

令和7年度 中小企業に対するアンケート 取りまとめ結果

結果のポイント

- 県内中小企業850社を対象にアンケートを実施（回答率63.7%）。
- 「強み」についての回答は、「技術力」が最も多く、次いで「取引先との信頼関係」、「サービス」が続いた。
業種別では、**製造業、建設業では「技術力」**が最も多く、**小売業、サービス業では「サービス」、卸売業では「取引先との信頼関係」**が最も多い結果となった。
- 「課題」についての回答は、昨年に引き続き「人材確保」が最も多く、「人材育成」、「情報発信力」が続いた。
業種別においても、全ての業種で**「人材確保」**が最も多い結果となった。

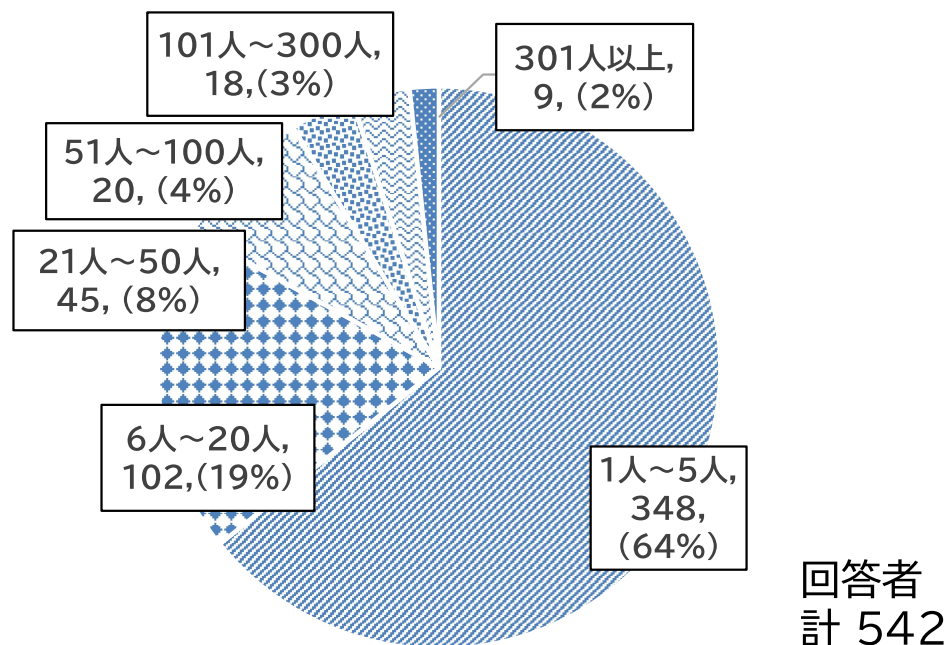
結果のポイント

- 「今後強化したいもの」についての回答は、昨年に引き続き「人材確保」が最も多くなり、次いで「人材育成」、「販売力」が続いた。
業種別では、**製造業では「人材育成」が最も多く、サービス業、建設業、卸売業では「人材確保」、小売業（飲食店以外）では「販売力」が最も多い結果となった。小売業（飲食店）では、「情報発信力」、「人材育成」、「人材確保」が同率で最も多い結果となった。**
- 「今後利用したい支援制度」についての回答は、昨年に引き続き「補助金・助成金（生産性向上のための設備導入）」が最も多く、次いで「補助金（販路開拓）」、「人材育成支援」が続いた。
- 自社は地域で生き生きと活躍できている割合については、**「87%」**が「感じる」または「どちらかといえば感じる」と回答した結果となった。
- 「滋賀県ちいさな企業応援月間（7月）」を知っている割合については、知っているが「8%」という結果になった。

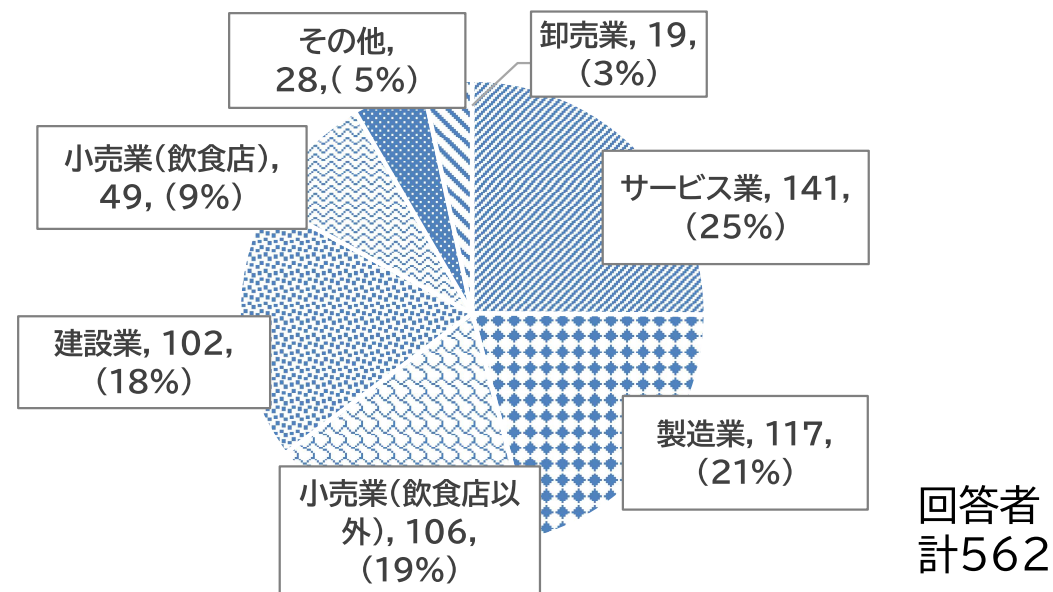
○調査概要

調査対象	商工会・商工会議所・中小企業団体中央会の会員企業のうち製造業、卸売業・小売業、サービス業、建設業から均等抽出	
	商工会	250
	商工会議所	250
	中央会	350
	計	850
調査方法	商工会等による配布・回収、無記名方式	
調査期間	令和7年5月1日～令和7年5月31日	
総配布数	850社	
回答数	542社	
回答率	63.7%	

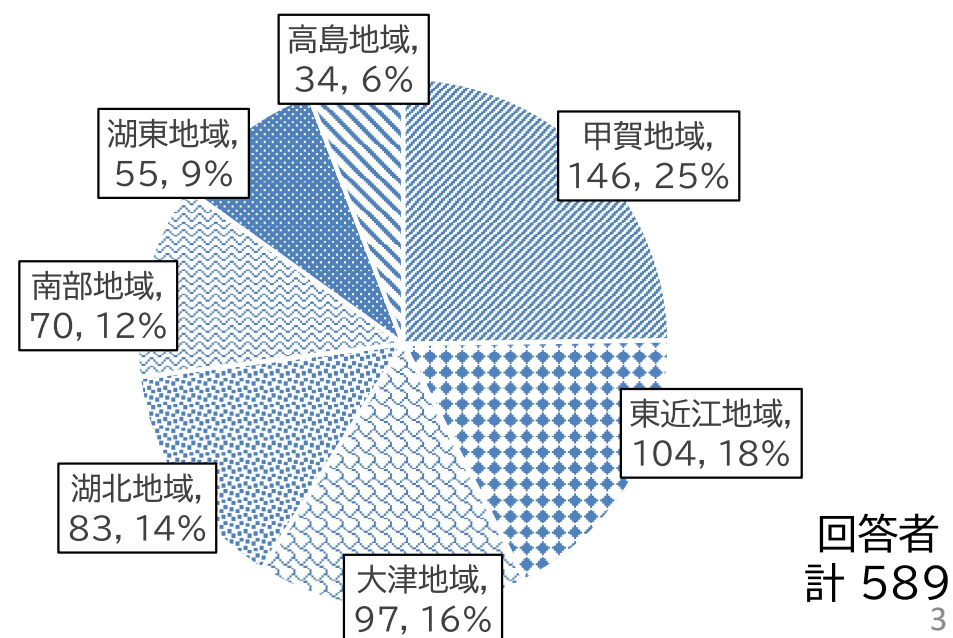
2.回答者の従業員数



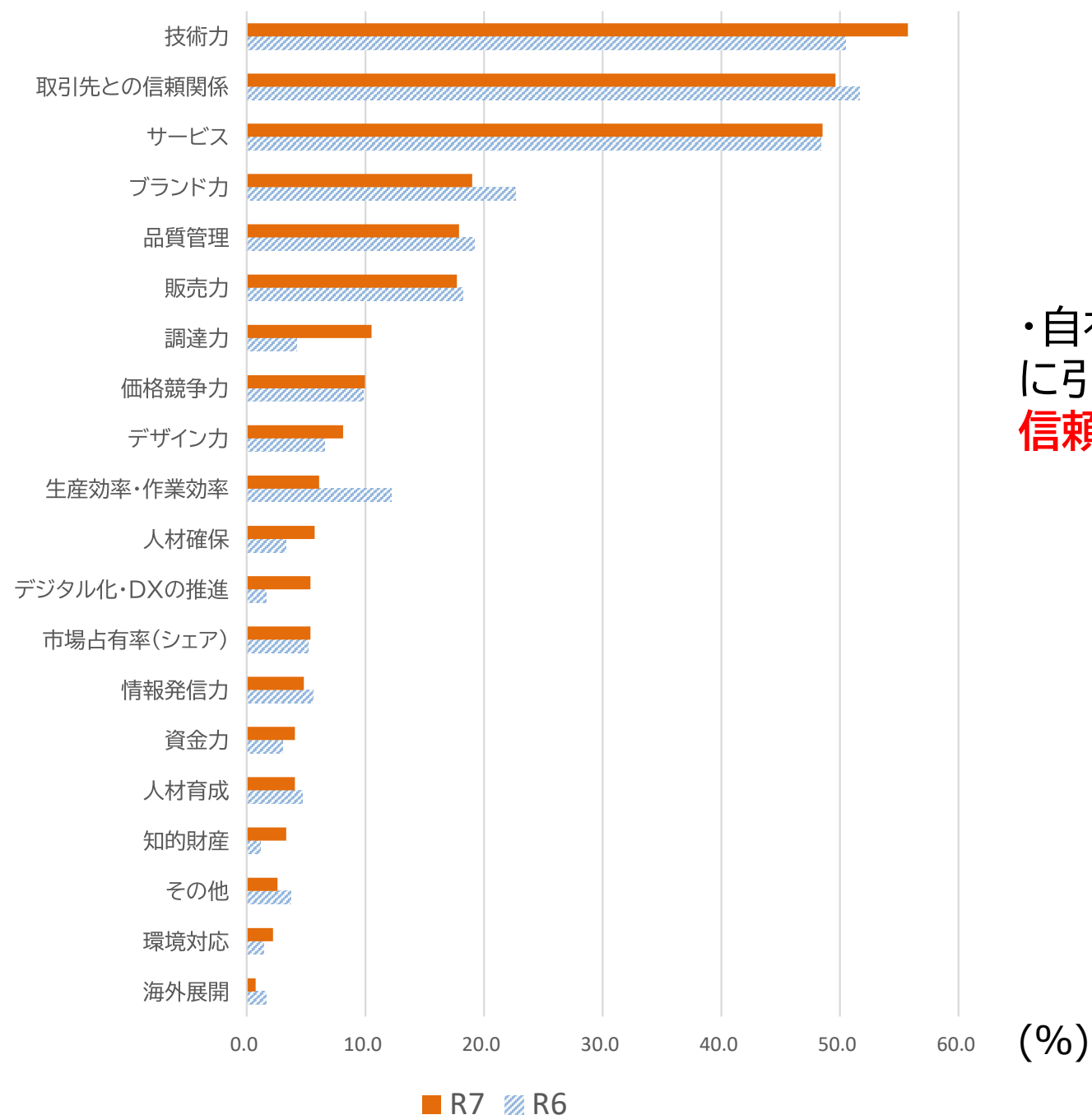
1.回答者の業種(複数回答)



