

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

茨木市第5次総合計画を指針とした「第3次茨木市産業振興アクションプラン」(R.3年度改定)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。

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 899、有効回答率 27.9% (未着分 276票を除き算出)**

※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 8月上旬～8月下旬

### 【設問項目】

●R1 は令和元年度調査に、27 は平成27年度調査に、20 は平成20年度調査に、それぞれ設問項目があったものを示す。(但し、回答者属性の限定や問い方の違いがある)

<b>A. 企業について</b>	問1. 企業(事業所)の概要 R12720 <small>(名称、住所、TEL、E-Mail、事業所形態、従業者数、事業年数、事業主の年齢、後継者の有無、業種、事業内容・主な製品・サービス)</small> 問2. 事業所の所有形態(敷地、建物) R12720 問3. 売上高・利益・物価影響の影響への動向、動向に関する理由・要因 (FA) R12720
<b>B. 貴社(貴店)の 経営上の問題点、 問題解決に向けた 取組</b>	問4. 現在直面している経営上の問題点やお困りの点 R120 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 R1 問6. 過去10年間の新事業展開の有無(コロナ禍に起因するもの除く) R1 6-1 展開の有無 6-2 展開内容 6-3 売上への影響 6-4 知的財産の有無 問7. 現在の場所での事業継続の意向 R120 7-1 現在の場所での事業継続 7-2 事業継続の意向に関する要因・理由 問8. 事業継続及び事業継承を進める上での問題点・課題 問9. 事業承継を進める上であると良い取組・支援
<b>C. 人材の育成・ 確保について</b>	問10. 人材確保の状況 R127 10-1 (「確保できていない」のみ) 人材確保ができていない理由 R127 問11. 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 R127 11-1 (「実践できていない」のみ) 人材育成・能力開発の取組課題 R127
<b>D. 新型コロナウイルス 感染拡大による 事業活動や 働き方の変化</b>	問12. 新型コロナウイルス感染拡大による事業影響からの回復状況 問13. 新型コロナウイルス感染症の流行を機とした事業活動の変化 問14. 新型コロナウイルス関連の融資制度の活用状況 14-1 (「活用した」のみ) 融資制度の活用による現在の借入金の返済状況 問15. コロナ禍を通じた働き方改革の取組状況 R1 15-1 (「取り組んでいる」のみ) 働き方改革の取組内容 R1

E. 外部との連携について	問 16. 経営上の課題・問題点についての相談先 R1 <sup>27</sup> 問 17. 有効だと思われる外部との連携の形態・内容 R1 問 18. 大学や研究機関との連携の状況等 R1 <sup>27</sup> 18-1（「連携している」のみ）連携のきっかけ R1 18-2（連携実績なしのみ）大学や研究機関と連携していない理由 R1 問 19. 事業者間の連携の状況等 R1 <sup>27</sup> 19-1（「連携している」のみ）連携のきっかけ R1 19-2（「関心がある」のみ）連携のきっかけとして、あるとよい場所
F. 支援策の活用状況等について	問 20. 事業活動に役立つ情報となる情報源 R1 問 21. 事業者へ広く情報を届けるうえで有効な方法 R1 問 22. 市の支援策で知っているもの・今後活用してみたいもの R1 問 23. おにクル、ダムパークいばきたとの連携、茨木関連商品・サービスの開発意向 問 24. 茨木市における産業振興に関するご意見・ご要望 <sup>27</sup> 20
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 R1

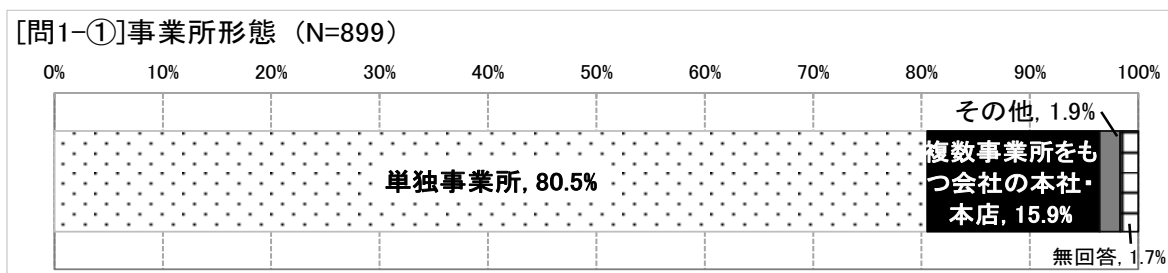
## 2. 調査結果

※調査結果の割合(%)は小数点以下第2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. 企業について

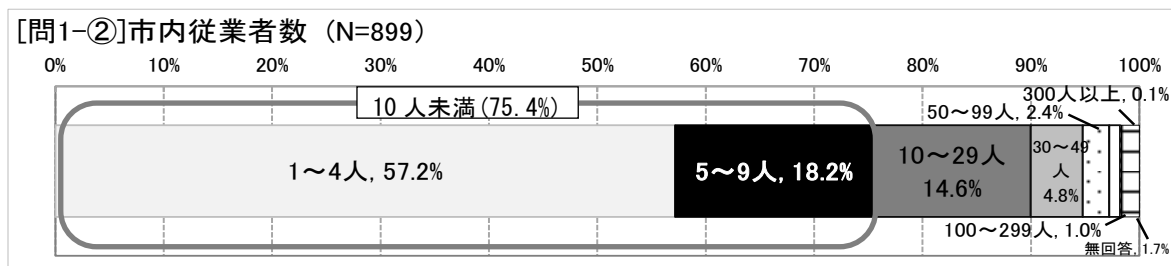
#### 問1-①. 事業所形態

\* 「単独事業所」が80.5%を占める。



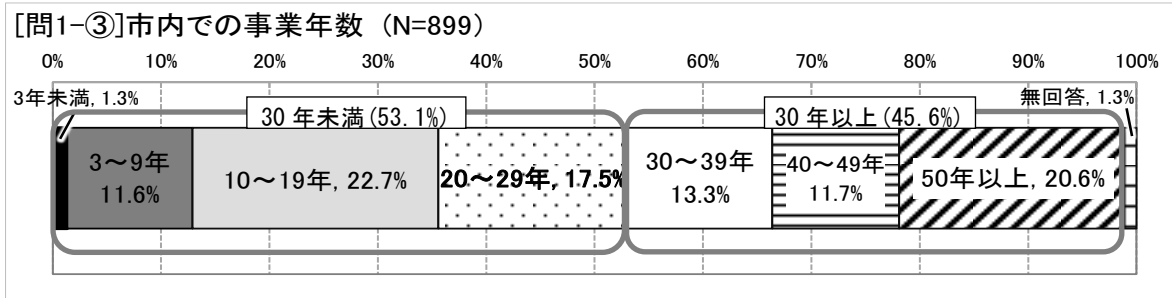
#### 問1-②. 市内従業者数

\* 10人未満が75.4%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1.1%に止まり、300人以上の事業所は0.1%であった。



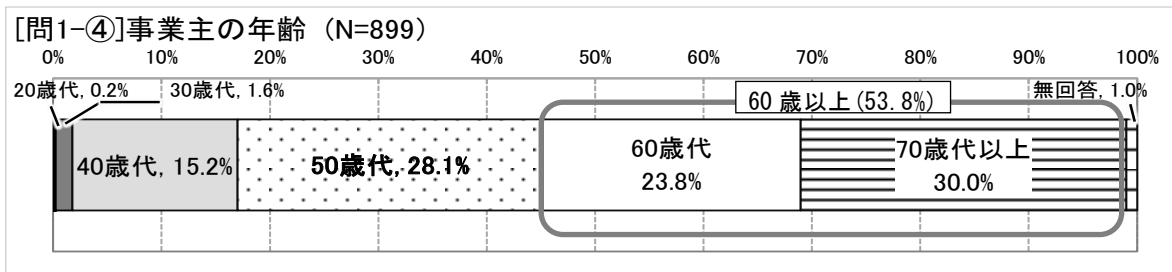
### 問1-③. 市内での事業年数

\* 30年未満 (53.1%)の方が、30年以上 (45.6%)よりも多くなっている。



### 問1-④. 事業主の年齢

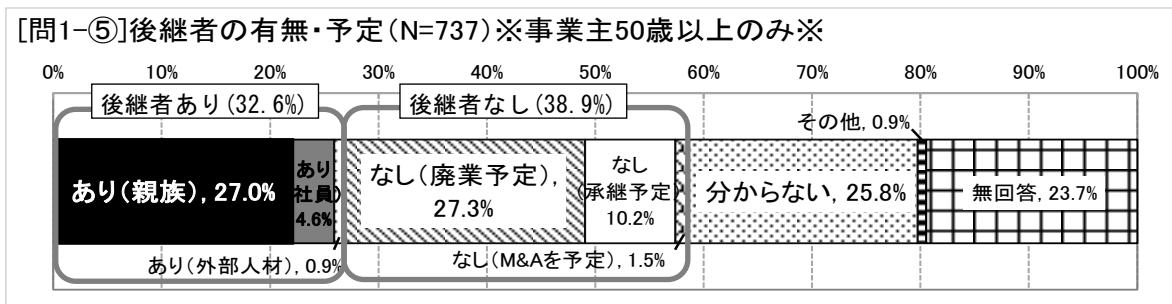
\* 60歳以上が53.8%と過半数を占めており、年齢層の高い人が多くなっている。



### 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 (32.6%)よりも後継者なし (38.9%)の方が多。中でも、廃業予定が27.3%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。

また、分からないも25.8%と4分の1強を占めており多い。



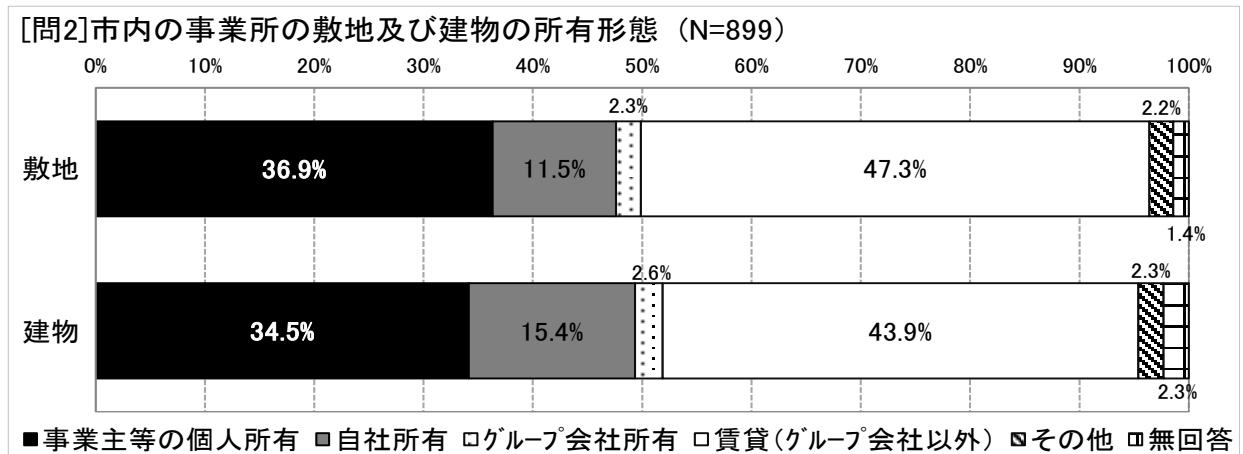
## 問1-⑥. 業種

\* サービス業（飲食サービス業を除く）が20.9%と最も多く、全体の約5分の1を占める。次いで、建設業（16.4%）、小売業（13.8%）、飲食サービス業（12.3%）と続く。

業種	回答数(N=899)	割合
サービス業(飲食サービス業を除く)	188	20.9%
建設業	147	16.4%
小売業	124	13.8%
飲食サービス業	111	12.3%
製造業	110	12.2%
卸売業	66	7.3%
教育、学習支援業	45	5.0%
運輸業(運送業・倉庫業等)	37	4.1%
医療、福祉	26	2.9%
情報通信業	9	1.0%
その他	31	3.4%
無回答	5	0.6%

## 問2. 市内の事業所の敷地及び建物の所有形態

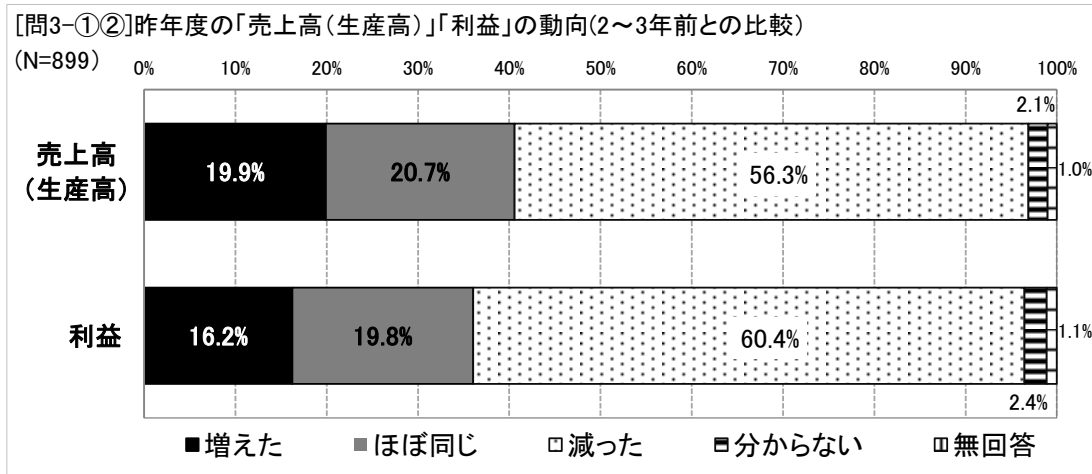
\* 敷地、建物とも、「賃貸（グループ会社以外）」と「事業主等の個人所有」が多い。



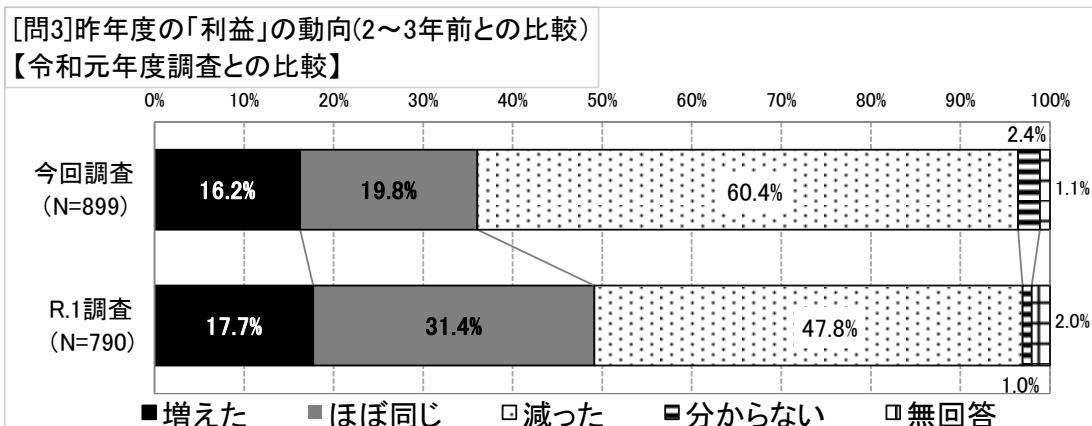
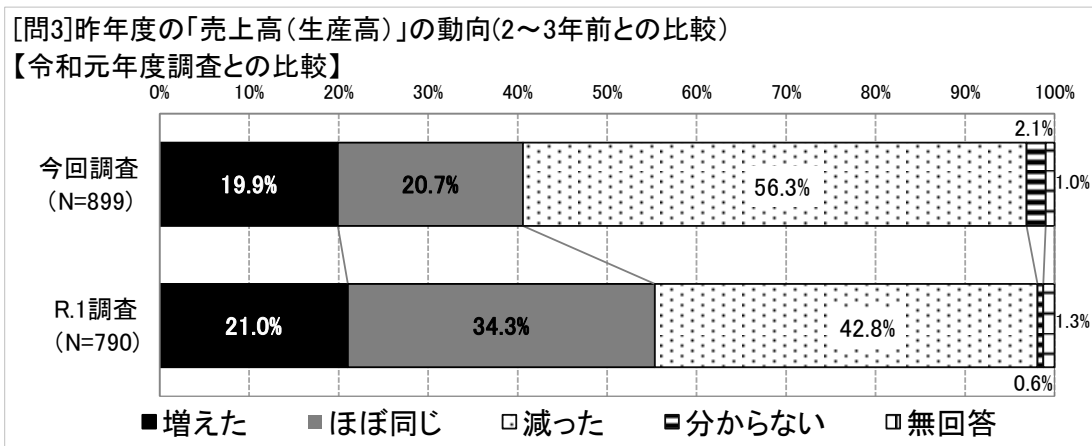
**問3. 昨年度の「売上高（生産高）」や「利益」、「物価高騰の影響」の動向（2～3年前との比較）**

**売上高（生産高）、利益**

- \* 売上高（生産高）は「減った」が56.3%と最も多く、次いで「ほぼ同じ」(20.7%)、「増えた」(19.9%)と続く。
- \* 利益も「減った」が60.4%と最も多い。次いで「ほぼ同じ」(19.8%)、「増えた」(16.2%)と続く。
- \* 「減った」と「増えた」の回答の割合を比較すると、売上高（生産高）は2.8倍、利益は3.7倍と、「減った」のポイントが大きく、このことから景況の悪化している状況がうかがわれる。

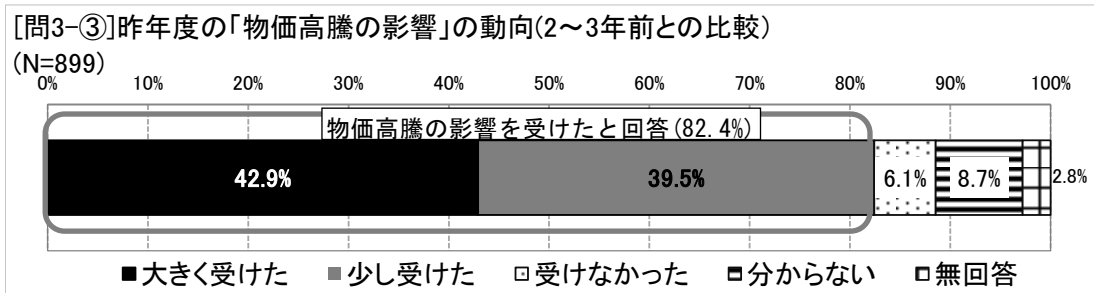


- \* 前回調査（R.1年度）と比較すると、売上高（生産高）、利益ともに、「増えた」の割合は前回調査よりわずかに減少しており、「ほぼ同じ」が少なくなった一方で「減った」が多くなるという傾向がみられ、前回調査よりも景況が悪化しているものと捉えられる。



## 物価高騰の影響

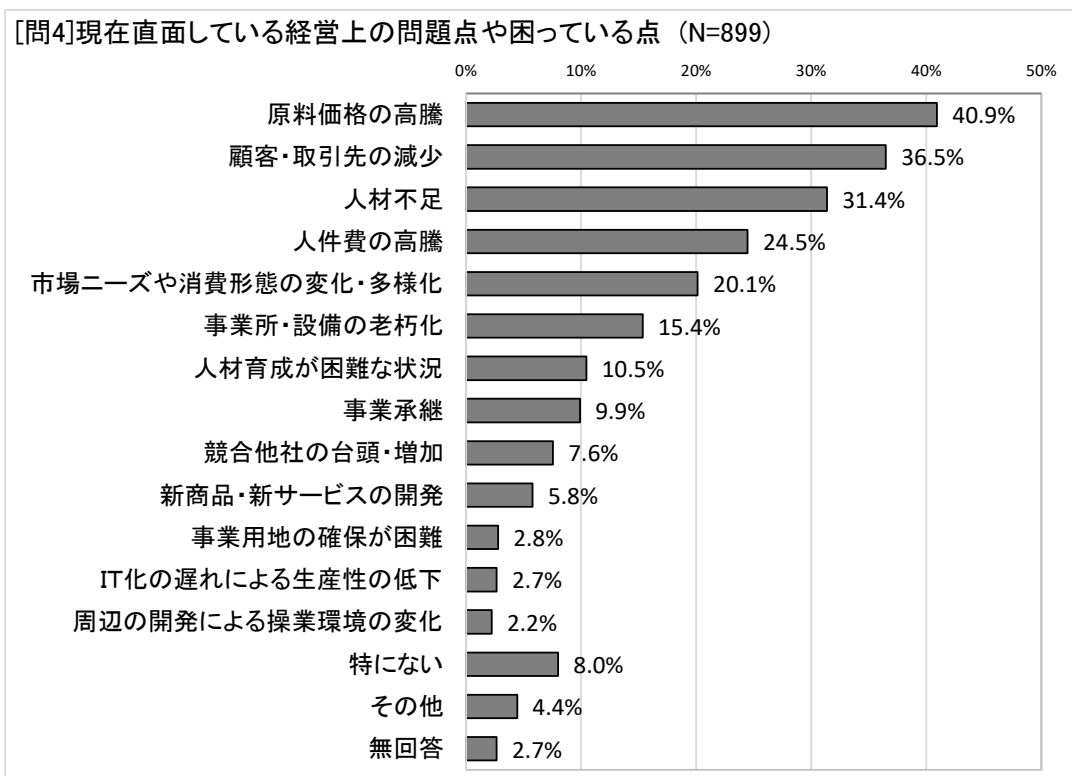
\* 「大きく受けた」が42.9%を占めるのをはじめ、82.4%が物価高騰の影響を受けたと回答しており、このことから影響の大きさがうかがわれる。



## 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

- \* 「原料価格の高騰」が40.9%と最も多く、次いで「顧客・取引先の減少」(36.5%)、「人材不足」(31.4%)と続く。
- \* 前回調査(R.1年度)と上位3位を比較すると、「顧客・取引先の減少」の割合が大きくなっている一方、「人材不足」の割合が小さくなっている。



