

政策立案支援調査 「経営環境の変化と新事業 に関する調査」 報告

大阪府商工労総部 産業経済リサーチセンター
企業リサーチグループ 小野・工藤

報告内容

- ▶ 1 調査の目的と方法
- ▶ 2 調査結果
- ▶ 3 施策への提案

1 調査の目的と方法

▶ ○ 目的

- ▶ コロナ禍、国際紛争、大規模自然災害、コスト上昇、人材採用難など
- ▶ 近年の経営環境の変化に対する府内製造事業者の認識や対応
- ▶ 特に新事業への取組とその実態について明らかにし
- ▶ 今後の施策検討の基礎資料とする。

▶ ○ 調査方法

- ▶ 府内製造事業者（従業者数10人以上）を対象に調査を実施
- ▶ アンケート調査 発送数 2,800通（有効発送数2,741通）
回答数 494通（有効回答率18.0%）
- ▶ ヒアリング調査 事前調査 2件 本調査 3件 追加調査 1件

2 調査結果（1）

環境変化への認識（1）コスト上昇・取引先数増加

賃金のベースアップ
68.8%

原料・輸送
等のコスト上昇
70.1%

増減
二極化

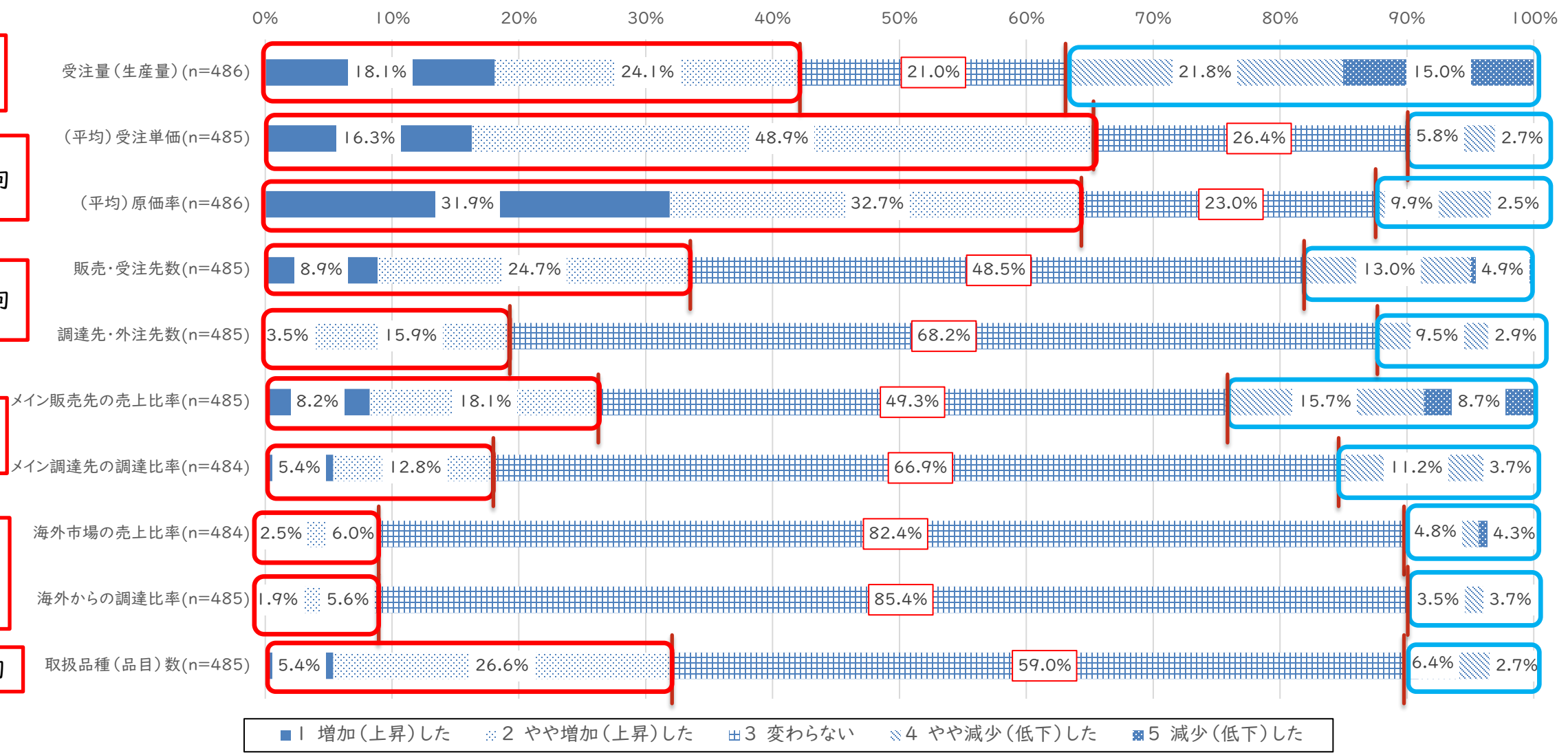
上昇傾向

増加傾向

増減
二極化

変化
なし

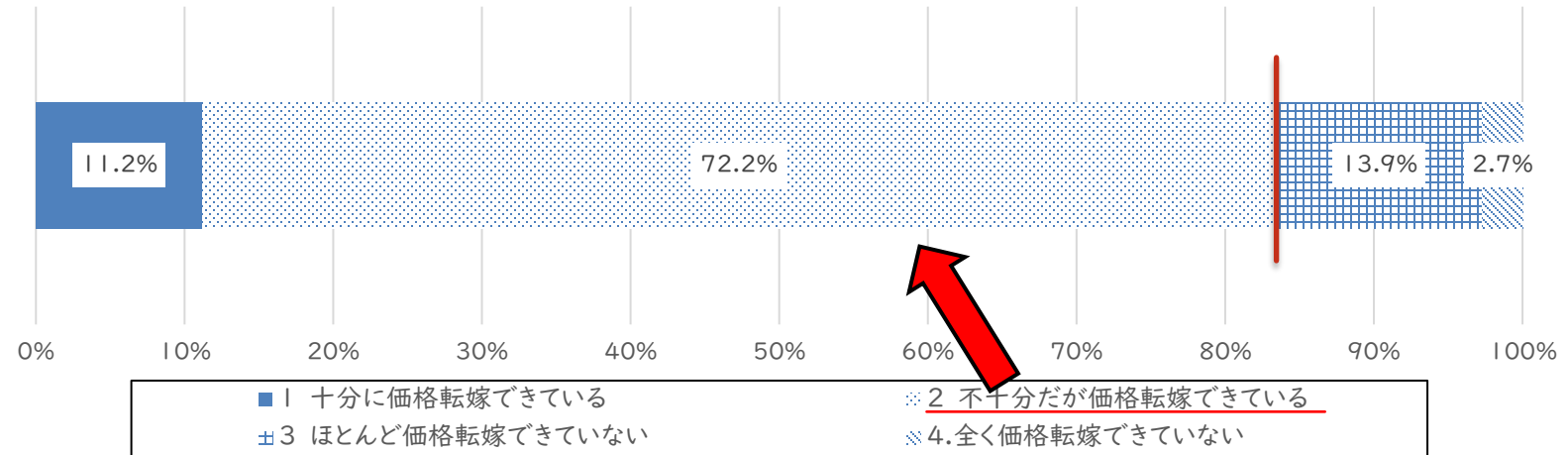
増加傾向



2 調査結果（2） 環境変化への認識（2） 価格転嫁実施・評価は二極化

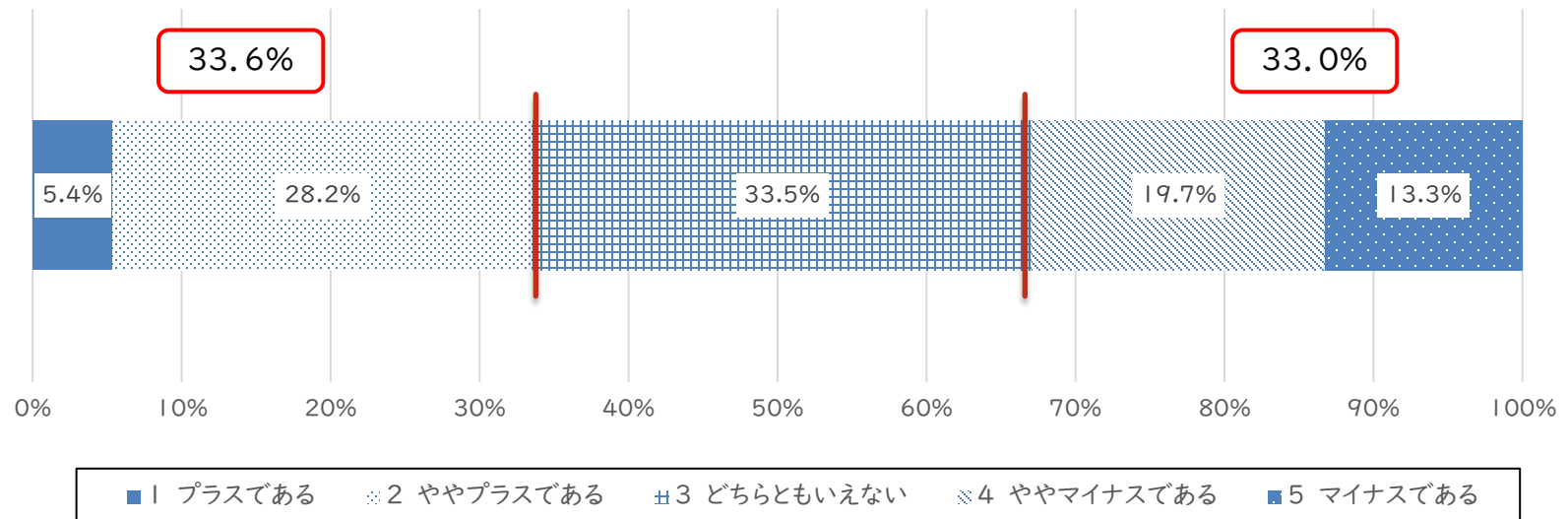
▶ 価格転嫁

価格転嫁実施
(83.4%)も
ほとんど不十分
(72.2%)



