

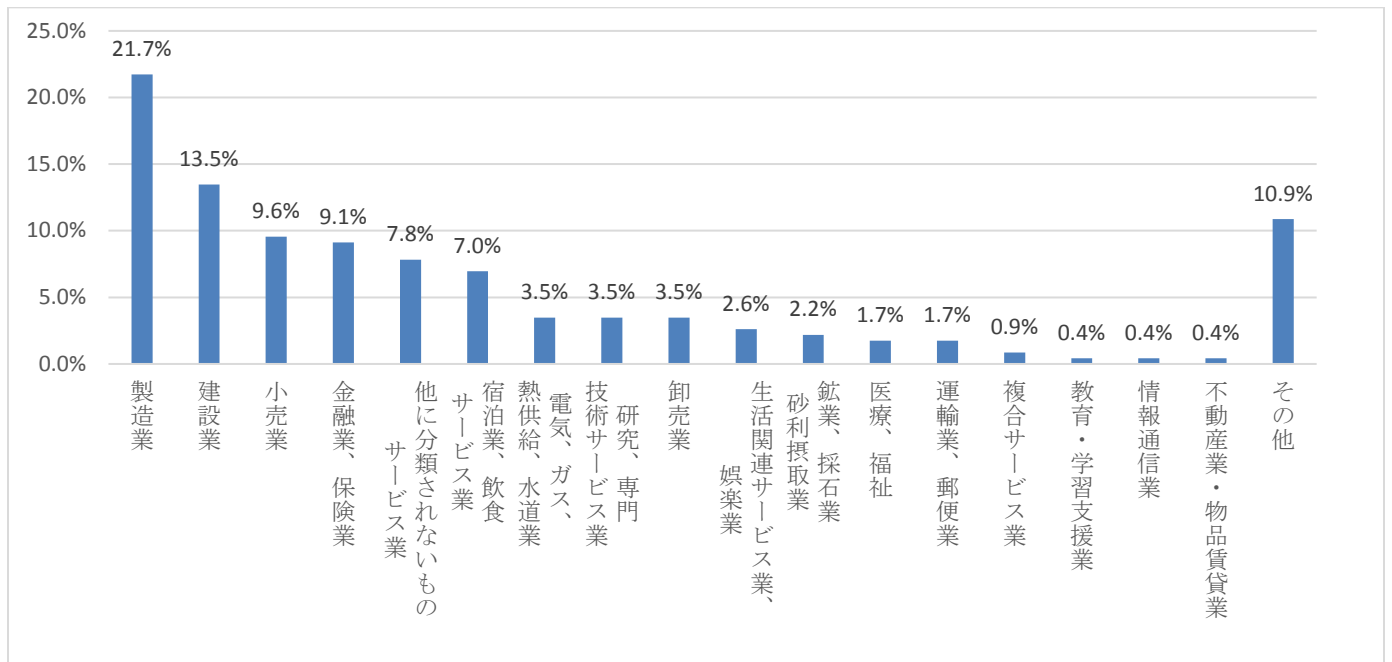
## 1. 調査概要

- 調査対象：管内全小規模事業者
- 調査方法：調査票によるアンケート形式
- 調査期間：平成27年度～平成29年度
- 回答事業者総数：311件

## 2. 回答者の概要と事業の見通し

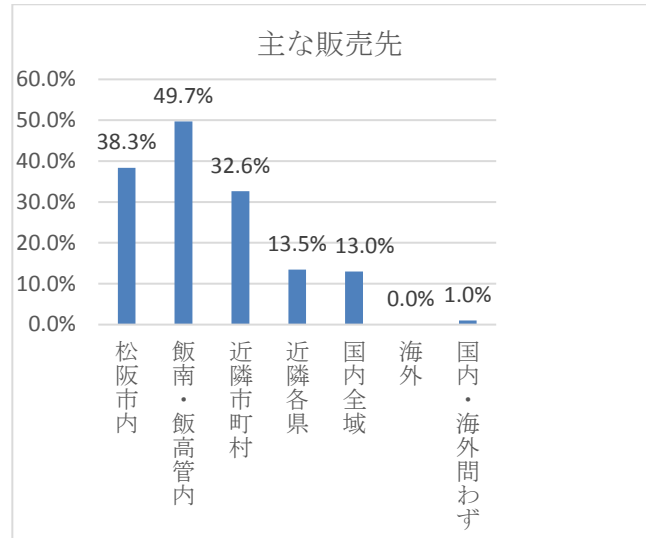
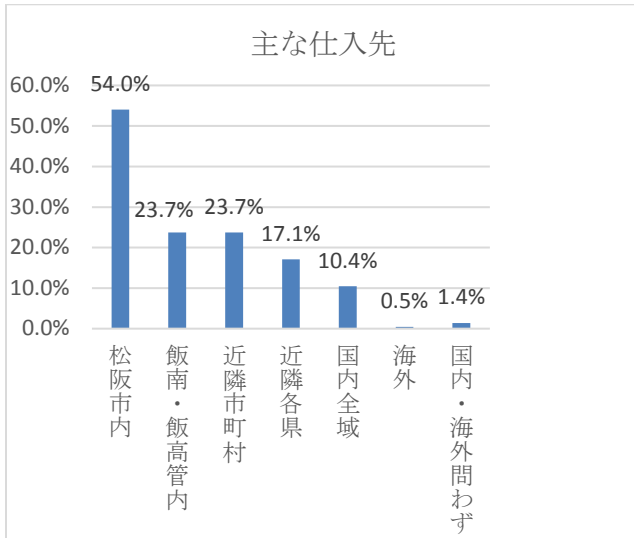
### ① 事業者の業種

事業者の業種についてみると、「製造業」が21.7%と最も高い割合であった。「その他」の業種について、育林業や製材業などの林業関連の業種が回答多くあった。



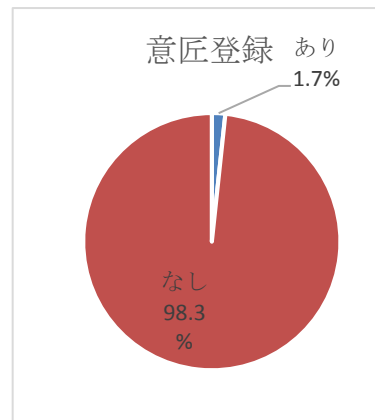
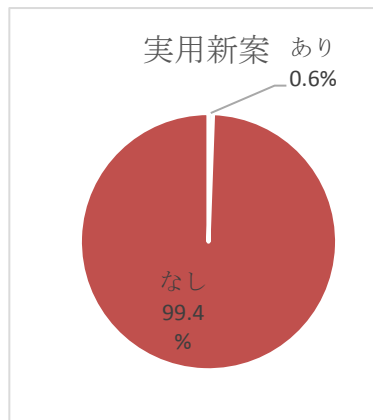
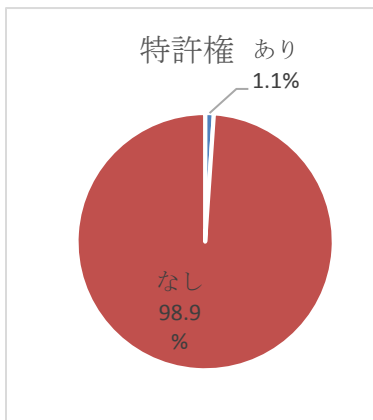
② 仕入先・販売先の地理的な広がり

