

小規模事業者経営実態調査報告書

調査時期：平成 28 年 10 月～11 月

桑名三川商工会

平成 28 年度桑名三川商工会 小規模事業者経営実態調査報告書

平成28年12月

1. 調査概要	1
2. 目的.....	1
3. 集計結果	1
(1)事業形態別集計.....	1
(2)経営者の年代.....	2
(3)業種.....	3
(4)家族従業員数.....	3
(5)正社員数.....	4
(6)非正規社員数.....	4
(7)正社員の増減.....	4
(8)非正規社員の増減.....	5
(9)主な商圏.....	5
(10)主な商圏への依存度.....	6
(11)事業承継(現状).....	7
(12)今後の事業承継.....	8
(13)経営計画作成の有無.....	9
(14)直面する経営二一ズ.....	11
(15)重視する情報源.....	13
(16)既存市場の深堀.....	13
(17)新規市場の開拓.....	14
(18)売上高の推移.....	15
(19)利益額の推移.....	17
(20)資金調達の難易度.....	18
(21)必要な支援策.....	19
4.まとめ.....	21

1. 調査概要

調査主体: 桑名三川商工会

調査時期: 平成 28 年 10 月～11 月

調査対象: 桑名三川商工会会員 473 社

調査方法: 会員に配付後郵送で回収

回収数: 135 社(回収率 28.5%)

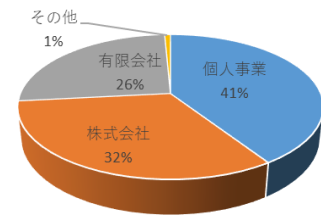
2. 目的

当調査は、桑名三川商工会が実施する経営発達計画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支援事業を円滑に進めるために行った。

3. 集計結果

(1) 事業形態別集計

項目	27 年 7 月調査		28 年 11 月調査	
	件数	%	件数	%
個人事業	67	43.8	55	40.7
株式会社	44	28.8	44	32.6
有限会社	38	24.8	35	25.9
その他	4	2.6	1	0.7
合計	153	100.0	135	100.0



上段: 度数 下段: %		問1 事業形態				
		合計	個人事業	株式会社	有限会社	その他
問2 経営者の年代	合計	135 100.0	55 40.7	44 32.6	35 25.9	1 0.7
	20代	-	-	-	-	-
	30代	7 100.0	3 42.9	3 42.9	-	1 14.3
	40代	28 100.0	4 14.3	13 46.4	11 39.3	-
	50代	35 100.0	10 28.6	17 48.6	8 22.9	-
	60代	38 100.0	17 44.7	9 23.7	12 31.6	-
	70代	22 100.0	17 77.3	1 4.5	4 18.2	-
	80代	5 100.0	4 80.0	1 20.0	-	-
	その他	-	-	-	-	-

前回調査に比べて回収数は 18 件減少し、事業形態別の構成比では、個人事業の比率が 3.1 ポイント減少した反面、株式会社の比率が 3.8 ポイント増加し、同様に有限会社も 1.1 ポイント増加している。

今回調査では、「個人事業」が 40.7%と最も多く、次いで、「株式会社」の 32.6%、「有限会社」の 25.9%の順である

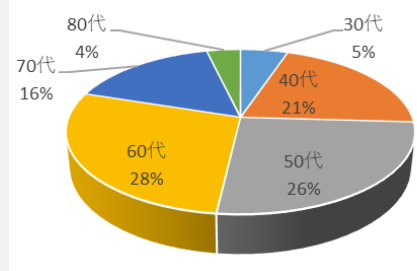
年代別にみた事業形態では、年代が上がるにつれて、個人事業の割合が高くなり、70 代以上では約 8 割が個人事業である。

上段:度数 下段:%		問1 事業形態				
		合計	個人事業	株式会社	有限会社	その他
問3 業種	合計	135 100.0	55 40.7	44 32.6	35 25.9	1 0.7
	建設業	32 100.0	7 21.9	17 53.1	8 25.0	-
	製造業	29 100.0	5 17.2	13 44.8	11 37.9	-
	情報通信業	1 100.0	-	-	1 100.0	-
	運輸業	4 100.0	1 25.0	2 50.0	1 25.0	-
	卸売業	6 100.0	2 33.3	1 16.7	3 50.0	-
	小売業	21 100.0	13 61.9	3 14.3	5 23.8	-
	不動産業・物品賃貸業	3 100.0	1 33.3	2 66.7	-	-
	専門サービス業	7 100.0	7 100.0	-	-	-
	宿泊業・飲食サービス業	10 100.0	8 80.0	1 10.0	1 10.0	-
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	5 71.4	-	2 28.6	-
	教育・学習支援業	-	-	-	-	-
	医療・福祉業	3 100.0	1 33.3	1 33.3	-	1 33.3
	その他サービス業	10 100.0	4 40.0	3 30.0	3 30.0	-
	その他	2 100.0	1 50.0	1 50.0	-	-

回答事業所のうち建設業では、株式会社の割合が50%を超え、製造業では、株式会社と有限会社を合計すると8割を超えている。反対に小売業では、個人事業の割合が60%を超え、同様に、宿泊業・飲食サービス業では80%になっている。

(2) 経営者の年代

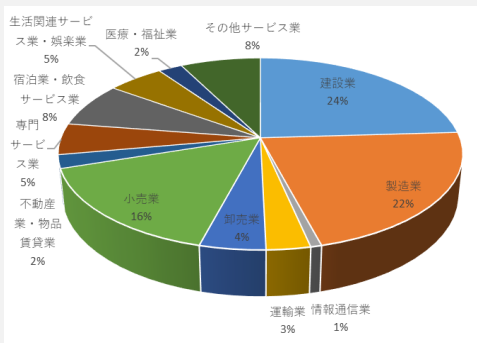
項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
20代	—	—	0	0
30代	—	—	7	5.2
40代	—	—	28	20.7
50代	—	—	35	25.9
60代	—	—	38	28.1
70代	—	—	22	16.3
80代	—	—	5	3.7



前回調査では、経営者の年代は調査項目に入っておらず、比較はできない。今回調査では、60代が28.1%と最も多く、次いで、50代の25.9%、40代の20.7%と続いている。

(3)業種

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
建設業	35	22.9	32	23.7
製造業	38	24.8	29	21.5
情報通信業	1	0.7	1	0.7
運輸業	3	2.0	4	3.0
卸売業	11	7.2	6	4.4
小売業	20	13.1	21	15.6
不動産業・物品賃貸業	3	2.0	3	2.2
専門サービス業	3	2.0	7	5.2
宿泊業・飲食サービス業	10	6.5	10	7.4
生活関連サービス業・娯楽業	9	5.9	7	5.2
教育・学習支援業	0	0.0	0	0.0
医療・福祉業	4	2.6	3	2.2
その他サービス業	12	7.8	10	7.4
その他	4	2.6	2	1.5

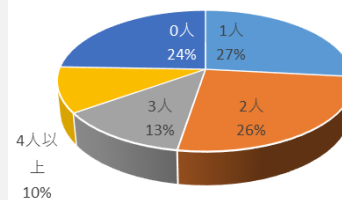


前回調査に比べて、2ポイント以上構成比が増加しているのは、小売業(2.5ポイント)、専門サービス業(3.2ポイント)の2業種で、反対に2ポイント以上減少しているのは、製造業(3.3ポイント)、卸売業(2.8ポイント)の2業種である。

今回調査では建設業が23.7%と回答事業所の中では最も構成比が高く、次いで、製造業の21.5%、小売業の15.6%の順で、前年調査と比較すると、1番目と2番目の順位が入れ替わっている点の特徴である。

(4)家族従業員数

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
1人	42	27.5	36	26.7
2人	36	23.5	35	25.9
3人	37	24.2	17	12.6
4人以上			14	10.4
0人	38	24.8	33	24.4



前回調査に比べて、家族従業員数の構成比が1ポイント以上増加したのは、「2人」の2.4ポイントで、他の項目では、大きな違いは見られない。

今回調査では、「0人」、「1人」、「2人」がそれぞれ約25%ずつある。

(5) 正社員数

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
1人	17	11.0	13	9.6
2人	11	7.1	13	9.6
3人	16	10.4	14	10.4
4人～9人	11	7.1	18	13.3
10人～20人	9	5.8	8	5.9
21人以上	13	8.4	11	8.1
0人	77	50.0	58	43.0

前回調査との比較では、正社員数では「1人」の割合が下がり、「2人」が微増、「4～9人」が6.2ポイントの大幅増で、「0人」が減少していることと併せ考えると、規模の大きな事業者の回答が多くなっている。今回調査では、「0人」が最も多く、次いで、「4～9人」、「3人」と続いている。