### 【現在直面している経営上の問題点や困っている点・前回調査との比較】

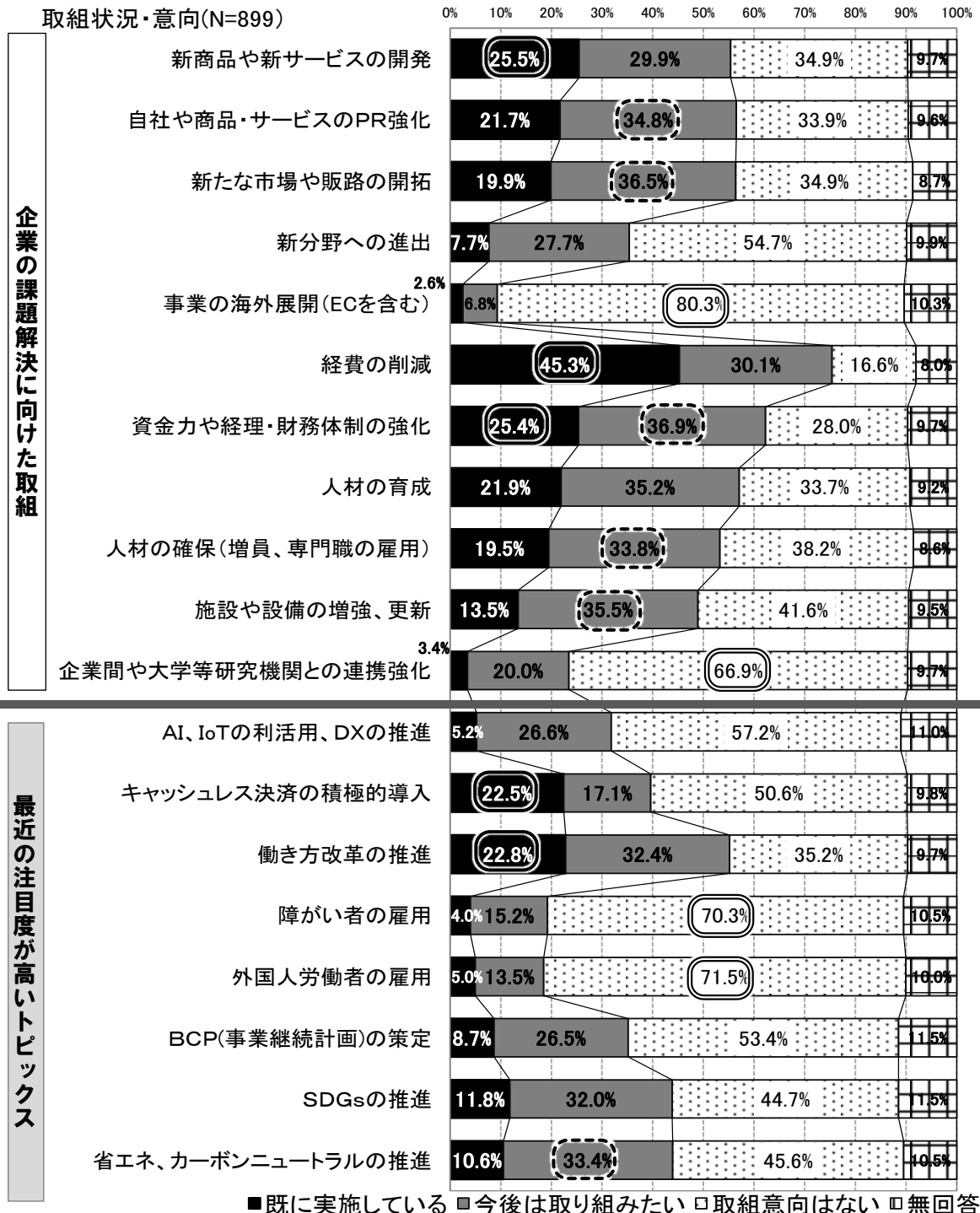
順位	今回調査(N=899)	回答率	令和元年度調査(N=796)	回答率
1	原料価格の高騰※	40.9%	人材不足	37.3%
2	顧客・取引先の減少	36.5%	顧客・取引先の減少	29.6%
3	人材不足	31.4%	市場ニーズや消費形態の変化・多様化	31.6%

※令和元年度には  
なかった選択肢

## 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

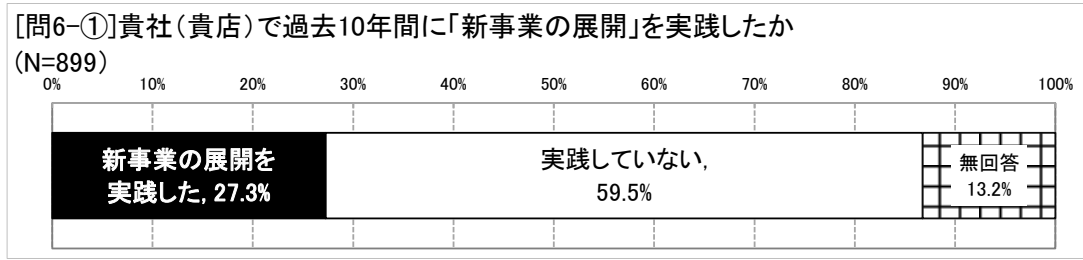
- \* 既に実施している企業が多いのは、「経費の削減」が 45.3%と最も多く、次いで「新商品や新サービスの開発」(25.5%)、「資金力や経理・財務体制の強化」(25.4%)、「働き方改革の推進」(22.8%)、「キャッシュレス決済の積極的導入」(22.5%)と続く。
- \* 今後は取り組みたいと考える企業が多い項目は、「資金力や経理・財務体制の強化」が 36.9%と最も多く、次いで「新たな市場や販路の開拓」(36.5%)、「施設や設備の増強・更新」(35.5%)、「自社や商品・サービスのPR強化」(34.8%)、「人材の確保」(33.8%)、「省エネ、カーボンニュートラルの推進」(33.4%)と続く。
- \* 「事業の海外展開」(80.3%)、「外国人労働者の雇用」(71.5%)、「障がい者の雇用」(70.3%)、「企業間や大学等研究機関との連携強化」(66.9%)は、取組意向がない企業が3分の2以上を占めている。

[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(N=899)



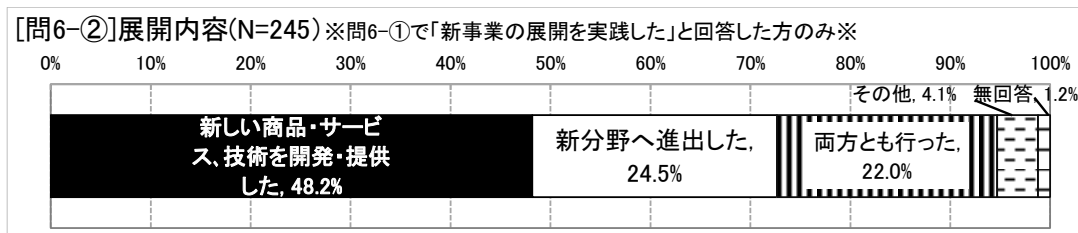
### 問6-①. 過去10年間における新事業展開の実践の有無

\* 「新事業の展開を実践した」は27.3%と、「実践していない」(59.5%)の半数以下のポイントに止まり少ない。



### 問6-②. 新事業の展開内容※問6-①で「新事業の展開を実践した」と回答した方のみ※

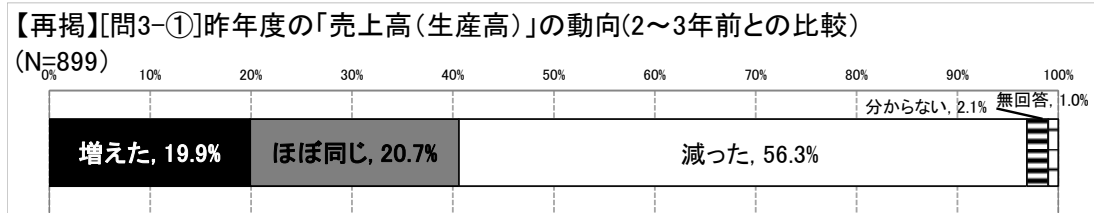
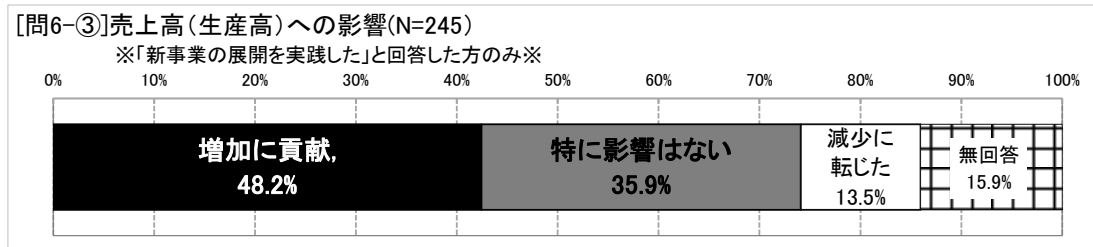
\* 「新しい商品・サービス、技術を開発・提供した」が48.2%を占めており、最も多い。



### 問6-③. 売上高(生産高)への影響※問6-①で「新事業の展開を実践した」と回答した方のみ

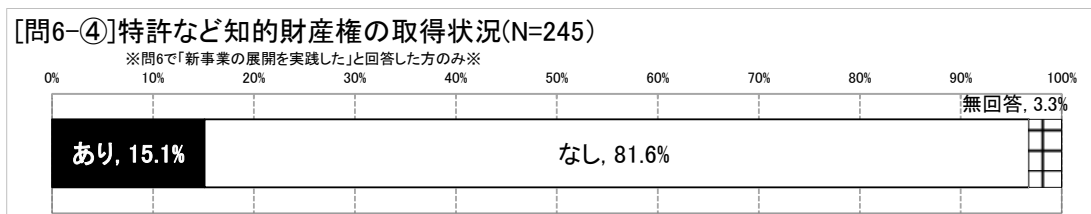
\* 「増加に貢献」が48.2%と過半数を占める。

\* 回答者全体の売上高(生産高)は、「増えた」が19.9%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6-④. 特許など知的財産権の取得状況※問6-①で「新事業の展開を実践した」と回答した方のみ

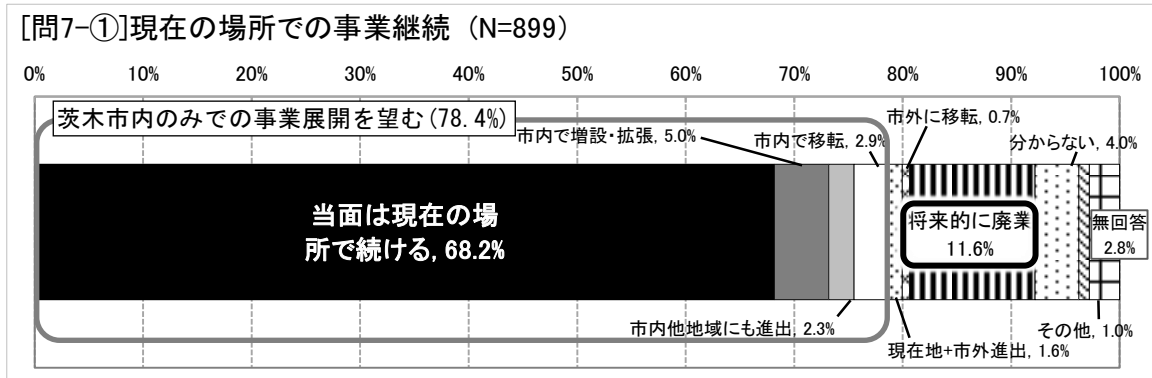
\* 「あり」と回答した者は15.1%であった。





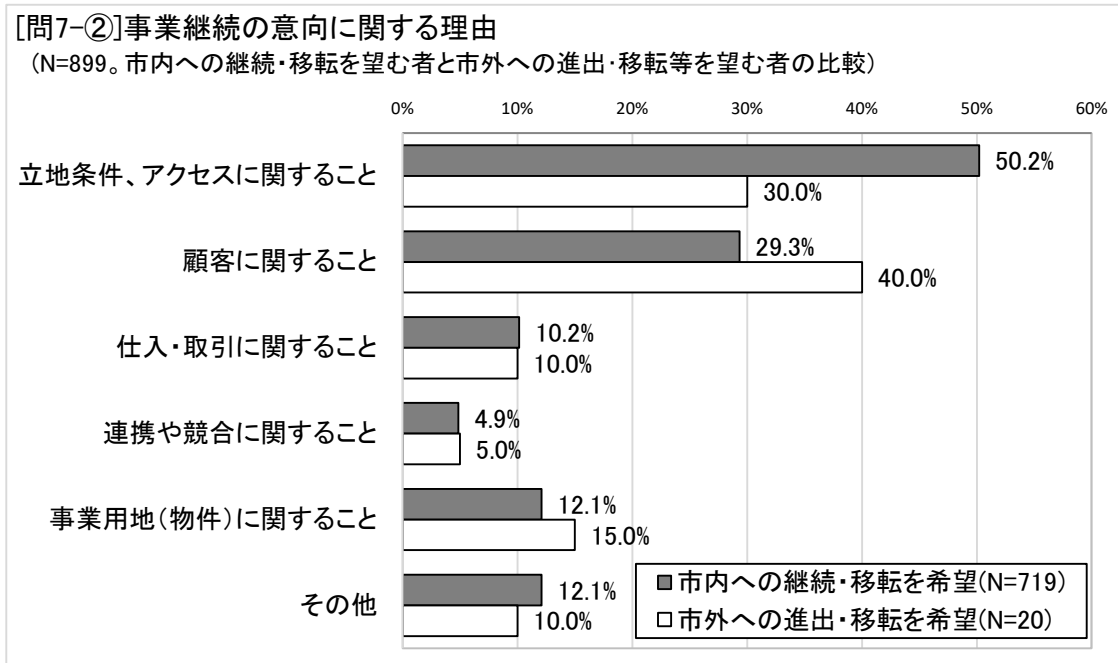
### 問7-①. 現在の場所での事業継続の意向

- \* 「当面は現在の場所で行く」(68.2%)をはじめ、市内での事業展開を望む者が78.4%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(1.6%)や、「茨木市外への移転を希望」する者(0.7%)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11.6%と8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7-②. 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※1は、「立地条件、アクセスに関すること」が50.2%と最も多く、次いで「顧客に関すること」(29.3%)が多い。
- \* 市外への進出ないし移転を希望する者※2は、「顧客に関すること」が40.0%と最も多く、次いで「立地条件、アクセスに関すること」(30.0%)が多い。



※1 下記の選択肢を回答した者を、市内への継続・移転を希望する者とする。  
 「当面は現在の場所で行く」「現在の場所や隣接地で増設・拡張したい」「現在の場所で行く、同時に他地域(市内)にも進出したい」「他の場所(市内)に移りたい」「現在の場所で行く、同時に他地域(市外)にも進出したい」

※2 下記の選択肢を回答した者を、市内への継続・移転を希望する者とする。  
 「現在の場所で行く、同時に他地域(市外)にも進出したい」「他の場所(市外)に移りたい」

**【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】**

<p>立地条件、アクセスに関すること</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・171号線、名神、近畿道に近い</li> <li>・交通の便がよい(空港、新幹線、インターチェンジ)</li> <li>・大阪市内、京都市内だけでなく、神戸や滋賀方面ともアクセスしやすく便利だから</li> <li>・大阪市内の現場が多いので、インターチェンジが近く便利</li> <li>・駅から近く、仕事帰りに利用しやすい。塾が周りにあり、ついでにカットする子が多い</li> <li>・顧客が近い。市場規模がそれなりにある</li> <li>・基盤(歴史・実績)がある。生活水準が良い</li> <li>・横に公園があり多くの人の目につきやすい場所</li> <li>・阪急、JR共に近い。人材の確保に有利</li> <li>・官庁に近い(税務署、市役所、法務局)</li> <li>・いろいろな病院に近い</li> <li>・中央卸売市場が近く、物流拠点となっている</li> <li>・インターチェンジに近く、物流拠点として好立地だから</li> <li>・メイン道路に近く荷物の出入りがしやすい</li> <li>・名神、新名神から近く、バイクツーリングでの主要道路になっている</li> <li>・里山風景の評判が良い</li> <li>・JR・阪急の駅に近い</li> <li>・商店通り近く、人通りが多い</li> <li>・学校や団地・マンションが多い</li> <li>・事業主の自宅に近いから</li> <li>・パートを近隣で確保している為</li> <li>・研究施設が多数あるため</li> <li>・物流拠点が多い</li> <li>・周辺に住宅が無いのがよい</li> </ul>
<p>顧客に関すること</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・いろいろな世代の方がいる</li> <li>・良いお客さんがいっぱいいる</li> <li>・小・中・幼保が立地している</li> <li>・知人、友達の紹介が多い為</li> <li>・教育熱心な層が多い</li> <li>・大手企業直の下請</li> <li>・得意先からの緊急対応を履行するためこの近辺での事業継続</li> <li>・西日本高速道路の事務所がある。茨木土木事務所がある</li> <li>・子育て・高齢の両世代の商店街利用者が多い</li> <li>・宅地開発により顧客の増加が見込める</li> <li>・若い人が増えている</li> <li>・在塾生、卒業生、保護者からの紹介が見込める</li> <li>・教育機関・学校・研究所が多く、地域活動も盛ん</li> <li>・地域密着型企业なので市内に得意先が多い</li> </ul>
<p>仕入・取引に関すること</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・得意先、仕入れ先が近い</li> <li>・下請企業がほぼ市内の業者である</li> <li>・中央卸売市場や、茨木市内の食品卸業者から仕入れている</li> <li>・全国各地から仕入れるので、東からでも西からでも地理的に便利</li> <li>・取引先が大阪市内と京都(亀岡)、兵庫(社)、滋賀(草津)で、中間地で利便性がよい</li> <li>・大手製造工業内に作業(管理)設備があるため、顧客への問題はない</li> <li>・試薬の卸売業者が近くにいる便利</li> <li>・学校関係</li> </ul>
<p>連携や競合に関すること</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大学が周辺に多い</li> <li>・同業他社との連携がとりやすい</li> <li>・大型店舗が近くに無い</li> <li>・あまり考えて無い</li> <li>・競合はほぼなく、今後は大学の連携も考えていく</li> <li>・事業で連携している医療機関が近隣にある</li> <li>・個人店舗が多いので特に気にならない</li> <li>・1件しかないのでゆったり仕事が出来ている</li> </ul>
<p>事業用地(物件)に関すること</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・グループ会社所有物件の為</li> <li>・持ち土地</li> <li>・家賃が比較的安い</li> <li>・前面道路が大きい</li> <li>・工場併設の物件がないので、今の場所で続けざるを得ない</li> <li>・他に動物実験を行える場所がない(市内への移転について)</li> <li>・もう少し広い場所に移転を検討中ですが、現在の場所に近いとこで模索中</li> <li>・現在の賃貸人より、今より広い建物への移動を提案されているため</li> <li>・入居している建物の建替、地域の再開発が進行しており、その先行きが不透明な為</li> <li>・近隣地が田畑で、小作権があり入手が難しい</li> <li>・得意先(関連会社)敷地内</li> <li>・店舗を購入しているため</li> <li>・市の賃料補助制度が活用できるので助かる</li> <li>・少し広い気もするが、適切な大きさの箱である</li> </ul>
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・開業した茨木市で事業を継続・拡大したい</li> <li>・設備投資し、環境も整いつつあるから</li> <li>・テレワークが主なので場所にこだわりが無い</li> <li>・地域に根付いた商売が出来ている</li> <li>・自宅事務所が便利で経費も少ない</li> <li>・親会社にゆだねる</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	・物流拠点多い
顧客に関すること	・顧客が広域に分散している
事業用地(物件)	・人材が集まらない ・加工場が必要なため市外がよい
その他	・駐車場のある物件に移りたい

**問8. 事業継続及び事業継承を進める上での問題点・課題**

- \* まず、後継者の有無や確保の問題、人材の育成や確保など、人材面での課題が多くあげられた。
- \* その他に、M&A・企業譲渡、検討すら進んでいない状況、FC や親会社との関係性、事業活動の停滞、事業資金の確保、株価・金銭の相続問題、事業継続・事業継承を検討する上での様々な相談事など、多種多様な問題点・課題があげられた。

後継者問題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・後継者がいない</li> <li>・現状なんとか進めている(身内)</li> <li>・資格のある後継者がいない</li> <li>・「税理士資格」が必要である</li> <li>・幅広い知識が必要で事業を継続しながらその作業をすることが時間的に厳しい</li> <li>・展望がない。我が子にもさせたくない</li> <li>・子供(女)がこの仕事に全く興味がない</li> <li>・娘はまだ小さく、社員に引き継がないといけない</li> <li>・幅広い知識を持つ後継者がいない</li> <li>・技術職業の為、年数がかかる</li> </ul>
人材育成、人材確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(若い世代の)技能工の確保。若者の建設業離れ</li> <li>・人材確保に苦勞している(特にパート社員)</li> <li>・社員の高齢化が進み、安定した人材確保が出来るか</li> <li>・経験が必要な仕事であるため、育てるのに数年かかる</li> <li>・人手不足により売上減少、一時休業。売上アップしないので人が募集出来ない</li> <li>・建設業 2024 年問題</li> <li>・スタッフ雇用、育成</li> <li>・仕事はあるが人材不足</li> <li>・若手社員の雇用、確保</li> </ul>
M&A、企業譲渡	<ul style="list-style-type: none"> <li>・M&amp;A するにも店舗価値が低い</li> <li>・マッチングと譲渡額の選定</li> <li>・事業承継を行ったばかり。税金がかかりすぎるため、今後は売却も検討する</li> <li>・多くの M&amp;A 会社より紹介をうけるも必要書類が多すぎました。手数料が高額</li> <li>・適当な譲渡企業がない</li> <li>・企業価値の問題</li> </ul>
検討すら進んでいない	<ul style="list-style-type: none"> <li>・話が進んでいない</li> <li>・具体的な方向性が未定</li> <li>・事業承継を進める余裕がない</li> <li>・事業承継すべきか廃業すべきか検討中</li> <li>・直近の問題ではないため後回しにしてしまう</li> <li>・まだ先なので、課題が明確ではない</li> </ul>
FC や親会社との関係性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・FC 契約の中での承継の煩わしさ</li> <li>・親会社の管理下にあり、特になし</li> <li>・FC 本部が事業承継を認めていないから</li> <li>・人手や賃金上昇への FC 本部の補助がない</li> </ul>
事業活動の停滞	<ul style="list-style-type: none"> <li>・収益の減少</li> <li>・国内商圏の縮小</li> <li>・顧客の確保</li> <li>・市場の変化に対応が追い付かない</li> <li>・物価高騰により利益が減少している</li> <li>・顧客の高齢化が進んでいる</li> </ul>
事業資金の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人件費と家賃が高い</li> <li>・売上増のための販促資金</li> <li>・建物が賃貸で古くて壊れかけているので、建物が壊れるまでしか出来ない</li> <li>・設備の老朽化により資金不足、体力的な問題</li> </ul>
株価、金銭の相続問題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会社の株価、相続税対策</li> <li>・借入金が残っている</li> <li>・税金等、お金の問題</li> <li>・代表者の所有する株式の移転</li> </ul>
事業継続、事業継承を検討する上での相談事	<ul style="list-style-type: none"> <li>・どこに相談すればよいかわからない</li> <li>・資金含めた方法がわからない</li> <li>・いずれは法人を買収してもらいたいが、その手掛かりがわからない</li> <li>・インボイス制度で下請けの会社に仕事を依頼が出来なくなることや、2024 年問題等を、どこに相談すればよいかわからない</li> <li>・専門家に聞かないと分からないことが多い</li> <li>・承継するほど価値があるのかわからない</li> </ul>

## 問9. 事業承継を進める上であると良い取組・支援

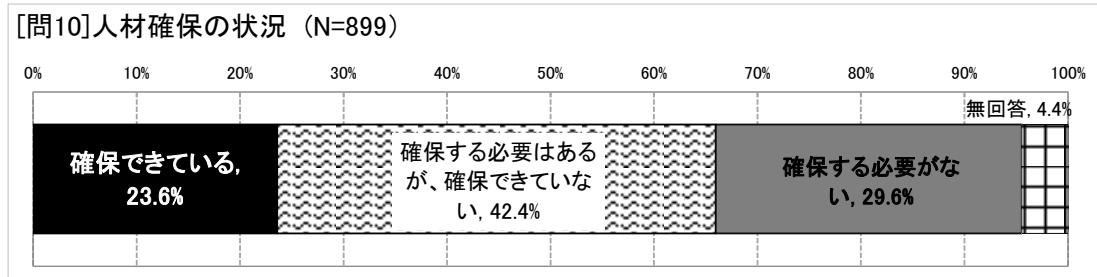
- \* まず、さまざまな情報発信の強化、相談対応・窓口の設置といった事業承継に関する情報を事業者へ伝えることや、事業継承に関するマッチング、企業説明会、人材育成プログラムなど複数企業が参画するイベントなどが多くあげられた。
- \* その他に、助成金の支援、税制、株式譲渡に関する支援、人材あっせん、企業間連携などの取組・支援策があげられた。

