
令和6年度大阪市内企業実態調査
結果報告書

大阪市経済戦略局

令和7年3月

目 次

第1章 調査目的と概要	1
1 調査目的	1
2 調査概要	1
(1) 調査対象	1
(2) 調査方法	1
(3) 調査期間	1
(4) 調査内容	1
(5) 調査結果	2
(6) 調査結果の誤差について	2
(7) 報告書の見方	3
II. 集計結果	4
1. 回答企業の概要について	4
(1) 主要な事業	4
(2) 資本金	5
(3) 従業員数	5
(4) 年間売上高規模	6
(5) 事業歴	6
(6) 現在の事業所（本所・本社・本店）の立地	7
■移転の際に重視した要件	7
(7) 代表者・経営者になられた経緯	8
■第2創業の有無	8
(8) 中長期の経営計画の策定状況	9
(9) 事業継続計画の策定状況	9
2. 主な顧客・販売市場や実績について	10
(1) 主な顧客	10
■事業者(B to B)が主な顧客の業種	11
(2) 主な顧客の地域	11
(3) 5年前（平成31年）時点での創業状況	12
(4) 5年前（平成31年）との比較（顧客数の変化）	12
(5) 5年前（平成31年）との比較（売上高の変化）	13
(6) 5年前（平成31年）との比較（営業利益の変化）	13
(7) 5年前（平成31年）との比較（従業者数の変化）	14
(8) 5年前（平成31年）との比較（販売市場の競争環境の変化）	14
3. 経営上の課題等について	15
(1) 現在取り組んでいる経営課題	15
(2) 取り組みたいが対応できていない経営課題	16
(3) 関心がある（現在取り組んでいる・取り組みたいが対応できていない）経営課題	17
4. 今後の事業展開に向けた取組について	19
(1) 事業展開への取組状況	19
(2) 新たな事業展開に向けて現在取り組んでいる内容	19
(3) 新たな事業展開に向けた取組を進めるうえでの課題	20
(4) 新たな事業展開に向けた取組を行っていない理由	21
(5) 海外ビジネスの展開における現在の状況	22
■海外ビジネスの取組内容	22

(6) 海外ビジネスの展開における今後の姿勢	23
(7) 海外ビジネスの展開において今後関心のあるエリアの有無	23
(8) 海外ビジネスの展開における今後関心のあるエリア	24
■関心のある国	24
(9) 展示会や商談会への参加状況	25
(10) SDGs（持続的な開発目標）の取組について	25
5. 大阪市の中小企業施策について	26
(1) 大阪市が実施している中小企業施策の利用状況	26
(2) 大阪市が実施している中小企業施策の評価	27
(3) 中小企業支援施策を利用していない理由	27
(4) 中小企業支援施策に関するご意見・ご要望	28
6. インバウンド（訪日外国人観光客）への対応等について	29
(1) 「施設内の混雑」に関する課題認識	29
(2) 「施設内の混雑」について取り組んでいる内容	30
(3) 取り組みたいが取り組めていないこと	30
(4) 「マナー意識の違いによるトラブル」の発生状況	31
(5) 「マナー意識の違いによるトラブル」について取り組んでいる内容	32
(6) 取り組みたいが取り組めていないこと	32
7. 国際金融都市の実現に向けた取組	33
(1) 大阪市における金融系外国企業誘致等の取組に関する認知状況	33
(2) 資金調達状況	34
(3) 大阪市が誘致した金融機関等との事業提携意向	35
(4) 希望する提携内容	35
(5) 英語対応の状況	36
(6) 既に英語対応したもの	36
8. 企業概要別の実績変化	37
(1) 顧客数の変化	38
(2) 売上高の変化	39
(3) 営業利益の変化	40
(4) 従業者数の変化	41
(5) 販売市場の競争環境の変化	42
9. 直近5年間で業績が変化している企業の課題や取組状況	43
(1) 現在取り組んでいる経営上の課題	44
(2) 取り組みたいが対応できていない経営課題	46
(3) 事業展開への取組状況	48
(4) 新たな事業展開に向けて現在取り組んでいる内容	48
(5) 新たな事業展開を進めるうえでの課題	49
(6) 海外ビジネスの展開における現在の状況	50
(7) 海外ビジネスの取組内容	50
(8) 海外ビジネスの展開における今後関心のあるエリアの有無	51
10. DX・カーボンニュートラルへの取組に関心がある企業について	52
(1) 主要な事業	52
(2) 従業員数	53
(3) 年間売上高規模	53
III. 調査票	54

第1章 調査目的と概要

1 調査目的

大阪市において今後の効果的な中小企業支援・産業振興施策の企画・立案に向けて、大阪市内の中小企業を取り巻く社会情勢や経営状況等を把握するため、企業活動の実態調査（アンケート調査）を実施した。

2 調査概要

（1）調査対象

令和4年次フレーム対象事業所のうち、大阪市内に立地する日本標準産業分類に掲げる次の産業に属する民営事業所（支所・支社・支店及び会社以外の法人、外国の会社、法人でない団体を除く。）

「建設業」、「製造業」、「情報通信業（通信業及び放送業を除く。）」、「運輸業，郵便業（鉄道業、水運業、航空運輸業及び郵便業（信書便事業を含む）を除く。）」、「卸売業，小売業」、「不動産業，物品賃貸業」、「学術研究，専門・技術サービス業（学術・開発研究機関を除く。）」、「宿泊業，飲食サービス業」、「生活関連サービス業，娯楽業」、「教育，学習支援業（学校教育を除く。）」、「医療，福祉（保健衛生を除く。）」、「サービス業（他に分類されないもの）（政治・経済・文化団体、宗教、その他のサービス業及び外国公務を除く。）」

（2）調査方法

調査対象事業所の選定方法：無作為抽出（10,000事業所）

調査票の配布：郵送による配布

調査票の回収：行政オンラインシステムによる回収

（3）調査期間

令和6年6月4日（火）～6月30日（日）

（4）調査内容

- ① 企業概要について
- ② 主な顧客・販売市場や実績について
- ③ 経営上の課題について
- ④ 現在、並びに今後の事業展開について
- ⑤ 大阪市の中小企業支援施策について
- ⑥ インバウンド（訪日外国人観光客）への対応について
- ⑦ 国際金融都市の実現に向けた取り組みについて

(5) 調査結果

発送数：10,000 件（有効発送数：9,167 件）

回収数：1,830 件（有効回答数：1,812 件）

回収率：18.3%（有効回答率：19.8%）

(6) 調査結果の誤差について

統計調査を行う場合、母集団の標本全てを調査対象とすること（悉皆調査）が望ましいが、今回の調査は無作為抽出による調査を行った。このため、本調査による回答結果がどの程度の精度を持っているか（標本誤差がどの程度か）を次のとおり検証した。

母集団が標準正規分布であり、信頼度（※）を 95%とした場合、標本誤差を下記数式により算出すると下表のとおりとなる。

※一般的に、標本誤差が5%以内であれば調査値が許容誤差の範囲内に収まっていると考えられるため、本調査は下表のとおり信頼できる標本数を確保していると言える。

※信頼度…標本調査において、母集団の値が該当の区間内に入る確率のこと。

$$d = \lambda \sqrt{\frac{N-n}{N-1} \cdot \frac{P(100-P)}{n}}$$

d = 標本誤差、λ = 信頼度による定数（信頼度 95%の場合、1.96）、

N = 母集団数、n = 有効回答数、P = 回答比率

回答比率 回答者数	50%前後	40% または 60%	30% または 70%	20% または 80%	10% または 90%
1812	2.28	2.24	2.09	1.83	1.37
1500	2.51	2.46	2.30	2.01	1.51
1000	3.09	3.02	2.83	2.47	1.85
800	3.45	3.38	3.16	2.76	2.07
400	4.89	4.79	4.48	3.91	2.94
200	6.92	6.78	6.35	5.54	4.15
100	9.80	9.60	8.98	7.84	5.88

単位：%

(7) 報告書の見方

- ・本報告書の集計結果における構成比は、原則として小数点第2位を四捨五入しているため、構成比の合計値が100%にならない場合がある。
- ・単純集計やクロス集計等、集計表の構成比は、特に断らない限り「無回答」を含めた「合計」に対する構成比とする。
- ・複数回答の構成比は、集計対象となる有効回答数に対する構成比であり、構成比の合計値が100%を超える場合がある。
- ・本報告書で仕様した符号は、以下のとおりとする。

n：回答者数

II. 集計結果

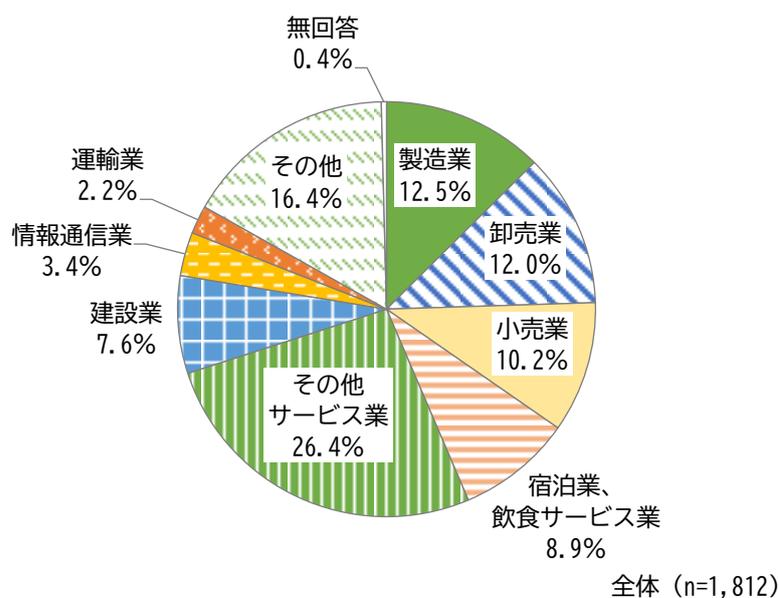
1. 回答企業の概要について

【概要】

- ・ 本調査の回答企業の主要な事業は、「その他サービス業」の割合が最も高く、「製造業」、「卸売業」、「小売業」と続いている。
- ・ 資本金は、「3百万円超～1千万円以下」の割合が最も高く、30%弱を占める。また、「3百万円以下」と「個人事業」で50%弱を占めている。
- ・ 従業員数は、「1～5人」の割合が最も高く、60%強を占めている。
- ・ 年間売上高規模は、「3千万円未満」の割合が最も高く40%強を占め、全体の67.4%が「1億円未満」となっている。
- ・ 事業歴では、「20年～39年」の割合が最も高く約30%を占めており、全体の63.9%が「20年以上」となっている。

(1) 主要な事業

主要な事業は、「その他サービス業」の割合が26.4%で最も高く、「製造業」が12.5%、「卸売業」が12.0%、「小売業」が10.2%が続いている。



<その他の内容>

不動産業、物品賃貸業

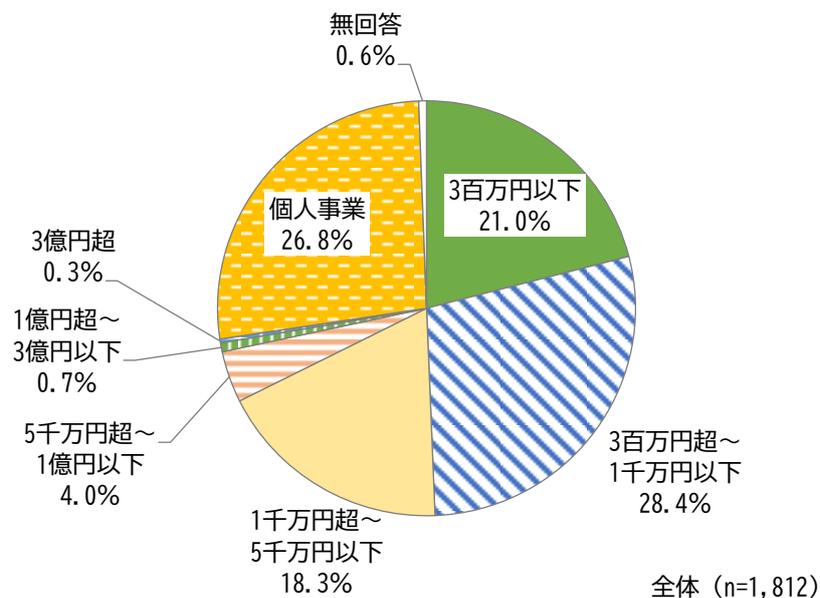
医療、福祉業

学術研究、専門・技術サービス業

など

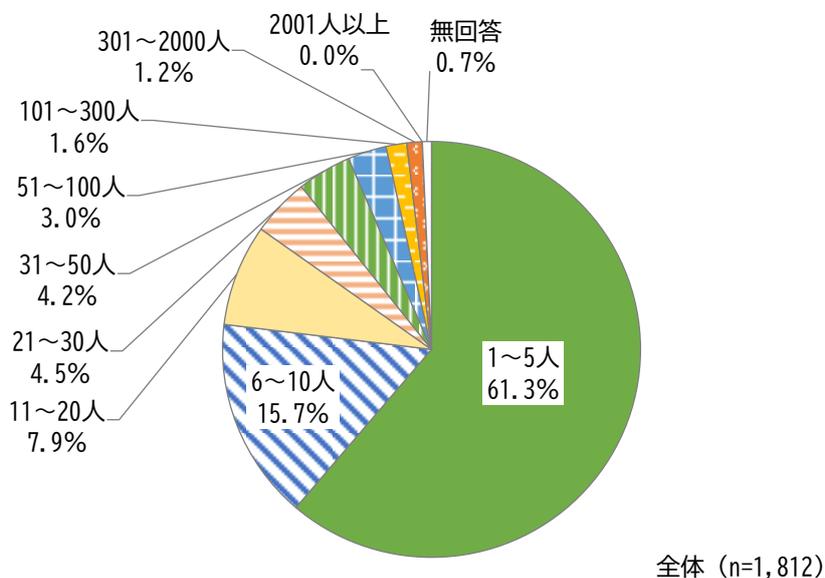
(2) 資本金

資本金は、「3百万円超～1千万円以下」の割合が28.4%で最も高く、「個人事業」が26.8%、「3百万円以下」が21.0%、「1千万円超～5千万円以下」が18.3%で続いている。



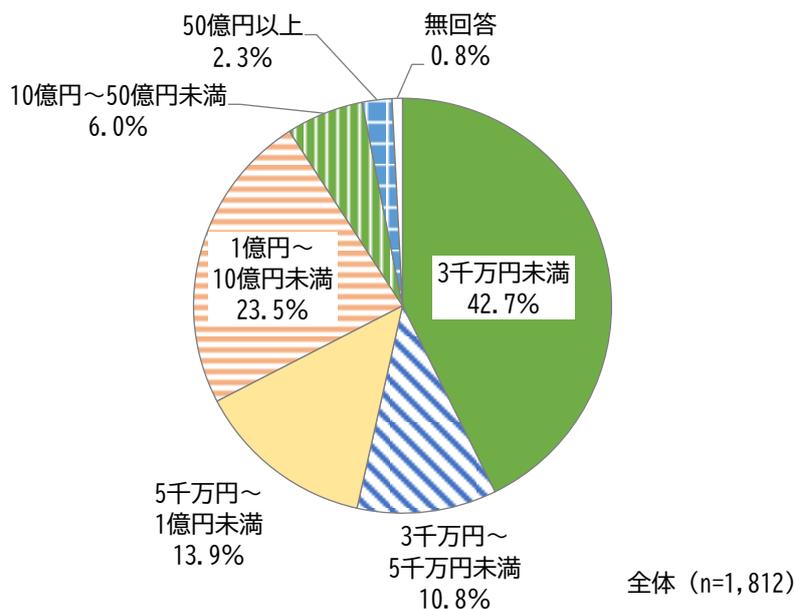
(3) 従業員数

従業員数は、「1～5人」の割合が61.3%と多数を占めている。「6～10人」が15.7%、「11～20人」が7.9%で続いている。



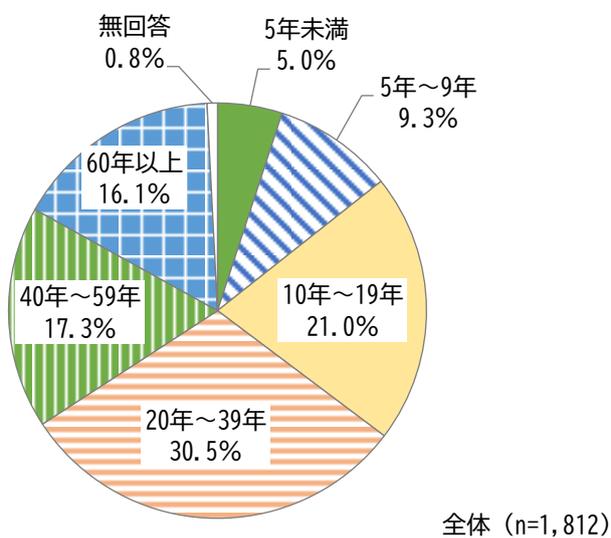
(4) 年間売上高規模

年間売上高規模は、「3千万円未満」の割合が42.7%で最も高く、「1億円～10億円未満」が23.5%、「5千万円～1億円未満」が13.9%で続いている。



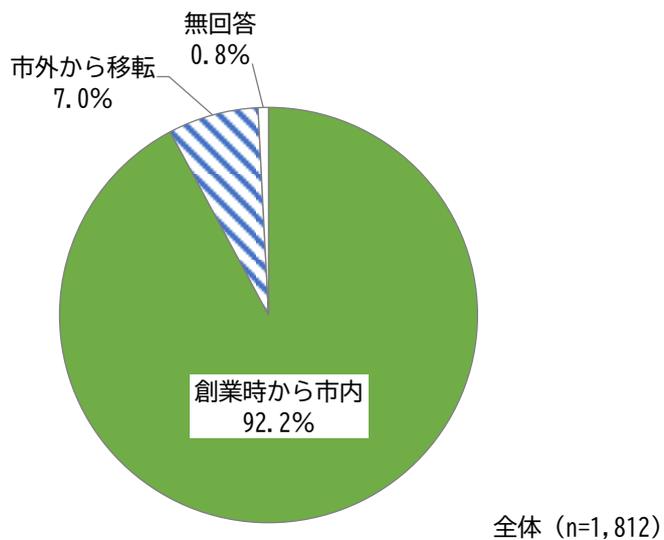
(5) 事業歴

事業歴は、「20年～39年」の割合が30.5%、「10年～19年」が21.0%、「40年～59年」が17.3%、「60年以上」が16.1%と分散している。



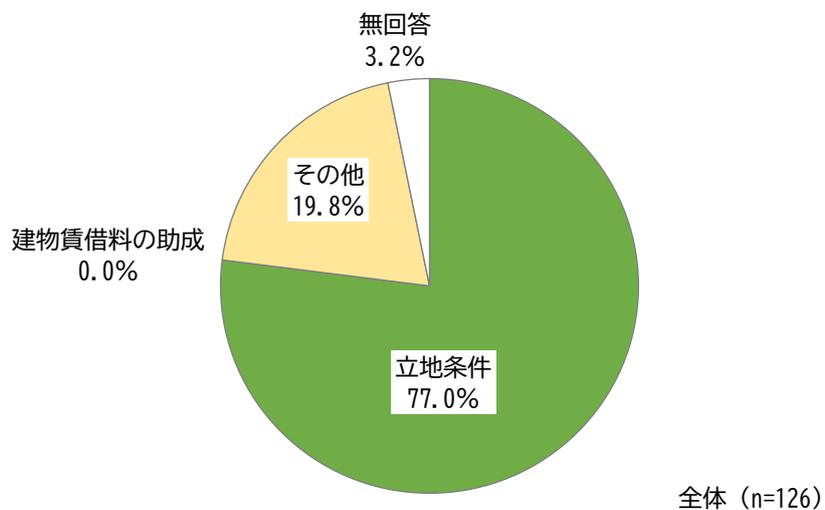
(6) 現在の事業所（本所・本社・本店）の立地

現在の事業所の立地は、「創業時から市内」の割合が92.2%と多数を占めている。



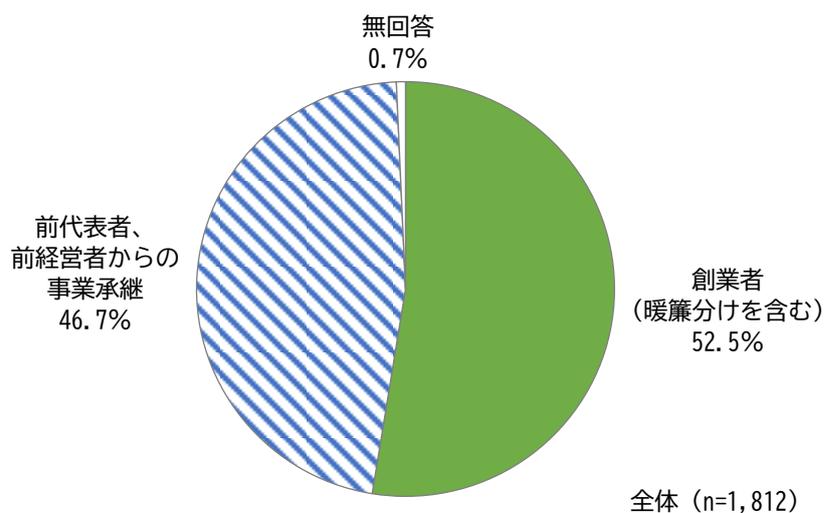
■移転の際に重視した要件

市外から移転した企業126サンプルのうち、移転の際に重視した要件は、「立地条件」の割合が77.0%である。



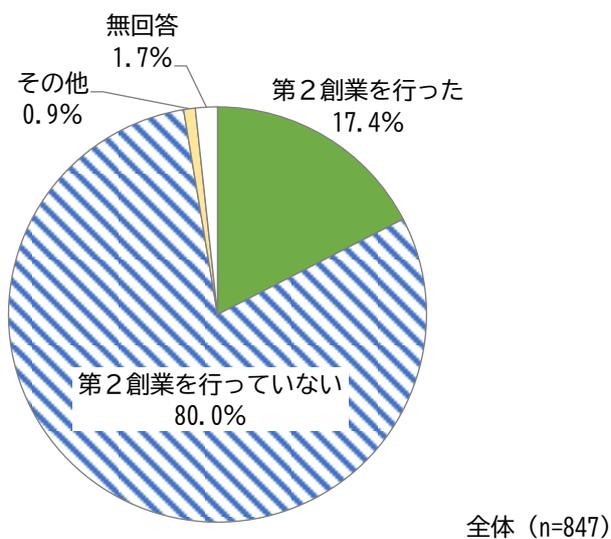
(7) 代表者・経営者になられた経緯

代表者・経営者になった経緯は、「創業者（暖簾分けを含む）」の割合が 52.5%、「前代表者、前経営者からの事業継承」が 46.7%と、二分している。



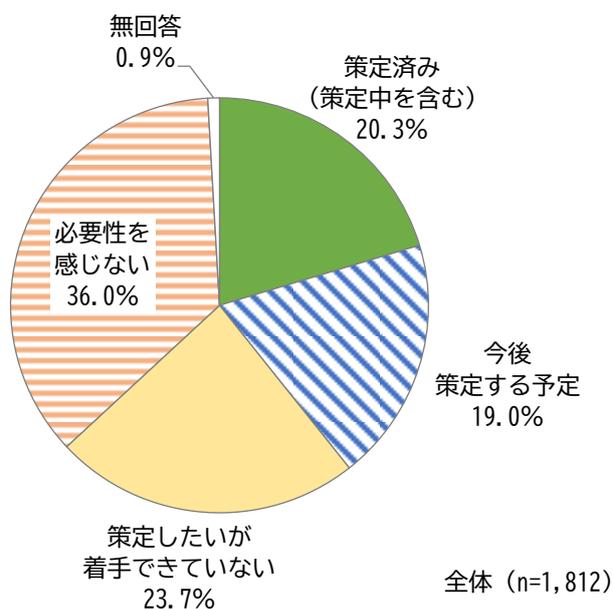
■第2創業の有無

代表者・経営者になった経緯が前代表者、前経営者からの事業継承である企業 847 サンプルのうち、「第2創業を行った」が 17.4%、「第2創業を行っていない」が 80.0%である。



