

令和2年度
伊賀市商工会
小規模事業者(会員)実態調査報告書

令和2年10月

伊賀市商工会

目次

1. 調査概要	3
2. 目的.....	3
3. 単純集計	3
3.1 単年度単純集計.....	3
3.2 前回比較単純集計	8
問1 事業形態	8
問2 経営者の年代.....	8
問3 業種	8
問4-1 家族従業員数	9
問4-2 正社員数.....	9
問4-3 非正規社員数	9
問5-1 正社員の増減.....	10
問5-2 非正規社員の増減.....	10
問6-1 主な商圏.....	10
問6-2 主たる商圏構成比.....	11
問7 事業承継(今後).....	11
問8 経営計画作成の有無.....	11
問9 直面する経営課題(複数回答)	12
問12-1 既存市場の深堀取組	12
問12-2 新規市場の開拓取組	12
問13 売上高の推移.....	13
問14 利益の推移	13
問15 資金調達	13
問16 必要な支援策.....	14
4. クロス集計.....	15
4.1 事業形態別クロス集計	15
4.2 経営者の年代別クロス集計.....	20
4.3 業種別クロス集計.....	22
4.4 経営計画作成の有無別クロス集計	23
4.5 既存市場深堀の取組別クロス集計	24
4.6 新規市場開拓の取組別クロス集計	25
4.7 資金調達	27
5. まとめ.....	29

1. 調査概要

調査時期: 令和2年7月～8月

調査対象: 伊賀市商工会会員 612 社

調査方法: 会員に配布後巡回にて回収(留め置き法)

回収数 : 201 社(回収率 33%)

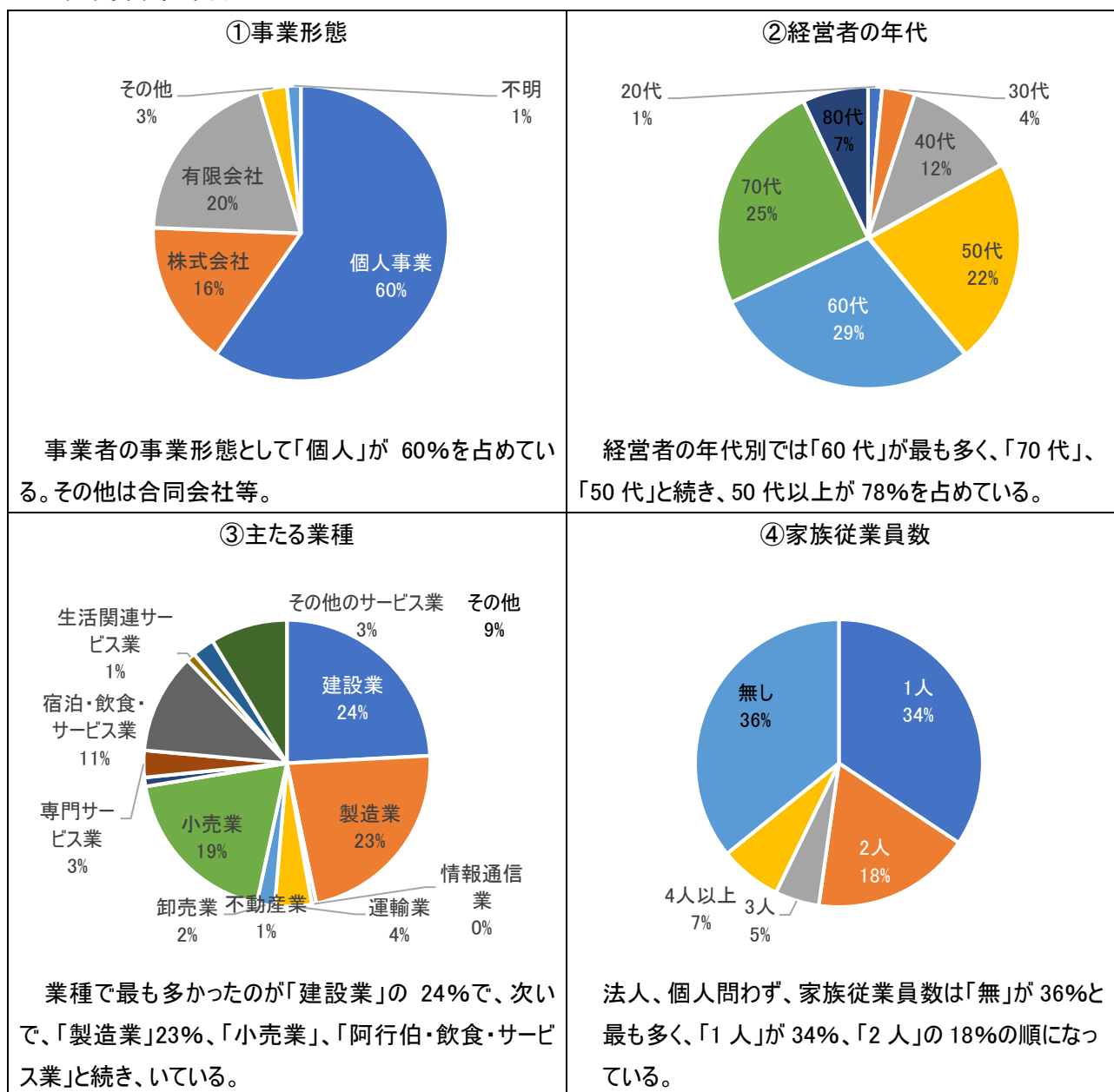
調査委託: 合同会社 地域創造研究所

2. 目的

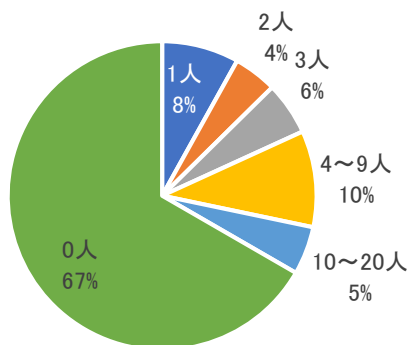
当調査は、会員事業者(主に小規模事業者)の経営実態を把握し、経営支援発達計画策定資料と伴走型経営支援を実施するための基礎資料として活用するとともに、今後の商工会が行う総合的な支援事業を円滑に進めるために行った。

3. 単純集計

3.1 単年度単純集計

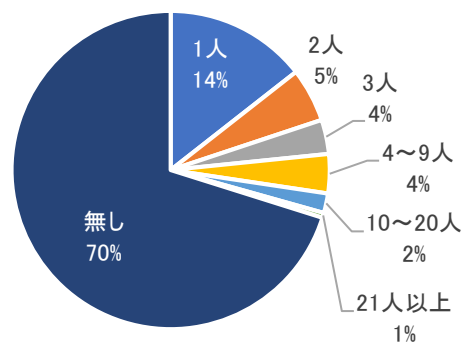


⑤正社員数



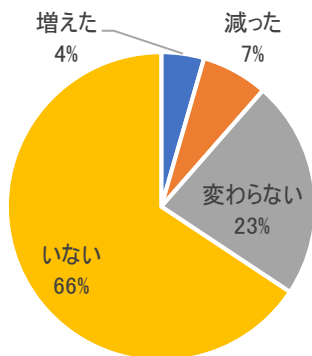
正社員数は3分の2が「0人」で、「1~3人」を合計すると18%、「4人以上」を合計すると15%になる。

⑥非正規社員数



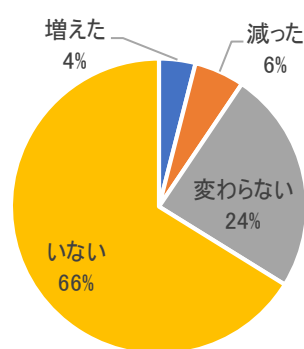
非正規社員数は「無し」が70%と最も多く、次いで「1人」が14%で、「4人以上」を合計すると7%になる。

⑦正社員の増減



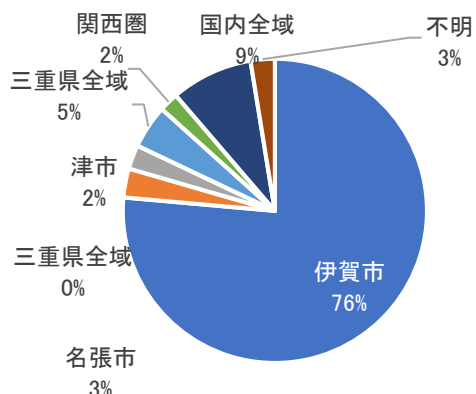
正社員の増減については、「増加」が4%、「減少」が7%、「変わらず」が24%である。

⑧非正規社員の増減



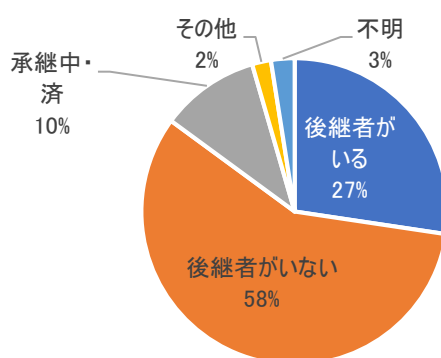
非正規社員数の増減は正社員の増減とほぼ同様な結果になった。

⑨主な商圈・取引先の地域



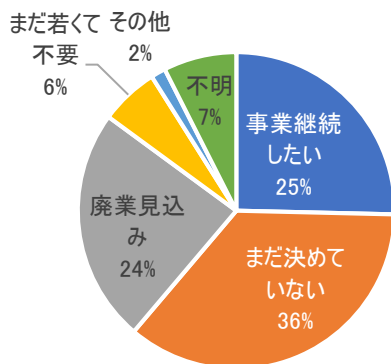
販売先や来店客の居住地、商圈を聞いた項目である。「伊賀市」と答えた割合が76%と最も高く、地元依存度が高い。

⑩事業承継(現状)



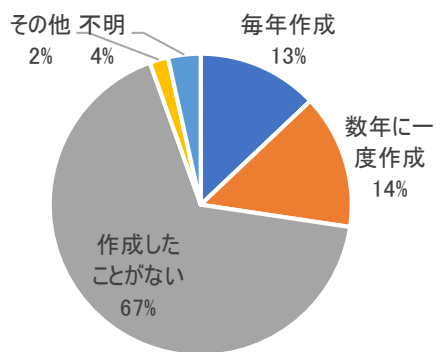
事業承継の現状として、「後継者がいる」が27%、「いない」が58%で、「承継中・済」が10%で、半数以上の事業者で後継者がいない。

⑪事業承継(今後)



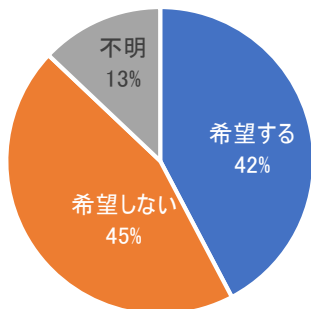
事業の継続の意向が明確にあるのが 25%で、反対に事業を廃止したい意向も 24%あった。

