

津北商工会発達計画会員実態調査報告書

内容

1. 調査概要	2
2. 目的	2
3. 調査結果	3
3.1 単純集計	3
3.2 クロス集計	9
4. まとめ	24
4-1 小規模事業者実態調査から見えてきた課題	24
4-2 業種別小規模事業者の概要と課題	26
4-3 課題に対する支援の概要	27

1. 調査概要

調査時期：平成 27 年 7 月

調査対象：津北商工会会員 350 社

調査方法：会員に配布後郵送で回収

回収数：177 社（回収率 50.6%）

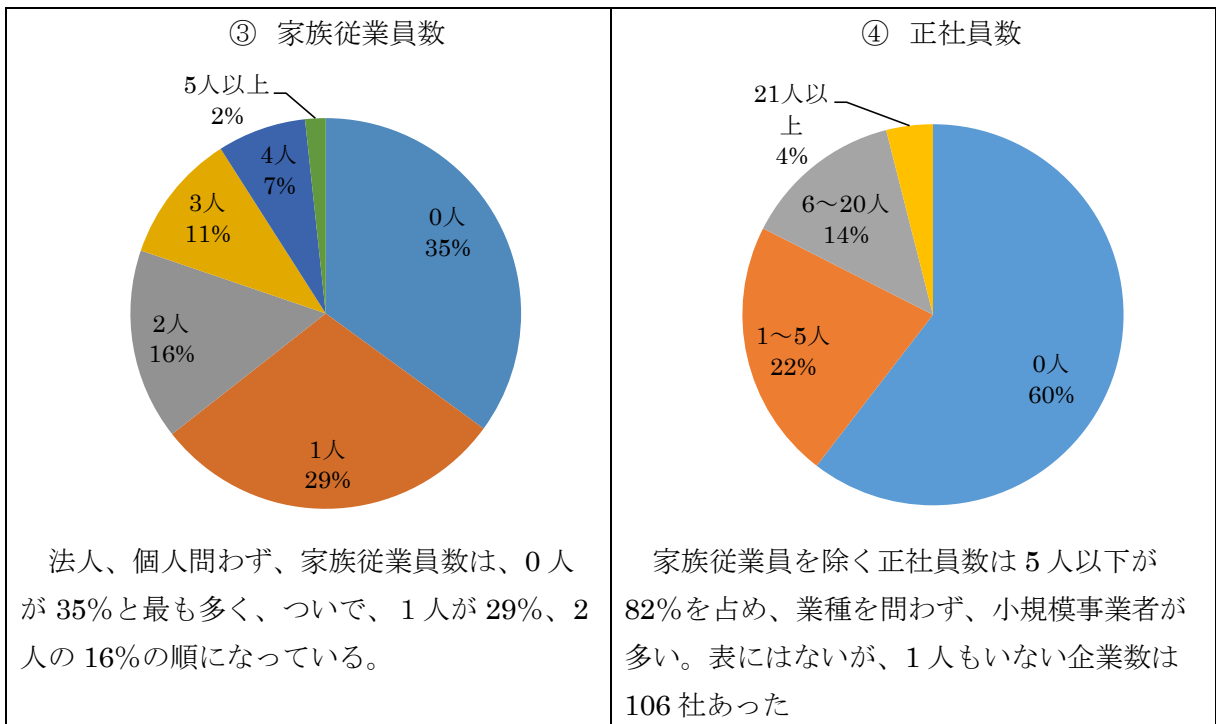
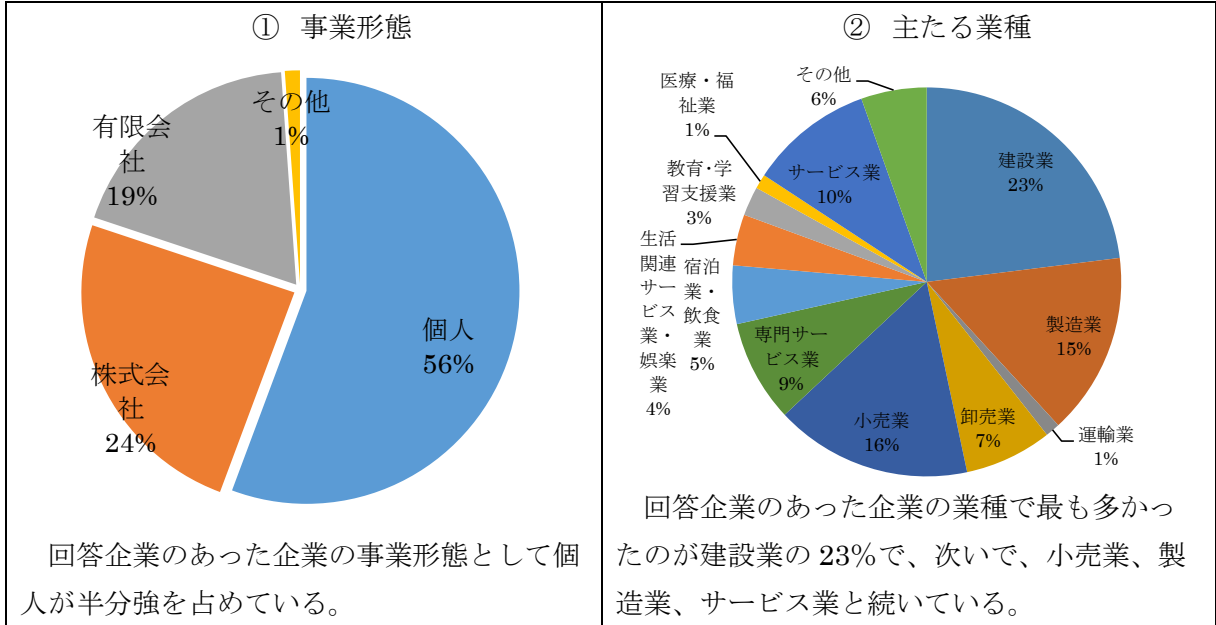
調査委託：合同会社 地域創造研究所

2. 目的

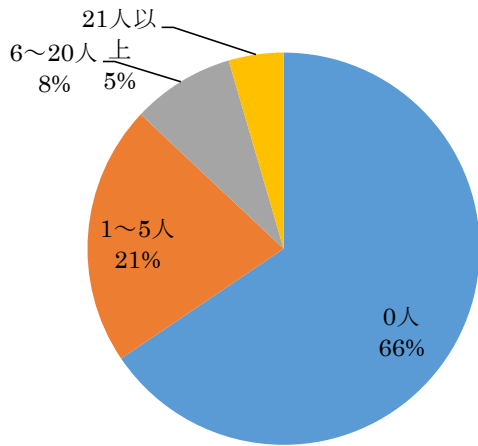
当調査は、津北商工会が平成 27 年に策定する発達計画の基礎資料として活用するとともに、今後の商工会が行う支援事業を円滑に進めるために行った。

3. 調査結果

3.1 単純集計



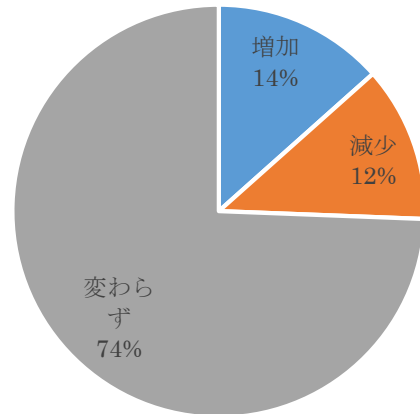
⑤ 非正規社員数



短時間労働者や契約社員等、非正規社員数は5人以下が87%を占めている。

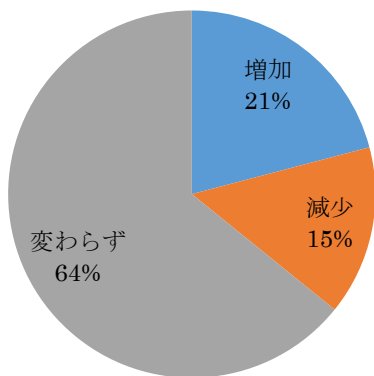
また、表にはないが、1人もいない企業数は116社あった。

⑥ 正社員の増減



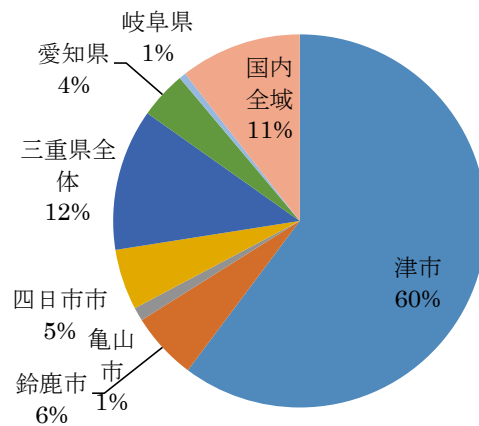
正社員の増減については、「変らず」が74%であり、増えたが14%、減ったが12%であった。

