

伴走型小規模事業者支援推進事業

經濟動向 調查報告書

平成 29 年度
鹿屋商工会議所



調査概要

1. 事業の概要

平成26年6月に商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律(平成5年法律第51号。以下「小規模事業者支援法」という。)の一部が改正された。本改正により、小規模事業者の事業の持続的発展を支援するため、商工会及び商工会議所が、小規模事業者による事業計画の作成、およびその着実な実施を支援することや、地域活性化にもつながる展示会の開催等の面的な取組を促進するため、商工会及び商工会議所が作成する支援計画のうち、小規模事業者の技術の向上、新たな事業の分野の開拓その他の小規模事業者の経営の発達に特に資するものについての計画を、経済産業大臣が認定する仕組みが導入された(中小企業庁ホームページより引用)。

鹿屋商工会議所では、平成29年3月、経済産業大臣による経営発達支援計画の認定を受け、この計画に基づいた地域の小規模事業者の事業の持続的発展に向けて、管轄市内の企業の実態をしっかりと把握し、個々の企業の業績向上につながる支援を行うことが求められている。

2. 報告書作成目的

鹿屋市の地域経済を支える小規模事業者は、需要の低下、売上の減少、経営者の高齢化による事業承継等の問題に直面しており、経営を持続的に行うための経営課題の解決が必要となっている。

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

◆「経済動向調査アンケート」概要

調査時期	平成29年8月30日～9月30日
調査対象	管内事業者 3,011件
調査方法	郵送後、FAX・訪問にて回収
回答数	148件

【目 次】

I 回答者の属性

- 1. 代表者の年齢・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
- 2. 業歴・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
- 3. 従業員数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4

II 単純集計

III クロス集計

- 1. 景況感・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
 - (1) 業種別の景況感
 - (2) 景況感の全国比較
- 2. 経営上の問題点・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 25
- 3. 事業承継・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30
 - (1) 事業承継の検討状況
- 4. 事業計画（経営計画）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 32
 - (1) 事業計画（経営計画）の作成の有無
 - (2) 事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上の状況
- 5. 販路開拓・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34
 - (1) 現在実施している販売促進・PR（業種ごと）
 - (2) 売上の拡大効果があった販売促進・PR（業種ごと）
 - (3) 販売促進・PRの実施と足元の売上の状況
- 6. 新たな製品（商品）・サービスの開発・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 39
 - (1) 新たな製品（商品）・サービスの開発にあたっての情報やヒントの入手先と
足元の売上の状況
- 7. 総括・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 40

IV 参考資料（集計表、アンケート用紙）

- 1. 集計表・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 44
- 2. アンケート用紙・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 50

I 回答者の属性

1. 代表者の年齢

	全体		20代		30代		40代		50代		60代		70代以上		不明	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
製造業	20	13.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.7%	3	11.5%	10	19.6%	5	18.5%	0	0.0%
卸売業	9	6.1%	0	0.0%	1	8.3%	3	10.0%	3	11.5%	1	2.0%	0	0.0%	1	100.0%
小売業	28	18.9%	0	0.0%	2	16.7%	5	16.7%	5	19.2%	10	19.6%	6	22.2%	0	0.0%
建設業・運輸業	28	18.9%	0	0.0%	1	8.3%	6	20.0%	6	23.1%	11	21.6%	4	14.8%	0	0.0%
建設業	24	16.2%	0	0.0%	1	8.3%	4	13.3%	5	19.2%	11	21.6%	3	11.1%	0	0.0%
運輸業	4	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.7%	1	3.8%	0	0.0%	1	3.7%	0	0.0%
サービス業	50	33.8%	1	100.0%	7	58.3%	12	40.0%	7	26.9%	16	31.4%	7	25.9%	0	0.0%
飲食サービス業	17	11.5%	1	100.0%	3	25.0%	4	13.3%	2	7.7%	6	11.8%	1	3.7%	0	0.0%
情報通信業	2	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%
宿泊業	3	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	11.1%	0	0.0%
生活関連サービス業	4	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.7%	1	3.8%	0	0.0%	1	3.7%	0	0.0%
専門・技術サービス業	12	8.1%	0	0.0%	3	25.0%	4	13.3%	1	3.8%	3	5.9%	1	3.7%	0	0.0%
その他サービス業	12	8.1%	0	0.0%	1	8.3%	1	3.3%	3	11.5%	6	11.8%	1	3.7%	0	0.0%
その他の業種	12	8.1%	0	0.0%	1	8.3%	2	6.7%	1	3.8%	3	5.9%	5	18.5%	0	0.0%
業種不明	1	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	148	100.0%	1	100.0%	12	100.0%	30	100.0%	26	100.0%	51	100.0%	27	100.0%	1	100.0%

2. 業歴

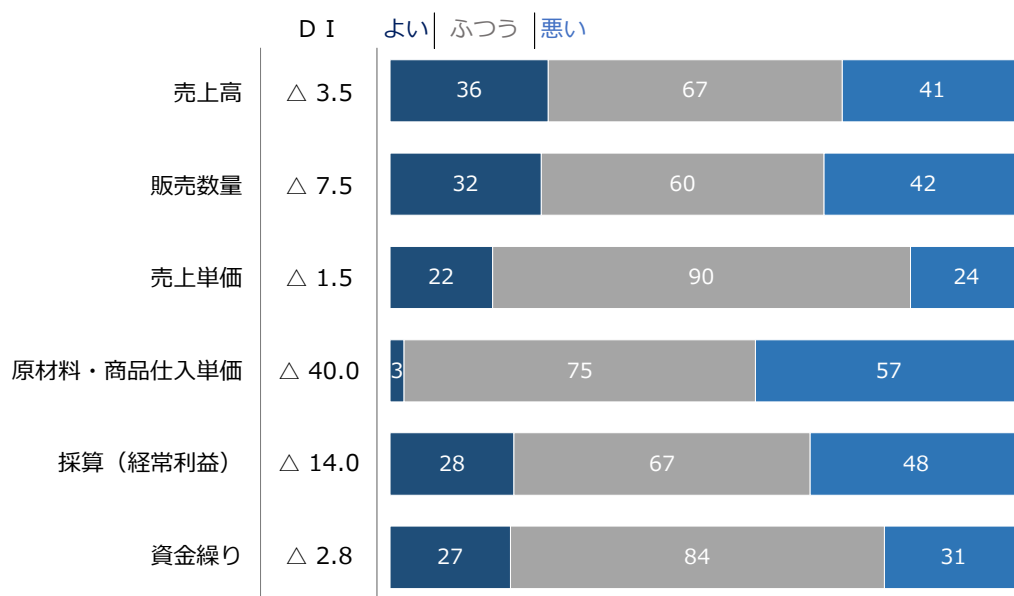
	全体		10年以下		11～20年		21～30年		31年以上		不明	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
製造業	20	13.5%	1	4.5%	3	11.5%	4	14.3%	12	18.2%	0	0.0%
卸売業	9	6.1%	3	13.6%	0	0.0%	0	0.0%	6	9.1%	0	0.0%
小売業	28	18.9%	5	22.7%	6	23.1%	4	14.3%	12	18.2%	1	16.7%
建設業・運輸業	28	18.9%	1	4.5%	5	19.2%	7	25.0%	14	21.2%	1	16.7%
建設業	24	16.2%	0	0.0%	4	15.4%	5	17.9%	14	21.2%	1	16.7%
運輸業	4	2.7%	1	4.5%	1	3.8%	2	7.1%	0	0.0%	0	0.0%
サービス業	50	33.8%	10	45.5%	10	38.5%	8	28.6%	18	27.3%	4	66.7%
飲食サービス業	17	11.5%	6	27.3%	5	19.2%	3	10.7%	3	4.5%	0	0.0%
情報通信業	2	1.4%	0	0.0%	1	3.8%	0	0.0%	1	1.5%	0	0.0%
宿泊業	3	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.0%	1	16.7%
生活関連サービス業	4	2.7%	2	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.0%	0	0.0%
専門・技術サービス業	12	8.1%	1	4.5%	2	7.7%	1	3.6%	5	7.6%	3	50.0%
その他サービス業	12	8.1%	1	4.5%	2	7.7%	4	14.3%	5	7.6%	0	0.0%
その他の業種	12	8.1%	2	9.1%	2	7.7%	5	17.9%	3	4.5%	0	0.0%
業種不明	1	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.5%	0	0.0%
合計	148	100.0%	22	100.0%	26	100.0%	28	100.0%	66	100.0%	6	100.0%

3. 従業員数

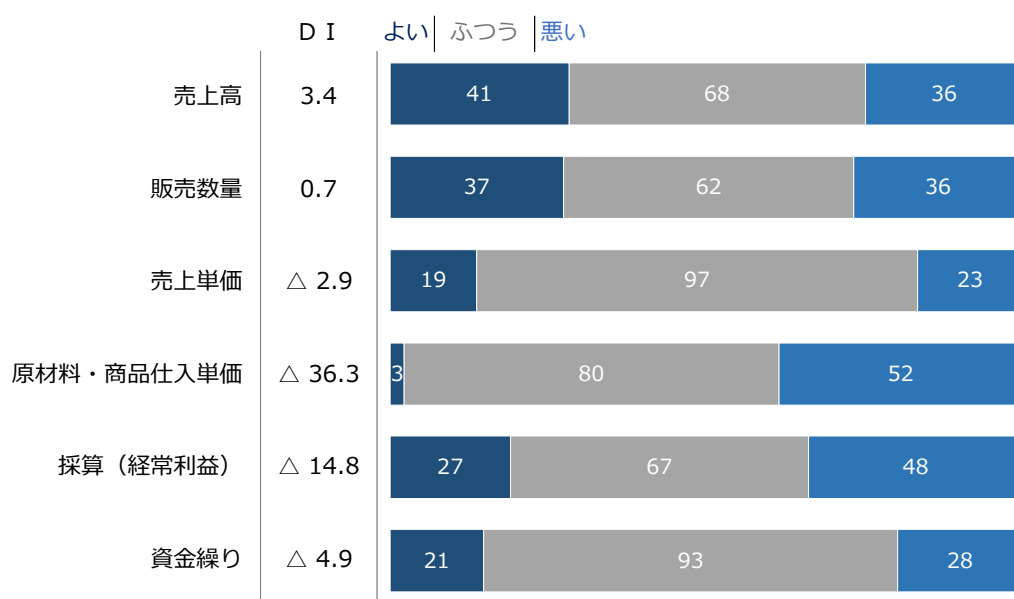
	全体		0～1人		2～5人		6～10人		11～15人		16～20人		21人以上	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
製造業	20	13.5%	4	12.1%	5	10.2%	3	12.5%	3	16.7%	2	18.2%	3	23.1%
卸売業	9	6.1%	3	9.1%	5	10.2%	0	0.0%	1	5.6%	0	0.0%	0	0.0%
小売業	28	18.9%	11	33.3%	7	14.3%	6	25.0%	2	11.1%	0	0.0%	2	15.4%
建設業・運輸業	28	18.9%	1	3.0%	9	18.4%	7	29.2%	6	33.3%	5	45.5%	0	0.0%
建設業	24	16.2%	0	0.0%	9	18.4%	7	29.2%	4	22.2%	4	36.4%	0	0.0%
運輸業	4	2.7%	1	3.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	11.1%	1	9.1%	0	0.0%
サービス業	50	33.8%	14	42.4%	22	44.9%	6	25.0%	4	22.2%	1	9.1%	3	23.1%
飲食サービス業	17	11.5%	1	3.0%	10	20.4%	3	12.5%	3	16.7%	0	0.0%	0	0.0%
情報通信業	2	1.4%	0	0.0%	1	2.0%	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
宿泊業	3	2.0%	1	3.0%	2	4.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
生活関連サービス業	4	2.7%	2	6.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%	1	9.1%	0	0.0%
専門・技術サービス業	12	8.1%	2	6.1%	7	14.3%	2	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.7%
その他サービス業	12	8.1%	8	24.2%	2	4.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	15.4%
その他の業種	12	8.1%	0	0.0%	1	2.0%	2	8.3%	1	5.6%	3	27.3%	5	38.5%
業種不明	1	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%	0	0.0%	0	0.0%
合計	148	100.0%	33	100.0%	49	100.0%	24	100.0%	18	100.0%	11	100.0%	13	100.0%

Ⅱ 単純集計

問1 昨年の今頃（平成28年7月～9月頃）と比べた現在（平成29年7月～9月頃）の経営環境等の状況

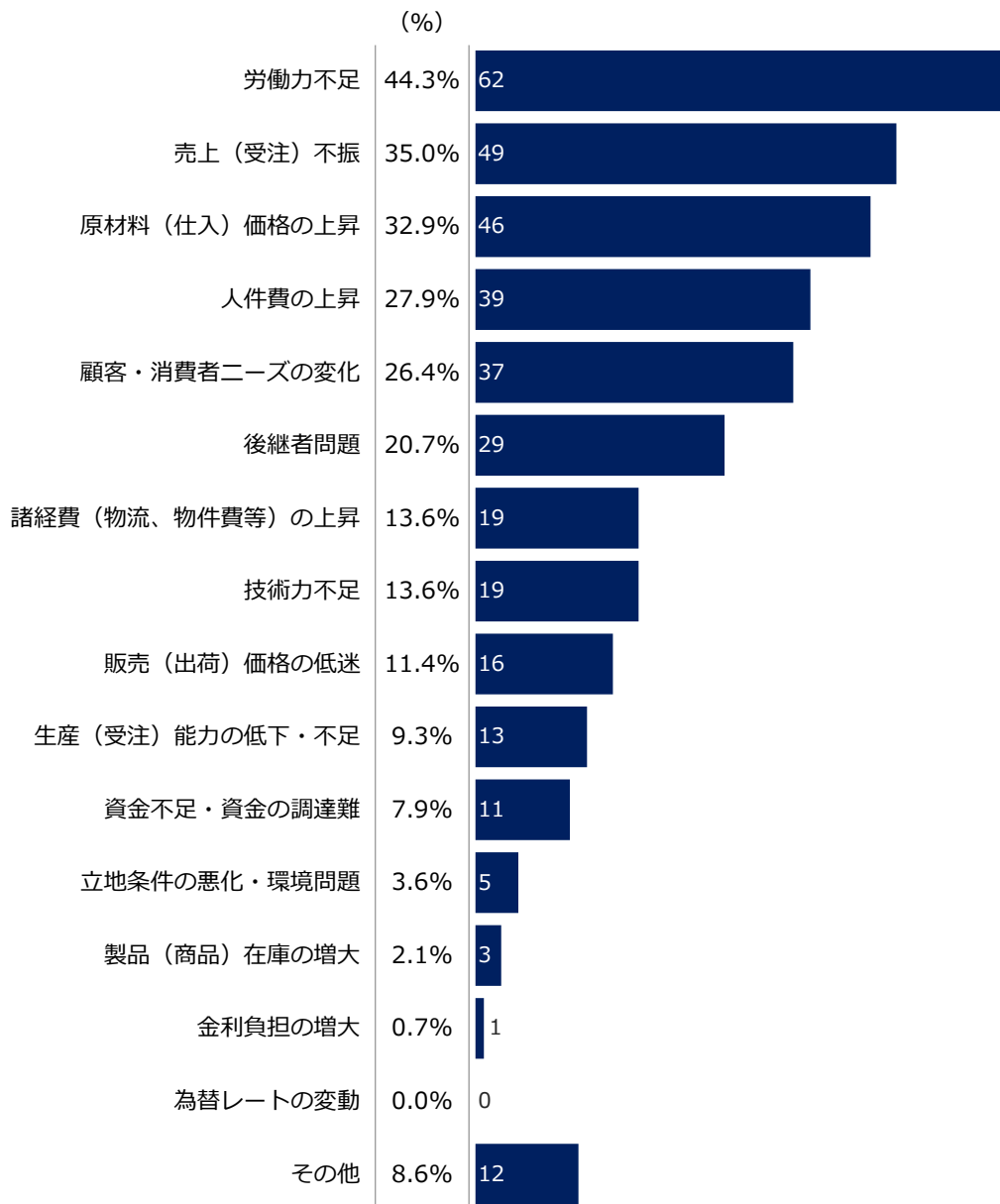


問2 現在（平成29年7月～9月頃）と比べた今後（平成29年10月～12月頃）の経営環境等の見通し



※DIとは、ディフュージョン・インデックス (Diffusion Index) の略であり、各調査項目についての好転割合から悪化割合を差引いた値（景気動向指数）である。

問3 現在の経営上の問題点（3つまで回答可）（n=140）

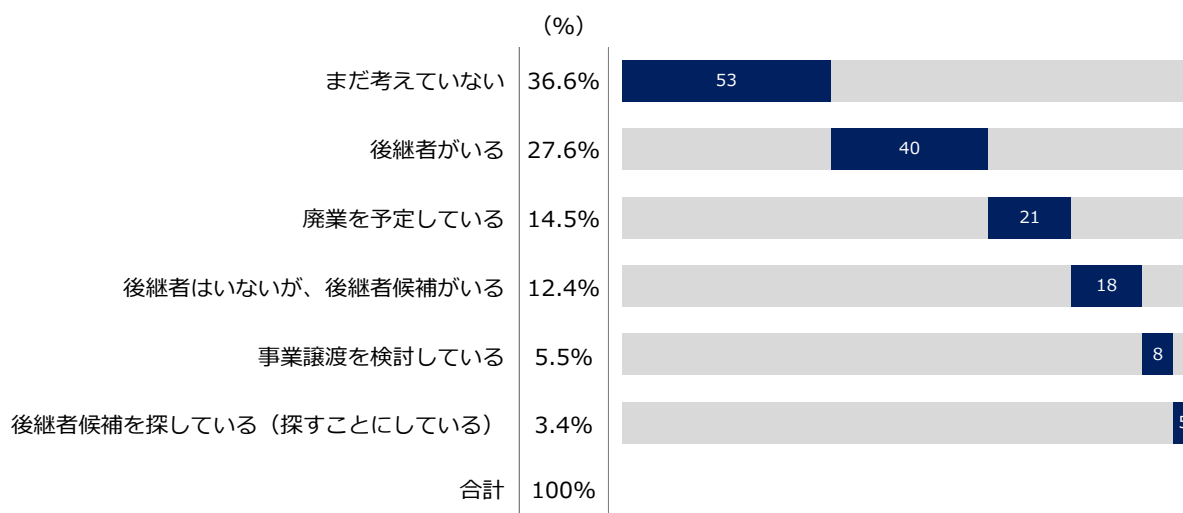


◆「その他」の内容

製造業	全国的に業界不況の様相
建設業	人材確保ができない
飲食サービス業	ライバル店舗ができるため顧客減
	税金
	他企業の鹿屋進出
専門・技術サービス業	医療費削減など
	単価があがらない
	税務調査により追徴金とられ

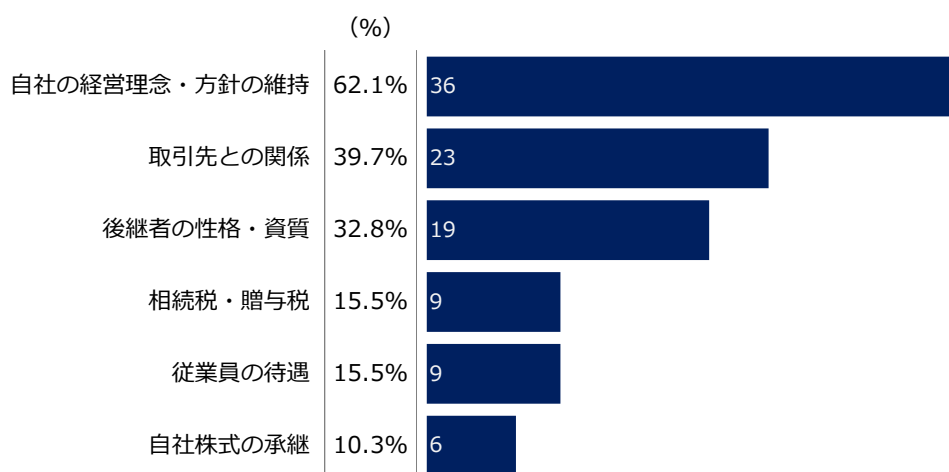
問4 事業承継

(1) 後継者の状況 (n=145)



