

高浜町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。

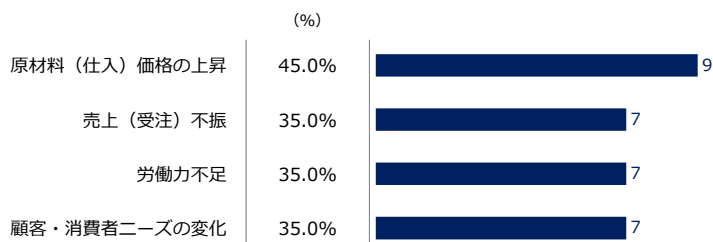
そこで、伴走型小規模事業者支援推進事業として、高浜町の事業者に景況感や経営上の問題点に関するアンケート調査を実施する。収集した情報は事業者に提供するだけでなく、商工会としても事業者に対する効果的な支援策の立案に役立てるものである。

アンケート調査概要

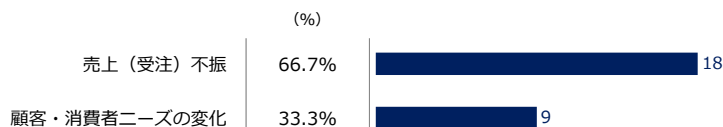
調査時期	平成29年12月8日～平成30年1月10日
調査対象	管内事業者254件
調査方法	254件を郵送後、FAX・郵送または巡回訪問にて回収
回答数・回収率	129件(50.7%)

経営課題(業種ごと、上位)