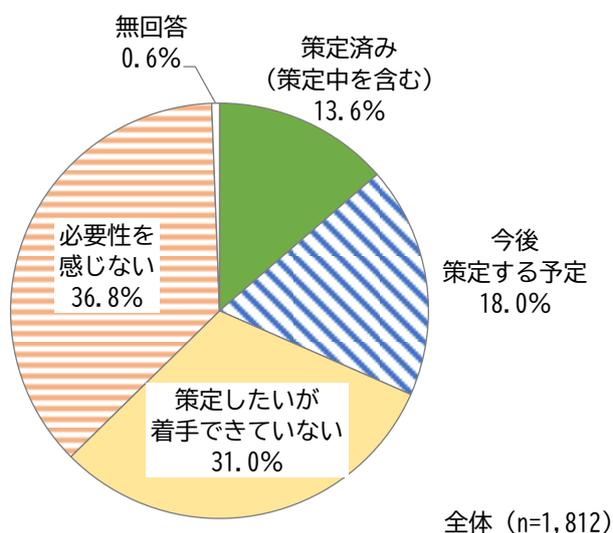
(8) 中長期の経営計画の策定状況

中長期の経営計画の策定状況は、「策定済み（策定中を含む）」の割合が20.3%、「今後策定する予定」が19.0%、「策定したいが着手できていない」が23.7%である。また、「必要性を感じない」が36.0%である。



(9) 事業継続計画の策定状況

事業継続計画の策定状況は、「策定済み（策定中を含む）」の割合が13.6%、「今後策定する予定」が18.0%、「策定したいが着手できていない」が31.0%である。また、「必要性を感じない」が36.8%である。



※事業継続計画（BCP）…企業が自然災害、大火災、テロ攻撃などの緊急事態に遭遇した場合において、事業資産の損害を最小限にとどめつつ、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とするために、平常時に行うべき活動や緊急時における事業継続のための方法、手段などを取り決めておく計画のこと。

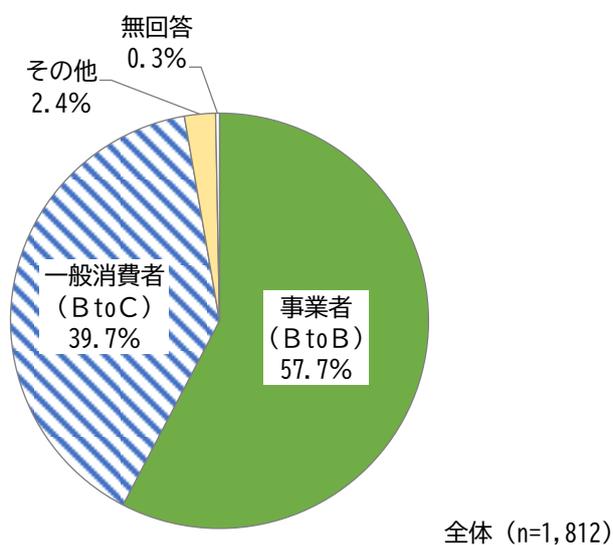
2. 主な顧客・販売市場や実績について

【概要】

- ・ 直接的な販売先、受注先について、「事業者（B to B）」向けが60%弱を占めており、取引先は「製造業」、「卸売業」、「建設業」の順に高くなっている。
- ・ 主な顧客の地域について、「国内のみ」が90%弱を占め、国内取引が中心となっている。
- ・ 5年前と比較して、顧客数・売上高・営業利益が増加傾向（「大幅に増加」＋「増加」）の企業は全体の20%前後に対して、減少傾向（「大幅に減少」＋「減少」）の企業は全体の40%から45%程度と大きく上回る。
- ・ 5年前と比較して、主たる販売市場の競争環境が「厳しくなった」との回答は全体の半数強を占めている。

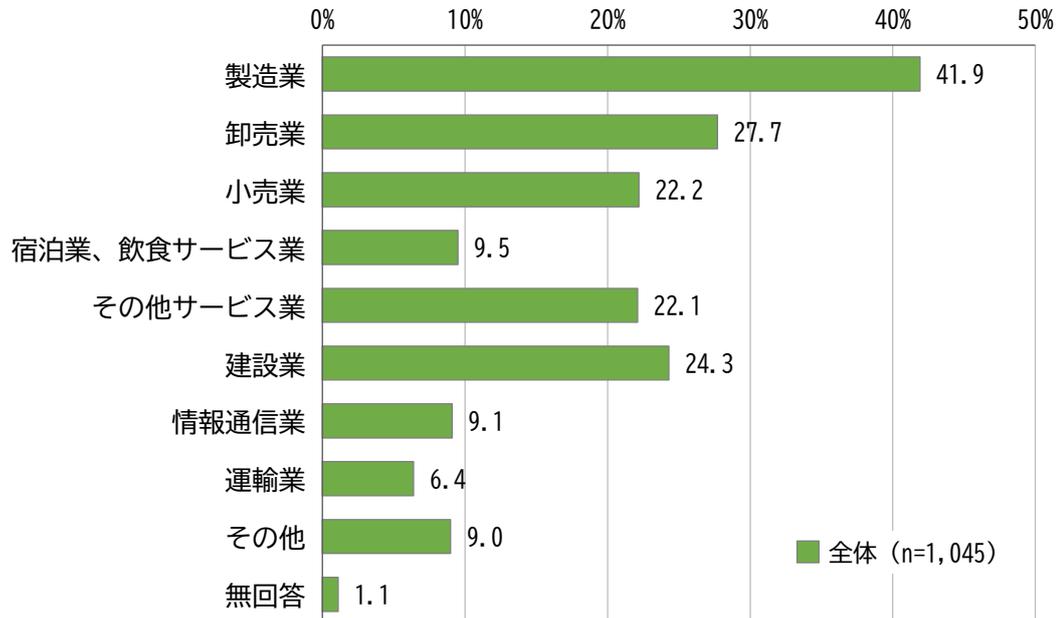
（1）主な顧客

主な顧客は、「事業者（B to B）」の割合が57.7%と過半数を占め、「一般消費者（B to C）」が39.7%となっている。



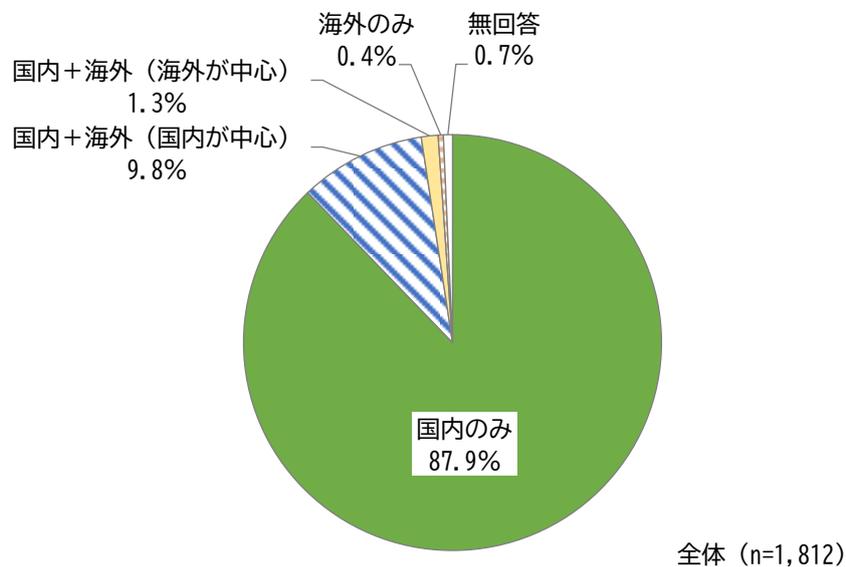
■事業者(BtoB)が主な顧客の業種

主な顧客が事業者（BtoB）と回答した企業 1,045 サンプルの主な顧客の業種は、「製造業」の割合が 41.9%で最も高く、「卸売業」が 27.7%、「建設業」が 24.3%、「小売業」が 22.2%、「その他サービス業」が 22.1%で続いている。



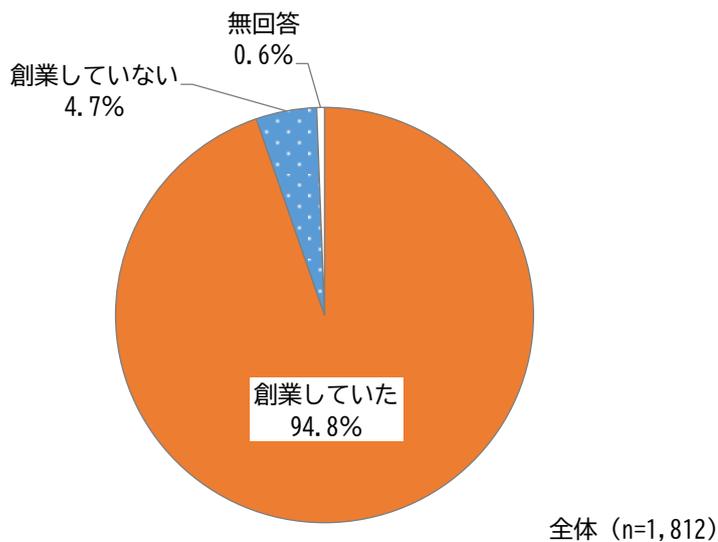
(2) 主な顧客の地域

主な顧客の地域は、「国内のみ」の割合が 87.9%と多数を占めている。「国内+海外（国内が中心）」が 9.8%、「国内+海外（海外が中心）」が 1.3%、「海外のみ」が 0.4%で続いている。



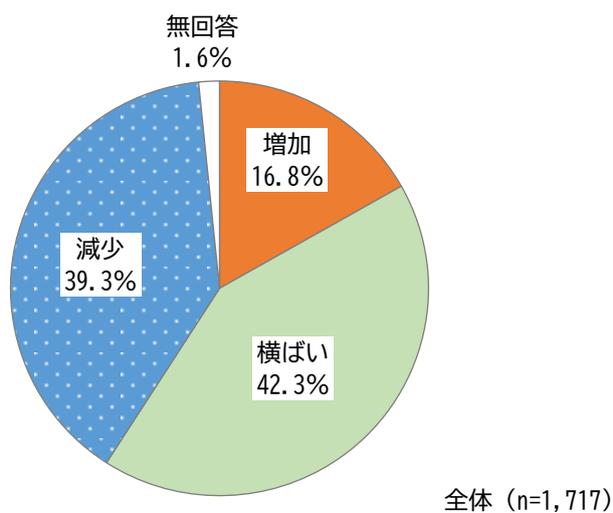
(3) 5年前（平成31年）時点での創業状況

5年前（平成31年）時点で「創業していた」企業が94.8%である。



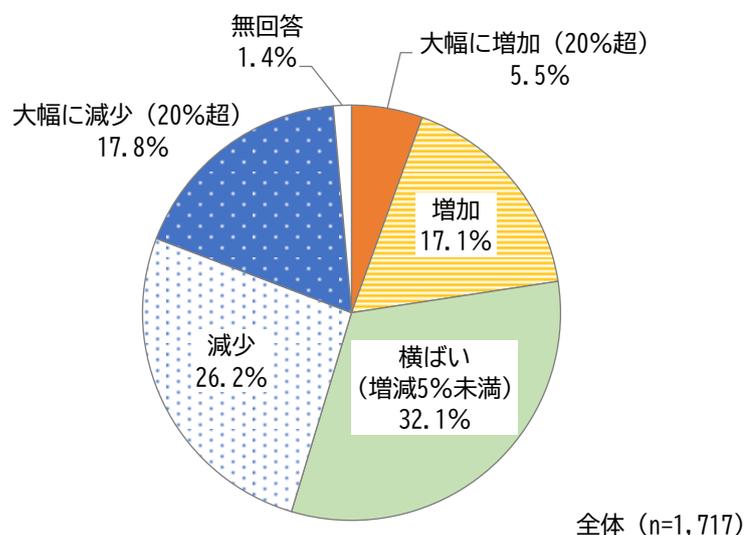
(4) 5年前（平成31年）との比較（顧客数の変化）

5年前（平成31年）と顧客数を比べると、「横ばい」の割合が42.3%で最も高い。「減少」が39.3%で、「増加」（16.8%）を22.5ポイント上回っている。



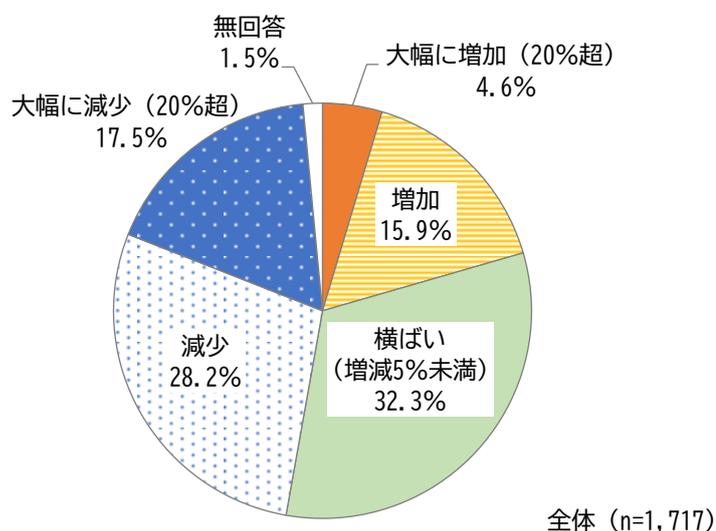
(5) 5年前（平成31年）との比較（売上高の変化）

5年前（平成31年）と売上高を比べると、「横ばい」の割合が32.1%で最も高い。「減少」（26.2%）と「大幅に減少（20%超）」（17.8%）を合計した減少計が44.0%、「大幅に増加（20%超）」（5.5%）と「増加」（17.1%）を合計した増加計が22.6%と、減少計が21.4ポイント上回っている。



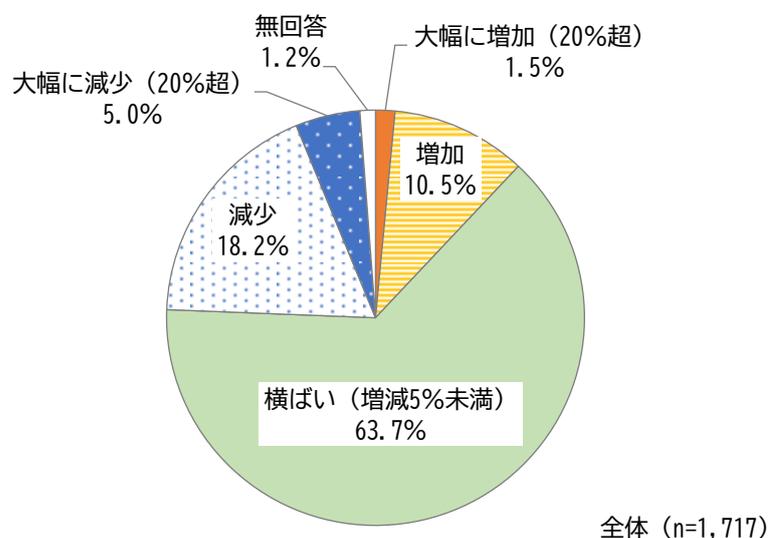
(6) 5年前（平成31年）との比較（営業利益の変化）

5年前（平成31年）と営業利益を比べると、「横ばい」の割合が32.3%で最も高い。「減少」（28.2%）と「大幅に減少（20%超）」（17.5%）を合計した減少計が45.7%、「大幅に増加（20%超）」（4.6%）と「増加」（15.9%）を合計した増加計が20.5%と、減少計が25.2ポイント上回っている。



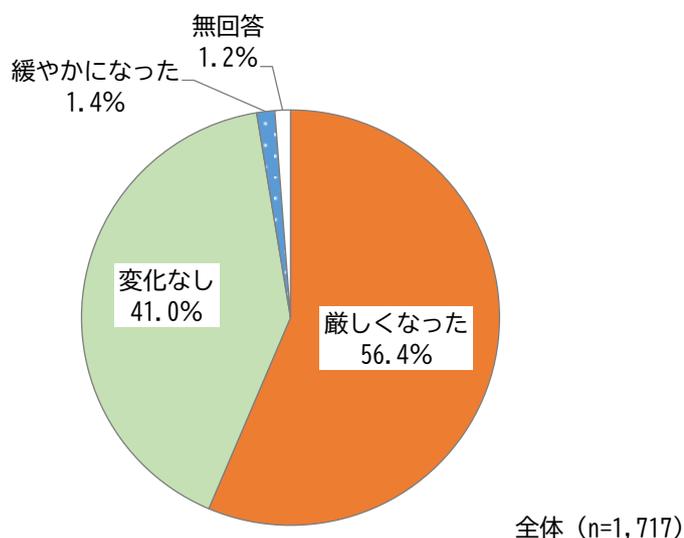
(7) 5年前（平成31年）との比較（従業者数の変化）

5年前（平成31年）と従業員数を比べると、「横ばい」の割合が63.7%と多数を占めている。「減少」(18.2%)と「大幅に減少(20%超)」(5.0%)を合計した減少計が23.2%、「増加」(10.5%)と「大幅に増加(20%超)」(1.5%)を合計した増加計が12.0%と、減少計が11.2ポイント高くなっている。



(8) 5年前（平成31年）との比較（販売市場の競争環境の変化）

5年前（平成31年）と販売市場の競争環境を比べると、「厳しくなった」の割合が56.4%で「緩やかになった」(1.4%)を55.0ポイント上回る。



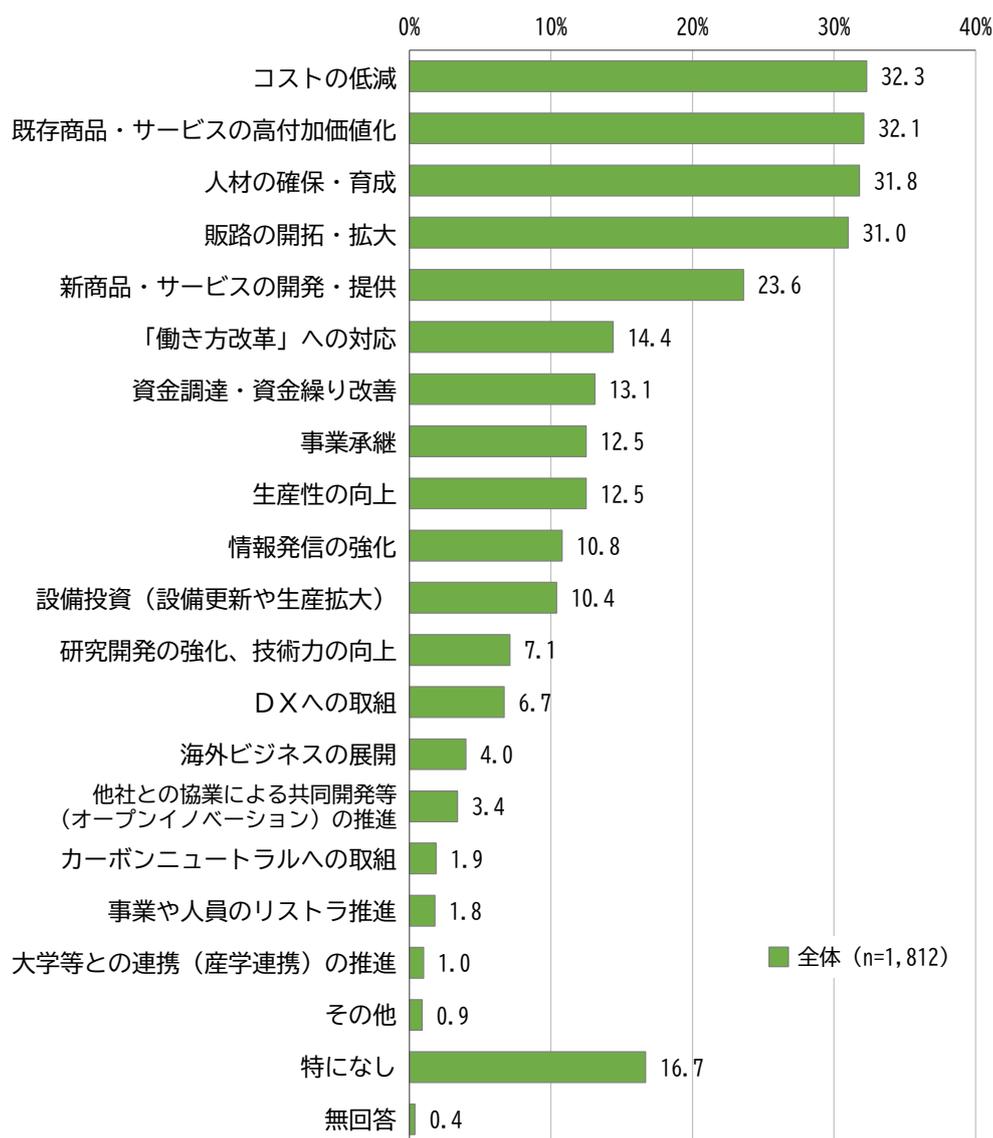
3. 経営上の課題等について

【概要】

- ・ 回答企業の30%以上が、「人材の確保・育成」、「販路の開拓・拡大」、「コストの低減」、「既存商品・サービスの高付加価値化」、「新商品・サービスの開発・提供」を関心のある経営課題にあげている。
- ・ 現在取り組んでいる経営課題として「コストの低減」、「既存商品・サービスの高付加価値化」、「人材の確保・育成」、「販路の開拓・拡大」をあげた企業が多く、そのうち「人材の確保・育成」と「販路の開拓・拡大」については取り組みたいが対応できていない課題としてあげる企業が多い。
- ・ 近年推進計画が進められている「カーボンニュートラルへの取組」「海外ビジネスの展開」「DXへの取組」などについては、現在取り組んでいる割合は7%未満と低めで、これらの取組に関心のある企業の60%前後が対応できていないと回答している。

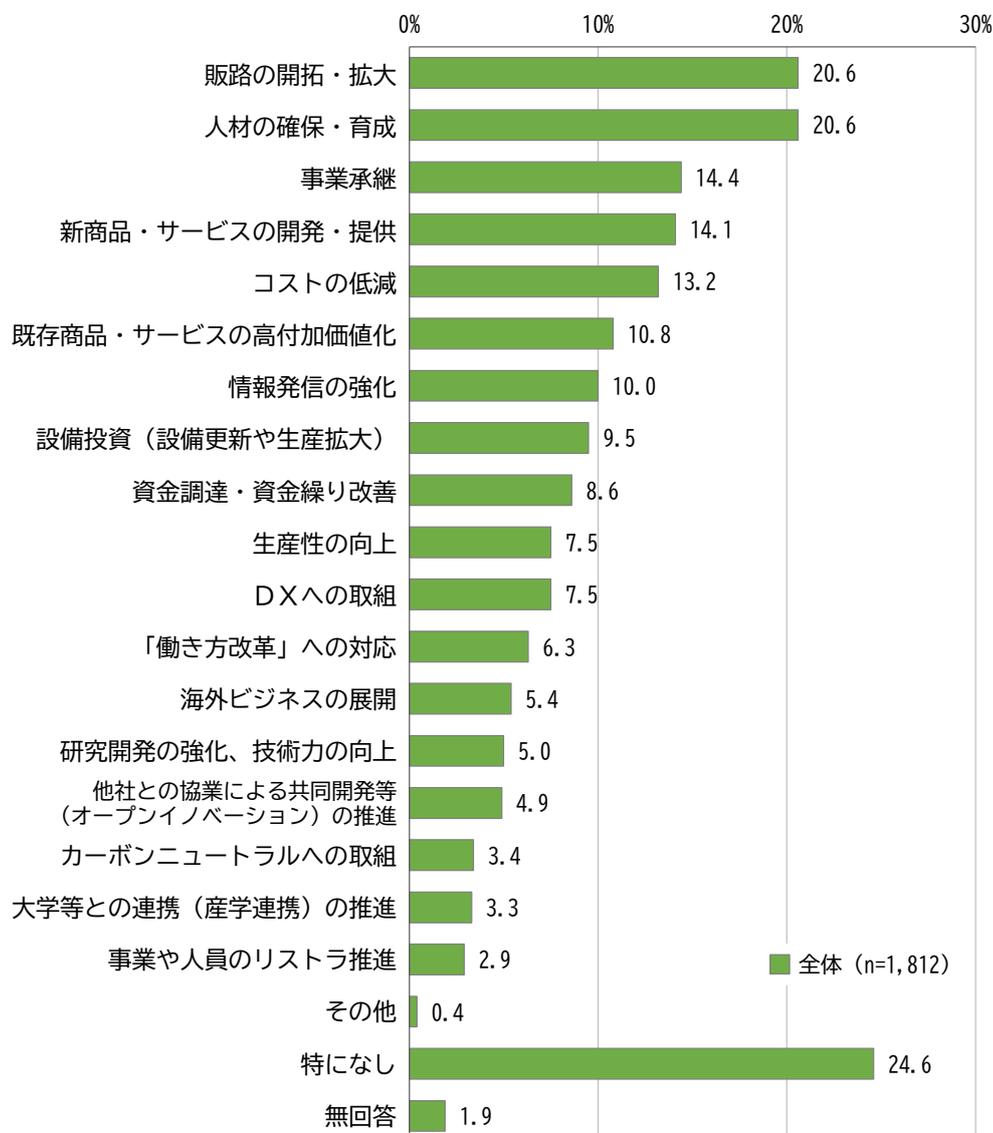
(1) 現在取り組んでいる経営課題

現在取り組んでいる経営課題は、「コストの低減」(32.3%)、「既存商品・サービスの高付加価値化」(32.1%)、「人材の確保・育成」(31.8%)、「販路の開拓・拡大」(31.0%)の4項目で30%を超えており、これに「新商品・サービスの開発・提供」が23.6%で続いている。



