

## ■ 茨木市産業振興アクションプランの改定に向けた事業者アンケート調査結果

「産業振興ビジョン」(H. 22. 3 策定) や「産業振興アクションプラン」(H. 28. 3 策定) の取組や近年の産業を取り巻く情勢を踏まえた上で、市内事業所の現況と課題を把握するため、事業所アンケートを実施した。

調査対象者、 **茨木市内の事業所 3,500 ヶ所**

有効回収率 **回収数 790 (9 月 20 日現在)、有効回答率 25.4% (未着分 393 票を除く)**

※以下 10 業種に絞り、総務省「経済センサス」より抽出

建設業／製造業／情報通信業／運輸業（運送業・倉庫業等）／卸売業／小売業／医療、福祉／教育、学習支援業／飲食サービス業／サービス業

実施期間 7 月下旬～8 月中旬

### 【設問項目】

- 27 は平成 27 年度アンケート調査に、20 は平成 20 年度アンケート調査に、それぞれ設問項目があったものを示す。(但し、前回分とは回答者属性の限定や問い方の違いがある設問もある)

A. 企業について	問 1. 企業（事業所）の概要 2720 問 2. 事業所の所有形態（敷地、建物） 2720 問 3. 売上高、利益の動向 2720、動向に関する理由・要因（自由回答）
B. 貴社(貴店)の経営上の問題点、問題解決に向けた取組	問 4. 現在直面している経営上の問題点やお困りの点 20 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 問 6. 最近 10 年間の新事業展開の有無、展開内容、売上への影響、知財の有無 問 7. 現在の場所での事業継続の意向 7-1 事業継続の意向に関する要因・理由
C. 人材の育成・確保について	問 8. 採用時に重視する点 27 問 9. 人材確保の状況 27 9-1（「確保できている」のみ）人材確保に当たって利用している手段 27 9-2（「確保できていない」のみ）人材確保ができていない理由 27 問 10. 就業者の人材育成・能力開発の実施状況に対する自己評価 27 10-1（「実践できている」のみ）人材育成・能力開発に関する取組内容 27 10-2（「実践できていない」のみ）人材育成・能力開発ができていない理由 27 問 11. 従業員に求める能力
D. 働き方改革の取組状況	問 12. 働き方改革の取組状況 12-1（「取り組んでいる」のみ）働き方改革の取組内容、課題 12-2（「取り組んでいない」のみ）働き方改革に取り組めていない理由
E. 外部との連携について	問 13. 経営上の課題・問題点についての相談先 27 問 14. 有効だと思われる外部との連携の形態・内容 問 15. 大学や研究機関との連携の状況等 27 15-1（連携実績ありのみ）連携のきっかけ 15-2（連携実績なしのみ）大学等と連携していない理由 27 問 16. 企業など事業者間の連携の状況等 27 16-1（連携実績ありのみ）連携のきっかけ 16-2（連携実績なしのみ）企業など事業者間でと連携していない理由 27
F. 支援策の活用状況等について	問 17. 事業活動に役立つ情報源 問 18. 事業者へ広く情報を届けるうえで有効な方法 問 19. 市の支援策として知っているもの・今後活用してみたいもの 問 20. 茨木市における産業振興のあり方としてのご意見・ご要望 2720
回答者プロフィール	※任意※部署名、お名前、個別ヒアリングの協力の可否

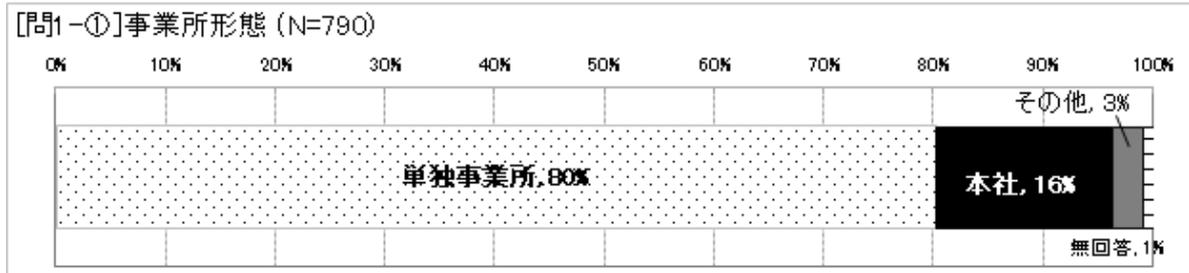
## 2. 調査結果（全体）

※調査結果の割合(%)は小数点以下第1位を四捨五入し算出しているため、内訳の合計が必ずしも100%とならない場合がある。(3.以降も同じ)

### A. 企業について

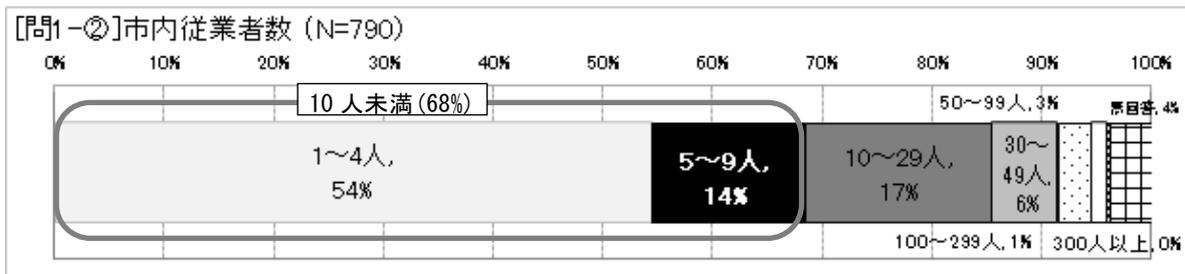
#### 問1-①. 事業所形態

\* 「単独事業所」が80%を占める。



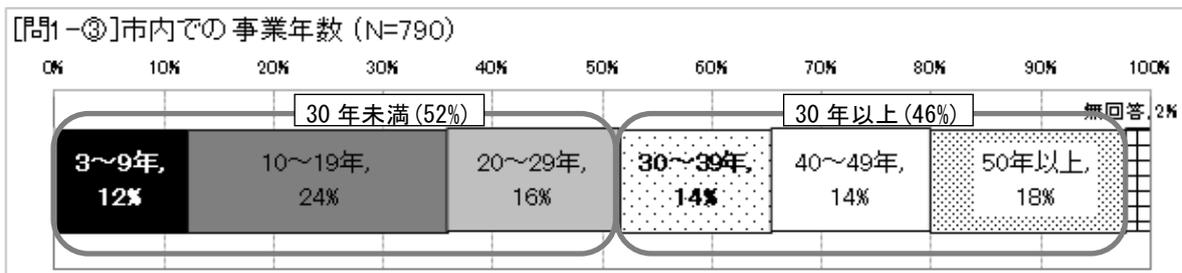
#### 問1-②. 市内従業者数

\* 10人未満が68%を占めており、従業員数の少ない事業所が多い。100人以上は2%に止まる。



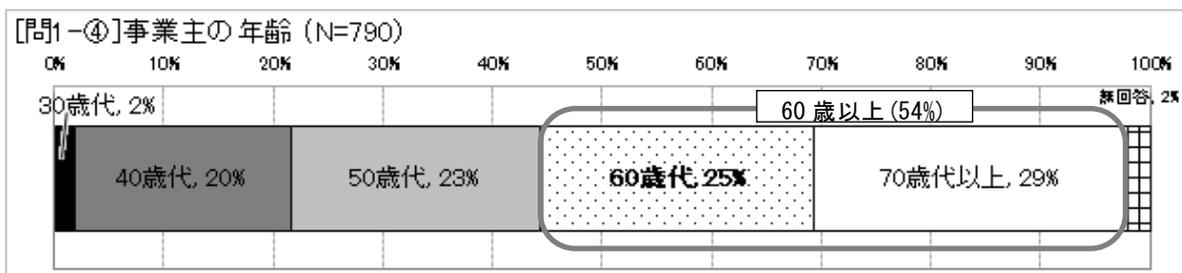
#### 問1-③. 市内での事業年数

\* 30年未満 (52%)の方が、30年以上 (46%)よりも多くなっている。



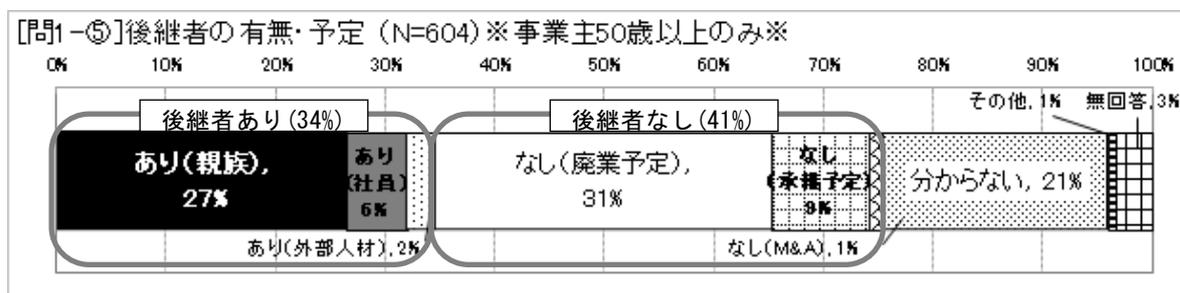
#### 問1-④. 事業主の年齢

\* 60歳以上が54%と過半数を占めており、年齢層の高い人が多くなっている。



**問1-⑤. 後継者の有無・予定※事業主 50歳以上のみ※**

\* 後継者あり（34%）よりも後継者なし（41%）の方が多く、中でも、廃業予定が31%を占めており多く、このことから、今後は廃業による事業所の減少が予測される。



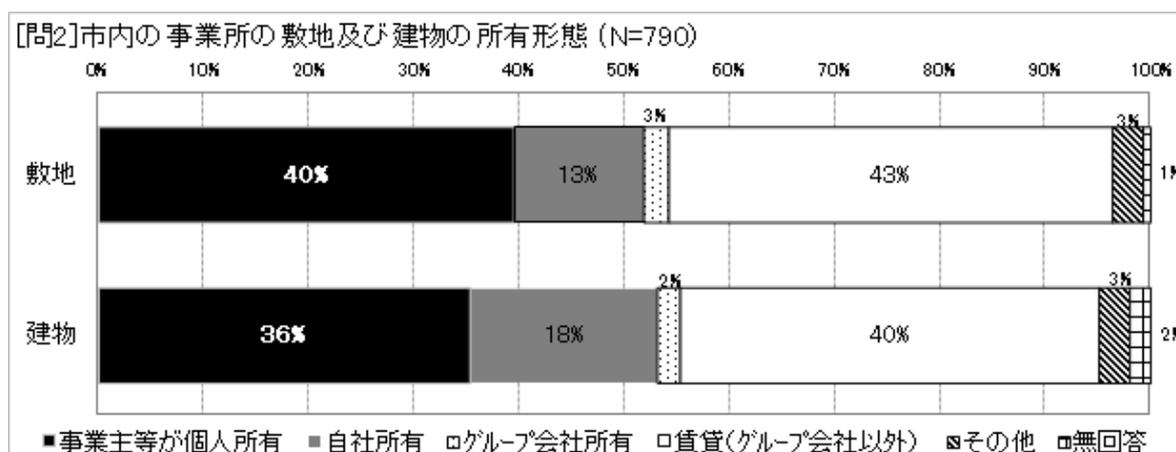
**問1-⑥. 業種**

\* サービス業（飲食サービス業を除く）が17%と最も多く、次いで小売業（16%）、建設業（15%）、製造業（12%）と続く。

業種	回答数(N=790)	割合
サービス業(飲食サービス業を除く)	131	17%
小売業	124	16%
建設業	122	15%
製造業	98	12%
飲食サービス業	77	10%
卸売業	60	8%
運輸業(運送業・倉庫業等)	39	5%
教育、学習支援業	38	5%
医療、福祉	24	3%
情報通信業	6	1%
その他	64	8%
無回答	7	1%

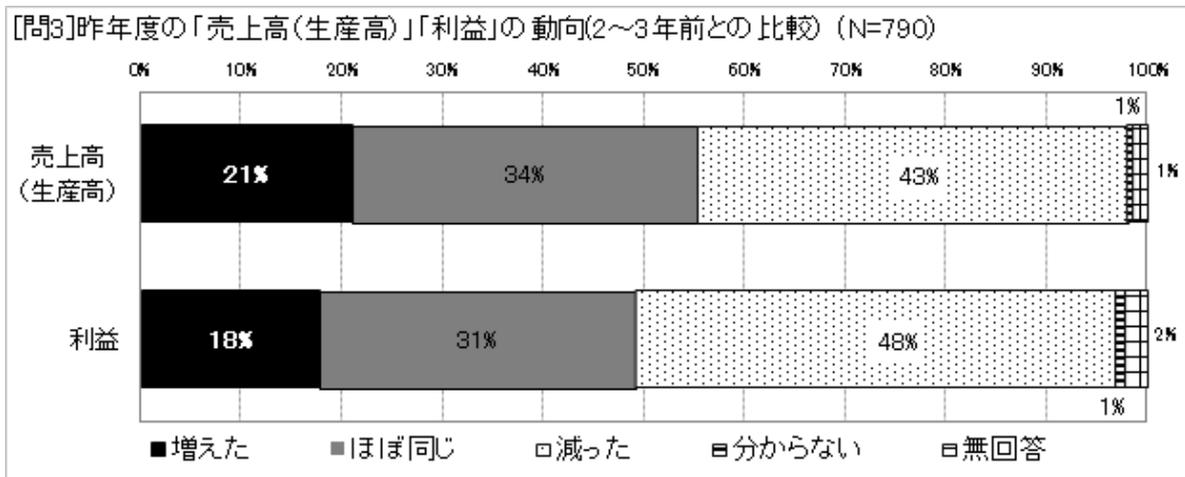
**問2. 市内の事業所の敷地及び建物の所有形態**

\* 敷地、建物とも、「事業主等が個人所有」と「賃貸」が多い。



### 問3. 昨年度の「売上高（生産高）」や「利益」の動向（2～3年前との比較）

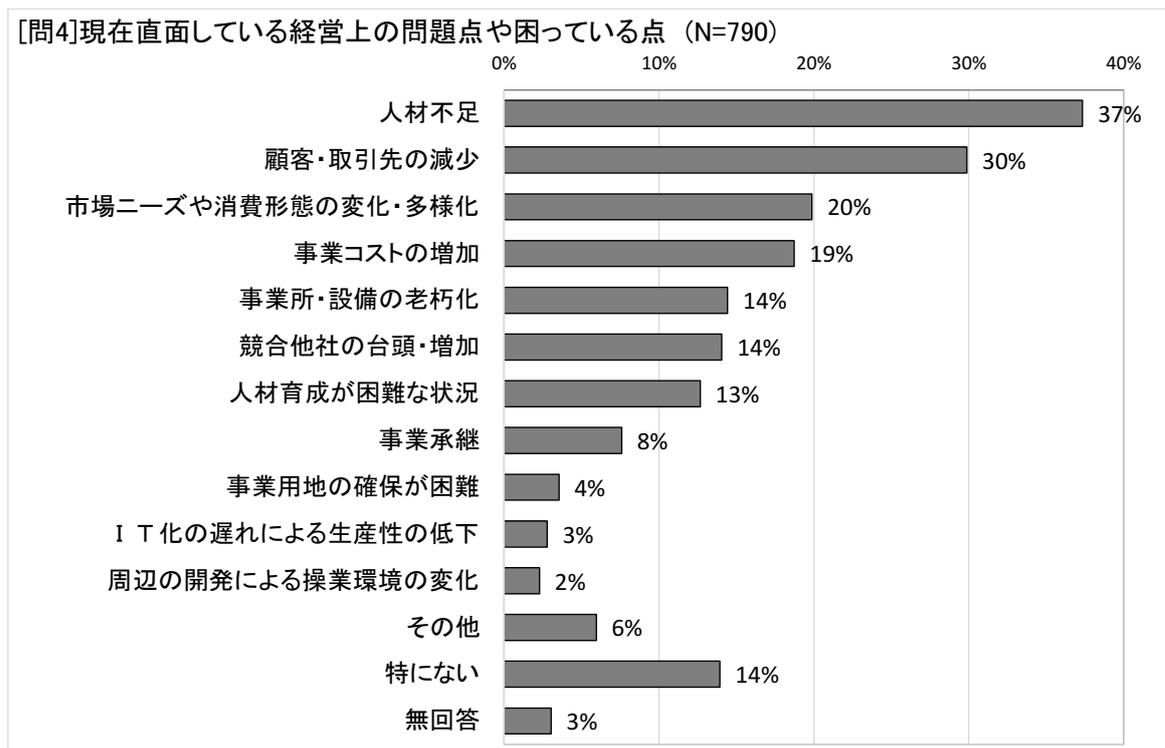
- \* 売上高（生産高）は「減った」が43%と最も多く、次いで「ほぼ同じ」（34%）、「増えた」（21%）と続く。
- \* 利益も「減った」が48%と最も多く、次いで「ほぼ同じ」（31%）、「増えた」（18%）と続く。
- \* 売上高、利益とも、「減った」と回答した企業の方が「増えた」と回答した企業の2倍以上のポイントを占めており、このことから景況の悪化している状況がうかがわれる。



## B. 貴社（貴店）の経営上の問題点、問題解決に向けた取組み

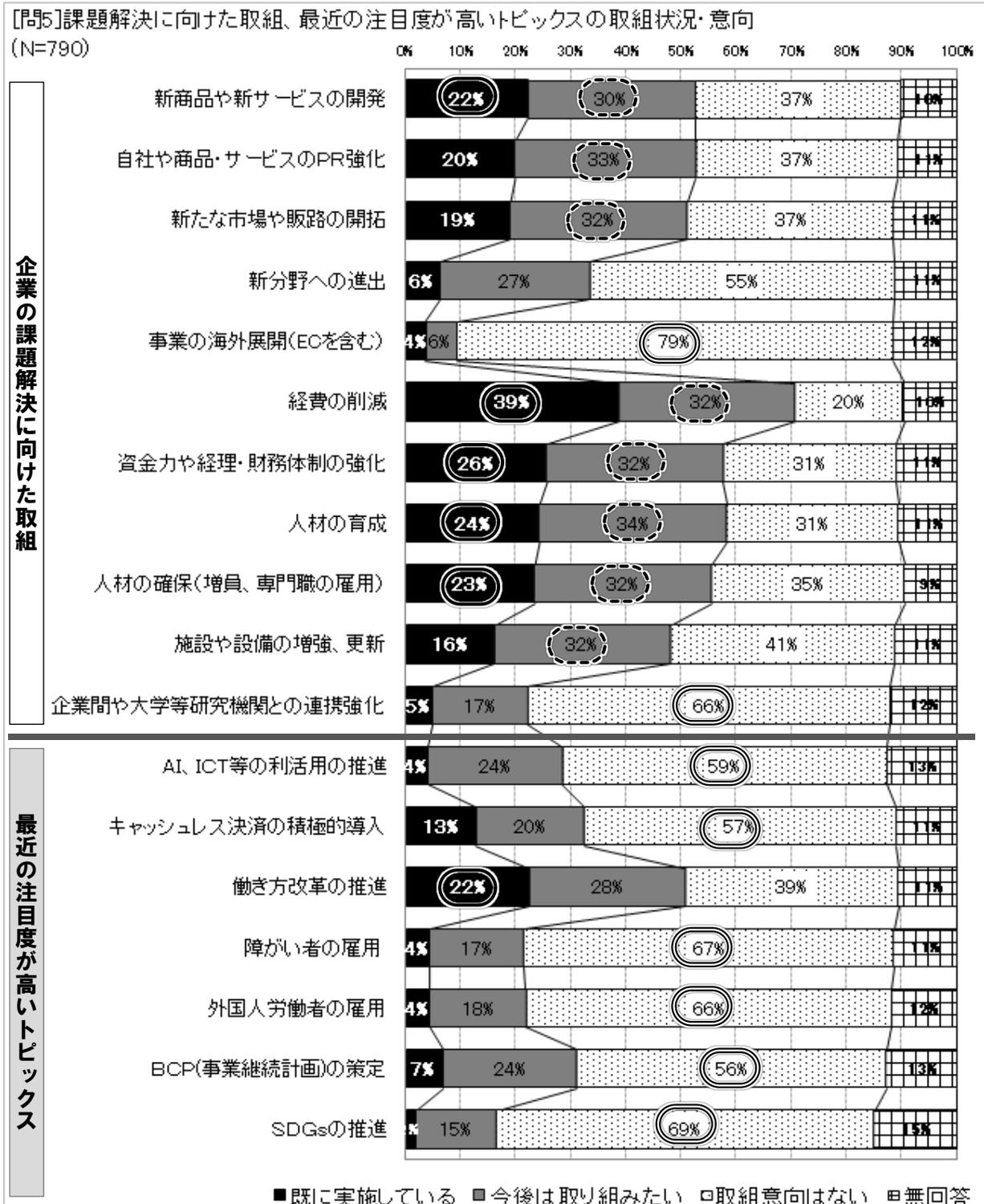
### 問4. 現在直面している経営上の問題点や困っている点

- \* 「人材不足」（37%）、「顧客・取引先の減少」（30%）と、人材や人的ネットワークに関する項目が上位2位を占める。



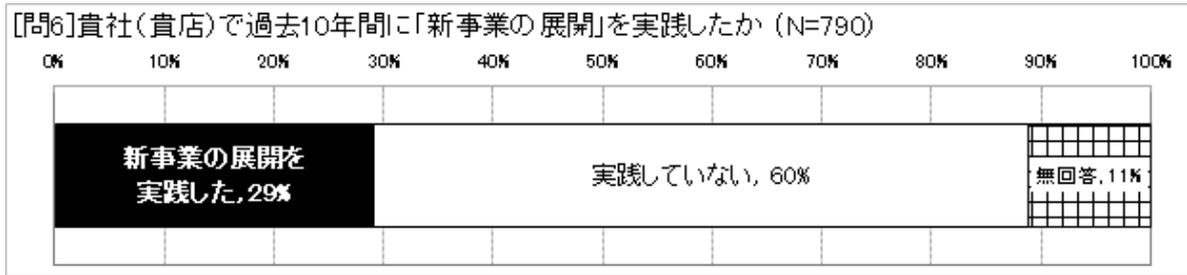
### 問5. 課題解決に向けた取組、最近の注目度が高いトピックスの取組状況・意向

- \* 既に実施している企業が多いのは、経費の削減（39%）、資金力や経理・財務体制の強化（26%）といったお金に関することや、人材の育成（24%）、人材の確保（23%）、働き方改革の推進（22%）といった社内人材に関することが多くなっている。
- \* 今後は取り組みたいと考える企業が多い項目は、上記項目に加えて、自社や商品・サービスのPR強化（33%）、新たな市場や販路の開拓、施設や設備の増強・更新（ともに32%）、新商品や新サービスの開発（30%）といった、社内における事業戦略に関することが多い。
- \* 一方、事業の海外展開（79%）、SDGsの推進（69%）など、注目度が高い最近のトピックスを中心に取組意向がないと回答する企業が過半数を占めており、多くなっている。



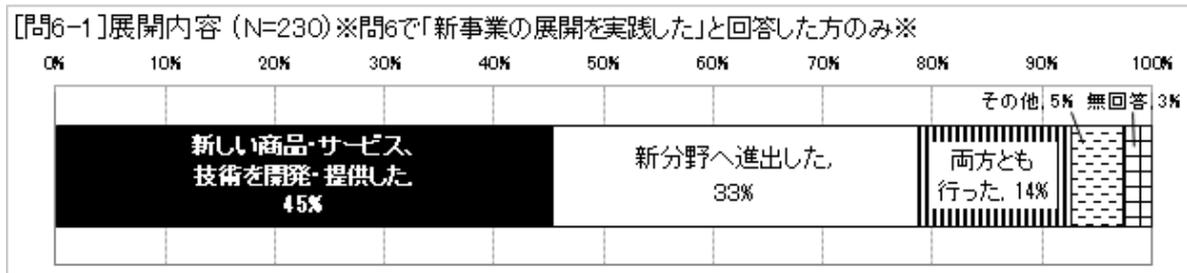
## 問6. 過去10年間における新事業展開の実践の有無

\* 「新事業の展開を実践した」は29%と、「実践していない」(60%)の半数以下のポイントを止まり少ない。



### 問6-1. 新事業の展開内容※問6で「新事業の展開を実践した」と回答した方のみ※

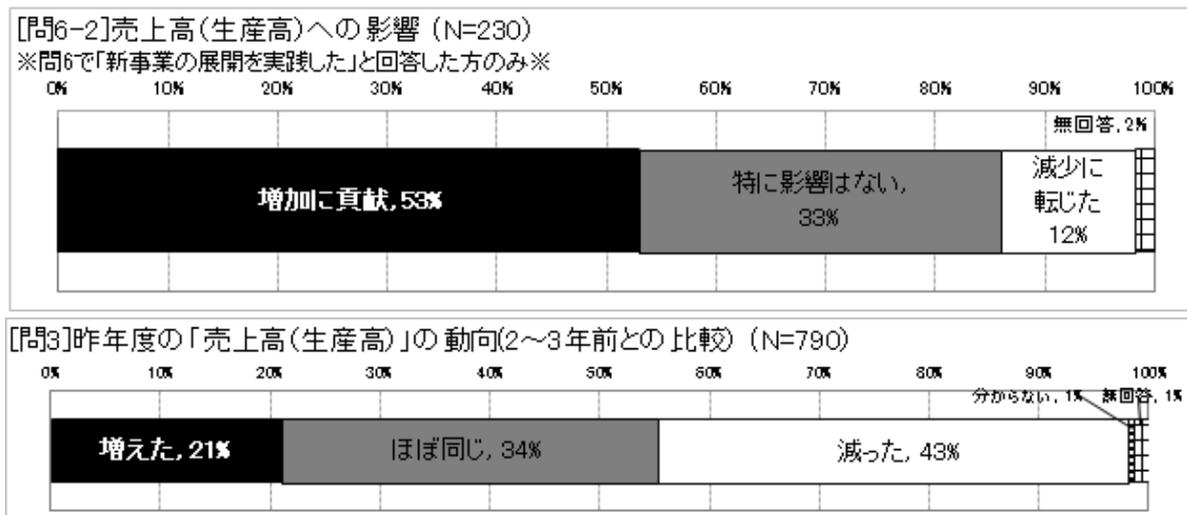
\* 「新しい商品・サービス、技術を開発・提供した」が45%を占めており、最も多い。



### 問6-2. 売上高(生産高)への影響※問6で「新事業の展開を実践した」と回答した方のみ

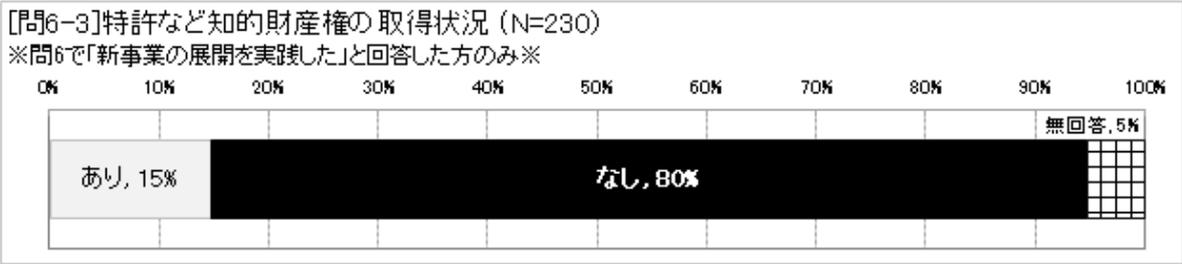
\* 「増加に貢献」が53%と過半数を占める。

\* 回答者全体の売上高(生産高)の動向では、「増えた」を回答した者が21%に止まるのと比較すると、新事業展開を実践している企業の方が、実践していない企業よりも売上高(生産高)が盛況であるものと考えられる。



