

# ■ 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

## 1. 調査概要

「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

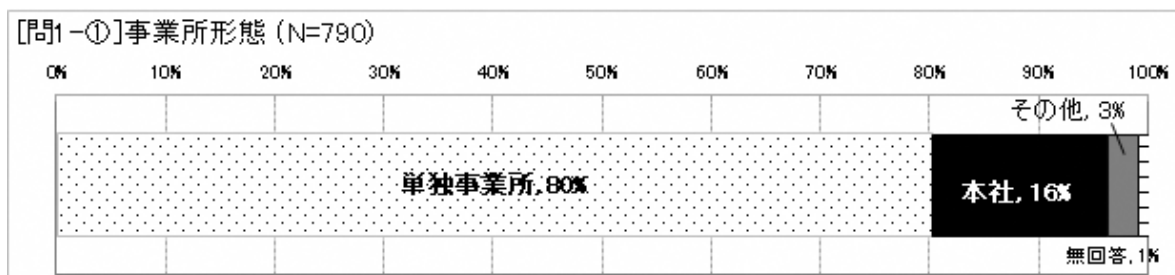
## 2. 調査結果（全体）

※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

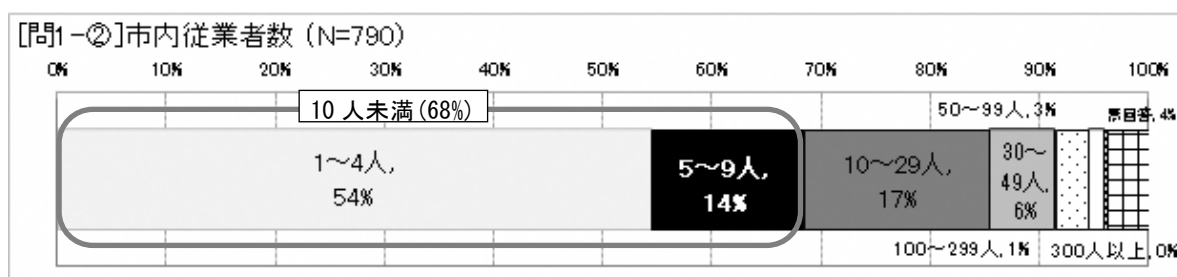
#### 問1-①. 事業所形態

\* 「単独事業所」が80%を占める。



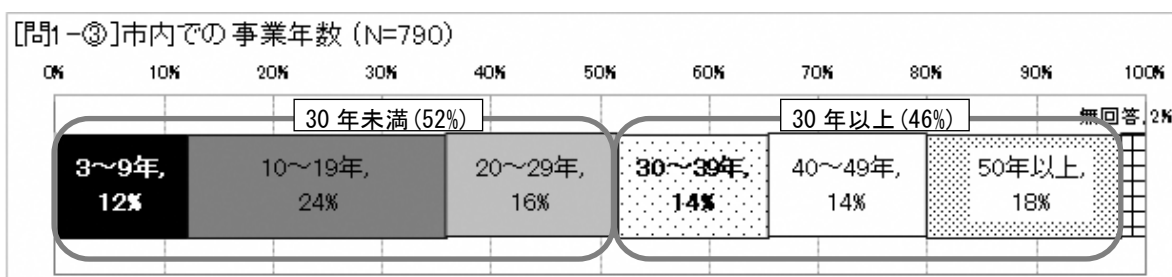
#### 問1-②. 市内従業者数

\* 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。



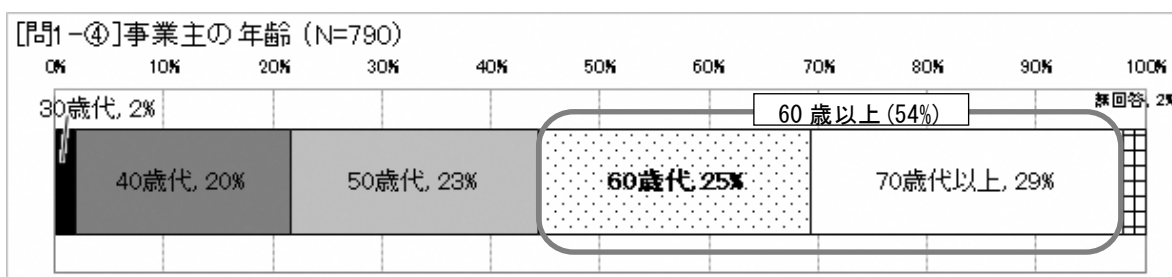
#### 問1-③. 市内での事業年数

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



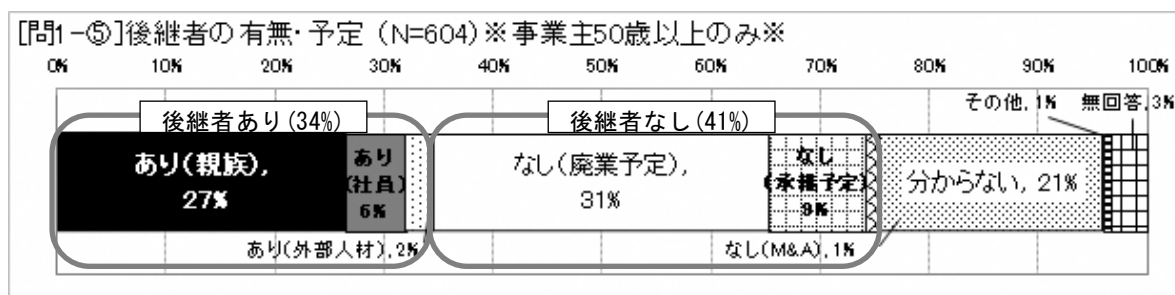
#### 問1-④. 事業主の年齢

\* 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。



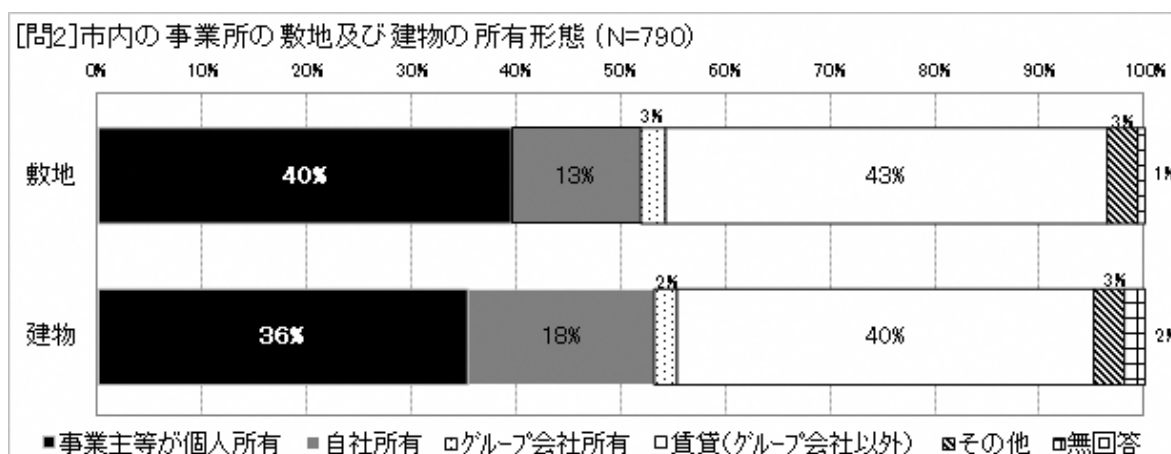
**問1-⑥. 業種**

\* 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%

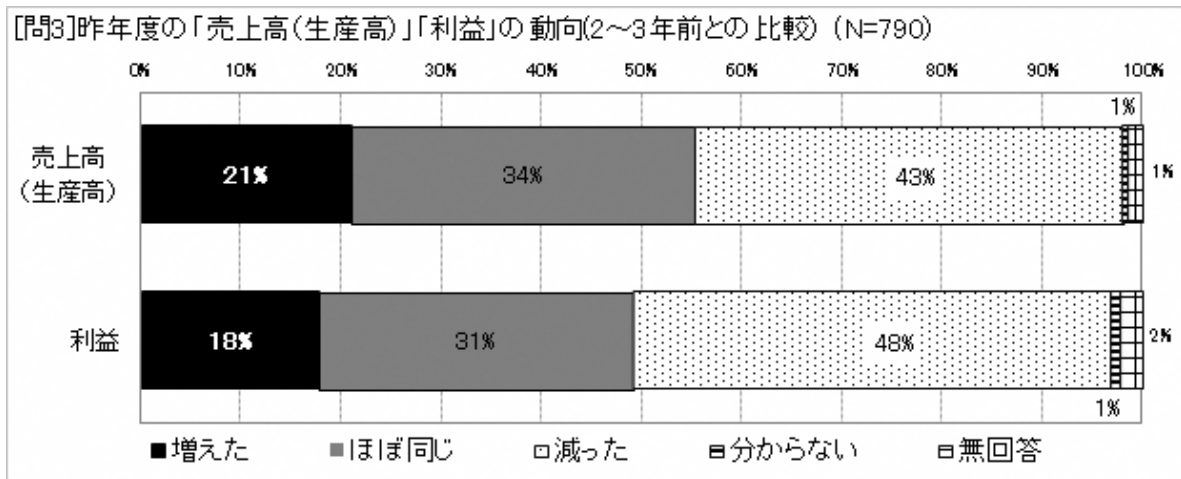
**問2. 市内の事業所の敷地及び建物の所有形態**

\* 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）

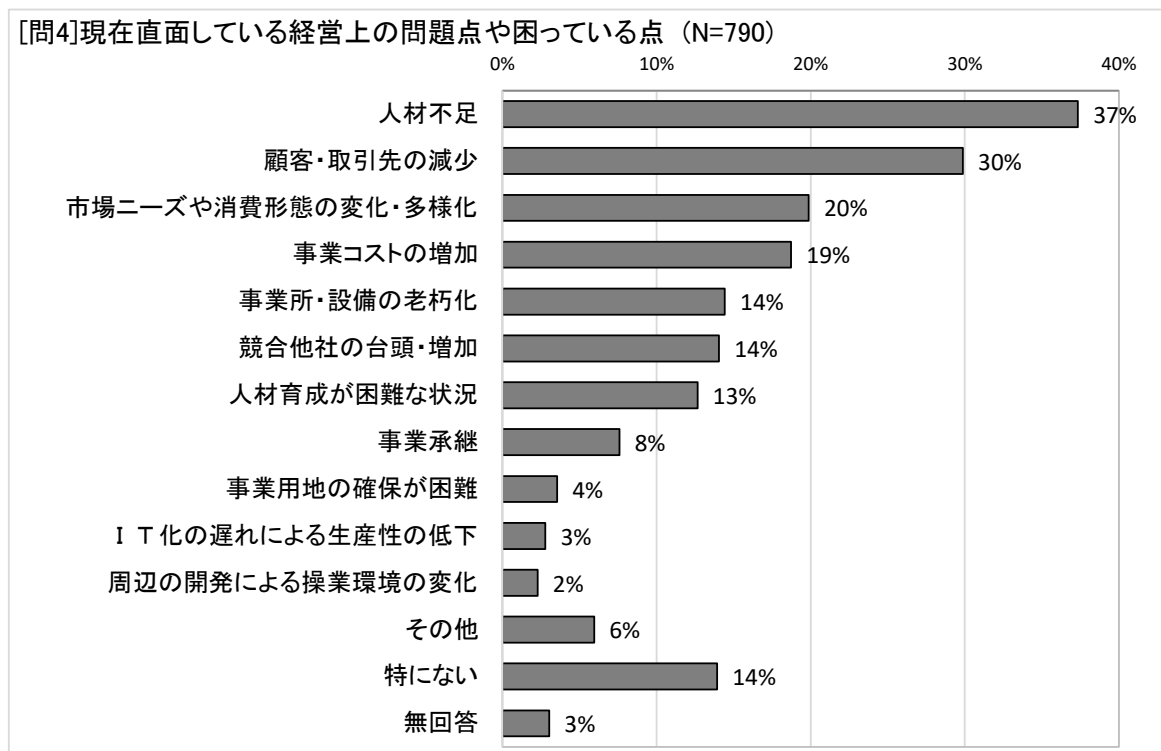
- \* 売上高（生産高）は「減った」が43%と最も多く、次いで「ほぼ同じ」（34%）、「増えた」（21%）と続く。
- \* 利益も「減った」が48%と最も多く、次いで「ほぼ同じ」（31%）、「増えた」（18%）と続く。
- \* 売上高、利益とも、「減った」と回答した企業の方が「増えた」と回答した企業の2倍以上のポイントを占めており、このことから景況の悪化している状況がうかがわれる。



## B. 貴社（貴店）の経営上の問題点、問題解決に向けた取組み

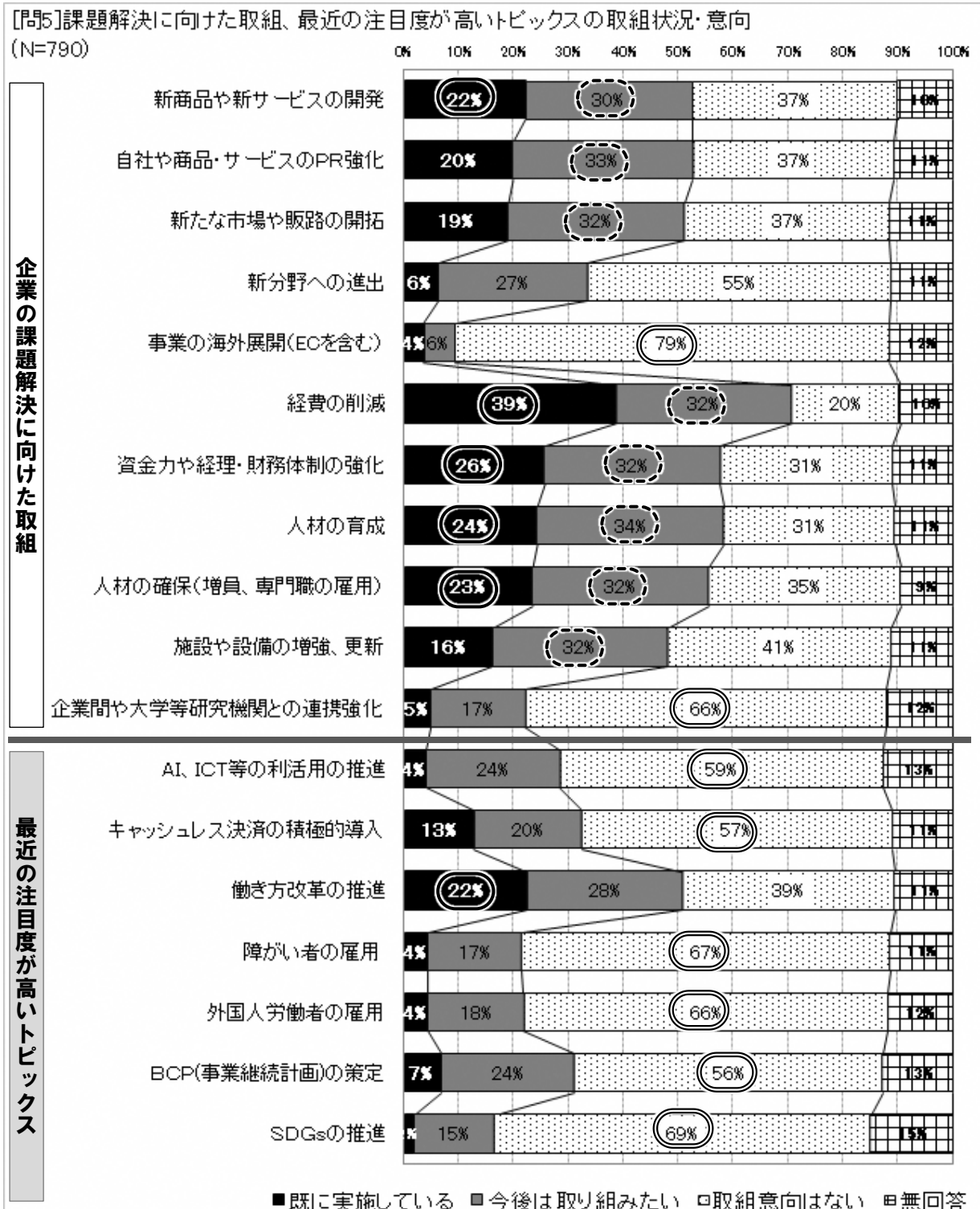
### 問4. 現在直面している経営上の問題点や困っている点

- \* 「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。



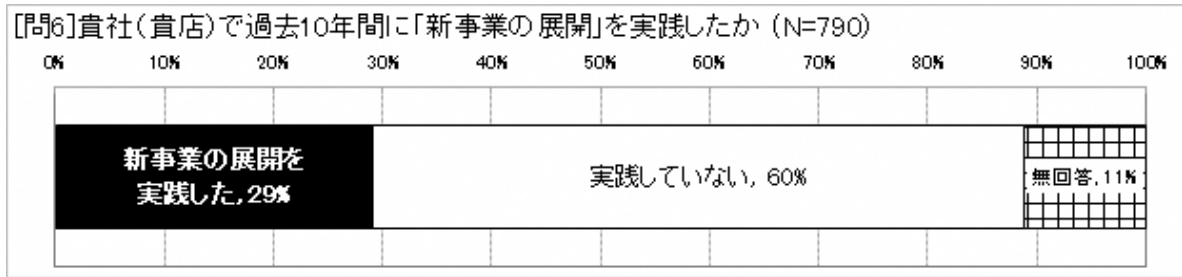
### 問5. 課題解決に向けた取組、最近の注目度が高いトピックスの取組状況・意向

- \* 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。



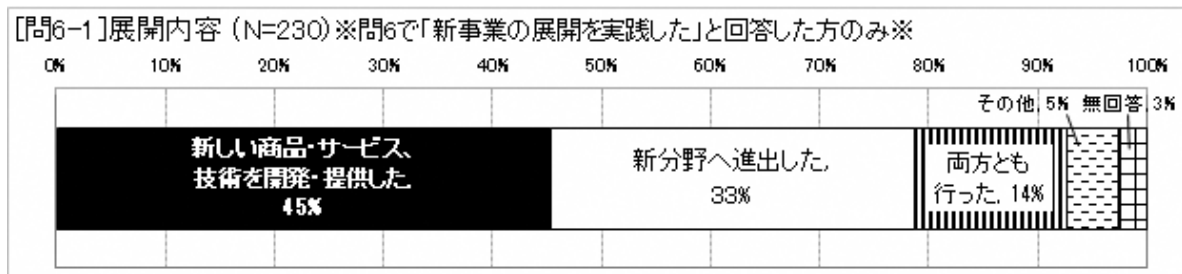
## 問6. 過去10年間における新事業展開の実践の有無

\* 「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※

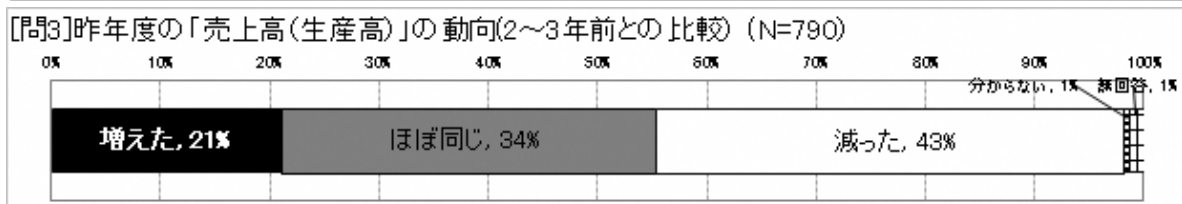
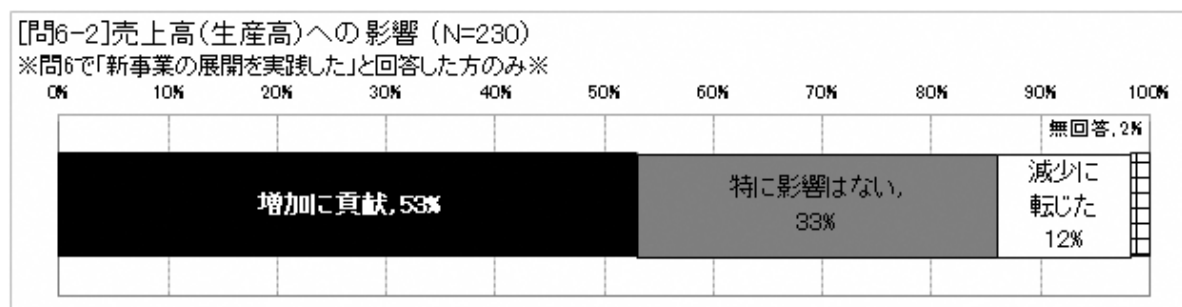
\* 「新しい商品・サービス、技術を開発・提供した」が45%を占めており、最も多い。



### 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

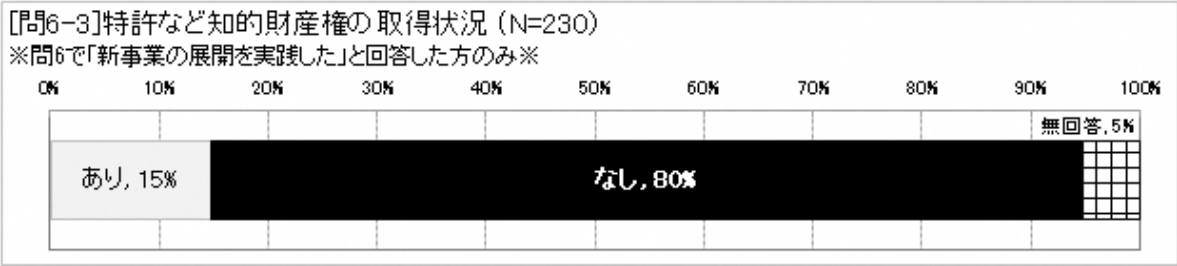
\* 「増加に貢献」が53%と過半数を占める。

\* 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。



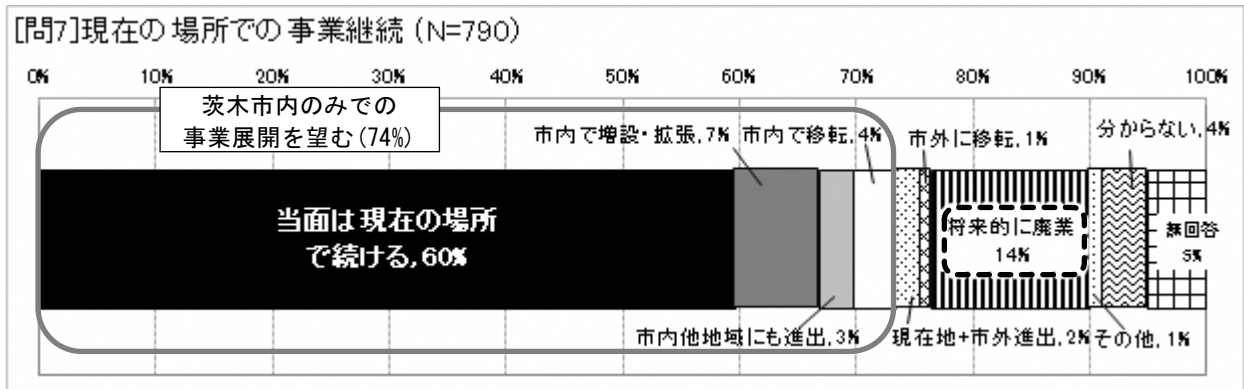
### 問6-3. 新事業の展開内容※問6で「新事業の展開を実践した」と回答した方のみ

\* 「あり」と回答した者は15%であった。



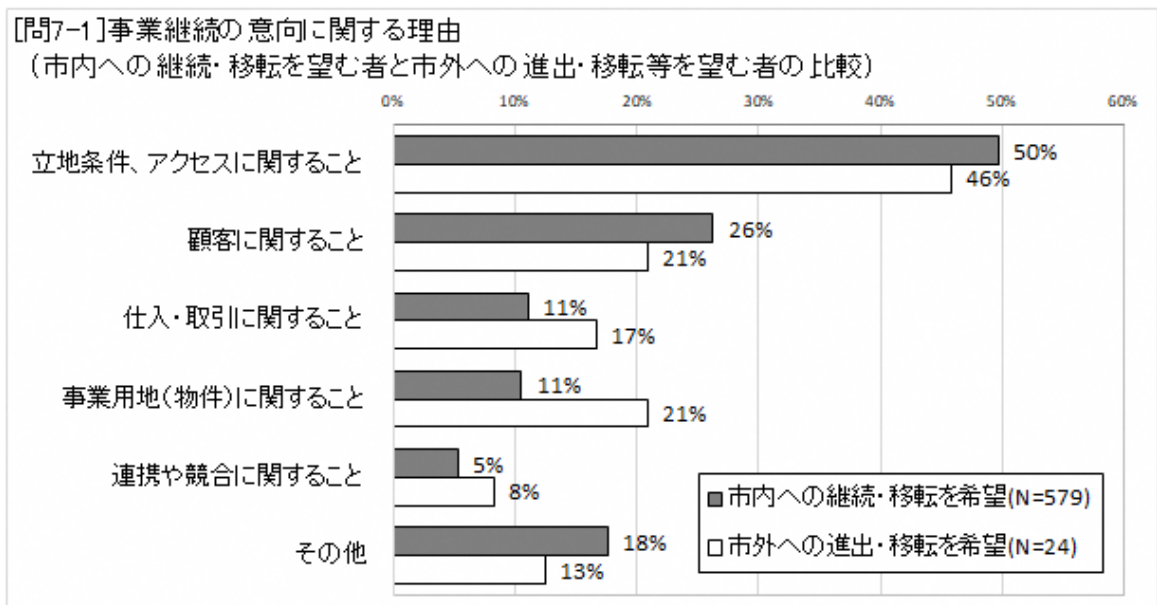
### 問7. 現在の場所での事業継続の意向

- \* 「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／引っ越す予定がない／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>

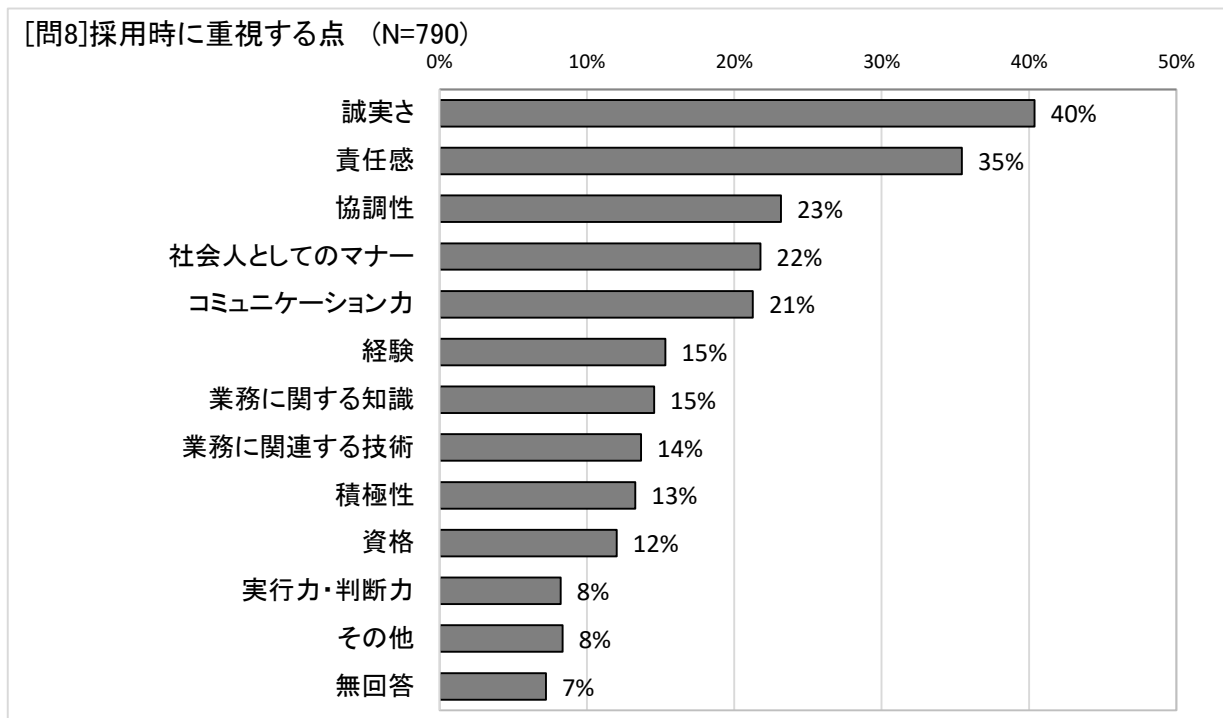


連携や競合に関すること	－(回答なし)
事業用地(物件)に関すること	<ul style="list-style-type: none"> <li>・空きが少ない</li> <li>・空き物件は多いが道路が狭い。調整区域のため制限がかかっている</li> <li>・地理的利便性が高ければ特定の地域に固執しない</li> <li>・用地代が安価なところで、広々と展開したい</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経費の増加に伴い経費を抑えたい</li> <li>・BCP 対策</li> </ul>

## C. 人材の育成・確保について

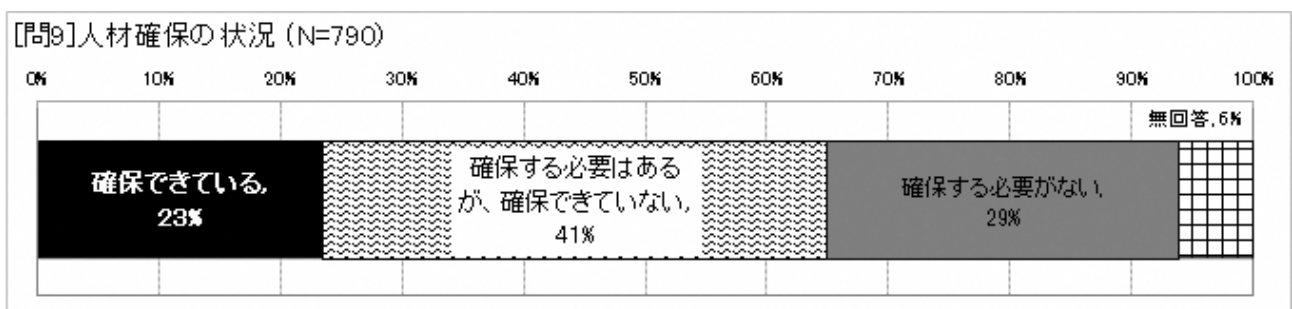
### 問8. 採用時に重視する点

\* 「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。



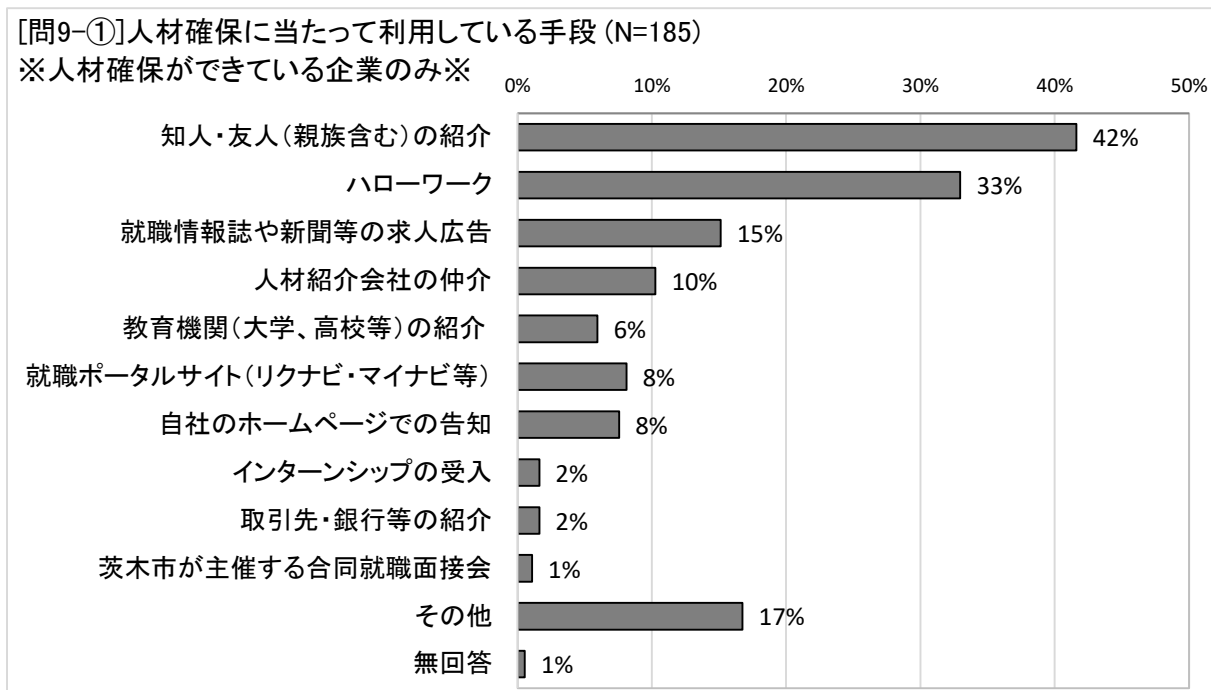
### 問9. 人材確保の状況

\* 「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。



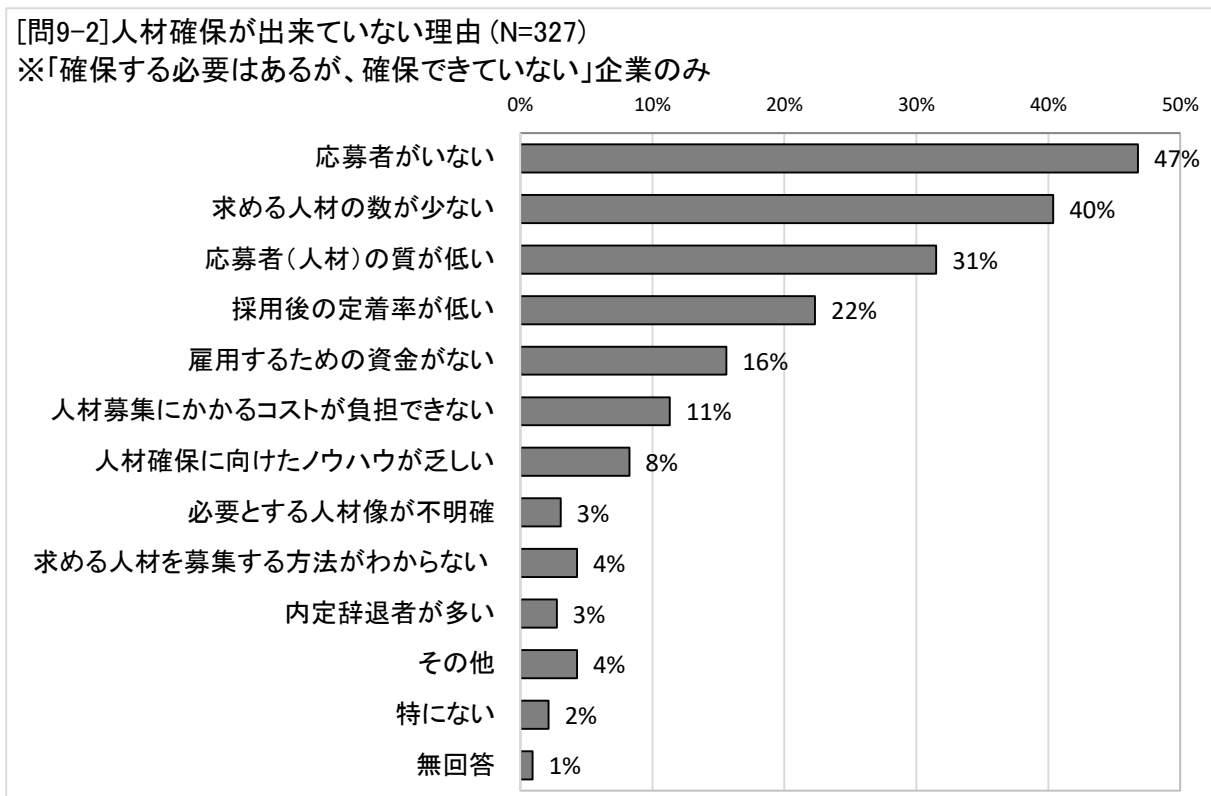
**問9-1. 人材確保に当たって利用している手段※問9で「確保できている」と回答した方のみ※**