⑦ 非正規社員の増減



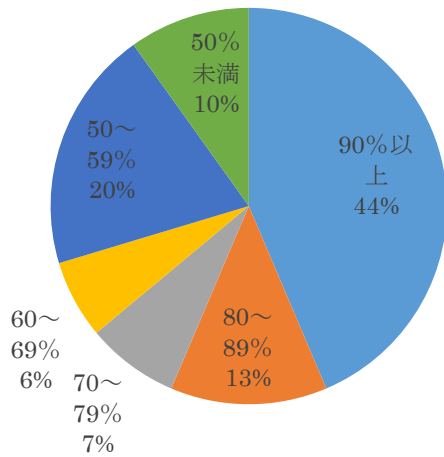
非正規社員数の増減は正社員の増減と比べて、増加の回答割合が多い。

⑧ 主な商圈・取引先の地域



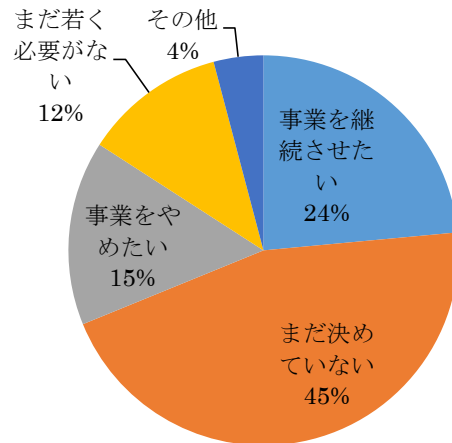
販売先や来店客の居住地、商圈を聞いた項目である。最も構成比の高い地域を抽出した図であり、津市と答えた割合が60%と最も高かった。

⑨ 主たる商圏構成比



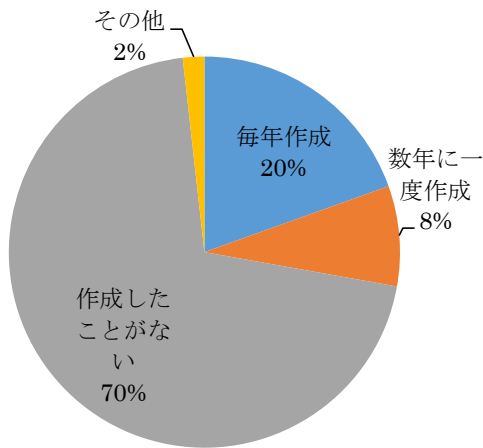
商圏の構成比で最も高い地域の割合を抽出した表である。詳細はクロス集計参照

⑩ 事業承継の意向



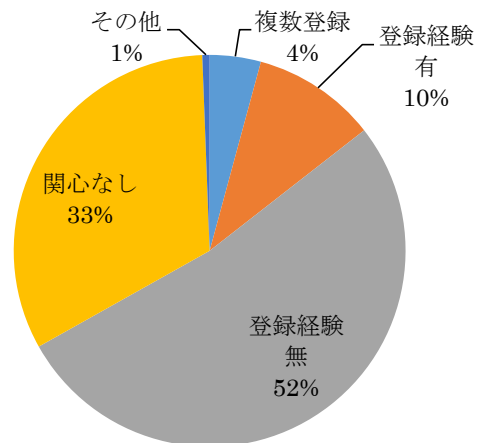
事業の継続、承継に意向を聞いた項目である明確に事業の継続の意向があるのが、24%で、反対に事業を廃止したい意向も15%あった。

⑪ 経営計画の作成の有無



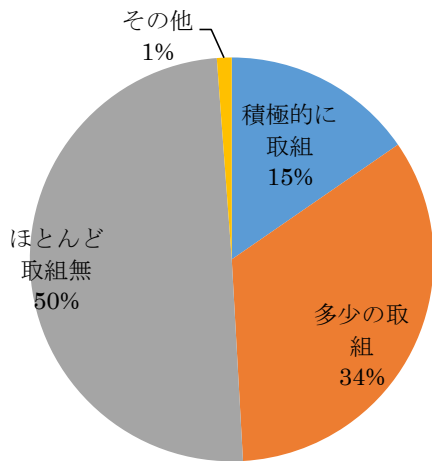
作成をしていない企業が70%ある反面、毎年作成している企業も20%ある。

⑫ マールマガジン登録の有無



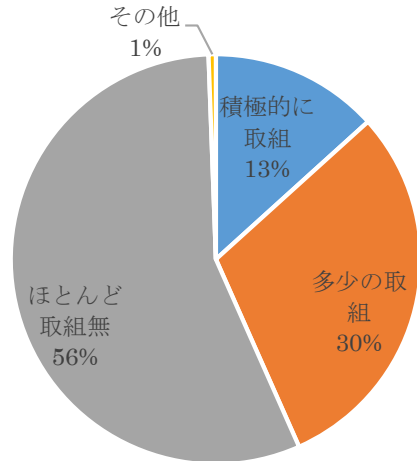
メルマガ登録等、利用は進んでいないことが分かる。

⑬既存市場の深堀への取組



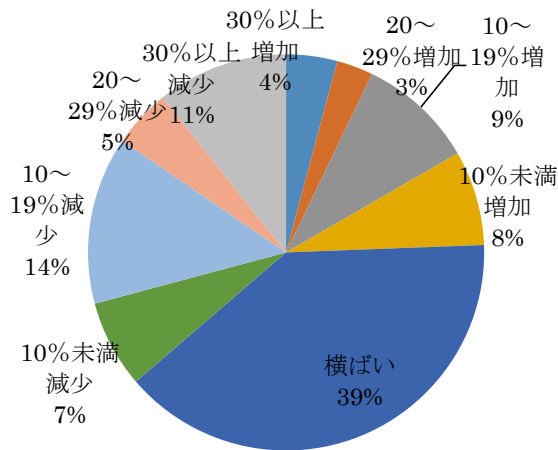
既存（従来）の市場開拓は、多少の取組も含めると取り組んでいる事業者は約半数あった。

⑭新規市場開拓への取組



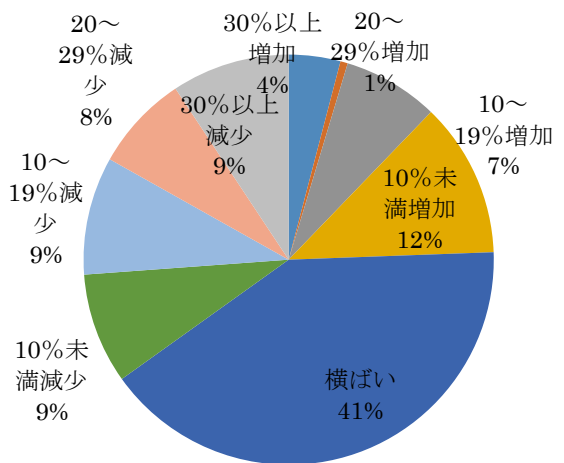
新規市場の開拓についての取組は、既存市場よりも取組が少ない。

⑮売上高の推移



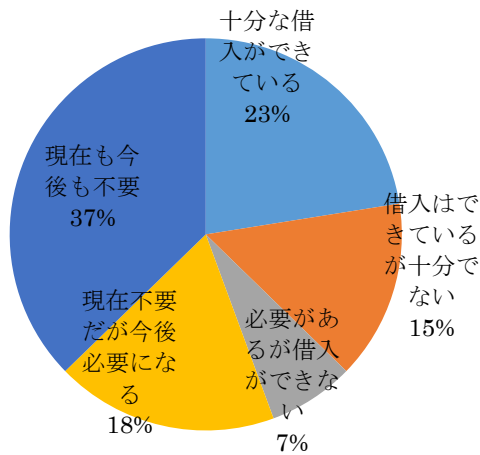
売上の推移では、全体としては、横ばいが39%、24%が増加、37%が減少との結果になった。20%以上減少している企業も16%ある。