(6) 非正規社員数

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
1人	19	12.3	13	9.6
2人	16	10.4	14	10.4
3人	13	8.4	8	5.9
4人～9人	4	2.6	9	6.7
10人～20人	4	2.6	6	4.4
21人以上	16	10.4	10	7.4
0人	82	53.2	75	55.6

前回調査との比較では、正社員数では「1人」が2.7ポイント減少、「2人」が横ばい、「3人」が2.5ポイントの減少した半面「4～9人」が4.1ポイントの大幅増で、「21人以上」も3ポイント減少している。

今回調査では、「0人」が最も多く、次いで、「2人」、「1人」と続き、「2人」以下を合計すると75.6%になっている。

(7) 正社員の増減

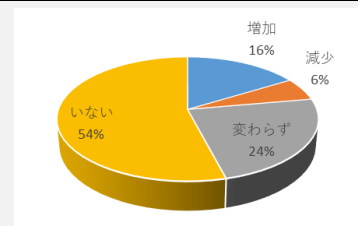
項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
増加	21	13.8	19	14.1
減少	13	8.6	12	8.9
変わらず	60	39.5	57	42.2
いない	58	38.2	47	34.8

前回調査と比べると、「変わらず」が2.7ポイント増加している点と「いない」企業が3.4ポイント以上減少しているが、その他の項目ではほぼ横ばいである。

今回調査では、「変わらず」が最も多いものの、「増加」が「減少」を5.2ポイント上回っている。

(8)非正規社員の増減

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
増加	13.8	14.4	22	16.3
減少	8.6	8.5	8	5.9
変わらず	39.5	30.1	32	23.7
いない	38.2	47.1	73	54.1

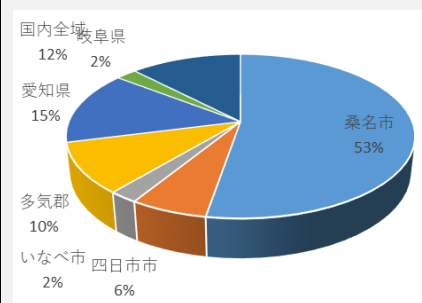


前回調査と比べると、「増加」が 1.9 ポイント増加し、「減少」は逆に 2.6 ポイント減少している。同様に「変わらず」が 6.4 ポイント減少している。「いない」は 7.0 ポイント増加している。

今回調査では、「変わらず」が最も多いものの、「増加」が「減少」を 10.4 ポイント上回っている。

(9)主な商圈

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
桑名市	91	61.1	69	52.7
四日市市	11	7.4	8	6.1
いなべ市	3	2.0	3	2.3
三重県全域	6	4.0	13	9.9
愛知県	20	13.4	19	14.5
岐阜県	4	2.7	3	2.3
滋賀県	0	0.0	0	0.0
国内全域	13	8.7	16	12.2
海外	0	0.0	0	0.0
国内・海外問わず	1	0.7	0	0.0



前回調査と比べると主な商圈では、「桑名市」が 8.4 ポイント減少したことと「国内全域」が 3.5 ポイント増加している。それ以外の項目では大きな相違は見られない。

今回調査では、主な商圈の順位として、1 位は「桑名市」、2 位は「愛知県」、3 位は、「国内全域」となっている。

上段:度数 下段:%		問6-1 主な商圏										
		合計	桑名市	四日市市	いなべ市	多気郡	愛知県	岐阜県	滋賀県	国内全域	海外	国内・海外問わず
問3 業種	合計	131	69	8	3	13	19	3	-	16	-	-
		100.0	52.7	6.1	2.3	9.9	14.5	2.3	-	12.2	-	-
	建設業	31	14	3	-	6	4	1	-	3	-	-
		100.0	45.2	9.7	-	19.4	12.9	3.2	-	9.7	-	-
	製造業	29	6	1	1	1	9	1	-	10	-	-
		100.0	20.7	3.4	3.4	3.4	31.0	3.4	-	34.5	-	-
	情報通信業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	運輸業	4	3	-	-	-	1	-	-	-	-	-
		100.0	75.0	-	-	-	25.0	-	-	-	-	-
	卸売業	6	1	-	-	2	1	-	-	2	-	-
		100.0	16.7	-	-	33.3	16.7	-	-	33.3	-	-
	小売業	21	18	2	-	1	-	-	-	-	-	-
		100.0	85.7	9.5	-	4.8	-	-	-	-	-	-
	不動産業・物品賃貸業	3	2	-	-	-	1	-	-	-	-	-
		100.0	66.7	-	-	-	33.3	-	-	-	-	-
	専門サービス業	7	4	1	-	1	1	-	-	-	-	-
	100.0	57.1	14.3	-	14.3	14.3	-	-	-	-	-	
宿泊業・飲食サービス業	8	6	-	-	-	1	-	-	1	-	-	
	100.0	75.0	-	-	-	12.5	-	-	12.5	-	-	
生活関連サービス業・娯楽業	7	5	-	1	-	-	1	-	-	-	-	
	100.0	71.4	-	14.3	-	-	14.3	-	-	-	-	
教育・学習支援業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
医療・福祉業	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
その他サービス業	10	5	1	1	2	1	-	-	-	-	-	
	100.0	50.0	10.0	10.0	20.0	10.0	-	-	-	-	-	
その他	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

「桑名市」を主な商圏とするのは、「建設業」で 45.2%、「小売業」で 85.7%、「その他サービス業」は 50%で、製造業では、「愛知県」が 31%と高い。

(10) 主な商圏への依存度

項目	27年7月調査		28年11月調査		
	件数	%	件数	%	
90%以上	73	49.3	44	33.3	
80~89%	22	14.9	19	14.4	
70~79%	6	4.1	13	9.8	
60~69%	9	6.1	15	11.4	
50~59%	16	10.8	25	18.9	
50%未満	22	14.9	16	12.1	

前回調査との比較では、主要な商圏への依存度が「90%以上」が 16.0 ポイント減少している。反対に、「50~59%」から「70~79%」がそれぞれ大幅に増加している。

今回調査では、「90%以上」が約3分の1になり、「50~59%」から「70~79%」の項目で増加している点の特徴である。

(11)事業承継(現状)

項目	27年7月調査		28年11月調査		
	件数	%	件数	%	
後継者がいる	—	—	63	48.1	
後継者がいない	—	—	52	39.7	
現在承継中・承継済み	—	—	8	6.1	
その他	—	—	8	6.1	

前回調査では、「現状」の項目がなく、前回との比較はできない。今回調査では、「後継者がいる」が半数近くある点に特徴がある。

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	現在承継中・承継済み	その他
問1 事業形態	合計	131 100.0	63 48.1	52 39.7	8 6.1	8 6.1
	個人事業	53 100.0	17 32.1	33 62.3	2 3.8	1 1.9
	株式会社	44 100.0	25 56.8	8 18.2	4 9.1	7 15.9
	有限会社	33 100.0	21 63.6	10 30.3	2 6.1	-
	その他	1 100.0	-	1 100.0	-	-

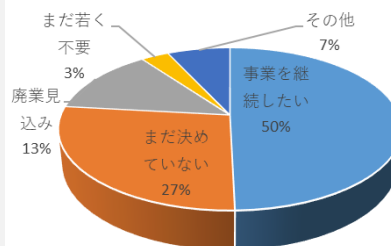
個人事業では、「後継者がいる」のが3分の1で、「いない」が3分の2ある。
株式会社では、「いる」が半数以上を占め、有限会社では、約3分の2が「いる」と回答している。

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	現在承継中・承継済み	その他
問3 業種	合計	131 100.0	63 48.1	52 39.7	8 6.1	8 6.1
	建設業	31 100.0	20 64.5	8 25.8	1 3.2	2 6.5
	製造業	29 100.0	20 69.0	5 17.2	2 6.9	2 6.9
	情報通信業	1 100.0	-	1 100.0	-	-
	運輸業	4 100.0	3 75.0	1 25.0	-	-
	卸売業	5 100.0	2 40.0	3 60.0	-	-
	小売業	21 100.0	7 33.3	12 57.1	2 9.5	-
	不動産業・物品賃貸業	3 100.0	1 33.3	2 66.7	-	1 33.3
	専門サービス業	7 100.0	2 28.6	5 71.4	-	-
	宿泊業・飲食サービス業	10 100.0	2 20.0	7 70.0	1 10.0	-
	生活関連サービス業・娯楽業	5 100.0	1 20.0	4 80.0	-	-
	教育・学習支援業	-	-	-	-	-
	医療・福祉業	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	-
	その他サービス業	10 100.0	4 40.0	3 30.0	1 10.0	2 20.0
	その他	2 100.0	-	1 50.0	-	1 50.0