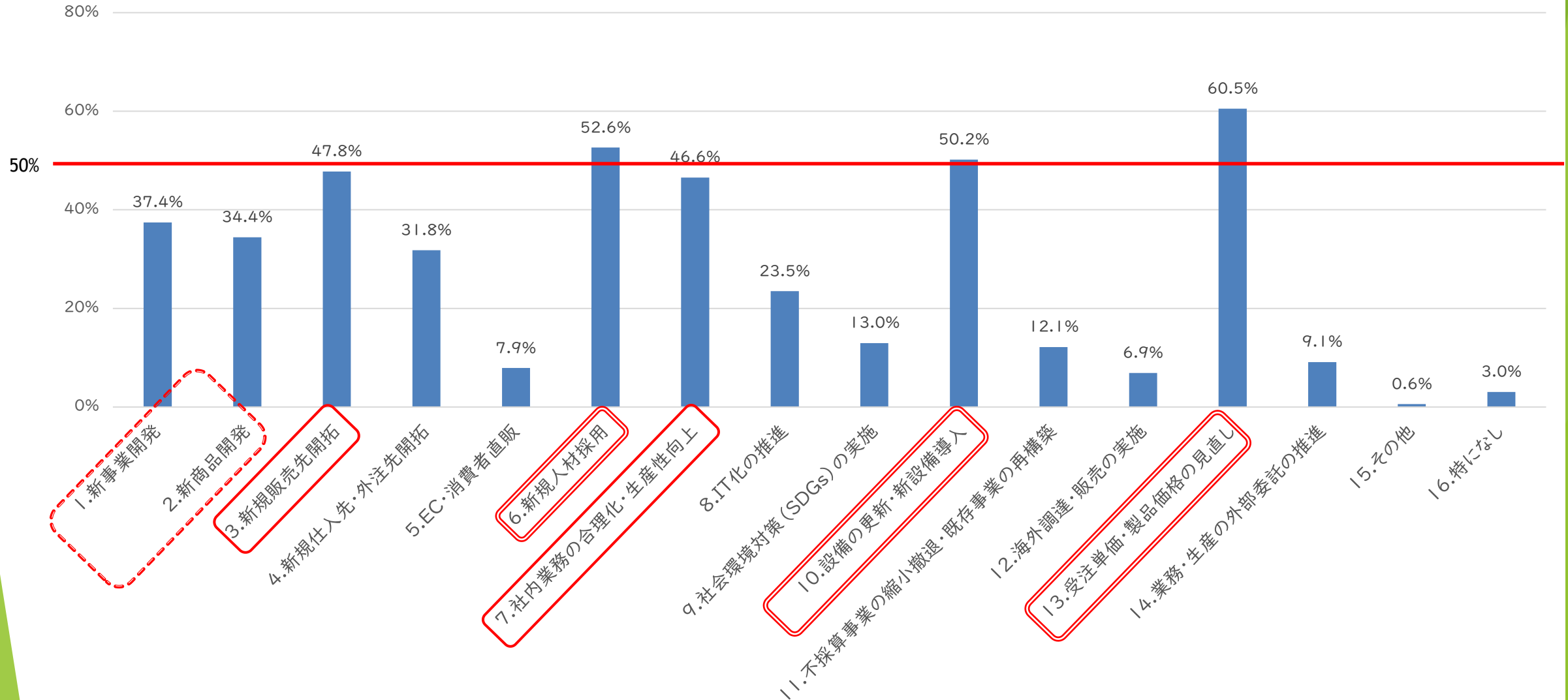
▶ 全体の評価

プラス・横ばい・マイナス
3等分
(33.6%・33.5%・33.0%)
受注量や単価の変動が影響



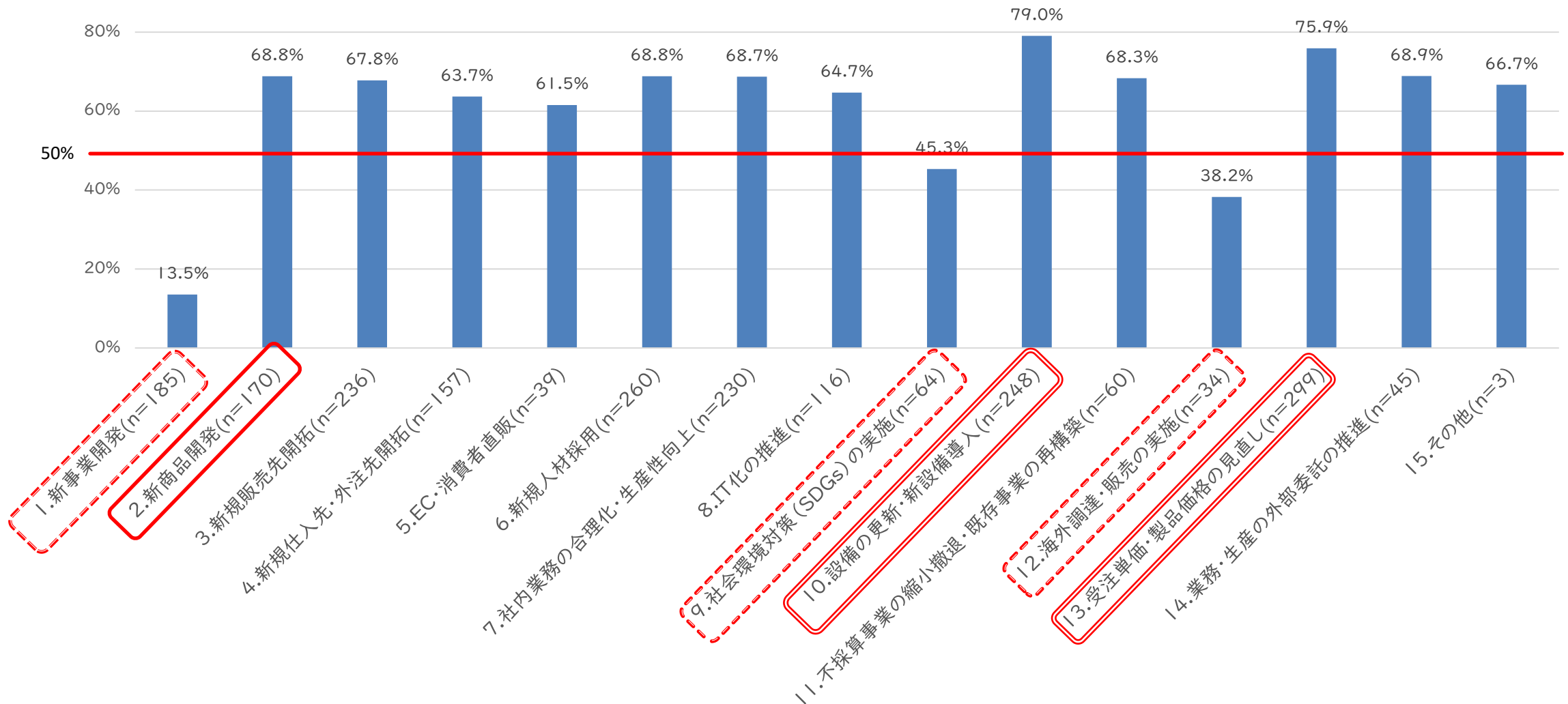
2 調査結果

環境変化への対応は価格改定・人材・コスト・営業



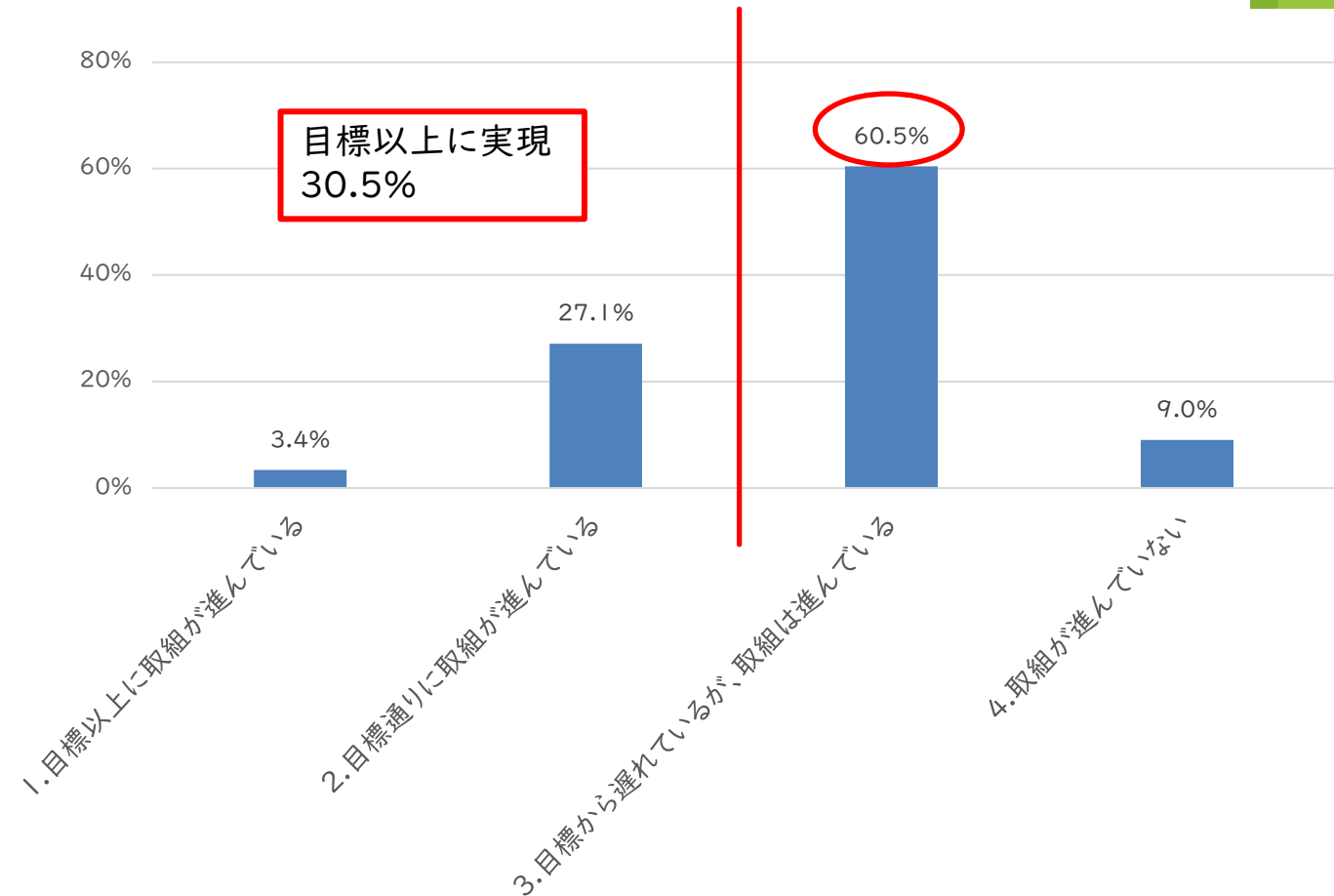
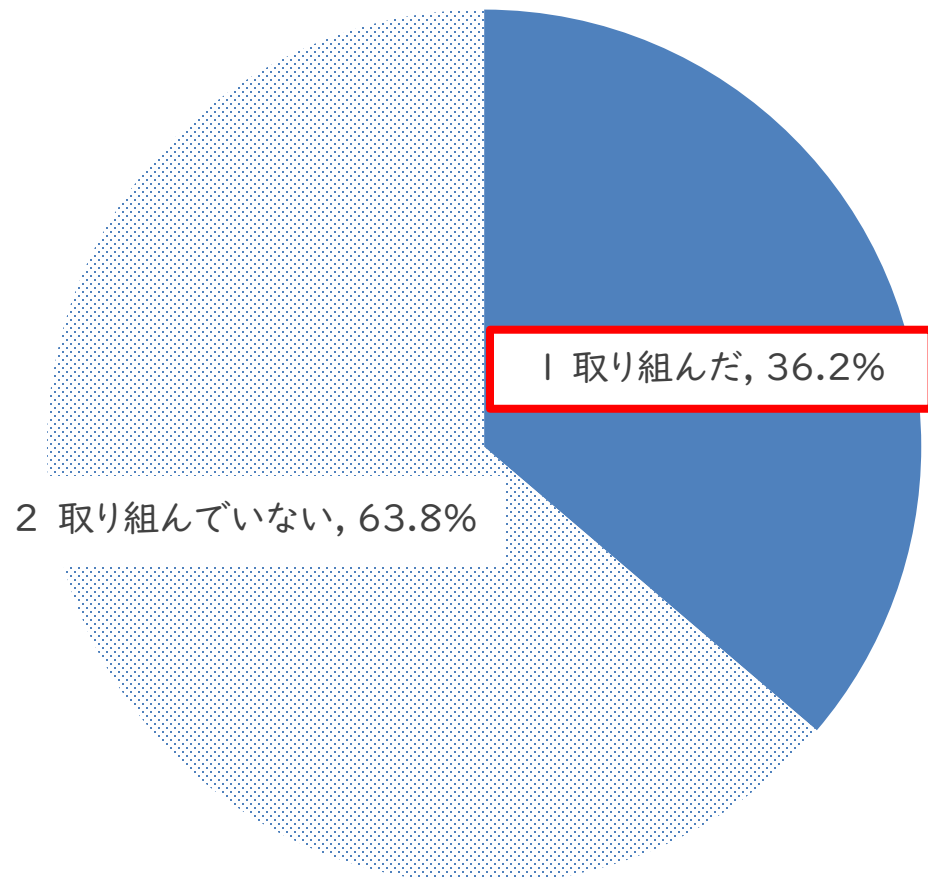
2 調査結果