\* 「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。



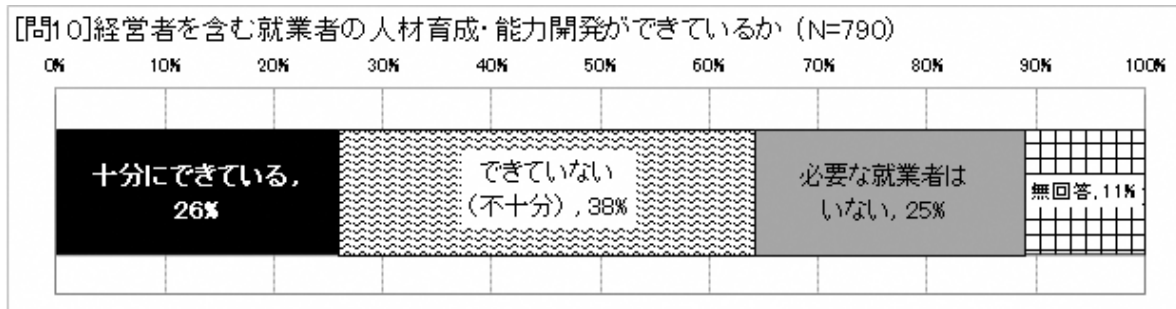
**問9-2. 人材確保ができている理由※問9で「確保する必要があるが、確保できていない」回答した方のみ※**

\* 「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。



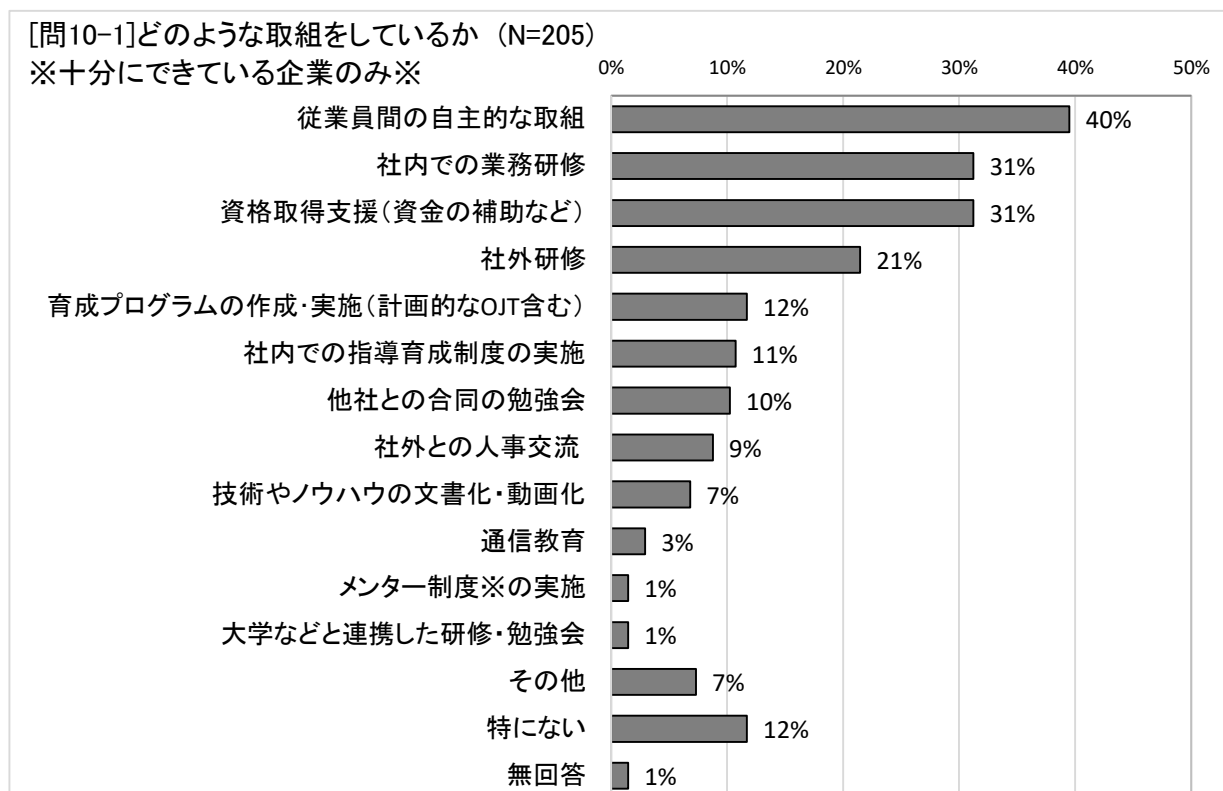
## 問 10. 就業者の人材育成・能力開発の実施状況に対する自己評価

\* 「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。

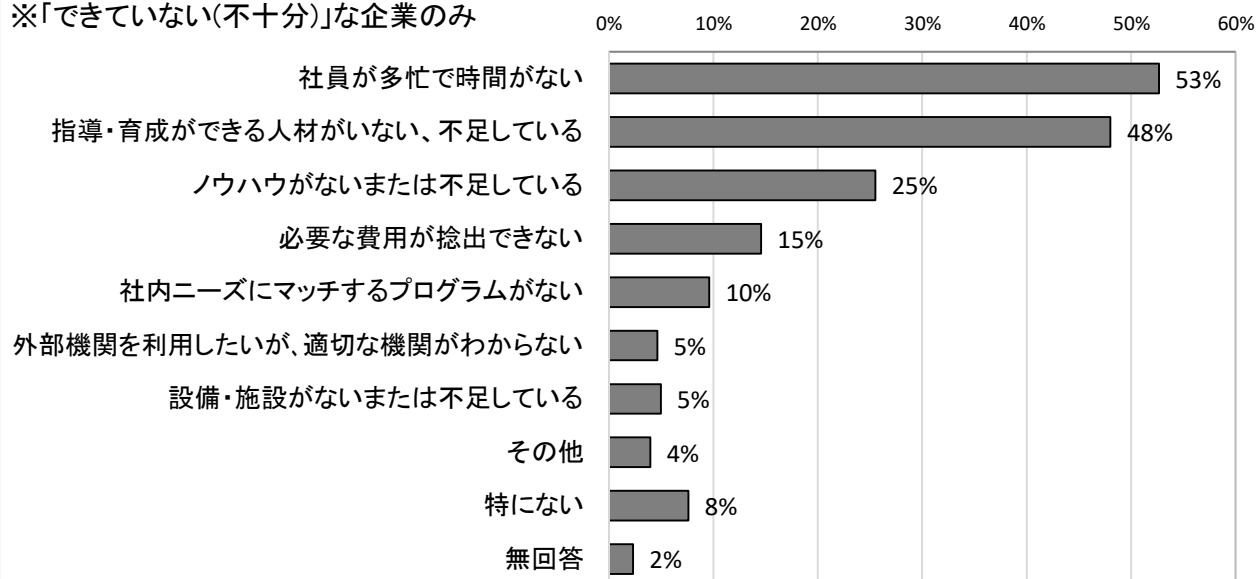


## 問 10-2. 人材育成・能力開発ができていない理由※問 10 で「できていない(不十分)」と回答した方のみ※

※ 「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)

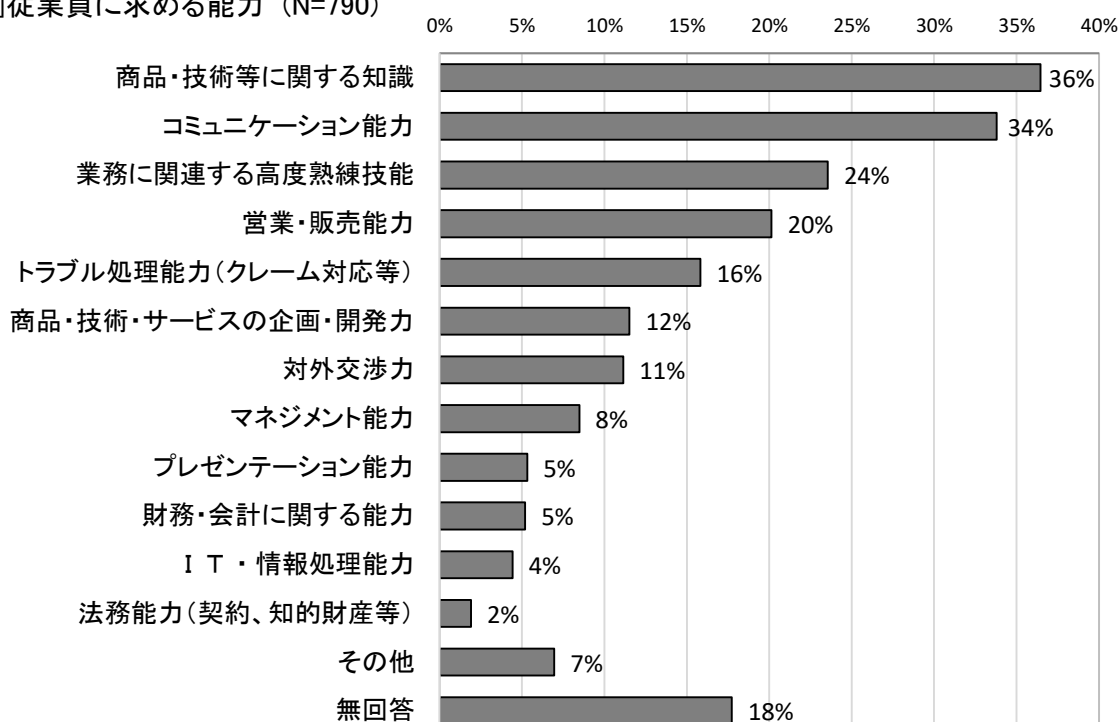
※「できていない(不十分)」な企業のみ



## 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。

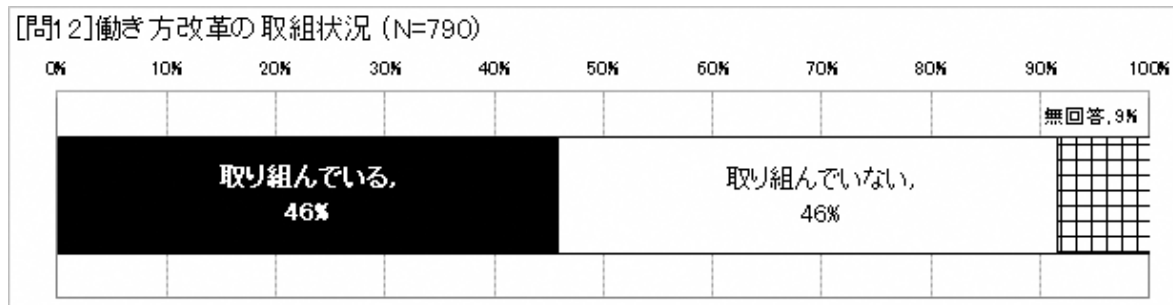
[問11]従業員に求める能力 (N=790)



## D. 働き方改革の取組状況

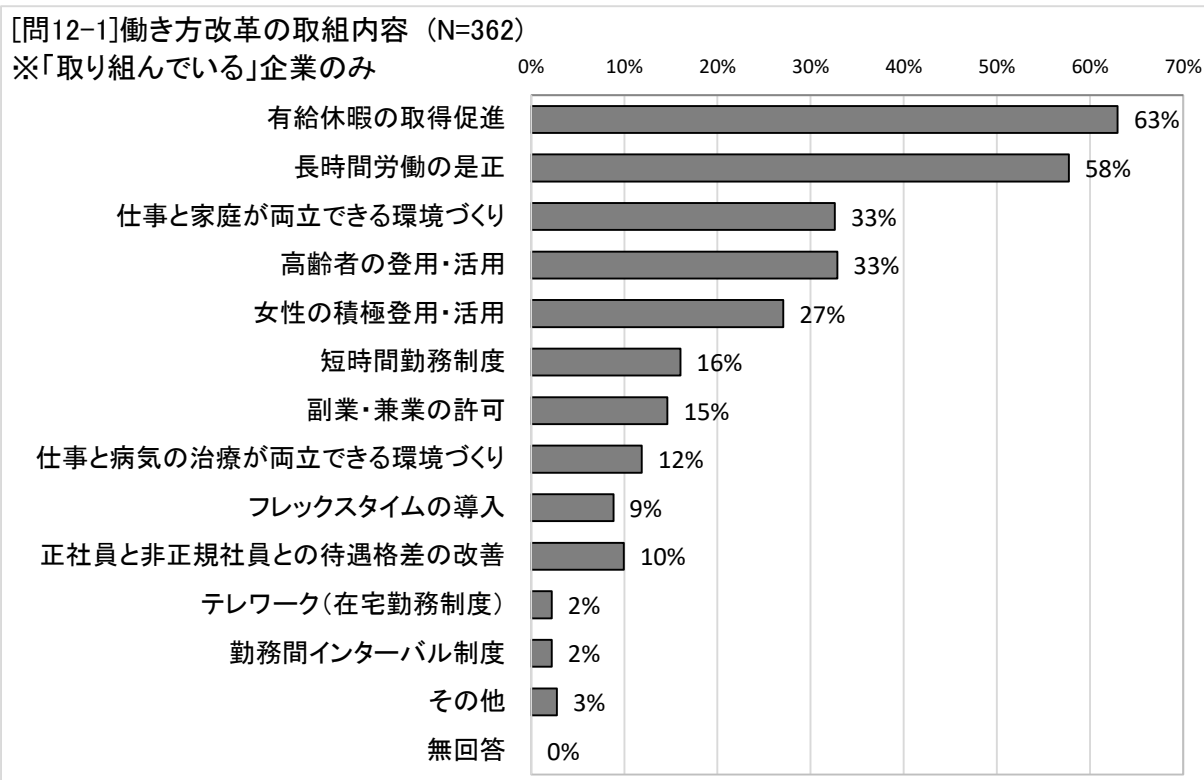
### 問 12. 働き方改革の取組状況

- \* 「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。



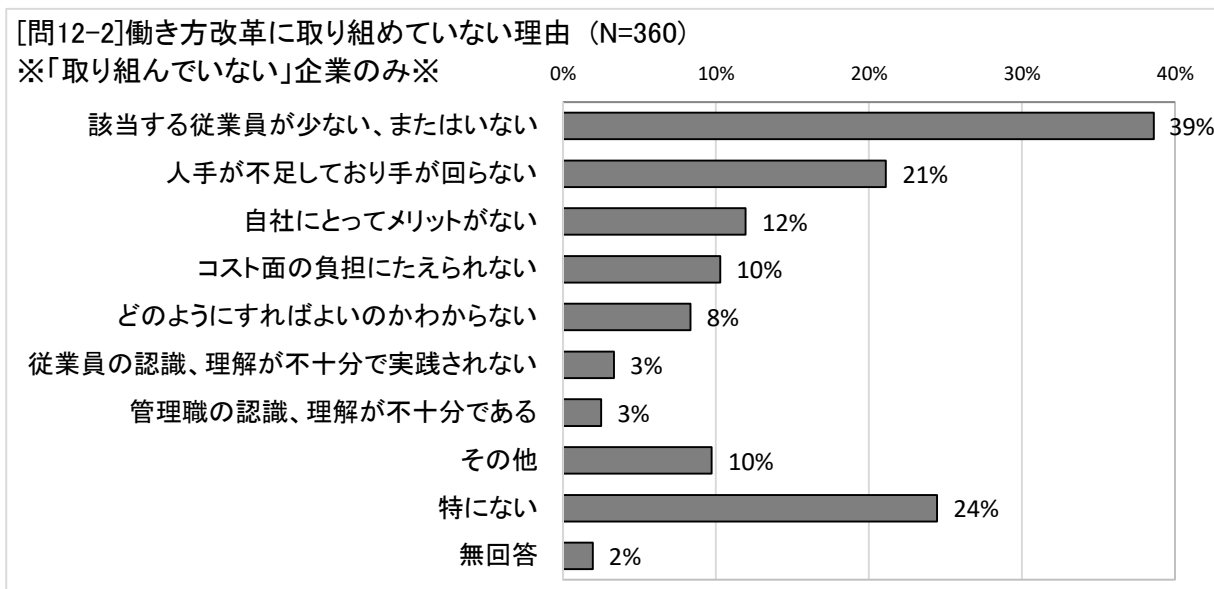
#### 【働き方改革の課題：回答例】

- ・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。

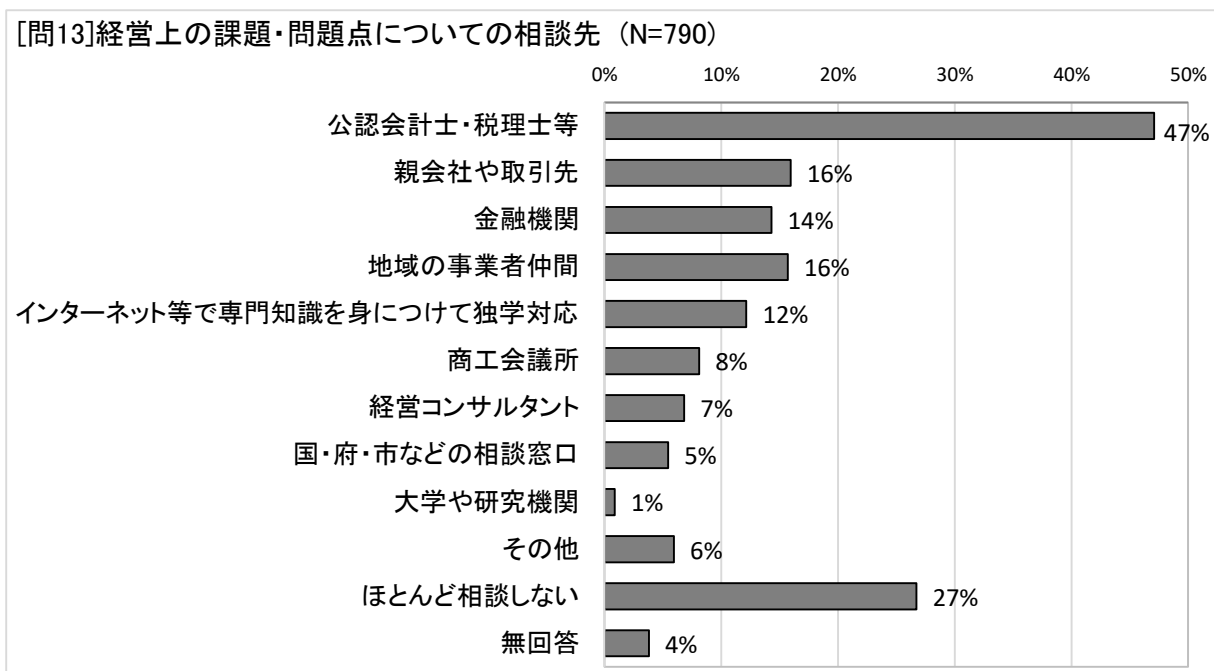


## E. 外部との連携について

### 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。

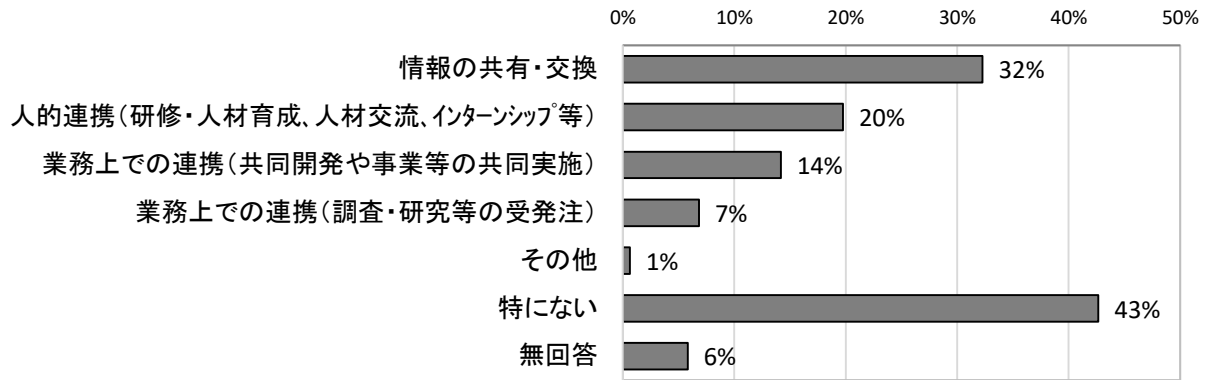
また、「ほとんど相談しない」(27%)と4分の1強を占めており、相談先がない企業も多くなっている。



## 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。

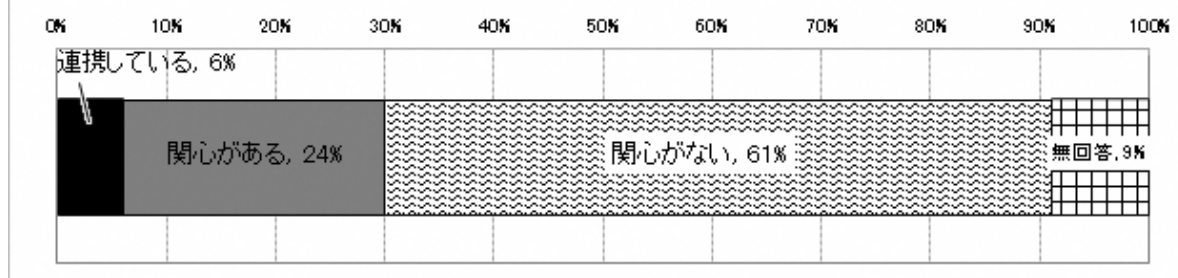
[問14]有効だと思われる外部との連携の形態・内容 (N=790)



## 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。

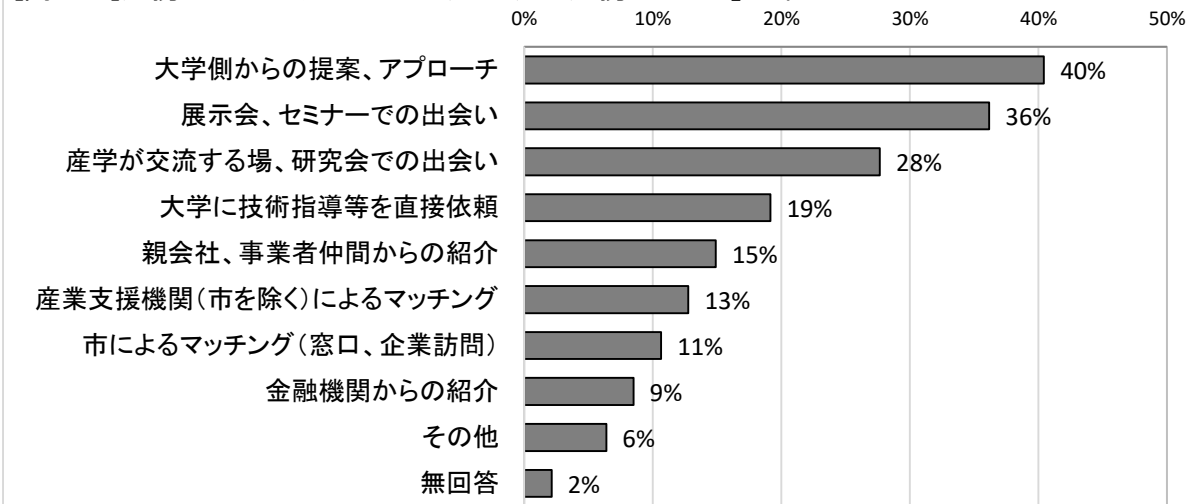
[問15]大学や研究機関との連携の状況等 (N=790)



### 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※

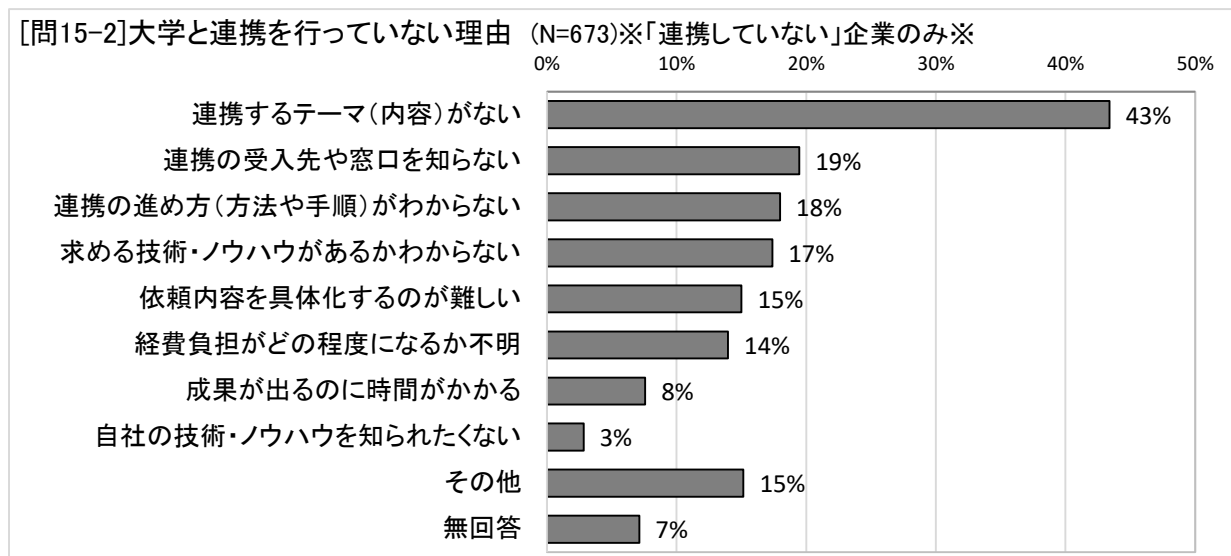
- \* 「大学側からの提案、アプローチ」が40%と最も多く、次いで「展示会、セミナーでの出会い」(36%)、「産学が交流する場、研究会での出会い」(28%)、「大学に技術指導等を直接依頼」(19%)と続く。

[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※



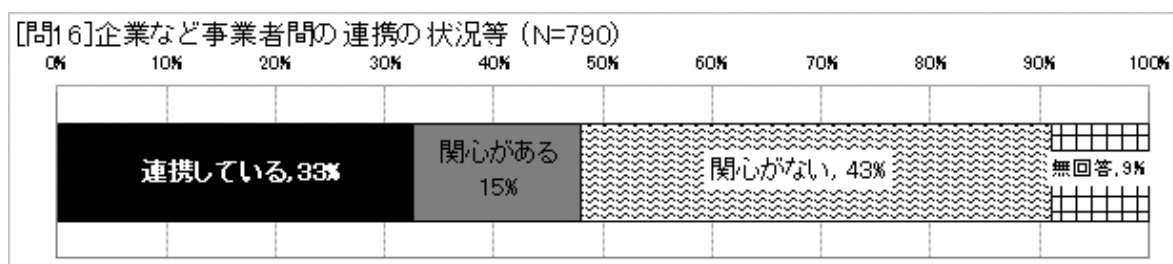
**問 15-2. 大学等と連携していない理由※問 15 で「連携していない」と回答した方のみ※**

\* 「連携するテーマ（内容）がない」が 43%と最も多い。



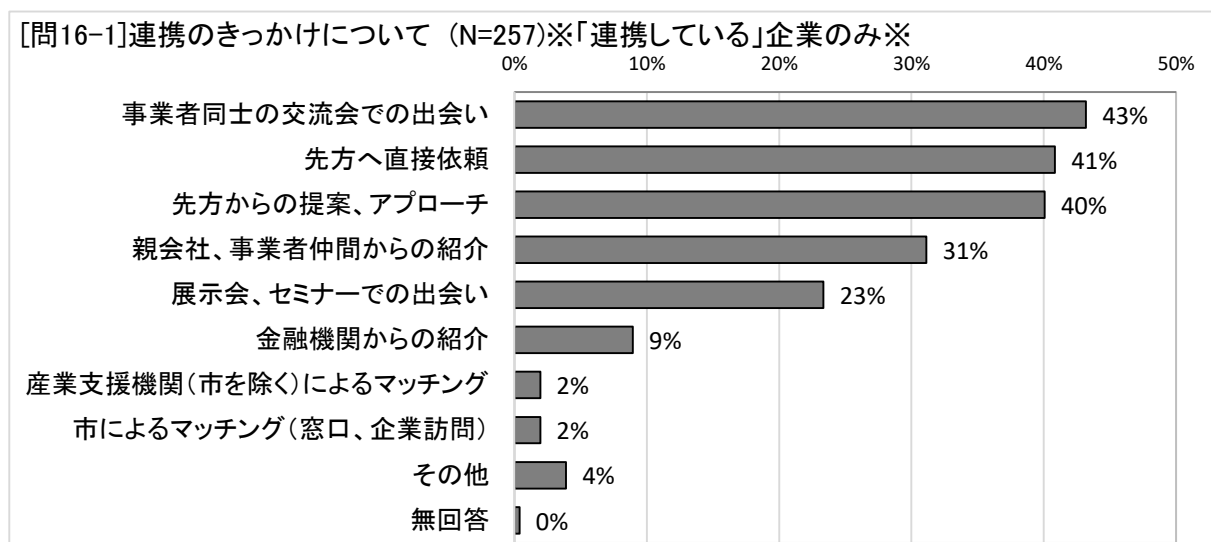
**問 16. 企業など事業者間の連携の状況等**

\* 「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※**

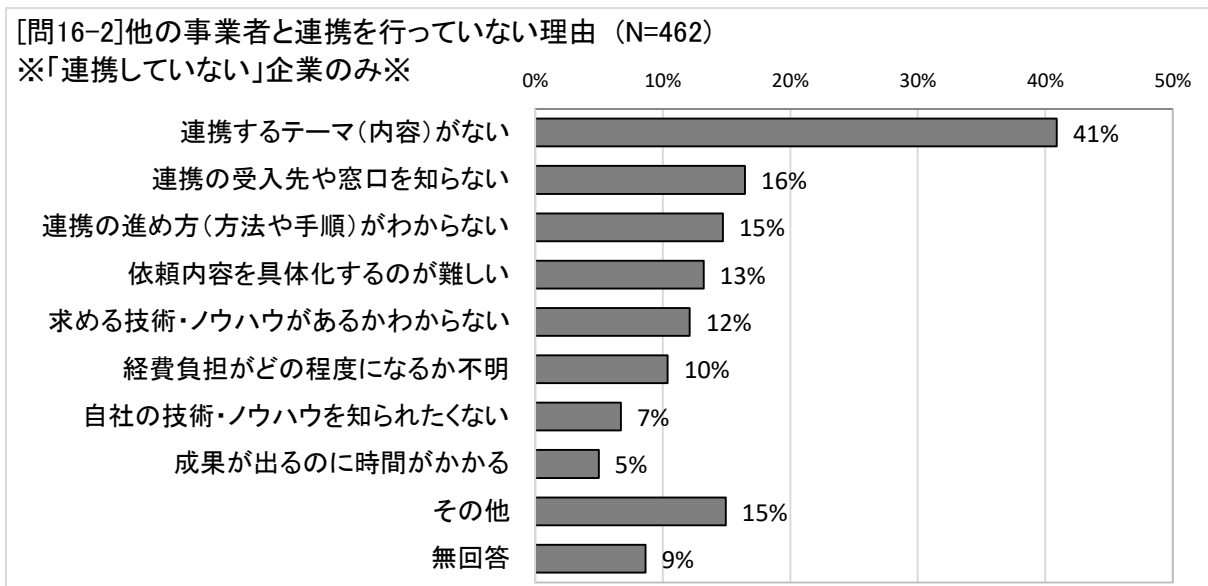
\* 「事業者同士の交流会での出会い」(43%)、「先方へ直接依頼」(41%)、「先方からの提案、アプローチ」(40%)の3点が40%以上を占めており多くなっている。





**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※**

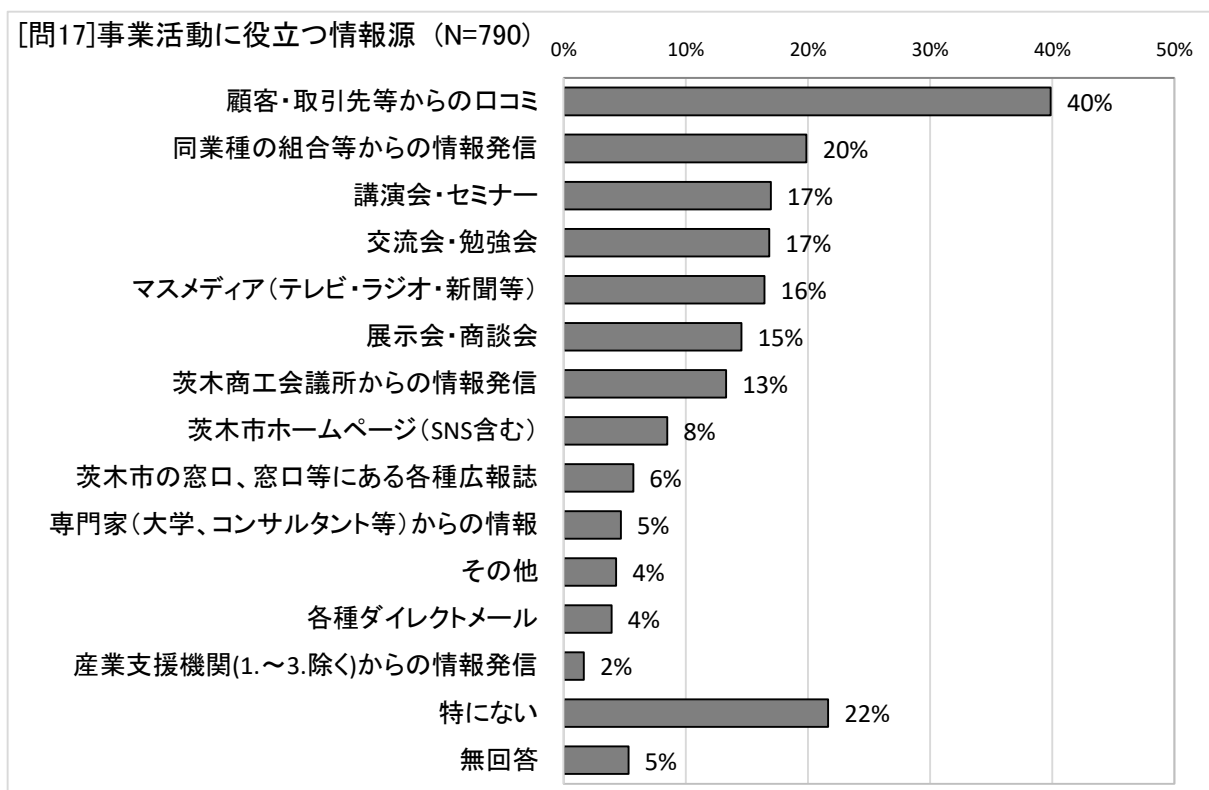
\* 大学等と同様、「連携するテーマ（内容）がない」が 41%と最も多い。



**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>●支援業でも小規模でやらず、どういうことを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>●当方は動向調査に価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%)

