

伴走型小規模事業者支援推進事業

經濟動向 調查報告書

平成 29 年度
大和商工会議所



調査概要

1. 事業の概要

平成26年6月に商工会及び商工会による小規模事業者の支援に関する法律(平成5年法律第51号。以下「小規模支援法」という。)の一部が改正された。本改正により、小規模事業者の事業の持続的発展を支援するため、商工会及び商工会議所が、小規模事業者による事業計画の作成、およびその着実な実施を支援することや、地域活性化にもつながる展示会の開催等の面的な取組を促進するため、商工会及び商工会が作成する支援計画のうち、小規模事業者の技術の向上、新たな事業の分野の開拓その他の小規模事業者の経営の発達に特に資するものについての計画を、経済産業大臣が認定する仕組みが導入された(中小企業庁ホームページより引用)。

大和商工会議所では、平成29年3月、経済産業大臣による経営発達支援計画の認定を受け、この計画に基づいた地域の小規模事業者の事業の持続的発展を支援するため、管轄市内の企業の実態をしっかりと把握し、個々の企業の業績向上につながる支援を行うことが求められている。

2. 報告書作成目的

大和市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、大和市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行う。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。

◆「経済動向調査アンケート」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%

【目 次】

I 回答者の属性

- 1. 代表者の年齢・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
- 2. 業歴・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
- 3. 従業員数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4

II 単純集計

III クロス集計

- 1. 景況感・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19
 - (1) 業種別の景況感
 - (2) 景況感の全国比較
- 2. 経営上の問題点・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 27
- 3. 雇用の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 32
 - (1) 現在の人員の充足度（業種ごと）
 - (2) 今後の採用予定（業種ごと）
 - (3) 採用に関する状況（業種ごと）
- 4. 事業承継・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34
 - (1) 事業承継の検討状況
- 5. 販路開拓・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 36
 - (1) 現在実施している販売促進・PR（業種ごと）
 - (2) 売上の拡大効果があった販売促進・PR（業種ごと）
 - (3) 販売促進・PRの実施と足元の売上の状況
 - (4) インターネットを使った販売促進・PR
- 6. 事業計画（経営計画）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 42
 - (1) 事業計画（経営計画）の作成の有無（業種ごと）
 - (2) 事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上の状況
- 7. 総括

IV 参考資料（集計表、アンケート用紙）

- 1. 集計表・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 46
- 2. アンケート用紙・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 52

I 回答者の属性

1. 代表者の年齢

	全体		20代		30代		40代		50代		60代		70代以上		不明	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
製造業	15	15.5%	0	0.00%	1	12.5%	7	31.8%	3	12.5%	2	8.0%	2	11.1%	0	0.0%
卸売業	5	5.2%	0	0.00%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	3	12.0%	1	5.6%	0	0.0%
小売業	14	14.4%	0	0.00%	1	12.5%	2	9.1%	6	25.0%	4	16.0%	1	5.6%	0	0.0%
建設業	18	18.6%	0	0.00%	2	25.0%	2	9.1%	5	20.8%	5	20.0%	4	22.2%	0	0.0%
サービス業	43	44.3%	0	0.00%	3	37.5%	10	45.5%	10	41.7%	11	44.0%	9	50.0%	0	0.0%
飲食サービス業	3	3.1%	0	0.00%	0	0.0%	3	13.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
情報通信業	5	5.2%	0	0.00%	2	25.0%	2	9.1%	0	0.0%	1	4.0%	0	0.0%	0	0.0%
生活関連サービス業	4	4.1%	0	0.00%	1	12.5%	1	4.5%	1	4.2%	1	4.0%	0	0.0%	0	0.0%
専門・技術サービス業	14	14.4%	0	0.00%	0	0.0%	2	9.1%	5	20.8%	6	24.0%	1	5.6%	0	0.0%
その他サービス業	17	17.5%	0	0.00%	0	0.0%	2	9.1%	4	16.7%	3	12.0%	8	44.4%	0	0.0%
その他の業種	2	2.1%	0	0.00%	0	0.0%	1	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%	0	0.0%
合計	97	100.0%	0	0.00%	8	100.0%	22	100.0%	24	100.0%	25	100.0%	18	100.0%	0	0.0%

2. 業歴

	全体		10年以下		11～20年		21～30年		31年以上		不明	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
製造業	15	15.5%	3	12.0%	5	20.0%	1	10.0%	6	17.1%	0	0.0%
卸売業	5	5.2%	1	4.0%	1	4.0%	1	10.0%	2	5.7%	0	0.0%
小売業	14	14.4%	2	8.0%	2	8.0%	0	0.0%	9	25.7%	1	50.0%
建設業	18	18.6%	2	8.0%	4	16.0%	2	20.0%	10	28.6%	0	0.0%
サービス業	43	44.3%	17	68.0%	11	44.0%	6	60.0%	8	22.9%	1	50.0%
飲食サービス業	3	3.1%	2	8.0%	1	4.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
情報通信業	5	5.2%	3	12.0%	1	4.0%	0	0.0%	1	2.9%	0	0.0%
生活関連サービス業	4	4.1%	2	8.0%	1	4.0%	0	0.0%	1	2.9%	0	0.0%
専門・技術サービス業	14	14.4%	7	28.0%	3	12.0%	3	30.0%	1	2.9%	0	0.0%
その他サービス業	17	17.5%	3	0.00%	5	20.0%	3	30.0%	5	14.3%	1	50.0%
その他の業種	2	2.1%	0	0.0%	2	8.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	97	100.0%	25	100.0%	25	100.0%	10	100.0%	35	100.0%	2	100.0%

3. 従業員数

	全体		0人		1～5人		6～10人		11～15人		16～20人		21人以上		不明	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
製造業	15	15.5%	1	10.0%	7	10.9%	1	12.5%	3	33.3%	3	60.0%	0	0.0%	0	0.0%
卸売業	5	5.2%	0	0.0%	5	7.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
小売業	14	14.4%	0	0.0%	13	20.3%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
建設業	18	18.6%	0	0.0%	7	10.9%	5	62.5%	4	44.4%	1	20.0%	1	100.0%	0	0.0%
サービス業	43	44.3%	9	90.0%	31	48.4%	0	0.0%	2	22.2%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%
飲食サービス業	3	3.1%	0	0.0%	2	3.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%
情報通信業	5	5.2%	0	0.0%	4	6.3%	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
生活関連サービス業	4	4.1%	2	20.0%	1	1.6%	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
専門・技術サービス業	14	14.4%	6	60.0%	8	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他サービス業	17	17.5%	1	10.0%	16	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他の業種	2	2.1%	0	0.0%	1	1.6%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	97	100.0%	10	100.0%	64	100.0%	8	100.0%	9	100.0%	5	100.0%	1	100.0%	0	0.0%

※小規模事業者数 90 事業者（小規模事業者割合 94.7%）

従業員基準により小規模事業者に該当しない事業者 5 事業者

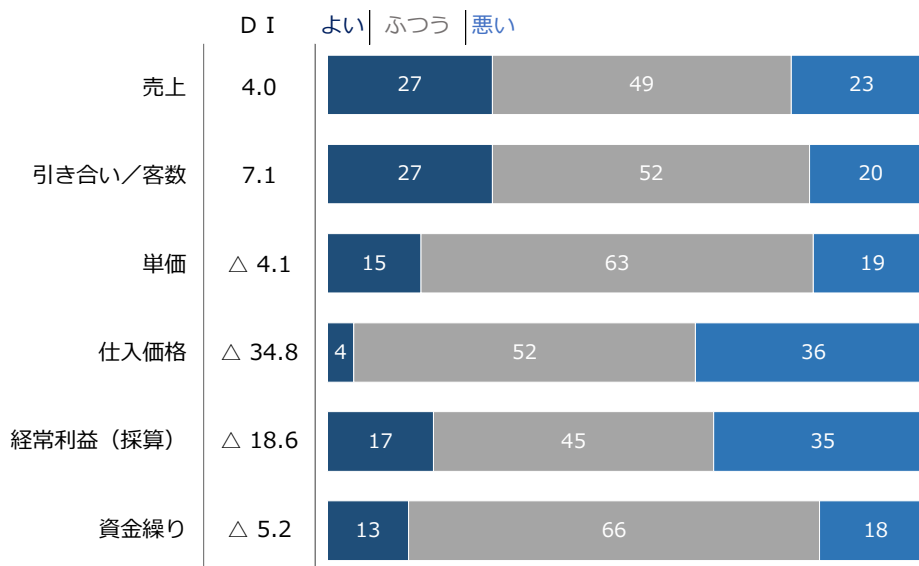
業種又は従業員数が不明で小規模事業者に該当しない事業者 5 事業者

Ⅱ 単純集計

問1 前年同期（平成28年4月～6月）と比べた現在（平成29年4月～6月）の経営環境等の状況

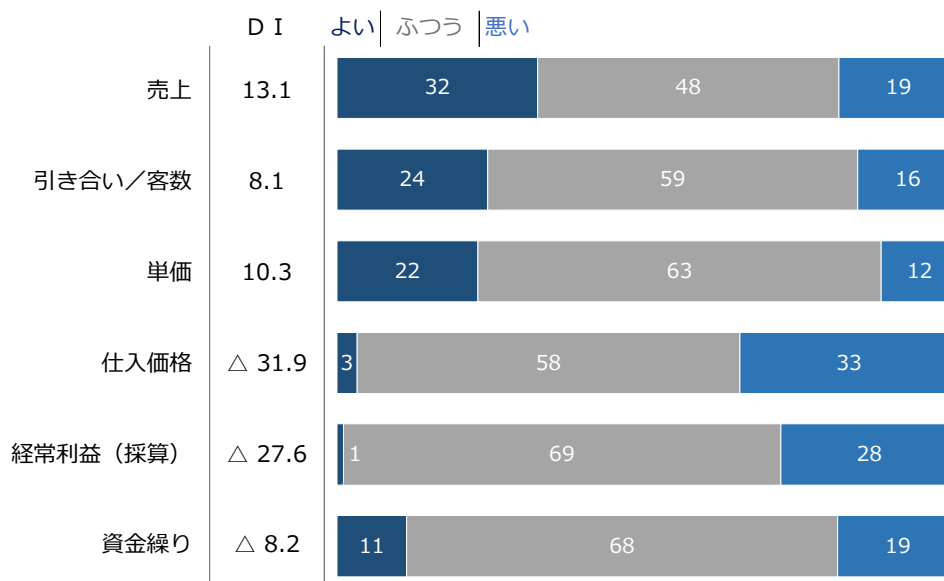
下記のD Iとは、ディフュージョン・インデックス（Diffusion Index）の略であり、各調査項目についての好転割合から悪化割合を差引いた値（景気動向指数）である。

売上のD I値が4.0ポイントとプラスとなっている。引き合い／客数D Iも7.1ポイントとプラスであり、これが売上の増加につながっていることが読み取れる。ただし、単価のD I値が△4.1ポイントであることから、単価を下げた客数を増加させ、売上が上昇したものの、経常利益（採算）のD I値が△18.6ポイントと、前年同期比で利益が減少している事業者が多くなっている。

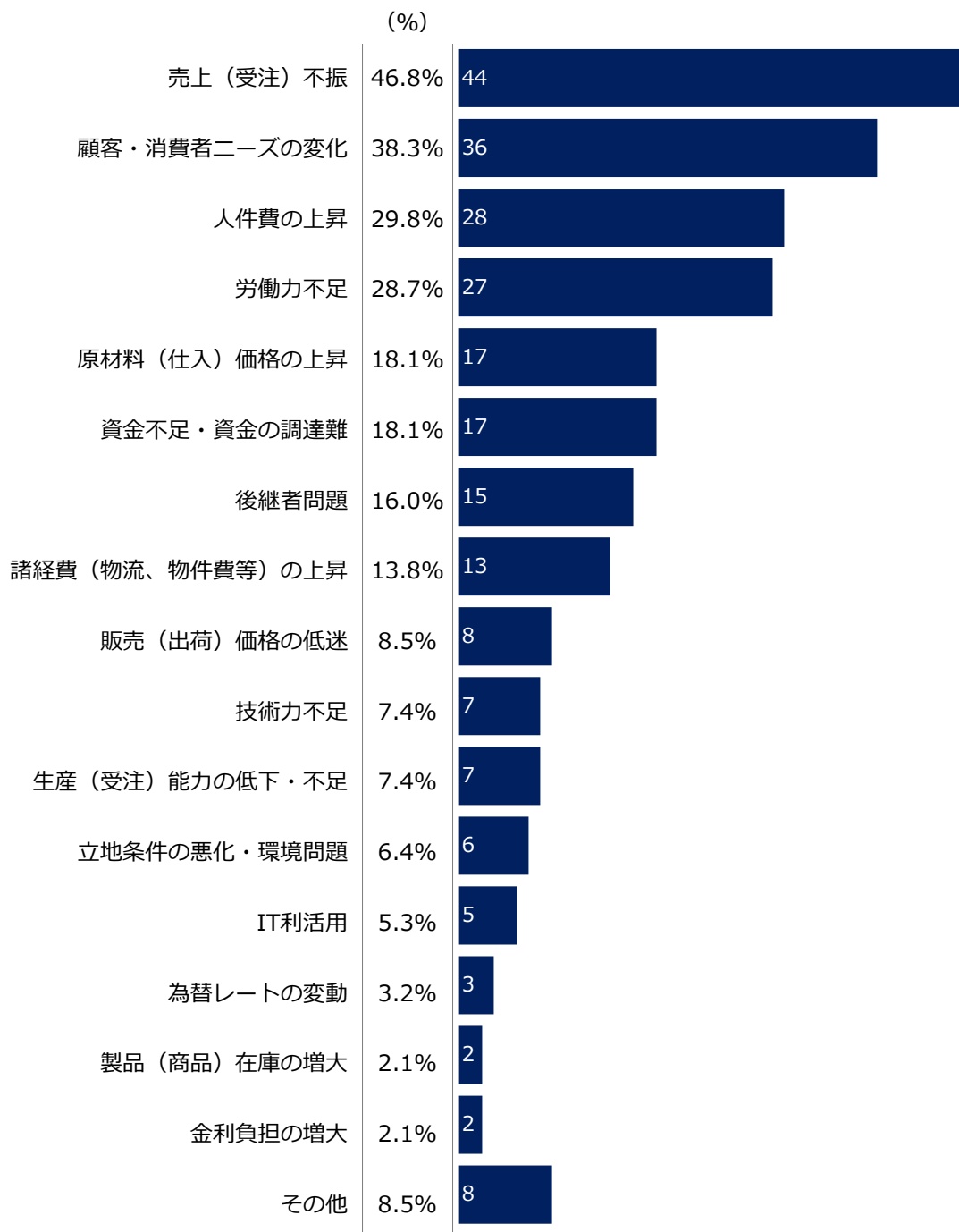


問2 現在（平成29年1月～6月）と比べた今後（平成29年7月～12月）の経営環境等の見通し

売上のD I値が13.1ポイント、引き合い／客数D Iが8.1ポイント、単価が10.3ポイントとプラスである。今後は引き合い／客数が良くなり、単価も上昇することで、売上が増加していくと予測している事業者が増加している。しかし、仕入価格は△31.9ポイントと悪くなる（上昇する）と予測しており、経常利益（採算）が△27.6ポイントと低下し、資金繰りが△8.2ポイントと、資金繰りに支障を来たす恐れがある。



問3 現在の経営上の問題点（3つまで回答可）（n=94）

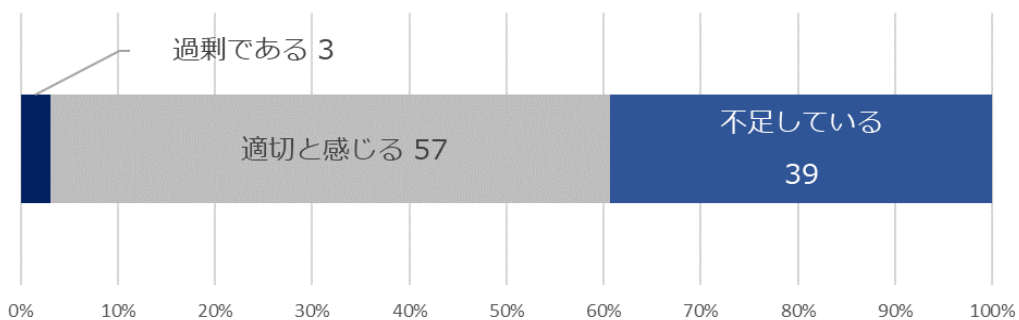


◆「その他の内容(原文ママ)」

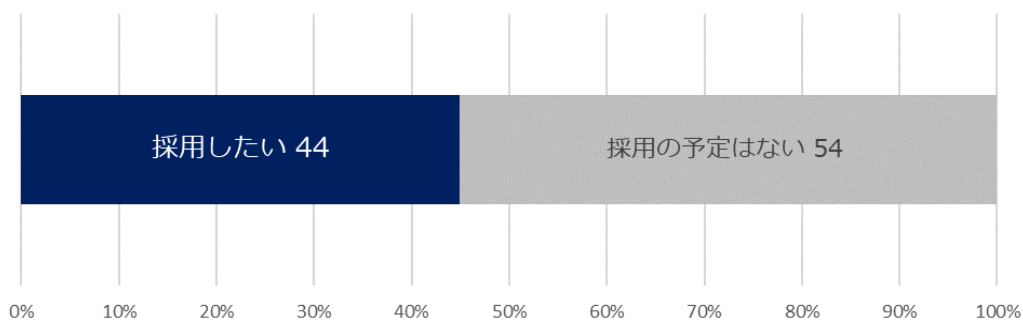
製造業	売上のばらつき。安定していない。
	営業力不足
生活関連サービス業	販売促進
専門・技術サービス業	業務量と人員の差
	個人情報管理の厳格化
その他サービス業	広告費、ネット、ホームページ費用増大
	顧客人数の増加
その他の業種	大きいイベントのみアルバイト使用

問4 雇用の状況

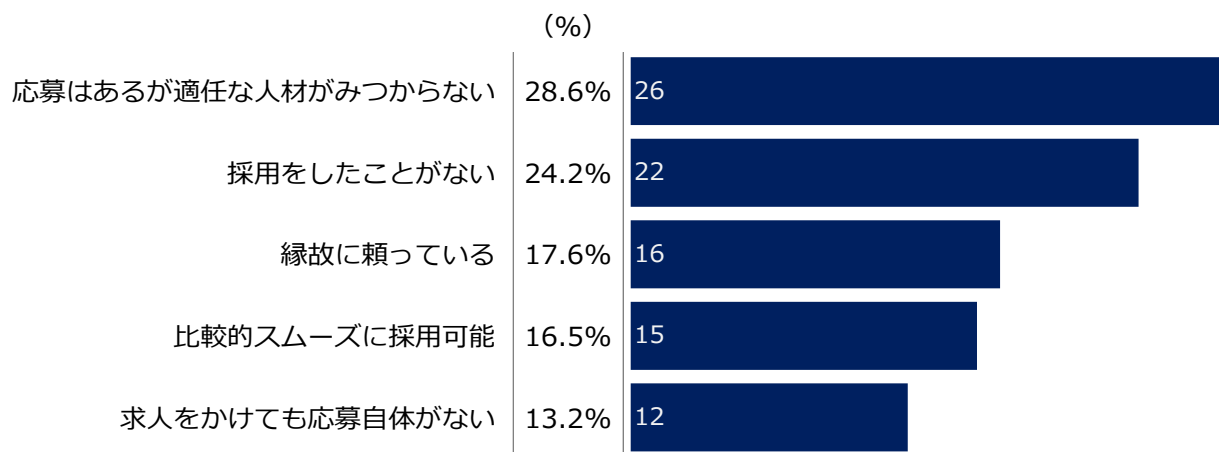
(1) 現在の人員の状況 (n=99)



(2) 今後の採用の予定 (n=98)

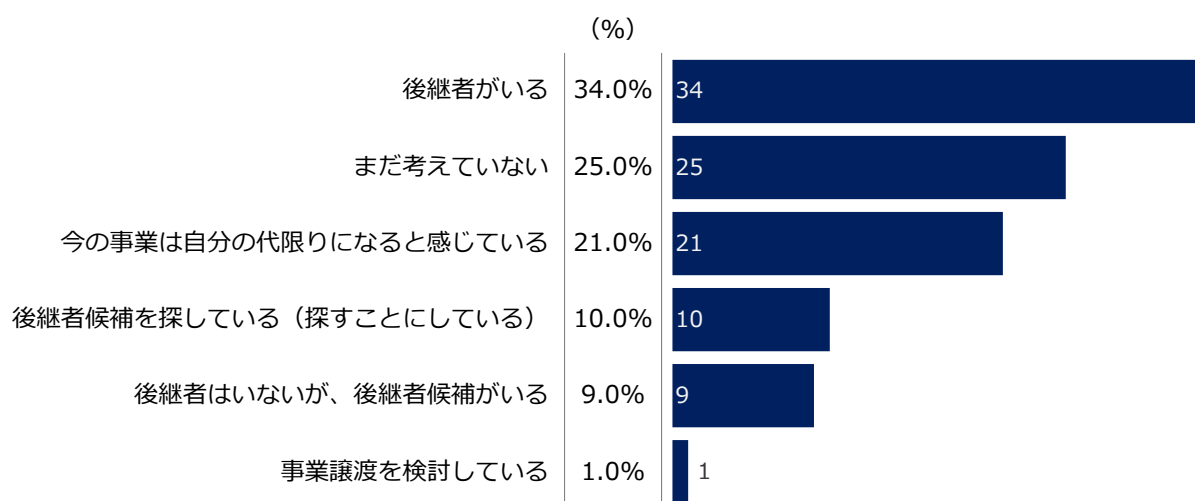


(3) 採用に関する状況 (n=91)