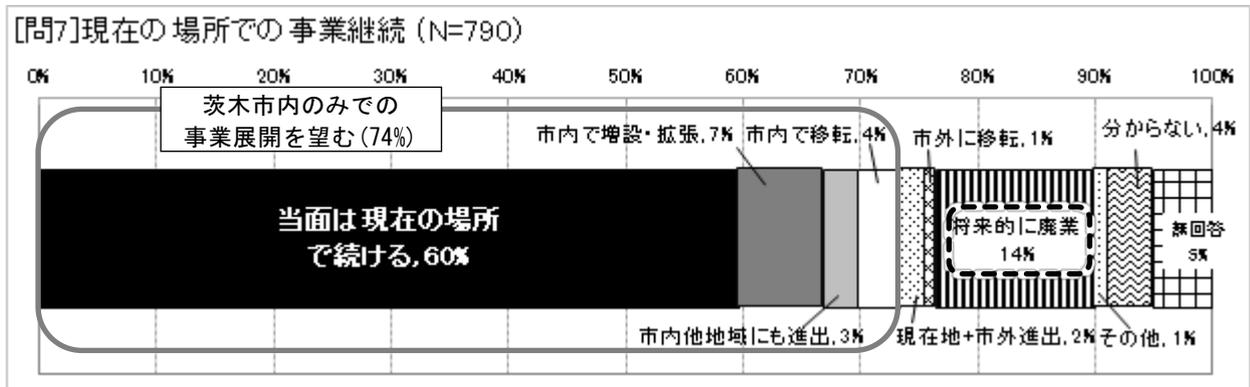
### 問6-3. 新事業の展開内容※問6で「新事業の展開を実践した」と回答した方のみ

\* 「あり」と回答した者は15%であった。



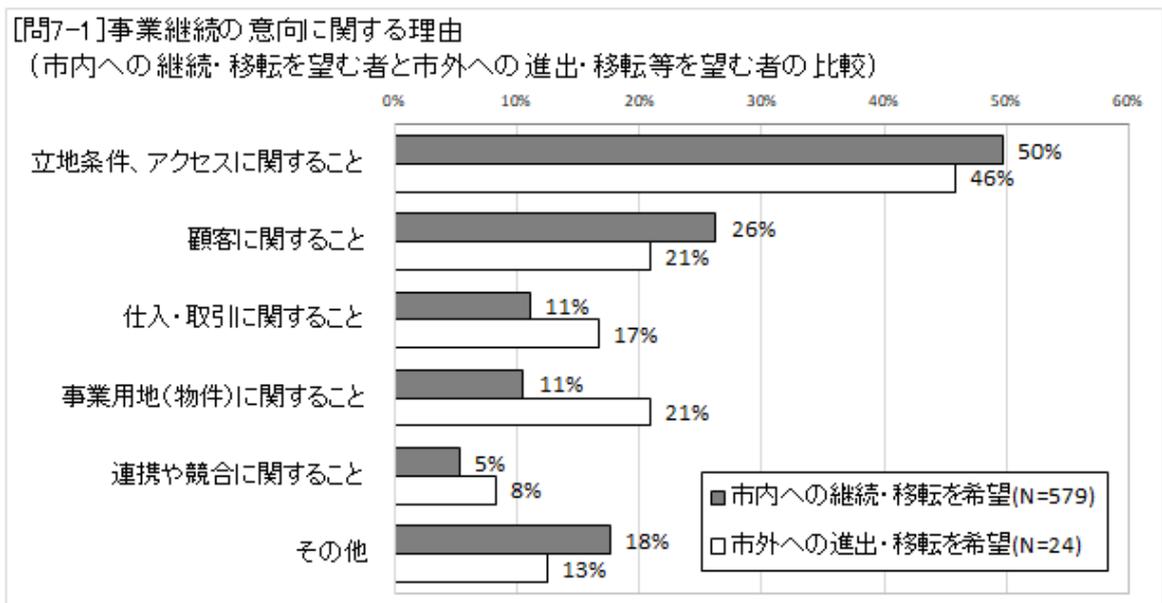
### 問7. 現在の場所での事業継続の意向

- \* 「当面は現在の場所で続ける」(60%)をはじめ、市内での事業展開を望む者が74%を占めており、「現在地での事業+茨木市外への進出を希望」する者(2%)や、「茨木市外への移転を希望」する者(1%)と比べてはるかに多くなっている。
- \* また、「将来的に廃業を希望」する者も14%と7者に1者が回答しており、このことから、今後、市内事業所の減少が懸念される。



### 問7-1. 事業継続等の意向に関する要因・理由

- \* 市内での事業継続または移転を望む者、市外への進出ないし移転を希望する者とも、「立地条件、アクセスに関すること」が最も多い。
- \* 市内での事業継続または移転を望む者は、「顧客に関すること」(26%)や「その他」(18%)に対する回答が市外への進出ないし移転を希望する者よりも比較的多い。
- 一方、市外への進出ないし移転を希望する者は、「事業用地(物件)に関すること」(21%)や「仕入・取引に関すること」(17%)に対する回答が、市内での事業継続または移転を望む者よりも比較的多い。



**【市内での事業継続または移転を望む者：要因・理由の回答例】**

立地条件、アクセスに関すること	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JR 駅に近い／阪急茨木市駅に近く特急が止まる／バスやモノレールに近い</li> <li>・京都・大阪・神戸へバランスよくアクセスできる／大阪市に行きやすい／関西でのアクセス便利／新大阪駅、京都駅へのアクセスが良い</li> <li>・インターチェンジに近い／中国・四国方面に便利／東海地方に便利／車移動が便利／すべての高速に乗り入れやすい(茨木 IC、吹田 IC、摂津北 IC)</li> <li>・新幹線に近い／空港に近い</li> <li>・各官公庁からも近い／市役所に近い／税務所に近い／法務局北大阪支局に近い</li> <li>・従業員の通える環境／通いやすい／通勤に便利／自宅から近い</li> <li>・準工業地域であり制約が少ない／工業地帯である／騒音への規制が厳しくない</li> <li>・商店街の中央位置にある／飲食店が集中している／人通りが多い</li> <li>・駐車場の確保が容易だから／駐車スペースが多い</li> </ul>
顧客に関すること	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子育て世帯が多い／30～40 代が多い／若い小中学生の子がいる世帯</li> <li>・当面は顧客となる高齢者が多く見込まれる／高齢者が歩いてこられる場所にある</li> <li>・サラリーマンが多い／転勤族が比較的多い／転勤等の新規客が見込める</li> <li>・この場所での営業年数が長い／創業 45 年、よく知ってもらっている／常連客が多い</li> <li>・狭い範囲に顧客が集中している／人口が増加している／新築住宅購入が多い</li> <li>・高単価商品を売りやすい／教育に熱心な地域／顧客の層がよい</li> <li>・茨木市を中心とする北摂全域の取引先／永年取引があり、大手企業先も多く安定</li> </ul>
仕入・取引に関すること	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主要な取引先から近い／取引先が北摂地域に多い</li> <li>・仕入れ先が近い／仕入れ先が複数ありその都度選べる／代理店が多数ある</li> <li>・外注先等が多い／外注・下請けに近い／旧知の下請業者が多い</li> <li>・中央卸売市場が近いから仕入れできる／中央卸売市場内に立地するため</li> <li>・スーパーやディスカウトストア等が近くにある／近くにスーパーがある</li> <li>・搬入先が近い／荷主が多い／納品業者から近い</li> </ul>
連携や競合に関すること	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大学と連携することで若い世代の層を開拓できる、大阪大学との連携がしやすい</li> <li>・医療機関との連携がとりやすい、地域包括支援センターが近距離にある</li> <li>・同業種、競合店が多いが、住み分けができています</li> <li>・グループ会社、同業の友人が近隣にあるため</li> <li>・大阪の中心部に位置するので、他者との連携もとりやすい</li> </ul>
事業用地(物件)に関すること	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小・中の通学路に面している、落ち着いた静かな場所</li> <li>・コストパフォーマンスが良い、家賃が安い</li> <li>・希望する広さ(2000 坪)</li> <li>・大型トラック・コンテナの搬入・搬出が出来る</li> <li>・騒音等に寛容</li> <li>・企業立地マッチングシステムが便利</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移転する理由がない／引っ越し予定がない／特に不都合とは思っていない</li> <li>・本部の意向／親会社の意向による</li> <li>・スタッフが茨木、高槻在住が多い／住宅地に近いので労働力が得やすい</li> <li>・自宅だから／自分で所有する物件なので／親の代からここでやっている</li> <li>・茨木で生まれ育っているので茨木市を中心に発展したい／地域に貢献したい</li> <li>・移転資金がない／移るだけの資金がない／資金に余裕がない</li> </ul>

**【市外への進出ないし移転を希望する者：要因・理由の回答例】**

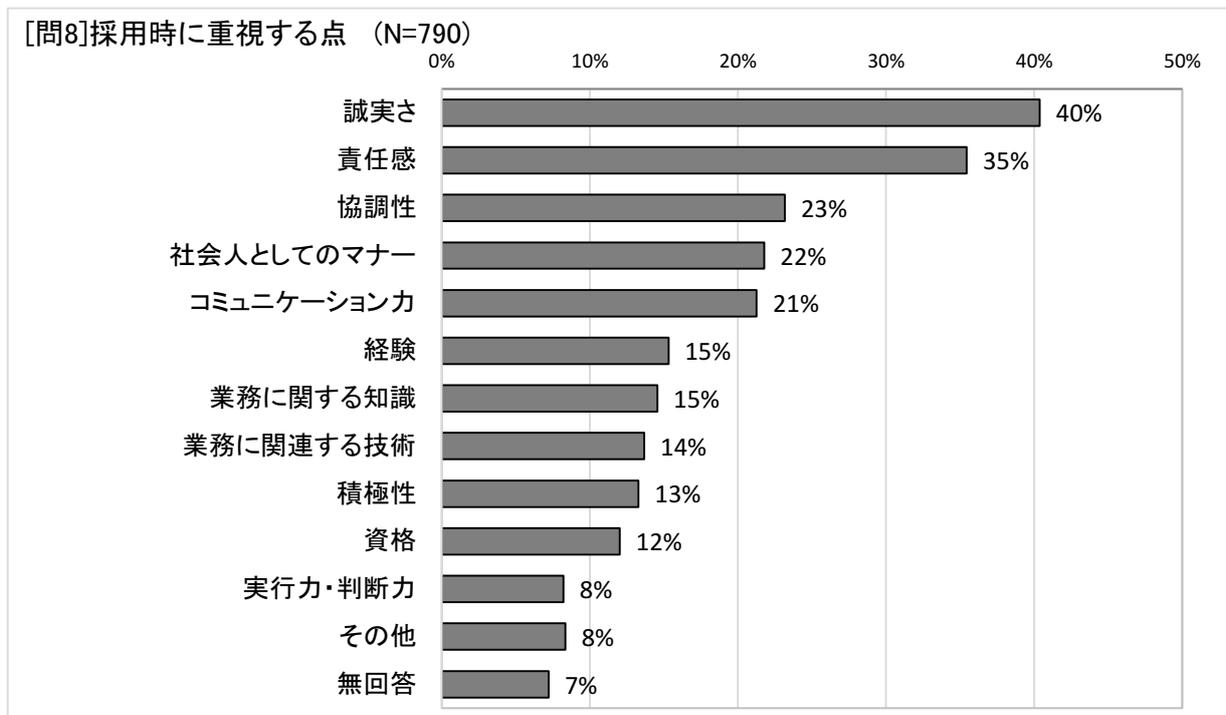
立地条件、アクセスに関すること	<ul style="list-style-type: none"> <li>・空港に近い事務所があれば便利</li> <li>・駅から遠い</li> <li>・出身地で事業を行いたいから</li> <li>・自宅が遠い。2 店舗目は自宅近くにする</li> <li>・現在地にては手狭なため</li> </ul>
顧客に関すること	<ul style="list-style-type: none"> <li>・土地柄、高齢者が多い</li> <li>・地域の顧客ニーズに対応する為</li> </ul>
仕入・取引に関すること	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関東及び海外に事務所を設けられるようにしたい</li> <li>・市場ニーズを求め、関西以外にも営業活動出来るようにしたい</li> </ul>

連携や競合に関すること	－(回答なし)
事業用地(物件)に関すること	<ul style="list-style-type: none"> <li>・空きが少ない</li> <li>・空き物件は多いが道路が狭い。調整区域のため制限がかかっている</li> <li>・地理的利便性が高ければ特定の地域に固執しない</li> <li>・用地代が安価なところで、広々と展開したい</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経費の増加に伴い経費を抑えたい</li> <li>・BCP 対策</li> </ul>

## C. 人材の育成・確保について

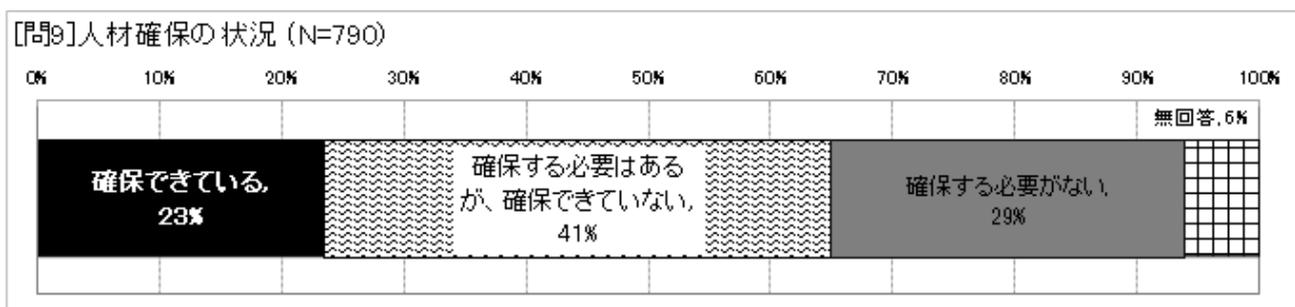
### 問8. 採用時に重視する点

\* 「誠実さ」が40%と最も多く、次いで「責任感」(35%)、「協調性」(23%)、「社会人としてのマナー」(22%)、「コミュニケーション力」(21%)と続き、業務スキルよりキャラクターが重視されているものと思われる。



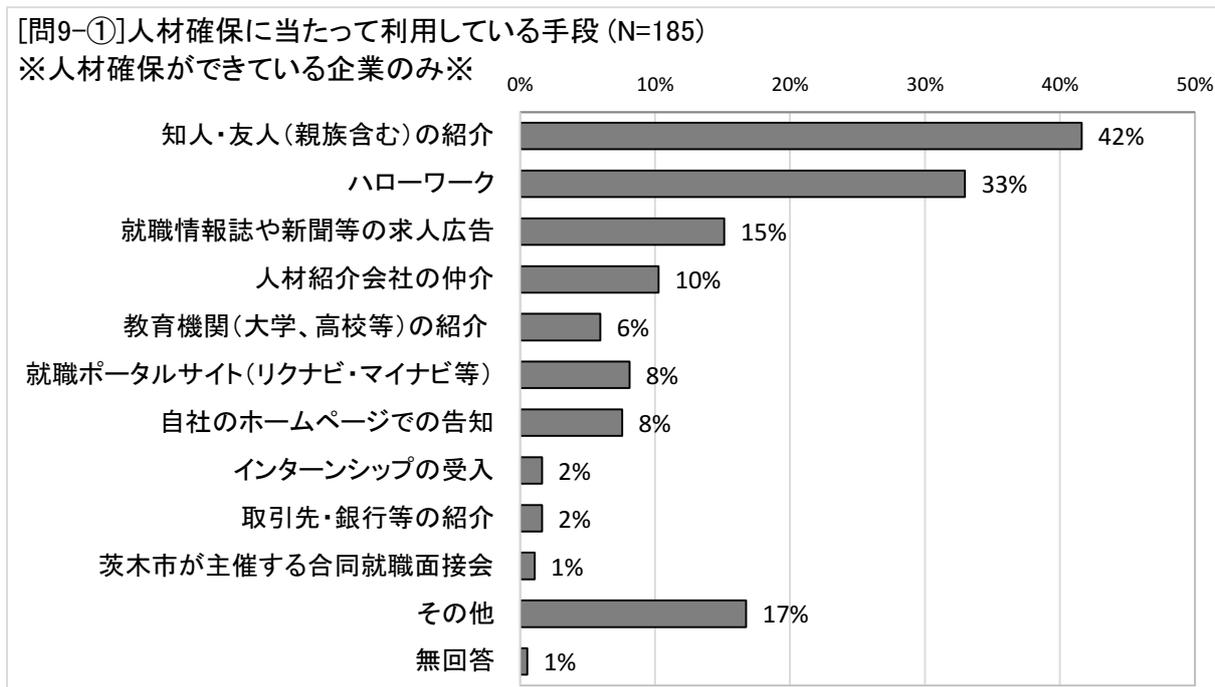
### 問9. 人材確保の状況

\* 「確保する必要があるが、確保できていない」と回答した者が41%を占める。



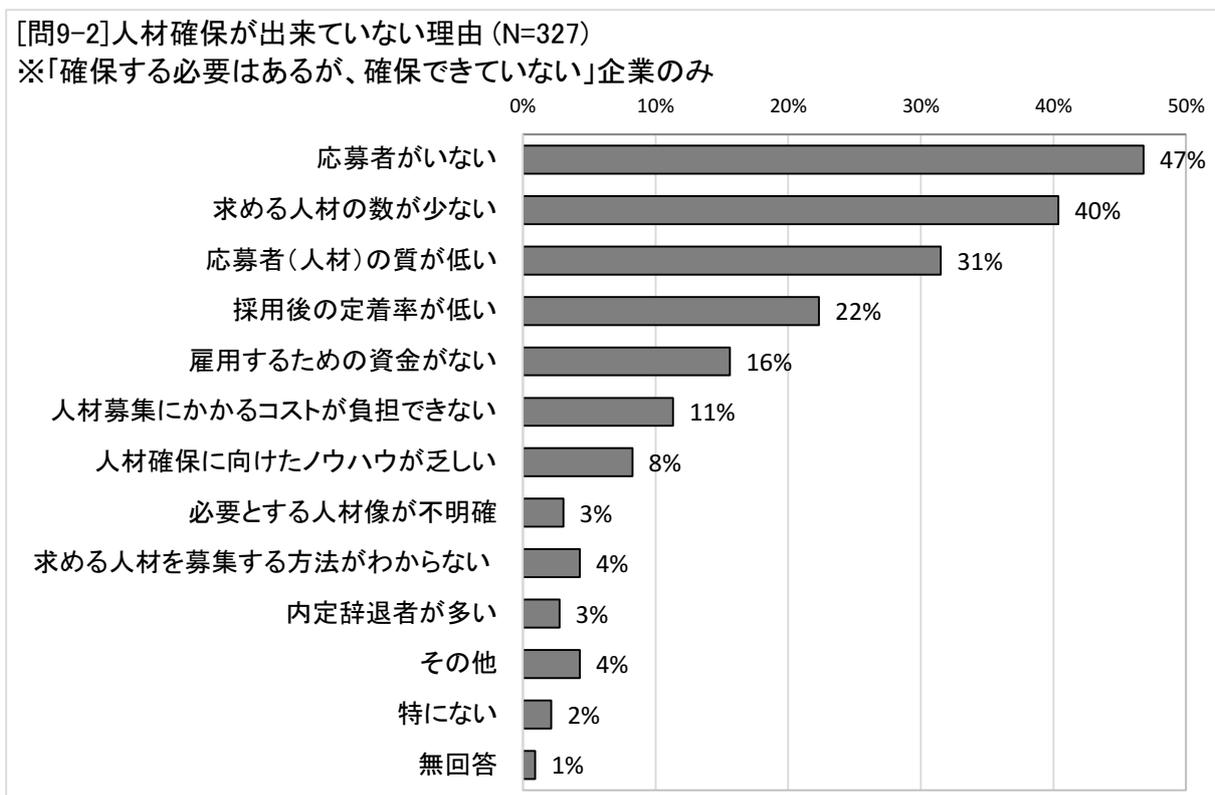
**問9-1. 人材確保に当たって利用している手段※問9で「確保できている」と回答した方のみ※**

\* 「知人・友人（親族含む）の紹介」（42%）、「ハローワーク」（33%）の2点が多い。



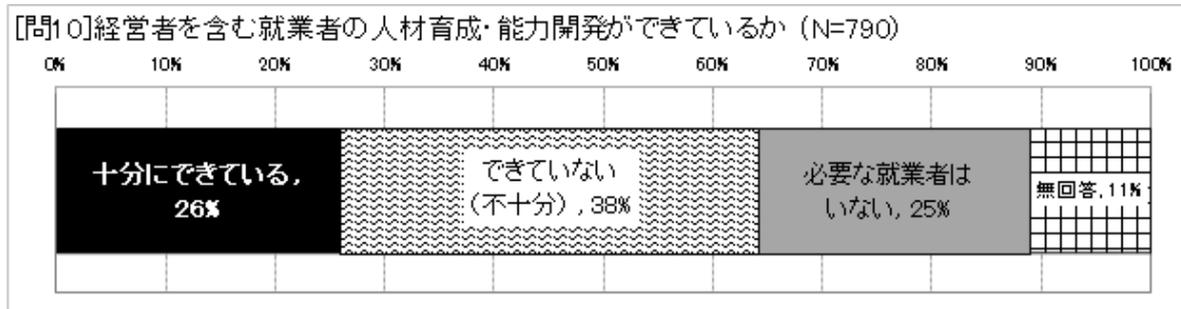
**問9-2. 人材確保ができている理由※問9で「確保する必要があるが、確保できていない」回答した方のみ※**

\* 「応募者がいない」（47%）、「求める人材の数が少ない」（40%）、「応募者の質が低い」（31%）の3点が30%以上を占めており多い。



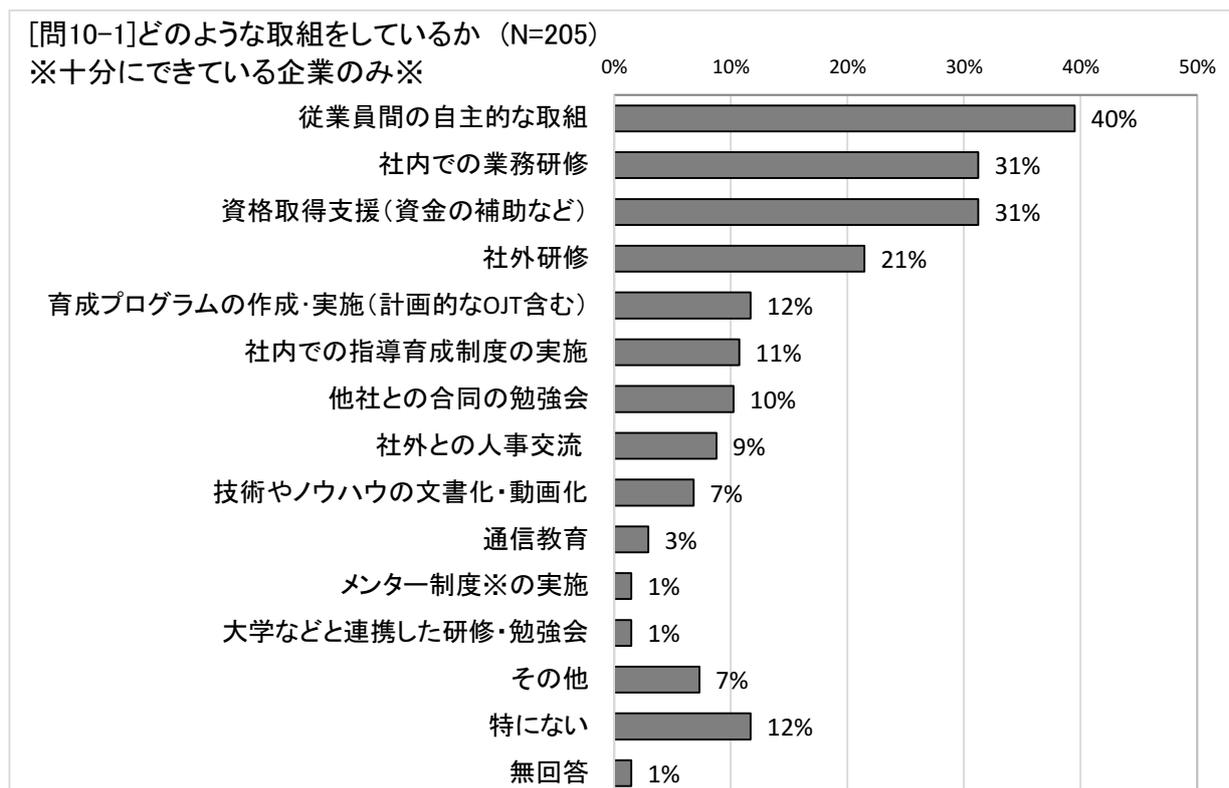
## 問 10. 就業者の人材育成・能力開発の実施状況に対する自己評価

\* 「できていない（不十分）」と回答した者が 38%を占める。



### 問 10-1. 人材育成・能力開発に関する取組内容※問 10 で「十分にできている」と回答した方のみ※

\* 「従業員間の自主的な取組」(40%)、「社内での業務研修」(31%)といった社内での取組(無料)が上位 2 位を占めており、同率 2 位で「資格取得支援」(31%)、次いで「社外研修」(21%)と続き、社外研修への参加奨励に関する内容が多い。

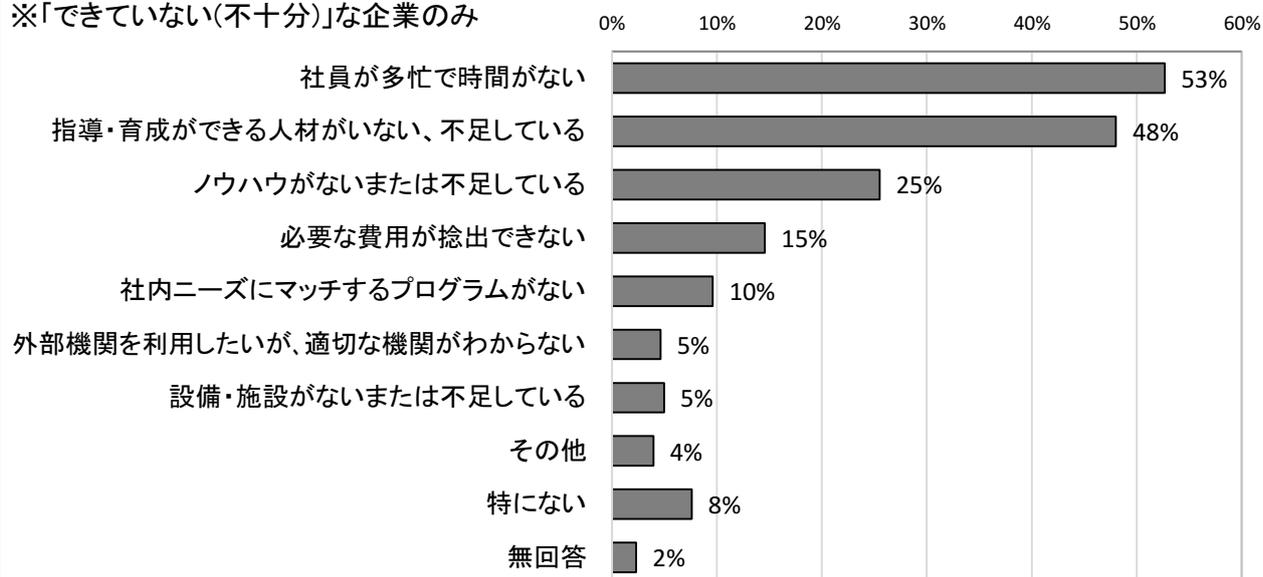


## 問 10-2. 人材育成・能力開発ができていない理由※問 10 で「できていない(不十分)」と回答した方のみ※

※ 「社員が多忙で時間がない」(53%)、「指導・育成ができる人材がいない、または不足している」(48%)といった、人材育成・能力開発が社内人材では実践できないからという理由が上位 2 位を占める。

[問10-2]人材育成・能力開発ができていない理由 (N=302)

