

# 旭川市小規模企業実態調査報告書

平成 27 年（2015 年）9 月  
旭川市

## 目次

I	調査の概要	1
1.	調査の目的	1
2.	調査項目	1
3.	調査期日	1
4.	調査対象	1
5.	調査方法	2
6.	調査回答状況	2
7.	その他	2
II	調査結果	3
1.	企業・事業者の概要と従業員数	3
(1)	経営者の性別	3
(2)	経営者の年齢	4
(3)	組織の形態	4
(4)	従業員数	5
2.	就労環境	7
(1)	第1子出産後も勤務している女性従業員	7
(2)	男性による育児休暇の申請	8
(3)	子育てと仕事を両立させるための制度・措置	8
(4)	看護や介護を理由とした退職	9
(5)	看護や介護と仕事を両立させるための制度	10
3.	業種・売上高	11
(1)	最も注力している事業	11
(2)	年間の売上高	12
(3)	今期の収益状況	13
(4)	一年前と比べた売上げの変化	14
(5)	売上げ拡大の阻害要因	17
(6)	新規顧客獲得に向け取り組みたいこと	18
(7)	新規顧客獲得に取り組む上での課題	19
4.	経営上の課題	20
(1)	経営上の重要な課題	20
(2)	後継者	22
5.	人材確保・育成	24

(1) 人材確保の手段 .....	24
(2) 人材確保のために利用したい手段 .....	25
(3) 社員の人材育成プログラムの実施 .....	25
(4) 中小企業大学校（旭川校）の認知度 .....	26
(5) 中小企業大学校の講座の利用 .....	26
(6) 中小企業大学校の講座利用に際する市の助成金の利用 .....	26
6. 他の地域事業者とのつながり .....	27
(1) 商店街、同業者組合への加入 .....	27
(2) 商店街、同業者組合の活動内容 .....	27
(3) 商店街、同業者組合の未加入・脱退理由 .....	28
7. 経営情報・外部支援 .....	29
(1) 市場の動向など経営に関する情報源 .....	29
(2) 入手情報に関する満足度 .....	29
(3) 経営に関する外部支援が最も必要な分野 .....	30
8. 今後の事業展望 .....	31
9. 事業の拡大・新事業（「8」で「事業拡大」を選択した企業） .....	32
(1) 事業拡大の具体的戦略 .....	32
(2) 国内・外進出先 .....	32
(3) 新事業 .....	33
(4) 新製品・サービスの開発，既存製品・サービスの高付加価値化 .....	34
(5) 事業拡大への課題 .....	36
(6) 不足人材 .....	37
10. 事業の縮小（「8」で「事業縮小」を選択した企業） .....	38
11. 事業の廃止（「8」で「事業廃止の検討」を選択した企業） .....	38
12. 現状維持（「8」で「現状維持」を選択した企業） .....	39
(1) 現状維持を選択した理由 .....	39
(2) 現状維持から事業拡大へと向かうために必要な支援策 .....	39
13. 不透明な事業の見通し（「8」で「わからない」を選択した企業） .....	40
14. 自由記載（政策・支援等に関する主な意見・要望） .....	41
III 旭川市小規模企業実態調査票 .....	42

# I 調査の概要

## 1. 調査の目的

平成 26 年に、日本全国に景気の好循環を浸透させ、地方に強靱で自律的な経済を構築するために重要な役割を担う小規模企業者及び小企業者の持続的発展を支援するため、小規模企業振興基本法が制定された。この調査は、小規模企業振興基本法を受け、今後、対象となる小規模事業者等への支援策等の展開を検討するための基礎とすべく、企業の実態を把握することを目的とする。

## 2. 調査項目

- ① 事業所の概要・従業員数（経営者の年齢・性別、企業形態、従業員数）
- ② 就労環境（出産後の勤務状況、男性による育児休暇の取得、子育て支援の制度・措置、介護・看護に伴う退職の有無、介護・看護の支援制度・措置）
- ③ 業種・売上高（注力している事業、年間売上高、収益状況、売上高の変化、売上拡大を阻害する外部環境、新規顧客獲得の取り組み、新規顧客獲得の課題）
- ④ 経営上の課題（経営上の重要な課題、後継者に求めること、事業継承制度）
- ⑤ 人材確保・育成（人材確保の手段・今後の取り組み、人材育成のプログラム、中小企業大学校）
- ⑥ 他の事業者との関わり（商店街・組合への加入、活動内容、非加入の理由）
- ⑦ 経営情報・外部環境（情報の入手手段・満足度、外部支援が必要な分野）
- ⑧ 今後の事業展開
- ⑨ 事業拡大・新事業（事業拡大の内容、旭川ブランド、事業拡大の課題）
- ⑩ 事業の縮小（事業縮小の理由）
- ⑪ 事業の廃止（事業廃止の理由）
- ⑫ 現状維持（現状維持の理由、事業拡大のための支援策）
- ⑬ 事業の見通し（事業の見通しが不明な理由）

## 3. 調査期日

平成 27 年 6 月 1 日を基準日として調査を行った。

## 4. 調査対象

卸・小売・サービス業は従業員数 5 人以下、その他業種では従業員数 20 人以下の市内企業・事業者を対象とした。

## 5. 調査方法

旭川商工会議所に加盟している従業員数 20 人以下（卸・小売・サービス業は 5 人以下）の約 2,000 件の企業・事業者の中から、1,000 件を層化無作為抽出法で抽出した。調査対象者には調査票を送付し、返信用封筒によって回収した。

## 6. 調査回答状況

調査票を送付した 1,000 件の企業・事業主のうち、233 件から回答を得た。有効回答数は 230 件、有効回答率は 23.7%である。

業種別回答状況

区分	調査対象数	未着数	回答数	有効回	割合	有効回
				答数		
卸売業	57	3	14	14	6.1%	25.9%
小売業	299	10	69	67	29.1%	23.2%
サービス業	292	6	71	70	30.4%	24.5%
建設業	126	5	26	26	11.3%	21.5%
製造業	63	0	16	16	7.0%	25.4%
金融保険業	29	0	7	7	3.0%	24.1%
不動産業	98	7	23	23	10.0%	25.3%
運輸・通信・旅行業	36	0	7	7	3.0%	19.4%
合計	1,000	31	233	230	100.0%	23.7%

（注）未着は、「転居先不明」「該当番地不明」等の理由による。

## 7. その他

四捨五入により、個々の構成比の和が 100%にならないことがある。

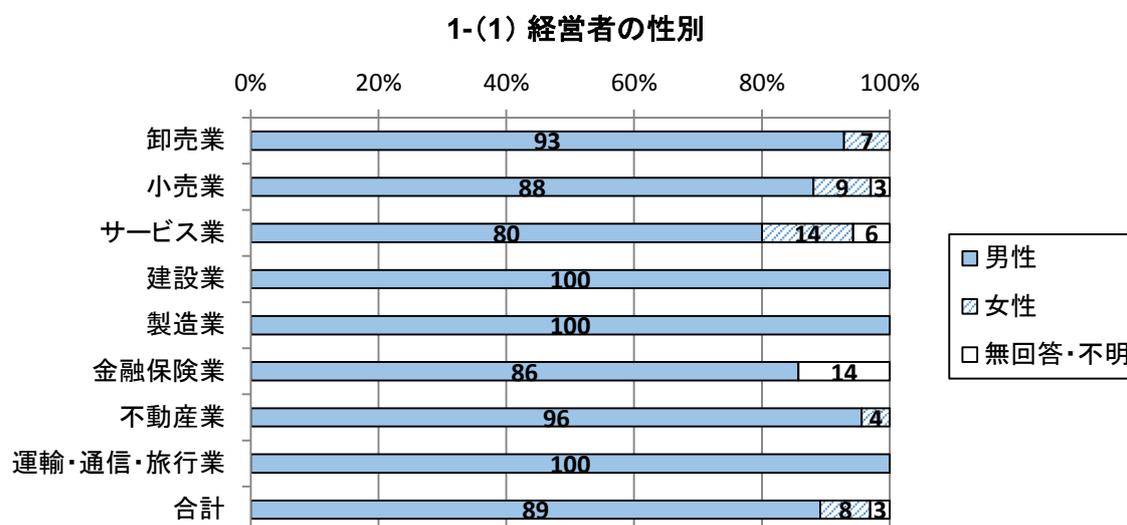
## II 調査結果

### 1. 企業・事業者の概要と従業員数

この節では、調査に回答した企業・事業者の経営者の性別・年齢など、基礎的な属性についての調査結果を示す。以下の各表が示すとおり、回答企業・事業者の経営者は、60歳以上の男性が多くを占めており、女性経営者の活躍、若者による新規事業・事業継承は限定的である可能性が示された。組織の形態では個人、株式会社、有限会社が各3割程度を占めた。従業員数では、平均従業員数をみると、正規雇用で男性が女性を上回る一方、非正規では女性が男性を上回った。女性の正規雇用が進んでいないことを示している。

#### (1) 経営者の性別

回答した企業、事業者のうち、約9割の経営者が男性であった。業種別でみると、建設業・製造業では100%が男性経営者であった。多くの業種で男性経営者が多数を占める中、サービス業、小売業では女性経営者の割合が比較的高かった<sup>1</sup>。

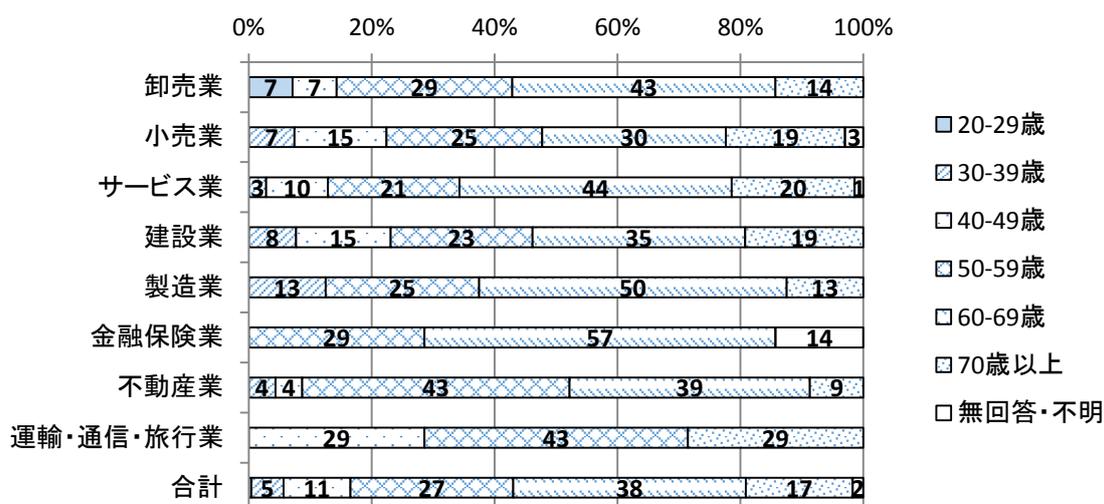


<sup>1</sup> グラフに表示されている数値はパーセントを表している（以下、100%積上げ棒グラフについて同様）。

## (2) 経営者の年齢

経営者の年齢を見ると、全体の55%が60歳以上であったのに対し、20代・30代の経営者は全体の約5%にとどまった。経営者の高齢化が進む一方、若者による新規事業や事業継承は停滞していることがうかがえる。業種別では、サービス業と製造業で60歳以上の経営者が6割を超えた。一方、運輸・通信・旅行業では60歳以上の経営者の割合が最も低く、28%であった。

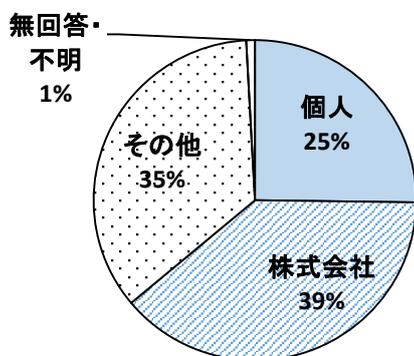
1-(2) 経営者の年齢



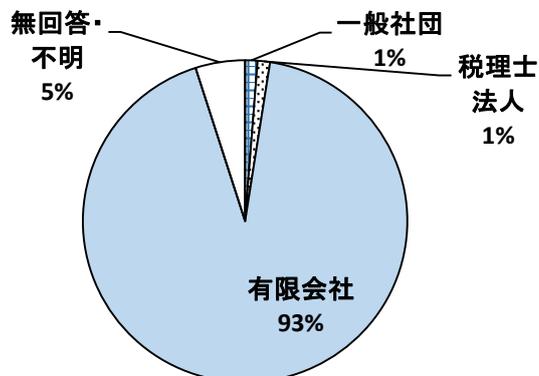
## (3) 組織の形態

組織の形態は、個人事業が58件(25%)、株式会社が89件(39%)、その他が81件(35%)であった<sup>2</sup>。その他のうち、75件(93%)が有限会社であった。

1-(3)-1 組織の形態



1-(3)-2 その他の内訳

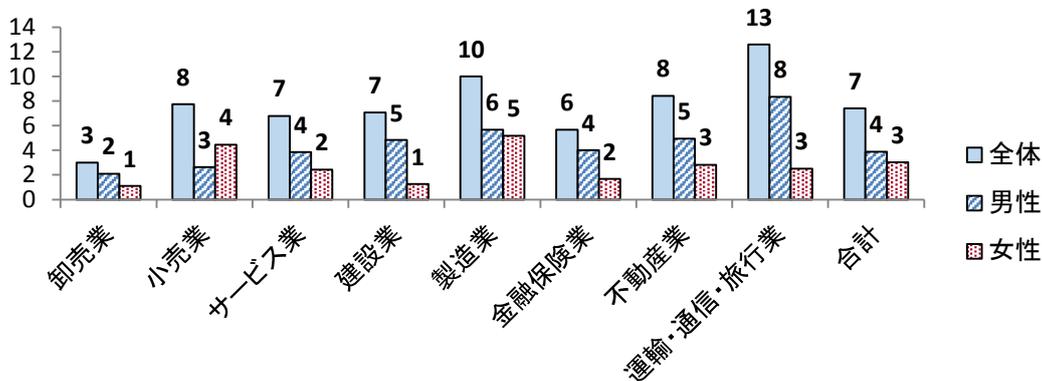


<sup>2</sup> 無回答・不明は2件。

#### (4) 従業員数

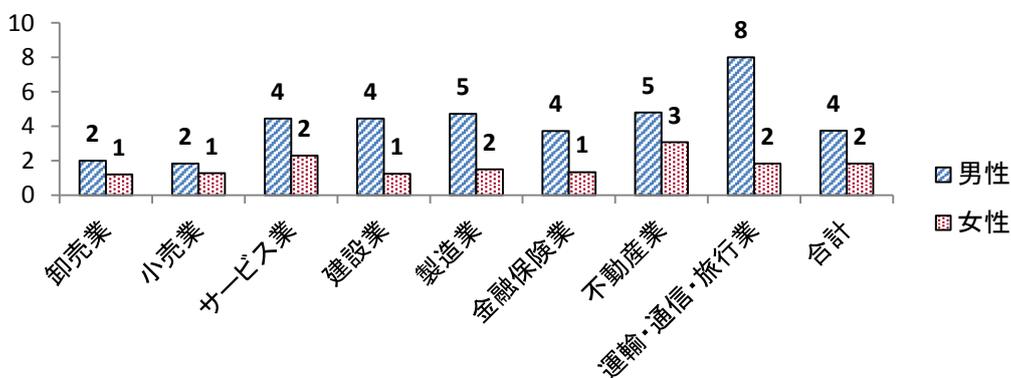
平均従業員数を見ると、総従業員数（正規・非正規のどちらも含む）では、運輸・通信・旅行業で最も従業員数が多く、卸売業で最小となった。

1-(4)-1 平均総従業員数（人）

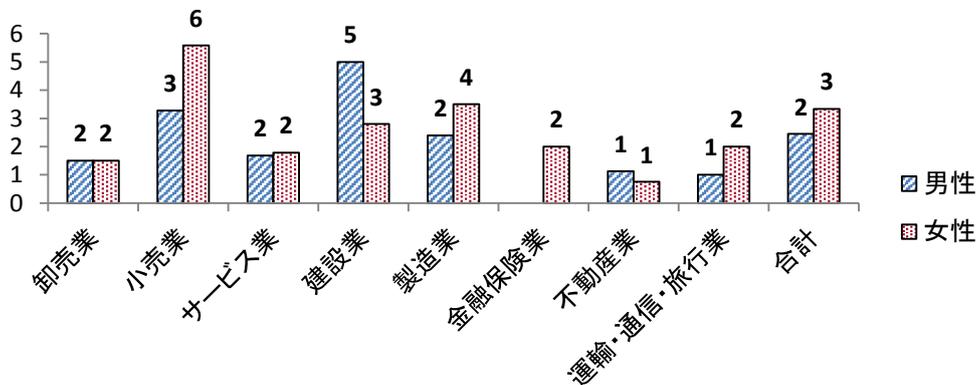


正規・非正規別にみると、正規ではすべての業種で男性の数が女性の数を上回っている。一方、非正規では建設業を除いて女性の数が上回った。次節で詳しく述べるが、女性の就労を支援する制度・措置の未整備が、女性の正規雇用を阻害している可能性がある。