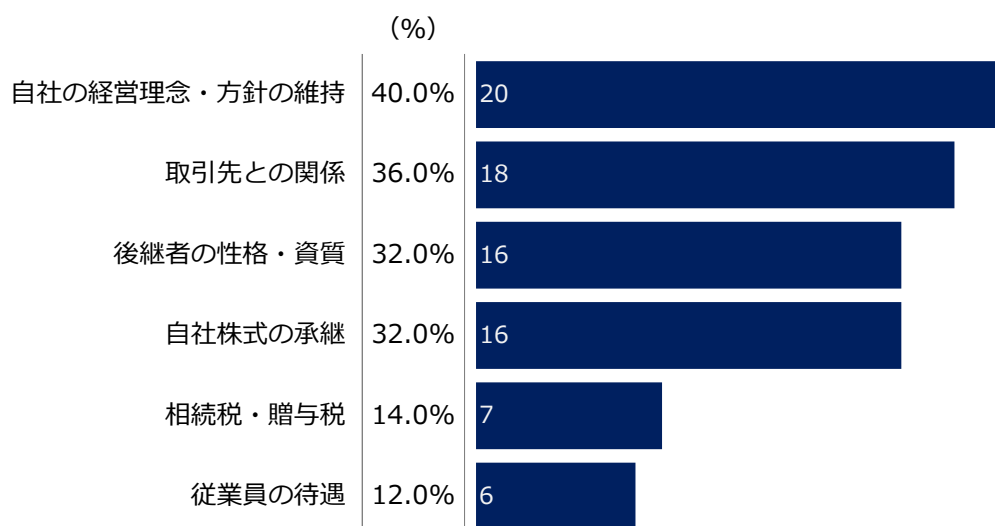
問5 事業承継

(1) 後継者の状況 (n=100)



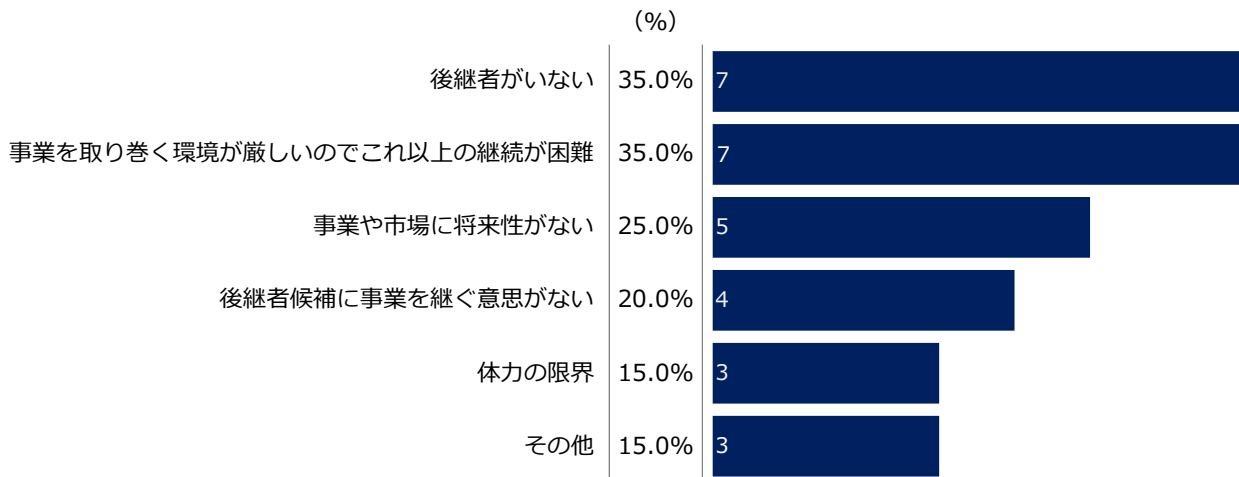
(2) 事業承継にあたっての課題 (2つまで回答可) (n=50)

※ (1) で「後継者がいる」「後継者はいないが、後継者候補がいる」「後継者候補を探している (探すことにしている)」を選択した方に質問



(3) 今の事業は自分の代限りになる理由 (2つまで回答可) (n=20)

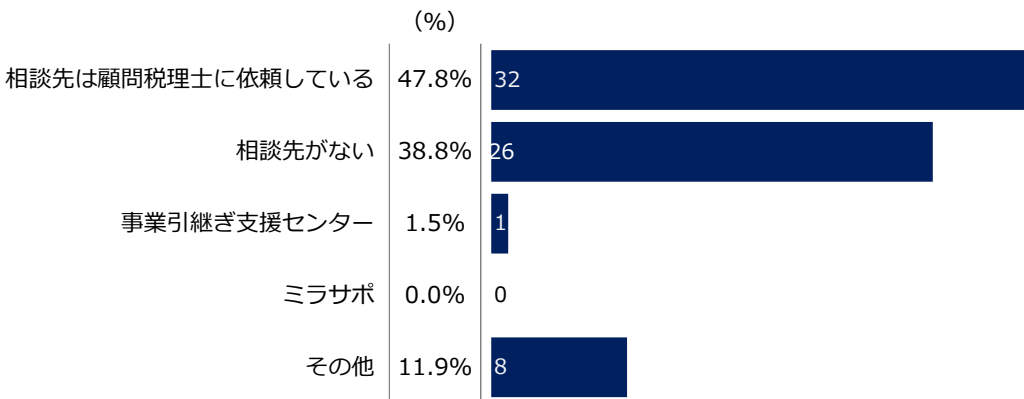
※ (1) で「今の事業は自分の代限りになると感じている」を選択した方に質問



◆「その他」の内容(原文ママ)

製造業	自分の代で閉鎖しようと思う。製造業の時代とは感じないため。
卸売業	資金
小売業	現事業を将来どのようにしていくかを模索中のため

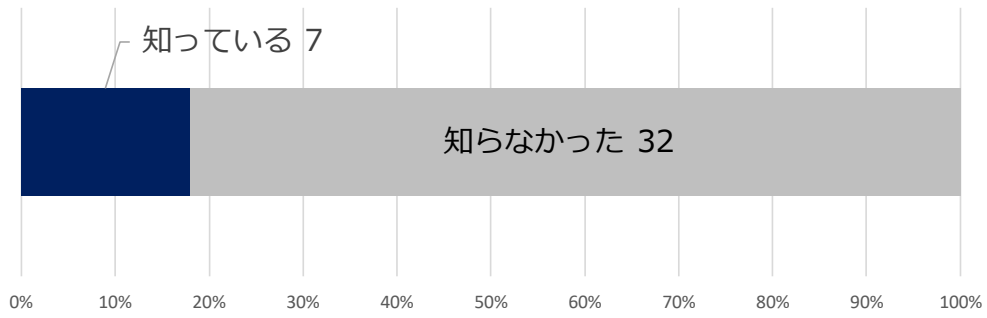
(4) 事業承継の相談先 (n=67)



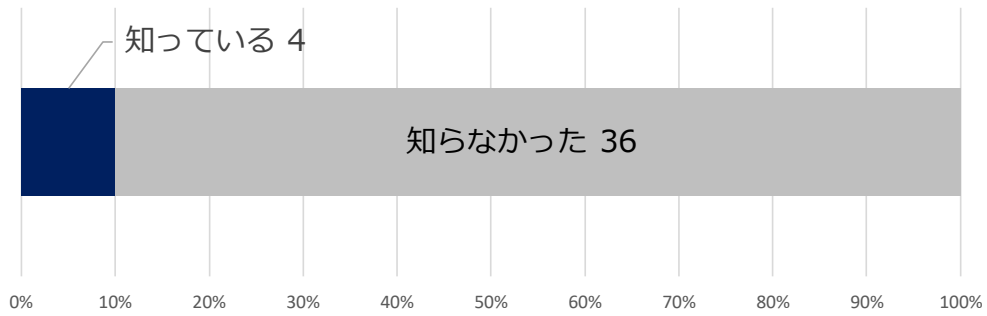
◆「その他」の内容(原文ママ)

製造業	知人経営者等
	社内での後継者育成を検討しており、現時点では外部への相談は おこなっていない。
	相談しようと思わない。
建設業	取引先
専門・技術サービス業	相談の必要なし
その他サービス業	親族
	銀行、仕入先

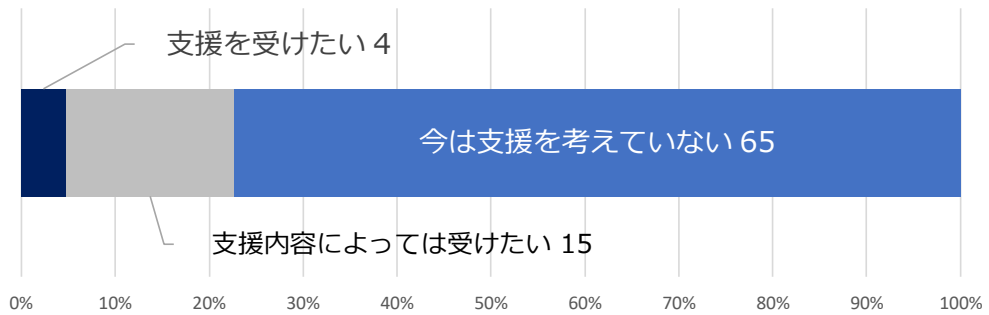
(4) - ① ミラサポの認知度 (n=39)



(4) - ② 事業引継ぎ支援センターの認知度 (n=40)

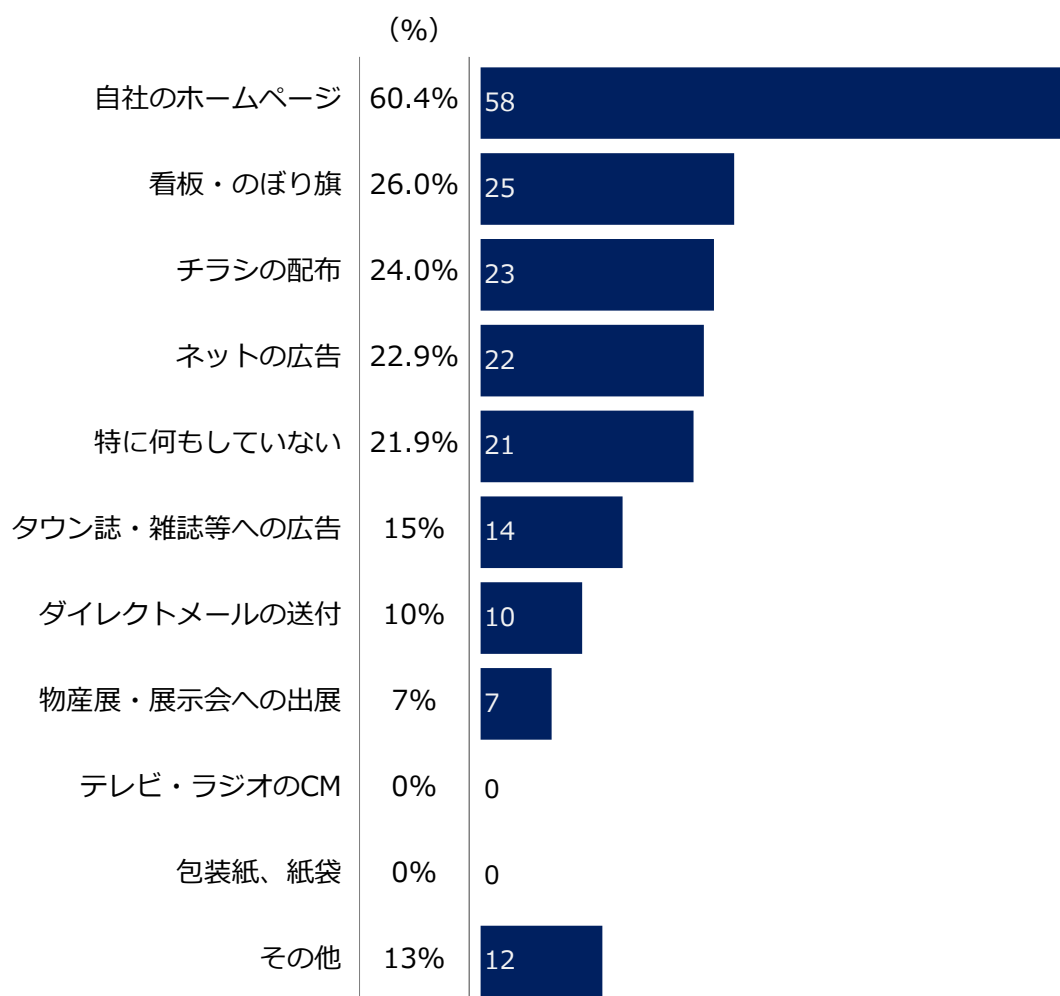


(5) 事業承継の支援 (n=84)



問6 販売促進・PR

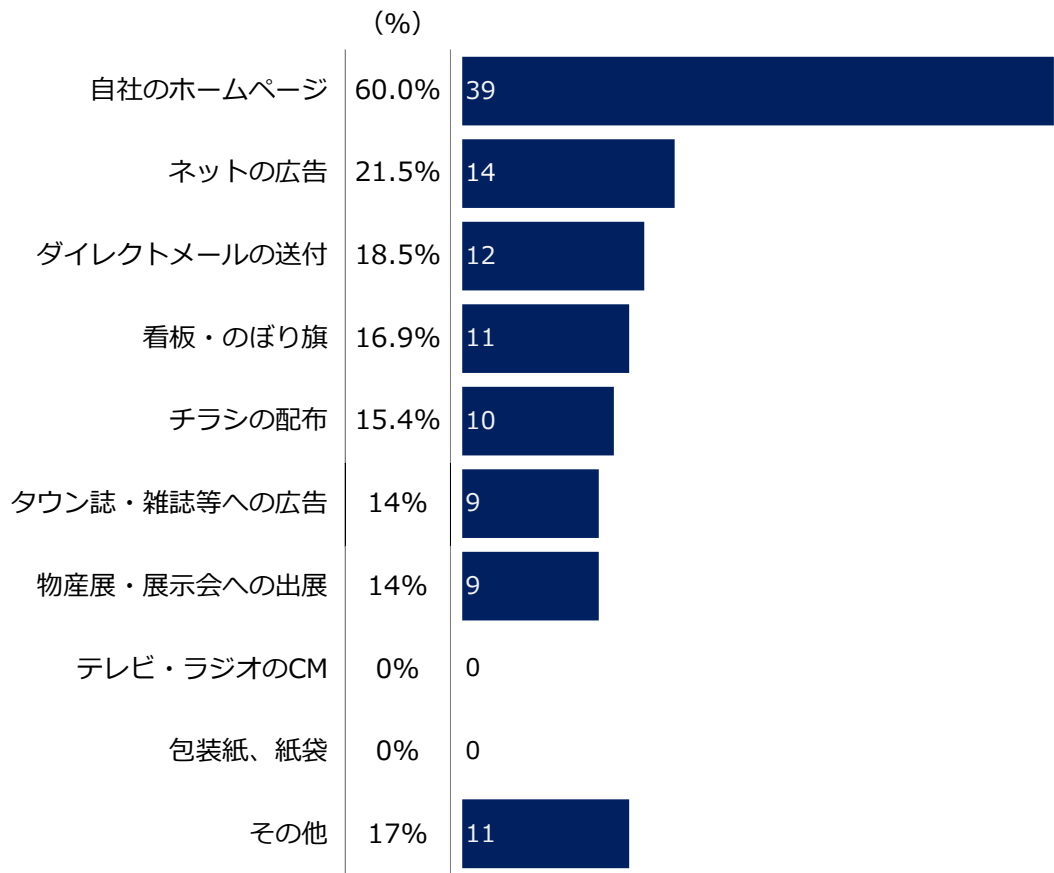
(1) 現在実施している販売促進・PR (3つまで回答可) (n=96)



◆「その他」の内容(原文ママ)

製造業	営業訪問、商品の講義活動 等
卸売業	取引先への提案等
	有力顧客への訪問
小売業	市、会議所パンフの広告
	商業施設内で店舗運営しているため、施設で行っている販売促進に頼っています。
建設業	良い仕事を行えば必ず仕事はついてくる。
	現場公開
情報通信業	導入先からの紹介
その他サービス業	不動産サイトへの登録
	年一度セミナー開催
その他の業種	チラシ郵送

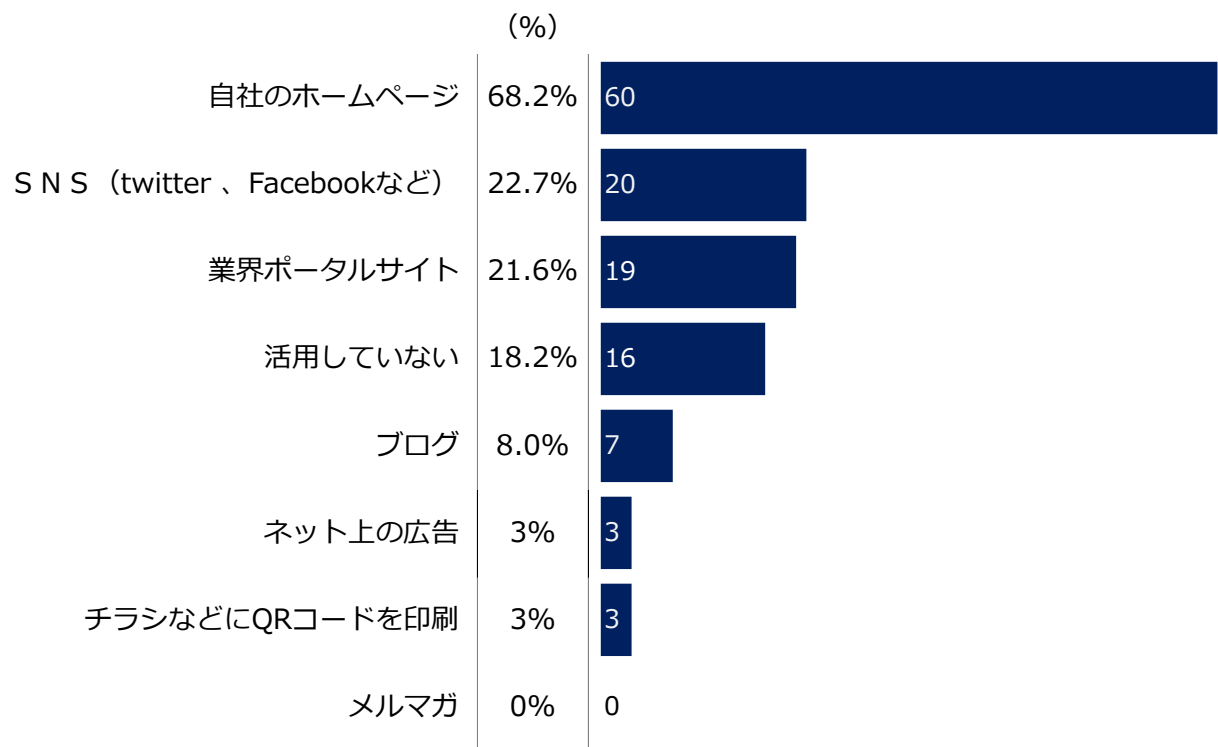
(2) (1) で選ばれたもののうち、売上の拡大に効果があったもの (3つまで回答可) (n=65)



◆「その他」の内容(原文ママ)

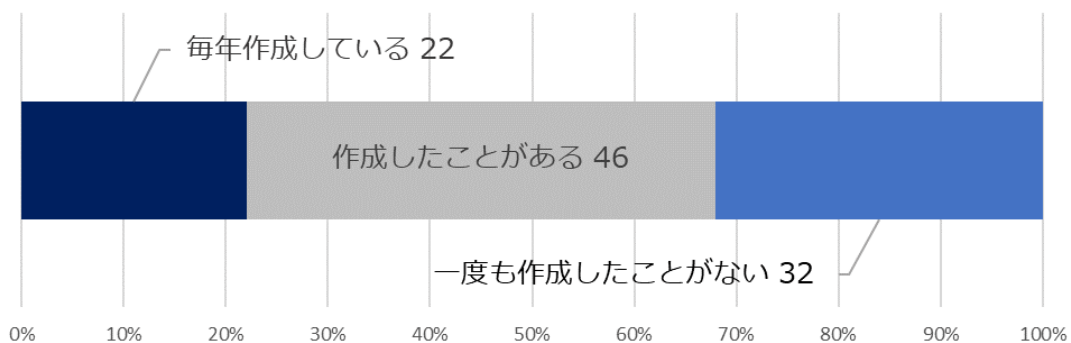
製造業	営業訪問、商品の講義活動 等
卸売業	取引先への提案等
小売業	市ゴミパンフの広告
建設業	バーチャルではない誠意を込めたお客様への対応 フェース T0 フェース 現場公開
情報通信業	導入先からの紹介
専門・技術サービス業	知人の紹介 顧客の紹介
その他サービス業	不動産サイトへの登録 年一度セミナー開催