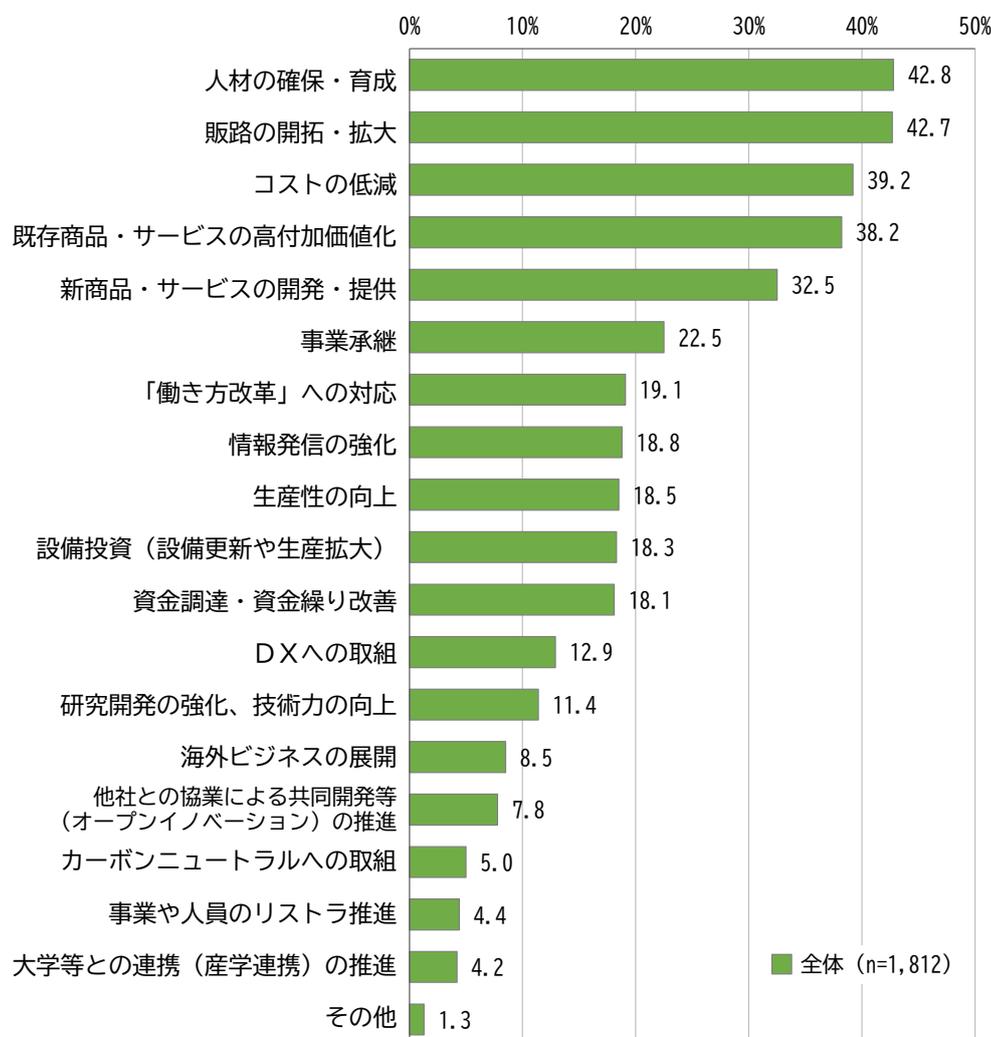
(2) 取り組みたいが対応できていない経営課題

取り組みたいが対応できていない経営課題は、「販路の開拓・拡大」と「人材の確保・育成」の割合がともに 20.6%で最も高い。「事業継承」が 14.4%、「新商品・サービスの開発・提供」が 14.1%、「コストの低減」が 13.2%で続いている。



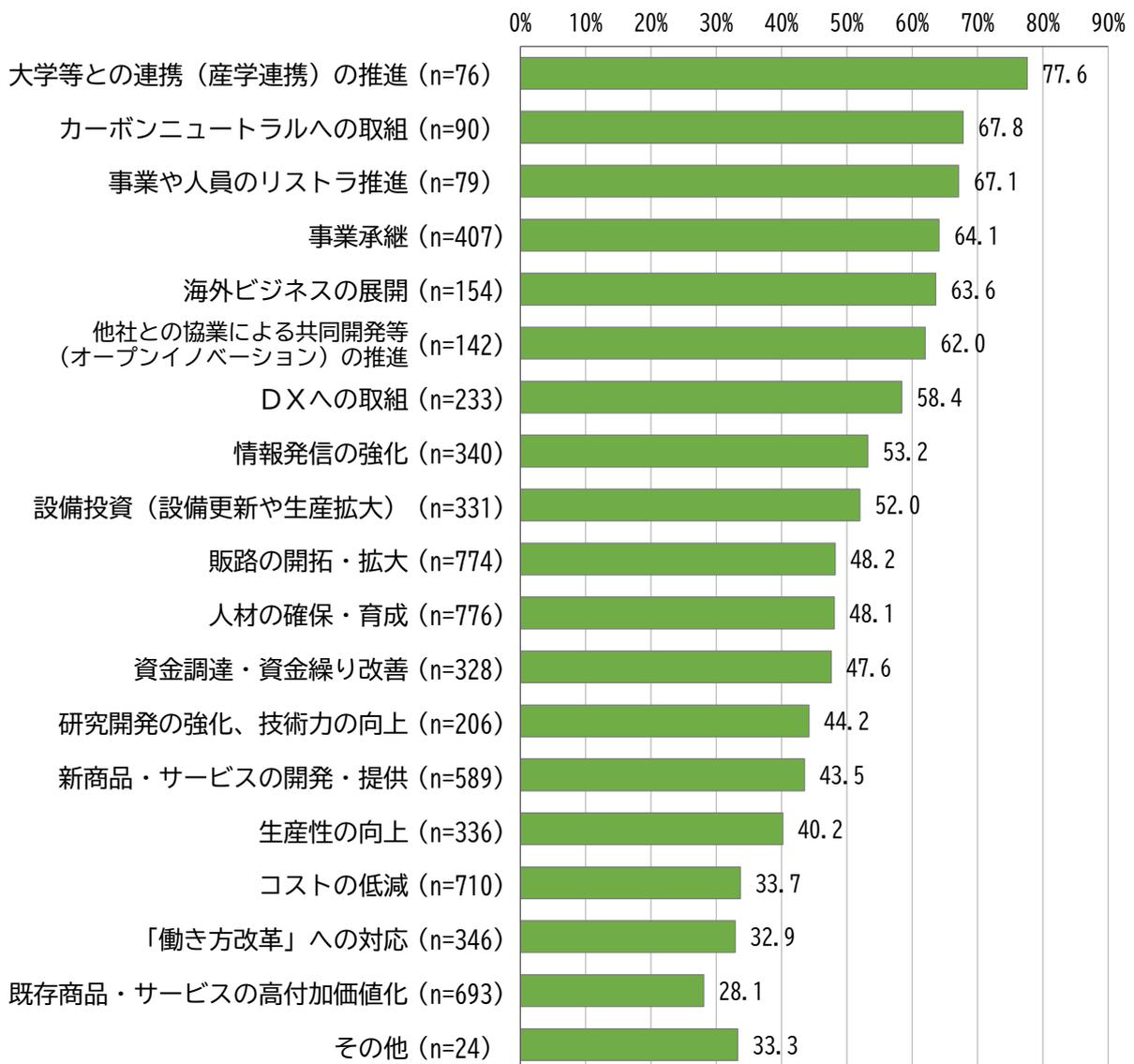
(3) 関心がある経営課題

関心がある経営課題（現在取り組んでいる経営課題・取り組みたいが対応できていない経営課題を合計した割合）は、「人材の確保・育成」（42.8%）と「販路の開拓・拡大」（42.7%）の割合の2項目で40%を超えており、「コストの低減」（39.2%）、「既存商品・サービスの高付加価値化」（38.2%）、「新商品・サービスの開発・提供」（32.5%）の3項目で30%を超えている。



■（参考）取り組みたいが対応できていない経営課題（関心がある経営課題ベース）

関心がある経営課題のうち、取り組みたいが対応できていない経営課題の割合をみると、「大学等との連携（産学連携）の推進」の割合が77.6%で最も高い。「カーボンニュートラルへの取組」（67.8%）、「事業や人員のリストラ推進」（67.1%）、「事業承継」（64.1%）、「海外ビジネスの展開」（63.6%）、「他社との協業による共同開発等（オープンイノベーション）の推進」（62.0%）の5目で60%を超えている。



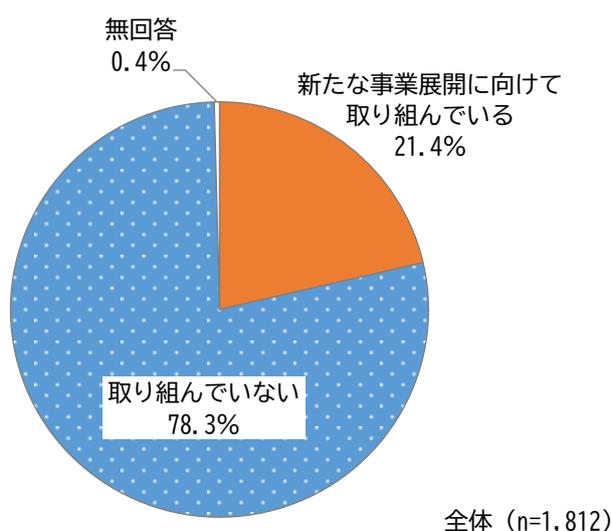
4. 今後の事業展開に向けた取組について

【概要】

- ・ 新たな事業展開に向けて、21.4%の企業が何らかの取組を進めており、その内容としては、「新商品・サービスの開発・提供」が最も多くなっている。
- ・ 取組を進めるうえでの課題として、「販路開拓」、「人材の確保」等が挙げられている。
- ・ 現在、9.1%が海外ビジネス展開しており、9.3%が今後新たに海外展開を検討している。

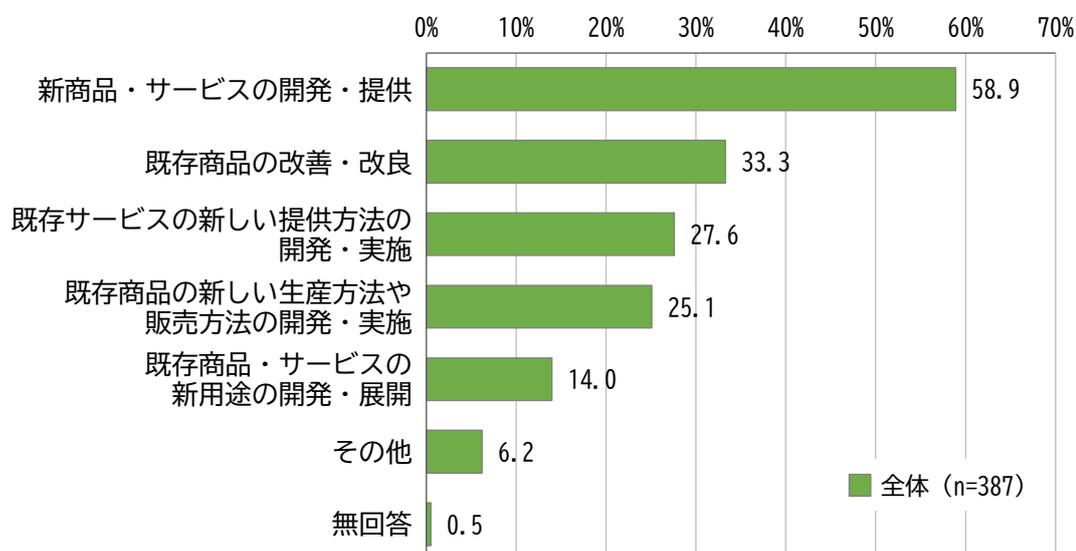
(1) 事業展開への取組状況

事業展開への取組状況は、「新たな事業展開に向けて取り組んでいる」が21.4%、「取り組んでいない」が78.3%である。



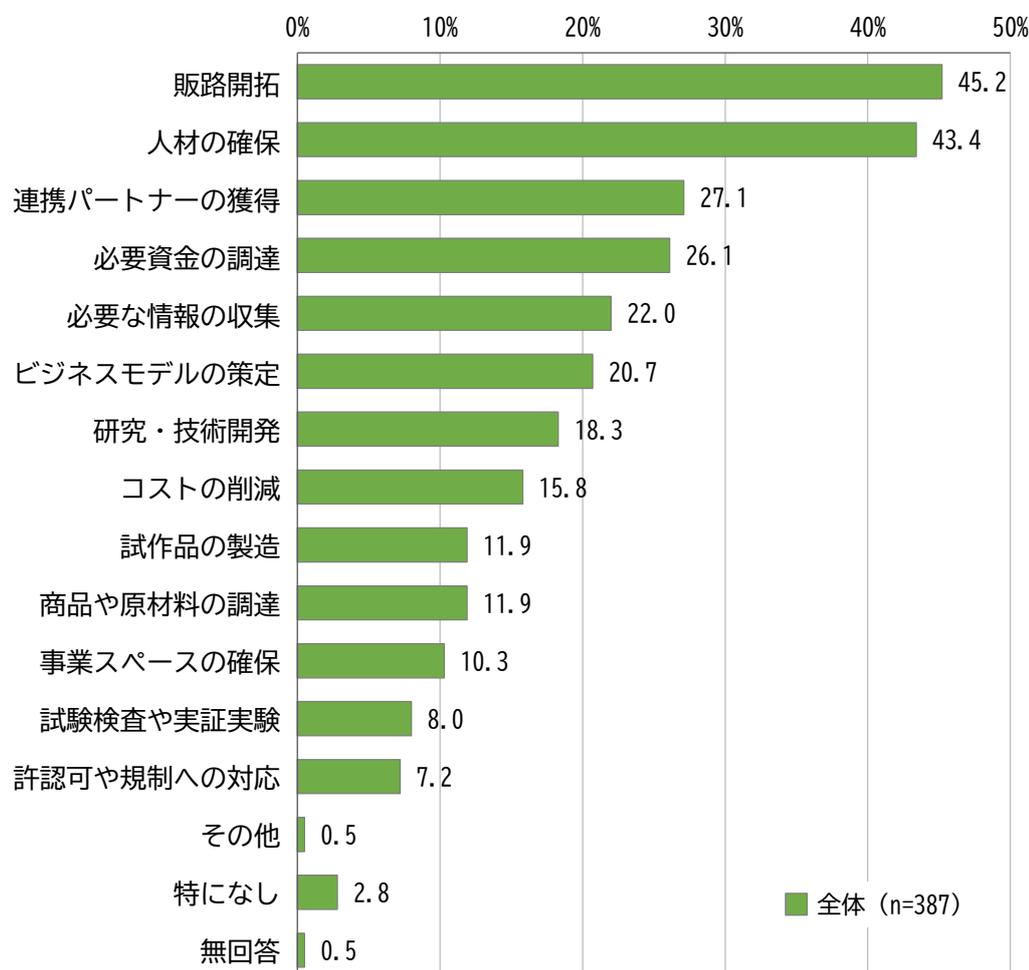
(2) 新たな事業展開に向けて現在取り組んでいる内容

新たな事業展開に向けて現在取り組んでいると回答した企業 387 サンプルについて、新たな事業展開の内容は、「新商品・サービスの開発・提供」の割合が58.9%と最も高く、「既存商品の改善・改良」が33.3%、「既存サービスの新しい提供方法の開発・実施」が27.6%、「既存商品の新しい生産方法や販売方法の開発・実施」が25.1%と続いている。



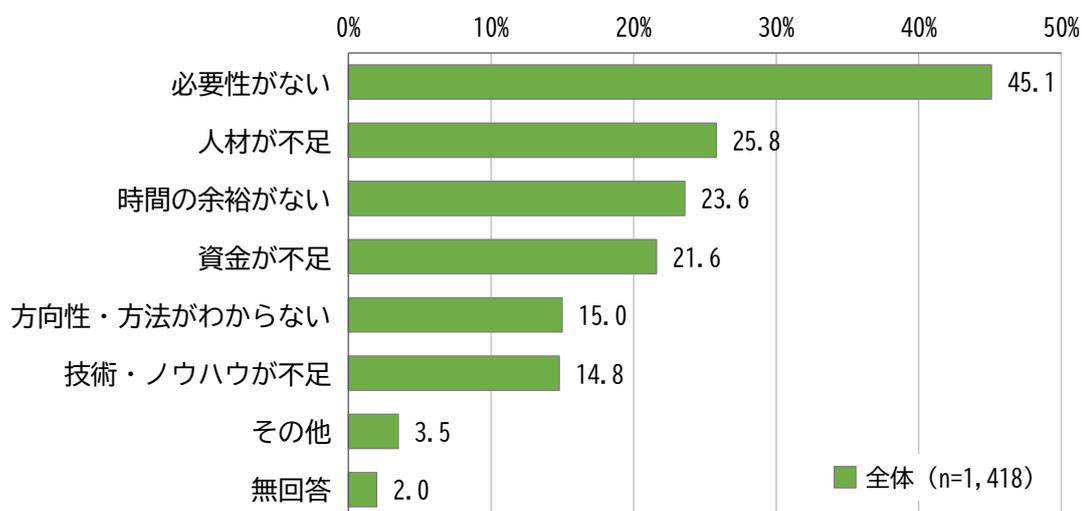
(3) 新たな事業展開に向けた取組を進めるうえでの課題

新たな事業展開に向けて現在取り組んでいると回答した企業 387 サンプルについて、新たな事業展開を進めるうえでの課題は、「販路開拓」(45.2%)、「人材の確保」(43.4%) の2項目で 40%を超えており、「連携パートナーの獲得」(27.1%)、「必要資金の調達」(26.1%)、「必要な情報の収集」(22.0%)、「ビジネスモデルの策定」(20.7%) の4項目で 20%を超えている。



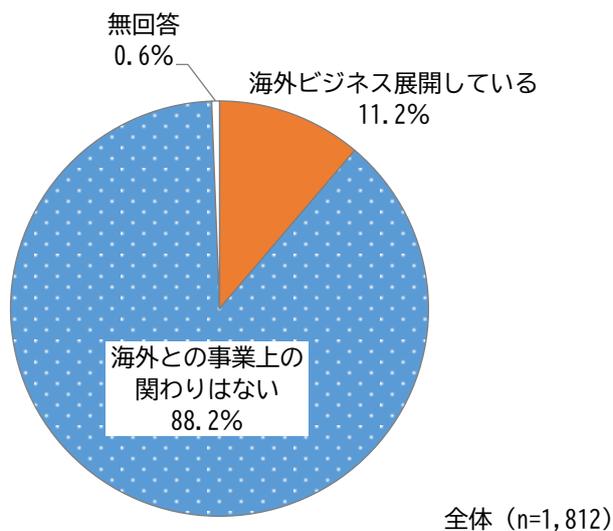
(4) 新たな事業展開に向けた取組を行っていない理由

新たな事業展開に向けた取組を行っていない企業 1418 サンプルについて、取り組んでいない理由は、「必要性がない」が45.1%で最も高いものの、「人材が不足」(25.8%)、「時間の余裕がない」(23.6%)、「資金が不足」(21.6%)を理由としている割合がそれぞれ20%を超えている。



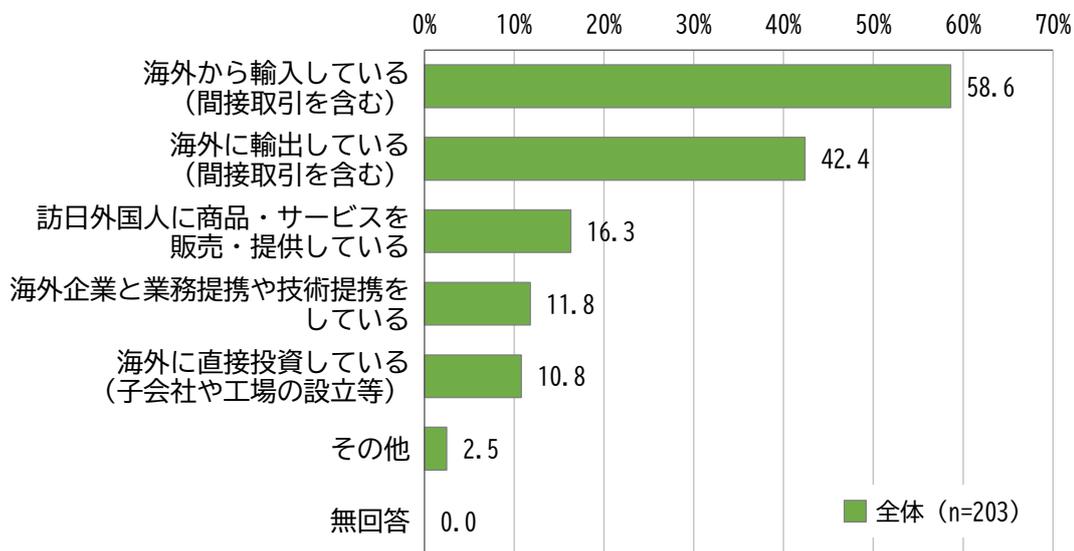
(5) 海外ビジネスの展開における現在の状況

海外ビジネスの展開における現在の状況は、「海外ビジネス展開している」は11.2%、「海外との事業上の関わりはない」が88.2%である。



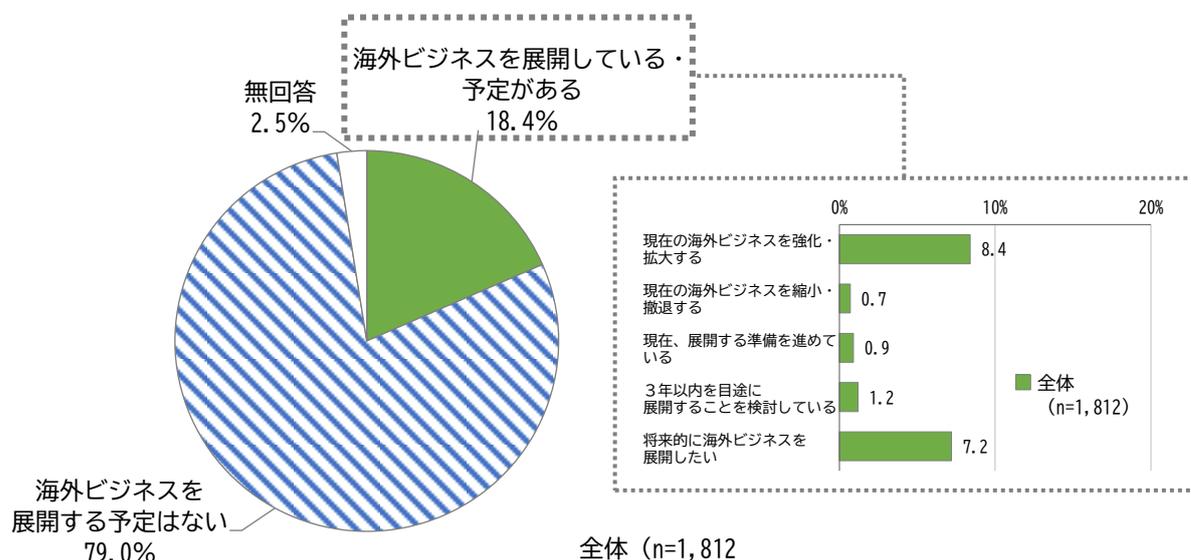
■海外ビジネスの取組内容

海外ビジネス展開している企業 203 サンプルについて、海外ビジネスの取組内容は、「海外から輸入している（間接取引を含む）」の割合が58.6%で最も高く、「海外に輸出している（間接取引を含む）」が42.4%で続いている。