取組実現率は総じて高いが、新事業の実現率は低い



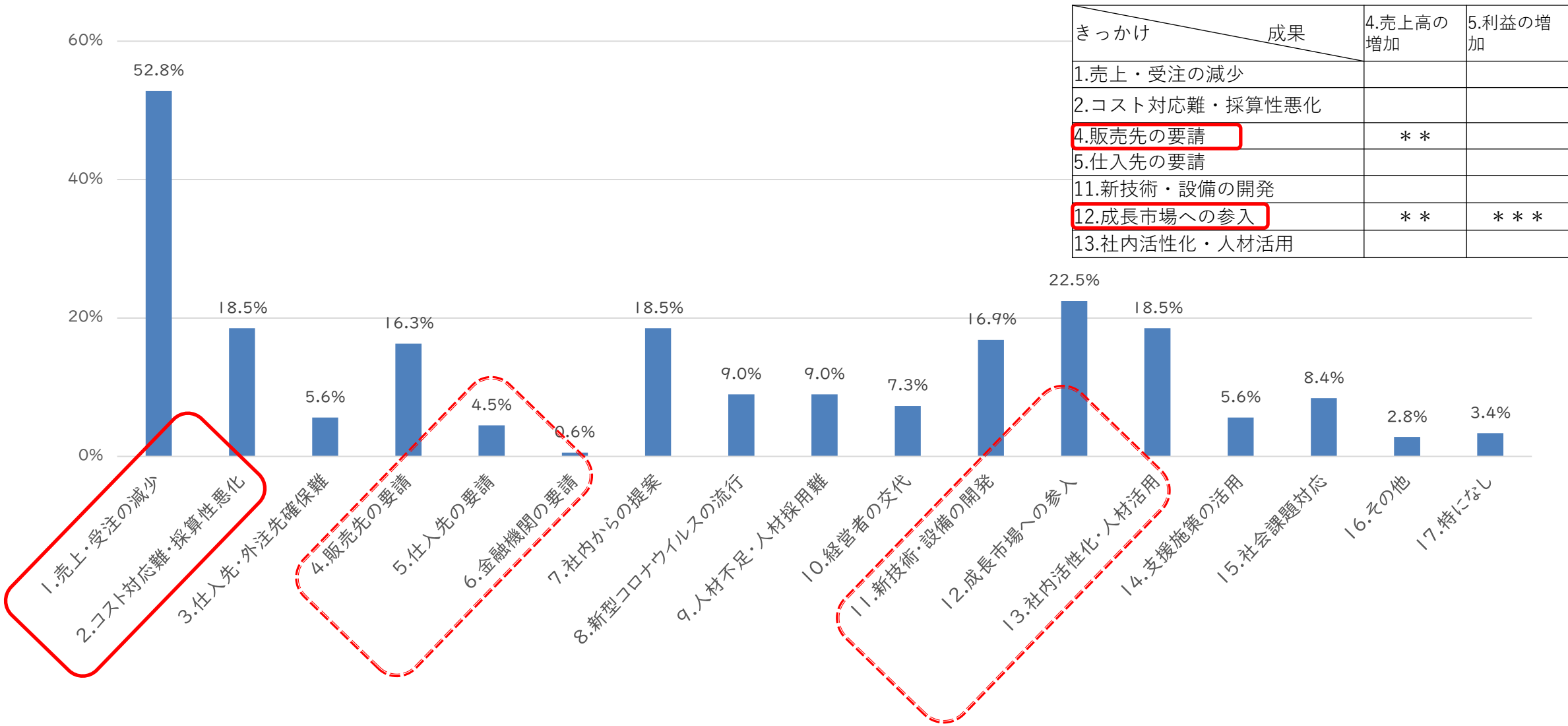
2 調査結果

新事業への取組は 1 / 3 目標からの遅れが目立つ



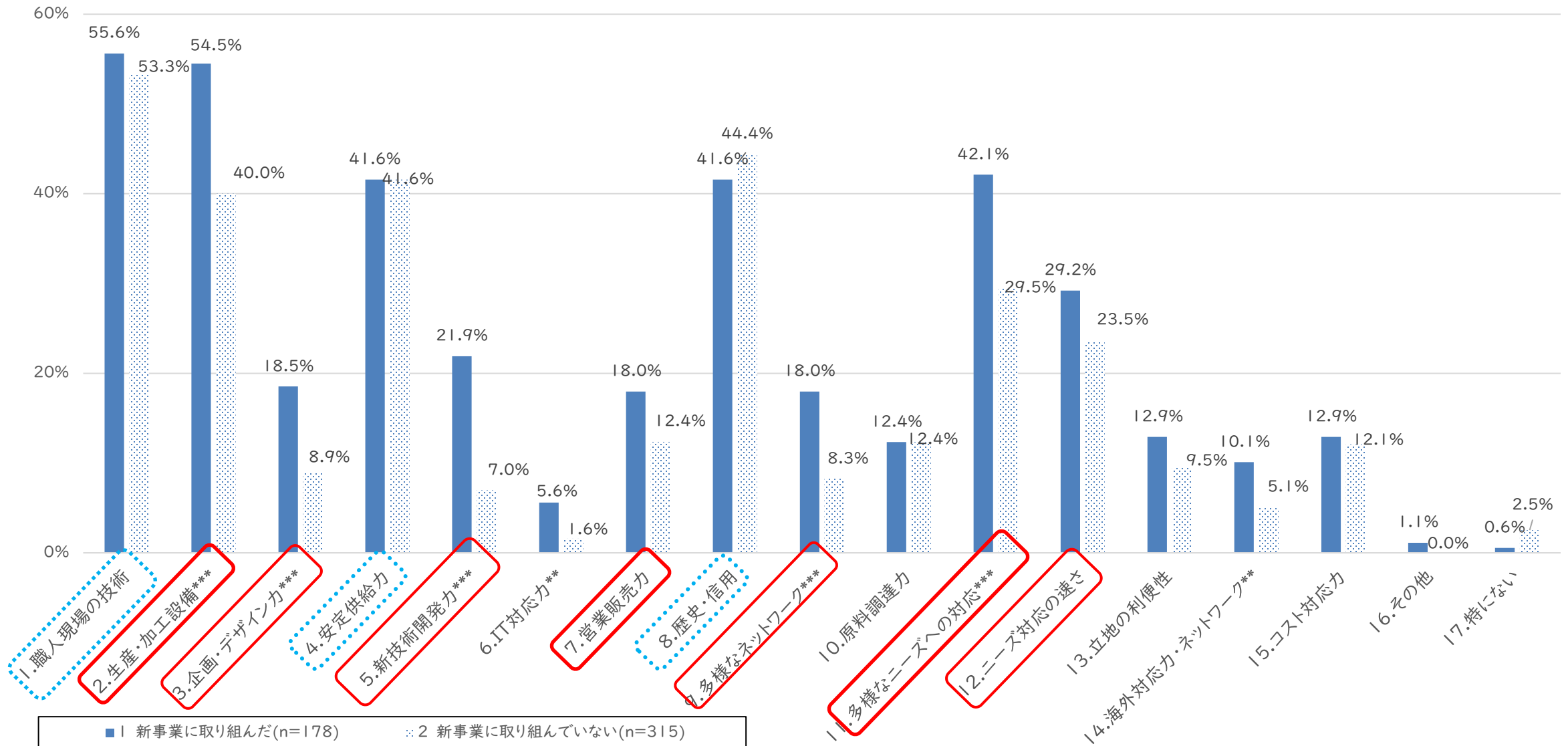
2 調査結果

新事業のきっかけは 危機意識＞チャンス参入＞外部要請



2 調査結果

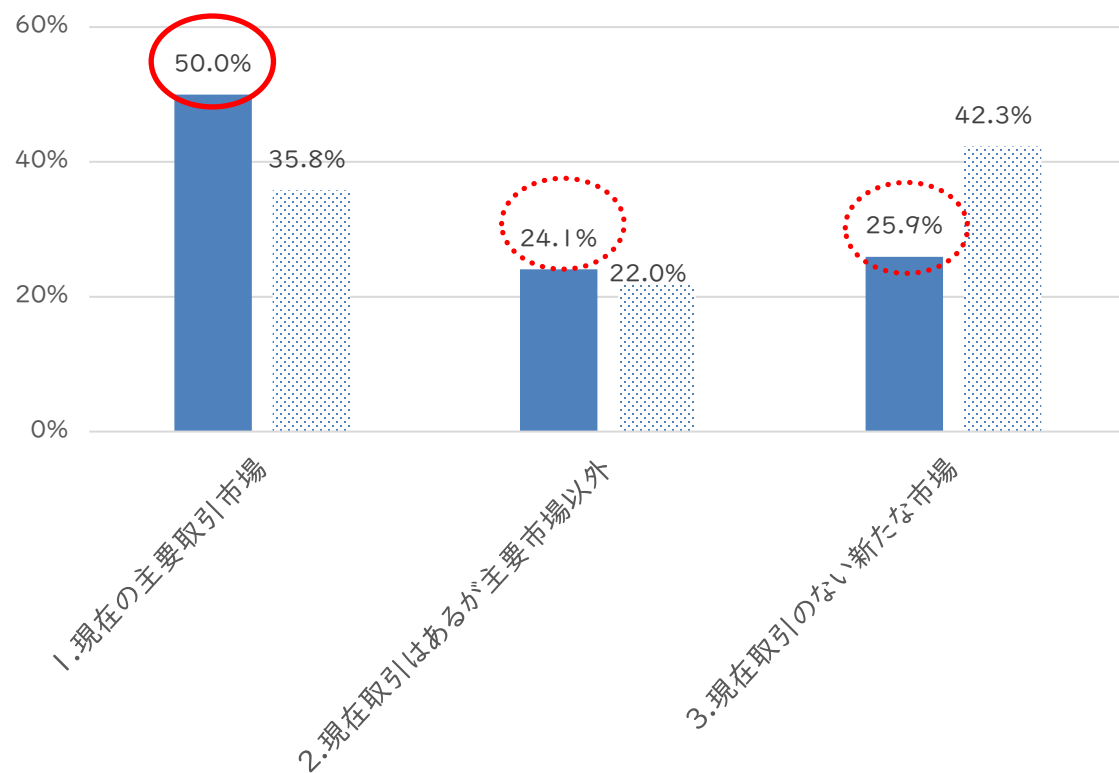
新事業取組企業は技術力と営業力、ニーズ対応力に優れる



2 調査結果

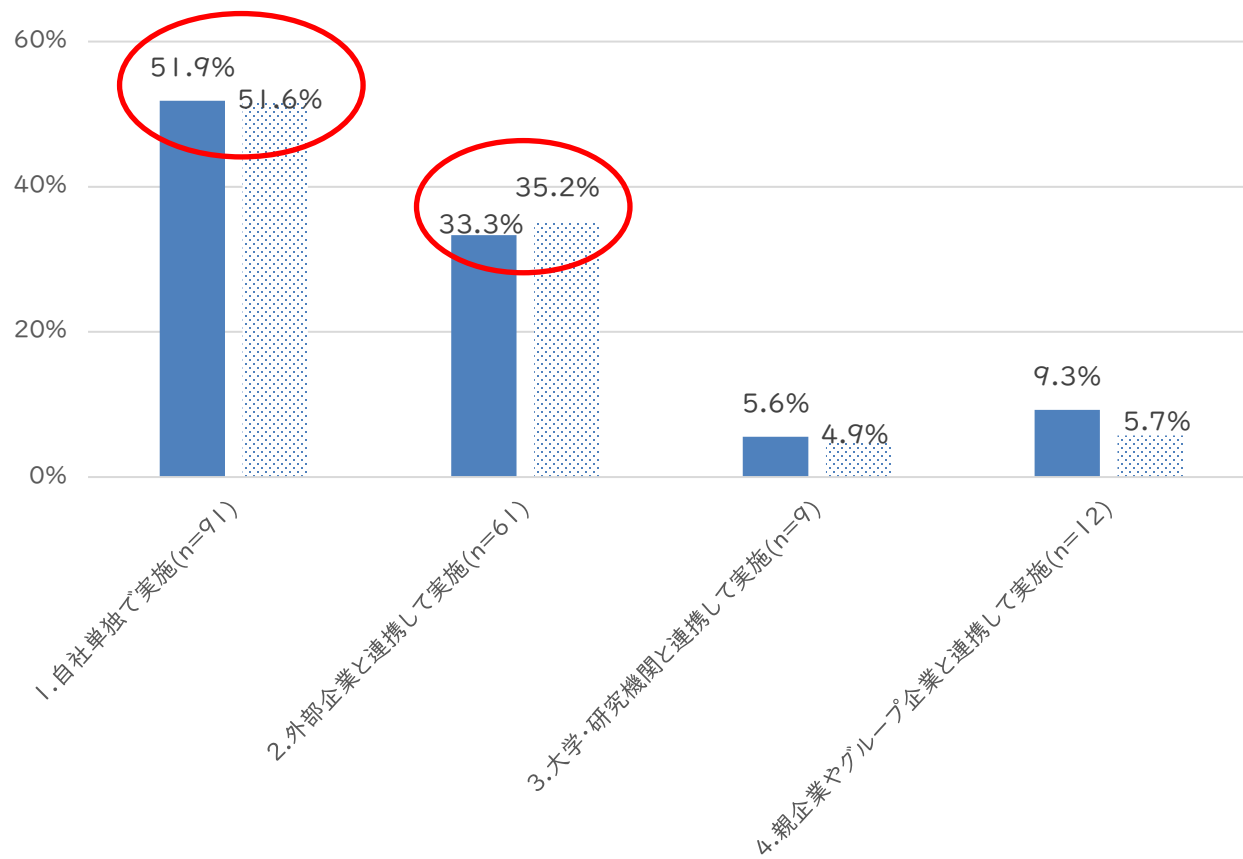
新市場開拓は成功率が低いが、連携取組の成功率に差はない

▶ 市場



■ 1 目標以上に取組が進んでいる (n=54) ■ 2 目標まで取組が進んでいない (n=123)

