

第6章 事業所意識調査結果 分析編

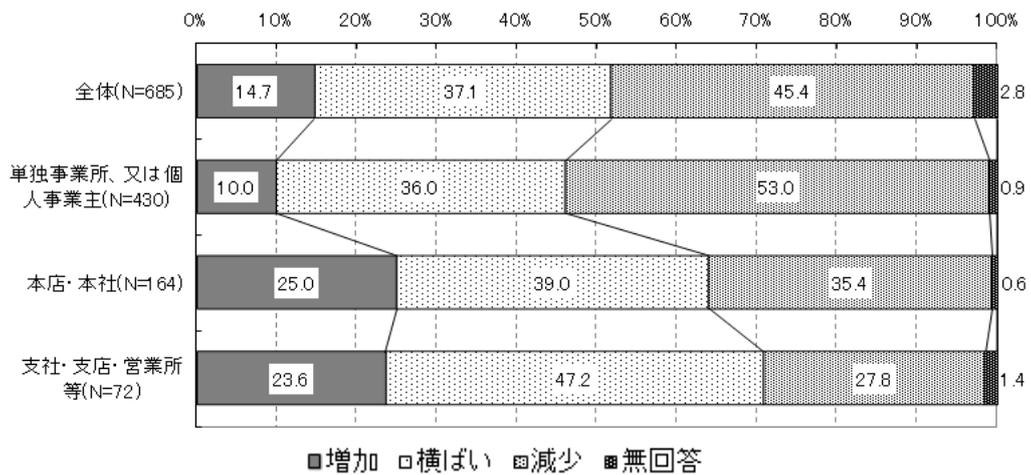
1. 事業所区分による分析

事業所の区分(問7)によって分析を行い、区内に拠点を置く単独事業所、又は個人事業主や本店・本社について状況を把握します。

(1) 経営状況

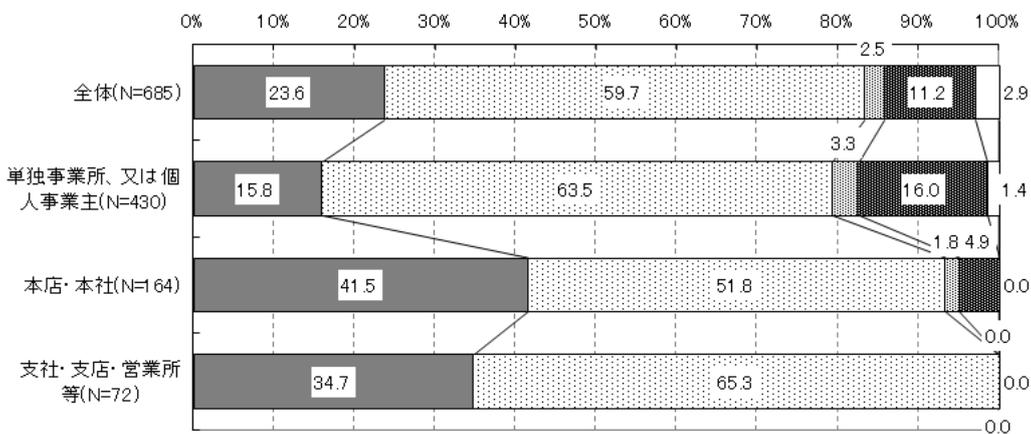
【過去3年間の売上の変化】

- 単独事業所、又は個人事業主(430社)では、「減少」が53.0%で、全体と比べ「増加」が少なく、「減少」が多くなっています。
- 本店・本社(164社)と支社・支店・営業所等(72社)では、「増加」は全体よりも多く、「減少」は全体よりも少なくなっています。



【今後3年間の事業展開】

- 単独事業所、又は個人事業主(430社)では、「事業を拡大したい」が15.8%と全体よりも少なく、一方で「廃業を検討している」が16.0%で全体よりも多くなっています。
- 本店・本社(164社)と支社・支店・営業所等(72社)では「事業を拡大したい」が41.5%、34.7%と全体よりも多くなっています。



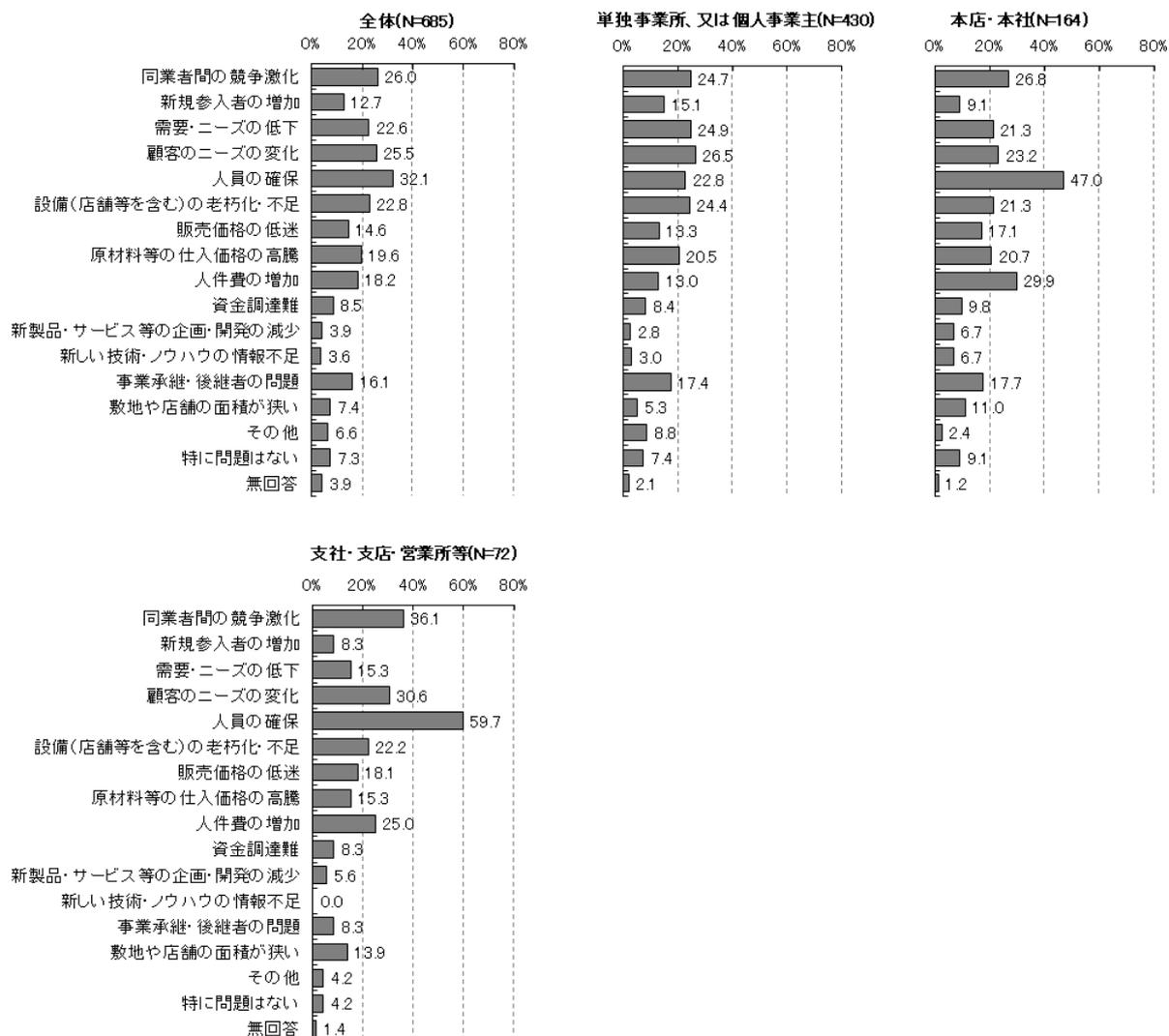
■ 事業を拡大したい □ 現状を維持したい ▣ 事業を縮小したい ■ 廃業を検討している □ 無回答

(2)経営上の課題と対応等

【経営上の課題】

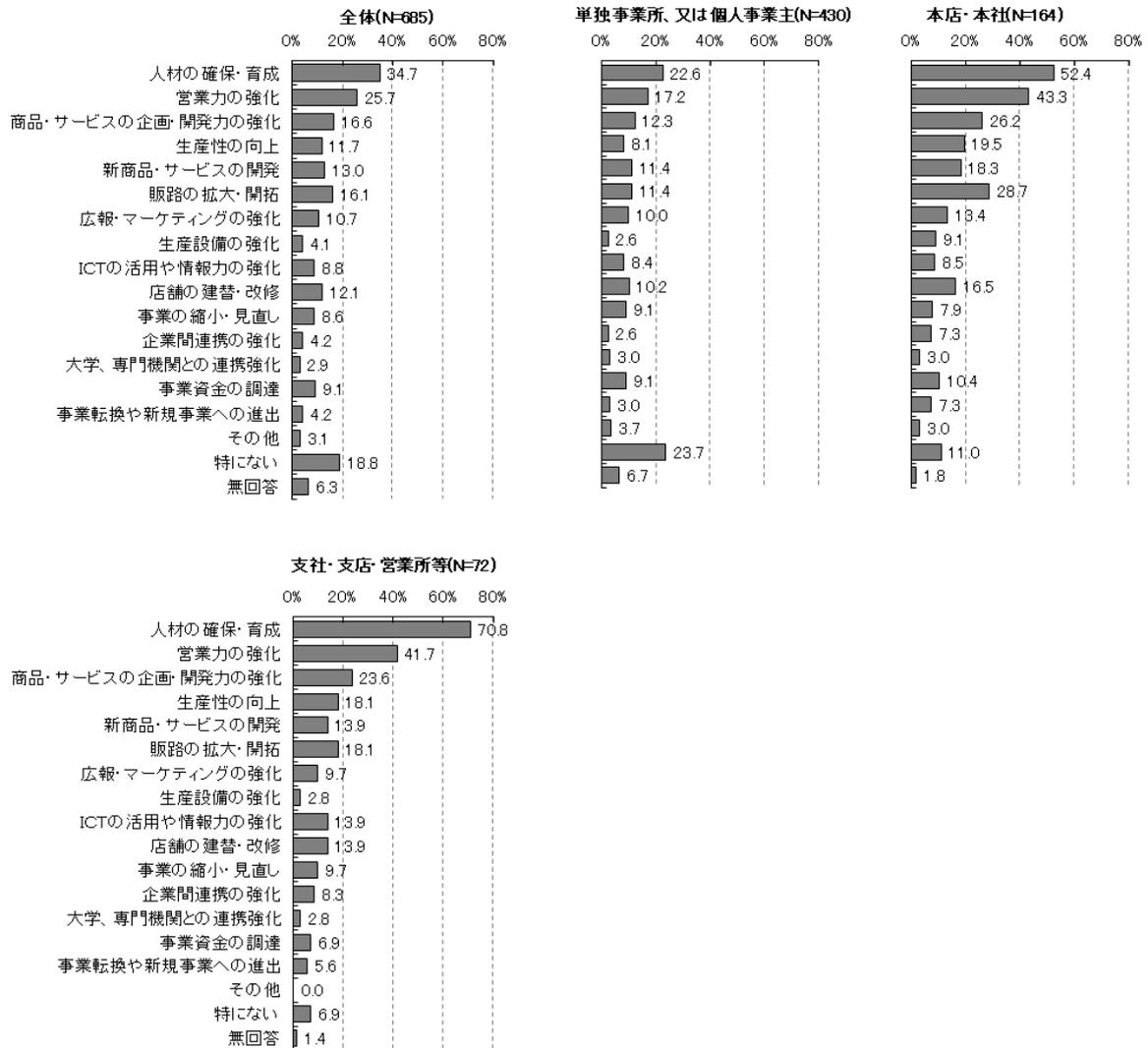
○単独事業所、又は個人事業主(430社)では「顧客のニーズの変化」が26.5%で最も多く、「需要・ニーズの低下」が24.9%で続きます。

○本店・本社(164社)と支社・支店・営業所等(72社)では、「人員の確保」が47.0%、59.7%で最も多くなっています。



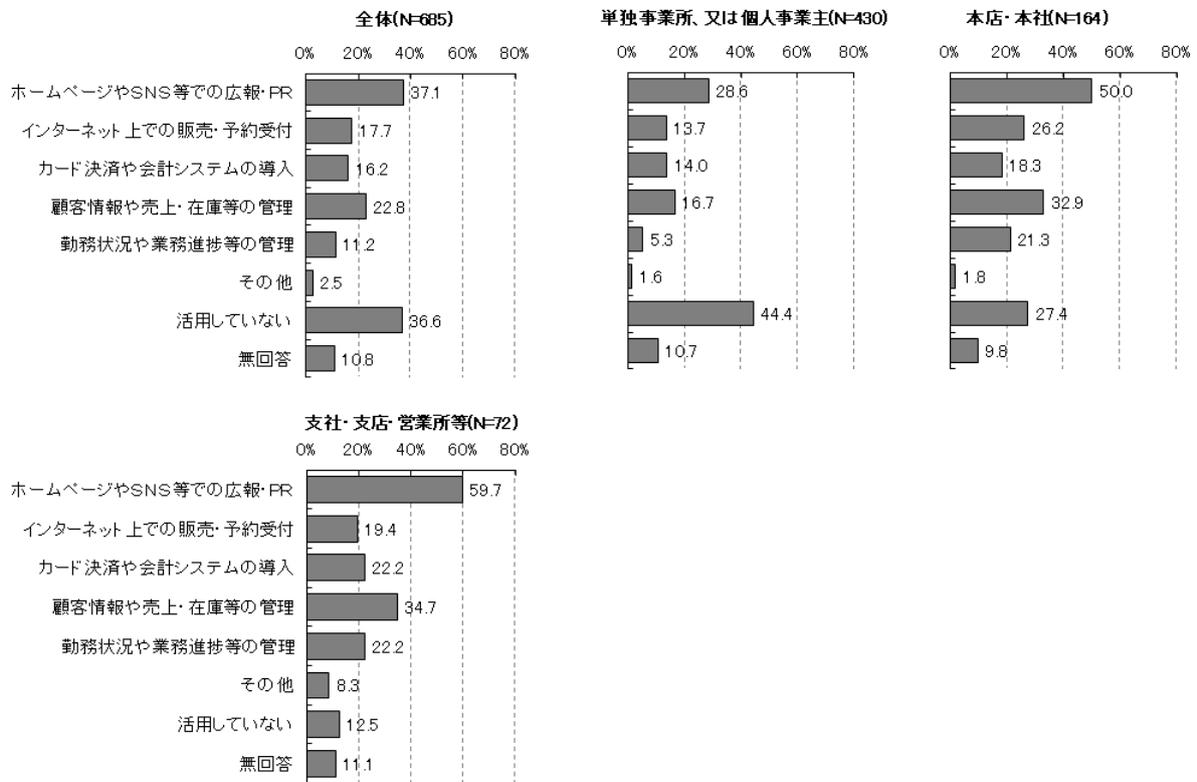
【課題への対応】

○単独事業所、又は個人事業主(430社)では、「特にない」が23.7%で最も多く、「人材の確保・育成」が22.6%で続きます。



【ICTの活用】

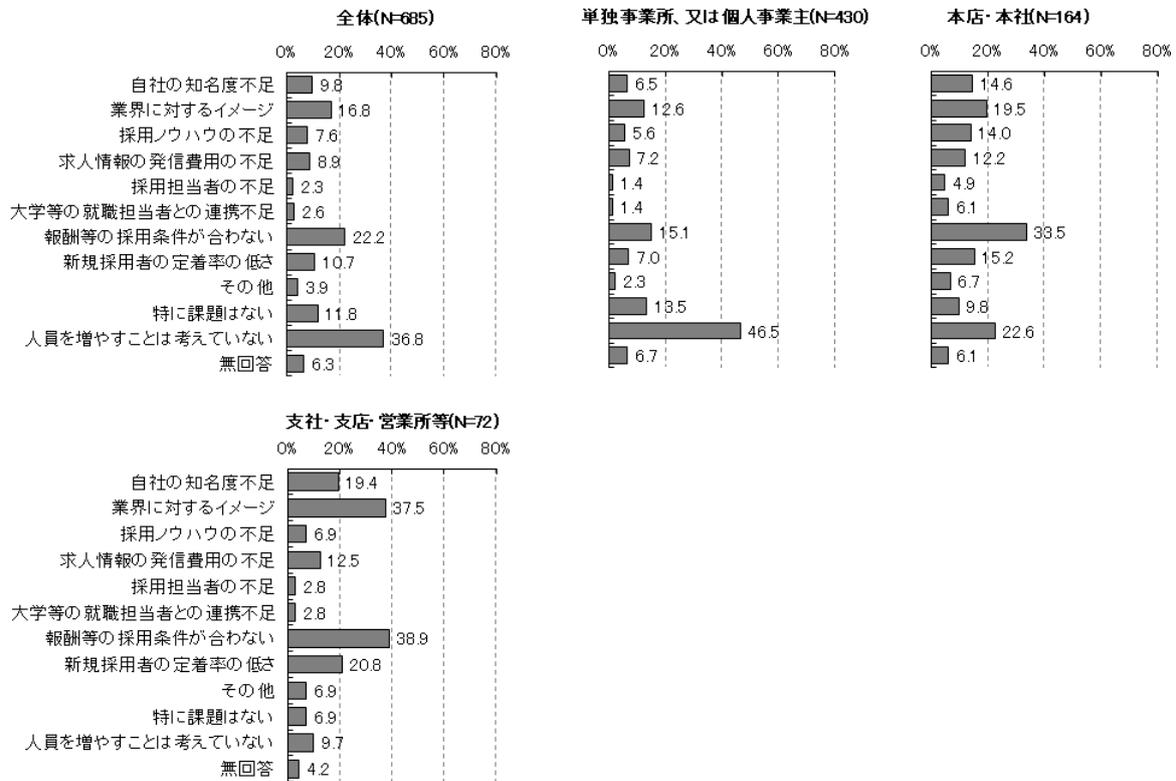
○単独事業所、又は個人事業主(430社)では、「活用していない」が44.4%と最も多くなっています。