建設業と製造業では、「後継者がいる」割合が高く、「卸売業」と「小売業」では低い。
「専門サービス業」、「宿泊業・飲食サービス業」、「生活関連サービス業」では「いない」が70%以上ある。

(12) 今後の事業承継

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
事業を継続したい	42	28.4	64	49.6
まだ決めていない	63	42.6	35	27.1
廃業見込み	18	12.2	17	13.2
まだ若く不要	14	9.5	4	3.1
その他	11	7.4	9	7



前回調査と比べると「事業を継続したい」との回答が 21.2 ポイント増加している点と、「まだ決めていない」が大幅に減少しているが大きな相違点で、「廃業見込み」も 1.0 ポイント増加している。

今回調査では、「事業を継続したい」が最も多く、次いで、「まだ決めていない」の順で、「廃業見込み」が 13.2%ある。

上段:度数 下段:%		問7-2 事業承継(今後)					
		合計	事業を継続したい	まだ決めていない	廃業見込み	まだ若く不要	その他
問1 事業形態	合計	129 100.0	64 49.6	35 27.1	17 13.2	4 3.1	9 7.0
	個人事業	52 100.0	15 28.8	18 34.6	13 25.0	1 1.9	5 9.6
	株式会社	43 100.0	27 62.8	9 20.9	1 2.3	2 4.7	4 9.3
	有限会社	33 100.0	22 66.7	8 24.2	3 9.1	-	-
	その他	1 100.0	-	-	-	1 100.0	-

個人事業では、「廃業見込み」が 25.0%ある。
反対に、株式会社と有限会社では約 3 分の 2 が「事業を継続したい」と回答している。

上段:度数 下段:%		問7-2 事業承継(今後)					
		合計	事業を継続したい	まだ決めていない	廃業見込み	まだ若く不要	その他
問2 経営者の年代	合計	129 100.0	64 49.6	35 27.1	17 13.2	4 3.1	9 7.0
	20代	-	-	-	-	-	-
	30代	6 100.0	3 50.0	2 33.3	-	1 16.7	-
	40代	27 100.0	13 48.1	11 40.7	-	2 7.4	1 3.7
	50代	35 100.0	18 51.4	11 31.4	3 8.6	1 2.9	2 5.7
	60代	35 100.0	18 51.4	8 22.9	6 17.1	-	3 8.6
	70代	21 100.0	10 47.6	2 9.5	8 38.1	-	1 4.8
	80代	5 100.0	2 40.0	1 20.0	-	-	2 40.0
	その他	-	-	-	-	-	-

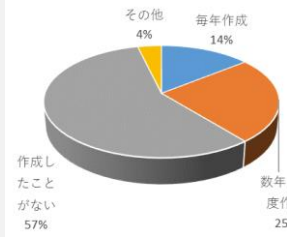
年代別では、「廃業見込み」が多いのが、「70代」で、「事業を継続したい」は各年代とも最も多い回答である。

上段:度数 下段:%		問7-2 事業承継(今後)					
		合計	事業を継続したい	まだ決めていない	廃業見込み	まだ若く不要	その他
問3 業種	合計	129 100.0	64 49.6	35 27.1	17 13.2	4 3.1	9 7.0
	建設業	29 100.0	14 48.3	9 31.0	3 10.3	1 3.4	2 6.9
	製造業	29 100.0	20 69.0	5 17.2	-	1 3.4	3 10.3
	情報通信業	1 100.0	-	-	1 100.0	-	-
	運輸業	4 100.0	3 75.0	-	1 25.0	-	-
	卸売業	6 100.0	4 66.7	2 33.3	-	-	-
	小売業	21 100.0	9 42.9	4 19.0	7 33.3	1 4.8	-
	不動産業・物品賃貸業	3 100.0	-	1 33.3	-	-	2 66.7
	専門サービス業	7 100.0	2 28.6	4 57.1	1 14.3	-	-
	宿泊業・飲食サービス業	9 100.0	2 22.2	6 66.7	1 11.1	-	-
	生活関連サービス業・娯楽業	6 100.0	2 33.3	3 50.0	1 16.7	-	-
	教育・学習支援業	-	-	-	-	-	-
	医療・福祉業	3 100.0	2 66.7	-	-	1 33.3	-
	その他サービス業	9 100.0	5 55.6	1 11.1	1 11.1	-	2 22.2
	その他	2 100.0	1 50.0	-	1 50.0	-	-

業種別では、「廃業見込み」が多いのが、「小売業」で、反対に製造業では「事業を継続したい」が69.0%とすべての業種で最も多い回答割合である。

(13) 経営計画作成の有無

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
毎年作成	29	19.0	19	14.3
数年に一度作成	23	15.0	33	24.8
作成したことがない	98	64.1	76	57.1
その他	3	2.0	5	3.8



前回調査に比べて、「毎年作成」が4.7ポイント減少し、「数年に一度」が9.8ポイント増加している点と「作成したことがない」が7.0ポイント減少している点に特徴があり、「作成している」割合がやや増加した。

今回調査では、「作成したことがない」、「数年に一度作成」の順である。

上段:度数 下段:%		問8 経営計画作成の有無				
		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	133 100.0	19 14.3	33 24.8	76 57.1	5 3.8
	個人事業	53 100.0	4 7.5	8 15.1	38 71.7	3 5.7
	株式会社	44 100.0	13 29.5	15 34.1	14 31.8	2 4.5
	有限会社	35 100.0	2 5.7	9 25.7	24 68.6	-
	その他	1 100.0	-	1 100.0	-	-

事業形態別では、個人事業と有限会社では、「作成したことがない」が3分の2を占めている。反対に、株式会社では、3項目がほぼ同じ構成比になっている。

上段:度数 下段:%		問8 経営計画作成の有無				
		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	133 100.0	19 14.3	33 24.8	76 57.1	5 3.8
	20代	-	-	-	-	-
	30代	7 100.0	2 28.6	3 42.9	2 28.6	-
	40代	28 100.0	6 21.4	11 39.3	10 35.7	1 3.6
	50代	35 100.0	7 20.0	6 17.1	22 62.9	-
	60代	37 100.0	2 5.4	8 21.6	26 70.3	1 2.7
	70代	21 100.0	1 4.8	5 23.8	13 61.9	2 9.5
	80代	5 100.0	1 20.0	-	3 60.0	1 20.0
	その他	-	-	-	-	-

年代別では、「30代」と「40代」では、「作成」している割合が高く、「50代以上」になると、作成していない割合が60%を占めている。

上段:度数 下段:%		問8 経営計画作成の有無				
		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3 業種	合計	133 100.0	19 14.3	33 24.8	76 57.1	5 3.8
	建設業	32 100.0	7 21.9	6 18.8	18 56.3	1 3.1
	製造業	29 100.0	6 20.7	6 20.7	16 55.2	1 3.4
	情報通信業	1 100.0	-	-	1 100.0	-
	運輸業	4 100.0	-	2 50.0	2 50.0	-
	卸売業	6 100.0	1 16.7	-	5 83.3	-
	小売業	21 100.0	1 4.8	5 23.8	13 61.9	2 9.5
	不動産業・物品賃貸業	3 100.0	-	2 66.7	1 33.3	-
	専門サービス業	7 100.0	-	3 42.9	4 57.1	-
	宿泊業・飲食サービス業	9 100.0	1 11.1	2 22.2	6 66.7	-
	生活関連サービス業・娯楽業	6 100.0	-	2 33.3	3 50.0	1 16.7
	教育・学習支援業	-	-	-	-	-
	医療・福祉業	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	-
	その他サービス業	10 100.0	2 20.0	2 20.0	6 60.0	-
	その他	2 100.0	-	2 100.0	-	-

業種別では、建設業と製造業の回答割合が相似しているが、「卸・小売業」と多くの「サービス業」では「作成していない」割合が高い。
概数化すると、建設業と製造業は、「毎年作成」、「数年に一度作成」、「作成無し」の割合を概数で表すと、20:20:60で、小売業では、5:25:70、業種全体は、15:25:60といえる。

