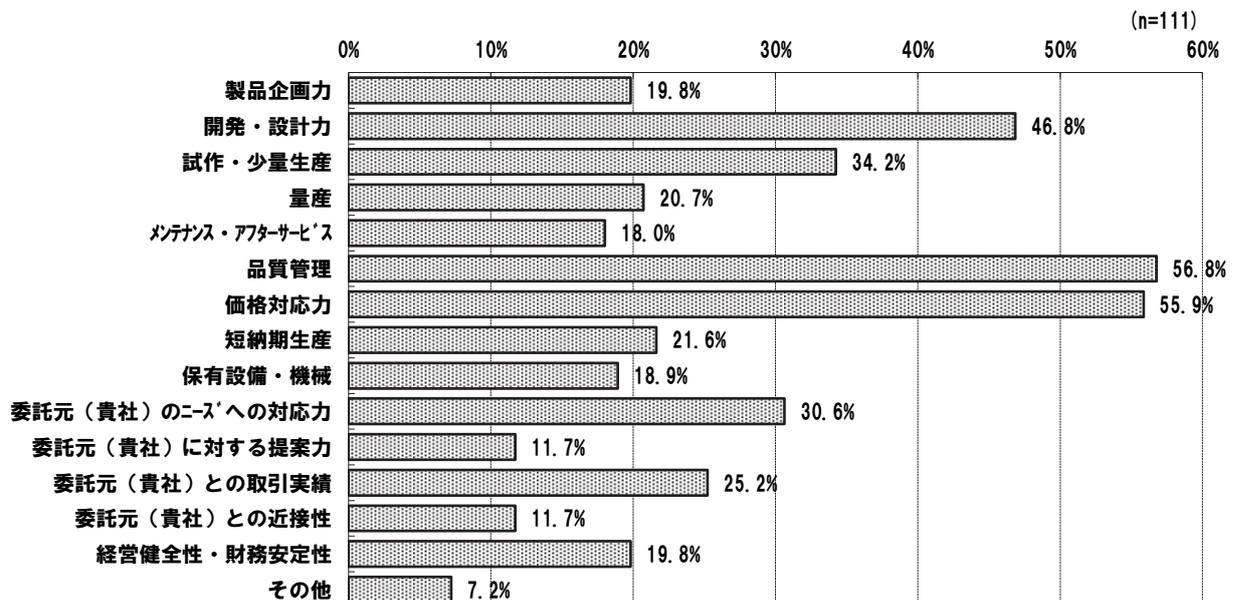
図 197. 企画・設計を行う製品の委託先地域(委託費に占める構成比)



□0%（取引なし） ■0%超～10%以下 ▨10%超～25%以下  
 ▩25%超～50%以下 □50%超～75%以下 □75%超

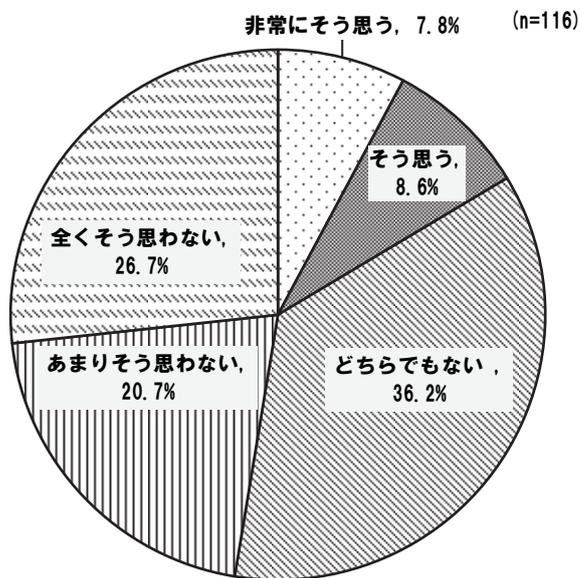
生産委託先を選定する際の基準をみると、「品質管理」が最も高く6割弱（56.8%）を占め、次いで「価格対応力」も6割弱（55.9%）を占める。こうした点から、価格と品質を中心に委託先を選定している実態がうかがえる[図198]。

図 198. 生産委託先を選定する際の基準(複数回答設問)



また、区内における新たな生産委託先の開拓意向として、4 割弱（36.2%）が「どちらでもない」と回答している。なお、区内での委託先開拓に積極的な姿勢を示す事業所（「非常にそう思う」、「そう思う」と回答した事業所）がそれぞれ 1 割弱（7.8%、8.6%）である一方、3 割弱（26.7%）を占める「全くそう思わない」、約 2 割（20.7%）を占める「あまりそう思わない」を合わせ、5 割弱（47.4%）が区内での生産委託先の開拓に消極的な意向を示していることがうかがえる〔図 199〕。

図 199. 区内における新たな生産委託先の開拓に関する意向



#### 4-1-7 事業所が抱える課題、今後の展望

##### ① 事業所が抱える経営上の課題

区内に立地する非製造業が抱える経営上の課題についてみると、「仕入れ価格の高騰」が5割弱（46.9%）を占め最も多く、昨今の物価高に大きく影響を受けていることがうかがえる。

また、「若手従業員の確保」が5割弱（45.0%）、「若手従業員の育成」が約3割（29.4%）、「従業員の高齢化」が約4割（40.3%）を占め、人材確保に関する課題を挙げる事業所が目立つ[図 200]。

業種区別にみると、「卸売業」や「機械器具小売業」では、「仕入れ価格の高騰」を課題とする事業所の割合がそれぞれ約6割（60.9%）、5割（50.0%）と突出して高く、他業種区分に比べて厳しい市場環境にあることがうかがえる。

また、多くの業種で「従業員の高齢化」「若手従業員の確保」に課題があると回答しているが、なかでも「機械等修理業」や「その他」では「若手従業員の確保」を課題として回答した事業所がそれぞれ6割弱（57.1%）、約6割（59.6%）と多い特徴がみられる[図 201]。

図 200. 事業所が抱える経営上の課題（複数回答設問）

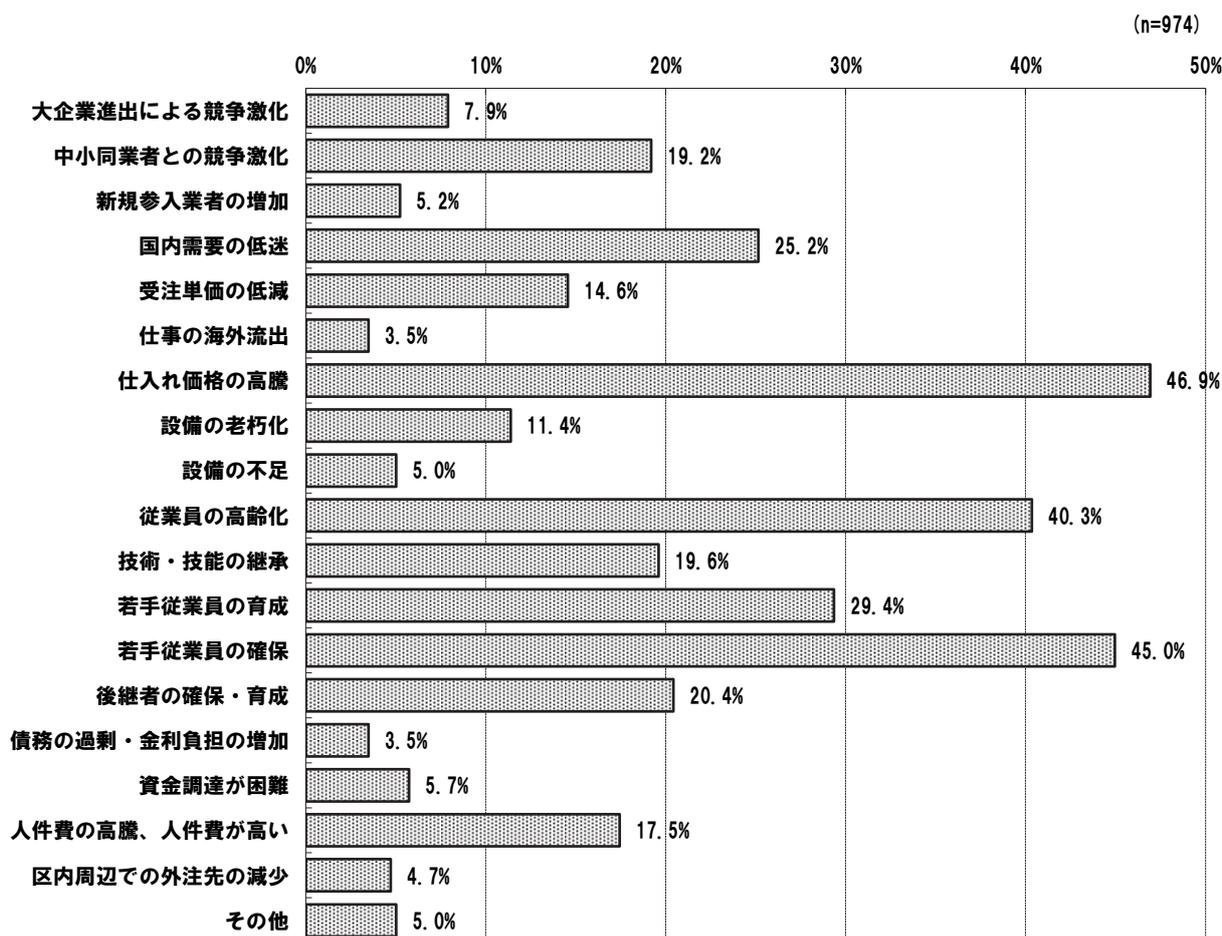
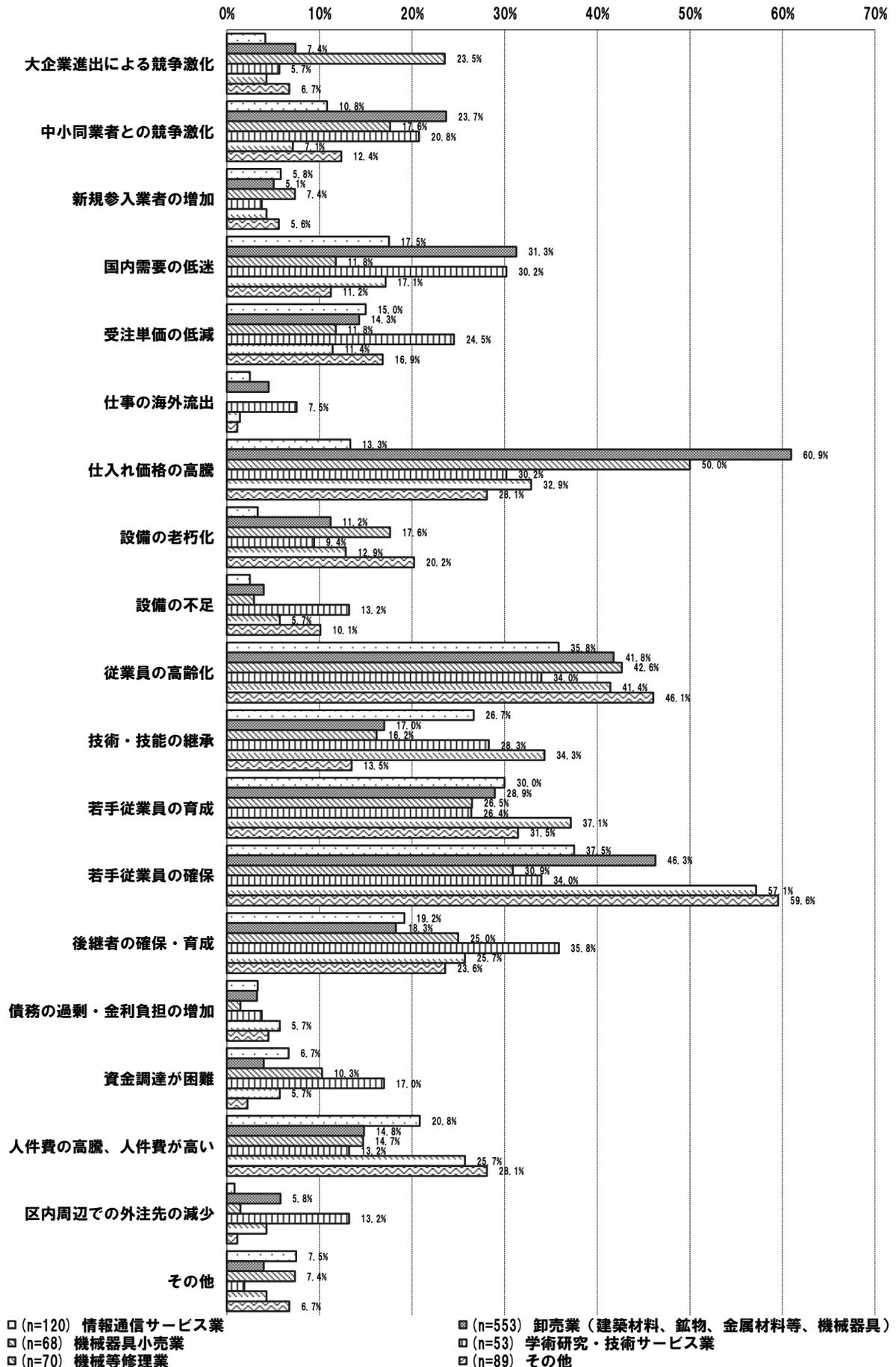


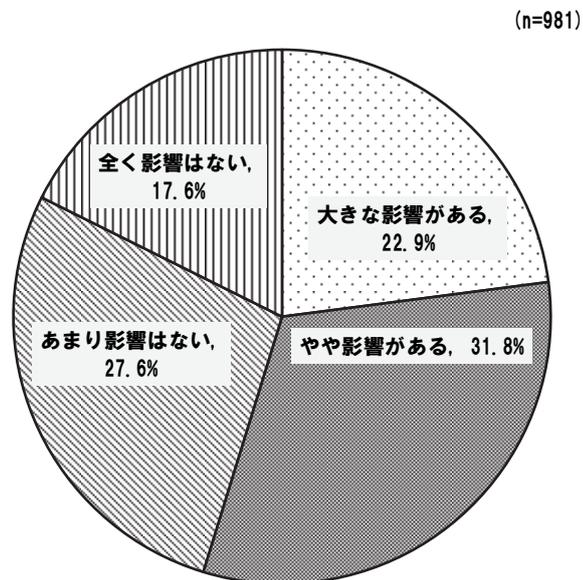
図 201. 事業所が抱える経営上の課題 <業種区分別> (複数回答設問)



## ② 人材不足の影響と対応

人材不足が事業展開に及ぼしている影響について、3割強(31.8%)の事業所が「やや影響がある」と回答している。加えて、2割強(22.9%)を占める「大きな影響がある」と合わせると、5割強(54.7%)の事業所が人手不足による影響を受けていることがうかがえる[図 202]。

図 202. 人材不足が事業展開に及ぼしている影響



事業所の従業員規模別にみると、「3人以下」の事業所では、「あまり影響はない」、「全く影響はない」と回答した事業所がそれぞれ4割弱（38.2%、39.7%）を占め、合計すると8割弱（77.9%）の事業所は人手不足の影響がないことがうかがえる。一方、従業員数が10人以上の事業所では、いずれも「大きな影響がある」「やや影響がある」と回答した事業所が多く、従業員規模が大きい事業所ほど人材不足の影響を顕著に受ける傾向がうかがえる[図 203]。

また、業種区分別にみると、「機械器具小売業」では「全く影響はない」と回答した事業所が3割弱（27.8%）を占め、他の業種よりも多いことがうかがえる。一方、「その他」の業種では、「大きな影響がある」と回答した事業所が4割強（42.9%）を占める[図 204]。

図 203. 人材不足が事業展開に及ぼしている影響<事業所の従業員規模別>

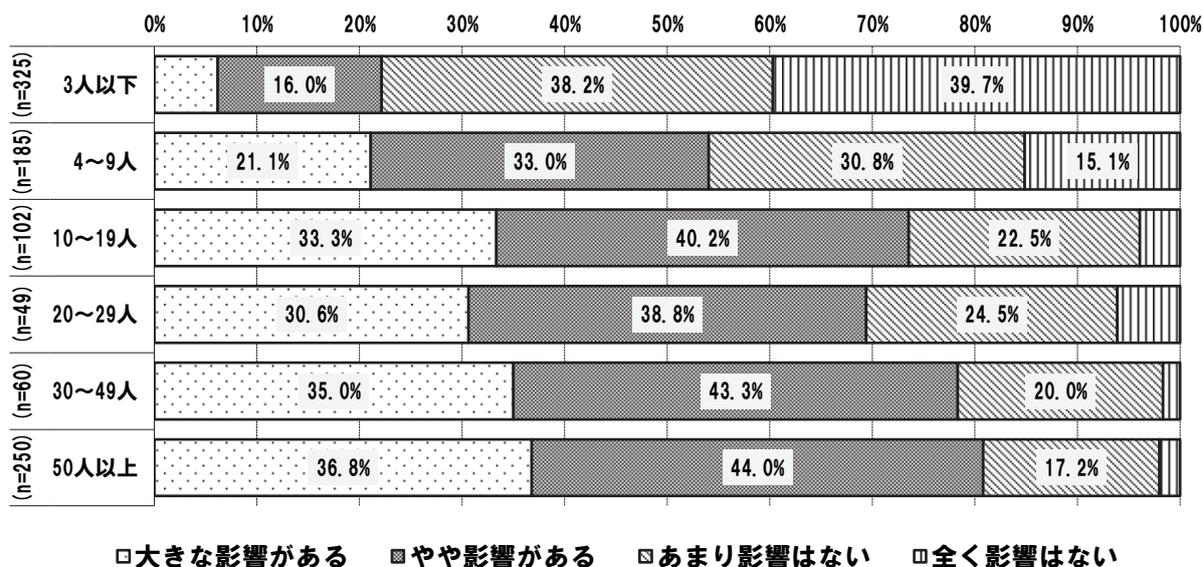
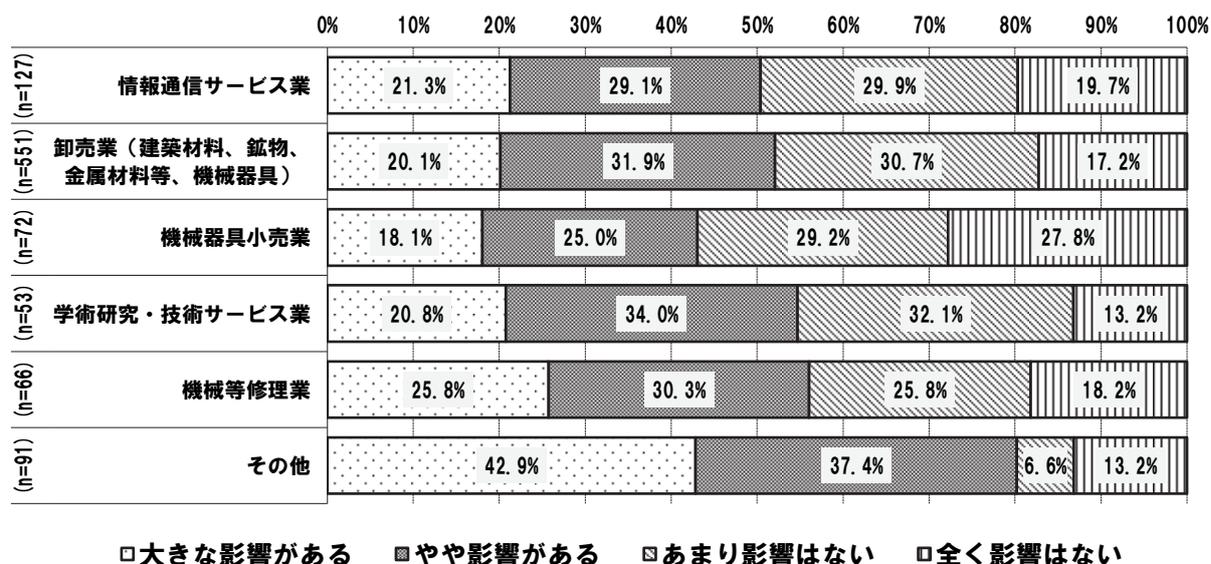