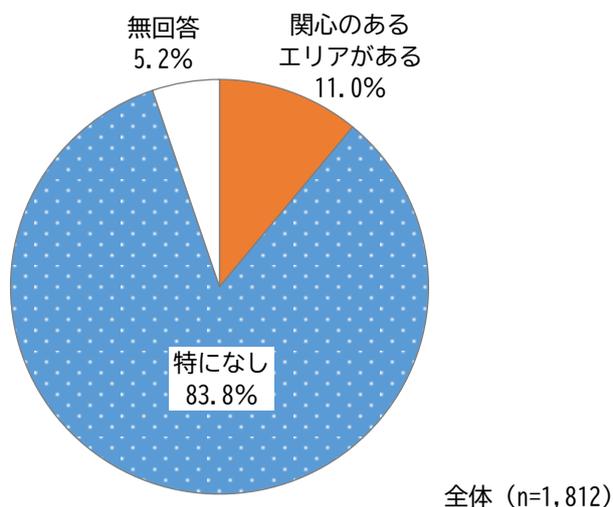
(6) 海外ビジネスの展開における今後の姿勢

海外ビジネスの展開における今後の姿勢について、「海外ビジネスを展開する予定はない」の割合が79.0%である。海外ビジネスを展開している・予定がある企業18.4%のうち、「現在、展開する準備を進めている」「3年以内を目途に展開することを検討している」「将来的に海外ビジネスを展開したい」をあわせた、今後新たに海外ビジネスの展開を予定しているのは9.3%である。



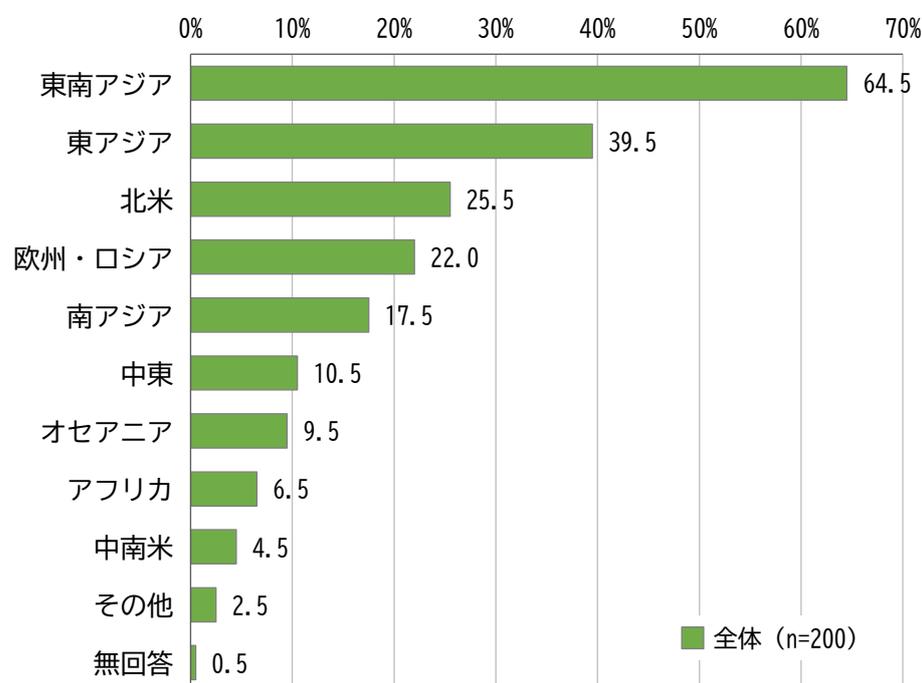
(7) 海外ビジネスの展開において今後関心のあるエリアの有無

海外ビジネスの展開について、「関心のあるエリアがある」の割合は11.0%である。



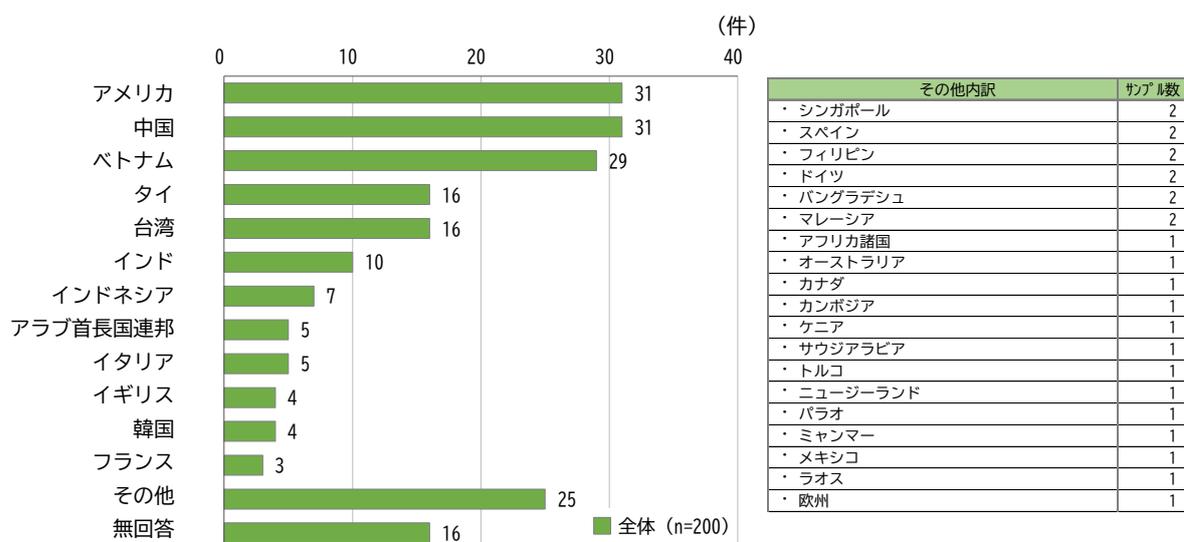
(8) 海外ビジネスの展開における今後関心のあるエリア

海外ビジネスの展開について関心のあるエリアがある企業 200 サンプルの関心のあるエリアは「東南アジア」の割合が64.5%で最も高く、「東アジア」が39.5%、「北米」が25.5%、「欧州・ロシア」が22.0%が続いている。



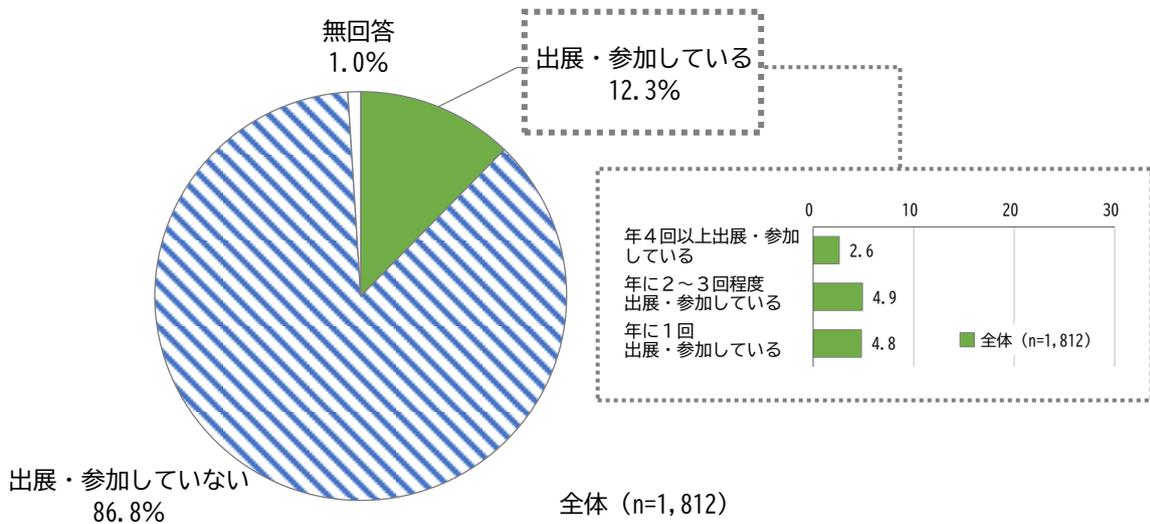
■関心のある国

関心のある国の具体名としては、「アメリカ」「ベトナム」「中国」が上位となっている。



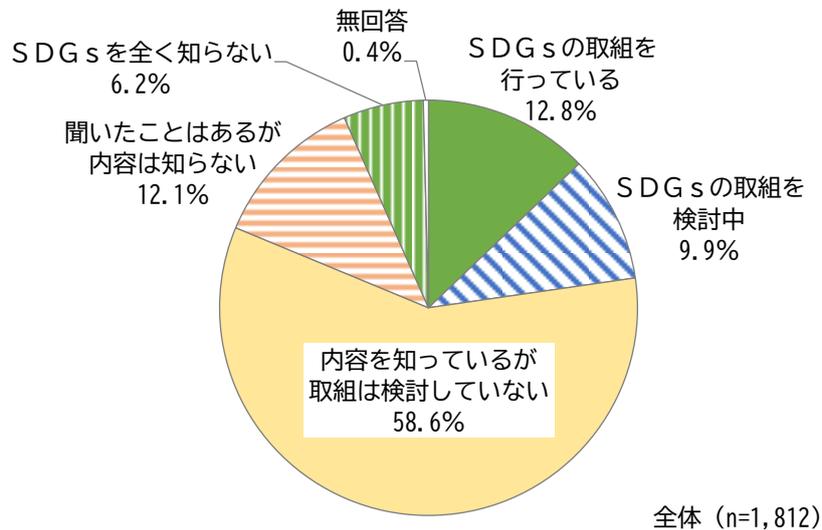
(9) 展示会や商談会への参加状況

展示会や商談会への参加状況を見ると、「出展・参加していない」が86.8%で、出展・参加している割合は12.3%である。出展・参加している企業の頻度をみると、「年4回以上」が2.6%、「年2～3回」が4.9%、「年1回」が4.8%である。



(10) SDGs (持続的な開発目標) の取組について

SDGs の取組については、「SDGs の取組を行っている」が12.8%、「SDGs の取組を検討中」が9.9%である。これに「内容を知っているが、取組は検討していない」(58.6%)を合計したSDGs の認知率は81.3%である。



SDGs …「持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals)」の頭文字をとったもので、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された2016年から2030年までの国際目標。17のゴール、169のターゲットから構成され、「誰一人取り残さない」社会の実現を目指し、経済・社会・環境をめぐる広範な課題に総合的に取り組むものとなっている。

5. 大阪市の中小企業施策について

【概要】

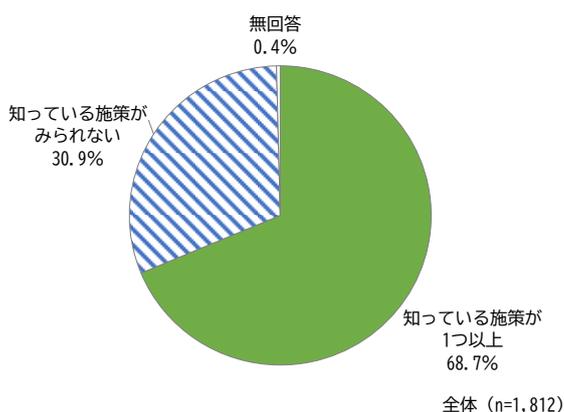
- ・ 大阪市が実施している中小企業施策（7施策）について、68.7%がいずれかの施策を認知しており、そのうち23.5%が利用したことがあると回答している。各施策別にみると、「資金調達の支援」、「大阪産業創造館による支援」が、利用度、認知度ともに高い。
- ・ 大阪市が実施している中小企業施策で「役に立った（大変役に立った+ある程度役に立った）」との評価を得ているものとして、「資金調達の支援」が最も高く87.0%、次いで「大阪産業技術研究所による支援」が75.0%となっている。
- ・ 大阪市が実施している中小企業施策を知っているが利用経験がない企業のうち、36.0%が人的、時間的な制約をあげている。

(1) 大阪市が実施している中小企業施策の利用状況

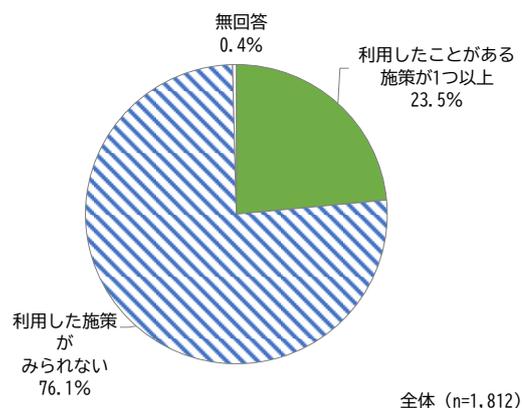
大阪市が実施している中小企業施策（7施策）について、68.7%がいずれかの施策を認知しており、そのうち23.5%が利用したことがあると回答している。

各施策別の利用状況をみると、『資金調達の支援』および『大阪産業創造館による支援』は、「利用経験がある」が10%を超えており、認知率（「利用経験がある」+「知っているが利用経験はない」）も50%を超えている。『大阪産業技術研究所による支援』が利用経験率2.0%、認知率29.3%で続いており、その他は利用経験率2.0%未満、認知率20%前後となっている。

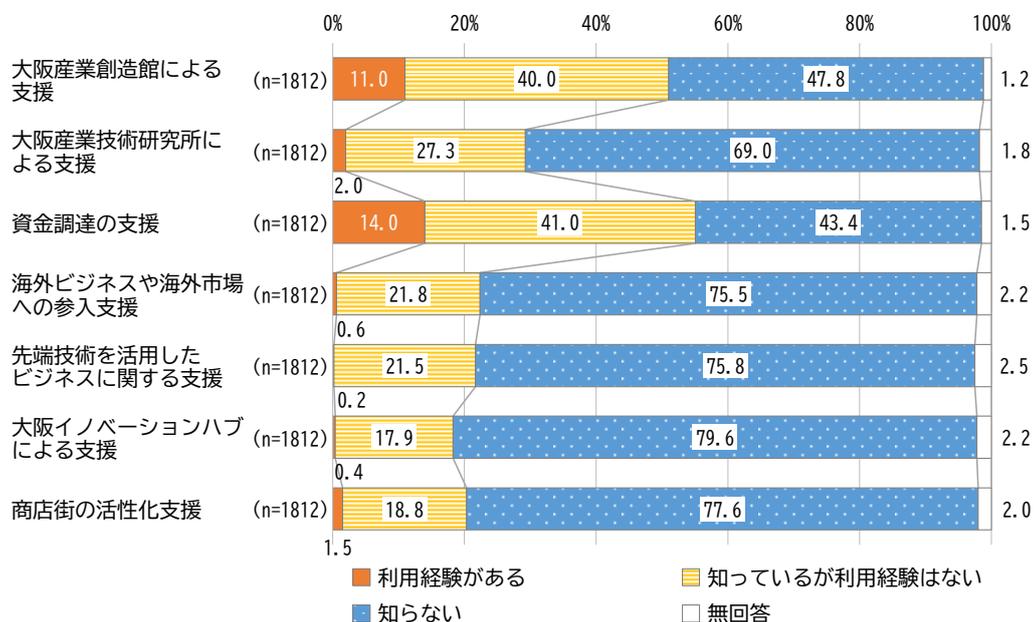
【7施策の認知度】



【7施策の利用度】

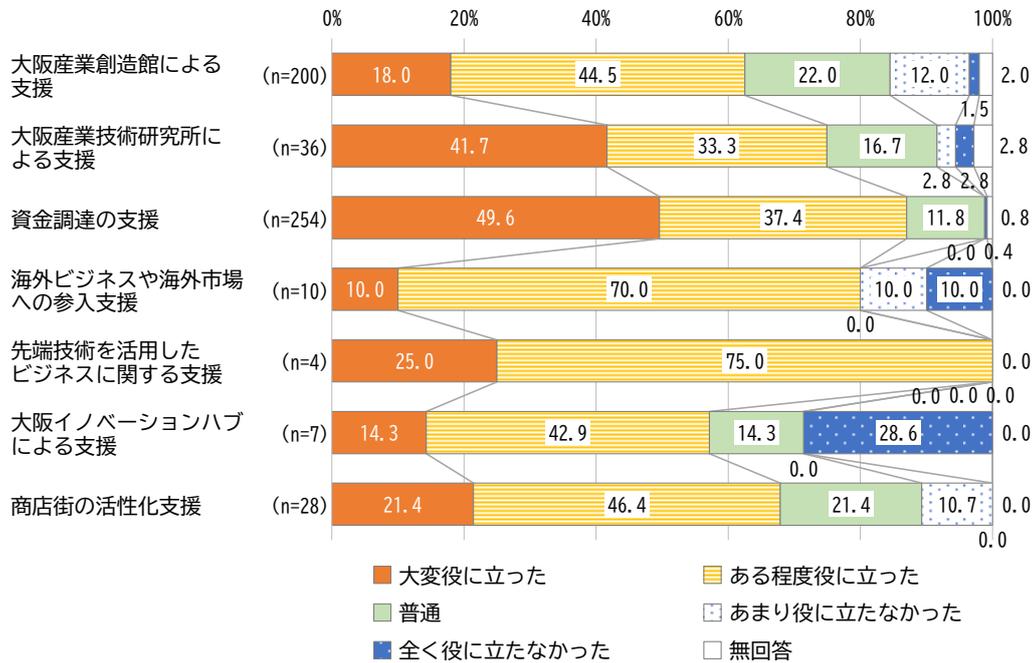


【各施策別の状況】



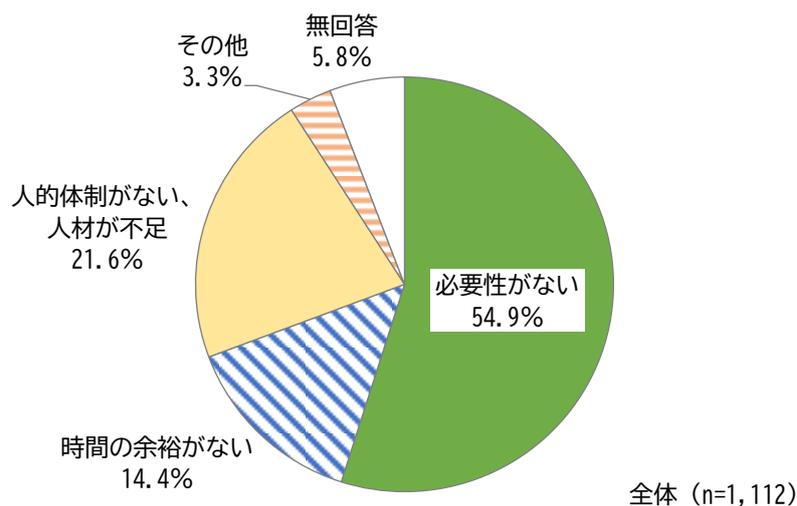
(2) 大阪市が実施している中小企業施策の評価

大阪市が実施している中小企業施策について「大変役に立った」「ある程度役に立った」を合計した役立つ割合をみると、『資金調達の支援』は87.0%で最も高く、『大阪産業技術研究所による支援』が75.0%、『大阪産業創造館による支援』が62.5%である。



(3) 中小企業支援施策を利用していない理由

中小企業施策のいずれかを認知している1,112サンプルのうち、中小企業支援施策を利用していない理由は、「必要性がない」が54.9%と過半数を占めるものの、「人的体制がない、人材が不足」(21.6%)、「時間の余裕がない」(14.4%)などの理由も36.0%みられる。



(4) 中小企業支援施策に関するご意見・ご要望

中小企業支援施策に関していただいたご意見・ご要望の主なものは次のとおりである。

- ・ 支援策の認知度が低い、情報発信の強化をしてほしい
- ・ 支援策が複雑でわかりにくい、手続きの簡素化、利用しやすい支援策の周知など利便性を向上してほしい
- ・ 補助金・助成金、融資制度、人手不足対策、マッチングなど支援施策を充実してほしい
- ・ 税金を軽減してほしい
- ・ 円安対策や燃料費の支援をしてほしい
- ・ 中小企業を優先した施策内容とするなど支援施策を改善してほしい

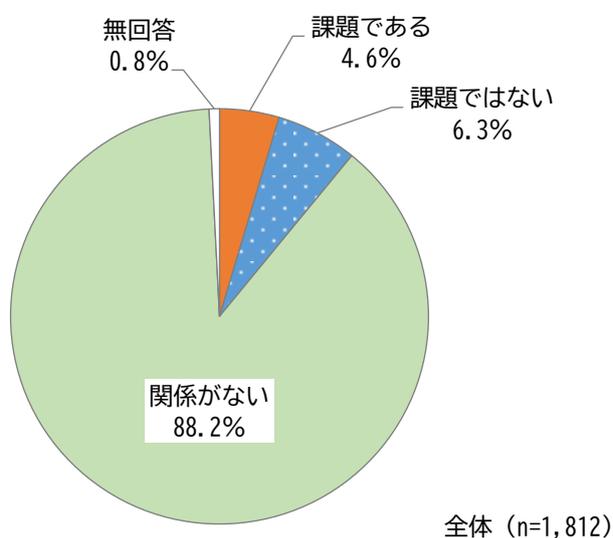
6. インバウンド（訪日外国人観光客）への対応等について

【概要】

- ・ 訪日外国人観光客による施設内の混雑を課題として認識している企業は全体の 4.6%で、その対応として「流入客のコントロール（入場制限、予約システム等）」に取り組んでいる。一方、取り組みたいが取り組めていないことでも、「流入客のコントロール（入場制限、予約システム等）」があげられている。
- ・ マナー意識の違いによるトラブルが生じている企業は全体の 4.0%で、その対応として「マナー啓発の充実」に取り組んでいる。一方、取り組みたいが取り組めていないことでも、「マナー啓発の充実」があげられている。

