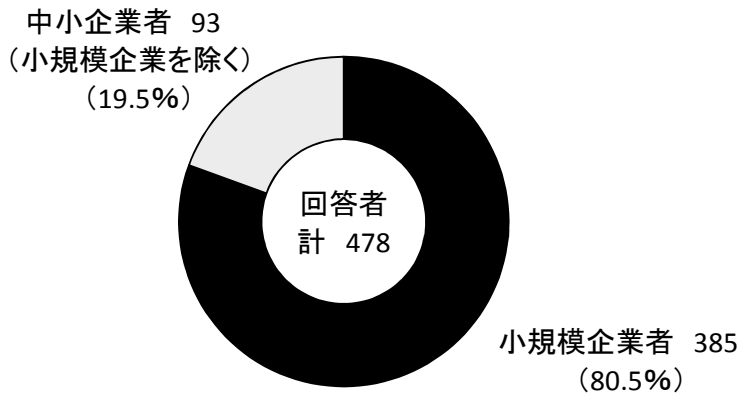


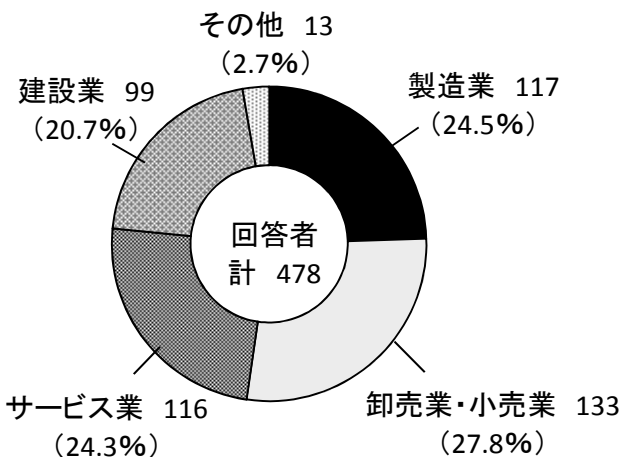
○調査概要

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	200
	商工会議所	200
	中央会	300
	計	700
調査方法	商工会等による配布・回収、無記名方式	
調査期間	平成27年7月2日～平成27年8月7日	
総配布数	700社（中小企業:140社 小規模企業 560社）	
回答数	478社	
回答率	68.3%	

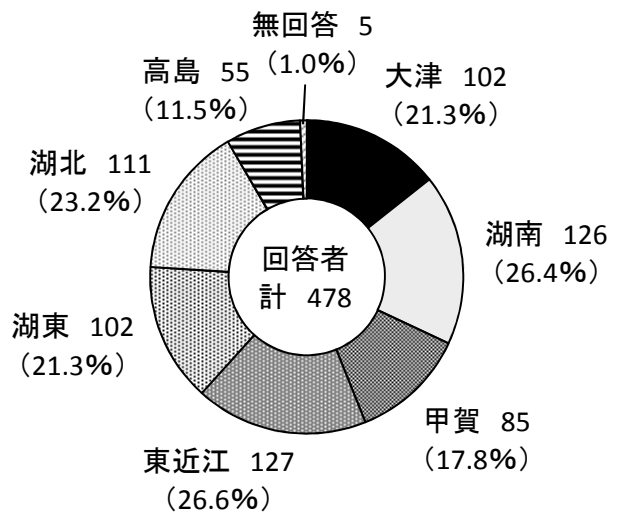
1. 回答者の企業規模について



2. 回答者の業種について

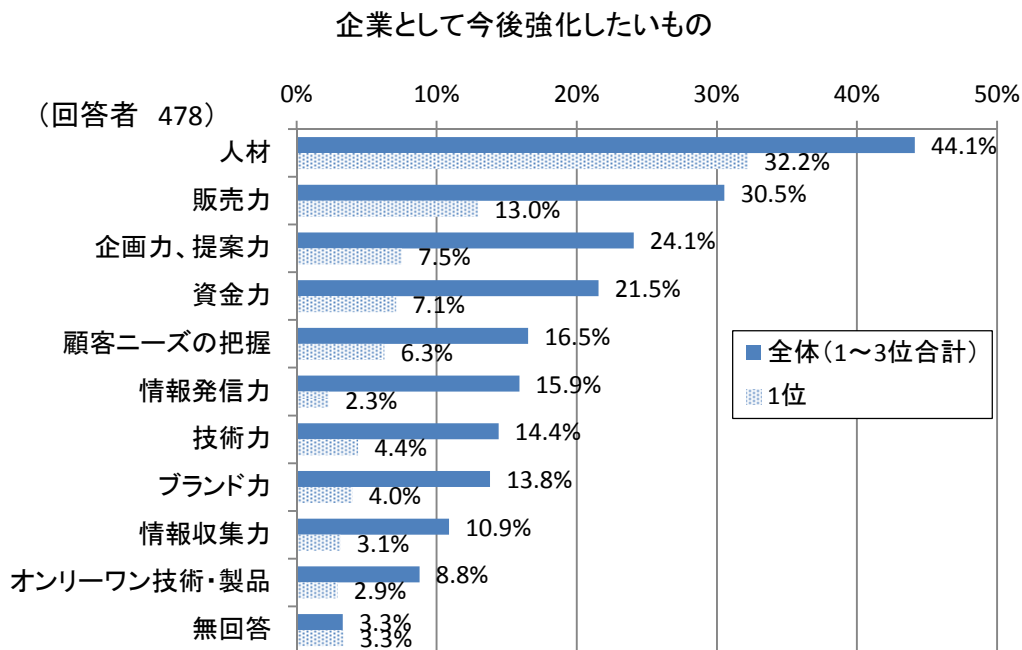
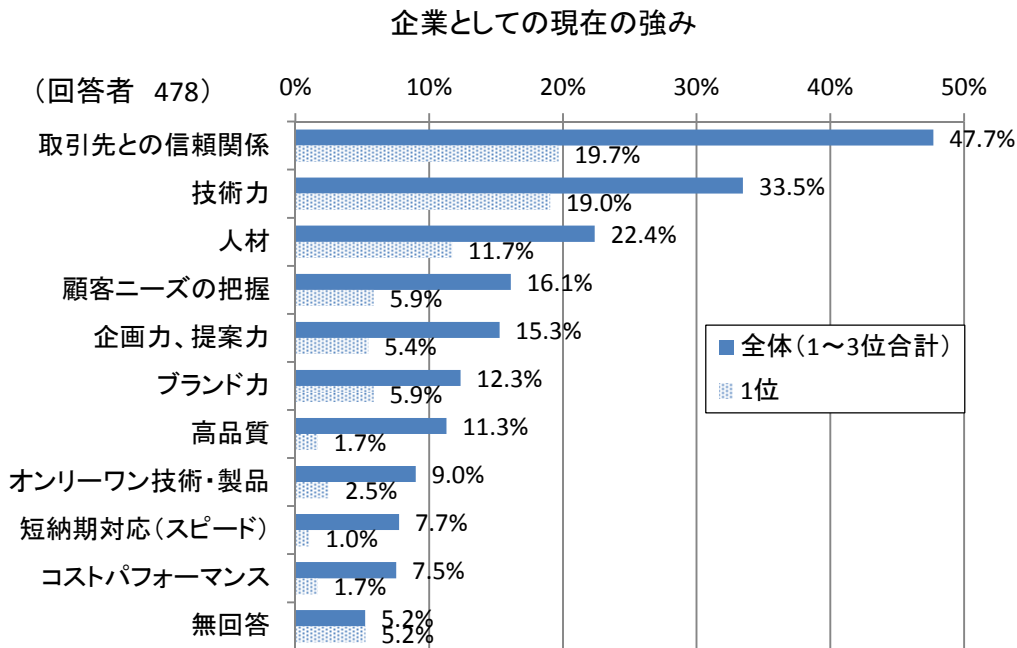