1-(4)-2 平均従業員数(正規雇用)（人）

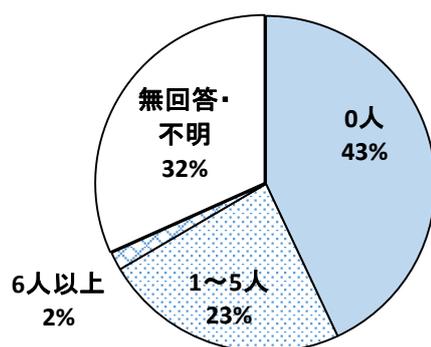


1-(4)-3 平均従業員数(非正規)（人）

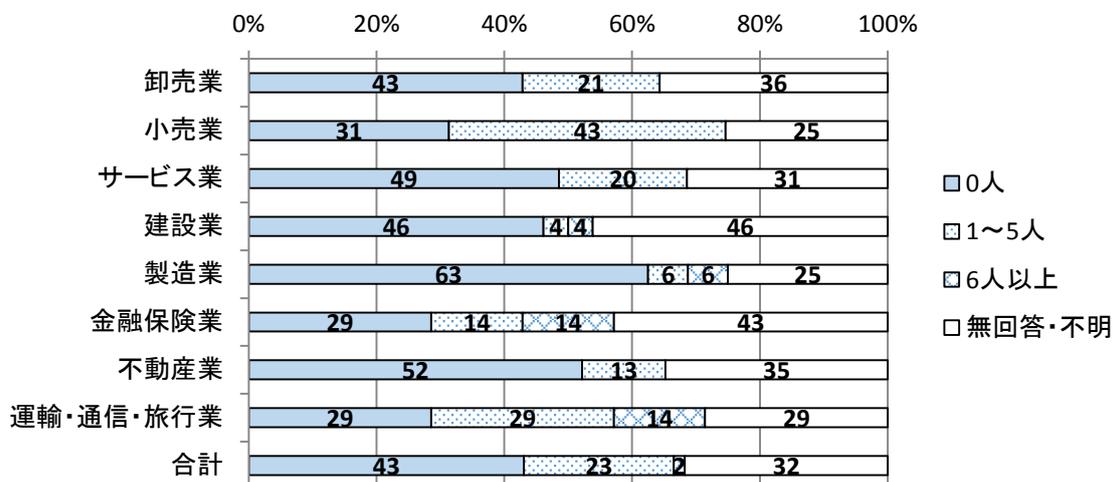


週 60 時間以上働く従業員の数については、「0 人」という回答が 4 割強を占め、「1 人以上」という回答は 25%にとどまった。業種別にみると、週 60 時間以上働く従業員は小売業で 43.3%となり、最も高かった。次いで、卸売業、サービス業、運輸・通信・旅行業で 20%を超えた。

#### 1-(4)-4 週60時間以上働く従業員の数



#### 1-(4)-5 週60時間以上働く従業員の数（業種別）



## 2. 就労環境

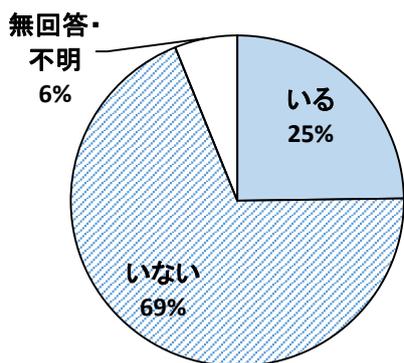
この節では、就労環境、特に子育て、介護・看護等に関する休暇の取得状況や支援制度の整備状況についての調査結果を示す。以下、各表で示されるが、小規模企業・事業者では、子育て、育児、介護と看護に関する制度や措置が整備されている割合が低い。ただし、金融保険、不動産、運輸・通信・旅行業では、他の業種に比べ、出産後も勤務している女性が多く、子育てとの両立を支援する制度・措置も整備されていることが分かった。

### (1) 第1子出産後も勤務している女性従業員

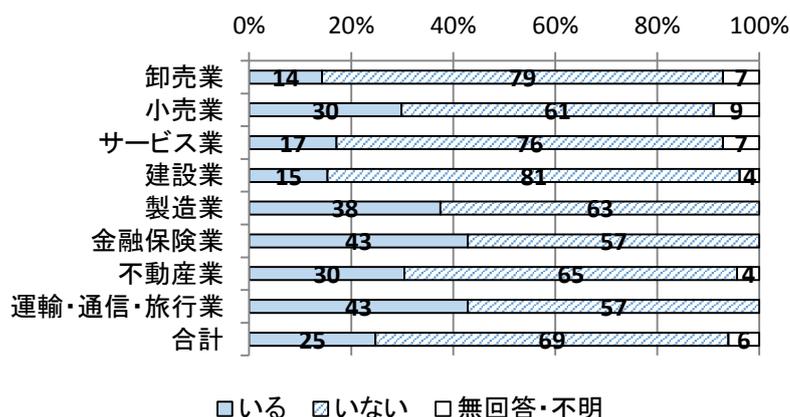
第1子出産後も勤務している従業員がいると答えたのは、57件(全体の25%)であった。業種別では、金融保険業と運輸・通信・旅行業で「いる」と答えた割合が4割を超えた。一方、卸売業、サービス業、建設業では、いると答えた割合が10%台にとどまった。

人数については、正規・非正規ともに、「1人」が多数を占めた。

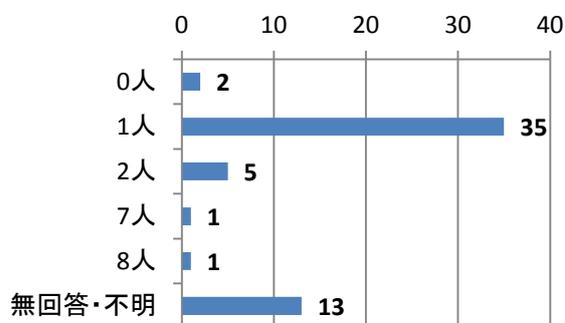
2-(1)-1 第1子出産後も勤務している女性従業員



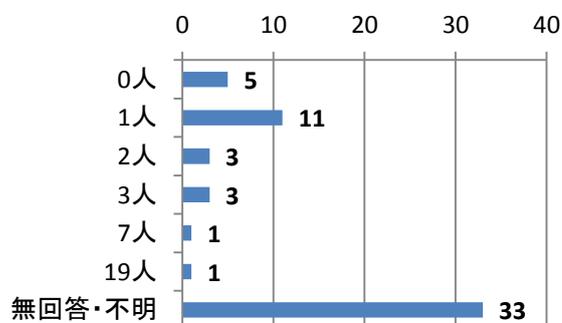
2-(1)-2 業種別



2-(2)-1 正規雇用 (件)



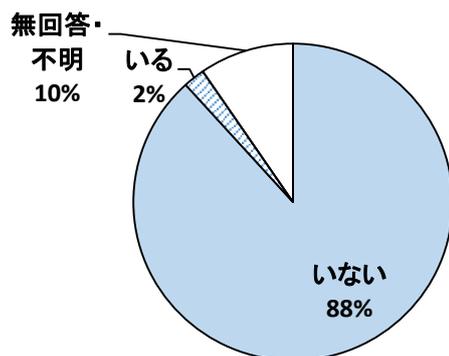
2-(2)-2 非正規雇用 (件)



## (2) 男性による育児休暇の申請

男性が平成 26 年度に育児休暇を取得した企業・事業者は、「いない」が 203 件で全体の 88%を占め、「いる」と答えたのは 5 件（全体の 2%）にとどまった。「いる」と答えた企業・事業者のうち、実際の取得者数の回答があったのは 1 件のみで、取得者数は 1 人であった。

### 2-(3) 育児休暇を取得した男性

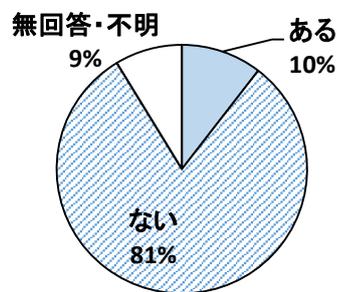


## (3) 子育てと仕事を両立させるための制度・措置

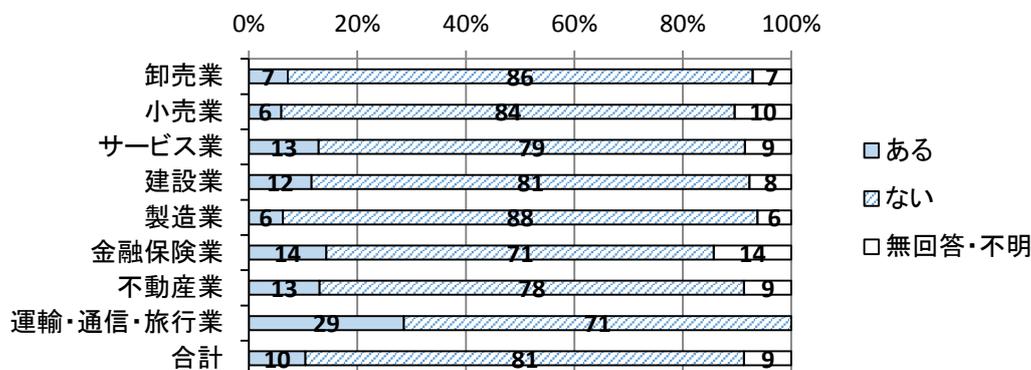
子育てと仕事を両立させるための制度・措置があると答えたのは、全体の 10%の 24 件であった。8 割の企業・事業者では、こうした支援策がないことが示された。

業種別では、サービス業、建設業、製造業、金融保険業、不動産業、運輸・通信・旅行業で「ある」が 10%を超え、特に運輸・通信・旅行業で最も「ある」の割合が高かった (28.6%)。一方、卸売業、小売業、建設業では、「ある」の割合が一桁にとどまった。

### 2-(4)-1 子育てと仕事を両立させるための制度・措置

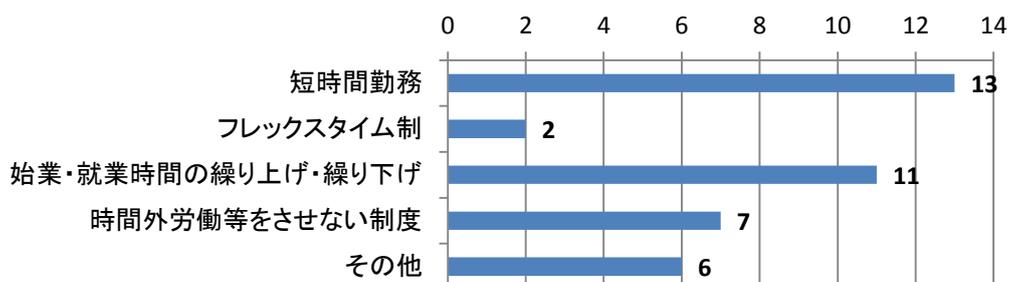


### 2-(4)-2 業種別



具体的な制度・措置については、「短時間勤務」「始業・就業時間の繰り上げ・繰り下げ」「時間外労働をさせない」が主たる回答であった。「その他」の内容についても「育児休暇」「休み・早退・遅刻」「時間の折り合いをつける」など、時間に関するものが大部分を占めた。

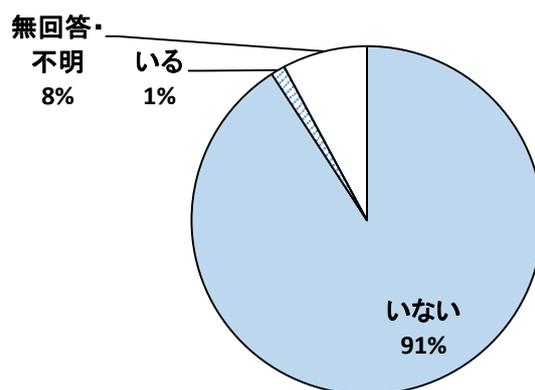
#### 2-(5) 制度・措置の内容（件）



#### (4) 看護や介護を理由とした退職

介護や看護を理由に平成 26 年度に退職した人が「いる」と回答したのは、全体の 1% の 3 件（小売業 2 件，運輸・通信・旅行業 1 件）であった。退職者数については 2 件の回答があり，どちらも退職者数は 1 人であった。

#### 2-(6) 介護・看護を理由とした退職者



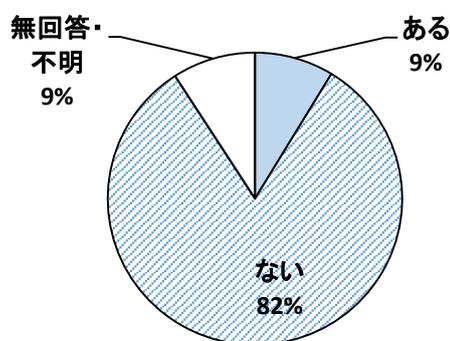
### (5) 看護や介護と仕事を両立させるための制度

看護や介護と仕事を両立させるための制度が「ある」と回答したのは、全体の 8.7%の 20 件であった。

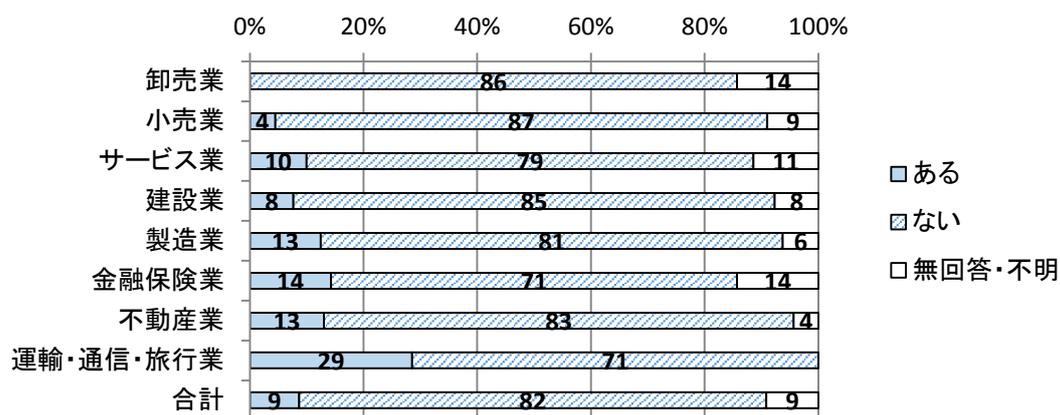
業種別にみると、サービス業が 35%で最多、次いで、小売業と不動産業がそれぞれ 15%を占めた。

具体的な制度・措置の内容では、「短時間勤務」が 12 件で最多となり、費用の補助は 0 件であった。「その他」の回答についても、「休暇制度」「早退・遅刻しやすい」など、勤務時間に関するものが大部分を占めた。

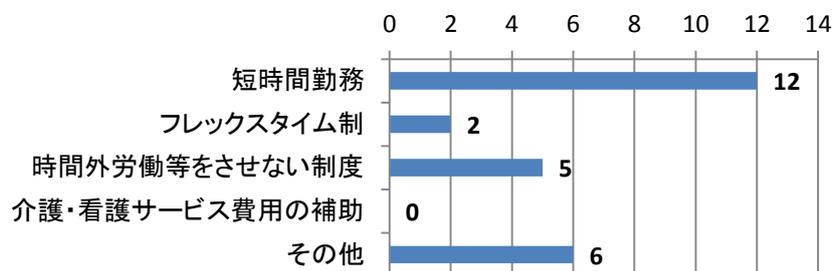
#### 2-(7)-1 介護や看護と仕事を両立させるための制度・措置



#### 2-(7)-2 業種別



#### 2-(8) 制度・措置の内容 (件)



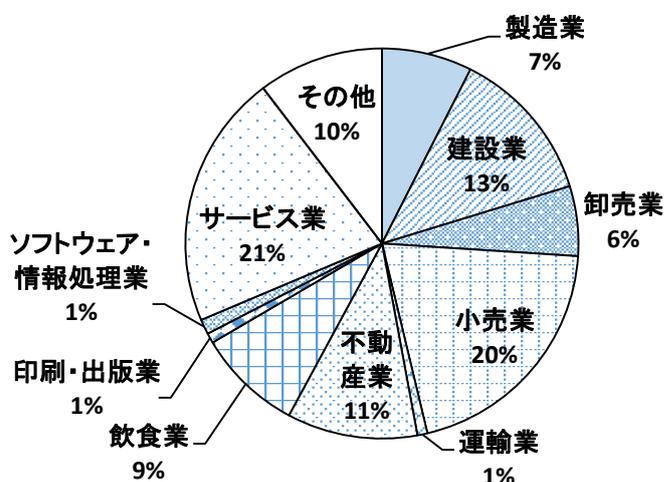
### 3. 業種・売上高

ここでは、現在最も注力している事業と売上高・営業利益に関する結果を示す。以下の図表が示すとおり、現在最も注力している事業は、小売業、サービス業、建設業、不動産業で全体の6割強を占めた。売上高では、昨年から減少したと答えた割合が全体の45%を占め、特に小売業、製造業、建設業ではその割合が5割を超えた。また、営業利益についても、卸売業・小売業では、「赤字」という回答が高い割合を占めており、これらの業種が厳しい経営環境に直面していることが示された。売上高拡大を阻害する要因については、「同業他社との競争激化」「市場ニーズの変化・多様化」「商圏の人口減少・人口構造の変化」が多くの回答を集めた。競合相手の増加や人口減による需要の減少、嗜好の多様化による需要の変化等が、売上に影響を与えていると推察される。

#### (1) 最も注力している事業

現在最も注力している事業については、サービス業が51件で最多となり、全体の21%を占めた。次いで、小売業が49件、建設業が31件、不動産業が26件と続く<sup>3</sup>。サービス業、小売業の割合が大きいのは、当調査において、これら業種へのサンプル割り当てが多かったためと考えられる。