【人材確保における課題】

○単独事業所、又は個人事業主(430社)では、「人員を増やすことは考えていない」が46.5%で最も多くなっています。

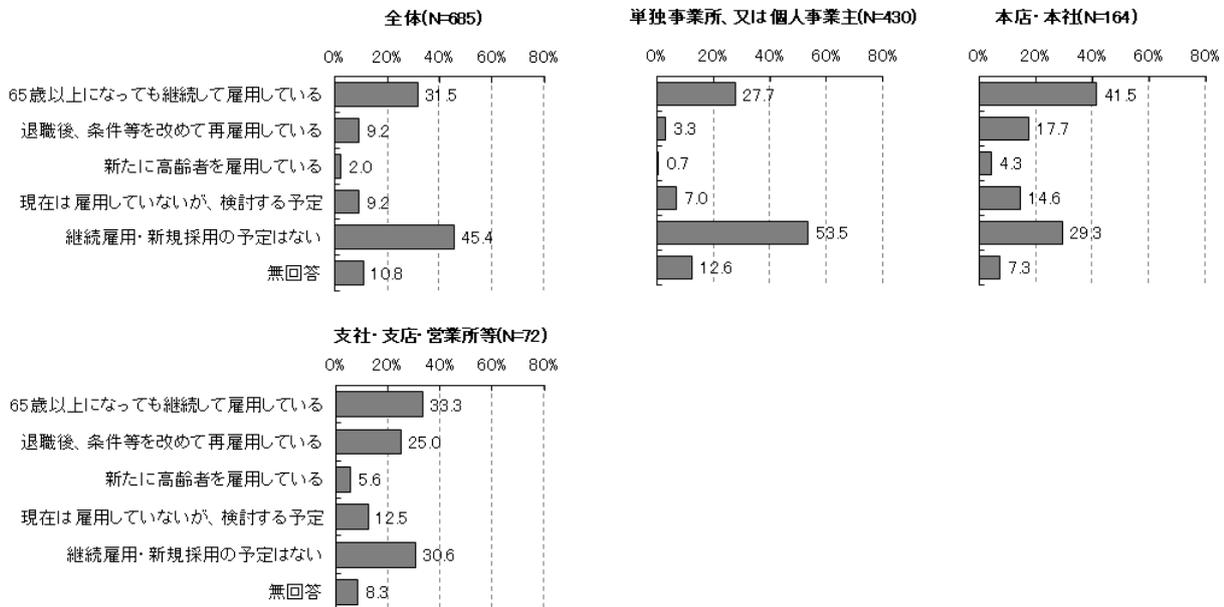
○本店・本社(164社)と支社・支店・営業所等(72社)では、「報酬等の採用条件が合わない」が33.5%、38.9%で最も多くなっています。



【65歳以上の雇用状況】

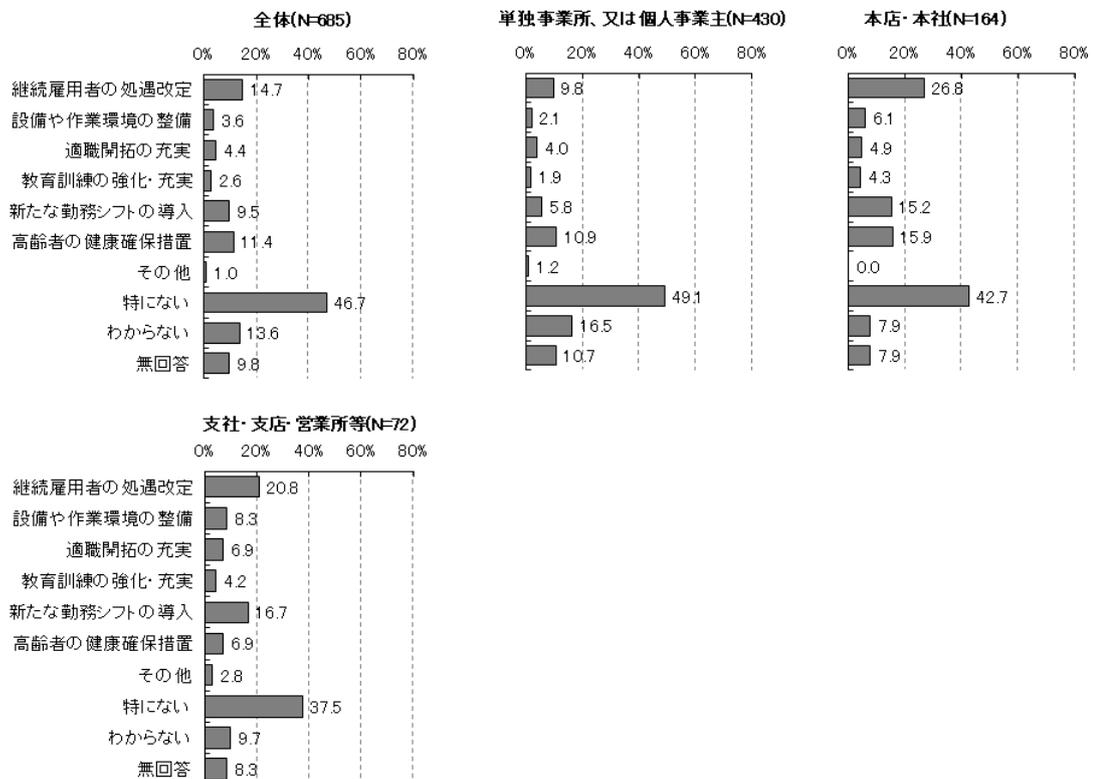
○単独事業所、又は個人事業主(430社)では「継続雇用・新規採用の予定はない」が53.5%で最も多くなっています。

○本店・本社(164社)と支社・支店・営業所等(72社)では、「65歳以上になっても継続して雇用している」が41.5%、33.3%で最も多くなっています。



【65歳以上の雇用のための取組】

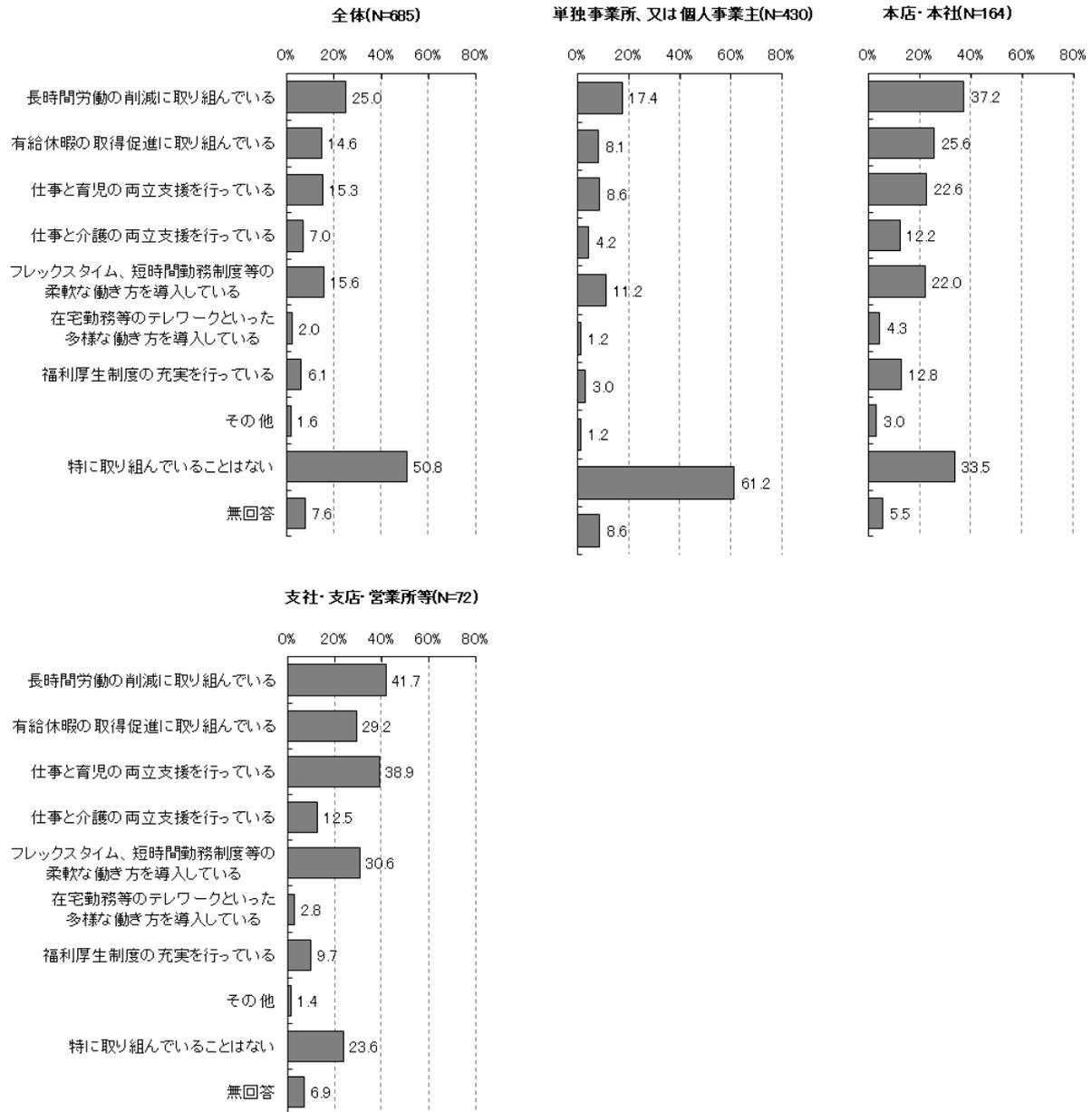
○事業所の区分にかかわらず「特にない」が最も多くなっています。



【ワーク・ライフ・バランスのための取組】

○単独事業所、又は個人事業主(430社)では「特に取り組んでいることはない」が61.2%で最も多く、ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は30.2%となっています。

○本店・本社(164社)と支社・支店・営業所等(72社)では、「長時間労働の削減に取り組んでいる」が最も多く、ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所が61.0%、69.5%となっています。

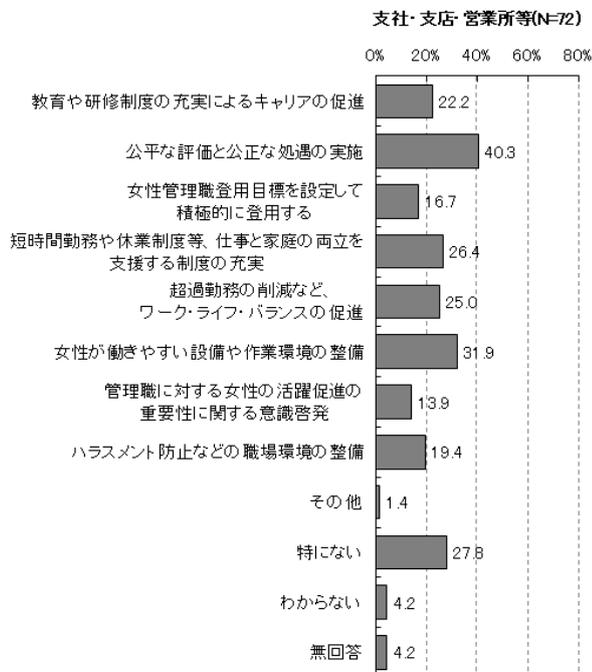
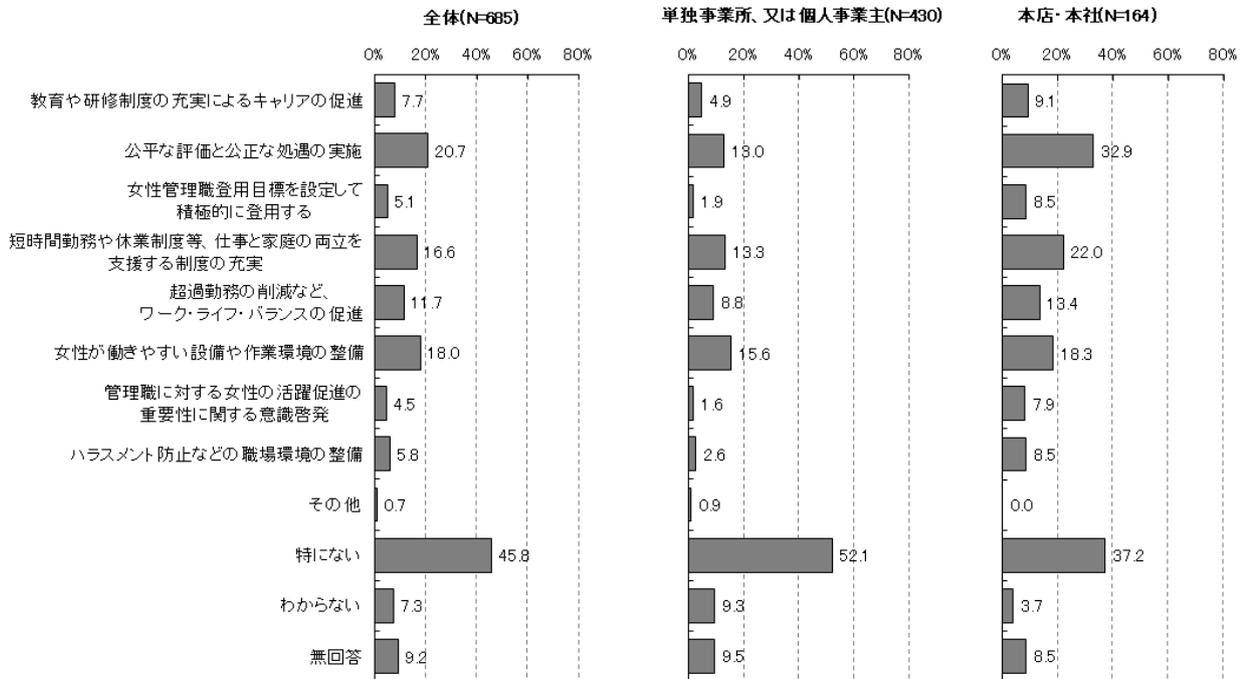


※ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は、「特に取り組んでいることはない」、「無回答」を除いて算出しました。

【女性の雇用促進のための取組】

○単独事業所、又は個人事業主(430社)と本店・本社(164社)では「特にない」が52.1%、37.2%で最も多くなっています。

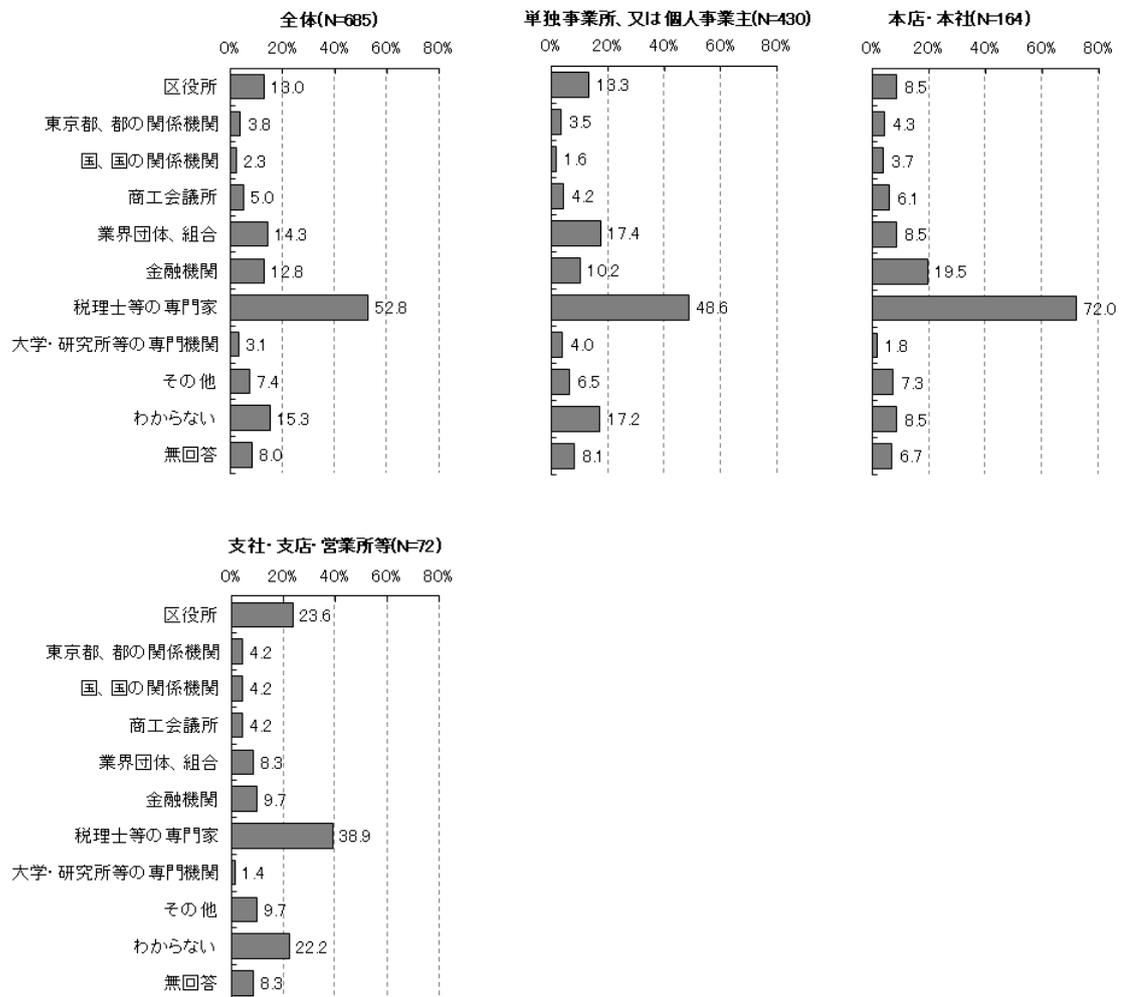
○支社・支店・営業所等(72社)では「公平な評価と公正な処遇の実施」が40.3%で最も多くなっています。