情報発信の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支援情報が少ない(内容がよくわからない)</li> <li>・支援情報の発信、専門機関の紹介</li> <li>・承継するにあたっての注意事項説明</li> <li>・承継出来るよう、ルールを構築しておくこと</li> <li>・専門家の紹介、専門機関の紹介</li> <li>・後継者のいない事業者等の情報があればよいと思う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・信頼できる機関からの案内</li> <li>・物件情報の取集の取り組み</li> <li>・M&amp;A の紹介等</li> <li>・WEB 上のマッチングサイトの構築</li> <li>・やる気がある後継者の紹介</li> </ul>
相談対応、窓口の設置	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実効性のある相談施設</li> <li>・資産、負債の整理援助</li> <li>・何から始めたら良いのか分からないので、相談窓口があればありがたいです</li> <li>・事業承継を一から始めるのと同じ支援が欲しいです</li> <li>・2024 年問題等を相談出来ればと思う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人材確保への支援、紹介システムの案内</li> <li>・承継後の手続きを支援してほしい</li> </ul>
事業継承に関するマッチング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営者の人間性、考え方が伝わるマッチングがあればよいと思うが…。</li> <li>・自治体のチェックをクリアした、クリーンな法人同士の M&amp;A</li> <li>・継承したい方と新規開業希望者を登録制にしてマッチングの仲介役になってもらう</li> <li>・事業承継を受けて、茨木市内に教室を増やせるような取組や支援があれば、積極的に考えたい。塾の閉業を考えている方の情報やマッチングの機会があればありがたい</li> <li>・承継したい事業者と受けたい事業者のマッチング、支援情報の発信、専門機関の紹介</li> </ul>	
複数企業が参画するイベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・合同企業説明会などの開催</li> <li>・建設業の各職人不足がかなり深刻。各自自治体で職人育成など行えるのであれば</li> <li>・国内外への商談会の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・次世代後継者の育成塾</li> </ul>
助成金の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・幅広い助成金の策定</li> <li>・人材育成の資金</li> <li>・設備投資のために今後大きな出費が予想される。助成金など支援していただきたい</li> <li>・事業継続給付金もしくは、採択難易度の高くない事業継続化補助金</li> <li>・承継希望者がたくさん増える支援として、承継応援給付金などがあればよいと思う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長期の借付け</li> <li>・光熱費やガソリン価格の補助</li> </ul>
税制優遇措置 など	<ul style="list-style-type: none"> <li>・減税、免税、お金に関する話題</li> <li>・税制優遇措置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・譲渡による税金が高すぎるので中々実現できない</li> </ul>
株式譲渡に関する支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・株の継承・株式移転時の株価評価と引継者の資金確保</li> <li>・株式譲渡に関する税金支払保留の延長</li> <li>・会社の株価対策・相続税対策の問題点、課題の解決策</li> </ul>	
人材あっせん	<ul style="list-style-type: none"> <li>・無料のパートの紹介</li> <li>・若手人材不足に対する取組</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・従業員の人材斡旋してもらえるとありがたい</li> </ul>
企業間連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各資格事業者との連携が必要</li> <li>・IT 企業とのマッチング、協力体制の支援があればよい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人員紹介の強化連携・相談、他業種との繋がり作り</li> </ul>
その他の意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・フランチャイザーとの折衝</li> <li>・プレミアム付き商品券のような、地元で経済を回す取組は継続して欲しい</li> <li>・運送業に対する支援(カーボンニュートラル等のための補助強化策が必要)</li> <li>・地域の事業組合等の参加</li> <li>・阪急駅が拓けない限り、茨木市も発展しないと思う</li> </ul>	

## C. 人材の育成・確保について

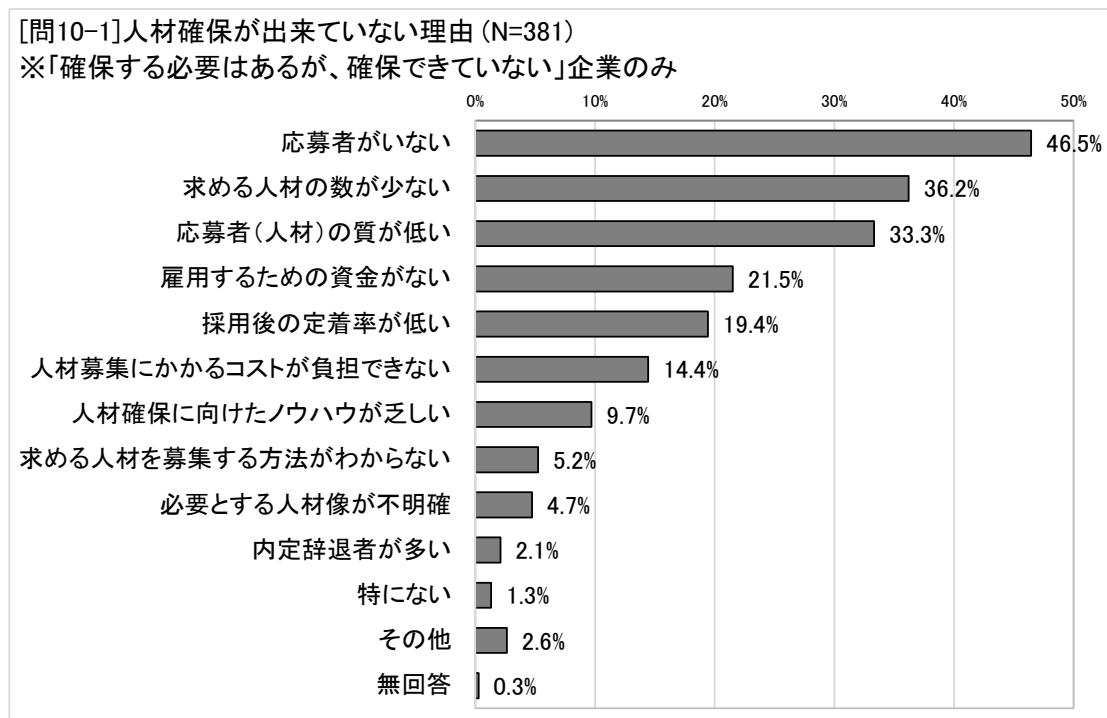
### 問 10. 人材確保の状況

\* 「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 42.4%を占める。



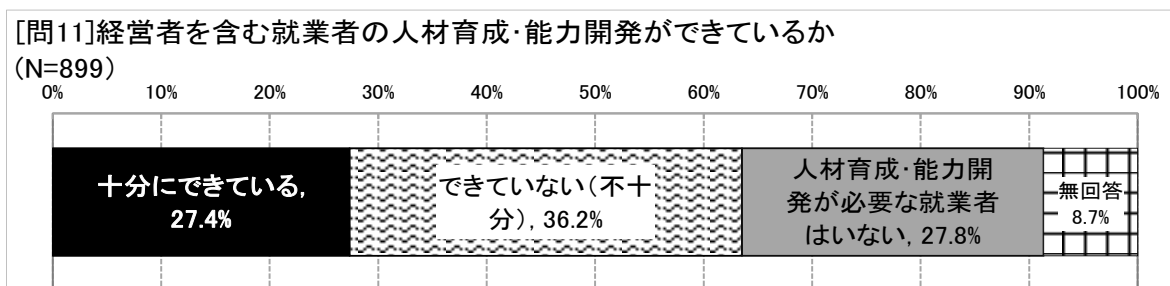
### 問 10-1. 人材確保ができていない理由※問 10 で「確保する必要があるが、確保できていない」回答した方のみ※

\* 「応募者がいない」(46.5%)、「求める人材の数が少ない」(36.2%)、「応募者の質が低い」(33.3%)の3点が30%以上を占めており多い。



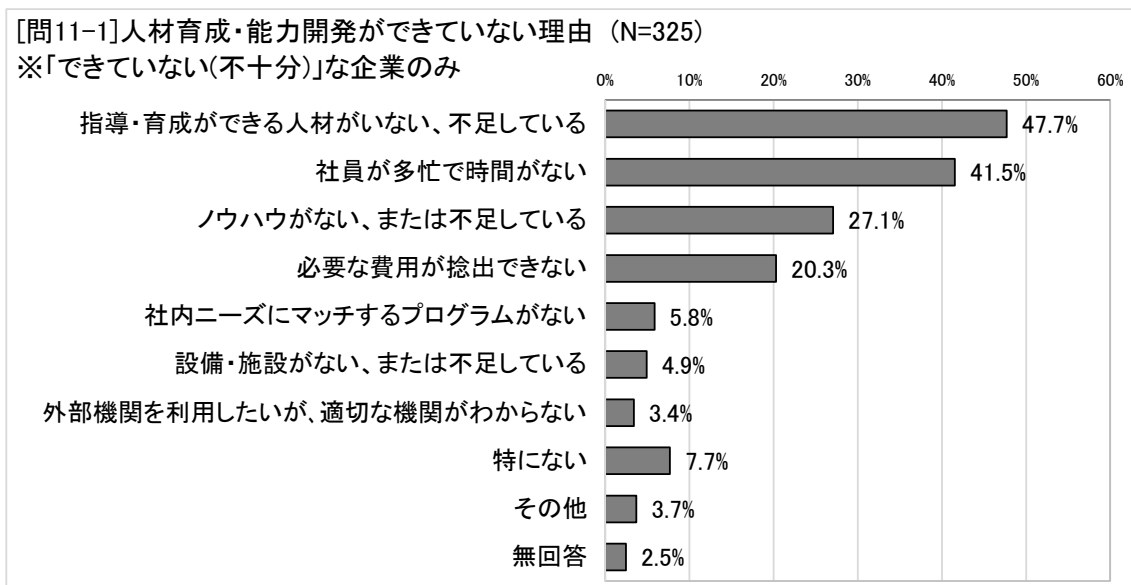
### 問 11. 就業者の人材育成・能力開発の実施状況に対する自己評価

\* 「できていない(不十分)」と回答した者が 36.2%を占める。



**問 11-1. 人材育成・能力開発ができていない理由※問 11 で「できていない(不十分)」と回答した方のみ※**

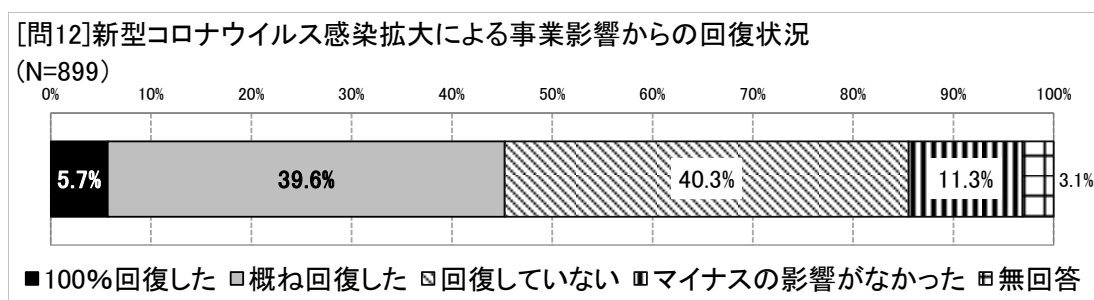
\* 「指導・育成ができる人材がない、不足している」(47.7%)、「社員が多忙で時間がない」(41.5%)といった、人材育成・能力開発が社内人材では実践できないからという理由が上位2位を占める。



**D. 新型コロナウイルス感染拡大による事業活動や働き方の変化**

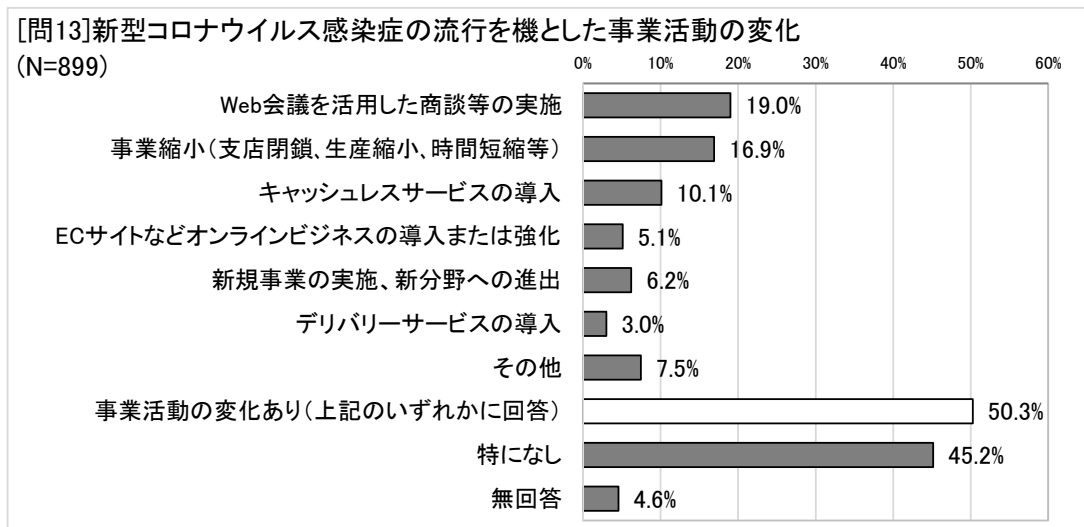
**問 12. 新型コロナウイルス感染拡大による事業影響からの回復状況**

\* 「概ね回復した」(39.6%)と「回復していない」(40.3%)の2つが40%前後と多くなっている。



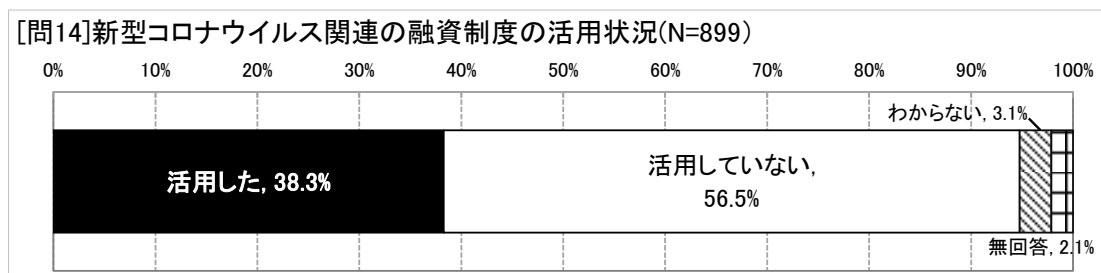
### 問 13. 新型コロナウイルス感染症の流行を機とした事業活動の変化

\* 事業活動に変化があったと回答した者は 50.3%に及び、中でも「Web 会議を活用した商談等の実施」(19.0%)と「事業の縮小(支店閉鎖、生産縮小、営業時間短縮等)」(16.9%)の 2 つが多い。



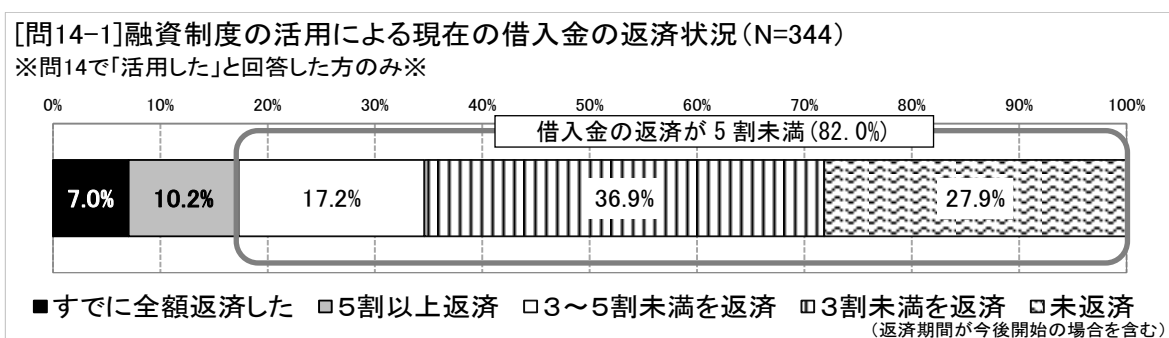
### 問 14. 新型コロナウイルス関連の融資制度の活用状況

\* 「活用した」と回答した者が 38.3%を占める。



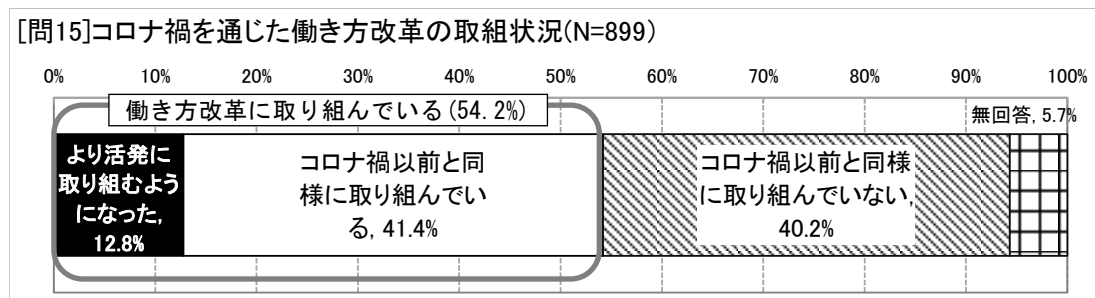
#### 問 14-1. 融資制度の活用による現在の借入金の返済状況 ※問 14 で「活用した」と回答した方のみ※

\* 「3割未満を返済」が 36.9%と最も多く、次いで「未返済」(27.9%)、「3～5割未満を返済」(17.2%)と続く。「すでに全額返済した」と回答した者は 7.0%に止まり、82.0%は借入金の返済が 5割未満となっている。



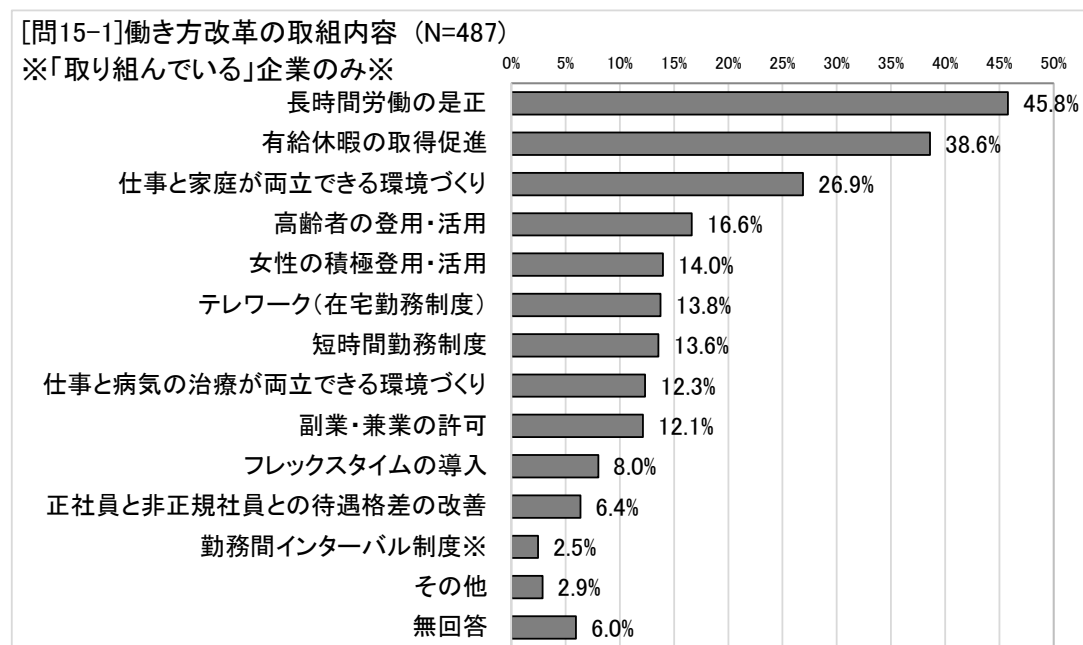
## 問 15. コロナ禍を通じた働き方改革の取組状況

\* 「より活発に取り組むようになった」が 12.8%を占めるのをはじめ、働き方改革に取り組んでいると回答した者は 54.2%と過半数に及ぶ。



### 問 15-1. 働き方改革の取組内容、課題 ※問 15 で「取り組んでいる」と回答した方のみ※

- \* 「長時間労働の是正」(45.8%)、「有給休暇の取得促進」(38.6%)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」(26.9%)、「高齢者の登用・活用」(16.6%)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、有給休暇未消化や人材のやりくり、取り組むための資金確保のほか、介護や工事など業界ならではの課題への回答も見られた。



#### 【働き方改革の課題：回答例】

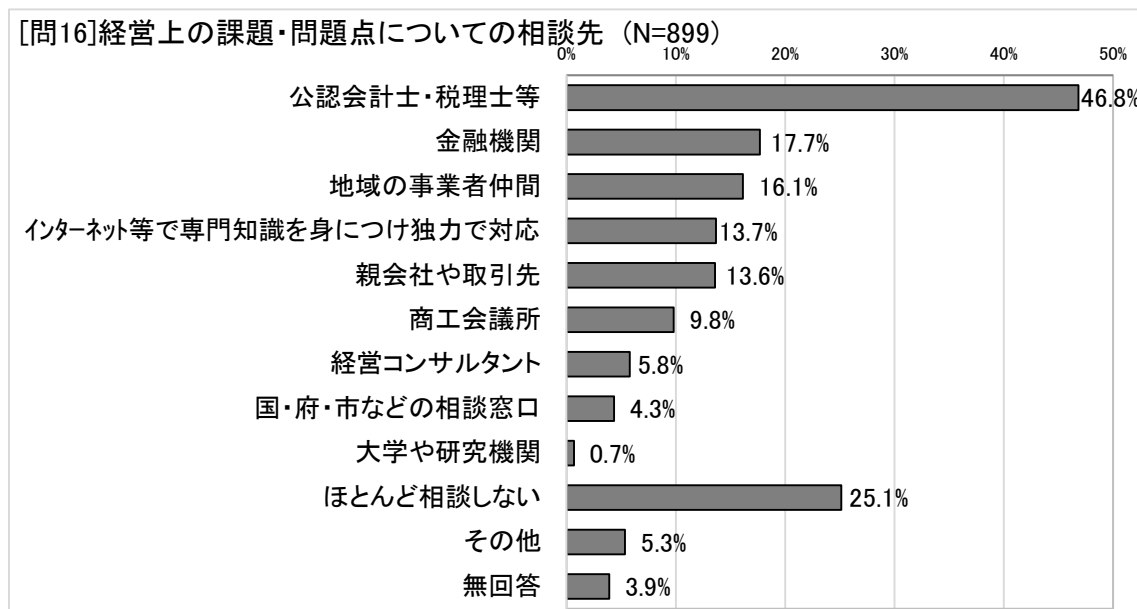
- ・従業員の数が増やせないで 定時帰宅はできるが有給休暇が取りづらい
- ・従業員数が少ないので、育休の所得者が増えると人のやりくりに困る
- ・働き方改革を従業員が満足いく形にしたいが、それを行うための新規に必要な人材が確保出来ない
- ・働き方改革は利益確保できなければ困難。コロナ融資の返済も始まり、倒産しないように必死なのが現状だ
- ・介護の世界は誰かが出勤しなければならない。人件費は高騰し続けている
- ・電気工事業は、まず元請が週休 2 日にしないと働き方改革に取り組めない
- ・工事業は夜間や休日の時間外労働が多く、人員不足もあり、同じ人に頼らざるを得ないので偏りが出る
- ・ものづくりの企業なので、テレワークには限度がある