多くの事業者が「松阪市内」もしくは「飯南・飯高管内」を主要な取引先としている。県外に販売先をもつ事業者は少なく、地域需要志向型の事業者の割合が高いことが分かる。



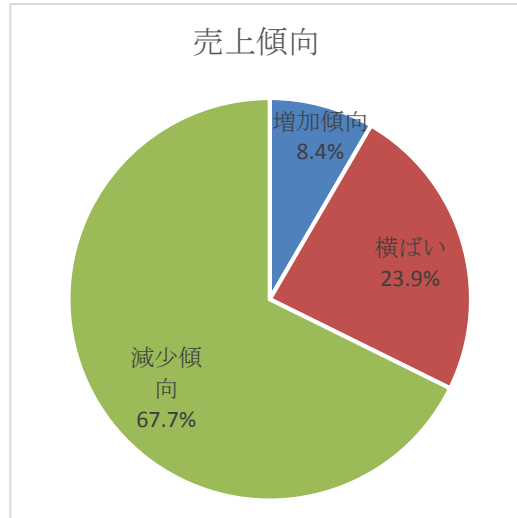
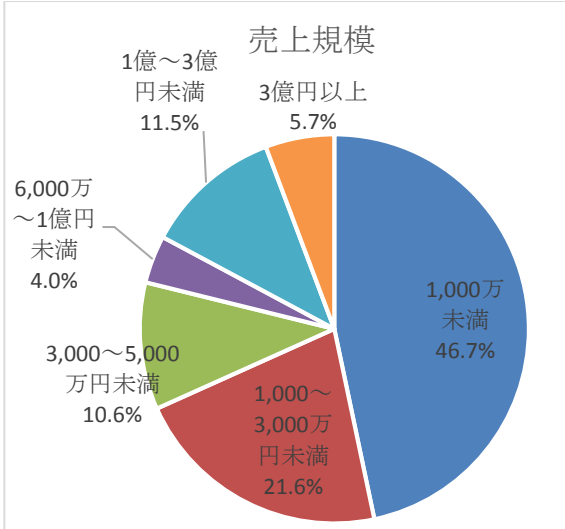
③ 知的財産権

一部の事業者を除き、知的財産権を有する事業者は少ない。



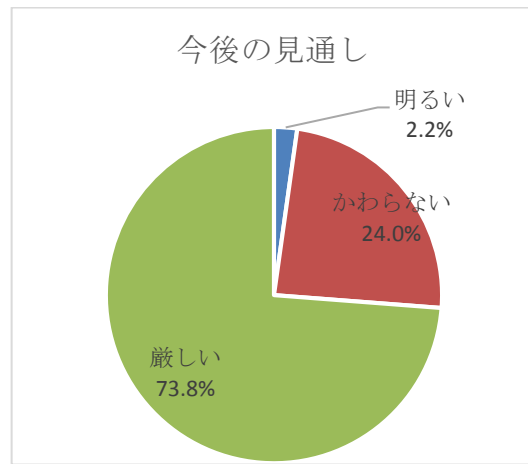
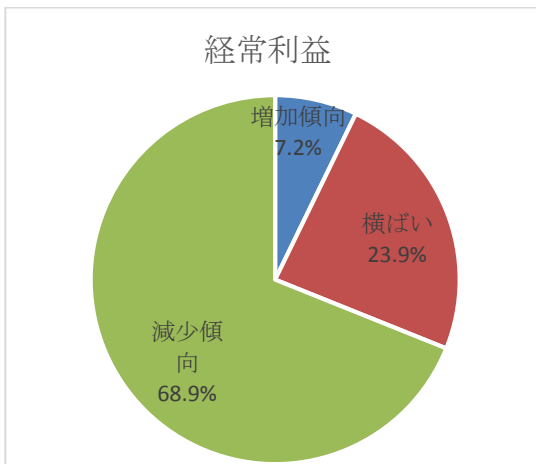
④ 売上規模と推移

売上規模は、1,000万円未満が46.7%であった。1億円を超える売上の事業者も2割弱存在している。67.7%の事業者が売上は「減少傾向」にあると回答しており、「増加傾向」にあると回答した事業者を大きく上回っている。



⑤ 採算性と事業の見通し

経常利益の推移は、売上同様7割弱の事業者が「減少傾向」にあると回答している。売上の減少とともに、利益の減少も多くの事業者が直面している課題であり、今後の見通しが「厳しい」と回答した事業者の割合の高さに直結していると思われる。既存事業の立て直し、見直し、事業転換などに支援を必要とする事業者が多いことがわかる。



