

大子町中小企業・小規模企業振興に関する 実態調査の実施結果について

令和6年

大子町 観光商工課

1 実態調査の概要

- 今後の当町における産業振興施策の検討材料とするため、町内事業者の実態（経営の状況や事業承継の検討状況等）調査を実施した。

□対象者 大子町内に事業所等がある事業者（837者）

□実施期間 令和6年2月21日～令和6年3月15日

□回答数 251（回答率：29.9%）

□調査項目

- ①事業者の概要（業種、業歴、資本金、従業員数、年間売上高）
- ②事業の見通し等（展望、成長の要素）
- ③売上・収益の状況（売上高、収益、エネルギー高騰対策、コロナ後の取組）
- ④経営資源・資金繰り（人員の過不足、採用を希望する人材、設備投資、債務）
- ⑤取引環境（価格転嫁、新規販路・顧客の獲得、海外との取引、大企業との取引）
- ⑥IT・脱炭素（ITツールの活用状況、脱炭素に向けた取組状況）
- ⑦事業承継（経営者の年齢、事業承継の予定・意向）
- ⑧産業支援（希望する支援策、連携したことのある支援機関等、情報入手先）
- ⑨その他（町への質問、要望等）

2 まとめ及び有効な支援

①事業者の概要（業種、業歴、資本金、従業者数、年間売上高）

- 業種では、小売業、建設業、製造業、サービス業が多く、これらで全体の75%を占める。業歴は比較的長い企業が多いが、**個人事業主や小規模な法人が多い**。

②事業の見通し等（展望、成長の要素）

- 今後の事業の展望について、事業拡大を検討している事業者は少なく、アンケートに回答した事業者のうち10%が5年先の廃業を検討している（10年先で検討している事業者は17%）。特に小売業において廃業を検討している事業者の割合が高い。事業拡大や事業継続（事業承継）を目指せるよう事業者の意識変革が必要。
- 成長に必要な要因では、売上の増加、利益の増加、顧客満足度の向上と回答する事業者が多く、販路開拓や生産性向上等の支援が求められている。

③売上・収益の状況（売上高、収益、エネルギー高騰対策、コロナ後の取組）

- 前期と比較した売上や収益は減少したとの回答が多く、原材料仕入れ価格は上昇したとの回答が多いことから、物価高騰等の影響は続いている状況。
- コロナ前と現状とを比較すると、売上高や販売・受注量が減少した、と回答する事業者が特に小売業に多く、まだ**コロナ前と同じ状態に戻ったとはいえない**状況にある。一方で、物価高騰等の影響からか、販売・受注単価は上昇したと回答する事業者が多い。
- 物価だけでなく、エネルギー価格も高騰しているなか、町内の事業者ではエネルギー価格の高騰に対する取組を実施している事業者が多く、特に節電・節約、価格転嫁、設備の更新に取り組んでいる事業者が多い。一方、既存の取組を休止・縮小したと回答した事業者も一定数存在。設備投資等の前向きな取組に対する補助は継続しつつ、既存の取組を休止・縮小する際には、まずは自社の現状を確認してもらうため、省エネ診断等の実施を促すことが必要か。
- コロナ以降に実施された取組では、新製品・新サービス開発、新規顧客の発掘が多い。取り組んでいる事業者は少ないものの、成果につながった割合の高い取組は、ECサイトでの国内販売（100%）、新分野進出（87.5%）、マーケティング・ブランディング（83.3%）。ECサイトを通じた販路開拓や新商品開発、新規販路開拓、自社商品の磨き上げ等の支援は成果につながる可能性が高い。

2 まとめ及び有効な支援

④経営資源・資金繰り（人員の過不足、採用を希望する人材、設備投資、債務）

- 人員の過不足について、適正と回答する事業者が多い。一方で、不足と回答する事業者も一定数存在し、建設業をはじめとする業種で特に**人手不足の傾向**にある。中途採用、高卒の採用を希望する事業者が多いことから、引き続きハローワークや大子清流高等学校等と連携していく必要がある。また、**副業・兼業人材の活用**を希望する事業者も存在し、これら事業者には、経済産業省関東経済産業局と連携して実施する地域の人事部事業への参画を促す。
- **設備投資について、過半数の事業者が行っておらず、今後2、3年の見込みでも同様。**なお、製造業においては、他業種に比べて設備投資が行われている傾向にある。設備投資を行っていると回答した事業者においては、新規設備投資より既存設備の更新等が多く行われており、こちらも今後2、3年の見込みにおいても同様。補助金の案内等により、成長のための積極的な設備投資等を促すための支援を実施する必要がある。
- **債務の状況について、課題を感じる事業者は少ない。**引き続き適切な資金繰り支援を実施していく。

⑤取引環境（価格転嫁、新規販路・顧客の獲得、海外との取引、大企業との取引）

- **半数の事業者は価格転嫁できているものの、転嫁できていない事業者が依然として多い。**エネルギー価格や物価高騰の影響が続く中、これらの上昇分等を適切に価格に転嫁できる環境を整備する必要がある。
- 過去5年間の新規販路・顧客の獲得では、知人、友人の紹介、従来からの取引先の紹介との回答が多く、各事業者の持つネットワークによるところが大きい。**新規販路・顧客等の獲得は、支援のニーズも高い領域**であり、販路開拓につながる商談会等の場を設けることも検討していく。
- 海外との取引はほとんどの事業者が行っていない状況。円安が進み、また、国内需要の減少が見込まれる中で、越境ECやインバウンドを含め、海外市場に販路を拡大していくことが重要であり、まずは海外市場の動向等に関する情報発信等を行っていく。
- 大企業との取引条件に問題・課題を感じる事業者は少ない。

2 まとめ及び有効な支援

⑥IT・脱炭素（ITツールの活用状況、脱炭素に向けた取組状況）

- ITツールはあまり導入が進んでいないが、製造業では多く活用されている傾向にあり、また、他業種においても今後活用を検討している事業者も少なくない。従業員が使いこなせない、導入を進められる人材がいない、といった課題が多ことから、補助金だけでなく、専門家（日立地区産業支援センター等）派遣等による伴走支援が必要。
- 脱炭素に向けて取り組んでいる事業者は少ないが、取り組みたいが何をすべきかわからない、との回答も多い。エネルギー価格が高騰している中、社のエネルギー価格の抑制等にもつながる取組と認識してもらう必要もあるか。先進事例や国・町補助金を紹介しつつ、脱炭素に向けた取組を促していく。

⑦事業承継（経営者の年齢、事業承継の予定・意向）

- 経営者の年齢層は50歳以上が79%（60歳以上58%、70歳以上28%）と高齢化が進んでおり、事業承継せず、自分の代での廃業を検討している事業者が多い。②事業の見通しと同じく、小売業において廃業を検討している事業者が多い状況。一方で、特に製造業等において、後継者は未定だが、事業承継したいと回答する事業者が一定数存在。
- 事業承継の意思はあるが後継者が不在である事業者には、茨城県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携や、町が設けている事業承継の特設サイトの活用により、マッチング支援等を実施していく。これにより、町内における前向きな事業承継の事例を創出し、廃業を検討している事業者の意識改革を促す。

