

VIII. 調査結果よりみる本市における産業振興の課題

調査で把握した課題やニーズをもとに、産業振興の方向性と取組例を3つの柱に整理する。

アンケート結果にみる、事業者の課題とニーズ

1. 小規模企業における事業活動の停滞、起業のニーズ・事業継続に関する課題認識	
小さな企業の事業活動の停滞	●統計データによると、2016年から2021年の間で「宿泊業、飲食サービス業」「卸売業、小売業」「生活関連サービス業、娯楽業」「金融業、保険業」(いずれも従業員規模の小さい業種)の従業者数が減少傾向にある。【P.2、P.3】 ●事業所アンケートの回答者の7割以上(75.1%)を占める9人以下の事業者のうち、6割強(60.9%)は売上高(生産高)が減少している。【P.66】また、回答者全体では、前回調査(R.1年度)よりも売上高(生産高)、利益ともに減少した事業所の割合が増加している。【P.47】
起業のニーズ・事業継続に関する課題認識	●産業支援機関において、事業継続、起業に関する相談が増加傾向にある。【P.114】 ●商店街において、店主(会員)の高齢化、集客力のある店舗の不足を課題とするところが多い。【P.90】また、今後取り組みたいこととして、商店街エリアの魅力向上、情報発信やイベントの充実を回答する商店街が多い。【P.98】 ●事業所アンケートでは、38.8%が後継者なし、26.1%がわからないと回答した。【P.45】さらに9人以下の企業では後継者なしが44.8%と多く、33.8%は廃業予定、11.0%は事業の継続を希望しているものの、後継者がいない状況にある。今後は廃業による事業所の減少が予測される。【P.66】
2. 中規模企業における多様な経営課題、仲間づくりのニーズ	
中規模企業における多様な経営課題	●事業所アンケートでは、原料価格や人件費の経費高騰が経営課題として多く回答されている。また、10人以上の事業所、または建設業・運輸業・医療、福祉、売上高(生産高)・利益とも増加している企業では、人材不足や人材育成が困難な状況であるところが顕著に多い。【P.48、P.67、P.69、P.72、P.74、P.77】 ●事業所アンケートでは、自社や商品・サービスのPR強化、市場や販路の開拓、施設や設備の増強・更新、新商品・新サービスの開発についても、経営課題として多く回答されている。【P.49】一方、新事業を展開した事業所の約半数(47.8%)が、新規事業は売上の増加に貢献したと回答した。【P.50】
企業における仲間づくりのニーズ、大学・短大における産学連携ニーズ	●事業所アンケートでは、大学や研究機関との連携(24.6%)や企業間連携(19.6%)に関心ある未実施企業の層がみられる。中でも企業間の連携に関心がある事業者は、交流会(60.2%)や勉強会(46.4%)を企業との連携の契機にしたいと回答した。【P.60、P.61】 ●事業活動に役立つ情報源として、10～49人では、顧客・取引先等からの口コミや同業種の組合等からの情報発信の割合が、50人以上では、講演会・セミナー・交流会の割合が他の規模と比較して多い。情報源を持たない事業者の割合が多い9人以下の層と比較して、中規模企業は積極的に連携や情報収集の機会を持つ傾向がある。【P.71】 ●大学・短大アンケートによると、講座・イベント等や調査・研究・開発の共同実施、学生の交流や職業体験などで産学連携の実績があり、効果が高く、最近では実施機会が増加。【P.103、104、105】また、茨木市内の事業所でのインターンシップを望む大学・短大は多い。【P.111】
3. 産業支援情報、市の新たな動きへの関心	
産業支援情報への関心	●事業所アンケートでは、事業活動に役立つ情報源として、インターネット・SNS、専門家、広報いばらきが、前回調査(R.1年度)より上位に回答されている。【P.85】 ●府下の産業支援機関においては、事業所等からの相談件数が増加傾向のところが多い。また、新規事業展開の支援、海外向け事業展開の支援、創業(起業)の支援、知的財産・特許に関する支援、生産性向上に向けた支援など、多様なサービスが府下の産業支援機関で受けられる。【P.113、P.114】
市の新たな動きへの関心	●おにクル、ダムパークいばきたなど茨木市内に新たな施設が整備される。【P.29、P.32、P.33】オープンファクトリーなど新たな施策も展開しており、市の新たな施策の動向に対する事業者の関心が高い。【P.33、P.39】