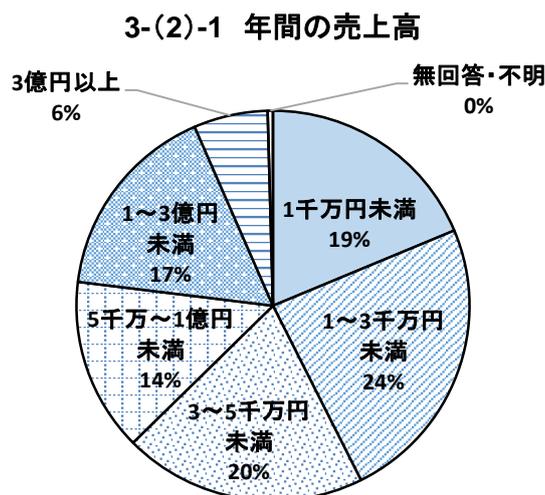
3-(1) 現在最も注力している事業



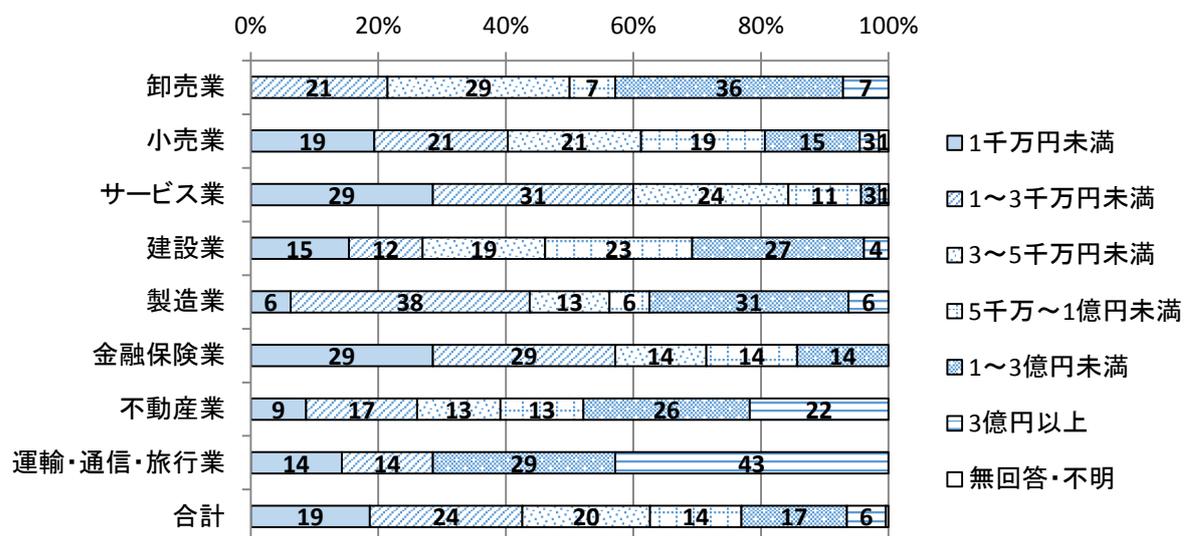
<sup>3</sup> この設問では複数回答を認めていなかったが、複数の事業を記入した回答が少数ながら存在した。それらについては、複数の事業に力を入れていると考え、記入された複数の事業をすべて分析に加えた。

## (2) 年間の売上高

多くの業種で売上高 5 千万円未満が 6 割近くを占めた。特にサービス業では、3 千万円未満が 6 割を占めた。一方、卸売業、建設業、運輸・通信・旅行業では、他業種よりも売上高のばらつきが大きくなっており、小規模企業・事業者の中でも、経営規模が異なることがうかがえる。



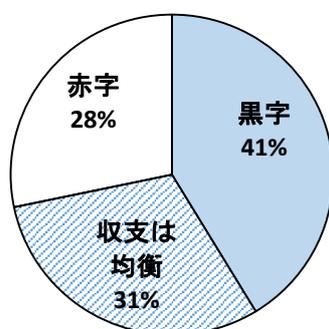
### 3-(2)-2 年間の売上高（業種別）



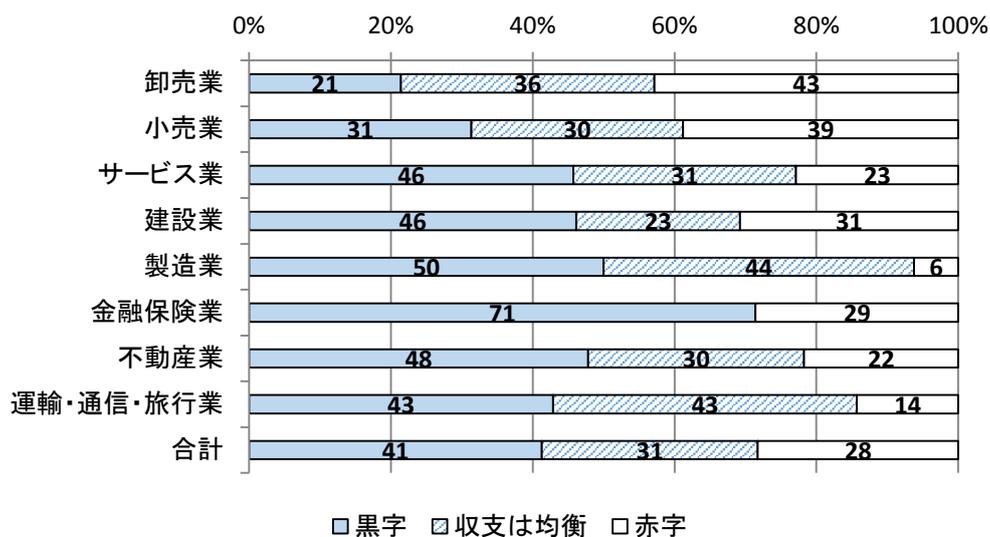
### (3) 今期の収益状況

今期の収益状況は、4割が黒字と答え、赤字と答えたのは全体の3割弱にとどまった。業種別にみると、金融保険業で黒字の割合が7割を超え、製造業では黒字が5割、サービス業、建設業、不動産業でも黒字が45%を超えた。対照的に、卸売業と小売業では黒字の割合がそれぞれ21%、31%と低い値となった。また、この二つの業種では、赤字の割合がそれぞれ43%、39%と最も高い水準になっており、厳しい経営状況がうかがえる。

#### 3-(3)-1 今期の収益状況 (経常利益)



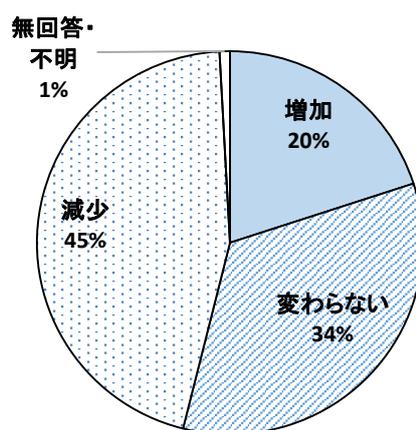
#### 3-(3)-2 今期の収益状況 (業種別)



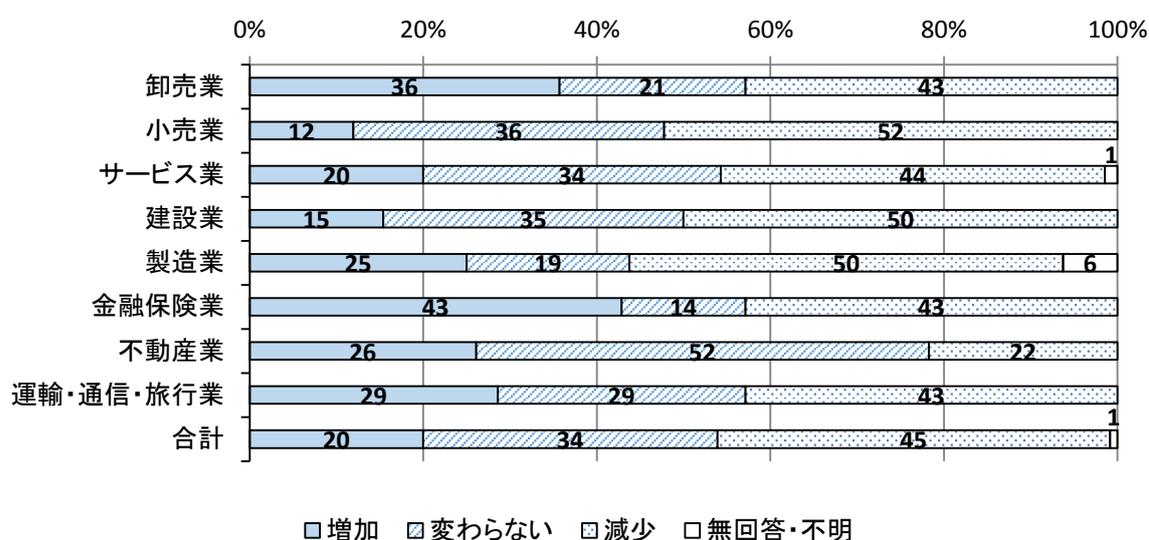
#### (4) 一年前と比べた売上げの変化

前年と比べて売上げが「増加」と回答したのは全体の20%であった。「変化なし」は34%、「減少」は45%であった。業種別では、「増加」の割合は金融保険業（43%）で最も高く、次に卸売業（36%）が続く。「減少」は小売業（52%）で最も高く、次いで製造業と建設業で高かった（ともに50%）。

3-(4)-(ア)-1 一年前と比べた売上高の変化

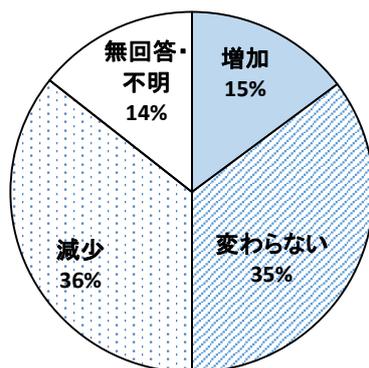


3-(4)-(ア)-2 一年前と比べた売上高の変化（業種別）

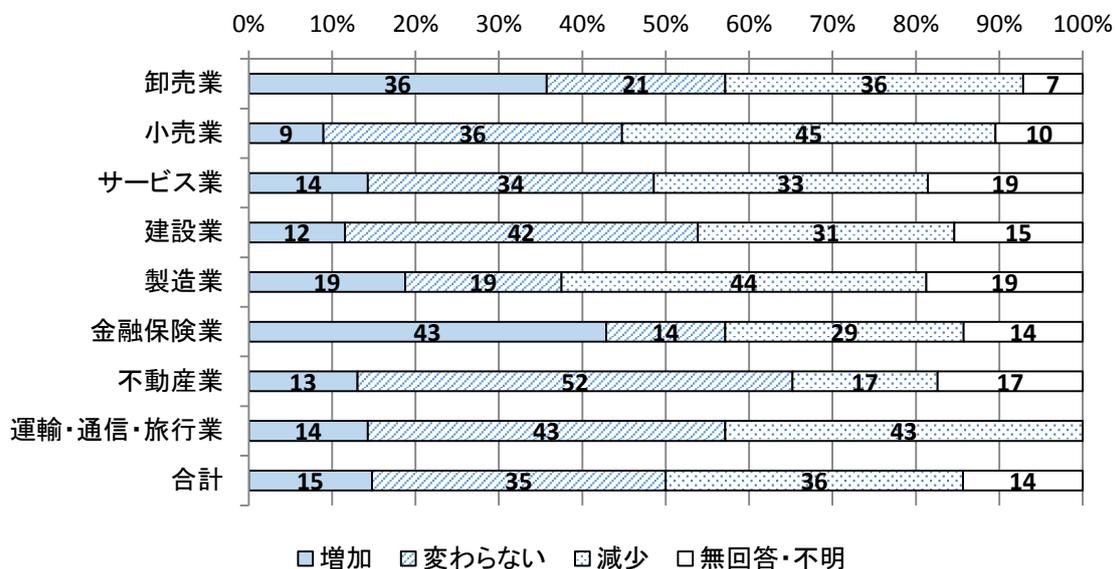


販売・受注件数を見ると、「減少」の割合は小売業（45%）で最も高く、次に製造業（44%）が続く。「増加」の割合は金融保険業（43%）で最も高く、次に卸売業（36%）が続く。

### 3-(4)-(イ)-1 一年前と比べた販売・受注数の変化

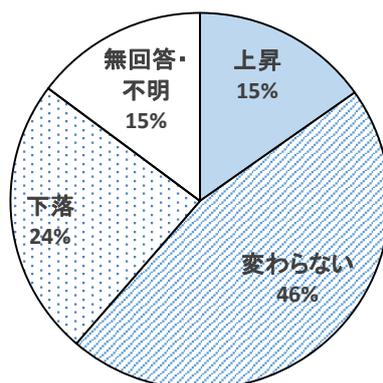


### 3-(4)-(イ)-2 一年前と比べた販売・受注数の変化（業種別）

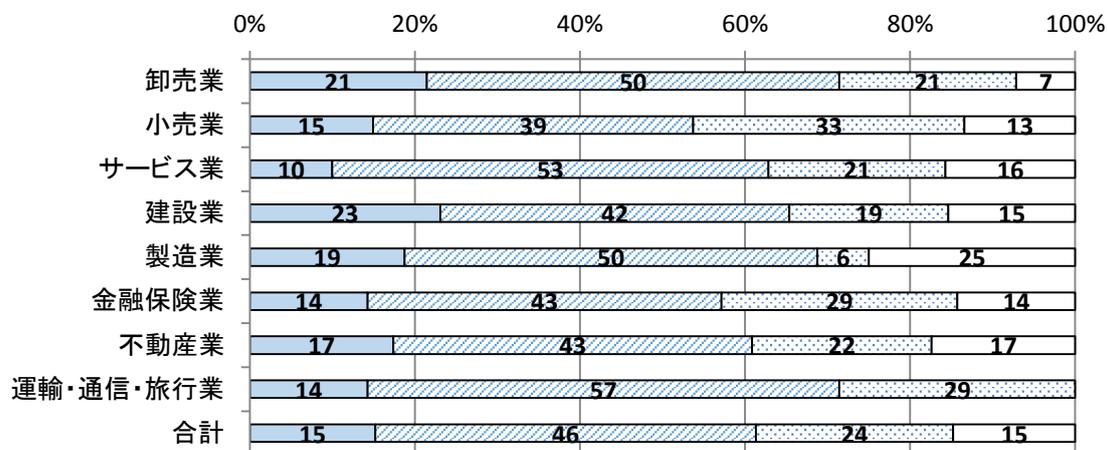


販売・受注単価では、「上昇」と回答した割合は建設業で最も高く 23%、次いで卸売業が 21%であった。「下落」と答えた割合は小売業が 33%で最も高く、次に金融保険業と運輸・通信・旅行業がともに 29%で続く。

### 3-(4)-(ウ)-1 一年前と比べた販売・受注単価の変化



### 3-(4)-(ウ)-2 一年前と比べた販売・受注単価の変化（業種別）



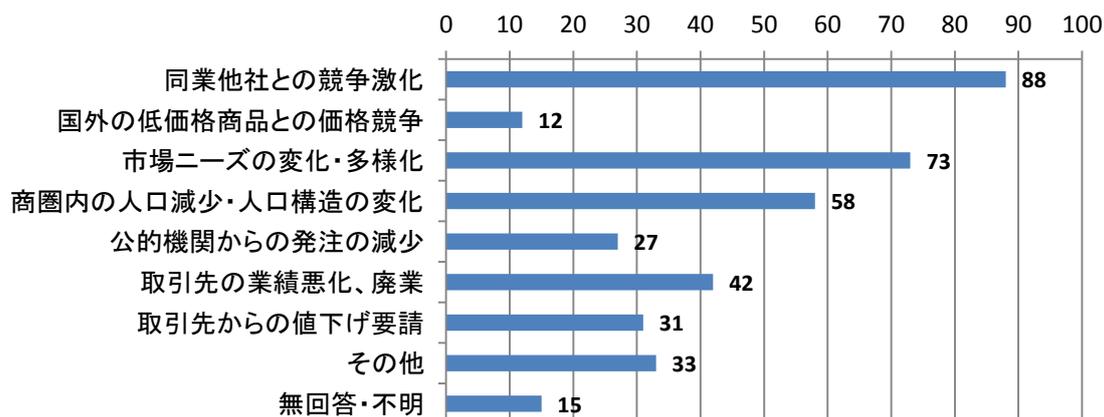
□ 上昇 □ 変わらない □ 下落 □ 無回答・不明

以上から、小売業は、販売件数と価格低下の両方の影響により売上げが減少していることが示された。製造業と建設業では、販売件数の減少が売上げ減少の主要因となっている。一方、金融保険業では、販売件数の増加が牽引し、売上高の増加につながっていると考えられる。

### (5) 売上げ拡大の阻害要因

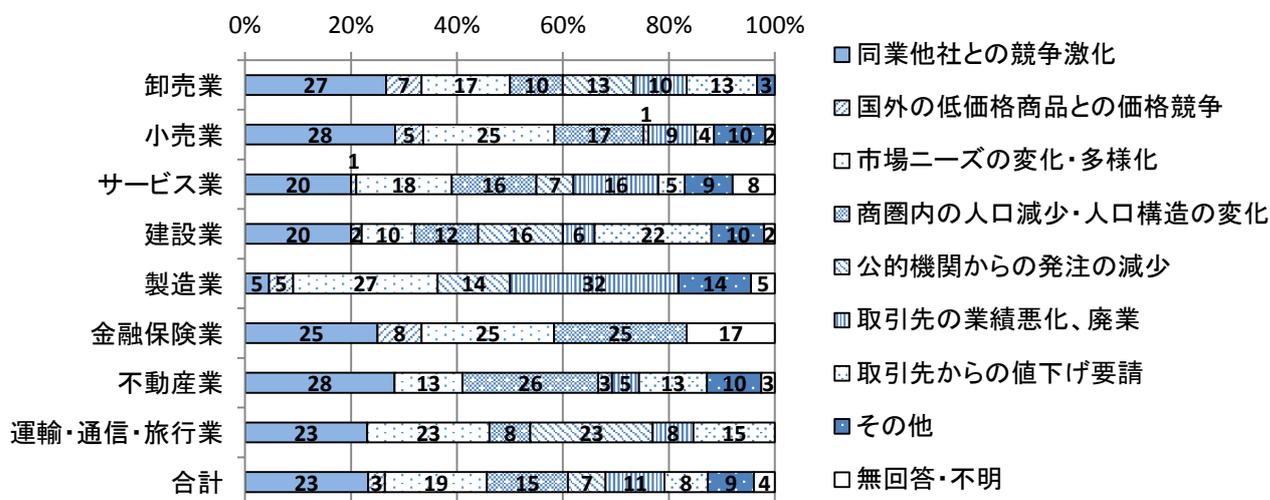
売上げ拡大を阻害している要因は、「同業他社との競争激化」が最も回答数が多く、次いで「市場ニーズの変化・多様化」「商圏の人口減少・人口構造の変化」が回答を集めた。「その他」の内容としては、「降雪量の減少」「消費増税」「円安」「原材料の高騰」「人材不足」などがみられた。