3.仕事をしている地域(複数回答)



4. ① 自社の現在の強み（複数回答）

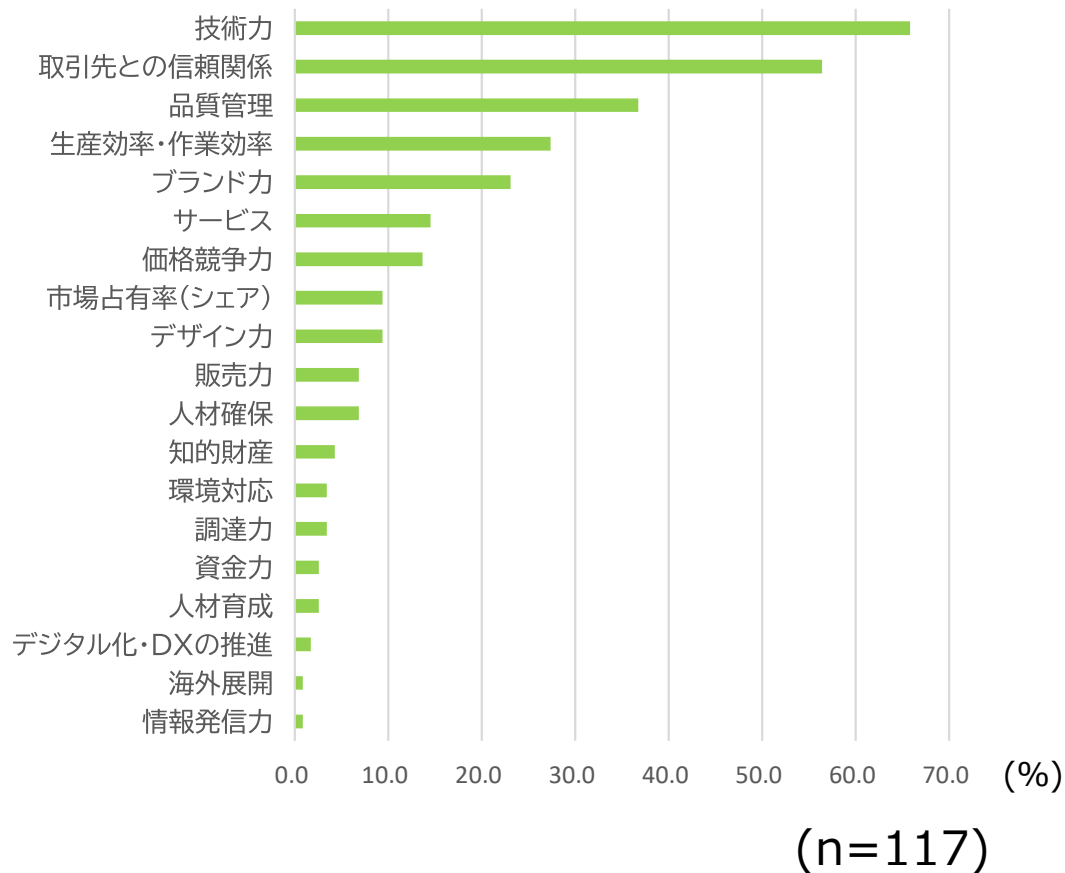


・自社の強みについては、前回調査に引き続き「技術力」、「取引先との信頼関係」、「サービス」が上位

■ R 7 (n=542)
■ R 6 (n=428)

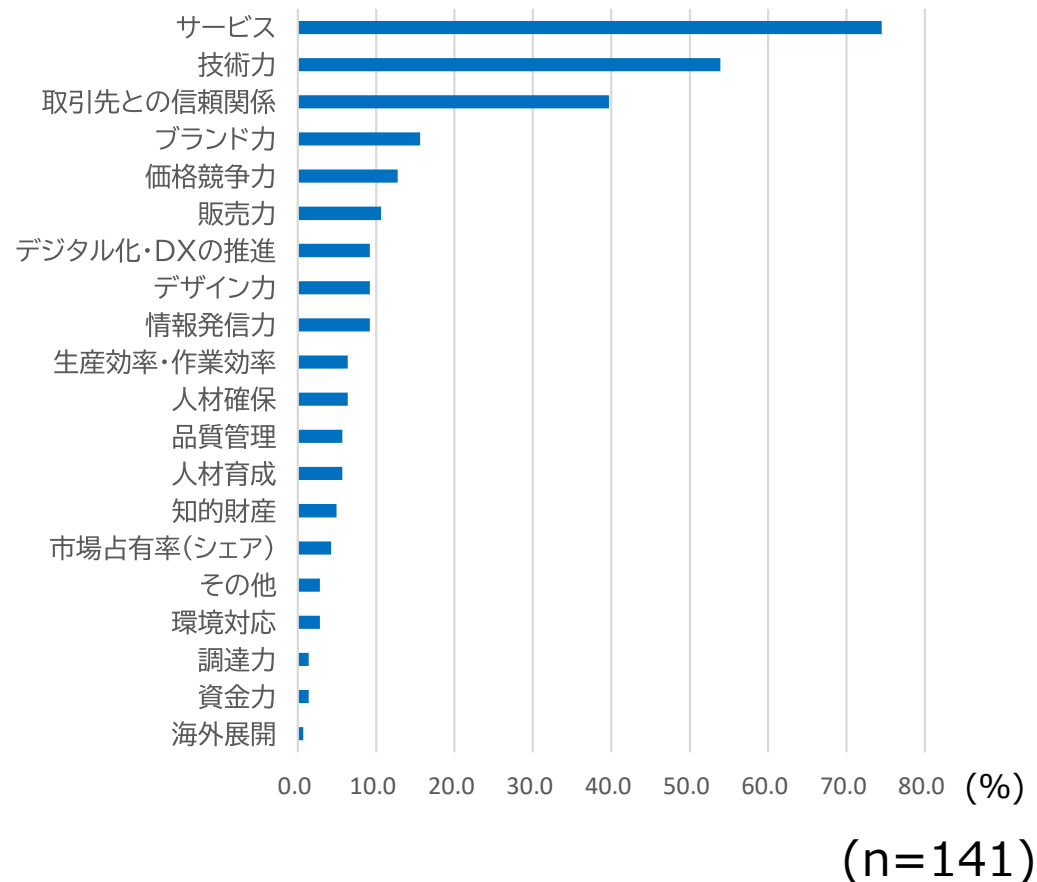
4. ① 自社の現在の強み（複数回答） 業種ごと

製造業



・製造業においては、
「**技術力**」が65.8%と最も多く、
「**取引先との信頼関係**」、「**品質管理**」が続いた。

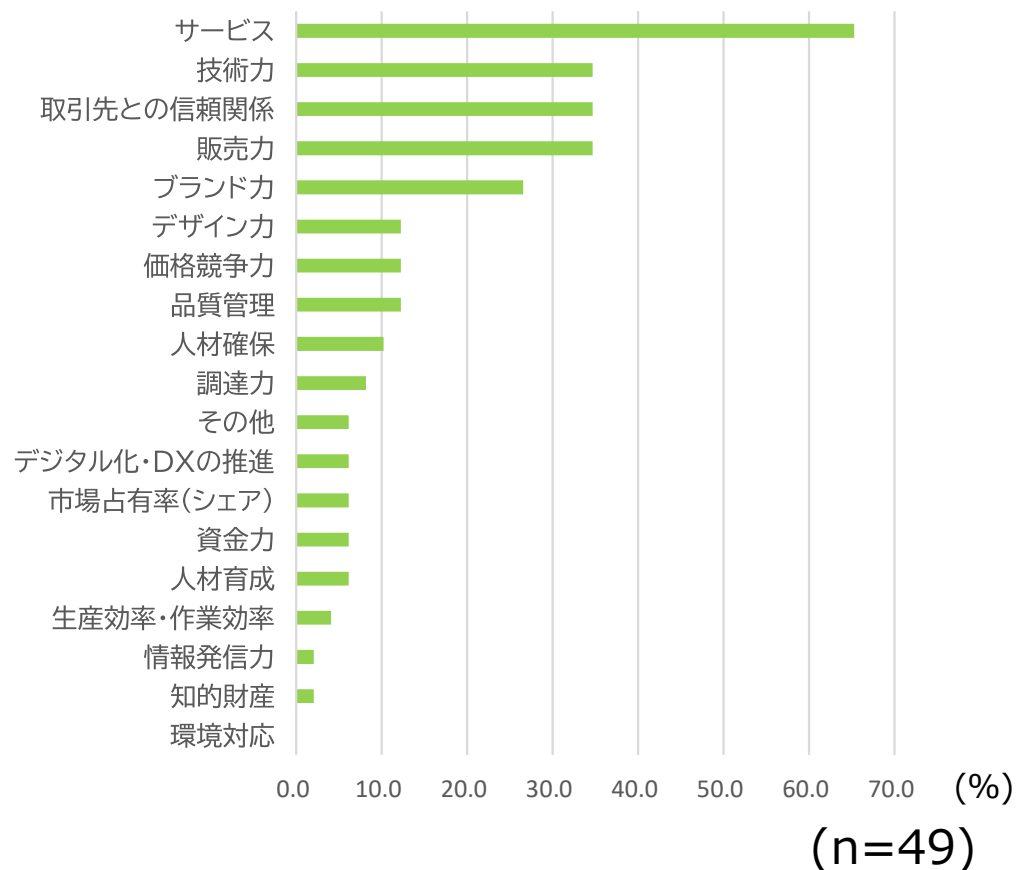
サービス業



・サービス業においては、
「**サービス**」が74.5%と最も多く、
「**技術力**」、「**取引先との信頼関係**」が続いた。

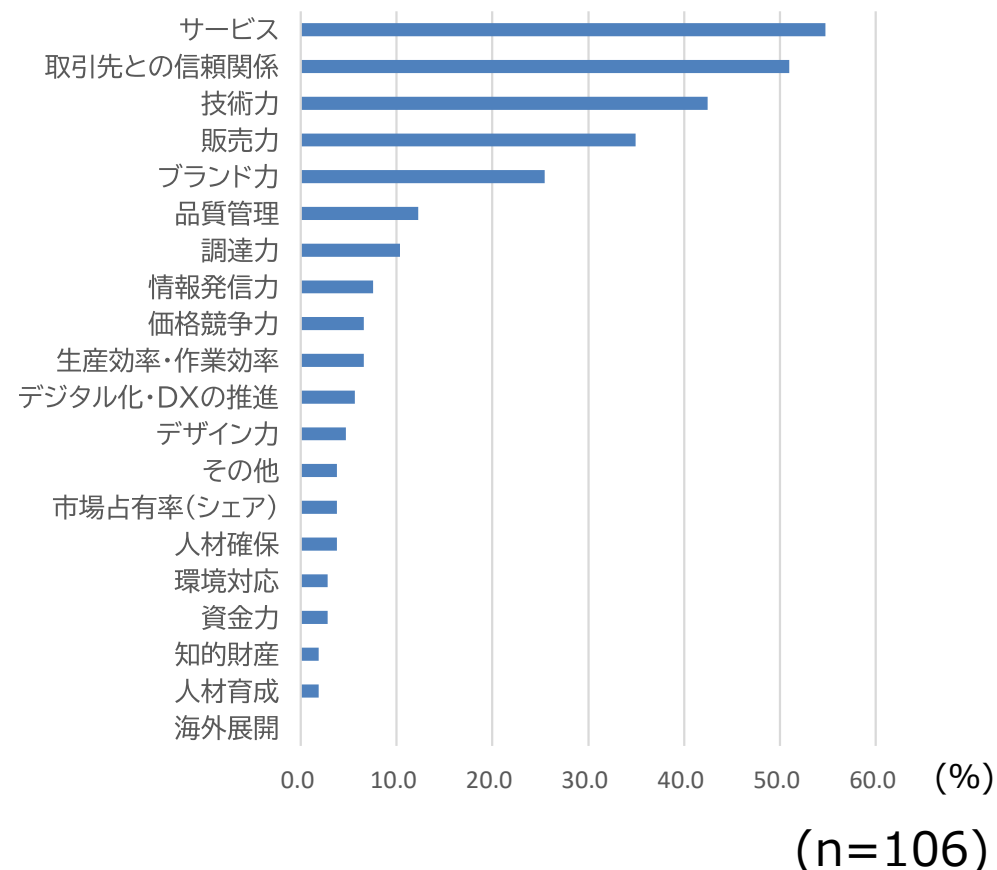
4. ① 自社の現在の強み（複数回答） 業種ごと

小売業(飲食店)



