

---

令和7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8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
第2章	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
(7)	移転の際に重視した要件	7
(8)	代表者・経営者になられた経緯	8
(9)	第2創業の有無	8
(10)	中長期の経営計画の策定状況	9
(11)	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
(2)	事業者(B to B)が主な顧客の業種	11
(3)	主な顧客の地域	11
(4)	新型コロナウイルス感染症流行前（平成31・令和元年/2019年）の創業状況	12
(5)	新型コロナウイルス感染症流行前との比較（顧客数の変化）	12
(6)	新型コロナウイルス感染症流行前との比較（売上高の変化）	13
(7)	新型コロナウイルス感染症流行前との比較（営業利益の変化）	13
(8)	新型コロナウイルス感染症流行前との比較（従業者数の変化）	14
(9)	新型コロナウイルス感染症流行前との比較（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)	関心がある経営課題	17
(4)	【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）	18
4	人材の確保・育成について	19
(1)	人材の確保・育成における課題	19
(2)	外国人材の雇用にあたっての課題	20
5	DX化への取組について	21

(1)	D X化の取組を進めるうえでの課題	21
(2)	D X化への取組を進めるために充実して欲しいこと	22
6	今後の事業展開に向けた取組について	23
(1)	事業展開への取組状況	23
(2)	事業展開への取組内容	23
(3)	取組を進めるうえでの課題	24
(4)	取組を行っていない理由	24
7	海外ビジネス展開について	25
(1)	海外ビジネス展開の状況	25
(2)	海外ビジネス展開への今後の姿勢	26
(3)	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	26
(4)	海外ビジネスの展開における今後関心のあるエリア	27
(5)	具体的な国名を1つ入力してください。	27
8	展示会や商談会への参加等について	28
9	大阪市の中小企業支援について	29
(1)	大阪市が実施している中小企業施策の利用状況	29
(2)	大阪市が実施している中小企業施策の評価	30
(3)	中小企業支援施策を利用していない理由	30
10	中小企業支援施策に関するご意見・ご要望	31
11	インバウンド（訪日外国人観光客）への対応等について	32
(1)	「施設内の混雑」に関する課題認識	32
(2)	「施設内の混雑」について取り組んでいる内容	33
(3)	取り組みたいが取り組めていないこと	33
(4)	「マナー意識の違いによるトラブル」の発生状況	34
(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	34
(6)	取り組みたいが取り組めていないこと	35
(7)	英語対応の状況	35
(8)	既に英語対応したもの	36
12	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
13	コロナ禍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
14	各課題の状況（主な事業別、従業員数別）	52
(1)	人材の確保・育成の課題（主な事業別、従業員数別）	52

(2) 外国人材の雇用の課題（主な事業別、従業員数別） .....	54
(3) DX化の課題（主な事業別、従業員数別） .....	56
(4) DX化を進めるために充実して欲しいこと（主な事業別、従業員数別） .....	58
第3章 調査票 .....	60

# 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5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7年7月1日（火）～7月31日（木）

### (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 経営上の課題等について
- ④ 人材の確保・育成について
- ⑤ DX化への取組について
- ⑥ 今後の事業展開に向けた取組について
- ⑦ 海外ビジネス展開について
- ⑧ 展示会への出展や商談会への参加等について
- ⑨ 大阪市の中小企業支援について
- ⑩ インバウンド（訪日外国人観光客）への対応等について

## (5) 調査結果

発送数：10,000 件（有効発送数：8,826 件）

回収数：1,758 件（有効回答数：1,748 件）

回収率：17.6%（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、母集団の標本すべ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%
1748	2.34	2.30	2.15	1.88	1.41
1500	2.53	2.48	2.32	2.02	1.52
1000	3.10	3.04	2.84	2.48	1.86
800	3.46	3.39	3.18	2.77	2.08
400	4.90	4.80	4.49	3.92	2.94
200	6.93	6.79	6.35	5.54	4.16
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

## 第2章 集計結果

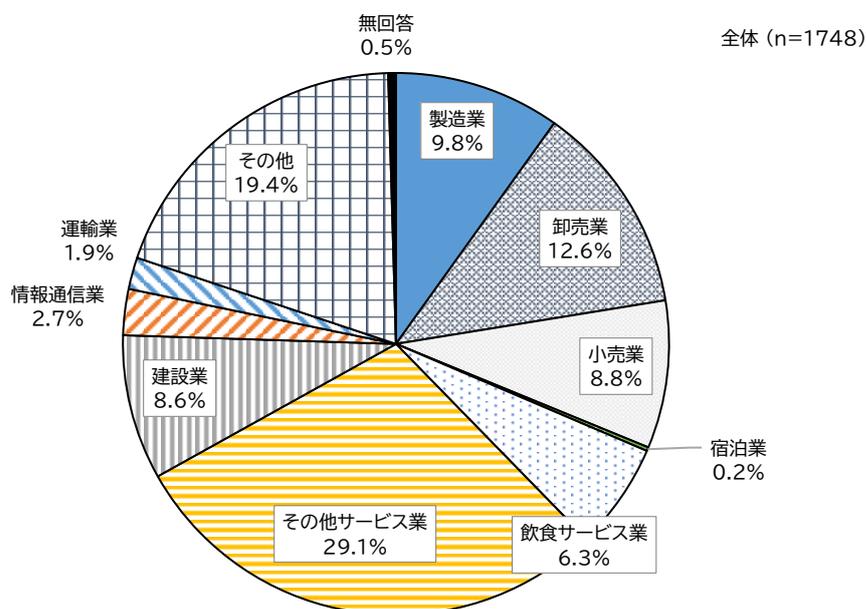
### 1 回答企業の概要について

#### 【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、「卸売業」、「製造業」、「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、約30%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64.3%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62.5%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29.1%で最も高く、「卸売業」が12.6%、「製造業」が9.8%、「小売業」が8.8%で続いている。



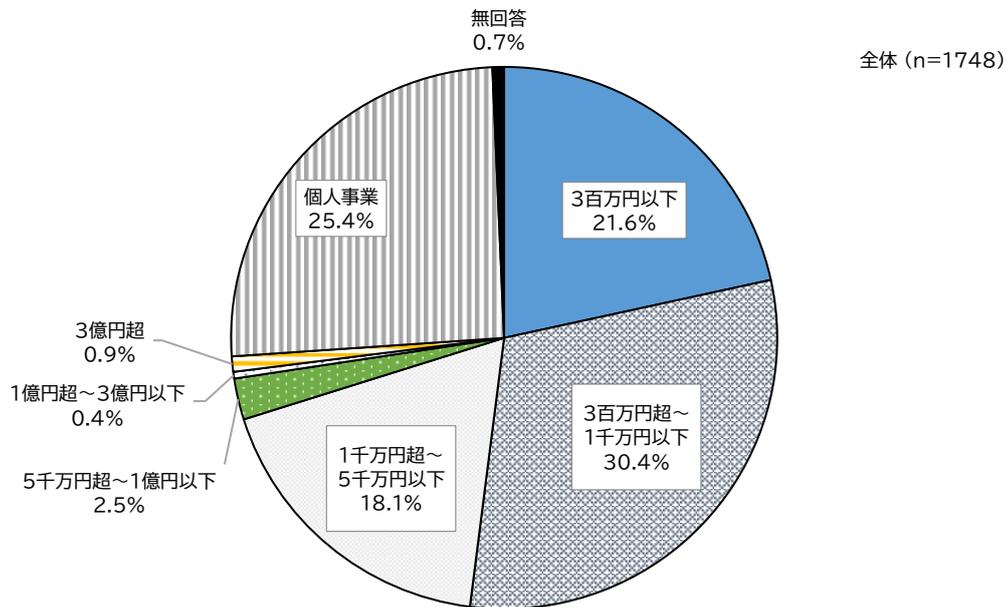
#### 「その他」の主な内容

不動産業、医療、介護・福祉業、土業  
学術研究、専門・技術サービス業

など

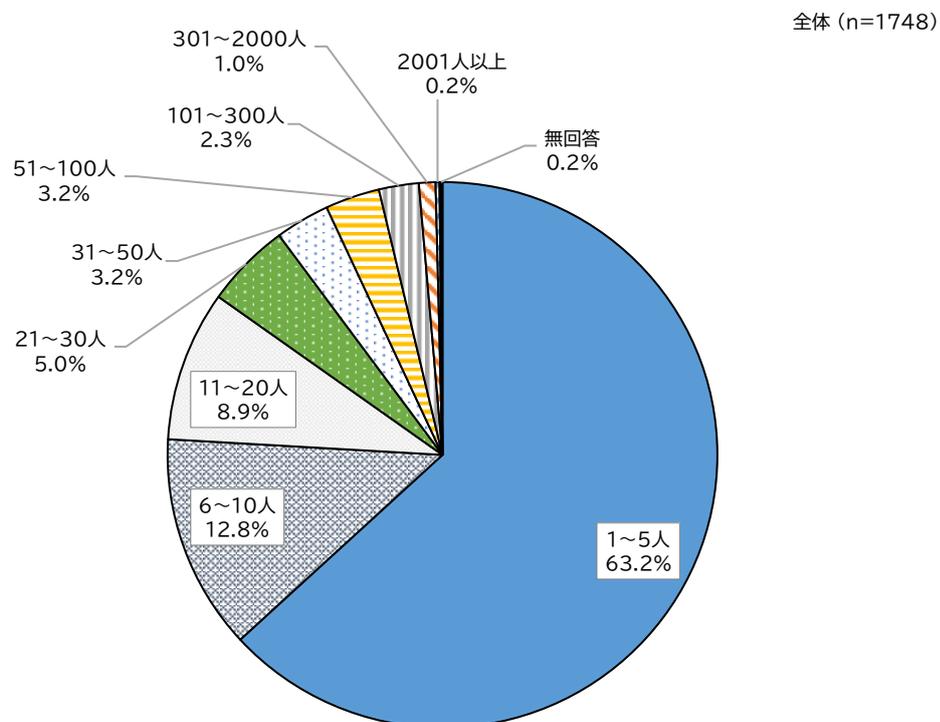
## (2) 資本金

資本金は、「3百万円超～1千万円以下」の割合が30.4%で最も高く、「個人事業」が25.4%、「3百万円以下」が21.6%、「1千万円超～5千万円以下」が18.1%で続いている。



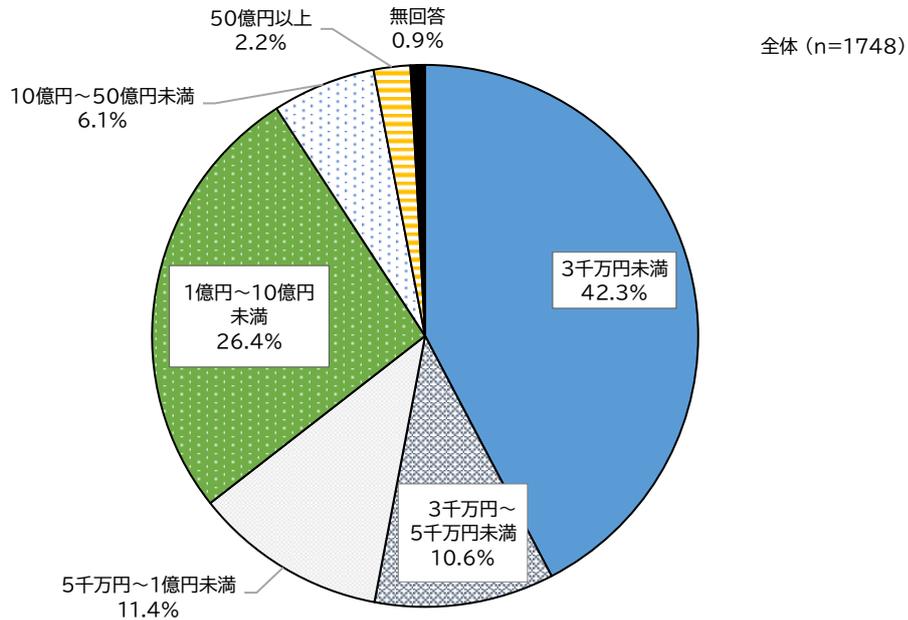
## (3) 従業員数

従業員数は、「1～5人」の割合が63.2%と多数を占めている。「6～10人」が12.8%、「11～20人」が8.9%で続いている。



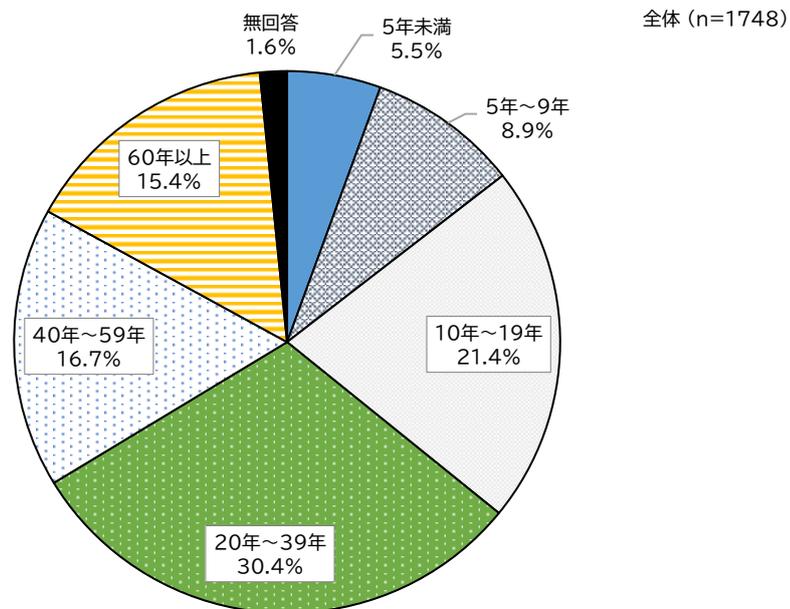
#### (4) 年間売上高規模

年間売上高規模は、「3千万円未満」の割合が42.3%で最も高く、「1億円～10億円未満」が26.4%、「5千万円～1億円未満」が11.4%で続いている。



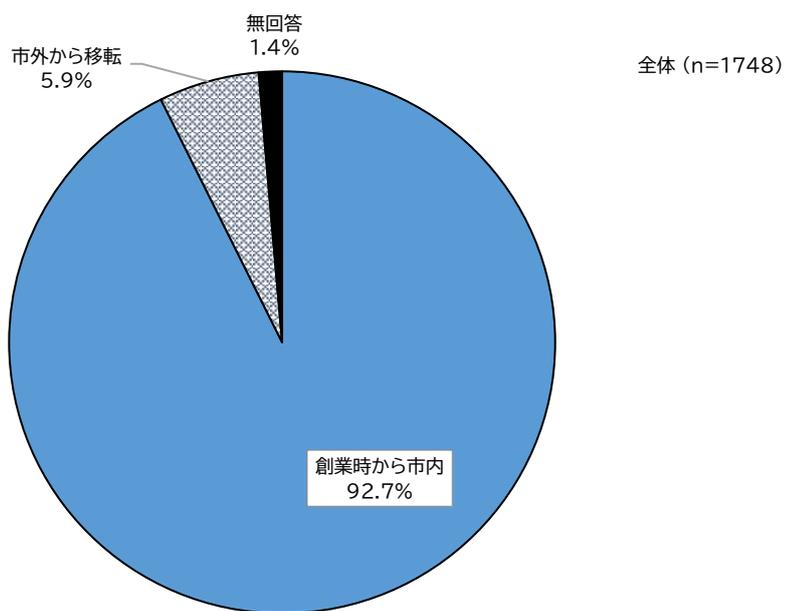
#### (5) 事業歴

事業歴は、「20年～39年」の割合が30.4%、「10年～19年」が21.4%、「40年～59年」が16.7%、「60年以上」が15.4%と分散している。



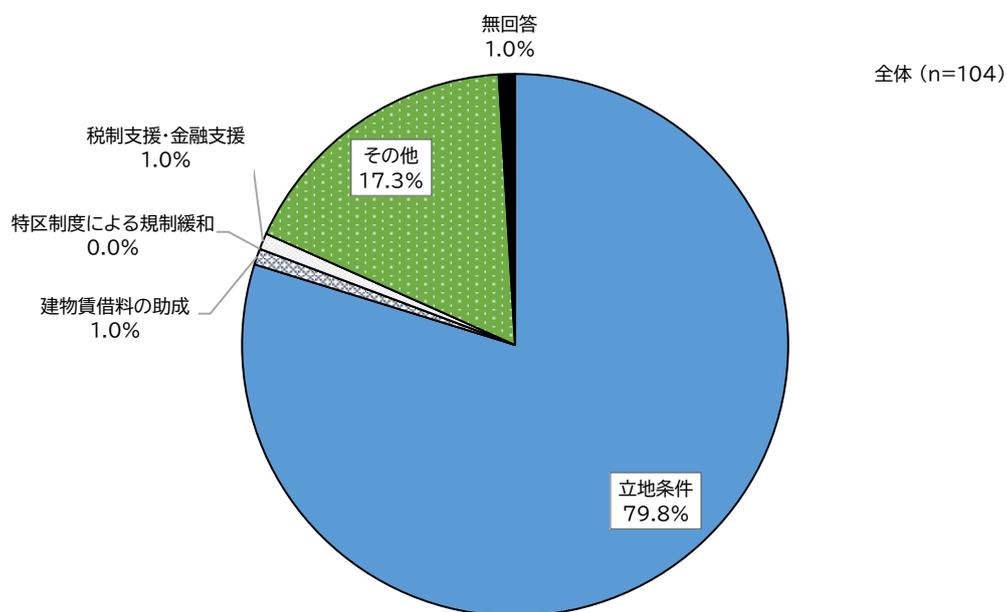
## (6) 現在の事業所（本所・本社・本店）の立地

現在の事業所の立地は、「創業時から市内」の割合が92.7%と多数を占めている。



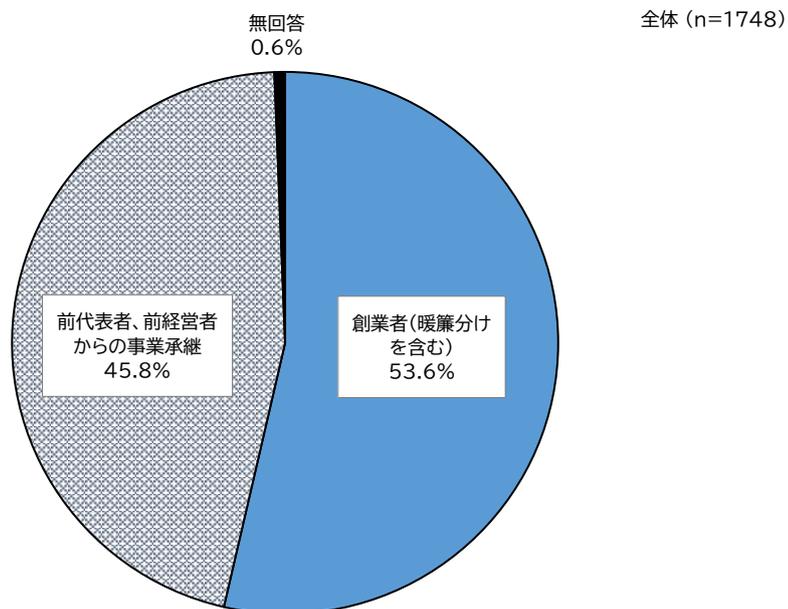
## (7) 移転の際に重視した要件

市外から移転した企業 104 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79.8%である。



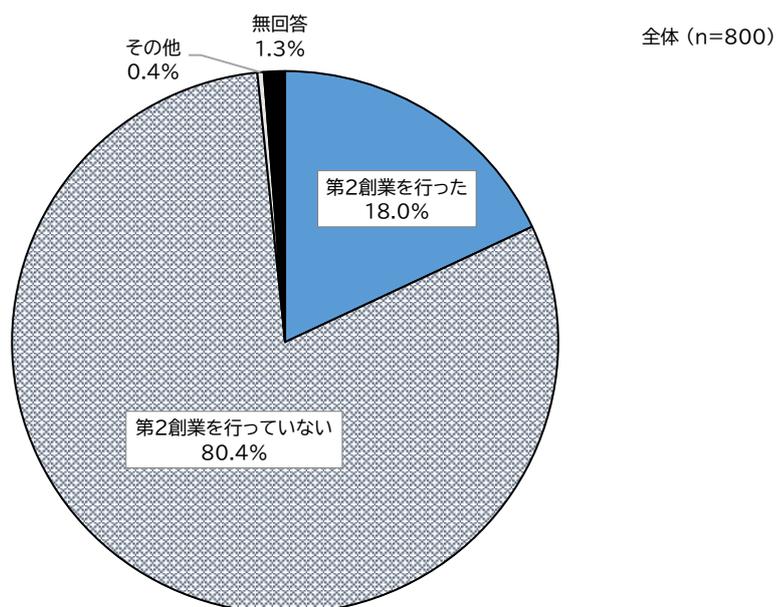
### (8) 代表者・経営者になられた経緯

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53.6%、「前代表者、前経営者からの事業継承」が45.8%と、二分している。



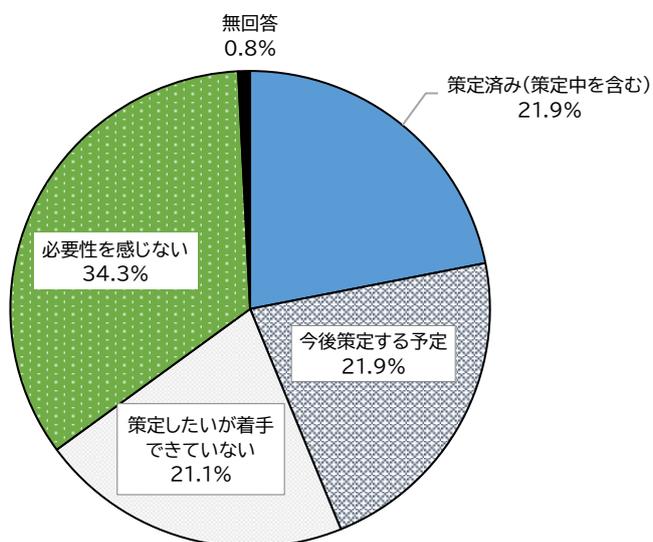
### (9) 第2創業の有無

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 800 サンプルのうち、「第2創業を行った」が18.0%、「第2創業を行っていない」が80.4%である。



### (10) 中長期の経営計画の策定状況

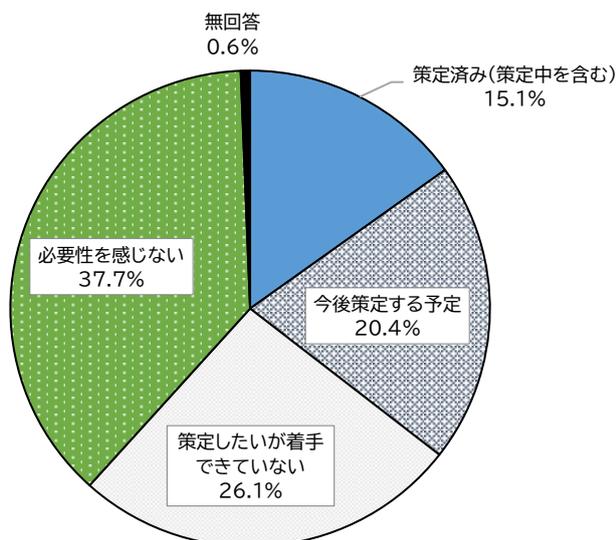
中長期の経営計画の策定状況は、「策定済み（策定中を含む）」の割合が21.9%、「今後策定する予定」が21.9%、「策定したいが着手できていない」が21.1%である。また、「必要性を感じない」が34.3%である。



全体 (n=1748)

### (11) 事業継続計画の策定状況

事業継続計画<sup>(※)</sup>の策定状況は、「策定済み（策定中を含む）」の割合が15.1%、「今後策定する予定」が20.4%、「策定したいが着手できていない」が26.1%である。また、「必要性を感じない」が37.7%である。



全体 (n=1748)

#### ※ 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。

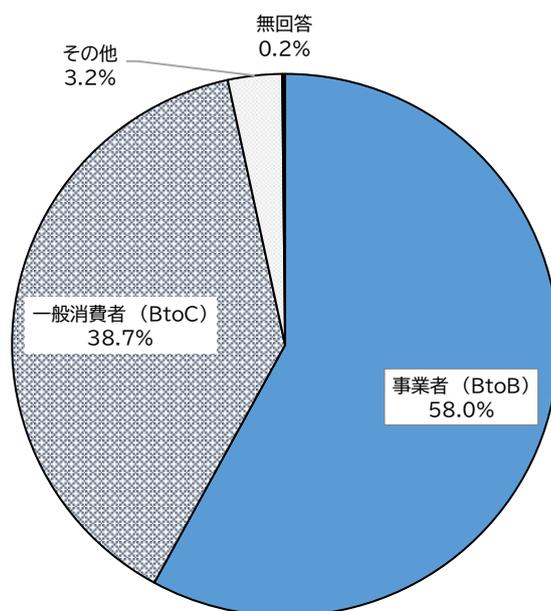
## 2 主な顧客・販売市場や実績について

### 【概要】

- ・ 直接的な販売先、受注先について、「事業者（BtoB）」向けが 60%弱を占めており、取引先は「製造業」、「建設業」、「卸売業」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。
- ・ 新型コロナウイルス感染症流行前と比較して、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%弱に対して、減少傾向（「大幅に減少」＋「減少」）の企業は全体の約 24%から 30%程度と上回っている。
- ・ 当時と比較して、主たる販売市場の競争環境が「厳しくなった」との回答は全体のほぼ半数を占めている。

### (1) 主な顧客

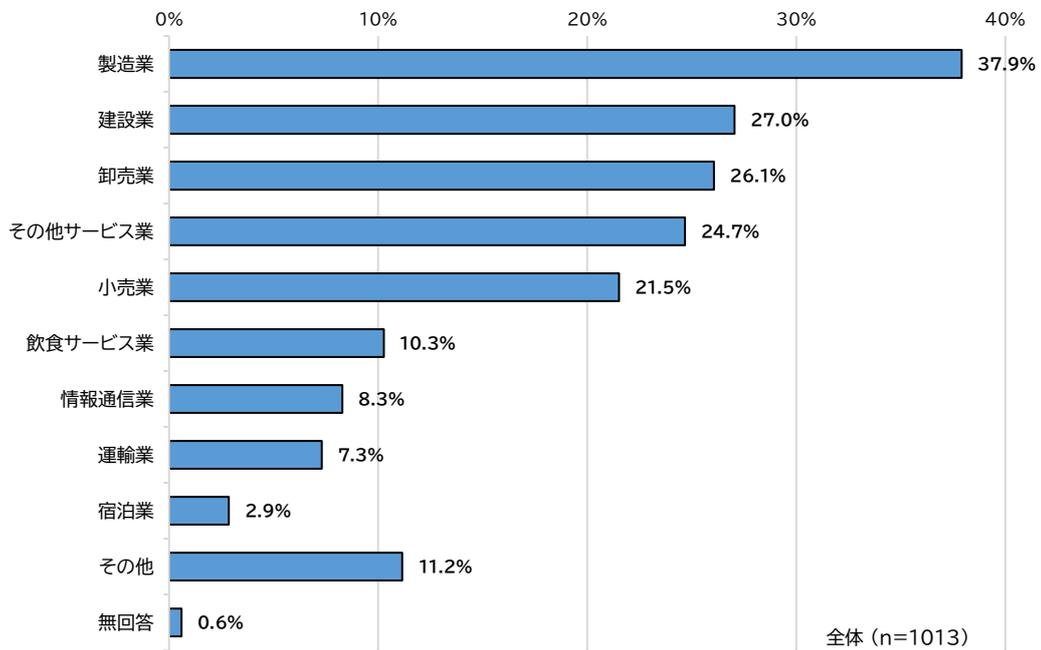
主な顧客は、「事業者（BtoB）」の割合が 58.0%と過半数を占め、「一般消費者（BtoC）」が 38.7%となっている。



全体 (n=1748)

