

管内の地域経済を支える小規模事業者は、需要の低下、売上の減少、経営者の高齢化による事業承継等の問題に直面し、経営を持続的に行うための経営課題の解決が必要となっている。

そこで、伴走型小規模事業者支援推進事業として、管内の事業者に景況感や経営上の問題点に関するアンケート調査を実施する。収集した情報は事業者を提供するだけでなく、商工会議所としても事業者に対する効果的な支援策の立案に役立てるものである。

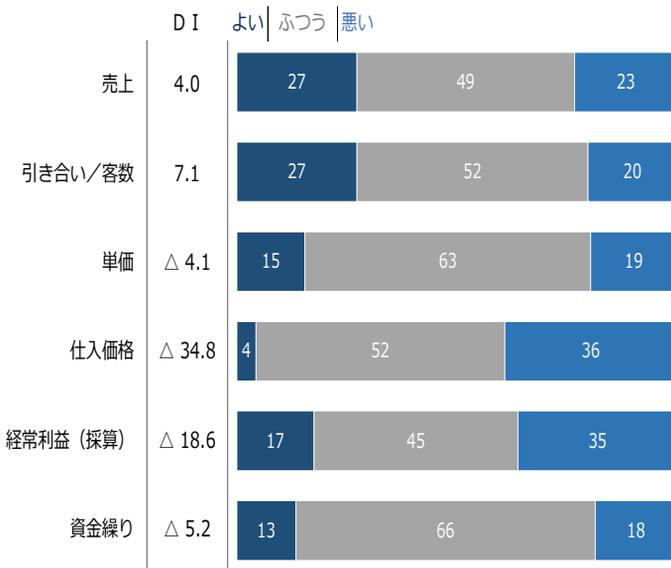
アンケート調査概要

調査時期	平成29年7月14日～8月18日
調査対象	主に大和市内小規模事業者
調査方法	大和商工会議所の主に小規模事業者の会員でメール登録先 572件
回答数・回収率	100件 17.4%

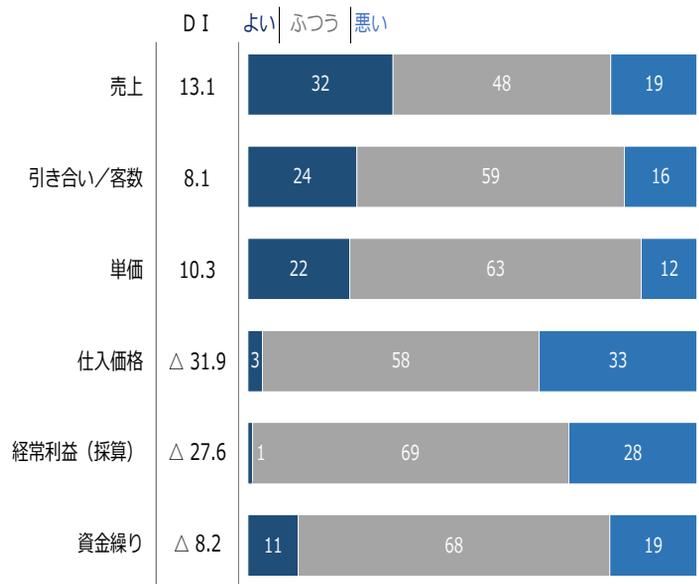
アンケートでは、問1～問8まで回答を求めています。

- 問1 昨年の今頃と現在との経営環境の比較
- 問2 現在と比べた今後の経営環境の見通し
- 問3 経営上の問題点
- 問4 雇用の状況
- 問5 事業承継
- 問6 販売促進
- 問7 事業計画(経営計画)の作成
- 問8 商工会議所が主催するセミナー

