平成 28 年度
和歌山商工会議所
経営発達支援計画委託事業

小規模企業景気動向調査
報告書

平成 29 年 2 月

和歌山地域経済研究機構

目 次

第１章　調査概要 1
１．調査背景と目的 1
２．実施要領 1
（１）　調査対象 1
（２）　調査期間 1
（３）　調査方法 1
（４）　調査項目 2
（５）　回収結果 2

第２章　調査結果 3
１．結果概要 3
（１）　事業所の概要 3
（２）　最近の業績動向について 3
（３）　販路開拓の取り組みについて 3
（４）　人事・経理について 4
（５）　事業継続について 4
（６）　事業承継について 4
（７）　今後の経営課題について 4
（８）　自由記述意見の概要 5
２．詳細結果 9
（１）　事業所の概要 9
（２）　最近の業績動向について 15
（３）　販路開拓の取り組みについて 21
（４）　人事・経理について 33
（５）　事業継続について 40
（６）　事業承継について 44
（７）　今後の経営課題について 57

第３章　総括 61
（１）　事業計画策定に対する支援の継続・拡充 62
（２）　経理実務に対するサポート 63
（３）　事業拡大をめざす事業者に対する支援策の充実 64
（４）　人材確保に対する支援 65
（５）　若年層を主な顧客にできる事業者を増やす 66

（６）　事業者のタイプに応じた事業継続支援策の充実 67

参考資料
資料１　調査票..... 69
資料２　抱えている経営課題（ＦＡ）..... 75
資料３　支援機関への期待・支援策（ＦＡ）..... 78

※報告書の見方

回答結果の割合「%」は有効回答数に対して、それぞれの回答数の割合を小数点以下第２位で四捨五入したものです。そのため、単数回答であっても合計値が 100.0%にならない場合があります。

また、複数回答の設問の場合、回答は選択肢ごとの有効回答数に対して、それぞれの割合を示しているため、合計が 100.0%を超える場合があります。

グラフ及び表の「N 数（number of case）」は、有効回答数（集計対象者総数）を表しています（※今回の集計結果は、不明・無回答を除いています）。

第1章　調査概要

1. 調査背景と目的

和歌山商工会議所では、平成 27 年 11 月に 5 カ年に及ぶ「経営発達支援計画」を策定し、管内小規模事業者の経営力向上を目的にさまざまな支援策を展開しています。

ただし、管内小規模事業者を取り巻く経済環境は年々厳しさを増しており、特に海外・県外企業との競合による市場縮小、業績悪化、原材料・仕入価格等の上昇による利益の減少・採算悪化など厳しい課題に直面しています。

そのような状況の中で、和歌山商工会議所としては、これまで以上に事業者に寄り添い、その経営実態に沿った支援策を展開していくことが重要になっています。

今回の調査は、この視点に立ち、管内小規模事業者の経営実態・課題を明らかにし、管内小規模事業者に対する支援策の方向性を検討することを目的に実施したものです。

2. 実施要領

（1）調査対象

和歌山商工会議所に会員登録している企業の中から小規模事業所*1,000 社を抽出しています。抽出に際しては、業種（建設業、製造業、商業、サービス業）による層別抽出法を採用しています。各業種の抽出数については、和歌山県内における小規模事業者の業種別事業者数を参考に、建設業 175 社、製造業 175 社、商業 250 社、サービス業 400 社としました。

（2）調査期間

平成 28 年 11 月 17 日（木）に 12 月 9 日（金）を回答期限として調査を開始しました。回答期限後も 12 月 30 日（金）まで、後述の方法で回収を行っています。

（3）調査方法

会員一覧のデータを基に業種の偏り等を考慮して抽出し、郵送配布・郵送回収しています。一部、和歌山商工会議所の経営指導員が対面聞き取りにより回収しています。

---

* 従業員数が建設業・製造業で 20 人以下、商業・サービス業で 5 人以下の事業所が対象です。

（4）調査項目

主な調査項目は、地域経済の研究などを目的とする和歌山地域経済研究機構の構成メンバーである和歌山大学、（一財）和歌山社会経済研究所、和歌山商工会議所と協議のうえ、1）事業所の概要、2）最近の業績動向、3）販路開拓の取り組み、4）人事・経理、5）事業承継、6）今後の経営課題についての 6 項目を設定しています。

（5）回収結果

調査票回収数は、285 件（回収率：28.5%）です。記入された調査票の内容等を精査した結果、本調査で集計対象となる有効回答数は、250 件（有効回答率：25.0%）です*。業種別の結果については、以下の通りです。

■業種別発送・回収結果

	発送先数	有効回答数	有効回答率
建　設　業	175 社	42 社	24.0%
製　造　業	175 社	45 社	25.7%
商　　業	250 社	68 社	27.2%
サービス業	400 社	90 社	22.5%
（業種不明）	－	5 社	－
全　業　種	1000 社	250 社	25.0%

※ 業種不明の事業者とは、質問票「Ⅰ.企業概要について」における業種を尋ねる質問において、無回答だった事業者のことを意味します。

* 従業員数（家族従業員含む）が建設業、製造業で 30 人以上、商業・サービス業で 10 人以上と回答した事業所を集計対象から除外しました。

第2章　調査結果

1. 結果概要

（1）事業所の概要【本編ｐ9～14】

- 事業形態は、約6割（58.5%）が「法人」と回答しています。
- 業種は、「商業（卸売業・小売業）」が最も高くなっています（27.8%）。
- 資本金は、「1,000～3,000万円未満」が最も高くなっています（49.0%）。
- 明確な経営目標は、約6割（55.4%）の事業所が「ある」と回答しています。
- 従業員数は、「2～5人」が最も高くなっています（57.9%）。
- 正社員・正職員比率は、「100%」が最も高くなっています（26.8%）。
- 家族従業員比率は、「0%」が最も高くなっています（30.5%）。
- 直近の売上高は、「1～3億円未満」が最も高くなっています（22.2%）。

（2）最近の業績動向について【本編ｐ15～20】

- 直近 3 年間の売上高の傾向は、「ほぼ横ばい」が最も高くなっています（47.2%）。
- 売上高の増加要因は、「商品・サービスの品質・信頼性が高い」が最も高くなっています（63.5%）。
- 売上高の減少要因は、「商圏自体（取引先・顧客）の景気の悪さ」が最も高くなっています（55.8%）。
- 直近3年間の収益率は、「ほぼ横ばい」が最も高くなっています（51.2%）。

（3）販路開拓の取り組みについて【本編ｐ21～32】

- 売上高（第1位）でみた顧客（販売先）の立地地域は、「同一市町村」が最も高くなっています（68.8%）。
- 売上高（第2位）でみた顧客（販売先）の立地地域は、「近隣市町村」が最も高くなっています（58.9%）。
- 売上高（第3位）でみた顧客（販売先）の立地地域は、「和歌山県内」が最も高くなっています（56.1%）。
- 主な顧客（販売先）の構成は、約5割（48.1%）が「事業者が多い」と回答しています。
- 一般個人客の主な年齢層は、「50代」が最も高くなっています（72.7%）
- 一般個人客の主な性別は、約4割（37.7%）が「女性が多い」と回答しています。
- 今後の商圏・販路に関する意向は、「現状を維持する」が最も高くなっています（48.4%）。
- 商圏・販路拡大、維持のための取り組みは、「既存商品・サービスの見直し」

が最も高くなっています（34.5%）。
- 商圏・販路拡大、維持のために支援機関に期待する支援策は、「広告宣伝に対する支援」が最も高くなっています（35.3%）。

（4）人事・経理について【本編ｐ33～39】

- 人材確保の状況は、「ある程度確保できている」が最も高くなっています（47.3%）。
- 人材確保できないことによる事業への影響は、「売上機会の逸失」が最も高くなっています（54.5%）。
- 優秀な人材確保に向けた取り組みは、「特になし」が最も高くなっています（39.0%）。
- 経理実務の状況は、「自社の会計ソフト等に入力し、会計専門家にチェックを受けている」が最も高くなっています（50.4%）。

（5）事業継続について 【本編ｐ40～43】

- 25 年後までに「廃業見込み」の事業者は約 2 割（18.1%）となっています。

（6）事業承継について【本編ｐ44～56】

- 経営者の性別は、約 9 割（91.0%）が「男性」と回答しています。
- 経営者の年齢は、「60 代後半」が最も高くなっています（19.3%）。
- 経営者の代目は、「初代」が最も高くなっています（56.9%）。
- 今後 5 年間の事業承継（又は廃止）に関する方針*は、「今後 5 年間は事業承継も廃業もする必要がない」が最も高くなっています（45.7%）。
- 「事業引き継ぎ支援センター」の認知・活用は、約 7 割（72.2%）が「知らなかった」と回答しています。
- 事業承継に関して支援機関に期待する支援策は、「特になし」が最も高くなっています（53.0%）。

（7）今後の経営課題について【本編ｐ5～8、ｐ57～60、】

- 中長期的な事業展開で重要と考えるものは、「既存事業の高付加価値化や工夫」が最も高くなっています（45.1%）。
- 日々の経営努力で取り組んでいるものは、「集客・販売力向上」が最も高くなっています（54.0%）。
- 現在、抱えている経営課題については、87 件（事業所）から回答がありました。
- 支援機関への期待・支援策については、42（事業所）から回答がありました。

*副設問A～Fは、省略しています。

（8）自由記述意見の概要

① 抱えている経営課題について

現在、抱えている経営課題については、87 事業所から意見が挙げられています。ここでは、テキスト型データ計量的に分析するためのフリーソフト「KH　Coder*」を用いて、語の頻出度一覧表のほか、共起ネットワーク*分析などにより結びつきの強い単語をグループ化し、各単語間の関係を視覚的に構造化しています（個別意見については、参考資料２参照)。

a)頻出度一覧

記入された意見内の記入された語の頻出回数を示したものが表 1 です。「減少」「人材」「確保」「売上」「向上」「従業員」「商品」「不足」「価格」「顧客」といった単語が上位にあります。

表 1　抱えている経営課題の頻出語リスト（上位 50 位まで）

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
減少	14	仕る	5	客	3
人材	14	事業	5	継承	3
確保	12	低下	5	仕事	3
売上	9	お客	4	思う	3
向上	8	課題	4	社員	3
従業員	8	業者	4	若者	3
商品	8	業務	4	設備	3
不足	8	経営	4	他	3
価格	7	車	4	調達	3
顧客	7	手形	4	販売	3
企業	6	集客	4	利益	3
高齢	6	上げる	4	アップ	2
資金	6	必要	4	ニーズ	2
和歌山	6	悪い	3	維持	2
サービス	5	運転	3	育つ	2
安定	5	下落	3	卸	2
育成	5	家具	3		

* 樋口耕一、KH coder<http//khc.soureforge.net/>
* テキストデータ内である単語と他の単語が一緒に出現することを共起といい、共起する単語を線で結んだものが共起ネットワークです。中心性に基づいて、出現頻度や語と語の結びつきの程度に応じ、円の大きさや色あるいは円を結ぶ線の大きさによって表わされています。

b）共起ネットワーク

ここでは、「名詞」「サ変名詞」「形容動詞」「組織名」「人名」「地名」「ナイ形容」「副詞可能」「未知語」「タグ」「形容詞」「副詞」「名詞 C」の品詞設定及び語句の最低出現回数を 4 回に設定し、サブグラフ検出（媒介）により語句のグループ関係を示しています。媒介性に基づくサブグラフでは，7 個のグループが示されています。また、業種別結果も参考として記載しています。

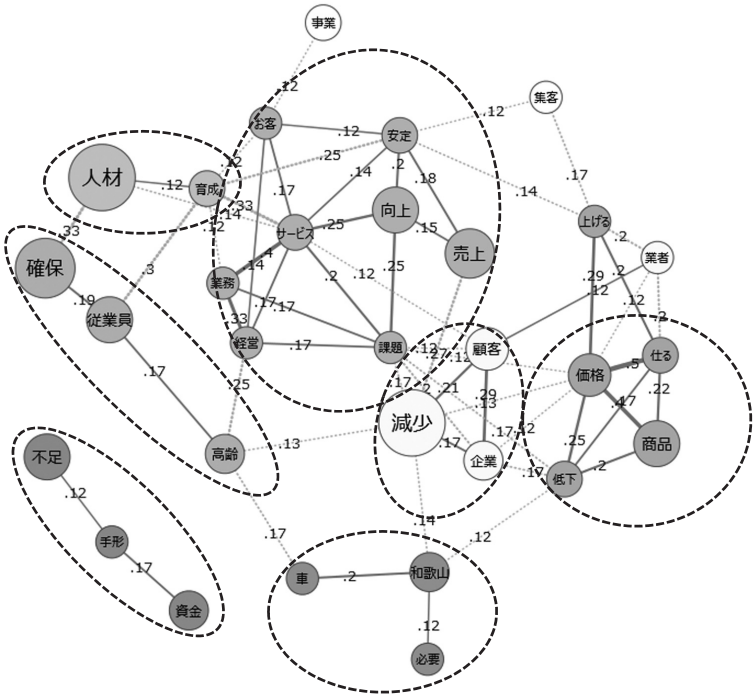


図　抱えている経営課題の共起ネットワークサブグラフ検出（媒介）

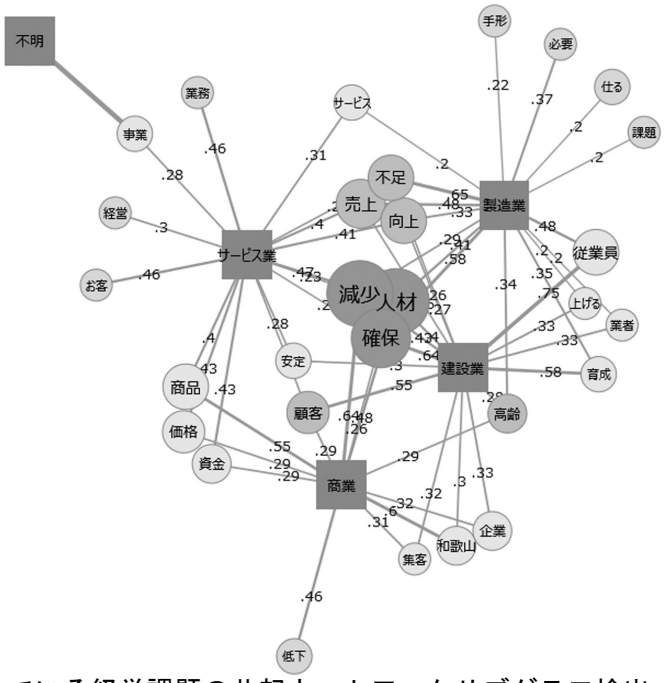


図　業種別の抱えている経営課題の共起ネットワークサブグラフ検出（媒介）

② 支援機関への期待・支援策について

支援機関への期待・支援策については、42 事業所から意見が挙げられています。前設問①と同様に単語頻出度の一覧表のほか、共起ネットワーク分析などにより結びつきの強い単語をグループ化し、各単語間の関係を視覚的に構造化しています（個別意見については、参考資料３参照）。

a) 頻出度一覧

記入された意見内の記入された単語の頻出回数を示したものが表 2 です。「支援」「企業」「事業」「経営」「市」「情報」「販売」「お願い」「セミナー」「会議」といった単語が上位にあります。

表 2　支援機関への期待・支援策の頻出語リスト（上位 50 位まで）

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
支援	8	補助	3	市内	2
企業	5	用地	3	資金	2
事業	5	アップ	2	自動	2
経営	4	インターネット	2	借入	2
市	4	スーパー	2	集客	2
情報	4	テナント	2	商工	2
販売	4	改善	2	商談	2
お願い	3	街	2	紹介	2
セミナー	3	拡大	2	人口	2
会議	3	活性	2	人材	2
確保	3	居住	2	大型	2
県	3	現場	2	中小	2
考える	3	工業	2	箱	2
行政	3	広告	2	必要	2
思う	3	講習	2	勉強	2
小規模	3	国	2	望む	2
地域	3	今後	2		

b）共起ネットワーク

ここでは、「名詞」「サ変名詞」「形容動詞」「組織名」「人名」「地名」「ナイ形容」「副詞可能」「未知語」「タグ」「形容詞」「副詞」「名詞 C」の品詞設定及び語句の最低出現回数を 3 回に設定し、サブグラフ検出（媒介）により語句のグループ関係を示しています。媒介性に基づくサブグラフでは，5 個のグループが示されています。また、業種別結果も参考として記載しています。

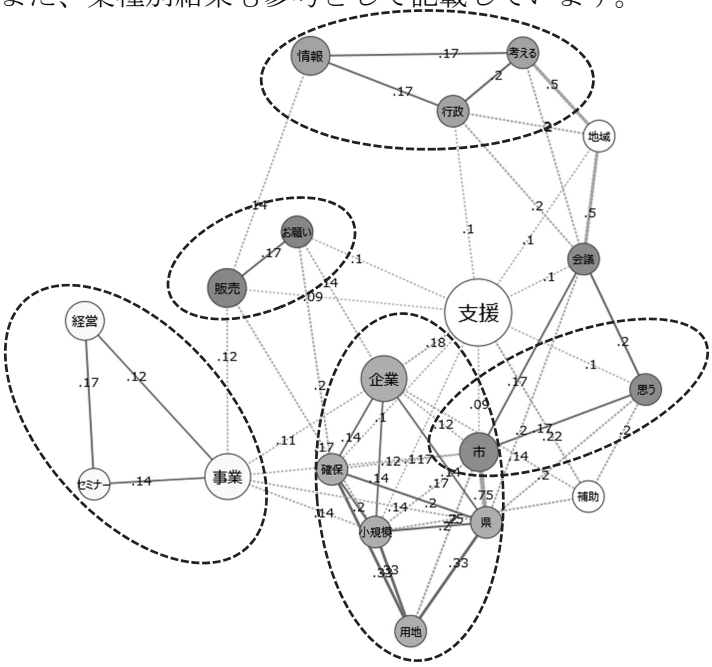


図　支援機関への期待・支援策の共起ネットワークサブグラフ検出（媒介）

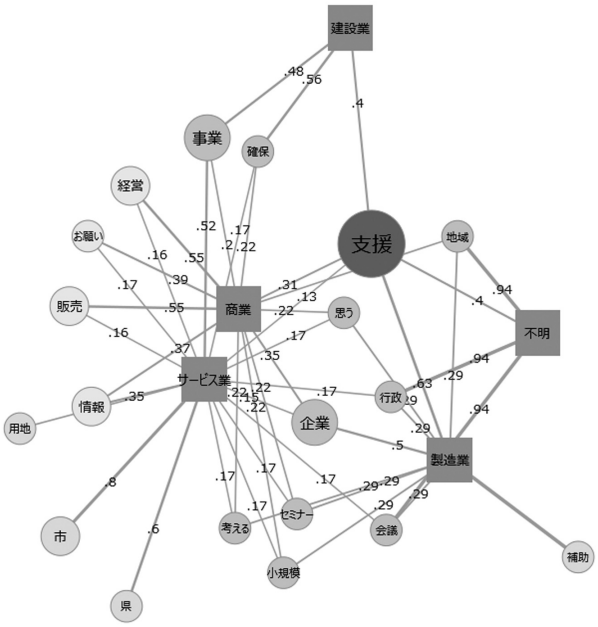


図　業種別の支援機関への期待・支援策の共起ネットワークサブグラフ検出（媒介）

2. 詳細結果

（1）事業所の概要

① 事業形態

回答事業所の約 6 割（58.5%）が「法人」形態となっています。ただし、平成 26 年経済センサス-基礎調査によると、和歌山県内の小規模事業者の 77.0%が「個人」形態であることから、管内小規模事業者は、「法人」形態の事業者の回答が実態よりも高くなっている点には注意が必要です*。

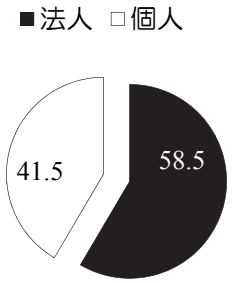


図 1　事業形態（N=248）

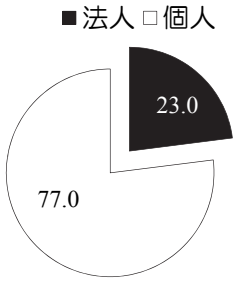


図 2　事業形態（和歌山県）

出典 ： 総務省「平成 26 年経済センサス-基礎調査」

② 業種

回答事業所の業種は、「商業（卸売業・小売業）」が最も高く（27.8%）、次いで「上記 2 つを除くサービス業」（26.9%）で、この 2 業種で回答者の過半数を占めています。また、「飲食業」などを含めたサービス業全体では、約 4 割（36.7%）となっています。

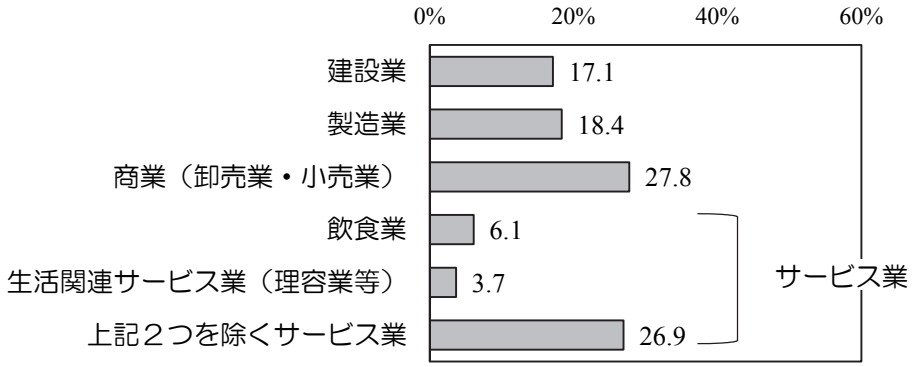


図 3　業種（N=245）

* 報告書内では、管内の小規模事業者の実態を明確に把握するため、和歌山県または全国の小規模事業者の類似調査結果を一部併記し、考察しています。

③ 資本金

※①事業形態で「1. 法人」と回答した事業所が対象

資本金は、「1,000～3,000 万円未満」が最も高く（49.0%）、次いで「500 万円未満」（37.1%）となっています。

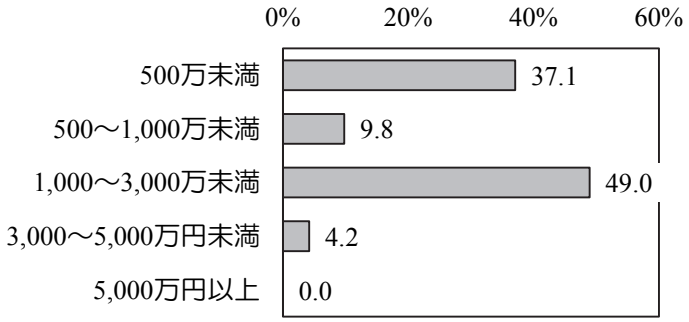


図 4　資本金（N=143）

④ 明確な経営目標の有無

明確な経営目標は、約 6 割（55.4%）の事業所が有しています*。

業種別では、「建設業」や「サービス業」で「ある」とする回答が 6 割程度と他業種に比べて高くなっています。

その一方で、「製造業」、「商業」については、「ない」とする回答が過半数を占めています。

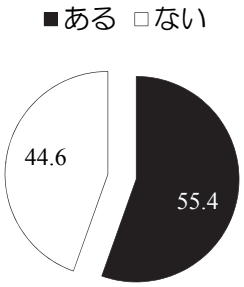


図 5　明確な経営目標の有無（N=202）

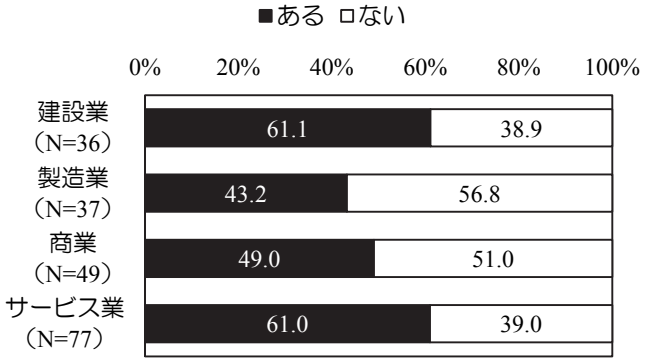


図 6　業種別にみた明確な経営目標の有無

* 小椋（2014）は中小企業家同友会全国協議会の 2012 年第 2 四半期の景況調査データを用いて、中小企業の経営理念・経営計画の実態と業績との関係を分析しています。その結果、小規模企業ほど、経営理念・経営計画ともに公開の割合が低いこと、小規模企業でも公開しているほうが業績は高いことを明らかにしました（小椋俊秀（2014）「日本の中小企業における経営理念と経営計画の実態と業績に関する実証分析」『商學討究』65(1): 137-163）。

⑤ 従業員数

従業員数は、「2～5 人」（57.9%）が最も高く、次いで「6～10 人」（20.0%）となっています。調査結果をもとに 1 事業者当たりの従業員数をみると、平均 4.7 人でした。和歌山県の平均値 3.2 人（平成 26 年経済センサス-基礎調査）より多いのは、本調査では「法人」事業者の回答が多かったことが要因と推察されます。

また、業種別にみると「建設業」が 7.5 人で最も多く、「製造業」6.6 人、「商業」3.6 人、「サービス業」3.1 人となっています。

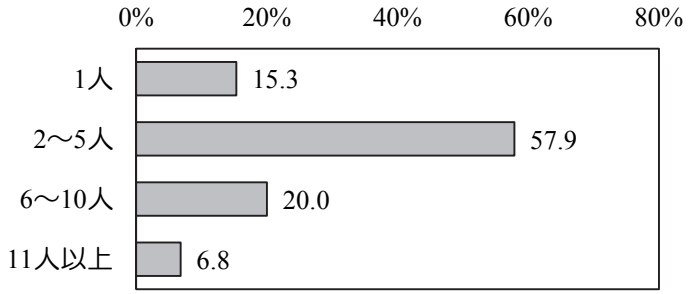


図 7　従業員数（N=235）

⑤A 正社員･正職員比率

正社員・正職員比率は、「100%」（26.8%）が最も高く、次いで「50～75%未満」（24.2%）となっています。

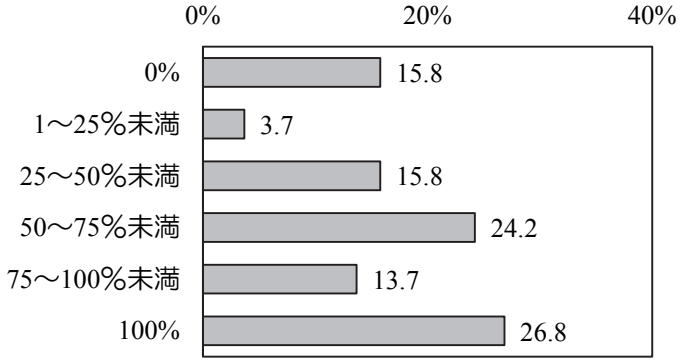


図 8　正社員・正職員比率（N=186）

業種別に正社員・正職員比率をみると、「建設業」、「製造業」では正社員・正職員比率 50%以上の事業者が 7 割強と高い一方で、「商業」、「サービス業」では 6 割程度となっています。「サービス業」は正社員・正職員比率 100%の事業者が 3 割強と他業種に比べて高い一方で、0%の事業者も 3 割弱と高くなっています。