上段:度数 下段:%		問8 経営計画作成の有無				
		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11 既存市場の深堀取組	合計	132 100.0	19 14.4	32 24.2	78 57.8	5 3.8
	積極的に取組	20 100.0	7 35.0	9 40.0	5 25.0	-
	多少の取組有	57 100.0	8 14.0	18 31.6	29 50.9	2 3.5
	ほとんど取組無	52 100.0	4 7.7	5 9.6	41 78.8	2 3.8
	その他	3 100.0	-	-	1 33.3	1 33.3

経営計画を毎年作成しているところは、既存市場の深堀に積極的に取組み、反対に「作成したことがない」事業所は、既存市場の深堀を「ほとんど取組んでいない」ことがわかる。

上段:度数 下段:%		問8 経営計画作成の有無				
		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12 新規市場の開拓取組	合計	130 100.0	18 13.8	32 24.6	75 57.7	5 3.8
	積極的に取組	14 100.0	4 28.6	5 35.7	4 28.6	1 7.1
	多少の取組有	55 100.0	10 18.2	18 32.7	25 45.5	2 3.6
	ほとんど取組無	59 100.0	4 6.8	8 13.6	45 76.3	2 3.4
	その他	2 100.0	-	-	1 50.0	-

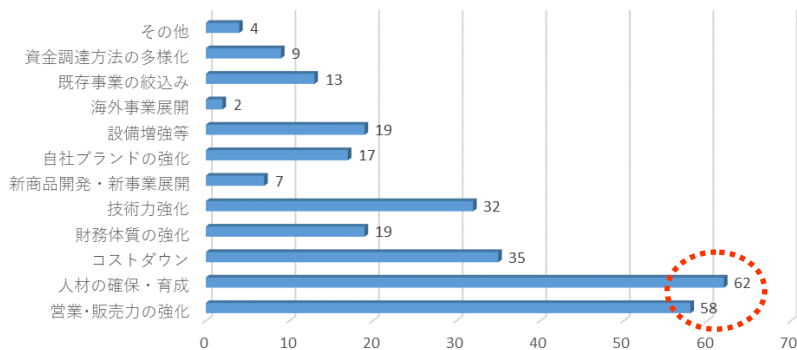
経営計画を「作成したことがない」事業所は、新規市場の開拓を「ほとんど取組んでいない」ことがわかる。

(14) 直面する経営ニーズ

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
営業・販売力の強化	72	50.7	58	47.9
人材の確保・育成	63	44.4	62	51.2
コストダウン	30	21.1	35	28.9
財務体質の強化	27	19.0	19	15.7
技術力強化	40	28.2	32	26.4
新商品開発・新事業展開	23	16.2	7	5.8
自社ブランドの強化	14	9.9	17	14.0
設備増強等	25	17.6	19	15.7
海外事業展開	3	2.1	2	1.7
既存事業の絞込み	9	6.3	13	10.7
資金調達方法の多様化	10	7.0	9	7.4
その他	3	2.1	4	3.3

前回調査に比べて5ポイント以上増加したのは、「人材の確保・育成」の6.8ポイントと「コストダウン」の7.8ポイントである。反対に、減少幅が大きいのは「新商品開発・新事業展開」の10.4ポイントである。

今回調査では、「人材の確保・育成」が最も多く、次いで、「営業・販売力の強化」、「コストダウン」と続いている。



約 6 割の事業所が「営業・販売力の強化」と「人材の確保・育成」を課題としている。

上段:度数 下段:%	問9 直面する経営ニーズ													
	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	新商品開発・新事業展開	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	資金調達方法の多様化	その他	
問1 事業形態	合計	121 100.0	58 47.9	62 51.2	35 28.9	19 15.7	32 26.4	7 5.8	17 14.0	19 15.7	2 1.7	13 10.7	9 7.4	4 3.3
	個人事業	46 100.0	19 41.3	10 21.7	9 19.6	2 4.3	13 28.3	2 4.3	3 6.5	6 13.0	-	5 10.9	3 6.5	2 4.3
	株式会社	42 100.0	17 40.5	34 81.0	16 38.1	11 26.2	13 31.0	3 7.1	6 14.3	5 11.9	1 2.4	4 9.5	5 11.9	-
	有限会社	32 100.0	21 65.6	10 31.3	10 31.3	6 18.8	6 18.8	2 6.3	7 21.9	8 25.0	1 3.1	4 12.5	1 3.1	2 6.3
	その他	1 100.0	1 100.0	-	-	-	-	-	1 100.0	-	-	-	-	-

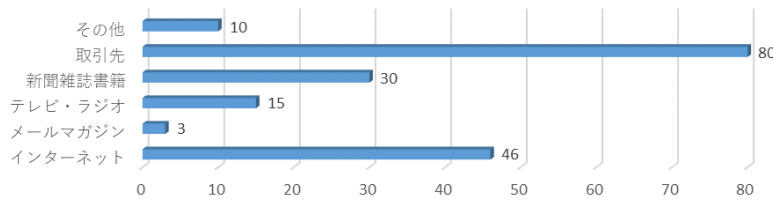
株式会社では「人材の確保・育成」のニーズが 81.0%と最も高く、個人事業と有限会社では、「営業・販売力の強化」が、それぞれ、41.3%、65.6%と高い。

上段:度数 下段:%	問9 直面する経営ニーズ													
	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	新商品開発・新事業展開	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	資金調達方法の多様化	その他	
問3 業種	合計	121 100.0	58 47.9	62 51.2	35 28.9	19 15.7	32 26.4	7 5.8	17 14.0	19 15.7	2 1.7	13 10.7	9 7.4	4 3.3
	建設業	29 100.0	13 44.8	21 72.4	9 31.0	3 10.3	9 31.0	-	2 6.9	5 17.2	-	1 3.4	5 17.2	-
	製造業	29 100.0	11 37.9	20 69.0	12 41.4	8 27.6	12 41.4	3 10.3	4 13.8	5 17.2	2 6.9	2 6.9	2 6.9	-
	情報通信業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	運輸業	3 100.0	1 33.3	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	-	-	-	-	-	1 33.3	-
	卸売業	6 100.0	4 66.7	2 33.3	1 16.7	1 16.7	1 16.7	1 16.7	3 50.0	1 16.7	-	1 16.7	-	1 16.7
	小売業	19 100.0	13 68.4	5 26.3	5 26.3	5 26.3	2 10.5	1 5.3	3 15.8	2 10.5	-	3 15.8	-	2 10.5
	不動産業・物品賃貸業	1 100.0	1 100.0	1 100.0	-	-	-	1 100.0	-	-	-	-	-	-
	専門サービス業	7 100.0	2 28.6	2 28.6	-	-	2 28.6	-	2 28.6	-	-	2 28.6	-	-
	宿泊業・飲食サービス業	8 100.0	4 50.0	3 37.5	2 25.0	-	2 25.0	-	1 12.5	1 12.5	-	2 25.0	1 12.5	-
	生活関連サービス業・娯楽業	5 100.0	3 60.0	1 20.0	-	-	1 20.0	1 20.0	1 20.0	2 40.0	-	-	-	-
	教育・学習支援業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	医療・福祉業	3 100.0	2 66.7	1 33.3	1 33.3	1 33.3	1 33.3	-	1 33.3	-	-	-	-	-
	その他サービス業	9 100.0	4 44.4	3 33.3	2 22.2	-	1 11.1	-	2 22.2	1 11.1	-	2 22.2	-	1 11.1
	その他	2 100.0	-	-	2 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-

建設業と製造業では、「人材の確保・育成」のニーズが、それぞれ 72.4%、69.0%と最も高く、卸売業と小売業では、「営業・販売力の強化」がそれぞれ、66.7%、68.4%と高い。

(15) 重視する情報源

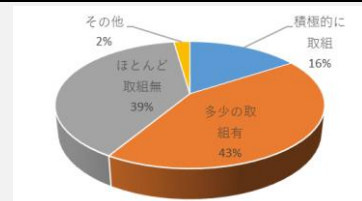
項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
インターネット	51	36.4	46	36.5
メールマガジン	9	6.4	3	2.4
テレビ・ラジオ	17	12.1	15	11.9
新聞雑誌書籍	27	19.3	30	23.8
取引先	85	60.7	80	63.5
その他	13	9.3	10	7.9



前回調査と比較して増加しているのが「新聞雑誌書籍」と「取引先」で、前回同様に今回調査でも「取引先」のウエイトが高い。

(16) 既存市場の深堀

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
積極的に取組み	21	15.0	21	15.8
多少の取組み有	58	41.4	57	42.9
ほとんど取組み無	59	42.1	52	39.1
その他	2	1.4	3	2.3