⑯利益の推移



利益の推移では、全体としては、横ばい41%、24%が増加、35%が減少との結果になった。20%以上減少している企業も12%ある。

⑰資金調達の現状

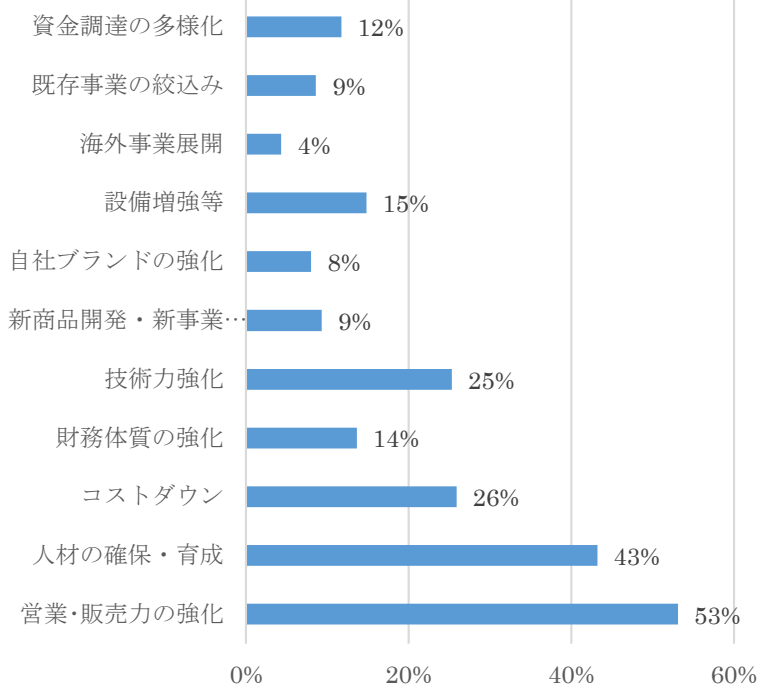


資金調達の現状を聞いた項目である。「十分な借入ができている」企業は23%、「十分でないができている」が15%、「借入が困難」が7%で、不要も37%あった。



28年春の開業予定の新たな販路として期待の大きい道の駅「津かわげ」

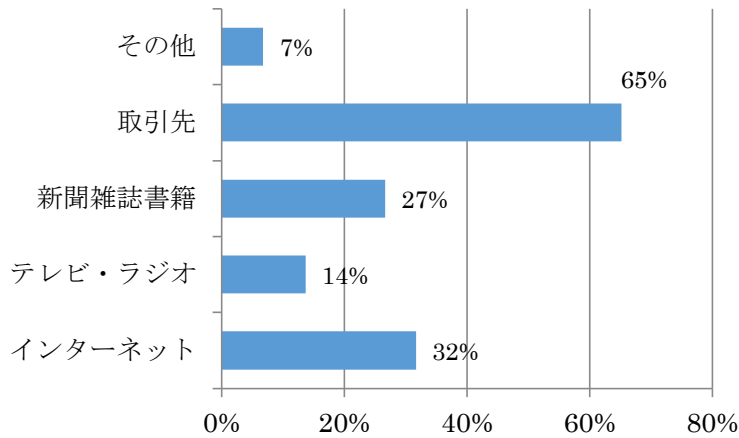
⑱直面する経営ニーズ



複数回答で直面する経営ニーズを聞いたところ、半数以上の企業で「営業・販売力強化」と回答している。次いで、「人材の確保・育成」で、「コストダウン」、「技術力強化」と続いている。

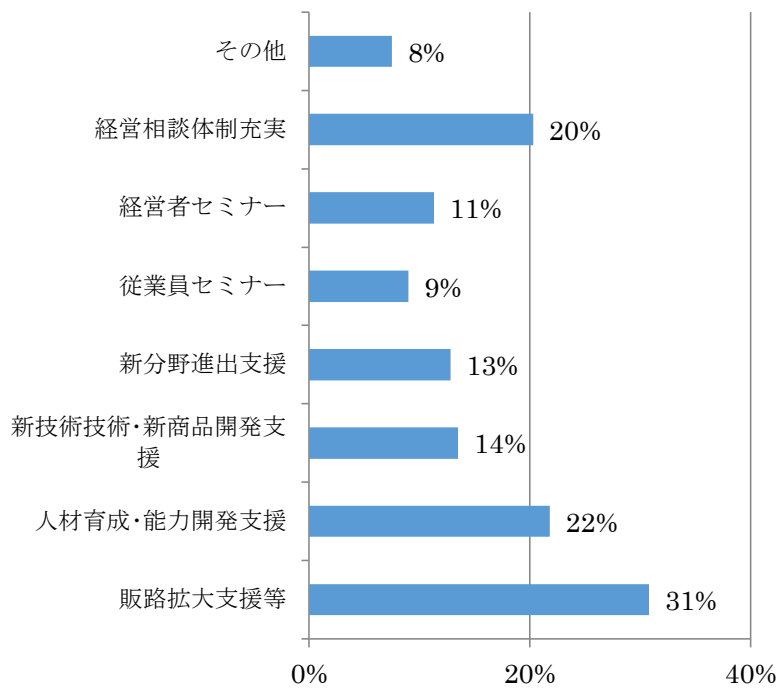
「海外事業展開」も4%（7社）あった。

⑱重視する情報源



重視する情報源として3分の2の企業が取引先と加藤氏、次いでインターネットの順番になっている。

⑳必要な支援策



必要な支援策では、「販路拡大支援等」が最も多く、直面する経営ニーズを反映する結果になった。

回答数の20%を超えるニーズがある支援策は、上記の加えて、「人材育成・能力開発」、「経営相談体制充実」がある。

3.2 クロス集計

(1) 事業形態別

①業種

上段:度数 下段:%		問1 事業形態				
		合計	個人	株式会社	有限会社	その他
問2 業種	合計	172 100.0	94 54.7	43 25.0	33 19.2	2 1.2
	建設業	38 100.0	17 44.7	7 18.4	14 36.8	-
	製造業	24 100.0	7 29.2	13 54.2	4 16.7	-
	情報通信業	1 100.0	-	1 100.0	-	-
	運輸業	2 100.0	1 50.0	-	1 50.0	-
	卸売業	12 100.0	7 58.3	3 25.0	2 16.7	-
	小売業	27 100.0	20 74.1	6 22.2	1 3.7	-
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	2 28.6	3 42.9	2 28.6	-
	専門サービス業	14 100.0	8 57.1	1 7.1	4 28.6	1 7.1
	宿泊業・飲食業	8 100.0	6 75.0	-	2 25.0	-
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	6 85.7	1 14.3	-	-
	教育・学習支援業	4 100.0	4 100.0	-	-	-
	医療・福祉業	2 100.0	1 50.0	-	-	1 50.0
	サービス業	17 100.0	11 64.7	4 23.5	2 11.8	-
	その他	9 100.0	4 44.4	4 44.4	1 11.1	-

回答企業の内、株式会社と有限会社を合計した法人と個人の比率で、法人比率の高い業種は、順に、不動産・物品賃貸業（71.4%）、製造業（70.8%）建設業（55.2%）の3業種、反対に個人比率が高いのは、教育・学習支援業（100%）、生活関連サービス業・娯楽業（85.7%）、宿泊業・飲食業（75.0%）、小売業（74.0%）、サービス業（64.7%）、卸売業（58.3%）、専門サービス業（57.1%）の順であった。

※回答数が2件以下を除く

②家族従業員数

上段:度数 下段:%		問3-1 家族従業員数						
		合計	0	1	2	3	4	5以上
問1 事業形態	合計	176 100.0	62 35.2	52 29.5	27 15.3	19 10.8	13 7.4	3 1.7
	個人	98 100.0	27 27.6	42 42.9	17 17.3	9 9.2	3 3.1	-
	株式会社	43 100.0	28 65.1	2 4.7	3 7.0	2 4.7	6 14.0	2 4.7
	有限会社	33 100.0	5 15.2	8 24.2	7 21.2	8 24.2	4 12.1	1 3.0
	その他	2 100.0	2 100.0	-	-	-	-	-

個人企業では、家族従業員数が「1人」が最も多く、42.9%で、「0人」も27.6%ある。株式会社では、3分の2の企業が「0人」を最も多い。有限会社では、「1人」から「3人」まで比較的均等に分布している。※回答数が2件以下を除く

上段:度数 下段:%		問3-1 家族従業員数						
		合計	0	1	2	3	4	5以上
問2 業種	合計	173 100.0	62 35.8	49 28.3	28 16.2	18 10.4	13 7.5	3 1.7
	建設業	38 100.0	10 26.3	11 28.9	4 10.5	8 21.1	5 13.2	-
	製造業	25 100.0	9 36.0	3 12.0	3 12.0	3 12.0	6 24.0	1 4.0
	情報通信業	1 100.0	1 100.0	-	-	-	-	-
	運輸業	2 100.0	1 50.0	-	1 50.0	-	-	-
	卸売業	12 100.0	6 50.0	3 25.0	1 8.3	2 16.7	-	-
	小売業	27 100.0	11 40.7	8 29.6	5 18.5	2 7.4	1 3.7	-
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	2 28.6	2 28.6	1 14.3	1 14.3	-	1 14.3
	専門サービス業	14 100.0	6 42.9	5 35.7	3 21.4	-	-	-
	宿泊業・飲食業	8 100.0	-	3 37.5	4 50.0	1 12.5	-	-
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	4 57.1	3 42.9	-	-	-	-
	教育・学習支援業	4 100.0	1 25.0	2 50.0	-	1 25.0	-	-
	医療・福祉業	2 100.0	1 50.0	1 50.0	-	-	-	-
	サービス業	17 100.0	5 29.4	6 35.3	5 29.4	-	1 5.9	-
	その他	9 100.0	5 55.6	2 22.2	1 11.1	-	-	1 11.1