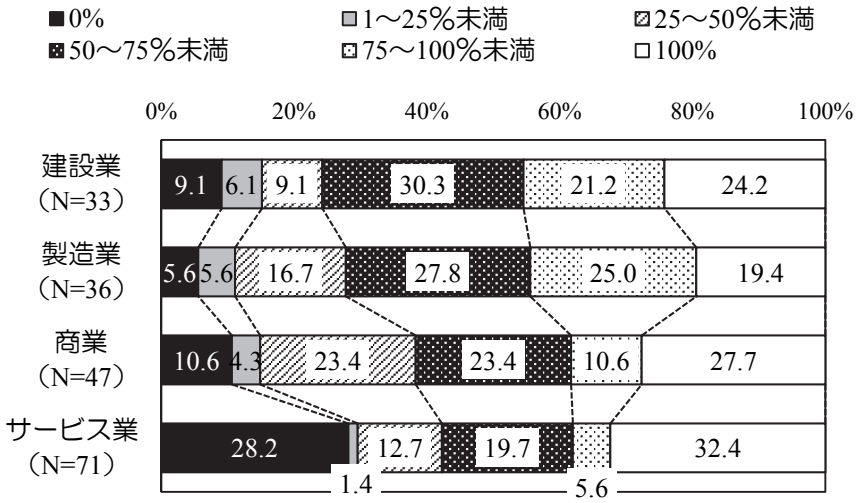


図 9　業種別にみた正社員・正職員比率

⑤B 家族従業員比率

家族従業員比率は、「0%」（30.5%）が最も高く、次いで「25～50%未満」（26.4%）となっています。

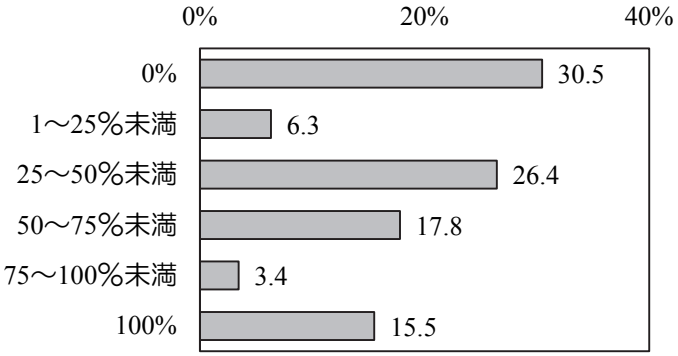


図 10　家族従業員比率（N=174）

業種別に家族従業員比率をみると、「商業」では、「100%」が 25.0%と他業種に比べて多いように、家族従業員比率が比較的高い事業者が多くなっています。

その一方で、「建設業」、「製造業」では家族従業員比率が 50%以上の事業者は比較的少なくなっています。「サービス業」は家族従業員比率が 0%の事業者が 4 割を占める一方で、50%以上の事業者も 3 割強見られました。

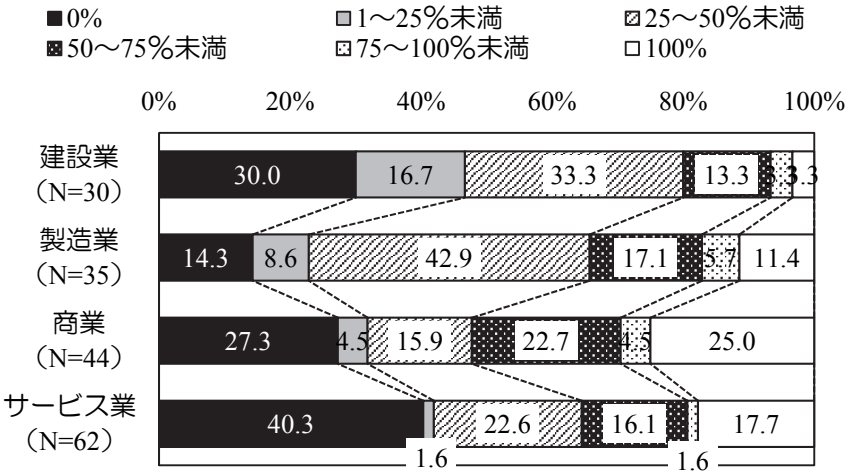


図 11　業種別にみた家族従業員比率

⑥ 直近の売上高

直近の売上高は、「1～3 億円未満」（22.2%）が高く、次いで「～1 千万円未満」（20.6%）となっています。全国調査と比較すると、3 千万円未満の事業者が管内小規模事業者には少なく、1 億円以上の事業者が多くなっています。

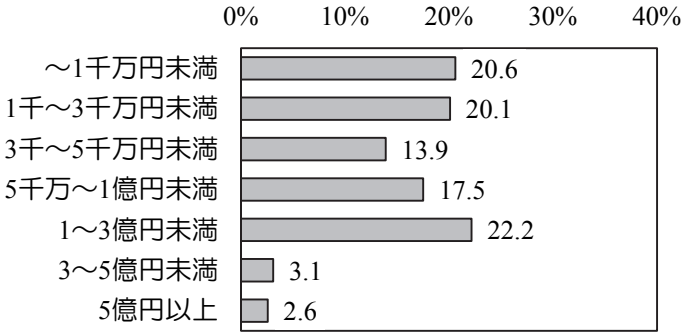


図 12　直近の売上高（N=194）

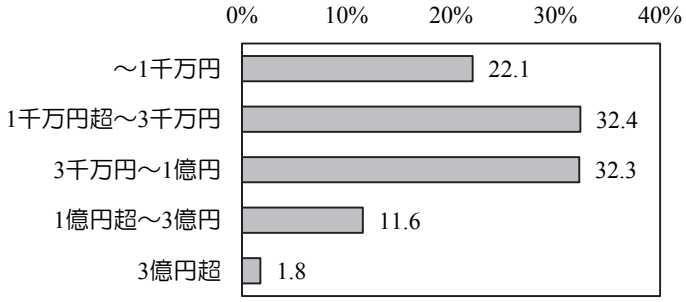


図 13　直近の売上高（N=4,857；全国調査）

出典 ： 中小企業庁「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016 年 1 月実施）

業種別にみると、「建設業」では 1 億円以上の事業者が約 5 割と他業種に比べて高くなる一方で、「サービス業」では 3 千万円未満の事業者が 6 割強を占めます。「製造業」、「商業」においても、1 億円以上の事業者は 3 割程度にとどまります。

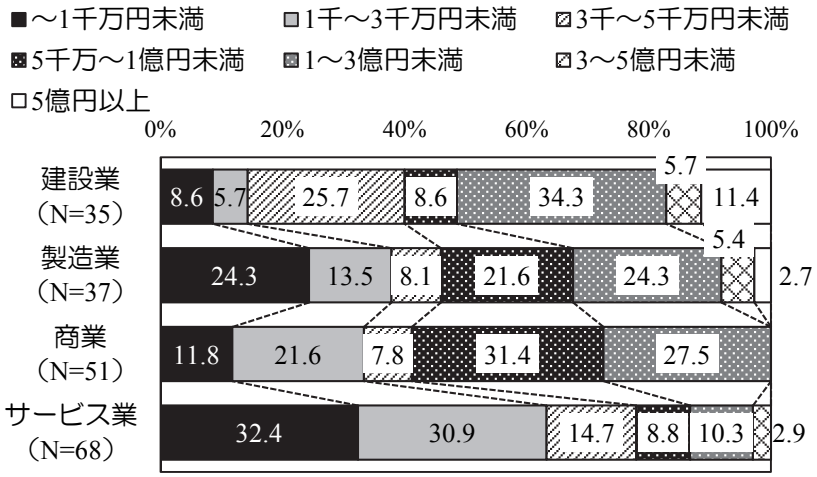


図 14　業種別にみた直近の売上高

（２）最近の業績動向について

① 直近 3 年間の売上高の傾向

直近 3 年間の売上高の傾向は、約 5 割（47.2%）が「ほぼ横ばい」と回答しています。

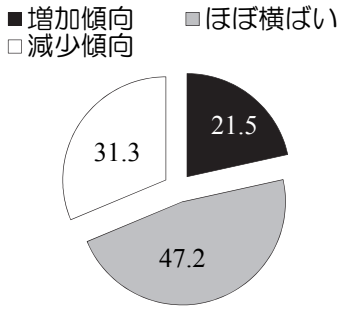


図 15　直近 3 年間の売上高の傾向（N=246）

全国調査（2016 年 1 月実施）と比較すると、「増加傾向」と回答した事業者が管内小規模事業者ではやや少なく、「減少傾向」と回答した事業者がやや多くなっています。

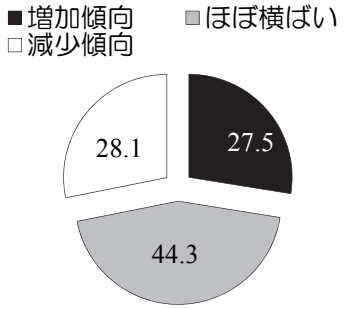


図 16　直近 3 年間の売上高の傾向（N=4,857；全国）

出典 ： 中小企業庁「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016 年 1 月実施）

業種別にみた直近 3 年間の売上高の傾向は、「商業」において、「減少傾向」とする割合が高くなる一方で、「増加傾向」とする割合が低くなっています。

その一方で、「サービス業」では「増加傾向」と「減少傾向」はともに 23.9%と同数となっています。「製造業」では、「増加傾向」とする割合が 25.0%とその他の業種よりも高くなっていますが、「減少傾向」とする割合も 36.4%と比較的高くなっています。

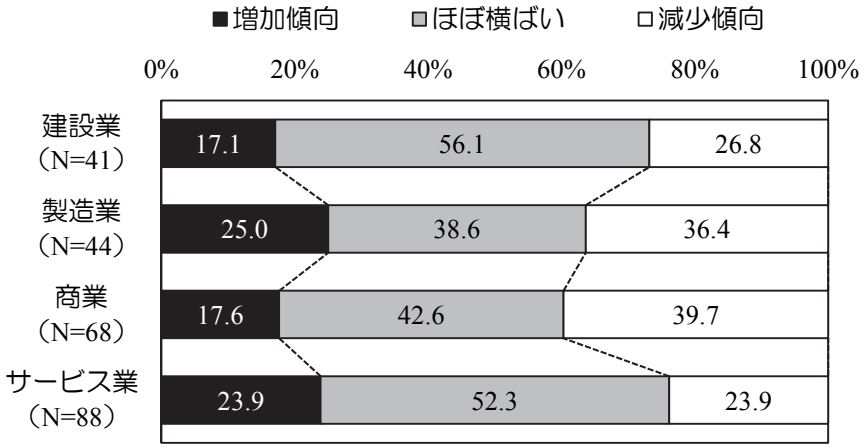


図 17　業種別にみた直近 3 年間の売上高の傾向

経営目標の有無別にみた直近 3 年間の売上高の傾向は、経営目標が「ある」事業者では、「増加傾向」との回答が 28.7%と「ない」における 11.1%を上回りました。

また、経営目標が「ない」事業者では、「減少傾向」との回答割合が 40.0%と高くなっています。

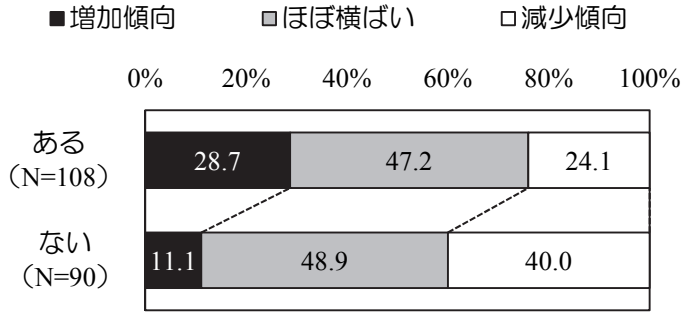


図 18　経営目標の有無別にみた直近 3 年間の売上高の傾向

② 売上高の増加要因（複数回答）

※①直近３年間の売上高傾向で「１.増加傾向」と回答した事業所が対象

売上高の増加要因は、「商品・サービスの品質・信頼性が高い」が最も高く（63.5%）、次いで「得意先・固定客が多い」（44.2%）、「情報発信力の高さ」（21.2%）となっています。

全国と比較すると、「得意先・固定客が多い」、「商品・サービスの開発力が高い」とする回答などで管内小規模事業者が少なくなっています。

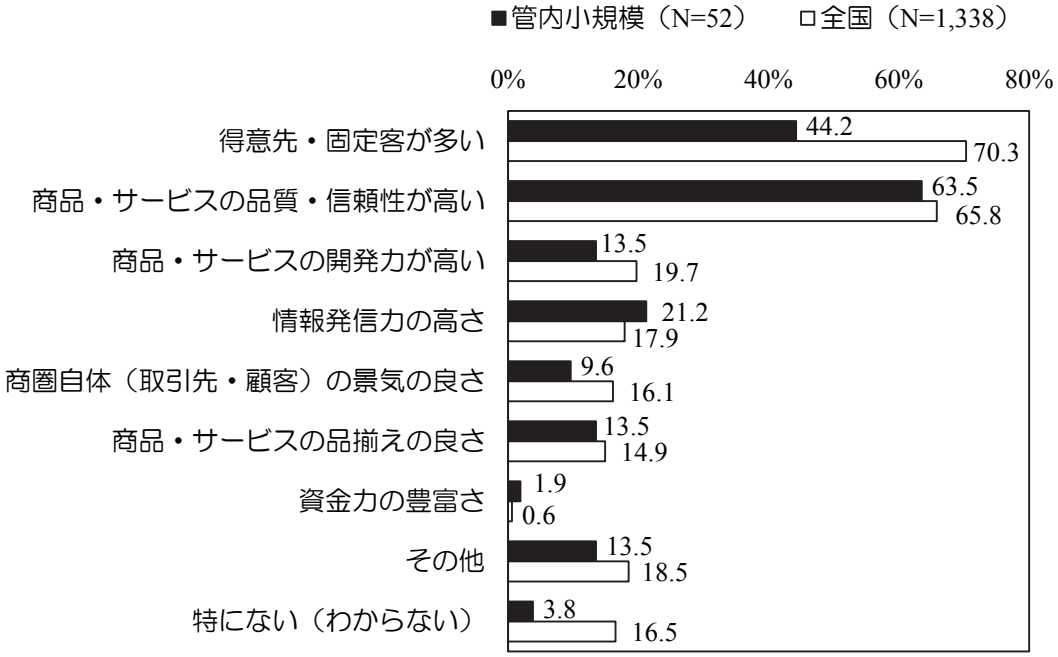


図 19　売上高の増加要因

出典 ： 中小企業庁「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016 年 1 月実施）

③ 売上高の減少要因（複数回答）

※①直近３年間の売上高傾向で「３．減少傾向」と回答した事業所が対象

売上高の減少要因は、「商圏自体（取引先・顧客）の景気の悪さ」が最も高く（55.8%）、次いで「得意先・固定客が少ない」（35.1%）、「その他」（31.2%）となっています。

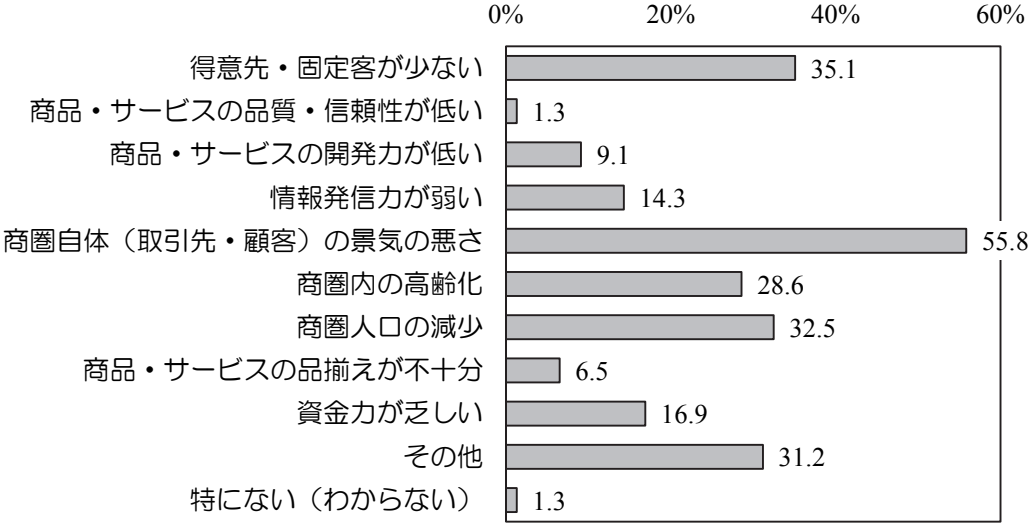


図 20　売上高の減少要因（N=77）

業種別にみた売上高の減少要因は、「商業」では、「商圏自体の景気の悪さ」、「商圏人口の減少」、「商圏内の高齢化」との回答が高い一方で、「製造業」、「サービス業」では、「商圏自体の景気の悪さ」、「得意先・固定客が少ない」が高くなっています。

「製造業」については、「その他」とする回答も高くなっていますが、具体的な内容としては、「価格競争の激化」、「ニーズの変化」、「人手不足」等の回答が見られました。

また、「建設業」については、「商圏自体の景気の悪さ」の次に、「商圏人口の減少」が高くなっています。

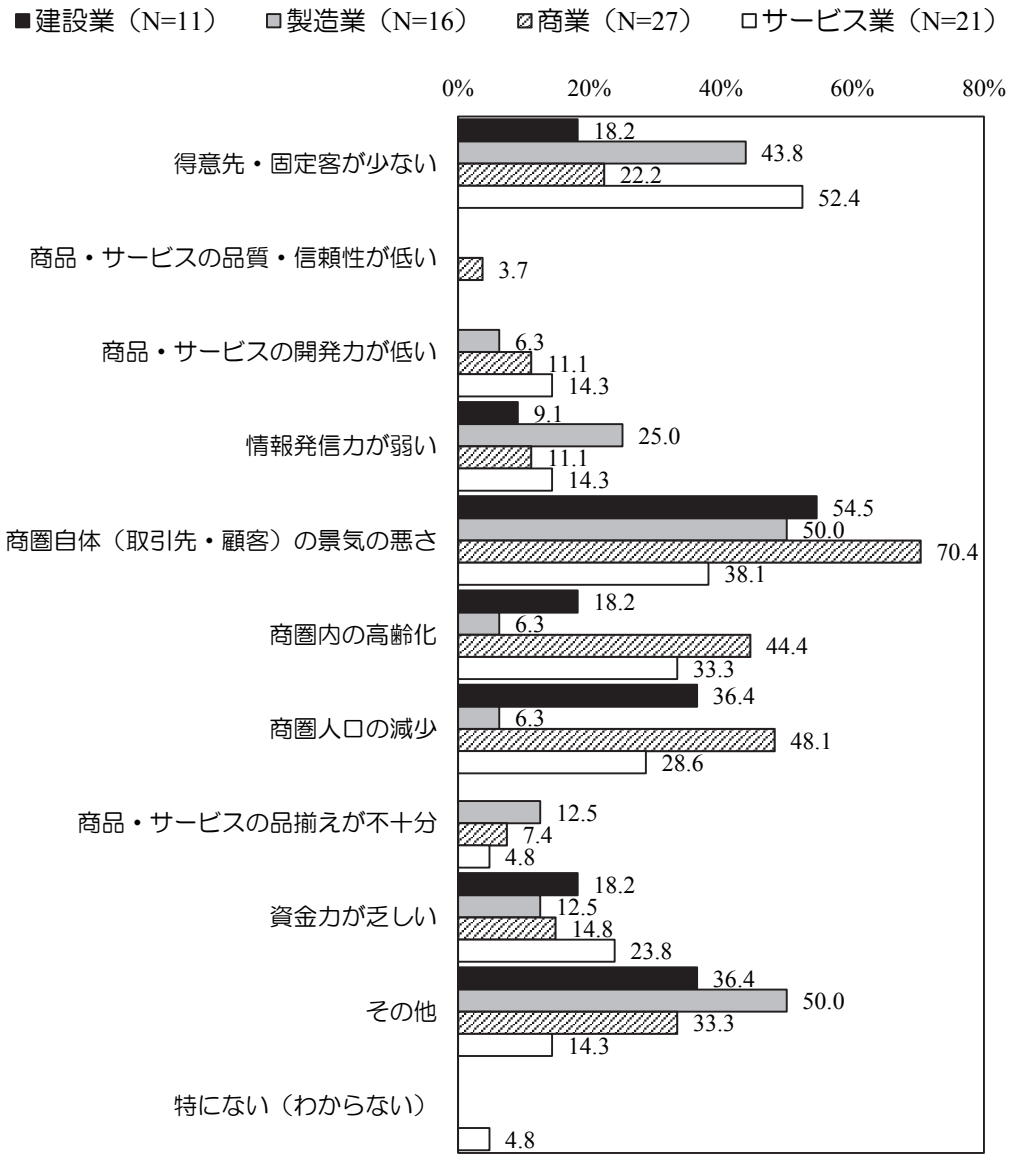


図 21　業種別にみた売上高の減少要因

④ 直近 3 年間の収益率

直近 3 年間の収益率は、約 5 割（51.2%）が「ほぼ横ばい」と回答しています。

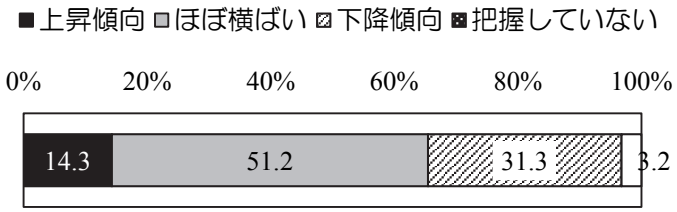


図 22　直近 3 年間の収益率（N=217）

経営目標の有無別にみた直近 3 年間の収益率は、経営目標が「ある」事業者では、「上昇傾向」とする回答が 21.6%と比較的高くなっています。また、経営目標が「ない」事業者では、「下降傾向」との回答割合が 41.3%と高くなっています。

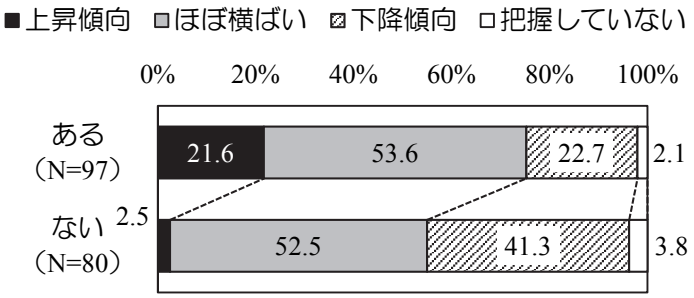


図 23　経営目標の有無別にみた直近 3 年間の収益率

直近 3 年間の売上高の傾向別にみた直近 3 年間の収益率は、売上高が「増加傾向」の事業者では約 7 割（67.6%）が「上昇傾向」と回答しており、かなり高くなっています。

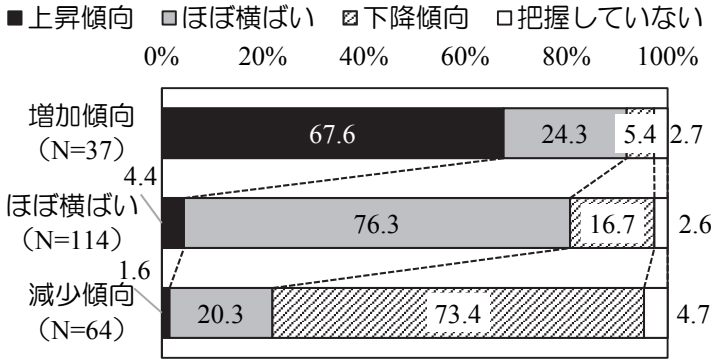


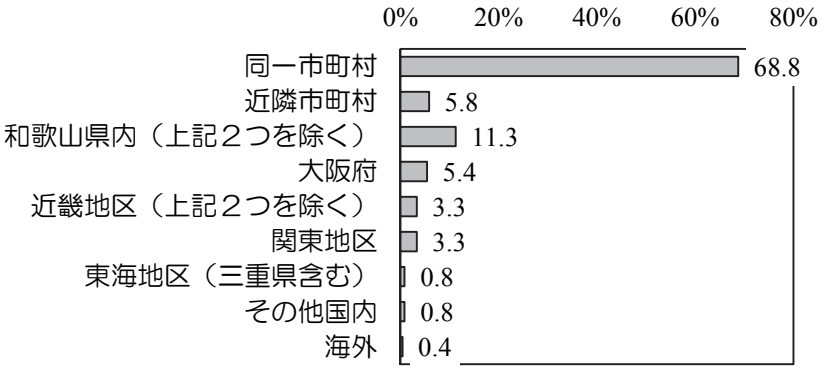
図 24　売上高傾向別にみた直近 3 年間の収益率

（３）販路開拓の取り組みについて

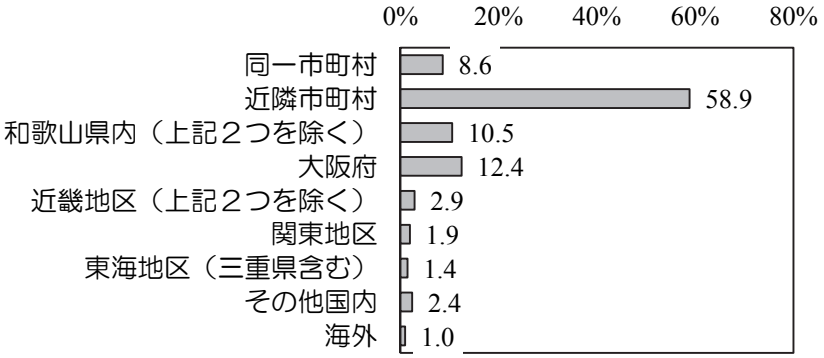
① 売上高でみた顧客（販売先）の立地地域

売上高でみた顧客（販売先）の立地地域は、次のとおりです。売上高第１位では「同一市町村」（68.8%）、売上高第 2 位では「近隣市町村」（58.9%）、売上高第 3 位では「和歌山県内」（56.1%）が最も高くなっています。