(3) インターネットを使った販売促進（2つまで回答可）（n=88）



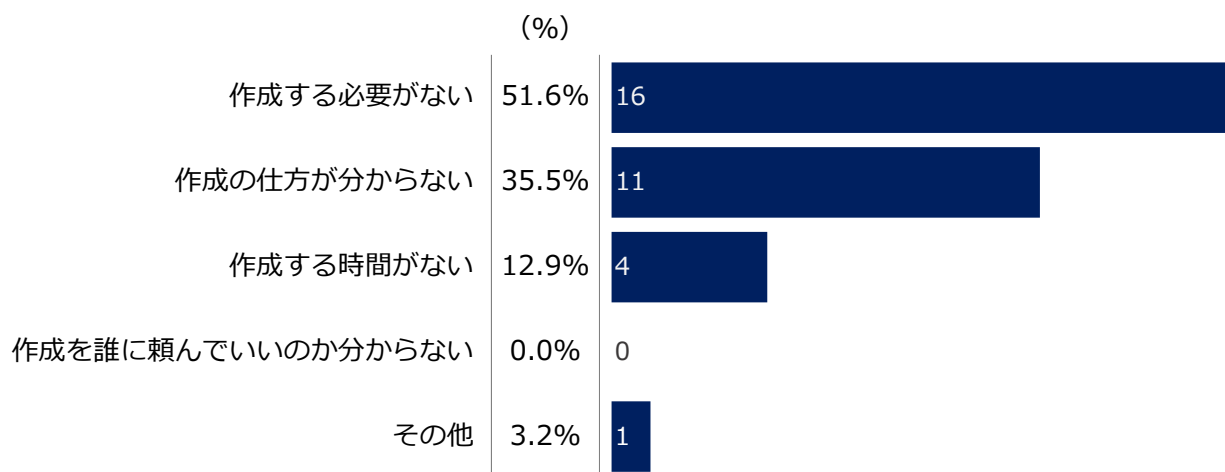
問7 事業計画（経営計画）

（1）事業計画（経営計画）の作成の有無（n=100）



（2）作成しない理由（n=31）

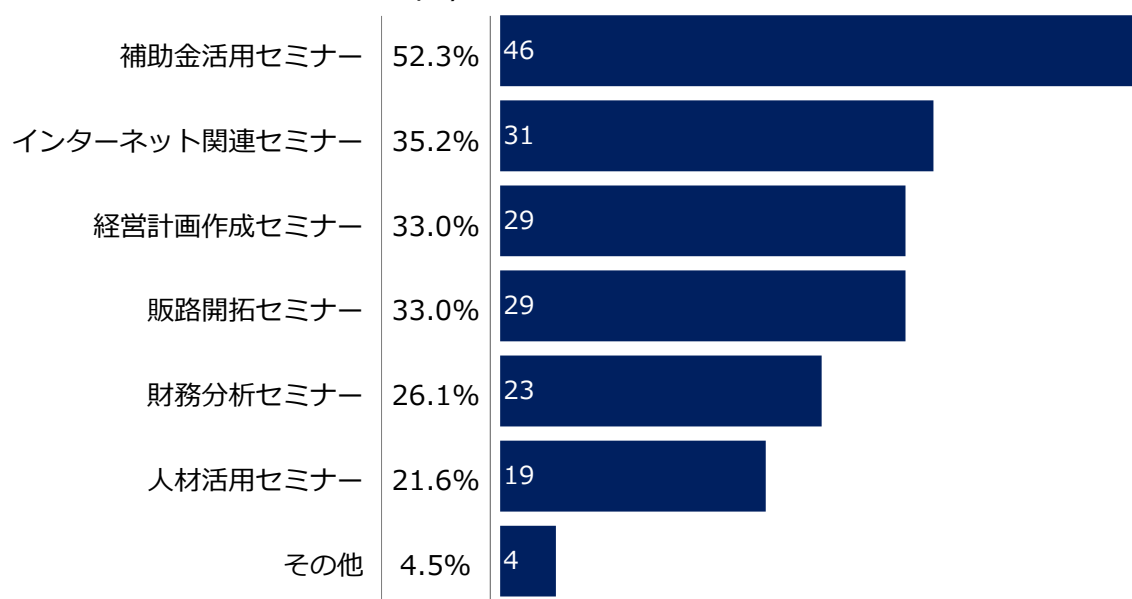
※（1）で「一度も作成したことがない」と答えた方に質問



◆「その他」の内容(原文ママ)

専門・技術サービス業	成り行きに任せている
------------	------------

問8 商工会議所が主催するセミナーの中で参加したいもの（3つまで回答可）（n=88）
（%）



◆「その他」の内容(原文ママ)

製造業	資格取得に向けたセミナー
情報通信業	時代に合った仮想通貨セミナーなど
専門・技術サービス業	介護事業セミナー
その他サービス業	個人企業なのでなかなか参加してみたい内容が見つかりません

問9 商工会議所への要望等（原文ママ）

<p>製造業</p>	<p>当社は現在、新商品を製品化し事業化を進めています。そんな中、ベンチャーキャピタルから投資のアプローチがあるのですがVC とのお付き合いの仕方など、VC 関係のセミナーがあれば、市内の企業様にとって、一つの選択肢として、有意義なものになるのではないかと思います。</p> <p>個別に担当者をつけて相談等したら商工会議所の意味がでるでしょう。各メンバー（会員）にアドバイスできるように。</p>
<p>小売業</p>	<p>今回弁護士を紹介してもらい助かりました。最後に頭に浮かんできたのが商工会議所の名前で意外と出てこなかったのがなんでだろうと思いました。</p> <p>専門性の高い製品を扱う小売業では人材不足が経営の未来を大きく左右すると感じています。</p>
<p>建設業</p>	<p>建設業に対して職人を紹介してくれる体制を作ってほしい。</p>
<p>生活関連 サービス業</p>	<p>今回のプロジェクトは早急に結果がでるものではありませんでしたが、手前どもといたしましては、今後長いスパンで、販売に結び付けられるプロジェクトであると考え、大変助かるものであったと思っています。継続的に行っていきます。</p>
<p>専門・技術 サービス業</p>	<p>海外機関との交流による、物づくりのサポート、例、品川区はモンゴルの高校生をインターンシップ制度で品川区の企業に招聘。</p>
<p>その他 サービス業</p>	<p>人材マッチングイベント</p> <p>商工会員女性会に加入させて頂いておりますが自分の仕事をPR する機会がなかなか見つかりません。なにかそれぞれが個人事業主でもPR できる企画があると嬉しいのですが。会員になっている意義を感じられません。</p> <p>地域の商工業者（会員）を有効的に結び付け、なにが問題かをいつも把握し、全体のレベルアップをはかっていただきたい。また、会員ではない事業者にもコンタクトをはかるシステムを確立していただきたい。</p>

Ⅲ クロス集計

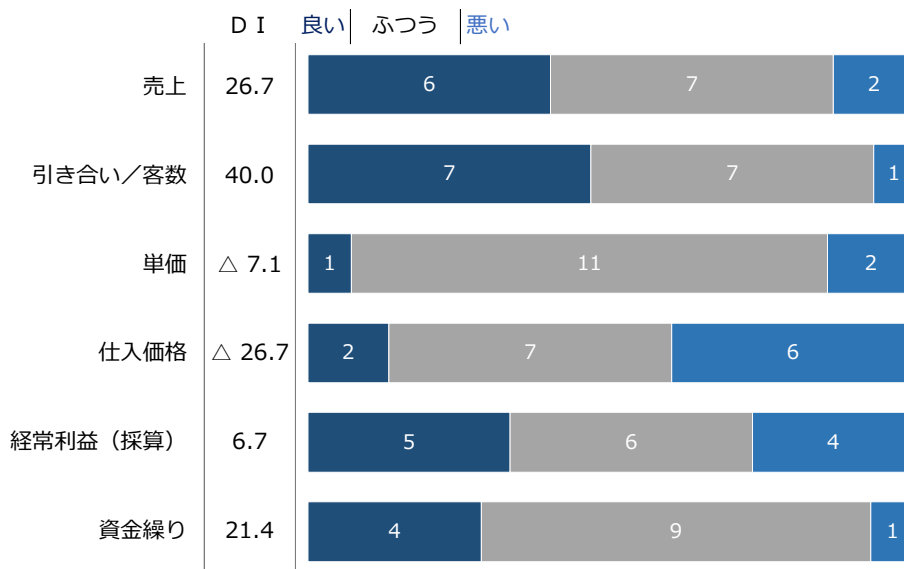
1. 景況感

(1) 業種別の景況感

はじめに、大和市の事業者の景況感を調査する。景況感の分析においては、D I を使用する。

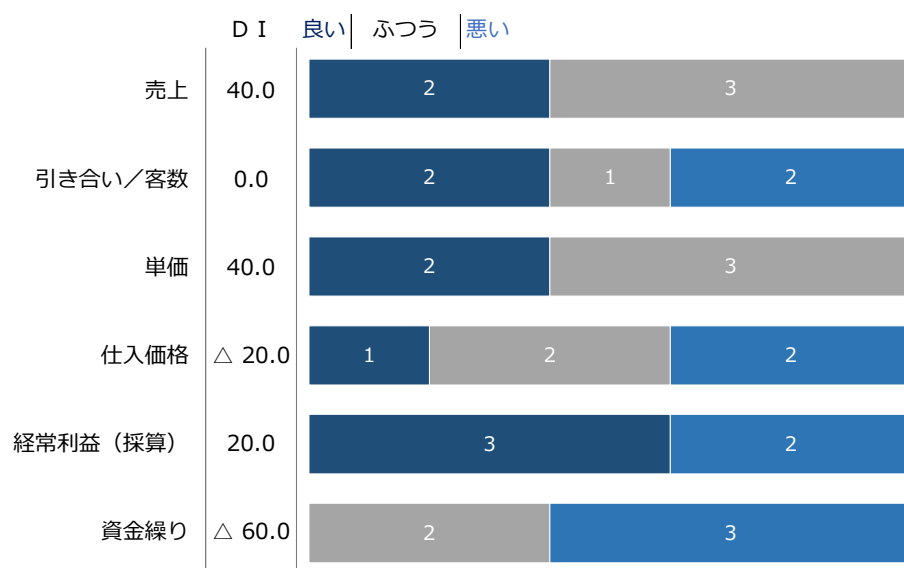
①製造業（前年同期比）

売上のD I 値が 26.7 ポイントとプラスとなっている。引き合い／客数D I も 40.0 ポイントと、かなり良く、これが売上の増加につながっていることが読み取れる。この結果、経常利益（採算）D I が 6.7 ポイントと、前年同期比で利益が増加している事業者が多くなっている。



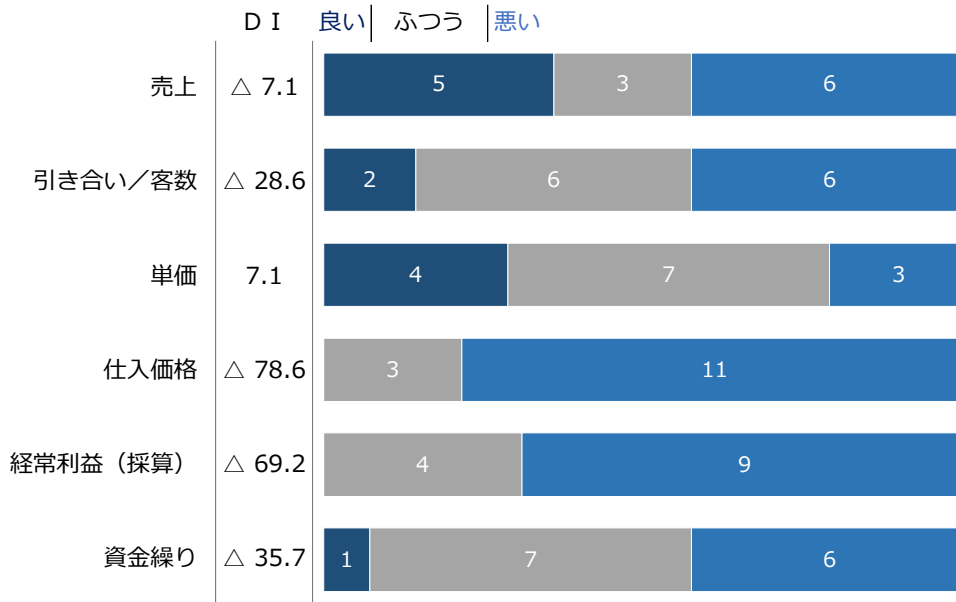
②卸売業（前年同期比）

売上D I が 40.0 ポイントと、すべての業種の中でもっとも良い数値である。この結果、経常利益（採算）を確保できている事業者が多い。一方、資金繰りD I が△60.0 ポイントであり、資金繰りが不調な事業者が多いといえる。



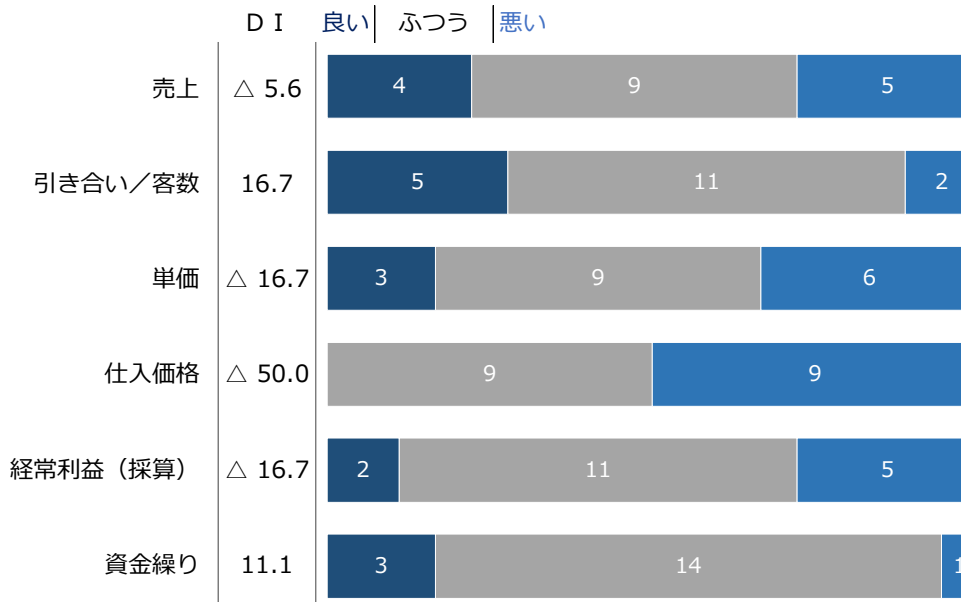
③小売業（前年同期比）

客数／引き合いの減少を受け、前年同期比で売上が減少している事業者が多い。この結果、経常利益D Iが△69.2ポイントと、すべての業種の中でもっとも低くなっている。利益が減少した結果、資金繰りまで影響がでており、資金繰りD Iも△35.7ポイントと悪い数値を示している。



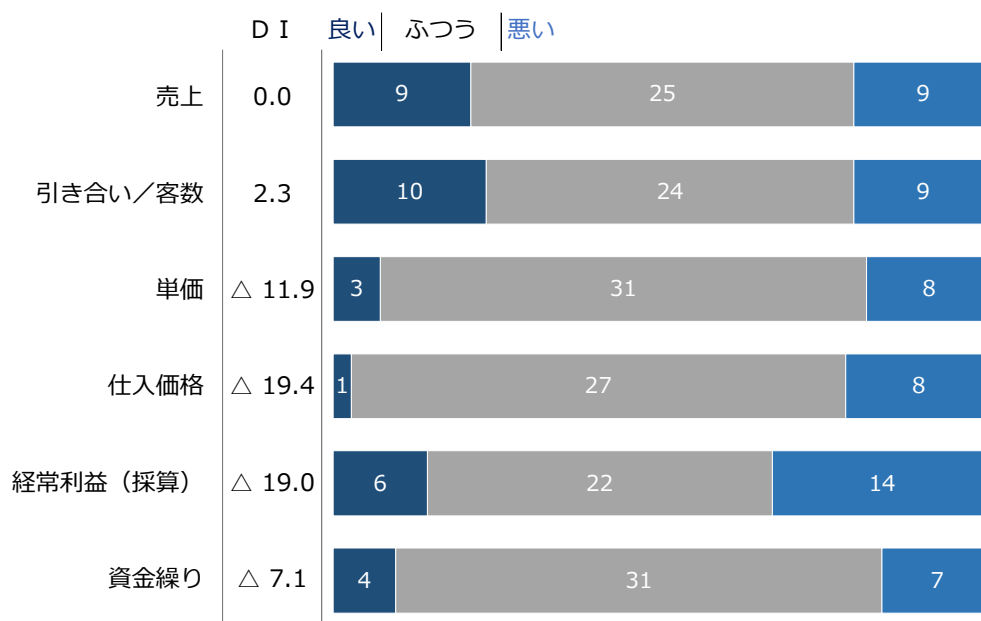
④建設業（前年同期比）

引き合い／客数D Iはプラス値、（受注）単価D Iはマイナス値となっている。つまり、受注案件は多いものの案件ごとの単価が下がっていることを意味している。この結果、経常利益（採算）D Iが△16.7ポイントと前年同期比で利益が減少している事業者が多くなっている。



⑤サービス業（前年同期比）

引き合い／客数D Iが2.3ポイントとプラスの数値となっているものの、経常利益（採算）D Iが△19.0ポイントであり、前年同期比で利益が減少している事業者が多いことが読み取れる。この要因として、仕入価格の上昇、（売上）単価の低下があげられる。



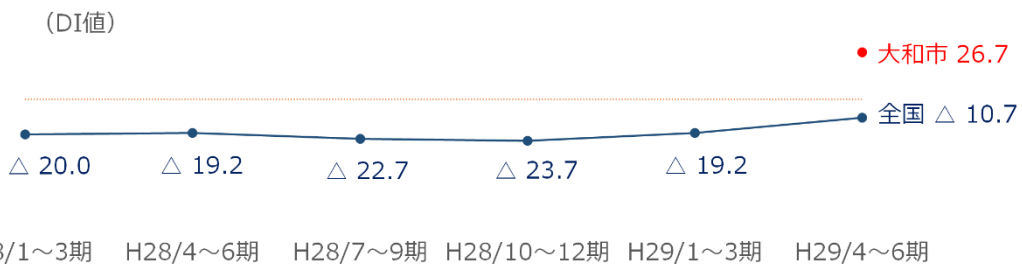
(2) 景況感の全国比較

次に、業種別の景況感を全国値と比較する。全国値は、中小企業庁が四半期ごとに調査を実施している「中小企業景況調査」を利用する。なお、グラフ中の「大和市」は大和市における各業種の全事業者を集約した結果としている。

①製造業

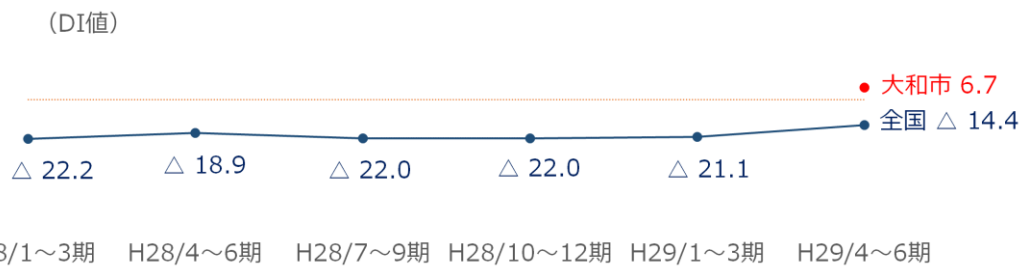
◆売上D I

全国値の推移をみると直近2期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I値は全国値に比べかなり高い数値である。



◆採算（経常利益）D I

全国値の推移をみると直近2期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I値は全国値に比べ高い数値である。



◆資金繰りD I

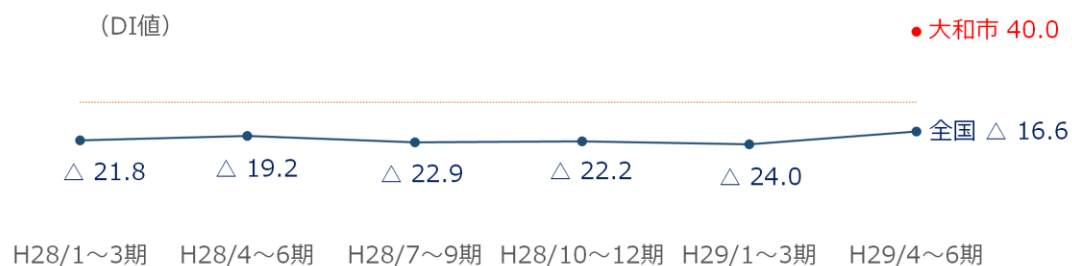
全国値の推移をみると直近2期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I値は全国値に比べかなり高い数値である。



②卸売業

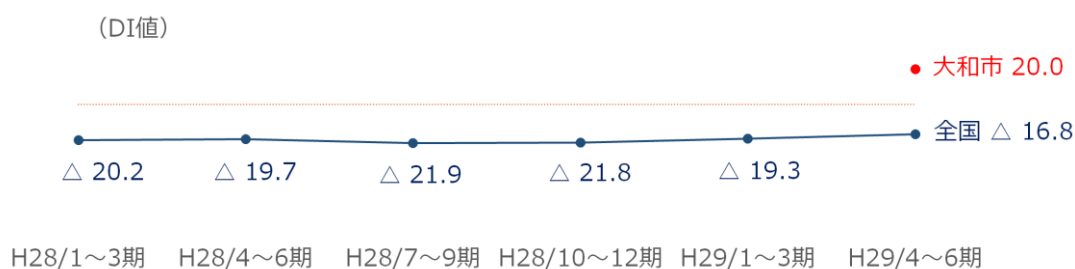
◆売上D I

全国値の推移をみると直近期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I 値は全国値に比べてかなり高い数値である。