・小売業(飲食店)においては、
「サービス」が65.3%と最も多く、
「技術力」、「取引先との信頼関係」、「販売力」
が続いた。

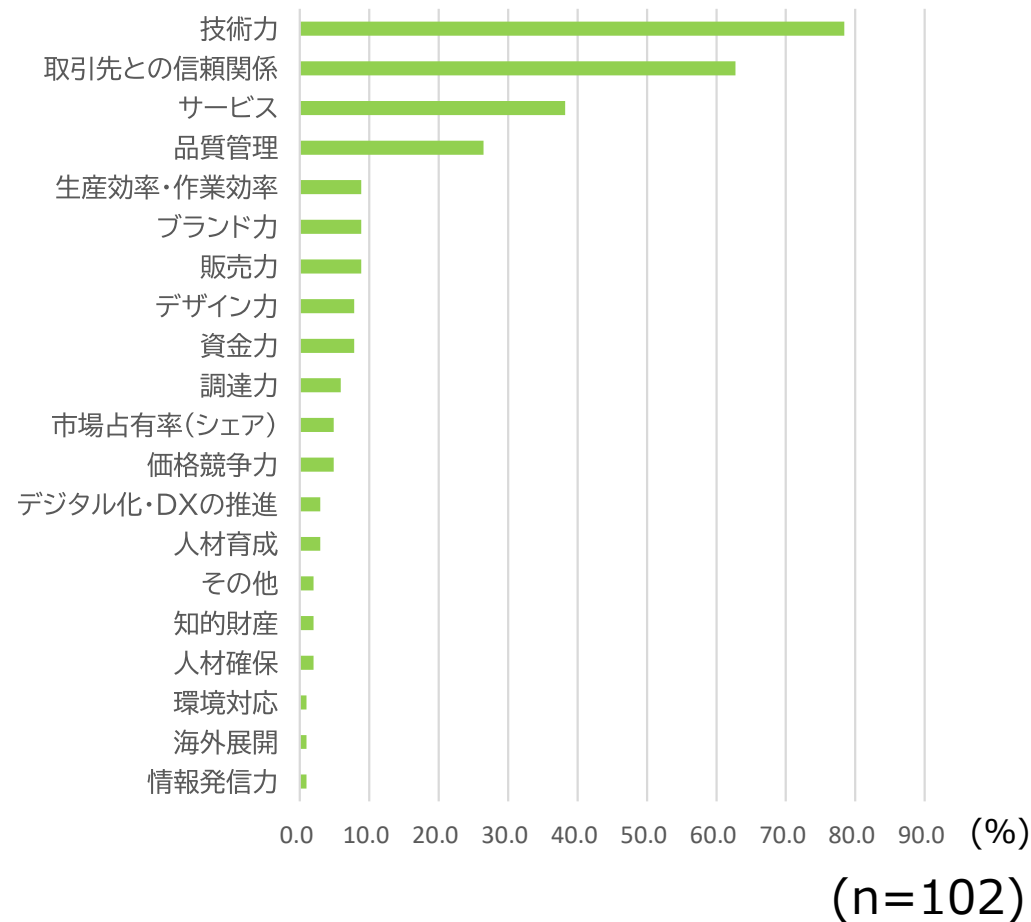
小売業(飲食店以外)



・小売業(飲食店以外)においては、
「サービス」が54.7%と最も多く、
「取引先との信頼関係」、「技術力」が続いた。

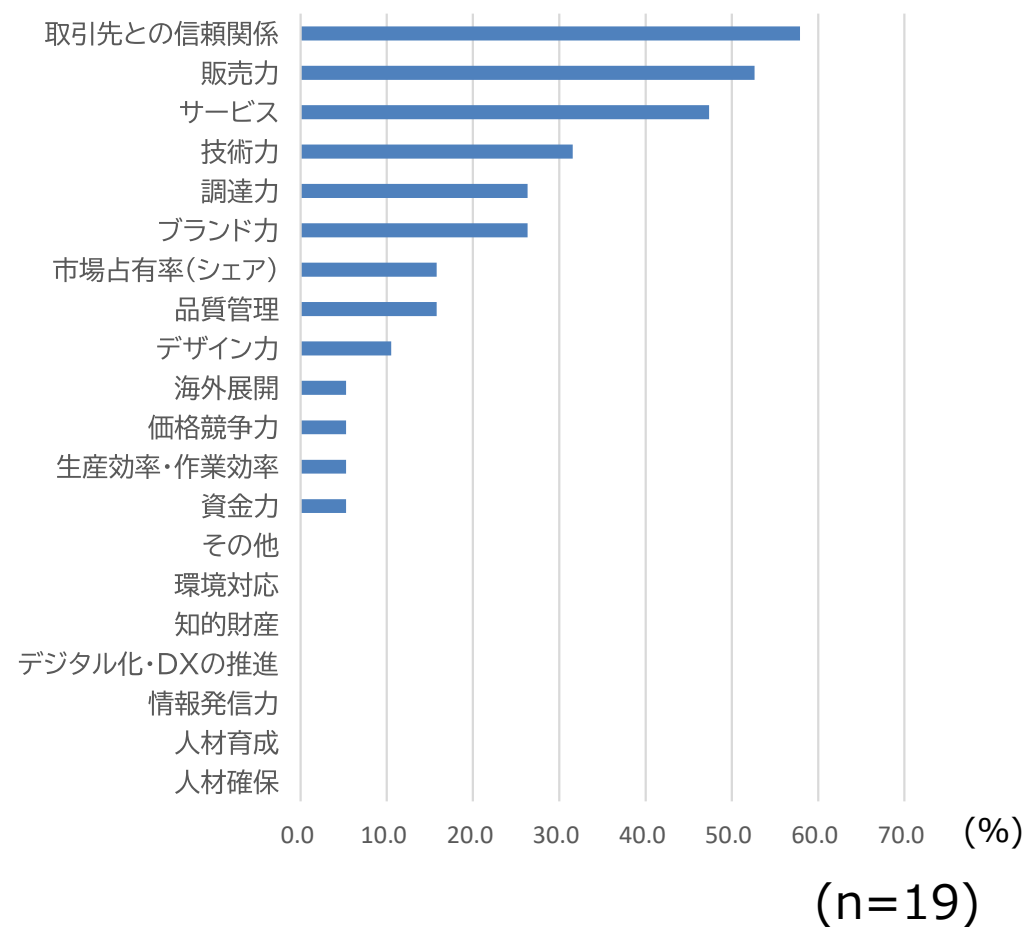
4. ① 自社の現在の強み（複数回答） 業種ごと

建設業



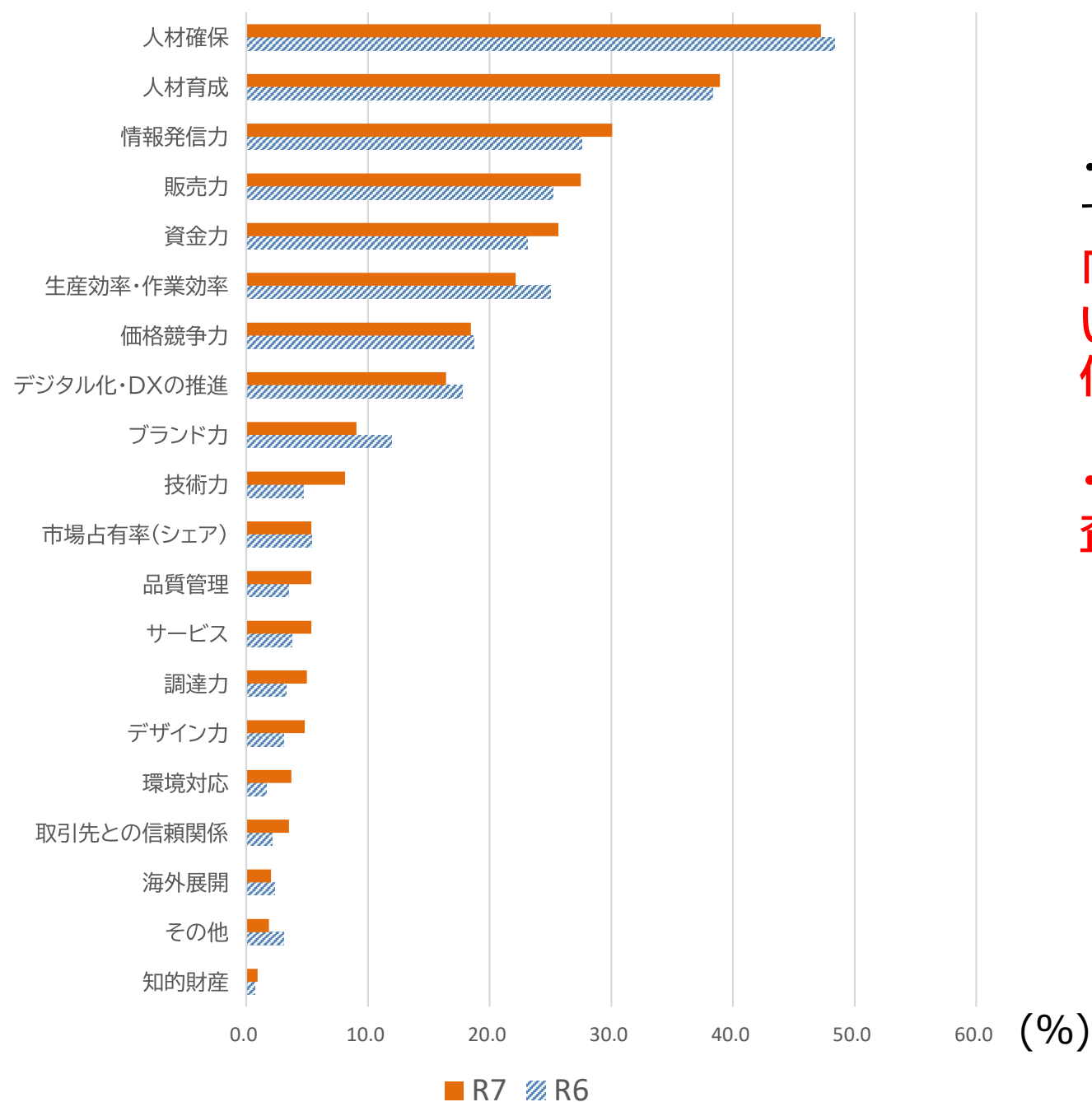
・建設業においては、
「技術力」が78.4%と最も多く、
「取引先との信頼関係」、「サービス」が続いた。