産業振興の方向性

小規模な企業の持続的発展

- ・小規模企業がこれからも事業継続できるよう、集客力ある店づくり、販路開拓など、**小規模企業ならではのニーズに沿った支援を充実**させる。
- ・**新たな事業者の創出や事業の継続への支援**を行う。

中規模企業が仲間となり、切磋琢磨していく

- ・PR強化、販路開拓、新商品・新サービス開発など、**企業の経営課題解決に向けたセミナー等**を行う。
- ・**交流会や勉強会、オープンカンパニーなど協働事業を通じて、市内の企業間での仲間づくり**をサポートする。
- ・**産学連携を希望する企業と大学のマッチング**を進める。

事業者が求める情報の発信

- ・公的な産業情報に関する活用頻度が増える中、**市の取組、府や国、近隣の産業支援機関の事業などの産業情報の収集・発信を充実**させる。

取組例

小規模企業への支援

- 個別企業の販路開拓活動への支援
 - ・展示会出展、クラウドファンディングへの補助
(例. 徳島県鳴門市「国内外販路開拓支援事業」)
- 小さな企業を対象とした DX 支援
 - ・キャッシュレス化、受発注システムの DX 等の補助
- 起業、事業継続への支援**
 - 起業支援
 - ・起業セミナーの開催
 - ・起業アドバイザーの派遣
 - ・ビジネスプランコンテストの開催
 - 事業承継・事業継続への支援
 - ・「大阪府事業承継・引継ぎ支援センター」への引継ぎ
 - ・事業承継者とのマッチングプラットフォーム構築
(例. 兵庫県豊岡市「豊岡市継業バンク」)

セミナー開催

- セミナーの企画・運営
 - ・PR強化、販路開拓、新商品・新サービス開発、働き方改革、健康経営など、様々なテーマで実施

交流会・勉強会、オープンカンパニーなど協働事業

- 勉強会、交流会の企画・運営
 - ・地域の企業間での勉強会、経営者交流会の開催
(例. 大阪府八尾市「みせるばやお」)
- オープンカンパニーの開催
 - ・企業の一般開放イベント
(例. 大阪府東大阪市「オープンファクトリー こーばへ行こう!」)

大学・短大との連携

- 大学－企業間の連携促進
 - ・産学連携交流サロンの充実
 - ・企業の課題解決に向けた大学とのマッチング
(例. 神奈川県横浜市「企業×学生の環境課題解決マッチング会」)

産業情報の発信力の強化

- ホームページ・フライヤー・冊子、動画での情報発信
 - ・茨木市産業情報サイト「あい・きゃっち」の充実
 - ・市内の新規事業におけるフライヤー、冊子等の充実
(おにクル、ダムパークいばきた、オープンカンパニーなどに関する情報ツールの充実)
- 府や国、産業支援機関と連携した情報発信
 - ・補助金等事業、専門家派遣制度、セミナー・シンポジウムの紹介、情報発信 など

8-1. 課題1 小規模企業における事業活動の停滞、起業のニーズ・事業継続に関する課題認識 「小規模な企業の持続的发展を目指す」

【問題点、課題】

●「小さな企業の事業活動の停滞」がみられる。

- ・従業員規模の小さい業種の従業者数が減少傾向。
（「宿泊業、飲食サービス業」「卸売業、小売業」「生活関連サービス業、娯楽業」「金融業、保険業」）
- ・9人以下の事業者のうち、6割強は売上高（生産高）が減少傾向。
- ・前回調査よりも売上高（生産高）、利益ともに減少したと回答する割合が10ポイント以上増加。
- ・9人以下の事業者は新型コロナウイルス感染拡大による事業影響から回復していないところが多い。
- ・9人以下の事業者のうち、3割強は経営上の課題・問題点について相談先がない。