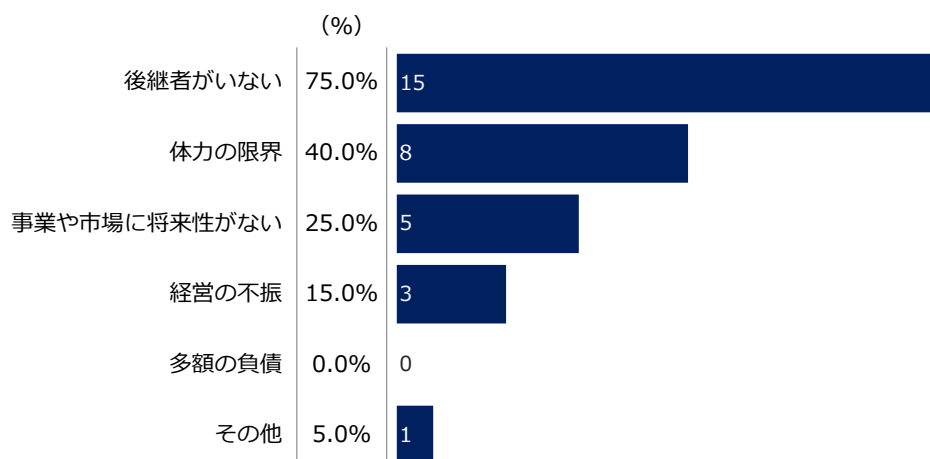
(2) 事業承継で関心のある内容 (2つまで回答可) (n=58)

※ (1) で「後継者がいる」「後継者はいないが、後継者候補がいる」「後継者候補を探している(探すことにしている)」を選択した方に質問

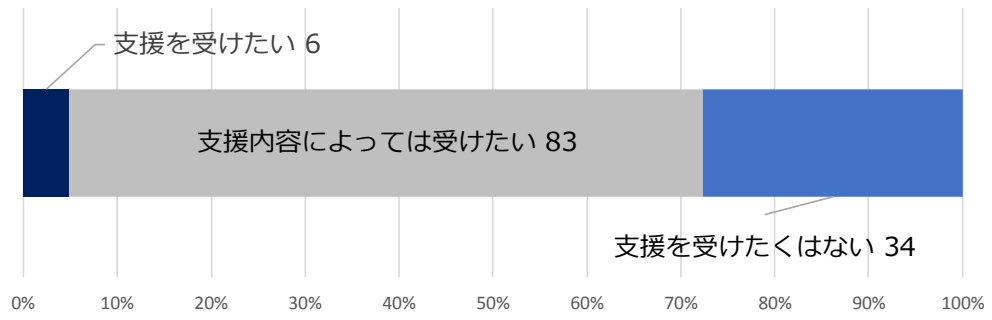


(3) 廃業する理由 (2つまで回答可) (n=20)

※ (1) で「廃業を予定している」を選択した方に質問

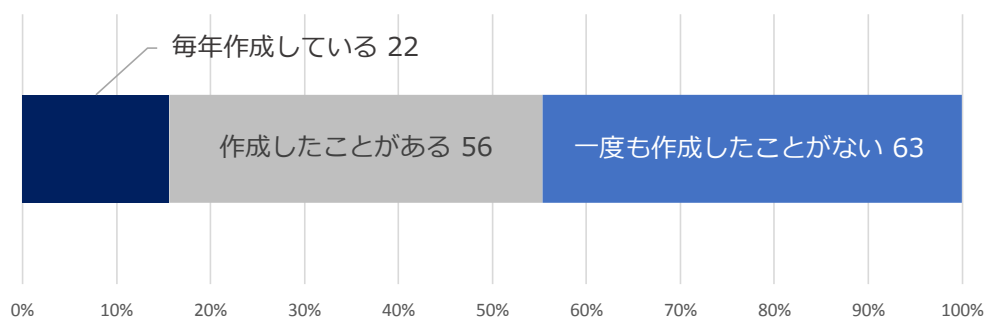


(4) 当所からの事業承継の支援について (n=123)



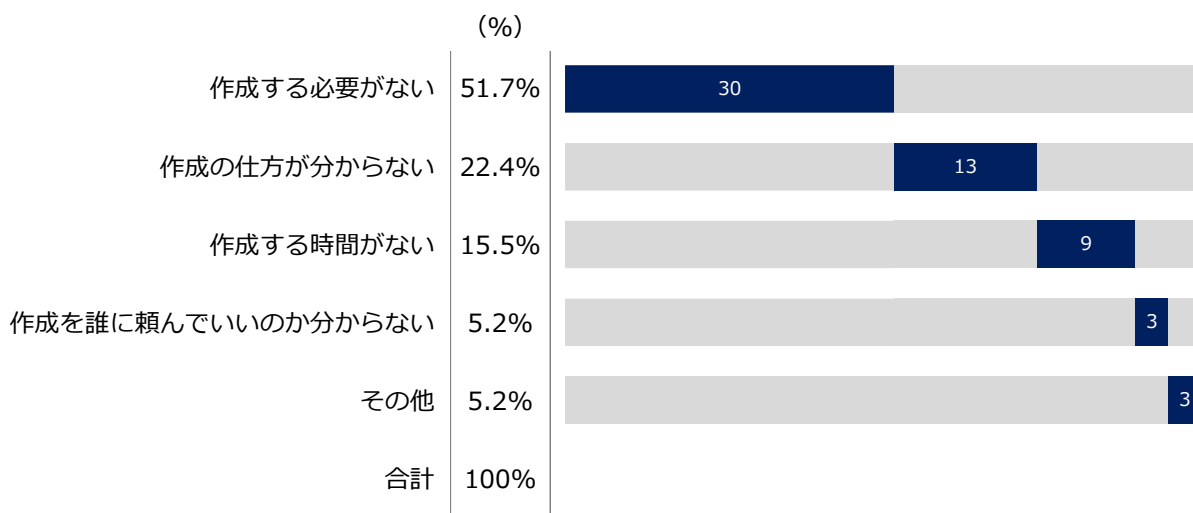
問5 事業計画（経営計画）の作成

（1）事業計画（経営計画）の作成の有無（n=141）

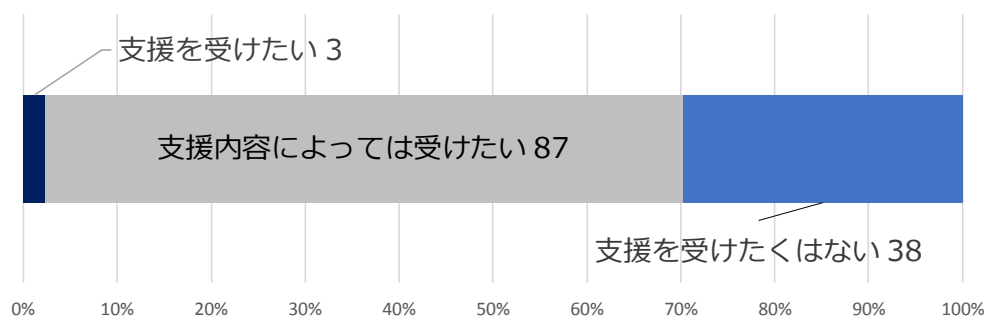


（2）事業計画（経営計画）を作成しない理由（n=58）

※（1）で「一度も作成したことがない」を選択した方に質問

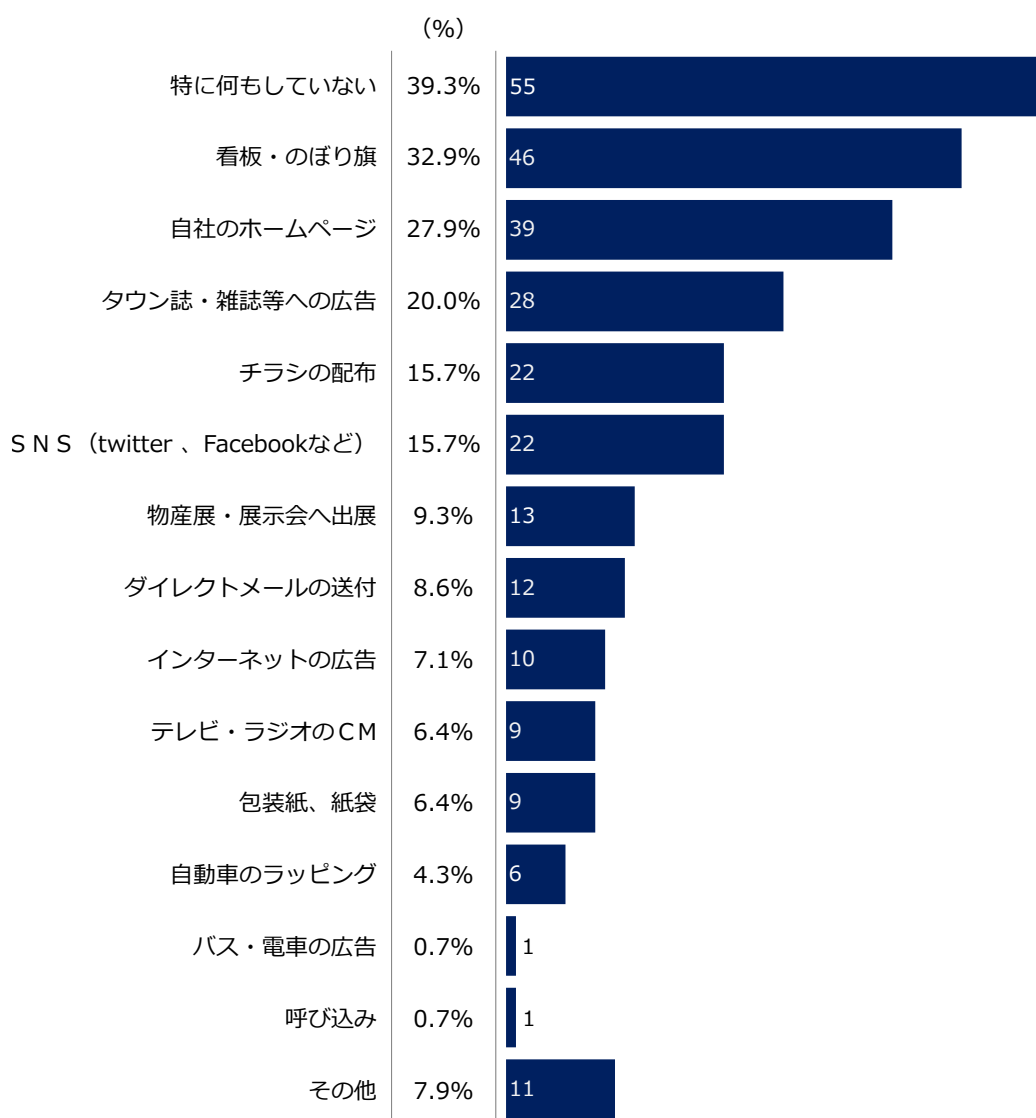


（3）当所からの事業計画の作成支援について（n=128）



問6 販売促進

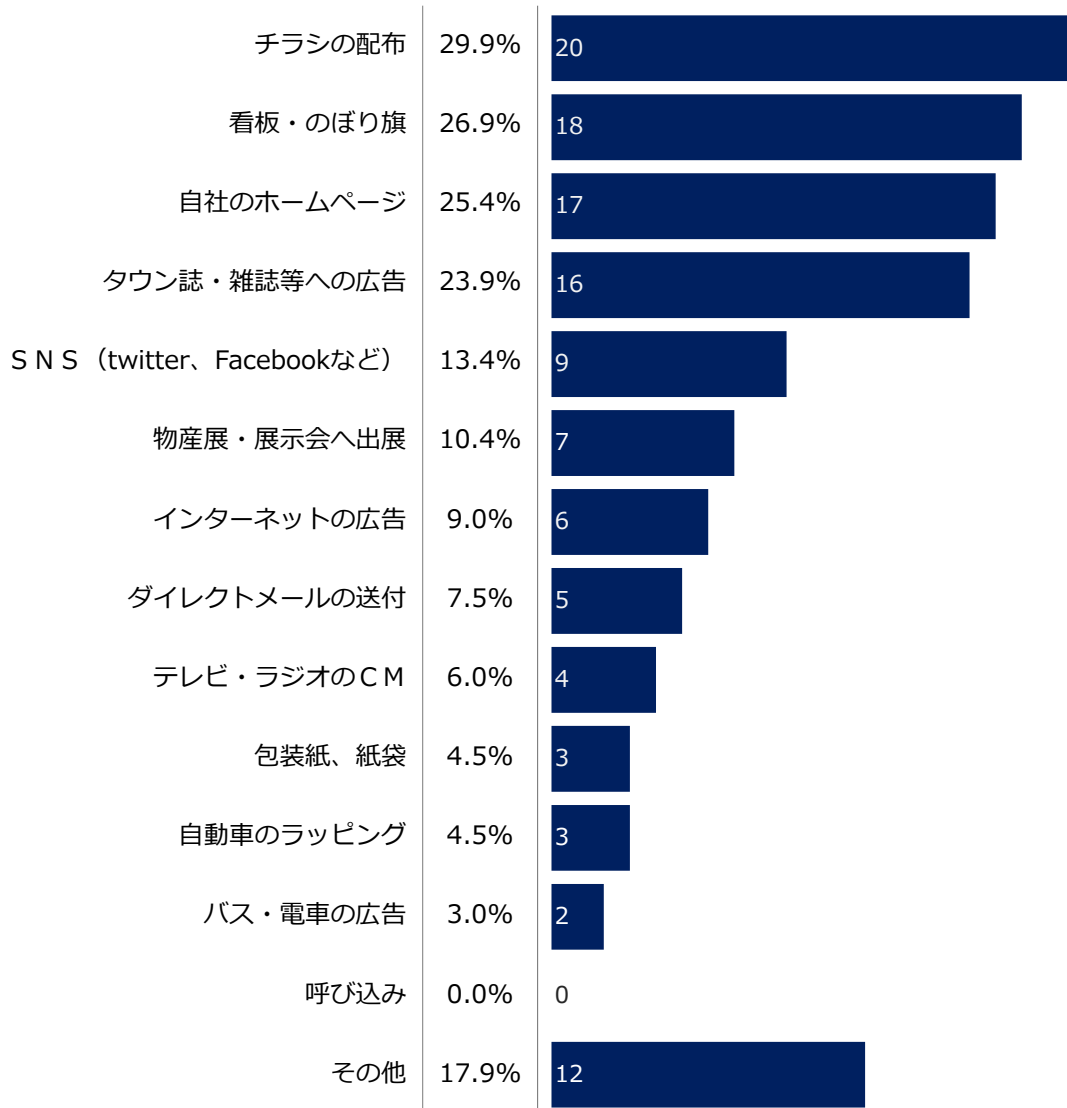
(1) 現在実施している販売促進・PR（複数回答可）（n=140）



◆「その他」の内容(原文ママ)

製造業	口コミ
	通販サイト
卸売業	タレントに着てもらう・スタイリストとの契約をしている
小売業	ポスター
	粗品の配布（年末）
	オリジナル地図
建設業	カレンダー・タオル・ポケットティッシュ
	電話帳
生活関連サービス業	社内報・大型看板
専門・技術サービス業	YouTube
その他のサービス業	口コミ
その他の業種	鹿屋市ふるさと納税

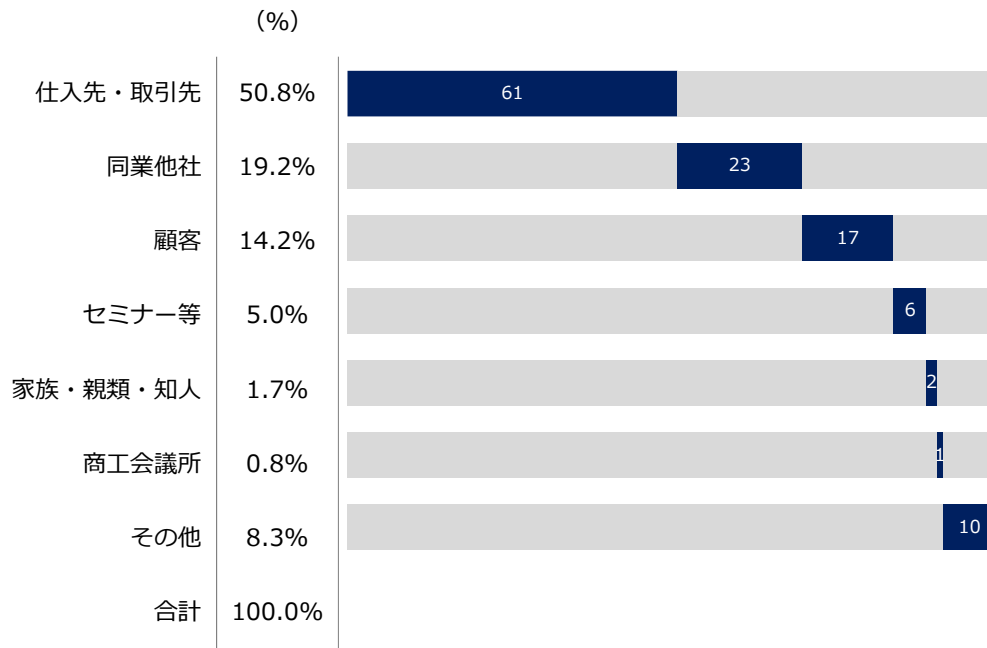
(2) (1)のうち、売上の拡大について効果があった販売促進・PR (3つまで回答可) (n=67)
(%)



◆「その他」の内容(原文ママ)

製造業	口コミ (2件)
	通販サイト
	取引先への商品アプローチ
卸売業	タレントに着てもらう・スタイリストとの契約をしている
小売業	ポスター
	粗品の配布 (年末)
	オリジナル地図
飲食サービス業	店内での接客営業
宿泊業	旅館組合広報
専門・技術サービス業	YouTube
	紹介・口コミ
その他の業種	知人の紹介

問7 新たな製品（商品）・サービスを開発するにあたっての情報やヒントの入手先（n=120）

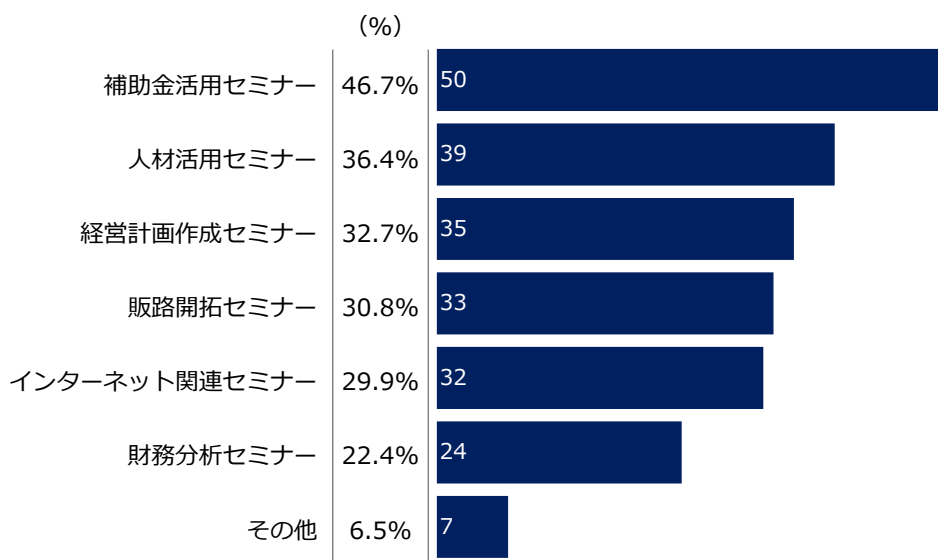


◆「その他」の内容(原文ママ)

飲食サービス業	自分たちで（2件）
	雑誌・メディア・インターネット
	本等
専門・技術サービス業	インターネット
その他のサービス業	メディア等
	世論
その他の業種	インターネット

問8 商工会議所の活動

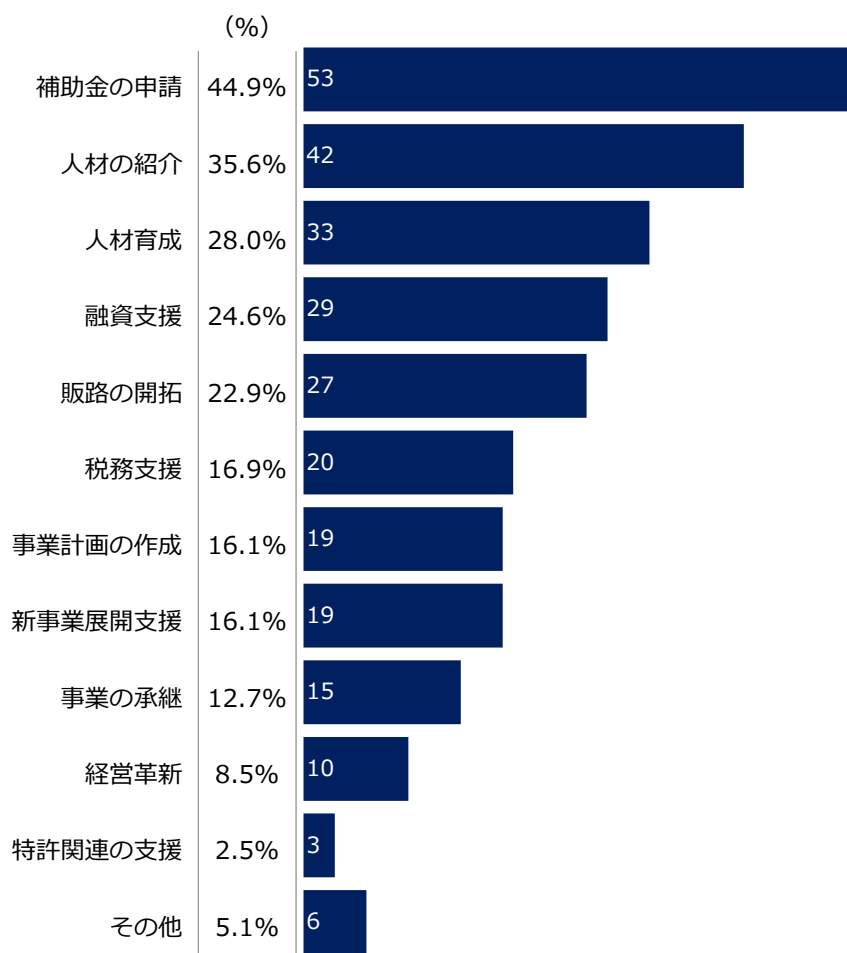
(1) 今後、商工会議所が主催するセミナーを開催する場合、どのセミナーに参加したいか
(3つまで回答可) (n=107)



