
経営発達支援計画における
海南市内事業者の経営動向調査

報 告 書

令和3年1月

海南商工会議所

目次

調査概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	1
海南市内事業者の経営動向調査・・・・・・・・	2
全国の先進的取組事例・・・・・・・・・・・・・・・・	45
付録（アンケート調査票）・・・・・・・・・・・・	68

調査概要

1. 調査目的

小規模事業者の経営発達に役立つことを目指し、海南商工会議所管轄内の事業者を取り巻く経済動向を「見える化」することを目的とする。

2. 調査対象

海南市内事業者の経営動向調査 : 海南市内事業者 1,000 件
全国の先進的取組事例 : 経営発達に関する優良な取組を行う企業・団体

3. 調査方法

海南市内事業者の経営動向調査 : 郵送によるアンケート配付・回収
全国の先進的取組事例 : 調査員によるヒアリング調査

4. 調査期間

海南市内事業者の経営動向調査 : 令和2年11月6日 ~ 11月27日
全国の先進的取組事例 : 令和2年12月15日 ~ 令和3年1月15日

5. 回収結果

海南市内事業者の経営動向調査 : 484 件 (回収率 48.4%)
全国の先進的取組事例 : 10 件 (本書には掲載許諾が得られた 8 件を掲載する)

※調査実施 及び 調査結果の集計分析は株式会社東京商工リサーチ和歌山支店に委託し実施した。

6. 注意事項

- 図表中の割合は、小数点第2位以下を四捨五入しているため、回答比率の合計は必ずしも100%にならないことがある。
- 複数回答の設問は、回答が2つ以上となることがあるため、各選択肢の構成比の合計は100%を超えることもある。
- 図表中の「n」とは回答件数の総数のことで、100%が何件の回答に相当するかを示す構成比率算出の基数である。
- クロス集計結果については、調査数が10件以上の場合のみを分析対象とし、コメントしている。

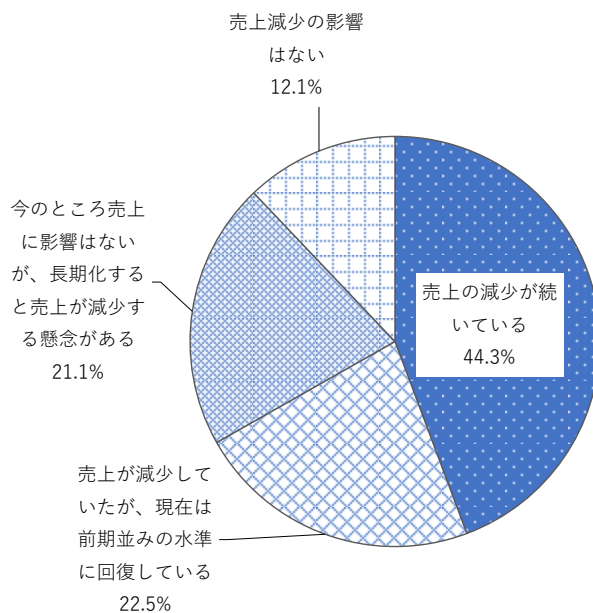
海南市内事業者の経営動向調査

問1 新型コロナウイルス感染症拡大による売上高への影響についてお答えください（〇は1つ）。

「売上の減少が続いている」が44.3%と最も高く、次いで「売上が減少していたが、現在は前期並みの水準に回復している」が22.5%、「今のところ売上に影響はないが、長期化すると売上が減少する懸念がある」が21.1%となっている。

業種別にみると、全体の傾向との違いとして、建設業では「売上が減少していたが、現在は前期並みの水準に回復している」が、医療、福祉では「今のところ売上に影響はないが、長期化すると売上が減少する懸念がある」がそれぞれ最も高くなっている。

代表者年齢別では、全体の傾向との違いはみられない。



		■ 売上の減少が続いている ▣ 売上が減少していたが、現在は前期並みの水準に回復している ▤ 今のところ売上に影響はないが、長期化すると売上が減少する懸念がある □ 売上減少の影響はない				
全体	(n=445)	44.3	22.5	21.1	12.1	
業種	建設業 (n=54)	25.9	35.2	27.8	11.1	
	製造業 (n=91)	48.4	14.3	26.4	11.0	
	運輸業、郵便業 (n=17)	47.1	17.6	5.9	29.4	
	卸売業 (n=50)	42.0	28.0	20.0	10.0	
	小売業 (n=62)	53.2	27.4	6.5	12.9	
	金融業、保険業 (n=8)	25.0	0.0	62.5	12.5	
	不動産業、物品賃貸業 (n=9)	44.4	11.1	33.3	11.1	
	飲食サービス業 (n=29)	72.4	17.2	6.9	3.4	
	医療、福祉 (n=23)	26.1	26.1	30.4	17.4	
	サービス業（他に分類されないもの） (n=57)	36.8	19.3	24.6	19.3	
	その他 (n=26)	38.5	38.5	23.1	0.0	
	代表者年齢	30歳代以下 (n=20)	60.0	15.0	10.0	15.0
		40歳代 (n=71)	40.8	26.8	21.1	11.3
50歳代 (n=115)		39.1	27.8	24.3	8.7	
60歳代 (n=117)		42.7	19.7	25.6	12.0	
70歳代以上 (n=115)		50.4	19.1	14.8	15.7	

(上段:件数、下段:%)

		調査数	売上の減少が続いている	売上が減少していたが、現在は前期並みの水準に回復している	今のところ売上に影響はないが、長期化すると売上が減少する懸念がある	売上減少の影響はない
全体		445 100.0	197 44.3	100 22.5	94 21.1	54 12.1
業種	建設業	54 100.0	14 25.9	19 35.2	15 27.8	6 11.1
	製造業	91 100.0	44 48.4	13 14.3	24 26.4	10 11.0
	運輸業、郵便業	17 100.0	8 47.1	3 17.6	1 5.9	5 29.4
	卸売業	50 100.0	21 42.0	14 28.0	10 20.0	5 10.0
	小売業	62 100.0	33 53.2	17 27.4	4 6.5	8 12.9
	金融業、保険業	8 100.0	2 25.0	-	5 62.5	1 12.5
	不動産業、物品賃貸業	9 100.0	4 44.4	1 11.1	3 33.3	1 11.1
	飲食サービス業	29 100.0	21 72.4	5 17.2	2 6.9	1 3.4
	医療、福祉	23 100.0	6 26.1	6 26.1	7 30.4	4 17.4
	サービス業(他に分類されないもの)	57 100.0	21 36.8	11 19.3	14 24.6	11 19.3
	その他	26 100.0	10 38.5	10 38.5	6 23.1	-
代表者年齢	30歳代以下	20 100.0	12 60.0	3 15.0	2 10.0	3 15.0
	40歳代	71 100.0	29 40.8	19 26.8	15 21.1	8 11.3
	50歳代	115 100.0	45 39.1	32 27.8	28 24.3	10 8.7
	60歳代	117 100.0	50 42.7	23 19.7	30 25.6	14 12.0
	70歳代以上	115 100.0	58 50.4	22 19.1	17 14.8	18 15.7

問1-1 新型コロナウイルス感染症拡大による売上高への影響についてお答えください (〇は1つ)。

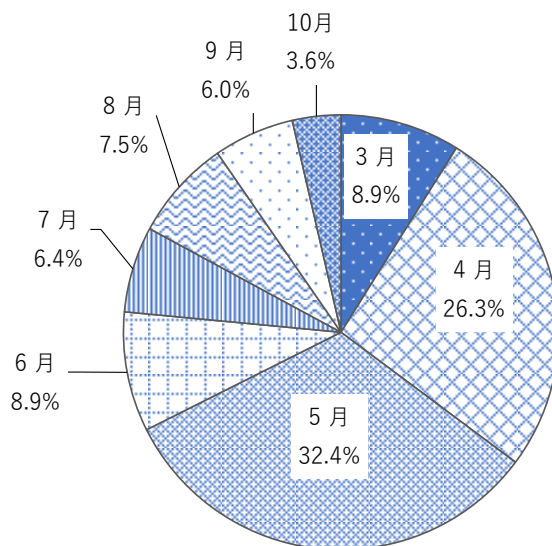
※ 問1で「売上の減少が続いている」または「売上が減少していたが、現在は前期並みの水準に回復している」を回答した企業が対象

・売上高の減少幅が最も大きかった月(2020年)

「5月」が32.4%と最も高く、次いで「4月」が26.3%、「3月」及び「6月」が8.9%となっている。

業種別にみると、全体の傾向との違いとして、飲食サービス業及び医療、福祉では「4月」がそれぞれ最も高くなっている。

代表者年齢別にみると、30歳代以下では「4月」が最も高くなっている。



		■ 3月 ■ 4月 ■ 5月 ■ 6月 ■ 7月 ■ 8月 ■ 9月 ■ 10月									
全体	(n=281)	8.9	26.3	32.4	8.9	6.4	7.5	6.0	3.6		
業種	建設業 (n=31)	6.5	22.6	38.7	3.2	6.5	6.5	6.5	9.7		
	製造業 (n=53)	5.7	22.6	32.1	11.3	5.7	13.2	5.7	3.8		
	運輸業、郵便業 (n=11)	9.1	27.3	45.5	0.0	0.0	0.0	9.1	9.1		
	卸売業 (n=33)	9.1	21.2	27.3	9.1	6.1	15.2	9.1	3.0		
	小売業 (n=47)	12.8	25.5	34.0	4.3	8.5	2.1	10.6	2.1		
	金融業、保険業 (n=2)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業 (n=5)	0.0	60.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0		
	飲食サービス業 (n=26)	11.5	50.0	23.1	3.8	7.7	0.0	3.8	0.0		
	医療、福祉 (n=11)	9.1	45.5	36.4	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0		
	サービス業(他に分類されないもの) (n=29)	6.9	20.7	37.9	13.8	0.0	13.8	6.9	0.0		
	その他 (n=19)	10.5	15.8	26.3	31.6	10.5	0.0	0.0	5.3		
代表者年齢	30歳代以下 (n=15)	6.7	46.7	26.7	0.0	0.0	13.3	0.0	6.7		
	40歳代 (n=45)	13.3	26.7	37.8	4.4	6.7	6.7	4.4	0.0		
	50歳代 (n=72)	11.1	18.1	29.2	13.9	8.3	8.3	6.9	4.2		
	60歳代 (n=69)	5.8	27.5	37.7	4.3	4.3	5.8	10.1	4.3		
	70歳代以上 (n=77)	6.5	28.6	29.9	13.0	7.8	7.8	2.6	3.9		

(上段:件数、下段:%)

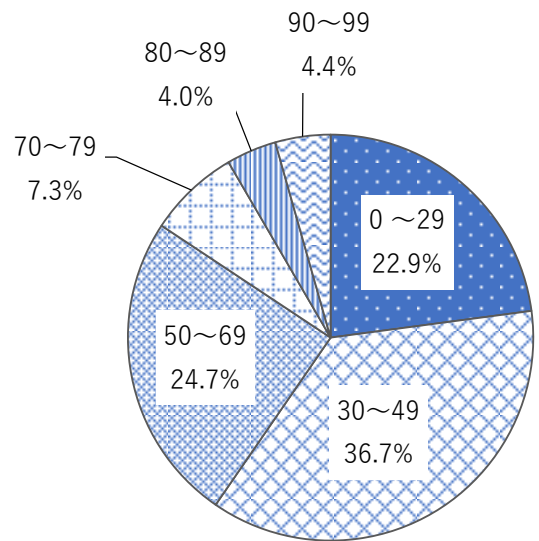
		調査数	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	
全体		281 100.0	25 8.9	74 26.3	91 32.4	25 8.9	18 6.4	21 7.5	17 6.0	10 3.6	
業種	建設業	31 100.0	2 6.5	7 22.6	12 38.7	1 3.2	2 6.5	2 6.5	2 6.5	3 9.7	
	製造業	53 100.0	3 5.7	12 22.6	17 32.1	6 11.3	3 5.7	7 13.2	3 5.7	2 3.8	
	運輸業、郵便業	11 100.0	1 9.1	3 27.3	5 45.5	- -	- -	- -	1 9.1	1 9.1	
	卸売業	33 100.0	3 9.1	7 21.2	9 27.3	3 9.1	2 6.1	5 15.2	3 9.1	1 3.0	
	小売業	47 100.0	6 12.8	12 25.5	16 34.0	2 4.3	4 8.5	1 2.1	5 10.6	1 2.1	
	金融業、保険業	2 100.0	- -	- -	2 100.0	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	不動産業、物品賃貸業	5 100.0	- -	3 60.0	- -	- -	2 40.0	- -	- -	- -	- -
	飲食サービス業	26 100.0	3 11.5	13 50.0	6 23.1	1 3.8	2 7.7	- -	1 3.8	- -	
	医療、福祉	11 100.0	1 9.1	5 45.5	4 36.4	- -	1 9.1	- -	- -	- -	
	サービス業(他に分類されないもの)	29 100.0	2 6.9	6 20.7	11 37.9	4 13.8	- -	4 13.8	2 6.9	- -	
	その他	19 100.0	2 10.5	3 15.8	5 26.3	6 31.6	2 10.5	- -	- -	1 5.3	
代表者年齢	30歳代以下	15 100.0	1 6.7	7 46.7	4 26.7	- -	- -	2 13.3	- -	1 6.7	
	40歳代	45 100.0	6 13.3	12 26.7	17 37.8	2 4.4	3 6.7	3 6.7	2 4.4	- -	
	50歳代	72 100.0	8 11.1	13 18.1	21 29.2	10 13.9	6 8.3	6 8.3	5 6.9	3 4.2	
	60歳代	69 100.0	4 5.8	19 27.5	26 37.7	3 4.3	3 4.3	4 5.8	7 10.1	3 4.3	
	70歳代以上	77 100.0	5 6.5	22 28.6	23 29.9	10 13.0	6 7.8	6 7.8	2 2.6	3 3.9	

・前年同月比（前年同月=100とした場合）

「30～49」が36.7%と最も高く、次いで「50～69」が24.7%、「0～29」が22.9%となっている。

業種別にみると、全体の傾向との違いとして、医療、福祉では「0～29」が最も高くなっており、サービス業（他に分類されないもの）では「50～69」が最も高くなっている。

代表者年齢別にみると、30歳代以下及び50歳代で「50～69」がそれぞれ最も高くなっている。



		0～29	30～49	50～69	70～79	80～89	90～99
全体	(n=275)	22.9	36.7	24.7	7.3	4.0	4.4
業種	建設業 (n=28)	25.0	35.7	21.4	14.3	0.0	3.6
	製造業 (n=52)	26.9	30.8	28.8	5.8	3.8	3.8
	運輸業、郵便業 (n=11)	18.2	45.5	0.0	9.1	18.2	9.1
	卸売業 (n=34)	14.7	47.1	26.5	5.9	2.9	2.9
	小売業 (n=49)	16.3	44.9	20.4	8.2	2.0	8.2
	金融業、保険業 (n=2)	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業 (n=2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	飲食サービス業 (n=25)	24.0	40.0	24.0	8.0	4.0	0.0
	医療、福祉 (n=11)	36.4	27.3	18.2	0.0	18.2	0.0
	サービス業（他に分類されないもの） (n=30)	26.7	30.0	36.7	0.0	6.7	0.0
	その他 (n=19)	21.1	26.3	31.6	10.5	0.0	10.5
	代表者年齢	30歳代以下 (n=14)	21.4	21.4	35.7	14.3	0.0
40歳代 (n=42)		26.2	40.5	16.7	4.8	9.5	2.4
50歳代 (n=74)		21.6	25.7	32.4	6.8	8.1	5.4
60歳代 (n=66)		24.2	40.9	19.7	7.6	0.0	7.6
70歳代以上 (n=76)		19.7	44.7	25.0	7.9	1.3	1.3

(上段:件数、下段:%)

		調査数	0～29	30～49	50～69	70～79	80～89	90～99
全体		275 100.0	63 22.9	101 36.7	68 24.7	20 7.3	11 4.0	12 4.4
業種	建設業	28 100.0	7 25.0	10 35.7	6 21.4	4 14.3	- -	1 3.6
	製造業	52 100.0	14 26.9	16 30.8	15 28.8	3 5.8	2 3.8	2 3.8
	運輸業、郵便業	11 100.0	2 18.2	5 45.5	- -	1 9.1	2 18.2	1 9.1
	卸売業	34 100.0	5 14.7	16 47.1	9 26.5	2 5.9	1 2.9	1 2.9
	小売業	49 100.0	8 16.3	22 44.9	10 20.4	4 8.2	1 2.0	4 8.2
	金融業、保険業	2 100.0	- -	- -	1 50.0	1 50.0	- -	- -
	不動産業、物品賃貸業	2 100.0	2 100.0	- -	- -	- -	- -	- -
	飲食サービス業	25 100.0	6 24.0	10 40.0	6 24.0	2 8.0	1 4.0	- -
	医療、福祉	11 100.0	4 36.4	3 27.3	2 18.2	- -	2 18.2	- -
	サービス業(他に分類されないもの)	30 100.0	8 26.7	9 30.0	11 36.7	- -	2 6.7	- -
	その他	19 100.0	4 21.1	5 26.3	6 31.6	2 10.5	- -	2 10.5
代表者年齢	30歳代以下	14 100.0	3 21.4	3 21.4	5 35.7	2 14.3	- -	1 7.1
	40歳代	42 100.0	11 26.2	17 40.5	7 16.7	2 4.8	4 9.5	1 2.4
	50歳代	74 100.0	16 21.6	19 25.7	24 32.4	5 6.8	6 8.1	4 5.4
	60歳代	66 100.0	16 24.2	27 40.9	13 19.7	5 7.6	- -	5 7.6
	70歳代以上	76 100.0	15 19.7	34 44.7	19 25.0	6 7.9	1 1.3	1 1.3