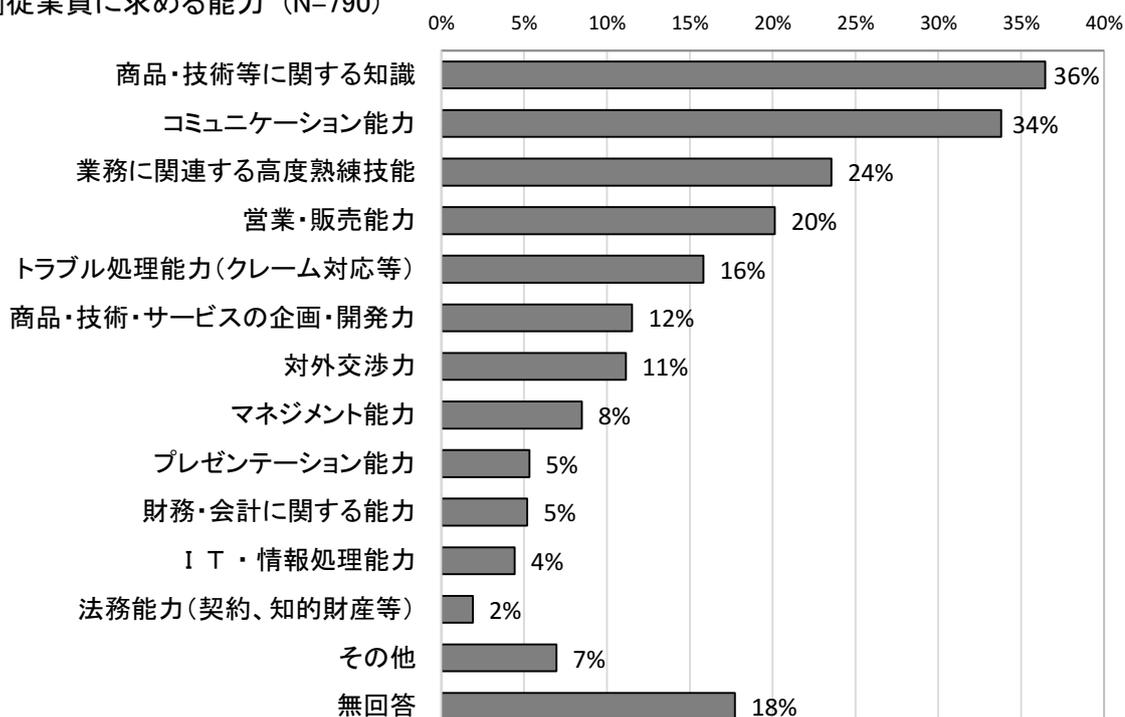
※「できていない(不十分)」な企業のみ



## 問 11. 従業員に求める能力

※ 「商品・技術等に関する知識」(36%)、「コミュニケーション能力」(34%)の 2 点が 30%以上を占めており多い。

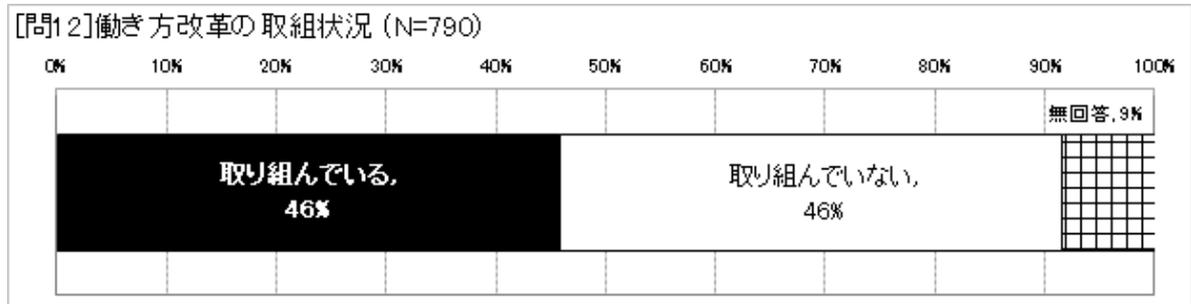
[問11]従業員に求める能力 (N=790)



## D. 働き方改革の取組状況

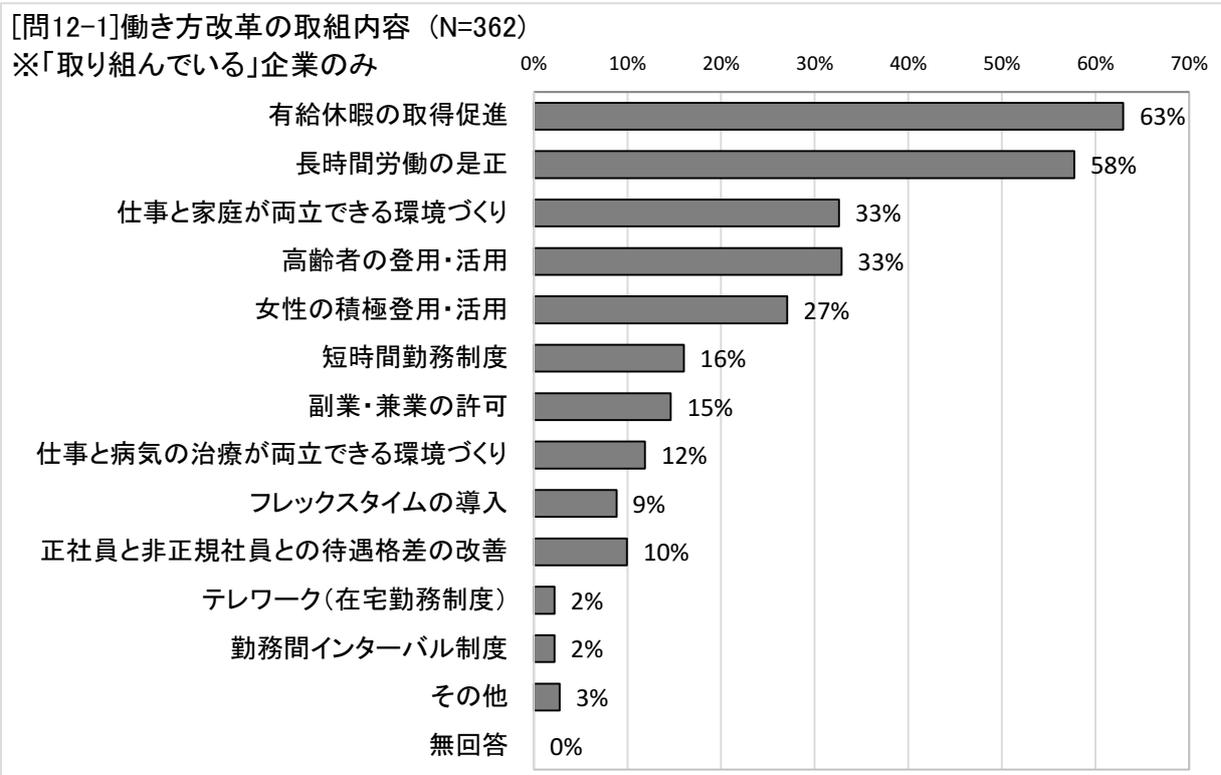
### 問 12. 働き方改革の取組状況

- \* 「取り組んでいる」と回答した者が 46%を占めており、「取り組んでいない」と回答した者 (46%) とほぼ同率となった。



#### 問 12-1. 働き方改革の取組内容、課題※問 12で「取り組んでいる」と回答した方のみ※

- \* 「有給休暇の取得促進」(63%)、「長時間労働の是正」(58%)といった労働時間削減に関する項目が上位2位を占める。また、「仕事と家庭が両立できる環境づくり」「高齢者の登用・活用」(ともに33%)、「女性の積極登用・活用」(27%)といった多様な人材が働きやすい機会の提供に関する回答も多い。
- \* 働き方改革の課題としては、費用増大や人手不足・人数確保、残業時間の削減を望まない従業員がいる、有給休暇の未消化などの回答が見られた。



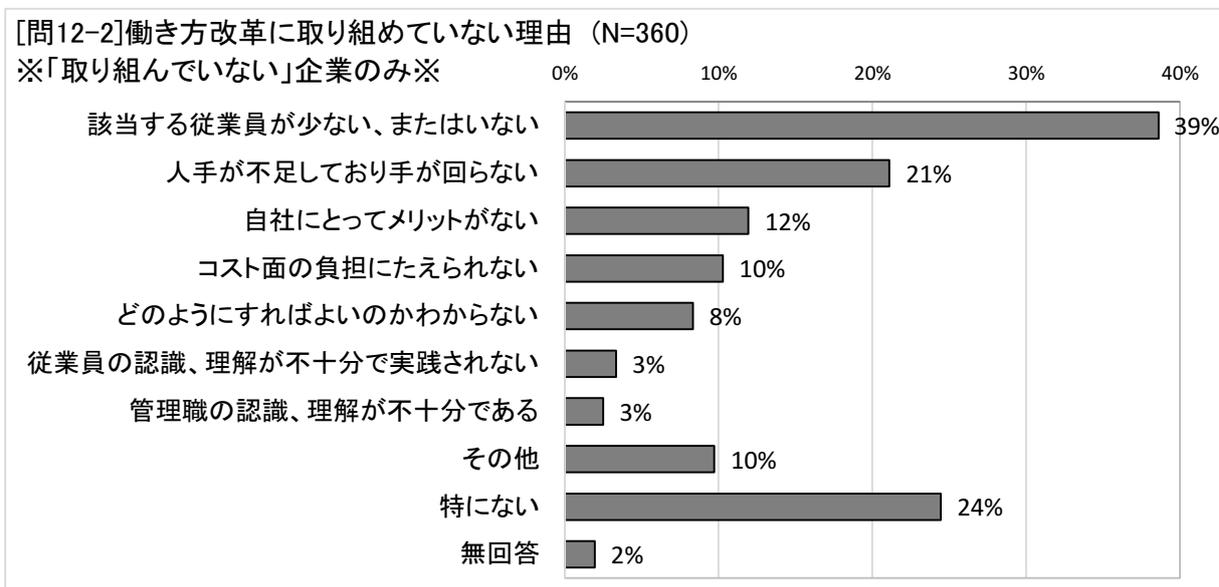
#### 【働き方改革の課題：回答例】

- ・人件費増／就業時間を柔軟にしたいが、管理コストがかかりすぎる
- ・人手不足、人数確保が課題
- ・残業時間圧縮に後ろ向きの社員がいる／年の休暇を増やしたが、繁忙期に残業規制があると辛い
- ・永年勤務ほど有給休暇を取らない／取り組みだしているものの、有給消化までできていない

## 問 12-2. 働き方改革に取り組めていない理由※問 11 で「取り組んでいない」と回答した方のみ※

\* 「該当する従業員が少ない、またはいない」が 39%と最も多い。

また、「特にない」(24%)と回答する者も多く、このことから、働き方改革に対する認識が浅い企業の層があるものと考えられる。

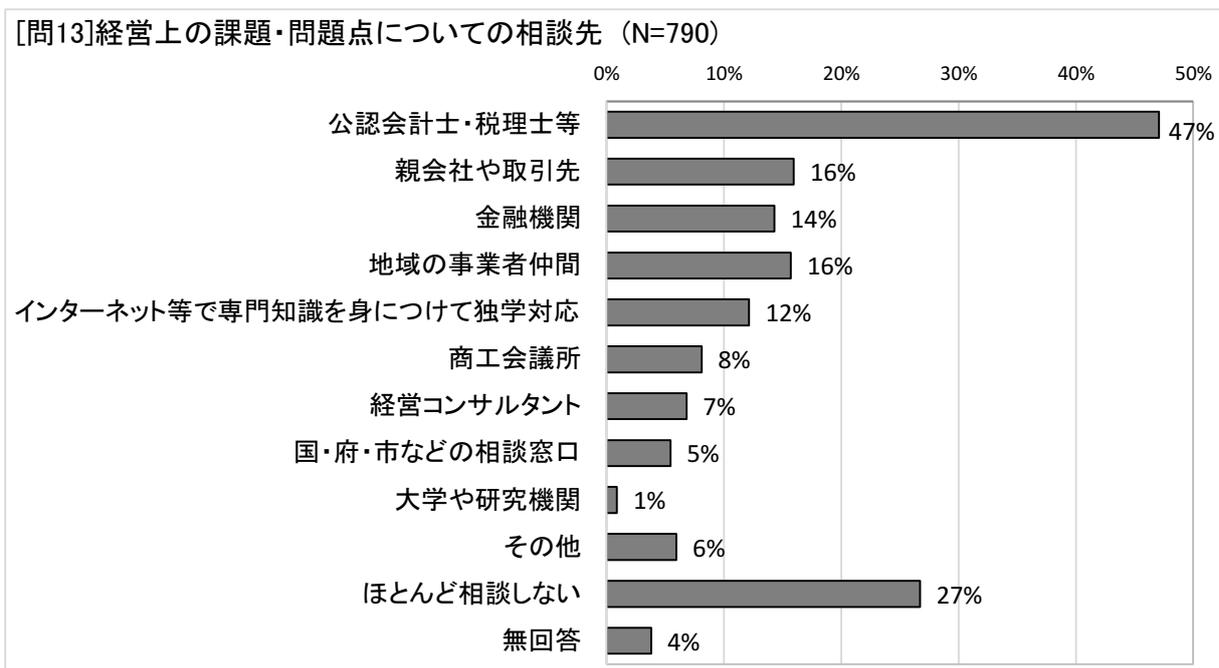


## E. 外部との連携について

### 問 13. 経営上の課題・問題点についての相談先

\* 「公認会計士・税理士等」が 47%と最も多い。

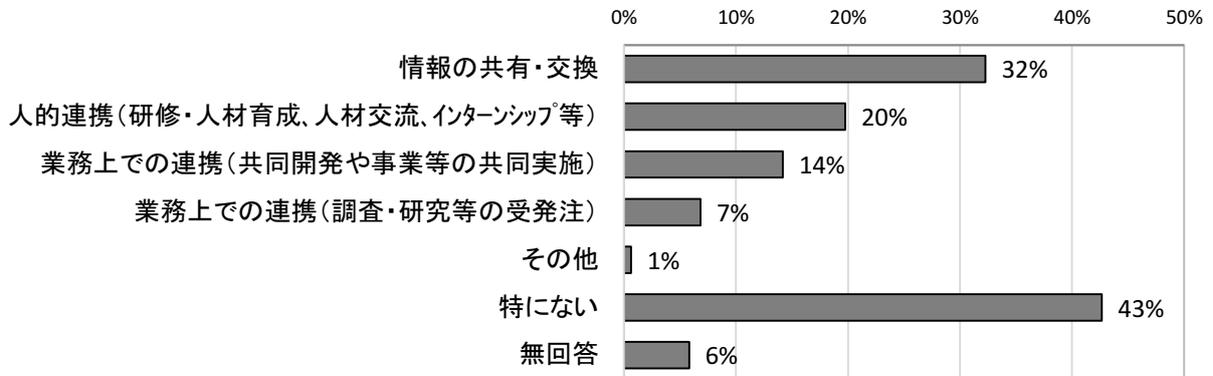
また、「ほとんど相談しない」(27%)と4分の1強を占めており、相談先がない企業も多くなっている。



## 問 14. 有効だと思われる外部との連携の形態・内容

- \* 「特にない」が 43%と最も多く、外部との連携に対する意識の低い企業が多いものと考えられる。選択肢の中では、「情報の共有・交換」(32%)が最も多い。

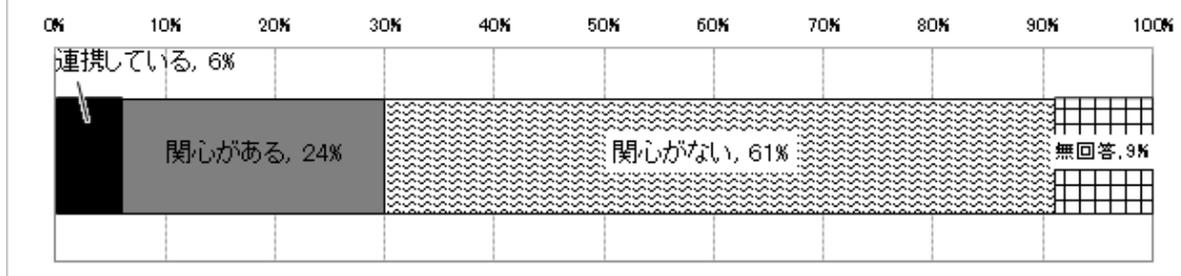
[問14]有効だと思われる外部との連携の形態・内容 (N=790)



## 問 15. 大学や研究機関との連携の状況等

- \* 「連携している」と回答した者は 6%に止まる。また、「連携したことはないが、関心がある」が 24%を占めており、大学や研究機関との連携に関心がある未実施企業の層があるものと考えられる。

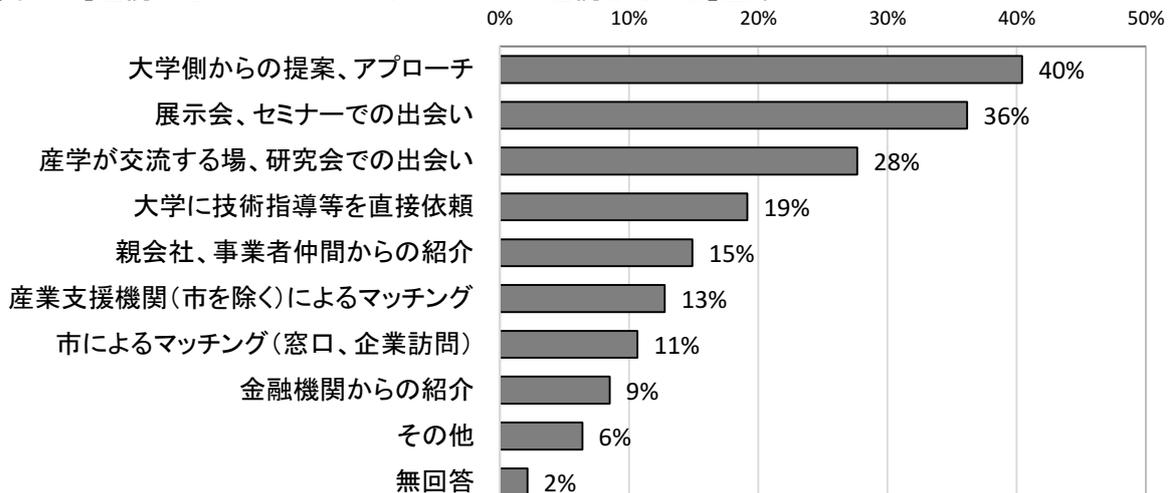
[問15]大学や研究機関との連携の状況等 (N=790)



### 問 15-1. 連携のきっかけ※問 15 で「連携している」と回答した方のみ※

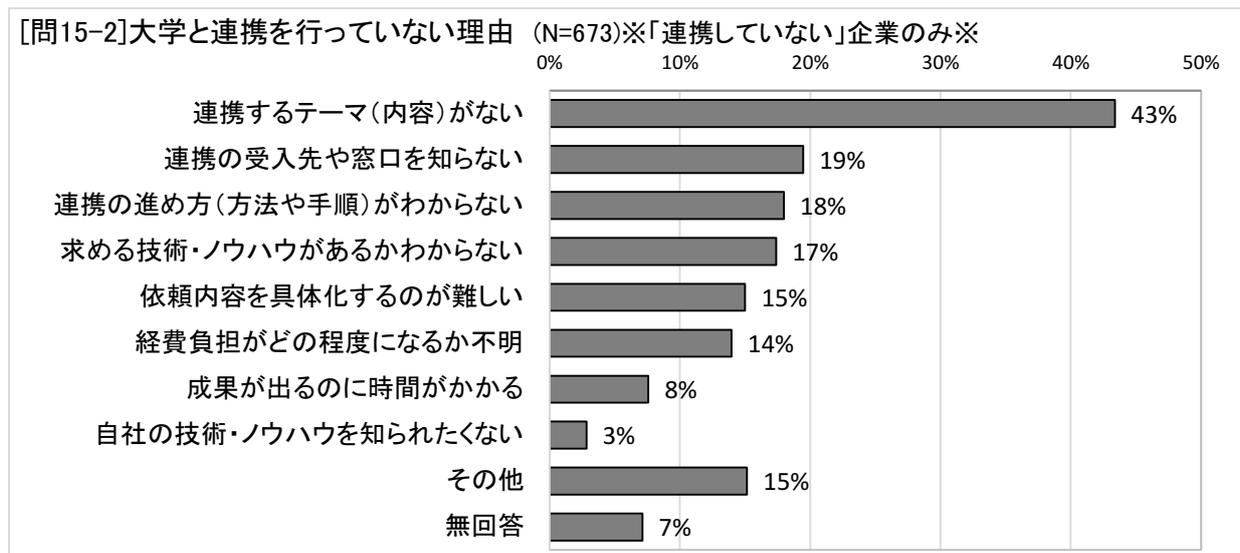
- \* 「大学側からの提案、アプローチ」が 40%と最も多く、次いで「展示会、セミナーでの出会い」(36%)、「産学が交流する場、研究会での出会い」(28%)、「大学に技術指導等を直接依頼」(19%)と続く。

[問15-1]連携のきっかけについて (N=47)※「連携している」企業のみ※



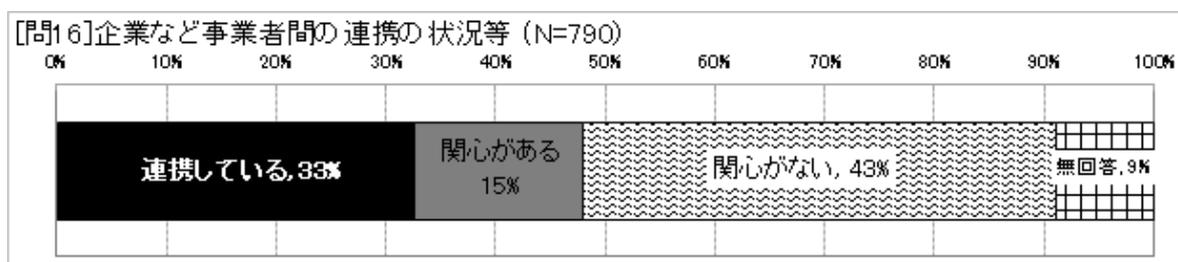
**問 15-2. 大学等と連携していない理由※問 15 で「連携していない」と回答した方のみ※**

\* 「連携するテーマ（内容）がない」が 43%と最も多い。



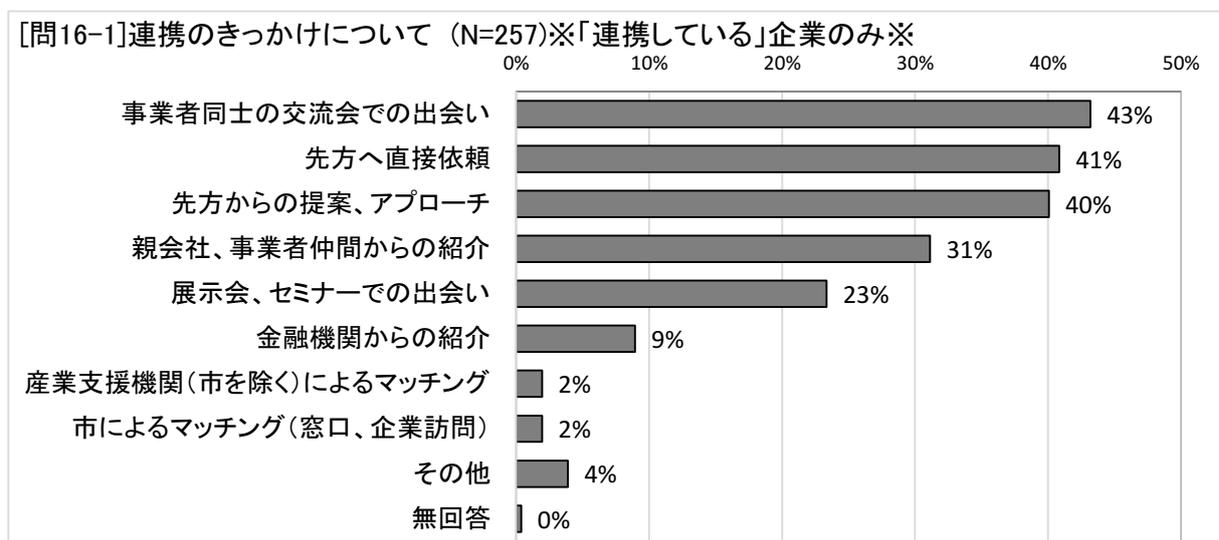
**問 16. 企業など事業者間の連携の状況等**

\* 「連携している」と回答した者が 33%と、大学や研究機関に比べると多くなっている。また、「連携したことはないが、関心がある」が 15%に止まり、企業など事業者間の連携に関心がある未実施企業の層は、大学や研究機関と比べるとやや少ないものの、一定数あるものと考えられる。



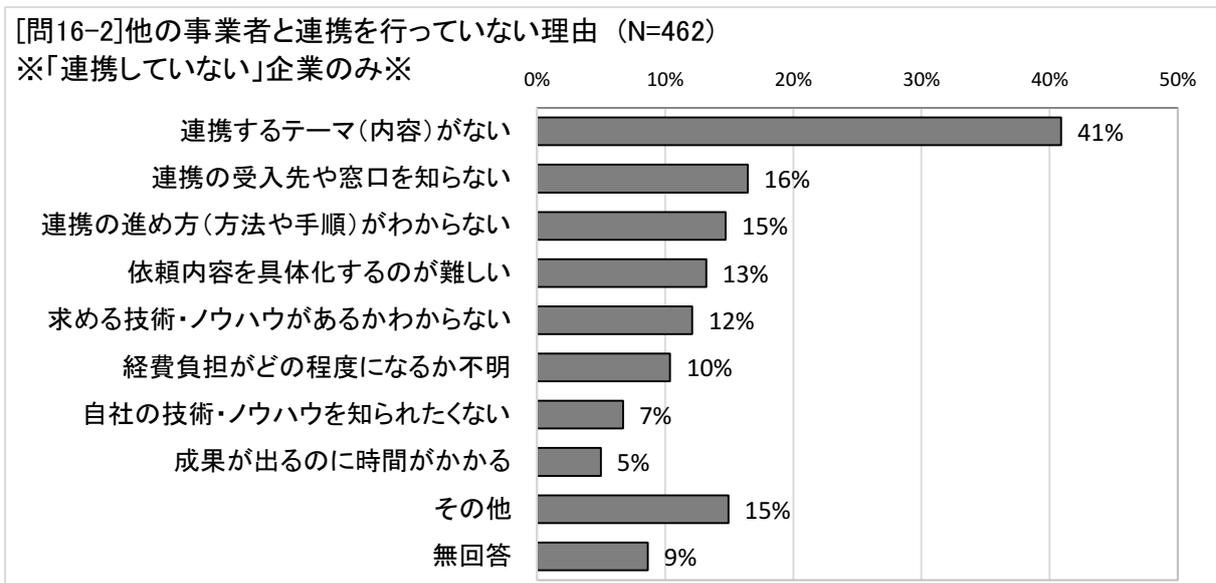
**問 16-1. 連携のきっかけ※問 16 で「連携している」と回答した方のみ※**

\* 「事業者同士の交流会での出会い」(43%)、「先方へ直接依頼」(41%)、「先方からの提案、アプローチ」(40%)の3点が40%以上を占めており多くなっている。