図 204. 人材不足が事業展開に及ぼしている影響<業種区分別>



人材不足への対応として、今後、取り組んでいきたいことについては、7割強（71.0%）の事業所が「新たな人材の採用強化」と回答し、次いで、4割弱（38.4%）が「人事待遇面の改善・強化（賃金引き上げや福利厚生の充実等）」、3割強（32.6%）が「定年延長や定年廃止、再雇用等によるシニア・ベテラン人材の活用」を挙げている[図 205]。

従業員規模別にみると、「50人以上」の事業所では、「多様な働き方の導入（短時間勤務や在宅勤務等）」は4割弱（35.4%）、「女性が長く働き続けることができる職場環境の整備（育児・産前産後休業制度の充実等）」は3割強（33.3%）、「人事評価、昇進・異動等の人事制度の見直し」は3割弱（28.3%）を占め、柔軟な働き方の導入や昇進制度を改善し、従業員が働きやすい環境を構築していくという意向がうかがえる。一方、人材不足の影響をほとんど受けていない「3人以下」の事業所では、「特になし」と回答した割合が3割（30.0%）を占め突出して高く、人材不足への対応に消極的であることがうかがえる。また、「副業人材やフリーランス等の活用」が3割弱（27.1%）を占め、従業員規模が大きい事業所よりも多様な人材の活用に積極的に取り組む意向がうかがえる[図 206]。

図 205. 人材不足への対応として取り組んでいきたいこと（複数回答設問）

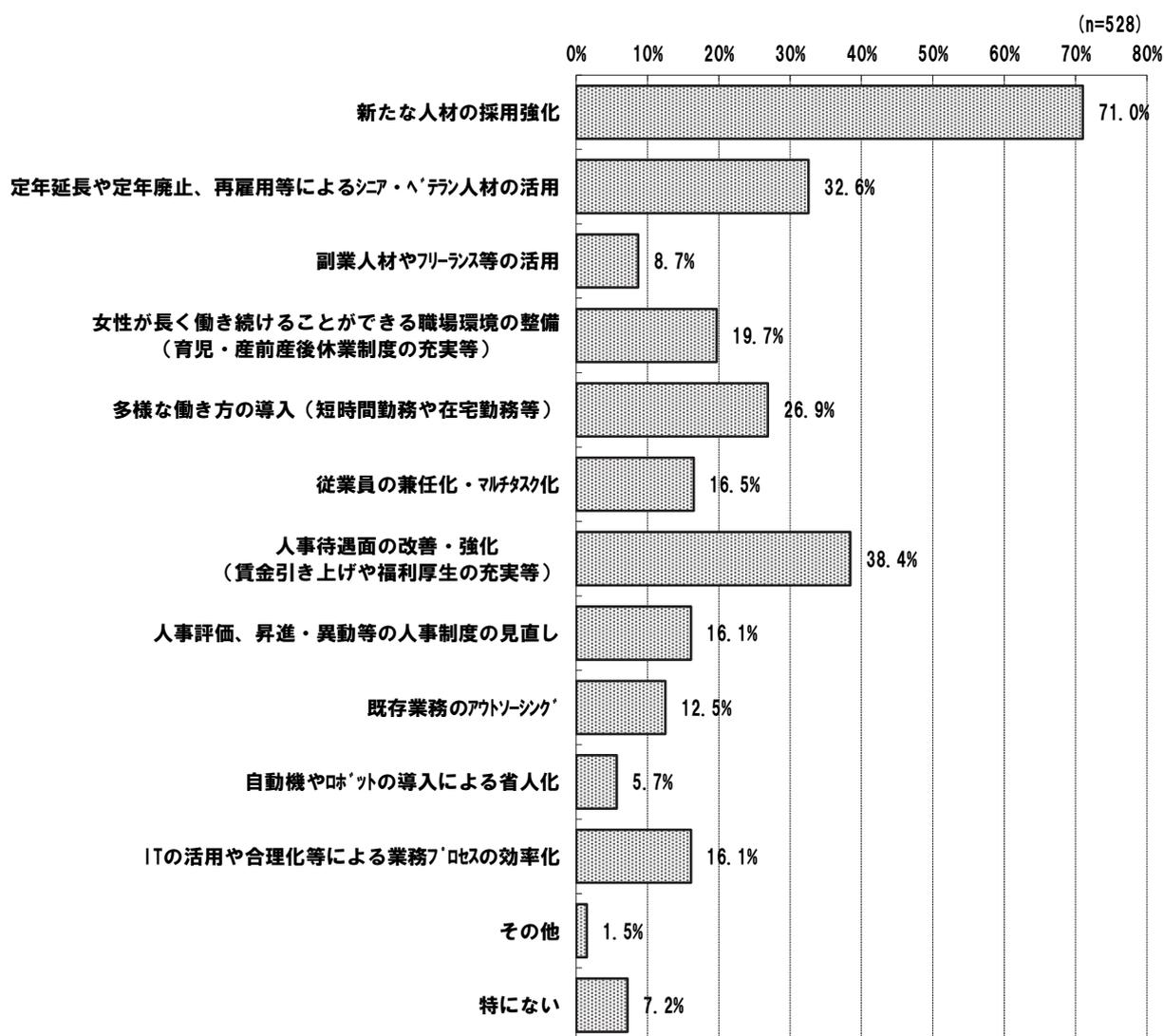
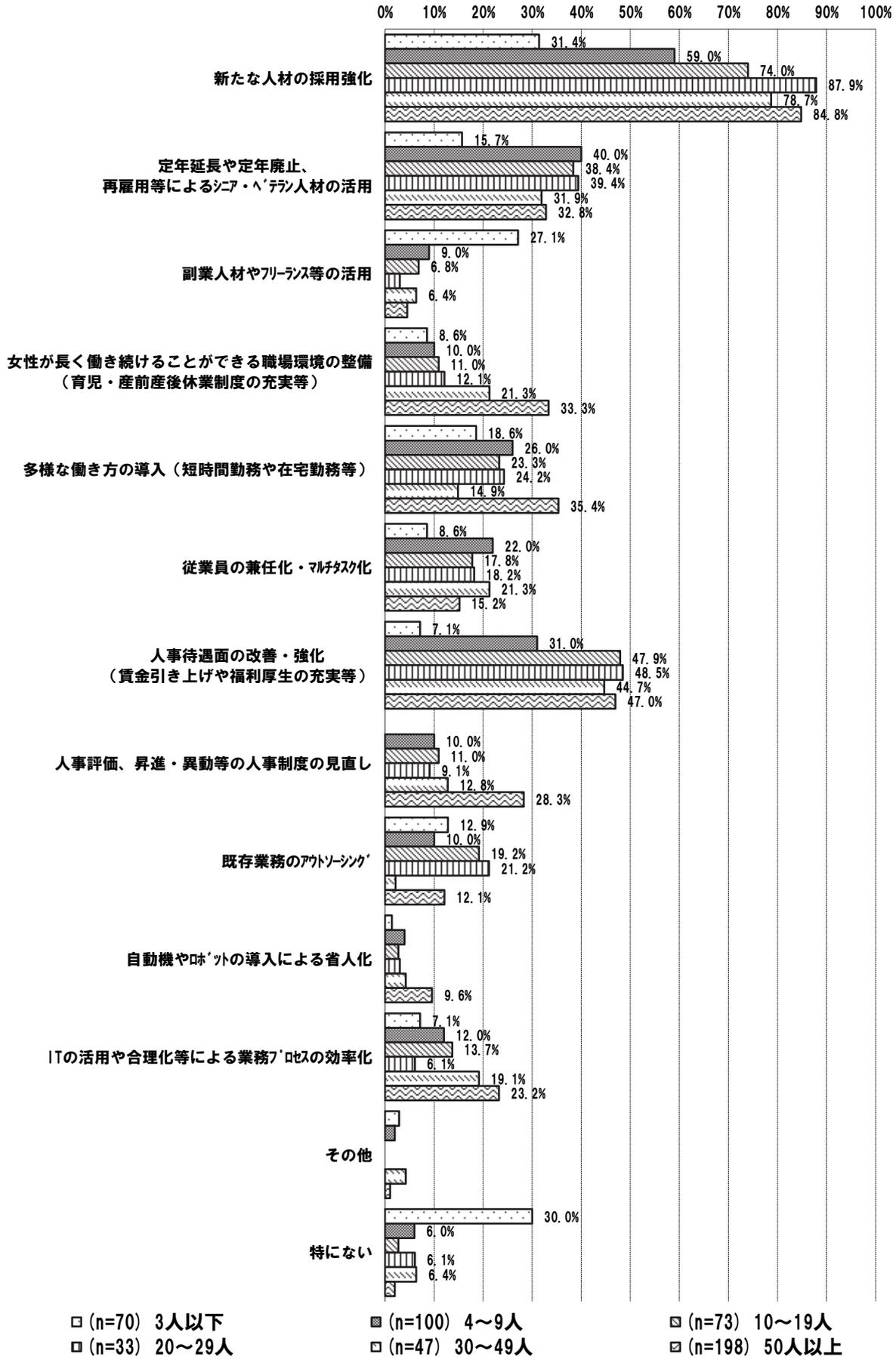


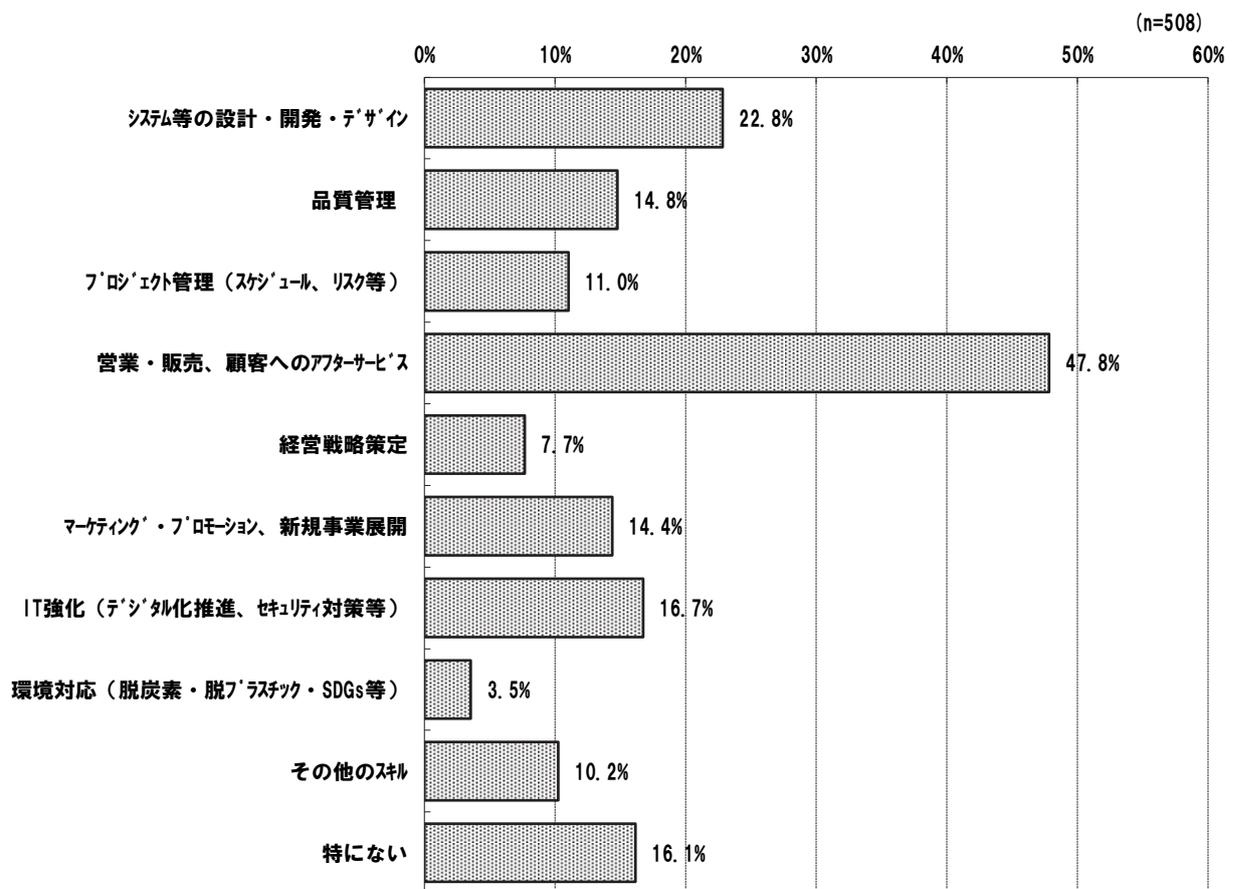
図 206. 人材不足への対応として取り組んでいきたいこと<事業所の従業員規模別> (複数回答設問)



どのようなスキルを有する人材の確保に課題があるか尋ねたところ、「営業・販売、顧客へのアフターサービス」の割合が突出して高く、5割弱（47.8%）を占めている。また、「その他のスキル」の中には、自由回答形式で、「中型自動車等の運転免許」、「経理等のバックオフィス業務」等が挙げられた[図 207]。

業種区分別にみると、「情報通信サービス業」では「システム等の設計・開発・デザイン」が8割弱（75.0%）を占め突出して高く、次いで「IT強化（デジタル化推進、セキュリティ対策等）」が3割弱（28.1%）を占め、デジタルスキルを持つ人材の確保に課題があることがうかがえる。一方、「機械器具小売業」では「営業・販売、顧客へのアフターサービス」が7割弱（68.0%）を占め、次いで「卸売業」でも約6割（60.9%）を占め、営業スキルを持つ人材の確保に課題があることがうかがえる[図 208]。

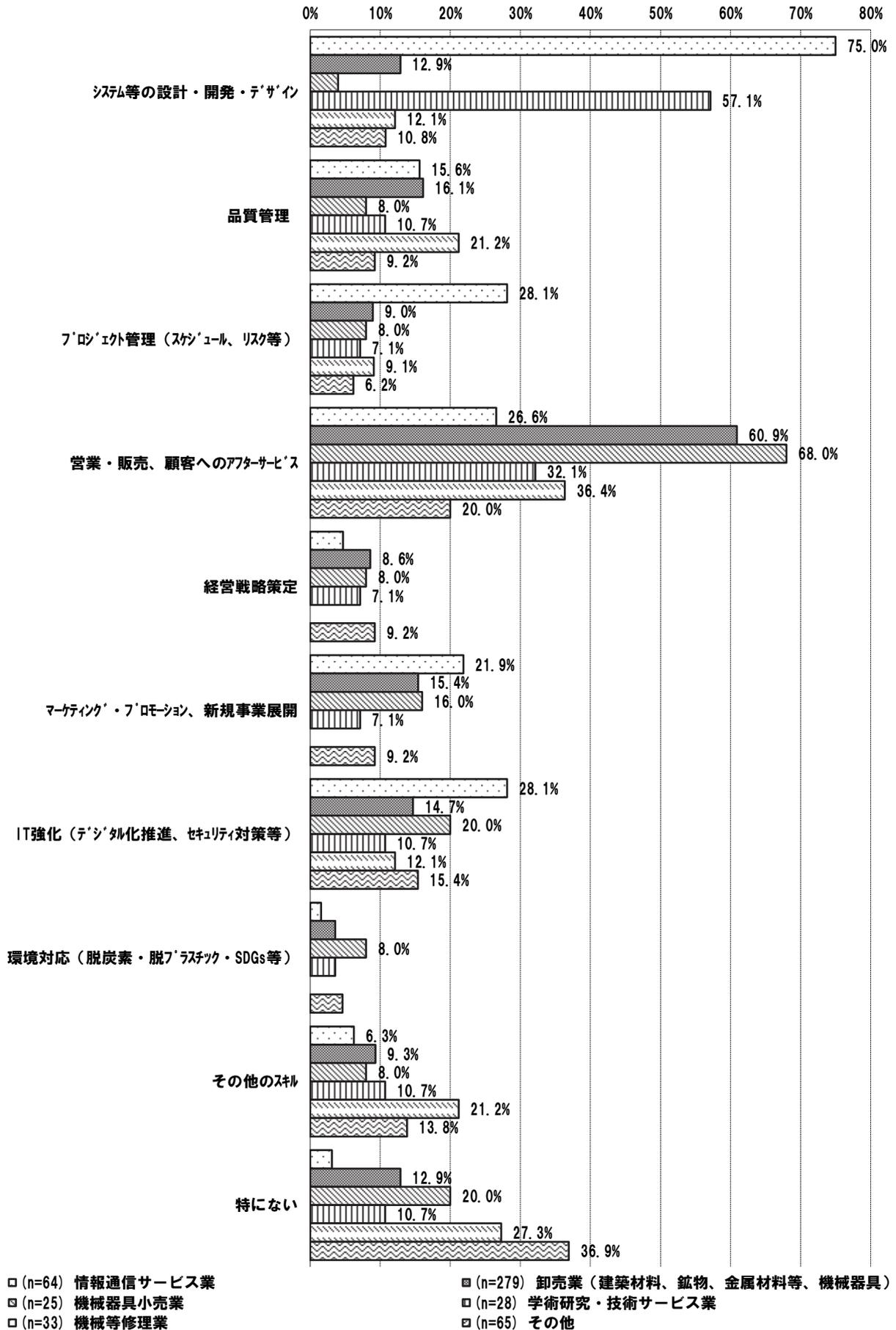
図 207. どのようなスキルを有する人材の確保に課題があるか（複数回答設問）



【人材の確保に課題のあるスキルに関する自由回答例】

- 運転技術  
中型自動車運転免許／フォークリフト運転免許／重機運転免許
- 専門的な資格  
電気工事士／航空整備士
- 専門知識・技術  
修理／校正／機械組立／施工／製造／設備機器の使用／特殊樹脂の使用  
建築知識／医療知識／イラスト作成技術／エンジニア
- バックオフィススキル  
見積もり作成スキル／経理／その他事務
- その他  
英語／コミュニケーション能力／マルチタスク処理能力／育成ができる人材／企画力

図 208. どのようなスキルを有する人材の確保に課題があるか<業種区分別> (複数回答設問)



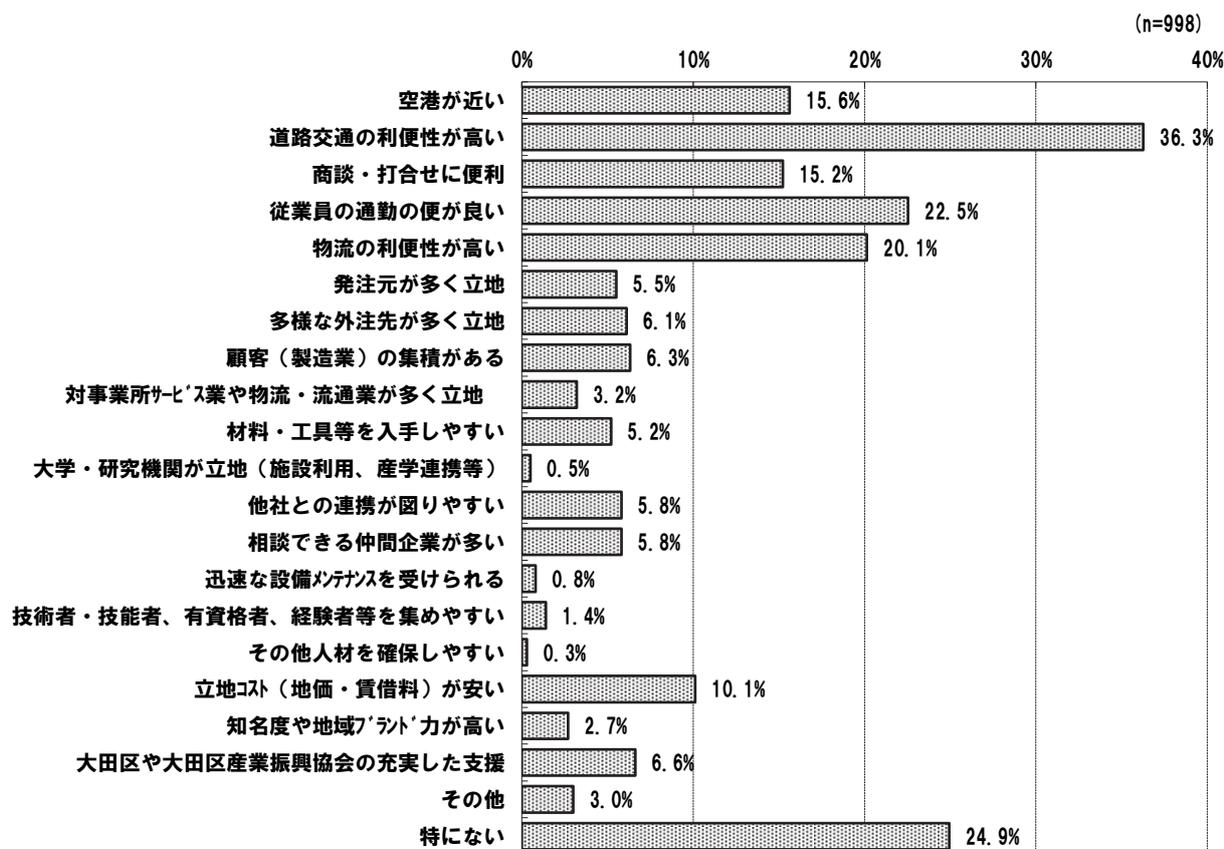
### ③ 区内で操業することの利点

区内で操業する利点として「道路交通の利便性が高い」を挙げる事業所の割合が最も高く、4割弱（36.3%）を占めている。また、「特にない」を除くと、「従業員の通勤の便が良い」が2割強（22.5%）、「物流の利便性が高い」が約2割（20.1%）を占め、大田区の交通利便性の高さや立地に操業の利点があると認識している事業所が多いことがわかる。