3. 仕事をしている地域について（複数回答可）



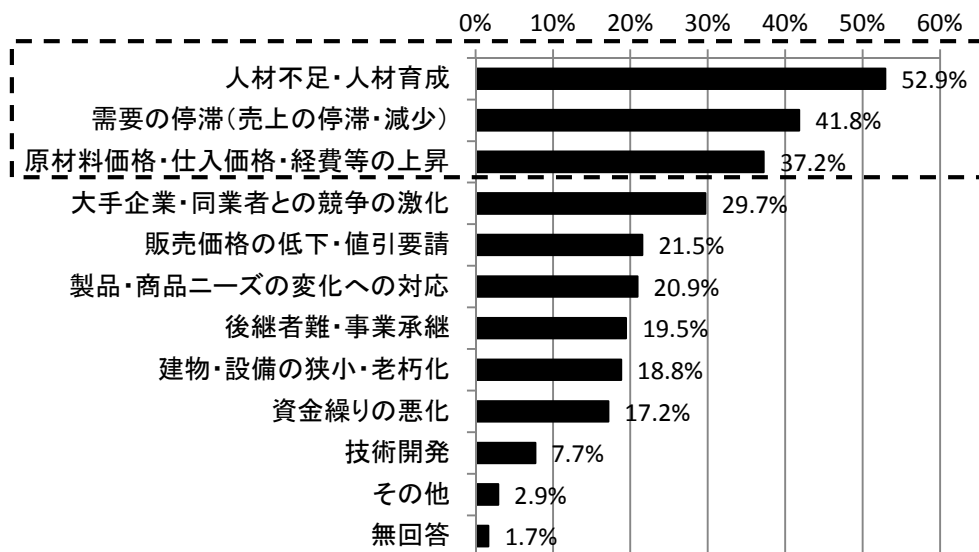
4. 企業としての「現在の強み」と「今後強化したいもの」

※上位10位まで



5. 企業経営における課題（1企業あたり3つまで選択）

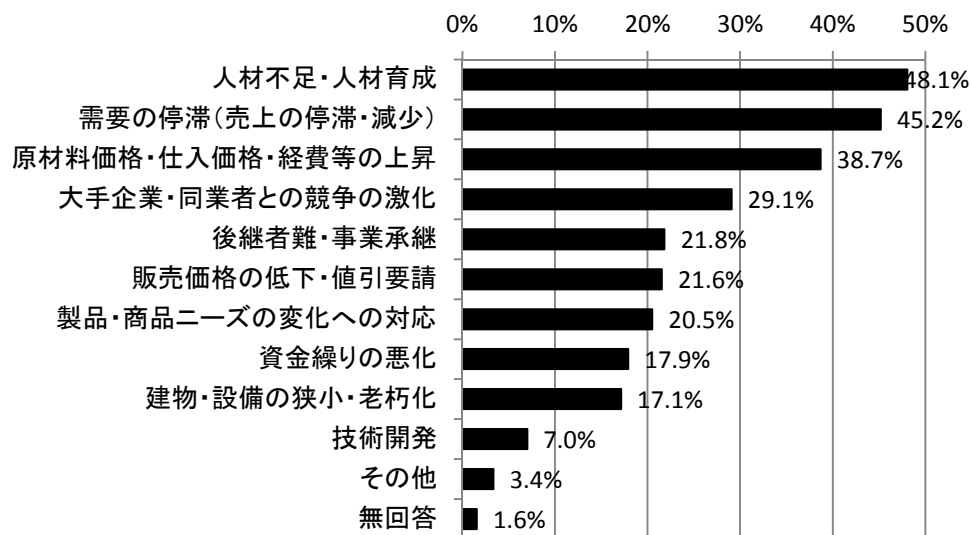
【全回答】 回答者： 478



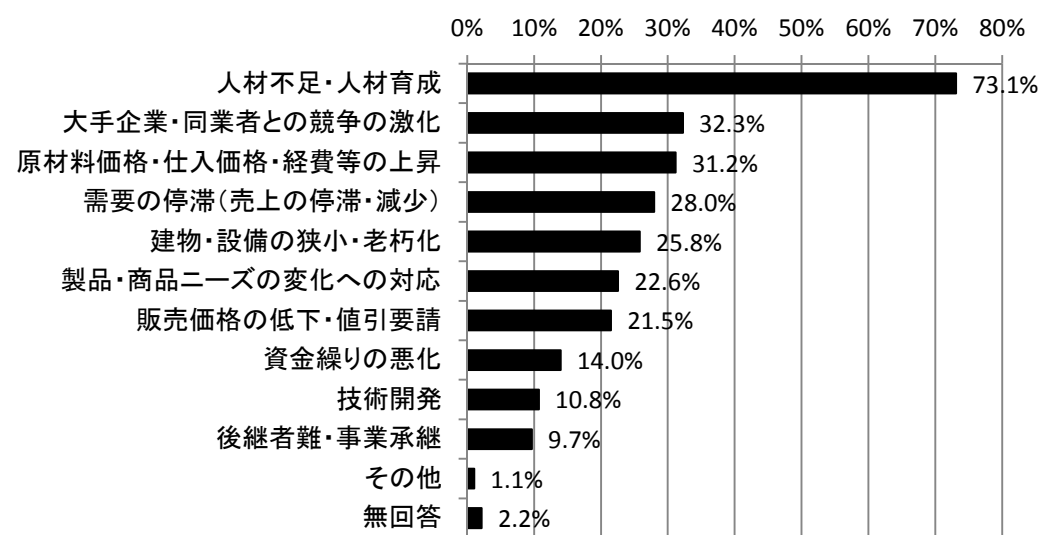
(参考) 平成26年度中小企業活性化施策についてのアンケートとの比較

