

# 小牧市企業新展開支援プログラム策定に向けての アンケート調査結果【あらし】

## アンケート調査の概要

- 『小牧市企業新展開支援プログラム』の改定にあたり、小牧市の事業者の方に対して、with コロナ・after コロナを見据えた経営について聞き、プログラム改定の重要な資料とするため、郵送・ウェブ回収によるアンケート調査を実施しました。

## ■調査の概要

調査の種別	紙面アンケート調査
調査対象者	市内企業のうち無作為抽出した 3,000 企業（個人事業主含む）
配布数	2,808 企業（廃業、市外転出、宛先不明での返還分除く） ※現プログラム策定時のアンケートは 1,468 企業（製造業及び運輸）
回答数	801 件（2022 年 5 月 19 日現在） ※回収率 28.5% [参考：郵送回収 580 件、インターネット回答 221 件] ※現プログラム策定時のアンケートは 371 件 回収率 25.3%
調査方法	郵送配布、郵送回収またはインターネット回答 ※調査期間中に督促状及び礼状を配布
調査内容	I. 貴社の状況について II. 人材の確保について III. 経営の効率化について IV. 省エネルギー、脱炭素、SDGs について V. 市以外の公的支援、市の情報入手、各分野の重要度について VI. 産業集積について VII. こまきプレミアム商品券事業について
調査時期	2022 年 2 月 28 日（月）～2022 年 3 月 18 日（金）

■ 調査結果の信頼性について

本アンケート調査は、「アンケート調査と統計解析がわかる本」を参考として、母集団数 6,322 件において、信頼率 95%、回答比率 50%の時、標本誤差（標本値と母集団値との差）を 5%未満とすることを目標として配布回収を行うよう設計しています。

今回の業種無回答を除く回収数 794 件から、標本誤差を求めると、全体では標本誤差 3.24%となり、標本誤差 5%以内となっているため、計画通りの精度で分析が行えることとなっています。

また、本アンケート調査では、代表的な業種別にクロス集計を行い、業種ごとの傾向を把握しようと考えており、このためには業種ごとに最低 30 件、可能であれば 50 件の回答が必要とされています。

以下のアンケート結果から、「不動産業、物品賃貸業」、「製造業」、「運輸業、郵便業」、「卸売、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「建設業」、「学術研究、専門・技術サービス業」で 50 件以上の回答を得ているので、これらの産業については、標本誤差は最大 13%程度ありますが、信頼できる分析が行えると捉えられます。一方、「農林漁業」、「情報通信業」、「金融業、保険業」については、回答数が極めて少なく標本誤差も大きいことから本調査結果の分析の対象外とします。

表 標本誤差(信頼率 95%、回答比率 50%の場合)

	H28経済セン サス事業所数	アンケート回 答数	標本誤差
A~B 農林漁業	13	4	42.44
K 不動産業, 物品賃貸業	377	62	1.39
E 製造業	1,114	155	7.31
H 運輸業, 郵便業	503	56	12.36
G 情報通信業	28	2	68.00
I 卸売業, 小売業	1,489	138	7.95
M 宿泊業, 飲食サービス業	644	68	11.25
N 生活関連サービス業, 娯楽業	396	54	12.41
D 建設業	462	87	9.48
J 金融業, 保険業	61	3	55.63
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業		0	-
L 学術研究, 専門・技術サービス業	187	82	8.13
F 電気・ガス・熱供給・水道業	5	10	-
その他	1,043	73	11.07
無回答	-	7	-
全体	6,322	801	3.24

注：信頼率とは、信頼率が〇〇%の時、〇〇%の確率で標本集団の結果が母集団の結果と同一とみなせるとい割合である。

注：回答比率とは、例えば A,B の選択肢があるとき、50%が A の回答を選んだ場合に回答比率 50%という。回答比率が 50%の時が統計上最も誤差が大きいため、信頼性の検討の際には回答比率 50%の場合を想定して評価を行う。