#### 3-(5)-1 売上拡大を阻害している外部環境（件）



業種別にみると、「同業他社との競争激化」が卸売業（27%）、小売業（28%）、サービス業（20%）、不動産業（28%）でトップとなった。建設業では「取引先からの値下げ要請」が22%と最も高い割合を占めた。製造業では「取引先の業績悪化、廃業」の32%が最も高い割合を占めた。金融保険業では「同業他社との競争激化」「市場ニーズの変化・多様化」「商圏内の人口減少・人口構造の変化」が各25%、運輸・通信・旅行業では「同業他社との競争激化」「市場ニーズの変化・多様化」「公的機関からの発注の減少」が各23%で高い割合となった。

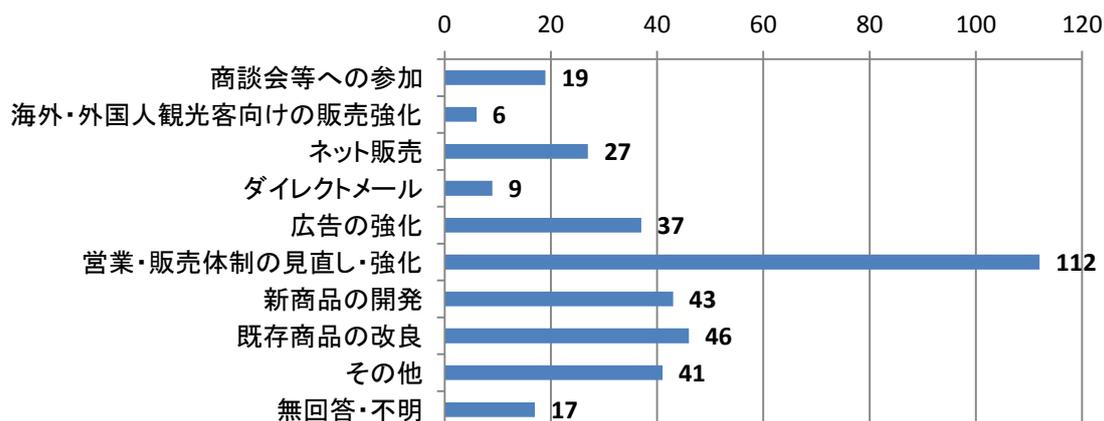
#### 3-(5)-2 売上拡大を阻害している外部環境（業種別）



## (6) 新規顧客獲得に向け取り組みたいこと

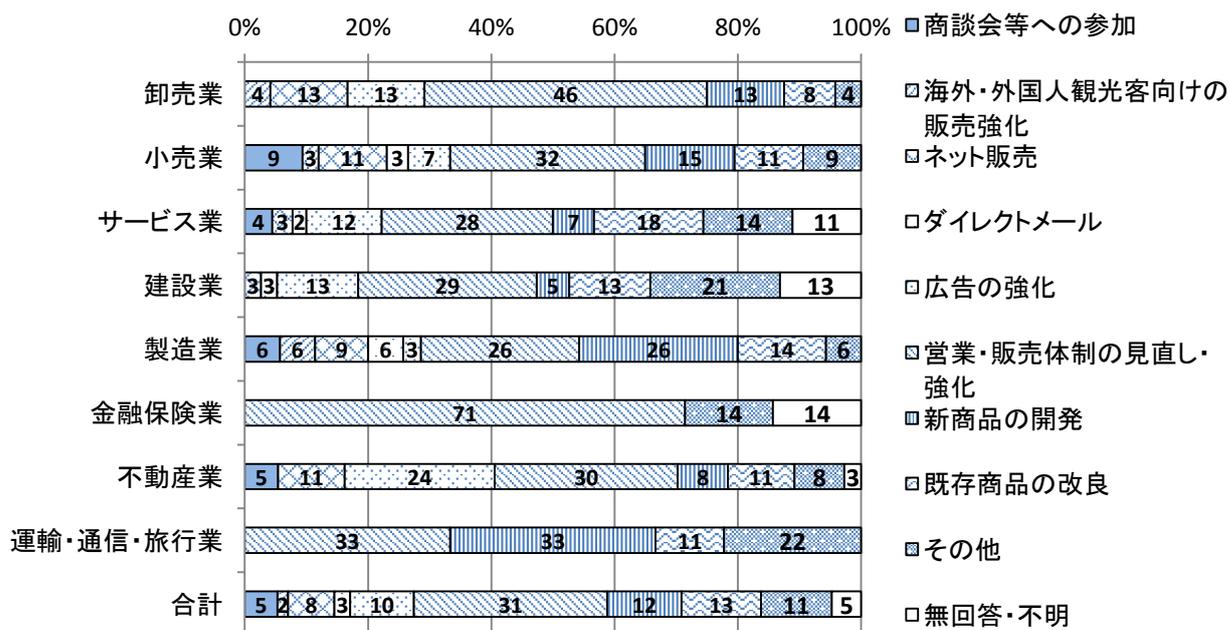
新規顧客獲得に向け取り組みたいことでは、「営業・販売体制の見直し・強化」が最も多い回答を得た。次いで、「新商品の開発」「既存商品の改良」が回答を集めた。「その他」の内容では、「特にない」という回答が多数みられた。また、「人材の育成」「廃業を予定している」といった回答もみられた。

### 3-(6)-1 新規顧客獲得に向け取り組みたいこと（件）



業種別にみると、「営業・販売体制の見直し・強化」が卸売業（46%）、小売業（32%）、サービス業（28%）、建設業（29%）、金融保険業（71%）、不動産業（30%）で最も高い割合を占めた。製造業と運輸・通信・旅行業では「営業・販売体制の見直し・強化」（製造業で26%、運輸・通信・旅行業で33%）に加え、「新商品の開発」も同じ割合を占めた。

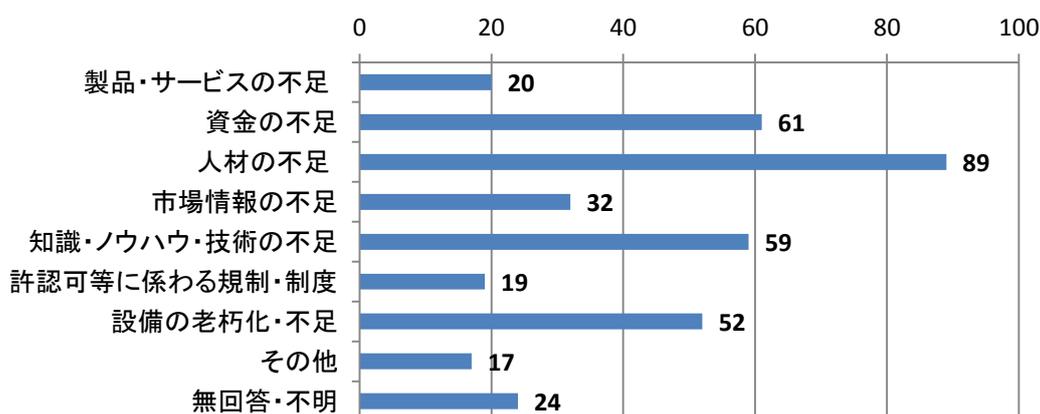
### 3-(6)-2 新規顧客獲得に向け取り組みたいこと(業種別)



### (7) 新規顧客獲得に取り組む上での課題

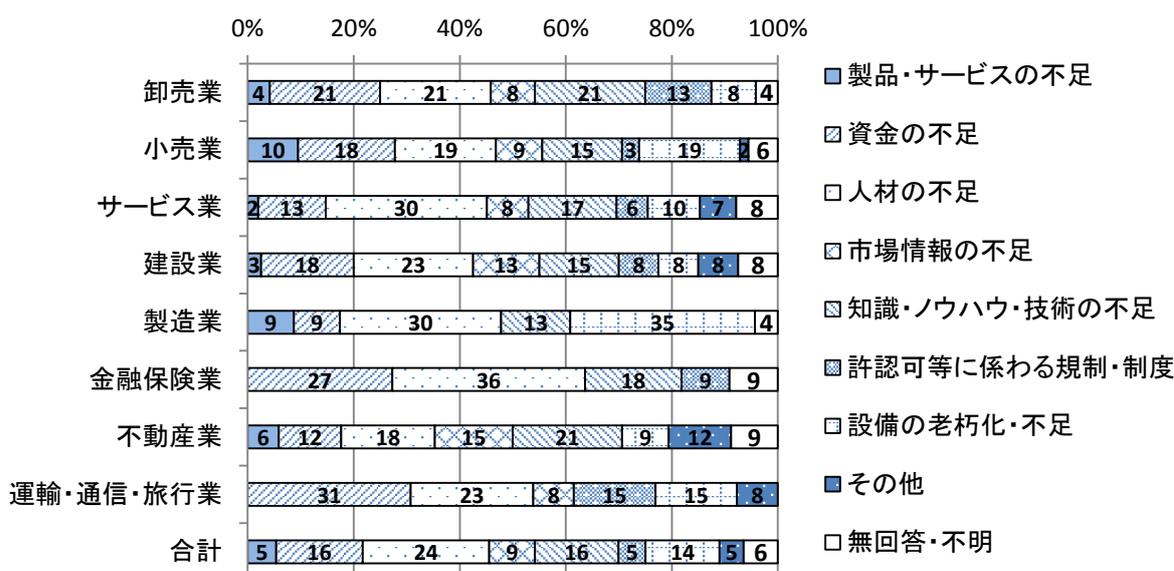
新規顧客獲得に取り組む上での課題については、「資金の不足」「人材の不足」「知識・ノウハウ・技術の不足」が多くの回答を集め、事業拡大の障害になっていることが明らかになった。「その他」の内容では、「現状で良い」「特にない」等の回答がみられた。

#### 3-(7)-1 新規顧客獲得に取り組む上での課題（件）



業種別に見ると、「人材の不足」がサービス業（30%）、建設業（23%）、金融保険業（36%）で最も多い回答を得た。卸売業では「人材の不足」に加え、「資金の不足」と「知識・ノウハウ・技術の不足」も同様の高い割合（各 21%）となった。小売業では「人材の不足」と「設備の老朽化・不足」が最も高い割合（各 19%）を占めた。運輸・通信・旅行業では「資金の不足」が 31%で最も高い割合を占めた。

#### 3-(7)-2 新規顧客獲得に取り組む上での課題（業種別）



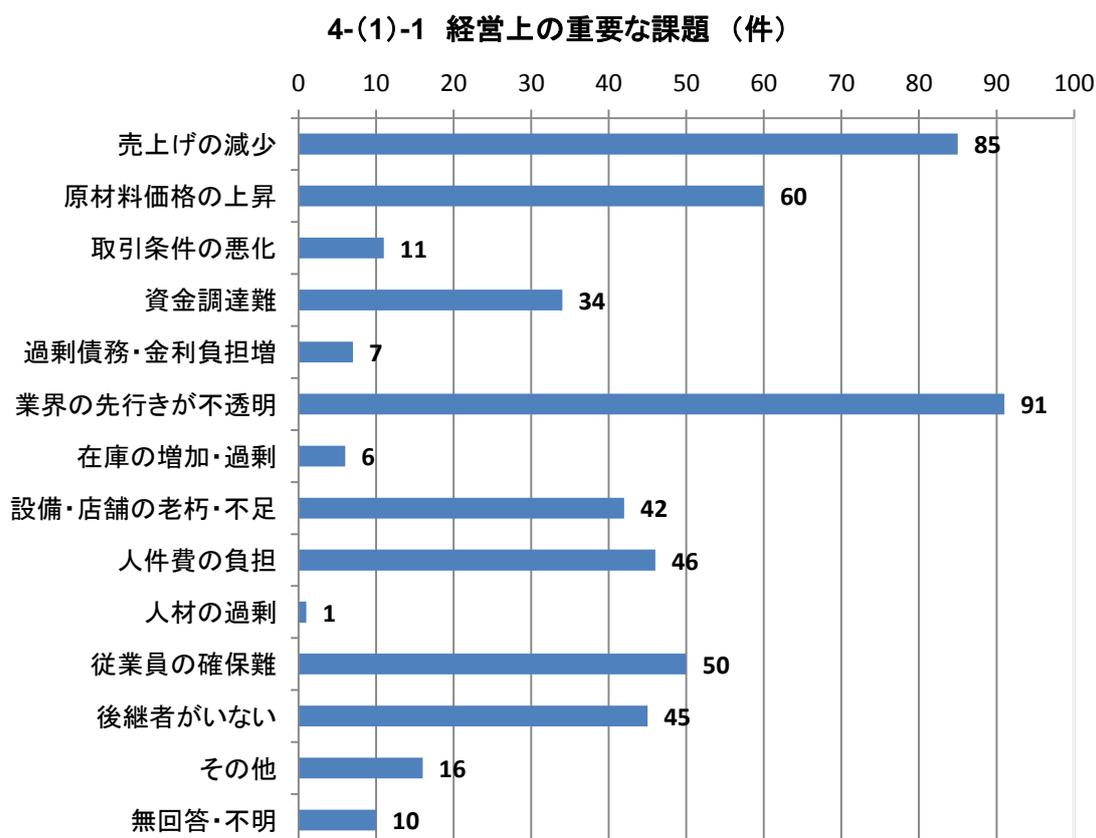
#### 4. 経営上の課題

この節では、経営上の課題を明らかにする。下記のとおり、「業界の先行きが不透明」が多くの業種で課題として挙げられた。また、「売上の減少」「原材料価格の上昇」も多くの企業・事業者にとって課題となっている。これらの結果は、売上げが減少する中、市場の動向が見通せず、有効な対応策を打てていない可能性を示している。

後継者不足については、適当な後継者が見つからないことが最大の要因であった。ただし、後継者については能力を重視しており、また、事業継承制度の利用についても4割が利用したいと回答している。適切なマッチング制度があれば、後継者不足を解消できる可能性がある。

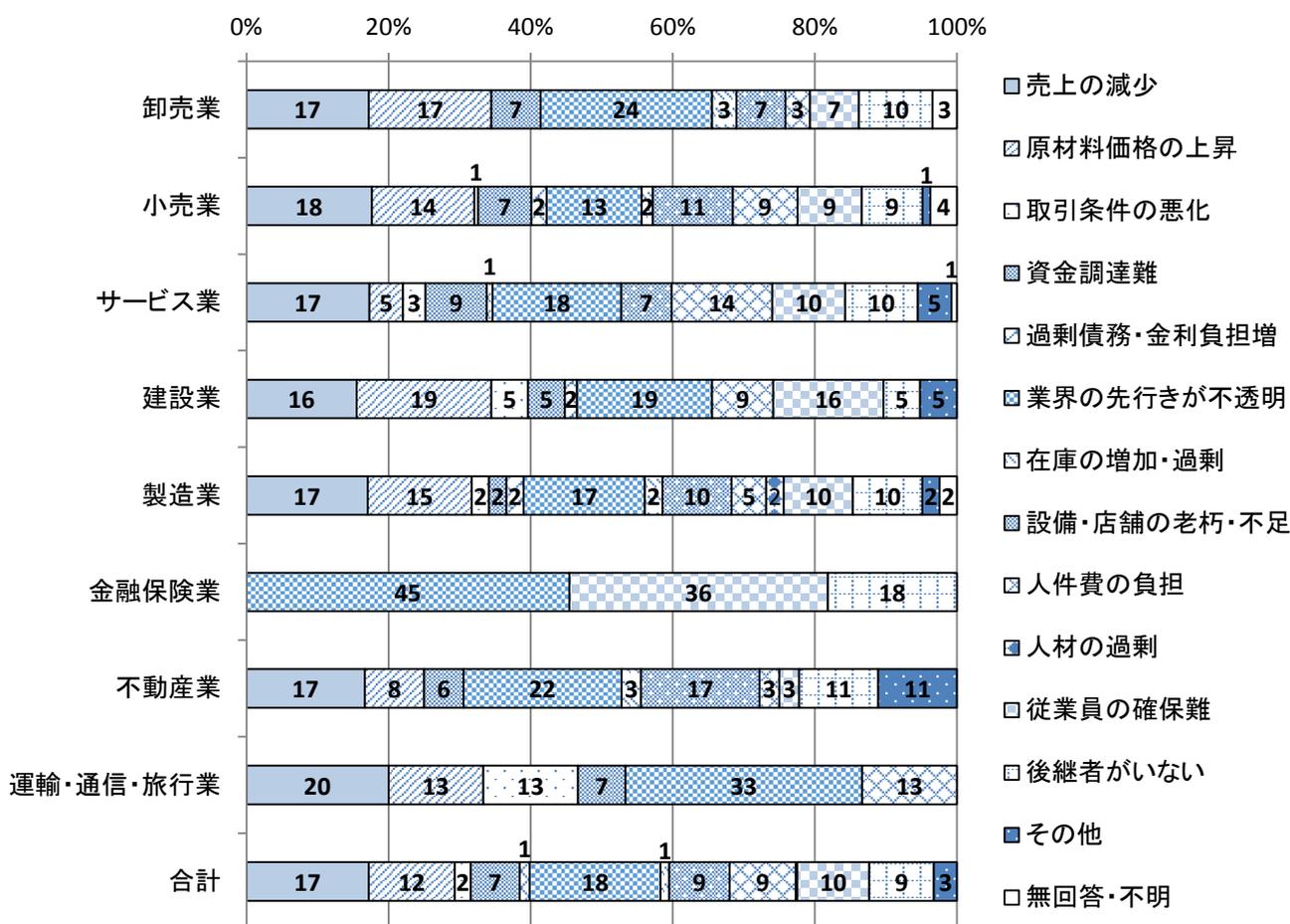
##### (1) 経営上の重要な課題

経営上の重要な課題では、「業界の先行きが不透明」「売上の減少」「原材料価格の上昇」が多くの回答を集めた。「その他」の内容では、「年齢・高齢化」という回答が複数あった他、「不況」「ランニングコストの増加」といった回答がみられた。