- 1位 需要の停滞(売上の停滞・減少)
- 2位 原材料価格・仕入価格の上昇
- 3位 人材不足

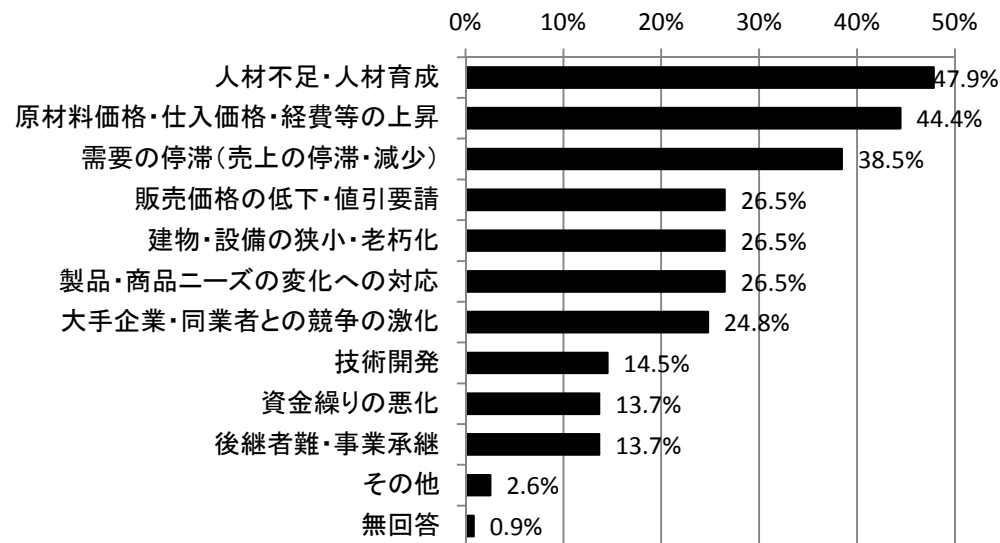
【小規模企業】 回答者： 385



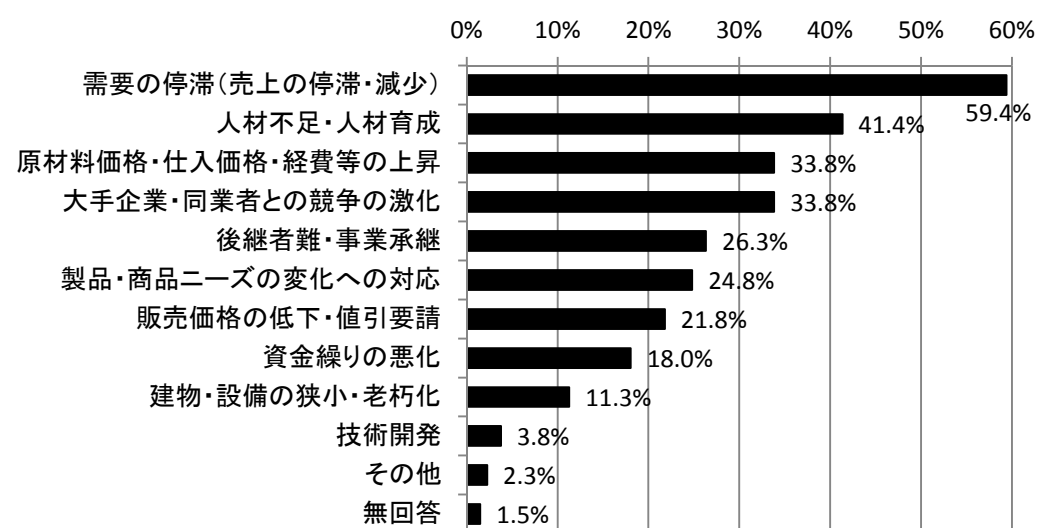
【小規模企業を除く中小企業】 回答者： 93



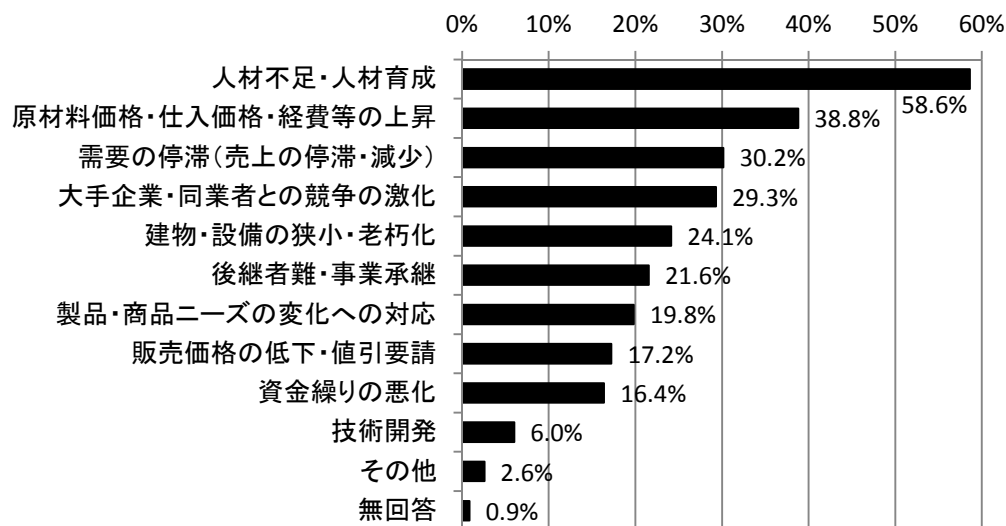
【製造業】 回答者： 117