⑧産業支援（希望する支援策、連携したことのある支援機関等、情報入手先）

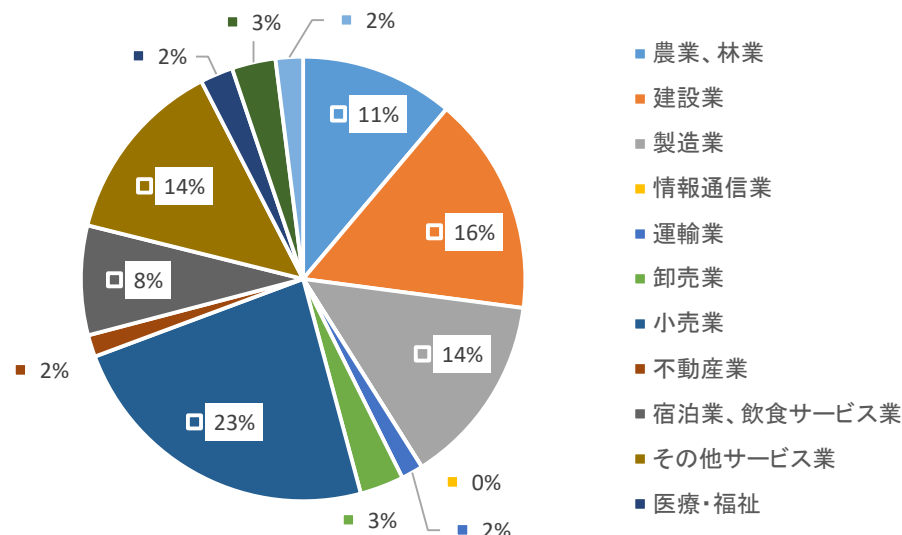
- 人材に関する支援や販路開拓に向けた支援への要望が多いことから、これら支援の継続・充実・新設について検討する。
- 人材不足への対策の一つとして実施を検討すべく、総務省「特定地域づくり事業協同組合」の選択肢を設けたところ、希望する事業者が9者いることから、この回答者とともに設立に向けた検討を引き続き進めていく。
- 事業者支援策や先進的な取組事例等については、国、県、産業支援機関等の支援も含めて、メールマガジンの配信や施策説明会の開催等により、積極的に情報を発信する。

3 実態調査の結果(①事業者の概要)

- 業種は、小売業、建設業、製造業、その他サービス業が多い。このことから、一部の調査項目においては、これら業種ごと（その他サービス業は、宿泊業、飲食サービス業と合わせてサービス業とする。）の結果をとりまとめる。
- 業歴は、31年～40年、0～10年、41年～50年の順に多く、比較的業歴の長い事業者が多い。

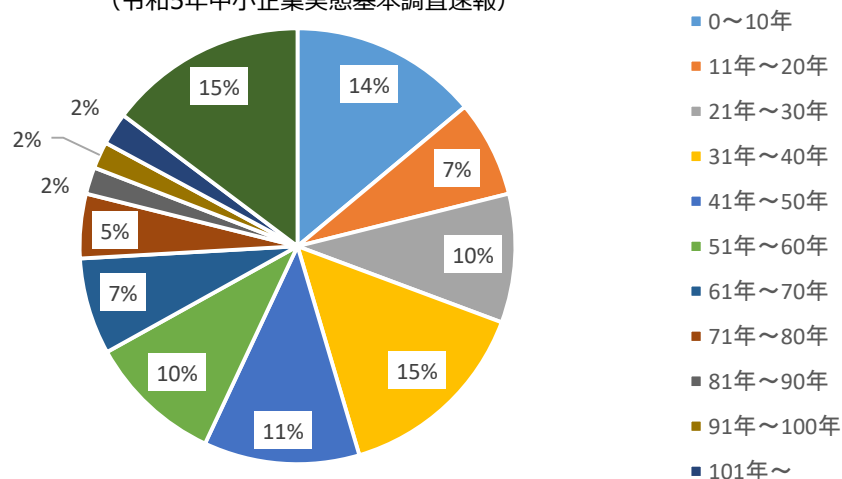
(1) A 業種

農業、林業	28
建設業	40
製造業	35
情報通信業	0
運輸業	4
卸売業	8
小売業	59
不動産業	4
宿泊業、飲食サービス業	20
その他サービス業	34
医療・福祉	6
その他	8
未回答	5
合計	251



(1) B 業歴

0～10年	35
11年～20年	18
21年～30年	24
31年～40年	37
41年～50年	29
51年～60年	25
61年～70年	18
71年～80年	12
81年～90年	5
91年～100年	5
101年～	6
未回答	37
合計	251

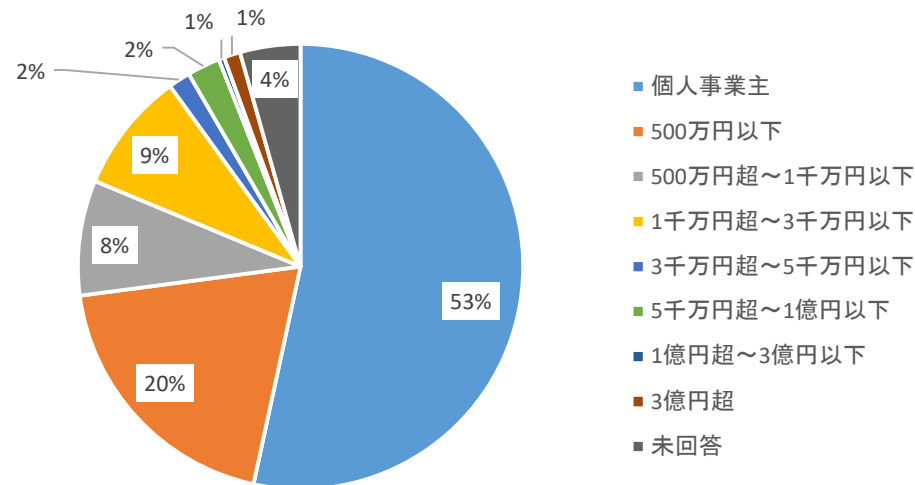


3 実態調査の結果(①事業者の概要)