【第１位】（Ｎ＝240）



【第２位】（Ｎ＝209）



【第３位】（Ｎ＝171）

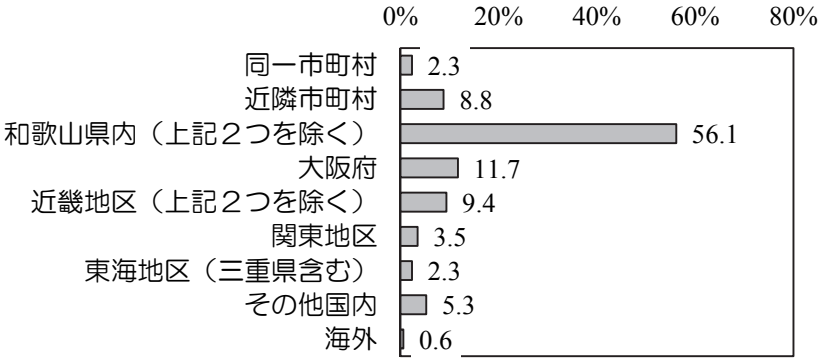


図 25　売上高でみた顧客（販売先）の立地地域

全国調査と比較すると、管内小規模事業者は「同一市町村」、「近隣市町村」、「和歌山県内」を主な販売先（顧客）の所在地域とする割合が極めて高く、販路が限定されていることが推察されます。

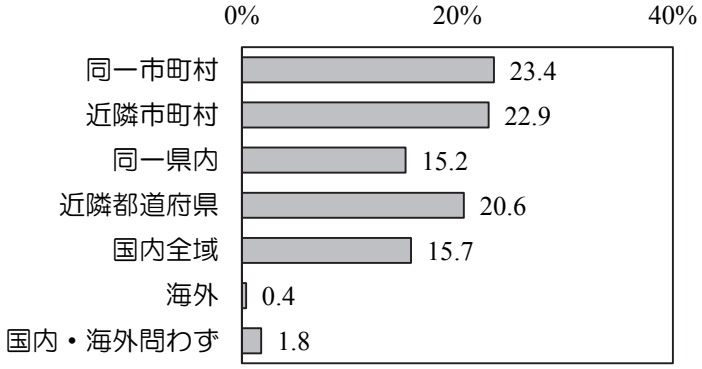


図 26　販売先の主な地理的範囲（全国調査）

出典 ： 中小企業庁「平成 27 年度注賞企業実態基本調査」（平成 26 年度決算実績）

業種別にみた顧客（販売先）の立地地域（第 1 位）は、「製造業」において、「大阪府」、「近畿地区」、「関東地区」とする回答も見られますが、その他の業種では、ほとんどの事業者の顧客（販売先）の立地地域は和歌山県内となっています。

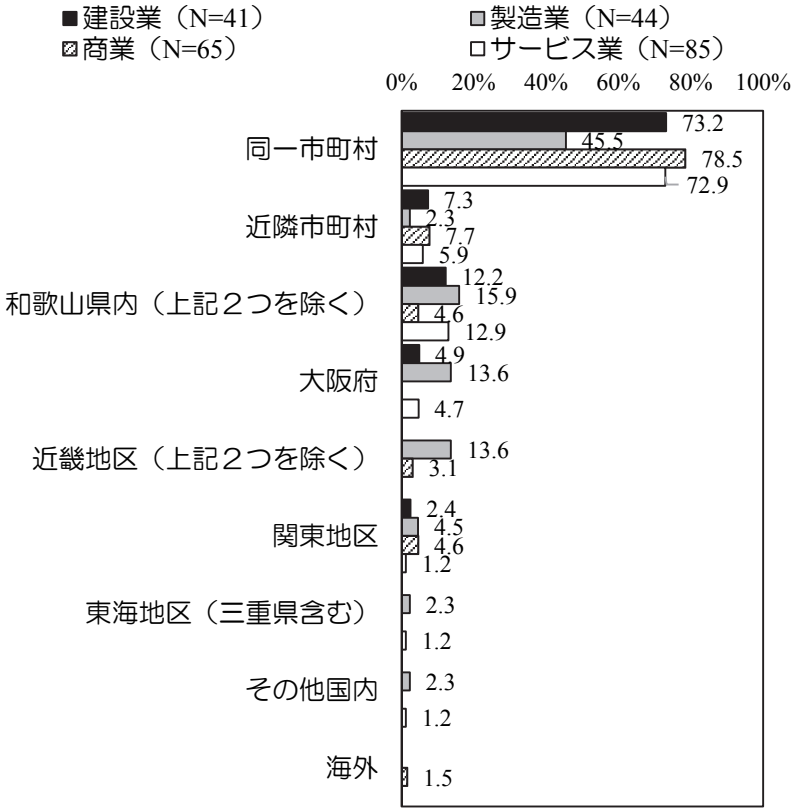


図 27　業種別にみた顧客（販売先）の立地地域（第 1 位）

顧客（販売先）の立地地域（第１位）別に売上高傾向を見ると、「同一市町村」、「近隣市町村」、「和歌山県内」については、「増加傾向」とする回答が 1～2 割程度ですが、「大阪府」、「関東地区」では各々38.5%、50.0%と高くなっています。

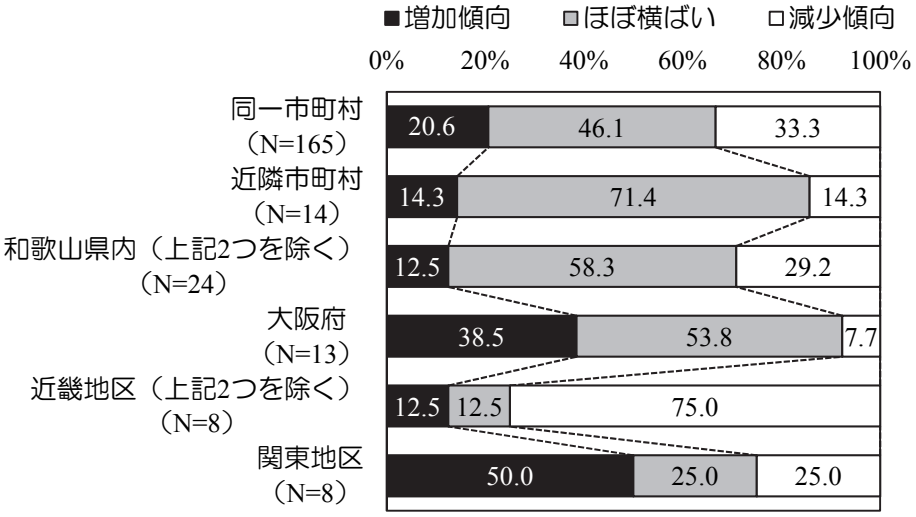


図 28　顧客（販売先）の立地地域（第１位）でみた売上高傾向*

* 「東海地区」、「その他国内」、「海外」については、集計数が 1～2 社と少ないため、表記を割愛しています。

② 主な顧客（販売先）の構成

主な顧客（販売先）の構成は、約 5 割（48.1%）が「事業者が多い」と回答しています。

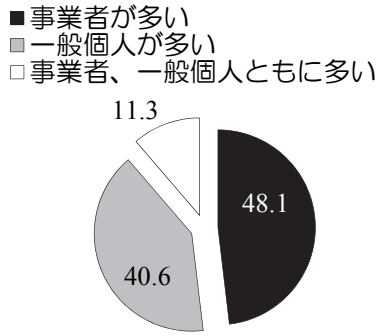


図 29　主な顧客（販売先）（N=239）

③ 一般個人客の主な年齢層・性別（年齢層は複数回答）

※②主な顧客（販売先）で「2．一般個人が多い」「3．事業所、一般個人ともに多い」と回答した事業所が対象

一般個人客の主な年齢層は、「50 代」が最も高く（72.7%）、次いで「40 代」（63.6%）となっています。また、一般個人客の主な性別は、約 4 割（37.7%）が「女性が多い」と回答しています。

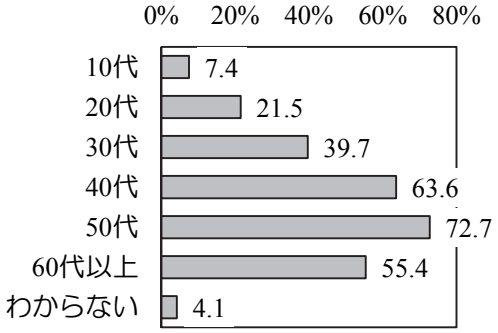


図 30　一般個人客の年齢層（N=121）

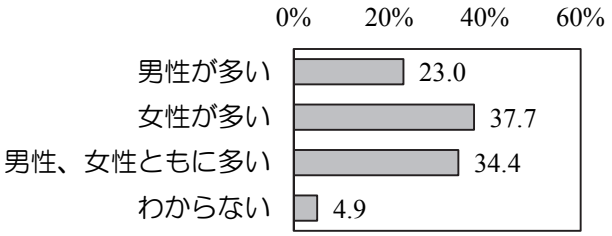


図 31　一般個人客の性別（N=122）

業種別にみた一般個人客の年齢層は、「建設業」において「40 代」、「30 代」とする回答が比較的高くなっています。

「サービス業」では「20 代」、「30 代」、「40 代」とする回答割合が比較的高く、「商業」では「50 代」、「60 代以上」とする回答が高くなっています。

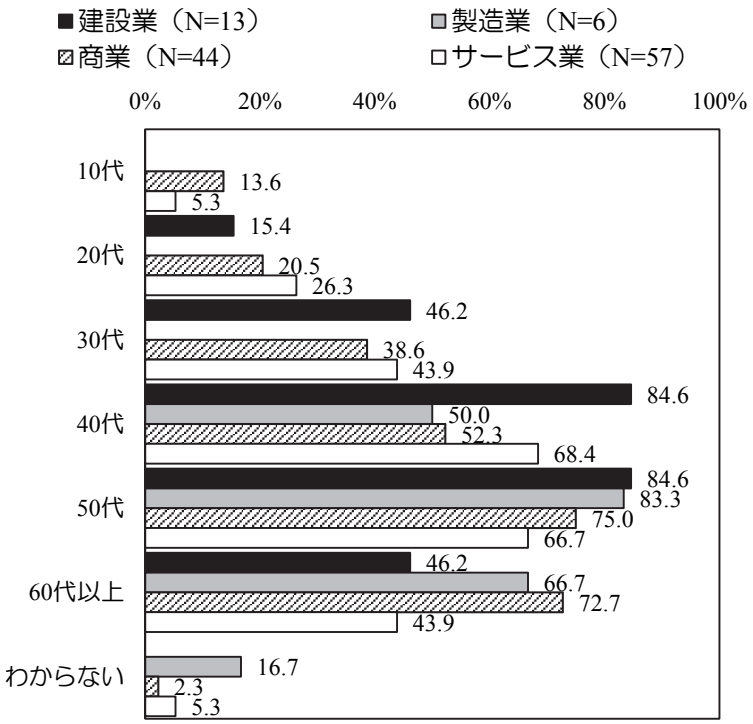


図 32　業種別にみた一般個人客の年齢層

（参考）若年層を主な顧客とする事業者について

上述のように、いずれの業種を見ても、「40 代」、「50 代」、「60 代」の個人客が多くなっていますが、その一方で、「10 代」、「20 代」、「30 代」の個人客を主な客層に挙げる事業者もいます。以下では、このような事業者を「若年層を主な顧客とする事業者」として、その特徴を整理します。

一般個人客を顧客とする事業者（121 社）*のうち、「若年層を主な顧客とする事業者」は 42.1%となっています。

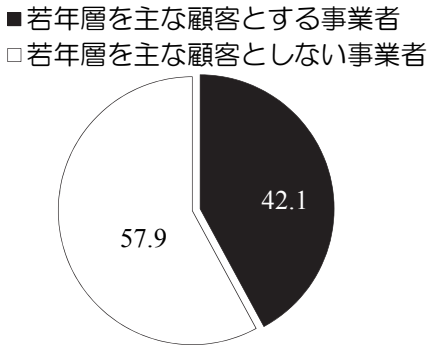


図 33　若年層を主な顧客とする事業者（N=121）

若年層を主な顧客とする事業者について、その売上高傾向をみると、「増加傾向」とする事業者が 28.0%で「減少傾向」の 24.0%を上回りました。また、若年層を主な顧客としない事業者と比べると、「増加傾向」とする回答が多く、「減少傾向」とする回答が少なくなっています。

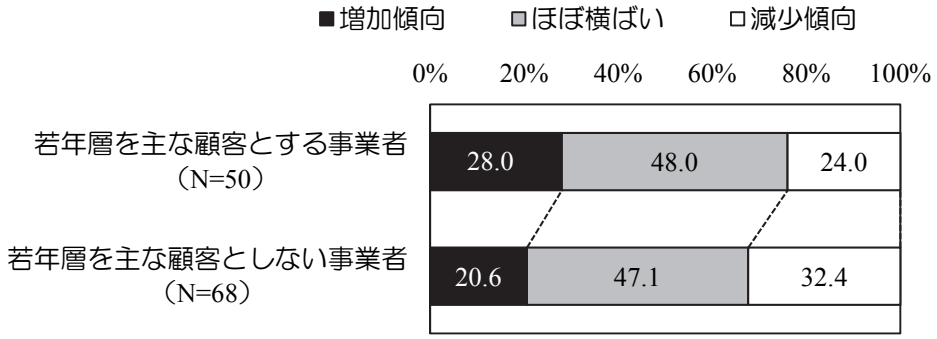


図 34　若年層を主な顧客とする事業者の売上高傾向

* 一般個人客を顧客とする事業者のうち、主な顧客の年齢層についての質問に回答した 121 社をここでは集計対象としています。

若年層を主な顧客とする事業者について、その他の特徴としては、経営者の平均年齢が54.6歳と比較的若いことが挙げられます。管内小規模事業者全体に比べて、20～30歳代の経営者が多く、70代以上の経営者があまり見られません。

また、20～40歳代の経営者のほとんどが1代目の方となっており、創業年数の比較的短い事業者が多いと考えられます。

表 3　若年層を主な顧客とする事業者の経営者の平均年齢

	経営者の平均年齢
若年層を主な顧客とする事業者（N=51）	54.6（歳）
若年層を主な顧客としない事業者（N=68）	59.3（歳）

また、若年層を主な顧客とする事業者について、その経営者の性別では、「女性」の割合が若年層を主な顧客としない事業者よりも 3.4 ポイント高くなっています。

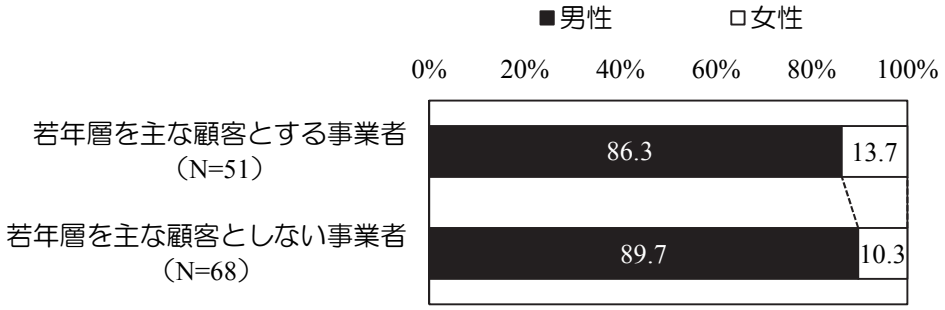


図 35　若年層を主な顧客とする事業者の経営者の性別

④ 今後の商圏・販路に関する意向

今後の商圏・販路に関する意向は、約 5 割（48.4%）が「現状を維持する」と回答しています。

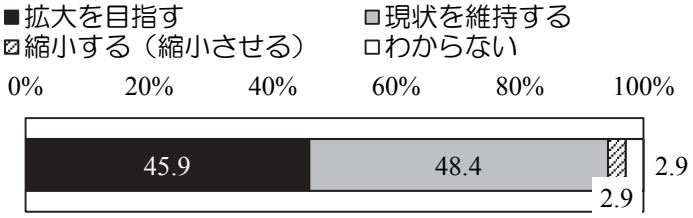


図 36　今後の商圏・販路に関する意向（N=244）

業種別にみた今後の商圏・販路に関する意向は、「サービス業」で「拡大を目指す」とする回答が 54.0%と過半数を占めています。

その一方で、「商業」は「拡大を目指す」が 35.8%で、「現状を維持する」が 59.7%と約 6 割を占めました。「建設業」においても、「現状を維持する」が 52.5%と過半数を占めています。「製造業」では、「拡大を目指す」と「現状を維持する」がともに 46.7%となりました。

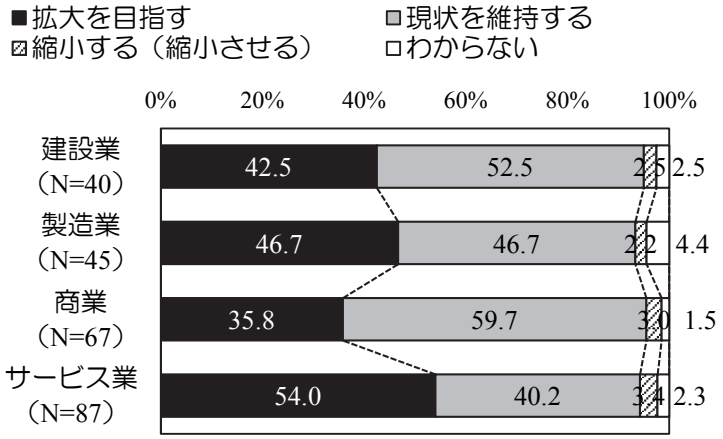


図 37　業種別にみた今後の商圏・販路に関する意向

⑤ 商圏・販路拡大、維持のための取り組み（複数回答）

※④今後の商圏・販路に関する意向で「1．拡大をめざす」「2.現状を維持する」と回答した事業所が対象

商圏・販路拡大、維持のための取り組みは、「既存商品・サービスの見直し」が最も高く（34.5%）、次いで「広告宣伝の拡充」（30.0%）、「市場ニーズの把握（市場調査の実施等）」（28.2%）となっています。

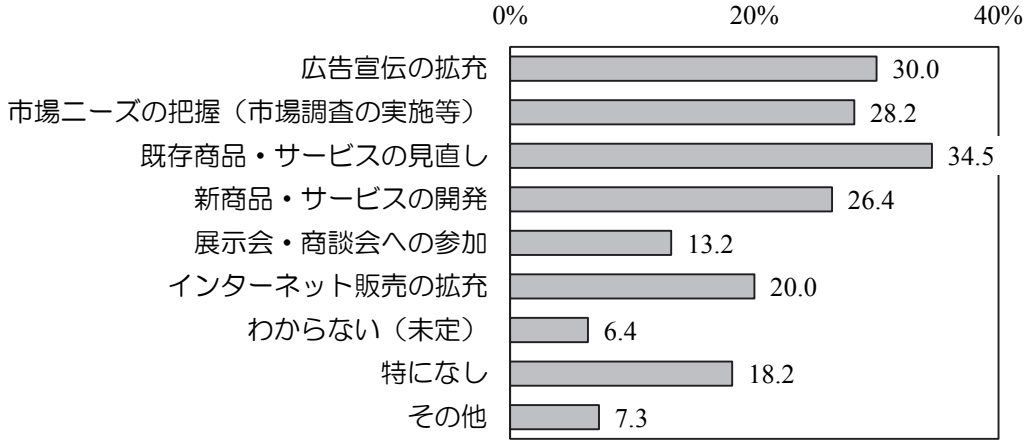


図 38　商圏・販路拡大、維持のための取り組み（N=220）

業種別にみた商圏・販路拡大、維持のための取り組みは、「建設業」では「特になし」とする回答が 35.3%で最も高くなっています。

「製造業」については、「既存商品・サービスの見直し」が 26.8%で最も高くなっています。

「商業」は、「既存商品・サービスの見直し」が 53.1%と過半数を占め、「新商品・サービスの開発」が 35.9%で続いています。

「サービス業」は、「広告宣伝の拡充」が 39.0%で最も高くなっています。

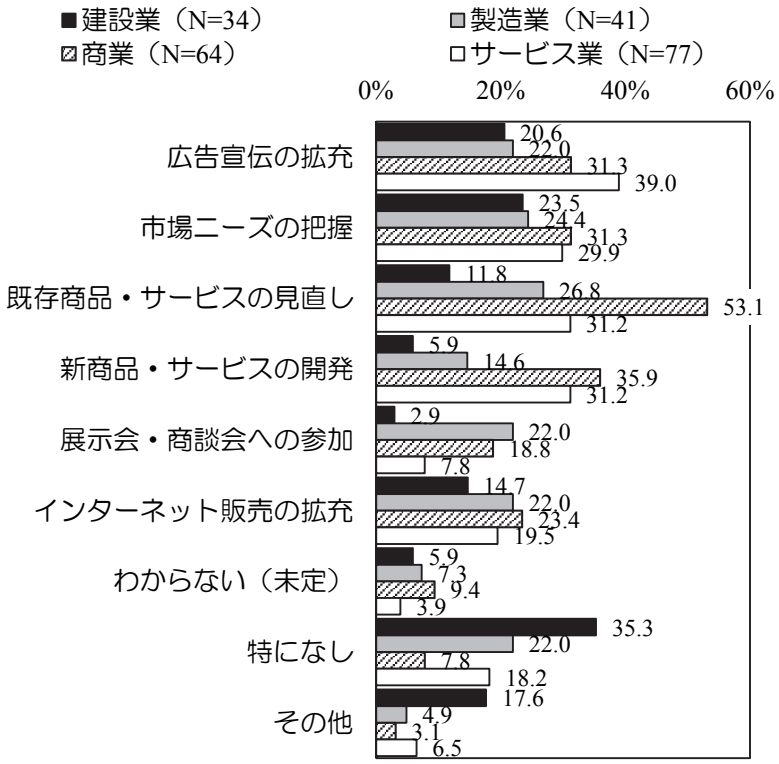


図 39　業種別にみた商圏・販路拡大、維持のための取り組み

今後の商圏・販路に関する意向別にみた商圏・販路拡大、維持のための取り組みは、商圏・販路の「拡大を目指す」事業者では、「広告宣伝の拡充」（38.7%）、「市場ニーズの把握」（37.7%）、「既存商品・サービスの見直し」（37.7%）、「新商品・サービスの開発」（34.9%）との回答が高くなっています。

その一方で、「現状を維持する」事業者では、「既存商品・サービスの見直し」が31.6%で最も高くなっていますが、「拡大を目指す」事業者に比べて、各選択肢の回答割合は総じて低くなっており、「特になし」とする回答が約 3 割（29.8%）を占めています。

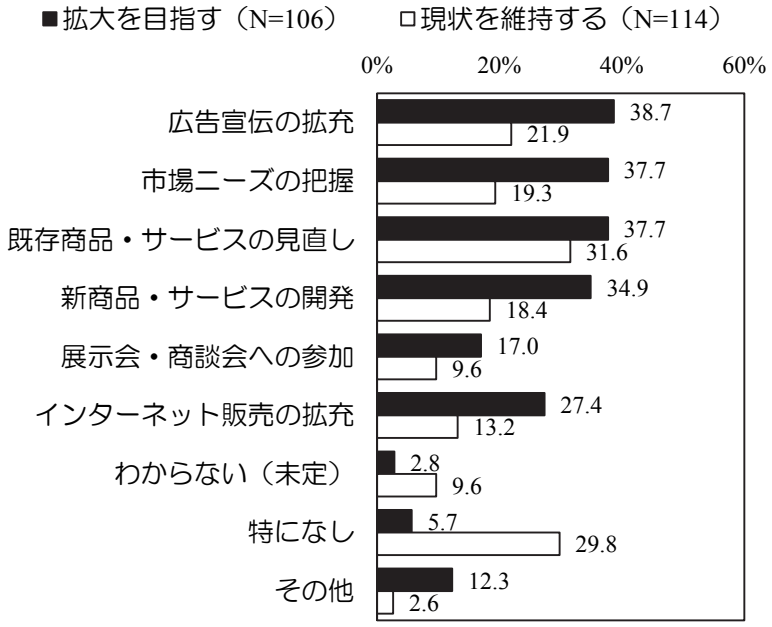


図 40　今後の商圏・販路に関する意向別にみた商圏・販路拡大、維持のための取り組み

⑥ 商圏・販路拡大、維持のために支援機関に期待する支援策（複数回答）

※④今後の商圏・販路に関する意向で「1．拡大をめざす」「2.現状を維持する」と回答した事業所が対象

商圏・販路拡大、維持のために支援機関に期待する支援策は、「広告宣伝に対する支援」が最も高く（35.3%）、次いで「特になし」（32.1%）となっています。

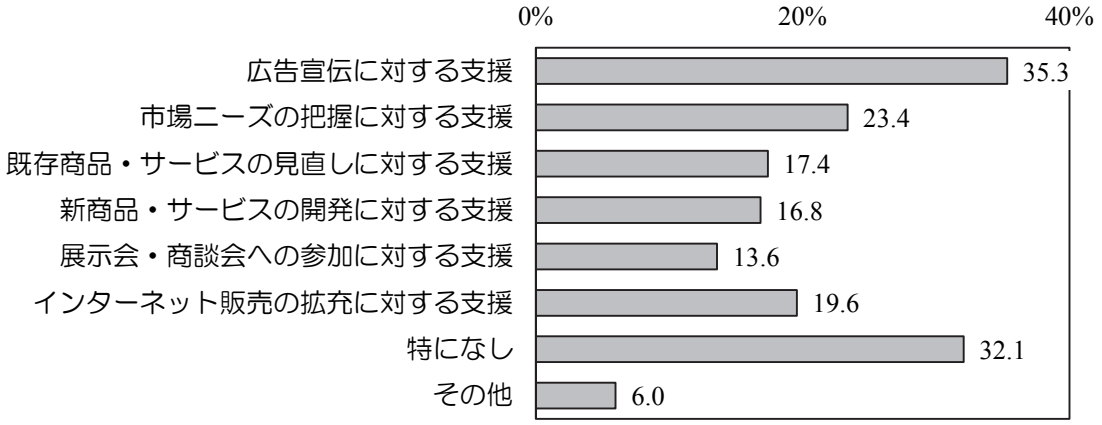


図 41　商圏・販路拡大、維持のために支援機関に期待する支援策（N=184）

業種別にみた商圏・販路拡大、維持のために支援機関に期待する支援策については、「建設業」や「製造業」において「特になし」とする回答が 4 割程度と高くなっています（次頁の図 42）。

