



関西ベンチャー
サポーターズ会議

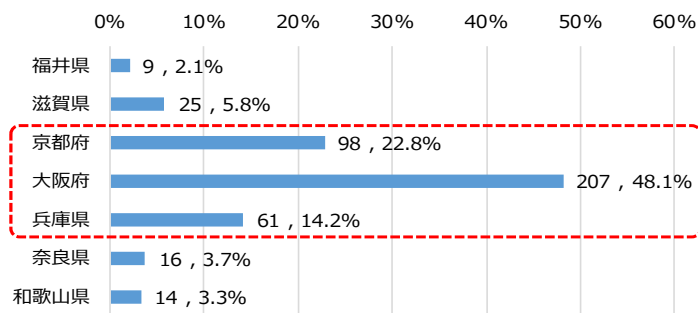
関西ベンチャー企業の 実態調査2020

令和2年3月

近畿経済産業局

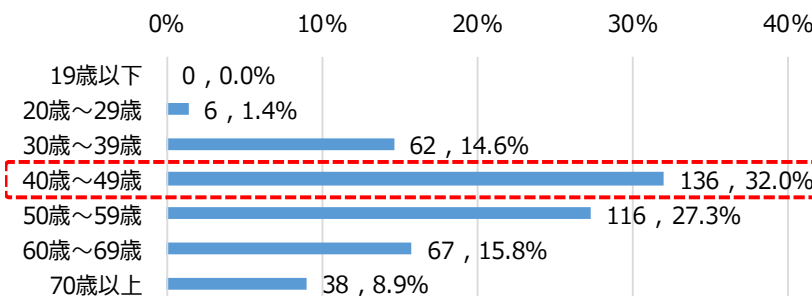
- 「関西ベンチャー企業リスト」掲載企業へのアンケート調査を基に、業種・事業展開分野の特徴、関西の事業環境への評価、事業拡大に向けての経営課題や手法、施策ニーズ等を分析し、関西ベンチャー企業の実態を見える化。

<所在地>



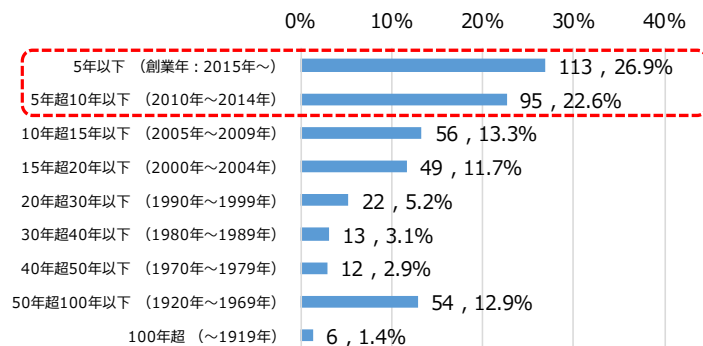
(回答件数、割合 n=430)

<経営者年代>



(回答件数、割合 n=425)

<業歴>



(回答件数、割合 n=420)

※集計にあたって

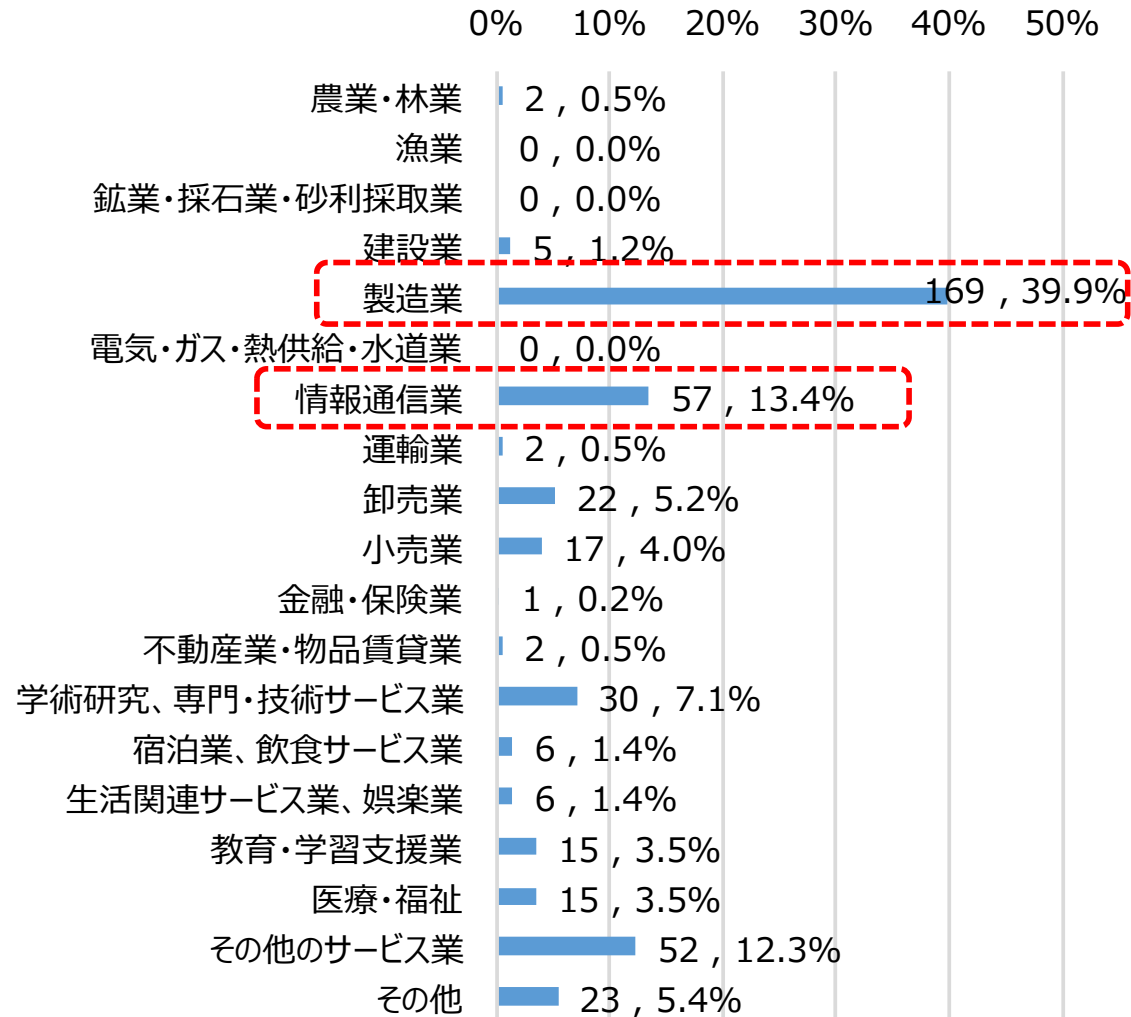
- 令和元年10月末版「関西ベンチャー企業リスト」掲載企業（1,171件）を調査対象としてアンケート調査を実施。
- 回答件数は430件。令和2年1月20日事務局到着分までを集計対象とした。
- 各集計設問において、有効回答した社数を「n数」とした。
- 構成比に関しては、小数点第2位を四捨五入して計算しているため、合計が100%にならない場合がある。
- 複数回答の場合、回答者数（n数）に対する割合を示しているため、構成比の合計が100%を超える。