<参考>「アンケート調査と統計解析がわかる本」(酒井隆 著、日本能率協会マネジメントセンター)

## 1. 貴社の状況について（問1～問17）※会社概要、事業状況等

- 回答者の割合は、「製造業」が155件(19.5%)で最も多く、以下「卸売業、小売業」138件(17.4%)、「建設業」87件(11.0%)の順となっています。回答は概ね本市の産業を代表していると考えられます。[問1、P.4](#)
- 製造業の業種は、「金属製品」が32件(20.6%)で最も多く、以下「生産用機械」18件(11.6%)、「プラスチック」16件(10.3%)の順となっています。[問2、P.7](#)
- 運輸業、郵便業(56件(全体の7.1%))の業種は、「集配送機能」が22件(39.3%)で最も多く、以下「親会社や系列会社等の専属の物流部門」14件(25.0%)、「集配、保管、流通加工の複合施設」13件(23.2%)、「保管機能」11件(19.6%)となっています。[問3、P.9](#)
- 資本金は、「個人事業主」が220件(28.5%)で最も多く、以下「500万円未満」188件(24.4%)、「500万円超～1千万円以下」149件(19.3%)で、比較的資本金が高額でない事業者の回答が多い状況です。[問4、P.10](#)
- 従業員数(常時使用する従業員数)は、「0～5人」が424件(53.9%)と半数以上を占めており、以下「6～20人」163件(20.7%)、「21～50人」83件(10.6%)となっています。[問5、P.11](#)  
また、従業者数が多くなるほど資本金が高額になる傾向にあります。[問5関連、P.12](#)
- 小牧市内での業歴は、「30～50年未満」が247件(31.5%)で最も多く、業歴が長い事業所からの回答が高い割合を占めています。[問6、P.13](#)  
また、従業者数が多くなるほど長い業歴の事業所の割合が高くなる傾向にありますが、20人以下の事業所の半分弱も30年以上の業歴があります。[問6関連、P.13](#)
- 経営者の年齢は、「50歳代」が221件(28.2%)で最も多く、以下「60歳代」212件(27.0%)、「70歳代以上」204件(26.0%)の順であり、回答者には「29歳以下」の代表者はおらず、全体に中高齢の経営者が多い状況です。[問7、P.14](#)  
また、全業種で50歳代以上の代表者が7割以上を占めています。[問7関連、P.15](#)
- コロナ前の令和元年と比較した直近の売上高は、「減少した」に該当する500件(64%強)に対して、「増加した」は121件(15%強)であり、減少した事業者が高い割合を占めていますが、「変わらない」も156件(20%強)と一定割合を占めています。[問8、P.16](#)  
また、減少した理由は、「コロナ禍での行動抑制、営業時間短縮により」が99件、「コロナ禍で製品の需要が大きく減少した」が43件などコロナ禍による社会経済環境の変化の影響が非常に大きかったことが分かります。[問8、P.18](#)  
また、いずれの産業でも「減少」が「増加」を上回り、「運輸業、郵便業」「卸売業、小売業」では7割以上、「飲食業、宿泊業」では9割以上が減少と回答しています。[問8関連、P.18](#)

○コロナ前の令和元年と比較した直近の営業利益は、「大きく減少」「やや減少」を含めて「減少した」の487件(63%強)に対して、「増加した」は122(16%弱)件であり、売上高(問8)と同様の傾向となっています。[問9、P.25](#)

また、減少した理由でも、「コロナ禍での行動抑制、営業時間短縮により」が42件、「コロナ禍で製品の需要が大きく減少した」が14件など、売上高(問8)と同様に、コロナ禍による社会経済環境の変化の影響が非常に大きかったことが分かります。[問9、P.27](#)

また、同様にいずれの産業でも「減少」が「増加」を上回り、「飲食業、宿泊業」では8割以上が「減少」と回答しています。[問9 関連、P.27](#)

○売上全体の占める固定客(既存取引先)の割合は、概ね5割の事業者が「減少」と回答しています。[問10、P.32](#)