⑫営計画の作成の有無



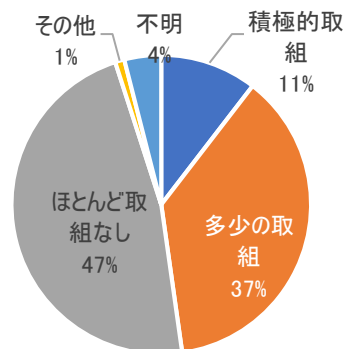
「作成をしていない」事業者が 67%ある反面、「毎年作成」している事業者も 13%ある。

⑬メルマガ配信希望の有無



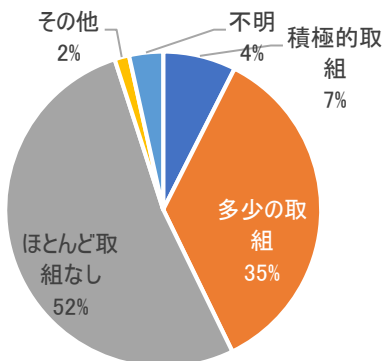
タイムリーな情報を商工会が送るメルマガに「登録配信希望」は 42%、「希望しない」が 45%である。

⑭既存市場の深堀への取組



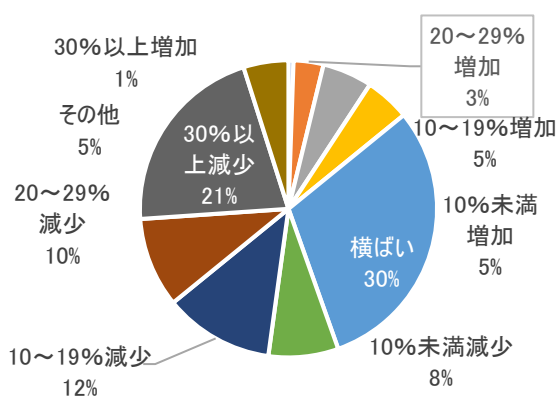
既存(従来)の市場深堀は、「積極的取組」が 11%、「多少の取組」が 37%で、合計すると約半数が取り組んでいるが、同数が「ほとんど取り組みなし」と回答。

⑮新規市場開拓への取組



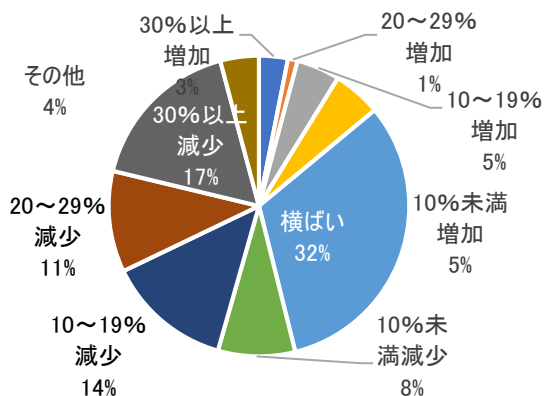
新規市場の開拓についての取組は「積極的取組」が 7%、「多少の取組」が 35%で、既存市場よりも取組が少な。また、「ほとんど取り組みなし」が半数以上ある。

⑯売上高の推移



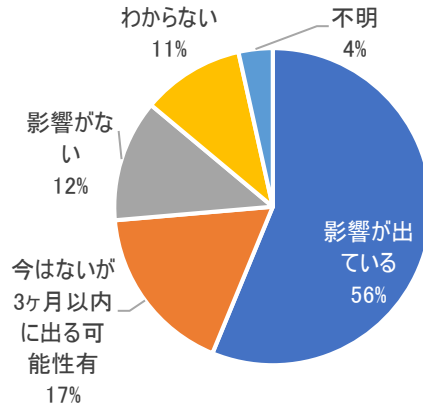
売上の推移では、「横ばい」が 30%、「増加」の合計では 14%、「減少」の合計では 51%と半数を超えている。30%以上減少している事業者も 21%ある。

⑰利益の推移



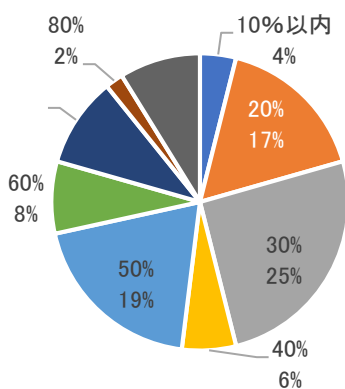
利益の推移では、「横ばい」が32%、「増加」を合計すると14%、「減少」を合計すると50%との結果になった。30%以上減少している事業者も17%ある。

⑱コロナ禍の影響の有無



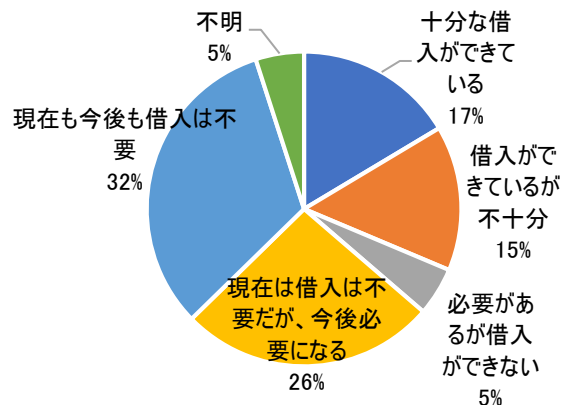
コロナの経営への影響を聞いたところ、「影響が出ている」が56%、「今後でそう」が17%と約4分の3が影響を受けたり、受けることを想定している。

⑲コロナ禍の売上への影響

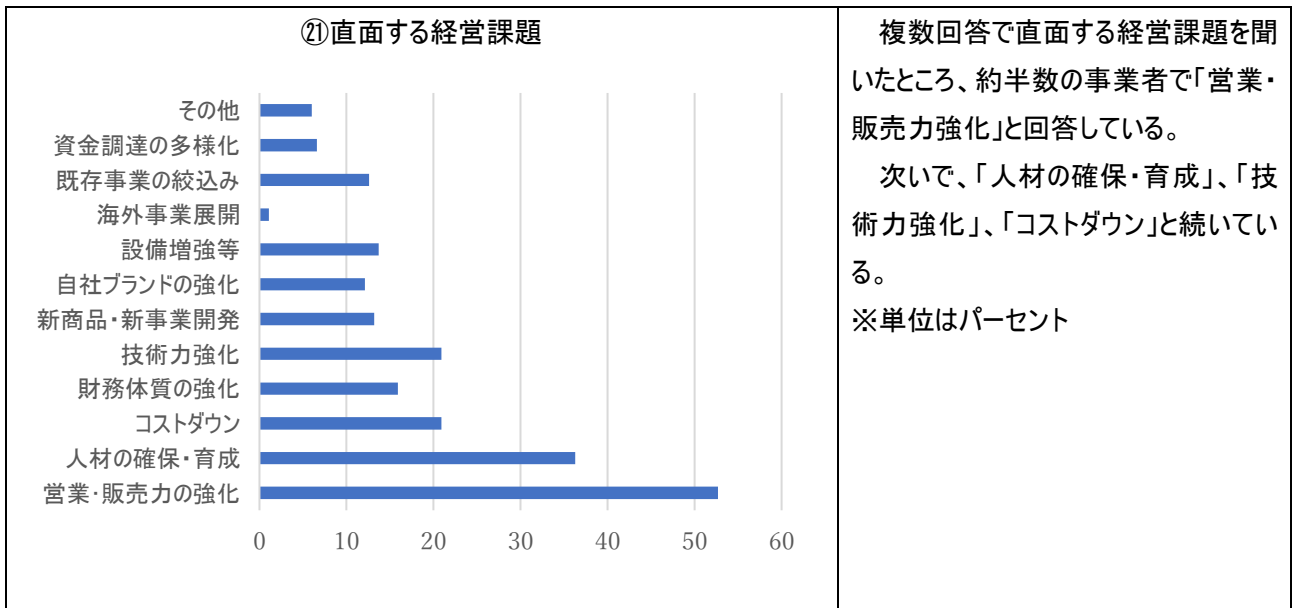


前問で「影響がある」と回答した事業者に、売上高の減少を聞いたところ、約半数が50%以上減少したと回答している。」

⑳資金調達の現状



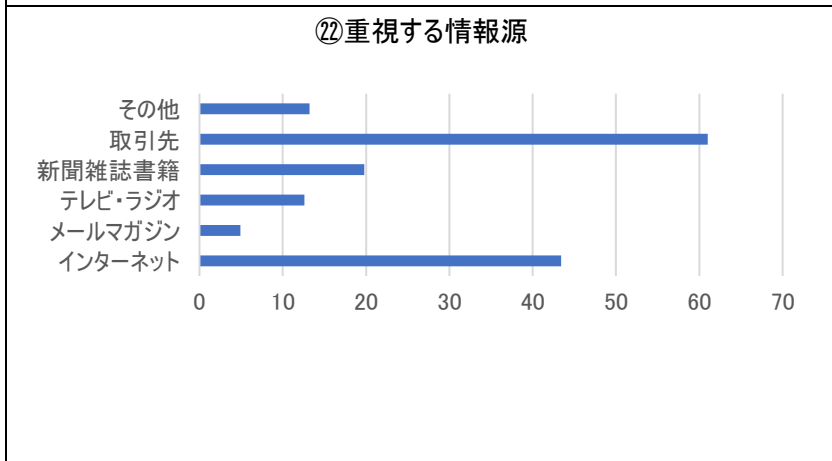
資金調達の現状を聞いた項目である。「十分な借入ができていない」事業者は17%、「十分でないができていない」15%、「借入が困難」が5%で、現在も今後も不要が32%ある。