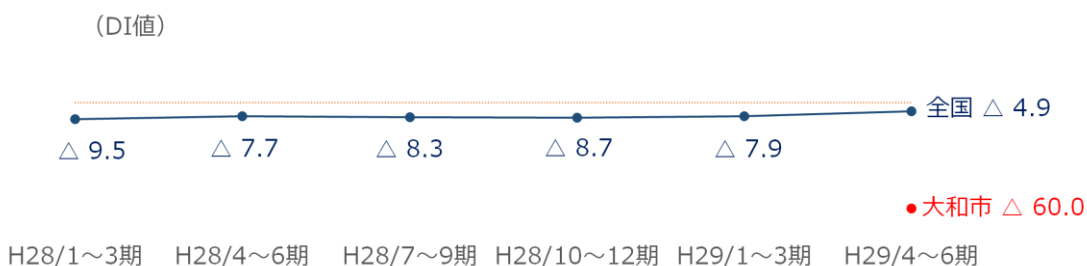
◆採算（経常利益）D I

全国値の推移をみると直近3期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I 値は全国値に比べてかなり高い数値である。



◆資金繰りD I

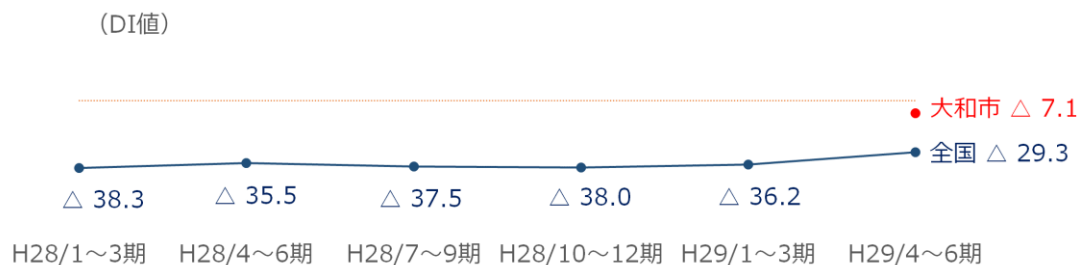
全国値の推移をみると直近2期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I 値は全国値に比べてかなり低い数値である。



③小売業

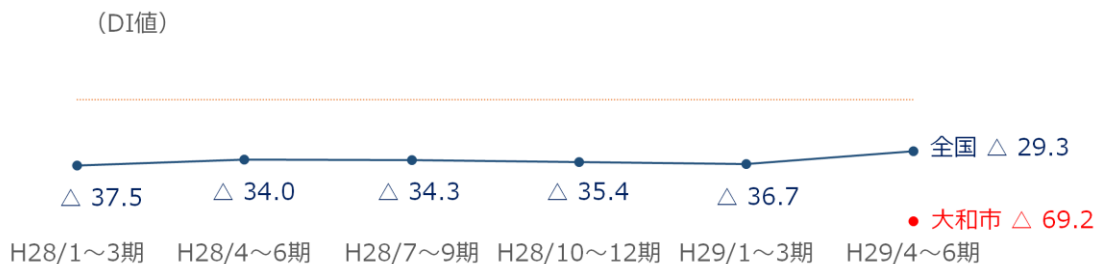
◆売上D I

全国値の推移をみると直近2期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I 値は全国値に比べ高い数値である。



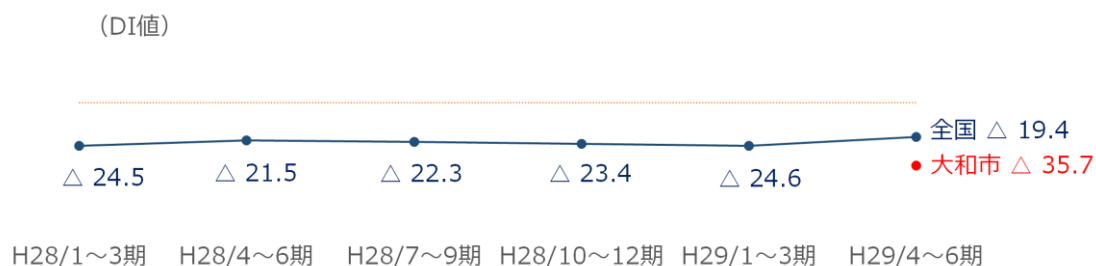
◆採算（経常利益）D I

全国値の推移をみると直近期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I 値は全国値に比べかなり低い数値である。



◆資金繰りD I

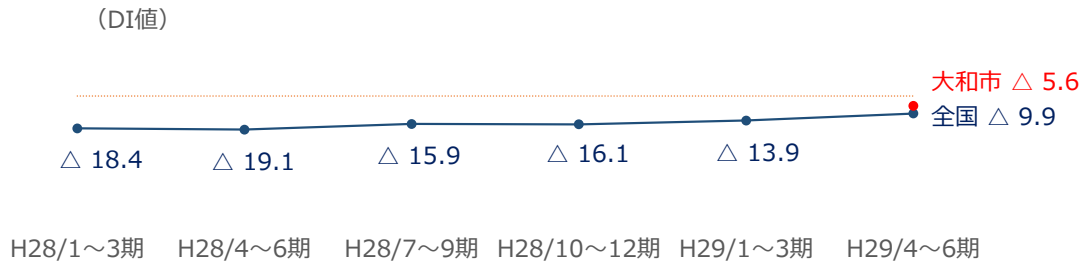
全国値の推移をみると直近期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I 値は全国値に比べ低い数値である。



④建設業

◆売上D I

全国値の推移をみると直近2期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I 値は全国値に比べやや高い数値である。



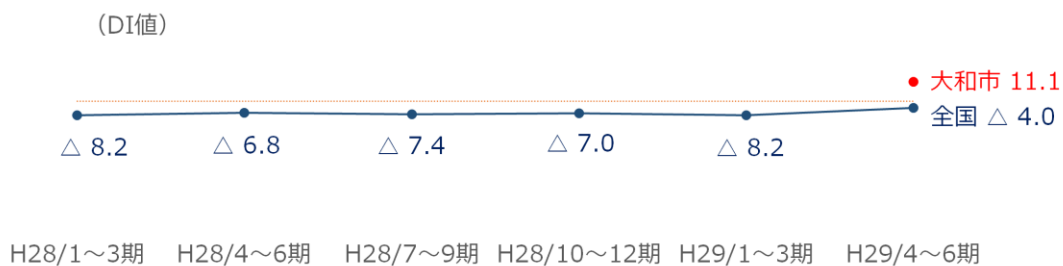
◆採算（経常利益）D I

全国値の推移をみると直近期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I 値は全国値に比べやや低い数値である。



◆資金繰りD I

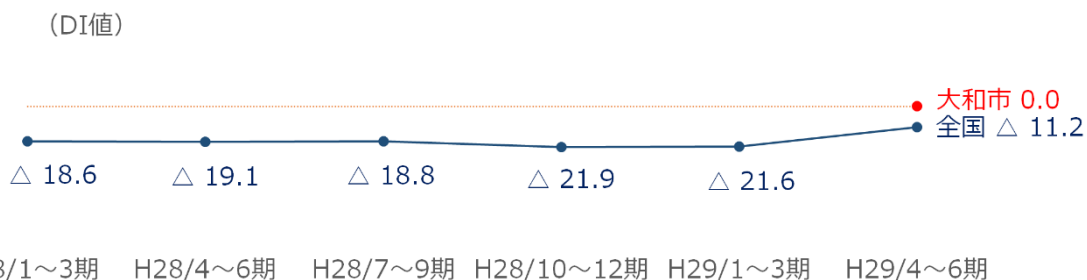
全国値の推移をみると直近期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I 値は全国値に比べ高い数値である。



⑤サービス業

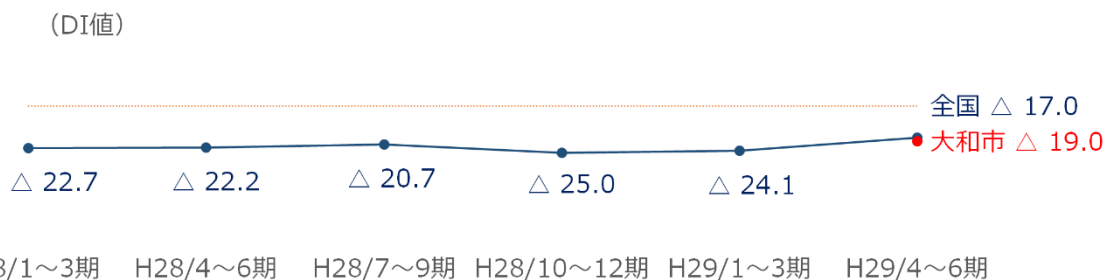
◆ 売上D I

全国値の推移をみると直近2期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I 値は全国値に比べて高い数値である。



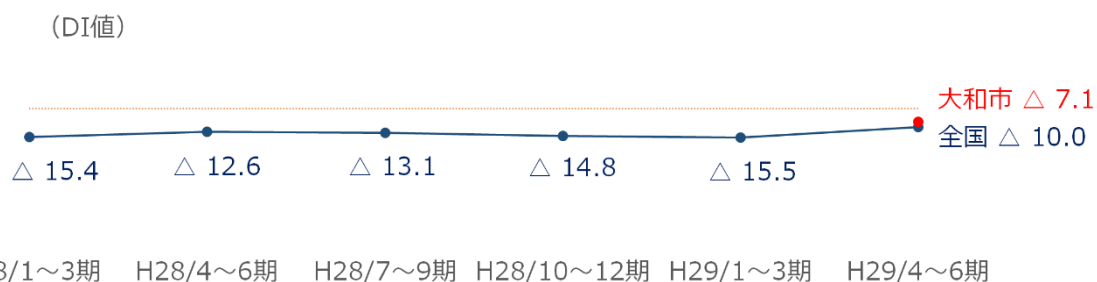
◆ 採算（経常利益）D I

全国値の推移をみると直近2期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I 値は全国値に比べてやや低い数値である。



◆ 資金繰りD I

全国値の推移をみると直近期は好転傾向にある。このなかで、大和市のD I 値は全国値に比べてやや高い数値である。



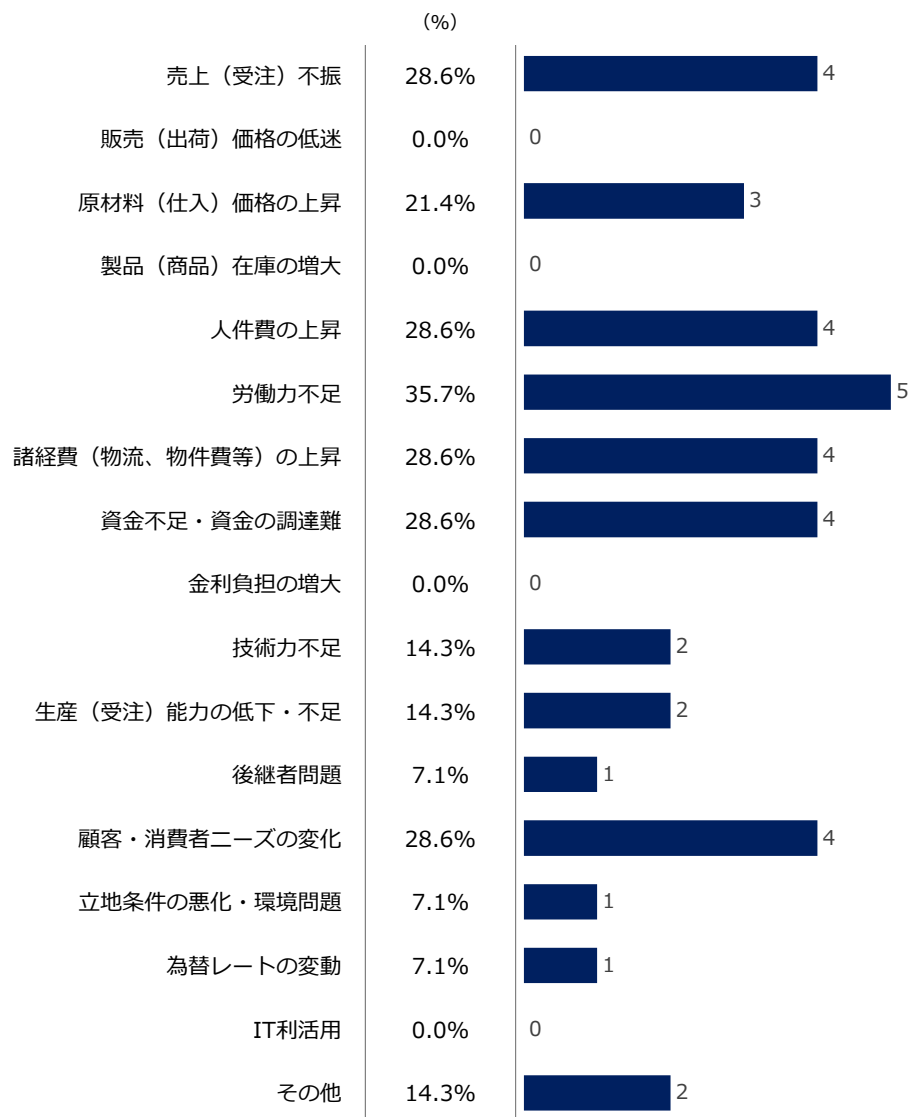
2. 経営上の問題点

経営上の問題点を、業種ごとに分析する。

①製造業（n=14）

3割以上の事業者が「労働力不足」を経営上の問題点としている。ほかには売上に関する問題、コストに関する問題など、事業者によって問題点が分散しているのが特徴である。

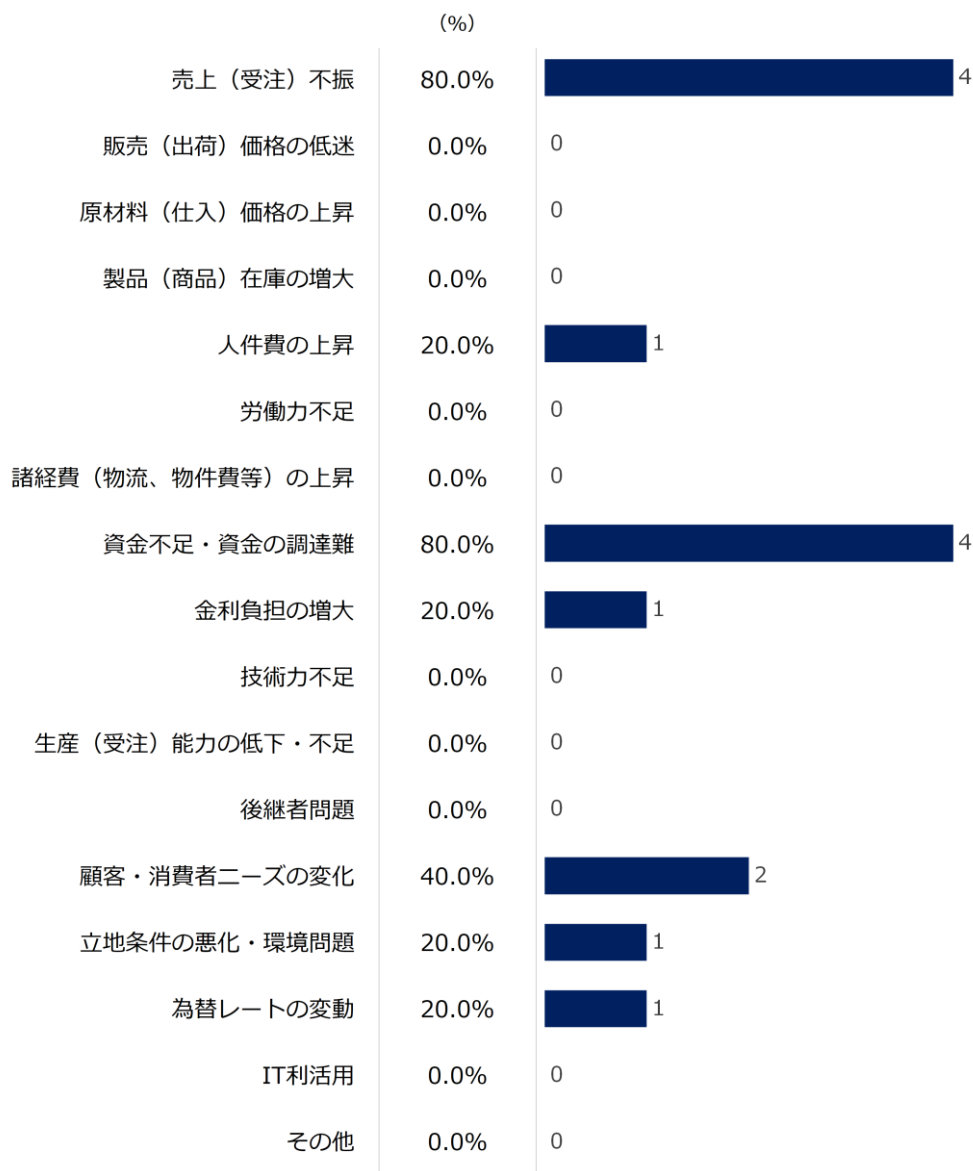
製造業		
1	労働力不足	35.7%
2	売上（受注）不振	28.6%
	人件費の上昇	
	諸経費（物流、物件費等）の上昇	
	資金不足・資金の調達難	
	顧客・消費者ニーズの変化	



②卸売業（n=5）

「売上（受注）不振」「顧客・消費者ニーズの変化」など、売上に関する問題点が多い。また、資金の調達に苦心している事業者も多いことがわかる。

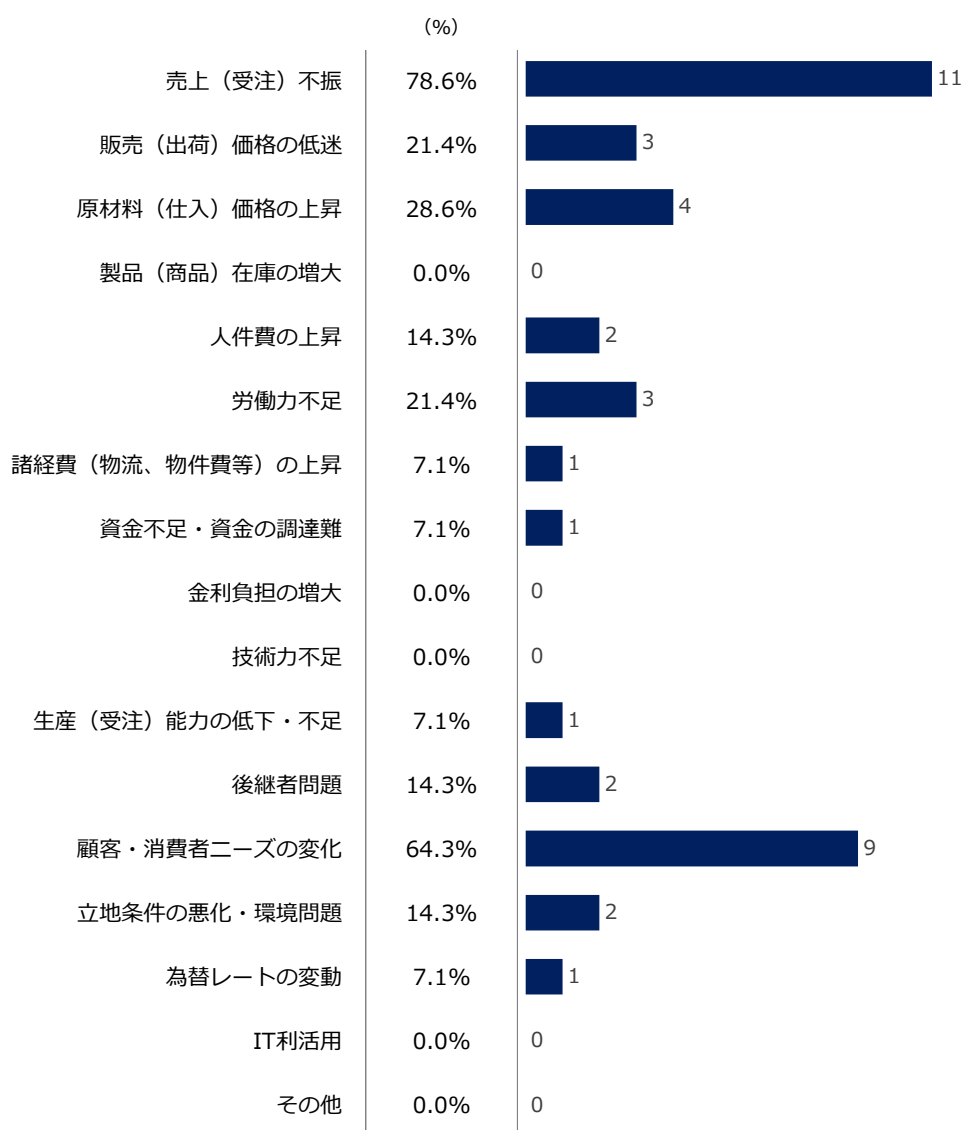
卸売業		
1	売上（受注）不振	80.0%
	資金不足・資金の調達難	
2	顧客・消費者ニーズの変化	40.0%



③小売業（n=14）

8割弱の事業者が「売上（受注）不振」と回答している。「顧客・消費者ニーズの変化」とする回答も多いことから、需要の変化に対応することができず、売上の低下につながっていることが読み取れる。