実施体制

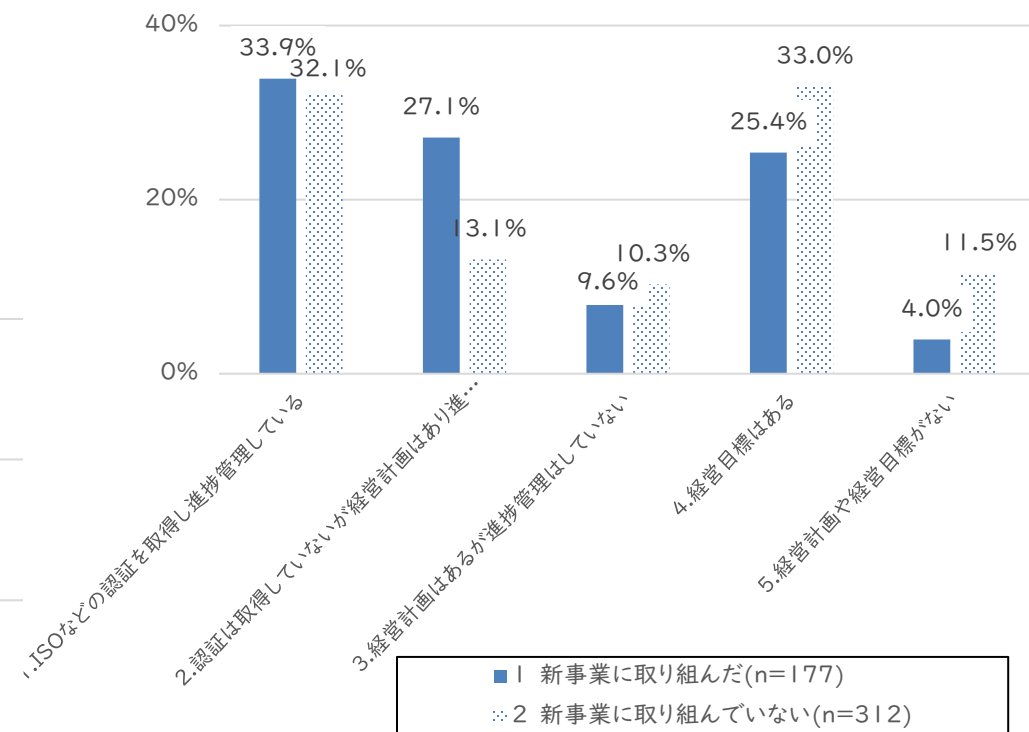
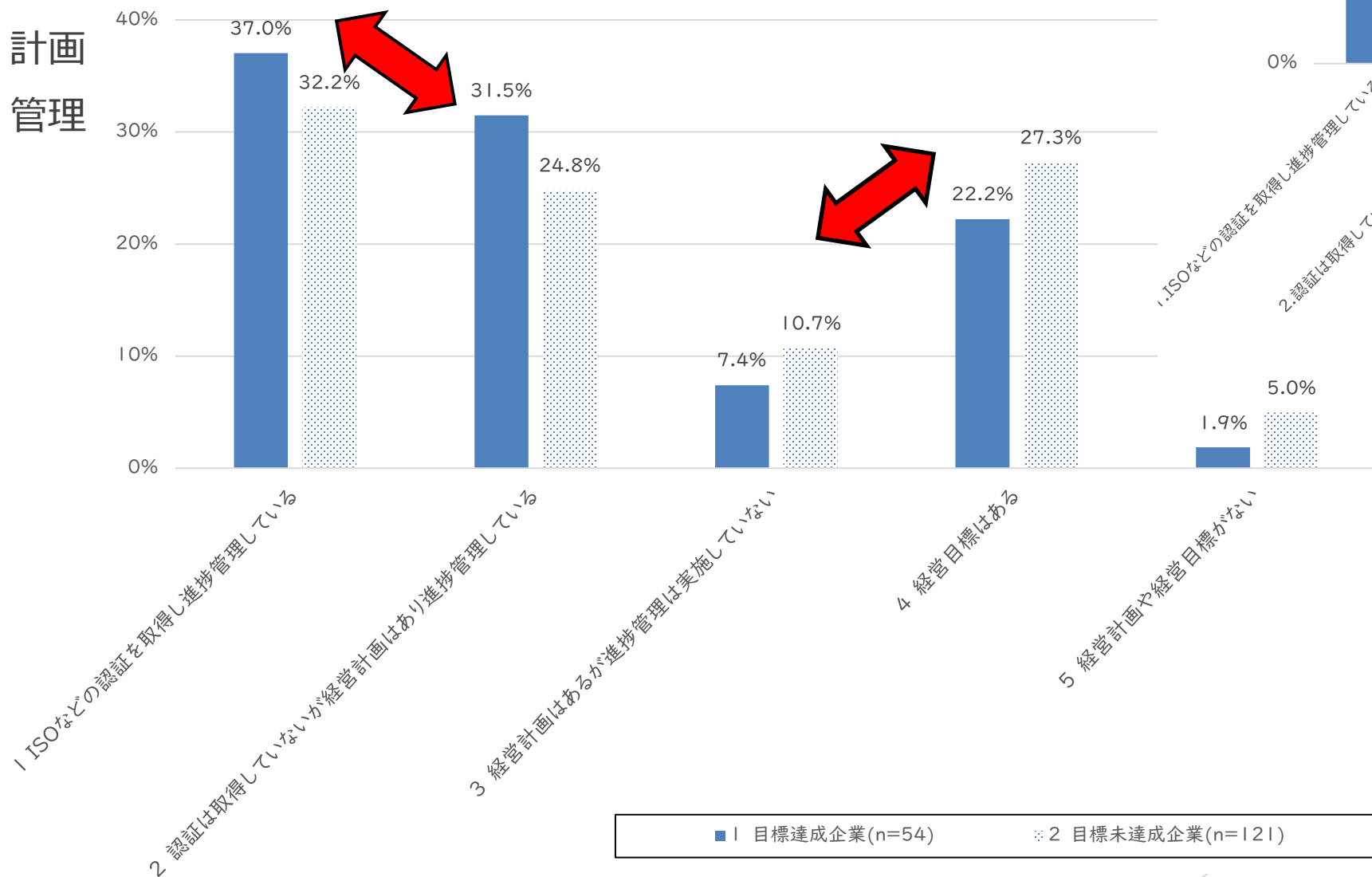


■ 1 目標以上に取組が進んでいる (n=54) ■ 2 目標まで取組が進んでいない (n=122)