事務局(調査実施機関)：株式会社帝国データバンク

関西ベンチャー企業の実態調査～業種～

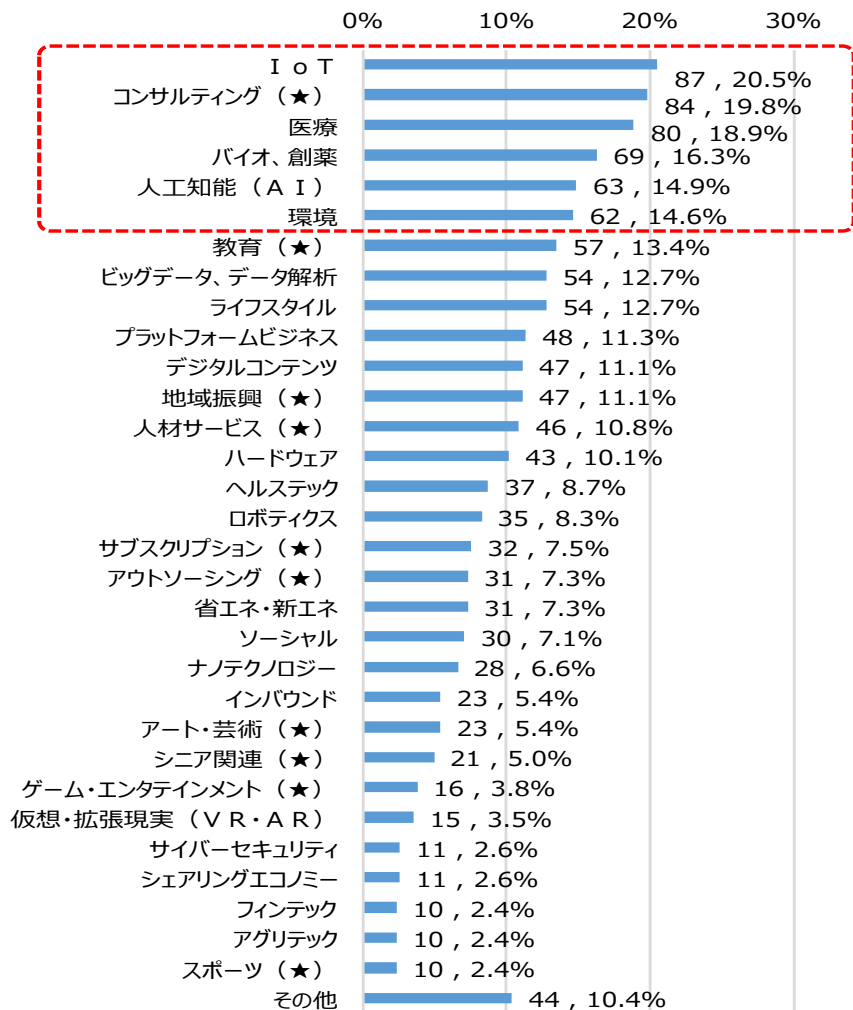
2020年調査

- 「情報通信業」より「製造業」の割合が3倍近く高い。



(回答件数、割合 n=424)

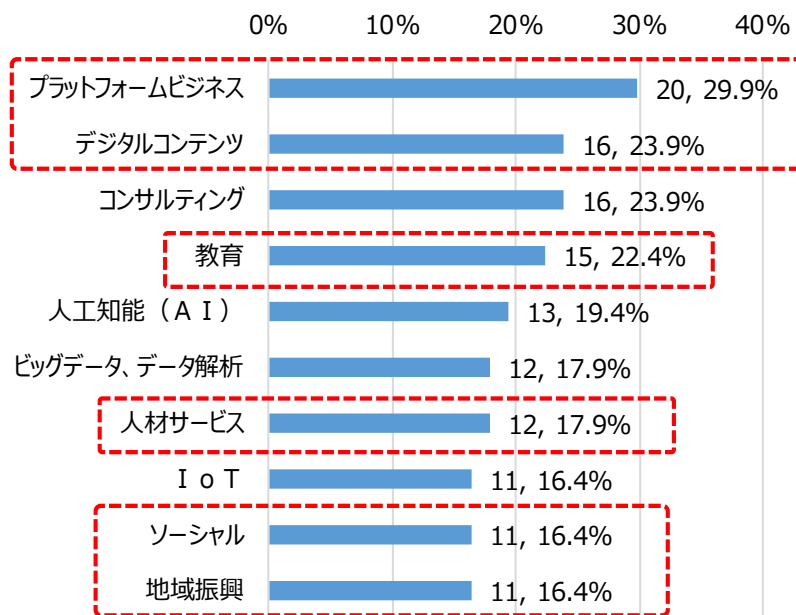
- 「IoT」「コンサルティング」「医療」「バイオ、創薬」「人工知能（AI）」「環境」が上位となった。
- 20代・30代の若手経営者の中では、「プラットフォームビジネス」「デジタルコンテンツ」が上位となり、「教育」「人材サービス」「ソーシャル」「地域振興」の割合が全体と比較して高い。



★は今年度の追加分野

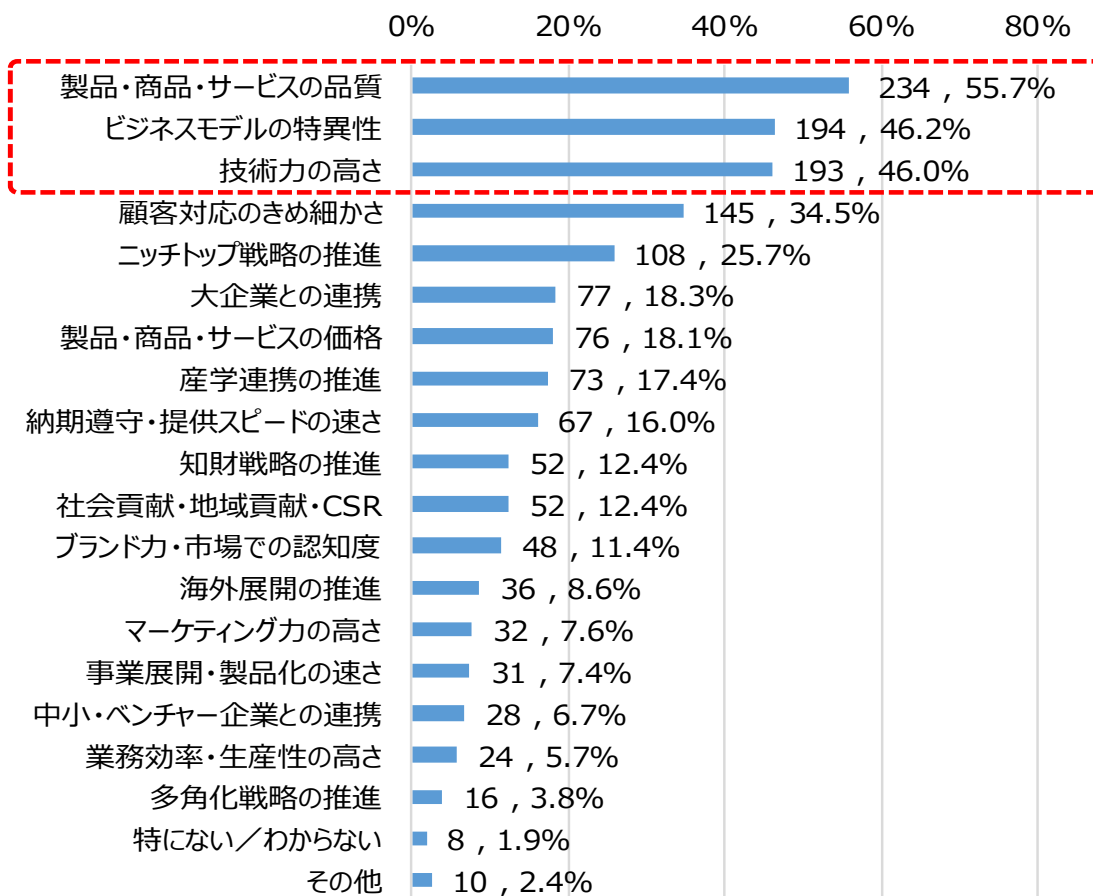
(回答件数、割合 n=424)