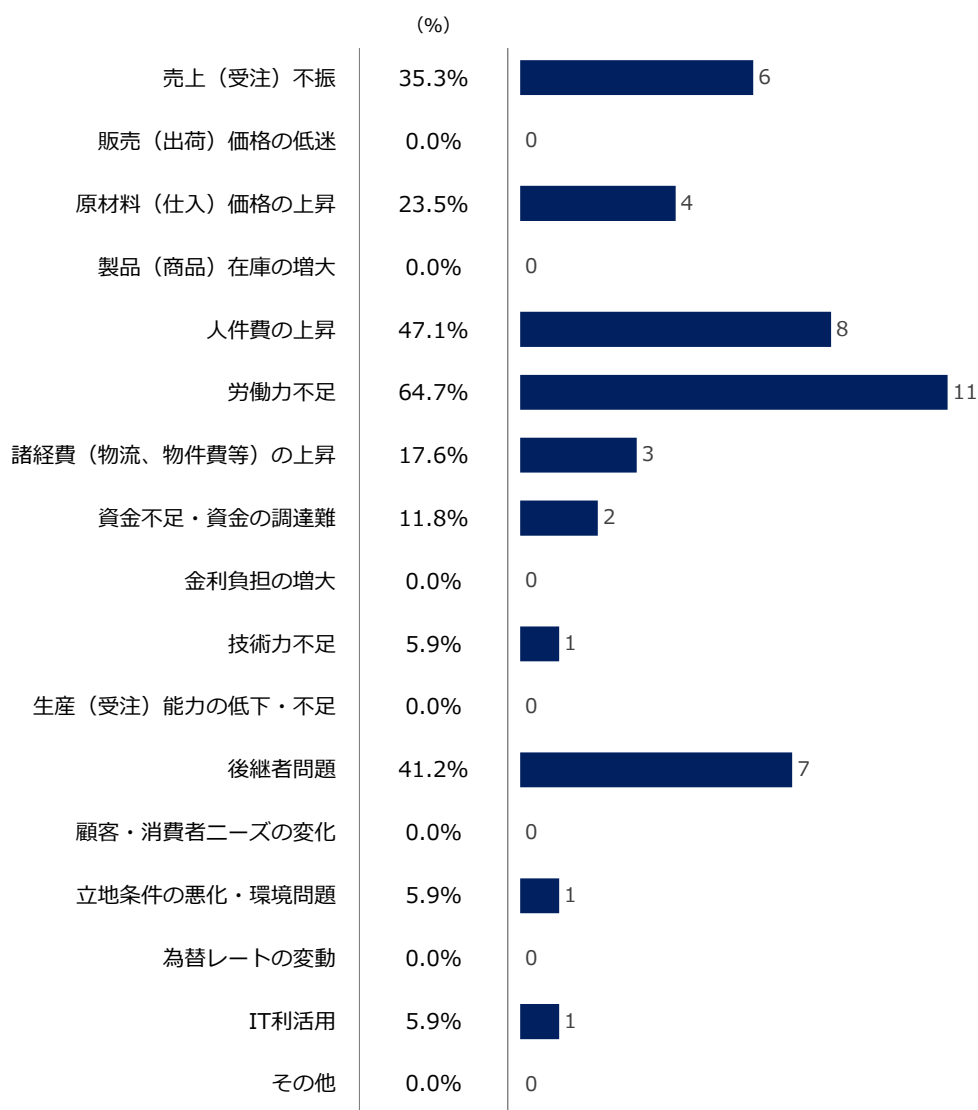
小売業		
1	売上（受注）不振	78.6%
2	顧客・消費者ニーズの変化	64.3%
3	原材料（仕入）価格の上昇	28.6%



④建設業（n=17）

6割以上の事業者が「労働力不足」を経営上の問題点として挙げている。さらに「人件費の上昇」や「後継者問題」など、人材に関する問題点を抱えている事業者が多いことが読み取れる。

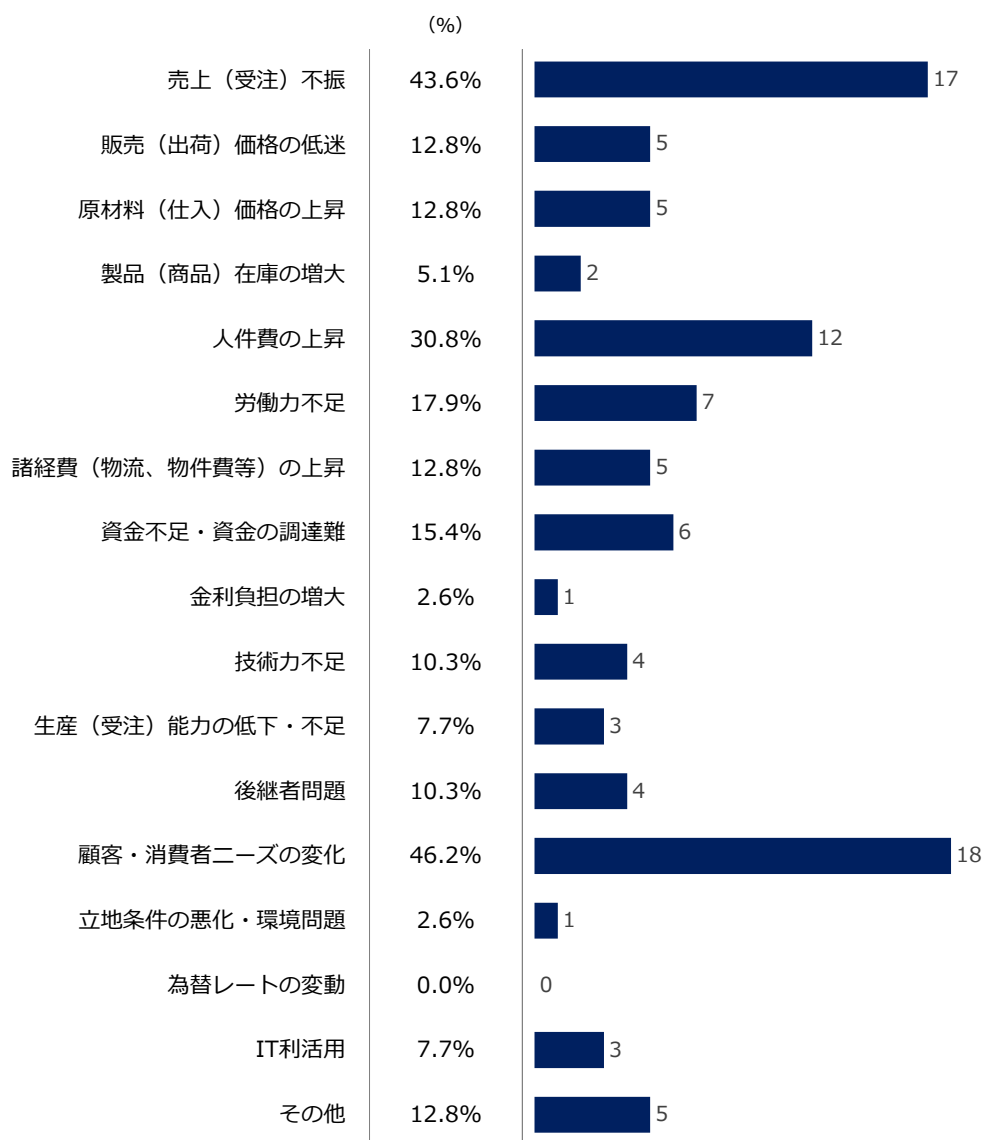
建設業		
1	労働力不足	64.7%
2	人件費の上昇	47.1%
3	後継者問題	41.2%



⑤サービス業（n=39）

「顧客・消費者ニーズの変化」「売上（受注）不振」「人件費の上昇」が問題点として上位にあがっている。ニーズの変化によって売上が減少したことにより、人件費を確保することが難しくなっている事業者が多いことが読み取れる。

サービス業		
1	顧客・消費者ニーズの変化	46.2%
2	売上（受注）不振	43.6%
3	人件費の上昇	30.8%

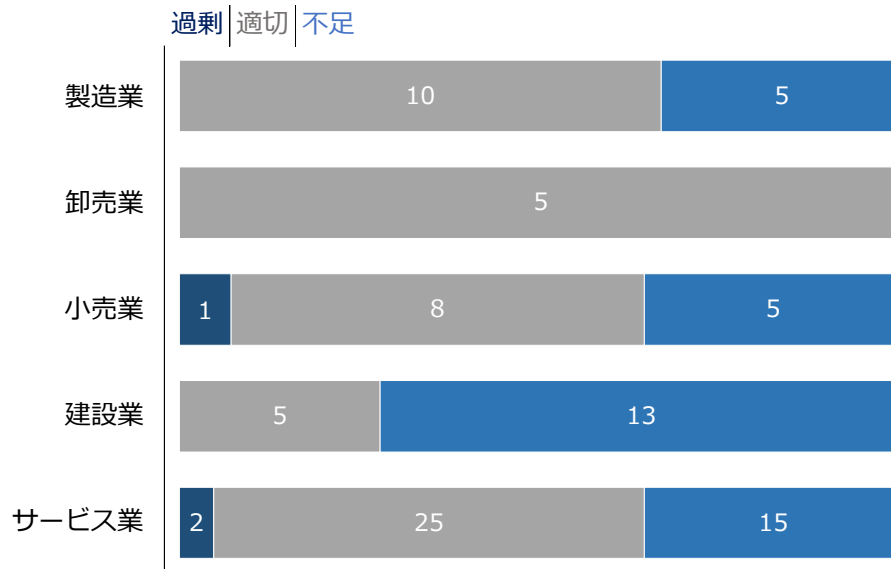


3. 雇用の状況

大和市における雇用の状況について、業種ごとにみていく。

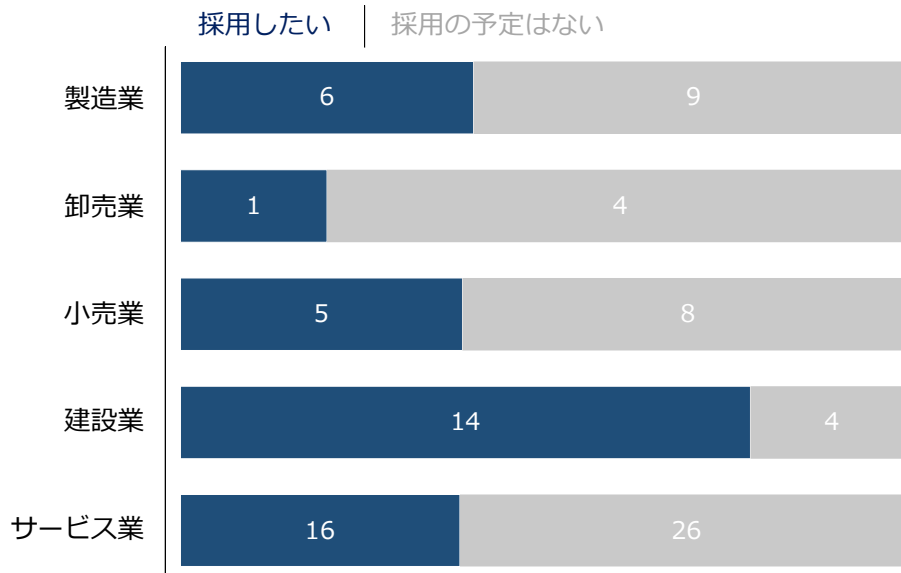
(1) 現在の人員の充足度（業種ごと）

現在の人員の充足度をみると、いずれの業種においても「過剰」とする回答は少ない。多くの業種で「適切」との回答が過半を占めるが、建設業では「不足」との回答割合が7割超となっている。



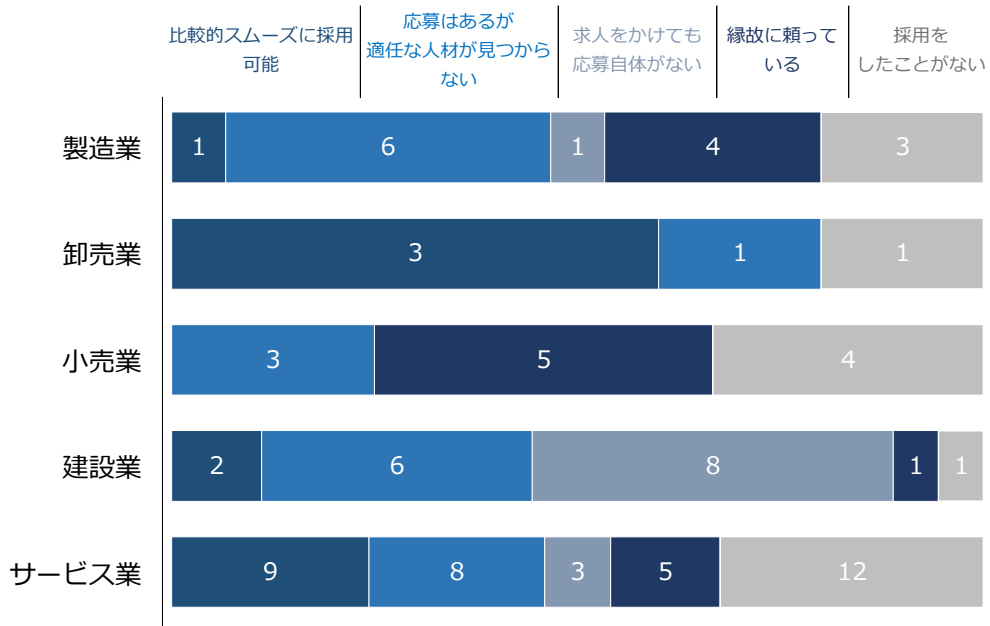
(2) 今後の採用予定（業種ごと）

今後の採用予定をみると、(1)で人員が「不足」していると回答した割合が高かった建設業において、「採用したい」との回答が多い。



(3) 採用に関する状況（業種ごと）

人材不足である建設業では、「応募はあるが適任な人材が見つからない」「求人をかけても応募自体がない」とする回答割合が高い。これが人材不足の要因であると考えられる。



4. 事業承継

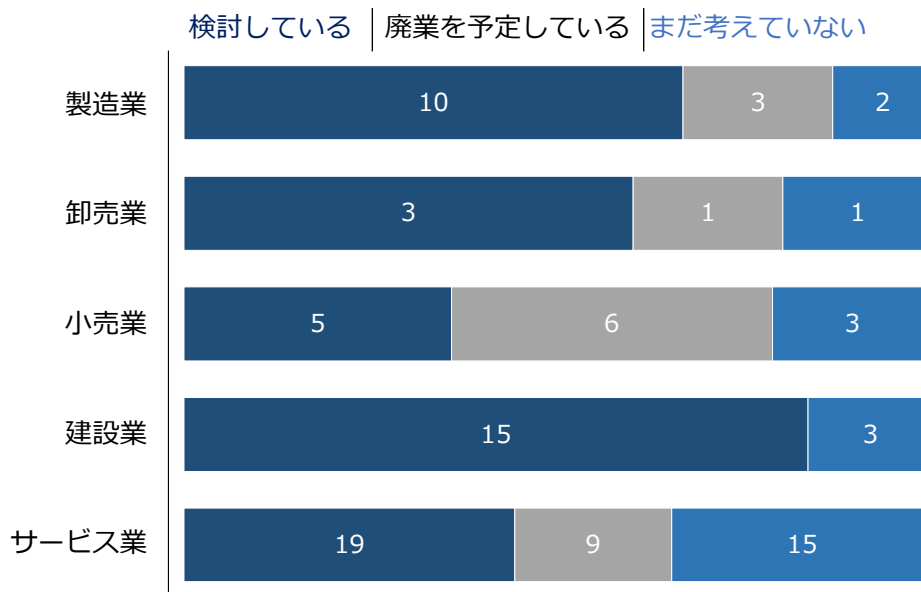
大和市の事業者の事業承継の状況について、業種ごと、代表者の年齢ごとにみていく。

なお、アンケート票の選択肢「今の事業は自分の代限りになると感じている」を「廃業を予定している」と読み替えて分析をしている。

(1) 事業承継の検討状況

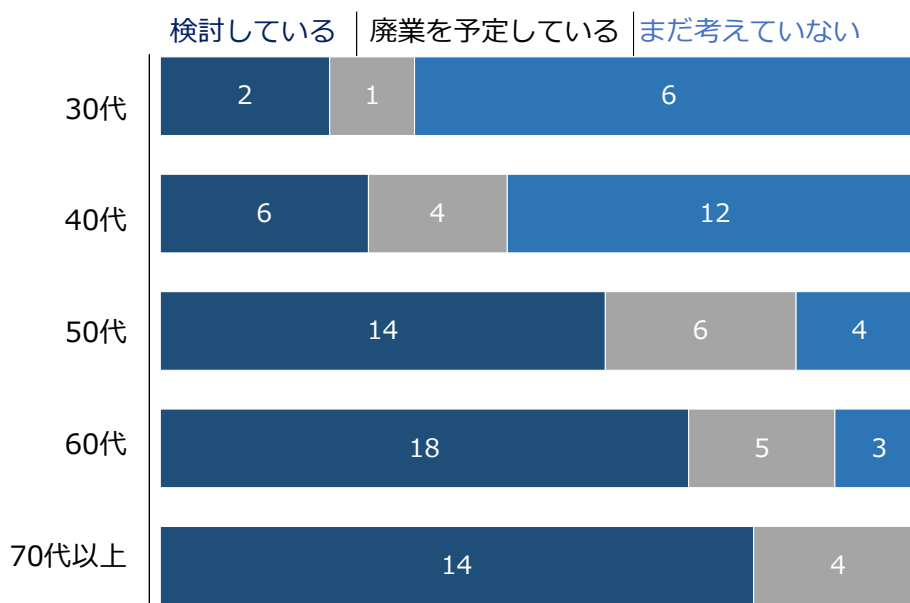
①業種ごと

小売業とサービス業以外の業種では、事業承継を「検討している」割合が半数を超えている。一方、小売業では「廃業を予定している」割合が4割超にもものぼっている点が特徴である。



②代表者の年齢ごと

年齢があがるにつれ、「検討している」事業者の割合が高くなり、70代以上では「まだ考えていない」と回答した事業者はいない。

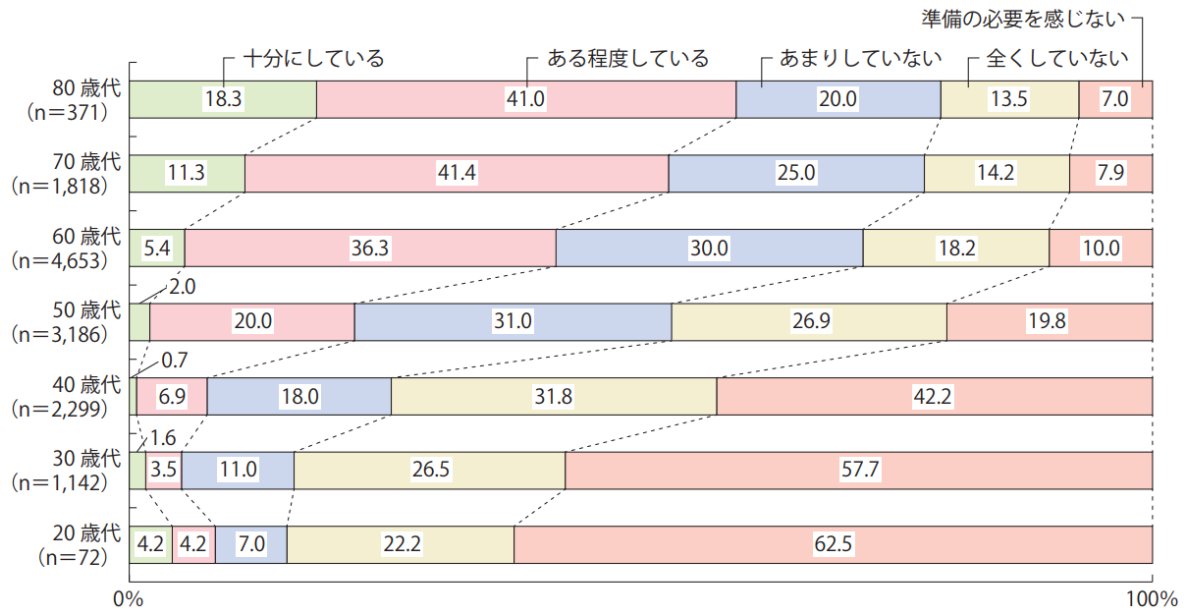


③（参考）代表者の年齢ごとの事業承継検討割合（全国比較）

参考として、代表者の年齢ごとの事業承継検討割合を全国値と比較してみたい。全国値は、「中小企業白書（2014年版）第3部 第3章 第2節 第3-3-8図 経営者の年齢別事業承継の予定時期」を参照する。

下図の、「(事業承継の準備を) 全くしていない」の割合に着目すると、70歳代で14.2%、80歳代で13.5%となっている。一方、大和市の70代以上の経営者においては、「(事業承継を) まだ考えていない」の割合はゼロである。