また、少数ではあるが「その他」の中には、自由回答形式で「自宅である」、「自宅に近い」といった回答もあり、大田区の特徴である職住近接を利点と捉える事業所も見受けられる〔図 209〕。

業種区分別にみると、「卸売業」では、他業種に比べ「道路交通の利便性が高い」が4割強（42.6%）を占め、次いで「物流の利便性が高い」が3割弱（27.6%）を占めており、交通利便性の高さを重視していることがうかがえる〔図 210〕。

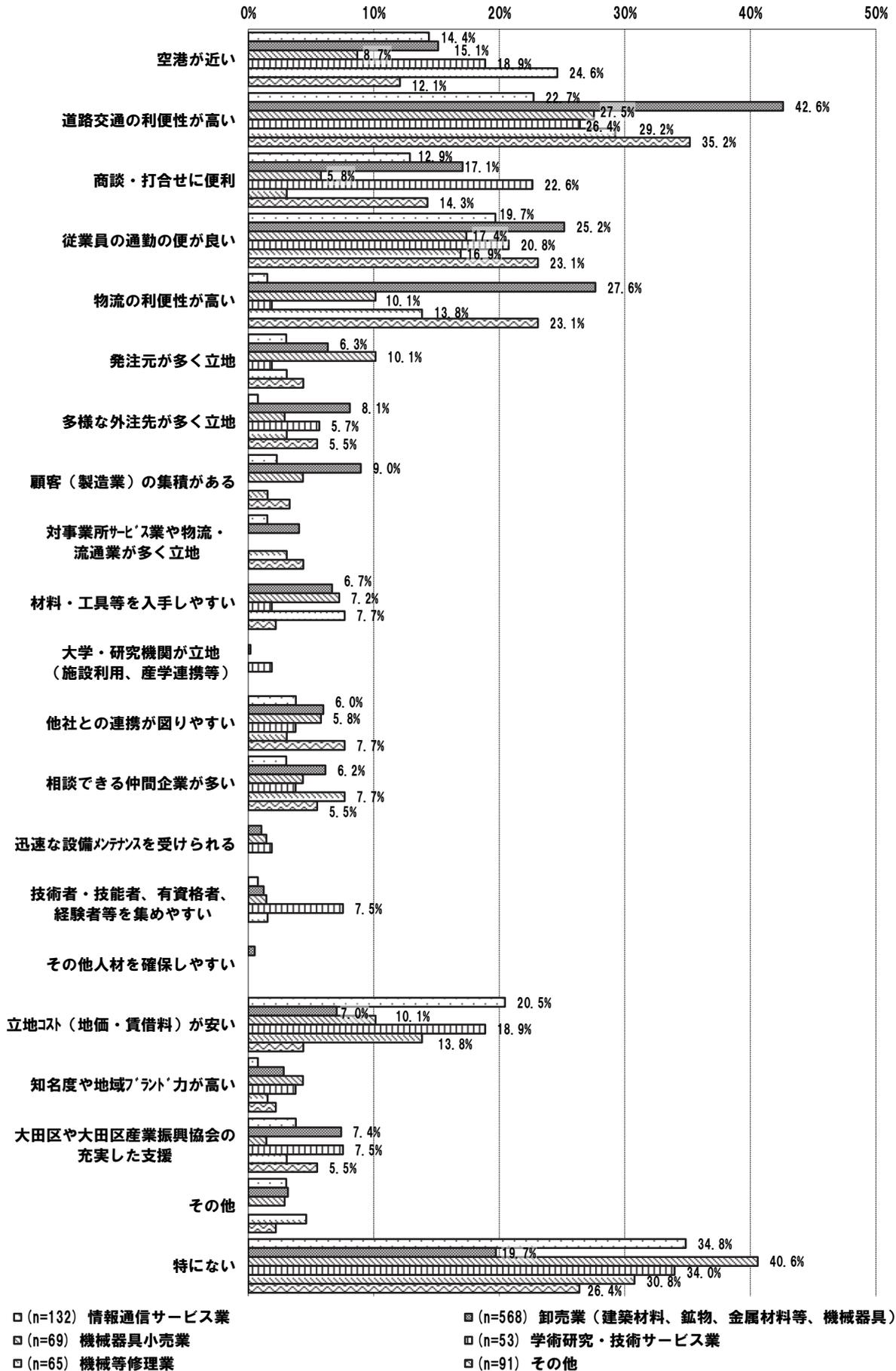
図 209. 大田区で操業する利点（複数回答設問）



#### 【大田区で操業する利点に関する自由回答例】

- 職住近接である環境  
経営者の自宅から職場が近い／自宅兼事業所である
- 取引先との近接性  
取引先の近くに立地している／発注元が関東に多い／都内なので地方よりも仕事が多い
- 交通利便性の高さ  
新幹線の駅（品川駅）が近い
- 長年の操業  
昔からの取引先がいるため／創業の地であるため
- その他  
家賃が安い／大田区リサイクル事業に参加できる／福利厚生関係施設が近隣に多い  
親会社と同じビルである

図 210. 大田区で操業する利点 <業種区分別> (複数回答設問)



#### ④ 区内での操業にあたっての課題

区内で操業する上での課題について「特に課題はない」と回答した事業所の割合が最も高く、5割強（53.8%）を占める[図 211]。

各業種区分における「特に課題はない」を除く選択肢についてみると、「卸売業」や「機械器具小売業」では「当該事業所における現存設備の老朽化・陳腐化」がそれぞれ2割強（22.3%、22.5%）を占め、次いで「機械等修理業」、「その他」の業種でもそれぞれ約2割（20.6%、19.8%）を占める。そのほか、「学術研究・技術サービス業」では「立地コスト（地価・賃借料）が高い」が約2割（20.4%）、「機械等修理業」や「その他」の業種では「従業員の通勤の便が悪い」がそれぞれ約2割（19.1%、20.9%）を占めている[図 212]。

図 211. 大田区で操業する上での課題（複数回答設問）

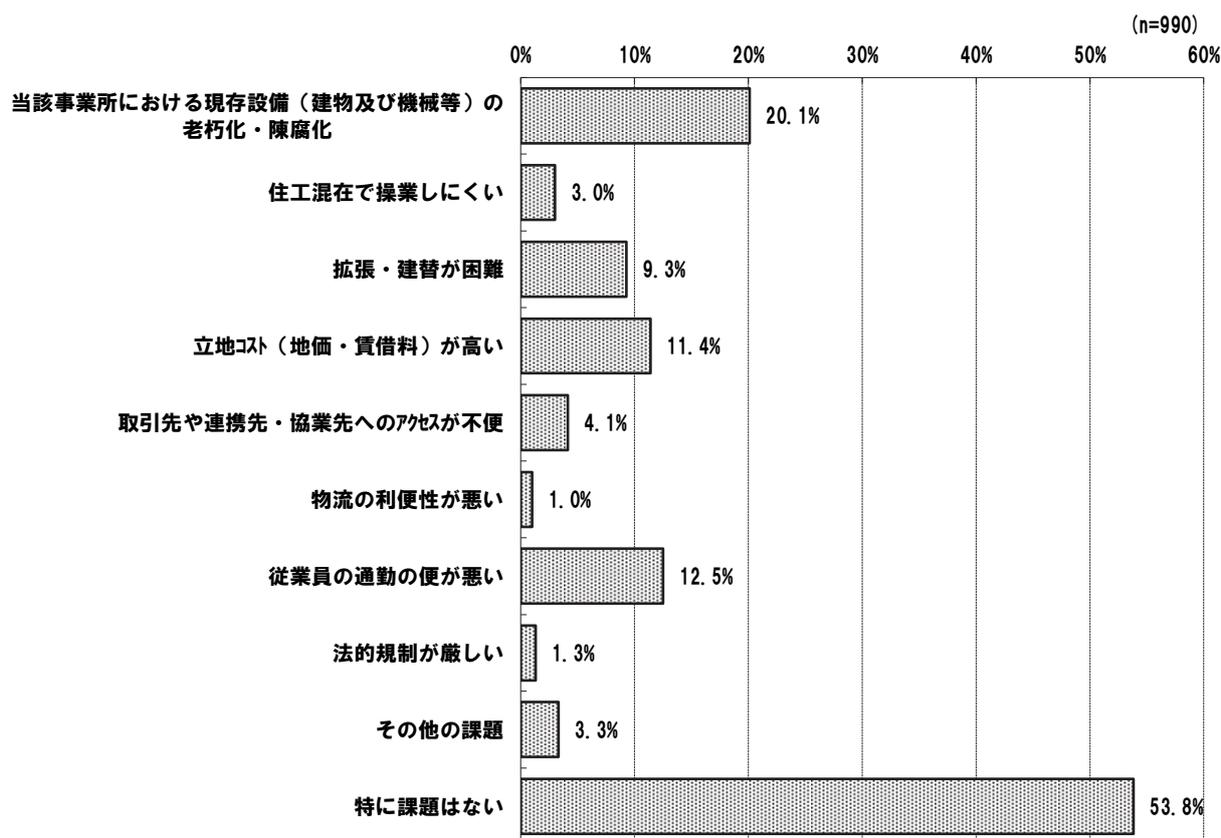
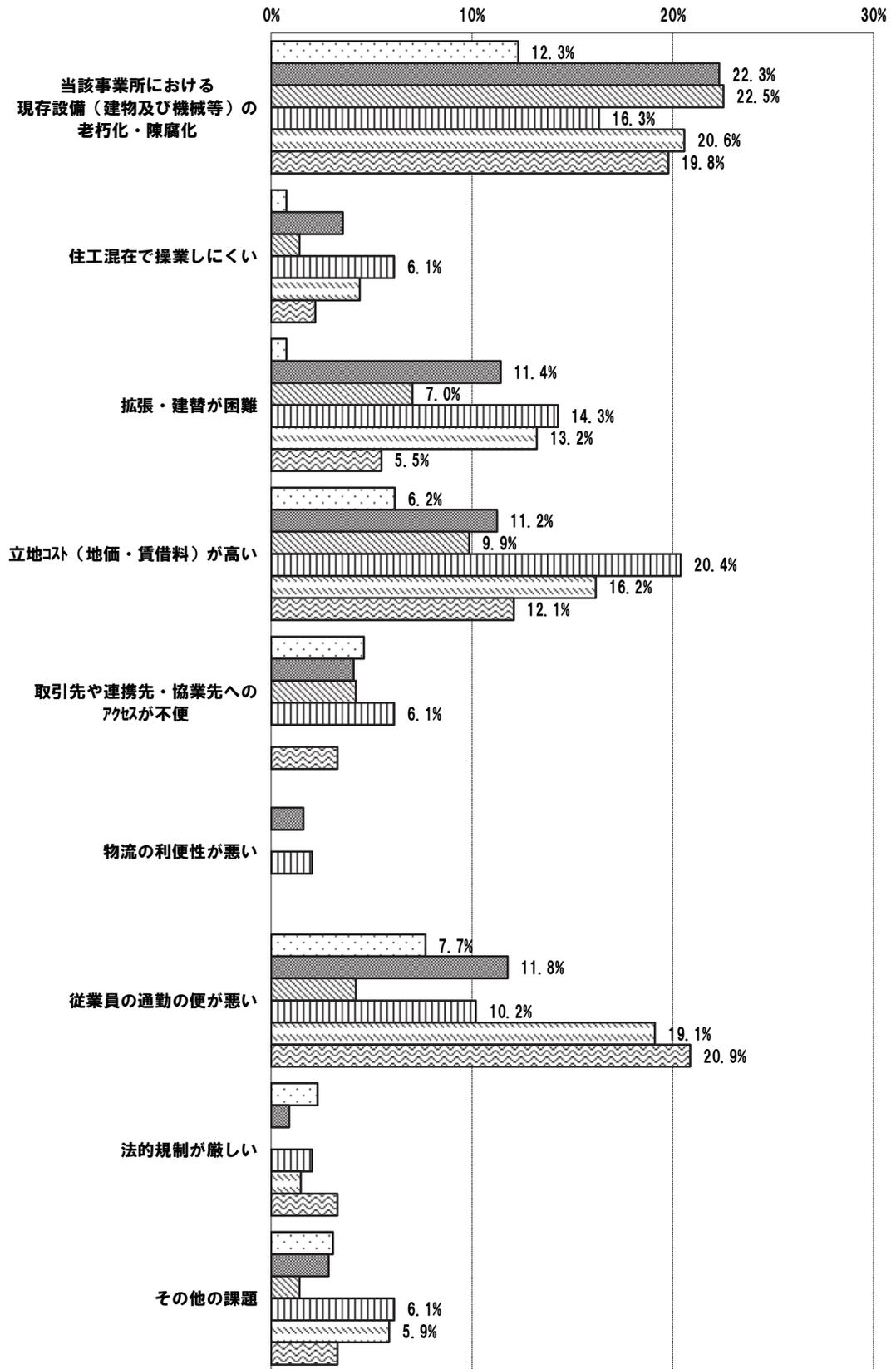


図 212. 大田区で操業する上での課題 <業種区分別> (複数回答設問)



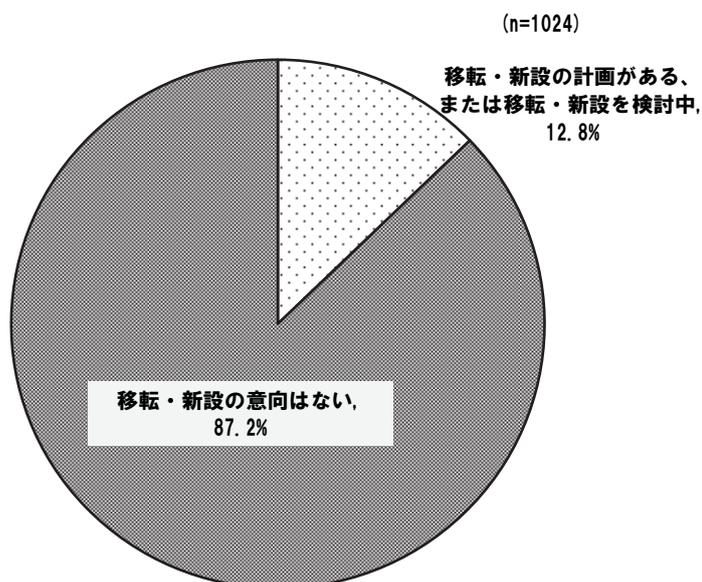
□ (n=130) 情報通信サービス業  
 □ (n=71) 機械器具小売業  
 □ (n=68) 機械等修理業

□ (n=560) 卸売業（建築材料、鉱物、金属材料等、機械器具）  
 □ (n=49) 学術研究・技術サービス業  
 □ (n=91) その他

(注釈) 上図は操業する上での課題について「特に課題はない」と回答した事業所を除き集計したものである。

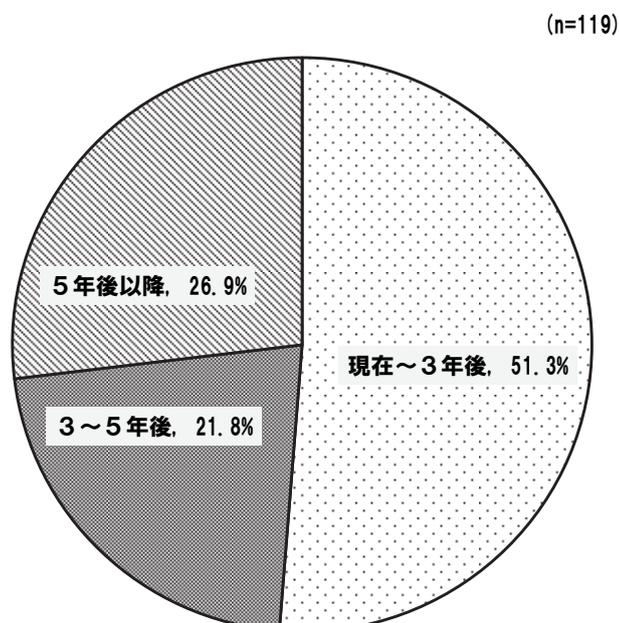
事業所の移転・新設の計画の意向について尋ねたところ、「移転・新設の意向はない」が9割弱（87.2%）を占めている。ただし、「移転・新設の計画がある、または移転・新設を検討中」と回答した事業所が1割強（12.8%）を占める点には留意すべきである[図 213]。

図 213. 事業所の移転・新設の計画の意向



また、「移転・新設の計画がある、または検討中」と回答した事業所のうち、5割強（51.3%）が「現在～3年後」に事業所を移転・新設する予定としている[図 214]。

図 214. 移転・新設の計画の想定時期



「移転・新設の計画がある,または検討中」と回答した事業所のうち、5割弱（48.9%）は事業所の移転・新設先の候補地として、「決まっていない、わからない」と回答している[図 215]。

また、移転・新設先の事業所の設立形態については、「賃貸施設を活用」とする事業所が6割弱（58.3%）を占める[図 216]。

図 215. 事業所の移転・新設の候補地

(n=131)

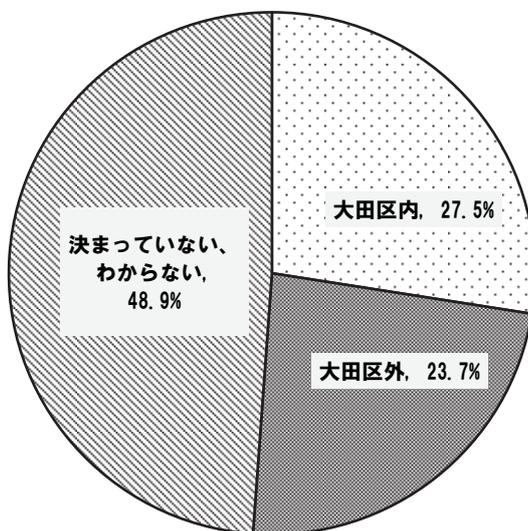
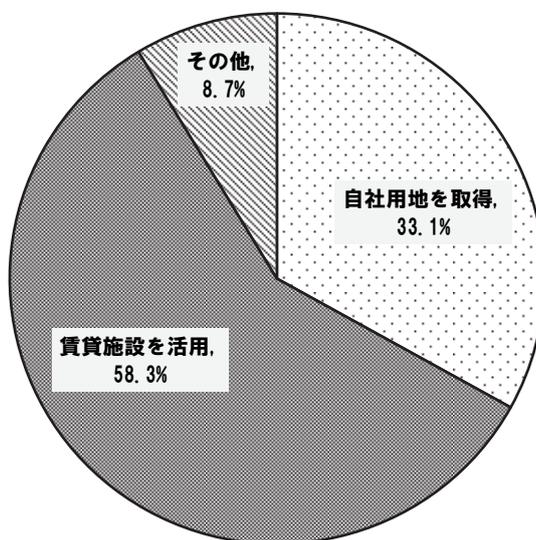