(20代・30代経営者)



(回答件数、割合 n=67)

- 「製品・商品・サービスの品質」「ビジネスモデルの特異性」「技術力の高さ」が上位となった。



(回答件数、割合 n=420)

関西ベンチャー企業の実態調査～競争優位性(業種別)～

2020年調査

- 製造業：「技術力の高さ」「大企業との連携」
- 情報通信業：「製品・商品・サービスの価格」「中小・ベンチャー企業との連携」「事業展開・製品化の速さ」、
- 学術研究、専門・技術サービス業：「技術力の高さ」「産学連携の推進」「知財戦略の推進」
等が、全体の回答結果に比べて高い割合となった。

割合（業種別 n 数比）

| 業歴 | n 数 | 競争優位性（業種別） | | | | | | | | | |
|-----------------|--------|----------------|------------------|------------------|-------------------|---------------|------------|----------------|-----------|----------------|-------------|
| | | 1. ビジネスモデルの特異性 | 2. 製品・商品・サービスの品質 | 3. 製品・商品・サービスの価格 | 4. 納期遵守・提供スピードの速さ | 5. 顧客対応のきめ細かさ | 6. 海外展開の推進 | 7. マーケティング力の高さ | 8. 技術力の高さ | 9. 業務効率・生産性の高さ | 10. 産学連携の推進 |
| 製造業 | 100.0% | 35.5% | 59.8% | 16.6% | 18.3% | 33.1% | 11.8% | 2.4% | 62.1% | 4.1% | 22.5% |
| 情報通信業 | 100.0% | 45.6% | 52.6% | 26.3% | 14.0% | 36.8% | 8.8% | 10.5% | 36.8% | 1.8% | 12.3% |
| 学術研究、専門・技術サービス業 | 100.0% | 53.3% | 56.7% | 10.0% | 10.0% | 23.3% | 3.3% | 3.3% | 56.7% | 10.0% | 30.0% |
| 全体 | 100.0% | 45.2% | 54.5% | 17.6% | 15.5% | 33.6% | 8.4% | 7.4% | 45.0% | 5.6% | 17.2% |

(差別化要因)

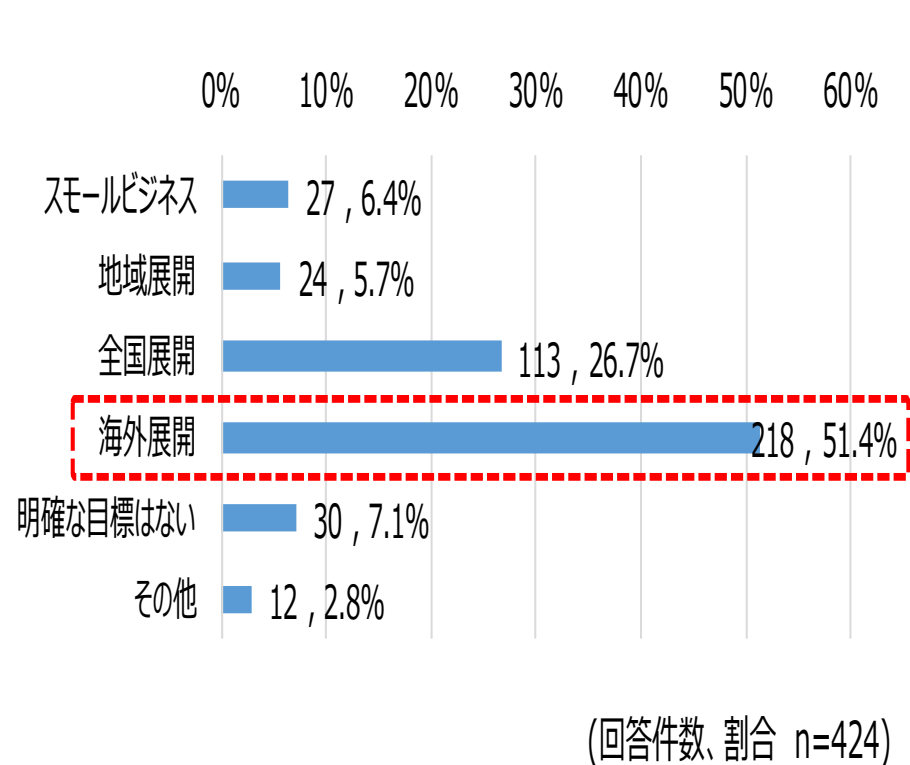
| 11. 大企業との連携 | 12. 中小・ベンチャー企業との連携 | 13. 社会貢献・地域貢献・CSR | 14. ブランド力・市場での認知度 | 15. ニッチトップ戦略の推進 | 16. 事業展開・製品化の速さ | 17. 多角化戦略の推進 | 18. 知財戦略の推進 | 19. 特にない／わからない | 20. その他 |
|-------------|--------------------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|--------------|-------------|----------------|---------|
| 27.2% | 7.7% | 8.9% | 13.0% | 30.2% | 8.9% | 3.0% | 15.4% | 1.8% | 2.4% |
| 15.8% | 10.5% | 5.3% | 3.5% | 21.1% | 10.5% | 5.3% | 12.3% | 3.5% | 3.5% |
| 10.0% | 10.0% | 10.0% | 3.3% | 10.0% | 6.7% | 0.0% | 20.0% | 3.3% | 6.7% |
| 17.9% | 6.5% | 12.1% | 11.1% | 25.3% | 7.2% | 3.7% | 12.1% | 1.9% | 2.3% |

関西ベンチャー企業の実態調査～事業目標～

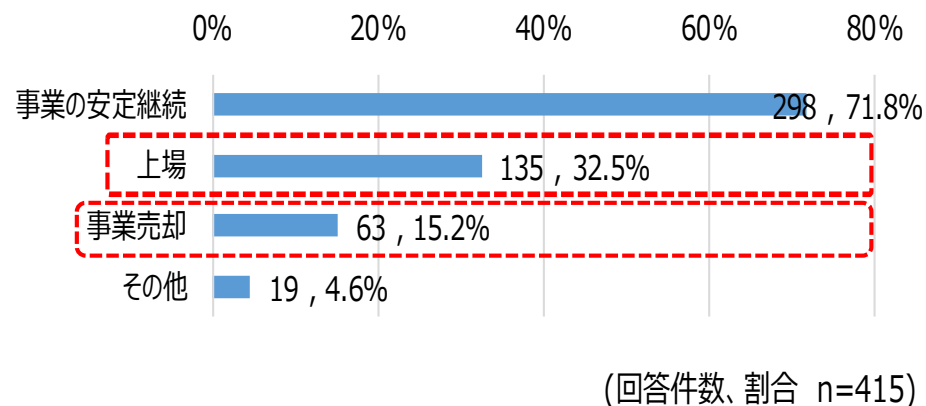
2020年調査

- 市場規模では、半数の企業が「海外展開」を最終目標としている。
- 経営形態では、「上場」を約30%、「事業売却」を約15%の企業が最終目標としており、経営者年代が若くなるほどその傾向が高い。