## E. 外部との連携について

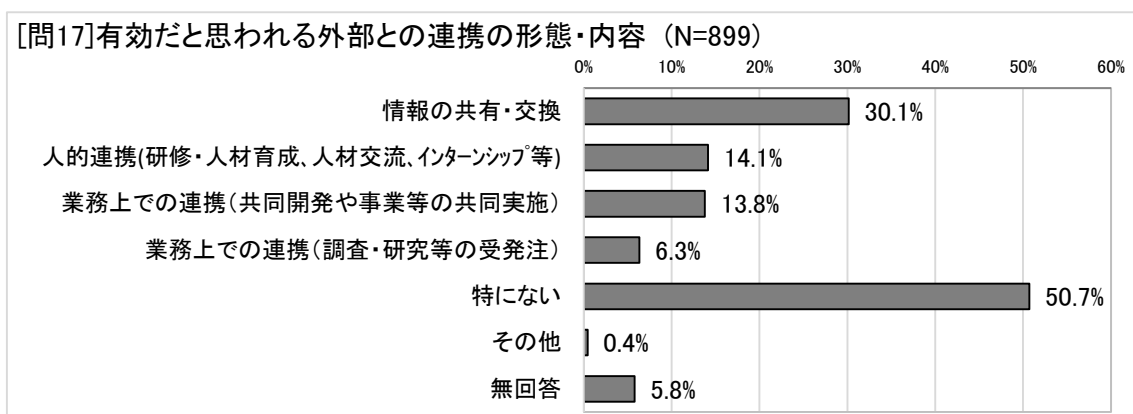
### 問 16. 経営上の課題・問題点についての相談先

- \* 「公認会計士・税理士等」が46.8%と最も多い。  
また、「ほとんど相談しない」(25.1%)と4分の1を占めており、相談先がない企業も多い。



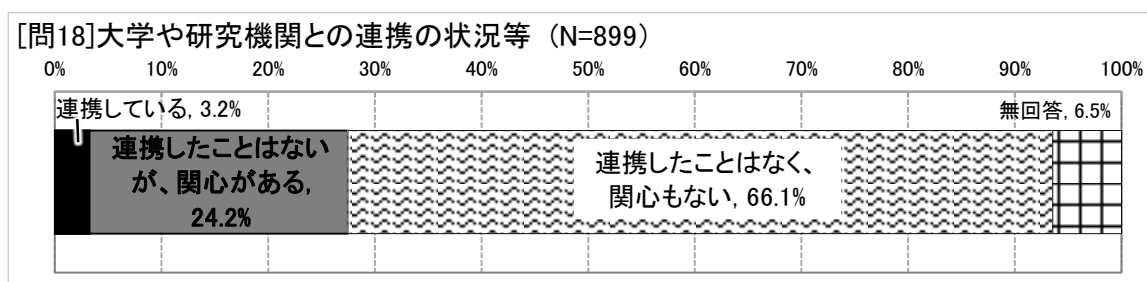
### 問 17. 有効だと思われる外部との連携の形態・内容

- \* 「特にない」が50.7%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」(30.1%)が最も多い。



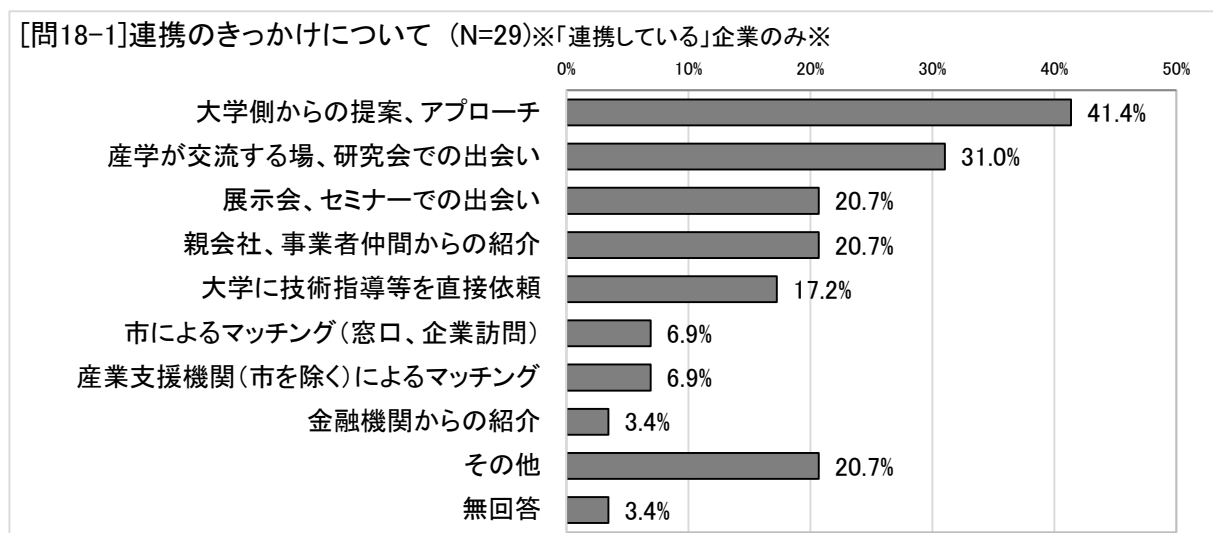
## 問 18. 大学や研究機関との連携の状況等

\* 「連携している」と回答した者は 3.2%に止まる。また、「連携したことはないが、関心がある」が 24.2%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。



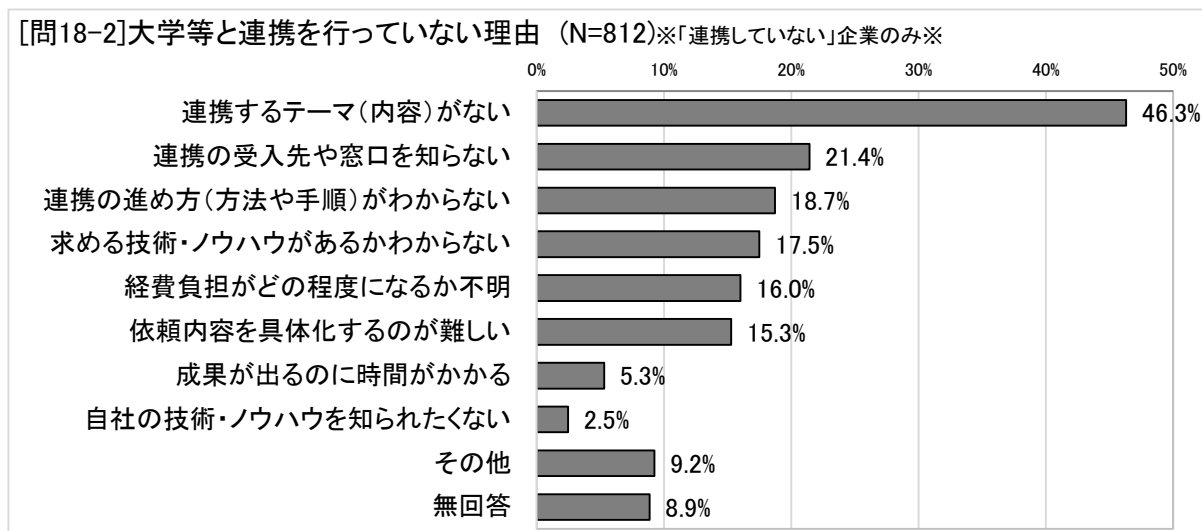
### 問 18-1. 連携のきっかけ※問 17 で「連携している」と回答した方のみ※

\* 「大学側からの提案、アプローチ」が 41.4%と最も多く、次いで「産学が交流する場、研究会での出会い」(31.0%)、「展示会、セミナーでの出会い」「親会社、事業者仲間からの紹介」(ともに 20.7%)と続く。



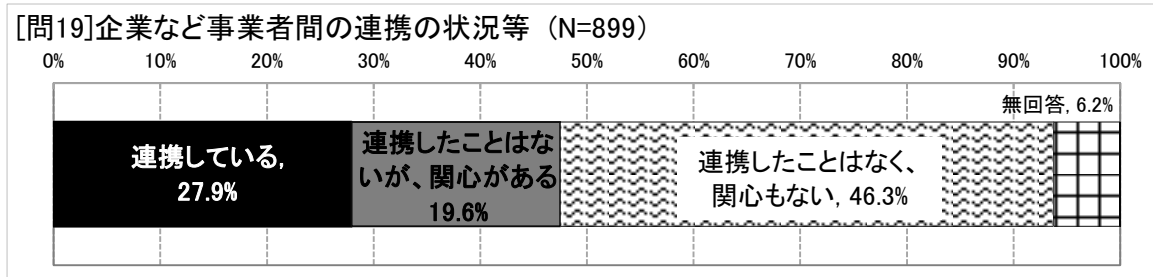
### 問 18-2. 大学等と連携していない理由※問 18 で「連携していない」と回答した方のみ※

\* 「連携するテーマ(内容)がない」が 46.3%と最も多い。



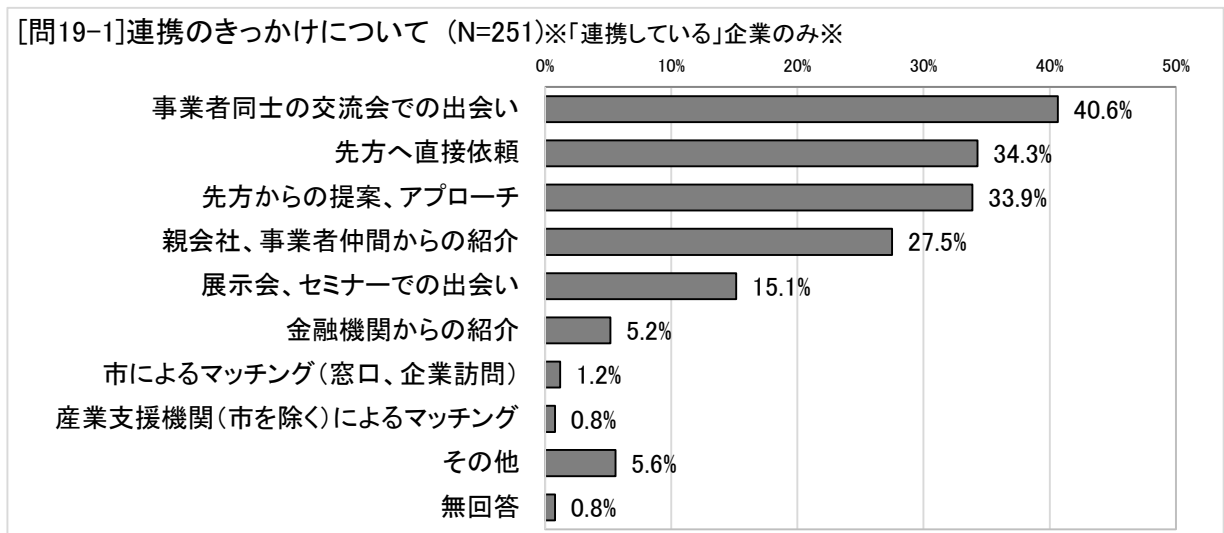
## 問 19. 企業など事業者間の連携の状況等

\* 「連携している」と回答した者が 27.9%と、大学や研究機関に比べると多い。また、「連携したことはないが、関心がある」が 19.6%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 19-1. 連携のきっかけ※問 19 で「連携している」と回答した方のみ※

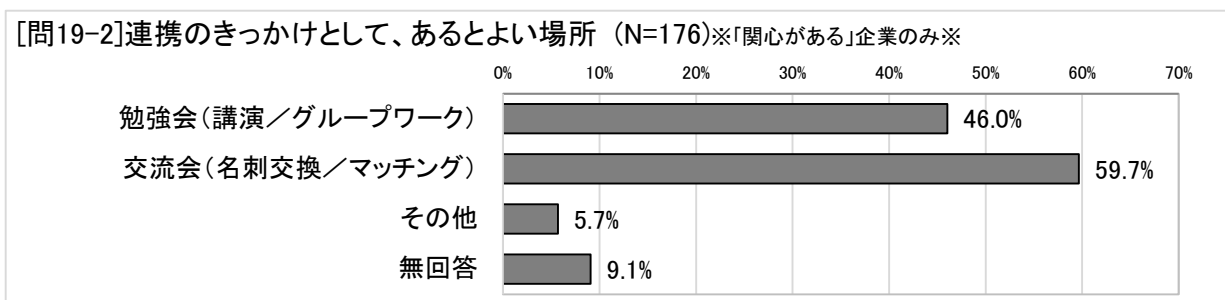
\* 「事業者同士の交流会での出会い」が 40.6%と最も多く、次いで「先方へ直接依頼」(34.3%)、「先方からの提案、アプローチ」(33.9%)、「親会社、事業者仲間からの紹介」(27.5%)と続く。



### 問 19-2. 連携のきっかけとして、あるとよい場所※問 19 で「関心がある」と回答した方のみ※

\* 「交流会」が 59.7%、「勉強会」が 46.0%。

\* その他の回答として、web ミーティングや新商品開発イベント、企業紹介、コワーキングスペースなどがみられた。



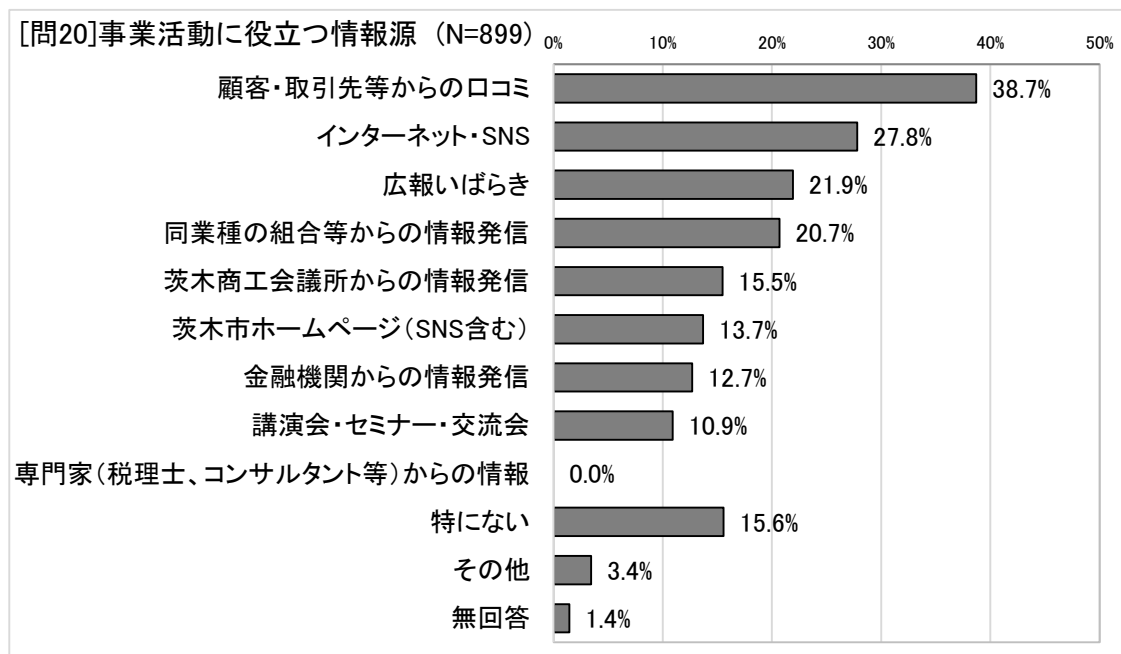
#### 【連携のきっかけとして、あるとよい場所：その他の回答例】

- ・短時間での web ミーティングを定期的に行う
- ・web 等による連携づくり
- ・新商品の開発など
- ・企業の紹介
- ・wework のような、起業家やフリーランス向けのコワーキングスペースの提供

## F. 支援策の活用状況等について

### 問 20. 事業活動に役立つ情報源

- \* 「顧客・取引先等からの口コミ」が 38.7%と最も多く、次いで「インターネット・SNS」(27.8%)、「広報いばらき」(21.9%)、「同業種の組合等からの情報発信」(20.7%)と続く。  
また、「特にない」(15.6%)という情報源を持たない企業も多く見られた。



### 問 21. 事業者へ広く情報を届けるうえで有効な方法

- \* イベントでの事業者出店、ビジネスマッチング、異業種交流会、講座・研修会などのイベント等開催、地域情報 web サイトやメールマガジン、YouTube、DMなどの多様な情報発信、ハローワークや大学、メディア等の他機関による活用、イベント開催、情報発信などの回答が見られた。

#### 【回答例】

##### イベント等の開催

- ・おにクル会館イベント。茨木フェスティバルや麦音フェスト等のイベント内での開催
- ・イベント(お祭り等)に出店して当店を知ってもらう
- ・茨木市内業者などを集めたビジネスマッチングイベント
- ・異業種交流を定期的に行う
- ・講座・研修会の開講

##### 情報発信

- ・地域サイト、交流サイトなど
- ・経営者向け web サイトで、情報の発信と、コメント欄による経営者のコミュニケーションの場を
- ・事業者へのメールマガジン
- ・YouTube による情報発信
- ・事業者個々への手紙、店舗への DM
- ・茨木市にも協力していただき、無料でイベントを宣伝してほしい

##### 他機関によるイベント開催、情報発信

- ・ハローワーク茨木での人材確保セミナーやマッチングイベント
- ・大学でのイベント開催、大学発信のメルマガ
- ・TV 放送、web 放送、ラジオ放送での定期発信

## 問 22. 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」のほか、「中小企業融資信用保証料補助金」「正規雇用促進奨励金」「障害者雇用奨励金」といった補助金・奨励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、知っているものとしても回答の多い「中小企業向け融資制度」「中小企業融資信用保証料補助金」「正規雇用促進奨励金」に加え、「中小企業経営アドバイザー（中小企業診断士）による無料の経営相談」「勤労者スキルアップセミナー」「産学連携交流サロン」への回答が比較的多い。

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	200	22.2%	第1位	中小企業向け融資制度	122	13.6%
第2位	中小企業融資信用保証料補助金	155	17.2%	第2位	中小企業融資信用保証料補助金	110	12.2%
第3位	正規雇用促進奨励金	120	13.3%	第3位	正規雇用促進奨励金	99	11.0%
	障害者雇用奨励金	120	13.3%	第4位	中小企業経営アドバイザー（中小企業診断士）による無料の経営相談	64	7.1%
第5位	中小企業経営アドバイザー（中小企業診断士）による無料の経営相談	102	11.3%	第5位	勤労者スキルアップセミナー	57	6.3%
第6位	合同就職面接会	92	10.2%	第6位	障害者雇用奨励金	40	4.4%
第7位	産学連携交流サロン	59	6.6%	第7位	産学連携交流サロン	39	4.3%
	勤労者スキルアップセミナー	59	6.6%	第8位	事業所内でのオープンカンパニー開催 ※今後実施予定※	36	4.0%
第9位	産学連携スタートアップ支援事業補助金	52	5.8%		合同就職面接会	36	4.0%
第10位	働きやすい職場づくり推進事業所認定制度	47	5.2%		企業立地マッチング促進事業	36	4.0%
第11位	企業立地マッチング促進事業	41	4.6%	第11位	働きやすい職場づくり推進事業所認定制度	34	3.8%
第12位	海外ネット通販（越境 EC）セミナー	32	3.6%	第12位	中小企業大学校関西校サテライトゼミ	30	3.3%
	中小企業大学校関西校サテライトゼミ	32	3.6%		海外ネット通販（越境 EC）セミナー	30	3.3%
第14位	市の施策に関する情報提供や企業の課題のヒアリング等を行う企業訪問活動	29	3.2%	第14位	産学連携スタートアップ支援事業補助金	27	3.0%
	その他	6	0.7%	第15位	市の施策に関する情報提供や企業の課題のヒアリング等を行う企業訪問活動	23	2.6%
					その他	6	0.7%
	知っているものがない	59	6.6%		活用したいものがない	58	6.5%
	無回答	522	58.1%		無回答	539	60.0%

## 問 23. おにくる、ダムパークいばきたとの連携、茨木関連商品・サービスの開発意向

\* イベント、講座等の企画・開催、おにくるやダムパークいばきたとの連携イベント、企画してほしいイベント、茨木関連の商品・サービスの開発などについて、様々な回答が寄せられた。

### 【回答例】

#### イベント、講座等の企画・開催

- ・認知症予防、シニア層の活性化などで茨木市の発展に協力できれば幸いです
- ・おにくるホールで発表会をしたい！
- ・おにくるやダムパークで子供向けイベントをしてみたいです
- ・運営しているこども料理教室は土日が人気でキャンセル待ちの状況なので、おにくるの調理室を使用したい
- ・学校では力を入れていない分野での教育スペースやルームの立ち上げ
- ・子供たちに向けてのプログラミング教室等、開催できる場所及び市の支援があればよいと考える。
- ・1day 講座の講師として活動。リクルートヘアメイク、アイブロウメイク、高齢者メイクなど
- ・無料でハンドケアをするサービスがありますので、ご要望があればどこへでも行ってさせていただきます
- ・法律相談、講演会
- ・書生を取り扱っているの、「おにくる」の図書館とは納品等を含めて連携していきたい

#### おにくるやダムパークいばきたとの連携イベント等

- ・ダムパークいばきたと連携した、アウトドア関連サービスやアトラクション、施設向けのドローンを活用したサービスを開発予定です
- ・キッチンカーで移動販売をやりたい。各施設に週替わりで定期的に、出店と出店者の募集管理の両方で携わりたい
- ・地域振興、産業振興、災害対応等を目的としたコミュニティFM 放送サービス

#### その他、企画してほしいイベント

- ・演奏会の企画及び出演
- ・ダム周辺でのマラソン大会を実施してほしい
- ・キッチンカーでの自社商品の販売

#### 茨木関連の商品・サービスの開発

- ・「おにくる」Tシャツ
- ・安威川ダムカレー
- ・茨木の歴史に因んだコーヒーブレンドを用意して提供
- ・茨木童子をあしらったラベルのワイン
- ・「DAMDAM バーガー」を商品予定
- ・ダムカレー実施、星降るカレー、おにくる応募時に提案
- ・美容室なのでシャンプーや、トリートメントの新商品
- ・安威川ダムの近くなので、ダム関連のサービスメニュー開発をしたい
- ・茨木銘菓になれるようなお菓子を開発できればと考えています
- ・安威川ダム近くにあるので、ツーリング等で来られた方の修理・メンテナンス

#### その他の連携・協力の意向

- ・オープンカンパニーには積極的に参加したいと思います
- ・茨木市車作の事業所なので、ダムパークいばきたでは何かしていきたいと思っています
- ・茨木市商業団体連合会が主導する「おにくる」グルメ事業に参加
- ・ミシンを使うことがあれば協力したい

## 問 24. 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

- \* 阪急茨木市駅や JR 茨木駅、南茨木駅など、駅前再開発の推進についての意見が多くみられた。
- \* その他では、市政情報の発信強化やきめ細やかな発進への評価、集客力の強化、渋滞など交通整備、おにクル開館への期待・要望、産学連携・企業間連携の強化についての意見も複数みられた。

### 【回答例】

駅前再開発の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・阪急茨木市駅前の再開発問題が全く進まないのを何とかしてほしい。SOCIO など老朽化した危険性の指摘されるビルが放置されている</li> <li>・茨木市駅前に出店して 50 年、駅前が商業化し発展すること全力をむけてきました。一番大きな駅を開発しない限り茨木市の発展は無いという思いは変わりません。もっと考えるべきと思う</li> <li>・JR 茨木駅の西側(万博方面)の設計が誠に貧しい</li> <li>・南茨木駅は綺麗になったが、その周辺の開発は全く進んでない。もっと活用できることがあると思う。事業者と直接対話を増やし、具体的な施策をしていただきたい</li> <li>・阪急茨木～市役所～JR 茨木の間の道路整備、街並み整備が全く不足している</li> <li>・茨木の中心地のアーケードの「にぎやかさ」がない。もっと賑やかに活性化させるべき</li> <li>市街地及び駅前の再開発をスピーディーに行うとともに、コンクリートのビル内の活性化ではなく、路面店舗が自由に販売できるよう、市街地を面として開発を進めていただきたい</li> </ul>
市政情報の発信強化など	<ul style="list-style-type: none"> <li>・物価高騰の支援金、ありがとうございました</li> <li>・コロナで大変だった時に、様々な施策について個別に封書や電話にてお知らせいただき有難かったです。それで受け取ることができた支援金がありました。ありがとうございました！</li> <li>・事業承継の情報や、仲介・紹介などの機会があればありがたい</li> <li>・商品 PR の窓口はどこになるか。話を聞いてくれる所が知りたい</li> <li>・店頭などの告知規制を知りたい。例えば、のぼり看板など。どの部署に聞けばいいのか</li> <li>・どんなことを相談できるのかさえよくわかっていません。何を相談したらいいのか自身でも不明瞭で、何についてお伺いしてよいか知りたいです</li> </ul>
集客力の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・もっと活気のあるきれいな茨木になるよう、企画・イベントをやってください</li> <li>・高齢化がますます進む中、ぜひその人たちも一緒に楽しむ場所があってもいいのでは</li> <li>・大きな大学があるにもかかわらず学生街のイメージや実質的な産業が無い。高齢者と子供が多い町に、学生・若者をターゲットに加えるまちづくりが行われてほしいと思います</li> </ul>
渋滞など交通整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業誘致をするためには、市内道路の改修やバイパス線の築造が必須であると判断します</li> <li>・渋滞の解消、道の整備</li> <li>・道路渋滞をなんとかしていただきたい</li> <li>・茨木市を 40 万人都市にすべく、住宅地の改革、開発、北部、R171 以北への交通整備</li> </ul>
おにクル開館への期待・要望	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「おにクル」の開館によって、子育て世代を中心に茨木市の人口が増えればうれしいが、大型で綺麗な図書館にお客さん(利用者)が流れることが不安</li> <li>・おにクルがもっとお金の流れを生むような施設になってほしい</li> <li>・おにクル周辺の混雑、車利用の対策を</li> </ul>
産学連携・企業間連携の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スタートアップ企業向けの協働/共同オフィスが誘致できると、茨木には馴染むように思います。京都大阪の中間に位置する絶妙な立地や大学との連携などの素地があるためです</li> <li>・研究開発費用の補助金を出していただきたい。大学が多いが、工学部が無く利用出来ない</li> <li>・食について、上流(生産)から下流(販売)までしっかり絡めた取組を進めてほしい</li> </ul>
その他の意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民病院が無い</li> <li>・発注状況が回復しても、メーカーの倒産・廃業によりミスマッチが多く、消化できていない</li> <li>・「子供支援募金箱」の設置。市内の店舗に置かせてもらい、市童のために使ってもらいたい</li> </ul>