2 調査結果

計画達成のポイントはPDCA管理

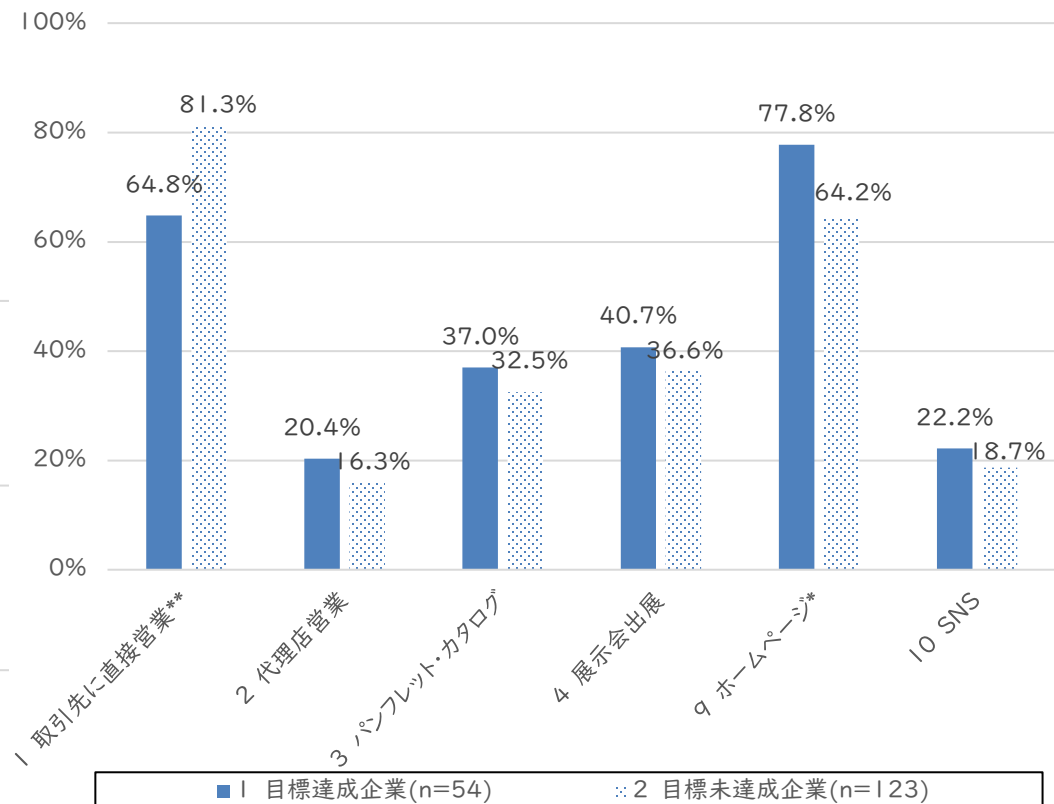
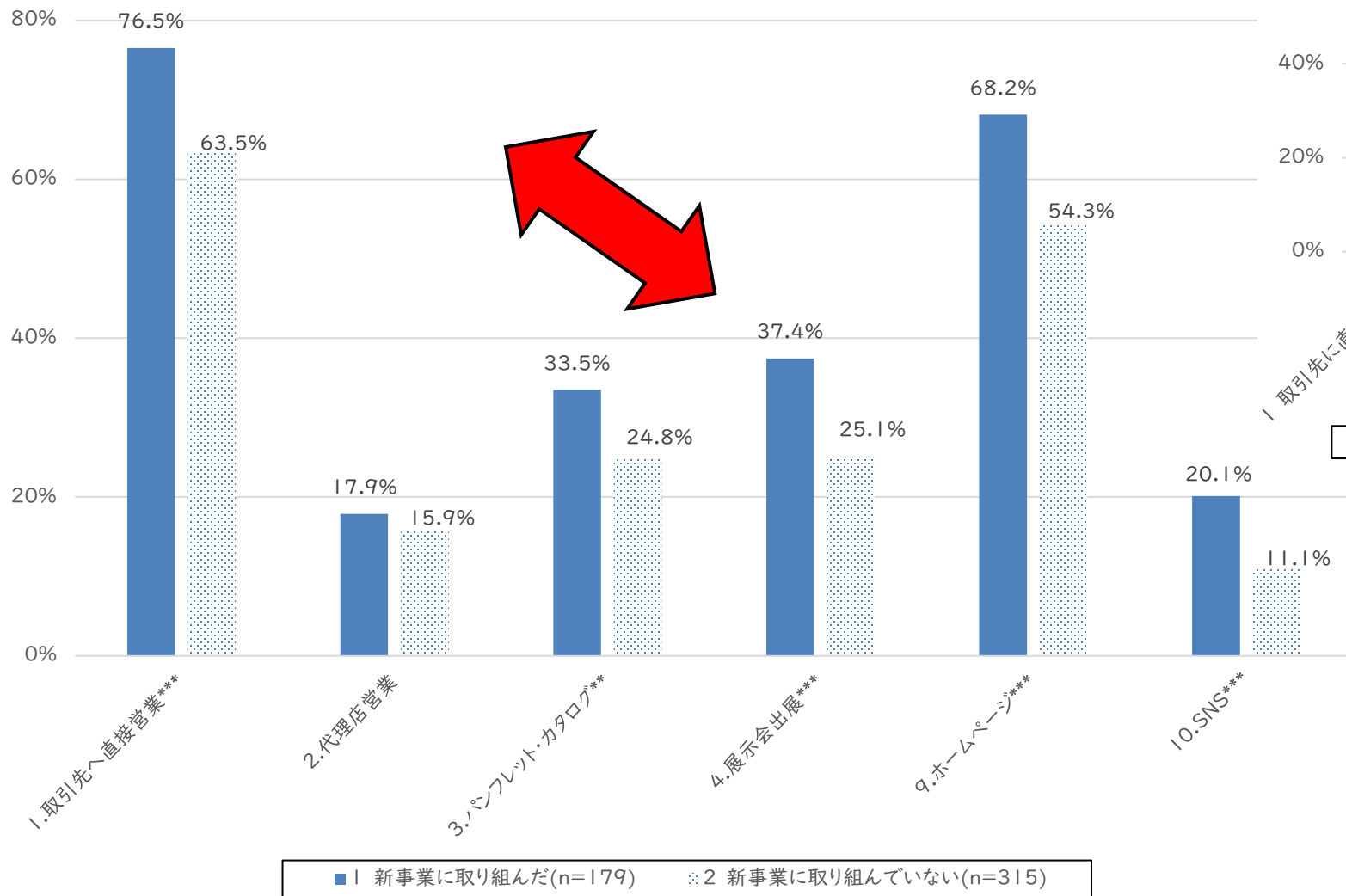
計画
管理