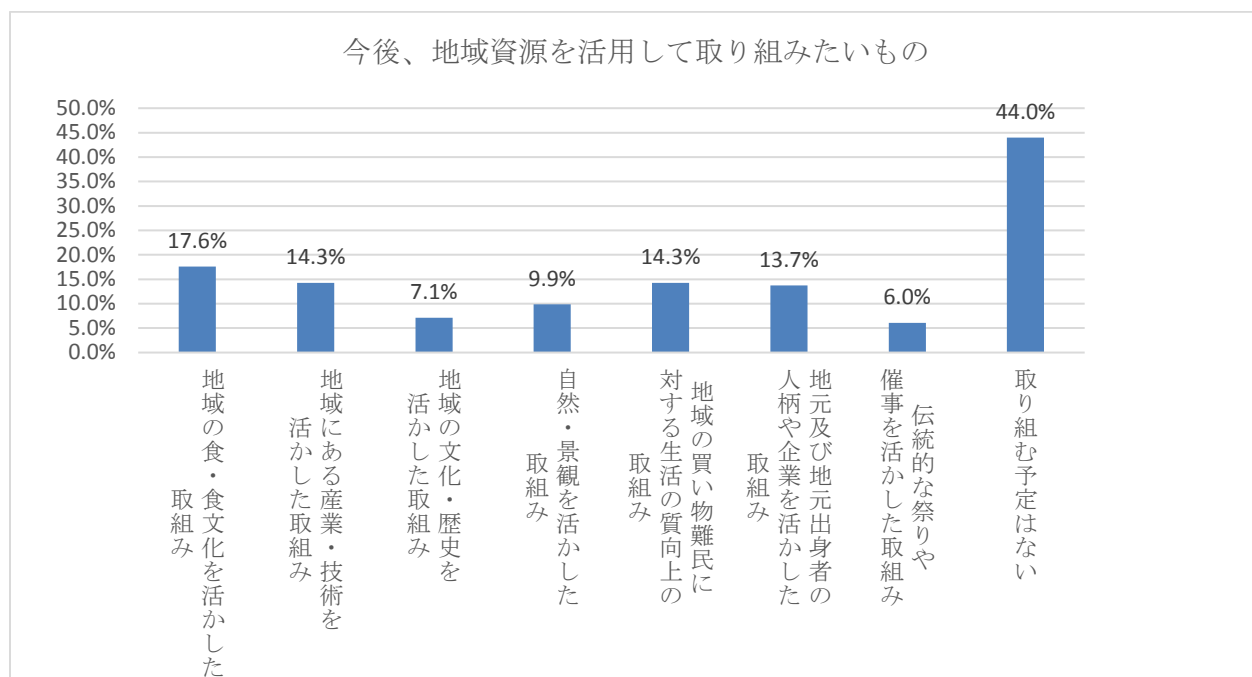
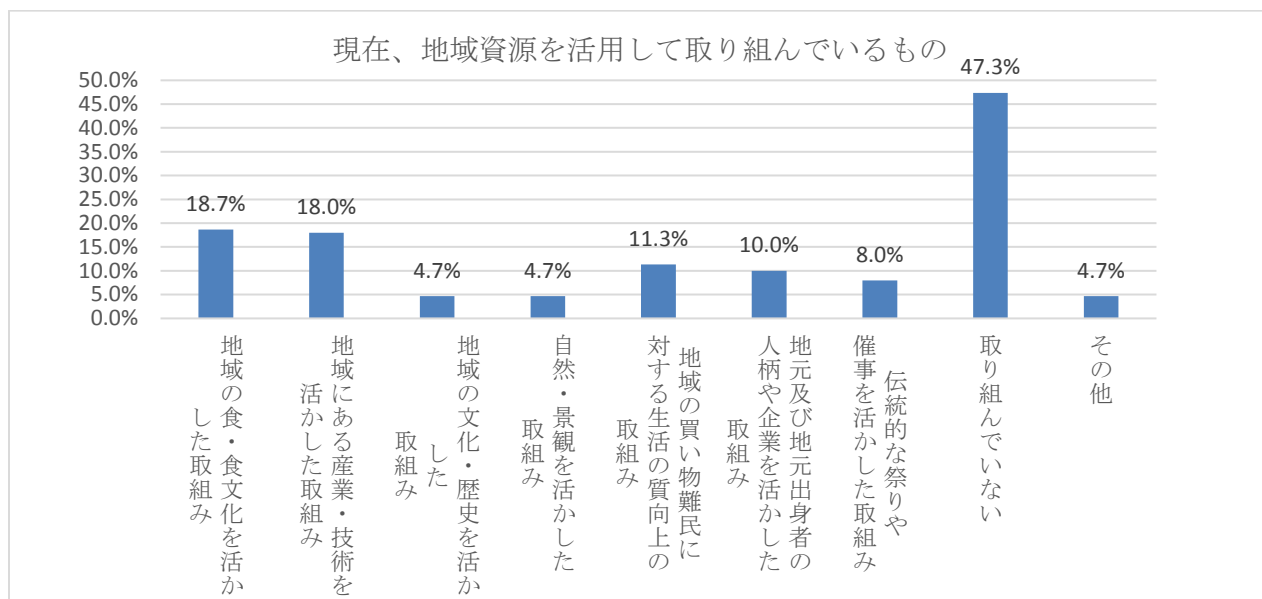
### 3. 地域資源を活用した取組

#### ① 現在活用している地域資源

現在事業で地域資源を活用した取組を行っている事業者は少なく、「取り組んでいない」と回答した事業者が47.3%であった。地域資源を活用していると回答した事業者のうち18.7%が「地域の食・食文化」を活用した取組を行っている。

今後地域資源を活用した取組を行うかどうかについても、44.0%の事業者が「取り組む予定はない」と回答しており、地域資源の活用に事業者が消極的であることが分かる。

これら地域資源の活用は、域外需要を取り込む手段の一つであり、事業者の売上や利益の改善の施策の一つとなり得る可能性があるが、活用を予定しない事業者の割合の高さが課題である。

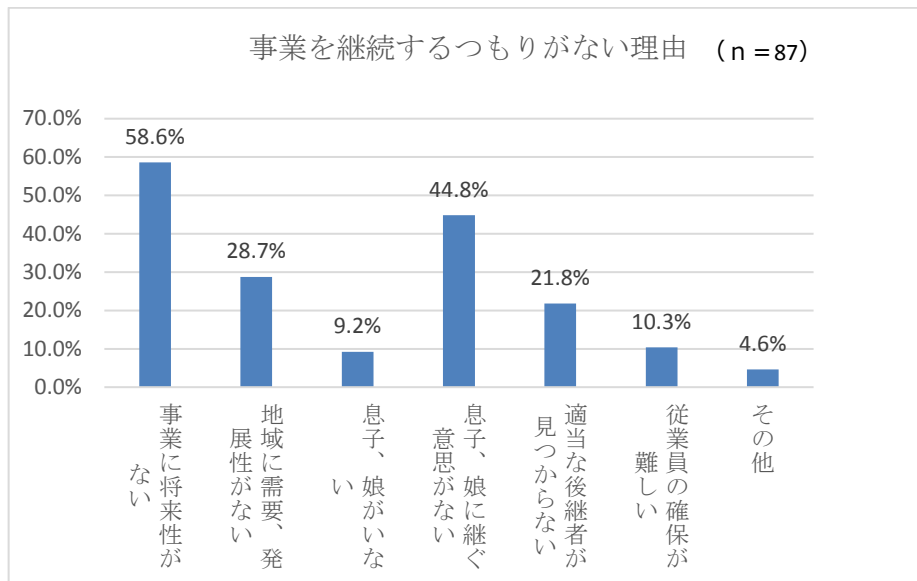
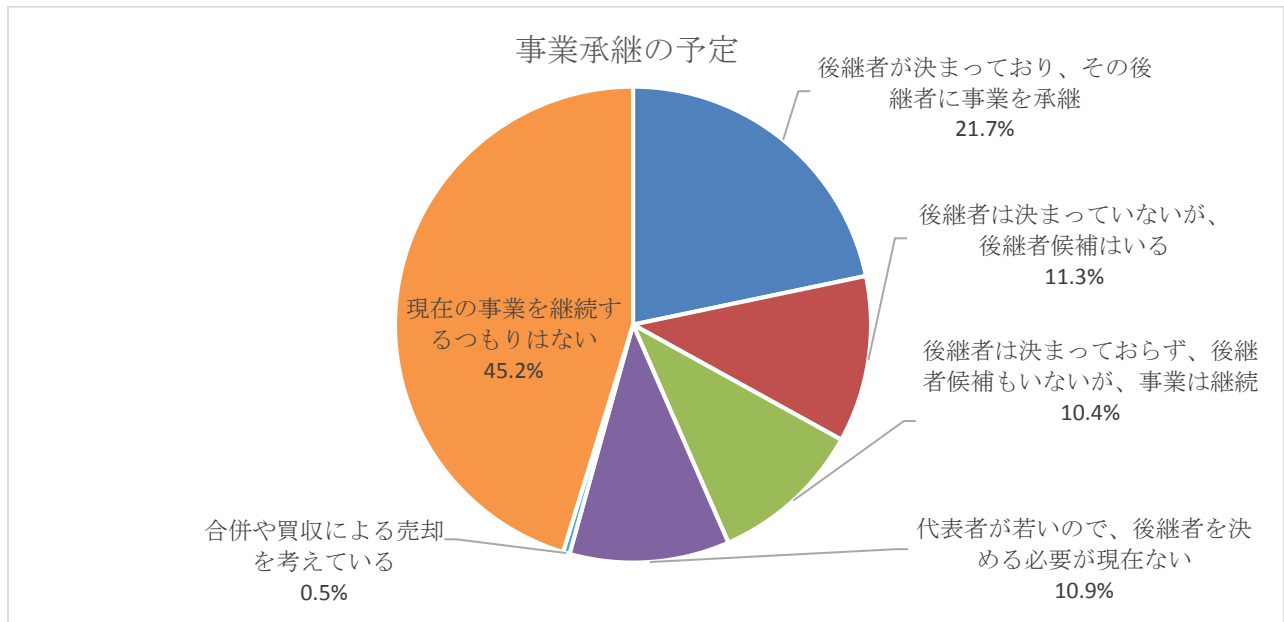


