

島田市 御中

「島田市中心小企業・小規模企業実態調査」  
報 告 書

2020年3月



## 【目次】

1. 調査概要.....	1
(1) 調査目的.....	1
(2) 調査方法.....	1
① 地域経済等に関する基礎データの分析.....	1
② 郵送調査.....	1
③ 訪問調査.....	2
(3) 備考.....	3
2. 地域経済等に関する基礎データの分析.....	4
(1) 事業所数、従業者数の推移.....	4
(2) 市内小売業の状況.....	6
(3) 市内企業の転出入状況.....	8
(4) 市内外企業との取引状況.....	9
3. 郵送アンケート調査結果.....	12
(1) 事業所の概要について.....	12
(2) 事業の強みや課題について.....	18
(3) 雇用について.....	31
(4) 市の中小企業支援施策について.....	38
(5) 島田市の強み・課題について.....	45
(6) 経営動向について.....	49
4. 訪問調査結果.....	58
(1) 従業員の過不足および対応状況について.....	58
(2) 顧客層の拡大について.....	62
(3) 新事業展開で興味のある分野について.....	63
(4) 「おびサポ」の利用経験について.....	66
(5) 事業承継について.....	69
(6) 市の支援施策について.....	71
5. 全体のまとめ.....	76
(1) 事業所の概要について.....	76
(2) 事業所の強みや課題について.....	76
(3) 雇用について.....	78
(4) 市の中小企業支援施策について.....	80
(5) 島田市の強み・課題について.....	81
(6) 経営動向について.....	82

(7)	今後各団体が担うべき役割や支援策について .....	83
①	今後各団体が担うべき役割 .....	83
②	今後の支援策 .....	85
6.	資料編 .....	88
(1)	郵送アンケート調査票 .....	88
(2)	訪問調査票 .....	96
(3)	単純集計表 .....	98

## 1. 調査概要

### (1) 調査目的

島田市中心企業・小規模企業振興基本条例（以下、本条例）の規定では、基本理念に沿った中小企業・小規模企業の振興に関する施策を策定し実施するには、中小企業・小規模企業の実態を把握するとともに、広く中小企業・小規模企業の意見を聴き、施策の策定に反映するものとしている。

また、平成 30 年度からの第 2 次島田市総合計画において、「世界に誇れる技術を持った中小企業を育てる（工業）」を施策の柱として位置づけており、行政・事業者・関係団体等が連携し、中小企業・小規模企業の経営基盤の強化及び付加価値の高い地域産業の創出を推進することとしている。

については、市内の中小企業・小規模企業を対象として実態調査を行い、経営環境や事業活動、雇用状況、現状への課題やニーズなどを調査・分析することにより、今後の効果的な中小企業・小規模企業振興施策の策定及び実施に向けた基礎資料を作成する。

### (2) 調査方法

本調査では、大きく 3 つの方法によるデータ収集・分析を実施した。

#### ① 地域経済等に関する基礎データの分析

島田市内をとりまく地域経済環境について、各種統計指標、株式会社帝国データバンクが保有する企業情報データベースをもとに、基礎データの収集・分析を行った。

##### ■ 調査内容

- (ア) 事業所数、従業者数の推移
- (イ) 市内小売業の状況
- (ウ) 市内企業の転出入状況
- (エ) 市内外企業との取引状況

#### ② 郵送調査

市内の中小企業・小規模企業を対象として、経営環境、事業活動、雇用状況、現状の課題やニーズなどについて、郵送調査を実施した。

##### ■ 調査期間

2019 年 8 月 19 日 ～ 9 月 20 日

（調査基準日：2019 年 8 月 1 日）

## ■ 調査内容

- (ア) 事業所の概要について
- (イ) 事業の強みや課題について
- (ウ) 雇用について
- (エ) 市の中小企業支援施策について
- (オ) 島田市の強み・課題について
- (カ) 経営動向について

## ■ 調査対象

市内経済団体（島田商工会議所、島田市商工会）の会員である島田市内の個人事業主、株式会社帝国データバンクの企業情報データベースに収録された島田市内の法人事業者を抽出し、個人事業主と法人事業者の割合に合わせた層化割当抽出により計 2,000 件を対象とした。

データ元	法人格など	件数	割合
①会議所・商工会会員データ	なし（屋号のみ）	1767	69.7%
②TDBデータ	企業（株式/有限/合同/合名）	768	30.3%
合計		2535	100.0%

上記①から1,394件（2,535×69.7%）②から606件（2,535×30.3%）をランダム抽出し合計2,000件を対象とした。

## ■ 回収状況

調査有効回答数 574 件 / 2,000 件（有効回答率 28.7%）

## ③ 訪問調査

郵送調査の回答企業のうち、自社の事業の強みや展望、課題、市の施策に対する評価などに関して具体的なコメントがあった事業者を中心に 100 社を選定し、郵送調査を深掘するためのヒアリングを実施した。ヒアリングは全て訪問により実施した。

## ■ 調査期間

2019年11月18日～2020年1月31日

## ■ 調査内容

- (i) 従業員の過不足および対応状況について
- (ii) 顧客層の拡大について
- (iii) 新事業展開で興味のある分野について

- (iv) 「おびサポ」の利用経験について
- (v) 事業承継について
- (vi) 市の支援施策について

■ 調査対象

郵送調査回答内容をもとに選定を行い、訪問調査の同意を得られた 100 事業所を対象とした。

■ 回収状況

調査有効回答数 100 件

(3) 備考

- ◇ 図表中の「n」(Number of case の略) は、設問に対する回答者の総数を示しており、回答者の構成比 (%) を算出するための値である。
- ◇ 「n」には無効回答(無回答先および設問分岐により回答権がない先など)を含めず、集計を行っている。
- ◇ 報告書中の構成比は小数点第 2 位以下を四捨五入しているため、構成比の合計が 100% にならない場合(99.9%、100.1%など)がある。
- ◇ 本文中のクロス集計表について、有効な回答が得られなかった属性(n=0)は、掲載を割愛している。

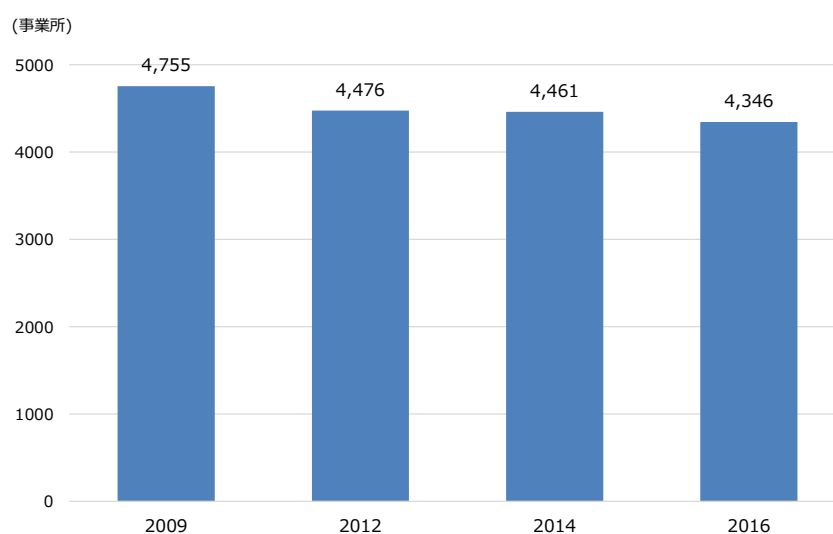
## 2. 地域経済等に関する基礎データの分析

### (1) 事業所数、従業者数の推移

市内の事業所数は、2016年において4,346事業所となっている。業種構成比で最も多いのは「卸売業、小売業」であり、2016年においては市全体の24.8%を占める。

経年の変化をみると、事業所数は2009年以降減少を続けている。業種別では18業種中13業種が減少しているが、「医療、福祉」、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「金融業、保険業」、「情報通信業」は事業所数が増加している。

図表 1 市内事業所数の推移（2009～2016年）



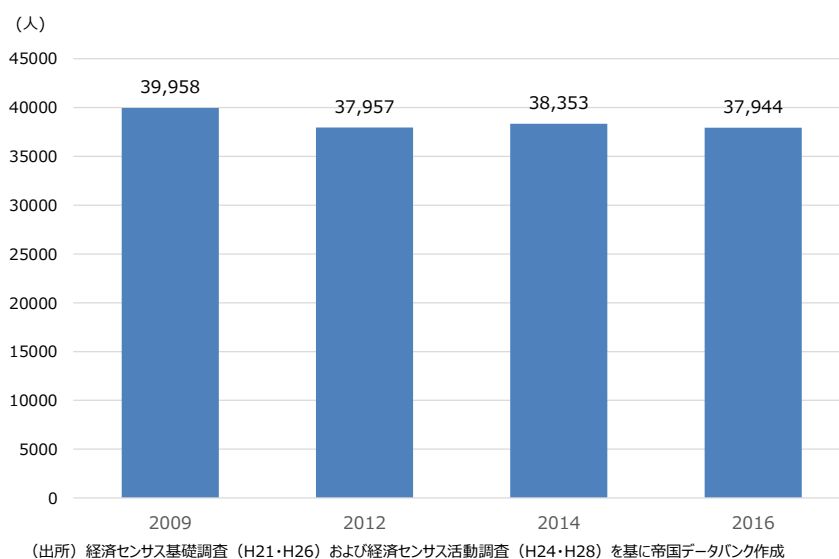
(出所) 経済センサス基礎調査 (H21・H26) および経済センサス活動調査 (H24・H28) を基に帝国データバンク作成

業種	2009	2012	2014	2016	構成比 (2016年)	増減率 (09→16年)
A 農業、林業	14	10	11	10	0.2%	▲ 28.6%
B 漁業	-	-	-	-	-	-
C 鉱業、採石業、砂利採取業	13	11	12	8	0.2%	▲ 38.5%
D 建設業	599	542	528	503	11.6%	▲ 16.0%
E 製造業	693	647	661	609	14.0%	▲ 12.1%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	4	4	5	5	0.1%	25.0%
G 情報通信業	24	27	24	26	0.6%	8.3%
H 運輸業、郵便業	97	93	91	94	2.2%	▲ 3.1%
I 卸売業、小売業	1,249	1,141	1,095	1,076	24.8%	▲ 13.9%
J 金融業、保険業	63	71	66	69	1.6%	9.5%
K 不動産業、物品賃貸業	272	232	218	208	4.8%	▲ 23.5%
L 学術研究、専門・技術サービス業	186	181	178	178	4.1%	▲ 4.3%
M 宿泊業、飲食サービス業	469	455	458	443	10.2%	▲ 5.5%
N 生活関連サービス業、娯楽業	425	413	419	414	9.5%	▲ 2.6%
O 教育、学習支援業	122	125	122	114	2.6%	▲ 6.6%
P 医療、福祉	223	230	288	317	7.3%	42.2%
Q 複合サービス事業	32	23	29	30	0.7%	▲ 6.3%
R サービス業(他に分類されないもの)	270	271	256	242	5.6%	▲ 10.4%
全産業(公務を除く)	4,755	4,476	4,461	4,346	100.0%	▲ 8.6%

市内の従業者数は、2016年において37,944人となっている。業種構成比で最も多いのは「製造業」であり、2016年においては市全体の30.1%を占める。次いで、「卸売業、小売業」が19.0%、「医療、福祉」が10.7%と続く。

経年の変化をみると、増減を繰り返しながらも2009年と比べれば減少(▲5.0%)となっている。業種別では18業種中6業種が増加しており、特に「情報通信業」(+135.2%)、「複合サービス業」(+64.8%)などは伸び幅が大きい。

図表 2 市内従業者数の推移 (2009~2016年)



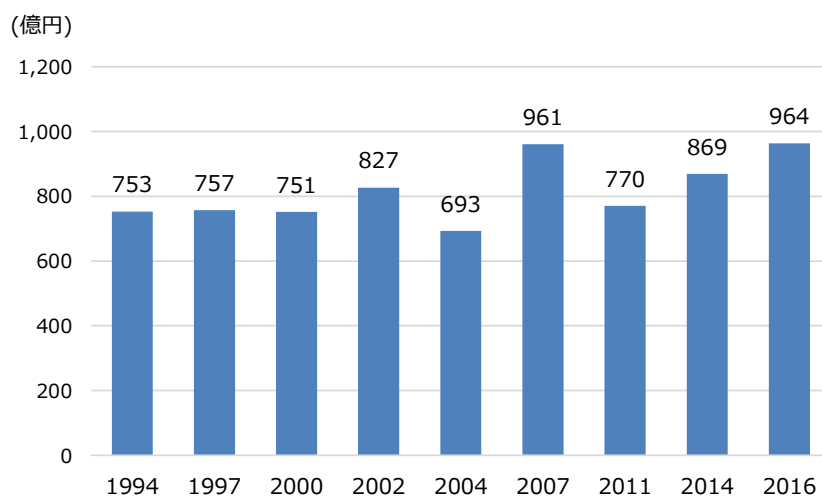
業種	2009	2012	2014	2016	構成比 (2016年)	増減率 (09→16年)
A 農業、林業	154	100	170	146	0.4%	▲ 5.2%
B 漁業	-	-	-	-	-	-
C 鉱業、採石業、砂利採取業	149	122	104	61	0.2%	▲ 59.1%
D 建設業	3,346	2,905	2,819	2,724	7.2%	▲ 18.6%
E 製造業	13,078	12,141	12,209	11,420	30.1%	▲ 12.7%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	184	158	204	196	0.5%	▲ 6.5%
G 情報通信業	125	227	264	294	0.8%	▲ 135.2%
H 運輸業、郵便業	1,889	1,805	1,758	1,955	5.2%	▲ 3.5%
I 卸売業、小売業	8,092	7,354	7,154	7,227	19.0%	▲ 10.7%
J 金融業、保険業	896	904	821	847	2.2%	▲ 5.5%
K 不動産業、物品賃貸業	664	503	498	471	1.2%	▲ 29.1%
L 学術研究、専門・技術サービス業	1,134	1,124	1,052	996	2.6%	▲ 12.2%
M 宿泊業、飲食サービス業	2,681	2,546	2,539	2,454	6.5%	▲ 8.5%
N 生活関連サービス業、娯楽業	2,134	1,905	1,773	1,863	4.9%	▲ 12.7%
O 教育、学習支援業	687	681	662	604	1.6%	▲ 12.1%
P 医療、福祉	2,618	3,209	3,917	4,072	10.7%	▲ 55.5%
Q 複合サービス事業	301	207	490	496	1.3%	▲ 64.8%
R サービス業(他に分類されないもの)	1,826	2,066	1,919	2,118	5.6%	▲ 16.0%
全産業(公務を除く)	39,958	37,957	38,353	37,944	100.0%	▲ 5.0%



## (2) 市内小売業の状況

市内小売業の年間商品販売額は、2016年において964億円となっている。東日本大震災が発生した2011年からは増加しているものの、震災前の2007年（961億円）と比べると同水準となっている。

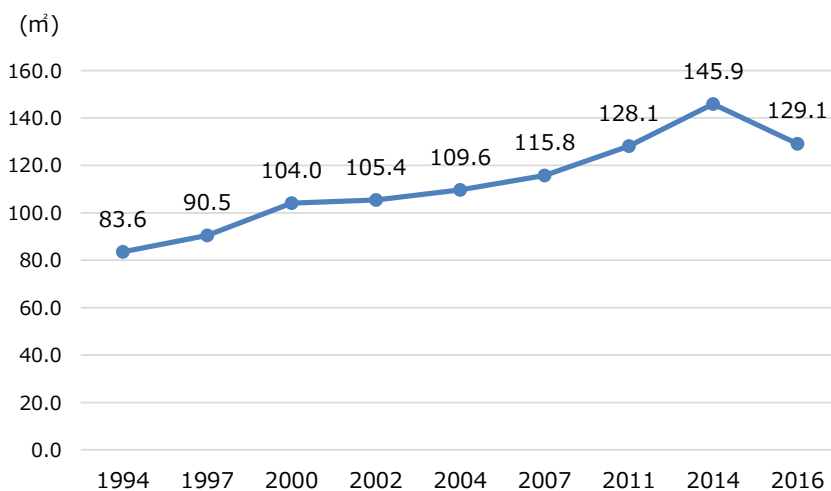
図表 3 年間商品販売額（小売業）の推移



(出所)商業統計および経済センサスを基に帝国データバンク作成

1事業所あたりの売場面積は、1994年から2014年まで増加が続いており、2014年には145.9㎡となっている。個々の事業所において売場面積が拡大しているというよりも、大規模小売店の出店や増床が全体に影響を与えている可能性が高いとみられる。

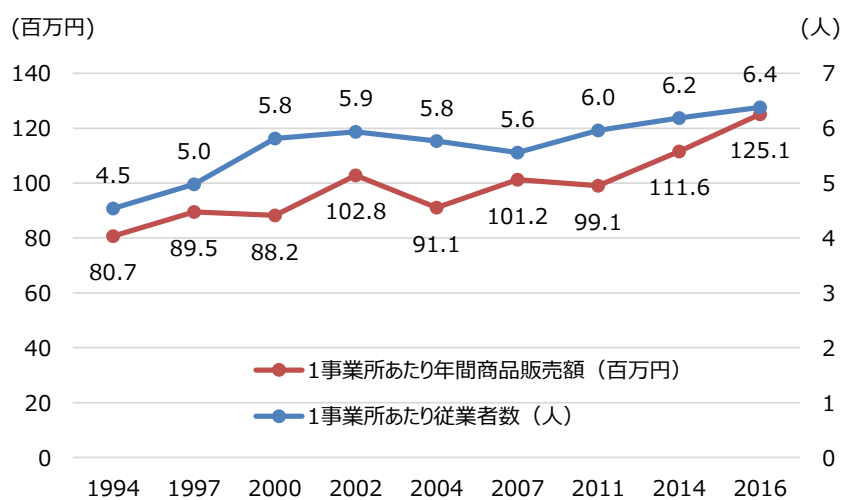
図表 4 1事業所あたり売場面積の推移



(出所)商業統計および経済センサスを基に帝国データバンク作成

1 事業所あたりの年間商品販売額、従業者数をみると、増減はありながらも 1994 年から 2016 年まで増加傾向が続いている。ただし、売場面積と同様、大規模小売店の状況が全体に影響している可能性があるため、これをもって小売業者の事業が堅調であるとはいえない。中・小規模な小売業者の実態を把握するには、民間の企業情報データベースや、アンケート調査等による補足が必要と思われる。

図表 5 1 事業所あたり年間商品販売額及び従業者数の推移



(出所)商業統計および経済センサスを基に帝国データバンク作成

### (3) 市内企業の転出入状況

株式会社帝国データバンクが保有する企業概要ファイル (COSMOS2) において、市内企業の本社所在地<sup>1</sup>の異動状況を確認したところ、2009年から2018年にかけて、島田市への転入は30社、転出は27社で、転入超過 (+3社) となっている。一方、それらの企業に勤務する正社員の人数を合計すると、転入企業は339人、転出企業は1,048人で、転出超過 (▲709人) となっている。

図表 6 島田市に転入・転出した企業 (2009～2018年)

年	企業数(社)			左記企業に勤務する正社員の数(人)		
	転入	転出	転入 - 転出	転入企業	転出企業	転入 - 転出
09→10年	2	2	0	20	52	▲ 32
10→11年	2	4	▲ 2	10	135	▲ 125
11→12年	5	1	4	20	4	16
12→13年	8	4	4	137	40	97
13→14年	3	4	▲ 1	16	253	▲ 237
14→15年	2	4	▲ 2	101	7	94
15→16年	2	3	▲ 1	9	22	▲ 13
16→17年	3	4	▲ 1	9	532	▲ 523
17→18年	3	1	2	17	3	14
合計	30	27	3	339	1,048	▲ 709

※企業概要ファイル(COSMOS2)を基に帝国データバンク作成

※過去に収録した企業の「本社所在地」を1年ごとに比較し、市内⇄市外の住所変更を特定したもの

転入元・転出先の市区町村をみると、転入・転出とも「藤枝市」が最も多く、転入が7件、転出が8件となっている。次いで転入元は「榛原郡」が5件、「静岡市葵区」が4件と続き、転出先は「牧之原市」が3件、「東京都品川区」、「静岡市葵区」、「静岡市駿河区」、「榛原郡」が各2件となっている。

図表 7 転入元・転出先の市区町村 (2009～2018年)

転入元	件	転出先	件
静岡県藤枝市	7	静岡県藤枝市	8
静岡県榛原郡	5	静岡県牧之原市	3
静岡県静岡市葵区	4	東京都品川区	2
静岡県静岡市駿河区	3	静岡県静岡市葵区	2
東京都港区	2	静岡県静岡市駿河区	2
静岡県焼津市	2	静岡県榛原郡	2
北海道帯広市	1	静岡県浜松市	1
埼玉県春日部市	1	東京都港区	1
静岡県浜松市南区	1	東京都新宿区	1
静岡県磐田市	1	東京都調布市	1
静岡県御前崎市	1	静岡県焼津市	1
静岡県牧之原市	1	静岡県掛川市	1
愛知県豊橋市	1	静岡県御前崎市	1
合計	30	静岡県菊川市	1
		合計	27

※企業概要ファイル(COSMOS2)を基に帝国データバンク作成

※1社が複数回本社所在地を変更している場合を含む

<sup>1</sup> 企業信用調査において、企業自身が本社として回答した住所。経営者が常駐している部門や事業本部、工場などが挙げられる場合があり、登記上の住所とは必ずしも一致しない。

#### (4) 市内外企業との取引状況

株式会社帝国データバンクが保有する「信用調査報告書ファイル (CCR)」において、2014年以降における市内企業の企業間取引<sup>2</sup>を確認したところ、都道府県別では販売・仕入とも「静岡県」との取引が最も多く、次いで「東京都」、「愛知県」、「大阪府」が続いている。

販売先数と仕入先数の差をみると、「東京都」は販売先数の方が多く、「愛知県」、「大阪府」は仕入先数の方が多い。

図表 8 市内企業の販売・仕入取引件数 (全都道府県)

取引先の本社所在地	販売取引 (件)	仕入取引 (件)	販売取引－ 仕入取引(件)
静岡県	1,678	1,677	1
東京都	566	408	158
愛知県	124	161	▲ 37
大阪府	107	137	▲ 30
神奈川県	63	55	8
埼玉県	40	37	3
滋賀県	28	9	19
千葉県	24	14	10
福島県	19	3	16
福岡県	17	19	▲ 2
茨城県	15	7	8
岐阜県	15	20	▲ 5
京都府	15	21	▲ 6
広島県	15	13	2
新潟県	13	7	6
山梨県	13	5	8
兵庫県	13	16	▲ 3
北海道	11	11	0
長野県	11	14	▲ 3
栃木県	10	7	3
宮崎県	8	3	5
鹿児島県	8	13	▲ 5
福井県	7	11	▲ 4
三重県	6	11	▲ 5
山形県	5	4	1
群馬県	5	4	1
富山県	5	9	▲ 4
奈良県	5	5	0
岩手県	4	1	3
宮城県	4	4	0
石川県	4	7	▲ 3
和歌山県	4	4	0
岡山県	4	7	▲ 3
熊本県	4		4
島根県	3		3
山口県	3	1	2
愛媛県	3	4	▲ 1
長崎県	3		3
大分県	3	2	1
青森県	2	1	1
香川県	2		2
高知県	2	2	0
鳥取県	1		1
徳島県	1	3	▲ 2
秋田県		2	▲ 2
佐賀県		2	▲ 2
沖縄県		1	▲ 1

※企業信用調査報告書 (CCR) をもとに帝国データバンク作成

※2014年1月～2020年1月までの信用調査において判明した取引先情報を使用

※1社で複数と取引する企業があるため、取引件数の合計は企業数を上回る

<sup>2</sup> 一般消費者及び海外取引先との取引は網羅性が低いため、ここでは国内企業との取引に限定して分析を行う。

県内企業との取引状況を市町村別にみると、県内では販売・仕入とも「島田市」との取引が最も多くなっている。市外では「静岡市」が最も多く、次いで「藤枝市」、「浜松市」、「焼津市」が続いている。

販売先数と仕入先数の差をみると、「静岡市」、「焼津市」などは仕入先数の方が多く、「藤枝市」、「浜松市」、「榛原郡」、「掛川市」などは販売先数の方が多くなっている。

図表 9 市内企業の販売・仕入取引件数（静岡県内）

取引先の本社所在地	販売取引 (件)	仕入取引 (件)	販売取引－ 仕入取引(件)
島田市	566	566	0
静岡市	297	434	▲ 137
藤枝市	172	159	13
浜松市	121	111	10
焼津市	104	118	▲ 14
榛原郡	90	56	34
掛川市	67	33	34
牧之原市	63	45	18
富士市	36	37	▲ 1
袋井市	33	14	19
菊川市	32	23	9
磐田市	24	14	10
沼津市	20	23	▲ 3
御前崎市	16	21	▲ 5
富士宮市	7	3	4
三島市	5	4	1
駿東郡	5	11	▲ 6
周智郡	5		5
御殿場市	3	1	2
湖西市	3	1	2
田方郡	3	1	2
伊東市	2		2
賀茂郡	2	2	0
熱海市	1		1
裾野市	1	1	0
伊豆市		1	▲ 1

※企業信用調査報告書(CCR)をもとに帝国データバンク作成

※2014年1月～2020年1月までの信用調査において判明した取引先情報を使用

※1社で複数と取引する企業があるため、取引件数の合計は企業数を上回る

販売先を業種別・市内外別にみると、「鉱業」は販売先の市内割合が75.0%で、他業種に比べ高くなっている。また「公務」や「建設業」も市内の割合が3割前後で、市内企業への販売が比較的多いとみられる。一方で、「卸・小売業、飲食店」は、同割合が7.7%と低く、市外企業への販売が多いとみられる。

仕入先をみると、「鉱業」は仕入先の市内割合が81.0%と高くなっており、販売・仕入とも市内企業との取引が多いとみられる。一方、「製造業」、「卸・小売業、飲食店」は市内企業の割合が16.4%にとどまっており、市外からの仕入が比較的多いとみられる。

図表 10 販売先・仕入先の業種

取引先の業種	販売			仕入		
	市内との取引(件)	市外との取引(件)	市内割合	市内との取引(件)	市外との取引(件)	市内割合
農業	1	4	20.0%	1	1	50.0%
林業, 狩猟業			-	1	1	50.0%
鉱業	12	4	75.0%	17	4	81.0%
建設業	202	522	27.9%	164	328	33.3%
製造業	178	782	18.5%	115	587	16.4%
卸・小売業, 飲食店	50	600	7.7%	185	943	16.4%
金融・保険業		20	-		15	-
不動産業	4	24	14.3%	4	10	28.6%
運輸・通信業	45	146	23.6%	37	124	23.0%
電気ガス水道業		8	-		6	-
サービス業	29	132	18.0%	41	155	20.9%
公務	45	85	34.6%	1	2	33.3%
総計	566	2,327	19.6%	566	2,176	20.6%

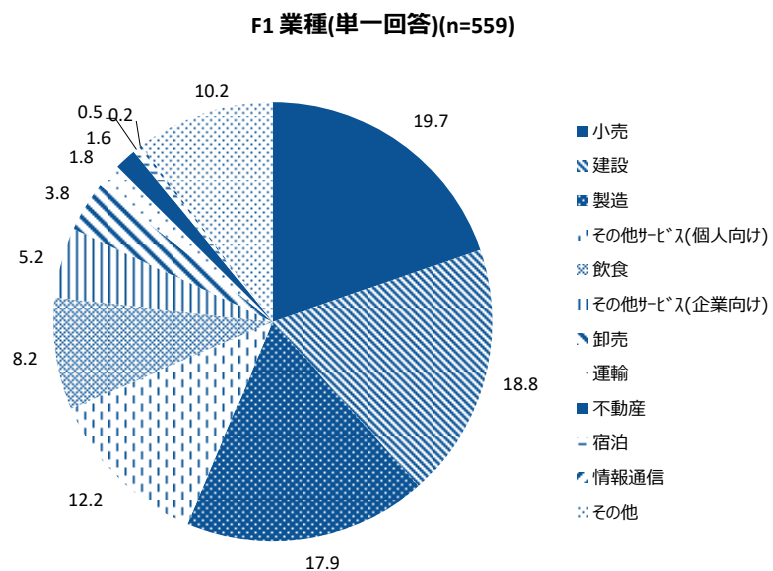
※企業信用調査報告書(CCR)をもとに帝国データバンク作成

※2014年1月～2020年1月までの信用調査において判明した取引先情報を使用

※業種は帝国データバンクの分類に準じる

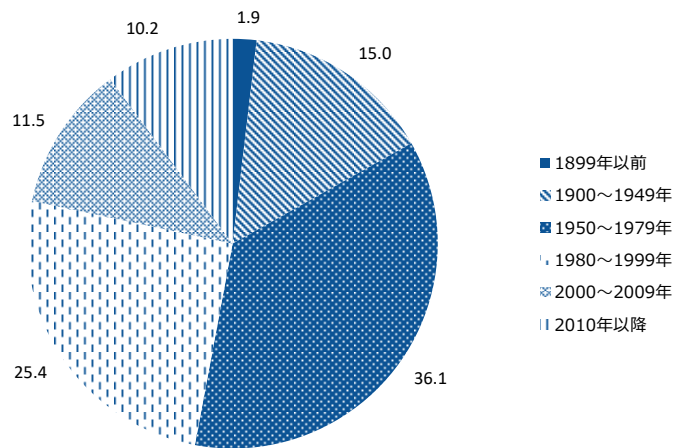
### 3. 郵送アンケート調査結果

#### (1) 事業所の概要について

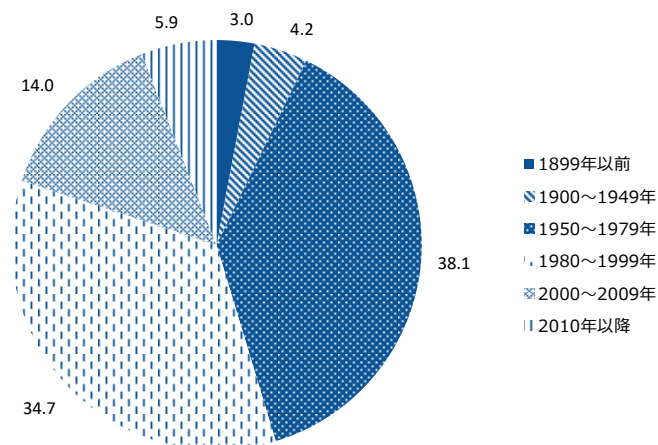


回答先の業種は、「小売」が 19.7%で最も多く、次いで「建設」が 18.8%、「製造」が 17.9%、「その他サービス（個人向け）」が 12.2%、「その他」が 10.2%で続いている。

F2-1 創業年(n=374)



F2-2 設立年(n=236)

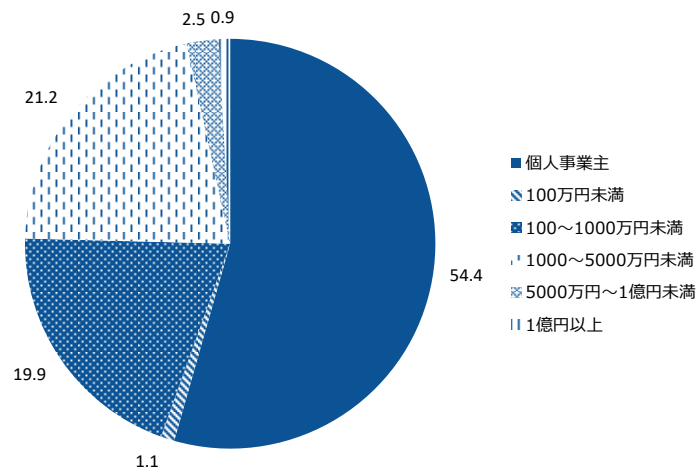


創業年は「1950～1979年」が36.1%で最も多く、「1980～1999年」が25.4%、「1900～1949年」が15.0%で続いている。1990年代以前に創業した事業者が全体の4分の3以上、1970年代以前に創業した事業者が全体の半数以上を占める。2000年以降に創業した事業者は2割程度となっている。

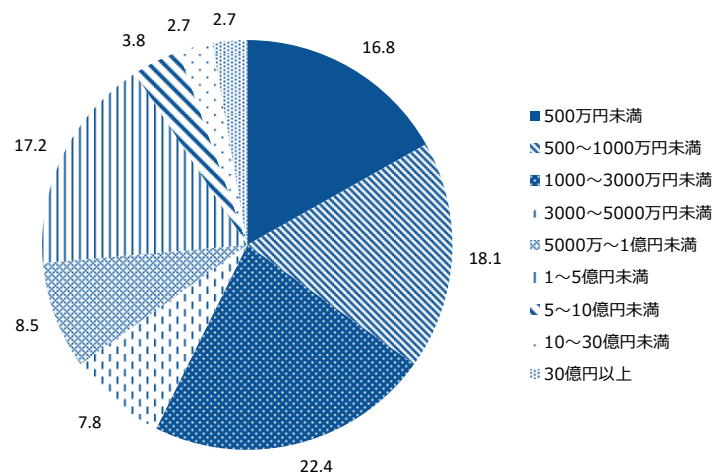
設立年についても、2000年以降の設立は全体の2割弱で、創業年でみた場合と近い結果となっている。



F3 資本金・出資金(n=557)



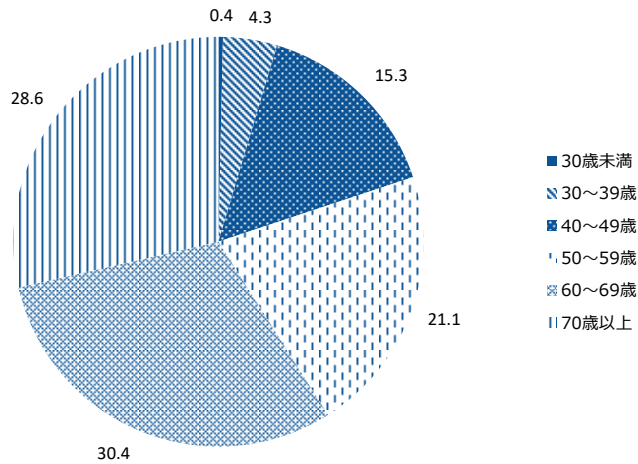
F4 年間売上高(n=553)



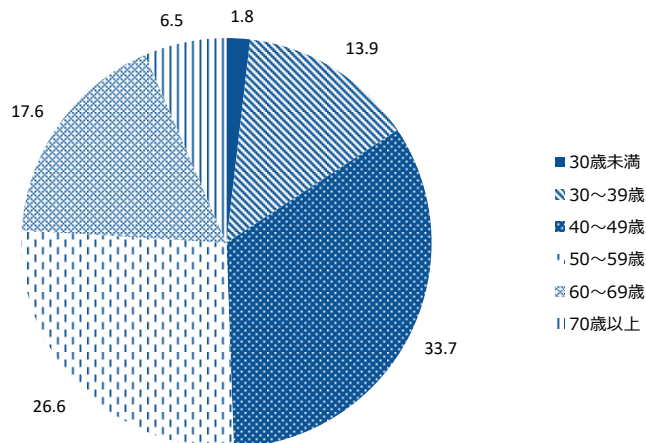
資本金・出資金については、調査対象の約7割が個人事業主であったことから「個人事業主」が最も多い。法人では「1000～5000万円未満」が21.2%で最も多く、次いで「100～1000万円未満」が19.9%となっている。「1億円以上」は全体の1%未満となっている。

年間売上高は、「1000～3000万円未満」が22.4%で最も多く、「500～1000万円未満」が18.1%、「1～5億円未満」が17.2%、「500万円未満」が16.8%と続いている。全体の7割強が年間売上高1億円未満となっている。

F5 代表者の年齢(n=563)



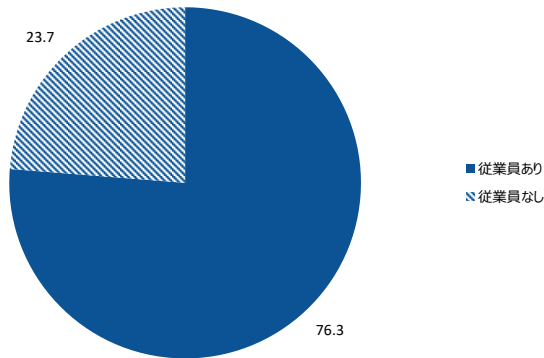
F6 従業員の平均年齢(n=433)