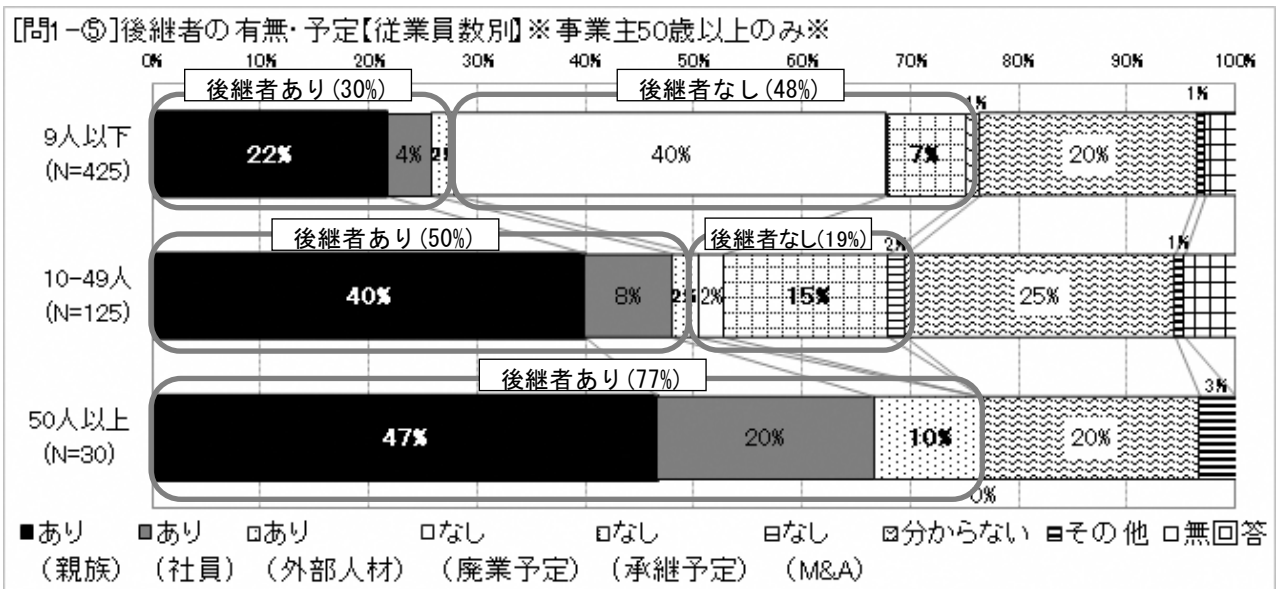
### 3. 従業員数別・クロス分析

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

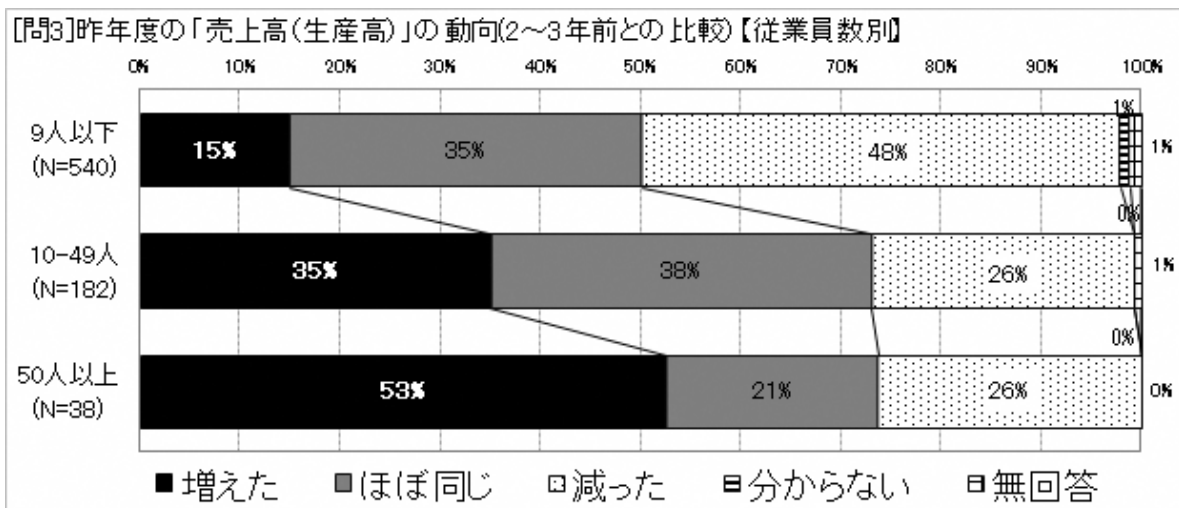
##### 問1-⑤. 後継者の有無・予定※事業主50歳以上のみ※

- \* 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。

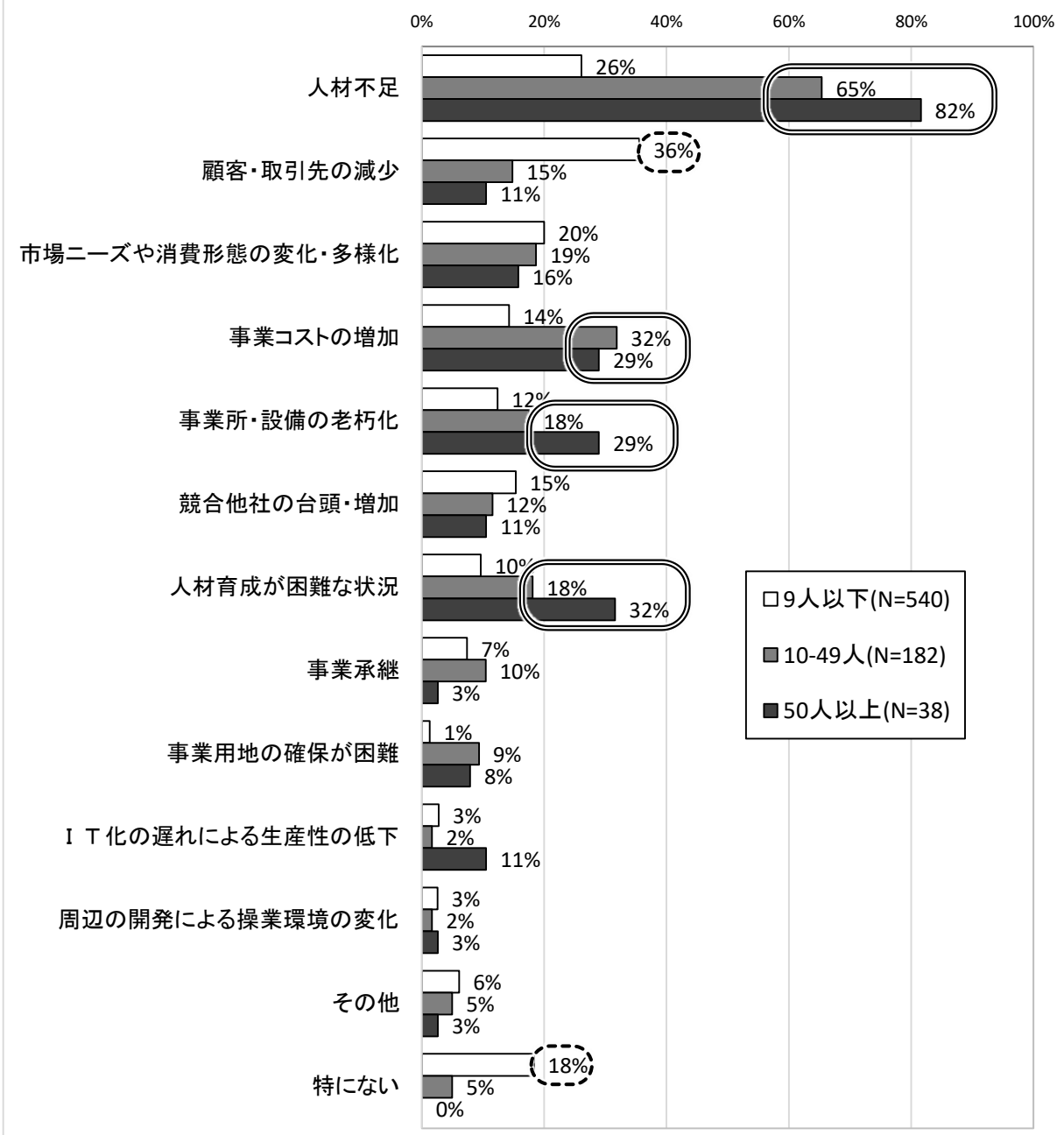


## B. 貴社（貴店）の経営上の問題点、問題解決に向けた取組み

### 問4. 現在直面している経営上の問題点や困っている点

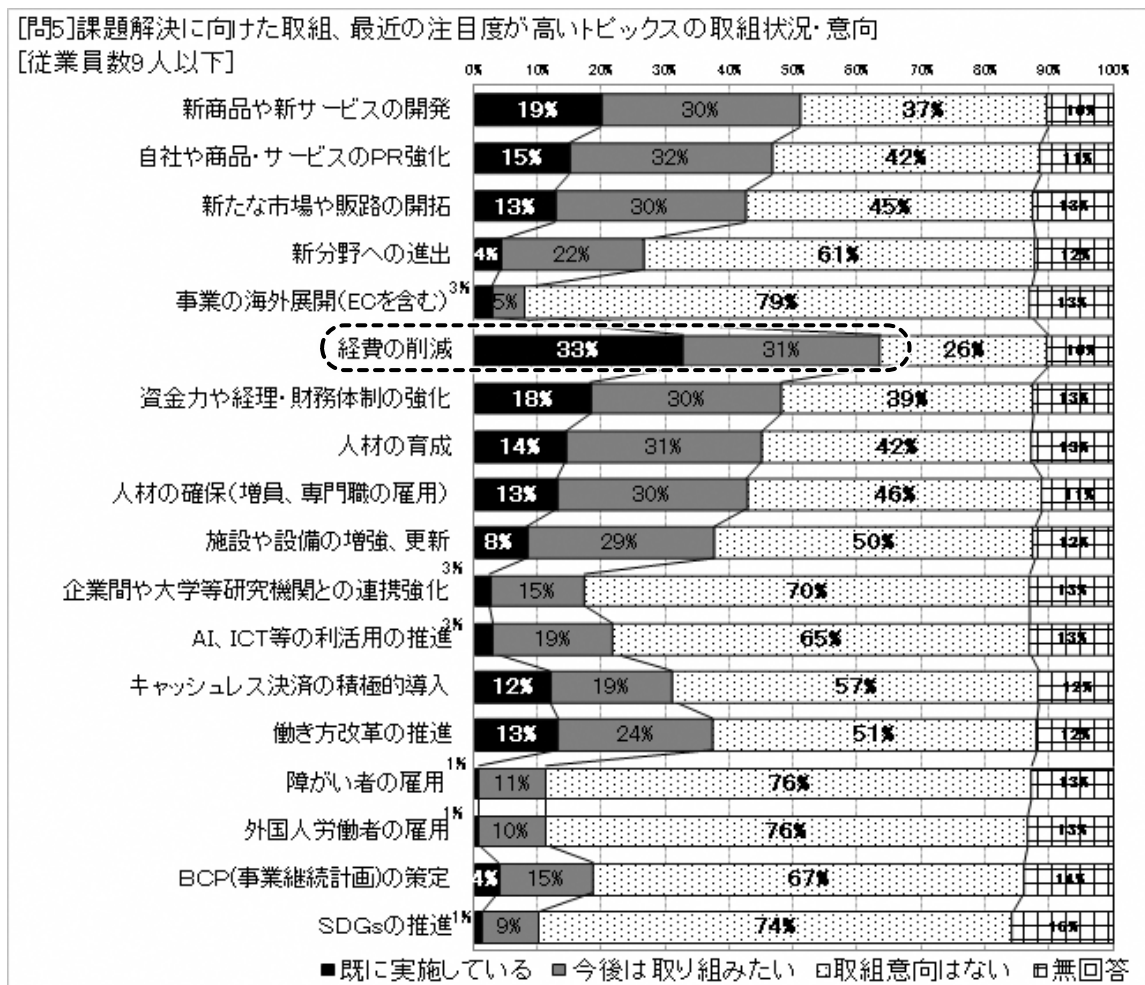
- \* 全体的に、9名以下よりも、10～49人及び50人以上の企業において割合が大きく、中でも、「人材不足」「人材育成が困難な状況」といった人材面や、「事業コストの増加」や「事業所・設備の老朽化」の項目でその傾向が顕著に見られた。
- \* 一方、9人以下の企業では、「顧客・取引先の減少」と「特にない」が18%を占めており、多くなっている。

[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】

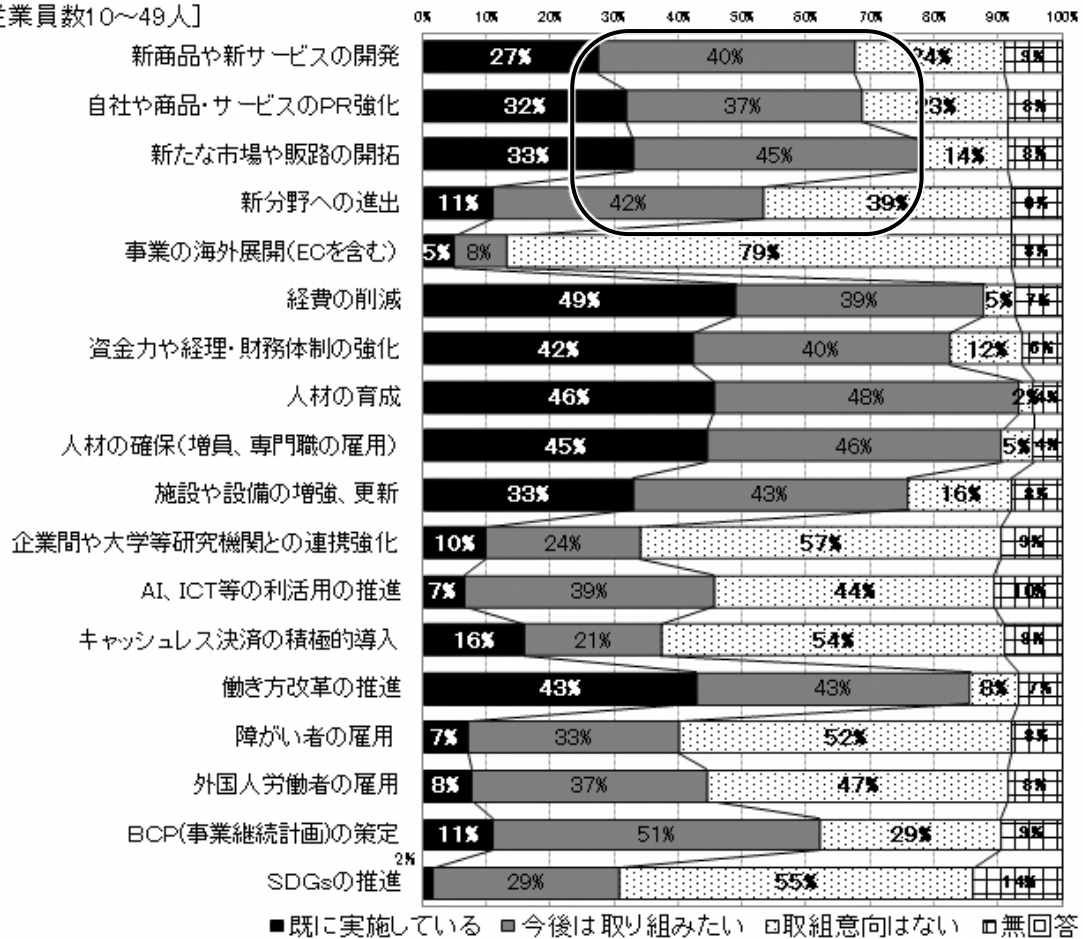


## 問5. 課題解決に向けた取組、最近の注目度が高いトピックスの取組状況・意向

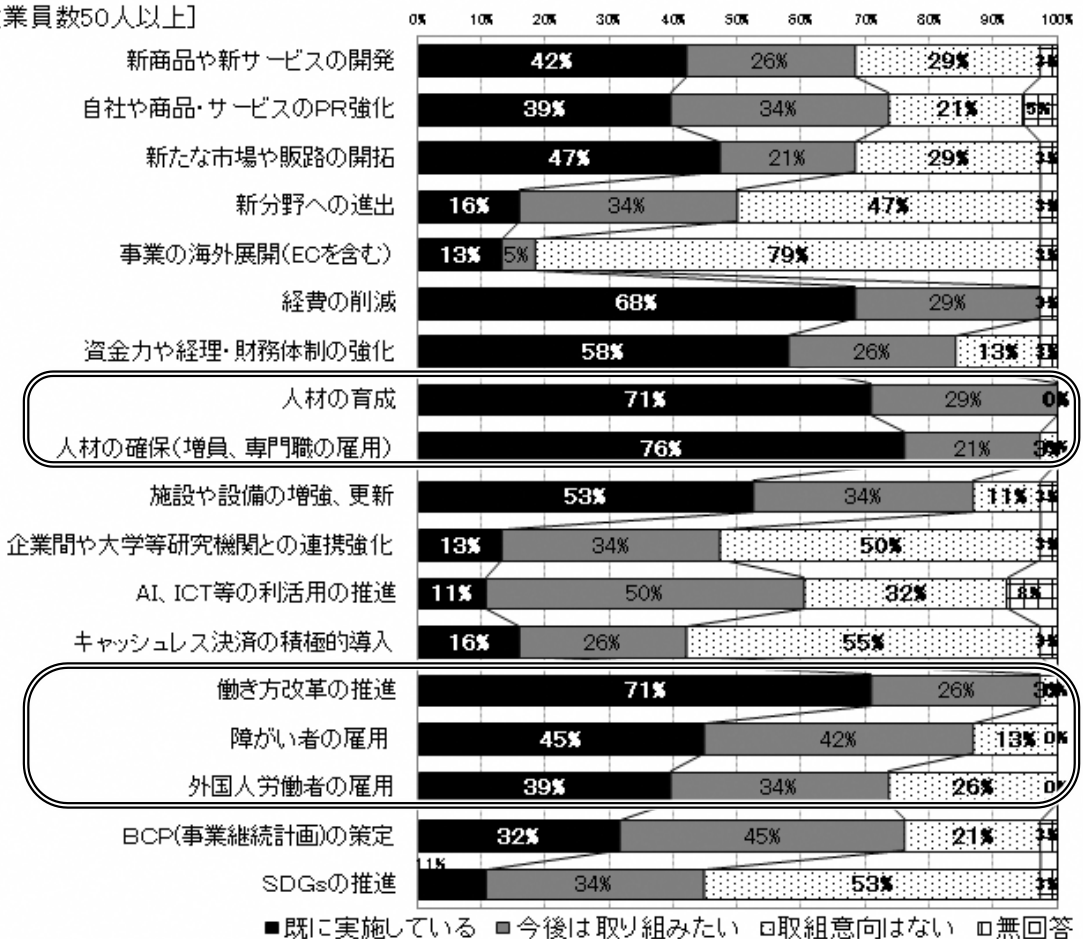
- \* 9人以下の企業は、「経費の削減」が既に実施しているところや今後は取り組みたいところが多いのを除き、全体的に「取組意向はない」の割合が大きくなっている。
- \* 10～49人の企業は、今後は取り組みたいへの回答割合の大きい項目が多く、中でも「新商品や新サービスの開発」「自社や商品・サービスのPR強化」「新たな市場や販路の開拓」「新分野への進出」といった新事業展開との関わりが深い項目で、その傾向が顕著である。
- \* 50人以上の企業は、既に実施しているへの回答割合の大きい項目が多く、中でも「人材の育成」「人材の確保」「働き方改革の推進」「障がい者の雇用」「外国人労働者の雇用」といっ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

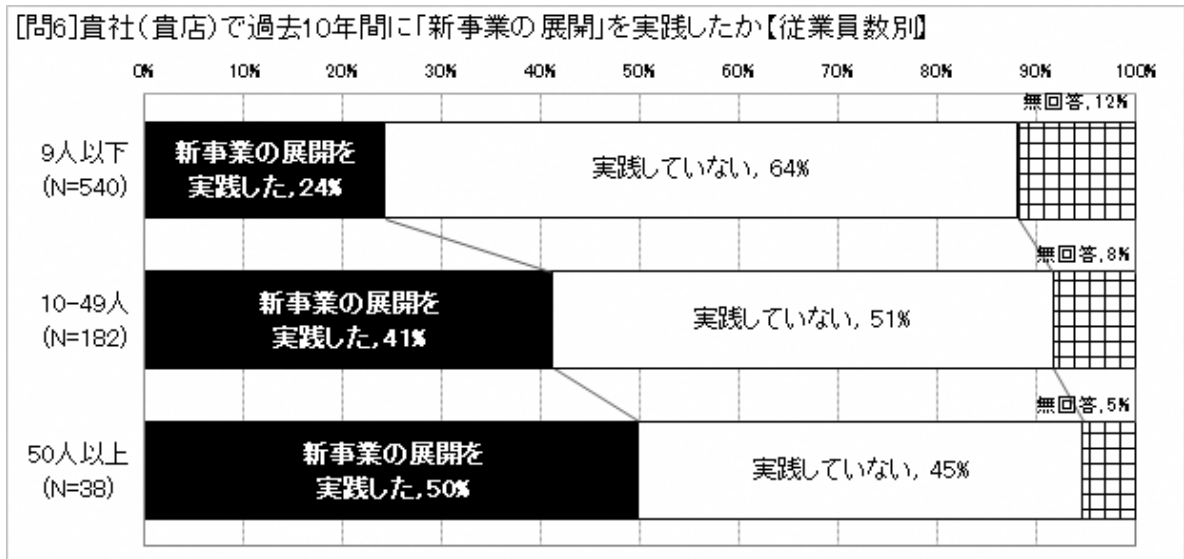


【問5】課題解決に向けた取組、最近の注目度が高いピックスの取組状況・意向  
 [従業員数50人以上]



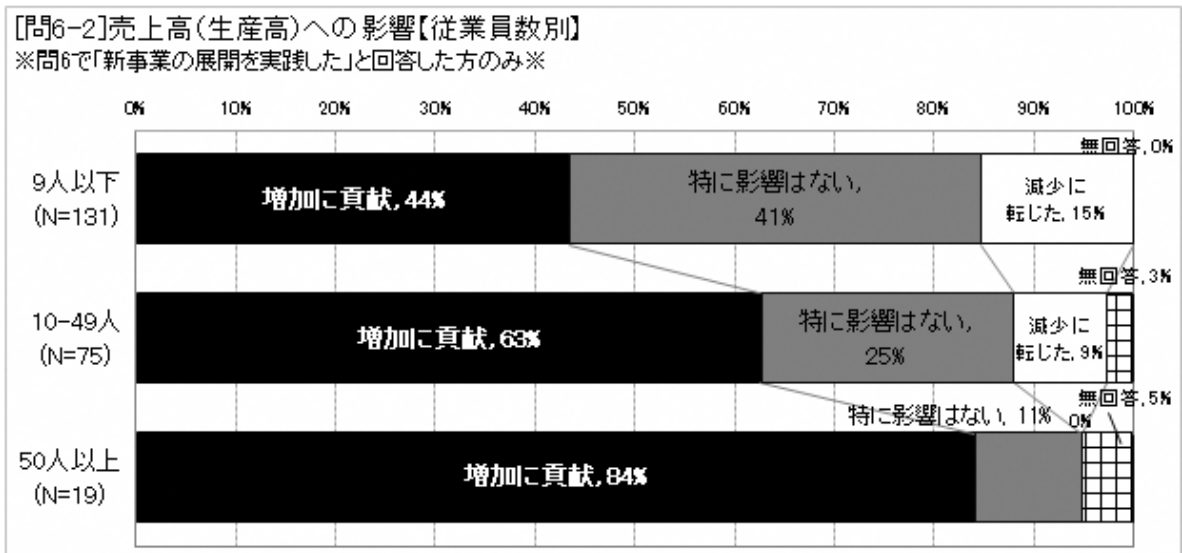
## 問6. 過去10年間における新事業展開の実践の有無

\* 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。

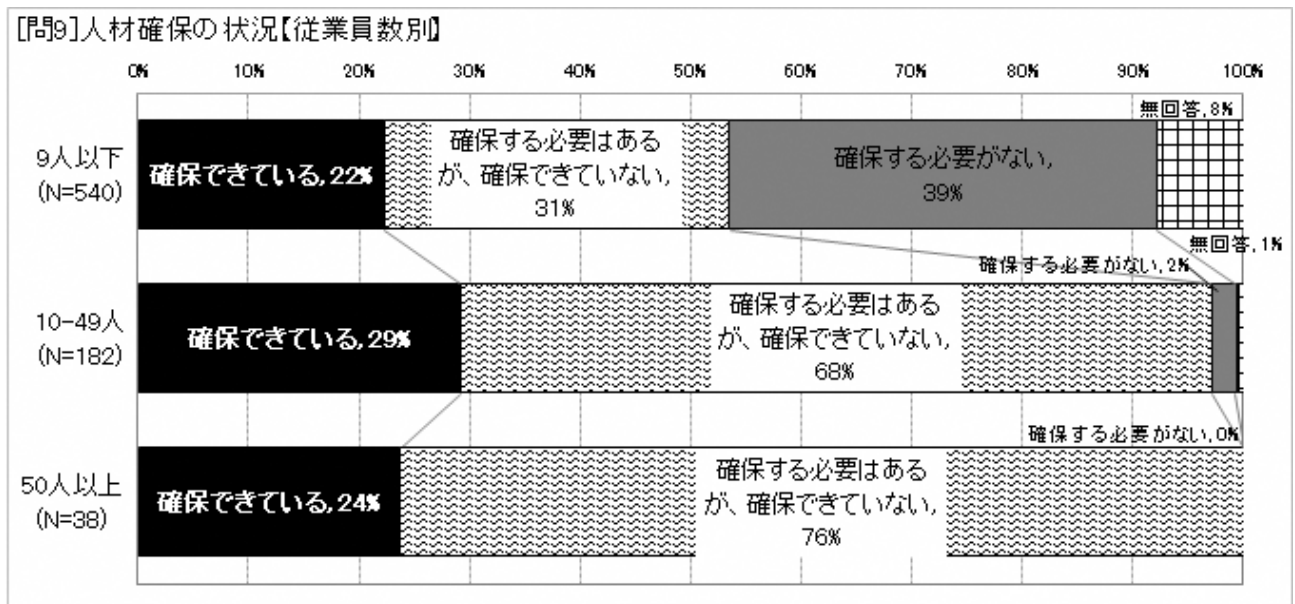




## C. 人材の育成・確保について

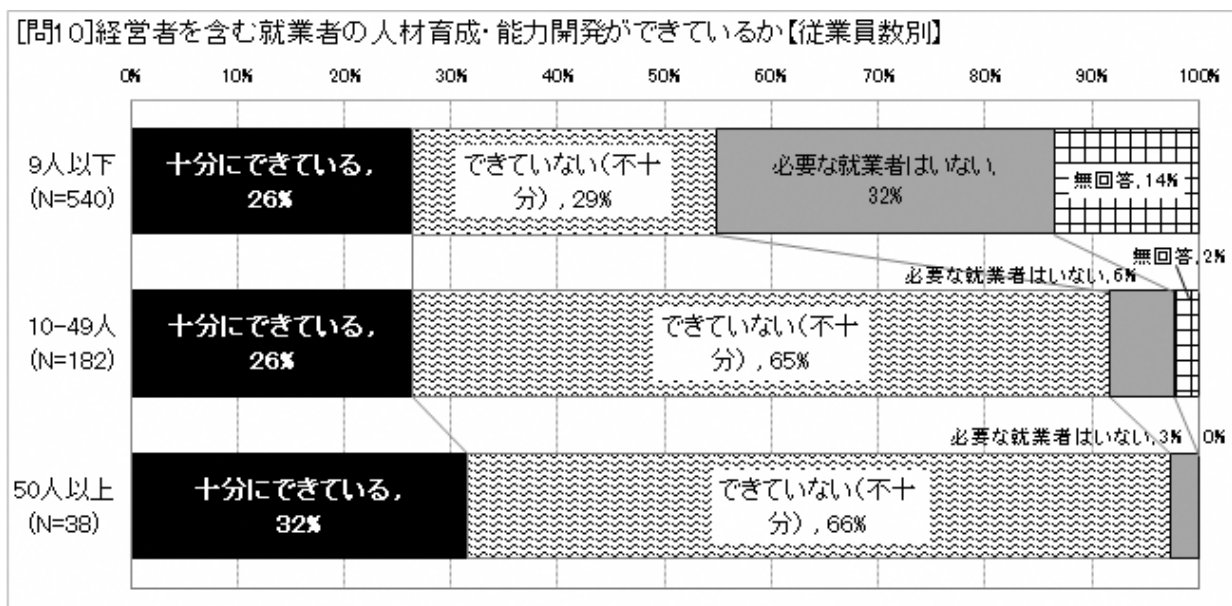
### 問9. 人材確保の状況

- \* 「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「確保する必要があるが、確保できていない」が39%と4割弱を占めている。



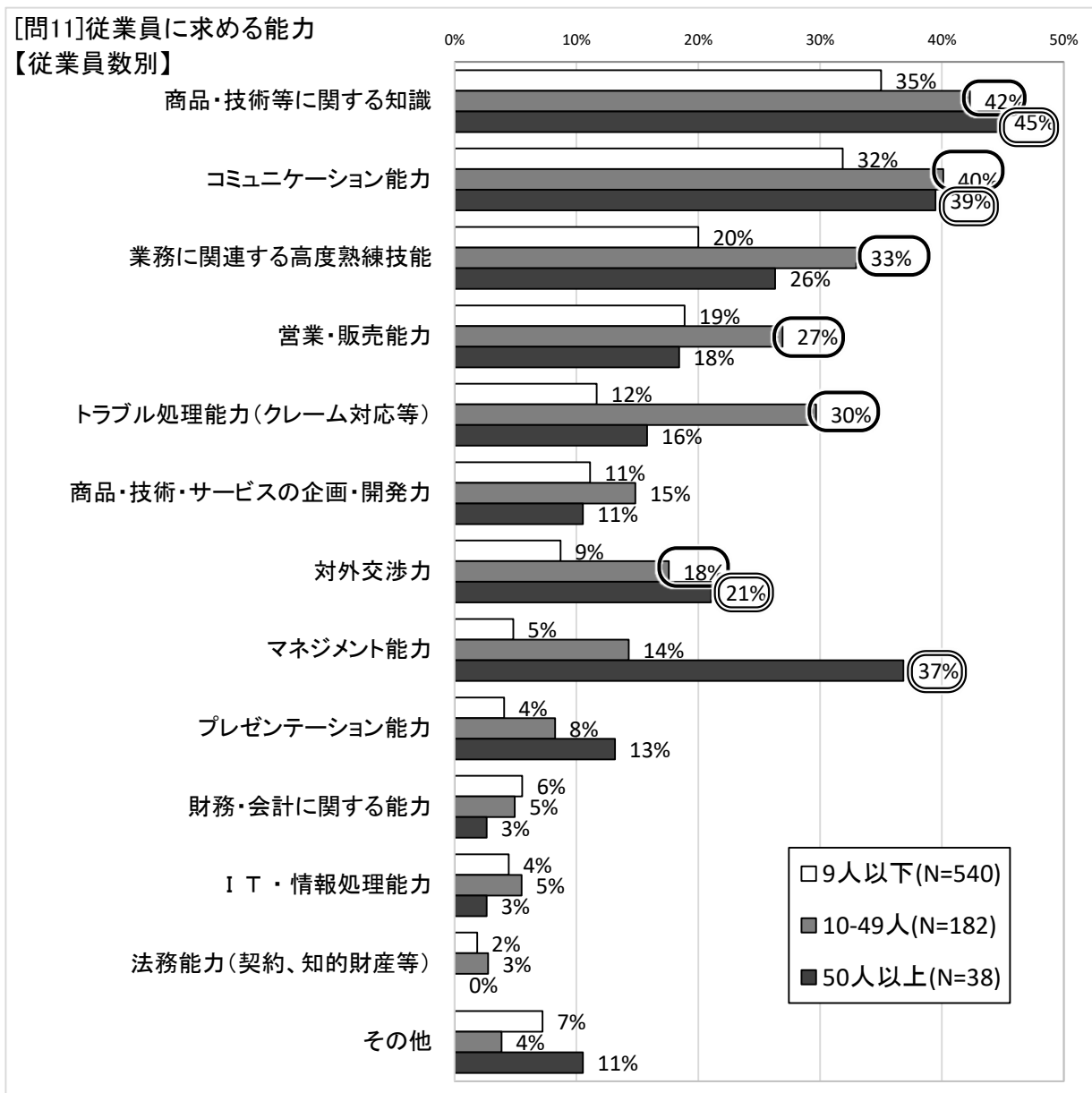
### 問10. 就業者の人材育成・能力開発の実施状況に対する自己評価

- \* 「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。

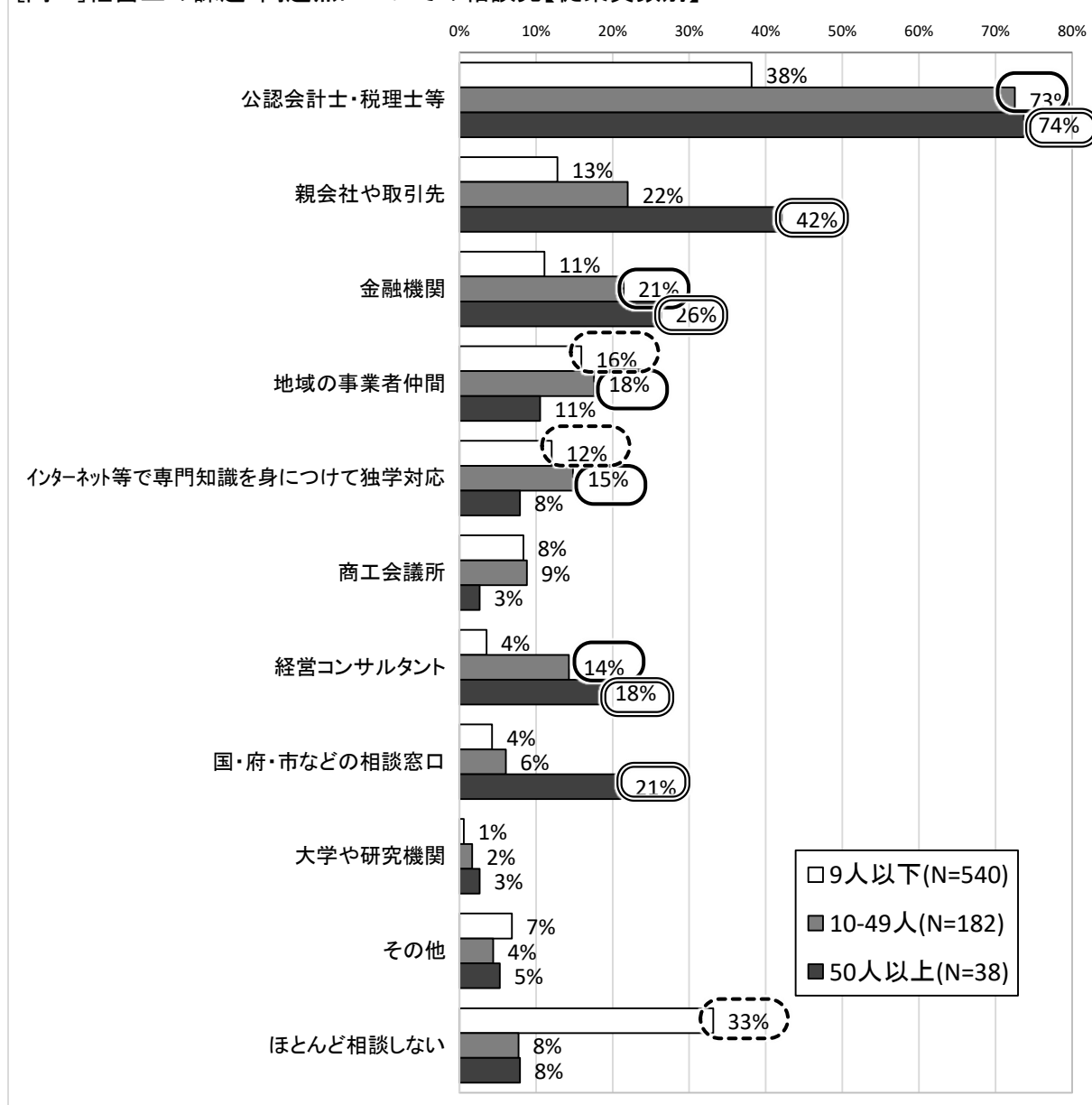


## E. 外部との連携について

### 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。

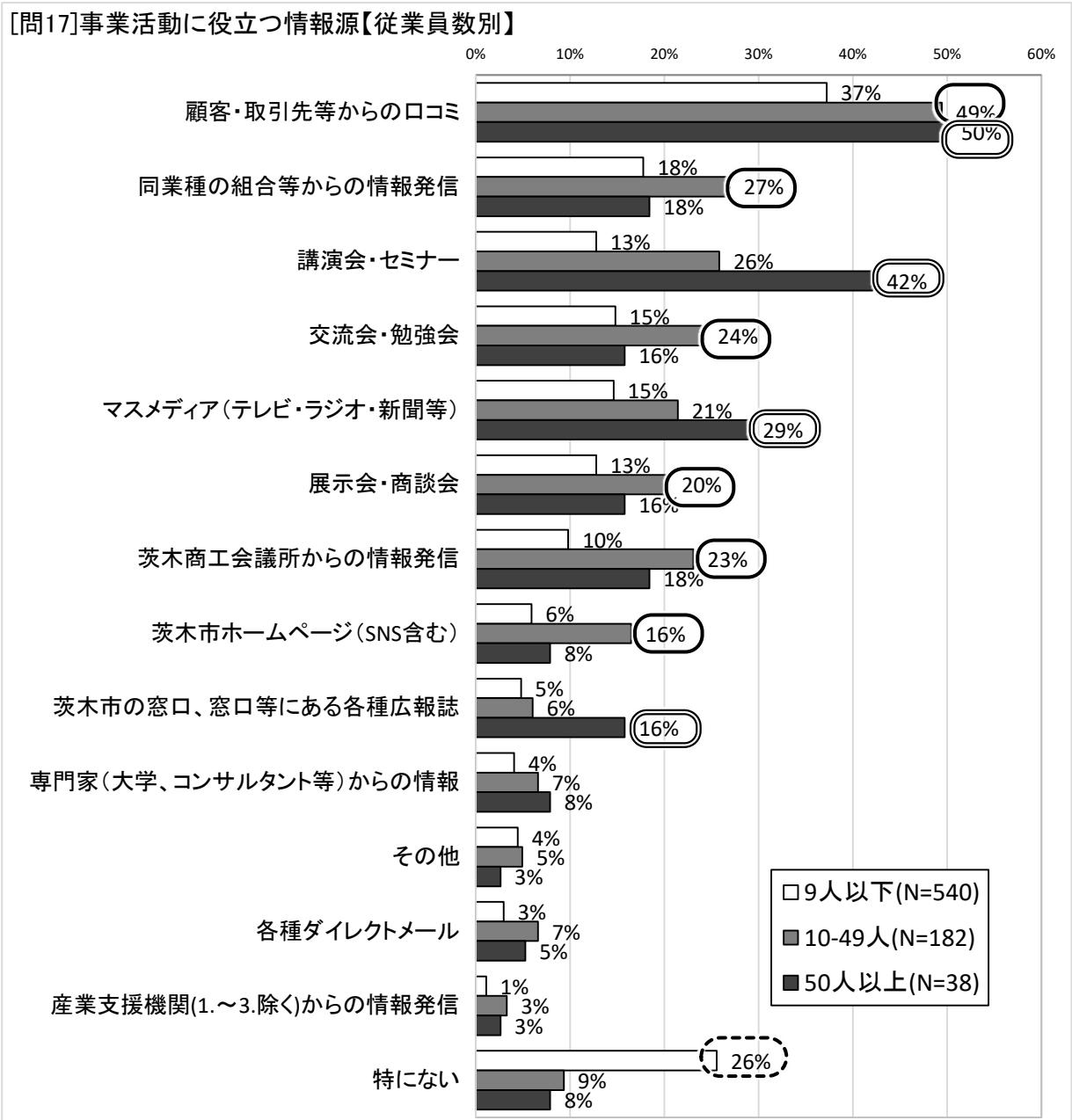
【問11】経営上の課題・問題点についての相談先【従業員数別】



## 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。

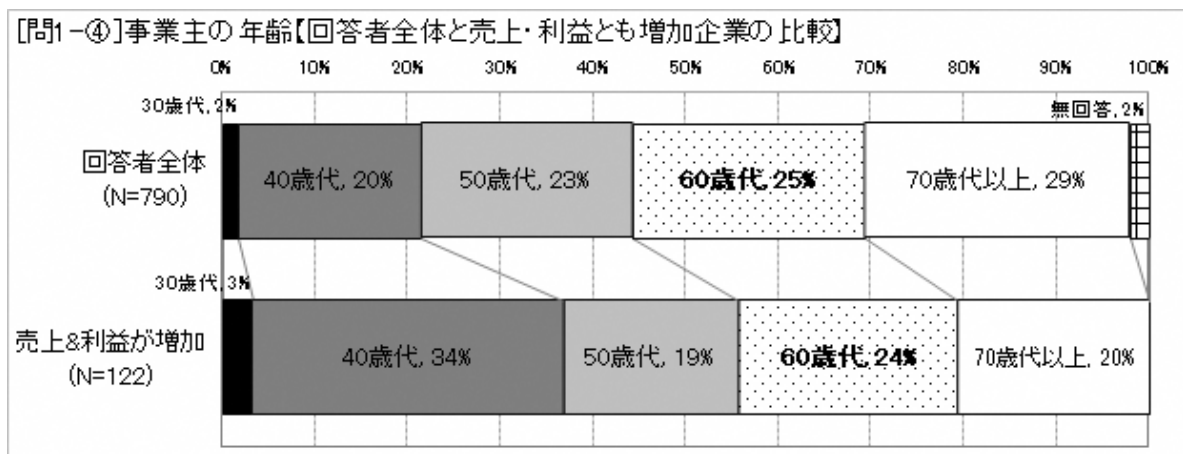
(特徴的だと思われる項目のみを抜粋)