(3)区による産業振興や支援に関する施策について

【相談先】

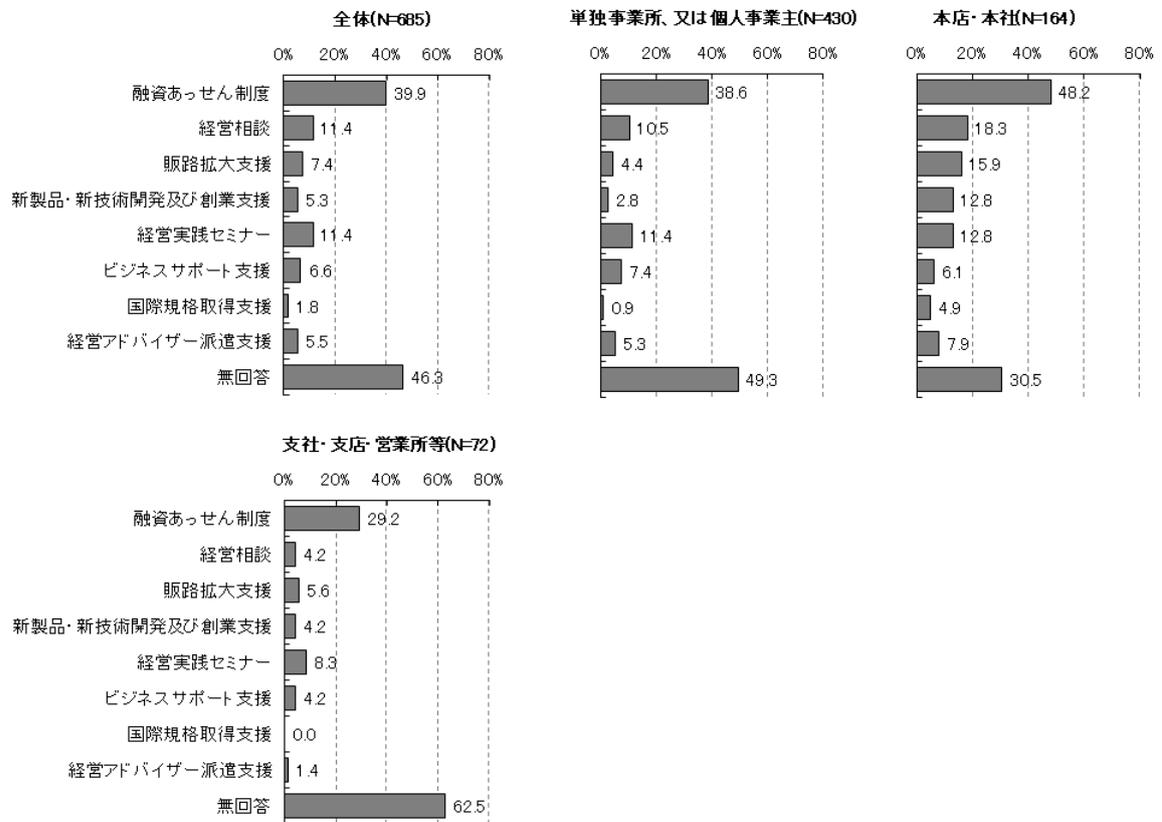
○事業所の区分にかかわらず、「税理士等の専門家」が最も多くなっています。支社・支店・営業所等(72社)では、「区役所」が23.6%で2番目に多くなっています。



【利用したい区の取組】

○本店・本社(164社)では、「融資あっせん制度」が48.2%で最も多くなっています。

○事業所区分にかかわらず、「無回答」が多くなっています。



【区に望む支援策】

○単独事業所、又は個人事業主(430社)と本店・本社(164社)では「低利融資制度」が39.1%、47.0%で最も多くなっています。

○支社・支店・営業所等(72社)では「人材確保支援」が38.9%で最も多くなっています。

	合計	低利融資制度	人材確保支援	人材育成支援	設備投資支援	商品・サービス開発への支援	異業種・同業種交流等のマッチング支援	産学連携の支援	新分野進出支援
全体	(N=685)	39.1	20.3	9.2	18.0	4.2	6.1	1.9	3.2
単独事業所、 又は個人事業主	(N=430)	39.1	12.3	5.1	15.8	3.0	4.9	1.6	2.1
本店・本社	(N=164)	47.0	34.8	15.9	26.2	7.9	8.5	1.8	6.7
支社・支店・営業所等	(N=72)	26.4	38.9	20.8	15.9	4.2	8.3	4.2	2.8
無回答	(N=19)	21.1	5.3	0.0	5.3	0.0	5.3	0.0	0.0

	合計	省エネルギー対策への支援	販路拡大支援	事業承継への支援	経営相談	PRや販売促進の支援	労働生産性の向上支援	女性の雇用支援	ワークライフバランス推進への支援
全体	(N=685)	3.5	6.9	6.3	8.9	8.0	2.3	7.0	3.2
単独事業所、 又は個人事業主	(N=430)	3.5	4.7	6.7	9.3	8.1	1.4	6.5	3.0
本店・本社	(N=164)	3.0	11.6	6.7	10.4	7.9	4.9	6.1	3.0
支社・支店・営業所等	(N=72)	4.2	11.1	2.8	4.2	9.7	2.8	13.9	5.6
無回答	(N=19)	5.3	0.0	5.3	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0

	合計	高齢者の雇用支援	多言語対応への支援	商店会を通じた支援	その他	特にない	無回答
全体	(N=685)	6.0	5.4	5.5	2.3	25.5	8.6
単独事業所、 又は個人事業主	(N=430)	4.9	6.3	7.0	2.8	28.8	8.4
本店・本社	(N=164)	7.3	2.4	1.8	1.2	17.1	8.5
支社・支店・営業所等	(N=72)	9.7	8.3	6.9	1.4	20.8	8.3
無回答	(N=19)	5.3	0.0	0.0	5.3	42.1	15.8

2. 事業所の企業規模による分析

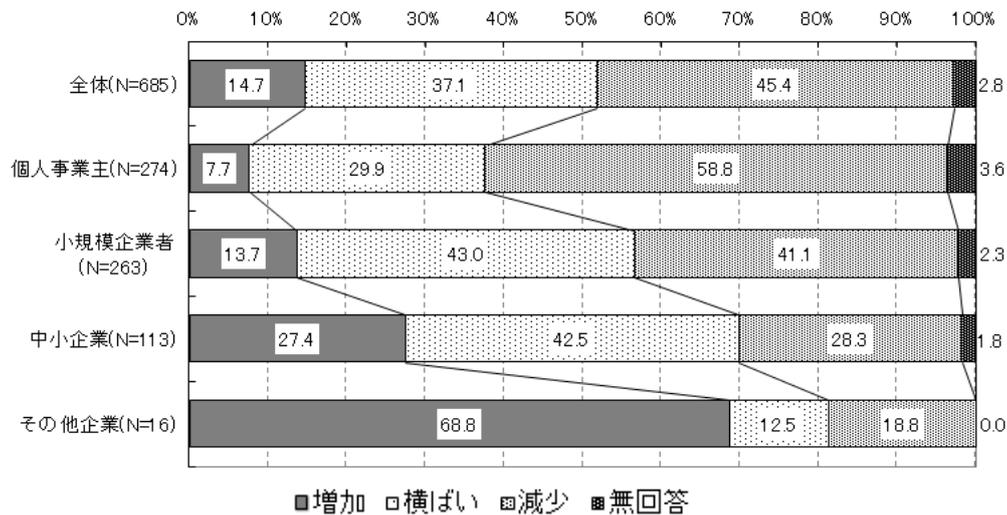
業種(問2)、従業員規模(問3)、資本金(問4)にもとづき、企業の規模によって分析を行い、小規模企業者と中小企業の状況を把握します。

(1) 経営状況

【過去3年間の売上の変化】

○個人事業主(274社)では、「減少」が58.8%と最も多くなっています。

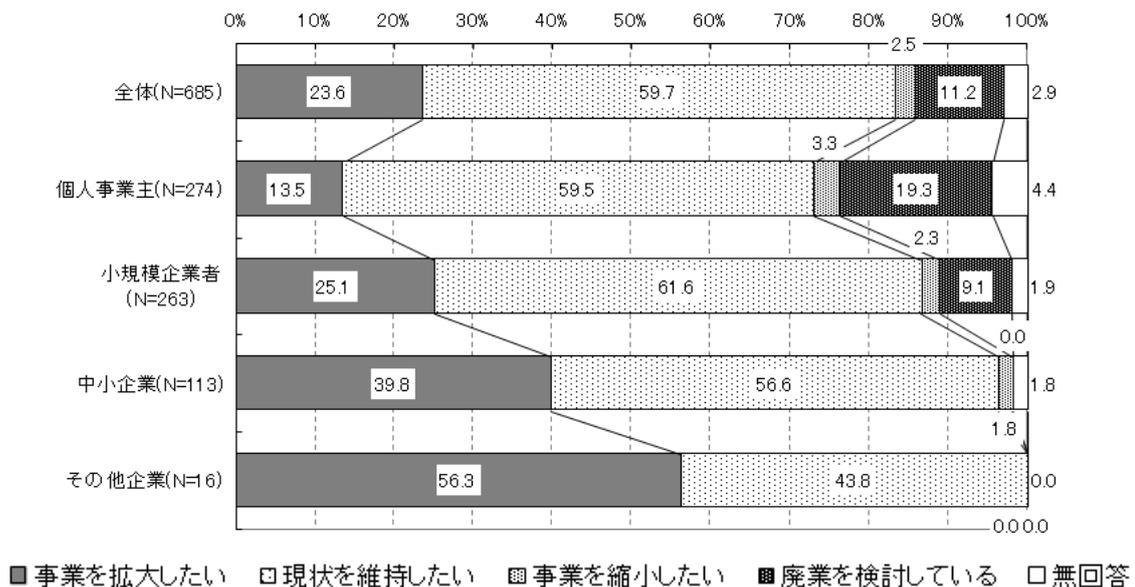
○小規模企業者(263社)、中小企業(113社)では「横ばい」が43.0%、42.5%で最も多く、その他企業(16社)では「増加」が68.8%で最も多くなっており、事業所規模が小さくなるほど、売上が伸びていないことが見て取れます。



【今後3年間の事業展開】

○その他企業(16社)を除くと、「現状を維持したい」が最も多くなっています。

○その他企業では「事業を拡大したい」が56.3%で最も多くなっています。

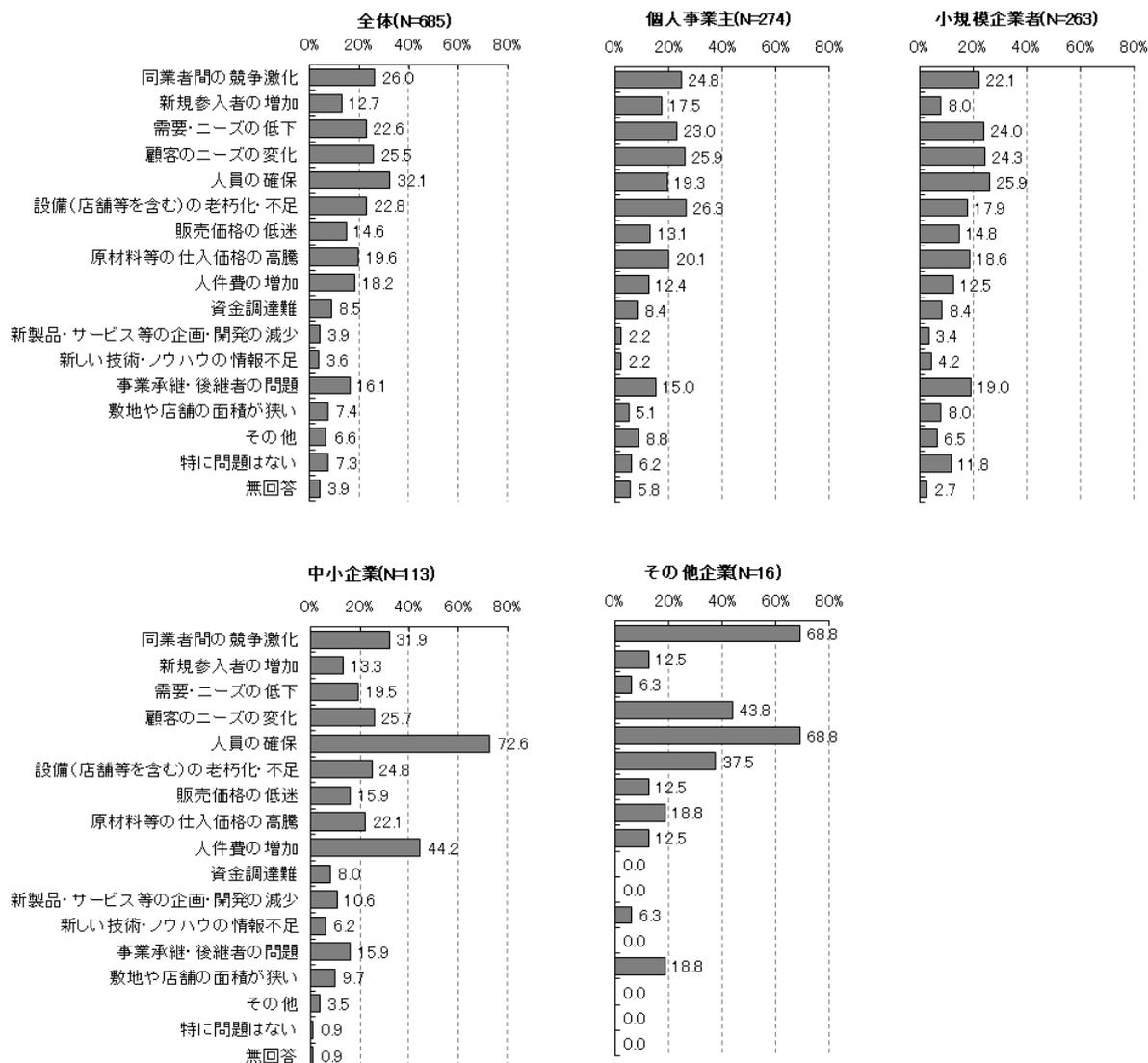


(2)経営上の課題と対応等

【経営上の課題】

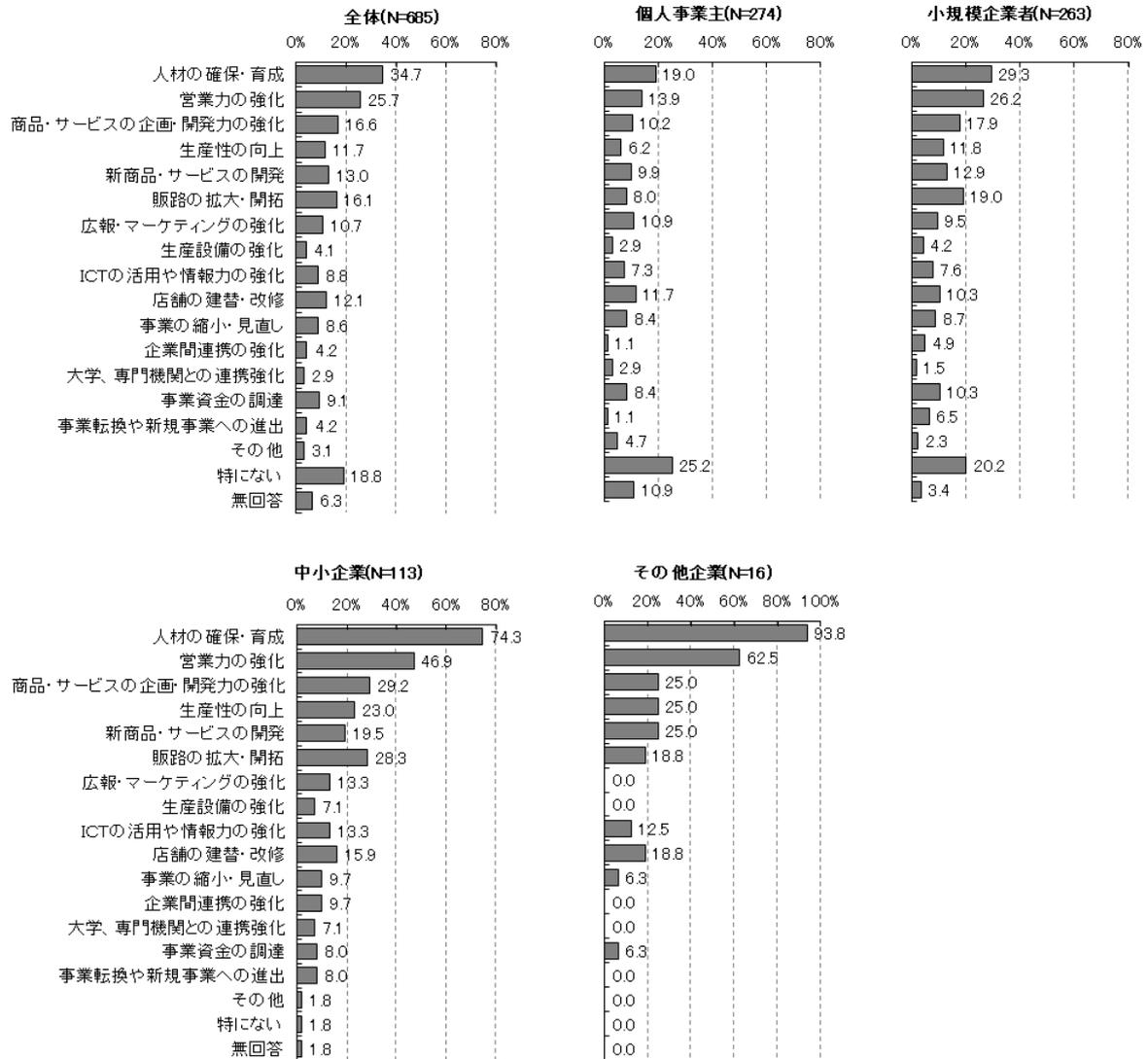
○個人事業主(274社)では、「設備(店舗等を含む)の老朽化・不足」が26.3%で最も多くなっています。