一方で、新規顧客(新規取引先、既存取引先からの変更含む)が増加した事業所は27.2%で、全体では売上減少分を新規顧客で補えていない可能性が考えられます。[問11、P.33](#)

○今後の事業の方向性については、約6割の事業者は現状維持を志向していますが、事業の拡大や新分野への進出を目指す回答も3割以上あります。[問12、P.34](#)

○今後の事業の方向性について従業員数毎では、従業員数300人以下までの企業では、従業員数が少ないほど現状維持での経営志向が強く従業員数が多いほど既存事業の拡大志向が強くなっています。[問12 関連、P.35](#)

また、進出又は進出を検討する新たな分野や異業種は「環境・新エネルギー」が最も多くなっています。[問13、P.36](#)

○事業承継については、「事業承継する」、「現時点では考えていない」、「自分の代で会社等を終える」で大まかに三分しています。[問14、P.38](#)

また、「飲食業、宿泊業」、「生活関連サービス、娯楽業」、「卸売業、小売業」、「学術研究、専門・技術サービス業」において承継意欲が低い傾向にある一方、製造業、運輸業、郵便業、建設業では比較的承継意欲が高い傾向にあります。また、下のグラフで「自分の代で会社等を終える」と回答した方は、多くが「0~5人」の事業所であり、小規模な事業者ほど事業承継意欲を持つ割合は低くなる傾向にあります。[問14 関連、P.39](#)

○「事業承継する」と回答した事業者について、「後継者が決まっている」が169件(55.2%)と半数以上は後継者が決まっていますが、事業承継の意向を持っていても具体的な方策が未定の事業者も一定程度みられます。[問15、P.40](#)

○後継者の決定に関する会社規模ごとの状況は、従業員数が300人以下では、従業員数が多い(規模が大きい)事業所ほど「後継者が決まっている」割合が高い傾向にあります。[問15 関連、P.41](#)

○事業承継の方向性の業種ごとの状況は、大きな差異や特徴はみられません。

また、会社規模ごとでも会社規模による大きな差異や特徴はみられません。問 15 関連、P.42

○「事業承継する」と回答した事業者の課題は、後継者の育成及び選定と後継者に関連するものが多くなっています。問 16、P.43

なお、業種ごとの課題では、どの業種でも後継者に関する割合が高いですが、業種による大きな差異や特徴はみられません。

また、会社規模ごとの課題でも、301 人以上では自社株式の評価や税金の課題はなく役員・従業員の理解の割合が高い傾向にありますが、会社規模による大きな差異や特徴はみられません。

問 16 関連、P.44

○「自分の代で会社等を終える」と回答した事業者の理由は、事業の将来性よりも後継者不足が主な理由となっています。問 17、P.45

なお、業種ごとの状況では、件数が少ないものを除き、特に業種による差異はみられません。

また、会社規模ごとでは、ほとんどが 20 人以下の事業所であり、21 人以上の事業所のほとんどは、自分の代で会社を終える意向がないことがわかります。問 17 関連、P.46

## 2. 人材の確保について（問 18～問 22）

○人材の過不足感では、半数以上の事業者が人材不足を実感しています。[問 18、P.47](#)

また、従業員数ごとの状況では、「0～5人」では「適当」の割合が最も高くなっていますが、6人以上の事業所では人材不足を実感している割合の方が高くなっています。

資本金とのクロス集計では、個人事業主や資本金が少ないほど人材の過不足がない「適当」の割合が高くなる傾向にあります。[問 18 関連、P.48](#)

○新卒採用の状況は、「募集していない」が 491 件(65.5%)で最も多いですが、選択肢 1～3 の新卒採用の意欲がある事業所の中では、「十分に採用できている」事業所の割合は約 21%にとどまっています。[問 19、P.49](#)