●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

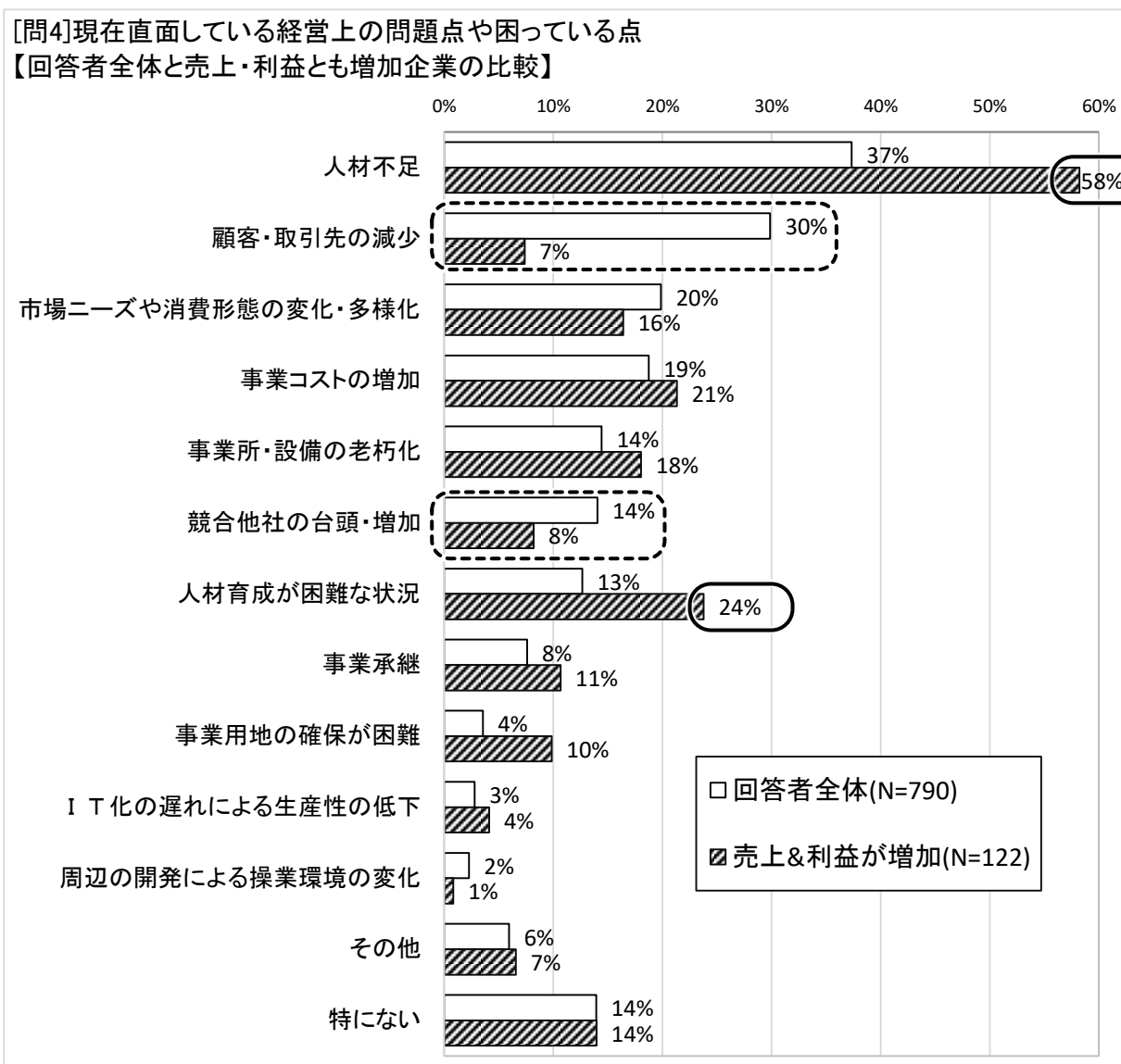
\* 売上・利益とも増加している企業は、40歳代が34%と多いのをはじめ、全体的に年齢の若い傾向が見られる。



## B. 貴社（貴店）の経営上の問題点、問題解決に向けた取組み

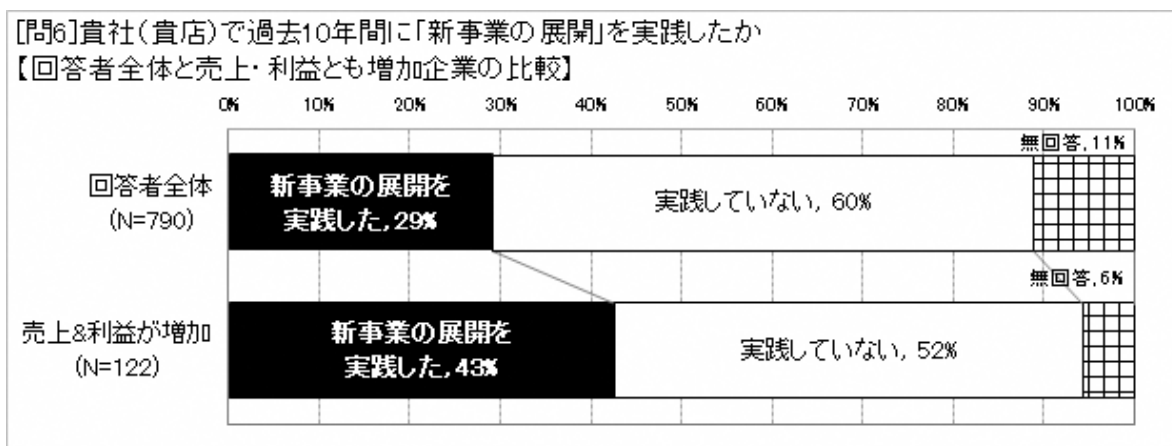
### 問4. 現在直面している経営上の問題点や困っている点

- \* 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。



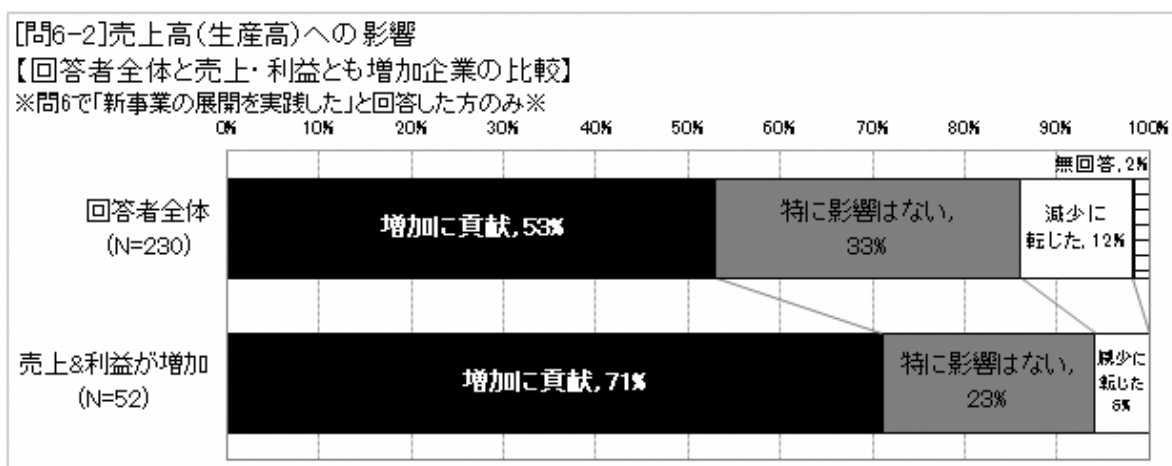
### 問6. 過去10年間における新事業展開の実践の有無

- \* 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**

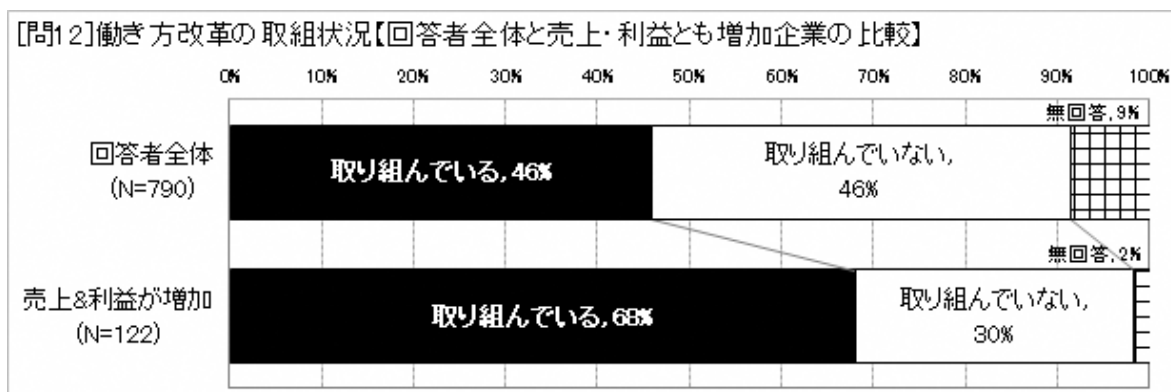
\* 売上・利益とも増加している企業では、71%が「増加に貢献」したと回答しており、回答者全体よりも多くなっている。



**D. 働き方改革の取組状況**

**問12. 働き方改革の取組状況**

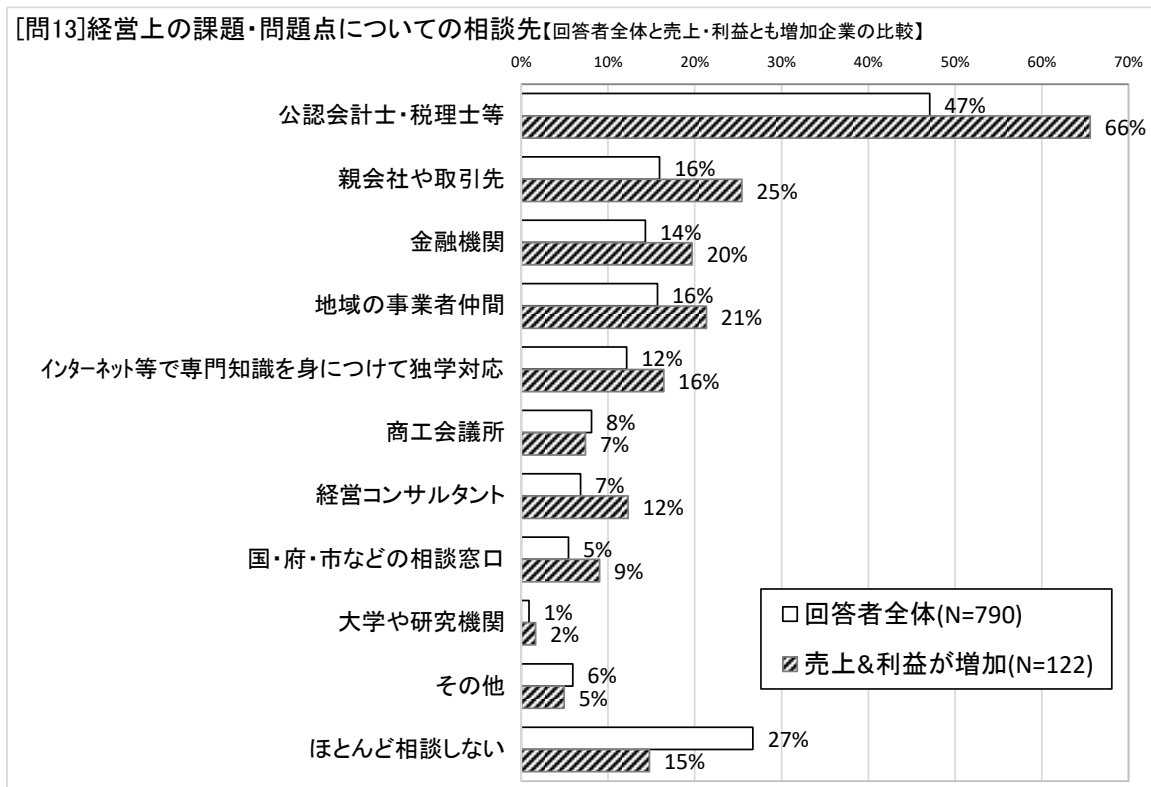
\* 売上・利益とも増加している企業では、68%が「取り組んでいる」と回答しており、回答者全体よりも多くなっている。



## E. 外部との連携について

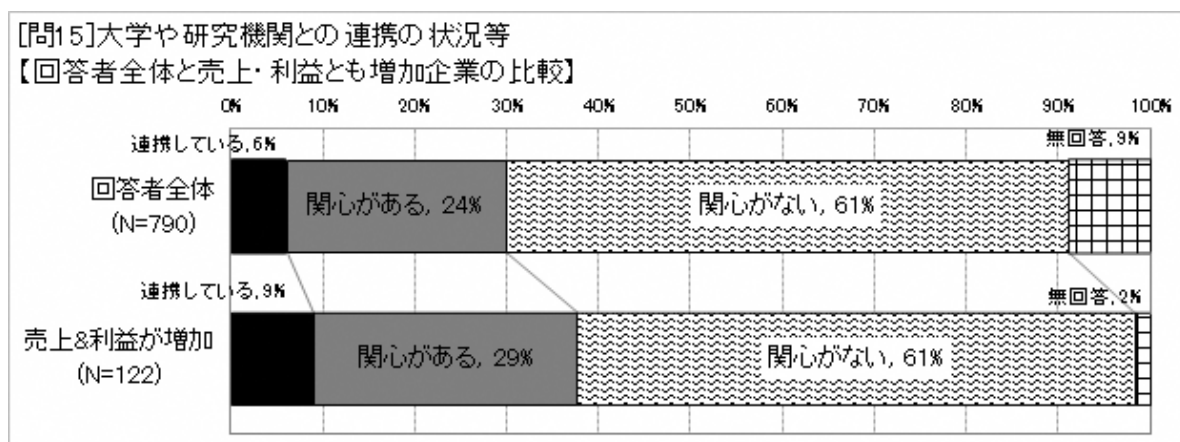
### 問 13. 経営上の課題・問題点についての相談先

\* 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

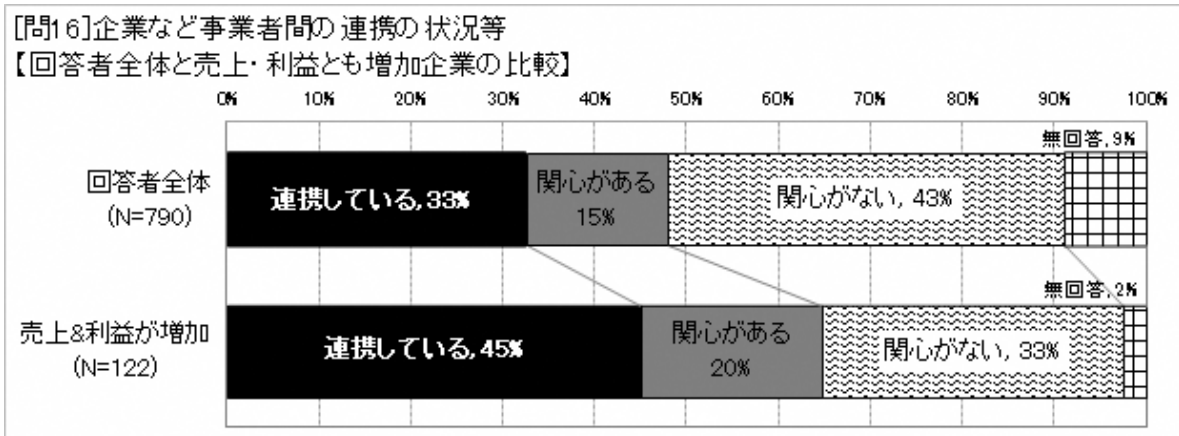
\* 売上・利益とも増加している企業では、9%が「連携している」、29%が「関心がある」とそれぞれ回答しており、回答者全体よりも大学や研究機関との連携に対する意識が高いものと考えられる。



### 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。

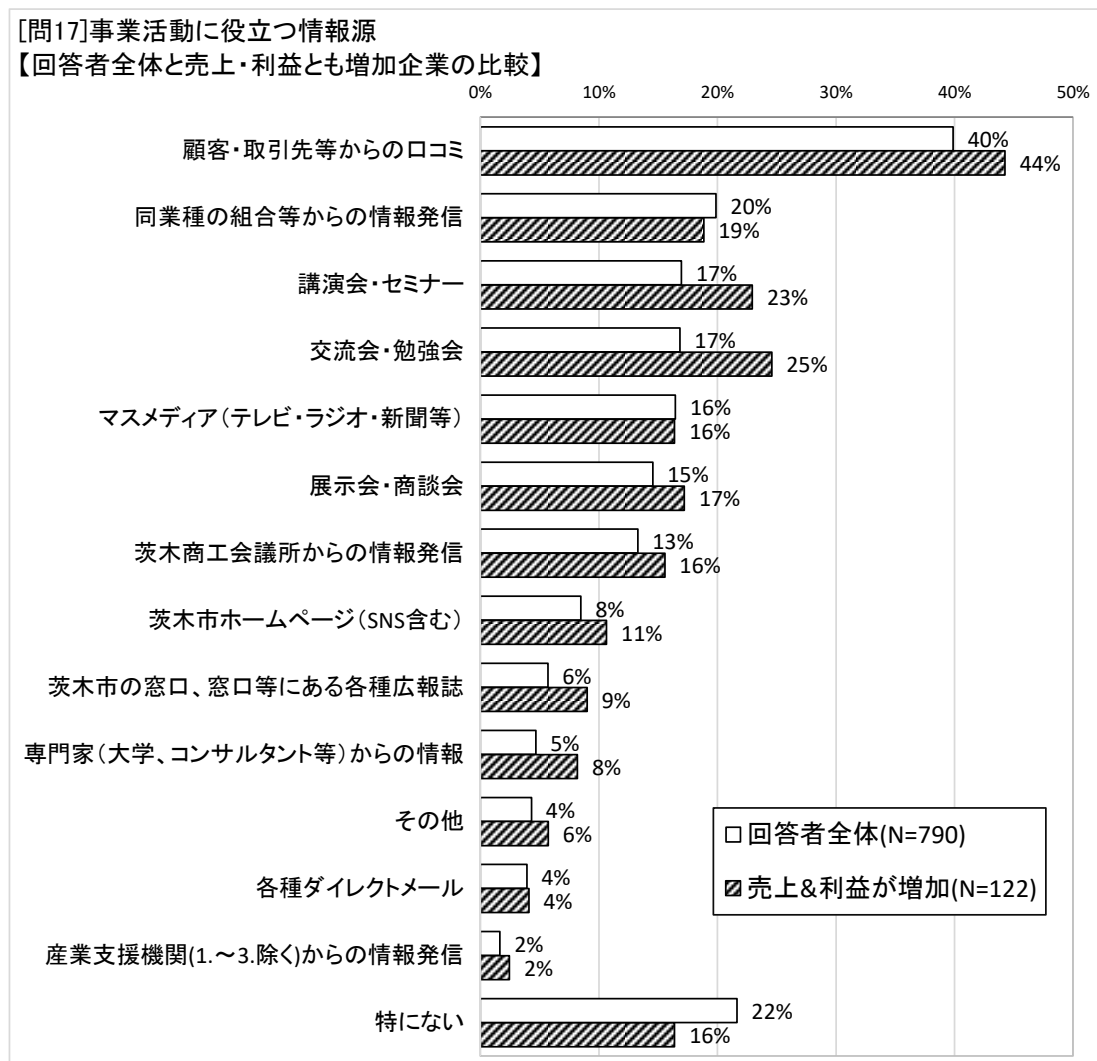




## F. 支援策の活用状況等について

### 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

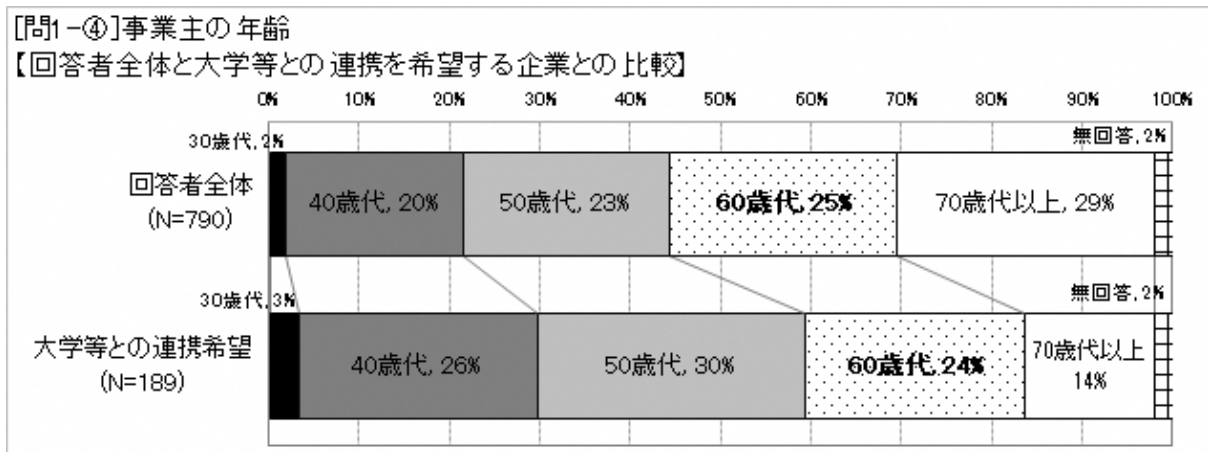
大学等研究機関との連携を希望する企業について、回答者全体の傾向と比較し分析を行った。  
 (特徴的だと思われる項目のみを抜粋)

●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。

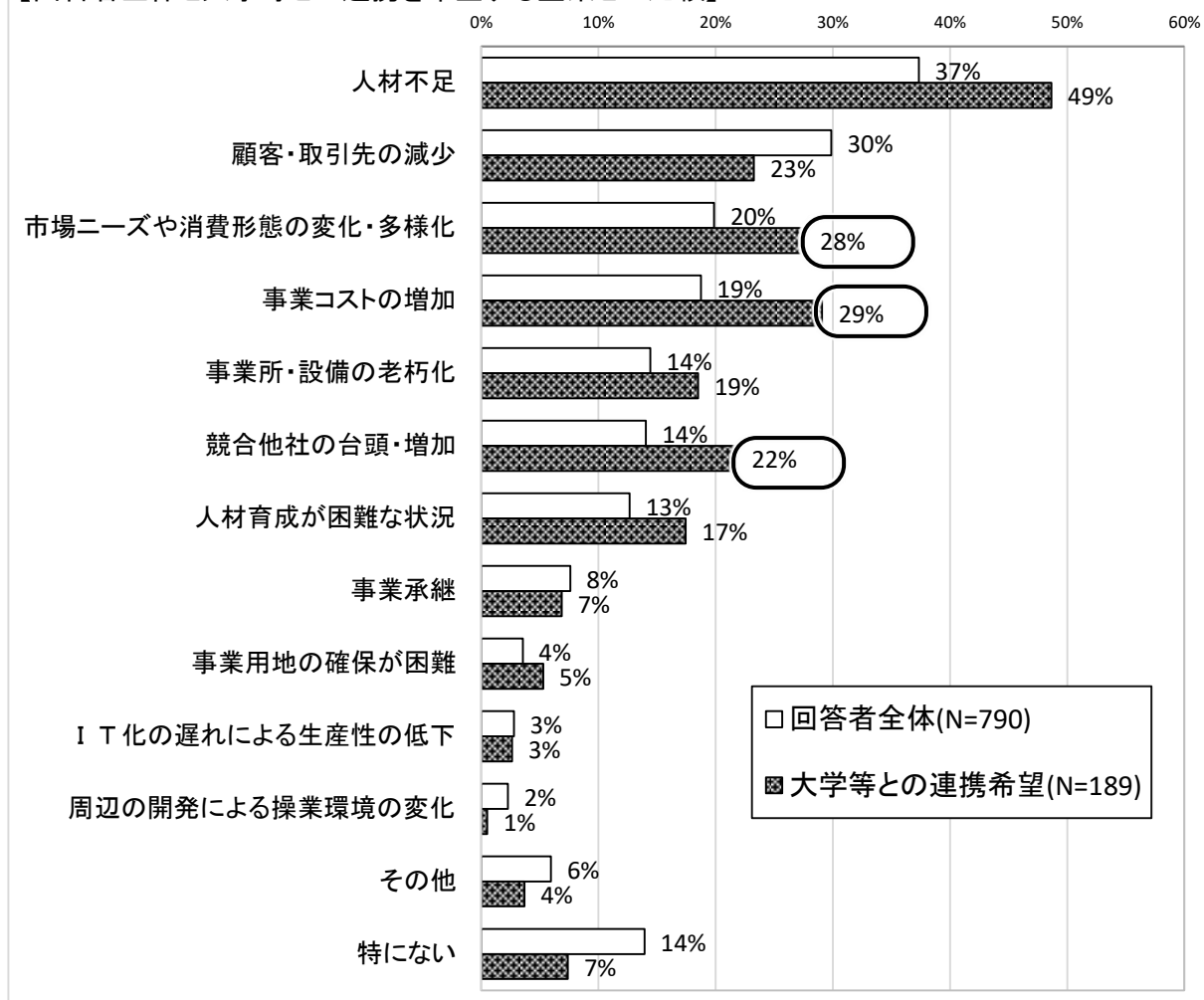


## B. 貴社（貴店）の経営上の問題点、問題解決に向けた取組み

### 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】

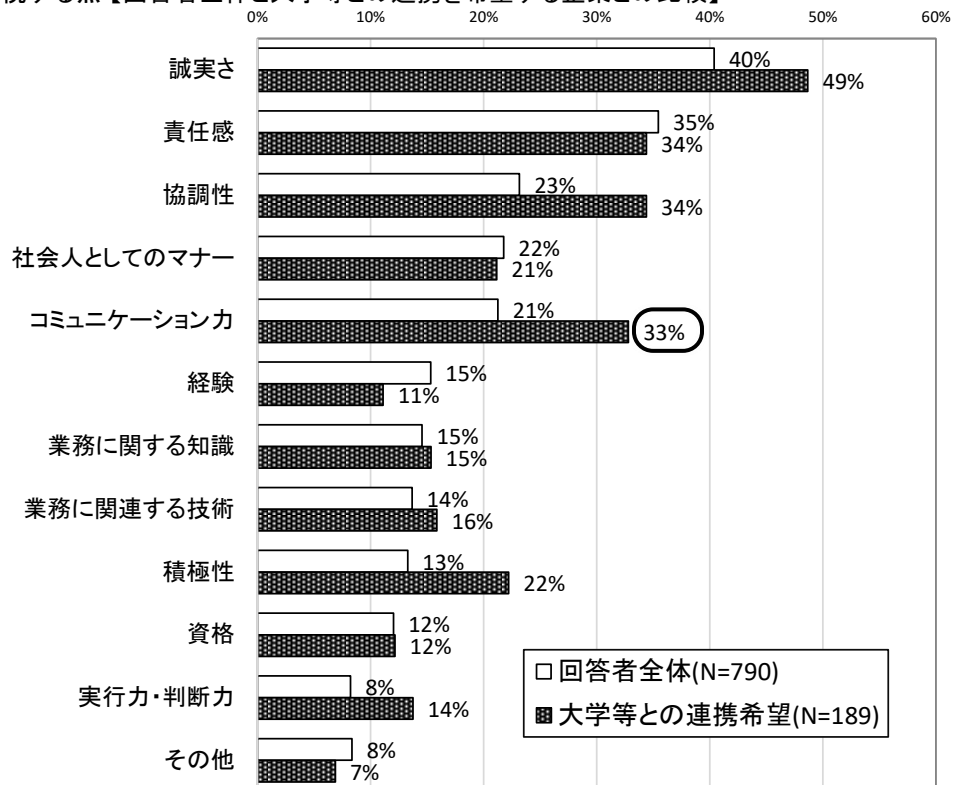


## C. 人材の育成・確保について

### 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。

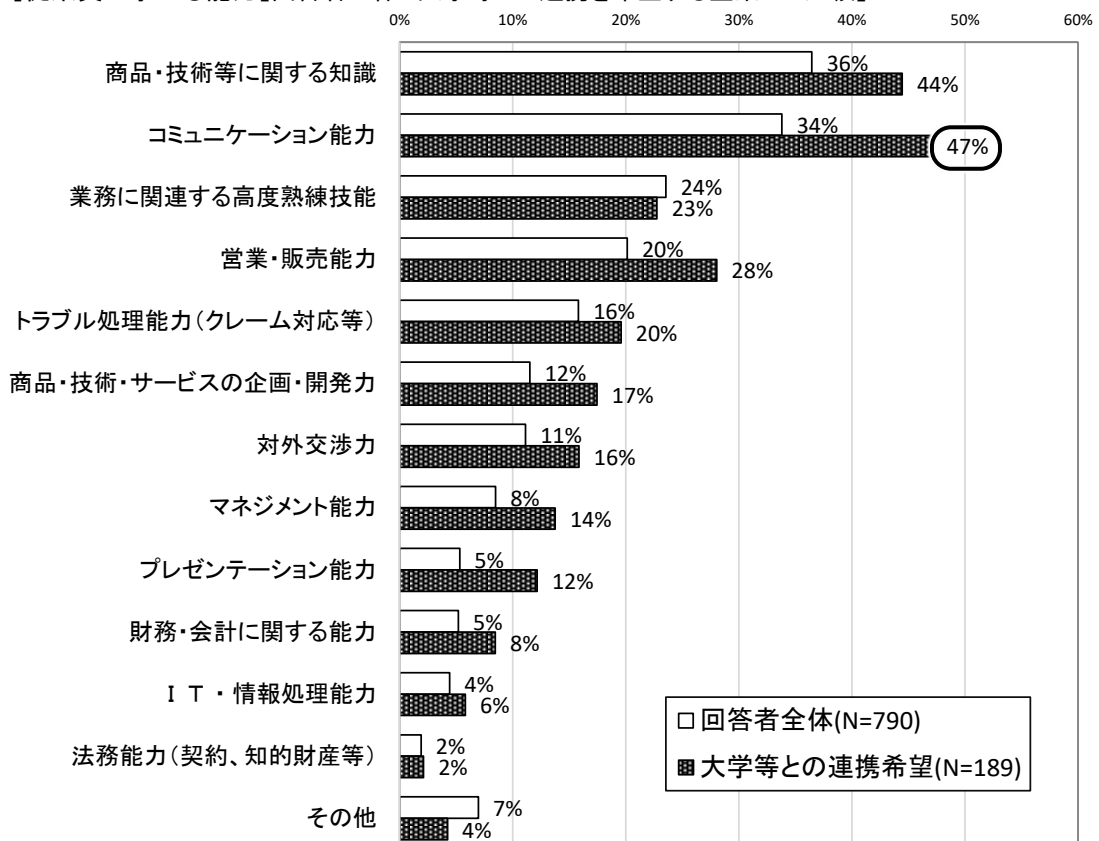
[問8]採用時に重視する点【回答者全体と大学等との連携を希望する企業との比較】



### 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】

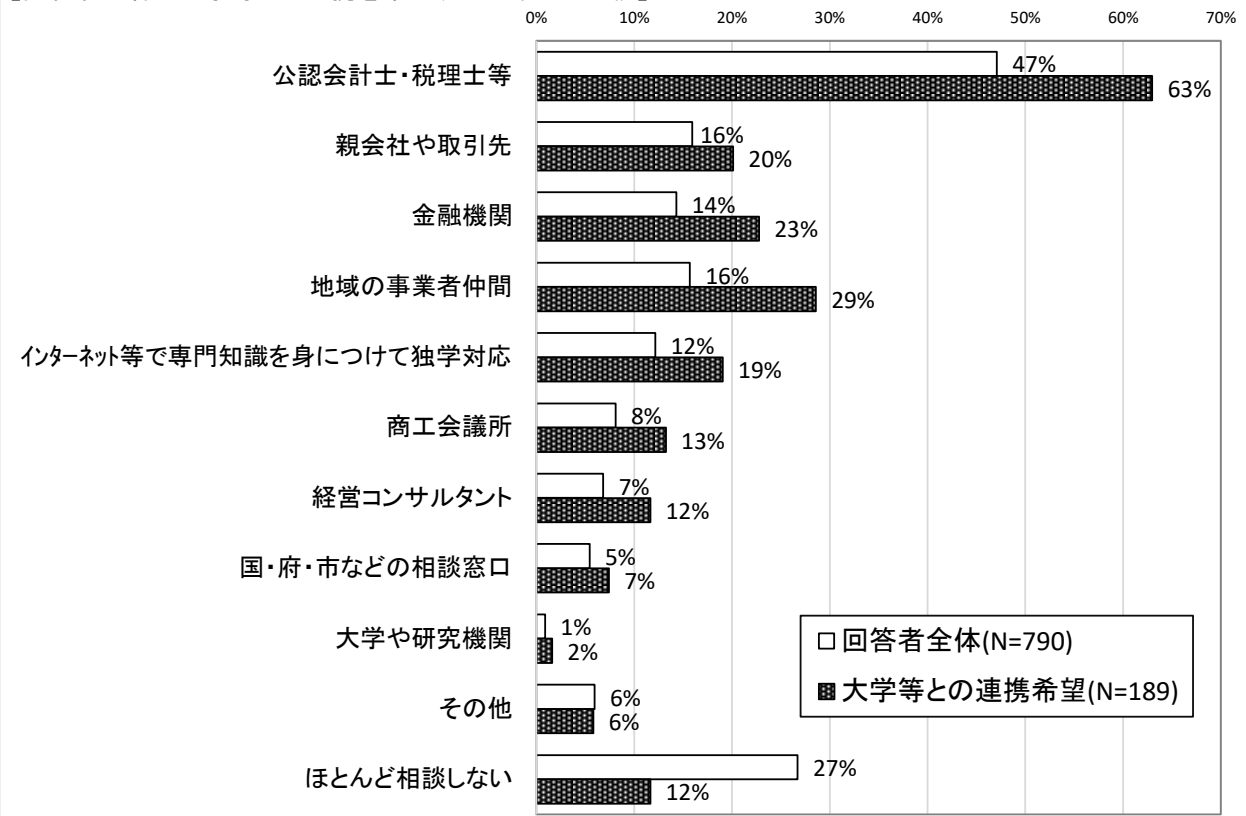


## E. 外部との連携について

### 問 13. 経営上の課題・問題点についての相談先

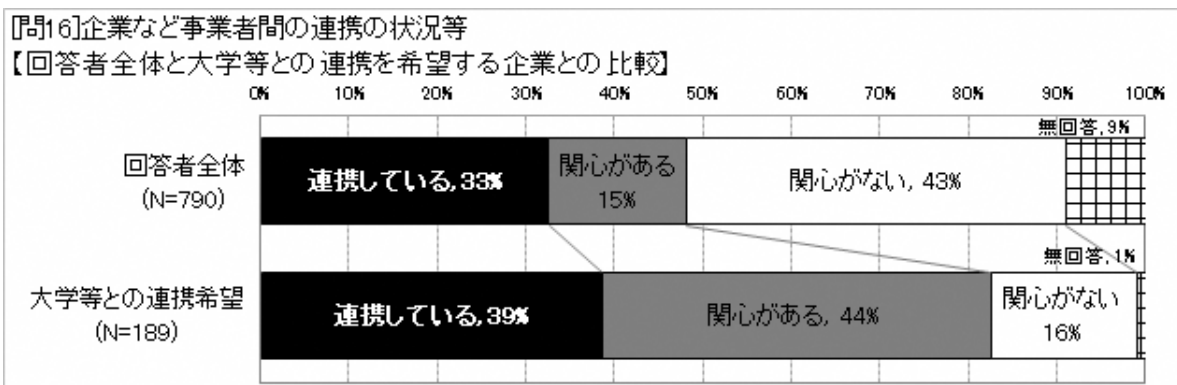
- \* 全体的に、大学等研究機関との連携を今後希望する企業の方が回答者全体よりも割合が大きく、多くの相談先を確保しているものと考えられる。
- \* 一方、「国・府・市などの相談窓口」は7%に止まり、活用する者が少ないものと考えられる。