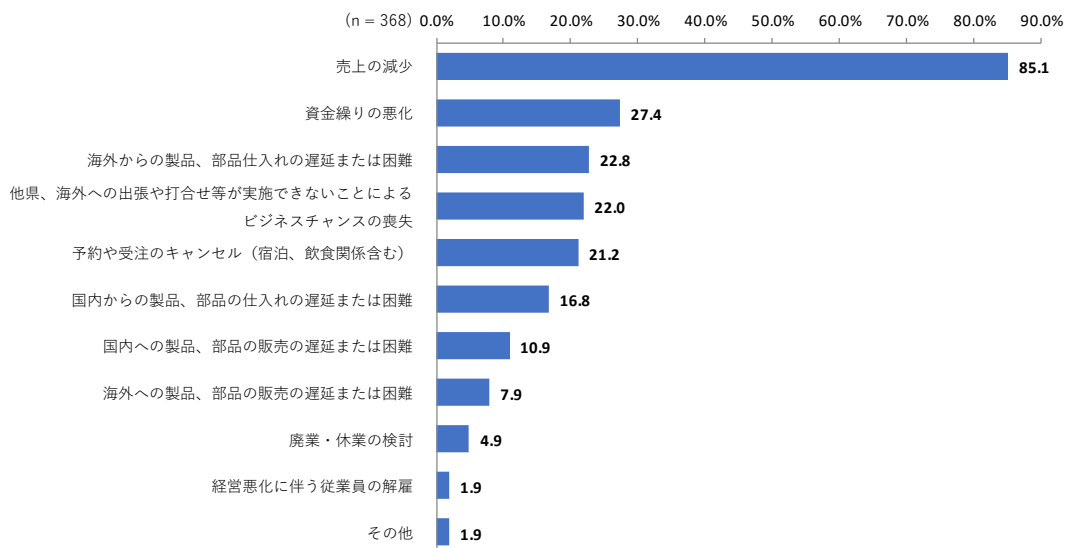
問2 新型コロナウイルス感染症拡大により貴社の企業活動にどのような影響ありましたか。

また、今後コロナ禍が長期化した場合に見込まれる影響についてもお答えください（当てはまるものすべてに✓をしてください）。

・これまでにあった影響

「売上の減少」が85.1%と最も高く、次いで「資金繰りの悪化」が27.4%、「海外からの製品、部品仕入れの遅延または困難」が22.8%となっている。

業種別及び代表者年齢別にみても、全体の傾向との違いは見られない。



(上段:件数、下段:%)

	調査数	(上段:件数、下段:%)										
		売上の減少	資金繰りの悪化	海外からの製品、部品仕入れの遅延または困難	他県、海外への出張や打合せ等が実施できないことによるビジネスチャンスの喪失	予約や受注のキャンセル（宿泊、飲食関係含む）	国内からの製品、部品の仕入れの遅延または困難	国内への製品、部品の販売の遅延または困難	海外への製品、部品の販売の遅延または困難	廃業・休業の検討	経営悪化に伴う従業員の解雇	その他
全体	368	313	101	84	81	78	62	40	29	18	7	7
		85.1	27.4	22.8	22.0	21.2	16.8	10.9	7.9	4.9	1.9	1.9
業種												
建設業	41	33	6	9	7	6	8	2	1	-	-	-
		80.5	14.6	22.0	17.1	14.6	19.5	4.9	2.4	-	-	-
製造業	74	59	23	19	32	5	9	14	11	4	1	-
		79.7	31.1	25.7	43.2	6.8	12.2	18.9	14.9	5.4	1.4	-
運輸業、郵便業	13	13	2	-	-	1	-	-	-	1	1	-
		100.0	15.4	-	-	7.7	-	-	-	7.7	7.7	-
卸売業	46	37	17	24	21	7	11	8	6	2	1	-
		80.4	37.0	52.2	45.7	15.2	23.9	17.4	13.0	4.3	2.2	-
小売業	59	50	13	17	7	10	15	7	2	1	-	-
		84.7	22.0	28.8	11.9	16.9	25.4	11.9	3.4	1.7	-	-
金融業、保険業	3	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
		66.7	-	-	33.3	-	-	-	-	-	-	-
不動産業、物品賃貸業	4	4	3	-	-	1	1	-	-	-	-	-
		100.0	75.0	-	-	25.0	25.0	-	-	-	-	-
飲食サービス業	30	29	12	1	-	20	4	-	-	3	1	1
		96.7	40.0	3.3	-	66.7	13.3	-	-	10.0	3.3	3.3
医療、福祉	18	15	5	4	-	7	7	2	1	-	1	1
		83.3	27.8	22.2	-	38.9	38.9	11.1	5.6	-	5.6	5.6
サービス業(他に分類されないもの)	40	35	7	5	8	15	6	3	4	5	2	1
		87.5	17.5	12.5	20.0	37.5	15.0	7.5	10.0	12.5	5.0	2.5
その他	26	23	6	4	3	4	-	2	3	-	-	3
		88.5	23.1	15.4	11.5	15.4	-	7.7	11.5	-	-	11.5
代表者年齢												
30歳代以下	19	17	8	4	5	8	1	1	3	1	2	-
		89.5	42.1	21.1	26.3	42.1	5.3	5.3	15.8	5.3	10.5	-
40歳代	54	46	15	14	12	20	10	2	4	3	-	-
		85.2	27.8	25.9	22.2	37.0	18.5	3.7	7.4	5.6	-	-
50歳代	98	82	23	33	29	19	24	15	11	5	1	-
		83.7	23.5	33.7	29.6	19.4	24.5	15.3	11.2	5.1	1.0	-
60歳代	96	82	28	22	22	11	16	12	9	5	2	1
		85.4	29.2	22.9	22.9	11.5	16.7	12.5	9.4	5.2	2.1	1.0
70歳代以上	94	81	26	11	13	20	11	9	2	3	2	5
		86.2	27.7	11.7	13.8	21.3	11.7	9.6	2.1	3.2	2.1	5.3

なお、「その他」の具体的な回答内容の主なものは、以下の通りとなっている。

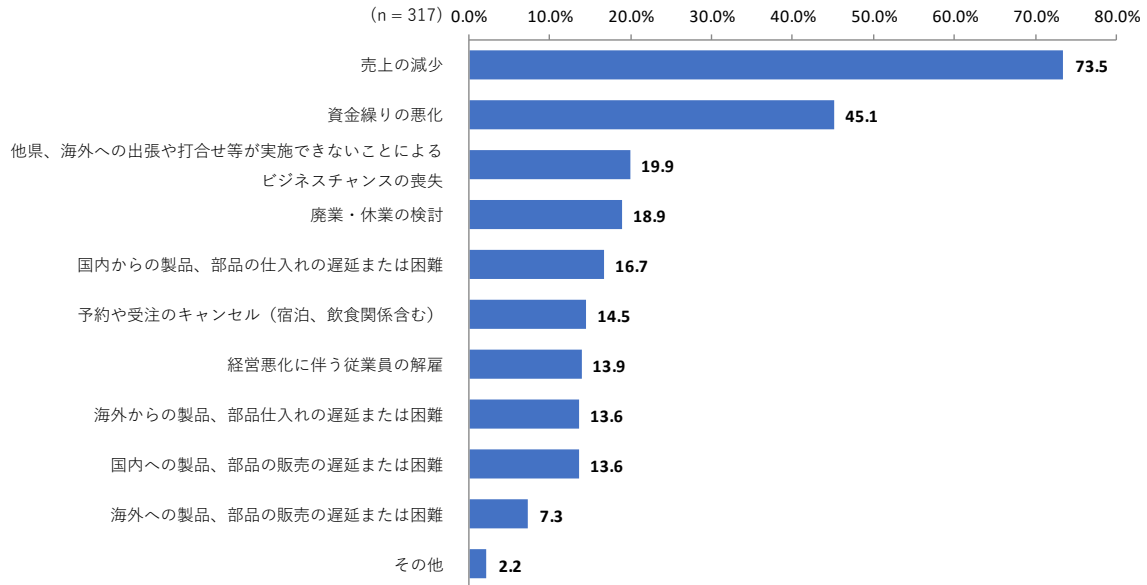
業種	その他回答内容
サービス業 (他に分類されないもの)	説明会を含む広報活動が困難だった。
その他	コロナの影響だけではないが、規模縮少の検討。
その他	家屋の調査ができない。

・長期化した場合に見込まれる影響

「売上の減少」が73.5%と最も高く、次いで「資金繰りの悪化」が45.1%、「他県、海外への出張や打合せ等が実施できないことによるビジネスチャンスの喪失」が19.9%となっている。

業種別にみると、全体の傾向との違いとして、医療、福祉では「資金繰りの悪化」が「売上の減少」と同率で最も高くなっている。

代表者年齢別にみると、30歳代以下で「資金繰りの悪化」が最も高くなっている。



(上段: 件数、下段: %)

業種	調査数	影響の項目										
		売上の減少	資金繰りの悪化	他県、海外への出張や打合せ等が実施できないことによるビジネスチャンスの喪失	廃業・休業の検討	国内からの製品、部品の仕入れの遅延または困難	予約や受注のキャンセル (宿泊、飲食関係含む)	経営悪化に伴う従業員の解雇	海外からの製品、部品仕入れの遅延または困難	国内への製品、部品の販売の遅延または困難	海外への製品、部品の販売の遅延または困難	その他
全体	317	233	143	63	60	53	46	44	43	43	23	7
	-	73.5	45.1	19.9	18.9	16.7	14.5	13.9	13.6	13.6	7.3	2.2
建設業	38	26	12	5	4	8	6	4	5	3	-	-
	-	68.4	31.6	13.2	10.5	21.1	15.8	10.5	13.2	7.9	-	-
製造業	74	54	41	25	15	21	4	16	16	22	9	-
	-	73.0	55.4	33.8	20.3	28.4	5.4	21.6	21.6	29.7	12.2	-
運輸業、郵便業	11	8	6	1	2	-	1	2	-	-	-	-
	-	72.7	54.5	9.1	18.2	-	9.1	18.2	-	-	-	-
卸売業	35	24	16	12	5	9	6	6	9	7	2	1
	-	68.6	45.7	34.3	14.3	25.7	17.1	17.1	25.7	20.0	5.7	2.9
小売業	45	33	15	5	10	8	4	2	5	5	4	1
	-	73.3	33.3	11.1	22.2	17.8	8.9	4.4	11.1	11.1	8.9	2.2
金融業、保険業	6	6	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
	-	100.0	-	-	-	-	-	16.7	-	-	-	-
不動産業、物品賃貸業	5	4	2	1	-	-	1	-	1	-	1	-
	-	80.0	40.0	20.0	-	-	20.0	-	20.0	-	20.0	-
飲食サービス業	21	17	13	1	10	-	9	3	-	-	-	-
	-	81.0	61.9	4.8	47.6	-	42.9	14.3	-	-	-	-
医療、福祉	18	12	12	-	2	3	4	3	1	1	-	1
	-	66.7	66.7	-	11.1	16.7	22.2	16.7	5.6	5.6	-	5.6
サービス業(他に分類されないもの)	36	27	15	8	7	2	8	3	4	3	4	2
	-	75.0	41.7	22.2	19.4	5.6	22.2	8.3	11.1	8.3	11.1	5.6
その他	19	15	7	4	3	2	2	3	2	2	3	2
	-	78.9	36.8	21.1	15.8	10.5	10.5	15.8	10.5	10.5	15.8	10.5
代表者年齢	13	4	7	6	6	2	3	4	3	4	3	-
30歳代以下	-	30.8	53.8	46.2	46.2	15.4	23.1	30.8	23.1	30.8	23.1	-
40歳代	49	38	25	6	12	9	11	9	6	5	3	-
	-	77.6	51.0	12.2	24.5	18.4	22.4	18.4	12.2	10.2	6.1	-
50歳代	87	69	40	22	16	17	11	15	15	12	9	-
	-	79.3	46.0	25.3	18.4	19.5	12.6	17.2	17.2	13.8	10.3	-
60歳代	88	69	31	17	15	15	11	12	13	13	4	3
	-	78.4	35.2	19.3	17.0	17.0	12.5	13.6	14.8	14.8	4.5	3.4
70歳代以上	78	53	39	11	11	10	10	3	6	9	3	4
	-	67.9	50.0	14.1	14.1	12.8	12.8	3.8	7.7	11.5	3.8	5.1

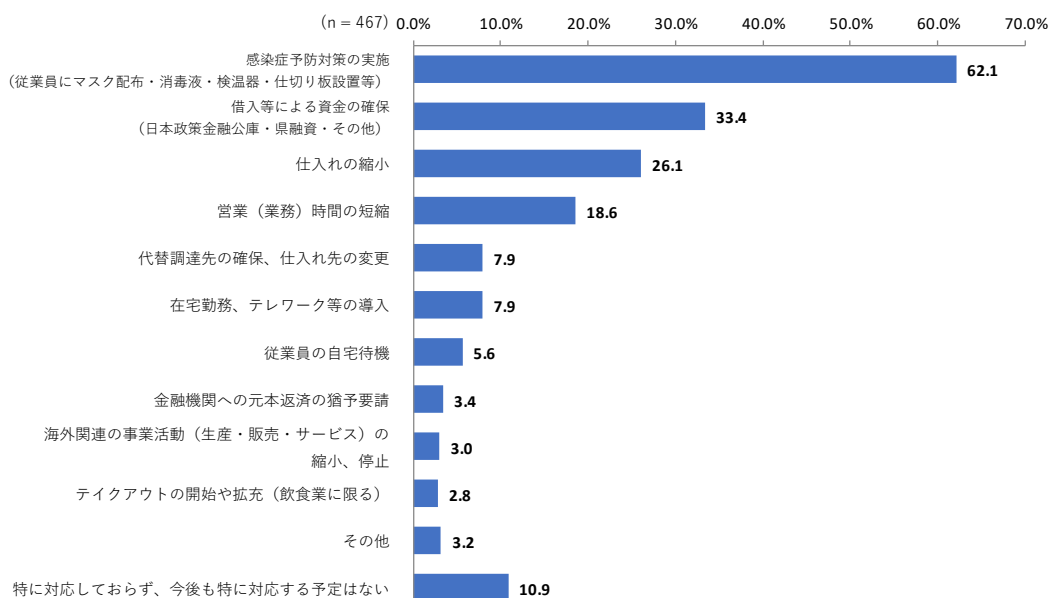
なお、「その他」の具体的な回答内容の主なものは、以下の通りとなっている。

業種	その他回答内容
卸売業	国内及海外の経済が低下し長期化し消費が落ち込む。
サービス業 (他に分類されないもの)	取引先又は従業員等で感染拡大した場合、影響がある。
サービス業 (他に分類されないもの)	説明会を含む広報活動が困難になる。
その他	コロナの影響だけではないが、規模縮少を検討する。
その他	家屋の調査ができない。

問3 新型コロナウイルス感染症に関する対策や取り組みについて、貴社で実施しているものをお答えください（〇はいくつでも）。

「感染症予防対策の実施（従業員にマスク配布・消毒液・検温器・仕切り板設置等）」が62.1%と最も高く、次いで「借入等による資金の確保（日本政策金融公庫・県融資・その他）」が33.4%、「仕入れの縮小」が26.1%となっている。

業種別及び代表者年齢別にみても、全体の傾向との違いは見られない。



(上段:件数、下段:%)

	調査数	感染症予防対策の実施 (従業員にマスク配布・消毒液・検温器・仕切り板設置等)	借入等による資金の確保 (日本政策金融公庫・県融資・その他)	仕入れの縮小	営業(業務)時間の短縮	代替調達先の確保、仕入れ先の変更	在宅勤務、テレワーク等の導入	従業員の自宅待機	金融機関への元本返済の猶予要請	海外関連の事業活動(生産・販売・サービス)の縮小、停止	テイクアウトの開始や拡充(飲食業に限る)	その他	特に対応しておらず、今後も特に対応する予定はない	
全体	467	290	156	122	87	37	37	26	16	14	13	15	51	
		62.1	33.4	26.1	18.6	7.9	7.9	5.6	3.4	3.0	2.8	3.2	10.9	
業種	建設業	54	28	16	7	1	2	3	2	-	-	2	12	
			51.9	29.6	13.0	1.9	3.7	3.7	5.6	3.7	-	-	3.7	22.2
	製造業	96	54	46	26	20	7	7	6	6	6	-	2	11
			56.3	47.9	27.1	20.8	7.3	7.3	6.3	6.3	6.3	-	2.1	11.5
	運輸業、郵便業	18	13	4	1	3	-	3	2	-	-	-	-	2
			72.2	22.2	5.6	16.7	-	16.7	11.1	-	-	-	-	11.1
	卸売業	53	28	25	15	9	7	10	3	3	2	-	2	6
			52.8	47.2	28.3	17.0	13.2	18.9	5.7	5.7	3.8	-	3.8	11.3
	小売業	68	36	17	31	12	8	3	1	1	3	1	3	7
			52.9	25.0	45.6	17.6	11.8	4.4	1.5	1.5	4.4	1.5	4.4	10.3
	金融業、保険業	8	5	2	-	3	-	2	-	-	-	-	1	1
			62.5	25.0	-	37.5	-	25.0	-	-	-	-	12.5	12.5
不動産業、物品賃貸業	8	6	2	2	3	-	-	-	-	-	1	-	1	
		75.0	25.0	25.0	37.5	-	-	-	-	-	12.5	-	12.5	
飲食サービス業	32	24	10	14	13	5	-	4	3	-	10	2	-	
		75.0	31.3	43.8	40.6	15.6	-	12.5	9.4	-	31.3	6.3	-	
医療、福祉	26	24	9	2	2	4	2	1	-	-	-	1	1	
		92.3	34.6	7.7	7.7	15.4	7.7	3.8	-	-	-	3.8	3.8	
サービス業(他に分類されないもの)	59	46	14	12	10	1	5	1	-	1	1	1	5	
		78.0	23.7	20.3	16.9	1.7	8.5	1.7	-	1.7	1.7	1.7	8.5	
その他	28	19	8	4	4	2	3	5	-	1	-	1	2	
		67.9	28.6	14.3	14.3	7.1	10.7	17.9	-	3.6	-	3.6	7.1	
代表者年齢	30歳代以下	19	10	7	7	8	1	1	-	2	3	1	3	
			52.6	36.8	36.8	42.1	5.3	5.3	-	10.5	15.8	5.3	15.8	
	40歳代	73	53	33	13	13	4	8	2	2	1	4	2	4
			72.6	45.2	17.8	17.8	5.5	11.0	2.7	2.7	1.4	5.5	2.7	5.5
	50歳代	123	87	44	31	15	13	15	9	4	6	2	2	7
			70.7	35.8	25.2	12.2	10.6	12.2	7.3	3.3	4.9	1.6	1.6	5.7
60歳代	127	79	42	27	24	6	7	7	3	3	1	3	18	
		62.2	33.1	21.3	18.9	4.7	5.5	5.5	2.4	2.4	0.8	2.4	14.2	
70歳代以上	119	59	29	40	26	13	6	6	7	2	3	7	19	
		49.6	24.4	33.6	21.8	10.9	5.0	5.0	5.9	1.7	2.5	5.9	16.0	

