



業界別マーケティングレポートシリーズ

部品製造・金属加工業界の

市場動向と未来市場予測

Market Trends & Future Outlook

Human × AI

最新 AI と人手編集による業界別レポート

AI.marketing

業界の概要

業界の動向

市場分析

業界の課題と機会

業界の将来展望

業界の現状と未来を予測し

徹底対策を！！ 完全無料 0円



本レポートは AI によって生成された内容を基に作成しております。内容には人手による確認・編集を行っておりますが、すべての情報の正確性・妥当性を保証するものではありません。

▶ 目 次

Chapter1	エグゼクティブサマリー（要約）	1P
Chapter2	業界の市場概況（PEST 分析）	2P
Chapter3	主要プレイヤーと業界構造	6P
Chapter4	経営環境と課題	7P
Chapter5	新たな潮流	9P
Chapter6	AI の活用について	11P
Chapter7	今後の展望と提言	13P

部品製造・金属加工業は、自動車、電機、半導体製造装置から医療機器に至るまで、あらゆる製品の心臓部を創り出す、文字通り「ものづくり日本の屋台骨」です。世界最高水準の品質と精度を誇る皆様の技術は、日本の産業競争力の源泉であり、その存在なくしては、現代社会は成り立ちません。これは、誇り高き技術者集団である中小企業にとって、計り知れない価値を持つ事業です。

しかし、その崇高な使命の裏側で、国内の生産基盤は今、**「親会社からの絶え間ないコストダウン要請と、海外勢との不毛な価格競争」「神業を持つ熟練工の引退と、絶望的な後継者不足」「EV シフトに代表される、産業構造の地殻変動」** という、事業の根幹を揺るがすトリプルショックに見舞われています。これは、従来の「図面通りに、安く、早く、正確に作る」という下請け・受託加工モデルが、もはや企業の存続すら保証しない時代の到来を意味しています。

この歴史的な転換点を乗り越え、未来の産業に不可欠な存在として選ばれ続けるためには、単なる「加工屋」「下請け工場」から脱却し、顧客の製品開発の根幹から関与し、課題を解決する**「技術開発パートナー」**へと、自らの立ち位置を劇的に変革することが絶対条件です。本資料では、その変革を遂げるための羅針盤として、以下の3つの戦略的視点を深く掘り下げていきます。

【脱・下請け戦略】

自社のコア技術を「ソリューション」として再定義し、「加工賃」ではなく「技術的価値」で選ばれるための具体的な提案力強化の手法を提示します。

【DX（デジタルトランスフォーメーション）による工場革命】

IoT や AI、3D 技術を駆使し、属人的な職人技をデータ化・形式知化。生産性を飛躍的に向上させ、新たな競争優位性を確立する方法を解説します。

【次世代へ「技」と「誇り」を繋ぐ組織戦略】

旧来の工場イメージを刷新し、若者が「匠の技」に憧れ、成長できる環境を整備。日本の宝である技術を、未来へと確かに継承するための具体的な施策を提案します。

本資料は、最新の産業動向と町工場のリアルな課題に基づき、中小部品メーカー・金属加工業の経営者様が、自社の技術力に新たな光を当て、持続可能な未来を自らの手で削り出すための実践的なアクションプランを提示することをお約束します。

2-1 市場規模と推移

日本の食品製造業の市場規模（製造品出荷額等）は巨大であり、極めて安定しています。コロナ禍においては、外食需要が激減する一方で、内食・中食（家庭での食事や惣菜）需要が急増し、家庭用加工食品や冷凍食品市場が大きく伸長しました。現在は、経済活動の正常化と共に、人々の価値観も変化し、新たな需要が生まれています。