【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】



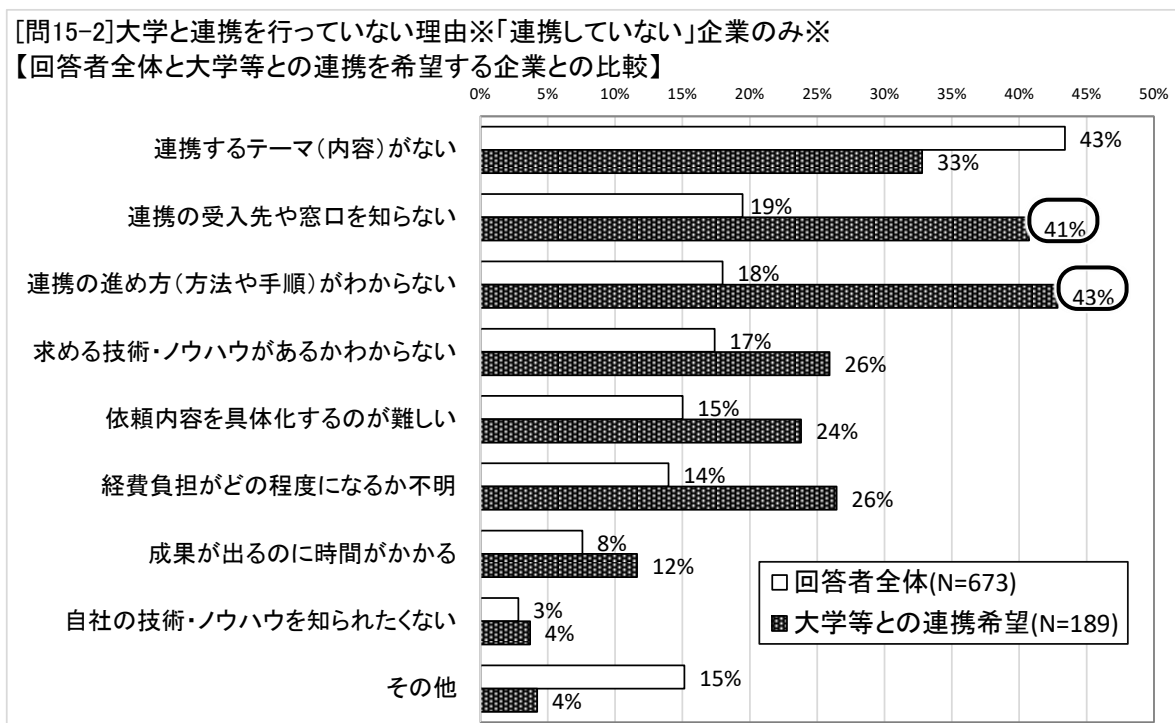
### 問 16. 企業など事業者間の連携の状況等

- \* 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。



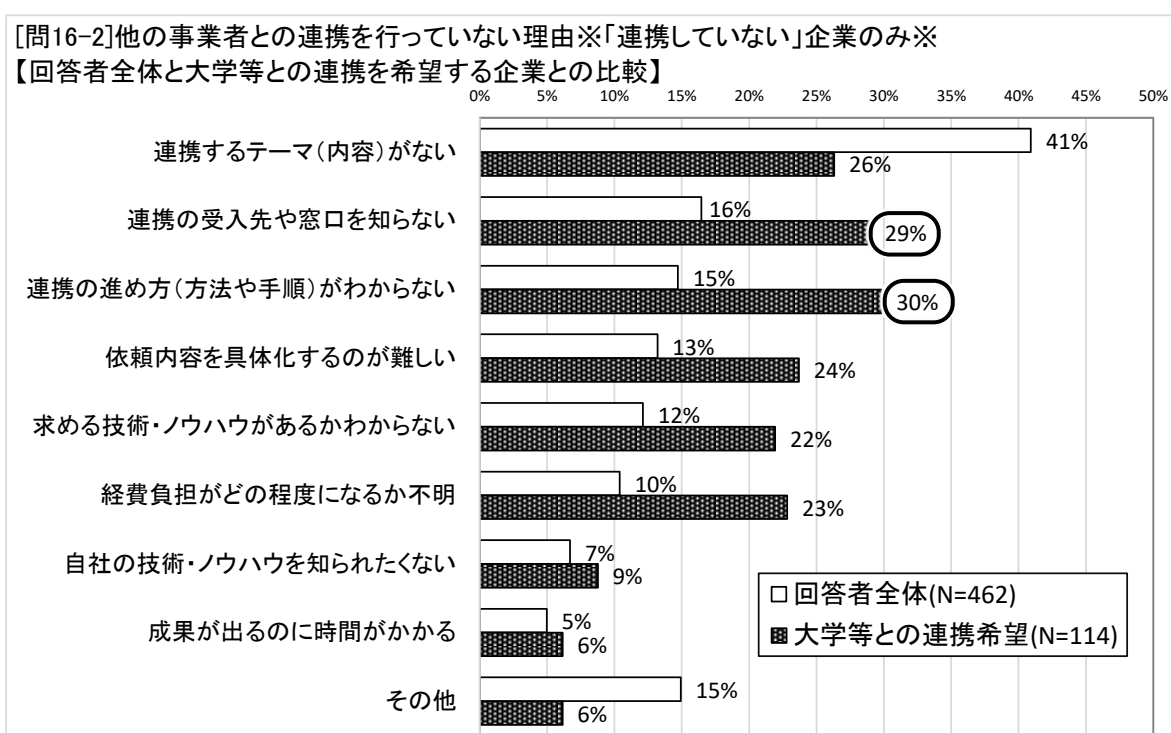
**問 15-2. 大学等と連携していない理由※問 15 で「連携していない」と回答した方のみ※**

\* 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。

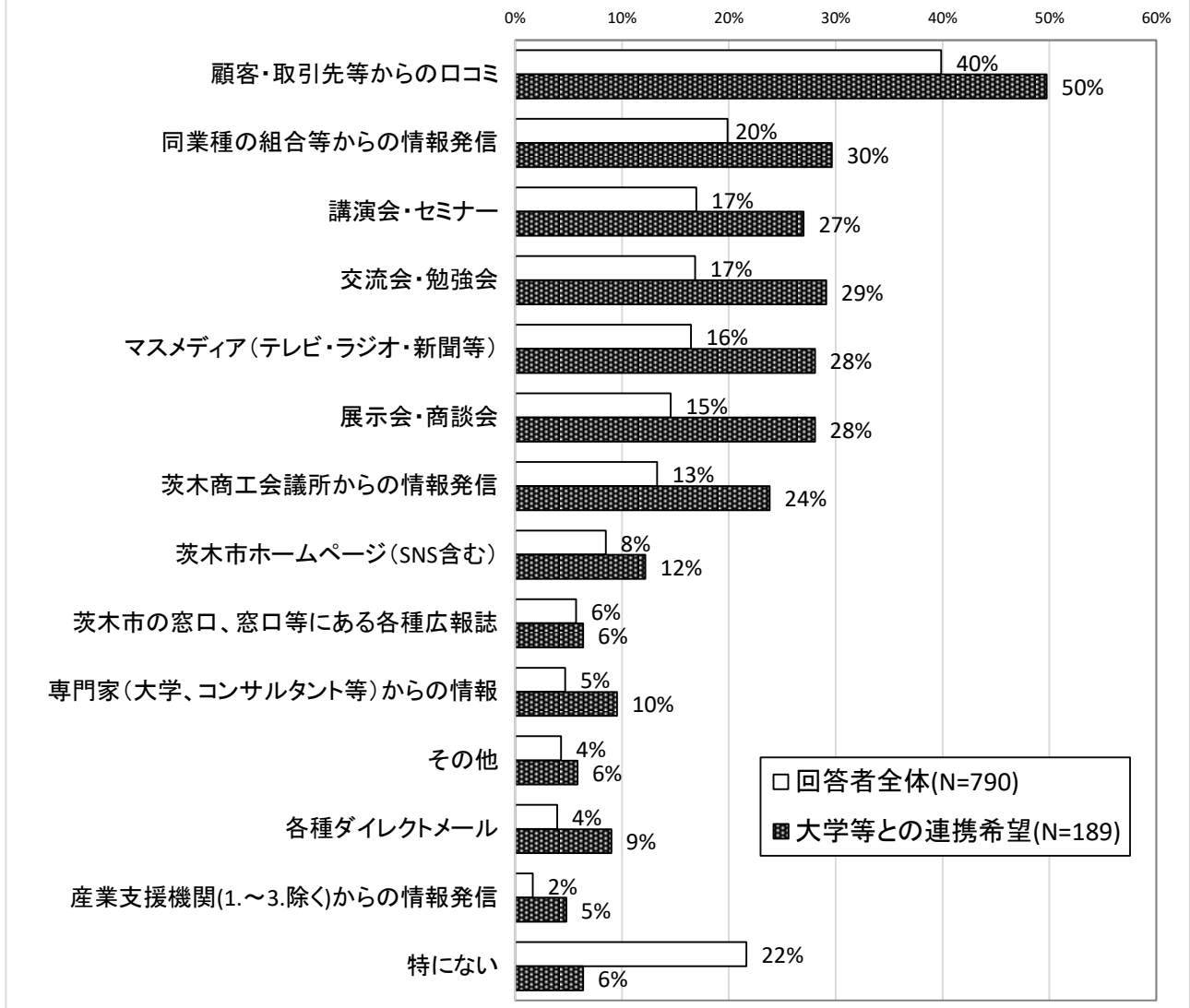


## F. 支援策の活用状況等について

### 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】



## ■業種別にみる有効回答率

「医療、福祉」は回答率が52%と、回答者全体と比べて約2倍の回答率となっており、回答率が高い。  
 また、「建設業」(33%)、「製造業」(30%)、「運輸業(運送業・倉庫業等)」(29%)も回答者全体よりも回答率が高くなっている。  
 一方、「サービス業(飲食系も含む)」(22%)、「卸売業及び小売業」(21%)、「情報通信業」「教育、学習支援業」(ともに18%)は、回答者全体よりも回答率が低い結果となった。

問1-8:主な業種 (1つだけ〇)

	業種別にみる有効回答率		回答者における業種構成	
	配布数(無効除く)	回答率	回答数	構成比
全体	3,108	25.6%	796	
7 医療、福祉	46	52%	24	3%
1 建設業	375	33%	122	15%
2 製造業	334	30%	99	12%
4 運輸業(運送業・倉庫業等)	134	29%	39	5%
9 飲食サービス業	969	22%	133	17%
10 サービス業(飲食系を除く)	※1		77	10%
5 卸売業	899	21%	60	8%
6 小売業	※2		125	16%
3 情報通信業	33	18%	6	1%
8 教育、学習支援業	210	18%	38	5%
11 その他			66	8%
無回答			7	1%

※1 送付分については「飲食サービス業」「サービス業(飲食系を除く)」の分類の境目が不明のため、合算で有効回答率を整理している。

※2 送付分については「卸売業・小売業」で分類されているため、合算で有効回答率を整理している。



## ■規模別比較

敷地	1～9人	10～29人	30～99人	100人以上
回答者数	545	135	72	14
事業主等が個人所有	47%	24%	28%	7%
自社所有	6%	28%	29%	43%
グループ会社所有	1%	4%	8%	14%
賃貸(グループ会社以外)	43%	42%	47%	36%
その他	3%	5%	1%	0%

「1～9人」は個人所有が多い。  
「100人以上」は自社所有が多い。

建物	1～9人	10～29人	30～99人	100人以上
回答者数	545	135	72	14
事業主等が個人所有	43%	16%	22%	7%
自社所有	10%	40%	26%	57%
グループ会社所有	1%	3%	7%	14%
賃貸(グループ会社以外)	41%	37%	42%	21%
その他	3%	5%	1%	0%

「1～9人」は個人所有が多い。  
「10～29人」「100人以上」は自社所有が多い。  
「30～99人」は賃貸が多い。

継続意向	1～9人	10～29人	30～99人	100人以上
回答者数	545	135	72	14
当面は現在の場所で続ける	60%	60%	56%	79%
市内で増設・拡張	3%	18%	24%	0%
市内他地域にも進出	2%	8%	3%	0%
市内で移転	2%	6%	8%	7%
現在地+市外進出	2%	3%	6%	0%
市外に移転	1%	1%	3%	0%
将来的に廃業	18%	1%	0%	0%
その他	1%	1%	0%	0%
分からない	4%	2%	1%	7%
無回答	6%	0%	0%	7%

「1～9人」は将来的に廃業、分からない、無回答の合計が28%と、明確な継続意向を持たない事業所が一定数みられる。  
「10～29人」「30～99人」は市内での増設・拡張、他地域進出、移転などを検討する者がともに30%を占めている。  
また、「30～99人」が市外への進出ないし移転を検討する者が9%と比較的多い。  
「100人以上」は現在の場所で続ける意向のある者が79%と多くなっている。

働き方改革	1～9人	10～29人	30～99人	100人以上
回答者数	545	135	72	14
取り組んでいる	32%	76%	94%	100%
取り組んでいない	57%	24%	6%	0%
無回答	11%	0%	0%	0%

「1～9人」は働き方改革に取り組んでいる者が32%と半数以下に止まり少ない。  
その他では、「10～29人」では76%が、「30～99人」では94%が、「100人以上」では100%が、それぞれ働き方改革に取り組んでいる。

大学との連携	1～9人	10～29人	30～99人	100人以上
回答者数	545	135	72	14
連携している	4%	6%	15%	29%
関心がある	19%	40%	42%	21%
関心がない	66%	53%	43%	43%
無回答	11%	1%	0%	7%

「1～9人」は大学との連携に関心がないと回答した者が66%を占めており、関心度は低いと考えられる。  
「100人以上」では29%が大学との連携を実践しているほか、従業員数が増えるにつれて連携実績のある企業は多い。  
また、実践していないが関心のある者が、「10～29人」が40%、「30～99人」が42%を占めており、ニーズがあるものと考えられる。

事業者との連携	1～9人	10～29人	30～99人	100人以上
回答者数	545	135	72	14
連携している	28%	44%	53%	21%
関心がある	12%	24%	26%	21%
関心がない	49%	31%	19%	43%
無回答	11%	1%	1%	14%

「1～9人」「100人以上」は事業者との連携に関心のない者の方が実践している者より多く、関心度が低いと考えられる。  
「10～29人」「30～99人」は事業者との連携を実践している者の方が関心のない者より多く、関心度が高いと考えられ、特に「30～99人」はその傾向が顕著である。

## ■ 前回調査との比較

### A. 貴社(貴店)の概要等について

#### 問3: 昨年度の「売上高(生産高)」や「利益」について2~3年前と比べてどうか

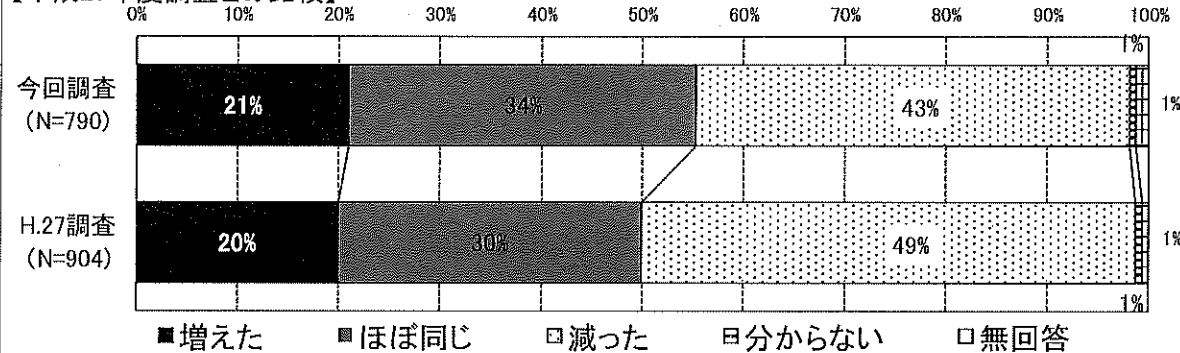
売上高、利益とも、今回調査の方が「増えた」「ほぼ同じ」が1~4ポイント増加しており、僅かではあるが景況が好転しているものと考えられる。

#### 問3-1: 売上高(生産高) (1つだけ〇)

	今回調査(N=790)	H.27調査(N=904)
1 増えた	21%	20%
2 ほぼ同じ	34%	30%
3 減った	43%	49%
4 分からない	1%	1%
無回答	1%	1%

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

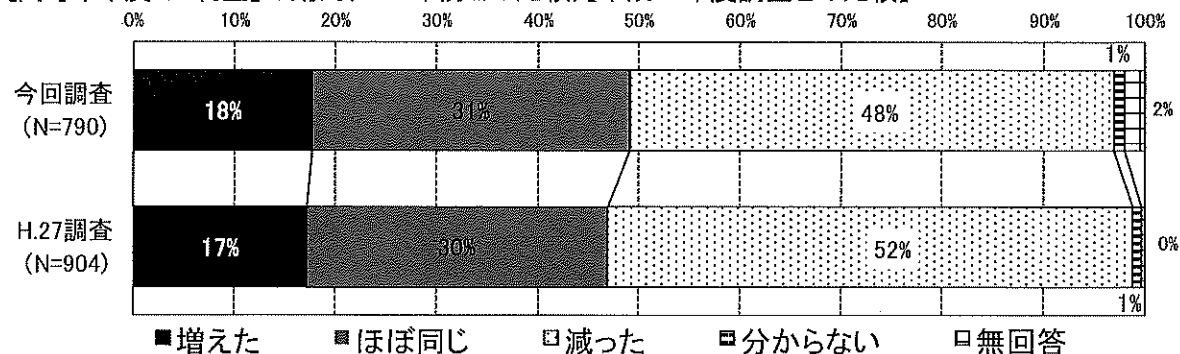
##### 【平成27年度調査との比較】



#### 問3-2: 利益 (1つだけ〇)

	今回調査(N=790)	H.27調査(N=904)
1 増えた	18%	17%
2 ほぼ同じ	31%	30%
3 減った	48%	52%
4 分からない	1%	1%
無回答	2%	0%

#### [問3] 昨年度の「利益」の動向(2~3年前との比較)【平成27年度調査との比較】



## B. 貴社(貴店)の経営上の問題点、問題解決に向けた取組について

### 問7:現在の場所での事業継続について(1つだけ○)

「当面は現在の場所が続ける」と回答した者が、平成20年度調査(67%)よりも今回調査(60%)の方が7ポイント減少している。  
一方、今回調査の方が、「市内で増設・拡張」(7%)または「将来的に廃業」(13%)と回答した者、市内外へ移転を検討する者(計5%)が微増している。

→「当面は現在の場所が続ける」(60%)をはじめ、市内で(今回調査(N=790) H.20調査(N=1,507)

	今回調査(N=790)	H.20調査(N=1,507)
1 当面は現在の場所が続ける	60%	67%
2 市内で増設・拡張	7%	4%
3 市内他地域にも進出	3%	5%
5 現在地+市外進出	2% ※1	
4 市内で移転	4%	3%
6 市外に移転	1% ※2	
7 将来的に廃業	13%	11%
8 その他	1%	2%
9 分からない	4%	4%
無回答	5%	4%

※1 H.20年度調査では「現在の場所が続け、同時に他の場所にも進出したい」との選択肢であった。

※2 H.20年度調査では「他の場所に移りたい」との選択肢であった。

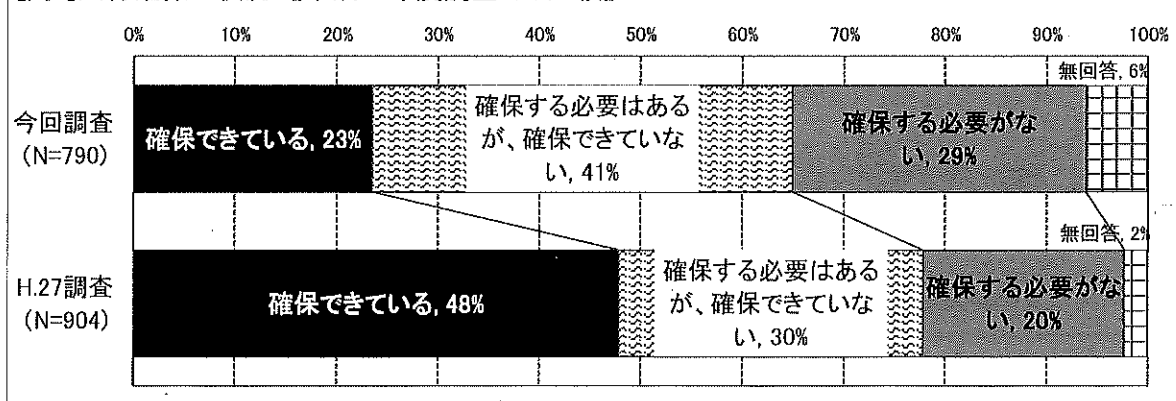
## C. 貴社(貴店)の人材の確保・育成について

### 問9:貴社(貴店)における人材確保の状況について(1つだけ○)

「確保できている」と回答した者が、前回調査(48%)よりも今回調査(23%)のポイントが大幅に減少しているのをはじめ、人材確保ができていない状況がより深刻化しているものと考えられる。  
一方、「確保する必要がない」と回答する者も前回調査(20%)よりも今回調査(29%)の方が増加している。

	今回調査(N=790)	H.27調査(N=904)
1 確保できている	23%	48%
2 確保する必要があるが、確保できていない	41%	30%
3 確保する必要がない	29%	20%
無回答	6%	2%

【問9】人材確保の状況【平成27年度調査との比較】



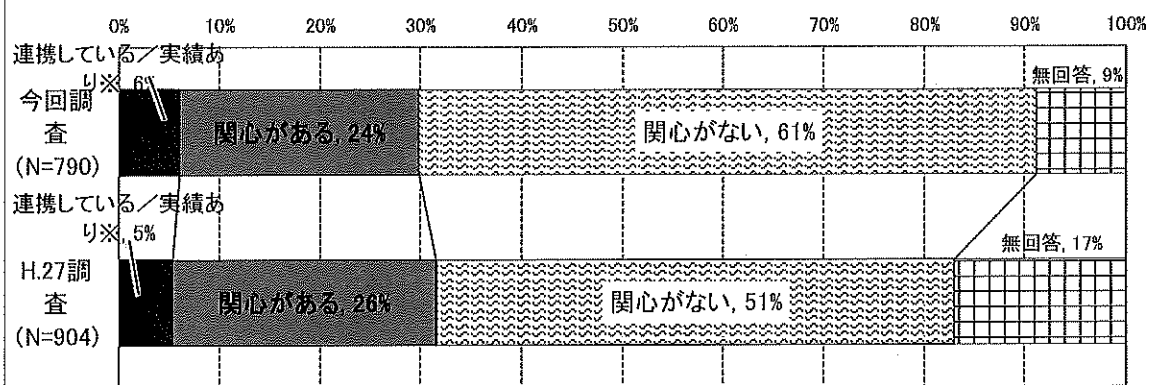
## E. 外部との連携について

### 問15: 大学や研究機関との連携の状況等について

「連携している／実績あり」または「関心がある」との意向を持つ事業所の割合は大きく変化が見られないが、「関心がない」と回答した者が、前回調査(51%)よりも今回調査(61%)のポイントが増加している。

	今回調査(N=790)	H.27調査(N=904)
1 連携している／実績あり※	6%	5%
2 関心がある	24%	26%
3 関心がない	61%	51%
無回答	9%	17%

【問15】大学や研究機関との連携の状況等【平成27年度調査との比較】



※前回調査では「現在は連携していないが、過去は連携していた」という選択肢があった。

## ■業種比較

※情報通信業は回答サンプルが6件と少ないため、分析の対象外としている。

### ●敷地・建物の所有形態

敷地、建物ともに下記の傾向が見られた。

- ・「建設業」「小売業」「学習、教育支援」は個人所有が多い。
- ・「製造業」「運輸業」は自社所有が多い。
- ・「卸売業」「医療、福祉」「飲食サービス」は賃貸が多い。

敷地	建設業	製造業	運輸業	卸売業	小売業	医療、福祉	教育、学習支援	飲食サービス	その他サービス
回答者数	121	99	39	60	124	24	38	77	130
事業主等が個人所有	51%	33%	18%	27%	48%	29%	53%	29%	44%
自社所有	18%	30%	23%	20%	9%	0%	3%	0%	7%
グループ会社所有	2%	8%	3%	0%	1%	0%	0%	3%	2%
賃貸(グループ会社以外)	29%	36%	56%	53%	40%	63%	42%	65%	43%
その他	1%	0%	5%	7%	3%	13%	3%	4%	3%

建物	建設業	製造業	運輸業	卸売業	小売業	医療、福祉	教育、学習支援	飲食サービス	その他サービス
回答者数	121	99	39	60	124	24	38	77	130
事業主等が個人所有	45%	26%	18%	15%	46%	13%	50%	27%	41%
自社所有	29%	37%	33%	25%	13%	8%	3%	3%	9%
グループ会社所有	2%	6%	3%	0%	2%	0%	0%	1%	2%
賃貸(グループ会社以外)	23%	31%	44%	52%	35%	71%	42%	64%	41%
その他	1%	1%	5%	8%	4%	4%	3%	4%	2%

### ●売上高・利益の動向

売上高、利益ともに下記の傾向が見られた。

- ・「建設業」「製造業」「運輸業」は増加傾向の事業所の割合が他の業種よりも多い。
- ・「小売業」「医療、福祉」「飲食サービス」「その他サービス」は減少傾向の事業所の割合が他の業種よりも多い。

売上高	建設業	製造業	運輸業	卸売業	小売業	医療、福祉	教育、学習支援	飲食サービス	その他サービス
回答者数	121	99	39	60	124	24	38	77	130
増えた	33%	37%	38%	17%	15%	13%	18%	8%	12%
ほぼ同じ	38%	31%	33%	43%	30%	38%	37%	31%	32%
減った	28%	30%	28%	37%	55%	50%	39%	57%	56%
分からない	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	1%
無回答	0%	1%	0%	3%	0%	0%	5%	1%	0%

利益	建設業	製造業	運輸業	卸売業	小売業	医療、福祉	教育、学習支援	飲食サービス	その他サービス
回答者数	121	99	39	60	124	24	38	77	130
増えた	29%	34%	21%	18%	10%	13%	18%	5%	12%
ほぼ同じ	34%	25%	31%	35%	30%	29%	34%	30%	29%
減った	34%	38%	49%	40%	59%	54%	42%	61%	58%
分からない	1%	0%	0%	3%	1%	0%	0%	3%	2%
無回答	2%	2%	0%	3%	0%	4%	5%	1%	0%

### ●経営上の課題

回答が多かった課題について、特に割合の大きい業種は下記の通りとなった。

- ・人手不足 「建設業」「製造業」「運輸業」「医療、福祉」 ・顧客・取引先の減少 「小売業」「飲食サービス」「その他サービス」
- ・市場ニーズや消費形態の変化・多様化 「卸売業」「小売業」 ・事業所・設備の老朽化 「製造業」「飲食サービス」
- ・競合他社の台頭・増加 「小売業」「医療、福祉」 ・事業継承 「建設業」「製造業」

課題 ※全体で回答が多い順	建設業	製造業	運輸業	卸売業	小売業	医療、福祉	教育、学習支援	飲食サービス	その他サービス
回答者数	121	99	39	60	124	24	38	77	130
人材不足	66%	57%	72%	33%	18%	58%	16%	29%	20%
顧客・取引先の減少	12%	17%	18%	28%	47%	17%	26%	45%	38%
市場ニーズや消費形態の変化・多様化	11%	17%	10%	32%	31%	17%	24%	27%	17%
事業コストの増加	26%	23%	31%	22%	12%	21%	13%	27%	11%
事業所・設備の老朽化	7%	25%	15%	10%	16%	17%	5%	26%	13%
競合他社の台頭・増加	11%	11%	3%	8%	25%	21%	13%	14%	18%

事業承継	14%	10%	5%	7%	7%	4%	3%	3%	5%
事業用地の確保が困難	4%	8%	15%	3%	2%	4%	3%	1%	1%
IT化の遅れによる生産性の低下	2%	4%	0%	2%	5%	0%	0%	5%	2%
周辺の開発による操業環境の変化	1%	2%	5%	2%	4%	0%	0%	6%	2%
その他	4%	10%	5%	2%	2%	8%	8%	5%	9%
特になし	13%	3%	5%	17%	12%	0%	29%	10%	23%

### ●新事業展開の状況

- ・「製造業」「医療、福祉」は新事業の展開を実践した事業所の割合が他の業種よりも多い。
- ・「建設業」「運輸業」「飲食サービス」「その他サービス」は新事業の展開を実践していない事業所が60%以上を占めている。

新事業展開の状況	建設業	製造業	運輸業	卸売業	小売業	医療、福祉	教育、学習支援	飲食サービス	その他サービス
回答者数	121	99	39	60	124	24	38	77	130
新事業の展開を実践した	26%	46%	33%	28%	34%	46%	26%	19%	22%
実践していない	66%	49%	62%	57%	59%	38%	55%	66%	62%
無回答	8%	4%	5%	15%	7%	17%	18%	14%	16%

### ●継続意向

- ・「製造業」「運輸業」は、市内において拡張・増設や他地域進出、市内移転など、事業拠点の確保を検討する者が見られる。
- ・「建設業」「小売業」「教育、学習支援」「飲食サービス」「その他サービス」は、将来的に廃業を検討する者が10%以上を占めており多い。

継続意向	建設業	製造業	運輸業	卸売業	小売業	医療、福祉	教育、学習支援	飲食サービス	その他サービス
回答者数	121	99	39	60	124	24	38	77	130
当面は現在の場所で続ける	69%	52%	56%	68%	55%	67%	66%	57%	60%
市内で増設・拡張	6%	21%	15%	8%	4%	8%	8%	4%	2%
市内他地域にも進出	2%	5%	10%	2%	3%	8%	3%	3%	0%
市内で移転	4%	7%	5%	2%	2%	4%	0%	4%	2%
現在地+市外進出	1%	2%	3%	7%	2%	4%	0%	4%	2%
市外に移転	1%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	1%	2%
将来的に廃業	11%	5%	0%	0%	23%	8%	16%	16%	23%
その他	0%	2%	0%	2%	2%	0%	0%	0%	2%
分からない	3%	3%	5%	5%	5%	0%	5%	3%	3%
無回答	2%	3%	3%	7%	4%	0%	3%	9%	5%

### ●人材確保の状況

- ・「卸売業」「医療、福祉」は人材確保できている事業所の割合が大きい。
- ・「建設業」「製造業」「運輸業」は、確保する必要があるものの人材確保できておらず、人手不足の状況にあるものと考えられる。

人材確保	建設業	製造業	運輸業	卸売業	小売業	医療、福祉	教育、学習支援	飲食サービス	その他サービス
回答者数	121	99	39	60	124	24	38	77	130
確保できている	15%	21%	23%	40%	23%	54%	29%	22%	19%
確保する必要があるが、確保できていない	64%	64%	74%	40%	29%	46%	18%	27%	26%
確保する必要がない	17%	12%	3%	18%	40%	0%	39%	44%	46%
無回答	4%	3%	0%	2%	8%	0%	13%	6%	9%

### ●人材育成・能力開発の取組状況

- ・「医療、福祉」「教育、学習支援業」は人材育成・能力開発が十分できている事業所の割合が大きい。
- ・「製造業」「運輸業」「卸売業」は、人材育成・能力開発が不十分である事業所の割合が50%以上を占めており多い。
- ・「小売業」「教育、学習支援」「飲食サービス」「その他サービス」は、人材育成・能力開発の必要性がない事業所の割合が大きい。

人材育成・能力開発	建設業	製造業	運輸業	卸売業	小売業	医療、福祉	教育、学習支援	飲食サービス	その他サービス
回答者数	121	99	39	60	124	24	38	77	130
十分にできている	28%	17%	26%	18%	27%	42%	34%	26%	29%
できていない(不十分)	43%	60%	59%	58%	30%	42%	21%	30%	23%
必要な事業者はいない	20%	17%	13%	22%	29%	17%	29%	27%	33%

無回答	9%	6%	3%	2%	15%	0%	16%	17%	14%
-----	----	----	----	----	-----	----	-----	-----	-----

### ●働き方改革の取組状況

・「製造業」「運輸業」「卸売業」「医療、福祉」は、働き方改革に取り組んでいる事業所が60%以上を占めており多い。  
 ・「建設業」「小売業」「飲食サービス」「その他サービス」は、働き方改革に取り組んでいない事業所が50%以上を占めており多い。

働き方改革	建設業	製造業	運輸業	卸売業	小売業	医療、福祉	教育、学習支援	飲食サービス	その他サービス
回答者数	121	99	39	60	124	24	38	77	130
取り組んでいる	43%	71%	77%	63%	30%	79%	29%	31%	38%
取り組んでいない	53%	26%	23%	33%	59%	21%	47%	58%	50%
無回答	4%	3%	0%	3%	11%	0%	24%	10%	12%

### ●大学との連携

・「製造業」「医療、福祉」は大学との連携実績のある事業所が10%以上に及ぶほか、関心がある企業も30%以上を占めており、関心度が高く、特に「医療、福祉」はその傾向が顕著である。  
 ・「建設業」「運輸業」「卸売業」「小売業」「飲食サービス」「その他サービス」では大学との連携に関心がない事業所が60%に及んでおり、関心度が低いと考えられる。

大学との連携	建設業	製造業	運輸業	卸売業	小売業	医療、福祉	教育、学習支援	飲食サービス	その他サービス
回答者数	121	99	39	60	124	24	38	77	130
連携している	2%	11%	3%	7%	6%	13%	0%	9%	4%
関心がある	21%	36%	15%	25%	23%	58%	26%	19%	20%
関心がない	72%	48%	77%	63%	62%	29%	58%	60%	62%
無回答	4%	4%	5%	5%	10%	0%	16%	12%	14%