家族従業員数が「0名」の比率の50%を超えている業種は、生活関連サービス業・娯楽業（57.1%）、卸売業（50.0%）で、それ以外の業種では1名以上いる比率が高いことが分かる。宿泊・飲食業では「2人」が50%ある。パパママストアと言われた小売業でも、40%以上が、家族従業員がいない。※回答数が2件以下を除く。

③正社員数

上段:度数 下段:%		問3-2 正社員数							
		合計	0	1~5	6~10	11~20	21~50	51~100	101以上
問1 事業形態	合計	176 100.0	105 59.7	11 6.3	11 6.3	7 4.0	9 5.1	1 0.6	32 18.2
	個人	98 100.0	85 86.7	7 7.1	2 2.0	2 2.0	2 2.0	-	-
	株式会社	43 100.0	9 20.9	2 4.7	1 2.3	1 2.3	4 9.3	1 2.3	25 58.1
	有限会社	33 100.0	11 33.3	2 6.1	7 21.2	4 12.1	3 9.1	-	6 18.2
	その他	2 100.0	-	-	1 50.0	-	-	-	1 50.0

「個人」と回答した内の86.7%が、「正社員」が0人で、反面、「株式会社」では「101人」が最も回答数が多い。「有限会社」では、「0人」が33.3%と小規模な実態が分かる。

上段:度数 下段:%		問3-2 正社員数							
		合計	0	1~5	6~10	11~20	21~50	51~100	101以上
問2 業種	合計	173 100.0	103 59.5	11 6.4	11 6.4	7 4.0	8 4.6	1 0.6	32 18.5
	建設業	38 100.0	20 52.6	2 5.3	3 7.9	2 5.3	5 13.2	-	6 15.8
	製造業	25 100.0	11 44.0	1 4.0	2 8.0	-	1 4.0	1 4.0	9 36.0
	情報通信業	1 100.0	-	-	-	-	-	-	1 100.0
	運輸業	2 100.0	1 50.0	-	-	-	-	-	1 50.0
	卸売業	12 100.0	9 75.0	-	1 8.3	-	-	-	2 16.7
	小売業	27 100.0	20 74.1	1 3.7	2 7.4	-	1 3.7	-	3 11.1
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	6 85.7	1 14.3	-	-	-	-	-
	専門サービス業	14 100.0	5 35.7	3 21.4	2 14.3	1 7.1	1 7.1	-	2 14.3
	宿泊業・飲食業	8 100.0	6 75.0	1 12.5	-	1 12.5	-	-	-
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	6 85.7	-	-	1 14.3	-	-	-
	教育・学習支援業	4 100.0	4 100.0	-	-	-	-	-	-
	医療・福祉業	2 100.0	1 50.0	-	1 50.0	-	-	-	-
	サービス業	17 100.0	9 52.9	2 11.8	-	2 11.8	-	-	4 23.5
	その他	9 100.0	5 55.6	-	-	-	-	-	4 44.4

「建設業」と「製造業」では、「正社員数0人」がそれぞれ40~50%程度ある反面、「100人以上」の比率も高く、バラつきが大きい。それ以外の業種では、総じて正社員数が少なく、小規模な実態が分かる。

④非正規社員数

上段:度数 下段:%		問3-3 非正規社員数							
		合計	0	1~5	6~10	11~20	21~50	51~100	101以上
問1 事業形態	合計	178 100.0	116 65.2	18 10.2	8 4.5	4 2.3	4 2.3	3 1.7	23 13.1
	個人	98 100.0	74 75.5	8 8.2	5 5.1	2 2.0	2 2.0	1 1.0	6 6.1
	株式会社	43 100.0	13 44.2	7 16.3	2 4.7	2 4.7	1 2.3	1 2.3	11 25.6
	有限会社	33 100.0	23 69.7	3 9.1	1 3.0	-	1 3.0	1 3.0	1 12.1
	その他	2 100.0	-	-	-	-	-	-	2 100.0

「個人」と回答した内の75.5%が、「非正規社員」が0人で、反面、「株式会社」では「101人」が最も回答数が多い。「有限会社」では、「0人」が69.7%と小規模な実態が分かる。

上段:度数 下段:%		問3-3 非正規社員数							
		合計	0	1~5	6~10	11~20	21~50	51~100	101以上
問2 業種	合計	173 100.0	112 64.7	18 10.4	8 4.6	4 2.3	5 2.9	3 1.7	23 13.3
	建設業	38 100.0	30 78.9	6 15.8	1 2.6	-	-	-	1 2.6
	製造業	25 100.0	13 52.0	1 4.0	2 8.0	1 4.0	2 8.0	-	1 24.0
	情報通信業	1 100.0	-	-	-	-	-	-	1 100.0
	運輸業	2 100.0	1 50.0	-	1 50.0	-	-	-	-
	卸売業	12 100.0	8 66.7	3 25.0	-	-	-	1 8.3	-
	小売業	27 100.0	19 70.4	3 11.1	-	-	-	2 7.4	3 11.1
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	6 85.7	1 14.3	-	-	-	-	-
	専門サービス業	14 100.0	8 57.1	2 14.3	2 14.3	-	1 7.1	-	1 7.1
	宿泊業・飲食業	8 100.0	3 37.5	-	-	-	2 25.0	-	3 37.5
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	4 57.1	1 14.3	1 14.3	-	-	-	1 14.3
	教育・学習支援業	4 100.0	2 50.0	-	-	1 25.0	-	-	1 25.0
	医療・福祉業	2 100.0	1 50.0	-	-	-	-	-	1 50.0
	サービス業	17 100.0	11 64.7	1 5.9	1 5.9	2 11.8	-	-	2 11.8
	その他	9 100.0	6 66.7	-	-	-	-	-	3 33.3

「建設業」と「製造業」では、「非正規社員数0人」がそれぞれ50~80%程度あり、「正社員」と違い、建設業の「100人以上」の比率は低くなっている。それ以外の業種では、総じて正社員数が少なく、小規模な実態が分かる。

⑤正社員の増減

上段:度数 下段:%		問4-1 正社員の増減				
		合計	増加	減少	変わらず	いない
問1 事業形態	合計	176 100.0	11 6.3	10 5.7	61 34.7	94 53.4
	個人	98 100.0	1 1.0	1 1.0	13 13.3	83 84.7
	株式会社	43 100.0	7 16.3	5 11.6	25 58.1	6 14.0
	有限会社	33 100.0	2 6.1	2 12.1	22 66.7	5 15.2
	その他	2 100.0	1 50.0	-	1 50.0	-

正社員が「増加」している割合が多いのは「株式会社」で、反面、「有限会社」では、「増加」が6.1%に対して「減少」が12.1%ある。

上段:度数 下段:%		問4-1 正社員の増減				
		合計	増加	減少	変わらず	いない
問2 業種	合計	172 100.0	11 6.4	10 5.8	60 34.9	91 52.9
	建設業	38 100.0	2 5.3	3 7.9	15 39.5	18 47.4
	製造業	24 100.0	3 12.5	2 8.3	11 45.8	8 33.3
	情報通信業	1 100.0	-	-	1 100.0	-
	運輸業	2 100.0	-	-	1 50.0	1 50.0
	卸売業	12 100.0	-	-	3 25.0	9 75.0
	小売業	27 100.0	1 3.7	1 3.7	7 25.9	18 66.7
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	-	-	4 57.1	3 42.9
	専門サービス業	14 100.0	2 14.3	-	8 57.1	4 28.6
	宿泊業・飲食業	8 100.0	-	1 12.5	1 12.5	6 75.0
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	-	-	1 14.3	6 85.7
	教育・学習支援業	4 100.0	-	-	-	4 100.0
	医療・福祉業	2 100.0	-	-	1 50.0	1 50.0
	サービス業	17 100.0	1 5.9	2 11.8	6 35.3	8 47.1
	その他	9 100.0	2 22.2	1 11.1	1 11.1	5 55.6

正社員が「増加」している割合が多い業者は「製造業」と「専門サービス業」である。

⑥非正規社員数増減

上段:度数 下段:%		問4-2 非正社員の増減				
		合計	増加	減少	変わらず	いない
問1 事業形態	合計	176 100.0	14 8.0	9 5.1	43 24.4	110 62.5
	個人	98 100.0	2 2.0	5 5.1	19 19.4	72 73.5
	株式会社	43 100.0	10 23.3	2 4.7	13 30.2	18 41.9
	有限会社	33 100.0	-	2 6.1	11 33.3	20 60.6
	その他	2 100.0	2 100.0	-	-	-