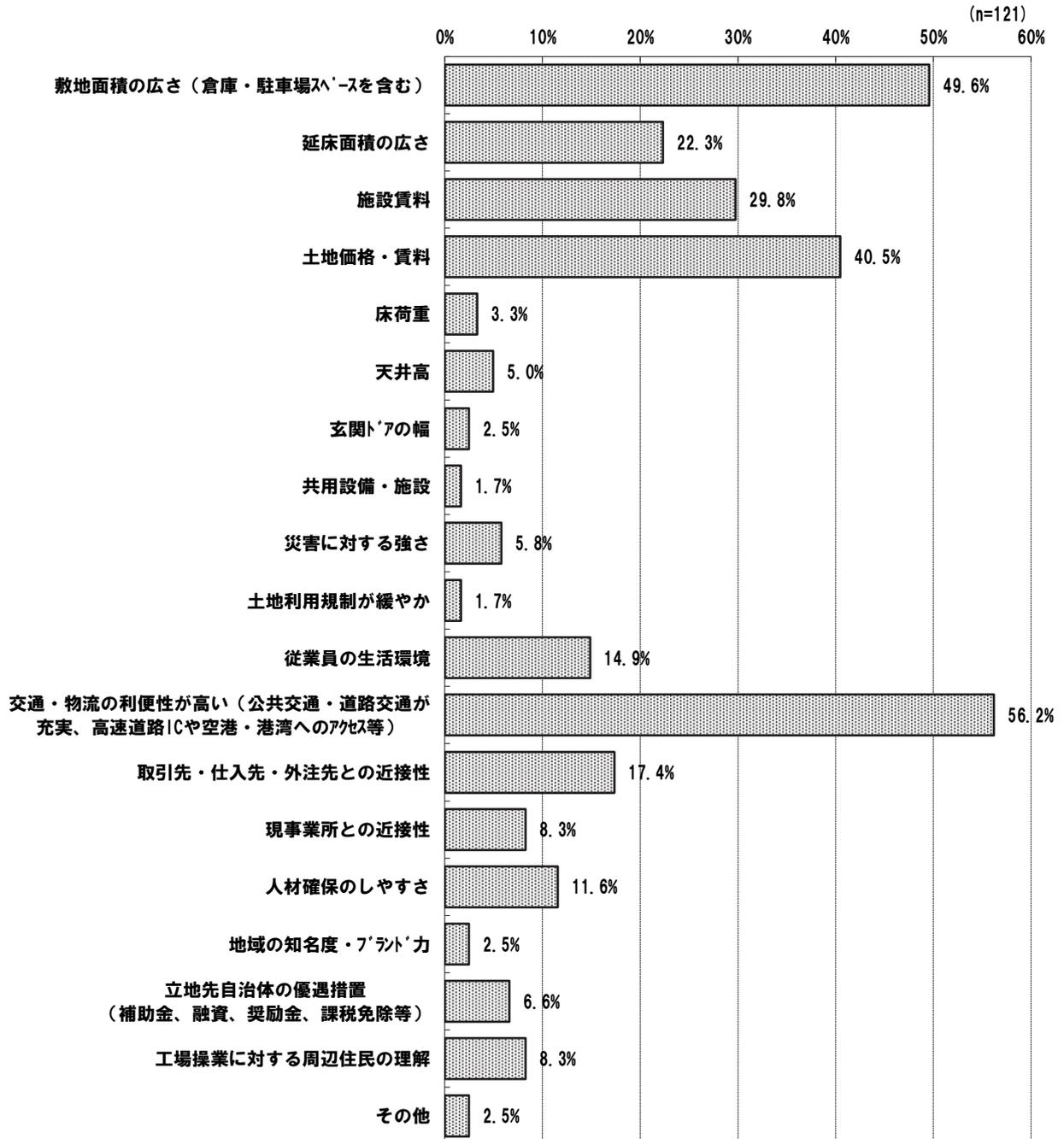
図 216. 移転・新設先の事業所の設立形態

(n=127)



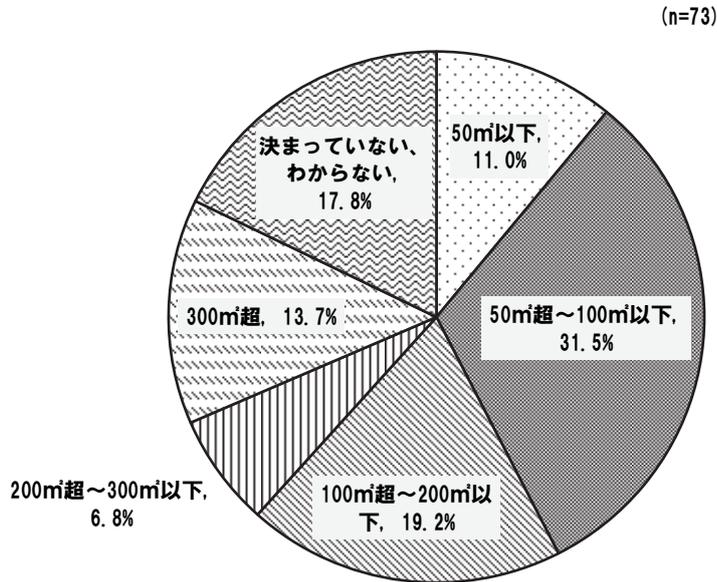
移転・新設先の選定時に重視する条件については、「交通・物流の利便性が高い（公共交通・道路交通が充実、高速道路ICや空港・港湾へのアクセス等）」が6割弱（56.2%）を占め、次いで「敷地面積の広さ（倉庫・駐車場スペースを含む）」が約5割（49.6%）、「土地価格・賃料」が約4割（40.5%）を占める〔図 217〕。

図 217. 移転・新設先の選定時に重視する条件（上位3項目まで複数回答可）



賃貸施設に希望する延床面積については、「50㎡超～100㎡以下」の割合が最も高く3割強(31.5%)を占め、次いで、「100㎡超～200㎡以下」が2割弱(19.2%)、「決まっていない、わからない」が2割弱(17.8%)の順である。「50㎡超～100㎡以下」と「100㎡超～200㎡以下」を合計した「50㎡超～200㎡以下」が約5割(50.7%)を占める[図 218]。

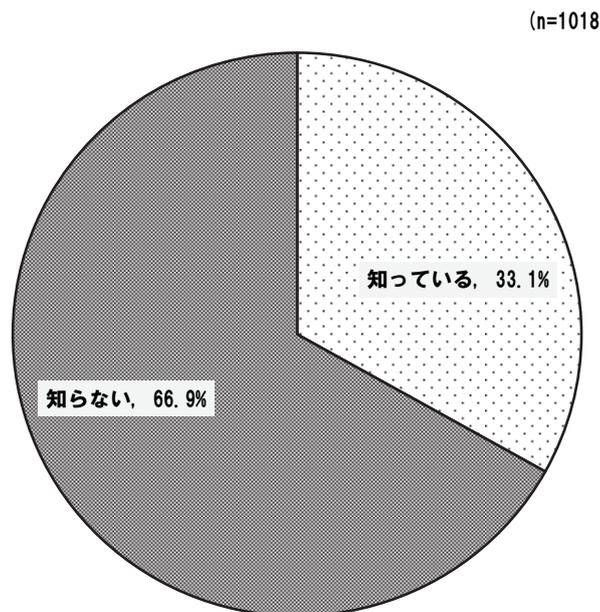
図 218. 希望する延床面積



#### 4-1-8 羽田イノベーションシティの認知・利用状況について

羽田イノベーションシティにおけるまちづくりについて、7割弱(66.9%)が「知らない」と回答している[図 219]。

図 219. 羽田イノベーションシティにおけるまちづくりの認知



また、「知っている」と回答した事業所のうち、約8割（79.3%）が「ビジネス目的で訪問したことはない」と回答し、ビジネス目的で訪問したことがある事業所は約2割（20.7%）に留まる。ビジネス目的での訪問理由としては「羽田イノベーションシティで開催されたイベント（セミナー・展示会・商談会等）に参加した」が1割強（13.2%）、「入居テナントとの打合せ・相談のために訪問した」が1割弱（8.1%）となっている[図 220]。

なかでも、打合せ・相談の相手先は「民間企業」の割合が最も高く7割弱（65.4%）を占め、突出して高い[図 221]。

図 220. 羽田イノベーションシティをビジネス目的で訪問したことがあるか（複数回答設問）

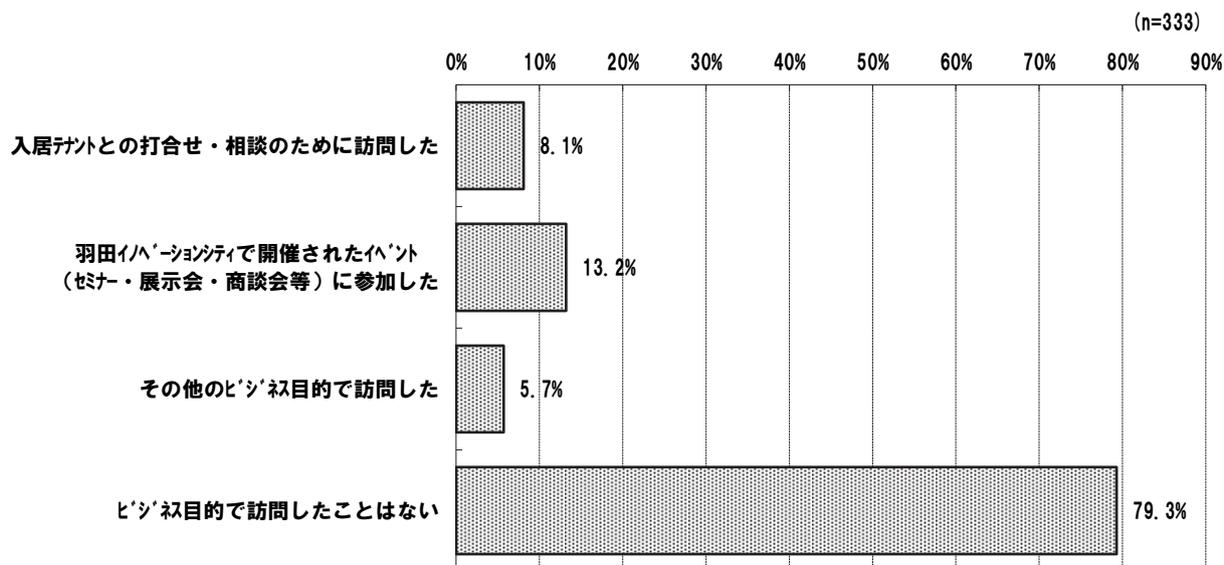
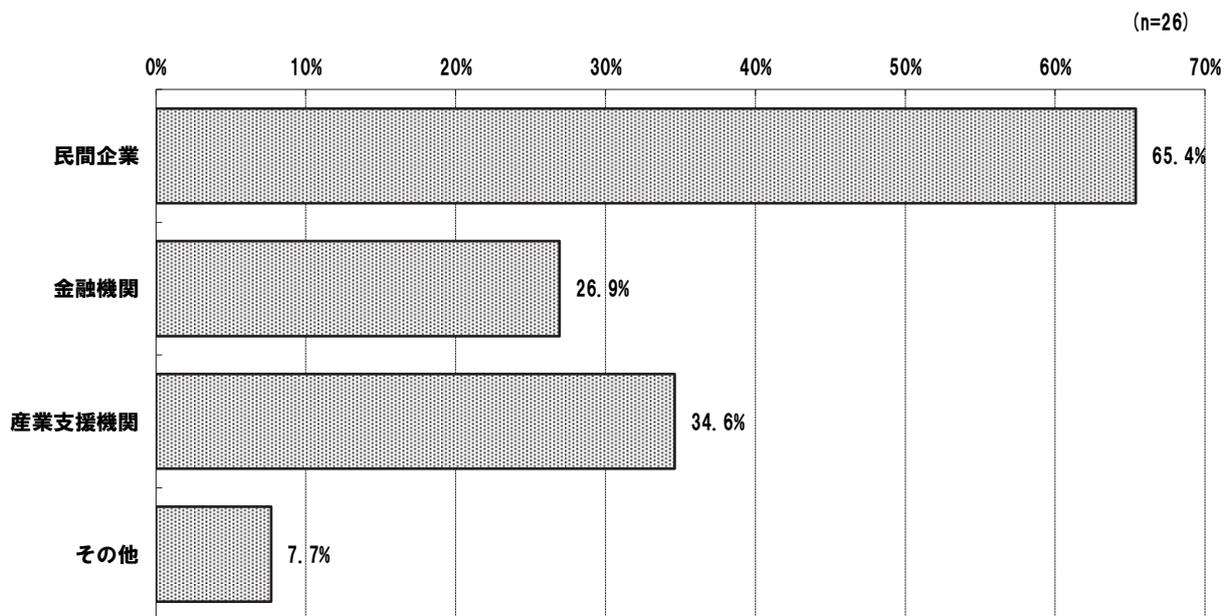


図 221. 打合せ・相談の相手先（複数回答設問）



物 流 業

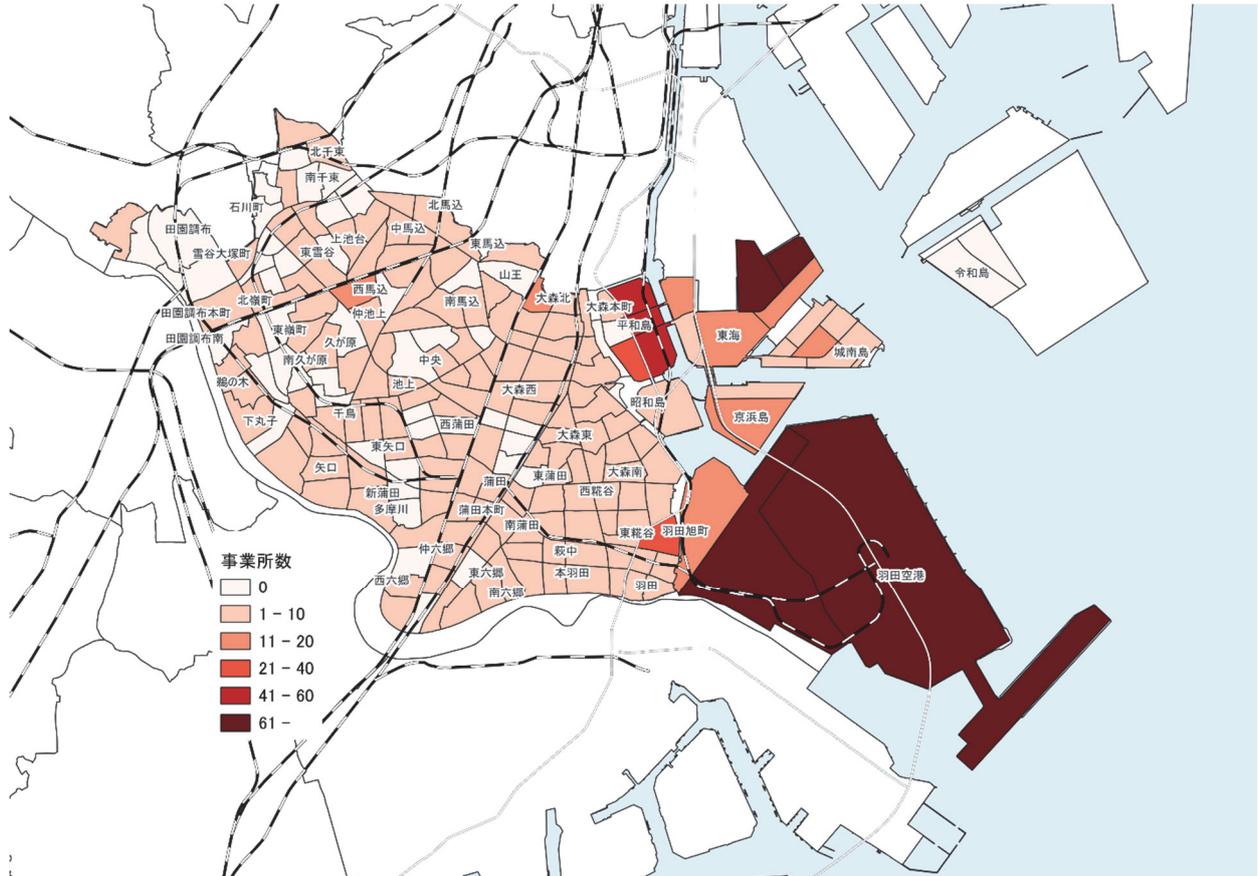


## 4-2 物流業の実態把握

### 4-2-1 対象事業所

区内には羽田空港周辺や平和島を中心に、物流業の事業所の集積がみられる。また、工業専用地域である昭和島や京浜島、工業専用地域が大半を占める城南島にも、近年、物流業の事業所が多く立地している[図 222]。こうしたなかで、本調査では、ものづくり産業と物流事業者との連携実績や連携可能性を把握するため、区内に立地するものづくり産業（製造業）の事業所やものづくり関連産業である非製造業の事業所に加え、物流業に従事する事業所も調査対象としてアンケート調査を実施した。

図 222. 区内の物流業の事業所立地(令和3年の町丁目単位の立地事業所数)



(注釈 1) 図のベースマップは国土数値情報データ、国勢調査(令和2年)小地域(町丁・字等)データを利用して作成

(注釈 2) 重ね合わせるベースマップデータの関係から、町丁目の一部が白地表記になっている箇所がある

(資料) 総務省「経済センサス・活動調査」(令和3年)より作成

なお、物流業についても、ものづくり産業に関連すると思われる分野について「令和3年経済センサス-活動調査」から日本標準産業分類の小分類単位で抽出し、さらに、令和3年以降の新規開設事業所等を加え調査母集団を設定している。「令和3年経済センサス-活動調査」を中心とした調査対象事業所の産業分類別の構成は以下の通りである〔表23〕。

表 23. 「令和3年経済センサス-活動調査」等より抽出した物流業の事業所

産業分類		事業所数	構成比
184	発泡・強化プラスチック製品製造業	1	0.1%
441	一般貨物自動車運送業	518	48.3%
442	特定貨物自動車運送業	5	0.5%
443	貨物軽自動車運送業	34	3.2%
444	集配利用運送業	23	2.1%
449	その他の道路貨物運送業	2	0.2%
451	外航海運業	1	0.1%
452	沿海海運業	3	0.3%
453	内陸水運業	1	0.1%
454	船舶貸渡業	0	—
461	航空運送業	58	5.4%
462	航空機使用業（航空運送業を除く）	0	—
471	倉庫業（冷蔵倉庫業を除く）	118	11.0%
472	冷蔵倉庫業	57	5.3%
481	港湾運送業	52	4.8%
482	貨物運送取扱業（集配利用運送業を除く）	39	3.6%
483	運送代理店	9	0.8%
484	こん包業	29	2.7%
485	運輸施設提供業	15	1.4%
489	その他の運輸に附帯するサービス業	105	9.8%
—	産業分類不詳（令和3年経済センサスのデータセットにない事業所）	3	0.3%
合計		1073	100%

（注釈）令和3年経済センサスで製造業に区分されている事業所のうち、本調査において自事業所は物流業に該当すると申告した事業所には物流業向け調査票を配布している。上表は、令和3年経済センサスに基づく産業分類ではなく、本調査の回答ベースで区分したものである。