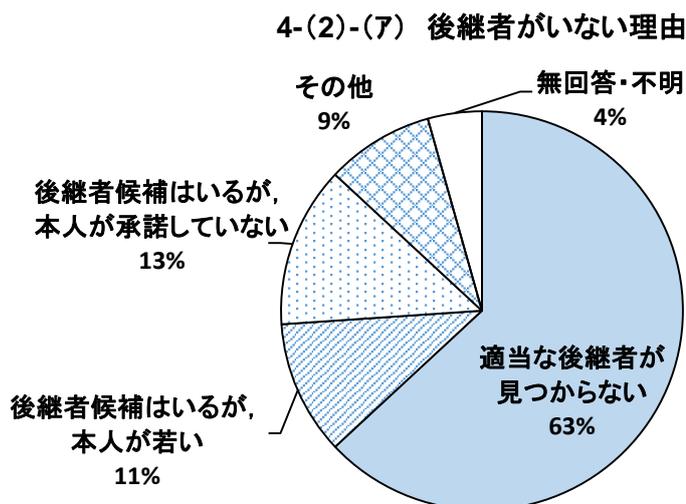
業種別にみると、「業界の先行きが不透明」が卸売業（24%）、サービス業（18%）、建設業（19%）、製造業（17%）、金融保険業（45%）、不動産業（22%）、運輸・通信・旅行業（33%）で最も高い割合を占めた。なお、建設業では「原材料価格の上昇」が、製造業では「売上の減少」が「業界の先行きが不透明」と同じ割合を占めた。小売業では、「売上の減少」が18%で最も高い割合を占めた。他の業種でトップだった「業界の先行きが不透明」は、小売業では13%にとどまった。

#### 4-(1)-2 経営上の重要な課題（業種別）

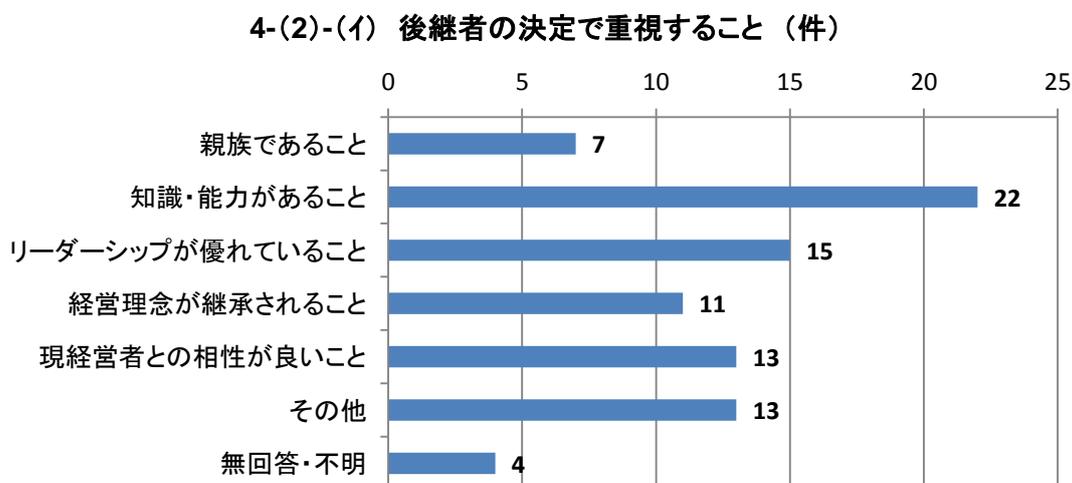


## (2) 後継者

経営上の課題として後継者の不在と回答したのは、全体で 45 件であった。この 45 の回答者について、後継者がいない理由を尋ねると、「適当な後継者が見つからない」が 29 件で、全回答の約 6 割を占めた。「その他」では、「なし」「一代限り」「先行きが不透明」といった回答がみられた。

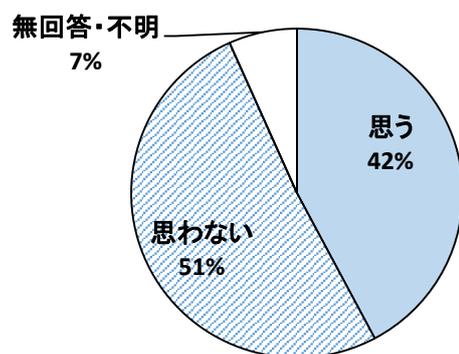


後継者決定において重視することとしては、「知識・能力があること」が最多の回答を得た。また、リーダーシップや現経営者との相性も多く个回答を集めた。一方で、「親族であること」は最も少ない回答数となった。「その他」の内容としては、「資格」「信頼関係」といった回答が挙げられた。



新規創業希望者への事業紹介・事業継承制度については、45の回答者のうち、19人が利用したいと回答した。

#### 4-(2)-(ウ) 事業紹介・事業継承制度を利用したいと思うか



## 5. 人材確保・育成

小規模企業の多くが人材確保の手段として従来からの「求人広告」や「ハローワーク」を利用している。一方で今後行なってみたい方法として、「インターネットの利用」や「地域教育機関との連携」に強い関心を示している。

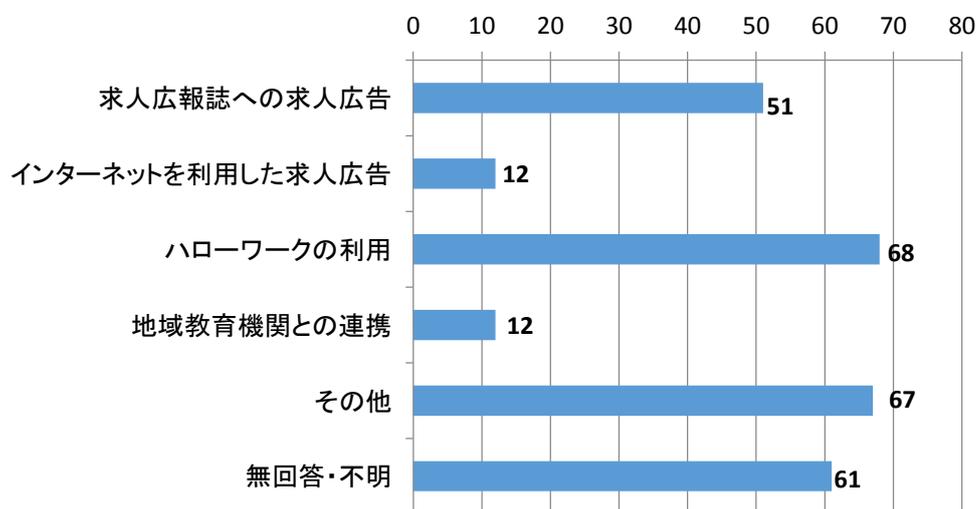
人材育成については、8割強の小規模企業が自社内において特別な人材育成プログラムを実施していないことが確認された。さらに8割以上の企業が旭川市にある中小企業大学の存在を知りながらも、人材育成のために大学が提供する講座などを利用・活用した企業は1割にも満たない。

したがって小規模企業の人材確保・育成に関する今後の課題として、地域教育機関や訓練機関（中小企業大学校）と連携した地域的な人材確保・育成制度の確立が必要である。

### (1) 人材確保の手段

人材確保の手段として多くの小規模企業が「求人広告」や「ハローワーク」の利用という従来からの手段に依存している一方で、近年重要性が増しつつある「インターネットによる広告」や「地域教育機関との連携」を通して人材を確保しようとする企業が極めて少ない。「その他」として「知人紹介」や「縁故」という回答があったが、特に何もしていないという回答も目立った。

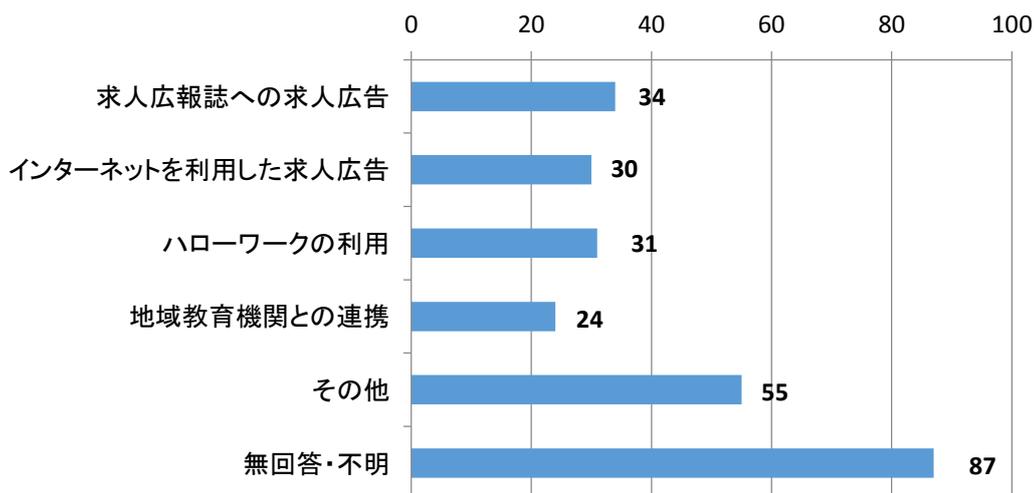
5-(1) 人材確保の手段（件）



## (2) 人材確保のために利用したい手段

人材確保のために今後行なってみたい手段として、(1)で回答数が少なかったインターネットによる求人や地域教育機関との連携に関心を示す企業が顕著に伸びた。「その他」として高齢技術者との交流という回答もあったが、「特に必要なし」や「何もしていない」という記述が多くあった。最後に、「無回答・不明」の多さが顕著である。

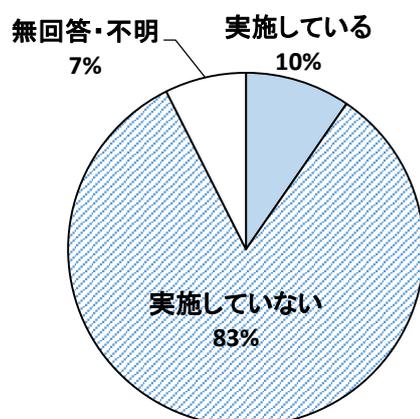
5-(2) 今後の人材確保のために利用したい手段（件）



## (3) 社員の人材育成プログラムの実施

企業が独自で社員の人材育成プログラムを実施しているかどうかという質問に対して8割強の企業が実施していないと回答した。一方で人材育成プログラムを実施している企業は、業界団体や関連協会が実施する社外研修への参加や、資格取得、社内勉強会や指導などを通して人材育成を行なっている。

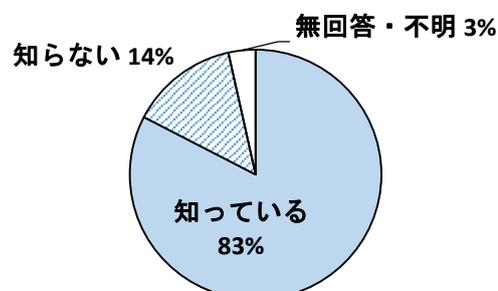
5-(3) 社内人材育成プログラムの実施



#### (4) 中小企業大学校（旭川校）の認知度

8割強の企業が中小企業大学校（旭川校）の存在を知っている。

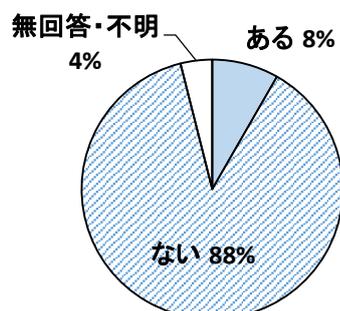
##### 5-(4) 中小企業大学校の認知度



#### (5) 中小企業大学校の講座の利用

8割以上の企業が中小企業大学校の存在を知っているが、その講座を利用したことがある企業は1割にも満たない。

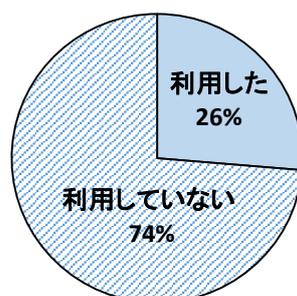
##### 5-(5) 中小企業大学校の利用



#### (6) 中小企業大学校の講座利用に際する市の助成金の利用

中小企業大学校の講座を利用する際に市の助成金を受けられるが、講座を利用したことのある企業のうち助成金を利用したことがある企業は約3割弱である。

##### 5-(6) 中小企業大学校利用支援制度



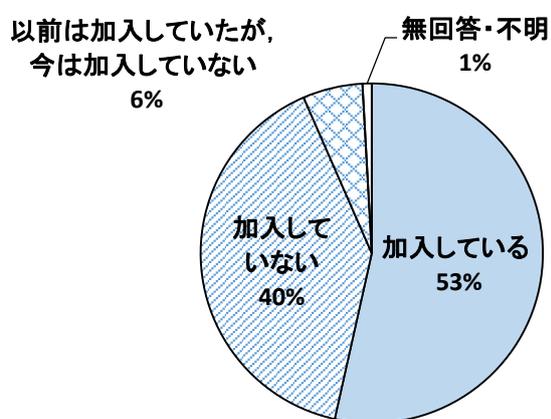
## 6. 他の地域事業者とのつながり

小規模企業における地域事業者同士のつながりについて、本調査は商店街や同業者組合への加入について調査した。その結果、およそ半数の企業が商店街や同業者組合に加入しており、そこではイベントや講習会・セミナーが主に実施されている。しかし残りの半数近くの企業が加入するメリットを見つけだすことができないなどの理由から未加入・脱退している。

### (1) 商店街，同業者組合への加入

調査回答企業のうち半数をわずかに上回る企業が商店街や同業者組合に加入している。

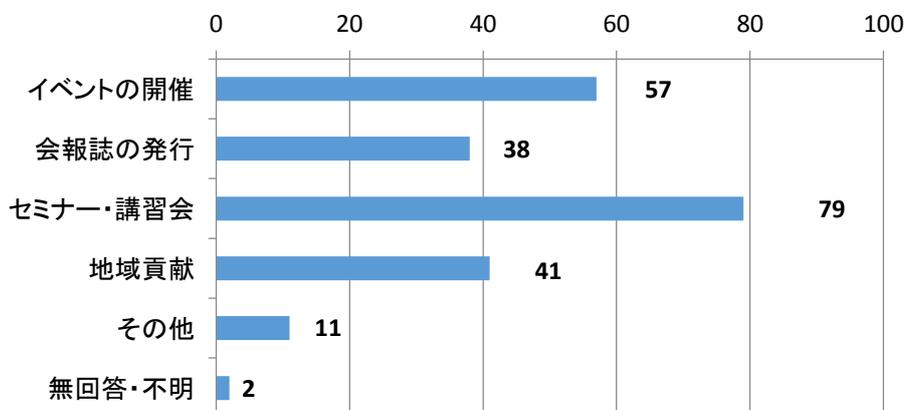
#### 6-(1) 商店街，同業者組合への加入



### (2) 商店街，同業者組合の活動内容

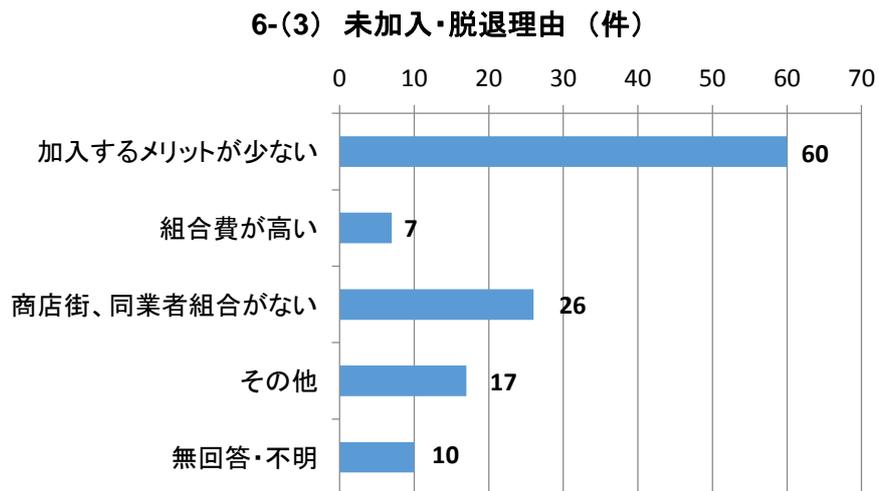
商店街，同業者組合ではイベントの開催やセミナー・講習会の実施が主な活動内容であり，企業はそこに加入のメリットを見出している。

#### 6-(2) 商店街，同業者組合の活動（件）



### (3) 商店街、同業者組合の未加入・脱退理由

調査回答企業のうち未加入・脱退した企業は 46%を占めるが、その主な理由は「加入するメリットが少ない」という意見が多かった。その他として、トラブルによる脱退や道外業務が多いために加入していないという意見があった。