2 調査結果

計画達成のポイントは営業活動

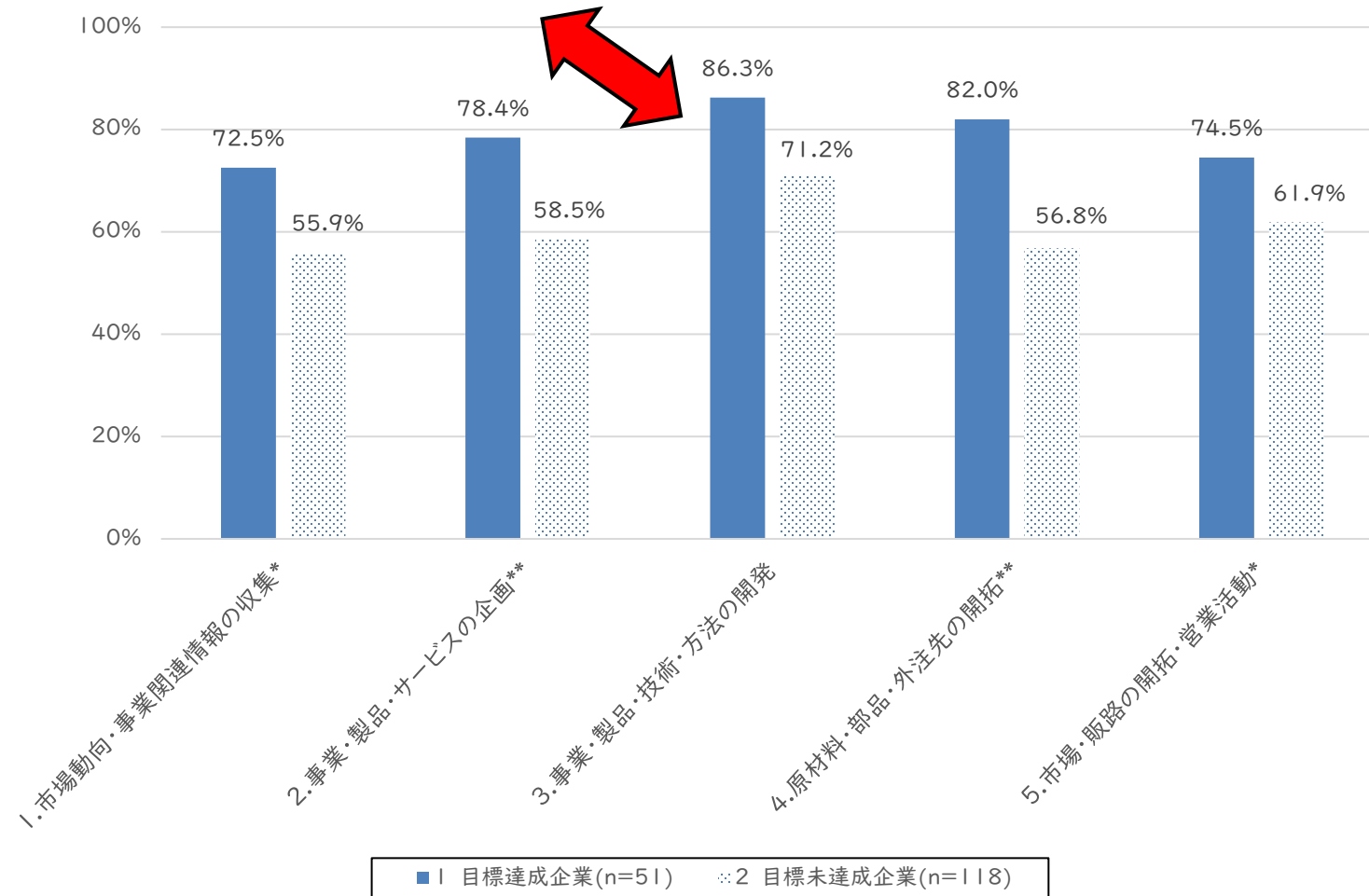
▶ 営業活動



2 調査結果

計画達成のポイントは人材活用

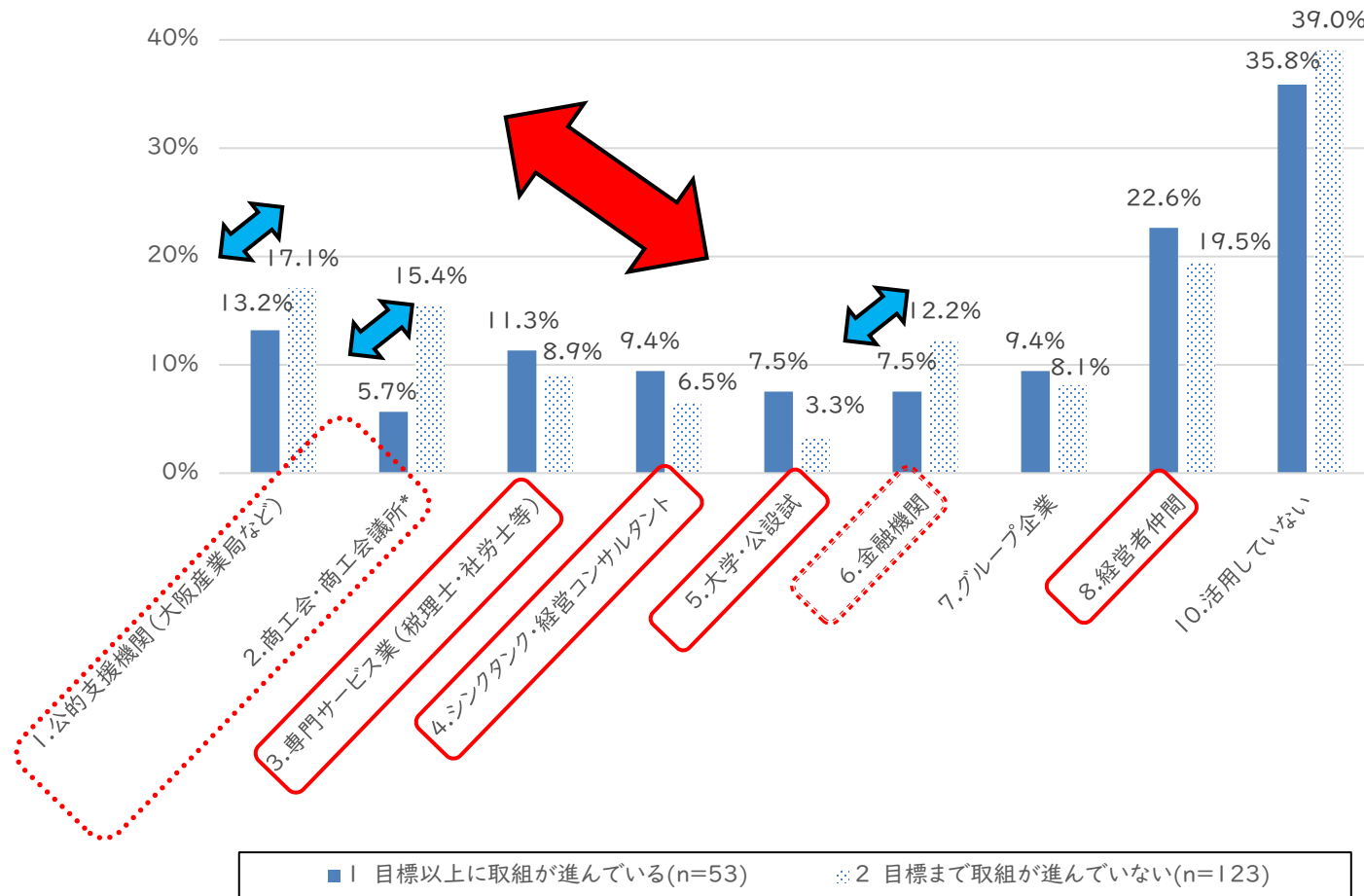
▶ 新事業への従業員の関わり



2 調査結果

企業連携・専門家活用は新事業に効果的

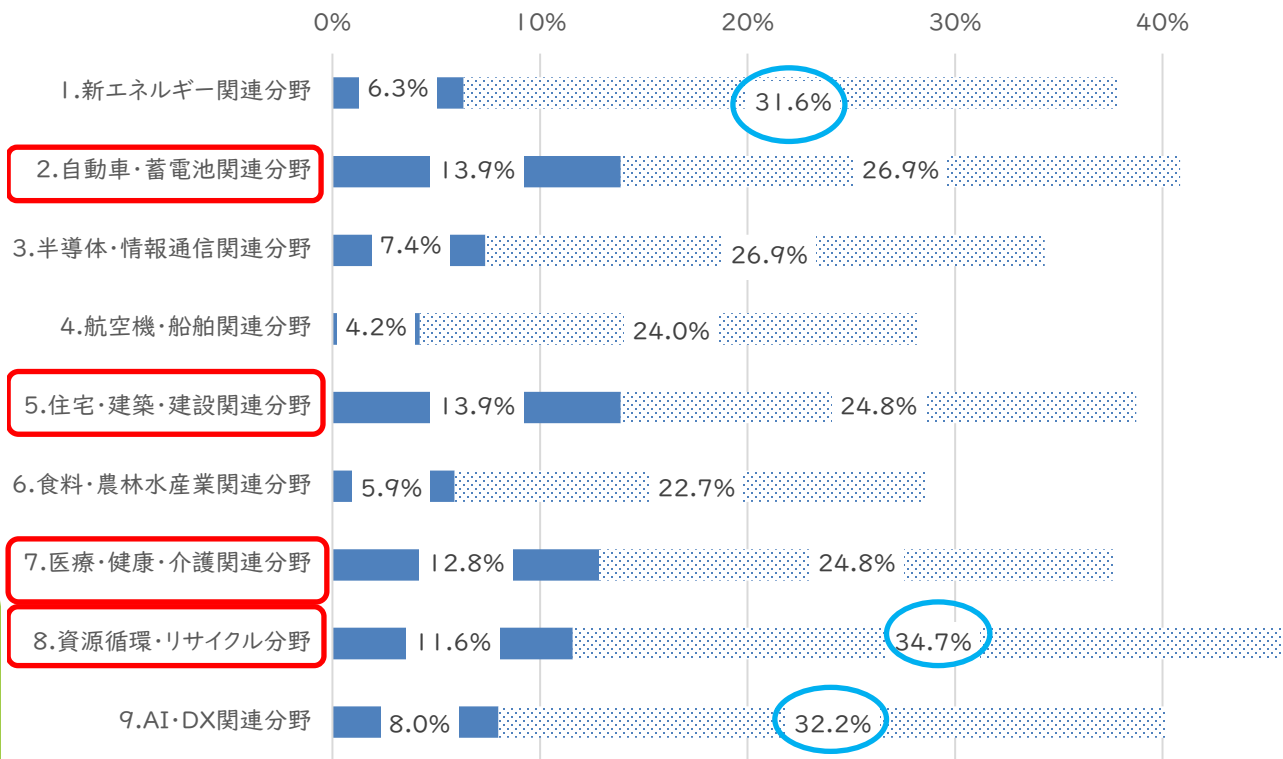