非正規社員が「増加」している割合が多いのは「株式会社」で、反面、「有限会社」では、「増加」が0%に対して「減少」が6.1%ある。

上段:度数 下段:%		問4-2 非正社員の増減				
		合計	増加	減少	変わらず	いない
問2 業種	合計	173 100.0	14 8.1	9 5.2	43 24.9	107 61.8
	建設業	38 100.0	2 5.3	-	9 23.7	27 71.1
	製造業	25 100.0	3 12.0	4 16.0	5 20.0	13 52.0
	情報通信業	1 100.0	-	-	1 100.0	-
	運輸業	2 100.0	-	-	1 50.0	1 50.0
	卸売業	12 100.0	1 8.3	-	3 25.0	8 66.7
	小売業	27 100.0	1 3.7	1 3.7	6 22.2	19 70.4
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	-	1 14.3	-	6 85.7
	専門サービス業	14 100.0	2 14.3	-	4 28.6	8 57.1
	宿泊業・飲食業	8 100.0	-	2 25.0	3 37.5	3 37.5
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	-	-	3 42.9	4 57.1
	教育・学習支援業	4 100.0	1 25.0	-	1 25.0	2 50.0
	医療・福祉業	2 100.0	1 50.0	1 50.0	-	-
	サービス業	17 100.0	1 5.9	-	6 35.3	10 58.8
	その他	9 100.0	2 22.2	-	1 11.1	6 66.7

正社員が「増加」している割合が多い業者は「製造業」と「専門サービス業」である。

⑦事業承継の意向

上段:度数 下段:%		問6 事業承継					
		合計	事業を継続させたい	まだ決めていない	事業をやめたい	まだ若く必要がない	その他
問1 事業形態	合計	169 100.0	39 23.1	77 45.6	26 15.4	20 11.8	7 4.1
	個人	93 100.0	15 16.1	43 46.2	19 20.4	13 14.0	3 3.2
	株式会社	42 100.0	14 33.3	18 42.9	2 4.8	5 11.9	3 7.1
	有限会社	32 100.0	3 9.4	16 50.0	5 15.6	2 6.3	1 3.1
	その他	2 100.0	2 100.0	-	-	-	-

事業形態別の事業承継では、「事業を継続させたい」と回答している割合が高いのは、「株式会社」の33.3%で、「個人」は16.1%にとどまっている。また、「個人」の20.4%が「事業をやめたい」と回答している。

上段:度数 下段:%		問6 事業承継					
		合計	事業を継続させたい	まだ決めていない	事業をやめたい	まだ若く必要がない	その他
問2 業種	合計	167 100.0	40 24.0	76 45.5	25 15.0	20 12.0	6 3.6
	建設業	36 100.0	9 25.0	22 61.1	3 8.3	1 2.8	1 2.8
	製造業	25 100.0	10 40.0	9 36.0	4 16.0	1 4.0	1 4.0
	情報通信業	1 100.0	1 100.0	-	-	-	-
	運輸業	2 100.0	1 50.0	-	-	1 50.0	-
	卸売業	12 100.0	1 8.3	6 50.0	1 8.3	3 25.0	1 8.3
	小売業	25 100.0	1 4.0	14 56.0	7 28.0	3 12.0	-
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	2 28.6	2 28.6	1 14.3	1 14.3	1 14.3
	専門サービス業	14 100.0	5 35.7	5 35.7	3 21.4	1 7.1	-
	宿泊業・飲食業	8 100.0	3 37.5	2 25.0	2 25.0	1 12.5	-
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	3 42.9	3 42.9	-	1 14.3	-
	教育・学習支援業	3 100.0	-	1 33.3	1 33.3	1 33.3	-
	医療・福祉業	2 100.0	1 50.0	-	-	1 50.0	-
	サービス業	17 100.0	2 11.8	8 47.1	3 17.6	3 17.6	1 5.9
	その他	8 100.0	1 12.5	4 50.0	-	2 25.0	1 12.5

業種別の事業承継では、「事業を継続させたい」と回答している割合が高いのは、「製造業」の40.0%で、次いで、「サービス業」、「卸売業」の比率が高い。

反対に、「事業をやめたい」では、「専門サービス業」、「生活関連サービス業」、「宿泊業・飲食業」の割合が高い。

経営形態別挿入

⑧経営計画策定の有無

上段:度数 下段:%		問7 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	169 100.0	33 19.5	14 8.3	119 70.4	3 1.8
	個人	93 100.0	4 4.3	6 6.5	82 88.2	1 1.1
	株式会社	42 100.0	22 52.4	5 11.9	13 31.0	2 4.8
	有限会社	32 100.0	5 15.6	3 9.4	24 75.0	-
	その他	2 100.0	2 100.0	-	-	-

事業形態別の経営計画策定の有無では、「個人」の88.2%、「有限会社」の75.0%が「作成したことがない」と回答し、反対に「株式会社」では、「毎年作成している」が52.4%と最も高い。

上段:度数 下段:%		問7 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 業種	合計	166 100.0	33 19.9	14 8.4	116 69.9	3 1.8
	建設業	38 100.0	3 7.9	2 5.3	33 86.8	-
	製造業	23 100.0	7 30.4	3 13.0	13 56.5	-
	情報通信業	1 100.0	1 100.0	-	-	-
	運輸業	2 100.0	1 50.0	-	1 50.0	-
	卸売業	12 100.0	2 16.7	3 25.0	6 50.0	1 8.3
	小売業	25 100.0	3 12.0	3 12.0	19 76.0	-
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	3 42.9	1 14.3	3 42.9	-
	専門サービス業	14 100.0	3 21.4	-	11 78.6	-
	宿泊業・飲食業	8 100.0	-	-	8 100.0	-
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	1 14.3	-	6 85.7	-
	教育・学習支援業	3 100.0	-	1 33.3	2 66.7	-
	医療・福祉業	2 100.0	1 50.0	-	1 50.0	-
	サービス業	16 100.0	5 31.3	-	10 62.5	1 6.3
	その他	8 100.0	3 37.5	1 12.5	3 37.5	1 12.5

業種別の経営計画策定の有無では、「毎年作成している」比率が高いのが、「不動産・物品賃貸業」の42.8%、「製造業」の30.4%、と続いている。反対に「作成したことがない」は、「建設業」が86.8%と最も高く、次いで、「専門サービス業」と続いている。

⑨直面する経営ニーズ

上段:度数 下段:%		問8 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	資金調達の多様化	その他
問1 事業形態	合計	161 100.0	85 52.8	70 43.5	41 25.5	21 13.0	40 24.8	15 9.3	13 8.1	24 14.9	6 3.7	14 8.7	19 11.8	4 2.5
	個人	84 100.0	42 50.0	23 27.4	19 22.6	3 3.6	20 23.8	3 3.6	6 7.1	10 11.9	2 2.4	10 11.9	6 7.1	2 2.4
	株式会社	43 100.0	29 67.4	27 62.8	14 32.6	11 25.6	10 23.3	7 16.3	5 11.6	8 18.6	4 9.3	1 2.3	7 16.3	1 2.3
	有限会社	32 100.0	13 40.6	19 59.4	8 25.0	7 21.9	9 28.1	4 12.5	2 6.3	5 15.6	-	3 9.4	6 18.8	1 3.1
	その他	2 100.0	1 50.0	1 50.0	-	-	1 50.0	1 50.0	-	1 50.0	-	-	-	-

