

特別調査 「中小企業経営と地域との関わりについて」

問1. 貴社では、以下に列挙する団体等に参加していますか。1~0の中から3つ以内でお答えください。なお、4つ以上の団体等に参加している場合は、その中でも経営に役立っていると感じている団体等を3つ以内で選んでお答えください。

(単位：件・%)

	1. 商工会・ 商工議所	2. 各種組合 (同業種・地 域等)	3. 青色申告 会・法人会	4. 中小企業 家同友会	5. 青年会議 所	6. ロータリー クラブ・ライ オンズクラブ	7. 信用金庫 が組織する経 営者会等	8. 銀行組 織する経営者 会等	9. その他	0. まったく 加入してい ない
合計(構成比)	72.8	38.7	20.8	2.9	5.2	12.1	4.6	0.0	1.7	10.4
合計件数	126	67	36	5	9	21	8	0	3	18
製 造	26	14	8	0	0	4	2	0	0	5
卸 売	7	1	4	1	2	0	0	0	0	0
小 売	43	20	9	3	2	6	0	0	3	5
サービ ス	23	13	10	1	1	4	1	0	0	3
建 設	27	19	5	0	4	7	5	0	0	5

* 団体等への加入状況(4つ以上に加入している場合は、その中でも経営に役立っていると感じる団体)については、「商工会・商工議所(72.8%)」が最も多く、次に「各種組合(同業種・地域等)(38.7%)」「青色申告会・法人会(20.8%)」、「ロータリークラブ・ライオンズクラブ(12.1%)」が続いた。また、「まったく加入していない」企業は、全体の10.4%となっている。

問2. 貴社が地域経済との関わりの中で取り組んでいる、あるいは協力・協賛している地域での活動について、1~0の中から3つ以内でお答えください。

(単位：件・%)

	1. 商店街・ 中心市街地の 活性化	2. 異業種交 流・産学官 連携	3. 観光振興 活動	4. 農工商連 携・地域資源 の活用	5. 地場産業 や伝統産業の 振興	6. しごとづく り(雇用の創 出)	7. 地元への 移住の促進	8. 防犯・防 災活動	9. お祭り等 のイベント	0. まったく 取り組んでい ない
合計(構成比)	56.1	6.4	17.3	2.3	9.8	8.7	2.9	16.8	41.0	15.6
合計件数	97	11	30	4	17	15	5	29	71	27
製 造	19	4	6	1	9	6	0	4	13	5
卸 売	2	0	2	0	1	2	0	2	4	1
小 売	38	1	11	1	3	1	1	6	23	7
サービ ス	20	3	6	0	1	3	0	4	13	5
建 設	18	3	5	2	3	3	4	13	18	9

* 地域の中で取り組んでいる、あるいは協力・協賛している活動については、「商店街・中心市街地の活性化(56.1%)」の割合が最も高く、次に「お祭り等のイベント(41.0%)」の割合が高く、「観光振興活動(17.3%)」、「防犯・防災活動(16.8%)」、「地場産業や伝統産業の振興(9.8%)」と続いている。また、「まったく取り組んでいない」企業は、全体の15.6%となっている。

問3. 貴社では、問2で挙げたような各種地域活動への参加に対して、どのようなイメージをお持ちですか。1~0の中から3つ以内でお答えください。

(単位：件・%)

	1. 自社の業績向上につながる	2. 自社の評判が高まる	3. 従業員の意欲が高まる	4. 地域企業としての責任を果たせる	5. 地域内でネットワークが築ける	6. 周囲との付き合いが負担	7. 資金面の負担がある	8. 人手の負担がある	9. 時間の余裕がない	0. そもそも参加に意義を感じられない
合計(構成比)	23.7	20.8	6.9	56.1	26.6	2.9	3.5	10.4	10.4	6.9
合計件数	41	36	12	97	46	5	6	18	18	12
製造	6	7	1	22	11	1	1	2	5	3
卸売	0	1	0	4	2	1	0	1	1	2
小売	17	9	3	29	13	1	4	9	8	4
サービス	9	7	3	18	9	1	1	1	2	1
建設	9	12	5	24	11	1	0	5	2	2

* 地域活動への参加については、「地域企業としての責任を果たせる(56.1%)」が最も多く、次に「地域内でネットワークが築ける(26.6%)」、「自社の業績向上につながる(23.7%)」、「自社の評判が高まる(20.8%)」と、前向きなイメージを回答する企業が多かった。対して、「人手の負担がある(10.4%)」、「時間の余裕がない(10.4%)」など、後ろ向きなイメージを回答する企業もみられた。また、「そもそも参加に意義を感じられない」と回答した企業は全体の6.9%となっている。