◆「その他」の内容(原文ママ)

小売業	広告・宣伝セミナー
その他の業種	生産性の向上につながるもの

(2) 今後、商工会議所に求める支援活動 (3つまで回答可) (n=118)



◆「その他」の内容(原文ママ)

生活関連サービス業	経営者（若い）同士の情報交換（社員について・商売について・人口について・トレンドの変化や経営について）
専門・技術サービス業	補助の種類等の紹介

問9 その他、商工会議所へのご要望（原文ママ）

製造業	仕事はたくさんあるのですが、人手が足りないので今いる人数で無理のないようにしている
飲食サービス業	代表 or 役員も現場を担当しているためいろんな事考えても時間・経済面ゆとりがないため苦しい。役員 67 歳 セミナーなど午前中開催があってほしい
専門・技術サービス業	新事業にするにあたり、融資支援の金利と期間を教えてください。

Ⅲ クロス集計

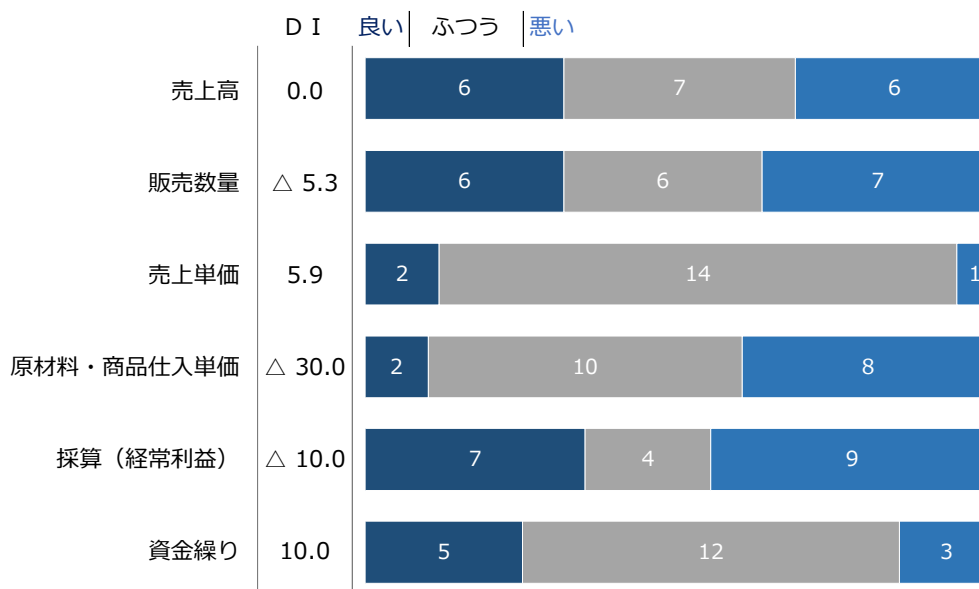
1. 景況感

(1) 業種別の景況感

はじめに、鹿屋市の事業者の景況感を調査する。景況感の分析においては、D Iを使用する。D Iとは、ディフュージョン・インデックス (Diffusion Index) の略であり、各調査項目についての好転割合から悪化割合を差引いた値 (景気動向指数) である。

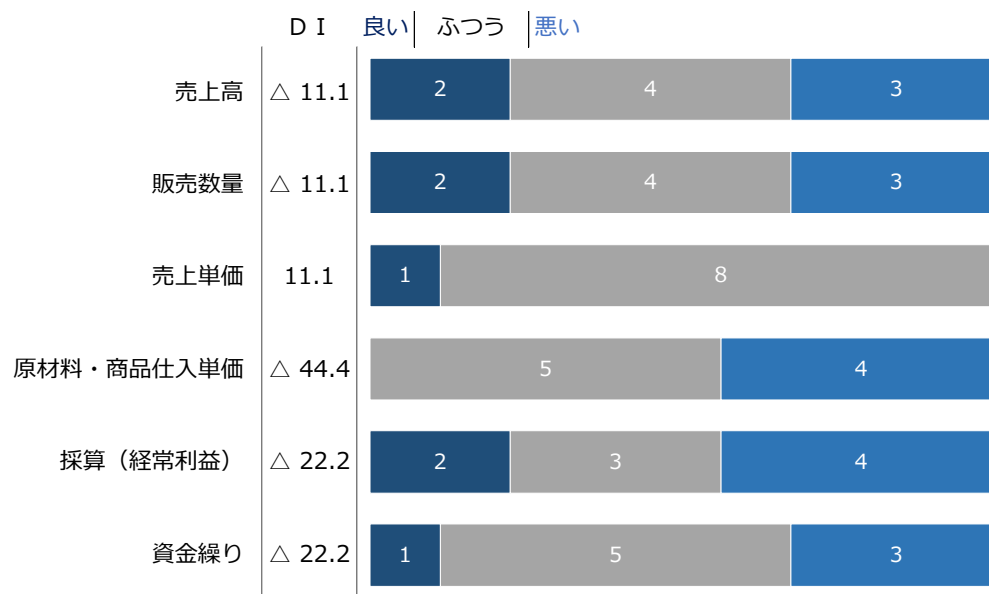
①製造業 (前年同期比)

売上高D Iがゼロポイントであり、前年同期比で同程度の売上を確保できていることがわかる。しかし、原材料の仕入単価があがっており、結果として採算 (経常利益) D Iが $\Delta 10.0$ ポイントと前年同期比で利益が減少している事業者の割合が高くなっている。



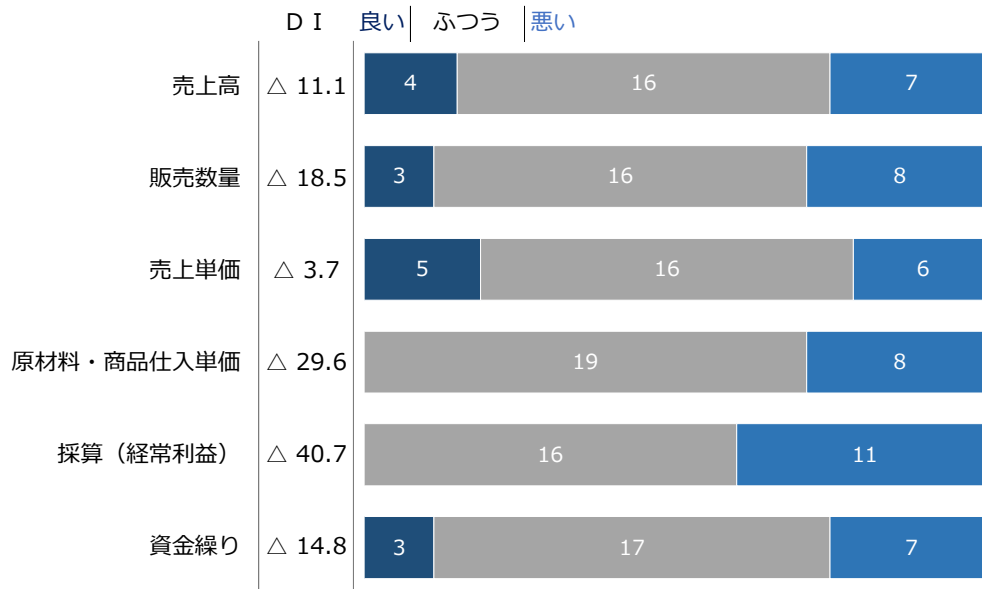
②卸売業 (前年同期比)

売上高D Iは $\Delta 11.1$ ポイントであり、そこまで悪い数値ではない。しかし、商品の仕入単価が上昇している影響で採算 (経常利益) D Iが $\Delta 22.2$ ポイントと売上高D Iよりも低い数値となっている。



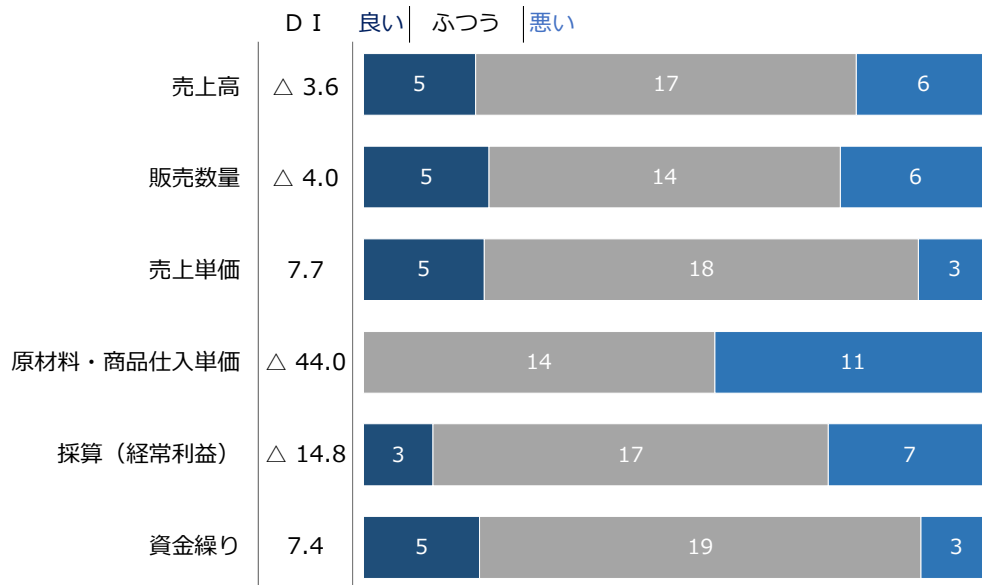
③小売業（前年同期比）

販売数量の減少および売上単価の低下の影響で売上高D Iが△11.1ポイントとなっている。さらに、仕入単価も上昇している。この結果、採算（経常利益）D Iが△40.7ポイントと、すべての業種のなかでもっとも低くなっている。



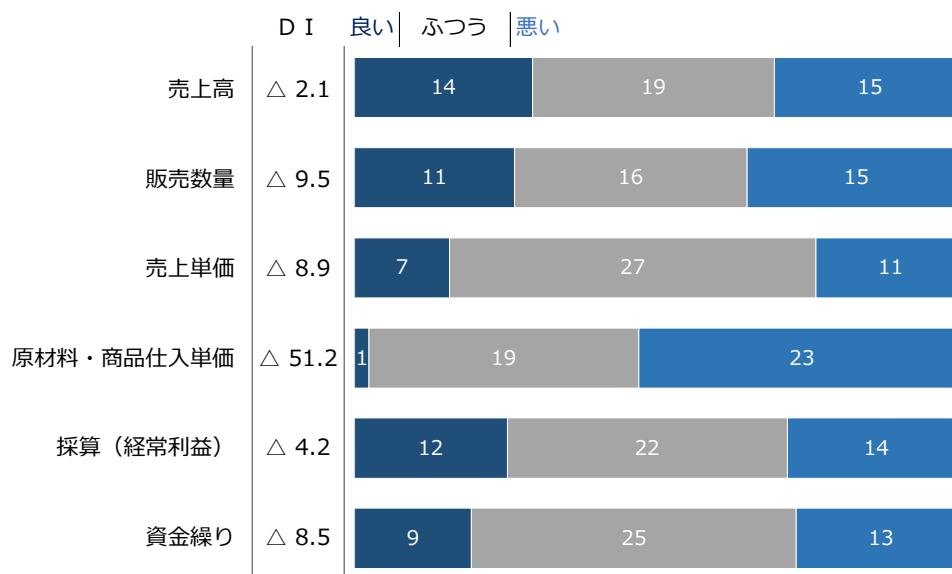
④建設業・運輸業（前年同期比）

一般的に、労務費の増加、原材料価格の高騰などの原価が増加している業種である。鹿屋市においても、原材料・商品仕入単価D Iが△44.0ポイントとなっており、原価の上昇が目立つ。この原価の上昇分を価格転嫁できれば良いが、売上単価D Iは7.7ポイントに留まっており、価格転嫁が十分でない。この結果、採算（経常利益）D Iは△14.8ポイントとなっている。



⑤サービス業（前年同期比）

原材料・商品仕入単価D Iが△51.2ポイントと、すべての業種のなかでもっとも低い値となっている。しかし、採算（経常利益）D Iは△4.2ポイントに留まっており、コストはあがっているものの、経営努力の結果、利益は前年同期比並に稼げていることがわかる。



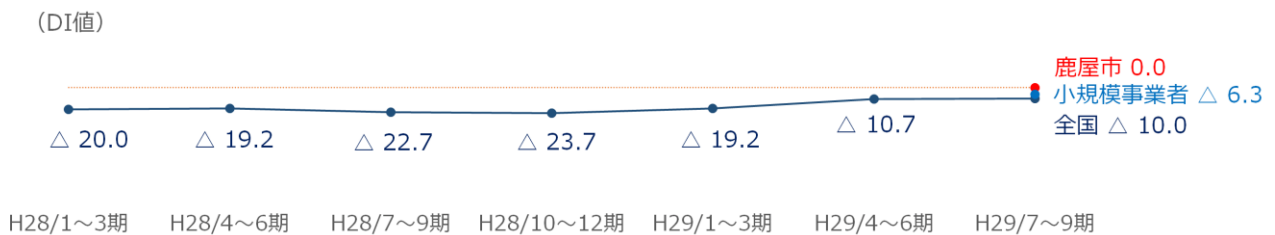
(2) 景況感の全国比較

次に、業種別の景況感を全国値と比較する。全国値は、中小企業庁が四半期ごとに調査を実施している「中小企業景況調査」を利用する。なお、グラフ中の「鹿屋市」は鹿屋市における各業種の全事業者、「小規模事業者」は各業種の小規模事業者の回答を集約した結果である。

①製造業

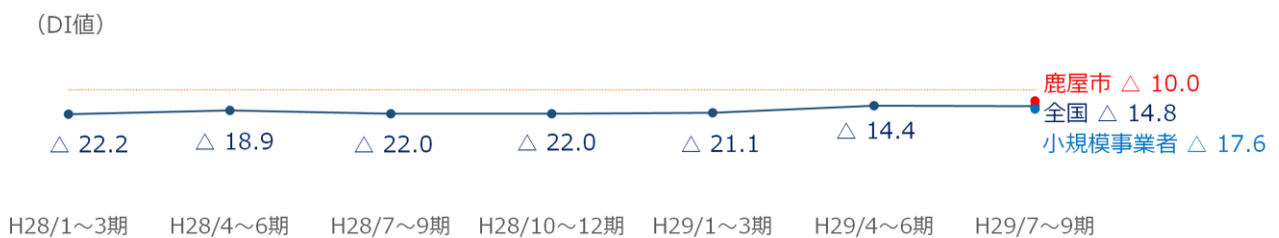
◆売上高DI

全国値の推移をみると直近3期は好転傾向にある。このなかで、鹿屋市のDI値は全国値に比べ高い数値である。小規模事業者の数値は鹿屋市全体に比べ低い全国値よりも高い。



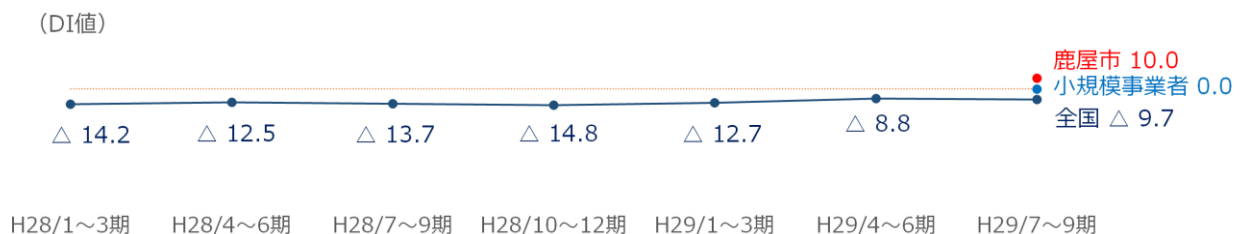
◆採算（経常利益）DI

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。このなかで、鹿屋市のDI値は全国値に比べ高い数値である。小規模事業者の数値は鹿屋市全体に比べ低く全国値よりも低い。



◆資金繰りDI

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。このなかで、鹿屋市のDI値は全国値に比べ高い数値である。小規模事業者の数値は鹿屋市全体に比べ低い全国値よりも高い。



②卸売業

◆売上高DI

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。このなかで、鹿屋市のDI値は全国値に比べ高い数値である。小規模事業者の数値は鹿屋市全体に比べ低いが全国値よりも高い。

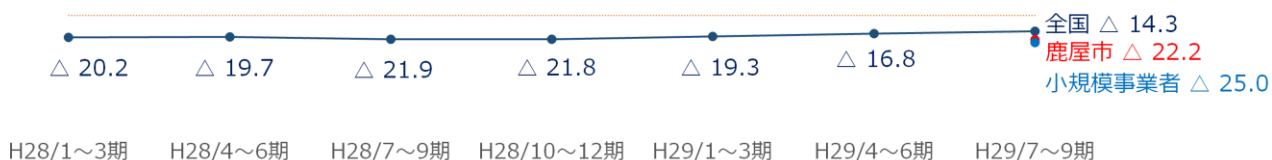
(DI値)



◆採算（経常利益）DI

全国値の推移をみると直近4期は好転傾向にある。このなかで、鹿屋市のDI値は全国値に比べ低い数値である。小規模事業者の数値は鹿屋市全体に比べ低い。

(DI値)



◆資金繰りDI

全国値の推移をみると直近3期は好転傾向にある。このなかで、鹿屋市のDI値は全国値に比べ低い数値である。小規模事業者の数値は鹿屋市全体に比べ低い。

(DI値)

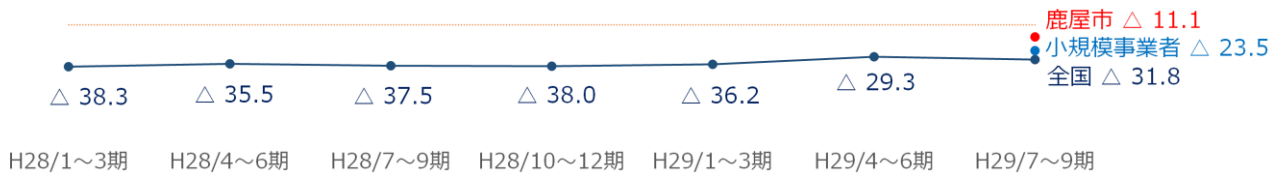


③小売業

◆売上高D I

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。このなかで、鹿屋市のD I 値は全国値に比べ高い数値である。小規模事業者の数値は鹿屋市全体に比べ低いが全国値よりも高い。

(DI値)



◆採算（経常利益）D I

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。このなかで、鹿屋市のD I 値は全国値に比べ低い数値である。小規模事業者の数値は鹿屋市全体に比べ低い。

(DI値)



◆資金繰りD I

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。このなかで、鹿屋市のD I 値は全国値に比べ高い数値である。小規模事業者の数値は鹿屋市全体に比べ低く全国値よりも低い。

(DI値)



④建設業・運輸業

※今回アンケートに回答いただいた建設業・運輸業事業者は全事業者が小規模事業者のため、グラフの「鹿屋市」の数値はイコール「小規模事業者」の数値となる。

◆売上高D I

全国値の推移をみると直近3期は好転傾向にある。このなかで、鹿屋市のD I 値は全国値に比べ高い数値である。

(DI値)



◆採算（経常利益）D I

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。このなかで、鹿屋市のD I 値は全国値に比べ低い数値である。

(DI値)



◆資金繰りD I

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。このなかで、鹿屋市のD I 値は全国値に比べ高い数値である。