事業形態別の直面する経営ニーズでは、「営業・販売力の強化」は総じて高い。「株式会社」では、「人材の確保・育成」ニーズが62.8%と回答している。

上段:度数 下段:%		問8 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	資金調達多様化	その他
問2 業種	合計	160 100.0	86 53.8	69 43.1	41 25.6	22 13.8	41 25.6	15 9.4	13 8.1	24 15.0	7 4.4	14 8.8	19 11.9	4 2.5
	建設業	35 100.0	12 34.3	21 60.0	9 25.7	5 14.3	13 37.1	-	-	4 11.4	-	4 11.4	3 8.6	1 2.9
	製造業	25 100.0	15 60.0	12 48.0	8 32.0	6 24.0	9 36.0	5 20.0	4 16.0	5 20.0	2 8.0	1 4.0	4 16.0	-
	情報通信業	1 100.0	1 100.0	1 100.0	1 100.0	-	1 100.0	-	-	-	1 100.0	-	-	-
	運輸業	2 100.0	2 100.0	1 50.0	-	-	-	-	-	1 50.0	-	-	1 50.0	-
	卸売業	12 100.0	9 75.0	5 41.7	1 8.3	2 16.7	-	-	1 8.3	2 16.7	1 8.3	1 8.3	2 16.7	1 8.3
	小売業	24 100.0	15 62.5	7 29.2	6 25.0	2 8.3	3 12.5	2 8.3	2 8.3	3 12.5	-	2 8.3	2 8.3	1 4.2
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	2 28.6	-	1 14.3	2 28.6	-	1 14.3	-	-	-	3 42.9	2 28.6	-
	専門サービス業	13 100.0	7 53.8	6 46.2	2 15.4	1 7.7	6 46.2	4 30.8	2 15.4	2 15.4	-	-	2 15.4	-
	宿泊業・飲食業	8 100.0	5 62.5	4 50.0	5 62.5	-	-	1 12.5	1 12.5	1 12.5	-	-	-	1 12.5
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	3 42.9	-	-	-	5 71.4	1 14.3	-	-	-	1 14.3	-	-
	教育・学習支援業	3 100.0	1 33.3	2 66.7	2 66.7	-	-	-	-	-	1 33.3	-	-	-
	医療・福祉業	2 100.0	-	1 50.0	-	-	-	-	-	1 50.0	-	-	-	-
	サービス業	14 100.0	10 71.4	7 50.0	3 21.4	1 7.1	4 28.6	1 7.1	2 14.3	3 21.4	-	2 14.3	1 7.1	-
	その他	7 100.0	4 57.1	2 28.6	3 42.9	3 42.9	-	-	1 14.3	2 28.6	2 28.6	-	1 14.3	1 14.3

業種別の直面する経営ニーズでは、「営業・販売力の強化」は総じて高い。「建設業」と「製造業」、「運輸業」では、「人材の確保・育成」ニーズが高い。「コストダウン」では、「宿泊業・飲食業」と「生活関連サービス業」で高い結果となっている。

⑩既存市場の深堀

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	ほとんど取組無	その他
問1 事業形態	合計	168 100.0	26 15.5	56 33.3	84 50.0	2 1.2
	個人	92 100.0	5 5.4	27 29.3	58 63.0	2 2.2
	株式会社	42 100.0	16 38.1	18 42.9	8 19.0	-
	有限会社	32 100.0	1 2.5	10 31.3	18 56.3	-
	その他	2 100.0	1 50.0	1 50.0	-	-

事業形態別の既存市場の深堀取組では、「積極的に取組」の回答数が最も多かったのが「株式会社」の38.1%で、有限会社では、「多少の取組」が31.3%と最も多く回答している。

「個人」では「ほとんど取り組んでいない」が63.0%と事業形態別に大きく回答が分かれた。

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	ほとんど取組無	その他
問2 業種	合計	166 100.0	26 15.7	57 34.3	81 48.8	2 1.2
	建設業	37 100.0	6 16.2	9 24.3	22 59.5	-
	製造業	24 100.0	4 16.7	8 33.3	12 50.0	-
	情報通信業	1 100.0	1 100.0	-	-	-
	運輸業	2 100.0	-	2 100.0	-	-
	卸売業	12 100.0	2 16.7	5 41.7	4 33.3	1 8.3
	小売業	25 100.0	4 16.0	7 28.0	14 56.0	-
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	1 14.3	3 42.9	3 42.9	-
	専門サービス業	14 100.0	1 7.1	7 50.0	6 42.9	-
	宿泊業・飲食業	8 100.0	-	-	7 87.5	1 12.5
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	-	4 57.1	3 42.9	-
	教育・学習支援業	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	-
	医療・福祉業	2 100.0	-	2 100.0	-	-
	サービス業	16 100.0	3 18.8	7 43.8	6 37.5	-
	その他	8 100.0	3 37.5	2 25.0	3 37.5	-

業種別の既存市場の深堀取組では、「積極的に取組」割合は総じて低い。「ほとんど取り組んでいない」では、「宿泊業・飲食業」が87.5%、「建設業」と「小売業」の約60%が回答している。

⑪新規市場の開拓

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	ほとんど取組無	その他
問1 事業形態	合計	172 100.0	23 13.4	52 30.2	96 55.8	1 0.6
	個人	95 100.0	5 5.3	25 26.3	64 67.4	1 1.1
	株式会社	43 100.0	15 34.9	15 34.3	13 30.2	-
	有限会社	32 100.0	2 9.4	10 31.3	19 59.4	-
	その他	2 100.0	-	2 100.0	-	-

業種別の新規市場の開拓取組では、「積極的に取組」の回答数が最も多かったのが「株式会社」の34.9%で、「有限会社」では、「多少の取組」が31.3%と最も多く回答している。「個人」では「ほとんど取り組んでいない」が67.4%と事業形態別に大きく回答が分かれた。上記の既存市場の深堀取組と比べても、新規市場開拓取組の積極性は低下する結果になっている。

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	ほとんど取組無	その他
問2 業種	合計	170 100.0	23 13.5	52 30.6	94 55.3	1 0.6
	建設業	38 100.0	5 13.2	7 18.4	26 68.4	-
	製造業	25 100.0	4 16.0	8 32.0	13 52.0	-
	情報通信業	1 100.0	1 100.0	-	-	-
	運輸業	2 100.0	-	2 100.0	-	-
	卸売業	12 100.0	2 16.7	5 41.7	4 33.3	1 8.3
	小売業	27 100.0	3 11.1	8 29.6	16 59.3	-
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	1 14.3	2 28.6	4 57.1	-
	専門サービス業	14 100.0	-	5 35.7	9 64.3	-
	宿泊業・飲食業	8 100.0	-	1 12.5	7 87.5	-
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	-	3 42.9	4 57.1	-
	教育・学習支援業	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	-
	医療・福祉業	2 100.0	-	2 100.0	-	-
	サービス業	16 100.0	4 25.0	6 37.5	6 37.5	-
	その他	8 100.0	2 25.0	2 25.0	4 50.0	-

業種別の新規市場の開拓取組では、「積極的に取組」が総じて少なく際立った特徴は見られない。「ほとんど取り組んでいない」では、「宿泊業・飲食業」が87.5%、「建設業」と「小売業」の60～70%が回答している。

⑫売上高の推移

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1 事業形態	合計	170 100.0	7 4.1	5 2.9	16 9.4	13 7.6	66 38.8	12 7.1	22 12.9	8 4.7	18 10.6	3 1.8
	個人	94 100.0	3 3.2	1 1.1	6 6.4	4 4.3	39 41.5	8 8.5	13 13.8	6 6.4	13 13.8	1 1.1
	株式会社	43 100.0	3 7.0	4 9.3	7 16.3	6 14.0	10 23.3	1 2.3	6 14.0	1 2.3	3 7.0	2 4.7
	有限会社	32 100.0	1 3.1	-	2 6.3	3 9.4	17 53.1	3 9.4	3 9.4	1 3.1	2 6.3	-
	その他	1 100.0	-	-	1 100.0	-	-	-	-	-	-	-

業種別の売上高の推移では、「個人」は「横ばい」から「減少」に分布しており、「株式会社」では、「増加」から「横ばい」に多く分布している。「有限会社」は「横ばい」集中気味である。

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2 業種	合計	168 100.0	7 4.2	5 3.0	16 9.5	13 7.7	65 38.7	12 7.1	23 13.7	8 4.8	16 9.5	3 1.8
	建設業	36 100.0	2 5.6	3 8.3	6 16.7	3 8.3	18 50.0	1 2.8	1 2.8	1 2.8	1 2.8	-
	製造業	25 100.0	1 4.0	1 4.0	2 8.0	1 4.0	11 44.0	1 4.0	7 28.0	-	-	1 4.0
	情報通信業	1 100.0	-	-	1 100.0	-	-	-	-	-	-	-
	運輸業	2 100.0	1 50.0	-	-	-	-	1 50.0	-	-	-	-
	卸売業	12 100.0	-	-	1 8.3	1 8.3	4 33.3	-	1 8.3	1 8.3	4 33.3	-
	小売業	26 100.0	1 3.8	1 3.8	-	-	5 19.2	4 15.4	6 23.1	2 7.7	8 29.1	1 3.8
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	-	-	1 14.3	-	3 42.9	-	1 14.3	1 14.3	1 14.3	-
	専門サービス業	14 100.0	-	-	1 7.1	2 14.3	5 35.7	2 14.3	2 14.3	1 7.1	1 7.1	-
	宿泊業・飲食業	8 100.0	-	-	-	3 37.5	1 12.5	-	2 25.0	1 12.5	1 12.5	-
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	-	-	-	-	5 71.4	1 14.3	1 14.3	-	-	-
	教育・学習支援業	3 100.0	1 33.3	-	-	-	2 66.7	-	-	-	-	-
	医療・福祉業	1 100.0	-	-	-	-	-	1 100.0	-	-	-	-
	サービス業	17 100.0	-	-	3 17.6	1 5.9	7 41.2	1 5.9	2 11.8	1 5.9	2 11.8	-
	その他	9 100.0	1 11.1	-	1 11.1	2 22.2	4 44.4	-	-	-	-	1 11.1