【国内アパレル生産市場の動向と近年の背景】

年度	市場の状況・動向	主な市場背景
2021-2022 年	サプライチェーン混乱による国内生産の再評価	海外からの部品供給が滞り、国内で完結するサプライチェーンの強靭性（レジリエンス）が見直される。一部で生産の国内回帰の動きが加速。
2023 年	原材料・エネルギーコストの歴史的高騰	鉄、アルミなどの素材価格、そして工場の稼働に不可欠な電気代が暴騰。下請け構造の中で価格転嫁が極めて難しく、企業の収益を著しく圧迫。
2024 年	EV シフトの影響本格化と構造転換の始まり	国内自動車メーカーの EV 戦略が本格化。エンジンやトランスミッション関連の部品需要が構造的に減少し始め、業態転換を迫られる企業が増加。
2025 年 - 予測	「高付加価値分野」へのシフトと DX による二極化	半導体、医療、ロボット、航空宇宙など、より高度な技術力が求められる成長分野へシフトできた企業と、旧来のまま価格競争に陥る企業の二極化が鮮明に。IoT や AI による生産性向上度が、企業の競争力を直接左右する。

今後の市場は、汎用的な部品を安く作る「量」の領域は海外勢にますますシフトし、国内企業は、他国が追従できない「質」、すなわち超高精度・難加工・多品種微量生産といった、**技術的価値の領域でしか生き残れない**という現実を直視する必要があります。

2-2 市場の動向（PEST 分析）

町工場の経営を根底から揺るがす、外部環境の変化を分析します。

【PEST 分析】 P：政治的要因 E：経済的要因

	詳細な影響分析	中小企業が取るべき戦略的対応
P 政治 (Political)	<p>■経済安全保障推進法</p> <p>半導体や重要物資の国内生産基盤を強化する動きが国策として進んでいます。これは、関連分野の国内サプライヤーにとって大きな追い風となります。</p> <p>■下請法・価格交渉に関する指針強化</p> <p>政府は、大企業から中小企業への不当な買い叩きを防ぐため、価格転嫁に関する監視を強化していますが、実効性には依然として課題があります。</p>	<p>■補助金・支援策情報の積極的な活用</p> <p>ものづくり補助金、事業再構築補助金、IT 導入補助金など、自社の設備投資や DX 化に活用できる公的支援制度の情報を常に収集し、最大限活用する。</p> <p>■価格交渉の理論武装</p> <p>原材料費やエネルギーコストの上昇分をデータで客観的に示し、論理的に価格転嫁を交渉する。業界団体などと連携し、声を上げることも重要。</p>
E 経済 (Economic)	<p>■原材料・エネルギーコストの常態化</p> <p>一時的と見られていたコスト高は、もはや恒常的なものとなりつつあります。特に電気代は、工場の損益分岐点を大きく左右する最大の経営課題です。</p> <p>■硬直的な「系列・下請け構造」</p> <p>大手メーカーを頂点とするピラミッド型のサプライチェーン構造は、下層に行くほど利益が薄くなる仕組みです。親会社の業績が、下請けの経営を直接的に左右します。</p>	<p>■省エネ・再エネへの投資</p> <p>エネルギー効率の高い最新設備への更新や、工場の屋根への太陽光パネル設置など、コスト削減と環境貢献を両立する投資を長期的な視点で検討する。</p> <p>■「脱・一本足打法」の推進</p> <p>特定の親会社一社への依存度を意図的に下げ、複数の業界に顧客を分散させるポートフォリオ経営を目指す。</p>