卸売業



・卸売業においては、
「取引先との信頼関係」が57.9%と最も多く、
「販売力」、「サービス」が続いた。

4. ② 自社の現在の課題（複数回答）



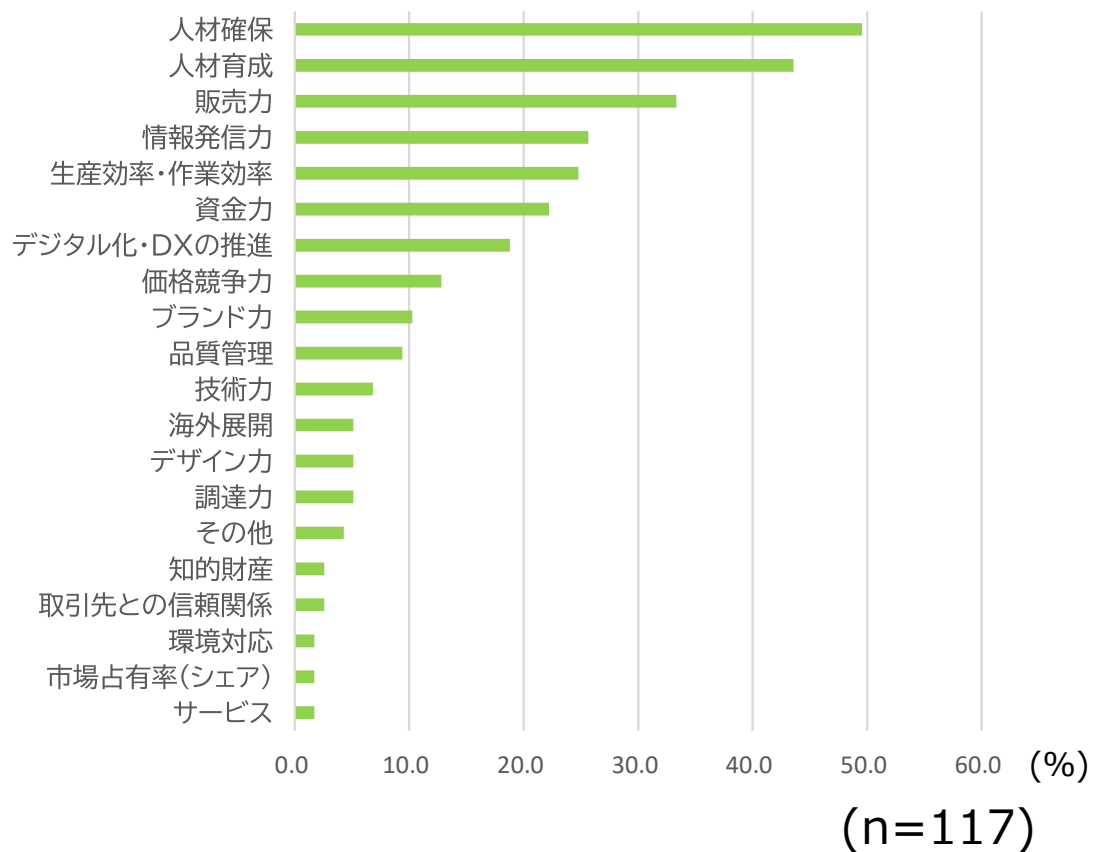
・自社の現在の課題については、前回調査に引き続き「人材確保」が最も多く、次いで「人材育成」、「情報発信力」が続いた。

・「情報発信力」は、前回調査から2.5ポイント増加

■ R7 (n=542)
▨ R6 (n=428)

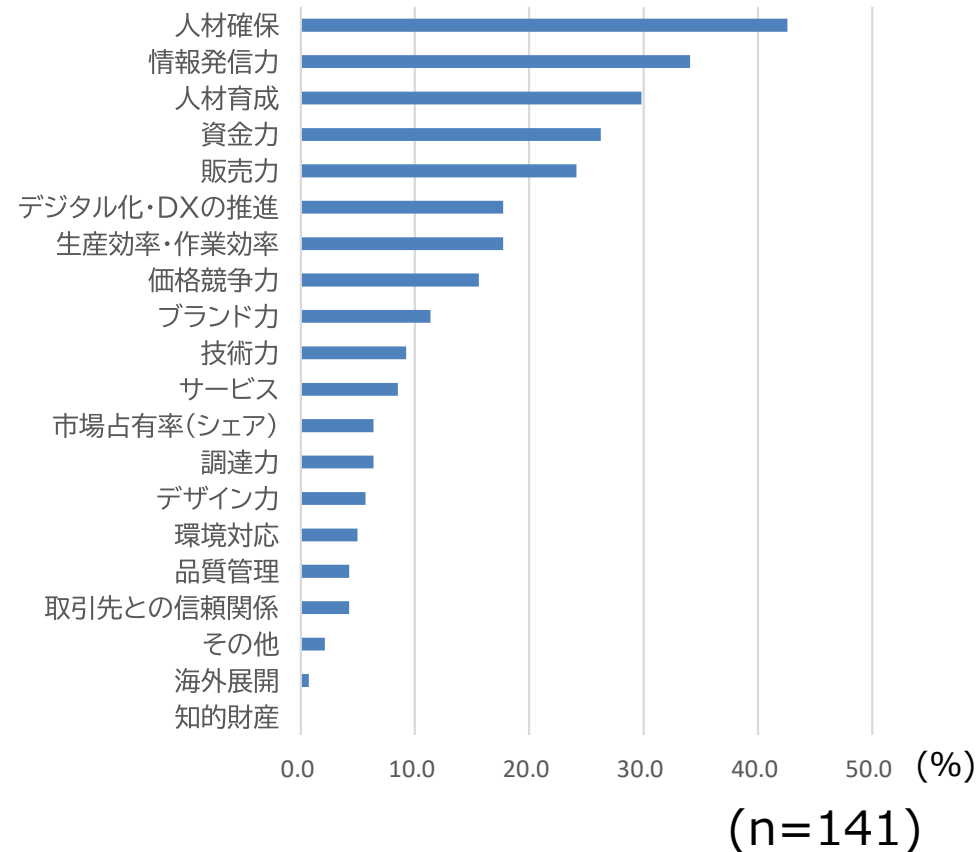
4. ② 自社の現在の課題（複数回答） 業種ごと

製造業



・製造業においては、
「人材確保」が49.6%と最も多く、
「人材育成」、「販売力」が続いた。

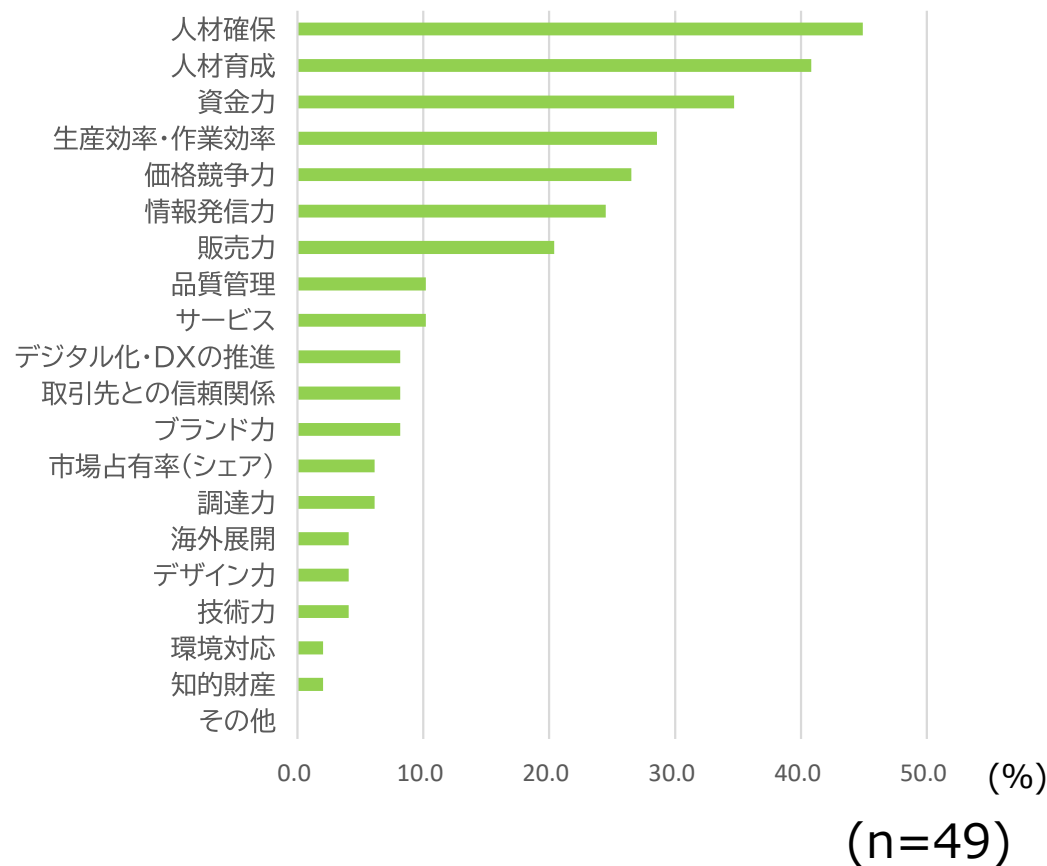
サービス業



・サービス業においては、
「人材確保」が42.6%と最も多く、
「情報発信力」、「人材育成」が続いた。

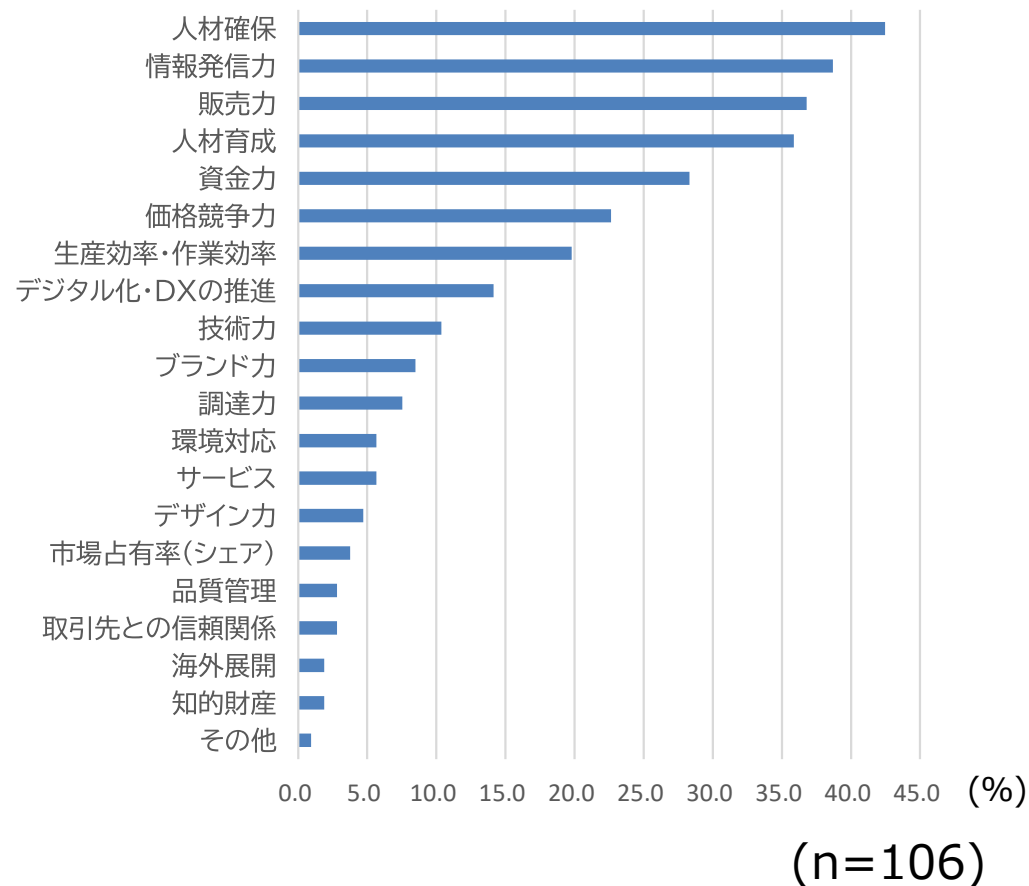
4. ② 自社の現在の課題（複数回答） 業種ごと

小売業(飲食店)