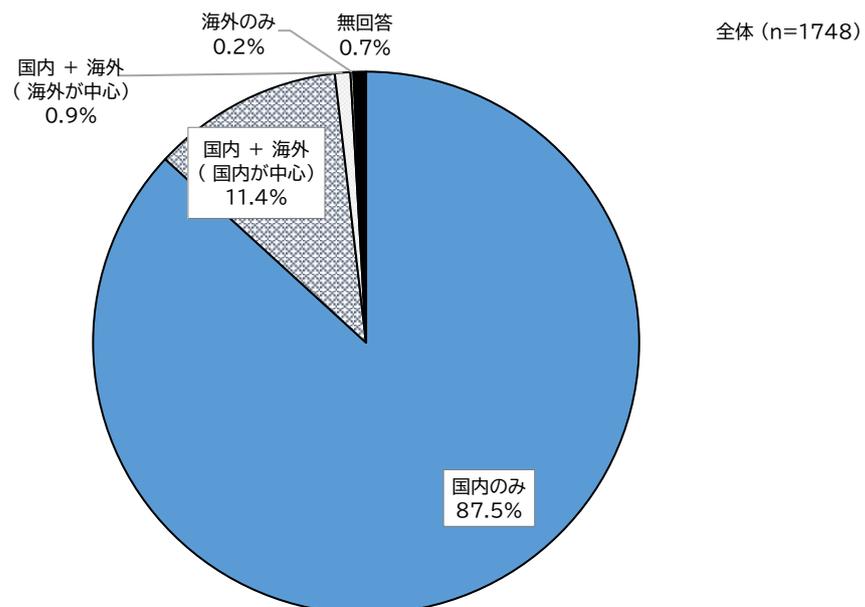
## (2) 事業者(BtoB)が主な顧客の業種

主な顧客が事業者（BtoB）と回答した企業 1,013 サンプルの主な顧客の業種は、「製造業」の割合が 37.9%で最も高く、「建設業」が 27.0%、「卸売業」が 26.1%、「その他サービス業」が 24.7%、「小売業」が 21.5%で続いている。



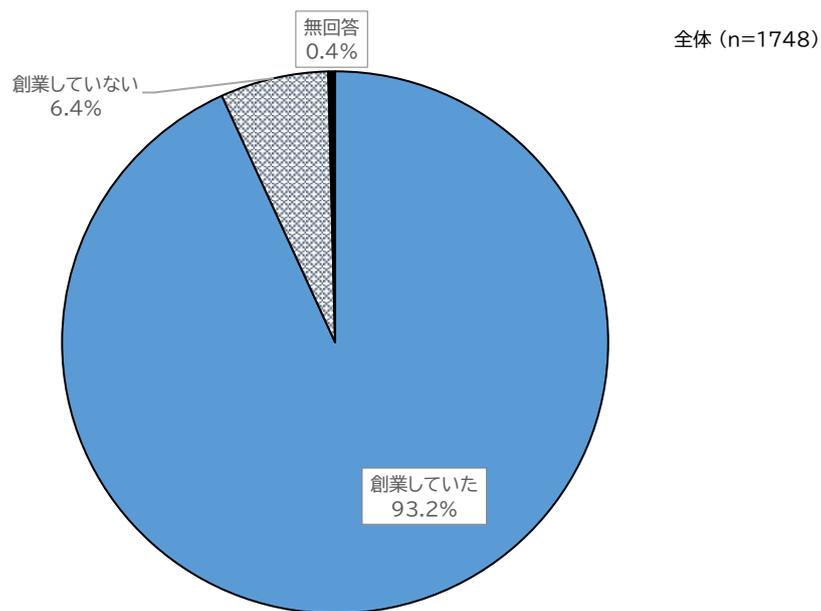
## (3) 主な顧客の地域

主な顧客の地域は、「国内のみ」の割合が 87.5%と多数を占めている。「国内+海外（国内が中心）」が 11.4%、「国内+海外（海外が中心）」が 0.9%、「海外のみ」が 0.2%で続いている。



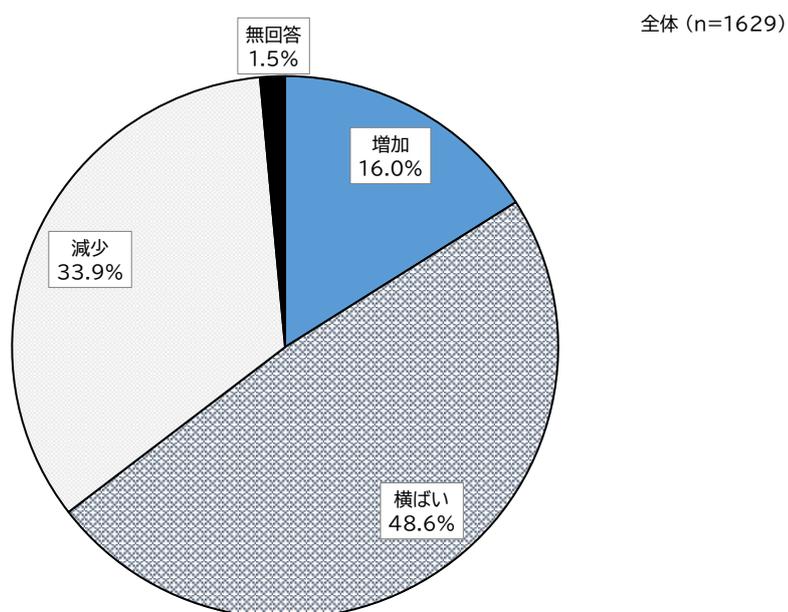
#### (4) 新型コロナウイルス感染症流行前（平成 31・令和元年／2019 年）の創業状況

新型コロナウイルス感染症流行前の時点で「創業していた」企業が 93.2%である。



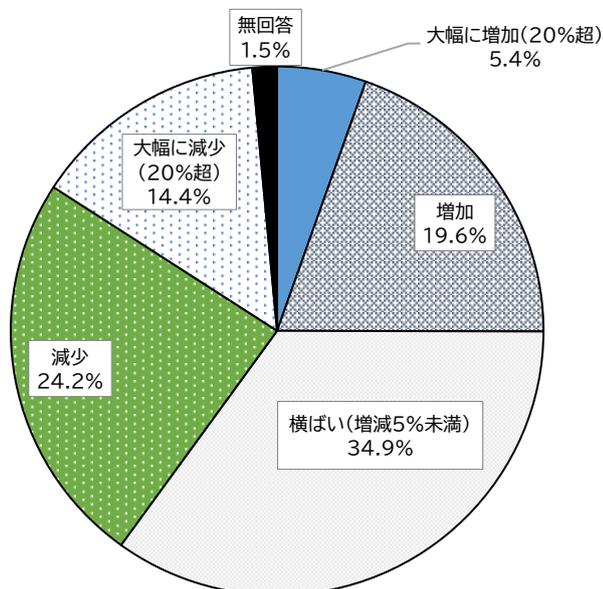
#### (5) 新型コロナウイルス感染症流行前との比較（顧客数の変化）

新型コロナウイルス感染症流行前の時点で創業していたと回答した企業 1,629 サンプルの顧客数の変化を比べると、「横ばい」の割合が 48.6%で最も高い。「減少」が 33.9%で、「増加」(16.0%)を 17.9 ポイント上回っている。



### (6) 新型コロナウイルス感染症流行前との比較（売上高の変化）

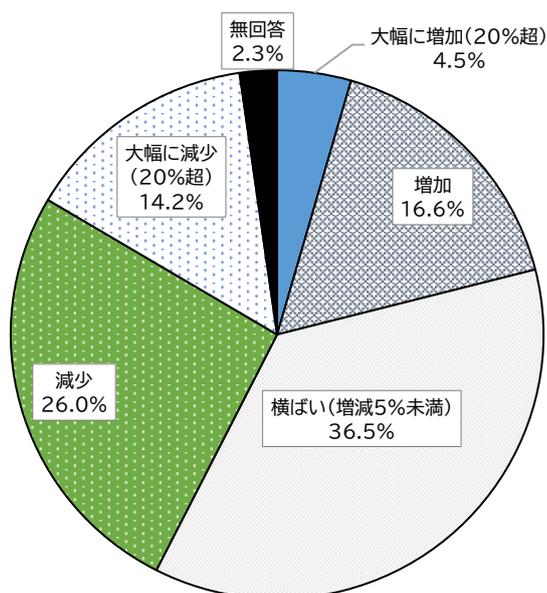
新型コロナウイルス感染症流行前と売上高を比べると、「横ばい」の割合が 34.9%で最も高い。「減少」(24.2%)と「大幅に減少(20%超)」(14.4%)を合計した減少計が 38.6%、「大幅に増加(20%超)」(5.4%)と「増加」(19.6%)を合計した増加計が 25.0%と、減少計が 13.6ポイント上回っている。



全体 (n=1629)

### (7) 新型コロナウイルス感染症流行前との比較（営業利益の変化）

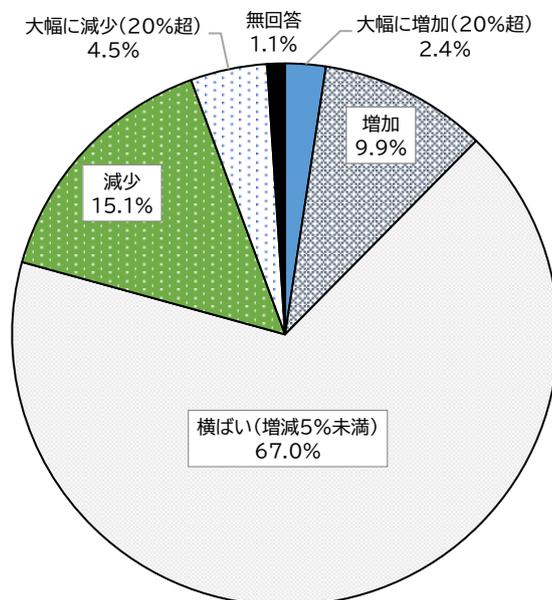
新型コロナウイルス感染症流行前と営業利益を比べると、「横ばい」の割合が 36.5%で最も高い。「減少」(26.0%)と「大幅に減少(20%超)」(14.2%)を合計した減少計が 40.2%、「大幅に増加(20%超)」(4.5%)と「増加」(16.6%)を合計した増加計が 21.1%と、減少計が 19.1ポイント上回っている。



全体 (n=1629)

### (8) 新型コロナウイルス感染症流行前との比較（従業者数の変化）

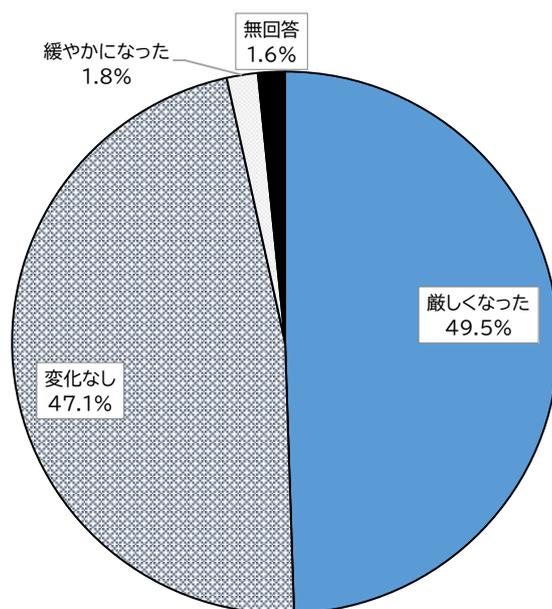
新型コロナウイルス感染症流行前と従業員数を比べると、「横ばい」の割合が67.0%と多数を占めている。「減少」(15.1%)と「大幅に減少(20%超)」(4.5%)を合計した減少計が19.6%、「大幅に増加(20%超)」(2.4%)と「増加」(9.9%)を合計した増加計が12.3%と、減少計が7.3ポイント高くなっている。



全体(n=1629)

### (9) 新型コロナウイルス感染症流行前との比較（販売市場の競争環境の変化）

新型コロナウイルス感染症流行前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49.5%で「緩やかになった」(1.8%)を47.7ポイント上回る。



全体(n=1629)

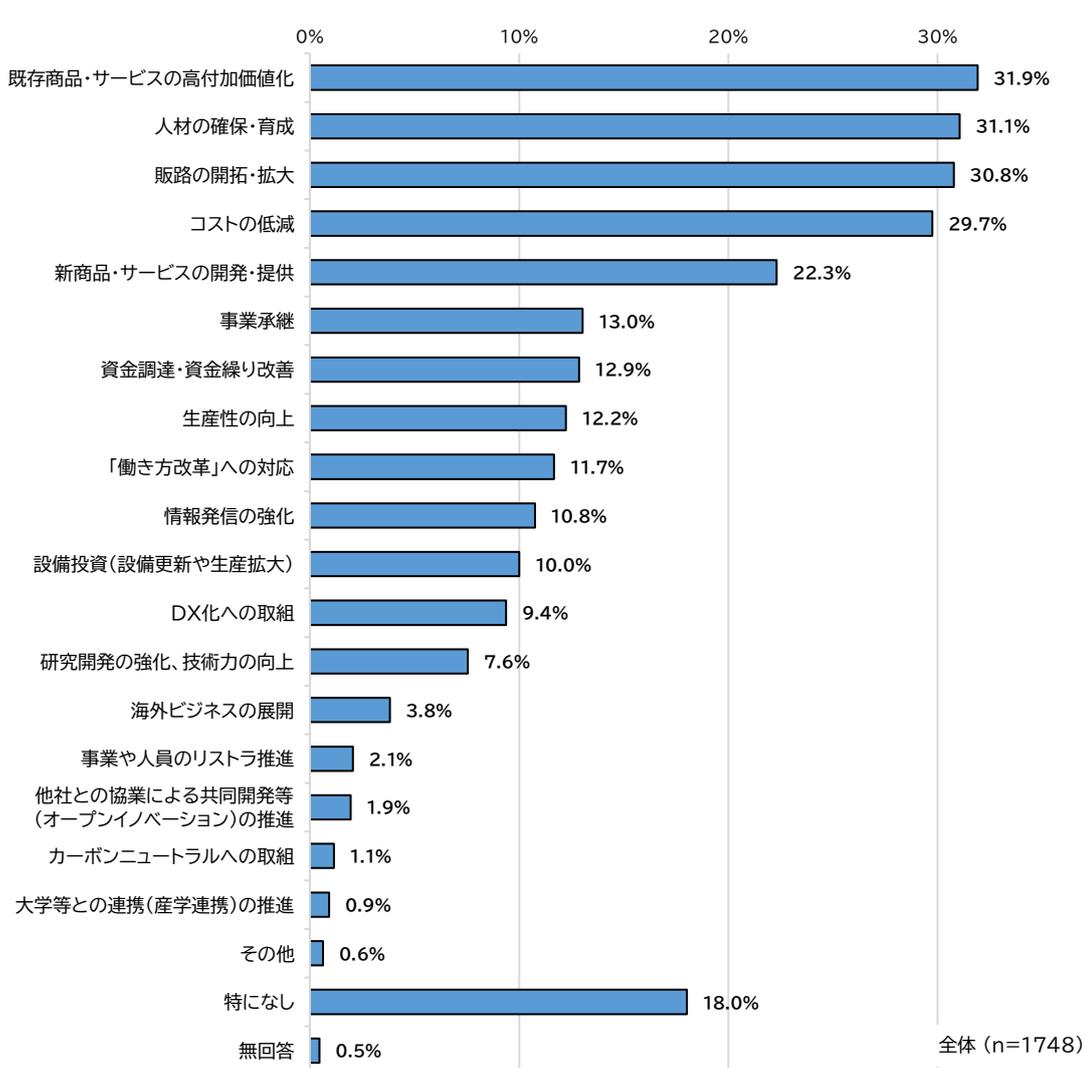
### 3 経営上の課題等について

#### 【概要】

- ・ 回答企業の40%以上が、「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」、「コストの低減」に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「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」、「コストの低減」、をあげた企業が約30%あり、取り組むたいが対応できていない課題として「人材の確保・育成」と「販路の開拓・拡大」をあげる企業が約20%ある。
- ・ 「カーボンニュートラルへの取組」「海外ビジネスの展開」については、現在取り組んでいる割合は4%未満と低めで、これらの取組に関心のある企業の60%以上が対応できていないと回答している。

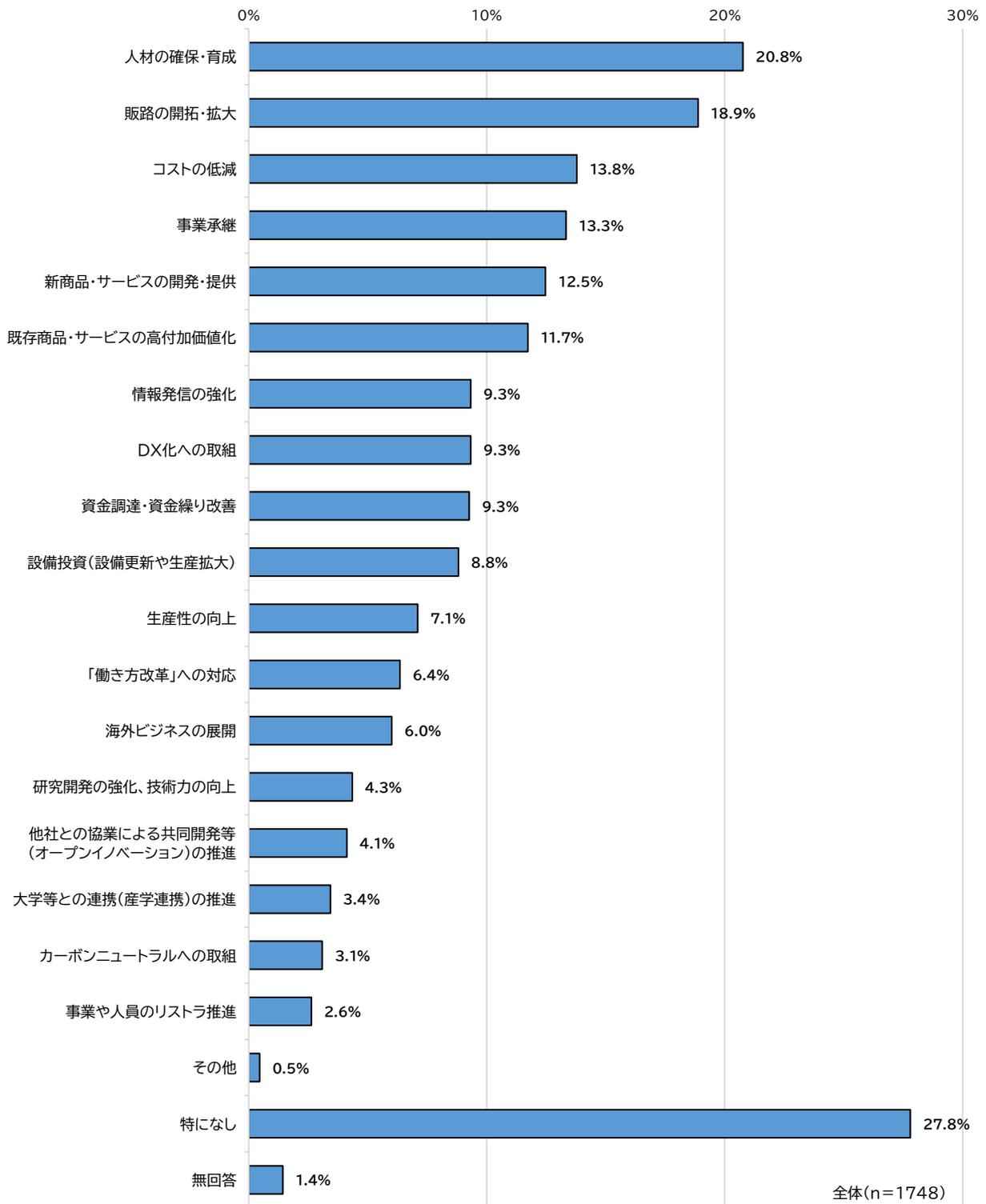
#### (1) 現在取り組んでいる経営課題

現在取り組んでいる経営課題は、「既存商品・サービスの高付加価値化」(31.9%)、「人材の確保・育成」(31.1%)、「販路の開拓・拡大」(30.8%)、「コストの低減」(29.7%)の4項目が約30%となっており、これに「新商品・サービスの開発・提供」が22.3%で続いている。



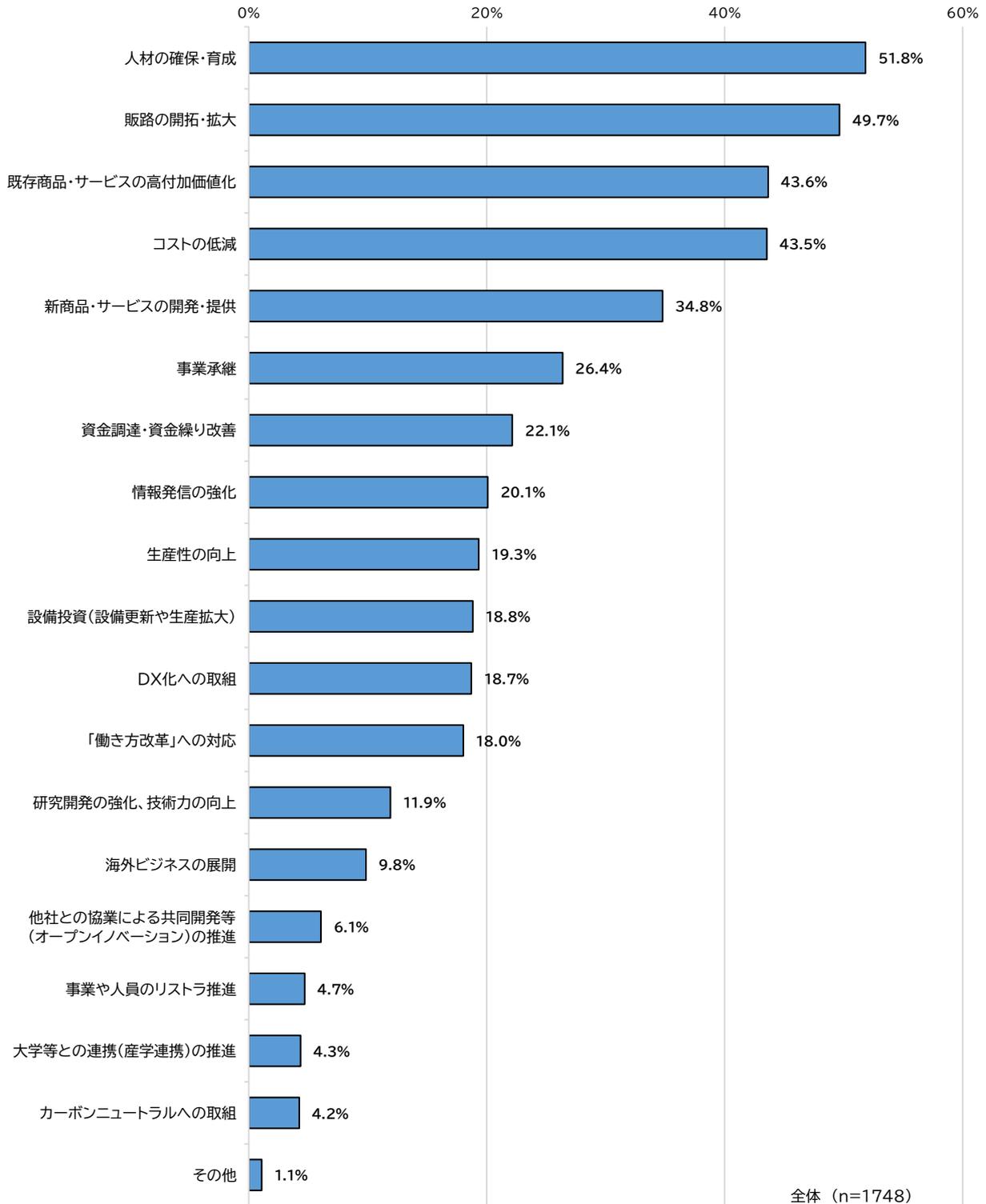
## (2) 取り組みたいが対応できていない経営課題

取り組みたいが対応できていない経営課題は、「人材の確保・育成」と「販路の開拓・拡大」の割合がともに約20%である。「コストの低減」が13.8%、「事業継承」が13.3%、「新商品・サービスの開発・提供」が12.5%で続いている。



### (3) 関心がある経営課題

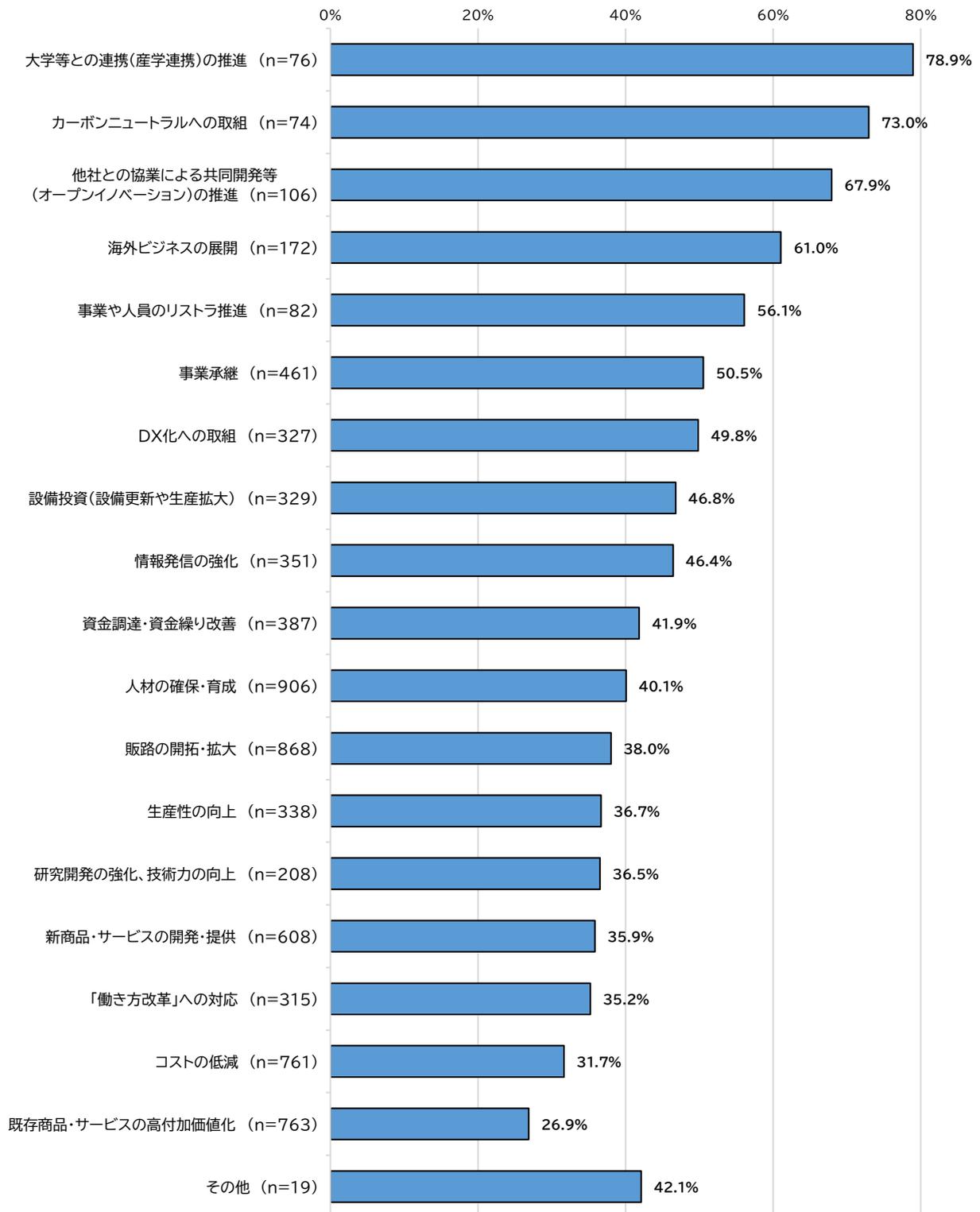
関心がある経営課題（現在取り組んでいる経営課題・取り組みたいが対応できていない経営課題を合計した割合）は、「人材の確保・育成」(51.8%)が50%を超えており、「販路の開拓・拡大」(49.7%)、「既存商品・サービスの高付加価値化」(43.6%)、「コストの低減」(43.5%)の3項目で40%を超えている。



#### (4) 【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78.9%で最も高い。

加えて、「カーボンニュートラルへの取組」（73.0%）、「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」（67.9%）、「海外ビジネスの展開」（61.0%）、「事業や人員のリストラ推進」（56.1%）、「事業承継」（50.5%）の各6項目が50%を超えている。