- 個人事業主がおおよそ半数を占める。法人は資本金500万円以下が多い。
- 従業員数0～5人が最も多く（71%）、小規模な事業者が多いことが分かる。

(1) C 資本金

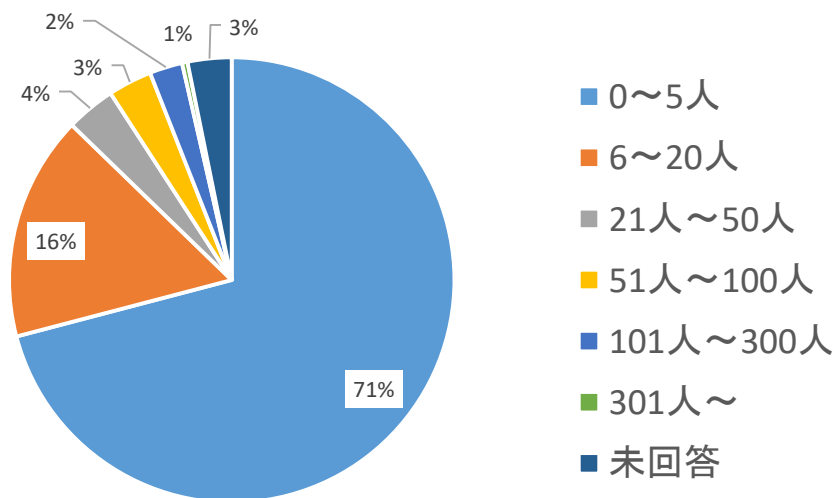
個人事業主	134
500万円以下	49
500万円超～1千万円以下	21
1千万円超～3千万円以下	22
3千万円超～5千万円以下	4
5千万円超～1億円以下	6
1億円超～3億円以下	1
3億円超	3
未回答	11
合計	251



参考:国内中小企業の平均は500万円未満、1千万円超～3千万円以下、500万～1000万円未満の順に多い（令和3年経済センサス）

(1) D 従業員数

0～5人	178
6～20人	41
21人～50人	9
51人～100人	8
101人～300人	6
301人～	1
未回答	8
合計	251



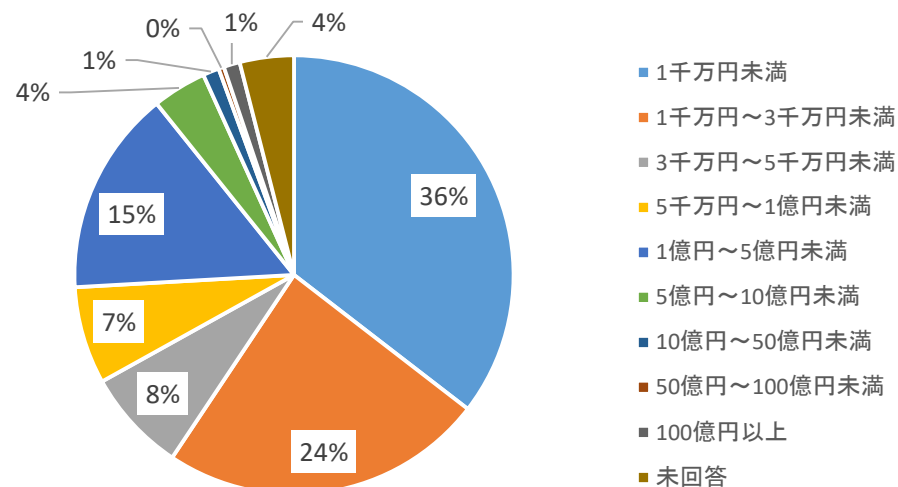
参考:国内中小企業等の平均は10人（令和5年中小企業実態基本調査速報）

3 実態調査の結果(①事業者の概要)

- 年間売上高は、3千万円未満の事業者が多い（60％）。
- 主な取引・販売先は、一般消費者が多い。

(1) E 年間売上高 (直近決算)

1千万円未満	89
1千万円～3千万円未満	60
3千万円～5千万円未満	19
5千万円～1億円未満	18
1億円～5億円未満	38
5億円～10億円未満	10
10億円～50億円未満	3
50億円～100億円未満	1
100億円以上	3
未回答	10
合計	251



参考:国内中小企業等の平均は2.1億円（令和5年中小企業実態基本調査速報）

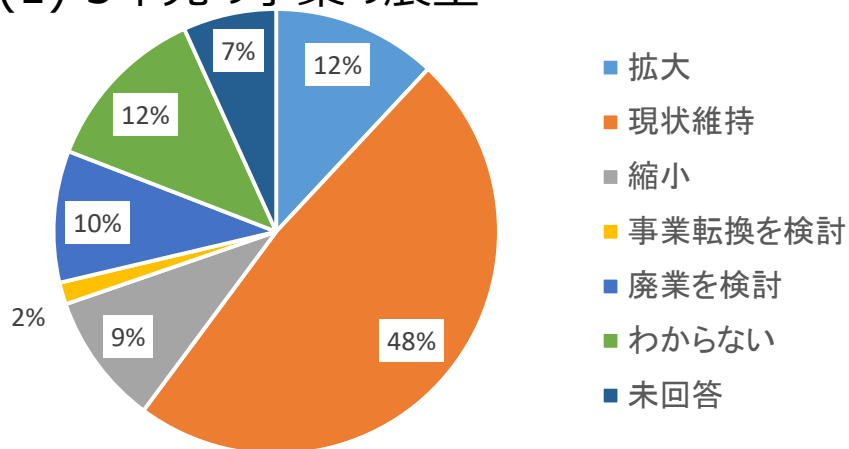
(1) F 主な取引・販売先（自由記述）

一般消費者、官公庁、大手インフラ企業、完成車メーカーのTier1、
百貨店、大手スーパー 等

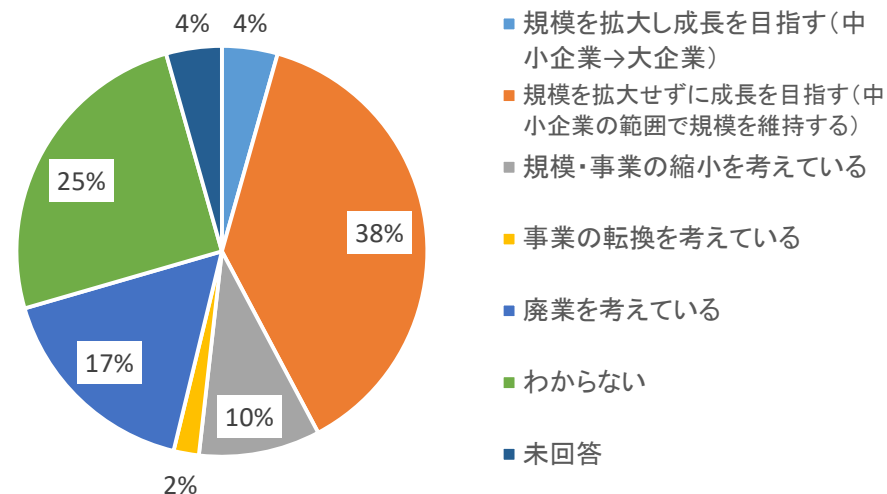
3 実態調査の結果(②事業の見通し等)