○その他企業(16社)では、「同業者間の競争激化」が、「人員の確保」と同じく68.8%で最も多くなっています。



【課題への対応】

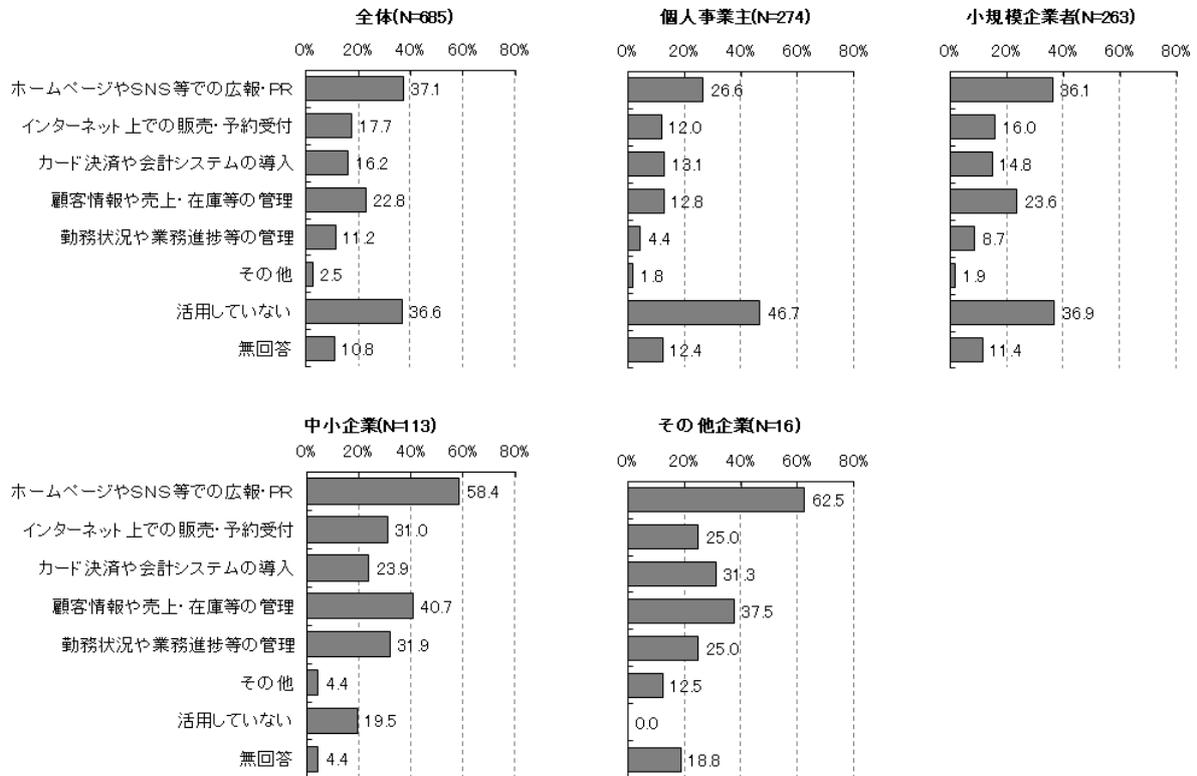
○個人事業主(274社)では、「特にない」が25.2%で最も多くなっています。



【ICTの活用】

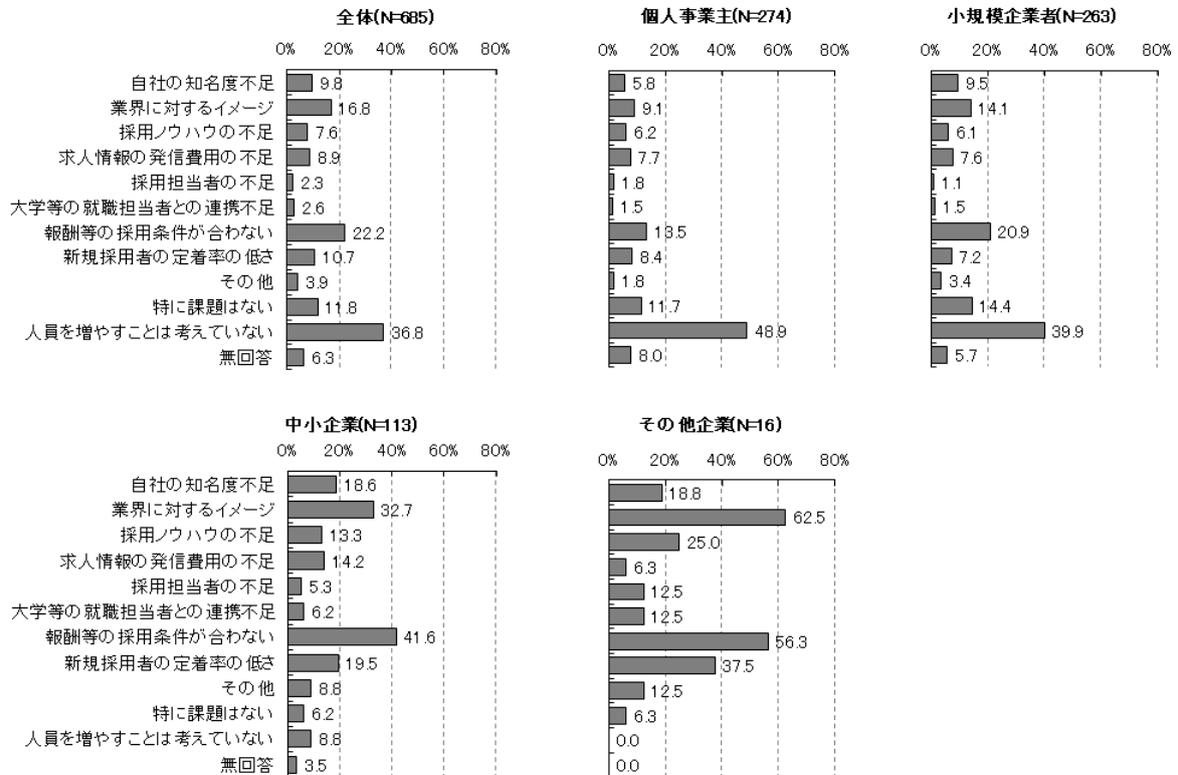
○個人事業主(274社)と小規模企業者(263社)では、「活用していない」が46.7%、36.9%で最も多くなっています。

○中小企業(113社)とその他企業(16社)では、多くの企業がICTを利用しています。



【人材確保における課題】

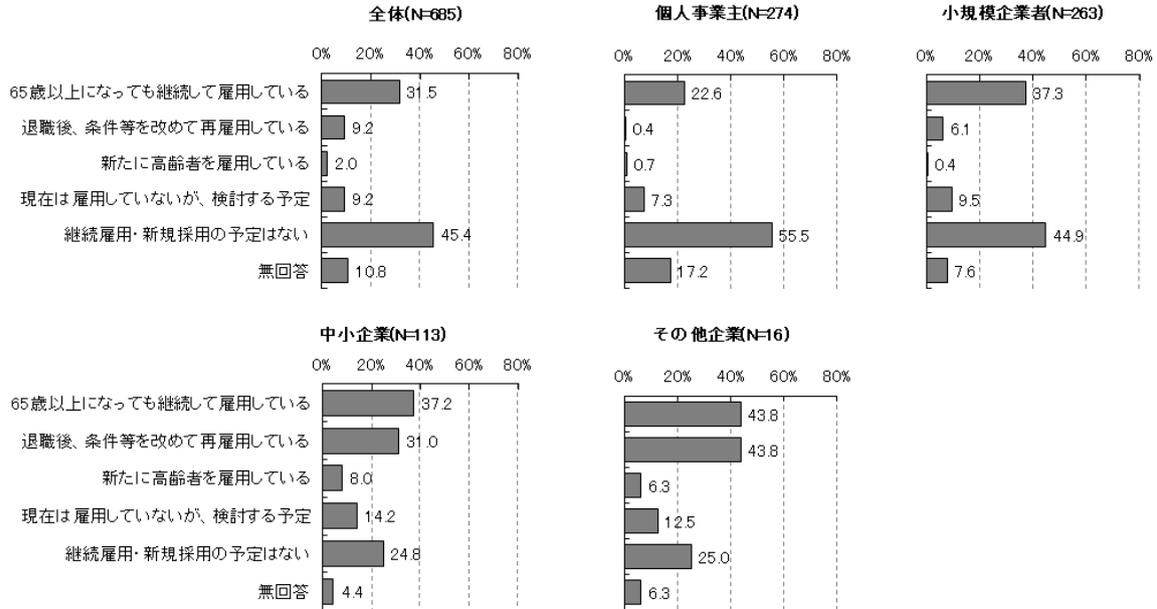
○個人事業主(274人)と小規模企業者(263人)では、「人員を増やすことは考えていない」が48.9%、39.9%で最も多くなっています。



【65歳以上の雇用状況】

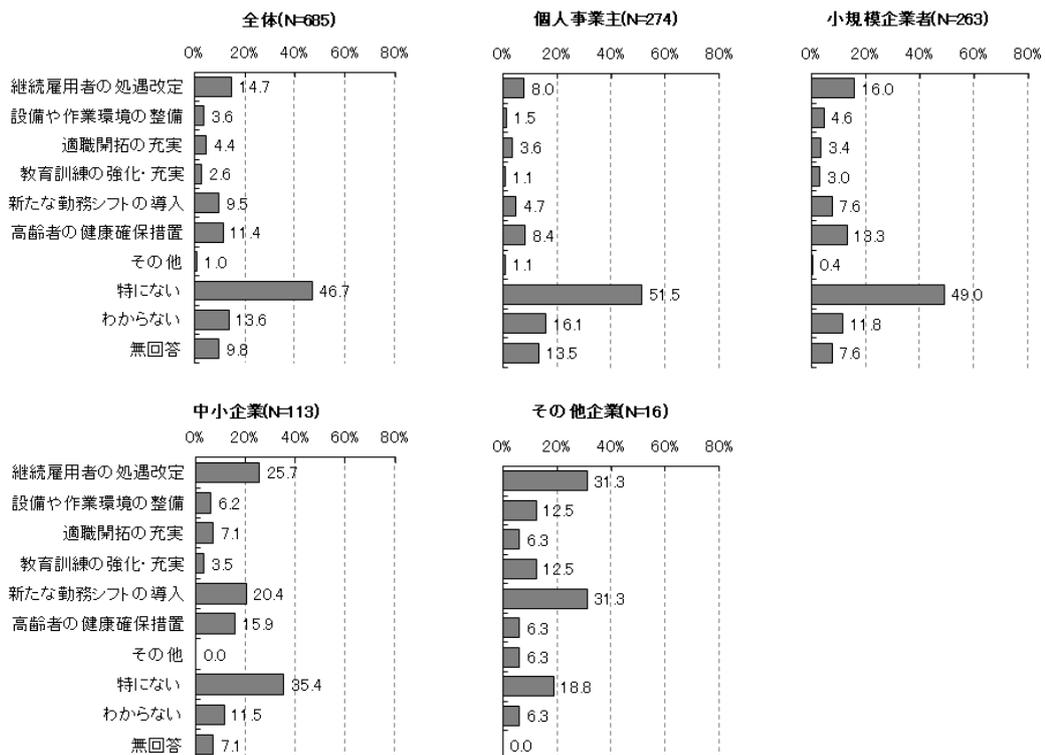
○個人事業主(274社)と小規模企業者(263社)では、「継続雇用・新規採用の予定はない」が55.5%、44.9%で最も多くなっています。

○中小企業(113社)とその他企業(16社)では、「65歳以上になっても継続して雇用している」が37.2%、43.8%で最も多くなっています。(その他企業では「退職後、条件等を改めて再雇用している」も43.8%で最も多くなっています。)



【65歳以上の雇用のための取組】

○その他企業(16社)を除き、いずれの事業所も「特にない」が最も多くなっています。



【ワーク・ライフ・バランスのための取組】

○個人事業主(274社)と小規模企業者(263社)では「特に取り組んでいることはない」が62.8%、54.8%で最も多くなっています。一方、ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は26.6%、39.1%となっています。

○中小企業(113社)とその他企業(16社)では、ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は77.9%、87.5%となっています。

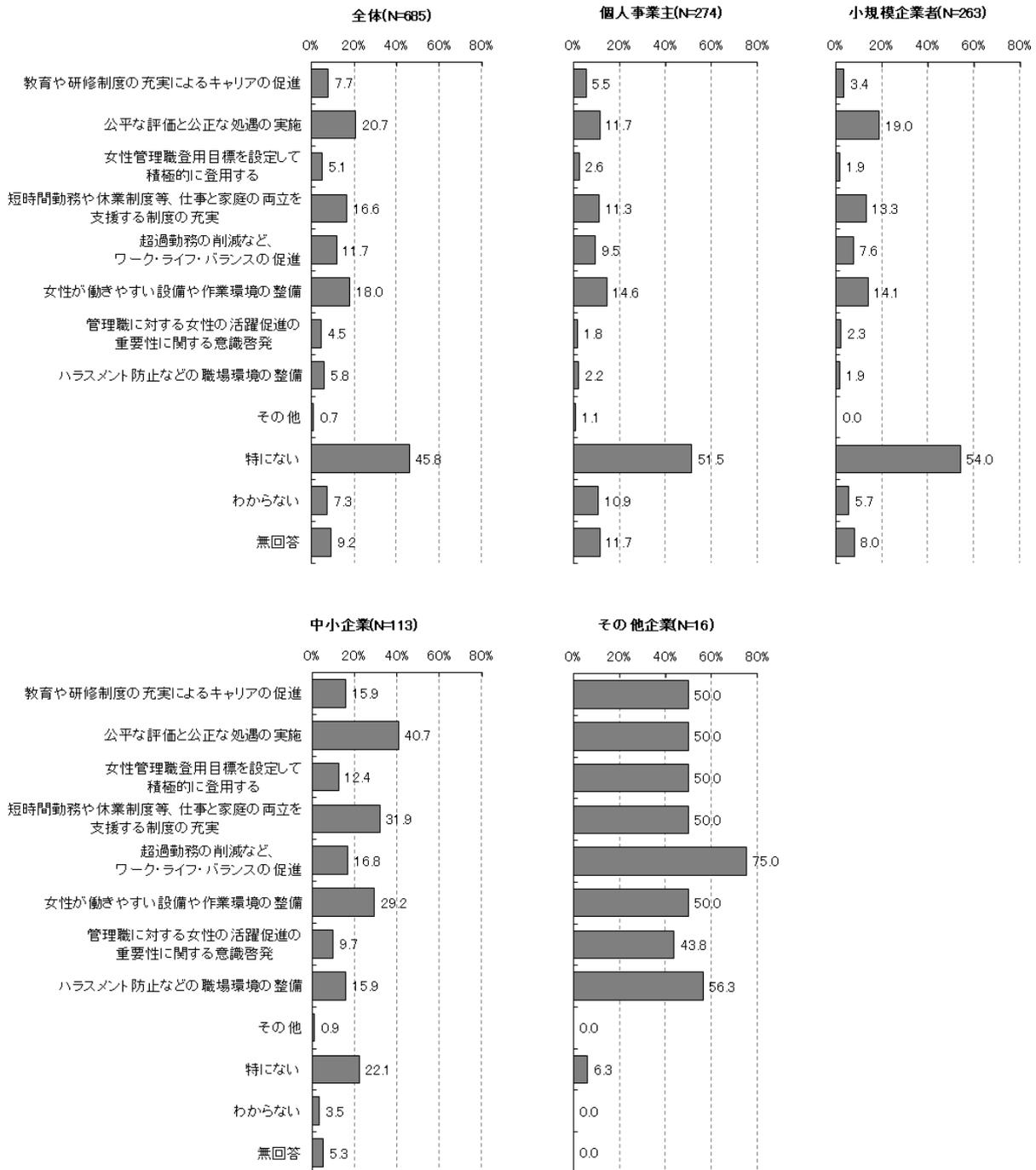


※ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は、「特に取り組んでいることはない」、「無回答」を除いて算出しました。

【女性の雇用促進のための取組】

○個人事業主(274社)と小規模事業主(263社)では「特にない」が51.5%、54.0%で最も多くなっています。

○中小企業(113社)では「公平な評価と公正な処遇の実施」が40.7%で最も多く、その他企業(16社)では「超過勤務の削減など、ワーク・ライフ・バランスの促進」が75.0%で最も多くなっています。