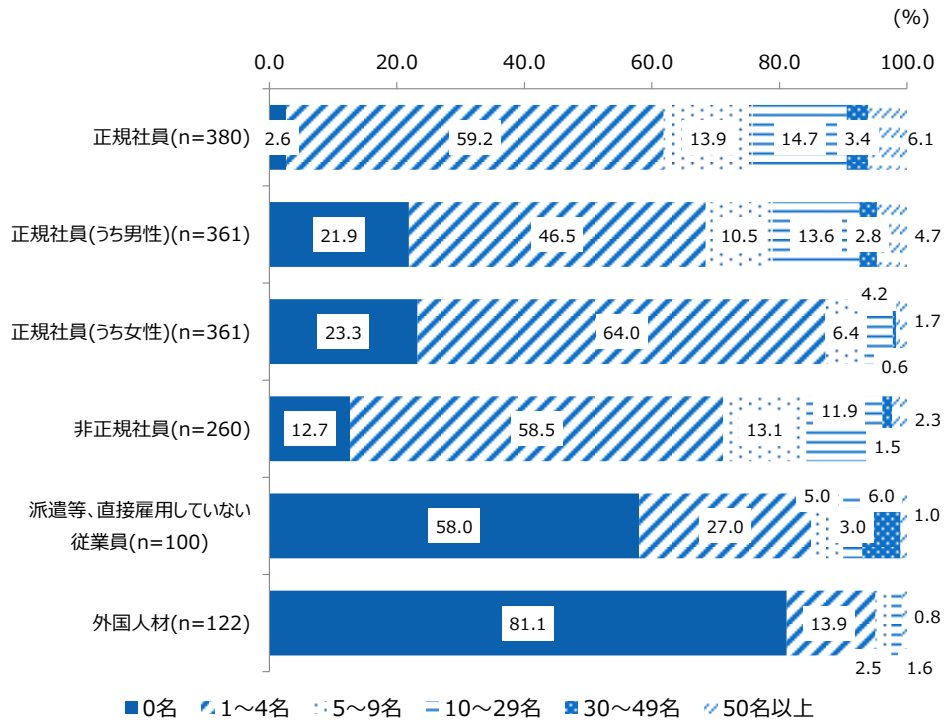
代表者の年齢は、「60～69 歳」が 30.4%で最も多く、「70 歳以上」が 28.6%、「50～59 歳」が 21.1%で続いている。60 歳以上が約 6 割に上る一方、30 代以下は 4.7%にとどまり、若い経営者の参入が少ないとみられる。

従業員の平均年齢は、「40～49 歳」が 33.7%で最も多く、「50～59 歳」が 26.6%となっている。代表者と比べれば平均年齢は若いものの、全体の 4 分の 1 で従業員の平均年齢が 60 歳以上となっており、従業員の高齢化も進んでいるとみられる。

F7-1 従業員の有無(n=556)



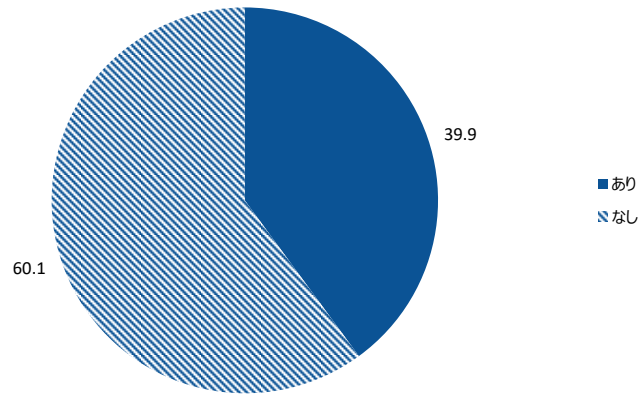
F7-2 従業員数



従業員の有無については、「従業員あり」が 76.3%、「従業員なし」が 23.7%となっている。

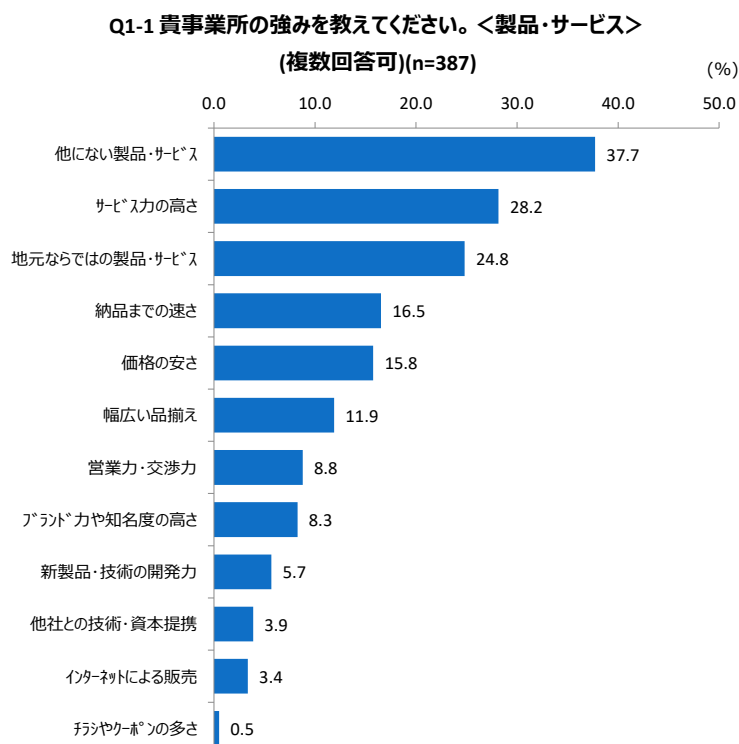
雇用形態や性別ごとの雇用人数をみると、「正規社員」は「1~4名」が最も多い。「正規社員(うち男性)」を 5名以上雇用している事業者は全体の 31.6%、「正規社員(うち女性)」を 5名以上雇用している事業者は 12.9%となっている。また、「派遣等、直接雇用していない従業員」を雇用している事業者は 4割強、外国人材を雇用している事業者は 2割弱となっている。

F8 自社ホームページの有無(n=388)



「自社ホームページ」は、「あり」が39.9%、「なし」が60.1%となっている。

## (2) 事業の強みや課題について



事業所の強み（製品・サービス）については、「他にない製品・サービス」が37.7%で最も多く、「サービス力の高さ」が28.2%、「地元ならではの製品・サービス」が24.8%で続いている。「価格の安さ」は15.8%にとどまっており、各事業者が価格のみの競争に陥らないよう、独自の製品やサービスを揃え、サービス力を向上させること等によって魅力を高めようとしている様子が見えてくる。

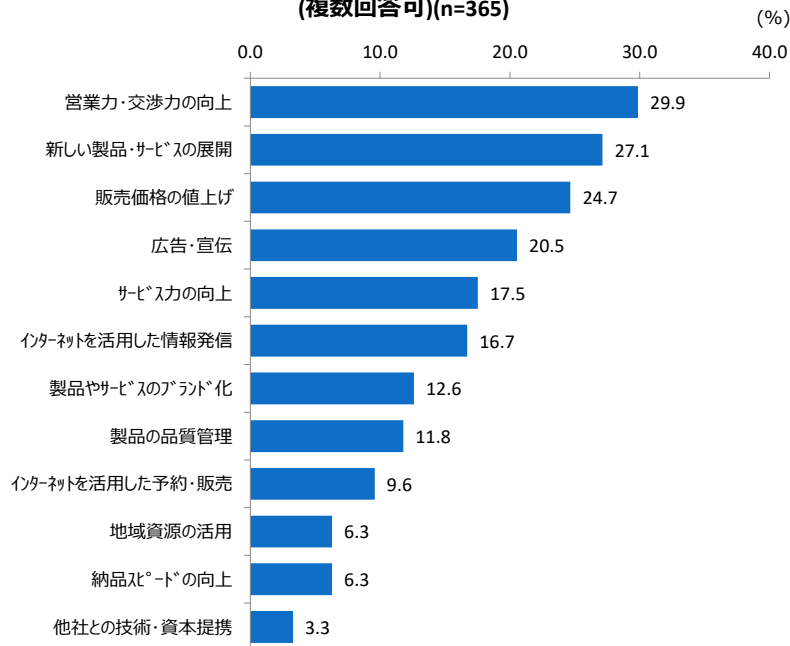
	n=	Q1-1 事業所の強み (製品・サービス)											
		他にない製品・サービス	幅広い品揃え	地元ならではの製品・サービス	新製品・技術の開発力	営業力・交渉力	サービス力の高さ	ブランド力や知名度の高さ	行先やクーポンの多さ	インターネットによる販売	価格の安さ	納品までの速さ	他社との技術・資本提携
全体	387	37.7	11.9	24.8	5.7	8.8	28.2	8.3	0.5	3.4	15.8	16.5	3.9
建設	62	21.0	4.8	35.5	0.0	8.1	35.5	3.2	0.0	0.0	11.3	11.3	11.3
製造	80	40.0	17.5	18.8	12.5	11.3	5.0	7.5	0.0	1.3	16.3	35.0	2.5
卸売	16	43.8	31.3	12.5	6.3	12.5	25.0	12.5	0.0	0.0	25.0	37.5	0.0
小売	78	37.2	21.8	34.6	5.1	5.1	26.9	11.5	1.3	9.0	16.7	11.5	0.0
不動産	3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
飲食	30	46.7	6.7	16.7	0.0	3.3	16.7	3.3	0.0	0.0	36.7	3.3	0.0
運輸	6	66.7	0.0	33.3	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	16.7
その他サービス(個人向け)	46	54.3	4.3	10.9	8.7	10.9	54.3	10.9	2.2	4.3	6.5	0.0	4.3
その他サービス(企業向け)	18	33.3	0.0	0.0	5.6	11.1	50.0	0.0	0.0	5.6	16.7	27.8	11.1
その他	35	37.1	5.7	31.4	2.9	11.4	34.3	11.4	0.0	5.7	14.3	20.0	2.9

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

事業所の強み（製品・サービス）を業種別にみると、強みと感じる内容にばらつきがある。BtoBの取引が多いと思われる製造、卸売、その他サービス（企業向け）は「納品までの速さ」、その他サービス（個人向け・企業向け）は「サービス力の高さ」が高くなっている。一方、飲食は「価格の安さ」が他業種に比べ高くなっている。

Q2-1 貴事業所の課題を教えてください。〈製品・サービス〉

(複数回答可)(n=365)



事業所の課題（製品・サービス）については、「営業力・交渉力の向上」が29.9%で最も高く、「新しい製品・サービスの展開」が27.1%、「販売価格の値上げ」が24.7%と続いている。現在の強みである独自の製品・サービスの力を一層向上させるとともに、それらを販売価格に適切に反映できるよう交渉していきたいと考えている事業者が多いとみられる。

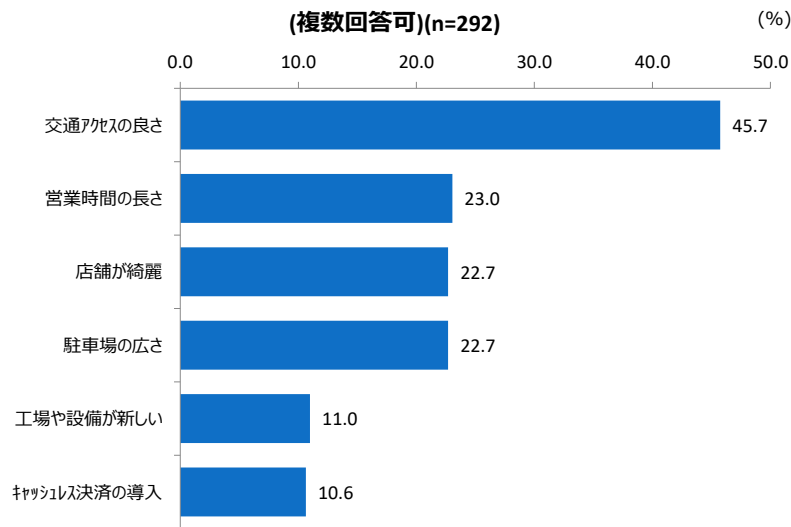
一方、「地域資源の活用」や「他社との技術・資本提携」は低位にとどまっており、社外との連携に関する課題感はあまり高くないと言える。

	n=	Q2-1 事業所の課題（製品・サービス）											
		新しい製品・サービスの展開	製品やサービスのプラットフォーム化	地域資源の活用	製品の品質管理	営業力・交渉力の向上	サービスの向上	広告・宣伝	インターネットを活用した予約・販売	インターネットを活用した情報発信	販売価格の値上げ	納品スピードの向上	他社との技術・資本提携
全体	365	27.1	12.6	6.3	11.8	29.9	17.5	20.5	9.6	16.7	24.7	6.3	3.3
建設	55	25.5	10.9	7.3	10.9	50.9	9.1	16.4	1.8	18.2	12.7	7.3	5.5
製造	67	29.9	16.4	6.0	26.9	26.9	1.5	4.5	4.5	9.0	40.3	9.0	3.0
卸売	15	33.3	6.7	6.7	6.7	60.0	13.3	13.3	13.3	26.7	13.3	13.3	0.0
小売	77	29.9	16.9	7.8	10.4	22.1	16.9	26.0	14.3	20.8	24.7	3.9	0.0
不動産	3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
飲食	27	25.9	3.7	7.4	14.8	7.4	44.4	29.6	7.4	14.8	51.9	11.1	0.0
運輸	6	33.3	16.7	0.0	16.7	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
その他サービス(個人向け)	48	25.0	18.8	2.1	4.2	20.8	37.5	31.3	20.8	22.9	16.7	2.1	6.3
その他サービス(企業向け)	20	25.0	10.0	0.0	5.0	30.0	30.0	20.0	0.0	15.0	15.0	5.0	10.0
その他	36	25.0	5.6	8.3	5.6	33.3	8.3	25.0	5.6	16.7	16.7	5.6	5.6

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

事業所の課題（製品・サービス）を業種別にみると、「営業力・交渉力の向上」については、建設、卸売、運輸などが高くなっている。「新しい製品・サービスの展開」は、不動産、宿泊を除けばいずれも2~3割前後で大きな差はみられず、業種問わず広く事業者の課題感があるとみられる。

Q1-2 貴事業所の強みを教えてください。〈店舗や設備〉



事業所の強み（店舗や設備）については、「交通アクセスの良さ」が 45.7%で最も多く、半数の事業者が強みと認識している。「営業時間の長さ」、「店舗が綺麗」、「駐車場の広さ」はともに 2 割強となっている。「キャッシュレス決済の導入」は 10.6%となっており、2019 年 10 月の消費増税に伴うキャッシュレス・消費者還元事業<sup>3</sup>に参加するため、キャッシュレス決済を導入した事業者も多いとみられる。

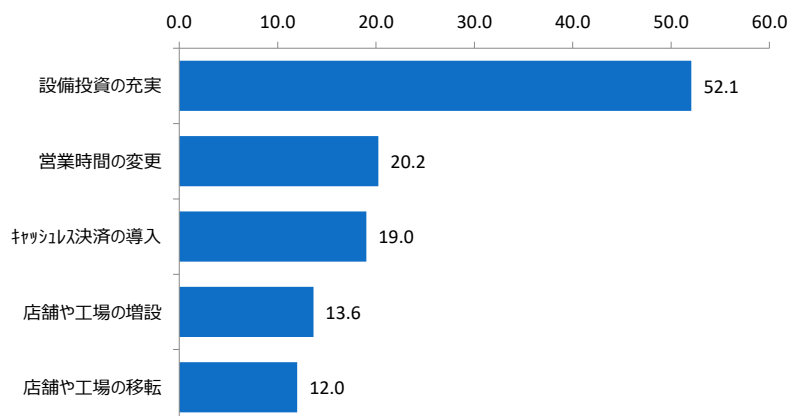
	n=	Q1-2 事業所の強み:店舗や設備					
		交通アクセスの良さ	店舗が綺麗	工場や設備が新しい	営業時間の長さ	駐車場の広さ	キャッシュレス決済の導入
全体	282	45.7	22.7	11.0	23.0	22.7	10.6
建設	29	51.7	6.9	10.3	31.0	10.3	0.0
製造	44	38.6	4.5	34.1	18.2	15.9	2.3
卸売	13	69.2	15.4	7.7	15.4	15.4	7.7
小売	67	43.3	22.4	4.5	29.9	22.4	22.4
不動産	4	75.0	25.0	0.0	0.0	50.0	0.0
宿泊	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
飲食	31	38.7	41.9	3.2	9.7	29.0	6.5
運輸	5	60.0	0.0	20.0	0.0	40.0	20.0
その他サービス(個人向け)	45	37.8	53.3	6.7	22.2	35.6	22.2
その他サービス(企業向け)	11	72.7	27.3	18.2	18.2	9.1	0.0
その他	26	46.2	3.8	7.7	34.6	15.4	0.0

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

事業所の強み（店舗や設備）を業種別にみると、「交通アクセスの良さ」は各業種とも 3 割以上となっている。一方、「キャッシュレス決済の導入」は、小売、運輸、その他サービス（個人向け）が高くなっており、業種によってばらつきがみられる。

<sup>3</sup> 経済産業省によれば、島田市内のポイント還元事業加盟店は 2019 年 10 月 10 時点で 334 店舗。  
(<https://cashless.go.jp/>)

Q2-2 貴事業所の課題を教えてください。＜店舗や設備＞ (％)  
(複数回答可)(n=242)



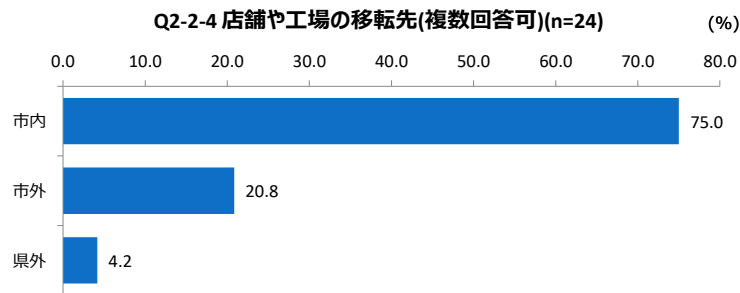
事業所の課題（店舗や設備）については、「設備投資の充実」が 52.1%と最も高く、「営業時間の変更」が 20.2%、「キャッシュレス決済の導入」が 19.0%と続いている。既にキャッシュレス決済を導入した（強みとして挙げている）事業者が 1 割、これから導入したいと考える事業者が 2 割となっており、逆にみれば残り 7 割の事業者はキャッシュレス決済への関心が低いとも考えられる。

	n=	Q2-2 事業所の課題：店舗や設備				
		店舗や工場の増設	設備投資の充実	キャッシュレス決済の導入	店舗や工場の移転	営業時間の変更
全体	242	13.6	52.1	19.0	12.0	20.2
建設	26	15.4	65.4	3.8	7.7	11.5
製造	51	21.6	66.7	2.0	15.7	13.7
卸売	9	22.2	33.3	11.1	11.1	33.3
小売	50	8.0	42.0	30.0	10.0	26.0
不動産	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
宿泊	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
飲食	17	0.0	29.4	52.9	0.0	29.4
運輸	4	0.0	25.0	0.0	50.0	25.0
その他サービス(個人向け)	38	7.9	39.5	34.2	15.8	31.6
その他サービス(企業向け)	11	9.1	81.8	0.0	18.2	9.1
その他	25	28.0	60.0	16.0	4.0	12.0

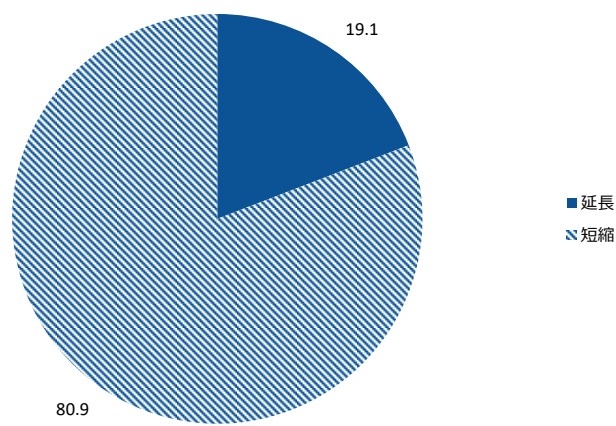
※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

事業所の課題（店舗や設備）を業種別にみると、建設、製造は「設備投資の充実」がそれぞれ 6 割を超えている。





Q2-2-5 営業時間の変更内容(単一回答)(n=47)

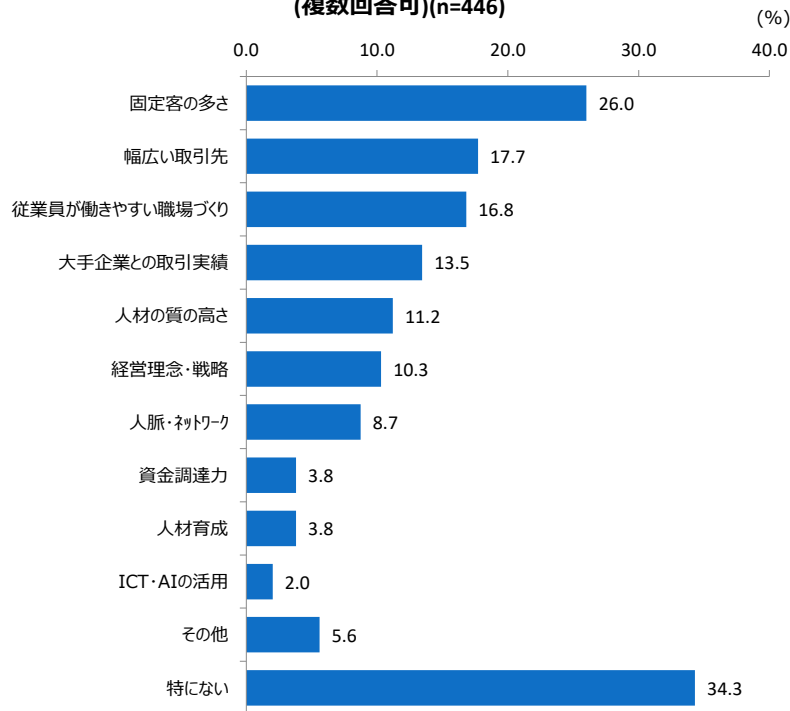


課題として「店舗や工場の移転」を挙げた先に対して移転先を訊ねたところ、「市内」が75.0%で最も多く、大半は市内移転を検討しているとみられる。「県外」との回答は1件(4.2%)であった。

また同様に「営業時間の変更」を挙げた先に対してその内容を尋ねたところ、「短縮」が80.9%となった。営業時間を短縮する背景としては、職場環境の改善によって人材の定着を図ろうとしている、人手不足や従業員の高齢化によって稼働時間を短縮せざるをえない、といった事情が考えられる。

Q1-3 貴事業所の強みを教えてください。〈その他〉

(複数回答可)(n=446)



事業所の強み(その他)については、「固定客の多さ」が 26.0%、「幅広い取引先」が 17.7%、「従業員が働きやすい職場づくり」が 16.8%となった。

	n=	Q1-3 事業所の強み:その他											
		経営理念・戦略	大手企業との取引実績	幅広い取引先	固定客の多さ	資金調達力	人材の質の高さ	人材育成	従業員が働きやすい職場づくり	ICT・AIの活用	人脈・ネットワーク	特にない	その他
全体	446	10.3	13.5	17.7	26.0	3.8	11.2	3.8	16.8	2.0	8.7	34.3	5.6
建設	84	10.7	15.5	14.3	19.0	3.6	19.0	3.6	11.9	1.2	11.9	29.8	4.8
製造	78	10.3	29.5	28.2	19.2	7.7	7.7	1.3	17.9	1.3	2.6	32.1	5.1
卸売	19	10.5	31.6	31.6	31.6	5.3	15.8	0.0	21.1	0.0	5.3	15.8	5.3
小売	82	9.8	6.1	14.6	30.5	2.4	8.5	3.7	12.2	1.2	7.3	48.8	2.4
不動産	6	0.0	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0
宿泊	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
飲食	29	0.0	0.0	6.9	31.0	0.0	0.0	0.0	6.9	0.0	3.4	51.7	10.3
運輸	10	0.0	40.0	50.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30.0	0.0	10.0	20.0	0.0
その他サービス(個人向け)	54	16.7	0.0	3.7	42.6	1.9	13.0	9.3	18.5	3.7	5.6	35.2	1.9
その他サービス(企業向け)	25	12.0	16.0	20.0	24.0	8.0	12.0	8.0	32.0	8.0	32.0	16.0	20.0
その他	48	14.6	10.4	22.9	18.8	0.0	14.6	6.3	25.0	4.2	14.6	22.9	8.3

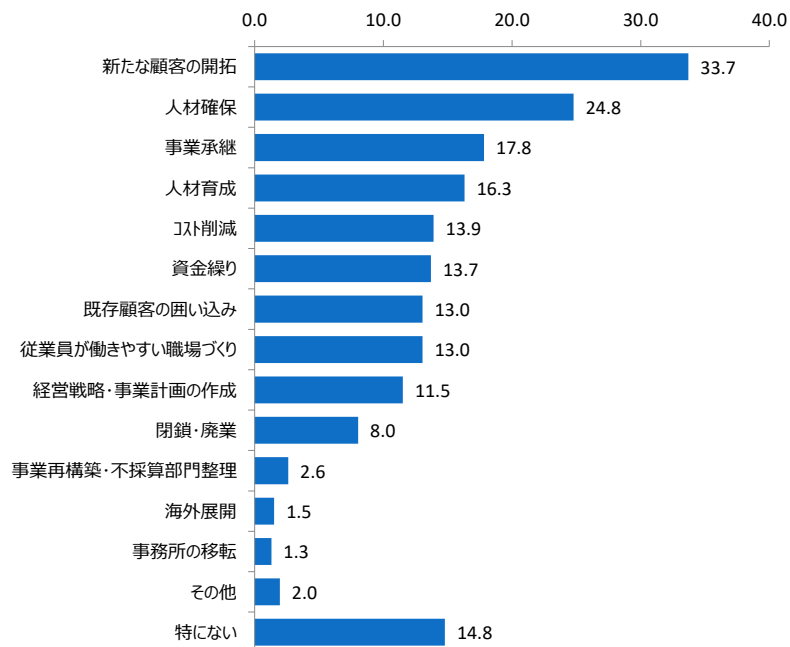
※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

事業所の強み(その他)を業種別にみると、その他サービス(個人向け)は「固定客の多さ」が 42.6%と特に高くなっている。また製造、卸売、運輸では、「幅広い取引先」が全体と比べ 10ポイント以上高くなっている。

Q2-3 貴事業所の課題を教えてください。〈その他〉

(複数回答可)(n=460)

(%)



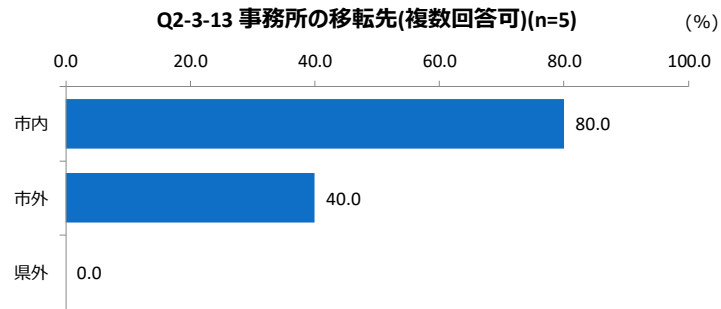
事業所の課題（その他）については、「新たな顧客の開拓」が33.7%で最も多くなっており、固定客の多さが強みである一方、新規開拓の必要性も感じている様子が見えてくる。

また、「人材確保」も24.8%と2番目に多く、「事業承継」、「人材育成」が続くなど、人材に関する課題感が目立った。

	n	Q2-3 事業所の課題:その他														
		経営戦略・事業計画の作成	既存顧客の囲い込み	新たな顧客の開拓	事業再構築・不採算部門整理	コスト削減	資金繰り	人材確保	人材育成	従業員が働きやすい職場づくり	事業承継	海外展開	閉鎖・廃業	事務所の移転	特いない	その他
全体	460	11.5	13.0	33.7	2.6	13.9	13.7	24.8	16.3	13.0	17.8	1.5	8.0	1.3	14.8	2.0
建設	83	15.7	3.6	19.3	0.0	10.8	14.3	37.0	24.1	16.9	25.3	1.2	6.0	0.0	13.3	0.0
製造	82	13.4	4.9	30.5	7.3	17.1	13.3	28.0	20.7	13.4	18.3	4.9	9.5	0.0	13.4	2.4
卸売	17	0.0	35.3	47.1	5.9	17.6	5.9	29.4	17.6	11.8	23.5	0.0	0.0	0.0	17.6	0.0
小売	93	8.6	19.4	30.1	4.3	11.8	22.6	14.0	9.7	6.5	12.9	1.1	16.1	2.2	18.3	0.0
不動産	5	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	60.0	0.0
宿泊	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
飲食	32	9.4	12.5	50.0	0.0	28.1	12.5	21.9	9.4	18.8	6.3	0.0	6.3	0.0	15.6	0.0
運輸	10	10.0	10.0	40.0	10.0	20.0	20.0	80.0	50.0	20.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0
その他サービス(個人向け)	55	14.5	25.5	52.7	0.0	3.6	5.5	10.9	10.9	16.4	0.0	0.0	3.6	16.4	7.3	0.0
その他サービス(企業向け)	25	4.0	12.0	44.0	0.0	12.0	4.0	20.0	12.0	12.0	20.0	4.0	8.0	0.0	12.0	4.0
その他	45	15.6	11.1	26.7	0.0	17.8	13.3	24.4	15.6	17.8	26.7	0.0	4.4	0.0	13.3	4.4

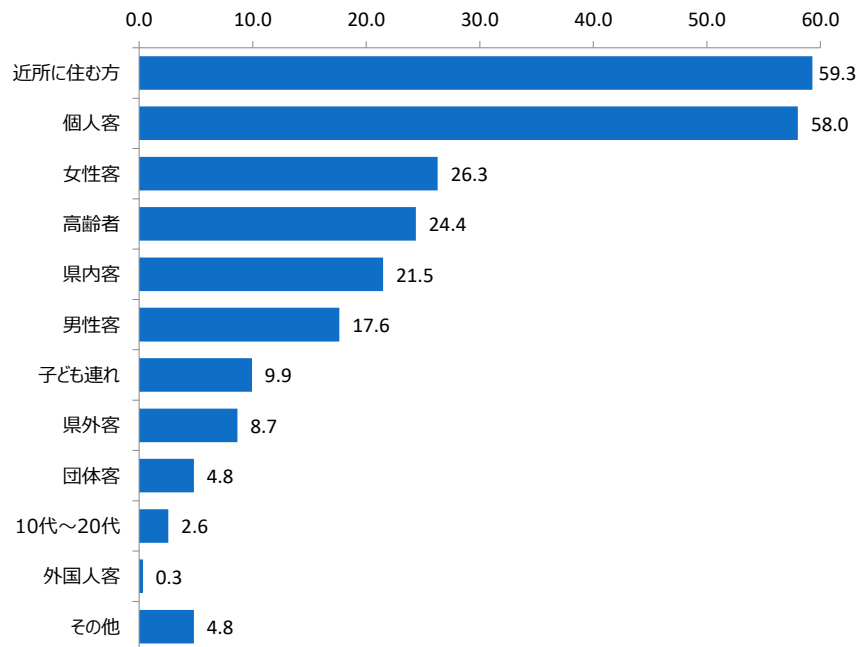
※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

事業所の課題（その他）を業種別にみると、飲食、その他サービス（個人向け）は「新たな顧客の開拓」が5割を超え、他業種と比べて高くなっている。人手不足に関しては、「人材確保」は建設、運輸、「人材育成」は運輸が特に高くなっており、特に不足感の強さがうかがえる。



事業所の課題として「事業所の移転」を挙げた先に対し移転先を訊ねたところ、「市内」が 80.0%となった。県外への移転を考えているとの回答は無かった。

Q3 一般消費者向けの製造・販売・サービス等を主として行っている方に伺います。主な顧客層を教えてください。(%)  
(複数回答可)(n=312)



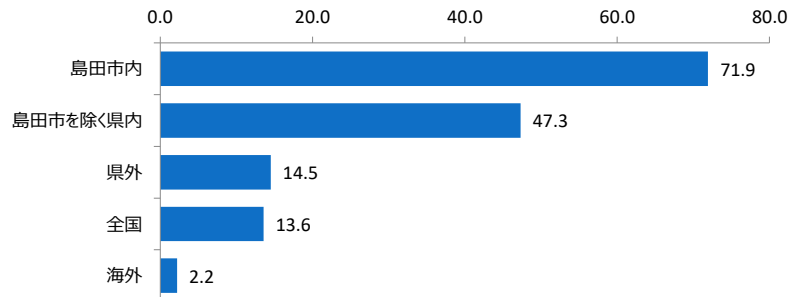
一般消費者向けの製造・販売・サービスを主として行っている事業者に対し、主な顧客層を訊ねたところ、「近所に住む方」が59.3%で最も多く、次いで「個人客」が58.0%と続いている。「県内客」は21.5%、「県外客」は8.7%にとどまっている。強み(Q1-3)として「固定客の多さ」を上げた事業者が多かったことから、近隣住民との関係性が強いことがうかがえる。

	n=	Q3 一般消費者向けの製造・販売・サービス等:主な顧客層											
		近所に住む方	県内客	県外客	個人客	団体客	外国人客	10代~20代	子ども連れ	高齢者	男性客	女性客	その他
全体	312	59.3	21.5	8.7	58.0	4.8	0.3	2.6	9.9	24.4	17.6	26.3	4.8
建設	32	68.8	9.4	0.0	71.9	0.0	0.0	0.0	3.1	12.5	0.0	0.0	3.1
製造	25	48.0	32.0	28.0	56.0	4.0	0.0	0.0	0.0	4.0	4.0	12.0	12.0
卸売	7	28.6	71.4	14.3	28.6	28.6	0.0	14.3	14.3	14.3	14.3	0.0	14.3
小売	98	65.3	19.4	8.2	54.1	2.0	0.0	0.0	6.1	43.9	15.3	32.7	4.1
不動産	5	20.0	20.0	0.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊	2	50.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
飲食	39	43.6	17.9	7.7	59.0	7.7	0.0	0.0	20.5	17.9	35.9	28.2	5.1
運輸	2	50.0	50.0	50.0	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0
その他サービス(個人向け)	60	71.7	16.7	5.0	68.3	5.0	0.0	10.0	20.0	28.3	33.3	48.3	0.0
その他サービス(企業向け)	6	33.3	50.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7
その他	27	55.6	25.9	7.4	48.1	3.7	0.0	0.0	0.0	3.7	3.7	14.8	7.4

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

業種別にみると、「近所に住む方」、「個人客」はいずれも多く業種で高くなっており、特にその他サービス(個人向け)は「近所に住む方」が7割超となっている。

**Q4-1 企業向けの製造・販売・サービス等を主として行っている方に  
伺います。主な販売先の所在地を教えてください。** (%)  
(複数回答可)(n=317)



企業向けの製造・販売・サービスを主として行っている事業者に対し、主な顧客層を訊ねたところ、「島田市内」が71.9%で最も多く、「島田市を除く県内」が47.3%で続いている。「県外」は14.5%、「全国」は13.6%にとどまっており、市内や近隣市町村との取引が多いとみられる。また、「海外」は2.2%となっている。

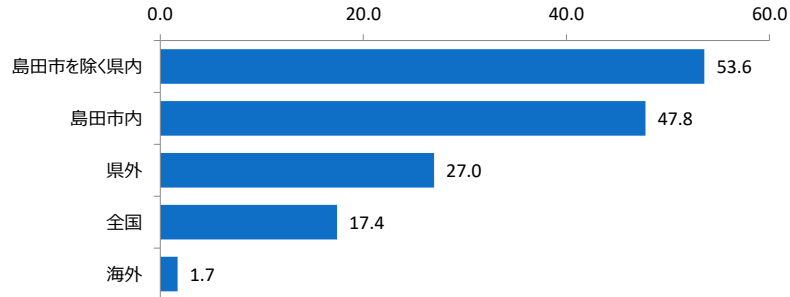
	n=	Q4-1 企業向けの製造・販売・サービス等:主な得意先・販売先				
		島田市内	島田市を除く県内	県外	全国	海外
全体	317	71.9	47.3	14.5	13.6	2.2
建設	54	79.6	55.6	13.0	7.4	0.0
製造	83	48.2	47.0	28.9	31.3	7.2
卸売	19	78.9	47.4	21.1	10.5	0.0
小売	49	81.6	38.8	6.1	8.2	0.0
不動産	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
飲食	20	100.0	20.0	5.0	0.0	0.0
運輸	9	55.6	44.4	22.2	33.3	11.1
その他サービス(個人向け)	20	90.0	40.0	0.0	0.0	0.0
その他サービス(企業向け)	26	73.1	65.4	15.4	7.7	0.0
その他	27	70.4	59.3	3.7	7.4	0.0