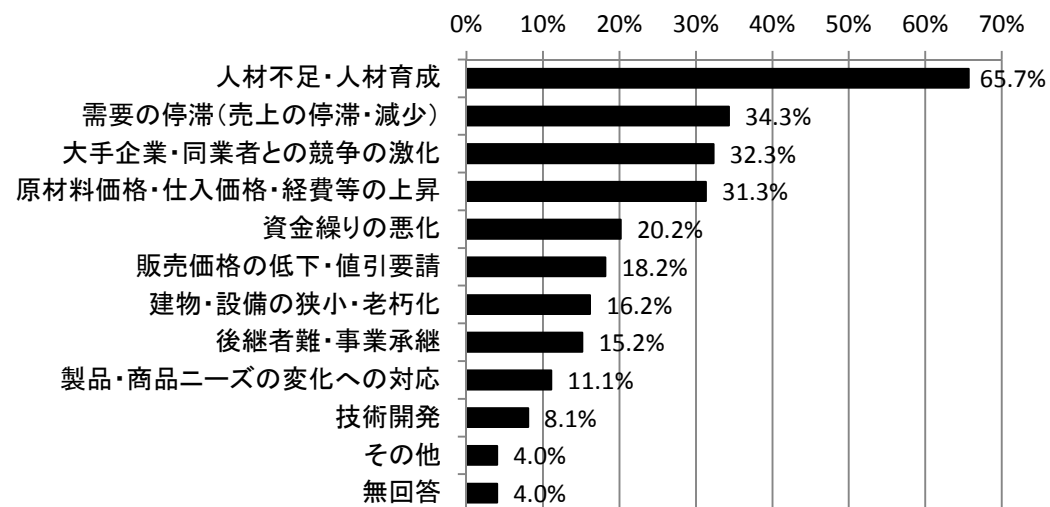
【卸売業、小売業】 回答者： 133



【サービス業】 回答者： 116

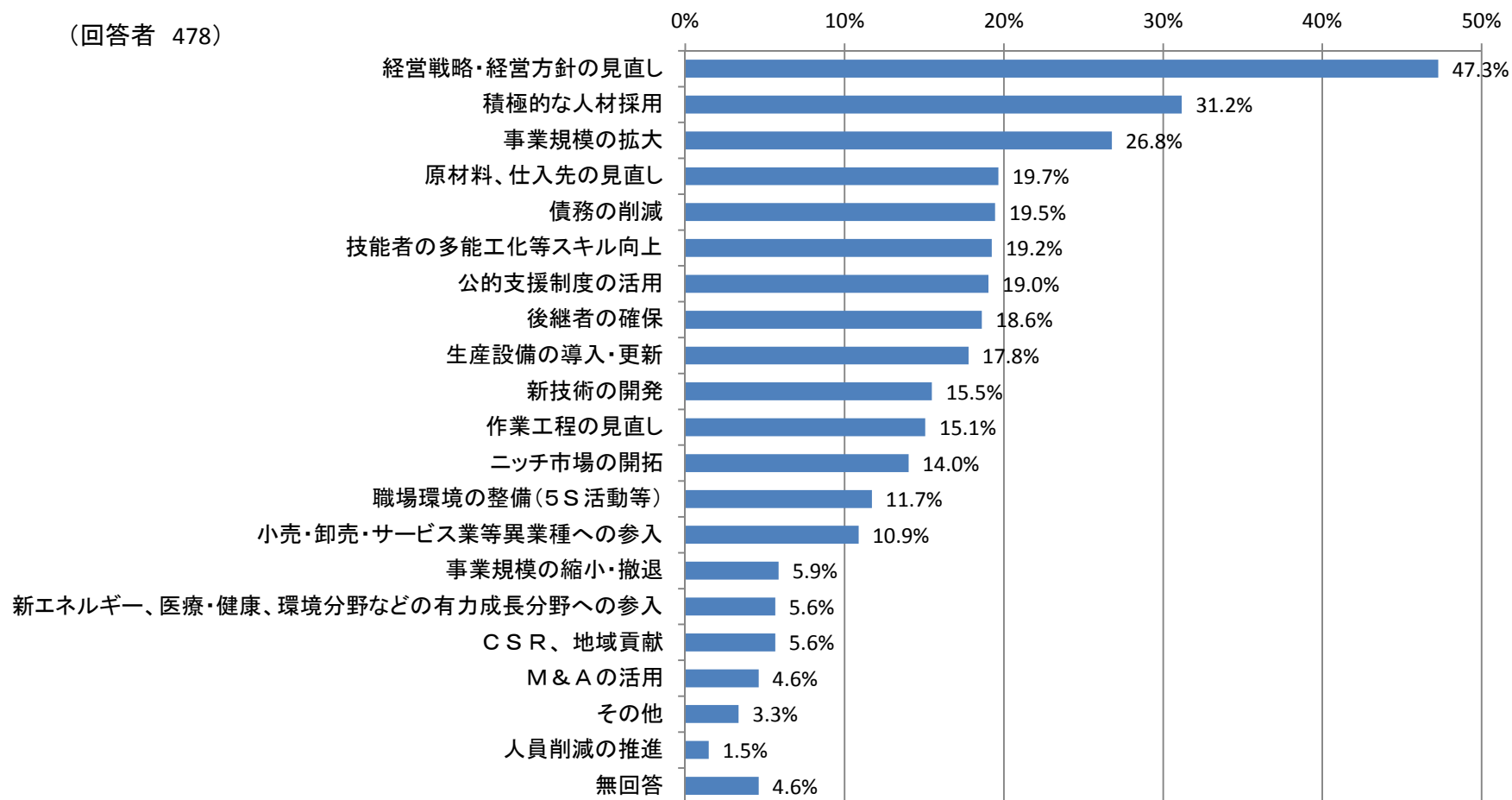


【建設業】 回答者： 建設業 99



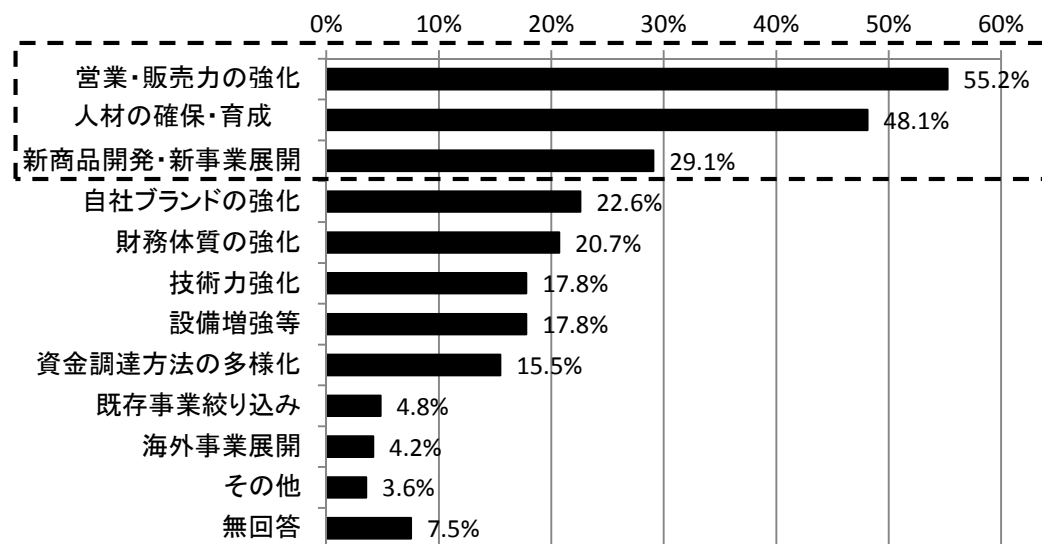
6. 今後3年程度を見据えた新たな取組に対する意向（複数回答可）

（回答者 478）



7. 支援を求めたいこと(1企業あたり3つまで選択)