2-2 市場の動向（PEST 分析）

【PEST 分析】 S：社会的要因 T：技術的要因

	詳細な影響分析	中小企業が取るべき戦略的対応
S 社会 (Social)	<p>■労働人口の激減と「職人」の超高齢化 団塊の世代の完全引退が目前に迫り、長年培われてきた「匠の技」が大量に失われる「技術継承の2025年問題」は、この業界で最も深刻です。</p> <p>■ものづくりへの価値観の変化 若者世代は、3K（きつい、汚い、危険）のイメージが強い職場を敬遠しますが、一方で、YouTubeなどで見られるような「超絶技巧」や、自分の手で何かを創り出すことへの憧れも持っています。</p>	<p>■技能伝承のDX化 熟練工の動きを動画でマニュアル化したり、VRを使って若手に感覚を伝えたりするなど、デジタル技術を活用して「暗黙知」を「形式知」に変える努力が不可欠。</p> <p>■「見える工場」への変革 工場内を整理・整頓・清掃し、安全でクリーンな環境を整備する。SNSなどで、最新の機械が動く様子や、職人の真剣な眼差し、完成した美しい製品などを発信し、仕事の魅力を伝える。</p>
T 技術 (Technological)	<p>■工作機械の進化（5軸化・複合化） 5軸マシニングセンタや、旋盤とマシニングセンタの機能を併せ持つ複合加工機により、一度のセッティングで複雑な形状の部品を加工できるようになり、リードタイム短縮と高精度化が飛躍的に進んでいます。</p> <p>■デジタルツインとシミュレーション技術 現実の機械や加工プロセスを、デジタルの仮想空間上に再現（デジタルツイン）。実際の加工前に、シミュレーションで最適な加工条件を見つけたり、干渉チェックを行ったりすることで、試作コストの削減と品質向上が可能に。</p>	<p>■設備投資計画の戦略的策定 既存の機械で何とかするのではなく、自社のコア技術をさらに伸ばし、顧客の高度な要求に応えるための、未来への戦略的な設備投資を計画する。</p> <p>■設計・開発段階への関与 3D-CAD/CAMを駆使し、顧客の設計段階から「この形状なら、こうすればもっと安く、高精度に作れる」といったVA/VE提案（価値分析・価値工学）を積極的に行う。</p>

2-3 地域別の動向や格差

日本の部品製造業は、地域ごとに特色ある「産業クラスター（集積地）」を形成しています。

■大田区（東京都）、東大阪市（大阪府）

【機会】

あらゆる業種の工場が集積し、試作品や多品種微量生産に強い。企業間の水平連携（仲間回し）が盛んで、どんな難しい加工でも「あの町に行けば何とかなる」という総合力を持つ。

【脅威】

経営者の高齢化と後継者不足が極めて深刻。工場の廃業が相次ぎ、クラスターとしての総合力が低下する懸念がある。

■中京圏（愛知・静岡など）

【機会】

日本最大の自動車産業クラスター。量産加工に関するノウハウの蓄積は世界トップクラス。

【脅威】

EV シフトのインパクトを最も直接的に受ける。自動車メーカーの系列支配が強く、業態転換の自由度が低い。

■各地域の専門クラスター（燕三条の金属加工、諏訪の精密機械など）

【機会】

特定の分野で世界的な競争力を持つ企業が集積。地域全体でブランドを確立しており、高付加価値なビジネスを展開しやすい。

【脅威】

特定産業への依存度が高いため、その産業の浮沈が、そのまま地域の盛衰に直結する。

自らが属するクラスターの強みと弱みを理解し、その中でどのような独自の専門性を発揮するかが、企業のポジショニングを決定づけます。

部品製造・金属加工業は、大手メーカーを頂点とした、厳格な階層（ティア）構造で成り立っています。

■トッププレイヤー（大手完成品メーカー）

【ビジネスモデル】

自動車、電機、機械などの最終製品を企画・開発・販売。基幹部品は内製しつつ、大多数の部品は系列の一次サプライヤーに発注します。

【強み】

製品の企画・設計情報を握る、サプライチェーンの絶対的支配者。

■ミドルプレイヤー（ティア1：一次下請け）

【ビジネスモデル】

大手メーカーと直接取引し、エンジンやモーターといった「モジュール」「ユニット」単位で製品を納入。自社で製造するほか、さらに下層の二次下請けに個別の部品加工を発注します。