複数回答で直面する経営課題を聞いたところ、約半数の事業者で「営業・販売力強化」と回答している。

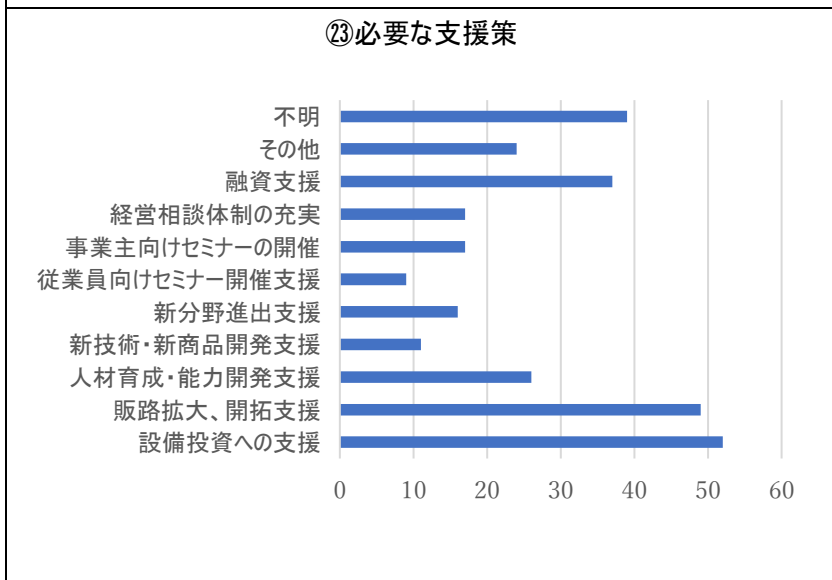
次いで、「人材の確保・育成」、「技術力強化」、「コストダウン」と続いている。

※単位はパーセント



重視する情報源として 60%の事業者が取引先、次いでインターネットの順番になっている。

※単位はパーセント



必要な支援策では、「設備投資への支援」が 50%を超え、次いで「販路拡大支援等」もほぼ 50%あり、次いで、「融資支援」、「人材育成・能力開発」の順になっている。

※単位はパーセント

3.2 前回比較単純集計

問1 事業形態

前回調査に比べて回答事業者の内、個人事業は同率で、株式会社が3ポイント減少、有限会社が1ポイント増加しているが大きな変化は見られない。その他は、合同会社等である。

項目	27年7月調査		02年8月調査	
	件数	%	件数	%
個人事業	126	61%	120	61%
株式会社	39	19%	32	16%
有限会社	39	19%	40	20%
その他	3	1%	6	3%
合計	207	100%	198	100%

問2 経営者の年代

前回調査にはなかった項目である。経営者の年代は50歳代から70歳代を合計すると76%あり、約4分3を占めている。70歳代だけで25%あるので、事業承継への対応が必要である。

項目	27年7月調査		02年8月調査	
	件数	%	件数	%
20代	—	—	3	2%
30代	—	—	7	4%
40代	—	—	24	12%
50代	—	—	44	22%
60代	—	—	58	29%
70代	—	—	50	25%
80代	—	—	14	7%
合計			200	100%

問3 業種

前回調査に比べて、宿泊業・飲食サービス業の回答が6ポイント増加したが、前回同様、上位3業種は建設業、製造業、小売業の順である。

項目	27年7月調査		02年8月調査	
	件数	%	件数	%
建設業	49	24%	47	23%
製造業	47	23%	44	22%
情報通信業	1	0%	1	0%
運輸業	7	3%	8	4%
卸売業	3	1%	4	2%
小売業	44	21%	37	18%
不動産業・物品賃貸業	2	1%	2	1%
専門サービス業	16	8%	6	3%
宿泊業・飲食サービス業	11	5%	22	11%
生活関連サービス業・娯楽業	4	2%	2	1%
医療・福祉業	3	1%	0	0%
その他サービス業	15	7%	5	2%
その他	3	1%	17	8%
不明	2	1%	6	3%
合計	207	100%	201	100%

問 4-1 家族従業員数

前回調査に比べて、「0人」と回答した割合が9ポイント増加しており、「1人」も合わせると60%になり、前回調査よりわずかに比率が上がった。

項目	27年7月調査		02年8月調査	
	件数	%	件数	%
1人	62	30%	69	34%
2人	48	23%	36	18%
3人	40	19%	10	5%
4人以上	0	0%	14	7%
0人	56	27%	72	36%
合計	206	100%	201	100%

問 4-2 正社員数

前回調査との比較で2ポイント以上増加しているのは、「4～9人」(5ポイント)と「0人」(8ポイント)で、反対に減少しているのが、「3人」(8ポイント)、「2人」(3ポイント)である。今回の調査でも、「0人」が、67%と最も多く、3人までを合計すると86%(前回89%)あり、小規模事業者の回答が多いことがわかる。

項目	27年7月調査		02年8月調査	
	件数	%	件数	%
1人	17	8%	16	8%
2人	17	8%	9	5%
3人	28	14%	11	6%
4人～9人	11	5%	20	10%
10人～20人	8	4%	10	5%
21人以上	3	1%	0	0%
0人	123	59%	132	67%
合計	207	100%	198	100%

問 4-3 非正規社員数

前回調査との比較で2ポイント以上増加しているのは、「0人」(9ポイント)、反対に減少しているのが、「1人」(2ポイント)、「2人」(7ポイント)である。今回の調査でも、「0人」が、70%と最も多く、3人までを合計すると89%(前回89%)あり、小規模な事業者の回答が多い。

項目	27年7月調査		02年8月調査	
	件数	%	件数	%
1人	33	16%	29	14%
2人	24	12%	11	5%
3人	11	5%	7	3%
4人～9人	8	4%	8	4%
10人～20人	2	1%	4	2%
21人以上	3	1%	1	0%
0人	126	61%	141	70%
合計	207	100%	201	100%

問 5-1 正社員の増減

前回調査と比べると、正社員が「増加」した事業者が 4 ポイント減少している点と正社員が「減少」した事業者が 5 ポイント減少しており、「いない」が 10 ポイント増加している。

項目	27 年 7 月調査		02 年 8 月調査	
	件数	%	件数	%
増加	16	8%	9	4%
減少	25	12%	14	7%
変わらず	50	24%	46	23%
いない	114	56%	132	66%
合計	205	100%	201	100%

問 5-2 非正規社員の増減

前回調査と比べると、非正規社員「増加」した事業者が 3 ポイント 減少している点と、非正規社員が「減少」した事業者も 2 ポイント増加、「変わらず」は 2 ポイント増減少している。「いない」が 7 ポイント増加し、約 3 分の 2 を占めている。

項目	27 年 7 月調査		02 年 8 月調査	
	件数	%	件数	%
増加	15	7%	8	4%
減少	15	7%	11	5%
変わらず	53	26%	49	24%
いない	121	59%	133	66%
合計	204	100%	201	100%

問 6-1 主な商圈

前回調査との比較では、伊賀市の比率が 6 ポイント上がり、関西圏と国内全体の比率が下がっている。伊賀市商圈の依存度が高いことがわかる。

項目	27 年 7 月調査		02 年 8 月調査	
	件数	%	件数	%
伊賀市	144	70%	149	76%
名張市	6	3%	6	3%
津市	3	1%	5	3%
三重県全体	11	5%	9	5%
関西圏	10	5%	4	2%
国内全域	23	11%	17	9%
海外	1	0%	0	0%
不明	9	4%	5	3%
合計	207	100%	195	100%

問 6-2 主たる商圈構成比

前回調査と比較して、主要な商圈への依存度が「90%以上」が、16ポイント増加し、「50%未満」が1件もない結果になった。特定の商圈依存率が増加している。前問の回答と合わせて考えると「地元志向」がより顕著になっていることが伺われる。

項目	27年7月調査		02年8月調査	
	件数	%	件数	%
90%以上	104	51%	135	67%
80～89%	28	14%	4	2%
70～79%	21	10%	26	13%
60～69%	16	8%	29	14%
50～59%	12	6%	4	2%
50%未満	19	9%	0	0%
不明	2	1%	3	1%
合計	202	100%	201	100%

問 7 事業承継(今後)

前回調査と比べると「事業を継続させた」との回答が9ポイント減少し、「事業をやめたい」が9ポイント増加している。

項目	27年7月調査		02年8月調査	
	件数	%	件数	%
事業を継続させたい	68	34%	51	25%
まだ決めていない	81	40%	72	36%
事業をやめたい	31	15%	48	24%
まだ若く必要がない	18	9%	12	6%
その他	4	2%	3	1%
不明	5	2%	15	7%
	207	100%	201	100%

問 8 経営計画作成の有無

前回調査に比べて、「毎年作成」が微減、「数年に一度作成」が3ポイント増加している。「作成したことがない」が4ポイント減少している。

項目	27年7月調査		02年8月調査	
	件数	%	件数	%
毎年作成	28	14%	26	13%
数年に一度作成	23	11%	29	14%
作成したことがない	146	71%	135	67%
その他	4	2%	4	2%
不明	6	3%	7	3%
合計	207	100%	201	100%

問 9 直面する経営課題(複数回答)

前回調査に比べて 2 ポイント以上増加したのは「設備増強」「既存事業の絞り込み」の2項目で、「コストダウン」が 3 ポイント、「技術力強化」が 4 ポイント減少した以外は大きな相違はみられない。

今回調査でも「営業・販売力の強化」と「人材の確保・育成」に直面している。

項目	27 年 7 月調査		02 年 8 月調査	
	件数	%	件数	%
営業・販売力の強化	102	25%	96	24%
人材の確保・育成	72	17%	66	16%
コストダウン	50	12%	38	9%
財務体質の強化	26	6%	29	7%
技術力強化	53	13%	38	9%
新商品開発・新事業展開	23	6%	24	6%
自社ブランドの強化	27	7%	22	5%
設備増強等	14	3%	25	6%
海外事業展開	4	1%	2	0%
既存事業の絞り込み	15	4%	23	6%
資金調達が多様化	11	3%	12	3%
その他	6	1%	11	3%
不明	11	3%	19	5%
合計	414	100%	405	100%

問 12-1 既存市場の深堀取組

前回調査に比べて、「積極的に取組」が 2 ポイント増加、「ほとんど取組無」が 3 ポイント減少している点に特徴がある。

項目	27 年 7 月調査		02 年 8 月調査	
	件数	%	件数	%
積極的に取組	17	8%	21	10%
多少の取組有	78	38%	75	37%
ほとんど取組無	104	50%	95	47%
その他	1	0%	2	1%
不明	7	3%	8	4%
合計	207	100%	201	100%

問 12-2 新規市場の開拓取組

前回調査に比べて、「積極的に取組」は 1 ポイント減少したが、「多少の取組有」が 7 ポイント増加し、「ほとんど取組なし」は 5 ポイント減少している。

項目	27 年 7 月調査		02 年 8 月調査	
	件数	%	件数	%
積極的に取組	16	8%	15	7%
多少の取組有	58	28%	71	35%
ほとんど取組無	118	57%	105	52%
その他	2	1%	3	1%
不明	13	6%	7	3%

合計	207	100%	201	100%
----	-----	------	-----	------

問 13 売上高の推移

前回調査に比べて、「増収」の合計が 23%から 12.5%に大きく減少した。横ばいも 3 ポイント減少しており、「減収」の割合が多くなっている。特に、「30%以上減少」が 10 ポイント増加している。

項目	27 年 7 月調査		02 年 8 月調査	
	件数	%	件数	%
30%以上増加	6	3%	1	0.5%
20～29%増加	10	5%	6	3%
10～19%増加	12	6%	10	5%
10%未満増加	19	9%	9	4%
横ばい	65	31%	56	28%
10%未満減少	28	14%	14	7%
10～19%減少	26	13%	22	10.5%
20～29%減少	12	6%	18	9%
30%以上減少	19	9%	39	19%
その他	1	0%	9	4%
不明	9	4%	17	8%
合計	207	100%	201	100%