<市場規模>



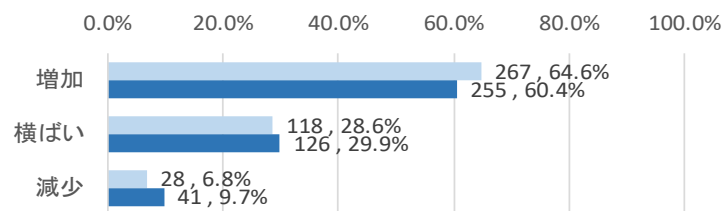
<経営形態>



| 経営者年代 | n数 | 1. 事業の安定継続 | 2. 上場 | 3. 事業売却 | 4. その他 |
|----------|--------|------------|-------|---------|--------|
| ①20代・30代 | 100.0% | 64.2% | 49.3% | 23.9% | 3.0% |
| ②40代 | 100.0% | 70.2% | 36.6% | 9.2% | 3.8% |
| ③50代 | 100.0% | 72.6% | 29.2% | 15.9% | 4.4% |
| ④60代以上 | 100.0% | 77.9% | 20.2% | 16.3% | 6.7% |

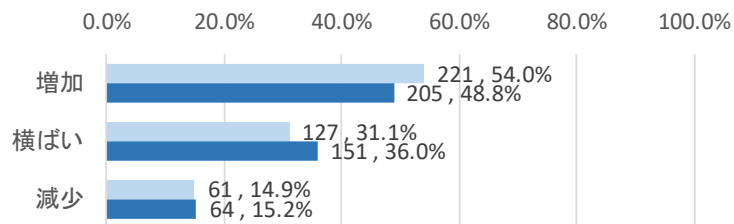
- 自社の直近3年程度の傾向及び今後3年程度の見通しの両方で、売上高、経常利益、従業員数、賃金水準のいずれも「増加」が「減少」を上回った。
- ただし、昨年度調査結果との比較では、直近傾向、今後見通しの両方で、全ての項目で「増加」と回答した割合が減少した。

<直近3年程度の傾向> (売上高)



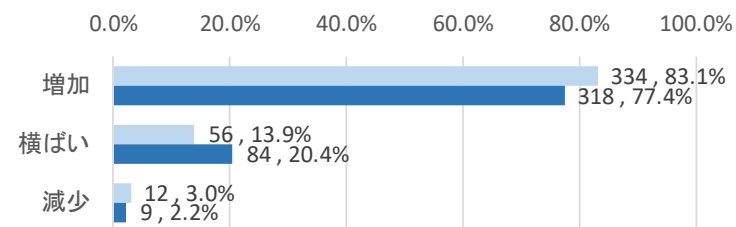
(回答件数、割合)
(上段：昨年度調査 n=413)
(下段：今年度調査 n=422)

(経常利益)



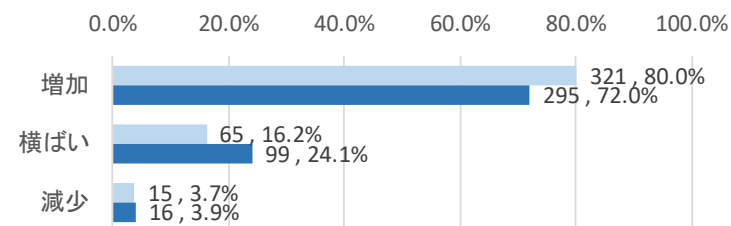
(回答件数、割合)
(上段：昨年度調査 n=409)
(下段：今年度調査 n=420)

<今後3年程度の見通し> (売上高)



(回答件数、割合)
(上段：昨年度調査 n=402)
(下段：今年度調査 n=411)

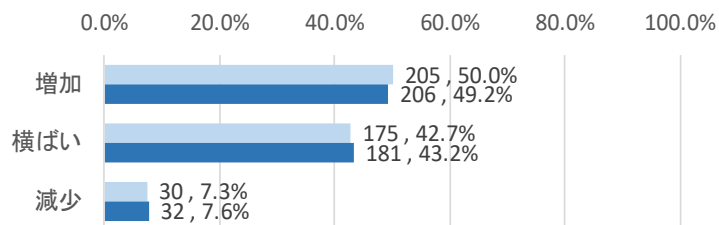
(経常利益)



(回答件数、割合)
(上段：昨年度調査 n=401)
(下段：今年度調査 n=410)

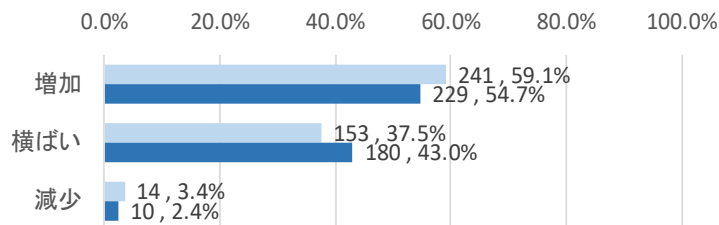
<直近3年程度の傾向>

(従業員数)



(回答件数、割合)
 (上段: 昨年度調査 n=410)
 (下段: 今年度調査 n=419)

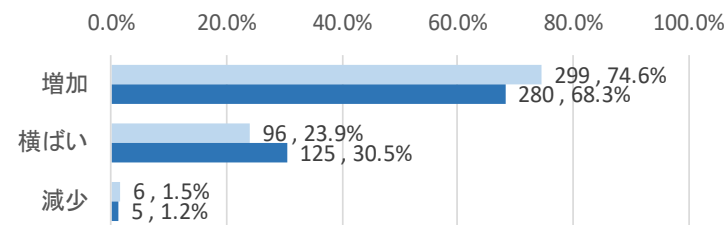
(賃金水準)



(回答件数、割合)
 (上段: 昨年度調査 n=408)
 (下段: 今年度調査 n=419)

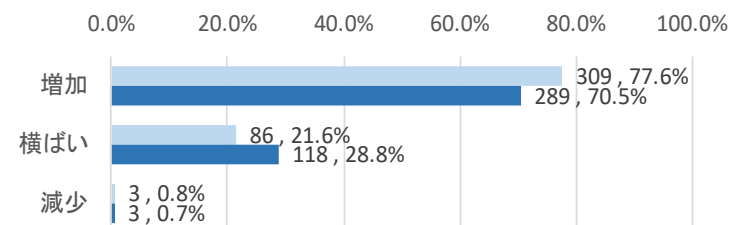
<今後3年程度の見通し>

(従業員数)



(回答件数、割合)
 (上段: 昨年度調査 n=401)
 (下段: 今年度調査 n=410)