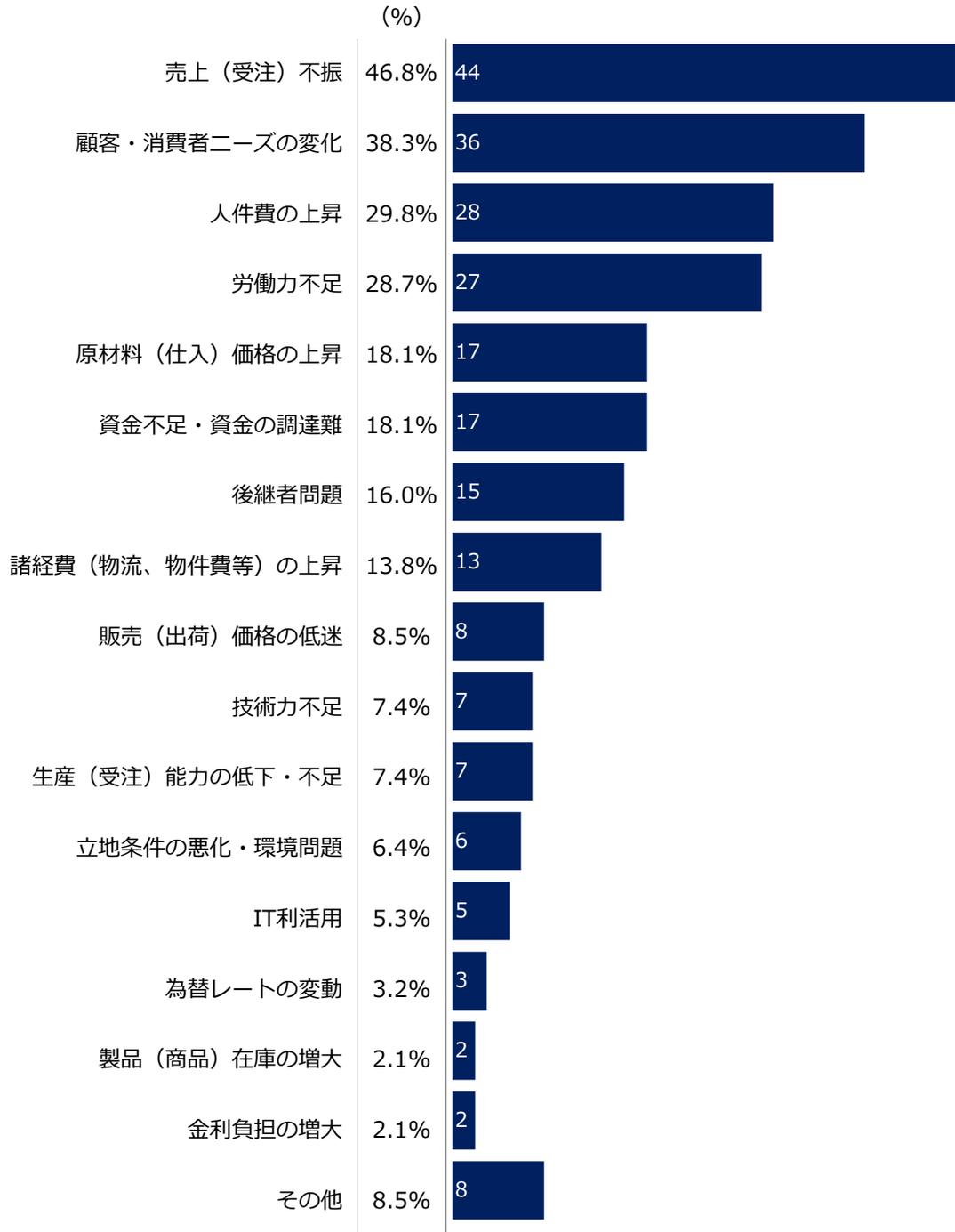
昨年と比較した景況感(全業種)



今後の景況感の見通し(全業種)

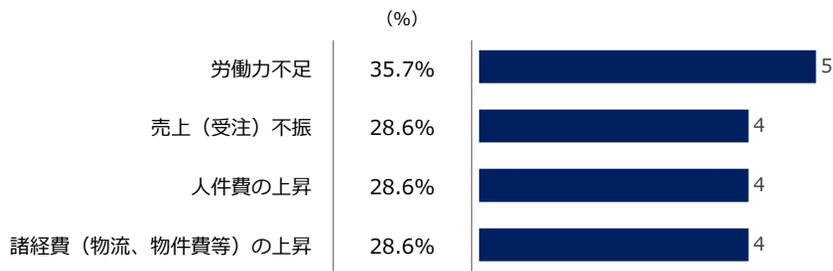


経営上の問題点(全業種)