業種別の売上高の推移では、「建設業」、「製造業」では、「横ばい」を中心に幅広く分布しており、「専門サービス業」では総じて「増加」割合が高い。反対に、「小売業」では、「横ばい」から「減少」の割合が高い。

⑬利益の推移

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1 事業形態	合計	174 100.0	7 4.0	1 0.6	12 6.9	21 12.1	70 40.2	15 8.6	16 9.2	13 7.5	16 9.2	3 1.7
	個人	96 100.0	3 3.1	-	4 4.2	9 9.4	40 41.7	7 7.3	11 11.5	10 10.4	11 11.5	1 1.0
	株式会社	43 100.0	2 4.7	1 2.3	6 14.0	8 18.6	16 34.9	3 7.0	1 2.3	2 4.7	3 7.0	2 4.7
	有限会社	33 100.0	1 3.0	-	1 3.0	1 12.1	15 45.5	5 15.2	4 12.1	1 3.0	2 6.1	-
	その他	2 100.0	1 50.0	-	1 50.0	-	-	-	-	-	-	-

業種別の利益の推移では、「個人」は「横ばい」から「減少」に分布しており、「株式会社」では、「増加」から「横ばい」に多く分布している。「有限会社」は「増加」、「横ばい」から「減少」に広く分布している。上記の売上高の推移とほぼ同様な結果になった。

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2 業種	合計	172 100.0	7 4.1	1 0.6	13 7.6	21 12.2	69 40.1	15 8.7	16 9.3	12 7.0	15 8.7	3 1.7
	建設業	38 100.0	1 2.6	1 2.6	4 10.5	5 13.2	20 52.6	1 2.6	2 5.3	1 2.6	3 7.9	-
	製造業	25 100.0	1 4.0	-	1 4.0	3 12.0	11 44.0	2 8.0	2 8.0	-	1 4.0	1 4.0
	情報通信業	1 100.0	-	-	1 100.0	-	-	-	-	-	-	-
	運輸業	2 100.0	1 50.0	-	-	-	-	1 50.0	-	-	-	-
	卸売業	11 100.0	-	-	1 9.1	3 27.3	5 45.5	-	-	1 9.1	1 9.1	-
	小売業	27 100.0	1 3.7	-	1 3.7	2 7.4	5 18.5	3 11.1	5 18.5	5 18.5	4 14.8	1 3.7
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	-	-	-	1 14.3	3 42.9	-	1 14.3	1 14.3	1 14.3	-
	専門サービス業	14 100.0	1 7.1	-	-	2 14.3	4 28.6	4 28.6	1 7.1	-	2 14.3	-
	宿泊業・飲食業	8 100.0	-	-	1 12.5	-	1 12.5	1 12.5	1 12.5	3 37.5	1 12.5	-
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	-	-	-	-	5 71.4	1 14.3	1 14.3	-	-	-
	教育・学習支援業	4 100.0	1 25.0	-	-	-	3 75.0	-	-	-	-	-
	医療・福祉業	2 100.0	-	-	1 50.0	-	-	1 50.0	-	-	-	-
	サービス業	17 100.0	-	-	1 5.9	3 17.6	7 41.2	-	3 17.6	1 5.9	2 11.8	-
	その他	9 100.0	1 11.1	-	-	2 22.2	5 55.6	-	-	-	-	1 11.1

業種別の利益の推移では、「建設業」では、「増加」から「横ばい」に分布し、「製造業」では、「横ばい」を中心に幅広く分布しており、「運輸業」では総じて「増加」割合が高い。反対に、小売業では、「横ばい」から「減少」の割合が高い。上記の売上高の推移とほぼ同様な結果になった。

⑭資金調達の現状

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 でない	必要があるが 借入ができて いない	現在必要な 借入が ない	現在も今後 も不要
問1 事業形態	合計	168 100.0	38 22.6	25 14.9	11 6.5	31 18.5	63 37.5
	個人	91 100.0	13 14.3	7 7.7	4 4.4	17 18.7	50 54.9
	株式会社	42 100.0	17 40.5	12 28.6	1 2.4	5 11.9	7 16.7
	有限会社	33 100.0	7 21.2	5 15.2	6 18.2	9 27.3	6 18.2
	その他	2 100.0	1 50.0	1 50.0	-	-	-

業種別の資金調達の現状では、「個人」は総じて「借入需要」が少ない反面、「必要があるが借入ができない」との回答割合が高い。「株式会社」では、「十分な借入ができています」が40.5%と最も高い。「有限会社」では、「借入ができない」割合が最も高い。

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 でない	必要があるが 借入ができて いない	現在必要な 借入が ない	現在も今後 も不要
問2 業種	合計	166 100.0	38 22.9	25 15.1	12 7.2	31 18.7	60 36.1
	建設業	37 100.0	7 18.9	5 13.5	5 13.5	8 21.6	12 32.4
	製造業	25 100.0	12 48.0	2 8.0	2 8.0	3 12.0	6 24.0
	情報通信業	1 100.0	-	-	-	1 100.0	-
	運輸業	2 100.0	-	1 50.0	-	1 50.0	-
	卸売業	10 100.0	4 40.0	3 30.0	2 20.0	-	1 10.0
	小売業	26 100.0	4 15.4	4 15.4	1 3.8	4 15.4	13 50.0
	不動産業・物品賃貸業	7 100.0	1 14.3	2 28.6	-	1 14.3	3 42.9
	専門サービス業	14 100.0	3 21.4	1 7.1	1 7.1	2 14.3	7 50.0
	宿泊業・飲食業	8 100.0	-	1 12.5	1 12.5	2 25.0	4 50.0
	生活関連サービス業・娯楽業	7 100.0	-	-	-	4 57.1	3 42.9
	教育・学習支援業	3 100.0	1 33.3	-	-	-	2 66.7
	医療・福祉業	2 100.0	1 50.0	1 50.0	-	-	-
	サービス業	16 100.0	4 25.0	2 12.5	-	4 25.0	6 37.5
	その他	8 100.0	1 12.5	3 37.5	-	1 12.5	3 37.5

業種別の資金調達の現状では、「製造業」が「十分な借入ができています」割合が高い。

⑮必要な支援策

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1 事 業形態	合計	132 100.0	50 37.9	40 30.3	29 22.0	18 13.6	17 12.9	12 9.1	15 11.4	27 20.5	10 7.6
	個人	64 100.0	22 34.4	18 28.1	8 12.5	8 12.5	6 9.4	4 6.3	9 14.1	16 25.0	5 7.8
	株式会社	39 100.0	14 35.9	10 25.6	14 35.9	6 15.4	5 12.8	5 12.8	3 7.7	3 7.7	3 7.7
	有限会社	27 100.0	13 48.1	11 40.7	6 22.2	2 7.4	6 22.2	2 7.4	3 11.1	8 29.6	2 7.4
	その他	2 100.0	1 50.0	1 50.0	1 50.0	2 100.0	-	1 50.0	-	-	-

事業形態別の必要な支援策では、「株式会社」では、「設備投資支援」、「人材確保・育成」の回答割合が高い。また、「有限会社」では、「人材確保・育成」のニーズが高い。

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2 業 種	合計	132 100.0	51 38.6	41 31.1	28 21.2	18 13.6	17 12.9	12 9.1	15 11.4	27 20.5	10 7.6
	建設業	31 100.0	10 32.3	6 19.4	10 32.3	2 6.5	6 19.4	3 9.7	5 16.1	7 22.6	1 3.2
	製造業	21 100.0	9 42.9	8 38.1	5 23.8	4 19.0	2 9.5	2 9.5	2 9.5	3 14.3	1 4.8
	情報通信業	1 100.0	-	1 100.0	-	-	-	-	-	-	-
	運輸業	2 100.0	2 100.0	-	-	-	-	-	-	2 100.0	-
	卸売業	11 100.0	2 18.2	4 36.4	1 9.1	-	1 9.1	2 18.2	1 9.1	1 9.1	2 18.2
	小売業	17 100.0	5 29.4	7 41.2	2 11.8	2 11.8	1 5.9	-	1 5.9	3 17.6	3 17.6
	不動産業・物品貸 貸業	6 100.0	2 33.3	3 50.0	1 16.7	-	1 16.7	-	1 16.7	3 33.3	-
	専門サービス業	8 100.0	4 50.0	3 37.5	3 37.5	3 37.5	1 12.5	2 25.0	-	1 12.5	1 12.5
	宿泊業・飲食業	6 100.0	2 33.3	3 50.0	1 16.7	-	-	-	-	1 16.7	1 16.7
	生活関連サービス 業・娯楽業	7 100.0	5 71.4	1 14.3	-	1 14.3	1 14.3	-	2 28.6	-	-
	教育・学習支援業	2 100.0	-	1 50.0	1 50.0	-	-	-	1 50.0	2 100.0	-
	医療・福祉業	2 100.0	1 50.0	1 50.0	-	2 100.0	-	-	-	-	-
	サービス業	12 100.0	6 50.0	3 25.0	4 33.3	3 25.0	3 25.0	2 16.7	1 8.3	4 33.3	-
	その他	6 100.0	3 50.0	-	-	1 16.7	1 16.7	1 16.7	1 16.7	1 16.7	1 16.7