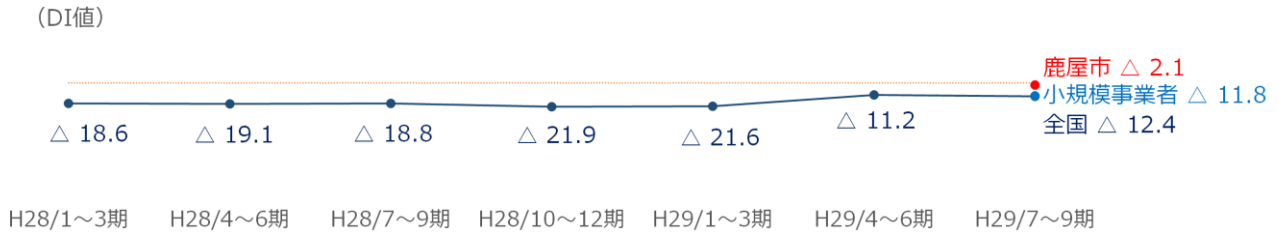
(DI値)



⑤サービス業

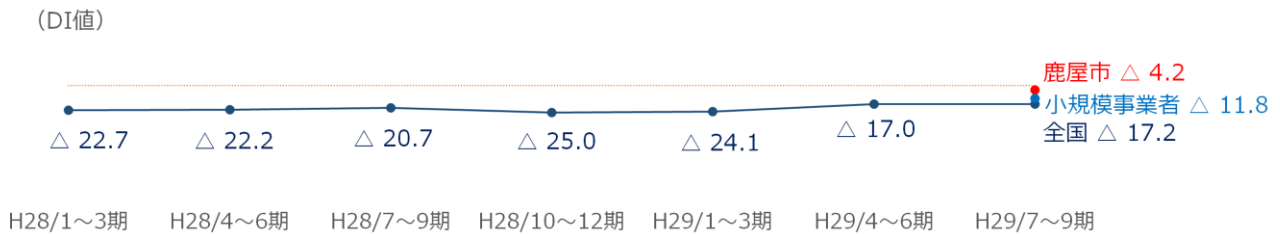
◆売上高D I

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。このなかで、鹿屋市のD I値は全国値に比べ高い数値である。小規模事業者の数値は鹿屋市全体に比べ低いが全国値よりも高い。



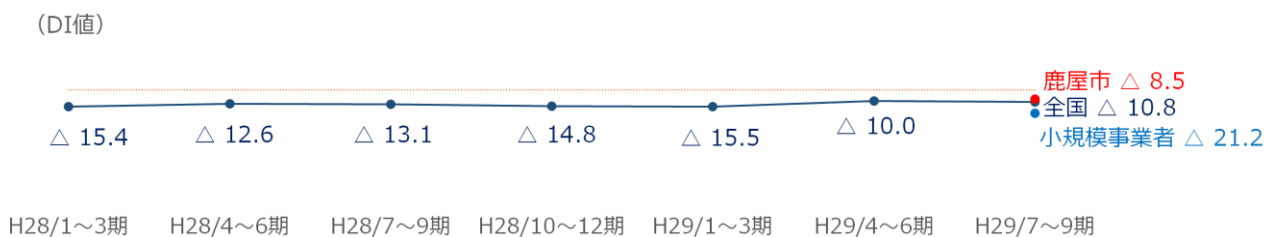
◆採算（経常利益）D I

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。このなかで、鹿屋市のD I値は全国値に比べ高い数値である。小規模事業者の数値は鹿屋市全体に比べ低いが全国値よりも高い。



◆資金繰りD I

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。このなかで、鹿屋市のD I値は全国値に比べ高い数値である。小規模事業者の数値は鹿屋市全体に比べ低く全国値よりも低い。



2. 経営上の問題点

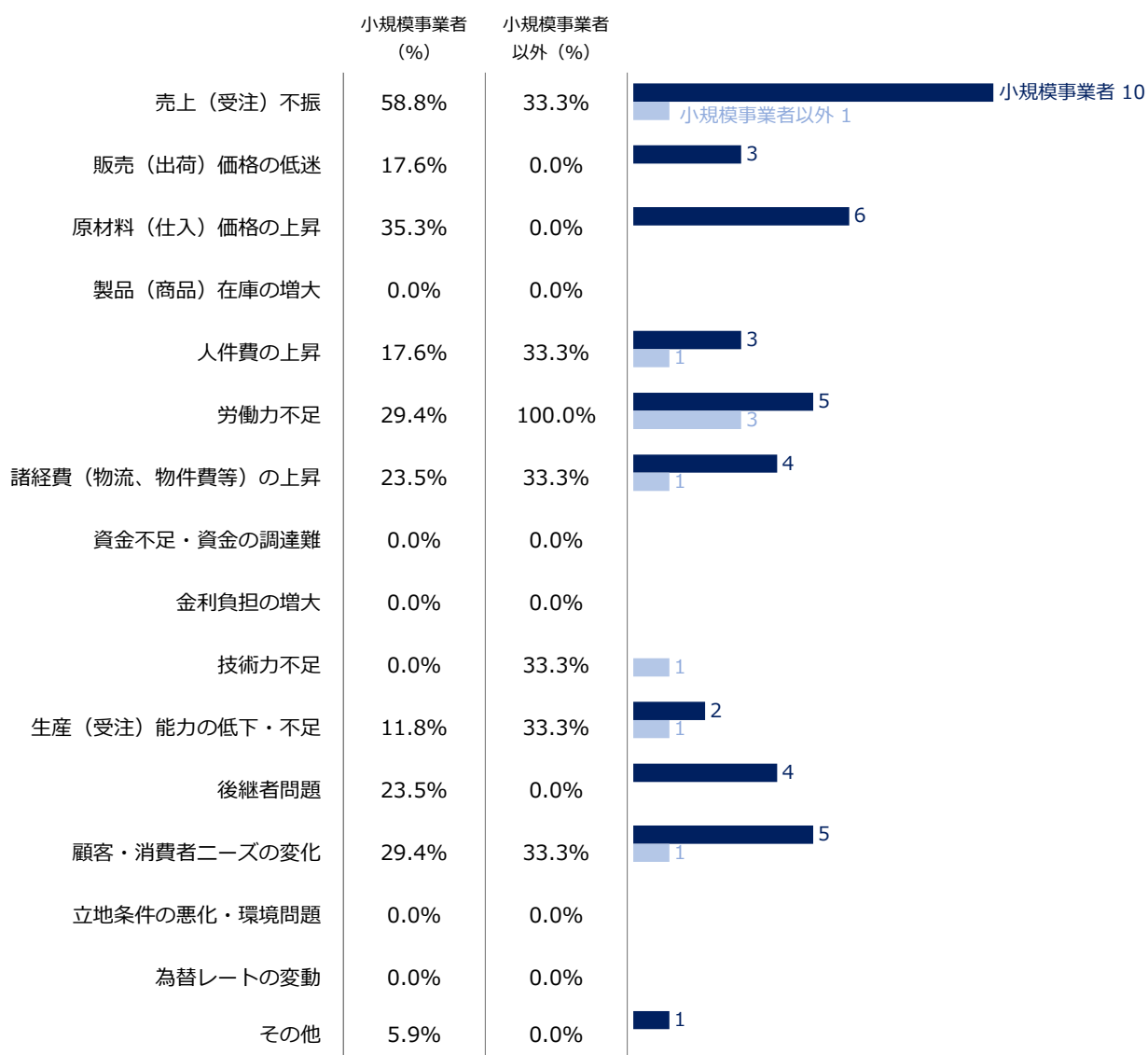
経営上の問題点を、業種ごと、規模ごとに分析する。

①製造業（小規模事業者 n=17、小規模事業者以外 n=3）

規模別にみると、小規模事業者では半数以上の事業者が「売上（受注）不振」を経営上の問題点としている。一方、比較的規模の大きな事業者では、この問題点を回答する割合は低い。

比較的規模の大きな事業者では、すべての事業が「労働力不足」と回答している点が特徴的である。

	小規模事業者		小規模事業者以外	
1	売上（受注）不振	58.8%	労働力不足	100.0%
2	原材料（仕入）価格の上昇	35.3%	売上（受注）不振	33.3%
3	労働力不足	29.4%	人件費の上昇	
	顧客・消費者ニーズの変化		諸経費（物流、物件費等）の上昇	

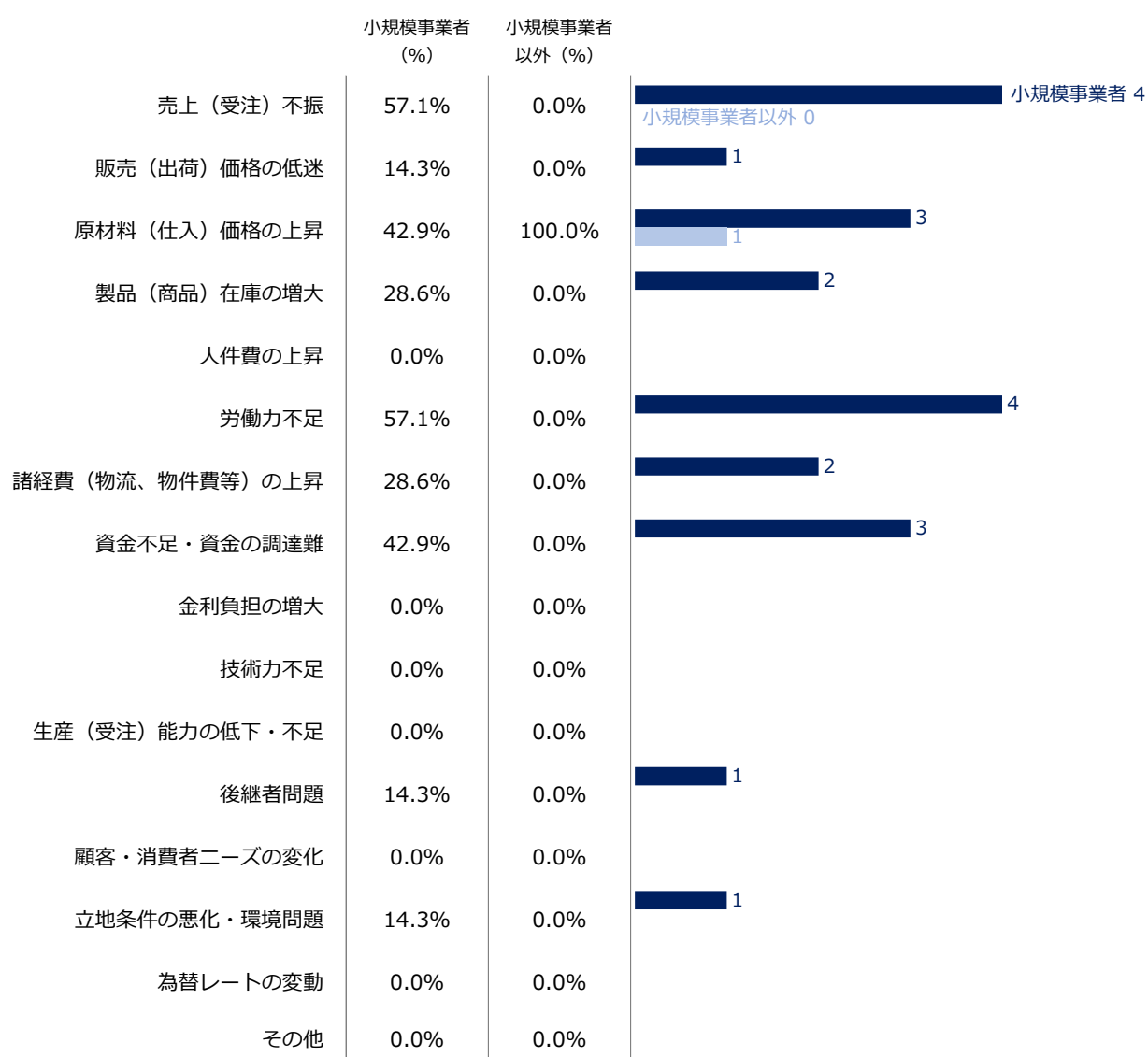


②卸売業（小規模事業者 n =7、小規模事業者以外 n =1）

卸売業では、「売上（受注）不振」と「労働力不足」が経営上の問題点としてもっとも多くあがっている。

「売上（受注）不振」や「原材料（仕入）価格の上昇」といった問題点があるため、利益の確保ができず、結果として「資金不足・資金の調達難」という問題点にまで繋がっていると推測できる。

		小規模事業者	小規模事業者以外	
1	売上（受注）不振	57.1%	原材料（仕入）価格の上昇	100.0%
	労働力不足			
2	原材料（仕入）価格の上昇	42.9%		
	資金不足・資金の調達難			

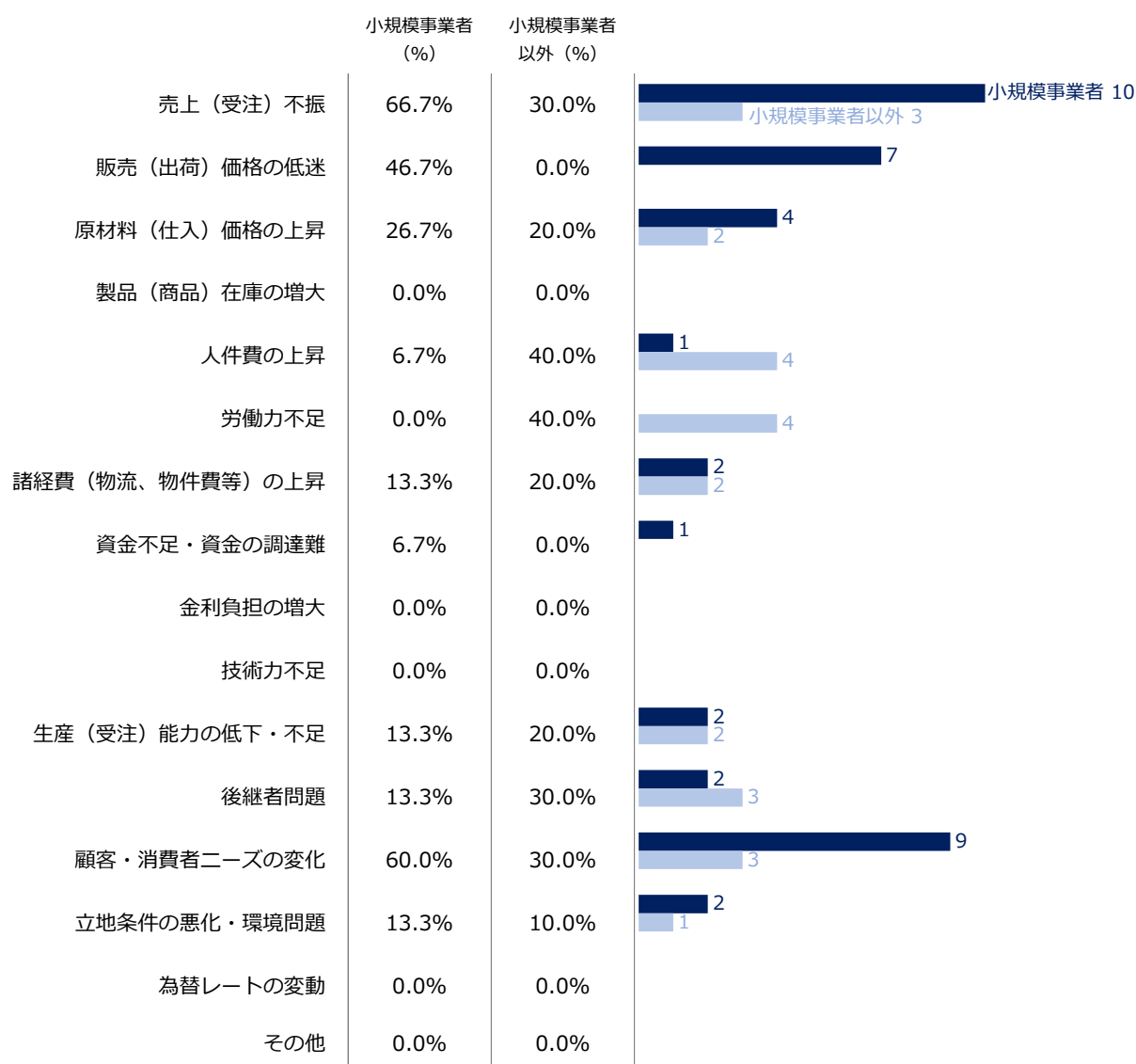


③小売業（小規模事業者 n =15、小規模事業者以外 n =10）

規模別にみると、小規模事業者では66.7%の事業者が「売上（受注）不振」を経営上の問題点としている。また、「顧客・消費者ニーズの変化」についても60.0%の事業者が問題点としている。一方、比較的規模の大きな事業者においては、これらの問題点をあげる事業者は30.0%となっており、事業者の規模別に大きな差がみられる。

小規模事業者では売上に関する問題点が多く上がっているのに対し、比較的規模の大きな事業者では「人件費」「労働力不足」など人材面の問題点を認識している点が特徴的である。

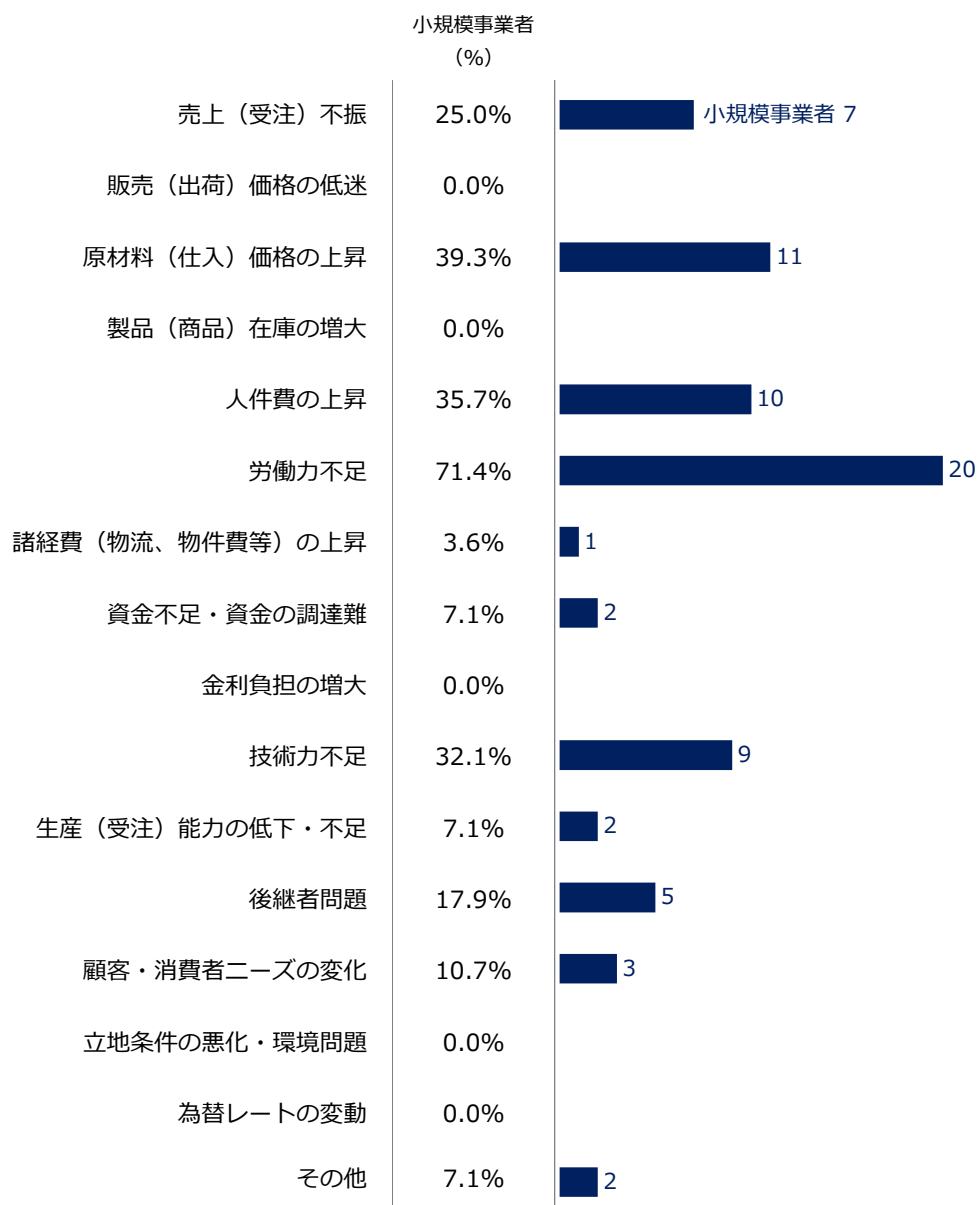
	小規模事業者		小規模事業者以外	
1	売上（受注）不振	66.7%	人件費の上昇	40.0%
2	顧客・消費者ニーズの変化	60.0%	労働力不足	
3	販売（出荷）価格の低迷	46.7%	売上（受注）不振	30.0%
			後継者問題	
			顧客・消費者ニーズの変化	