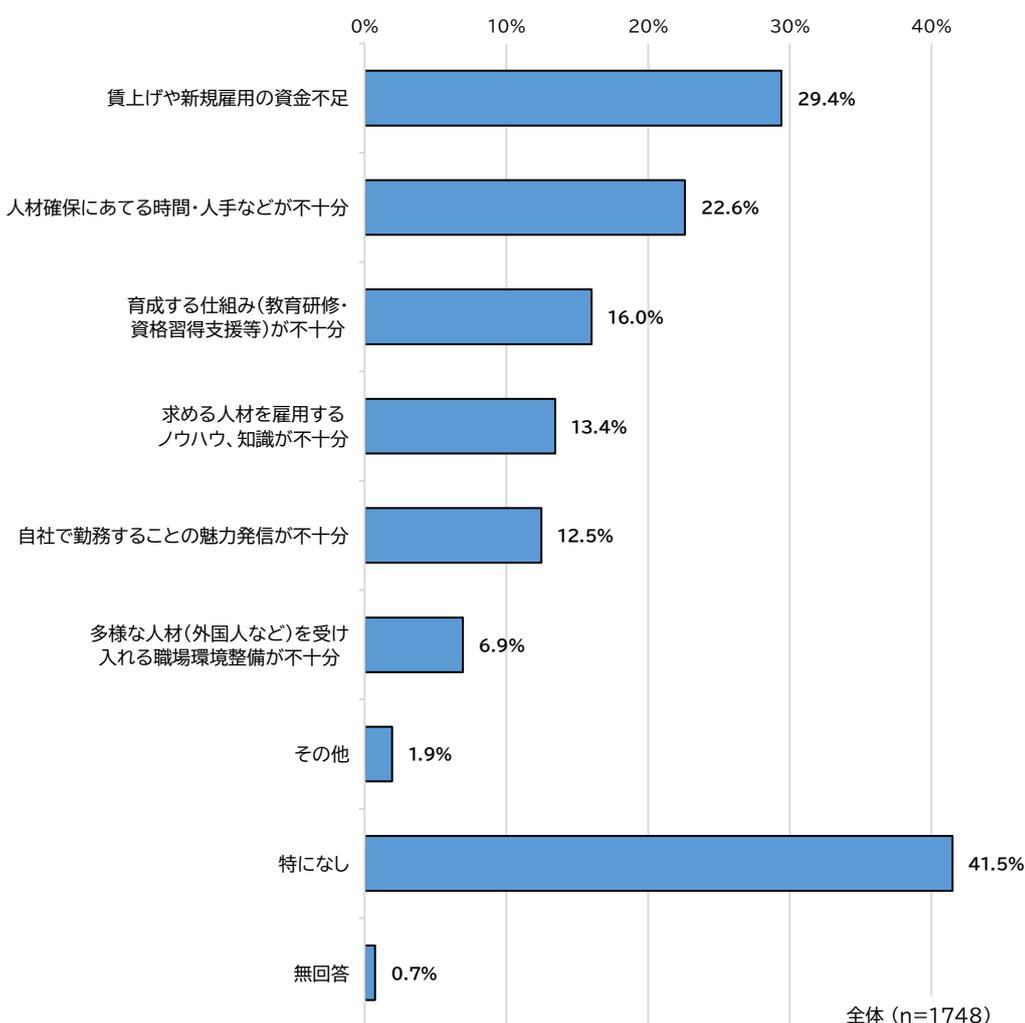
## 4 人材の確保・育成について

### 【概要】

- ・ 人材の確保・育成における課題として、「賃上げや新規雇用の資金不足」が30%弱であり、最も多くなっている。
- ・ 外国人材の雇用にあたっては、「言語・コミュニケーションへの不安」を30%強の企業が感じている。

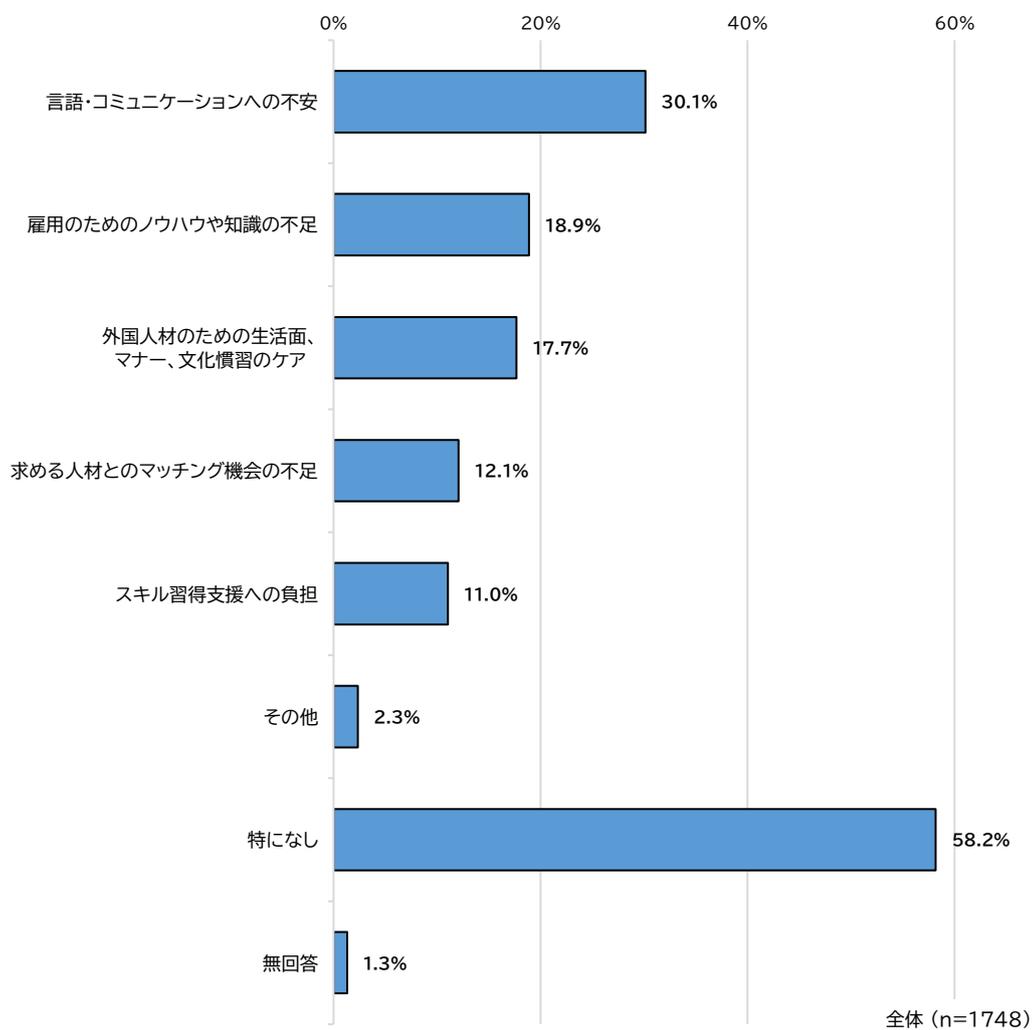
### (1) 人材の確保・育成における課題

人材の確保・育成における課題は、「賃上げや新規雇用の資金不足」が29.4%と最も高い。「人材確保にあてる時間・人手などが不十分」が22.6%と続いている。



## (2) 外国人材の雇用にあたっての課題

外国人材の雇用にあたっての課題は、「言語・コミュニケーションへの不安」が30.1%と最も高い。「雇用のためのノウハウや知識の不足」が18.9%、「外国人材のための生活面、マナー、文化慣習のケア」が17.7%と続いている。



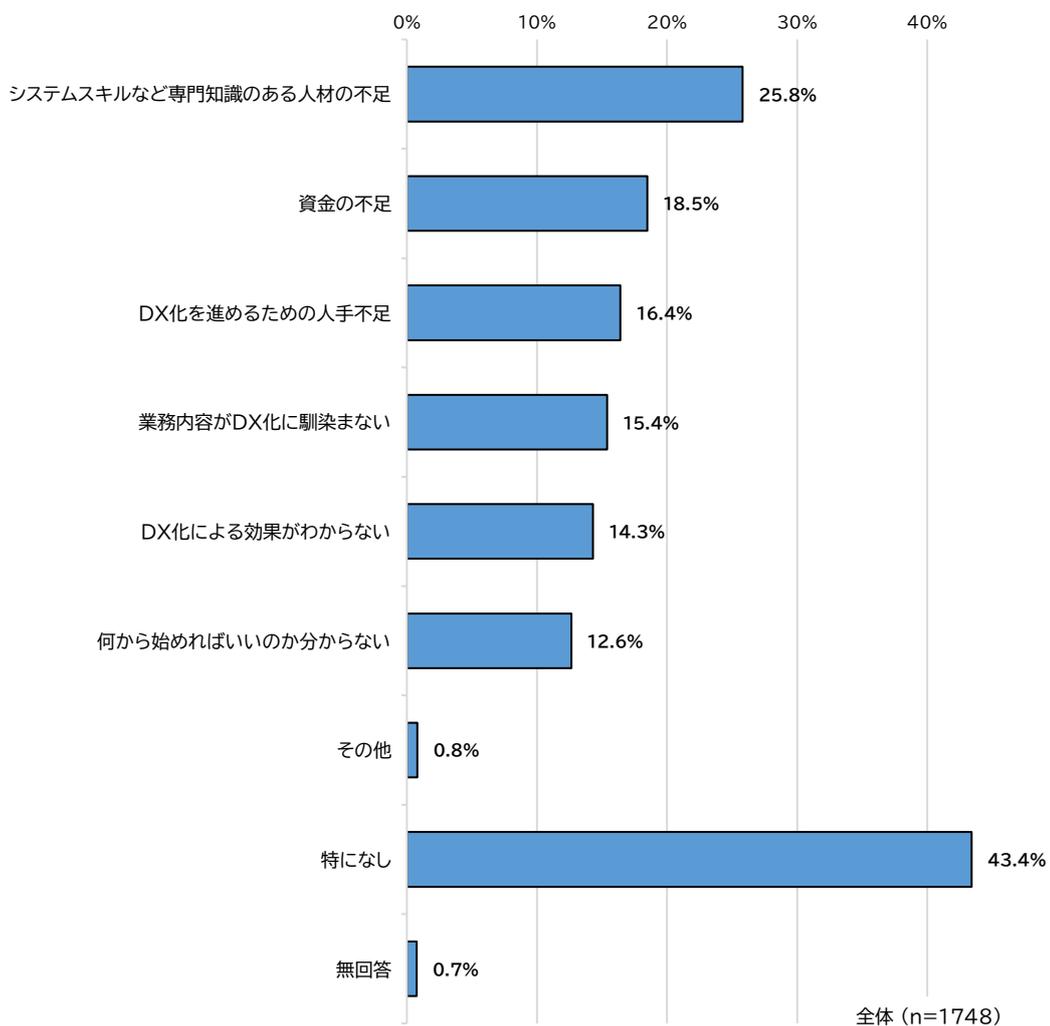
## 5 DX化への取組について

### 【概要】

- ・ 企業がDX化への取組を進めるうえで、「システムスキルなど専門知識のある人材の不足」や「資金の不足」等の課題が挙げられている。
- ・ DX化を進めるにあたり充実して欲しいこととして、「システム導入や改修のための資金支援」が最も高く、続いて「相談窓口」や「セミナー・ワークショップ」が求められている。

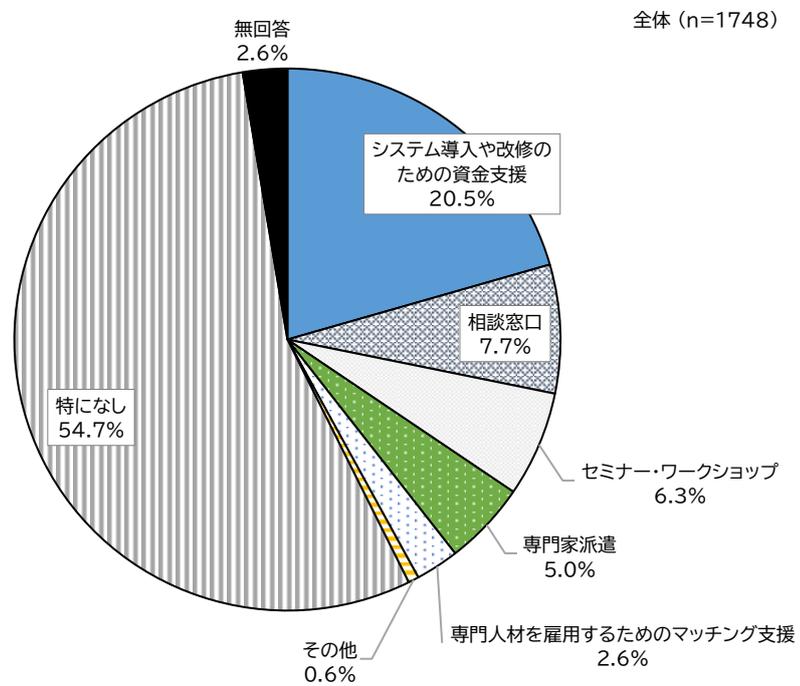
### (1) DX化の取組を進めるうえでの課題

DX化の取組を進めるうえでの課題は、「システムスキルなど専門知識のある人材の不足」が25.8%と最も高く、「資金の不足」が18.5%と続いている。



## (2) DX化への取組を進めるために充実して欲しいこと

DX化への取組を進めるために充実して欲しいことは、「特になし」(54.7%)を除くと、「システム導入や改修のための資金支援」の20.5%が最も高く、「相談窓口」が7.7%、「セミナー・ワークショップ」が6.3%と続いている。



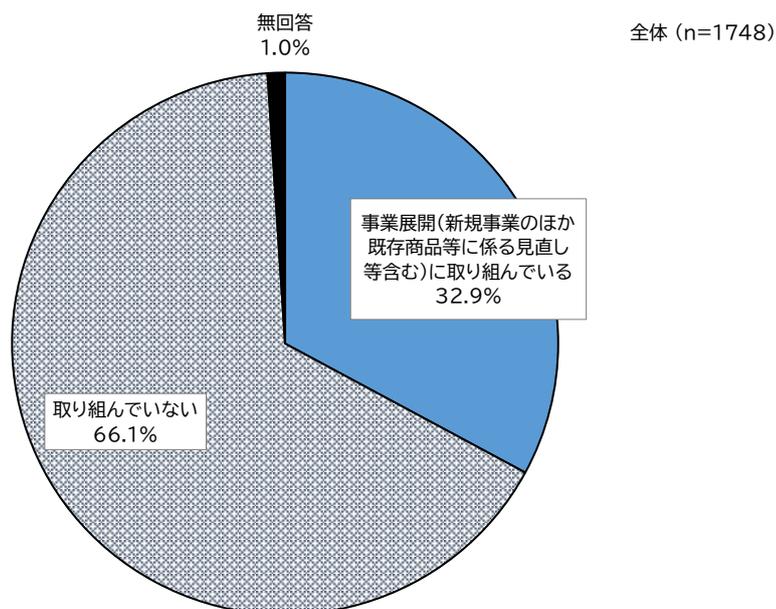
## 6 今後の事業展開に向けた取組について

### 【概要】

- ・ 新たな事業展開に向けて、32.9%の企業が何らかの取組を進めている。その内容としては、「新商品・サービスの開発・提供」が60%を超えており、最も多くなっている。
- ・ 取組を進めるうえでの課題として、主に「販路開拓」、「人材の確保」等が挙げられている。

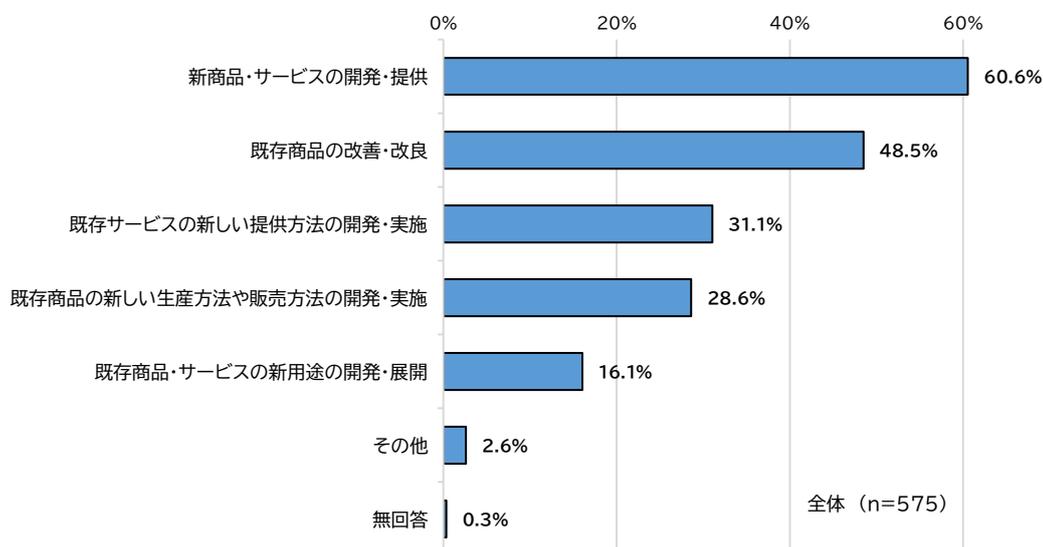
### (1) 事業展開への取組状況

事業展開への取組状況は、「事業展開（新規事業のほか既存商品等に係る見直し等含む）に取り組んでいる」が32.9%、「取り組んでいない」が66.1%である。



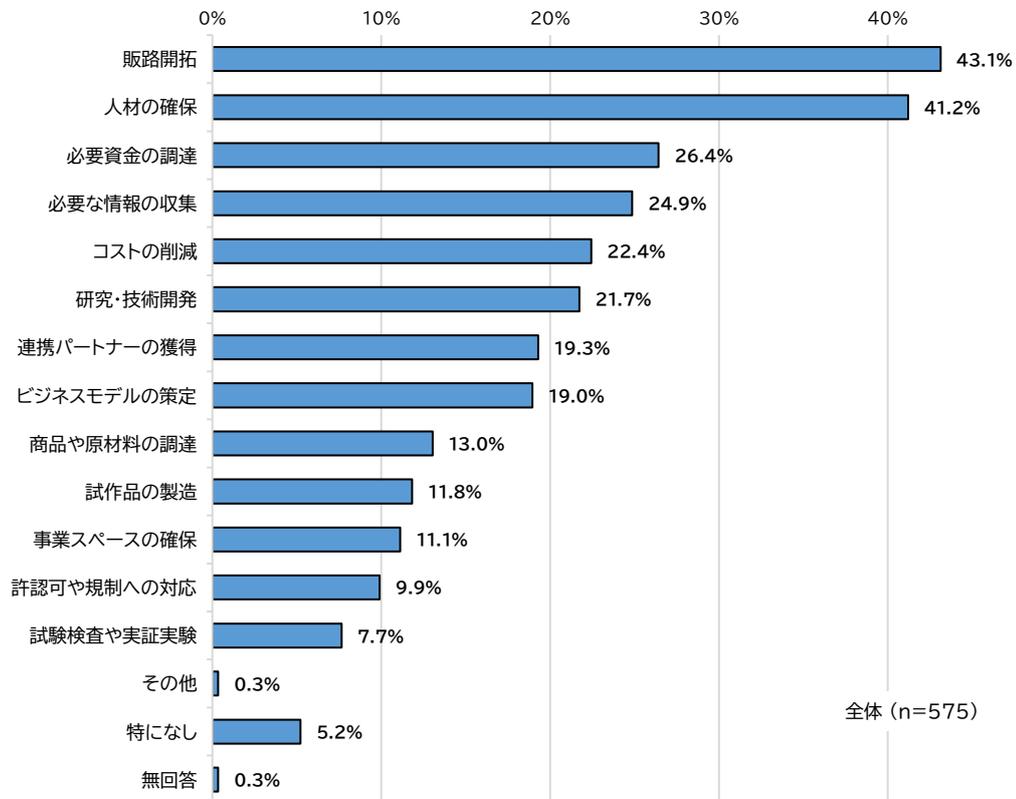
### (2) 事業展開への取組内容

「事業展開（新規事業のほか既存商品等に係る見直し等含む）に取り組んでいる」と回答した企業 575 サンプルについて、事業展開の取組内容は、「新商品・サービスの開発・提供」の割合が60.6%と最も高く、「既存商品の改善・改良」が48.5%と続いている。



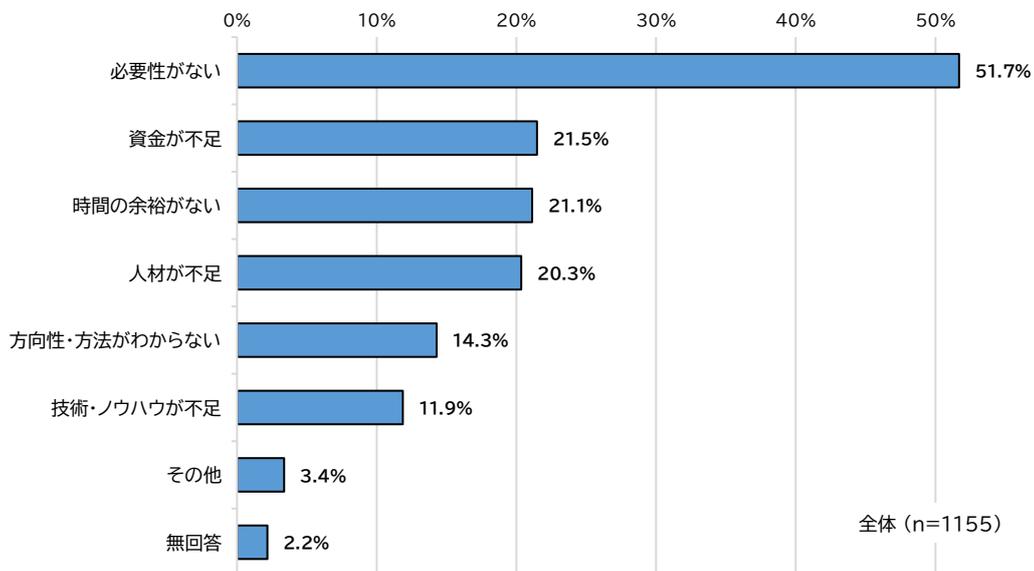
### (3) 取組を進めるうえでの課題

「事業展開（新規事業のほか既存商品等に係る見直し等含む）に取り組んでいる」と回答した企業 575 サンプルについて、取組を進めるうえでの課題は、「販路開拓」（43.1%）、「人材の確保」（41.2%）の2項目で40%を超えており、「必要資金の調達」（26.4%）が続いている。



### (4) 取組を行っていない理由

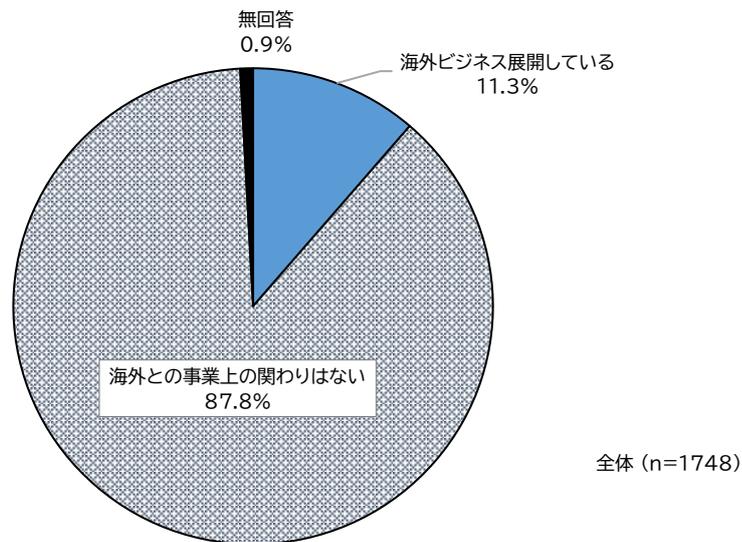
事業展開に向けた取組を行っていない企業 1,155 サンプルについて、取り組んでいない理由は、「必要性がない」が51.7%で最も高い。「資金が不足」(21.5%)、「時間の余裕がない」(21.1%)、「人材が不足」(20.3%)と続いている。



## 7 海外ビジネス展開について

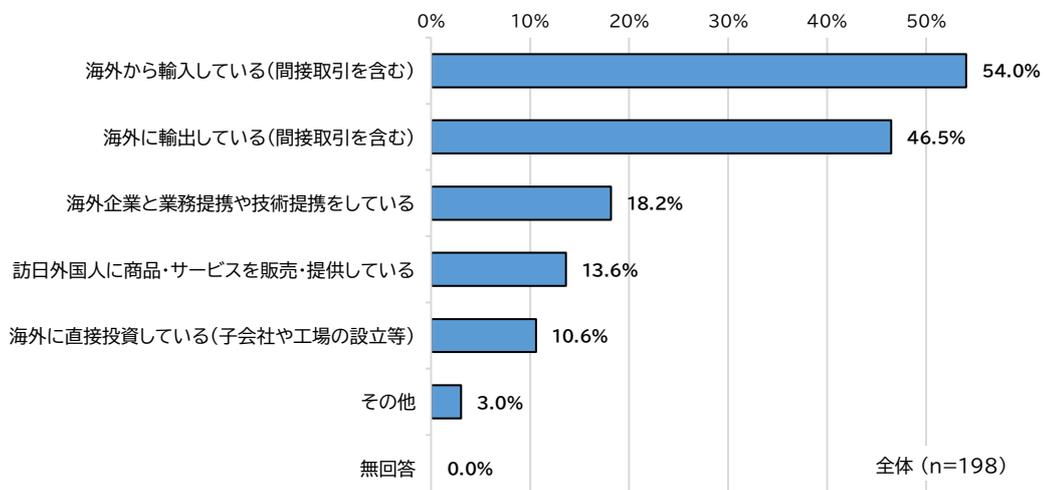
### 【概要】

- ・ 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 11.3%、「海外との事業上の関わりはない」が 87.8%であり、その内容としては、「海外から輸入している（間接取引を含む）」が最も高い。
- ・ 海外ビジネス展開への今後の姿勢は、「海外ビジネスを展開する予定はない」が 80%を超えており、現在の状況と同様の傾向である。
- ・ 海外ビジネス展開について、全体として特定エリアへの関心は薄いですが、関心のあるエリアがある企業では、「東南アジア」「東アジア」への関心が高く、具体的な国名にも「ベトナム」「中国」が上位に挙げられている。



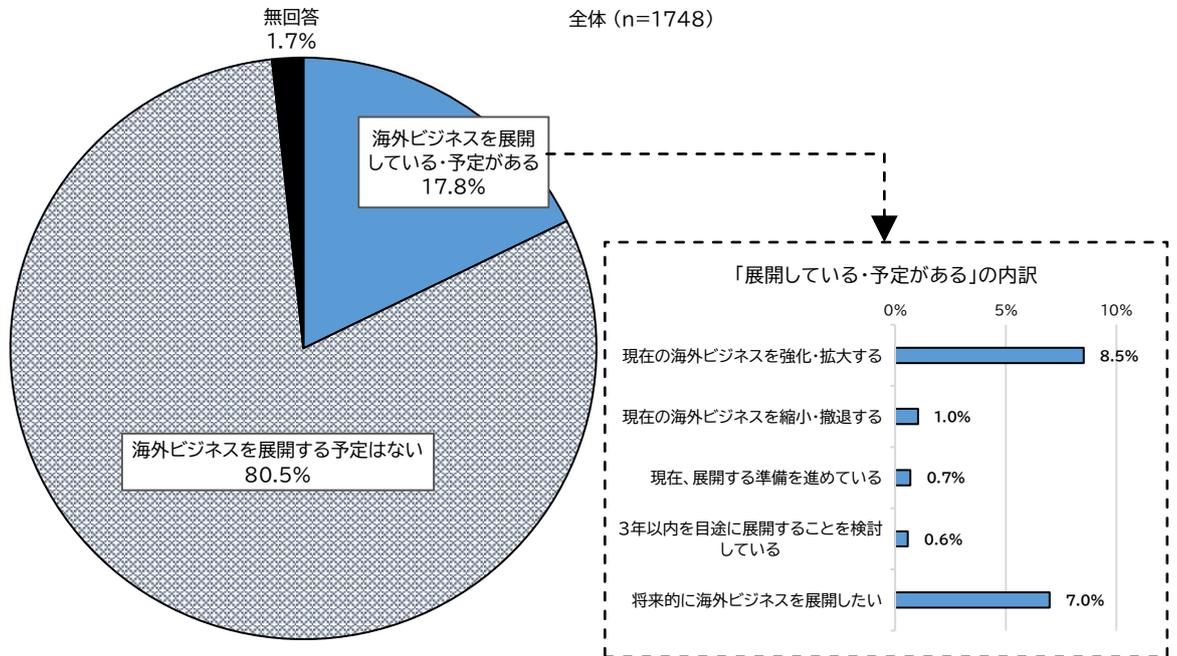
### (1) 海外ビジネス展開の状況

海外ビジネス展開している企業 198 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 54.0%で最も高く、「海外に輸出している（間接取引を含む）」が 46.5%と続いている。