なお、「その他」の具体的な回答内容の主なものは、以下の通りとなっている。

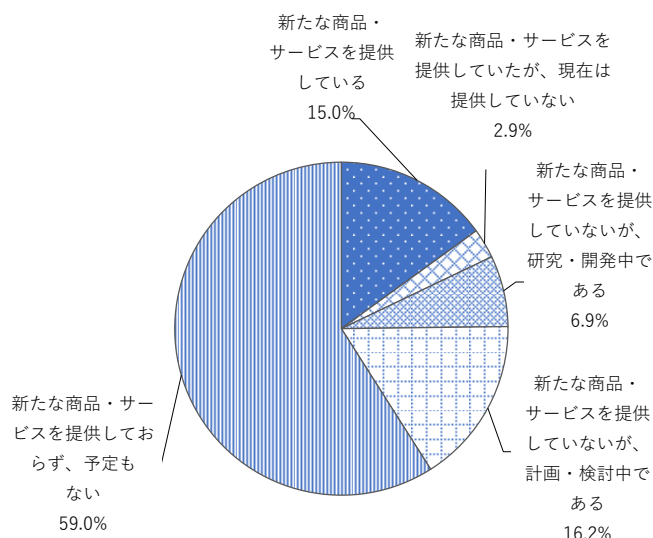
業種	その他回答内容
建設業	他府県現場への出張時、特に注意している。
建設業	マスクの配布、手洗い等をお願いする。
製造業	講習会が開催できずメール・メッセージラインで対応している。
製造業	コロナ対策商品の開発。
卸売業	売れる商品の得意先の拡大。
小売業	雇用調整で従業員の出勤日数を少なくしている。
小売業	オゾン殺菌。
金融業、保険業	会議のWeb化。
飲食サービス業	売場の飛沫感染対策のしきりの設置。
飲食サービス業	空気清浄機能付きのエアコンに交換予定。
医療、福祉	大きな声で話さなくてもいいようにインカムの導入、オゾン空気清浄機の導入。
サービス業 (他に分類されないもの)	説明会等の自粛。
その他	マスク着用、手洗い、うがいの実施。

問4 コロナ禍における、新たな商品・サービスの提供についてお答えください (〇は1つ)。

「新たな商品・サービスを提供しておらず、予定もない」が59.0%と最も高く、次いで「新たな商品・サービスを提供していないが、計画・検討中である」が16.2%、「新たな商品・サービスを提供している」が15.0%となっている。

業種別にみても、全体の傾向との違いはみられない。

代表者年齢別にみると、30歳代以下では「新たな商品・サービスを提供している」が最も高くなっている。



		■新たな商品・サービスを提供している					■新たな商品・サービスを提供していたが、現在は提供していない					
		■新たな商品・サービスを提供していないが、研究・開発中である					■新たな商品・サービスを提供していないが、計画・検討中である					
		■新たな商品・サービスを提供しておらず、予定もない										
全体	(n=420)	15.0	2.9	6.9	16.2	59.0						
業種	建設業 (n=50)	4.0	0.0	4.0	10.0	82.0						
	製造業 (n=96)	16.7	2.1	14.6	15.6	51.0						
	運輸業、郵便業 (n=16)	0.0	6.3	0.0	12.5	81.3						
	卸売業 (n=47)	14.9	2.1	10.6	29.8	42.6						
	小売業 (n=61)	18.0	1.6	6.6	14.8	59.0						
	金融業、保険業 (n=6)	16.7	0.0	0.0	0.0	83.3						
	不動産業、物品賃貸業 (n=6)	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7						
	飲食サービス業 (n=31)	29.0	6.5	6.5	19.4	38.7						
	医療、福祉 (n=22)	18.2	0.0	0.0	4.5	77.3						
	サービス業 (他に分類されないもの) (n=49)	16.3	6.1	2.0	16.3	59.2						
	その他 (n=25)	12.0	4.0	0.0	16.0	68.0						
代表者年齢	30歳代以下 (n=19)	36.8	0.0	15.8	26.3	21.1						
	40歳代 (n=70)	18.6	0.0	7.1	17.1	57.1						
	50歳代 (n=113)	13.3	6.2	7.1	20.4	53.1						
	60歳代 (n=112)	8.0	2.7	6.3	10.7	72.3						
	70歳代以上 (n=101)	16.8	2.0	5.9	14.9	60.4						

(上段:件数、下段:%)

		調査数	新たな商品・サービスを提供している	新たな商品・サービスを提供していたが、現在は提供していない	新たな商品・サービスを提供していないが、研究・開発中である	新たな商品・サービスを提供していないが、計画・検討中である	新たな商品・サービスを提供しておらず、予定もない
全体		420 100.0	63 15.0	12 2.9	29 6.9	68 16.2	248 59.0
業種	建設業	50 100.0	2 4.0	- -	2 4.0	5 10.0	41 82.0
	製造業	96 100.0	16 16.7	2 2.1	14 14.6	15 15.6	49 51.0
	運輸業、郵便業	16 100.0	- -	1 6.3	- -	2 12.5	13 81.3
	卸売業	47 100.0	7 14.9	1 2.1	5 10.6	14 29.8	20 42.6
	小売業	61 100.0	11 18.0	1 1.6	4 6.6	9 14.8	36 59.0
	金融業、保険業	6 100.0	1 16.7	- -	- -	- -	5 83.3
	不動産業、物品賃貸業	6 100.0	- -	- -	- -	2 33.3	4 66.7
	飲食サービス業	31 100.0	9 29.0	2 6.5	2 6.5	6 19.4	12 38.7
	医療、福祉	22 100.0	4 18.2	- -	- -	1 4.5	17 77.3
	サービス業(他に分類されないもの)	49 100.0	8 16.3	3 6.1	1 2.0	8 16.3	29 59.2
	その他	25 100.0	3 12.0	1 4.0	- -	4 16.0	17 68.0
代表者年齢	30歳代以下	19 100.0	7 36.8	- -	3 15.8	5 26.3	4 21.1
	40歳代	70 100.0	13 18.6	- -	5 7.1	12 17.1	40 57.1
	50歳代	113 100.0	15 13.3	7 6.2	8 7.1	23 20.4	60 53.1
	60歳代	112 100.0	9 8.0	3 2.7	7 6.3	12 10.7	81 72.3
	70歳代以上	101 100.0	17 16.8	2 2.0	6 5.9	15 14.9	61 60.4

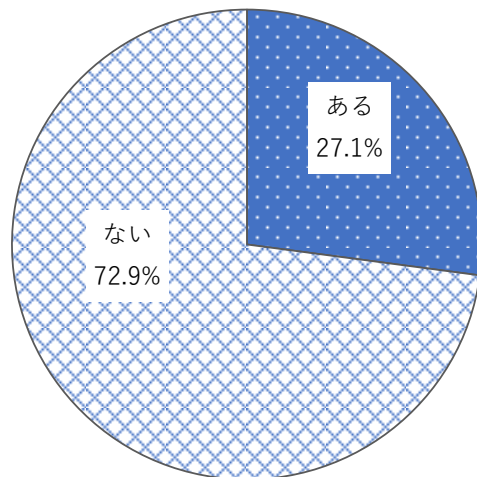
問5 コロナ禍において、特に需要に変化があった商品・サービスについてお答えください（それぞれ〇は1つ）。

・特に需要が増えた商品の有無

「ある」は27.1%、「ない」は72.9%であった。

業種別にみると、全体の傾向との違いとして、飲食サービス業では「ある」が「ない」と同率となっている。

代表者年齢別では、全体の傾向との違いはみられない。



		■ある □ない	
全体	(n=362)	27.1	72.9
業種	建設業	2.2	97.8
	製造業	28.9	71.1
	運輸業、郵便業	8.3	91.7
	卸売業	47.8	52.2
	小売業	30.2	69.8
	金融業、保険業	20.0	80.0
	不動産業、物品賃貸業	0.0	100.0
	飲食サービス業	50.0	50.0
	医療、福祉	20.0	80.0
	サービス業（他に分類されないもの）	28.6	71.4
	その他	23.8	76.2
代表者年齢	30歳代以下	42.1	57.9
	40歳代	35.9	64.1
	50歳代	27.1	72.9
	60歳代	20.2	79.8
	70歳代以上	22.7	77.3

(上段:件数、下段:%)

		調査数	ある	ない
全 体		362 100.0	98 27.1	264 72.9
業 種	建設業	45 100.0	1 2.2	44 97.8
	製造業	83 100.0	24 28.9	59 71.1
	運輸業、郵便業	12 100.0	1 8.3	11 91.7
	卸売業	46 100.0	22 47.8	24 52.2
	小売業	53 100.0	16 30.2	37 69.8
	金融業、保険業	5 100.0	1 20.0	4 80.0
	不動産業、物品賃貸業	6 100.0	- -	6 100.0
	飲食サービス業	22 100.0	11 50.0	11 50.0
	医療、福祉	20 100.0	4 20.0	16 80.0
	サービス業(他に分類されないもの)	42 100.0	12 28.6	30 71.4
	その他	21 100.0	5 23.8	16 76.2
代 表 者 年 齢	30歳代以下	19 100.0	8 42.1	11 57.9
	40歳代	64 100.0	23 35.9	41 64.1
	50歳代	107 100.0	29 27.1	78 72.9
	60歳代	94 100.0	19 20.2	75 79.8
	70歳代以上	75 100.0	17 22.7	58 77.3

なお、具体的な回答内容の主なものは、以下の通りとなっている。

業種	具体的な回答内容
建設業	パーテーション等、エアコン取替。
製造業	在宅勤務向けの床傷付防止マット。
製造業	家庭で使えるキッチングッズ。
製造業	在宅関連品。
製造業	頑具のカバン(サービス品)。
製造業	清掃関連。
製造業	在宅による家庭用品の需要の増加。
製造業	デスクがテレワークで売れました。
製造業	委託でのネット販売。

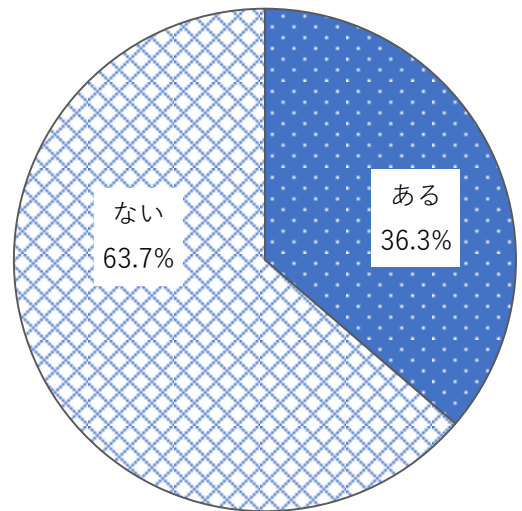
業種	具体的な回答内容
製造業	フェイスシールド。
製造業	靴乾燥剤。
製造業	コロナ用パーティション製造。
製造業	コロナ対策による製品金型の受注有り。
製造業	殺虫剤関係。
運輸業、郵便業	割引率の変更要請。
卸売業	オンラインでの講習、セミナー。
卸売業	生協様等通販など。
卸売業	通販販売が伸びた。
卸売業	インターネットを使った販促、例えばWebショールームなど。
卸売業	家具類。
卸売業	フキン、スポンジ、インテリアグッズ。
卸売業	家庭用ミシン・超音波ミシン等。
卸売業	衛生面の関係で自動水栓。
卸売業	園芸用品、ペット用品。
卸売業	医療用手袋。
卸売業	接触を避ける為、得意先倉庫に人がいないときに商品を納入する。
卸売業	人工芝。
卸売業	一般食品店の売上が増えた。
卸売業	会席膳。
小売業	飛沫防止関連、消毒液。
小売業	E Cサイトの需要、売上増。
小売業	予防対策商品。
小売業	メガネのくもり止め。
小売業	空気清浄機。
小売業	お弁当。
小売業	マスク等 衛生関係商品。
小売業	コンパクトエコバッグ（買い物袋）。
小売業	修理。
小売業	D I Y向け木材。
金融業、保険業	サイバー関連保険。
飲食サービス業	通常の商品（レギュラー商品）のマカロン、ケーキ、焼菓子。
飲食サービス業	宅配サービス。
飲食サービス業	お惣菜。
飲食サービス業	テイクアウト、デリバリー。
医療、福祉	感染疑い患者の診療。
サービス業 （他に分類されないもの）	（ゴミ）一般廃棄物収集運搬。
サービス業 （他に分類されないもの）	家族葬、直葬、テイクアウト弁当。
サービス業 （他に分類されないもの）	リモートでのコンサル。
サービス業 （他に分類されないもの）	テレワーク環境の整備、E Cサイトの構築。
サービス業 （他に分類されないもの）	助成金申請。
サービス業 （他に分類されないもの）	若年層の船需要。
サービス業 （他に分類されないもの）	リモートクラス（スポーツ教室）Zoom・Youtube。
その他	直売所。
その他	雇調金関係の相談業務。
その他	疫病退散御守。

・特に需要が減った商品の有無

「ある」は36.3%、「ない」は63.7%であった。

業種別にみると、全体の傾向との違いとして、卸売業及び飲食サービス業では「ある」の方が高くなっている。

代表者年齢別では、全体の傾向との違いはみられない。



		■ある □ない		
全体	(n=364)	36.3	63.7	
業種	建設業	(n=46)	19.6	80.4
	製造業	(n=84)	41.7	58.3
	運輸業、郵便業	(n=13)	38.5	61.5
	卸売業	(n=45)	53.3	46.7
	小売業	(n=53)	41.5	58.5
	金融業、保険業	(n=5)	20.0	80.0
	不動産業、物品賃貸業	(n=5)	40.0	60.0
	飲食サービス業	(n=24)	54.2	45.8
	医療、福祉	(n=21)	23.8	76.2
	サービス業（他に分類されないもの）	(n=40)	17.5	82.5
	その他	(n=21)	28.6	71.4
代表者年齢	30歳代以下	(n=18)	44.4	55.6
	40歳代	(n=62)	30.6	69.4
	50歳代	(n=105)	35.2	64.8
	60歳代	(n=97)	33.0	67.0
	70歳代以上	(n=78)	42.3	57.7

(上段:件数、下段:%)

		調査数	ある	ない
全 体		364 100.0	132 36.3	232 63.7
業 種	建設業	46 100.0	9 19.6	37 80.4
	製造業	84 100.0	35 41.7	49 58.3
	運輸業、郵便業	13 100.0	5 38.5	8 61.5
	卸売業	45 100.0	24 53.3	21 46.7
	小売業	53 100.0	22 41.5	31 58.5
	金融業、保険業	5 100.0	1 20.0	4 80.0
	不動産業、物品賃貸業	5 100.0	2 40.0	3 60.0
	飲食サービス業	24 100.0	13 54.2	11 45.8
	医療、福祉	21 100.0	5 23.8	16 76.2
	サービス業(他に分類されないもの)	40 100.0	7 17.5	33 82.5
	その他	21 100.0	6 28.6	15 71.4
代 表 者 年 齢	30歳代以下	18 100.0	8 44.4	10 55.6
	40歳代	62 100.0	19 30.6	43 69.4
	50歳代	105 100.0	37 35.2	68 64.8
	60歳代	97 100.0	32 33.0	65 67.0
	70歳代以上	78 100.0	33 42.3	45 57.7

なお、具体的な回答内容の主なものは、以下の通りとなっている。

業種	具体的な回答内容
建設業	塗装業 屋内の塗装が減少。
建設業	大手企業からの受注減。
建設業	機械補修。
建設業	建築一式。
建設業	電気工事。
建設業	住宅部材。
建設業	生花、鉢物。
建設業	緊急事態宣言により工事が延期になり足場の組立て及び解体工事が減った。