**問 16-2. 企業など事業者間だと連携していない理由※問 16 で「連携していない」と回答した方のみ※**

\* 大学等と同様、「連携するテーマ（内容）がない」が 41%と最も多い。

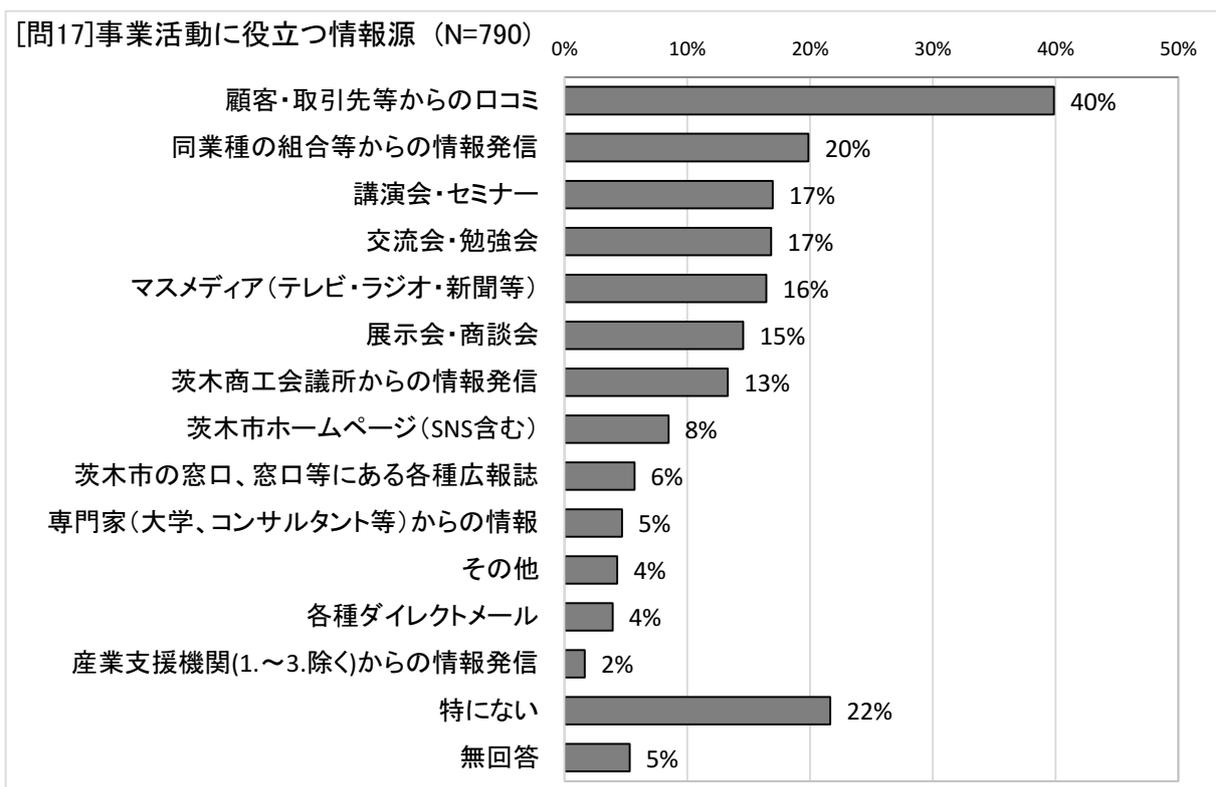


**F. 支援策の活用状況等について**

**問 17. 事業活動に役立つ情報源**

\* 「顧客・取引先等からの口コミ」(40%)、「同業種の組合等からの情報発信」(20%)といった普段からお付き合いがある企業等からの情報源が上位 2 位を占める。

また、「特にない」(22%)も多く、情報源を持たない企業も多く見られる。



## 問 18. 事業者へ広く情報を届けるうえで有効な方法

\* SNSやインターネットの活用、業者毎のきめ細やかなメール配信、「広報いばらき」への企業等情報の掲載、メディア活用、工業会など交流の場の設置などの回答が見られた。

### 【回答例】

- |   |                  |
|---|------------------|
| ・SNS/facebook ページ/ホームページ活用              | ・業者ごとにメール配信すべき   |
| ・「広報いばらき」の活用/広報への情報掲載                   | ・メディア(新聞、NHK など) |
| ・工業会発足/業種別の交流会の開催                       |                  |
| ・都市再開発構想、公共建物建設は、広く提案を求めるために全て公開コンペにすべき |                  |

## 問 19. 市の支援策として知っているもの・今後活用してみたいもの

\* 知っているものとしては、「中小企業向け融資制度」(16%)、「中小企業融資信用保証料補助金」(14%)「障害者雇用奨励金」(13%)、「正規雇用促進奨励金」(12%)といった、助成金・補助金に関するものが多い。

\* 今後活用してみたいものとしては、「お役立ち帳」が11%と最も多くなっているほか、知っているものと同様、助成金・補助金に関するものが多い。

支援策（知っているもの）		回答数	構成比	支援策（今後活用してみたいもの）		回答数	構成比
第1位	中小企業向け融資制度	129	16%	第1位	支援制度の概要を取りまとめた冊子「お役立ち帳」	83	11%
第2位	中小企業融資信用保証料補助金	108	14%	第2位	正規雇用促進奨励金	77	10%
第3位	障害者雇用奨励金	106	13%	第3位	中小企業向け融資制度	75	9%
第4位	正規雇用促進奨励金	94	12%	第4位	中小企業融資信用保証料補助金	68	9%
第5位	中小企業経営アドバイザーによる無料経営相談	90	11%	第5位	小売店舗改築(改装)事業補助金	65	8%
第6位	「あい・きゃっち」への情報掲載	89	11%	第6位	勤労者スキルアップセミナー	49	6%
第7位	合同就職面接会	83	11%	第7位	中小企業経営アドバイザーによる無料経営相談	45	6%
第8位	小売店舗改築(改装)事業補助金	75	9%	第8位	「あい・きゃっち」への情報掲載	39	5%
第9位	産学連携交流サロン	54	7%	第9位	産業活性化プロジェクト促進事業補助金	34	4%
第10位	勤労者スキルアップセミナー	52	7%	第10位	企業立地促進奨励金	33	4%
第11位	支援制度概要を取りまとめた冊子「お役立ち帳」	50	6%	第11位	企業立地マッチング促進事業	28	4%
第12位	企業立地促進奨励金	33	4%	第12位	海外ネット通販(越境 EC)セミナー	27	3%
第13位	産学連携スタートアップ支援事業補助金	31	4%	第13位	合同就職面接会	26	3%
	産業活性化プロジェクト促進事業補助金	31	4%	第14位	産学連携スタートアップ支援事業補助金	25	3%
第15位	働きやすい職場づくり推進事業所認定制度	28	4%	第15位	働きやすい職場づくり推進事業所認定制度	23	3%
第16位	海外ネット通販(越境 EC)セミナー	27	3%		産学連携交流サロン	23	3%
	企業立地マッチング促進事業	27	3%	第17位	中小企業大学校関西校サテライトゼミ	21	3%
	中小企業大学校関西校サテライトゼミ	27	3%	第18位	障害者雇用奨励金	18	2%
第19位	企業の課題等のヒアリング等を行う企業訪問活動	16	2%	第19位	企業の課題等のヒアリング等を行う企業訪問活動	16	2%
	無回答	394	50%		無回答	556	70%

## 問 20. 茨木市における産業振興のあり方としてのご意見・ご要望

- \* 支援策として、業種別の企業育成、食関連の起業家育成、企業誘致、キャッシュレス決済に対する個人店舗への支援、働き方改革に対する施策、健康づくりに関連する事業支援、事業用地の獲得、事業承継対応など、様々なニーズが見られた。
- \* その他に、駅前商業地の活性化の必要性、支援策の情報発信の強化の必要性、窓口対応の改善・簡略化、小規模な店舗等より「アンケート回答が難しい」といった意見が寄せられた。

### 【回答例】

求められている支援策など	<ul style="list-style-type: none"> <li>●業種ごとに分けて、市内業者を育ててほしい</li> <li>●食堂を起業家に1年単位で委託する、起業家育成チャレンジ制度があるとよい</li> <li>●企業誘致や、個人飲食店・小売店の新規開店誘致等が活性化になりそうかと思えます</li> <li>●キャッシュレス決済が今後拡大していった場合、負担が大きいのは個人事業者等の小売店だと思えます。手数料が高すぎるので、普及させるには減税や補助金が必須です</li> <li>●「働き方改革」に対する茨木市としての考え方、施策、方向性等、説明を受けたこともない。そのあたりも含め、アクションプランに取り組み方を入れていただきたい</li> <li>●健康づくりに関連する事業への支援・助成があるとよい。例えば、ダンス教室などの健康施設の所在マップ作製、事業紹介、入会・参加への助成、指導者交流など</li> <li>●事業用地を探しています。今後ともご指導願います</li> <li>●事業承継が急務である</li> <li>●小さな店がどんどんつぶれている。あと何年かすれば小さな店は無くなっていくのでは？</li> <li>●大企業の誘致や茨木市内に大企業が継続して活動してもらうことが茨木市の仕事だと思う</li> <li>●プロジェクトやスタートの支援ばかりでなく、長年頑張っている中小企業の支援もしてほしい</li> </ul>
駅前商業地の活性化が必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>●JR 茨木駅(特に西口)の再開発、活性化、道路整備。</li> <li>●阪急茨木駅の活性は…。ローカルになるのが悔しいですね。阪急の駅周辺が良くならない事には茨木市は発展しないと思えます。どこか中心で一番向いているか考えてほしいです</li> <li>●駅前商業発展の指導が出来ていないのでは？住宅の許可等、商業地域に店舗がなくなる</li> <li>●茨木の商店街は連携がなく活気がない。シャッターの降りている店が多い</li> <li>●本市は大学も多いので駅周辺をもっと活気がある街にしてほしい</li> </ul>
支援策の情報発信を強化すべき	<ul style="list-style-type: none"> <li>●先進的な情報発信をもっと積極的にお願いします</li> <li>●問 19 にある支援策を含め、産業振興への取り組み、企業支援に関する説明会をはじめとしたPR活動をぜひお願いしたい</li> <li>●支援策でも小規模でやらず、どうしているのかどんどんアピールしてほしい</li> </ul>
窓口対応の改善、簡略化が必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>●何かをする時の手続きがややこしいから、面倒くさい結果、もう「いいわ」となる</li> <li>●以前に設備投資の相談に行ったが、窓口で2~3回断られた。</li> <li>●弊社が来年から摂津市へ移転するのは、茨木市内の物件が見つからず、また用途地域に関する問合せ等に真摯に対応してくれない課があったためです。とても残念に思っています</li> </ul>
小規模な店舗はアンケート回答が難しい	<ul style="list-style-type: none"> <li>●当方は動向調査に値する事業所ではない。調査にふさわしい事業所を選ぶべき</li> <li>●個人経営の小さな店で、家族で助け合って運営しているため、該当する回答ができません</li> <li>●小さなカラオケスナックです。産業振興という点は考えたこともなく趣味でしているようなもの</li> <li>●個人商店には関係のない設問のように思いますので、問 5 以降は未記入です</li> </ul>

### 個別ヒアリングの協力の可否

- \* 回答者の9% (72 者) より、ヒアリングへの協力意向があるとの回答が得られた。

ヒアリング実施への協力OK、と回答(72 社/回答者全体の 9%)

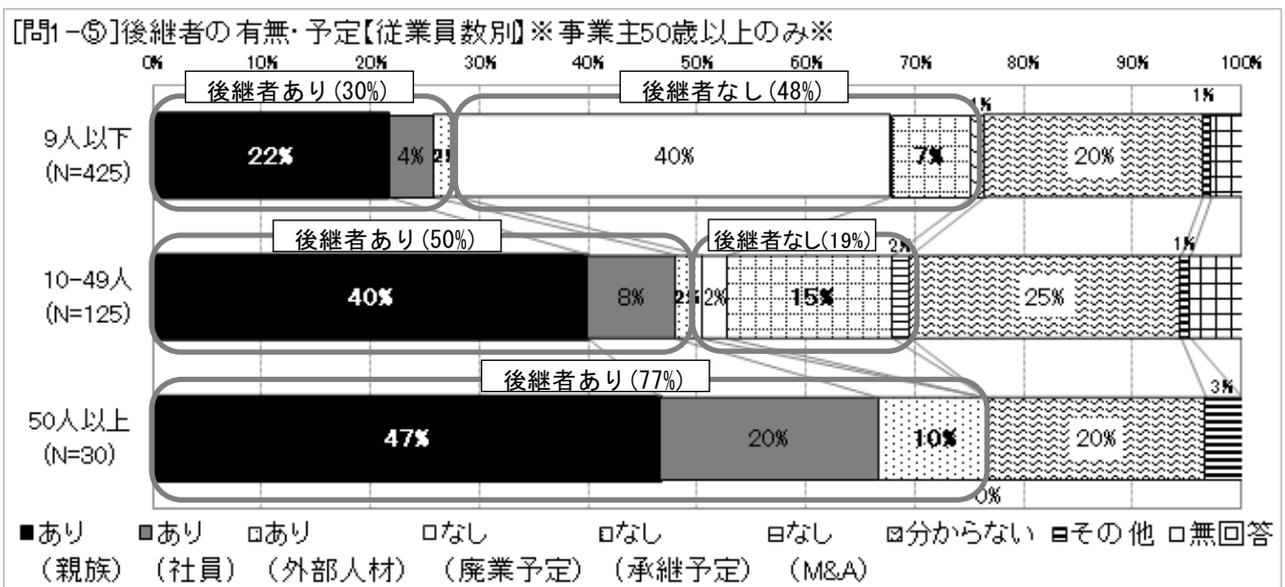
### 3. 従業員数別・クロス分析

9人以下 540社 / 10～49人 182社 / 50人以上 38社  
 (特徴的だと思われる項目のみを抜粋)

#### A. 企業について

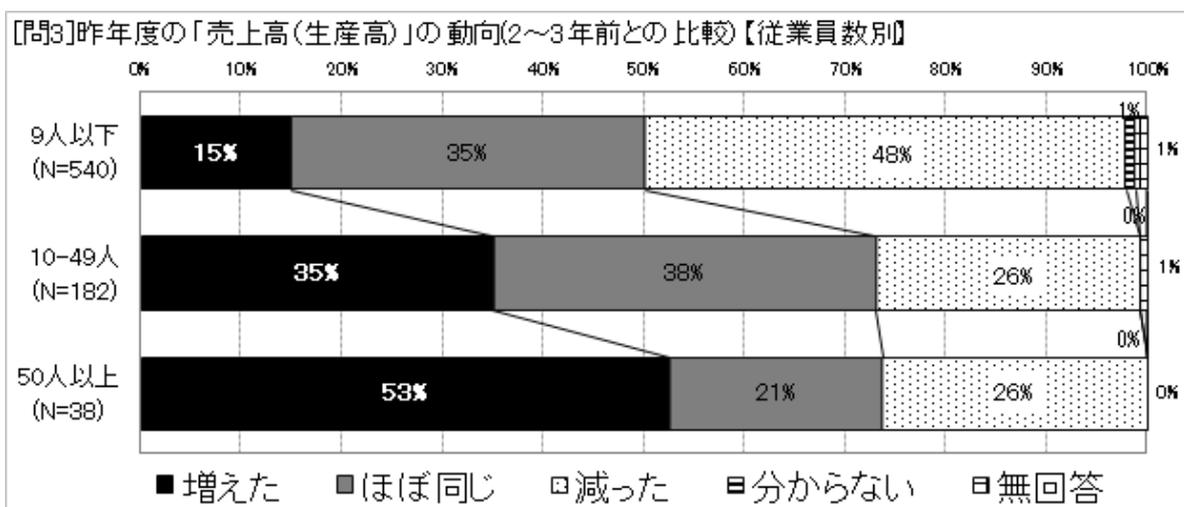
##### 問1-⑤. 後継者の有無・予定※事業主50歳以上のみ※

- \* 9人以下の企業では、廃業予定が40%を占めるほか、後継者なしが48%と多く、今後は廃業による事業所の減少が予測される。
- \* 10～49人の企業では、なし(継承予定)が15%、分からないが25%と、予定がまだ決まっていない状況の企業が多いものと推察される。
- \* 50人以上の企業では、後継者ありが77%と多くなっている。



##### 問3. 昨年度の「売上高(生産高)」の動向(2～3年前との比較)

- \* 従業員数が増えるにつれて、売上高(生産高)が「増えた」と回答する割合が大きくなっている。

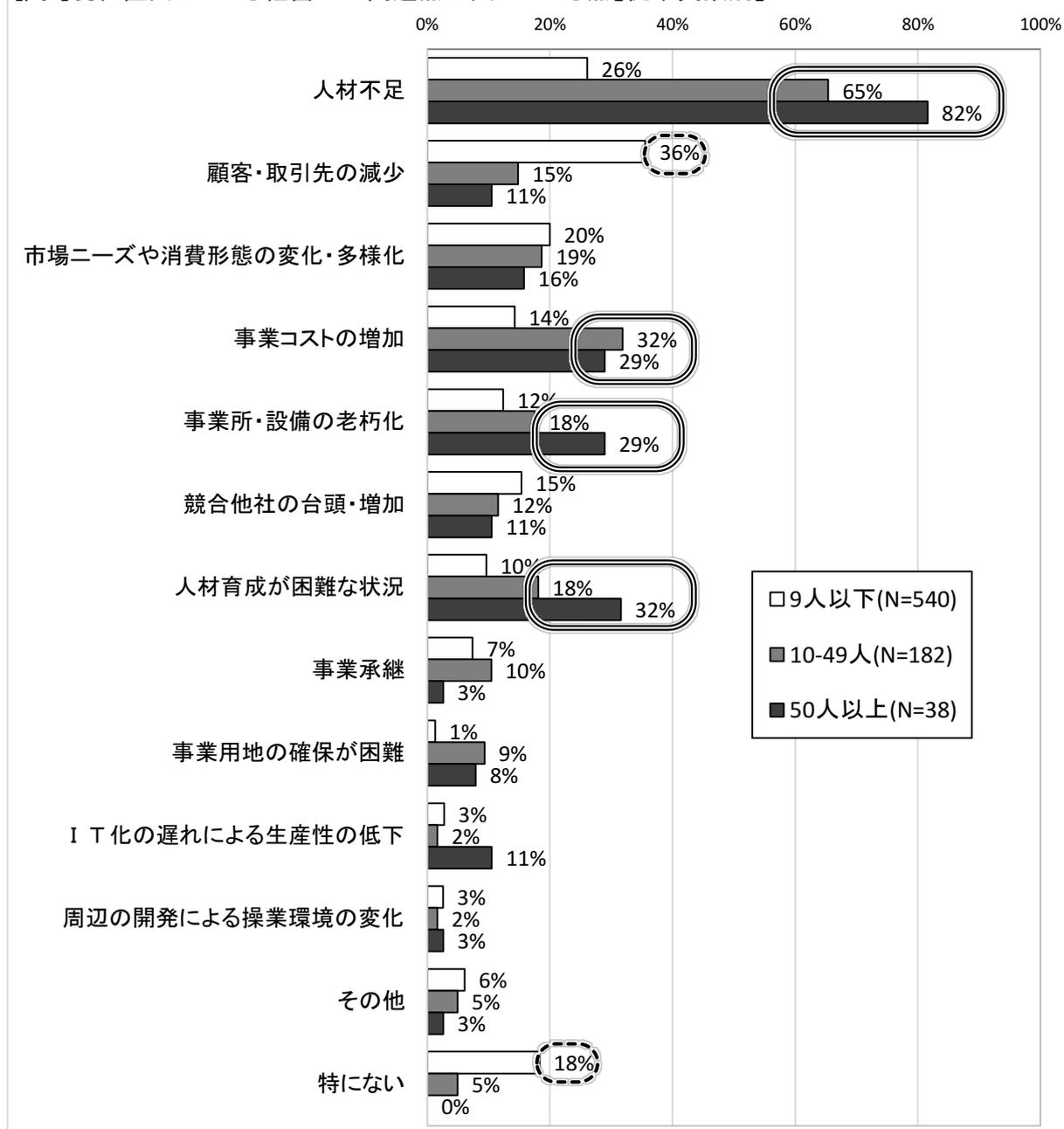


## B. 貴社（貴店）の経営上の問題点、問題解決に向けた取組み

### 問4. 現在直面している経営上の問題点や困っている点

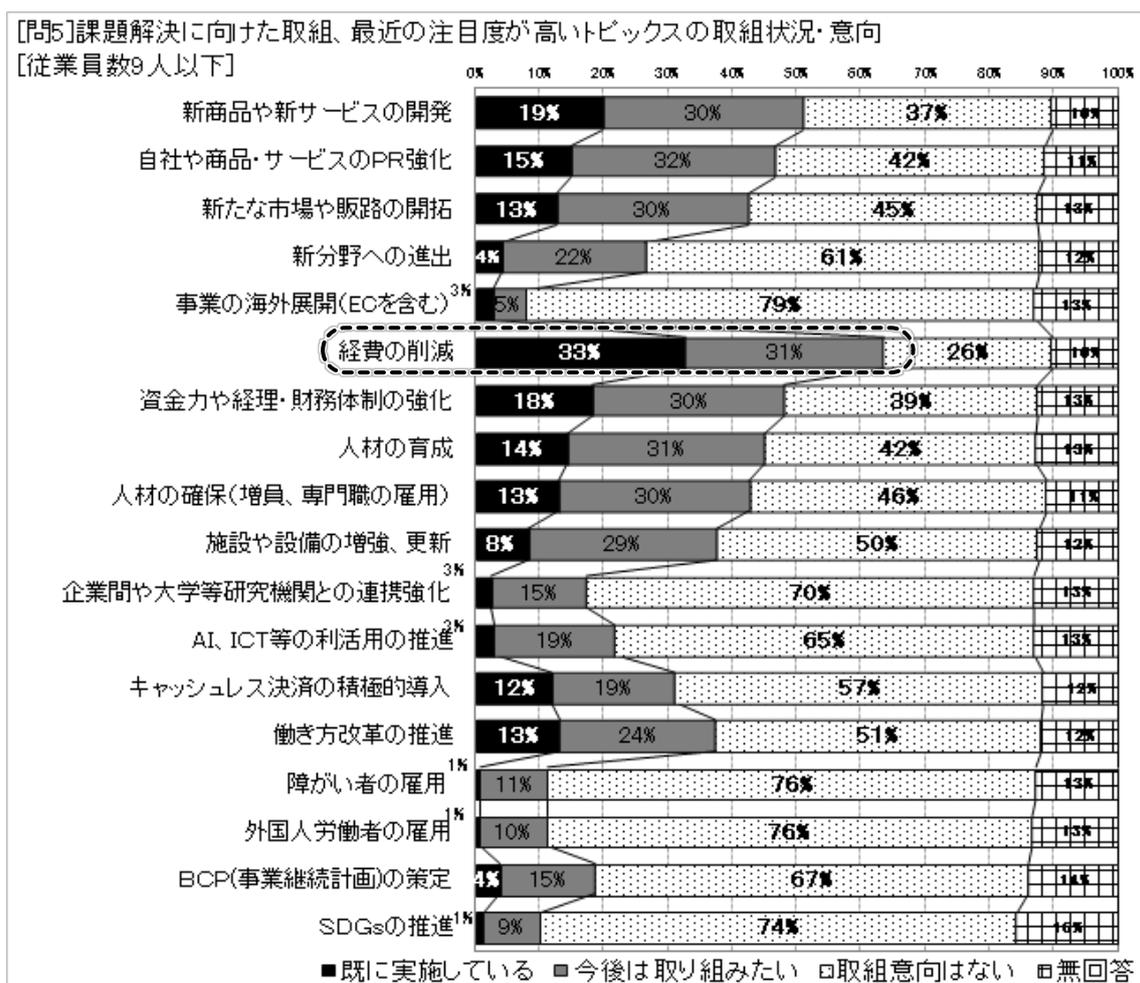
- \* 全体的に、9名以下よりも、10～49人及び50人以上の企業において割合が大きく、中でも、「人材不足」「人材育成が困難な状況」といった人材面や、「事業コストの増加」や「事業所・設備の老朽化」の項目でその傾向が顕著に見られた。
- \* 一方、9人以下の企業では、「顧客・取引先の減少」と「特にない」が18%を占めており、多くなっている。

[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】

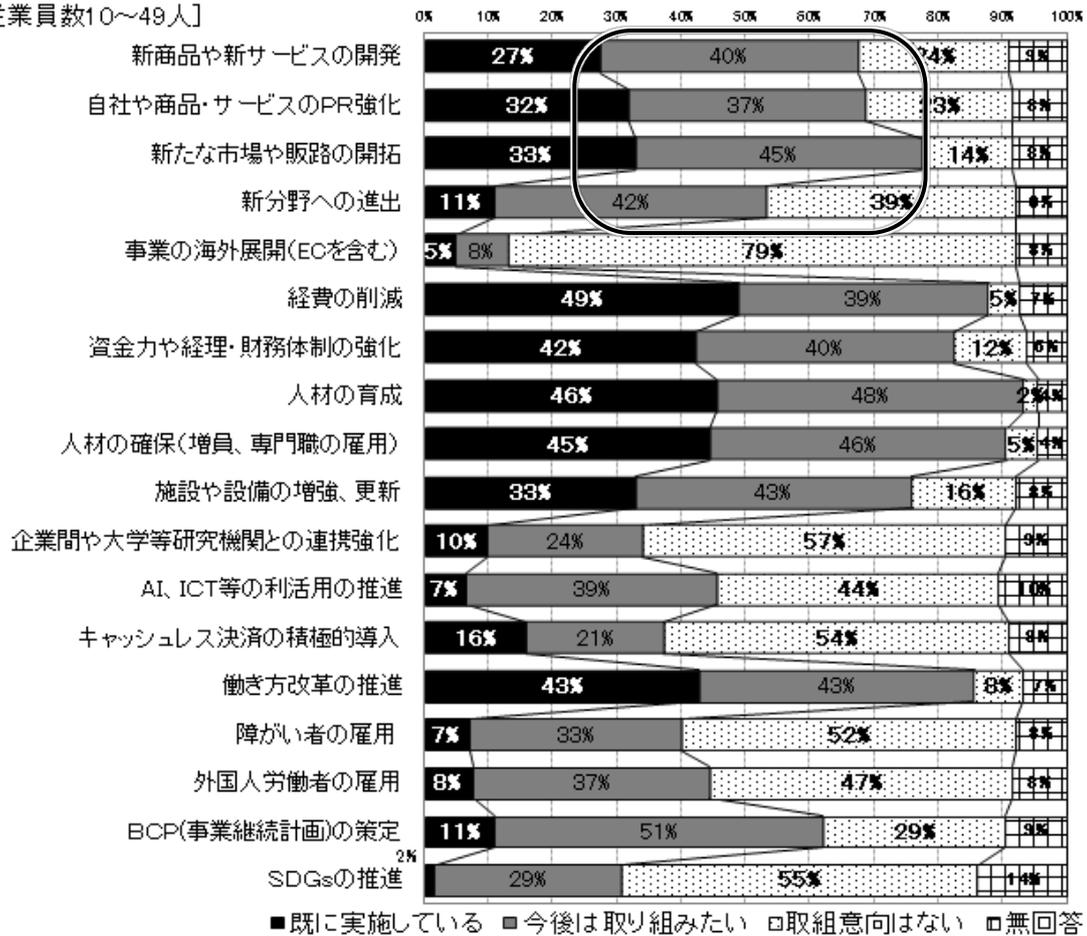


## 問5. 課題解決に向けた取組、最近の注目度が高いトピックスの取組状況・意向

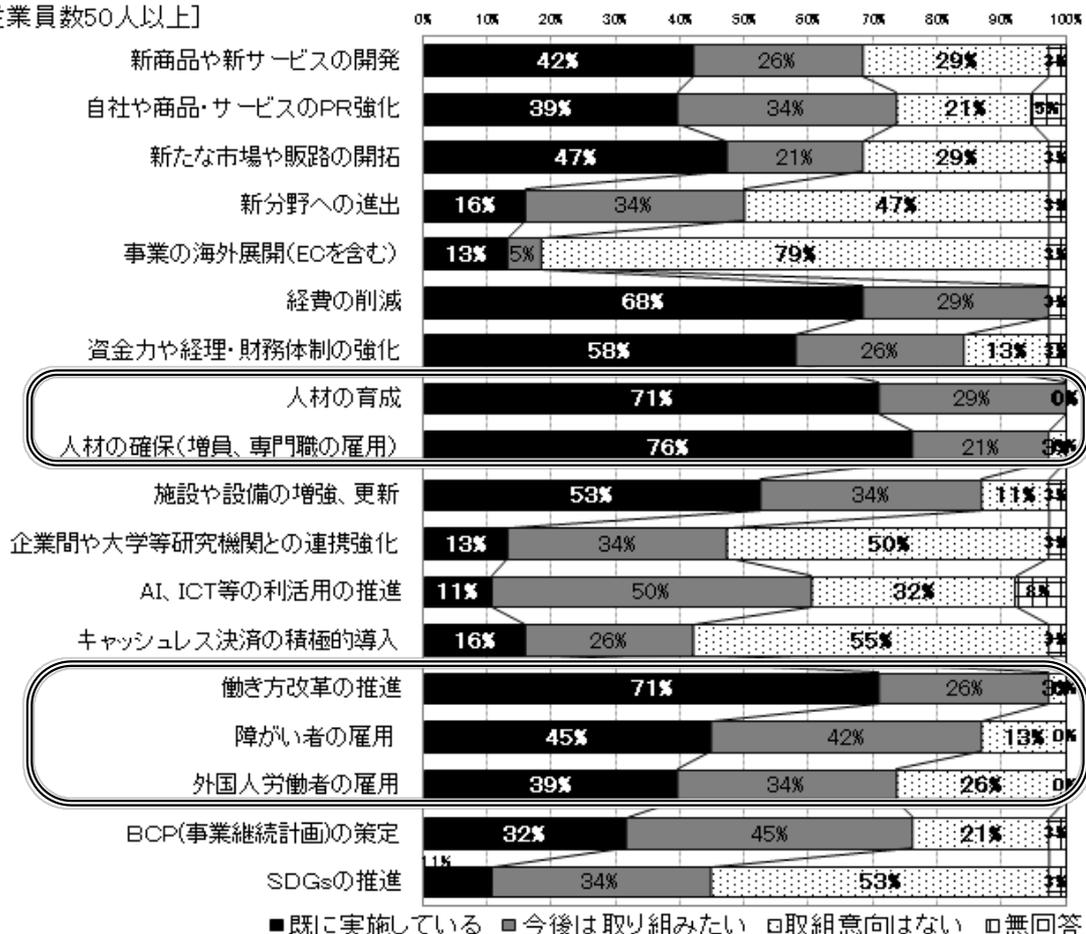
- \* 9人以下の企業は、「経費の削減」が既に実施しているところや今後は取り組みたいところが多いのを除き、全体的に「取組意向はない」の割合が大きくなっている。
- \* 10～49人の企業は、今後は取り組みたいへの回答割合の大きい項目が多く、中でも「新商品や新サービスの開発」「自社や商品・サービスのPR強化」「新たな市場や販路の開拓」「新分野への進出」といった新事業展開との関わりが深い項目で、その傾向が顕著である。
- \* 50人以上の企業は、既に実施しているへの回答割合の大きい項目が多く、中でも「人材の育成」「人材の確保」「働き方改革の推進」「障がい者の雇用」「外国人労働者の雇用」といった人材面の項目で、その傾向が顕著である。