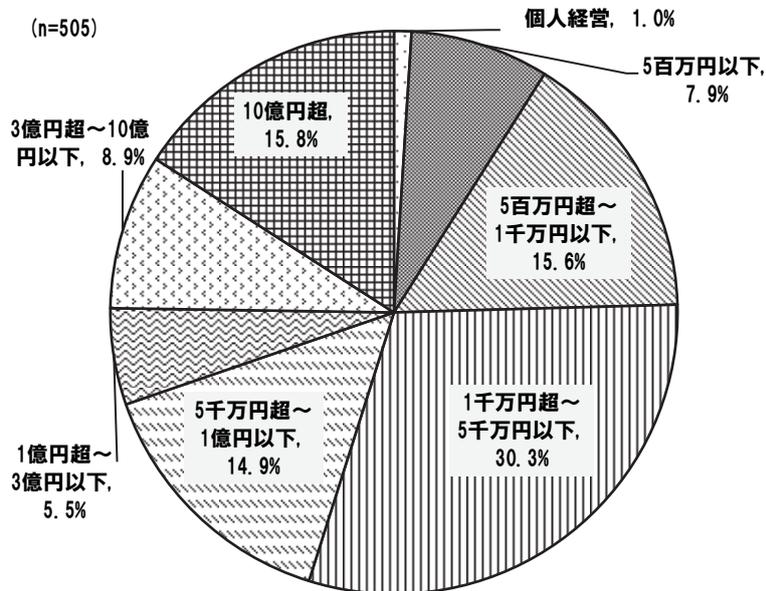
（資料）総務省「経済センサス-活動調査」（令和3年）等より作成

## 4-2-2 回答事業所の概要

### ① 事業規模

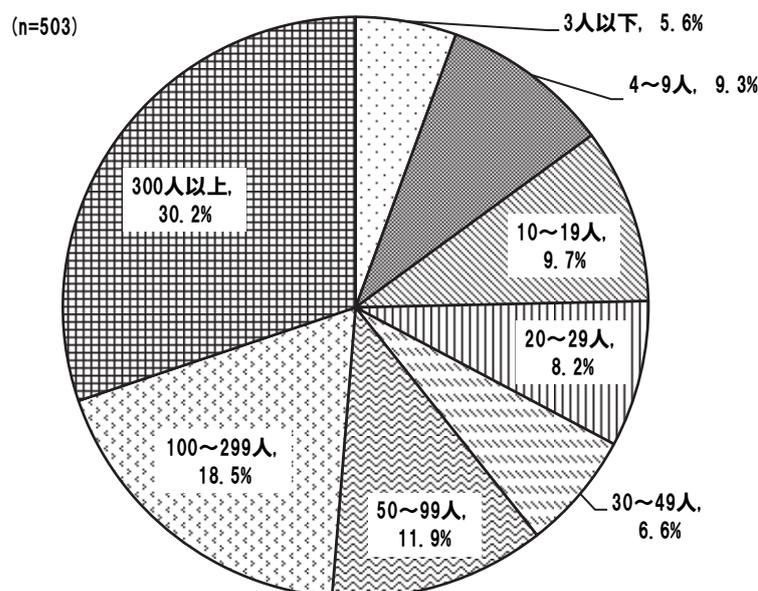
回答事業所の資本金は「1千万円超～5千万円以下」が約3割（30.3%）と最も高く、次いで「10億円超」が2割弱（15.8%）と高い。区内に立地する製造業に比べ、物流業では資本金規模の大きな企業が立地している[図 223]。

図 223. 資本金



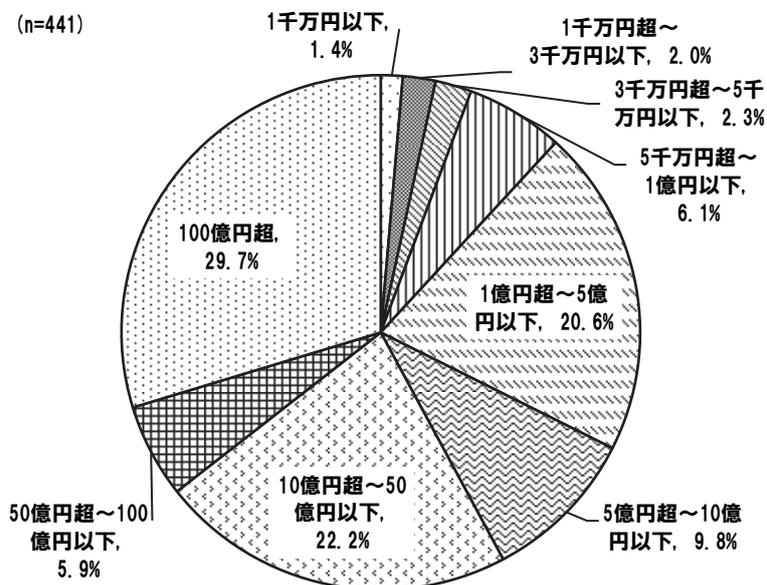
事業所の会社全体の従業員数をみると、「300人以上」が約3割（30.2%）と最も多く、次いで「100～299人」が2割弱（18.5%）となる。また、両者をあわせた従業員数「100人以上」の事業所が5割弱（48.7%）を占める。この点からも、比較的規模の大きな会社の事業所が、区内に立地していることがわかる[図 224]。

図 224. 従業員数(会社全体)



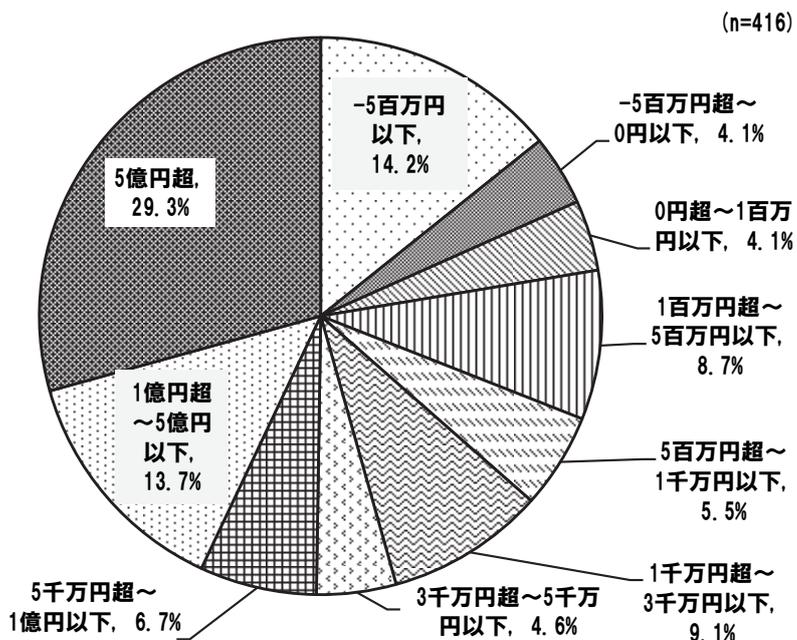
回答事業所の会社全体の売上（収入金額）をみると、「100億円超」が約3割（29.7%）と最も高く、次いで「10億円超～50億円以下」が2割強（22.2%）と高い。また、会社全体で「1億円超」の売上をあげる事業所を合わせると9割弱（88.2%）を占める[図 225]。

図 225. 売上(収入金額) (会社全体)



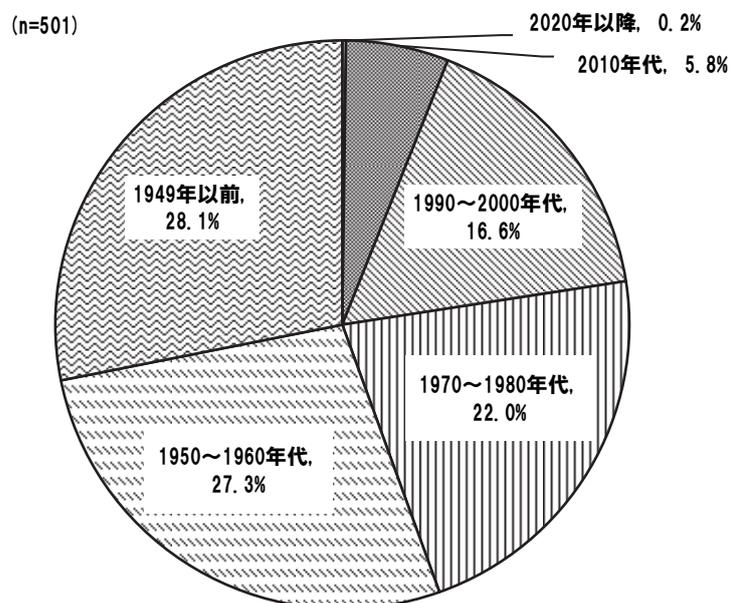
さらに、会社全体の営業利益についても、「5億円超」が約3割（29.3%）と最も高く、製造業に比べ、事業規模の大きな企業が事業所を構えていることがうかがえる。なお、1割強（13.7%）を占める「1億円超～5億円以下」と合わせた「1億円超」が4割強（43.0%）を占めている[図 226]。

図 226. 営業利益 (会社全体)



創業年について、「1949年以前」と回答する事業所が最も多く3割弱（28.1%）を占める。また、同じく3割弱（27.3%）を占める「1950～60年代」と合わせ、6割弱（55.4%）が「1960年代以前」に創業した社歴50年超の会社の事業所である[図 227]。

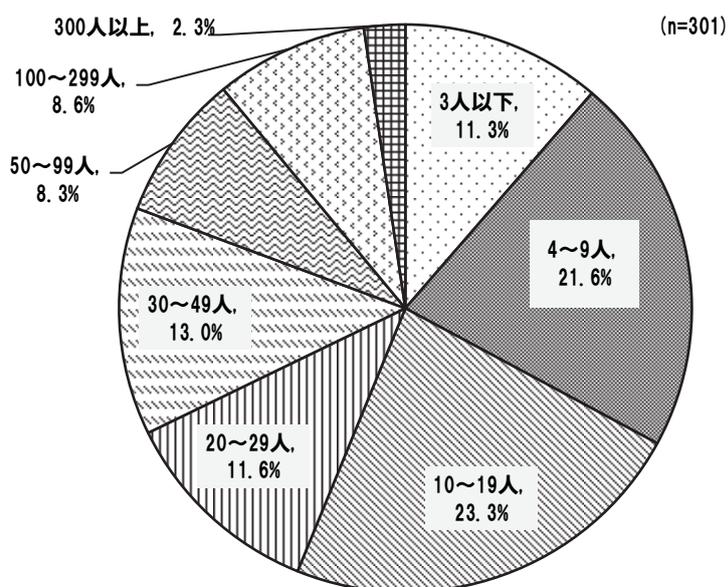
図 227. 創業年



## ② 事業所の位置づけ

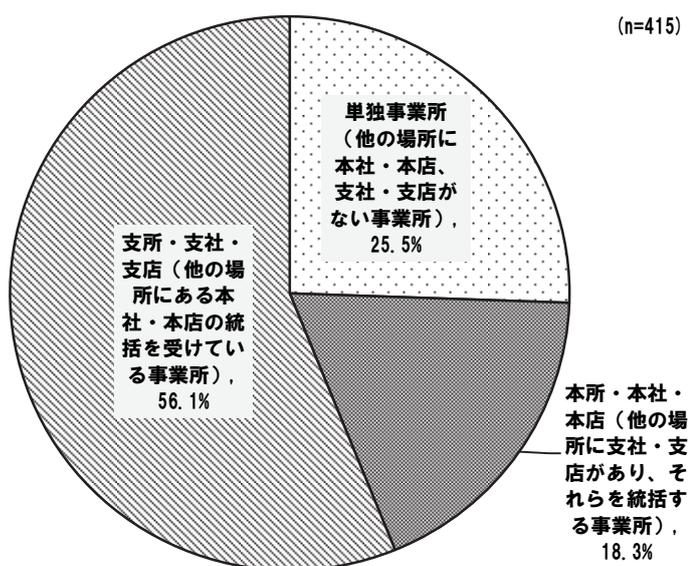
回答事業所について、事業所に所属する従業者数を集計したところ、「10～19人」、「4～9人」が多く、それぞれ2割強（23.3%、21.6%）を占めている[図 228]。

図 228. 従業者数(回答事業所)



本所・支所の区分をみると、回答事業所の6割弱（56.1%）が「支所・支社・支店」である[図 229]。

図 229. 事業所の本所・支所の区分



また、全体の3割弱（25.5%）を占める「単独事業所」[図 229]は、複数の事業所を構える本所、支所に比べ、資本金や会社全体の従業員数、売上金額ともに比較的規模が小さいことがわかる[図 230][図 231][図 232]。

図 230. 資本金 <事業所の本所・支所の区分別>

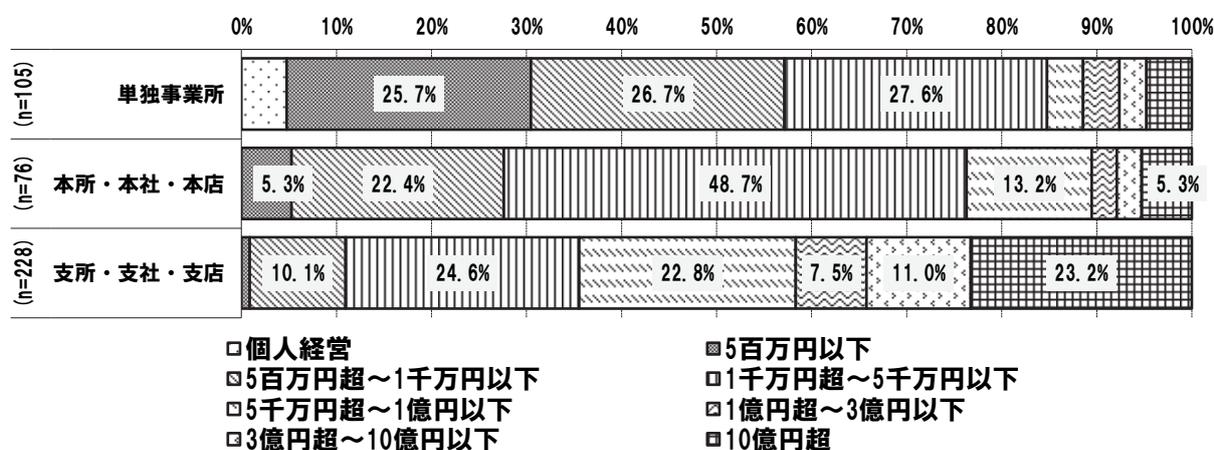


図 231. 従業者数(会社全体) <事業所の本所・支所の区分別>

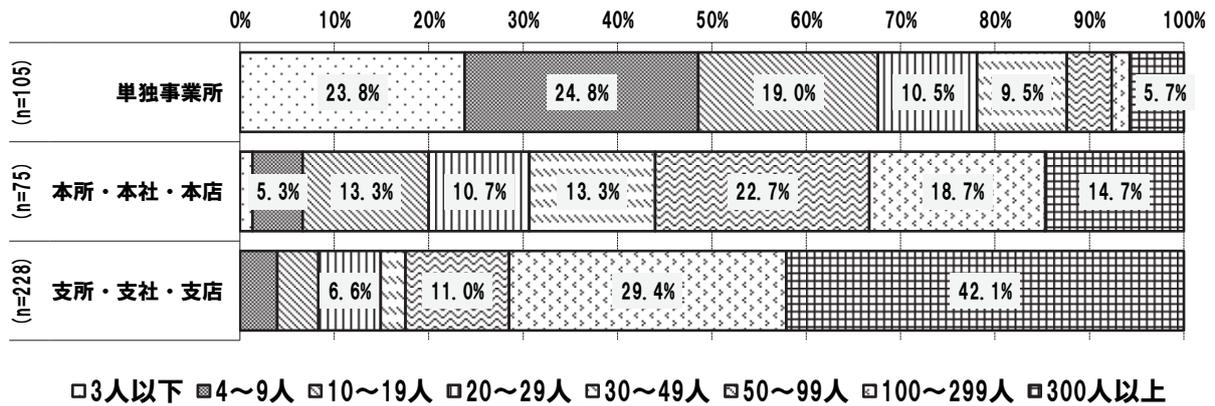
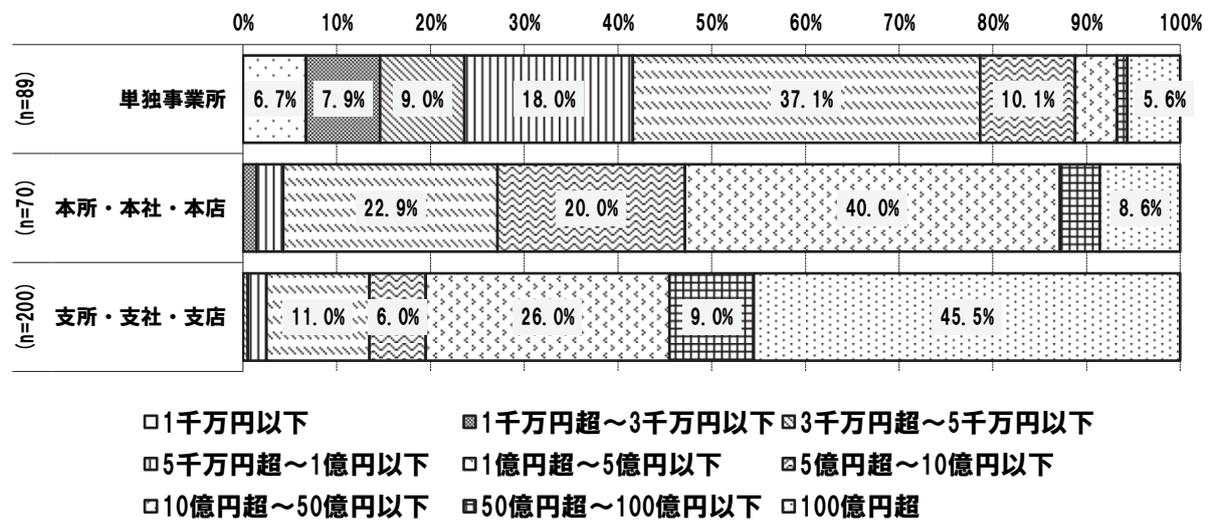
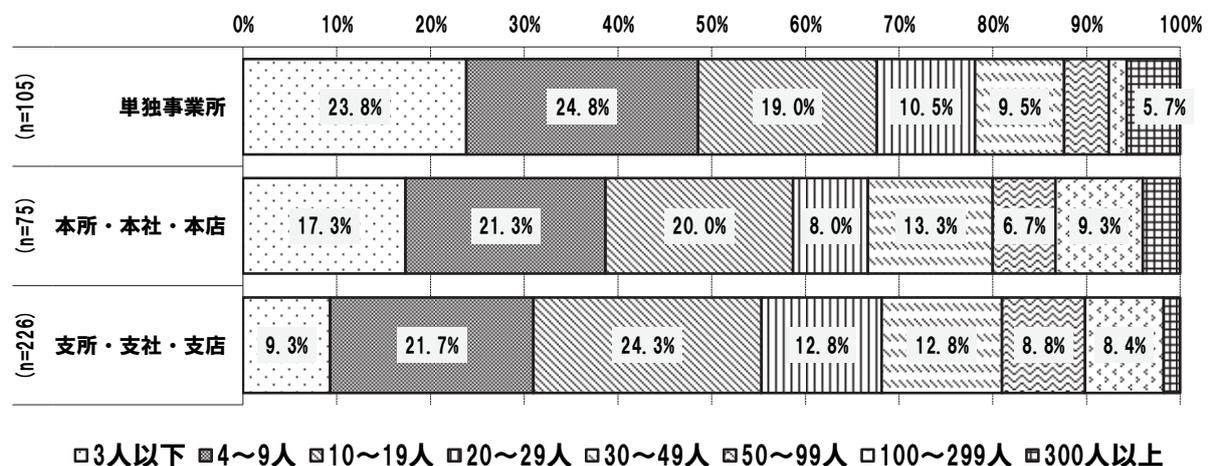


図 232. 売上(収入)金額(会社全体) <事業所の本所・支所の区分別>



回答事業所の本所・支所の区分別に従業者規模を比較したところ、事業所単位の従業者規模で見ても、単独事業所は他に比べ規模が小さいことがわかる[図 233]。

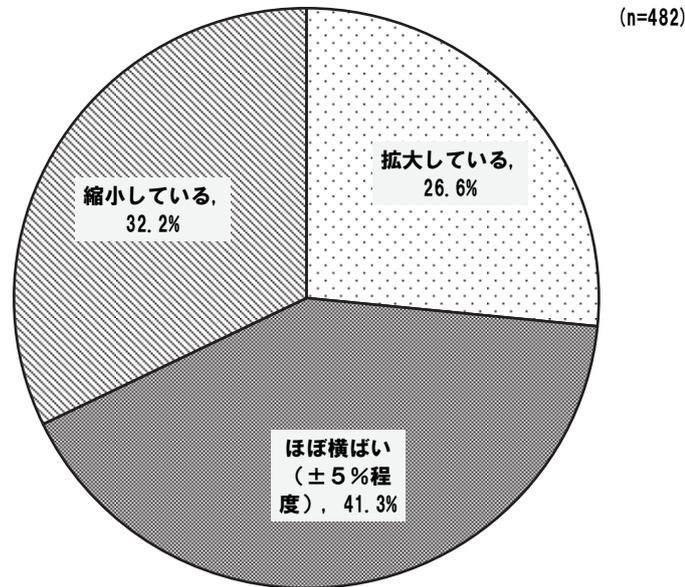
図 233. 従業者数(回答事業所) <事業所の本所・支所の区分別>



### ③ 事業所の受注環境、事業内容の変化

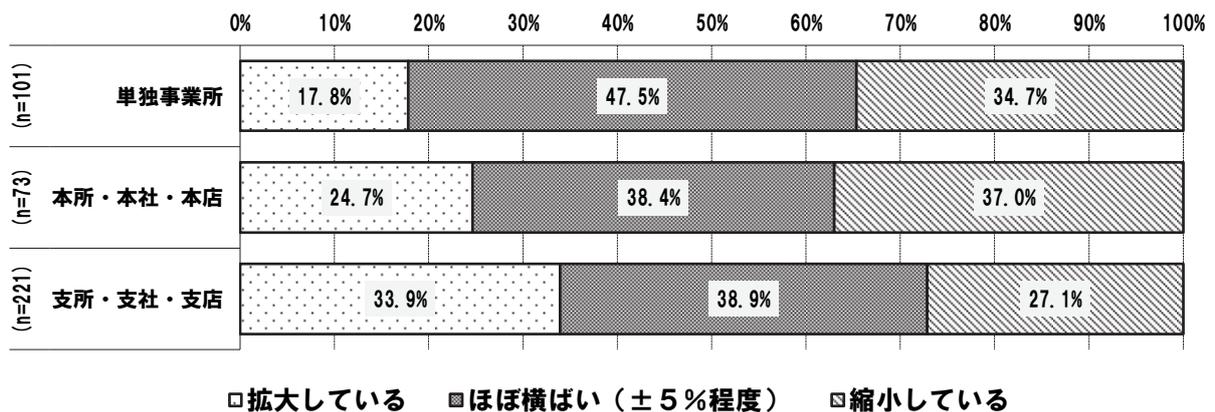
回答事業所の売上（収入）金額について5年前と比較した推移をみると、「ほぼ横ばい」が4割強（41.3%）と最も高い。一方、売上（収入）金額について、3割弱（26.6%）の事業所が「拡大している」と回答しているが、「縮小している」と回答した事業所の方が3割強（32.2%）と高い[図 234]。