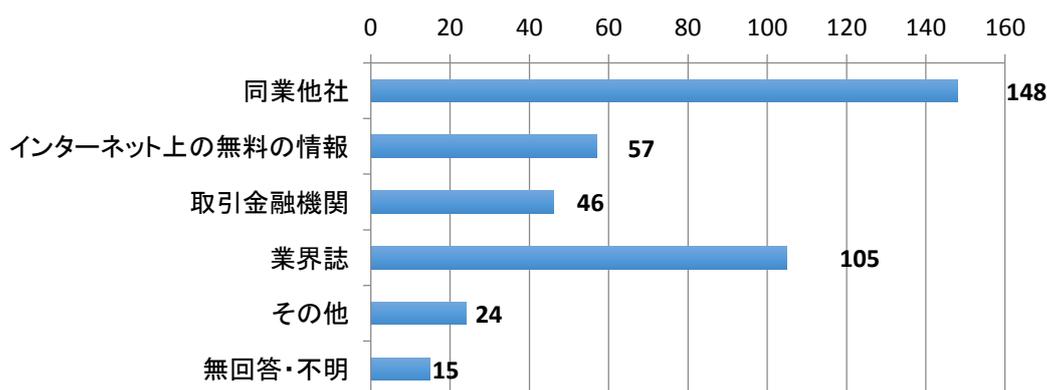
## 7. 経営情報・外部支援

小規模企業が直面する経営上の問題を「情報入手の満足度」と「外部支援の必要性」から明らかにする。市場動向など経営情報の主な情報源は同業他社や業界誌を通して入手しているが、入手情報に関して満足している企業とそうでない企業はおよそ半々であるが、満足していない企業が若干多くなった。また多くの小規模企業が「管理・会計」「宣伝・広告」の分野で外部支援を必要としており、企業はこれらの分野で経営上の問題に直面している、あるいは直面することを懸念している。

### (1) 市場の動向など経営に関する情報源

企業は市場動向や経営に関する情報を主に「同業他社」から入手している。その次に多い手段が「業界誌」である。その他の情報源として「経営コンサルタント」や「社外のセミナー・研修等」、「取引先」が挙げられている。

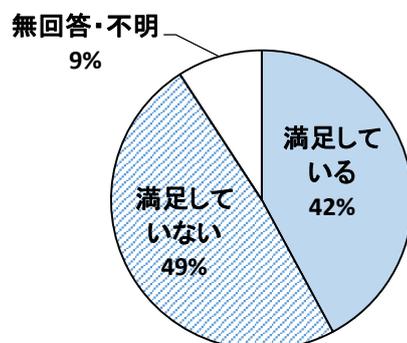
7-(1) 経営に関する情報源（件）



### (2) 入手情報に関する満足度

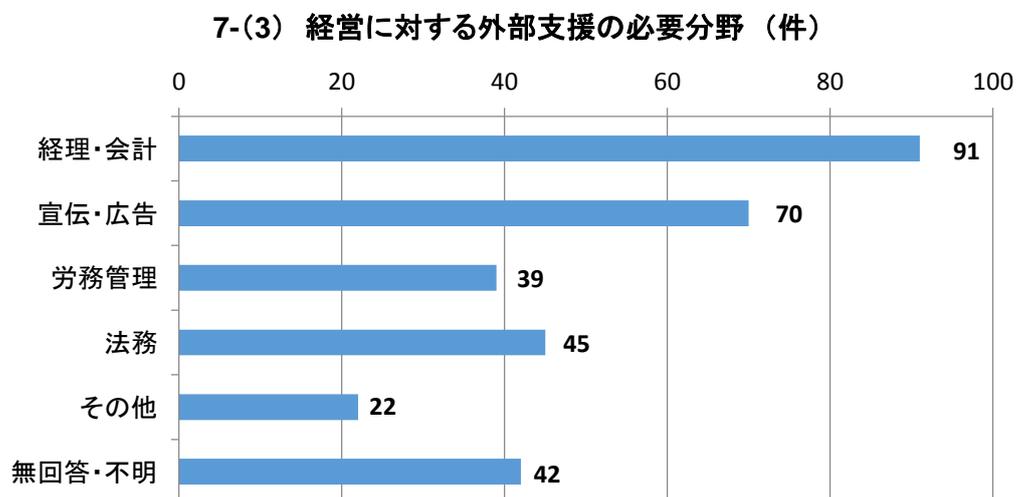
経営に関する入手情報について約半数の企業が満足しておらず、「満足していない」と回答した企業は「満足している」企業よりも多い。

7-(2) 入手情報に関する満足度



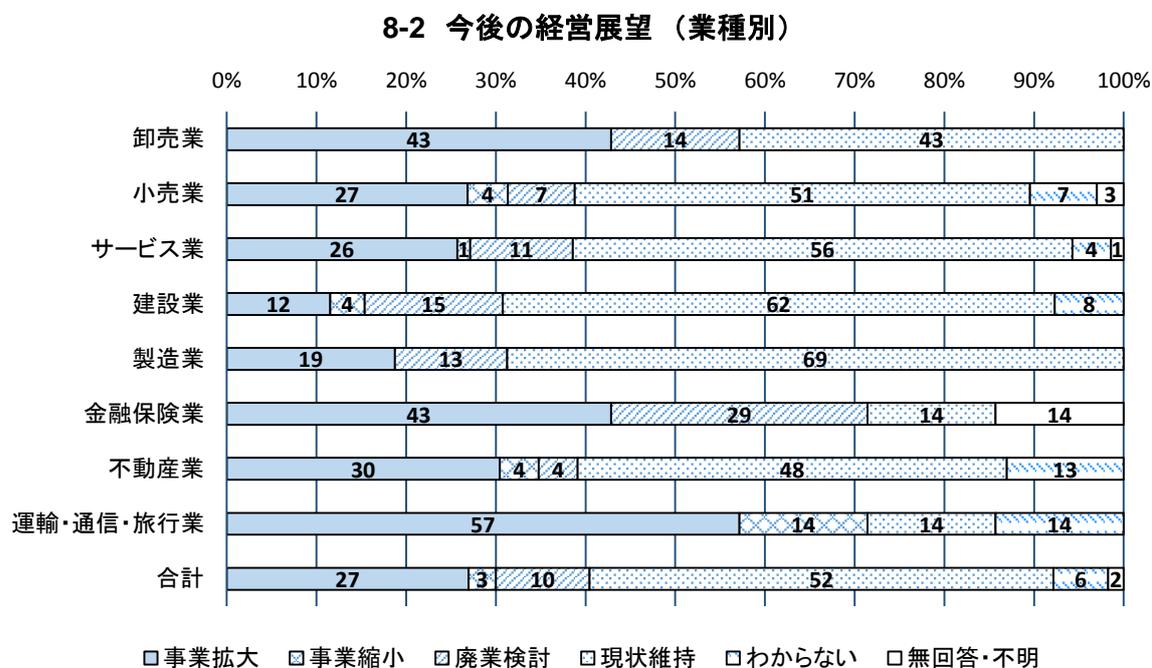
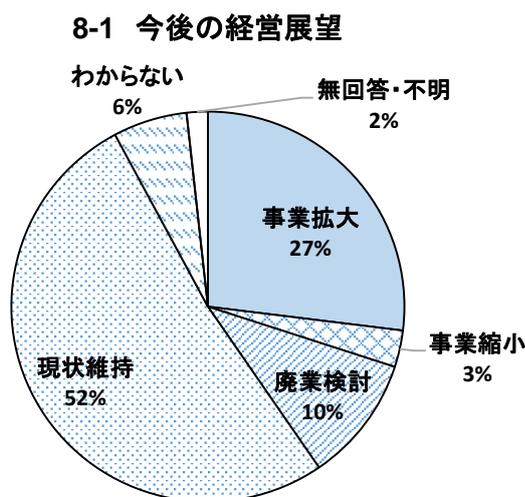
### (3) 経営に関する外部支援が最も必要な分野

小規模企業は「経理・会計」分野で最も外部支援を必要とし、次に「宣伝・効果」分野が多い。また、「無回答・不明」の企業が42件あった。



## 8. 今後の事業展望

今後の展望について回答企業（「無回答・不明」4社を除く226社）のうち「事業拡大」が27%（62社）、「事業縮小」が3%（7社）、「廃業検討」が10%（24社）、「現状維持」が52%（119社）、「わからない」が6%（14社）であった<sup>4</sup>。半数以上の企業が現状維持と答え、事業拡大を考える企業は3割にも満たなかった。業種別にみると「卸売業」、「小売業」、「サービス業」において活動する企業に事業拡大の意欲が強い。



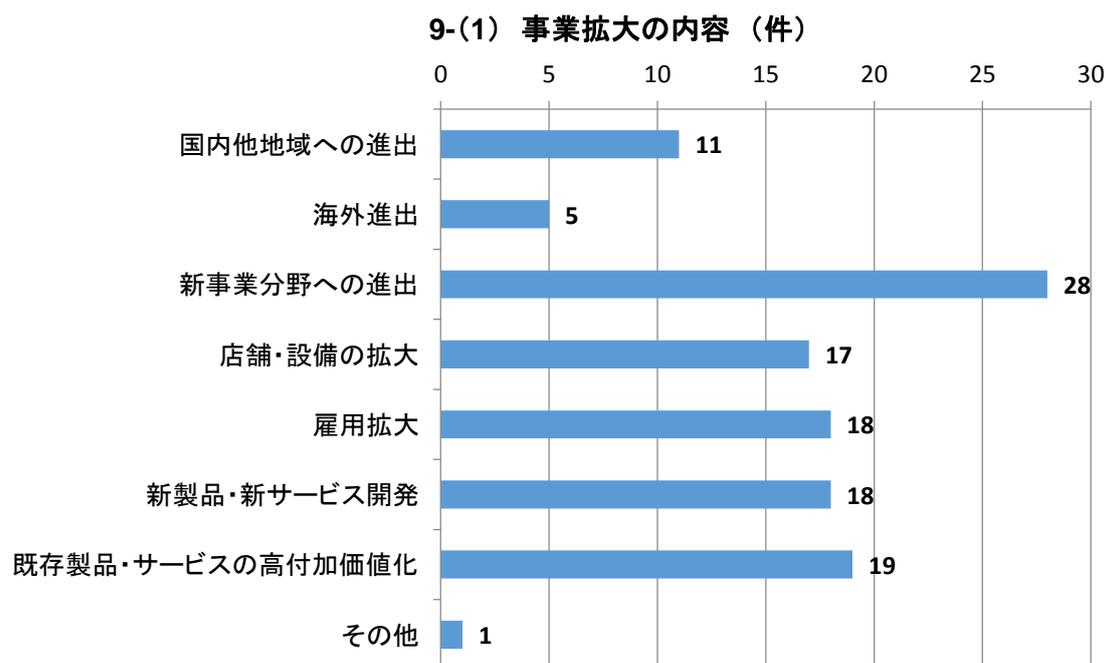
<sup>4</sup> 複数回答が3社、無回答が1社。

## 9. 事業の拡大・新事業（「8」で「事業拡大」を選択した企業）

事業拡大を目指す企業の具体的戦略は多岐に渡るが、最も多かったのが「新事業分野への進出」であった。進出分野に関しては各企業の「既存技術やノウハウを活かせる」分野への進出や「社会的課題の解決」を考慮して決定する傾向が強い。そして「新製品・サービスの開発」や「既存製品・サービスの高付加価値化」を考えている企業に対しては、「資金的支援」の実施がそれを促進する可能性がある。さらにこうした企業は旭川の特色を生かした製品・サービスのものづくりやブランド化にも関心を示す傾向がある。しかし全体的に多くの企業が今後の事業拡大に向けて「資金不足」と「人材不足」の問題を抱えているのが現状である。

### (1) 事業拡大の具体的戦略

事業拡大の戦略として「新事業分野への進出」を考える企業が顕著に多い。その他では「海外進出」以外、同じような回答数が見られる。



### (2) 国内・外進出先

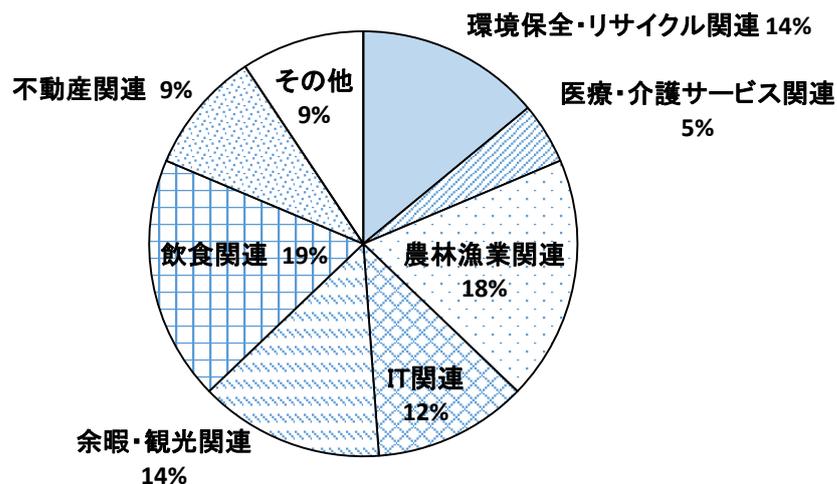
(1)で「国内他地域への進出」「海外進出」を回答した企業はその具体的な進出先として、国内では本州全域、首都圏・関東、東北を考え、道内では道内全域や札幌、ニセコという回答が得られた。海外進出先としてはアメリカやアジア諸国（中国、タイ、ベトナム）、そしてイスラム圏以外の国という回答があった。

### (3) 新事業

#### (ア) 新事業の進出分野

事業拡大として新事業分野進出を考えている企業が具体的にどのような分野をあげているのか見ると、「農林漁業関連分野」や「飲食関連分野」が他に比べて若干多いが、進出先分野は多岐に渡る。

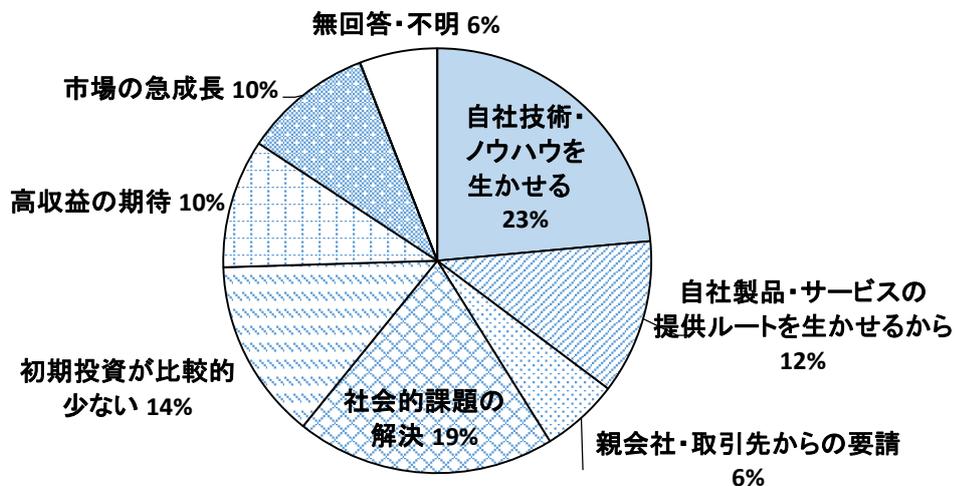
9-(3)-(7) 新事業進出分野



#### (イ) 新事業分野の選択理由

新事業進出分野の選択理由として企業は「既存の自社技術・ノウハウ」を利用できる分野に進出を考える傾向が強い。また「社会的課題の解決」を考慮に入れて進出分野を選択するという企業も多かった。その他の理由に関しては同じような回答数を示しており、選択理由はそれぞれの企業の間で多岐に渡る。

9-(3)-(1) 新事業分野の選択理由



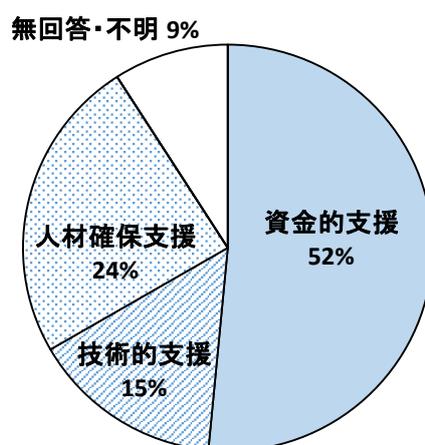
#### (4) 新製品・サービスの開発, 既存製品・サービスの高付加価値化

(9-(1)で「新製品・サービスの開発」あるいは「既存製品・サービスの高付加価値化」を選択した企業が対象)