④建設業・運輸業（小規模事業者 n =28、小規模事業者以外 n =0）

71.4%の事業者が「労働力不足」を経営上の問題点としており、人手不足が深刻化していることがわかる。同時に「人件費の上昇」と回答した事業者も35.7%と多く、人材面に関する問題点が多い業種であるといえる。

全事業者（=小規模事業者）		
1	労働力不足	71.4%
2	原材料（仕入）価格の上昇	39.3%
3	人件費の上昇	35.7%

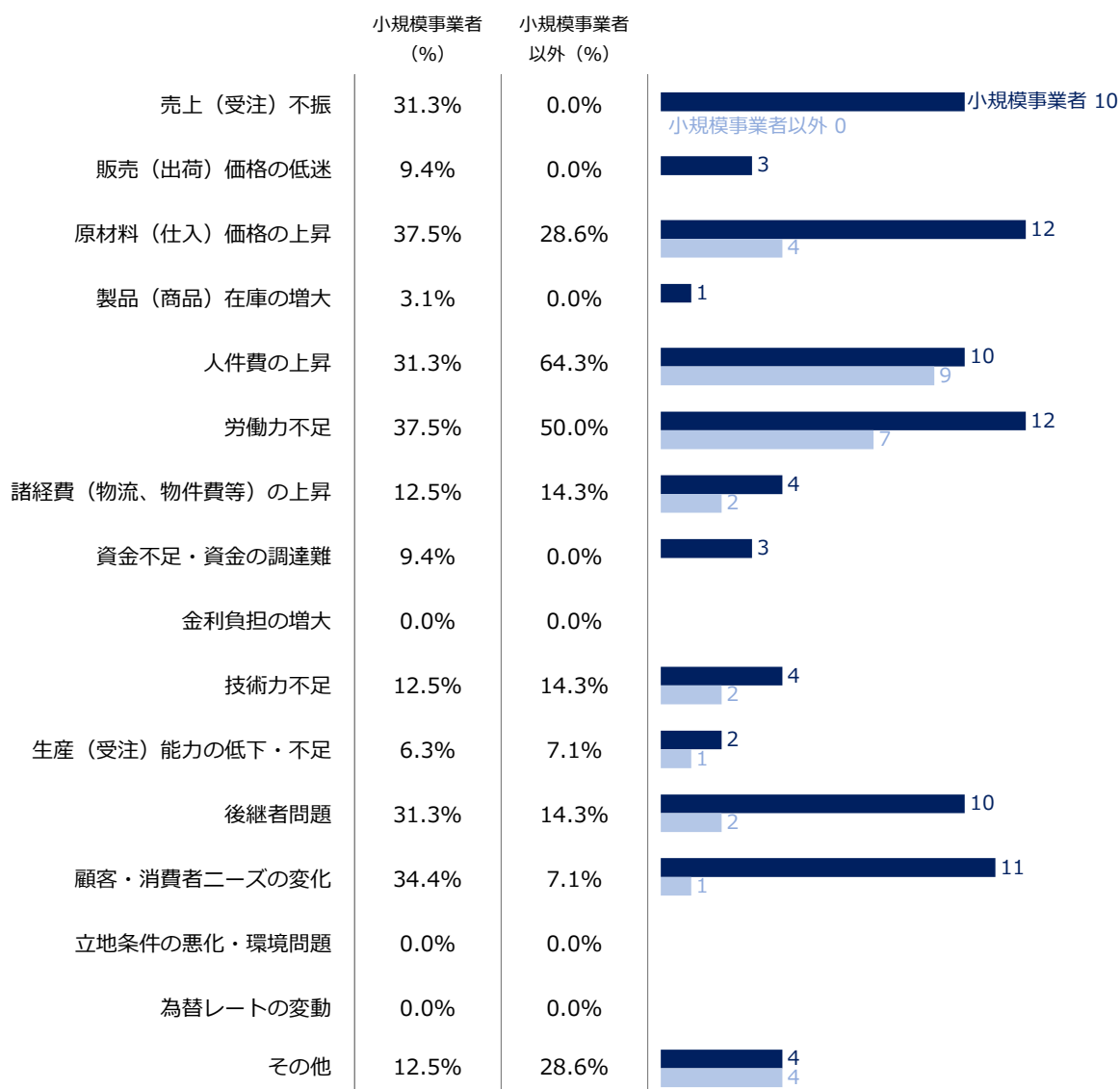


⑤サービス業（小規模事業者 n=32、小規模事業者以外 n=14）

規模別にみると、小規模事業者においては経営上の問題点が分散されており、事業者によって様々な問題点を抱えていることがわかる。一方、比較的規模が大きな事業者では、「人件費の上昇」「労働力不足」など人材面の問題点に回答が集中している。

他の業種で多く問題点としてあがっている「売上（受注）不振」について、サービス業の比較的規模の大きな事業者では回答がゼロという点が特徴的である。

	小規模事業者		小規模事業者以外	
1	原材料（仕入）価格の上昇	37.5%	人件費の上昇	64.3%
	労働力不足			
2	顧客・消費者ニーズの変化	34.4%	労働力不足	50.0%
3	売上（受注）不振	31.3%	原材料（仕入）価格の上昇	28.6%
	人件費の上昇			
	後継者問題			



3. 事業承継

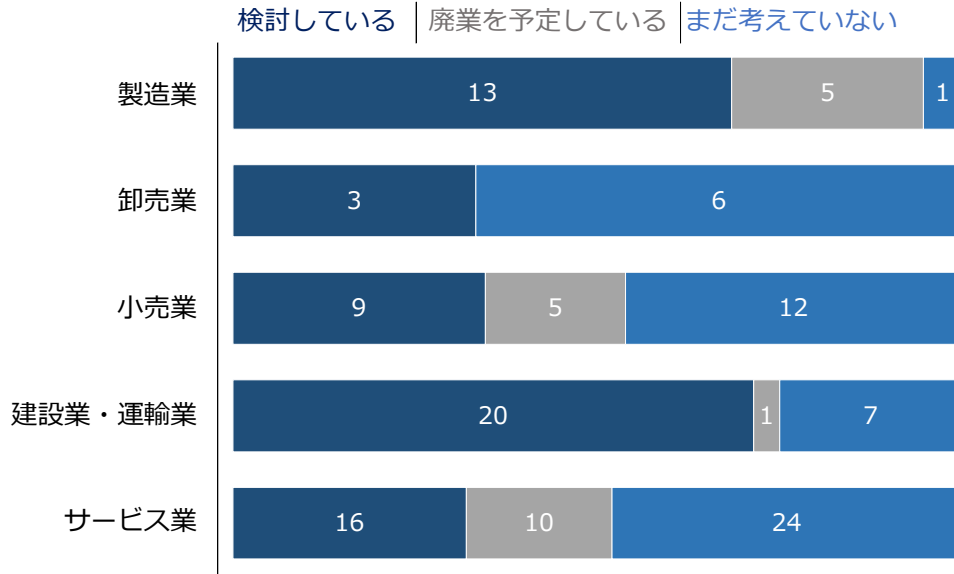
鹿屋市の事業者の事業承継の状況について、業種ごと、規模ごと、代表者の年齢ごとにみていく。

(1) 事業承継の検討状況

①業種ごと

製造業と建設業・運輸業では、事業承継を「検討している」割合が高い。一方、卸売業では「まだ考えていない」とする割合が高い。

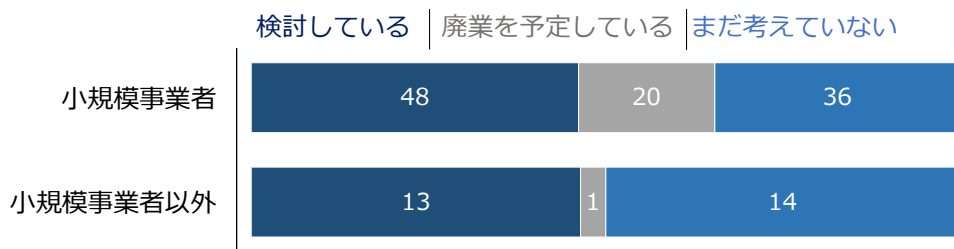
「廃業を予定している」に着目すると、製造業、小売業、サービス業で複数の回答がみられるが、卸売業ではこの回答はみられない。



②規模ごと

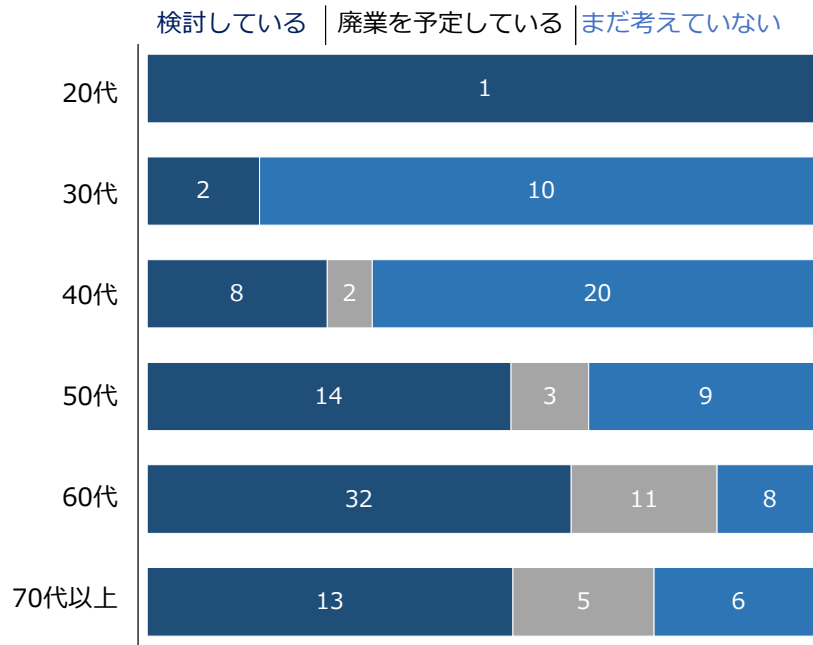
事業承継を「検討している」とする回答割合は小規模事業者・小規模事業者以外ともに同程度である。

「廃業を予定している」という回答に着目すると、小規模事業者では20%近くこのぼっている一方、小規模事業者以外では回答が少ないことから、小規模事業者特有の課題であるとわかる。



③代表者の年齢ごと

30代～60代にかけては年齢があがるにつれ、事業承継を「検討している」割合が高くなっている。代表者が70代以上の事業者に着目すると、4社に1社が「まだ考えていない」としており、事業承継に対しまだ向き合っていない事業者もいることがわかる。

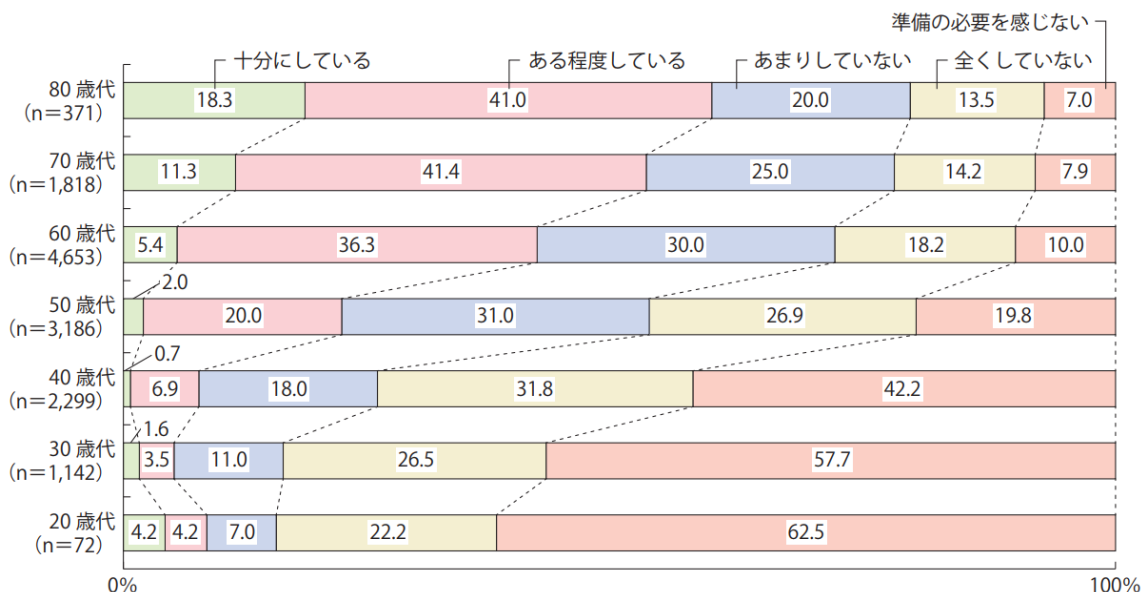


④(参考)事業承継検討割合の全国比較

参考として、代表者の年齢ごとの事業承継検討割合を全国値と比較してみたい。全国値は、「中小企業白書（2014年版）第3部 第3章 第2節 第3-3-7図 経営者の年齢別事業承継の予定時期」を参照する。

下図の、「(事業承継の準備を) 全くしていない」の割合に着目すると、70歳代で14.2%、80歳代で13.5%に留まっている。一方、鹿屋市の70代以上の経営者において、「(事業承継を) まだ考えていない」の割合をみると25.0% (=6/24) となっている。

全国平均に比べ、鹿屋市では事業承継の検討が遅れていることが読み取れる。



4. 事業計画（経営計画）

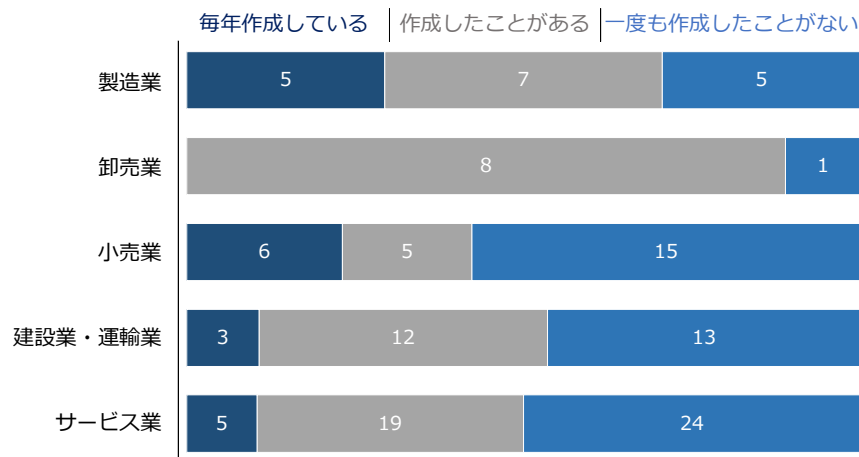
鹿屋市の事業者の事業計画（経営計画）作成状況について、業種ごと、規模ごとにみていく。

（1）事業計画（経営計画）の作成の有無

①業種ごと

すべての業種で、半数前後の事業者は事業計画（経営計画）の作成経験があることが読み取れる。

「一度も作成したことがない」に着目すると、小売業でもっとも割合が高く、サービス業、建設業・運輸業と続く。



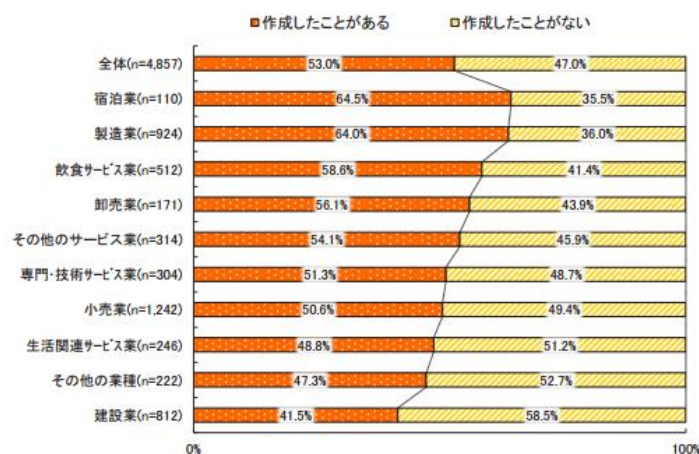
②（参考）事業計画（経営計画）の作成の有無の全国比較

参考として、鹿屋市の事業者の事業計画（経営計画）作成状況を全国値と比較してみたい。全国値は、「小規模企業白書（2016年版）第1部 第2章 第3節 第1-2-35図 経営計画の作成の有無（業種別）」を参照する。

	鹿屋市	全国値	備考
製造業	70.6%	64.0%	全国平均に比べ事業計画作成事業者が多い
卸売業	88.9%	56.1%	全国平均に比べ事業計画作成事業者が多い
小売業	42.3%	50.6%	全国平均に比べ事業計画作成事業者が少ない
建設業・運輸業	53.6%	41.5%	全国平均に比べ事業計画作成事業者が多い

※サービス業は分類が異なるため比較対象外としている

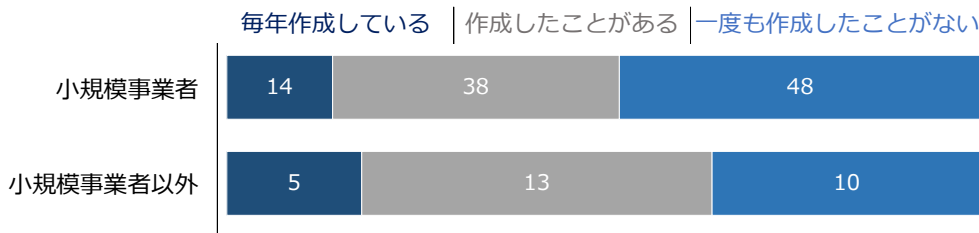
第1-2-35図 経営計画の作成の有無（業種別）



資料：中小企業庁委託「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016年1月、（株）日本アプライドリサーチ研究所）
 (注)1. 「その他のサービス業」の内訳として、娯楽業、教育学習支援業、医療・福祉、その他のサービス業を集計している。
 2. 「その他の業種」の内訳として、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、金融業・保険業、不動産業などを集計している。

③規模ごと

規模ごとにみても、小規模事業者の方が「一度も作成したことがない」と回答する割合が高い。

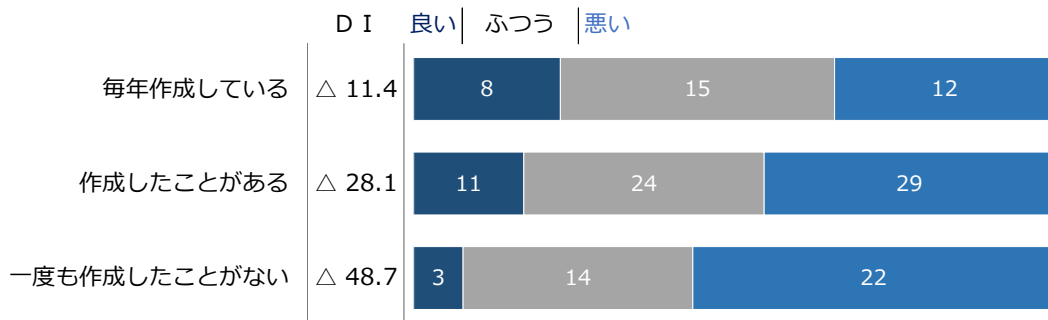


(2) 事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上の状況

①事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上の状況

事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上高（前年同期比）を分析する。グラフの「良い」は前年同期比で売上高が増加、「ふつう」は売上高が横ばい、「悪い」は売上高が減少したことを示している。

事業計画（経営計画）を作成している事業者の方が、前年同期比で売上が増加していることが読み取れる。特に、「毎年作成している」と回答した事業者は22.9%（=8/35）が、売上が増加している。

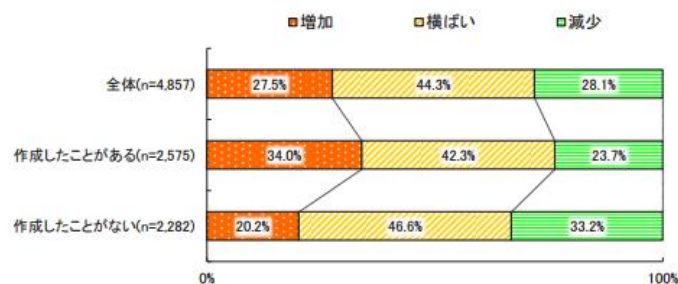


②（参考）全国での同様の調査結果

参考として、事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上の状況を全国値と比較してみたい。全国値は、「小規模企業白書（2016年版）第1部 第2章 第3節 第1-2-39図 経営計画の作成の有無と売上高の傾向」を参照する。

全国では、事業計画（経営計画）を作成したことがある事業者の34.0%が、売上高が増加傾向にあると回答しており、鹿屋市では19.2%（=19/99）が同様の回答をしている。数値的には全国より低いですが、同様の傾向を示していることがわかる。

第1-2-39図 経営計画の作成の有無と売上高の傾向



資料：中小企業庁委託「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」（2016年1月、(株)日本アプライドリサーチ研究所）