業種別の必要な支援策では、「建設業」では「人材確保・育成」が32.3%と最も高く、「製造業」では、「販路拡大支援等」が42.9%と最も高く。

4. まとめ

4-1 小規模事業者実態調査から見えてきた課題

本経営発達計画策定に先立って、平成27年7月に当商工会の小規模事業者294会員を対象に小規模実態調査を行った。（回収率60.2%）

その結果と今までの巡回、窓口相談内容を総合すると以下のような状況であることが分かった。

- 回答のあった小規模事業者の全体の売上高の推移では、20%の企業が増収、39%が横ばい、41%が減収となっており、また、利益の推移では、19%が増益、41%が横ばい、40%が減益と回答しており、減収や減益企業の割合が増収や増益企業よりも高い。
- 経営形態別では、株式会社の46.6%が増収（増益は39.6%）であるが、有限会社では、18.8%が増収、（増益は18.1%）個人では、増収が15.0%（増益は16.7%）にとどまるなど小規模事業者の経営の状況はさまざまであり、小規模企業の景況に合わせた支援策を行っていく必要がある。
- 「経営計画を策定している」との回答のあった小規模事業者では、増収や増益の割合が高い。経営状況分析、経営計画の作成、新たな販路の開拓、それに伴う市場情報の提供など切れ目のない一貫した支援体制を構築する必要がある。（方針（1）の根拠）
- 経営状況分析は、小規模事業者の状況に合わせて、簡易な分析ツールから高度なツールまで準備して対応していく必要がある。
- 回答のあった小規模事業者の53%が営業力、販売力の強化を経営ニーズとしてとらえており、新たに設置される地産地消施設や道の駅などを活用した販路の開拓支援を行っていく必要がある。（方針（3）の根拠）
- 株式会社では、市場の開拓・営業活動について、既存市場深耕では81%、新規市場開拓では69.8%行っているが、有限会社では、同様に43.8%、40.7%になっており、個人では、34.7%、31.6%にとどまるなど、人材不足等もあり販路開拓に取り組めていない実態があり、上記の増収や増益の結果に繋がっていることから、販路開拓支援を行っていく必要がある。（方針（2）の根拠）

- 事業承継では、株式会社では4.8%であった「事業をやめたい」が、個人では、20.4%、有限会社では、15.6%が「事業をやめたい」と回答するなど、小規模事業者の廃業への対応が必要である。
- 資金調達では、総じて個人の資金需要は多くなく、株式会社では十分な借り入れができていない企業は40.5%ある反面、28.6%が「十分な借入ができない」と回答するなど、事業拡大、成長に見合った資金調達ができないケースも見られることから、経営計画の作成など、融資が受けられる環境づくりを支援していく必要がある。
- 経営に役立つ情報入手先として「取引先」からの情報を重視する回答が多いが、国の補助金情報や地域の動向などに対して、現在は広報紙やFAXなどで提供しているが、十分な情報提供ができていない現状もあり、今後は、国、県、市、地域それぞれの分野の情報を収集して情報提供を行っていく必要がある。（方針（2）、（4）の根拠）
- 経営計画書の作成後の実施支援については、専門家派遣等が主に、策定事業者の求めに応じて対応しているので、今後は、経営状況分析、計画作成、実施支援まで、一貫し切れ目のない支援を行い、売上や利益の増進を図っていく必要がある。

4-2 業種別小規模事業者の概要と課題

① 地域住民を対象にした小売・サービス業の現状

津北商工会地域には、大規模小売店舗（売場面積 1,000 m²以上の店舗）が 3 店舗営業している。いずれも河芸町であり、国道 23 号線に沿った立地である。

この地区は、名古屋への通勤圏として、大規模な住宅団地が千里ヶ丘団地、杜の街、豊里ネオポリス団地と開発され、これらの団地を合計した人口は、約 2 万人である。この近辺を商圈としたドラッグストアなど郊外型のチェーン店が多く進出している。

その結果、それらの大型店と商品構成が重なる小規模事業者等は、品揃えと価格の両面から厳しい環境下にある。その影響については、小規模事業者実態調査では、小売業の 69.3%が減収で、62.9%が減益と回答していることからわかる。

また、同調査からは、経営者の高齢化と後継者難等により、小売業の 40%が廃業を検討している実態としてある。

- 小規模な小売業の経営環境は悪化しており、独自の商品、店舗の魅力、新たな販路等に活路を見出す必要がある。また、円滑な事業承継に対するニーズも高い。

② 製造業の現状

当商工会管内の小規模製造事業者は、鈴鹿市に隣接することもあり、自動車や電機部品を主体に、下請け企業が比較的多くメーカーは少ない。

当地区で集積があるのは、水産食品製造業である。9 社の集積があり、沿岸部に隣接して立地している。

加工しているのは、タラバガニやズワイガニとエビ類、鮭、塩干等である。その多くは海外から大手水産事業者を通じ冷凍状態で入庫し、主としてフィレ加工、むき身加工、リパック等を行い再度全国の流通に乗せるビジネスモデルである。

最近、円安の進展、諸外国との海産資源の獲得競争等により原材料価額は高止まりし、製造原価は上がっているものの、肉類に比べて割高感があると言われている水産食品は価格転嫁が難しく、事業者の利益率は悪化している。

そこで、それらの事業者の一部は、地域住民を対象に小売部門に進出しており、特に年末時の売り出しには、に名古屋等遠方からの購入者で賑わっている。

また、「中勢北部サイエンスシティ」は、約 165ha の区域に、産業、流通、住宅、公園などを整備し、先端的産業の研究開発から生産、物流の一貫した産業活動

を特徴としており、かつ、職住近接、企業間の交流、身近なスポーツ・レクリエーションなど多様な機能が一体となって連携しあうことが可能になる。

- 中勢北部サイエンスシティ工業団地を活用し、企業間マッチングや事業の高度化や新技術・新製品開発、販路開拓等に結び付くような継続的かつきめ細かいサポート機能が商工会に求められてきていると思われる。

③建設業の現状

当地域の建設業は大規模な建設会社が少なく、殆どが大工、小規模な工務店である。

個人住宅や農業用の小規模な建築工事、リニューアル等が主な業務内容である。

ここ数年、大手、準大手のハウスメーカーで住宅を新築するケースが一般的になっており、地域の工務店に依頼する傾向が弱まっている。

小規模事業者実態調査からも、建設業では、「事業をやめたい」が15%、売上が「横ばい・減少」が61.2%で、利益が「横ばい・減少」が71.0%あり、資材、人件費の上昇で利益が圧縮されている現状がわかる。

- 当地の建設業のほとんどが小規模事業者であるため、営業活動が十分に行われておらず地域内の需要を取り込めていない現状がある。そこで、当地の建設業の認知度や新たな顧客開拓を進めるための対策が必要となっている。

4-3 課題に対する支援の概要

上記のとおり、地域の事業者には様々な課題が見受けられる。中長期的な視点に立つと、急激な人口減の可能性が低く、中勢北部サイエンスシティへの企業進出の継続も見込め、また、道の駅と大型の地産地消施設が28年春に開業することなど、地域を取り巻く外部環境は、今後、好転していくと思われる。

そこで、以上のような外部環境の変化を絶好の機会として捉え、強みを発揮できる市外からの来訪者や観光客をターゲットにした外需型小規模事業者への支援と地域内住民をターゲットにした内需型小規模事業者の個別ニーズに対応した支援を地域に根差した小規模事業者支援機関としての役割を果たしていく必要がある。

また、既存の事業者への支援はもとより、創業者への支援にも取り組むことが必要と考えている。今後も地域の特性を絶えず注目し、地域の活性化と事業者の経営改善、ひいては事業者の持続的な発展を目指すと共に、各事業に津市や地域の他の支援機関と連携し、小さな商工会であっても、職員の資質の向上に取り組みと同時にネットワーク力を発揮し、伴走をしっかりとしながら切れ目のない支援を、総力を挙げて取り組んでいく必要があると思われる。