- 5年先の事業の展望について、半数が現状維持と回答。廃業を検討しているのは10%。
- 10年先の事業規模の目標について、規模を拡大せずに成長を目指す事業者が多い。廃業を考える事業者は、5年先の事業の展望での回答から増加している(17%)。
- 事業者が考える成長の要素は、売上の増加、利益の増加とする回答が一番多く(どちらも回答数108)、次いで、顧客満足度の向上(回答数88)、地域社会への貢献(回答数58)の順に多い。知名度・認知度の向上、従業員・資本金の増加は回答数が少ない。

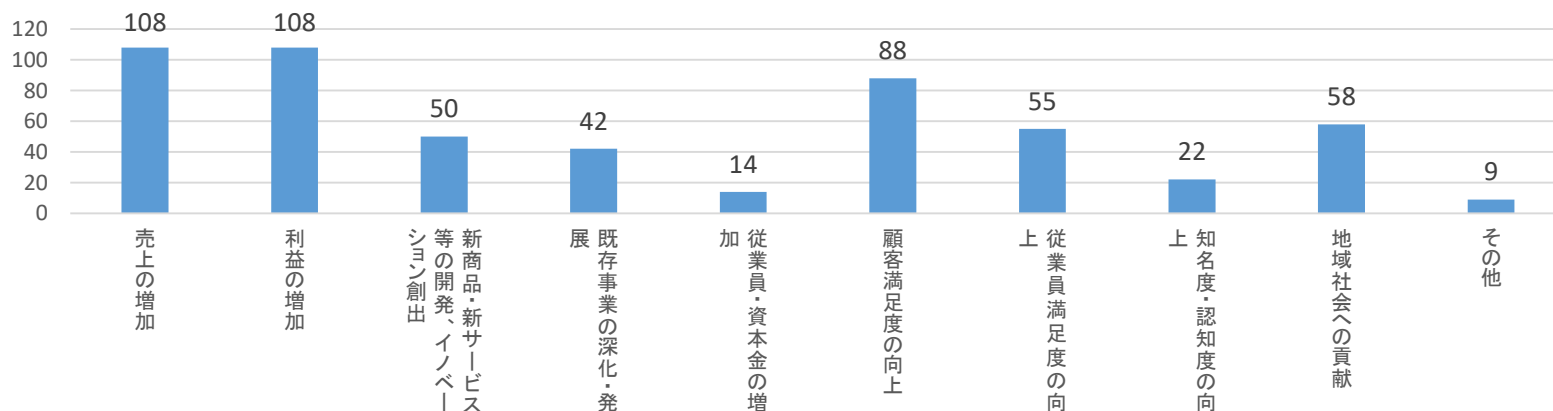
(1) 5年先の事業の展望



(2) 10年先の事業規模の目標



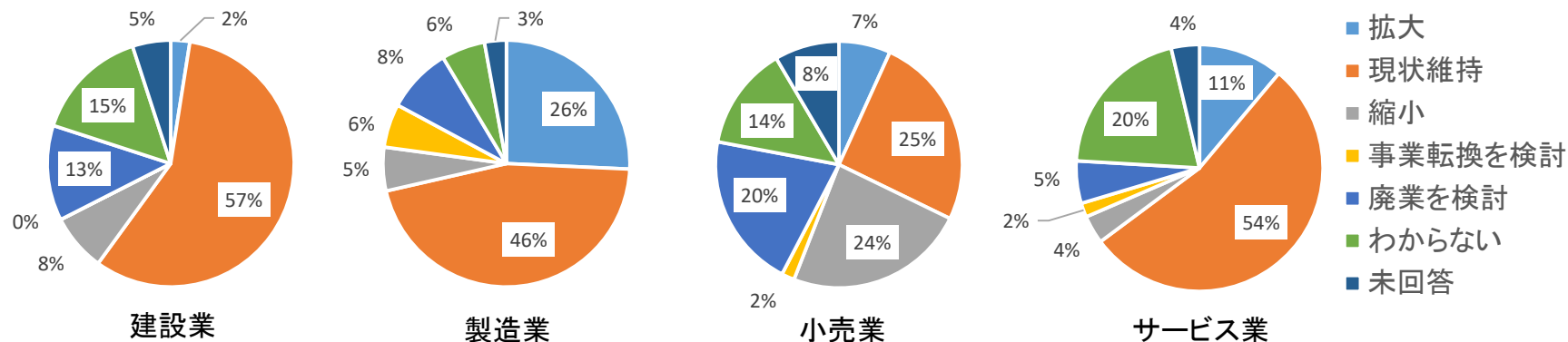
(3) 成長の要素(3つまで選択)



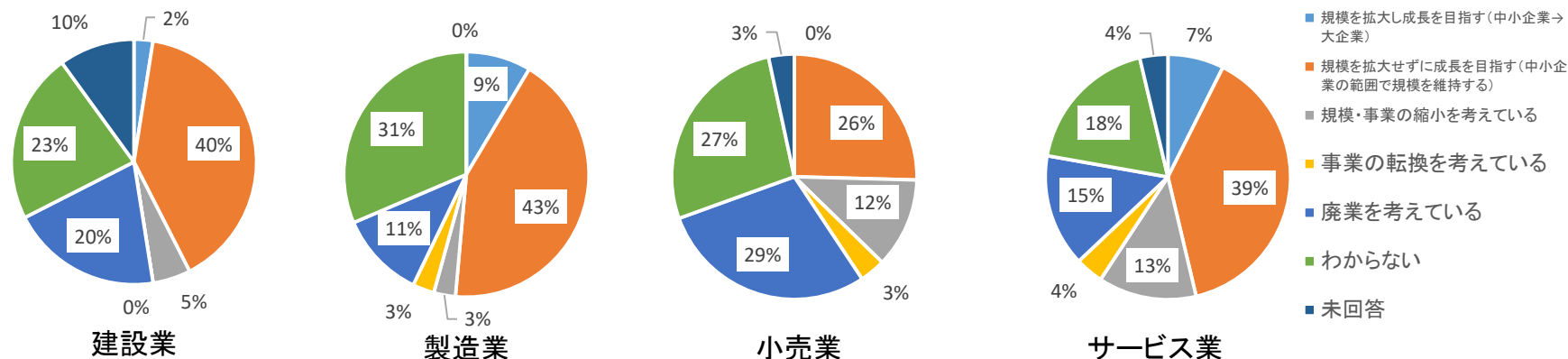
2 実態調査の結果(②事業の見通し等) ★業種別

- 5年先の事業の展望について、小売業では縮小との回答が多く、2割の事業者が廃業を検討している。建設業、サービス業は全業種と同様の傾向。製造業では、拡大を考えている事業者の割合が高い。
- 10年先の事業規模の目標では、全業種において廃業を検討する割合が増加。特に小売業では3割が廃業を検討すると回答。