【問5】課題解決に向けた取組、最近の注目度が高いピックスの取組状況・意向  
 [従業員数10~49人]

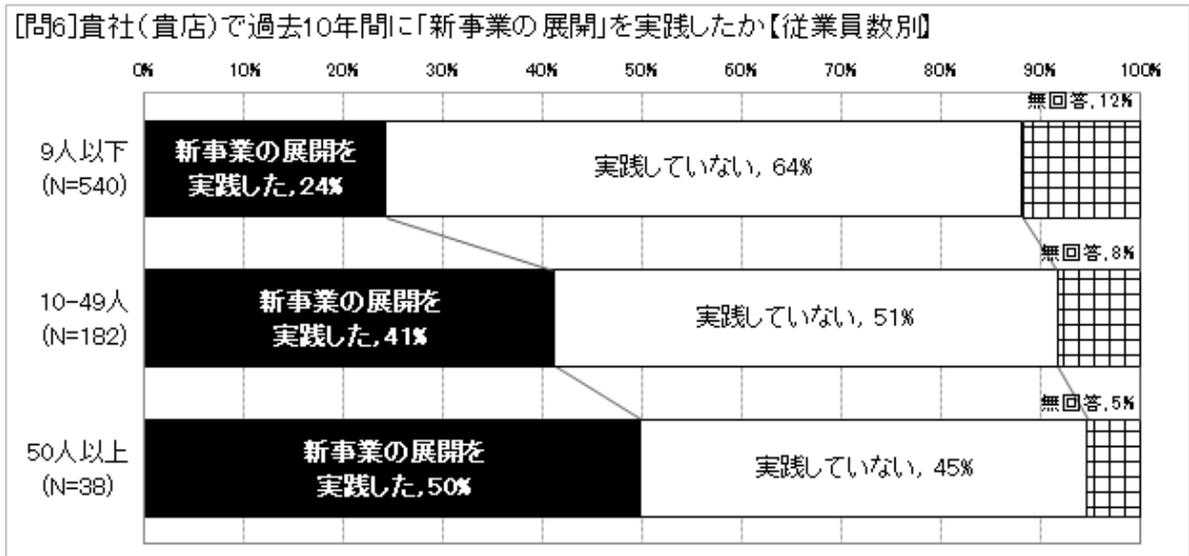


【問5】課題解決に向けた取組、最近の注目度が高いピックスの取組状況・意向  
 [従業員数50人以上]



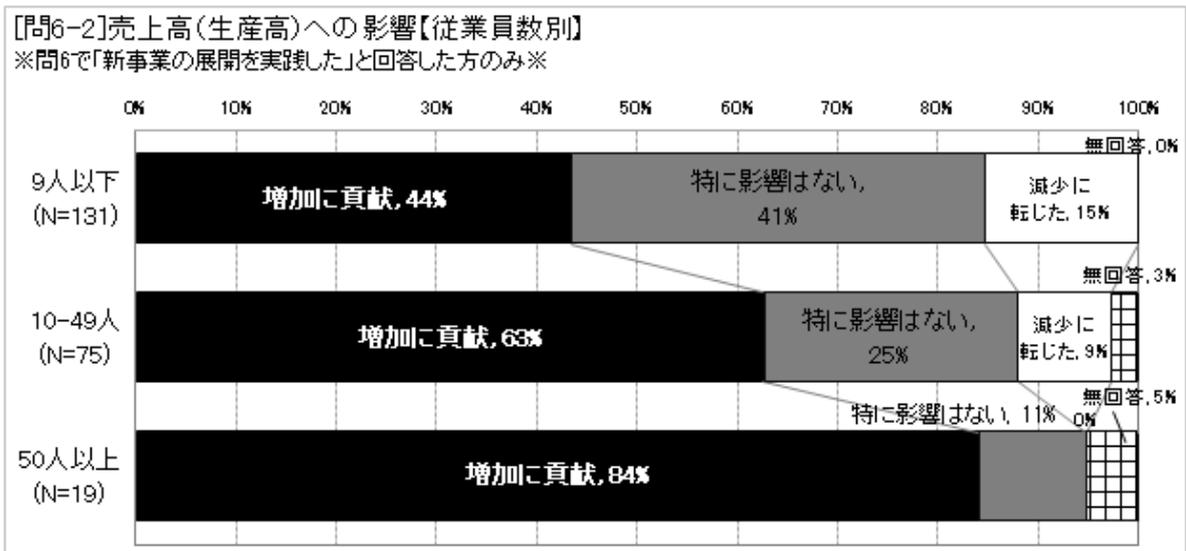
## 問6. 過去10年間における新事業展開の実践の有無

\* 従業員数が増えるにつれて、「新事業の展開を実践した」と回答する割合が大きくなっている。



### 問6-2. 売上高(生産高)への影響※問6で「新事業の展開を実践した」と回答した方のみ

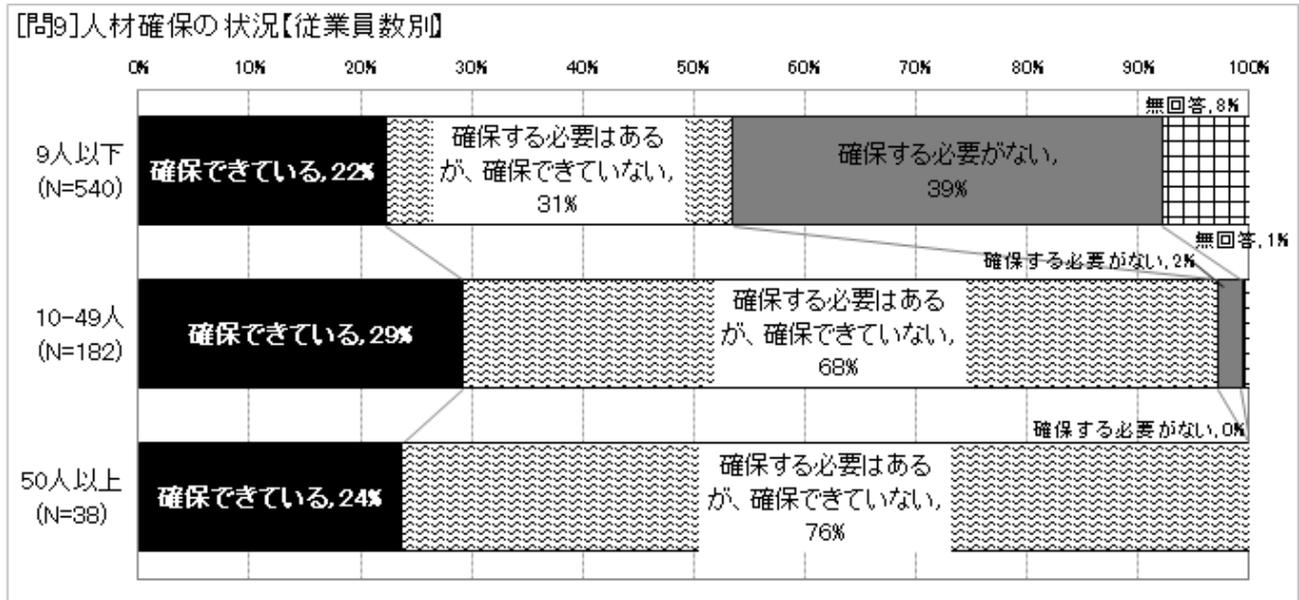
\* 従業員数が増えるにつれて、「増加に貢献」と回答する割合が大きい。特に、50人以上(84%)の方が9人以下(44%)よりも40ポイント大きくなっており、このことから、従業員の少ない企業の方が新事業の展開を売上に反映させることが難しいものと考えられる。



## C. 人材の育成・確保について

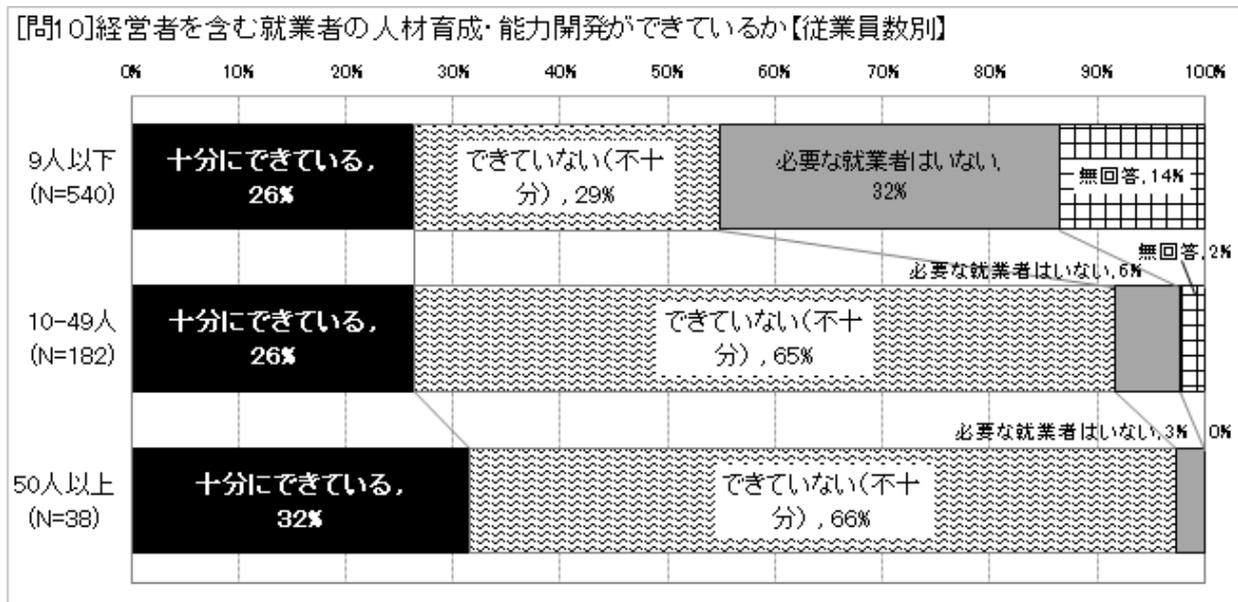
### 問9. 人材確保の状況

- \* 「確保できている」と回答した者の割合が大きいのは、10～49人の企業（29%）であった。
- \* また、「確保する必要があるが、確保できていない」と回答した者は、10～49人（68%）や50人以上（76%）で7割前後を占めており、人材確保で課題を抱える企業が多いものと考えられる。
- \* 一方、9人以下では「確保する必要がない」が39%と4割弱を占めている。



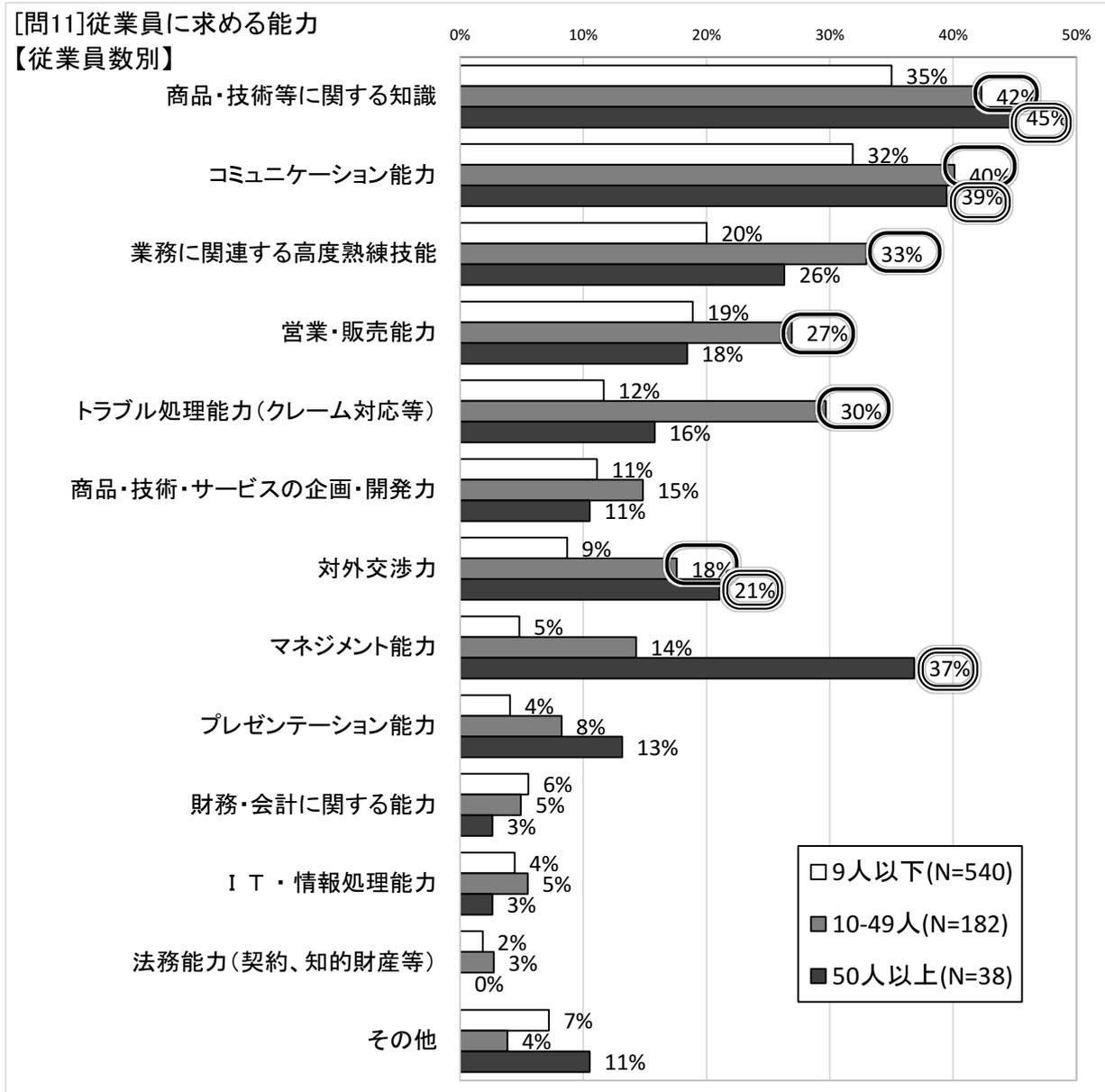
### 問10. 就業者の人材育成・能力開発の実施状況に対する自己評価

- \* 「十分にできている」と回答した者の割合が大きいのは、50人以上の企業（32%）であった。
- \* また、「できていない（不十分）」と回答した者は、10～49人（65%）や50人以上（66%）で7割弱を占めており、人材育成・能力開発で課題を抱える企業が多いものと考えられる。
- \* 一方、9人以下では「必要な就業者はいない」が32%と3割強を占めている。



## 問 11. 従業員に求める能力

- \* 全体的に、9人以下の企業よりも10～49人ないし50人以上の企業の方が割合の大きい項目は多く、特に「商品・技術等に関する知識」「コミュニケーション能力」「対外交渉力」の3点は顕著である。
- \* 上記にあげた項目以外では、10～49人の企業では「業務に関連する高度熟練技能」「営業・販売能力」「トラブル処理能力」といった業務上の対応に関する項目が多くなっている。  
また、50人以上の企業では「マネジメント能力」への回答が多い。

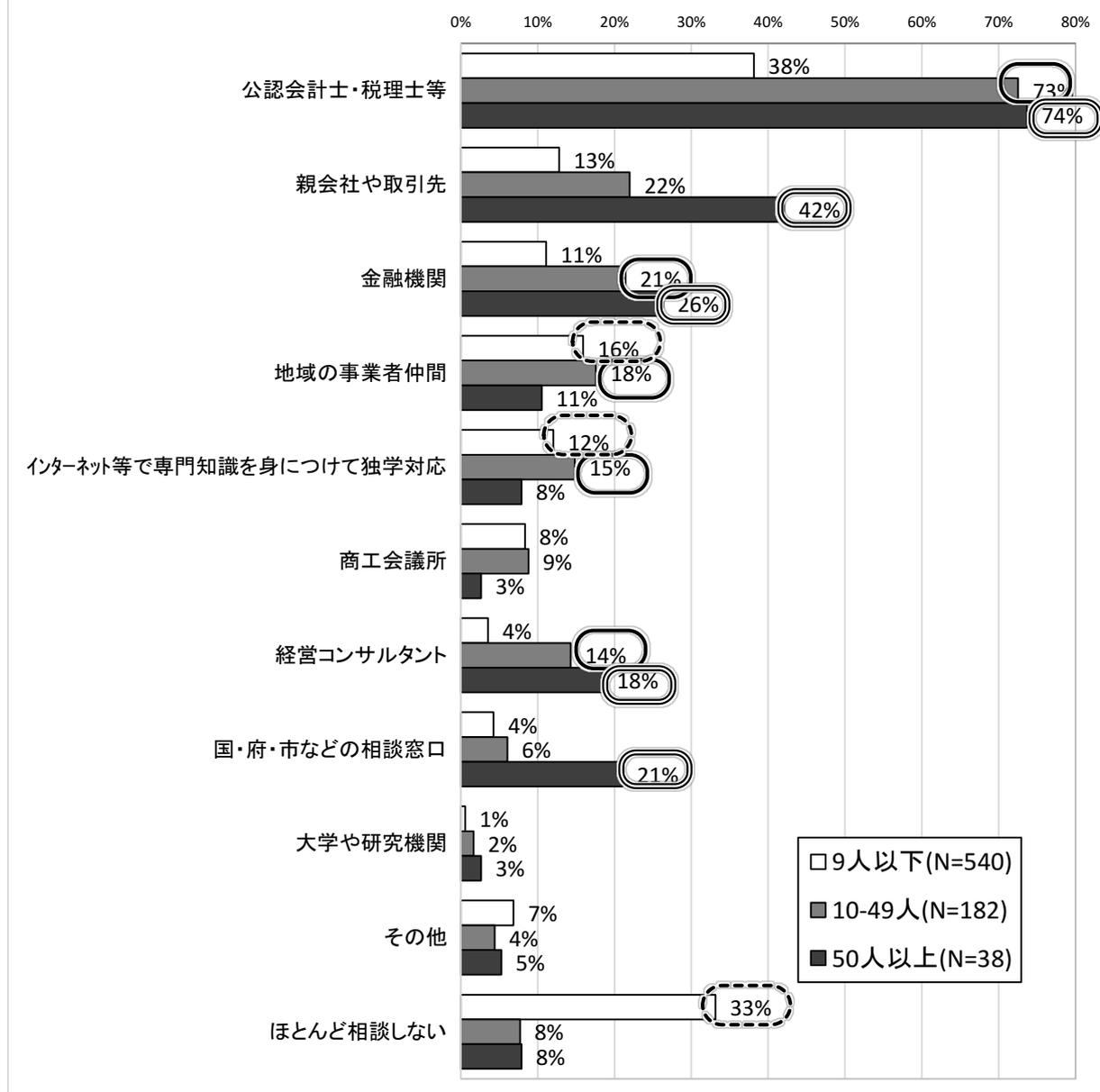


## E. 外部との連携について

### 問 13. 経営上の課題・問題点についての相談先

- \* 9人以下の企業は、「ほとんど相談しない」は33%を占めており、相談先がない企業も多いものと考えられる。また、50人以上の企業では、「親会社や取引先」や「国・府・市などの相談窓口」への回答が多くなっている。
- \* その他に、10～49人以上ないし50人以上の企業では、「公認会計士・税理士等」「経営コンサルタント」といった士業や「金融機関」が、9人以下ないし10～49人の企業では、「地域の事業者仲間」「インターネット等で専門知識を身につけて独学対応」が、それぞれ比較的多くなっている。

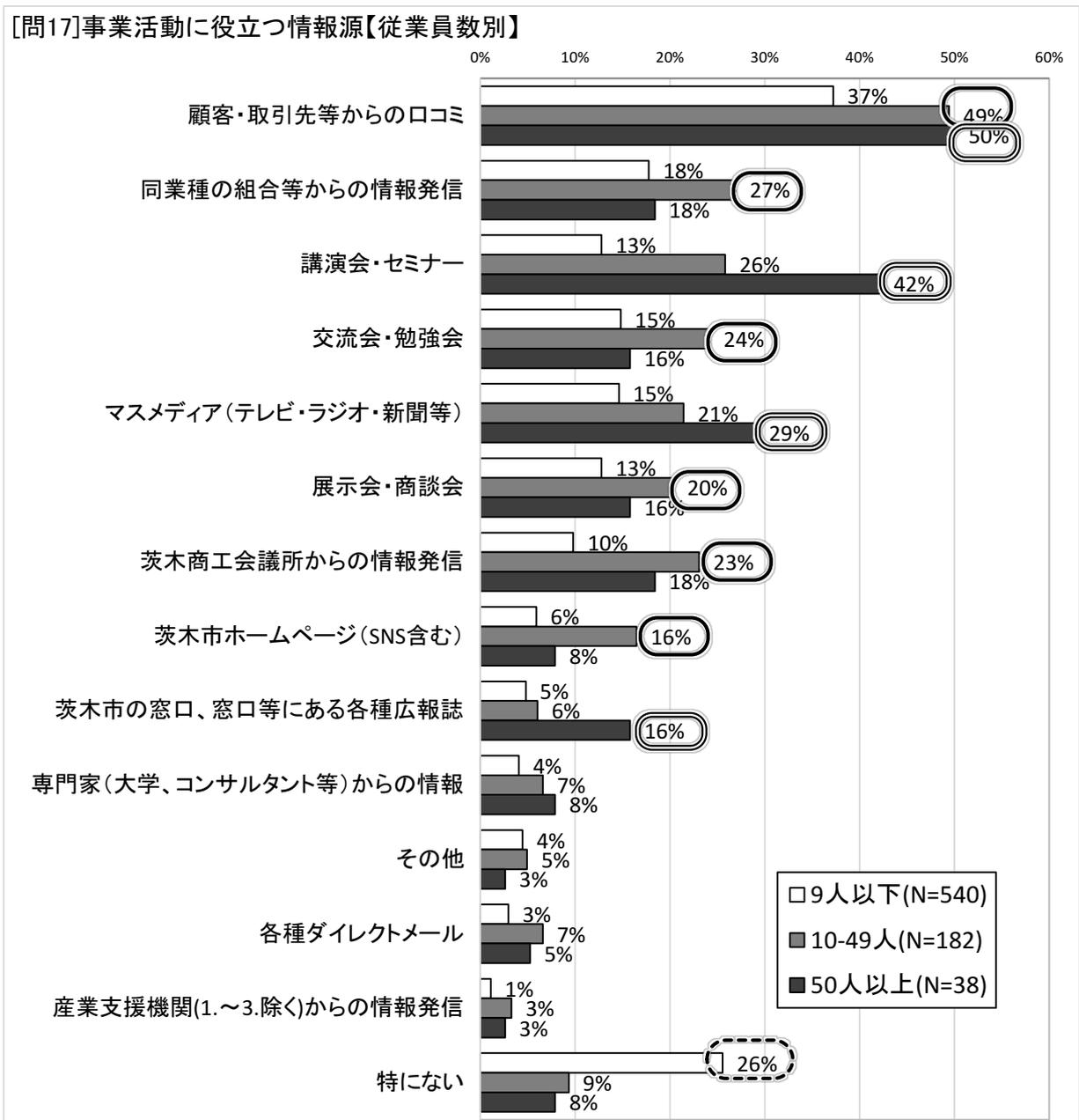
【問11】経営上の課題・問題点についての相談先【従業員数別】



## F. 支援策の活用状況等について

### 問 17. 事業活動に役立つ情報源

- \* 9人以下の企業は、全体的に回答の割合が小さく、また、「特にない」は26%を占めており多く、情報源を持っていない企業も多いものと考えられる。
- \* 10～49人の企業では「同業種の組合等からの情報発信」「茨木商工会議所からの情報発信」「茨木市ホームページ（SNS含む）」といったホームページ等による情報発信や、「展示会・商談会」「交流会・勉強会」といった取引先や異業種とのフェイス・トゥ・フェイスの対応での情報交流に関する項目が多くなっている。
- \* 50人以上の企業では、「講演会・セミナー」「マスメディア（テレビ・ラジオ・新聞等）」「茨木市の窓口、窓口等にある各種広報誌」への回答が多くなっている。



## 4. 売上・利益とも増加企業と、回答者全体の比較分析

売上・利益とも増加している企業について、回答者全体の傾向と比較し分析を行った。

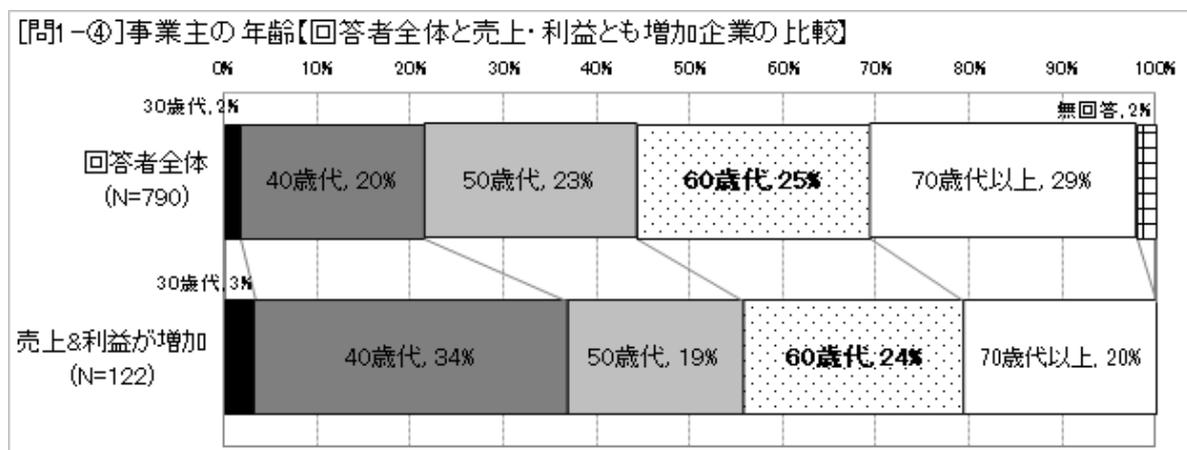
(特徴的だと思われる項目のみを抜粋)