### 個別ヒアリングの協力の可否

- \* 回答者の 13.1% (118 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(118 社/回答者全体の 13.1%)

## ■ 商店街アンケート調査結果

茨木市第5次総合計画を指針とした「第3次茨木市産業振興アクションプラン」(R.3年度改定)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 12ヶ所**

実施期間 令和5年8～9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. コロナ感染症の流行による変化や影響 問7. コロナ感染症の流行による具体的な変化・影響の内容 問8. 5/8(コロナ5類以降)後の来街者数 問9. 商店街の現在の主な来街者 問10. 3年前と比べた商店街の加盟率の変化 問11. 商店街加盟率の増減理由 問12. 3年前と比べた商店街の空き店舗数の変化 問13. 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 問13-2. 過去3年間に実施した取組
<b>C. 外部との連携について</b>	問14. 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15. 過去3年間で、商店街の活性化に効果があった外部との連携の取組
<b>D. 地域住民のためのサービスについて</b>	問16. 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)
<b>F. 今後の商店街振興について</b>	問17. 商店街が目指す今後の方向性 問17-2. 商店街振興に向けて取り組みたい内容 問18. 商店街の特色や今後発信していきたい魅力 問19. 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2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%とまらない場合がある。

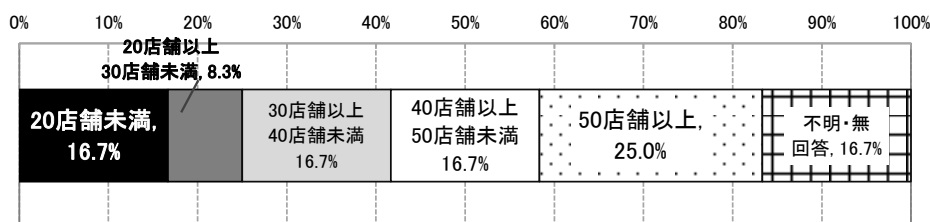
### A. 商店街の概要等

#### 問1-①. 店舗数、組合等への加盟状況

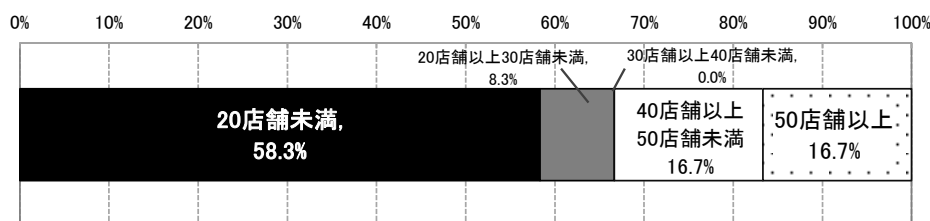
- \* エリア全体の店舗数は、「50店舗以上」が25.0%と最も多く、次いで「20店舗未満」「30店舗以上40店舗未満」「40店舗以上50店舗未満」（ともに16.7%）と続く。
- \* 加盟店舗数は、「20店舗未満」が58.3%と最も多く、次いで「40店舗以上50店舗未満」「50店舗以上」（ともに16.7%）と続く。

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	2	16.7%	7	58.3%
20店舗以上 30店舗未満	1	8.3%	1	8.3%
30店舗以上 40店舗未満	2	16.7%	0	0.0%
40店舗以上 50店舗未満	2	16.7%	2	16.7%
50店舗以上	3	25.0%	2	16.7%
不明・無回答	2	16.7%	0	0.0%
	12			

[問1-①]エリア全体の店舗数、加盟店数 (N=12)



[問1-①]加盟店舗数 (N=12)

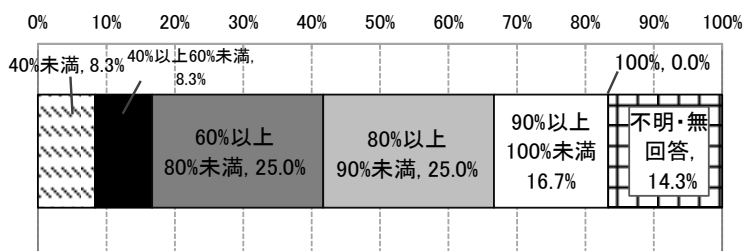


#### 問1-②. 加盟率

- \* 「60%以上 80%未満」及び「80%以上 90%未満」がともに25.0%と最も多い。加盟率が100%の商店街がみられなかった。

【加盟率】	回答数	構成比
40%未満	1	8.3%
40%以上 60%未満	1	8.3%
60%以上 80%未満	3	25.0%
80%以上 90%未満	3	25.0%
90%以上 100%未満	2	16.7%
100%	0	0.0%
不明・無回答	2	16.7%

[問1-②]加盟率 (N=12)

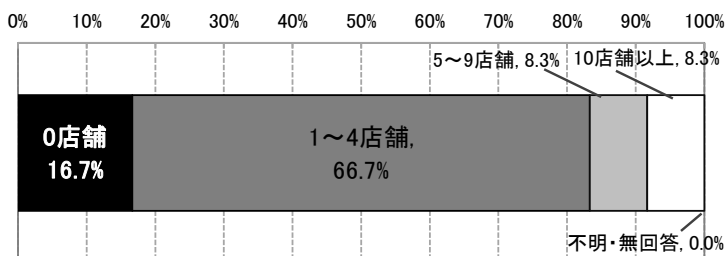


### 問1-③. 空き店舗数

- \* 「1~4店舗」が66.7%と最も多く、「0店舗」(16.7%)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」と回答した者もみられた。

【空き店舗数】	回答数	構成比
0店舗	2	16.7%
1~4店舗	8	66.7%
5~9店舗	1	8.3%
10店舗以上	1	8.3%
不明・無回答	0	0.0%
	12	

[問1-③]空き店舗数 (N=12)

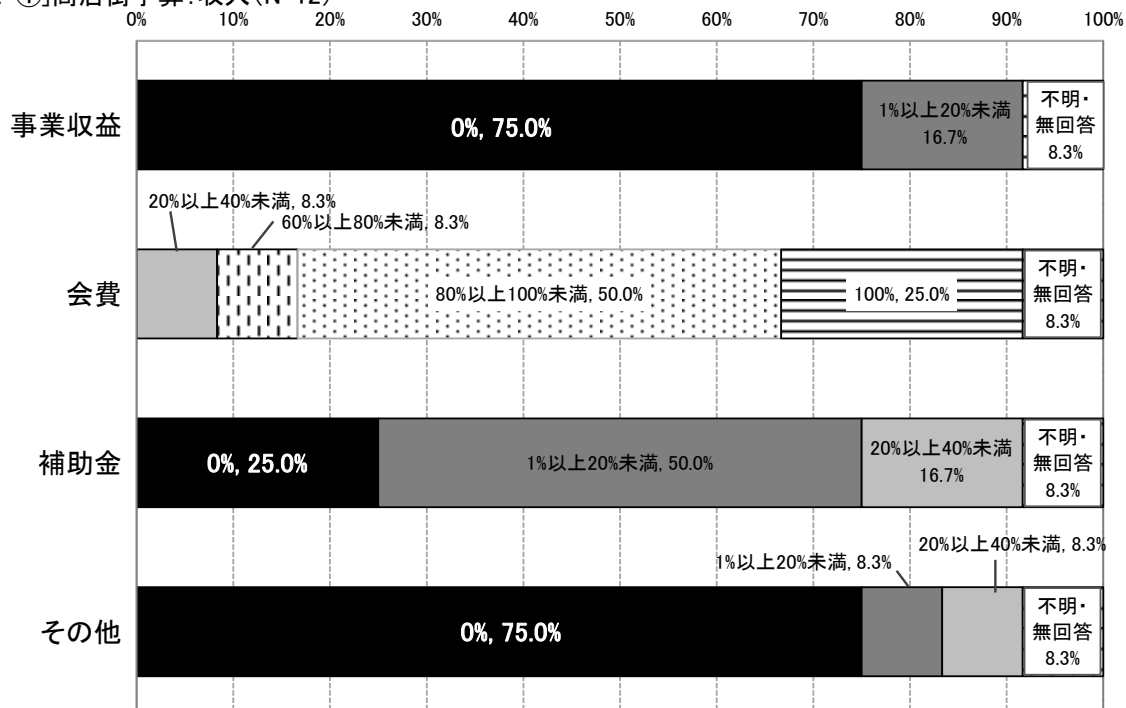


### 問2-①. 今年度の商店街予算に占める比率：収入

- \* 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10ヶ所みられた。

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%	9	75.0%	0	0.0%	3	25.0%	9	75.0%
1%以上 20%未満	2	16.7%	0	0.0%	6	50.0%	1	8.3%
20%以上 40%未満	0	0.0%	1	8.3%	2	16.7%	1	8.3%
40%以上 60%未満	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
60%以上 80%未満	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%
80%以上 100%未満	0	0.0%	6	50.0%	0	0.0%	0	0.0%
100%	0	0.0%	3	25.0%	0	0.0%	0	0.0%
不明・無回答	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%

[問2-①]商店街予算：収入 (N=12)

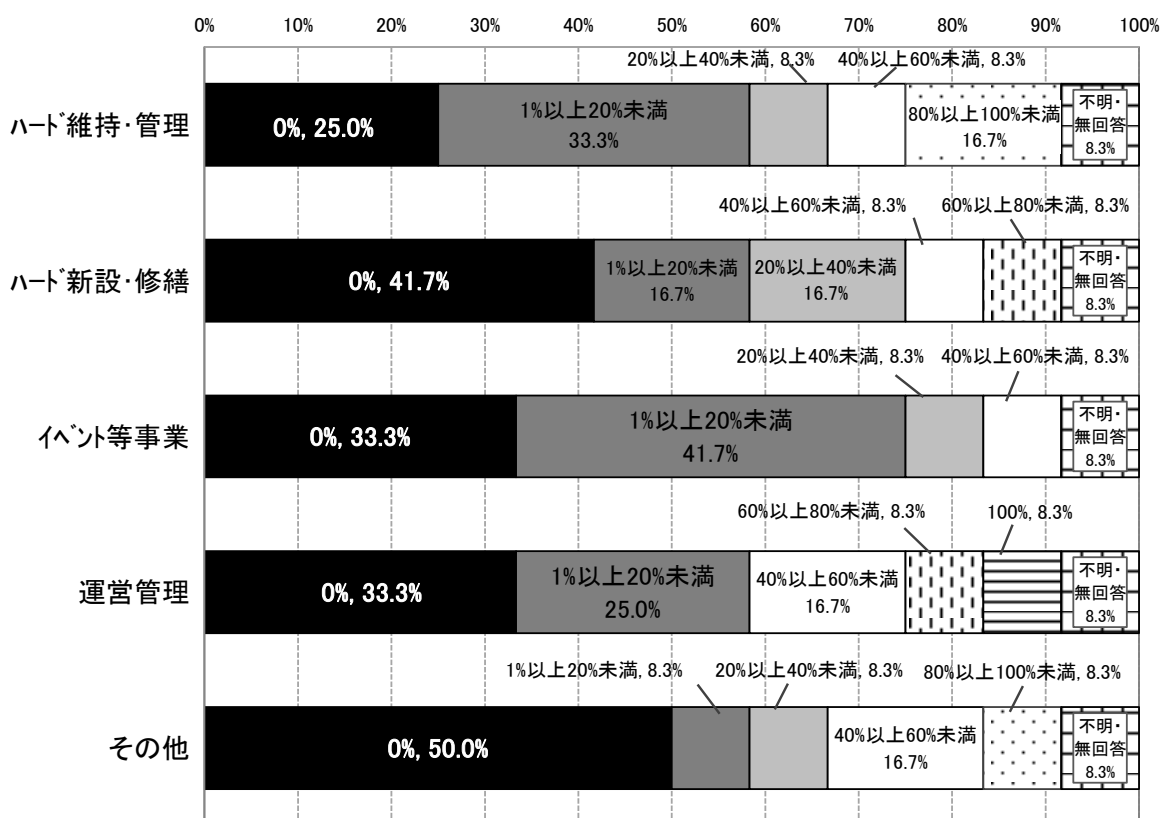


## 問2-②. 今年度の商店街予算に占める比率：支出

\* 明確な回答があった11の商店街の中では、「ハード維持・管理」や「運営管理」が主な支出である商店街が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ヶ所ずつみられた。

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%	3	25.0%	5	41.7%	4	33.3%	4	33.3%	6	50.0%
1%以上 20%未満	4	33.3%	2	16.7%	5	41.7%	3	25.0%	1	8.3%
20%以上 40%未満	1	8.3%	2	16.7%	1	8.3%	0	0.0%	1	8.3%
40%以上 60%未満	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%	2	16.7%	2	16.7%
60%以上 80%未満	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%
80%以上 100%未満	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%
100%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%
不明・無回答	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%

[問2-②]商店街予算：支出(N=12)



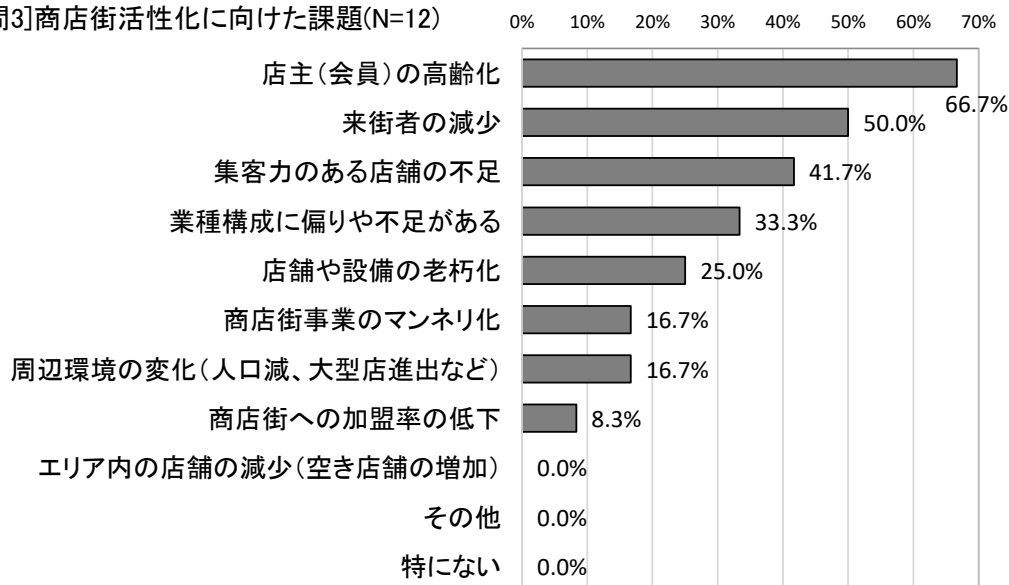
## B. 商店街を取り巻く状況

### 問3. 商店街の活性化に向けた課題（選択肢3つまで）

\* 「店主（会員）の高齢化」が66.7%と最も多く、次いで「来街者の減少」（50.0%）、「集客力のある店舗の不足」（41.7%）、「業種構成に偏りや不足がある」（33.3%）と続く。

【商店街活性化に向けた課題】	回答数	構成比
店主(会員)の高齢化	8	66.7%
来街者の減少	6	50.0%
集客力のある店舗の不足	5	41.7%
業種構成に偏りや不足がある	4	33.3%
店舗や設備の老朽化	3	25.0%
商店街事業のマンネリ化	2	16.7%
周辺環境の変化(人口減、大型店進出など)	2	16.7%
商店街への加盟率の低下	1	8.3%
エリア内の店舗の減少(空き店舗の増加)	0	0.0%
その他	0	0.0%
特にない	0	0.0%
無回答	0	0.0%

[問3]商店街活性化に向けた課題(N=12)

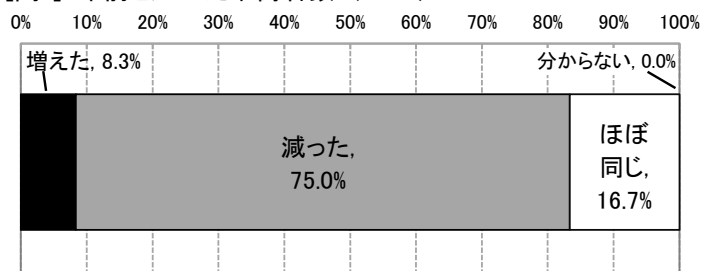


### 問4. 3年前と比べた商店街の来街者数の変化

\* 「減った」が75.0%と多い。一方、「増えた」と回答した商店街もみられた。

【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	1	8.3%
減った	9	75.0%
ほぼ同じ	2	16.7%
分からない	0	0.0%

[問4]3年前と比べた来街者数 (N=12)



## 問5. 来街者数の増減理由（選択肢3つまで）

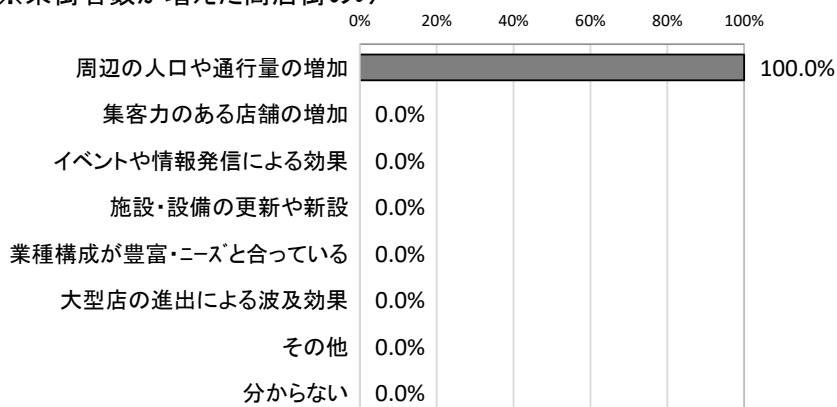
- \* 来街者数が増えた理由としては、「周辺の人口や通行量の増加」があげられている。
- \* 来街者数が減った理由としては、「集客力のある店舗の減少」が 55.6%と最も多く、次いで「周辺の人口や通行量の減少」（44.4%）、「業種構成に偏りや不足がある」「大型店の進出による影響」「施設・設備の老朽化」（ともに 33.3%）があげられている。

【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	100.0%
集客力のある店舗の増加	0	0.0%
イベントや情報発信による効果	0	0.0%
施設・設備の更新や新設	0	0.0%
業種構成が豊富・ニーズと合っている	0	0.0%
大型店の進出による波及効果	0	0.0%
その他	0	0.0%
分からない	0	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	5	55.6%
周辺の人口や通行量の減少	4	44.4%
業種構成に偏りや不足がある	3	33.3%
大型店の進出による影響	3	33.3%
施設・設備の老朽化	3	33.3%
イベントや情報発信の不足	2	22.2%
その他	0	0.0%
分からない	0	0.0%

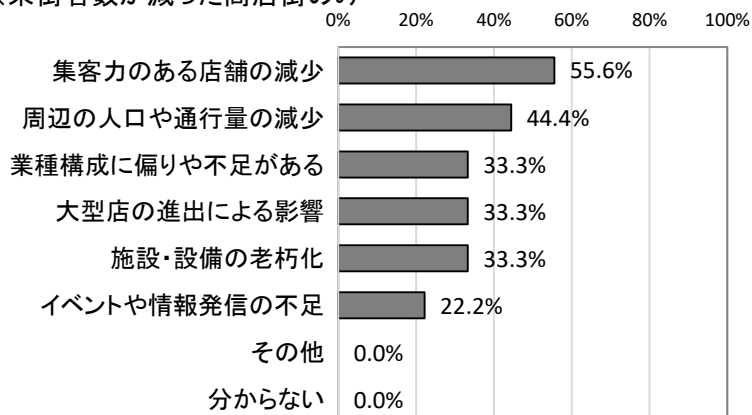
### [問5-A] 来街者数 増えた理由(N=1)

※来街者数が増えた商店街のみ



### [問5-B] 来街者数 減った理由(N=9)

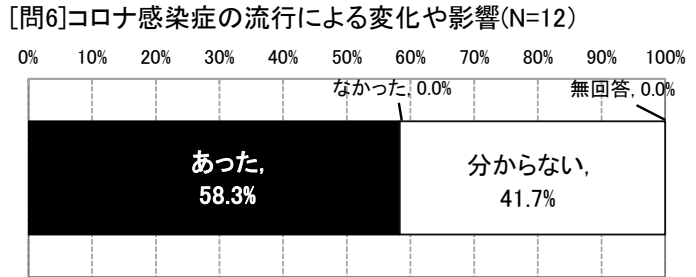
※来街者数が減った商店街のみ



### 問6. コロナ感染症の流行による変化や影響

\* 「あった」が58.3%と多い。一方、「なかった」と回答した商店街はなかった。

【コロナ感染症の流行による変化や影響】	回答数	構成比
あった	7	58.3%
なかった	0	0.0%
分からない	5	41.7%
無回答	0	0.0%



### 問7. コロナ感染症の流行による具体的な変化・影響の内容

\* 「顧客の減少」への指摘が多い。その他、「店舗の休業」「外出しない人が増えた」という回答もあった。

#### 【回答例】

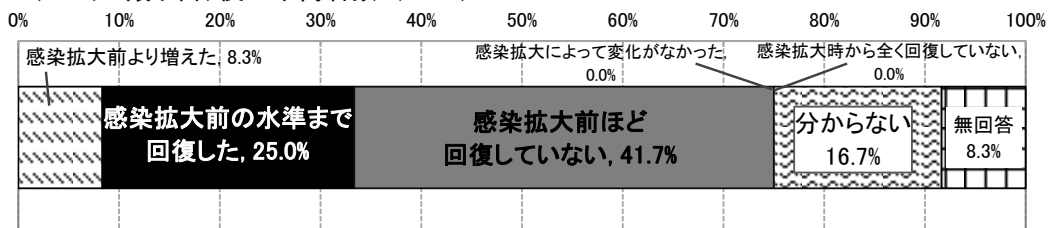
顧客の減少	コロナになった店舗があり休業した店舗への人気落ち来客がかなり減った
	店舗の閉店、集客減少
	客数の減少
	飲食店の顧客の減少
店舗の休業	休業している店舗があった
	飲食店が半数以上を占めるため、休業している店舗が多数あった
外出しない人が増えた	用事以外、外出されない方が増えたこと