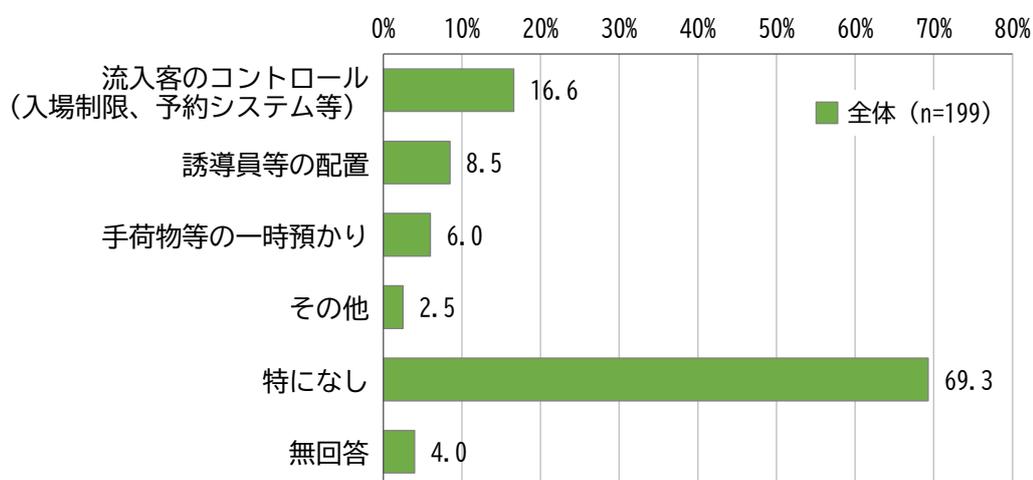
(1) 「施設内の混雑」に関する課題認識

「施設内の混雑」について「関係がない」を除いた 10.9%のうち、「課題である」の割合が 4.6%、「課題ではない」が 6.3%である



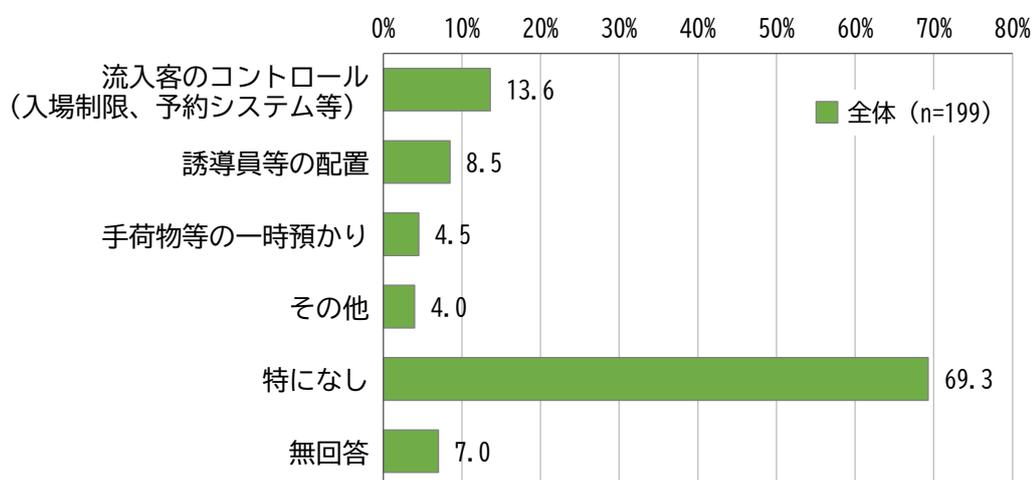
(2) 「施設内の混雑」について取り組んでいる内容

インバウンド（訪日外国人観光客）への対応に関係がある 199 サンプルのうち、「施設内の混雑」について取り組んでいる内容は、「特になし」（69.3%）を除くと、「流入客のコントロール（入場制限、予約システム等）」が 16.6%で最も高い。



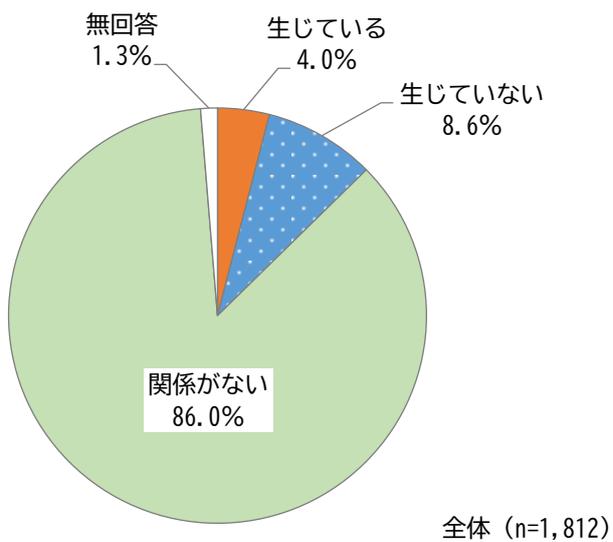
(3) 取り組みたいが取り組めていないこと

インバウンド（訪日外国人観光客）への対応に関係がある 199 サンプルのうち、「施設内の混雑」について取り組みたいが取り組めていないことは、「特になし」（69.3%）を除くと、取組内容同様、「流入客のコントロール（入場制限、予約システム等）」が 13.6%で最も高い。



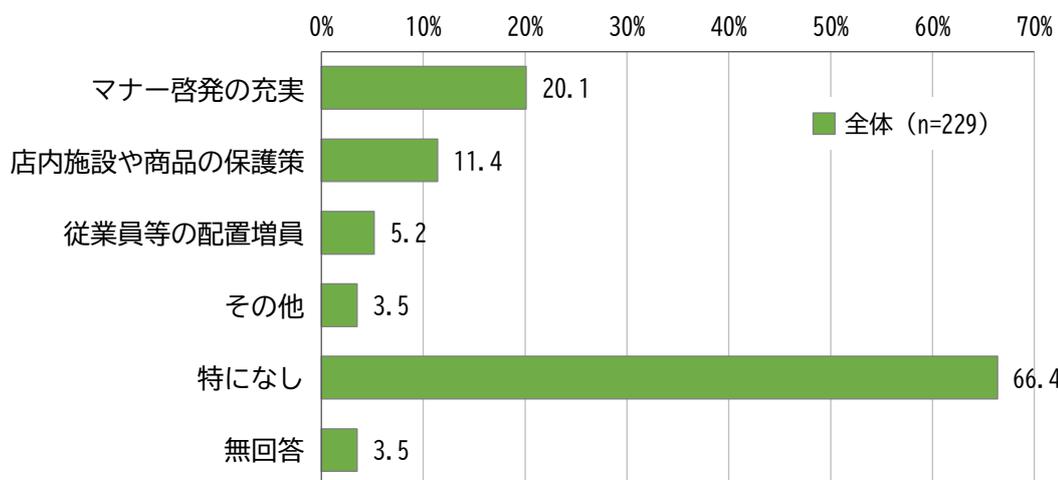
(4) 「マナー意識の違いによるトラブル」の発生状況

「マナー意識の違いによるトラブル」について「関係がない」(86.0%)を除いた12.6%のうち、「生じている」が4.0%、「生じていない」が8.6%である。



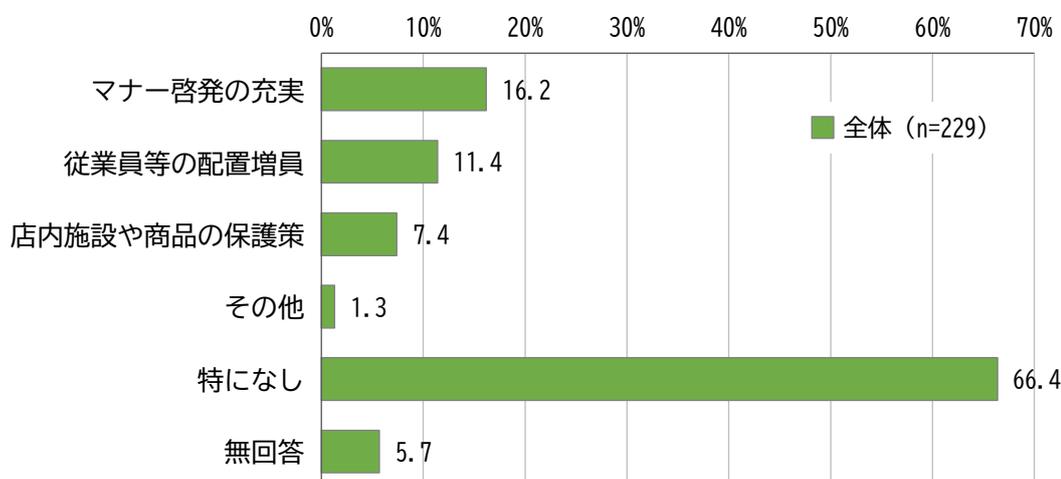
(5) 「マナー意識の違いによるトラブル」について取り組んでいる内容

「マナー意識の違いによるトラブル」に関係がある 229 サンプルのうち、取り組んでいる内容は、「特になし」(66.4%)を除くと、「マナー啓発の充実」の割合が20.1%で最も高く、「店内施設や商品の保護策」が11.4%で続いている。



(6) 取り組みたいが取り組めていないこと

「マナー意識の違いによるトラブル」に関係がある企業 229 サンプルの、取り組みたいが取り組めていないことは、「特になし」(66.4%)を除くと、「マナー啓発の充実」が16.2%で最も高く、「従業員の配置増員」が11.4%で続いている。



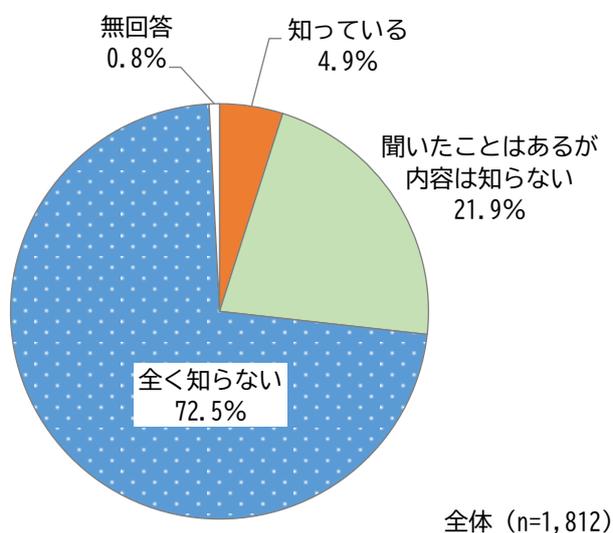
7. 国際金融都市の実現に向けた取組

【概要】

- ・ 大阪市における金融系外国企業誘致等の取組に関しては、「知っている」企業は4.9%にとどまり、「全く知らない」という企業が70%強を占めている。
- ・ 資金調達状況をみると、「調達していない」企業が約80%を占めており、調達している企業のうちほとんどが「国内企業から調達している」。「海外企業から調達している」、「国内と海外の企業から調達している」は合計しても0.3%にとどまる。
- ・ 大阪市が誘致した金融機関等との事業提携意向については、「必要性を感じない」という企業が90%強を占めている。連携意向がある企業に関しては、「国内企業・海外企業問わず連携したい」と「国内企業のみ連携したい」に分散した。希望する内容としては、「必要資金の調達」、「顧客・取引先の開拓」、「必要な情報の収集」があがっている。

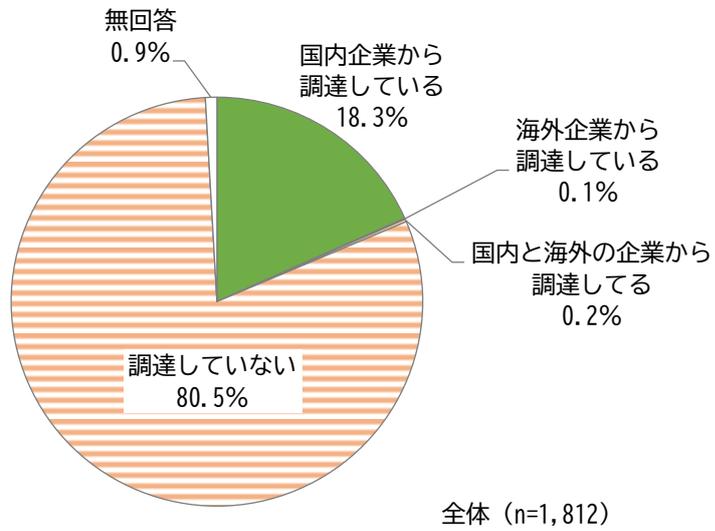
(1) 大阪市における金融系外国企業誘致等の取組に関する認知状況

大阪市における金融系外国企業誘致等の取組については、「知っている」が4.9%、「聞いたことはあるが内容は知らない」が21.9%で、情報接触率は26.8%である。



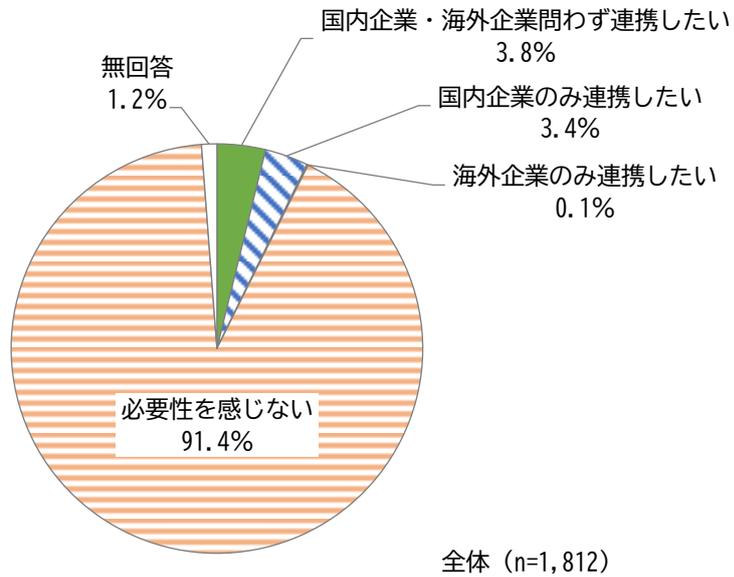
(2) 資金調達状況

資金調達状況を見ると、「国内企業から調達している」の割合が18.3%、「国内と海外の企業から調達している」が0.2%、「海外企業から調達している」が0.1%で、18.6%が資金調達を行っている。



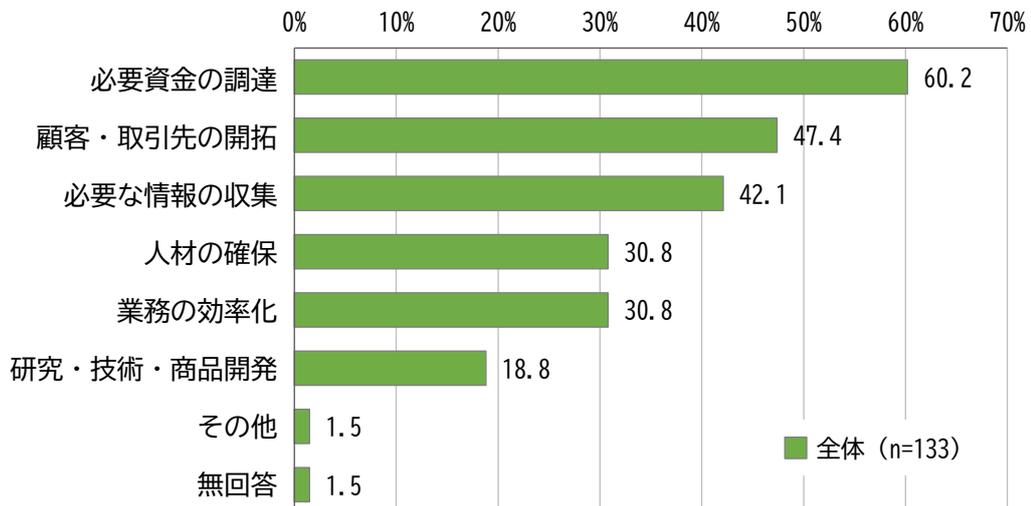
(3) 大阪市が誘致した金融機関等との事業提携意向

大阪市が誘致した金融機関等との事業提携意向については、「国内企業・海外企業問わず連携したい」が 3.8%、「国内企業のみ連携したい」が 3.4%、「海外企業のみ連携したい」が 0.1%で、7.3%に提携意向がみられる。



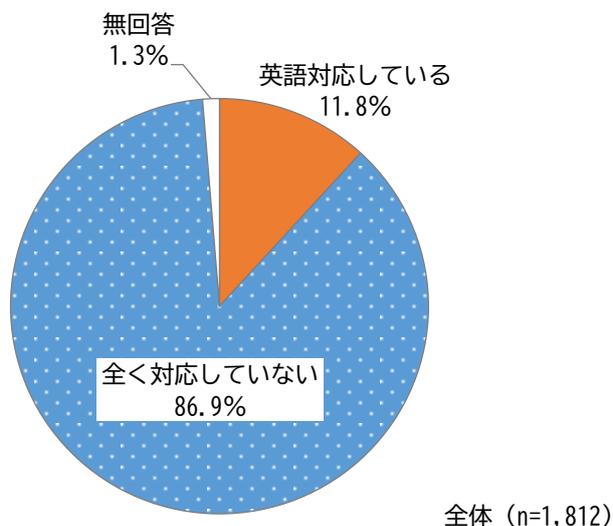
(4) 希望する提携内容

提携意向がある企業 133 サンプルのうち、希望する提携内容は、「必要資金の調達」の割合が 60.2%で最も高く、「顧客・取引先の開拓」(47.4%)、「必要な情報の収集」(42.1%) の 2 項目で 40%を超えており、「人材の確保」「業務の効率化」もそれぞれ 30.8%で続いている。



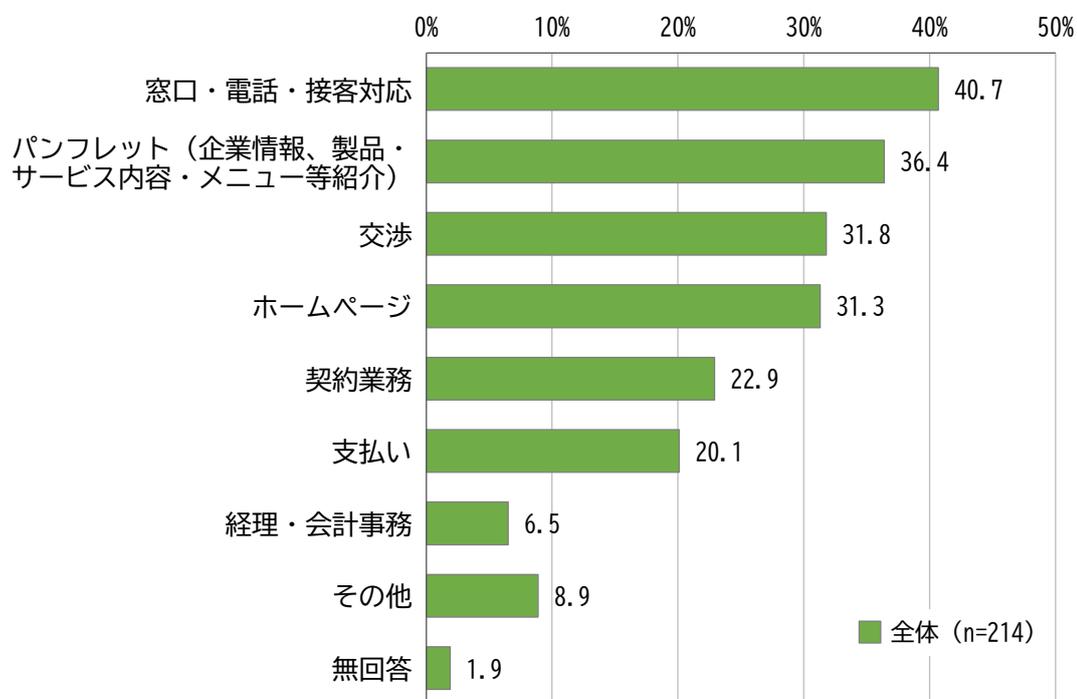
(5) 英語対応の状況

英語対応の状況を見ると、「英語対応している」の割合は 11.8%、「全く対応していない」が 86.9%である。



(6) 既に英語対応したもの

英語対応をしている企業 214 サンプルのうち、既に英語対応したものは、「窓口・電話・接客対応」が 40.7%で最も高く、「パンフレット」が 36.4%、「交渉」が 31.8%、「ホームページ」が 31.3%で続いている。



8. 企業概要別の実績変化

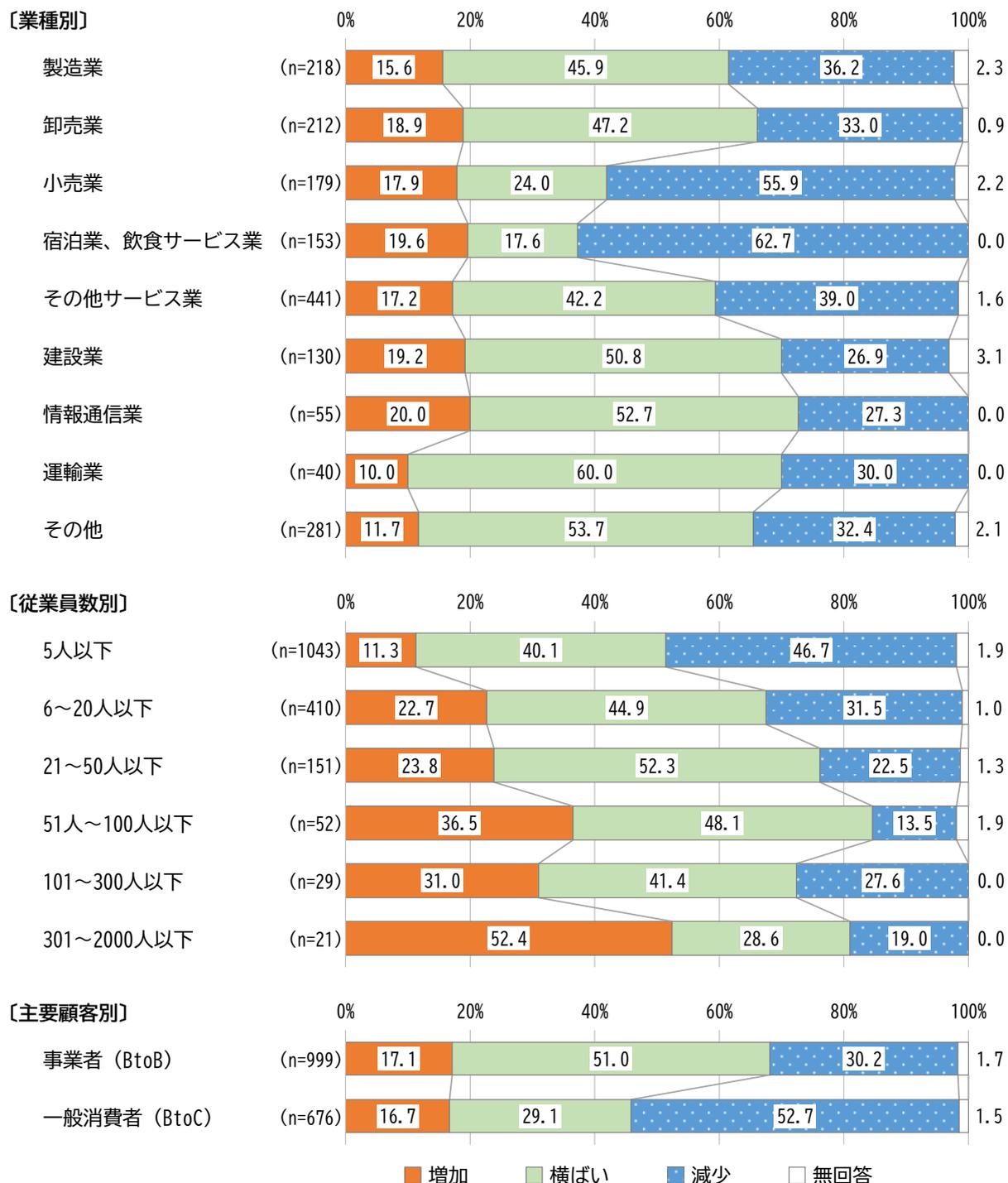
【概要】

- ・ 業種別に実績変化をみると、顧客数および営業利益はすべての業種で、売上高は情報通信業以外の業種で、「減少（計）」が「増加（計）」より高くなっている。特に「減少（計）」が高いのは、顧客数では宿泊業、飲食サービス業、小売業で、売上高および営業利益では宿泊業、飲食サービス業、小売業、製造業となっている。従業員数の変化については、すべての業種で「横ばい」が過半数を超えている。
- ・ 従業員数別にみると、顧客数と売上高に関しては、概ね従業員数が少なくなるほど「減少（計）」の割合が高くなっている。
- ・ 主要顧客別にみると、顧客数、売上高、営業利益とも、一般消費者（BtoC）で「減少（計）」の割合が高くなっている。
- ・ 販売市場の競争環境が「厳しくなった」と感じている割合は、業種では情報通信業、宿泊業、飲食サービス業、卸売業、小売業で、従業員別では301人以上の企業で、主要顧客別では一般消費者（BtoC）で高くなっている。

(1) 顧客数の変化

顧客数の変化を業種別にみると、すべての業種で「減少」が「増加」より高くなっている。「減少」の割合は宿泊業、飲食サービス業で62.7%、小売業で55.9%と他の業種に比べて高い。