▶ 新事業の連携機関



2 調査結果

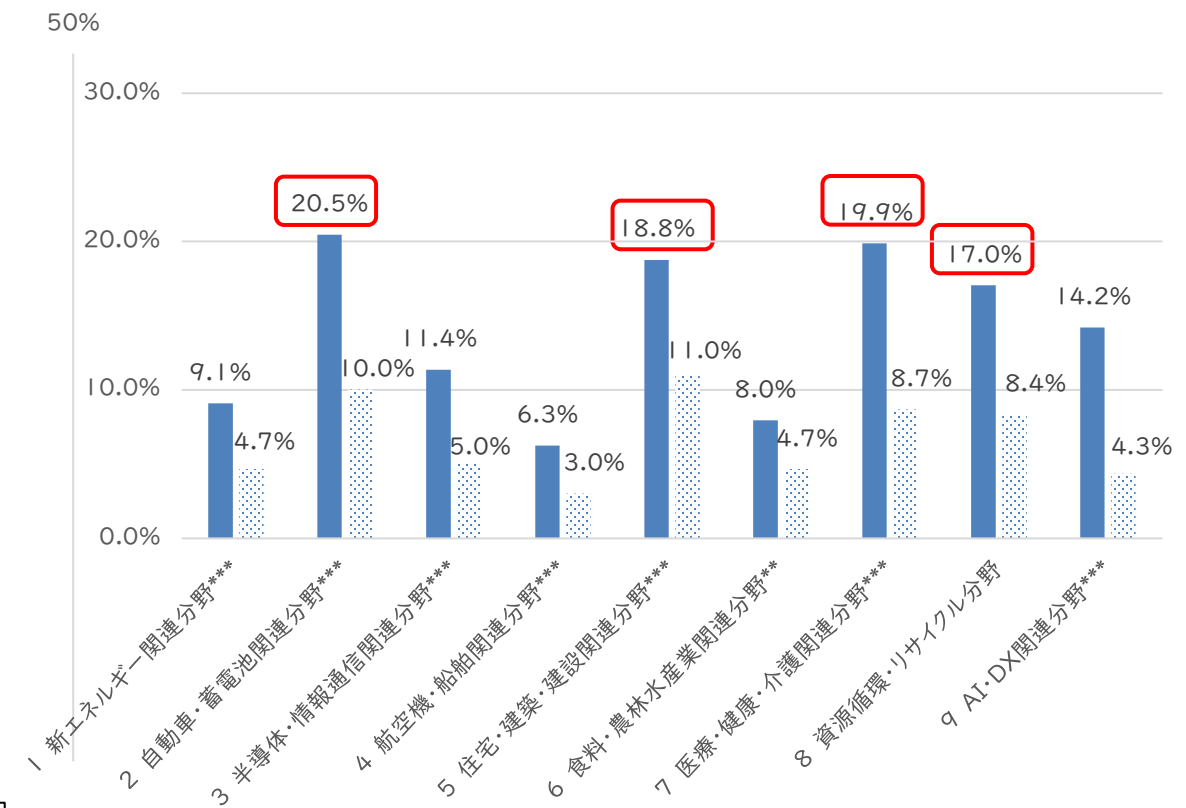
成長分野の関心は自動車・建築・リサイクル 新事業と関連あり

▶ 全体



■ 1 取組を実施し、成果がある+ 2 取組を実施したが、成果はない 3 取組を実施していないが、関心はある

新事業取組有無



■ 1 新事業に取り組んだ(n=176) 2 新事業に取り組んでいない(n=299)