【強み】

安定した受注量と、大手メーカーとの開発連携。

■スモールプレイヤー（ティア2、ティア3：二次・三次下請け）

【ビジネスモデル】

ティア1や、さらにその先のティア2から、部品単体の加工図面を受け取り、その加工のみを請け負います。

【強み】

特定の加工技術（例：深穴加工、鏡面研磨）に特化した、高い専門性。

【課題】

最終顧客である大手メーカーの顔を知らない。価格交渉権は皆無で、納期と品質への要求は極めて厳しい。経営の自由度がほとんどない。

■業界の動向

従来の固定的な「系列」が崩れ、大手メーカーが、系列外の企業や海外からも最適なサプライヤーを選ぶ「オープン化」が進んでいます。これは、下請け企業にとっては系列の庇護を失うリスクであると同時に、技術力さえあれば、系列を飛び越えて新規取引を獲得できるチャンスでもあります。

中小部品メーカー・金属加工業の経営者が抱える課題は、その卓越した技術力と、ビジネスとしての脆弱性との、あまりに大きなギャップにあります。

【課題の本質 1】利益が出ないのは「技術」ではなく「時間」を売る構造

■「加工賃」という名の時間給

見積もりの根拠は、結局のところ「この加工に何時間かかるか」という時間チャージです。ミクロン単位の精度を実現する神業的な技術も、複雑なプログラムを組む知的な能力も、その「時間」の中に埋没し、正当に評価されていません。

■VA/VE 提案が評価されない現実

コストダウンに繋がるような画期的な加工方法を提案しても、それが採用されれば、結果として加工時間が短縮され、自社の売上が下がってしまうという、矛盾した構造に陥っています。

【課題の本質 2】経営が不安定なのは「思考停止」の親会社依存

■運命共同体という名の支配関係

売上の9割以上を特定の親会社一社に依存。親会社の生産計画が、そのまま自社の稼働率となり、経営の舵を自ら握ることができません。

■「図面待ち」の受け身体質

親会社から図面が来なければ、仕事が始まらない。市場のニーズがどうなっているか、この部品がなぜ必要なのかを考えることなく、ただひたすら「待ち」、言われたものを言われた通りに作るだけの思考停止に陥っています。

【課題の本質 3】人が育たない・残らないのは「技術継承」の仕組みの不在**■「背中を見て盗め」の限界**

熟練工の技術は、言語化・マニュアル化が極めて困難な「暗黙知」の塊です。感覚的な部分が多く、若手は「なぜそうするのか」を理解できないまま、単純作業ばかりで成長実感が持てず、辞めていきます。

■キャリアパスの欠如

「一人前の職人になる」という目標は、あまりに遠く、漠然としています。技能検定の取得や、多能工化といった、ステップアップの道筋が明確に示されていません。

【課題の本質 4】事業承継が進まないのは「個人保証」と「借入金」の重圧**■工場の土地・機械は社長の個人資産**

事業に必要な設備投資の多くは、経営者の個人保証付きの借入金で賄われています。この重い負債とリスクを、後継者にそのまま背負わせることに、多くの経営者がためらいを感じています。

■儲からない事業の未来

利益は薄く、親会社の都合に振り回され、職人は高齢化していく。この未来が見えにくい事業を、子供に継がせたいと思えない。これが、廃業を選ぶ最大の理由です。

この厳しい現実を打ち破り、日本のものづくりを新たな次元へと導く、力強い潮流が生まれています。

■開発・試作フェーズへの参画

【具体例】

メーカーの設計・開発部門と直接対話し、新製品の試作段階から参画。「この設計では加工が難しいが、こう変えれば強度を保ったままコストを半分にできる」といった「加工性評価（DFM）」を提案し、コンサルティング料を得る。

【ポイント】

サプライチェーンの最下層から、最上流の「開発」パートナーへとポジションを転換する。これにより、量産時の受注も有利に進めることができます。

■新成長分野へのピボット（業態転換）

【具体例】

エンジン部品の精密加工で培った技術を、人工関節やインプラントといった医療機器部品の加工に応用する。自動車のプレス金型技術を、航空機の炭素繊維複合材（CFRP）成形金型の製造に転用する。