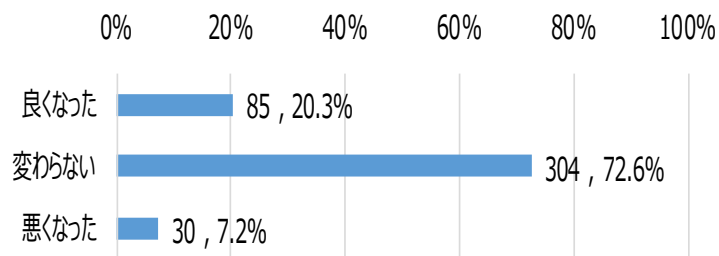
(賃金水準)



(回答件数、割合)
 (上段: 昨年度調査 n=398)
 (下段: 今年度調査 n=410)

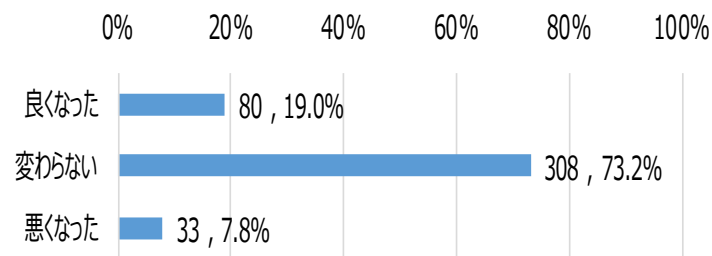
- 関西地域の直近3年程度の事業環境について、事業拡大、資金調達、情報アクセスは、「良くなった」の割合が「悪くなった」を上回った。特に、情報アクセスは、「良くなった」と回答した割合が30%を占めた。
- ただし、人材採用は、「悪くなった」が「良くなった」を上回った。

<事業拡大>



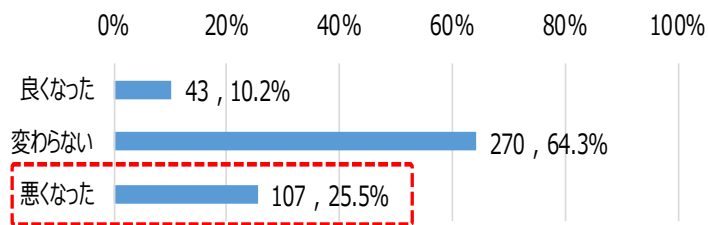
(回答件数、割合 n=419)

<資金調達>



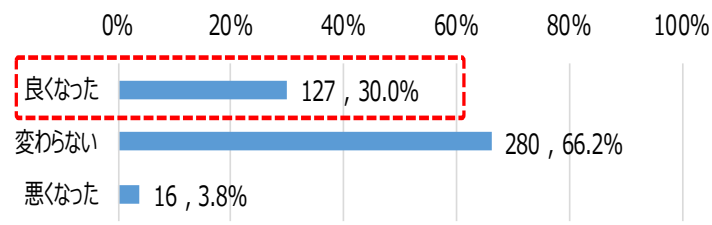
(回答件数、割合 n=421)

<人材採用>



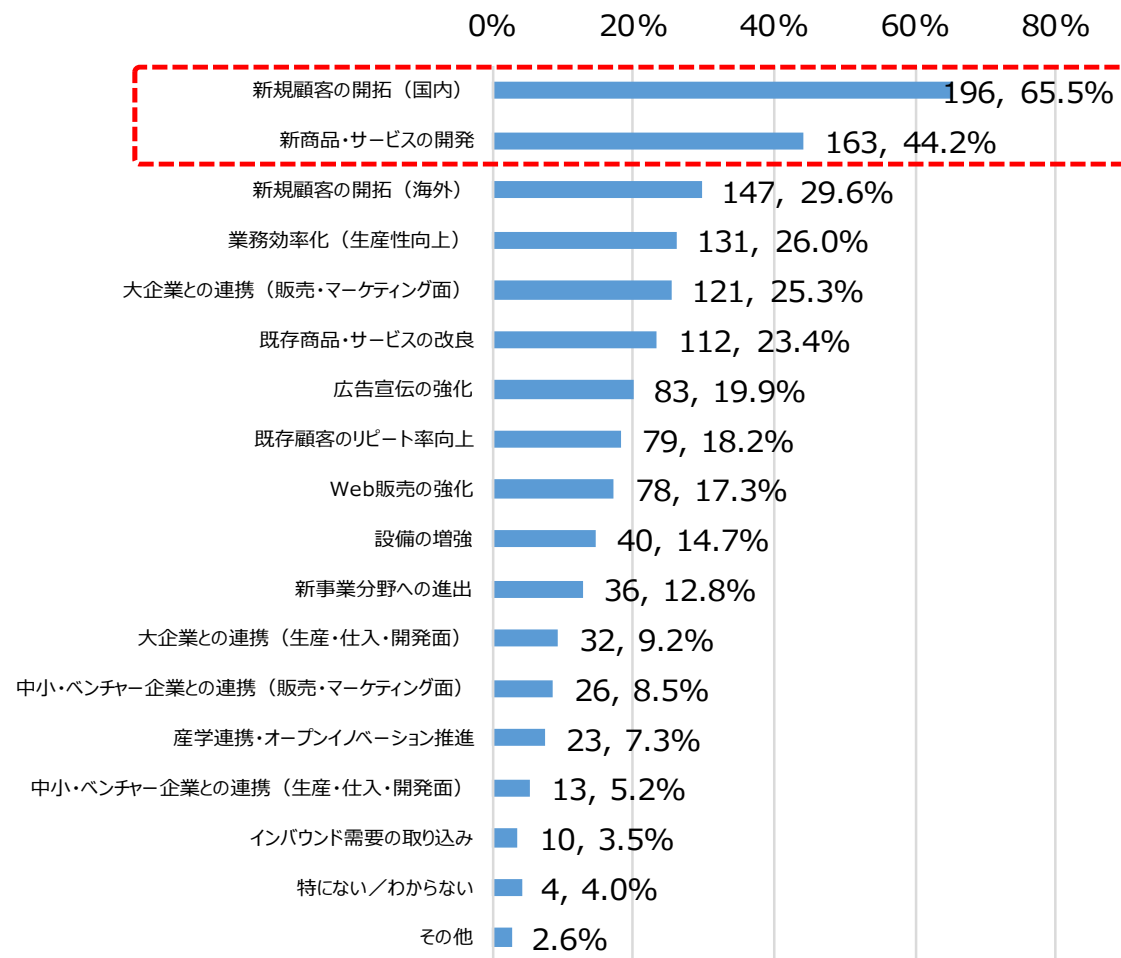
(回答件数、割合 n=420)

<情報アクセス>



(回答件数、割合 n=423)