また、業種別の状況では、製造業で「採用しているが希望人数に達していない」と「今後募集を開始する予定」の割合がやや高くなっています。

また、従業員数が多い（会社規模が大きい）事業所ほど「十分に採用できている」割合が高くなっている一方、「採用しているが希望人数に達していない」割合も従業員数が多い事業所ほど高くなっています。同時に、規模の小さい事業所ほど募集をしていません。[問 19 関連、P.51](#)

また、新卒採用の状況を「今後の事業の方向性」ごとにみえますと、「新たな分野へ進出、異業種と連携する」または「既存事業を拡大する」と回答した事業所で、「十分に採用できている」、「採用しているが希望人数に達していない」、「募集しているが採用できていない」、「今後募集を開始する予定」の 4 項目の割合が比較的高く、採用意欲が高いことがわかります。反対に、「現状維持で経営を続ける」と「事業を縮小する」事業所は採用意欲が低い傾向にあります。

[問 19 関連、P.52](#)

○中途採用の状況は、「募集していない（中途にこだわっていない）」が 383 件(51.4%)で最も多いですが、選択肢 1～3 の中途採用の意欲がある事業所の中では、「十分に採用できている」事業所の割合は約 17%にとどまり、新卒の採用状況と同様の状況にあります。[問 20、P.53](#)

また、業種別の状況では、「製造業」、「運輸業、郵便業」、「建設業」で中途募集の意欲が高く、「採用しているが希望人数に達していない」、「募集しているが採用できていない」、「今後募集を開始する予定」の割合も高い傾向にあります。

また、従業員数が多い（会社規模が大きい）事業所ほど中途採用を行っている割合が高くなっている一方、「採用しているが希望人数に達していない」割合も従業員数が多い（会社規模が大きい）事業所ほど高くなっています。[問 20 関連、P.55](#)

○採用できていない理由としては、「自社が求める人材の応募がない又は不足」が 159 件(64.1%)で最も多くなっています。[問 21、P.56](#)

○人材の確保にあたり、行政に期待する支援としては「求人活動などに対する費用補助等」、「会社説明会など求人機会の創出」が比較的多くあげられています。[問 22、P.57](#)

### 3. 経営の効率化について（問 23～問 27）※デジタル化・DX

---

○デジタル化・DX化への取組みは、「取り組む予定はない」が342件(44.7%)で半数近くは業務のデジタル化・DX化に取り組む予定がない一方、約4割以上はデジタル化・DX化に取り組む意向を持っています。[問 23、P.60](#)

また、従業員数が多い（会社規模が大きい）事業所ほどデジタル化・DX化に「取り組んでいる」、取り組む意向を持っている割合が高くなる傾向にあります。[問 23 関連、P.61](#)

○デジタル化・DX化の取組内容としては、「自社ホームページの作成」が192件(48.1%)で最も多く、「オンライン会議・商談」166件(41.6%)、「業務システム」135件(33.8%)など各事業所の事情に応じた可能な部分から徐々に浸透していると考えられます。[問 24、P.62](#)

○デジタル化等に取り組んでいない理由としては、「導入、運用に経費がかかる」が144件(31.9%)、「導入、運用を任せられる人材がない」が94件(20.8%)、「取組方法がわからない、相談先がない」が67件(14.9%)とあり、デジタル化等に取り組むためには、費用と人材、ノウハウが求められていることがわかります。

また、「その他」の回答の内訳では「必要ない、今のままで良い」が最も多く、積極的・能動的に取り組む意向がない事業所も一定数あります。[問 25、P.63](#)

○デジタル化等に取り組んだ成果としては、「生産性、効率性が向上した」が105件(51.7%)で最も多い一方で、「今のところ変化はない」も61件(30.0%)あり、一定の効果が出るまでに時間を要するケースもあると考えられます。[問 26、P.66](#)

○デジタル化等の推進にあたり、行政に期待する支援としては「補助金制度等の充実」が最も多く、そのほかには「成功事例等の紹介」、「DX化の指導、相談窓口の設置」、「DX教育、講座の実施」となっており、費用と人材、ノウハウが求められています。[問 27、P.67](#)