全国平均に比べ、大和市では事業承継の検討がしっかりされていることが読み取れる。

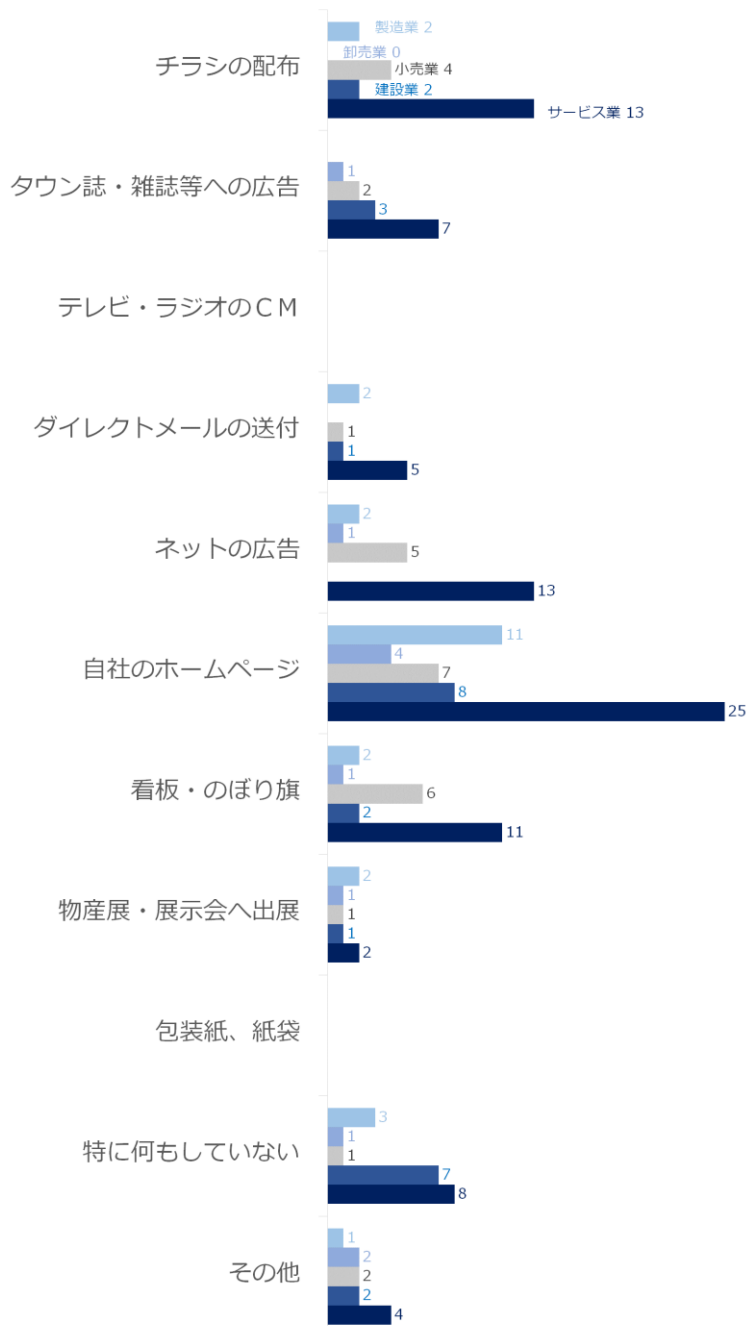


5. 販路開拓

(1) 現在実施している販売促進・PR（業種ごと）

「自社のホームページ」と答えた事業者がどの業種でも多かったが、建設業とサービス業では「特に何もしていない」との回答も目立った。

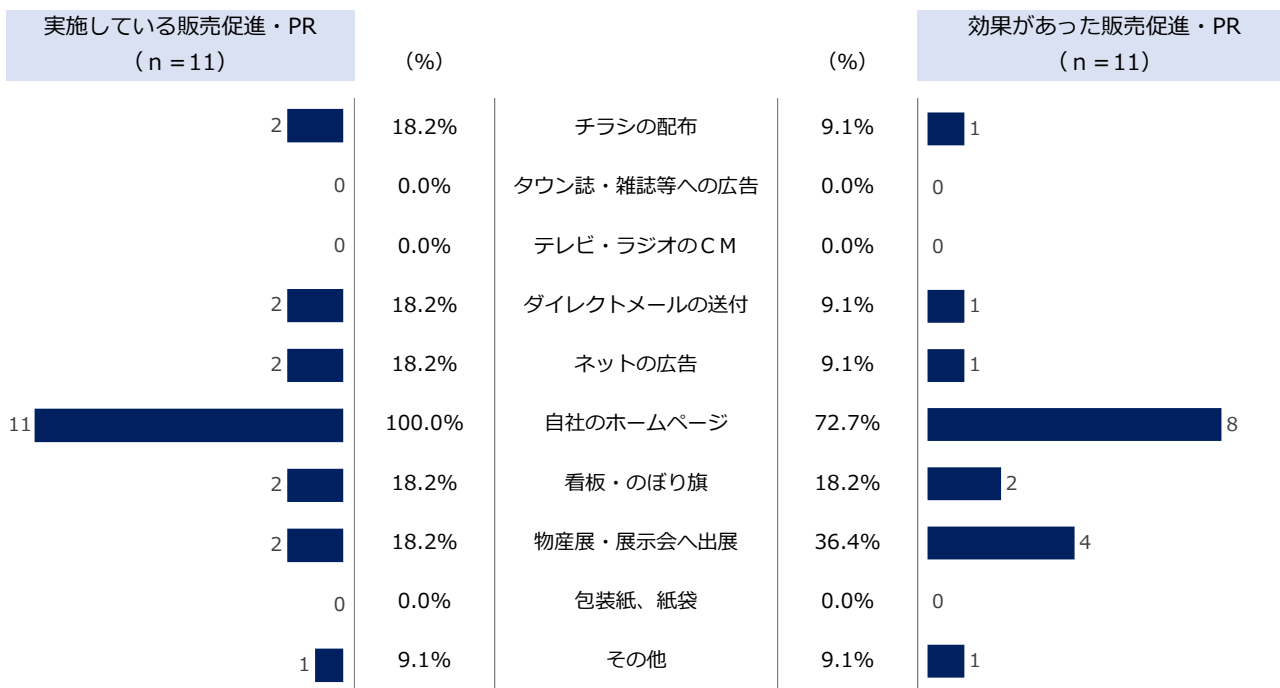
製造業	「自社のホームページ」がもっとも多い。
卸売業	「自社のホームページ」がもっとも多い。
小売業	「自社のホームページ」がもっとも多く、「看板・のぼり旗」が続く。
建設業	「自社のホームページ」がもっとも多く、「特に何もしていない」が続く。
サービス業	「自社のホームページ」がもっとも多く、「チラシの配布」が続く。



(2) 売上の拡大効果があった販売促進・PR (業種ごと)

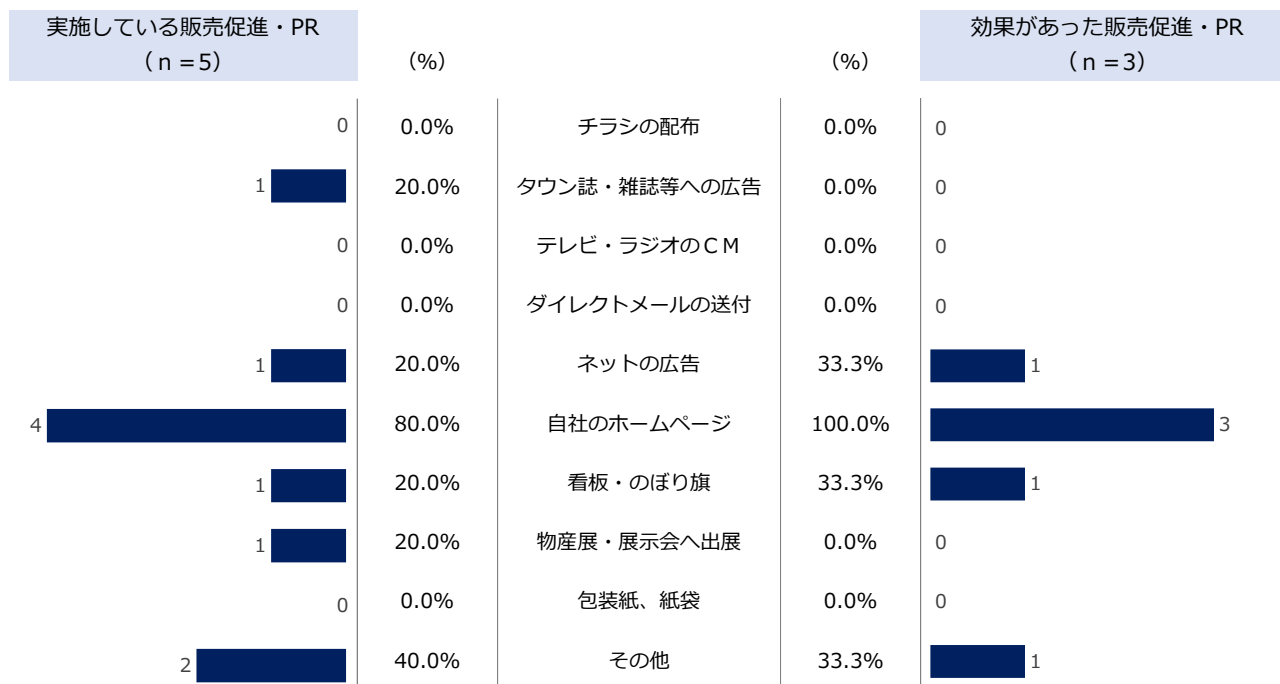
①製造業

販売促進・PRに取り組んでいる事業者のすべてが自社のホームページを持っており、そのうち72.7%が売上拡大の効果を実感している。効果があった販売促進に着目すると、「物産展・展示会へ出展」が2番目に多くなっており、売上の拡大につながりやすい販売促進方法であることがわかる。



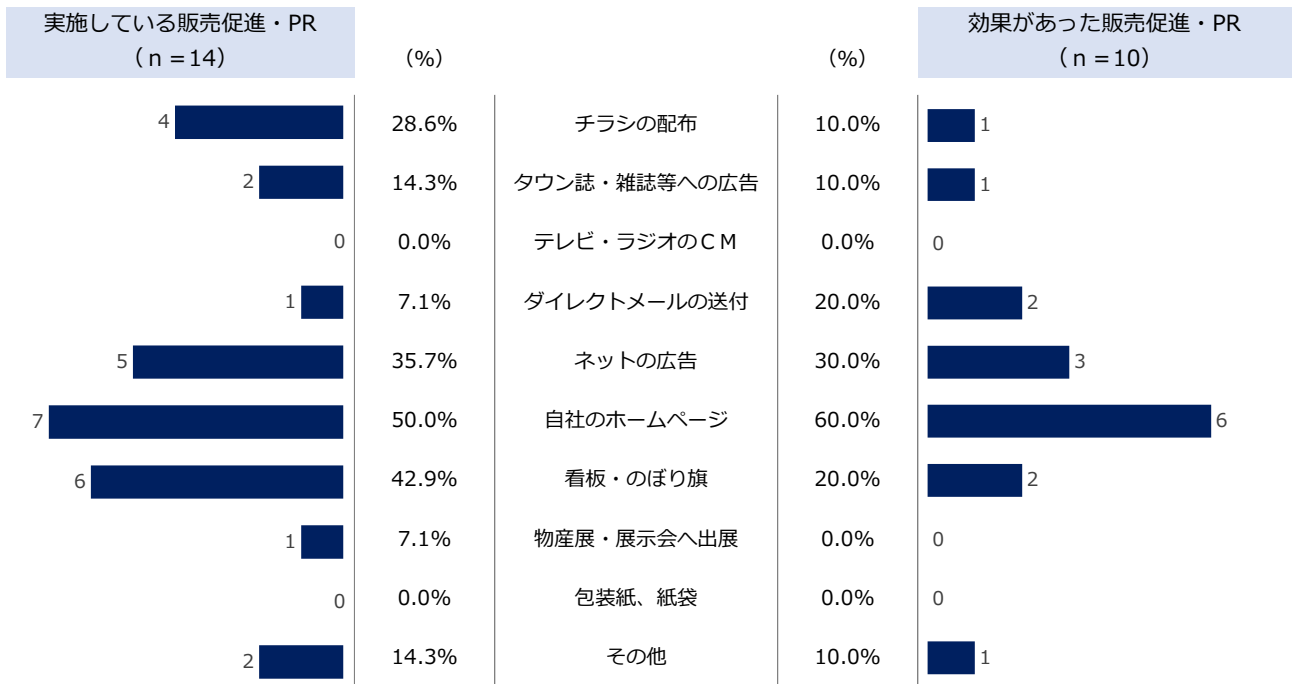
②卸売業

「自社のホームページ」については、4社が実施しており、そのなかの3社が、売上拡大の効果があったと回答している。



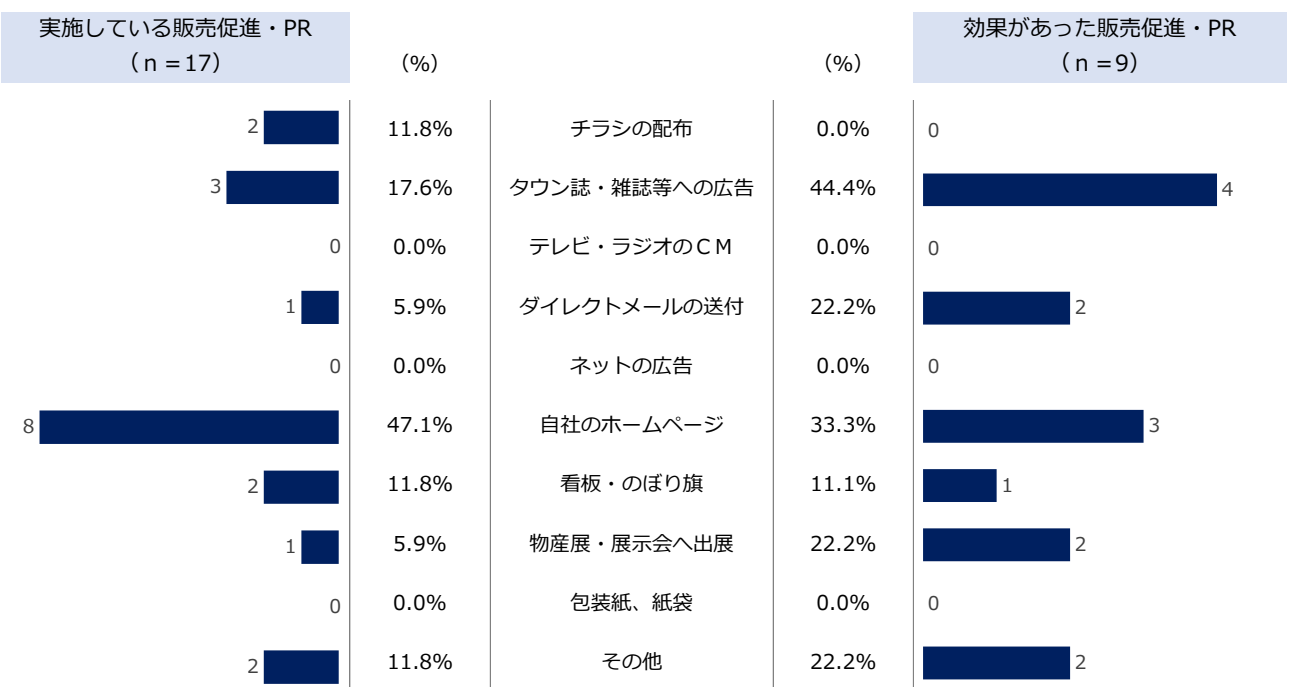
③小売業

「チラシの配布」や「看板・のぼり旗」といった販促を行っている事業者が多いものの、売上拡大には結び付いていないことがわかる。一方、「自社のホームページ」や「ネットの広告」など、インターネットを利用した販売促進では、売上拡大の効果が表れている。



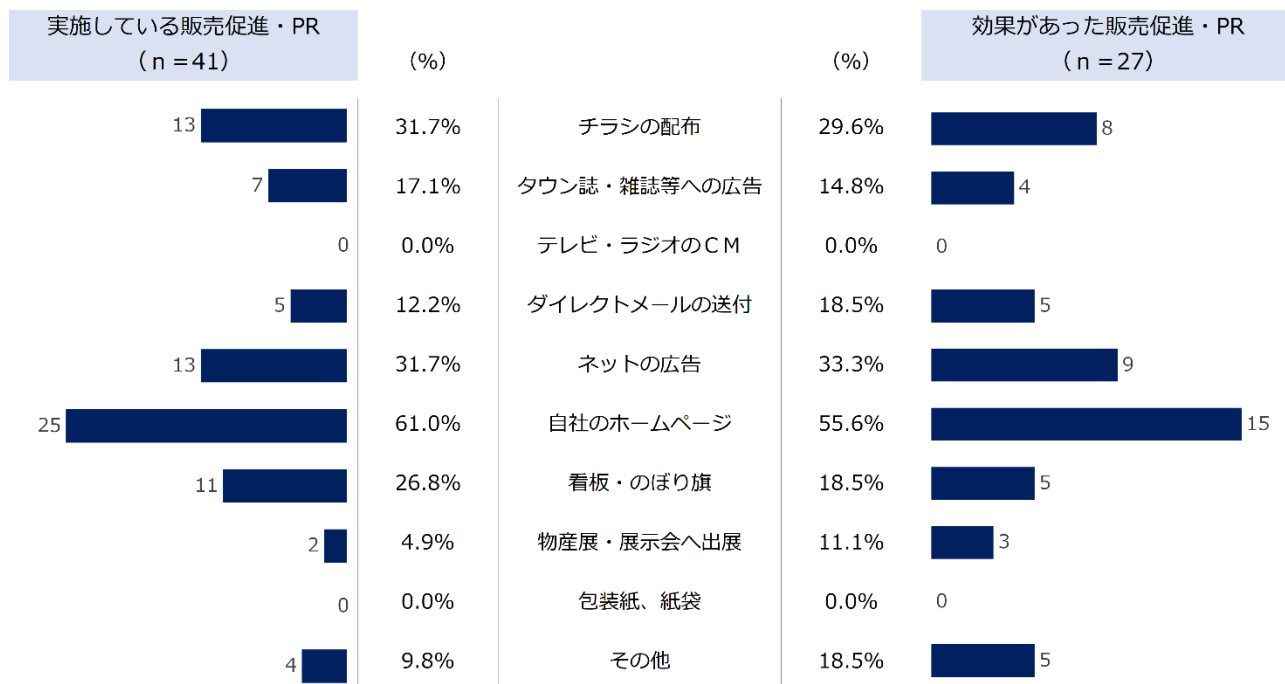
④建設業

ほかの業種に比べ、建設業では「自社のホームページ」による販売促進効果は少ない。一方、「タウン誌・雑誌等への広告」といった、アナログな方法での販売促進において、売上拡大の効果が高いことが読み取れる。



⑤サービス業

実施している販売促進・PR（左）と、効果があった販売促進・PR（右）のグラフ形状が類似していることから、それぞれの施策に売上拡大の効果が表れていることがわかる。

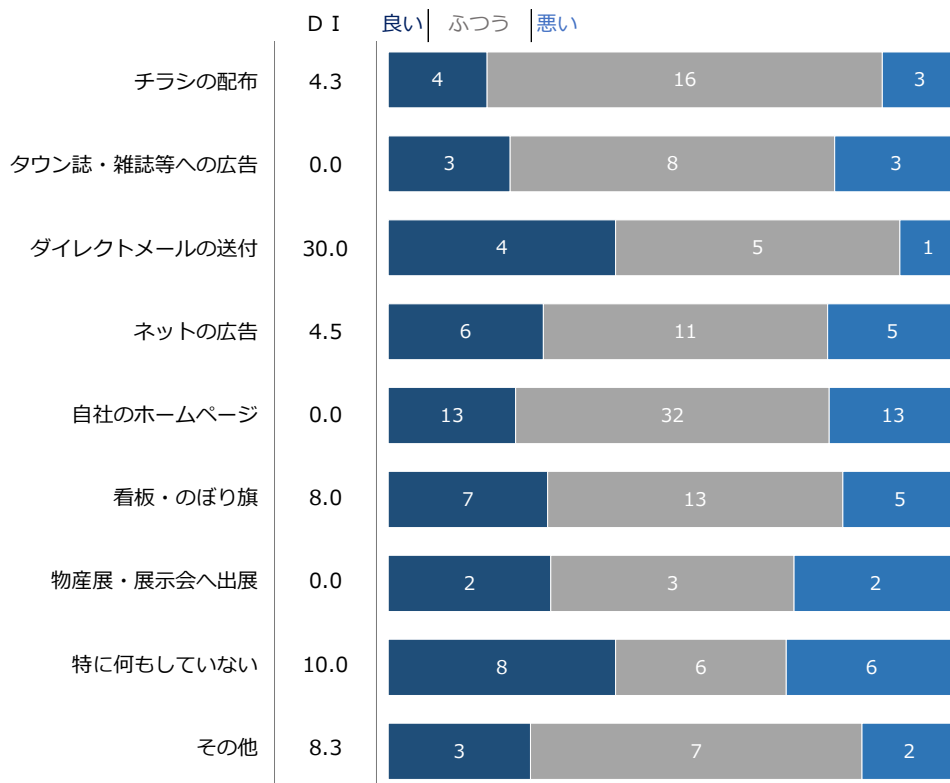


(3) 販売促進・PRの実施と足元の売上の状況

前項目では、アンケートの回答事業者に「売上の拡大効果があった販売促進・PR」を尋ねている。ここでは、少し異なる視点で、有効な販売方法を分析してみたい。

現在実施している販売促進・PRと足元の売上（前年同期比）を分析する。グラフの「良い」は前年同期比で売上が増加、「ふつう」は売上が横ばい、「悪い」は売上が減少したことを示している。