●「起業のニーズ・事業継続に関する課題認識」が事業者や産業支援機関でみられる。

- ・産業支援機関において、事業継続、起業に関する相談が増加傾向にある。
- ・商店街では、店主（会員）の高齢化、集客力のある店舗の不足を課題とするところが多い。一方、商店街エリアの魅力向上、情報発信やイベントの充実を回答する商店街が多い。
- ・後継者がおらず、事業継続についての方針が決まっていない事業所が多い。特に、9人以下の事業所では後継者なしや、廃業予定、事業の継続を希望しているものの後継者がいないところが多い。

【課題解決に向けた支援の方向性：例示】

○小規模企業がこれからも事業継続できるよう、集客力ある店づくり、販路開拓など、小規模企業ならではのニーズに沿った支援を充実させる。

○新たな事業者の創出や事業の継続への支援を行う。

●「小さな企業の事業活動の停滞」がみられる。

統計データ等より

- * 2016年から2021年の間で「宿泊業、飲食サービス業」「卸売業、小売業」「生活関連サービス業、娯楽業」「金融業、保険業」（いずれも従業員規模の小さい業種）の従業者数が減少傾向にある。

【P. 2, 3・近年の事業所数、従業者数の変化】

事業所アンケート調査より

- * 回答者の7割以上（75.1%）を占める9人以下の事業者のうち、6割強（60.9%）は売上高（生産高）が減少している。

【P. 66・問3. 昨年度の売上高（生産高）の動向（2～3年前との比較）（従業員数別）】

- * 回答者全体では、前回調査（R.1年度）よりも売上高（生産高）、利益ともに減少したと回答する事業所の割合が10ポイント以上増加している。

（売上高（生産高）はR.1年度・42.8%→今回調査・55.9%、利益はR.1年度・47.8%→今回調査・60.2%）

【P. 47・問3. 昨年度の売上高（生産高）の動向（2～3年前との比較）（令和元年度（2019年度）調査との比較）】

- * 9人以下の事業所では、新型コロナウイルス感染拡大による事業影響から「回復していない」と回答した者が44.9%を占めており、10～49人（24.4%）及び50人以上（21.2%）よりも多くなっている。

【P. 69・問12. 新型コロナウイルス感染拡大による事業影響からの回復状況（従業員数別）】

- * 9人以下の事業所では、経営上の課題・問題点について相談先のない企業が3割弱（29.9%）と多い。

【P. 70・問16. 経営上の課題・問題点についての相談先（従業員数別）】

●「起業のニーズ・事業継続に関する課題認識」が事業者や産業支援機関でみられる。

産業支援機関アンケート調査より

- * 事業継続、起業に関する相談が増加傾向にある。

【p.114・問3. 利用者のニーズや相談数の変化】

商店街アンケート調査より

- * 店主（会員）の高齢化、集客力のある店舗の不足が課題と回答するところが多い。

【p.90・問3. 商店街の活性化に向けた課題（選択肢3つまで）】

- * 今後取り組みたいこととして、商店街エリアの魅力向上、情報発信やイベントの充実を回答する商店街が多い。

【P.98・問17. 商店街が目指す今後の方向性（選択肢3つまで）】

【P.98・問17-2. 商店街振興に向けて取り組みたい内容】

事業所アンケート調査より

- * 後継者について、38.8%が後継者なし、26.1%がわからないと回答しており、事業継続についての方針が決まっていない事業所が多い。

また、9人以下の事業所では後継者なしが44.8%と多く、33.8%は廃業予定、11.0%は事業の継続を希望しているものの、後継者がいない状況にあり、今後は廃業による事業所の減少が予測される。

【P.45・問1-⑤. 後継者の有無・予定】

【P.66・問1-⑤. 後継者の有無・予定（従業員数別）】

【想定される支援の方向性:例示】

○小規模企業への支援

- ・個別企業の販路開拓活動への支援

（例. 展示会出展、クラウドファンディングへの補助など）

例. 徳島県鳴門市「国内外販路開拓支援事業」

中小企業が、展示会等及び海外展開における取組や、クラウドファンディングを実施するなどして、販路開拓に要する経費に補助金を交付。補助率 1/2・限度額は 20 万円ないし 40 万円

