

経営課題・販売促進に関する アンケート調査報告書〈概要版〉

令和6年度 白河商工会議所

白河市の地域経済を支える小規模事業者は、需要の低下、売上の減少、経営者の高齢化による事業承継等の問題に直面し、経営を持続的に行うための経営課題の解決が必要となっている。

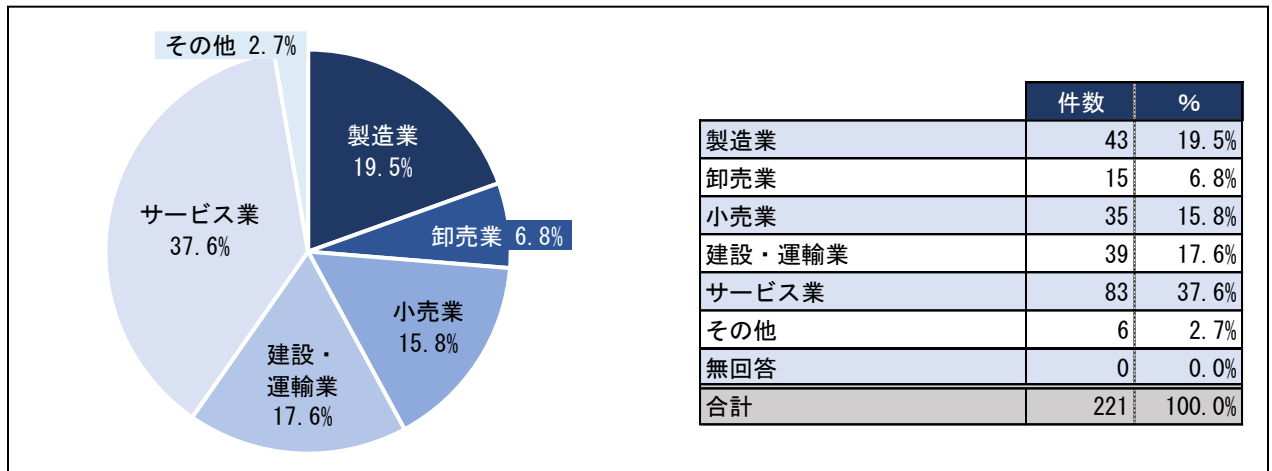
そこで、白河市の事業者に景況感や経営上の問題点に関するアンケート調査を行う。収集した情報は、事業者を提供するだけでなく、商工会議所としても事業者に対する効果的な支援策の立案に役立てる。

アンケート調査概要

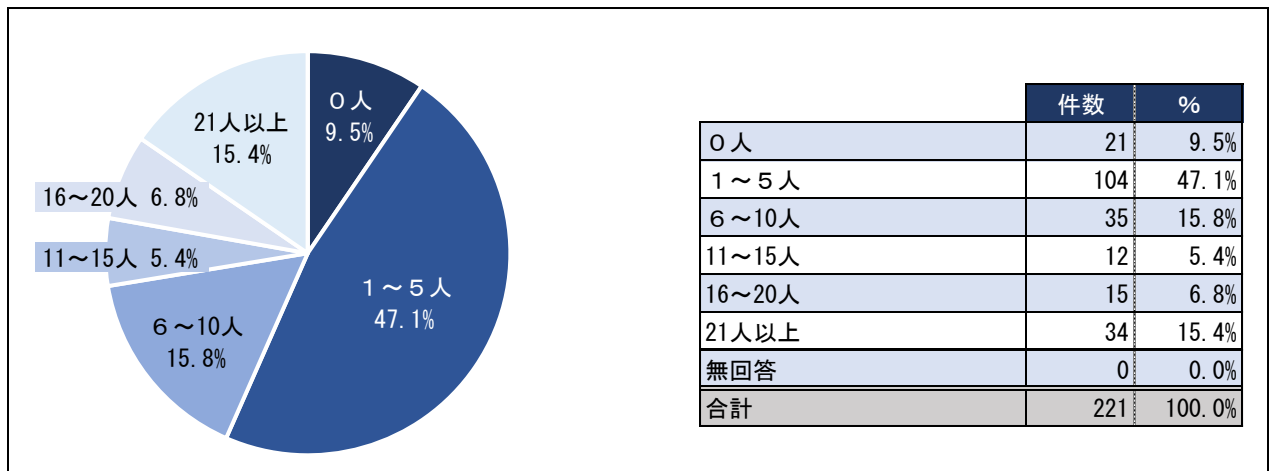
調査時期	令和6年12月13日～令和7年1月15日
調査対象	管内中小企業
調査方法	郵送配布－郵送回収
回答数・回収率	221票・19.7%