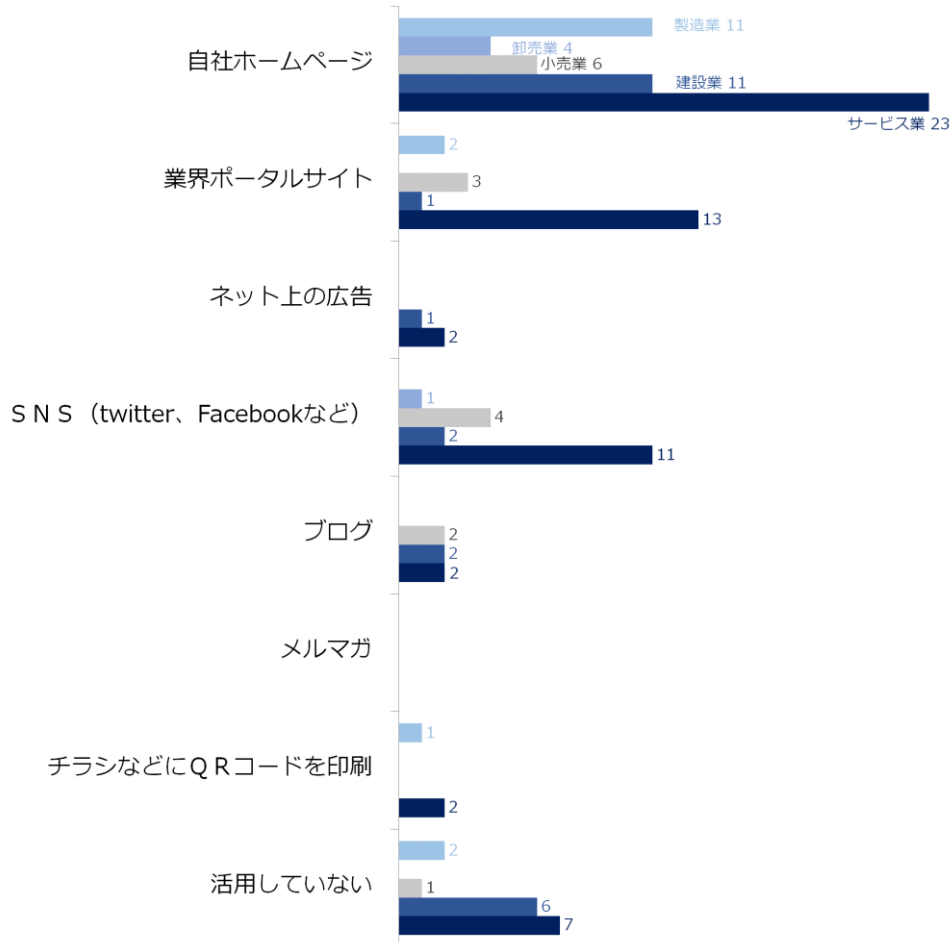
どのような販売促進を実施している事業者の売上が増加しているのかを分析すると、「ダイレクトメール」が有効な方法であることが読み取れる。一方、多くの事業者が実施している「自社のホームページ」による販売促進は、必ずしも売上拡大には繋がっていないことがわかる。



(4) インターネットを使った販売促進・PR（業種ごと）

販路開拓への取組みのうち、インターネットを使った販売促進・PRについて、業種ごとにみていく。いずれの業種でも「自社ホームページ」がもっとも多い回答であったが、サービス業については「SNS」を販売促進に活用している事業者も多い。

一方、「活用していない」事業者は建設業が多かった。



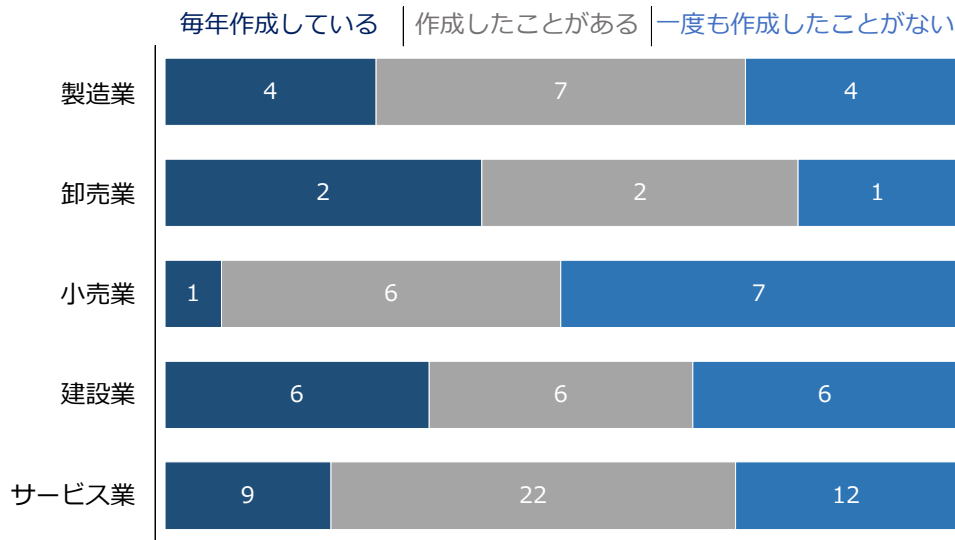
6. 事業計画（経営計画）

（1）事業計画（経営計画）の作成の有無（業種ごと）

①事業計画（経営計画）の作成の有無（業種ごと）

すべての業種で、半数前後の事業者は事業計画（経営計画）の作成経験があることが読み取れる。

「一度も作成したことがない」に着目すると、小売業でもっとも割合が高く、建設業、サービス業と続く。



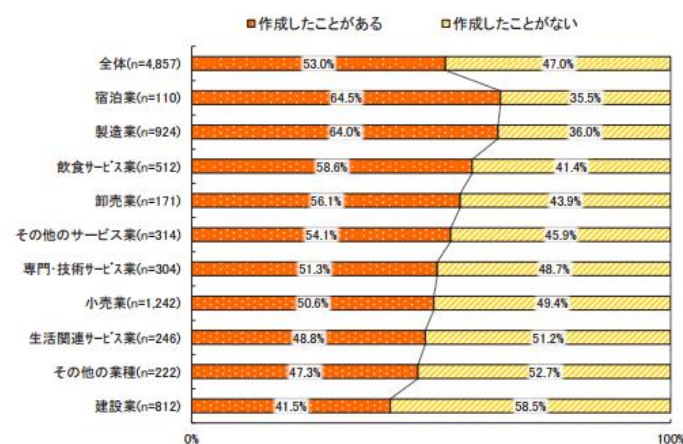
②（参考）事業計画（経営計画）の作成の有無の全国比較

参考として、大和市の事業者の事業計画（経営計画）作成状況を全国値と比較してみたい。全国値は、「小規模企業白書（2016年版）第1部 第2章 第3節 第1-2-35図 経営計画の作成の有無（業種別）」を参照する。

	大和市	全国値	備考
製造業	73.3%	64.0%	全国平均に比べ事業計画作成事業者が多い
卸売業	80.0%	56.1%	全国平均に比べ事業計画作成事業者が多い
小売業	50.0%	50.6%	全国平均に比べ事業計画作成事業者が少ない
建設業	66.7%	41.5%	全国平均に比べ事業計画作成事業者が多い

※サービス業は分類が異なるため対象外

第1-2-35図 経営計画の作成の有無（業種別）



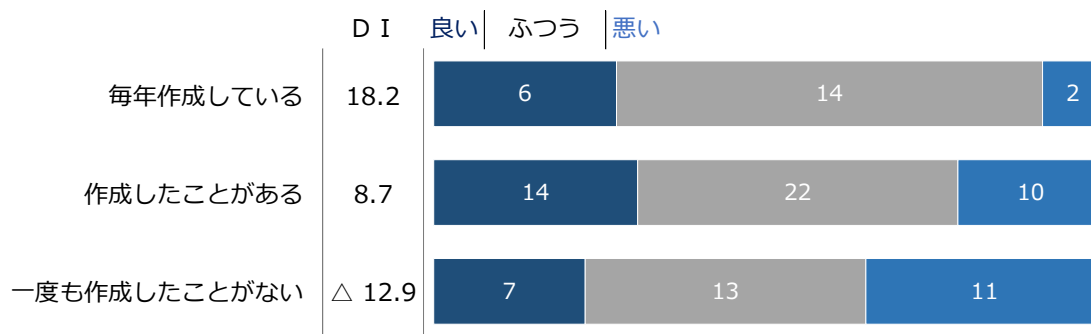
資料：中小企業庁委託「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016年1月、(株)日本アプライドリサーチ研究所）
 (注)1. 「その他のサービス業」の内訳として、娯楽業、教育学習支援業、医療・福祉、その他のサービス業を集計している。
 2. 「その他の業種」の内訳として、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、金融業・保険業、不動産業などを集計している。

(2) 事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上の状況

①事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上の状況

事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上（前年同期比）を分析する。グラフの「良い」は前年同期比で売上が増加、「ふつう」は売上が横ばい、「悪い」は売上が減少したことを示している。

事業計画（経営計画）を作成している事業者の方が、前年同期比で、売上が増加していることが読み取れる。また、事業計画を作成している事業者の方が、売上が悪化している事業者の割合が低いこともあわせて読み取れる。

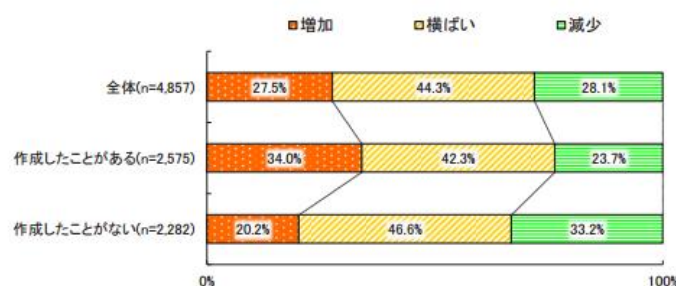


②（参考）全国での同様の調査結果

参考として、事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上の状況を全国値と比較してみたい。全国値は、「小規模企業白書（2016年版）第1部 第2章 第3節 第1-2-39図 経営計画の作成の有無と売上高の傾向」を参照する。

全国では、事業計画（経営計画）を作成したことがある事業者の34.0%が、売上が増加傾向にあると回答しており、大和市では29.4%（=20/68）が同様の回答をしている。数値的には全国より低いですが、類似した傾向を示していることがわかる。

第1-2-39図 経営計画の作成の有無と売上高の傾向



資料：中小企業庁委託「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016年1月、（株）日本アプライドリサーチ研究所）

7. 総括

(1) 多くの事業者で「売上（受注）不振」を経営上の問題点として認識している

経営上の問題点として「売上（受注）不振」を挙げた事業者の割合を業種別にみると、右表のとおりとなる。

すべての業種で多くの事業者がこれを問題点として捉えており、卸売業や小売業では8割前後が回答するという結果になっている。

製造業	28.6%
卸売業	80.0%
小売業	78.6%
建設業	35.3%
サービス業	43.6%

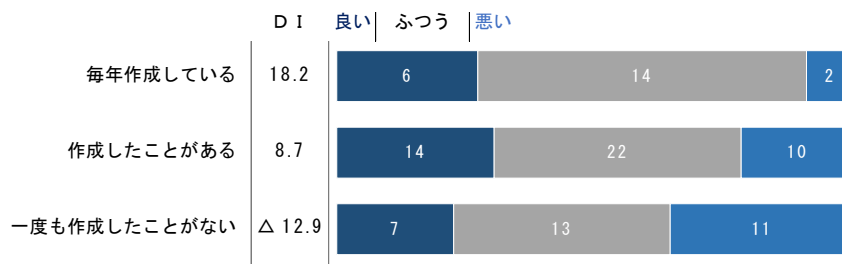
(2) 売上拡大のための2つの方策が読み取れる

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、この課題に対して2つの方策が示唆されている。それぞれについて、みていきたい。

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

事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上の傾向をみると、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。



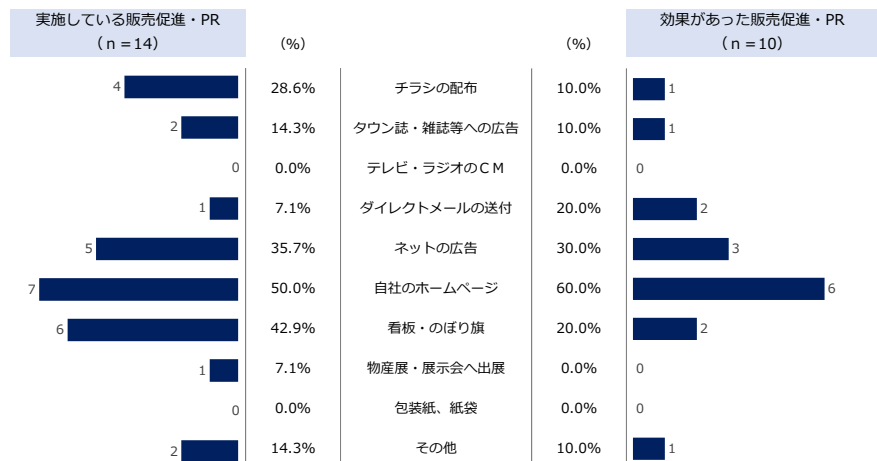
②販売促進方法について、より効果的な方法があるのではないか

本アンケートでは、販売促進・PRをテーマに、「現在実施している販売促進・PR」および「売上の拡大に効果があったもの」を聞いている。

特に売上不振が問題となっている小売業に着目すると、「現在実施している販売促進・PR」（左）に対し「効果があった販売促進・PR」（右）のグラフ形状に明らかな違いがみえる。この点から、事業者が現在実施している販売促進方法に効果があがっておらず、その結果、売上拡大につながっていないのではないかと推測できる。

販売促進を行う際は、同業他社が成果をあげている方法を模倣するのもひとつの手である。

限られた経営資源を有効に活用し、売上拡大を実現してほしい。



IV 参考資料（集計表、アンケート用紙）

1. 集計表

問1 前年同期(平成28年4月～6月頃)と比べた現在(平成29年4月～6月頃)の経営環境等の状況

【景況感(売上)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	27	27.3%	24	26.7%	2	40.0%	6	40.0%	2	40.0%	5	35.7%	4	22.2%	9	20.9%
普通	49	49.5%	47	52.2%	0	0.0%	7	46.7%	3	60.0%	3	21.4%	9	50.0%	25	58.1%
悪い	23	23.2%	19	21.1%	3	60.0%	2	13.3%	0	0.0%	6	42.9%	5	27.8%	9	20.9%
D I	4.0		5.6		△ 20.0		26.7		40.0		△ 7.1		△ 5.6		0.0	
合計	99	100.0%	90	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	43	100.0%
【景況感(客数)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	27	27.3%	24	26.7%	2	40.0%	7	46.7%	2	40.0%	2	14.3%	5	27.8%	10	23.3%
普通	52	52.5%	47	52.2%	2	40.0%	7	46.7%	1	20.0%	6	42.9%	11	61.1%	24	55.8%
悪い	20	20.2%	19	21.1%	1	20.0%	1	6.7%	2	40.0%	6	42.9%	2	11.1%	9	20.9%
D I	7.1		5.6		20.0		40.0		0.0		△ 28.6		16.7		2.3	
合計	99	100.0%	90	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	43	100.0%
【景況感(単価)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	15	15.5%	13	14.8%	0	0.0%	1	7.1%	2	40.0%	4	28.6%	3	16.7%	3	7.1%
普通	63	64.9%	60	68.2%	1	20.0%	11	78.6%	3	60.0%	7	50.0%	9	50.0%	31	73.8%
悪い	19	19.6%	15	17.0%	4	80.0%	2	14.3%	0	0.0%	3	21.4%	6	33.3%	8	19.0%
D I	△ 4.1		△ 2.3		△ 80.0		△ 7.1		40.0		7.1		△ 16.7		△ 11.9	
合計	97	100.0%	88	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	42	100.0%
【景況感(仕入価格)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	4	4.3%	4	4.8%	0	0.0%	2	13.3%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.8%
普通	52	56.5%	45	54.2%	3	60.0%	7	46.7%	2	40.0%	3	21.4%	9	50.0%	27	75.0%
悪い	36	39.1%	34	41.0%	2	40.0%	6	40.0%	2	40.0%	11	78.6%	9	50.0%	8	22.2%
D I	△ 34.8		△ 36.1		△ 40.0		△ 26.7		△ 20.0		△ 78.6		△ 50.0		△ 19.4	
合計	92	100.0%	83	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	36	100.0%
【景況感(経常利益)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	17	17.5%	14	15.9%	2	40.0%	5	33.3%	3	60.0%	0	0.0%	2	11.1%	6	14.3%
普通	45	46.4%	42	47.7%	1	20.0%	6	40.0%	0	0.0%	4	30.8%	11	61.1%	22	52.4%
悪い	35	36.1%	32	36.4%	2	40.0%	4	26.7%	2	40.0%	9	69.2%	5	27.8%	14	33.3%
D I	△ 18.6		△ 20.5		0.0		6.7		20.0		△ 69.2		△ 16.7		△ 19.0	
合計	97	100.0%	88	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	13	100.0%	18	100.0%	42	100.0%
【景況感(資金繰り)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	13	13.4%	10	11.4%	2	40.0%	4	28.6%	0	0.0%	1	7.1%	3	16.7%	4	9.5%
普通	66	68.0%	61	69.3%	2	40.0%	9	64.3%	2	40.0%	7	50.0%	14	77.8%	31	73.8%
悪い	18	18.6%	17	19.3%	1	20.0%	1	7.1%	3	60.0%	6	42.9%	1	5.6%	7	16.7%
D I	△ 5.2		△ 8.0		20.0		21.4		△ 60.0		△ 35.7		11.1		△ 7.1	
合計	97	100.0%	88	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	42	100.0%

問2 現在(平成28年1月～6月頃)と比べた今後(平成29年7月～12月頃)の経営環境等の見通し

【景況感(売上)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	32	32.3%	27	30.0%	3	60.0%	9	60.0%	2	40.0%	3	21.4%	5	27.8%	11	25.6%
普通	48	48.5%	45	50.0%	1	20.0%	3	20.0%	2	40.0%	7	50.0%	10	55.6%	24	55.8%
悪い	19	19.2%	18	20.0%	1	20.0%	3	20.0%	1	20.0%	4	28.6%	3	16.7%	8	18.6%
D I	13.1		10.0		40.0		40.0		20.0		△ 7.1		11.1		7.0	
合計	99	100.0%	90	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	43	100.0%

【景況感（客数）】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	24	24.2%	19	21.1%	3	60.0%	5	33.3%	2	40.0%	2	14.3%	3	16.7%	10	23.3%
普通	59	59.6%	56	62.2%	2	40.0%	9	60.0%	2	40.0%	6	42.9%	12	66.7%	29	67.4%
悪い	16	16.2%	15	16.7%	0	0.0%	1	6.7%	1	20.0%	6	42.9%	3	16.7%	4	9.3%
D I	8.1		4.4		60.0		26.7		20.0		△ 28.6		0.0		14.0	
合計	99	100.0%	90	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	43	100.0%
【景況感（単価）】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	22	22.7%	20	22.7%	0	0.0%	2	13.3%	3	60.0%	3	21.4%	6	33.3%	6	14.6%
普通	63	64.9%	57	64.8%	4	80.0%	11	73.3%	2	40.0%	7	50.0%	11	61.1%	30	73.2%
悪い	12	12.4%	11	12.5%	1	20.0%	2	13.3%	0	0.0%	4	28.6%	1	5.6%	5	12.2%
D I	10.3		10.2		△ 20.0		0.0		60.0		△ 7.1		27.8		2.4	
合計	97	100.0%	88	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	41	100.0%
【景況感（仕入価格）】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	3	3.2%	3	3.5%	0	0.0%	1	6.7%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.6%
普通	58	61.7%	53	62.4%	2	40.0%	9	60.0%	1	20.0%	6	42.9%	9	50.0%	30	78.9%
悪い	33	35.1%	29	34.1%	3	60.0%	5	33.3%	3	60.0%	8	57.1%	9	50.0%	7	18.4%
D I	△ 31.9		△ 30.6		△ 60.0		△ 26.7		△ 40.0		△ 57.1		△ 50.0		△ 15.8	
合計	94	100.0%	85	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	38	100.0%
【景況感（経常利益）】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	1	1.0%	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%
普通	69	70.4%	62	69.7%	4	80.0%	12	80.0%	3	60.0%	8	57.1%	12	66.7%	31	73.8%
悪い	28	28.6%	26	29.2%	1	20.0%	3	20.0%	2	40.0%	5	35.7%	6	33.3%	11	26.2%
D I	△ 27.6		△ 28.1		△ 20.0		△ 20.0		△ 40.0		△ 28.6		△ 33.3		△ 26.2	
合計	98	100.0%	89	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	42	100.0%
【景況感（資金繰り）】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	11	11.2%	8	9.0%	2	40.0%	3	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	16.7%	4	9.5%
普通	68	69.4%	62	69.7%	3	60.0%	11	73.3%	3	60.0%	9	64.3%	11	61.1%	31	73.8%
悪い	19	19.4%	19	21.3%	0	0.0%	1	6.7%	2	40.0%	5	35.7%	4	22.2%	7	16.7%
D I	△ 8.2		△ 12.4		40.0		13.3		△ 40.0		△ 35.7		△ 5.6		△ 7.1	
合計	98	100.0%	89	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	42	100.0%

問3 現在の経営上の問題点(3つまで回答可)