「商業」については、「広告宣伝に対する支援」が 43.8%で最も高く、「市場ニーズの把握に対する支援」が 31.3%で後に続いています。

「サービス業」についても、「広告宣伝に対する支援」が 50.0%と半数を占め、「市場ニーズの把握に対する支援」、「インターネット販売の拡充に対する支援」がともに 21.2%で続いています。

また、「製造業」については、「展示会・商談会への参加に対する支援」との回答も 30.0%と高くなっています。

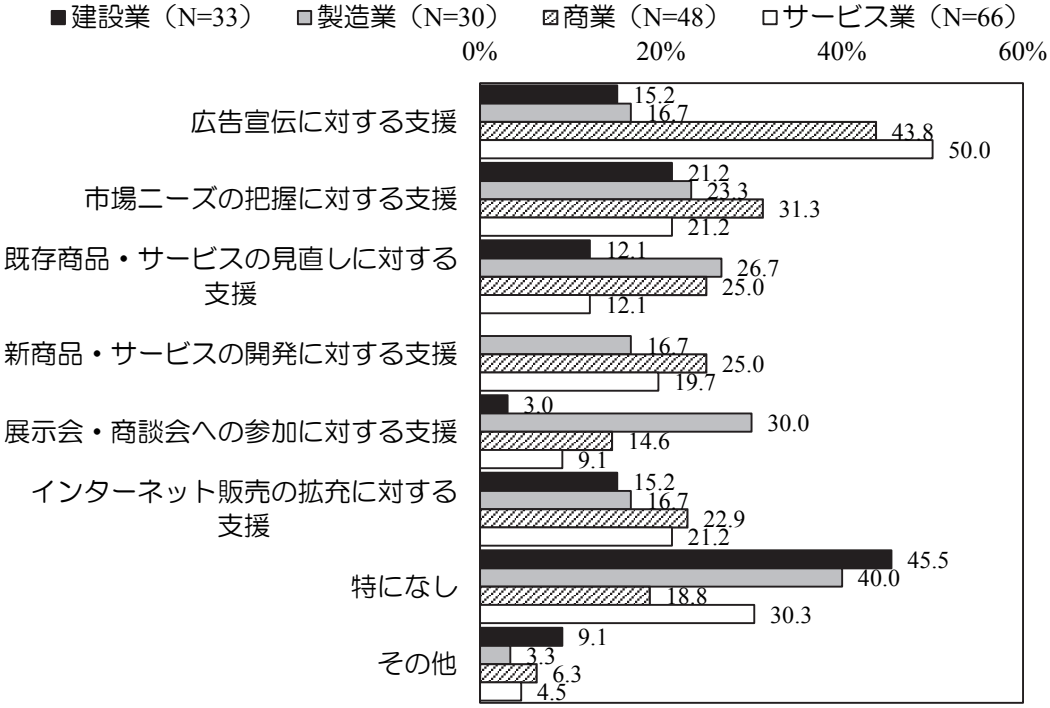


図 42　業種別にみた商圏・販路拡大、維持のために支援機関に期待する支援策

今後の商圏・販路に関する意向別にみた商圏・販路拡大、維持のために支援機関に期待する支援策については、「拡大を目指す」事業者においては、「広告宣伝に対する支援」が 45.5%で最も高く、次いで「市場ニーズの把握に対する支援」が 30.7%となっており、「インターネット販売の拡充に対する支援」が 25.0%で後に続いています。

「現状を維持する」事業者については、「特になし」が 44.8%で最も高く、「広告宣伝に対する支援」が 26.0%で後に続いています。

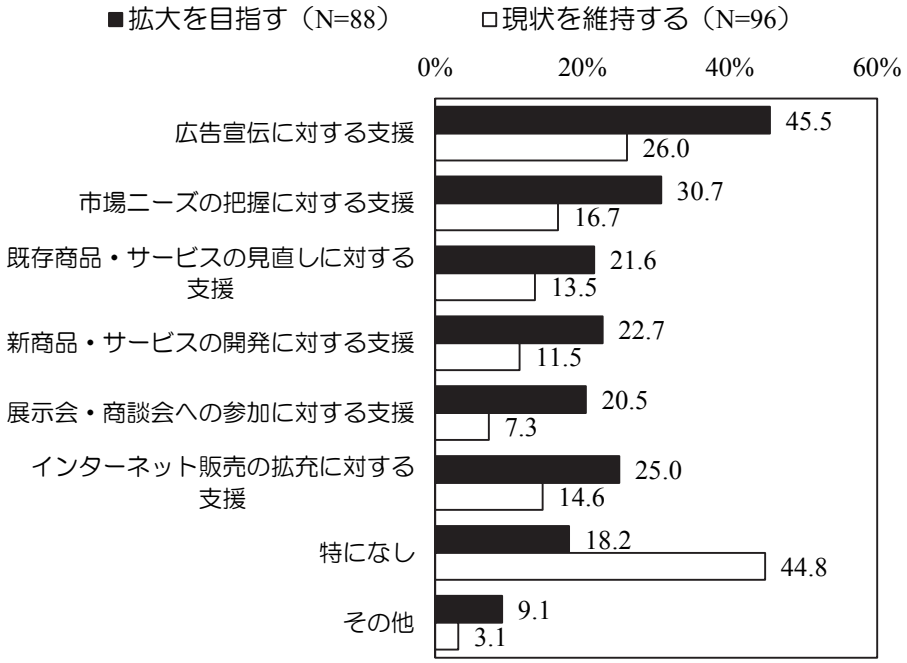


図 43　今後の商圏・販路に関する意向別にみた商圏・販路拡大、維持のために支援機関に期待する支援策

（4）人事・経理について

① 人材確保の状況

人材確保の状況は、約5割（47.3%）が「ある程度確保できている」と回答しています。和歌山県の主に中小企業を対象とした調査結果と比較すると、管内小規模事業者の方が、「確保できていない」とする回答割合が高くなっています。

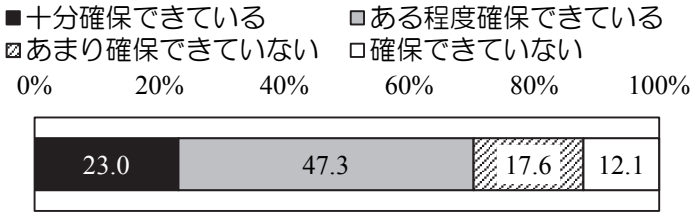


図 44　人材確保の状況（N=239）

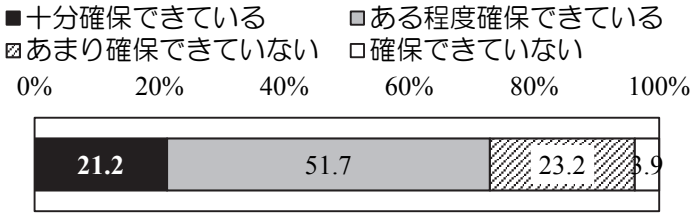


図 45　人材確保の状況（N=671；和歌山県）

出典 ： 和歌山社会経済研究所「景気動向調査 NO.105」（2016 年 12 月実施）

業種別にみた人材確保の状況は、「製造業」で『確保できない（「あまり確保できていない」、「確保できていない」の合計）』とする回答が高くなっています（35.6%）。「建設業」でも両者の回答割合は35.0%と高くなっています。ただし、「商業」では20.0%にとどまっています。

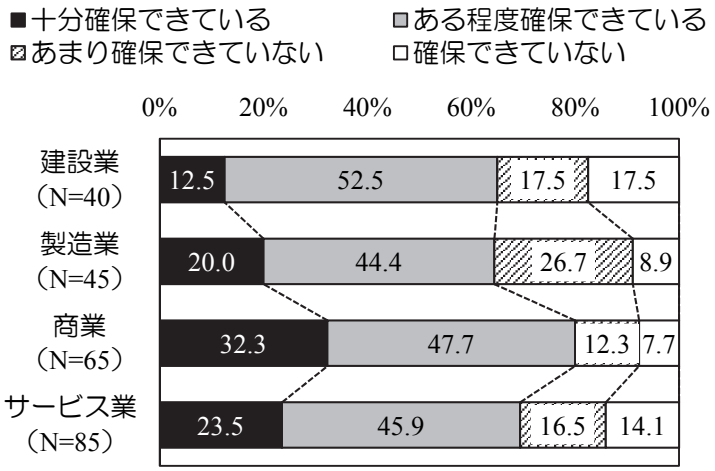


図 46　業種別にみた人材確保の状況

直近 3 年間の売上高傾向別にみた人材確保の状況は、売上高が「減少傾向」にある事業者で「あまり確保できていない」、「確保できていない」とする回答が 35.6%と高くなっています。「増加傾向」にある事業者についても、両者の回答割合は 32.0%と高くなっています。

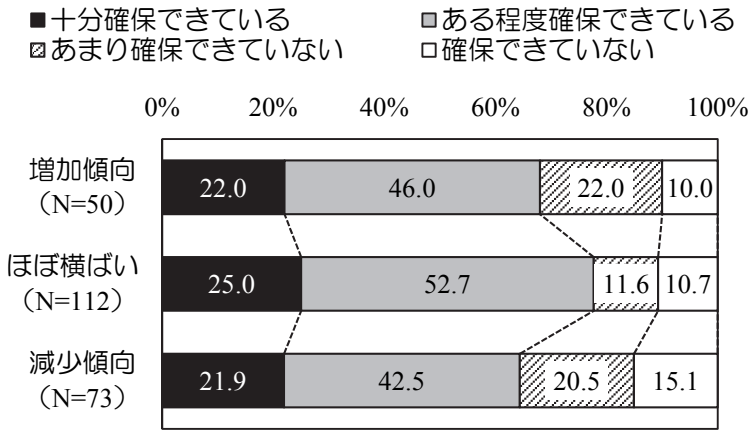


図 47　直近 3 年間の売上高の傾向別にみた人材確保の状況

② 人材確保できないことによる事業への影響（複数回答）

※①人材確保の状況で「3．あまり確保できていない」「4．確保できていない」と回答した事業所が対象

人材確保できないことによる事業への影響は、「売上機会の逸失」が最も高く（54.5%）、次いで「残業代、外注費等のコストが増加し、収益を圧迫」（24.2%）となっています。

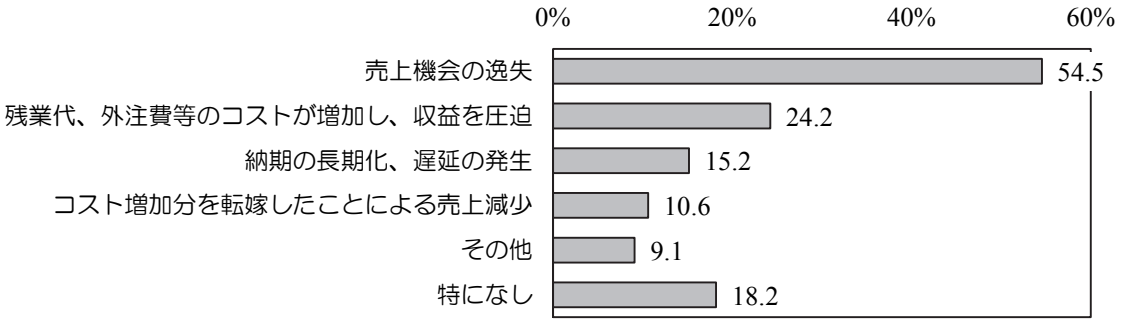


図 48　人材確保できないことによる事業への影響（N=66）

業種別にみた人材確保できないことによる事業への影響は、「建設業」では、「売上機会の逸失」が 57.1%で最も高く、「コストが増加し、収益を圧迫」が 42.9%で後に続いています。「製造業」では、「特になし」とする回答が高く、「商業・サービス業」については、「売上機会の逸失」とする回答が 6 割強となっています。

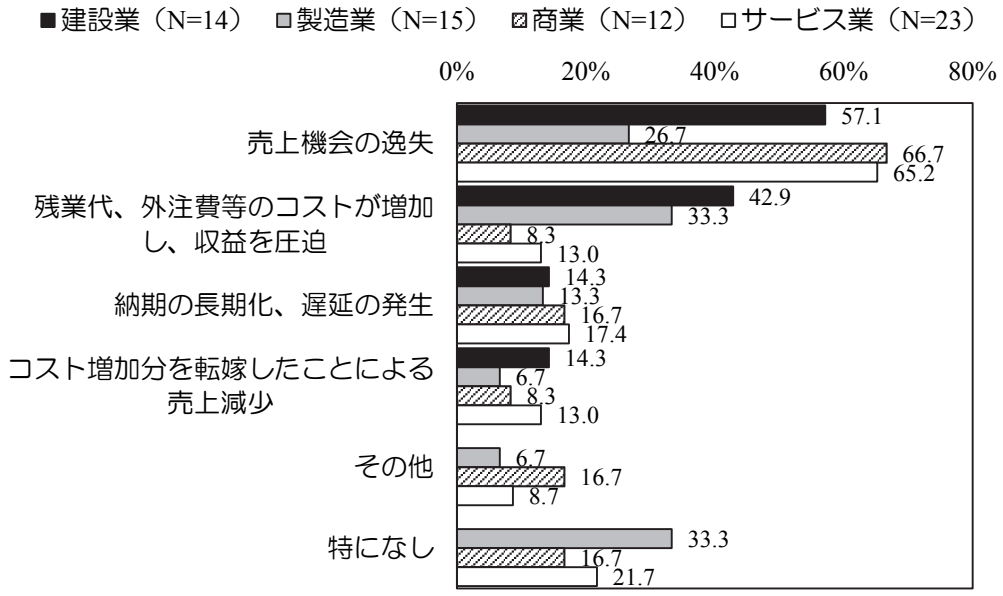


図 49　業種別にみた人材確保できないことによる事業への影響

直近 3 年間の売上高の傾向別にみた人材確保できないことによる事業への影響は、「増加傾向」の事業者では、「売上機会の逸失」とする回答が 6 割強と高く、次いで「納期の長期化、遅延の発生」が 26.7%で後に続いています。

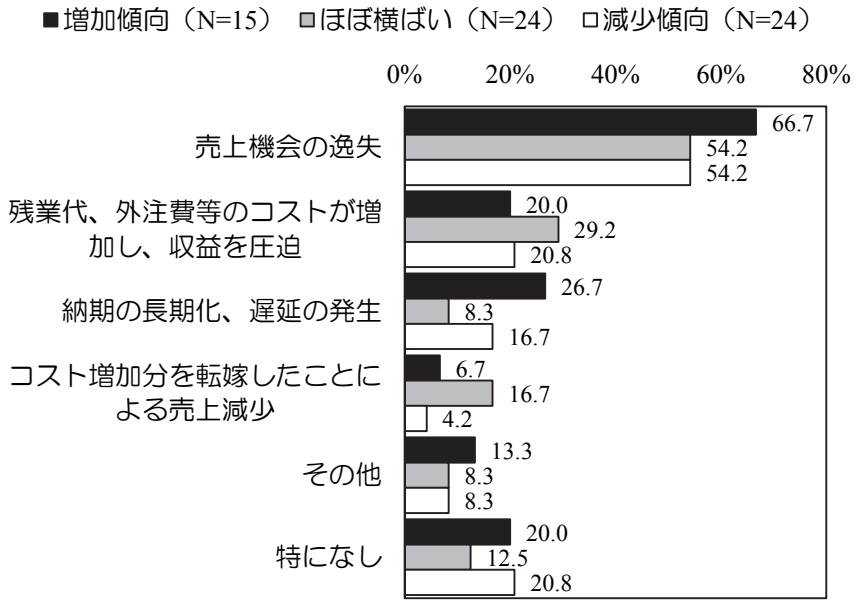


図 50　直近 3 年間の売上高の傾向別にみた人材確保できないことによる事業への影響

③ 優秀な人材確保に向けた取り組み（複数回答）

優秀な人材確保に向けた取り組みは、「特になし」が最も高く（39.0%）、次いで「賃金の引き上げ」（26.1%）となっています。

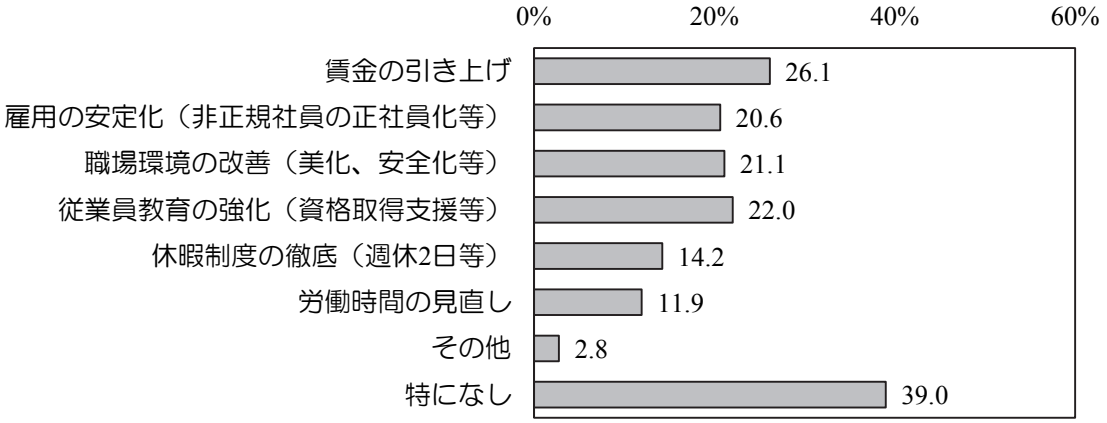


図 51　優秀な人材確保に向けた取り組み（N=218）

直近３年間の売上高の傾向別にみた優秀な人材確保に向けた取り組みは、売上高が「増加傾向」の事業者において、「賃金の引き上げ」、「職場環境の改善」などに取り組む事業者の割合が高くなっていることが伺えます。

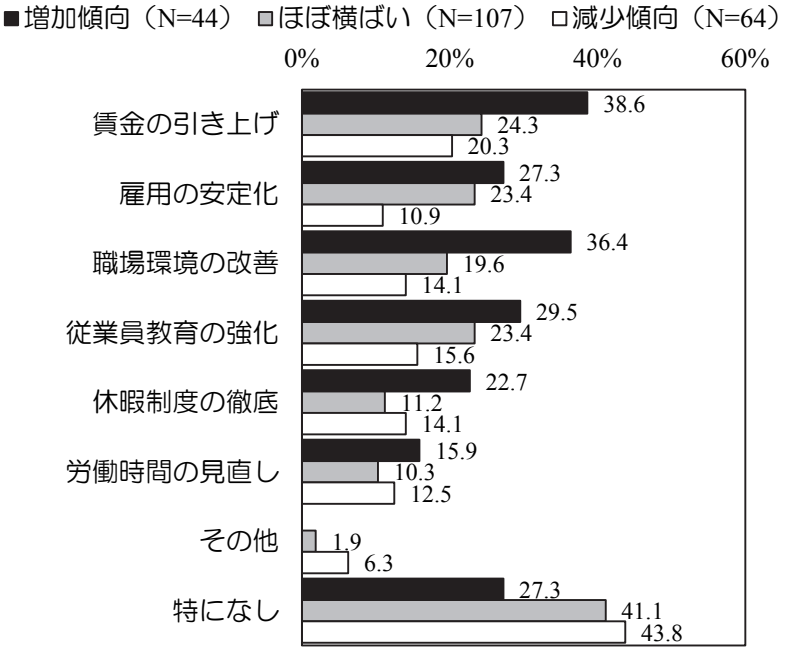


図 52　直近３年間の売上高の傾向別にみた優秀な人材確保に向けた取り組み

④ 経理実務の状況

経理実務の状況は、「自社の会計ソフト等に入力し、会計専門家にチェックを受けている」が最も高く（50.4%）、次いで「自社で記帳、伝票入力はせず、会計専門家に記帳代行を依頼している」（29.9%）となっています。

全国の中小企業を対象とした調査結果と比較すると、管内小規模事業者では、「自社の会計ソフト等に入力し、会計専門家にチェックを受けている」とする回答が少なくなっています。

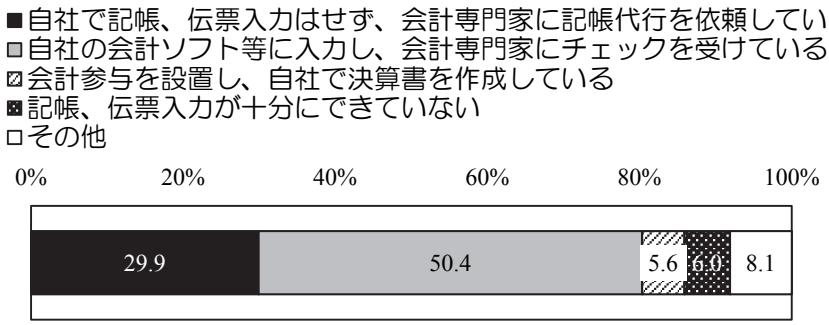


図 53　経理実務の状況（N=234）

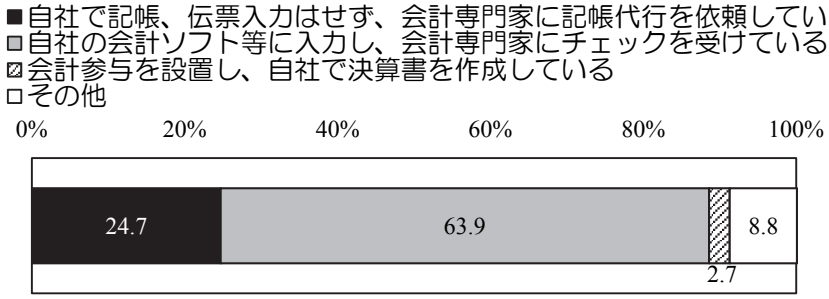


図 54　経理実務の状況（N=830；全国調査）

出典 ： 中小企業庁委託「平成 26 年度 中小企業における会計の実態調査事業」

業種別にみた経理実務の状況は、「自社の会計ソフト等に入力し、会計専門家にチェックを受けている」とする回答は「建設業」、「製造業」、「商業」においては過半数を占めています。ただし、「製造業」では、「記帳、伝票入力が十分にできていない」とする事業者が 15.4%見られました。また、「サービス業」では「自社の会計ソフト等に入力し、会計専門家にチェックを受けている」とする回答が、他業種に比べてやや低くなっています。

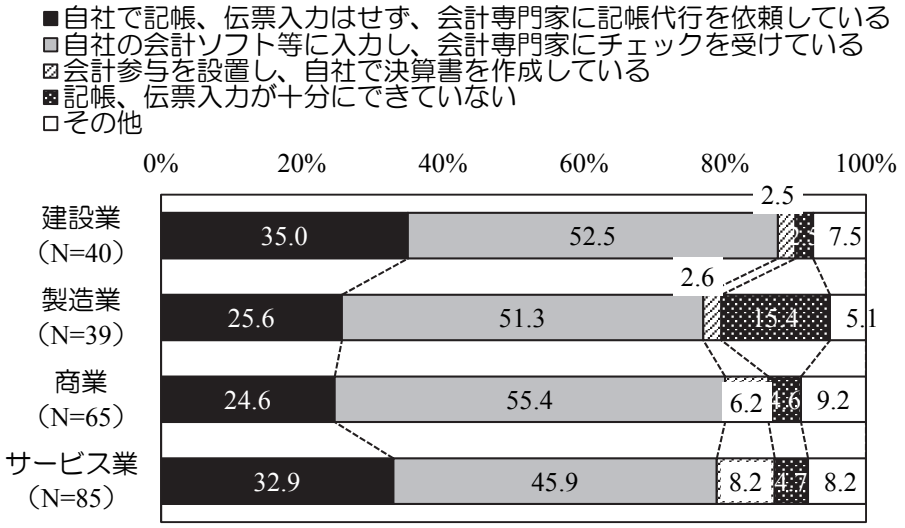


図 55　業種別にみた経理実務の状況

経理実務の状況別に直近 3 年間の売上高の傾向をみると、「会計参与を設置し、自社で決算書を作成」している事業者では、30.8%が「増加傾向」と回答し、比較的高くなっています。その一方で、「記帳、伝票入力が十分にできていない」事業者では、61.5%が「減少傾向」と回答しています。

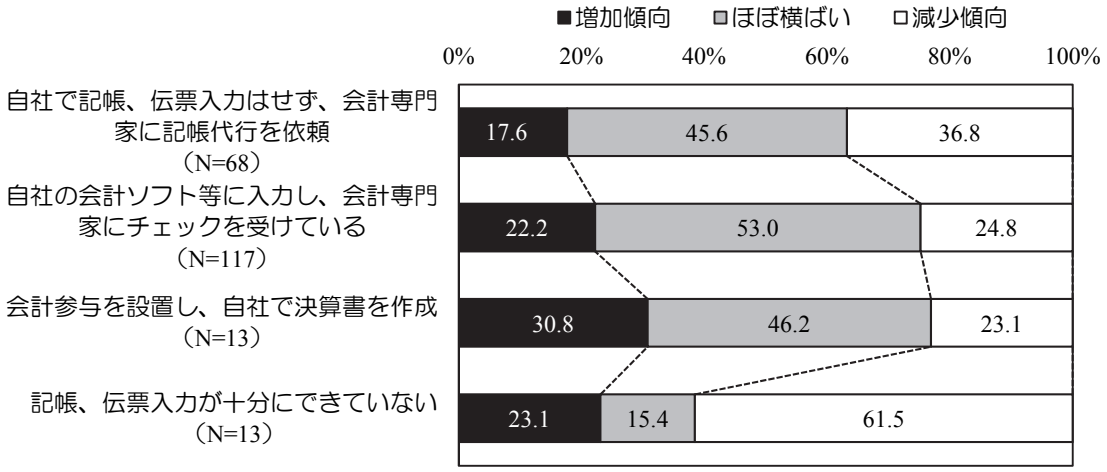


図 56　経理実務の状況別にみた直近 3 年間の売上高の傾向

経理実務の状況別に直近 3 年間の収益率の傾向をみると、前頁の売上高と同様に、「会計参与を設置し、自社で決算書を作成」している事業者の 27.3%が「上昇傾向」と回答しており、比較的高くなっています。その一方で、「記帳、伝票入力が十分にできていない」事業者では、61.5%が「下降傾向」と回答しています。