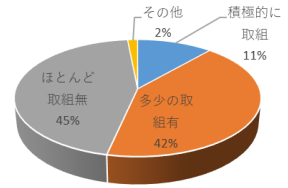
前回調査に比べて、すべての項目で大きな相違は見られない。今回調査では、「多少の取組み有」が「ほとんど取組み無」をやや上回っている。

上段: 度数 下段: %		問11 既存市場の深堀取組				
		合計	積極的に取組	多少の取組有	ほとんど取組み無	その他
問2 経営者の年代	合計	133 100.0	21 15.8	57 42.9	52 39.1	3 2.3
	20代	-	-	-	-	-
	30代	7 100.0	2 28.6	4 57.1	-	1 14.3
	40代	28 100.0	8 28.6	12 42.9	8 28.6	-
	50代	35 100.0	4 11.4	18 51.4	12 34.3	1 2.9
	60代	38 100.0	4 10.5	13 34.2	20 52.6	1 2.6
	70代	20 100.0	3 15.0	8 40.0	9 45.0	-
	80代	5 100.0	-	2 40.0	3 60.0	-
	その他	-	-	-	-	-

既存市場の深堀取組みでは、年代が上がるにつれて「ほとんど取組んでいない」割合が高くなっている。

(17)新規市場の開拓

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
積極的に取組み	19	13.8	15	11.5
多少の取組み有	50	36.2	55	42.0
ほとんど取組み無	67	48.6	59	45.0
その他	2	1.4	2	1.5



前回調査に比べて、「積極的に取組み」が2.3ポイント減少した。反対に「多少の取組み有」が5.8ポイント増加し、「ほとんど取組み無」が3.6ポイント減少している点に特徴がある。

今回調査では、「ほとんど取組み無」、「多少の取組み有」の順であり、順位の変更はない。

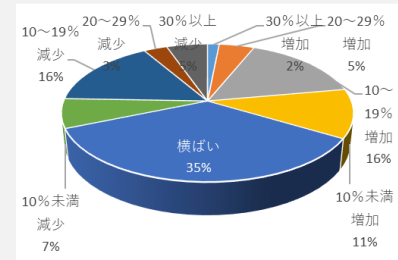
業種	上段:度数 下段:%	問12 新規市場の開拓取組				
		合計	積極的に取組	多少の取組有	ほとんど取組無	その他
合計	131 100.0	15 11.5	55 42.0	59 45.0	2 1.5	
建設業	30 100.0	3 10.0	15 50.0	12 40.0	-	
製造業	29 100.0	5 17.2	13 44.8	11 37.9	-	
情報通信業	1 100.0	-	-	1 100.0	-	
運輸業	4 100.0	-	1 25.0	3 75.0	-	
卸売業	6 100.0	1 16.7	3 50.0	2 33.3	-	
小売業	21 100.0	1 4.8	9 42.9	11 52.4	-	
不動産業・物品賃貸業	3 100.0	-	1 33.3	1 33.3	1 33.3	
専門サービス業	7 100.0	1 14.3	-	6 85.7	-	
宿泊業・飲食サービス業	10 100.0	1 10.0	3 30.0	6 60.0	-	
生活関連サービス業・娯楽業	6 100.0	1 16.7	2 33.3	3 50.0	-	
教育・学習支援業	-	-	-	-	-	
医療・福祉業	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	-	
その他サービス業	9 100.0	1 11.1	6 66.7	1 11.1	1 11.1	
その他	2 100.0	-	1 50.0	1 50.0	-	

新規市場の開拓の取組みでは「積極的に取組み」で製造業が17.2%と高く、建設業では10.0%、小売業では4.8%になっている。

※回答事業所数10件以上

(18)売上高の推移

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
30%以上増加	6	4.3	2	1.5
20～29%増加	8	5.7	6	4.5
10～19%増加	11	7.8	21	15.9
10%未満増加	13	9.2	15	11.4
横ばい	49	34.8	46	34.8
10%未満減少	16	11.3	9	6.8
10～19%減少	14	9.9	21	15.9
20～29%減少	8	5.7	4	3.0
30%以上減少	16	11.3	7	5.3
その他	0	0	1	0.8



前回調査に比べて、構成比が高くなっているのが、「10～19%以上増加」と「10%未満増加」で、「10～19%減少」事業所が増加した反面、「30%以上減少」は、6ポイント減少した。

今回の調査では、構成比が多い順に「横ばい」、「10～19%増加」、「10～19%減少」であり、バラつきが見られる。

上段:度数 下段:%		問13 売上高の推移										
		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3 業種	合計	132 100.0	2 1.5	6 4.5	21 15.9	15 11.4	46 34.8	9 6.8	21 15.9	4 3.0	7 5.3	1 0.8
	建設業	31 100.0	-	3.2	9 29.0	4 12.9	10 32.3	3 9.7	2 6.5	-	1 3.2	1 3.2
	製造業	28 100.0	-	-	8 28.6	5 17.9	12 42.9	-	2 7.1	-	1 3.6	-
	情報通信業	1 100.0	-	-	-	-	1 100.0	-	-	-	-	-
	運輸業	4 100.0	-	-	-	-	-	2 50.0	1 25.0	-	1 25.0	-
	卸売業	5 100.0	-	-	1 20.0	1 20.0	2 40.0	-	1 20.0	-	-	-
	小売業	21 100.0	1 4.8	2 9.5	2 9.5	1 4.8	8 38.1	-	4 19.0	1 4.8	2 9.5	-
	不動産業・物品賃貸業	3 100.0	-	-	-	3 33.3	3 33.3	-	3 33.3	-	-	-
	専門サービス業	7 100.0	-	14.3	-	-	14.3	-	4 57.1	1 14.3	-	-
	宿泊業・飲食サービス業	10 100.0	-	-	1 10.0	-	5 50.0	-	3 30.0	1 10.0	-	-
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	-	-	-	1 14.3	3 42.9	2 28.6	-	-	1 14.3	-
	教育・学習支援業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	医療・福祉業	3 100.0	1 33.3	-	-	-	-	1 33.3	1 33.3	-	-	-
	その他サービス業	10 100.0	-	10.0	-	2 20.0	3 30.0	1 10.0	2 20.0	1 10.0	-	-
	その他	2 100.0	-	50.0	-	-	-	-	-	-	1 50.0	-

業種別の売上高の推移として、建設業では、「横ばい」が32.3%で「増収」を合計すると45.1%あり、「横ばい」以上が77.4%と好調な売上の状況である。製造業では、同様に、「横ばい」が42.9%で「増収」を合計すると46.5%あり、「横ばい」以上が89.4%と好調な売上の状況である。

小売業では、「横ばい」が38.1%で「増収」を合計すると28.6%あり、「横ばい」以上の事業所が66.7%ある。

上段:度数 下段:%		問13 売上高の推移										
		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 経営計画作成の有無	合計	130	2	6	21	15	46	9	21	3	6	1
		100.0	1.5	4.6	16.2	11.5	35.4	6.9	16.2	2.3	4.6	0.8
	毎年作成	19	1	-	5	3	6	1	3	-	-	-
		100.0	5.3	-	26.3	15.8	31.6	5.3	15.8	-	-	-
	数年に一度作成	32	-	3	4	6	9	3	6	-	1	-
		100.0	-	9.4	12.5	18.8	28.1	9.4	18.8	-	3.1	-
作成したことがない	74	1	3	11	6	28	4	12	3	5	1	
	100.0	1.4	4.1	14.9	8.4	37.8	5.4	16.2	4.1	6.8	1.4	
その他	5	-	-	1	-	3	1	-	-	-	-	
	100.0	-	-	20.0	-	60.0	20.0	-	-	-	-	

経営計画を「毎年作成している」事業所の売上は「横ばい」が 31.6%、「増加」を合計すると、47.4%あり、これらを合計すると、79.0%になる。「数年に一度作成している」事業所の売上は「横ばい」が 28.1%、「増加」を合計すると 40.7%で、これらを合計すると68.8%になる。「作成したことがない」事業所の売上は「横ばい」が 37.8%、「増収」合計が、28.5%で、これらを合計すると 66.3%になる。

これらの結果からは、経営計画を「毎年作成している」事業所の増収率が高いといえる。

上段:度数 下段:%		問13 売上高の推移										
		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11 既存市場の深堀取組	合計	131	2	6	21	15	46	9	21	4	6	1
		100.0	1.5	4.6	16.0	11.5	35.1	6.9	16.0	3.1	4.6	0.8
	積極的に取組	21	1	2	9	2	4	1	1	1	-	-
		100.0	4.8	9.5	42.9	9.5	19.0	4.8	4.8	4.8	-	-
	多少の取組有	56	1	3	7	8	23	3	8	2	1	-
		100.0	1.8	5.4	12.5	14.3	41.1	5.4	14.3	3.6	1.8	-
ほとんど取組無	51	-	1	5	5	19	4	10	1	5	1	
	100.0	-	2.0	9.8	9.8	37.3	7.8	19.6	2.0	9.8	2.0	
その他	3	-	-	-	-	1	2	-	-	-	-	
	100.0	-	-	-	-	-	33.3	66.7	-	-	-	