【全回答】 回答者： 478



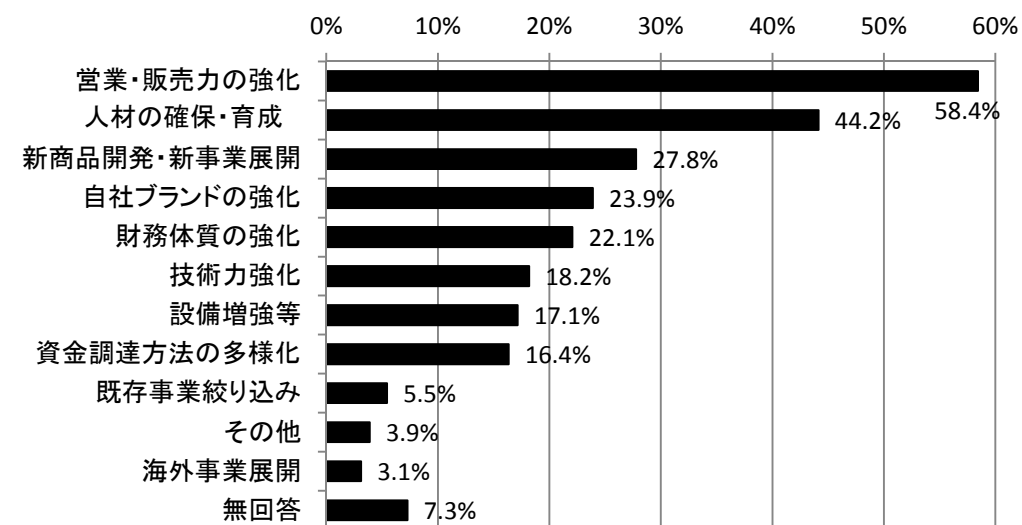
(参考)平成26年度中小企業活性化施策についてのアンケートとの比較

1位 営業・販売力の強化

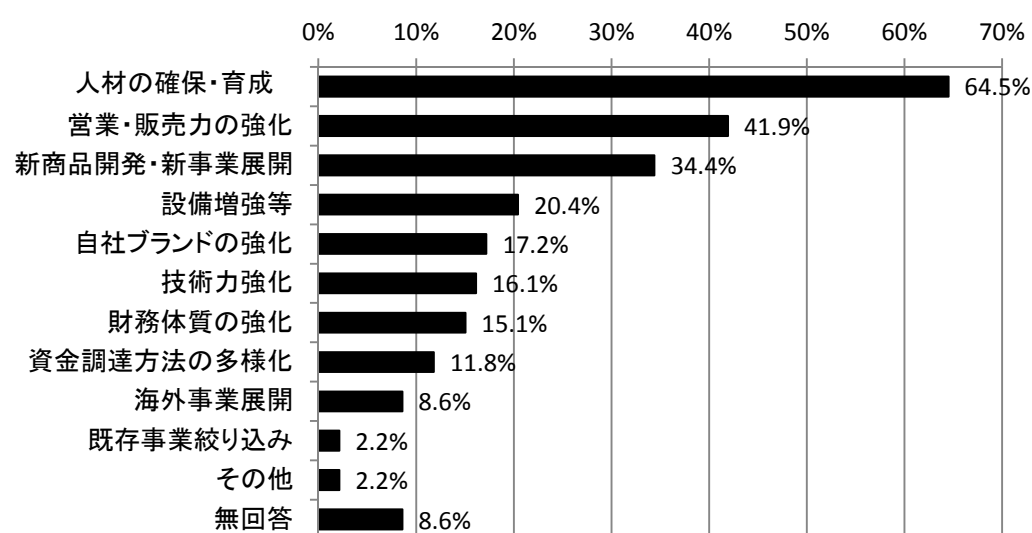
2位 人材の確保・育成

3位 自社ブランドの強化

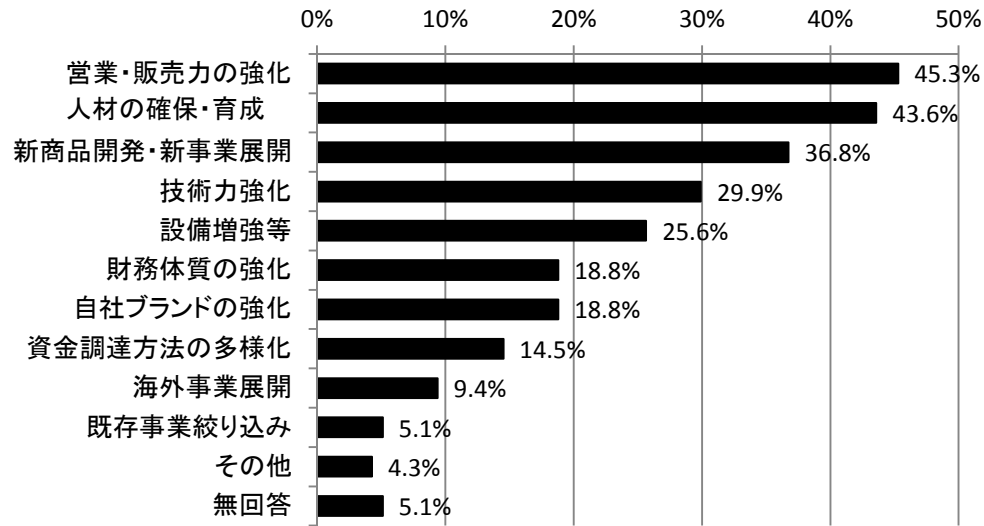
【小規模企業】 回答者： 385



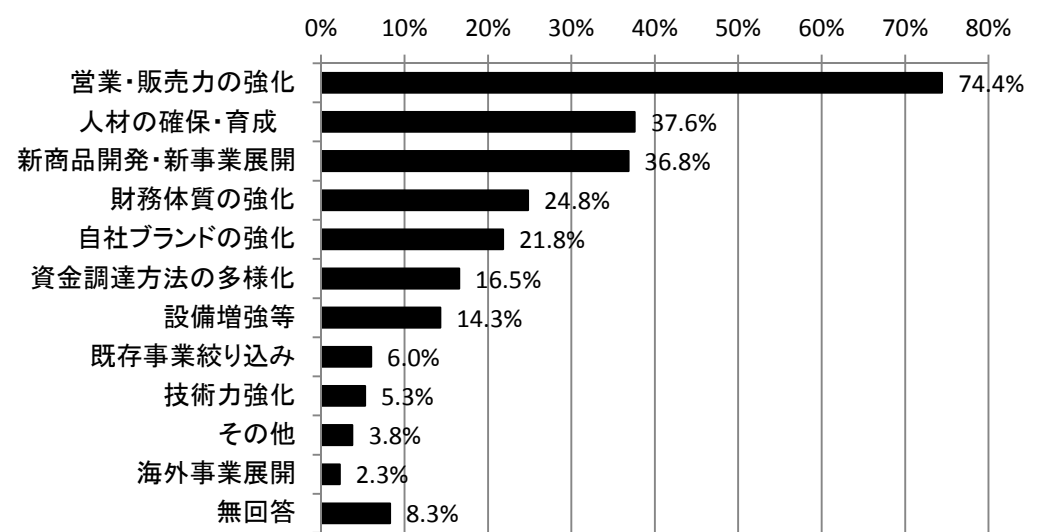
【小規模企業を除く中小企業】 回答者： 93



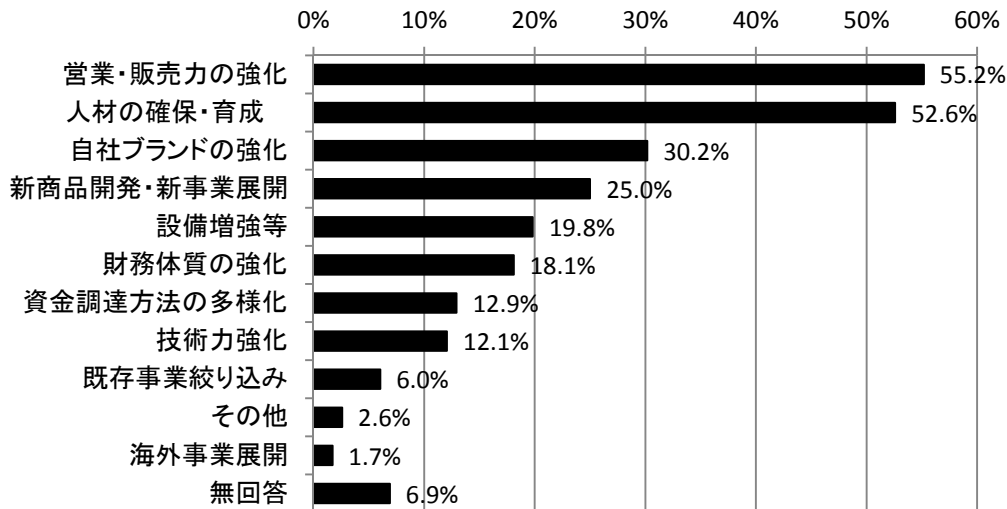
【製造業】 回答者： 117



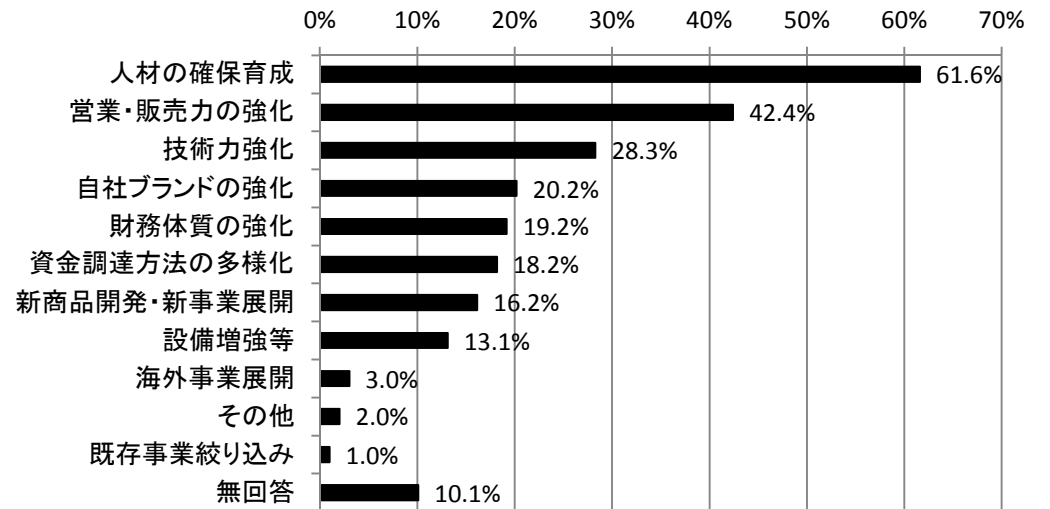
【卸売業、小売業】 回答者： 133