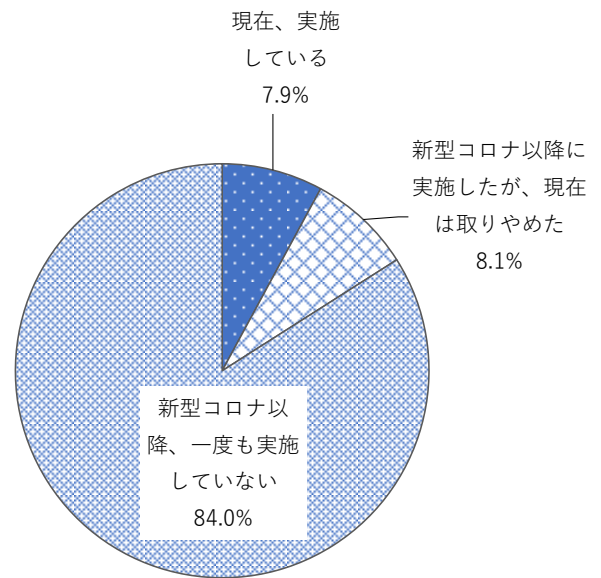
業種	具体的な回答内容
製造業	賞状盆 イベント等が減った。入学式や卒業式がなくなったから。
製造業	記念品、イベント用品、節句関係。
製造業	電車・自動車等関連商品。
製造業	贈答品。
製造業	業務用漆器、特に店舗向けが注文0になった。
製造業	全て減少。特に船舶関係のロープ用の原糸の出荷。
製造業	輸出品（介護用ベルト）。
製造業	庭園資材の減少。
製造業	業務用商品（飲食関係の業務店向け）。
製造業	デパートでの販売。
製造業	賃加工品の減少。
製造業	主要製品の打楽器。
製造業	楽器販売減少。
製造業	記念品などの人の集まるイベントが減ったことによる、販売の低下（叙勲パーティなど）。
製造業	スポーツ用品全般。
製造業	清掃用モップ。
製造業	お土産品。
製造業	業務用トレー。
製造業	タワシ、衣裳敷、レンタルモップ。
製造業	棕櫚たわし。
製造業	県外の仕事。
運輸業、郵便業	取扱隻数。
運輸業、郵便業	バス、トラックへの軽油販売。
運輸業、郵便業	輸送。
運輸業、郵便業	LPガス消費の減少（ホテル、旅館など）。
運輸業、郵便業	タクシーの利用客。
卸売業	記念品、引出物。
卸売業	訪問、対面での講習、セミナー、営業。
卸売業	公共事業使用商品に付、公共より予算縮小、工事減少。
卸売業	工業用特殊ミシン。
卸売業	新築の落ち込みで塩ビパイプ。
卸売業	行楽用品。
卸売業	観光業に関する手袋（バスのガイドや運転手など）。
卸売業	東京、大阪の飲食店からの発注。
卸売業	中古機械の仕入と販売。
卸売業	百貨店の美演販売方面への需要。
卸売業	給食・飲食店用の業務用食材が減った。
卸売業	販促商品の売上激減。
卸売業	傘。
卸売業	学校及びホテル等の清掃用品（ホーキ、ブラシ、モップ等）。
卸売業	薄手の手袋。
卸売業	日用品原料。
小売業	ギフト需要、海外コンサルタント。
小売業	イベント関連、ノベルティ需要減。
小売業	腕時計。
小売業	（化粧品）メイク商品。
小売業	お出かけ用の高額商品が売れにくい。
小売業	装飾・宝飾品。
小売業	式などに使用する衣料。
小売業	販売代行の店舗契約無。
小売業	新車の販売。
小売業	人が集合する会場の装飾花の需要。
金融業、保険業	海外旅行保険。
不動産業、物品賃貸業	商品土地の購入。
飲食サービス業	団体、イベントのお弁当がなくなった。
飲食サービス業	大人数での会食。
飲食サービス業	店内での飲食（席数の減少）。
飲食サービス業	昼のランチ、外食の激減。
飲食サービス業	会席料理、鍋物。

業種	具体的な回答内容
医療、福祉	健康診断、診療。
医療、福祉	定期受診。
医療、福祉	通所介護、通所リハビリ、健診。
医療、福祉	デイサービス（半日型）の利用者減少。
サービス業 （他に分類されないもの）	社葬、一般葬。
サービス業 （他に分類されないもの）	着付、貸衣裳、美容全般。
サービス業 （他に分類されないもの）	洗濯、乾燥。
サービス業 （他に分類されないもの）	一般社頭祈禱（初宮詣・七五三詣の減少。おそらく正月収入は減少の予測）。
サービス業 （他に分類されないもの）	結婚式の着付など。
サービス業 （他に分類されないもの）	高齢層の船需要。
サービス業 （他に分類されないもの）	フィットネスジム・スポーツ教室。
その他	顧問先の廃業、縮小。
その他	入園者の減少、恒例イベントの開催不可。
その他	定番高額商品の減少。
その他	国内商社からの通関依頼。

問6 コロナへの対応策として、在宅勤務・リモートワークを実施していますか（〇は1つ）。

「新型コロナ以降、一度も実施していない」が84.0%と最も高く、次いで「新型コロナ以降に実施したが、現在は取りやめた」が8.1%、「現在、実施している」が7.9%となっている。

業種別及び代表者年齢別にみても、全体の傾向との違いは見られない。



		■ 現在、実施している ▨ 新型コロナ以降に実施したが、現在は取りやめた ▩ 新型コロナ以降、一度も実施していない		
全体	(n=432)	7.9	8.1	84.0
業種	建設業 (n=52)	5.8	1.9	92.3
	製造業 (n=94)	5.3	6.4	88.3
	運輸業、郵便業 (n=18)	22.2	11.1	66.7
	卸売業 (n=51)	11.8	19.6	68.6
	小売業 (n=62)	4.8	6.5	88.7
	金融業、保険業 (n=7)	0.0	42.9	57.1
	不動産業、物品賃貸業 (n=9)	0.0	0.0	100.0
	飲食サービス業 (n=26)	3.8	0.0	96.2
	医療、福祉 (n=26)	7.7	7.7	84.6
	サービス業（他に分類されないもの） (n=50)	12.0	12.0	76.0
	その他 (n=28)	10.7	3.6	85.7
代表者年齢	30歳代以下 (n=18)	5.6	16.7	77.8
	40歳代 (n=72)	9.7	9.7	80.6
	50歳代 (n=117)	6.8	12.0	81.2
	60歳代 (n=117)	6.8	6.8	86.3
	70歳代以上 (n=105)	9.5	2.9	87.6

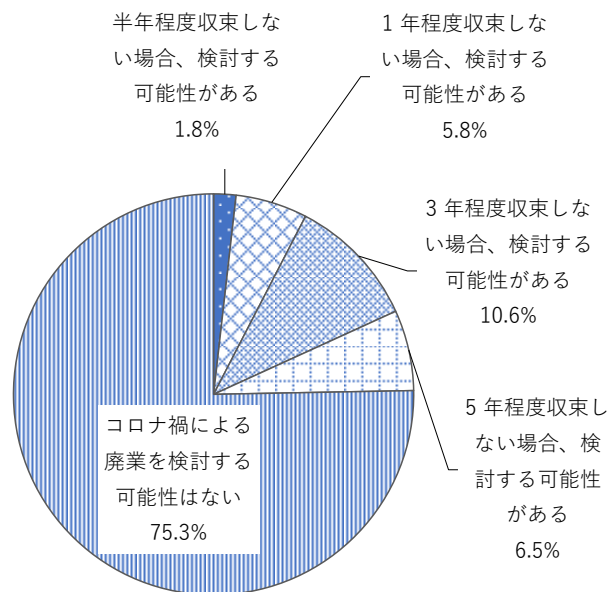
(上段:件数、下段:%)

		調査数	現在、実施している	新型コロナ以降に実施したが、現在は取りやめた	新型コロナ以降、一度も実施していない
全 体		432 100.0	34 7.9	35 8.1	363 84.0
業 種	建設業	52 100.0	3 5.8	1 1.9	48 92.3
	製造業	94 100.0	5 5.3	6 6.4	83 88.3
	運輸業、郵便業	18 100.0	4 22.2	2 11.1	12 66.7
	卸売業	51 100.0	6 11.8	10 19.6	35 68.6
	小売業	62 100.0	3 4.8	4 6.5	55 88.7
	金融業、保険業	7 100.0	- -	3 42.9	4 57.1
	不動産業、物品賃貸業	9 100.0	- -	- -	9 100.0
	飲食サービス業	26 100.0	1 3.8	- -	25 96.2
	医療、福祉	26 100.0	2 7.7	2 7.7	22 84.6
	サービス業(他に分類されないもの)	50 100.0	6 12.0	6 12.0	38 76.0
	その他	28 100.0	3 10.7	1 3.6	24 85.7
代 表 者 年 齢	30歳代以下	18 100.0	1 5.6	3 16.7	14 77.8
	40歳代	72 100.0	7 9.7	7 9.7	58 80.6
	50歳代	117 100.0	8 6.8	14 12.0	95 81.2
	60歳代	117 100.0	8 6.8	8 6.8	101 86.3
	70歳代以上	105 100.0	10 9.5	3 2.9	92 87.6

問7 コロナ禍の収束が長引いた場合、廃業（※）を検討する可能性はありますか（〇は1つ）。 ※ 廃業：すべての事業を閉鎖することを指す。

「コロナ禍による廃業を検討する可能性はない」が75.3%と最も高く、次いで「3年程度収束しない場合、検討する可能性がある」が10.6%、「5年程度収束しない場合、検討する可能性がある」が6.5%となっている。

業種別及び代表者年齢別にみても、全体の傾向との違いは見られない。



		<ul style="list-style-type: none"> ■ 半年程度収束しない場合、検討する可能性がある ▨ 1年程度収束しない場合、検討する可能性がある ▩ 3年程度収束しない場合、検討する可能性がある ▪ 5年程度収束しない場合、検討する可能性がある ■ コロナ禍による廃業を検討する可能性はない 				
全体	(n=445)	1.8	5.8	10.6	6.5	75.3
業種	建設業 (n=55)	0.0	1.8	5.5	7.3	85.5
	製造業 (n=92)	1.1	6.5	6.5	8.7	77.2
	運輸業、郵便業 (n=18)	0.0	5.6	22.2	0.0	72.2
	卸売業 (n=52)	0.0	5.8	17.3	5.8	71.2
	小売業 (n=65)	1.5	3.1	16.9	7.7	70.8
	金融業、保険業 (n=7)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	不動産業、物品賃貸業 (n=8)	12.5	0.0	12.5	0.0	75.0
	飲食サービス業 (n=28)	7.1	21.4	17.9	10.7	42.9
	医療、福祉 (n=26)	0.0	3.8	3.8	3.8	88.5
	サービス業（他に分類されないもの） (n=56)	0.0	1.8	8.9	3.6	85.7
その他 (n=25)	0.0	4.0	8.0	12.0	76.0	
代表者年齢	30歳代以下 (n=19)	5.3	15.8	10.5	5.3	63.2
	40歳代 (n=73)	2.7	4.1	5.5	6.8	80.8
	50歳代 (n=115)	0.9	5.2	10.4	7.8	75.7
	60歳代 (n=122)	1.6	4.9	9.0	5.7	78.7
	70歳代以上 (n=111)	1.8	6.3	16.2	5.4	70.3

(上段:件数、下段:%)

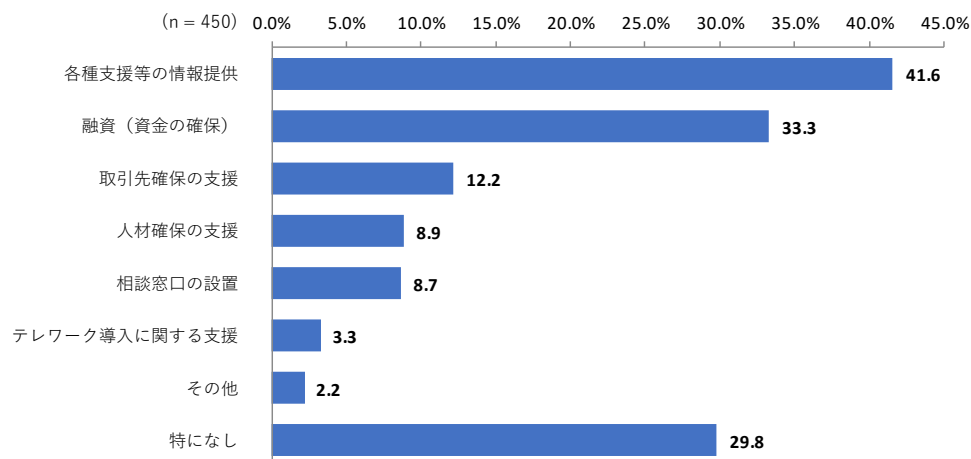
		調査数	半年程度収束しない場合、検討する可能性がある	1年程度収束しない場合、検討する可能性がある	3年程度収束しない場合、検討する可能性がある	5年程度収束しない場合、検討する可能性がある	コロナ禍による廃業を検討する可能性はない
全体		445 100.0	8 1.8	26 5.8	47 10.6	29 6.5	335 75.3
業種	建設業	55 100.0	- -	1 1.8	3 5.5	4 7.3	47 85.5
	製造業	92 100.0	1 1.1	6 6.5	6 6.5	8 8.7	71 77.2
	運輸業、郵便業	18 100.0	- -	1 5.6	4 22.2	- -	13 72.2
	卸売業	52 100.0	- -	3 5.8	9 17.3	3 5.8	37 71.2
	小売業	65 100.0	1 1.5	2 3.1	11 16.9	5 7.7	46 70.8
	金融業、保険業	7 100.0	- -	- -	- -	- -	7 100.0
	不動産業、物品賃貸業	8 100.0	1 12.5	- -	1 12.5	- -	6 75.0
	飲食サービス業	28 100.0	2 7.1	6 21.4	5 17.9	3 10.7	12 42.9
	医療、福祉	26 100.0	- -	1 3.8	1 3.8	1 3.8	23 88.5
	サービス業(他に分類されないもの)	56 100.0	- -	1 1.8	5 8.9	2 3.6	48 85.7
	その他	25 100.0	- -	1 4.0	2 8.0	3 12.0	19 76.0
代表者年齢	30歳代以下	19 100.0	1 5.3	3 15.8	2 10.5	1 5.3	12 63.2
	40歳代	73 100.0	2 2.7	3 4.1	4 5.5	5 6.8	59 80.8
	50歳代	115 100.0	1 0.9	6 5.2	12 10.4	9 7.8	87 75.7
	60歳代	122 100.0	2 1.6	6 4.9	11 9.0	7 5.7	96 78.7
	70歳代以上	111 100.0	2 1.8	7 6.3	18 16.2	6 5.4	78 70.3

問8 コロナへの対応策に関して必要な支援についてお答えください（〇はいくつでも）。

「各種支援等の情報提供」が41.6%と最も高く、次いで「融資（資金の確保）」が33.3%、「取引先確保の支援」が12.2%となっている。

業種別にみると、全体の傾向との違いとして、製造業では「融資（資金の確保）」が最も高くなっている。

代表者年齢別にみると、40歳代では「融資（資金の確保）」が最も高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

	調査数	各種支援等の情報提供	融資（資金の確保）	取引先確保の支援	人材確保の支援	相談窓口の設置	テレワーク導入に関する支援	その他	特になし									
		件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)									
全体	450	187	41.6	150	33.3	55	12.2	40	8.9	39	8.7	15	3.3	10	2.2	134	29.8	
業種	建設業	52	15	28.8	16	30.8	2	3.8	7	13.5	1	1.9	2	3.8	1	1.9	24	46.2
	製造業	96	36	37.5	37	38.5	21	21.9	11	11.5	8	8.3	4	4.2	3	3.1	27	28.1
	運輸業、郵便業	18	9	50.0	7	38.9	2	11.1	3	16.7	2	11.1	1	5.6	-	-	5	27.8
	卸売業	52	28	53.8	19	36.5	12	23.1	5	9.6	5	9.6	4	7.7	1	1.9	8	15.4
	小売業	62	22	35.5	18	29.0	5	8.1	2	3.2	5	8.1	1	1.6	-	-	21	33.9
	金融業、保険業	8	3	37.5	-	-	1	12.5	-	-	-	-	-	-	-	-	5	62.5
	不動産業、物品賃貸業	8	3	37.5	2	25.0	1	12.5	-	-	1	12.5	1	12.5	-	-	2	25.0
	飲食サービス業	32	14	43.8	13	40.6	2	6.3	2	6.3	4	12.5	-	-	-	-	4	12.5
	医療、福祉	24	12	50.0	11	45.8	2	8.3	4	16.7	2	8.3	-	-	3	12.5	7	29.2
	サービス業(他に分類されないもの)	56	26	46.4	12	21.4	2	3.6	5	8.9	4	7.1	2	3.6	1	1.8	19	33.9
	その他	27	11	40.7	10	37.0	3	11.1	-	-	3	11.1	-	-	-	-	7	25.9
	代表者年齢	30歳代以下	20	10	50.0	7	35.0	4	20.0	3	15.0	3	15.0	1	5.0	-	-	6
40歳代		70	25	35.7	28	40.0	10	14.3	6	8.6	7	10.0	1	1.4	2	2.9	19	27.1
50歳代		118	59	50.0	40	33.9	16	13.6	11	9.3	13	11.0	6	5.1	1	0.8	30	25.4
60歳代		124	51	41.1	37	29.8	7	5.6	11	8.9	6	4.8	4	3.2	3	2.4	40	32.3
70歳代以上		112	40	35.7	38	33.9	17	15.2	8	7.1	9	8.0	3	2.7	4	3.6	36	32.1

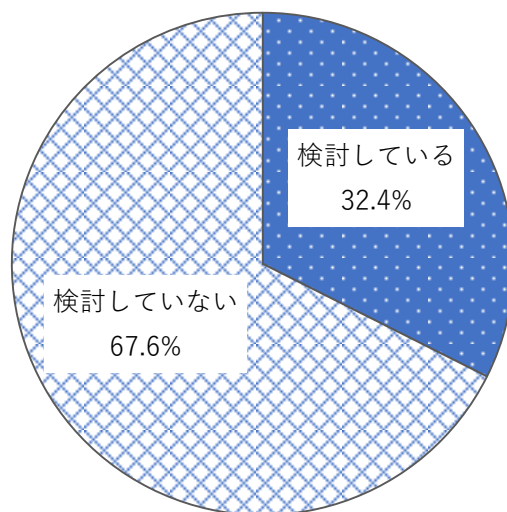
なお、「その他」の具体的な回答内容の主なものは、以下の通りとなっている。

業種	その他回答内容
製造業	ネット販売での強化策。
医療、福祉	感染予防・対策補助金等。
医療、福祉	物品の調達（ゴム手袋等）。

問9 現在の事業承継の検討状況についてお答えください（〇は1つ）。

「検討している」は32.4%、「検討していない」は67.6%であった。

業種別及び代表者年齢別にみても、全体の傾向との違いは見られない。



		■ 検討している	□ 検討していない
全体	(n=463)	32.4	67.6
業種	建設業	(n=54) 35.2	64.8
	製造業	(n=95) 40.0	60.0
	運輸業、郵便業	(n=19) 31.6	68.4
	卸売業	(n=51) 45.1	54.9
	小売業	(n=68) 38.2	61.8
	金融業、保険業	(n=8) 25.0	75.0
	不動産業、物品賃貸業	(n=7) 0.0	100.0
	飲食サービス業	(n=32) 25.0	75.0
	医療、福祉	(n=26) 15.4	84.6
	サービス業（他に分類されないもの）	(n=57) 15.8	84.2
	その他	(n=29) 31.0	69.0
	代表者年齢	30歳代以下	(n=20) 0.0
40歳代		(n=74) 9.5	90.5
50歳代		(n=119) 29.4	70.6
60歳代		(n=128) 41.4	58.6
70歳代以上		(n=116) 45.7	54.3