2 調査結果

成長分野への取組は業績との関連性あり

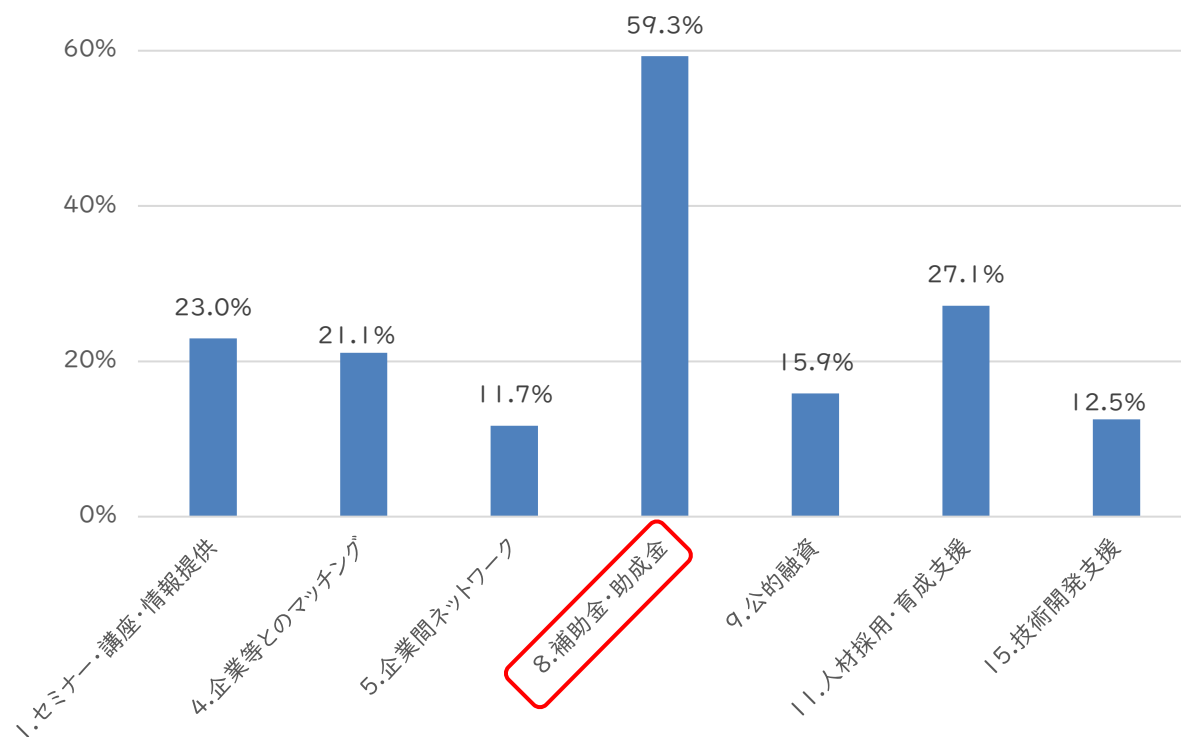
▶ 全体

	売上高推移 (前年比)	経常利益 (直近期)	経常利益推移 (前年比)
1.新エネルギー関連分野(n=473)			
2.自動車・蓄電池関連分野(n=473)			
3.半導体・情報通信関連分野(n=473)		*	
4.航空機・船舶関連分野(n=473)			
5.住宅・建築・建設関連分野(n=473)	*		
6.食料・農林水産業関連分野(n=474)			
7.医療・健康・介護関連分野(n=473)		*	**
8.資源循環・リサイクル分野(n=473)	*		
9.AI・DX関連分野(n=473)		***	

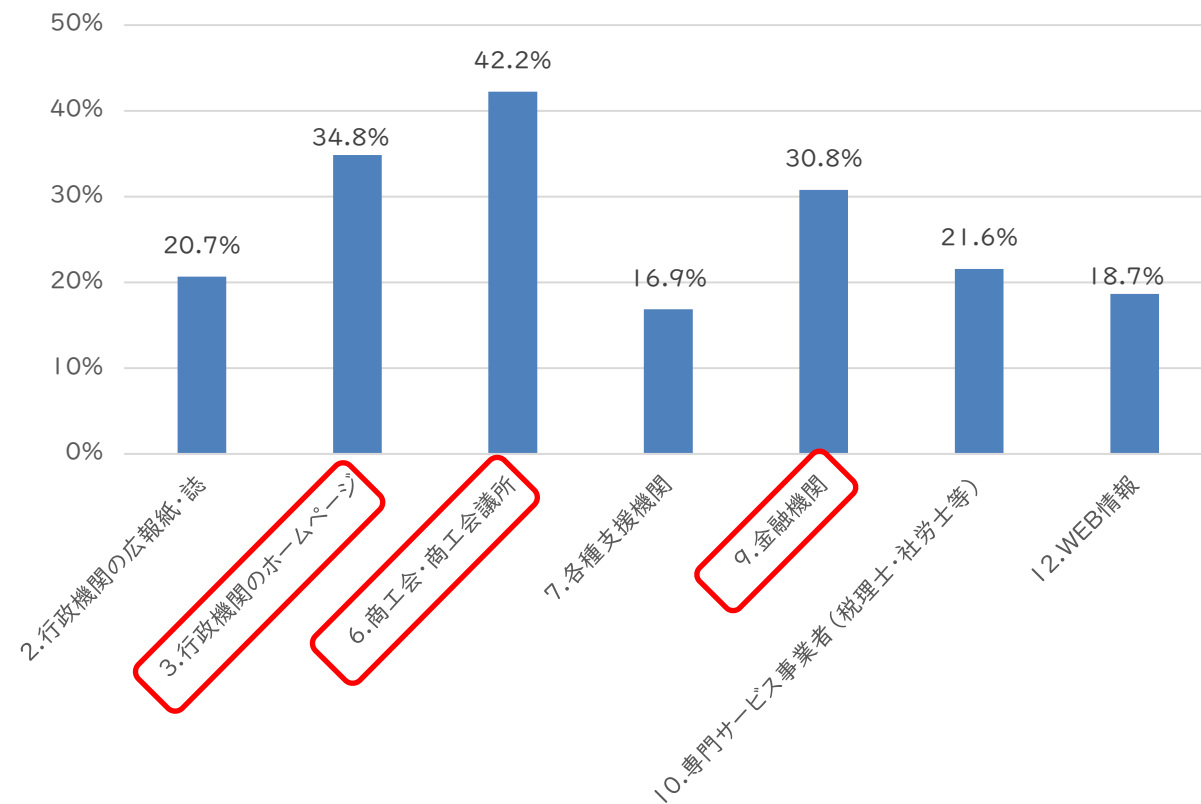
2 調査結果

支援施策希望は資金 情報入手は商工会議所

▶ 希望施策



情報入手先



2 調査結果

ヒアリング調査（藤田金属株式会社）

- ▶ ○ 価格競争量産ビジネス → 付加価値独自ビジネス
- ▶ ○ 新たな取組 → 市場確認 → 改善対応
- ▶ ○ 外部連携による新たな取組の推進
- ▶ ○ 従業員のモチベーション向上・全社一体的な取組



2 調査結果

ヒアリング調査（カネエム工業株式会社）

- ▶ ○ 下請量産ビジネス → 多品種小ロットビジネス
- ▶ ○ オリジナル商品事業
- ▶ ○ デジタル技術や独自加工技術の活用
- ▶ ○ オープンファクトリー・地元連携



2 調査結果 ヒアリング調査（大阪錫器株式会社）

- ▶ ○ 伝統工芸 → 他分野との連携
- ▶ ○ 定番商品 + 新しいデザイン商品
- ▶ ○ 従業員への細かい配慮
- ▶ ○ 若手とベテランの役割分担・協力体制



3 施策への提案

- ▶ 1 環境変化に多様な対応を行っており、成功率が高い
- ▶ 新事業・環境対応・海外対応はリスクが高く、支援が必要
- ▶ 2 新事業の成功には、計画管理と連携支援、販路支援、人材支援が重要
- ▶ 3 新事業への取り組む企業は外部連携に積極的
- ▶ 新事業の成功には、公的機関、企業間連携・民間専門家活用が有効
- ▶ 4 成長分野への取組は、限定的も、業績にはプラスの効果
- ▶ 5 支援施策情報は、商工会・商工会議所、金融機関などから取得
専門家、民間コンサルタントとの連携も重要