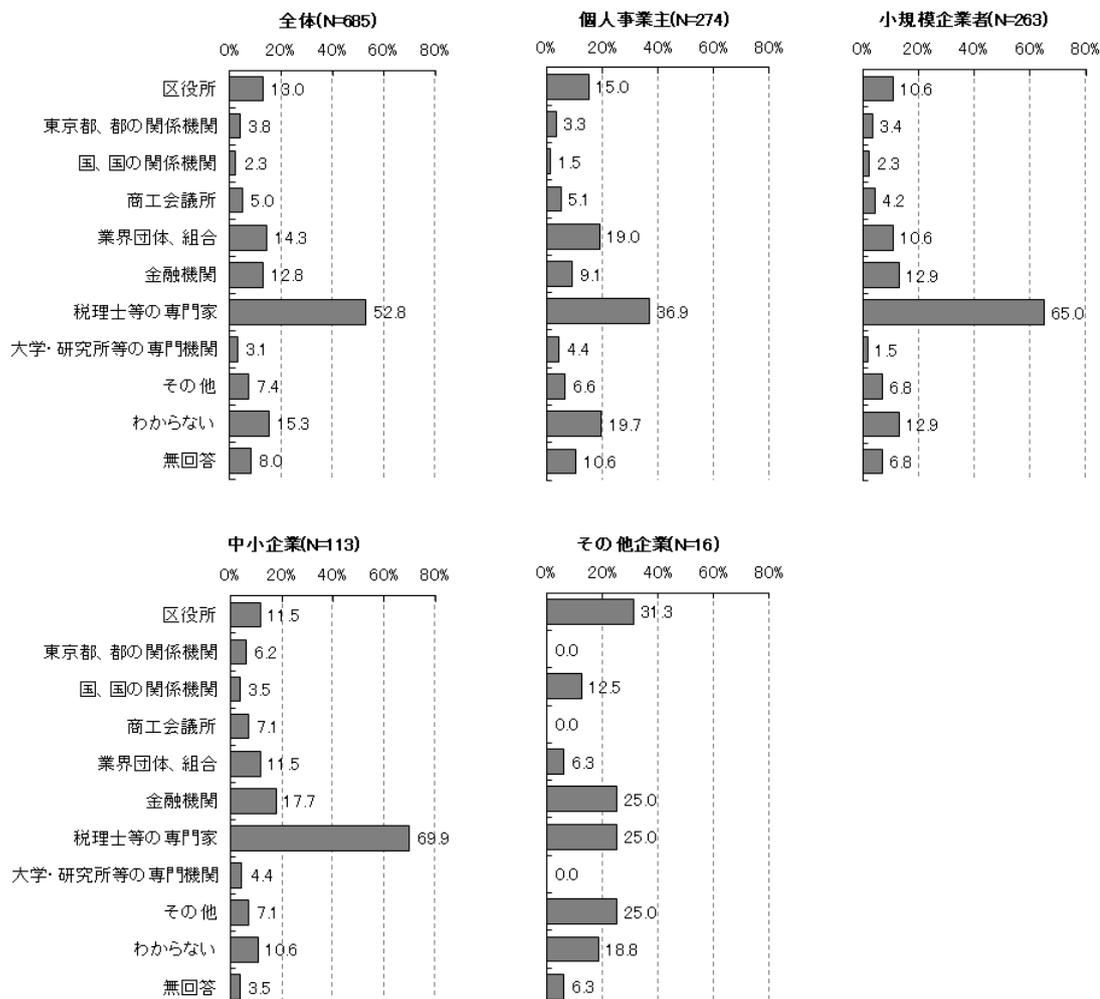


(3)区による産業振興や支援に関する施策について

【相談先】

○その他企業(16社)を除き、「税理士等の専門家」が最も多くなっており、個人事業主(274社)と小規模企業者(263社)では、「わからない」が19.7%、12.9%で2番目に多くなっています。

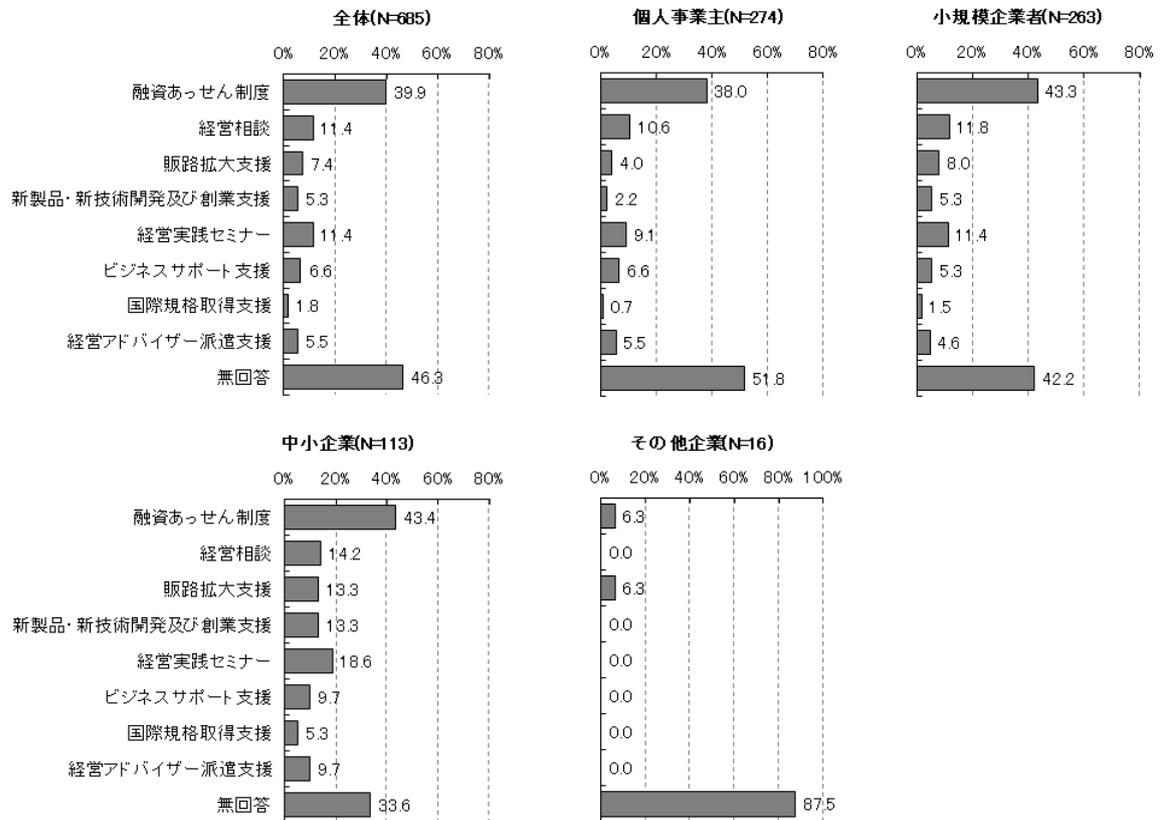
○その他企業では、「区役所」が31.3%で最も多くなっています。



【利用したい区の取組】

○小規模企業者(263社)と中小企業(113社)では、「融資あっせん制度」が43.3%、43.4%で最も多くなっています。

○企業規模にかかわらず、「無回答」が多くなっています。



【区に望む支援策】

○個人事業主(274社)と小規模企業者(263社)では、「低利融資制度」が37.2%、44.1%で最も多くなっています。

○中小企業(113社)とその他企業(16社)では、「人材確保支援」が46.0%、56.3%で最も多くなっています。

	合計	低利融資制度	人材確保支援	人材育成支援	設備投資支援	商品・サービス開発への支援	異業種・同業種交流等のマッチング支援	産学連携の支援	新分野進出支援
全体	(N=685)	39.1	20.8	9.2	18.0	4.2	6.1	1.9	3.2
個人事業主	(N=274)	37.2	11.3	4.4	18.6	2.6	4.4	1.1	1.1
小規模企業者	(N=263)	44.1	16.0	7.6	14.8	3.4	6.8	2.7	5.3
中小企業	(N=113)	38.9	46.0	23.0	22.1	9.7	8.0	0.9	3.5
その他企業	(N=16)	6.3	56.3	18.8	18.8	0.0	6.3	0.0	0.0
無回答	(N=19)	26.3	26.3	10.5	26.3	10.5	10.5	10.5	5.3

	合計	省エネルギー対策への支援	販路拡大支援	事業承継への支援	経営相談	PRや販売促進の支援	労働生産性の向上支援	女性の雇用支援	ワークライフ・バランス推進への支援
全体	(N=685)	3.5	6.9	6.3	8.9	8.0	2.3	7.0	3.2
個人事業主	(N=274)	3.6	3.6	6.6	10.6	7.3	1.1	6.9	3.6
小規模企業者	(N=263)	2.7	7.2	6.8	6.8	7.2	1.9	4.6	1.1
中小企業	(N=113)	5.3	10.6	6.2	10.6	10.6	5.3	13.3	5.3
その他企業	(N=16)	6.3	18.8	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5
無回答	(N=19)	0.0	15.8	0.0	10.5	21.1	0.0	10.5	5.3

	合計	高齢者の雇用支援	多言語対応への支援	商店会を通じた支援	その他	特になし	無回答
全体	(N=685)	6.0	5.4	5.5	2.3	25.5	8.6
個人事業主	(N=274)	5.8	8.0	9.5	2.9	29.6	8.0
小規模企業者	(N=263)	5.7	2.7	2.7	1.9	26.2	9.1
中小企業	(N=113)	7.1	5.3	2.7	1.8	16.8	7.1
その他企業	(N=16)	6.3	6.3	12.5	6.3	18.8	6.3
無回答	(N=19)	5.3	5.3	0.0	0.0	15.8	21.1

3. 業種(製造業、商業)による分析

業種にもとづき、製造業、商業・サービス業、その他に分類して分析を行い、製造業と商業・サービス業それぞれにおける課題や必要とされる支援を把握するとともに、商業・サービス業においては商店会への加盟状況等についても把握します。

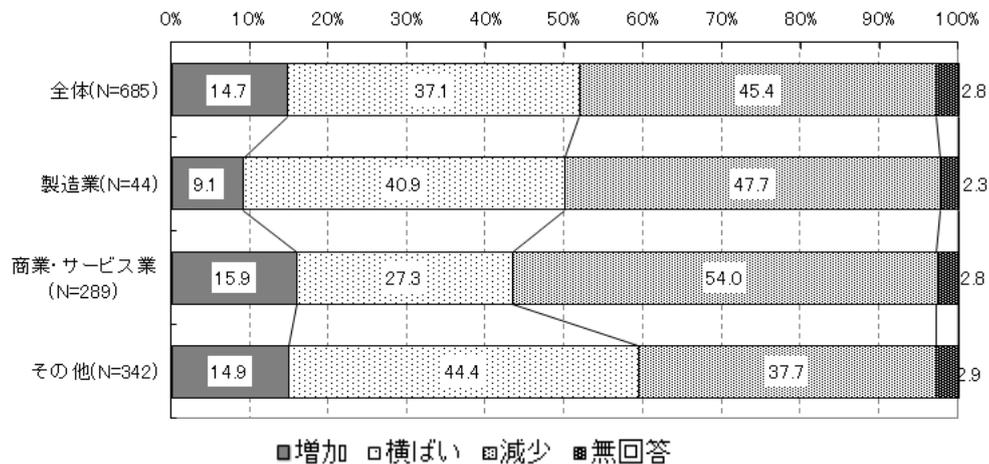
なお、ここでいう商業・サービス業は、問2にて、卸売業、小売業(食品小売を含む)、飲食店(移動販売、宅配を含む)、生活関連サービス業、娯楽業、教育、学習支援業と回答した事業所です。

(1) 経営状況

【過去3年間の売上の変化】

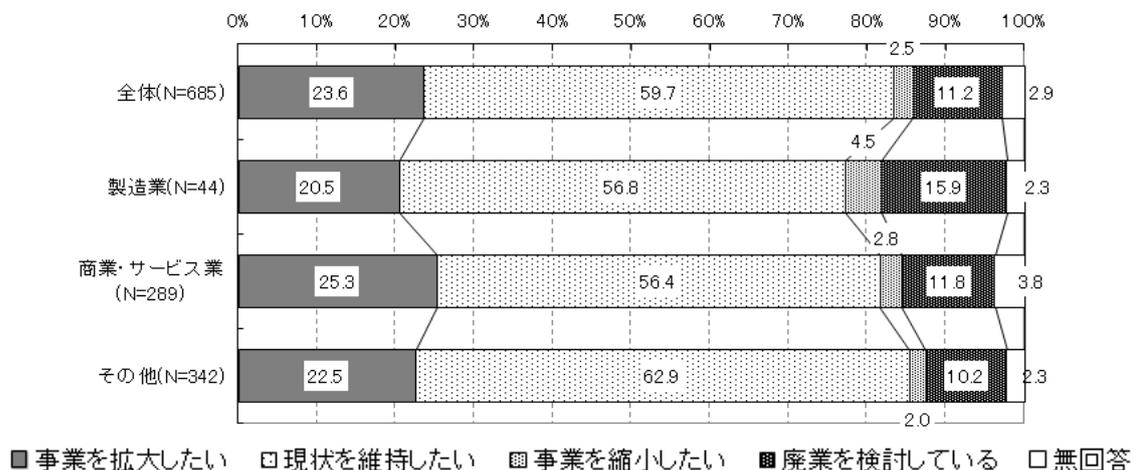
○製造業(44社)、商業・サービス業(289社)ともに、売上の変化では「減少」が45.4%、47.7%で最も多くなっています。

○商業・サービス業(289社)では、製造業に比べて売上が増加している事業所が多くなっています。



【今後3年間の事業展開】

○製造業(44社)、商業・サービス業(289社)ともに、「現状を維持したい」が56.8%、56.4%で最も多くなっています。

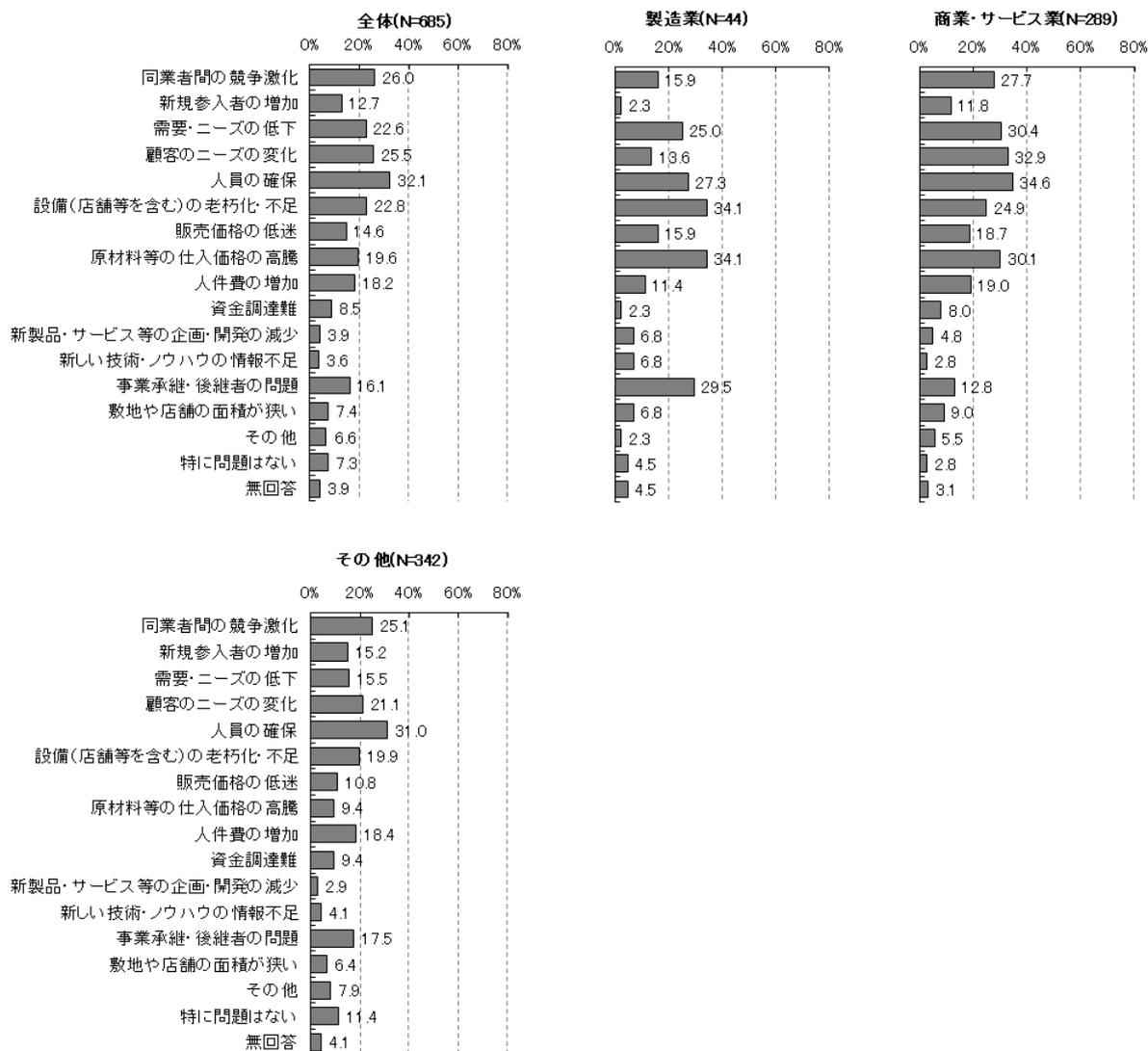


(2)経営上の課題と対応

【経営上の課題】

○製造業(44社)では「設備(店舗等を含む)の老朽化・不足」、「原材料等の仕入価格の高騰」が34.1%で最も多く、ついで「事業承継・後継者の問題」が29.5%で続きます。