既存市場の深堀を「積極的に取組んでいる」事業所の売上は「横ばい」が 19.0%、「増加」を合計すると、66.7%になる。「多少取組んでいる」事業所の売上は「横ばい」が 41.1%、「増加」を合計すると 34.0%になる。

「ほとんど取組んでいない」事業所の売上は「横ばい」が 37.3%、「増収」を合計すると 21.6%にとどまり、「営業活動なくして売上なし」に結果になっている。

上段:度数 下段:%		問13 売上高の推移										
		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 新規市場の開拓取組	合計	129	2	6	21	14	46	9	20	4	6	1
		100.0	1.6	4.7	16.3	10.9	35.7	7.0	15.5	3.1	4.7	0.8
	積極的に取組	14	1	1	8	1	2	1	1	1	-	-
		100.0	7.1	7.1	42.9	7.1	14.3	7.1	7.1	7.1	-	-
	多少の取組有	55	1	2	11	8	22	2	6	2	1	-
		100.0	1.8	3.6	20.0	14.5	40.0	3.6	10.9	3.6	1.8	-
ほとんど取組無	58	-	3	4	5	22	6	11	1	5	1	
	100.0	-	5.2	6.9	8.6	37.9	10.3	19.0	1.7	8.6	1.7	
その他	2	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	
	100.0	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	

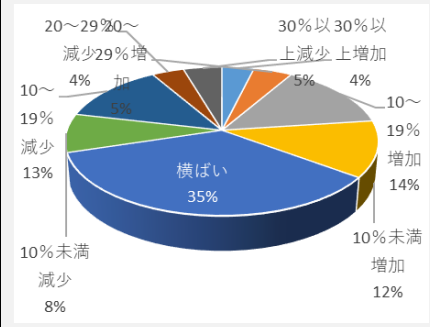
新規市場の開拓を「積極的に取組んでいる」事業所の売上は「横ばい」が 14.3%、「増加」を合計すると、64.2%になる。

「多少取組んでいる」事業所の売上は「横ばい」が 40.0%、「増加」を合計すると 39.9%になる。

「ほとんど取組んでいない」事業所の売上は「横ばい」が 37.9%、「増収」を合計すると 20.7%にとどまり、既存市場の深堀同様に、「営業活動なくして売上なし」に結果になっている。

(19)利益額の推移

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
30%以上増加	9	6.3	5	3.8
20～29%増加	5	3.5	6	4.5
10～19%増加	9	6.3	19	14.3
10%未満増加	17	12.0	16	12.0
横ばい	45	31.7	46	34.6
10%未満減少	18	12.7	11	8.3
10～19%減少	13	9.2	17	12.8
20～29%減少	9	6.3	5	3.8
30%以上減少	17	12.0	6	4.5
その他	0	0	2	1.5



前回調査に比べて、構成比が高くなっているのが、「10～19%以上増加」で、「10～19%減少」を除き、すべての「減少」項目で減少しており、回答企業では減収企業が少なくなっている結果になった。

今回の調査では、構成比が多い順に「横ばい」、「10～19%増加」、「10～19%減少」であり、バラつきが見られる。

上段:度数 下段:%		問14 利益の推移										
		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3 業種	合計	133	5	6	19	16	46	11	17	5	6	2
		100.0	3.8	4.5	14.0	12.0	34.6	8.3	12.8	3.8	4.5	1.5
	建設業	31	1	2	5	5	19	4	1	-	-	1
		100.0	3.2	6.5	16.1	16.1	38.7	12.9	3.2	-	-	3.2
	製造業	29	2	1	7	5	10	-	3	-	1	-
		100.0	6.9	3.4	24.1	17.2	34.5	-	10.3	-	3.4	-
	情報通信業	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
		100.0	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-
	運輸業	3	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-
		100.0	33.3	-	-	-	33.3	-	-	-	33.3	-
	卸売業	6	-	-	1	1	-	-	1	2	-	1
		100.0	-	-	16.7	16.7	-	-	16.7	33.3	-	16.7
	小売業	21	-	2	3	1	8	1	4	-	2	-
		100.0	-	9.5	14.3	4.8	38.1	4.8	19.0	-	9.5	-
	不動産業・物品賃貸業	3	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-
		100.0	-	-	-	33.3	33.3	-	33.3	-	-	-
	専門サービス業	7	-	1	-	-	3	-	2	1	-	-
	100.0	-	14.3	-	-	42.9	-	28.6	14.3	-	-	
宿泊業・飲食サービス業	10	-	-	1	1	3	1	2	2	-	-	
	100.0	-	-	10.0	10.0	30.0	10.0	20.0	20.0	-	-	
生活関連サービス業・娯楽業	7	-	-	-	-	4	2	-	-	1	-	
	100.0	-	-	-	-	57.1	28.6	-	-	14.3	-	
教育・学習支援業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
医療・福祉業	3	1	-	-	1	-	-	1	-	-	-	
	100.0	33.3	-	-	33.3	-	-	33.3	-	-	-	
その他サービス業	10	-	-	2	-	3	3	2	-	-	-	
	100.0	-	-	20.0	-	30.0	30.0	20.0	-	-	-	
その他	2	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	
	100.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-	50.0	-	

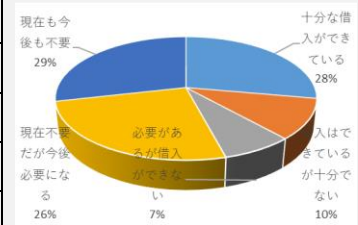
建設業では 41.9%が増益、と製造業では 51.6%が増益である。反対に、小売業やサービス業全般に減益傾向が見られる。

上段:度数 下段:%		問14 利益の推移										
		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 経営計画作成の有無	合計	131 100.0	5 3.8	6 4.6	19 14.5	16 12.2	46 35.1	11 8.4	16 12.2	5 3.8	5 3.8	2 1.5
	毎年作成	19 100.0	3 15.8	-	3 15.8	2 10.5	6 31.6	2 10.5	1 5.3	2 10.5	-	-
	数年に一度作成	32 100.0	2 6.3	3 9.4	6 18.8	6 18.8	9 28.1	2 6.3	3 9.4	-	1 3.1	-
	作成したことがない	75 100.0	-	3 4.0	9 12.0	8 10.7	28 37.3	6 8.0	12 16.0	3 4.0	4 5.3	2 2.7
	その他	5 100.0	-	-	-	-	3 60.0	1 20.0	-	-	-	-

経営計画を「毎年作成している」事業所の利益の推移は「横ばい」が31.6%、「増加」を合計すると42.1%となる。「数年に一度作成している」事業所の利益の推移は「横ばい」が28.1%、「増加」を合計すると53.3%となる。「作成したことがない」事業所の利益の推移は「横ばい」が37.3%、「増収」合計が、26.7%となり、これらの結果からは、経営計画を「作成している」事業所が増収になる割合が高いといえる。

(20) 資金調達の難易度

項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
十分な借入ができています	30	21.7	37	27.8
借入はできているが十分でない	26	18.8	14	10.5
必要があるが借入ができない	11	8.0	10	7.5
現在不要だが今後必要になる	34	24.6	34	25.6
現在も今後也不要	37	26.8	38	28.6



前回調査に比べて、「十分な借入ができています」との回答割合が多くなっている反面、「借入ができない」企業も10事業所ある点が留意点である。

上段:度数 下段:%		問15 資金調達					
		合計	十分な借入ができています	借入はできているが十分でない	必要があるが借入ができない	現在不要だが今後必要になる	現在も今後也不要
問1 事業形態	合計	133 100.0	37 27.8	14 10.5	10 7.5	34 25.6	38 28.6
	個人事業	55 100.0	7 12.7	7 12.7	6 10.9	12 21.8	23 41.8
	株式会社	43 100.0	17 39.5	5 11.6	4 2.3	13 30.2	7 16.3
	有限会社	34 100.0	13 38.2	2 5.9	3 8.8	8 23.5	8 23.5
	その他	1 100.0	-	-	-	1 100.0	-