#### 4. 事業承継について

##### ① 事業承継計画

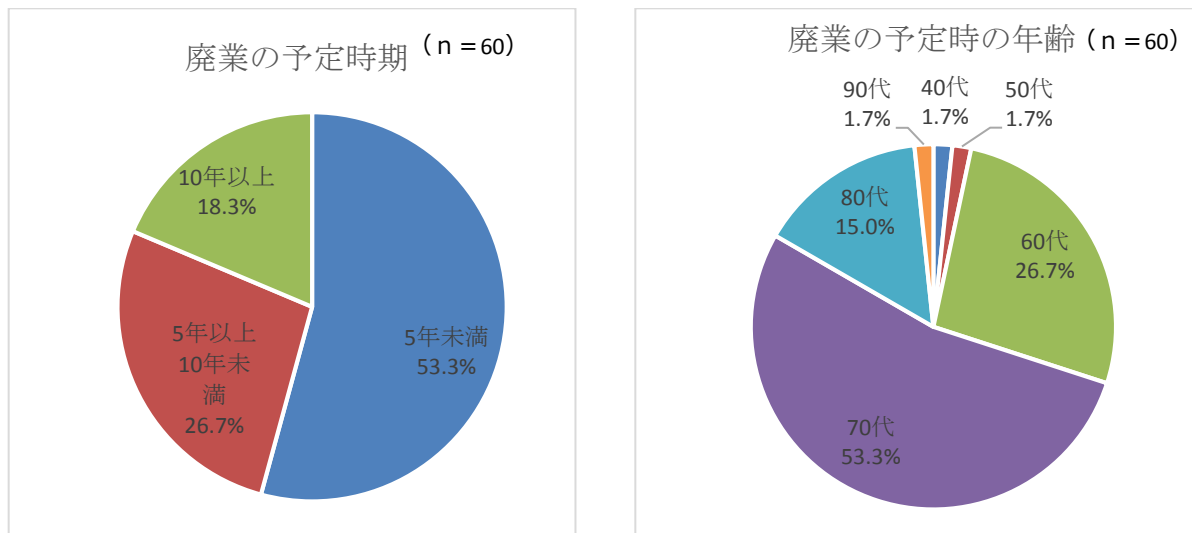
事業承継計画について確認したところ、「現在の事業を継続するつもりはない」と回答した事業者が45.2%であり、半数近くの事業者が現在の代で廃業を計画していることがわかる。

事業承継しない理由について確認すると、5割を超える事業者が「事業に将来性がない」と考え将来的な見通しの厳しさから廃業を予定していることがわかる。一方で、「息子・娘に継ぐ意思がない」や「適当な後継者が見つからない」と回答した事業者も合計で66.6%存在し、第三者を含めた外部人材の紹介などを行うことで事業の継続が可能になる事業者も一定程度存在すると考えられる。



② 廃業を予定している時期とその時の事業者の年齢

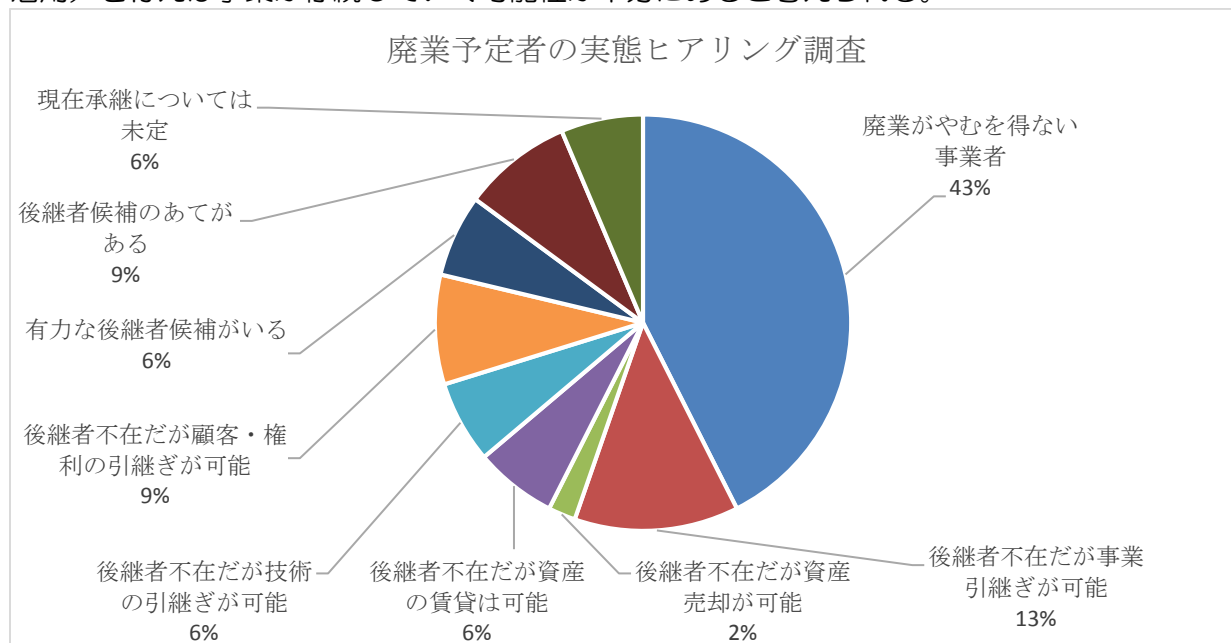
廃業を予定していると回答した事業者に廃業予定時期とその際の事業者の年齢を確認したところ、5年未満と回答した事業者が53.3%であり、ここ数年で館内の事業者数が相当数減少することが予想される。事業者の廃業予定時の年齢は、「70代」以上が70%であった。