・小売業(飲食店)においては、
「人材確保」が44.9%と最も多く、
「人材育成」、「資金力」が続いた。

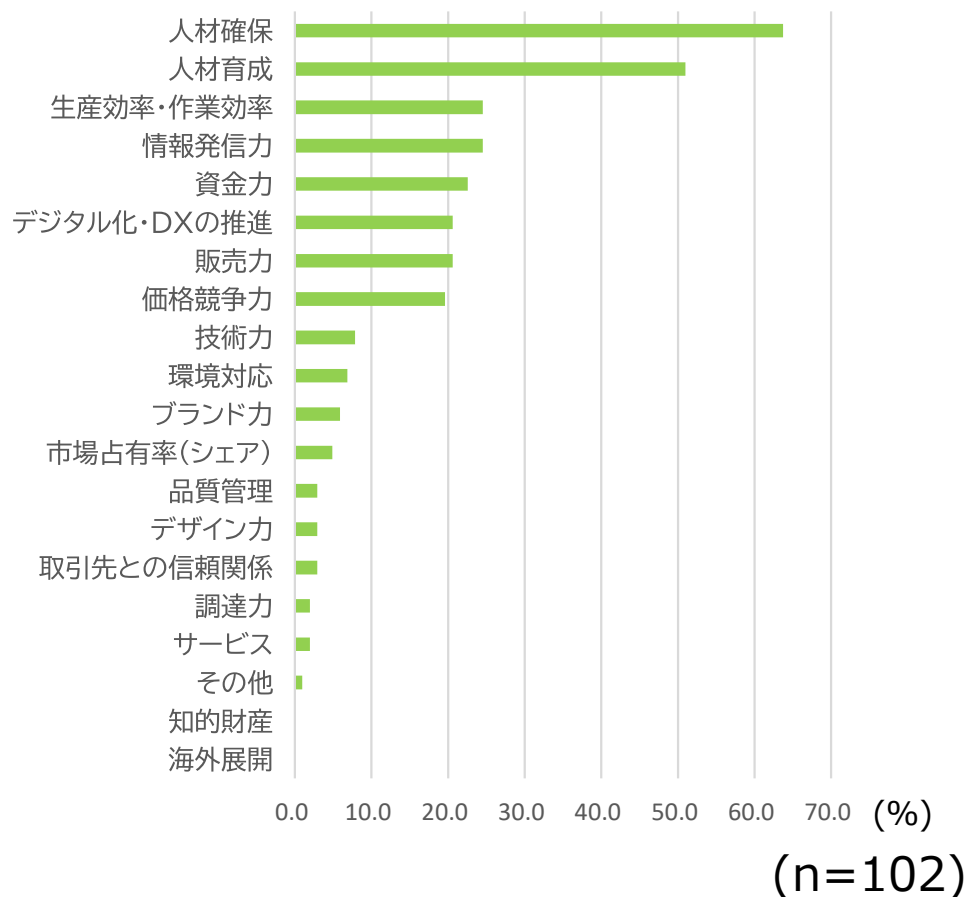
小売業(飲食店以外)



・小売業(飲食店以外)においては、
「人材確保」が42.5%と最も多く、
「情報発信力」、「販売力」が続いた。

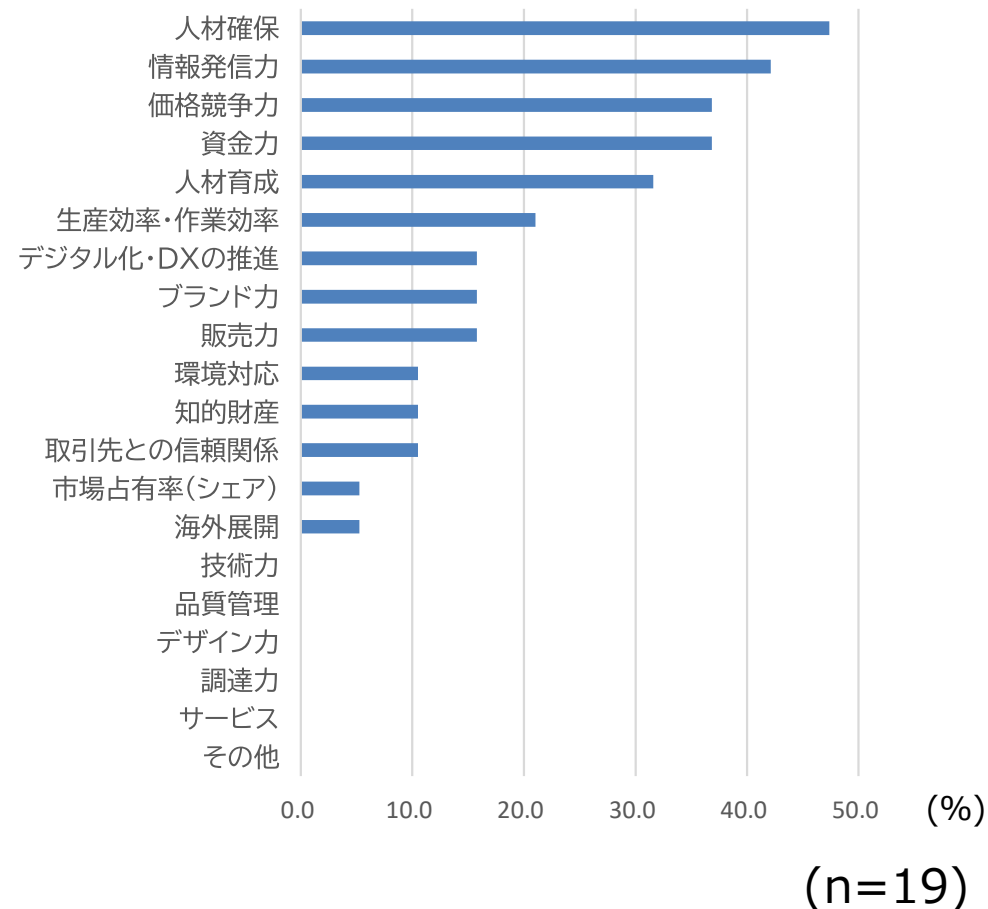
4. ② 自社の現在の課題（複数回答） 業種ごと

建設業



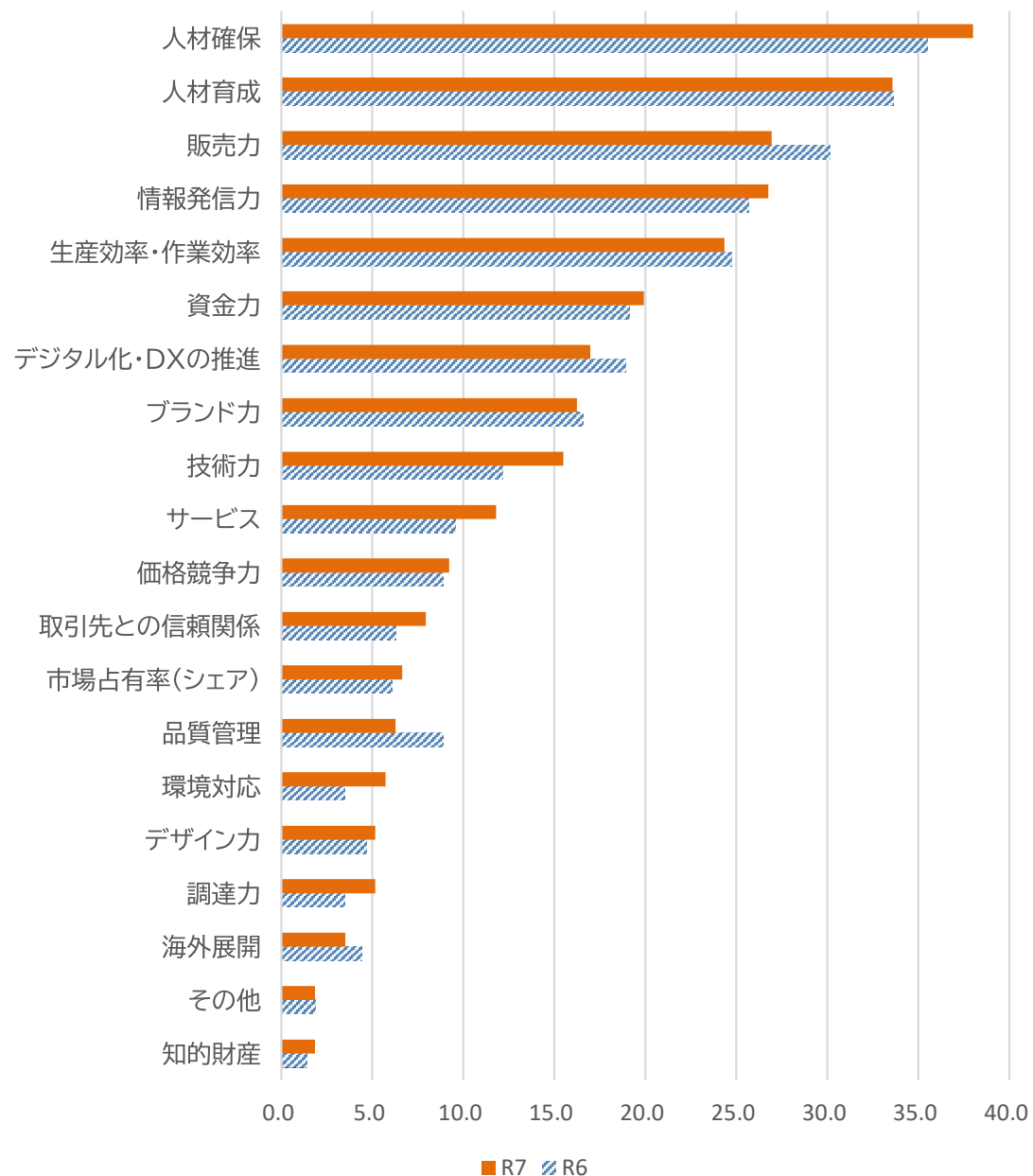
・建設業においては、
「人材確保」が63.7%と最も多く、
「人材育成」、「生産効率・作業効率」、
「情報発信力」が続いた。