(1) 5年先の事業の展望



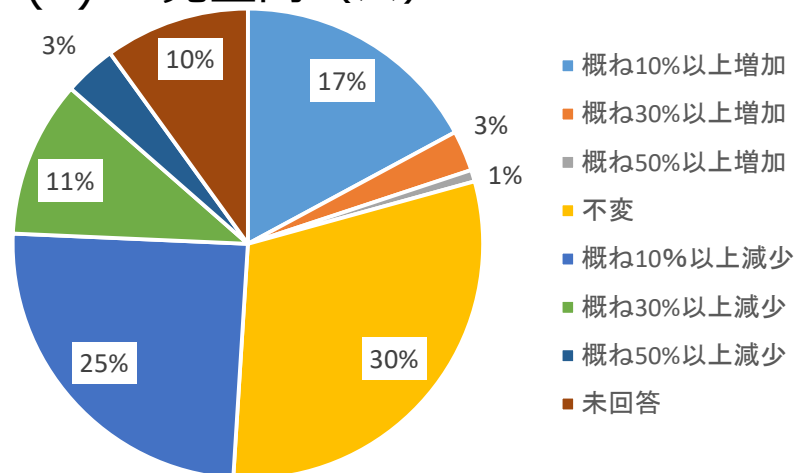
(2) 10年先の事業規模の目標



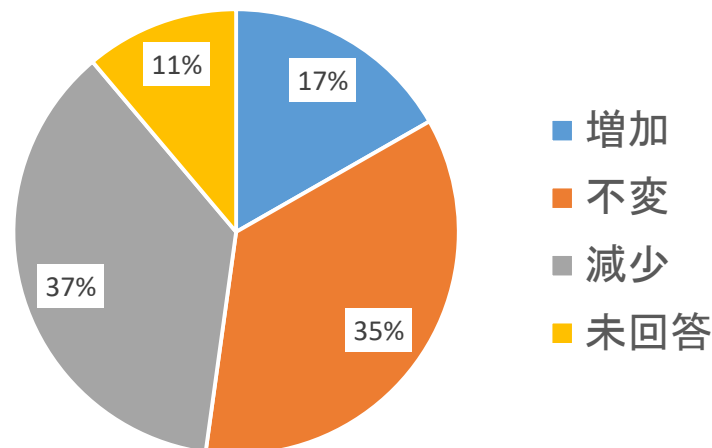
3 実態調査の結果(③売上・収益の状況)

- 2023年（又は前期決算）と2022年（又は前々期決算）とを比較して、売上高と販売・受注量は減少したとの回答が多い（売上高：39%、販売・受注量：37%）。販売・受注単価は変わらないとの回答が多く（35%）、原材料・仕入れ価格は、上昇したとの回答が多い（70%）。

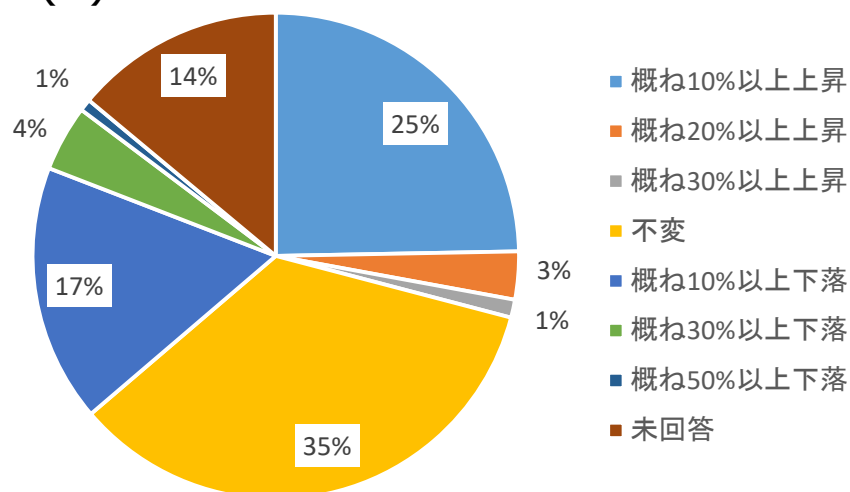
(1) A 売上高 (※)



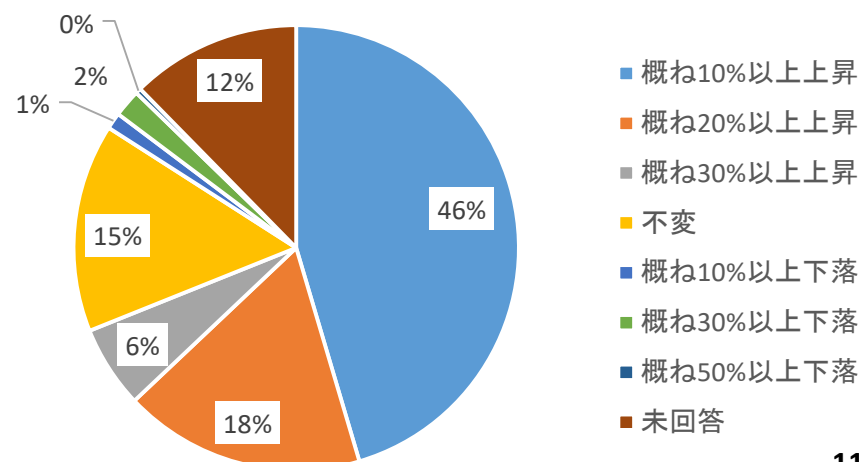
(1) B 販売・受注量 (※)



(1) C 販売・受注単価 (※)



(1) D 原材料・仕入れ価格 (※)

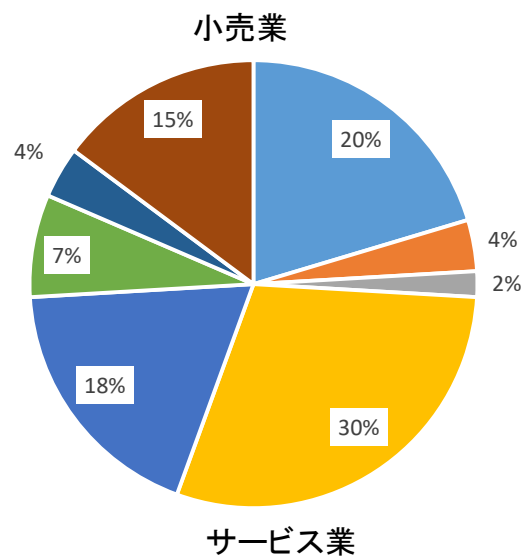
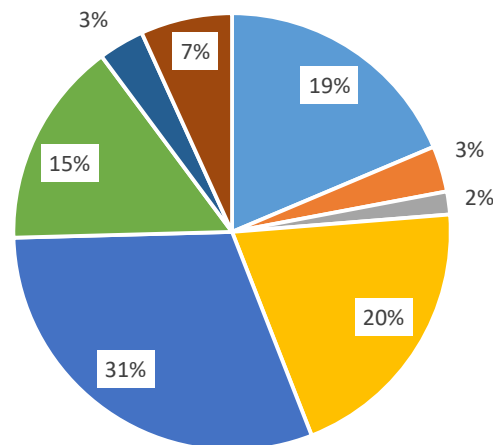
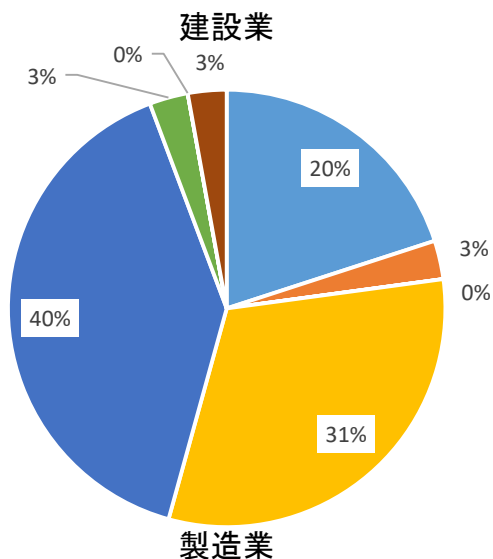
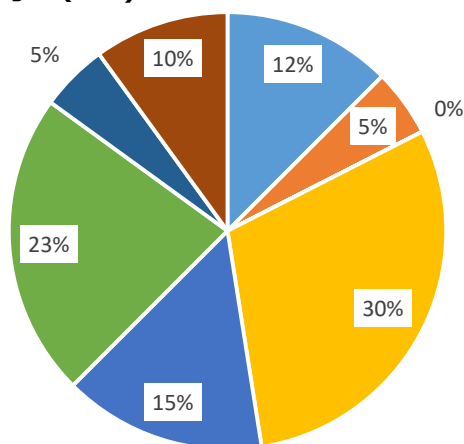