問 14 利益の推移

前回調査に比べて、「増益」の合計が 26%から 13%に半減している。「横ばい」が 1 ポイント増加しているが、前問の売上の推移と同様に減益事業者の回答が多くなっているといえる。特に、「30%以上減少」が 6 ポイント増加している。

項目	27 年 7 月調査		02 年 8 月調査	
	件数	%	件数	%
30%以上増加	11	5%	6	3%
20～29%増加	4	2%	2	1%
10～19%増加	16	8%	9	4%
10%未満増加	22	11%	10	5%
横ばい	62	30%	62	31%
10%未満減少	30	14%	16	8%
10～19%減少	22	11%	26	13%
20～29%減少	12	6%	21	10%
30%以上減少	21	10%	33	16%
その他	2	1%	8	4%
不明	5	2%	8	4%
合計	207	100%	201	100%

問 15 資金調達

前回調査に比べて、「十分な借入ができていない」が減少しているが「借入ができない」も減少している。

項目	27 年 7 月調査		02 年 8 月調査	
	件数	%	件数	%
十分な借入ができていない	41	20%	33	16%
借入はできているが十分でない	26	13%	30	15%
必要があるが借入ができない	22	11%	10	5%
現在不要だが今後必要になる	55	27%	53	26%
現在も今後も不要	60	29%	65	32%
不明	3	1%	10	5%

合計	207	100%	201	100%
----	-----	------	-----	------

問 16 必要な支援策

前回調査で最も回答が多かった「販路拡大支援」が 5 ポイント減少したものの 49 社が支援を求めている点が注目すべき事項といえる。「設備投資支援」と今回項目に新たに加わった「融資支援」に強いニーズがある。

項目	27 年 7 月調査		02 年 8 月調査	
	件数	%	件数	%
設備投資支援	55	18%	52	18%
販路拡大支援等	65	21%	49	16%
人材育成・能力開発支援	35	11%	26	9%
新技術技術・新商品開発支援	19	6%	11	4%
新分野進出支援	24	8%	16	5%
従業員セミナー	12	4%	9	3%
経営者セミナー	21	7%	17	6%
経営相談体制充実	30	10%	17	6%
融資支援	—	—	37	12%
その他	15	5%	24	8%
不明	37	12%	39	13%
合計	313	100%	297	100%

4. クロス集計

4.1 事業形態別クロス集計

① 事業形態×経営者の年代

事業形態別の経営者の年代では、個人事業は、60歳代以上が多く、合計する約70%になる。株式会社は40歳代から60歳代に分布し、全体的にバランスがよく、有限会社は50歳代から80歳代まで分布している。

上段:度数 下段:%		問2 経営者の年代								
		合計	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	その他
問1 事業 形態	合計	197	-	7	24	44	58	50	14	-
		100.0	-	3.6	12.2	22.3	29.4	25.4	7.1	-
	個人事業	119	-	4	11	21	39	34	10	-
		100.0	-	3.4	9.2	17.6	32.8	28.6	8.4	-
	株式会社	32	-	2	9	10	8	3	-	-
	100.0	-	6.3	28.1	31.3	25.0	9.4	-	-	
有限会社	40	-	1	4	11	10	10	4	-	
	100.0	-	2.5	10.0	27.5	25.0	25.0	10.0	-	
その他	6	-	-	-	2	1	3	-	-	
	100.0	-	-	-	33.3	16.7	50.0	-	-	

② 事業形態×業種

個人事業では、小売業の比率が平均より約7ポイント多く、宿泊業・飲食サービス業の多くを占めている。株式会社の半数が建設業である。反対に小売業の比率が少ない。有限会社の3分の1が建設業で、平均より約12ポイント多く、運輸業の比率も高い。

上段:度数 下段:%		問3 主な業種														
		合計	建設業	製造業	情報通信業	運輸業	卸売業	小売業	不動産業	専門サービス業	宿泊・飲食・サービス業	生活関連サービス業	教育関連業	医療・福祉業	その他のサービス業	その他
問1 事業 形態	合計	196	47	44	1	5	4	37	2	6	22	2	-	5	17	4
		100.0	24.0	22.4	0.5	2.6	2.0	18.9	1.0	3.1	11.2	1.0	-	2.6	8.7	2.0
	個人事業	119	17	23	1	2	2	31	1	6	18	2	-	1	12	3
		100.0	14.3	19.3	0.8	1.7	1.7	26.1	0.8	5.0	15.1	1.7	-	0.8	10.1	2.5
	株式会社	32	16	9	-	-	1	1	-	-	1	-	-	2	2	-
	100.0	50.0	28.1	-	-	3.1	3.1	-	-	3.1	-	-	6.3	6.3	-	
有限会社	39	14	10	-	3	1	1	1	-	3	-	-	2	3	1	
	100.0	35.9	25.6	-	7.7	2.6	2.6	2.6	-	7.7	-	-	5.1	7.7	2.6	
その他	6	-	2	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	
	100.0	-	33.3	-	-	-	66.7	-	-	-	-	-	-	-	-	

③ 事業形態×事業承継(現状)

個人事業の事業承継(現状)では、「後継者がいない」が69%ある。株式会社では「後継者がいる」割合が41.9%あり、有限会社は「後継者がいる」割合が40%ある。

上段:度数 下段:%		問7-1 事業承継(現状)				
		合計	後継者がいる	後継者がいない	承継中・済	その他
問1 事業 形態	合計	193	55	114	20	4
		100.0	28.5	59.1	10.4	2.1
	個人事業	116	25	80	7	4
		100.0	21.6	69.0	6.0	3.4
	株式会社	31	13	11	7	-
	100.0	41.9	35.5	22.6	-	
有限会社	40	16	18	6	-	
	100.0	40.0	45.0	15.0	-	
その他	6	1	5	-	-	
	100.0	16.7	83.3	-	-	

④ 事業形態×業承継(今後)

事業承継(今後)では、個人事業の「廃業見込み」が 34.5%あり、「事業を継続したい」意向は 16.4%にとどまっている。株式会社では、「事業を継続したい」割合が51.7%あり、有限会社では47.4%あるが、廃業見込みも13.0%ある。総じて「まだ決めていない」もそれぞれの事業形態において一定数あるが、個人事業が42.7%と突出している。

上段:度数 下段:%		問7-2 事業承継(今後)					
		合計	事業継続 したい	まだ決め ていない	廃業見込 み	まだ若く て不要	その他
問1 事業 形態	合計	183 100.0	51 27.9	69 37.7	48 26.2	12 6.6	3 1.6
	個人事業	110 100.0	18 16.4	47 42.7	38 34.5	4 3.6	3 2.7
	株式会社	29 100.0	15 51.7	7 24.1	1 3.4	6 20.7	-
	有限会社	38 100.0	18 47.4	11 28.9	7 18.4	2 5.3	-
	その他	6 100.0	2 -	4 66.7	2 33.3	-	-

⑤ 事業形態経営計画の有無

経営計画を「作成したことがない」が、個人事業では76.5%あるが、反対に株式会社では、「毎年作成」の25.0%、「数年に一度」を合計すると43.8%になる。有限会社では、同様に34.2%、個人事業では、20%になっている。事業形態別で経営計画作成の実態が大きく異なることが分かる。

上段:度数 下段:%		問8 経営計画作成状況				
		合計	毎年作成	数年に一 度作成	作成した ことがな い	その他
問1 事業 形態	合計	191 100.0	25 13.1	28 14.7	134 70.2	4 2.1
	個人事業	115 100.0	10 8.7	13 11.3	88 76.5	4 3.5
	株式会社	32 100.0	8 25.0	6 18.8	18 56.3	-
	有限会社	38 100.0	7 18.4	6 15.8	25 65.8	-
	その他	6 100.0	-	3 50.0	3 50.0	-

⑥ 事業形態×直面する経営課題

個人事業の1位は「営業・販売力強化」(49.0%)、2位が「人材の確保・育成」(20.6%)、3位は「設備力強化」(15.7%)の順。株式会社の1位は「人材の確保」(71.9%)、2位は「営業・販売力強化」(62.5%)、3位は、「技術力強化」(34.4%)の順。有限会社の1位は「人材の確保」(53.8%)、2位は「営業・販売力強化」(48.7%)、3位は、「技術力強化」(28.2%)の順である。

上段:度数 下段:%		問9 直面する計課題												
		合計	営業・販売 力の強化	人材の確 保・育成	コストダ ウン	財務体質 の強化	技術力強 化	新商品・ 新事業開 発	自社ブラ ンドの強 化	設備増強 等	海外事業 展開	既存事業 の絞込み	資金調達 の多様化	その他
問1 事業 形態	合計	179 100.0	94 52.5	65 36.3	36 20.1	29 16.2	38 21.2	22 12.3	21 11.7	24 13.4	2 1.1	21 11.7	12 6.7	11 6.1
	個人事業	102 100.0	50 49.0	21 20.6	16 15.7	11 10.8	16 15.7	12 11.8	12 11.8	17 16.7	-	13 12.7	5 4.9	10 9.8
	株式会社	32 100.0	20 62.5	23 71.9	8 25.0	10 31.3	11 34.4	6 18.8	6 18.8	3 9.4	-	2 6.3	4 12.5	-
	有限会社	39 100.0	19 48.7	21 53.8	10 25.6	7 17.9	11 28.2	4 10.3	3 7.7	3 7.7	2 5.1	6 15.4	2 5.1	-
	その他	6 100.0	5 83.3	-	2 33.3	1 16.7	-	-	-	1 16.7	-	-	1 16.7	1 16.7

⑦ 事業形態×既存市場の深堀の取組

個人事業の既存市場の深堀取組は、半数強が「ほとんど取組なし」で、「積極的に取組」は1割弱程度で、株式会社の取組は、「積極的な取組」は4分の1で、「多少の取組」を合計すると約55%になる。有限会社の取組は、約半数が「多少の取組」と、「ほとんど取り組みなし」が45%ある。

上段:度数 下段:%		問12 既存市場の深堀の取組				
		合計	積極的取組	多少の取組	ほとんど取組なし	その他
問1 事業 形態	合計	190 100.0	20 10.5	74 38.9	94 49.5	2 1.1
	個人事業	112 100.0	8 7.1	44 39.3	58 51.8	2 1.8
	株式会社	32 100.0	8 25.0	9 28.1	15 46.9	-
	有限会社	40 100.0	4 10.0	18 45.0	18 45.0	-
	その他	6 100.0	-	3 50.0	3 50.0	-