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

業種別にみると、いずれの業種も「島田市内」が高くなっている。特に、飲食は100%、その他サービス(個人向け)<sup>4</sup>は9割、建設も8割弱が「島田市内」と回答している。

<sup>4</sup> その他サービス(個人向け)でQ4-1を回答した先の事業内容は、写真館、託児サービス、理美容などがあり、一部で市内企業を中心とした企業向けサービスも行っているとみられる。

**Q4-2 企業向けの製造・販売・サービス等を主として行っている方に  
伺います。主な仕入先の所在地を教えてください。** (%)  
(複数回答可)(n=293)



企業向けの製造・販売・サービスを主として行っている事業者の主な仕入先については、「島田市を除く県内」が53.6%で最も多く、「島田市内」が47.8%が続いている。

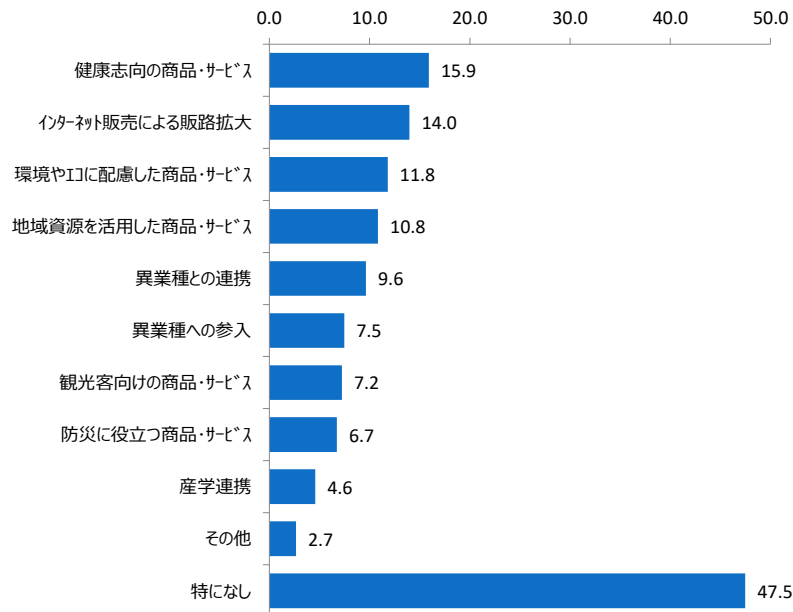
	n=	Q4-2 企業向けの製造・販売・サービス等:主な仕入先				
		島田市内	島田市を除く県内	県外	全国	海外
全体	293	47.8	53.6	27.0	17.4	1.7
建設	54	66.7	59.3	16.7	5.6	0.0
製造	79	43.0	55.7	29.1	20.3	3.8
卸売	19	10.5	36.8	31.6	47.4	5.3
小売	49	32.7	49.0	42.9	14.3	2.0
不動産	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
飲食	24	75.0	54.2	8.3	8.3	0.0
運輸	7	57.1	71.4	14.3	14.3	0.0
その他サービス(個人向け)	18	33.3	61.1	22.2	22.2	0.0
その他サービス(企業向け)	16	56.3	43.8	25.0	31.3	0.0
その他	18	44.4	55.6	33.3	22.2	0.0

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

主な仕入先を業種別にみると、建設、不動産、飲食、その他サービス（企業向け）は「島田市内」が最も多く、製造、小売、運輸、その他サービス（個人向け）、その他は「島田市を除く県内」が最も多くなっている。卸売は「全国」が最も多くなっている。

島田市を一つの経済圏域として考えると、仕入先は域外（県内の他市町村）が比較的多く、販売先は域内（近隣住民や市内企業）が多いことから、域外からモノ・サービスが流入し、域内のカネ（支払い）は域外に流出する傾向があると言える。

Q5 今後、新事業展開するとして、興味のある分野を  
教えてください。(複数回答可)(n=415) (%)



今後、新事業展開するとして興味のある分野については、「特になし」を除けば「健康志向の商品・サービス」が 15.9%で最も多くなっている。一般消費者向けの製造・販売・サービスを主として行っている事業者の主な顧客層 (Q3) は、「女性」や「高齢者」も比較的多くなっており、健康志向の商品・サービスへの関心の高さにつながっているとみられる。

また、「インターネット販売による販路拡大」も 14.0%となっている。事業所の課題 (Q2-3) として「新たな顧客の開拓」が最も多かったことから、販路開拓への関心は高く、一つの方法としてインターネット販売に着目した回答があったとみられる。

ただし市内の現状として、一般消費者向けでは近隣住民、企業向けでは市内及び県内企業との取引が多いこと (対面や訪問での販売・サービス提供が多いと考えられること) や、自社ホームページを持つ企業が全体の 4 割程度にとどまっていることを鑑みると、事業者のインターネット活用はそれほど進んでいない可能性が高い。各事業者が独自にインターネット販売に取り組むには、課題も多いと考えられる。



	n=	Q5 今後の新事業展開に興味のある分野										
		環境やエコに配慮した商品・サービス	地域資源を活用した商品・サービス	健康志向の商品・サービス	防災に役立つ商品・サービス	観光客向けの商品・サービス	インターネット販売による販路拡大	異業種との連携	異業種への参入	産学連携	特になし	その他
全体	415	11.8	10.8	15.9	6.7	7.2	14.0	9.6	7.5	4.6	47.5	2.7
建設	64	17.2	6.3	6.3	9.4	4.7	6.3	7.8	6.3	1.6	62.5	0.0
製造	85	14.1	16.5	11.8	9.4	10.6	12.9	9.4	11.8	7.1	40.0	2.4
卸売	17	11.8	5.9	17.6	5.9	11.8	23.5	0.0	17.6	11.8	41.2	0.0
小売	87	9.2	12.6	23.0	4.6	4.6	19.5	10.3	5.7	2.3	44.8	3.4
不動産	5	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	80.0	0.0
宿泊	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
飲食	27	11.1	14.8	25.9	0.0	14.8	11.1	14.8	3.7	0.0	44.4	7.4
運輸	8	12.5	0.0	0.0	0.0	12.5	25.0	12.5	0.0	12.5	37.5	12.5
その他サービス(個人向け)	48	8.3	6.3	31.3	2.1	6.3	20.8	12.5	4.2	4.2	41.7	2.1
その他サービス(企業向け)	23	8.7	8.7	0.0	8.7	0.0	13.0	13.0	4.3	8.7	56.5	0.0
その他	40	12.5	10.0	10.0	15.0	5.0	5.0	5.0	10.0	7.5	50.0	5.0

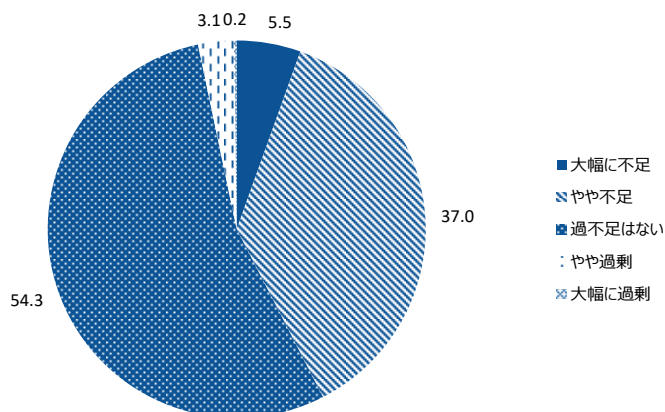
※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

新事業展開への興味について業種別にみると、飲食、その他サービス（個人向け）は「健康志向の商品・サービス」が高くなっている。

また、「インターネット販売による販路拡大」は、宿泊、運輸などが他業種に比べ高くなっている。宿泊業などでは、一般消費者がインターネットで情報を容易に検索できるプラットフォーム（旅行予約サイト、価格較サイトなど）が普及してきていることなどを背景に、インターネットでの情報発信の必要性を感じている事業者が多いのではないかと考えられる。

### (3) 雇用について

Q6 貴事業所の人員確保の状況について教えてください。  
(単一回答)(n=457)



人員確保の状況については、「過不足はない」が 54.3%と半数を占めるものの、「やや不足」が 37.0%、「大幅に不足」が 5.5%と続き、4 割強で人手不足となっている。

	n=	Q6 事業所の人員確保の状況				
		大幅に不足	やや不足	過不足はない	やや過剰	大幅に過剰
全体	457	5.5	37.0	54.3	3.1	0.2
建設	88	8.0	50.0	42.0	0.0	0.0
製造	85	4.7	42.4	48.2	4.7	0.0
卸売	19	0.0	31.6	68.4	0.0	0.0
小売	77	5.2	27.3	61.0	5.2	1.3
不動産	5	0.0	0.0	80.0	20.0	0.0
宿泊	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
飲食	37	5.4	32.4	62.2	0.0	0.0
運輸	10	10.0	80.0	10.0	0.0	0.0
その他サービス(個人向け)	53	7.5	15.1	73.6	3.8	0.0
その他サービス(企業向け)	26	3.8	34.6	61.5	0.0	0.0
その他	44	4.5	36.4	52.3	6.8	0.0

※割合が高いほど濃い色となるよう、ヒートマップを作成

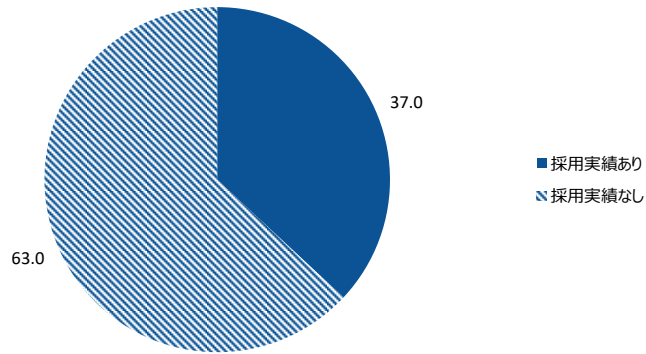
	n=	Q6 事業所の人員確保の状況				
		大幅に不足	やや不足	過不足はない	やや過剰	大幅に過剰
全体	457	5.5	37.0	54.3	3.1	0.2
30歳未満	7	14.3	57.1	28.6	0.0	0.0
30～39歳	57	5.3	38.6	54.4	1.8	0.0
40～49歳	133	6.0	49.6	36.8	7.5	0.0
50～59歳	99	6.1	41.4	49.5	2.0	1.0
60～69歳	63	3.2	20.6	74.6	1.6	0.0
70歳以上	15	6.7	13.3	80.0	0.0	0.0

※割合が高いほど濃い色となるよう、ヒートマップを作成

業種別にみると、運輸は「やや不足」が 80.0%、建設や宿泊も「やや不足」が 50.0%で、他業種に比べ高くなっている。建設、運輸は事業所の課題 (Q2-3) において「人材確保」や「人材育成」への課題感が強かった業種であり、全体の中でも特に不足感が強い結果となっている。

また、従業員の平均年齢別にみると、30 才未満及び 40～49 歳では「やや不足」が最も多く、他の属性では「過不足はない」が最も多くなっている。

Q7 貴事業所の直近3年間の新規雇用者（正規社員・非正規社員問わず）の採用実績の有無を教えてください。  
 (単一回答)(n=479)



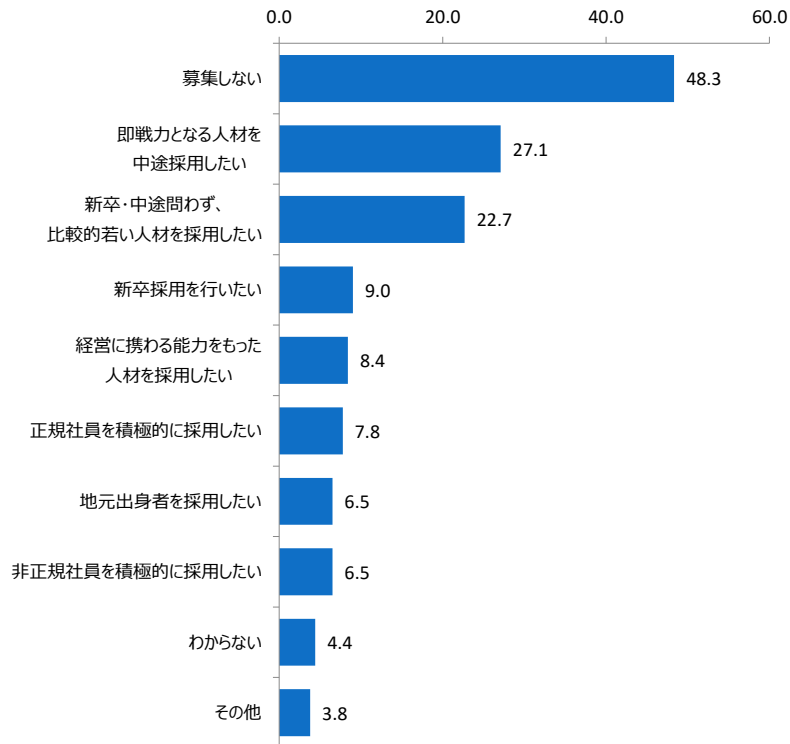
直近3年間の新規雇用者の採用実績は、「採用実績あり」が37.0%となっている。

	n=	Q7 事業所の直近3年間の新規雇用者の採用実績の有無	
		採用実績あり	採用実績なし
全体	479	37.0	63.0
建設	89	44.9	55.1
製造	91	56.0	44.0
卸売	19	36.8	63.2
小売	85	25.9	74.1
不動産	4	25.0	75.0
宿泊	2	0.0	100.0
飲食	36	16.7	83.3
運輸	10	80.0	20.0
情報通信	0	0.0	0.0
その他サービス(個人向け)	56	19.6	80.4
その他サービス(企業向け)	28	28.6	71.4
その他	48	39.6	60.4

※割合が高いほど濃い色となるよう、ヒートマップを作成

業種別にみると、人手不足感が強い建設、運輸において、運輸は「採用実績あり」が80.0%となっている。一方、建設は「採用実績あり」が44.9%となっており、必ずしも採用実績が増えているわけではないと言える。

Q8 貴事業所の新規採用（正規・非正規問わず）の募集意向を教えてください。(複数回答可)(n=476) (%)



新規雇用の募集意向については、「募集しない」が48.3%で約半数を占めている。次いで「即戦力となる人材を中途採用したい」が27.1%、「新卒・中途問わず、比較的若い人材を採用したい」が22.7%が続いている。

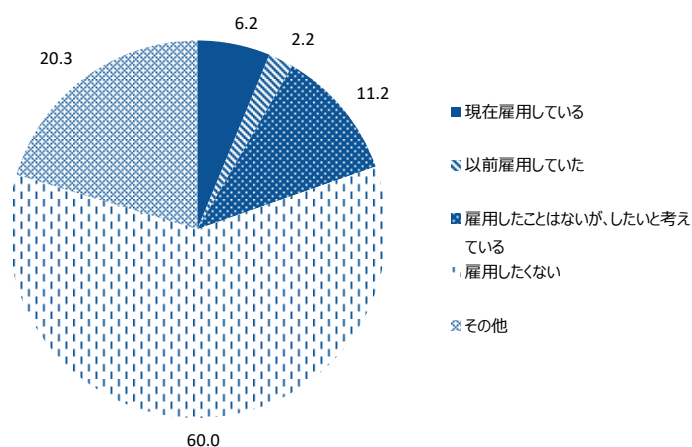
	n=	Q8 事業所の新規採用の募集意向									
		新卒採用を行いたい	新卒・中途問わず、比較的若い人材を採用したい	即戦力となる人材を中途採用したい	地元出身者を採用したい	経営に携わる能力をもった人材を採用したい	正規社員を積極的に採用したい	非正規社員を積極的に採用したい	募集しない	わからない	その他
全体	476	9.0	22.7	27.1	6.5	8.4	7.8	6.5	48.3	4.4	3.8
建設	90	8.9	32.2	45.6	6.7	10.0	15.6	2.2	36.7	1.1	1.1
製造	88	17.0	35.2	31.8	11.4	9.1	11.4	4.5	34.1	2.3	4.5
卸売	19	10.5	26.3	21.1	10.5	5.3	5.3	0.0	57.9	5.3	5.3
小売	85	3.5	11.8	12.9	4.7	5.9	3.5	7.1	68.2	4.7	3.5
不動産	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0
宿泊	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0
飲食	36	2.8	11.1	11.1	2.8	8.3	0.0	19.4	55.6	8.3	5.6
運輸	10	10.0	70.0	60.0	10.0	40.0	20.0	0.0	10.0	0.0	0.0
その他サービス(個人向け)	54	9.3	13.0	13.0	5.6	3.7	3.7	7.4	66.7	3.7	5.6
その他サービス(企業向け)	28	7.1	17.9	32.1	3.6	7.1	7.1	0.0	50.0	3.6	3.6
その他	48	8.3	14.6	27.1	6.3	10.4	6.3	8.3	37.5	8.3	6.3

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

新規雇用の募集意向を業種別にみると、運輸は「即戦力となる人材を中途採用したい」、製造、運輸は「新卒・中途問わず、比較的若い人材を採用したい」が高くなっている。運輸は「若い人材」「即戦力」「経営に関わる人材」など、様々な項目が他業種と比べて高くなっており、従業員のタイプによらず全体的な人手不足感が強いことがうかがえる。

Q9 外国人材の雇用状況について教えてください。

(単一回答)(n=418)



外国人材の雇用状況については、「雇用したくない」が60.0%で最も多い。次いで「その他」が20.3%、「雇用したことはないが、したいと考えている」が11.2%と続いている。

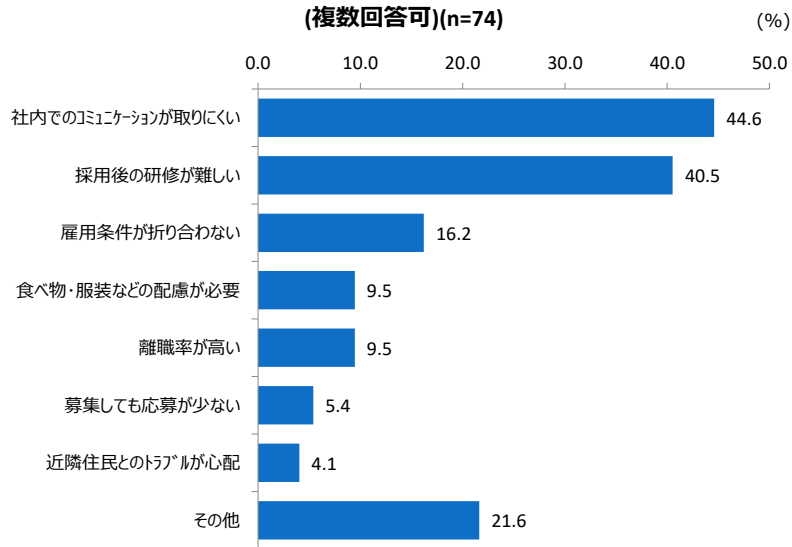
「その他」の具体的内容（自由記述）としては「必要がないから」、「今のところ考えていないから」等の理由が挙げられている。

	n=	Q9 外国人材の雇用状況				
		現在雇用している	以前雇用していた	雇用したことはないが、したいと考えている	雇用したくない	その他
全体	418	6.2	2.2	11.2	60.0	20.3
建設	78	6.4	0.0	14.1	64.1	15.4
製造	84	16.7	4.8	13.1	46.4	19.0
卸売	18	5.6	5.6	5.6	72.2	11.1
小売	79	3.8	2.5	8.9	62.0	22.8
不動産	5	0.0	0.0	0.0	80.0	20.0
宿泊	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
飲食	28	0.0	0.0	10.7	64.3	25.0
運輸	8	0.0	12.5	25.0	37.5	25.0
情報通信	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
その他サービス(個人向け)	47	0.0	0.0	4.3	76.6	19.1
その他サービス(企業向け)	25	8.0	0.0	12.0	56.0	24.0
その他	36	2.8	2.8	11.1	52.8	30.6

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

外国人材の雇用状況を業種別にみると、製造は「現在雇用している」が16.7%で、他業種に比べ高くなっている。

Q10 Q9で、「現在雇用している」「以前雇用していた」「雇用したことはないが、したいと考えている」と回答した方に伺います。  
外国人材の雇用に関する課題について教えてください。



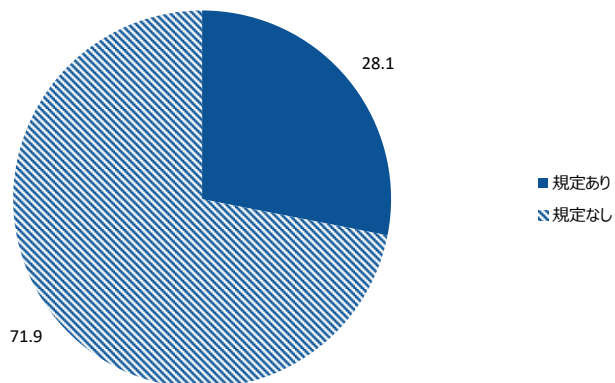
外国人材を雇用した経験がある、または雇用したいと考えている事業者に対し、その課題について訊ねたところ、「社内でのコミュニケーションが取りにくい」が44.6%で最も多く、「採用後の研修が難しい」が40.5%で続いている。

	n=	Q10 外国人材の雇用に関する課題							
		募集しても応募が少ない	雇用条件が折り合わない	採用後の研修が難しい	社内でのコミュニケーションが取りにくい	食べ物・服装などの配慮が必要	離職率が高い	近隣住民とのトラブルが心配	その他
全体	74	5.4	16.2	40.5	44.6	9.5	9.5	4.1	21.6
建設	15	0.0	6.7	60.0	26.7	13.3	6.7	6.7	40.0
製造	25	0.0	16.0	28.0	56.0	4.0	8.0	4.0	16.0
卸売	3	0.0	33.3	33.3	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0
小売	11	27.3	18.2	54.5	18.2	9.1	9.1	0.0	27.3
飲食	3	33.3	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
運輸	3	0.0	33.3	33.3	66.7	33.3	33.3	0.0	0.0
その他サービス(個人向け)	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
その他サービス(企業向け)	5	0.0	0.0	40.0	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0
その他	5	0.0	20.0	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0	20.0

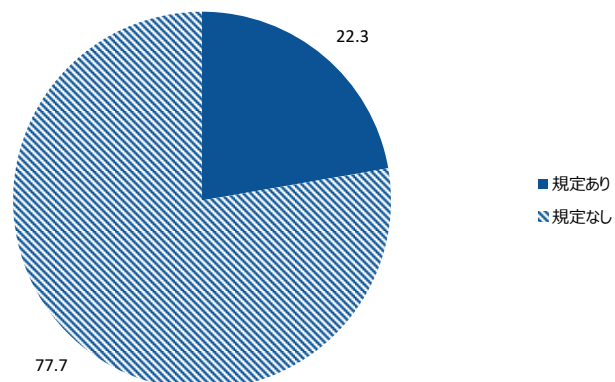
※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

業種別にみると、建設と小売を除く7業種において「社内でのコミュニケーションが取りにくい」が4割以上となっている。建設、小売では「採用後の研修が難しい」が比較的高くなっている。

Q11-1 育児休暇の規定の有無を教えてください。  
(単一回答)(n=431)

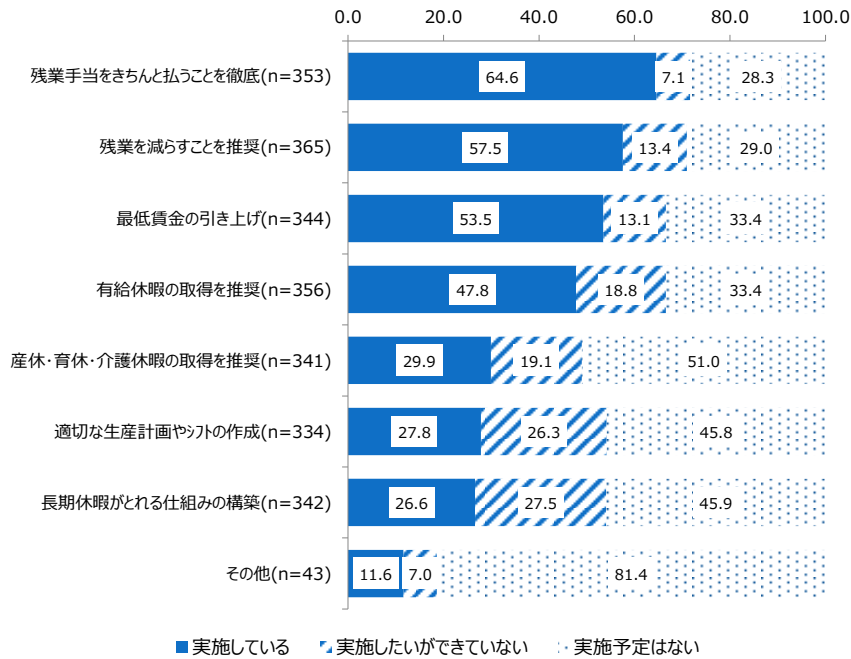


Q11-2 介護休暇の規定の有無を教えてください。  
(単一回答)(n=431)



育児休暇・介護休暇の規定の有無については、育児休暇は「規定あり」が 28.1%、介護休暇は「規定あり」が 22.3%となっており、育児休暇の方が、介護休暇に比べ規定を設けている割合がやや高くなっている。

Q12 貴事業所の働き方改革の取り組みについて教えてください。(%)  
(それぞれ単一回答)



働き方改革の取り組みのうち「実施している」割合が最も高いのは、「残業手当をきちんと払うことを徹底」で64.6%、次いで「残業を減らすことを推奨」が57.5%、「最低賃金の引き上げ」が53.5%となっている。

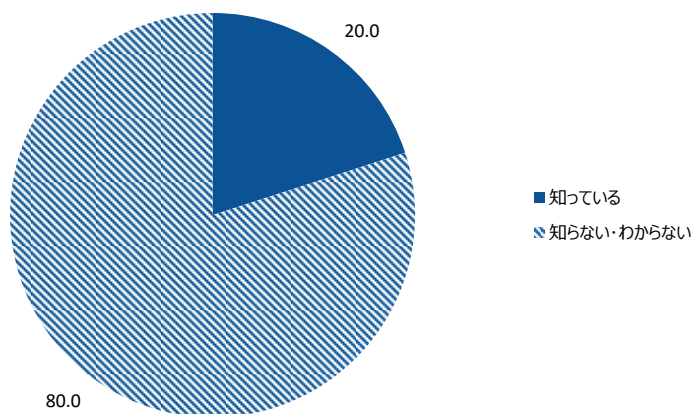
一方、「実施したいができていない」割合が最も高いのは、「長期休暇が取れる仕組みの構築」で27.5%、「適切な生産計画やシフトの作成」が26.3%となっている。事業者によっては、人手不足のため人繰りの余裕が無く、このような仕組みづくりが更に難しくなっている可能性も考えられる。

また、「実施しない」割合が最も高いのは、「その他」を除けば「産休・育休・介護休暇の取得を推奨」で、51.0%が「実施しない」と回答している。従業員数に関する設問(F7-2)では、正社員(女性)を5人以上雇用している事業所は全体の12.9%にとどまっており、産休・育休等のニーズが表面化する機会が少ないことが、事業者の消極的な姿勢に繋がっているとみられる。



(4) 市の中小企業支援施策について

Q13 島田市中小企業・小規模企業振興基本条例を  
ご存じですか。(単一回答)(n=550)



「島田市中小企業・小規模企業振興基本条例」を「知っている」は 20.0%となっている。

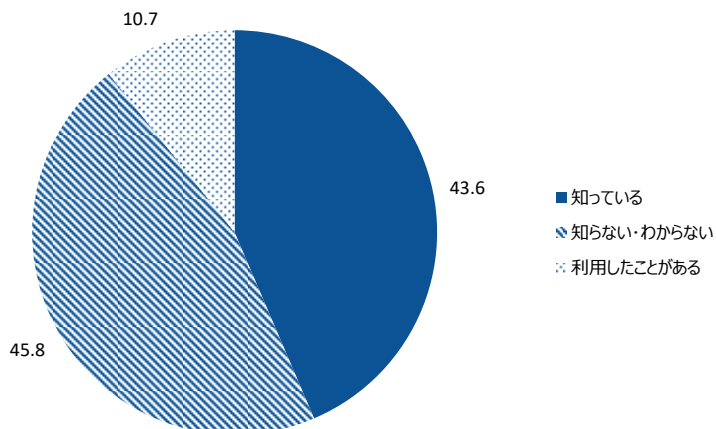
	n=	Q13 島田市中小企業・小規模企業振興基本条例の認知状況	
		知っている	知らない・わからない
全体	550	20.0	80.0
建設	102	18.6	81.4
製造	98	26.5	73.5
卸売	20	15.0	85.0
小売	105	25.7	74.3
不動産	8	25.0	75.0
宿泊	3	0.0	100.0
飲食	43	9.3	90.7
運輸	10	10.0	90.0
情報通信	1	0.0	100.0
その他サービス(個人向け)	65	10.8	89.2
その他サービス(企業向け)	28	21.4	78.6
その他	52	25.0	75.0

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

「島田市中小企業・小規模企業振興基本条例」の認知状況を業種別にみると、飲食、運輸、情報通信において「知らない・わからない」の割合が全体と比べ高くなっている。

Q14 島田市産業支援センター（おびサポ）をご存じですか。

(単一回答)(n=553)



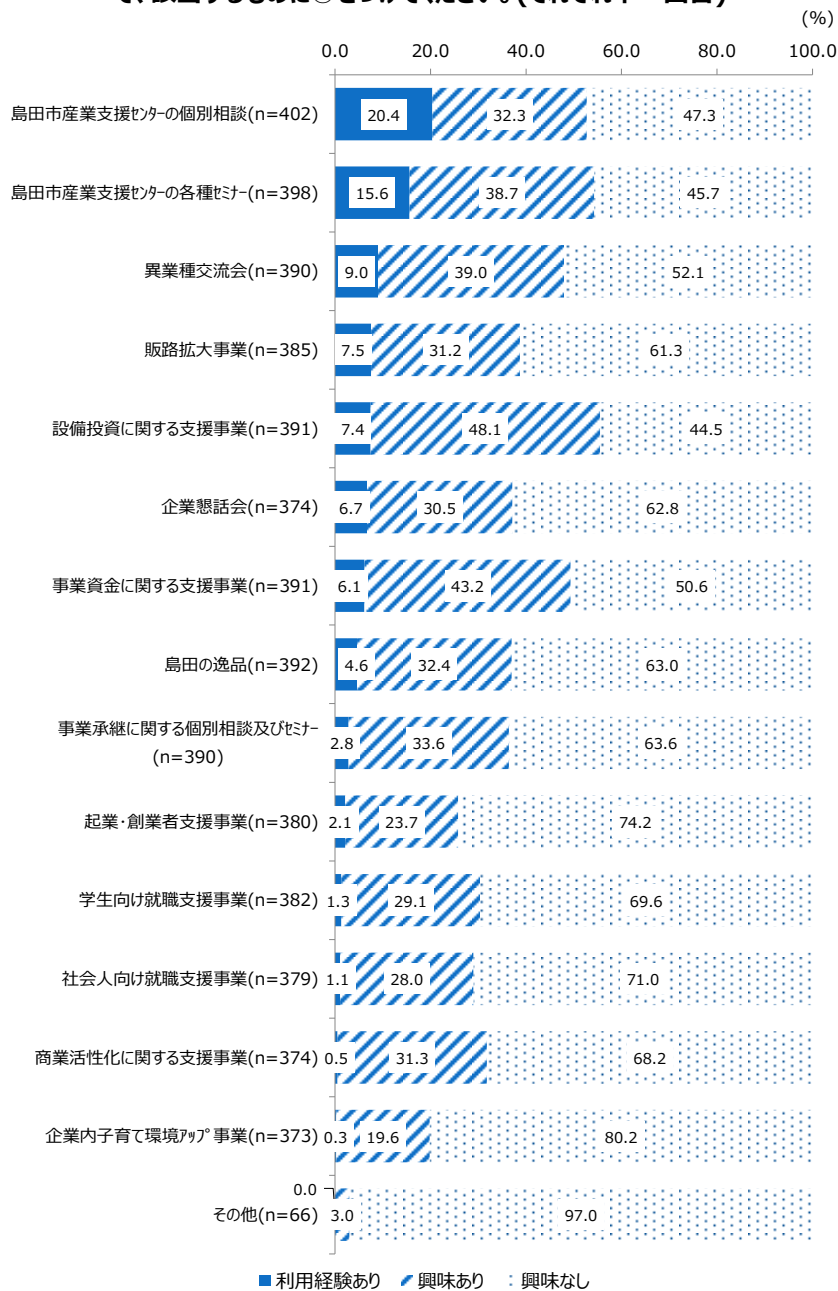
「島田市産業支援センター（おびサポ）」の認知状況については、「知らない・わからない」が45.8%、「知っている」が43.6%でほぼ同程度で続き、「利用したことがある」は10.7%となっている。

	n=	Q14 島田市産業支援センターの認知状況		
		知っている	知らない・わからない	利用したことがある
全体	553	43.6	45.8	10.7
建設	103	38.8	53.4	7.8
製造	99	47.5	36.4	16.2
卸売	20	50.0	40.0	10.0
小売	105	45.7	41.9	12.4
不動産	8	50.0	50.0	0.0
宿泊	3	33.3	33.3	33.3
飲食	43	44.2	53.5	2.3
運輸	10	60.0	40.0	0.0
情報通信	1	0.0	100.0	0.0
その他サービス(個人向け)	65	29.2	55.4	15.4
その他サービス(企業向け)	29	58.6	31.0	10.3
その他	52	50.0	42.3	7.7

※割合が高いほど濃い色となるよう、ヒートマップを作成

「島田市産業支援センター（おびサポ）」の認知状況を業種別にみると、運輸、その他サービス（企業向け）は「知っている」が5割を超えている。

**Q15 市などがおこなっている以下の中小企業支援施策について、該当するものに○をつけてください。(それぞれ単一回答)**



市などがおこなっている中小企業支援施策のうち「利用経験あり」の割合が最も高いのは「島田市産業支援センターの個別相談」で20.4%となっており<sup>5</sup>、次いで「島田市産業支援センターの各種セミナー」が15.6%、「異業種交流会」が9.0%と続いている。

「興味あり」の割合が高いものをみると「設備投資に関する支援事業」が48.1%、「事業資金に関する支援事業」が43.2%となっており、補助金など資金面の支援に対する関心が高い。

<sup>5</sup> Q14 (n=553) とは回答者数が異なるため、利用割合も異なっている。

	n=	Q15-1 中小企業支援施策:島田市産業支援センターの個別相談		
		利用経験あり	興味あり	興味なし
全体	402	20.4	32.3	47.3
建設	77	13.0	32.5	54.5
製造	79	29.1	27.8	43.0
卸売	14	14.3	35.7	50.0
小売	78	26.9	38.5	34.6
不動産	5	20.0	20.0	60.0
宿泊	2	100.0	0.0	0.0
飲食	24	4.2	37.5	58.3
運輸	7	0.0	57.1	42.9
情報通信	1	0.0	100.0	0.0
その他サービス(個人向け)	50	20.0	24.0	56.0
その他サービス(企業向け)	22	27.3	27.3	45.5
その他	36	11.1	36.1	52.8