(上段:件数、下段:%)

		調査数	検討している	検討していない
全 体		463 100.0	150 32.4	313 67.6
業 種	建設業	54 100.0	19 35.2	35 64.8
	製造業	95 100.0	38 40.0	57 60.0
	運輸業、郵便業	19 100.0	6 31.6	13 68.4
	卸売業	51 100.0	23 45.1	28 54.9
	小売業	68 100.0	26 38.2	42 61.8
	金融業、保険業	8 100.0	2 25.0	6 75.0
	不動産業、物品賃貸業	7 100.0	- -	7 100.0
	飲食サービス業	32 100.0	8 25.0	24 75.0
	医療、福祉	26 100.0	4 15.4	22 84.6
	サービス業(他に分類されないもの)	57 100.0	9 15.8	48 84.2
	その他	29 100.0	9 31.0	20 69.0
代 表 者 年 齢	30歳代以下	20 100.0	- -	20 100.0
	40歳代	74 100.0	7 9.5	67 90.5
	50歳代	119 100.0	35 29.4	84 70.6
	60歳代	128 100.0	53 41.4	75 58.6
	70歳代以上	116 100.0	53 45.7	63 54.3

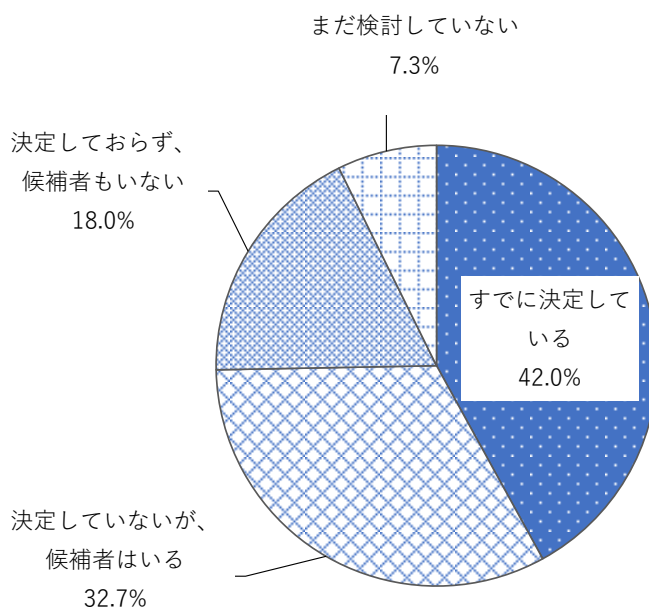
問 10 後継者の選定状況についてお答えください（〇は1つ）。

※ 問9で「検討している」を回答した企業が対象

「すでに決定している」が42.0%と最も高く、次いで「決定していないが、候補者はいる」が32.7%、「決定しておらず、候補者もない」が18.0%となっている。

業種別にみると、全体の傾向との違いとして、建設業では「決定していないが、候補者はいる」が最も高くなっている。

代表者年齢別にみると、50歳代では「決定していないが、候補者はいる」が「すでに決定している」と同率で最も高くなっている。



		■ すでに決定している ▨ 決定していないが、候補者はいる ▩ 決定しておらず、候補者もない ░ まだ検討していない			
全体	(n=150)	42.0	32.7	18.0	7.3
業種	建設業 (n=19)	26.3	42.1	21.1	10.5
	製造業 (n=38)	47.4	31.6	21.1	0.0
	運輸業、郵便業 (n=6)	50.0	50.0	0.0	0.0
	卸売業 (n=23)	52.2	30.4	13.0	4.3
	小売業 (n=26)	38.5	23.1	30.8	7.7
	金融業、保険業 (n=2)	0.0	50.0	0.0	50.0
	不動産業、物品賃貸業 (n=0)				
	飲食サービス業 (n=8)	37.5	37.5	12.5	12.5
	医療、福祉 (n=4)	25.0	50.0	0.0	25.0
	サービス業（他に分類されないもの） (n=9)	88.9	11.1	0.0	0.0
	その他 (n=9)	0.0	44.4	33.3	22.2
代表者年齢	30歳代以下 (n=0)				
	40歳代 (n=7)	14.3	85.7	0.0	0.0
	50歳代 (n=35)	31.4	31.4	22.9	14.3
	60歳代 (n=53)	56.6	34.0	7.5	1.9
	70歳代以上 (n=53)	37.7	26.4	26.4	9.4

(上段:件数、下段:%)

		調査数	すでに決定している	決定していないが、候補者はいる	決定しておらず、候補者もない	まだ検討していない
全 体		150 100.0	63 42.0	49 32.7	27 18.0	11 7.3
業 種	建設業	19 100.0	5 26.3	8 42.1	4 21.1	2 10.5
	製造業	38 100.0	18 47.4	12 31.6	8 21.1	-
	運輸業、郵便業	6 100.0	3 50.0	3 50.0	-	-
	卸売業	23 100.0	12 52.2	7 30.4	3 13.0	1 4.3
	小売業	26 100.0	10 38.5	6 23.1	8 30.8	2 7.7
	金融業、保険業	2 100.0	-	1 50.0	-	1 50.0
	不動産業、物品賃貸業	- -	- -	- -	- -	- -
	飲食サービス業	8 100.0	3 37.5	3 37.5	1 12.5	1 12.5
	医療、福祉	4 100.0	1 25.0	2 50.0	-	1 25.0
	サービス業(他に分類されないもの)	9 100.0	8 88.9	1 11.1	-	-
	その他	9 100.0	-	4 44.4	3 33.3	2 22.2
代 表 者 年 齢	30歳代以下	- -	- -	- -	- -	- -
	40歳代	7 100.0	1 14.3	6 85.7	-	-
	50歳代	35 100.0	11 31.4	11 31.4	8 22.9	5 14.3
	60歳代	53 100.0	30 56.6	18 34.0	4 7.5	1 1.9
	70歳代以上	53 100.0	20 37.7	14 26.4	14 26.4	5 9.4

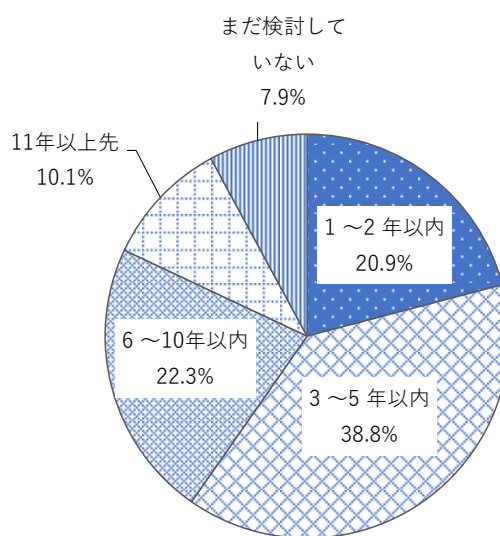
問 11 事業承継の希望時期についてお答えください (〇は1つ)。

※ 問9で「検討している」を回答した企業が対象

「3～5年以内」が38.8%と最も高く、次いで「6～10年以内」が22.3%、「1～2年以内」が20.9%となっている。

業種別にみると、全体の傾向との違いは見られない。

代表者年齢別にみると、50歳代で「6～10年以内」が最も高くなっている。



		■ 1～2年以内	■ 3～5年以内	■ 6～10年以内	■ 11年以上先	■ まだ検討していない
全体	(n=139)	20.9	38.8	22.3	10.1	7.9
業種	建設業 (n=17)	11.8	47.1	35.3	5.9	0.0
	製造業 (n=35)	17.1	37.1	17.1	11.4	17.1
	運輸業、郵便業 (n=6)	33.3	33.3	16.7	16.7	0.0
	卸売業 (n=21)	19.0	57.1	19.0	4.8	0.0
	小売業 (n=24)	12.5	45.8	20.8	12.5	8.3
	金融業、保険業 (n=2)	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	不動産業、物品賃貸業 (n=0)					
	飲食サービス業 (n=7)	42.9	14.3	28.6	0.0	14.3
	医療、福祉 (n=4)	0.0	25.0	0.0	75.0	0.0
	サービス業 (他に分類されないもの) (n=9)	33.3	22.2	33.3	11.1	0.0
	その他 (n=9)	22.2	33.3	44.4	0.0	0.0
代表者年齢	30歳代以下 (n=0)					
	40歳代 (n=6)	16.7	33.3	0.0	50.0	0.0
	50歳代 (n=34)	8.8	8.8	50.0	14.7	17.6
	60歳代 (n=52)	11.5	53.8	21.2	11.5	1.9
	70歳代以上 (n=45)	42.2	44.4	6.7	0.0	6.7

(上段:件数、下段:%)

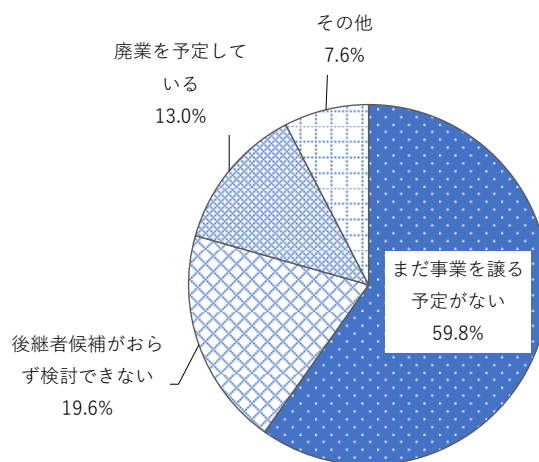
		調査数	1～2年 以内	3～5年 以内	6～10年 以内	11年以上先	まだ検討して いない
全 体		139 100.0	29 20.9	54 38.8	31 22.3	14 10.1	11 7.9
業 種	建設業	17 100.0	2 11.8	8 47.1	6 35.3	1 5.9	- -
	製造業	35 100.0	6 17.1	13 37.1	6 17.1	4 11.4	6 17.1
	運輸業、郵便業	6 100.0	2 33.3	2 33.3	1 16.7	1 16.7	- -
	卸売業	21 100.0	4 19.0	12 57.1	4 19.0	1 4.8	- -
	小売業	24 100.0	3 12.5	11 45.8	5 20.8	3 12.5	2 8.3
	金融業、保険業	2 100.0	1 50.0	- -	- -	- -	1 50.0
	不動産業、物品賃貸業	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	飲食サービス業	7 100.0	3 42.9	1 14.3	2 28.6	- -	1 14.3
	医療、福祉	4 100.0	- -	1 25.0	- -	3 75.0	- -
	サービス業(他に分類され ないもの)	9 100.0	3 33.3	2 22.2	3 33.3	1 11.1	- -
	その他	9 100.0	2 22.2	3 33.3	4 44.4	- -	- -
	代 表 者 年 齢	30歳代以下	- -	- -	- -	- -	- -
40歳代		6 100.0	1 16.7	2 33.3	- -	3 50.0	- -
50歳代		34 100.0	3 8.8	3 8.8	17 50.0	5 14.7	6 17.6
60歳代		52 100.0	6 11.5	28 53.8	11 21.2	6 11.5	1 1.9
70歳代以上		45 100.0	19 42.2	20 44.4	3 6.7	- -	3 6.7

問 12 事業承継を検討していない理由についてお答えください（〇は1つ）。

※ 問9で「検討していない」を回答した企業が対象

「まだ事業を譲る予定がない」が59.8%と最も高く、
次いで「後継者候補がおらず検討できない」が19.6%、
「廃業を予定している」が13.0%となっている。

業種別及び代表者年齢別にみても、全体の傾向との違い
は見られない。



		■ まだ事業を譲る予定がない ▨ 後継者候補がおらず検討できない ▩ 廃業を予定している ▧ その他			
全体	(n=301)	59.8	19.6	13.0	7.6
業種	建設業 (n=35)	60.0	20.0	17.1	2.9
	製造業 (n=53)	62.3	17.0	7.5	13.2
	運輸業、郵便業 (n=12)	75.0	16.7	8.3	0.0
	卸売業 (n=26)	57.7	11.5	11.5	19.2
	小売業 (n=42)	45.2	23.8	28.6	2.4
	金融業、保険業 (n=6)	66.7	33.3	0.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業 (n=7)	57.1	42.9	0.0	0.0
	飲食サービス業 (n=22)	54.5	27.3	18.2	0.0
	医療、福祉 (n=22)	77.3	13.6	0.0	9.1
	サービス業（他に分類されないもの） (n=48)	64.6	20.8	8.3	6.3
	その他 (n=18)	55.6	16.7	11.1	16.7
	代表者年齢	30歳代以下 (n=20)	80.0	0.0	10.0
40歳代 (n=65)		76.9	10.8	4.6	7.7
50歳代 (n=84)		60.7	13.1	20.2	6.0
60歳代 (n=68)		42.6	33.8	14.7	8.8
70歳代以上 (n=61)		50.8	29.5	11.5	8.2

(上段:件数、下段:%)

		調査数	まだ事業を譲る予定がない	後継者候補がおらず検討できない	廃業を予定している	その他
全体		301 100.0	180 59.8	59 19.6	39 13.0	23 7.6
業種	建設業	35 100.0	21 60.0	7 20.0	6 17.1	1 2.9
	製造業	53 100.0	33 62.3	9 17.0	4 7.5	7 13.2
	運輸業、郵便業	12 100.0	9 75.0	2 16.7	1 8.3	-
	卸売業	26 100.0	15 57.7	3 11.5	3 11.5	5 19.2
	小売業	42 100.0	19 45.2	10 23.8	12 28.6	1 2.4
	金融業、保険業	6 100.0	4 66.7	2 33.3	-	-
	不動産業、物品賃貸業	7 100.0	4 57.1	3 42.9	-	-
	飲食サービス業	22 100.0	12 54.5	6 27.3	4 18.2	-
	医療、福祉	22 100.0	17 77.3	3 13.6	-	2 9.1
	サービス業(他に分類されないもの)	48 100.0	31 64.6	10 20.8	4 8.3	3 6.3
	その他	18 100.0	10 55.6	3 16.7	2 11.1	3 16.7
代表者年齢	30歳代以下	20 100.0	16 80.0	-	2 10.0	2 10.0
	40歳代	65 100.0	50 76.9	7 10.8	3 4.6	5 7.7
	50歳代	84 100.0	51 60.7	11 13.1	17 20.2	5 6.0
	60歳代	68 100.0	29 42.6	23 33.8	10 14.7	6 8.8
	70歳代以上	61 100.0	31 50.8	18 29.5	7 11.5	5 8.2

なお、「その他」の具体的な回答内容の主なものは、以下の通りとなっている。

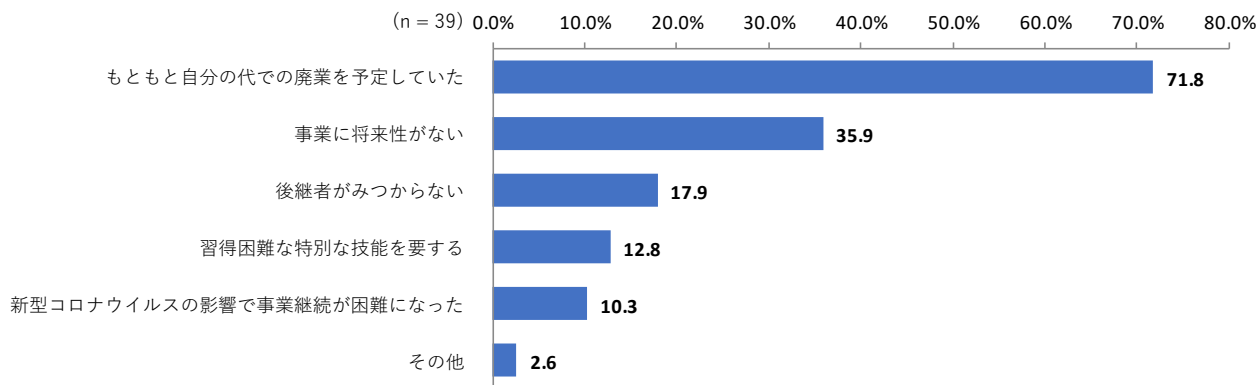
業種	その他回答内容
製造業	承継済。
製造業	従業員次第で変わる。
製造業	親会社の決定による。
卸売業	先行の見通しによる。

問 13 廃業を検討している理由についてお答えください (〇はいくつでも)。

※ 問 12 で「廃業を予定している」を回答した企業が対象

「もともと自分の代での廃業を予定していた」が71.8%と最も高く、次いで「事業に将来性がない」が35.9%、「後継者がみつからない」が17.9%となっている。

業種別及び代表者年齢別にみても、全体の傾向との違いは見られない。



(上段: 件数、下段: %)

	調査数	もともと自分の代での廃業を予定していた	事業に将来性がない	後継者がみつからない	習得困難な特別な技能を要する	新型コロナウイルスの影響で事業継続が困難になった	その他
全体	39	28	14	7	5	4	1
		71.8	35.9	17.9	12.8	10.3	2.6
業種	建設業	6	5	3	2	1	-
			83.3	50.0	33.3	16.7	-
	製造業	4	2	4	-	1	-
			50.0	100.0	-	25.0	-
	運輸業、郵便業	1	1	1	-	-	-
			100.0	100.0	-	-	-
	卸売業	3	2	1	1	-	1
			66.7	33.3	33.3	-	33.3
	小売業	12	7	4	1	2	1
			58.3	33.3	8.3	16.7	8.3
	金融業、保険業	-	-	-	-	-	-
不動産業、物品賃貸業	-	-	-	-	-	-	
飲食サービス業	4	3	-	1	-	-	
		75.0	-	25.0	-	-	
医療、福祉	-	-	-	-	-	-	
サービス業(他に分類されないもの)	4	4	-	1	-	-	
		100.0	-	25.0	-	-	
その他	2	2	1	1	-	-	
		100.0	50.0	50.0	-	-	
代表者年齢	30歳代以下	2	1	1	-	1	-
			50.0	50.0	-	50.0	-
	40歳代	3	3	-	-	-	-
			100.0	-	-	-	-
	50歳代	17	12	5	4	2	1
		70.6	29.4	23.5	11.8	5.9	
60歳代	10	8	5	2	3	2	
		80.0	50.0	20.0	30.0	20.0	
70歳代以上	7	4	3	1	-	-	
		57.1	42.9	14.3	-	-	