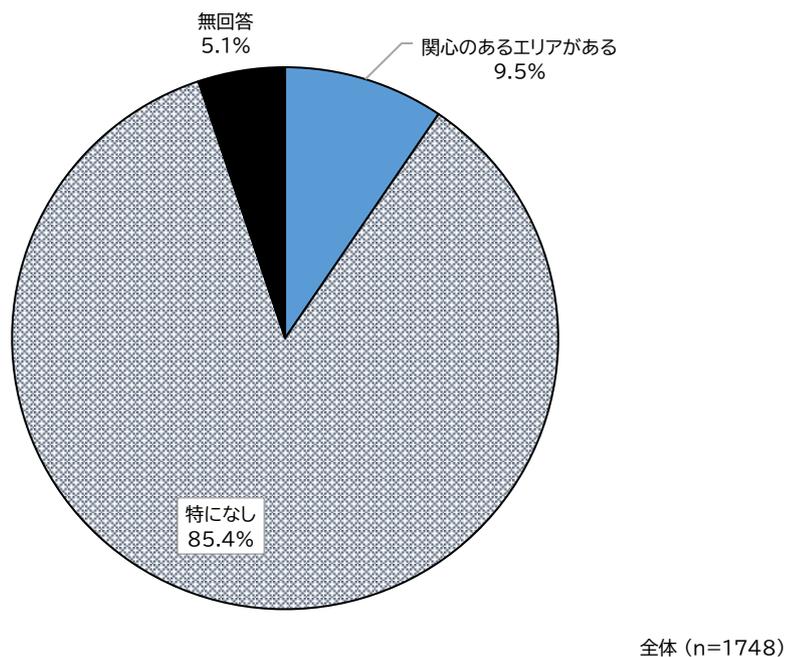
## (2) 海外ビジネス展開への今後の姿勢

海外ビジネスの展開への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80.5%である。海外ビジネスを展開している・予定がある企業17.8%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8.3%である。



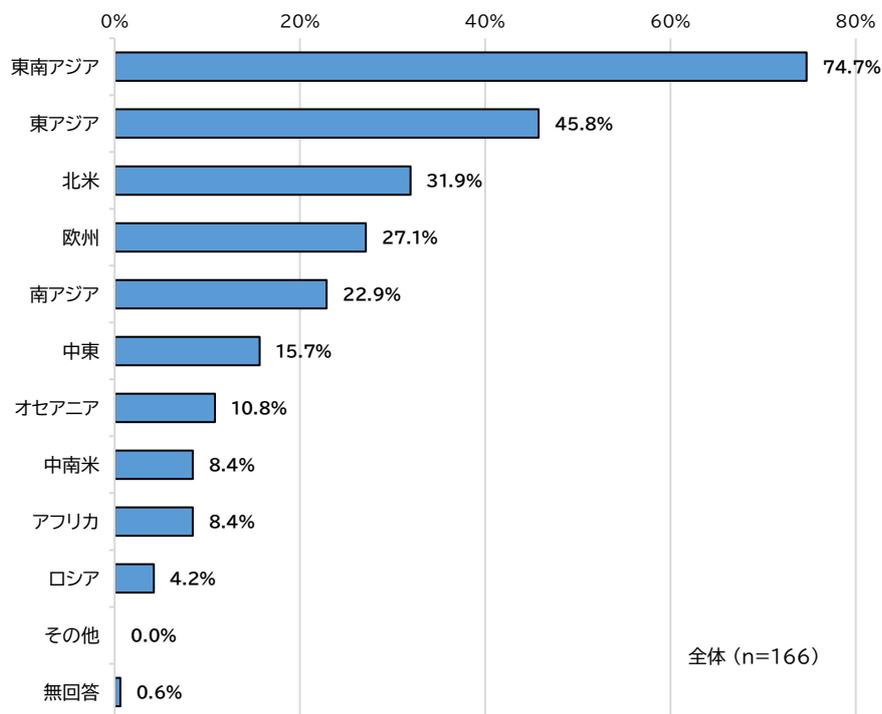
## (3) 海外ビジネスの展開において今後関心のあるエリアの有無

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9.5%である。



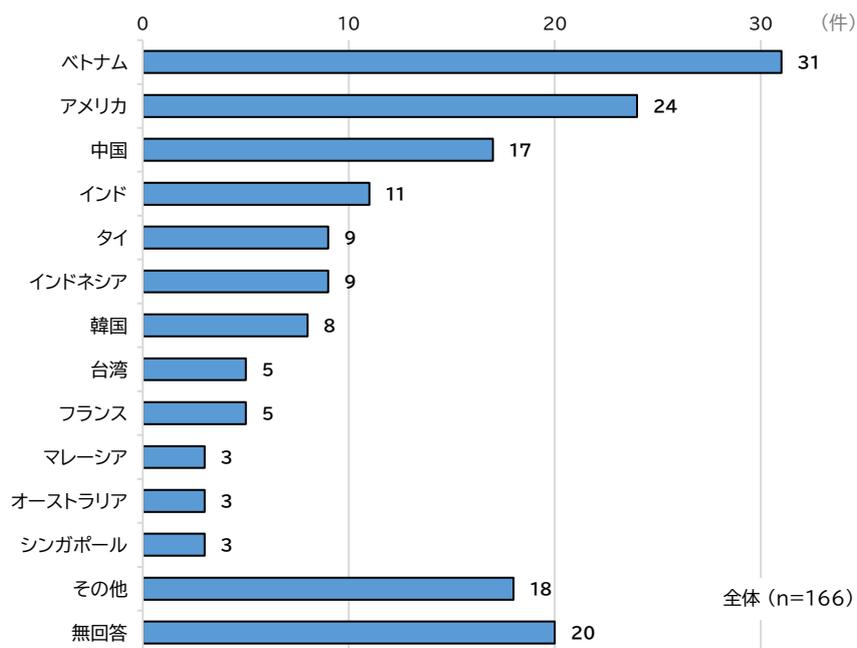
#### (4) 海外ビジネスの展開における今後関心のあるエリア

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 166 サンプルの関心のあるエリアは「東南アジア」の割合が74.7%で最も高く、「東アジア」が45.8%、「北米」が31.9%、「欧州」が27.1%が続いている。



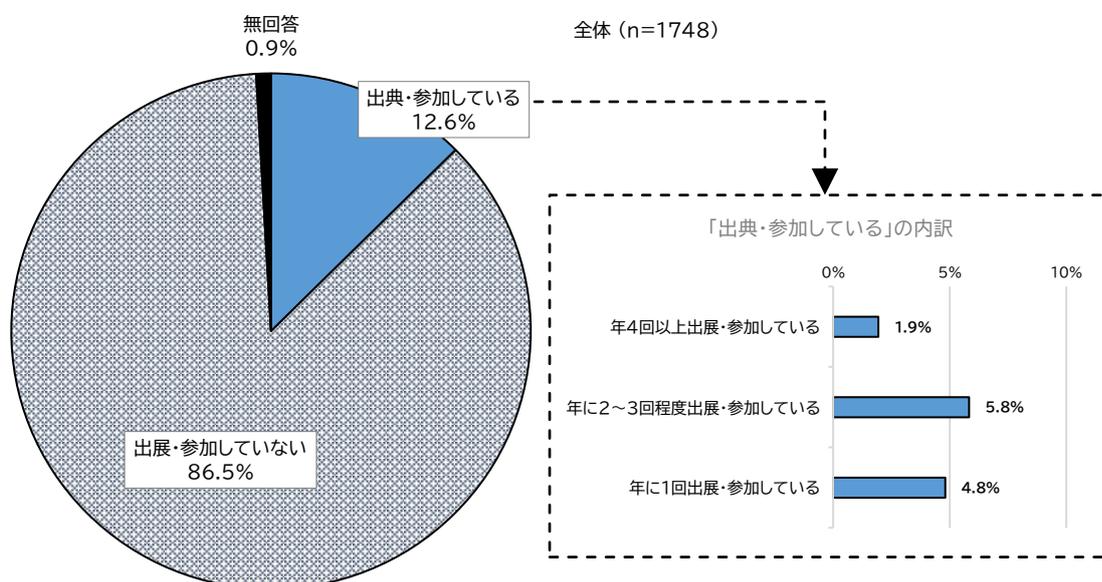
#### (5) 具体的な国名を1つ入力してください。

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



## 8 展示会や商談会への参加等について

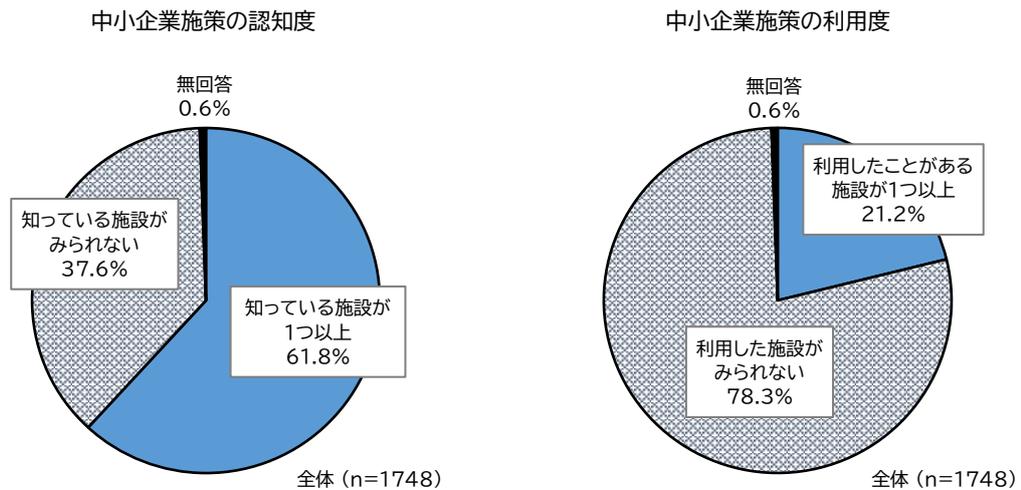
展示会や商談会への参加状況を見ると、「出展・参加していない」が86.5%で、「出展・参加している」割合は12.6%である。出展・参加している企業の頻度をみると、「年4回以上」が1.9%、「年2～3回」が5.8%、「年1回」が4.8%である。



## 9 大阪市の中小企業支援について

### 【概要】

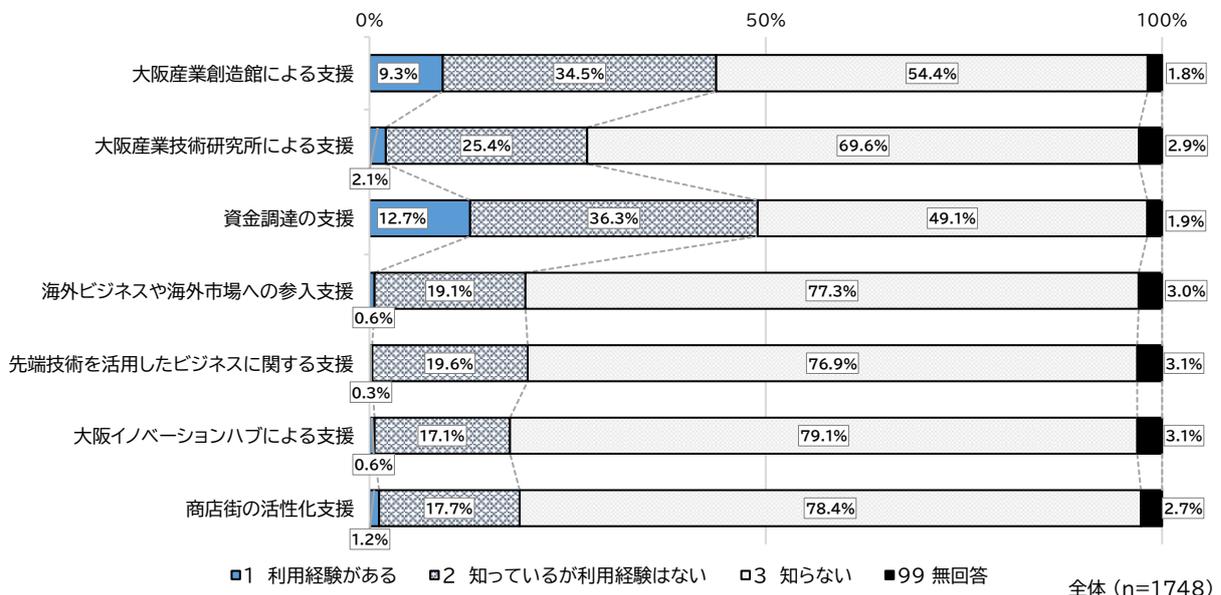
- ・ 大阪府が実施している中小企業施策（7施策）について、61.8%がいずれかの施策を認知しており、そのうち21.2%が利用したことがあると回答している。各施策別にみると、「資金調達の支援」、「大阪産業創造館による支援」の利用度、認知度が高い。
- ・ 大阪府が実施している中小企業施策で「役に立った（大変役に立った+ある程度役に立った）」との評価を得ているものとして、「資金調達の支援」は77.9%、「大阪産業創造館の支援」は61.7%となっている。
- ・ 大阪府が実施している中小企業施策を認知しているが利用経験がない企業のうち、36.1%が人的、時間的な制約をあげている。



### (1) 大阪府が実施している中小企業施策の利用状況

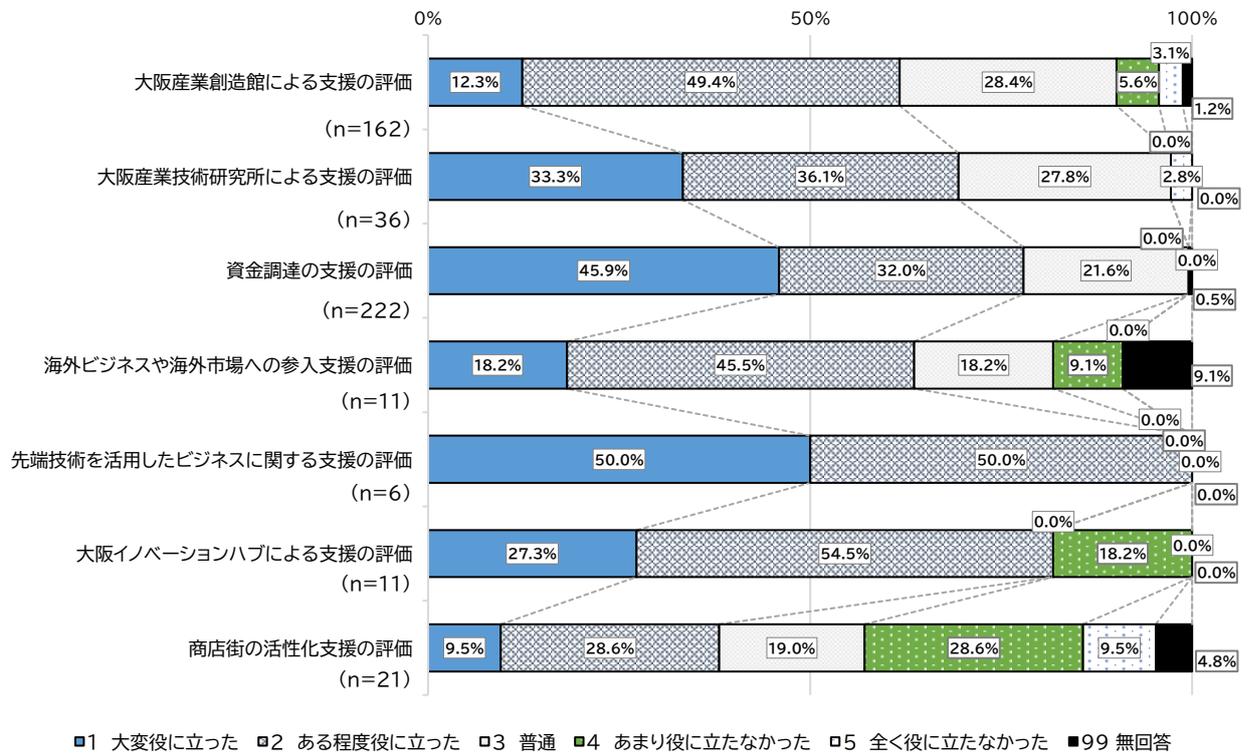
大阪府が実施している中小企業施策（7施策）について、61.8%がいずれかの施策を認知しており、そのうち21.2%が利用したことがあると回答している。

各施策別の利用状況をみると、『資金調達の支援』の「利用経験がある」は12.7%、認知率（「利用経験がある」+「知っているが利用経験はない」）は49.0%となっている。『大阪産業創造館による支援』は利用経験率が9.3%、認知率が43.8%、『大阪産業技術研究所による支援』は利用経験率が2.1%、認知率が27.5%と続いている。



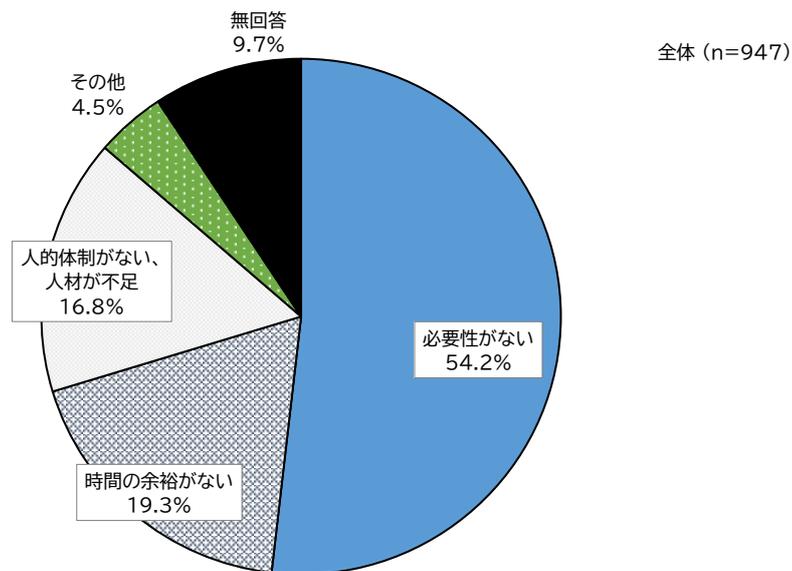
## (2) 大阪市が実施している中小企業施策の評価

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」を合計した役立った割合をみると、『大阪産業創造館による支援』では61.7%、『大阪産業技術研究所による支援』では69.4%、『資金調達の支援』では77.9%となっている。



## (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 947 サンプルのうち、中小企業支援施策の利用していない理由は、「必要性がない」が 54.2%と過半数を占める。「時間の余裕がない」(19.3%) 「人的体制がない、人材が不足」(16.8%)、などの理由も 36.1%みられる。



## 10 中小企業支援施策に関するご意見・ご要望

中小企業支援施策への意見等（自由記述）として回答のあった全 176 件のうち、中小企業支援施策に関する要望が 80.1%（141 件）と多数を占めた。内訳は資金繰り支援に関するものが 14.2%（20 件）で最も多く、現行の支援施策や手続きの簡略化に関するものが 13.5%（19 件）、支援情報の発信強化に関するものが 12.8%（18 件）、人材確保・育成支援に関するものが 9.2%（13 件）、システム導入等支援（AI・DX 等）に関するものが 7.8%（11 件）と続いている。主な要望は次のとおりである。

1	大阪市が実施している中小企業支援施策の活動内容について、具体例をもとに、活発に情報発信してほしい。
2	知らないことが多すぎる。もっと支援等を知らせてほしい。
3	支援を受けたいが、条件や手続きが複雑になっているため、もっと利用しやすい制度であれば嬉しい。
4	どんな支援策があるのか、また、その支援策を仮に受けた場合の効果もよくわからない。
5	人材不足の解消へ向けた取り組みがあればありがたい。
6	イノベーションやDX等々に取り組むには人と資金を必要とする。営業利益が年々減少しているため、人と資金に関する支援と、気軽に相談できる窓口が必要だと思う。
7	人材の確保が今般の賃金高騰で難しくなっている。事業継承又は事業閉鎖について相談窓口があればよい。
8	補助金や助成金等の資金支援を充実してほしい。
9	資金調達の支援の継続と拡充を希望する。
10	中小零細企業に対する融資制度の拡充を希望する。
11	物価高なので支援を手厚くしてほしい。
12	どのような支援が的確なのか、判断つきかねている。減税が一番ありがたいのでは。
13	市場商店街の活性化に専門家を派遣していただき、具体的な方策を構築したい。またそれを実行するにあたり資金調達の支援も受けたい。それと関連する企業との折衝にも積極的に関わっていただきたい。
14	大企業の100%子会社の100%子会社であるため、ほとんど支援を受けることができない。
15	賃上げムードで上げられない中小企業への支援を充実させてほしい。今後、倒産・廃業が増加すると懸念している。
16	マイドーム大阪で開催されている「大阪勧業展」のようなイベントをもっと実施していただきたい。去年は出展したが、今年は応募社数も多く出展できていない。去年出展したときは感触もよく、出展社も、来場者も満足できた展示会だったので、同様のイベントを開催していただければと思う。
17	AIを含めた技術革新をどの様に提案し、利便性の向上や新規事業を開拓できるのかを示していただきたい。
18	弊社のDX化や事業展開を行うにあたっての手法を指導してほしい。
19	中小企業支援施策とあるが、個人事業者にも、もっと目を向けてもらいたい。
20	もっと公共工事が必要だと思う。

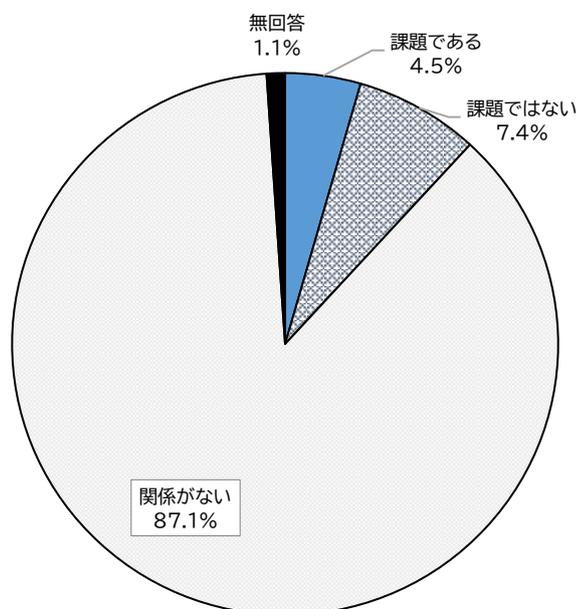
## 1.1 インバウンド（訪日外国人観光客）への対応等について

### 【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4.5%で、その対応として主に「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6.5%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。

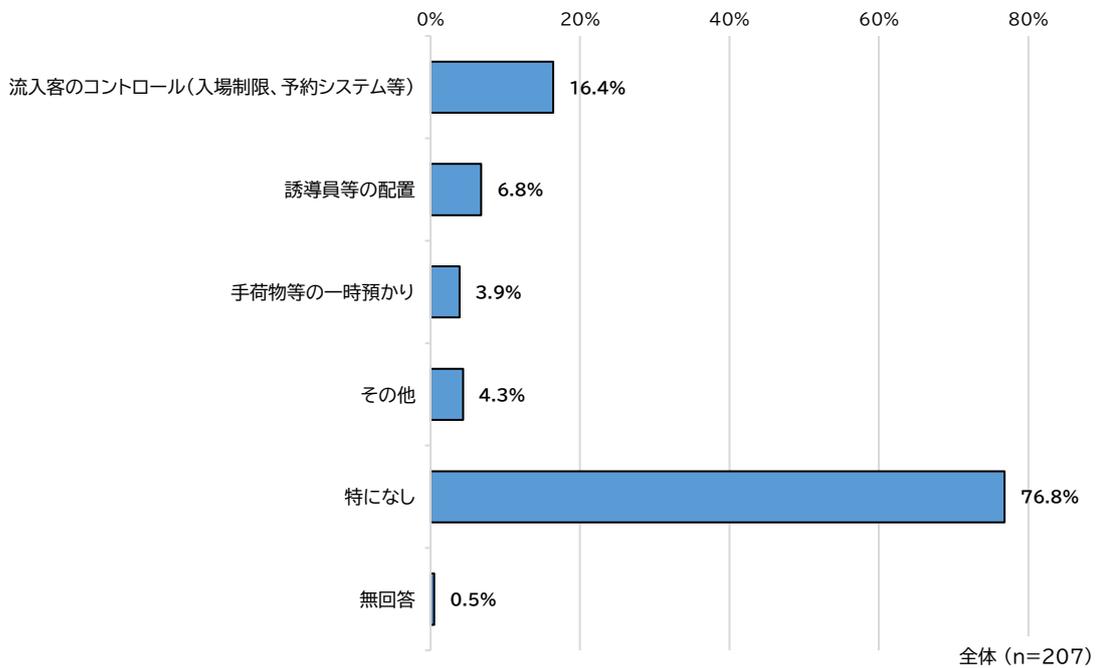
### (1) 「施設内の混雑」に関する課題認識

「施設内の混雑」について「関係がない」（87.1%）、「無回答」（1.1%）を除いた11.9%のうち、「課題である」の割合が4.5%、「課題ではない」が7.4%である



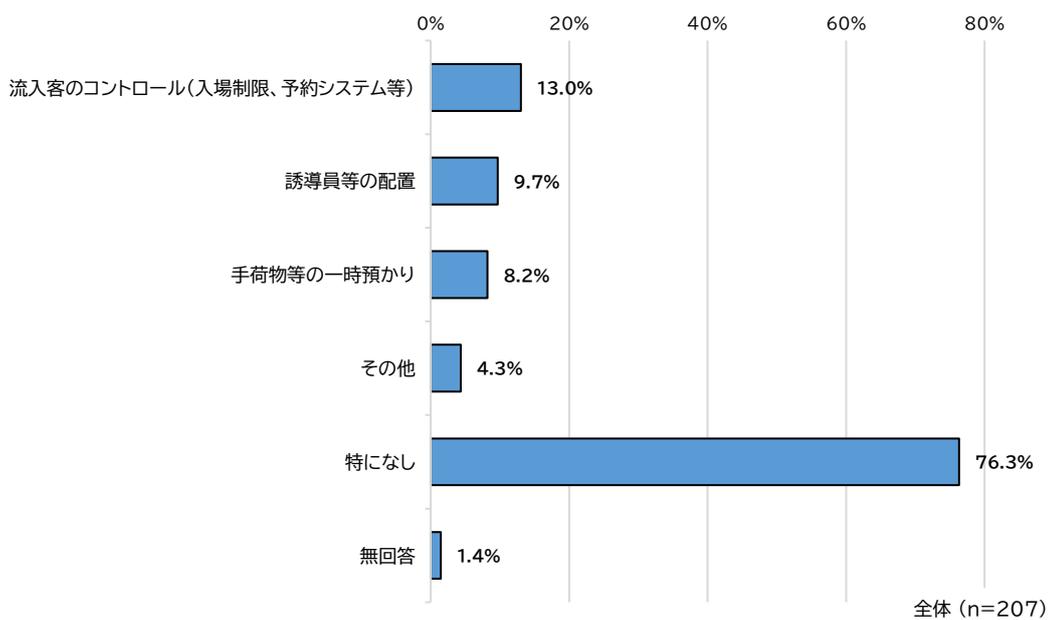
## (2) 「施設内の混雑」について取り組んでいる内容

インバウンド（訪日外国人観光客）への対応に関係がある 207 サンプルのうち、「施設内の混雑」に対して取り組んでいる内容は、「特になし」（76.8%）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16.4%で最も高い。