回答者の属性

業種



従業員数



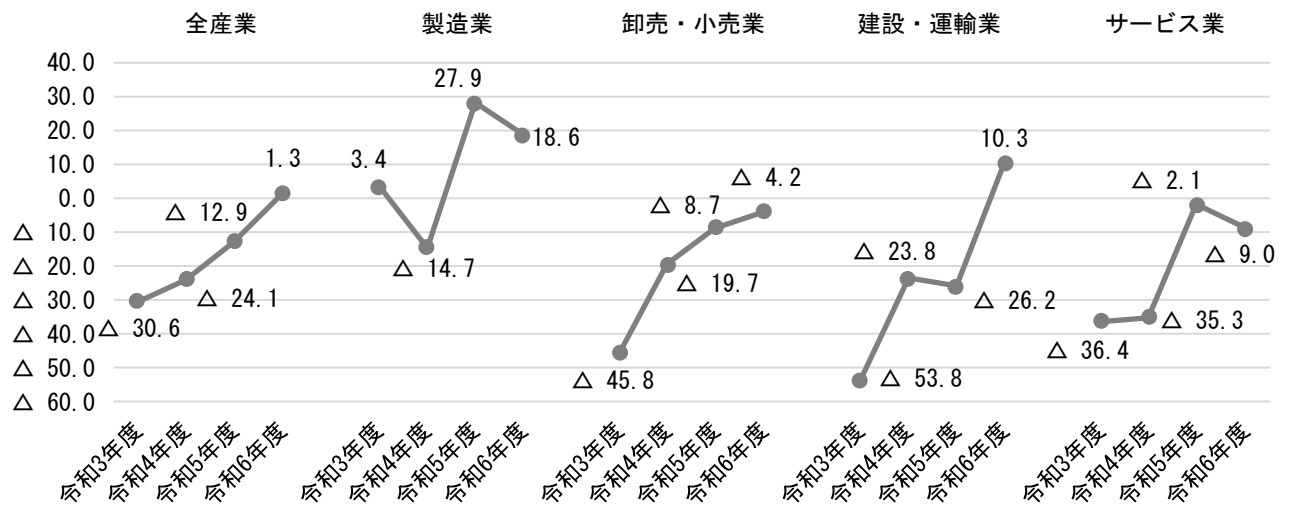
※小規模事業者数 147事業者（小規模事業者割合66%）

売上高DIは上昇傾向が継続、採算（経常利益）DIは低下に転換

はじめに、売上高DIの推移を確認する。DIとはディフュージョン・インデックス (Diffusion Index) の略で、増加したと回答した事業者の割合から、減少したと回答する事業者の割合を差し引いた値である。