③ 廃業を予定している事業者に関するヒアリング調査（別調査）

廃業すると回答した事業者の一部について事業承継に関する詳細ヒアリングを行った。廃業がやむを得ないと思われる事業者が43%と高い割合であるが、一方で、条件次第（後継者の紹介）で事業や店舗が存続できる可能性のある事業者も存在していることが分かる。

廃業を予定すると回答した事業者の中でも、適切な支援（事業引継ぎセンターや人材バンクの活用）を行えば事業が存続していく可能性が十分にあると考えられる。

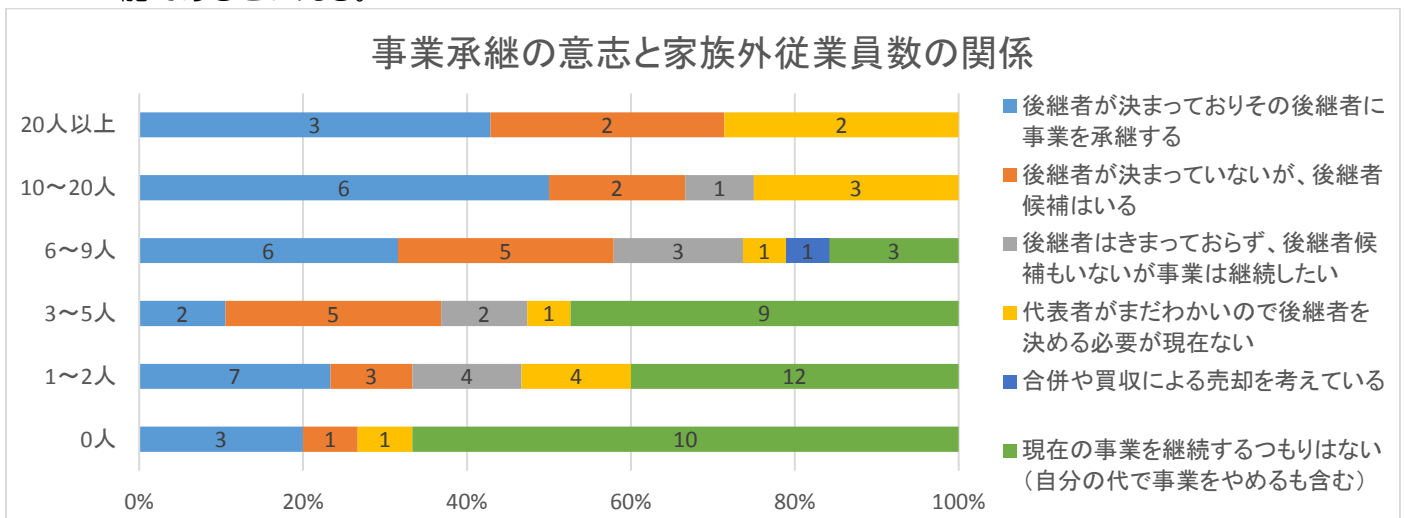


④ 事業の継続・廃業予定事業者の傾向分析

前述の事業承継計画についての調査で「現在の事業を継続するつもりはない」と回答した事業者が45.2%でと半数近くの事業者が、現在の代で廃業を計画していることがわかった。更に詳細を分析するために、事業者の事業承継・廃業意志と従業員数や業績推移についてクロス分析を行った。

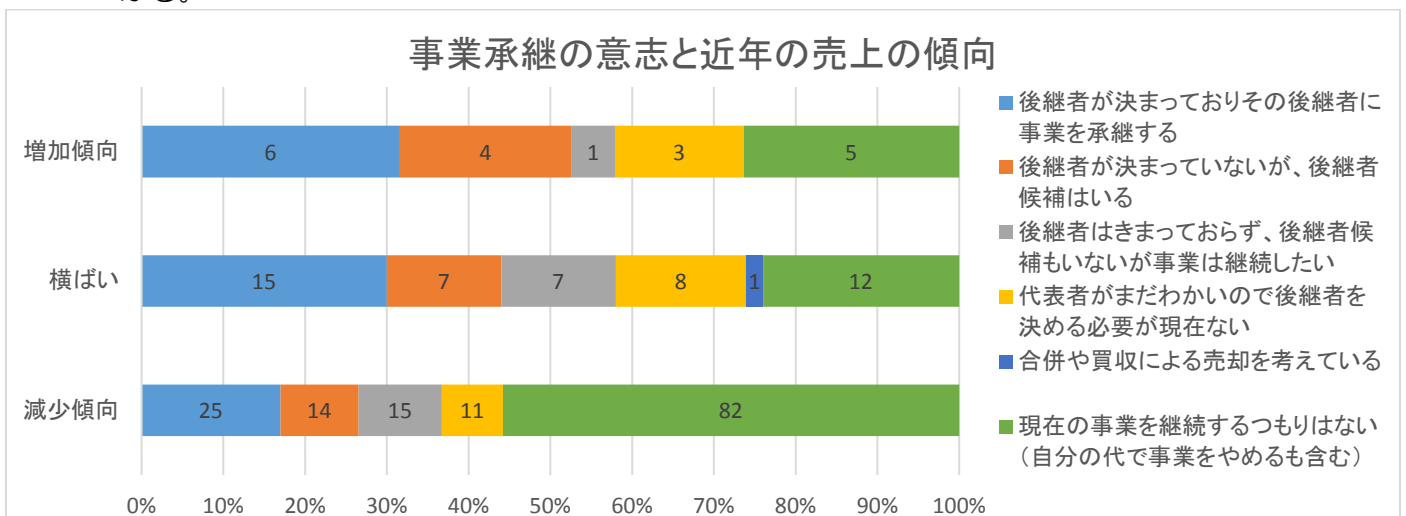
1) 事業承継の意志と家族外従業員数の関係性

家族外従業員数が多いほど、事業を継続しようとする意志が高いことがわかる。家族外従業員がいない事業者は2/3が自分の代で廃業を予定しているが、1~2人家族外従業員がいる事業者では、廃業を予定する事業者は半数を下回る。事業者は、従業員の働き口確保のために何とか事業を継続していくべきと考えており、またその従業員が有力な後継者候補となっていることがわかる。これらの事業者には、親族外承継をすすめることで事業の維持が可能であるといえる。