※割合が高いほど濃い色となるよう、ヒートマップを作成

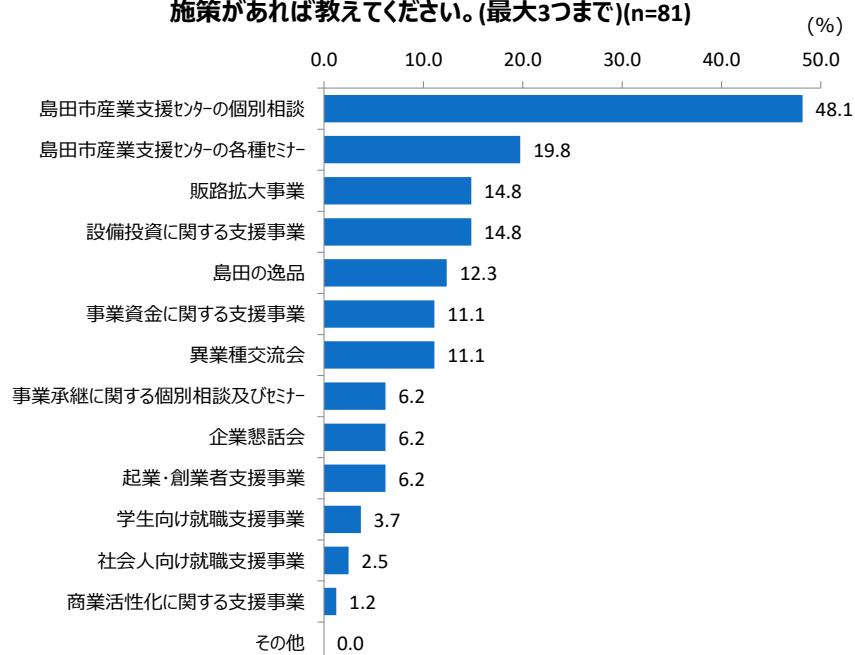
	n=	Q15-2 中小企業支援施策:島田市産業支援センターの各種セミナー		
		利用経験あり	興味あり	興味なし
全体	398	15.6	38.7	45.7
建設	77	10.4	36.4	53.2
製造	76	22.4	42.1	35.5
卸売	15	13.3	40.0	46.7
小売	74	23.0	32.4	44.6
不動産	4	25.0	0.0	75.0
宿泊	2	50.0	50.0	0.0
飲食	24	4.2	41.7	54.2
運輸	7	0.0	71.4	28.6
情報通信	1	0.0	100.0	0.0
その他サービス(個人向け)	49	12.2	32.7	55.1
その他サービス(企業向け)	23	21.7	34.8	43.5
その他	38	7.9	47.4	44.7

※割合が高いほど濃い色となるよう、ヒートマップを作成

施策の中でも利用割合が高い「島田市産業支援センターの個別相談」および「島田市産業支援センターの各種セミナー」について業種別にみると、製造、小売、その他サービス（企業向け）は、「島田市産業支援センターの個別相談」の利用経験が3割弱となっており、他業種に比べて高い。

一方、飲食、運輸は、島田市産業支援センター、セミナーのいずれも「利用経験あり」の割合が比較的低くなっている。ただし運輸は、いずれも「興味あり」の割合が比較的高く、PRによって事業者の認知度を高め、利用を促進する余地があるとみられる。

Q16 市などがおこなっている上記の施策について、実際に利用した  
施策があれば教えてください。(最大3つまで)(n=81)



市などがおこなっている中小企業振興施策のうち実際に利用した施策については、「島田市産業支援センターの個別相談」が48.1%で最も多く、「島田市産業支援センターの各種セミナー」が19.8%、「販路拡大事業」及び「設備投資に関する支援事業」がともに14.8%で続いている。

好意的な内容（自由回答を基に分類）	件数
専門家のアドバイスを受けることができた	7
新規事業の相談ができた	6
補助金に関する相談ができた	3
そのほか好意的な意見・感想	7

否定的な内容（自由回答を基に分類）	件数
期待した内容ではなかった	2
アドバイスの内容を理解することが難しかった	1

回答数が多かった「島田市産業支援センターの個別相談」についての意見・感想をみると、「専門家のアドバイスを受けることができた」、「新規事業の相談ができた」等の好意的な意見が多い。一方、一部の事業者から「期待した内容ではなかった」、「アドバイスの内容を理解することが難しかった」との意見もみられた。

	n=	Q16-1 実際に利用した施策（最大3つまで）														
		島田市産業支援センターの個別相談	島田市産業支援センターの各種セミナー	販路拡大事業	島田の逸品	学生向け就職支援事業	社会人向け就職支援事業	企業内子育環境アップ事業	事業承継に関する個別相談及びセミナー	設備投資に関する支援事業	事業資金に関する支援事業	企業懇話会	異業種交流会	起業・創業者支援事業	商業活性化に関する支援事業	その他
全体	81	48.1	19.8	14.8	12.3	3.7	2.5	0.0	6.2	14.8	11.1	6.2	11.1	6.2	1.2	0.0
建設	15	40.0	6.7	13.3	6.7	6.7	6.7	0.0	6.7	0.0	26.7	6.7	13.3	0.0	0.0	0.0
製造	27	37.0	22.2	18.5	14.8	3.7	0.0	0.0	3.7	37.0	7.4	7.4	7.4	3.7	0.0	0.0
販売	3	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
小売	12	66.7	41.7	33.3	25.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	16.7	16.7	8.3	8.3	0.0	
不動産	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
宿泊	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
飲食	1	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	50.0	0.0	
運輸	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
情報通信	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
その他サービス(個人向け)	7	57.1	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	28.6	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0	
その他サービス(企業向け)	5	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	
その他	3	100.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

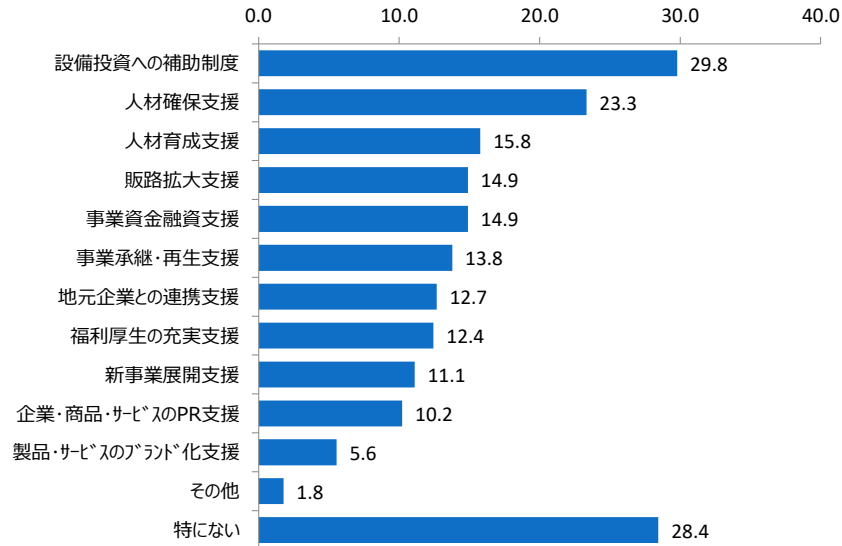
※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

実際に利用した施策の状況を業種別にみると、業種によるばらつきが大きい。回答数の多かった「島田市産業支援センターの個別相談」については、小売、不動産、宿泊、その他サービス（企業向け）などにおいて利用割合が6割を超え、全体に比べ高くなっている。

Q17 市に今後期待する中小企業・小規模企業支援策などについて

教えてください。(複数回答可)(n=450)

(%)



市に今後期待する中小企業・小規模企業支援策などについては、「設備投資への補助制度」が29.8%で最も多く、「人材確保支援」が23.3%、「人材育成支援」が15.8%、「販路拡大支援」および「事業資金融資支援」が14.9%と続いている。

既存の支援施策の利用状況等(Q16)とあわせてみると、資金面の支援への期待が高いほか、人材不足への関心も強い。ただし現状では、各種就職支援事業の利用経験は数%程度にとどまり、ニーズが高い割に施策利用経験が少ない傾向にある。その背景として、施策そのものの認知度が低いことや、施策が使いにくい(例:人手不足で説明会に参加することもままならない)、またはニーズに即していない(例:即戦力となる中途人材を採用したいが、マッチングできない)といった理由も考えられる。

	n	Q17 今後期待する中小企業・小規模企業支援策												
		新事業展開支援	販路拡大支援	製品・サービスのブランド化支援	人材確保支援	人材育成支援	事業資金融資支援	設備投資への補助制度	事業承継・再生支援	福利厚生への充実支援	地元企業との連携支援	企業・商品・サービスのPR支援	特になし	その他
全体	450	11.1	14.9	5.6	23.3	15.8	14.9	29.8	13.8	12.4	12.7	10.2	28.4	1.8
建設	86	11.6	10.5	2.3	36.0	29.1	19.8	24.4	15.1	15.1	18.6	2.3	24.4	2.3
製造	83	12.0	20.5	3.6	27.7	13.3	9.6	44.6	13.3	10.8	2.4	3.6	20.5	3.6
卸売	16	12.5	25.0	6.3	12.5	12.5	0.0	31.3	6.3	0.0	12.5	18.8	25.0	0.0
小売	84	9.5	16.7	6.0	11.9	6.0	19.0	21.4	15.5	4.8	16.7	15.5	34.5	0.0
不動産	6	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	16.7	33.3	33.3	0.0	50.0	0.0
宿泊	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
飲食	31	6.5	9.7	9.7	16.1	3.2	16.1	32.3	6.5	3.2	6.5	22.6	35.5	3.2
運輸	9	22.2	44.4	0.0	66.7	66.7	33.3	33.3	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0
情報通信	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
その他サービス(個人向け)	55	12.7	12.7	10.9	12.7	7.3	9.1	30.9	14.5	23.6	14.5	18.2	38.2	3.6
その他サービス(企業向け)	24	8.3	8.3	4.2	29.2	16.7	16.7	25.0	16.7	16.7	12.5	4.2	25.0	0.0
その他	44	11.4	11.4	6.8	25.0	22.7	13.6	25.0	18.2	15.9	15.9	13.6	27.3	0.0

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

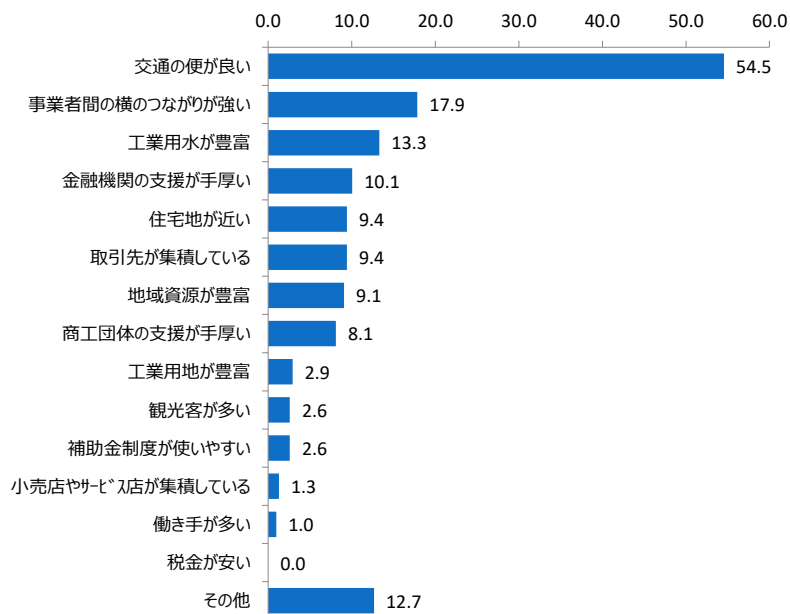
業種別にみると、建設、運輸は、「人材確保支援」や「人材育成支援」が高くなっている。宿泊、製造は、「設備投資への補助制度」、卸売、運輸は「販路拡大支援」が他業種に比べ高くなっている。

(5) 島田市の強み・課題について

Q18 島田市で事業を行う際のメリットを教えてください。

(複数回答可)(n=266)

(%)



島田市で事業を行う際のメリットについては、「交通の便が良い」が 54.5%で最も多く、店舗や設備に関する強み (Q2-2) と一致している。

また、「事業者間の横のつながりが強い」も 17.9%となっている。

	n=	Q18 島田市で事業を行う際のメリット														
		交通の便が良い	工業用地が豊富	工業用水が豊富	地域資源が豊富	観光客が多い	住宅地が近い	取引先が集積している	小売店やサービス店が集積している	働き手が多い	補助金制度が使いやすい	税金が安い	商工団体の支援が手厚い	金融機関の支援が手厚い	事業者間の横のつながりが強い	その他
全体	308	54.5	2.9	13.3	9.1	2.6	9.4	9.4	1.3	1.0	2.6	0.0	8.1	10.1	17.9	12.7
建設	61	62.3	3.3	13.1	4.9	1.6	11.5	6.6	3.3	1.6	1.6	0.0	9.8	3.3	24.6	6.6
製造	64	62.5	7.8	25.0	14.1	1.6	7.8	7.8	0.0	1.6	4.7	0.0	6.3	14.1	18.8	7.8
卸売	13	53.8	0.0	0.0	15.4	7.7	7.7	23.1	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	15.4	23.1	0.0
小売	55	49.1	0.0	7.3	10.9	1.8	12.7	5.5	1.8	0.0	1.8	0.0	12.7	7.3	12.7	18.2
不動産	5	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
飲食	18	44.4	0.0	11.1	5.6	11.1	11.1	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	16.7	5.6	27.8	5.6
運輸	7	42.9	14.3	14.3	0.0	14.3	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6	28.6
情報通信	7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
その他サービス(個人向け)	26	34.6	0.0	7.7	11.5	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	3.8	3.8	3.8	34.6
その他サービス(企業向け)	21	47.6	4.8	4.8	4.8	4.8	0.0	19.0	0.0	0.0	4.8	0.0	4.8	28.6	14.3	14.3
その他	28	67.9	0.0	10.7	7.1	0.0	3.6	25.0	0.0	3.6	0.0	0.0	3.6	17.9	21.4	10.7

\*全体より10ポイント以上高い項目を色付け

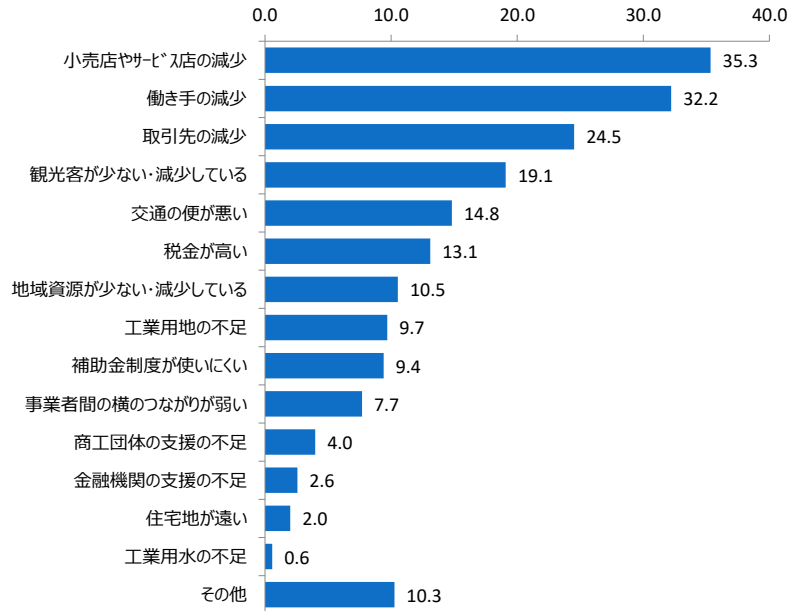
業種別にみると、メリットを感じる項目にはばらつきがあり、事業内容や顧客層によって差異が大きいものと思われる。島田市を商圏として捉えた場合、卸売、運輸、その他において「取引先が集積している」が2割を超えており、こうした産業の集積が一定程度あるものと思われる。一方、「小売店やサービス店が集積している」は全業種で0~数%程度にとどまっており、商業機能の集積が少ないと感じる事業者が多いようである。



Q19 島田市で事業を行う際のデメリットを教えてください。

(複数回答可)(n=351)

(%)



島田市で事業を行う際のデメリットについては、「小売店やサービス店の減少」が 35.3%で最も多く、次いで「働き手の減少」が 32.2%、「取引先の減少」が 24.5%、「観光客が少ない・減少している」が 19.1%と続いている。

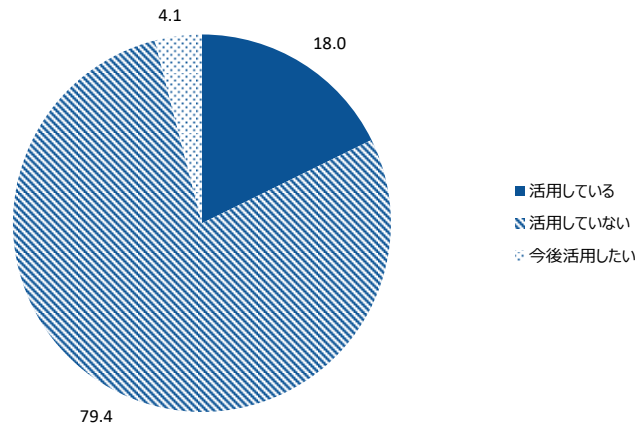
これまで、個人向けでは近隣住民、企業向けでは市内・県内の比較的近い企業との取引を中心に展開してきたとみられる市内事業者にとって、人口減少や商業機能の拡散・減少により、経営環境は一層厳しさを増しているものと考えられる。

	n	Q19 島田市で事業を行う際のデメリット														
		交通の便が悪い	工業用地の不足	工業用水の不足	地域資源が少ない・減少している	観光客が少ない・減少している	住宅地が遠い	取引先の減少	小売店やサービス店の減少	働き手の減少	補助金制度が使いにくい	税金が高い	商工団体の支援の不足	金融機関の支援の不足	事業者間の横のつながりが弱い	その他
全体	351	14.8	9.7	0.6	10.5	19.1	2.0	24.5	35.3	32.2	9.4	13.1	4.0	2.6	7.7	10.3
建設	61	14.8	18.0	0.0	11.5	13.1	1.6	29.5	24.6	44.3	13.1	14.8	3.3	1.6	9.8	4.9
製造	58	12.1	12.1	1.7	6.9	13.8	1.7	27.6	13.8	44.8	5.2	13.8	1.7	0.0	6.9	5.2
卸売	12	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	41.7	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0
小売	73	13.7	5.5	1.4	9.6	20.5	5.5	27.4	60.3	19.2	8.2	12.3	4.1	5.5	11.0	17.8
不動産	5	0.0	16.7	0.0	50.0	50.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	33.3	0.0	0.0
宿泊	2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
飲食	29	13.8	3.4	0.0	10.3	31.0	0.0	24.1	55.2	20.7	17.2	24.1	10.3	3.4	3.4	6.9
運輸	8	25.0	25.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	75.0	12.5	12.5	0.0	12.5	0.0	12.5	0.0
情報通信	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他サービス(個人向け)	40	27.5	0.0	0.0	10.0	17.5	2.5	10.0	40.0	25.0	10.0	20.0	2.5	0.0	2.5	22.5
その他サービス(企業向け)	21	14.3	23.8	0.0	9.5	9.5	0.0	28.6	28.6	23.8	14.3	4.8	9.5	0.0	9.5	19.0
その他	36	11.1	5.6	0.0	19.4	22.2	0.0	19.4	38.9	38.9	8.3	5.6	5.6	0.0	11.1	2.8

\*全体より10ポイント以上高い項目を色付け

業種別にみると、小売、飲食は「小売店やサービス店の減少」、建設、製造、運輸は「働き手の減少」がそれぞれ高くなっている。

Q20 事業で活用している島田市の地域資源について  
教えてください。(単一回答)(n=417)



島田市の地域資源の活用状況については、「活用していない」が 79.4%で最も多く、「活用している」が 18.0%、「今後活用したい」が 4.1%となっている。

	n=	Q20 事業で活用している島田市の地域資源		
		活用している	活用していない	今後活用したい
全体	417	18.0	79.4	4.1
建設	75	8.0	85.3	6.7
製造	82	26.8	70.7	6.1
卸売	15	13.3	80.0	13.3
小売	78	19.2	78.2	3.8
不動産	5	0.0	100.0	0.0
宿泊	1	100.0	0.0	0.0
飲食	30	26.7	73.3	0.0
運輸	8	37.5	62.5	0.0
情報通信	1	0.0	100.0	0.0
その他サービス(個人向け)	48	16.7	81.3	4.2
その他サービス(企業向け)	25	0.0	100.0	0.0
その他	41	19.5	80.5	0.0

※割合が高いほど濃い色となるよう、ヒートマップを作成

島田市の地域資源の活用状況を業種別にみると、製造、宿泊、飲食、運輸は「活用している」が 2 割を超えている。また、卸売は「今後活用したい」が 13.3%となり、他業種に比べやや高くなっている。

活用している地域資源（自由回答を基に分類）	件数
茶	30
木材	17
温泉（川根温泉など）	8
祭り（帯まつり、鬘まつり）	7
バラ	5
SL	3
大井川（水資源、蓬莱橋など）	4
その他	7

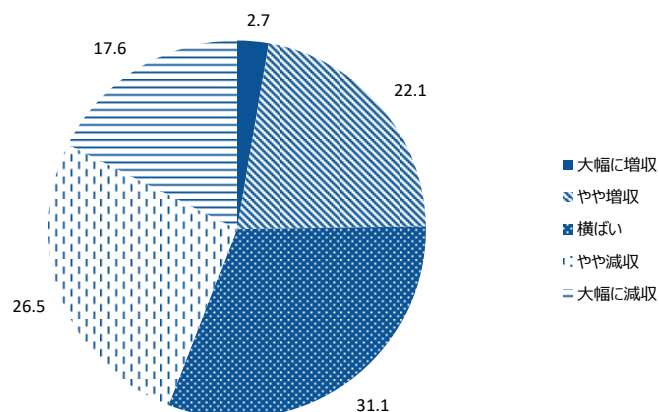
今後活用したい地域資源（自由回答を基に分類）	件数
大井川（水資源、蓬莱橋など）	4
茶	3
SL	2
木材	1
その他	5

実際に活用している地域資源の具体的な内容は、「茶」が30件で最も多く、「木材」が17件、「温泉（川根温泉など）」が8件と続いている。

また、今後活用したい地域資源の具体的な内容は、「大井川（水資源、蓬莱橋など）」が4件、「茶」が3件、「SL」が2件となっている。

(6) 経営動向について

Q22-1 貴事業所の直近3年間の売上高の推移について  
教えてください。(単一回答)(n=517)



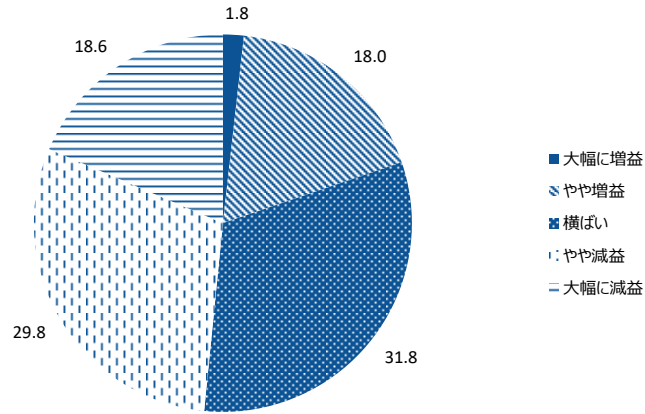
直近3年間の売上高の推移については、「横ばい」が31.1%、「やや減収」が26.5%、「やや増収」が22.1%と続いている。増収（「大幅に増収」+「やや増収」）が24.8%であるのに対し、減収（「大幅に減収」+「やや減収」）は44.1%で、減収の割合が高くなっている。

	n=	Q22-1 事業所の直近3年間の売上高の推移					増収割合 - 減収割合
		大幅に増収	やや増収	横ばい	やや減収	大幅に減収	
全体	517	2.7	22.1	31.1	26.5	17.6	▲ 19.3
建設	97	1.0	24.7	41.2	17.5	15.5	▲ 7.2
製造	91	5.5	24.2	35.2	23.1	12.1	▲ 5.5
卸売	18	0.0	33.3	27.8	27.8	11.1	▲ 5.6
小売	98	3.1	10.2	18.4	35.7	32.7	▲ 55.1
不動産	8	12.5	12.5	62.5	12.5	0.0	12.5
宿泊	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	▲ 100.0
飲食	40	2.5	7.5	22.5	32.5	35.0	▲ 57.5
運輸	9	0.0	33.3	44.4	22.2	0.0	11.1
情報通信	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
その他サービス(個人向け)	63	0.0	22.2	28.6	36.5	12.7	▲ 27.0
その他サービス(企業向け)	28	3.6	42.9	42.9	10.7	0.0	35.7
その他	50	4.0	30.0	30.0	24.0	12.0	▲ 2.0

※割合が高いほど濃い色となるよう、ヒートマップを作成

業種別にみると、不動産、運輸、情報通信、その他サービス（企業向け）は、増収割合と減収割合の差がプラスとなっている。一方、小売、宿泊、飲食、その他サービス（個人向け）はその差がマイナスとなっているだけでなく、全体と比べてもマイナス幅が大きい。

Q22-2 貴事業所の直近3年間の営業利益の推移について  
教えてください。(単一回答)(n=506)



直近3年間の営業利益の推移については、「横ばい」が31.8%で最も多く、「やや減益」が29.8%、「やや増益」が18.0%で続いている。増収(Q22-1)が24.8%であるのに対し、増益(「大幅に増益」+「やや増益」)は19.8%にとどまっております。仕入価格の上昇や最低賃金の引き上げ等を背景に、増収が必ずしも増益に結び付いていない状況が推察される。

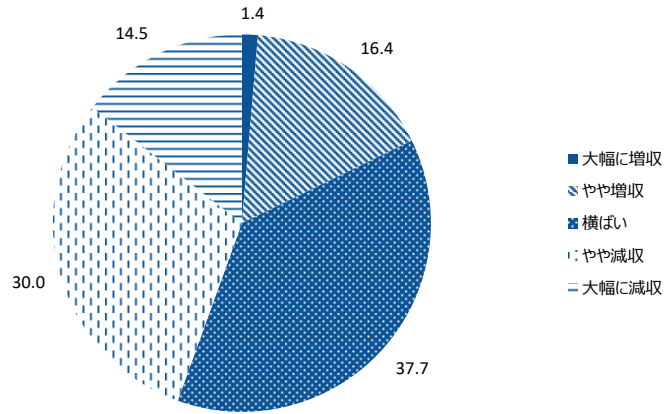
	n=	Q22-2 事業所の直近3年間の営業利益の推移					増益割合	減益割合
		大幅に増益	やや増益	横ばい	やや減益	大幅に減益		
全体	506	1.8	18.0	31.8	29.8	18.6	▲	28.7
建設	92	0.0	22.8	37.0	23.9	16.3	▲	17.4
製造	90	3.3	18.9	32.2	31.1	14.4	▲	23.3
卸売	17	0.0	29.4	29.4	35.3	5.9	▲	11.8
小売	98	1.0	10.2	24.5	30.6	33.7	▲	53.1
不動産	8	12.5	0.0	62.5	25.0	0.0	▲	12.5
宿泊	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	▲	100.0
飲食	39	2.6	5.1	23.1	35.9	33.3	▲	61.5
運輸	9	0.0	44.4	22.2	22.2	11.1		11.1
情報通信	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0		100.0
その他サービス(個人向け)	60	1.7	16.7	26.7	41.7	13.3	▲	36.7
その他サービス(企業向け)	28	0.0	32.1	42.9	25.0	0.0		7.1
その他	50	4.0	22.0	40.0	20.0	14.0	▲	8.0

※割合が高いほど濃い色となるよう、ヒートマップを作成

業種別にみると、売上高の実績(Q22-1)と同様の傾向になっている。

運輸、情報通信、その他サービス(企業向け)は、増益割合と減益割合の差がプラスとなっている一方、小売、宿泊、飲食、その他サービス(個人向け)はその差がマイナスで、全体と比べてもマイナス幅が大きい。

Q23-1 貴事業所のこの先1年間の売上高の見通しについて教えてください。(単一回答)(n=517)



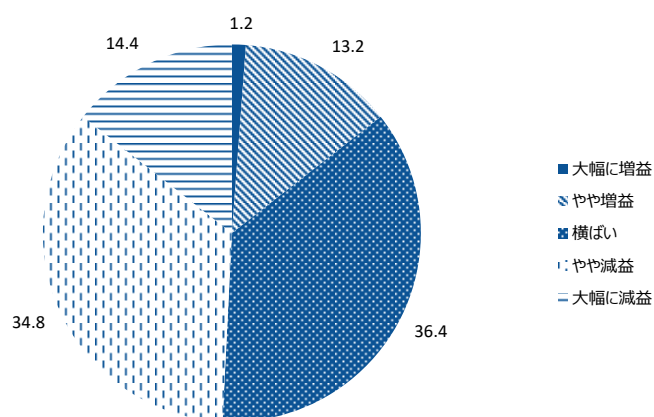
この先1年間の売上高の見通しについては、「横ばい」が37.7%で最も多く、「やや減収」が30.0%、「やや増収」が16.4%と続いている。今後の増収見通し（「大幅に増収」+「やや増収」）は17.8%で、直近3年間の実績（増収24.8%）に比べ低くなっている。また、今後の減収見通し（「大幅に減収」+「やや減収」）は44.5%で、実績（減収44.1%）と同程度となっている。

	n=	Q23-1 事業所のこの先1年間の売上高の見通し					増収割合 減収割合
		大幅に増収	やや増収	横ばい	やや減収	大幅に減収	
全体	517	1.4	16.4	37.7	30.0	14.5	▲ 26.7
建設	97	1.0	19.6	42.3	25.8	11.3	▲ 16.5
製造	91	0.0	14.3	42.9	31.9	11.0	▲ 28.6
卸売	17	5.9	17.6	35.3	29.4	11.8	▲ 17.6
小売	97	1.0	13.4	24.7	37.1	23.7	▲ 46.4
不動産	8	0.0	12.5	25.0	37.5	25.0	▲ 50.0
宿泊	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
飲食	41	0.0	7.3	31.7	29.3	31.7	▲ 53.7
運輸	9	0.0	55.6	44.4	0.0	0.0	55.6
情報通信	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
その他サービス(個人向け)	63	4.8	14.3	34.9	31.7	14.3	▲ 27.0
その他サービス(企業向け)	28	0.0	32.1	50.0	17.9	0.0	14.3
その他	50	2.0	12.0	52.0	30.0	4.0	▲ 20.0

※割合が高いほど濃い色となるよう、ヒートマップを作成

業種別にみると、運輸、情報通信、その他サービス（企業向け）は、増収割合と減収割合の差がプラスとなっている。一方、製造、小売、不動産、飲食、その他サービス（個人向け）はその差がマイナスで、全体と比べてもマイナス幅が大きくなっている。

Q23-2 貴事業所のこの先1年間の営業利益の見通しについて教えてください。(単一回答)(n=506)



この先1年間の営業利益の見通しについては、「横ばい」が36.4%で最も多く、「やや減益」が34.8%、「大幅に減収」が14.4%と続いている。今後の減益見通し（「大幅に減益」+「やや減益」）は49.2%で、増益見通し（「大幅に増益」+「やや増益」）の14.4%を大きく上回っている。

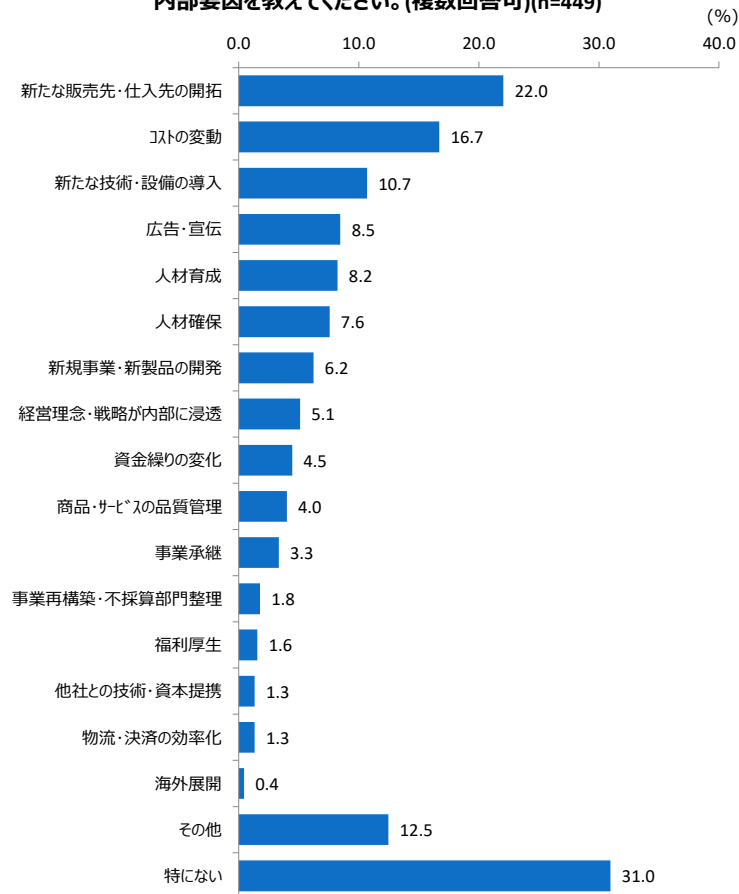
	n=	Q23-2 事業所のこの先1年間の営業利益の見通し					増益割合	減益割合
		大幅に増益	やや増益	横ばい	やや減益	大幅に減益		
全体	506	1.2	13.2	36.4	34.8	14.4	▲ 34.8	
建設	91	1.1	17.6	40.7	28.6	12.1	▲ 22.0	
製造	90	0.0	11.1	42.2	35.6	11.1	▲ 35.6	
卸売	17	5.9	5.9	41.2	35.3	11.8	▲ 35.3	
小売	96	1.0	11.5	24.0	40.6	22.9	▲ 51.0	
不動産	8	0.0	0.0	25.0	50.0	25.0	▲ 75.0	
宿泊	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	
飲食	40	0.0	2.5	35.0	32.5	30.0	▲ 60.0	
運輸	9	0.0	44.4	33.3	11.1	11.1	22.2	
情報通信	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	
その他サービス(個人向け)	61	3.3	13.1	29.5	41.0	13.1	▲ 37.7	
その他サービス(企業向け)	28	0.0	21.4	53.6	25.0	0.0	▲ 3.6	
その他	50	2.0	12.0	46.0	36.0	4.0	▲ 26.0	

※割合が高いほど濃い色となるよう、ヒートマップを作成

業種別にみると、運輸、情報通信は、増益割合と減益割合の差がプラスとなっている。一方、製造、卸売、小売、不動産、飲食、その他サービス（個人向け）は、その差がマイナスで、全体と比べてもマイナス幅が大きくなっている。

Q24 直近3年間の売上高・純利益の増減につながった

内部要因を教えてください。(複数回答可)(n=449)



直近3年間の売上高・純利益の増減につながった内部要因については、「特にない」が31.0%で最も多く、「新たな販売先・仕入先の開拓」が22.0%、「コストの変動」が16.7%、「新たな技術・設備の導入」が10.7%で続いている。

	n=	経営理念・戦略が内部に浸透	新たな販売先・仕入先の開拓	新規事業・新製品の開発	新たな技術・設備の導入	他社との技術・資本提携	事業再構築・不採算部門整理	資金繰りの変化	商品・サービスの品質管理	物流・決済の効率化	コストの変動	海外展開	広告・宣伝	人材確保	人材育成	事業承継	福利厚生	特にない	その他
全体	449	5.1	22.0	6.2	10.7	1.3	1.8	4.5	4.0	1.3	16.7	0.4	8.5	7.6	8.2	3.3	1.6	31.0	12.5
建設	83	2.4	16.9	1.2	3.6	1.2	3.6	6.0	0.0	2.4	10.8	0.0	6.0	13.3	14.5	4.8	1.2	42.2	7.2
製造	84	6.0	31.0	10.7	25.0	2.4	0.0	2.4	4.8	0.0	21.4	2.4	0.0	7.1	4.8	1.2	3.6	28.6	13.1
卸売	17	5.9	47.1	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.8	0.0	17.6	5.9	0.0	11.8	0.0	29.4	0.0
小売	81	6.2	22.2	9.9	4.9	0.0	3.7	9.9	2.5	2.5	25.9	0.0	16.0	3.7	8.6	4.9	1.2	32.1	8.6
不動産	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	50.0	0.0
宿泊	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
飲食	35	6.0	11.4	2.9	2.9	0.0	2.9	5.7	5.7	0.0	25.7	0.0	2.9	2.9	0.0	5.7	0.0	34.3	25.7
運輸	9	0.0	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2	11.1	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	11.1	22.2	0.0
情報通信	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他サービス(個人向け)	56	10.7	10.7	3.6	17.9	3.6	0.0	3.6	10.7	0.0	5.4	0.0	16.1	5.4	8.9	1.8	0.0	32.1	16.1
その他サービス(企業向け)	24	4.2	25.0	12.5	4.2	0.0	4.2	0.0	8.3	0.0	8.3	0.0	4.2	0.0	4.2	0.0	4.2	20.8	16.7
その他	44	6.8	27.3	4.5	13.6	2.3	0.0	0.0	4.5	0.0	11.4	0.0	9.1	6.8	13.6	2.3	0.0	18.2	20.5