卸売業



・卸売業においては、
「人材確保」が47.4%と最も多く、
「情報発信力」、「価格競争力」、「資金力」
が続いた。

4. ③ 今後強化したいもの（複数回答）



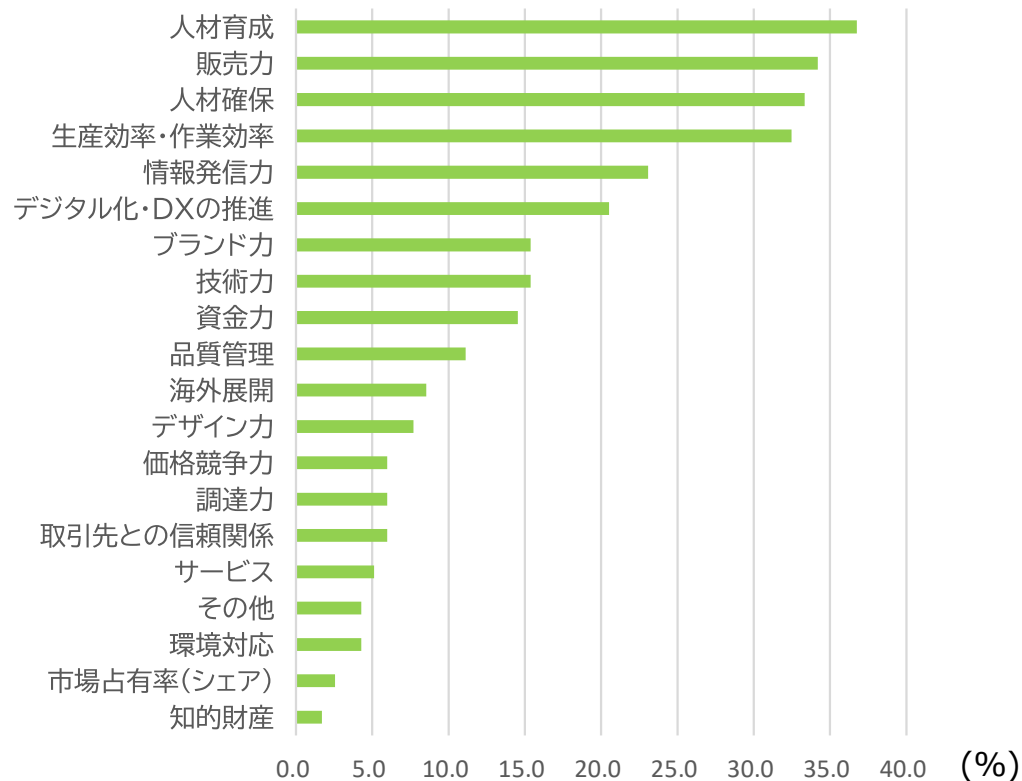
・今後強化したいものについては、前回調査に引き続き「人材確保」が最も多く、次いで「人材育成」、「販売力」、「情報発信力」が続いた。

・「情報発信力」は、前回調査から2.5ポイント増加

■ R7 (n=542)
■ R6 (n=428)

4. ③ 今後強化したいもの（複数回答） 業種ごと

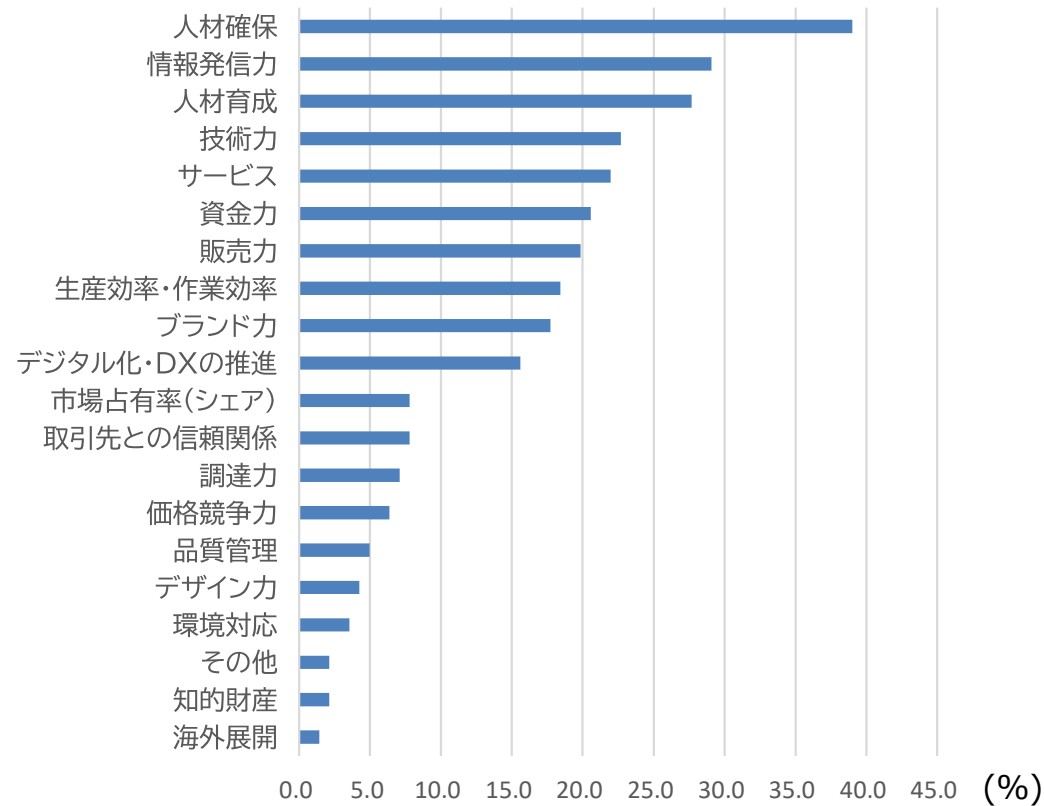
製造業



(n=117)

・製造業においては、
「人材育成」が36.8%と最も多く、
「販売力」、「人材確保」が続いた。

サービス業

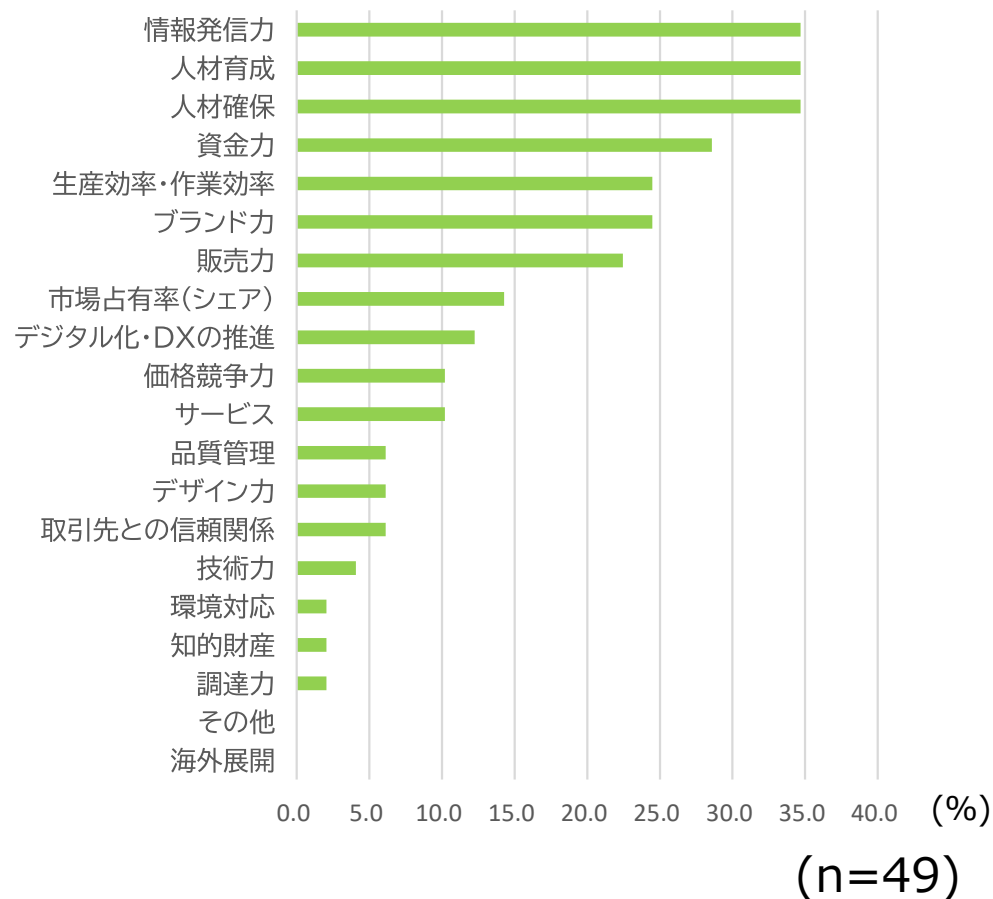


(n=141)

・サービス業においては、
「人材確保」が39.0%と最も多く、
「情報発信力」、「人材育成」が続いた。

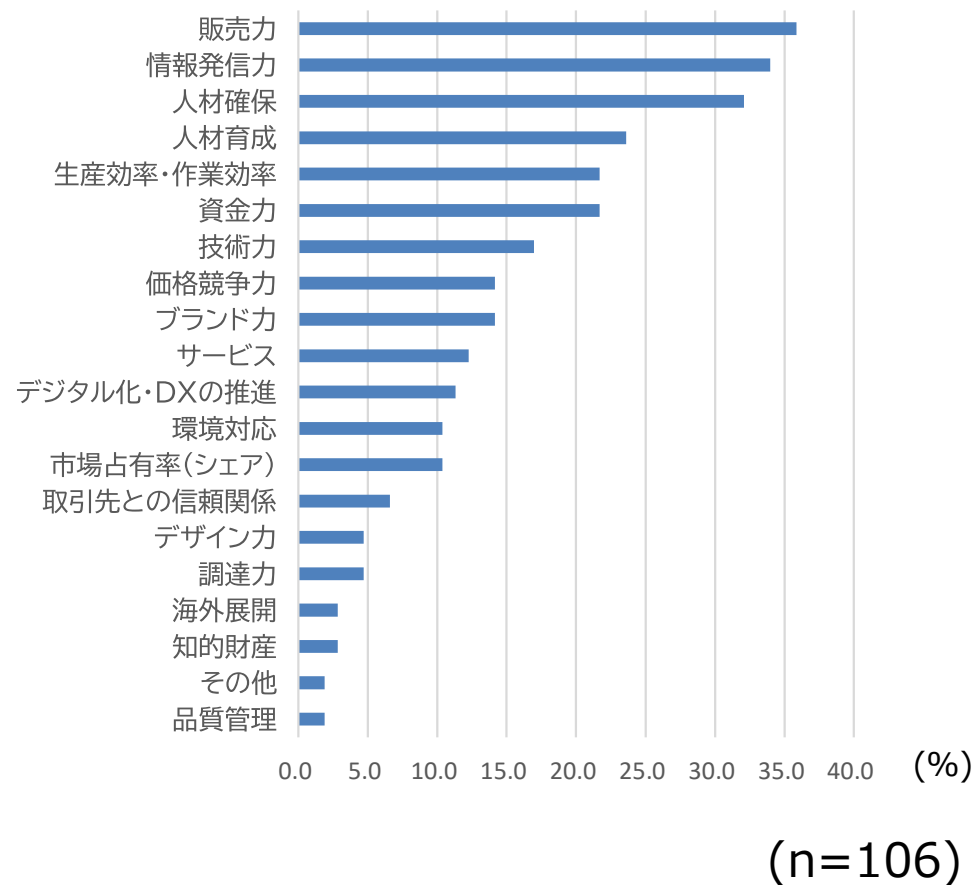
4.③ 今後強化したいもの（複数回答） 業種ごと

小売業(飲食店)