全産業の売上高DIは1.3である。また推移をみると、令和3年度から上昇傾向が継続している。業種別にみると、卸売・小売業と建設・運輸業で上昇傾向が読み取れる。

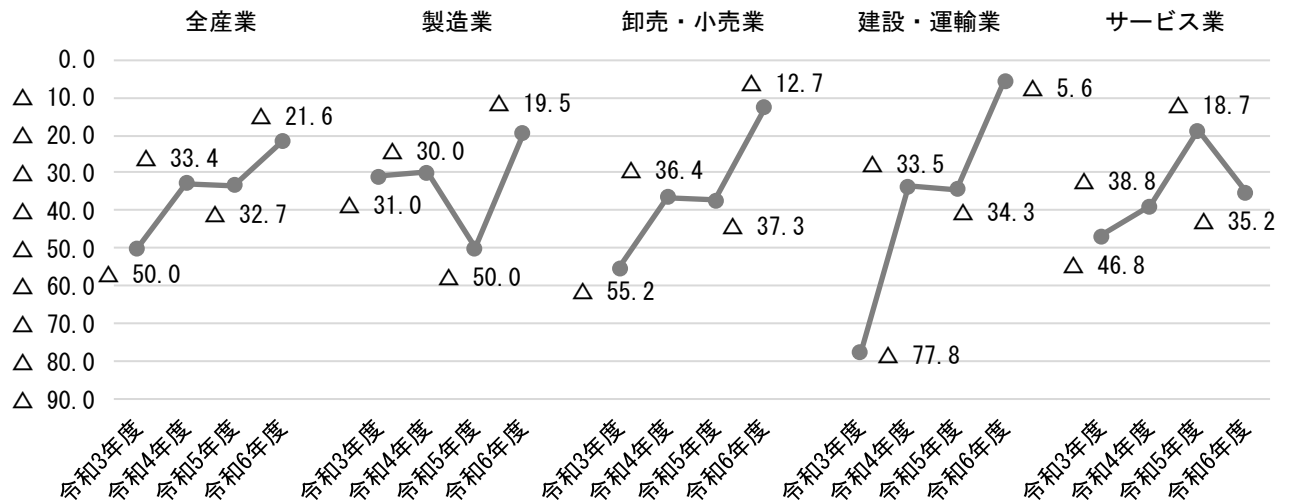
<売上高DIの経年推移>



全産業の採算（経常利益）DIは△21.6である。また推移をみると、令和5年度は減少傾向にあったが、今回調査（令和6年度）では上昇に転換している。

業種別にみると、多くの業種（サービス業以外）で上昇に転換している。

<採算（経常利益）DIの経年推移>



小規模事業者の約4割が「物価・原価高騰」を経営課題とする

現在の経営課題をみると、「人材確保・人材育成」が43.3%と最も高く、「新たな商圏・顧客・販路の開拓」が38.6%、「物価・原価高騰」が34.4%と続いている。

「物価・原価高騰」に着目すると、事業規模別では小規模事業者の約4割が課題としている。

<現在の経営課題>

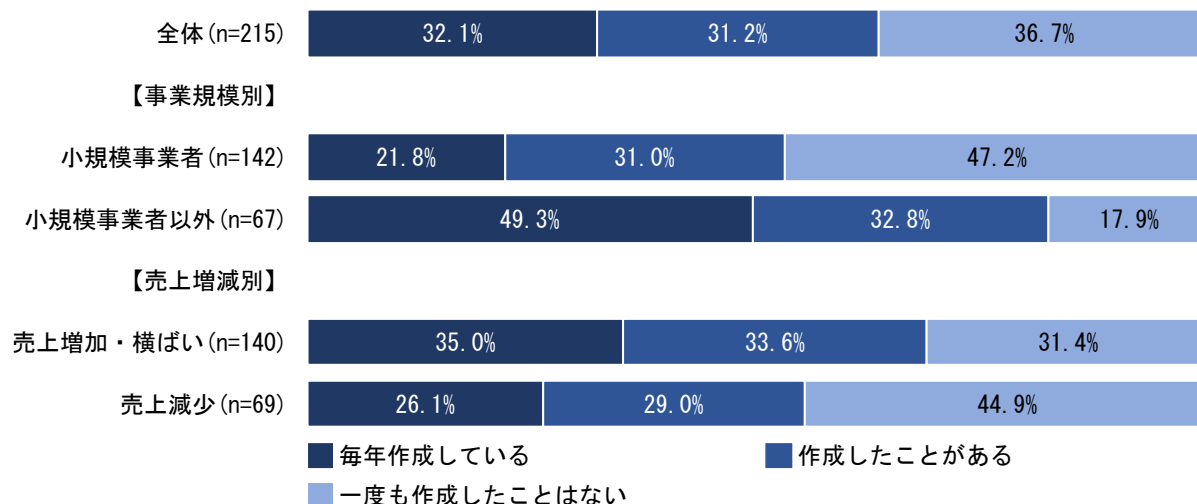
	全体 (n=215)	事業規模別		経年比較	
		小規模 (n=142)	小規模以外 (n=67)	令和6年度 (n=215)	令和5年度 (n=209)
人材確保・人材育成	43.3%	32.4%	68.7%	43.3%	33.5%
新たな商圏・顧客・販路の開拓	38.6%	38.7%	40.3%	38.6%	39.2%
物価・原価高騰	34.4%	40.8%	23.9%	34.4%	34.9%
業務の効率化	28.4%	22.5%	38.8%	28.4%	30.6%
既存の商圏・顧客・販路との関係強化	27.4%	29.6%	22.4%	27.4%	32.1%
従業員の賃上げ	19.5%	18.3%	23.9%	19.5%	-
自社の強みの把握・活用	16.7%	19.0%	13.4%	16.7%	10.5%
既存の製品・サービスの改善	15.8%	13.4%	19.4%	15.8%	12.4%
事業承継・廃業・M&A	13.5%	17.6%	6.0%	13.5%	13.4%
運転・設備資金の確保	13.0%	15.5%	9.0%	13.0%	12.4%
商圏・顧客ニーズの把握	11.6%	12.0%	11.9%	11.6%	6.2%
新製品・サービスの開発	10.2%	10.6%	7.5%	10.2%	12.4%
ITの利活用	8.8%	9.9%	7.5%	8.8%	11.5%
製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上	8.4%	9.9%	4.5%	8.4%	15.3%
その他	0.5%	-	1.5%	0.5%	1.4%