⑧ 事業形態×新規市場の開拓の取組

新規市場開拓の取組は、総じて既存市場同様以上に取り組みが少ないものの、有限会社の「ほとんど取り組みなし」は62.5%ある。

上段:度数 下段:%		問13 新規市場の開拓取組				
		合計	積極的取組	多少の取組	ほとんど取組なし	その他
問1 事業 形態	合計	191 100.0	15 7.9	69 36.1	104 54.5	3 1.6
	個人事業	113 100.0	7 6.2	42 37.2	62 54.9	2 1.8
	株式会社	32 100.0	5 15.6	12 37.5	14 43.8	1 3.1
	有限会社	40 100.0	3 7.5	12 30.0	25 62.5	-
	その他	6 100.0	-	3 50.0	3 50.0	-

⑨ 事業形態×売上高の推移

個人事業の売上高の推移は、「横ばい」が30.0%と最も多く、「増加」を合計すると9.0%になる。株式会社の売上高の推移は、「横ばい」が35.7%と最も多く、「増加」を合計すると17.9%になる。有限会社の売上高の推移は、「横ばい」が29.7%と最も多く、「増加」を合計すると27.0%になる。

個人事業は横ばいから減少に多く分布し、株式会社は横ばいを中心に20%増減に集まっている。有限会社は30%増減に広く分布し、バラつきが大きい。

上段:度数 下段:%		問15 過去1年間の売上の増減										
		合計	30%以上増加	20~29%増加	10~19%増加	10%未満増加	横ばい	10%未満減少	10~19%減少	20~29%減少	30%以上減少	その他
問1 事業 形態	合計	181 100.0	1 0.6	6 3.3	9 5.0	9 5.0	56 30.9	14 7.7	22 12.2	17 9.4	39 21.5	8 4.4
	個人事業	110 100.0	1 0.9	3 2.7	1 0.9	5 4.5	33 30.0	8 7.3	17 15.5	12 10.9	26 23.6	4 3.6
	株式会社	28 100.0	-	1 3.6	3 10.7	1 3.6	10 35.7	3 10.7	2 7.1	1 3.6	5 17.9	2 7.1
	有限会社	37 100.0	-	2 5.4	5 13.5	3 8.1	11 29.7	3 8.1	2 5.4	2 5.4	8 21.6	1 2.7
	その他	6 100.0	-	-	-	-	2 33.3	-	1 16.7	2 33.3	-	1 16.7

⑩ 事業形態×利益の推移

個人事業の利益の推移は、「横ばい」が 31.0%と最も多く、「増加」を合計すると 5.0%になるが、「30%以上減少」が 19.5%ある。株式会社の利益の推移は、「横ばい」が 34.4%と最も多く、「増加」を合計すると 21.0%になる。有限会社の利益の推移は、「横ばい」が 36.9%と最も多く、「増加」を合計すると 25.6%になる。個人事業は横ばいから減少に多く分布し、株式会社と有限会社は売上の推移と同様に利益の推移も広く分布し、バラつきが大きい。

上段:度数 下段:%		問16 過去1年間の利益の増減										
		合計	30%以上 増加	20~29% 増加	10~19% 増加	10%未満 増加	横ばい	10%未満 減少	10~19% 減少	20~29% 減少	30%以上 減少	その他
問1 事業 形態	合計	190 100.0	6 3.2	2 1.1	8 4.2	10 5.3	62 32.6	16 8.4	25 13.2	21 11.1	33 17.4	7 3.7
	個人事業	113 100.0	2 1.8	1 0.9	1 0.9	5 4.4	35 31.0	9 8.0	19 16.8	15 13.3	22 19.5	4 3.5
	株式会社	32 100.0	2 6.3	1 3.1	2 6.3	2 6.3	11 34.4	2 6.3	3 9.4	1 3.1	6 18.8	2 6.3
	有限会社	39 100.0	2 5.1	-	5 12.8	3 7.7	14 35.9	5 12.8	1 2.6	4 10.3	5 12.8	-
	その他	6 100.0	-	-	-	-	2 33.3	-	2 33.3	1 16.7	-	1 16.7

⑪ 事業形態×資金調達

個人事業の資金調達は、「現在も今後も不要」が 40.9%と最も多い。株式会社では、「十分な借入ができていない」が 34.4%と最も多く、有限会社では、「十分な借入ができていない」が 25.0%である。「借入ができていないが十分でない」は、個人事業で 9.4%、株式会社で 16.3%、有限会社で 13.3%の構成比である。

上段:度数 下段:%		問17 資金調達の現状					
		合計	十分な借 入ができて いる	借入がで きていない が十分でない	必要があ るが借入 ができて いない	現在は借 入は不要 だが今 後必要に なる	現在も今 後も借入 は不要
問1 事業 形態	合計	188 100.0	33 17.6	30 16.0	10 5.3	51 27.1	64 34.0
	個人事業	110 100.0	12 10.9	14 12.7	8 7.3	31 28.2	45 40.9
	株式会社	32 100.0	11 34.4	8 25.0	-	8 25.0	5 15.6
	有限会社	40 100.0	10 25.0	6 15.0	1 2.5	11 27.5	12 30.0
	その他	6 100.0	-	3 33.3	2 16.7	1 16.7	2 33.3

⑫ 事業形態×必要な支援策

個人事業の必要な支援策は、「設備投資支援」と「販路拡大支援等」がそれぞれ 30%を超えている。株式会社の必要な支援策では、「人材育成・能力開発支援」が 40.0%と最も多い。有限会社の必要な支援策では、「設備投資支援」が約 3 分の 1 あり、「人材育成・能力開発支援」が 27.3%ある。

上段:度数 下段:%		問18 必要な支援策										
		合計	設備投資 への支援	販路拡 大、開拓 支援	人材育成 ・能力開 発支援	新技術・ 新商品開 発支援	新分野進 出支援	従業員向 けセミナー 開催支援	事業主向 けセミナー の開催	経営相談 体制の充 実	融資支援	その他
問1 事業 形態	合計	159 100.0	51 32.1	48 30.2	26 16.4	11 6.9	16 10.1	9 5.7	17 10.7	17 10.7	37 23.3	23 14.5
	個人事業	90 100.0	32 35.6	29 32.2	5 5.6	5 5.6	10 11.1	2 2.2	8 8.9	9 10.0	20 22.2	19 21.1
	株式会社	30 100.0	7 23.3	9 30.0	12 40.0	2 6.7	-	5 16.7	4 13.3	5 16.7	7 23.3	2 6.7
	有限会社	33 100.0	11 33.3	7 21.2	9 27.3	3 9.1	6 18.2	2 6.1	5 15.2	3 9.1	8 24.2	2 6.1
	その他	6 100.0	1 16.7	3 50.0	-	1 16.7	-	-	-	-	2 33.3	-

⑬ コロナの経営への影響

個人事業の3分の2が、「影響が出ている」と回答している。個人事業に多い飲食店等の業種構成を反映している。株式会社では、「今はないが、3か月後に影響」が43.8%と最も多く、有限会社では、「影響が出ている」が半数ある。

上段:度数 下段:%		問14-1 コロナ禍の経営への影響				
		合計	影響が出ている	今はないが3ヶ月以内に出る可能性有	影響がない	わからない
問1 事業形態	合計	191 100.0	110 57.6	35 18.3	25 13.1	21 11.0
	個人事業	113 100.0	74 65.5	11 9.7	12 10.6	16 14.2
	株式会社	32 100.0	13 40.6	14 43.8	3 9.4	2 6.3
	有限会社	40 100.0	20 50.0	8 20.0	9 22.5	3 7.5
	その他	6 100.0	3 50.0	2 33.3	1 16.7	-

⑭ コロナの売上高への影響

コロナ禍の売上への影響では、総じて 20%から 50%の間に分布している。個人事業では、「30%」減少が最も多く、株式会社では、「30%減少」と「50%減少」が多い。有限会社では、「20%減少」が多い。

上段:度数 下段:%		問14-2 コロナ禍の売上への影響									
		合計	10%以内	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%以上
問1 事業形態	合計	99 100.0	4 4.0	17 17.2	25 25.3	6 6.1	19 19.2	8 8.1	10 10.1	2 2.0	8 8.1
	個人事業	67 100.0	3 4.5	10 14.9	20 29.9	2 3.0	14 20.9	6 9.0	6 9.0	1 1.5	5 7.5
	株式会社	12 100.0	-	2 16.7	3 25.0	1 8.3	3 25.0	-	2 16.7	-	1 8.3
	有限会社	17 100.0	1 5.9	4 23.5	2 11.8	2 11.8	2 11.8	2 11.8	2 11.8	1 5.9	1 5.9
	その他	3 100.0	-	1 33.3	-	1 33.3	-	-	-	-	1 33.3

4.2 経営者の年代別クロス集計

① 経営者の年代×事業承継(現状)

事業承継の現状では、「60代」以上で「後継者いない」を合計すると、115社中62社あり、廃業もしくは第三者承継等の支援が必要である。

上段:度数 下段:%		問7-1 事業承継(現状)				
		合計	後継者が いる	後継者が いない	承継中・ 済	その他
問2 経営 者の年代	合計	195 100.0	55 28.2	115 59.0	21 10.8	4 2.1
	20代	3 100.0	-	2 66.7	1 33.3	-
	30代	7 100.0	-	5 71.4	2 28.6	-
	40代	24 100.0	4 16.7	16 66.7	4 16.7	-
	50代	43 100.0	8 18.6	30 69.8	5 11.6	-
	60代	57 100.0	22 38.6	28 49.1	5 8.8	2 3.5
	70代	47 100.0	17 36.2	25 53.2	4 8.5	1 2.1
	80代	14 100.0	4 28.6	9 64.3	-	1 7.1
	その他	-	-	-	-	-

② 経営者の年代×事業承継(今後)

事業承継の今後では、経営者の年代が60歳代以上の「廃業見込み」が110社中38社あり、廃業が円滑に進む支援が必要である。

上段:度数 下段:%		問7-2 事業承継(今後)					
		合計	事業継続 したい	まだ決め ていない	廃業見込 み	まだ若く て不要	その他
問2 経営 者の年代	合計	185 100.0	51 27.6	71 38.4	48 25.9	12 6.5	3 1.6
	20代	3 100.0	-	3 100.0	-	-	-
	30代	7 100.0	-	3 42.9	-	4 57.1	-
	40代	23 100.0	6 26.1	8 34.8	3 13.0	6 26.1	-
	50代	42 100.0	12 28.6	21 50.0	7 16.7	2 4.8	-
	60代	52 100.0	17 32.7	20 38.5	14 26.9	-	1 1.9
	70代	45 100.0	12 26.7	13 28.9	18 40.0	-	2 4.4
	80代	13 100.0	4 30.8	3 23.1	6 46.2	-	-
	その他	-	-	-	-	-	-