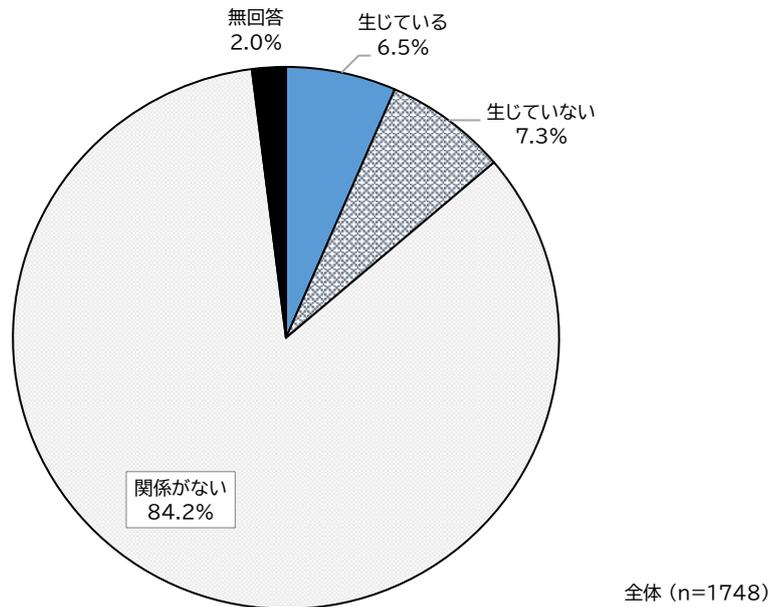
## (3) 取り組みたいが取り組めていないこと

インバウンド（訪日外国人観光客）への対応に関係がある 207 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」（76.3%）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13.0%で最も高い。



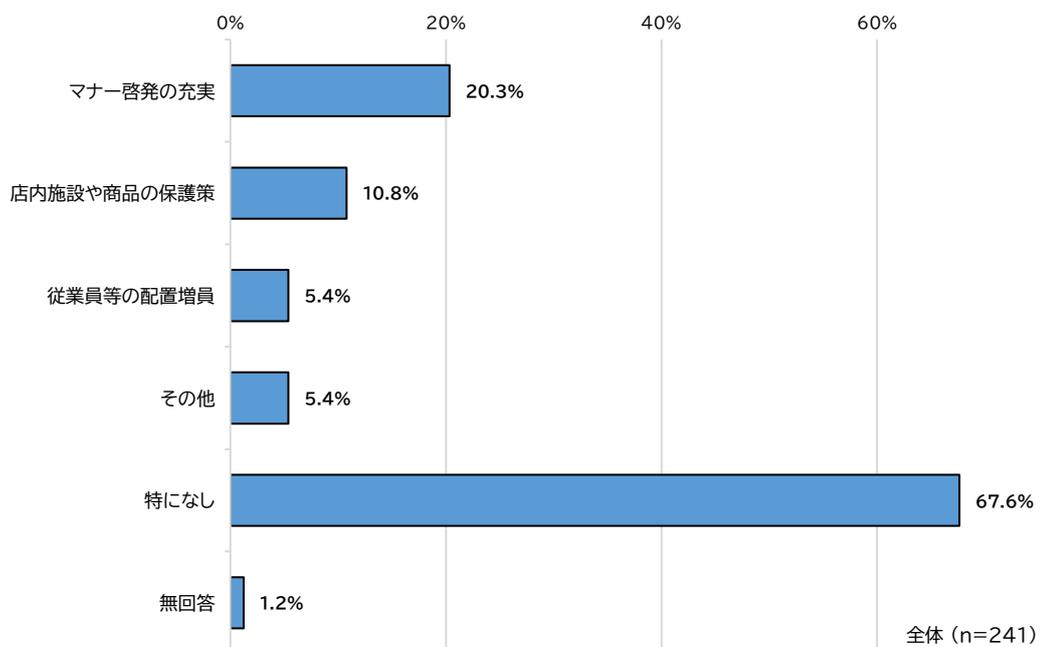
#### (4) 「マナー意識の違いによるトラブル」の発生状況

「マナー意識の違いによるトラブル」について「関係がない」(84.2%)、「無回答」(2.0%)を除いた13.8%のうち、「生じている」が6.5%、「生じていない」が7.3%である。



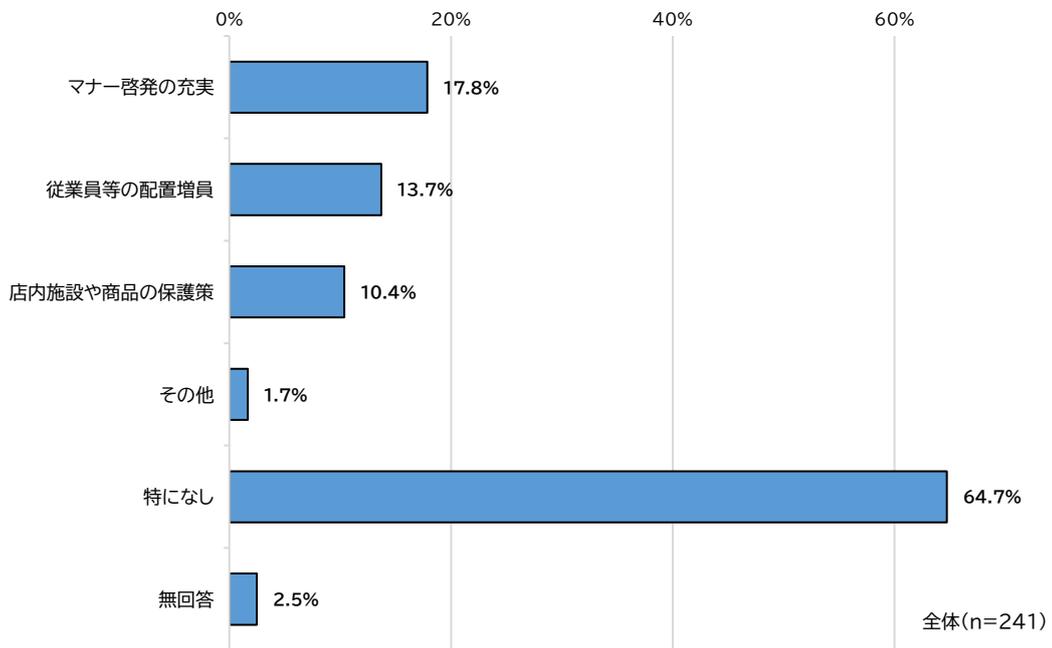
#### (5) 「マナー意識の違いによるトラブル」について取り組んでいる内容

「マナー意識の違いによるトラブル」に関係がある 241 サンプルのうち、取り組んでいる内容は、「特になし」(67.6%)を除くと、「マナー啓発の充実」の割合が20.3%で最も高く、「店内施設や商品の保護策」が10.8%で続いている。



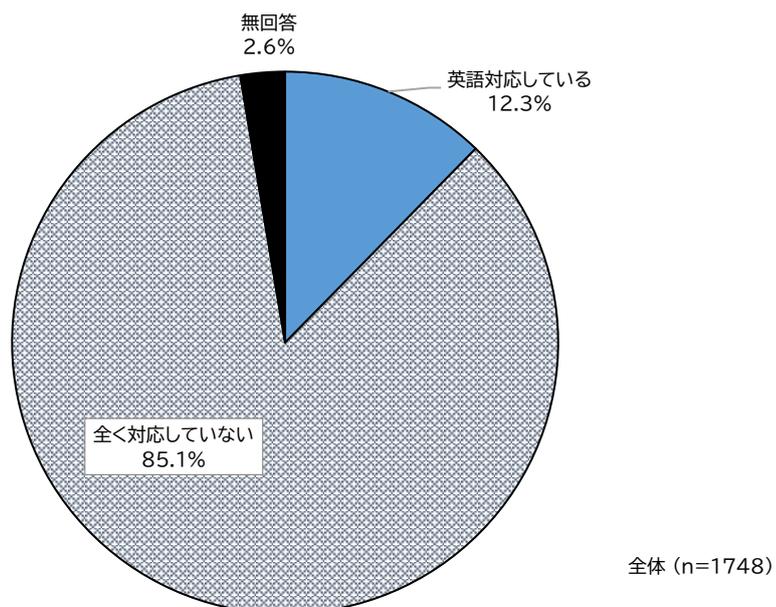
## (6) 取り組みたいが取り組めていないこと

「マナー意識の違いによるトラブル」に関係がある企業 241 サンプルのうち、取り組みたいが取り組めていないことは、「特になし」(64.7%)を除くと、「マナー啓発の充実」が17.8%で最も高く、「従業員の配置増員」が13.7%が続いている。



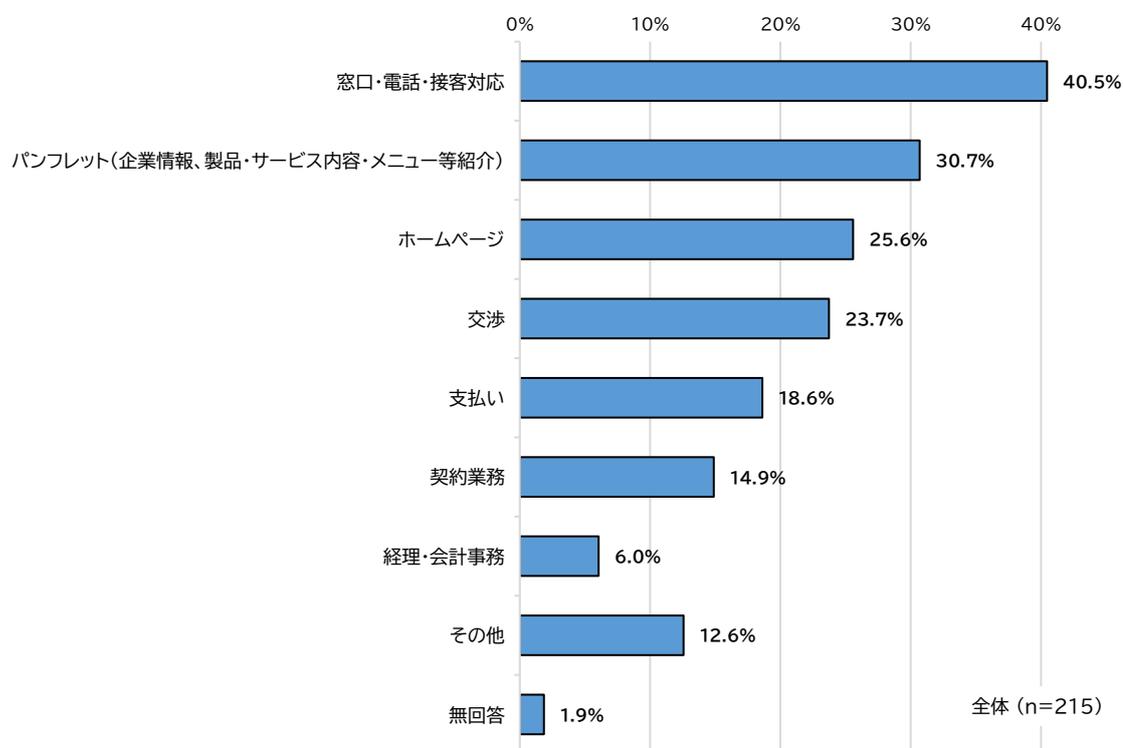
## (7) 英語対応の状況

英語対応の状況を見ると、「英語対応している」の割合は12.3%、「全く対応していない」が85.1%である。



## (8) 既に英語対応したもの

英語対応をしている企業 215 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 40.5%で最も高く、「パンフレット」が 30.7%、「ホームページ」が 25.6%、「交渉」が 23.7%で続いている。



## 1 2 企業概要別の実績変化

### 【概要】

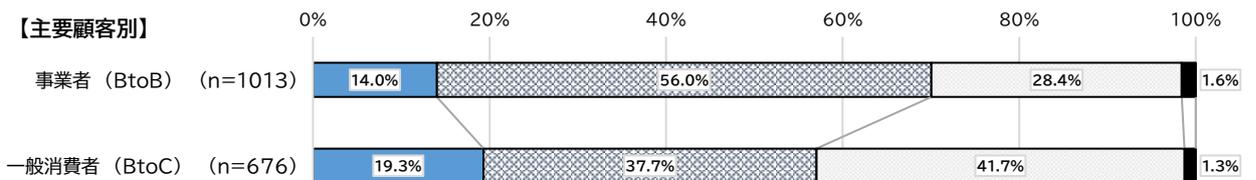
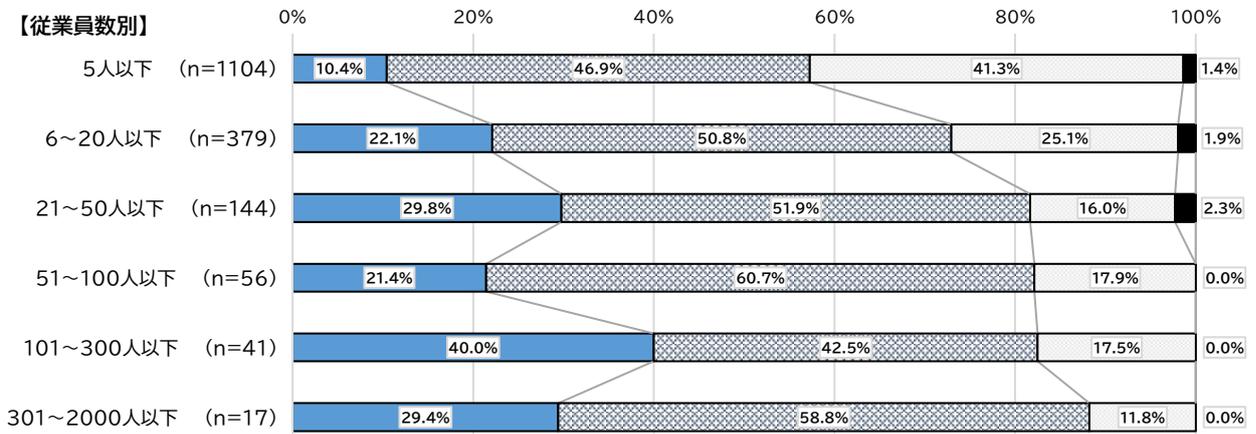
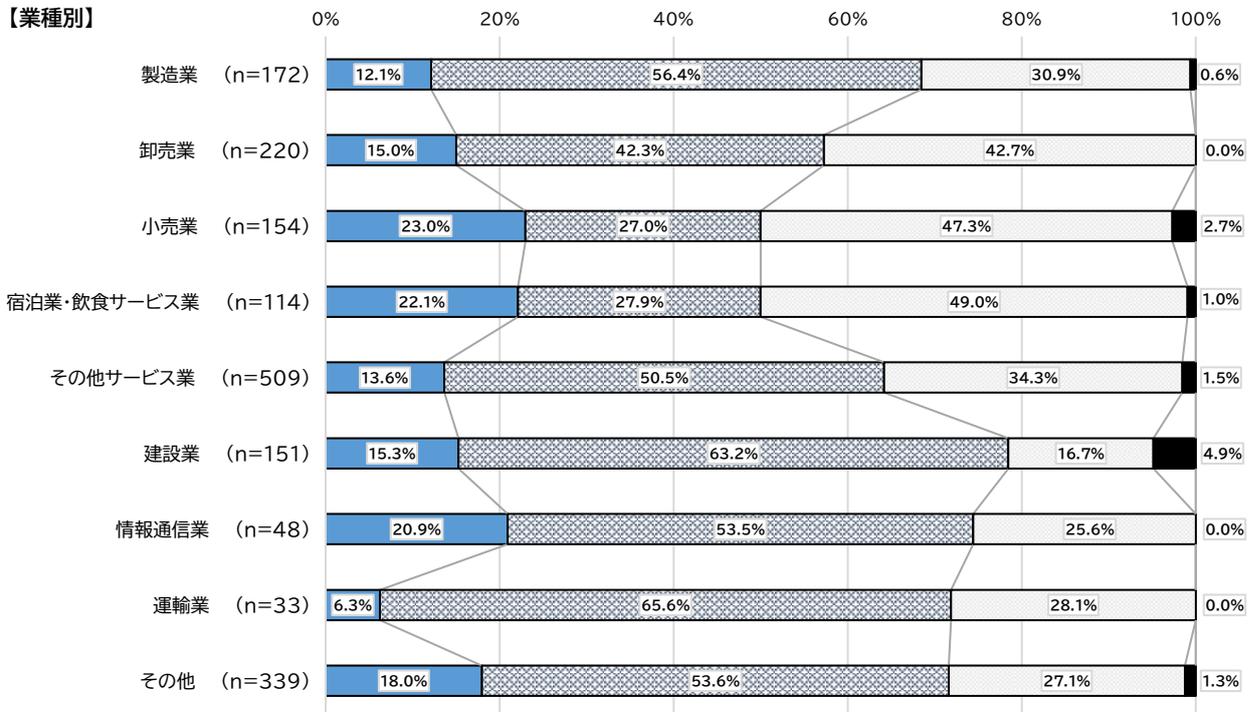
- ・ 業種別に実績変化をみると、顧客数はすべての業種で、売上高及び営業利益は建設業及び情報通信業以外の業種で、「減少（計）」が「増加（計）」より高くなっている。特に「減少（計）」が高いのは、顧客数では宿泊業・飲食サービス業、小売業で、売上高および営業利益では宿泊業・飲食サービス業、運輸業、小売業となっている。従業員数の変化については、運輸業以外のすべての業種で「横ばい」が過半数を超えている。
- ・ 従業員数別にみると、顧客数と売上高に関しては、概ね従業員数が少なくなるほど「減少（計）」の割合が高くなっている。また、営業利益は、5人以下及び6～20人以下を除くすべての区分で、「増加（計）」が「減少（計）」より高く、従業者数は5人以下の区分のみ「減少（計）」が「増加（計）」より高くなっており、従業員数の小規模な企業の厳しい経営状況が見てとれる。
- ・ 主要顧客別にみると、顧客数、売上高、営業利益、従業員数とも、事業者（BtoB）、一般消費者（BtoC）のいずれにおいても「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、業種では卸売業、宿泊業・飲食サービス業、小売業で、従業員別では101～300人以下の企業で、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・飲食サービス業が49.0%で最も高く、小売業が47.3%、卸売業が42.7%と続いている。

従業員数別にみると、概ね従業員数が少ない事業者ほど「減少」の割合が高い傾向がある。主要顧客別にみると、一般消費者（BtoC）で「減少」の割合が41.7%と高い。



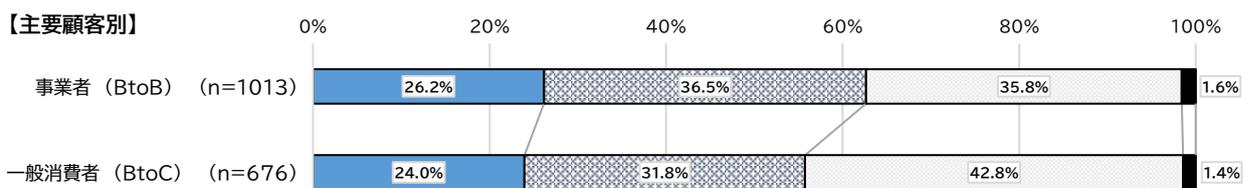
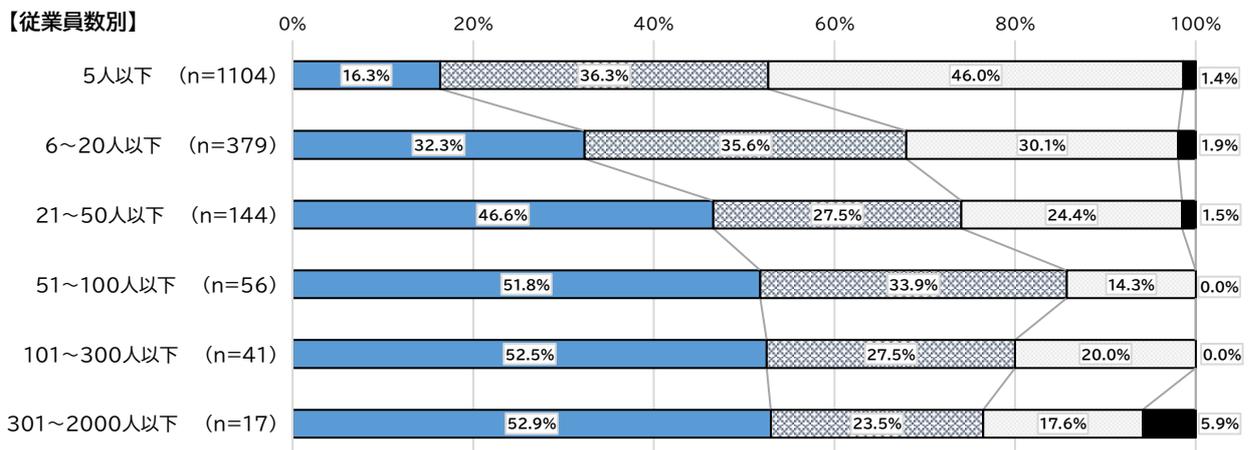
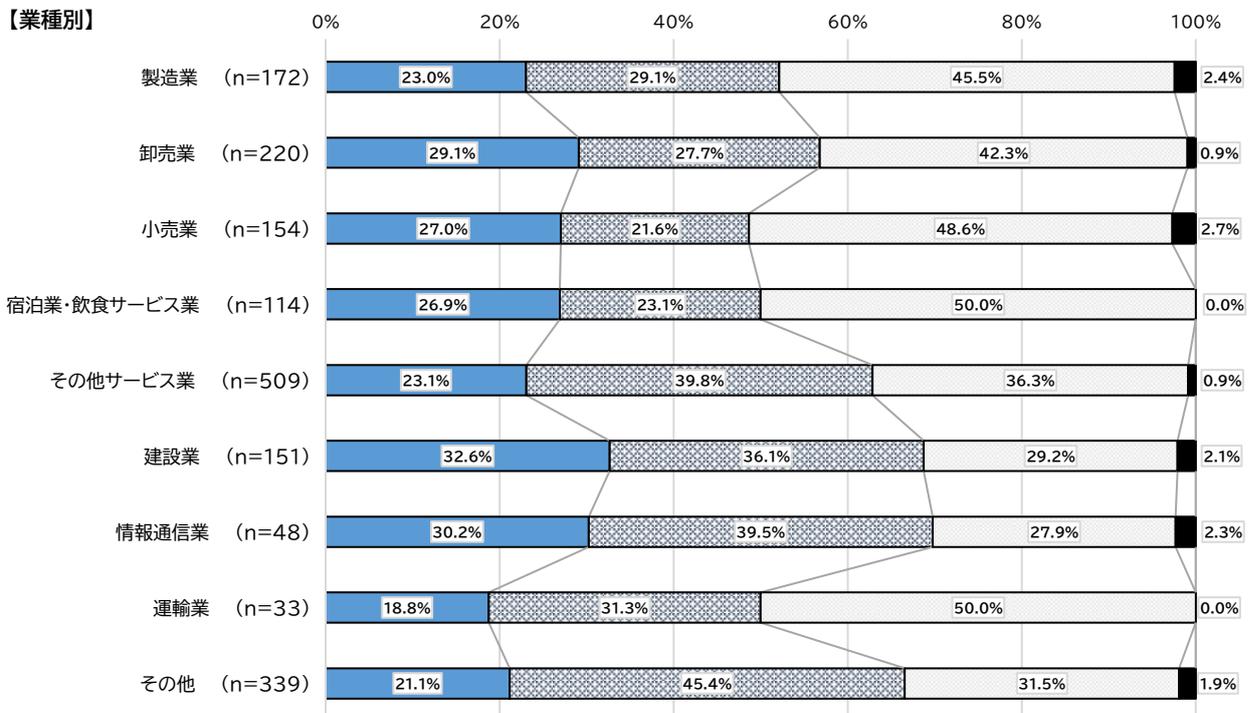
■増加 □横ばい □減少 ■無回答

## (2) 売上高の変化

売上高の変化を業種別にみると、建設業及び情報通信業以外のすべての業種で、減少計（減少+大幅に減少）が増加計（大幅に増加+増加）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、運輸業で50%となっている。

従業員数別にみると、概ね従業員数が少なくなるほど減少計の割合が高い傾向がある。

主要顧客別にみると、減少計の割合は一般消費者（BtoC）が42.8%と、事業者（BtoB）（35.8%）に比べて高い。



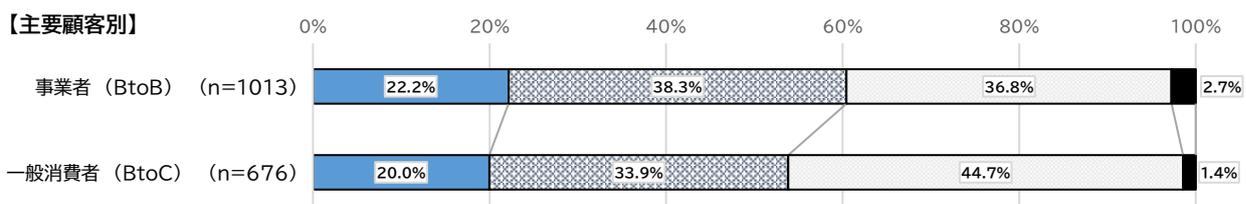
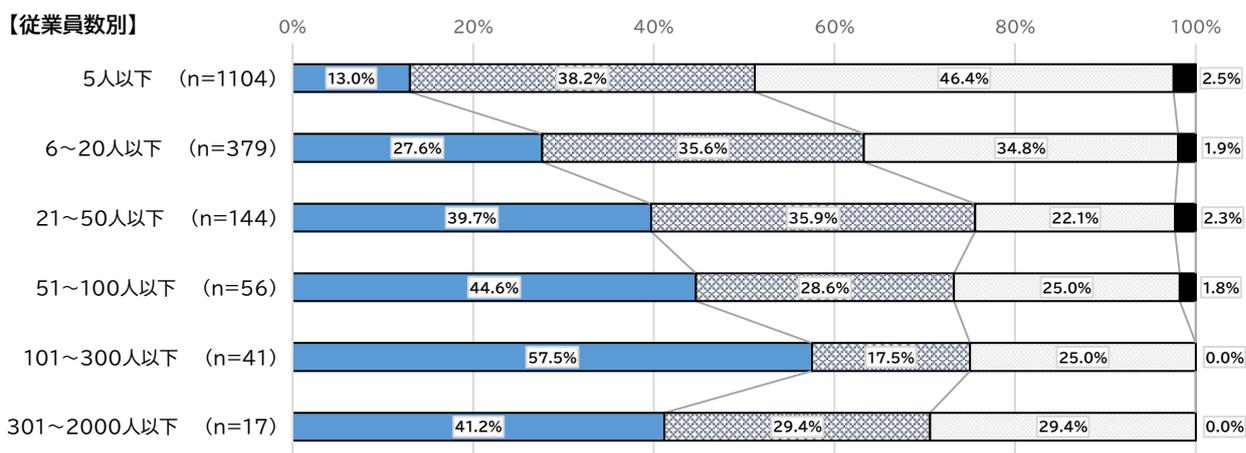
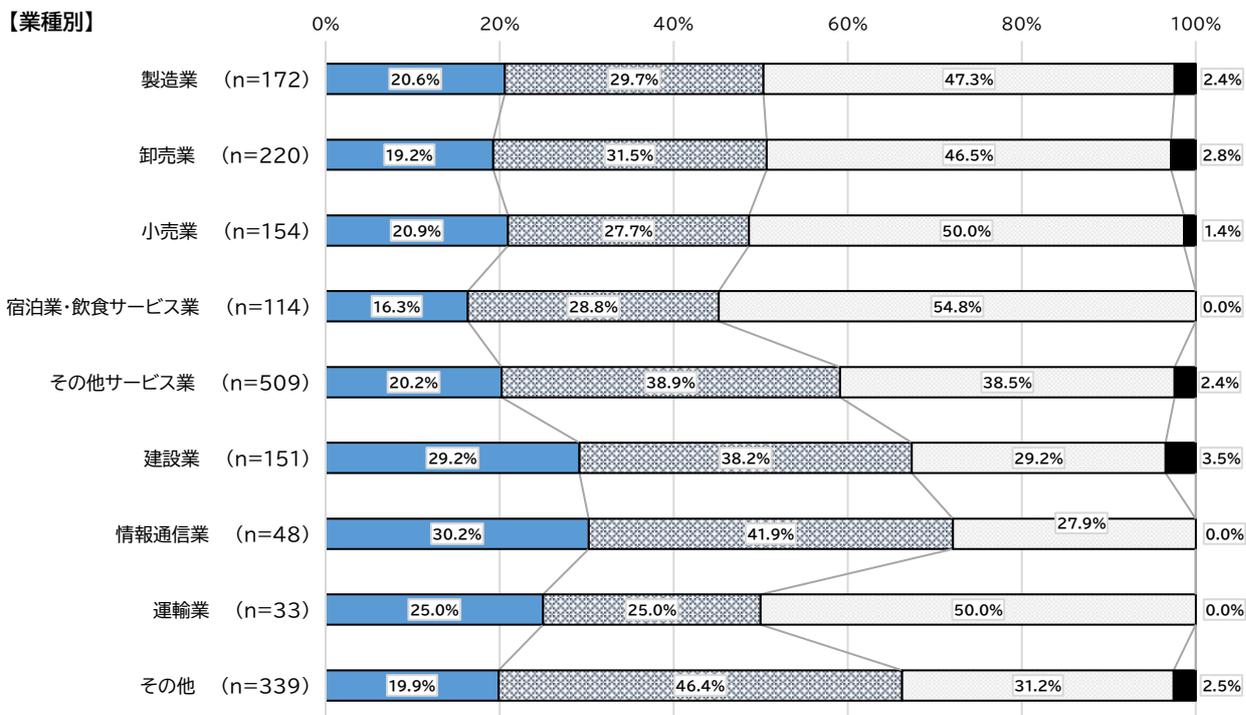
■ 大幅に増加 + 増加    ▨ 横ばい    □ 減少 + 大幅に減少    ■ 無回答