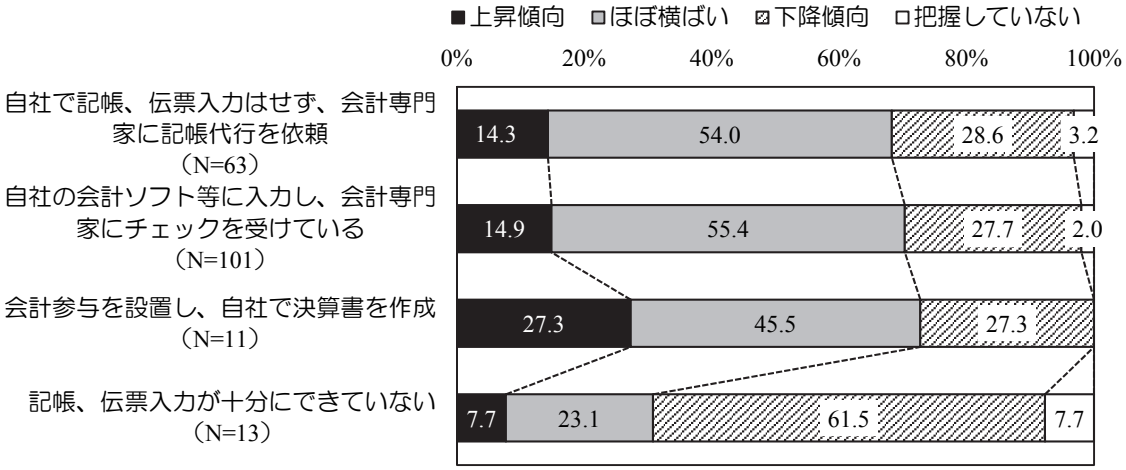


図 57　経理実務の状況別にみた直近 3 年間の収益率の傾向

（5）事業継続について

① 5～25年後における管内小規模事業者の事業継続について

ここでは、質問票「V. 事業承継について」における回答状況を活用して、管内小規模事業者の 5～25 年後の存廃を推計しています。

推計結果を示した下図によると、5 年後には「次世代に承継済み（見込み）」の事業者が 31.0%と 3 割強の事業者が代替わりとなる見込みです。50.5%の事業者は「現在の経営者が事業を継続」と回答する一方で、4.2%と少ないながらも「廃業見込み」の事業者も見られました。「予測できない」とする事業者は 14.4%を占めています。

※ 「予測できない」とする事業者は、経営者の年齢が 30～50 代前半と比較的若い事業者が多く、10 年以上先になると考えられる事業承継について、まだ、検討していない、想定できないという回答が多く見られました。

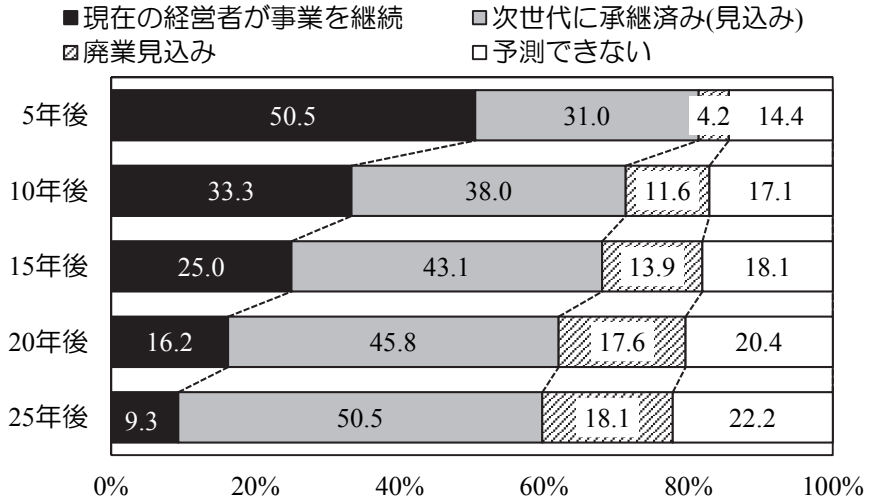


図 58　5～25 年後における管内小規模事業者の事業継続（N=216）

② 5～25年後における管内小規模事業者の事業継続について（業種別）

建設業

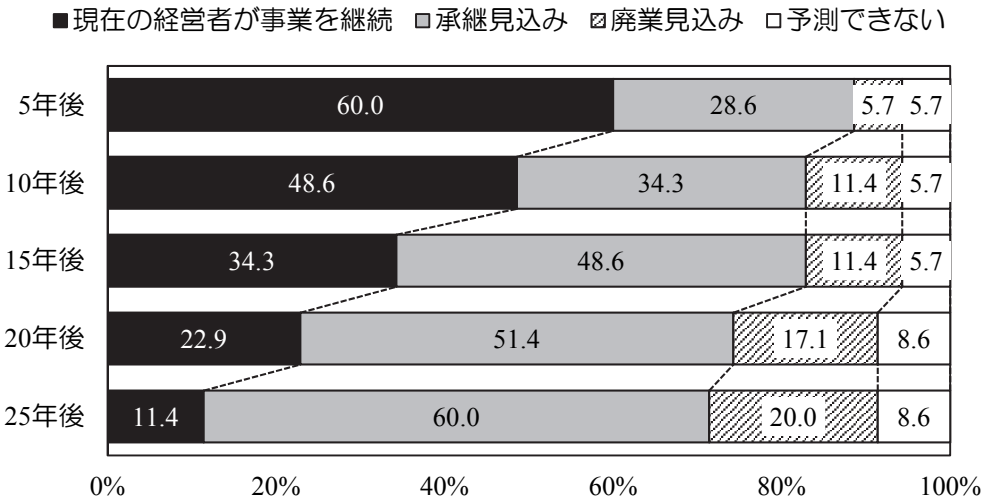


図 59　5～25 年後における管内小規模事業者の事業継続（N=35；建設業）

製造業

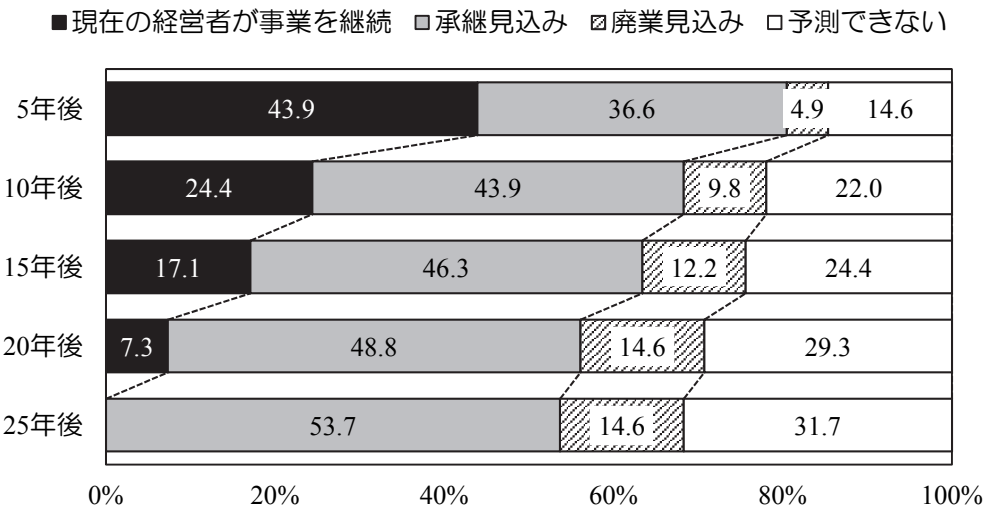


図 60　5～25 年後における管内小規模事業者の事業継続（N=41；製造業）

商業

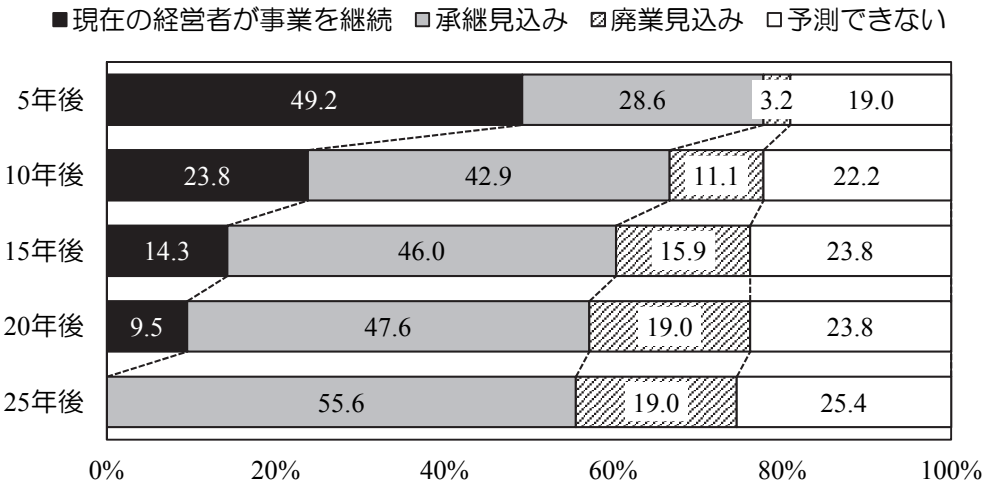


図 61　5～25 年後における管内小規模事業者の事業継続（N=63；商業）

サービス業

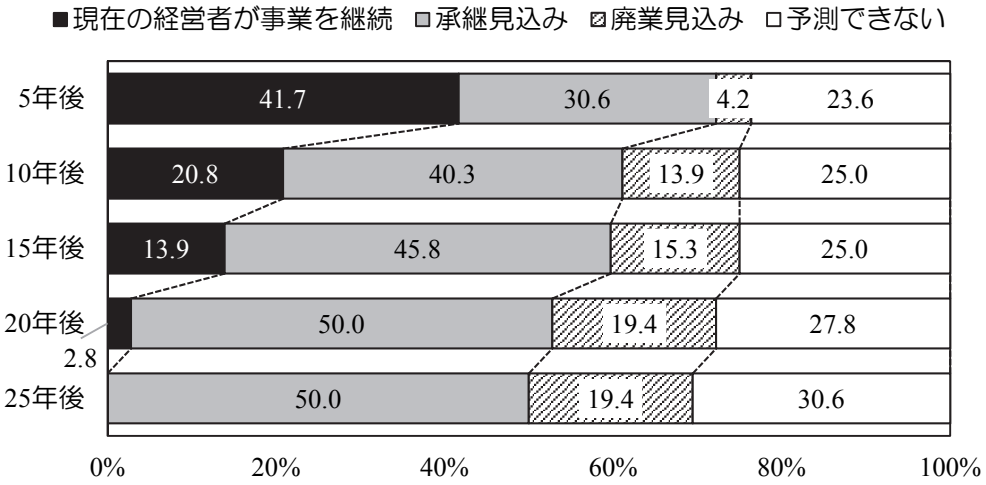


図 62　5～25 年後における管内小規模事業者の事業継続（N=72；サービス業）

以上の内容を整理し、25 年後における管内小規模事業者の存廃を示したものが下図です。「次世代に承継済み（見込み）」の事業者は全体の半数にとどまり、18.1%は「廃業見込み」、22.2%は「予測できない」との結果となりました。

建設業では「次世代に承継済み（見込み）」の事業者は 65.7%と比較的多くなっていますが、その他の業種では 5 割強となっています。

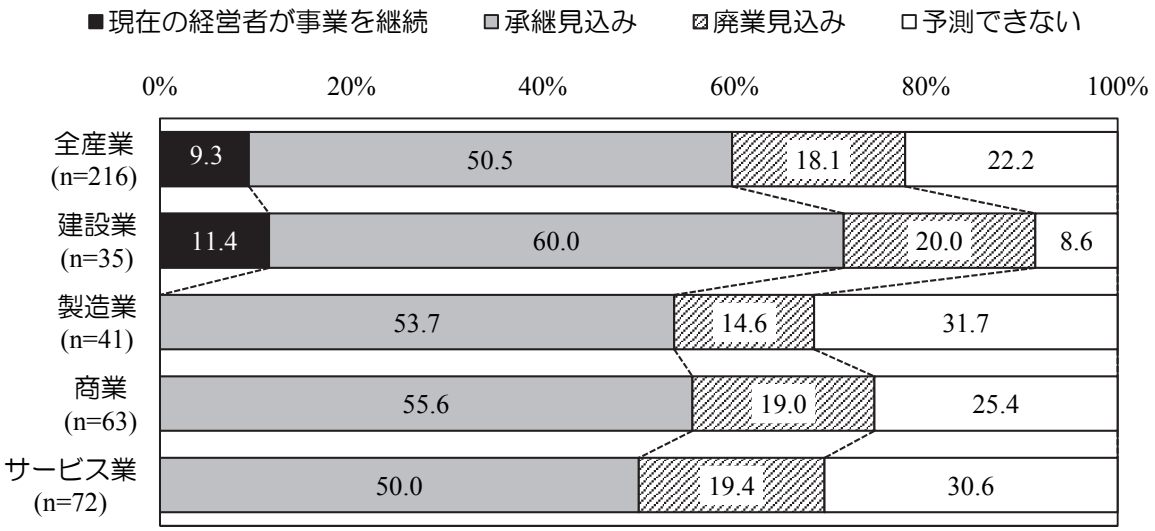


図 63　25 年後における管内小規模事業者の事業継続

（６）事業承継について

① 経営者の性別

経営者の性別は、９割（91.0%）が「男性」と回答しています。

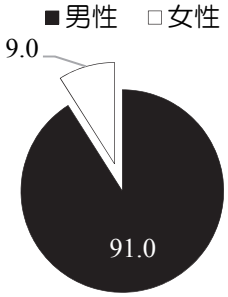


図 64　事業経営者の性別（N=245）

直近３年間の売上高の傾向別にみた事業経営者の性別は、「増加傾向」において、「女性」の割合が 17.0%で比較的高くなっています。

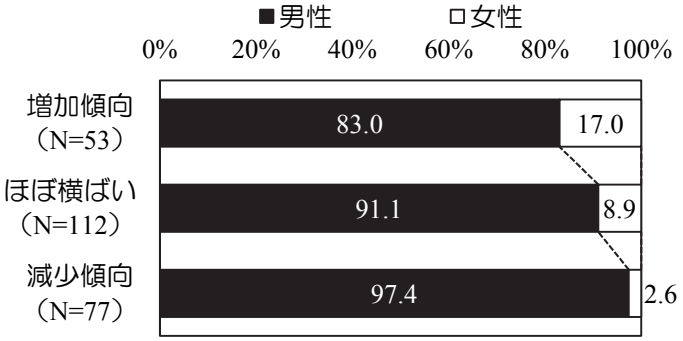


図 65　直近３年間の売上高の傾向別にみた事業経営者の性別

② 経営者の年齢

経営者の年齢は、「60 代後半」が最も高く（19.3%）、次いで「60 代前半」（18.4%）、「40 代」（18.0%）となっています。

全国調査と比較すると、20 代・30 代・40 代の経営者の占める割合が、管内小規模事業者では 25.8%ですが、全国では 32.6%となっています。その一方で、60 代の経営者の割合は、管内が 37.7%で、全国が 30.8%となっており、管内の割合が高くなっています。

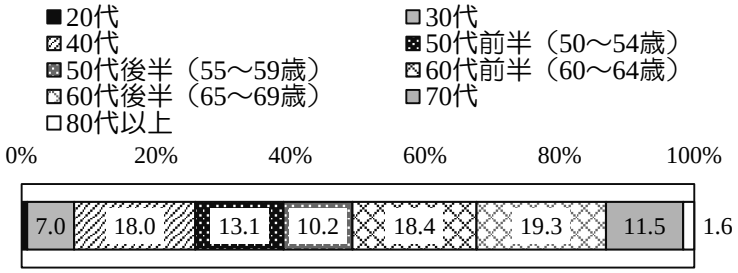


図 66　事業経営者の年齢（N=244）

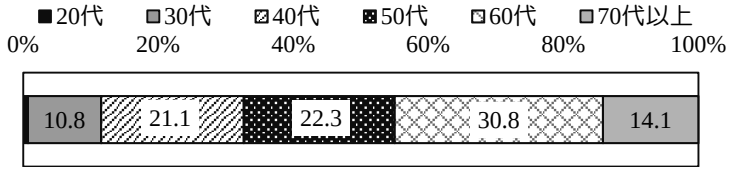


図 67　事業経営者の年齢（N=4857；全国調査）

出典 ： 中小企業庁「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016 年 1 月実施）

業種別にみた事業経営者の年齢は、50 代以上の年齢の経営者の割合は、「製造業」で 8 割以上と最も高く、「建設業」では 6 割強とやや低くなっています。「建設業」は 40 代の経営者の割合が 33.3%と比較的高くなっています。「商業」、「サービス業」については、70 代以上の経営者の割合が高く、特に「商業」では 15.2%となっています。

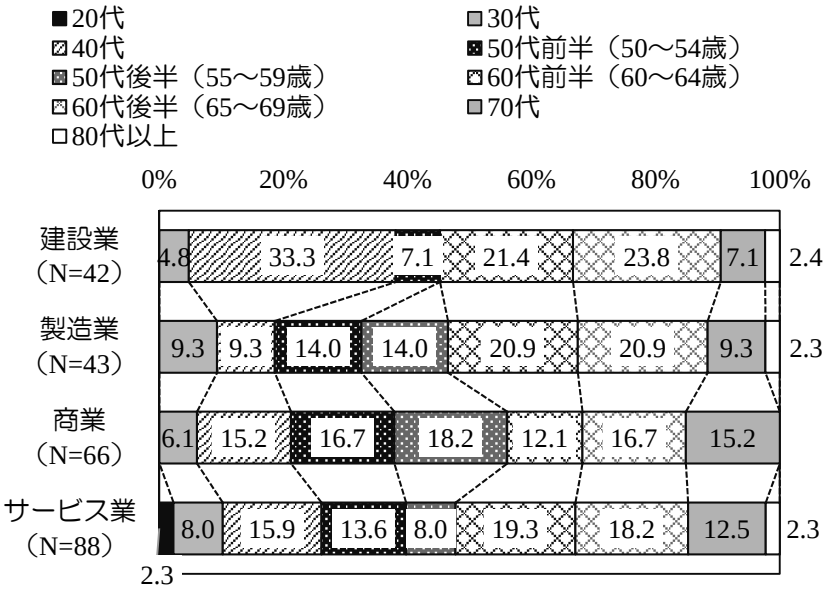


図 68　業種別にみた事業経営者の年齢

③ 経営者の代目

経営者の代目は、約 6 割（56.9%）が「初代」と回答しています。

全国調査と比較すると、「初代」が管内小規模事業者では 56.9%となる一方で、全国は 45.8%となっています。その一方で、「2 代目」は全国が 34.1%、管内は 23.6%となっており、全国が高くなっています。

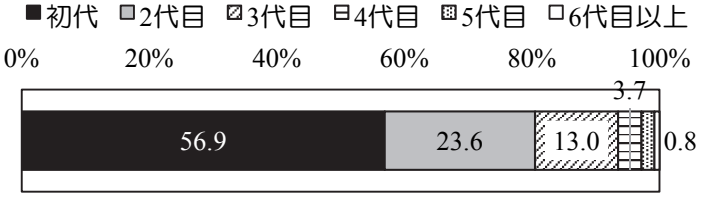


図 69　事業経営者の代目（N=246）

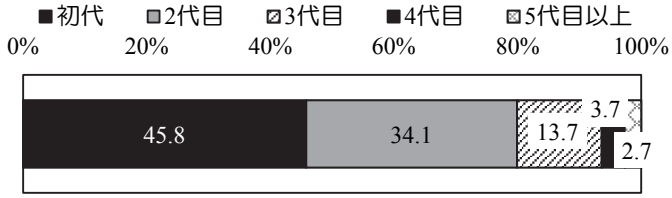


図 70　事業経営者の代目（N=4,857；全国調査）

出典 ： 中小企業庁「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016 年 1 月実施）

事業経営者の代目別*に、直近 3 年間の売上高の傾向をみると、「初代」では、「増加傾向」とする事業者が 28.5%で、27.0%の「減少傾向」を上回りました。

ただし、「2 代目」以降については、「減少傾向」との回答が高くなり、「2 代目」では 40.4%、「4 代目」では 66.7%、「5 代目」では 60.0%となっています。

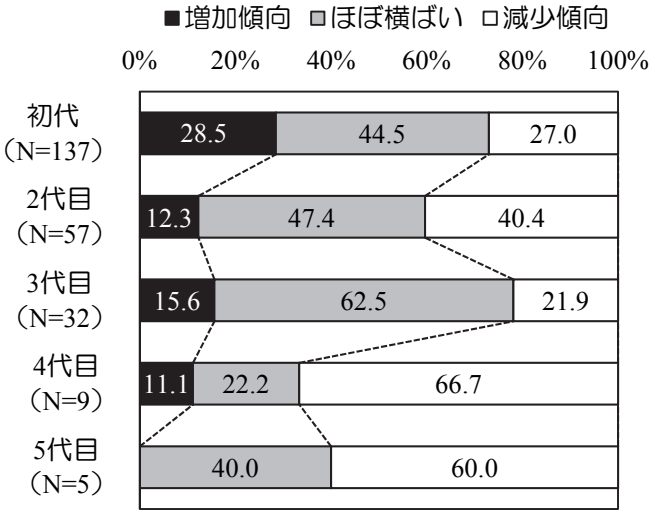


図 71　事業経営者の代目別にみた直近 3 年間の売上高の傾向

* 6 代目以上については、該当事業者数が 2 社と少ないため、表記を割愛しています。

上述のように、「初代」には売上高が「増加傾向」にある事業者がやや多く見られましたが、同じ「初代」でも、その経営者の年齢によっては状況に大きな違いがみられます。下図の通り、「初代」の経営者でも、その年齢が「20～50 代前半」の場合は、売上高が「増加傾向」にある割合が 46.2%と半数近くを占めています。

その一方で、「初代」の経営者でも、その年齢が「50 代後半～」の場合は、「増加傾向」とする回答は 17.9%で、「減少傾向」が 38.1%と 4 割近くまで増加します。この傾向は、「2 代目以降」においても見られました。

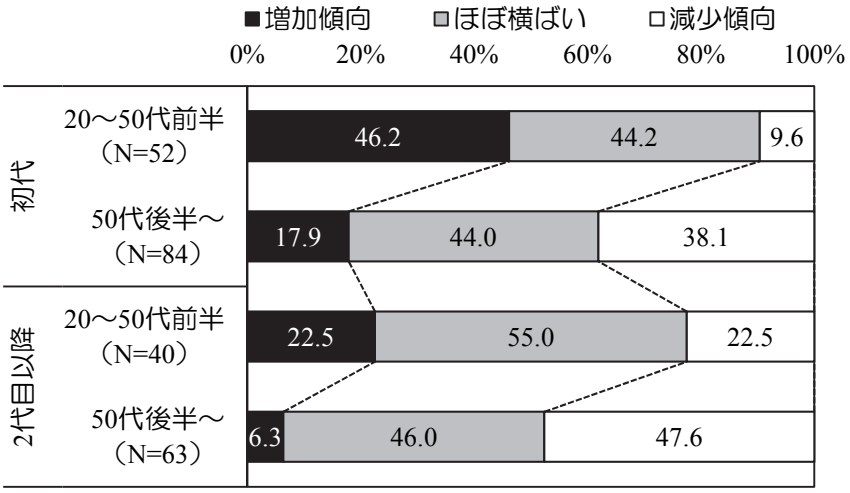


図 72　事業経営者の代目・年齢別にみた直近 3 年間の売上高の傾向

④ 今後 5 年間の事業承継(又は廃止)に関する方針

今後 5 年間の事業承継（又は廃止）に関する方針は、「今後 5 年間は事業承継も廃業もする必要がない」が最も高く（45.7%）、次いで「承継予定であり、後継者は決定している」（20.6%）、「まだ、事業承継も廃業も検討していない」（9.4%）となっています。

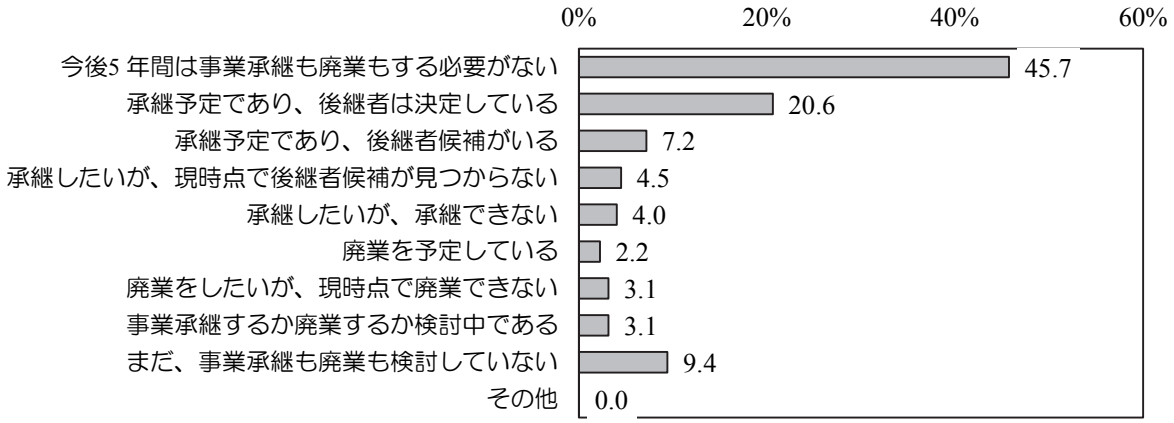


図 73　今後 5 年間の事業承継（又は廃止）に関する方針（N=223）

A(1) 事業承継(又は廃業)について検討が必要になる時期

※④今後 5 年間の事業承継（又は廃止）に関する方針で「1. 今後 5 年間は事業承継も廃業もする必要がない」「9. まだ、事業承継も廃検討していない」と回答した事業所が対象

事業承継（又は廃業）について検討の必要が生じるかについては、「5～10 年後」が最も高く（26.8%）、次いで「わからない」（19.5%）となっています。

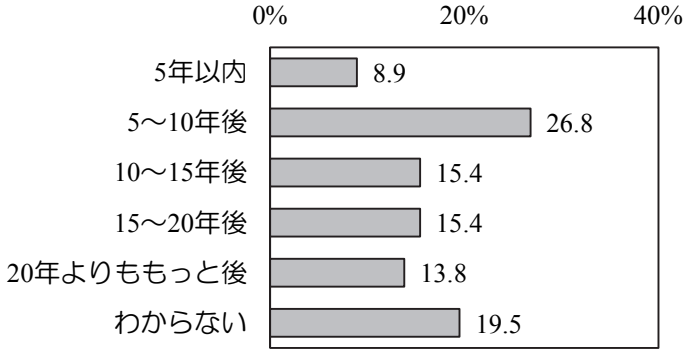


図 74　事業承継（又は廃業）について検討が必要になる時期（N=123）

A(２) 検討時期における事業承継に関する方針

※A（１）で「１.」～「５.」と回答した事業所が対象

検討時期における事業承継に関する方針は、「承継を予定しており、後継者候補もいる」が最も高く（28.0%）、次いで「後継者候補はまだいないが、承継できると考えている」（22.6%）、「承継したいが、難しいと感じている」（20.4%）となっています。