③ 経営者の年代×経営計画作成状況

年代別の経営計画作成状況では「40代」が「毎年作成」と「数年に一度作成」を合計すると、45.9%ある。

上段:度数 下段:%		問8 経営計画作成状況				
		合計	毎年作成	数年に一度 作成	作成したこ とがない	その他
問2 経営 者の年代	合計	193 100.0	26 13.5	29 15.0	134 69.4	4 2.1
	20代	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	-
	30代	7 100.0	-	-	5 71.4	2 28.6
	40代	24 100.0	4 16.7	7 29.2	11 45.8	2 8.3
	50代	43 100.0	6 14.0	4 9.3	33 76.7	-
	60代	57 100.0	4 7.0	10 17.5	43 75.4	-
	70代	46 100.0	9 19.6	5 10.9	32 69.6	-
	80代	13 100.0	2 15.4	2 15.4	9 69.2	-
	その他	-	-	-	-	-

④ 経営者の年代×直面する経営課題

年代別の経営課題では、「営業・販売力の強化」ニーズがどの年代でも高いが、特に「30代」以下と「70代」以上で高い。「50代」までは「人材の確保」の割合が高い。「40代」と「50代」は「技術力強化」のニーズも高い。

上段:度数 下段:%		問9 直面する計課題												
		合計	営業・販売力の強化	人材の確保・育成	コストダウン	財務体質の強化	技術力強化	新商品・新事業開発	自社ブランドの強化	設備増強等	海外事業展開	既存事業の絞り込み	資金調達の多様化	その他
問2 経営者の年代	合計	181 100.0	95 52.5	65 35.9	38 21.0	29 16.0	38 21.0	24 13.3	21 11.6	25 13.8	2 1.1	23 12.7	11 6.1	11 6.1
	20代	3 100.0	2 66.7	1 33.3	2 66.7	-	-	2 66.7	1 33.3	1 33.3	-	2 66.7	-	-
	30代	6 100.0	4 66.7	3 50.0	-	2 33.3	-	1 16.7	1 16.7	3 50.0	-	-	-	-
	40代	24 100.0	13 54.2	11 45.8	5 20.8	6 25.0	7 29.2	2 8.3	2 8.3	4 16.7	-	-	6 25.0	-
	50代	39 100.0	19 48.7	17 43.6	7 17.9	6 15.4	14 35.9	8 20.5	7 17.9	6 15.4	-	4 10.3	2 5.1	-
	60代	53 100.0	25 47.2	20 37.7	9 17.0	6 11.3	9 17.0	5 9.4	4 7.5	5 9.4	-	8 15.1	-	6 11.3
	70代	44 100.0	26 59.1	11 25.0	12 27.3	7 15.9	7 15.9	4 9.1	6 13.6	6 13.6	2 4.5	8 18.2	3 6.8	5 11.4
	80代	12 100.0	6 50.0	2 16.7	3 25.0	2 16.7	1 8.3	2 16.7	-	-	-	4 33.3	-	-
	その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

⑤ 経営者の年代×必要な支援策

必要な支援策では、「40代」から「70代」は「設備投資支援」を多く挙げている。また、「70代」では、「販路拡大支援」と回答した割合が高い。

上段:度数 下段:%		問18 必要な支援策											
		合計	設備投資への支援	販路拡大・開拓支援	人材育成・能力開発支援	新技術・新商品開発支援	新分野進出支援	従業員向けセミナー開催支援	事業主向けセミナー開催	経営相談体制の充実	融資支援	その他	
問2 経営者の年代	合計	181 100.0	52 32.3	48 29.8	25 15.5	11 6.8	16 9.9	9 5.6	17 10.6	17 10.6	36 22.4	24 14.9	
	20代	3 100.0	1 33.3	1 33.3	-	-	-	-	-	-	-	1 33.3	
	30代	7 100.0	4 57.1	1 14.3	2 28.6	-	1 14.3	1 14.3	1 14.3	2 28.6	1 14.3	-	
	40代	20 100.0	6 30.0	6 30.0	5 25.0	2 10.0	-	1 5.0	4 20.0	2 10.0	10 50.0	1 5.0	
	50代	36 100.0	13 36.1	8 22.2	7 19.4	4 11.1	4 11.1	2 5.6	5 13.9	3 8.3	12 33.3	2 5.6	
	60代	49 100.0	13 26.5	14 28.6	6 12.2	2 4.1	5 10.2	2 4.1	4 8.2	4 8.2	7 14.3	10 20.4	
	70代	37 100.0	14 37.8	16 43.2	5 13.5	2 5.4	4 10.8	2 5.4	3 8.1	5 13.5	6 16.2	5 13.5	
	80代	9 100.0	1 11.1	2 22.2	-	1 11.1	2 22.2	1 11.1	-	1 11.1	-	-	5 55.6
	その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

⑥ 経営者の年代×コロナ禍の経営への影響

年代別のコロナ禍の影響では、「30代」と「70代」で、「影響が出ている」回答割合が多い。

上段:度数 下段:%		問14-1 コロナ禍の経営への影響				
		合計	影響が出ている	今はないが3ヶ月以内に出る可能性有	影響がない	わからない
問2 経営者の年代	合計	193 100.0	113 58.5	34 17.6	25 13.0	21 10.9
	20代	3 100.0	3 100.0	-	-	-
	30代	7 100.0	6 85.7	1 14.3	-	-
	40代	23 100.0	10 43.5	6 26.1	5 21.7	2 8.7
	50代	43 100.0	23 53.5	11 25.8	8 18.6	1 2.3
	60代	55 100.0	31 56.4	9 16.4	7 12.7	8 14.5
	70代	48 100.0	32 66.7	7 14.6	5 10.4	4 8.3
	80代	14 100.0	8 57.1	-	-	6 42.9
	その他	-	-	-	-	-

4.3 業種別クロス集計

①業種×直面する経営課題

「営業・販売力の強化」との回答は総じて多いものの「建設業」、「小売業」と「宿泊・サービス業」が特に多い。運輸業は「人材の確保・育成」が最も多い。

上段:度数 下段:%	問9 直面する計課題													
	合計	営業・販売力の強化	人材の確保・育成	コストダウン	財務体質の強化	技術力強化	新商品・新事業開発	自社ブランドの強化	設備増強等	海外事業展開	既存事業の絞り込み	資金調達の多様化	その他	
合計	180 100.0	94 52.2	66 36.7	37 20.6	29 16.1	38 21.1	24 13.3	22 12.2	25 13.9	2 1.1	23 12.8	12 6.7	11 6.1	
建設業	46 100.0	26 57.8	25 55.6	10 22.2	8 17.8	14 31.1	4 8.9	5 11.1	3 6.7	-	8 17.8	5 11.1	1 2.2	
製造業	43 100.0	19 44.2	13 30.2	5 11.6	7 16.3	9 20.9	7 16.3	7 16.3	3 7.0	1 2.3	4 9.3	1 2.3	2 4.7	
情報通信業	1 100.0	-	1 100.0	-	1 100.0	1 100.0	-	-	1 100.0	-	-	-	-	
運輸業	8 100.0	3 37.5	5 62.5	2 25.0	2 25.0	-	3 37.5	1 12.5	2 25.0	-	4 50.0	-	-	
卸売業	4 100.0	4 100.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	-	-	-	-	1 25.0	-	-	-	
小売業	32 100.0	20 62.5	3 9.4	7 21.9	4 12.5	2 6.3	3 9.4	2 6.3	5 15.6	-	5 15.6	3 9.4	4 12.5	
不動産業	1 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 100.0	1 100.0	-	
専門サービス業	5 100.0	2 40.0	1 20.0	-	-	1 20.0	1 20.0	-	1 20.0	-	-	-	1 20.0	
宿泊・飲食・サービス業	15 100.0	9 60.0	7 46.7	4 26.7	1 6.7	2 13.3	4 26.7	5 33.3	4 26.7	-	-	-	1 6.7	
生活関連サービス業	2 100.0	1 50.0	-	-	-	1 50.0	-	-	1 50.0	-	-	-	-	
教育関連業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
医療・福祉業	5 100.0	1 20.0	3 60.0	2 40.0	2 40.0	1 20.0	-	1 20.0	-	-	-	1 20.0	-	
その他のサービス業	15 100.0	6 40.0	6 40.0	4 26.7	1 6.7	5 33.3	1 6.7	-	4 26.7	-	1 6.7	1 6.7	1 6.7	
その他	4 100.0	3 75.0	1 25.0	2 50.0	2 50.0	2 50.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	-	-	-	1 25.0	

②業種×コロナ禍の経営への影響

「宿泊・飲食・サービス」では、21社中20社が「影響が出ている」と回答している反面、「専門サービス業」の半数と「建設業」の18.2%が「影響がない」と回答している。

上段:度数 下段:%	問14-1 コロナ禍の経営への影響				
	合計	影響が出ている	今はないが3ヶ月以内に出る可能性有	影響がない	わからない
合計	192 100.0	112 58.3	35 18.2	24 12.5	21 10.9
建設業	44 100.0	15 34.1	15 34.1	8 18.2	6 13.6
製造業	42 100.0	26 61.9	9 21.4	3 7.1	4 9.5
情報通信業	1 100.0	-	-	-	1 100.0
運輸業	8 100.0	8 100.0	-	-	-
卸売業	4 100.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0
小売業	37 100.0	25 67.6	3 8.1	3 8.1	6 16.2
不動産業	2 100.0	-	1 50.0	-	1 50.0
専門サービス業	6 100.0	1 16.7	1 16.7	3 50.0	1 16.7
宿泊・飲食・サービス業	21 100.0	20 95.2	-	1 4.8	-
生活関連サービス業	2 100.0	1 50.0	1 50.0	-	-
教育関連業	-	-	-	-	-
医療・福祉業	5 100.0	3 60.0	1 20.0	1 20.0	-
その他のサービス業	16 100.0	8 50.0	3 18.8	4 25.0	1 6.3
その他	4 100.0	4 100.0	-	-	-

4.4 経営計画作成の有無別クロス集計

① 経営計画作成の有無×売上高の推移

経営計画を「毎年作成」している事業者 23 社のうち、3 社が増収(13.0%)で、「数年に一度」では 27 社中 2 社(7.4%)にとどまっている。反対に「作成無し」でも、125 社中 21 社(16.8%)が、増収になっている。

上段:度数 下段:%		問15 過去1年間の売上の増減											
		合計	30%以上 増加	20~29% 増加	10~19% 増加	10%未満 増加	横ばい	10%未満 減少	10~19% 減少	20~29% 減少	30%以上 減少	その他	
問8 経営 計画作成 状況	合計	179 100.0	1 0.6	6 3.4	10 5.6	9 5.0	55 30.7	13 7.3	22 12.3	17 9.5	37 20.7	9 5.0	
	毎年作成	23 100.0	-	-	2 8.7	1 4.3	3 13.0	5 21.7	-	4 17.4	6 26.1	2 8.7	
	数年に一度作成	27 100.0	-	2 7.4	-	-	12 44.4	2 7.4	3 11.1	2 7.4	5 18.5	1 3.7	
	作成したことが ない	125 100.0	1 0.8	4 3.2	8 6.4	8 6.4	40 32.0	6 4.8	19 15.2	10 8.0	24 19.2	5 4.0	
	その他	4 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	1 25.0	2 50.0	1 25.0