※2023年（又は前期決算）と2022年（又は前々期決算）との比較

3 実態調査の結果(③売上・収益の状況) ★業種別

- 売上高を業種別にみると、売上が減少しているとの回答は、小売業における割合が最も高く（49%）、サービス業における割合が最も低い（29%）。
- 売上が増加したと回答する事業者の割合は、サービス業が最も高く（26%）、建設業が最も低い（17%）。

(1) A 売上高 (※)



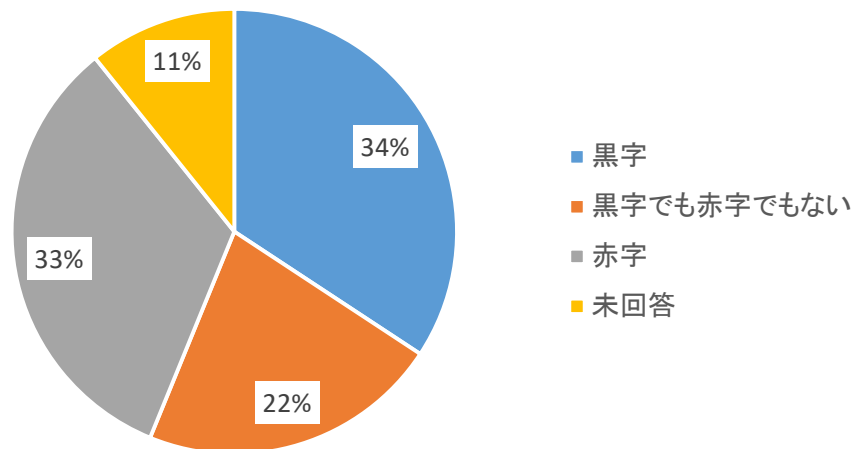
- 概ね10%以上増加
- 概ね30%以上増加
- 概ね50%以上増加
- 不変
- 概ね10%以上減少
- 概ね30%以上減少
- 概ね50%以上減少
- 未回答

※2023年（又は前期決算）と2022年（又は前々期決算）との比較

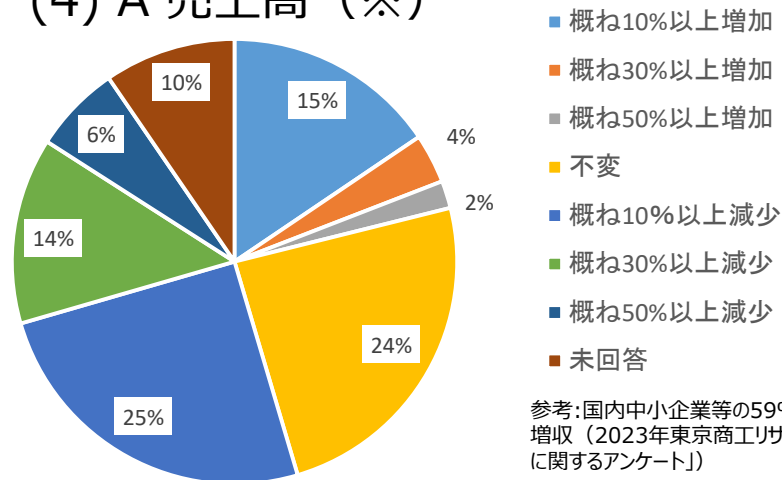
3 実態調査の結果(③売上・収益の状況)

- 2023年（又は前期）の収益について、黒字（34%）と赤字（33%）の回答割合が同程度。
- コロナ前（2019年又はコロナ前の年の決算）と2023年（又は前期）比較すると、売上高が減少した（45%）、販売・受注量が減少した（40%）との回答が多い一方、販売・受注単価は上昇した（35%）との回答が多い。

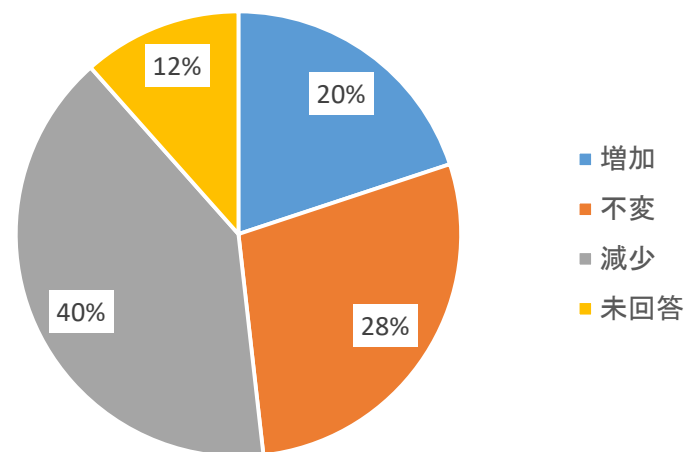
(2) A 2023年（又は前期）の収益



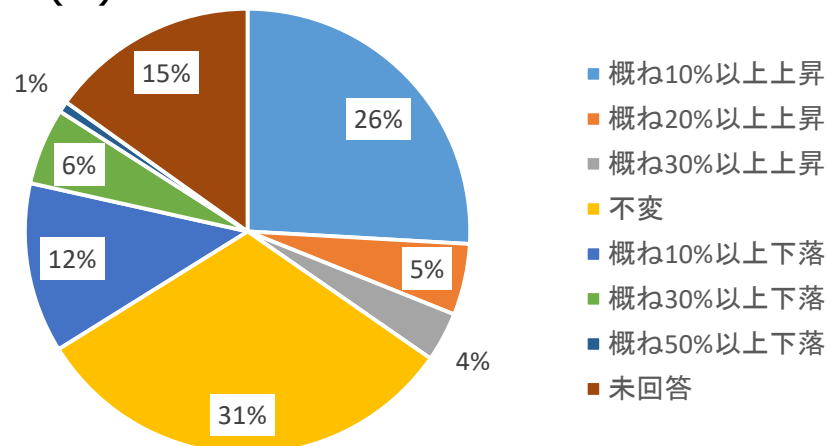
(4) A 売上高 (※)