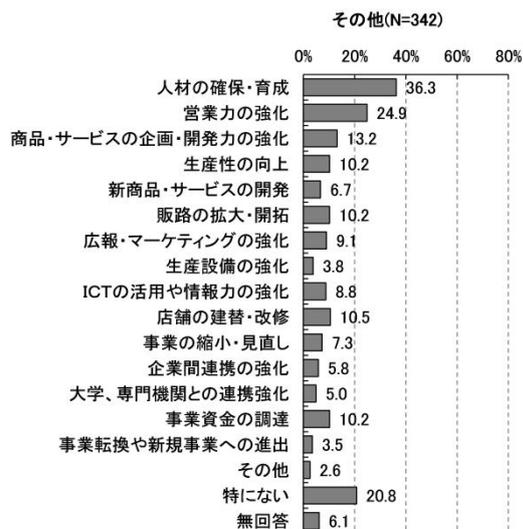
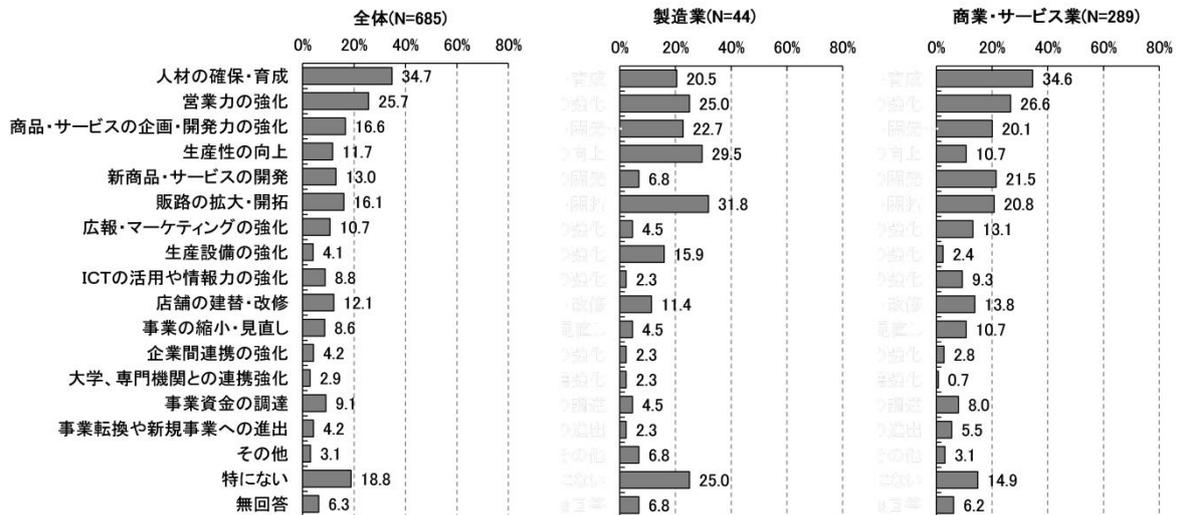
○商業・サービス業(289社)では、「人員の確保」が34.6%で最も多く、ついで「顧客のニーズの低下」が32.9%で続きます。



【課題への対応】

○製造業(44社)では、「販路の拡大・開拓」が31.8%で最も多く、ついで「生産性の向上」が29.5%で続きます。

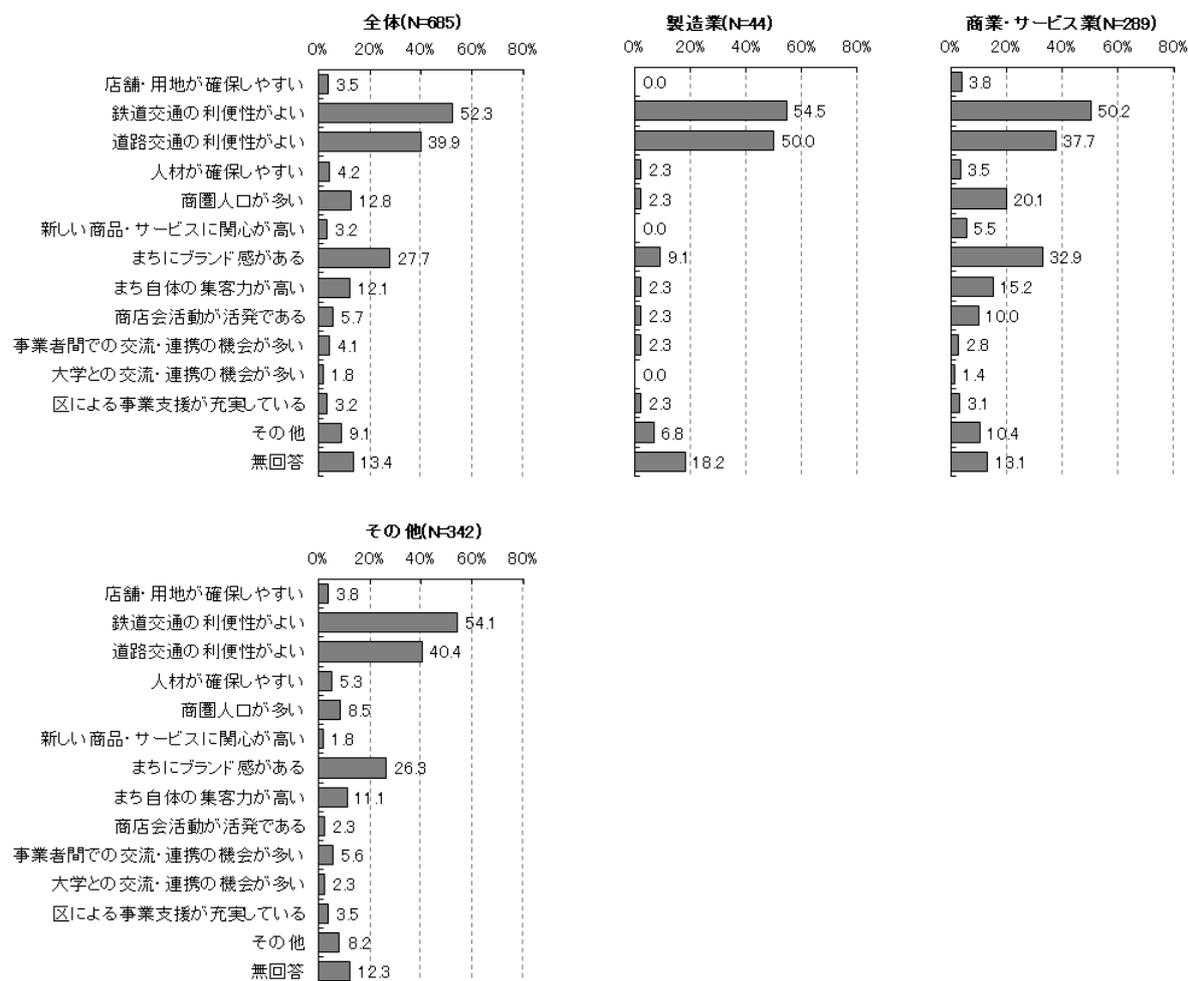
○商業・サービス業(289社)では、「人材の確保・育成」が34.6%で最も多く、ついで「営業力の強化」が26.6%で続きます。全体に比べると「新商品・サービスの開発」が21.5%で多くなっています。



(3)目黒区における立地や環境について

○営業を営む上でのメリットについては、製造業(44社)に比べて、商業・サービス業(289社)では、「商圈人口が多い」(20.1%)、「まちにブランド感がある」(32.9%)が多くなっています。

【目黒区で営業を営む上でのメリット】

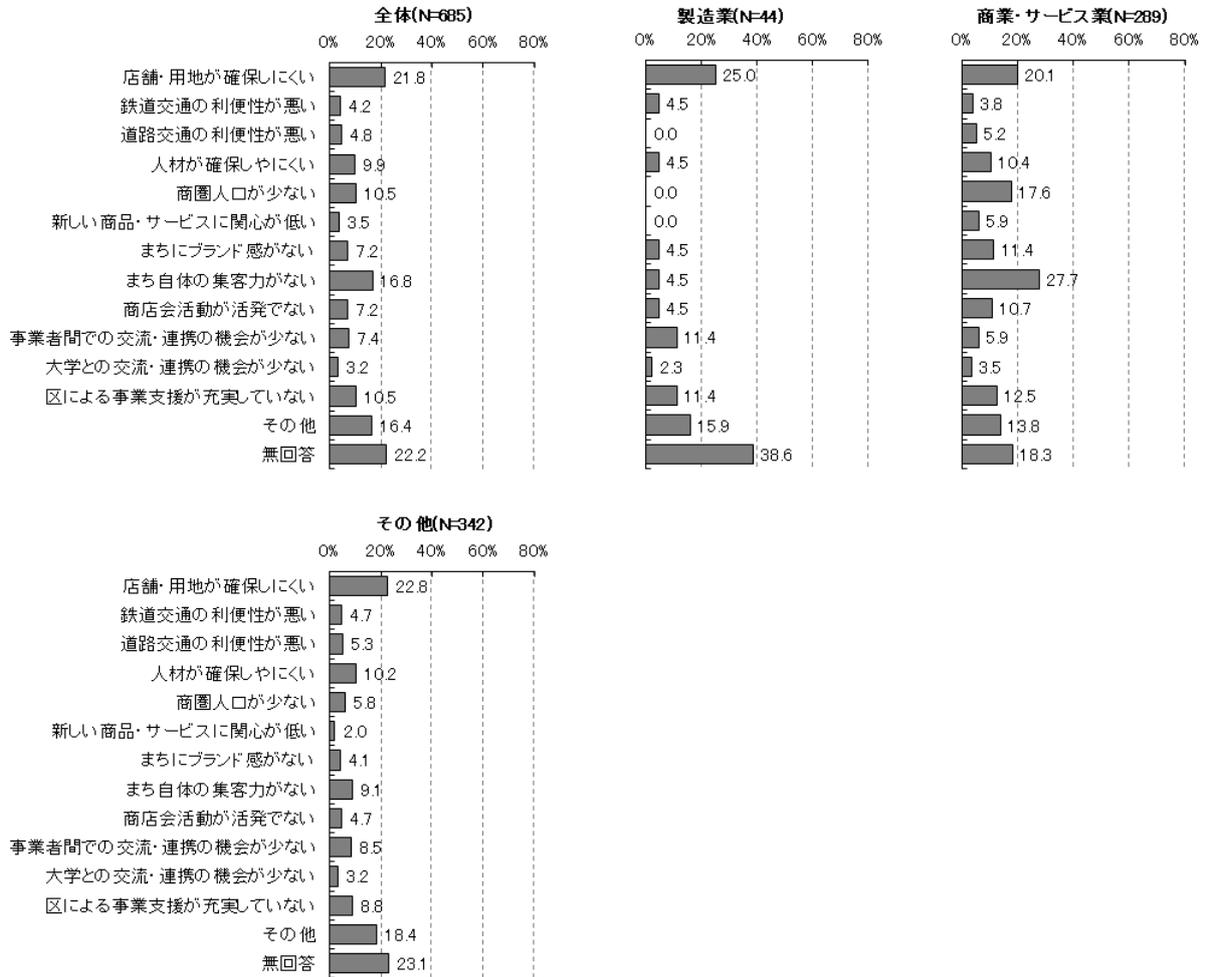


※目黒区における立地や環境に関する分析は、業種による違いが最も顕著であったため、ここに記載しています。

【目黒区で営業を営む上でのデメリット】

○営業を営む上でのデメリットについては、製造業(44社)では「店舗・用地が確保しにくい」(25.0%)が最も多くなっています。

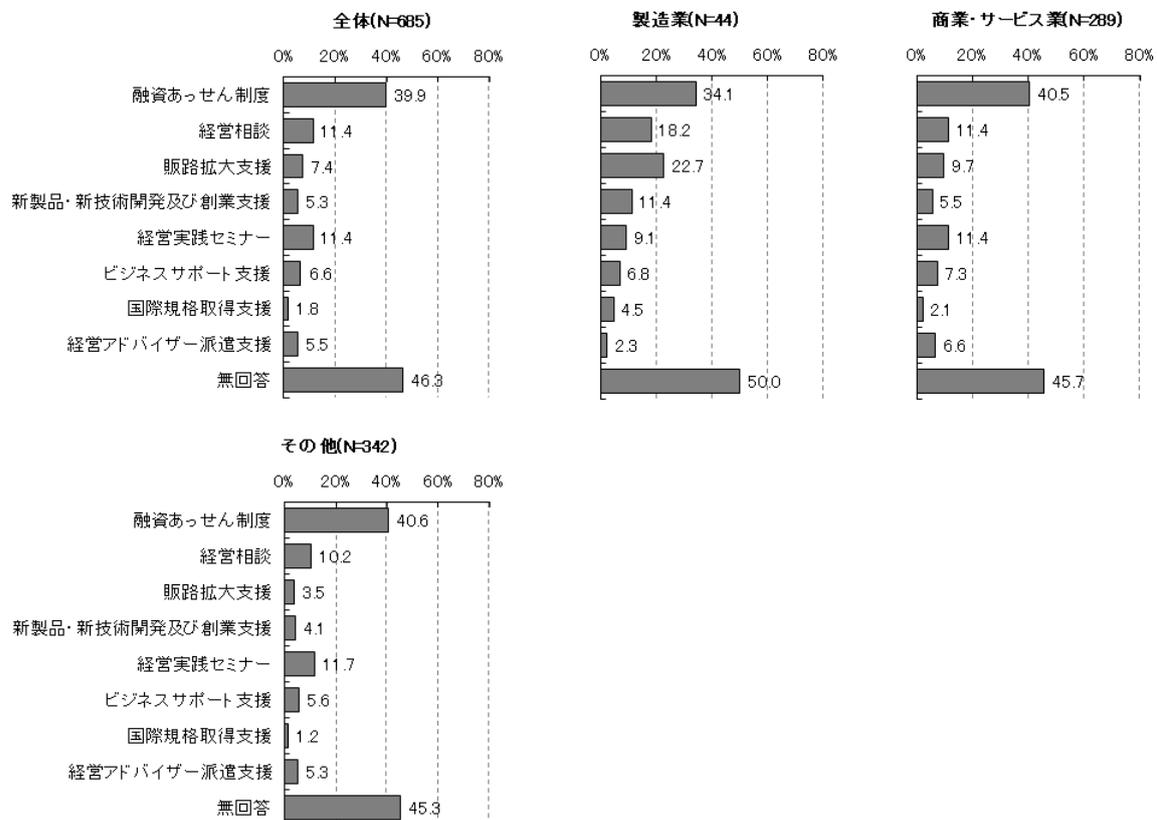
○商業・サービス業(289社)では、「まち自体の集客力がない」が27.7%で最も多く、ついで「店舗・用地が確保しにくい」が20.1%で続きます。



(4)区による産業振興や支援に関する施策について

【利用したい区の取組】

○無回答を除くと、業種にかかわらず「融資あっせん制度」が最も多くなっています。製造業(44社)では「販路拡大」が22.7%、商業・サービス業(289社)では、「経営相談」と「経営実践セミナー」が11.4%で続きます。



【区に望む支援策】

○製造業(44社)では「特にない」が31.8%で最も多くなっています。

○商業・サービス業(289社)では「低利融資制度」が39.4%で最も多くなっています。

	合計	低利融資 制度	人材確保 支援	人材育成 支援	設備投資 支援	商品・サー ビス開発 への支援	異業種・ 同業種交 流等の マッチング 支援	産学連携 の支援	新分野進 出支援
全体	(N=685)	39.1	20.3	9.2	18.0	4.2	6.1	1.9	3.2
製造業	(N=44)	27.3	15.9	6.8	15.9	2.3	11.4	4.5	2.3
商業・サービス業	(N=289)	39.4	21.5	9.0	19.7	6.6	4.2	1.4	2.8
その他	(N=342)	40.6	20.2	9.6	16.1	2.6	7.0	1.8	3.8
無回答	(N=10)	30.0	10.0	10.0	40.0	0.0	10.0	10.0	0.0

	合計	省エネル ギー対策 への支援	販路拡大 支援	事業承継 への支援	経営相談	PRや販売 促進の支 援	労働生産 性の向上 支援	女性の雇 用支援	ワークラ イフ・バラ ンス推進 への支援
全体	(N=685)	3.5	6.9	6.3	8.9	8.0	2.3	7.0	3.2
製造業	(N=44)	2.3	13.6	0.0	4.5	6.8	6.8	6.8	2.3
商業・サービス業	(N=289)	3.8	8.3	6.9	9.3	11.8	3.5	6.9	2.8
その他	(N=342)	3.5	4.7	6.7	8.8	5.0	0.9	6.7	3.5
無回答	(N=10)	0.0	10.0	0.0	20.0	10.0	0.0	20.0	10.0

	合計	高齢者の 雇用支援	多言語対 応への支 援	商店会を 通じた支 援	その他	特にない	無回答
全体	(N=685)	6.0	5.4	5.5	2.3	25.5	8.6
製造業	(N=44)	4.5	0.0	4.5	4.5	31.8	11.4
商業・サービス業	(N=289)	6.6	8.0	10.4	2.4	24.6	8.7
その他	(N=342)	5.8	4.1	1.8	2.0	26.0	7.6
無回答	(N=10)	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	30.0

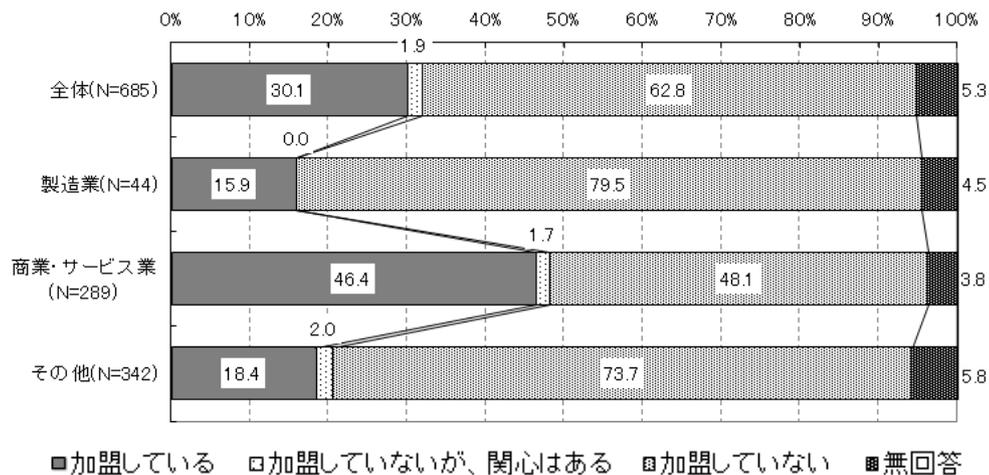
4. 商店会に関する分析

(1) 商店会への加盟状況

【業種による分析】

○商店会への加盟状況をみると、いずれも「加盟していない」が多くなっていますが、商業・サービス業(289社)では「加盟している」が46.4%で他の業種と比べ多くなっています。

○商業・サービス業のうち、小売業(101社)では、「加盟している」が62.4%で最も多くなっています。また、飲食店(81社)と生活関連サービス(47社)では「加盟している」がそれぞれ44.4%、40.4%となっており、他の業種に比べてやや多くなっています。