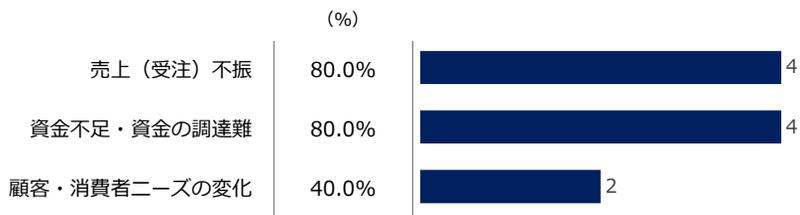


経営上の問題点(業種ごと、上位)

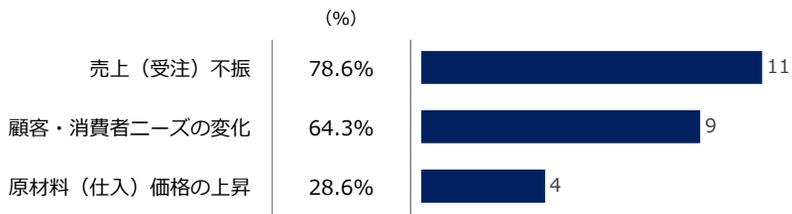
製造業



卸売業



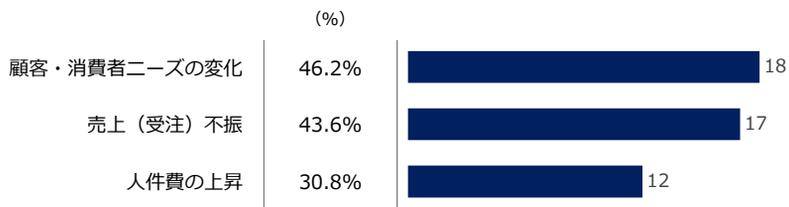
小売業



建設業

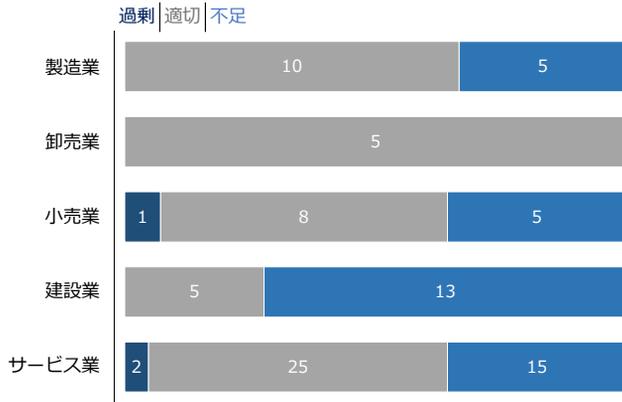


サービス業

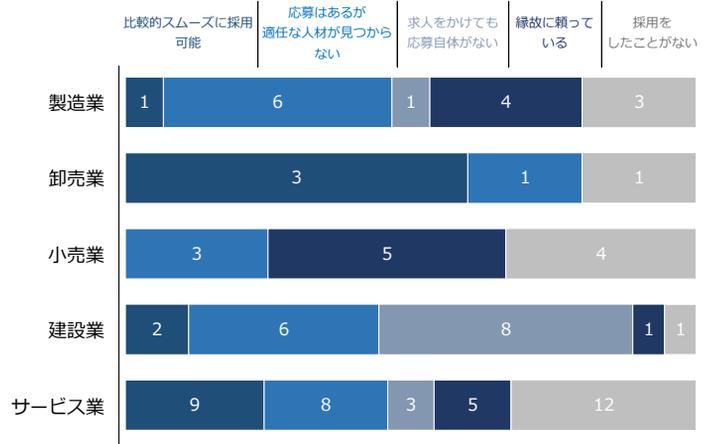


雇用の状況

建設業で人員の不足感が高い