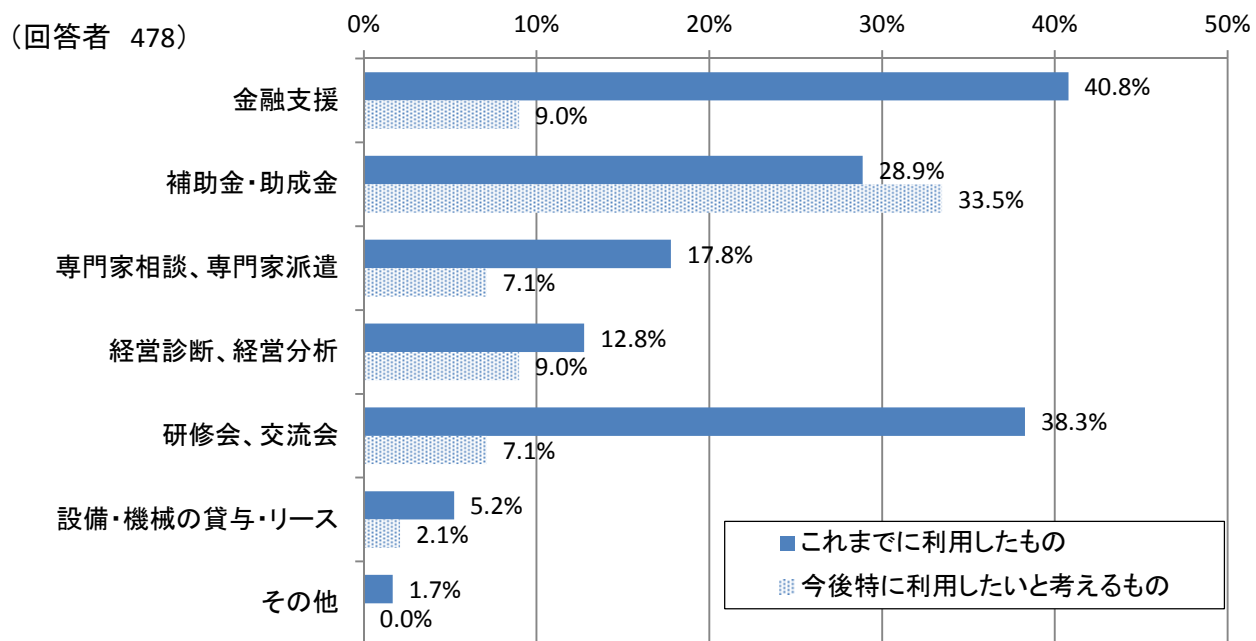
【サービス業】 回答者： 116



【建設業】 回答者： 建設業 99



8. 公的支援制度の利用状況(複数回答可)および利用意向



平成27年度中小企業に対するアンケートにおける主な意見

※規模 小=小規模企業
中=小規模企業を除く中小企業

※業種 製 =製造業
卸小=卸売業・小売業
サ =サービス業
建 =建設業

企業経営における課題について

(1) 人材不足・人材育成

(主な意見)	(規模)	(業種)
○人材は募集してもあつまらない	小	卸小
○ハローワークでは良い人材があつめられない	小	建
○採用しても続かずすぐに辞めてしまう	小	サ
○人材育成のための費用や体制が確保できない	小	卸小
○従業員の高齢化	小	サ
○技術力の承継と会社全体の若返りが必要	中	製
○若い人が職人になりたがらない	中	建