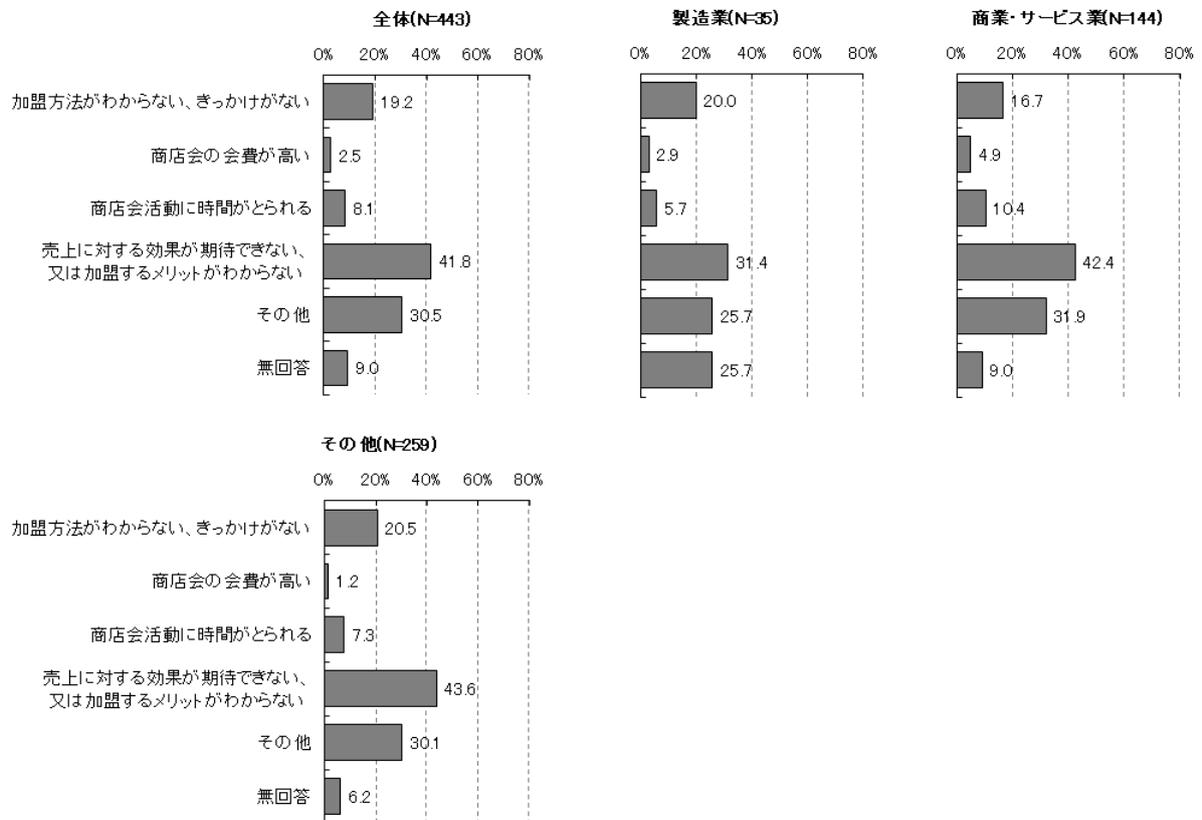


業種(詳細)からみた商店会の加盟状況

	合計	加盟している	加盟していないが、関心はある	加盟していない	無回答
全体	(N=685)	30.1	1.9	62.8	5.3
建設業(設計、内装、工事等)	(N=61)	6.6	3.3	78.7	11.5
製造業	(N=44)	15.9	0.0	79.5	4.5
情報通信業(通信、インフラ関係)	(N=4)	0.0	0.0	100.0	0.0
システム・ソフトウェア開発業	(N=8)	0.0	0.0	100.0	0.0
デザイン、コンテンツ制作	(N=16)	6.3	6.3	87.5	0.0
運輸業	(N=5)	0.0	0.0	100.0	0.0
卸売業	(N=38)	28.9	2.6	60.5	7.9
小売業(食品小売を含む)	(N=101)	62.4	2.0	34.7	1.0
金融業、保険業	(N=8)	25.0	0.0	75.0	0.0
不動産業(販売、仲介、管理等)	(N=60)	21.7	0.0	71.7	6.7
物品賃貸業	(N=4)	0.0	0.0	100.0	0.0
学術研究、専門・技術サービス業	(N=23)	26.1	0.0	69.6	4.3
宿泊業	(N=0)	0.0	0.0	0.0	0.0
飲食店	(N=81)	44.4	2.5	48.1	4.9
生活関連サービス業	(N=47)	40.4	0.0	57.4	2.1
娯楽業	(N=7)	14.3	0.0	71.4	14.3
教育、学習支援業	(N=15)	26.7	0.0	66.7	6.7
医療、福祉	(N=81)	22.2	3.7	67.9	6.2
農林水産業	(N=1)	0.0	0.0	100.0	0.0
その他	(N=71)	26.8	1.4	67.6	4.2
無回答	(N=10)	20.0	10.0	40.0	30.0

(2) 商店会に加盟しない理由

○加盟していない理由としては、業種にかかわらず「売上に対する効果が期待できない、又は加盟するメリットがわからない」が最も多くなっています。

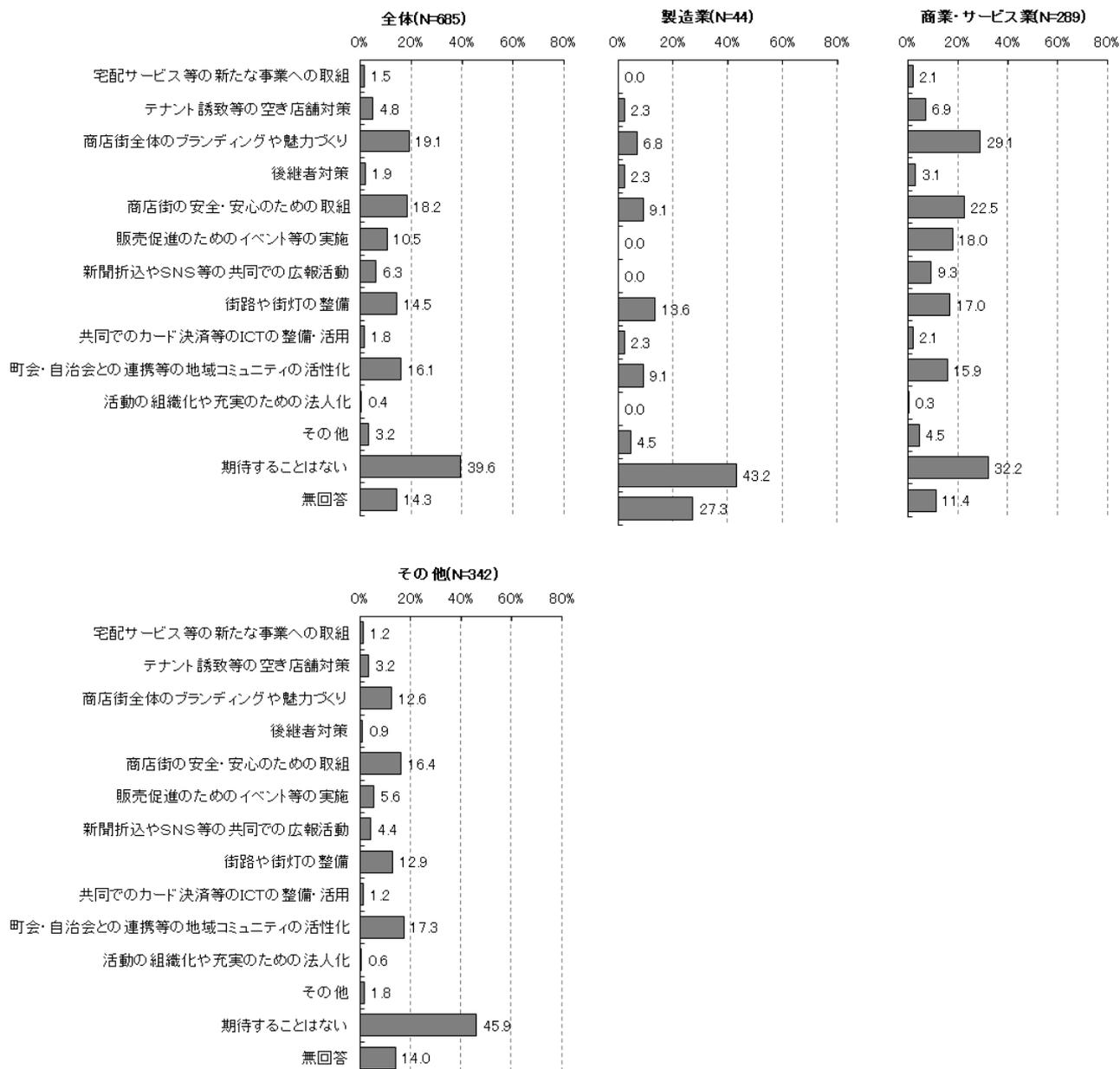


(3) 商店会への期待

【業種による分析】

○業種にかかわらず、「期待することが無い」が最も多くなっていますが、商業・サービス業(289社)では、「商店街全体のブランディングや魅力づくり」が29.1%で2番目に多くなっています。

○商業・サービス業のうち、小売業(101社)では「商店街全体のブランディングや魅力づくり」が39.6%で最も多くなっています。また、飲食店(81社)でも他の業種と比べ多くなっています。



業種(詳細)からみた商店会への期待

	合計	宅配サービス等の新たな事業への取組	テナント誘致等の空き店舗対策	商店街全体のプランニングや魅力づくり	後継者対策	商店街の安全・安心のための取組	販売促進のためのイベント等の実施	新聞折込やSNS等の共同での広報活動	街路や街灯の整備
全体	(N=685)	1.5	4.8	19.1	1.9	18.2	10.5	6.3	14.5
建設業(設計、内装、工事等)	(N=61)	1.8	6.8	6.6	1.6	14.8	4.9	3.3	13.1
製造業	(N=44)	0.0	2.3	6.8	2.3	9.1	0.0	0.0	13.6
デザイン、コンテンツ制作	(N=16)	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	6.3
卸売業	(N=38)	0.0	5.3	15.8	2.6	15.8	7.9	2.6	2.6
小売業(食品小売を含む)	(N=101)	5.0	11.9	39.6	4.0	25.7	26.7	10.9	20.8
不動産業(販売、仲介、管理等)	(N=60)	3.3	6.7	13.3	1.7	11.7	1.7	0.0	20.0
学術研究、専門・技術サービス業	(N=23)	0.0	0.0	13.0	0.0	26.1	13.0	17.4	13.0
飲食店	(N=81)	1.2	2.5	27.2	1.2	23.5	8.6	4.9	17.3
生活関連サービス業	(N=47)	0.0	8.5	25.5	6.4	23.4	27.7	17.0	27.7
教育、学習支援業	(N=15)	0.0	0.0	20.0	0.0	6.7	13.3	20.0	0.0
医療、福祉	(N=81)	0.0	1.2	17.3	0.0	25.9	6.2	7.4	13.6
その他	(N=71)	1.4	2.8	15.5	1.4	15.5	9.9	4.2	12.7
無回答	(N=10)	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	10.0	10.0	0.0

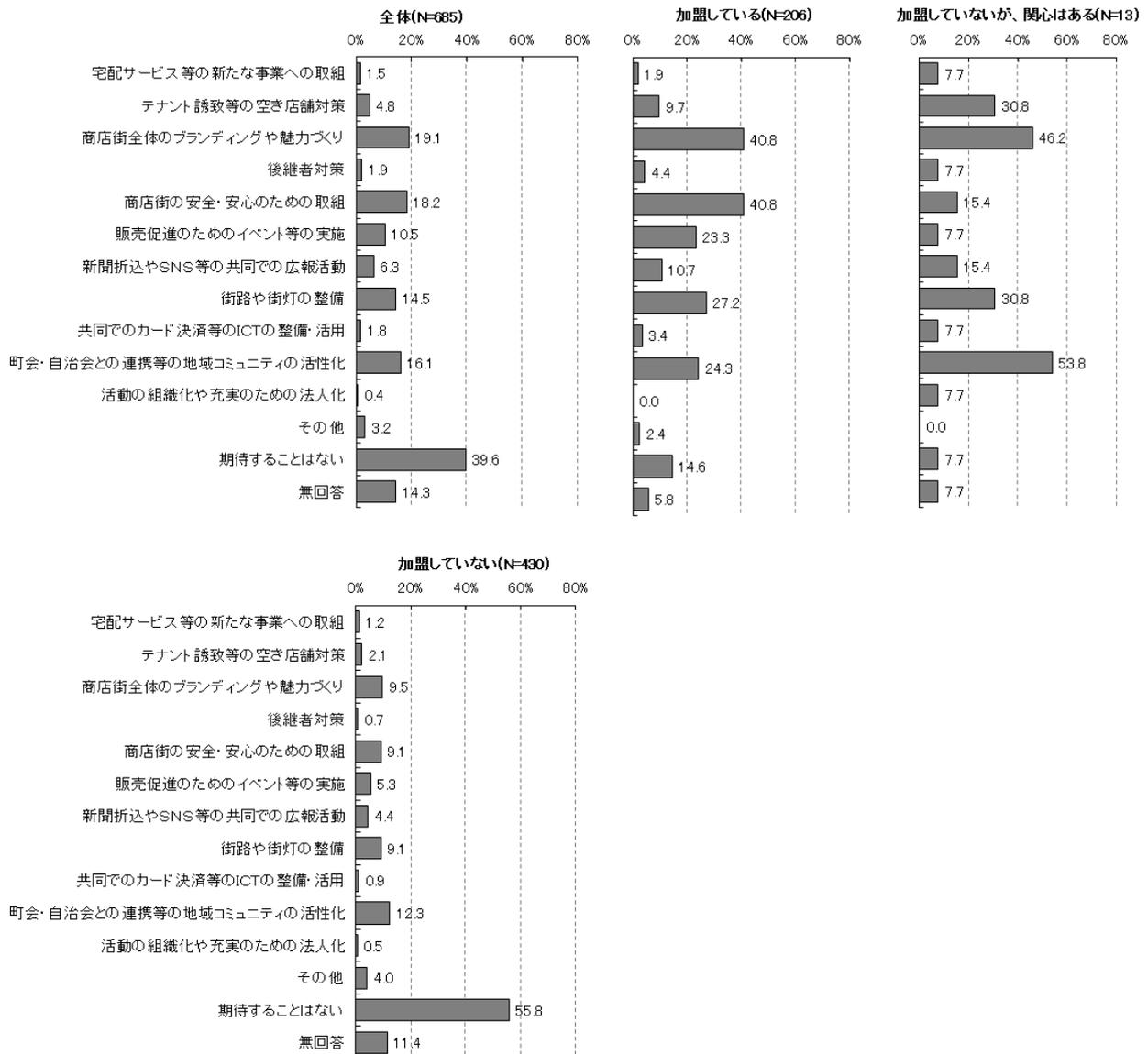
	合計	共同でのカード決済等のICTの整備・活用	町会・自治会との連携等の地域コミュニティの活性化	活動の組織化や充実のための法人化	その他	期待することはない	無回答
全体	(N=685)	1.8	16.1	0.4	3.2	39.6	14.3
建設業(設計、内装、工事等)	(N=61)	1.6	21.3	0.0	1.6	49.2	16.4
製造業	(N=44)	2.3	9.1	0.0	4.5	43.2	27.3
デザイン、コンテンツ制作	(N=16)	0.0	12.5	0.0	0.0	62.5	6.3
卸売業	(N=38)	0.0	7.9	0.0	5.3	39.5	18.4
小売業(食品小売を含む)	(N=101)	3.0	18.8	0.0	5.9	26.7	6.9
不動産業(販売、仲介、管理等)	(N=60)	1.7	10.0	1.7	5.0	41.7	15.0
学術研究、専門・技術サービス業	(N=23)	4.3	8.7	0.0	0.0	39.1	17.4
飲食店	(N=81)	2.5	13.6	0.0	3.7	35.8	12.3
生活関連サービス業	(N=47)	2.1	19.1	2.1	4.3	31.9	8.5
教育、学習支援業	(N=15)	0.0	13.3	0.0	0.0	40.0	20.0
医療、福祉	(N=81)	0.0	27.2	1.2	0.0	33.3	14.6
その他	(N=71)	0.0	15.5	0.0	2.8	47.9	11.3
無回答	(N=10)	10.0	10.0	0.0	10.0	20.0	50.0

※上記の表では、10社未満の業種は掲載していません。

【商店会への加盟状況による分析】

○商店会に加盟している事業所(206社)では、「商店街全体のブランディングや魅力づくり」と「商店街の安全・安心のための取組」が40.8%で最も多く、ついで「街路や街灯の整備」が27.2%で続いています。