●計 122 社 問 3：昨年度の「売上高（生産高）」「利益」ともに、2～3年前と比べて「増えた」と回答

### A. 企業について

#### 問 1 - ④. 事業主の年齢

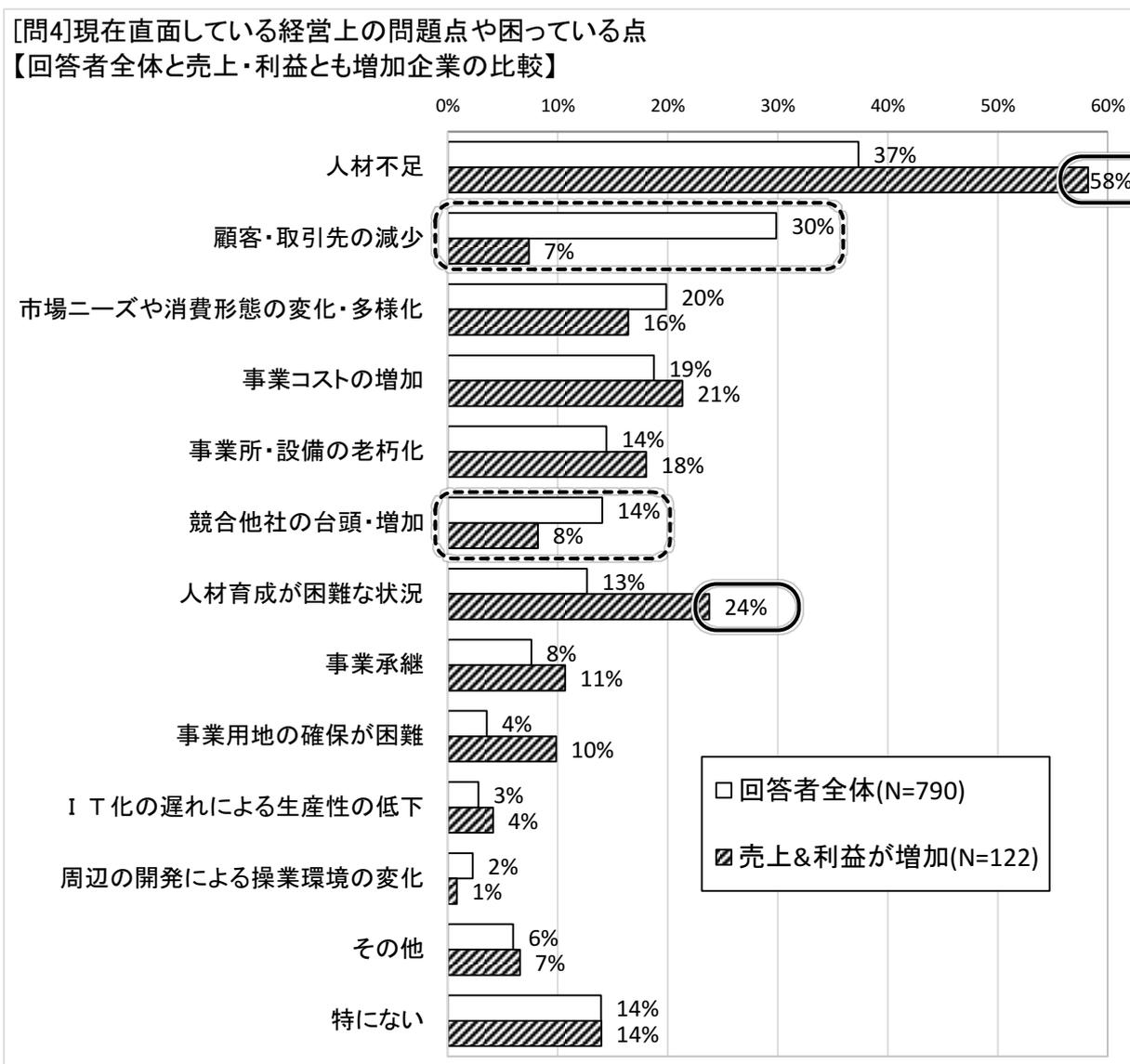
\* 売上・利益とも増加している企業は、40歳代が34%と多いのをはじめ、全体的に年齢の若い傾向が見られる。



## B. 貴社（貴店）の経営上の問題点、問題解決に向けた取組み

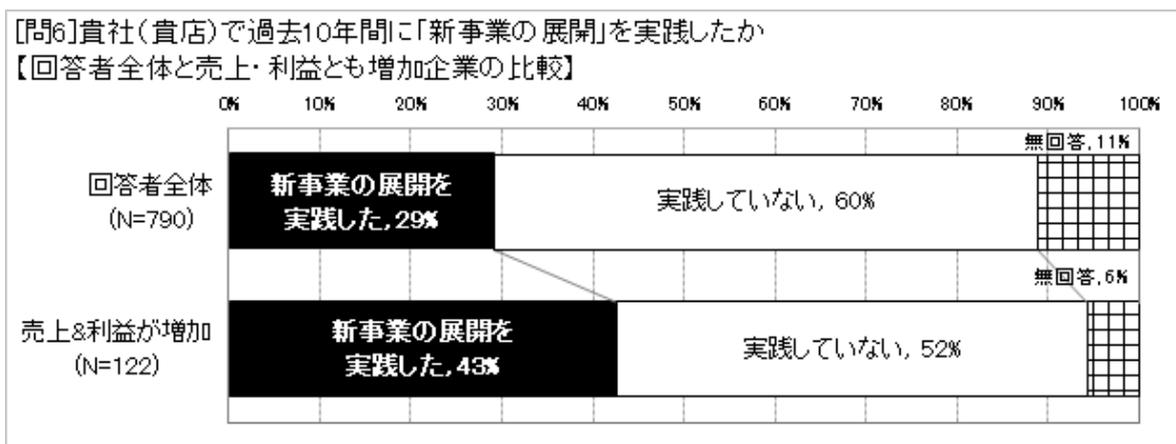
### 問4. 現在直面している経営上の問題点や困っている点

- \* 売上・利益とも増加している企業は、「人材不足」（58%）、「人材育成が困難な状況」（24%）といった人材面に関する項目の割合が大きく、課題を抱えている企業が多いものと考えられる。
- \* 一方、「顧客・取引先の減少」「競合他社の台頭・増加」といった項目への回答は少なく、順調に進められているものと考えられる。



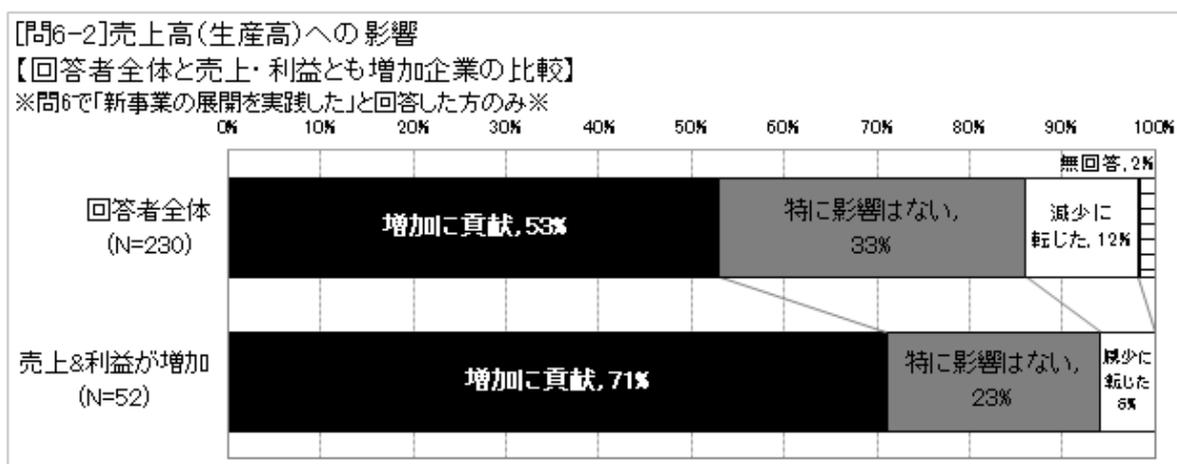
### 問6. 過去10年間における新事業展開の実践の有無

- \* 売上・利益とも増加している企業は、「新事業の展開を実践した」と回答した者が43%と回答者全体よりも多くなっている。



**問6-2. 売上高(生産高)への影響※問6で「新事業の展開を実践した」と回答した方のみ**

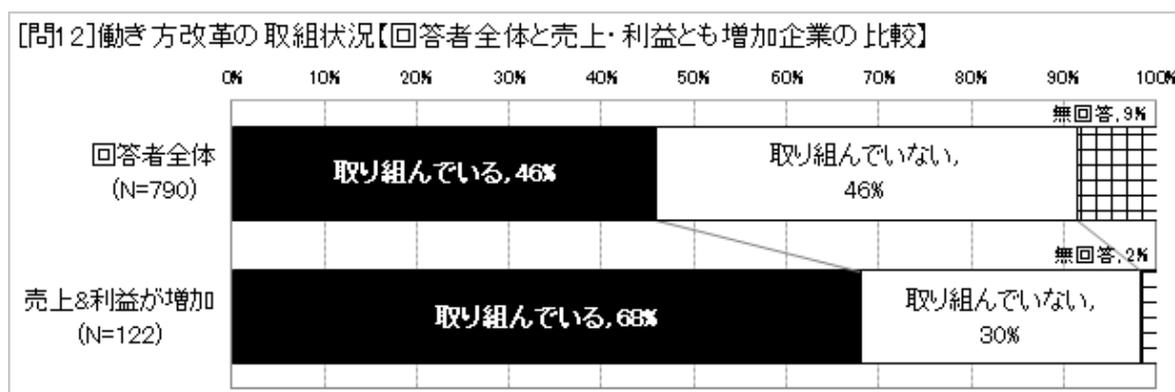
\* 売上・利益とも増加している企業では、71%が「増加に貢献」したと回答しており、回答者全体よりも多くなっている。



**D. 働き方改革の取組状況**

**問12. 働き方改革の取組状況**

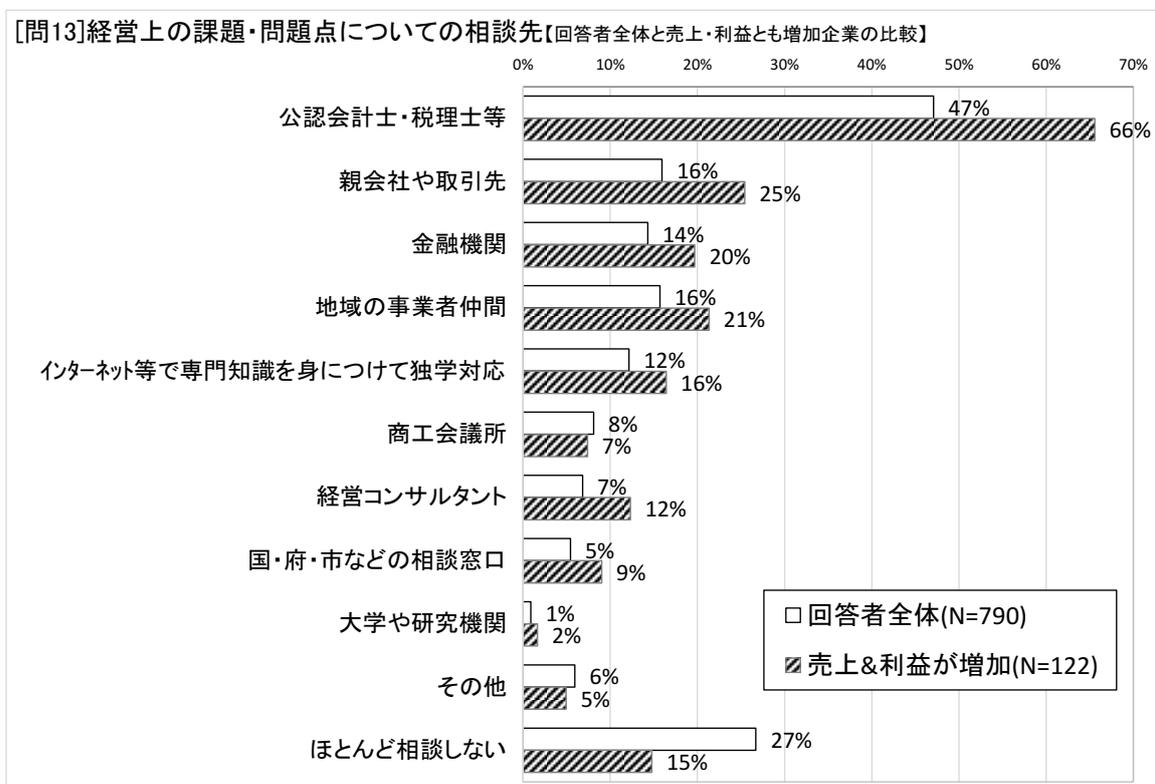
\* 売上・利益とも増加している企業では、68%が「取り組んでいる」と回答しており、回答者全体よりも多くなっている。



## E. 外部との連携について

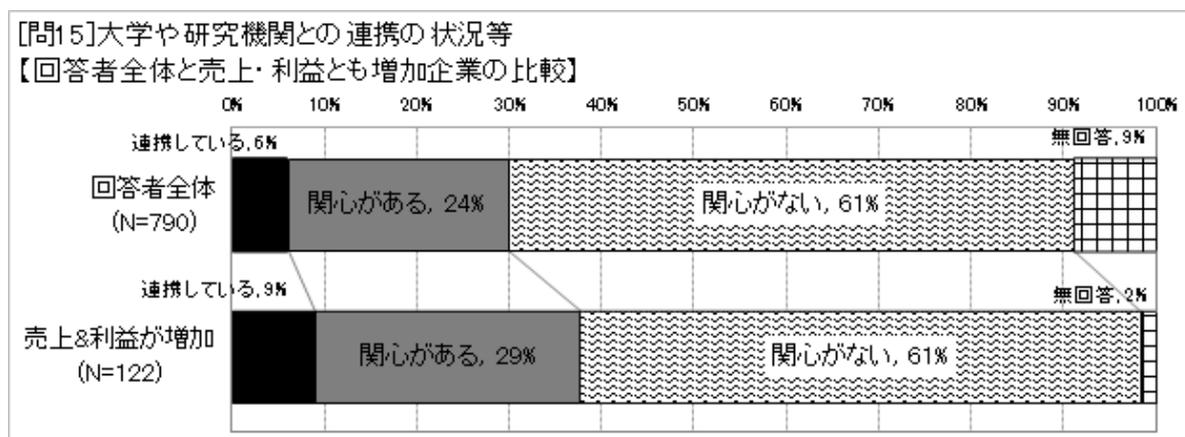
### 問 13. 経営上の課題・問題点についての相談先

\* 全体的に、売上・利益とも増加している企業の方が回答者全体よりも割合が大きく、相談先を多く持っているものと考えられる。



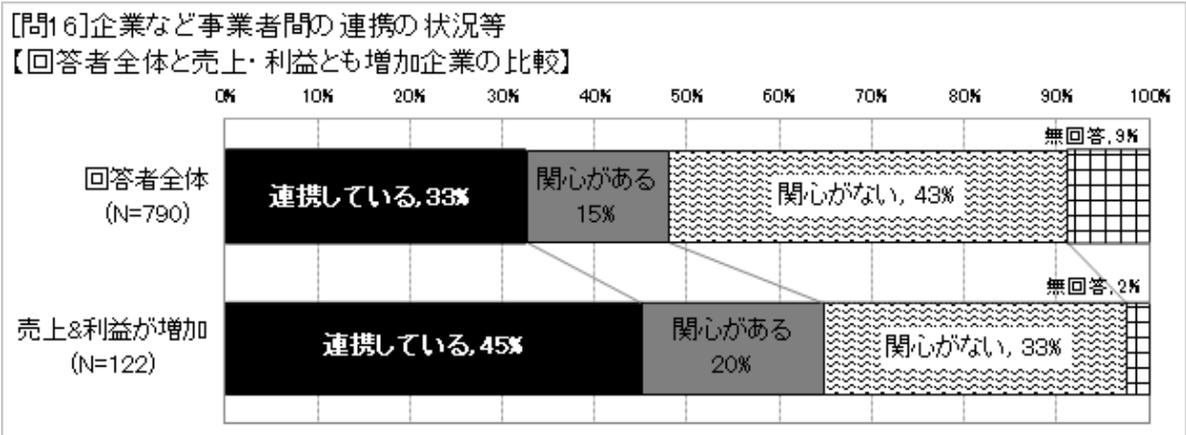
### 問 15. 大学や研究機関との連携の状況等

\* 売上・利益とも増加している企業では、9%が「連携している」、29%が「関心がある」とそれぞれ回答しており、回答者全体よりも大学や研究機関との連携に対する意識が高いものと考えられる。



### 問 16. 企業など事業者間の連携の状況等

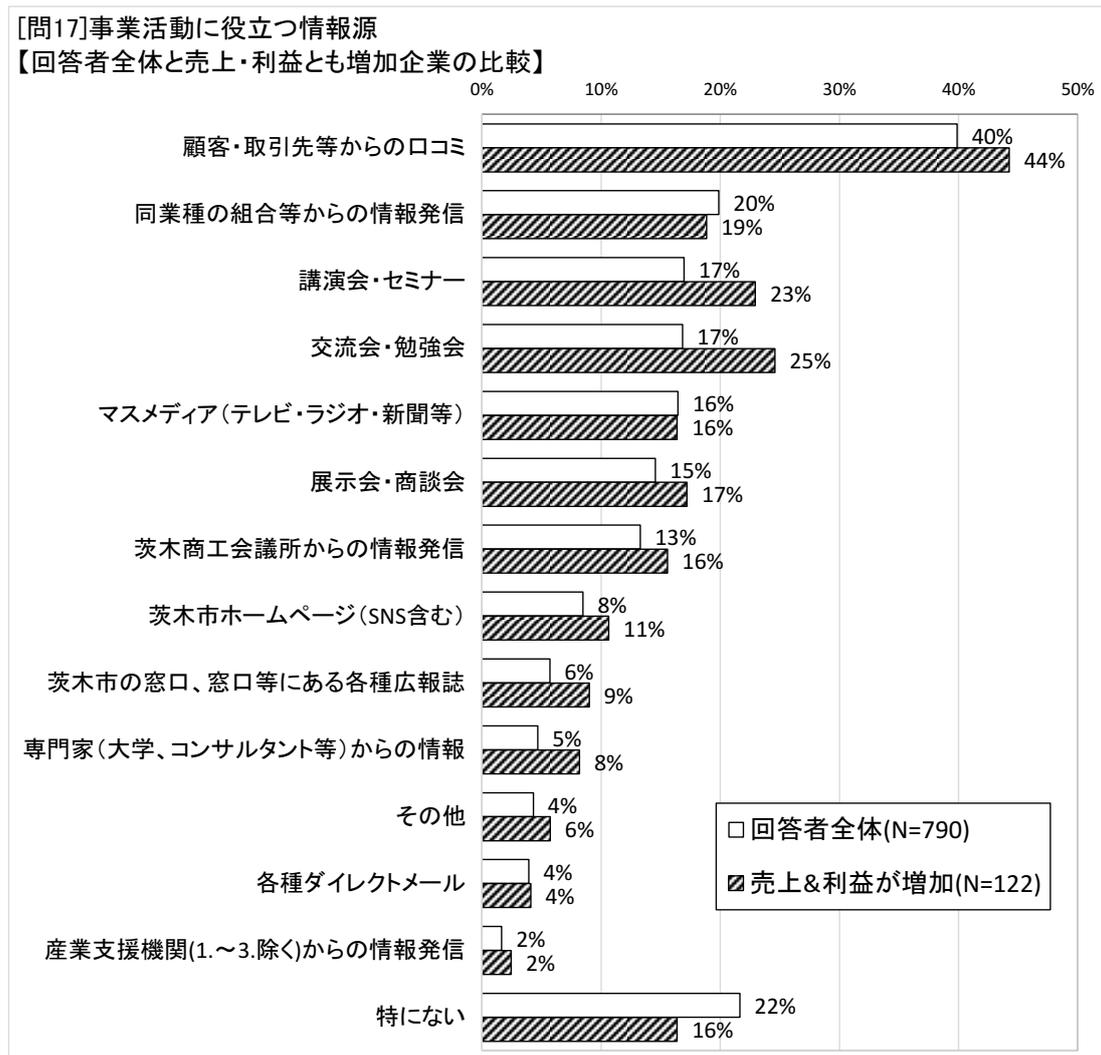
\* 売上・利益とも増加している企業では、45%が「連携している」、20%が「関心がある」とそれぞれ回答しており、回答者全体よりも企業など事業者間の連携に対する意識が高いものと考えられる。



## F. 支援策の活用状況等について

### 問 17. 事業活動に役立つ情報源

\* 全体的に、売上・利益とも増加している企業の方が回答者全体よりも割合が大きく、多くの情報源を活用しているものと考えられる。



## 5. 大学等研究機関との連携を今後希望する企業と、回答者全体の比較分析

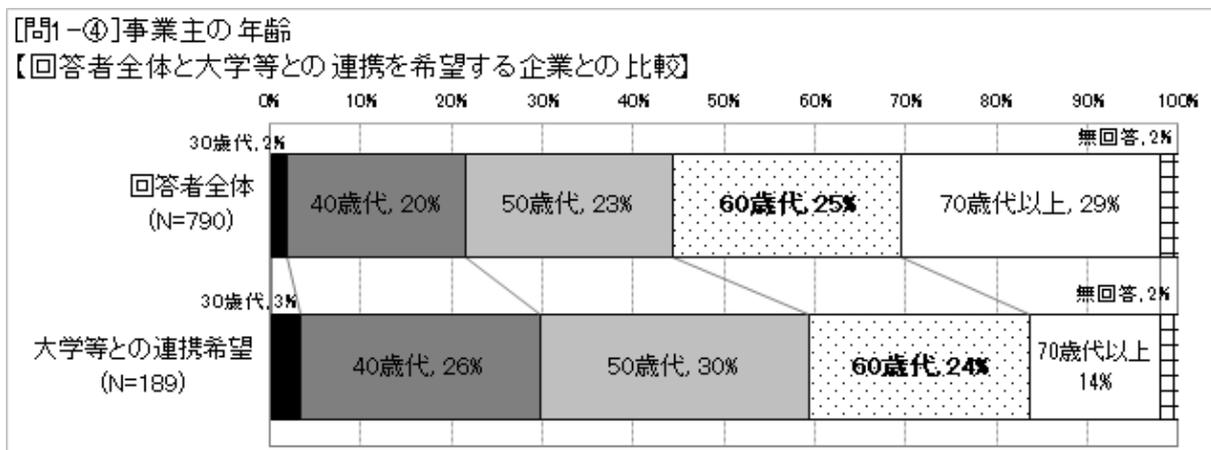
大学等研究機関との連携を希望する企業について、回答者全体の傾向と比較し分析を行った。  
 (特徴的だと思われる項目のみを抜粋)

●計 189 社 問 15. 大学や研究機関との連携の状況等について、  
 「連携していないが、関心がある」と回答

### A. 企業について

#### 問 1 - ④. 事業主の年齢

\* 大学等研究機関との連携を今後希望する企業は、40 歳代が 26%、50 歳代が 30%と多いのをはじめ、全体的に年齢の若い傾向が見られる。

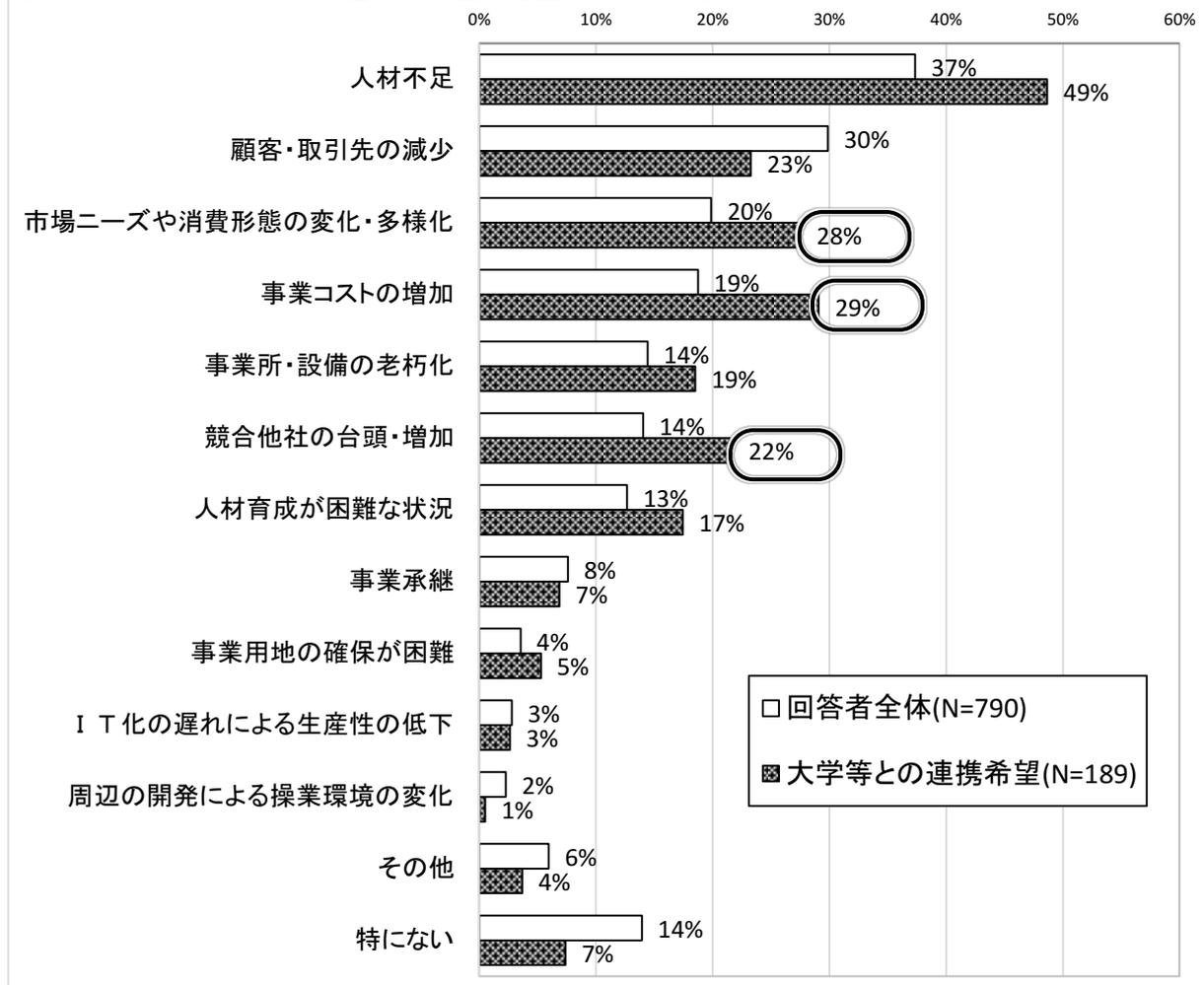


## B. 貴社（貴店）の経営上の問題点、問題解決に向けた取組み

### 問4. 現在直面している経営上の問題点や困っている点

\* 全体的に、大学等研究機関との連携を今後希望する企業の方が回答者全体よりも割合が大きく、中でも、「市場ニーズや消費形態の変化・多様化」「事業コストの増加」「競合他社の台頭・増加」といった、変化する事業環境への対応に関する項目が回答者全体よりも大きい傾向が顕著に見られる。