(2) 需要の停滞(売上の停滞・減少)

(主な意見)	(規模)	(業種)
○お客様の高齢化による売上低下	小	卸小
○ライフスタイルの変化により、商品の需要が低下している	小	卸小
○商圏内の人口が減少し、需要が縮小した	小	卸小
○インターネットの普及	小	サ
○人手が足りず営業時間を短くしたため、売上減少に追い打ちがかかった	中	サ
○公共工事の減少、工事価格の低下	中	建
○取引先の海外等シフト	小	製

(3) 原材料価格・仕入価格・経費等の上昇

(主な意見)	(規模)	(業種)
○原材料価格の高騰	小	製
○円安による仕入価格の上昇	小	製
○消費税増税による仕入価格の上昇	中	サ
○人件費の上昇	中	建
○電気代等原価が上昇している	中	サ
○仕入価格が高騰し売上単価に転嫁できない	小	卸小

(4) 大手企業・同業他社との競争の激化

(主な意見)	(規模)	(業種)
○大手同業者のラインナップや新商品開発頻度にはどうしても劣る	小	製
○大手企業に価格で対応できない。他町への顧客流出	小	卸小
○大手参入による競合の激化と価格競争	中	卸小
○公共事業等はじめ、大手が強い世の中になってきている	小	建
○格安店舗の開店	小	サ
○他地域、他業界からの参入	中	卸小
○同業者が多く競争激化	小	サ

(5) 販売価格の低下・値引要請

(主な意見)	(規模)	(業種)
○インターネット販売の増加	小	サ
○スーパーやディスカウントショップの価格がベースとなっている	小	卸小
○若い方を中心に商品の低価格思考による客離れ	小	卸小
○接待や会食の費用の低下によるお客様の予算の低下	中	サ
○同業者の無理な値引きによる価格破壊	小	製
○市場での新築単価引き下げ圧力	小	建
○さらなる値引き要請	小	製

※規模 小=小規模企業
中=小規模企業を除く中小企業

※業種 製 =製造業
卸小=卸売業・小売業
サ =サービス業
建 =建設業

(6) 製品・商品ニーズの変化への対応

(主な意見)	(規模)	(業種)
○多種多様なニーズに対応できない	小	卸小
○一人一人の顧客のニーズを把握して対応していかなければならない	小	サ
○顧客のニーズがより高度(専門的)になってきた	中	卸小
○若い世代が求めるニーズの把握と商品提供	小	建
○新しい設備を使った新たな技術が市場に出始めているが、金額が高く導入できない	中	製

(7) 後継者難・事業承継

(主な意見)	(規模)	(業種)
○後継者がいない	小	サ
○子どもが家業を継がない	小	製
○事業が小さく後継者を育てることが難しい	小	卸小
○後継者に至るまでの人材に成長していない	小	建

(8) 建物・設備の狭小・老朽化

(主な意見)	(規模)	(業種)
○手を加えたい部分がたくさんあるが、後継者の見通しが立っていない	小	サ
○設備更新をしたいが、金額が高く、すぐには更新できない	中	製
○重機等の老朽化が進んでいるが、買い替える余力がない	小	建
○建物設備の更新において資金が不足	小	卸小

(9) 資金繰りの悪化

(主な意見)	(規模)	(業種)
○売上の減少にともなう資金繰りの悪化	小	卸小
○人件費、諸経費の上昇にともなう資金不足	小	サ

(10) 技術開発

(主な意見)	(規模)	(業種)
○他者が出来ない技術で対抗して料金アップを目指したい	中	製
○新技術のものが次々に出てくるので、それに対応しなければならない	小	卸小
○他にはないオンリーワンの部分としての強みがほしい	小	建

(11) その他

(主な意見)	(規模)	(業種)
○現状維持するための方法	小	建
○海外展開(工場進出をしない)	小	製

※規模 小=小規模企業
中=小規模企業を除く中小企業

※業種 製 =製造業
卸小=卸売業・小売業
サ =サービス業
建 =建設業

支援を求めたいことについて

(1) 営業・販売力の強化

(主な意見)	(規模)	(業種)
○営業人材の確保	小	サ
○営業・販売力の指導	小	サ
○自社の魅力を発信する方法	小	建
○他地域への販売を強化したい	小	製
○販路先の情報提供	小	卸小
○販路拡大に向けての戦略や公的なPR支援	小	製
○情報発信、顧客の声などによるマーケティング	小	サ

(2) 人材の確保・育成

(主な意見)	(規模)	(業種)
○若手の人材確保支援	小	建
○将来戦力になる人材を育てるための支援	中	サ
○当事業所だけでは、人材確保・育成が難しいため、合同面接会やスキルセミナーがあるとありがたい	小	卸小
○人材育成についての指導法やモチベーションアップの方法など	小	建
○仕事を長く続けてもらえる環境づくり、仕組みづくり	中	製

(3) 新商品開発・新事業展開

(主な意見)	(規模)	(業種)
○新規事業展開の進め方	小	製
○新しいマーケットへの進出	小	卸小
○顧客ニーズにあった新たなサービス	小	サ
○当社オリジナル商品で他社との差をつける	小	卸小
○事業拡大のための情報提供	中	サ

(4) 自社ブランドの強化

(主な意見)	(規模)	(業種)
○自社ならではの付加価値のつけ方	中	サ
○自社のブランディング対応	小	建
○主力商品のブラッシュアップ	小	卸小
○店舗・商品の知名度のアップ	小	製
○PR方法を考える	小	サ
○自社ブランド確立のための手順・考え方のまとめ方	小	製

(5) 財務体質の強化

(主な意見)	(規模)	(業種)
○資金繰りの安定	小	卸小
○資金繰りに対して専門家の助言を要する	中	製
○経理、経営管理等の分析	小	卸小
○老朽化による設備増強のための金融支援	小	サ
○借入支援	小	建