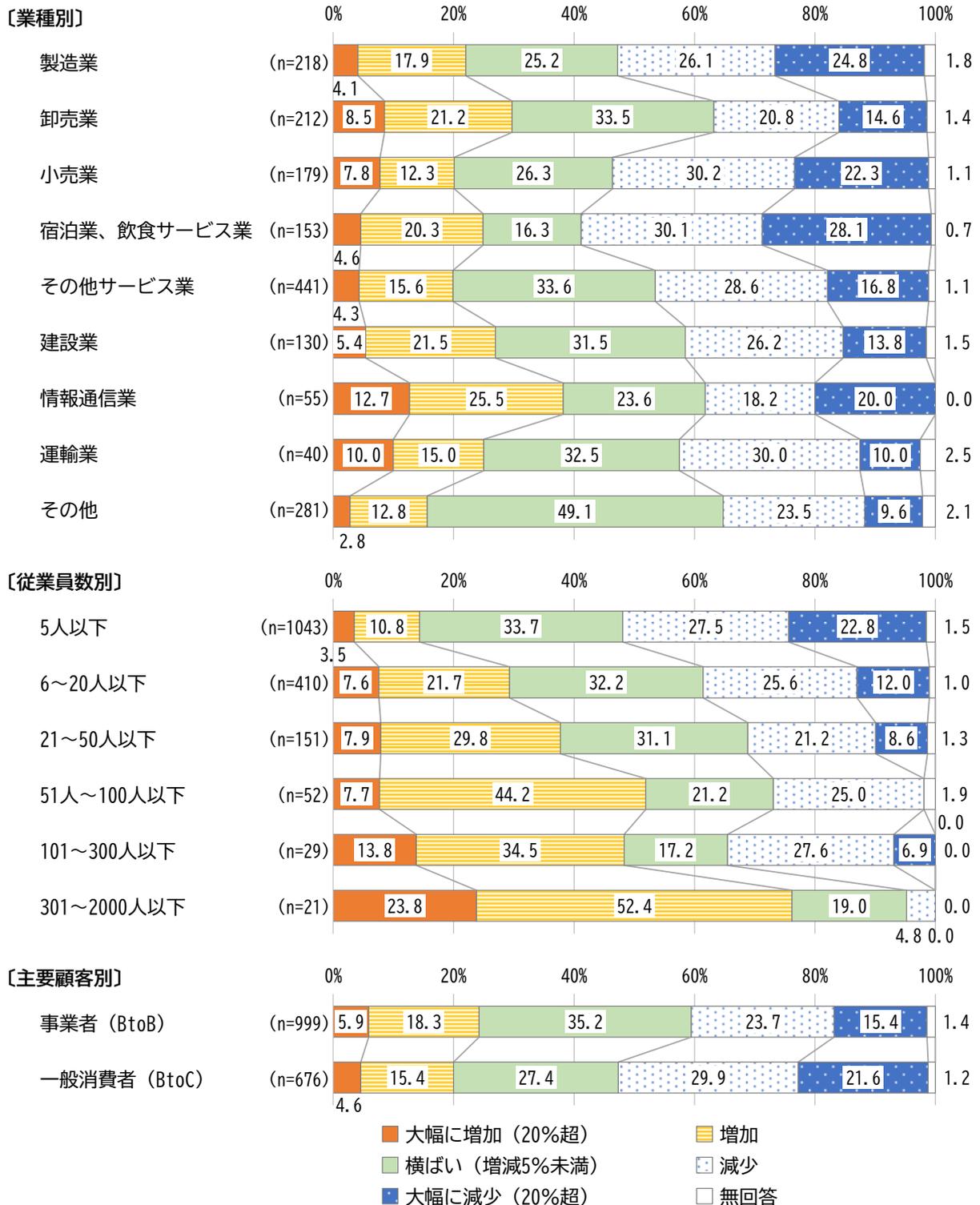
従業員別にみると、概ね従業員数が少ない事業者ほど「減少」の割合が高くなっている。主要顧客別にみると、一般消費者（BtoC）で「減少」の割合が52.7%と高い。



(2) 売上高の変化

売上高の変化を業種別にみると、情報通信業以外のすべての業種で減少計が増加計より高くなっている。減少計の割合は宿泊業、飲食サービス業、小売業、製造業で50%を超えている。

従業員別にみると、概ね従業員数が少なくなるほど減少計の割合が概ね高くなっている。主要顧客別にみると、減少計の割合は一般消費者（BtoC）が51.5%と、事業者（BtoB）（39.1%）に比べて高い。

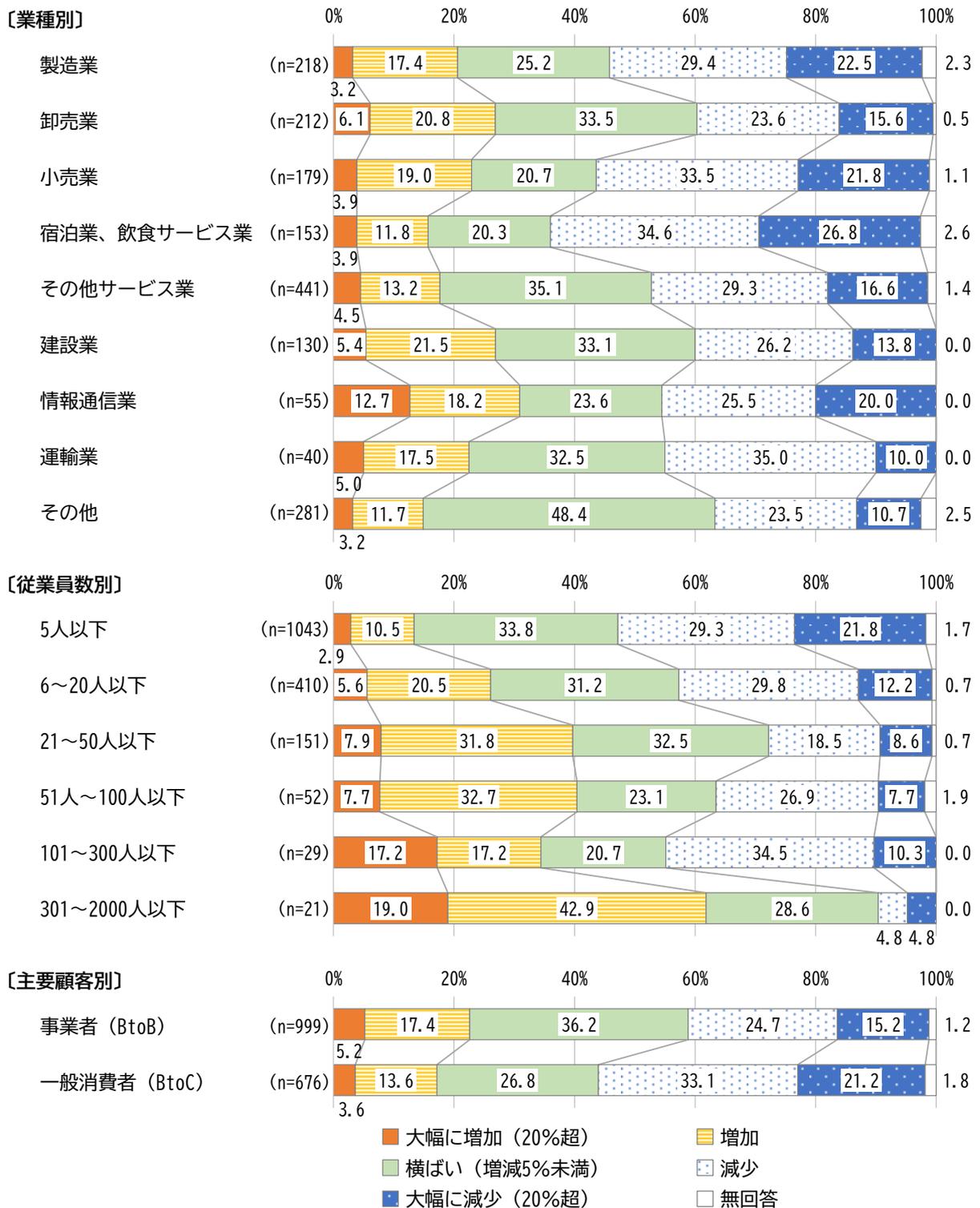


(3) 営業利益の変化

営業利益の変化を業種別にみると、すべての業種で減少計が増加計より高くなっている。減少計の割合は宿泊業、飲食サービス業で60%を超えており、小売業、製造業で50%を超えている。

従業員別にみると、5人以下、6～20人以下、101～300人以下で減少計が増加計より高くなっており、5人以下では減少計が50%を超えている。

主要顧客別にみると、減少計の割合は一般消費者（BtoC）が54.3%と、事業者（BtoB）（39.9%）に比べて高い。

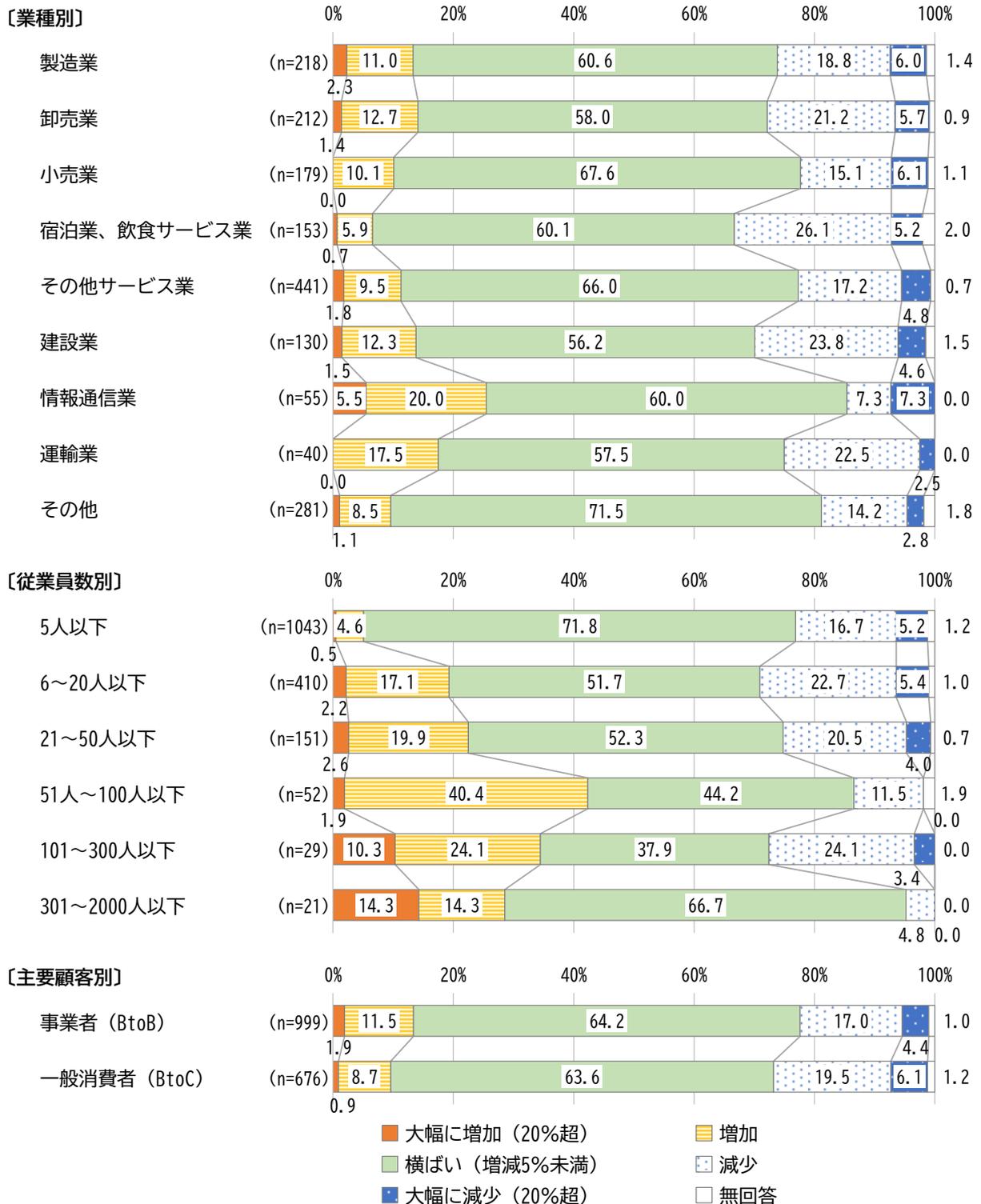


(4) 従業者数の変化

従業員数の変化を業種別にみると、すべての業種で「横ばい」が過半数を占めている。減少計と増加計の関係を見ると、情報通信業以外のすべての業種で減少計が増加計より高くなっている。

従業員別にみると、50人以下で減少計が増加計より高くなっている。増加計は51~100人以下の企業で42.3%、101~300人以下で34.4%と比較的高めである。

主要顧客別に大きな差はみられない。

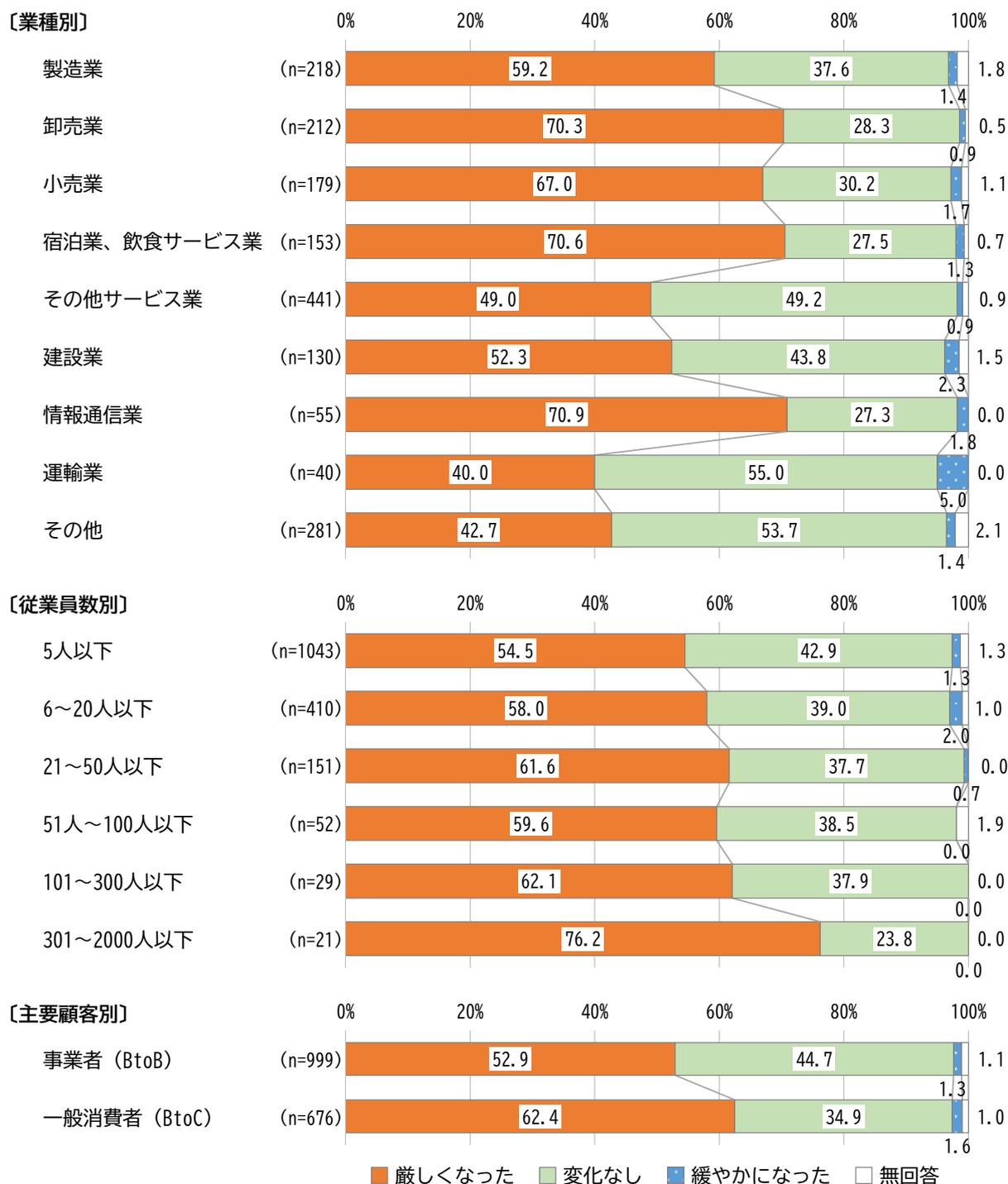


(5) 販売市場の競争環境の変化

販売市場の競争環境の変化を業種別にみると、「厳しくなった」の割合は情報通信業、宿泊業、飲食サービス業、卸売業、小売業で70%前後と高めである。一方、運輸業、その他サービス業では「変化なし」が50%を超えている。

従業員別にみると、301人以上の企業で「厳しくなった」の割合が76.2%と、他の層に比べて高めである。

主要顧客別にみると、一般消費者（BtoC）で「厳しくなった」の割合が62.4%と、事業者（BtoB）（52.9%）に比べて高い。



9. 直近5年間で業績が変化している企業の課題や取組状況

※『増加』は「大幅に増加（20%超）」または「増加（5～20%）」をさす。また、『横ばい』は「横ばい（±5%未満）」、『減少』は「減少（5～20%）」または「大幅に減少（20%超）」をさす。

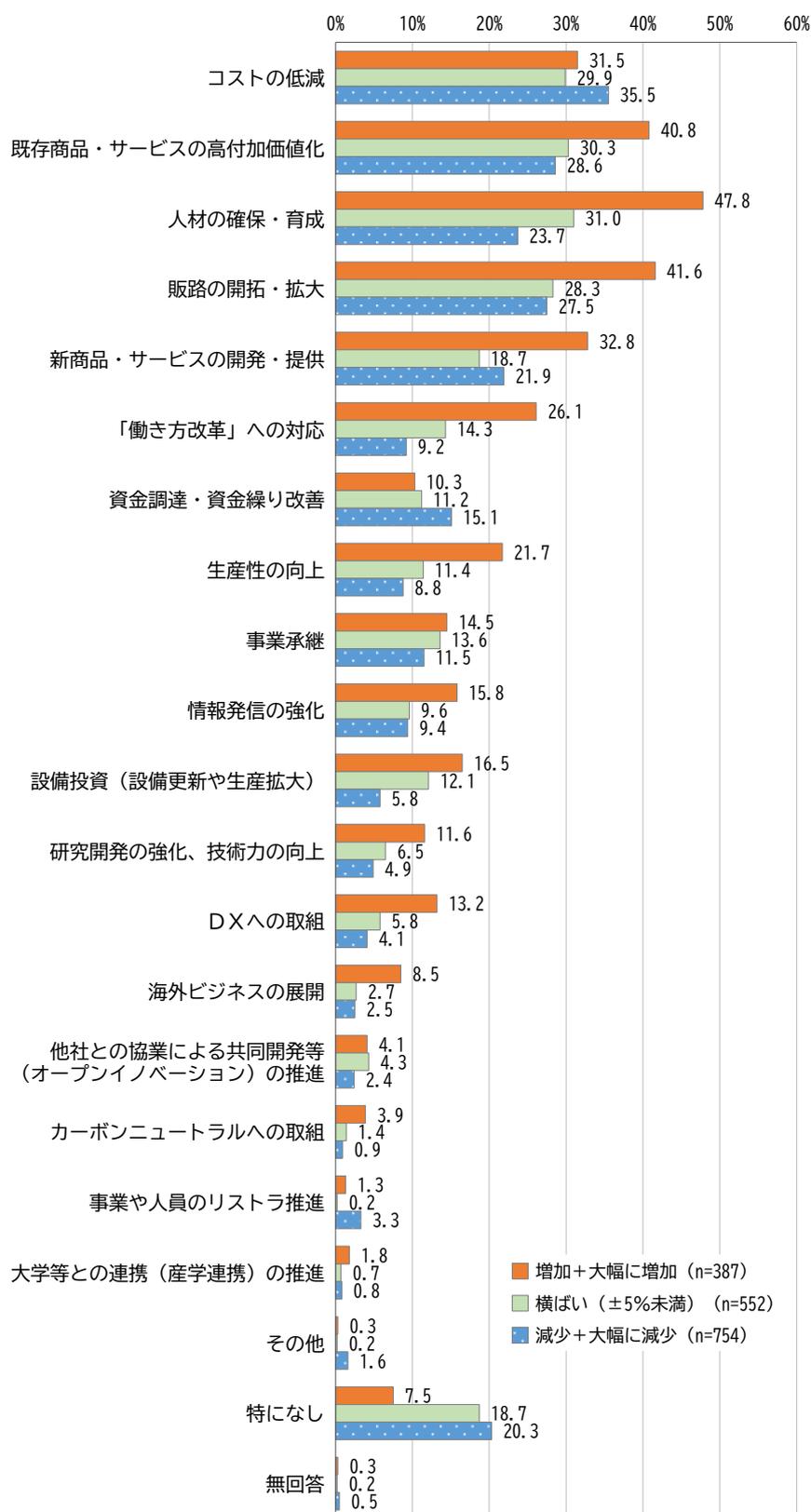
【概要】

- ・ 現在取組んでいる経営課題を売上高変化別にみると、『増加』企業では「人材の確保・育成」、「販路の開拓・拡大」、「既存商品・サービスの高付加価値化」が高く、『減少』企業では「コストの低減」が高くなっている。また、従業員数変化別にみると、『増加』企業の割合が高い項目が多いが、中でも特に「人材の確保・育成」が高くなっている。
- ・ 取り組みたいが対応できていない経営課題を売上高変化別にみると、『増加』企業では「人材の確保・育成」、『減少』企業では「販路の開拓・拡大」が高くなっている。また、従業員数変化別にみると、「人材の確保・育成」は『増加』企業、『減少』企業ともに高くなっている。
- ・ 事業展開への取組状況をみると、売上高が『増加』した企業では、「新たな事業展開に向けて取り組んでいる」割合が、『横ばい』企業、『減少』企業に比べて高くなっている。取組内容としては、「新商品・サービスの開発・提供」の割合が高い。
- ・ 海外ビジネスの展開状況をみると、売上高が『増加』した企業では、「海外ビジネス展開している」割合が、『横ばい』企業、『減少』企業に比べて高くなっている。取組内容としては、「海外から輸入している（間取引を含む）」の割合が高い。

(1) 現在取り組んでいる経営上の課題

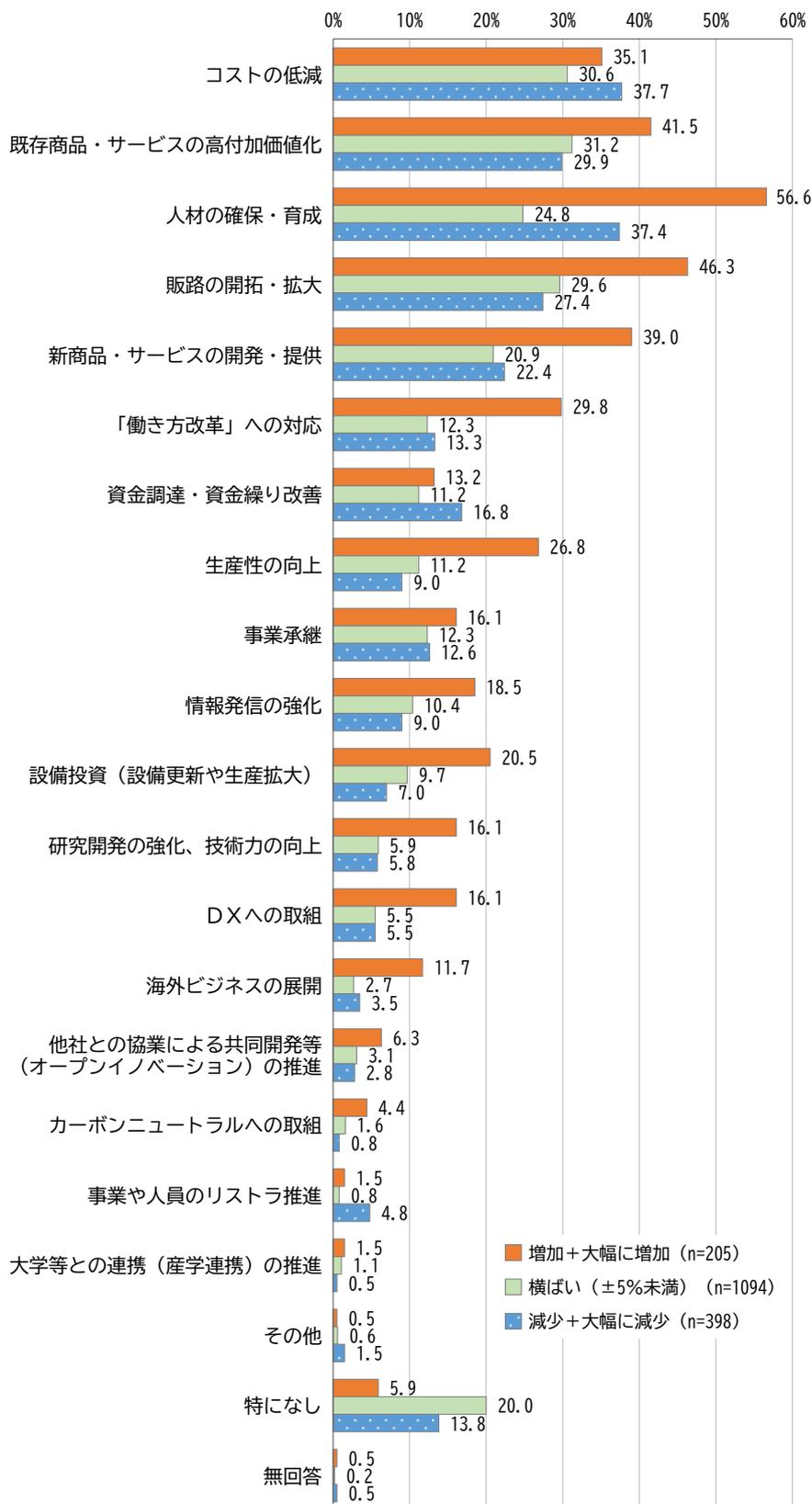
■売上高変化別

取り組んでいる経営上の課題を売上高変化別にみると、ほとんどの項目で増加した企業の割合が他の層に比べて高いが、「コストの低減」「資金調達・資金繰り改善」「事業や人員のリストラ推進」は減少した企業の割合がより高くなっている。