【ポイント】

自社のコア技術が、どの成長分野で応用可能かを見極め、必要な認証（ISO13485 など）を取得し、新たな市場へ果敢に挑戦します。

■オンライン・ファクトリー（プラットフォーム活用）

【具体例】

オンラインで見積もりから受発注までを完結できる製造業向けプラットフォームに登録。これまで接点のなかった、全国のスタートアップや大学の研究室から、試作品などの多様な案件を受注する。

【ポイント】

特定の親会社への依存から脱却し、顧客ポートフォリオを多様化させるための、極めて有効な手段です。

■自社製品（ファクトリーブランド）の開発

【具体例】

精密な金属加工技術を活かし、デザイン性の高い文房具や、アウトドア用品、プロ向けの工具などを開発。クラウドファンディングなどを活用し、直接消費者に販売する。

【ポイント】

下請けの立場から、自らが「メーカー」となる。価格決定権を自らの手に取り戻し、ものづくりの喜びをダイレクトに感じる究極のモデルです。

これまで「技術」こそがすべてで、マーケティングとは無縁だった町工場にとって、AIは、その埋もれた技術的価値を、未来の優良顧客に「翻訳」し、届けるための、最強の営業技術部員となります。

1.AI による「技術力の見える化」と Web サイトの技術ショーケース化【課題】

ホームページに「NC 旋盤あります」としか書いていない。自社の技術が、他社とどう違うのか、その価値が全く伝わっていない。

AI 活用シナリオ

【STEP1】 自社の「お家芸」を AI に説明し、価値を深掘りさせる

プロンプト (AI への命令文) 例

あなたは製造業専門の技術ライターです。私の工場は、直径1mm以下のドリルを使った「微細深穴加工」を得意としています。特に、ステンレス (SUS304) に、直径0.5mmの穴を、深さ10mm (アスペクト比20) まで、精度高く開けることができます。この技術が、なぜ難しいのか、その価値を技術者以外にも分かるように解説してください。

AI の回答 (解説例)

「髪の毛ほどの細さのドリルで、硬いステンレスに、その20倍もの深さの穴を、まっすぐに開ける。それは、まるで豆腐の中に、一本の針を立てて押し込むような、驚異的な挑戦です。ドリルは折れやすく、切り屑は詰まりやすい。それを、長年の経験と、マイクロメートル単位の精密な機械制御によって初めて可能にする、まさに神業なのです。この技術は、最先端の医療用カテーテルや、半導体製造装置の精密ノズルなど、日本の未来を創る製品の心臓部に活かされています。」

【STEP2】 AI が言語化した価値を基に、Web サイトの技術紹介ページを作成する

この文章に、実際の加工事例の写真や、 μm (マイクロメートル) 単位の測定データ、顧客からの評価の声などを加えることで、他社が到底真似できない、説得力のある技術紹介ページが完成します。

【効果】

Web サイトが、単なる「設備リスト」から、「技術的な課題を解決できるソリューション集」へと変わります。これにより、価格だけを見る購買担当者ではなく、技術的価値を理解する設計・開発担当者からの、質の高い問い合わせを引き寄せることができます。

2. AI による「待ち」から「攻め」への技術提案**【課題】**

図面が来ないと何もできない。市場のニーズを先取りした提案がしたいが、アイデアがない。

AI 活用シナリオ**【技術ブログ・ホワイトペーパーの作成支援】****プロンプト (AI への命令文) 例**

EV 化に伴う、自動車部品の「軽量化」ニーズに応えるため、『アルミと鉄の異材接合技術の最新動向と、当社が持つ摩擦攪拌接合 (FSW) の優位性』というテーマで、自動車メーカーの設計者向けにホワイトペーパーの構成案を作成してください。

【効果】

顧客が抱えるであろう将来の課題を先回りし、その解決策としての自社技術を提示する。これにより、「言われたものを作る工場」から、「未来を共に創るパートナー」へと、顧客からの認識を変えることができます。