### (3) 営業利益の変化

営業利益の変化を業種別にみると、建設業及び情報通信業以外のすべての業種で、減少計（減少＋大幅に減少）が増加計（大幅に増加＋増加）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、運輸業で50%を超えている。

従業員数別にみると、5人以下及び6～20人以下を除くすべての区分で、増加計が減少計より高くなっており、101～300人以下では増加計が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44.7%、事業者（BtoB）が36.8%となっている。



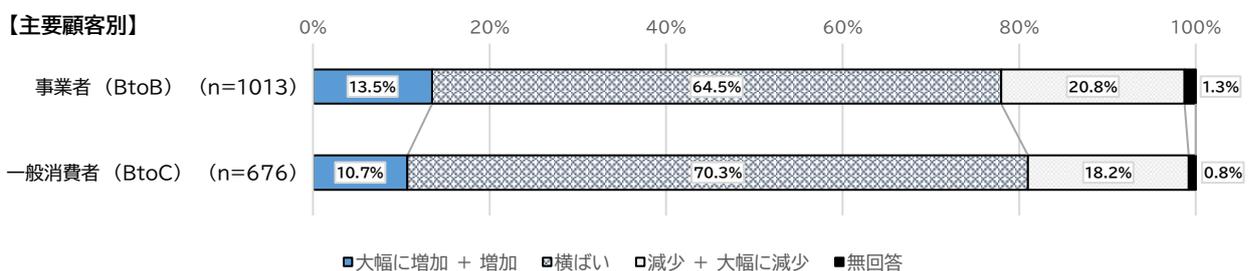
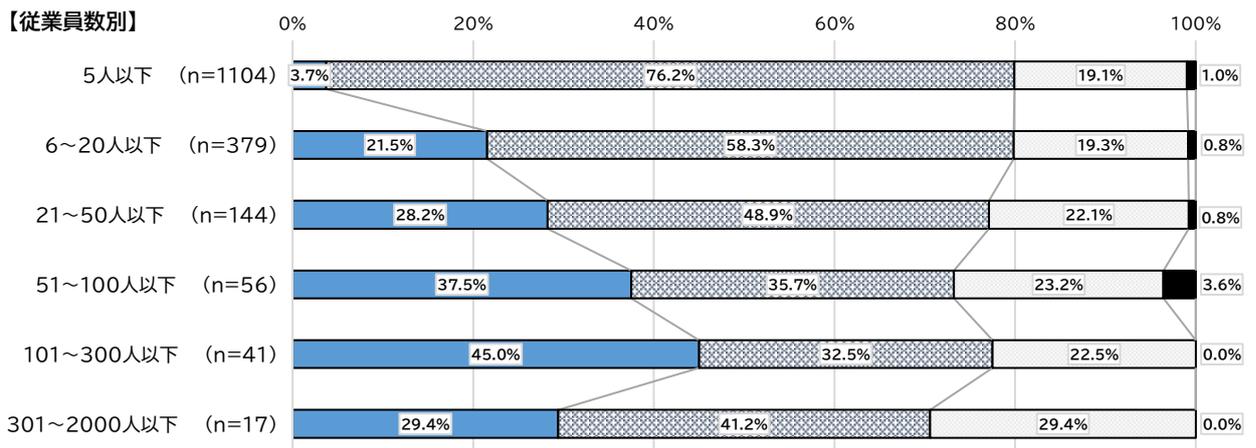
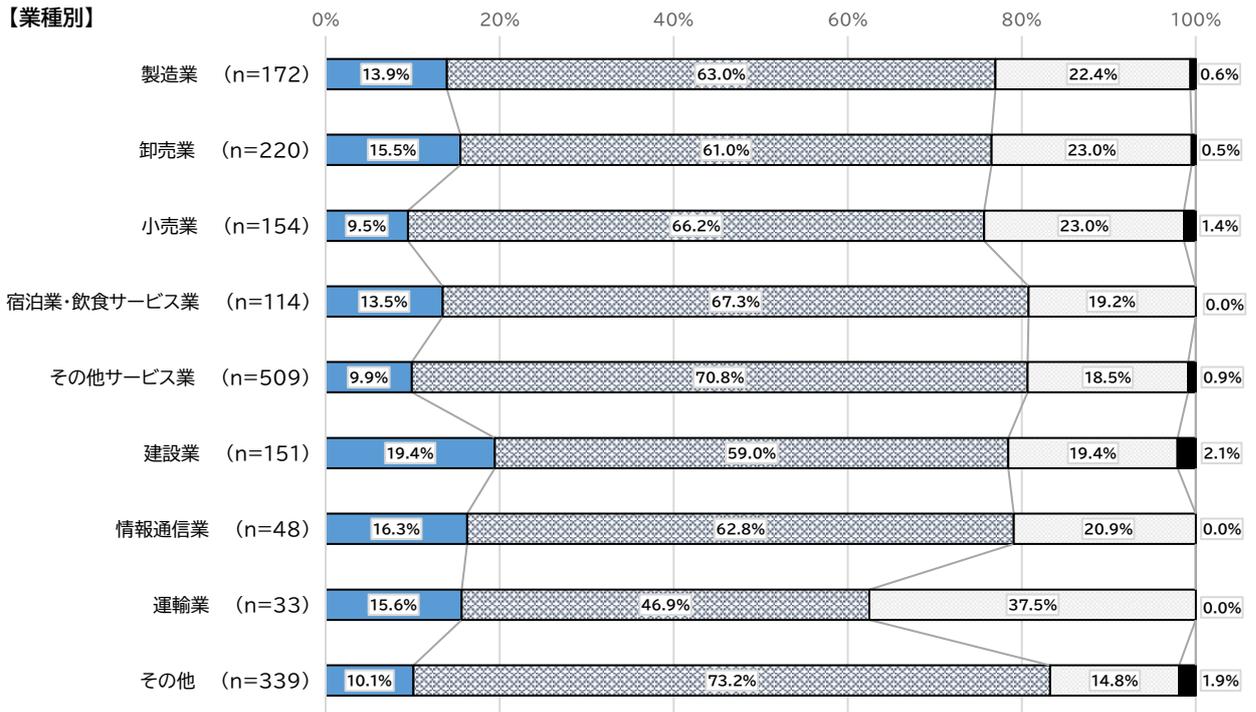
■大幅に増加 + 増加 □横ばい □減少 + 大幅に減少 ■無回答

#### (4) 従業者数の変化

従業員数の変化を業種別にみると、運輸業以外のすべての業種で「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、建設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。

従業員数別にみると、5人以下及び301~2,000人以下を除くすべての区分で増加計が減少計より高くなっている。増加計は101~300人以下の企業で45.0%、51~100人以下で37.5%と比較的高めである。

主要顧客別にみると、増加計、減少計ともに一般消費者（BtoC）に比べて事業者（BtoB）が高めとなっている。

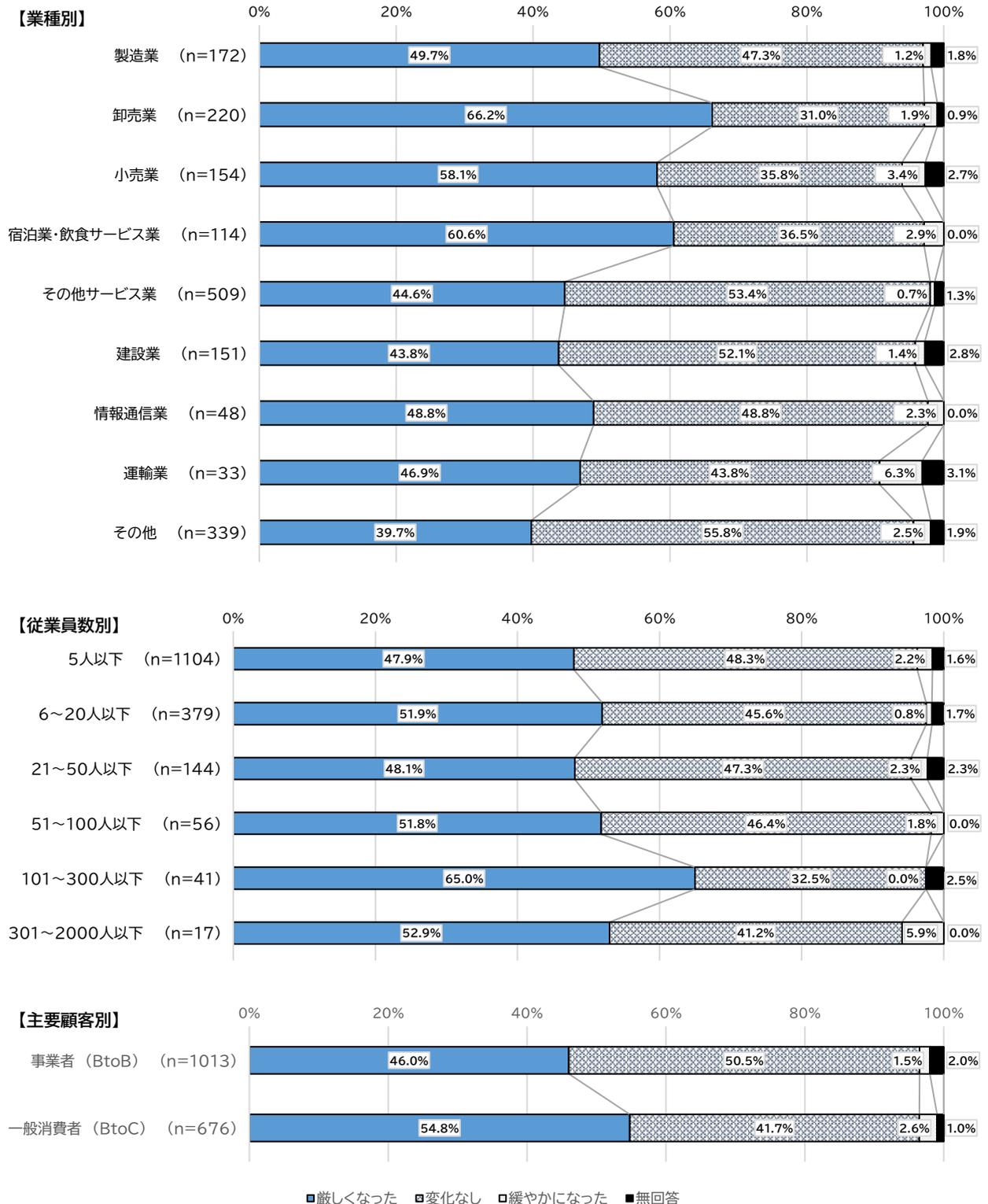


## (5) 販売市場の競争環境の変化

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」の割合は卸売業、宿泊業・飲食サービス業で60%を超えている。一方、その他サービス業及び建設業では「変化なし」が50%を超えている。

従業員数別にみると、101~300人以下の企業で「厳しくなった」の割合が65.0%と、他の層に比べて高い。

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54.8%であり、事業者（BtoB）（46.0%）に比べて高い。



### 1.3 コロナ禍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）」を、『減少』は「減少（5～20%）」または「大幅に減少（20%超）」をさす。

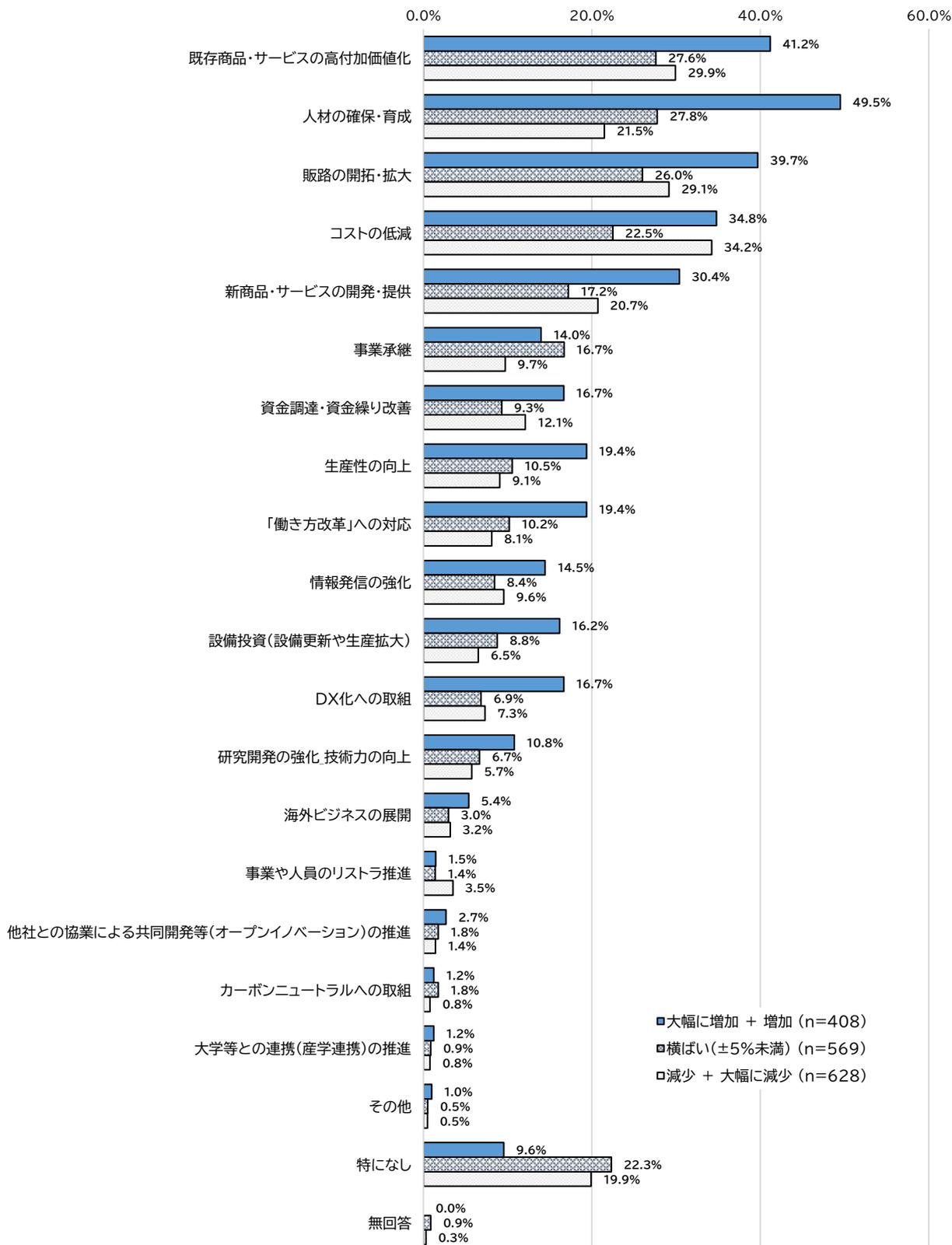
#### 【概要】

- ・ 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「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」が高く、『減少』企業では「事業や人員のリストラ推進」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、「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（間接取引を含む）」の割合が高い。

## (1) 現在取り組んでいる経営上の課題

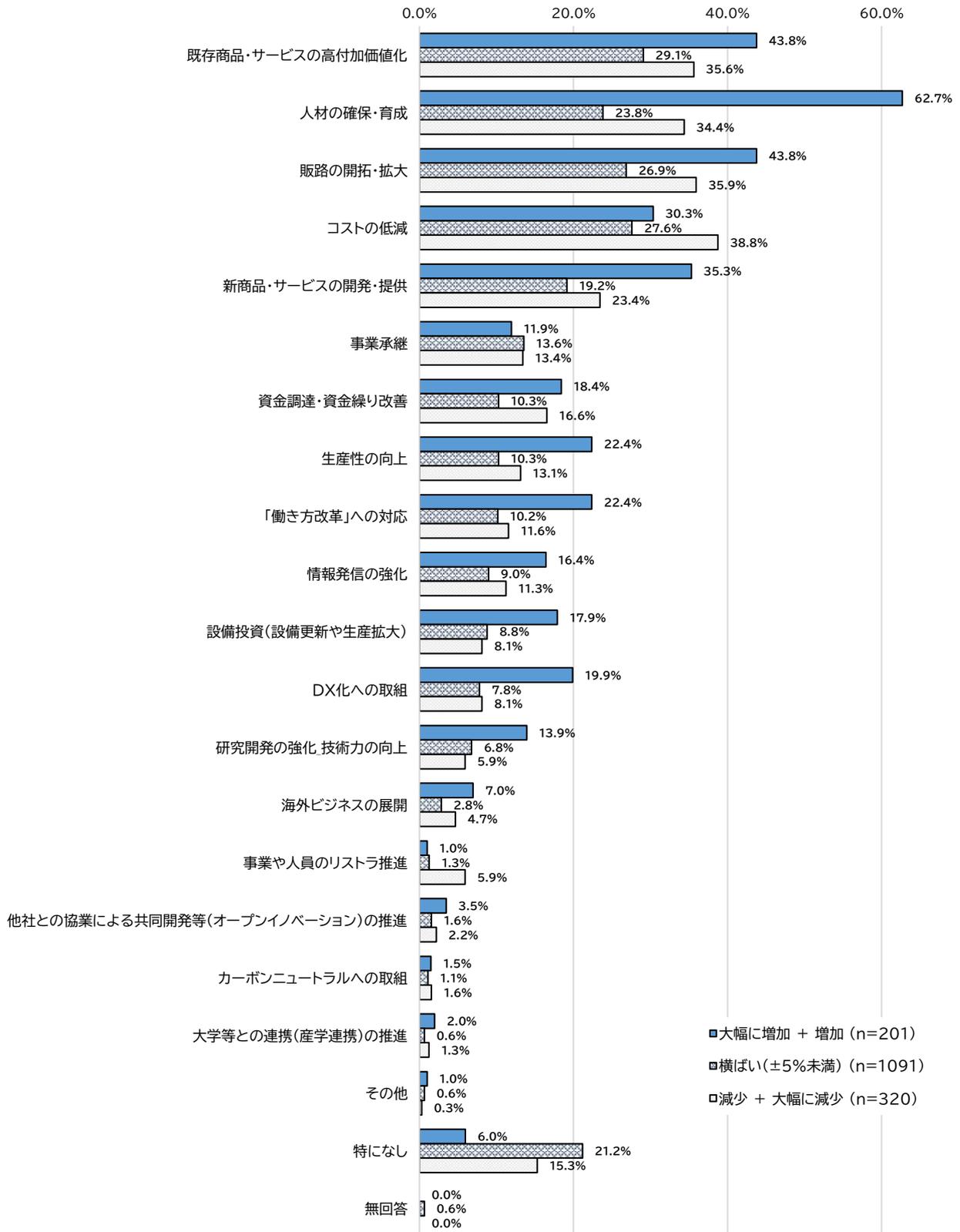
### ■ 売上高変化別

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の割合が横ばいや減少に比べて高いが、「事業や人員のリストラ推進」は減少した企業の割合が高くなっている。



## ■ 従業員数変化別

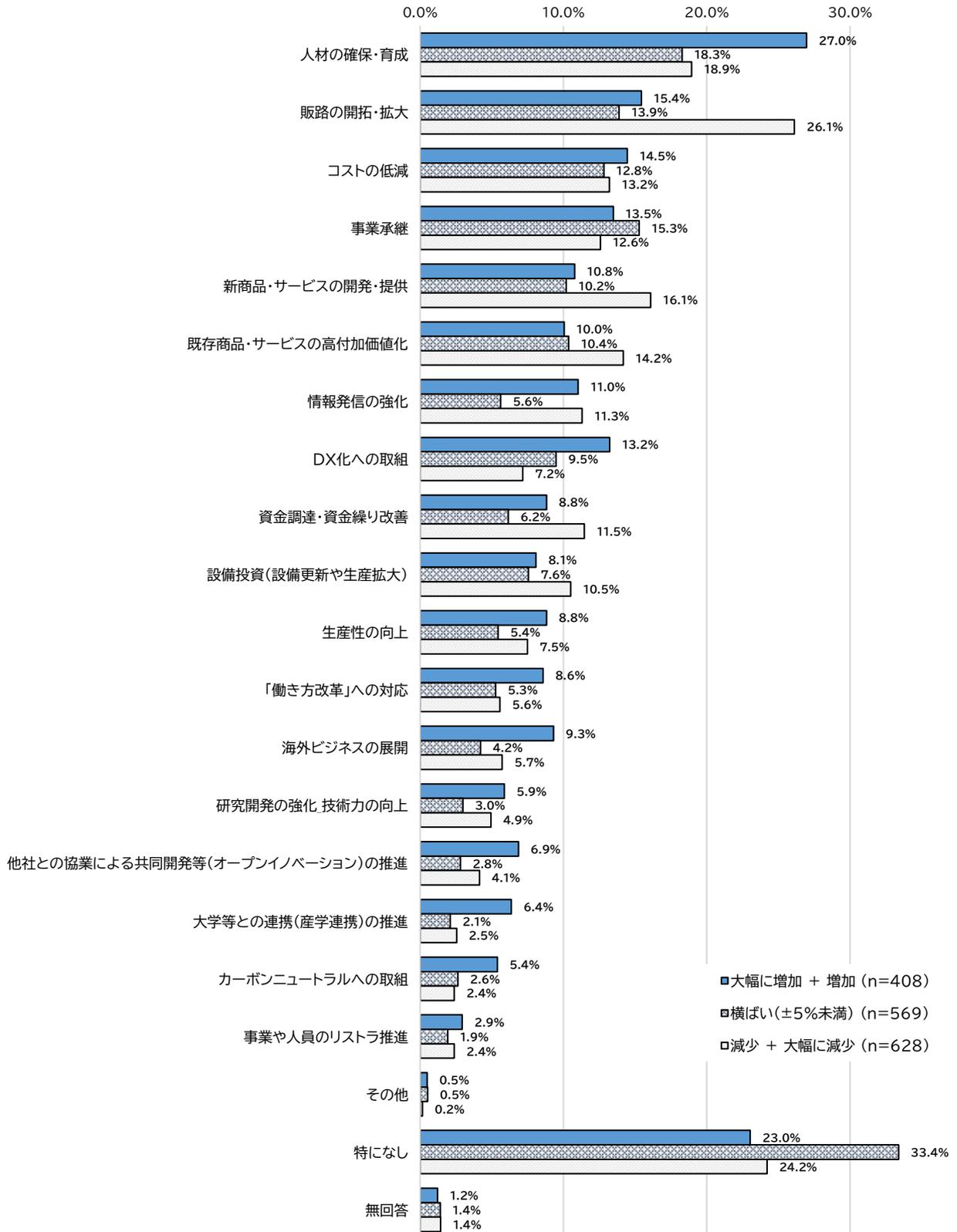
取り組んでいる経営上の課題を従業員数変化別にみると、ほとんどの項目で増加の割合が横ばいや減少に比べて高く、特に「人材の確保・育成」が62.7%と突出しているほか、「新商品・サービスの開発」、「生産性の向上」、「『働き方改革』への対応」、「設備投資（設備更新や生産拡大）」、「DX化への取組」への関心が高い。一方、減少した企業は「コストの低減」、「事業継承」、「事業や人員のリストラ推進」の割合が高めである。



## (2) 取り組みたいが対応できていない経営課題

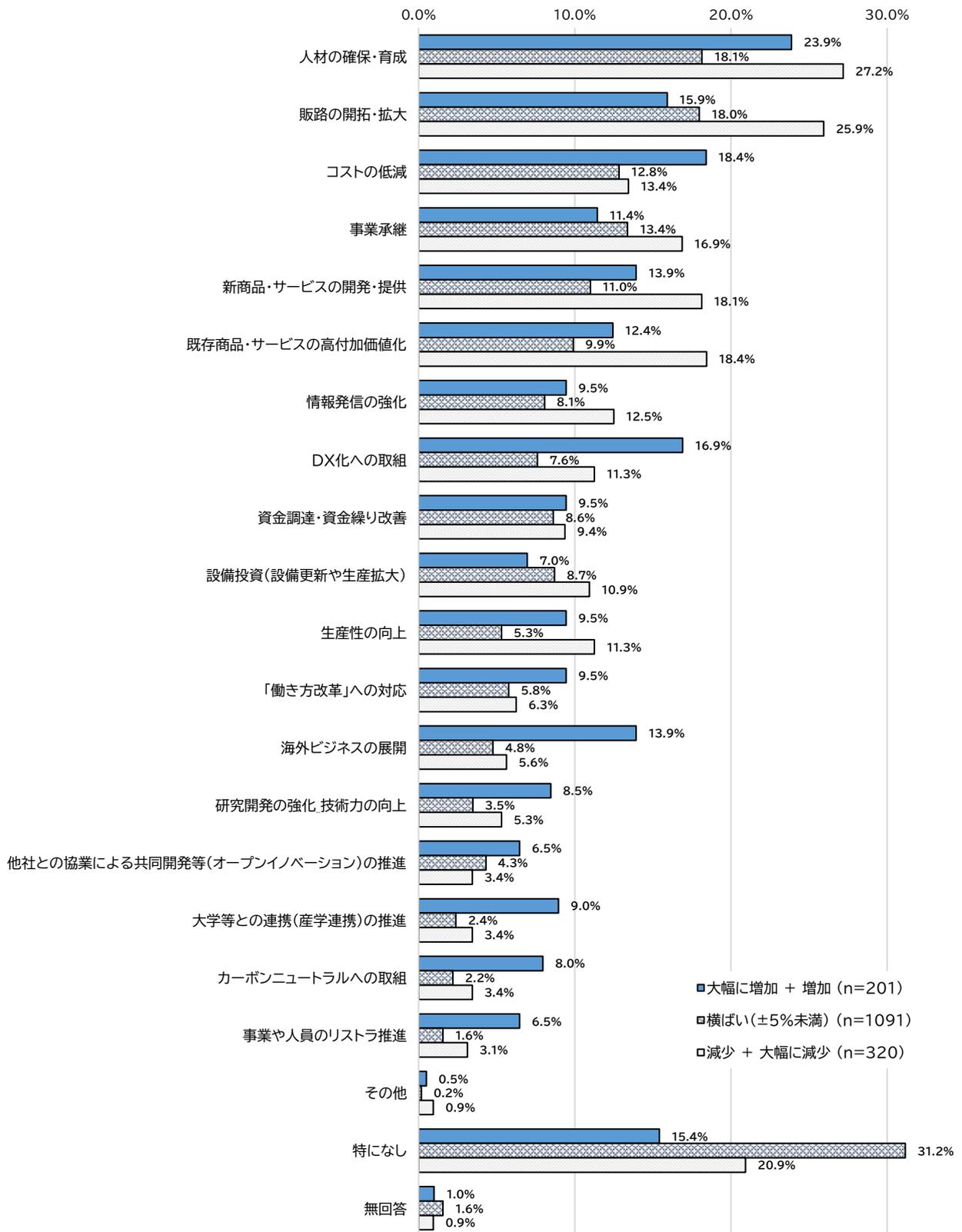
### ■ 売上高変化別

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、増加では「人材の確保・育成」の割合が横ばいや減少を大きく上回っている。減少では「販路の開拓・拡大」の割合が増加や横ばいに比べて高い。



