

■ 調査結果から考える本市における産業振興の課題、施策の方向性

アンケート結果にみる、事業者の課題とニーズ

1. 小規模企業における事業活動の停滞、起業のニーズ・事業継続に関する課題認識	
小さな企業の事業活動の停滞	●統計データによると、2016 年から 2021 年の間で「宿泊業、飲食サービス業」「卸売業、小売業」「生活関連サービス業、娯楽業」「金融業、保険業」(いずれも従業員規模の小さい業種)の従業員数が減少傾向にある。【P.2、P.3】 ●事業者アンケートの回答者の 7 割以上(75.4%)を占める 9 人以下の事業者のうち、6 割強(61.2%)は売上高(生産高)が減少している。【P.52】また、回答者全体では、前回調査(R.1 年度)よりも売上高(生産高)、利益ともに減少した事業所の割合が増加している。【P.33】
起業のニーズ・事業継続に関する課題認識	●産業支援機関において、事業継続、起業に関する相談が増加傾向にある。【P.99】 ●商店街において、店主(会員)の高齢化、集客力のある店舗の不足を課題とするところが多い。【P.75】また、今後取り組みたいこととして、賑わい創出、個店魅力の創出・発信を回答する商店街が多い。【P.82】 ●事業者アンケートでは、38.9%が後継者なし、25.8%がわからないと回答した。【P.31】さらに 9 人以下の企業では後継者なしが 44.9%と多く、33.7%は廃業予定、11.2%は事業の継続を希望しているものの、後継者がいない状況にある。今後は廃業による事業所の減少が予測される。【P.52】
2. 中規模企業における多様な経営課題、仲間づくりのニーズ	
中規模企業における多様な経営課題	●事業者アンケートでは、原料価格や人件費の経費高騰が経営課題として多く回答されている。また、10 人以上の事業所、または建設業・製造業・運輸業、売上高(生産高)・利益とも増加している企業では、人材不足や人材育成が困難な状況であるところが顕著に多い。【P.53、P.58、P.62】 ●事業者アンケートでは、自社や商品・サービスのPR強化、市場や販路の開拓、施設や設備の増強・更新、新商品・新サービスの開発についても、経営課題として多く回答されている。【P.35】一方、新事業を展開した事業所の約半数(48.2%)が、新規事業は売上の増加に貢献したと回答した。【P.36】
企業における仲間づくりのニーズ、大学・短大における産学連携ニーズ	●事業者アンケートでは、大学や研究機関との連携(24.2%)や企業間連携(19.6%)に関心ある未実施企業の層がみられる。中でも企業間の連携に関心がある事業者は、交流会(59.7%)や勉強会(46.0%)を企業との連携の契機にしたいと回答した。【P.46、P.47】 ●事業活動に役立つ情報源として、10～49 人では、顧客・取引先等からの口コミや同業種の組合等からの情報発信の割合が、50 人以上では、講演会・セミナー・交流会の割合が他の規模と比較して多い。情報源を持たない事業者の割合が多い 9 人以下の層と比較して、中規模企業は積極的に連携や情報収集の機会を持つ傾向がある。【P.57】 ●大学・短大アンケートによると、講座・イベント等や調査・研究・開発の共同実施、学生の交流や職業体験などで産学連携の実績があり、効果が高く、最近では実施機会が増加している。【P.88】また、茨木市内の事業所でのインターンシップを望む大学・短大は多い。【P.95】
3. 産業支援情報、市の新たな動きへの関心	
産業支援情報への関心	●事業者アンケートでは、事業活動に役立つ情報源として、インターネット・SNS、専門家、広報いばらきが、前回調査(R.1 年度)より上位に回答されている。【P.70】 ●府下の産業支援機関においては、事業所等からの相談件数が増加傾向のところが多い。また、新規事業展開の支援、海外向け事業展開の支援、創業(起業)の支援、知的財産・特許に関する支援、生産性向上に向けた支援など、多様なサービスが府下の産業支援機関で受けられる。【P.98】
市の新たな動きへの関心	●おにクル、ダムパークいばきたなど茨木市内に新たな施設が整備される。 オープンファクトリーなど新たな施策も展開しており、市の新たな施策の動向に対する事業者の関心が高い。