日本の部品製造・金属加工業は、決して衰退産業ではありません。むしろ、世界の産業が高度化・複雑化する中で、その「匠の技」の価値は、ますます高まっています。その価値を、ビジネスとしての成功に繋げるため、中小企業が実践すべき5つのアクションプランを提言します。

1. 事業ドメインの再定義：「加工屋」から「課題解決パートナー」へ

【アクションプラン】

「何でもやります」をやめる。自社が持つ最も尖った技術を「コア技術」と定め、その技術を最も必要とするであろう成長産業（医療、半導体、航空宇宙、ロボットなど）を戦略的ターゲットとして定める。

顧客に会う際は、必ず「何かお困りの加工はありませんか？」と問いかける。顧客の課題を聞き出し、解決策を提案する「技術コンサルタント」としての役割を意識する。

2. 顧客ポートフォリオの変革：「一社依存」から「多角化」へ

【アクションプラン】

売上の50%以上を、単一の親会社や業界に依存しない状態を目標とする。

オンラインの製造業マッチングプラットフォームに登録し、これまでの系列や地域を超えた、新たな顧客との接点を創出する。

3. 生産プロセスの革新：「職人の勘」から「データによる裏付け」へ

【アクションプラン】

各工作機械に安価なIoTセンサーを取り付け、稼働状況を「見える化」する。これにより、非効率な時間やボトルネックを特定し、改善に繋げる。

全ての製品に、三次元測定機などで測定した品質保証データを添付して納品することを標準とする。「最高品質の証明」を、価格競争に対する強力な武器とする。

4. 技術継承の仕組み化：「暗黙知」から「形式知+実践」

【アクションプラン】

熟練工の作業をビデオに撮影し、若手が見て学べる「デジタル教科書」を作成する。その際、「なぜ、そうするのか」という理由や背景を、熟練工にヒアリングし、テロップで補足する。

NC プログラムや治具の設計などを、ベテランと若手がペアで行う「ペアプログラミング」的な OJT を導入し、思考プロセスそのものを継承する。

5. アライアンス戦略の構築：「一社単独」から「地域の総合力」へ

【アクションプラン】

自社では対応できない加工（例：切削加工の後に熱処理やメッキが必要な場合）について、地域の専門工場と強固なネットワークを構築する。

このネットワークを「〇〇地域の加工アライアンス」として共同でブランディングし、設計から、加工、表面処理、組立までをワンストップで受注できる「バーチャル・ワンストップ工場」

技術とは、未来を切り拓く力そのものです。貴社の工場で、今日も黙々と磨かれているその技が、日本の、そして世界の未来を創っている。本資料が、その偉大な価値をビジネスとしての成功へと昇華させる、確かな一歩となることを、心から願っております。

【お取り扱いおよび著作権に関するご注意】

1. 著作権について

本 PDF コンテンツに関する著作権および一切の知的財産権は、ラフロックス株式会社に帰属します。個人的な学習の範囲を超える、以下の行為を固く禁じます。

本コンテンツの全部または一部を、複製、スキャン、デジタル化すること。

本コンテンツの全部または一部を、第三者に対して貸与、譲渡、共有、配布、販売、送信（インターネット上へのアップロードを含む）すること。

本コンテンツの内容を、許可なく改変、翻訳、翻案すること。

2. 免責事項

本書に掲載されている情報は、著者の経験や AI リサーチに基づいたものですが、その効果や成果を保証するものではありません。実践はお客様ご自身の判断と責任において行ってください。

本書の情報を利用したことによる、いかなるトラブルや損失・損害に対しても、著作者および販売者は一切の責任を負いかねます。

本書に掲載されている情報は、2025 年 9 月現在のものです。AI 関連ツールや各種プラットフォームの仕様変更により、将来的に情報が古くなる可能性があることをご了承ください。

3. その他

本コンテンツをダウンロードいただいた時点で、上記すべての事項に同意したものとみなします。

ご理解とご協力のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

AI.marketing

運営会社：ラフロックス株式会社
www.rough-marketing.com/

 roughRocks