「情報発信力」、「人材育成」、「人材確保」が同率で34.7%と最も多かった。次いで、「資金力」が続いた。

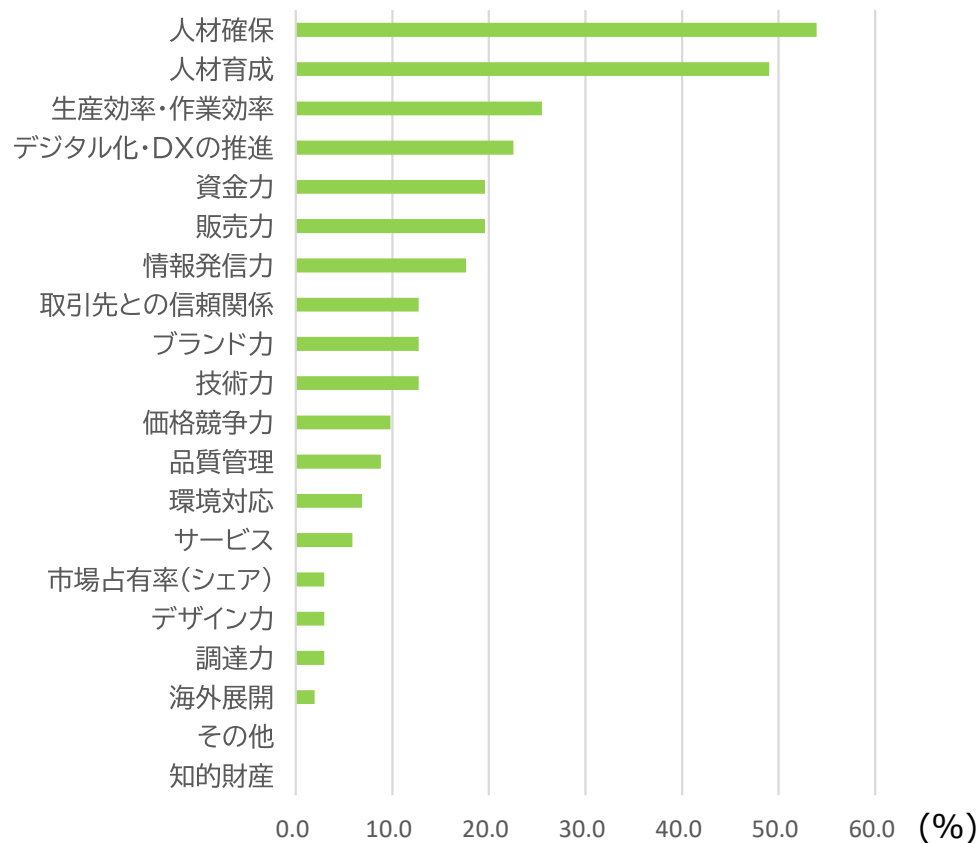
小売業(飲食店以外)



「販売力」が35.8%と最も多く、「情報発信力」、「人材確保」が続いた。

4.③ 今後強化したいもの（複数回答） 業種ごと

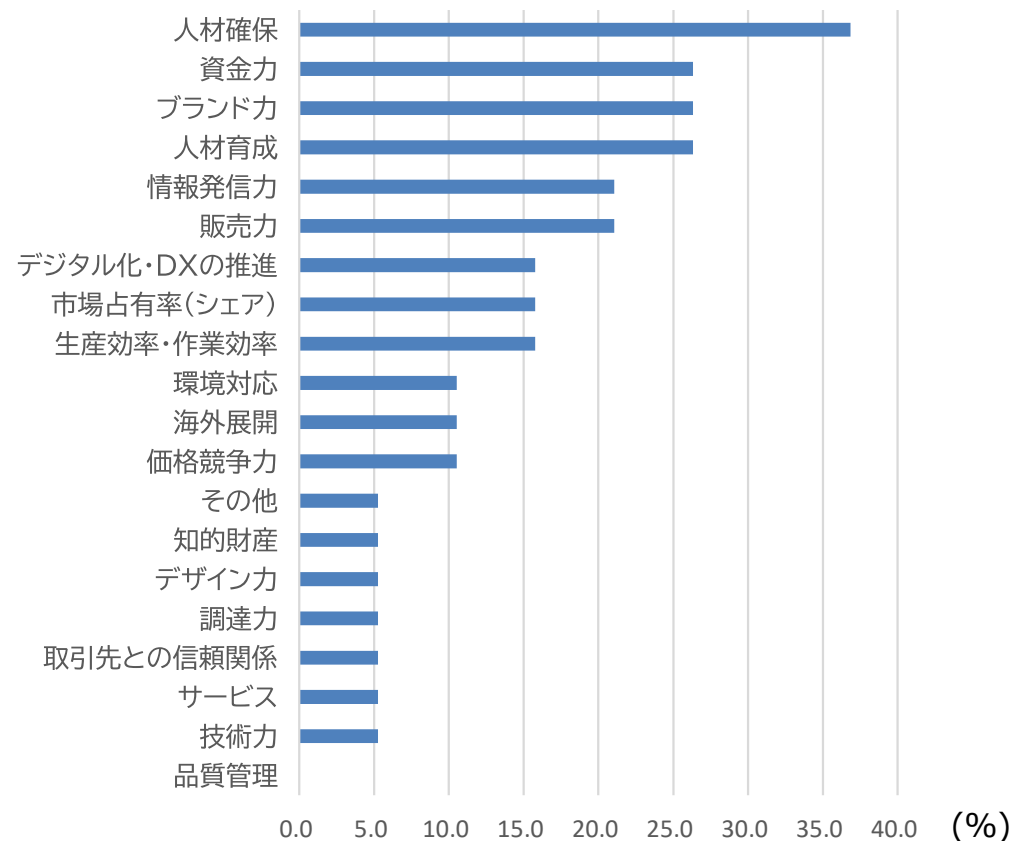
建設業



(n=102)

・建設業においては、
「人材確保」が53.9%と最も多く、
「人材育成」、「生産効率・作業効率」が続いた。

卸売業

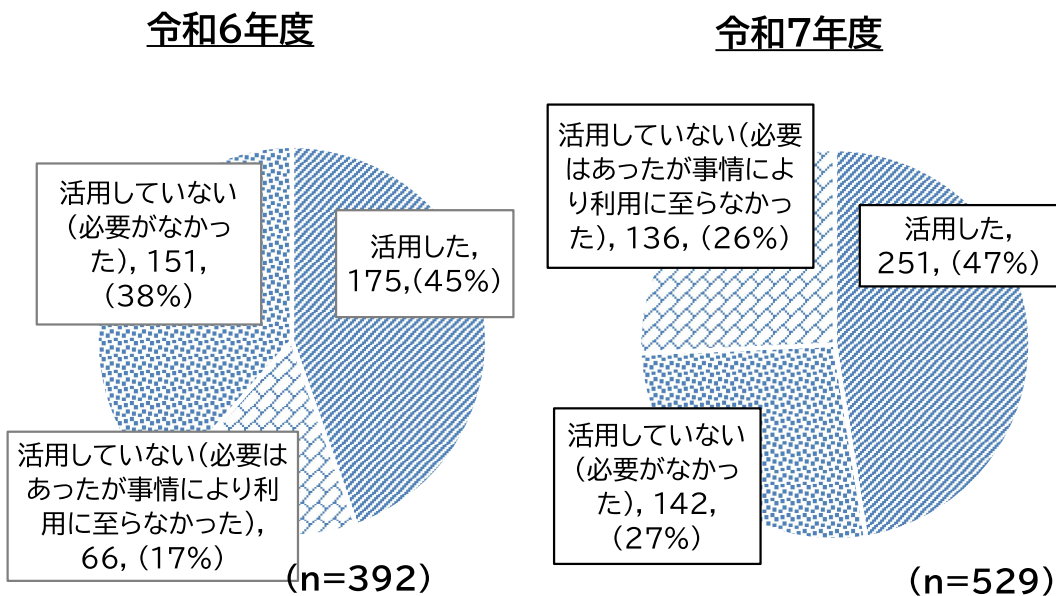


(n=19)

・卸売業においては、
「人材確保」が36.8%と最も多く、
「資金力」、「ブランド力」、「人材育成」が続いた。

5.国や県の支援制度の活用状況

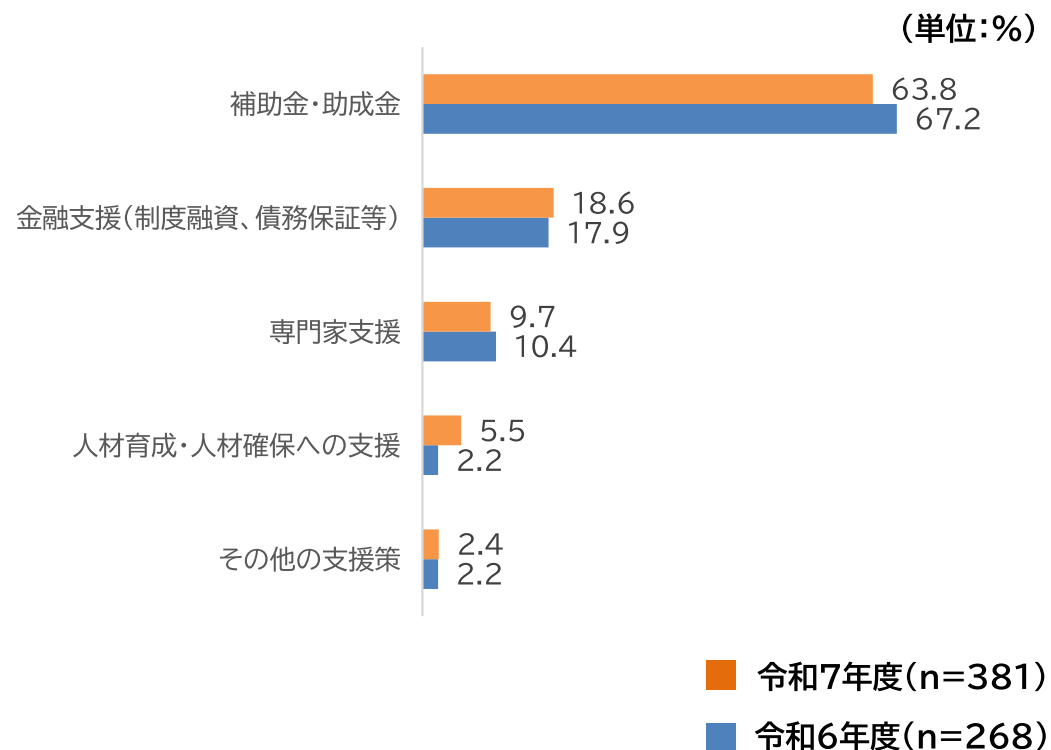
【国や県の支援制度の活用状況】



・「活用した」が47%で最も多く、「活用していない(必要がなかった)」、「活用していない(必要はあったが事情により利用に至らなかった)」が同程度の割合であった。

・「活用していない(必要はあったが至らなかった)」については、前回調査より9ポイント増加した。

【支援制度を活用した場合の支援内容】



・「補助金・助成金」と回答した企業が最多。

・「人材育成・人材確保への支援」については、前回調査より3.3ポイント増加(2.2→5.5)しており、今後も増加が予想される。

6.現在の課題に関して、課題の解決に向けて必要と考えること（自由記述） ※一部抜粋

【人材確保および人材育成】

- 人材確保のために、生産効率を上げて休日のとりやすい環境づくりに取り組みたい。
（小売業（飲食店）、従業者数0～5人）
- 事業承継に向けての人材育成と利益率を上げて資金力を確保したい。
（建設業、従業者数0～5人）
- 人材の確保と、従業員のキャリアデザインも含めた教育と人材育成を行いたい。
（製造業、従業者数6～20人）
- 次代のリーダーの育成。（サービス業、従業者数101～300人）
- 移住就職を希望されている方への移住のための費用や移住してからの支援を充実して欲しい。
（製造業、従業者数0～5人）