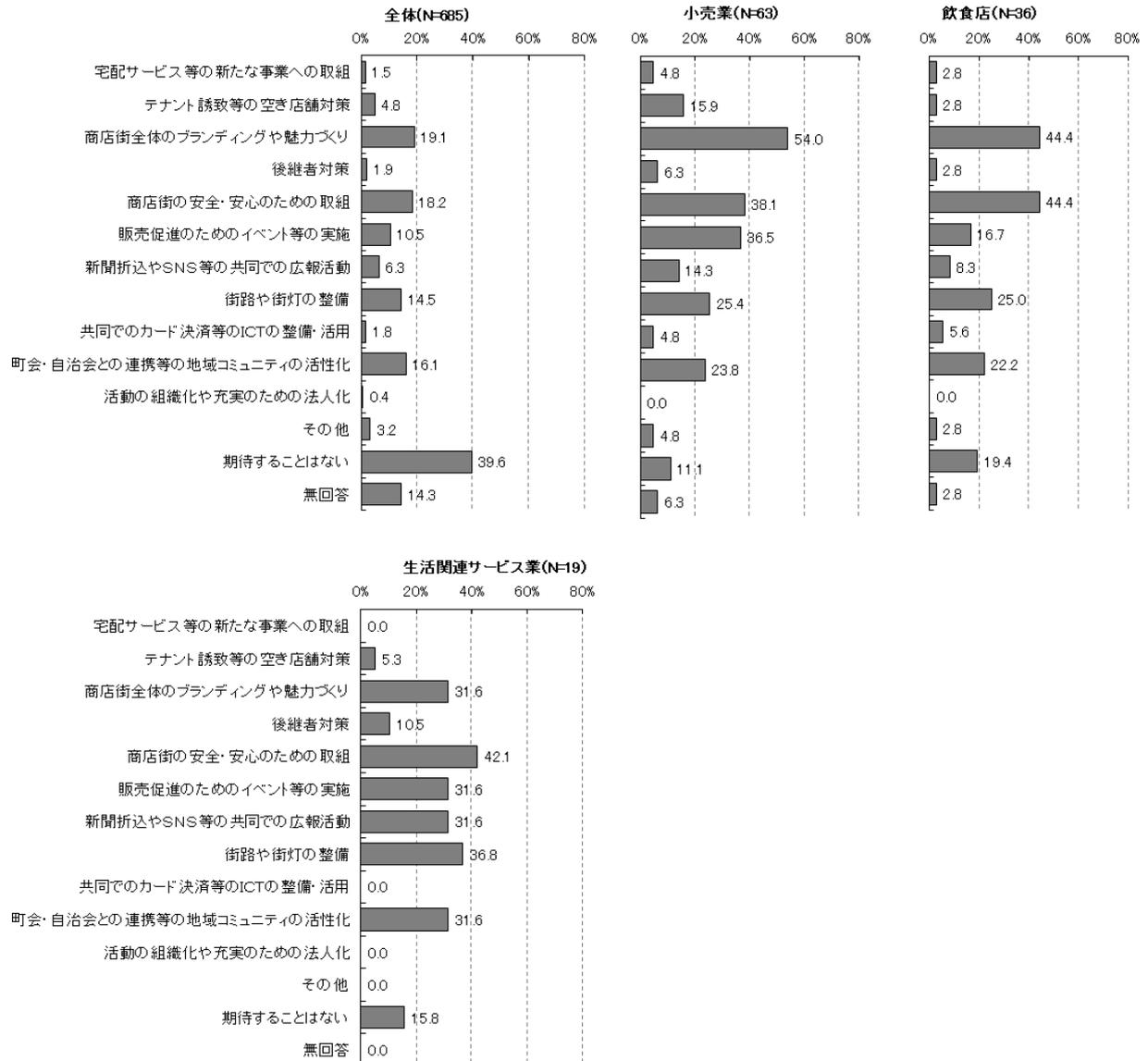
○加盟していない事業所(430社)では、「期待することはない」が5割を上回っています。



【商店会に加盟する小売業・飲食店・生活関連サービス業の期待】

○商店会に加盟する小売業(63社)、飲食店(36社)、生活関連サービス業(19社)における商店会への期待をみると、小売業と飲食店では「商店街全体のブランディングや魅力づくり」が54.0%、44.4%で最も多くなっています。

○飲食店では「商店街の安全・安心のための取組」も44.4%で最も多く、ついで「街路や街灯の整備」が25.0%で続いています。生活関連サービスも同様の傾向が見られます。

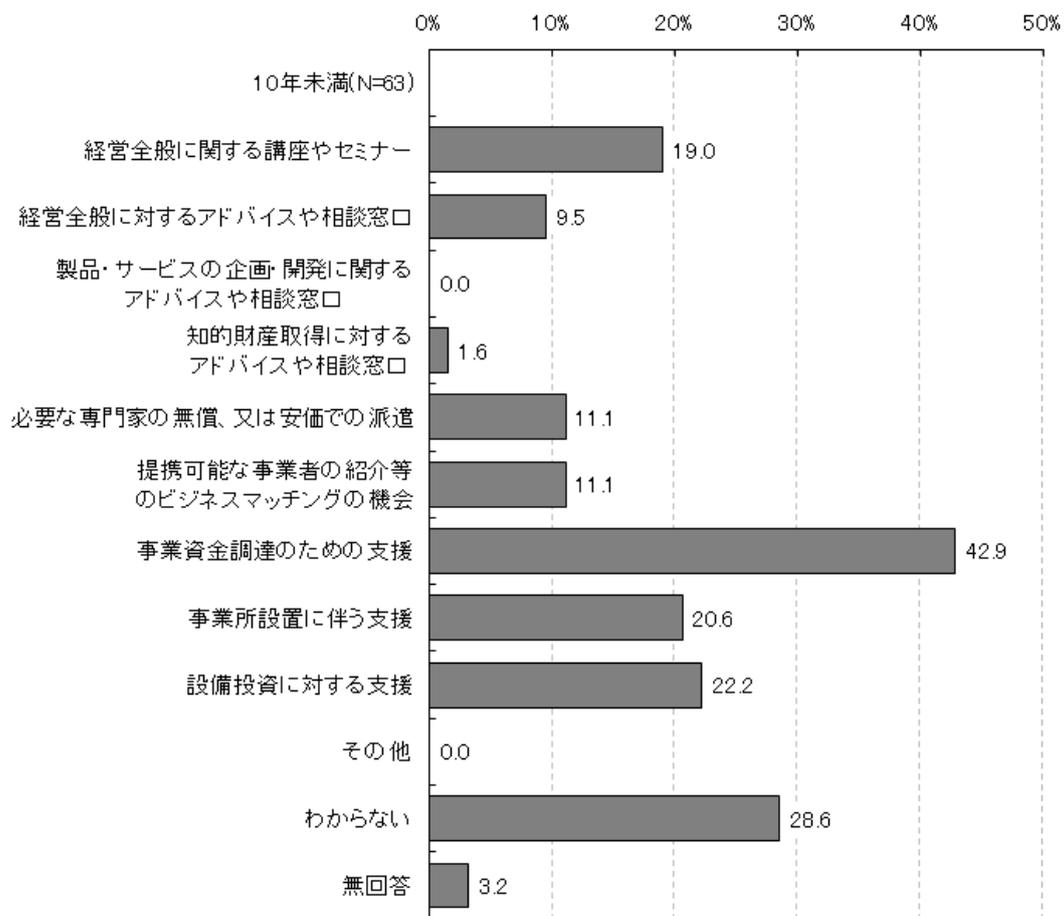


5. 創業期の支援に関する分析

企業設立からの年数(問5)により創業から10年未満の事業所を抽出し、それら事業における創業時に必要とした支援(問17)、創業期の課題(問18)を分析することで、創業期の支援のニーズを把握します。

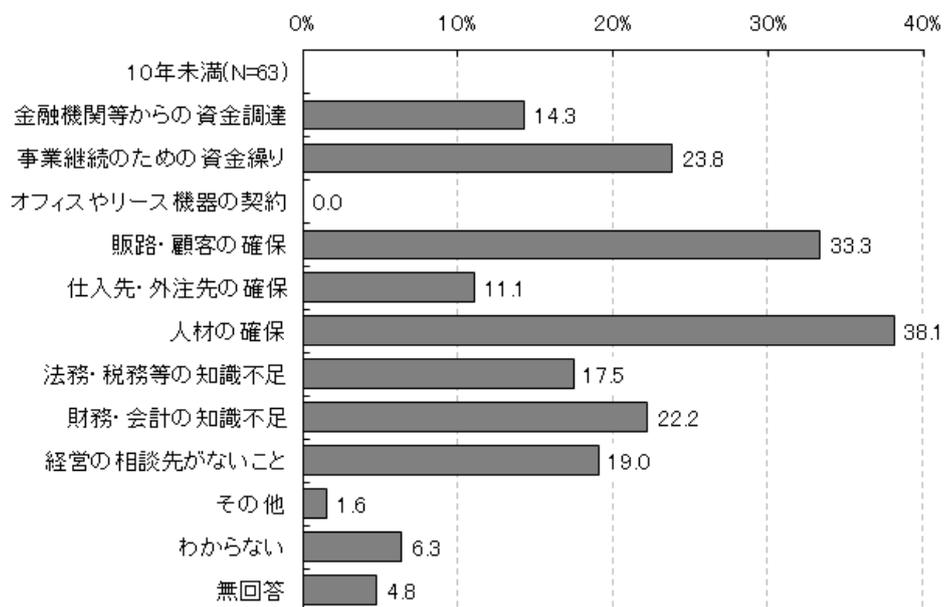
(1) 創業から10年未満の事業所が創業時に必要とした支援

○「わからない」(28.6%)を除くと、「事業資金調達のための支援」が42.9%で最も多く、ついで「設備投資に対する支援」が22.2%、「事業所設置に伴う支援」が20.6%で続きます。



(2)創業から10年未満の事業所の創業時の課題

○「人材の確保」が38.1%で最も多く、ついで「販路・顧客の確保」が33.3%、「事業継続のための資金繰り」が23.8%で続きます。

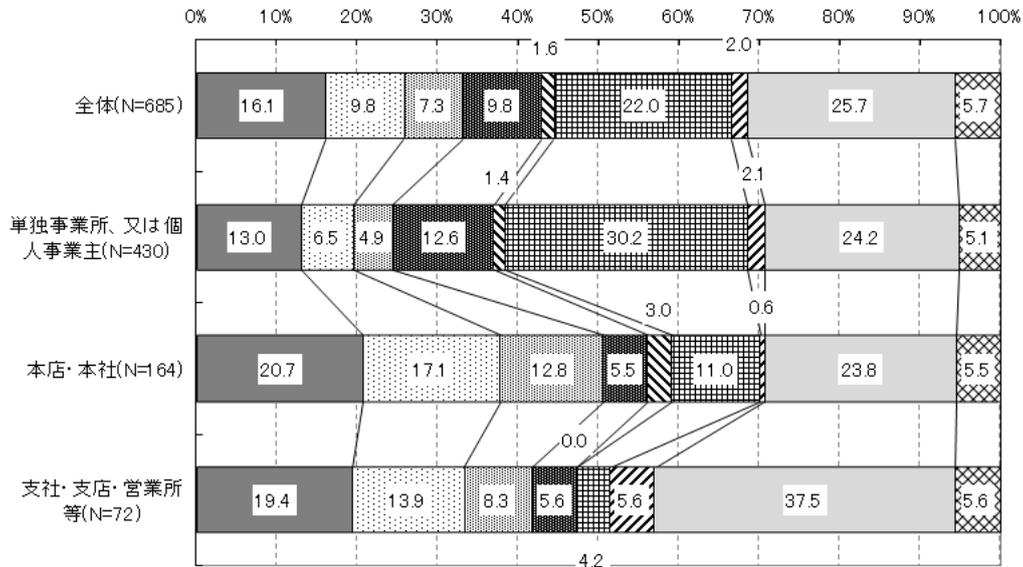


6. 事業承継に関する分析

(1) 事業承継の見通し

【事業所区分による分析】

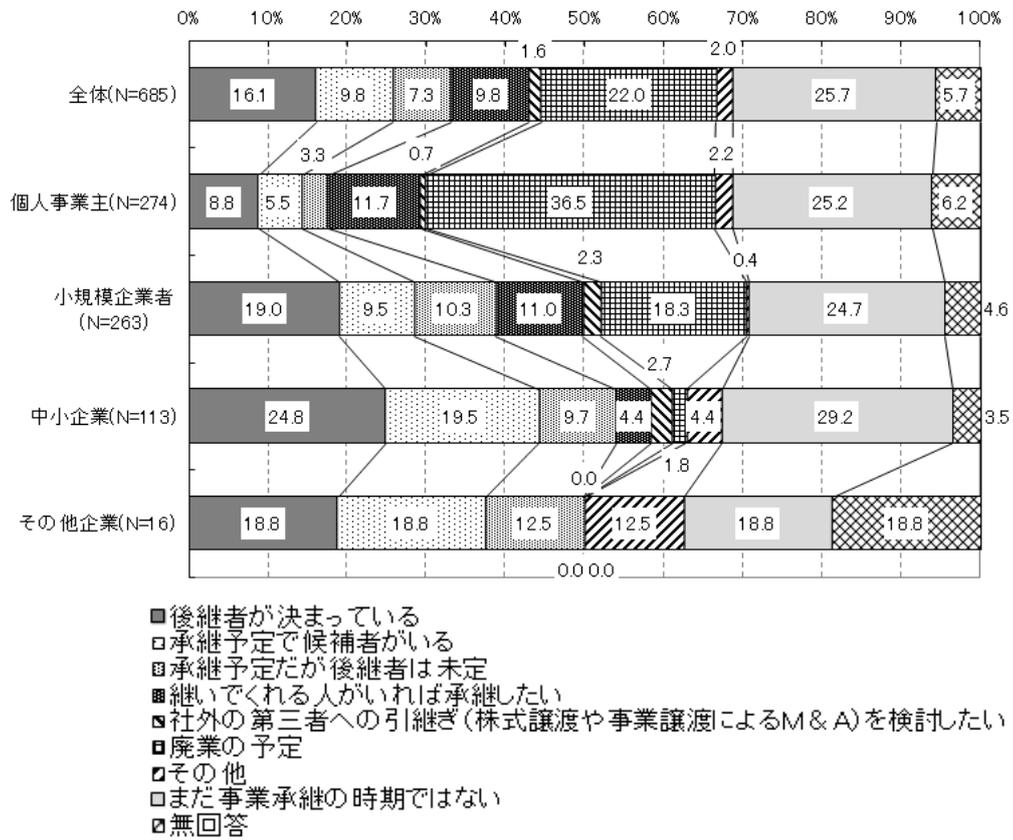
○単独事業所、又は個人事業主(430社)では、「廃業の予定」が30.2%で最も多くなっており、「後継者が決まっている」は13.0%で、全体と比べると少なくなっています。



- 後継者が決まっている
- 承継予定で候補者がいる
- ▨ 承継予定だが後継者は未定
- ▩ 継いでくれる人がいれば承継したい
- ▧ 社外の第三者への引継ぎ(株式譲渡や事業譲渡によるM&A)を検討したい
- 廃業の予定
- その他
- まだ事業承継の時期ではない
- 無回答

【事業所の企業規模による分析】

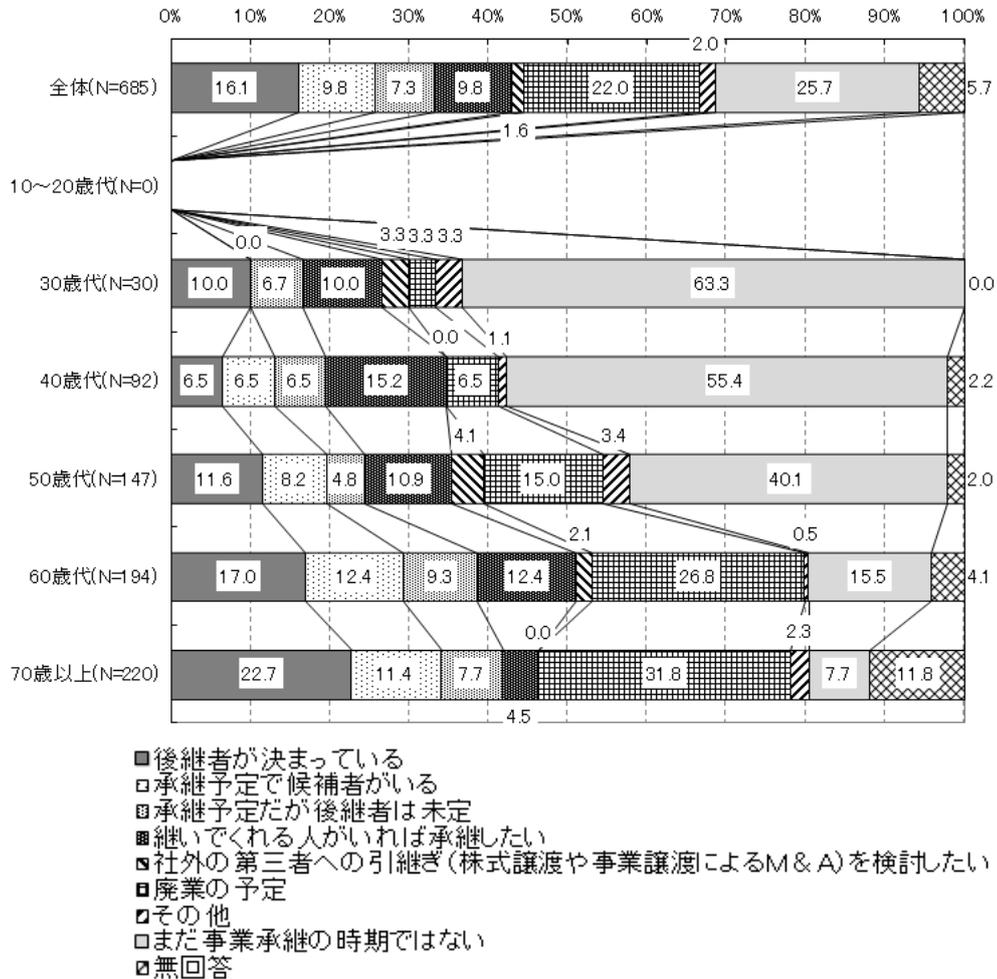
○個人事業主(274社)では、「廃業の予定」が36.5%で最も多くなっており、「後継者が決まっている」は8.8%で、全体と比べると少なくなっています。



【事業主の年齢による分析】

○事業主が60歳未満の事業所では「まだ事業承継の時期ではない」が最も多くなっていますが、60歳代(194社)と70歳以上(220社)では、「廃業の予定」が26.8%、31.8%で最も多くなっています。

○事業主が60歳以上の事業所では、「後継者が決まっている」と「承継予定で候補者がいる」の合計は約3割となっています。



(2)事業承継を行う際の課題

【事業主の年齢による分析】

○いずれの年代も「事業の将来性」が最も多くなっています。