小規模事業者の約5割が事業計画を「一度も作成したことはない」

事業計画の作成をみると、「一度も作成したことはない」が36.7%と最も高く、「毎年作成している」が32.1%、「作成したことがある」が31.2%と続いている。

「一度も作成したことはない」に着目すると、事業規模別では小規模事業者の約5割が事業計画を作成していない。

<事業計画の作成>



販売促進ではインターネットの活用が有効

現在実施している販売促進・PRの中で、売上の拡大について効果があったものをみると、「自社のホームページ」が40.9%と最も高く、「SNS」が22.7%、「チラシの配布」が21.5%と続いている。

事業規模別では、「自社のホームページ」は小規模事業者以外（52.3%）が小規模事業（35.1%）を17.2ポイント上回っている。

<現在実施している販売促進・PRの中で、売上の拡大について効果があったもの>

	全体 (n=181)	業種別				事業規模別	
		製造 (n=38)	卸売・小売 (n=45)	建設・運輸 (n=25)	サービス (n=68)	小規模 (n=111)	小規模以外 (n=65)
自社のホームページ	40.9%	63.2%	33.3%	28.0%	39.7%	35.1%	52.3%
SNS	22.7%	10.5%	31.1%	8.0%	29.4%	23.4%	21.5%
チラシの配布	21.5%	7.9%	33.3%	12.0%	23.5%	20.7%	21.5%
インターネットの広告	15.5%	7.9%	15.6%	12.0%	22.1%	12.6%	21.5%
看板・のぼり旗	12.7%	5.3%	17.8%	8.0%	14.7%	15.3%	7.7%
タウン誌・雑誌等への広告	12.2%	5.3%	11.1%	12.0%	16.2%	10.8%	13.8%
物産展・展示会へ出展	9.9%	31.6%	8.9%	4.0%	1.5%	7.2%	15.4%
ダイレクトメールの送付	8.8%	2.6%	17.8%	12.0%	5.9%	10.8%	6.2%
呼び込み	7.2%	5.3%	13.3%	4.0%	5.9%	7.2%	7.7%
包装紙・紙袋	2.8%	2.6%	6.7%	-	1.5%	4.5%	-
その他	19.9%	18.4%	13.3%	44.0%	14.7%	22.5%	13.8%

販路開拓・販路促進にあたっての問題点をみると、「人材の育成、新たな技術・商品の開発」が38.0%と最も高く、「新規顧客へのアプローチ方法」が34.6%、「商品の魅力向上」が22.1%と続いている。

事業規模別では、小規模事業者以外は、小規模事業に比べて、「人材の育成、新たな技術・商品の開発」や「新規顧客へのアプローチ方法」、「商品の魅力向上」を問題としている割合が高くなっている。