② 経営計画作成の有無×利益の推移

経営計画を「毎年作成」している事業者の 25 社のうち、7 社が増益(28.0%)で、「数年に一度」では、28 社中 1 社しかなく、「作成無し」では、131 社中 19 社(14.6%)が増益になっている。

前問で「毎年作成」している事業者が増収になる割合より、計画策定は「増益」につながっている。

上段:度数 下段:%		問16 過去1年間の利益の増減											
		合計	30%以上 増加	20~29% 増加	10~19% 増加	10%未満 増加	横ばい	10%未満 減少	10~19% 減少	20~29% 減少	30%以上 減少	その他	
問8 経営 計画作成 状況	合計	188 100.0	6 3.2	2 1.1	9 4.8	10 5.3	60 31.9	15 8.0	26 13.8	21 11.2	31 16.5	8 4.3	
	毎年作成	25 100.0	2 8.0	1 4.0	4 16.0	-	3 12.0	2 8.0	1 4.0	4 16.0	6 24.0	2 8.0	
	数年に一度作成	28 100.0	-	-	-	1 3.6	13 46.4	4 14.3	5 17.9	1 3.6	3 10.7	1 3.6	
	作成したことが ない	131 100.0	4 3.1	1 0.8	5 3.8	9 6.9	44 33.6	9 6.9	20 15.3	15 11.5	20 15.3	4 3.1	
	その他	4 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	1 25.0	2 50.0	1 25.0

4.5 既存市場深堀の取組別クロス集計

① 既存市場深堀取組×売上高

既存市場の深堀に「積極的に取組」事業者の 17 社中 3 社(17.7%)が増収で、「多少の取組」では 74 社中 12 社(16.3%)が増収である。「ほとんど取組無」では、89 社中 9 社(10.1%)が増収であり、取り組みの成果が見られる。

上段:度数 下段:%		問15 過去1年間の売上の増減										
		合計	30%以上 増加	20~29% 増加	10~19% 増加	10%未満 増加	横ばい	10%未満 減少	10~19% 減少	20~29% 減少	30%以上 減少	その他
問12 既存市場の深堀の取組	合計	181	1	5	10	9	55	14	21	18	39	9
		100.0	0.6	2.8	5.5	5.0	30.4	7.7	11.6	9.9	21.5	5.0
	積極的取組	17	-	-	2	1	3	2	1	2	4	2
		100.0	-	-	11.8	5.9	17.6	11.8	5.9	11.8	23.5	11.8
	多少の取組	74	-	3	5	4	25	3	8	6	16	4
	100.0	-	4.1	6.8	5.4	33.8	4.1	10.8	8.1	21.6	5.4	
ほとんど取組なし	89	-	2	3	4	27	9	12	10	19	3	
	100.0	-	2.2	3.4	4.5	30.3	10.1	13.5	11.2	21.3	3.4	
その他	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

② 既存市場深堀取組×利益

既存市場の深堀に「積極的に取組」事業者の 20 社中 5 社(25.0%)が増益で、「多少の取組」では 74 社中 14 社(19.0%)が増益である。「ほとんど取組無」では、95 社中 7 社(7.4%)が増益であり、取り組みの成果が見られる。

上段:度数 下段:%		問16 過去1年間の利益の増減										
		合計	30%以上 増加	20~29% 増加	10~19% 増加	10%未満 増加	横ばい	10%未満 減少	10~19% 減少	20~29% 減少	30%以上 減少	その他
問12 既存市場の深堀の取組	合計	190	6	2	9	10	61	16	25	20	33	8
		100.0	3.2	1.1	4.7	5.3	32.1	8.4	13.2	10.5	17.4	4.2
	積極的取組	20	1	-	3	1	4	1	1	1	6	2
		100.0	5.0	-	15.0	5.0	20.0	5.0	5.0	5.0	30.0	10.0
	多少の取組	74	3	-	4	7	23	5	8	7	13	4
	100.0	4.1	-	5.4	9.5	31.1	6.8	10.8	9.5	17.6	5.4	
ほとんど取組なし	95	1	2	2	2	34	10	16	12	14	2	
	100.0	1.1	2.1	2.1	2.1	35.8	10.5	16.8	12.6	14.7	2.1	
その他	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

③ 既存規市場深堀取組×資金調達

既存市場の深堀を「積極的に取組」事業者の 19.0%「多少の取組」事業者の 23.3%が「十分な借入」ができています。「ほとんど取組無」では資金調達について「現在も今後も不要」と 44.6%が回答している。

上段:度数 下段:%		問17 資金調達の現状					
		合計	十分な借入 ができて いる	借入がで きてい るが不 十分	必要があ るが借 入がで きな い	現在は借 入は不要 だが、今 後必要に なる	現在も今 後も借入 は不要
問12 既存市場の深堀の取組	合計	188	33	30	9	51	65
		100.0	17.6	16.0	4.8	27.1	34.6
	積極的取組	21	4	7	5	2	3
		100.0	19.0	33.3	23.8	9.5	14.3
	多少の取組	73	17	11	1	25	19
	100.0	23.3	15.1	1.4	34.2	26.0	
ほとんど取組なし	92	12	12	3	24	41	
	100.0	13.0	13.0	3.3	26.1	44.6	
その他	2	-	-	-	-	2	
	100.0	-	-	-	-	100.0	

④ 既存市場開拓取組×必要な支援策

既存市場の深堀を「積極的に取組」事業者の 52.6%が「融資支援」を求めている。「多少の取組有」では「販路拡大・開拓支援」を 40.6%の事業者が求めており、「ほとんど取組無」では 25.4%が「設備投資への支援」を求めている。

上段:度数 下段:%		問18 必要な支援策											
		合計	設備投資への支援	販路拡大・開拓支援	人材育成・能力開発支援	新技術・新商品開発支援	新分野進出支援	従業員向けセミナー開催支援	事業主向けセミナー開催	経営相談体制の充実	融資支援	その他	
問12 既存市場の深堀の取組	合計	160 100.0	52 32.5	49 30.6	26 16.3	11 6.9	16 10.0	9 5.6	16 10.0	17 10.6	36 22.5	24 15.0	
	積極的取組	19 100.0	9 47.4	5 26.3	4 21.1	2 10.5	2 10.5	1 5.3	4 21.1	3 15.8	10 52.6	1 5.3	
	多少の取組	69 100.0	25 36.2	28 40.6	9 13.0	5 7.2	8 11.6	4 5.8	5 7.2	7 10.1	17 24.6	4 5.8	
	ほとんど取組なし	71 100.0	18 25.4	16 22.5	13 18.3	4 5.6	6 8.5	4 5.6	7 9.9	7 9.9	9 12.7	18 25.4	
	その他	1 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 100.0

⑤ 既存市場開拓取組×直面する経営課題

「営業・販売力強化」に直面している割合は総じて多い。「積極的に取組」事業者では、課題が多岐に渡っている。

上段:度数 下段:%		問9 直面する経営課題												
		合計	営業・販売力の強化	人材の確保・育成	コストダウン	財務体質の強化	技術力強化	新商品・新事業開発	自社ブランドの強化	設備増強等	海外事業展開	既存事業の絞込み	資金調達の多様化	その他
問12 既存市場の深堀の取組	合計	178 100.0	93 52.2	65 36.5	37 20.8	29 16.3	37 20.8	23 12.9	22 12.4	25 14.0	2 1.1	22 12.4	12 6.7	11 6.2
	積極的取組	19 100.0	12 63.2	11 57.9	7 36.8	7 36.8	6 31.6	7 36.8	9 47.4	3 15.8	1 5.3	2 10.5	4 21.1	1 5.3
	多少の取組	75 100.0	43 57.3	27 36.0	15 20.0	13 17.3	16 21.3	11 14.7	7 9.3	12 16.0	-	6 8.0	8 8.0	3 4.0
	ほとんど取組なし	83 100.0	38 45.8	27 32.5	15 18.1	9 10.8	15 18.1	5 6.0	6 7.2	10 12.0	1 1.2	14 16.9	2 2.4	6 7.2
	その他	1 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 100.0

4.6 新規市場開拓の取組別クロス集計

① 新規市場開拓取組×売上高

新規市場の開拓を「積極的に取組」事業者の 12 社中 2 社が増収(16.6%)で、「多少の取組」では 70 社中 11 社(15.7%)が増収である。「ほとんど取組無」では、98 社中 10 社が増収(10.2%)と回答している。

上段:度数 下段:%		問15 過去1年間の売上の増減										
		合計	30%以上増加	20~29%増加	10~19%増加	10%未満増加	横ばい	10%未満減少	10~19%減少	20~29%減少	30%以上減少	その他
問13 新規市場の開拓取組	合計	182 100.0	1 0.5	5 2.7	10 5.5	8 4.4	56 30.8	14 7.7	22 12.1	18 9.9	39 21.4	9 4.9
	積極的取組	12 100.0	-	-	1 8.3	1 8.3	2 16.7	2 16.7	-	2 16.7	3 25.0	1 8.3
	多少の取組	70 100.0	-	3 4.3	5 7.1	3 4.3	21 30.0	4 5.7	10 14.3	7 10.0	13 18.6	4 5.7
	ほとんど取組なし	98 100.0	-	2 2.0	4 4.1	4 4.1	32 32.7	8 8.2	12 12.2	9 9.2	23 23.5	4 4.1
	その他	2 100.0	1 50.0	-	-	-	1 50.0	-	-	-	-	-

② 新規市場開拓取組×利益

新規市場の開拓を「積極的に取組」事業者の14社中4社が増益(28.4%)で、「多少の取組」では70社中14社(20.0%)が増益である。「ほとんど取組無」では、105社中8社が増益(7.7%)と回答している。

上段:度数 下段:%		問16 過去1年間の利益の増減										
		合計	30%以上増加	20~29%増加	10~19%増加	10%未満増加	横ばい	10%未満減少	10~19%減少	20~29%減少	30%以上減少	その他
問13 新規市場の開拓取組	合計	191	6	2	9	10	62	15	26	20	33	8
		100.0	3.1	1.0	4.7	5.2	32.5	7.9	13.6	10.5	17.3	4.2
	積極的取組	14	1	-	2	1	3	1	-	1	4	1
		100.0	7.1	-	14.3	7.1	21.4	7.1	-	7.1	28.6	7.1
	多少の取組	70	2	1	5	6	18	4	10	8	12	4
	100.0	2.9	1.4	7.1	8.6	25.7	5.7	14.3	11.4	17.1	5.7	
ほとんど取組なし	105	2	1	2	3	40	10	16	11	17	3	
	100.0	1.9	1.0	1.9	2.9	38.1	9.5	15.2	10.5	16.2	2.9	
その他	2	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	
	100.0	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-	-	