※規模 小=小規模企業
中=小規模企業を除く中小企業

※業種 製 =製造業
卸小=卸売業・小売業
サ =サービス業
建 =建設業

(6)技術力強化

(主な意見)	(規模)	(業種)
○技術力強化のためのセミナー・研修会	小	建
○新規技術取得のための補助	小	製
○商品のIC化への対応	小	サ
○高性能商品への対応力	小	卸小
○資格取得の支援	小	建

(7)設備増強等

(主な意見)	(規模)	(業種)
○設備増強のための補助金	小	建
○補助金申請支援	小	卸小
○省力化機械を導入したい	中	製
○店舗改装計画	小	卸小

(8)資金調達方法の多様化

(主な意見)	(規模)	(業種)
○低利、利用しやすい制度融資	小	卸小
○助成金・補助金の活用	小	建
○迅速な資金調達方法	小	サ
○各種助成金の活用と対銀行対策についてのアドバイス	中	製

(9)既存事業の絞り込み

(主な意見)	(規模)	(業種)
○メニューが多すぎるといわれるが、どう絞ればいいのかわからない	小	サ
○多品種のため絞り込みを行いたい	中	製
○継続事業の強化	小	建

(10)海外事業展開

(主な意見)	(規模)	(業種)
○海外パートナーの選定	小	製
○海外事業展開のための情報	中	製
○海外進出アドバイス	中	建
○販売先の確保	小	製

(11)その他

(主な意見)	(規模)	(業種)
○地元業者の商域に他県の手業者を入札に参加させないようにしてほしい。滋賀県の物品は県内業者のみの購入をしてほしい。	小	卸小
○公的支援制度活用のためのバックアップ	小	卸小

平成27年度 中小企業活性化施策についてのアンケート

滋賀県中小企業の活性化の推進に関する条例（以下「条例」という。）が制定され、今後必要な施策等について中小企業のみなさんをはじめ、様々な方々の意見をお聴きし、施策への反映に努めていくこととしています。つきましては、今後の施策の参考とするため、アンケートにご協力をお願いいたします。

1. 差し支えない範囲で回答者の方について当てはまるものにチェックをお願いします。

- 小規模企業者（製造業その他 従業員20人以下）
小規模企業者（卸売業、サービス業、小売業 従業員5人以下）
上記以外の中小企業者 その他

2. 業種を選択してください。

- 製造業 卸売業・小売業 サービス業 建設業 その他

3. お仕事をされている地域にチェックをお願いします。（複数回答可）

- 大津地域 湖南地域 甲賀地域 東近江地域 湖東地域
湖北地域 高島地域

4. 企業としての「①現在の強み」と「②今後強化したいもの」について、下記の中からあてはまるものをそれぞれ3つ以内で順位をつけて選んでください。

	1位	2位	3位
①現在の強み	()	()	()
②今後強化したいもの	()	()	()
1. 人材	10. 取引先との信頼関係	19. コストパフォーマンス	28. 研究開発、知的財産
2. 技術力	11. 資金力	20. 高品質	29. 海外展開
3. 企画力、提案力	12. 原材料・部品調達力	21. ワンマン技術・製品	30. その他
4. デザイン力（設計・外観）	13. 量産能力	22. 付加サービスの提供	（
5. 情報収集力	14. 多品種小ロット対応	23. 環境対応	
6. 顧客ニーズの把握	15. 短納期対応（スピード）	24. 事務効率	
7. 販売力	16. 試作対応	25. 生産効率	
8. プラント力	17. 品質管理	26. 市場占有率（シェア）	
9. 情報発信力	18. 製造（加工）精度	27. 価格競争力	

5. (1) あなたの企業経営において、課題は何ですか。下記の中から、3つ選んでください。

- 人材不足・人材育成 資金繰りの悪化 需要の停滞（売上の停滞・減少） 原材料価格・仕入価格・経費等の上昇 販売価格の低下・値引要請 建物・設備の狭小・老朽化 後継者難・事業承継 大手企業・同業者との競争の激化 製品・商品ニーズの変化への対応 技術開発 その他

(2) 選ばれた3つの課題の内容について、具体的に記入してください。

1. ()
2. ()
3. ()

6. 今後3年程度を見据えて貴社が新たに取り組む意向のあるものについて、あてはまるものすべてに○を記入してください

1. 経営戦略・経営方針の見直し	12. 新エネルギー、医療・健康、環境分野などの有力成長分野への参入
2. 事業規模の拡大	13. 小売・卸売・サービス業等異業種への参入
3. 事業規模の縮小・撤退	14. ニッチ市場の開拓
4. 積極的な人材採用	15. 原材料、仕入先の見直し
5. 技能者の多能工化等スキル向上	16. 職場環境の整備（5S活動等）
6. 人員削減の推進	17. 公的支援制度の活用
7. 後継者の確保	18. 債務の削減
8. M&Aの活用	19. CSR、地域貢献
9. 新技術の開発	（具体的内容：）
10. 生産設備の導入・更新	20. その他
11. 作業工程の見直し	（）

7. (1) あなたの企業経営において、支援を求めたいことはどんなことですか。下記の中から、3つ選んでください。

<input type="checkbox"/> 営業・販売力の強化	<input type="checkbox"/> 人材の確保・育成	<input type="checkbox"/> 財務体質の強化	<input type="checkbox"/> 技術力強化	<input type="checkbox"/> 新商品開発・新事業展開
<input type="checkbox"/> 自社ブランドの強化	<input type="checkbox"/> 設備増強等	<input type="checkbox"/> 海外事業展開	<input type="checkbox"/> 既存事業の絞り込み	
<input type="checkbox"/> 資金調達方法の多様化	<input type="checkbox"/> その他			

(2) 選ばれた3つの課題の内容について、具体的に記入してください。

1. ()
2. ()
3. ()

8. 滋賀県や国、市町、商工会議所、商工会、中小企業団体中央会、滋賀県産業支援プラザ等が実施している公的支援制度のうち、①これまでに利用したもの、および、②今後特に利用したいと考えるものについて、それぞれ下記の中から選んでください。

①これまでに利用したもの <u>(全て選択)</u> ()		
②今後特に利用したいと考えるもの <u>(1つ選択)</u> ()		
1. 金融支援 (制度融資、債務保証等)	4. 経営診断、経営分析	7. その他
2. 補助金・助成金	5. 研修会、交流会	〔)
3. 専門家相談、専門家派遣	6. 設備・機械の貸与・リース	

9. その他、中小企業の活性化全般に対し何かご意見がありましたら、記入してください。

--

質問は以上です。
ご協力ありがとうございました。

〒520-8577 滋賀県大津市京町四丁目1-1
滋賀県商工観光労働部中小企業支援課 活性化推進係 田村、山元
TEL : 077-528-3733 FAX : 077-528-4871