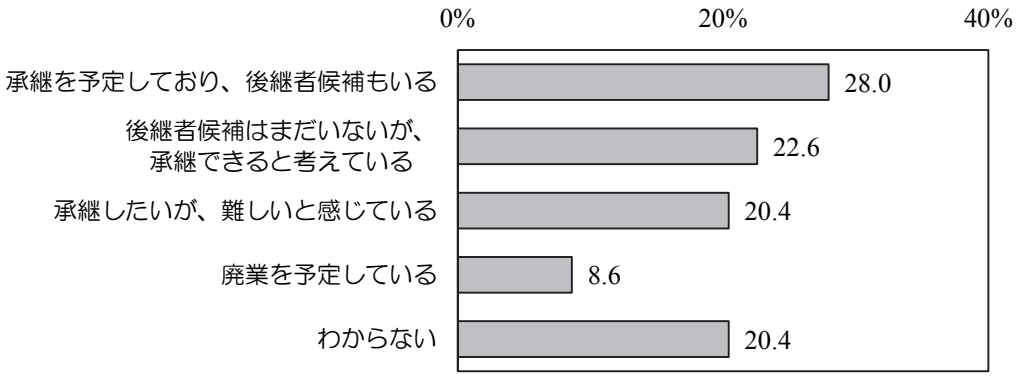


図 75　検討時期における事業承継に関する方針（N=93）

B(１) 事業承継が可能になる時期

※④今後５年間の事業承継（又は廃止）に関する方針で「５．継承したいが、継承できない」と回答した事業所が対象

事業承継が可能になる時期は、「20 年よりももっと後」が最も高く（44.4%）、次いで「5 年以内」（33.3%）となっています。

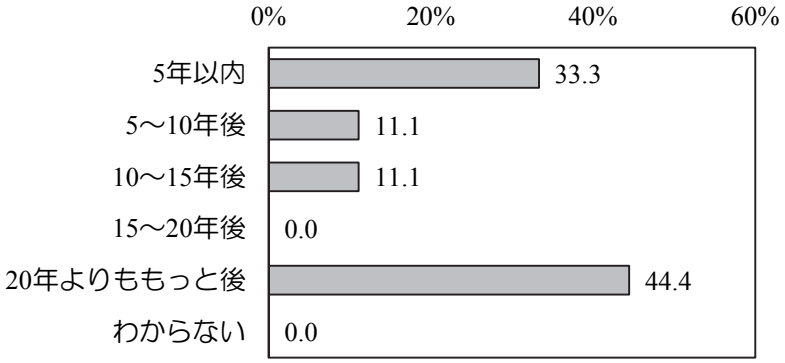


図 76　事業承継が可能になる時期（N=9）

C(1) 後継者及び後継者候補

※④今後５年間の事業承継（又は廃止）に関する方針で「２．継承予定であり、後継者は決定している」「３.継承予定であり、後継者候補がいる」と回答した事業所が対象

後継者及び後継者候補は、「子供」が最も高く（76.7%）、次いで「親族（配偶者、子供以外）」（11.7%）となっています。

全国調査と比較すると、「子供」とする割合が管内小規模事業者は 76.7%ですが、全国は 90.4%となっています。全国に比べて、管内では、「親族（配偶者、子供以外）」、「親族外従業者」、「社外の第三者」とする回答がやや高くなっています。

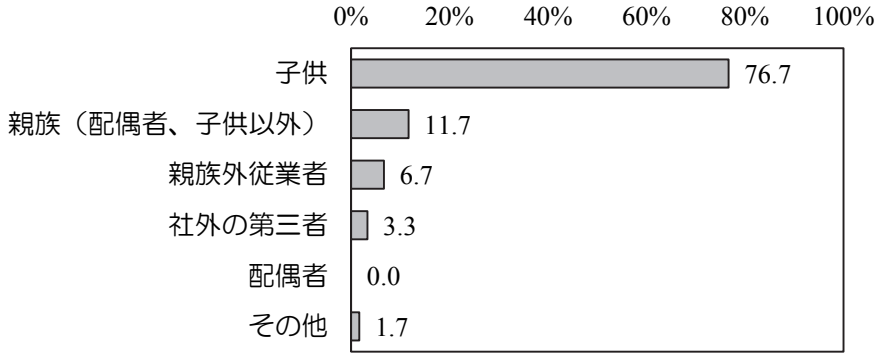


図 77　後継者及び後継者候補（N=60）

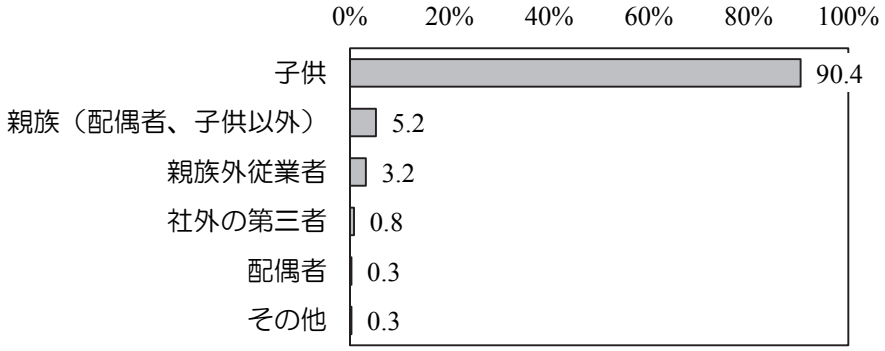


図 78　後継者及び後継者候補（N=1,566；全国調査）

出典 ： 中小企業庁「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016 年 1 月実施）

C（２） 後継者及び後継者候補の年齢と現在の勤務状況

※④今後５年間の事業承継（又は廃止）に関する方針で「２．継承予定であり、後継者は決定している」「３.継承予定であり、後継者候補がいる」と回答した事業所が対象

後継者及び後継者候補の年齢は、「40 代」が最も高く（41.7%）、次いで「30 代」（28.3%）となっています。現在の勤務状況は、約 8 割（84.9%）が「社内で勤務している」と回答しています。

後継者及び後継者候補の年齢で最も多かった「40 代」ですが、事業承継後 20 年後には、再び事業承継問題に直面する可能性が高いことが予測されます。

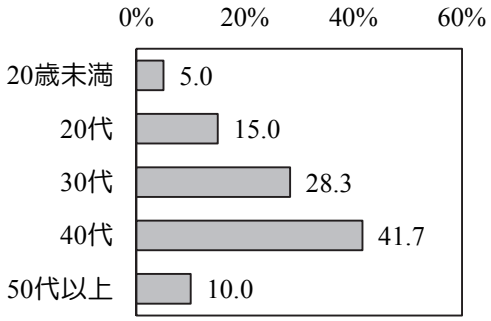


図 79　後継者及び後継者候補の年齢（N=60）

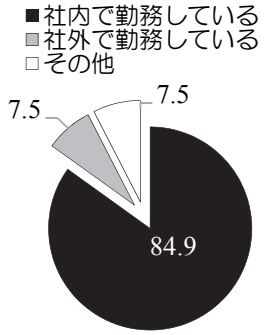


図 80　後継者及び後継者候補の勤務状況（N=53）

業種別にみた後継者及び後継者候補の勤務状況は、「社内で勤務している」とする回答は「製造業」で 92.3%と多くなっています。

その一方で、「サービス業」では 77.8%と比較的低く、「社外で勤務している」とする回答が 11.1%となっています。

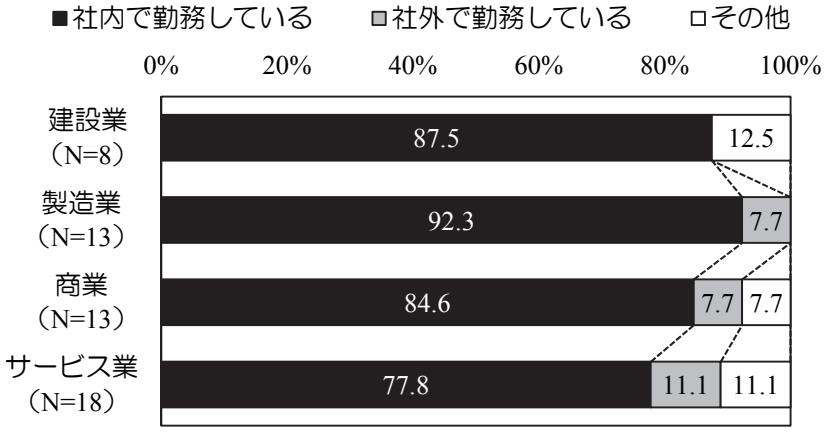


図 81　業種別にみた後継者及び後継者候補の勤務状況

D(1) 親族以外への事業承継に対する抵抗感

※④今後５年間の事業承継（又は廃止）に関する方針で「４．継承したいが、現時点で後継者候補がみつからない」と回答した事業所が対象

親族以外への事業承継に対する抵抗感は、約８割（80.0%）が『抵抗感ない（「抵抗感はあまりない」「抵抗感はない」の合計）』と回答しています。

全国調査と比較すると、「抵抗感はあまりない」、「抵抗感はない」とする回答割合が極めて高くなっています。

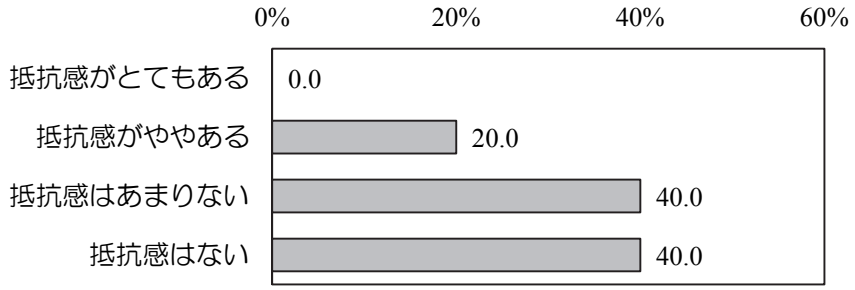


図 82　親族以外への事業承継に対する抵抗感（N=10）

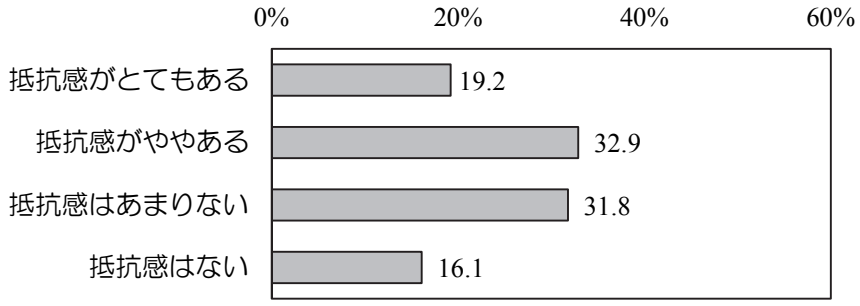


図 83　親族以外への事業承継に対する抵抗感（N=286；全国調査）

出典 ： 中小企業庁「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016 年 1 月実施）

D(２) 親族等から承継者を見つけられない場合の対応予定(複数回答)

※④今後５年間の事業承継（又は廃止）に関する方針で「４．継承したいが、現時点で後継者候補がみつからない」と回答した事業所が対象

親族等から承継者を見つけられない場合の対応予定は、「社外から後継者を探す」「事業売却を検討する」「わからない」が同数で最も高くなっています(30.0%)。

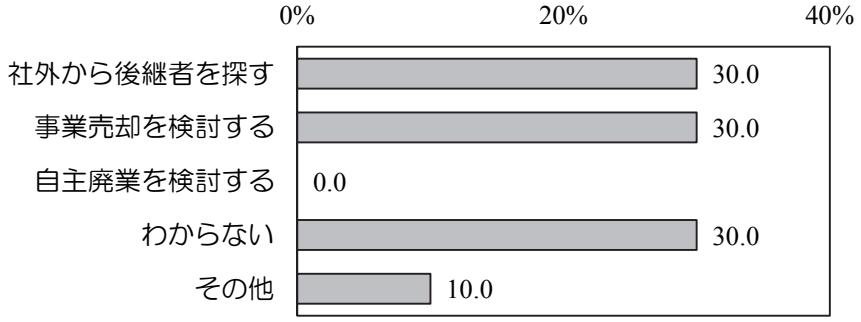


図 84　親族等から承継者を見つけられない場合の対応予定（N=10）

E（１） 廃業を考えている理由（複数回答）

※④今後５年間の事業承継（又は廃止）に関する方針で「６．廃業を予定している」と回答した事業所が対象

廃業を考えている理由は、「高齢化のため」「従業者等に後継適任者がおらず、あきらめている」が最も高くなっています（75.0%）。

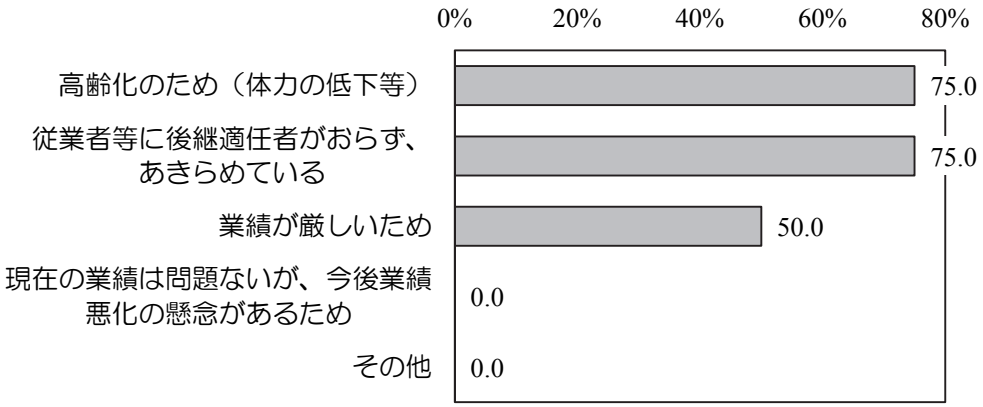


図 85　廃業を考えている理由（N=4）

E（２） 支援機関から後継者として適任者を紹介された場合の対応

※④今後５年間の事業承継（又は廃止）に関する方針で「６．廃業を予定している」と回答した事業所が対象

支援機関から後継者として適任者を紹介された場合の対応は、約８割（75.0%）が「継承はしない」と回答しています。

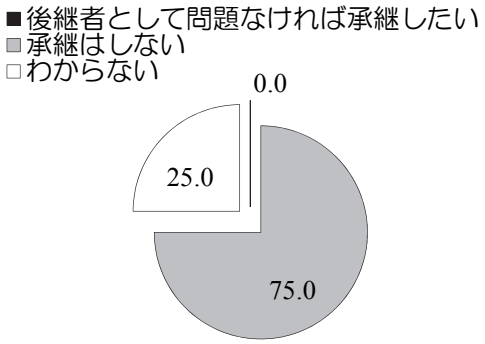


図 86　支援機関から後継者として適任者を紹介された場合の対応（N=4）

F(１) 廃業を考えている理由(複数回答)

※④今後５年間の事業承継（又は廃止）に関する方針で「７．廃業をしたいが、現時点では廃業できない」と回答した事業所が対象

廃業を考えている理由は、「業績が厳しいため」が最も高くなっています(85.7%)。

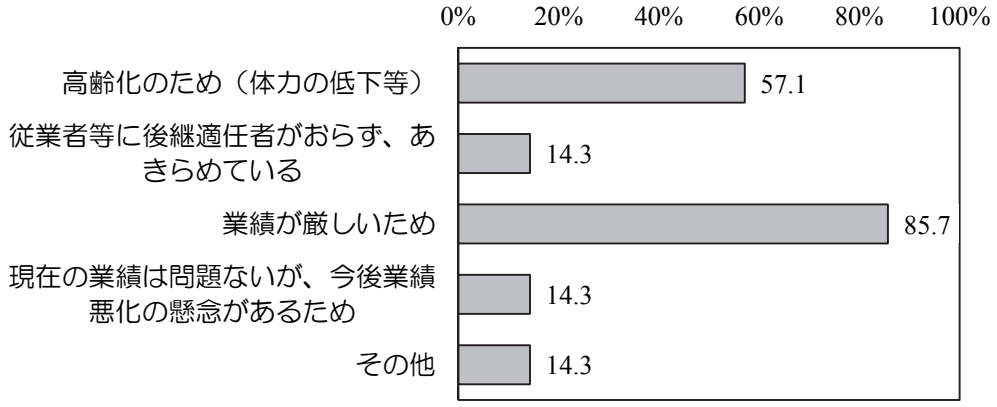


図 87　廃業を考えている理由（N=7）

F(２) 廃業できない理由(複数回答)

※④今後５年間の事業承継（又は廃止）に関する方針で「７．廃業をしたいが、現時点では廃業できない」と回答した事業所が対象

廃業できない理由は、「顧客からの事業継続要望があるため」が最も高く(85.7%)、次いで「廃業後の生活に困るため」(71.4%) となっています。

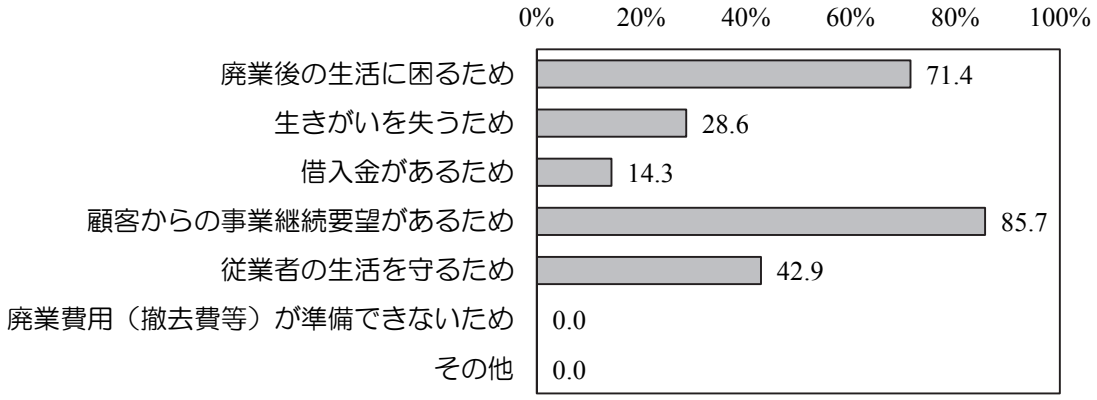


図 88　廃業できない理由（N=7）

⑤「事業引き継ぎ支援センター」の認知・活用

「事業引き継ぎ支援センター」の認知・活用は、約 7 割（72.2%）が「知らなかった」と回答しています。

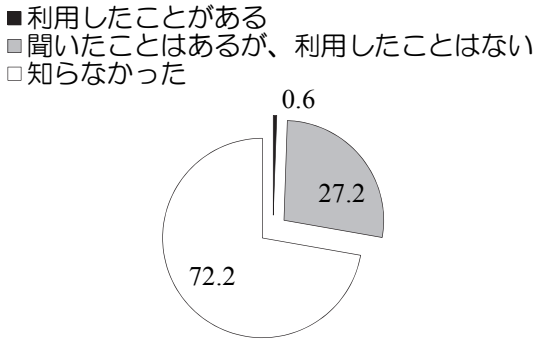


図 89　「事業引き継ぎ支援センター」の認知・活用（N=180）

⑥ 事業承継に関して支援機関に期待する支援策（複数回答）

事業承継に関して支援機関に期待する支援策は、「特になし」が最も高く（53.0%）、次いで「事業承継の手法に関する相談」（30.4%）となっています。

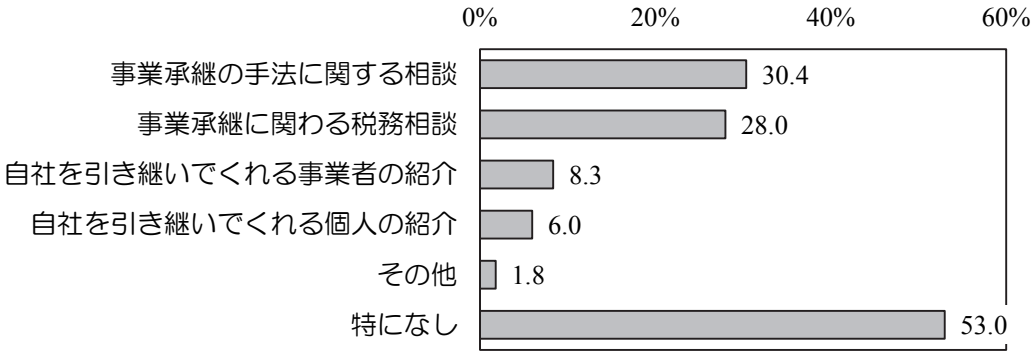


図 90　事業承継に関して支援機関に期待する支援策（N=168）

（7）今後の経営課題について

① 中長期的な事業展開で重要と考えているもの（複数回答）

中長期的な事業展開で重要と考えているものは、「既存事業の高付加価値化や工夫」が最も高く（45.1%）、次いで「後継者や従業員の確保・育成」（37.8%）、「既存事業の商圏拡大」（35.6%）となっています。

ただし、全国調査と比較すると、管内小規模事業者の回答割合が、ほとんど全ての項目において、全国を下回っています。

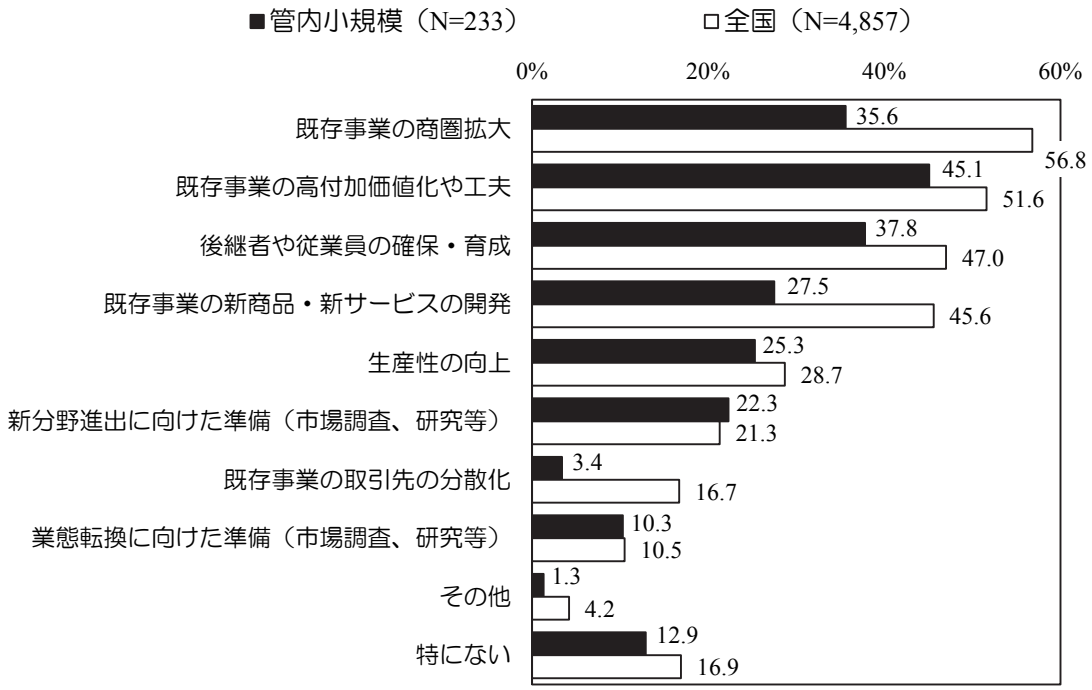


図 91　中長期的な事業展開で重要と考えているもの

出典 ： 中小企業庁「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016 年 1 月実施）

業種別では、「建設業」では「後継者や従業員の確保・育成」が最も高く、その他の業種では「既存事業の高付加価値化や工夫」が最も高い結果となっています。

また、「製造業」においては、「生産性の向上」とする回答がその他の業種に比べて高く、「サービス業」では「新分野進出に向けた準備」とする回答も高くなっています。

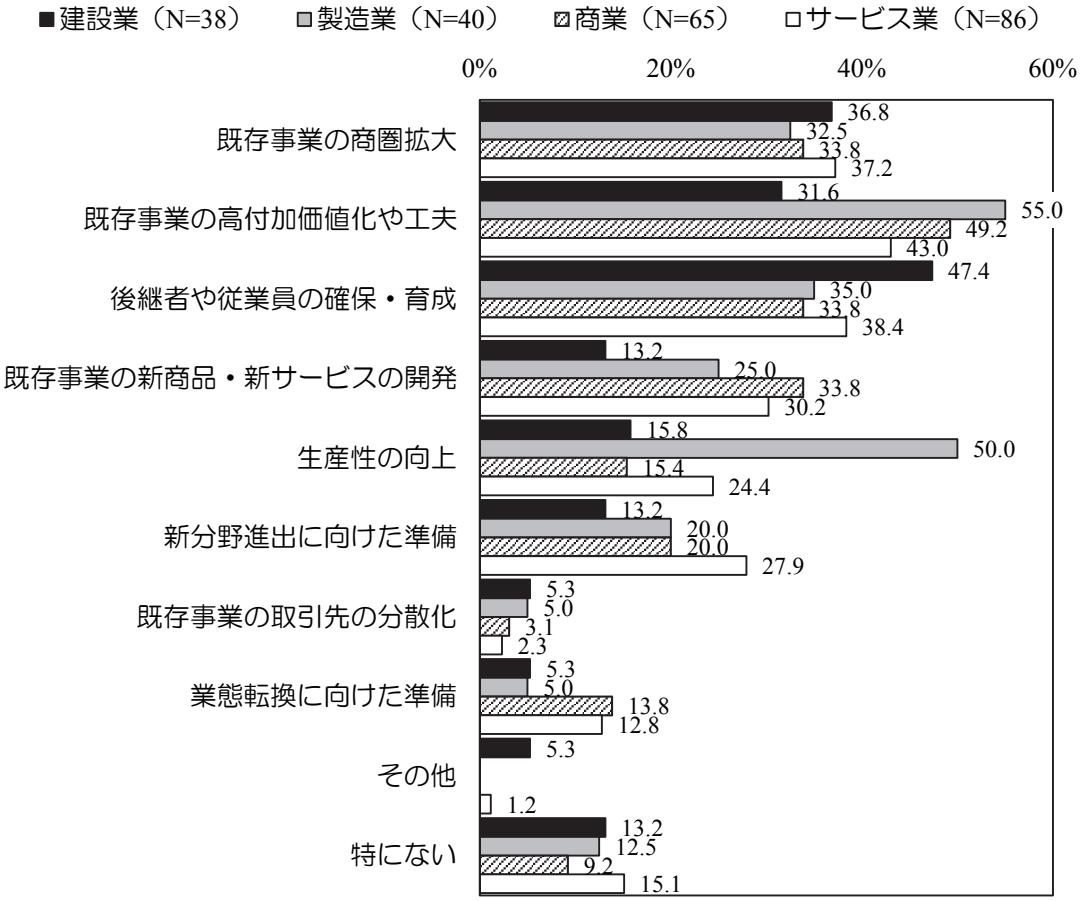


図 92　業種別にみた中長期的な事業展開で重要と考えているもの

② 日々の経営努力で取り組んでいるもの（複数回答）

日々の経営努力で取り組んでいるものは、「集客・販売力向上」が最も高く（54.0%）、次いで「従業員の技術・技能向上」（48.9%）、「仕入値の抑制努力」「従業員の士気向上」（28.9%）となっています。