図 234. 5年前と比較した売上（収入）金額の推移



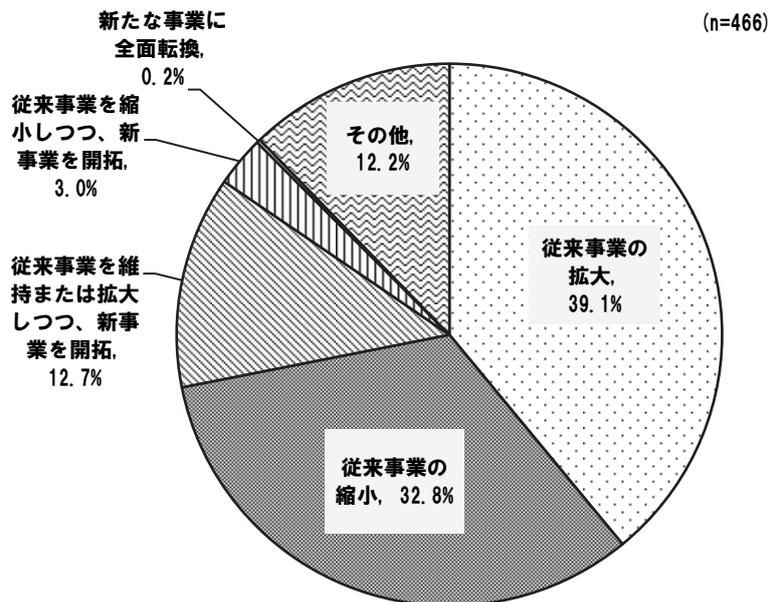
ただし、事業所の本所・支所の区別に売上（収入）金額の推移をみると、単独事業所では区内に立地する本所や支所に比べ、売上金額について「拡大している」と回答した事業所は2割弱（17.8%）と低い[図 235]。

図 235. 5年前と比較した売上（収入）金額の推移 <事業所の本所・支所の区分別>



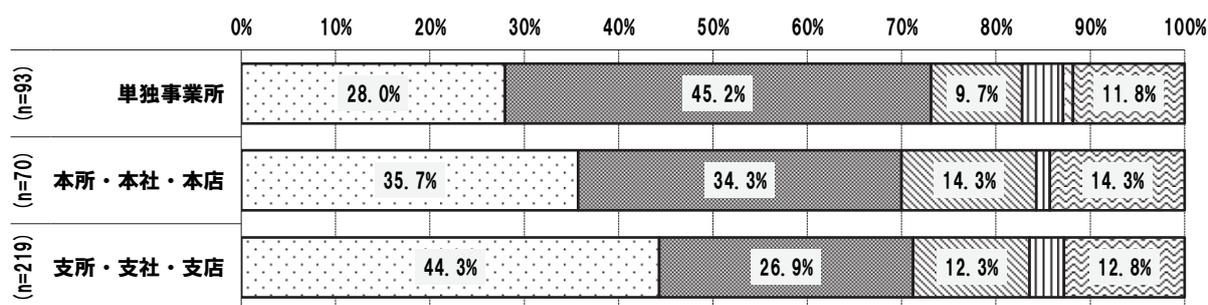
5年前と比べた事業内容の変化をみると、「従来事業の拡大」と回答した事業所が約4割(39.1%)を占める[図 236]。

図 236. 事業内容の変化



また、本所・支所の区分別にみると、単独事業所では「従来事業の縮小」が5割弱(45.2%)と高く、「従来事業の拡大」がみられると回答した事業所は3割弱(28.0%)に留まる。一方、区内に立地する支所では、「従来事業の拡大」と回答した事業所が4割強(44.3%)と高く、区内の物流事業所を取り巻く事業環境には差があることがうかがえる[図 237]。

図 237. 事業内容の変化 <事業所の本所・支所の区分別>



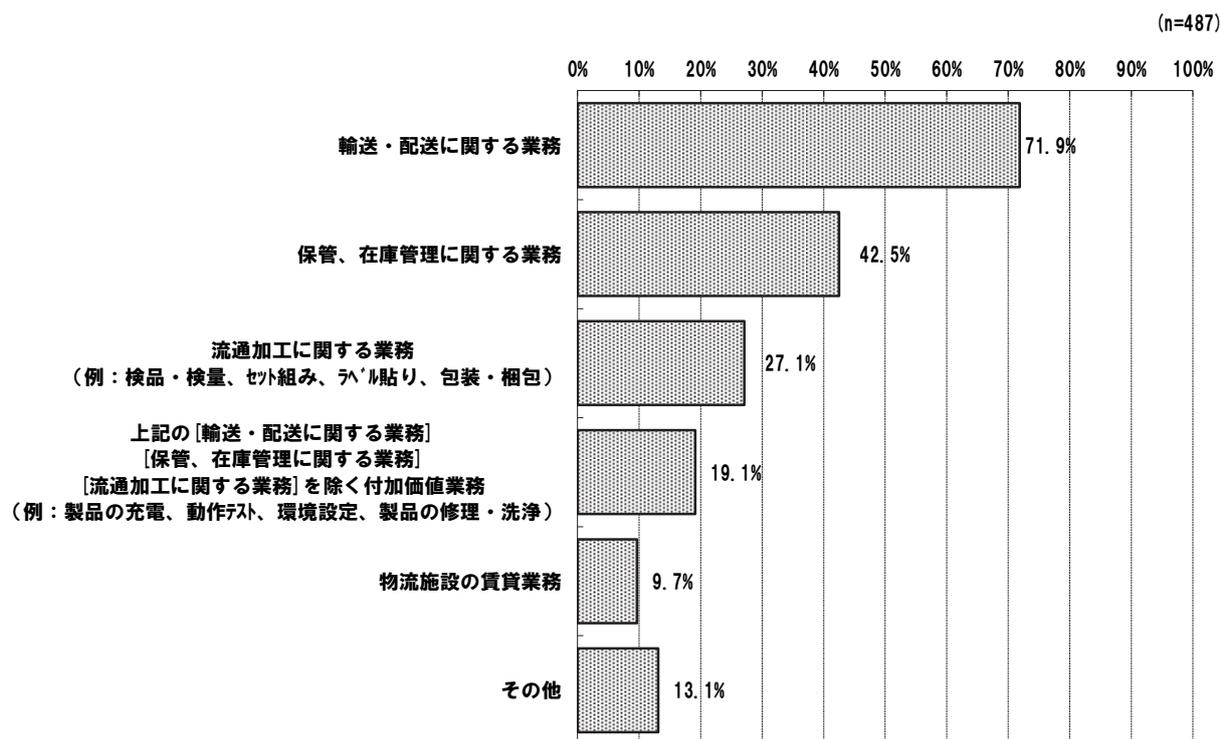
- 従来事業の拡大
- 従来事業の縮小
- ▨ 従来事業を維持または拡大しつつ、新事業を開拓
- ▩ 従来事業を縮小しつつ、新事業を開拓
- ▧ 新たな事業に全面転換
- ▦ その他

### 4-2-3 物流施設内の業務

近年、物流施設では、保管・在庫管理に関する業務、検品・検量／セット組み／ラベル貼り／包装・梱包等の流通加工業務に加え、製品のメンテナンスや動作テストなど、ものづくりとの関連性もある「付加価値業務」が行われている。こうした物流施設内で行われる業務、提供機能の多様化を踏まえ、国内有数のものづくり企業の集積を有する大田区で製造業と物流業との連携の可能性について検討を実施するため、物流事業所による物流施設内の業務内容、製造業との連携可能性等を調査した。

物流施設内で行う業務内容として、7割強（71.9%）が「輸送・配送」を挙げ、次いで「保管、在庫管理」が4割強（42.5%）、「流通加工」が3割弱（27.1%）と高い。また、区内でも約2割（19.1%）の事業所が「[輸送・配送][保管、在庫管理][流通加工]を除く付加価値業務」を手がけている[図 238]。

図 238. 物流施設内の業務内容（複数回答設問）



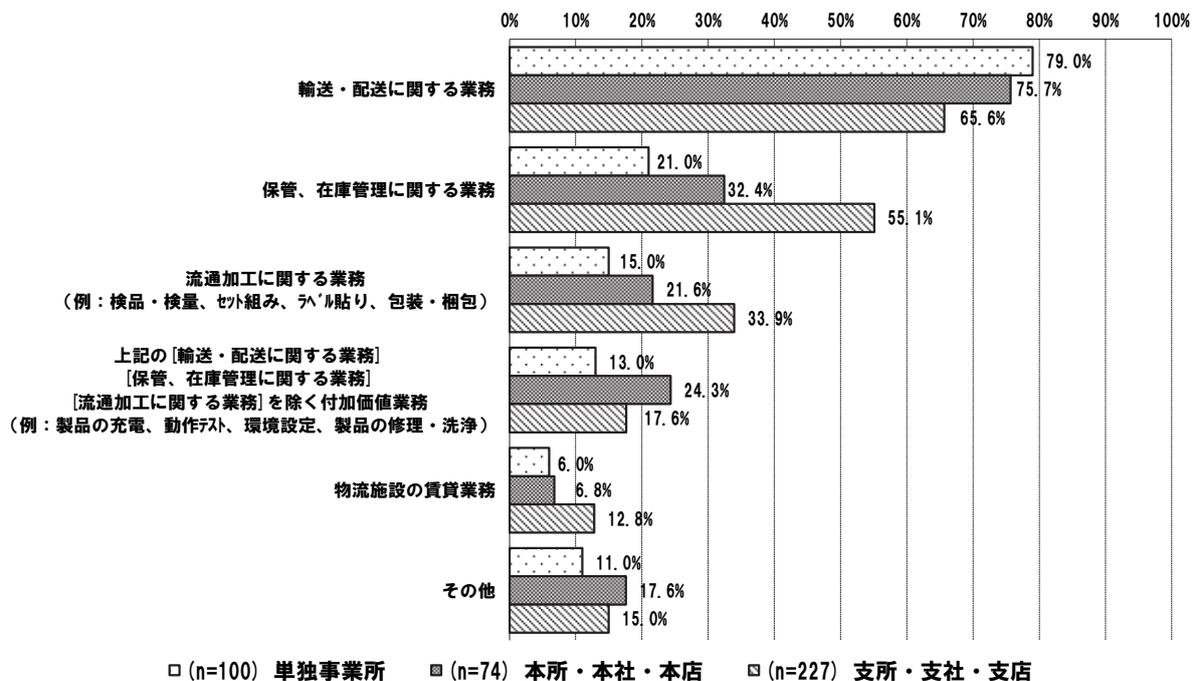
**【付加価値業務として手がける業務の内容に関する自由回答例】**

- 製品の修理・洗浄、製造ライン・サイロの清掃業務
- 動作テスト
- リサイクル品の回収（主にOA機器）・パソコンのデータ消去

本所・支所の区別にみると、単独事業所は「輸送・配送」が約8割（79.0%）と高い。一方、本所や支所では、「保管、在庫管理」がそれぞれ3割強（32.4%）、6割弱（55.1%）、「流通加工」がそれぞれ2割強（21.6%）、3割強（33.9%）で、これらを業務として担う事業所の割合が単独事業所に比べ高くなっている[図 239]。この点から、物流業を営む事業所のなかでも、単独事業所と本所、支所では、従事する業務内容においても違いがあることがわかる。

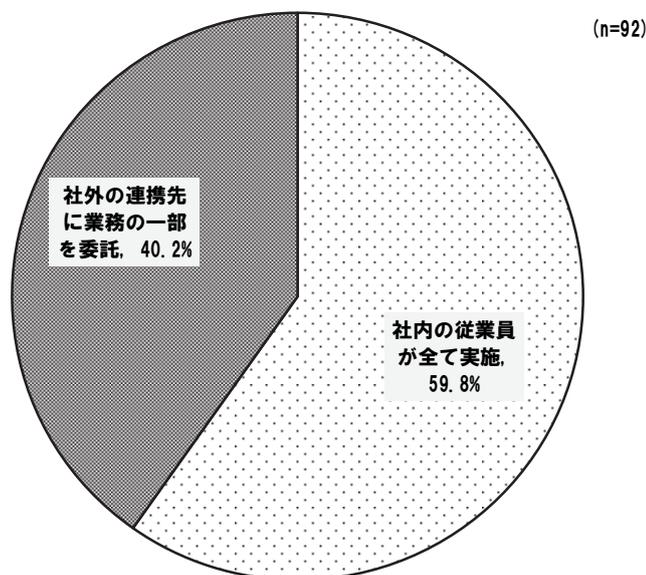
また、「[輸送・配送][保管、在庫管理][流通加工]を除く付加価値業務」について、本所では2割強（24.3%）の事業所が取り組んでいるのに対し、単独事業所では1割強（13.0%）に留まる。

図 239. 物流施設内の業務内容 <事業所の本所・支所の区別> (複数回答設問)



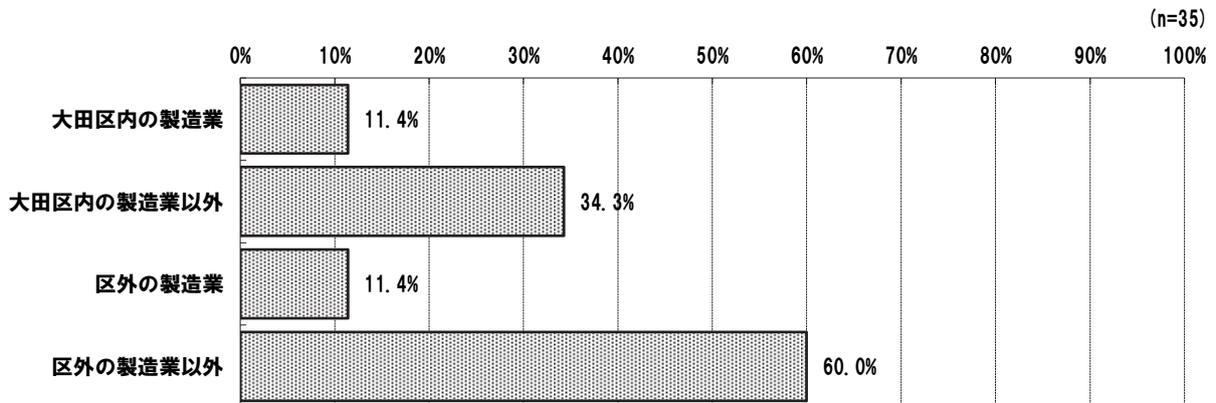
「[輸送・配送][保管、在庫管理][流通加工]を除く付加価値業務」を手がけていると回答した事業所に対し、その実施方法を尋ねたところ、約6割（59.8%）が「社内の従業員が全て実施」と回答し、残りの約4割（40.2%）が「社外の連携先に業務の一部を委託」と回答している[図 240]。

図 240. 付帯的な付加価値業務の実施方法



また、付帯的な付加価値業務を「社外の連携先に業務の一部を委託」していると回答した事業所のうち、3割強（34.3%）が委託先として「大田区内の製造業以外」を挙げているが、「大田区内の製造業」に委託している事業所も1割強（11.4%）みられる[図 241]。

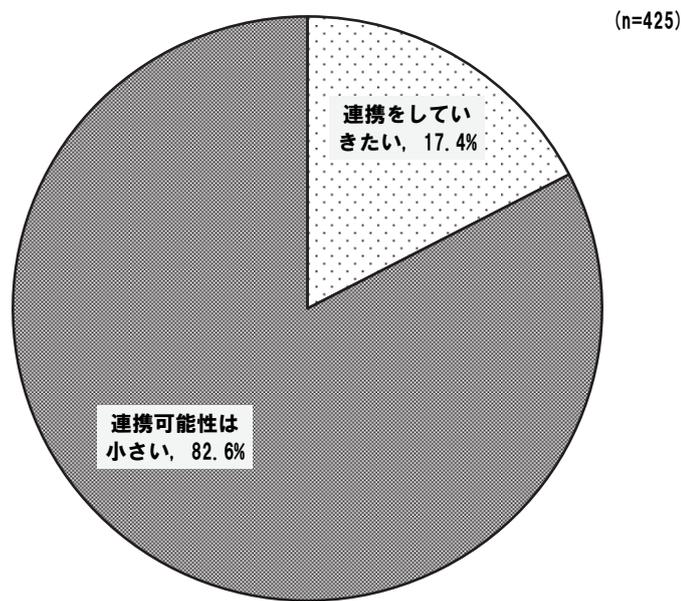
図 241. 付帯的な付加価値業務の委託先（複数回答設問）



流通加工業務や輸送・配送業務等の実施において、区内の製造業との今後の連携意向について尋ねたところ、2割弱（17.4%）が「連携をしていきたい」と回答している[図 242]。

なお、自由回答では、連携意向を示す事業所の具体的な連携内容として、空港・港湾との近接性を活かした一気通貫の物流サービスの提供等を念頭に、区内製造業を顧客とした物流サービスの提供に関する回答が多くみられる。