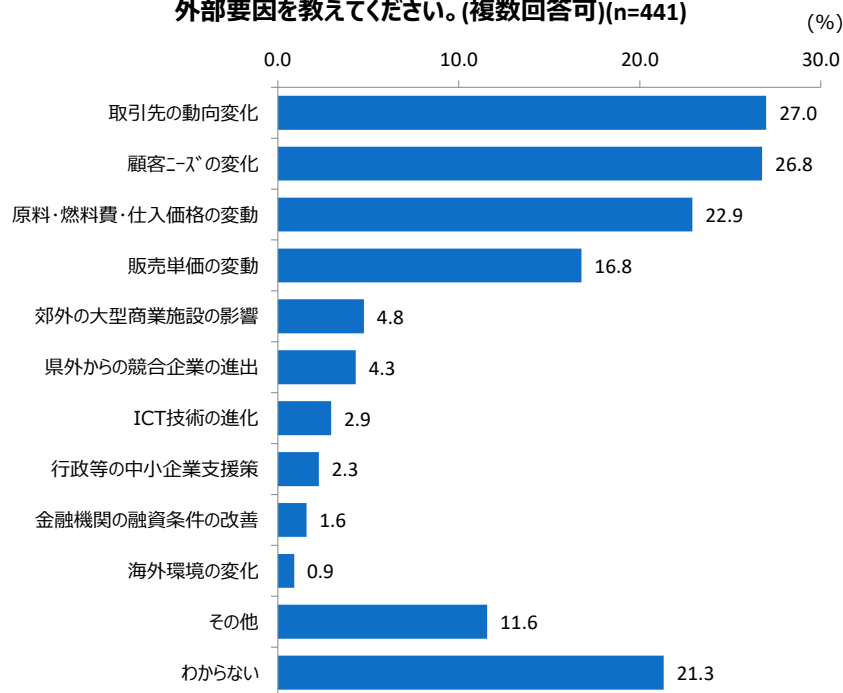
\*全体より10ポイント以上高い項目を色付け

業種別にみると、製造は「新たな技術・設備の導入」、卸売は「新たな販売先・仕入先の開拓」において、他業種と比べて高くなっている。



### Q25 直近3年間の売上高・純利益の増減につながった

外部要因を教えてください。(複数回答可)(n=441)



直近3年間の売上高・純利益の増減につながった外部要因については、「取引先の動向変化」が27.0%、「顧客ニーズの変化」が26.8%で同程度となっており、次いで「原料・燃料費・仕入価格の変動」が22.9%で続いている。

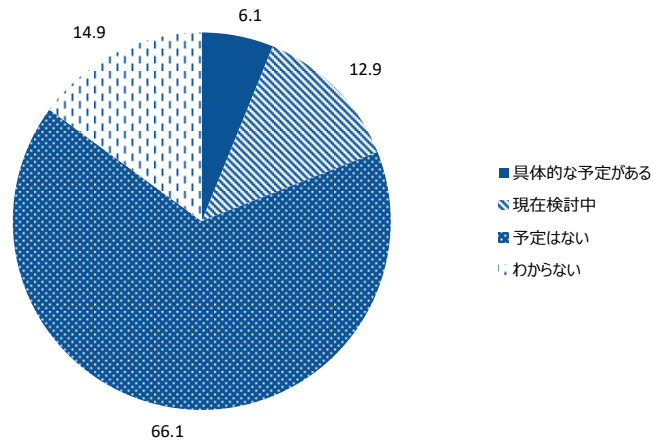
	n=	Q25 直近3年間の売上高・純利益の増減につながった外部要因											
		取引先の動向変化	販売単価の変動	原料・燃料費・仕入価格の変動	顧客ニーズの変化	郊外の大型商業施設の影響	県外からの競合企業の進出	ICT技術の進化	行政等の中小企業支援策	金融機関の融資条件の改善	海外環境の変化	わからない	その他
全体	441	27.0	16.8	22.9	26.8	4.8	4.3	2.9	2.3	1.6	0.9	21.3	11.6
建設	77	27.3	15.6	16.9	20.8	0.0	2.6	0.0	1.3	0.0	0.0	39.0	7.8
製造	83	44.6	26.5	31.3	22.9	1.2	1.2	1.2	2.4	1.2	3.6	14.5	8.4
卸売	15	46.7	13.3	6.7	13.3	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	26.7	6.7
小売	84	17.9	19.0	22.6	41.7	16.7	9.5	4.8	2.4	2.4	1.2	9.5	19.0
不動産	7	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	57.1	14.3
宿泊	2	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
飲食	36	2.8	11.1	44.4	19.4	5.6	5.6	2.8	2.8	5.6	0.0	27.8	22.2
運輸	9	22.2	22.2	44.4	11.1	0.0	0.0	0.0	11.1	11.1	0.0	11.1	0.0
情報通信	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他サービス(個人向け)	52	9.6	9.6	19.2	40.4	0.0	7.7	3.8	1.9	0.0	0.0	25.0	7.7
その他サービス(企業向け)	23	34.8	17.4	17.4	17.4	0.0	4.3	4.3	8.7	0.0	0.0	13.0	8.7
その他	44	40.9	9.1	15.9	27.3	4.5	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	15.9	11.4

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

業種別にみると、「取引先の動向変化」は、5業種で4割を超えている。「原料・燃料費・仕入価格の高騰」は、飲食と運輸が特に高くなっており、コスト増加分を販売価格に転嫁しづらい状況があるとみられる。

Q26 今後の設備投資の予定について教えてください。

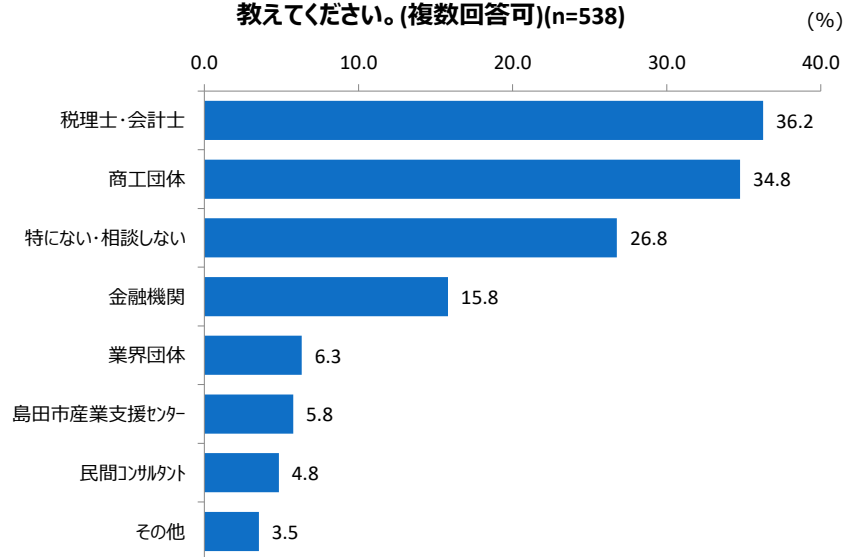
(単一回答)(n=489)



今後の設備投資の予定については、「予定はない」が 66.1%で最も多く、「わからない」が 14.9%、「現在検討中」が 12.9%となっている。

Q27 経営課題に関する日頃の相談先について

教えてください。(複数回答可)(n=538)



経営課題に関する日頃の相談先は、「税理士・会計士」が 36.2%で最も多く、「商工団体」が 34.8%と続いている。また、「島田市産業支援センター」は 5.8%となっており、一定数の事業者から、日頃の相談先として評価されている。一方、「特にない・相談しない」は 26.8%と 3 割近くに上り、こうした先への支援をどのように行っていくかは今後の検討課題といえる。

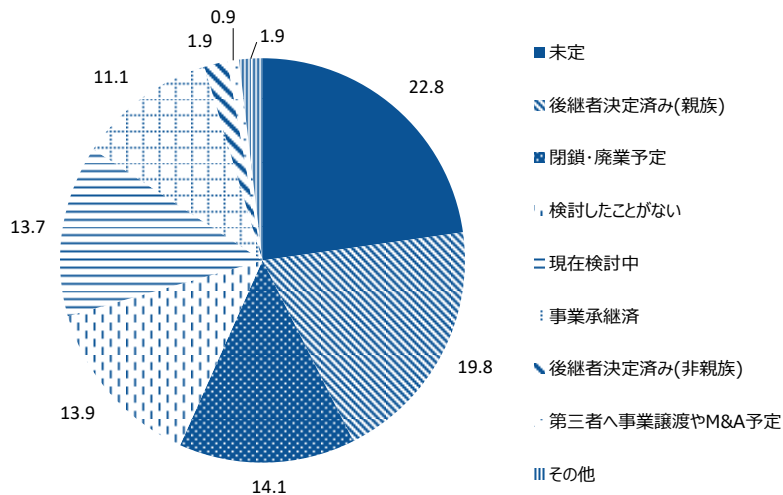
	n=	Q27 経営課題に関する日頃の相談先							
		商工団体	業界団体	金融機関	税理士・会計士	民間コンサルタント	島田市産業支援センター	特にない・相談しない	その他
全体	538	34.8	6.3	15.8	36.2	4.8	5.8	26.8	3.5
建設	99	29.3	7.1	14.1	44.4	3.0	4.0	26.3	3.0
製造	96	26.0	7.3	32.3	49.0	6.3	5.2	19.8	1.0
卸売	21	14.3	9.5	9.5	66.7	4.8	4.8	14.3	4.8
小売	103	41.7	5.8	12.6	30.1	6.8	9.7	35.0	1.9
不動産	8	12.5	0.0	0.0	25.0	0.0	12.5	50.0	0.0
宿泊	2	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
飲食	45	62.2	0.0	13.3	15.6	0.0	2.2	17.8	8.9
運輸	10	20.0	0.0	40.0	50.0	10.0	0.0	30.0	10.0
情報通信	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他サービス(個人向け)	64	48.4	9.4	1.6	17.2	9.4	6.3	25.0	6.3
その他サービス(企業向け)	28	21.4	3.6	17.9	32.1	0.0	7.1	39.3	3.6
その他	50	34.0	8.0	12.0	36.0	4.0	4.0	28.0	4.0

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

業種別にみると、建設、製造、卸売、運輸、その他は「税理士・会計士」が最も高くなっている。一方、小売、飲食、その他サービス（個人向け）は「商工団体」が最も高くなっている。

Q28 後継者と事業承継の状況について教えてください。

(単一回答)(n=500)



後継者と事業承継の状況については、後継者決定済（「親族」＋「非親族」＋「第三者への譲渡や M&A 予定」）および「事業承継済」の合計は 33.7%となっている。一方、「未定」が 22.8%、「検討したことがない」が 13.9%に上る。市内事業所の代表者年齢（F5）では、全体の約 6 割が 60 歳以上となっており、事業承継に関する支援は急務と思われる。

	n=	Q28 後継者と事業承継の状況								
		事業承継済	後継者決定済み(親族)	後継者決定済み(非親族)	第三者へ事業譲渡やM&A予定	閉鎖・廃業予定	現在検討中	未定	検討したことがない	その他
全体	540	11.1	19.8	1.9	0.9	14.1	13.7	22.8	13.9	1.9
建設	99	11.1	27.3	2.0	0.0	13.1	15.2	18.2	12.1	1.0
製造	96	21.9	26.0	2.1	1.0	11.5	12.5	14.6	10.4	0.0
卸売	21	19.0	28.6	0.0	4.8	4.8	9.5	23.8	9.5	0.0
小売	105	9.5	17.1	0.0	2.9	20.0	18.1	21.9	8.6	1.9
不動産	8	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	25.0	37.5	25.0	0.0
宿泊	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
飲食	43	4.7	7.0	2.3	0.0	27.9	0.0	46.5	11.6	0.0
運輸	10	10.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	40.0	0.0	10.0
情報通信	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
その他サービス(個人向け)	64	6.3	21.9	0.0	0.0	9.4	7.8	29.7	23.4	1.6
その他サービス(企業向け)	29	13.8	3.4	3.4	0.0	13.8	13.8	13.8	34.5	3.4
その他	50	4.0	16.0	8.0	0.0	12.0	20.0	20.0	14.0	6.0

※全体より10ポイント以上高い項目を色付け

業種別にみると、製造は「事業承継済」が 21.9%で、他業種に比べ高くなっている。

一方、「閉鎖・廃業予定」の回答した割合が高いのは飲食（27.9%）、小売（20.0%）などである。島田市で事業を行う際のメリット・デメリット（Q18・19）でみられたように、市内事業者は小売店やサービス店の減少を感じている。商業機能の集積を維持していくためには、廃業を検討している飲食・小売事業者をケアし、店舗や設備など事業の一部だけでも承継するなどの取組みを進めていく必要があるだろう。

## 4. 訪問調査結果

訪問調査においては、大きく6つの分野についてヒアリングを行った。なお、以下に掲載するコメントは全て、個社が特定できない範囲でヒアリング票から抜粋し、場合によっては固有名詞や具体的な内容を一部削除した形で掲載している。

### (1) 従業員の過不足および対応状況について

従業員の過不足および対応状況については、業種によって状況が異なる。

郵送アンケートにおいて人材不足感が強かった建設業、運輸業においては、多くの事業者から、同様の強い人手不足感が訊かれた。求める人材としては、現場管理者などの有資格者をはじめとした即戦力を求める声が多いものの、全体として、新卒・中途を問わず広く募集しているようである。募集手段はハローワークが多く、応募が少なく苦慮しているとの声が多かった。募集強化のみならず、労働環境の改善によって定着率を高め、人材確保を強化すべく取り組む企業もみられた。

#### <主なコメント>

業種	Q1_従業員の過不足はありますか。過不足に対して、どのように対応していますか。また、市の就職支援事業を活用したことはありますか。
01_建設	職人や外注は確保できているが、現場監督(現場によっては複数人員が必要)が不足している。若手が長続きせず退職するため育成ができていない。インターネットの募集サイトで「未経験者でも可」で募集しているが、集まらない。県外の人材も採用したいがツテがない。
01_建設	現在は繁忙期でもあり、人手不足感がある。過去5～6年新規採用を行っていなかったことも人手不足の要因と考えている。職種としては現場管理者が不足しており、現場管理職の即戦力の人材が欲しい。ハローワークでの求人、新卒並びに中途採用を行っているが、思うように人手が集まらない。新たな外注先なども選定しているが、どれも人手不足であるなどの背景により、外注先の増加もみられず、対策については現状、手詰まり感がある。
01_建設	世代交代を円滑に進めるため、新卒社員及び経験者の中途社員を採用したい。即戦力が欲しい為、インドネシアやベトナムの現場監督の外国人を採用したい。建設業界は慢性的な人手不足の為、労働環境の改善によって同業他社と差別化し、雇用環境の改善を図っている。
01_建設	特に不足感はないが、30代後半から40代の人材が少ない。このため、福利厚生面の強化に努め、離職率の低下や資格保有者などの中途採用に取り組んでいる。新卒採用に関しては、静岡県内の大学に土木などの専門学部が少ないため、他県での就職セミナーなどに参加している。業種柄、土日の作業もあるため、気持ちよく働いてもらおうという取り組みを行っているが、管理側と現場の意識を合わせるのが難しい。
08_運輸	ドライバーの不足感は感じており、即戦力となる40代の従業員が欲しい。現在ハローワークにて募集中である。なお、これまで島田市の就職支援事業の利用はない。理由としては、島田市が行っている就職支援事業の内容(どのようなことを行っているか)をよく知らなかったためである。

製造業においては、現状が深刻な人材不足であるとの声は少なかったものの、従業員の高齢化が進む中で若い世代を育成するの必要を感じているとの声がみられた。また、省力化投資などによって人材不足を補おうとする事業者もみられた。

即戦力を求める事業者の中には、市の就職支援施策が新卒採用中心との認識を持っており、それゆえに利用機会が少ないとのコメントもみられた。

### <主なコメント>

業種	Q1_従業員の過不足はありますか。過不足に対して、どのように対応していますか。 また、市の就職支援事業を活用したことはありますか。
02_製造	社員は不足しており、エンジニアリング分野で設計から製造まで一通りできる人が欲しい。現状はシニア世代の経験者を契約社員として雇用して対応している。 島田市の就職支援事業は新卒中心である上、当社は経験者を求めているため、制度の利用はない。
02_製造	長らく新卒の採用をしてこなかったため、次世代を担うようなオペレーター層が不足している。65歳以上の高齢者層の雇用で急場をしのいでいるほか、求人を出し人材の採用を図っている。市の施策を利用したことはないが、興味はある。
02_製造	従業員数は不足気味。採用にあたってはハローワークへの求人票提示、就職情報への掲示を行ったが採用できなかったため、外国人実習生の増員によって補っている。 市の就職支援事業を利用したことはないが、川根地区では高卒で就職する生徒がほとんどおらず、採用が難しいと思っている。
02_製造	数年前の設備投資を実施した効果もあり、現状では従業員に不足感はない。募集時はハローワークを利用するほか、島田市が運営している就職支援サイトにて企業PRを行っている。現在外国人を2名雇用しているが、言葉やコミュニケーションに課題感がある。
02_製造	現状の事業規模だと人力的には過剰気味であるが、事業拡大のためには新規開拓を精力的に行える若手の営業人員やネット販売促進のためのITに強い人員が必要である。ベテラン社員が多いので給与負担が大きい点も課題である。 現状、求人を出しても反響がなく、新規採用は定年退職した人材の再雇用が精一杯である。また、老朽化した機械の更新を計画しており、省力化に繋がれば良いと思っている。 市の施策を利用したことはないし、新卒よりも経験豊富な即戦力が欲しい。
02_製造	現在の人員規模に不足感を感じており、若手技術者の育成、従業員の若返りを図りたい。ただし、これまでハローワーク経由での採用を行ってきた経緯があるが、良い人材に巡り会えず、知人などを通じて従業員を採用してきた。 これまで島田市の就職支援事業の活用はなく、理由はどのような就職支援事業を行っているか詳細を把握していないため。島田市に業界に精通し、親身に相談に乗ってもらえる窓口があれば活用してみたい。
02_製造	現状人員に過不足はないものの、高齢の従業員も多いため若い世代を採用していきたい。 市の就職支援事業は過去に利用したことがあるが、現在では新卒者は学校に直接訪問しているほか、中途採用は求人誌などに掲載している。
02_製造	技術者のうち、溶接工については常時募集をしているが、溶接工のなり手が減少していることや、同業他社間でも同様に技術者を募集していることによって獲得に難航している。 求人は、原則としてハローワークを利用している。新卒者などについては大手企業との競争が激しいため、市の就職支援事業や商工会や信金主催のイベントなどには参加したことがない。また今後についても当面は利用する見込みはない。

卸売業、小売業、飲食業においては、従業員数は適正との回答が多く、また小規模な経営のため積極的に人材を募集することがないとの声も多かった。また、パートやアルバイトの雇用が多いため、募集時に市の就職支援事業を利用する意向がないとの声も多くみられた。

### <主なコメント>

業種	Q1_従業員の過不足はありますか。過不足に対して、どのように対応していますか。 また、市の就職支援事業を活用したことはありますか。
03_卸売	人員はやや不足気味。営業職が足りない。定年退職予定者がおり、世代交代のためにも若手の人材が欲しい。現在取り扱っている商材が多岐にわたるほか、新商材の取り扱いも開始したので即戦力ではなくても真面目な人材が欲しい。
04_小売	現行、人員に過不足感はなく、採用の予定も特にならない。なお、島田市が就職支援事業を行っていることを知らなかったこともあり、これまで利用はないが、今後事業拡大を図るなどの際に採用を行う際には利用してみたい。
04_小売	現状は過不足はない。 ただし、事業を拡大する場合には不足が生じる。市の就職支援事業は利用したことがないが、当店は生花についての知識や技術を要するため、人材の確保は難しいと思っている。
04_小売	やや不足を感じているが、パート・アルバイトは知人や知り合いにお願いするケースが多く、従業員は地元の専門学校(縫製)と連携して採用しており、これまで島田市の就職支援事業を受けたことはない。従業員は衣料関連の知識をある程度持っている人物がいたため、今後も専門学校の採用を行いたい。そのため、今後の島田市の就職支援事業を利用する予定はない。
04_小売	現状の事業規模であれば十分足りているが、今後拡大を考えると海外への販売を含めたネット販売に特化した人材が足りない。人材不足への対応としては、市外にある海外展開のサポートをしている企業に業務(折衝や受発注、関税など)を委託する予定である。 市の就職支援事業は活用したことはない。知人などからの紹介による採用が多い。
04_小売	従業員の過不足については、近隣に大型店が出店して以降は来店客数が大幅に減少しているため十分足りている。 市の就職支援事業は利用したことが無い。過去にはアルバイトなど従業員を雇用していたが、その際にも職安などを通して人が集まっていた。
07_飲食	ハローワークに求人を出しているが、店長候補となる正規パートを採用したいが、なかなか採用できていないのが実情。
07_飲食	現状不足感はない。パートを主体とした求人であり、過去には店頭での張り紙や口コミなどで、人材を確保してきた。 市の就職支援事業などについては、正社員などを募集することがないことから利用する予定はない。
07_飲食	当店は完全予約制であり、人手は足りている。 運営形態上、正社員の雇用は考えておらず、過去にも市の就職支援事業を利用したことは無い。

その他サービス業（企業向け、個人向け）、その他においては、過不足を感じる声は比較的少なかった。ただし、退職者が出た場合の補填などにおいて、募集をかけても人材が集まらないとの声は多い。募集方法は、ハローワークを利用しているとの声が多かった。

### <主なコメント>

業種	Q1_従業員の過不足はありますか。過不足に対して、どのように対応していますか。また、市の就職支援事業を活用したことはありますか。
10_その他サービス (個人向け)	現在は過不足はないが、事業を拡大した場合には増員する意向がある。増員する場合には主婦層を雇用するつもりであるが、子育て支援などの環境づくりが必要と考えている。 市の就職支援事業については、利用したことがない。前述の如く、主婦層の雇用を考えていることから、今のところ利用予定はない。
10_その他サービス (個人向け)	正社員は現状以上に増員を図る予定はなく、退職が発生した際には補填する程度。 求人方法は、無料求人情報誌、ハローワークを利用したことがあり、これまでは応募などもあった。また大手求人サイトはコストを考慮すると利用し難いところ。なお、島田市の就職支援事業などについては認知していなかったが、新卒者、正社員など、該当するような人材を募集する予定は当面ない。
11_その他サービス (企業向け)	過不足はないが、人材の入れ替えが出来ていないのは問題である。産業廃棄物処理・運搬業のため、3Kと言われる業種柄、若手の人材が集まりづらい。 高齢者や障害者の雇用で急場をしのいでいる。現在特段募集はかけていない。 タイミングが合わず利用したことはないが、タイミングが合えば利用してみたいと思う。
11_その他サービス (企業向け)	現状の求人手法はハローワークの利用に一本化しているが、業種柄、中高年層を中心に都度、若干ながらも応募があり、特段問題は無いとされる。 市が実施している就職支援施策についてはこれまで知らなかった。当社は一般廃棄物収集運搬業であり、新卒者や若年層の応募が少ないため、中高年層向けの中途採用などの支援施策が出た際には詳細情報を知りたい。
12_その他(造園業)	ハローワークを中心に求人を実施しても応募がほとんどない。造園業という業種柄、若者から魅力を感じてもらえることが少ない。地元同業者への外注のほか、シルバー人材を活用し対応している。現状、引き合いや受注が堅調であり、マンパワーの不足から見送る案件も多いが、人材の確保、定着が進むと受注を拡大することも可能なため、求人が課題となっている。
12_その他(測量設計)	現状の人員数はやや不足感があり、また中期的に若返りが必要であるため、現在20代から30代の人員を募集している。 求人方法としてはハローワークを活用しているが、応募は少ない。特に、現場作業については重労働であるとともに、夏の暑さも厳しいため、なり手が年々減少している。



## (2) 顧客層の拡大について

顧客層の拡大については、インターネット販売の活用による顧客層拡大を検討する事業者が多く、ホームページやSNSを活用した営業の勉強会など、具体的な支援ニーズも寄せられた。また、現在の顧客層が高齢者を中心としており、若年層の取り込みを図りたいとの声もみられた。

### <主なコメント>

業種	Q2現在の顧客層について、今一度詳しく教えてください。 今後、どのような顧客層を拡大していきたいとお考えですか。
02_製造	静岡県内の茶小売店を中心に全国の茶小売店への卸販売が大半で、観光客向けを主体とした店頭小売販売も行っている。そのほか通信販売にも対応してはいるが、割合は僅少である。 今後としては全国の茶小売店の開拓を主体に、観光客、ネット販売の割合を増やしていきたいと考えている。
04_小売	30～40代の子供がいるファミリー層が主体であり、島田市はじめ浜松市や静岡市などからも来店がある。 事業は拡大していきたい方針にあり、買い物弱者である高齢者向けの宅配ができればと考えている。ドローンを使用した宅配にも興味があるほか、市役所など島田市内の公共施設での販売も行いたいと考えており、これらに関する行政の支援は今後期待している。
04_小売	現状は個人客が大半だが微減の傾向にあり、それを増加に転じたい。法人など事業所への販売については取引額が大きくなった場合、マンパワー的に対応しきれず、仕事の質が落ちてしまうことが懸念されるため、個人向けの販売を増加したい。 具体的には島田市の補助金制度を利用してICTの導入を進めており、ホームページと連携して開拓を進めたい。
04_小売	島田市内の個人客(男性が多い)。店頭販売(配達含む)のみでネット通販などは行っていない。インターネット販売により市外・県外への販路を開拓していきたい。
04_小売	現在の顧客層は平均70代と高齢者で占めるため、30歳～40歳の若年層の顧客開拓を図りたい。薬以外に、サプリメントや無農薬玄米等も販売している為、若年層に対して販売を行う計画を持っている。
04_小売	現在の顧客は高齢層が多く、自社の既存顧客や得意先のカタログギフトを通じた販売となっている。若年層についてはペットボトル茶の普及により茶葉離れが顕著であり、現在の顧客が亡くなった場合には顧客が純減する傾向にある。 今後としては、浜松の業者に委託する形で海外向けのネット販売により、特に東南アジアの富裕層や日本外食チェーンへの販売を開拓していきたい。
07_飲食	市内、特に近隣の顧客が大半を占めている。 島田市へ出張などしてきた人が多く来るようにしたい。 そのために、市はどのようにすれば人が多く来るのかを考えて欲しい。
10_その他サービス (個人向け)	顧客(女性)は30代から80代までと幅広く、島田市はじめ近隣市町村から来店している。 新たな顧客(女性)の獲得はしていきたいと考えており、令和元年にホームページをリニューアルしている。また、商工会にはその都度、相談し助かっている。口コミによる紹介は固定客となりやすいため、現在の顧客に対してのサービス、商品に満足してもらえるよう、努力している。なお、チラシやDMなどのイラストの構成、またSNSなどネットを利用した営業の勉強会や支援があればありがたい。

### (3) 新事業展開で興味のある分野について

新事業展開で興味のある分野については、各事業者からさまざまな声が訊かれた。ここでは主に、他事業者や行政などとの連携による新規事業に関する意見を掲載する。

製造業からは、観光業と連携した製品の開発や、地域資源のひとつである茶を軸とした事業の構想をもつ事業者や、産学連携に関する関心もみられた。

#### <主なコメント>

業種	Q3_新事業展開で興味のある分野について、具体的にお聞かせ下さい。
02_製造	生産者を集めてお茶会などを開催している、同業者間のつながりを強め、業界全体での強化に努めたい。
02_製造	ARを活用して観光分野において活用できるスタンプラリーの構想を持つ。
02_製造	産学連携に興味あり。自社での開発だけでは限界があるほか、大学や研究機関との合同開発では補助金も交付されることが多いため今後も積極的に行っていきたい。 ICTの利用については、リモートでの故障診断を可能にする機械を開発していきたい。
02_製造	ネット販売に関しては、自社サイトのほか、大手通信販売サイトなどを考えている。 地域資源を活用した商品・サービスについては、自社農園を活用した茶摘み体験などを行いたいと考えている。地域の子供たちだけでなく、観光客などにもぜひ体験して欲しい。しかし、茶摘み娘の衣装などを揃える費用などを考えると難しいかなとも思う。

卸売業、小売業においては、取扱商品の拡大や、商品そのものの開発に関する構想が多く訊かれた。新商品の開発に際しては、茶販売事業者や水産加工業者などとの連携実績があるようで、地域資源や環境に着目した商品開発を行っている様子が見えてくる。

今後への期待としては、製造業と同様に産学連携に関心をもつ事業者もみられた。また、市がこうした商品開発のサポートを行うことへの期待も寄せられた。

### <主なコメント>

業種	Q3_新事業展開で興味のある分野について、具体的にお聞かせ下さい。
03_卸売	産学連携に興味がある。理由としては、理数系の大学などとAIを活用したオリジナル商品の開発や、経済学部とマーケティングに関する連携が取れるのではないかと考えているため。このほか、顧客と連携してオリジナル商品を開発することや島田市にまつわるものでオリジナル商品が開発できれば(いずれも具体化した案はない)良いと考えている。
03_卸売	海外の掃除用品や禁煙促進器具など、代表自身が良いと思った商材の販売を進めていきたいと考えており、その一貫として大手通信販売サイトなどでのネット販売を考えている。主業の塗料卸だけでは市場がシュリンクしていくなか事業規模の拡大が見込めないため、新たなチャネルを開拓することで相乗効果を図っていきたいと考えている。
04_小売	環境やエコに配慮した商品・サービスを進めている。SDGs(持続可能な開発目標)に配慮してロスの低減を進めているほか、包装をプラスチックから紙へ変更している。島田市の補助金を利用して連携できるホームページの作成も進めている。
04_小売	島田市内の茶販売店と商品の共同開発を行っている。新たに開発された菓子を箱根の旅館に販売している。
04_小売	当社単体と言うよりも、島田市全体として、地域の企業、小売店などの声を定期的に行政が直接吸い上げて、静岡県外資本への対抗策を考えて講じて欲しい。また、既存事業のサポートと並行して新規事業の支援も積極的に行ってもらいたい。また、島田市に商品開発サポートをお願いしたい。
04_小売	焼津や藤枝などの水産加工業者とのコラボ商品の発売や、地元商店の商材を掛け合わせたオリジナル商品の開発などは積極的に行っていきたいと考えている。また、各種SNSの活用、ネット販売の拡充など、イベントで獲得したファン層へのアピールは続けていきたい。
04_小売	現業を主軸とした展開に変化はないが、新規の取り組みとしてレンタカー事業を開始する意向にある。この背景には、レンタカーによって集客し、当社の認知度を高める目的があるほか、様々な車種をレンタカーとして提供することにより、車への関心、車両の購入を促進する計画を持っている。

建設業、運輸業、サービス業（個人向け、企業向け）などでは、事業者によって興味のある分野の違いが大きい。市の支援を求める声としては、空き家の再生、学校訪問による職業紹介、スポーツチームの誘致などの具体的な案が寄せられている。

### <主なコメント>

業種	Q3_新事業展開に興味のある分野について、具体的にお聞かせ下さい。
01_建設	新築需要は減少が見込まれるほか、大手には勝てないため、縮小していくしかない。リフォームの需要を増やしていくことになると考えている。具体的な予定ではないが、静岡県の中中部は特に古民家への意識が低い感があり、島田市でも中心市街地の空き家が多いため、店舗の再生に興味がある。
08_運輸	現在食品メーカーより運送を受注しているため、得意先の商品をインターネット販売により直接販売することも考えている。但し現状決まっているわけではなく、構想段階のまま止まっている。
10_その他サービス (個人向け)	具体的な内容はイメージできてないが、健康になると気持ちも前向きになるため、これに寄与する新たなマッサージや新商品(化粧品など)の発掘は行っていきたい。 既述の通り、SNS活用による新たな顧客の獲得も行いたい。また、チラシやDMのデザインや構成なども悩んでおり、これら相談や支援があるとありがたい。
10_その他サービス (個人向け)	小学校向けのPRをしたい。学校訪問など、市主導で行うものがあれば、子供たちにトリマーという仕事を認知させられる。
11_その他サービス (企業向け)	廃業などをするような同業他社からの事業の引継(M&Aも含む)、中間処分場の開設などには関心がある。ただし、中間処分場の開設には許可の申請、資金力、そして住民との交渉など時間や費用が相応に必要となるため、中長期的な希望である。 そのほか、「一般廃棄物収集運搬」という業界のイメージや地位向上に繋がるような施策があれば、実施してみたい。
12_その他	現在取り扱っている防災用品、健康食品の販売を伸ばしていきたい。 ホームページの開設を検討中。またキャッシュレス決済やポイント制度を導入したが、顧客には高齢者が多いこともあり普及していない。
12_その他	現業の整骨院にとどまらず、薬店として漢方などの処方をするほか、医療過疎地におけるヘルスケアの拠点として、将来的にはトータルヘルスケアを実施したいとの希望あり。 そのほか、川根エリアの活性化にも関心が高く、プロスポーツチームや大学生などの合宿の誘致なども実施していきたい。

一部の事業者からは、人員不足や多忙で余裕がないため新規事業は考えていない、との声も訊かれた。人材獲得や育成、また設備投資による省力化などによって事業者に余裕が生まれれば、新たな事業展開を考える力も生まれてくるのではないかと思われる。

### <主なコメント>

業種	Q3_新事業展開に興味のある分野について、具体的にお聞かせ下さい。
01_建設	新規事業については一切考えていない。現在の事業についても、現経営者が高齢であり、子息も引き継ぐ予定が無いため現状の運営を維持していくことに注力する。
07_飲食	新規事業などは計画していない。背景としては、経営者夫妻が中心として運営している中で、マンパワーの不足および新規事業への先行投資などのリスクがあるため。
08_運輸	人員不足による多忙や育成が難しい環境となっているため、新規事業は考えていない。
08_運輸	今後リニアモーターカー開設工事が本格化すると生コン配送の増加が期待できるため、同配送には力を入れていきたい。ただし、生コン配送増加のためにはドライバーの増員が必須となっている。

#### (4) 「おびサポ」の利用経験について

島田市産業支援センター（おびサポ）の利用経験については、個別相談、セミナー、補助金の相談などの利用について、様々な感想および意見が訊かれた。

個別相談については、「非常に助かった」「親身になってサポートしてくれた」「頻繁に利用している」等、支援内容を評価する声が多い。一方で、業界に特化したサポートを求める声もみられた。