### 問8. 5/8（コロナ5類以降）後の来街者数

\* 「感染拡大前ほど回復していない」が41.7%と最も多い。一方、「感染拡大前より増えた」と回答した商店街もみられた。

【5/8(コロナ5類以降)後の来街者数】	回答数	構成比
感染拡大前より増えた	1	8.3%
感染拡大前の水準まで回復した	3	25.0%
感染拡大前ほど回復していない	5	41.7%
感染拡大時から全く回復していない	0	0.0%
感染拡大によって変化がなかった	0	0.0%
分からない	2	16.7%
無回答	1	8.3%

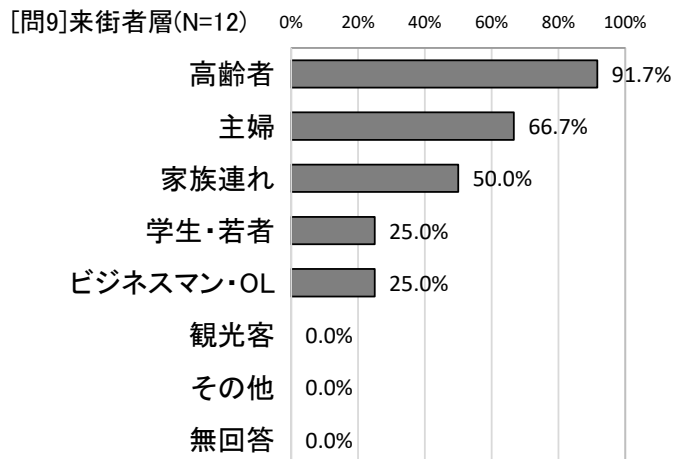
[問8]5/8(コロナ5類以降)後の来街者数 (N=12)



### 問9. 商店街の現在の主な来街者（選択肢3つまで）

\* 「高齢者」（91.7%）と「主婦」（66.7%）、「家族連れ」（50.0%）の3点が50%以上を占めており多い。

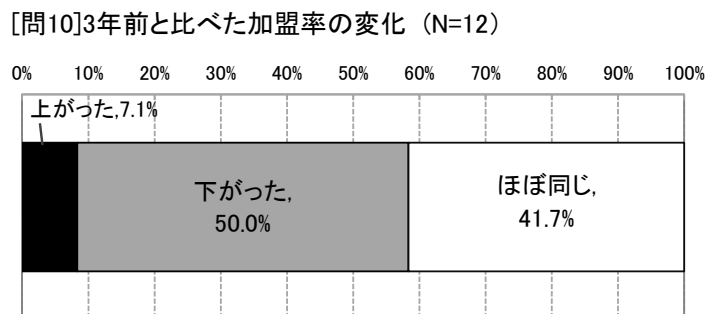
来街者層	回答数	構成比
高齢者	11	91.7%
主婦	8	66.7%
家族連れ	6	50.0%
学生・若者	3	25.0%
ビジネスマン・OL	3	25.0%
観光客	0	0.0%
その他	0	0.0%
無回答	0	0.0%



### 問10. 3年前と比べた商店街の加盟率の変化

\* 「下がった」が50.0%と半数を占める。また、「ほぼ同じ」も41.7%と回答されており多い。

【3年前と比べた加盟率の変化】	回答数	構成比
上がった	1	8.3%
下がった	6	50.0%
ほぼ同じ	5	41.7%
分からない	0	0.0%



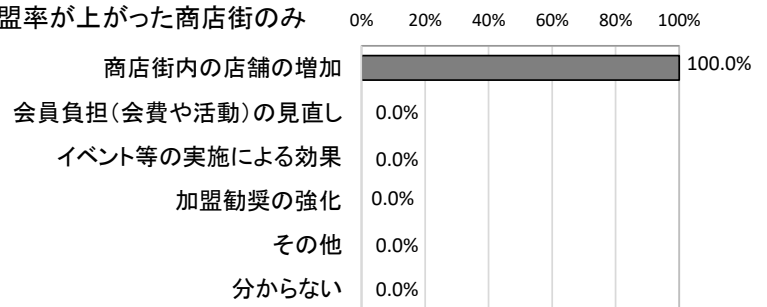
## 問 11. 商店街加盟率の増減理由（選択肢3つまで）

- \* 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」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、「商店街内の店舗の減少」が該当する商店街のうち 80.0% が回答したほか、「会費負担に耐えられない店舗の増加」、「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」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	100.0%
会員負担(会費や活動)の見直し	0	0%
イベント等の実施による効果	0	0%
加盟勧奨の強化	0	0%
その他	0	0%
分からない	0	0%

[問11-A]加盟率 上がった理由(N=1)

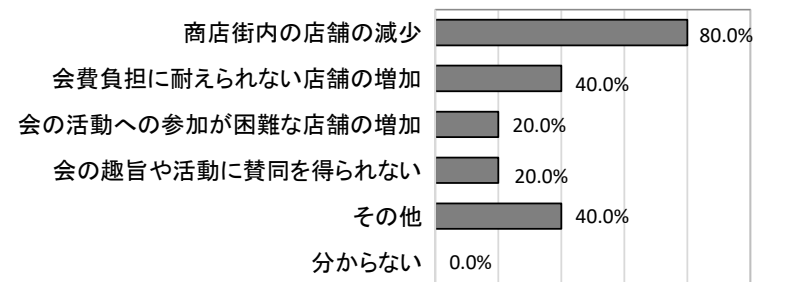
※加盟率が上がった商店街のみ



【加盟率 下がった理由】	回答数	構成比
商店街内の店舗の減少	4	80.0%
会費負担に耐えられない店舗の増加	2	40.0%
会の活動への参加が困難な店舗の増加	1	20.0%
会の趣旨や活動に賛同を得られない	1	20.0%
その他	2	40.0%
分からない	0	0.0%

[問11-B]加盟率 下がった理由(N=5)

※加盟率が下がった商店街のみ



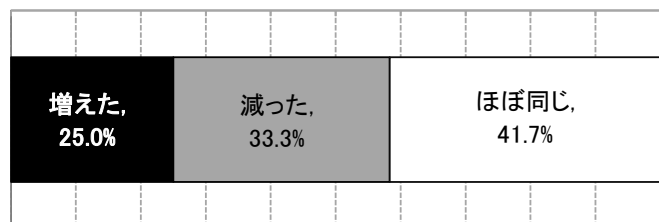
## 問 12. 3年前と比べた空き店舗数の変化

- \* 「ほぼ同じ」が 41.7% で最も多い。一方、「増えた」(25.0%) や「減った」(33.3%) 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
増えた	3	25.0%
減った	4	33.3%
ほぼ同じ	5	41.7%

[問12]3年前と比べた空き店舗数の変化 (N=12)

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

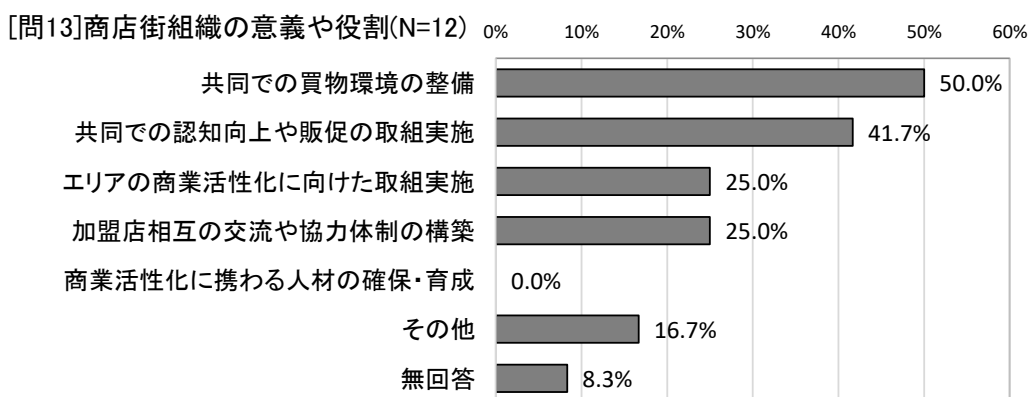




### 問 13. 商店街組織が存在する意義や役割として、特に重視していること（選択肢3つまで）

\* 「共同での買物環境の整備」が 50.0%と最も多く、次いで「共同での認知向上や販促の取組実施」（41.7%）、「エリアの商業活性化に向けた取組実施」「加盟店相互の交流や協力体制の構築」（ともに 25.0%）と続く。

【商店街組織の意義や役割】	回答数	構成比
共同での買物環境の整備	6	50.0%
共同での認知向上や販促の取組実施	5	41.7%
エリアの商業活性化に向けた取組実施	3	25.0%
加盟店相互の交流や協力体制の構築	3	25.0%
商業活性化に携わる人材の確保・育成	0	0.0%
その他	2	16.7%
無回答	1	8.3%



### 問 13-2. 過去 3 年間に実施した取組

\* 「共同での買物環境の整備」「共同での認知向上や販促の取組実施」の 2 点に関する具体的回答が多数みられた。

#### 【回答例】

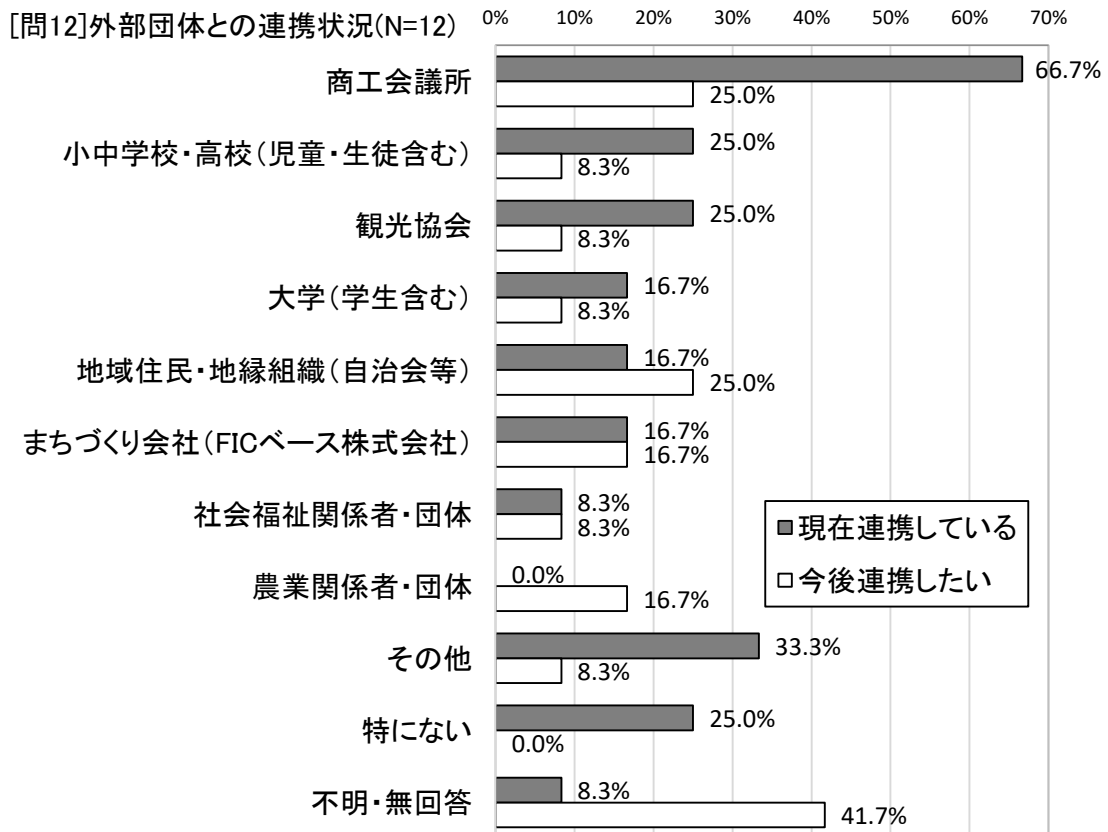
共同での買物環境の整備	街路灯の LED 化/大型壁面看板の作成/街路灯維持管理・現在防犯カメラを新しく設置している/アーケードの部分補修/ジャズクラシックフェスティバル
共同での認知向上や販促の取組実施	JR 茨木駅へのリーフレット配布/毎年販売促進委員を決め、イベントを企画/フリーマーケット(月 1 回)/1年に1回ハロウィーン事業を開催/商店街マップの作成(商団連)
エリアの商業活性化に向けた取組実施	シティーサイン「IBARAKI」設置/未加盟店への情報提供
加盟店相互の交流や協力体制の構築	「おにクル」グルメ商品開発/商店街組合員に対する交流会を実施し、相互間の協力体制を構築
商業活性化に携わる人材の確保・育成	—
その他	茨木神社の総代の一員として神殿新築により人の流れを商店会に向ける/積極的に回覧板を回して皆様の意見を取り入れている

## C. 外部との連携について

### 問 14. 連携している外部団体（複数回答）

- \* 現在連携している外部団体としては、「商工会議所」が66.7%と最も多い。次いで、「小中学校・高校（児童・生徒含む）」「観光協会」（ともに25.0%）、「大学（学生含む）」「地域住民・地縁組織（自治会等）」「まちづくり会社（FICベース株式会社）」（ともに16.7%）と続く。
- \* 今後連携したい外部団体としては、「不明・無回答」（41.7%）を除くと、「商工会議所」「地域住民・地縁組織（自治会等）」の2つが25.0%と最も多い。その他の選択肢にも回答は少ないが全ての選択肢に回答がみられ、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
商工会議所	8	66.7%	3	25.0%
小中学校・高校(児童・生徒含む)	3	25.0%	1	8.3%
観光協会	3	25.0%	1	8.3%
大学(学生含む)	2	16.7%	1	8.3%
地域住民・地縁組織(自治会等)	2	16.7%	3	25.0%
まちづくり会社(FICベース株式会社)	2	16.7%	2	16.7%
社会福祉関係者・団体	1	8.3%	1	8.3%
農業関係者・団体	0	0.0%	2	16.7%
その他	4	33.3%	1	8.3%
特にない	3	25.0%	3	0.0%
不明・無回答	1	8.3%	5	41.7%



## 問 15. 過去 3 年間で、商店街の活性化に効果があった外部との連携の取組

- \* 取組内容としては、グルメなどオリジナルグッズ・商品の開発、マップなど情報発信ツールの作成、ハロウィーン・ジャズイベントといった集客イベント、夏祭り・にぎわいづくりといった地域活動、視察などがみられた。
- \* 連携先としては、商団連、商工会議所、大学、観光協会、地域の自治会、小学校・保育園がみられた。

【取組内容】		【連携先】
オリジナルグッズ・商品の作成	おにクルクリアファイルを作成	商団連
	おにクル応援グルメとして、商店街内の和菓子屋さんとおにクルどら焼きを作成	商団連
	「おにクル」グルメ商品開発の協力	商工会議所
情報発信ツールの作成	商店街マップの作成	商団連
	JR 茨木駅リーフレットラック使用	観光協会
集客イベント	ハロウィーンイベントに親子で参加	小学校・地域内保育園
	ジャズイベント等	ソシオ建替推進委員会
地域活動	夏祭りの協力	地域自治会
	まちなにぎわいづくり連絡会議	商工会議所
視察	商店街の見学	学生
	卒論の手助け	近隣大学

## D. 地域住民のためのサービスについて

### 問 16. 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、交流イベント、フリーマーケット、ハロウィーンといった賑わい創出の取組と、独自の LINE 作成があげられた。
- \* 今後取り組みたいものとしては、歳末大売り出し・交流イベントといった賑わい創出の取組と、新商品開発、各店舗のアピールといった個店魅力の創出・発信、宅配サービス、休憩スペース設置などがあげられた。一方、「取り組むための予算がない」と回答する商店街もあった。

現在取り組んでいるもの	にぎわい創出	交流イベント
		フリーマーケット
		ハロウィーンイベント
	情報発信ツールの作成	情報発信 (LINE)
今後取り組みたいもの	にぎわい創出	歳末大売り出し
		交流イベントの定期開催
	個店魅力の創出・発信	新商品開発
		年末に出すチラシに、各店舗のアピールを入れること
	買い物サービス	買物弱者への宅配サービス
	空間整備	歩道上で休憩スペースの実施
対応できない	取り組むための予算がない	

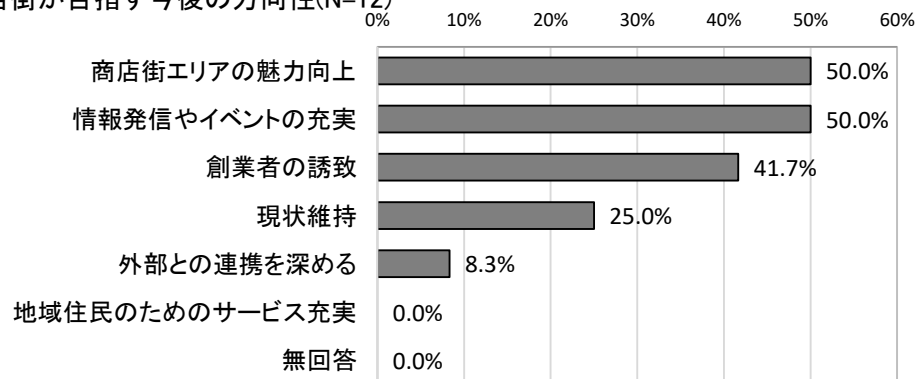
## F. 支援策の活用状況等について

### 問 17. 商店街が目指す今後の方向性（選択肢3つまで）

\* 「商店街エリアの魅力向上」と「情報発信やイベントの充実」の2点が50.0%と最も多く、次いで「創業者の誘致」（41.7%）と続く。また、「現状維持」という消極的な回答も25.0%みられた。

【商店街が目指す今後の方向性】	回答数	構成比
商店街エリアの魅力向上	6	50.0%
情報発信やイベントの充実	6	50.0%
創業者の誘致	5	41.7%
現状維持	3	25.0%
外部との連携を深める	1	8.3%
地域住民のためのサービス充実	0	0.0%
無回答	0	0.0%

[問17]商店街が目指す今後の方向性(N=12)



### 問 17-2. 商店街振興に向けて取り組みたい内容

\* 「商店街エリアの魅力向上」「情報発信やイベントの充実」の2点に関する具体的回答が多数みられた。一方、「新店舗がないので、実施は難しい」と回答する商店街もあった。

#### 【回答例】

商店街エリアの魅力向上	インスタ映えするスポットづくり/商店街の認知度が低いので意識づけのために入口にアーチ等の設備が欲しい/アーケードの取り替えをしたいが費用面が…/街路灯の維持管理
情報発信やイベントの充実	リーフレットの魅力アップ/他の商店街とともに久し振りに「茨木童子祭り」を行いたい/LINE の充実/商店街の PR チラシを入れたいと思います
地域住民のためのサービス充実	—
創業者の誘致	建替による駅前商店の活発化
外部との連携を深める	新しいアイデア・知恵・人材の導入
その他	新店舗がないので

## 問 18. 商店街の特色や今後発信していきたい魅力

- \* 歩いて楽しい商店街づくりという回答がある一方、「意見をまとめるのが難しい」という回答もあった。

### 【回答例】

あるいて楽しい商店街づくり	おにクルがオープンすると JR 茨木駅からの通り道になるので、あるいて楽しい商店街にしたい
意見をまとめるのが難しい	物販販売の店舗、飲食店等の多種多様の店舗であり、何も意見のまとまりができない現状です

## 問 19. 今後の商店街振興などに関するご意見等

- \* イルミネーションやフラッグの整備・設置についての要望がみられた。
- \* その他の意見としては、面的な活性化に取り組みたいと意思表示される回答がある一方、「現状維持が難しい」と商店街活動等の厳しさを打ち明ける回答もあった。

### 【回答例】

イルミネーションやフラッグの整備・設置	イルミネーションを市の予算で点灯してほしい。ほかの場所がうらやましい。「おにクル」フラッグもつけてほしい。
面的な活性化に取り組みたい	高瀬川通りにスギ薬局も出店し、地域の集客力も上がったのではと考える。茨木市駅の西側の再開発事業に負けないように、東側も面として活性化しなければならないと考えて、行動していきたいと思っている。
現状維持が難しい	現状維持することが難しい
その他	毎年2月に役員の改正をしておりますので、その時皆様の意見を十分汲み取り役員を決定しております

## ■ 産業支援機関アンケート調査結果

### 1. 調査概要

---

茨木市第5次総合計画を指針とした「第3次茨木市産業振興アクションプラン」(R.3年度改定)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 8ヶ所**

---

実施期間 令和5年9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. コロナ後の利用ニーズや相談数の変化

問4. コロナからの回復状況

問5. 物価高騰の影響

問6. 物価高騰による相談内容の変化

**B. 今後の重点事業**

問7. 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8. 現在、自治体と連携している取組内容

問9. 今後、自治体と連携したい内容

問10. 自治体との連携についての意見

---

## 2. 調査結果（全体）

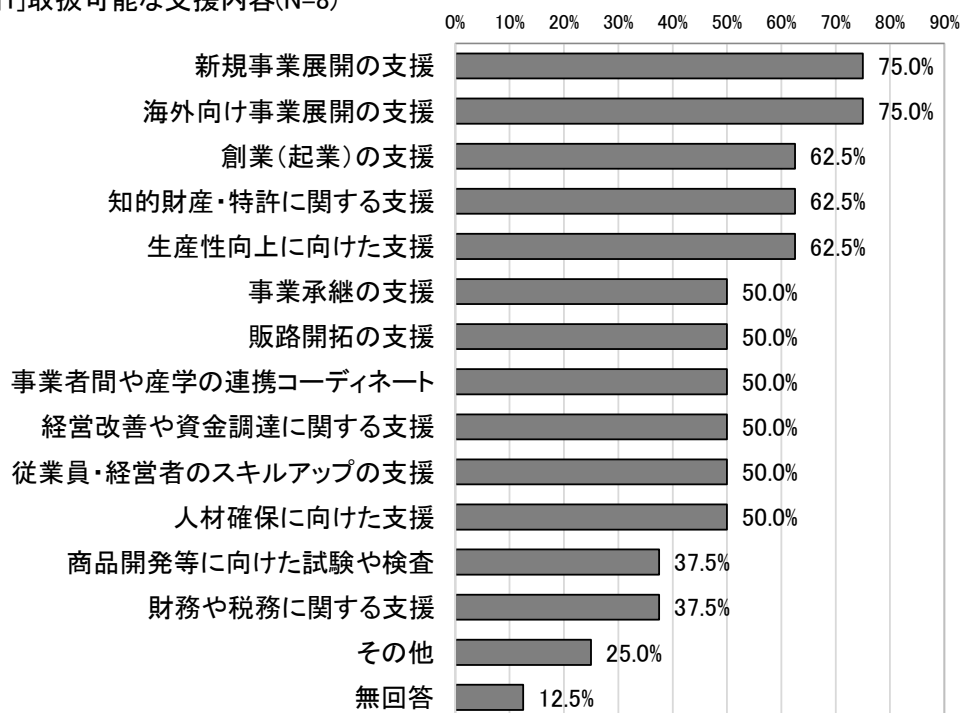
### A. 支援メニューと利用者ニーズ

#### 問1. 取扱可能な支援内容（複数回答）

\* 「新規事業展開の支援」「海外向け事業展開の支援」が75.0%と最も多く、次いで「創業（起業）の支援」「知的財産・特許に関する支援」「生産性向上に向けた支援」（ともに62.5%）と続く。多岐にわたる支援内容に50%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
新規事業展開の支援	6	75.0%
海外向け事業展開の支援	6	75.0%
創業（起業）の支援	5	62.5%
知的財産・特許に関する支援	5	62.5%
生産性向上に向けた支援	5	62.5%
事業承継の支援	4	50.0%
販路開拓の支援	4	50.0%
事業者間や産学の連携コーディネート	4	50.0%
経営改善や資金調達に関する支援	4	50.0%
従業員・経営者のスキルアップの支援	4	50.0%
人材確保に向けた支援	4	50.0%
商品開発等に向けた試験や検査	3	37.5%
財務や税務に関する支援	3	37.5%
その他	2	25.0%
無回答	1	12.5%