<販路開拓・販路促進にあたっての問題点>

	全体 (n=208)	事業規模別		経年比較	
		小規模 (n=137)	小規模以外 (n=65)	令和6年度 (n=208)	令和5年度 (n=199)
人材の育成、新たな技術・商品の開発	38.0%	31.4%	52.3%	38.0%	49.7%
新規顧客へのアプローチ方法	34.6%	32.8%	40.0%	34.6%	30.7%
商品の魅力向上	22.1%	21.2%	24.6%	22.1%	16.6%
情報収集	18.8%	21.2%	13.8%	18.8%	15.1%
商品・製品のPR方法	17.8%	19.0%	15.4%	17.8%	15.1%
専門知識の不足	13.0%	9.5%	20.0%	13.0%	10.1%
販売先市場の選定	12.5%	12.4%	13.8%	12.5%	9.0%
生産体制	12.5%	10.2%	16.9%	12.5%	15.6%
資金調達	12.0%	13.1%	9.2%	12.0%	15.6%
問題はない	13.5%	16.8%	6.2%	13.5%	10.6%
その他	3.8%	4.4%	3.1%	3.8%	2.0%

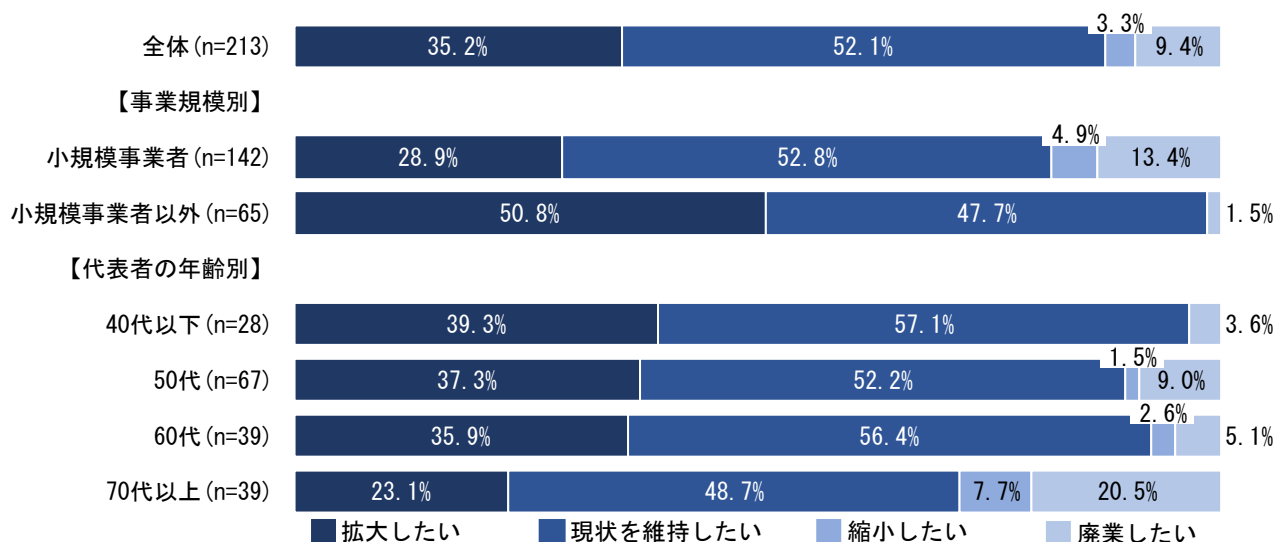
小規模事業者の1割超が「廃業したい」

今後の事業運営方針についてみると、「現状を維持したい」が52.1%と最も高く、「拡大したい」が35.2%、「廃業したい」が9.4%と続いている。

事業規模別では「廃業したい」は、小規模事業者（13.4%）が小規模事業者以外（1.5%）を11.9ポイント上回っている。

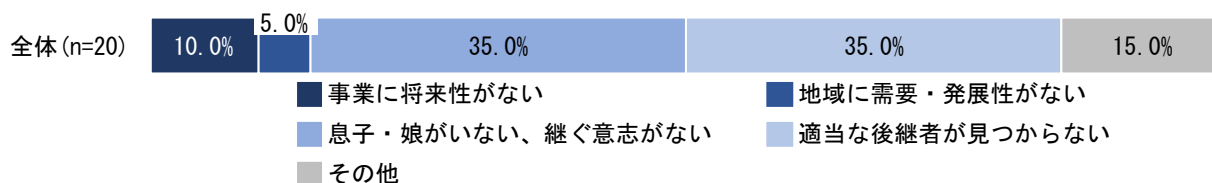