(4) B 販売・受注量 (※)



(4) C 販売・受注単価 (※)

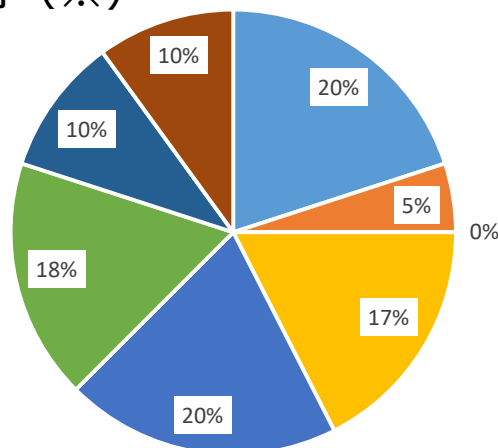


※2023年（又は前期決算）と2019年（又は新型コロナウイルス感染症の影響前の年の決算）との比較

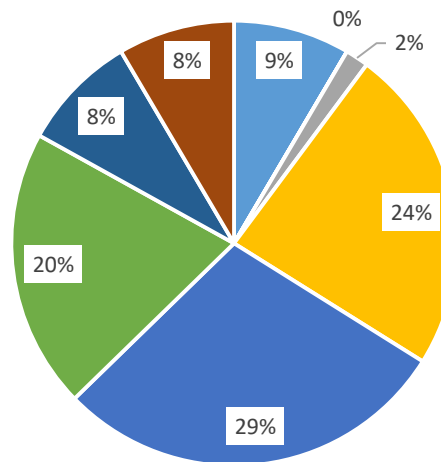
3 実態調査の結果(③売上・収益の状況) ★業種別

- コロナ前（2019年又はコロナ前の年の決算）と比較した2023年（又は前期）の売上高を業種別にみると、売上が減少しているとの回答は、小売業における割合が最も高く（57%）、サービス業における割合が最も低い（44%）。※2023年（又は前期決算）の売上と2022年（又は前々期決算）の売上との比較と同じ傾向。
- 売上が増加した事業者の割合は、製造業が最も高く（28%）、小売業が最も低い（11%）。

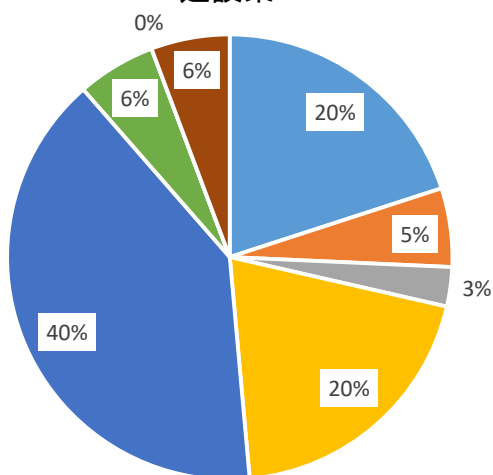
(4) A 売上高（※）



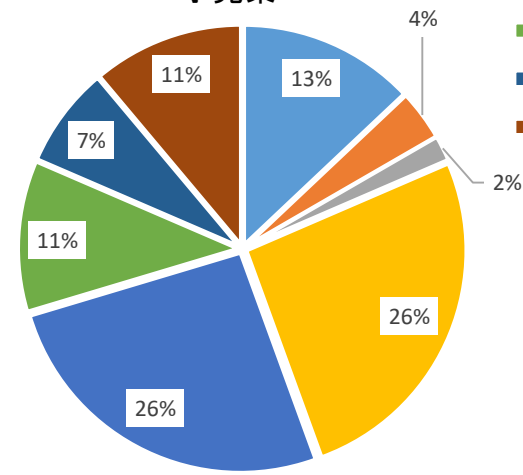
建設業



小売業



製造業



サービス業

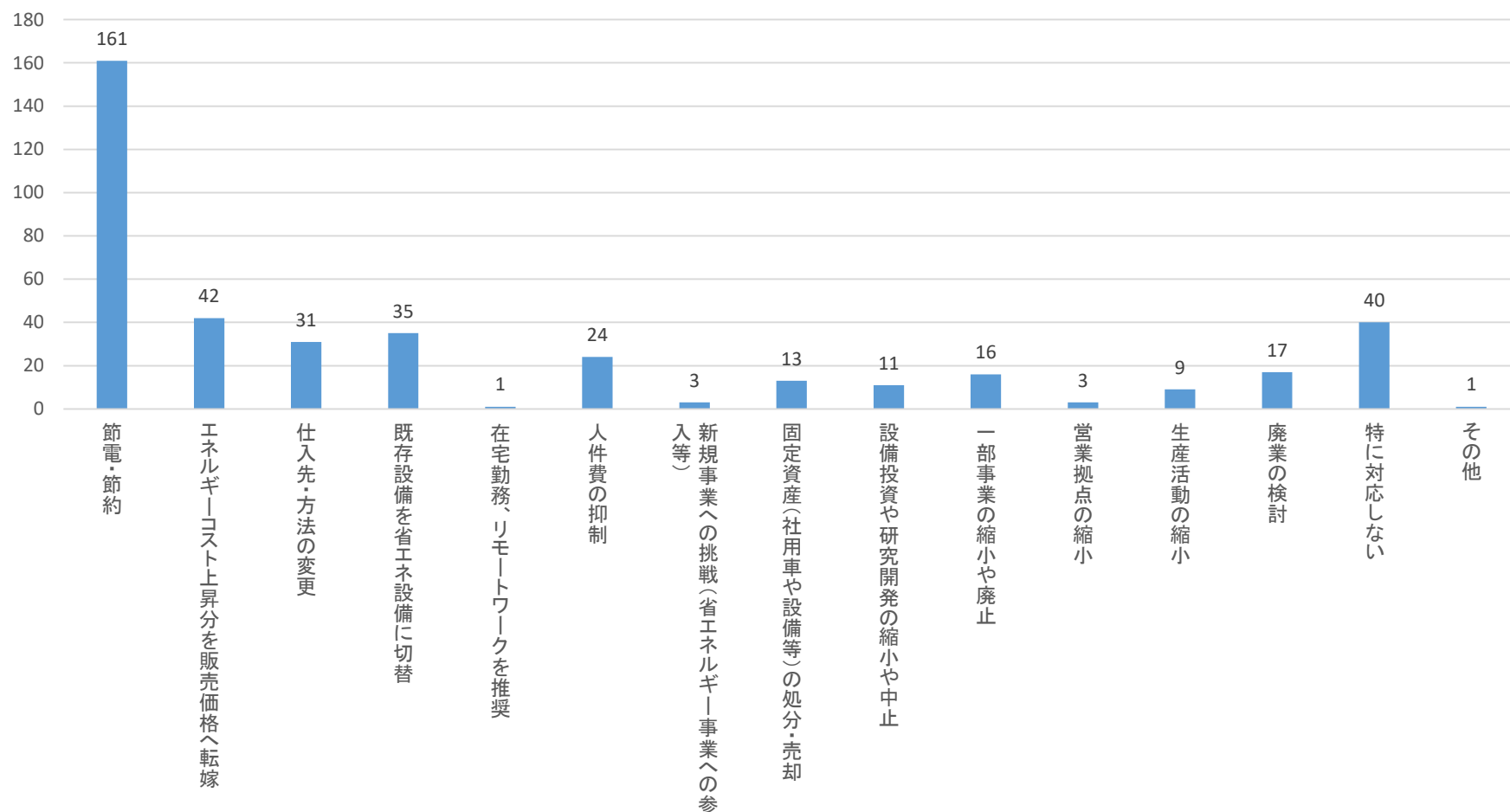
- 概ね10%以上増加
- 概ね30%以上増加
- 概ね50%以上増加
- 不変
- 概ね10%以上減少
- 概ね30%以上減少
- 概ね50%以上減少
- 未回答