なお、「その他」の具体的な回答内容の主なものは、以下の通りとなっている。

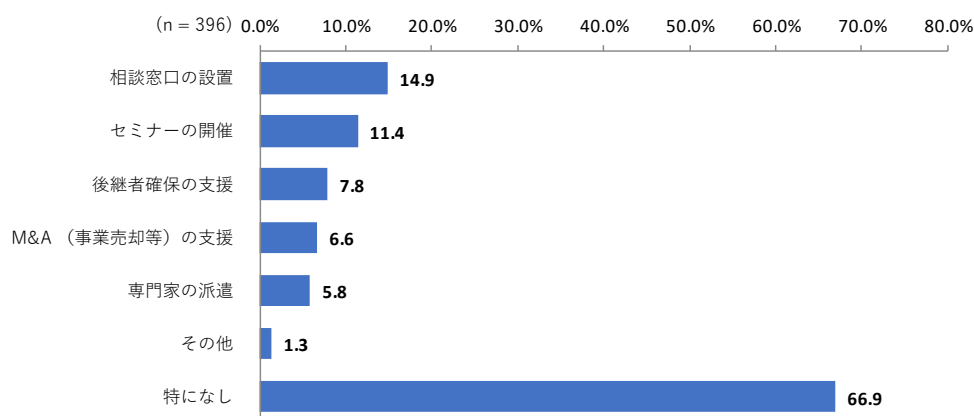
業種	その他回答内容
製造業	下請業者の為、親会社の通合。
小売業	取引先メーカーの縮小により商品が集まりにくい。

問 14 事業承継に関して必要な支援についてお答えください（〇はいくつでも）。

「相談窓口の設置」が14.9%と最も高く、次いで「セミナーの開催」が11.4%、「後継者確保の支援」7.8%がとなっている。なお、「特になし」が66.9%と特に高くなっている。

業種別にみると、全体の傾向との違いとして、運輸業、郵便業及び卸売業では「セミナーの開催」が「相談窓口の設置」と同率でそれぞれ最も高くなっている。小売業では「後継者確保の支援」が最も高く、サービス業（他に分類されないもの）では「セミナーの開催」と「専門家の派遣」が同率でそれぞれ最も高くなっている。

代表者年齢別にみると、30歳代以下で「専門家の派遣」及び「M&A（事業売却等）の支援」が「相談窓口の設置」と同率でそれぞれ最も高くなっている。50歳代では「セミナーの開催」が最も高くなっている。



(上段:件数、下段:%)

	調査数	相談窓口の設置	セミナーの開催	後継者確保の支援	M&A (事業売却等)の支援	専門家の派遣	その他	特になし	
		件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)
全体	396	59	45	31	26	23	5	265	
	-	14.9	11.4	7.8	6.6	5.8	1.3	66.9	
業種	建設業	52	8	7	2	2	-	2	35
		-	15.4	13.5	3.8	3.8	-	3.8	67.3
	製造業	78	15	13	6	8	8	1	48
		-	19.2	16.7	7.7	10.3	10.3	1.3	61.5
	運輸業、郵便業	19	2	2	1	-	1	-	13
		-	10.5	10.5	5.3	-	5.3	-	68.4
	卸売業	43	8	8	1	3	4	1	23
		-	18.6	18.6	2.3	7.0	9.3	2.3	53.5
	小売業	55	7	5	9	2	2	-	37
		-	12.7	9.1	16.4	3.6	3.6	-	67.3
	金融業、保険業	8	1	-	-	1	1	-	7
		-	12.5	-	-	12.5	12.5	-	87.5
	不動産業、物品賃貸業	7	-	2	-	1	1	-	5
	-	-	28.6	-	14.3	14.3	-	71.4	
飲食サービス業	25	7	2	2	4	1	-	17	
	-	28.0	8.0	8.0	16.0	4.0	-	68.0	
医療、福祉	23	6	2	2	3	-	-	14	
	-	26.1	8.7	8.7	13.0	-	-	60.9	
サービス業(他に分類されないもの)	50	1	3	1	1	3	1	40	
	-	2.0	6.0	2.0	2.0	6.0	2.0	80.0	
その他	26	3	1	6	1	2	-	18	
	-	11.5	3.8	23.1	3.8	7.7	-	69.2	
代表者年齢	30歳代以下	15	1	-	-	1	1	-	12
		-	6.7	-	-	6.7	6.7	-	80.0
	40歳代	64	10	6	4	7	3	2	40
		-	15.6	9.4	6.3	10.9	4.7	3.1	62.5
	50歳代	108	16	19	10	9	6	1	68
		-	14.8	17.6	9.3	8.3	5.6	0.9	63.0
60歳代	112	15	12	6	3	6	-	83	
	-	13.4	10.7	5.4	2.7	5.4	-	74.1	
70歳代以上	93	17	8	10	6	7	2	59	
	-	18.3	8.6	10.8	6.5	7.5	2.2	63.4	

なお、「その他」の具体的な回答内容の主なものは、以下の通りとなっている。

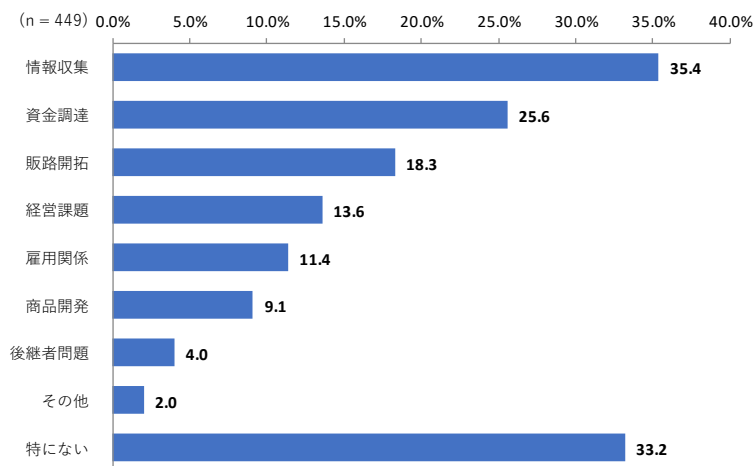
業種	その他回答内容
建設業	会計事務所他に相談している。
製造業	技能を取得する為の援助をしてほしい。

問 15 商工会議所に特に支援を望む分野についてお答えください (〇は3つまで)。

「情報収集」が35.4%と最も高く、次いで「資金調達」が25.6%、「販路開拓」が18.3%となっている。

業種別にみると、全体の傾向との違いとして、運輸業、郵便業及び医療、福祉では「資金調達」が最も高くなっている。

代表者年齢別では、全体の傾向との違いはみられない。



(上段: 件数、下段: %)

	調査数										
		情報収集	資金調達	販路開拓	経営課題	雇用関係	商品開発	後継者問題	その他	特になし	
全体	449	159	115	82	61	51	41	18	9	149	
		35.4	25.6	18.3	13.6	11.4	9.1	4.0	2.0	33.2	
業種	建設業	57	18	8	4	4	15	1	1	-	23
			31.6	14.0	7.0	7.0	26.3	1.8	1.8	-	40.4
	製造業	90	31	26	24	11	8	15	5	3	24
			34.4	28.9	26.7	12.2	8.9	16.7	5.6	3.3	26.7
	運輸業、郵便業	19	6	7	2	-	4	-	-	1	8
			31.6	36.8	10.5	-	21.1	-	-	5.3	42.1
	卸売業	46	21	12	15	10	5	8	1	1	10
			45.7	26.1	32.6	21.7	10.9	17.4	2.2	2.2	21.7
	小売業	66	26	15	12	8	5	4	6	2	20
			39.4	22.7	18.2	12.1	7.6	6.1	9.1	3.0	30.3
	金融業、保険業	8	2	1	1	1	-	-	-	-	5
		25.0	12.5	12.5	12.5	-	-	-	-	62.5	
不動産業、物品賃貸業	7	1	2	2	-	1	-	-	-	4	
		14.3	28.6	28.6	-	14.3	-	-	-	57.1	
飲食サービス業	32	17	9	9	9	2	5	1	-	6	
		53.1	28.1	28.1	28.1	6.3	15.6	3.1	-	18.8	
医療、福祉	24	8	9	2	6	3	1	1	1	8	
		33.3	37.5	8.3	25.0	12.5	4.2	4.2	4.2	33.3	
サービス業(他に分類されないもの)	58	19	17	5	9	6	4	2	-	20	
		32.8	29.3	8.6	15.5	10.3	6.9	3.4	-	34.5	
その他	26	8	4	5	1	1	2	1	-	14	
		30.8	15.4	19.2	3.8	3.8	7.7	3.8	-	53.8	
代表者年齢	30歳代以下	19	13	7	4	5	3	4	-	-	3
			68.4	38.8	21.1	26.3	15.8	21.1	-	-	15.8
	40歳代	74	28	26	22	13	8	9	2	1	17
			37.8	35.1	29.7	17.6	10.8	12.2	2.7	1.4	23.0
	50歳代	116	44	32	26	17	11	13	1	3	36
		37.9	27.6	22.4	14.7	9.5	11.2	0.9	2.6	31.0	
60歳代	119	43	25	13	7	18	7	3	3	47	
		36.1	21.0	10.9	5.9	15.1	5.9	2.5	2.5	39.5	
70歳代以上	115	30	24	16	19	10	7	12	2	44	
		26.1	20.9	13.9	16.5	8.7	6.1	10.4	1.7	38.3	

なお、「その他」の具体的な回答内容の主なものは、以下の通りとなっている。

業種	その他回答内容
製造業	補助金などの案内。
製造業	支援の情報。
運輸業、郵便業	商工について会議する所。
卸売業	補助金、支援金の案内。
医療、福祉	人材育成。

問 16 商工会議所へのご意見等をご自由にお書きください。

回答内容の主なものは、以下の通りとなっている。

業種	回答内容
製造業	いつもご支援ありがとうございます。
製造業	定期的に、相談支援など、アクセス、訪問してほしい。
製造業	会社経営に関する相談窓口があれば大変有難たいです。
製造業	いつも相談にのって頂き、迅速に対応して頂きまして、大変ありがたく思っています。感謝しております。
卸売業	弊社は零細企業ですが、後継者は一応いますが、果してこの商売を継承させていものか迷っている。
卸売業	訪問等にて企業とのコミュニケーションを図ってほしい。会議等では、参加できない事が多い。
卸売業	役立つ情報をこれからも提供していただきたいです。
小売業	商店街へお客様が来るような情報等を指導してほしい。
小売業	国、県、市による補助金に対する情報は、あれば教えてほしい。
小売業	訪問をしてほしい。
飲食サービス業	海南イートのホームページに感謝します。
飲食サービス業	いつもお世話になりありがとうございます。パッケージに関するアイデア、意見があればください。
サービス業 (他に分類されないもの)	税理士等専門家とのさらなる連携を深められると良いかと思えます。
サービス業 (他に分類されないもの)	会員以外にもその活動内容が分るPRに努めていただきたい。
サービス業 (他に分類されないもの)	平素お問合わせをさせて頂いたり、サポートをして頂いております。今後共、宜しくお願い致します。受講したいと思う講演やセミナーが平日の営業中で行けないのが残念な時があります。
サービス業 (他に分類されないもの)	労務関係の相談をしたい。

全国の先進的取組事例

<1. 株式会社 OVE Enterprise (愛媛県松山市) >

～ フードトラックを活用した『走る！居酒屋』サービス ～

会社・団体概要

資本金	300万円
従業員数	9人
設立年(西暦)	2006年 5月
創業年(西暦)	2001年 12月

事業概要・特徴等	居酒屋(5店舗)、カフェ(1店舗)の運営 キッチンカー(サムライトラック)の運営 URL https://www.samurai-dining.jp/
主力製品・サービス	飲食の提供、FC(フランチャイズ)展開 ※フランチャイザーとして「走る！居酒屋(サムライトラック)」を提供予定

取組のきっかけ

① 取組を考えるに至った経緯(事前の課題や問題意識等)	設立以来、会社としては業績伸展を続けていたものの、2018年のUber Eats国内参入をきっかけとして、今後の店舗拡大方針に対する今後のリスクを認識し始めた。加えて、飲食業界に於いては優良人材を含む人的資源の減少・若者の忘年会不参加など飲み会需要の減少・「来店待ち」という固定店舗の在り方、などに将来の懸念を感じ、前述の2018年頃から「移動店舗」展開の検討を開始した。尚、当社の考える「移動店舗」は昨今の脱サラやコロナ禍を要因とする一時的な流行り開業のキッチンカー運営ではなく、今後固定店舗と遜色ないレベルで世間に浸透するような「スタンダード」化を実現できる要素を盛り込んでおり、FC展開も視野に入れた長期構想で進めている。
② 取組以前の対応方法	法人化した2006年～2016年の10年間は出店拡大を主目的として固定店舗の事業展開を実施(最大9店舗にまで増加)、結果として業績自体は伸展した。

取組の概要

<p>① 取組の具体的な内容</p>	<p>1台のみのキッチンカーでは固定店舗のサービスと同等にならないと判断、複数台の連結により広さ・サービス・快適性が補完できる。</p> <p>当社が進めている事業展開予定（5段階）は以下。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. キッチンカー製造（1台目／済） 2. キッチンカー製造（2台目：店舗規模の拡充／済） 3. 「動く空間」として3台目を製造（屋外でない客席確保） ※現在はここまで完了、4台目も近日リリース予定。 4. 地域のリーダーとなる（移動店舗を盛り込んだイベントーとしても活動、まず愛媛県内で認知度を上げる） 5. FC化（「走る！居酒屋」のノウハウ横展開） <p>■FC展開に移行するための方策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ノウハウを盛り込んだキッチンカーの製造及び提供 ・ICT活用（キッチンカーポータルサイトの立ち上げ） <p>※キッチンカーの現在地や今後の出店予定まで参照できるサイトで、地域内のイベントを含め確認が可能。</p>
<p>② 新しい働き方に取り組むにあたって障壁となったこと</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・飲食店業界の先行きについて同じ考えを持ち、FC展開まで協力を得られる人材が必要であったこと。 <p>尚、代表者の人脈により、車両製造に関わる業者、建築・鉄工業者は確保され、資金面もこれまでの取引経緯による法人信用背景から金融機関の支援を得ている。</p>
<p>③ ②の障壁をどのように解消したか</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・当社の新規事業へ参加してくれる人材が確保されたことで解消。

取組の成果

<p>① 当初の課題、問題意識に対する成果</p>	<p>（課題）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当社事業拡大に伴い社員の業務量が増加することで、「わかまり」が生じる不安があった。 <p>（成果）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・逆に将来の会社ステップアップに対する意識の高まりが生じた。
<p>② 当初の課題、問題意識以外で成果があったこと</p>	<p>（以後の成果）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社内のみならず社外の繋がりが広がった。 （飲食以外の異業種、メディア） ・商圈が拡大した （松山市内→愛媛県内、県外からも問合せあり）

取組の継続

① 今後、取組をどのように継続させていくか予定か	・「走る！居酒屋」を世の中のスタンダードに！ そのためには 当初からの「成熟価格」（移動だからと高価にしない） 客単価を下げる（固定店並み 若しくは それ以下）
② 取組を継続させていくための課題	・まずは愛媛県内での当社活動を周知いただく → 良さを認識いただければ問合せは増えてくる

取組にあたっての支援

① 取組にあたって支援を受けたこと	・コロナ禍資金 テイクアウト等支援補助金 ・IT補助金 キッチンカーポータル開発で
② 支援を受けたかったが、受けられなかったこと	特になし。
③ 今後取組を継続させていくために支援を受けたいこと	・FC展開に対する支援 （フランチャイザー、フライイチャイジー共に）

新型コロナウイルス感染症への対応

① コロナ禍において、今回の取組を持続・発展させるために行った対応等	・3密対応 → 既に居酒屋展開で実施している手法を活かす ※但し、「走る！居酒屋」は屋外のため緩和される
------------------------------------	------------------------------------------------------------

最後に

今回お聞きした取組を実現させた最も大きな要因は何でしょうか	・ビジネスモデルを長期的に立てたこと ・そのための計画を立て実行していること
-------------------------------	-------------------------------------------

<2. 株式会社 タナカショク（高知県高知市）>

～ 室戸海洋深層水の栄養分を活かした豆腐加工品の開発・製造・販売 ～

会社・団体概要

資本金	1,100 万円
従業員数	27 人
設立年（西暦）	1981 年
創業年（西暦）	1974 年

事業概要・特徴等	室戸海洋深層水を使用した豆腐、豆腐加工品の製造販売を手掛けている。
主力製品・サービス	豆腐・珍味、ジャーキー等の豆腐加工品

取組のきっかけ

① 取組を考えるに至った経緯（事前の課題や問題意識等）	高知県内のスーパーマーケット等に豆腐を販売しているが、県内は人口減少が続いており、年々豆腐の販売量が低下している状況であった。豆腐を高知県外に販売する場合、物流、冷蔵費用が余計に掛かることから価格競争力が保てず、販路拡大が困難であったことから、自社製品で付加価値が高く、賞味期限の長い豆腐加工品の開発、製造に取り組み始めた。
② 取組以前の対応方法	豆腐、油揚げをほぼ高知県内で販売するのみであり、販売量は伸び悩んでいた。

取組の概要

① 取組の具体的な内容	2001 年より田中社長が、おつまみとして食べられる“おつまみ豆腐”の開発に着手した。試行錯誤を重ね、5年の歳月を経て、2006 年“おつまみ豆腐”「百一珍」を完成させ、販売を開始した。「百一珍」は好評を博したものの、賞味期限が4カ月という要冷蔵商品であったことから、消費者により受け入れられることを目指し常温保存の商品の開発を開始、2017 年 9 月「百二珍」の商品化に成功し販売を開始した。
② 新しい働き方に取り組むにあたって障壁となったこと	工場は元々豆腐専用で老朽化も進んでおり、豆腐加工品の製造に従事する従業員への肉体的負荷が高い現場となっており、低い生産性が障壁となっていた。
③ ②の障壁をどのように解消したか	2018 年 4 月、本社工場の建て替えを実施、豆腐の生産能力を従来の約 55%程度に抑え、工場の約 45%を豆腐加工品の生産ラインに切り替えたことから、生産効率が向上、従業員の労働時間も短縮化が図られた。