【情報発信力および販売力】

- 消費者および同業者に対する情報発信力の強化。その為のECサイトを開設したい。
（建設業、従業者数0～5人）
- 顧客満足度を高めるために、設備投資し、SNSを活用して周知を図りたい。
（サービス業、従業者数0～5人）
- 新製品はできたが、売り上げを伸ばすためには、営業力と販売力が不足している。
（製造業、従業者数6～20人）
- 情勢に左右されないブランド力の構築。（製造業、従業者数21～50人）

6.現在の課題に関して、課題の解決に向けて必要と考えること（自由記述） ※一部抜粋

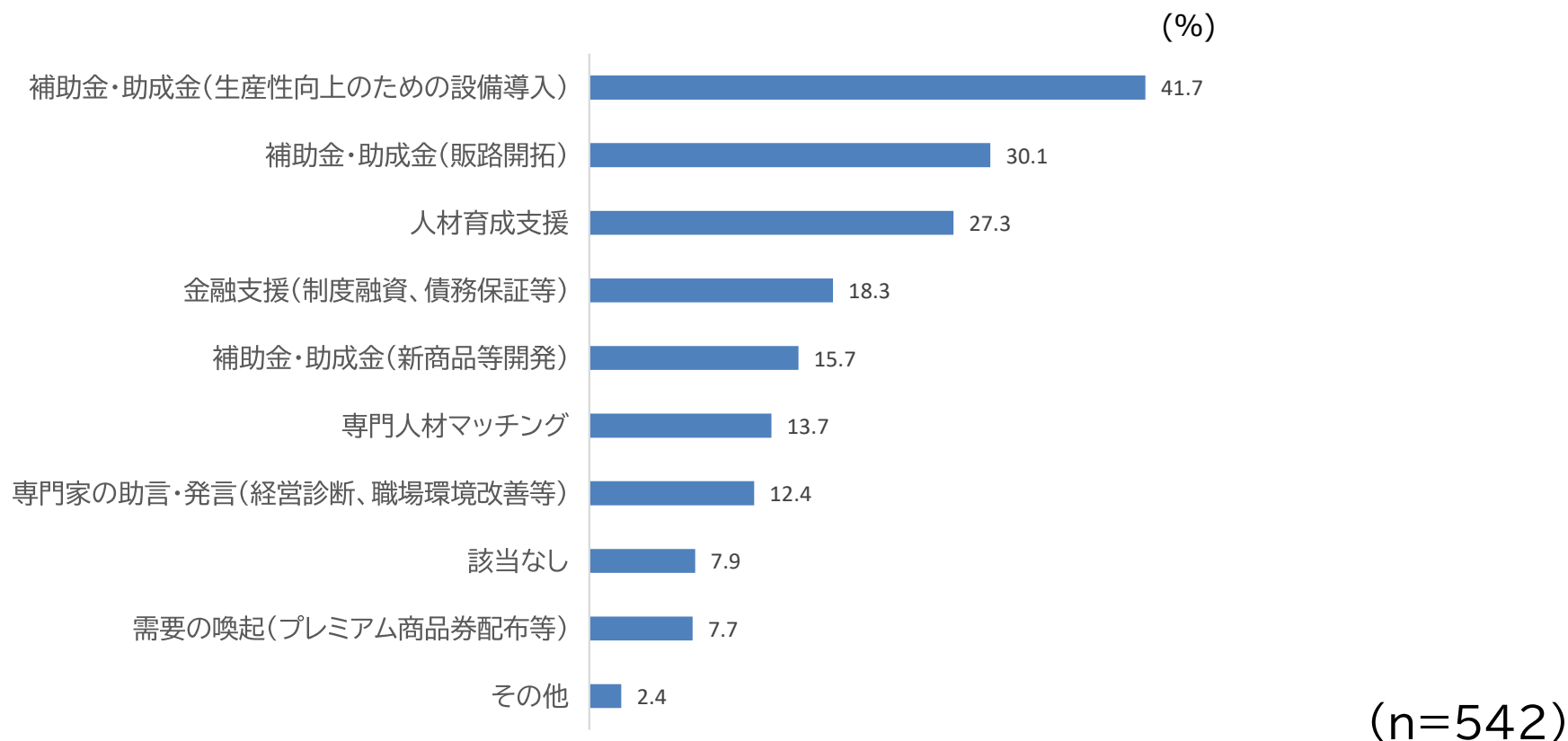
【デジタル化・DXの推進および生産効率・作業効率向上】

- 作業効率という部分でDX化を進める。(小売業、従業者数0～5人)
- デジタル化、DX推進のためには人材育成がかかせない。また、アウトソーシングについての検討も進めなければならない。(製造業、従業者数301人以上)
- デジタル化を進めて、データの整理・管理・活用をより簡素に進めていきたい。
(サービス業、従業者数0～5人)

【資金力・その他】

- 資金調達と補助金等制度の理解と活用。(サービス業、従業者数0～5人)
- コロナ融資の返済と物価高が重なり、資金力の確保が厳しい状況。
(サービス業、従業者数0～5人)
- 物価高騰による消費の落ち込みから受注が減少傾向。新たな販路を模索していく必要がある。(製造業、従業者数0～5人)
- 他社との業務提携や合併。(小売業(飲食店以外)、従業者数0～5人)

7. 「今後強化したいもの」に関して、今後利用したい支援制度（複数回答）



- ・「**補助金・助成金(生産性向上のための設備導入)**」が41.7%で最も多く、次いで「**補助金(販路開拓)**」(30.1%)、「**人材育成支援**」(27.3%)となった。
- ・ 補助金・助成金に関する回答に限っては、「生産性向上のための設備導入」、「販路開拓」、「新商品等開発」の順となった。

8. 中小企業の活性化全般についてご意見（自由記述） ※一部抜粋

【人材確保、生産性向上】

- 賃上げの為の支援制度を充実させて欲しい。
(小売業(飲食店以外)、従業者数6～20人)
- 県内大学の卒業生が地元就職することに前向きになる政策を実施して欲しい。
(サービス業、従業者数6～20人)
- 安易な人件費の高騰は中小零細企業を疲弊させる。大企業目線の国の施策では地域が潰れていく。(サービス業、従業者数6～20人)

【補助金制度】

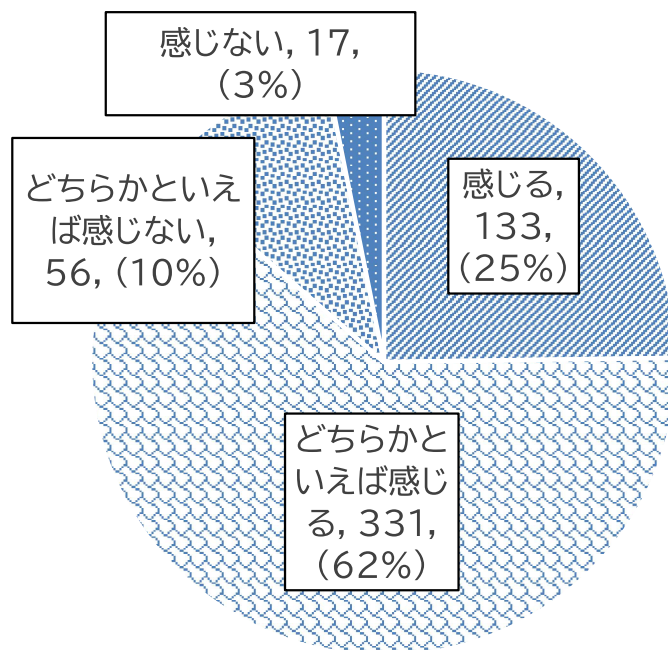
- 政策に関して 周知の仕方を強化して欲しい。自ら探すのはなかなか難しい。
(建設業、従業者数6～20人)
- 創業支援の補助金を強化して欲しい。(その他、従業者数0～5人)
- 資金力のない小売業にとって補助金を活用することは容易ではない。
(小売業(飲食店以外)、従業者数0～5人)
- 色々な支援制度があり、助かっている。
(小売業(飲食店以外)、従業者数0～5人)

8. 中小企業の活性化全般についてご意見（自由記述） ※一部抜粋

【その他】

- 企業再編成や業種の枠組みを超えた協働・協業による新たな事業展開を考える事で、後継者問題や将来の人口減少に対する対応など山積する課題に向かうための活性化策の1つになるのではないかと考える。（製造業、従業者数6～20人）
- 物価高騰の中、ある程度は販売価格に転嫁できているが、賃金UPや福利厚生、資金繰りへの対応など、会社の体力が徐々に削られているように思う。
（小売業（飲食店以外）、従業者数0～5人）
- 魅力ある地域の成長産業（中堅企業）をしっかりと後押しして地域経済のけん引役にすることで、新たな需要が生み出され、中小企業の活性化が進むと思う。
（製造業、従業者数6～20人）
- 若い人達が中小企業で働く喜びを発信して、中小企業の良さを大企業と違う良さが発信され、若い人達が集まると活性化する。（小売業（飲食店以外）、従業者数6～20人）
- 商工関係団体の担う役割は大変大きいと感じており、期待している。
（その他、従業者数21～50人）

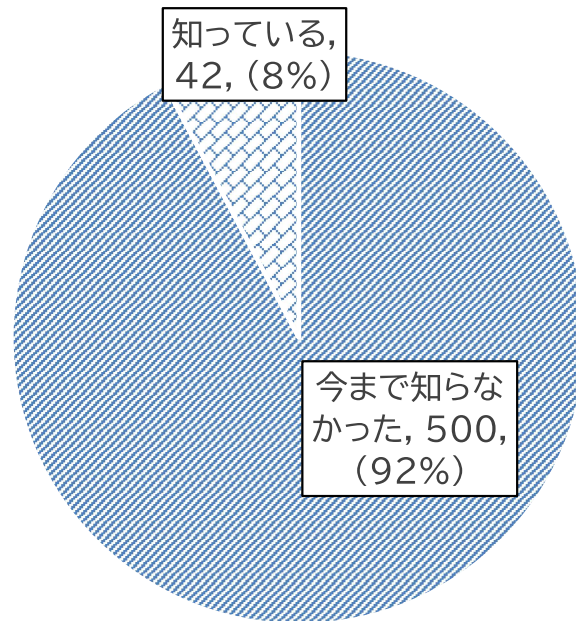
8. 自社は、地域で生き生きと活躍できていると感じる割合



n=537

- ・「どちらかといえば感じる」が62%で最も多く、次いで「感じる」が25%
- ・感じる、どちらかといえば感じると回答した企業が87%

9. 「滋賀県ちいさな企業応援月間（7月）」を知っている割合



(n=542)

・「知っている」と回答した企業の割合は、**8%**