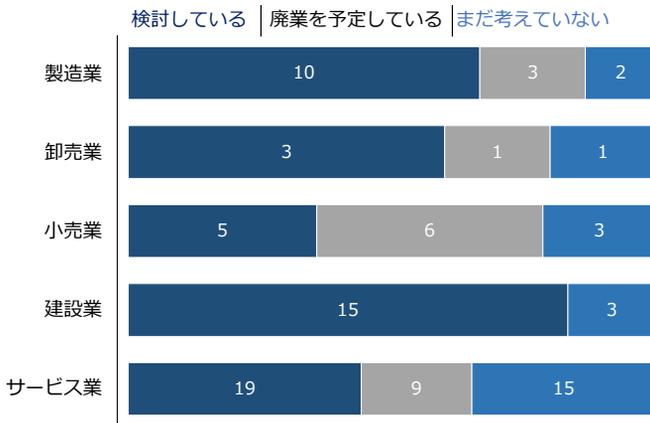


人材不足の建設業では求人に応募がない

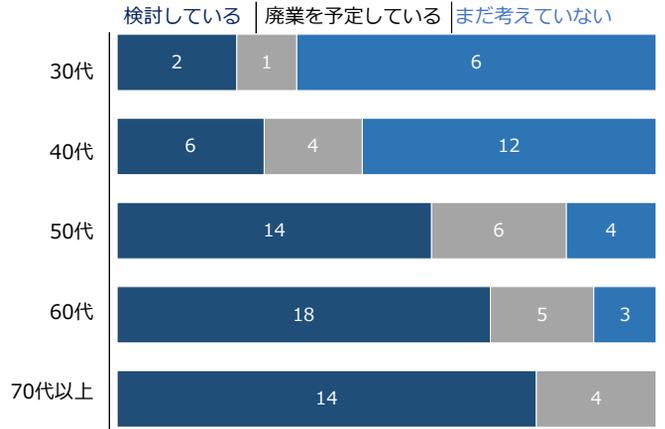


事業承継

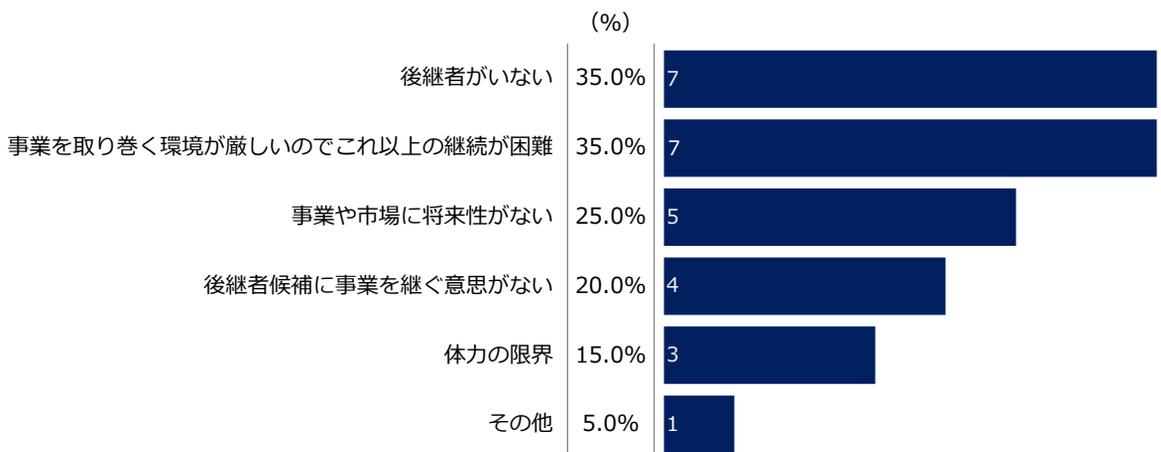
小売業では廃業を予定している割合が4割超



年齢があがるほど事業承継を検討している割合が高い



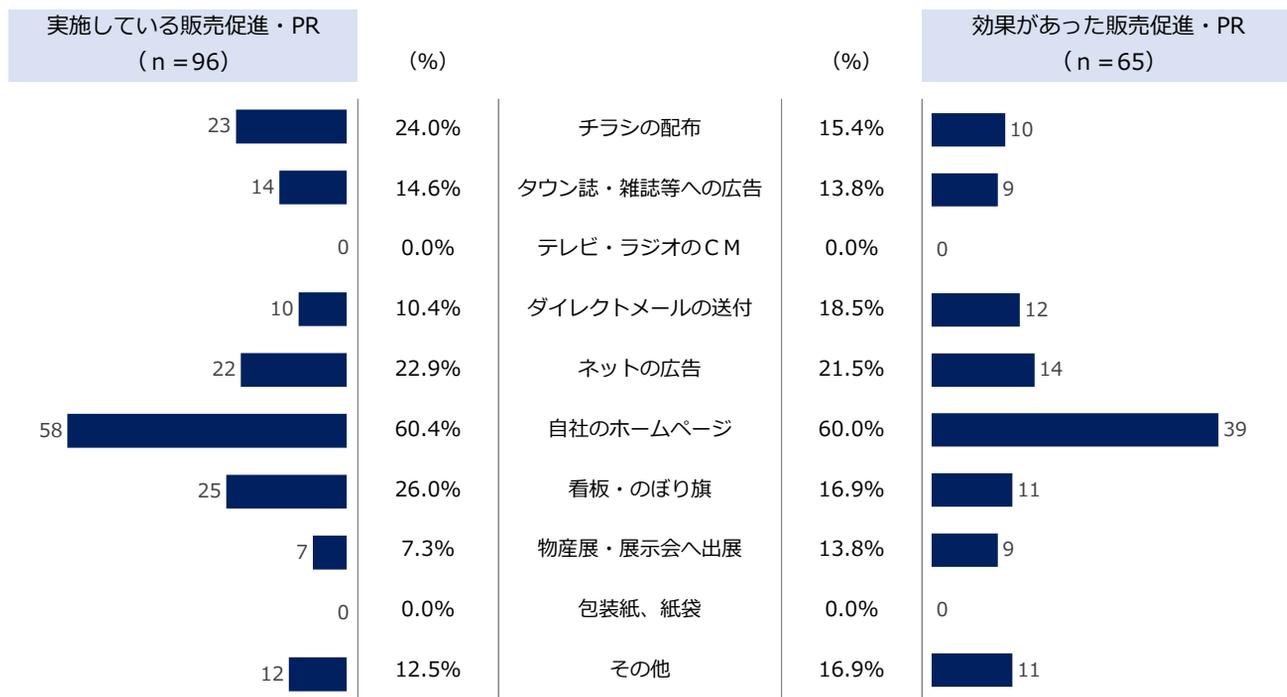
廃業する理由は「後継者がいない」や「事業を取り巻く環境が厳しいのでこれ以上の継続が困難」が多い