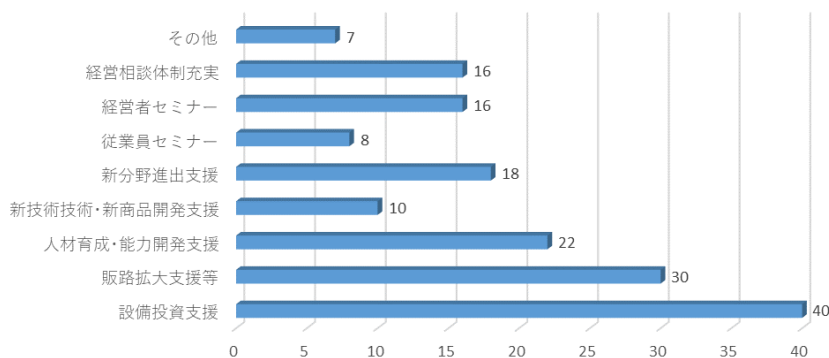
個人事業の資金調達は、「現在も今後也不要」が41.8%と最も多い。株式会社の資金調達は、「十分な借入ができています」が39.5%と最も多く、「借入困難」は少ない。有限会社の資金調達は、「十分な借入ができています」が38.2%と最も多く、「現在不要だが今後必要になる」「現在も今後也不要」が23.5%ある。

上段:度数 下段:%		問15 資金調達					
		合計	十分な借入が できている	借入はでき ているが十分 ではない	必要がある が借入でき ない	現在が必要 だが今後な くなる	現在も今 後も不要
問2 経営者の年代	合計	133 100.0	37 27.8	14 10.5	10 7.5	34 25.6	38 28.8
	20代	-	-	-	-	-	-
	30代	7 100.0	2 28.6	-	-	3 42.9	2 28.6
	40代	28 100.0	13 46.4	1 3.6	-	3 10.7	11 39.3
	50代	35 100.0	13 37.1	3 8.6	2 5.7	12 34.3	5 14.3
	60代	37 100.0	6 16.2	5 13.5	7 18.9	10 27.0	9 24.3
	70代	21 100.0	3 14.3	3 14.3	1 4.8	6 28.6	8 38.1
	80代	5 100.0	-	2 40.0	-	-	3 60.0
	その他	-	-	-	-	-	-

経営者の年代別の資金調達で「必要があるが借入れできない」のは60代が多い。

(21)必要な支援策

1. 項目	27年7月調査		28年11月調査	
	件数	%	件数	%
設備投資支援	41	35.7	40	40.0
販路拡大支援等	38	33.0	30	30.0
人材育成・能力開発支援	36	31.3	22	22.0
新技術技術・新商品開発支援	13	11.3	10	10.0
新分野進出支援	20	17.4	18	18.0
従業員セミナー	8	7.0	8	8.0
経営者セミナー	17	14.8	16	16.0
経営相談体制充実	19	16.5	16	16.0
その他	3	2.6	7	7.0



前回調査に比べて、大幅に減少したのが、「人材育成・能力開発支援」で、9.3ポイント減少している。必要な支援策として、1位が「設備投資支援」、2位が「販路拡大支援等」、3位が「人材育成・能力開発支援」であり、この順位の変動はない。

上段:度数 下段:%		問16 必要な支援策									
		合計	設備投資支援	販路拡大支援等	人材育成・能力開発支援	新技術技術・新商品開発支援	新分野進出支援	従業員セミナー	経営者セミナー	経営相談体制充実	その他
問3 業種	合計	100 100.0	40 40.0	30 30.0	22 22.0	10 10.0	18 18.0	8 8.0	16 16.0	16 16.0	7 7.0
	建設業	25 100.0	1 44.0	4 16.0	10 40.0	-	3 12.0	1 4.0	4 16.0	6 24.0	-
	製造業	24 100.0	15 62.5	6 25.0	8 33.3	7 29.2	5 20.8	1 4.2	1 4.2	2 8.3	1 4.2
	情報通信業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	運輸業	4 100.0	2 50.0	1 25.0	1 25.0	-	1 25.0	-	-	-	-
	卸売業	5 100.0	1 20.0	-	-	-	2 40.0	2 40.0	3 60.0	-	1 20.0
	小売業	15 100.0	2 13.3	8 53.3	1 6.7	1 6.7	3 20.0	1 6.7	3 20.0	3 20.0	2 13.3
	不動産業・物品賃貸業	2 100.0	-	-	-	-	-	1 50.0	-	1 50.0	1 50.0
	専門サービス業	5 100.0	1 20.0	1 20.0	-	1 20.0	1 20.0	-	2 40.0	1 20.0	1 20.0
	宿泊業・飲食サービス業	5 100.0	3 60.0	2 40.0	1 20.0	1 20.0	-	1 20.0	1 20.0	1 20.0	-
	生活関連サービス業・娯楽業	3 100.0	-	1 33.3	-	-	1 33.3	-	-	2 66.7	1 33.3
	教育・学習支援業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	医療・福祉業	3 100.0	-	3 100.0	-	-	1 33.3	1 33.3	1 33.3	-	-
	その他サービス業	7 100.0	4 57.1	3 42.9	1 14.3	-	1 14.3	-	1 14.3	-	-
	その他	2 100.0	1 50.0	1 50.0	-	-	-	-	-	-	-

建設業では、「設備投資支援」と「人材育成・能力開発支援」の支援ニーズが高く、製造業では、「設備投資支援」と「人材育成・能力開発支援」、小売業では「販路拡大支援等」の支援ニーズが高い。

4.まとめ

[回答のあった事業所の概要]

- 事業形態別では「個人事業」が 40.7%と最も多く、次いで、「株式会社」の 32.6%、「有限会社」の 25.9%の順になっている。
- 経営者の年代では 60 代が 28.1%と最も多く、次いで、50 代の 25.9%、40 代の 20.7%と続いている。
- 業種では建設業が 23.7%と回答事業所の中では最も構成比が高く、次いで、製造業の 21.5%、小売業の 15.6%の順である。
- 家族従業員数では、今回調査では、「0 人」、「1 人」、「2 人」がそれぞれ約 25%ずつある。
- 正社員数では、今回調査では、「0 人」が最も多く、次いで、「4～9 人」、「3 人」と続いている。
- 非正規社員数では、「0 人」が最も多く、次いで、「2 人」、「1 人」と続き、「2 人」以下を合計すると 75.6% になっている。

[正社員の増減]

- 前回調査と比べると、「変わらず」が 2.7 ポイント増加している点と「いない」企業が 3.5 ポイント以上減少しているが、その他の項目ではほぼ横ばいである。今回調査では、「変わらず」が最も多いものの、「増加」が「減少」を 5.2 ポイント上回っている。

[非正規社員の増減]

- 前回調査と比べると、「増加」が 1.9 ポイント増加し、「減少」は逆に 2.6 ポイント減少している。同様に「変わらず」が 6.4 ポイント減少している。「いない」は 7.0 ポイント増加している。
- 今回調査では、「変わらず」が最も多いものの、「増加」が「減少」を 10.4 ポイント上回っている。

[主な商圈]

- 前回調査と比べると主な商圈では、「桑名市」が 8.4 ポイント減少したことと「国内全域」が 3.5 ポイント増加している。それ以外の項目では大きな相違は見られない。
- 今回調査では、主な商圈の順位として、1 位は「桑名市」、2 位は「愛知県」、3 位は、「国内全域」となっている。
- 「桑名市」を主な商圈とするのは、「建設業」で 45.2%、「小売業」で 85.7%、「その他サービス業」は 50% で、製造業では、「愛知県」が 31%と高い。
- 主要な商圈への依存度が前回調査との比較では、「90%以上」が 16.0 ポイント減少している。反対に、「50～59%」から「70～79%」がそれぞれ大幅に増加している。
- 今回調査では、「90%以上」が約 3 分の 1 になり、「50～59%」から「70～79%」項目で増加している点の特徴である。

[事業承継(現状)]

- 前回調査では、「現状」の項目がなく、前回との比較はできない。今回調査では、「後継者がいる」が半数近くある点に特徴がある。
- 事業形態別の個人事業では、「後継者がいる」のが 3 分の 1 で、「いない」が 3 分の 2 ある。
- 株式会社では「いる」が半数以上を占め、有限会社では、約 3 分の 2 が「いる」と回答している。
- 業種別の建設業と製造業では、「後継者がいる」割合が高く、「卸売業」と「小売業」では低い。
- 「専門サービス業」、「宿泊業・飲食サービス業」、「生活関連サービス業」では「いない」が 70%以上ある。

[事業承継(今後)]