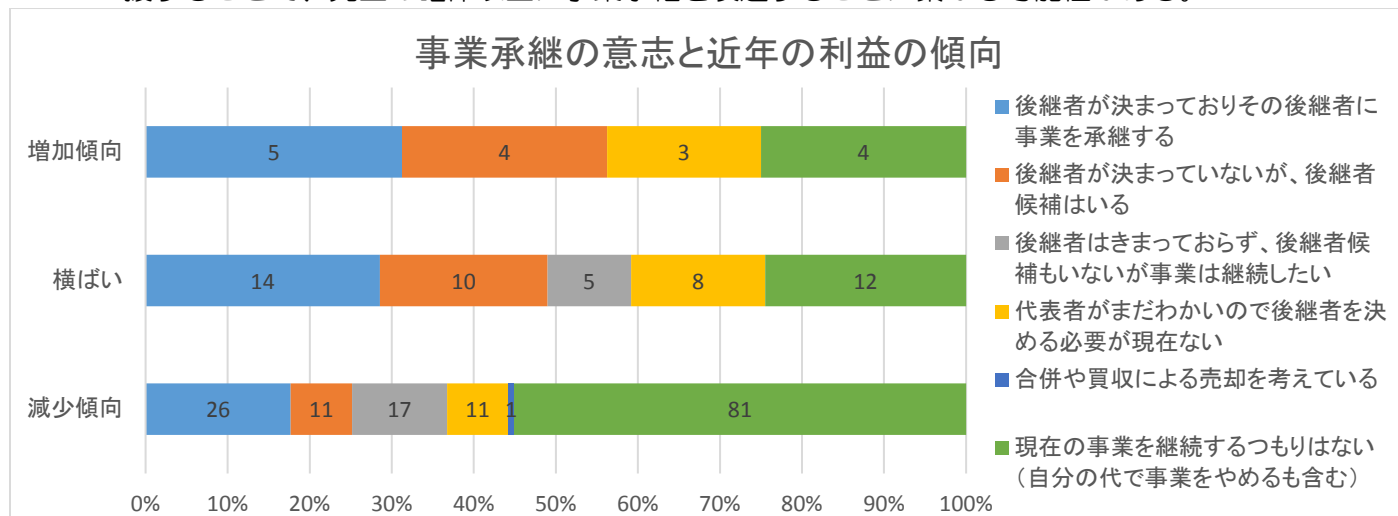
2) 事業承継の意志と近年の売上の傾向

近年の売上傾向が増加傾向にあるほど事業を継続しようとする事業者の割合が高い。事業承継にあたり、現在の事業の改善が真っ先に対策を取らなければいけない課題であることがわかる。



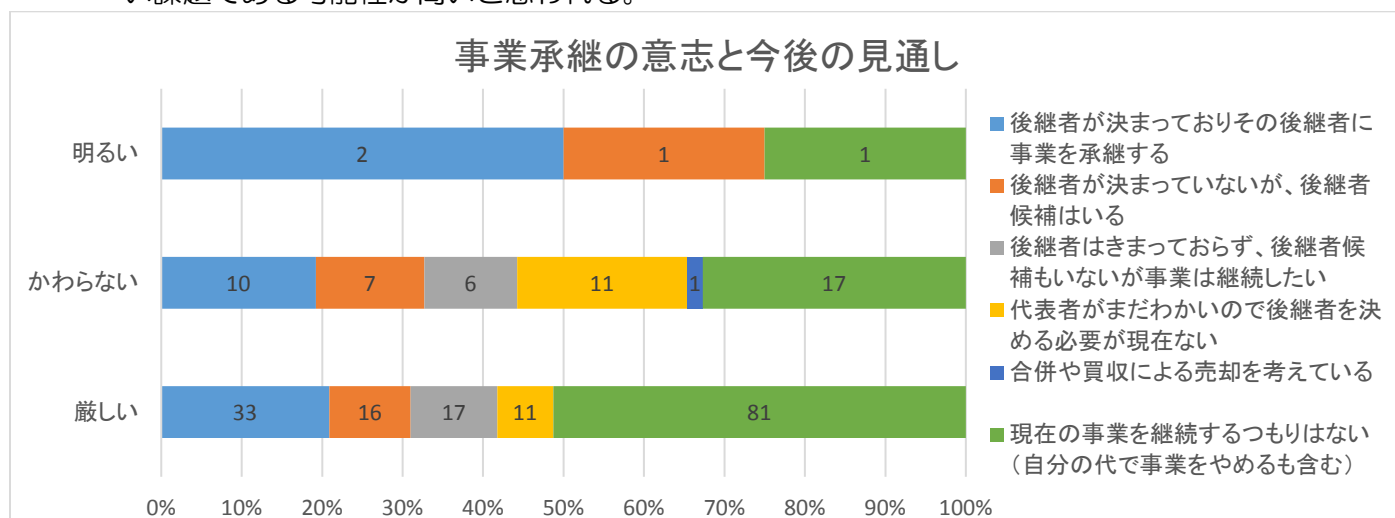
### 3) 事業承継の意志と近年の利益の傾向

近年の売上同様に利益についても、減少傾向にあると答えた事業者の半数以上が自分の代で廃業を予定していることがわかる。売上は、市場の縮小や人口減少により抗えない面もあるが外部環境の変化に対応しながら、利益を生み出していくことは可能である。利益創出を支援することで、売上の確保以上に事業承継を喚起することに繋がる可能性がある。



### 4) 事業承継の意志と今後の見通し

今後の見通しについては、「かわらない」と回答した事業者でも30%を超える事業者が自分の代で廃業する意志であることがわかる。前述の分析(P.3参照)にあるように7割近い事業者が、現在の売上・利益ともに減少傾向におかれている。見通しが「かわらない」状態でも現時点で厳しい事業環境にあることによって、事業者は廃業を予定せざるを得ない状況におかれていることがわかる。売上・利益を含め、現在の事業の業績改善が最も優先度の高い課題である可能性が高いと思われる。