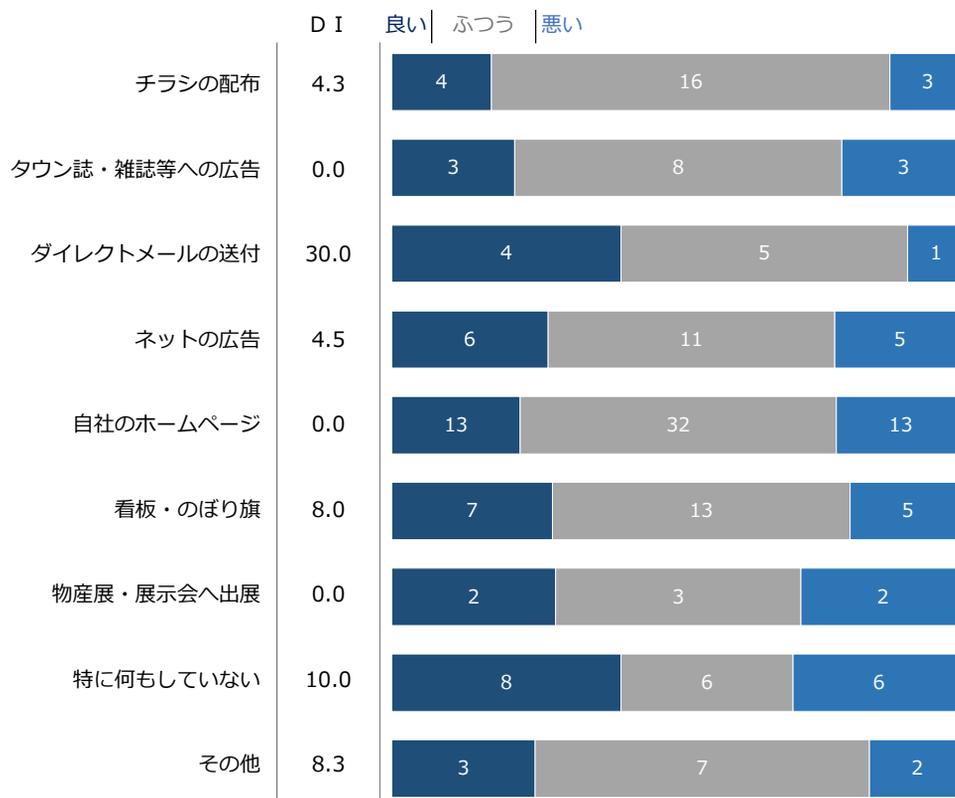
販売促進

自社のホームページを販促に利用している事業者が多い

自社のホームページやダイレクトメール、ネットの広告は売上拡大の効果が高い

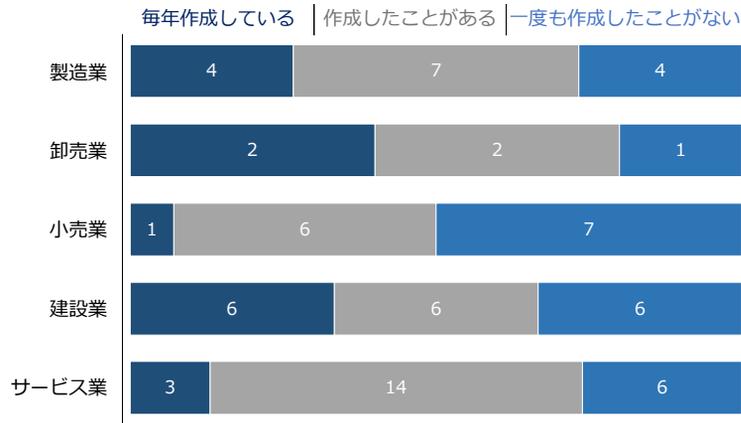


実施している販売促進・PRと足元の売上の状況を比較すると、ダイレクトメールを送っている事業者の売上が増加している傾向にある

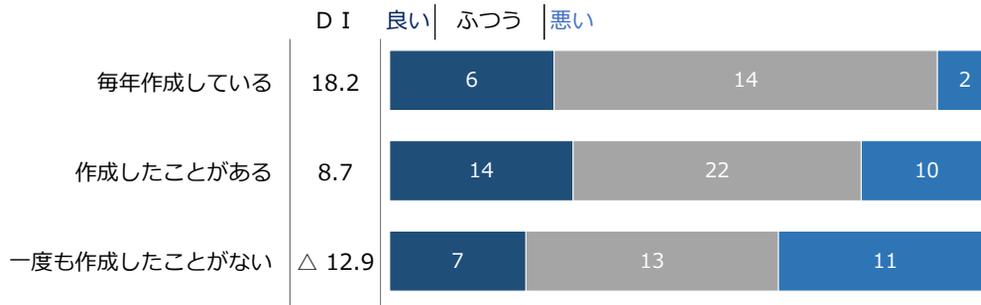


事業計画(経営計画)

半数以上の事業者が事業計画を作成したことがある



事業計画(経営計画)の作成状況と足元の売上高をみると作成事業者の方が売上が増加傾向



総括

(1) 経営上の問題点

経営上の問題点は業種ごとに異なる結果であったが、いずれの業種においても「売上(受注)不振」と回答した事業者の割合は高い。特に、卸売業や小売業では8割前後の事業者が回答するという結果になっている。

(2) 「売上(受注)不振」の解決策

次に、「売上(受注)不振」に対する、解決策はないかを考えていきたい。本アンケートでは、「売上(受注)不振」の解決策として、2つの方策が示唆されている。それぞれの方策をみていきたい。

① 事業計画(経営計画)策定は「売上(受注)不振」の解決策となるのではないか

事業計画の作成の有無と足元の売上高の傾向をみると、事業計画(経営計画)を「毎年作成している」「作成したことがある」と回答した事業者の方が、「一度も作成したことがない」と回答した事業者よりも、足元の売上高が増加している傾向にあることがわかる。

この結果より、ひとつの仮説として、「事業計画(経営計画)の作成が売上拡大に寄与する」ということがいえる。

② 販売促進が不十分である、もしくは時代に即していない販売促進を行っているのではないか

販売促進方法として、ホームページの作成やダイレクトメールの送付が有効であるという結果となっている。ダイレクトメールを送るためには、顧客情報を管理する必要がある。つまり、顧客情報を収集・分析し、顧客ニーズを把握している事業者の売上が増加しているものと考えられる。

(3) 事業承継

アンケート結果より、大和市の事業者は事業承継に対し、しっかり検討ができていることが読み取れる。このなかで、小売業では、4割超の事業者が廃業を予定している点の特徴である。