代表者の年齢別では、年齢が上がるほど「拡大したい」の割合が減少する傾向がある。

<今後の事業運営方針についてどのように考えているか>



前項で「廃業したい」と回答した方にその理由を聞くと、「息子・娘がいない、継ぐ意志がない」と「適当な後継者が見つからない」が、それぞれ35.0%と最も高く、「事業に将来性がない」が10.0%と続いている。

<廃業したい理由>



また、前々項で「廃業したい」以外を回答した方に経営者を引退した後の事業継続意向を聞くと、「事業を誰かに引き継がせたい」が89.7%、「事業譲渡（M&A等）を検討している」が10.3%となっており、約1割は事業譲渡（M&A）も視野に入れていることが読み取れる。

<ご自身が経営者を引退した後の事業継続>

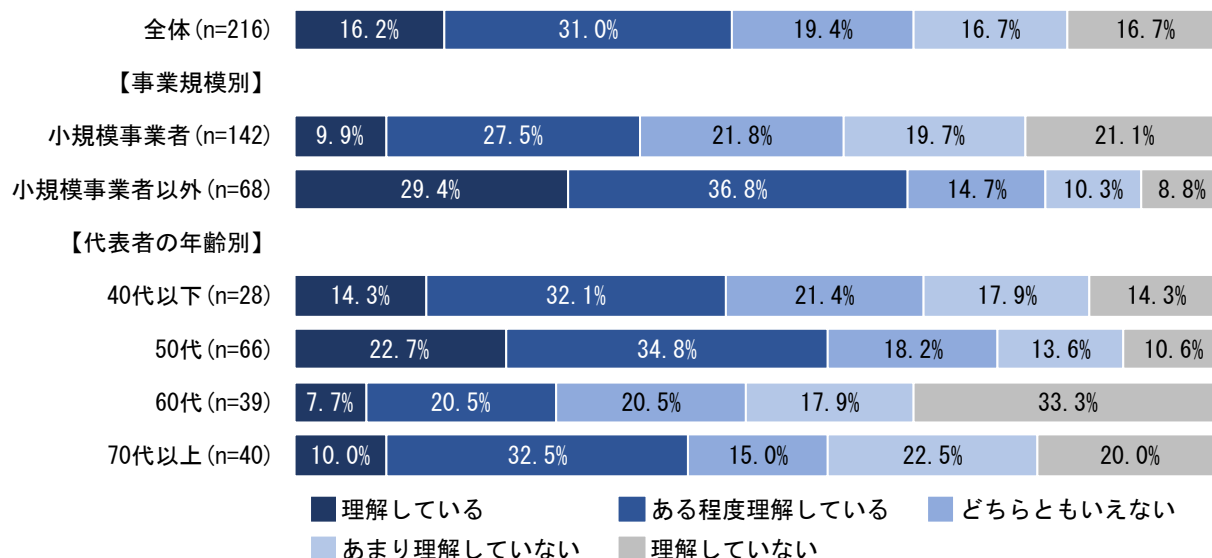


全体の半数が『IT・DXを理解している』

IT・DXを理解しているかについてみると、「理解している」と「ある程度理解している」を合わせた『IT・DXを理解している』は47.2%となっている。また、「あまり理解していない」と「理解していない」を合わせた『IT・DXを理解していない』は33.4%となっている。

事業規模別では、『IT・DXを理解している』は、小規模事業者以外（66.2%）が小規模事業者（37.4%）を28.8ポイント上回っている。

<IT・DXの理解度>



どのような情報が得られたら、IT導入を検討したいと思うかについてみると、「コストとリターン」が40.2%と最も高く、「導入効果の具体例」が39.6%、「必要な技術とツール」が32.3%と続いている。