[問1]取扱可能な支援内容(N=8)



#### 【その他の回答】

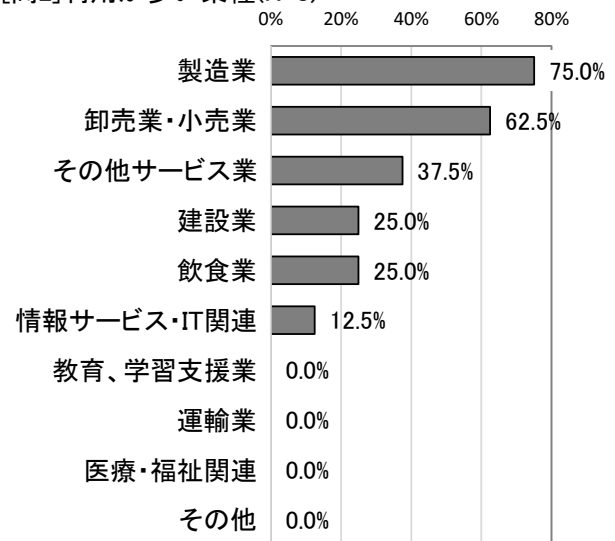
- 取引に関するトラブル相談
- 展示会経費の一部補助、展示場・貸会議室・インキュベーションオフィス運営・管理、小規模企業者等設備貸与制度

## 問2. 利用が多い業種（選択肢3つまで）

\* 「製造業」が75.0%と最も多い。次いで、「卸売業・小売業」（62.5%）、「その他のサービス業」（37.5%）と続く。

【利用が多い業種】	回答数	構成比
製造業	6	75.0%
卸売業・小売業	5	62.5%
その他サービス業	3	37.5%
建設業	2	25.0%
飲食業	2	25.0%
情報サービス・IT関連	1	12.5%
教育、学習支援業	0	0.0%
運輸業	0	0.0%
医療・福祉関連	0	0.0%
その他	0	0.0%

[問2]利用が多い業種(N=8)



## 問3. 利用者のニーズや相談数の変化

\* 回答した4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、「融資、資金繰り」を回答する産業支援機関が3ヶ所と最も多い。また、「事業継続」「創業」に関する相談や、「相談件数増加」についても、2ヶ所の産業支援機関からの回答がみられた。

### 【回答内容】

#### キーワード

#### 具体的な回答内容

キーワード	具体的な回答内容
▶融資、資金繰り	新型コロナ感染拡大の初期は融資相談が全国的に急増。全店的に資金供給を最優先に取り組みました。
▶相談件数増加 ▶事業継続 ▶融資、資金繰り ▶創業	2020年には、相談(含む問合せ、クレーム等)件数が激増した。 現時点では、相談件数は、一定落ち着いているが、既存企業の事業継続有無、資金繰りに関する相談や、創業に係る相談が増えていると感じる。
▶オンライン対応	オンラインによる打ち合わせやセミナー参加が増えた。
▶電話・メールでの相談 ▶給付金 ▶新規事業 ▶補助金	令和2年度～令和4年度までの相談件数は、コロナ前に比べて大きく減少はせず、横ばいだった。相談の形式が、電話相談・メール相談が増加し、面談が減少した。 コロナ禍での相談傾向としては、コロナ初期は、給付金などの問合せ・相談が多く、その後は、現状を抜け出すための新たな取組の相談や、事業再構築含めた補助金の相談など、前向きな相談が増えて来た。

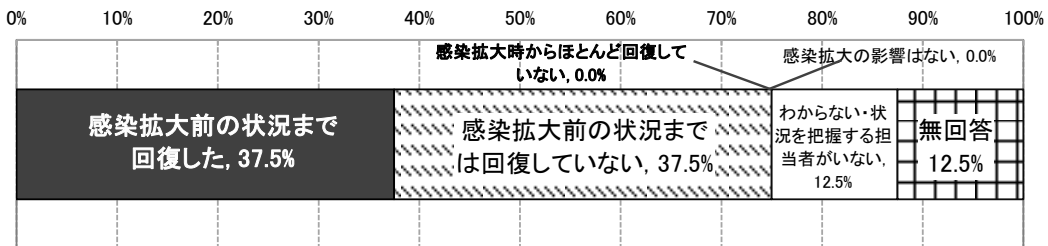


#### 問4. コロナからの回復状況

\* 「感染拡大前の状況まで回復した」と「感染拡大前の状況までは回復していない」がともに37.5%と最も多い。

【コロナからの回復状況】	回答数	構成比
感染拡大前の状況まで回復した	3	37.5%
感染拡大前の状況までは回復していない	3	37.5%
感染拡大時からほとんど回復していない	0	0.0%
感染拡大の影響はない	0	0.0%
わからない・状況を把握する担当者がいない	1	12.5%
無回答	1	12.5%

[問4]コロナからの回復状況(N=8)

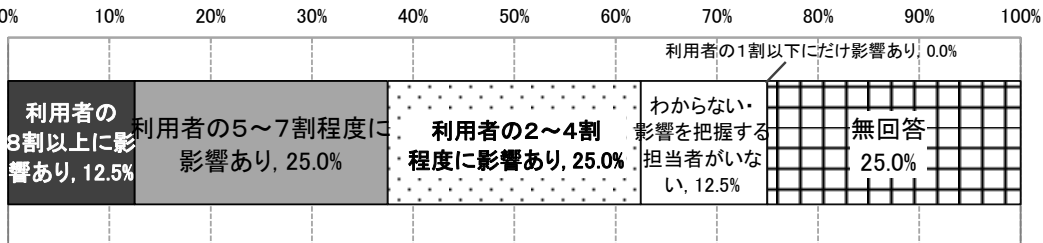


#### 問5. 物価高騰の影響

\* 「利用者の5～7割程度に影響あり」と「利用者の2～4割程度に影響あり」がともに25.0%と最も多い。

【物価高騰の影響】	回答数	構成比
利用者の8割以上に影響あり	1	12.5%
利用者の5～7割程度に影響あり	2	25.0%
利用者の2～4割程度に影響あり	2	25.0%
利用者の1割以下にだけ影響あり	0	0.0%
わからない・影響を把握する担当者がいない	1	12.5%
無回答	2	25.0%

[問5]物価高騰の影響(N=8)



## 問6. 物価高騰による相談内容の変化

\* 回答した3ヶ所における物価高騰による相談内容の変化についてキーワード整理すると、相談内容ではないが「企業における経営課題を引き出すことが重要」と回答する産業支援機関が2ヶ所みられた。

### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶エネルギー費高騰	融資相談に申込をいただく多くの業種の方から、物価・エネルギー費高騰について影響があるとの申し出があります。
▶生産性向上 ▶DX ▶新事業創出	物価高やエネルギー高そのものを相談するような問い合わせはほとんどない。物価やエネルギーの高騰に、経営相談として解決策を提示すること出来ないことを利用者が理解しており、自社の課題として物価やエネルギーの高騰がある中で、生産性向上や、DX、新たな事業へのチャレンジなどの具体的な内容に対して、相談が寄せられている。そのため、背景は様々あるが、通常の前向きな経営相談として全力で対応している。
▶経営課題を引き出すことが重要	主たる経営課題としてというよりは、経営課題を掘り下げの中で、要因として出てくることが多いので、相談対応する者が、ヒアリングの中でうまく引き出す(聞き出す)ことが重要である。

## B. 今後の重点事業

### 問7. 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5ヶ所における事業や分野をキーワード整理すると、「スタートアップ支援」を回答する産業支援機関が3ヶ所と最も多い。また、「海外展開支援」は2ヶ所の産業支援機関からの回答があった。

### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶スタートアップ支援 ▶事業継承支援	セーフティネット機能の発揮(新型コロナで影響を受けた事業者の皆様の支援)、創業支援、事業承継支援
▶中小企業支援	国の中小企業・小規模事業者向けの施策として行っているもので、従来どおり対応する。政策的重点分野は、毎年提示されるので、それに合わせた対応も行う。
▶スタートアップ支援 ▶海外展開支援 ▶SDGs推進 ▶DX	ベンチャー支援、新規輸出企業支援、SDGs、DXあたりでしょうか
▶企業の出会いの場	ものづくり企業の新たな出会いの場を提供する事業を重点的に取り組みたい。
▶スタートアップ支援 ▶海外展開支援	スタートアップ支援、国際ビジネス支援

## C. 外部との連携

### 問8. 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5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」「講師派遣」はそれぞれ2ヶ所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
▶出張相談会 ▶セミナー	大阪府内のご要望のある自治体とは、定期的な出張相談会や、セミナー＋個別相談会などを開催している。
▶研修	人材育成事業ではサテライトゼミという形で連携研修を実施しています。
▶研修 ▶セミナー	市町村と連携し、地域経済コンシェルジュ養成研修を行っている。 市町村と共催し、ものづくり中小企業に対してセミナーを行っている。
▶講師派遣	大阪府内11支店において、管轄地域内の自治体(産業振興部局)と連携しております。例にあるような相互の支援内容の案内や自治体主催のセミナーに講師を派遣しているケースもあると思われませんが、詳細は把握しきれておりません。
▶講師派遣	他の自治体様とはセミナー等に関して講師派遣をさせていただいております。知的財産支援に関してニーズがございましたら是非情報提供セミナー等を企画させていただきたいと考えております。

### 問9. 今後、自治体と連携したい内容

\* 具体的な回答が見られた6ヶ所における連携したい内容をキーワード整理すると、「セミナー等共催」を回答する産業支援機関が4ヶ所と最も多くみられた。

#### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶セミナー等共催	事業者向けイベント等を共同で開催させていただきたいと考えております
▶連携会議 ▶セミナー等共催	地域の支援機関の方向けには、地域支援機関連携会議やエクセレントパートナー研修などを開催している。
▶セミナー等共催	個人的ではありますが、事業者向け研修やセミナーの共同開催、互いの施策勉強会などできたら嬉しいです。
▶セミナー等共催	定期的な情報交換を行う、市町村共催のセミナーを複数開催する。
▶交付金事業 ▶受託事業	大阪府・大阪市の施策実行部隊として、中小企業支援施策を交付金事業として実施。 その他、国、一部市町村業務においても受託事業、補助金事業として実施している。
▶ニーズに沿った連携	各自治体のニーズに合わせ、連携させていただきたいと考えています。

### 問10. 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3ヶ所から、「支援協力」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、「情報発信協力」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
▶支援協力	事業者支援のためには、自治体、金融機関、商工会議所、商工会をはじめとする事業者支援機関の連携が重要と考えており、引き続き取り組んでいきたいと考えております。
▶支援協力	情報不足で事業者様に有益な情報が伝えられないケースが多々あるかと思っておりますので、自治体様と距離感近く連携させていただくことで事業者にとって役に立つ存在でありたいと思います。
▶情報発信協力	各種支援情報の共有と企業への周知等

## ■ 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

茨木市第5次総合計画を指針とした「第3次茨木市産業振興アクションプラン」(R.3年度改定)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 **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**

有効回収率 配布先 23 機関／回収数 15 機関 回収率 65.2%

実施期間 令和5年9月～10月

#### 【設問項目】

<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 問3. コロナによる学生への影響
<b>B. 産学連携の取組</b>	問4. 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5. 産学連携のきっかけ 問6. 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7. 5年前と比べた産学連携の取組や相談の増減 問8. 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9. 起業家教育の取組状況 問10. 特に効果があったもの、ニーズや関心が高いもの 問11. 5年前と比べた学生の起業意識 問12. 在学中・卒業後の起業状況 問13. 行政と連携すれば効果があると考えること 問14. 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15. キャリア教育・労働者教育の実施状況 問16. 茨木市内の企業等との関わり 問17. 茨木市内の企業等に就職した学生 問18. 行政と連携すれば効果があると考えること 問19. 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2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。

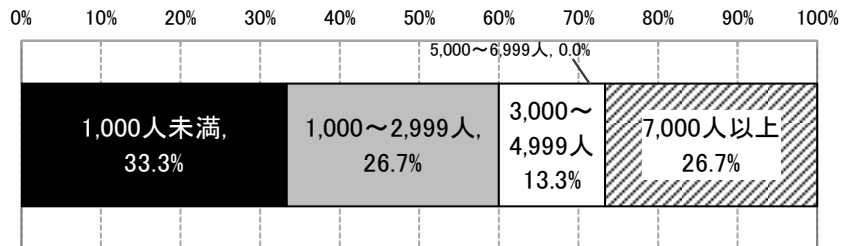
### A. 大学・短大の概要

#### 問1-①. 在籍人数

＊ 「1,000人未満」が33.3%と最も多く、次いで「1,000～2,999人」「7,000人以上」（ともに26.7%）、「3,000～4,999人」（13.3%）と続く。

【在籍人数】	回答数	構成比
1,000人未満	5	33.3%
1,000～2,999人	4	26.7%
3,000～4,999人	2	13.3%
5,000～6,999人	0	0.0%
7,000人以上	4	26.7%

【問1-①】在籍人数 (N=15)

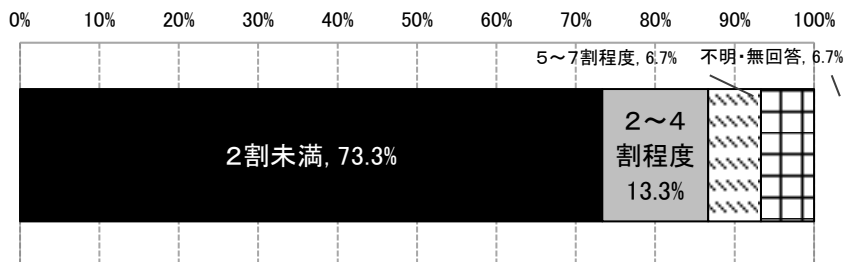


#### 問1-②. 市内居住割合

＊ 「2割未満」が73.3%と多数を占める一方、8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	11	73.3%
2～4割程度	2	13.3%
5～7割程度	1	6.7%
8割以上	0	0.0%
不明・無回答	1	6.7%

【問1-②】市内居住割合 (N=15)

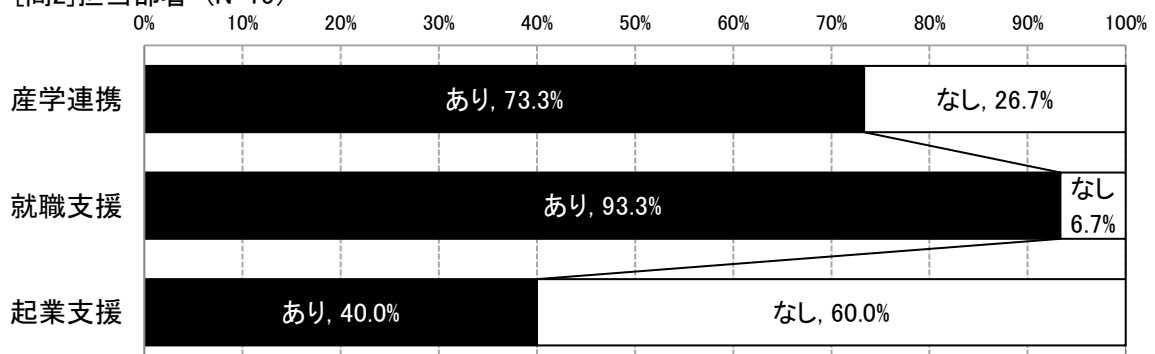


#### 問2. 担当部署について

＊ 産学連携の担当部署を有する大学・短大は73.3%、就職支援の担当部署を有する大学・短大は93.3%、起業支援の担当部署を有する大学・短大は40.0%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	11	73.3%	14	93.3%	6	40.0%
なし	4	26.7%	1	6.7%	9	60.0%

【問2】担当部署 (N=15)



### 問 3. コロナによる学生への影響

- \* 具体的な回答がみられた 6 機関における課題をキーワード整理すると、変化がなかったと回答する大学・短大がある一方、志望企業への判断が鈍化した、新卒採用の取りやめ・縮小があった、公務員試験の後ろ倒しにより民間企業への志望変更が遅延したといった、マイナスの影響があったと回答する大学・短大が複数みられた。
- \* この他に、IT リテラシーの差による感度の二極化、志望業界の変化、在宅勤務を判断基準にする学生が増えたという就職先の選定に係る判断基準が変化したという回答も複数みられた。

#### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶変化なし	就職について意識の変化はあまり見られない。
▶志望企業への判断が鈍化	起業についての意識は調査等していないので不明であるが、就職活動をするにあたり、対面で企業を訪問できない等の影響で、自身に適している企業か否か判断するのが難しかったと思われる。
▶新卒採用の取りやめ、縮小 ▶公務員試験の後ろ倒しにより民間企業への志望変更が遅延	コロナ禍の影響を大きく受けた 2020 年度(2021 年 3 月)卒では、業種によっては新卒採用の取り止めや縮小を行う企業があったこと、公務員採用試験が後ろ倒しになり、一般企業への志望変更のタイミングが遅くなったこと等、少なからずコロナが本学学生の就職にも影響したものと考ええる。
▶IT リテラシーの差による感度の二極化	就職活動環境がインターネットにシフトする中、情報取得・整理に苦戦する学生と、IT リテラシーが高く情報へのアンテナ感度が高い学生の二極化が拡大した。
▶志望業界の変化	社会情勢の変化により、志望業界の変化を強いられることとなった。 具体的には旅行・航空関係への就職はほとんど見られなくなった代わりに、ホテル・小売といった業界への就職が増加した。
▶在宅勤務を判断基準に	在宅勤務を導入する企業が増え、働き方の選択肢として在宅勤務が選べるかを企業選びの基準の一つに取り入れる学生が増えた。

## B. 産学連携の取組

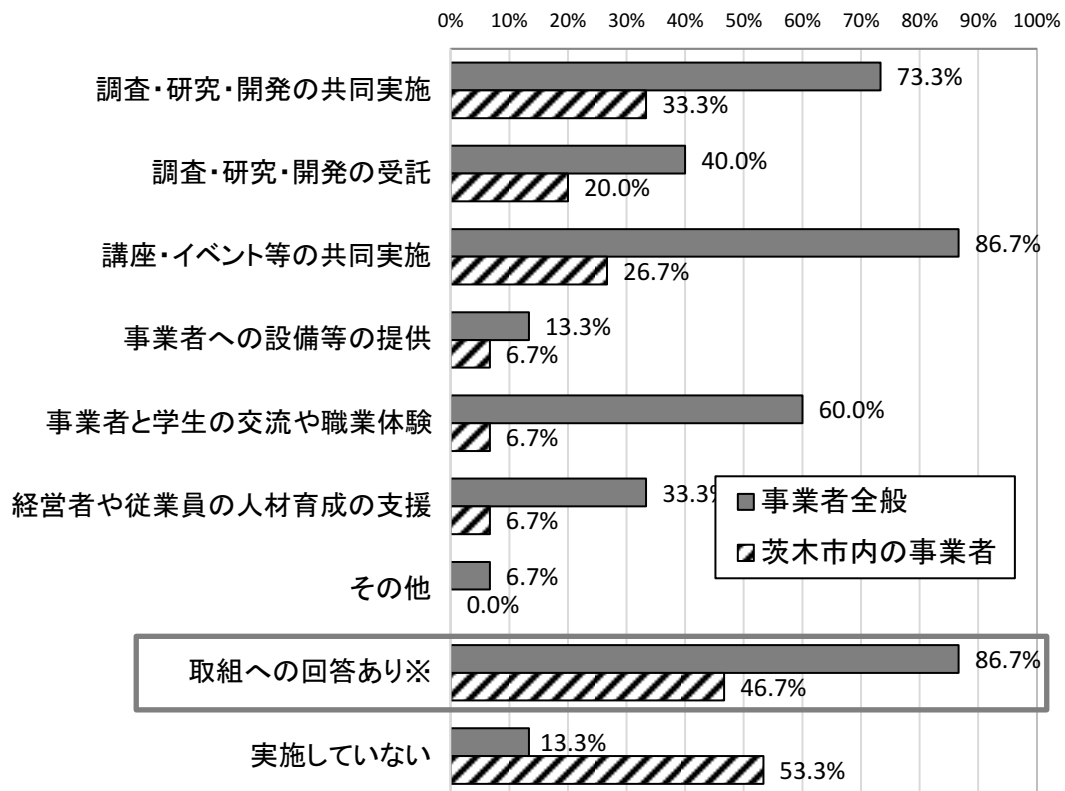
### 問4. 過去5年間に事業者と連携した取組（複数回答）

- \* 事業者全般では、「講座・イベント等の共同実施」が86.7%と最も多く、次いで「調査・研究・開発の共同実施」（73.3%）、「調査・研究・開発の受託」（40.0%）と続き、これら4点はいずれも60%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、「調査・研究・開発の共同実施」が33.3%と最も多く、次いで「講座・イベント等の共同実施」（26.7%）、「調査・研究・開発の受託」（20.0%）と続く。また、取組への回答があった大学・短大が46.7%に止まり、事業者全般（86.7%）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
調査・研究・開発の共同実施	11	73.3%	5	33.3%
調査・研究・開発の受託	6	40.0%	3	20.0%
講座・イベント等の共同実施	13	86.7%	4	26.7%
事業者への設備等の提供	2	13.3%	1	6.7%
事業者と学生の交流や職業体験	9	60.0%	1	6.7%
経営者や従業員の人材育成の支援	5	33.3%	1	6.7%
その他	1	6.7%	0	0.0%
取組への回答あり※	13	86.7%	7	46.7%
実施していない	2	13.3%	8	53.3%

※取組に関する項目を1つ以上選択した者

[問4]過去5年間に事業者と連携した取組(N=15)

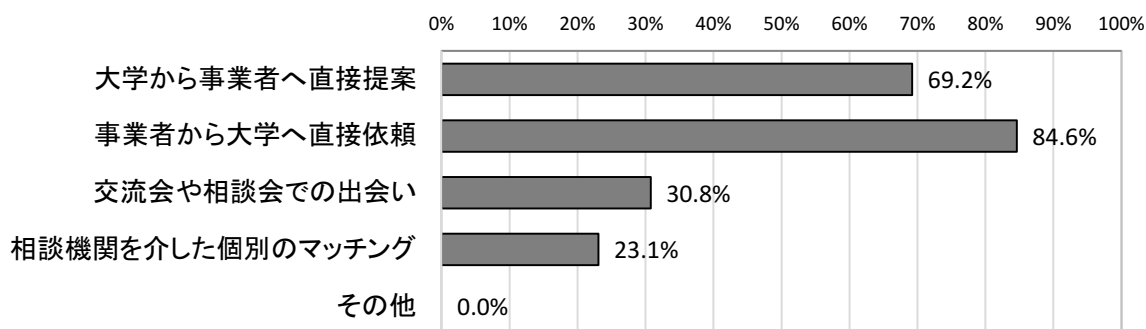


## 問5. 産学連携のきっかけ（複数回答）

- \* 「事業者から貴学へ直接依頼」が84.6%と最も多く、次いで「大学から事業者へ直接提案」(69.2%)、「交流会や相談会での出会い」(30.8%)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	9	69.2%
事業者から大学へ直接依頼	11	84.6%
交流会や相談会での出会い	4	30.8%
相談機関を介した個別のマッチング	3	23.1%
その他	0	0.0%