## 4. 省エネルギー、脱炭素、SDGs について（問 28～問 35）

○省エネルギー、脱炭素への取組みは、「取り組むことは特にない」が 452 件(60.1%)で約6割は現時点で省エネ、脱炭素に取り組むことが特にないと感じています。一方、「すでに具体的な取組を進めている」が 120 件(16.0%)、「具体的な取組内容を検討中」が 88 件(11.7%)、「必要性を認識している、取引先等から取組を求められている」が 60 件(8.0%)となっており、今後、具体的な取組が増える可能性があります。[問 28、P.68](#)

○業種別では「運輸業、郵便業」、「製造業」では、5割程度の事業所が今後、具体的な取組に繋がる可能性が見られますが、特に取組が進んでいる業種はありません。  
また、従業員数が多い事業所ほど「具体的な取組を進めている」、「具体的な取組内容を検討中」の割合が高い傾向にあります。[問 28 関連、P.69](#)

○省エネルギー等の具体的な取組みについて、「照明等の LED 化」が 198 件(73.9%)と最も多く、「細目な設備管理の実施」123 件(45.9%)、「空調設備等の省エネルギー化」88 件(32.8%)等、従来から普及している照明等の LED 化、照明やエアコンの節電の割合が高く、現状はできる範囲から取り組んでいると考えられます。[問 29、P.70](#)

○省エネルギー、脱炭素の取組みにあたり、行政に期待する支援としては「補助制度」が 368 件(45.9%)で最も多く 5 割弱を占めています。次いで、「特にない」が 236 件(29.5%)、「専門家による取組支援」が 121 件(15.1%)の順となっており、省エネルギー・脱炭素のさらなる取組普及には、費用や人材、ノウハウが求められているとともに取り組むことによる効果やメリットがより広く認識される必要があると考えられます。[問 30、P.71](#)

○SDGs については一定の認知度がある一方、理解度は大部分ではあまり進んでいない可能性もあります。[問 31、P.72](#)

また、SDGs を意識した具体的な取組みをしている事業所の割合は現時点で高くありません。

[問 32、P.73](#)

業種による差もありませんが、規模が大きい事業所の方が取組み状況、今後の取組み意欲は高くなっています。[問 32 関連、P.74](#)

○照明の LED 化、設備や機器の省エネ化、省エネ活動の推進、クリーンエネルギー化「ゴール 13 気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる」が 73 件と最も多く、省エネルギー・脱炭素化の取組みともリンクしています。[問 33、P.75](#)

○SDGs の推進にあたり、行政に期待する支援としては「補助金、税の減免」が最も多くあげられています。[問 34、P.79](#)

○省エネルギー、脱炭素、SDGs に取り組んだ成果としては、「今のところ変化はない」が 132 件(58.9%)で最も多く、次いで「事業の生産性、効率性が向上した」が 35 件(15.6%)で現状ではまだ効果を実感できない状況の方が多くなっています。[問 35、P.81](#)



## 5. 市以外の公的支援、市の情報入手等について（問 36～問 41）

- 国、県の補助金・助成金で利用又は利用を検討したものでは、「持続化給付金、持続化補助金」が42件で最も多く、以下「雇用調整助成金」が20件、「事業復活支援金」が19件となっています。[問 36、P.82](#)
- 小牧商工会議所が運営する中小企業相談所は、一定の認知度はあるものの活動内容を含めた認知度は高くない状況にあります。[問 37、P.84](#)
- 小牧市産業クラスター推進協会（市と商工会議所により設置）が運営するこまき新産業振興センターは、設立して3年程度の段階で認知度はまだ低い状況にあります。[問 38、P.85](#)
- 新産業振興センターに期待する支援としては、「情報発信」が157件(19.6%)で最も多くありますが、「無回答」が382件(47.7%)と非常に多いことから、センターの機能や支援内容を周知することが第一に必要と考えられます。[問 39、P.86](#)
- 市の情報の入手媒体としては、ホームページが広報紙とほぼ同程度活用されていますが、SNSは123件（15.4%）にとどまっています。一方で「情報を知らないことが多い」も146件（18.2%）と一定程度存在しています。[問 40、P.87](#)
- after コロナを見据えた経営で重要度が増した点について、相対的に最も重要と回答された項目は、「人材の育成」、「手元資金の確保、財務体質の強化」、「既存事業・製品の改良、既存の取引先との連携強化・販売促進」、「人材の確保に向けた取り組み」の順となっています。[問 41、P.88、P.89](#)