③ 新規市場開拓取組×資金調達

新規市場の開拓を「積極的取組」事業者の66.6%が「十分な借入」ができておらず、「多少の取組」の24.6%は「十分な借入」ができていないが、「ほとんど取組無」では資金調達について「現在も今後も不要」と44.1%が回答している。

上段:度数 下段:%		問17 資金調達の現状					
		合計	十分な借入ができていない	借入ができていないが不十分	必要があるが借入が難しい	現在は借入は不要だが、今後必要になる	現在も今後も借入は不要
問13 新規市場の開拓取組	合計	189	33	30	10	51	65
		100.0	17.5	15.9	5.3	27.0	34.4
	積極的取組	15	-	5	5	3	2
		100.0	-	33.3	33.3	20.0	13.3
	多少の取組	69	17	12	2	22	16
	100.0	24.6	17.4	2.9	31.9	23.2	
ほとんど取組なし	102	16	13	3	25	45	
	100.0	15.7	12.7	2.9	24.5	44.1	
その他	3	-	-	-	1	2	
	100.0	-	-	-	33.3	66.7	

④ 新規市場開拓取組×直面する経営課題

「営業・販売力強化」に直面している割合は総じて多い。「積極的に取組」事業者では、「人材の確保・育成」の課題が見られる。

上段:度数 下段:%		問9 直面する経営課題												
		合計	営業・販売力の強化	人材の確保・育成	コストダウン	財務体質の強化	技術力強化	新商品・新事業開発	自社ブランドの強化	設備増強等	海外事業展開	既存事業の絞り込み	資金調達の多様化	その他
問13 新規市場の開拓取組	合計	177	93	65	36	29	37	23	22	25	2	22	12	11
		100.0	52.5	36.7	20.3	16.4	20.9	13.0	12.4	14.1	1.1	12.4	6.8	6.2
	積極的取組	13	8	7	4	4	3	6	7	3	1	2	3	1
		100.0	61.5	53.8	30.8	30.8	23.1	46.2	53.8	23.1	7.7	15.4	23.1	7.7
	多少の取組	69	43	25	14	12	15	12	9	13	-	6	5	2
	100.0	62.3	36.2	20.3	17.4	21.7	17.4	13.0	18.8	-	8.7	7.2	2.9	
ほとんど取組なし	93	42	32	17	12	19	5	6	9	1	14	4	7	
	100.0	45.2	34.4	18.3	12.9	20.4	5.4	6.5	9.7	1.1	15.1	4.3	7.5	
その他	2	-	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	1	
	100.0	-	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	50.0	

⑤ 新規市場開拓取組×必要な支援策

新規市場の開拓を「積極的に取組」事業者の 53.3%が「融資支援」を求めている。「多少の取組」では、「販路拡大・開拓支援」を 40.3%が求めており、「ほとんど取組無」では 25.0%の事業者が「設備投資への支援」を求めている。

上段:度数 下段:%		問18 必要な支援策										
		合計	設備投資への支援	販路拡大・開拓支援	人材育成・能力開発支援	新技術・新商品開発支援	新分野進出支援	従業員向けセミナー開催支援	事業主向けセミナー開催	経営相談体制の充実	融資支援	その他
問13 新規市場の開拓取組	合計	160 100.0	52 32.5	48 30.0	26 16.3	11 6.9	16 10.0	9 5.6	16 10.0	17 10.6	37 23.1	24 15.0
	積極的取組	15 100.0	7 46.7	4 26.7	3 20.0	1 6.7	-	1 6.7	3 20.0	3 20.0	8 53.3	-
	多少の取組	67 100.0	26 38.8	27 40.3	8 11.9	6 9.0	9 13.4	3 4.5	4 6.0	8 11.9	18 26.9	3 4.5
	ほとんど取組なし	76 100.0	19 25.0	17 22.4	15 19.7	4 5.3	7 9.2	5 6.6	9 11.8	6 7.9	11 14.5	19 25.0
	その他	2 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2 100.0

4.7 資金調達

① コロナ禍の経営への影響×資金調達の現状

コロナ禍の経営への「影響がない」と回答した事業者は総じて「資金調達」が不要か、不安がない状態であるが、「影響が出ている」や「今後の影響」を想定している事業者では、資金調達が必要になるとの見通しが見られる。

上段:度数 下段:%		問17 資金調達の現状					
		合計	十分な借入ができている	借入ができていないが不十分	必要があるが借入できない	現在は借入は不要だが今後必要になる	現在も借入は不要
問14-1 コロナ禍の経営への影響	合計	189 100.0	33 17.5	30 15.9	10 5.3	53 28.0	63 33.3
	影響が出ている	110 100.0	20 18.2	19 17.3	7 6.4	35 31.9	29 26.4
	今はないが3ヶ月以内に出る可能性有	35 100.0	8 22.9	7 20.0	1 2.9	11 31.4	8 22.9
	影響がない	24 100.0	4 16.7	-	1 4.2	4 16.7	15 62.5
	わからない	20 100.0	1 5.0	4 20.0	1 5.0	3 15.0	11 55.0

② 過去1年間の売上の増減×資金調達の現状

売上が「横ばい」か「減少」している事業者では、「必要であるが借入ができない」と回答している。

上段:度数 下段:%		問17 資金調達の現状					
		合計	十分な借入 ができて いる	借入がで きてい るが不 十分	必要があ るが借 入がで きな い	現在は借 入は不要 だが今 後必要に なる	現在も借 入は不要
問15 過 去1年間の 売上の増 減	合計	179 100.0	31 17.3	28 15.6	9 5.0	52 29.1	59 33.0
	30%以上増加	1 100.0	-	-	-	-	1 100.0
	20~29%増加	6 100.0	3 50.0	1 16.7	-	-	1 16.7
	10~19%増加	10 100.0	2 20.0	1 10.0	-	2 20.0	5 50.0
	10%未満増加	9 100.0	2 22.2	-	1 11.1	3 33.3	3 33.3
	横ばい	55 100.0	8 14.5	6 10.9	1 1.8	15 27.3	25 45.5
	10%未満減少	13 100.0	1 7.7	4 30.8	-	5 38.5	3 23.1
	10~19%減少	22 100.0	6 27.3	2 9.1	2 9.1	6 27.3	6 27.3
	20~29%減少	17 100.0	2 11.8	3 17.6	1 5.9	7 41.2	4 23.5
	30%以上減少	37 100.0	6 16.2	10 27.0	3 8.1	9 24.3	9 24.3
	その他	9 100.0	1 11.1	1 11.1	1 11.1	4 44.4	2 22.2

③ 過去1年間の利益の増減×資金調達の現状

利益の増減にかかわらず、「今後も借入れは不要」との回答が多い。

上段:度数 下段:%		問17 資金調達の現状					
		合計	十分な借入 ができて いる	借入がで きてい るが不 十分	必要があ るが借 入がで きな い	現在は借 入は不要 だが今 後必要に なる	現在も借 入は不要
問16 過 去1年間の 利益の増 減	合計	188 100.0	33 17.6	30 16.0	9 4.8	52 27.7	64 34.0
	30%以上増加	6 100.0	1 16.7	1 16.7	-	2 33.3	2 33.3
	20~29%増加	2 100.0	1 50.0	-	-	-	1 50.0
	10~19%増加	9 100.0	2 22.2	1 11.1	1 11.1	-	5 55.6
	10%未満増加	9 100.0	2 22.2	1 11.1	-	2 22.2	4 44.4
	横ばい	62 100.0	11 17.7	7 11.3	1 1.6	18 29.0	25 40.3
	10%未満減少	15 100.0	2 13.3	4 26.7	-	4 26.7	5 33.3
	10~19%減少	26 100.0	6 23.1	5 19.2	2 7.7	8 30.8	5 19.2
	20~29%減少	20 100.0	4 20.0	2 10.0	-	6 30.0	8 40.0
	30%以上減少	31 100.0	3 9.7	9 29.0	4 12.9	8 25.8	7 22.6
	その他	8 100.0	1 12.5	-	1 12.5	4 50.0	2 25.0

5. まとめ

今回の調査を通じて明確になった課題、それに対する商工会の支援の方向性と具体的な支援策をまとめる以下のようにになる。

(1) 販路開拓支援

直面する課題は業種を問わず、「営業・販売力の強化(24%)」が最も多い。しかし、「既存市場での深堀に積極的に取り組んでいる(10%)」や「新規市場での開拓に積極的に取り組んでいる(7%)」と回答しているように、取組みが進んでいない実態がある。一方、必要な支援策の第2位は「販路拡大支援(16%)」である。

業種特性や個々の事業者の固有の問題があって、実際には市場開拓が進んでいないものの、その分野に対して商工会への支援を求めていることから、個々の実情に応じた販路開拓・拡大支援を情報発信支援や展示会への支援を行う必要がある。

(2) 事業計画作成支援

事業計画や経営計画の作成状況は、前回調査に比べて多少取組みが進んでいるが、最近の補助金等は経営計画とセットになっていることから、本来の目的以外にも事業計画等の作成の重要性が増している。

経営計画作成と利益の関係では、「毎年作成している事業者」の28.0%が増益であるのに対して、「作成したことがない事業者」の場合、増益の割合が14.6%にとどまっており、経営計画作成をしている事業者は増益になる率が高いことから、様々な機会を捉え、事業計画作成の啓蒙と作成支援を行う必要がある。

(3) 事業承継支援

「事業を継続したい(25%)」と「事業をやめたい(24%)」があり、その両方に対する支援が必要であるが、特に、経営者の年代が60歳代以上の「廃業見込み」が110社中38社あり、廃業を円滑に進める支援が必要である。セミナーや個別相談を通じた支援以外に、情報発信による啓蒙を進め、経営者の年齢を考慮した早期の取組を新する必要がある。

(4) 資金調達支援

必要な支援策の3位には「融資支援(12%)」があり、また、直面する経営課題の「資金調達の多様化」には40歳代の25%が回答している。特に市場深耕や市場開拓に積極的に取り組んでいる事業者からの要望が強いことから、クラウドファンディング等や補助金、助成金の活用支援を、より一層取組が必要である。

(5) コロナ禍への対応支援

コロナ禍の影響は、「影響が出ている」が56%、「今後出そう」が17%と約4分の3が影響を受けたり、受けることを想定している。「影響が出ている」と回答した事業者の約半数が「50%以上売上が減少した」と回答し、「宿泊・飲食・サービス」では、21社中20社が「影響が出ている」と回答しているように、特に影響の大きい同業種への給付金や補助金、融資等金融支援が必要である。