5. 販路開拓

鹿屋市の事業者が実施している販売促進・PRについて、業種ごとにみていく。

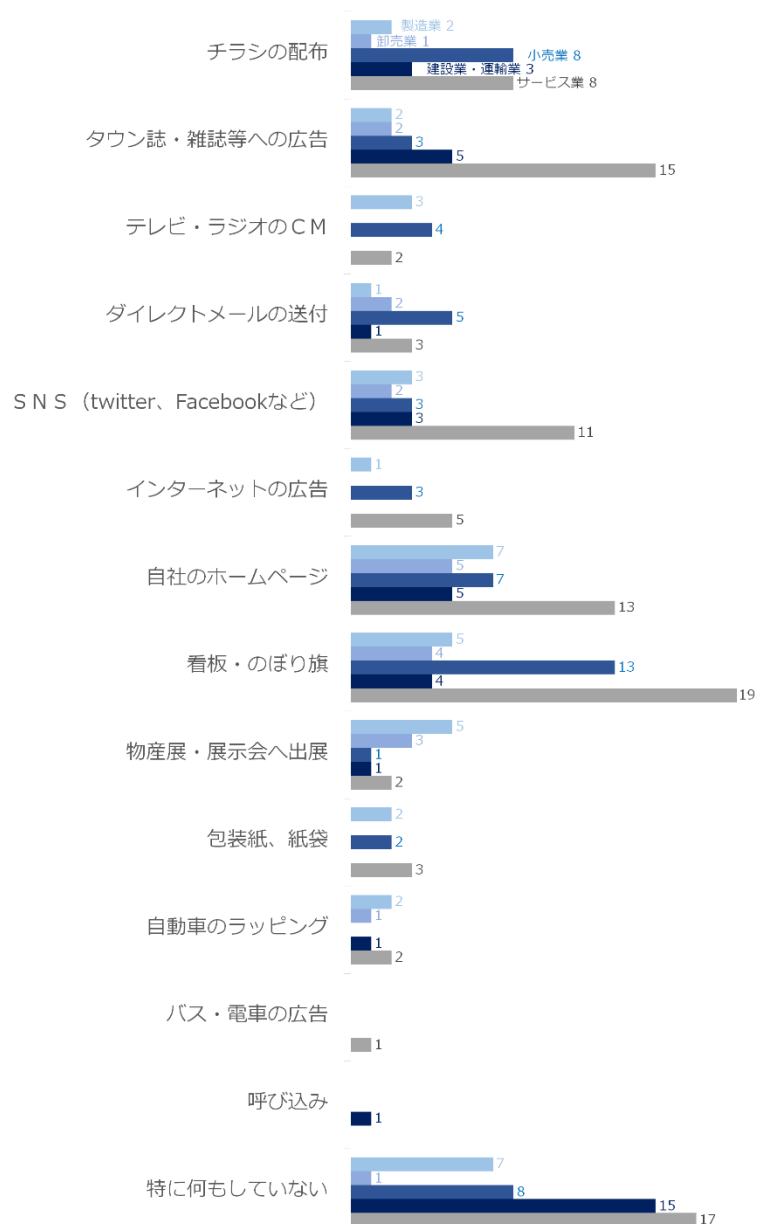
(1) 現在実施している販売促進・PR（業種ごと）

製造業、卸売業、建設業・運輸業など、BtoB事業者においては「自社のホームページ」という回答が目立つ。また、「特に何もしていない」と回答する事業者も多い。

小売業やサービス業などのBtoC事業者では「看板・のぼり旗」という回答が多い。

※BtoBは、企業対企業の取引を指し、BtoCは、企業と消費者との取引を指す。

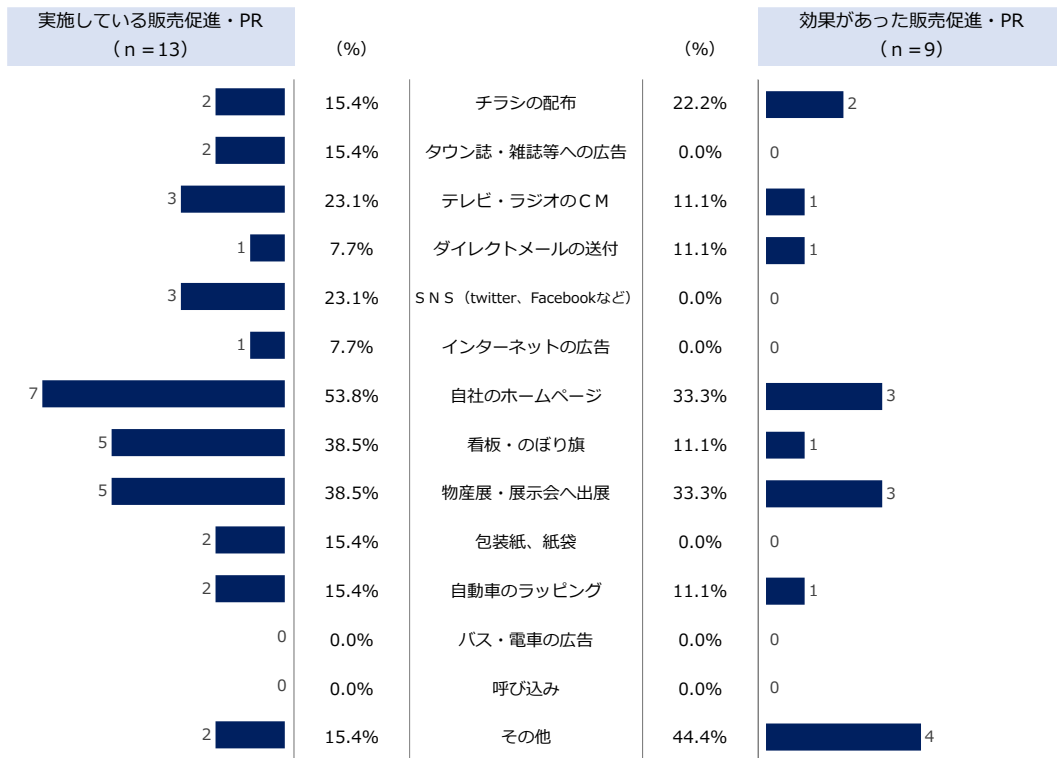
製造業	「自社のホームページ」「特に何もしていない」がもっとも多い。
卸売業	「自社のホームページ」がもっとも多く「看板・のぼり旗」が続く。
小売業	「看板・のぼり旗」がもっとも多く、「チラシの配布」が続く。
建設業・運輸業	「特に何もしていない」がもっとも多い。
サービス業	「看板・のぼり旗」がもっとも多い。



(2) 売上の拡大効果があった販売促進・PR (業種ごと)

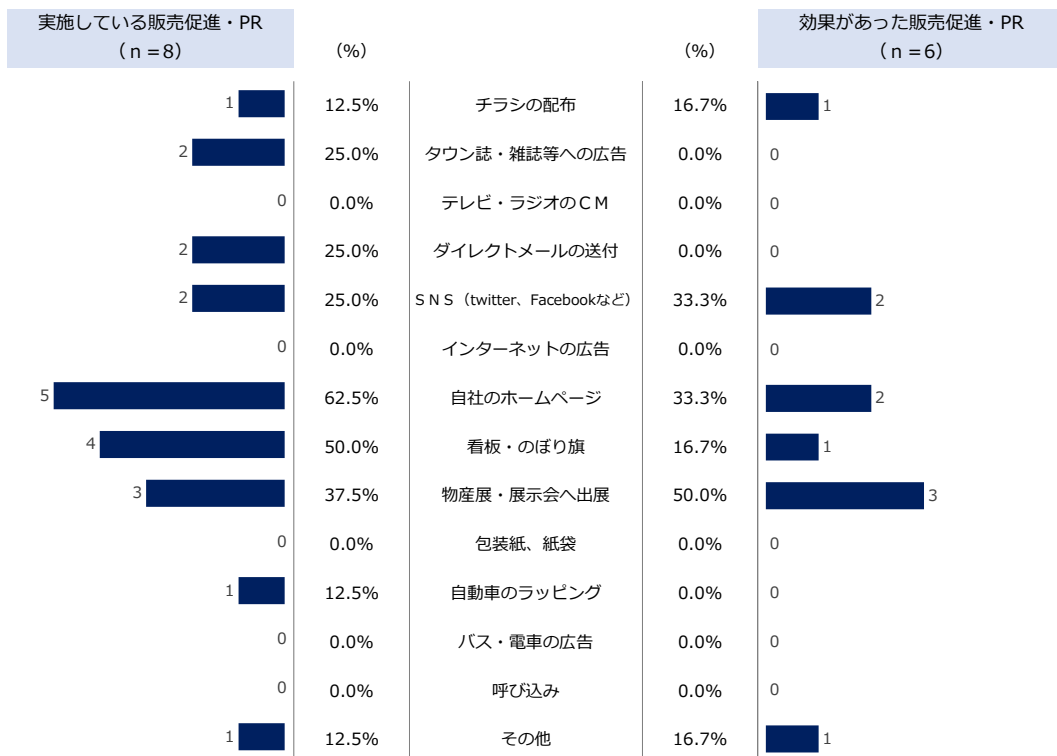
① 製造業

効果があった販売促進に着目すると、「物産展・展示会へ出展」が「自社のホームページ」に並んで多い。また「その他」がもっとも多くなっており、独自の取り組みが効果をあげていることがわかる。



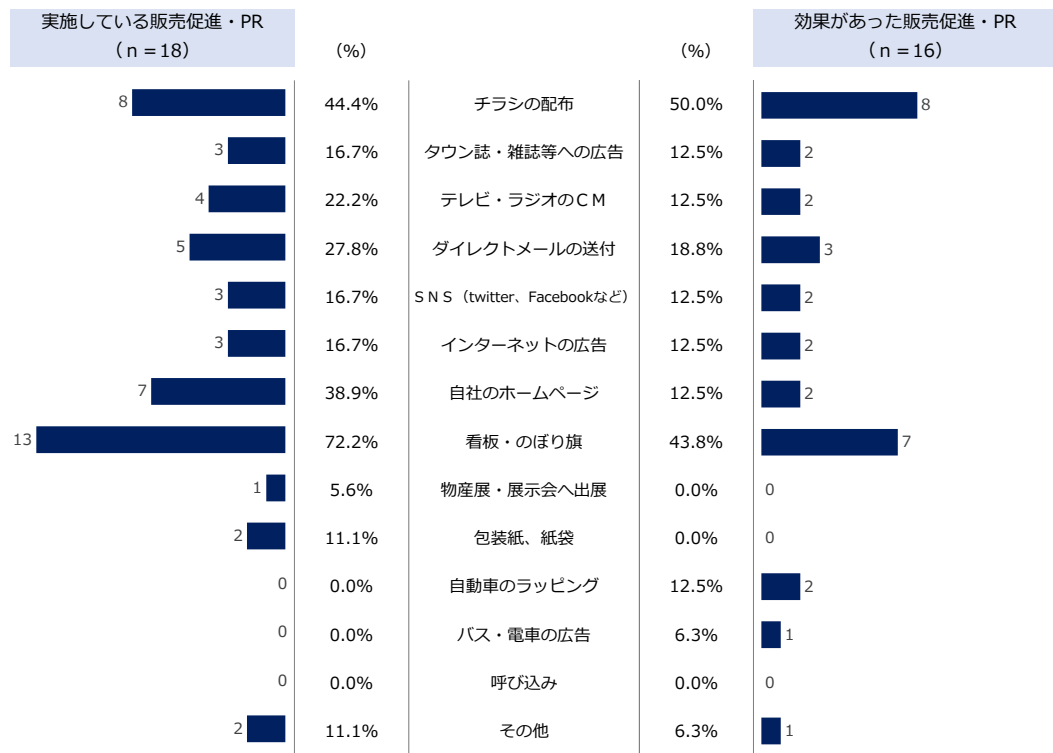
② 卸売業

「自社のホームページ」で効果を実感している事業者が少ない。一方、「物産展・展示会への出展」は実施しているすべての事業者が効果を実感している。



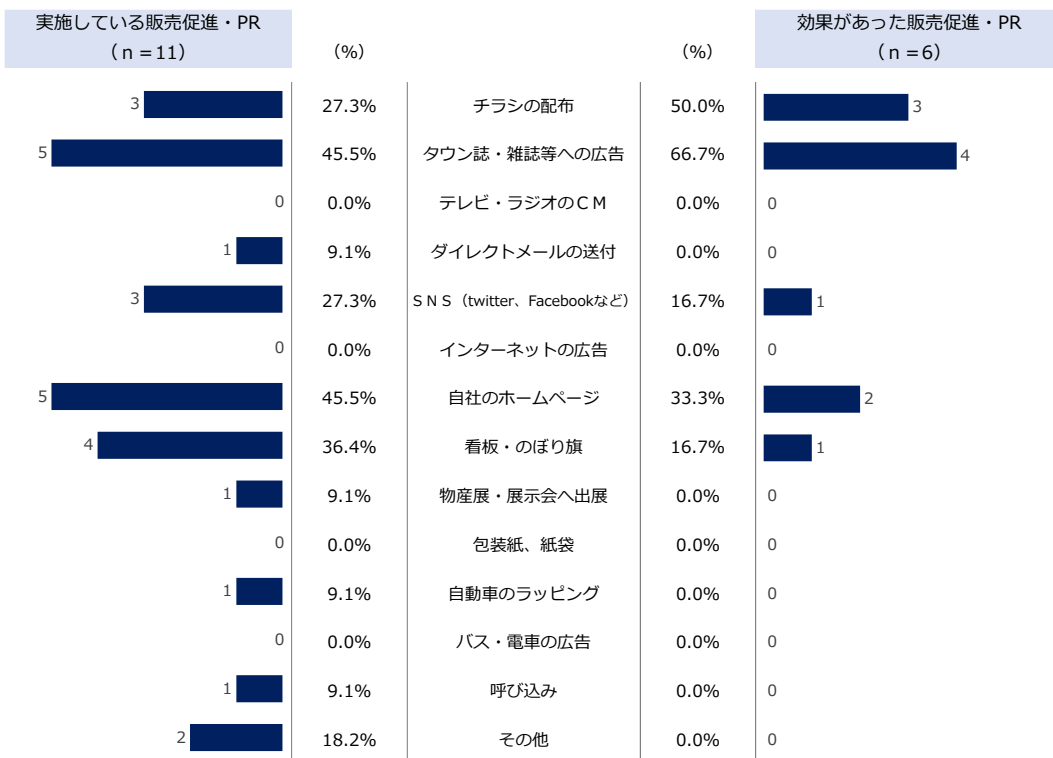
③小売業

「看板・のぼり旗」を販促として行っている事業者が多いものの、約半数は売上拡大には結び付いていないと感じている。一方、「チラシの配布」は、売上拡大の効果が表れている。



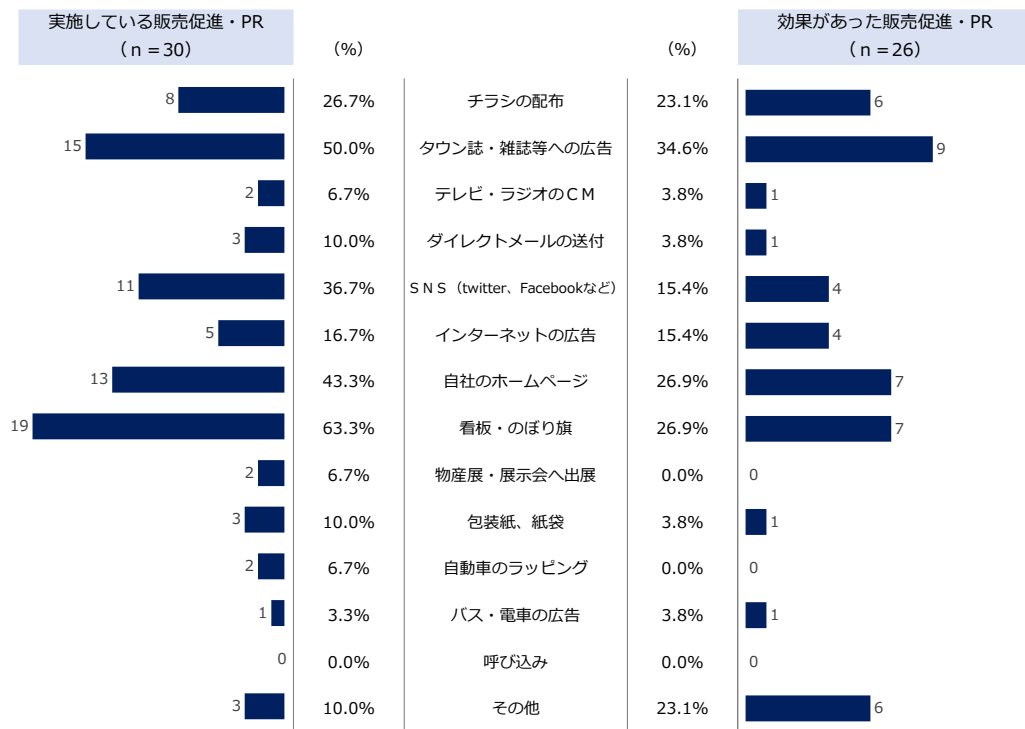
④建設業・運輸業

「タウン誌・雑誌等への広告」「チラシの配布」といったアナログな方法が売上拡大の効果をもたらしていることがわかる。



⑤サービス業

もっとも活用されている「看板・のぼり旗」については効果を実感できている事業者は少ない。「チラシの配布」や「インターネットの広告」など、購買者に直接（ダイレクトに）訴えかけるようなマーケティング方法が有効であることが読み取れる。



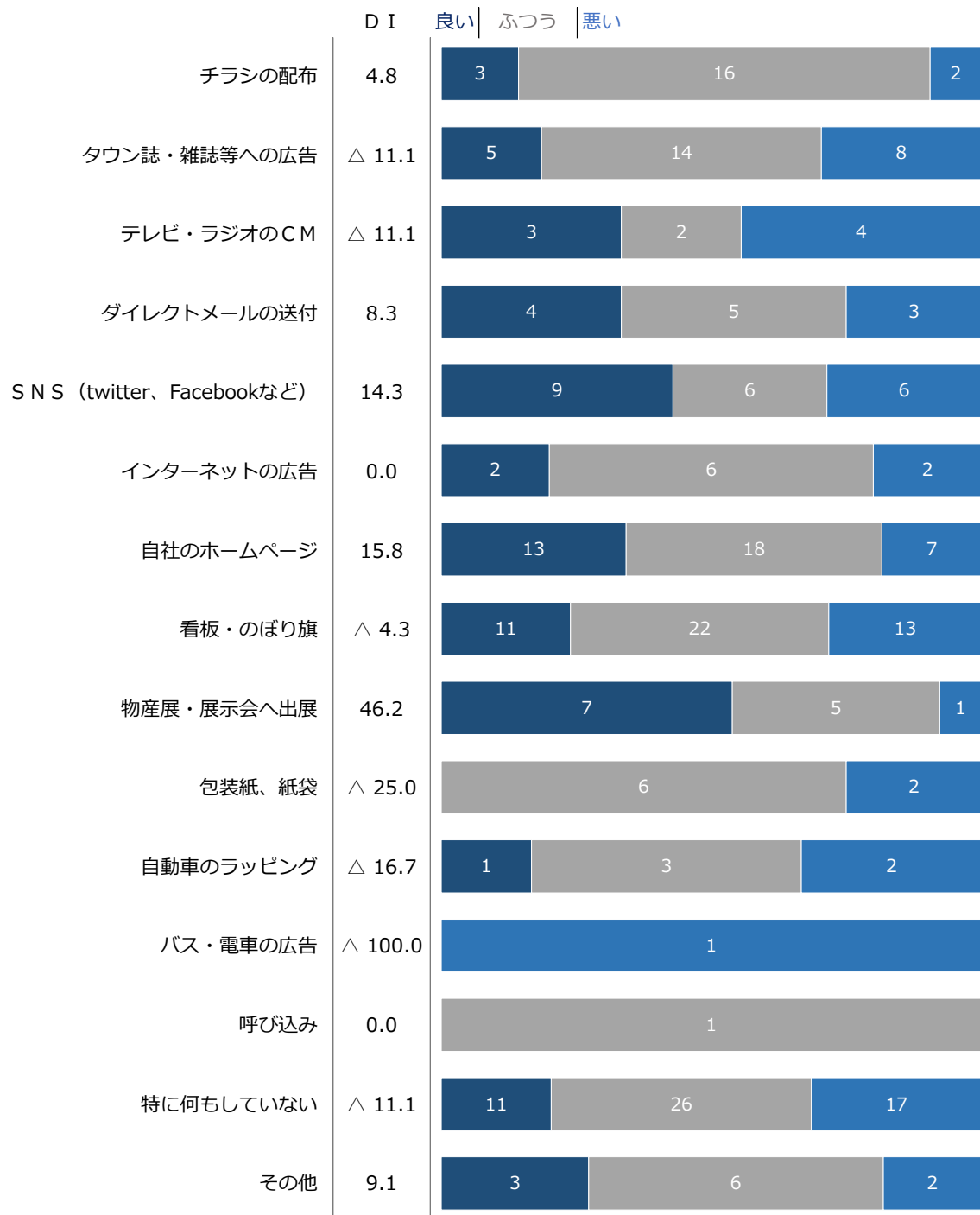
(3) 販売促進・PRの実施と足元の売上の状況

前項目では、アンケートの回答事業者に「売上の拡大効果があった販売促進・PR」を尋ねている。ここでは、少し異なる視点で、有効な販売方法を分析してみたい。

現在実施している販売促進・PRと足元の売上高（前年同期比）を分析する。

どのような販売促進を実施している事業者の売上が増加しているのかを分析すると、「物産展・展示会へ出展」が有効な方法であることが読み取れる。続いて、「SNS（twitter、Facebookなど）」や「自社のホームページ」といったインターネットを活用している事業者の売上が増加している。