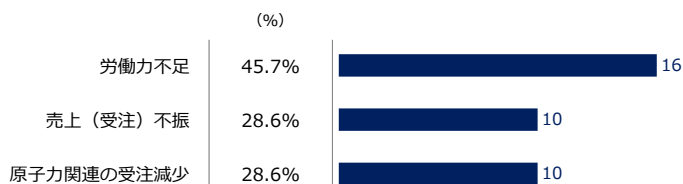
製造業



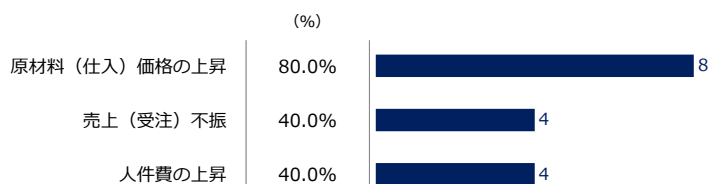
小売業・卸売業



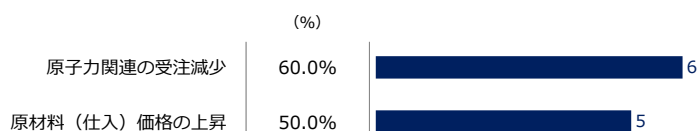
建設業・運輸業



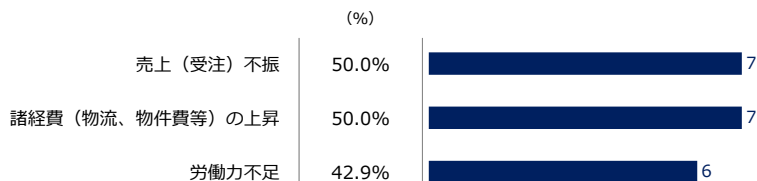
飲食サービス業



宿泊業

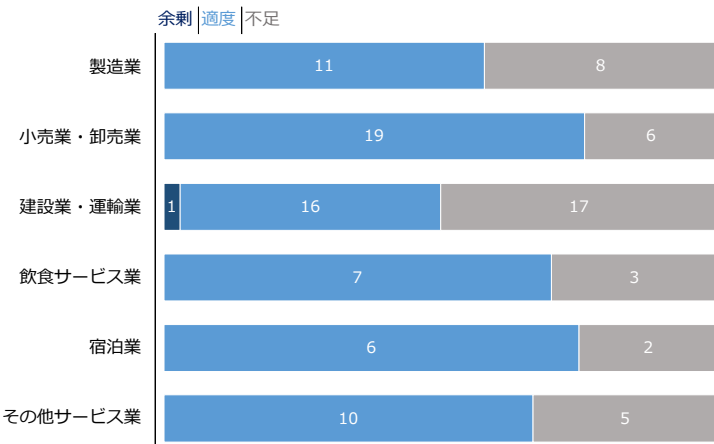


その他サービス業

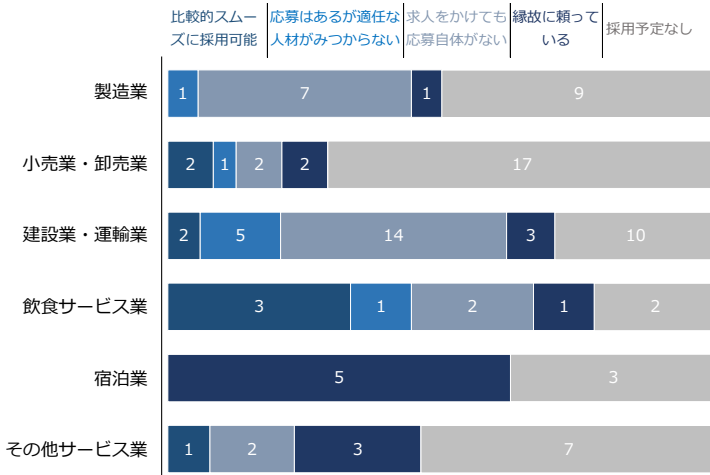


雇用の状況

業種に関わらず、従業員が「余剰」であるとの回答はほとんどない。製造業や建設業・運輸業において「不足」とする割合が高い。



人材の不足感が強い製造業と建設業・運輸業に着目。「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」の回答合計が製造業で44.4%、建設業・運輸業で55.9%にもものぼる。



主要事業の将来性(5~10年先)

飲食サービス業では、主要事業が「今後も成長が期待できる分野である」と考える事業者が多い。建設業・運輸業や宿泊業では「成長は期待できないが、維持・継続はできる」、製造業では「現在は市場があるが徐々に縮小していく」、小売業・卸売業では「現在も市場は縮小しており、成長は見込めない」との回答割合が高い。

	製造業 n=20	小売業・卸売業 n=27	建設業・運輸業 n=35	飲食サービス業 n=10	宿泊業 n=10	その他サービス業 n=14
今後も成長が期待できる分野である	25.0%	11.1%	17.1%	40.0%	30.0%	14.3%
成長は期待できないが、維持・継続はできる	25.0%	18.5%	42.9%	10.0%	50.0%	28.6%
現在は市場があるが、徐々に縮小していく	35.0%	25.9%	20.0%	10.0%	0.0%	21.4%
現在も市場は縮小しており、成長は見込めない	5.0%	37.0%	5.7%	10.0%	0.0%	35.7%
わからない	10.0%	3.7%	14.3%	30.0%	20.0%	0.0%
その他	0.0%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