取組の成果

① 当初の課題、問題意識に対する成果	付加価値が高く、長期保存が可能な豆腐加工品を開発したことから高知県外への販売への障壁はなくなり、国内のみならず海外も販路として視野に入れられるようになった。
② 当初の課題、問題意識以外で成果があったこと	他社にはない豆腐加工品を開発したことにより、業界内で当社への注目が高まったこと。

取組の継続

① 今後、取組をどのように継続させていくか予定か	展示会、商談会に積極的に出展し、認知度を高めて販売量の増加に努めていく。
② 取組を継続させていくための課題	広告宣伝費を潤沢に掛けられるわけではなく、展示会、商談会への出展にも限りがある。いかに効率よく認知度を高められるかが課題となっている。

取組にあたっての支援

① 取組にあたって支援を受けたこと	高知県、高知市より助成金を受け、様々なアドバイスをいただいた。中小機構、ジェットロからも有形無形の支援を受けることができた。
② 支援を受けたかったが、受けられなかったこと	特段、支援を受けられなかった点は思い当たらない。
③ 今後取組を継続させていくために支援を受けたいこと	工場の生産効率を高めるための助成金を活用してみたい。

新型コロナウイルス感染症への対応

① コロナ禍において、今回の取組を持続・発展させるために行った対応等	コロナ禍で展示会、商談会が軒並み中止となり、電話、メール、オンライン商談での営業に切り替えざるを得なかったが、成果には繋がっていない。
------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

最後に

今回お聞きした取組を実現させた最も大きな要因は何でしょうか	永年、賞味期限が短い豆腐を製造してきたことから、長期保存が可能な製品を作りたいという思いが底辺にあった。また、高知県内で豆腐のみを販売するのでは年々衰退が免れず、いずれ事業が継続できなくなるという高い危機意識を持っていたことから、真剣に開発に取り組めたものと考えている。
-------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<3. パン屋onka（東京都世田谷区）>

～ 人気のパン屋が近隣の飲食店のテイクアウトメニューを仕入れてコラボサンドを提供 ～

会社・団体概要

従業員数	10人
創業年（西暦）	2018年

事業概要・特徴等	個人事業としてパン屋の経営を行っている。東京都世田谷区経堂駅から徒歩6分に位置し、周辺住民を主要顧客に小規模経営ながら一定の固定客を有している。2020年からは通信販売も開始しており、周辺顧客以外からの受注も増加している。
主力製品・サービス	菓子パン、惣菜パンをはじめとしたパン類が主力製品である。

取組のきっかけ

① 取組を考えるに至った経緯（事前の課題や問題意識等）	新型コロナウイルスの感染拡大により、在宅勤務者が増加したことから、テイクアウトのみを行っている当店の販売量は増加したものの、近隣飲食店では、外出自粛により来客数が激減し、厳しい状況であったことを見て、取組を考えるに至った。
② 取組以前の対応方法	取組以前にも惣菜サンドの販売を行っており、代表が月替わりで中身を考案し、販売していた。

取組の概要

① 取組の具体的な内容	近隣のテイクアウトを行っている飲食店、居酒屋等複数点とのコラボサンドの販売を開始した。各店舗の定休日や仕入れの状況に合わせて、日替わりで中身を変更したサンドを提供している。
② 新しい働き方に取り組むにあたって障壁となったこと	特になし。
③ ②の障壁をどのように解消したか	特になし。

取組の成果

① 当初の課題、問題意識に対する成果	近隣飲食店の商品を当店でテイクアウトとして仕入れることから、近隣店舗の売上向上に繋がった（詳細数値等は不明）。また、当店においてもコラボレーションした店舗の固定客が来客するなど当店の売上も向上した。
② 当初の課題、問題意識以外で成果があったこと	お客様からの反応が良く、「Instagram」をはじめSNSに投稿された他、インターネットニュースやテレビからの取材もあり、当店およびコラボサンドに参加した飲食店の知名度が上がり、遠方からの来客も増加した。加えて、従来も惣菜サンドを提供していたが、代表が毎月考案し、月替わり商品となっていたが、今回の取組により、日替わり商品となり、毎日異なる商品の提供を可能とした。

取組の継続

① 今後、取組をどのように継続させていくか予定か	今後も近隣の飲食店と協力し、コラボサンドの提供を継続させていきたい他、近隣店舗における食品ロスの低減にも貢献することができないか検討している。
② 取組を継続させていくための課題	協力店舗がテイクアウトでの店舗運営におけるノウハウを有していない他、包装資材等の置き場を確保できない等の理由により、テイクアウトの実施をやめるケースがあり、協力店舗が減少し、お客様が求める日替わりでコラボサンドの提供が困難になることが課題となる。

取組にあたっての支援

① 取組にあたって支援を受けたこと	コラボレーションする飲食店以外から支援を受けたことはない。
② 支援を受けたかったが、受けられなかったこと	特になし。
③ 今後取組を継続させていくために支援を受けたいこと	協力店の減少を防ぐためには、従来テイクアウトを行っていない店舗が長期間テイクアウトを継続させるには、協力店舗が共通で利用できる包装資材置場の設置に関わる支援、テイクアウトに関するノウハウやシステム導入支援があれば、多くの店舗と協力した今回のような取組を継続させることができると考えている。

新型コロナウイルス感染症への対応

① コロナ禍において、今回の取組を持続・発展させるために行った対応 等	コラボサンドの拡販や当店および今回の取組の知名度を高めるため、通信販売を開始した。
-------------------------------------	-------------------------------------------

最後に

今回お聞きした取組を実現させた最も大きな要因は何でしょうか	従来、近隣店舗のオーナーとは密接な関係構築を進めており、近隣店が今回の取組に協力的であったことが最大の要因です。
-------------------------------	----------------------------------------------------------

<4. 公益財団法人燕三条地場産業振興センター>

～ 地場産業である金属加工の小さな研磨業者を集めてネットワーク化 ～

会社・団体概要

資本金	4400万円
従業員数	50人
設立年（西暦）	1988年
創業年（西暦）	1988年

事業概要・特徴等	地域の産業振興と地域活性化を担う支援機関
主力製品・サービス	地域製品の販売促進や企業間取引、開発力の向上を支援し地域産業の持続的発展に貢献する。

取組のきっかけ

① 取組を考えるに至った経緯（事前の課題や問題意識等）	付加価値や労働生産性の伸び悩み、課題解決型人材の不足、国内マーケットの縮小、マーケティングや地域ブランド認知不足など。
② 取組以前の対応方法	業界のリーディングカンパニーや提案型営業のできる一部企業と連携するという偏りがあった。

取組の概要

① 取組の具体的な内容	生産性改善向上、基盤技術高度化、新技術新製品開発、人材育成強化、新市場販路開拓（海外含む）、ブランド力強化。
② 新しい働き方に取り組むにあたって障壁となったこと	大きな障壁とは言えないが、行政（三条市と燕市）業界団体（商工会議所）との事業連携。
③ ②の障壁をどのように解消したか	各団体と連携を密にし、各種サービスや支援策を棲み分ける（重複しない）こととした。

取組の成果

① 当初の課題、問題意識に対する成果	これまでの受け身型営業を進化させ、価値ある有用なものを創り出せる高付加価値企業群が集積する地域を目指す。
② 当初の課題、問題意識以外で成果があったこと	コロナ禍でいとも簡単に海外展開事業を中止せざるを得ない状況となり、国内を含む足元の市場を見直すことを再認識した。

取組の継続

① 今後、取組をどのように継続させていくか予定か	市場経済を注視することと、その動向を読み解き、スピード感を持って業務に反映させること。
② 取組を継続させていくための課題	職員の自覚と自己研鑽、事業継続は人材育成が重要と捉える。

取組にあたっての支援

① 取組にあたって支援を受けたこと	三条市と燕市からの事業負担金、運営補助金。
② 支援を受けたかったが、受けられなかったこと	特になし。
③ 今後取組を継続させていくために支援を受けたいこと	建物老朽化に起因する大規模な修繕費に対して支援策があれば受けたい。

新型コロナウイルス感染症への対応

① コロナ禍において、今回の取組を持続・発展させるために行った対応等	オンライン商談会（ものづくりメッセ）や海外ECサイトへの燕三条製品の出店。
------------------------------------	---------------------------------------

最後に

今回お聞きした取組を実現させた最も大きな要因は何でしょうか	市場が大きく変動する中、「ものづくりのまち燕三条」の継続的発展と高付加価値化を目的に今、必要な事はなにかを共有すること。
-------------------------------	--------------------------------------------------------------

<5. 児島ジーンズストリート（協）>

～ 「ジーンズの聖地」を目指したまちづくり ～

会社・団体概要

資本金	300万円
従業員数	1人
設立年（西暦）	2011年
創業年（西暦）	2009年

事業概要・特徴等	「児島ジーンズストリート」の管理運営として不動産賃貸、組合員の管理、イベントの企画運営を行う。「児島ジーンズストリート」は児島・味野商店街の中にあり、ジーンズメーカーなど40社（組合員40名）が出店する。
主力製品・サービス	なし

取組のきっかけ

① 取組を考えるに至った経緯（事前の課題や問題意識等）	桃太郎ジーンズなどで知られる(株)ジャパンプルー（倉敷市児島）の代表者・真鍋久夫氏が「児島ジーンズストリート」の発案者である。倉敷市児島エリアは国産ジーンズ発祥の地として知られ、一定のブランド力はあったものの、企業毎に営業をするのみであった。また、OEMを中心とした生産活動が主体で独自ブランドには乏しい状況にあったとされる。その様な中で真鍋氏が児島エリアのジーンズ産業活性化を目的として「児島ジーンズストリート」を発案。これを児島商工会議所に持ち込んで2009年より児島ジーンズストリート推進協議会として活動を行ってきた。その際、「児島ジーンズストリート」の開設場所として選定されたのが、児島中心部にある味野商店街であった。この商店街は日用雑貨などを取り扱う個人商店が建ち並んでいたが、周辺での大型ショッピングセンター出店などで当時は商店街内店舗の経営状況は芳しくなく、多くの地方で聞かれる様な「シャッター商店街」の状態にあった。
② 取組以前の対応方法	児島ジーンズ産業の活性化に於いては企業別で見れば独自ブランドの展開、大手先からの受注獲得などが行われてきたが、各企業が協力しての産業活性化などは実施していなかった。また、味野商店街の活性化も特記すべき様な取り組みはなかった。

取組の概要

① 取組の具体的な内容	「児島ジーンズストリート」を開設するにあたって初めに行われたことが商店街内にある空き店舗を保有する地権者との交渉である。発案者である真鍋久夫氏と児島商工会議所の担当者が中心となって交渉活動を行った。続けて出店者の募集に於いて、これも真鍋氏と児島商工会議所の担当者で行い、各企業への訪問や説明会を開催した。
② 新しい働き方に取り組むにあたって障壁となったこと	県外など他のエリアから人が訪れる様になれば治安の悪化に繋がる可能性が懸念され、当初地権者の中には「児島ジーンズストリート」の開設に否定的な人もいた。また、開設してもどの程度の人が訪れるか不透明な部分も多く、出店希望者もそれ程集まらない状況にあった。
③ ②の障壁をどのように解消したか	地権者との交渉に当たって当組合の代表理事と共に積極的に児島商工会議所もこれに参加した。商店街ということもあり、同商工会議所と地権者の関係は深く、これが交渉が優位に進んだ要因となった。また、何かトラブルが発生した際には商工会議所が後ろ盾となって解決に当たると地権者に伝えたことも了承を得る上での材料となった。出店する店舗に関しては開設当初4店舗のみであったが、これも児島商工会議所と協力して説明会や直接企業に訪問しての交渉を進めていった。

取組の成果

① 当初の課題、問題意識に対する成果	インターネットを活用した広報活動の他、当組合の取り組みが評価されてメディアにも取り上げられることとなった。これにより味野商店街へ訪れる人は年間 6,000~7,000 人から約 25 万人まで増加した。また、児島ジーンズの知名度はより一層上昇してブランド力を高めることとなり、成果が得られたことで出店を躊躇する企業も減った。現在の店舗数は 40 店となっており、児島エリアのジーンズ産業の活性化に大きく貢献している。「児島ジーンズストリート」への出店が業績の伸展に寄与している企業も複数ある。
② 当初の課題、問題意識以外で成果があったこと	「児島ジーンズストリート」への来訪者は県外や訪日観光客が中心であり、交通機関の利用者増加、地場飲食店の活性化などにも繋がった。また、ジーンズに直接的に関係がない業界でもジーンズに絡めた自社PRを行うなどしており、地域全体での産業活性化に繋がっている。

取組の継続

① 今後、取組をどのように継続させていくか予定か	立ち上げ当初に比較すれば出店者数は大きく増えているが、もともとは約 200 店舗が軒を連ねる商店街であったことを考慮すれば、それでもまだ十分な水準であるとは言えない。新たな出店者を募るにあたってジーンズの小売店のみではなく、飲食店などの出店も増やして観光地としてより魅力的なものにしていく計画である。
② 取組を継続させていくための課題	今後の計画について具体的なものは現在検討中であるとされるが、喫緊の課題として新型コロナウイルス感染症拡大による訪日観光客や県外からの来訪者の減少が挙げられる。もともと海外及び県外からの来訪者の割合が非常に高く、その分影響も大きなものとなっている。同感染症の影響の先行きについては不透明感が非常に強い為、まずは県内からの来客者を増やすことで対応を図っていく方針である。

取組にあたっての支援

① 取組にあたって支援を受けたこと	立ち上げ当初より児島商工会議所が当組合の事業に深く関わっており、地権者との交渉、出店を促す為の企業訪問、イベント企画など実務の殆どの部分を同商工会議所が担ってきた。特に地権者との交渉に於いては何かトラブルがあった際の対応を児島商工会議所で行う説明も行っている。
② 支援を受けたかったが、受けられなかったこと	周辺施設などの基盤整備（公衆トイレや道路修繕など）を行う必要があったが、資金面での不足は否めなかった。ただ、商工会議所という立場上、ひとつの産業のみに資金的な援助を行うことはできなかった。この為、行政に対する補助金申請のサポートなどを得るに止まった。
③ 今後取組を継続させていくために支援を受けたいこと	これまで実務の部分で充分と言える水準の支援を得ており、現状に於いてもこの点に変わりはない。成果が上がってきたことから行政からの補助金などもかねてより受け易くなっており、新たに受けたい支援などは特に聞かれない。

新型コロナウイルス感染症への対応

① コロナ禍において、今回の取組を持続・発展させるために行った対応等	コロナ禍に於いてこれまで行われてきた対策としては出店する店舗毎の感染対策実施程度で、これ以外に特記すべきものはない。ただ、減少した海外及び県外からの来訪者数をカバーすべく、飲食店などに出店を依頼し、県内在住者から見ても魅力的と言える観光スポットにしていく計画である。
------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

今回お聞きした取組を実現させた最も大きな要因は何でしょうか

「児島ジーンズストリート」の開設を一企業のみで行うのではなく、地元の商工会議所と綿密な関係を保ちながら協力して進めてきたことが最も大きな要因である。幅広い人脈を持つ商工会議所と協力したことで地権者との交渉が着実に進み、多くの出店者を募ることもできた。既述の通り、実務の殆どの部分を児島商工会議所が担ってきたが、代表理事である真鍋氏も、任せきりにするのではなく地権者との交渉なども含め、「児島ジーンズストリート」の成功に向けて積極的に参加してきたことも好材料となっている。

<6. 秋田県漆器工業（協）>

～ 食洗器対応の漆器商品の開発と海外販路開拓を推進 ～

会社・団体概要

資本金	340万円
従業員数	5人
設立年（西暦）	1950年

事業概要・特徴等	<ul style="list-style-type: none"> ・組合員の取扱品の原材料の購入及び共同加工・販売 ・湯沢市川連漆器伝統工芸館の管理・運営
主力製品・サービス	・川連漆器

取組のきっかけ

① 取組を考えるに至った経緯（事前の課題や問題意識等）	県内はもとより国内の漆器需要の減退推移から新たな販路開拓及び消費起爆剤となる新たな製品の開発が求められた事がきっかけ。
② 取組以前の対応方法	品質に見合った認知度を得るべく、2017年に産地マークを開発。川連の職人の手で、伝統製法により製造されたことを証明し、品質を保証する役割も果たすよう、普及に努めた。又、海外展開では2017年にはパリ、2018年にはロンドンでの展示場出展などを行い、一定の成果は出たが、継続取引に繋がる案件の創出は出来なかった。

取組の概要

① 取組の具体的な内容	<p>① 食洗器対応の川連漆器商品の開発 使用後の処理の簡便化に対応する狙いから、食洗器対応の商品の開発に着手しており、あくまでも木製での商品化を実現し、一般家庭への普及を目標に取り組んでいる。</p> <p>② 海外販路の開拓 国内需要の減退推移から、日本の伝統工芸品への好感が高い海外市場への参入を目指し、3カ年計画で展開中であり、現在は2年目となっている。（ジェットロの支援サービスである地域団体商標海外展開支援事業の一環）</p>
② 新しい働き方に取り組むにあたって障壁となったこと	特になし。
③ ②の障壁をどのように解消したか	特になし。

取組の成果

<p>① 当初の課題、問題意識に対する成果</p>	<p>① 食洗器対応の川連漆器商品の開発 現在、開発を進めている段階。</p> <p>② 海外販路の開拓 3カ年計画の1年目（2019年）はロンドンの三ツ星レストランでの採用にこぎ着けた（日本の伝統工芸品としては初）。当該レストランでの小売販売も検討段階にある。 又、モナコの最高級セレクトショップにて取引を決定し、同店仕様のオリジナル商品の受注にも成功。その後、同店の薦めもあり、モナコ王室への献上品として採用された。</p>
<p>② 当初の課題、問題意識以外で成果があったこと</p>	<p>海外販路の開拓を進めるにあたり、ブランド力の強化やマネジメント方法などを改めて見直す事で、より長期的なビジョンを考えるきっかけを得る事が出来た。</p>