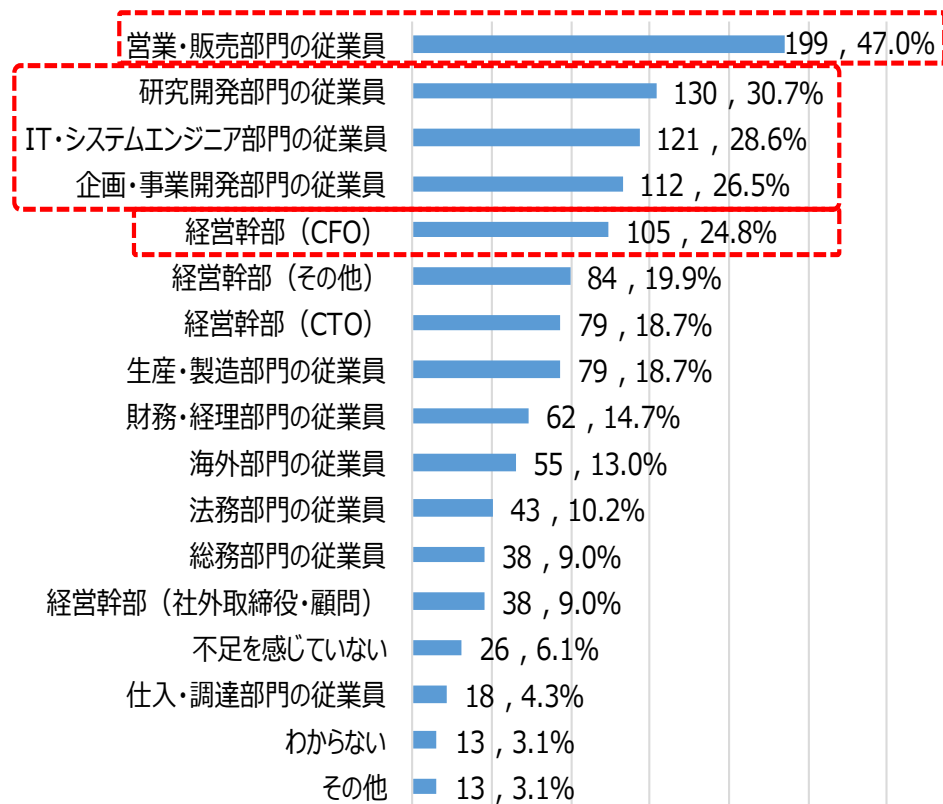
- 事業拡大に向けての経営課題は、「新規顧客の開拓(国内)」「新商品・サービスの開発」が上位を占めた。



(回答件数、割合 n=423)

- 不足している人材は、「営業・販売部門」「研究開発部門」「IT・システムエンジニア部門」「企画・事業開発部門」「経営幹部(CFO)」が上位を占めた。
- 業歴15年以下の企業では、「経営幹部(CTO・CFO・社外取締役等)」が不足との割合が、全体の回答結果に比べて高い。

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60%



(業歴15年前後での比較)

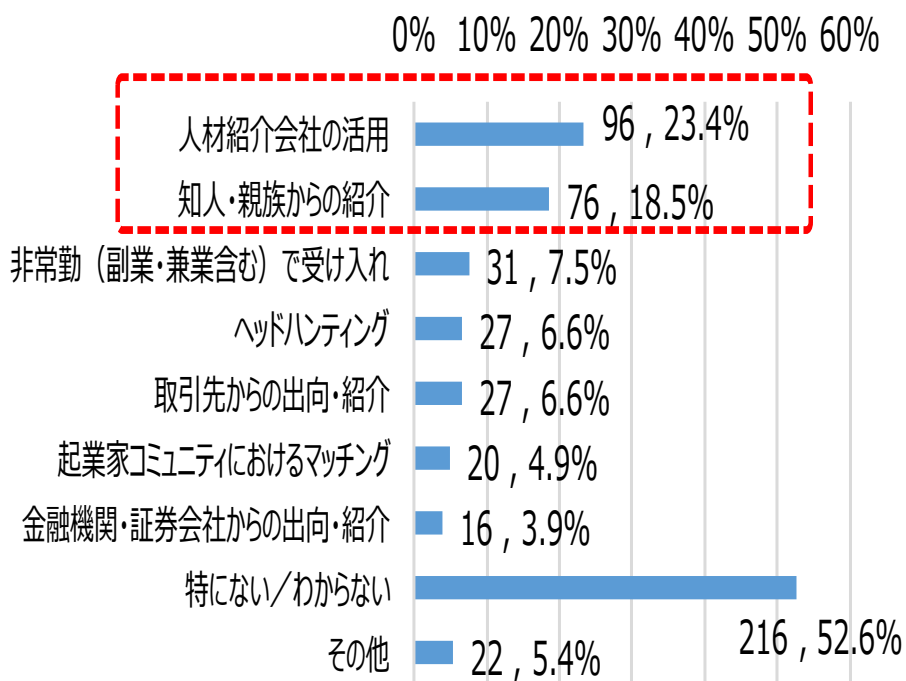
| 業歴 | n数 | 不足している人材 | | | | |
|--------------|--------|---------------|---------------|--------------------|---------------|----------------|
| | | 1. 経営幹部 (CTO) | 2. 経営幹部 (CFO) | 3. 経営幹部 (社外取締役・顧問) | 4. 経営幹部 (その他) | 5. 営業・販売部門の従業員 |
| ①15年以下 | 100.0% | 21.8% | 30.9% | 13.0% | 19.1% | 45.8% |
| ②15年以上 | 100.0% | 13.1% | 14.4% | 2.6% | 20.9% | 47.7% |
| 差分ポイント (①-②) | 0.0 | 8.7 | 16.5 | 10.4 | -1.8 | -1.9 |

| 不足している人材 | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|-------------|----------------|---------------|------------------------|-----------------|-----------------|--------------|--------------|---------------|-----------|--|--|--|--|--|
| 6. 企画・事業開発部門の従業員 | 7. 海外部門の従業員 | 8. 生産・製造部門の従業員 | 9. 研究開発部門の従業員 | 10. IT・システムエンジニア部門の従業員 | 11. 仕入・調達部門の従業員 | 12. 財務・経理部門の従業員 | 13. 法務部門の従業員 | 14. 総務部門の従業員 | 15. 不足を感じていない | 16. わからない | | | | | |
| 26.7% | 12.2% | 11.8% | 28.2% | 29.8% | 3.4% | 17.2% | 9.2% | 10.3% | 6.9% | 3.1% | | | | | |
| 26.1% | 15.0% | 30.7% | 35.9% | 28.1% | 5.2% | 10.5% | 11.8% | 6.5% | 5.2% | 3.3% | | | | | |
| 0.6 | -2.8 | -18.9 | -7.7 | 1.7 | -1.8 | 6.7 | -2.6 | 3.8 | 1.6 | -0.2 | | | | | |

(回答件数、割合 n=423)