#### <主なコメント>

業種	Q4_島田市産業支援センター(通称「おびサポ」)を利用されたことはありますか。
01_建設	おびサポは知っており、個別相談を利用したことがある。過去複数回利用しており、BCP対策作成に伴う相談や働き方改革についての相談などを行った。 BCP対策については中小企業診断士の派遣を受けるなど非常に助かった。 就業支援や補助金関連については興味があり、今後も必要に応じて相談を行いたい。
01_建設	過去に「おびサポ」を利用したことはあり、効果はなかったことはないが、数字では表せない。ホームページの製作支援やアドバイスの支援もあるが、業種に特化したホームページ業者にしかできないものもあり、利用していない。「島田塾」に参加しているが大手業者の生の声が聞けるのが良い。
02_製造	印刷業では将来性に危機感を持っている事から2～3年間におびサポを利用しており、専門家からネット販売の知識を習得するなど役立てる事が出来た。また、補助金については島田市役所の職員に必ず聞いて経営判断の参考にしている。
02_製造	おびサポは定期的に利用している。最近でいうと、経営改善や店舗での売り方をどうすれば良いかの相談に行った。金融機関の方がサポートしてくれているので利用しやすく感触も良い。 しかし、無料サービスの範囲が狭いのもうすこし幅を拡げて欲しいと思う。
03_卸売	補助金やセミナー、経営計画書作成のサポートなどで活用したことがある。 孤独な経営者に寄り添うような理解者があり、親身になってサポートしてくれるので大変助かった。
04_小売	「おびサポ」は知っており、販促や新商品開発の相談は行っている。 相談に対してスピーディーに対応していただいております、基本的には満足している。ただし、相談後のフォローがあるとなお良い。また、開業補助金を利用したことがあるが、補助金については種類を増やして欲しい。
04_小売	個別相談や各種セミナーの利用がある。 同様に個別相談については、課題の整理などはできるものの、一つ一つの課題に対し、解決策など具体的なアドバイスが薄いため、改善の余地はある。また個社のブランディングなどに関し、深い知識や経験を有する人材を活用した方が企業にとって有益であろう。
04_小売	島田市産業支援センターは個別相談を行ったほか、セミナーにも参加した。 友人の紹介で利用したが、女性のコンサルタントで話しやすく、同業種の事例を多く話してくれたので理解しやすかったのが良かった。その後もセミナーや異業種交流会の誘いはあったが、店が忙しくなってきたことによって時間が合わなくなり、近年は利用できていない。
10_その他サービス(個人向け)	日頃の経営相談はサロン向けに営業している化粧品ディーラーの担当者や同業の経営者に行っている。 島田市産業支援センターについては、個別相談と補助金を利用したことがある。 個別相談の感想としては、サロン経営に詳しいコンサルタントがおらず、一般消費者向けのサービスについて勧められたものは既実践しているもので、新たな収穫がなく、残念なものであった。 ただし、最近は設備投資に対する補助金制度を利用し、今後も島田市の支援を活用していきたい。
12_その他	おびサポの開業時から頻繁に利用している。過去にはホームページの作成に関するセミナーや各種助成金に関するセミナー、相談を受けてきた。また近時においては、働き方改革に関する相談や、社内規定の作成に関する相談に訪れた。

セミナーや補助金申請のサポート等については、様々な感想・要望が訊かれた。

情報提供やフォローなどの対応姿勢については「活用したあとは定期的に情報が来るようになった」、「細かいサポートが充実しており、利用しやすい」といった評価の声がある一方、「(ビジネスマッチングについて) 顔つなぎなどもう少し踏み込んだサポートまでしてほしい」、「利用できるサポートの具体的なアナウンスなどがほしい」といった、一歩踏み込んだサポートを求める声もみられた。

セミナー内容や補助金対象などの支援内容については、「分かりやすくてよかった」と評価する事業者がいる一方、「内容がいまひとつと感ずることが多い」との声もみられた。個別相談と比べ、セミナーはどうしても1社ごとの支援ニーズに寄り添いにくいいため、事業者によって評価が分かれるものとみられる。

### <主なコメント>

業種	Q4_島田市産業支援センター(通称「おびサポ」)を利用されたことはありますか。
02_製造	島田市産業支援センターはセミナーや企業懇話会、異業種交流会、販路拡大事業を利用したことがある。セミナーについては、静岡県立大学の先生の話が分かりやすくて良かった。異業種交流会については、1分間の自己紹介スピーチを行い、その後にシャッフルしていく進行の仕方が良いと思っている。ただし、競合業者がいるときなどは本音で話されていないと感じる。また、製造業者の出席者が少なく、仕事には繋がりにくい。
04_小売	個別相談や各種セミナーの利用がある。セミナーについては、内容がいまひとつと感ずることが多く、プロフェッショナルが登場した方が良いと感じる。
04_小売	「おびサポ」は年に2~3回利用している。気軽に無料で相談できる場所として良い評価をしている。これまで販促、事業承継の相談を行ったほか、ビジネスセミナーや異業種交流会への出席もしている。ただし、相談員の人数が少ないように感じており、相談員によっては企業のニーズに沿った回答ができていない。そのため、相談員の入れ替えや増員などを図る時期に来ているのではと感じている。なお、経営の相談については、税理士、金融機関、おびサポの順番であり、税理士に相談するケースが1番多い。行政の支援機関では「ミラサポ」を良く利用している。
04_小売	利用したことがある。商工会の会議やICT活用セミナーなどに参加したほか、販路開拓に関する個別相談もしたことがある。ビジネスマッチングに参加させてもらったが具体的な話にはならなかった。顔つなぎなどもう少し踏み込んだサポートまでしてほしい。普段の経営相談などは会計事務所にしている。
04_小売	補助金や新規販路拡大、専門家派遣などでおびサポを活用したことがある。活用前は特定の企業にのみ情報が行くようになっていたと感じていたが、活用したあとは定期的に情報が来るようになったので、仲間内に紹介などしている。
10_その他サービス(個人向け)	利用したことはあるが、女性向けや個人事業者向けのサポートが少ないように感じる。利用できるサポートの具体的なアナウンスなどがほしい。
10_その他サービス(個人向け)	創業時、補助金等の相談に行った。結果として補助金は通らなかったが、活用させてもらった。いろいろ相談する中で、今後の事業展開の構想を練られたので、話を聞いてもらうだけでも役に立った。
11_その他サービス(企業向け)	おびサポは知っており、過去2回に亘り、ものづくり補助金申請時に利用した事があり、大変お世話になった。取引金融機関や税理士・会計士を日頃の相談先としている。
11_その他サービス(企業向け)	各種セミナーや異業種交流会などを中心に利用実績あり。細かいサポートが充実しており、利用しやすい。アンケートも定期的実施しているので、しっかりと意見を取り入れてくれている。
12_その他	積極的に活用しており、補助金活用など補助事業について特に問い合わせている。

島田市産業支援センター（おびサポ）の利用経験がない事業者からは、利用しない理由として、日頃の相談先が別にある、休みが合わない、内容が自社に合わないように感じる、等の理由が挙げられた。

### <主なコメント>

業種	Q4_島田市産業支援センター(通称「おびサポ」)を利用されたことはありますか。
01_建設	情報誌などでおびサポを見たことはあるが利用したことは無い。 日頃困ったことは商工会のほか、親族が他市で同業を行っていることもあって同社に相談している。 今後も相談することがあれば商工会や親族に相談するためおびサポを利用することは無いと思う。
02_製造	利用したことはないが、今後使用してみたいと思っている。特に、事務所移転・拡大の相談をしてみたい。 日頃は金融機関や会計士に相談することが多い。
02_製造	通常の経営相談は親会社にしており、島田市産業支援センターは利用したことがない。 ただし、今回の調査において設備投資に対する補助金制度があることを知り、今後は島田市の支援も活用していきたい。
02_製造	おびサポについて認知はしているが、これまで利用したことはない。利用がなかった背景としては、おびサポで得られるような情報やサポートについては、代表者自身でこれまでに経験済みであることが多く、また更なる専門家が自身の周囲におり、利用する必要性がないため。 おびサポでは、これから起業を予定している方や、設立から間もない企業、創業者において有益な情報やサービスを受けられるという認識であるが、業歴や事業規模が相応な企業にとって魅力が少ないと感じる。
03_卸売	「おびサポ」を知らなかったため、これまで利用はない。 当社は輸出入を行っており、中国、ベトナムなど東南アジア地域などへの進出について、日本貿易機構のサポート、アドバイスなどは得たい。これまで日本貿易機構や取引金融機関などに直接相談を行っているが、当社のような中小企業に対して積極的にサポートを行っている印象はないため、親身に相談に乗ってくれるのであれば「おびサポ」でサポート、アドバイスは欲しいと感じている。
03_卸売	島田市の産業支援センターの利用はない。 ただし、「島田の逸品」は島田市外の取引先への土産物として使用している。東京の銀座で食事をした際のデザートで「黒大奴」ができたこともあり、一部の人には知られているようだが良いものなのでもっと世の中に知られて欲しい。そのために市役所に「島田の逸品」を案内するリストなどがあると良い。また、島田駅にも告知する仕掛けがあると良い。実際に富士駅ではデジタルサイネージで土産物の宣伝を行っている。
04_小売	「おびサポ」は知っているが、当店としての利用はない。 印象として、新規参入のアドバイスに限られており、既存の事業の拡大や回復を行うための専門家がいらない。また、食品、製造、建設など事業分野毎に相談できると良いと感じている。
07_飲食	補助金の説明など聞きたく、制度は知っているものの、時間がなく活用できていない。 訪問などしてもらえたら、もっとうまく活用できると思う。営業時間中は今の店を抜けられないため、時間がない。商工会議所はある程度活用しているが。
08_運輸	「おびサポ」を知らなかったため、これまで利用はない。 業績数値や資金繰りの面で取引金融機関や会計士・税理士に相談することはあるものの、その他経営内容について相談を行っている先はない。当社としては、販路開拓や事業承継問題を抱えていることもあり、業界(運送)に精通し、現在の業界動向を把握している人物がいるのであれば利用してみたい。
10_その他サービス(個人向け)	「おびサポ」を知らなかった。 希望とすれば、子育て支援の相談、異業種交流会の開催、既述のネットやチラシ、DMのデザイン・イラストの構成などのセミナーなどを開催してもらえるとありがたい。また、これらセミナー終了後の、フォローも行ってもらえるとなお良い。
11_その他サービス(企業向け)	利用したことがなく、日頃は計理士に経営の相談をしている。 補助金など金額や使い勝手の関係上、なかなか使えるものがない。
12_その他	利用したことは無いが、金融機関から案内が来るため知ってはいる。 日頃の経営に関する相談は会計士にするくらいで、このほかに相談する相手は無い。過去には商工会の青年部に所属していたため、何か困ったことがあっても青年部と一緒に所属していた会計士のほか、知り合いの業者などに相談するため今後も利用する機会はないと思う。
12_その他	利用したことはないが、金融機関からの説明はあり存在は知っている。 決まった日に休みを取ることがないのでなかなかタイミングが合わず利用できないが、タイミングがあればセミナーなどに参加してみたいと思う。
12_その他	おびサポは知っているが、同友会内の知り合いに相談できるため、利用したことはない。

## (5) 事業承継について

事業承継については、後継者がいない、もしくは承継において課題感をもつ事業者が多かった。具体的な課題としては、後継者候補の経験などが不足している、土地や借入金なども含めた承継が困難であるとの意見がみられた。承継先としては、親族や従業員のほか、M&Aを含む同業他社への引継を検討しているケースもみられる。

今後の支援施策としては、事業承継に関する相談はもちろんながら、取引金融機関の協力の下で経営者保証債務を整理できるよう促す<sup>6</sup>、近隣の同業者を承継候補先としてマッチングする等の支援の必要性が高まっていくと思われる。

### <主なコメント>

業種	Q5_事業承継について、現在お考えですか。
02_製造	現在検討中である。代表は高齢であるが、あと10年くらいは続ける予定である。後継者と考える人間はいるが、土地や負債などの問題もあるためそう簡単には継がせられない。事業承継についてはおびサポなどには相談していない。
02_製造	事業承継については、未定である。理由は、技術面で自分と同様に対応できる人材が見当たらないほか、現在の仕事は自分が築いてきた人脈が活かされており、それを引き継げる人材が見当たらない。さらに借入金があり、それを引き受ける人がいないため。
02_製造	子息はいるが会社を継ぐ意向は無く、現状後継者がいない。外部コンサルや商工会議所を通じてM&Aの登録をしてはいるが、具体的な話までは至っていない。出来れば余力のあるうちに引き継ぎたい。
02_製造	事業承継は検討中。代表及び役員の子どもは事業を継承する気がなく、社内にも適任者がいないため外部から後継者を招くか、M&Aによる売却も含め検討している。M&A相手は、当社と何らかの関係がある先を候補としており、東京でのセミナーなどにも参加している。M&Aによる売却を行う際にも地元企業では無いと思われる。
03_卸売	仕入先2社から、いざとなれば事業を引き継ぐと言われている。代表の親族は後継者ではなく、事業承継は切実な問題。
04_小売	代表が65歳となるまでに事業承継を終了させる予定である。これに対し、通常の実業承継のほか、社風・習慣などの引継ぎも実施する希望がある。
04_小売	現時点では事業承継について決定したものは無い。ただし、現在は血縁者や従業員のみで後継者はいないため、将来的にはM&Aによる事業譲渡を検討していく意向である。その際には市や商工会などに相談する可能性はある。
04_小売	後継者が不在の中で、経営者自身が高齢となっているため、廃業または事業承継の両建てで検討はしている。業務用卸については同業者への引継ぎがほぼ確定しているものの、店頭小売については、経営者が健在のうちに続ける意向にあり、可能であれば、店舗ごと引き継いでくれるような人材(事業承継先)を募集してみたい。
09_情報通信	現状では後継者は決まっていない。従業員の中で意欲がある者がいればいいが、いなければ知り合いの同業者に事業を引き継いでもらうこともあり得る。事業内容が特殊なため対象先は絞られるが、紹介などの支援があれば事業承継候補として検討もできる。
12_その他	次期後継者はいるが、その次を担う可能性がある者は不在であり、内部昇格を中心として30代から40代の若手層の人材育成が中長期の課題となっている。このためには、核となる従業員のモチベーションの向上などが課題となっている。事業承継についてはこれまでもおびサポに相談を行ってきたが、最新の情報などがあれば、随時確認をしたい。
12_その他	一応、息子に引き継ぐ予定であり、引き継ぎ体制を構築していかなければならないと考えている。体制構築から引き継ぎまで、10年以内にはやりたい。金融機関から話はあるが、具体的な相談は行っていない。
12_その他	息子がいるが後を継ぐ気はないため社員の中から良い人材がいれば今後検討する。ただし、本店不動産の半分が社有、半分が代表個人名義のため、承継をスムーズに進めることが難しい。今後タイミングが合えば市などに相談することもある。

<sup>6</sup> こうした課題への対応方針として「経営者保証に関するガイドライン」が日本商工会議所や全国銀行協会を中心に策定されている。 <https://www.chusho.meti.go.jp/kinyu/keieihosyou/index.htm>



廃業を決めている、あるいは可能性が高いという事業者もみられた。技術や経験面で後継者候補がいない、借入金を含めた承継が困難であるとの理由は、前述の承継に悩む事業者と共通している。一方で、廃業を決めた事業者からは、今後の事業見通しが暗いため事業を引き継ごうと思わない、との声も訊かれた。

### <主なコメント>

業種	Q5_事業承継について、現在お考えですか。
02_製造	事業承継は未定。本業は売上の減少が続いており、事業の将来性を考えたとき、伸びているとは言えなくても、安定した横ばい推移であれば後を継がせられるが、現在の状況では後を継がせることはできないと思っている。
03_卸売	現在、後継者はいない。ネット通販や同業他社との競争を背景に、取り巻く営業環境に対して悲観的。銀行借入金がなく無借金経営で廃業も可能であることもあり、当社を存続させるかどうかを悩んでいる。これら悩みについては島田市に相談は行っておらず、税理士や会計士などに行っている。
04_小売	息子は事業を継がない。現在の従業員の中にも事業を継ぐものはいない。現状では自分の代で終わるが仕方がない。
04_小売	子息3名いるが、廃業を予定しているため承継を行うことはない。漠然としているが、元気良い業種、儲かっている業種には支援を行う必要があると思うが、生鮮食品の個人事業主などは今後将来の見通しからして事業を行うことは困難と見ており、行政がサポートを行ったとしても事業承継を行う必要性自体があるかどうか疑問に感じている。
11_その他サービス (企業向け)	後継者がいないため考えていない。当社は、機械の設計から、電機関係、プログラム関係など全般に亘る知識が必要であるが、適任者がいないため事業を引き継げる先が無い。また得意先からは便利屋的な存在で重宝がられているため、急に事業を辞めることは出来ず、数年をかけて事業を縮小していくつもりである。

事業承継を既に終えた、または当面必要ないとの事業者においては、後継者を中心に、次世代の人材を育成していきたいとのニーズがうかがえた。事業承継を終えた事業者からは、スムーズな事業承継ができた背景として、「税理士などを中心に各専門家、専門機関を利用」したことが挙げられており、早い段階で専門家に相談し、外部人材なども含めた広い視野で事業承継の方針を検討していくことが有効と思われる。

### <主なコメント>

業種	Q5_事業承継について、現在お考えですか。
01_建設	後継者候補は複数人いる(親族など、当社に従事)。事業承継を早急に行うことはなく、早くとも今後10年ほどで承継を行う予定であることから、現時点で困っていることはないが、必要となった際に相談をしたい。ちなみに島田市の支援窓口があることは知らなかった。
01_建設	代表は現在50代半ばと高齢では無い為、後継者は具体的には決定していないが、優先順位として親族から選出したい。しかし子息は当社以外で勤務しているほか、今後の経営環境は厳しさを増すため、後継者には経営能力が高い人間が必要と考えており、社内の従業員や外部の人間の選出など多角的に検討していきたい。
02_製造	3年ほど前に事業承継済みであるため、しばらくは今の体制を継続していく方針である。しかしながら、右腕となる次世代がいないため、採用および育成をどうしようか悩んでいる。
02_製造	既に子息への事業承継を終えている。税理士などを中心に各専門家、専門機関を利用し、スムーズに事業承継を終えることができた。

(6) 市の支援施策について

市の支援施策については、いずれの事業者からも積極的な意見や要望が訊かれた。

雇用や人材育成に関しては、外国人や障がい者採用など、多様な人材の活用に関する支援を求める声が多かった。また、雇用を拡大するための費用（求人広告など）に助成が欲しいとの声もみられた。

<主なコメント>

業種	Q6.市の支援施策について、使いにくいと思うことはありますか。どうすればもっと皆さんに活用していただけるでしょうか。また、もっとこういう支援が欲しいという希望はありますか。
01_建設	次世代を担える人材、特に技術者の育成を行って欲しい。そのためには、安定した受注を確保できるようにすることで、雇用も進む、雇用できなければ経験させることも出来ない。市内の大型案件があったとしても、東京のゼネコンが受注するため、地元のメリットが少ない。
02_製造	今後は若い世代の人材確保が課題となっているが、これまでは各高校に直接案内を行っていたが、市として何か支援をしてほしい。また外国人においても、技能実習生ではなく永住権を取得している人物や特殊技能にて長く働ける人材の紹介をしてもらいたい。
02_製造	当社は開発会社のため、高齢者の就業は難しい人が出てくるのではと考えている。一方で、少子化で採用は難しいため、今後は外国人を採用して経営を維持していく必要がある。また、海外業者へ発注する事も考えなければいけないので島田市の支援施策があれば良いと思う。
02_製造	市の支援施策については、創業支援が多く、既存事業者への支援が薄いように感じており、これまで利用する機会がなかった。既存事業者向けの支援を増やしてほしいと思っており、具体的には中途入社者への初歩的な社員研修といった人材育成への支援や、設備投資への補助金など金銭的な支援がより増やせると良いと思う。
02_製造	従業員数に応じて、雇用活動にかかる広告費用などの補助金があると良い。島田市の高校生向けの就職セミナーには興味がある、機会があれば参加してみたい。
03_卸売	人材を幅広く活用していくため、障がい者雇用にも興味があり、こちらの相談、サポートがあるとありがたい。
03_卸売	得意先である建設業者において、監督者などを中心に若手の人材不足が良く聞かれ、人手不足により事業継続が困難となる可能性も否定できないとコメント。地元の工業高校の卒業生は建設業者に対して3Kのイメージを持たれ、親のすすめなどもあって製造業者への就職が多いと聞かれることもあり、若手人材の就職支援に期待している。人手不足解消のためには住民が増加することも必要であり、そのためには島田駅前商店街の活性化なども必要と考える。
03_卸売	子育て支援をもっと充実することで働き手を確保する施策もあると良いと思う。
08_運輸	働き方改革において、従業員確保のための助成金があればいい。また労働時間を短縮させると、従業員の給料も減るが、これに対する補填などがほしい。

補助金や助成制度については、補助の上限や対象を拡大してほしいとの声が多かった。また、申請にかかる書類作成負担が大きいと、インターネットでの申請受付や書類作成代行サービスなどがあれば利用しやすいとの声もみられた。

### <主なコメント>

業種	Q6 市の支援施策について、使いにくいと思うことはありますか。どうすればもっと皆さんに活用していただけるでしょうか。また、もっとこういう支援が欲しいという希望はありますか。
02_製造	得意先であるお茶関連業者向けの支援や補助金があれば良い。
02_製造	市の支援施策は使いにくいと思ったことがある。2～3年前に展示会に出展するための補助金を受給しようとしたが、支給される展示会が限定されていて使えなかった。近年はWeb上の展示会が開催されているが、それに出展する際にも補助金が出るようにしてほしい。大津市が実際に補助を行っている。
02_製造	工場新設や移転に対する補助金があれば良いと思う。 島田市内の物件情報が一括管理できるような仕組みがあれば、情報が早く役に立つと思う。 工場前の道が小型トラックしか入れないため、10トントラックが入れるくらい広くしてほしい。
02_製造	設備投資に伴う補助金の上限額が少ない。書類などもPDF等でネット申請などのやり取りが出来たら効率が良い。
02_製造	農業に対する補助金を拡大して農家を支えて欲しい。新品の農機具は補助金が出ても高く買えない。ISOやHACCPなどの認証取得支援などがあれば良い。
02_製造	島田市からは機械設備や周辺環境、防災関連への補助など具体的な話を持ってきてもらいたい。 また現状では補助金の申請が可能なものがあったとしても申請の仕方がわからないため、わかりやすくしてもらいたい。
03_卸売	手軽に申請が出来る補助金を増やして欲しい。 製造業に特化しており、卸業者などの販売業者は補助金を使いづらい。販促用ディスプレイなどにも活用できる補助金制度が欲しい。 市が高齢事業者に対してHP作成支援などを行えば良いのではないかな。
04_小売	補助金申請などの書類の代行サービスなどがあると活用しやすいし、時短になってより販売の方に注力できる。なお、補助金や展示会の話は役に立つが、情報が見えにくく問い合わせづらい雰囲気がある。
04_小売	また、補助金申請などの書類の代行サービスなどがあると活用しやすいし、時短になってより販売の方に注力できる。なお、補助金や展示会の話は役に立つが、情報が見えにくく問い合わせづらい雰囲気がある。
10_その他サービス (個人向け)	島田市に限らず、国や各自治体において言えることではあるが、助成金などを利用したい際に、計画書の作成や受任後の事業報告など求められる書類や内容が多く、助成金を受け取るまでに時間を要するケースが相応にあると感じる。そのため、当社およびグループ会社において、長年、助成金を活用せず、自己資金や金融機関からの調達にて設備投資などを実施している。難しいものと考えられるが、手続きが簡略的で、かつ有益な補助金なども検討してほしい。
12_その他	機械設備が古くなっている。新しい設備を入れる際には補助金が交付されることは知っているが、修繕費なども高額なものが多いため補助金を交付してもらいたい。また自社施設が地区の防災拠点となっており、毎年の防災訓練などの活動も行っているため、市にも補助をしてもらいたい。

販路拡大やビジネスマッチングなどについては、市外、県外の需要の取り込みや、近隣市町村との連携に関するアイデアが寄せられた。また、商品開発を支援した後のフォローがもっと必要との声もみられた。

### <主なコメント>

業種	Q6.市の支援施策について、使いにくいと思うことはありますか。どうすればもっと皆さんに活用していただけるでしょうか。また、もっとこういう支援が欲しいという希望はありますか。
03.卸売	昔は業界の中で集まりがあり、情報交換なども行っていたが、最近はそれもなくなった。同業者を集めた情報交換の場などを作ってほしい。
04.小売	民間のラジオ局で他市の企業や場所、商品などを紹介するコーナーがあるが、島田市もやって欲しい。島田市内の公共施設内でも販売ができないか？ また、レジ袋が有料化するが、この情報が個人商店にまで届いていない。知人との話で、レジ袋を有料化するならば、島田市でエコバックを作成し、エコバック利用者が地元資本の商店で買い物をした際にはポイント還元するなどのサービスを行っても良いのではないか。
04.小売	市の支援などで一時的に島田市への訪問客が増えることはあるが、他県からの客が寄る場所がない。他県から客を呼ぼうとする気運が感じられない。髷祭で助成金を使って商品をつくっているが、作らせたら終わりで、マッチングや販路の紹介などその後のフォローがない。
04.小売	年齢層が高く、敷居が高く感じたため、若手経営者のみの交流会などがあるとよいかも。個人向けの商売なので一般個人向けの紹介制度があるとよい。また、島田市が市内の花屋全店と順次取引して欲しい。
04.小売	欲しい支援施策については、島田市の物産を活用した洋菓子を開発していく意向があるので、島田市産の小麦粉など地元産の原材料があるのか、地元産品を確認できる仕組みが欲しい。
10.その他サービス(個人向け)	子育て支援相談、異業種交流会の開催、SNSなどネットを活用した販促、チラシやDMのデザイン・イラスト構成の勉強会の開催などをお願いしたい。
12.その他	三重県が酒と煮汁をセットで販売しているように、藤枝市、焼津市と連携を図った商品を組み合わせた商品販売を行う事により、オリンピック需要を取り組むなど広域連携の方策を考えて欲しい。
12.その他	今後期待する施策としては、商店街の活性化(空き家の利用)であり、市外向けに商売をしている事業者をどう誘致するかや、既存事業者の売上をどう伸ばしていくかのマーケティングやビジネスマッチングといった支援が望まれる。また、成功例の視察旅行への支援などもあって良いと思う。
12.その他	・地場産の木材を建築に使うと補助金が出る支援があれば使いたい(材木店と連携した取り組みがあればなお良い)。 ・市の計画には設計計画の段階で入り込まないと地元の業者が厳しい。特に地元の目玉となる案件には地元業者を積極的に採用してほしい。単独でだめなら大手業者と組ませる仕組みを作ってほしい。これにより大型案件を手掛けた実績が出来、これまで大型案件の実績がないことを理由に入札にも参加できないと言わなくなると言える。

市の支援施策に関してもっと情報発信をしてほしいとの声もみられた。

### <主なコメント>

業種	Q6.市の支援施策について、使いにくいと思うことはありますか。どうすればもっと皆さんに活用していただけるでしょうか。また、もっとこういう支援が欲しいという希望はありますか。
03_卸売	補助金の申請、活用、人材確保、産学連携に関するセミナーの開催を行ってほしい。また、制度資金は金融機関から案内されるが、行政がもっとアピールしてほしい。
03_卸売	市の支援事業について、使いにくいと思うことはない。利用を増やしていくには告知をもっとしていくことが必要。
04_小売	島田市の支援施策について、よく知らない。調べないと分からない。 調べて利用しようとした際には地域が限定されており、当店では使えなかったことがある。
10_その他サービス (個人向け)	市の支援施策について特に使いにくいということはない。もっと活用してもらうには、認知度を上げていくことが必要と思われる。例えば新規開業の書類を申請した際に開業に使える補助金の案内があるなど。実際に自分が開業した際には最初の資金運営に苦労したが、創業資金の補助金などを知っていれば活用できたと思っている。
12_その他	様々な情報を発信されている点は評価しているものの、情報によっては内容を理解し辛いものや情報量が膨大となっているものも見受けられるため、わかりやすい情報発信を実施してほしい。
12_その他	これまでは助成金などについて、金融機関を経由して認知することがあったが、市からも積極的に発信してほしい。

今後の支援施策を検討するにあたっては、こうした事業者の想いをくみ取り、実態をなるべくきめ細かに把握した上で検討をすすめていくことが重要と思われる。

### ＜主なコメント＞

業種	Q6_市の支援施策について、使いにくいと思うことはありますか。どうすればもっと皆さんに活用していただけるでしょうか。また、もっとこういう支援が欲しいという希望はありますか。
03_卸売	事業承継に関する相談、サポートに興味がある。
03_卸売	欲しい施策としては、地場産材を使用した住宅建築に対する助成。例えば市内で使える金券の配布など。これによって木材産業のみならず、地元商店街などにも経済効果があるとみる。 また、工業立地が少ないため、製造業をもっと誘致できるような地区を作ったほうが良い。
04_小売	島田市長の施策については評価している。今後も島田市の将来のため、活性化に繋がるビジョンの策定と発信をお願いしたい。 既述の通り、島田市中心地においては、商店街の衰退がみられるため、具体的な施策は現行ないが、活性化するため商店街という店舗の集合体にこだわらず、島田市独自の魅力的な場所として欲しい。
04_小売	島田市内の商店との密な関係性を築き、イベントなどへの積極的な協力体制が欲しい。
10_その他サービス (個人向け)	セミナーについては参加したいと思ったものもあったが、日程が1回しかなく、参加できなかったことがある。平日と土日、昼と夜など複数の選択肢があると良いと思う。 あと良いと思う支援は、女性の個人事業主の出産対策。出産に際して一定期間は営業できなくなり、当然収入がなくなる期間があるので、それに対して人的、金銭的な支援があると良いと思う。
10_その他サービス (個人向け)	商店街に活気がないことは課題である。また町並なども、統一感や雰囲気一体感もないように感じる。このようなことも含めた町おこしを検討願いたい。
10_その他サービス (個人向け)	一般個人を対象としている業種柄、市内の人口が減少していることは課題と言え、人口減少に歯止めがかかるような施策は必要である。
11_その他サービス (企業向け)	各自治体の財源が縮小している中、行政に依存するよりも民間主体で各事業を実施すべきであると考えている。このため、民間企業の業況が改善するような施策を行政側も検討して欲しい。 助成金などについても、ばらまきではなく、有益性の高いものを積極的に導入し、将来への投資を実施すべき。
11_その他サービス (企業向け)	使いにくいと思うことは、知らないだけかもしれないが自分の事業(デザイン業)に関係するものがあまりないように思う。また、開催されているセミナーなどが比較的年配者向けが多いように感じていた。 そのため、起業したばかりの事業者への支援がもっとあると良いと思う。例えば、いっぱいある空き家を事業所として低価格で貸し出す。シェアオフィスを街中に開設するなど、若手の事業者が交流できる場所があると良いと思う。
12_その他	これまで市の支援施策を利用したことが無いためよくわからない。 当社は個人事業主であるため保険も国保になるなど将来に対する不安が拭えない状況にある。市としても個人事業主に対して積極的な支援をしてもらいたい。例えば、個人事業主が借入をするのは法人に比べて難しいため、市の施策として数百万円までの借入枠を設けるなど簡単に借入ができる制度を作ってもらいたい。
12_その他	川根地域の活性化のために、プロスポーツチームなどの合宿誘致を実施して欲しい。具体的な内容としては、良質な天然芝を整備したグラウンドにてトレーニングをもらい、ホテルなども協力し温泉と料理などもPRしていく。またスポーツドクターなどの業務についてはネットワークを活用することができる。新東名のインターからの地の利、気候なども考慮すると十分に勝算がある。プロ選手の発信力などは相応であることから、観光などにも繋げることができる。 合宿誘致における最大の課題は、天然芝が整備されたグラウンドであるが、学校の校庭などに天然芝を敷き、管理についても学生ほか、シルバー人材を活用することで雇用などにも繋がる。
12_その他	お茶に特化した施策が多いため、ほかの業界にもスポットライトを当てて欲しい。 農林課をはじめとしてとてもよくしてくれており、島田市と組合の連携はうまくとれているため話はしやすいが、もっと木材を使って欲しい。
12_その他	経営者向けのビジネススクール(経営塾)については、勉強になる点が多いため、さらに増加させてもらいたい。
12_その他	物を買うための補助金だけでなく、公共物件の建築計画書など、アイデアなどへの補助金を出してほしい。

## 5. 全体のまとめ

### (1) 事業所の概要について

#### ～ 「創業 50 年以上」が半数超 ～

創業年は「1950～1979年」が36.1%で最も多く、「1980～1999年」が25.4%、「1900～1949年」が15.0%で続いている。1990年代以前に創業した事業者が全体の4分の3以上、1970年代以前に創業した事業者が全体の半数以上を占める。2000年以降に創業した事業者は2割程度となっている。

#### ～ 年間売上高「1億円未満」が7割強 ～

資本金・出資金については、調査対象の約7割が個人事業主であったことから「個人事業主」が最も多い。法人では「1000～5000万円未満」が21.2%で最も多く、「1億円以上」は全体の1%未満となっている。

年間売上高は、「1000～3000万円未満」が22.4%で最も多く、「500～1000万円未満」が18.1%、「1～5億円未満」が17.2%、「500万円未満」が16.8%と続いている。全体の7割強が年間売上高1億円未満となっている。

#### ～ 代表者・従業員とも高齢化が進行～

代表者の年齢は、「60～69歳」が30.4%、「70歳以上」が28.6%で、60歳以上が約6割に上る。一方、30代以下は4.7%にとどまり、若い経営者の参入が少ないとみられる。

従業員の平均年齢は、「40～49歳」が33.7%で最も多く、「50～59歳」が26.6%となっている。代表者と比べれば平均年齢は若いものの、全体の4分の1で従業員の平均年齢が60歳以上となっており、従業員の高齢化も進んでいるとみられる。

従業員の有無は、「従業員あり」が76.3%、「従業員なし」が23.7%となっている。雇用形態や性別ごとにみると、「正規社員」は「1～4名」が最も多い。「正規社員（うち男性）」を5名以上雇用している事業者は全体の31.6%、「正規社員（うち女性）」を5名以上雇用している事業者は12.9%となっている。また、「派遣等、直接雇用していない従業員」を雇用している事業者は4割強、外国人材を雇用している事業者は2割弱となっている。

### (2) 事業所の強みや課題について

#### ～ 価格競争に陥らないため、独自性やサービス力の向上を図る事業者 ～

製品・サービスの強みについては、「他にない製品・サービス」が37.7%で最も多く、「サービス力の高さ」が28.2%、「地元ならではの製品・サービス」が24.8%で続いている。「価格の安さ」は15.8%にとどまっており、事業者が単なる価格競争に陥らないよう、独自の製品やサービスを揃え、サービス力を向上させること等によって魅力を高めようとしている様子が見える。

製品・サービスの課題としては、「営業力・交渉力の向上」が29.9%で最も高く、「新しい

製品・サービスの展開」が 27.1%、「販売価格の値上げ」が 24.7%と続いている。現在の強みである独自の製品・サービスの力を一層向上させるとともに、それらを販売価格に適切に反映できるよう交渉していきたいと考えている事業者が多いとみられる。

#### ～ 交通アクセスの良さが強みの一方、設備投資の充実には課題感～

店舗や設備の強みについては、「交通アクセスの良さ」が 45.7%で最も多く、各業種とも 3 割以上となっている。「キャッシュレス決済の導入」は全体では 10.6%にとどまるも、小売、運輸、その他サービス（個人向け）は比較的高く、業種によるばらつきがみられる。

店舗や設備の課題については、「設備投資の充実」が 52.1%と最も高く、特に建設、製造は「設備投資の充実」の割合が 6 割を超えている。また「営業時間の変更」は全体で 20.2%となっており、そのうち約 8 割が「短縮」との回答であった。営業時間短縮の背景としては、職場環境の改善によって人材の定着を図ろうとしている、人手不足や従業員の高齢化によって稼働時間を短縮せざるをえない、といった事情が考えられる。

#### ～ B t o Cの事業者は、近隣の固定客に支えられている～

その他の強みについては、「固定客の多さ」が 26.0%、「幅広い取引先」が 17.7%、「従業員が働きやすい職場づくり」が 16.8%となった。業種別では、その他サービス（個人向け）は「固定客の多さ」が 42.6%と特に高くなっている。

一般消費者向けの製造・販売・サービスを主として行っている事業者に対し、主な顧客層を訊ねたところ、「近所に住む方」が 59.3%、「個人客」が 58.0%となっており、ここでも近隣住民との関係性が強いことがうかがえる。特にその他サービス（個人向け）は「近所に住む方」が 7 割超となっている。

一方、その他の課題としては「新たな顧客の開拓」が全体で 33.7%と最も多くなっており、固定客の多さが強みである一方、新規開拓の必要性も感じている様子がうかがえる。

#### ～ B t o Bの事業者も、販売先は市内及び近隣市町村が中心 ～

企業向けの製造・販売・サービスを主として行っている事業者に対し、主な顧客層を訊ねたところ、「島田市内」が 71.9%、「島田市を除く県内」が 47.3%と続き、「県外」、「全国」はそれぞれ 15%弱にとどまっている。「海外」は 2.2%となっている。

一方、主な仕入先は「島田市を除く県内」が 53.6%で最も多く、「島田市内」が 47.8%で続いている。島田市を一つの経済圏域として考えると、仕入先は域外（県内の他市町村）が比較的多く、販売先は域内（近隣住民や市内企業）が多いことから、域外からモノ・サービスが流入し、域内のカネ（支払い）は域外に流出する傾向があると言える。