全国調査と比較すると、「従業員の技術・技能向上」、「従業員の士気向上」、「従業員の処遇改善」などにおいて管内小規模事業者の回答割合が全国を上回っています。

その一方で、「業界団体会合やセミナー参加などによる情報収集」では全国の値を大きく下回っています。

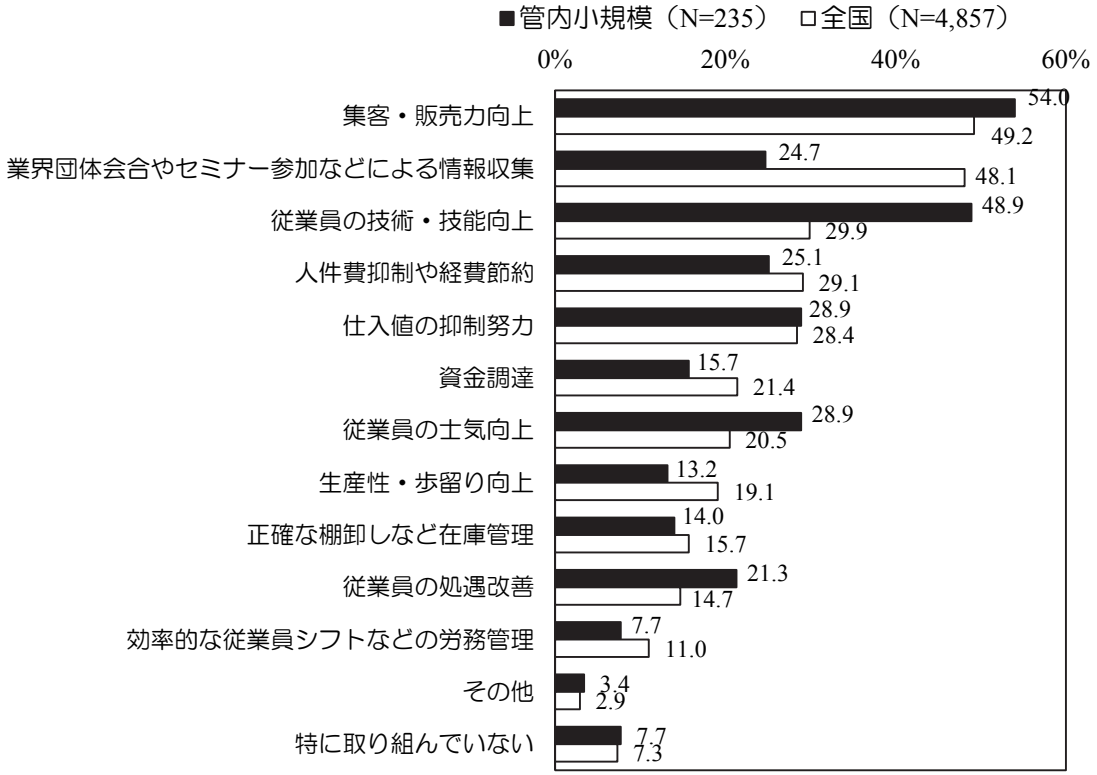


図 93　日々の経営努力で取り組んでいるもの

出典 ： 中小企業庁「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016 年 1 月実施）

業種別にみた日々の経営努力で取り組んでいるものは、「建設業」については、「従業員の技術・技能向上」に 7 割の事業者が取り組んでいます。また、「従業員の士気向上」、「従業員の処遇改善」など従業員に関連する取り組みも他業種に比べて実施割合が高くなっています。

「製造業」については、「従業員の技術・技能向上」が 6 割で最も高く、「商業・サービス業」については、「集客・販売力向上」が最も高くなっています。「商業」については、「仕入値の抑制努力」とする回答が 2 番目に高くなっています。

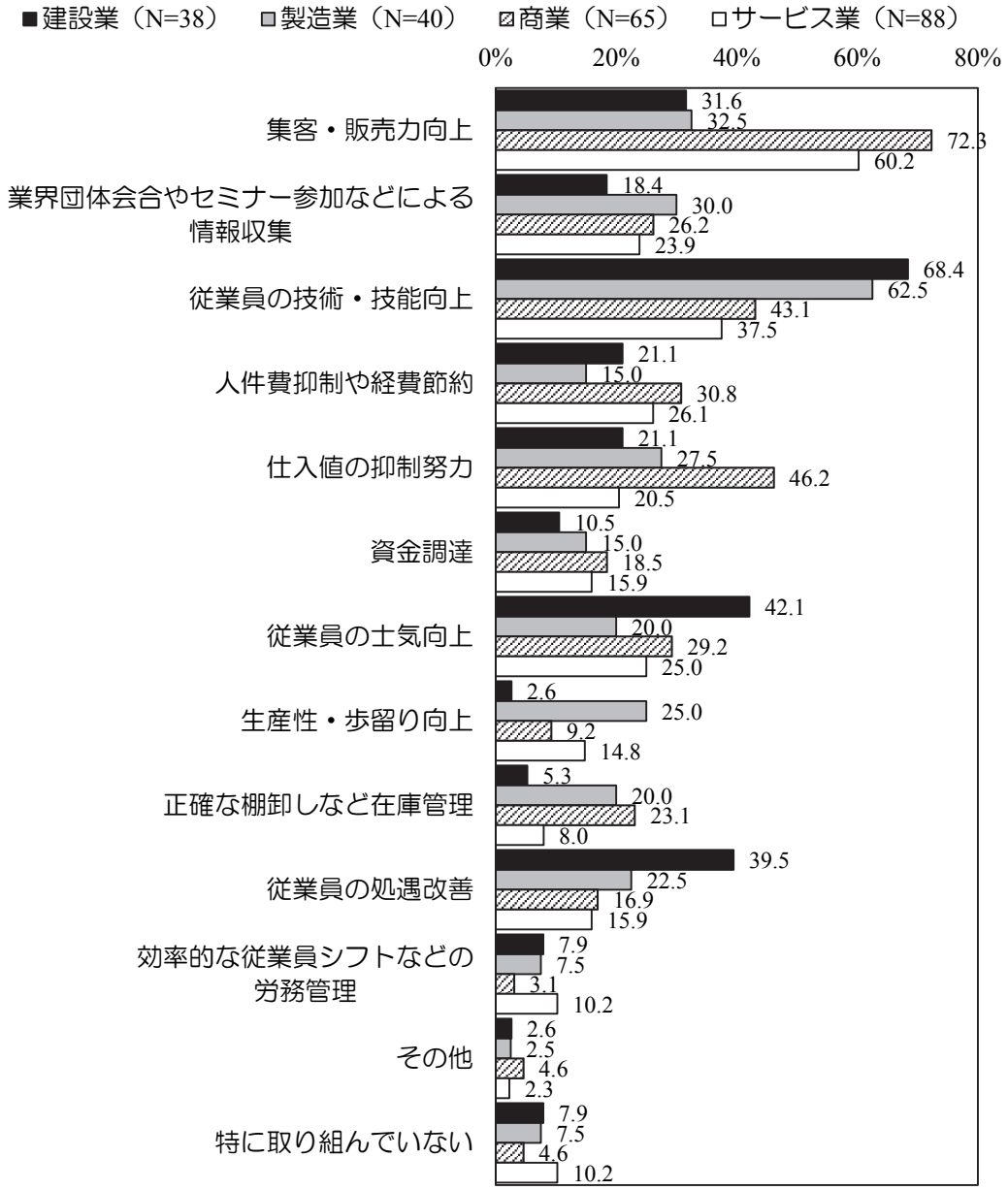
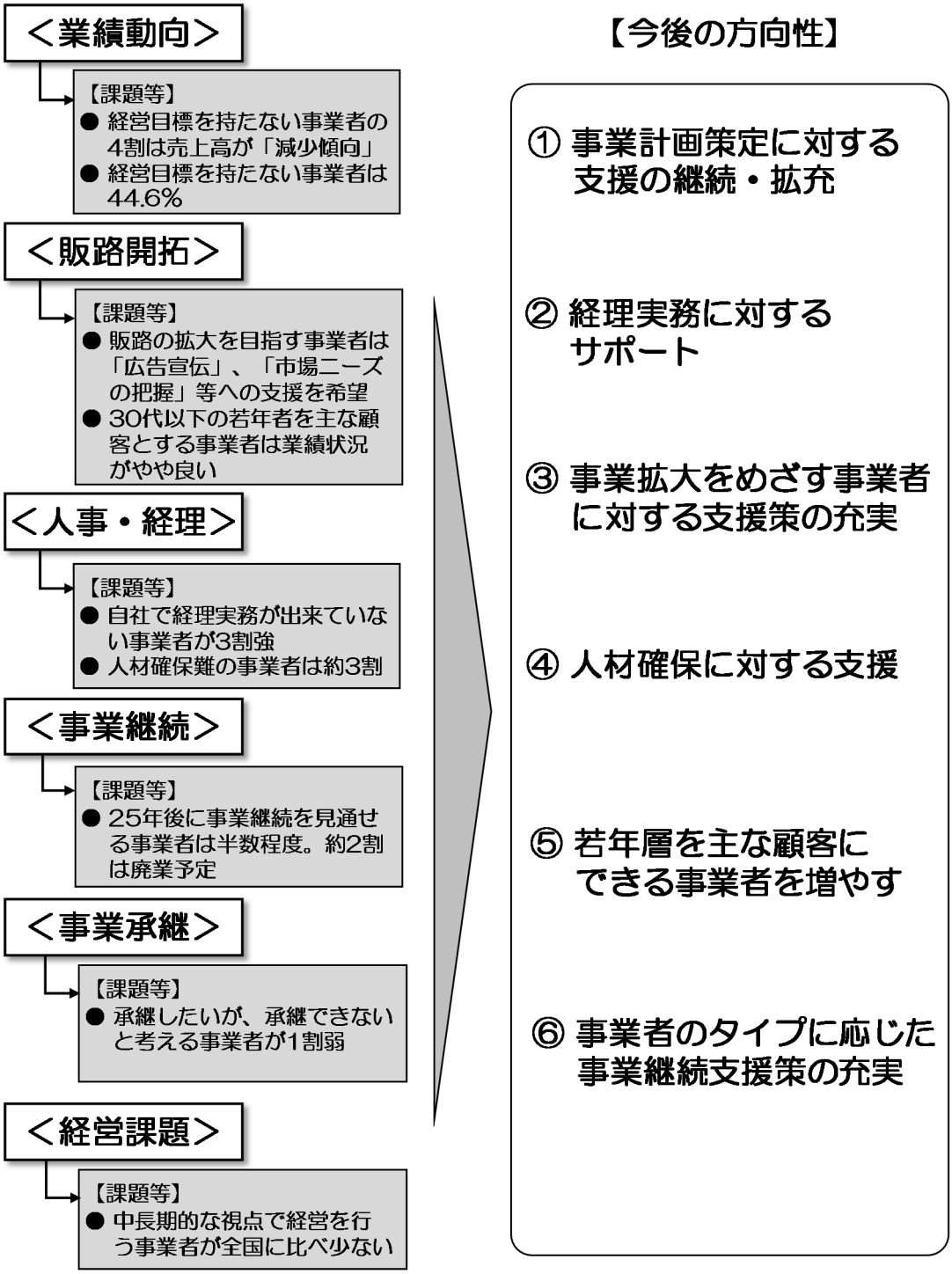


図 94　業種別にみた日々の経営努力で取り組んでいるもの

第3章　総括

以上の調査結果を受けて、ここでは、和歌山商工会議所が「経営発達支援計画」のもと、管内小規模事業者に対して、どのような支援策を展開することが重要であるか、「今後の方向性」として提言を行います。



（1）事業計画策定に対する支援の継続・拡充

事業者の業績改善のためには、引き続き ”事業計画の策定支援” が重要
現時点で明確な経営目標を持たない事業者は 44.6%。製造業、商業では過半数

16 頁の図 18 の通り、明確な経営目標を持つ事業者は、直近 3 年間の売上高について「増加傾向」とする回答が 28.7%を占め、「減少傾向」の 24.1%を上回っています。経営目標を持たない事業者の場合は、「減少傾向」が 40.0%と多く、「増加傾向」は 11.1%にとどまっており、経営目標の有無が売上高の傾向に一定程度影響していることがわかりました。また、本文中には記載しておりませんが、経営目標を持つ事業者は、日々の経営努力として取り組む内容が、目標を持たない事業者よりも多くなっており、このことが売上高の傾向の違いとして現れていると考えられます。

和歌山商工会議所では、事業者に対して経営相談を実施し、経営状況の分析、経営課題の把握を行ってまいりました。また、経営改善計画の策定支援なども実施しています。

ただし、調査時点において、10 頁の図 5 の通り、明確な経営目標を持たない事業者は 44.6%と半数近くに及んでおり、製造業、商業では半数以上となっています。さらに、管内小規模事業者は、中長期的な事業展開において重要と考えるもの（例えば「既存事業の商圏拡大」、「生産性の向上」等）が、全国に比べて少ない傾向があり（57 頁）、中長期的な視点で事業展開を行う事業者が少ない可能性があります。

以上のことから、和歌山商工会議所としては、引き続き経営相談、事業計画の策定支援を続け、少しでも多くの事業者に明確な経営目標を持っていただき、経営力向上を達成していただくことが重要と考えます。

（2）経理実務に対するサポート

事業者の業績改善のためには、経理実務をなるべく自社内で実施できるように
サポートしていくことが重要。

37 頁に示した通り、管内小規模事業者の経理実務の状況は、半数の事業者が「自社の会計ソフト等に入力し、会計専門家にチェックを受けている」と回答しています。次いで「自社で記帳、伝票入力をせず、会計専門家に記帳代行を依頼」しているとする事業者が 3 割程度見られました。ただし、「記帳、伝票入力が十分にできていない」とする事業者が 6.0%とわずかではありますが、見られました。

38 頁の図 56 の通り、経理実務の状況と業績傾向には、少なからず関係性が見られました。中でも、「記帳、伝票入力が十分にできていない」事業者では、6 割強が売上高は「減少傾向」にあると回答しており、経理実務をしっかり実施することが重要であることがうかがえます。また、「自社で記帳、伝票入力をせず、会計専門家に記帳代行を依頼」している事業者と、「自社の会計ソフト等に入力し、会計専門家にチェックを受けている」事業者を比べても、後者のほうが、やや業績傾向は良い結果となっており、社内で経理実務を実施することも大切であると考えられます。

管内小規模事業者は、全国の中小企業に比べて、「自社の会計ソフト等に入力し、会計専門家にチェックを受けている」事業者が少ない状況にあります（37 頁）。また、製造業では 15.4%の事業者が「記帳、伝票入力が十分にできていない」と回答しています（38 頁）。

今後は、管内小規模事業者に対して、経営相談などを通じて、経理実務をできる限り自社内で実施できるように支援していくことが、小規模事業者の経営力向上のために重要であると考えます。支援策の具体例としては、近年多くの小規模事業者で用いられるようになってきている「クラウド会計」ソフトの導入支援があります。「クラウド会計」とは、インターネットにアクセスし、ID とパスワードを入力すれば、どんな端末からでも利用できる会計ソフトのことです。金融機関の取引明細をインターネットを介して自動で取得することができ、「A 社からの入金は売上」などと設定しておけば、自動的に記帳されます。税制改正、社会保険料変更などについても、自動的に反映されます。また、日次決算機能により経営者が即時に業績状況を確認できるなど、業務の効率化、経営力向上につながります*。

---

* 土井貴達・米津良治・河江健史編（2017）『会計事務所と会社の経理がクラウド会計を使いこなす本』（ダイヤモンド社）を参照しました。代表的なクラウド会計ソフトとして、株式会社マネーフォワードの「MF クラウド会計」、freee 株式会社の「freee」、弥生株式会社の「弥生会計オンライン」があります。

（３）事業拡大をめざす事業者に対する支援策の充実

商圏･販路の拡大を目指す事業者は約半数と多い
これらの事業者に対する支援策の実施と、支援メニューの拡充が重要

和歌山商工会議所では、「経営発達支援計画」の中で、管内事業者の販路開拓支援を重点分野のひとつとしています。そして、今回の調査結果では、今後の商圏・販路について「拡大を目指す」と回答した事業者が 45.9%を占めました（28 頁）。半数近くの事業者が、商圏・販路の拡大を目指しており、和歌山商工会議所としては、これらの事業者の活動をサポートしていくことが重要になります。

商圏・販路の拡大を目指す事業者は、「広告宣伝の拡充」、「市場ニーズの把握」、「既存商品・サービスの見直し」、「新商品・サービスの開発」、「インターネット販売の拡充」の 5 点が重要であると考えており（30 頁）、支援機関に対しては、特に「広告宣伝に対する支援」、「市場ニーズの把握に対する支援」、「インターネット販売の拡充に対する支援」を求めています（31 頁）。これらのニーズに対して、和歌山商工会議所では、展示会・商談会出展補助、商品ブラッシュアップ支援、ネット販売セミナーの開催、マーケティング調査支援などを展開しており、これらの各種支援を引き続き実施、拡充していくことが重要と考えます。また、それと同時に、これまで実施してきた各種支援策の効果の検証を、利用者へのインタビュー調査などを通じて行い、支援内容を改善していくことも必要です。今回の調査では、質問票において、インタビュー調査の可否を聞いており、インタビュー調査にご協力いただける事業者に対しては、さらに深く支援ニーズをお聞きし、支援内容の改善に役立てることが重要と考えます。

（4）人材確保に対する支援

人材確保難の事業者が約 3 割。「売上機会の逸失」などその影響は大きく
業況の厳しい事業者を主な対象として、多様な支援策の実施が重要

和歌山県内では、有効求職者数の水準が約 20 年ぶりの低水準にあり、多くの事業者が人材確保難に直面しています（厚生労働省「職業安定業務統計」）。管内小規模事業者においても、17.6%の事業者が「あまり確保できていない」、12.1%が「確保できていない」と回答しています（33 頁）。特に、建設業と製造業でこれらの回答割合が高くなっています。

人材確保ができないことによる事業への影響は深刻です。人材が「あまり確保できていない」または「確保できていない」事業者の半数以上が、そのことによって、「売上機会を逸失」していると回答しています（34 頁）。

このような状況下で、事業者は優秀な人材確保に向けて様々な取り組みを実施しています。「賃金の引き上げ」、「従業員の教育強化」、「職場環境の改善」を行い、従業員の処遇・待遇を改善し、人材を確保しようとする動きが見られます（36 頁）。ただし、このような取り組みは、売上高が増加傾向にある事業者では多く見られますが、売上高が減少傾向で業況の厳しい事業者ではあまり見られません。その結果、人材が確保できず、売上機会を逃している事業者も少なくないと考えられることから、和歌山商工会議所としては、これら業況の厳しい事業者に対して、人材確保を支援する取り組みが必要です。

人材確保難に対して、人材を確保することだけが、解決策ではありません。（一財）和歌山社会経済研究所が実施した「県内事業者の人材確保と今後の取り組み」に関する調査によると、人材確保難の中でも、事業規模を拡大するために、半数以上の事業者が「将来性のある事業への「選択と集中」」を実施していることがわかりました。「顧客・販路の見直しによる効率化」、「従業員の教育強化」を行う事業者も多く見られます。和歌山商工会議所としても、人材確保難に直面する事業者に対して、さまざまな視点からの解決策を提案していくことが重要と考えます。特に、管内小規模事業者は自社の従業員に対して、その教育、処遇面で積極的な取り組みを実施する事業者が多いです（59 頁）。従業員を非常に大切にする事業者に対して、その取り組みをサポートしていくことも重要です。

（５）若年層を主な顧客にできる事業者を増やす

30 代以下の個人客を主な顧客とする事業者は、業績が比較的良いところが多い
起業支援などを通じて、若年層を主な顧客にできる事業者が増やすことが重要

一般個人を主な顧客とする事業者に、その顧客の年齢層を質問したところ、「50 代」、「40 代」とする回答が多く見られました（24 頁）。ただし、10～30 代の若年層を主な顧客とする事業者も 4 割ほど見られることがわかりました（26 頁）。

この若年層を主な顧客とする事業者には、いくつかの特徴があります。まず、直近 3 年間における売上高について、「増加傾向」とする割合が比較的高くなっています（26 頁）。そして、経営者の平均年齢が 54.6 歳と比較的若いこともわかりました。20～30 歳代の経営者が多く、70 歳以上の経営者が少ないことがその要因となっています（27 頁）。さらに、女性の経営者の割合が 13.7%と、若年層を主な顧客としない事業者の 10.3%に比べて 3.4 ポイント高くなっています。

以上のように、①売上高が「増加傾向」にある事業者が比較的多く、②若い経営者、女性の経営者が比較的多いという特徴を持つ「若年層を主な顧客とする事業者」ですが、現時点では、個人を主な顧客とする事業者の内 4 割程度にとどまっています。高齢化に加えて、若年層の県外流出が進む中、顧客の高齢化が進むことは避けられません。ただし、その流れに対して、対策を打てずに、顧客の高齢化が進んだ事業者では、業績悪化の傾向が比較的強く見られます。若年層を顧客に取り込むことのできる事業者を増やしていくことは、若者にとって魅力的なお店が増加することにつながり、県外流出を抑制する働きも期待できます。

そこで、これらの事業者を増やすためにも、和歌山商工会議所では、若年層による起業支援、女性の起業支援が重要と考えます。上述の通り、若年層を主な顧客とする事業者には、20～30 歳代の若い経営者や女性の経営者が多くなっており、これらの経営者は若年層を顧客に取り込む力に長けていると考えられます。また、既存の事業者に対しても、若年層の顧客を新規に獲得できるよう支援していくことも重要と考えます。

（６）事業者のタイプに応じた事業継続支援策の充実

25 年後、事業継続を見通せる事業者は半数程度
事業者のタイプごとに、事業継続支援を進めることが重要

経営者の高齢化が進む中、事業後継者が見つからずに、事業承継が進まない。この事業承継が問題視される中で、管内小規模事業者の状況はどうでなっているのでしょうか。今回の調査では、5～25 年後の管内小規模事業者の事業継続について整理を行いました。その結果、40 頁の図 58 が示す通り、今から 25 年後（2042 年頃）には、18.1%の事業者の廃業が予想される一方で、事業承継などにより事業継続が見込まれる事業者は約 5 割にとどまることが分かりました。また、現在、30～40 歳代の経営者にとって、20 年以上後の問題である事業承継は「まだかなり先の問題である」との認識があり、25 年後の存廃を「予測できない」とする事業者も多く、22.2%を占めています。

和歌山県内の企業に勤務する従業者のうち、約 4 割が小規模事業所で働いているという現状にあって、18.1%の事業者が廃業し、22.2%の事業者の存廃が予測できないという将来推計は、小規模事業者を取り巻く環境の厳しさを示しています。この中で、出来る限り多くの事業者の事業継続を実現し、雇用の受け皿を確保していくことが重要です。

そのためには、事業者のタイプごとに、異なる支援策を展開していくことが有用と考えます。事業者のタイプには、以下のものがあります。

（A）承継したいが、後継者が見つかっていない事業者（全体の 4.6%）

（B）将来的には承継したいが、承継できる自信のない事業者（全体の 12.0%）

（C）事業承継するか廃業するか検討中の事業者（全体の 3.2%）

（D）将来の事業継続について、方向性を持てていない事業者（全体の 19.9%）

まず、（A）、（B）のタイプの事業者に対しては、事業承継が可能となるよう、後継者を見つける、あるいは事業売却などの検討を進めることが望まれます。後継者を探す場合、子供や配偶者等の親族、従業員の他に、社外の第三者も後継候補になります。50 頁の図 77・78 の通り、管内小規模事業者は、全国に比べて親族外従業者や社外の第三者を後継者（後継者候補）としている場合が多くなっています。さらに、親族以外への事業承継に対する抵抗感も全国ほど強くはありません（51 頁）。そこで、和歌山商工会議所としては、事業承継の相談などを受けた際に、親族以外の第三者の後継、事業売却など、幅広い選択肢を提案し、事業継続を実現することが必要と考えます。

次に、（C）のタイプの事業者に対しては、今回の調査において、「なぜ、事業承継するか、廃業するかを迷われているのか」を明らかにできていません。まずは、迷っておられる理由などを明らかにし、支援策を検討することが必要です。

最後に、(D) のタイプの事業者ですが、前述の通り、30～40 代の経営者が多く、事業承継について検討する段階にない場合が多いです。ただし、事業承継は、その後継者選びなどの準備に相当期間を要することから、30～40 代の経営者に対しても、事業承継に向けた意識啓発は重要と考えます。今回の調査では、事業承継がうまく進む見込みの事業者が明らかになっていますので、その事業者に対して、「どの時期から承継を検討されたのか」、「後継者選びのポイントは何か」などその事例から得られる示唆をインタビュー調査などで把握しておき、30～40 代の経営者に情報提供していくことが重要と考えます。

参考資料

資料1　調査票

小規模企業景気動向調査

ご記入とご提出について

◆ 回答は、選択肢のある場合は番号を○で囲み、記入欄がある場合は □ に数字等をご記入下さい。

◆ 「その他」を選ばれた場合は、できるだけ具体的にその内容をお書き下さい。

◆ お忙しいところ恐縮ですが、アンケート票は同封の返信用封筒にて、**12月9日（金）**までに ご返送いただきますようお願い申し上げます。

◆ 本調査は和歌山商工会議所が和歌山地域経済研究機構に調査を委託し実施しています。

＜アンケートに関するお問い合わせは下記の調査実施委託先まで＞
調査代表 ： 和歌山大学経済学部 准教授 妹尾 剛好
〒640-8510 和歌山市栄谷 930 番地
和歌山大学経済学部　E403 号室
TEL : 073-457-7706　E-mail : senoo81@eco.wakayama-u.ac.jp