売上増減別では、売上が減少している事業者は、売上が増加している事業者に比べて、「コストとリターン」や「必要な技術とツール」の割合が高くなっている。

<IT導入を検討する際に得たい情報>

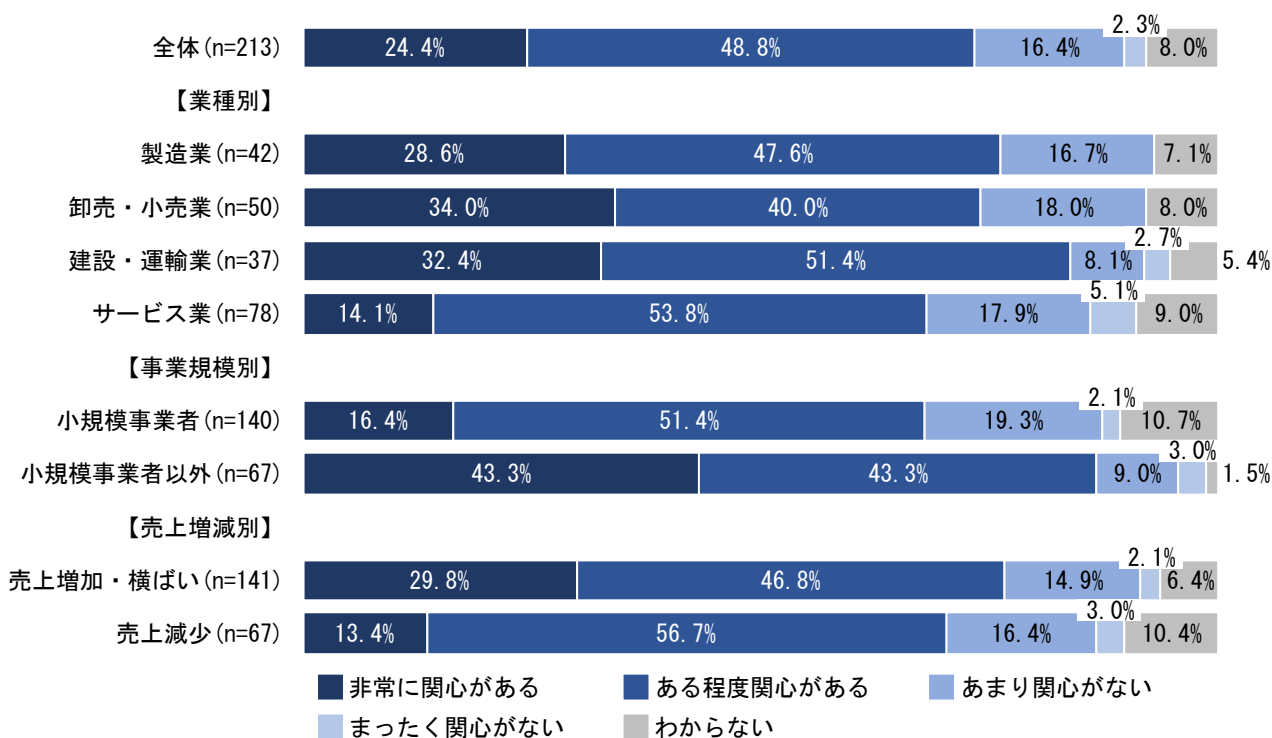
	全体 (n=164)	事業規模別		売上増減別	
		小規模 (n=103)	小規模以外 (n=56)	増加・横 (n=111)	減少 (n=49)
コストとリターン	40.2%	38.8%	42.9%	38.7%	40.8%
導入効果の具体例	39.6%	35.9%	46.4%	40.5%	36.7%
必要な技術とツール	32.3%	33.0%	32.1%	28.8%	40.8%
セキュリティ対策	22.6%	21.4%	23.2%	25.2%	14.3%
業務プロセスと改善点	20.1%	12.6%	35.7%	21.6%	18.4%
教育・サポート体制	19.5%	17.5%	21.4%	22.5%	14.3%
業界トレンド	9.8%	12.6%	5.4%	9.0%	10.2%
その他	4.9%	6.8%	1.8%	4.5%	6.1%

全体の約7割が物流の2024年問題について『関心がある』

2024年問題の関心度についてみると、「非常に関心がある」と「ある程度関心がある」を合わせた『関心がある』は73.2%となっている。また、「あまり関心がない」と「まったく関心がない」を合わせた『関心がない』は18.7%となっている。