[問4]現在直面している経営上の問題点や困っている点  
【回答者全体と大学等との連携を希望する企業との比較】

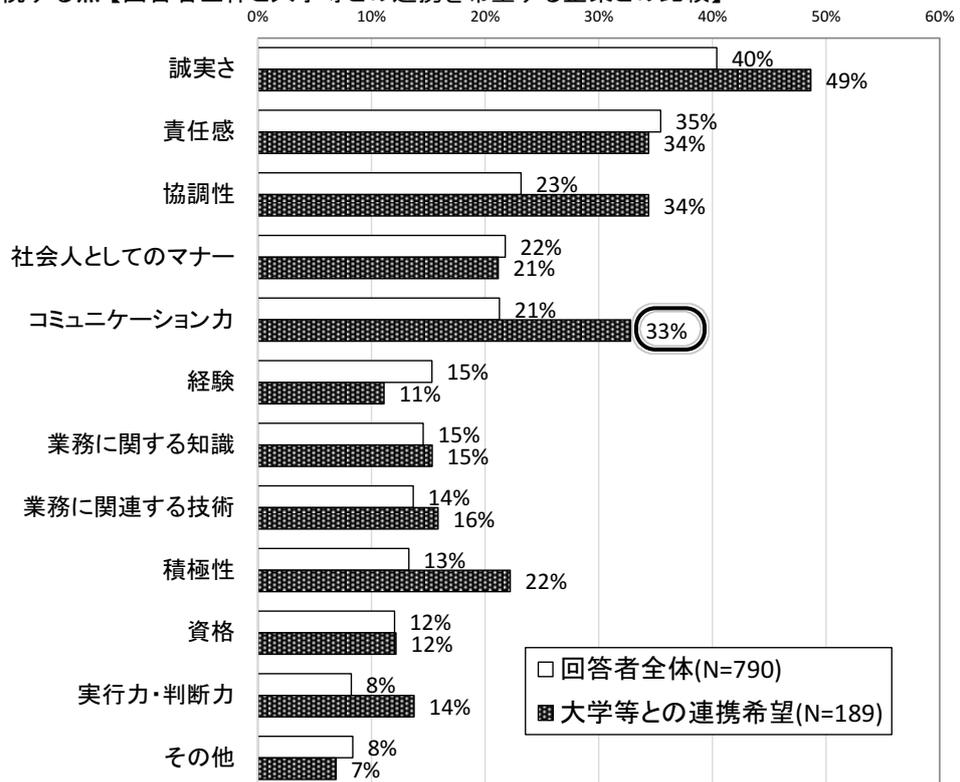


## C. 人材の育成・確保について

### 問8. 採用時に重視する点

\* 全体的に、大学等研究機関との連携を今後希望する企業の方が回答者全体よりも割合が大きく、中でも、「コミュニケーション力」は33%と回答者全体よりも12ポイント大きく、ニーズが高いものと考えられる。

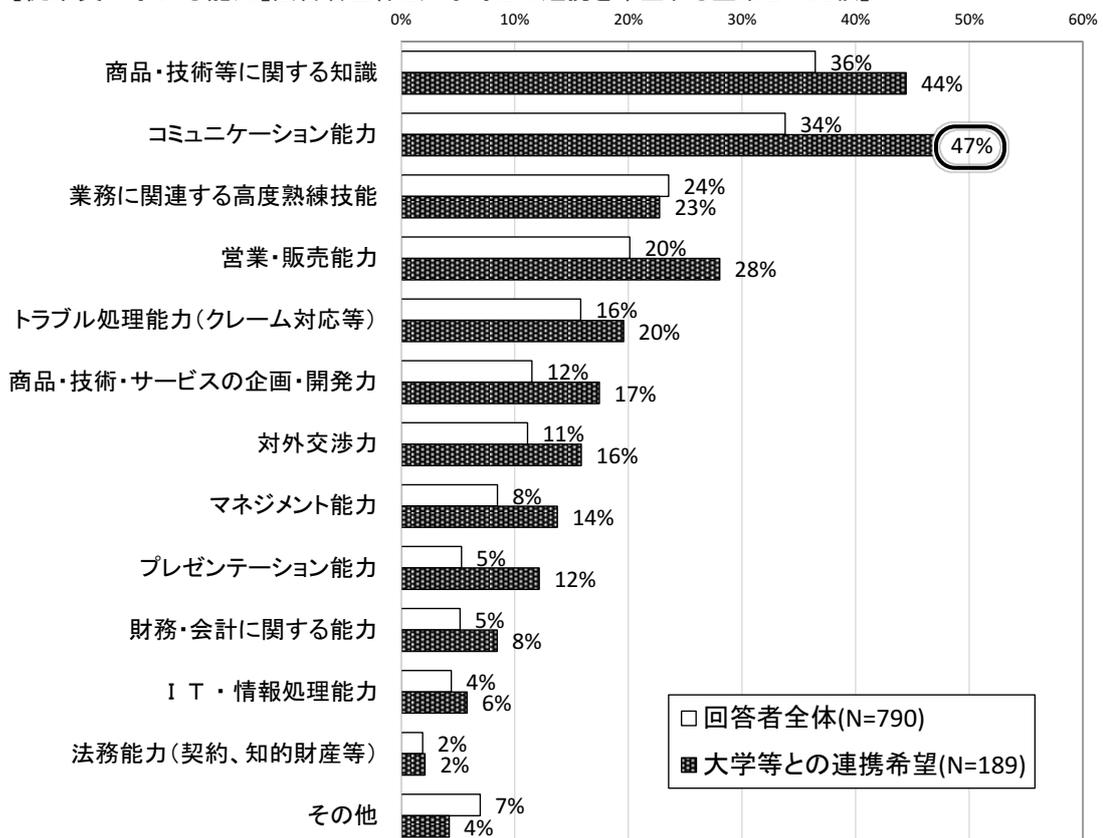
[問8]採用時に重視する点【回答者全体と大学等との連携を希望する企業との比較】



### 問 11. 従業員に求める能力

\* 全体的に、大学等研究機関との連携を今後希望する企業の方が回答者全体よりも割合が大きく、中でも、「コミュニケーション能力」は47%と回答者全体よりも13ポイント大きく、ニーズが高いものと考えられる。

[問11]従業員に求める能力【回答者全体と大学等との連携を希望する企業との比較】

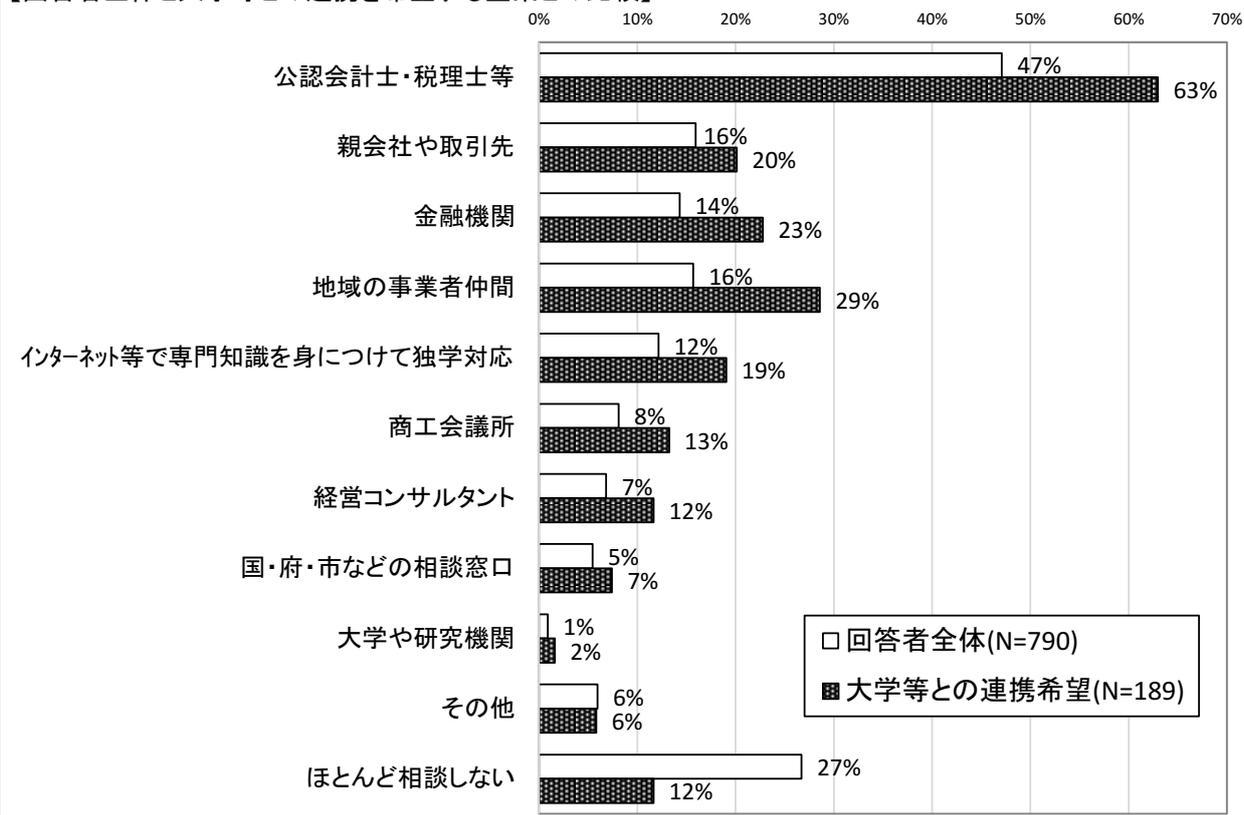


## E. 外部との連携について

### 問 13. 経営上の課題・問題点についての相談先

- \* 全体的に、大学等研究機関との連携を今後希望する企業の方が回答者全体よりも割合が大きく、多くの相談先を確保しているものと考えられる。
- \* 一方、「国・府・市などの相談窓口」は7%に止まり、活用する者が少ないものと考えられる。

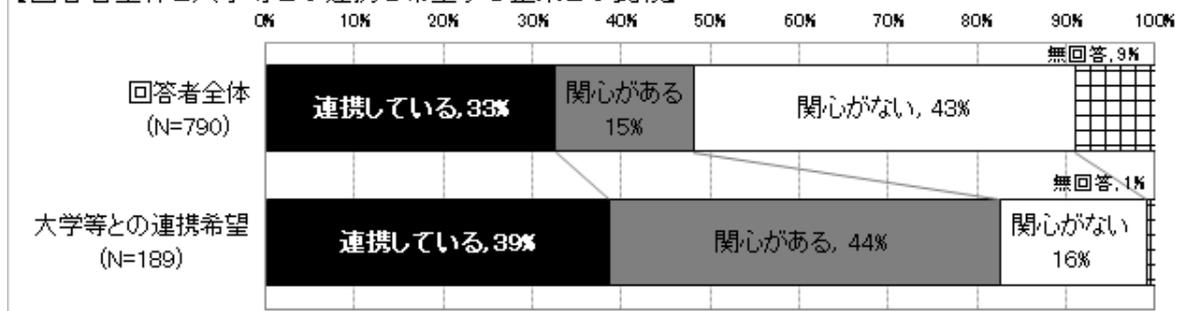
【問13】経営上の課題・問題点についての相談先  
【回答者全体と大学等との連携を希望する企業との比較】



### 問 16. 企業など事業者間の連携の状況等

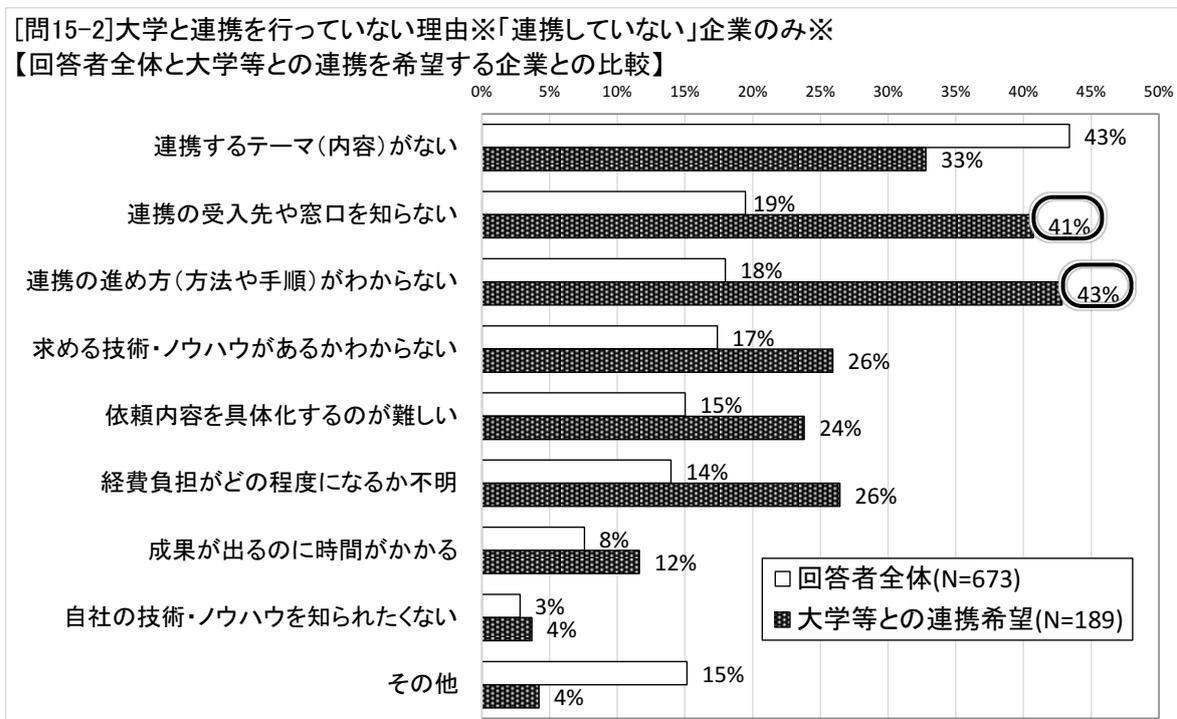
- \* 大学等研究機関との連携を今後希望する企業は、39%が「連携している」、44%が「関心がある」とそれぞれ回答しており、回答者全体よりも企業など事業者間の連携に対する意識が高いものと考えられる。

【問16】企業など事業者間の連携の状況等  
【回答者全体と大学等との連携を希望する企業との比較】



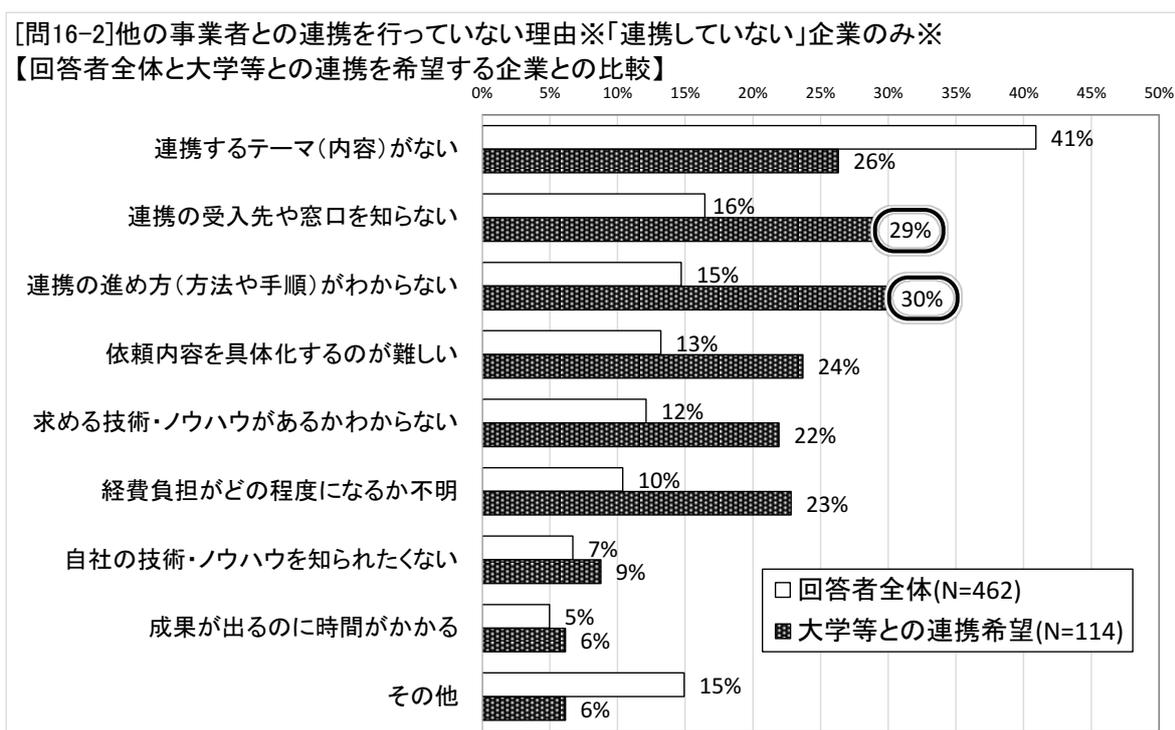
**問 15-2. 大学等と連携していない理由※問 15 で「連携していない」と回答した方のみ※**

\* 全体的に、大学等研究機関との連携を今後希望する企業の方が回答者全体よりも割合が大きく、中でも、「連携の進め方（方法や手順）がわからない」（43%）、「連携の受入先や窓口を知らない」（41%）の2点はその傾向が顕著であった。



**問 16-2. 企業など事業者間だと連携していない理由※問 16 で「連携していない」と回答した方のみ※**

\* 大学等と連携していない理由と同様に、全体的に、大学等研究機関との連携を今後希望する企業の方が回答者全体よりも割合が大きく、中でも、「連携の進め方（方法や手順）がわからない」（30%）、「連携の受入先や窓口を知らない」（29%）の2点はその傾向が顕著であった。

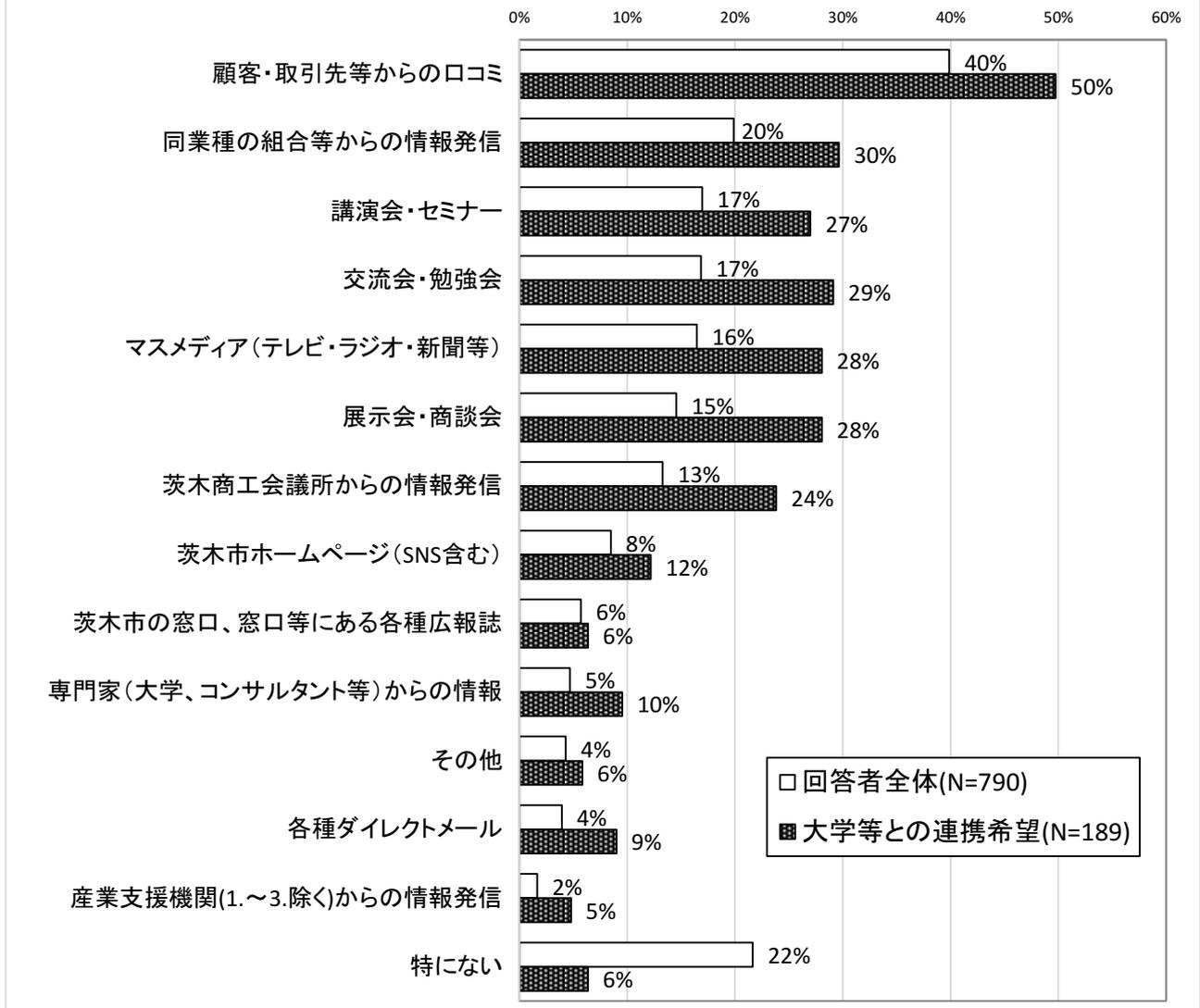


## F. 支援策の活用状況等について

### 問 17. 事業活動に役立つ情報源

\* 全体的に、大学等研究機関との連携を今後希望する企業の方が回答者全体よりも割合が大きく、多くの情報源を活用しているものと考えられる。

[問17]事業活動に役立つ情報源※「連携していない」企業のみ※  
【回答者全体と大学等との連携を希望する企業との比較】



## ■商店街に関するアンケート調査

アンケート実施時期：令和元年8月8日～令和元年8月28日

配布数：21

回収数：14 (有効回答率 66.7%)

### A. 貴商店街の概要等

問1: 貴商店街の概要について

③: 加盟状況(令和元年7月1日現在)

【エリア全体の店舗数】		回答数	構成比
1	20店舗未満	3	21%
2	20店舗以上30店舗未満	1	7%
3	30店舗以上40店舗未満	1	7%
4	40店舗以上50店舗未満	2	14%
5	50店舗以上	5	36%
	不明・無回答	2	14%
	計	14	

【加盟店舗数】		回答数	構成比
1	20店舗未満	5	36%
2	20店舗以上30店舗未満	2	14%
3	30店舗以上40店舗未満	2	14%
4	40店舗以上50店舗未満	1	7%
5	50店舗以上	4	29%
	不明・無回答	0	0%
	計	14	

【加盟率】		回答数	構成比
1	40%未満	0	0%
2	40%以上60%未満	1	7%
3	60%以上80%未満	4	29%
4	80%以上90%未満	4	29%
5	90%以上100%未満	2	14%
6	100%	1	7%
	不明・無回答	2	14%
	計	14	

【空き店舗数】		回答数	構成比
1	0	2	14%
2	1～4店舗	9	64%
3	5～9店舗	1	7%
4	10店舗以上	1	7%
	不明・無回答	1	7%
	計	14	

問2: 今年度の商店街予算に占める比率

【収入－①事業収益】		回答数	構成比
1	0%	9	64%
2	1%以上20%未満	2	14%
3	20%以上40%未満	0	0%
4	40%以上60%未満	0	0%
5	60%以上80%未満	0	0%
6	80%以上100%未満	1	7%
7	100%	0	0%
	不明・無回答	2	14%
	計	14	

【収入－②会費】		回答数	構成比
1	0%	1	7%
2	1%以上20%未満	2	14%
3	20%以上40%未満	1	7%
4	40%以上60%未満	0	0%

5	60%以上80%未満	2	14%
6	80%以上100%未満	4	29%
7	100%	2	14%
	不明・無回答	2	14%
	計	14	

【収入－③補助金】		回答数	構成比
1	0%	4	29%
2	1%以上20%未満	5	36%
3	20%以上40%未満	2	14%
4	40%以上60%未満	0	0%
5	60%以上80%未満	0	0%
6	80%以上100%未満	1	7%
7	100%	0	0%
	不明・無回答	2	14%
	計	14	

【収入－④その他】		回答数	構成比
1	0%	9	64%
2	1%以上20%未満	1	7%
3	20%以上40%未満	1	7%
4	40%以上60%未満	0	0%
5	60%以上80%未満	1	7%
6	80%以上100%未満	0	0%
7	100%	0	0%
	不明・無回答	2	14%
	計	14	

※その他の内容: 利息/前期繰越金

【支出－①ハード維持・管理費】		回答数	構成比
1	0%	2	14%
2	1%以上20%未満	3	21%
3	20%以上40%未満	2	14%
4	40%以上60%未満	1	7%
5	60%以上80%未満	2	14%
6	80%以上100%未満	1	7%
7	100%	0	0%
	不明・無回答	3	21%
	計	14	

【支出－②ハード新設・修繕費】		回答数	構成比
1	0%	5	36%
2	1%以上20%未満	4	29%
3	20%以上40%未満	1	7%
4	40%以上60%未満	0	0%
5	60%以上80%未満	1	7%
6	80%以上100%未満	0	0%
7	100%	0	0%
	不明・無回答	3	21%
	計	14	

【支出－③イベント等事業費】		回答数	構成比
1	0%	3	21%
2	1%以上20%未満	4	29%
3	20%以上40%未満	3	21%
4	40%以上60%未満	0	0%
5	60%以上80%未満	0	0%
6	80%以上100%未満	0	0%
7	100%	1	7%
	不明・無回答	3	21%
	計	14	

【支出④運営管理費】		回答数	構成比
1	0%	2	14%
2	1%以上20%未満	6	43%
3	20%以上40%未満	1	7%
4	40%以上60%未満	0	0%
5	60%以上80%未満	2	14%
6	80%以上100%未満	0	0%
7	100%	0	0%
	不明・無回答	3	21%
	計	14	

【支出⑤その他】		回答数	構成比
1	0%	7	50%
2	1%以上20%未満	2	14%
3	20%以上40%未満	1	7%
4	40%以上60%未満	0	0%
5	60%以上80%未満	1	7%
6	80%以上100%未満	0	0%
7	100%	0	0%
	不明・無回答	3	21%
	計	14	

※その他の内容: 次期繰越金(2)／寄付金／会費

## B. 貴商店街を取り巻く状況

### 問3: 商店街活性化に向けた課題(3つまで○)

		回答数	構成比
1	店主(会員)の高齢化	7	50%
2	エリア内の店舗の減少(空き店舗の増加)	3	21%
3	商店街への加盟率の低下	1	7%
4	集客力のある店舗の不足	11	79%
5	業種構成に偏りや不足がある	4	29%
6	商店街事業のマンネリ化	3	21%
7	店舗や設備の老朽化	4	29%
8	周辺環境の変化(人口減、大型店進出など)	1	7%
9	その他	1	7%
10	特になし	0	0%
	無回答	0	0%
	計		

※その他の内容: 世話人の人員不足

### 問4: 3年前と比べて来街者数

		回答数	構成比
1	増えた	2	14%
2	ほぼ同じ	5	36%
3	減った	6	43%
4	分からない	1	7%
	無回答	0	0%
	計	14	

### 問5: 来街者数の増減理由(3つまで○)

#### A: 増えた理由 ※問4で「1」と回答した方のみ

		回答数	構成比
1	周辺の人口や通行量の増加	1	50%
2	集客力のある店舗の増加	1	50%
3	業種構成が豊富・ニーズと合っている	0	0%
4	大型店の進出による波及効果	0	0%
5	イベントや情報発信による効果	1	50%
6	施設・設備の更新や新設	1	50%
7	その他	0	0%
8	分からない	0	0%
	無回答	0	0%
	計		

#### B: 減った理由 ※問4で「3」と回答した方のみ

		回答数	構成比
1	周辺の人口や通行量の減少	3	50%

2	集客力のある店舗の減少	6	100%
3	業種構成に偏りや不足がある	3	50%
4	大型店の進出による影響	2	33%
5	イベントや情報発信の不足	2	33%
6	施設・設備の老朽化	0	0%
7	その他	0	0%
8	分からない	0	0%
	無回答	0	0%
	計		

問6: 来街者層(3つまで○)