#### ～ 「健康志向の商品・サービス」や「インターネット販売による販路拡大」に興味 ～

今後、新事業展開するとして興味のある分野については、「特になし」を除けば「健康志



向の商品・サービス」が 15.9%で最も多くなっている。特に飲食、その他サービス（個人向け）は「健康志向の商品・サービス」が高くなっている。一般消費者向けの事業者では、主な顧客層として「近隣の個人客」のほか「女性」や「高齢者」という回答も比較的多く、健康志向の商品・サービスへの関心の高さにつながっているとみられる。

「インターネット販売による販路拡大」も 14.0%となっており、特に宿泊、運輸などは他業種に比べ高くなっている。宿泊業などでは、一般消費者がインターネットで情報を容易に検索できるプラットフォーム（旅行予約サイト、価格較サイトなど）が普及してきており、インターネットによる情報発信の必要性を感じている事業者が多いのではないかと考えられる。訪問調査においても、ホームページや SNS を活用した営業の勉強会など、具体的な支援ニーズも寄せられた。また、現在の顧客層が高齢者を中心としており、若年層の取り込みを図りたいとの声もみられた。

ただし市内の現状として、一般消費者向けでは近隣住民、企業向けでは市内及び県内企業との取引が多いこと（対面や訪問での販売・サービス提供が多いと考えられること）や、自社ホームページを持つ企業が全体の 4 割程度にとどまっていることを鑑みると、事業者のインターネット活用はそれほど進んでいない可能性が高い。各事業者が独自にインターネット販売に取り組むには、課題も多いと考えられる。

### ～ 新規事業に割く人的余裕は少ないとみられる～

訪問調査では一部の事業者から、人員不足や多忙で余裕がないため新規事業は考えていない、との声が訊かれた。アンケートでは、事業所の課題として「人材確保」が 24.8%に上っており、新規事業を構想・具体化する人的な余裕が十分ある事業者ばかりではない。採用や人材育成、また設備投資による省力化などによって人員に余裕が生まれれば、新たな事業展開を考える力も生まれてくるのではないかと思われる。

### （3）雇用について

#### ～ 4 割強の事業者が人手不足を感じている ～

人員確保の状況については、「過不足はない」が 54.3%と半数を占めるものの、「やや不足」が 37.0%、「大幅に不足」が 5.5%と続き、4 割強で人手不足となっている。

従業員の平均年齢別にみると、30 才未満及び 40～49 歳では「やや不足」が最も多く、他の属性では「過不足はない」が最も多くなっている。

直近 3 年間の新規雇用者の採用実績は、「採用実績あり」が 37.0%となっている。

#### ～ 特に人手不足感が強い運輸業・建設業 ～

人手不足の状況を業種別にみると、特に運輸は「やや不足」が 80.0%、建設や宿泊も「やや不足」が 50.0%で、他業種に比べ高くなっている。

運輸は、新規雇用の募集意向について「新卒・中途問わず、比較的若い人材を採用したい」

を筆頭に、「即戦力となる中途人材」「経営に関わる人材」など様々な項目が他業種と比べて高くなっており、従業員のタイプによらず全体的な人手不足感が強いことがうかがえる。また、直近3年間の新規雇用者の採用実績をみると、運輸は「採用実績あり」が80.0%となっている。

建設は、直近3年間の新規雇用者「採用実績あり」は44.9%にとどまっており、必ずしも採用数が増えているわけではない。訪問調査でも、現場管理者などの有資格者をはじめとした即戦力を中心としつつ、新卒・中途を問わず広く募集している様子が見えたとしたが、応募が少なく苦慮しているとの声も多かった。募集強化のみならず、労働環境の改善によって定着率を高め、人材確保を強化すべく取り組む企業もみられた。

### ～ 中途採用や省力化投資も含めた幅広い対策を検討 ～

新規雇用の募集意向については、「募集しない」が48.3%で約半数を占めているものの、次いで「即戦力となる人材を中途採用したい」が27.1%、「新卒・中途問わず、比較的若い人材を採用したい」が22.7%で続いている。

訪問調査では、業種別に様々な人材不足対策を検討している様子を確認できた。

製造業においては、現状が深刻な人材不足であるとの声は少なかったものの、従業員の高齢化が進む中で若い世代を育成する必要があるとの声が見られた。また、省力化投資などによって人材不足を補おうとするケースもみられた。

卸売業、小売業、飲食業においては、従業員数は適正との回答が多く、また小規模な経営のため積極的に人材を募集することがないとの声も多かった。また、パートやアルバイトの雇用が多いため、市の就職支援事業を利用し人材を募集する意向がないとの声も多くみられた。

その他サービス業（企業向け、個人向け）、その他においては、過不足を感じる声は比較的少なかった。ただし、退職者が出た場合の補填などにおいて、募集をかけても人材が集まらないとの声は多い。募集方法は、ハローワークを利用しているとの声が多かった。

一部の即戦力を求める事業者の中には、市の就職支援施策が「新卒採用中心」との認識を持っており、それゆえに利用機会が少ないとのコメントもみられた。

### ～ 働き方改革を意識するものの、体制整備には遅れも ～

働き方改革の取り組みのうち「実施している」割合が最も高いのは、「残業手当をきちんと払うことを徹底」で64.6%、次いで「残業を減らすことを推奨」が57.5%、「最低賃金の引き上げ」が53.5%となっており、採用や定着率向上のため、雇用環境を改善しようとする事業者の意識がうかがえる。一方、「実施したいができていない」割合が最も高いのは、「長期休暇が取れる仕組みの構築」で27.5%、「適切な生産計画やシフトの作成」が26.3%となっている。事業者によっては、人手不足のため人繰りの余裕が無く、このような仕組みづくりが更に難しくなっている可能性も考えられる。

なお、「産休・育休・介護休暇の取得を推奨」については、51.0%が「実施しない」と回答している。育児休暇規定がある事業者は全体の28.1%、介護休暇規定がある事業者は22.3%にとどまっており、多くの事業者が規定を設けていない。女性正社員を5人以上雇用している事業所は全体の12.9%で、産休・育休等のニーズが表面化する機会が少ないことが、事業者の消極的な姿勢に繋がっているとみられる。

ただし、人口が減少していく中で一定数の従業員を確保するためには、女性も含めた幅広い採用活動も一つの方法であり、女性が働きやすい体制構築も必要になってくるだろう。体制構築には、知識や経験、また仕組みづくりを担う人員も必要である。事業者の自主的な取組みを待つだけでなく、専門性をもつ外部の支援は有効と考えられる。

#### (4) 市の中小企業支援施策について

##### ～ 「島田市中小企業・小規模企業振興基本条例」の認知度は2割 ～

「島田市中小企業・小規模企業振興基本条例」を「知っている」と回答した割合は20.0%となっている。また「島田市産業支援センター（おびサポ）」は、「知らない・わからない」が45.8%、「知っている」が43.6%でほぼ同程度で続き、「利用したことがある」は10.7%となっている。

市などがおこなっている中小企業支援施策のうち「利用経験あり」が最も多いのは「島田市産業支援センターの個別相談」で20.4%、次いで「島田市産業支援センターの各種セミナー」が15.6%、「異業種交流会」が9.0%と続いている。

「島田市産業支援センターの個別相談」についての具体的な意見・感想として、アンケートでは、「専門家のアドバイスを受けることができた」、「新規事業の相談ができた」等の好意的な意見が多くなっている。また訪問調査でも、「非常に助かった」、「親身になってサポートしてくれた」、「頻繁に利用している」等、支援内容を評価する声が多かった。一部では、業界に特化したサポートなど、より高度な支援を求める声もみられた。

おびサポの利用経験がない事業者からは、訪問調査において「日頃の相談先が別にある」、「休みが合わない」、「内容が自社に合わないように感じる」等の理由が挙げられている。

##### ～ 設備投資や事業資金の補助施策への関心・利用割合は高い ～

市などがおこなっている中小企業支援施策のうち「興味あり」の割合が高いものをみると「設備投資に関する支援事業」が48.1%、「事業資金に関する支援事業」が43.2%となっており、補助金など資金面の支援に対する関心が高い。

市に今後期待する中小企業・小規模企業支援策などについても、「設備投資への補助制度」が29.8%で最も多くなっており、事業者のニーズも実際の利用割合も高い状況にある。

こうした補助金や助成制度について、訪問調査では、補助の上限や対象を拡大してほしいとの声が多かった。また、申請にかかる書類作成負担が大きいため、インターネットでの申請受付や書類作成代行サービスなどがあれば利用しやすいとの声もみられた。

### ～就職支援施策は、課題感は強いものの利用割合が低い～

市に今後期待する中小企業・小規模企業支援策などでは、「設備投資への補助制度」に続いて「人材確保支援」が23.3%、「人材育成支援」が15.8%、「販路拡大支援」および「事業資金融資支援」が14.9%と続いている。ただし、各種就職支援事業の利用経験は数%程度にとどまり、ニーズが高い割に施策利用経験が少ない傾向にある。背景として、施策そのものの認知度が低いことや、施策が使いにくい（例：人手不足で説明会に参加することもままならない）、またはニーズに即していない（例：即戦力となる中途人材を採用したいが、マッチングできない）といった理由も考えられる。また訪問調査では、外国人や障がい者採用など、多様な人材の活用に関する支援を求める声や、雇用を拡大するための費用（求人広告など）に助成が欲しいとの声もみられた。人材確保の手段が多様化していく中で、事業者の支援施策も柔軟かつ多様なものが求められつつあるのではないかと考えられる。

### ～ 情報発信やアフターフォローの充実を求める声も ～

島田市産業支援センター（おびサポ）でのセミナーや補助金申請のサポート等については、「活用したあとは定期的に情報が来るようになった」、「細かいサポートが充実しており、利用しやすい」といった評価の声がある一方、「（ビジネスマッチングについて）顔つなぎなどももう少し踏み込んだサポートまでしてほしい」、「利用できるサポートの具体的なアナウンスなどがほしい」といった、支援側から事業者に対して一歩踏み込んだサポートを求める声もみられた。訪問調査においても、商品開発を支援した後のフォローがもっと必要との声もみられた。

また、市の支援施策に関してもっと情報発信をしてほしいとの声もみられた。

## （５） 島田市の強み・課題について

### ～ 交通利便性はメリット、小売店やサービス店の集積が少ないことが課題 ～

島田市で事業を行う際のメリットについては、「交通の便が良い」が54.5%で最も多く、店舗や設備に関する強みと一致している。また、「事業者間の横のつながりが強い」も17.9%となっている。業種別では、卸売、運輸、その他で「取引先が集積している」が2割を超えており、こうした産業の集積が一定程度あるものと思われる。一方、「小売店やサービス店が集積している」は全業種で0～数%程度にとどまっており、商業機能の集積が少ないと感じる事業者が多いようである。

島田市で事業を行う際のデメリットについては、「小売店やサービス店の減少」が35.3%で最も多く、次いで「働き手の減少」が32.2%、「取引先の減少」が24.5%、「観光客が少ない・減少している」が19.1%と続いている。これまで、個人向けでは近隣住民、企業向けでは市内・県内の比較的近い企業との取引を中心に展開してきたとみられる市内事業者にとって、人口減少や商業機能の拡散・減少により、経営環境は一層厳しさを増しているものと考えられる。

## ～ 活用している地域資源は「茶」が最も多い ～

島田市の地域資源の活用状況については、「活用している」が18.0%、「今後活用したい」が4.1%となっている。業種別では、製造、宿泊、飲食、運輸は「活用している」が2割を超えている。卸売は「今後活用したい」が13.3%で、他業種に比べやや高くなっている。

実際に活用している地域資源は、「茶」が30件で最も多く、「木材」が17件、「温泉（川根温泉など）」が8件と続いている。また、今後活用したい地域資源の具体的な内容は、「大井川（水資源、蓬莱橋など）」が4件、「茶」が3件、「SL」が2件となっている。

## （6） 経営動向について

### ～ コスト増により売上増が利益に結びつかない状況がうかがえる～

直近3年間の売上高の推移は、「横ばい」が31.1%、「やや減収」が26.5%、「やや増収」が22.1%と続いている。増収（「大幅に増収」+「やや増収」）は24.8%、減収（「大幅に減収」+「やや減収」）は44.1%で、減収の割合が高くなっている。この先1年間の見通しは、増収は17.8%、減収は44.5%で、直近3年間の実績に比べ見通しが暗いと考えられる事業者が多いとみられる。

直近3年間の営業利益の推移は、「横ばい」が31.8%で最も多く、「やや減益」が29.8%、「やや増益」が18.0%で続いている。増益は19.8%で増収（24.8%）に比べ低く、仕入価格の上昇や最低賃金の引き上げ等を背景に、増収が必ずしも増益に結び付いていない状況が推察される。この先1年間の見通しは、「横ばい」が36.4%、「やや減益」が34.8%、「大幅に減収」が14.4%となっている。減益は49.2%で、増益の14.4%を大きく上回っている。

直近3年間の売上高・純利益の増減につながった内部要因は、「特になし」が31.0%で最も多く、「新たな販売先・仕入先の開拓」が22.0%、「コストの変動」が16.7%、「新たな技術・設備の導入」が10.7%で続いている。業種別にみると、製造は「新たな技術・設備の導入」、卸売は「新たな販売先・仕入先の開拓」が他業種と比べて高くなっている。

直近3年間の売上高・純利益の増減につながった外部要因は、「取引先の動向変化」が27.0%、「顧客ニーズの変化」が26.8%で同程度となっており、次いで「原料・燃料費・仕入価格の変動」が22.9%で続いている。業種別では特に飲食、運輸で高くなっており、コスト増加分を販売価格に転嫁しづらい状況があるとみられる。

今後の設備投資の予定については、「予定はない」が66.1%で最も多く、「わからない」が14.9%、「現在検討中」が12.9%となっている。

### ～ 日頃の相談先「ない」が3割に上る ～

経営課題に関する日頃の相談先は、「税理士・会計士」が36.2%で最も多く、「商工団体」が34.8%と続いている。また、「島田市産業支援センター」は5.8%となっており、一定数の事業者から、日頃の相談先として評価されている。一方、「特になし・相談しない」は26.8%と3割近くに上り、こうした先への支援をどうするかは今後の検討課題といえる。

## ～ 事業承継は「未定」が約2割、「検討したことがない」も1割超 ～

後継者と事業承継の状況については、後継者決定済（「親族」＋「非親族」＋「第三者への譲渡やM&A予定」）および「事業承継済」の合計は33.7%となっている。一方、「未定」が22.8%、「検討したことがない」が13.9%に上る。代表者年齢は、市内事業所の約6割で60歳以上となっており、事業承継に関する支援は急務と思われる。

業種別にみると、製造は「事業承継済」が21.9%で、他業種に比べ高くなっている。一方、「閉鎖・廃業予定」の割合が高いのは飲食（27.9%）、小売（20.0%）などである。島田市で事業を行う際のメリット・デメリットでみられたように、市内事業者は小売店やサービス店の減少を感じている。商業機能の集積を維持していくためには、廃業を検討している飲食・小売事業者をケアし、店舗や設備など事業の一部だけでも承継するなどの取組みを進めていく必要があるだろう。

訪問調査では、事業承継を既に終えた事業者からは、スムーズな事業承継ができた背景として、税理士などを中心に各専門家、専門機関を利用したことが挙げられている。事業承継においては、後継者の不在のみが問題となるわけではなく、残すべき経営資源の見極め、事業そのものの磨き上げ、従業員全体の体制強化なども必要になる。経営者の体力気力が十分な早い段階から取り組むことで、円滑な事業承継につながりやすくなる。

## ～ 多様な選択肢を踏まえた支援が必要 ～

訪問調査においては、事業承継先として親族や従業員のほか、M&Aを含む同業他社への引継を検討しているケースもみられ、事業者は多様な引継方法を模索しているとみられる。

また事業承継上の課題として、後継者候補の経験などが不足している、土地や借入金なども含めた承継が困難との指摘もあった。更に、廃業を決めたあるいは廃業の可能性が高いという事業者からは、後継者不在や代表者保証の問題に加え、今後の事業見通しが暗いため事業を引き継ごうと思わない、との声も訊かれた。

### （7） 今後各団体が担うべき役割や支援策について

#### ① 今後各団体が担うべき役割

中小企業・小規模企業においては、自社ならびに自社事業の魅力を上向きさせ、経営基盤を強くすることがまず肝要である。収益面のみならず人材確保や他社との連携等においても、求職者がその会社で働きたい、他社が協業したいと感じるだけの魅力をしっかり形成できていることが前提となる。そのためには、他社にない品揃えやサービス力の向上など、従来進めてきた付加価値向上の取組みを一層充実させ、販売価格に反映させていくことや、魅力を外部にわかりやすく伝える努力が求められる。

景気の動向にもよるが、今後さらに深刻化と思われる「人手不足」の問題に対しては、単純に採用（募集）数を増やすだけでなく、省力化投資によって少ない人員で業務に対応できるようにする、女性、外国人、障がいを持つ方などの採用を幅広く検討するといった方策

も考えられる。次に挙げる各団体等が発信する情報や事業者間の横のつながりを活用しながら、柔軟な姿勢で課題解決にあたっていくことが望ましい。

#### <大企業>

大企業においては、中小企業・小規模企業と同様に自社の魅力を高めていくことが第一であるが、それに加えて地域との連携も期待される。地域の持続可能性を考えれば、大企業が一方的に取り組むのではなく、互いにメリットがある仕組みが必要となってくるだろう。例えば、大企業と中小企業とで人材交流を行い、大企業の若手人材は経験豊富な職人の技術を学び、中小企業は若い人材との交流によって新しい視点を得られるなど、互いにメリットがある連携を模索できれば、一過性の連携で終わらないのではないだろうか。

#### <経済団体>

経済団体においては、これまで実施してきた支援を一層進めるとともに、「日頃の相談先がない」という事業者へのアプローチも求められる。今後、人口減少とともに市内の事業所や産業集積は必然的に減少していくと予想される中においては、経済団体自身が支援先を積極的に開拓する「攻めの姿勢」が重要になってくるのではないだろうか。事業者からは、市の支援施策について、業界の事情や専門的知識に基づくより高度な支援が欲しいとの要望が寄せられている。経済団体は行政機関と比べ、職員自身が個々の事業者と関わる機会が多く、経営指導員などの専門性を持った職員を擁している。市や他団体と連携して支援内容を高度化していくことができ、経済団体自身の存在意義も一層高まっていくものと期待される。

#### <金融機関>

金融機関においては、他の支援団体と比べて主体的に事業者を訪問する機会が多く、プッシュ型の情報発信をしやすいプレイヤーであるといえる。今回の調査でも、取引金融機関から島田市産業支援センター（おびサポ）やセミナーの情報を得ているとの声が多く訊かれた。金融機関は、引き続き他団体と連携しつつ、最前線で事業者への支援を行うことが期待される。また、地域において喫緊の課題である「事業承継」にあたっては、経営者の保証債務が問題になることも多く、経営者保証ガイドライン等を活用しながら、柔軟に対応していくことが望ましい。

#### <労働団体>

労働団体においては、事業者が労働環境や雇用環境を改善していくための仕組みづくりの支援が求められる。事業者は人材獲得や定着率向上のため働き方改革を進めたいという気持ちをもっているものの、人的資源や知識等の不足もあり必ずしも実態が追いついていない。行政機関のみで専門的な支援を行うことは困難であるため、労働機関の積極的な関わりが求められているのではないだろうか。

#### <教育機関>

教育機関においては、就職支援が事業者との重要な接点の一つであり、地元への就職を期待する中小企業・小規模企業も多い。もちろん、学生がどこに進学・就職するかは個人の自

由であるが、「地元で働く」ということに対して学生がイメージを抱けなければ、地元就職するという選択肢が、そもそも学生の意識から零れ落ちてしまう。事業者からは、就職説明会などの特別な機会だけでなく、日頃の授業で職業紹介をするなどもっと交流を持ちたいとの声が訊かれており、一考の余地があるだろう。また教師自身も「島田市で働く大人」の一人であり、このまちで暮らすことの良さを学生に伝えられれば、このまちで働きたいと考える学生が増加していくのではないかと思われる。

#### <市民>

市民においては、市内の中小企業・小規模企業に関心を持つことが肝要である。元気な中小企業・小規模企業が多く存在することは、地域の魅力に繋がる。地元産品を買ってみたり、商店街の個店に入ってみたりすることが、その一歩となるだろう。もちろん、中小企業・小規模企業自身が魅力を高め、それを市民に伝えていく努力が前提にあるのは言うまでもない。

#### <市>

島田市においては、今回の調査結果等も踏まえ、事業者目線の支援を一層充実させていくことが求められる。支援にあたっては、限られた財源や人的資源の中で優先すべき事項を見極め、スピーディーに対応していくことが重要となる。また、高い専門性が必要な部分は他団体とうまく連携するなど、地域のプレイヤーを繋ぐ役割が求められていくだろう。

### ②今後の支援策

今回の調査では、事業者は各種支援内容を必ずしも十分理解しておらず、また自分から積極的に情報収集する時間や意識も少ない現状が窺えた。今後の支援にあたっては、事業者からの相談を待つだけでなく、支援する側が積極的に、かつ事業者目線でアプローチしていくことが重要とみられる。

情報発信にあたっては、発信量を増やすだけでなく、それを見た事業者が「自分事」として捉えられるような形に整理することが有効とみられる。例えば、施策のPRチラシに「業種」や「業歴」別の利用例を記載すれば、自分に関係があるか、利用者にわかりやすく、「自分でも使えそう」と感じてもらいやすくなる。また、多忙で相談に来られない事業者のために、こちらから訪問するなどの関わり方があってもよいのではないだろうか。

具体的な支援テーマとしては「インターネットを活用した販路拡大」や「人材確保」は事業者の課題感が強く、また「事業承継」は地域として喫緊の課題であることがわかった。

販路拡大支援にあたっては、既存の施策に加えて支援後のフォローを求める声が訊かれた。ビジネスマッチング成立後に取引が順調に続いているか、新たな設備資金のニーズがないか、需要拡大に伴って従業員を増やすため課題がないかなど、事業のライフサイクルに合わせた支援施策の提案ができることが望ましい。

人材確保支援にあたっては、新卒や若者を中心とした就職支援だけでなく、中途人材や非正規雇用も含めた様々な採用ニーズに対応していく必要があるだろう。また、人事制度や職



場環境の整備は従業員の定着率を向上させ、長期的な人材確保に繋がる。事業者だけでは困難な体制整備について、外部の各団体が連携して支援していくことが求められる。

事業承継にあたっては、引き続き金融機関や経済団体等と連携した対応の強化が求められる。具体的には、金融機関の協力の下で経営者保証債務を整理できるよう促したり、近隣の同業者を承継候補先としてマッチングする等の支援の必要性が高まっていくだろう。

事業承継には相応の時間がかかるため、できるだけ早期の相談が重要だが、第一線で働く経営者は「自分にはまだ早い」と感じている場合も多い。一方で、日頃から事業の長期的な展望を描き、事業価値を磨いている経営者は、事業承継を検討した際にも比較的スムーズに承継を行いやすい。日頃の中小企業・小規模企業支援において、事業のライフサイクルに応じた接点を持ち、事業価値を高める支援ができていれば、それが将来の事業承継支援にも繋がっていくと考えられる。そのためには、市や各団体が独自に動くだけでなく、各々の強みを生かして連携していくことが重要である。市には、その繋ぎ手としての役割が一層期待される。

### ～株式会社帝国データバンクが提案する具体的な政策案～

#### ◇ 施策のPRにおいて業種・業歴別に応じた利用イメージを掲載

各種支援施策がそれぞれどのような企業に役立つかを具体的に意識し、チラシ、パンフレット、ポスター等に、業種・業歴別の利用イメージを掲載する。可能ならば経済団体や金融機関とも連携し、事業の課題（例：市外の顧客を増やしたい、外国人を採用したい等）別の利用シーンが掲載できれば更に望ましい。これにより、利用者が施策に興味を持ちやすくなり、利用が増えることが期待される。

#### ◇ インターネットを活用した販路拡大支援

自社サイトをはじめ、大手通信販売サイト、サービスの検索・予約等ができるプラットフォームサイト等の活用を支援する。インターネットでの販売開始がゴールではなく、支援後の状況を定期的にモニタリングし、次の支援に繋げていくことが望ましい。例えば、インターネット取引に伴うトラブルの相談窓口設置を設置しフォローする、支援の翌年度に売上高や従業員数の変化を報告してもらい、その状況によって設備投資関連の補助金を紹介するといった取組みが考えられる。

#### ◇ 高校生お仕事研究室「しまラボ」社会人版の運営

現在、市が行う高校生向けの就職応援事業「しまラボ」では、SNSを活用して市内企業の仕事情報や市内イベント情報を発信している。この取組みを社会人にも拡大し、情報発信を行う。可能ならば、求職者が企業に興味をもった場合、仕事のあっせんに繋がられるよう、ハローワークや民間の人材紹介会社等と連携して運営できるとより即効性のある雇用支援

となるだろう。仮に採用に繋がらなくとも、企業が自社の魅力を客観的に整理し、周囲に PR する機会になると考えられる。

#### ◇ 中小企業・小規模企業の「働き方改革」支援

働き方改革の中でも人事制度整備や労務管理の効率化など、必要性は感じているものの中小企業・小規模企業が単独で取り組むのは困難なものをセミナー等で紹介し、希望する企業には専門家を紹介する。支援にあたっては、労働団体等との連携が求められる。また、個別の取組事例を「しまラボ」社会人版で紹介し企業を PR するなど、施策同士の横の連携が取れば、各政策の効果も一層高まると期待される。

#### ◇ 「事業承継先」に着目した情報発信

既存の事業承継に関する情報発信に加え、設備や従業員の引継ぎ、事業分割等でどんな会社も事業承継「先」になりうるという視点の PR を行う。廃業を検討している経営者には「全てをやめるのではなく多様な選択肢がある」ことを伝え、若い経営者には「事業承継は身近な問題」と感じてもらい、ゆくゆくは早い時期から自身の事業承継を検討してもらうための施策である。情報発信だけでも十分意味があるものとするが、将来的には金融機関や経済団体と連携し、実際に事業の一部を引き受けるなどの具体的なマッチング支援に繋がれば望ましい。

## 6. 資料編

### (1) 郵送アンケート調査票

# 島田市 中小企業・小規模企業経営実態調査



平素大変お世話になっております。島田市では、中小企業・小規模企業の振興を図り、本市の持続的な発展を目指すため、平成30年に「[島田市中小企業・小規模企業振興基本条例](#)」を制定いたしました。

はじめに そこで今般、中小企業・小規模企業者の皆さまに、現在の業況や課題、市の施策へのご意見などをお聞きし、今後の施策に役立てるため、実態調査を実施いたします。回答結果は、今後の中小企業・小規模企業支援施策の検討・推進の参考とさせていただきます。ご多忙の折恐れ入りますが、ぜひご意見をお聞かせ頂けますと幸いです。

#### 【ご回答にあたって】

- ◆本調査で収集したデータは、目的に沿った分析や活用のためだけに使用し、他の目的には一切使用いたしません。
- ◆選択肢番号のある設問は、該当する番号を○（マル）で囲んでください。
- ◆「複数回答可」の設問以外は、1問につき1答（マル1つ）でご記入ください。
- ◆この調査票は、特に指定がない限り2019（令和元）年8月1日を基準としてご記入ください。
- ◆**2019（令和元）年9月20日（金）**までに記入、投函をお願いいたします。

島田市産業観光部商工課

## 貴事業所の概要について（○は1つずつ）

業種	1. 建設	2. 製造	3. 卸売
	4. 小売	5. 不動産	6. 宿泊
	7. 飲食	8. 運輸	9. 情報通信
	10. その他サービス（個人向け）	11. その他サービス（企業向け）	12. その他
	具体的な事業内容（ <span style="float: right;">）</span>		
創業・設立	創業	:	年
	設立（法人化した年）	:	年
資本金・出資金	1. 個人事業主	2. 100万円未満	3. 100～1000万円未満
	4. 1000～5000万円未満	5. 5000万円～1億円未満	6. 1億円以上
年間売上高	1. 500万円未満	2. 500～1000万円未満	3. 1000～3000万円未満
	4. 3000～5000万円未満	5. 5000万～1億円未満	6. 1～5億円未満
	7. 5～10億円未満	8. 10～30億円未満	9. 30億円以上
代表者の年齢	1. 30歳未満	2. 30～39歳	3. 40～49歳
	4. 50～59歳	5. 60～69歳	6. 70歳以上
従業員の平均年齢	1. 30歳未満	2. 30～39歳	3. 40～49歳
	4. 50～59歳	5. 60～69歳	6. 70歳以上
従業員数 (わかる範囲で数字を ご記入ください)	正規社員	:	名（うち男性： <span style="float: right;">名</span> ／女性： <span style="float: right;">名</span> ）
	非正規社員（パート・アルバイトなど）	:	名
	派遣等、直接雇用していない従業員	:	名
	※外国人を雇用している場合（雇用形態問わず）		
	外国人材の数	:	名
※従業員がない場合は、こちらにチェックしてください ⇒ <input type="checkbox"/> 従業員なし			

## 事業の強みや課題について

問1. 貴事業所の強みを教えてください。(複数回答可)

<製品・サービス>

- |                 |                |                   |
|-----------------|----------------|-------------------|
| 1. 他にない製品・サービス  | 2. 幅広い品揃え      | 3. 地元ならではの製品・サービス |
| 4. 新製品・技術の開発力   | 5. 営業力・交渉力     | 6. サービス力の高さ       |
| 7. ブランド力や知名度の高さ | 8. チラシやクーポンの多さ | 9. インターネットによる販売   |
| 10. 価格の安さ       | 11. 納品までの速さ    | 12. 他社との技術・資本提携   |

<店舗や設備>

- |              |           |                 |
|--------------|-----------|-----------------|
| 1. 交通アクセスの良さ | 2. 店舗が綺麗  | 3. 工場や設備が新しい    |
| 4. 営業時間の長さ   | 5. 駐車場の広さ | 6. キャッシュレス決済の導入 |

<その他>

- |               |                   |              |
|---------------|-------------------|--------------|
| 1. 経営理念・戦略    | 2. 大手企業との取引実績     | 3. 幅広い取引先    |
| 4. 固定客の多さ     | 5. 資金調達力          | 6. 人材の質の高さ   |
| 7. 人材育成       | 8. 従業員が働きやすい職場づくり | 9. ICT・AIの活用 |
| 10. 人脈・ネットワーク | 11. 特にない          |              |
| 12. その他 ( )   |                   |              |

問2. 貴事業所の課題を教えてください。(複数回答可)

<製品・サービス>

- |                  |                      |                     |
|------------------|----------------------|---------------------|
| 1. 新しい製品・サービスの展開 | 2. 製品やサービスのブランド化     | 3. 地域資源の活用          |
| 4. 製品の品質管理       | 5. 営業力・交渉力の向上        | 6. サービス力の向上         |
| 7. 広告・宣伝         | 8. インターネットを活用した予約・販売 | 9. インターネットを活用した情報発信 |
| 10. 販売価格の値上げ     | 11. 納品スピードの向上        | 12. 他社との技術・資本提携     |

<店舗や設備>

- |             |                    |                 |
|-------------|--------------------|-----------------|
| 1. 店舗や工場の増設 | 2. 設備投資の充実         | 3. キャッシュレス決済の導入 |
| 4. 店舗や工場の移転 | ※該当場所に○ (市内・市外・県外) |                 |
| 5. 営業時間の変更  | ※どちらかに○ (延長・短縮)    |                 |

<その他>

- |                   |                               |             |
|-------------------|-------------------------------|-------------|
| 1. 経営戦略・事業計画の作成   | 2. 既存顧客の囲い込み                  | 3. 新たな顧客の開拓 |
| 4. 事業再構築・不採算部門整理  | 5. コスト削減                      | (具体的に: )    |
| 6. 資金繰り           | 7. 人材確保(新規採用や離職防止)            | 8. 人材育成     |
| 9. 従業員が働きやすい職場づくり | 10. 事業承継                      | 11. 海外展開    |
| 12. 閉鎖・廃業         | 13. 事務所の移転 ※該当場所に○ (市内・市外・県外) |             |
| 14. 特にない          | 15. その他 ( )                   |             |

問3. 一般消費者向けの製造・販売・サービス等を主として行っている方に伺います。主な顧客層を教えてください。

(複数回答可)

- |            |          |                |
|------------|----------|----------------|
| 1. 近所に住む方  | 2. 県内客   | 3. 県外客 (地域: )  |
| 4. 個人客     | 5. 団体客   | 6. 外国人客 (国名: ) |
| 7. 10代~20代 | 8. 子ども連れ | 9. 高齢者         |
| 10. 男性客    | 11. 女性客  | 12. その他 ( )    |

問4. **企業向けの製造・販売・サービス等**を主として行っている方に伺います。主な販売先・仕入先の所在地を教えてください。

(複数回答可)

＜得意先・販売先＞	1. 島田市内	2. 島田市を除く県内 (市町村名: )	3. 県外 (都道府県名: )
	4. 全国	5. 海外 (国名: )	
＜仕入先＞	1. 島田市内	2. 島田市を除く県内 (市町村名: )	3. 県外 (都道府県名: )
	4. 全国	5. 海外 (国名: )	

問5. 今後、新事業展開するとして、興味のある分野を教えてください。(複数回答可)

1. 環境やエコに配慮した商品・サービス	2. 地域資源を活用した商品・サービス (例: 茶・木材・バラ・蓬莱橋・帯/髷まつり・SL・温泉など)
3. 健康志向の商品・サービス	5. 観光客向けの商品・サービス
4. 防災に役立つ商品・サービス	7. 異業種との連携 (例: 大井川鐵道と連携した駅弁の開発)
6. インターネット販売による販路拡大	9. 産学連携
8. 異業種への参入 (例: 地元木材を活用したバイオマス発電)	11. その他
10. 特になし	

＜○を付けた分野について、具体的な展望があればご記入ください＞

## 雇用について

問6. 貴事業所の人員確保の状況について教えてください。

1. 大幅に不足	2. やや不足	3. 過不足はない
4. やや過剰	5. 大幅に過剰	

問7. 貴事業所の直近3年間の新規雇用者(正規社員・非正規社員問わず)の採用実績の有無を教えてください。

1. 採用実績あり	2. 採用実績なし
-----------	-----------

問8. 貴事業所の新規採用(正規・非正規問わず)の募集意向を教えてください。(複数回答可)

1. 新卒採用を行いたい	2. 新卒・中途問わず、比較的若い人材を採用したい
3. 即戦力となる人材を中途採用したい	4. 地元出身者(Uターン・Jターン含む)を採用したい
5. 経営に携わる能力をもった人材を採用したい	い
7. 非正規社員を積極的に採用したい	6. 正規社員を積極的に採用したい
9. わからない	8. 募集しない
	10. その他 ( )

問 9. 外国人材の雇用状況について教えてください。

1. 現在雇用している (→問 10 へ)	2. 以前雇用していた (→問 10 へ)
3. 雇用したことはないが、したいと考えている (→問 10 へ)	4. 雇用したくない (→問 11 へ)
5. その他 ( )	

問 10. 問 9 で、1～3 と回答した方に伺います。外国人材の雇用に関する課題について教えてください。(複数回答可)

1. 募集しても応募が少ない	2. 雇用条件が折り合わない
3. 採用後の研修が難しい	4. 社内でのコミュニケーションが取りにくい
5. 食べ物・服装などの配慮が必要	6. 離職率が高い
7. 近隣住民とのトラブルが心配	
8. その他 ( )	

問 11. 育児休暇・介護休暇の規定の有無を教えてください。

<育児休暇>	1. 規定あり	2. 規定なし
<介護休暇>	1. 規定あり	2. 規定なし

問 12. 貴事業所の働き方改革の取り組みについて教えてください。

実施している	実施したいができていない	実施予定はない	(←の3つのどれかに○をつけてください)
			1. 残業を減らすことを推奨
			2. 残業手当をきちんと払うことを徹底
			3. 有給休暇の取得を推奨
			4. 長期休暇がとれる仕組みの構築
			5. 産休・育休・介護休暇の取得を推奨
			6. 適切な生産計画やシフトの作成
			7. 最低賃金の引き上げ
			8. その他 ( )

## 市の中企業支援施策について

問 13. 島田市中企業・小規模企業振興基本条例をご存じですか。

1. 知っている	2. 知らない・わからない
----------	---------------

問 14. 島田市産業支援センター（おびサポ）をご存じですか。

1. 知っている	2. 知らない・わからない
3. 利用したことがある（個別相談、セミナー、交流会、補助金）	

問 15. 市などがおこなっている以下の中小企業支援施策について、該当するものに○をつけてください。(複数回答可)