（引用元 HP <https://www.city.naruto.tokushima.jp/jigyosha/chushoshien/shienseido/hanro.html>）

- ・小さな企業を対象とした DX 支援

（例. キャッシュレス化、受発注システムの DX 等の補助など）

○起業、事業継続への支援

- ・起業支援

（例. 起業セミナーの開催、起業アドバイザーの派遣、ビジネスプランコンテストの開催など）

- ・事業承継・事業継続への支援

（例. 「大阪府事業承継・引継ぎ支援センター」への引継ぎ、事業承継者とのマッチングプラットフォーム構築など）

例. 兵庫県豊岡市「豊岡市継業バンク」

事業を「継いで欲しい人」と「継ぎたい人」をつなげる継業バンクを開設し、継業情報をインターネット上に掲載し、全国から事業の担い手を探す取組。

ココホレジャパン(株)(岡山県岡山市)が運営する事業承継プラットフォーム「ニホン継業バンク」に豊岡市専用サイトを開設し、後継者不足に悩む市内事業者への支援と、市内事業者の事業承継案件の掘り起こし、「継ぎたい人」とのマッチング機会を創出、移住希望者の更なる誘引を目指している。

（引用元 HP <https://www.city.toyooka.lg.jp/sangyo/kigyoshien/sogyoshien/1018451.html>）

8-2. 課題2 中規模企業における多様な経営課題、仲間づくりのニーズ 「中規模企業が仲間となり、切磋琢磨していくようサポートする」

【問題点、課題】

●「中規模企業における多様な経営課題」がみられる。

- ・原料価格や人件費の経費高騰が経営課題として多く回答されている。自社や商品・サービスのPR強化、市場や販路の開拓、施設や設備の増強・更新、新商品・新サービスの開発についても、経営課題とする事業所は多い。
- ・10人以上の事業所、または建設業・製造業・運輸業・医療、福祉、売上高（生産高）・利益とも増加している企業では、人材不足や人材育成が困難な状況であるところが顕著に多い。
- ・新規事業を展開した事業所では新規事業が売上増に貢献したところが多いことから、企業の成長に新規事業の創出は重要であるものと考えられる。

●「企業における仲間づくりのニーズ、大学・短大における産学連携ニーズ」がみられる。

- ・大学や研究機関との連携や、企業間連携に関心ある未実施企業の層がみられ、交流会や勉強会を企業間連携の契機にしたいと考える事業所は多い。
- ・事業活動に役立つ情報源として、10～49人では顧客・取引先等からの口コミや同業種の組合等からの情報発信の割合が、50人以上では講演会・セミナー・交流会の割合が他の規模と比較して多く、積極的に連携や情報収集の機会を持つ傾向がみられる。
- ・講座・イベント等や調査・研究・開発の共同実施、学生の交流や職業体験などで産学連携の実績が多数ある。効果が高く、最近では実施機会が増加している。
- ・茨木市内の事業所でのインターンシップを望む大学・短大は多い。