A: 現在の来街者層

	回答数	構成比	
1	学生・若者	2	14%
2	主婦	12	86%
3	高齢者	13	93%
4	家族連れ	3	21%
5	ビジネスマン・OL	6	43%
6	観光客	0	0%
7	その他	0	0%
	無回答	0	0%
	計		

B: 今後増やしたい来街者層

	回答数	構成比	
1	学生・若者	9	64%
2	主婦	5	36%
3	高齢者	0	0%
4	家族連れ	9	64%
5	ビジネスマン・OL	5	36%
6	観光客	4	29%
7	その他	0	0%
	無回答	0	0%
	計		

問7: 3年前と比べた加盟率

	回答数	構成比	
1	上がった	1	7%
2	ほぼ同じ	9	64%
3	下がった	3	21%
4	分からない	0	0%
	無回答	1	7%
	計	14	

問8: 加盟率の増減理由(3つまで○)

A: 上がった理由 ※問7で「1」と回答した方のみ

	回答数	構成比	
1	商店街内の店舗の増加	1	100%
2	加盟勧奨の強化	0	0%
3	会員負担(会費や活動)の見直し	1	100%
4	イベント等の実施による効果	1	100%
5	その他	0	0%
6	分からない	0	0%
	無回答	0	0%
	計		

B: 下がった理由 ※問7で「3」と回答した方のみ

	回答数	構成比	
1	商店街内の店舗の減少	1	33%
2	会の活動への参加が困難な店舗の増加	2	67%
3	会費負担に耐えられない店舗の増加	3	100%
4	会の趣旨や活動に賛同を得られない	2	67%
5	その他	0	0%
6	分からない	0	0%
	無回答	0	0%
	計		

問9:3年前と比べた空き店舗数

	回答数	構成比
1 増えた	1	7%
2 ほぼ同じ	9	64%
3 減った	3	21%
4 分からない	0	0%
無回答	1	7%
計	14	

問10:空き店舗が継続する理由(3つまで○)

	回答数	構成比
1 店舗や設備の老朽化	4	29%
2 入居できる業種に制限がある	2	14%
3 商店街の魅力・集客力の低下	5	36%
4 立地条件・交通環境が良くない	1	7%
5 大型店との競合	1	7%
6 家主の賃貸の意志がない	7	50%
7 家賃(地代)が高い	6	43%
8 長期間継続している空き店舗はない	2	14%
9 その他	2	14%
10 分からない	0	0%
無回答	0	0%
計		

※その他の内容:建替え計画が有る為、賃貸契約期間が短い/貸す気がない

問11:商店街組織の意義や役割(3つまで○)

	回答数	構成比
1 共同での買物環境の整備	7	50%
2 共同での認知向上や販促の取組実施	6	43%
3 エリアの商業活性化に向けた取組実施	2	14%
4 加盟店相互の交流や協力体制の構築	8	57%
5 商業活性化に携わる人材の確保・育成	3	21%
6 その他	2	14%
無回答	2	14%
計		

※その他の内容:茨木市商業団体連合会との連携/行政等に対する発信力を得るため

C. 外部との連携

問12:外部団体との連携状況(該当するものに全て○)

【現在連携している】		回答数	構成比
1 商工会議所		8	57%
2 他の商店街		6	43%
3 社会福祉関係者・団体		3	21%
4 行政機関		9	64%
5 農業関係者・団体		1	7%
6 大学(学生含む)		5	36%
7 小中学校・高校(児童・生徒含む)		2	14%
8 地域住民・地縁組織(自治会等)		4	29%
9 大型店		2	14%
10 金融機関		3	21%
11 その他		3	21%
12 特にない		0	0%
不明・無回答		3	21%
計			

※その他の内容:茨木市商業団体連合会(2)

【今後連携したい】		回答数	構成比
1 商工会議所		3	21%
2 他の商店街		3	21%
3 社会福祉関係者・団体		3	21%
4 行政機関		3	21%
5 農業関係者・団体		3	21%
6 大学(学生含む)		4	29%
7 小中学校・高校(児童・生徒含む)		3	21%
8 地域住民・地縁組織(自治会等)		2	14%

9	大型店	3	21%
10	金融機関	3	21%
11	その他	1	7%
12	特にない	1	7%
	不明・無回答	4	29%
	計		

※その他の内容: 茨木市商業団体連合会

問13: 外部と連携した過去3年間の取組(主なもの3つまで記入)

【連携先】商団連 【取組内容】JR茨木駅前にてマルシェ形式で商店会数店舗が出店するイベントを行なった
【連携先】商工会議所 【取組内容】先進地商店街視察と意見交換(30年度は千林商店街)
【連携先】茨木市商団連、立命館大学、商工会議所 【取組内容】2016年9月 防災公園にて商店街×大学生！炊き出し試食会～チャレンジ・災害発生時に私たちが出来ること
【連携先】近隣商店街(JR駅前商店会) 【取組内容】月1回午前8:00より、JR駅前より市役所までの清掃活動
【連携先】立命館大学syumirun!、茨木市観光協会、茨木商工会議所 【取組内容】商店街情報を発信するリーフレット発行
【連携先】茨木青年会議所 【取組内容】子どもを巻き込むイベント
【連携先】茨木市、茨木商工会議所、近隣商店街 等 【取組内容】茨木ジャズ&クラシックフェスティバルの開催
【連携先】他の商店街 【取組内容】7商店街が連携して7商店会マップを作成し好評を得た。連携により今後新たな取組が生まれると思う。
【連携先】商団連 【取組内容】商店街マップ等販促事業

問14: 連携推進に当たっての課題(3つまで○)

	回答数	構成比
1 資金面で余裕がない	8	57%
2 時間や人員に余裕がない	10	71%
3 ノウハウやアイデアがない	2	14%
4 加盟店舗の理解や協力が得られない	5	36%
5 連携先や相談窓口が分からない	0	0%
6 連携する必要性を感じない	0	0%
7 その他	0	0%
8 特にない	3	21%
無回答	1	7%
計		

D. 地域住民のためのサービス

問15: 住民サービスの取組状況

【現在取り組んでいるもの】

地域ブランドの育成
フリーマーケット(住民との輪)
高齢者の見守り
キッズスペースの設置(2019.4より)
イルミネーション

【今後取組みたいもの】

交流イベントの開催(外部団体との連携による)
メインストリートのイルミネーション実施
お買物宅配サービス
高齢者の見守り
割引等の販促事業

問16: 住民サービスに当たっての課題(3つまで○)

	回答数	構成比
1 資金面で余裕がない	8	57%
2 時間や人員に余裕がない	9	64%

3	ノウハウやアイデアがない	2	14%
4	加盟店舗の理解や協力が得られない	4	29%
5	住民のニーズが分からない	2	14%
6	場所や設備がない	6	43%
7	取組の必要性を感じない	0	0%
8	その他	0	0%
9	特になし	1	7%
	無回答	1	7%
	計		

## E. 外国人来街者への対応

### 問17: 外国人来街者の状況(3つまで○)

	回答数	構成比	
1	よく来る	0	0%
2	ときどき来る	3	21%
3	ほとんど来ない	10	71%
	無回答	1	7%
	計	14	

### 問18: 外国人来街者に向けた取組状況(該当するものに全て○)

	回答数	構成比	
【現在取り組んでいるもの】			
1	外国語のメニューや案内板の設置	0	0%
2	キャッシュレス決済の導入	6	43%
3	フリーWi-Fiの整備	1	7%
4	トイレの洋式化	2	14%
5	外国人との交流や誘客のイベント開催	1	7%
6	特に何もしていない	3	21%
7	その他	0	0%
	不明・無回答	5	36%
	計		

	回答数	構成比	
【今後取り組みたいもの】			
1	外国語のメニューや案内板の設置	6	43%
2	キャッシュレス決済の導入	6	43%
3	フリーWi-Fiの整備	7	50%
4	トイレの洋式化	1	7%
5	外国人との交流や誘客のイベント開催	6	43%
6	特に何もしない	1	7%
7	その他	0	0%
	不明・無回答	2	14%
	計		

### 問19: 外国人来街者への取組に当たっての課題(3つまで○)

	回答数	構成比	
1	資金面で余裕がない	8	57%
2	時間や人員に余裕がない	7	50%
3	ノウハウやアイデアがない	3	21%
4	加盟店舗の理解や協力が得られない	1	7%
5	外国人のニーズが分からない	5	36%
7	取組の必要性を感じない	3	21%
8	その他	1	7%
9	特になし	1	7%
	無回答	1	7%
	計		

※その他の内容: 商店街単位ではむずかしい。市が街おこしとして取組まないと無理ではないかと思う。

## F. 今後の商店街振興

### 問20: 今後の方向性について

	回答数	構成比	
【①商店街エリアの魅力向上に取り組むたい】			
1	当てはまる	12	86%
2	当てはまらない	1	7%
	不明・無回答	1	7%
	計	14	

【②商店街の情報発信やイベントの充実に取り組みたい】		回答数	構成比
1	当てはまる	11	79%
2	当てはまらない	1	7%
	不明・無回答	2	14%
	計	14	

【③地域住民のためのサービスの充実に取り組みたい】		回答数	構成比
1	当てはまる	7	50%
2	当てはまらない	5	36%
	不明・無回答	2	14%
	計	14	

【④創業者の誘致に取り組みたい】		回答数	構成比
1	当てはまる	6	43%
2	当てはまらない	5	36%
	不明・無回答	3	21%
	計	14	

【⑤外部との連携を深めたい】		回答数	構成比
1	当てはまる	10	71%
2	当てはまらない	2	14%
	不明・無回答	2	14%
	計	14	

【⑥現状を維持したい】		回答数	構成比
1	当てはまる	5	36%
2	当てはまらない	8	57%
	不明・無回答	1	7%
	計	14	

問21:「あい・きゃっち」の活用状況		回答数	構成比
1	よく活用している	0	0%
2	たまに活用している	4	29%
3	ほとんど活用していない	5	36%
4	活用したことがない	4	29%
	不明・無回答	1	7%
	計	14	

問22:「あい・きゃっち」を活用しない理由		回答数	構成比
※問21で「3」「4」いずれかを回答した方のみ			
1	サイトがあることを知らなかった	3	33%
2	何ができるサイトか知らなかった	0	0%
3	ほしい情報が載っていない	0	0%
4	何がどこに載っているのか分かりづらい	3	33%
5	情報発信の仕方(操作)が分かりづらい	1	11%
6	その他	3	33%
	不明・無回答	0	0%
	計		

※その他の内容: ・なかなか出て来ない

・ホームページは見ない。情報発信ツールとしては古くなり、やめ時では?

・知らない店舗が多い。閉店している店が存在していたり内容が古い。

#### 問23: 今後の商店街振興への意見

別紙に記載
集客力のある話題の店舗の誘致などは、商店街では無理な為(各店の仕事が優先)、ノウハウをお持ちの商工労政課の方々にお力を貸していただきたいと思っております。よろしくお願ひ致します。
何をやるにも人員が必要になると思いますが、アルバイトの店長さんや、店舗責任者がほぼ不在が多く商店街の活動に協力を得る事ができる人員を確保する事が非常に困難。また、商店街に加入してもらえない店舗の取扱いに困ってます。

アンケート実施時期 : 令和元年10月9日～令和元年10月25日  
 配布数 : 24  
 回収数 : 13 (有効回答率 54.2%)  
 ※うち2件は大学・短大分を合算して回答

**A. 貴学の概要等**

**問1: 在籍数と市内居住割合について**

※令和元年9月時点  
 ※北摂エリアのキャンパスに在籍する人数(北摂エリアにキャンパスがない場合は総数)

【①在籍人数】		回答数	構成比
1	1,000人未満	3	27%
2	1,000～2,999人	5	45%
3	3,000～4,999人	0	0%
4	5,000～6,999人	2	18%
5	7,000人以上	1	9%
	不明・無回答	0	0%
	計	11	

【②市内居住割合】		回答数	構成比
1	2割未満	10	91%
2	2～4割程度	1	9%
3	5～7割程度	0	0%
4	8割以上	0	0%
	不明・無回答	0	0%
	計	11	

**問2: 担当部署について**

【産学連携の担当部署】		回答数	構成比
1	あり	10	91%
2	なし	1	9%
	不明・無回答	0	0%
	計	11	

※部署名: 総務課、OICリサーチオフィス、地域共創センター、研究支援センター、産学官連携推進室、社会連携室、キャリアセンター、研究協力課社会連携推進係、企画部企画グループ、龍谷エクステンションセンター、地域連携課

【就職支援の担当部署】		回答数	構成比
1	あり	10	91%
2	なし	1	9%
	不明・無回答	0	0%
	計	11	

※部署名: 学生課、OICキャリアオフィス、キャリアセンター、学生生活課就職係、就職部就職支援グループ、進路支援センター

【起業支援の担当部署】		回答数	構成比
1	あり	6	55%
2	なし	5	45%
	不明・無回答	0	0%
	計	11	

※部署名: OICリサーチオフィス、研究支援センター産学官連携推進室、社会連携室、キャリアセンター、就職部就職支援グループ、龍谷エクステンションセンター

## B. 産学連携の取組

問3: 過去5年間に事業者と連携した取組(該当するもの全てに○)

	回答数	構成比
1 調査・研究・開発の共同実施	8	73%
2 調査・研究・開発の受託	6	55%
3 講座・イベント等の共同実施	8	73%
4 事業者への設備等の提供	4	36%
5 事業者と学生の交流や職業体験	6	55%
6 経営者や従業員の人材育成の支援	3	27%
7 その他	0	0%
8 実施していない	2	18%
無回答	0	0%
計		

問3': 茨木市内の事業者と連携した取組(該当するもの全てに○)

	回答数	構成比
1 調査・研究・開発の共同実施	2	18%
2 調査・研究・開発の受託	1	9%
3 講座・イベント等の共同実施	2	18%
4 事業者への設備等の提供	0	0%
5 事業者と学生の交流や職業体験	2	18%
6 経営者や従業員の人材育成の支援	0	0%
7 その他	0	0%
8 実施していない	0	0%
無回答	0	0%
計		

問4: 産学連携のきっかけ(該当するもの全てに○)

※問3で「8」と回答した方以外

	回答数	構成比
1 貴学から事業者へ直接提案	4	44%
2 事業者から貴学へ直接依頼	9	100%
3 交流会や相談会での出会い	6	67%
4 相談機関を介した個別のマッチング	3	33%
5 その他	0	0%
無回答	0	0%
計		

問5: 産学連携による効果 ※問3で「8」と回答した方以外

①: 貴学の研究活動や学生の学びへの効果

	回答数	構成比
1 大きな効果があった	3	33%
2 効果があった	6	67%
3 あまり効果がなかった	0	0%
4 まったく効果がなかった	0	0%
無回答	0	0%
計		

②: 連携事業者の利益増進への効果

	回答数	構成比
1 大きな効果があった	8	89%
2 効果があった	1	11%
3 あまり効果がなかった	0	0%
4 まったく効果がなかった	0	0%
無回答	0	0%
計		

③: 地域の産業活性化への波及効果

	回答数	構成比
1 大きな効果があった	0	0%
2 効果があった	6	67%
3 あまり効果がなかった	3	33%
4 まったく効果がなかった	0	0%
無回答	0	0%
計		

問6: 5年前と比べた産学連携の取組や相談の増減

	回答数	構成比
1 増えている	6	55%
2 減っている	0	0%
3 変わらない	4	36%
4 分からない	1	9%
無回答	0	0%
計		

問7: 産学連携の導入や効果的な運用に当たっての課題

担当窓口の職員数が限られているため、どのようにして少人数で高い効果を上げていくか、また継続した取り組みにしていけるかを常に試行錯誤している。
リサーチ・アドミニストレーター(URA)が配置されておらず、専門的な内容に対応しきれないと感じている。
複数企業等から同一取り組み内容の依頼があった場合の受け入れ上限。取り組み学科の偏り。
ニーズとシーズのマッチング。学内における産学連携を担える教員は決して多くはなく、ニーズに応えられないケースもある。
理数科学部を持たない小規模大学ゆえ、連携できる事業が限定的であること。

C. 起業家教育の取組

問8: 起業家教育の取り組み状況(該当するものに全て○)

	回答数	構成比
1 起業関連の講義(単位付与)	4	36%
2 起業に関するセミナーや講演	4	36%
3 起業家との交流機会の設定	3	27%
4 学生ビジネスプランコンテストの開催	4	36%
5 起業を疑似体験する機会の提供	2	18%
6 起業準備に使えるインキュベーションの運営	1	9%
7 その他	2	18%
8 実施していない	6	55%
不明・無回答	0	0%
計		

※その他の内容:

・学生実行委員会である「プレゼン龍」学生実行委員会の設置  
 ・学生が企業経営者や事業家、各方面で活躍するビジネスパーソンなどから、生きたビジネススキルを直接学び、変化するビジネス社会を生き抜く力を養うことをめざす本学独自の取り組み「ビジネス・チャット(B-Chat)」の一つとして、「開業指南プログラム」を実施している。  
 同プログラムでは事業を始めたいと考えている学生が実際のノウハウを学び、将来の目標に近づくことができる。  
 また、学内に設置しているアクティブ・ラーニング・スペースでの販売活動などを行うとともに、飲食店やアパレルショップのオーナー、ネットビジネスを展開している方などによる講座で、開業ノウハウを学んでいる。そして、企業を経営する卒業生が主な会員の「大阪学院フェニックス倶楽部」の協力により、開業資金を獲得できる開業プランニングコンテストを開催し、同会員によるメンター制度を活かして開業を力強く後押ししている。

問9: 特に効果があったもの、ニーズや関心が高いもの

前述の「開業プランニングコンテスト」では、学内から出場者を公募しており、企業を運営する卒業生から指導を受けて開業プランを作成し、同コンテストに優勝した学生が在学中に起業するなど、実績を上げている。
授業「キャリアデザインセミナー(5)」/「ビジネスプランの作りかへアイデアだけでは終わらせない!」/「ビジネスプラン」の構成要素を理解したうえで、履修生自身の「アイデア」を素材に、履修生相互の観点を交差させ、専門家のアドバイスを得ながら、ビジネスプラン応募用フォーマットに基づきながらプラン作成のプロセスを具体的に経験する。
なお本授業受講者のうちの2名は、県内のビジネスコンテストに応募することになった。さらに1名は最終選考に進み、審査員特別賞を受賞した。
龍谷大学では大学発ベンチャーの担い手となる学生の発掘・育成を目的とした「学生ベンチャー育成事業」内で「教育事業」「イベント事業」「インキュベーション事業」の3つの事業を展開し、これらの事業を通して大学発ベンチャーを輩出しています。

問10:5年前と比べた学生の起業意識

	回答数	構成比
1 高くなったと感じる	1	9%
2 低くなったと感じる	0	0%
3 二極化したと感じる	1	9%
4 特に変化は感じない	8	73%
無回答	1	9%
計	11	

問11:在学中・卒業後の起業状況

①:在学中に起業する学生

	回答数	構成比
1 年間10人以上	0	0%
2 年間5～10人程度	1	9%
3 ほとんどいない	8	73%
4 把握していない	2	18%
無回答	0	0%
計	11	

②:卒業後に起業を志望する学生

	回答数	構成比
1 年間10人以上	0	0%
2 年間5～10人程度	2	18%
3 ほとんどいない	5	45%
4 把握していない	4	36%
無回答	0	0%
計	11	

問12:行政と連携すれば効果があると考えること

行政の持っている情報の提供、財政支援

大学が所在する市町村の起業家と学生が交流する機会などを創出し、行政と大学が連携して学生をフォローしていくことで、大学が単独で実施するよりも効果の高い教育が可能になると考えている。

「京都知恵産業創造の森」のオープン・イノベーション・カフェ「KOIN」における学生ベンチャー支援のような取り組み。

問13:起業家教育に取り組む上での課題

大学の休学期間に限りがある、起業の成功事例が少ない

産学連携と同様に、担当窓口の職員数が限られているため、どのようにして少人数で高い効果を上げていくか、また継続した取り組みにしていくかを常に試行錯誤している。

起業支援の専門家の配置。

D. 就職支援の取組・市内企業への就職

問14:キャリア教育・労働者教育の実施状況

①:キャリア教育

	回答数	構成比
1 実施している	10	91%
2 実施していない	1	9%
無回答	0	0%
計	11	

②:労働者教育

	回答数	構成比
1 実施している	6	55%
2 実施していない	5	45%
無回答	0	0%
計	11	

問15: 茨木市内の企業等との関わり(該当するもの全てに○)

【現在実施しているもの】

	回答数	構成比
1 市内企業等からの求人申込	8	73%
2 市内企業等へのインターンシップの実施	5	45%
3 貴学の就職イベントへの市内企業等の参加	5	45%
4 市内企業等による貴学生向け単独説明会・見学会の実施	1	9%
5 貴学生と市内企業等の従業員との座談会	0	0%
6 その他	0	0%
7 特になし	1	9%
無回答	2	18%
計		

【今後実施したいもの】

	回答数	構成比
1 市内企業等からの求人申込	1	9%
2 市内企業等へのインターンシップの実施	2	18%
3 貴学の就職イベントへの市内企業等の参加	4	36%
4 市内企業等による貴学生向け単独説明会・見学会の実施	4	36%
5 貴学生と市内企業等の従業員との座談会	2	18%
6 その他	0	0%
7 特になし	1	9%
無回答	4	36%
計		

問16: 茨木市内の企業等に就職した学生

	回答数	構成比
1 いる	9	82%
2 いない	1	9%
無回答	1	9%
計	11	

※事業所の名称:

医療法人恒昭会藍野病院、医療法人成和会北大阪ほうせんか病院、社会福祉法人恩賜財団大阪府済生会茨木医療センター大阪府済生会茨木病院、医療法人医誠会茨木医誠会病院

茨木市、日東電工、エスケー化研、追手門学院、藍野大学、ゴウダ

茨木市農業協同組合

北おおさか信用金庫、ゴウダ(株)、(株)東海大阪レンタル、大和紙器(株)、西元運輸(株) 他

茨木市小学校教員3名、大阪済生会茨木病院2名

社会福祉法人救世軍社会事業団救世軍希望館、医療法人友誼会彩都友誼会病院、株式会社ユニオン  
コーヒーロースターズ、ゴウダ株式会社、医療法人西尾会西尾歯科、社会福祉法人恩賜財団大阪府済生会茨木病院、医療法人成和会北大阪ほうせんか病院、社会福祉法人晴誉会、学校法人茨木学園茨木みのり幼稚園、社会福祉法人山善福祉会(さんすい学園、豊原学園)、社会福祉法人穂積福祉会、学校法人東邦学園茨木東邦幼稚園、社会福祉法人レバノンホーム、北おおさか信用金庫、株式会社G7ジャパンフードサービス

茨木市役所、茨木市農業協同組合、茨木精機株式会社

※本学では本社所在地(都道府県)しか把握していないため、個別で把握している範囲のみの回答となります。

ほうせんか病院、北大阪ほうせんか病院、彩都友誼会病院、大阪府済生会茨木病院、茨木病院、茨木保育園

塩梅なにわ、天王福祉会、近畿中央ヤクルト販売、y&s、清水学園、成和会、済生会茨木病院、山善福祉会、救世軍希望館

**問17: 行政と連携すれば効果があると考えること**

インターンシップ・合同企業説明会
地元志向の強い学生も在籍しているため、連携を構築することで一定の効果が出るのではないかと考える。
ハローワーク出張相談会の実施
学内において、行政の方より直接お話を伺える機会の創出。例えば、キャリアセンターにおいて茨木市役所希望者対象の職員採用説明会を開催し、若手職員(できれば卒業生)との意見交換の場を設ける等。
主に保健師分野において、早期の説明会(学内)の実施や、さらなる保健師の活躍の場を創設していただきたい。
茨木市内の企業情報、及び求人票が簡単に取得できる様、行政のホームページを整備してもらいたい。

**問18: 起業家教育に取り組む上での課題**

本学の学生は大手志向が強く、中小企業とのマッチングが難しい。
障がい学生への就職支援。個人差があり個別対応となるため、就職支援が困難な場合がある。
学生の就職活動に対する意識の二極化が課題だと感じる。
・多様な学生に対する就職支援(大学院生、留学生、障がいのある学生) ・就活ルールの廃止にともなう就職支援
医療大学の増加にともなう就職活動の早期化

アンケート実施時期：令和元年10月9日～令和元年10月25日  
 配布数：17  
 回収数：4 (有効回答率 23.5%)

**A. 貴機関の支援メニューと利用者ニーズ**

問1: 取扱可能な支援内容について(該当するもの全てに○)

	回答数	構成比
1 新規事業展開の支援	3	75%
2 創業(起業)の支援	2	50%
3 事業承継の支援	2	50%
4 海外向け事業展開の支援	3	75%
5 商品開発等に向けた試験や検査	1	25%
6 知的財産・特許に関する支援	3	75%
7 生産性向上に向けた支援	2	50%
8 販路開拓の支援	3	75%
9 事業者間や産学の連携のコーディネート	1	25%
10 経営改善や資金調達に関する支援	2	50%
11 財務や税務に関する支援	2	50%
12 従業員・経営者のスキルアップの支援	2	50%
13 人材確保に向けた支援	2	50%
14 その他	4	100%
15 不明・無回答	0	0%
計		

※その他の内容:

- ・商店街・小売市場への支援①元気プラン②100人アンケート③研修事業④専門家派遣事業
- ・外国企業の対日投資支援、海外スタートアップ企業と日本企業との連携支援
- ・商品デザイン及びWebやチラシ等の広報デザインに関する支援
- ・地震や豪雨などで被災した企業に関する支援
- ・小規模企業共済及び経営セーフティ共済による支

問2: 利用が多い業種(3つまで○)

	回答数	構成比
1 建設業	0	0%
2 製造業	3	75%
3 運輸業	0	0%
4 情報サービス・IT関連	1	25%
5 卸売業・小売業	4	100%
6 飲食業	1	25%
7 教育、学習支援業	0	0%
8 医療・福祉関連	0	0%
9 その他のサービス業	2	50%
10 その他	0	0%
不明・無回答	0	0%
計		

問3: 利用者のニーズや相談数の変化

海外展開に関する相談が増えている。地域としてはベトナム等、業種としては農林水産業、分野では高度外国人材雇用関連の相談が特に増えている。  
 事業承継の相談が増えた  
 Webに係るマーケティングやIT化に関する相談・支援依頼が増加傾向にある。

## B. 今後の重点事業

### 問4: 重点的に取り組みたい・充実させたい事業や分野

引き続き支援していく。 スタートアップ企業の海外展開支援、海外スタートアップ企業と日本企業との連携支援、農林水産・食品企業の海外展開支援等 これまで公的相談機関を利用されていない方、企業・副業や兼業の方、セカンドキャリア、NPOなどを増やす ・事業承継・事業引継ぎの促進 ・IoT導入など生産性の向上 ・新事業展開の促進や創業 ・経営環境の変化への対応計画立案などによる実施の円滑化(特にBCP策定等)
---

## C. 外部との連携

### 問5: 現在、自治体と連携している内容

相互に支援内容の案内を行っている 海外ビジネスセミナー、海外視察ミッション派遣、海外企業とのビジネス商談会などを共催している。 出張相談(サテライト)3ヶ所 ・「創業支援等事業計画」認定市区町村担当者向け講習会を近畿経済産業局と連携して開催している。 ・中小企業大学のサテライトゼミとして、中小企業向け及び支援機関向け研修を実施している。 ・J-GoodTech(Webマッチング支援)の支援機関として登録・中小企業登録の推薦
--

### 問6: 今後、自治体と連携したい内容

直接的にはない 様々な事業者向け海外ビジネスイベント等を共同で開催する(含む自治体からの事業受託) 既に実施している自治体もあるが出張相談等で連携したい 中小企業支援に関して、機構が推進する支援機関支援の一環として、自治体からのニーズがあるようであれば、可能な範囲で連携させていただきたい。
--

### 問7: 自治体との連携についての意見

既にお願している自治体もあるが広報協力をお願いしたい 弊機構において、関係機関との連携の円滑化のため連携案件の受付窓口を一元化し、支援メニュー担当ごとの縦割りの弊害をなくすよう努めているが、貴局におかれても、弊機構との連携にあたっては窓口の一元化をお願いしたい。
--