- 前回調査と比べると「事業を継続したい」との回答が 21.2 ポイント増加している点と、「まだ決めていない」が大幅に減少しているが大きな相違点で、「廃業見込み」も 1.0 ポイント増加している。
- 今回調査では、「事業を継続したい」が最も多く、次いで、「まだ決めていない」の順で、「廃業見込み」が 13.2%ある。
- 事業形態別の個人事業では、「廃業見込み」が 25.0%ある。
- 反対に株式会社と有限会社では約 3 分の 2 が「事業を継続したい」と回答している。
- 年代別では、「廃業見込み」が多いのが、「70 代」で、「事業を継続したい」は各年代とも最も多い回答である。
- 業種別では、「廃業見込み」が多いのが、「小売業」で、反対に製造業では「事業を継続したい」が 69.0%とすべての業種で最も多い回答割合である。

[経営計画作成の有無]

- 前回調査に比べて、「毎年作成」が 4.7 ポイント減少し、「数年に一度」が 9.8 ポイント増加している点と「作成したことがない」が 7.0 ポイント減少している点に特徴があり、「作成している」割合がやや増加した。
- 今回調査では、「作成したことがない」、「数年に一度作成」の順である。
- 事業形態別では、個人事業と有限会社では、「作成したことがない」が 3 分の 2 を占めている。反対に、株式会社では、3 項目がほぼ同じ構成比になっている。
- 年代別では、「30 代」と「40 代」では、「作成」している割合が高く、「50 代以上」になると、作成していない割合が 60%を占めている。
- 業種別では、建設業と製造業の回答割合が相似しているが、「卸・小売業」と多くの「サービス業」では「作成していない」割合が高い。
- 概数化すると、建設業と製造業は、「毎年作成」、「数年に一度作成」、「作成無し」の割合を概数で示すと、20:20:60で、小売業では、5:25:70、業種全体は、15:25:60といえる。
- 経営計画を毎年作成しているところは、既存市場の深堀に積極的に取組み、反対に「作成したことがない」事業所は、既存市場の深堀を「ほとんど取組んでいない」ことがわかる。
- 経営計画を「作成したことがない」事業所は、新規市場の開拓を「ほとんど取組んでいない」ことがわかる。

[直面する経営ニーズ]

- 前回調査に比べて5ポイント以上増加したのは、「人材の確保・育成」の6.8ポイントと「コストダウン」の7.8ポイントである。反対に、減少幅が大きいのは「新商品開発・新事業展開」の10.4ポイントである。
- 今回調査では、「人材の確保・育成」が最も多く、次いで、「営業・販売力の強化」、「コストダウン」と続いている。
- 約 6 割の事業所が「営業・販売力の強化」と「人材の確保・育成」を課題としている。
- 株式会社では「人材の確保・育成」のニーズが 81.0%と最も高く、個人事業と有限会社では、「営業・販売力の強化」が、それぞれ、41.3%、65.6%と高い。
- 建設業と製造業では、「人材の確保・育成」のニーズが、それぞれ 72.4%、69.0%と最も高く、卸売業と小売業では、「営業・販売力の強化」がそれぞれ、66.7%、68.4%と高い。

[重視する情報源]

- 前回調査と比較して増加しているのが「新聞雑誌書籍」と「取引先」で、前回同様に今回調査でも「取引先」のウエイトが高い。

[既存市場の深堀]

- 前回調査に比べて、すべての項目で大きな相違は見られない。今回調査では、「多少の取組み有」が「ほとんど取組み無」をやや上回っている。
- 既存市場の深堀取組みでは、年代が上がるにつれて「ほとんど取組んでいない」割合が高くなっている。

[新規市場の開拓]

- 前回調査に比べて、「積極的に取組み」が 2.3 ポイント減少した。反対に「多少の取組み有」が 5.8 ポイント増加し、「ほとんど取組み無」が 3.6 ポイント減少している点に特徴がある。
- 今回調査では、「ほとんど取組み無」、「多少の取組み有」の順であり、順位の変更はない。
- 新規市場の開拓の取組みでは「積極的に取組み」で製造業が 10.2%と高く、建設業では 10.0%、小売業では 4.8%になっている。

[売上高の推移]

- 前回調査に比べて、構成比が高くなっているのが、「10～19%以上増加」と「10%未満増加」で、「10～19%減少」事業所が増加した半面、「30%以上減少」は、6 ポイント減少した。
- 今回の調査では、構成比が多い順に「横ばい」、「10～19%増加」、「10～19%減少」であり、バラつきが見られる。
- 業種別の売上高の推移として、建設業では、「横ばい」が 32.3%で「増収」を合計すると 45.1%あり、「横ばい」以上が 77.4%と好調な売上の状況である。製造業では、同様に、「横ばい」が 42.9%で「増収」を合計すると 46.5%あり、「横ばい」以上が 89.4%と好調な売上の状況である。
- 小売業では、「横ばい」が 38.1%で「増収」を合計すると 28.6%あり、「横ばい」以上の事業所が 66.7%ある。
- 経営計画を「毎年作成している」事業所の売上は「横ばい」が 31.6%、「増加」を合計すると、47.4%あり、これらを合計すると、79.0%になる。「数年に一度作成している」事業所の売上は「横ばい」が 28.1%、「増加」を合計すると 40.7%で、これらを合計すると 68.8%になる。「作成したことがない」事業所の売上は「横ばい」が 37.8%、「増収」合計が、28.5%で、これらを合計すると 66.3%になる。
- これらの結果からは、経営計画を「毎年作成している」事業所の増収率が高いといえる。
- 既存市場の深堀を「積極的に取組んでいる」事業所の売上は「横ばい」が 19.0%、「増加」を合計すると、66.7%になる。「多少取組んでいる」事業所の売上は「横ばい」が 41.1%、「増加」を合計すると 34.0%になる。
- 「ほとんど取組んでいない」事業所の売上は「横ばい」が 37.3%、「増収」を合計すると 21.6%にとどまり、「営業活動なくして売上なし」に結果になっている。
- 新規市場の開拓を「積極的に取組んでいる」事業所の売上は「横ばい」が 14.3%、「増加」を合計すると、64.2%になる。
- 「多少取組んでいる」事業所の売上は「横ばい」が 40.0%、「増加」を合計すると 39.9%になる。
- 「ほとんど取組んでいない」事業所の売上は「横ばい」が 37.9%、「増収」を合計すると 20.7%にとどまり、既存市場の深堀同様に、「営業活動なくして売上なし」に結果になっている。

[利益額の推移]

- 前回調査に比べて、構成比が高くなっているのが、「10～19%以上増加」で、「10～19%減少」を除き、すべての「減少」項目で減少しており、回答企業では減収企業が少なくなっている結果になった。
- 今回の調査では、構成比が多い順に「横ばい」、「10～19%増加」、「10～19%減少」であり、バラつきが見られる。
- 建設業では41.9%が増益、と製造業では51.6%が増益である。反対に、小売業やサービス業全般に減益傾向が見られる。
- 経営計画を「毎年作成している」事業所の利益の推移は「横ばい」が31.6%、「増加」を合計すると42.1%となる。「数年に一度作成している」事業所の利益の推移は「横ばい」が28.1%、「増加」を合計すると53.3%となる。
- 「作成したことがない」事業所の利益の推移は「横ばい」が37.3%、「増収」合計が、26.7%となり、これらの結果からは、経営計画を「作成している」事業所が増収になる割合が高いといえる。

[資金調達の難易度]

- 前回調査に比べて、「十分な借入ができていない」との回答割合が多くなっている反面、「借入ができない」企業も10事業所ある点が留意点である。
- 個人事業の資金調達は、「現在も今後も不要」が41.8%と最も多い。
- 株式会社の資金調達は、「十分な借入ができていない」が39.5%と最も多く、「借入困難」は少ない。
- 有限会社の資金調達は、「十分な借入ができていない」が38.2%と最も多く、「現在不要だが今後必要」「現在も今後も不要」が23.5%ある。
- 経営者の年代別の資金調達で「必要があるが借り入れできない」のは60代が多い。

[必要な支援策]

- 前回調査に比べて、大幅に減少したのが、「人材育成・能力開発支援」で、9.3ポイント減少している。必要な支援策として、1位が「設備投資支援」、2位が「販路拡大支援等」、3位が「人材育成・能力開発支援」であり、この順位の変動はない。
- 建設業では、「設備投資支援」と「人材育成・能力開発支援」の支援ニーズが高く、製造業では、「設備投資支援」と「人材育成・能力開発支援」、小売業では「販路拡大支援等」の支援ニーズが高い。