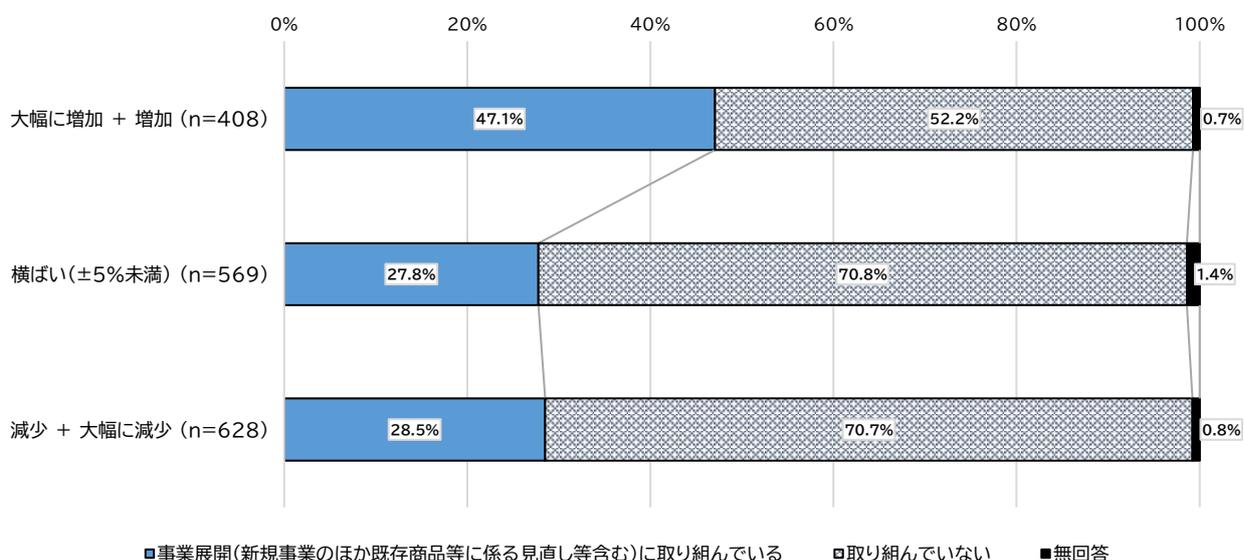
## ■ 従業員数変化別

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、減少ともに高くなっている。増加では「コストの低減」、「DX化への取組」、「海外ビジネス展開」、「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、増加では「事業展開（新規事業のほか既存商品等に係る見直し等含む）に向けて取り組んでいる」が47.1%と、横ばいや減少に比べて高くなっている。

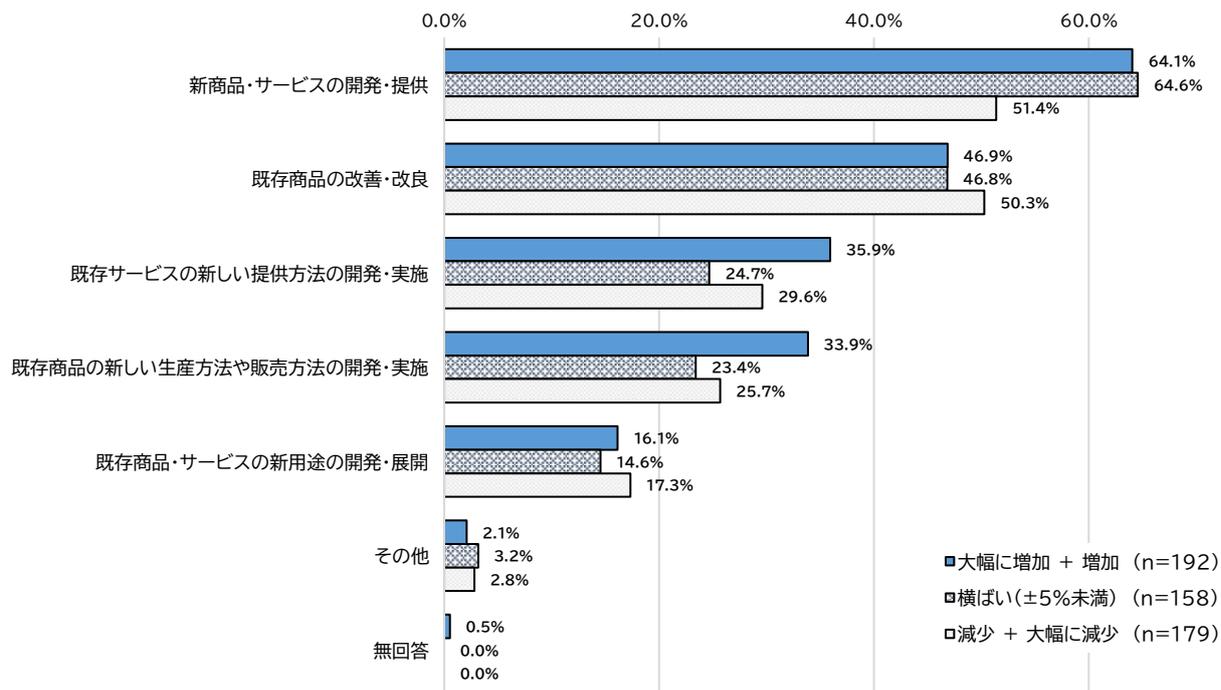


### (4) 新たな事業展開に向けて現在取り組んでいる内容

#### ■ 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、増加では「既存サービスの新しい提供方法の開発・実施」、「既存商品の新しい生産方法や販売方法の開発・実施」の割合が横ばいや減少に比べて高くなっている。

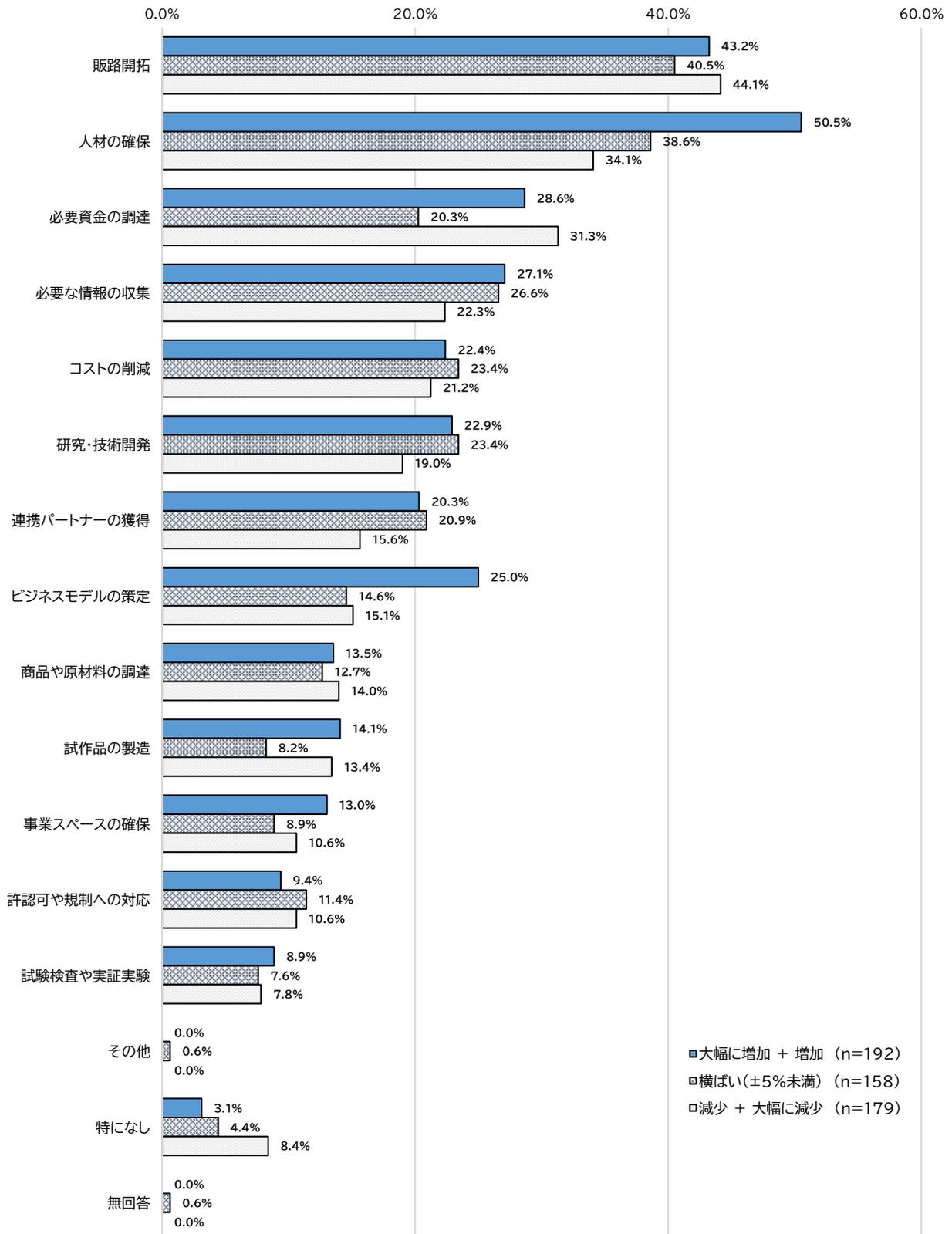
「新商品・サービスの開発・提供」では減少が低く、「既存商品の改善・改良」では減少が高くなっている。



## (5) 新たな事業展開を進めるうえでの課題

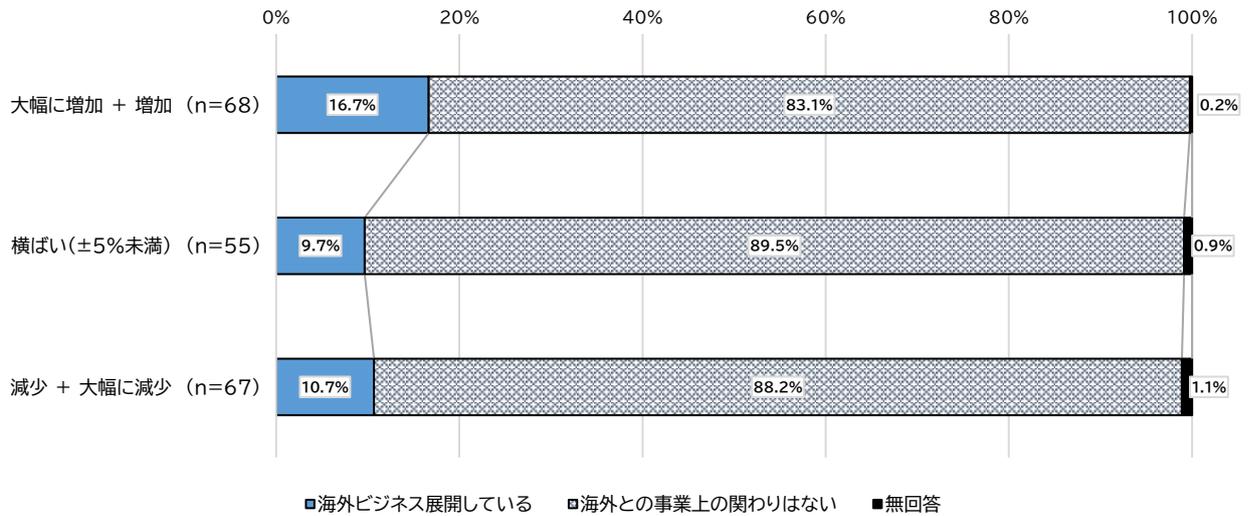
### ■ 売上高変化別

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、減少では「必要資金の調達」の割合が高くなっている。一方、増加は「人材の確保」、「ビジネスモデルの策定」が高くなっている。



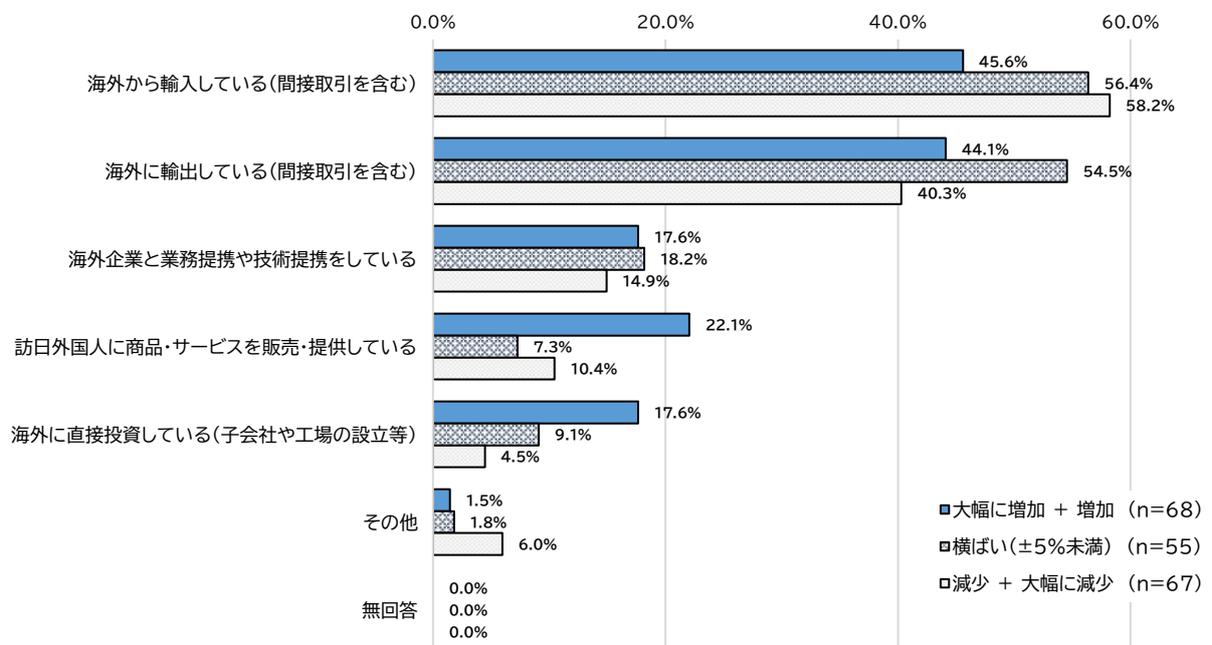
## (6) 海外ビジネスの展開における現在の状況

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」は増加が16.7%となっており、横ばいや減少に比べて高い。



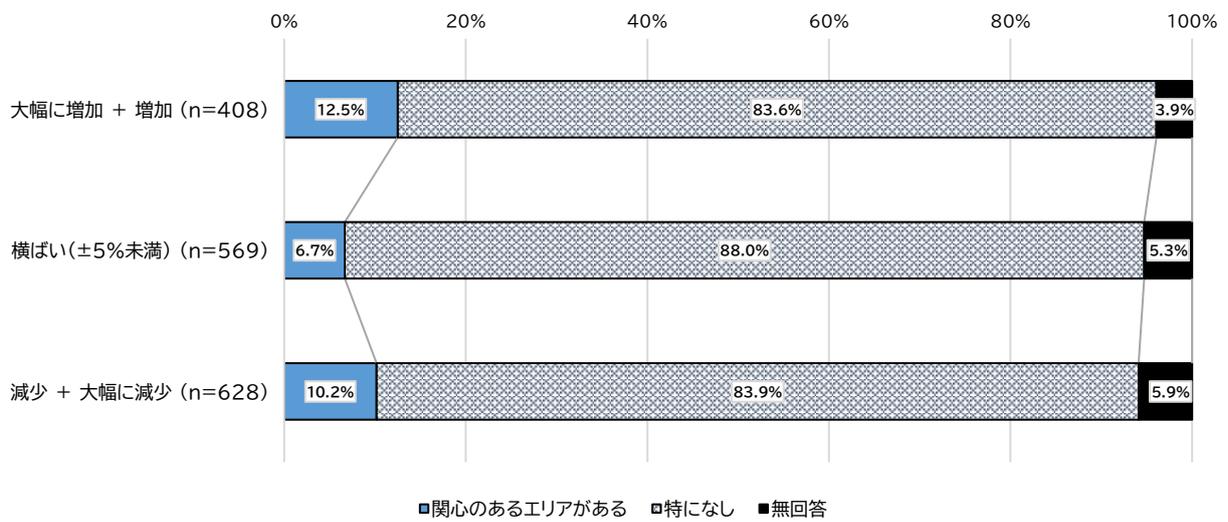
## (7) 海外ビジネスの取組内容

海外ビジネスの取組内容を売上高変化別にみると、減少では「海外から輸入している（間接取引を含む）」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、増加では12.5%となっており、横ばいや減少に比べて高くなっている。



## 1.4 各課題の状況（主な事業別、従業員数別）

### (1) 人材の確保・育成の課題（主な事業別、従業員数別）

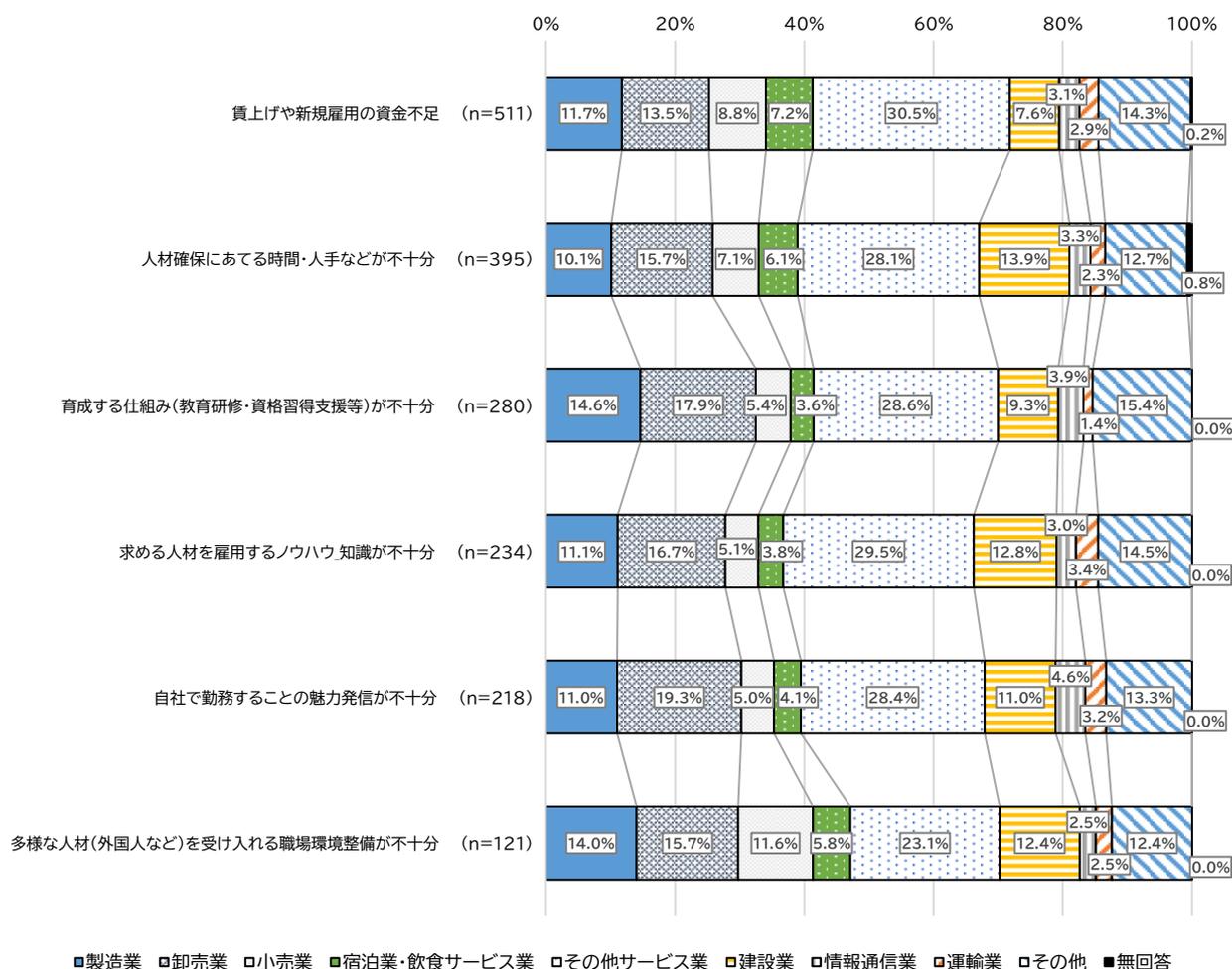
#### 【概要】

- ・ 人材の確保・育成の課題をみると「人材確保にあてる時間・人手が不十分」は建設業が他の課題に比べて高く、従業員数では6～20人以下が他の区分に比べて高くなっている。
- ・ 「賃上げや新規雇用の資金不足」では、宿泊業・飲食サービス業や5人以下が他の課題に比べて高くなっている。

#### ■ 主要な事業別

主要な事業別でみると、人材の確保・育成の課題として「自社で勤務することの魅力発信が不十分」の割合は、卸売業では19.3%、情報通信業では4.6%と高くなっている。

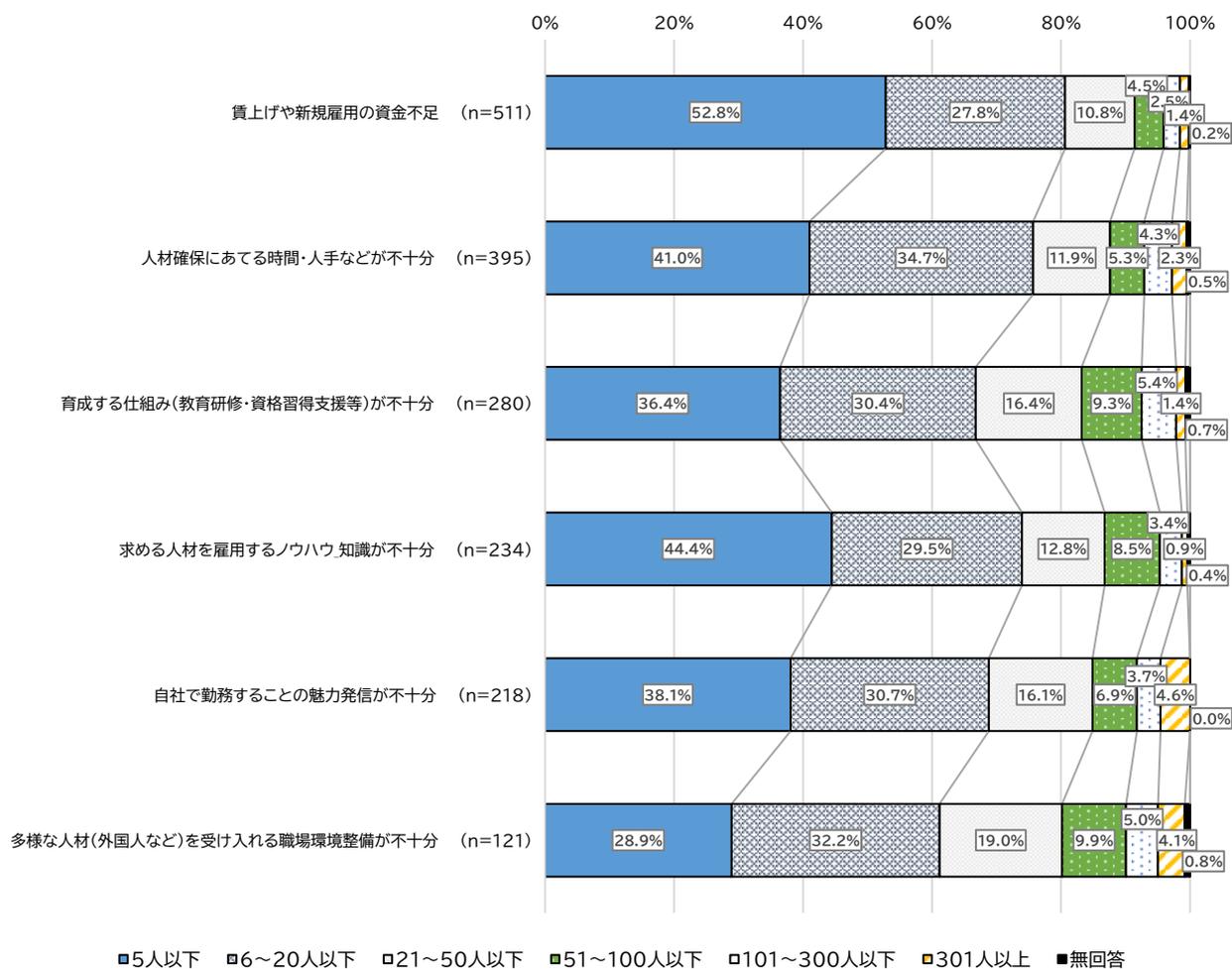
「賃上げや新規雇用の資金不足」は宿泊業・飲食サービス業において、「多様な人材（外国人など）を受け入れる職場環境整備が不十分」は小売業において、他の課題に比べて高くなっている。



## ■ 従業員数別

従業員数別で見ると、人材の確保・育成の課題として、5人以下では「賃上げや新規雇用の資金不足」の割合が52.8%と他の区分に比べて高くなっている。

6～20人以下では、「人材確保にあてる時間・人手などが不十分」が34.7%と最も高く、21～50人以下と51～100人以下では、「多様な人材（外国人など）を受け入れる職場環境整備が不十分」が他の課題に比べて高くなっている。



## (2) 外国人材の雇用の課題（主な事業別、従業員数別）

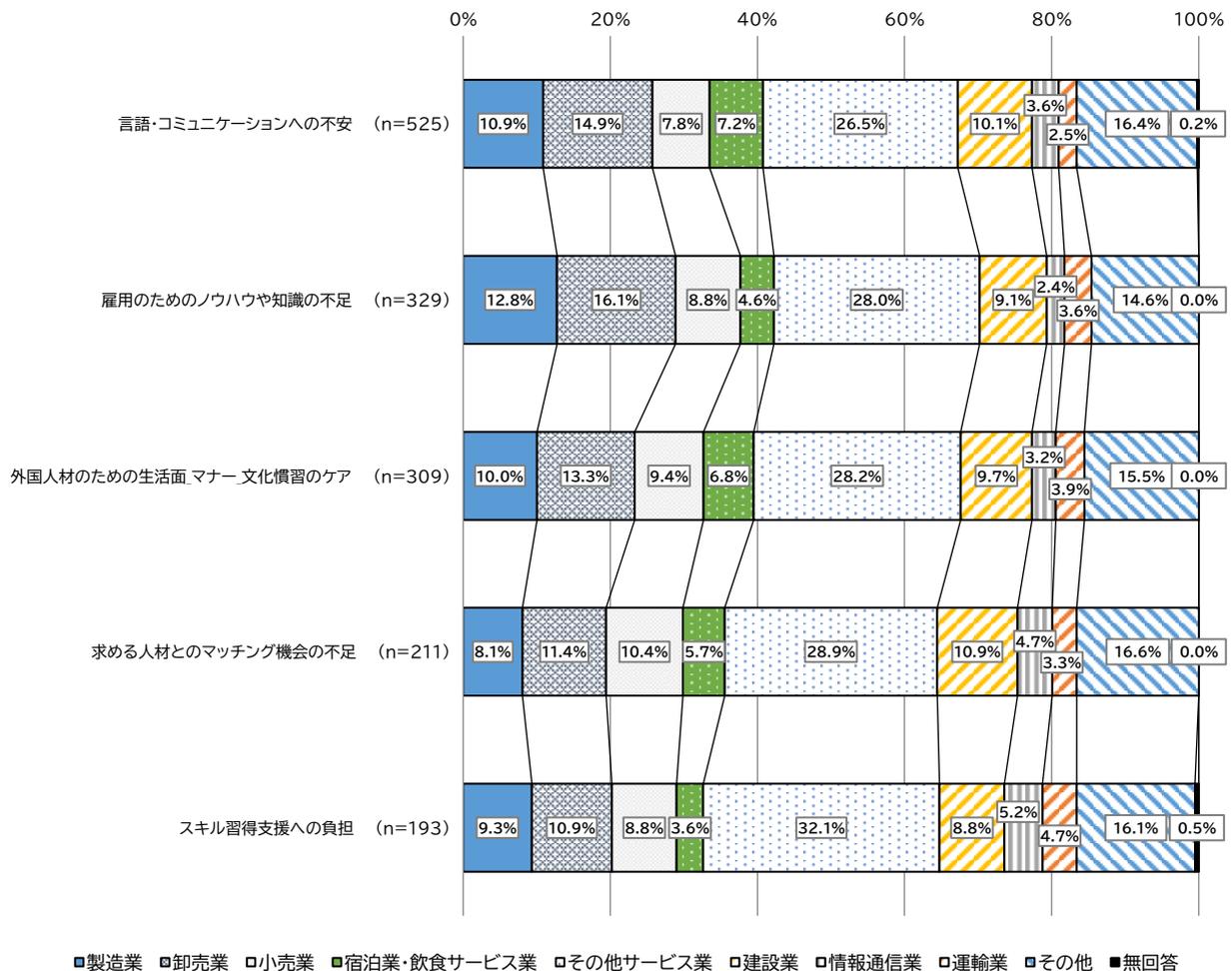
### 【概要】

- 外国人材の雇用の課題をみると「スキル習得支援への負担」は、主な事業別では情報通信業、運輸業において、従業員数別では5人以下と101人以上（101～300人以下、301人以上）において、他の課題に比べて高くなっている。