##### (ア) 新製品・サービス等の開発や製品・サービスの高付加価値化に必要な支援

5割強の企業が資金に関する支援を必要としていることが顕著に示されている。

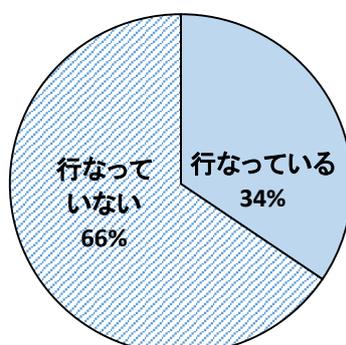
#### 9-(4)-(ア) 商品・サービスの開発や高付加価値化に必要な支援



##### (イ) 旭川の特徴を生かしたものづくり（製品・サービス）の実施

事業拡大を考えている企業のなかで旭川の特徴を生かしたものづくりを行なっている企業は約3割しか存在しない。

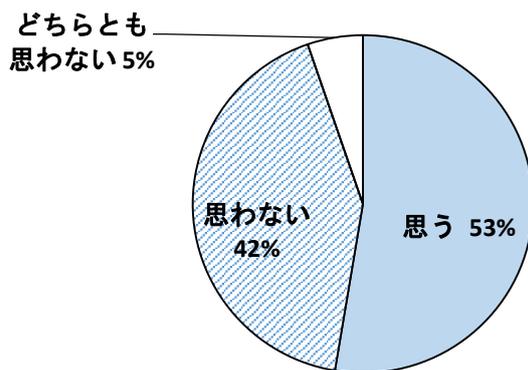
#### 9-(4)-(イ) 旭川の特徴を生かしたものづくりの実施



#### (ウ) 旭川の特徴を生かしたものづくりへの関心

事業拡大に向けて約半数の企業が旭川の特徴を活かしたのものづくりに関心を示しているが、そうでない企業も約4割あることがわかる。

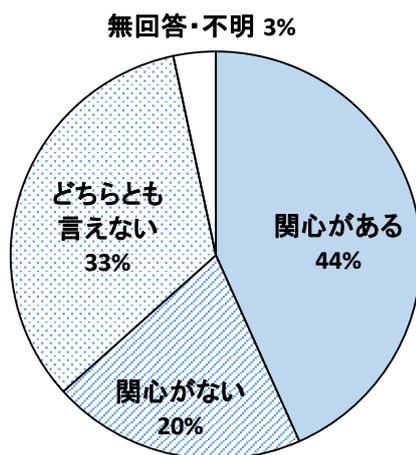
##### 9-(4)-(ウ) 旭川の特徴を活かしたものづくりをしたいか



#### (エ) 商品の「旭川ブランド化」への関心

商品の旭川ブランド化への関心が高いことが分かる。しかし、「どちらとも言えない」という回答率が33%もある。

##### 9-(4)-(エ) 旭川ブランド化への関心



### (オ) 旭川ブランド化へのアイデア

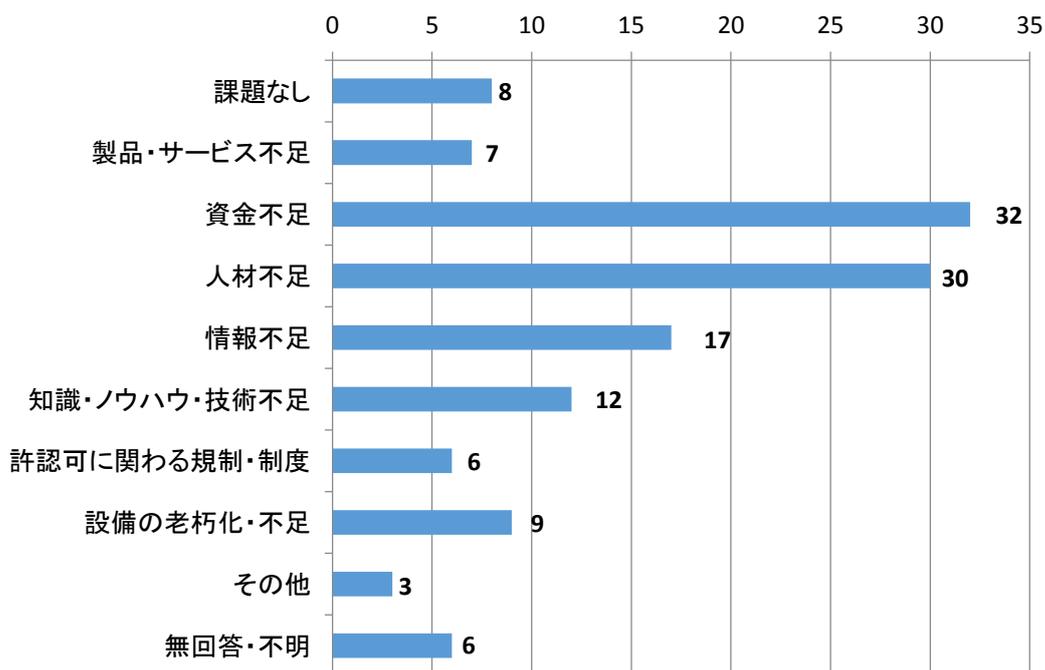
「旭川ブランド化」の具体的なアイデアとして、以下のような項目が挙げられた。

- ・ 日本最極寒の地で支持される寝具
- ・ 委員会による旭川ブランド商品の認定
- ・ 都心でのセレクトショップの開設
- ・ 一般客および国内外のバイヤーとの商談
- ・ 商品の地域ブランド化の成功のための街の魅力度の向上
- ・ 地域資源を生かした商品作り。大雪山小溪水，新鮮で安い野菜（特にトマト），雪冷蔵根野菜，木製品など

### (5) 事業拡大への課題

事業拡大に向けて直面している（想定される）課題として顕著に多いのが「資金不足」と「人材不足」である。多くの企業がヒトとカネの問題で事業拡大に制約がかかっている。

9-(5) 事業拡大に向けての課題（件）

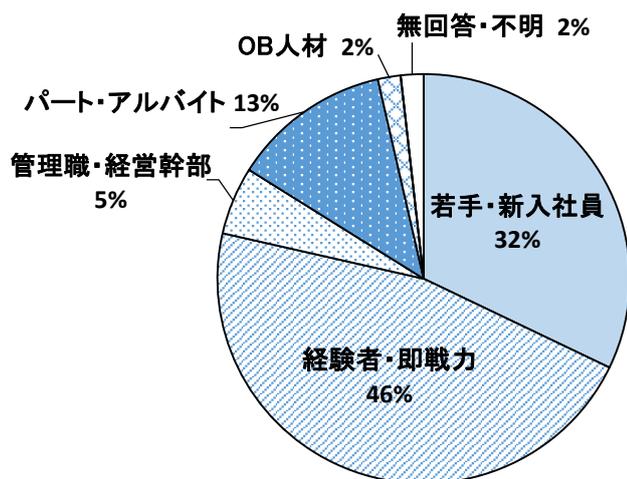


## (6) 不足人材

### (ア) 今後確保したい人材

事業拡大に向けて人材不足を課題とあげている企業が今後、重要人材として確保したいと考えている人材は技術やノウハウを既に身につけている「即戦力」として期待できる「経験者」である。その次に将来を担う「新入社員・若手社員」が32%を占めている。

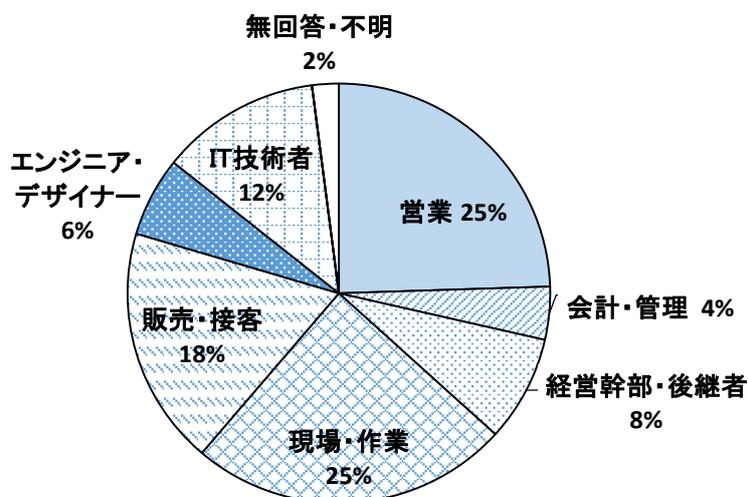
#### 9-(6)-(ア) 事業拡大に向けてどんな人材を補いたい



### (イ) 人材不足の分野

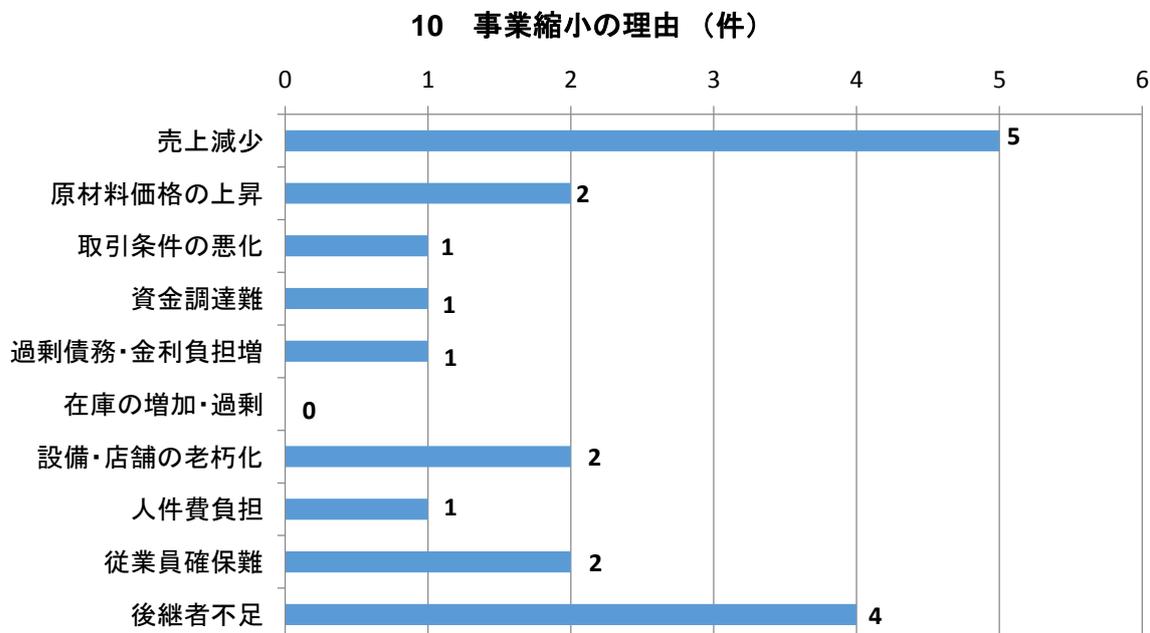
事業拡大に向けて「営業」「現場・作業」分野において人材が不足していると企業は感じている。

#### 9-(6)-(イ) 事業拡大に向けて人材不足の分野



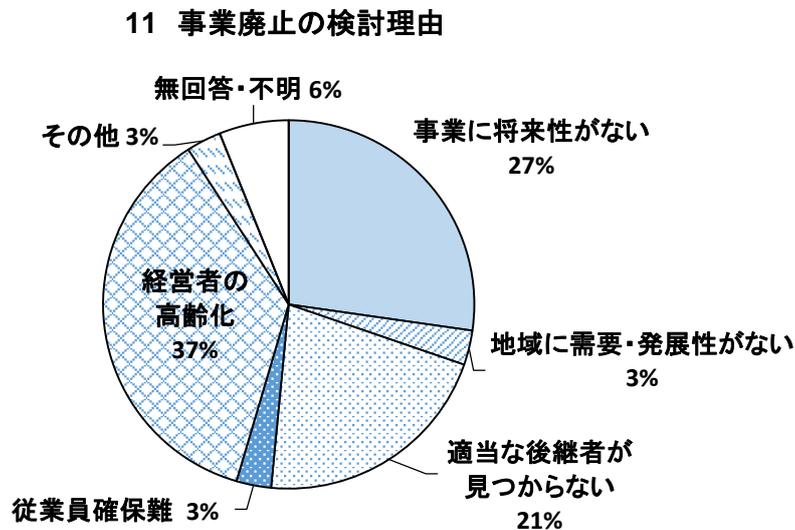
## 10. 事業の縮小（「8」で「事業縮小」を選択した企業）

事業縮小を考えている企業の理由として「売上減少」が一番多い回答であったが、「後継者不足」に悩む小規模企業が多いのが特徴的である。



## 11. 事業の廃止（「8」で「事業廃止の検討」を選択した企業）

事業廃止を検討している企業の理由として「経営者の高齢化」が最も多く、関連して「適当な後継者が見つからない」という回答が3番目に多く、大多数の小規模企業が後継者不足問題に直面している。その他に「事業に将来性がない」という理由が2番目に多かった。

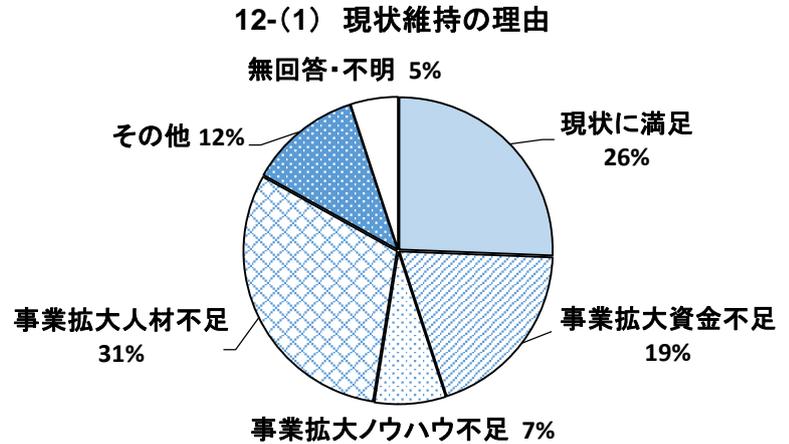


## 12. 現状維持（「8」で「現状維持」を選択した企業）

「現状維持」を選択した企業にとって今後、事業拡大へと展望を軌道修正するためには人材育成・確保に対する支援と資金的支援が重要な役割を果たす。

### (1) 現状維持を選択した理由

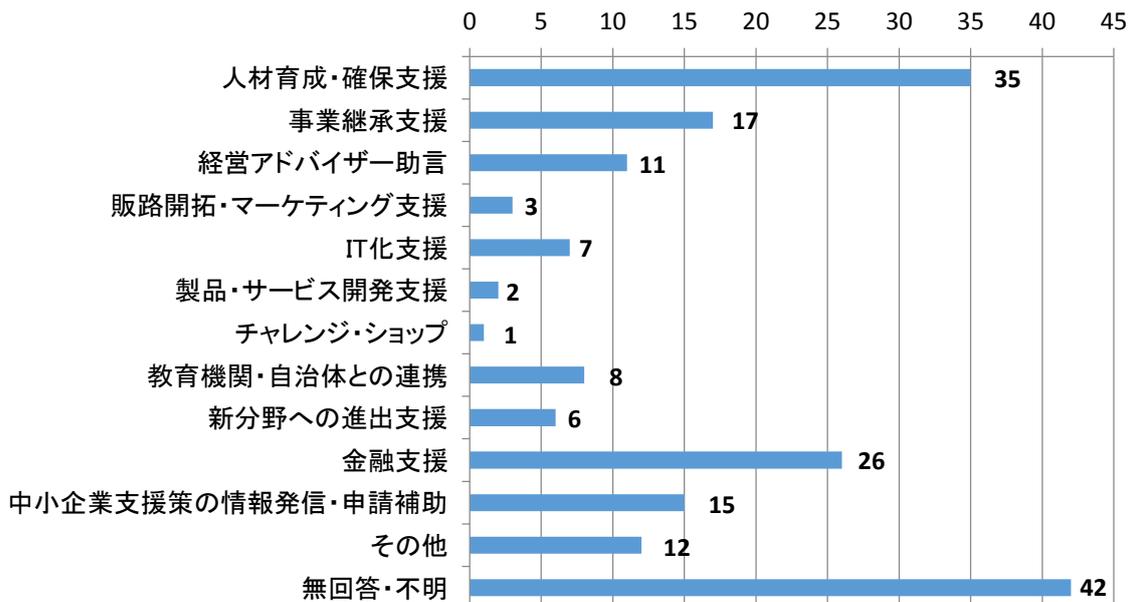
事業の現状維持の理由として、事業拡大のための人材が不足しているという回答が最も多かった。しかし一方で、「現状に満足している」という回答が2番目に多かった。3番目が「資金不足」である。結果として、多くの企業は基本的に現状に満足しているか、人材・資金の不足に直面している。



### (2) 現状維持から事業拡大へと向かうために必要な支援策

企業が現状維持から事業拡大へと展望を軌道修正するために要望する支援策として、上記の現状維持の理由にもあるように「人材育成・確保支援」と「金融支援」が顕著に多い。「その他」の回答として「景気が回復すれば事業拡大を考える」「経営者派遣や協力業者の確保」「地域の人口増」「製品価格の変動」といった記載があり、また「公的な支援策が事業拡大につながるかどうか不明」という記載もあった。最後に、「無回答・不明」が非常に多かった。

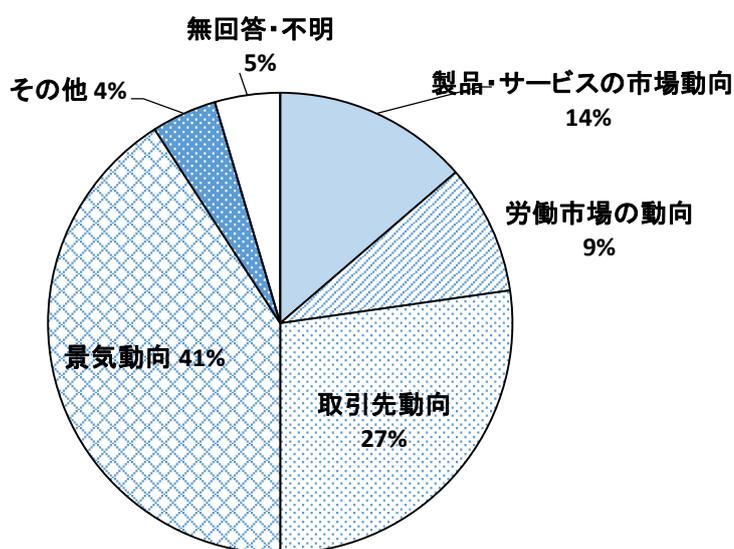
### 12-(2) 現状維持から事業拡大への転換に向けて必要な支援策（件）



### 13. 不透明な事業の見通し（「8」で「わからない」を選択した企業）

今後の事業展望について「わからない」と回答した企業の理由として一番多かったのが「景気動向の不透明性」であり企業外要因の影響が最も大きい。次に多いのが下請け会社として活動している企業が多い小規模企業に顕著である「取引先動向の不透明性」であった。ここから小規模企業はその内部の要因よりも、外的な要因によって今後の事業展望が大きく左右されるということがわかる。