### ●事業者間の連携

・「建設業」「製造業」「運輸業」「医療、福祉」は事業者との連携を実践している者が40%前後以上を占めており多い。  
 ・「卸売業」「医療、福祉」は、関心が回答した者が20%以上を占めており、関心度が高いと考えられる。  
 ・「教育、学習支援」「飲食サービス」「その他サービス」は、事業者との連携に関心がある者が少ない一方で、関心のない者が50%以上を占めており、関心度が低いと考えられる。

事業者間の連携	建設業	製造業	運輸業	卸売業	小売業	医療、福祉	教育、学習支援	飲食サービス	その他サービス
回答者数	121	99	39	60	124	24	38	77	130
連携している	44%	39%	59%	23%	28%	54%	16%	12%	28%
関心がある	19%	18%	18%	20%	14%	29%	16%	16%	9%
関心がない	32%	38%	18%	52%	46%	17%	55%	61%	50%
無回答	5%	4%	5%	5%	12%	0%	13%	12%	14%

## ■ 商店街アンケート調査結果

### 1. 調査概要

「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、商店街の現況と課題を把握するため、商店街組合を対象にアンケートを実施した。

調査対象者 **茨木市内の商店街組合 14ヶ所**

実施期間 令和元年 8 月

#### 【設問項目】

<b>A. 商店街の概要等</b>	問 1. 商店街の概要（名称、連絡先、組合等への加盟状況） 問 2. 今年度の商店街の年間予算（収入・支出）
<b>B. 商店街を取り巻く状況</b>	問 3. 商店街の活性化に向けた課題 問 4. 3年前と比べた商店街の来街者数の変化 問 5. 来街者数の増減理由 問 6. 商店街の現在の主な来街者、今後増やしたい来街者 問 7. 3年前と比べた商店街の加盟率の変化 問 8. 商店街加盟率の増減理由 問 9. 3年前と比べた商店街の空き店舗数の変化 問 10. 空き店舗の状態が継続する理由 問 11. 商店街組織が存在する意義や役割として、特に重視していること
<b>C. 外部との連携について</b>	問 12. 連携している外部団体（現在連携している、今後連携したい） 問 13. 過去3年間で、商店街の活性化に効果があった外部と連携の取組 問 14. 外部との連携を推進するにあたって、課題となること
<b>D. 地域住民のためのサービスについて</b>	問 15. 地域の課題やニーズに基づいた住民のためのサービス（現在取り組んでいるもの、今後取り組みたいもの） 問 16. 地域住民のためのサービスに取り組むにあたって、課題となること
<b>E. 外国人来街者への対応</b>	問 17. 商店街への外国人来街者の状況 問 18. 外国人来街者向けの取組（現在取り組んでいるもの、今後取り組みたいもの） 問 19. 外国人来街者に向けた取組を進めるにあたって、課題となること
<b>F. 今後の商店街振興について</b>	問 20. 商店街が目指す今後の方向性とは 問 21. 「あい・きゃっち」の活用状況 問 22. 「あい・きゃっち」を活用していない理由（問 21 で「ほとんど活用していない」「活用したことがない」を選んだ者のみ） 問 23. 今後の商店街振興などに関するご意見等
<b>回答者プロフィール</b>	※任意※役職、お名前



## 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。

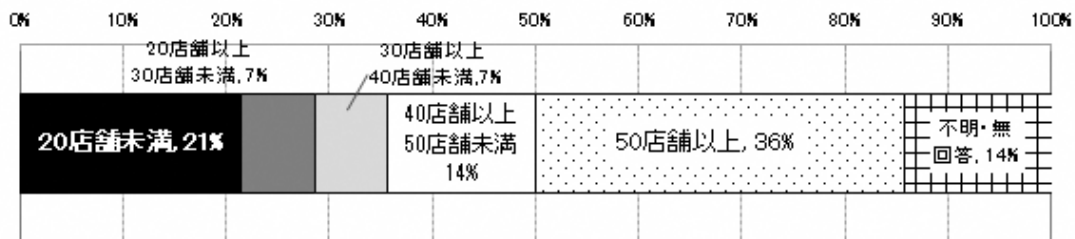
### A. 商店街の概要等

#### 問1-①. 店舗数、組合等への加盟状況

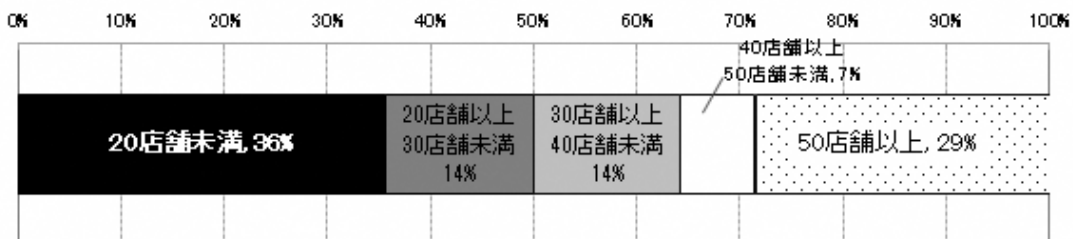
- \* エリア全体の店舗数は、「50店舗以上」が36%と最も多く、次いで「20店舗未満」(21%)と続く。
- \* エリア全体の店舗数は、「20店舗未満」が36%と最も多く、次いで「50店舗以上」(29%)と続く。

店舗数	【エリア全体の店舗数】		【加盟店舗数】	
	回答数	構成比	回答数	構成比
20店舗未満	3	21%	5	36%
20店舗以上 30店舗未満	1	7%	2	14%
30店舗以上 40店舗未満	1	7%	2	14%
40店舗以上 50店舗未満	2	14%	1	7%
50店舗以上	5	36%	4	29%
不明・無回答	2	14%	0	0%

問1-①]エリア全体の店舗数、加盟店数 (N=14)



問1-①]加盟店舗数 (N=14)

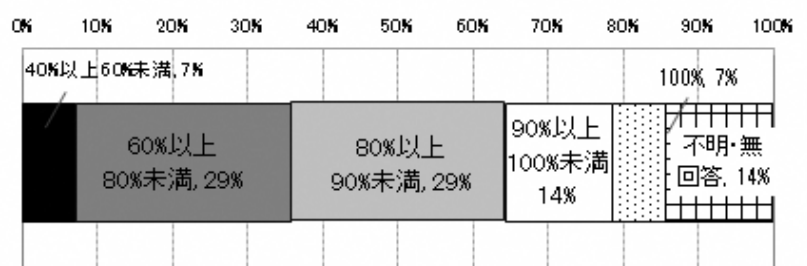


#### 問1-②. 加盟率

- \* 「60%以上 80%未満」及び「80%以上 90%未満」がともに29%と最も多い。
- \* 加盟率が100%の商店街がある一方で、60%未満に止まる商店街も見られた。

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

問1-②]加盟率 (N=14)

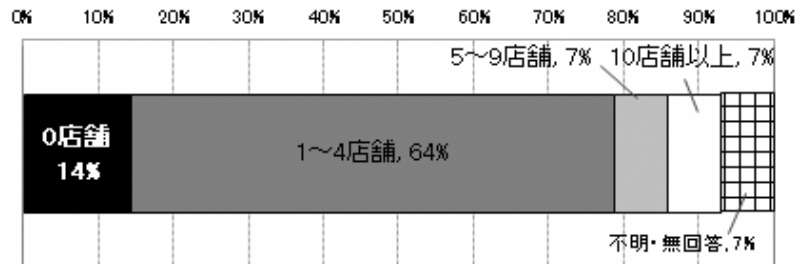


### 問1-③. 空き店舗数

- \* 「1～4店舗」が64%と最も多く、「0店舗」（14%）を含め、空き店舗数の少ない商店街が多い。
- \* 一方、「10店舗以上」と回答した者も見られた。

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

問1-③]空き店舗数 (N=14)

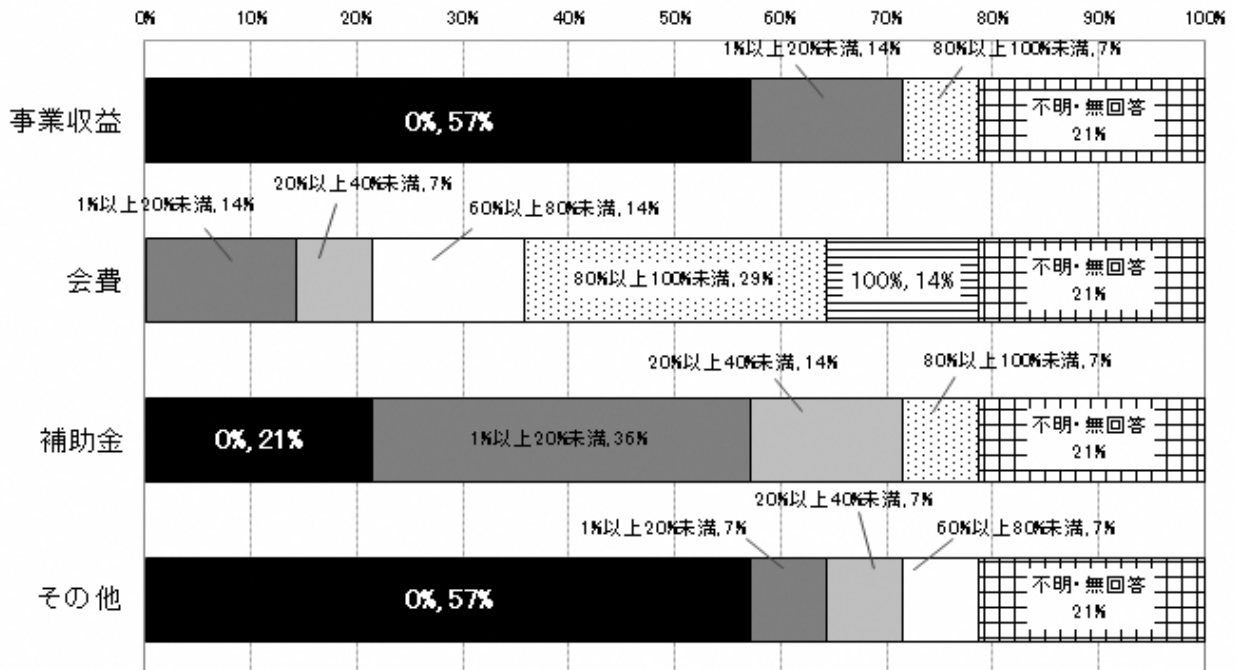


### 問2-①. 今年度の商店街予算に占める比率：収入

- \* 明確な回答があった11の商店街の中では、「会費」が収入の60%以上を占める商店街が最も多い。
- \* その他に、「事業収益」や「補助金」、「その他」が収入の過半数を占める商店街がそれぞれ1ヶ所ずつ見られた。

収入	【事業収益】		【会費】		【補助金】		【その他】	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
0%	8	57%	0	0%	3	21%	8	57%
1%以上 20%未満	2	14%	2	14%	5	36%	1	7%
20%以上 40%未満	0	0%	1	7%	2	14%	1	7%
40%以上 60%未満	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
60%以上 80%未満	0	0%	2	14%	0	0%	1	7%
80%以上 100%未満	1	7%	4	29%	1	7%	0	0%
100%	0	0%	2	14%	0	0%	0	0%
不明・無回答	3	21%	3	21%	3	21%	3	21%

問2-①]商店街予算：収入 (N=14)

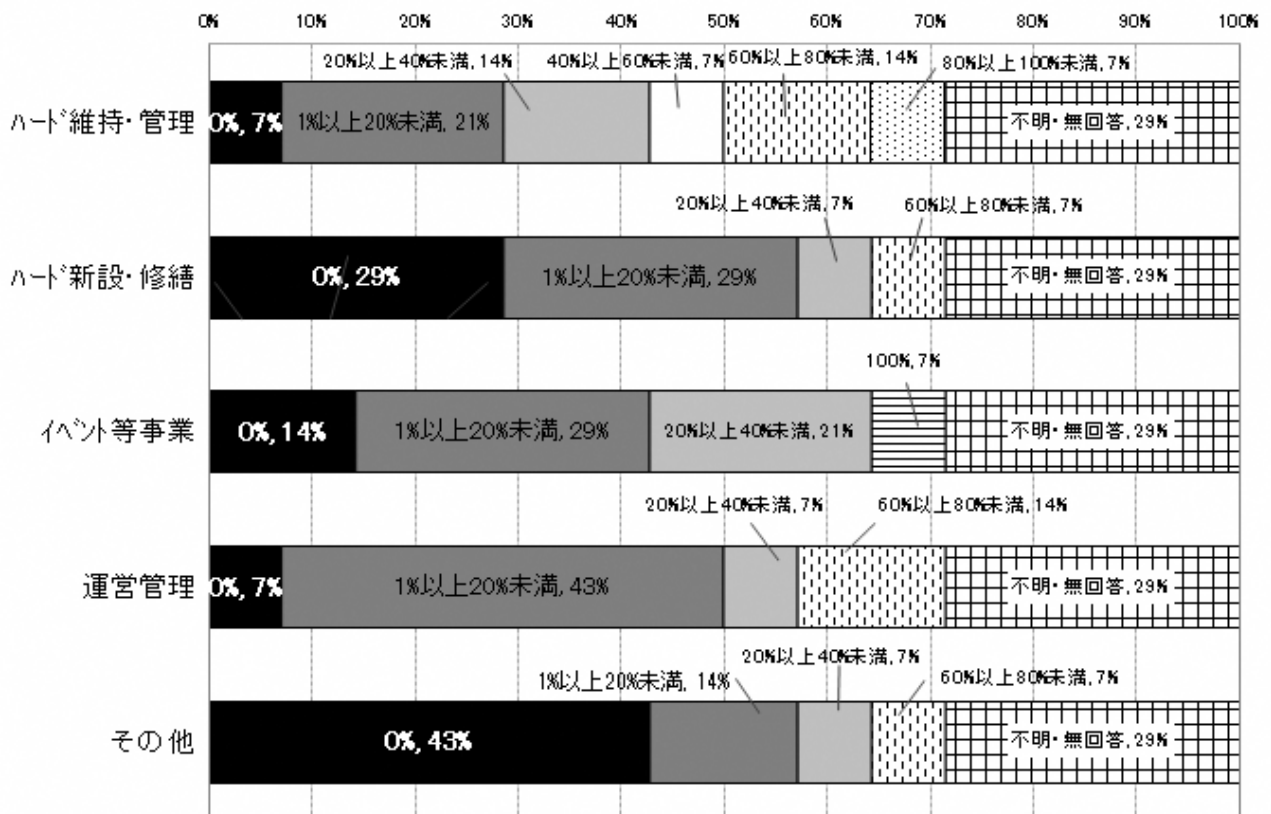


## 問2-②. 今年度の商店街予算に占める比率：支出

- \* 明確な回答があった10の商店街の中では、「ハード維持・管理」が支出の割合の大きい商店街が多い
- \* その他に、「運営管理」が支出の過半数を占める商店街が2ヶ所、「ハード新設・修繕」や「その他」が支出の過半数を占める商店街がそれぞれ1ヶ所ずつ見られた。

支出	【ハード維持・管理】		【ハード新設・修繕】		【イベント等事業】		【運営管理】		【その他】	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
0%	1	7%	4	29%	2	14%	1	7%	6	43%
1%以上 20%未満	3	21%	4	29%	4	29%	6	43%	2	14%
20%以上 40%未満	2	14%	1	7%	3	21%	1	7%	1	7%
40%以上 60%未満	1	7%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
60%以上 80%未満	2	14%	1	7%	0	0%	2	14%	1	7%
80%以上 100%未満	1	7%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
不明・無回答	4	29%	4	29%	4	29%	4	29%	4	29%

【問2-②】商店街予算：支出(N=14)



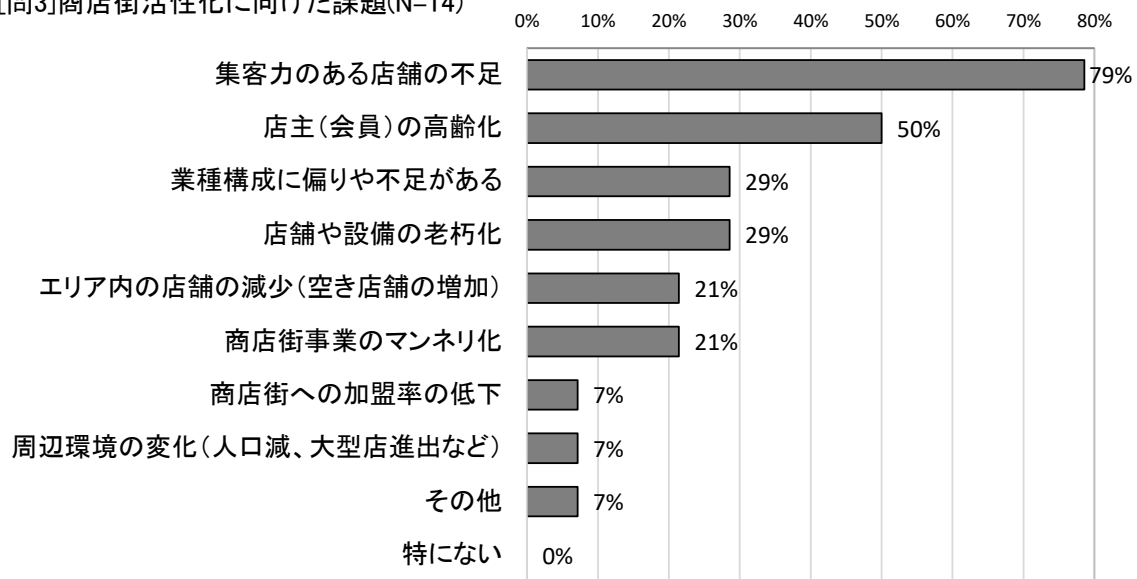
## B. 商店街を取り巻く状況

### 問3. 商店街の活性化に向けた課題

\* 「集客力のある店舗の不足」(79%)、「店主(会員)の高齢化」(50%)の2点が50%以上を占めており、課題に思う商店街が多いと考えられる。

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

[問3]商店街活性化に向けた課題(N=14)

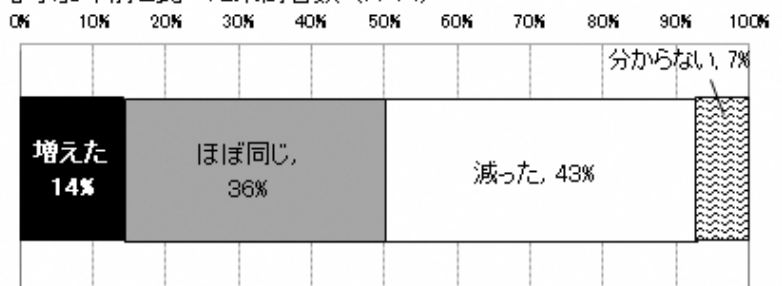


### 問4. 3年前と比べた商店街の来街者数の変化

\* 「減った」が43%と多い。一方、「増えた」(14%)と回答した商店街も見られた。

【3年前と比べた商店街の来街者数の変化】	回答数	構成比
増えた	2	14%
ほぼ同じ	5	36%
減った	6	43%
分からない	1	7%

[問4]3年前と比べた来街者数(N=14)



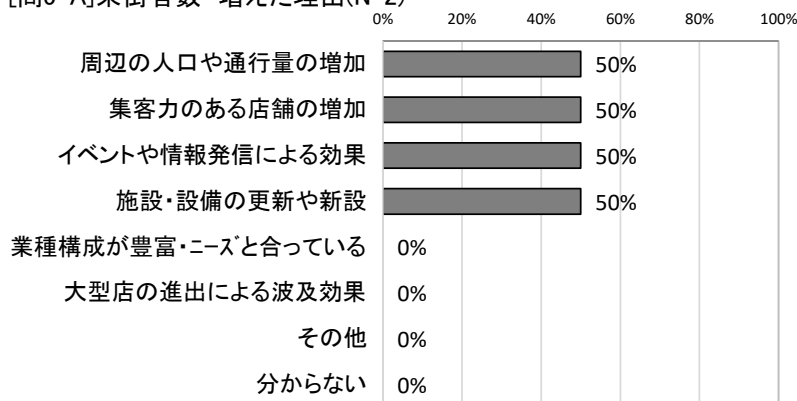
## 問5. 来街者数の増減理由

- \* 来街者数が増えた理由としては、「周辺の人口や通行量の増加」や「集客力のある店舗の増加」、「イベントや情報発信による効果」、「施設・設備の更新や新設」があげられている。
- \* 来街者数が減った理由としては、「集客力のある店舗の減少」を該当する商店街全てが回答したほか、「周辺の人口や通行量の減少」、「業種構成に偏りや不足がある」、「大型店の進出による影響」、「施設・設備の更新や新設」があげられている。

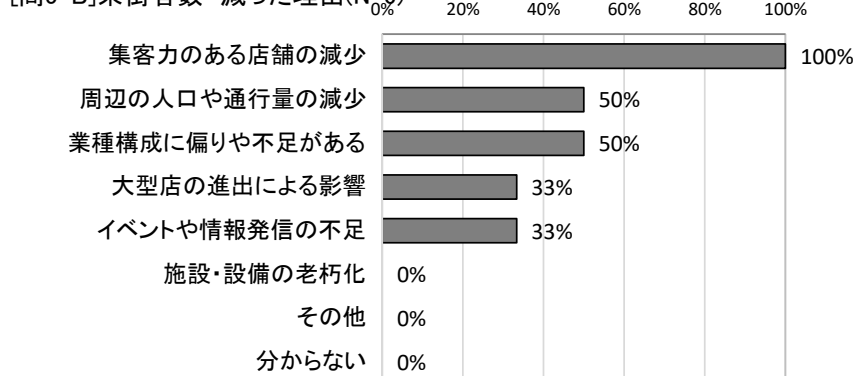
【来街者数 増えた理由】	回答数	構成比
周辺の人口や通行量の増加	1	50%
集客力のある店舗の増加	1	50%
イベントや情報発信による効果	1	50%
施設・設備の更新や新設	1	50%
業種構成が豊富・ニーズと合っている	0	0%
大型店の進出による波及効果	0	0%
その他	0	0%
分からない	0	0%

【来街者数 減った理由】	回答数	構成比
集客力のある店舗の減少	6	100%
周辺の人口や通行量の減少	3	50%
業種構成に偏りや不足がある	3	50%
大型店の進出による影響	2	33%
イベントや情報発信の不足	2	33%
施設・設備の老朽化	0	0%
その他	0	0%
分からない	0	0%

[問5-A] 来街者数 増えた理由(N=2)



[問5-B] 来街者数 減った理由(N=6)

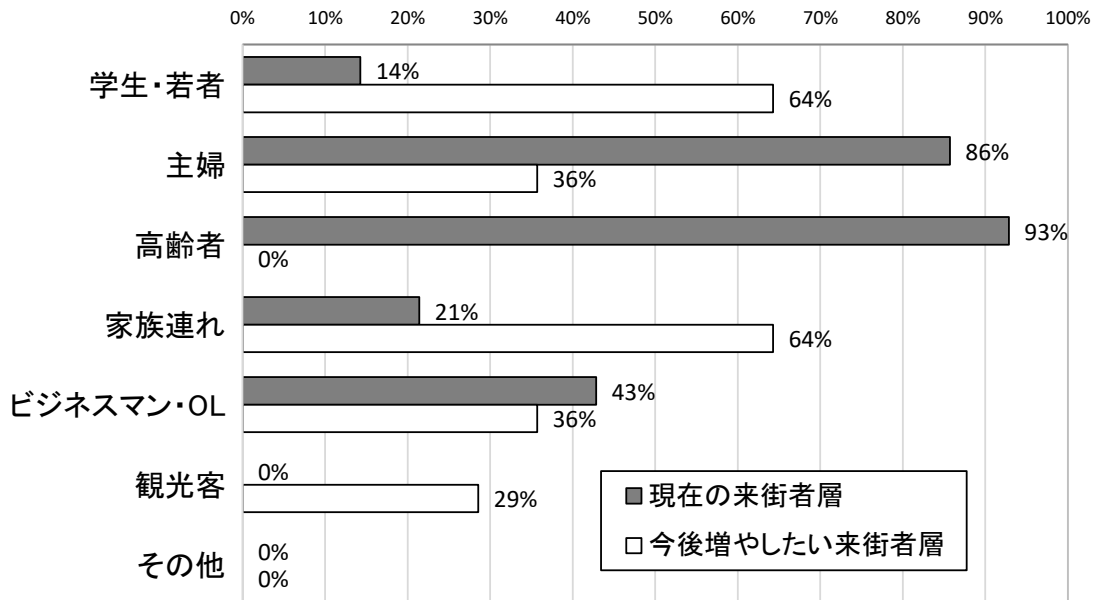


## 問6. 商店街の現在の主な来街者、今後増やしたい来街者

- \* 現在の来街者層としては、「高齢者」(93%)と「主婦」(86%)の2点が80%を占めており多い。
- \* 今後増やしたい来街者層としては、現在の来街者層としてはあまり回答が見られなかった「学生」と「家族連れ」が64%と最も多くなっている。その他に、「ビジネスマン・OL」や「主婦」(36%)、「観光客」(29%)の回答が見られた。

来街者層	【現在の来街者層】		【今後増やしたい来街者層】	
	回答数	構成比	回答数	構成比
学生・若者	2	14%	9	64%
主婦	12	86%	5	36%
高齢者	13	93%	0	0%
家族連れ	3	21%	9	64%
ビジネスマン・OL	6	43%	5	36%
観光客	0	0%	4	29%
その他	0	0%	0	0%

[問6]来街者層(N=14)

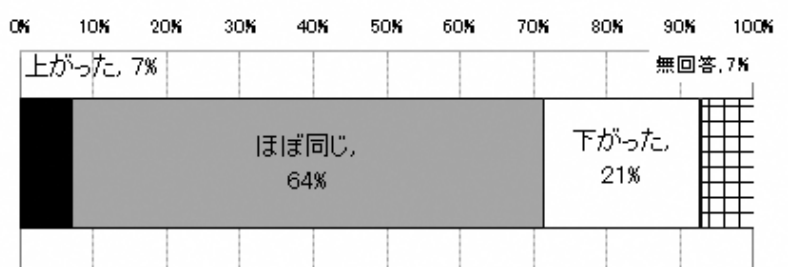


## 問7. 3年前と比べた商店街の加盟率の変化

- \* 「ほぼ同じ」が64%と過半数を占める。一方、「上がった」(7%)や「下がった」(21%)と回答した商店街も見られた。

【3年前と比べた加盟率の変化】	回答数	構成比
上がった	1	7%
ほぼ同じ	9	64%
下がった	3	21%
分からない	0	0%
無回答	1	7%

[問7]3年前と比べた加盟率の変化 (N=14)

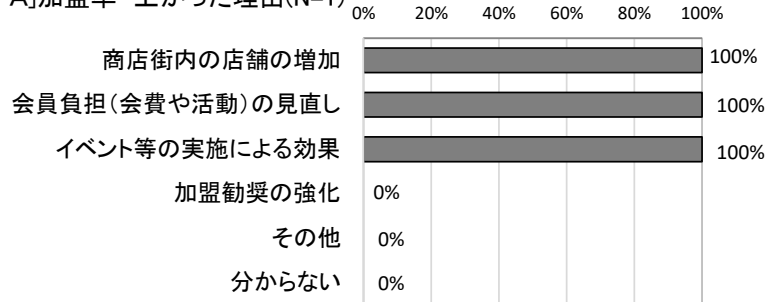


## 問 8. 商店街加盟率の増減理由

- \* 商店街加盟率が上がった理由としては、「商店街内の店舗の増加」や「会員負担（会費や活動）の見直し」、「イベント等の実施による効果」があげられている。
- \* 商店街加盟率が下がった理由としては、「会費負担に耐えられない店舗の増加」を該当する商店街全てが回答したほか、「会の活動への参加が困難な店舗の増加」、「会の趣旨や活動に賛同を得られない」、「商店街内の店舗の減少」があげられている。

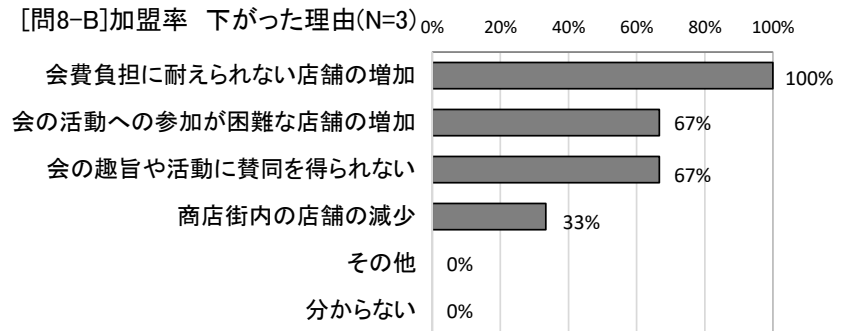
【加盟率 上がった理由】	回答数	構成比
商店街内の店舗の増加	1	100%
会員負担(会費や活動)の見直し	1	100%
イベント等の実施による効果	1	100%
加盟勸奨の強化	0	0%
その他	0	0%
分からない	0	0%

【問8-A】加盟率 上がった理由(N=1)



【加盟率 下がった理由】	回答数	構成比
会費負担に耐えられない店舗の増加	6	100%
会の活動への参加が困難な店舗の増加	3	50%
会の趣旨や活動に賛同を得られない	3	50%
商店街内の店舗の減少	2	33%
その他	0	0%
分からない	0	0%

【問8-B】加盟率 下がった理由(N=3)

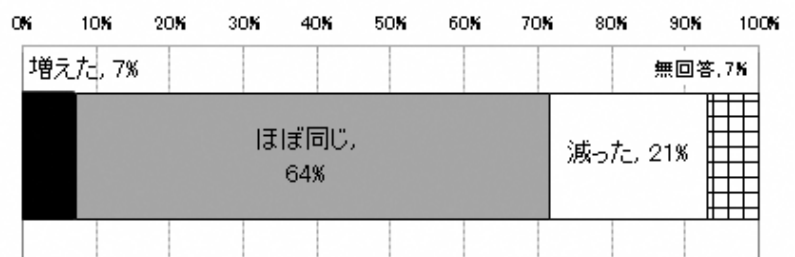


## 問 9. 3年前と比べた空き店舗数の変化

- \* 「ほぼ同じ」が64%と過半数を占める。一方、「増えた」(7%)や「減った」(21%)と回答した商店街も見られた。

【3年前と比べた 空き店舗数の変化】	回答数	構成比
上がった	1	7%
ほぼ同じ	9	64%
下がった	3	21%
分からない	0	0%
無回答	1	7%

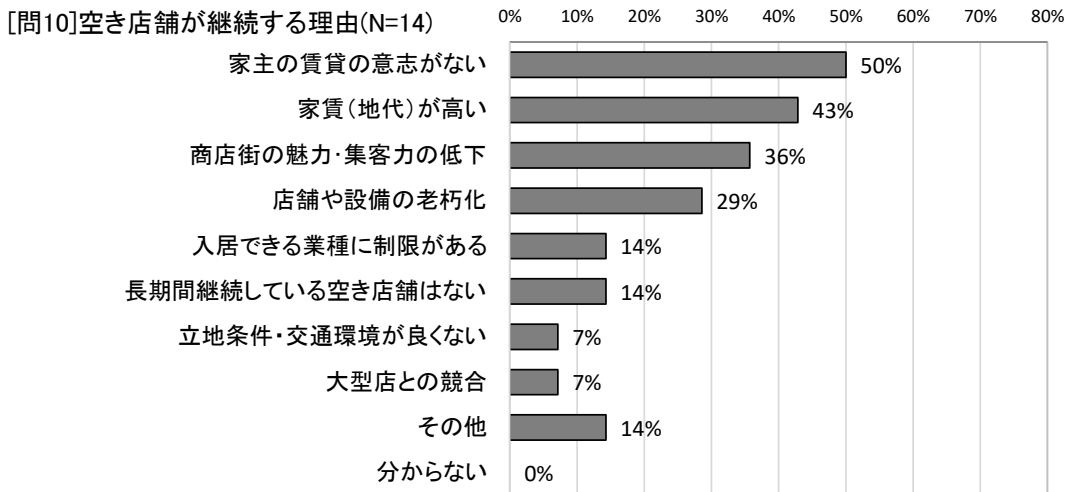
【問9】3年前と比べた空き店舗数の変化 (N=14)



## 問 10. 空き店舗の状態が継続する理由

- \* 「家主の賃貸の意志がない」(50%)、「家賃(地代)が高い」(43%)といった店舗の賃貸条件等に関する2点が上位2位を占める。次いで、「商店街の魅力・集客力の低下」(36%)、「店舗や設備の老朽化」(29%)と続く。

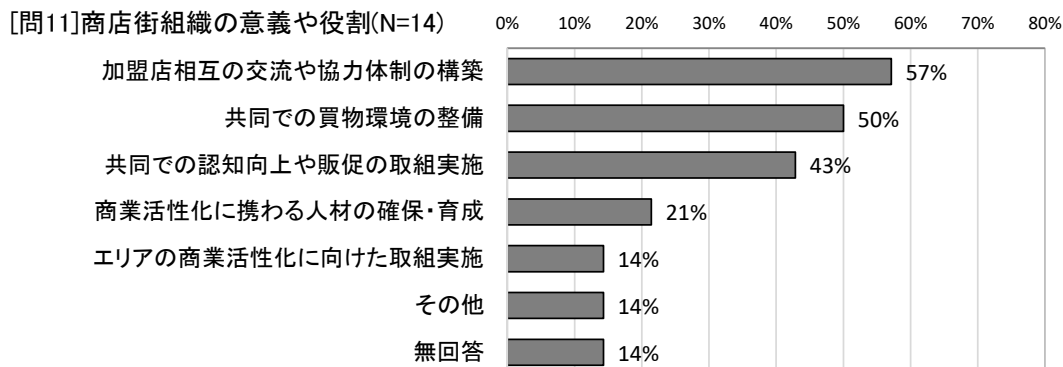
【空き店舗が継続する理由】	回答数	構成比
家主の賃貸の意志がない	7	50%
家賃(地代)が高い	6	43%
商店街の魅力・集客力の低下	5	36%
店舗や設備の老朽化	4	29%
入居できる業種に制限がある	2	14%
長期間継続している空き店舗はない	2	14%
立地条件・交通環境が良くない	1	7%
大型店との競合	1	7%
その他	2	14%
分からない	0	0%



## 問 11. 商店街組織が存在する意義や役割として、特に重視していること

\* 「加盟店相互の交流や協力体制の構築」が 57%と最も多く、次いで「共同での買物環境の整備」(50%)、「共同での認知向上や販促の取組実施」(43%)と続く。

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





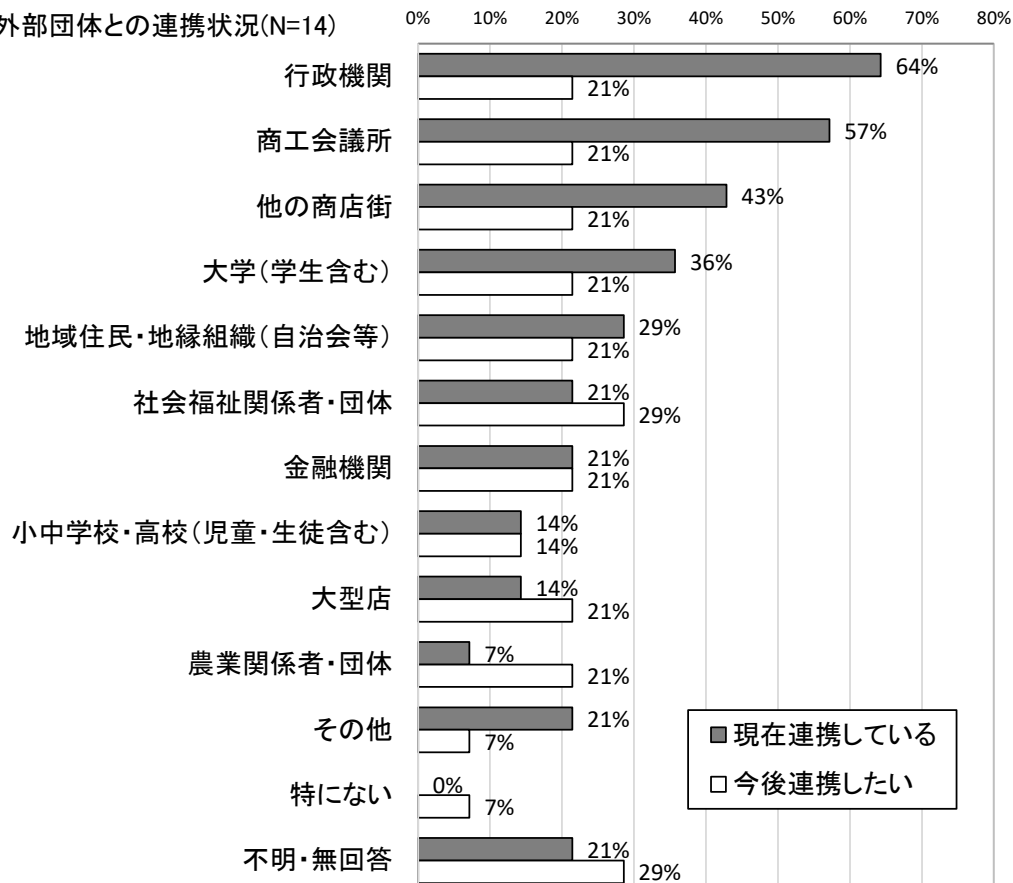
## C. 外部との連携について

### 問 12. 連携している外部団体

- \* 現在の来街者層としては、「行政機関」(64%)や「商工会議所」(57%)といった公的機関の2点が上位2位を占める。次いで、「他の商店街」(43%)、「大学(学生含む)」(36%)と続く。
- \* 今後増やしたい来街者層としては、「社会福祉関係者・団体」が29%と最も多い。次いで、「行政機関」や「商工会議所」、「他の商店街」、「大学(学生含む)」、「地域住民・地縁組織(自治会等)」、「金融機関」、「大型店」、「農業関係者・団体」(ともに21%)が多く、連携ニーズの多岐にわたることがこのことから伺われる。