問4. 問2で挙げたような各種地域活動について、何らかの活動に取り組んでいる場合は、その活動が自社の経営あるいは事業に及ぼしている影響を1~5の中からお答えください。また、活動に取り組んでいない場合は、今後の活動への取組の意向を6~8の中からお答えください。

(単位：件・%)

	取り組んでいる企業					取り組んでいない企業		
	1. プラスの影響	2. どちらかといえばプラスの影響	3. どちらともいえない	4. どちらかといえばマイナスの影響	5. マイナスの影響	6. 取り組んでみない	7. どちらともいえない	8. 取り組む気がない
合計(構成比)	15.0	32.9	32.9	0.6	0.0	0.6	12.1	5.8
合計件数	26	57	57	1	0	1	21	10
製造	7	12	12	0	0	0	3	3
卸売	0	1	5	0	0	0	0	1
小売	7	22	16	1	0	0	6	3
サービス	5	10	11	0	0	0	4	1
建設	7	12	13	0	0	1	8	2

* 各種地域活動が自社の経営あるいは事業に及ぼす影響(取り組んでいない場合は、今後の意向)については、取り組んでいる企業は81.4%となっており、「どちらかといえばプラスの影響(32.9%)」、「プラスの影響(15.0%)」と経営にプラスと回答している。マイナスと回答した企業は「マイナスの影響(0.0%)」、「どちらかといえばマイナスの影響(0.6%)」とマイナスの影響とする企業はほとんど見られなかった。

問5. 今後、地域での各種活動がさらに活発化していくために、地元自治体や地域金融機関に期待することはありますか。1~0の中から3つ以内でお答えください。

(単位: 件・%)

	1. 人手の抛出	2. 補助金・助成金・協賛金等の提供	3. 活動場所の提供	4. 地域の結束の促進	5. リーダーシップの発揮	6. 地元住民への周知	7. 人的ネットワークの強化	8. 外部への情報発信の強化	9. 多様なアイデア・企画の提供	10. まったく期待していない
合計(構成比)	18.5	42.2	7.5	24.3	8.1	24.3	10.4	13.3	26.6	8.1
合計件数	32	73	13	42	14	42	18	23	46	14
製造	7	16	3	7	5	10	5	6	9	2
卸売	2	2	0	1	1	0	1	2	2	2
小売	14	31	2	10	3	16	5	6	11	6
サービス	3	9	3	9	4	8	2	6	10	2
建設	6	15	5	15	1	8	5	3	14	2

* 地域での各種活動がさらに活発化していくために地元自治体や地域金融機関に期待することについては、「補助金・助成金・協賛金等の提供(42.2%)」が最も高く、他の選択肢を引き離している。以下、「多様なアイデア・企画の提供(26.6%)」、「地域の結束の促進(24.3%)」、「地元住民への周知(24.3%)」、「人手の抛出(18.5%)」と続いた。また、「まったく期待していない」と回答した企業は、全体の8.1%となっている。

～調査員のコメントから～

- 原材料の仕入単価上昇で収益減少。イベント等への出店で積極的な販売に取り組んでいる。(製造業)
- 売上高は水産物の水揚量が影響し不安定。他分野への事業展開検討。(製造業)
- 道内外からの木材受注増加。東京オリンピックの影響は少しずつ出てきている。(製造業)
- 受注は増加しているが、技能者不足から納品に影響が出ている。(製造業)
- 業況変わらないが人手が不足している。人材確保が重点課題となっている。(建設業)
- 町内外からの個人住宅新築やリフォームの手持ち工事多く順調。完成住宅の展示会も好評で今後も受注見込まれる。(建設業)
- 災害復旧工事等受注は順調だが、人手不足が続いており、人材確保が課題となっている。(建設業)
- 取引先の減少に伴い受注も減少。専門知識を持った人材確保が必要となっている。(卸売業)
- 町外大型店の影響大きく売上は減少。外販の強化で売上げ増加に取り組んでいる。(小売業)
- 夏祭りやお盆の帰省客等の来店増加。売上げも増加した。(小売業)
- メガネ、時計は販売より修理が多く、在庫過剰になっている。(小売業)
- 同業者との競合、都市部への客足流出で苦戦している。他分野への進出も検討している。(サービス業)
- 新車の販売は苦戦しているが、修理等は多く安定した売上げは確保している。(サービス業)
- テレビ放送などもありリピーターや新しい客が増えている。今後もサービスの向上に心がけていく。(サービス業)