■従業員数変化別

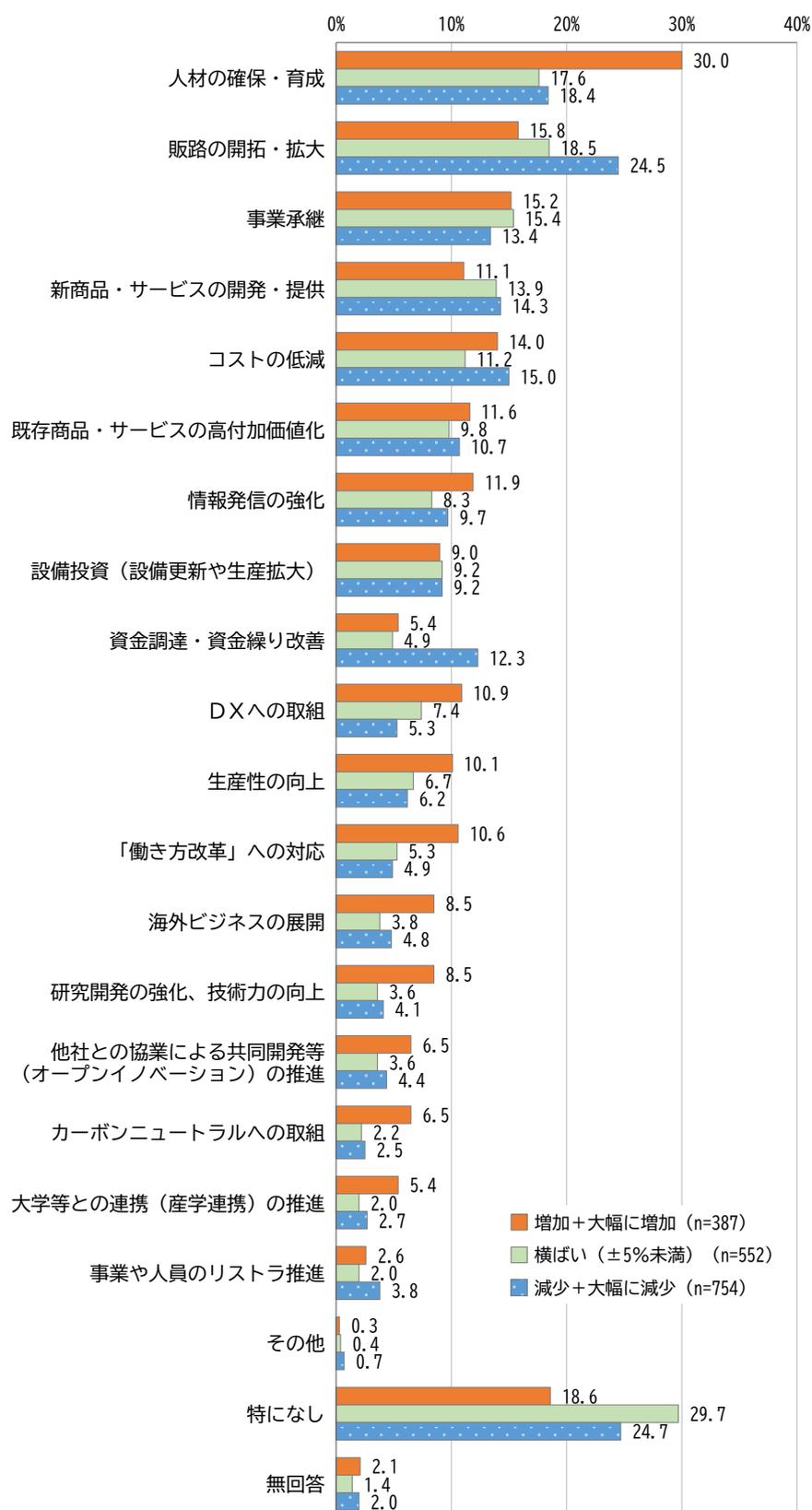
取り組んでいる経営上の課題を従業員数変化別にみると、ほとんどの項目で増加した企業の割合が他の層に比べて高く、特に「人材の確保・育成」「販路の開拓・拡大」「新商品・サービスの開発」「『働き方改革』への対応」「生産性の向上」への関心が高い。一方、減少した企業は「コストの低減」「資金調達・資金繰り改善」「事業や人員のリストラ推進」の割合がやや高めである。



(2) 取り組みたいが対応できていない経営課題

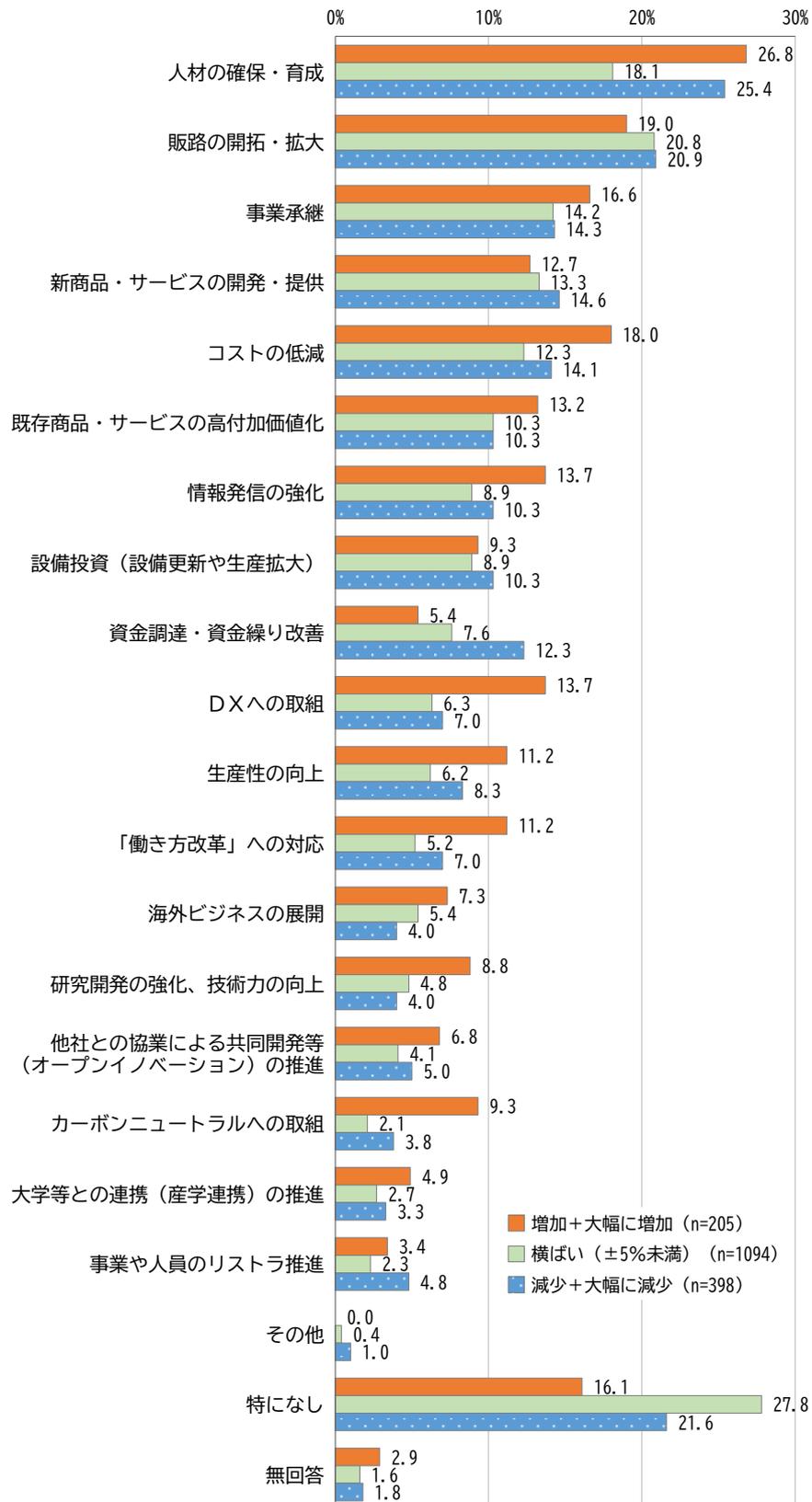
■売上高変化別

取り組みたいが対応できていない経営課題を売上高変化別にみると、増加した企業で「人材の確保・育成」の割合が他の層を大きく上回る。減少した企業では「販路の開拓・拡大」「資金調達・資金繰り改善」の割合が他の層に比べて高い。



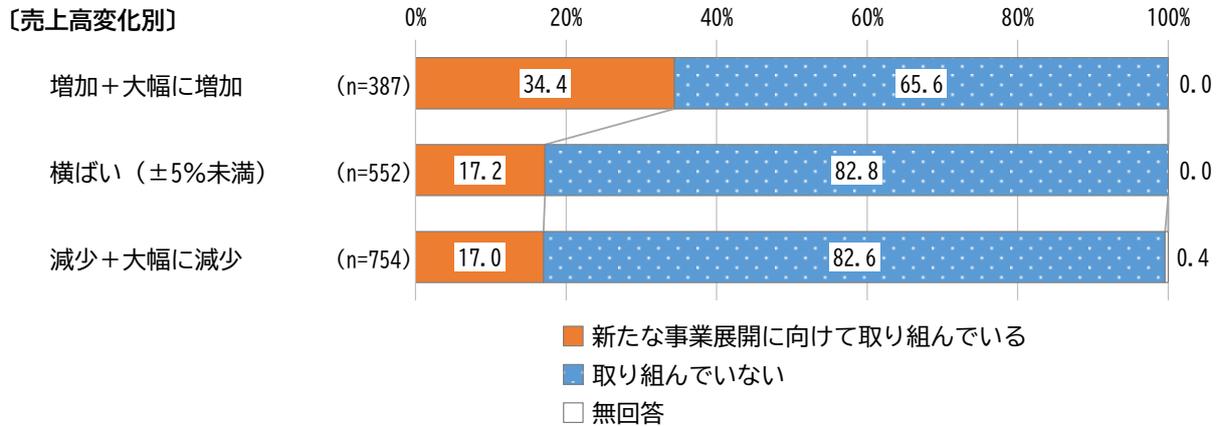
■従業員数変化別

取り組みたいが対応できていない経営課題を従業員数変化別にみると、「人材の確保・育成」は増加した企業、減少した企業ともに高くなっている。増加した企業では「コストの低減」「情報発信の強化」「DX への取組」「『働き方改革』への対応」「カーボンニュートラルへの取組」などの割合が高くなっている。



(3) 事業展開への取組状況

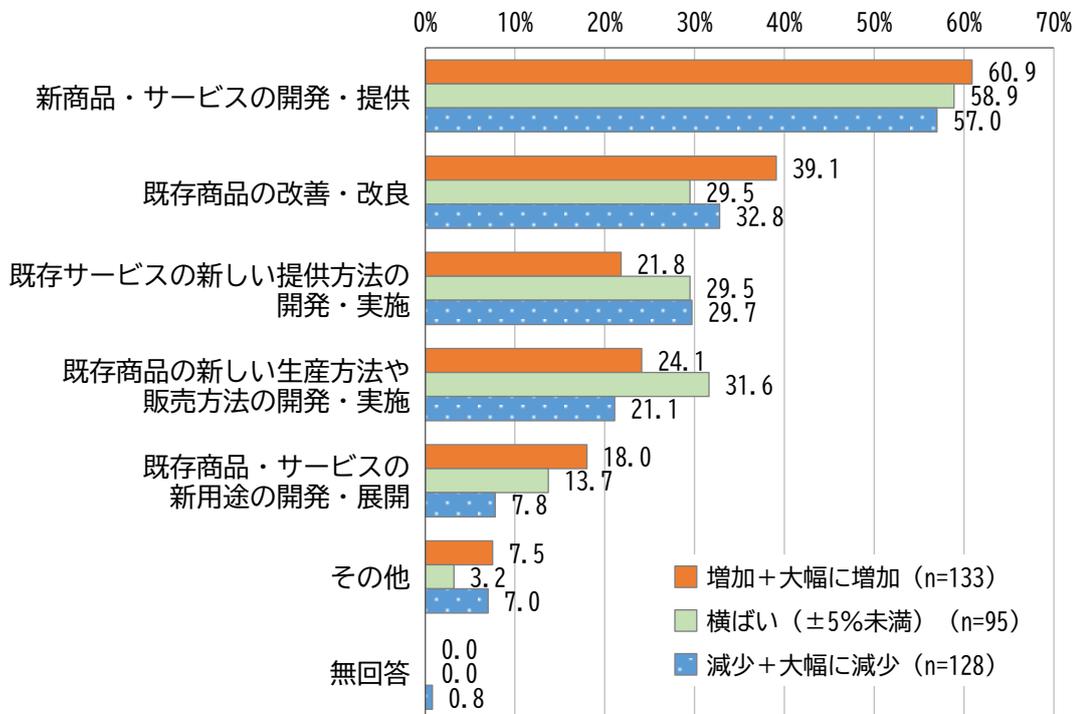
事業展開への取組状況を売上高変化別にみると、増加した企業では「新たな事業展開に向けて取り組んでいる」が34.4%と、横ばいの企業、減少した企業に比べて高くなっている。



(4) 新たな事業展開に向けて現在取り組んでいる内容

■売上高変化別

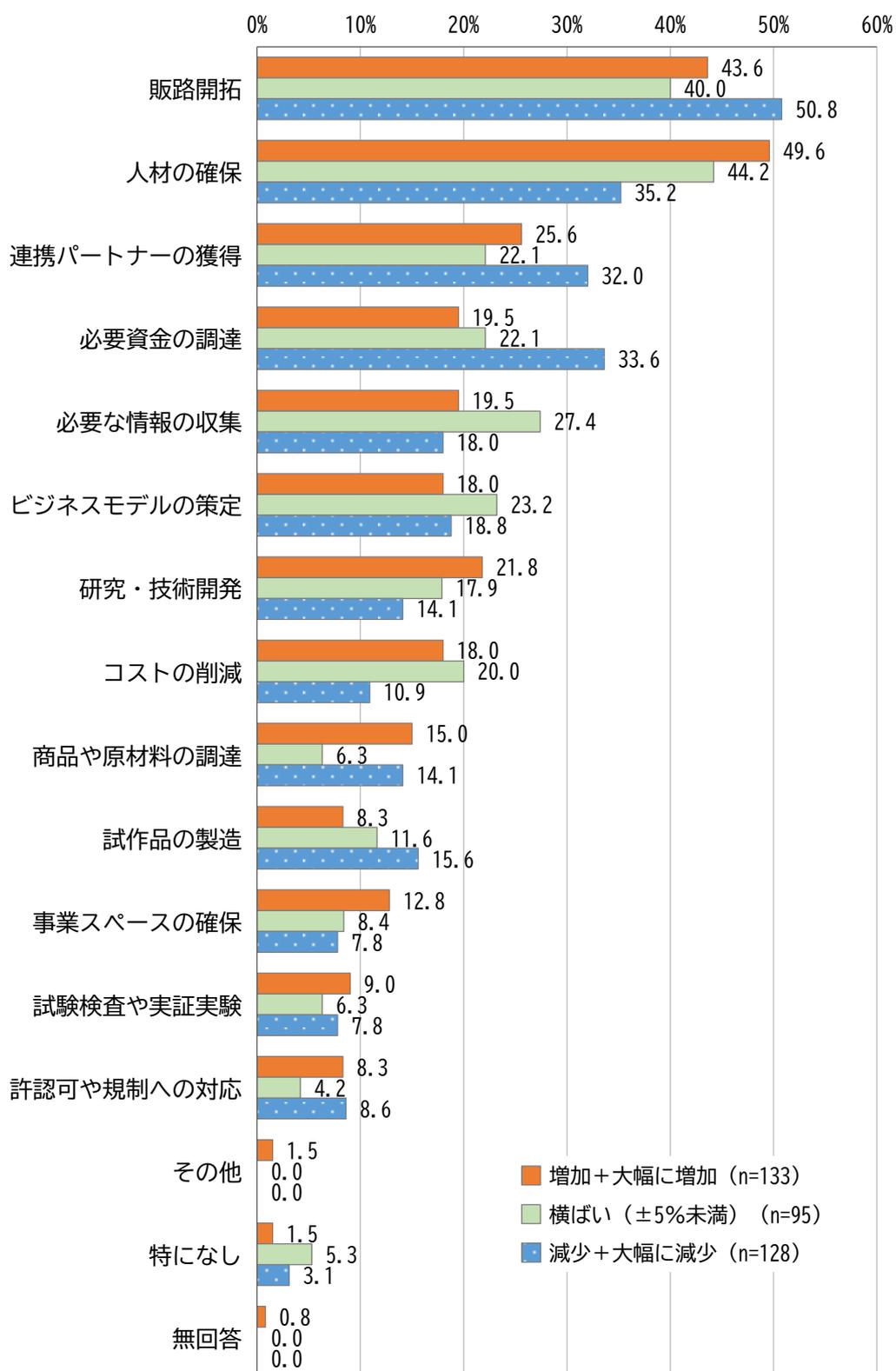
新たな事業展開に向けて取り組んでいる内容を売上高変化別にみると、増加した企業は「既存商品の改善・改良」、横ばいの企業は「既存商品の新しい生産方法や販売方法の開発・実施」、横ばいおよび減少した企業は「既存サービスの新しい提供方法の開発・実施」の割合が他の層に比べて高くなっている。



(5) 新たな事業展開を進めるうえでの課題

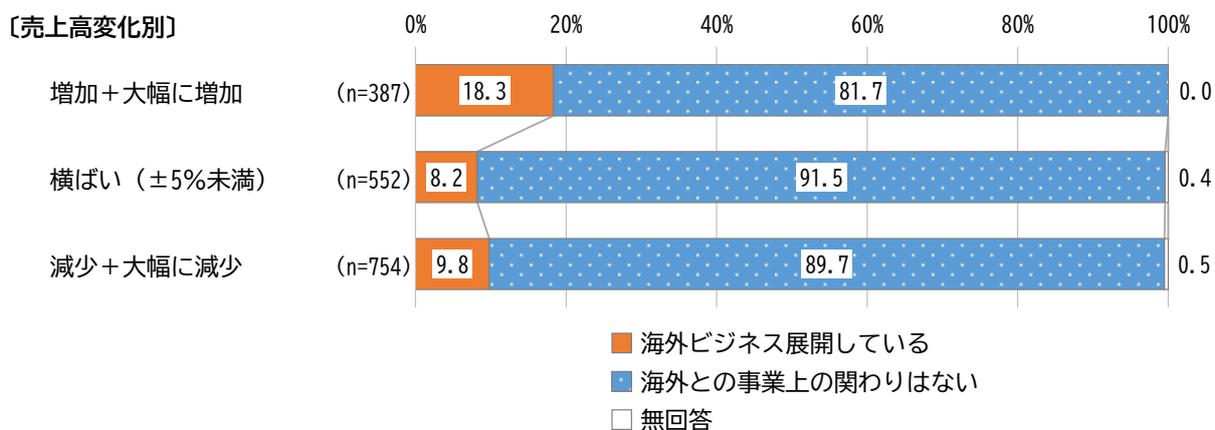
■売上高変化別

新たな事業展開を進めるうえでの課題を売上高変化別にみると、減少した企業では「販路開拓」「連携パートナーの獲得」「必要資金の調達」「試作品の製造」の割合が高くなっている。一方、増加した企業では「人材の確保」が高い。



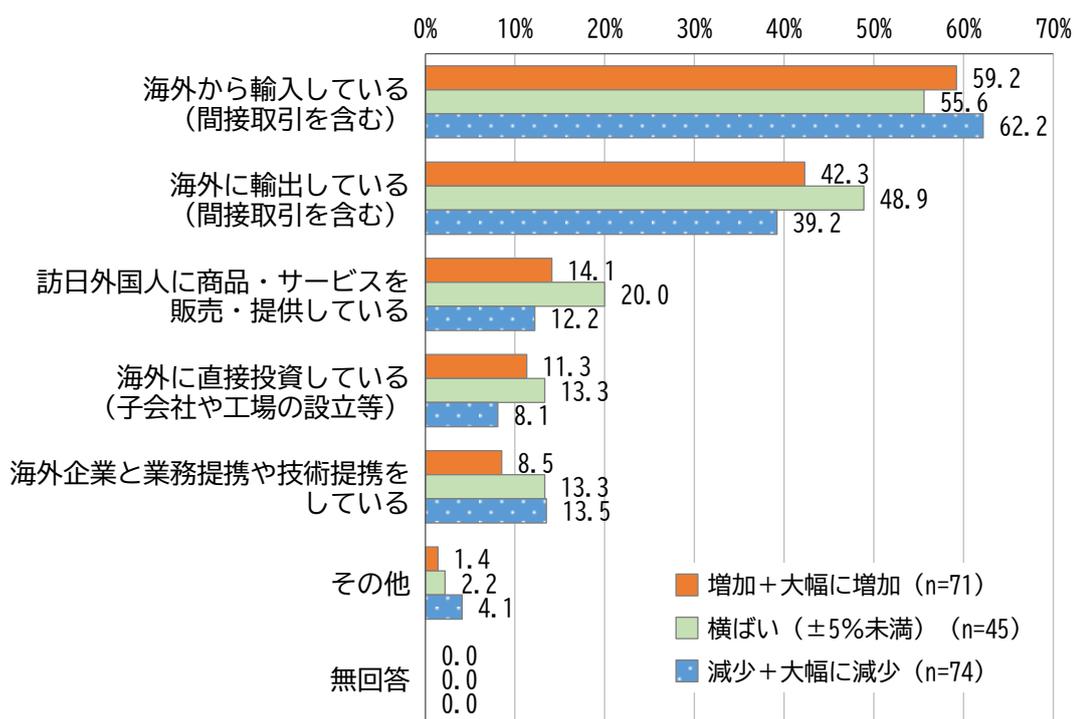
(6) 海外ビジネスの展開における現在の状況

海外ビジネスの展開における現在の状況を売上高変化別にみると、「海外ビジネス展開している」は増加した企業で18.3%と他の層に比べて高い。



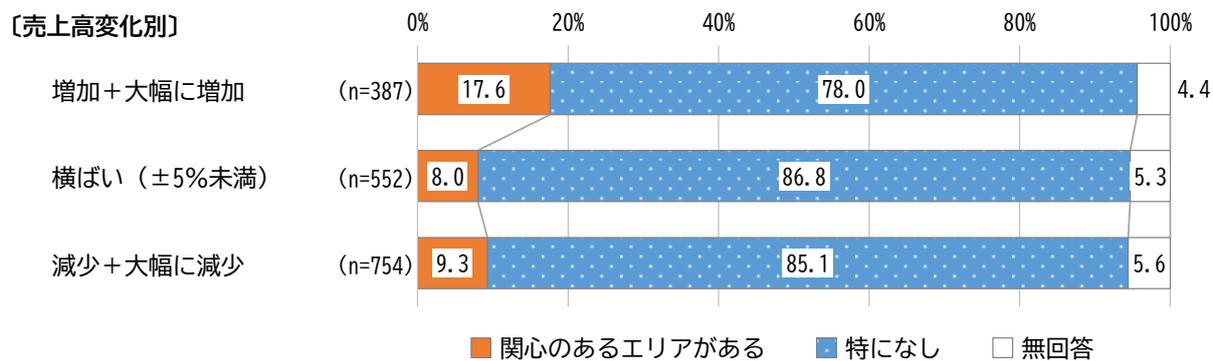
(7) 海外ビジネスの取組内容

海外ビジネスの取組内容を売上高変化別にみると、減少した企業で「海外から輸入している」の割合がやや高くなっている。



(8) 海外ビジネスの展開における今後関心のあるエリアの有無

海外ビジネスの展開において今後「関心のあるエリアがある」割合は、売上高が増加した企業で17.6%と高い。



10. DX・カーボンニュートラルへの取組に関心がある企業について

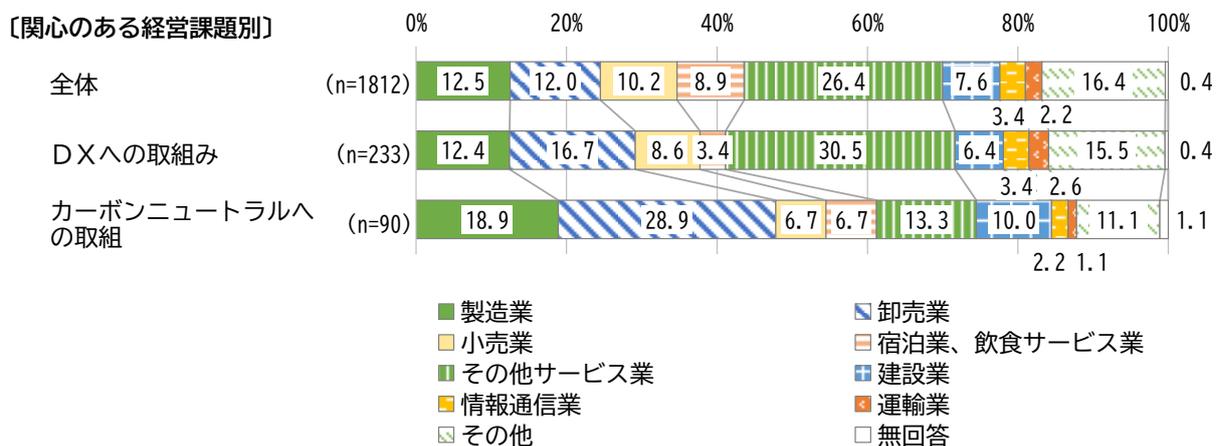
【概要】

- ・DXの取組みに関心がある企業をみると、従業員数301～2000人や、年間売上高規模1億円以上の企業の割合が比較的高くなっている。
- ・カーボンニュートラルへの取組みに関心がある企業は、「卸売業」や「製造業」の割合が高めで、従業員数301～2000人や、年間売上高規模10億円以上の企業の割合が比較的高くなっている。