【課題解決に向けた支援の方向性：例示】

○PR強化、販路開拓、新商品・新サービス開発など、企業の経営課題解決に向けたセミナー等を行う。

○交流会や勉強会、オープンカンパニーなど協働事業を通じて、市内の企業間での仲間づくりをサポートする。

○産学連携を希望する企業と大学のマッチングを進める。

●「中規模企業における多様な経営課題」がみられる。

事業所アンケート調査より

- * 原料価格や人件費の経費高騰が経営課題として多く回答されている。
また、自社や商品・サービスのPR強化、市場や販路の開拓、施設や設備の増強・更新、新商品・新サービスの開発についても経営課題とする事業所は多い。
【P. 48・問4. 現在直面している経営上の問題点や困っている点】
【P. 49・問5. 課題解決に向けた取組、最近の注目度が高いトピックスの取組状況・意向】
- * 10人以上の事業所では、経営課題として「人材不足」「人件費の高騰」といった人材面の項目でその傾向が顕著にみられる。また、人材確保の状況として「確保する必要があるが、確保できていない」ところが7割以上を占めている。
【P. 67・問4. 現在直面している経営上の問題点や困っている点（従業員数別）】
【P. 69・問9. 人材確保の状況（従業員数別）】
- * 経営課題として、建設業・運輸業・医療、福祉では、人材不足をあげる事業所の割合が大きく、建設業では人材育成が困難な状況と回答する事業所も多い。また、人材確保の状況として、建設業・製造業・運輸業・医療、福祉では、「確保する必要があるが、確保できていない」ところが6割前後を占めている。
【P. 72・問4. 現在直面している経営上の問題点や困っている点（業種別）】
【P. 74・問10. 人材確保の状況（業種別）】

- * 売上高（生産高）・利益とも増加している企業では、経営課題として、人材不足や人材育成が困難な状況であるところが顕著に多い。

【P. 77・問 4. 現在直面している経営上の問題点や困っている点（売上・利益とも増加企業と、回答者全体の比較分析）】

- * 一方、新事業を展開した事業所の約半数(47.8%)が、新規事業は売上の増加に貢献したと回答していることから、企業の成長に新規事業の創出は重要であるものと考えられる。

【P. 50・問 6－③. 売上高（生産高）への影響】

●「企業における仲間づくりのニーズ、大学・短大における産学連携ニーズ」がみられる。

事業所アンケート調査より

- * 大学や研究機関との連携（24.6%）や企業間連携（19.6%）に関心ある未実施企業の層がみられる。また、交流会（60.2%）や勉強会（46.4%）を企業間連携の契機にしたいと考える事業所は多い。

【P. 60・問 18. 大学や研究機関との連携の状況等】【P. 61・問 19. 企業など事業者間の連携の状況等】

【P. 61・問 19－2. 連携のきっかけとして、あるとよい場所】

- * 事業活動に役立つ情報源として、10～49 人では、顧客・取引先等からの口コミや同業種の組合等からの情報発信の割合が、50 人以上では、講演会・セミナー・交流会の割合が他の規模と比較して多い。また、情報源を持たない事業者の割合が多い 9 人以下の層と比較して、中規模企業は積極的に連携や情報収集の機会を持つ傾向がみられる。

【P. 71・問 20. 事業活動に役立つ情報源（従業員数別）】

大学・短大アンケートより

- * 最近 5 年間では、講座・イベント等や調査・研究・開発の共同実施、学生の交流や職業体験などで産学連携の実績が多数ある。また、研究活動、学生の学び、連携事業者の利益増進、地域の産業活性化などの産学連携の取組効果がみられたところが多いのに加え、5 年前に比べて「増えている」と回答した者が 80.0%と多数を占める。

【P. 103・問 4. 過去 5 年間に事業者と連携した取組】【P. 104・問 6. 産学連携による効果】

【P. 105・問 7. 5 年前と比べた産学連携の取組や相談の増減】

- * 市内事業所とのインターンシップを望む大学・短大は多い。

【P. 111・問 18. 行政と連携すれば効果があると考えること】

【想定される支援の方向性:例示】

○セミナー開催

- ・セミナーの企画・運営

（例. PR 強化、販路開拓、新商品・新サービス開発、働き方改革、健康経営など、様々なテーマで実施するなど）

○交流会・勉強会、オープンカンパニーなど協働事業

- ・勉強会、交流会の企画・運営

（例. 地域の企業間での勉強会、経営者交流会の開催など）

例. 大阪府八尾市「みせるばやお」

企業間の共創を促進することで新たなイノベーションを起こすことを目的に中小企業・大手企業・大学・金融機関・行政が連携したコンソーシアムとして 2018 年 5 月に発足。同年 8 月に、自社の技術力や製品力を「魅せる場」として推進拠点を近鉄八尾駅前ビルにオープンし、ワークショップやセミナーを多数実施している。
（引用元 HP <https://miseruba-yao.jp/>）

- ・オープンカンパニーの開催
(例、企業の一般開放イベントなど)