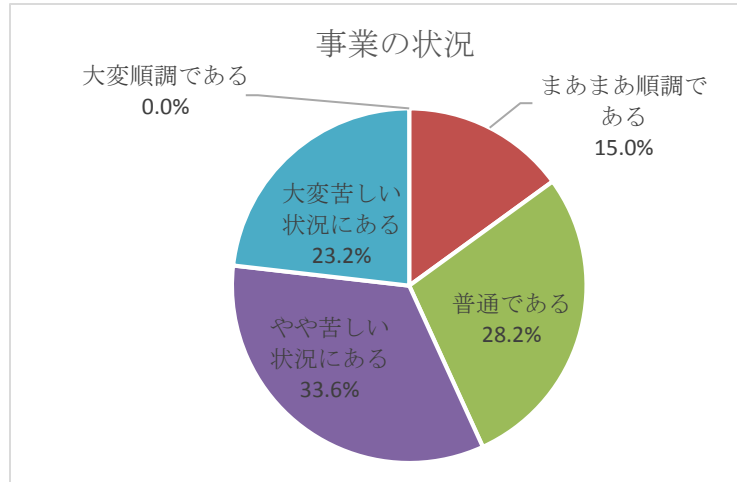




5. 現在の事業の状況と経営課題

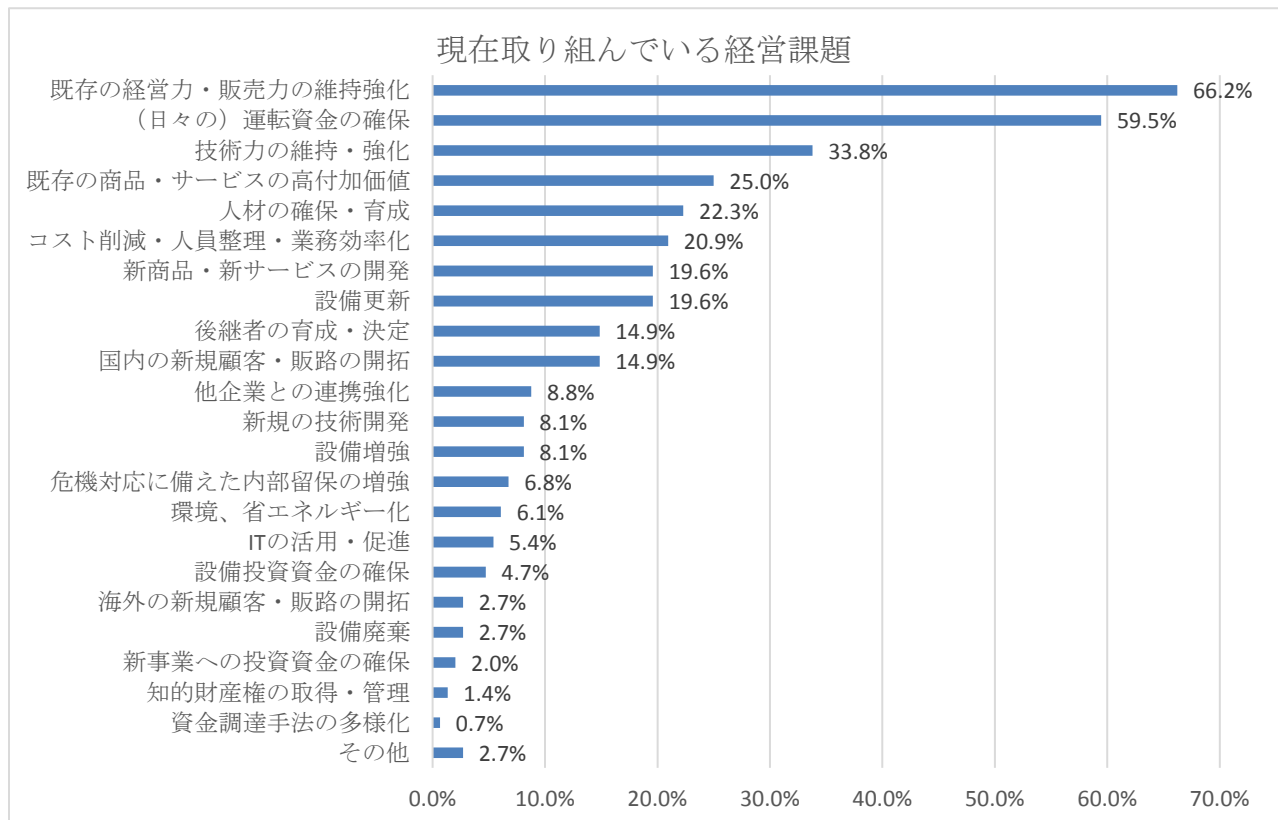
① 事業の状況について

現在の事業については、「大変順調である」、「まあまあ順調である」を合計しても15.0%と事業が順調に推移している事業者の割合が低いことがわかる。



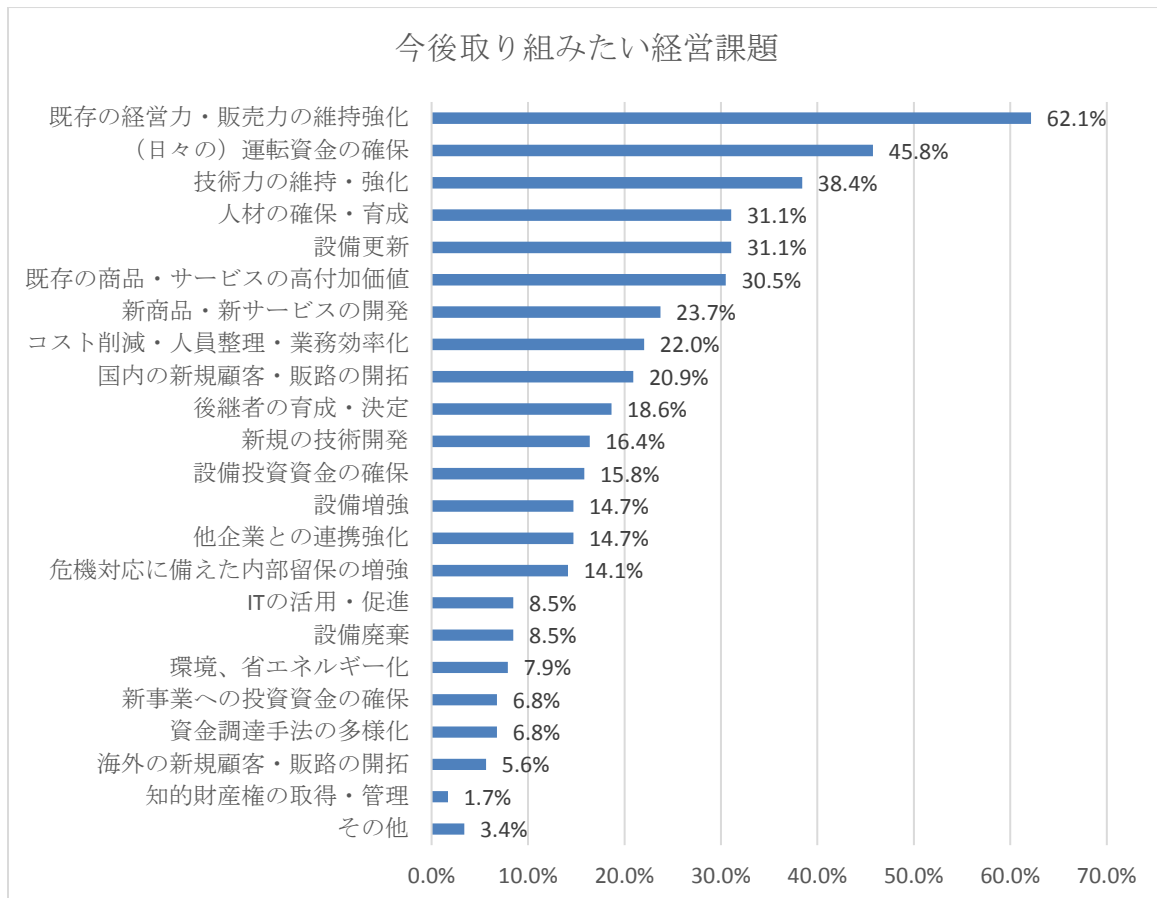
② 事業継続にあたっての課題

売上・利益の減少など事業が厳しい状況におかれる事業者が多い中で、事業者の抱えている経営課題を確認すると、「既存の経営力・販売力の維持強化」(66.2%)、「(日々の) 運転資金の確保」(59.5%)を課題に挙げており、売上・利益の悪化徐々に日々の資金繰りを圧迫しつつあることがわかる。