(1) 主要な事業

主要な事業をみると、DXへの取組みに関心がある企業は、「その他サービス業」の割合が30.5%で最も高く、「卸売業」が16.7%、「その他」が15.5%で続いている。全体と比較して大きな差はみられない。

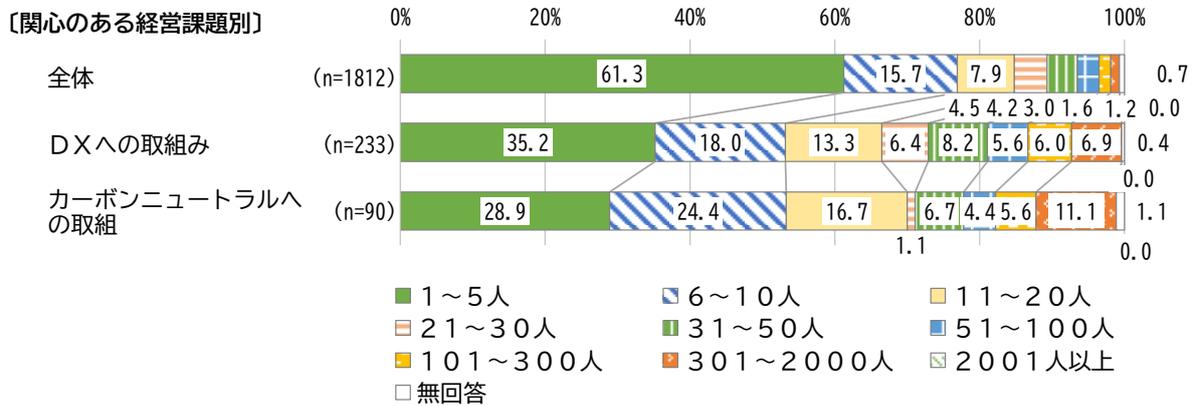
カーボンニュートラルへの取組みに関心がある企業は、「卸売業」の割合が28.9%で最も高く、「製造業」が18.9%、「その他サービス業」が13.3%で続いている。全体と比較して「卸売業」の割合が16.9ポイント、「製造業」が6.4ポイント高くなっている。



(2) 従業員数

従業員数をみると、DXへの取組みに関心がある企業は、「1～5人」の割合が35.2%と最も高い。「6～10人」が18.0%、「11～20人」が13.3%で続いている。全体と比較すると、「301～2000人」の割合が5.7ポイント程高くなっている。

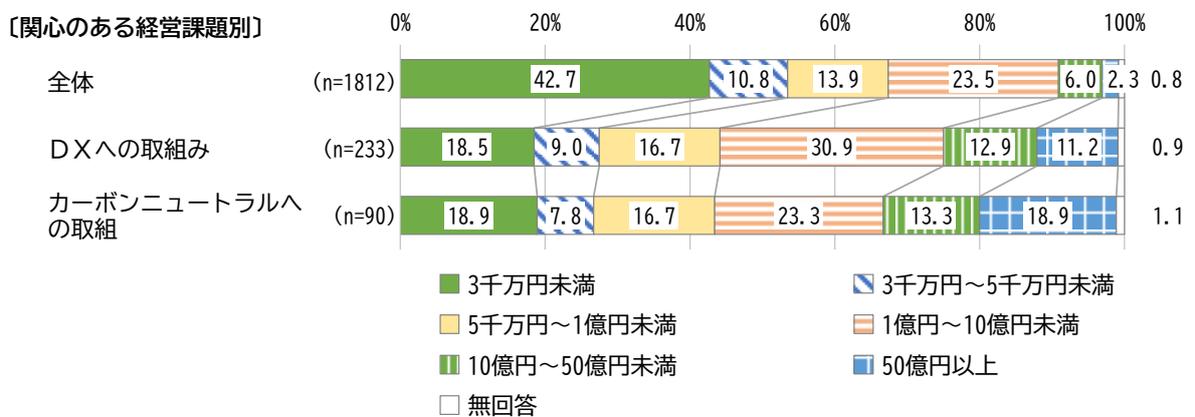
カーボンニュートラルへの取組みに関心がある企業は、「1～5人」の割合が28.9%と最も高い。「6～10人」が24.4%、「11～20人」が16.7%で続いている。全体と比較すると、「301～2000人」の割合が9.9ポイント高くなっている。



(3) 年間売上高規模

年間売上高規模をみると、DXへの取組みに関心がある企業は、「1億円～10億円未満」の割合が30.9%で最も高く、「3千万円未満」が18.5%、「5千万円～1億円未満」が16.7%で続いている。全体と比較すると、「1億円～10億円未満」「10億円～50億円未満」「50億円以上」の割合がそれぞれ7ポイント前後高くなっている。

カーボンニュートラルへの取組みに関心がある企業は、「1億円～10億円未満」の割合が23.3%で最も高く、「3千万円未満」「50億円以上」がそれぞれ18.9%で続いている。全体と比較すると、「50億円以上」の割合が16.6ポイント、「10億円～50億円未満」が7.3ポイント高くなっている。



Ⅲ. 調査票

大阪市内企業実態調査

はじめに 《必須項目》

同封の案内状 左上の整理番号を入力してください。

	-	
4ケタ		4ケタ

問1. 企業概要について（該当する番号1つに○）

1) 主要な事業（最も売上高の多いもの）

① 製造業	② 卸売業	③ 小売業	④ 宿泊業、飲食サービス業	
⑤ その他サービス業	⑥ 建設業	⑦ 情報通信業	⑧ 運輸業	⑨ その他（ ）

2) 資本金

① 3百万円以下	② 3百万円超～1千万円以下	③ 1千万円超～5千万円以下	
④ 5千万円超～1億円以下	⑤ 1億円超～3億円以下	⑥ 3億円超	⑦ 個人事業

3) 従業員数（※）

※従業員数には、経営者、常勤役員、パート・アルバイトは含み、派遣社員や請負社員は除きます。

① 1～5人	② 6～10人	③ 11～20人	④ 21～30人	⑤ 31～50人
⑥ 51～100人	⑦ 101～300人	⑧ 301人～2,000人	⑨ 2,001人以上	

4) 年間売上高規模（直近期）

① 3千万円未満	② 3千万円～5千万円未満	③ 5千万円～1億円未満
④ 1億円～10億円未満	⑤ 10億円～50億円未満	⑥ 50億円以上

5) 事業歴

① 5年未満	② 5年～9年	③ 10年～19年	④ 20年～39年	⑤ 40年～59年	⑥ 60年以上
--------	---------	-----------	-----------	-----------	---------

6) 現在の事業所（本所・本社・本店）の立地

① 創業時から市内	② 市外から移転
-----------	----------

6-1) 6)で②と回答された方にお聞きます。移転の際に重視した要件

① 立地条件	② 建物賃借料の助成	③ その他（ ）
--------	------------	----------

7) 代表者・経営者になられた経緯

① 創業者（暖簾分けを含む）	② 前代表者・前経営者からの事業承継
----------------	--------------------

7-1) 7)で②と回答された方にお聞きます。第2創業（※）の状況

※第2創業とは、例えば、後継者が先代から事業を引き継いだ場合に、業態転換や新事業・新分野への進出など経営の多角化を図ることをいいます。

① 第2創業を行った	② 第2創業を行っていない	③ その他（ ）
------------	---------------	----------

8) 中長期の経営計画

① 策定済み（策定中を含む）	② 今後策定する予定	③ 策定したいが着手できていない	④ 必要性を感じない
----------------	------------	------------------	------------

9) 事業継続計画（BCP）

① 策定済み（策定中を含む）	② 今後策定する予定	③ 策定したいが着手できていない	④ 必要性を感じない
----------------	------------	------------------	------------

問2. 主な顧客・販売市場や実績について

10) 主な顧客（最も比率の高いものに○）

① 事業者（BtoB）	② 一般消費者（BtoC）	③ その他（ ）
-------------	---------------	----------

10-1) 10)で①と回答された方にお聞きます。主な顧客の業種（該当する番号全てに○）

① 製造業	② 卸売業	③ 小売業	④ 宿泊業、飲食サービス業	
⑤ その他サービス業	⑥ 建設業	⑦ 情報通信業	⑧ 運輸業	⑨ その他（ ）

11) 主な顧客の地域（該当する番号1つに○）

① 国内のみ	② 国内+海外で国内が中心	③ 国内+海外で海外が中心	④ 海外のみ
--------	---------------	---------------	--------

12) 平成31年（2019年）時点の創業状況（該当する番号1つに○）

① 創業していた	② 創業していない
----------	-----------

※「創業していない」と回答された方は、問3へお進みください。

12-1) 5年前（平成31年/2019年）との比較

1) 顧客数の変化（該当する番号1つに○）

① 増加	② 横ばい	③ 減少
------	-------	------

<1>

- 12-2) II) 売上高の変化 (該当する番号1つに○) ※直近3か月と平成31年/2019年の同時期との比較
- | | | | | |
|----------------|------|---------------|------|----------------|
| ① 大幅に増加 (20%超) | ② 増加 | ③ 横ばい (±5%未満) | ④ 減少 | ⑤ 大幅に減少 (20%超) |
|----------------|------|---------------|------|----------------|
- 12-3) III) 営業利益の変化 (該当する番号1つに○) ※直近3か月と平成31年/2019年の同時期との比較
- | | | | | |
|----------------|------|---------------|------|----------------|
| ① 大幅に増加 (20%超) | ② 増加 | ③ 横ばい (±5%未満) | ④ 減少 | ⑤ 大幅に減少 (20%超) |
|----------------|------|---------------|------|----------------|
- 12-4) IV) 従業者数の変化 (該当する番号1つに○)
- | | | | | |
|----------------|------|---------------|------|----------------|
| ① 大幅に増加 (20%超) | ② 増加 | ③ 横ばい (±5%未満) | ④ 減少 | ⑤ 大幅に減少 (20%超) |
|----------------|------|---------------|------|----------------|
- 12-5) V) 販売市場の競争環境の変化 (該当する番号1つに○)
- | | | |
|----------|--------|-----------|
| ① 厳しくなった | ② 変化なし | ③ 緩やかになった |
|----------|--------|-----------|

問3. 経営上の課題等について

- 13) 現在取り組んでいる経営課題 () ※下記の選択肢から該当する番号を全て選択
- 14) 取り組みたいが対応できていない経営課題 () ※下記の選択肢より、13) で選択した項目以外をお選びください。

<選択肢>

① 既存商品・サービスの高付加価値化	② 新商品・サービスの開発・提供	③ 販路の開拓・拡大
④ 研究開発の強化、技術力の向上	⑤ 大学等との連携 (産学連携) の推進	⑥ 海外ビジネスの展開
⑦ 他社との協業による共同開発等 (オープンイノベーション) の推進	⑧ 人材の確保・育成	
⑨ コストの低減	⑩ 資金調達・資金繰り改善	⑪ 事業や人員のリストラ推進
⑫ 情報発信の強化	⑬ 事業承継	⑭ 設備投資 (設備更新や生産拡大)
⑮ 生産性の向上	⑯ DXへの取組み	⑰ カーボンニュートラルへの取組み
⑱ 「働き方改革」への対応	⑲ その他 ()	⑳ 特になし

問4. 今後の事業展開に向けた取組について

- 15) 事業展開への取組状況 (該当する番号1つに○)
- | | |
|-------------------|------------|
| ① 新たな事業展開に取り組んでいる | ② 取り組んでいない |
|-------------------|------------|
- 15-1) 15) で①と回答された方にお聞きします。
事業展開への取組内容 (該当する番号全てに○)
- | | |
|---------------------------|------------------------|
| ① 新商品・サービスの開発・提供 | ② 既存商品の改善・改良 |
| ③ 既存商品の新しい生産方法や販売方法の開発・実施 | ④ 既存サービスの新しい提供方法の開発・実施 |
| ⑤ 既存商品・サービスの新用途の開発・展開 | ⑥ その他 () |
- 15-2) 取組を進めるうえでの課題 (該当する番号全てに○)
- | | | | |
|--------------|--------------|--------------|-------------|
| ① 研究・技術開発 | ② 試作品の製造 | ③ 試験検査や実証実験 | ④ 販路開拓 |
| ⑤ 許認可や規制への対応 | ⑥ 連携パートナーの獲得 | ⑦ 必要資金の調達 | ⑧ 商品や原材料の調達 |
| ⑨ 事業スペースの確保 | ⑩ 必要な情報の収集 | ⑪ ビジネスモデルの策定 | ⑫ 人材の確保 |
| ⑬ コストの削減 | ⑭ その他 () | ⑮ 特になし | |
- 15-3) 15) で②と回答された方にお聞きします。
取組を行っていない理由 (該当する番号全てに○)
- | | | | |
|----------|--------------|----------------|-----------|
| ① 必要性がない | ② 時間の余裕がない | ③ 方向性・方法がわからない | |
| ④ 人材が不足 | ⑤ 技術・ノウハウが不足 | ⑥ 資金が不足 | ⑦ その他 () |

問5. 海外ビジネス展開 (輸出入や現地への進出、訪日外国人への商品販売等) について

- 16) 海外ビジネス展開の状況 (該当する番号1つに○)
- | | |
|----------------|------------------|
| ① 海外ビジネス展開している | ② 海外との事業上の関わりはない |
|----------------|------------------|
- 16-1) 16) で①と回答された方にお聞きします。
海外ビジネスの取組内容 (該当する番号全てに○)
- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| ① 海外に輸出している (間接取引を含む) | ② 海外から輸入している (間接取引を含む) |
| ③ 海外企業と業務提携や技術提携をしている | ④ 海外に直接投資している (子会社や工場の設立等) |
| ⑤ 訪日外国人に商品・サービスを販売・提供している | ⑥ その他 () |
- 17) 海外ビジネス展開への今後の姿勢 (該当する番号1つに○)
- | | |
|---------------------|-------------------------|
| ① 現在の海外ビジネスを強化・拡大する | ② 現在の海外ビジネスを縮小・撤退する |
| ③ 現在、展開する準備を進めている | ④ 3年以内を目途に展開することを検討している |
| ⑤ 将来的に海外ビジネスを展開したい | ⑥ 海外ビジネスを展開する予定はない |

<2>

18) 海外ビジネスで関心のあるエリアの有無（該当する番号1つに○）

① 関心のあるエリアがある ② 特になし

18-1) 18)で①と回答した方にお聞きます。関心のあるエリアの詳細（該当する番号全てに○）

① 東アジア ② 東南アジア ③ 南アジア ④ 中東 ⑤ 北米 ⑥ 中南米
⑦ 欧州・ロシア ⑧ アフリカ ⑨ オセアニア ⑩ その他

18-2) 具体的な国名を1つ入力してください。

問6. 展示会への出展や商談会への参加等について

19) 展示会、商談会への参加状況（該当する番号1つに○）

① 年4回以上出展・参加している ② 年に2～3回程度出展・参加している
③ 年に1回出展・参加している ④ 出展・参加していない

問7. SDGs（持続的な開発目標）の取組について

20) SDGsの取組（該当する番号1つに○）

① SDGsの取組を行っている ② SDGsの取組を検討中
③ 内容を知っているが取組は検討していない ④ 聞いたことはあるが内容は知らない
⑤ SDGsを全く知らない

問8. 大阪市の中小企業支援について

大阪市が実施している次の中小企業支援施策の利用度及びその評価について、下記の選択肢から該当する番号を1つだけ選んでください。

大阪産業創造館による支援 (経営相談、セミナー、マッチング・商談会、創業支援、DX高度化、クリエイター支援等)	21)	利用度〔 〕
	21-1)	評価〔 〕
大阪産業技術研究所による支援 (技術相談、試験分析、試験機器の貸出、研究の受託等)	22)	利用度〔 〕
	22-1)	評価〔 〕
資金調達の支援（中小企業融資制度）	23)	利用度〔 〕
	23-1)	評価〔 〕
海外ビジネスや海外市場への参入支援（海外見本市への出展支援等）	24)	利用度〔 〕
	24-1)	評価〔 〕
IoT・ロボットテクノロジーなどの先端技術を活用したビジネスに関する支援 (創業・実証実験等)	25)	利用度〔 〕
	25-1)	評価〔 〕
大阪イノベーションハブ（起業家等が集まるイノベーション創出拠点）による支援	26)	利用度〔 〕
	26-1)	評価〔 〕
商店街の活性化支援（施設設備やイベントの補助等）	27)	利用度〔 〕
	27-1)	評価〔 〕

< 選択肢 >
利用度： ① 利用経験がある ② 知っているが利用経験はない ③ 知らない

利用度で①と回答した方にお聞きます。

評 価： ① 大変役に立った ② ある程度役に立った ③ 普通
④ あまり役に立たなかった ⑤ 全く役に立たなかった

28) 大阪市が実施している上記施策を「知っているが利用経験はない」とお答えいただいた方にお聞きます。利用していない主な理由（該当する番号1つに○）

① 必要性がない ② 時間の余裕がない ③ 人的体制がない・人材が不足 ④ その他（ ）

問9. 中小企業支援施策への意見等

29) 大阪市の中小企業支援施策に対するご要望等について、ご自由にお書きください。

問10. インバウンド（訪日外国人観光客）への対応等について

昨今の訪日外国人観光客の回復についてお聞きます。

- 30) 「施設内の混雑」に関する課題認識（該当する番号を1つに○）

※外国人観光客を顧客対象としていない等、無関係の場合は「③関係がない」を選択してください。

① 課題である	② 課題ではない	③ 関係がない
---------	----------	---------

- 30-1) 30) で①または②と回答された方にお聞きます。

「施設内の混雑」に関し、現在取り組んでいること（該当する番号全てに○）

① 流入客のコントロール（入場制限、予約システム等）	② 誘導員等の配置	
③ 手荷物等の一時預かり	④ その他（ ）	⑤ 特になし

- 30-2) 30) で①または②と回答された方にお聞きます。

「施設内の混雑」に関し、取り組みたいが取り組めていないこと（該当する番号全てに○）

① 流入客のコントロール（入場制限、予約システム等）	② 誘導員等の配置	
③ 手荷物等の一時預かり	④ その他（ ）	⑤ 特になし

- 31) 「マナー意識の違いによるトラブル」の発生状況（該当する番号を1つに○）

※外国人観光客を顧客対象としていない等、無関係の場合は「③関係がない」を選択してください。

① 生じている	② 生じていない	③ 関係がない
---------	----------	---------

- 31-1) 31) で①または②と回答された方にお聞きます。

「マナー意識の違いによるトラブル」に関し、現在取り組んでいること（該当する番号全てに○）

① マナー啓発の充実	② 店内設備や商品の保護策	
③ 従業員等の配置増員	④ その他（ ）	⑤ 特になし

- 31-2) 31) で①または②と回答された方にお聞きます。

「マナー意識の違いによるトラブル」に関し、取り組みたいが取り組めていないこと（該当する番号全てに○）

① マナー啓発の充実	② 店内設備や商品の保護策	
③ 従業員等の配置増員	④ その他（ ）	⑤ 特になし

問11. 国際金融都市の実現に向けた取り組みについて

- 32) 大阪市では、「国際金融都市OSAKA戦略」に基づき、大阪府、経済界、民間企業等と連携し、金融系外国企業の誘致等に取り組んでいることをご存知ですか。（該当する番号1つに○）

① 知っている	② 聞いたことはあるが内容は知らない	③ 全く知らない
---------	--------------------	----------

- 33) 金融機関・資産運用会社等（個人投資家も含む）から資金調達をしていますか。（該当する番号1つに○）

① 国内企業からしている	② 海外企業からしている	③ 国内と海外の企業からしている	④ していない
--------------	--------------	------------------	---------

- 34) 大阪市が誘致した国内・海外の金融機関等やフィンテック企業と事業連携したいと思いませんか。（該当する番号1つに○）

※フィンテックとは、金融サービスとテクノロジーを結びつけることによって生まれた新たな金融商品やサービス等（スマホでの送金やクラウド会計ソフトなども含む）
※大阪府が誘致した金融機関等は、<https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenyaku/page/0000597122.html> からご確認ください。
（ご回答いただく大阪府行政オンラインシステムにもリンク先を掲載しています。）

① 連携したい	② 国内企業のみ連携したい	③ 海外企業のみ連携したい	④ 必要性を感じない
---------	---------------	---------------	------------

- 34-1) 34) で①～③と回答された方にお聞きます。

具体的にどのような連携をご希望されますか。（該当する番号全てに○）

① 必要資金の調達	② 研究・技術・商品開発	③ 顧客・取引先の開拓	
④ 必要な情報の収集	⑤ 人材の確保	⑥ 業務の効率化	⑦ その他（ ）

- 35) 英語による情報発信や業務等を行っていますか。（該当する番号1つに○）

① 英語対応している	② 全く対応していない
------------	-------------

- 35-1) 35) で①と回答した方にお尋ねします。

すでに対応した取組（該当する番号全てに○）

① パンフレット（企業情報、製品・サービス内容・メニュー等紹介）	② ホームページ		
③ 窓口・電話・接客対応	④ 支払い	⑤ 経理・会計事務	⑥ 契約業務
⑦ 交渉	⑧ その他（ ）		