今後の事業継続

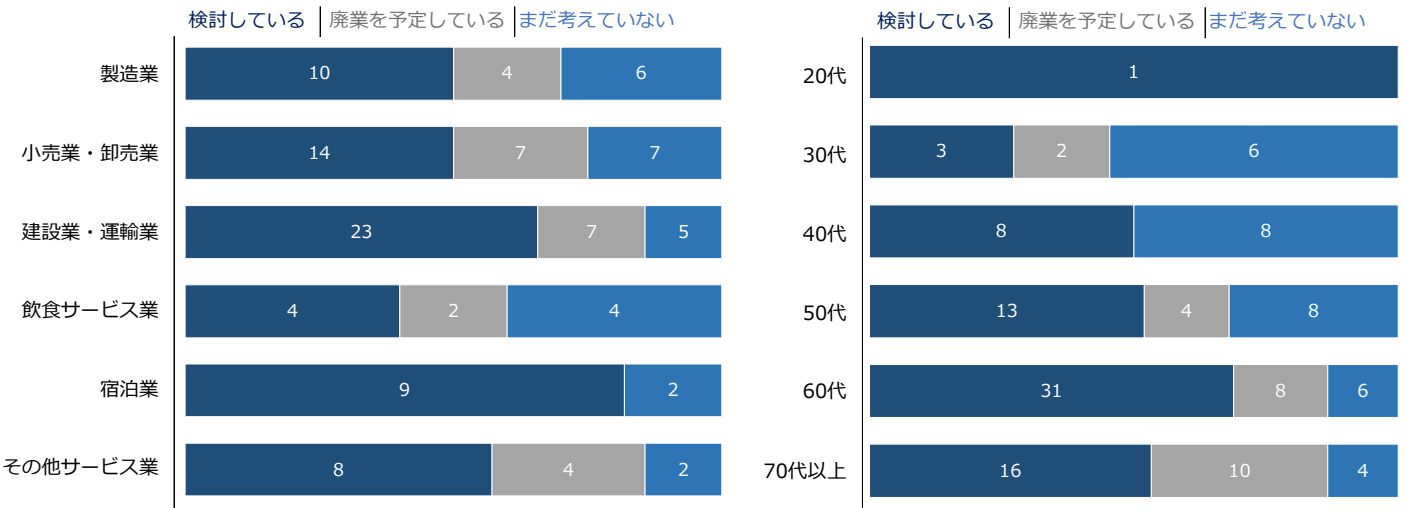
業種に関わらず「現在の事業内容を軸に継続していきたい」と考える事業者が多い。建設業・運輸業や宿泊業では「現在の事業内容に関連した新たな事業分野へ進出・転換していきたい」と考える事業者も3割程度いる。小売業では「わからない」との回答も多い。

	製造業 n=20	小売業・卸売業 n=26	建設業・運輸業 n=35	飲食サービス業 n=10	宿泊業 n=10	その他サービス業 n=14
現在の事業内容を軸に継続していきたい	70.0%	61.5%	65.7%	70.0%	70.0%	71.4%
現在の事業内容に関連した新たな事業分野へ進出・転換していきたい	10.0%	7.7%	25.7%	10.0%	30.0%	21.4%
現在の事業内容とは全く異なる領域の事業分野に進出・転換していきたい	10.0%	3.8%	2.9%	0.0%	0.0%	7.1%
わからない	5.0%	26.9%	5.7%	10.0%	0.0%	0.0%
その他	5.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%

事業承継

建設業・運輸業や宿泊業では事業承継を「検討している」割合が高い。一方、飲食サービス業では「まだ考えていない」割合が高い。

代表者の年齢があがるほど事業承継を「まだ考えていない」割合は減少。代表者が70代以上の事業者では、約3割が「廃業を予定している」。



取り組みたい経営課題

【販売面】

全体的に、「店舗をリニューアルしたい」「ビジネスパートナーを探したい」「新製品(新商品・新サービス・新メニュー)をつくりたい」などの回答が多い。また、飲食サービス業では「看板を制作・リニューアルしたい」との回答も多い。

	製造業 n=17	小売業・卸売業 n=23	建設業・運輸業 n=19	飲食サービス業 n=7	宿泊業 n=10	その他サービス業 n=12
インターネット販売をしたい	11.8%	21.7%	0.0%	14.3%	20.0%	8.3%
POPによる販売促進をしたい	5.9%	13.0%	0.0%	0.0%	10.0%	8.3%
店舗をリニューアルしたい	11.8%	34.8%	15.8%	57.1%	50.0%	25.0%
商品等のパッケージを改良したい	11.8%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	8.3%
看板を制作・リニューアルしたい	0.0%	8.7%	15.8%	57.1%	10.0%	25.0%
海外に販売したい	17.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
新しい店舗を出店したい	11.8%	4.3%	10.5%	14.3%	0.0%	8.3%
自社ブランドをつくりたい	17.6%	0.0%	10.5%	14.3%	20.0%	0.0%
ホームページを作りたい	5.9%	8.7%	15.8%	14.3%	10.0%	8.3%
展示会に出展したい	5.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
広告・チラシによる販売促進をしたい	5.9%	30.4%	10.5%	14.3%	30.0%	0.0%
ビジネスパートナーを探したい	23.5%	21.7%	36.8%	14.3%	10.0%	41.7%
新製品(新商品・新サービス・新メニュー)をつくりたい	41.2%	0.0%	21.1%	42.9%	50.0%	0.0%
その他	17.6%	17.4%	26.3%	0.0%	10.0%	25.0%