13 今後の展望に関する不透明性の理由



#### 14. 自由記載（政策・支援等に関する主な意見・要望）

自由記載欄では、以下のような回答が挙げられた（主な回答に限る）。

- ・ 経営者の高齢化と後継者の不在が問題。
- ・ インターネットを活用したいが、使い方がわからない。
- ・ 全額市の負担でベンチャー支援等を行った方が良い。
- ・ 大学からの意見が欲しい。
- ・ 旭川ラーメンを市で完全にバックアップしてほしい。このままだと繁盛店以外の個人経営ラーメン店がつぶれてしまう。観光資源、食文化として旭川ラーメンを支えてほしい。
- ・ 特に IT 分野に関して職業教育・訓練を支援してほしい。
- ・ 中身の無い「支援」の機関や制度は廃止すべきであり、市況が先細りのなか小規模事業者の事業拡大はますます困難である。これからは小規模事業者同士の連携が欠かせないために、行政にはそのマッチングや資金援助を期待する。もしくは大企業とのコラボレーションの仲介も期待する。
- ・ 技術職の人材から構成されている職場なので、営業経営・会計などをアドバイスしてくれる支援が欲しい。
- ・ 従業員教育の補助金が欲しい。
- ・ 積極的に人材雇用をしている企業への支援が欲しい。
- ・ 介護保険サービス事業のため国の介護報酬改定により収益が変動してしまう。もっと介護従事者の地位が向上し、人材育成ができる環境を整備してほしい。若い人材が不足していることにもっと危機感を持ってほしい。
- ・ 構造設計、電気設備設計、積算業務の関係業者の不足しており、将来的な人材難を懸念している。
- ・ 若者を採用しても仕事を覚えるとすぐに退社してしまうので、若者が長く働ける具体的な支援策・制度が必要。
- ・ 旭川市の人口増に向けた政策を期待する。
- ・ 新製品・新事業・新分野進出支援について開発時の試作品までのものは多いが、それ以降の実稼働（販売）までを範囲にした支援策を必要としている。
- ・ 資金的支援、事業継承支援、人材育成支援を期待する。
- ・ 新事業には大きな支援が必要だが、同時に小規模企業を軌道に乗せるためにはキメ細かい支援も必要である。
- ・ 様々な提案を行ってきたが、閉鎖的な思考の方々が多く何も期待できない。
- ・ 空き家・空室・空き店舗・空き地等を有効活用するための協力を期待する。

### III 旭川市小規模企業実態調査票

#### 調査ご協力のお願い

日本全国に景気の好循環を浸透させ、地方に強靱で自律的な経済を構築するために重要な役割を担う小規模企業者及び小企業者の持続的発展を支援するため、平成26年に小規模企業振興基本法が制定されました。これを受け、今後、対象となる小規模事業者等への支援策等の施策の展開を検討するための基礎とすべく、企業の実態を把握するための調査を、旭川市からの委託を受け、旭川ウェルビーイング・コンソーシアムが実施いたします。

つきまして、お忙しいところ誠に恐縮でございますが、以上の趣旨をご理解のうえ、調査にご協力をいただきますようお願い申し上げます。

なお、本調査は企業の実態調査が目的であり、本調査にご記入いただいたことが、政策にそのまま反映されるわけではないことにご留意ください。

- 経営者の方ご自身をご記入ください。
- 調査を強制するものではありません。
- 皆様のお名前が外に出ることはありません。
- 当てはまる選択肢に○をつけてください。記入欄がある場合には、記入欄に書き込んでください。
- 特に指定するもの以外は、平成27年6月1日を基準日にしてください。
- ご記入後、調査票を同封の返信用封筒に入れ、平成27年6月13日（土）までに、切手を貼らずにポストに投函してください。

旭川市委託事業

受託者： 一般社団法人 旭川ウェルビーイング・コンソーシアム

問い合わせ先（調査実施機関）

旭川大学経済学部 木谷耕平（地域経済論担当）・横田宏樹（企業論担当）

〒079-8501 旭川市永山3条23丁目1-9

電話 0166-48-3121

## 記入者連絡先

氏名	
電話番号*	

\* ご回答内容に不備があるなど確認が必要な場合のみ、当方からの問い合わせに使用させていただきます。

### 1. 貴社の概要及び従業員数について

1-(1) 経営者の性別をお答えください。

- ① 男
- ② 女

1-(2) 経営者の年齢をお答えください。

- ① 20歳未満
- ② 20歳～29歳
- ③ 30歳～39歳
- ④ 40歳～49歳
- ⑤ 50歳～59歳
- ⑥ 60歳～69歳
- ⑦ 70歳以上

1-(3) 貴社の形態をお答えください。

- ① 個人
- ② 株式会社
- ③ その他 ( \_\_\_\_\_ )

1-(4) 従業員数についてお答えください。

- ① 総従業員数 (男性) \_\_\_\_\_人 ・ (女性) \_\_\_\_\_人
  - うち正規雇用 (男性) \_\_\_\_\_人 ・ (女性) \_\_\_\_\_人
  - うち非正規雇用 (男性) \_\_\_\_\_人 ・ (女性) \_\_\_\_\_人
- ② 週60時間(残業時間含む)以上働く従業員の数 \_\_\_\_\_人

## 2. 就労環境について

2-(1) 現従業員のうち、第1子出産後も継続して勤務している女性従業員はいますか。

- ① いる (⇒2-(2)へ進んでください)
- ② いない (⇒2-(3)へ進んでください)

2-(2) 2-(1)で①を選んだ方のみお答えください。第1子出産後も継続して勤務している従業員は何人ですか。正規・非正規雇用それぞれについてお答えください。

正規雇用                    \_\_\_\_\_人  
非正規雇用                \_\_\_\_\_人

2-(3) 2014年度に男性で育児休暇を取得した人はいますか。取得した人がいる場合、それは何人ですか。

- ① 取得した人はいない
- ② 取得した人がいる ⇒ \_\_\_\_\_人

2-(4) 子育てと仕事を両立させるための制度や措置がありますか。

- ① ある (⇒2-(5)へ進んでください)
- ② ない (⇒2-(6)へ進んでください)

2-(5) 2-(4)で①を選んだ方のみお答えください。具体的に、どのような制度や措置がありますか。(複数回答可)

- ① 短時間勤務
- ② フレックスタイム制
- ③ 始業・就業時刻の繰上げ・繰下げ
- ④ 時間外労働等をさせない制度
- ⑤ その他 ( \_\_\_\_\_ )

2-(6) 2014年度に、介護や看護を理由として退職した人はいますか。いる場合、それは何人ですか。

- ① 退職した人はいない
- ② 退職した人がいる ⇒ \_\_\_\_\_人

2-(7) 介護や看護と仕事を両立させるための制度や措置がありますか。

- ① ある (⇒2-(8)へ進んでください)
- ② ない (⇒3-(1)へ進んでください)

2-(8) 2-(7)で①を選んだ方のみお答えください。具体的に、どのような制度や措置がありますか。(複数回答可)

- ① 短時間勤務
- ② フレックスタイム制
- ③ 時間外労働等をさせない制度
- ④ 介護・看護サービス費用の補助
- ⑤ その他 ( )

### 3. 業種・売上高について

3-(1) 貴社が現在最も注力している事業をお答えください。

- ① 製造業
- ② 建設業
- ③ 卸売業
- ④ 小売業
- ⑤ 運輸業
- ⑥ 不動産業
- ⑦ 飲食業
- ⑧ 印刷・出版業
- ⑨ ソフトウェア・情報処理業
- ⑩ サービス業
- ⑪ その他 ( )

3-(2) 年間の売上高(直近の決算。すべての事業の合計)をお答えください。

- ① 1千万円未満
- ② 1千万円～2千万円未満
- ③ 2千万円～3千万円未満
- ④ 3千万円～5千万円未満
- ⑤ 5千万円～1億円未満
- ⑥ 1億円～3億円未満
- ⑦ 3億円～5億円未満
- ⑧ 5億円～10億円未満
- ⑨ 10億円以上

3-(3) 今期の収益状況(経常利益)をお答えください(直近の決算または見込み)

- ①黒字
- ②収支は均衡している
- ③赤字



3-(7) 新たな顧客獲得に取り組む上で、課題となるものをお答えください。(複数回答可)

- |              |                 |
|--------------|-----------------|
| ① 製品・サービスの不足 | ⑤ 知識・ノウハウ・技術の不足 |
| ② 資金の不足      | ⑥ 許認可等に係わる規制・制度 |
| ③ 人材の不足      | ⑦ 設備の老朽化・不足     |
| ④ 市場情報の不足    | ⑧ その他 ( )       |

#### 4. 経営上の課題について

4-(1) 貴社において、直面している経営上の重要な課題をお答えください。(複数回答可)

- |              |                            |
|--------------|----------------------------|
| ① 売上の減少      | ⑧ 設備・店舗の老朽・不足              |
| ② 原材料価格の上昇   | ⑨ 人件費の負担                   |
| ③ 取引条件の悪化    | ⑩ 人材の過剰                    |
| ④ 資金調達難      | ⑪ 従業員の確保難                  |
| ⑤ 過剰債務・金利負担増 | ⑫ 後継者がいない (⇒4-(2)をご回答ください) |
| ⑥ 業界の先行きが不透明 | ⑬ その他 ( )                  |
| ⑦ 在庫の増加・過剰   |                            |

4-(2) 4-(1)で⑫を選んだ方のみお答えください。

(ア) 後継者がいない理由として、最も当てはまるものをお答えください。

- ① 適当な後継者が見つからない
- ② 後継者候補はいるが、本人が若い
- ③ 後継者候補はいるが、本人が承諾していない
- ④ その他 ( )

(イ) 後継者を決定する際に重視することをお答えください。(複数回答可)

- ① 親族であること
- ② 知識・能力があること
- ③ リーダーシップが優れていること
- ④ 経営理念が承継されること
- ⑤ 現経営者(貴方)との相性が良いこと
- ⑥ その他 ( )





## 7. 経営情報・外部支援について

7-(1) 市場の動向など、経営に関する情報をどのように入手していますか。

(複数回答可)

- ① 同業他社
- ② インターネット上の無料の情報
- ③ 取引金融機関
- ④ 業界誌
- ⑤ その他 ( )

7-(2) 現在得ている経営に関する情報に、満足していますか。

- ① 満足している
- ② 満足していない

7-(3) 経営上、外部のサポートが最も必要な分野は何ですか。(複数回答可)

- ① 経理・会計
- ② 宣伝・広告
- ③ 労務管理 (労働時間の管理, 福利厚生や労使関係に関わる業務)
- ④ 法務 (契約書の作成, 訴訟に関する業務など, 法律に関わる業務)
- ⑤ その他 ( )

## 8. 今後の展望について

8-(1) 今後 3~5 年先に向けて、貴社をどう展開したいですか。

- ① 事業を拡大したい (⇒9-(1)へ進んでください)
- ② 事業を縮小したい (⇒10-(1)へ進んでください)
- ③ 廃業を検討している (⇒11-(1)へ進んでください)
- ④ 現状維持 (⇒12-(1)へ進んでください)
- ⑤ わからない (⇒13-(1)へ進んでください)

9. 事業拡大・新事業について (8-(1)で①を選んだ方のみお答えください)

9-(1) 事業の拡大として、具体的にどのようなことを考えていますか。(複数回答可)

- ① 国内他地域への進出 (⇒9-(2)をお答えください)
- ② 海外進出 (⇒9-(2)をお答えください)
- ③ 新しい事業分野への進出 (⇒9-(3)をお答えください)
- ④ 店舗・設備の拡大
- ⑤ 雇用の拡大
- ⑥ 新製品・新サービスの開発 (⇒9-(4)をお答えください)
- ⑦ 既存製品・サービスの高付加価値化 (⇒9-(4)をお答えください)
- ⑧ その他 ( )

9-(2) 9-(1)で①または②を選んだ方のみお答えください。

(ア) ①を選んだ方にお聞きします。国内進出先として、どの地域を想定していますか。 ( )

(イ) ②を選んだ方にお聞きします。海外進出先として、どの国または地域を想定していますか。 ( )

9-(3) 9-(1)で③を選んだ方のみお答えください。

(ア) 新事業は、どのような分野に関連していますか。

- ① 環境保全・リサイクル関連
- ② 医療・介護周辺サービス
- ③ 農林漁業関連
- ④ IT 関連
- ⑤ 余暇・観光関連
- ⑥ 飲食関連
- ⑦ 不動産関連
- ⑧ その他 ( )

(イ) 新事業の事業分野の選択理由をお答えください。(複数回答可)

- ① 自社の技術・ノウハウを活かせる
- ② 自社製品・サービスの提供ルートを活かせる
- ③ 親会社や取引先からの要請があった
- ④ 社会的課題の解決につながる
- ⑤ 初期投資が比較的少ない
- ⑥ 高収益が期待できる
- ⑦ 市場として急成長している
- ⑧ その他 ( )

9-(4) 9-(1)で⑥または⑦を選んだ方のみお答えください。

(ア) 新商品やサービス等の開発や製品・サービスの高付加価値化において、必要と考えられる支援は何ですか。

- ① 資金的支援
- ② 技術的支援
- ③ 人材確保のための支援
- ④ その他 ( )

(イ) 旭川の特徴を活かしたものづくり(製品・サービス)を行っていますか。

- ① 行っている
- ② 行っていない (⇒ (ウ)へ進んでください)

(ウ) (イ)で②を選んだ方のみお答えください。今後、旭川の特徴を活かしたものづくり(製品・サービス)を行ってみたいと思いますか。

- ① 思う
- ② 思わない

(エ) 商品の「旭川ブランド」化に、関心はありますか。

- ① 関心がある (⇒ (オ)へ進んでください)
- ② 関心がない
- ③ どちらともいえない

(オ) (エ) で①を選んだ方のみお答えください。「旭川ブランド化」に向けてのアイデアはありますか。(自由記載)

9-(5) 事業拡大に取り組む上で想定される(または既に直面している)課題について、該当するものをお答えください。(複数回答可)

- ① 課題はない
- ② 製品・サービスの不足
- ③ 資金の不足
- ④ 人材の不足 (⇒9-(6)へ進んでください)
- ⑤ 市場情報の不足
- ⑥ 知識・ノウハウ・技術の不足
- ⑦ 許認可に関わる規制・制度
- ⑧ 設備の老朽化・不足
- ⑨ その他 ( )

9-(6) 9-(5)で④を選んだ方のみお答えください。

(ア) 今後確保していきたい人材の層について、該当するものをお答えください。(複数回答可)

- ① 若手・新入社員
- ② 経験者・即戦力
- ③ 管理職・経営幹部
- ④ パート・アルバイト
- ⑤ OB人材
- ⑥ その他 ( )

(イ) 不足している人材の分野について、該当するものをお答えください。

- |            |               |
|------------|---------------|
| ① 営業       | ⑥ エンジニア・デザイナー |
| ② 会計・経理    | ⑦ IT技術者       |
| ③ 経営幹部・後継者 | ⑧ 海外取引        |
| ④ 現場・作業    | ⑨ その他 ( )     |
| ⑤ 販売・接客    |               |

⇒「14. 自由記載欄」へ進んでください。

10. 事業の縮小について (8-(1)で②を選んだ方のみお答えください)

10-(1) 事業の縮小を考えている理由として、最も当てはまるものをお答えください。(複数回答可)

- |              |               |
|--------------|---------------|
| ① 売上の減少      | ⑦ 設備・店舗の老朽・不足 |
| ② 原材料価格の上昇   | ⑧ 人件費の負担      |
| ③ 取引条件の悪化    | ⑨ 従業員の確保難     |
| ④ 資金調達難      | ⑩ 後継者がいない     |
| ⑤ 過剰債務・金利負担増 | ⑪ その他 ( )     |
| ⑥ 在庫の増加・過剰   |               |

⇒「14. 自由記載欄」へ進んでください。

11. 事業の廃止について (8-(1)で③を選んだ方のみお答えください)

11-(1) 廃業を考えている理由として、最も当てはまるものをお答えください。

- ① 事業に将来性がない
- ② 地域に需要・発展性がない
- ③ 適当な後継者が見つからない
- ④ 従業員の確保が難しい
- ⑤ 経営者の高齢化
- ⑥ その他 ( )

⇒「14. 自由記載欄」へ進んでください。

12. 今後の事業について (8-(1)で④を選んだ方のみお答えください)

12-(1) 現状維持を選択した理由として、当てはまるものをお答えください。

(複数回答可)

- ① 現状に満足しているから
- ② 事業拡大を行うための資金がないから
- ③ 事業拡大を行うためのノウハウがないから
- ④ 事業拡大を行うための人材がないから
- ⑤ その他 ( )

12-(2) どのような支援策があれば、事業を拡大したいと思いますか。(複数回答可)

- ① 人材育成・確保への支援
- ② 事業継承への支援
- ③ 経営アドバイザーによる助言
- ④ 販路開拓(海外含む)・マーケティング支援
- ⑤ IT化支援
- ⑥ 製品・サービス開発への支援
- ⑦ チャレンジ・ショップ(試験営業ができる制度)
- ⑧ 教育機関や自治体との連携の促進
- ⑨ 新分野への進出支援
- ⑩ 金融支援
- ⑪ 中小企業支援施策の情報発信や申請補助(申請書作成の補助等)
- ⑫ その他 ( )

⇒「14. 自由記載欄」へ進んでください。

13. 事業の見通しについて (8-(1)で⑤を選んだ方のみお答えください)

13-(1) 「わからない」を選択した理由として、当てはまるものをお答えください。(複数回答可)

- ① 製品・サービスの市場動向が不透明だから
- ② 労働市場（雇用）の動向が不透明だから
- ③ 取引先の動向が不透明だから
- ④ 景気の動向が不透明だから
- ⑤ その他（                      ）

⇒「14. 自由記載欄」へ進んでください。

14. 自由記載欄

市や関係支援機関に求める具体的な支援策がありましたら、ご自由にご記入ください。

アンケートはここで終了です。ご協力、ありがとうございました。

お手数ですが、この調査票を同封の返信用封筒に入れ、

平成27年6月13日（土）までに、

切手を貼らずにポストに投函してください。

平成 27 年度  
旭川市小規模企業実態調査報告書  
(平成 27 年 9 月 発行)

- ◆ 発行 旭川市経済観光部経済総務課  
〒070-0036 旭川市 6 条通 10 丁目 旭川市役所第三庁舎 3 階  
電話(0166)25-7152 / FAX(0166)26-7093
- ◆ 受託 一般社団法人 旭川ウェルビーイング・コンソーシアム
- ◆ 制作 旭川大学経済学部 木谷耕平, 横田宏樹

この報告書はホームページからもダウンロードできます。

旭川市小規模企業実態調査報告書

検索 