例、大阪府東大阪市「オープンファクトリー コーバへ行こう！」
「モノづくりのまち東大阪」を国内外に発信し、認知度向上と市民の誇りの醸成を図るとともに、住工共生や人材確保等にもつなげることを目的として、2018 年度より市内工場を一般開放し、工場内部の見学ツアーやモノづくりワークショップ、飲食などを通じて、モノづくりへの興味・関心を深めてもらうイベントとして開催。
(引用元 HP <https://miseruba-yao.jp/about/>)

○大学・短大との連携

- ・大学－企業間の連携促進
(例、産学連携交流サロンの充実、・企業の課題解決に向けた大学とのマッチングなど)

例、神奈川県横浜市「企業×学生の環境課題解決マッチング会」
参加企業が提示した環境課題に対し、市内大学生による複数のチームが、事前に調査・研究をした上で具体的な解決策を提案し、審査員が実現可能性などを総合的に評価して、表彰を行う取組を実施。
(引用元 HP <https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/koho-kochu/press/green/2019/1209match.html>)

8-3. 課題3 産業支援情報、市の新たな動きへの関心 「事業者が求める情報の発信を充実させる」

【問題点、課題】

●事業所等における「産業支援情報への関心」が高まっている。

- ・インターネット・SNS、専門家、広報いばらきは、以前より重要視される傾向がみられる。
- ・相談件数が増加した産業支援機関が複数みられるのに加え、新規事業展開の支援、海外向け事業展開の支援、創業（起業）の支援、知的財産・特許に関する支援、生産性向上に向けた支援など、多様なサービスが府下の産業支援機関で受けられる。

●「市の新たな動きへの関心」も高い。

- ・おにクル、ダムパークいばきた、彩都地区における工場や大規模物流施設の進出、立命館大学大阪いばらきキャンパスへの学部転入など、市内に新たな施設が整備される。
- ・オープンカンパニーなど、市の新たな施策の動向に対する事業者の関心が高い。

【課題解決に向けた支援の方向性：例示】

○公的な産業情報に関する活用頻度が増える中、市の取組、府や国、近隣の産業支援機関の事業など、産業情報の収集・発信を充実させる。

●事業所等における「産業支援情報への関心」が高まっている。

事業所アンケートより

- * 事業活動に役立つ情報源として、インターネット・SNS、専門家、広報いばらきが、前回調査(R.1 年度)より上位に回答されており、以前より重要視される傾向がみられる。

【p. 85・問 20. 事業活動に役立つ情報源（過去の調査との比較）】

産業支援機関アンケートより

- * 相談件数が増加したと回答する産業支援機関が複数みられる。

【p. 114・問 3. 利用者のニーズや相談数の変化】

- * 新規事業展開の支援、海外向け事業展開の支援、創業（起業）の支援、知的財産・特許に関する支援、生産性向上に向けた支援など、多様なサービスが府下の産業支援機関で受けられる。
【p. 113・問 1. 取扱可能な支援内容】

●「市の新たな動きへの関心」も高い。

市産業を取り巻く環境の変化より

- * 子育て文化施設「おにクル」（2023 年 11 月開館）、都市公園「ダムパークいばきた」（2024 年 4 月一部オープン予定）の整備に加え、彩都地区における工場や大規模物流施設の進出、立命館大学大阪いばらきキャンパスへの学部転入など、新しい施設の整備が進んでいる。
【P. 33・本市で進む施設整備、まちづくり】【P. 29・事業所の転出、進出の動向】
【P. 32・大学・短期大学の立地】
- * オープンカンパニーなど新たな施策も展開しており、市の新たな施策の動向に対する事業者の関心が高い。
【P. 33・本市で進む施設整備、まちづくり】【P. 39・その他の産業振興施策等】

【想定される支援の方向性:例示】

○産業情報の発信力の強化

- ・ ホームページ・フライヤー・冊子、動画での情報発信
（例. 茨木市産業情報サイト「あい・きゃっち」の充実、おにクル、ダムパークいばきた、オープンカンパニーなど市内の新規事業におけるフライヤー、冊子等の情報ツールの充実など）
- ・ 府や国、産業支援機関と連携した情報発信
（例. 補助金等事業、専門家派遣制度、セミナー・シンポジウムの紹介、情報発信など）