図 242. 区内製造業との連携意向



【区内製造業との連携を希望する業務内容に関する自由回答例】

《製造業を顧客としたサービス提供（物流サービスの提供）》

- 国内外への輸配送・集荷、通関業務
- 部品・製品の梱包業務、段ボール等の梱包資材の企画・製造
- 部品・製品の保管業務（倉庫管理）

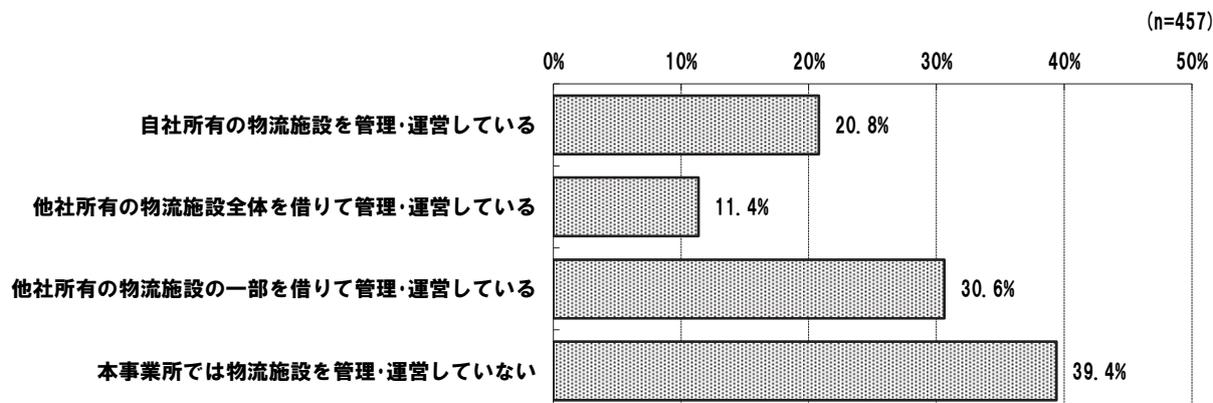
《上記以外の連携例（付加価値領域における連携）》

- 製品のセットアップ、検品

#### 4-2-4 事業所が管理・運営する施設

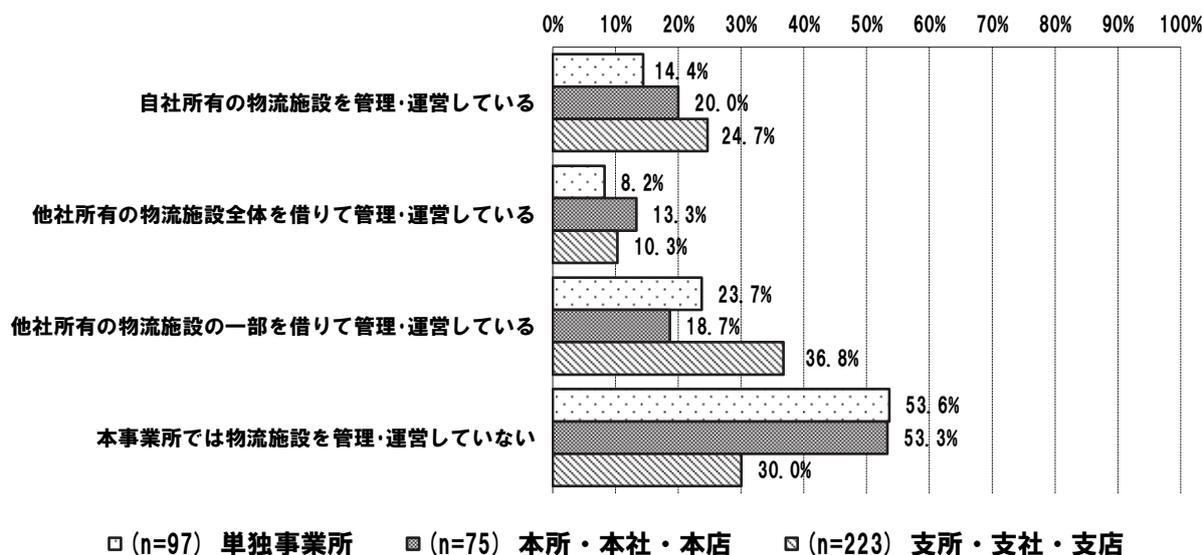
物流施設の所有形態をみると、「本事業所では物流施設を管理・運営していない」と回答する事業所が約4割（39.4%）と最も高いが、「自社所有の物流施設を管理・運営」している事業所も約2割（20.8%）を占める[図 243]。

図 243. 物流施設の所有形態（複数回答設問）



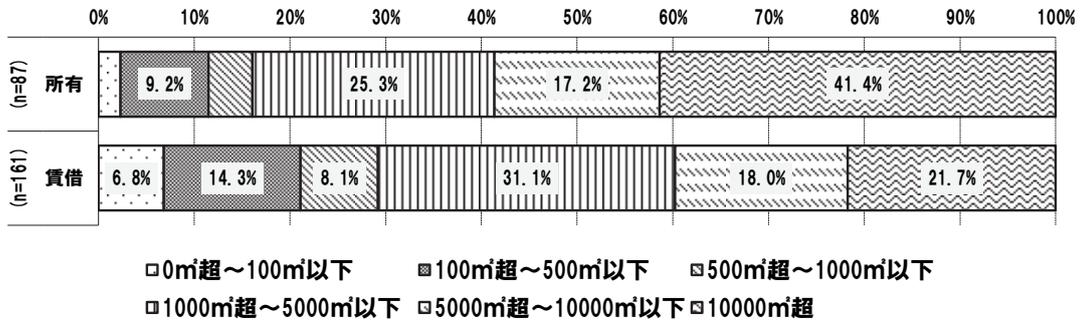
また、会社全体の管理機能を担う本所とは別に、単独事業所においても「本事業所では物流施設を管理・運営していない」と回答した割合が5割強（53.6%）と高い。これは先の図 239 に示したように、単独事業所では主に「輸送・配送」に従事する事業所が比較的多いこと（物流施設（倉庫）を構えておらず、トラックなどによる搬送を主とする事業所が多いと推察されること）に対応した傾向がうかがえる[図 244]。

図 244. 物流施設の所有形態 <事業所の本所・支所の区分別>（複数回答設問）



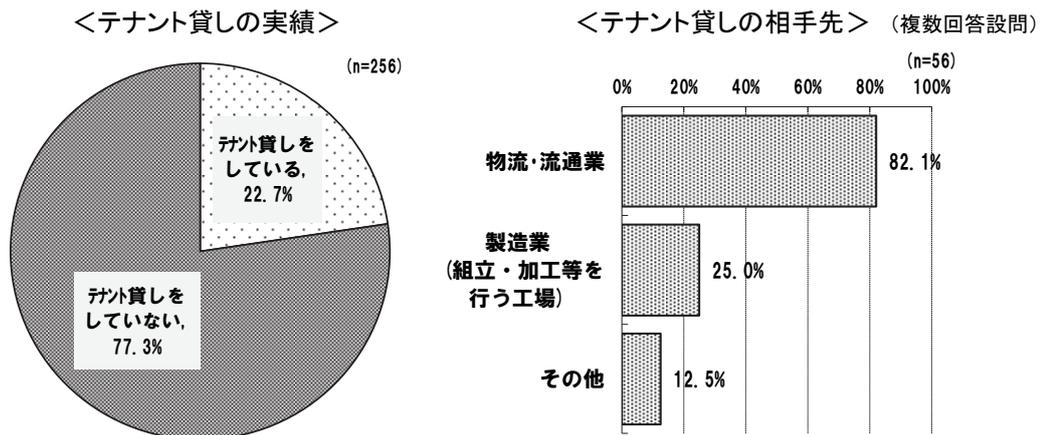
事業所が管理・運営する物流施設の延床面積の広さを尋ねたところ、所有の場合には「10000 m<sup>2</sup>超」と回答した事業所が最も多く 4 割強 (41.4%) を占めている。また、8 割強 (83.9%) が 1000 m<sup>2</sup>以上の延床面積の物流施設を所有し管理・運営している。一方、賃借の場合には「1000 m<sup>2</sup>超～5000 m<sup>2</sup>以下」と回答した事業所が 3 割強 (31.1%) と最も高いが、1000 m<sup>2</sup>以上の延床面積の物流施設を管理・運営する事業所は約 7 割 (70.8%) と所有に比べやや低い[図 245]。

図 245. 事業所が管理・運営する物流施設の延床面積



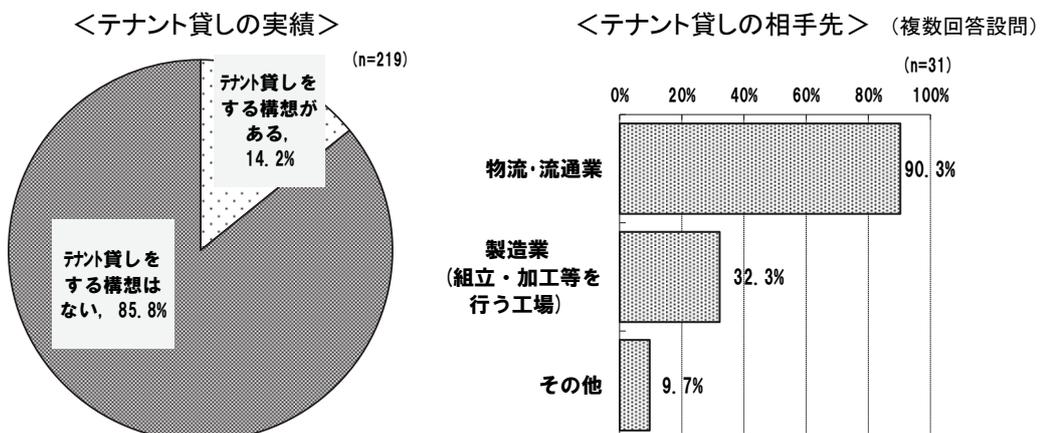
現在、「テナント貸しをしている」と回答した事業所が 2 割強 (22.7%) を占め、その相手先として 3 割弱 (25.0%) が「製造業 (組立・加工等を行う工場)」を挙げている[図 246]。

図 246. 【現在】物流施設のテナント貸しの実績、テナント貸しの相手先



また、今後のテナント貸しの意向として、1 割強 (14.2%) が「テナント貸しの構想がある」と回答し、さらに、その相手先として「製造業 (組立・加工等を行う工場)」を挙げる事業所が 3 割強 (32.3%) を占めている[図 247]。

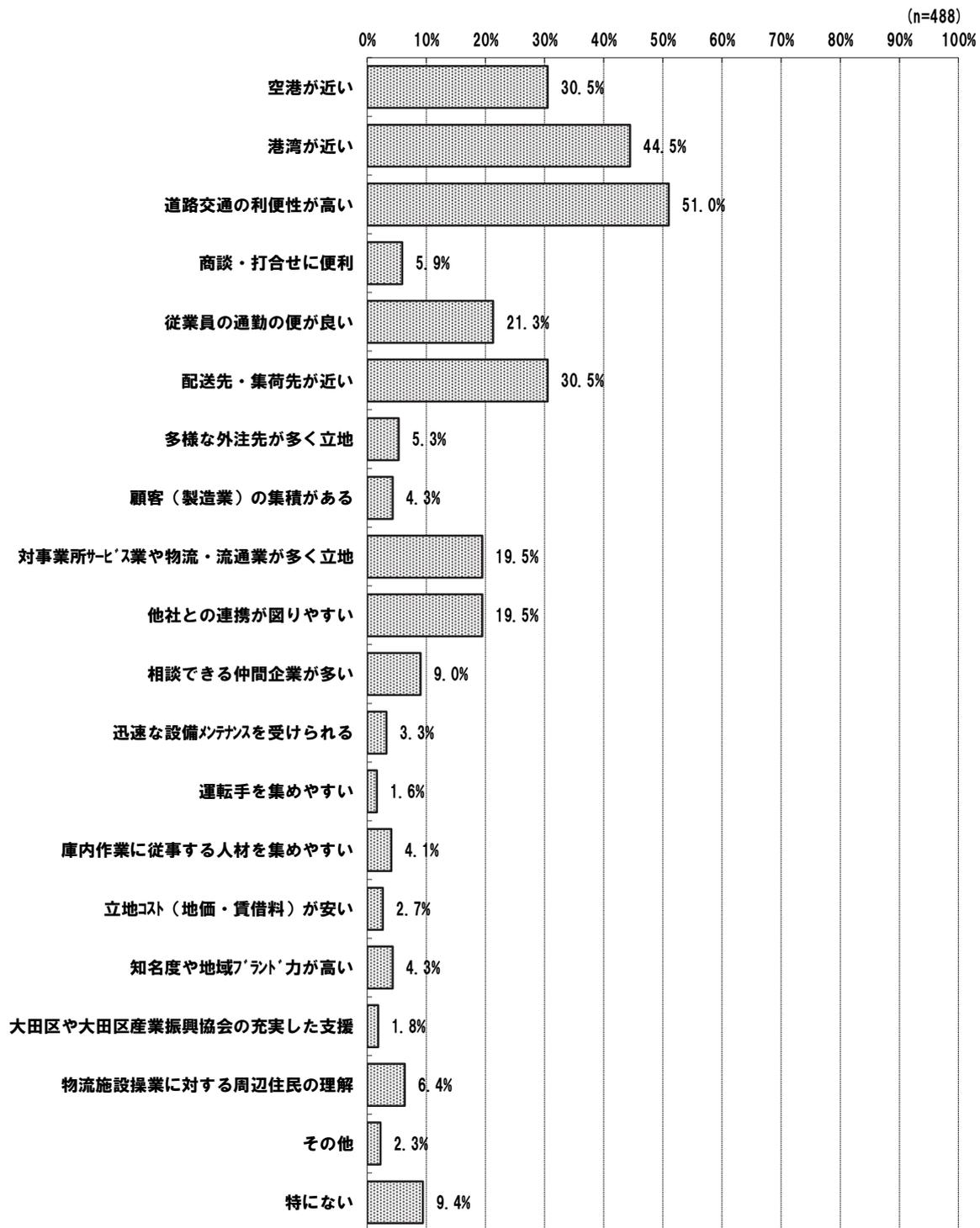
図 247. 【今後】物流施設のテナント貸しの構想、テナント貸しの相手先



#### 4-2-5 操業環境

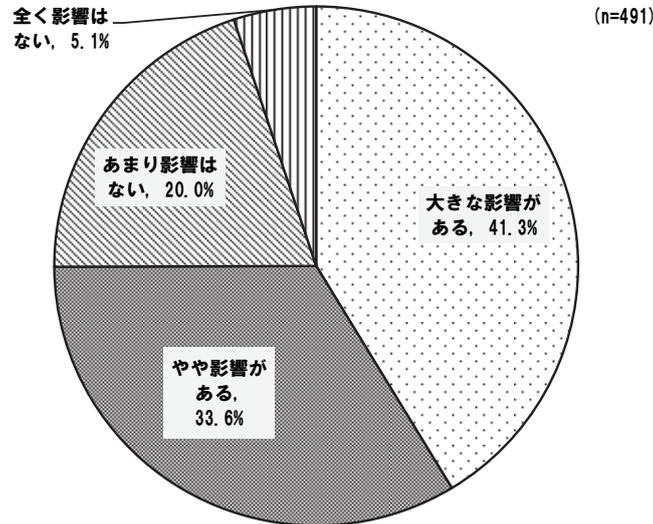
区内にはものづくり産業が集積立地しており、「仲間まわし」と呼ばれるように、事業所間の連携・協力が密接であることが特徴である。加えて、空港や港湾をはじめ、交通・物流拠点との至近性も企業立地上の優位性の1つとなっている。こうした点を踏まえ、物流事業所に区内操業の利点を尋ねたところ、5割強（51.0%）が「道路交通の利便性が高い」と回答し、次いで4割強（44.5%）が「港湾が近い」、約3割（30.5%）が「空港が近い」、「配送先・集荷先が近い」ことを区内操業の利点に挙げている〔図 248〕。

図 248. 区内操業の利点（複数回答設問）



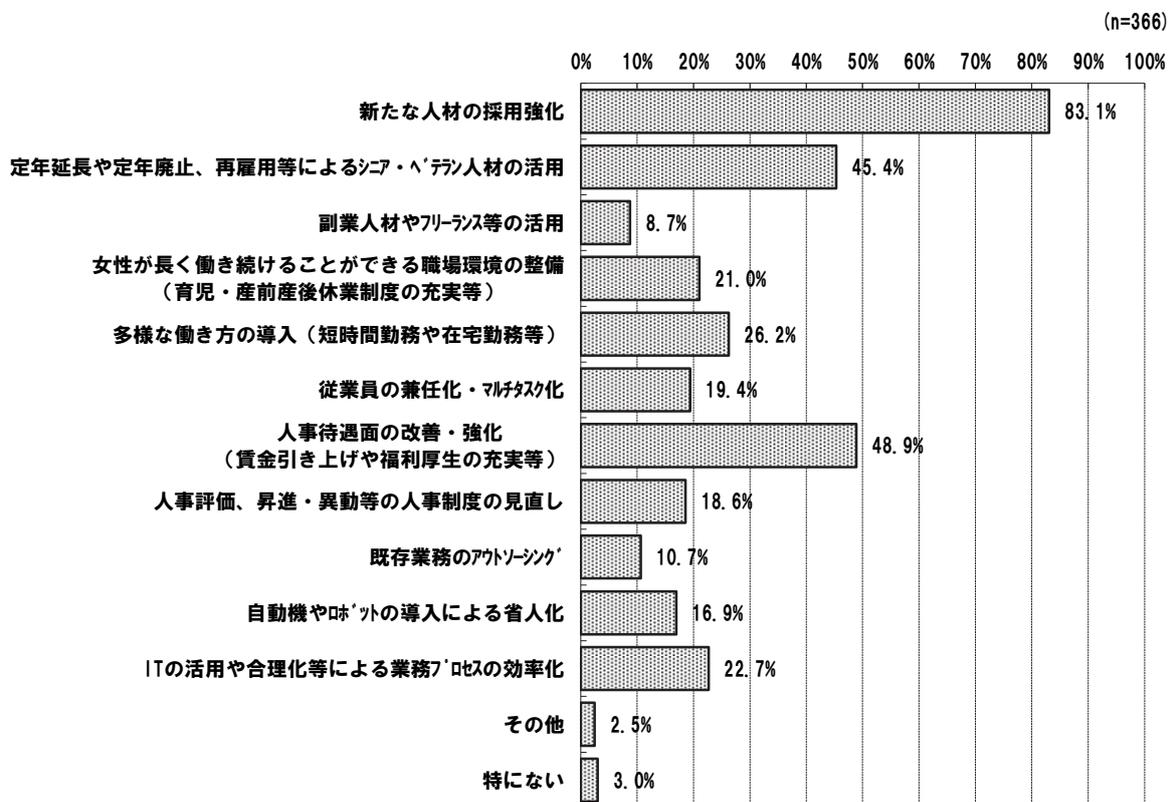
物流需要の増加に対する担い手人材の不足や、働き方改革関連法の施行による時間外労働の上限規制（2024年問題）等の影響が社会的に指摘されているなか、事業所の4割強（41.3%）が人材不足が事業展開に及ぼしている影響について「大きな影響がある」と回答している。また、3割強（33.6%）を占める「やや影響がある」と合わせ、7割強（74.9%）の事業所において人材不足による影響が生じている[図 249]。

図 249. 人材不足が事業展開に及ぼしている影響



人材不足への今後の対応意向として、8割強（83.1%）の事業所が「新たな人材の採用強化」と回答し、次いで5割弱（48.9%、45.4%）が「人事待遇面の改善・強化（賃金引き上げや福利厚生の実等）」、「定年延長や定年廃止、再雇用等によるシニア・ベテラン人材の活用」を挙げている[図 250]。

図 250. 人材不足への今後の対応意向（複数回答設問）



## 5 調査結果のまとめ

### 1. 区内ものづくり企業の概要

- ✓ [会社全体の従業員規模]及び[業種区分]の構成について、前回調査（令和元年度）と比較したところ、2つの調査結果に大きな変化はみられない。
- ✓ 会社全体の従業員規模が「3人以下」が4割強（43.7%）を占める。これに「4～9人」の3割弱（26.5%）を加えた「9人以下」の合計は約7割（70.2%）を占める。
- ✓ 事業所の業種区分では「一般機械」が全体の3割強（34.6%）を占め、次いで「金属製品」が2割強（23.6%）を占める。
- ✓ 9割弱（85.9%）の事業所が「株式会社・有限会社・相互会社」として事業活動を展開している。一方、「個人経営」の事業所も1割強（12.9%）を占める。また、他に支所・支社・支店を持たない「単独事業所」が8割弱（77.2%）を占める。
- ✓ 現在の経営者が「二代目」にあたる事業所が最も多い。また、現在の経営者が「三代目」、「四代目以降」の事業所数の合計は、「創業者」の事業所数より多い。一方、「経営者＝創業者」の事業所も比較的多く、そのうち約1割が創業10年以内の企業の事業所である。

### 2. 対応領域・得意分野

- ✓ 区内ものづくり企業は、「部品（ユニット部品を含む）」の製造や「賃加工」を手がける事業所が7割弱（67.9%）を占める。従業員規模別にみると、規模が小さい事業所ほど「賃加工」の割合が高くなる一方で、規模の拡大とともに「最終製品（ソフトウェアを除く）」の割合が高くなる傾向がみられる。
- ✓ 得意とする技術分野としては、複数回答の場合、「切削、レーザー・放電加工」を挙げる事業所が最も高く3割強（31.6%）を占める。次いで「研削・研磨」、「その他」がそれぞれ2割弱（18.3%、17.9%）である。従業員規模別にみると、「切削、レーザー・放電加工」や「研削・研磨」等については、規模が小さくなるにつれて、得意とする事業所の割合が高くなる傾向がみられる。一方、「開発・設計」及び「生産・加工・組立」領域における「機械・ユニット」等では、規模が大きくなるほど得意とする事業所の割合が高くなる傾向がみられる。
- ✓ 顧客に対する強みとして「生産工程（加工・組立、検査、品質管理等）」の割合が最も高く7割弱（68.6%）を占め、これに次ぐ「製品企画、開発・設計、デザイン工程」が2割強（22.5%）等を大きく上回る。企業のライフステージ別にみると、「創業10年まで・創業者」では、他の類型に比べて「製品企画、開発・設計、デザイン工程」の割合が高く6割弱（58.8%）を占める。一方、「創業50年超」の「二代目以降」では「生産工程」を強みとする事業所が多く、回答割合はそれぞれ7割（76.1%、72.5%、71.5%）を超えている。
- ✓ 製品企画、開発・設計等に関して、「具体的な仕様・図面が示されていない段階から提案をおこなった」事業所が6割強（64.8%）を占めている。こうした点には顧客ニーズを汲み取り、図面がないなかで提案を行う区内ものづくり企業の技術力の高さがうかがえる。