③ 今後取り組みたいと考えている経営課題

今後取り組んでいく経営課題を確認すると、現在抱えている経営課題と同様に「既存の経営力・販売力の維持強化」と「(日々の) 運転資金の確保」を取り組みたい課題として挙げている事業者が多い。



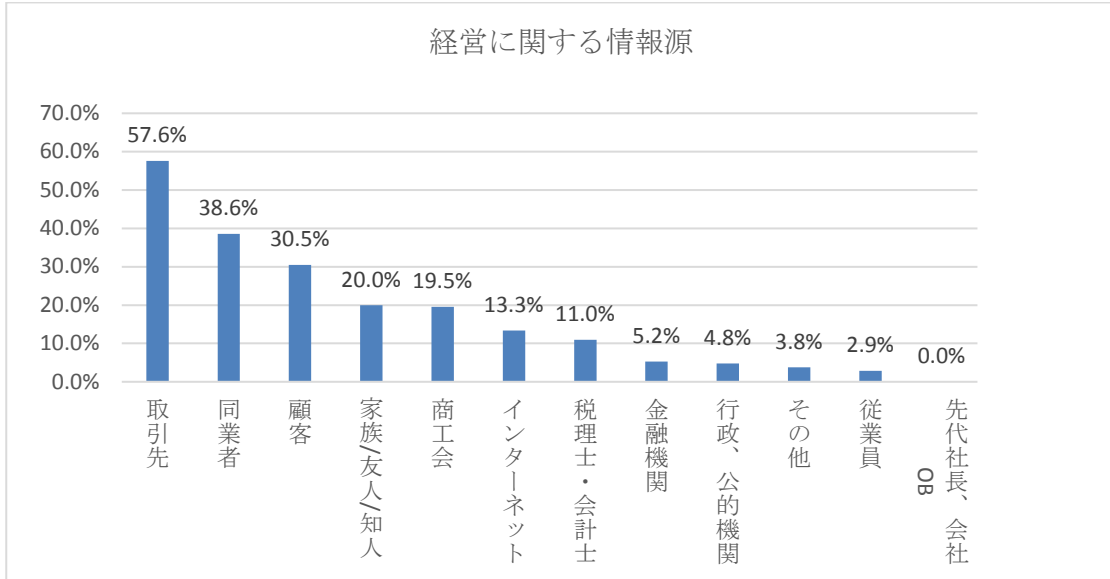
④ 具体的な課題

人材の確保、作業員の不足、管理の強化
専門の作業場の確保、現場の安全性向上
人口減少による仕事の減少、県内需要の減少、売上減少
町内の需要減少
仕入先の検証、コスト削減、リサイクル品の活用
需要が不安定、親会社の発注動向の影響
借入や資金繰り、財務面の改善
新製品・商品の開発とその資金手当て
事業主の高齢化、体力の衰え

⑤ 事業の支援体制について

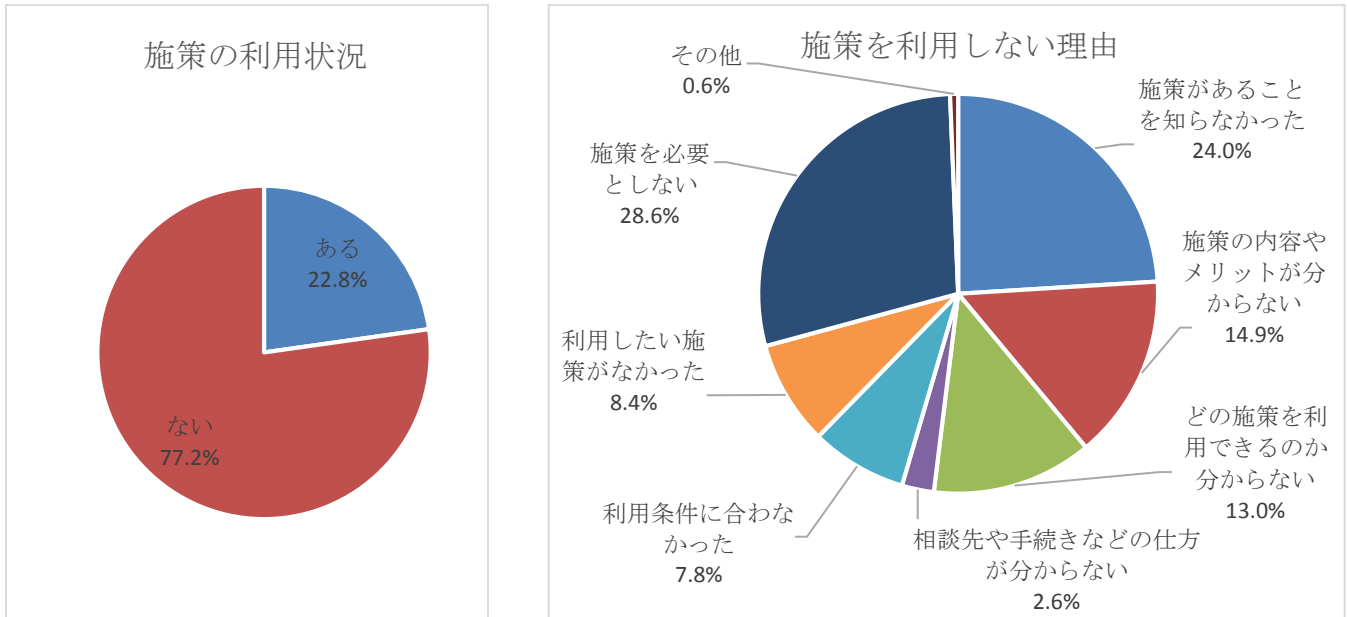
1) 経営に関する情報源

経営に関する情報は、「取引先」(57.6%)、「同業者」(38.6%)から得ているという回答が多い。業界外の情報源とし、「商工会」(19.5%)が重要な役割を果たしていることが伺える。



2) 各種施策の利用について

補助金等の施策の利用状況は、77.2%の事業者が支援策を利用したことが「ない」と回答している。その理由については、「施策があることを知らなかった」や「施策の内容がわからない」など施策情報が十分に伝わっていない現状が伺える。経営課題解決のための適切な支援策を活用するためにこれら施策の情報の収集も重要である。



### 3) 商工会に求める支援内容

事業者が商工会に対して求める支援は、「記帳・決算支援」が最も多く48.4%とほぼ半数の事業者がこれまでと同様に支援を求めていることがわかる。それ以外にも、「施策及び補助金、助成金などの情報提供」や「販路開拓支援」などを求める事業者がある一方で、「金融支援」や「借入返済条件の緩和支援」など事業の停滞から日々の資金繰りに窮していると思われる事業者も存在しており、商品開発や販路開拓以外の支援も必要としていることがわかる。