[問5]産学連携のきっかけ(N=13)※事業者との連携実績があると回答した大学のみ

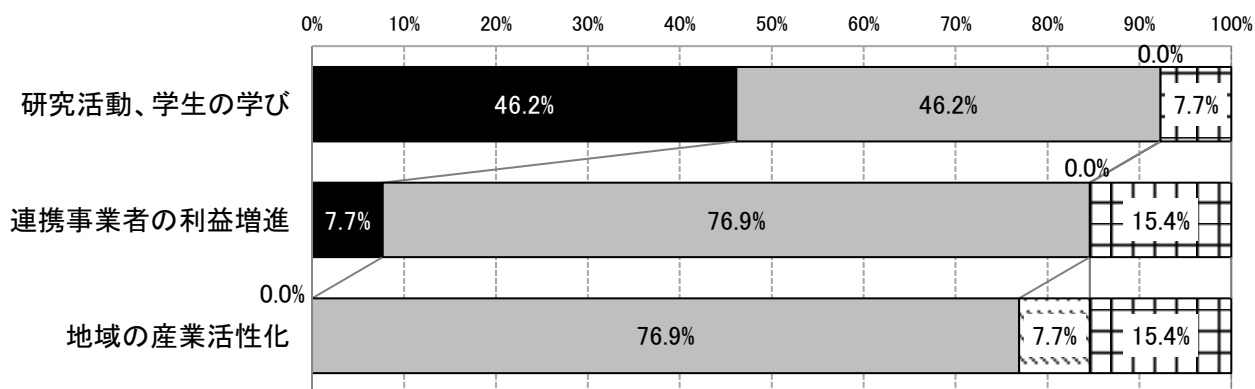


## 問6. 産学連携による効果

- \* 研究活動、学生の学びについては、「大きな効果があった」が46.2%を占めるのをはじめ、効果があると回答した者が92.4%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84.6%、76.9%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	6	46.2%	1	7.7%	0	0.0%
効果があった	6	46.2%	10	76.9%	10	76.9%
あまり効果がなかった	0	0.0%	0	0.0%	1	7.7%
まったく効果がなかった	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	1	7.7%	2	15.4%	2	15.4%

[問6]産学連携による効果(N=13)※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

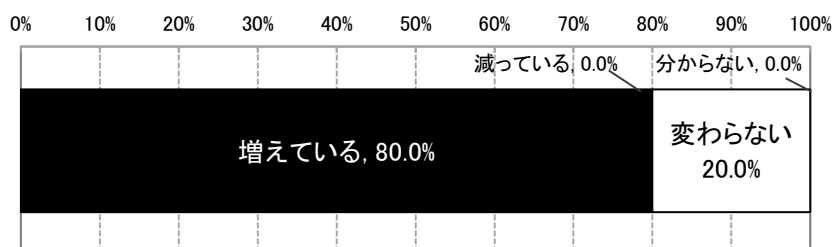


## 問7. 5年前と比べた産学連携の取組や相談の増減

\* 「増えている」と回答した者が80.0%と多数を占めており、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	12	80.0%
減っている	0	0.0%
変わらない	3	20.0%
分からない	0	0.0%
無回答	0	0.0%

[問7]5年前と比べた産学連携の取組や相談の増減 (N=15)



## 問8. 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6機関における課題をキーワード整理すると、「マッチング」は3ヶ所から、「専門人材等不足」は2ヶ所から、それぞれ回答が見られた。
- \* この他に、「茨木市内の事業者との接点がない」「研究活動との両立」「担当部署の設置」「手続きが煩雑」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	産学連携・国際連携などの専門的知識を持った職員の育成
▶マッチング	大学のシーズと企業のニーズのマッチング
▶マッチング	ニーズとシーズのマッチング。
▶専門人材等不足	学内における産学連携を担える教員は決して多くなく、ニーズに応えられないケースもある。
▶マッチング	本学の産官学連携は授業連携を主としており、各学科・コースでの学びを最大化するという教育的側面が強い。一方、相談を持ち込む企業側には、ビジネス上の利益の側面(少ない費用で商品開発ができる)を最大のメリットと考えておられるケースが見受けられる。
▶茨木市内の事業者との接点がない	仕事の依頼を検討したい茨木市内の事業者や市役所の担当者や市役所の担当者で面談する機会がないこと。
▶研究活動との両立	研究シーズから共同研究等につながるまでの資金を支援してもらえる制度・しくみが少ない。
▶担当部署の設置	担当部署の設置
▶手続きが煩雑	手続きの多い場合は非常に時間を有してしまう。

## C. 起業家教育の取組

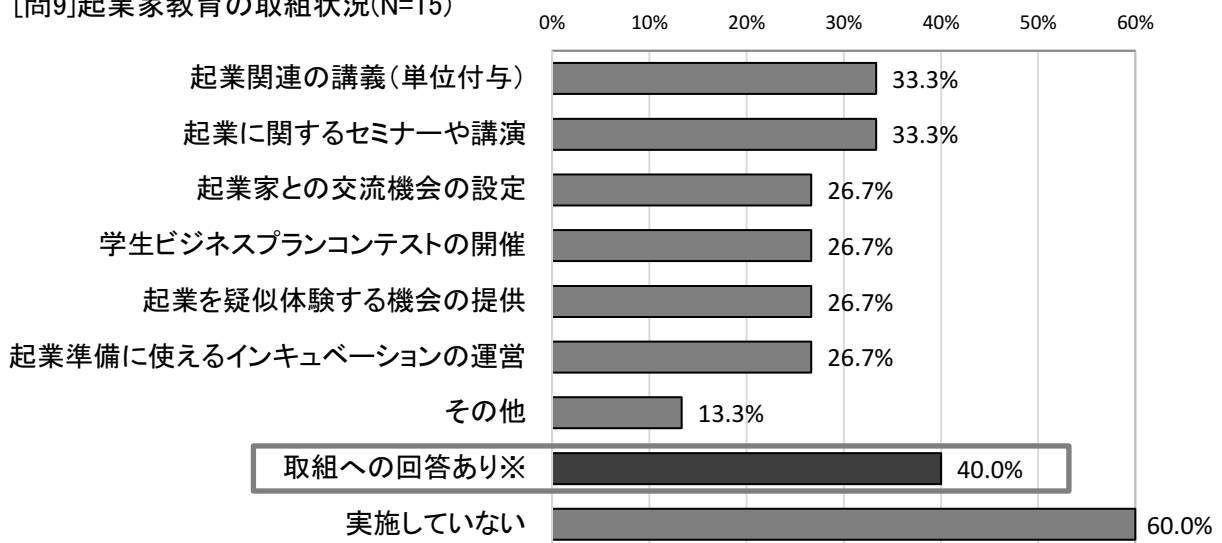
### 問9. 起業家教育の取組状況（複数回答）

- \* 取組の中では「起業関連の講義（単位付与）」「起業に関するセミナーや講演」がともに33.3%と最も多い。
- \* 起業家教育の取組について回答した者は40.0%であった。

【起業家教育の取組状況】	回答数	構成比
起業関連の講義（単位付与）	5	33.3%
起業に関するセミナーや講演	5	33.3%
起業家との交流機会の設定	4	26.7%
学生ビジネスプランコンテストの開催	4	26.7%
起業を疑似体験する機会の提供	4	26.7%
起業準備に使えるインキュベーションの運営	4	26.7%
その他	2	13.3%
取組への回答あり※	6	40.0%
実施していない	9	60.0%

※取組に関する項目を1つ以上選択した者

[問9]起業家教育の取組状況(N=15)



## 問 10. 特に効果があったもの、ニーズや関心が高いもの

- \* 具合的な回答が見られた 5 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」「起業関連の講義」を回答する大学・短大がそれぞれ 2 機関みられた。
- \* この他に、「起業家との交流」「起業家プログラム」「インキュベーション運営」があげられた。

### 【回答内容】

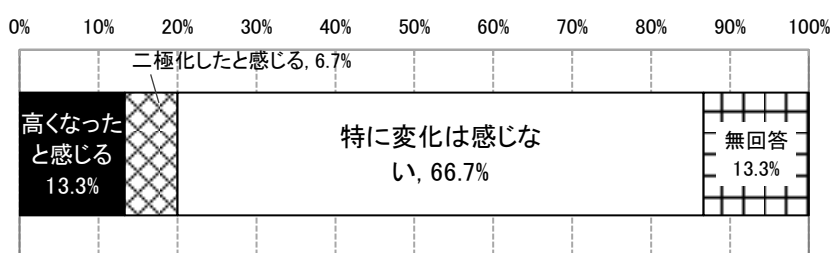
キーワード	具体的な回答内容
▶ビジネスプランコンテスト ▶起業関連の講義 ▶起業家との交流	学生ビジネスプランコンテスト、起業関連の講義、起業家との交流機会の設定をシームレスに組み合わせて実施することでコミュニティや関係性が生まれ、その土台のもとで事業への参加や起業の動きが見られている。
▶起業家プログラム ▶起業関連の講義	半期で実施する起業プログラム。メンター(起業家、VC 等)との壁打ちが好評。希望者が参加 ・正課授業である「起業入門」は、毎回実務家を講師としてお招きして話をさせていただいているが、200 名を超える履修があり、毎回熱心に学生が講義を聞いている。 ・起業体験プログラムなども正解のない社会で自ら考え行動する力を涵養することができている。 ・共通教養科目「起業に学ぶ『考動力』入門」:全学部生対象、約 300 名履修 ・共通教養科目「起業に学ぶ『考動力』実践」:全学部生対象、約 20 名履修
▶ビジネスプランコンテスト	学生ビジネスプランコンテストはビジネスプランの発表による学生の起業家精神の醸成に寄与している。
▶インキュベーション運営	インキュベーションの運営。2022 年度は、8 団体・1 社/30 名が利用

## 問 11. 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 66.7%と最も多い。また、「高くなったと感じる」(13.3%)への回答と「二極化したと感じる」(6.7%)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	2	13.3%
低くなったと感じる	0	0.0%
二極化したと感じる	1	6.7%
特に変化は感じない	10	66.7%
無回答	2	13.3%

[問11]5年前と比べた学生の起業意識 (N=15)

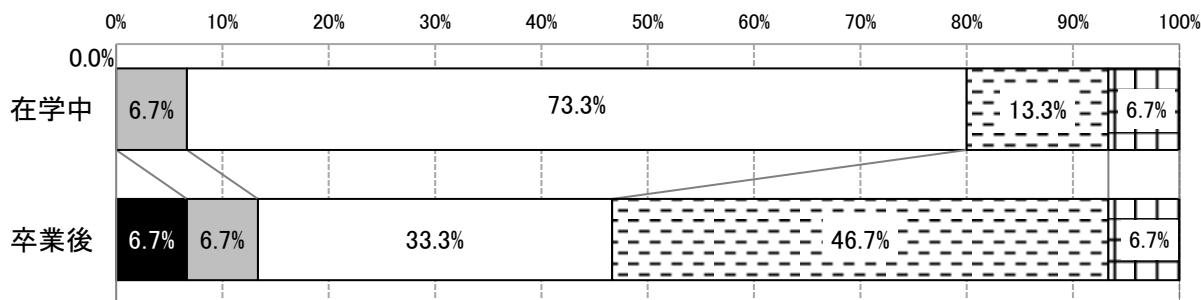


## 問 12. 在学中・卒業後の起業状況

\* 年間5名以上の起業者がいる大学・短大は、在学中で6.7%、卒業後で13.4%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	0.0%	1	6.7%
年間5～10人程度	1	6.7%	1	6.7%
ほとんどいない	11	73.3%	5	33.3%
把握していない	2	13.3%	7	46.7%
無回答	1	6.7%	1	6.7%

[問12]在学中・卒業後の起業状況(N=15)



■年間10人以上 □年間5～10人程度 □ほとんどいない □把握していない □無回答

## 問 13. 行政と連携すれば効果があると考えること

\* 具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、「起業家等との交流の場」「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、「起業プログラム」「ワーキングスペース提供」「社会課題の提示」「学内イベント参画」「情報提供」「ネットワーク形成」「実証実験の場提供」「ベンチャー企業インターンシップ」などの回答もみられた。

### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶資金助成 ▶起業プログラム ▶ワーキングスペース提供	起業資金支援、起業プログラム(講座)の提供、起業ワーキングスペースの提供
▶社会課題の提示 ▶資金助成	各自治体が特に重要と考えられている社会課題の提示。起業および起業後一定期間の資金援助。
▶学内イベント参画 ▶起業家等との交流の場	単発的なイベントやセミナーの開催に学生を動員するより、月次で本学キャンパスで開催している催しでWSやセッションの持込、ブース設置などを検討いただくことが効果的かもしれません。また、各種の地域の起業家を上記の場に動員(セッション調整も可)いただくなど、コミュニティ創りを支援いただけると有難いです。
▶情報提供 ▶ネットワーク形成	・起業に関する情報提供 ・ネットワーキング
▶実証実験の場提供 ▶ベンチャー企業インターンシップ	・市町村との連携を行い、各地域のイベント等で実証実験等が行えると非常に効果があると考えられる。 ・行政を通じたベンチャー・スタートアップとのネットワーク構築(インターンシップ受入れベンチャーの紹介など)
▶起業家等との交流の場	既に実施機会を持ったが、市職員を含め、まず社会人と学生との交流が必要であると考えられる。当学では、2022年度「第9回 追手門グズコンテスト」に茨木市職員の方に審査員として参画をいただき、専門的、また社会人として審査とコメントをいただいている。

## 問 14. 起業家教育に取り組む上での課題

- \* 具合的な回答が見られた5機関におけるキーワードを整理すると、「学生の意識啓発」を回答する大学・短大が4機関と最も多い。また、「ノウハウ不足」への回答も2機関からあった。
- \* この他に、「授業と連動した取組の設定」「専門人材等不足」「大学内の意識啓発」とい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
▶授業と連動した取組の設定 ▶ノウハウ不足	起業家精神を学ぶ人数の「裾野」を広げるには、課外としての実施では限界があり、やはり正課と連動した取組が効果的かつ必要である。 「本当に起業すること」や「本気で将来起業すること」「起業後」に対する支援や環境構築と「起業家精神やスキルを学ぶこと」に対する仕組みの構築は、完全に切り分けられるものではないとはいえ、大きく違うものと捉えている。そこを切り分けて施策検討することが重要と思われる。
▶学生の意識啓発 ▶専門人材等不足 ▶ノウハウ不足 ▶大学内の意識啓発	・起業というワードは根付いてきているが、学生の思考に大きな変化はなく、大学前の幼少期からのマインドセットや中高の正解思考を変えていくことが必要であり、課題だと感じる。 ・起業支援、アントレプレナーに富んだ専任教員がいないこと ・起業に関心のない学生に対するアプローチ ・アントレプレナーシップ教育に関する学内の理解向上
▶学生の意識啓発	一般的傾向として、景気悪化により起業の傾向は強くなる。ただし、現在の当学学生の現状を見ると、大企業志向、公務員志向、資格取得志向などの「安定志向」が強くなっているように感じられる。まず、学生に「起業の魅力」を伝える取り組みが必要であると考え。
▶学生の意識啓発	情報収集やセミナー、プログラムを充実させても、最終的には、どれだけすぐ実行、テストできるか。これを超えられる学生が少ない(想いで止まる。)
▶学生の意識啓発	学生への社会課題に対する意識付け。

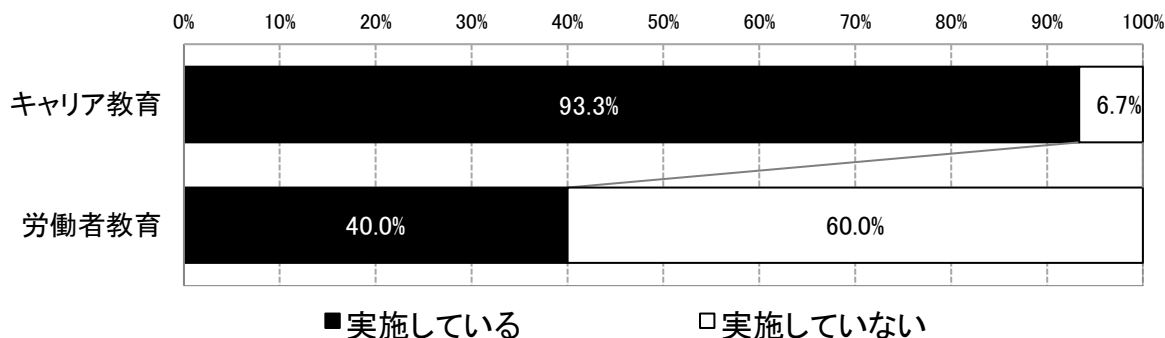
## D. 就職支援の取組・市内企業への就職

### 問 15. 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93.3%、労働者教育を実施している大学・短大は40.0%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	14	93.3%	6	40.0%
実施していない	1	6.7%	9	60.0%

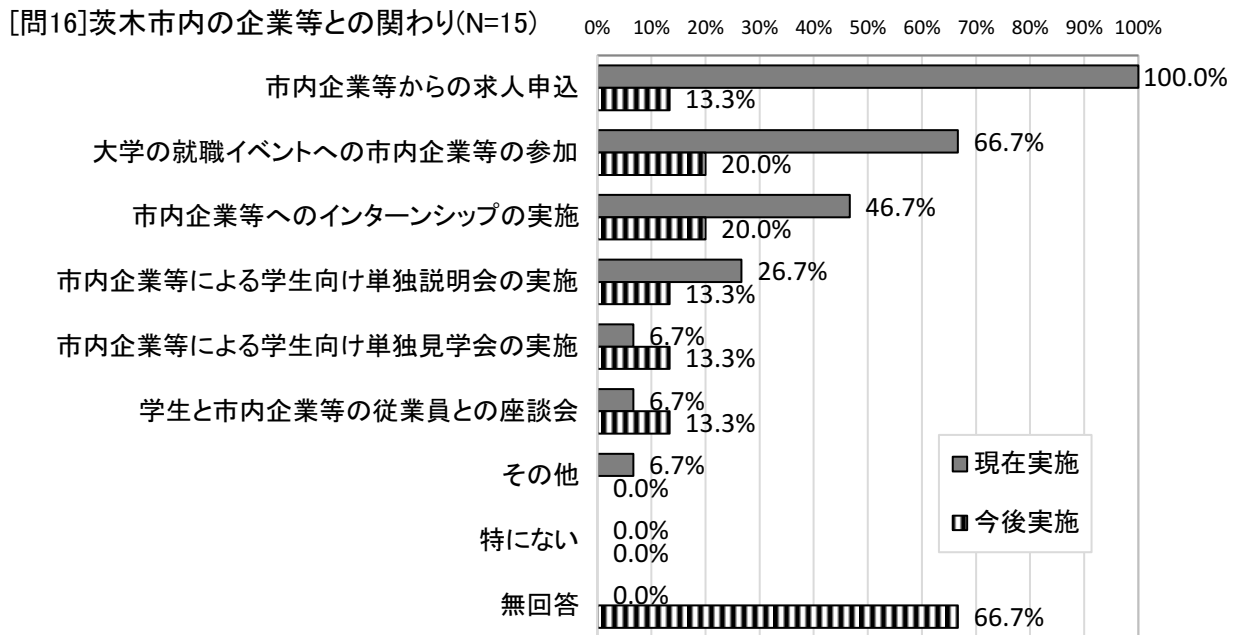
[問15]キャリア教育・労働者教育の実施状況(N=15)



## 問 16. 茨木市内の企業等との関わり（複数回答）

- \* 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 100.0%と最も多く、次いで「大学の就職イベントへの市内企業等の参加」（66.7%）、「市内企業等へのインターンシップの実施」（46.7%）と続く。
- \* 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」「市内企業等へのインターンシップの実施」の 2 点が 20.0%と最も多いが、現在実施しているものと比べて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	100.0%	2	13.3%
大学の就職イベントへの市内企業等の参加	10	66.7%	3	20.0%
市内企業等へのインターンシップの実施	7	46.7%	3	20.0%
市内企業等による学生向け単独説明会の実施	4	26.7%	2	13.3%
市内企業等による学生向け単独見学会の実施	1	6.7%	2	13.3%
学生と市内企業等の従業員との座談会	1	6.7%	2	13.3%
その他	1	6.7%	0	0.0%
特にない	0	0.0%	0	0.0%
無回答	0	0.0%	10	66.7%

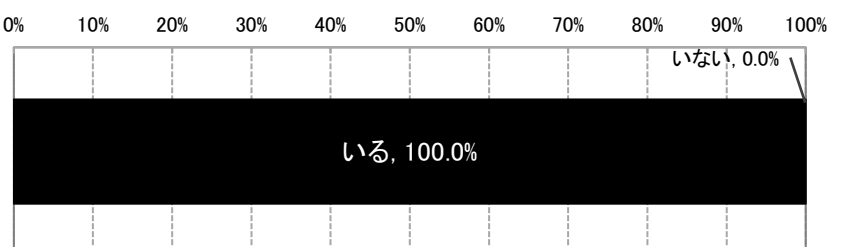


## 問 17. 茨木市内の企業等に就職した学生

- \* 茨木市内の企業等に就職した学生がいると回答した大学・短大は 100.0%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	15	100.0%
いない	0	0.0%

[問17]茨木市内の企業等に就職した学生（N=15）



## 問 18. 行政と連携すれば効果があると考えること

- \* 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、「市内企業インターンシップ」を回答する大学・短大が4機関と最も多く、さらに障がい者や管理栄養士・栄養士など特定の層に関するインターンシップを求める意見もみられた。
- \* この他に、「市役所との情報交換」「就職面接対策」「留学生向け対応」「就職相談会」とい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
▶市内企業インターンシップ	インターンシップや職場見学会など、仕事理解のための機会づくり
▶市内企業インターンシップ	学生のインターンシップの受入れに関する受入れ先とのマッチングの機会づくり
▶市内企業インターンシップ (管理栄養士・栄養士向け)	夏休み等長期休暇中の管理栄養士・栄養士(病院・保育園)インターンシップの実施
▶市内企業インターンシップ (障がいを持つ学生向け)	障がいをもつ学生が就職することが困難なため、市役所で実施しているインターンシップ等を案内、参加を促して当該学生の就業体験を深めさせたい。
▶市役所との情報交換	本学では、保健師養成を行っているため、行政保健師に関する情報交換やさらなる求人の提供があればありがたい。
▶就職面接対策	ハローワークによる就職面接対策
▶留学生向け対応	外国人留学生(英語基準を含む)を対象とした就職に関する企画
▶就職相談会	茨木市主導での市内企業や団体等を集めた説明会実施など

## 問 19. 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6機関における課題をキーワード整理すると、「就職活動の早期化」の回答が3機関と最も多い。また、「セミナー参加率低下」「多様な就職支援」の回答も2機関からあった。
- \* この他に、「学生の意識の二極化」「学生の意識啓発」「志望の絞り込みすぎ」「未内定学生への支援」があげられた。

### 【回答内容】

キーワード	具体的な回答内容
▶就職活動の早期化	・就職活動の早期化による学業機会の損失
▶学生の意識の二極化	・就業意欲の高い学生と低い学生の二極化の拡大
▶セミナー参加率低下 ▶多様な就職支援 ▶就職活動の早期化	就職支援サービスが多様化し、学生が情報を得る手段が増えていることから大学主催のガイダンスや説明会への参加率は減っている。自走できる学生は問題が無いが、そうでない学生の支援が重要となっている。また、英語基準の留学生の日本就職の支援や様々な個性を持つ学生の支援など、個別支援も多様化している。採用選考が年々早期化・長期化しており、学業や研究と就職活動の両立に苦勞する学生も多い。就職活動支援だけでなく精神面でのケアも必要である。
▶就職活動の早期化 ▶多様な就職支援	・就職活動の長期化、早期化への対応 ・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)
▶学生の意識啓発 ▶セミナー参加率低下	学生の就職活動への意識、ガイダンス・セミナー等への参加率の低さ
▶志望の絞り込みすぎ	業界研究が不十分なまま早期から一部の有名企業や食品業界等の分かりやすい企業のみを対象として学生が就職活動を行っている。エントリー数が少なくなっていることから、進路選択の視野が狭い学生が多いと思われる。
▶未内定学生への支援	未内定学生への支援は課題の一つと考える。接点(連絡)をもつこと自体困難な学生もおり、現状の把握や学生が望む企業へ就職させることが困難である。