## 6. 産業集積について（問 42～問 50） ※製造業のみ

- 工場等の増設、移転の可能性では、「増設や移転を予定している」が 9 件(6.0%)、「増設や移転の検討段階」が 7 件(4.7%)、「増設や移転の必要性を感じている」が 25 件(16.7%)あり、増設、移転の需要は一定数存在しています。 [問 42、P.90](#)
- 増設や移転の理由としては、「工場等が手狭だから」が 24 件(58.5%)で最も多く、以下「事業を新規・拡大するから」が 13 件(31.7%)、「現在の工場が老朽化しているから」が 11 件(26.8%)となっています。 [問 43、P.91](#)
- 増設や移転先の候補地としては、小牧市内での増設や移転を志向する事業所が約半数占める一方、小牧市内にこだわらない事業所も同程度いると考えられます。 [問 44、P.92](#)
- 増設や移転の課題としては、「適当な土地がない」が 18 件(43.9%)、「資金が不足している」が 12 件(29.3%)となっています。 [問 45、P.93](#)
- 増設や移転に向けた必要な支援としては、「設備購入費に対する補助金」が 26 件(63.4%)、「家屋建設費に対する補助金」が 25 件(61.0%)、「土地購入費に対する補助金」が 19 件(46.3%)でこの3つが高い割合を占めています。 [問 46、P.94](#)
- 航空宇宙産業又は次世代成長産業に関わっている事業所は 28 件(23.4%)であり、「参入意欲や興味はある」事業所は 19 件(15.8%)となっています。  
また、関わっている次世代成長産業は、「次世代自動車」が 10 件と最も多くなっています。  
[問 47、P.95](#)
- 航空宇宙産業又は次世代成長産業への具体的な関わり方は、「発注・受注の実績がある」が 20 件(69.0%)であり、「準備段階」が 7 件(24.1%)、「研究・開発段階」が 4 件(13.8%)となっています。 [問 48、P.96](#)
- 航空宇宙産業、次世代成長産業に関わっていない理由では、現時点では事業性や技術面の問題より、きっかけがないことが参入していない主な理由として認識されています。 [問 49、P.97](#)
- 航空宇宙産業、次世代成長産業への参入にあたり行政に期待することでは、「ビジネスマッチング機会の提供」10 件(52.6%)等、関わるきっかけづくりが求められていると考えられます。  
[問 50、P.98](#)

## 7. こまきプレミアム商品券事業について（問 51～問 54）

### ※卸売業、小売業、飲食業、宿泊業、生活関連サービス業、娯楽業のみ

---

- こまきプレミアム商品券については、「加盟店になっている」が84件(36.7%)、「加盟店になっ  
たことがない」が115件(50.2%)となっており、加盟を取りやめる事業者も一定数存在してい  
ます。[問 51、P.99](#)
  
- 現時点で加盟店になっていない理由としては、「売り上げや利益の増加につながらない」34件  
(24.8%)、「利用者層と自社の商品・サービスがマッチしない」27件(19.7%)等、業種や業態、  
サービス内容等によってはプレミアム商品券が事業者の売上や利益に結び付かない事例も一定  
程度あることがわかります。[問 52、P.100](#)
  
- こまきプレミアム商品券に対しては、「カードやアプリに対応して欲しい」、「継続、定期的に実  
施して欲しい」等の意見があげられています。[問 53、P.101](#)