利用 経験 あり	興味 あり	興味 なし	(←の3つのどれかに○をつけてください)
			1. 島田市産業支援センター（おびサポ）の個別相談
			2. 島田市産業支援センター（おびサポ）の各種セミナー
			3. 販路拡大事業（展示会開催・出展のための補助金、輸出セミナーなど）
			4. 島田の逸品
			5. 学生向け就職支援事業 （高校生／大学生向けの合同企業説明会、就職支援サイト「しまだのおしごと」、高校生向け就職応援 LINE など）
			6. 社会人向け就職支援事業 （障がい者向け職場体験会、ひきこもり等の若者向け企業見学会、女性向け就職相談窓口「ママハロ」など）
			7. 企業内子育て環境アップ事業「育メン応援奨励金」
			8. 事業承継に関する個別相談及びセミナー
			9. 設備投資に関する支援事業（先端設備等導入計画、機械や設備導入のための補助金など）
			10. 事業資金に関する支援事業（利子補給、信用保証料補助など）
			11. 企業懇話会
			12. 異業種交流会
			13. 起業・創業者支援事業（創業のための補助金、創業のためのセミナーなど）
			14. 商業活性化に関する支援事業（遊休不動産リノベーションのための補助金など）
			15. その他（ )

問 16. 市などがおこなっている上記の施策について、**実際に利用した施策**があれば教えてください。(3つまで)

<問 15 の選択肢> <利用してよかった点・不満・要望・ご意見など>

<問 15 の選択肢> <利用してよかった点・不満・要望・ご意見など>

>

<問 15 の選択肢> <利用してよかった点・不満・要望・ご意見など>

>

問 17. 市に今後期待する中小企業・小規模企業支援策などについて教えてください。(複数回答可)

- |                     |                |
|---------------------|----------------|
| 1. 新事業展開支援          | 2. 販路拡大支援      |
| 3. 製品・サービスのブランド化支援  | 4. 人材確保支援      |
| 5. 人材育成支援           | 6. 事業資金融資支援    |
| 7. 設備投資への補助制度       | 8. 事業承継・再生支援   |
| 9. 福利厚生の実施支援        | 10. 地元企業との連携支援 |
| 11. 企業・商品・サービスのPR支援 | 12. 特になし       |
| 13. その他 ( )         |                |

<〇を付けた支援策について、具体的な要望があればご記入ください>

## 島田市の強み・課題について

問 18. 島田市で事業を行う際のメリットを教えてください。(複数回答可)

- |                 |                     |                 |
|-----------------|---------------------|-----------------|
| 1. 交通の便が良い      | 2. 工業用地が豊富          | 3. 工業用水が豊富      |
| 4. 地域資源が豊富      | 5. 観光客が多い           | 6. 住宅地が近い       |
| 7. 取引先が集積している   | 8. 小売店やサービス店が集積している | 9. 働き手が多い       |
| 10. 補助金制度が使いやすい | 11. 税金が安い           | 12. 商工団体の支援が手厚い |
| 13. 金融機関の支援が手厚い | 14. 事業者間の横のつながりが強い  | 15. その他         |

<〇を付けたメリットについて、具体的な良い点があればご記入ください>

問 19. 島田市で事業を行う際のデメリットを教えてください。(複数回答可)

- |                    |                    |                |
|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. 交通の便が悪い         | 2. 工業用地の不足         | 3. 工業用水の不足     |
| 4. 地域資源が少ない・減少している | 5. 観光客が少ない・減少している  | 6. 住宅地が遠い      |
| 7. 取引先の減少(廃業・倒産など) | 8. 小売店やサービス店の減少    | 9. 働き手の減少      |
| 10. 補助金制度が使いにくい    | 11. 税金が高い          | 12. 商工団体の支援の不足 |
| 13. 金融機関の支援の不足     | 14. 事業者間の横のつながりが弱い | 15. その他        |

<〇を付けたデメリットについて、具体的な問題点があればご記入ください>

問 20. 事業で活用している島田市の地域資源について教えてください。

- |                    |            |
|--------------------|------------|
| 1. 活用している(地域資源名 )  | 2. 活用していない |
| 3. 今後活用したい(地域資源名 ) |            |

島田市の地域資源：茶、木材、バラ、蓬莱橋、帯ノ鬚まつり、大井川鐵道のSL、川根温泉、大井川の伏流水など



問 21. 貴事業所が島田市と連携して実施したい事業などがあればご記入ください。

--

## 経営動向について

問 22. 貴事業所の直近3年間の売上高および営業利益の推移について教えてください。

<売上高>

- |          |         |        |         |          |
|----------|---------|--------|---------|----------|
| 1. 大幅に増収 | 2. やや増収 | 3. 横ばい | 4. やや減収 | 5. 大幅に減収 |
|----------|---------|--------|---------|----------|

<営業利益>

- |          |         |        |         |          |
|----------|---------|--------|---------|----------|
| 1. 大幅に増益 | 2. やや増益 | 3. 横ばい | 4. やや減益 | 5. 大幅に減益 |
|----------|---------|--------|---------|----------|

問 23. 貴事業所のこの先1年間の売上高および営業利益の見通しについて教えてください。

<売上高>

- |          |         |        |         |          |
|----------|---------|--------|---------|----------|
| 1. 大幅に増収 | 2. やや増収 | 3. 横ばい | 4. やや減収 | 5. 大幅に減収 |
|----------|---------|--------|---------|----------|

<営業利益>

- |          |         |        |         |          |
|----------|---------|--------|---------|----------|
| 1. 大幅に増益 | 2. やや増益 | 3. 横ばい | 4. やや減益 | 5. 大幅に減益 |
|----------|---------|--------|---------|----------|

問 24. 直近3年間の売上高・純利益の増減につながった内部要因を教えてください。(複数回答可)

- |                     |                  |                  |
|---------------------|------------------|------------------|
| 1. 経営理念・戦略が内部に浸透    | 2. 新たな販売先・仕入先の開拓 | 3. 新規事業・新製品の開発   |
| 4. 新たな技術・設備の導入      | 5. 他社との技術・資本提携   | 6. 事業再構築・不採算部門整理 |
| 7. 資金繰りの変化          | 8. 商品・サービスの品質管理  | 9. 物流・決済の効率化     |
| 10. コストの変動          | 11. 海外展開         | 12. 広告・宣伝        |
| 13. 人材確保(新規採用・離職防止) | 14. 人材育成         | 15. 事業承継         |
| 16. 福利厚生            | 17. 特にない         | 18. その他( )       |

問 25. 直近3年間の売上高・純利益の増減につながった外部要因を教えてください。(複数回答可)

- |             |                 |                   |
|-------------|-----------------|-------------------|
| 1. 取引先の動向変化 | 2. 販売単価の変動      | 3. 原料・燃料費・仕入価格の変動 |
| 4. 顧客ニーズの変化 | 5. 郊外の大型商業施設の影響 | 6. 県外からの競合企業の進出   |
| 7. ICT技術の進化 | 8. 行政等の中小企業支援策  | 9. 金融機関の融資条件の改善   |
| 10. 海外環境の変化 | 11. わからない       | 12. その他( )        |

問 26. 今後の設備投資の予定について教えてください。

- |                  |       |   |
|------------------|-------|---|
| 1. 具体的な予定がある(時期: | 投資内容: | ) |
| 2. 現在検討中(時期:     | 投資内容: | ) |
| 3. 予定はない         |       |   |
| 4. わからない         |       |   |

問 27. 経営課題に関する日頃の相談先について教えてください。(複数回答可)

1. 商工団体 (商工会議所、商工会など)	2. 業界団体
3. 金融機関	4. 税理士・会計士
5. 民間コンサルタント	6. 島田市産業支援センター (おびサポ)
7. 特にない・相談しない	8. その他 ( )

問 28. 後継者と事業承継の状況について教えてください。

1. 事業承継済 (次の事業承継は当面なし)	2. 後継者決定済み (親族)
3. 後継者決定済み (非親族)	4. 第三者へ事業譲渡やM & A 予定
5. 閉鎖・廃業予定 (時期 : )	6. 現在検討中
7. 未定	8. 検討したことがない
9. その他 ( )	

問 29. 経営上の課題や今後の展望などについて、ご自由にご記入ください。

問 30. 日頃、島田市に対し感じている不満や改善点、評価点があればご記入ください。

## ご回答部門について

事業所名			
事業所長名			
所在地	〒 - 静岡県島田市		
ご回答部署名		ご回答者役職	
ご回答部署TEL	( )	ご回答者お名前	
自社ホームページ	1. 有 (http:// )		2. 無
メールアドレス	1. 有 ( @ )		2. 無

今回ご協力いただきました皆様方には厚くお礼申し上げます。

島田市では市内中小企業の振興のため各種施策を行っております。後日、皆様には詳しいご意見等を伺わせていただくこともございますが、その際にご協力の程、よろしく願いいたします。

(2) 訪問調査票

調査名	「島田市中小企業・小規模企業実態調査」訪問調査		
貴事業所名			
ご回答者部署		調査担当	

先般、「島田市中小企業・小規模企業実態調査（郵送調査）」にご協力いただき、誠にありがとうございました。  
貴事業所のご回答内容について、現在の課題や対応、市への期待などをより詳しくお伺いしたく、ヒアリングさせていただきます。

問1. 従業員の方は、島田市の方が多いいですか。また、従業員の過不足はありますか。

<過不足がある場合、以下を詳しくお聞きください>

- ① どの層が足りない（多い）でしょうか。その理由は、どのようなことだと思いますか。
- ② 過不足に、どのように対応していますか。（例：採用の増減、設備やICTによる省人化、稼働時間の短縮など）
- ③ 市の就職支援事業（市内企業の求人情報発信事業、就職説明会など）を利用したことはありますか。

Q2. 現在の顧客層について、今一度詳しくお教えてください。

今後、顧客層を拡大していきたいとお考えですか。

（拡大したい⇒）具体的に、どのような層を開拓していきたいですか。（例：若年層、観光客、ネット販売など）

Q3. アンケートでは、「新事業展開で興味のある分野」として●●●とお答えいただきましたが、ぜひ具体的にお聞かせ下さい。

（「特になし」の場合）この選択肢に該当しなくても構いませんので、何か新たな試みをされていますか。

また、ICTを活用した事業展開などは考えていますか。

- Q4. 島田市産業支援センター（通称「おびサポ」）を利用されたことはありますか。（おびサポ紹介冊子をお渡しする）  
（利用あり⇒）利用された感想・ご意見を、具体的にお聞かせください。  
（利用なし・知らない⇒）利用してみたいと思いますか。また、日頃、経営に関する相談は誰にしていますか。

- Q5. 事業承継について、現在お考えですか。  
（検討中⇒）検討する中で、お困りのことはありますか。また、市などの相談窓口を利用されていますか。  
（未定⇒）検討していない理由は、どのようなものですか。  
（どこにも相談できていない場合⇒）よろしければ市や商工会議所、商工会の相談窓口から、ご連絡をしてもよろしいですか。

- Q6. 市の支援施策について、使いにくいと思うことはありますか。どうすればもっと皆さんに活用していただけるでしょうか。  
また、もっとこういう支援が欲しいという希望はありますか。  
（例：今回の台風で災害対応の必要性を感じたので、BCP策定支援がほしい など）

ご多忙のところ、ご回答いただき誠にありがとうございました。  
今後とも、ご協力のほど何卒よろしくお願い申し上げます。

### (3) 単純集計表

F1 業種...(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	建設	105	18.8
2	製造	100	17.9
3	卸売	21	3.8
4	小売	110	19.7
5	不動産	9	1.6
6	宿泊	3	0.5
7	飲食	46	8.2
8	運輸	10	1.8
9	情報通信	1	0.2
10	その他サービス(個人向け)	68	12.2
11	その他サービス(企業向け)	29	5.2
12	その他	57	10.2
	不明	15	
	全体	559	100.0

F2-1 創業年(西暦)...(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	1899年以前	7	1.9
2	1900～1949年	56	15.0
3	1950～1979年	135	36.1
4	1980～1999年	95	25.4
5	2000～2009年	43	11.5
6	2010年以降	38	10.2
	不明	200	
	全体	374	100.0

F2-2 設立年(西暦)...(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	1899年以前	7	3.0
2	1900～1949年	10	4.2
3	1950～1979年	90	38.1
4	1980～1999年	82	34.7
5	2000～2009年	33	14.0
6	2010年以降	14	5.9
	不明	338	
	全体	236	100.0

F3 資本金・出資金...(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	個人事業主	303	54.4
2	100万円未満	6	1.1
3	100～1000万円未満	111	19.9
4	1000～5000万円未満	118	21.2
5	5000万円～1億円未満	14	2.5
6	1億円以上	5	0.9
	不明	17	
	全体	557	100.0

## F4 年間売上高...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	500万円未満	93	16.8
2	500～1000万円未満	100	18.1
3	1000～3000万円未満	124	22.4
4	3000～5000万円未満	43	7.8
5	5000万～1億円未満	47	8.5
6	1～5億円未満	95	17.2
7	5～10億円未満	21	3.8
8	10～30億円未満	15	2.7
9	30億円以上	15	2.7
	不明	21	
	全体	553	100.0

## F5 代表者の年齢...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	30歳未満	2	0.4
2	30～39歳	24	4.3
3	40～49歳	86	15.3
4	50～59歳	119	21.1
5	60～69歳	171	30.4
6	70歳以上	161	28.6
	不明	11	
	全体	563	100.0

## F6 従業員の平均年齢...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	30歳未満	8	1.8
2	30～39歳	60	13.9
3	40～49歳	146	33.7
4	50～59歳	115	26.6
5	60～69歳	76	17.6
6	70歳以上	28	6.5
	不明	141	
	全体	433	100.0

## F7-1 従業員数:正規社員...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	0名	10	2.6
2	1～4名	225	59.2
3	5～9名	53	13.9
4	10～29名	56	14.7
5	30～49名	13	3.4
6	50名以上	23	6.1
	不明	44	
	非該当	150	
	全体	380	100.0

## F7-1-1 従業員数:正規社員(うち男性)...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	0名	79	21.9
2	1～4名	168	46.5
3	5～9名	38	10.5
4	10～29名	49	13.6
5	30～49名	10	2.8
6	50名以上	17	4.7
	不明	63	
	非該当	150	
	全体	361	100.0

## F7-1-2 従業員数:正規社員(うち女性)...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	0名	84	23.3
2	1~4名	231	64.0
3	5~9名	23	6.4
4	10~29名	15	4.2
5	30~49名	2	0.6
6	50名以上	6	1.7
	不明	63	
	非該当	150	
	全体	361	100.0

## F7-2 従業員数:非正規社員...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	0名	33	12.7
2	1~4名	152	58.5
3	5~9名	34	13.1
4	10~29名	31	11.9
5	30~49名	4	1.5
6	50名以上	6	2.3
	不明	164	
	非該当	150	
	全体	260	100.0

## F7-3 従業員数:派遣等、直接雇用していない従業員...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	0名	58	58.0
2	1~4名	27	27.0
3	5~9名	5	5.0
4	10~29名	3	3.0
5	30~49名	6	6.0
6	50名以上	1	1.0
	不明	324	
	非該当	150	
	全体	100	100.0

## F7-4 従業員数:外国人材...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	0名	99	81.1
2	1~4名	17	13.9
3	5~9名	3	2.5
4	10~29名	2	1.6
5	30~49名	0	0.0
6	50名以上	1	0.8
	不明	302	
	非該当	150	
	全体	122	100.0

## F7-5 従業員の有無...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	従業員なし	132	23.7
2	従業員あり	424	76.3
	不明	18	
	全体	556	100.0

## F8 自社ホームページの有無...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	有	155	39.9
2	無	233	60.1
	不明	186	
	全体	388	100.0

Q1-1 事業所の強み:製品・サービス... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	他にない製品・サービス	146	37.7
2	幅広い品揃え	46	11.9
3	地元ならではの製品・サービス	96	24.8
4	新製品・技術の開発力	22	5.7
5	営業力・交渉力	34	8.8
6	サービス力の高さ	109	28.2
7	ブランド力や知名度の高さ	32	8.3
8	チラシやクーポンの多さ	2	0.5
9	インターネットによる販売	13	3.4
10	価格の安さ	61	15.8
11	納品までの速さ	64	16.5
12	他社との技術・資本提携	15	3.9
	不明	187	
	全体	387	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	640		165.4

Q1-2 事業所の強み:店舗や設備... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	交通アクセスの良さ	129	45.7
2	店舗が綺麗	64	22.7
3	工場や設備が新しい	31	11.0
4	営業時間の長さ	65	23.0
5	駐車場の広さ	64	22.7
6	キャッシュレス決済の導入	30	10.6
	不明	292	
	全体	282	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	383		135.8

Q1-3 事業所の強み:その他... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	経営理念・戦略	46	10.3
2	大手企業との取引実績	60	13.5
3	幅広い取引先	79	17.7
4	固定客の多さ	116	26.0
5	資金調達力	17	3.8
6	人材の質の高さ	50	11.2
7	人材育成	17	3.8
8	従業員が働きやすい職場づくり	75	16.8
9	ICT・AIの活用	9	2.0
10	人脈・ネットワーク	39	8.7
11	特になし	153	34.3
12	その他	25	5.6
	不明	128	
	全体	446	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	686		153.8

Q2-1 事業所の課題:製品・サービス... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	新しい製品・サービスの展開	99	27.1
2	製品やサービスのブランド化	46	12.6
3	地域資源の活用	23	6.3
4	製品の品質管理	43	11.8
5	営業力・交渉力の向上	109	29.9
6	サービス力の向上	64	17.5
7	広告・宣伝	75	20.5
8	インターネットを活用した予約・販売	35	9.6
9	インターネットを活用した情報発信	61	16.7
10	販売価格の値上げ	90	24.7
11	納品スピードの向上	23	6.3
12	他社との技術・資本提携	12	3.3
	不明	209	
	全体	365	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	680		186.3



Q2-2 事業所の課題:店舗や設備...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	店舗や工場の増設	33	13.6
2	設備投資の充実	126	52.1
3	キャッシュ決済の導入	46	19.0
4	店舗や工場の移転	29	12.0
5	営業時間の変更	49	20.2
	不明	332	
	全体	242	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	283		116.9

Q2-2-4 店舗や工場の移転先...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	市内	18	75.0
2	市外	5	20.8
3	県外	1	4.2
	不明	5	
	非該当	545	
	全体	24	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	24		100.0

Q2-2-5 営業時間の変更内容...(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	延長	9	19.1
2	短縮	38	80.9
	不明	2	
	非該当	525	
	全体	47	100.0

Q2-3 事業所の課題:その他...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	経営戦略・事業計画の作成	53	11.5
2	既存顧客の囲い込み	60	13.0
3	新たな顧客の開拓	155	33.7
4	事業再構築・不採算部門整理	12	2.6
5	コスト削減	64	13.9
6	資金繰り	63	13.7
7	人材確保	114	24.8
8	人材育成	75	16.3
9	従業員が働きやすい職場づくり	60	13.0
10	事業承継	82	17.8
11	海外展開	7	1.5
12	閉鎖・廃業	37	8.0
13	事務所の移転	6	1.3
14	特になし	68	14.8
15	その他	9	2.0
	不明	114	
	全体	460	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	865		188.0

Q2-3-13 事務所の移転先...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	市内	4	80.0
2	市外	2	40.0
3	県外	0	0.0
	不明	1	
	非該当	568	
	全体	5	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	6		120.0

Q3 一般消費者向けの製造・販売・サービス等:主な顧客層...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	近所に住む方	185	59.3
2	県内客	67	21.5
3	県外客	27	8.7
4	個人客	181	58.0
5	団体客	15	4.8
6	外国人客	1	0.3
7	10代~20代	8	2.6
8	子ども連れ	31	9.9
9	高齢者	76	24.4
10	男性客	55	17.6
11	女性客	82	26.3
12	その他	15	4.8
	不明	262	
	全体	312	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	743		238.1

Q4-1 企業向けの製造・販売・サービス等:主な得意先・販売先...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	島田市内	228	71.9
2	島田市を除く県内	150	47.3
3	県外	46	14.5
4	全国	43	13.6
5	海外	7	2.2
	不明	257	
	全体	317	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	474		149.5

Q4-2 企業向けの製造・販売・サービス等:主な仕入先...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	島田市内	140	47.8
2	島田市を除く県内	157	53.6
3	県外	79	27.0
4	全国	51	17.4
5	海外	5	1.7
	不明	281	
	全体	293	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	432		147.4

Q5 今後の新事業展開で興味のある分野...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	環境やエコに配慮した商品・サービス	49	11.8
2	地域資源を活用した商品・サービス	45	10.8
3	健康志向の商品・サービス	66	15.9
4	防災に役立つ商品・サービス	28	6.7
5	観光客向けの商品・サービス	30	7.2
6	インターネット販売による販路拡大	58	14.0
7	異業種との連携	40	9.6
8	異業種への参入	31	7.5
9	産学連携	19	4.6
10	特になし	197	47.5
11	その他	11	2.7
	不明	159	
	全体	415	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	574		138.3

Q6 事業所の人員確保の状況... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	大幅に不足	25	5.5
2	やや不足	169	37.0
3	過不足はない	248	54.3
4	やや過剰	14	3.1
5	大幅に過剰	1	0.2
	不明	117	
	全体	457	100.0

Q7 事業所の直近3年間の新規雇用者の採用実績の有無... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	採用実績あり	177	37.0
2	採用実績なし	302	63.0
	不明	95	
	全体	479	100.0

Q8 事業所の新規採用の募集意向... (M A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	新卒採用を行いたい	43	9.0
2	新卒・中途問わず、比較的若い人材を採用したい	108	22.7
3	即戦力となる人材を中途採用したい	129	27.1
4	地元出身者を採用したい	31	6.5
5	経営に携わる能力をもった人材を採用したい	40	8.4
6	正規社員を積極的に採用したい	37	7.8
7	非正規社員を積極的に採用したい	31	6.5
8	募集しない	230	48.3
9	わからない	21	4.4
10	その他	18	3.8
	不明	98	
	全体	476	100.0

累計 (n)	累計 (%)
688	144.5

Q9 外国人材の雇用状況... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	現在雇用している	26	6.2
2	以前雇用していた	9	2.2
3	雇用したことはないが、したいと考えている	47	11.2
4	雇用したくない	251	60.0
5	その他	85	20.3
	不明	156	
	全体	418	100.0

Q10 外国人材の雇用に関する課題... (M A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	募集しても応募が少ない	4	5.4
2	雇用条件が折り合わない	12	16.2
3	採用後の研修が難しい	30	40.5
4	社内でのコミュニケーションが取りにくい	33	44.6
5	食べ物・服装などの配慮が必要	7	9.5
6	離職率が高い	7	9.5
7	近隣住民とのトラブルが心配	3	4.1
8	その他	16	21.6
	不明	8	
	非該当	492	
	全体	74	100.0

累計 (n)	累計 (%)
112	151.4

Q11-1 育児休暇の規定の有無... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	規定あり	121	28.1
2	規定なし	310	71.9
	不明	143	
	全体	431	100.0

Q11-2 介護休暇の規定の有無... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	規定あり	96	22.3
2	規定なし	335	77.7
	不明	143	
	全体	431	100.0

Q12-1 働き方改革の取組:残業を減らすことを推奨... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	実施している	210	57.5
2	実施したいができていない	49	13.4
3	実施予定はない	106	29.0
	不明	209	
	全体	365	100.0

Q12-2 働き方改革の取組:残業手当をきちんと払うことを徹底... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	実施している	228	64.6
2	実施したいができていない	25	7.1
3	実施予定はない	100	28.3
	不明	221	
	全体	353	100.0

Q12-3 働き方改革の取組:有給休暇の取得を推奨... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	実施している	170	47.8
2	実施したいができていない	67	18.8
3	実施予定はない	119	33.4
	不明	218	
	全体	356	100.0

Q12-4 働き方改革の取組:長期休暇がとれる仕組みの構築... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	実施している	91	26.6
2	実施したいができていない	94	27.5
3	実施予定はない	157	45.9
	不明	232	
	全体	342	100.0

Q12-5 働き方改革の取組:産休・育休・介護休暇の取得を推奨... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	実施している	102	29.9
2	実施したいができていない	65	19.1
3	実施予定はない	174	51.0
	不明	233	
	全体	341	100.0

Q12-6 働き方改革の取組:適切な生産計画やソフトの作成...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	実施している	93	27.8
2	実施したいができていない	88	26.3
3	実施予定はない	153	45.8
	不明	240	
	全体	334	100.0

Q12-7 働き方改革の取組:最低賃金の引き上げ...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	実施している	184	53.5
2	実施したいができていない	45	13.1
3	実施予定はない	115	33.4
	不明	230	
	全体	344	100.0

Q12-8 働き方改革の取組:その他...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	実施している	5	11.6
2	実施したいができていない	3	7.0
3	実施予定はない	35	81.4
	不明	531	
	全体	43	100.0

Q13 島田市中小企業・小規模企業振興基本条例の認知状況...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	知っている	110	20.0
2	知らない・わからない	440	80.0
	不明	24	
	全体	550	100.0

Q14 島田市産業支援センターの認知状況...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	知っている	241	43.6
2	知らない・わからない	253	45.8
3	利用したことがある	59	10.7
	不明	21	
	全体	553	100.0

Q15-1 中小企業支援施策:島田市産業支援センターの個別相談...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	82	20.4
2	興味あり	130	32.3
3	興味なし	190	47.3
	不明	172	
	全体	402	100.0

Q15-2 中小企業支援施策:島田市産業支援センターの各種セミナー...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	62	15.6
2	興味あり	154	38.7
3	興味なし	182	45.7
	不明	176	
	全体	398	100.0

Q15-3 中小企業支援施策:販路拡大事業...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	29	7.5
2	興味あり	120	31.2
3	興味なし	236	61.3
	不明	189	
	全体	385	100.0

Q15-4 中小企業支援施策:島田の逸品...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	18	4.6
2	興味あり	127	32.4
3	興味なし	247	63.0
	不明	182	
	全体	392	100.0

Q15-5 中小企業支援施策:学生向け就職支援事業...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	5	1.3
2	興味あり	111	29.1
3	興味なし	266	69.6
	不明	192	
	全体	382	100.0

Q15-6 中小企業支援施策:社会人向け就職支援事業...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	4	1.1
2	興味あり	106	28.0
3	興味なし	269	71.0
	不明	195	
	全体	379	100.0

Q15-7 中小企業支援施策:企業内子育て環境アップ事業...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	1	0.3
2	興味あり	73	19.6
3	興味なし	299	80.2
	不明	201	
	全体	373	100.0

Q15-8 中小企業支援施策:事業承継に関する個別相談及びセミナー...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	11	2.8
2	興味あり	131	33.6
3	興味なし	248	63.6
	不明	184	
	全体	390	100.0

Q15-9 中小企業支援施策:設備投資に関する支援事業...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	29	7.4
2	興味あり	188	48.1
3	興味なし	174	44.5
	不明	183	
	全体	391	100.0

Q15-10 中小企業支援施策:事業資金に関する支援事業...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	24	6.1
2	興味あり	169	43.2
3	興味なし	198	50.6
	不明	183	
	全体	391	100.0

Q15-11 中小企業支援施策:企業懇話会...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	25	6.7
2	興味あり	114	30.5
3	興味なし	235	62.8
	不明	200	
	全体	374	100.0

Q15-12 中小企業支援施策:異業種交流会...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	35	9.0
2	興味あり	152	39.0
3	興味なし	203	52.1
	不明	184	
	全体	390	100.0

Q15-13 中小企業支援施策:起業・創業者支援事業...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	8	2.1
2	興味あり	90	23.7
3	興味なし	282	74.2
	不明	194	
	全体	380	100.0

Q15-14 中小企業支援施策:商業活性化に関する支援事業...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	2	0.5
2	興味あり	117	31.3
3	興味なし	255	68.2
	不明	200	
	全体	374	100.0

Q15-15 中小企業支援施策:その他...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用経験あり	0	0.0
2	興味あり	2	3.0
3	興味なし	64	97.0
	不明	508	
	全体	66	100.0

Q16-1 実際に利用した施策①... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	島田市産業支援センターの個別相談	39	48.1
2	島田市産業支援センターの各種セミナー	16	19.8
3	販路拡大事業	12	14.8
4	島田の逸品	10	12.3
5	学生向け就職支援事業	3	3.7
6	社会人向け就職支援事業	2	2.5
7	企業内子育て環境アップ事業	0	0.0
8	事業承継に関する個別相談及びセミナー	5	6.2
9	設備投資に関する支援事業	12	14.8
10	事業資金に関する支援事業	9	11.1
11	企業懇話会	5	6.2
12	異業種交流会	9	11.1
13	起業・創業者支援事業	5	6.2
14	商業活性化に関する支援事業	1	1.2
15	その他	0	0.0
	不明	493	
	全体	81	100.0

Q16-2 実際に利用した施策②... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	島田市産業支援センターの個別相談	0	0.0
2	島田市産業支援センターの各種セミナー	14	40.0
3	販路拡大事業	5	14.3
4	島田の逸品	2	5.7
5	学生向け就職支援事業	0	0.0
6	社会人向け就職支援事業	1	2.9
7	企業内子育て環境アップ事業	0	0.0
8	事業承継に関する個別相談及びセミナー	2	5.7
9	設備投資に関する支援事業	3	8.6
10	事業資金に関する支援事業	2	5.7
11	企業懇話会	2	5.7
12	異業種交流会	2	5.7
13	起業・創業者支援事業	2	5.7
14	商業活性化に関する支援事業	0	0.0
15	その他	0	0.0
	不明	539	
	全体	35	100.0

Q16-3 実際に利用した施策③... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	島田市産業支援センターの個別相談	1	8.3
2	島田市産業支援センターの各種セミナー	0	0.0
3	販路拡大事業	3	25.0
4	島田の逸品	1	8.3
5	学生向け就職支援事業	0	0.0
6	社会人向け就職支援事業	0	0.0
7	企業内子育て環境アップ事業	0	0.0
8	事業承継に関する個別相談及びセミナー	0	0.0
9	設備投資に関する支援事業	1	8.3
10	事業資金に関する支援事業	0	0.0
11	企業懇話会	1	8.3
12	異業種交流会	2	16.7
13	起業・創業者支援事業	2	16.7
14	商業活性化に関する支援事業	1	8.3
15	その他	0	0.0
	不明	562	
	全体	12	100.0



Q17 今後期待する中小企業・小規模企業支援策... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	新事業展開支援	50	11.1
2	販路拡大支援	67	14.9
3	製品・サービスのブランド化支援	25	5.6
4	人材確保支援	105	23.3
5	人材育成支援	71	15.8
6	事業資金融資支援	67	14.9
7	設備投資への補助制度	134	29.8
8	事業承継・再生支援	62	13.8
9	福利厚生の実施支援	56	12.4
10	地元企業との連携支援	57	12.7
11	企業・商品・サービスのPR支援	46	10.2
12	特になし	128	28.4
13	その他	8	1.8
	不明	124	
	全体	450	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	876		194.7

Q18 島田市で事業を行う際のメリット... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	交通の便が良い	168	54.5
2	工業用地が豊富	9	2.9
3	工業用水が豊富	41	13.3
4	地域資源が豊富	28	9.1
5	観光客が多い	8	2.6
6	住宅地が近い	29	9.4
7	取引先が集積している	29	9.4
8	小売店やサービス店が集積している	4	1.3
9	働き手が多い	3	1.0
10	補助金制度が使いやすい	8	2.6
11	税金が安い	0	0.0
12	商工団体の支援が手厚い	25	8.1
13	金融機関の支援が手厚い	31	10.1
14	事業者間の横のつながりが強い	55	17.9
15	その他	39	12.7
	不明	266	
	全体	308	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	477		154.9

Q19 島田市で事業を行う際のデメリット... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	交通の便が悪い	52	14.8
2	工業用地の不足	34	9.7
3	工業用水の不足	2	0.6
4	地域資源が少ない・減少している	37	10.5
5	観光客が少ない・減少している	67	19.1
6	住宅地が遠い	7	2.0
7	取引先の減少	86	24.5
8	小売店やサービス店の減少	124	35.3
9	働き手の減少	113	32.2
10	補助金制度が使いにくい	33	9.4
11	税金が高い	46	13.1
12	商工団体の支援の不足	14	4.0
13	金融機関の支援の不足	9	2.6
14	事業者間の横のつながりが弱い	27	7.7
15	その他	36	10.3
	不明	223	
	全体	351	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	687		195.7

Q20 事業で活用している島田市の地域資源... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	活用している	75	18.0
2	活用していない	331	79.4
3	今後活用したい	17	4.1
	不明	157	
	全体	417	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	423		101.4

Q22-1 事業所の直近3年間の売上高の推移... (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	大幅に増収	14	2.7
2	やや増収	114	22.1
3	横ばい	161	31.1
4	やや減収	137	26.5
5	大幅に減収	91	17.6
	不明	57	
	全体	517	100.0

Q22-2 事業所の直近3年間の営業利益の推移... (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	大幅に増益	9	1.8
2	やや増益	91	18.0
3	横ばい	161	31.8
4	やや減益	151	29.8
5	大幅に減益	94	18.6
	不明	68	
	全体	506	100.0

Q23-1 事業所のこの先1年間の売上高の見通し... (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	大幅に増収	7	1.4
2	やや増収	85	16.4
3	横ばい	195	37.7
4	やや減収	155	30.0
5	大幅に減収	75	14.5
	不明	57	
	全体	517	100.0

Q23-2 事業所のこの先1年間の営業利益の見通し... (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	大幅に増益	6	1.2
2	やや増益	67	13.2
3	横ばい	184	36.4
4	やや減益	176	34.8
5	大幅に減益	73	14.4
	不明	68	
	全体	506	100.0

Q24 直近3年間の売上高・純利益の増減につながった内部要因... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	経営理念・戦略が内部に浸透	23	5.1
2	新たな販売先・仕入先の開拓	99	22.0
3	新規事業・新製品の開発	28	6.2
4	新たな技術・設備の導入	48	10.7
5	他社との技術・資本提携	6	1.3
6	事業再構築・不採算部門整理	8	1.8
7	資金繰りの変化	20	4.5
8	商品・サービスの品質管理	18	4.0
9	物流・決済の効率化	6	1.3
10	コストの変動	75	16.7
11	海外展開	2	0.4
12	広告・宣伝	38	8.5
13	人材確保	34	7.6
14	人材育成	37	8.2
15	事業承継	15	3.3
16	福利厚生	7	1.6
17	特にない	139	31.0
18	その他	56	12.5
	不明	125	
	全体	449	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	659		146.8

Q25 直近3年間の売上高・純利益の増減につながった外部要因... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	取引先の動向変化	119	27.0
2	販売単価の変動	74	16.8
3	原料・燃料費・仕入価格の変動	101	22.9
4	顧客ニーズの変化	118	26.8
5	郊外の大型商業施設の影響	21	4.8
6	県外からの競合企業の進出	19	4.3
7	ICT技術の進化	13	2.9
8	行政等の中小企業支援策	10	2.3
9	金融機関の融資条件の改善	7	1.6
10	海外環境の変化	4	0.9
11	わからない	94	21.3
12	その他	51	11.6
	不明	133	
	全体	441	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	631		143.1

Q26 今後の設備投資の予定... (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	具体的な予定がある	30	6.1
2	現在検討中	63	12.9
3	予定はない	323	66.1
4	わからない	73	14.9
	不明	85	
	全体	489	100.0

Q27 経営課題に関する日頃の相談先... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	商工団体	187	34.8
2	業界団体	34	6.3
3	金融機関	85	15.8
4	税理士・会計士	195	36.2
5	民間コンサルタント	26	4.8
6	島田市産業支援センター	31	5.8
7	特にない・相談しない	144	26.8
8	その他	19	3.5
	不明	36	
	全体	538	100.0

累計	(n)	累計	(%)
	721		134.0

Q28 後継者と事業承継の状況... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	事業承継済	60	11.1
2	後継者決定済み(親族)	107	19.8
3	後継者決定済み(非親族)	10	1.9
4	第三者へ事業譲渡やM&A予定	5	0.9
5	閉鎖・廃業予定	76	14.1
6	現在検討中	74	13.7
7	未定	123	22.8
8	検討したことがない	75	13.9
9	その他	10	1.9
	不明	34	
	全体	540	100.0