### 3. 業務活動・地域別受注割合・操業環境

- ✓ 区内ものづくり企業の約5割（49.9%）は「試作・少量生産」を手がけているが、区内には「量産」を担う事業所も3割強（33.8%）みられる。
- ✓ 地域別の受注割合をみると、区外（海外を除く）からの受注を主とする事業所が約5割（49.0%）を占める。一方、「区内受注が100%」や「区内受注が50%超～100%未満」とする事業所も合計3割弱（26.1%）みられる。企業のライフステージ別にみると、「創業30年超」の企業では、事業承継に伴い取引エリアが広域化、多様化していることがうかがえる。

- ✓ 区内事業者の取引について、過去5年間における区内からの受注額の変化をみると、「減少基調」と「横ばい」がそれぞれ5割弱（47.1%、46.7%）を占め、「増加基調」と回答した事業所は1割弱（6.2%）に留まる。企業のライフステージ別にみると、「創業10年まで・創業者」では「増加基調」が2割強（21.3%）と他の類型を大きく上回っている。また、「創業50年超」の事業所に着目すると、「創業者」、「二代目」、「三代目」、「四代目以降」となるにつれて、「横ばい」の割合が高く「減少基調」が低くなっており、事業承継が進んでいる事業所ほど、区内との取引を維持している傾向がみられる。
- ✓ 外注の有無をみると、約7割（70.7%）の事業所が「ある」と回答し、そのうち8割強（83.5%）の事業所が「大田区内」に外注している。
- ✓ 事業所の延床面積について、所有の場合は「100㎡超」の施設を使用する事業所が7割強（71.6%）を占める。一方、貸借の場合、より小規模な「50㎡超～100㎡以下」が最も高く3割強（31.2%）を占め、「100㎡以下」の施設を使用する事業所が5割強（52.3%）を占める。
- ✓ 区内のものづくり企業には移転・新設の計画を有する事業所が1割強（14.0%）あり、移転先として、「賃貸施設を活用」と意向を示す事業所が4割強（44.4%）を占める。企業のライフステージ別にみると、「創業10年まで・創業者」では「移転・新設の計画がある、または移転・新設を検討中」が4割弱（38.9%）と他の類型に比べて移転・新設ニーズが高く、さらなるステップアップに向けて事業所の移転・新設を検討している割合が高いことがうかがえる。

#### 4. 地方・海外拠点とのネットワーク

- ✓ 区内ものづくり企業には、区内事業所に加え、区外事業所を構える企業がある。区外事業所の立地をみると、京浜地域以外の「その他関東地域」、関東圏外の「その他国内」がそれぞれ4割弱（37.6%、35.5%）を占める。
- ✓ 各事業所が担う機能を地域別にみたところ、区内の本所事業所では、「本社・管理統括」が8割弱（78.6%）、「営業・販売」が約5割（49.1%）と多いが、それに加え「試作・少量生産」や「開発・設計」を担う事業所もそれぞれ4割弱（35.4%）、約3割（29.9%）と一定数みられる。また、区内の支所事業所でも「試作・少量生産」を担う事業所は4割弱（36.3%）と高いが、「量産」が5割弱（46.5%）と本所事業所の3割強（31.0%）よりも高い点に特徴がみられる。
- ✓ その他関東地域やその他国内の事業所では、「量産」がそれぞれ5割弱（45.0%）、6割弱（58.3%）と高い。
- ✓ この点から、本所事業所を中心に区内の事業所では「試作・少量生産」や「開発・設計」を行い、地方に設けられた生産拠点では「量産」工程を行うといった機能分担がされていることがうかがえる。

#### 5. ファブレス企業との連携

- ✓ 区内には、自社では生産設備を持たず、外部に製造を委託する企業が存在する。区内ものづくり関連企業のうち、「自社の製品の研究開発や企画・設計を行っている」事業所が2割（20.0%）、「他者の製品の研究開発や企画・設計を行っている」事業所が1割弱（7.1%）を占める。
- ✓ また、区内ものづくり関連企業では、社内での製品の研究開発や企画・設計において、自事業所が「研究開発、企画・設計」を担うと回答した事業所が7割弱（68.9%）、「製品の試作」を担う事業所が約4割（39.6%）を占める。
- ✓ 本調査では、自社製品あるいは他社製品の「研究開発や企画・設計を行っている」区内ものづくり関連企業のうち、「製品の研究開発、企画・設計」あるいは「製品の試作」の機能を担うものの、「製品の生産」は手がけていない事業所が区内にある企業を「ファブレス企業」

と位置付け、その立地を分析したところ、ファブレス企業の事業所は住居系の用途地域にも立地しており、区内に分散立地していることが把握された。

## 6. 人材確保

- ✓ 人材不足が事業展開に及ぼす影響について、「大きな影響がある」と「やや影響がある」を合わせた「影響がある」という回答が 5 割弱 (45.3%) を占める。企業のライフステージ別にみると、創業 50 年までの企業は、人材不足に関する影響度の認識に大きな差異はみられない。一方、創業 50 年超の企業では、「創業者」、「二代目」、「三代目」、「四代目以降」と事業承継が進むにつれて、人材不足の影響を大きく捉えている。特に、「創業 50 年超・4 代目以降」の事業所は、8 割弱 (77.3%) が人材不足について影響がある（「大きな影響がある (35.2%)」、「やや影響がある (42.1%)」）と回答している。
- ✓ 人材不足への対応策として、6 割強 (64.1%) の事業所が「新たな人材の採用強化」を挙げ、次いで、「定年延長や定年廃止、再雇用等によるシニア・ベテラン人材の活用」を挙げる事業所が 4 割強 (41.1%) と多い。
- ✓ どのようなスキルを有する人材の確保に課題があるかを尋ねたところ、「現場作業員（熟練技能者）」の割合が最も高く 5 割強 (53.5%) を占める。従業者規模別にみると、共通して「現場作業員（熟練技能者）」、「現場作業員（多能工、単純工）」、「生産技術・生産管理」の回答割合が上位 3 項目として挙げられる。それ以外の項目については、規模の拡大とともに「設計・開発・デザイン」、「品質管理」、「営業・販売、顧客へのアフターサービス」等の割合が高くなる傾向がみられる。
- ✓ 過去 3 年間に人材採用の実績を有する事業所は約 4 割 (40.3%) に留まるが、採用を行った事業所では、20 代だけでなく、「30～54 歳」の採用を行う事業所が 3 割弱 (27.3%) と比較的多くみられる。

## 7. 技術・技能の継承

- ✓ 従業者の退職や高齢化に伴う技術・技能の継承について、「影響はない」と回答する事業所が多く 4 割強 (44.9%) を占める。一方、「既に、影響が出ている」とする事業所も 2 割弱 (17.4%) みられる。また、企業のライフステージの進展とともに、技術・技能の継承に対する危機感が高くなっていることがうかがえる。
- ✓ 技術・技能の継承に向けた対応策として、「若手従業者の育成」を挙げる事業所が 5 割強 (52.2%)、「従業員の雇用延長・再雇用」を挙げる事業所が約 4 割 (40.8%) と多い。また、「技術・技能を持つ人材を採用する」という形で対策を行う事業所も 3 割強 (31.7%) と一定数みられる。従業者規模別にみると、規模が大きい事業所ほど「自社内で若手従業者を育成して技術・技能を継承する」、「技術・技能を持つ従業員の雇用延長・再雇用」、「技術をマニュアル化する」の割合が高くなる。一方、従業者規模が「3 人以下」の事業所では、「対策をとる予定はない」が 6 割弱 (55.7%) と突出して高い。こうしたことから、技術・技能の継承に係る対応は企業規模によって大きく異なっており、従業者規模が大きい事業所ほどより積極的であるといえる。
- ✓ 事業戦略として、[現在]、「技術・技能の継承」に取り組んでいる事業所は 3 割強 (34.7%) を占め、「品質・精度の向上」や「製造・生産プロセスの効率化」に取り組んでいる事業所に次いで多い。
- ✓ 事業戦略上の論点のうち「技術・技能の継承」は、[現在、取り組んでいること]、[今後、特に力を入れて取り組みたいこと]ともに 3 番目に多く、経営上の重要課題として認識されている。また、事業戦略としての「技術・技能の継承」は、[現在]から[今後]にかけて取組意向の割合が 3 割強 (34.7%) から約 4 割 (39.8%) へと高くなっている。この点からも、各

事業所において、「技術・技能の継承」に取り組むことが重要視されているとうかがえる。

## 8. 事業承継

- ✓ 事業承継に関する意向として、3割強（32.2%）が「後継者に事業承継したい」と回答している。一方、「廃業を考えている」との回答が2割弱（15.8%）を占める。従業者規模別にみると、規模が「3人以下」の事業所では、「廃業を考えている」が「4人以上」に比べて突出して高く3割強（31.4%）を占める。また、企業のライフステージ別にみると、「創業31～50年」及び「創業50年超」の「創業者」、すなわち、事業承継が進んでおらず、かつ社歴が長い企業の事業所では「廃業を考えている」の割合が高く、特に、「創業50年超」では4割弱（37.9%）を占める。
- ✓ 「後継者に事業承継したいと考えており、検討をおこなっている」と回答した事業所のうち、7割弱（66.3%）では具体的な後継者が「決まっている」。従業者規模別にみると、「3人以下」の事業所では「決まっておらず、候補者もない」の割合が高く2割強（22.8%）と「4人以上」を大きく上回っている。
- ✓ 事業承継や事業継続の課題としては、「後継者の育成」が3割弱（26.3%）と最も多く、次いで「事業や業界の将来性」が2割強（22.9%）と多い。事業承継の状況・今後の意向別にみると、事業承継にあたっての課題の内容に顕著な差がみられる。「後継者に事業承継したいと考えており、検討をおこなっている」事業所では、その課題が多岐にわたっていることがうかがえる。一方、「後継者に事業承継したいと考えているが、まだ検討はおこなっていない」事業所では、「後継者の育成」が5割弱（45.2%）、「後継者の選定・確保」が約4割（40.6%）と割合が高い。また、「廃業を考えている」事業所では、「特にない」が突出して高く5割弱（47.8%）を占める。
- ✓ 事業承継について相談を行った先としては、「士業（中小企業診断士等）」が約3割（29.3%）と最も多く、次いで「金融機関」が3割弱（27.6%）と多い。

## 9. 環境負荷軽減に関する取組

- ✓ 新規顧客・新事業分野の開拓にあたり、関心分野として「環境、エネルギー」を挙げる事業所は一定数みられる。
- ✓ このなかで、「環境、エネルギー」を現在の主力事業分野とする事業所（6事業所）は少ないが、主力事業とは別に新たな事業分野の開拓として「環境、エネルギー」に取り組む意欲を有する事業所は9割強（94.4%）を占める。
- ✓ 市場・競争環境の変化として「環境対応に対するニーズの高まり」を挙げる事業所や、[現在]の事業戦略として「エネルギー・環境対策」を挙げる事業所はそれぞれ1割に満たない（6.4%、5.7%）。一方、「エネルギー・環境対策」では、[現在、取り組んでいること（5.7%）]よりも、[今後、特に力を入れて取り組みたいこと（9.3%）]として挙げる事業所は増加していることから、今後、環境負荷軽減や社会の持続可能性を意識した経営、事業活動に取り組む事業所が増えていくことが期待される。

## 10. デジタル化

- ✓ 市場・競争環境の変化として、「原材料価格・仕入価格の高騰」を挙げる事業所が7割強（72.5%）と最も多い。これに対して、「IT活用に対するニーズの高まり」を挙げる事業所は1割に満たない（4.5%）。
- ✓ 区内ものづくり企業は、受注の連絡手段として、依然として「FAX」を利用する事業所が8割弱（75.1%）を占める。
- ✓ [現在]の事業戦略として、「その他のIT投資」や「3次元CAD/CAMの導入」を挙げる事業所がそれぞれ1割弱（7.7%、7.3%）みられる。また、「その他のIT投資」では、[現在、

取り組んでいること]が 1 割弱 (7.7%)、[今後、特に力を入れて取り組みたいこと]が 1 割強 (13.7%) であり、[現在]から[今後]にかけて取組意向の割合が高くなっていることから、今後、デジタル化が進んでいくことが期待される。

#### 11. 創業年数別の企業の特徴

- ✓ 区内ものづくり企業について企業のライフステージ別に受注形態をみたところ、「創業 10 年まで・創業者」は、自社工場を持たず、自社製品の開発を中心に事業を営む「ファブレス型自社製品開発が主体」に該当する事業所が 2 割強 (23.4%) と顕著に多い。一方、全ての階層のなかで比較すると「全て下請け型生産・加工組立」に該当する事業所が 4 割弱 (38.3%) と少ないことがうかがえる。
- ✓ 「創業 50 年超」については「創業者」、「二代目」、「三代目」、「四代目以降」となるにつれて、「全て下請型生産・加工組立」の割合が低くなる一方、「その他自社製品開発が主体」と「下請型生産・加工組立が主体」の割合が高くなっている。こうしたことから、事業承継に伴って「全て下請型生産・加工組立」から「その他自社製品開発が主体」や「下請型生産・加工組立が主体」等に移行している、すなわち、従来の下請中心の受注形態から脱却を図っている事業所が多いことがうかがえる。
- ✓ 区内には、「生産工程」に関する加工等の技術力を顧客に対する強みとする事業所が多く、企業のライフステージ別にみると、「創業 50 年超」の「2 代目以降」では「生産工程」における技術力を強みとする事業所が多い。一方、「創業 10 年まで・創業者」では、「製品企画、開発・設計、デザイン工程」を強みとする事業所が 6 割弱 (58.8%) を占め、これまで区内に立地していたものづくり企業とは異なる特徴がみられる。
- ✓ 区内に立地するスタートアップのなかには、デジタル化を通じて、「製品企画、開発・設計等」や「生産工程」の高度化、業務効率化に資するサービスを提供する企業もみられる。こうした企業と区内ものづくり企業の連携が深まることで、区内ものづくり産業の競争力の強化、事業成長につながっていくことが期待される。

#### 12. スタートアップとの連携

- ✓ スタートアップと「連携している」事業所は 1 割に満たず (3.3%)、「連携を検討中、もしくは連携に関心がある」事業所の約 1 割 (10.9%) と合わせても 1 割強 (14.2%) に留まる。
- ✓ これらの 6 割強 (64.2%) が「新技術・製品の開発」を目的にスタートアップと「連携している」あるいは「連携を検討中、もしくは連携に関心がある」としている。
- ✓ また、スタートアップとの連携に取り組む区内事業所への電話ヒアリングにおいては、展示会や交流会で接点があったことや、企業同士や大田区産業振興協会が紹介した事例もみられた。このほかスタートアップとの連携を通して、情報共有や勉強の機会があるという前向きな意見が見受けられた。

#### 13. 新製品開発

- ✓ 事業戦略で[現在、取り組んでいること]として、「品質・精度の向上」や「製造・生産プロセスの効率化」、「技術・技能の継承」に次いで、「新たな販路・顧客の開拓」を挙げる事業所が 3 割強 (33.1%) と多い。
- ✓ 「新たな販路・顧客の開拓」を、[現在、取り組んでいること]に挙げる事業所は 3 割強 (33.1%)、[今後、特に力を入れて取り組みたいこと]に挙げる事業所は 4 割強 (41.4%) であり、[現在]から[今後]にかけて取組意向の割合が高くなっている。
- ✓ 新規顧客・新事業の開拓意向分野として、「製造装置・生産用機械」を挙げる事業所が最も多く 5 割強 (53.3%) を占め、次いで「医療、ヘルスケア」や「半導体・エレクトロニクス」の順に多く、それぞれ 3 割強 (33.8%、31.7%) を占める。

- ✓ 新規顧客・新事業の開拓における課題として、「情報収集力が不足」や「人材の確保が困難」がそれぞれ4割弱（38.7%、36.2%）と多く、次いで「対象分野の市場性・成長性が見極めが困難」を挙げる事業所が約3割（30.5%）と多い。
- ✓ 異業種や新規事業分野への参入を考えている事業所では、既存分野での顧客開拓を考えている事業所に比べて「対象分野の市場性・成長性が見極めが困難」、「製品開発力、商品企画力が不足」、「事業ノウハウ、ビジネスモデル構築力が不足」、「人材の確保が困難」等の回答割合が高くなっており、製品の企画・開発・事業化や人材確保面に対する課題感が相対的に強いことがうかがえる。

#### 14. 羽田イノベーションシティ（HICity）

- ✓ 本調査では、令和5年11月に羽田イノベーションシティが全面開業したことを踏まえ、羽田イノベーションシティのまちづくりへの認知度や来訪経験等について尋ねた。ビジネス目的で来訪した経験があると回答した事業所が一定数見られ、今後、認知度や来訪者数が向上していくことが期待される。
- ✓ 羽田イノベーションシティ（HICity）のまちづくりを「知っている」と回答した事業所は、製造業では4割強（43.2%）、非製造業では3割強（33.1%）を占める。
- ✓ 羽田イノベーションシティを「知っている」と回答した事業所に対して訪問経験を尋ねたところ、製造業では7割弱（67.0%）、非製造業では約8割（79.3%）が「ビジネス目的で訪問したことはない」と回答している。なお、「入居テナントとの打ち合わせ・相談のために訪問した」とことがある事業所に対し、その相手先を尋ねたところ、製造業では「産業支援機関」が5割弱（46.5%）と最も高く、非製造業では「民間企業」が7割弱（65.4%）を占める。

#### 15. 物流施設への立地

- ✓ 区内には羽田空港周辺や平和島を中心に、物流業の事業所の集積がみられる。また、工業専用地域である昭和島や京浜島、工業専用地域が大半を占める城南島にも、近年、物流業の事業所が多く立地している。
- ✓ 物流施設内では、これまでも「保管、在庫管理に関する業務」、検品・検量／セット組み／ラベル貼り／包装・梱包等の「流通加工に関する業務」が行われていた。近年、より付加価値の高いサービスの提供に向け、物流施設内で製品の修理や洗浄、故障品のメンテナンスなどのものづくり関連の付加価値業務を手がける動きがみられる。
- ✓ 付加価値業務を手がけている事業所のうち、約4割（40.2%）は「社外の連携先に一部を委託」している。委託先として、「製造業以外」を挙げる事業所が多いものの、「大田区内の製造業」に委託しているという回答も1割強（11.4%）みられる。
- ✓ 流通加工業務や輸送・配送業務などの実施において、区内の製造業との今後の連携意向について尋ねたところ、2割弱（17.4%）が「連携をしていきたい」と回答している。その具体的な連携内容として、空港・港湾との近接性を活かした一気通貫の物流サービスの提供等を念頭に、区内製造業を顧客とした物流サービスの提供に関する回答が多くみられる。
- ✓ 区内ものづくり企業の事業所に比べ、物流業の事業所は延床面積の大きな施設を管理・運営している。所有の場合は8割強（83.9%）、賃借の場合も約7割（70.8%）の事業所が延床面積1,000㎡超の施設を管理・運営している。
- ✓ 物流業の事業所は延床面積の大きな施設を管理・運営しており、2割強（22.7%）が現在「テナント貸しをしている、あるいはテナント貸しをする構想がある」と回答している。
- ✓ 今後のテナント貸しの相手先として、「物流・流通業」だけでなく「製造業」を挙げる事業所が3割強（32.3%）を占める。こうしたなかで、ものづくり企業が物流施設へ入居する事

例が増えつつある。



令和7年3月

大田区ものづくり産業等実態調査の実施及び結果検証等業務委託  
調査報告書

発行 大田区 産業経済部 産業振興課  
〒144-0035 東京都大田区南蒲田一丁目20番20号  
TEL: 03-5744-1376 FAX: 03-6424-8233