Ⅰ．企業概要について

① 貴社の概要について数値のご記入または選択肢のご選択をお願いいたします。

貴社名			
事業形態	1．法人　　2．個人		
業種	1．建設業　　2．製造業 3．商業（卸売業・小売業）　　4．飲食業 5．生活関連サービス業（理容業等）　　6．「4」、「5」を除くその他のサービス業		
資本金	（百万円） ※単位にご注意ください	明確な経営目標の有無	1．ある　　2．ない
従業員数(＊1)	（人）	正社員・正職員数(＊2)	（人）
		家族従業員	（人）
直近の決算年月(＊3)	平成　　年　　月	直近の売上高	（百万円） ※単位にご注意ください
直近の営業利益	（百万円） ※単位にご注意ください	直近の当期純利益	（百万円） ※単位にご注意ください

＊1従業員数・・・現在の有給役員、家族従業員、正社員、嘱託・契約社員、パート・アルバイト、他社への出向・派遣者数の合計値。
＊2正社員・正職員・・・家族従業員は含まず、一般的に「正社員・正職員」と呼ばれている人のことを意味します。
＊3直近の決算年月・・・確定済みの決算年月についてご記入下さい。

Ⅱ．ここ最近の業績動向について

① 直近３年間の売上高の傾向として該当するもの１つに○印をつけて下さい。

１．増加傾向 → 質問②へ　　２．ほぼ横ばい → 質問④へ　　３．減少傾向 → 質問③へ

② 質問①で「１．増加傾向」を選択された方に質問します。「増加」に貢献している貴社の強みなどについて、該当するもの全てに○印をつけて下さい。【複数回答可】

１．得意先・固定客が多い　　２．商品・サービスの品質・信頼性が高い
３．商品・サービスの開発力が高い　　４．情報発信力の高さ
５．商圏自体（取引先・顧客）の景気の良さ　　６．商品・サービスの品揃えの良さ
７．資金力の豊富さ　　８．その他（　　）
９．特にない（わからない）

③ 質問①で「３．減少傾向」を選択された方に質問します。「減少」の要因について、該当するもの全てに○印をつけて下さい。【複数回答可】

１．得意先・固定客が少ない　　２．商品・サービスの品質・信頼性が低い
３．商品・サービスの開発力が低い　　４．情報発信力が弱い
５．商圏自体（取引先・顧客）の景気の悪さ　　６．商圏内の高齢化
７．商圏人口の減少　　８．商品・サービスの品揃えが不十分
９．資金力が乏しい　　10．その他（　　）
11．特にない（わからない）

④ 直近３年間の収益率（事業所得÷売上高）の傾向として該当するもの１つに○印をつけて下さい。

１．上昇傾向　　２．ほぼ横ばい　　３．下降傾向　　４．把握していない

Ⅲ．販路開拓の取り組みについて

① 貴社の販売先（顧客）は主にどこに立地（居住）していますか。売上額の大きい地域を、金額の多い順に３つまでご記入下さい。（2016 年度決算見通しについてお考えください）

１．同一市町村　　２．近隣市町村　　３．和歌山県内（「1」「2」除く）
４．大阪府　　５．近畿地区（「3」「4」除く）　　６．関東地区
７．東海地区（三重県含む）　　８．その他国内　　９．海外

１位		２位		３位	

② 貴社の主な販売先（顧客）について、該当するもの１つに○印をつけて下さい。

１．事業者が多い → 質問④へ　　２．　般個人が多い → 質問③へ　　３．事業者、　般個人ともに多い → 質問③へ

③ 質問②で「２」または「３」を選択された方に質問します。一般個人客の客層について、以下のそれぞれの質問について、該当するものに○印をつけて下さい。

≪主な客層（年齢）≫　※該当するもの全てに○印をつけて下さい。【複数回答可】

１．１０代　　２．２０代　　３．３０代　　４．４０代
５．５０代　　６．６０代以上　　７．わからない

≪主な客層（性別）≫　※該当するもの１つに○印をつけて下さい。

１．男性が多い　　２．女性が多い　　３．男性、女性ともに多い　　４．わからない

④ 今後の商圏・販路に関する意向について、該当するもの１つに○印をつけて下さい。

1．拡大を目指す
2．現状を維持する
→ 質問⑤へ

3．縮小する（縮小させる）
4．わからない
→「Ⅳ．人事・経理について」の質問①へ

⑤ 質問④で「１」、「２」を選択された方に質問します。商圏・販路拡大または維持するために、既に実施（または実施を予定）されている取り組みとして、該当するもの全てに○印をつけて下さい。【複数回答可】

1．広告宣伝の拡充
2．市場ニーズの把握（市場調査の実施等）
3．既存商品・サービスの見直し
4．新商品・サービスの開発
5．展示会・商談会への参加
6．インターネット販売の拡充
7．わからない（未定）
8．特になし
9．その他（　　）

⑥ 質問④で「１」、「２」を選択された方に質問します。商圏・販路拡大または維持において、行政、商工会議所等の支援機関に期待する支援策として、該当するもの全てに○印をつけて下さい。【複数回答可】

1．広告宣伝に対する支援
2．市場ニーズの把握に対する支援
3．既存商品・サービスの見直しに対する支援
4．新商品・サービスの開発に対する支援
5．展示会・商談会への参加に対する支援
6．インターネット販売の拡充に対する支援
7．特になし
8．その他（　　）

Ⅳ．人事・経理について

① 貴社における人材確保の状況として、該当するもの１つに○印をつけて下さい。

1．十分確保できている
2．ある程度確保できている
→ 質問③へ

3．あまり確保できていない
4．確保できていない
→ 質問②へ

② 質問①で「３」、「４」を選択された方に質問します。人材が確保できないことによる事業への影響として、該当するもの全てに○印をつけて下さい。【複数回答可】

1．売上機会の逸失
2．残業代、外注費等のコストが増加し、収益を圧迫
3．納期の長期化、遅延の発生
4．コスト増加分を転嫁したことによる売上減少
5．その他（　　）
6．特になし

③ 優秀な人材の確保に向けて、貴社ではどのような取り組みを実施していますか。該当するもの全てに○印をつけて下さい。【複数回答可】

1．賃金の引き上げ
2．雇用の安定化（非正規社員の正社員化等）
3．職場環境の改善（美化、安全化等）
4．従業員教育の強化（資格取得支援等）
5．休暇制度の徹底（週休２日等）
6．労働時間の見直し
7．その他（　　）
8．特になし

④ 貴社の経理実務の状況として該当するもの１つに○印をつけて下さい。

1．自社で記帳、伝票入力はせず、会計専門家に記帳代行を依頼している
2．自社の会計ソフト等に入力し、会計専門家にチェックを受けている
3．会計参与を設置し、自社で決算書を作成している
4．記帳、伝票入力が十分にできていない
5．その他（　　）

（次ページに続きます）

V. 事業承継について

① 事業経営者の性別として該当するもの１つに○印をつけて下さい。

１．男性　　２．女性

② 事業経営者の年齢をご記入下さい。　　歳

③ 創業から数えて、現在の事業経営者は何代目ですか。数字をご記入下さい。　　代目

④ 今後５年の間における、事業承継（または廃業）についての方針として該当するもの１つに○印をつけて下さい。

１．今後５年間は事業承継も廃業もする必要がない → A へお進みください
２．承継予定であり、後継者は決定している
３．承継予定であり、後継者候補がいる → C へお進みください
４．承継したいが、現時点で後継者候補が見つからない → D へお進みください
５．承継したいが、承継できない（収入・生活面の不安など） → B へお進みください
６．廃業を予定している → E へお進みください
７．廃業をしたいが、現時点で廃業できない → F へお進みください
８．事業承継するか廃業するか検討中である → 最終ページの質問⑤へお進みください
９．まだ、事業承継も廃業も検討していない → A へお進みください
10．その他（　　） → 最終ページの質問⑤へお進みください

A

（１）事業承継（または廃業）について、何年後には検討の必要が生じるとお考えですか。
該当するもの１つに○印をつけて下さい。

１．５年以内
２．５～１０年後
３．１０～１５年後
４．１５～２０年後
５．２０年よりももっと後
→ 質問（２）へ
６．わからない → 最終ページの質問⑤へ

（２）質問（１）で選択された時期において、貴社が予定する事業承継（または廃業）の方針として該当するもの１つに○印をつけて下さい。

１．承継を予定しており、後継者候補もいる
２．後継者候補はまだいないが、承継できると考えている
３．承継したいが、難しいと感じている
４．廃業を予定している
５．わからない

→ 最終ページの質問⑤へ

B

（１）現時点で予想される、事業承継が可能になる時期として、該当するもの１つに○印をつけて下さい。

１．５～１０年後
２．１０～１５年後
３．１５～２０年後
４．２０年よりももっと後
５．わからない

→ 最終ページの質問⑤へ

C

（1）後継者及び後継者候補として、該当するもの**１つに○印を**つけて下さい。ただし、候補者が複数いる場合は、現時点で最有力の候補者についてお答えください。

1．子供　　2．親族（配偶者、子供以外）　　3．親族外従業者
4．社外の第三者　　5．配偶者　　6．その他（　　）

（2）後継者及び後継者候補について、現在の年齢及び勤務状況として、該当するもの**１つに○印を**つけて下さい。ただし、候補者が複数いる場合は、現時点で最有力の候補者についてお答えください。

≪年齢≫
1．２０歳未満　　2．２０代　　3．３０代　　4．４０代　　5．５０代以上

≪勤務状況≫
1．社内で勤務している　　2．社外で勤務している　　3．その他（　　）

→ 最終ページの質問⑤へ

D

（1）親族以外への事業承継について、貴社ではどのようにお考えですか。該当するもの**１つに○印を**つけて下さい。

1．抵抗感がとてもある　　2．抵抗感がややある　　3．抵抗感はあまりない　　4．抵抗感はない

（2）親族や従業員の中から、後継者を見いだせない場合、貴社ではどのような対応を予定していますか。該当するもの**全てに○印を**つけて下さい。【複数回答可】

1．社外から後継者を探す　　2．事業売却を検討する　　3．自主廃業を検討する
4．わからない　　5．その他（　　）

→ 最終ページの質問⑤へ

E

（1）廃業を考えられている理由について、該当するもの**全てに○印を**つけて下さい。【複数回答可】

1．高齢化のため（体力の低下等）　　2．従業者等に後継適任者がおらず、あきらめている
3．業績が厳しいため　　4．現在の業績は問題ないが、今後業績悪化の懸念があるため
5．その他（　　）

（2）行政、商工会議所等の支援機関からの紹介などで、後継者として適任と思われる候補者（社外の第三者）が現れた場合、その者に事業を承継しますか。該当するもの**１つに○印を**つけて下さい。

1．後継者として問題なければ承継したい　　2．承継はしない　　3．わからない

→ 最終ページの質問⑤へ

F

（1）廃業を考えられている理由について、該当するもの**全てに○印を**つけて下さい。【複数回答可】

1．高齢化のため（体力の低下等）　　2．従業者等に後継適任者がおらず、あきらめている
3．業績が厳しいため　　4．現在の業績は問題ないが、今後業績悪化の懸念があるため
5．その他（　　）

（2）現時点で廃業できない理由として、該当するものを**最大３つまで○印をつけて下さい**。

1．廃業後の生活に困るため　　2．生きがいを失うため
3．借入金があるため　　4．顧客からの事業継続要望があるため
5．従業者の生活を守るため　　6．廃業費用（撤去費等）が準備できないため
7．その他（　　）

→ 最終ページの質問⑤へ

⑤ 後継者不在に悩む事業者に対して、第三者への承継を支援する「事業引継ぎ支援センター」が各都道府県に設置されていますが、貴社では利用されたことはありますか。該当するもの１つに○印をつけて下さい。

1．利用したことがある　　2．聞いたことはあるが、利用したことはない　　3．知らなかった

⑥ 事業承継に関する支援策として、行政、商工会議所等の支援機関に期待するもの全てに○印をつけて下さい。【複数回答可】

1．事業承継の手法に関する相談　　2．事業承継に関わる税務相談
3．自社を引き継いでくれる事業者の紹介　　4．自社を引き継いでくれる個人の紹介
5．その他（　　）　　6．特になし

Ⅵ. 今後に向けた経営課題について

① 中長期的な事業展開で重要と考えているものとして該当するもの全てに○印をつけて下さい。【複数回答可】

1．既存事業の商圏拡大　　2．既存事業の高付加価値化や工夫
3．後継者や従業員の確保・育成　　4．既存事業の新商品・新サービスの開発
5．生産性の向上　　6．新分野進出に向けた準備（市場調査、研究等）
7．既存事業の取引先の分散化　　8．業態転換に向けた準備（市場調査、研究等）
9．その他（　　）　　10．特にない

② 日々の経営努力の中で取り組んでいるものとして該当するもの全てに○印をつけて下さい。【複数回答可】

1．集客・販売力向上　　2．業界団体会合やセミナー参加などによる情報収集
3．従業員の技術・技能向上　　4．人件費抑制や経費節約
5．仕入値の抑制努力　　6．資金調達
7．従業員の士気向上　　8．生産性・歩留り向上
9．正確な棚卸しなど在庫管理　　10．従業員の処遇改善
11．効率的な従業員シフトなどの労務管理　　12．その他（　　）
13．特に取り組んでいない

③ 現在、貴社が抱える経営課題について、どのような内容でも結構ですので、具体的にお教えください。

④ 行政、商工会議所等に対して、期待すること、支援策として望まれることなどございましたら、ご自由にご記入下さい。

● 本調査への回答内容などにつきまして、誠に恐れ入りますが、１時間程度のインタビュー調査にご協力いただけますでしょうか。該当するもの１つに○印をつけて下さい。

1．協力可能　　2．協力不可

※アンケートは以上です。最後までご記入くださり、誠にありがとうございました。

資料2　抱えている経営課題（FA）

一部、個人名等を記入しているものは、修正や伏字（※※）にしています。

業種	内容
サービス業	• 新商品の開発など。
サービス業	• 設備投資など。
商　　業	• 人材難。
サービス業	• 人口減少が徐々に売上、取引価格に影響し下落傾向にある。
製　造　業	• 原材料の不足=高値。
商　　業	• 事業継承者はいるが後は 55 歳以上で、よい商品を販売する上ですぐに人材が育たないため、近未来の人材が不安。
建　設　業	• 人材の確保（若者）。
商　　業	• 卸先を探したいが、なかなか見つからない。我が社の商品を知ってもらえる機会を、とにかく増やしたいのだが、どんな方法があるのか、知りたい。
商　　業	• 私はブティックを経営していますが、お客さまとのコミュニケーションを大切に思っています。ただものを売るだけではなく、話しながら悩みとかも聞いてあげたり、何気ない所から、リピーターにつながると思っています。
商　　業	• 人材不足。
製　造　業	• 漁業と直接的に関連する業種なので、続けていく中で、大切さと難しさを感じている。
製　造　業	• 後継者育成と従業員の安定、力量を付ける。
サービス業	• 人員不足、CS のクオリティー
	• 環境や立地条件に合っていないと思われる業態をマッチングすべく、新分野の開拓や新しい事業を要する。
建　設　業	• 和歌山の景気が上がらなければ和歌山の向上なし。
商　　業	• 資金調達が苦しい。
製　造　業	• 仕入値が簡単に上げられている。でも、売値が相手の業者が上げてくれない。それは大きな市・県・ゼネコンが低価格と表示するからである。低コストをかかげると、下の下の業者が一番苦しむ。
製　造　業	• 機械産業そのものが縮小している。
商　　業	• 集客、広告の充実。
製　造　業	• 職人不足。
建　設　業	• 小企業なので、大企業、中企業に負けない顧客ニーズをとらえ、期待に答えるようにしている。要望を聞き、卸紹介などを基につなげていく。
商　　業	• 若い人の二輪車離れ、和歌山市は交通の便が悪いので、まだ二輪の利用があるので少しましですが、少子化もあるので不安です。
製　造　業	• 売上の向上
製　造　業	• 従業員の高齢化。
建　設　業	• 公共工事ができるように資格取得と、従業員の育成に取り組んでいるが、入札は運のもので当たらないので、幅広く仕事を確保できるよう努力している。
建　設　業	• 顧客減少（海鮮食品個人業者）
商　　業	• PC の専門家が育つまでの時間が長い。
商　　業	• 古いぶらくり丁の集客力は全くあてにできないので、個の力しかない。
サービス業	• 仕入商品（不動産）の価格下落
建　設　業	• 従業員が不足している
商　　業	• 弊社は地元企業様からのアウトレット家具を催事販売しておりますが、企業様の減少と、デフレによる価格低下、低価格による利益減少、商品力の低下が課題です。
建　設　業	• 従業員の高齢化、若者の育成

業種	内容
サービス業	• 人材不足による販売力の低下
製造業	• 事業拡大を計画するものの、よい社員がこない。
サービス業	• 業務マウント＞経営者が提供するサービスでありオーバーフローを起こしている。よって生産性向上と顧客サービスの更なる向上が課題である。・健康維持も課題である。（顧客に質の高いサービスを変わらずに提供するため）
建設業	• 人材確保に困っている。
製造業	• 商業用地の確保、若くやる気のある人材確保
製造業	• 自然災害による被害を、全く想定していないので、そうなった場合にどんな手を打てるのか、そうならないために何をしたらいいのか、教えていただきたいです。
サービス業	• 人材補充。
製造業	• 売掛代金回収が殆んど手形であり、受領手形の金額が多い時当方希望する様に何枚かに分割を依頼しても容認してもらえずしたがってその高額手形の期日迄現金化しない尚当社に対する手形割引の担保も無い為、銀行側も実施不能、従って運転資金の不足に困っている
商業	• 夫婦でやっていけば何とかやっていけるけど、従業員を何人も雇えない。
商業	• 和歌山の商圏入口衰退のため、年々売上が低下。今後の営業計画が、立てれない。
製造業	• 売上の減少にともない、如何にして売上を向上させるかが現在の我社の課題です。ホームページの変更をするのが良いのか?
製造業	• 短時間、急に人手が必要な時があるのでそれの確保
サービス業	• 他の同業者との交流会などがあるとありがたいです
建設業	• 経費節約（各種団体、会の会費、活動費、交際費、レンタル費等）
商業	• 運転資金
商業	• 質の悪い客からの脱出
商業	• 高齢化による免許証返納、事故による災害、少子化による子供の数減少、若者の車離れ。車は和歌山（特に郡部）になくてはならない交通手段である。年収３００万位で車を維持管理するのは大変な時代になってきた。保険、税金、車検、健全な車社会が望まれる。
サービス業	• 経営者の高齢による引退の場合の業務。家族に従事する者がなく、かといって他人を雇う程でもない。
建設業	• 新築の物件は、だんだんと和室が減少で障子、襖が少なくなって来ている。
サービス業	• 設備更新に必要な資金調達（業態転換を含む）
製造業	• 受註品の注文が激減し現在休業を仕方なく現状打破に努力しております。
商業	• お客様一人一人のニーズを理解する。小さい事の積み重ねが大事。
製造業	• 経営者の高齢化
製造業	• 機械設計の人材が確保できない
サービス業	• 社員教育と新事業部の開拓を押しすすめたい。
製造業	• 人材育成、技術継承、業務内容（サービス内容）の精査。
サービス業	• 資金調達
サービス業	• 法人化すべきか、迷っています。
商業	• 既存顧客の減少。来店数減少に対しての対策、・変化対応が大企業のようにスピーディにできない（少人数なのに!!）。
製造業	• 売上高をアップするお得意先の減少。
商業	• 高齢化による顧客数の減少。他のエネルギー機関（電力、都市ガス会社）との競争。
サービス業	• 力を入れたい部門の集客力向上方法が見出せない。

業種	内容
商　　業	• 当店は南海和歌山市駅前に立地している。周辺の人口減少、駅利用客減少などで来客数は 20 年前の 10 分の 1 になった。その上、ネット上で実際に存在しないダミーの薬屋が健康食品などを激安している。トラブルに巻き込まれないよう注意が必要である。
サービス業	• 売上の安定、固定客の減少
製　造　業	• よい従業員の確保
サービス業	• お客さまを少しずつ、他の代理店に円満に継承していく事。そのために、若手の顧客指向の代理店と連携を深める事。
製　造　業	• 宣伝不足
商　　業	• テナントの確保（事務所）
商　　業	• 世代交替のタイミング
商　　業	• 広告宣伝の取組み
商　　業	• 人材確保
サービス業	• 運転資金
サービス業	• 利益が出ず、業務拡大が困難。備品・設備の老朽化に対応できない。家賃が高い。
商　　業	• 社員の若返り
サービス業	• 人材確保
建　設　業	• 集客の安定したシステムを作る。売上の増大。もっと利益率を上げる。
サービス業	• 自分も含めたパートの人材育成とスキルアップ。お客さまへのサービスの向上と安定。
製　造　業	• 当社はオーダー家具、造作家具及びキッチンの製造を行なっています。時代の流行などに左右されやすいので、情報や新しい商品の開発には、取り組んでおります。その上で最も必要な職人の養成には苦労しています。
サービス業	• 売上・従業員の確保
建　設　業	• 世代交替
サービス業	• 労働者、お客さま共に魅力のある職場環境作り。事業活動を通じての地域社会への貢献。
サービス業	• 自らの仕事を分担して仕事量を抑えたい。
サービス業	• 物価高騰により直接商品の価格を上げることができないことで苦慮する。
商　　業	• 納車後のクレームが多い。仕入後の価格（評価の下落）低下。仕入商品の品質が悪い（仕入後発覚する）。
商　　業	• 安定収益の向上。

資料3　支援機関への期待・支援策（FA）

一部、個人名等を記入しているものは、修正や伏字（※※）にしています。

業種	内容
商　　業	• 大企業への協力をお願いしてください。景気回復、雇用確保に。
製　造　業	• 海外、展示会への出展補助
商　　業	• 集客について、インターネット販売についての小規模事業者向けのサポートがほしい。
商　　業	• 販売の拡大につながる、情報を教えてもらいたい。
サービス業	• 事業展開に必要なスキルアップのためのセミナーなど。
	• 人口減を歯止めさせることを行政に望みたい。地域の活性化を目的とする支援を商工会議所に望む。
建　設　業	• 小さい事業者の向上?
商　　業	• 資金借入がもっとスムーズにしてほしい（貸してほしい）。
製　造　業	• 行政との間をとりもってくれるパイプ役になってほしい。みんなの本当の声を届けてほしい。
建　設　業	• 低価格または無料での会員懇親会。高額なら行かない。
商　　業	• 他団体との交流、商談会の回数アップ（他府県）。
商　　業	• 大型スーパーなどの箱物建設はやめてほしい。大型スーパーにも空テナント、スペースが目立ち、結局、商人は、だれ一人得しない。もっと地域消費力に合った箱を考えるべき。和歌山の商売人はいなくなります。
サービス業	• 小規模工業用地（軽工業）準工業用地不足。県、市で用地確保、インター周辺を市街化区へ。
製　造　業	• もっと小企業への支援をしてほしい
サービス業	• 密室で決めるのではなく、常にオープンに対応して欲しい。行政の情報開示は進んだが、もっと出来ると考えます。
建　設　業	• 人材確保に対する支援
製　造　業	• 自然災害をさけるための引越等の費用であれば、かなりの高割合で補助金等の支援があればよいのにと思います。
サービス業	• 広告
商　　業	• 高齢者の運転事故が多いので不安です。部分的な自動化で良いので（実用化のできる自動走行ＡＩ）配達車に早急に対策支援をお願いしたい。
商　　業	• 自身の立場からだと、街作り、市内居住人口を増やさなければ、市内商圏は、浮上しない。街作りが先決と思われる。
サービス業	• 顧客のニーズから紹介、顔つなぎなど
商　　業	• 現場に足を運び、現場を知る、一部の企業等の話では解決できません。
サービス業	• 駐車禁止等の取締りが厳しくなってから、明らかに客足が減った。
サービス業	• 市、生活支援課は家主に対して直接家賃を支払っていただきたい。（滞納トラブル防止のため）
製　造　業	• 中小業者に仕事がほしい。
商　　業	• 経営講習
サービス業	• 国の事業改善計画により３年目が経過、保証協会等の新しい借入が出きず、大変な経営を継続中です。

業種	内容
製　造　業	• 中小企業（小規模）に対して、今後運営するにあたり、様々な面でのサービス、補助金などの提案、支援。
商　　業	• 資金調達や経営管理についてのセミナー、講習など、今まで以上に拡大してください。
サービス業	• 県、市、商工会議所が連携し、市街地の活性化を更に推進してください（最近、少しずつ活気が戻ってきたように思います)。和歌山大学の取り組みにも期待しています。
商　　業	• テナントの情報
商　　業	• POP を活用した広告宣伝やインターネット販売などの IT 強化に対する支援。
商　　業	• 経営相談
サービス業	• 店舗移転先情報
商　　業	• ※※※※を紹介してほしい。
製　造　業	• 各種セミナー、教室など、必要に応じて利用させて頂いています。
建　設　業	• 会計の勉強。集客、マーケティングの勉強。
製　造　業	• 地場産業に対する要望は従来より出しておりますが、改善された事はなく、残念です。ただ今後共、地域のまとめ役として、会議所の活動は参加していきたいと考えます。
サービス業	• まちなか居住の促進、子育て環境の整備
建　設　業	• 人材教育
サービス業	• 優良個人企業の基準と評価があれば嬉しい。ミシュランの星のように、国や県・市が認めてくれて、それが事業の名誉になる。従業員の士気も高まるため。
サービス業	• 店内の料理だけではなく、生姜の加工品（お菓子等）も販売しているので、商談会の開催を年に何回かお願いしたい

小規模企業景気動向調査　報告書

発 行 日：平成 29 年２月
発　　行：和歌山商工会議所
〒640-8567　和歌山県和歌山市西汀丁 36
TEL.073-422-1111　FAX.073-433-0543
http://www.wakayama-cci.or.jp/wakayama.shtml
編　　集：和歌山地域経済研究機構　小規模企業景気動向調査チーム
妹尾　剛好　和歌山大学経済学部准教授
藤本　迪也　（一財）和歌山社会経済研究所研究員
永尾　吉賞　和歌山県企画部企画政策局調査統計課主任
中浴　正隆　和歌山商工会議所企画広報・街づくり支援室　室長補佐