取組の継続

<p>① 今後、取組をどのように継続させていくか予定か</p>	<p>① 食洗器対応の川連漆器商品の開発 継続して開発に取り組んで行く予定。</p> <p>② 海外販路の開拓 モナコ、ロンドンへの開拓を進めて行き、特に現地富裕者層への浸透を目標として、更なるブランド力の強化を狙って行きたい意向にある。</p>
<p>② 取組を継続させていくための課題</p>	<p>海外販路の開拓に於いては、新型コロナウイルスの世界的な流行により、海外への渡航が困難となっている為、2年目の活動に大きな遅れが生じている。</p>

取組にあたっての支援

<p>① 取組にあたって支援を受けたこと</p>	<p>② 海外販路の開拓 ジェットロの支援サービスである地域団体商標海外展開支援事業の一環</p>
<p>② 支援を受けたかったが、受けられなかったこと</p>	<p>受けられなかったとは違うが、後継者の育成に対する補助金制度が少ない。特に技術取得を目指す若者への金銭的支援が足りない。</p>
<p>③ 今後取組を継続させていくために支援を受けたいこと</p>	<p>業種柄、製造から販売までの期間が長期に及ぶケースも多く、仕入などの製造コストに対しての支援があれば非常に助かる。</p>

新型コロナウイルス感染症への対応

① コロナ禍において、今回の取組を持続・発展させるために行った対応等	① 食洗器対応の川連漆器商品の開発 開発等に現在のところ支障は無い。 ② 海外販路の開拓 渡航制限により、取組に遅れが生じており、コロナ禍明けが待たれる状況。
------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------

最後に

今回お聞きした取組を実現させた最も大きな要因は何でしょうか	問題意識の社内或いは各種機関と共有した事。又、それに対して各種補助事業等でのフォローがあった事。
-------------------------------	--------------------------------------------------

<7. 青森市新町商店街振興組合>

～ 商店街活性化のため、毎月イベントを企画・開催 ～

会社・団体概要

資本金	4,622 万円
従業員数	2 人
設立年（西暦）	1976 年
創業年（西暦）	1976 年

事業概要・特徴等	組合員の事業発展等の支援、並びに当商店街の発展に向けた取り組みを行う。市内上位の規模で、現在は114事業者を組合員としている。
主力製品・サービス	毎月の様々な催事開催。又、商店街の景観保持。

取組のきっかけ

① 取組を考えるに至った経緯（事前の課題や問題意識等）	組合の所在する商店街の活性化を主目的に設立された法人であるが、事業者数や地域人口の減少などから、今後の衰退が懸念される。
② 取組以前の対応方法	該当無し。

取組の概要

① 取組の具体的な内容	組合員等の手掛ける地元製品の販売訴求、又、商店街への集客を目的とし、各店舗を回るツアーや飲食ブースなどを設置したイベントを毎月開催している。加えて店舗、事業者の紹介を目的としたマップを作成、配布している。
② 新しい働き方に取り組むにあたって障壁となったこと	平日は会社員が多く行き交う商店街であったが、在宅勤務や不要な外出の抑制などにより、全体的に人の出入りが少なくなった。
③ ②の障壁をどのように解消したか	現段階では解消できていない。

取組の成果

① 当初の課題、問題意識に対する成果	開催している各催事ではコンスタントに集客確保ができている。又、人口減少には歯止めが利かない状況にあるが、組合員数は、行政施設が近隣へ移転した事もあり、若干ながら増加している。
② 当初の課題、問題意識以外で成果があったこと	各催事の実行委員会が、SNSなどを活用した宣伝活動に取り組んだ事などから、県内外からの来訪者を獲得できている。

取組の継続

① 今後、取組をどのように継続させていくか予定か	各組合員等との連携により、毎月のイベント開催を基軸に取り組みを継続させていく。
② 取組を継続させていくための課題	催事開催に係る費用は基本的に組合員からの組合費、及び近隣行政からの助成金などにより賄っているが、予定通りに行政からの支援を受けられない場合もある。

取組にあたっての支援

① 取組にあたって支援を受けたこと	青森市、青森県からの助成金、補助金、又、商工会議所との連携で人的な支援を受けている。
② 支援を受けたかったが、受けられなかったこと	GoTo商店街に関しては、申請期限が短く、書類提出を断念した。
③ 今後取組を継続させていくために支援を受けたいこと	助成金、補助金に関しては、随時申請していく。

新型コロナウイルス感染症への対応

① コロナ禍において、今回の取組を持続・発展させるために行った対応等	2020年は4月からの催事開催が全くできなかった。この為、商店街で利用できるプレミアム商品券を発売、訴求し、各事業者の支援になる取り組みを行っている。
------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------

最後に

今回お聞きした取組を実現させた最も大きな要因は何でしょうか	所属する組合員らの協力、又、地域活性化に賛同して頂ける以外の方々の協力が最も大きな要因と言える。
-------------------------------	--------------------------------------------------

<8. 枚岡合金工具株式会社>

～ 3S（整理・整頓・清掃）活動を通じて業績回復を実現 ～

会社・団体概要

資本金	1,000 万円
従業員数	23 人
設立年（西暦）	1950 年
創業年（西暦）	1949 年

事業概要・特徴等	冷間鍛造金型の設計・製作 ボルト・パーツフォーマー金型の設計・製作 文書管理・図面管理システムの販売 コンサルティング業務（3S 活動支援・教育事業）
主力製品・サービス	フォーマー金型の設計・製作及び超硬金型の設計・製作 をメインとするが、設計・開発に関する文書類・図面のデジタル管理システムを独自開発、基本理念である 3S 活動支援も手掛ける。

取組のきっかけ

① 取組を考えるに至った経緯（事前の課題や問題意識等）	現代表の古芝義己氏が家業である当社に入社した 1985 年となるが、業績は下降線を辿っており、改善していく一環として 1999 年 5 月に 3S（整理・整頓・清掃）活動を開始した。活動開始当時は金型専門メーカーとして従業員 9 名、平均年齢 57 才の状態にあり、10 年後を見据えた時にこのままていくと従業員の平均年齢は 67 才となり、経営維持は厳しいという危機感があった。
② 取組以前の対応方法	業績のジリ貧、赤字体質が続いていたことで社員の士気が落ち込み、退職者も多くそれが更なる業況後退を招いていた。

取組の概要

① 取組の具体的な内容	若手社員の採用育成も視野に入れ、労働環境の改善から取組むこととなり、毎日・毎月の単位で就業時間内に事務所・工場の整理・美化に努めた。
② 新しい働き方に取り組みにあたって障壁となったこと	3S 活動については特にベテラン社員からの反発が多く、抵抗勢力となるなど、喧々諤々のやりとりがあった。
③ ②の障壁をどのように解消したか	実際に 3S 活動に従事していくことで業績改善が進んだ。目に見える形で結果が出てきたことで、それまで抵抗していた従業員も活動を認め、納得して取り組むようになった。

取組の成果

<p>① 当初の課題、問題意識に対する成果</p>	<p>3S活動を推進していく中でパナソニック(株)が工場見学に来たのを機に工場見学者が増え、webサイトで工場見学を周知したところ、国内・海外からの来訪者が増加した(これまでに見学会831回開催、のべ2万人が訪れた。海外からは36ヶ国からの来訪があったと聞く)。見学者の中から新規の発注を頂けるケースも増えるとともに、ネットワークが広がった。また、3S活動開始直後の従業員9名は現在23名まで増員することにも成功している。</p>
<p>② 当初の課題、問題意識以外で成果があったこと</p>	<p>仕事の幅が広がったことでこれまでの金型の設計・製作だけではなく、開発に関わる書類や設計図面等の文書をデジタル管理するシステムを会長が中心となって自社開発した。2004年4月にはこのシステム「(名称)デジタルドルフィンズ」を事業部として発足(その後IT事業部へ発展)し、現在では200社に導入されている。また、見学者である企業からの要望もあって3S活動の成功事例を他社に導入支援する教育事業も開始している(オンラインセミナーやオンラインでの工場見学も活用)。</p> <p>3S活動に取り組むことで社員の意識が変わり、整理整頓清掃以外にも仕事に対して自ら動けるようになり、問題にも気付けるようになった。不良製品の激減、生産数増加に繋がっている。</p>

取組の継続

<p>① 今後、取組をどのように継続させていくか予定か</p>	<p>3S定着には10年かかったが、これからは全員参加の経営計画書作りを行う方針。5年後、3年後、1年後の方針を打ち出し、全体会議でPDCAを廻す。</p>
<p>② 取組を継続させていくための課題</p>	<p>最初に抵抗勢力があったように、社員に納得してもらうことが重要である。これは経理面をガラス張りに公開し、数字で見せることが必要であると考えている。</p>

取組にあたっての支援

① 取組にあたって支援を受けたこと	文書管理システム「デジタルドルフィンズ」の開発には大阪府の経営革新計画に承認され、700万円の補助金が活用できた。また、経産省管轄による新商品の販路開拓に伴う「新連携」の補助対象となった。
② 支援を受けたかったが、受けられなかったこと	特になし。
③ 今後取組を継続させていくために支援を受けたいこと	経産省が主導する事業再構築等の新たな補助金を活用していければと考えている。

新型コロナウイルス感染症への対応

① コロナ禍において、今回の取組を持続・発展させるために行った対応等	新型コロナウイルス問題の以前からテレワークを実施しており、これは今後も続ける方針。製造部門はテレワーク出来ないが、金型の営業部門、IT事業部はシフトを組んでテレワークを実施しているが、月に1回は全員参加の3S活動を実施している。
------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

最後に

今回お聞きした取組を実現させた最も大きな要因は何でしょうか	最初に目標があり、3Sが単なる整理・整頓・清掃だけでは無く、社員の意識を変えるというビジョンがあった。また、元気な中小企業が地域を育てるとするのは社会的責任である。 余談であるが、NHKの全国放送に5年以内に出ることも目標としていたが、7年後にはなったがNHKに取り上げられた他、民放でも取り上げられた。
-------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

付録（アンケート調査票）

海南海内事業者の経営動向についてのアンケート 調 査 票

◆ 本調査票は、2020年11月27日（金）までにご提出ください。

● 新型コロナウイルス感染症の影響について

問1 新型コロナウイルス感染症拡大による売上高への影響についてお答えください。（○は1つ）

- | |
|--------------------------------------|
| 1. 売上の減少が続いている |
| 2. 売上が減少していたが、現在は前期並みの水準に回復している |
| 3. 今のところ売上に影響はないが、長期化すると売上が減少する懸念がある |
| 4. 売上減少の影響はない |

問1-1 問1で「1. 売上の減少が続いている」または「2. 売上が減少していたが、現在は前期並みの水準に回復している」と回答された方にお聞きします。

コロナ禍（令和2年3月以降）において、前年同月と比較して売上高の減少幅が最も大きかった月をお答えください。また、その月の売上高は前年同月を「100」とすると、どの程度でしたか。（○は1つ）

売上高の減少幅が最も大きかった月	1. 3月	2. 4月	3. 5月	4. 6月
	5. 7月	6. 8月	7. 9月	8. 10月
前年同月比 （前年同月＝100）	1. 0～29	2. 30～49	3. 50～69	4. 70～79
	5. 80～89	6. 90～99		

問2 新型コロナウイルス感染症拡大により貴社の企業活動にどのような影響がありましたか。また、今後コロナ禍が長期化した場合に見込まれる影響についてもお答えください。（当てはまるものすべてに✓をしてください。）

項目	これまでに影響があった	長期化した場合に影響が見込まれる
1. 売上の減少	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 海外からの製品、部品仕入れの遅延または困難	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 海外への製品、部品の販売の遅延または困難	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 国内からの製品、部品の仕入れの遅延または困難	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 国内への製品、部品の販売の遅延または困難	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 予約や受注のキャンセル（宿泊、飲食関係含む）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 他県、海外への出張や打合せ等が実施できないことによるビジネスチャンスの喪失	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 資金繰りの悪化	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 経営悪化に伴う従業員の解雇	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 廃業・休業の検討	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. その他 ()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

問3 新型コロナウイルス感染症に関する対策や取り組みについて、貴社で実施しているものをお答えください。(〇はいくつでも)

- | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 代替調達先の確保、仕入れ先の変更 2. 海外関連の事業活動（生産・販売・サービス）の縮小、停止 3. 仕入れの縮小 4. 在宅勤務、テレワーク等の導入 5. 営業（業務）時間の短縮 6. 従業員の自宅待機 7. テイクアウトの開始や拡充（飲食業に限る） 8. 借入等による資金の確保（日本政策金融公庫・県融資・その他） 9. 金融機関への元本返済の猶予要請 10. 感染症予防対策の実施（従業員にマスク配布・消毒液・検温器・仕切り板設置等） 11. その他（） 12. 特に対応しておらず、今後も特に対応する予定はない。 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

問4 コロナ禍における、新たな商品・サービスの提供についてお答えください。(〇は1つ)

- | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 新たな商品・サービスを提供している 2. 新たな商品・サービスを提供していたが、現在は提供していない 3. 新たな商品・サービスを提供していないが、研究・開発中である 4. 新たな商品・サービスを提供していないが、計画・検討中である 5. 新たな商品・サービスを提供しておらず、予定もない |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

問5 コロナ禍において、特に需要に変化があった商品・サービスについてお答えください。(それぞれ〇は1つ)

特に需要が <u>増えた</u> 商品・サービス	<ol style="list-style-type: none"> 1. ある ⇒ (具体的に) 2. ない
特に需要が <u>減った</u> 商品・サービス	<ol style="list-style-type: none"> 1. ある ⇒ (具体的に) 2. ない

問6 コロナへの対応策として、在宅勤務・リモートワークを実施していますか。(〇は1つ)

- | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 現在、実施している 2. 新型コロナ以降に実施したが、現在は取りやめた 3. 新型コロナ以降、一度も実施していない |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

問7 コロナ禍の収束が長引いた場合、廃業(※)を検討する可能性はありますか。(〇は1つ)
※ ここでいう廃業は、すべての事業を閉鎖することを指します。

- | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 半年程度収束しない場合、検討する可能性がある 2. 1年程度収束しない場合、検討する可能性がある 3. 3年程度収束しない場合、検討する可能性がある 4. 5年程度収束しない場合、検討する可能性がある 5. コロナ禍による廃業を検討する可能性はない |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

問8 コロナへの対応策に関して必要な支援についてお答えください。(〇はいくつでも)

- | | |
|---------------|------------------|
| 1. 融資(資金の確保) | 2. 相談窓口の設置 |
| 3. 各種支援等の情報提供 | 4. 人材確保の支援 |
| 5. 取引先確保の支援 | 6. テレワーク導入に関する支援 |
| 7. その他() | 8. 特になし |

● 事業承継について

問9 現在の事業承継の検討状況についてお答えください。(〇は1つ)

- | | |
|-----------|------------|
| 1. 検討している | 2. 検討していない |
|-----------|------------|

問10 問9で「1. 検討している」と回答された方にお聞きします。

後継者の選定状況についてお答えください。(〇は1つ)

- | | |
|-------------------|--------------------|
| 1. すでに決定している | 2. 決定していないが、候補者はいる |
| 3. 決定しておらず、候補者もない | 4. まだ検討していない |

問11 問9で「1. 検討している」と回答された方にお聞きします。

事業承継の希望時期についてお答えください。(〇は1つ)

- | | | |
|-----------|--------------|------------|
| 1. 1~2年以内 | 2. 3~5年以内 | 3. 6~10年以内 |
| 4. 11年以上先 | 5. まだ検討していない | |

問12 問9で「2. 検討していない」と回答された方にお聞きします。

事業承継を検討していない理由についてお答えください。(〇は1つ)

- | | |
|-----------------|--------------------|
| 1. まだ事業を譲る予定がない | 2. 後継者候補がおらず検討できない |
| 3. 廃業を予定している | 4. その他() |

問13 問12で「3. 廃業を予定している」と回答された方にお聞きします。

廃業を検討している理由についてお答えください。(〇はいくつでも)

- | |
|-----------------------------|
| 1. もともと自分の代での廃業を予定していた |
| 2. 新型コロナウイルスの影響で事業継続が困難になった |
| 3. 後継者がみつからない |
| 4. 事業に将来性がない |
| 5. 習得困難な特別な技能を要する |
| 6. その他() |

問14 事業承継に関して必要な支援についてお答えください。(〇はいくつでも)

- | | |
|------------------|-------------|
| 1. セミナーの開催 | 2. 相談窓口の設置 |
| 3. 専門家の派遣 | 4. 後継者確保の支援 |
| 5. M&A(事業売却等)の支援 | 6. その他() |
| 7. 特になし | |

● 商工会議所に望む支援について

問 15 商工会議所に特に支援を望む分野についてお答えください。 (〇は3つまで)

1. 資金調達	2. 雇用関係
3. 販路開拓	4. 商品開発
5. 経営課題	6. 情報収集
7. 後継者問題	8. その他 ()
9. 特にない	

問 16 商工会議所へのご意見等をご自由にお書きください。

--

● 貴社概要およびご回答者様について

F1 業種 (最も売上が大きいもの) (〇は1つ)

1. 建設業	2. 製造業	3. 運輸業、郵便業
4. 卸売業	5. 小売業	6. 金融業、保険業
7. 不動産業、物品賃貸業	8. 宿泊業	9. 飲食サービス業
10. 医療、福祉	11. サービス業 (他に分類されないもの)	
12. その他 ()		

F2 売上高 (直近決算期のもの) (〇は1つ)

1. 1,000万円以下	2. 1,000万円超~3,000万円以下
3. 3,000万円超~5,000万円以下	4. 5,000万円超~1億円以下
5. 1億円超~3億円以下	6. 3億円超

F3 従業員数 (〇は1つ)

1. 0人	2. 1~5人	3. 6~10人
4. 11~30人	5. 31~50人	6. 51人以上

F4 代表者年齢 (〇は1つ)

1. 20歳代以下	2. 30歳代	3. 40歳代
4. 50歳代	5. 60歳代	6. 70歳代以上

事業所名	
氏名	
電話番号	

~質問は以上です。ご協力、誠にありがとうございました。~