事業規模別では、『関心がある』は小規模事業者以外（86.6%）が小規模事業者（67.8%）を18.8ポイント上回っている。

<2024年問題の関心度>



物流業界の労働力不足に関して、あなた自身ができると思う対策についてみると、「宅配ボックス、コンビニ受け取りの利用」が49.0%と最も高く、「配達員に対して感謝の意を示す」が41.9%、「配送料の値上げに理解を示す」が39.5%と続いている。

売上増減別では、売上が減少している事業者は、売上が増加している事業者に比べて、「宅配ボックス、コンビニ受け取りの利用」や「配送料の値上げに理解を示す」の割合が高くなっている。

<物流業界の労働力不足に関して、ご自身ができると思う対策>

	全体 (n=210)	事業規模別		売上増減別	
		小規模 (n=138)	小規模以外 (n=67)	増加・横 (n=139)	減少 (n=68)
宅配ボックス、コンビニ受け取りの利用	49.0%	47.1%	53.7%	46.8%	54.4%
配達員に対して感謝の意を示す	41.9%	42.8%	41.8%	41.7%	41.2%
配送料の値上げに理解を示す	39.5%	32.6%	53.7%	38.8%	41.2%
配送業者労働環境改善に関するキャンペーンに参加する	3.8%	3.6%	4.5%	5.0%	1.5%
特に何もしない	14.8%	15.9%	10.4%	15.1%	13.2%
その他	1.0%	0.7%	1.5%	1.4%	-

半数超が「不要時消灯（照明、空調等）の徹底」に取り組んでいる

「環境対策活動」から、事業所内で取り組んでいるについてみると、「不要時消灯（照明、空調等）の徹底」が58.6%と最も高く、「使用済み封筒や裏紙等の再利用」が48.8%、「コピー用紙の使用量削減（両面・集約印刷機能の活用等）」が43.3%と続いている。

<事業所内で取り組んでいる「環境対策活動」>

	全体 (n=203)
不要時消灯（照明、空調等）の徹底	58.6%
使用済み封筒や裏紙等の再利用	48.8%
コピー用紙の使用量削減（両面・集約印刷機能の活用等）	43.3%
閲覧だけで済ませられる電子メールやインターネット情報は印刷しない	38.4%
5S（整理、整頓、清掃、清潔、躰）活動の徹底	36.9%
3Rの推進（ごみの減量化と分別による再資源化の徹底）	32.5%
省エネ型機器の導入（空調設備、コピー機、照明器具のLED化等）	30.5%
ブラインドやカーテンを活用し、熱の出入りを調整	29.1%
クールビズ・ウォームビズの実施	27.1%
書面による郵送に代えて、電子メールを活用	26.6%
人感センサー・照度センサー等の活用	25.6%
設備機器の定期的な清掃・交換等の適切な管理	21.2%
エネルギー使用量の見える化（電気・ガス使用状況のデータ共有）	20.7%
給湯室・トイレ等における節水の徹底（日常的な節水の励行）	20.7%
「ノー残業デー」の実施	20.2%
紙媒体での保管文書・資料の電子化推進	20.2%
勉強会の実施	19.7%
食品ロスの削減	19.7%
社用車としてエコカーを導入・優先的な使用	19.2%
打ち合わせ資料のペーパーレス化	18.2%
マイ箸、マイボトル、マイバッグ運動の実施	17.2%
複層ガラスや二重サッシなどを採用し、建物の断熱性能を向上	14.3%
使い捨て製品の使用の抑制	12.3%
OA機器等の待機電力の遮断	11.8%
屋根・壁・床などに断熱材を採用、給湯設備の配管などを断熱化	8.4%
環境に配慮した物品などの調達に関する方針・基準を作成し、購入	7.4%
近距離の用務には自転車等を活用、共用自転車の導入	4.9%
ISO14001を取得している	4.9%
植樹活動等の二酸化炭素吸収に寄与する活動の実施	3.9%
エレベーターの利用を控えて階段利用を推進	3.0%
eco検定受験推奨	1.5%
日本商工会議所「CO2チェックシート」の利用	-