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

[問12]外部団体との連携状況(N=14)



### 問 13. 過去3年間で、商店街の活性化に効果があった外部と連携の取組

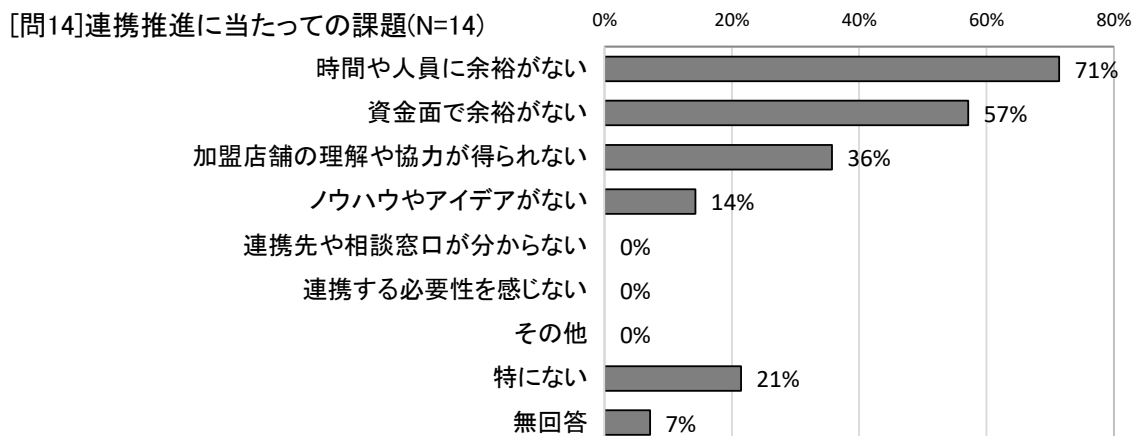
- \* 取組内容としては、マップ作成など商店街の情報発信ツールの作成や、マルシェ・ジャズイベント・子ども参加型といった集客イベント、清掃活動・防災活動といった地域活動、先進地視察などが見られた。
- \* 連携先としては、商団連、商工会議所、他の商店街、大学、観光協会が見られた。

【取組内容】		【連携先】
マップ作成等	商店街マップ等販促事業	商団連
	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。	他の商店街
	商店街情報を発信するリーフレット発行	立命館大学 syumirun!、茨木市観光協会、茨木商工会議所
集客イベント	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った	商団連
	茨木ジャズ&クラシックフェスティバルの開催	茨木市、茨木商工会議所、近隣商店街等
	子どもを巻き込むイベント	茨木青年会議所
地域活動	月1回午前 8:00 より JR 駅前より市役所までの清掃活動	近隣商店街
	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	茨木市商団連、立命館大学、商工会議所
視察	先進地商店街視察と意見交換(30年度は千林商店街)	茨木商工会議所

### 問 14. 外部との連携を推進するにあたって、課題となること

- \* 「時間や人員に余裕がない」が71%と最も多く、次いで「資金面で余裕がない」(57%)、「加盟店舗の理解や協力が得られない」(36%)と続く。一方、「特にない」と回答する商店街も21%見られた。

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



## D. 地域住民のためのサービスについて

### 問 15. 地域の課題やニーズに基づいた住民のためのサービス

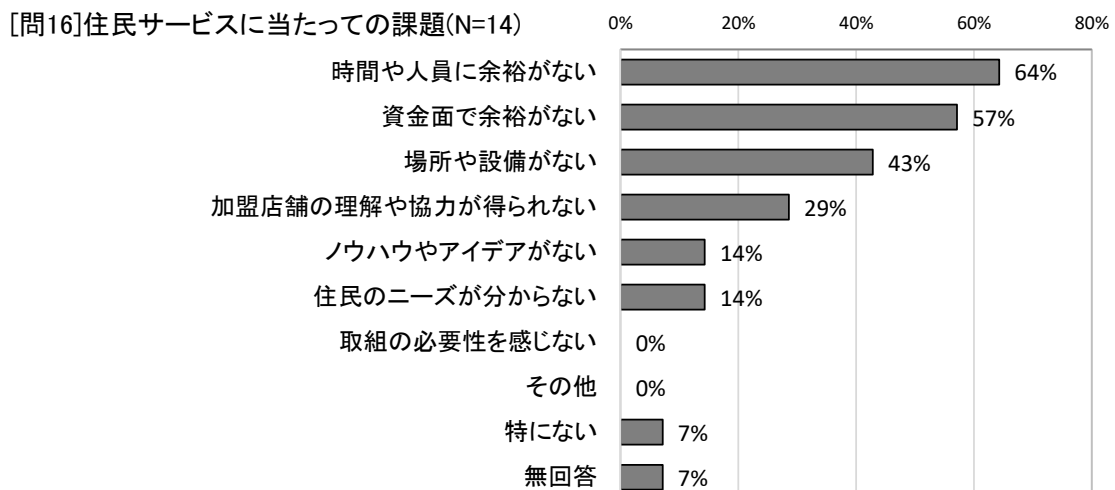
- \* 現在取り組んでいるものとしては、地域ブランド・フリーマーケット・イルミネーションといった販わい創出の取組と、高齢者見守り・キッズスペースといった日常生活支援の取組が見られた。
- \* 今後取り組みたいものとしては、交流イベント・イルミネーションといった販わい創出の取組と、宅配サービス・割引といった買い物サービス、高齢者見守りといった日常生活支援の取組が見られた。

現在取り組んでいるもの	販わい創出	地域ブランドの育成
		フリーマーケット(住民との輪)
		イルミネーション
	日常生活支援	高齢者の見守り
		キッズスペースの設置(2019.4より)
今後取り組みたいもの	販わい創出	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
	買い物サービス	お買物宅配サービス
		割引等の販促事業
日常生活支援	高齢者の見守り	

### 問 16. 地域住民のためのサービスに取り組むにあたって、課題となること

- \* 「時間や人員に余裕がない」が64%と最も多く、次いで「資金面で余裕がない」(57%)、「場所や設備がない」(43%)と続く。

【地域住民に当たっての課題】	回答数	構成比
時間や人員に余裕がない	9	64%
資金面で余裕がない	8	57%
場所や設備がない	6	43%
加盟店舗の理解や協力が得られない	4	29%
ノウハウやアイデアがない	2	14%
住民のニーズが分からない	2	14%
取組の必要性を感じない	0	0%
その他	0	0%
特にない	1	7%
無回答	1	7%



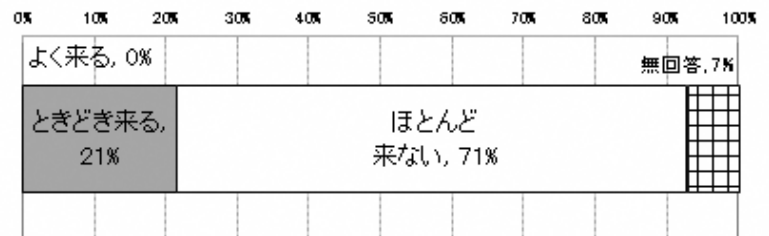
## E. 外国人来街者への対応

### 問 17. 商店街への外国人来街者の状況

\* 「ほとんど来ない」が71%で最も多い。その他、「ときどき来る」が21%で、「よく来る」と回答する商店街は見られなかった。

【外国人来街者の状況】	回答数	構成比
よく来る	0	0%
ときどき来る	3	21%
ほとんど来ない	10	71%
無回答	1	7%

[問17]外国人来街者の状況 (N=14)



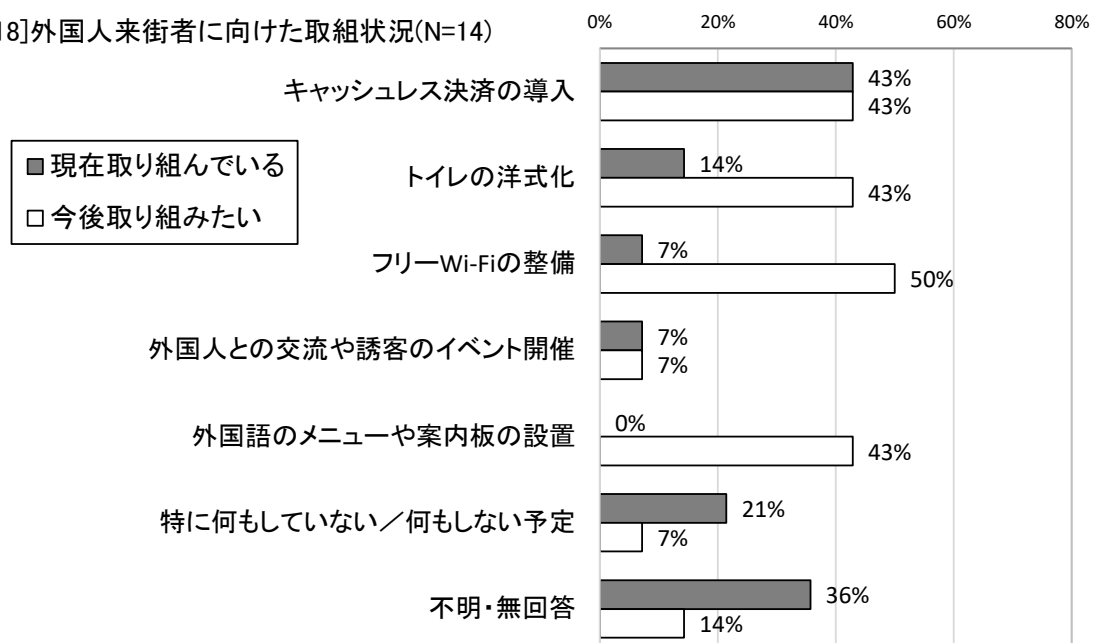
### 問 18. 外国人来街者向けの取組

\* 現在取り組んでいる内容としては、「キャッシュレス決済の導入」が43%と最も多い。その他の取組については回答が少なく、無回答や、「特に何もしていない」(21%)と回答する商店街が多く見られ、積極的に取り組んでいる商店街の少ないことがこのことから伺われる。

\* 今後取り組みたい内容としては、「フリーWi-Fiの整備」が50%と最も多く、次いで、「キャッシュレス決済の導入」や「トイレの洋式化」、「外国語のメニューや案内板の設置」(ともに43%)と続き、取組ニーズの多岐にわたることがこのことから伺われる。

外国人来街者に向けた取組状況	【現在取り組んでいる】		【今後取り組みたい】	
	回答数	構成比	回答数	構成比
キャッシュレス決済の導入	6	43%	6	43%
トイレの洋式化	2	14%	6	43%
フリーWi-Fiの整備	1	7%	7	50%
外国人との交流や誘客のイベント開催	1	7%	1	7%
外国語のメニューや案内板の設置	0	0%	6	43%
特に何もしていない／何もしない予定	3	21%	1	7%
不明・無回答	5	36%	2	14%

[問18]外国人来街者に向けた取組状況(N=14)

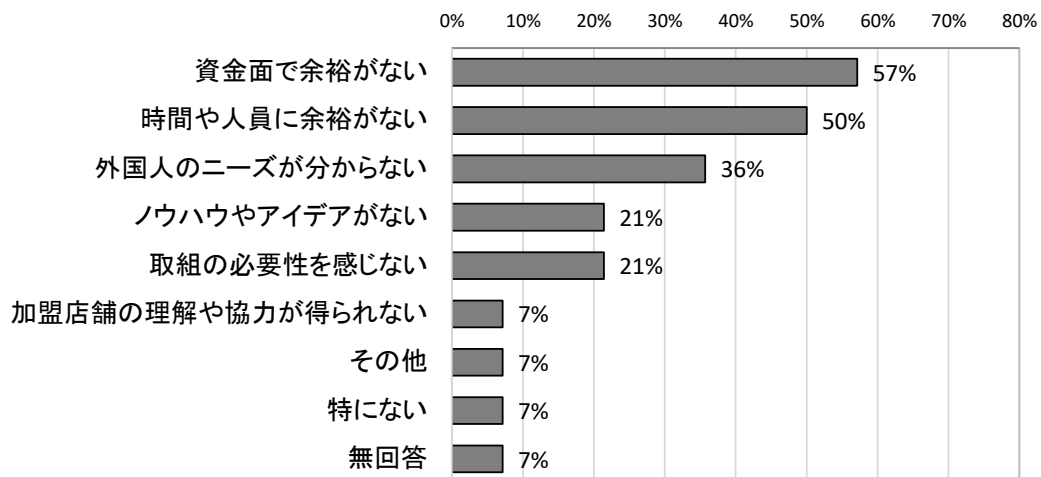


## 問 19. 外国人来街者に向けた取組を進めるにあたって、課題となること

\* 「資金面で余裕がない」が 57%と最も多く、次いで「時間や人員に余裕がない」(50%)、「外国人のニーズが分からない」(36%)と続く。

【外国人来街者への取組に当たっての課題】	回答数	構成比
資金面で余裕がない	8	57%
時間や人員に余裕がない	7	50%
外国人のニーズが分からない	5	36%
ノウハウやアイデアがない	3	21%
取組の必要性を感じない	3	21%
加盟店舗の理解や協力が得られない	1	7%
その他	1	7%
特にない	1	7%
無回答	1	7%

[問19]外国人来街者への取組に当たっての課題(N=14)



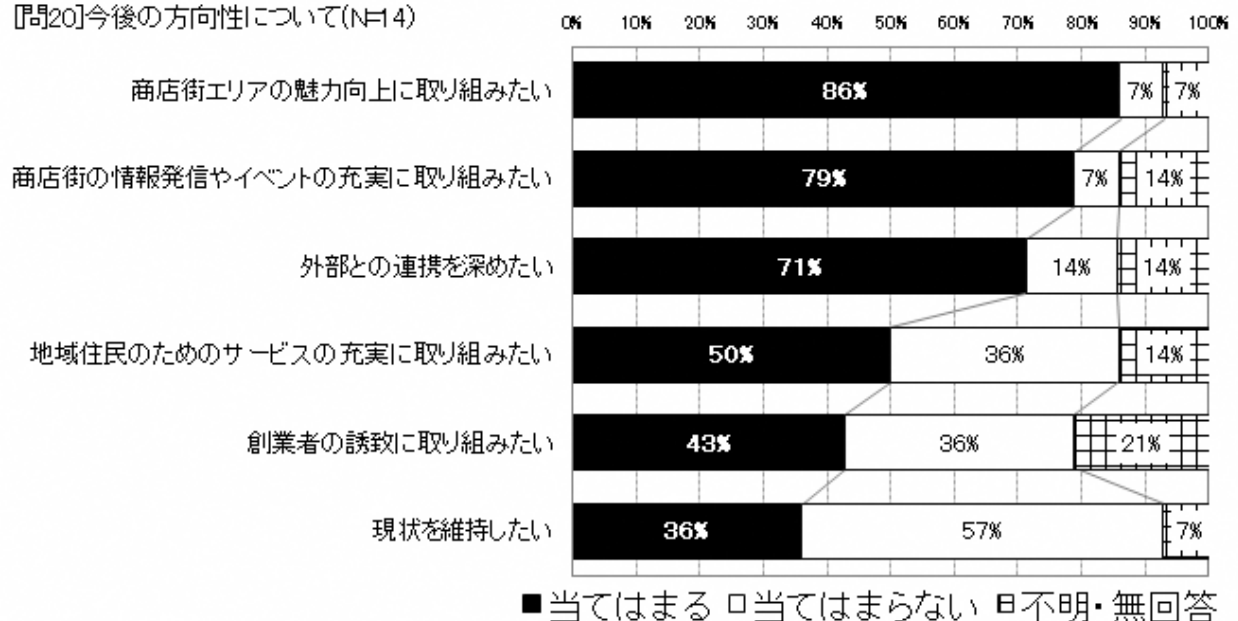
## F. 支援策の活用状況等について

### 問 20. 商店街が目指す今後の方向性とは

- \* 「当てはまる」への回答が多かった項目は、「商店街エリアの魅力向上に取り組みたい」(86%)、「商店街の情報発信やイベントの充実に取り組みたい」(79%)、「地域住民のためのサービスの充実に取り組みたい」(71%)の3点で、70%以上を占めており、取組ニーズが高いものと考えられる。
- \* 一方、「現状を維持したい」は、「当てはまらない」への回答が57%と過半数を占めており、現状に満足していない商店街の多いことがこのことから伺われる。

今後の方向性について	<当てはまる>		<当てはまらない>		<不明・無回答>	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
商店街エリアの魅力向上に取り組みたい	12	86%	1	7%	1	7%
商店街の情報発信やイベントの充実に取り組みたい	11	79%	1	7%	2	14%
地域住民のためのサービスの充実に取り組みたい	10	71%	2	14%	2	14%
創業者の誘致に取り組みたい	7	50%	5	36%	2	14%
外部との連携を深めたい	6	43%	5	36%	3	21%
現状を維持したい	5	36%	8	57%	1	7%

【問20】今後の方向性について(N=14)

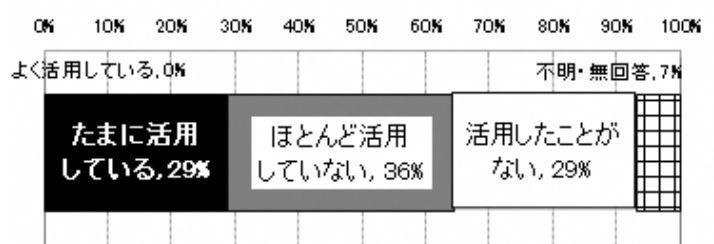


### 問 21. 「あい・きゃっち」の活用状況

- \* 「ほとんど活用していない」が36%、「活用したことがない」が29%をそれぞれ占めており、活用頻度の高い商店街の多いことがこのことから伺われる。

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

【問21】「あい・きゃっち」の活用状況 (N=14)

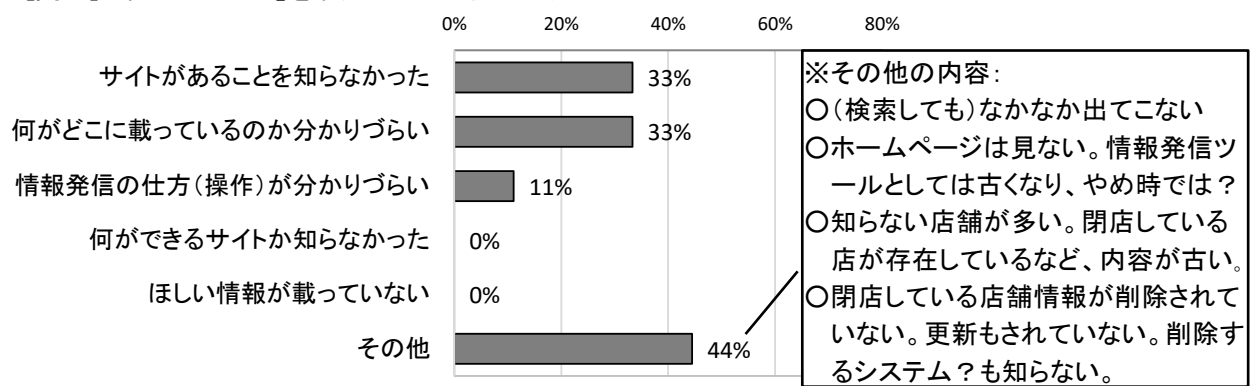


## 問 22. 「あい・きゃっち」を活用していない理由

\* 「サイトがあることを知らなかった」や「何がどこに載っているのか分かりづらい」(ともに 33%) といった情報発信についてあまり認知されていないことと、その他の回答として、「内容が古い」「閉店している店舗が削除されていない」といった更新頻度の低さを指摘する商店街が複数見られた。

【「あい・きゃっち」を活用しない理由】	回答数	構成比
サイトがあることを知らなかった	3	33%
何がどこに載っているのか分かりづらい	3	33%
情報発信の仕方(操作)が分かりづらい	1	11%
何ができるサイトか知らなかった	0	0%
ほしい情報が載っていない	0	0%
その他	4	44%

[問22]「あい・きゃっち」を活用しない理由(N=9)



## 問 23. 今後の商店街振興などに関するご意見等

- \* まず、店主の高齢化や加盟店減少等により組合活動の継続が難しいという指摘が見られた。
- \* その他の市へ要望としては、空き店舗活用への支援や店舗売上に繋がるイベントの模索、商店街におけるマンション建替需要への対応、積極的な商店街との連携策の提案などが見られた。

### 【回答例】

組合活動の継続が難しい	<p>何をすることも人員が必要になるが、アルバイトの店長や、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。</p> <p>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いる。</p> <p>商店街で商売しながら組合加入しない店舗が多数存在している(特にチェーン店等)と商店会が維持できなくなる。何らかの対策を望む。</p> <p>他の歴史ある商店街の組織が旧態依然としており、古い会員だけで運営されている様に見えて、新しい会員が要望・意見を述べても返答もない。商店会の存在に疑問を感じ、辞めたいという意見も聞く。商店街の意思決定のプロセスの見える化が必要だと考えている。</p>
空き店舗活用への支援	<p>茨木市駅近辺では現在のところ空き店舗は少ないと思うが、店主の高齢化、跡継ぎ不在など衰退する商店街に共通の課題がある。店主が今後の店舗利用をどう考えているのか、市で店主等と面談し、後の不動産活用をどう考えているのかを含めて調査頂きたい。</p> <p>集客力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)、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。</p>
店舗売上に繋がるイベントの模索	<p>商店会が助成金を得て行うイベントの多くは、将来の売上につながる新規客の獲得に繋がる取組ができていない。ジャズクラシックフェスティバルなど、他のイベントと共催する事により、相乗効果を得ることができないか思案している。助成金の在り方も同じく模索して頂きたい。</p>

<p>商店街における マンション建替需要 への対応</p>	<p>商店をマンションに建て替えられてしまうと、現在の商店面積が確保できなくなる。 例えば、マンションに建て替える際には、1階は商店を設置義務にするよう規制する、または、1階部分に店舗を設置しない場合は固定資産税を割増しするなどの大胆な対策が望まれる。 商店街が活性化すれば土地の下落率も少なくなり、地価が上昇または安定するのではないかと。</p>
<p>市役所からの積極 的な連携策の提案</p>	<p>市の各部署に連携策を考えて頂きたい。また、市職員に商店街の利用を促進して頂きたい。</p>



## ■ 大学・短大と地域産業の関わりに関するアンケート調査結果

### 1. 調査概要

「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、周辺地域の大学・短大における産学連携や起業家教育の、就職支援や市内企業への就職に関する実態や課題を把握するため、大阪府内・北摂地域に立地する大学・短大を対象にアンケートを実施した。

調査対象者、 有効回収率	<b>茨木市内をはじめとする、大阪府内・北摂地域に立地する大学・短大</b> 配布先 24 機関／回収数 22 機関 回収率 91. 7% ※大学・短大の双方がある機関を 1 団体としてカウントすると、19 機関
実施期間	令和元年 10 月

#### 【設問項目】

※大学・短大の双方がある機関を 1 団体としてカウントすると、19 機関になるため、問 1-① 在籍人数を除き、回答サンプルを 19 として割合を算出している。

<b>A. 大学・短大の概要</b>	問 1. 在籍人数、市内居住割合について 問 2. 担当部署について
<b>B. 産学連携の取組</b>	問 3. 過去 5 年間に事業者と連携した取組、茨木市内の事業者と連携した取組 問 4. 産学連携のきっかけ 問 5. 産学連携による効果 (研究活動や学生の学び、連携事業者の利益増進、地域の産業活性化など) 問 6. 5 年前と比べた産学連携の取組や相談の増減 問 7. 産学連携の導入や効果的な運用に当たっての課題
<b>C. 起業家教育の取組</b>	問 8. 起業家教育の取組状況 問 9. 特に効果があったもの、ニーズや関心が高いもの 問 10. 5 年前と比べた学生の起業意識 問 11. 在学中・卒業後の起業状況 (在学中、卒業後) 問 12. 行政と連携すれば効果があると考えること 問 13. 起業家教育に取り組む上での課題
<b>D. 就職支援の取組・ 市内企業への就職</b>	問 14. キャリア教育・労働者教育の実施状況 問 15. 茨木市内の企業等との関わり 問 16. 茨木市内の企業等に就職した学生 問 17. 行政と連携すれば効果があると考えること 問 18. 就職支援に取り組む上での課題

## 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。

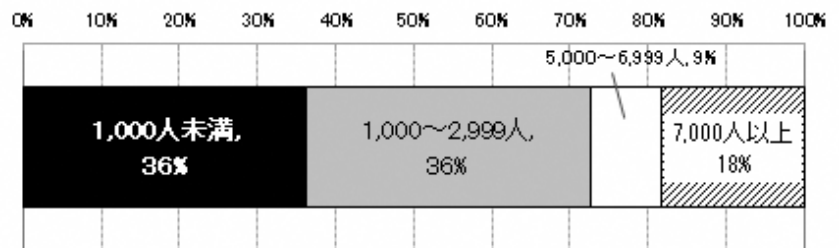
### A. 大学・短大の概要

#### 問1-①. 在籍人数

\* 「1,000人未満」「1,000～2,999人」がともに36%と最も多く、次いで「7,000人以上」(18%)、「5,000～6,999人」(18%)と続く。

【在籍人数】	回答数	構成比
1,000人未満	8	36%
1,000～2,999人	8	36%
3,000～4,999人	0	0%
5,000～6,999人	2	9%
7,000人以上	4	18%

問1-①]在籍人数 (N=22)



#### 問1-②. 市内居住割合

\* 「2割未満」が95%と多数を占める一方、5割以上と回答する者は見られず、全般的に市内居住者の割合は小さい。

【市内居住割合】	回答数	構成比
2割未満	18	95%
2～4割程度	1	5%
5～7割程度	0	0%
8割以上	0	0%

問1-②]市内居住割合 (N=19)

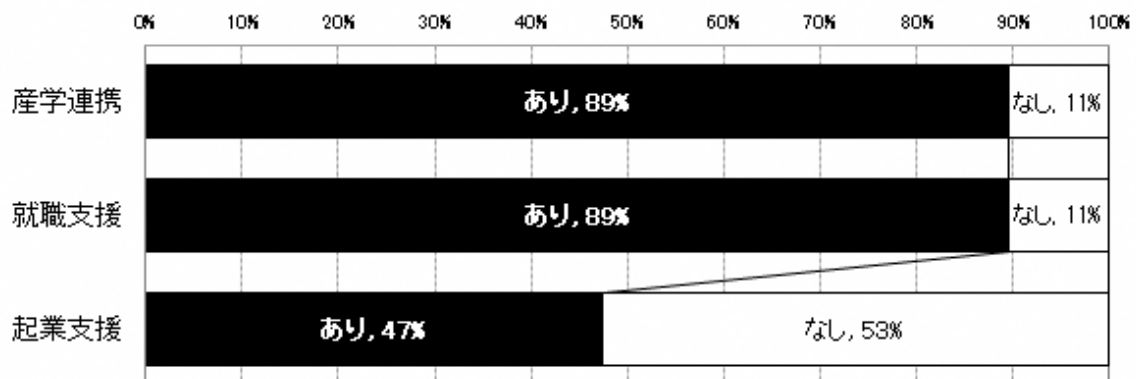


#### 問2. 担当部署について

\* 産学連携の担当部署を有する大学・短大は89%、就職支援の担当部署を有する大学・短大は89%、起業支援の担当部署を有する大学・短大は47%であった。

担当部署	【産学連携】		【就職支援】		【起業支援】	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
あり	17	89%	17	89%	8	47%
なし	2	11%	2	11%	9	53%

問2]担当部署 (N=19)



## B. 産学連携の取組

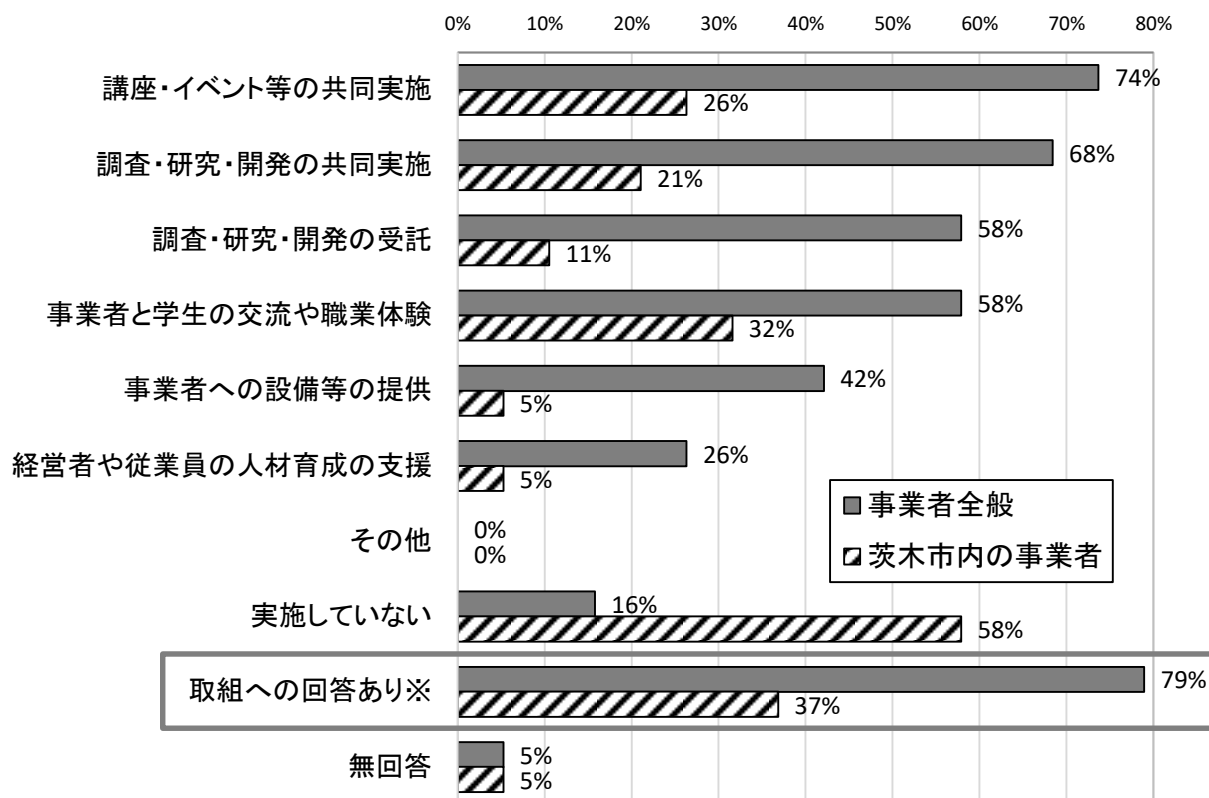
### 問3. 過去5年間に事業者と連携した取組

- \* 事業者全般では、「講座・イベント等の共同実施」が74%と最も多く、次いで「調査・研究・開発の共同実施」(68%)、「調査・研究・開発の受託」「事業者と学生の交流や職業体験」(ともに58%)と続き、これら4点はいずれも50%以上を占めており、産学連携の取組として多数展開されているものと考えられる。
- \* 茨木市内の事業者に限定すると、「事業者と学生の交流や職業体験」が32%と最も多く、次いで「店主(会員)の高齢化」(21%)と続く。また、取組への回答があった大学・短大が37%に止まり、事業者全般(79%)と比べて少ない。

過去5年間に事業者と連携した取組	【事業者全般と連携】		【茨木市内の事業者と連携】	
	回答数	構成比	回答数	構成比
講座・イベント等の共同実施	14	74%	5	26%
調査・研究・開発の共同実施	13	68%	4	21%
調査・研究・開発の受託	11	58%	2	11%
事業者と学生の交流や職業体験	11	58%	6	32%
事業者への設備等の提供	8	42%	1	5%
経営者や従業員の人材育成の支援	5	26%	1	5%
その他	0	0%	0	0%
実施していない	3	16%	11	58%
取組への回答あり※	15	79%	7	37%
無回答	1	5%	1	5%

※取組に関する項目を1つ以上選択した者

[問3]過去5年間に事業者と連携した取組(N=19)

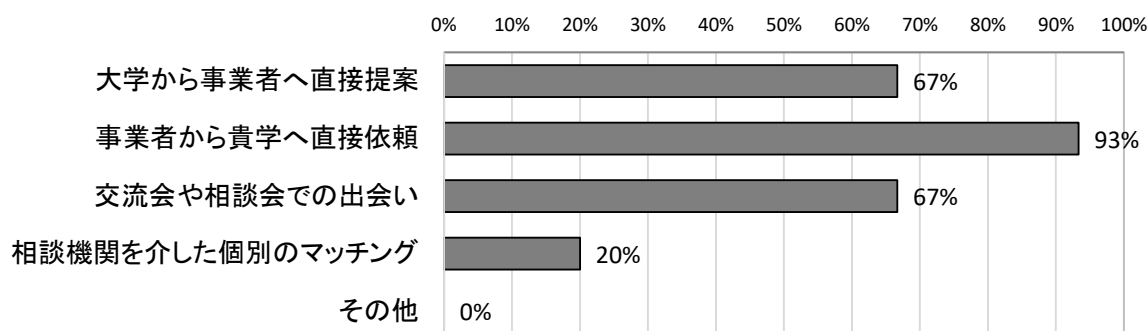


#### 問4. 産学連携のきっかけ

\* 「事業者から貴学へ直接依頼」が93%と最も多く、次いで「大学から事業者へ直接提案」「交流会や相談会での出会い」（ともに67%）と続く。

【産学連携のきっかけ】	回答数	構成比
大学から事業者へ直接提案	10	67%
事業者から貴学へ直接依頼	14	93%
交流会や相談会での出会い	10	67%
相談機関を介した個別のマッチング	3	20%
その他	0	0%

【問3-②】産学連携のきっかけ(N=15)※事業者との連携実績があると回答した大学のみ

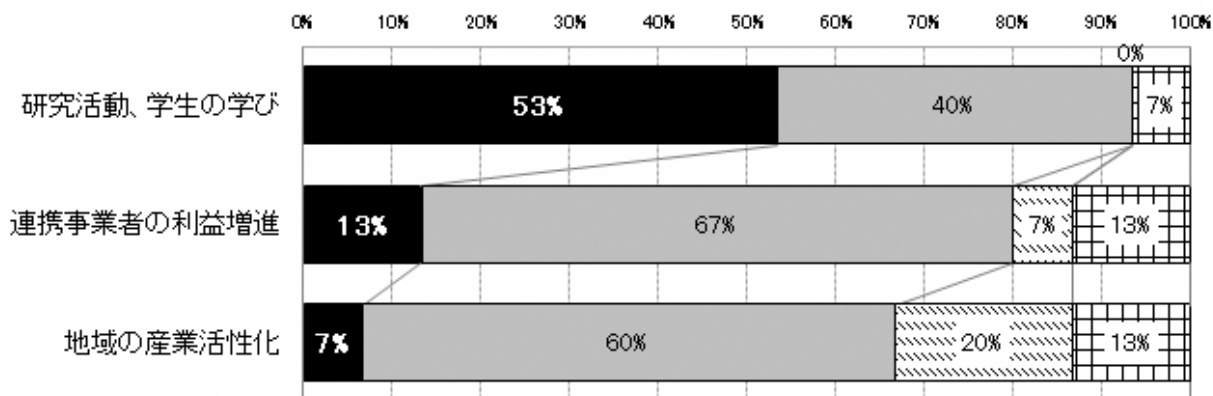


#### 問5. 産学連携による効果

- \* 研究活動、学生の学びについては、「大きな効果があった」が53%を占めるのをはじめ、効果があると回答した者が93%ときわめて高くなっている。
- \* また、連携事業者の利益増進や、地域の産業活性化については、効果があると回答した者はそれぞれ80%、67%と過半数を占めているが、いずれも「大きな効果があった」への回答が少なく、研究活動、学生の学びに比べると、効果についての評価は低くなっている。