一方、「特に何もしていない」に着目すると、売上が増加した事業者が20.0%に留まっていることから、販売促進が必要であることがわかる。

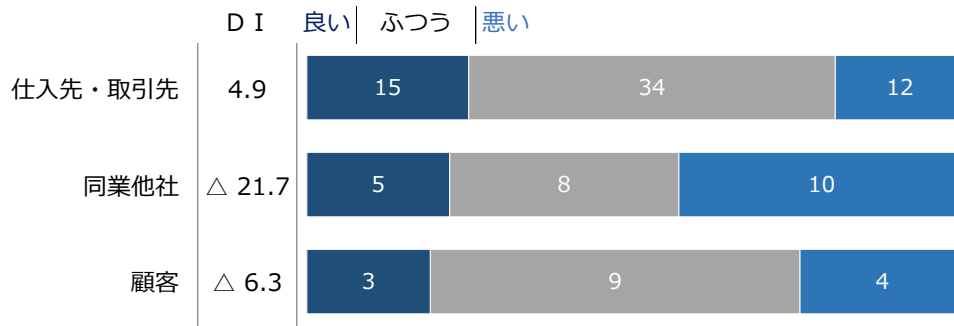


6. 新たな製品（商品）・サービスの開発

(1) 新たな製品（商品）・サービスの開発にあたっての情報やヒントの入手先と足元の売上の状況

新たな製品（商品）・サービスを開発するにあたっての情報やヒントの入手先では「仕入先・取引先」「同業他社」「顧客」の3つに回答が集中している。そこで、これらの入手先と足元の売上の状況（前年同期比）を分析する。

「仕入先・取引先」と回答した事業者の売上が増加傾向にあり、「顧客」→「同業他社」と続く。この結果から、同業他社の商品等を分析し模倣製品等や差別化製品等を開発するよりも、仕入先、取引先、顧客などのユーザーから情報やヒントを得て開発する方が、成功確率が高まるといえる。



7. 総括

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

経営上の問題点で「売上（受注）不振」と回答した事業者の割合を業種別にみると、下表のとおりである。

小規模事業者では、製造業 58.8%、卸売業 57.1%、小売業 66.7%と高い割合で経営上の問題点として認識していることがわかる。

また、小規模事業者と小規模事業者以外を比較すると、すべての業種で、小規模事業者の方が、「売上（受注）不振」を経営上の問題点としている割合が高いことが読み取れる。

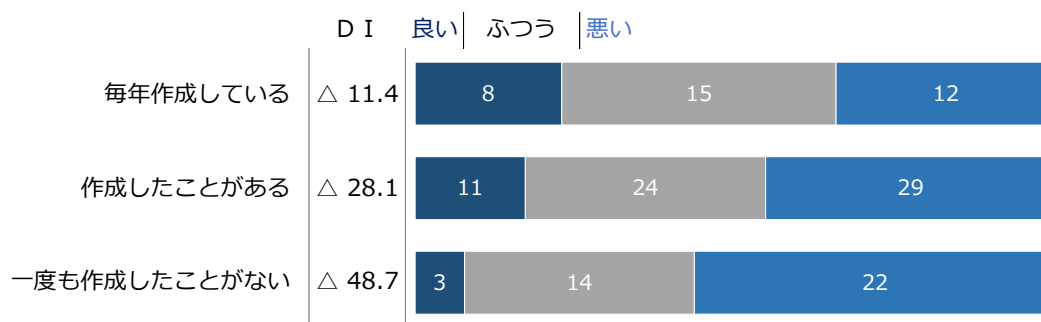
	小規模	小規模以外
製造業	58.8%	33.3%
卸売業	57.1%	0.0%
小売業	66.7%	30.0%
建設業	25.0%	-
サービス業	31.3%	0.0%

それでは、「売上（受注）不振」という問題点に対して、対応策はないかを考えてみたい。本アンケートでは、事業者の売上拡大に寄与する取組みとして2つの方策が示唆されている。

①事業計画（経営計画）作成が「売上（受注）不振」の解決策になるのではないか

事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上高の傾向をみると、事業計画（経営計画）を「毎年作成している」「作成したことがある」と回答した事業者の方が、「一度も作成したことがない」と回答した事業者よりも、足元の売上高が増加している傾向にあることがわかる。

この結果より、ひとつの仮説として、「事業計画（経営計画）の作成が売上拡大に寄与する」ということがいえる。

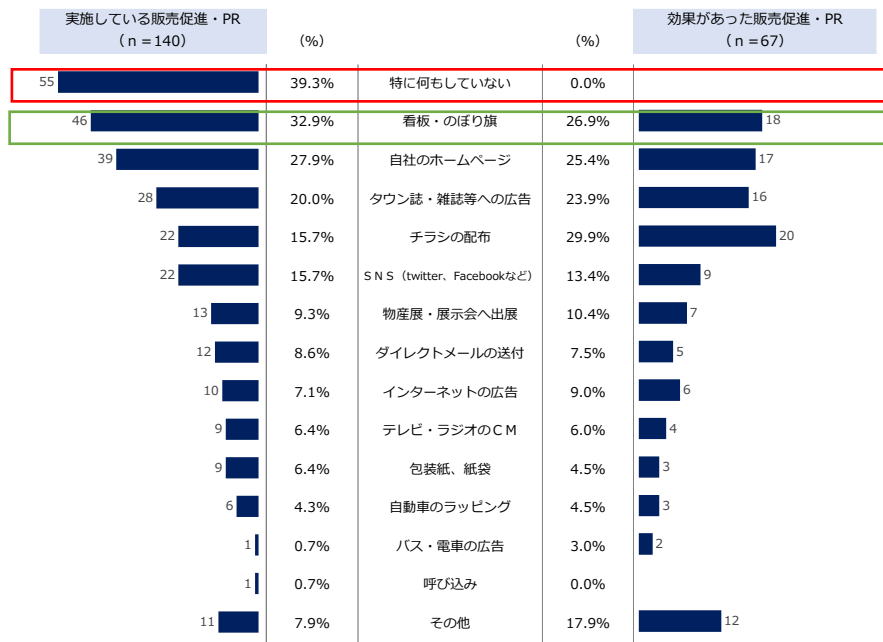


②販売促進が不十分である、もしくは時代に即していない販売促進を行っているのではないか

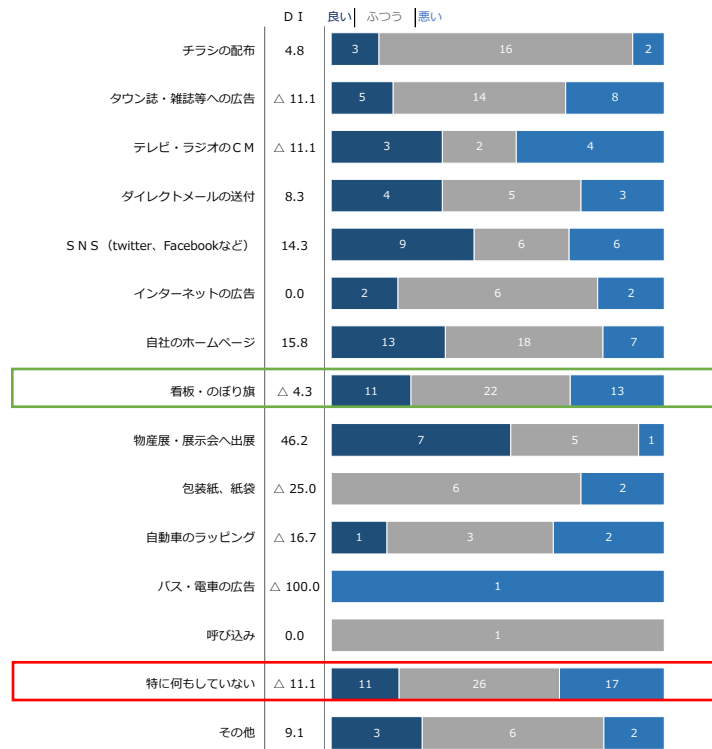
販売促進・PRへの取組みをみると39.3%の事業者が「特に何もしていない」と回答しているが(上図)、売上が増加した事業者が約20%に留まっている(下図)ことから、販売促進・PRに取り組むことが売上拡大に必要であると考えられる。

次に、実際の取組みと効果がある取組みを比較する。たとえば、販促として「看板・のぼり旗」を活用していると回答する事業者は多いが、必ずしも効果をあげているわけではないことがわかる(上図・下図)。限られた経営資源を、時代に即した効果的な販売促進に使うことで、さらなる売上拡大効果が得られるのではないかと推測できる。

ア) 事業者が効果を感じているかという視点



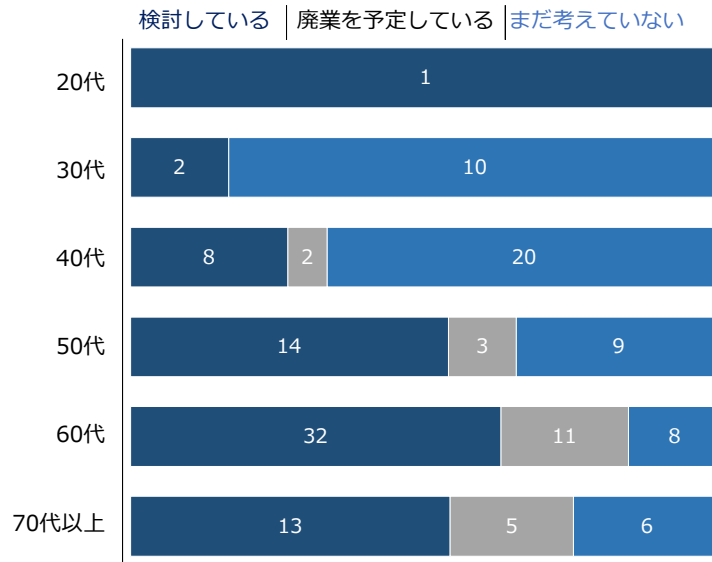
イ) 前年同期比で売上高があがっているかという視点



(2) 代表者が70代以上の事業者で事業承継の検討が遅れている

少子高齢化が社会問題となっているなかで、事業者（経営者）の年齢も高齢化しており、事業承継を考える時期にきている。鹿屋市の事業承継の状況を見ると、代表者の年齢があがるほど、しっかりと事業承継を検討できていることがわかる。

しかし、代表者が70代以上の事業者に着目すると、4社に1社が「まだ考えていない」としており、事業承継に対しまだ向き合っていない事業者もいることがわかる。



IV 参考資料（集計表、アンケート用紙）

1. 集計表

問1 昨今の今頃(平成28年7月~9月頃)と比べた現在(平成29年7月~9月)の経営環境等の状況

【景況感(売上高)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	36	25.0%	20	19.4%	11	39.3%	6	31.6%	2	22.2%	4	14.8%	5	17.9%	14	29.2%
普通	67	46.5%	52	50.5%	11	39.3%	7	36.8%	4	44.4%	16	59.3%	17	60.7%	19	39.6%
悪い	41	28.5%	31	30.1%	6	21.4%	6	31.6%	3	33.3%	7	25.9%	6	21.4%	15	31.3%
D I	△ 3.5		△ 10.7		17.9		0.0		△ 11.1		△ 11.1		△ 3.6		△ 2.1	
合計	144	100.0%	103	100.0%	28	100.0%	19	100.0%	9	100.0%	27	100.0%	28	100.0%	48	100.0%

【景況感(販売数量)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	32	23.9%	18	18.9%	9	33.3%	6	31.6%	2	22.2%	3	11.1%	5	20.0%	11	26.2%
普通	60	44.8%	44	46.3%	12	44.4%	6	31.6%	4	44.4%	16	59.3%	14	56.0%	16	38.1%
悪い	42	31.3%	33	34.7%	6	22.2%	7	36.8%	3	33.3%	8	29.6%	6	24.0%	15	35.7%
D I	△ 7.5		△ 15.8		11.1		△ 5.3		△ 11.1		△ 18.5		△ 4.0		△ 9.5	
合計	134	100.0%	95	100.0%	27	100.0%	19	100.0%	9	100.0%	27	100.0%	25	100.0%	42	100.0%

【景況感(売上単価)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	22	16.2%	15	15.6%	5	17.9%	2	11.8%	1	11.1%	5	18.5%	5	19.2%	7	15.6%
普通	90	66.2%	61	63.5%	22	78.6%	14	82.4%	8	88.9%	16	59.3%	18	69.2%	27	60.0%
悪い	24	17.6%	20	20.8%	1	3.6%	1	5.9%	0	0.0%	6	22.2%	3	11.5%	11	24.4%
D I	△ 1.5		△ 5.2		14.3		5.9		11.1		△ 3.7		7.7		△ 8.9	
合計	136	100.0%	96	100.0%	28	100.0%	17	100.0%	9	100.0%	27	100.0%	26	100.0%	45	100.0%

【景況感(原材料・商品仕入単価)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	3	2.2%	3	3.1%	0	0.0%	2	10.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.3%
普通	75	55.6%	50	51.5%	17	63.0%	10	50.0%	5	55.6%	19	70.4%	14	56.0%	19	44.2%
悪い	57	42.2%	44	45.4%	10	37.0%	8	40.0%	4	44.4%	8	29.6%	11	44.0%	23	53.5%
D I	△ 40.0		△ 42.3		△ 37.0		△ 30.0		△ 44.4		△ 29.6		△ 44.0		△ 51.2	
合計	135	100.0%	97	100.0%	27	100.0%	20	100.0%	9	100.0%	27	100.0%	25	100.0%	43	100.0%

【景況感(採算(経常利益))】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	28	19.6%	19	18.4%	5	17.9%	7	35.0%	2	22.2%	0	0.0%	3	11.1%	12	25.0%
普通	67	46.9%	44	42.7%	18	64.3%	4	20.0%	3	33.3%	16	59.3%	17	63.0%	22	45.8%
悪い	48	33.6%	40	38.8%	5	17.9%	9	45.0%	4	44.4%	11	40.7%	7	25.9%	14	29.2%
D I	△ 14.0		△ 20.4		0.0		△ 10.0		△ 22.2		△ 40.7		△ 14.8		△ 4.2	
合計	143	100.0%	103	100.0%	28	100.0%	20	100.0%	9	100.0%	27	100.0%	27	100.0%	48	100.0%

【景況感(資金繰り)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	27	19.0%	15	14.7%	8	28.6%	5	25.0%	1	11.1%	3	11.1%	5	18.5%	9	19.1%
普通	84	59.2%	60	58.8%	18	64.3%	12	60.0%	5	55.6%	17	63.0%	19	70.4%	25	53.2%
悪い	31	21.8%	27	26.5%	2	7.1%	3	15.0%	3	33.3%	7	25.9%	3	11.1%	13	27.7%
D I	△ 2.8		△ 11.8		21.4		10.0		△ 22.2		△ 14.8		7.4		△ 8.5	
合計	142	100.0%	102	100.0%	28	100.0%	20	100.0%	9	100.0%	27	100.0%	27	100.0%	47	100.0%

問2 現在(平成29年7月~9月頃)と比べた今後(平成29年10月~12月頃)の経営環境等の見通し

【景況感(売上高)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	41	28.3%	28	26.9%	10	35.7%	5	25.0%	4	44.4%	4	14.8%	10	37.0%	15	30.6%
普通	68	46.9%	49	47.1%	13	46.4%	9	45.0%	3	33.3%	14	51.9%	14	51.9%	22	44.9%
悪い	36	24.8%	27	26.0%	5	17.9%	6	30.0%	2	22.2%	9	33.3%	3	11.1%	12	24.5%
D I	3.4		1.0		17.9		△ 5.0		22.2		△ 18.5		25.9		6.1	
合計	145	100.0%	104	100.0%	28	100.0%	20	100.0%	9	100.0%	27	100.0%	27	100.0%	49	100.0%

【景況感（販売数量）】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	37	27.4%	24	25.0%	10	37.0%	5	26.3%	4	44.4%	4	14.8%	9	36.0%	12	27.9%
普通	62	45.9%	44	45.8%	12	44.4%	8	42.1%	3	33.3%	14	51.9%	13	52.0%	18	41.9%
悪い	36	26.7%	28	29.2%	5	18.5%	6	31.6%	2	22.2%	9	33.3%	3	12.0%	13	30.2%
D I	0.7		△ 4.2		18.5		△ 5.3		22.2		△ 18.5		24.0		△ 2.3	
合計	135	100.0%	96	100.0%	27	100.0%	19	100.0%	9	100.0%	27	100.0%	25	100.0%	43	100.0%

【景況感（売上単価）】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	19	13.7%	14	14.1%	2	7.1%	1	5.3%	2	22.2%	4	14.8%	4	15.4%	5	10.9%
普通	97	69.8%	67	67.7%	25	89.3%	18	94.7%	6	66.7%	17	63.0%	19	73.1%	32	69.6%
悪い	23	16.5%	18	18.2%	1	3.6%	0	0.0%	1	11.1%	6	22.2%	3	11.5%	9	19.6%
D I	△ 2.9		△ 4.0		3.6		5.3		11.1		△ 7.4		3.8		△ 8.7	
合計	139	100.0%	99	100.0%	28	100.0%	19	100.0%	9	100.0%	27	100.0%	26	100.0%	46	100.0%

【景況感（原材料・商品仕入単価）】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	3	2.2%	2	2.1%	1	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.7%	0	0.0%	2	4.7%
普通	80	59.3%	54	55.7%	18	66.7%	14	70.0%	6	66.7%	17	63.0%	11	44.0%	24	55.8%
悪い	52	38.5%	41	42.3%	8	29.6%	6	30.0%	3	33.3%	9	33.3%	14	56.0%	17	39.5%
D I	△ 36.3		△ 40.2		△ 25.9		△ 30.0		△ 33.3		△ 29.6		△ 56.0		△ 34.9	
合計	135	100.0%	97	100.0%	27	100.0%	20	100.0%	9	100.0%	27	100.0%	25	100.0%	43	100.0%

【景況感（採算（経常利益））】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	27	19.0%	19	18.6%	5	17.9%	5	25.0%	2	22.2%	1	3.7%	5	19.2%	11	22.9%
普通	67	47.2%	44	43.1%	18	64.3%	7	35.0%	3	33.3%	14	51.9%	13	50.0%	25	52.1%
悪い	48	33.8%	39	38.2%	5	17.9%	8	40.0%	4	44.4%	12	44.4%	8	30.8%	12	25.0%
D I	△ 14.8		△ 19.6		0.0		△ 15.0		△ 22.2		△ 40.7		△ 11.5		△ 2.1	
合計	142	100.0%	102	100.0%	28	100.0%	20	100.0%	9	100.0%	27	100.0%	26	100.0%	48	100.0%

【景況感（資金繰り）】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	21	14.8%	13	12.7%	6	21.4%	3	15.0%	2	22.2%	2	7.4%	5	19.2%	7	14.6%
普通	93	65.5%	67	65.7%	19	67.9%	16	80.0%	5	55.6%	16	59.3%	19	73.1%	30	62.5%
悪い	28	19.7%	22	21.6%	3	10.7%	1	5.0%	2	22.2%	9	33.3%	2	7.7%	11	22.9%
D I	△ 4.9		△ 8.8		10.7		10.0		0.0		△ 25.9		11.5		△ 8.3	
合計	142	100.0%	102	100.0%	28	100.0%	20	100.0%	9	100.0%	27	100.0%	26	100.0%	48	100.0%

問3 現在の経営上の問題点(3つまで回答可)