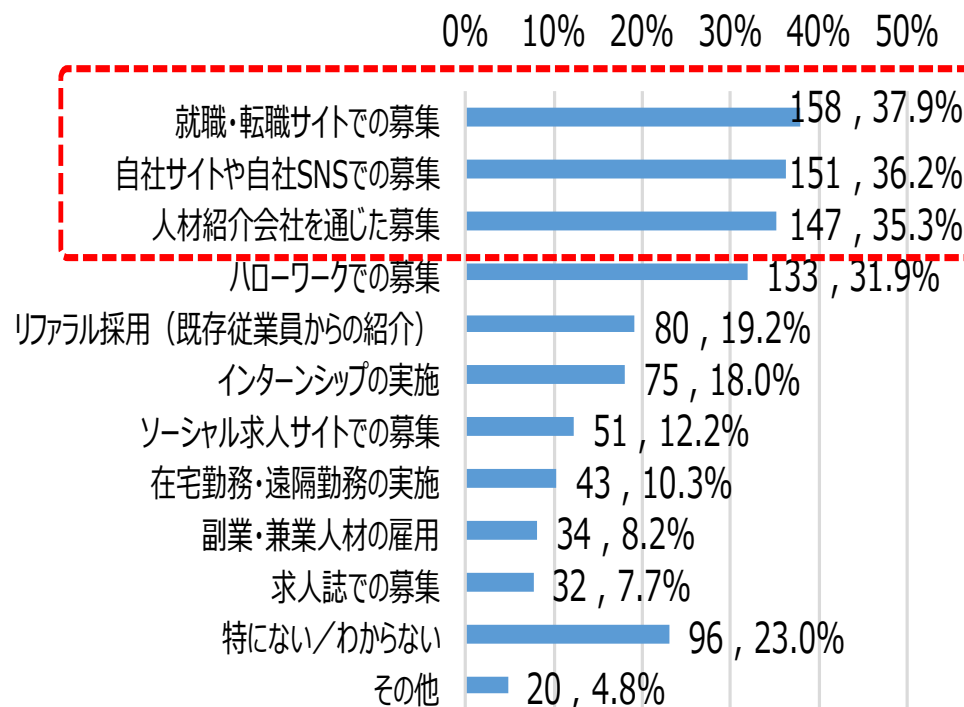
- 経営幹部の確保は「人材紹介会社」「知人・親族からの紹介」、従業員の確保は「就職・転職サイト」「自社サイトやSNS」「人材紹介会社」が多く活用されている。

(経営幹部)



(回答件数、割合 n=411)

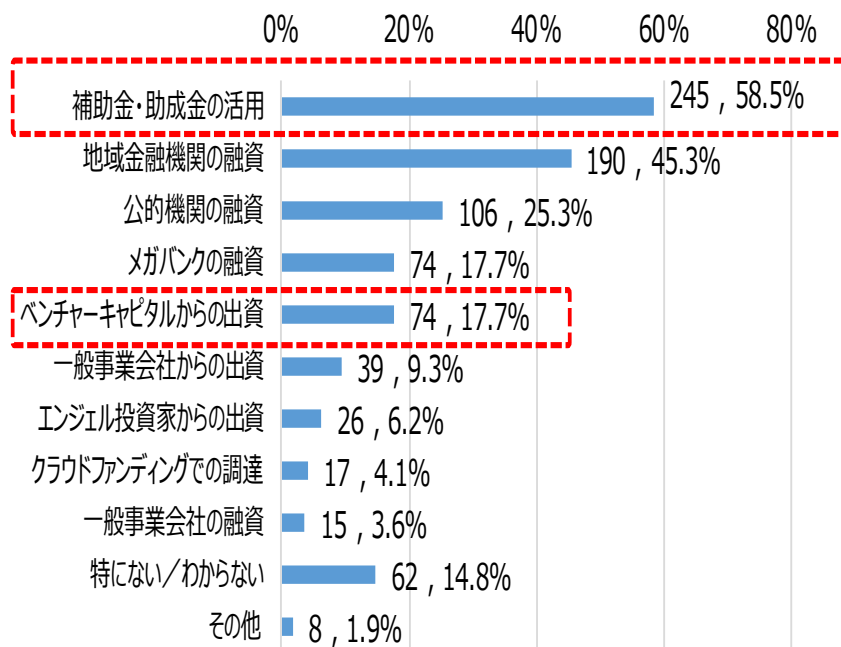
(従業員)



(回答件数、割合 n=417)

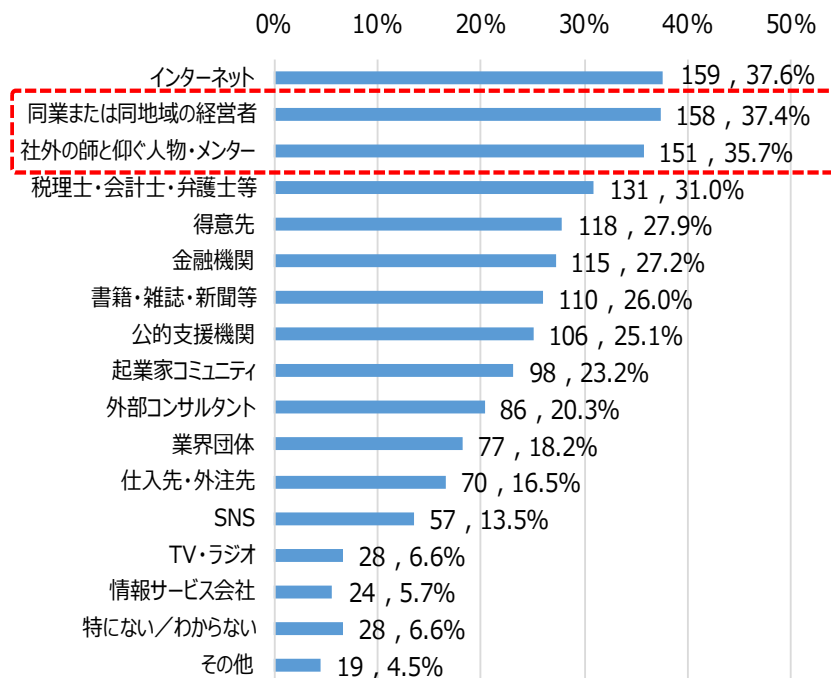
- 資金調達面では、「補助金・助成金の活用」に次いで「各機関からの融資」が多いが、「ベンチャーキャピタルからの出資」も一定程度活用されている。
- 情報入手面では、「インターネット」に次いで「同業または同地域の経営者」「社外の師と仰ぐ人物・メンター」が活用されている。

<資金調達>



(回答件数、割合 n=419)

<情報入手>



(回答件数、割合 n=423)

関西ベンチャー企業の実態調査～成長支援施策活用状況～

2020年調査

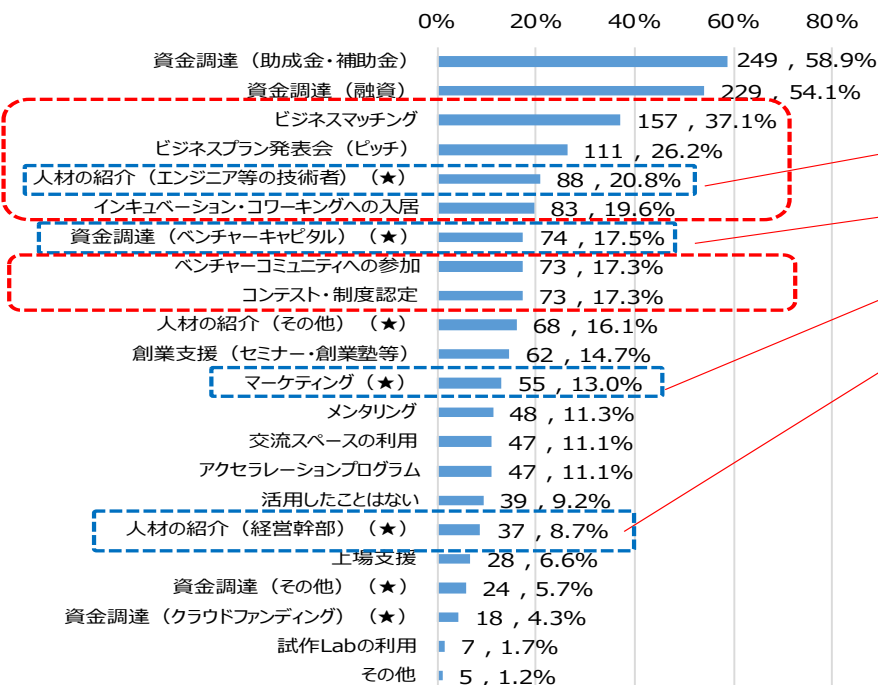
直近3年間で活用した成長支援施策

- 「助成金・補助金」「融資」といった資金面が上位となった。
- 「ビジネスマッチング」「ビジネスプラン発表会（ピッチ）」「人材の紹介（エンジニア等の技術者）」「インキュベーション・コワーキングへの入居」「ベンチャーコミュニティへの参加」「コンテスト・制度認定」の割合も高い。