### ■ 主要な事業別

主要な事業別でみると、外国人材の雇用の課題として「雇用のためのノウハウや知識の不足」は、製造業で12.8%、卸売業で16.1%と他の課題に比べて高くなっている。

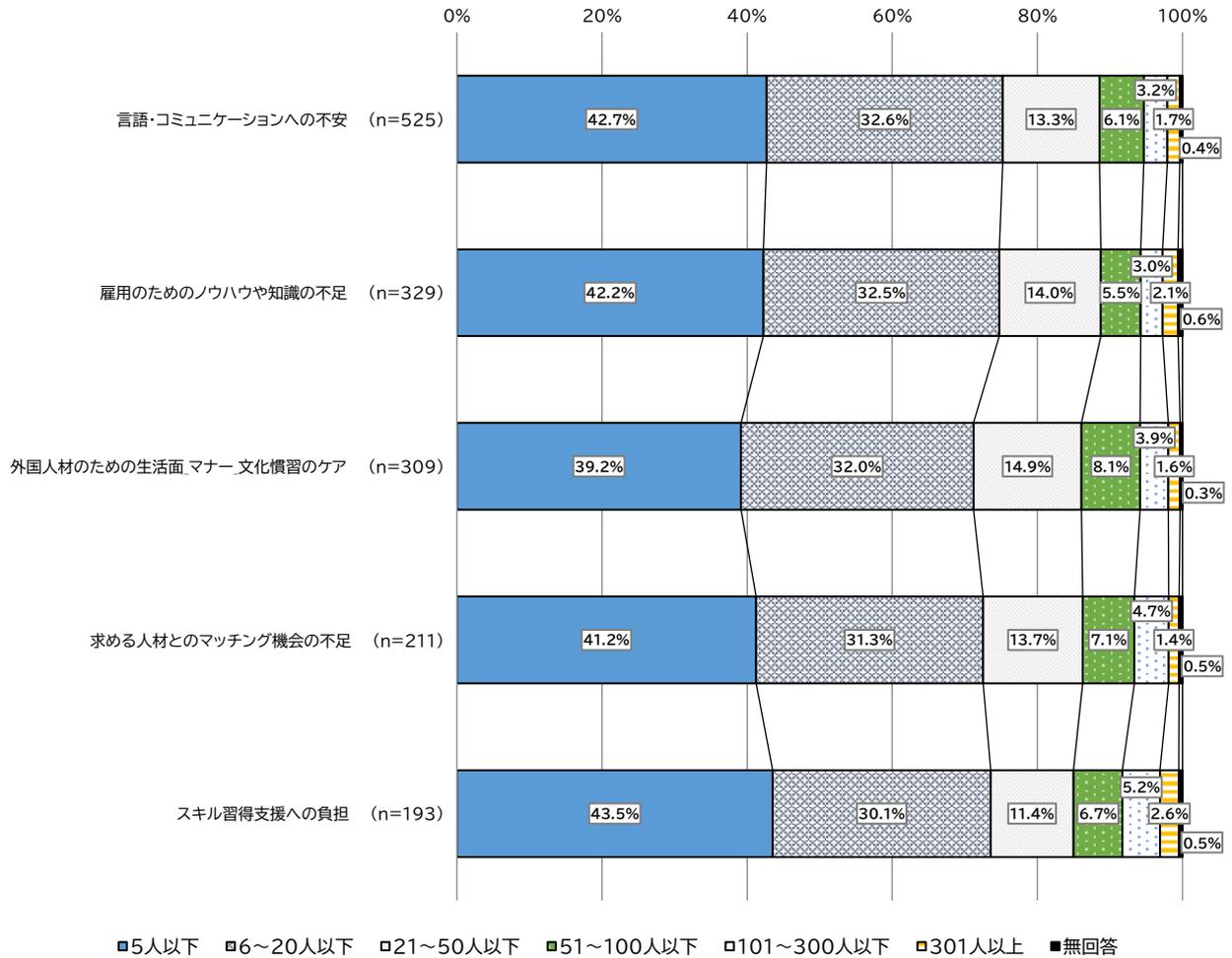
「求める人材とのマッチング機会の不足」は、小売業で10.4%、建設業で10.9%と他の課題に比べて高くなっている。



## ■ 従業員数別

従業員数別で見ると、外国人材の雇用の課題として、5人以下の割合では「スキル習得支援への負担」が43.5%と最も高く、101～300人以下、301人以上においても他の課題に比べて高い。

21～50人以下、51～100人以下においては「外国人材のための生活面マナー文化習慣ケア」が他の課題に比べて高くなっている。



### (3) DX化の課題（主な事業別、従業員数別）

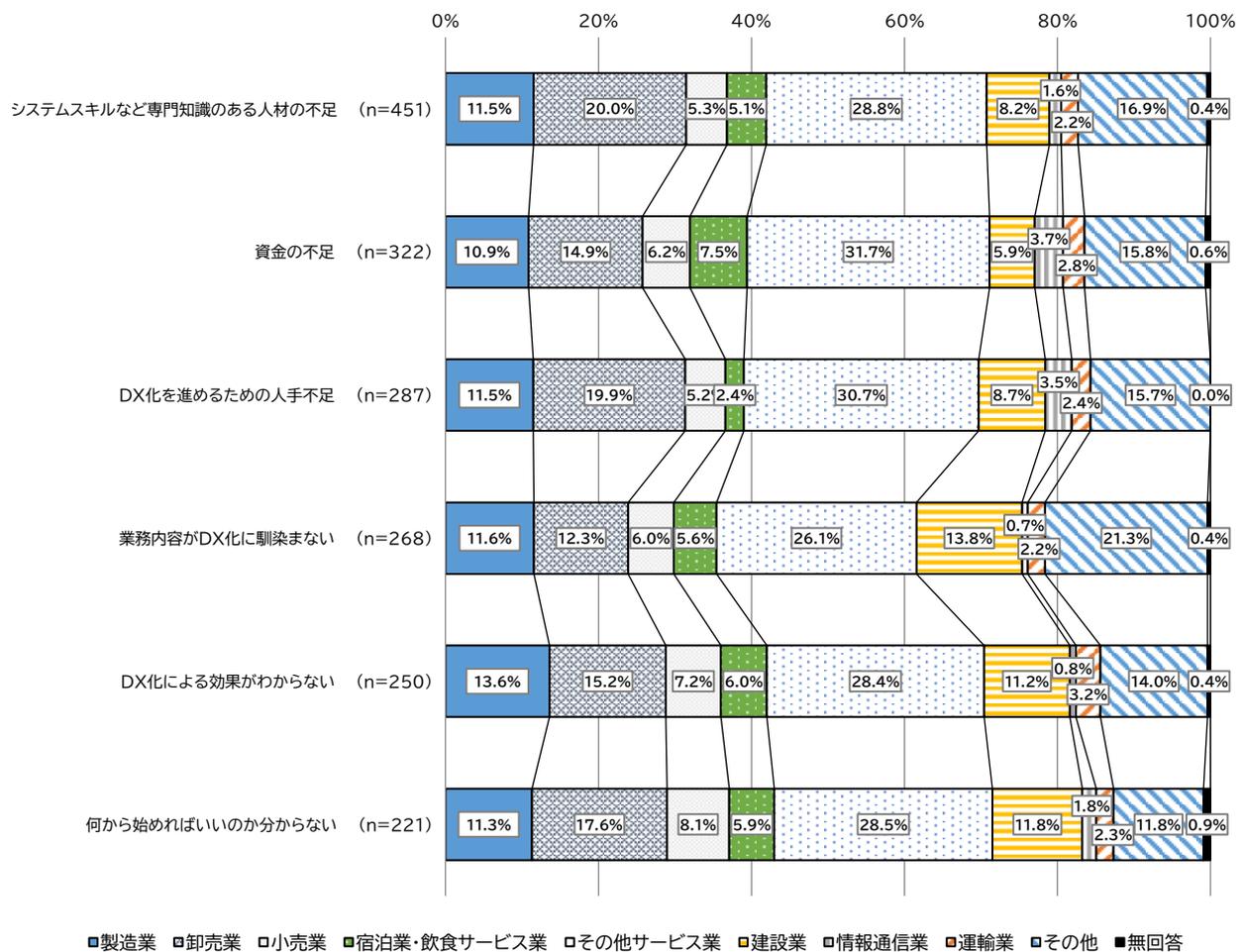
#### 【概要】

- ・ DX化の取組を進めるうえでの課題について、建設業では「業務内容がDX化に馴染まない」が、製造業では「DX化による効果がわからない」が、卸売業では「システムスキルなど専門知識のある人材の不足」が他の課題に比べて高くなっている。
- ・ 従業員数が21人以上（21～50人以下、51～100人以下、101～300人以下、301人以上）においては、「DX化を進めるための人手不足」が他の課題に比べて高くなっている。

#### ■ 主要な事業別

主要な事業別で見ると、DX化の取組を進めるうえでの課題について、卸売業において割合が最も高いのは「システムスキルなど専門知識のある人材の不足」の20.0%であり、次いで「DX化を進めるための人手不足」の19.9%となっている。

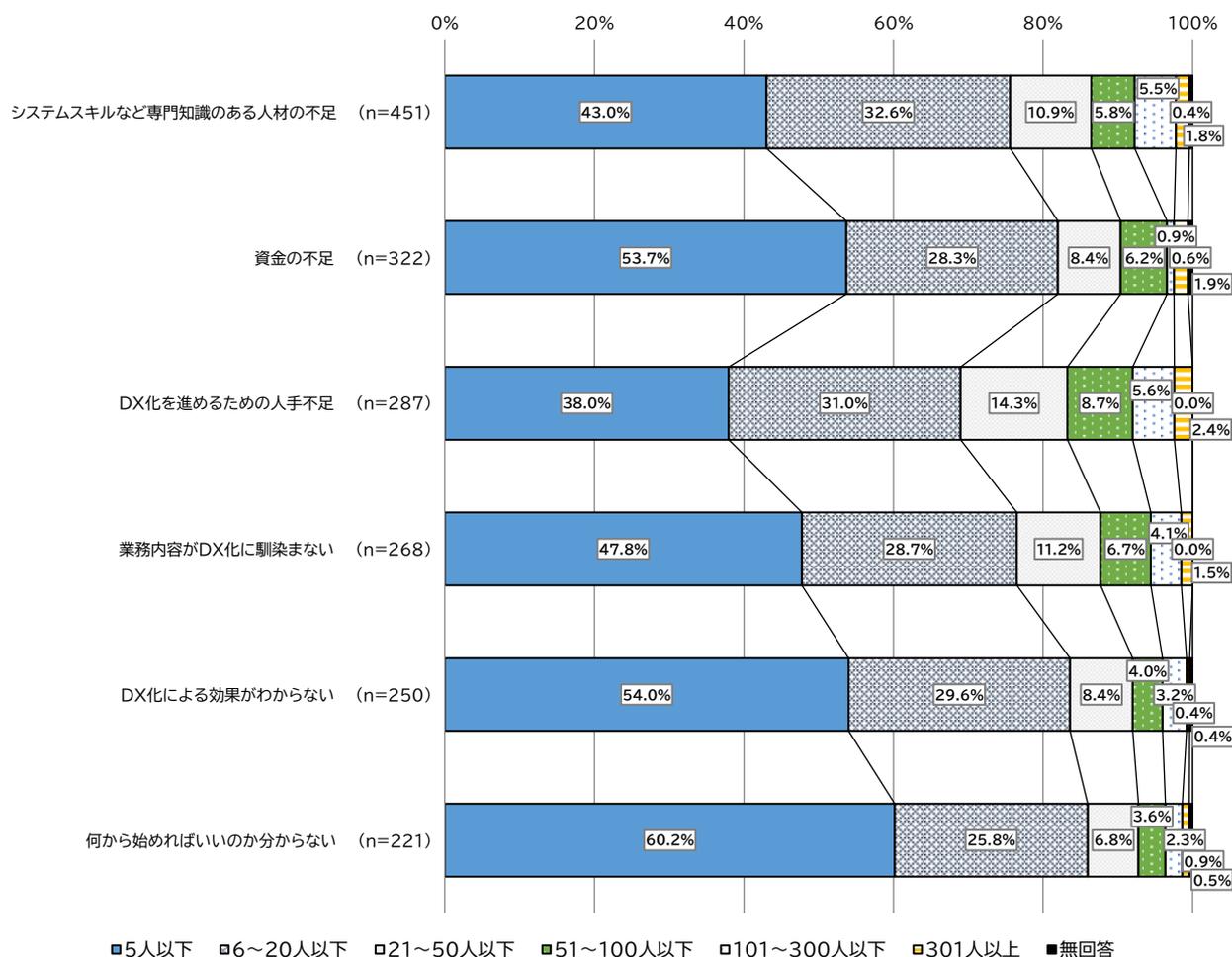
建設業では「業務内容がDX化に馴染まない」の13.8%が最も高くなっている。



## ■ 従業員数別

従業員数別で見ると、DX化の取組を進めるうえでの課題について、5人以下で割合が最も高いのは「何から始めればいいのか分からない」の60.2%となっている。

21~50人以下、51~100人以下、101~300人以下、301人以上では、「DX化を進めるための人手不足」が他の課題に比べて高くなっている。



#### (4) DX化を進めるために充実して欲しいこと（主な事業別、従業員数別）

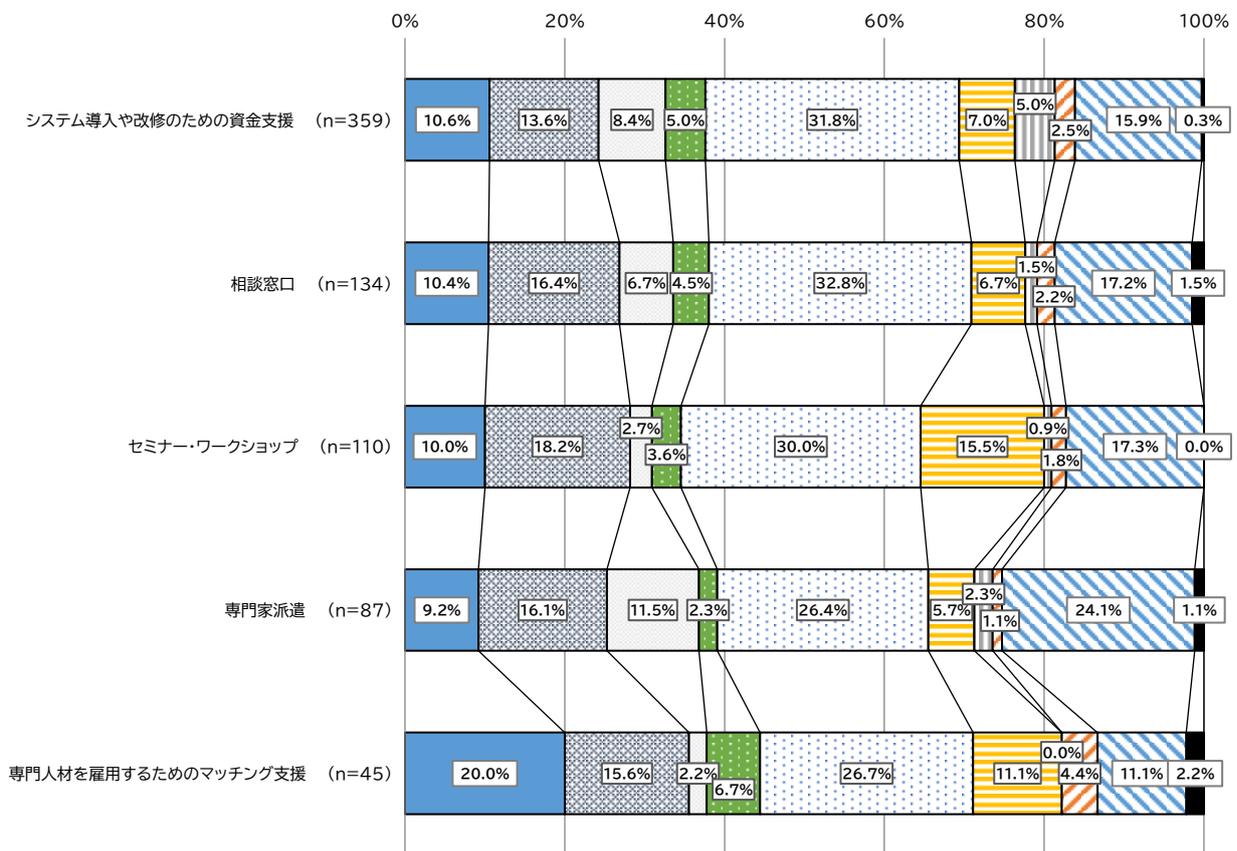
##### 【概要】

- ・ DX化を進めるために充実して欲しいことをみると「専門人材を雇用するためのマッチング支援」の割合が高いのは、主要な事業別では製造業、宿泊業・飲食サービス業であり、従業員数別では101人以上（101～300人以下、301人以上）となっている。
- ・ 「セミナー・ワークショップ」は、主要な事業別では建設業が、従業員数別では5人以下が高くなっている。

##### ■ 主要な事業別

主要な事業別で見ると、製造業において、DX化を進めるために充実して欲しいこととして割合が最も高いのは「専門人材を雇用するためのマッチング支援」の20.0%となっている。宿泊業・飲食サービス業も6.7%と他の課題に比べて高くなっている。

小売業においては「専門家派遣」が11.5%、建設業においては「セミナー・ワークショップ」が15.5%とそれぞれ他の課題に比べて高くなっている。



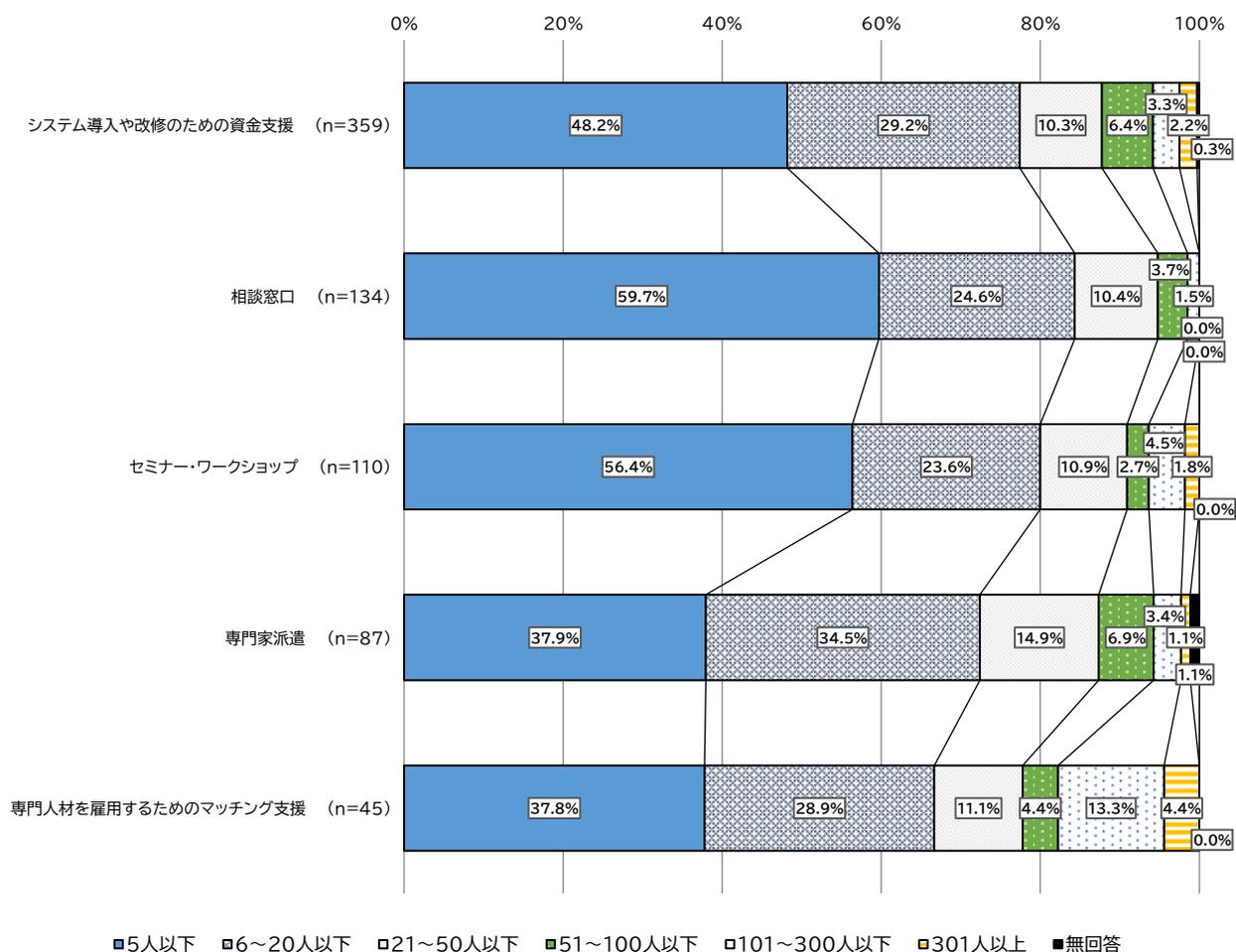
■製造業 ■卸売業 ■小売業 ■宿泊業・飲食サービス業 ■その他サービス業 ■建設業 ■情報通信業 ■運輸業 ■その他 ■無回答

## ■ 従業員数別

従業員数別で見ると、5人以下において、DX化を進めるために充実して欲しいこととして割合が最も高いのは、「相談窓口」の59.7%であり、次いで「セミナー・ワークショップ」の56.4%となっている。

「専門家派遣」は、6~20人以下が34.5%、21~50人以下が14.9%、51~100人以下が6.9%とそれぞれ他の課題に比べて高くなっている。

101~300人以下、301人以上は「専門人材を雇用するためのマッチング支援」の割合が高くなっている。



### 第3章 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             ⑤ 飲食サービス業  
 ⑥ その他サービス業     ⑦ 建設業             ⑧ 情報通信業         ⑨ 運輸業             ⑩ 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（※）

※は事業別には、経営者、専従役員、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（直前期）

- 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 特区制度による規制緩和             ④ 税制支援・金融支援  
 ⑤ その他（ ）

7) 代表者・経営者になられた経緯

- ① 創業者（緩断分けを含む）             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、後継者が元代から事業を引き継いだ場合に、新規設備や新事業・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             ⑤ 飲食サービス業  
 ⑥ その他サービス業     ⑦ 建設業             ⑧ 情報通信業         ⑨ 運輸業             ⑩ 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) 新型コロナウイルス感染症流行前（平成31・令和元年/2019年）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、質問へお返さずください。

12-1) 新型コロナウイルス感染症流行前（平成31・令和元年/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○） 前年度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○） 前年度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（ ） 数十回の選取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（ ） ※下記の選択群より、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・サービスの売付加価値化               | 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 専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化への取組          | ⑰ カーボンニュートラルへの取組  |
| ⑱ 「働き方改革」への対応                    | ⑲ その他（ ）           | ⑳ 特になし            |

### 問4. 人材の確保・育成について

- 15) 人材の確保・育成における課題（該当する番号全てに○）
- |                                |                       |
|--------------------------------|-----------------------|
| ① 賃上げや新規雇用の資金不足                | ② 人材確保にあてる時間・人手などが不十分 |
| ③ 多様な人材（外国人など）を受け入れる職場環境整備が不十分 |                       |
| ④ 求める人材を雇用するノウハウ、知識が不十分        | ⑤ 自社で勤務することの魅力発信が不十分  |
| ⑥ 育成する仕組み（教育研修・資格取得支援等）が不十分    | ⑦ その他（ ） ⑧ 特になし       |
- 16) 外国人材の雇用について  
 外国人材の雇用にあたり、特に課題となっていること（該当する番号全てに○）
- |                     |                           |
|---------------------|---------------------------|
| ① 言語・コミュニケーションへの不安  | ② 雇用のためのノウハウや知識の不足        |
| ③ 求める人材とのマッチング機会の不足 | ④ 外国人材のための生活面、マナー、文化慣習のケア |
| ⑤ スキル習得支援への負担       | ⑥ その他（ ） ⑦ 特になし           |

### 問5. DX化への取組について

- 17) DX化の取組を進めるうえでの課題（該当する番号全てに○）
- |                         |                    |
|-------------------------|--------------------|
| ① システムスキルなど専門知識のある人材の不足 | ② 資金の不足            |
| ③ DX化を進めるための人手不足        | ④ 業務内容がDX化に馴染まない   |
| ⑤ DX化による効果がわからない        | ⑥ 何から始めればいいのか分からない |
| ⑦ その他（ ）                | ⑧ 特になし             |
- 18) DX化への取組を進めるために充実して欲しいこと（該当する番号1つに○）
- |                       |                |        |                     |
|-----------------------|----------------|--------|---------------------|
| ① 専門家派遣               | ② セミナー・ワークショップ | ③ 相談窓口 | ④ システム導入や改修のための資金支援 |
| ⑤ 専門人材を雇用するためのマッチング支援 | ⑥ その他（ ）       | ⑦ 特になし |                     |

### 問6. 今後の事業展開に向けた取組について

- 19) 事業展開への取組状況（該当する番号1つに○）
- |                                       |            |
|---------------------------------------|------------|
| ① 事業展開（新規事業のほか既存商品等に係る見直し等含む）に取り組んでいる | ② 取り組んでいない |
|---------------------------------------|------------|
- 19-1) 19) 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（ ）               |

19-2) 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       |             |

19-3) 19) 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7. 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

20) 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 |
|----------------|------------------|

20-1) 20) 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供をしている     | 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（ ）                  |

21) 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      |

22) 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 |
|---------------|--------|

22-1) 22) で①と回答した方にお聞きします。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   | ⑧ ロシア   | ⑨ アフリカ | ⑩ オセアニア | ⑪ その他 |       |

22-2) 具体的な国名を1つ入力してください。

#### 問8. 展示会への出展や商談会への参加等について

23) 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9. 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、リス高貸付、クリエイター支援等)	24) 利用度〔 〕
	24-1) 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)	25) 利用度〔 〕
	25-1) 評価〔 〕
資金調達の支援（中小企業融資制度）	26) 利用度〔 〕
	26-1) 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）	27) 利用度〔 〕
	27-1) 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)	28) 利用度〔 〕
	28-1) 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	29) 利用度〔 〕
	29-1) 評価〔 〕
商店街の活性化支援（施設設備やイベントの補助等）	30) 利用度〔 〕
	30-1) 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します。

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

- 31) 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します。  
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10. 中小企業支援施策への意見等

- 32) 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11. 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します。

- 33) 「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

- 33-1) 33) で①または②と回答された方にお聞きします。

「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

- 33-2) 33) で①または②と回答された方にお聞きします。

「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

- 34) 「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

- 34-1) 34) で①または②と回答された方にお聞きします。

「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

- 34-2) 34) で①または②と回答された方にお聞きします。

「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

- 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と回答した方にお聞きします。

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（ ）