担当部署	【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】	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
大きな効果があった	8	53%	2	13%	1	7%
効果があった	6	40%	10	67%	9	60%
あまり効果がなかった	0	0%	1	7%	3	20%
まったく効果がなかった	0	0%	0	0%	0	0%
無回答	1	7%	2	13%	2	13%

【問5】産学連携による効果(N=15)※事業者との連携実績があると回答した大学のみ



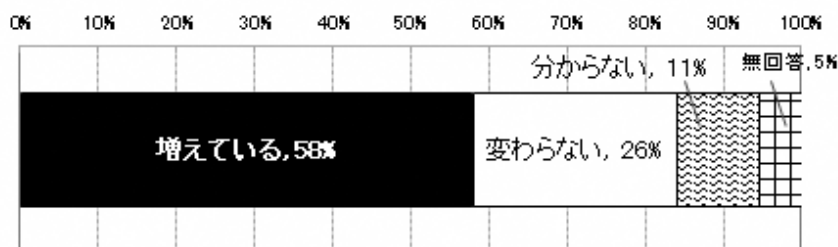
■ 大きな効果があった □ 効果があった □ あまり効果がなかった □ まったく効果がなかった □ 無回答

## 問6. 5年前と比べた産学連携の取組や相談の増減

\* 「増えている」と回答した者が58%と過半数を占めており、茨木市をはじめとする北摂地域の大学・短大では、5年前と比べて産学連携の取組や相談は増えているものと考えられる。一方、「減っている」と回答した者は見られなかった。

【産学連携の取組や相談の増減】	回答数	構成比
増えている	11	58%
減っている	0	0%
変わらない	5	26%
分からない	2	11%
無回答	1	5%

【問6】5年前と比べた産学連携の取組や相談の増減 (N=19)



## 問7. 産学連携の導入や効果的な運用に当たっての課題

\* 具体的な回答が見られた10機関における課題をキーワード整理すると、「専門人材等不足」「対応教員に偏り」「ニーズ対応不十分」は2ヶ所の大学・短大からの回答が見られた。

\* この他に、「活動継続」「マッチング」「研究活動との両立」「サポート体制整備」「設備投資」「費用負担が大きい」「研究内容とのミスマッチ」「連携方策の抽出・検討」といった様々な課題があげられた。

### 【回答内容】

#### キーワード

#### 具体的な回答内容

▶専門人材等不足	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
▶活動継続	継続した取組にしていくかを常に試行錯誤している。
▶専門人材等不足	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いな
	いと感じている。
▶対応教員に偏り	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。取組学科の偏り。
▶マッチング	ニーズとシーズのマッチング。
▶対応教員に偏り	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。
▶ニーズ対応不十分	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。
▶ニーズ対応不十分	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。
▶研究活動との両立	経理管理をしていく上で、税控除を行うための報告を求められた場合の負担が大きい。大学に
	おける教育研究上の責務により、産学連携に充当する時間の確保が難しい。
▶サポート体制整備	学内個々の部署や教員のサポート体制をより一層充実させる必要がある。
▶設備投資	事業者へ提供する設備が不足している。
▶費用負担が大きい	人件費を含む経費が持ち出しとなり、取り組むほど赤字となる。共同研究費、受託研究費等の
	直接経費だけでなく研究者や事務の負担を考慮した間接経費受入れの仕組みづくりが課題。
▶研究内容とのミスマッチ	企業は現実的な業務課題の解決を求めて、ピンポイントの研究目標となりがちであること。
▶連携方策の抽出・検討	医療分野での連携のあり方

## C. 起業家教育の取組

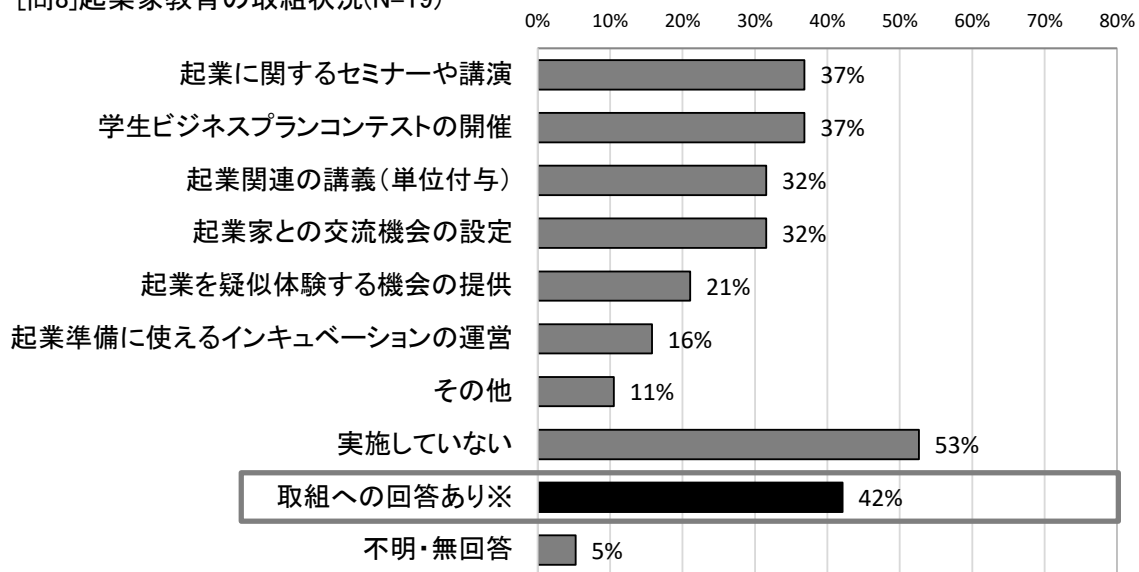
### 問8. 起業家教育の取組状況

- \* 「起業に関するセミナーや講演」「学生ビジネスプランコンテストの開催」がともに 37%と最も多く、次いで「起業関連の講義(単位付与)」「起業家との交流機会の設定」(ともに 32%)と続く。
- \* 起業家教育の取組について回答した者は 42%であった。

【起業家教育の取組状況】	回答数	構成比
起業に関するセミナーや講演	7	37%
学生ビジネスプランコンテストの開催	7	37%
起業関連の講義(単位付与)	6	32%
起業家との交流機会の設定	6	32%
起業を疑似体験する機会の提供	4	21%
起業準備に使えるインキュベーションの運営	3	16%
その他	2	11%
実施していない	10	53%
取組への回答あり※	8	42%
不明・無回答	1	5%

※取組に関する項目を1つ以上選択した者

[問8]起業家教育の取組状況(N=19)



### 問9. 特に効果があったもの、ニーズや関心が高いもの

- \* 効果があったもの、ニーズや関心が高いものに関する具合的な回答が見られた6機関におけるキーワードを整理すると、「ビジネスプランコンテスト」を回答する大学・短大が3機関と最も多い。
- \* この他に、「ビジネスプラン作成講座・ゼミ」「起業セミナー」が2機関より、「起業家との交流」が1機関より、それぞれあげられた。

#### 【回答内容】

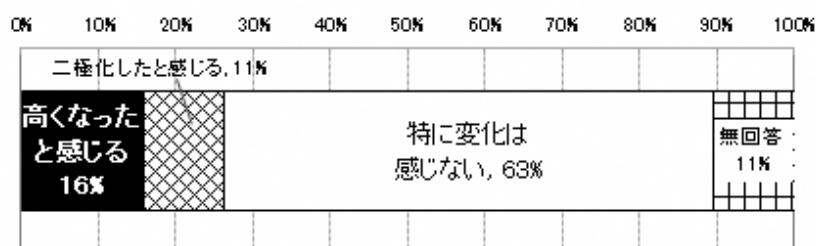
キーワード	具体的な回答内容
▶ビジネスプランコンテスト	前述の「開業プランニングコンテスト」では、学内から出場者を公募しており、企業を運営する卒業生から指導を受けて開業プランを作成し、同コンテストに優勝した学生が在学中に起業するなど、実績を上げている。
▶ビジネスプラン作成講座・ゼミ	授業:キャリアデザインゼミナール(C5)「ビジネスプランの作り方～アイデアだけでは終わらせない!～」 「ビジネスプラン」の構成要素を理解したうえで、履修生自身の「アイデア」を素材に、履修生相互の観点を交差させ、専門家のアドバイスを得ながら、ビジネスプラン応募用フォーマットに基づきながらプラン作成のプロセスを具体的に経験する。 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となった。さらに1名は最終選考に進み、審査員特別賞を受賞した。
▶起業セミナー	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。
▶起業家との交流 ▶ビジネスプランコンテスト ▶ビジネスプラン作成講座・ゼミ	・イノベーターズトーク(起業家を招いた講演会 事前申込制) ・学生ビジネスアイデアコンテスト”SFinX”(エントリー制) 上記のような講演会、コンテストも効果的だが、疑似体験できるセミナーには24名の学生が参加した。また、3か月で事業を立ち上げるインプットとフィールドワークを行い、1年生(学部問わず)が多く参加した。
▶ビジネスプランコンテスト	ビジネスプランコンテストは今年で10回目を迎え、年々応募者が増加している。(今年度は応募者数計114組) 1次審査では書類審査を行い、その後18組程度が2次審査に進み、プレゼン審査の上、各賞が決定する。対象者は大学全学部生及び大阪府下の大学生(院生含む)及び高校生
▶起業セミナー	起業のためのファイナンス・特許戦略などをまとめたセミナーを開催した(3日間コース)。40名定員としたが満員であった。また別立てでクラウドファンディング講座も開催した。実際に挑戦している学生チームが出た。 対象は全学部・全学年(大学院生含む)であった。

### 問10. 5年前と比べた学生の起業意識

- \* 「特に変化は感じない」と回答した者が63%と最も多い。また、「高くなったと感じる」(16%)への回答と「二極化したと感じる」(11%)への回答も見られ、このことから、一部の大学・短大や学生においては、起業意識が高まっているものと考えられる。

【5年前と比べた学生の起業意識】	回答数	構成比
高くなったと感じる	3	16%
低くなったと感じる	0	0%
二極化したと感じる	2	11%
特に変化は感じない	12	63%
無回答	2	11%

【問10】5年前と比べた学生の起業意識 (N=19)

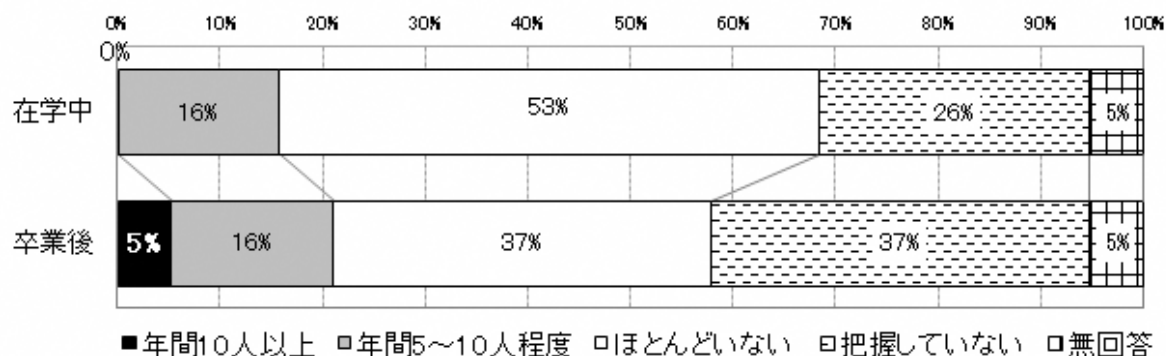


## 問 11. 在学中・卒業後の起業状況

\* 年間5名以上の起業者がいる大学・短大は、在学中で16%、卒業後で21%であった。

在学中・卒業後の起業状況	【在学中】		【卒業後】	
	回答数	構成比	回答数	構成比
年間10人以上	0	0%	1	5%
年間5～10人程度	3	16%	3	16%
ほとんどいない	10	53%	7	37%
把握していない	5	26%	7	37%
無回答	1	5%	1	5%

【問11】在学中・卒業後の起業状況(N=19)



## 問 12. 行政と連携すれば効果があると考えていること

\* 具否的な回答が見られた6機関におけるキーワードを整理すると、「起業家との交流の場」「社会課題解決型プロジェクト」「資金助成」を回答する大学・短大がそれぞれ2機関あった。

\* この他に、「ベンチャー企業インターンシップ」についての回答も見られた。

### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶起業家との交流の場	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。
▶起業家との交流の場	「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組。
▶社会課題解決型プロジェクト	社会課題解決型の起業を考える学生が相当数いる。しかし大学では技術ベースの起業支援が主なため対応しきれていない。実際京都の北丹では空き家プロジェクトなどを立ち上げたケースがあり、行政と連携すれば効果は上がると思われる。
▶ベンチャー企業インターンシップ	行政を通じたベンチャー企業へのインターンシップ紹介など、行政が関係することで、関係者を多く巻き込んでいけると考える。
▶社会課題解決型プロジェクト	また、自治体が抱える一般的課題や各市町村独自の課題認識を行うことが出来るため、社会課題解決型のスタートアップとしてはより有益性が高い。 ※「教育」に限定しなければ、将来的な税収や自治体のブランディングへの投資と考え、スタートアップ志望者への優遇措置をもっと多くの自治体で行われることが望まれる。
▶資金助成	補助金事業、スタートアップなど
▶資金助成	行政の持っている情報の提供、財政支援



### 問 13. 起業家教育に取り組む上での課題

- \* 課題に関する具合的な回答が見られた7機関におけるキーワードを整理すると、「専門人材等不足」を回答する大学・短大が3機関と最も多い。
- \* この他に、「成功事例が少ない」「学生の起業マインド啓発」「資金確保」「支援体制の充実の交流」「起業とは縁遠い業界である」と言った回答があげられた。

#### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶専門人材等不足	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。
▶専門人材等不足	起業支援の専門家の配置。
▶専門人材等不足	起業経験のある方に実際にメンタリングしていただけることは少ない。 大学である以上休学や退学は避けてほしいという願いがあり、学生への起業支援業務は、学部等との衝突は避けることができない。特に学生のオリジナルアイデアでの起業は難しい。
▶成功事例が少ない	大学の休学期間に限りがある、起業の成功事例が少ない
▶学生の起業マインド啓発	・起業に関心のない学生に対するアプローチ(起業家予備軍をいかに増やすか) ・起業にはリスクが伴うため、学生にはそれを十分に認識させることと、「起業すること」が目的化しないような導きが肝要である。 一方で、実現したい夢やスキルがあることで信念をもって取り組んでいけるよう、初期段階でのマインドセットが重要である。
▶資金確保 ▶支援体制の充実	スタートアップの資金面、申請基準の自由度を高める、施設面、補助機関
▶起業とは縁遠い業界である	理学療法士業界が現状起業する方向に向いていない

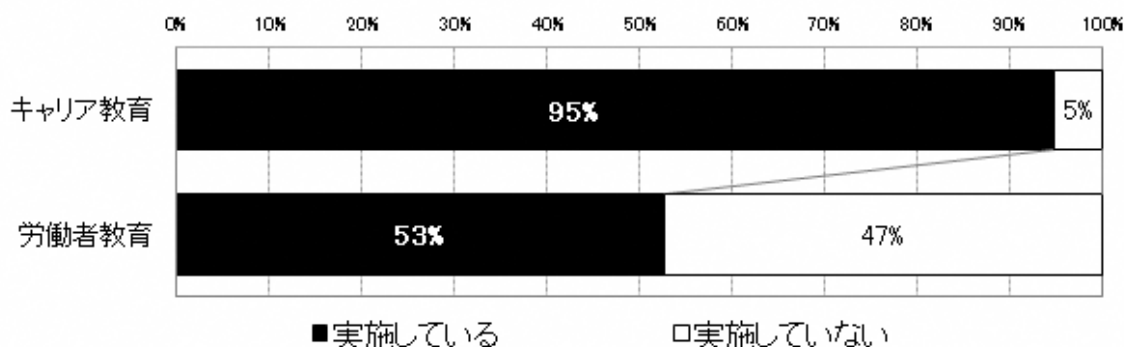
### D. 就職支援の取組・市内企業への就職

#### 問 14. キャリア教育・労働者教育の実施状況

- \* キャリア教育を実施している大学・短大は95%、労働者教育を実施している大学・短大は53%であった。

キャリア教育・労働者教育の実施状況	【キャリア教育】		【労働者教育】	
	回答数	構成比	回答数	構成比
実施している	18	95%	10	53%
実施していない	1	5%	9	47%

【問14】キャリア教育・労働者教育の実施状況(N=19)

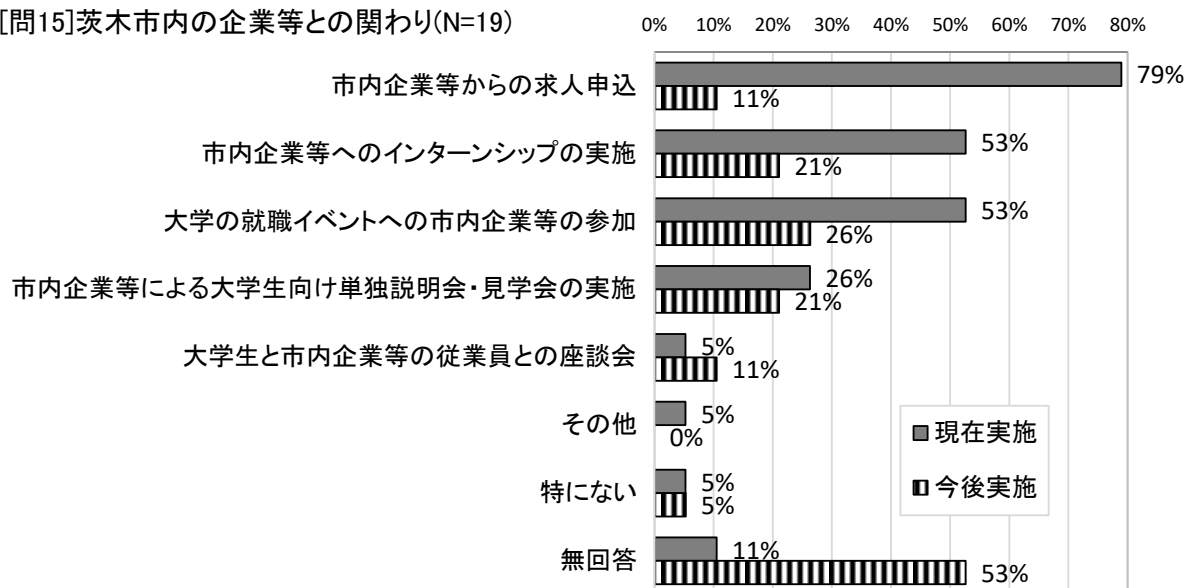


## 問 15. 茨木市内の企業等との関わり

- \* 現在実施しているものでは、「市内企業等からの求人申込」が79%と最も多く、次いで「市内企業等へのインターンシップの実施」「大学の就職イベントへの市内企業等の参加」(ともに53%)と続き、これら3点はいずれも50%以上を占めており、市内企業等と多数展開されているものと考えられる。
- \* 今後実施したいものでは、「大学の就職イベントへの市内企業等の参加」が26%と最も多く、次いで「市内企業等へのインターンシップの実施」「市内企業等による大学生向け単独説明会・見学会の実施」(ともに21%)と続く。現在実施しているものと比べると、全体的に回答が少ない。

茨木市内の企業等との関わり	【現在実施している】		【今後実施したい】	
	回答数	構成比	回答数	構成比
市内企業等からの求人申込	15	79%	2	11%
市内企業等へのインターンシップの実施	10	53%	4	21%
大学の就職イベントへの市内企業等の参加	10	53%	5	26%
市内企業等による大学生向け単独説明会・見学会の実施	5	26%	4	21%
大学生と市内企業等の従業員との座談会	1	5%	2	11%
その他	1	5%	0	0%
特にない	1	5%	1	5%
無回答	2	11%	10	53%

[問15]茨木市内の企業等との関わり(N=19)

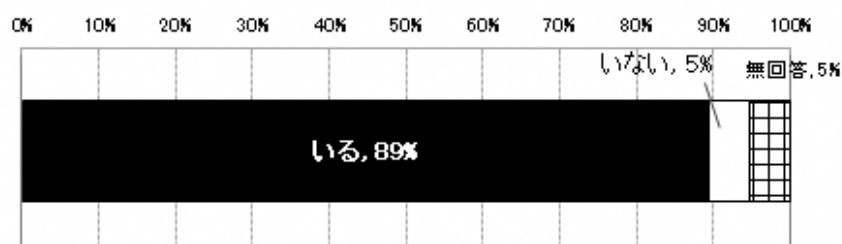


## 問 16. 茨木市内の企業等に就職した学生

- \* 茨木市内の企業等に就職した学生がいると回答した者は89%であった。

【茨木市内の企業等に就職した学生】	回答数	構成比
いる	17	89%
いない	1	5%
無回答	1	5%

[問16]茨木市内の企業等に就職した学生 (N=19)



## 問 17. 行政と連携すれば効果があると考えること

- \* 行政と連携すれば効果があると考えることに関する具合的な回答が見られた 10 機関におけるキーワードを整理すると、「市役所との意見交換」を回答する大学・短大が 3 機関と最も多い。
- \* この他に、「市内企業インターンシップ」「職員採用説明会」が 2 機関より、「市内企業情報の発信」「市内企業説明会」「就職相談会」「連携事業の実施」が 1 機関より、それぞれあげられた。

### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶市役所との意見交換	公務員志望学生を対象とした自治体にて実施されるインターンシップの更なる強化
▶市役所との意見交換	インターンシップの実施など、職場理解の取り組み。
▶市役所との意見交換 ▶職員採用説明会	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。
▶市内企業インターンシップ	インターンシップ先を紹介して頂けると助かります。
▶市内企業インターンシップ	深い就業体験を伴うインターンシップの実施
▶職員採用説明会	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。
▶市内企業情報の発信	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。
▶市内企業説明会	インターンシップ・合同企業説明会
▶就職相談会	ハローワーク出張相談会の実施
▶連携事業の実施	本学と行政との連携に留まらず、複数の大学と地元企業を巻き込んだ低学年からの連携事業が効果的であると考えます。企業や他大学の学生との交流を通じて、社会理解と自己理解に基づく将来ビジョンの醸成に繋げる取組には、大きな価値があると思います。

## 問 18. 就職支援に取り組む上での課題

- \* 具合的な回答が見られた 8 機関における課題をキーワード整理すると、「多様な就職支援」を回答する大学・短大が 4 機関と最も多い。
- \* この他に、「学生の大企業志向」「就職活動の早期化」「学生による志望の絞り込みすぎ」「就職活動の長期化」があげられた。

### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶多様な就職支援	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。
▶多様な就職支援 (障がい者)	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
▶多様な就職支援	就活ルールの形骸化や廃止に伴う企業採用活動の早期化・長期化を受け、学生の意識や行動も多様化が進んでおり、効果的な支援の設定(時間・内容等)の在り方が見えづらくなってきている。
▶多様な就職支援	・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
▶学生の大企業志向	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。
▶就職活動の早期化	医療大学の増加にともなう就職活動の早期化
▶学生による志望の絞り込みすぎ	業界研究が不十分なまま、早期から志望業界を絞り込み、進路選択の視野が狭まっている学生が多いと感じている。
▶就職活動の長期化	深い就業体験を伴わないインターンの広がりによる、就職活動の長期化

## ■ 産業支援機関アンケート調査結果

### 1. 調査概要

「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、近隣の産業支援機関における企業支援等の状況や当市との連携の可能性を把握するため、大阪府下に立地する産業支援機関を対象にアンケートを実施した。

調査対象者 **大阪府下に立地する産業支援機関 10ヶ所**

実施期間 令和元年 10 月

#### 設問項目 **A. 支援メニューと利用者ニーズ**

問 1. 取扱可能な支援内容

問 2. 利用が多い業種

問 3. 利用者のニーズや相談数の変化

#### **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

#### **C. 外部との連携**

問 5. 現在、自治体と連携している取組内容

問 6. 今後、自治体と連携したい内容

問 7. 自治体との連携についての意見

### 2. 調査結果（全体）

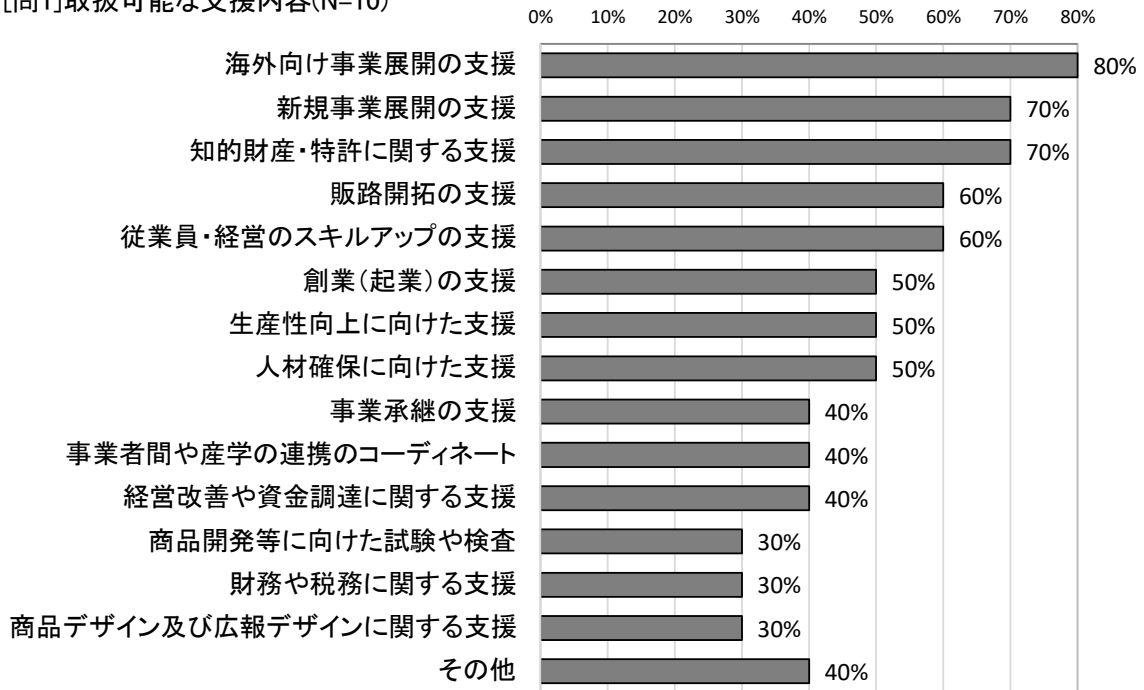
#### **A. 支援メニューと利用者ニーズ**

##### 問 1. 取扱可能な支援内容

\* 「海外向け事業展開の支援」が 80%と最も多く、次いで「新規事業展開の支援」「知的財産・特許に関する支援」（ともに 70%）と続く。多岐にわたる支援内容に 30%以上の回答が見られ、大阪府下の複数の産業支援機関を活用すれば、多様な企業支援サービスが受けられるものと考えられる。

【取扱可能な支援内容】	回答数	構成比
海外向け事業展開の支援	8	80%
新規事業展開の支援	7	70%
知的財産・特許に関する支援	7	70%
販路開拓の支援	6	60%
従業員・経営のスキルアップの支援	6	60%
創業(起業)の支援	5	50%
生産性向上に向けた支援	5	50%
人材確保に向けた支援	5	50%
事業承継の支援	4	40%
事業者間や産学の連携のコーディネート	4	40%
経営改善や資金調達に関する支援	4	40%
商品開発等に向けた試験や検査	3	30%
財務や税務に関する支援	3	30%
商品デザイン及び広報デザインに関する支援	3	30%
その他	4	40%

[問1]取扱可能な支援内容(N=10)



\* その他の回答としては、商店街等支援、外国企業への投資、被災企業支援、企業共済、下請企業支援が見られた。

【その他の回答】

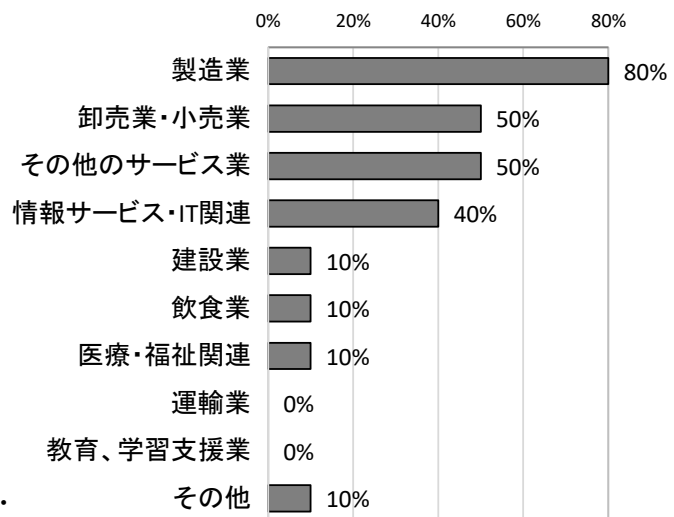
商店街等支援	商店街・小売市場への支援(元気プラン、100人アンケート、研修事業、専門家派遣事業)
外国企業の投資支援	外国企業の対日投資支援、海外スタートアップ企業と日本企業との連携支援
被災企業支援	地震や豪雨などで被災した企業に関する支援
企業共済	小規模企業共済及び経営セーフティー共済による支援
下請企業支援	下請取引適正化支援(下請かけこみ寺相談)・

問2. 利用が多い業種

\* 「製造業」が80%と最も多い。次いで、「卸売業・小売業」「その他のサービス業」(ともに50%)、「情報サービス・IT関連」(40%)と続き、これらの4業者は支援できる大阪府下の産業支援機関が豊富であると考えられる。

[問2]利用が多い業種(N=10)

【加盟率】	回答数	構成比
製造業	8	80%
卸売業・小売業	5	50%
その他のサービス業	5	50%
情報サービス・IT関連	4	40%
建設業	1	10%
飲食業	1	10%
医療・福祉関連	1	10%
運輸業	0	0%
教育、学習支援業	0	0%
その他	1	10%



※その他の回答 大阪府・外郭団体、商工会議所・金融機関等、デザイン業

### 問3. 利用者のニーズや相談数の変化

\* 回答した9ヶ所における利用者のニーズや相談数の変化についてキーワード整理すると、「海外展開」を回答する産業支援機関が4ヶ所と最も多い。また、「人材確保・育成」「事業継承」「業種の多様化」「企業間連携」「起業家支援」は2ヶ所の産業支援機関からの回答があり、これら6点は最近のニーズの高い内容だと考えられる。

#### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶海外展開 ▶農産品・食品 ▶人材確保・育成	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。
▶海外展開	海外展開にかかるリスク対策や取引契約に関する相談が増加した。
▶海外展開 ▶起業家支援(女性) ▶業種の多様化	海外展開を見据えた企業の相談が増えた 女性起業家のデザイン相談が増えた 利用企業は依然として製造業が最も多いが、5年間で相談企業の業種の幅が広がった
▶企業間連携(マッチング) ▶業種の多様化 ▶海外展開 ▶事業継承	製造業マッチング相談が微増 下請かけこみ相談が業種を問わず増加、個人事業主からの相談増加 国際ビジネス支援は新規進出案件が減り、販路開拓に関する相談が増加 事業承継の相談が増加
▶事業継承	事業承継の相談が増えた
▶人材確保・育成	人材確保及び人材育成に係る相談が多い。
▶起業家支援(学生) ▶企業間連携 ▶海外視察	起業を志す学生(高校生を含む)の増加 オープンイノベーションに関心のある大企業の間合せ増加 海外(政府関係・大学関係)からの視察の増加
▶マーケティング ▶IT/IoT化	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。
▶商品開発支援 ▶融資	技術関連、新商品開発、融資に関する相談が、やや増えたと感じる。

## 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

\* 具体的な回答が見られた7ヶ所における事業や分野をキーワード整理すると、「創業支援」を回答する産業支援機関が4ヶ所と最も多い。また、「海外展開」「事業継承」「企業間連携」は2ヶ所の産業支援機関からの回答があり、これら4点は大阪府下における産業支援機関が重点的に取り組みたい・充実させたい事業や分野だと考えられる。

#### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶創業支援	企業の課題をデザイン視点から整理し、民間デザイナーや各支援機関へつなぐといった他にはない機能を活かし、中小企業はもとより、近年は、創業・スタートアップへの支援の重点化を図る
▶創業支援 ▶海外展開 ▶事業継承	創業・ベンチャー支援事業、国際ビジネス支援事業、事業承継支援事業
▶創業支援 ▶情報セキュリティ	スタートアップ企業向けの支援 事業者の機密情報・データの保護や利活用に関する支援
▶創業支援(学生) ▶企業間連携 ▶人材育成	・学生、若手起業家のコミュニティ形成 ・オープンイノベーションによる事業開発支援 ・大企業新規事業担当者の人材育成
▶創業支援 ▶海外展開 ▶農産品・食品 ▶企業間連携	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
▶事業継承 ▶IT/IoT化 ▶新事業展開 ▶BCP策定	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)
▶裾野を広げる	これまで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

## C. 外部との連携

### 問5. 現在、自治体と連携している取組内容

\* 具体的な回答が見られた8ヶ所における取組内容をキーワード整理すると、「セミナー・研修開催」と「相互情報発信」は回答する産業支援機関が3ヶ所と最も多い。また、「出張相談」「情報共有」は2ヶ所の産業支援機関からの回答が見られた。

#### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶相互情報発信	相互に支援内容の案内を行っている
▶セミナー・研修開催 ▶海外ミッション派遣	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。
▶創業支援 ▶セミナー・研修開催 ▶情報共有(企業) ▶出張相談	「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 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 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 出張相談(サテライト)3ヶ所

▶出張相談	よろず支援出張相談
▶相互情報発信	事業承継支援事業広報
▶創業支援	創業支援事業
▶企業相談支援	経営力強化・販路開拓支援事業、コンサルティング事業、新産業創造支援事業
▶調査支援	大阪経済に関する調査事業
▶施設運営	「大阪産業創造館」の運営・管理に関する事業
▶相互情報発信	相互に支援内容やセミナー等イベントの案内を行っている。
▶企業相談支援	自治体のデザイン施策を企画段階でアドバイス、自治体からの相談を受けて中小企業のデザイン相談に対応
▶セミナー・研修開催	相互に支援内容の案内の実施、セミナーの共同開催及び講師派遣
▶講師派遣	自治体職員向けの研修の実施
▶情報共有	事業進捗会議による企画内容や結果報告などの情報共有

## 問6. 今後、自治体と連携したい内容

\* 具体的な回答が見られた8ヶ所における連携したい内容をキーワード整理すると、「中小企業支援」を回答する産業支援機関が3ヶ所と最も多い。また、「セミナー等共催」「出張相談」は2ヶ所の産業支援機関からの回答が見られた。

### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶セミナー等共催	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)
▶出張相談	既の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	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。
▶中小企業支援	引き続き、中小企業支援による産業振興に資する取組について、連携強化を図りたい。
▶出張相談	・中小企業者向け販路開拓支援セミナー
▶講師派遣	・出張相談(よろず支援拠点事業) ・自治体による事業承継セミナーなどへの講師派遣 他
▶中小企業支援	中小企業、ベンチャー等のデザイン活用的高度化に関して、市町村のニーズをお聞きしたい。デザイン総合相談を利用いただき、中小企業の課題解決に向けた支援を行っていききたい。
▶情報交換	支援のトレンド等に関する情報交換、事業者向けセミナーの共同開催など。
▶セミナー等共催	
▶相互情報発信	離職者及び在職者に対して行っている当施設の支援内容に係る周知広報。
▶情報共有	海外事業展開に関する情報交換

## 問7. 自治体との連携についての意見

\* 具体的な意見を回答する4ヶ所から、「情報発信協力」に関する要望が2ヶ所の産業支援機関からの回答が見られたほか、「窓口一本化」「情報交換」に関する要望の回答があった。

### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶情報発信協力	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
▶窓口一本化	関係機関との連携の円滑化のため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。貴市におかれても、連携にあたっては窓口の一元化をお願いしたい
▶情報発信協力	広報協力など密に連携していきたい
▶情報交換	引き続きの積極的な情報交換を期待いたします。