【経営上の問題点】	n = 140		n = 99		n = 28		n = 20		n = 8		n = 25		n = 28		n = 46	
	全体	小規模事業者	小規模事業者以外	製造業	卸売業	小売業	建設業・運輸業	サービス業								
売上（受注）不振	49	35.0%	41	41.4%	4	14.3%	11	55.0%	4	50.0%	13	52.0%	7	25.0%	10	21.7%
販売（出荷）価格の低迷	16	11.4%	14	14.1%	0	0.0%	3	15.0%	1	12.5%	7	28.0%	0	0.0%	3	6.5%
原材料（仕入）価格の上昇	46	32.9%	36	36.4%	7	25.0%	6	30.0%	4	50.0%	6	24.0%	11	39.3%	16	34.8%
製品（商品）在庫の増大	3	2.1%	3	3.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%
人件費の上昇	39	27.9%	24	24.2%	14	50.0%	4	20.0%	0	0.0%	5	20.0%	10	35.7%	19	41.3%
労働力不足	62	44.3%	41	41.4%	14	50.0%	8	40.0%	4	50.0%	4	16.0%	20	71.4%	19	41.3%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	19	13.6%	13	13.1%	5	17.9%	5	25.0%	2	25.0%	4	16.0%	1	3.6%	6	13.0%
資金不足・資金の調達難	11	7.9%	9	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	37.5%	1	4.0%	2	7.1%	3	6.5%
金利負担の増大	1	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
技術力不足	19	13.6%	13	13.1%	3	10.7%	1	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	9	32.1%	6	13.0%
生産（受注）能力の低下・不足	13	9.3%	8	8.1%	4	14.3%	3	15.0%	0	0.0%	4	16.0%	2	7.1%	3	6.5%
後継者問題	29	20.7%	22	22.2%	5	17.9%	4	20.0%	1	12.5%	5	20.0%	5	17.9%	12	26.1%
顧客・消費者ニーズの変化	37	26.4%	28	28.3%	5	17.9%	6	30.0%	0	0.0%	12	48.0%	3	10.7%	12	26.1%
立地条件の悪化・環境問題	5	3.6%	3	3.0%	1	3.6%	0	0.0%	1	12.5%	3	12.0%	0	0.0%	0	0.0%
為替レートの変動	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	12	8.6%	7	7.1%	4	14.3%	1	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	7.1%	8	17.4%

問4 事業承継

(1) 後継者について

【後継者について】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
後継者がいる	40	27.6%	27	26.0%	6	21.4%	9	47.4%	2	22.2%	2	7.7%	15	53.6%	5	10.0%
後継者はいないが、後継者候補がいる	18	12.4%	11	10.6%	5	17.9%	3	15.8%	1	11.1%	3	11.5%	5	17.9%	4	8.0%
後継者候補を探している(探すことにしている)	5	3.4%	4	3.8%	0	0.0%	1	5.3%	0	0.0%	1	3.8%	0	0.0%	2	4.0%
事業譲渡を検討している	8	5.5%	6	5.8%	2	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	11.5%	0	0.0%	5	10.0%
廃業を予定している	21	14.5%	20	19.2%	1	3.6%	5	26.3%	0	0.0%	5	19.2%	1	3.6%	10	20.0%
まだ考えていない	53	36.6%	36	34.6%	14	50.0%	1	5.3%	6	66.7%	12	46.2%	7	25.0%	24	48.0%
合計	145	100.0%	104	100.0%	28	100.0%	19	100.0%	9	100.0%	26	100.0%	28	100.0%	50	100.0%

(2) 事業承継で関心のある内容(2つまで回答可)

【事業承継で関心のある内容】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
自社の経営理念・方針の維持	36	62.1%	23	59.0%	5	55.6%	8	66.7%	2	66.7%	1	16.7%	10	55.6%	7	77.8%
自社株式の承継	6	10.3%	4	10.3%	2	22.2%	2	16.7%	0	0.0%	1	16.7%	3	16.7%	0	0.0%
相続税・贈与税	9	15.5%	6	15.4%	1	11.1%	2	16.7%	1	33.3%	0	0.0%	3	16.7%	1	11.1%
取引先との関係	23	39.7%	14	35.9%	6	66.7%	7	58.3%	1	33.3%	4	66.7%	6	33.3%	2	22.2%
従業員の待遇	9	15.5%	7	17.9%	0	0.0%	1	8.3%	1	33.3%	0	0.0%	5	27.8%	0	0.0%
後継者の性格・資質	19	32.8%	14	35.9%	3	33.3%	2	16.7%	0	0.0%	4	66.7%	7	38.9%	4	44.4%

(3) 廃業する理由(2つまで回答可)

【廃業する理由】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
後継者がいない	15	75.0%	14	73.7%	1	0.0%	4	80.0%	0	0.0%	3	60.0%	1	0.0%	7	77.8%
経営の不振	3	15.0%	3	15.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	40.0%	0	0.0%	1	11.1%
多額の負債	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
体力の限界	8	40.0%	7	36.8%	1	0.0%	2	40.0%	0	0.0%	2	40.0%	1	0.0%	3	33.3%
事業や市場に将来性がない	5	25.0%	5	26.3%	0	0.0%	2	40.0%	0	0.0%	2	40.0%	0	0.0%	1	11.1%
その他	1	5.0%	1	5.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%

(4) 当所からの事業承継の支援について

【事業承継の支援】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
支援を受けたい	6	4.9%	4	4.5%	2	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.5%	1	3.8%	3	7.5%
支援内容によっては受けたい	83	67.5%	58	65.9%	15	68.2%	11	68.8%	6	85.7%	12	57.1%	23	88.5%	21	52.5%
支援を受けたくはない	34	27.6%	26	29.5%	5	22.7%	5	31.3%	1	14.3%	7	33.3%	2	7.7%	16	40.0%
合計	123	100.0%	88	100.0%	22	100.0%	16	100.0%	7	100.0%	21	100.0%	26	100.0%	40	100.0%

問5 事業計画(経営計画)の作成

(1) 事業計画(経営計画)の作成の有無

【作成の有無】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・小売業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
毎年作成している	22	15.6%	14	14.0%	5	17.9%	5	29.4%	0	0.0%	6	23.1%	3	10.7%	5	10.4%
作成したことがある	56	39.7%	38	38.0%	13	46.4%	7	41.2%	8	88.9%	5	19.2%	12	42.9%	19	39.6%
一度も作成したことがない	63	44.7%	48	48.0%	10	35.7%	5	29.4%	1	11.1%	15	57.7%	13	46.4%	24	50.0%
合計	141	100.0%	100	100.0%	28	100.0%	17	100.0%	9	100.0%	26	100.0%	28	100.0%	48	100.0%

(2) 事業計画(経営計画)を作成しない理由

【作成しない理由】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・小売業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
作成する必要がある	30	51.7%	26	56.5%	4	50.0%	3	75.0%	1	100.0%	7	46.7%	7	58.3%	12	54.5%
作成する時間がない	9	15.5%	4	8.7%	3	37.5%	0	0.0%	0	0.0%	3	20.0%	0	0.0%	4	18.2%
作成の仕方がわからない	13	22.4%	10	21.7%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	4	26.7%	4	33.3%	3	13.6%
作成を誰に頼んでいいのかわからない	3	5.2%	3	6.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	2	9.1%
その他	3	5.2%	3	6.5%	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	1	4.5%
合計	58	100.0%	46	100.0%	8	100.0%	4	100.0%	1	100.0%	15	100.0%	12	100.0%	22	100.0%

(3) 当所からの事業計画(経営計画)作成の支援について

【事業計画の作成支援】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・小売業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
支援を受けたい	3	2.3%	1	1.1%	2	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.5%	0	0.0%	2	4.4%
支援内容によっては受けたい	87	68.0%	60	65.2%	17	70.8%	11	68.8%	6	85.7%	12	54.5%	22	84.6%	26	57.8%
支援を受けたくはない	38	29.7%	31	33.7%	5	20.8%	5	31.3%	1	14.3%	9	40.9%	4	15.4%	17	37.8%
合計	128	100.0%	92	100.0%	24	100.0%	16	100.0%	7	100.0%	22	100.0%	26	100.0%	45	100.0%

問6 販売促進について

(1) 現在実施している販売促進・PR(複数回答可)

【現在実施している販売促進・PR】	n = 140		n = 103		n = 25		n = 20		n = 9		n = 26		n = 26		n = 47	
	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
チラシの配布	22	15.7%	15	14.6%	7	28.0%	2	10.0%	1	11.1%	8	30.8%	3	11.5%	8	17.0%
タウン誌・雑誌等への広告	28	20.0%	16	15.5%	11	44.0%	2	10.0%	2	22.2%	3	11.5%	5	19.2%	15	31.9%
テレビ・ラジオのCM	9	6.4%	3	2.9%	6	24.0%	3	15.0%	0	0.0%	4	15.4%	0	0.0%	2	4.3%
ダイレクトメールの送付	12	8.6%	8	7.8%	4	16.0%	1	5.0%	2	22.2%	5	19.2%	1	3.8%	3	6.4%
SNS (twitter、Facebookなど)	22	15.7%	14	13.6%	8	32.0%	3	15.0%	2	22.2%	3	11.5%	3	11.5%	11	23.4%
インターネットの広告	10	7.1%	6	5.8%	3	12.0%	1	5.0%	0	0.0%	3	11.5%	0	0.0%	5	10.6%
自社のホームページ	39	27.9%	26	25.2%	11	44.0%	7	35.0%	5	55.6%	7	26.9%	5	19.2%	13	27.7%
看板・のぼり旗	46	32.9%	31	30.1%	14	56.0%	5	25.0%	4	44.4%	13	50.0%	4	15.4%	19	40.4%
物産展・展示会へ出展	13	9.3%	8	7.8%	4	16.0%	5	25.0%	3	33.3%	1	3.8%	1	3.8%	2	4.3%
包装紙、紙袋	9	6.4%	6	5.8%	1	4.0%	2	10.0%	0	0.0%	2	7.7%	0	0.0%	3	6.4%
自動車のラッピング	6	4.3%	4	3.9%	2	8.0%	2	10.0%	1	11.1%	0	0.0%	1	3.8%	2	4.3%
バス・電車の広告	1	0.7%	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.1%
呼び込み	1	0.7%	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.8%	0	0.0%
特に何もしていない	55	39.3%	45	43.7%	3	12.0%	7	35.0%	1	11.1%	8	30.8%	15	57.7%	17	36.2%
その他	11	7.9%	6	5.8%	4	16.0%	2	10.0%	1	11.1%	2	7.7%	2	7.7%	3	6.4%

(2) (1)で選んだもののうち、売上の拡大について効果があったもの(3つまで回答可)

【売上拡大の効果が あった 販売促進・PR】	n = 67		n = 44		n = 19		n = 9		n = 6		n = 16		n = 6		n = 26	
	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
チラシの配布	20	29.9%	6	13.6%	11	57.9%	2	22.2%	1	16.7%	8	50.0%	3	50.0%	6	23.1%
タウン誌・雑誌等への広告	16	23.9%	32	72.7%	12	63.2%	0	0.0%	0	0.0%	2	12.5%	4	66.7%	9	34.6%
テレビ・ラジオのCM	4	6.0%	4	9.1%	5	26.3%	1	11.1%	0	0.0%	2	12.5%	0	0.0%	1	3.8%
ダイレクトメールの送付	5	7.5%	10	22.7%	8	42.1%	1	11.1%	0	0.0%	3	18.8%	0	0.0%	1	3.8%
SNS (twitter、Facebookなど)	9	13.4%	18	40.9%	10	52.6%	0	0.0%	2	33.3%	2	12.5%	1	16.7%	4	15.4%
インターネットの広告	6	9.0%	38	86.4%	16	84.2%	0	0.0%	0	0.0%	2	12.5%	0	0.0%	4	15.4%
自社のホームページ	17	25.4%	10	22.7%	6	31.6%	3	33.3%	2	33.3%	2	12.5%	2	33.3%	7	26.9%
看板・のぼり旗	18	26.9%	2	4.5%	4	21.1%	1	11.1%	1	16.7%	7	43.8%	1	16.7%	7	26.9%
物産展・展示会へ出展	7	10.4%	6	13.6%	4	21.1%	3	33.3%	3	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
包装紙、紙袋	3	4.5%	0	0.0%	3	15.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.8%
自動車のラッピング	3	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	2	12.5%	0	0.0%	0	0.0%
バス・電車の広告	2	3.0%	1	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.3%	0	0.0%	1	3.8%
呼び込み	0	0.0%	25	56.8%	4	21.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	12	17.9%	12	27.3%	2	10.5%	4	44.4%	1	16.7%	1	6.3%	0	0.0%	6	23.1%

問7 新たな製品(商品)・サービスを開発するにあたっての情報やヒントの入手先

【情報やヒントの入手先】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
仕入先・取引先	61	50.8%	42	48.8%	14	58.3%	10	58.8%	5	55.6%	13	61.9%	14	60.9%	14	35.0%
同業他社	23	19.2%	17	19.8%	4	16.7%	4	23.5%	2	22.2%	0	0.0%	6	26.1%	9	22.5%
顧客	17	14.2%	13	15.1%	4	16.7%	2	11.8%	2	22.2%	4	19.0%	2	8.7%	7	17.5%
家族・親類・知人	2	1.7%	1	1.2%	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%	1	2.5%
商工会議所	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
セミナー等	6	5.0%	5	5.8%	0	0.0%	1	5.9%	0	0.0%	2	9.5%	1	4.3%	1	2.5%
その他	10	8.3%	8	9.3%	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%	8	20.0%
合計	120	100.0%	86	100.0%	24	100.0%	17	100.0%	9	100.0%	21	100.0%	23	100.0%	40	100.0%

問8 当所の活動について

(1) 今後、当所が主催するセミナーを開催する場合、どのセミナーに参加したいか(3つまで回答可)

【参加したいセミナー】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
経営計画作成セミナー	35	32.7%	24	31.6%	6	30.0%	3	27.3%	5	62.5%	4	21.1%	8	40.0%	10	26.3%
財務分析セミナー	24	22.4%	13	17.1%	8	40.0%	2	18.2%	2	25.0%	3	15.8%	4	20.0%	10	26.3%
人材活用セミナー	39	36.4%	24	31.6%	11	55.0%	6	54.5%	2	25.0%	5	26.3%	12	60.0%	10	26.3%
販路開拓セミナー	33	30.8%	29	38.2%	0	0.0%	4	36.4%	5	62.5%	9	47.4%	4	20.0%	7	18.4%
インターネット関連セミナー	32	29.9%	20	26.3%	9	45.0%	5	45.5%	2	25.0%	6	31.6%	3	15.0%	13	34.2%
補助金活用セミナー	50	46.7%	37	48.7%	11	55.0%	4	36.4%	6	75.0%	4	21.1%	12	60.0%	22	57.9%
その他	7	6.5%	6	7.9%	0	0.0%	1	9.1%	0	0.0%	2	10.5%	1	5.0%	2	5.3%

(2) 今後、当所に求める支援活動(3つまで回答可)

【求める支援活動】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
税務支援	20	16.9%	14	16.9%	6	26.1%	2	13.3%	0	0.0%	4	20.0%	2	8.7%	12	30.0%
融資支援	29	24.6%	23	27.7%	4	17.4%	1	6.7%	3	37.5%	6	30.0%	4	17.4%	13	32.5%
補助金の申請	53	44.9%	41	49.4%	9	39.1%	3	20.0%	4	50.0%	10	50.0%	16	69.6%	17	42.5%
事業計画の作成	19	16.1%	12	14.5%	4	17.4%	2	13.3%	2	25.0%	4	20.0%	3	13.0%	5	12.5%
経営革新	10	8.5%	6	7.2%	4	17.4%	2	13.3%	2	25.0%	3	15.0%	1	4.3%	2	5.0%
事業の承継	15	12.7%	13	15.7%	1	4.3%	3	20.0%	0	0.0%	4	20.0%	4	17.4%	3	7.5%
人材育成	33	28.0%	19	22.9%	9	39.1%	5	33.3%	2	25.0%	5	25.0%	6	26.1%	10	25.0%
人材の紹介	42	35.6%	25	30.1%	12	52.2%	6	40.0%	2	25.0%	1	5.0%	16	69.6%	12	30.0%
販路の開拓	27	22.9%	22	26.5%	1	4.3%	4	26.7%	3	37.5%	6	30.0%	3	13.0%	7	17.5%
新事業展開支援	19	16.1%	9	10.8%	8	34.8%	3	20.0%	0	0.0%	6	30.0%	0	0.0%	8	20.0%
特許関連の支援	3	2.5%	1	1.2%	2	8.7%	1	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.0%
その他	6	5.1%	5	6.0%	1	4.3%	1	6.7%	0	0.0%	1	5.0%	0	0.0%	4	10.0%

2. アンケート票

鹿屋商工会議所 経営支援に関するアンケート調査

事業所（貴社）の概要についてご記入、もしくは該当するもの1つに○を付けてください。

事業所名						
代表者名						
代表者年齢	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
業歴	10年以下	11年～20年以下	21年～30年以下	31年以上		
業種 (主たる業種1つに○を付けてください)	製造業 建設業 情報通信業 専門・技術サービス業 その他の業種	卸売業 運輸業 宿泊業	小売業 飲食サービス業 生活関連サービス業 その他のサービス業			
従業員数	0～1人 11～15人	2～5人 16～20人	6～10人 21人以上			

※役員は除きます。専従者、および常用パート・アルバイトを含みます。

問1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況について、該当するもの1つに○を付けてください。

		よい ←————→ わるい		
昨年の今頃 (平成28年7月～9月頃)と 比べた 貴社の現状 (平成29年7月～9月頃)	売上高	増加	横ばい	減少
	販売数量	増加	横ばい	減少
	売上単価	上昇	不変	低下
	原材料・商品仕入単価	低下	不変	上昇
	採算(経常利益)	増加	横ばい	減少
	資金繰り	好調	不変	不調

問2 現在と比べた今後の経営環境等の見通しについて、該当するもの1つに○を付けてください。

		よい ←————→ わるい		
現在 (平成29年7月～9月頃) と比べた 貴社の今後の見通し (平成29年10月～12月頃)	売上高	増加	横ばい	減少
	販売数量	増加	横ばい	減少
	売上単価	上昇	不変	低下
	原材料・商品仕入単価	低下	不変	上昇
	採算(経常利益)	増加	横ばい	減少
	資金繰り	好調	不変	不調

問6 販売促進について、お聞きします。

(1) 現在実施している販売促進・PRについて、該当する番号すべてを選んで○を付けてください。

- | | | |
|----------------|------------------------------|---------------|
| 1. チラシの配布 | 2. タウン誌・雑誌等への広告 | 3. テレビ・ラジオのCM |
| 4. ダイレクトメールの送付 | 5. SNS (twitter、Facebook など) | 6. インターネットの広告 |
| 7. 自社のホームページ | 8. 看板・のぼり旗 | 9. 物産展・展示会へ出展 |
| 10. 包装紙、紙袋 | 11. 自動車のラッピング | 12. バス・電車の広告 |
| 13. 呼び込み | 14. 特に何もしていない | |
| 15. その他 () | | |

(2) 問6 (1) で選ばれたもののうち、売上の拡大について効果があったものについて、該当する番号上位3つまでを選んで○を付けてください。

- | | | |
|----------------|------------------------------|---------------|
| 1. チラシの配布 | 2. タウン誌・雑誌等への広告 | 3. テレビ・ラジオのCM |
| 4. ダイレクトメールの送付 | 5. SNS (twitter、Facebook など) | 6. インターネットの広告 |
| 7. 自社のホームページ | 8. 看板・のぼり旗 | 9. 物産展・展示会へ出展 |
| 10. 包装紙、紙袋 | 11. 自動車のラッピング | 12. バス・電車の広告 |
| 13. 呼び込み | | |
| 14. その他 () | | |

問7 新たな製品(商品)・サービスを開発するにあたっての情報やヒントの入手先について、該当する番号を1つを選んで○を付けてください。

- | | | |
|-------------|----------|----------|
| 1. 仕入先・取引先 | 2. 同業他社 | 3. 顧客 |
| 4. 家族・親類・知人 | 5. 商工会議所 | 6. セミナー等 |
| 7. その他 () | | |

問8 当所の活動についてお聞きします。

(1) 今後、当所が主催するセミナーを開催する場合、どのセミナーに参加したいかについて、該当する番号上位3つまでを選んで○を付けてください。

- | | | |
|---------------|------------------|--------------|
| 1. 経営計画作成セミナー | 2. 財務分析セミナー | 3. 人材活用セミナー |
| 4. 販路開拓セミナー | 5. インターネット関連セミナー | 6. 補助金活用セミナー |
| 7. その他 () | | |

(2) 今後、当所に求める支援活動について、該当する番号上位3つまでを選んで○を付けてください。

- | | | |
|-------------|-------------|-----------|
| 1. 税務支援 | 2. 融資支援 | 3. 補助金の申請 |
| 4. 事業計画の作成 | 5. 経営革新 | 6. 事業の承継 |
| 7. 人材育成 | 8. 人材の紹介 | 9. 販路の開拓 |
| 10. 新事業展開支援 | 11. 特許関連の支援 | |
| 12. その他 () | | |

問9 その他、当所にご要望等があればご自由にご記入ください。

[]

ご協力ありがとうございました。