【経営上の問題点】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
売上（受注）不振	44	46.8%	39	46.4%	3	60.0%	4	28.6%	4	80.0%	11	78.6%	6	35.3%	17	43.6%
販売（出荷）価格の低迷	8	8.5%	7	8.3%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	21.4%	0	0.0%	5	12.8%
原材料（仕入）価格の上昇	17	18.1%	15	17.9%	1	20.0%	3	21.4%	0	0.0%	4	28.6%	4	23.5%	5	12.8%
製品（商品）在庫の増大	2	2.1%	2	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.1%
人件費の上昇	28	29.8%	23	27.4%	4	80.0%	4	28.6%	1	20.0%	2	14.3%	8	47.1%	12	30.8%
労働力不足	27	28.7%	25	29.8%	1	20.0%	5	35.7%	0	0.0%	3	21.4%	11	64.7%	7	17.9%
諸経費の上昇	13	13.8%	13	15.5%	0	0.0%	4	28.6%	0	0.0%	1	7.1%	3	17.6%	5	12.8%
資金不足・資金の調達難	17	18.1%	17	20.2%	0	0.0%	4	28.6%	4	80.0%	1	7.1%	2	11.8%	6	15.4%
金利負担の増大	2	2.1%	2	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.6%
技術力不足	7	7.4%	6	7.1%	1	20.0%	2	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.9%	4	10.3%
生産（受注）能力の低下・不足	7	7.4%	6	7.1%	0	0.0%	2	14.3%	0	0.0%	1	7.1%	0	0.0%	3	7.7%
後継者問題	15	16.0%	13	15.5%	1	20.0%	1	7.1%	0	0.0%	2	14.3%	7	41.2%	4	10.3%
顧客・消費者ニーズの変化	36	38.3%	31	36.9%	2	40.0%	4	28.6%	2	40.0%	9	64.3%	0	0.0%	18	46.2%
立地条件の悪化・環境問題	6	6.4%	6	7.1%	0	0.0%	1	7.1%	1	20.0%	2	14.3%	1	5.9%	1	2.6%
為替レートの変動	3	3.2%	3	3.6%	0	0.0%	1	7.1%	1	20.0%	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%
IT利活用	5	5.3%	4	4.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.9%	3	7.7%
その他	8	8.5%	7	8.3%	0	0.0%	2	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	12.8%

問4 雇用の状況

(1)現在の人員の充足度

【人員の充足度】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
過剰である	3	3.0%	3	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.1%	0	0.0%	2	4.8%
適切と感じる	57	57.6%	51	57.3%	2	40.0%	10	66.7%	5	100.0%	8	57.1%	5	27.8%	25	59.5%
不足している	39	39.4%	35	39.3%	3	60.0%	5	33.3%	0	0.0%	5	35.7%	13	72.2%	15	35.7%
合計	99	100.0%	89	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	42	100.0%

(2)今後の採用予定

【今後の採用予定】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
採用したい	44	44.9%	38	43.2%	4	80.0%	6	40.0%	1	20.0%	5	38.5%	14	77.8%	16	38.1%
採用の予定はない	54	55.1%	50	56.8%	1	20.0%	9	60.0%	4	80.0%	8	61.5%	4	22.2%	26	61.9%
合計	98	100.0%	88	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	13	100.0%	18	100.0%	42	100.0%

(3)採用に関する状況

【採用に関する状況】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
比較的スムーズに採用可能	15	16.5%	15	18.3%	0	0.0%	1	6.7%	3	60.0%	0	0.0%	2	11.1%	9	24.3%
応募はあるが適任な人材が見つからない	26	28.6%	22	26.8%	2	40.0%	6	40.0%	1	20.0%	3	25.0%	6	33.3%	8	21.6%
求人をかけても応募自体がない	12	13.2%	11	13.4%	1	20.0%	1	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	8	44.4%	3	8.1%
縁故に頼っている	16	17.6%	14	17.1%	1	20.0%	4	26.7%	0	0.0%	5	41.7%	1	5.6%	5	13.5%
採用をしたことがない	22	24.2%	20	24.4%	1	20.0%	3	20.0%	1	20.0%	4	33.3%	1	5.6%	12	32.4%
合計	91	100.0%	82	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	12	100.0%	18	100.0%	37	100.0%

問5 事業承継

(1)後継者の状況

【後継者について】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
後継者がいる	34	34.0%	31	34.4%	2	40.0%	5	33.3%	2	40.0%	5	35.7%	10	55.6%	11	25.6%
後継者はいないが、後継者候補はいる	9	9.0%	7	7.8%	2	40.0%	4	26.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	11.1%	3	7.0%
後継者候補を探している	10	10.0%	8	8.9%	1	20.0%	1	6.7%	1	20.0%	0	0.0%	3	16.7%	4	9.3%
事業譲渡を検討している	1	1.0%	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.3%
廃業を予定している	21	21.0%	19	21.1%	0	0.0%	3	20.0%	1	20.0%	6	42.9%	0	0.0%	9	20.9%
まだ考えていない	25	25.0%	24	26.7%	0	0.0%	2	13.3%	1	20.0%	3	21.4%	3	16.7%	15	34.9%
合計	100	100.0%	90	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	43	100.0%

(2)事業承継にあたっての課題(2つまで回答可)

【事業承継にあたっての課題】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
自社の経営理念・方針の維持	20	40.0%	15	34.9%	3	60.0%	2	25.0%	1	33.3%	3	60.0%	4	28.6%	8	44.4%
自社株式の承継	16	32.0%	15	34.9%	1	20.0%	2	25.0%	2	66.7%	1	20.0%	4	28.6%	7	38.9%
相続税・贈与税	7	14.0%	5	11.6%	2	40.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	40.0%	2	14.3%	3	16.7%
取引先との関係	18	36.0%	18	41.9%	0	0.0%	4	50.0%	2	66.7%	2	40.0%	4	28.6%	6	33.3%
従業員の待遇	6	12.0%	5	11.6%	0	0.0%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	4	28.6%	0	0.0%
後継者の性格・資質	16	32.0%	13	30.2%	2	40.0%	3	37.5%	1	33.3%	1	20.0%	6	42.9%	4	22.2%

(3) 今の事業が自分の代限りになる理由(2つまで回答可)

【自分の代限りになる理由】	n = 20		n = 18		n = 0		n = 2		n = 1		n = 6		n = 0		n = 9	
	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
後継者がいない	7	35.0%	6	33.3%	0	0.0%	1	50.0%	1	100.0%	1	16.7%	0	0.0%	3	33.3%
後継者候補に継ぐ意思がない	4	20.0%	4	22.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	44.4%
体力の限界	3	15.0%	2	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	33.3%	0	0.0%	0	0.0%
事業や市場に将来性がない	5	25.0%	5	27.8%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	3	50.0%	0	0.0%	1	11.1%
事業を取り巻く環境が厳しく継続が困難	7	35.0%	7	38.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	66.7%	0	0.0%	3	33.3%
その他	1	5.0%	1	5.6%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

(4) 事業承継の相談先

【事業承継の相談先】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
顧問税理士に依頼している	32	47.8%	28	48.3%	3	60.0%	6	54.5%	1	100.0%	5	45.5%	6	40.0%	13	52.0%
相談先がない	26	38.8%	21	36.2%	2	40.0%	2	18.2%	0	0.0%	6	54.5%	7	46.7%	8	32.0%
ミラサポ	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
事業引き継ぎ支援センター	1	1.5%	1	1.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%
その他	8	11.9%	8	13.8%	0	0.0%	3	27.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.7%	4	16.0%
合計	67	100.0%	58	100.0%	5	100.0%	11	100.0%	1	100.0%	11	100.0%	15	100.0%	25	100.0%

(5) 事業承継の支援

【事業承継の支援】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
支援を受けたい	4	4.8%	4	5.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.3%	3	8.8%
支援内容によっては検討したい	15	17.9%	12	16.0%	1	25.0%	3	25.0%	1	20.0%	2	16.7%	4	25.0%	3	8.8%
今は支援を考えていない	65	77.4%	59	78.7%	3	75.0%	9	75.0%	4	80.0%	10	83.3%	11	68.8%	28	82.4%
合計	84	100.0%	75	100.0%	4	100.0%	12	100.0%	5	100.0%	12	100.0%	16	100.0%	34	100.0%

問6 販売促進

(1) 現在実施している販売促進・PR(3つまで回答可)

【現在実施している販売促進】	n = 96		n = 86		n = 5		n = 14		n = 5		n = 14		n = 17		n = 41	
	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
チラシの配布	23	24.0%	20	23.3%	1	20.0%	2	14.3%	0	0.0%	4	28.6%	2	11.8%	13	31.7%
タウン誌・雑誌等への広告	14	14.6%	13	15.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	2	14.3%	3	17.6%	7	17.1%
テレビ・ラジオのCM	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
ダイレクトメールの送付	10	10.4%	8	9.3%	1	20.0%	2	14.3%	0	0.0%	1	7.1%	1	5.9%	5	12.2%
ネットの広告	22	22.9%	20	23.3%	1	20.0%	2	14.3%	1	20.0%	5	35.7%	0	0.0%	13	31.7%
自社のホームページ	58	60.4%	50	58.1%	5	100.0%	11	78.6%	4	80.0%	7	50.0%	8	47.1%	25	61.0%
看板・のぼり旗	25	26.0%	18	20.9%	4	80.0%	2	14.3%	1	20.0%	6	42.9%	2	11.8%	11	26.8%
物産展・展示会への出展	7	7.3%	7	8.1%	0	0.0%	2	14.3%	1	20.0%	1	7.1%	1	5.9%	2	4.9%
包装紙、紙袋	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
特に何もしていない	21	21.9%	20	23.3%	0	0.0%	3	21.4%	1	20.0%	1	7.1%	7	41.2%	8	19.5%
その他	12	12.5%	10	11.6%	1	20.0%	1	7.1%	2	40.0%	2	14.3%	2	11.8%	4	9.8%

(2) 売上の拡大について効果のあったもの(3つまで回答可)

【売上拡大に効果のあったもの】	n = 65		n = 56		n = 4		n = 11		n = 3		n = 10		n = 9		n = 27	
	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
チラシの配布	10	15.4%	9	16.1%	1	25.0%	1	9.1%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	8	29.6%
タウン誌・雑誌等への広告	9	13.8%	9	16.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	10.0%	4	44.4%	4	14.8%
テレビ・ラジオのCM	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
ダイレクトメールの送付	12	18.5%	9	16.1%	1	25.0%	1	9.1%	0	0.0%	2	20.0%	2	22.2%	5	18.5%
ネットの広告	14	21.5%	14	25.0%	0	0.0%	1	9.1%	1	33.3%	3	30.0%	0	0.0%	9	33.3%
自社のホームページ	39	60.0%	33	58.9%	2	50.0%	8	72.7%	3	100.0%	6	60.0%	3	33.3%	15	55.6%
看板・のぼり旗	11	16.9%	9	16.1%	2	50.0%	2	18.2%	1	33.3%	2	20.0%	1	11.1%	5	18.5%
物産展・展示会への出展	9	13.8%	9	16.1%	0	0.0%	4	36.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	22.2%	3	11.1%
包装紙、紙袋	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	11	16.9%	9	16.1%	1	25.0%	1	9.1%	1	33.3%	1	10.0%	2	22.2%	5	18.5%

(3) インターネットを使った販売促進(2つまで回答可)

【インターネットを使った販売促進】	n = 88		n = 78		n = 5		n = 13		n = 4		n = 11		n = 17		n = 38	
	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
自社ホームページ	60	68.2%	51	65.4%	4	80.0%	11	84.6%	4	100.0%	6	54.5%	11	64.7%	23	60.5%
業界ポータルサイト	19	21.6%	19	24.4%	0	0.0%	2	15.4%	0	0.0%	3	27.3%	1	5.9%	13	34.2%
ネット上の広告	3	3.4%	3	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.9%	2	5.3%
SNS (twitter、Facebookなど)	20	22.7%	16	20.5%	2	40.0%	0	0.0%	1	25.0%	4	36.4%	2	11.8%	11	28.9%
ブログ	7	8.0%	5	6.4%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	18.2%	2	11.8%	2	5.3%
メルマガ	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
チラシなどにQRコードを印刷	3	3.4%	2	2.6%	1	20.0%	1	7.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.3%
活用していない	16	18.2%	16	20.5%	0	0.0%	2	15.4%	0	0.0%	1	9.1%	6	35.3%	7	18.4%

問7 事業計画(経営計画)の作成

(1) 事業計画(経営計画)の作成の有無

【作成の有無】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
毎年作成している	22	22.0%	22	24.4%	0	0.0%	4	26.7%	2	40.0%	1	7.1%	6	33.3%	9	20.9%
作成したことがある	46	46.0%	39	43.3%	4	80.0%	7	46.7%	2	40.0%	6	42.9%	6	33.3%	22	51.2%
一度も作成したことがない	32	32.0%	29	32.2%	1	20.0%	4	26.7%	1	20.0%	7	50.0%	6	33.3%	12	27.9%
合計	100	100.0%	90	100.0%	5	100.0%	15	100.0%	5	100.0%	14	100.0%	18	100.0%	43	100.0%

(2) 作成しない理由

【作成しない理由】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
作成する必要がない	16	50.0%	15	51.7%	0	0.0%	3	75.0%	0	0.0%	3	42.9%	1	16.7%	8	66.7%
作成する時間がない	4	12.5%	3	10.3%	0	0.0%	1	25.0%	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%
作成の仕方がわからない	11	34.4%	10	34.5%	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	57.1%	5	83.3%	2	16.7%
作成を誰に頼んでいいかわからない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	1	3.1%	1	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%
合計	32	100.0%	29	100.0%	1	100.0%	4	100.0%	1	100.0%	7	100.0%	6	100.0%	12	100.0%

問8 商工会議所の開催するセミナーでどのセミナーに参加したいか(3つまで回答可)

【参加したいセミナー】	n = 88		n = 79		n = 4		n = 15		n = 5		n = 12		n = 15		n = 36	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
経営計画作成セミナー	29	33.0%	26	32.9%	2	50.0%	4	26.7%	2	40.0%	3	25.0%	6	40.0%	13	36.1%
財務分析セミナー	23	26.1%	22	27.8%	1	25.0%	4	26.7%	2	40.0%	2	16.7%	7	46.7%	8	22.2%
人材活用セミナー	19	21.6%	18	22.8%	0	0.0%	3	20.0%	1	20.0%	2	16.7%	6	40.0%	6	16.7%
販路開拓セミナー	29	33.0%	24	30.4%	1	25.0%	7	46.7%	2	40.0%	6	50.0%	1	6.7%	9	25.0%
インターネット関連セミナー	31	35.2%	28	35.4%	1	25.0%	5	33.3%	0	0.0%	4	33.3%	6	40.0%	14	38.9%
補助金活用セミナー	46	52.3%	43	54.4%	2	50.0%	10	66.7%	4	80.0%	3	25.0%	8	53.3%	20	55.6%
その他	4	4.5%	3	3.8%	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	3	8.3%

2. アンケート票

大和市内経済動向調査アンケート票

大和商工会議所

貴社（事業所）の概要についてご記入、もしくは該当するもの1つに○を付けてください。

会社名						
代表者名						
代表者年齢	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
業歴	10年以下	11年～20年以下	21年～30年以下	31年以上		
業種 (主たる業種1つに○を付けてください)	製造業 建設業 情報通信業 その他の業種 (卸売業 運輸業 生活関連サービス業	小売業 飲食サービス業 専門・技術サービス業)		
従業員数	0人 11～15人	1～5人 16～20人	6～10人 21人以上	※役員は除きます。専従者、および常用パート・アルバイトを含みます。		

問1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況について、該当する番号1つに○を付けてください。

		よい	←	→	わるい
昨年の今頃 (平成28年4月～6月頃) と比べた 貴社の現状 (平成29年4月～6月頃)	売上	増加			減少
	引き合い／客数	増加			減少
	単価	上昇			低下
	仕入価格	低下			上昇
	経常利益 (採算)	増加			減少
	資金繰り	好調			不調

問2 現在と比べた今後の経営環境等の見通しについて、該当する番号1つに○を付けてください。

		よい	←	→	わるい
直近 (平成29年1月～6月頃) と比べた 貴社の今後の見通し (平成29年7月～12月頃)	売上	増加			減少
	引き合い／客数	増加			減少
	単価	上昇			低下
	仕入価格	低下			上昇
	経常利益 (採算)	増加			減少
	資金繰り	好調			不調

問3 貴社の現在の経営上の問題点について、該当する番号上位3つまでを選んで○を付けてください。

- | | |
|--------------------|------------------|
| 1. 売上（受注）不振 | 2. 販売（出荷）価格の低迷 |
| 3. 原材料（仕入）価格の上昇 | 4. 製品（商品）在庫の増大 |
| 5. 人件費の上昇 | 6. 労働力不足 |
| 7. 諸経費（物流、物件費等）の上昇 | 8. 資金不足・資金の調達難 |
| 9. 金利負担の増大 | 10. 技術力不足 |
| 11. 生産（受注）能力の低下・不足 | 12. 後継者問題 |
| 13. 顧客・消費者ニーズの変化 | 14. 立地条件の悪化・環境問題 |
| 15. 為替レートの変動 | 16. その他（) |

問4 貴社の雇用の状況について、該当する番号を1つを選んで○を付けてください。

(1)現在の人員は充足していますか。

1. 過剰である 2. 適切と感じる 3. 不足している

(2)今後の採用の予定はいかがですか。

1. 採用したい 2. 採用の予定はない

(3)採用に関する貴社の状況はいかがですか。

1. 比較的スムーズに採用可能 2. 応募はあるが適任な人材が見つからない
3. 求人をかけても応募自体が無い 4. 縁故に頼っている 5. 採用をしたことがない

問5 事業承継について、お聞きします。

(1)後継者について、該当する番号を1つを選んで○を付けてください。

1. 後継者がいる 2. 後継者はいないが、後継者候補がいる
3. 後継者候補を探している（探すことにしている） 4. 事業譲渡を検討している
5. 今の事業は自分の代限りになると感じている 6. まだ考えていない

(2)問5（1）で1.2.もしくは3.に○を付けた方にお聞きします。

事業承継にあたっての課題について、該当する番号上位2つまでに○を付けてください。

1. 自社の経営理念・方針の維持 2. 自社株式の承継 3. 相続税・贈与税
4. 取引先との関係 5. 従業員の待遇 6. 後継者の性格・資質

(3)問5（1）で5.に○を付けた方にお聞きします。

今の事業は自分の代限りになる理由について、該当する番号上位2つまでに○を付けてください。

1. 後継者がいない 2. 後継者候補に事業を継ぐ意思がない 3. 体力の限界
4. 事業や市場に将来性がない 5. 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
6. その他（)

(4)事業承継の相談先についてお聞きします。該当する内容について番号に○を付けてください。

1. 相談先は顧問税理士に依頼している 2. 相談先がない
3. ミラサポ（事業承継の相談を専門家派遣年間5回まで無料）→ 知っている 知らなかった
4. 神奈川産業振興センターの「事業引継ぎ支援センター」（後継者が不在の場合でもM&A、親族内・親族外承継については無料にて相談可能）→ 知っている 知らなかった

5. その他 ()

(5) 問5 (4) について 商工会議所に事業承継の支援を希望するかお聞きします

1. 支援を受けたい 2. 支援内容によっては検討したい 3. 今は支援を考えていない

問6 販売促進について、お聞きします。

(1) 現在実施している販売促進・PRについて、該当する番号上位3つまでを選んで○を付けてください。

- | | | |
|----------------|-----------------|---------------|
| 1. チラシの配布 | 2. タウン誌・雑誌等への広告 | 3. テレビ・ラジオのCM |
| 4. ダイレクトメールの送付 | 5. ネットの広告 | 6. 自社のホームページ |
| 7. 看板・のぼり旗 | 8. 物産展・展示会へ出展 | 9. 包装紙、紙袋 |
| 10. 特に何もしていない | 11. その他 () | |

(2) (1) で選ばれたもののうち、売上の拡大について効果があったものについて、該当する番号上位3つまでを選んで○を付けてください。

- | | | |
|----------------|-----------------|---------------|
| 1. チラシの配布 | 2. タウン誌・雑誌等への広告 | 3. テレビ・ラジオのCM |
| 4. ダイレクトメールの送付 | 5. ネットの広告 | 6. 自社のホームページ |
| 7. 看板・のぼり旗 | 8. 物産展・展示会へ出展 | 9. 包装紙、紙袋 |
| 10. その他 () | | |

(3) インターネットを使った販売促進について、該当する番号上位2つまでを選んで○を付けてください

- | | | |
|------------------------------|--------------|------------|
| 1. 自社ホームページ | 2. 業界ポータルサイト | 3. ネット上の広告 |
| 4. SNS (twitter、Facebook など) | 5. ブログ | 6. メルマガ |
| 7. チラシなどにQRコードを印刷 | 8. 活用していない | |

問7 事業計画（経営計画）の作成について、該当する番号を1つを選んで○を付けてください。

(1) 事業計画（経営計画）の作成の有無はいかがですか。

1. 毎年作成している 2. 作成したことがある 3. 一度も作成したことがない

(2) 問7 (1) で3. に○を付けた方にお聞きします。作成しない理由を1つを選んで○を付けてください。

- | | |
|----------------|----------------------|
| 1. 作成する必要がある | 2. 作成する時間がない |
| 3. 作成の仕方が分からない | 4. 作成を誰に頼んでいいのかわからない |
| 5. その他 () | |

問8 今後商工会議所が主催するセミナーを開催する場合、どのセミナーに参加したいかについて、該当する番号上位3つまでを選んで○を付けてください。

- | | | |
|---------------|------------------|--------------|
| 1. 経営計画作成セミナー | 2. 財務分析セミナー | 3. 人材活用セミナー |
| 4. 販路開拓セミナー | 5. インターネット関連セミナー | 6. 補助金活用セミナー |
| 7. その他 () | | |

問9 その他、商工会議所にご要望等があればご自由にご記入ください。

[]

ご協力ありがとうございました。