今後活用したい成長支援施策

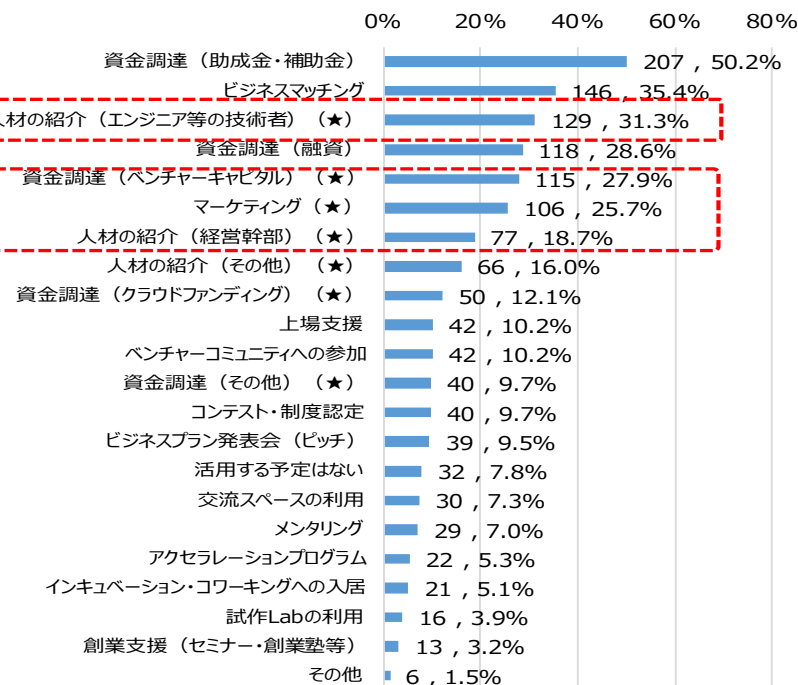
- 「助成金・補助金」「ビジネスマッチング」が上位となった。
- 「人材の紹介（エンジニア等の技術者）」「資金調達（ベンチャーキャピタル）」「マーケティング」「人材の紹介（経営幹部）」は、活用実績より割合が増えている。

<直近3年間で活用した成長支援施策>



(回答件数、割合 n=423)

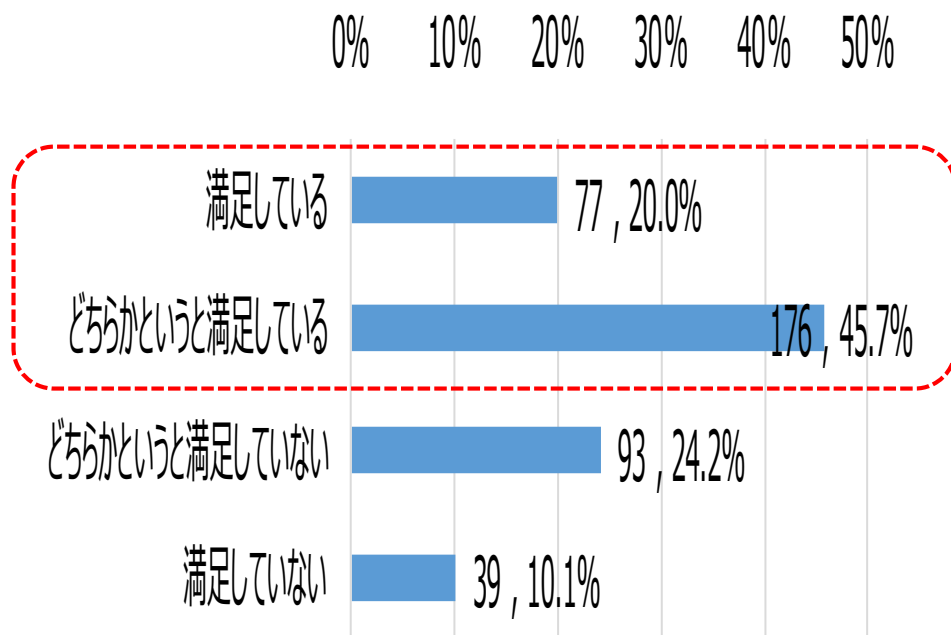
<今後活用したい成長支援施策>



(回答件数、割合 n=412) 14

- 直近3年間で活用した成長支援施策について、総合的な満足度では、3分の2近い企業が満足しているという回答。

(総合的な満足度)



(回答件数、割合 n=385)

(施策別活用満足度)

構成比 (回答件数降順。満足度の高い10項目を色づけ)

| 活用した成長支援施策 | 満足している | 満足していない | n数 |
|----------------------|--------|---------|--------|
| 資金調達 (助成金・補助金) | 71.8% | 28.2% | 100.0% |
| 資金調達 (融資) | 70.2% | 29.8% | 100.0% |
| ビジネスマッチング | 66.7% | 33.3% | 100.0% |
| ビジネスプラン発表会 (ピッチ) | 68.8% | 31.2% | 100.0% |
| 人材の紹介 (エンジニア等の技術者) | 69.8% | 30.2% | 100.0% |
| インキュベーション・コワーキングへの入居 | 71.1% | 28.9% | 100.0% |
| 資金調達 (ベンチャーキャピタル) | 76.4% | 23.6% | 100.0% |
| ベンチャーコミュニティへの参加 | 72.2% | 27.8% | 100.0% |
| コンテスト・制度認定 | 74.6% | 25.4% | 100.0% |
| 人材の紹介 (その他) | 76.2% | 23.8% | 100.0% |
| 創業支援 (セミナー・創業塾等) | 67.8% | 32.2% | 100.0% |
| マーケティング | 67.3% | 32.7% | 100.0% |
| アクセラレーションプログラム | 68.1% | 31.9% | 100.0% |
| 交流スペースの利用 | 61.7% | 38.3% | 100.0% |
| メンタリング | 67.4% | 32.6% | 100.0% |
| 人材の紹介 (経営幹部) | 73.5% | 26.5% | 100.0% |
| 上場支援 | 70.4% | 29.6% | 100.0% |
| 資金調達 (その他) | 83.3% | 16.7% | 100.0% |
| 資金調達 (クラウドファンディング) | 72.2% | 27.8% | 100.0% |
| 試作Labの利用 | 42.9% | 57.1% | 100.0% |
| その他 | 75.0% | 25.0% | 100.0% |
| n数 | 65.7% | 34.3% | 100.0% |