取り組みたい経営課題(続き)

【財務面】

小売業・卸売業、建設業・運輸業、宿泊業、その他サービス業において「コストを削減したい」との回答がもっとも多い。製造業や飲食サービス業では「設備投資をしたい」との回答割合が高い。

	製造業 n=16	小売業・卸売業 n=19	建設業・運輸業 n=27	飲食サービス業 n=8	宿泊業 n=8	その他サービス業 n=14
資金繰りを改善したい	31.3%	31.6%	22.2%	50.0%	62.5%	50.0%
融資を受けたい	0.0%	15.8%	3.7%	25.0%	12.5%	7.1%
コストを削減したい	37.5%	47.4%	59.3%	37.5%	75.0%	50.0%
財務体質を改善したい	12.5%	31.6%	22.2%	37.5%	37.5%	28.6%
設備投資をしたい	43.8%	21.1%	55.6%	75.0%	50.0%	21.4%
その他	6.3%	5.3%	0.0%	12.5%	0.0%	21.4%

【組織・人材面】

建設業・運輸業、飲食サービス業、その他サービス業において「従業員の能力を向上させたい」との回答がもっとも多い。小売業・卸売業、宿泊業では「親族・従業員に事業承継したい」との回答割合が高い。

	製造業 n=15	小売業・卸売業 n=16	建設業・運輸業 n=28	飲食サービス業 n=7	宿泊業 n=9	その他サービス業 n=12
従業員を採用したい	33.3%	31.3%	60.7%	42.9%	11.1%	50.0%
従業員の能力を向上させたい	40.0%	25.0%	78.6%	71.4%	22.2%	50.0%
親族・従業員に事業承継したい	20.0%	50.0%	10.7%	14.3%	66.7%	33.3%
社会保険・労働保険(労災・雇用)に加入したい	13.3%	0.0%	7.1%	14.3%	0.0%	0.0%
その他	6.7%	18.8%	0.0%	0.0%	22.2%	0.0%

総括

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

経営課題をみると、「売上(受注)不振」「原材料(仕入)価格の上昇」「労働力不足」などの回答が多い。「売上(受注)不振」は、小売業・卸売業、飲食サービス業、その他サービス業において高い割合で回答されている。また、現在、製造業における原油価格の上昇、建設業での建築材料価格の上昇、飲食サービス業での野菜価格等の高騰などにより、原材料や商品の仕入価格が上昇している。高浜町においても、これらの影響を受け、「原材料(仕入)価格の上昇」を経営課題としている事業者が多いことが推測できる。

(2) 成長分野への進出・転換ができずに「売上(受注)不振」に陥っているのではないかと

前述した「売上(受注)不振」という問題点に対して、対応策はないかを考えてみたい。はじめに、主要事業の将来性(5~10年先)をみる。「今後も成長が期待できる分野である」との回答が多いのは飲食サービス業のみであり、その他の業種は、市場が維持/衰退するであろうと予測する分野で多くの事業者が事業を行っている。また、今後も「現在の事業内容を軸に継続していきたい」とする事業者が多い。成長分野へのポジショニング転換ができずに、市場全体の衰退に伴い売上が減少している事業者が多いことが読み取れる。

(3) 新たな販売促進へのチャレンジが売上拡大につながるのではないかと

今後、取り組みたい販売面での経営課題をみると、「店舗をリニューアルしたい」「ビジネスパートナーを探したい」「新製品(新商品・新サービス・新メニュー)をつくりたい」などの回答が多くなっている。中小企業は、これらの販売促進のノウハウが少ない。そのため、限られた経営資源を新たな販売促進に投入することに躊躇してしまうケースが多くなっている。そこで活用したいのが事業計画や経営計画となる。まずは、事業計画等により、十分な収益があげられるのかを確かめ、実行に移すと成功率が格段にあがると考えられる。