※2023年（又は前期決算）と2019年（又は新型コロナウイルス感染症の影響前の年の決算）との比較

3 実態調査の結果(③売上・収益の状況)

- エネルギー高騰対策に取り組む事業者が多く、その中でも節電・節約（回答数161）や上昇分の販売価格への転嫁（回答数42）、既存設備の更新（回答数35）に取り組んでいる事業者が多い。
- 一方で、既存の生産活動や前向きな投資（設備投資や研究開発等）を休止・縮小したと回答した事業者も一定数存在する。

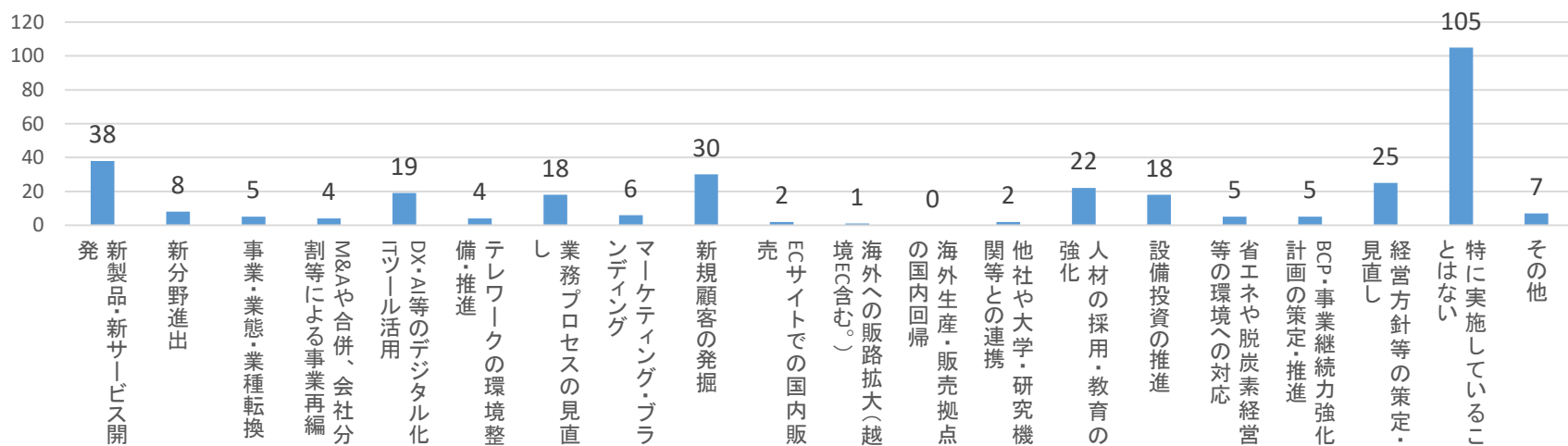
(3) エネルギー価格の高騰に対する取組（全て選択）



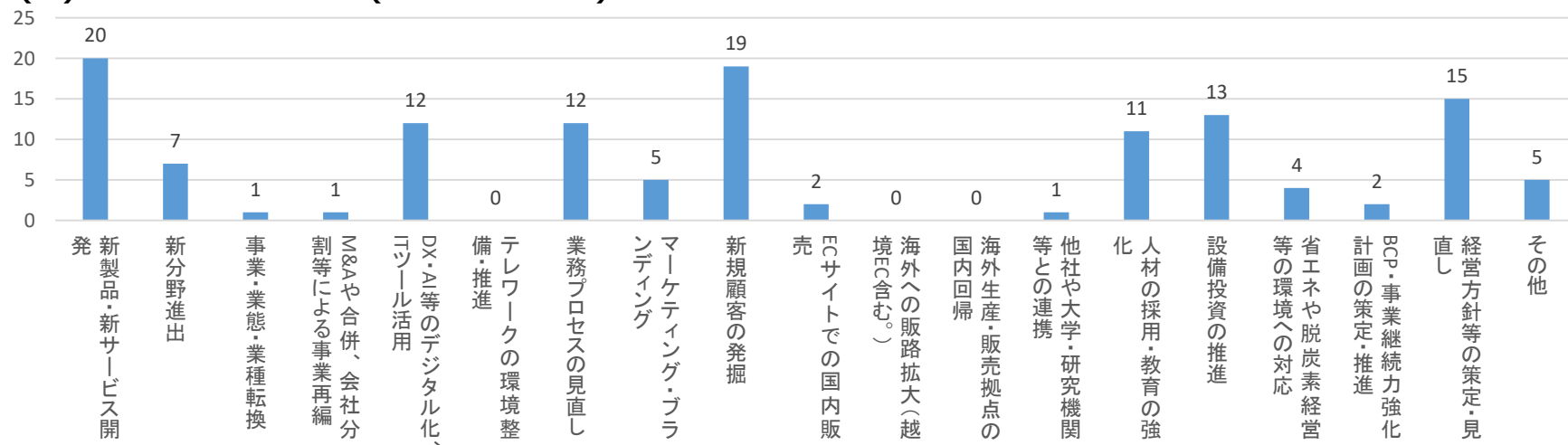
3 実態調査の結果(③売上・収益の状況)

- コロナ以降の新たな取組又は強化している取組では、特に実施していることはない、との回答が多い。取り組んでいる事業者においては、新製品・新サービス開発（回答数38）、新規顧客の発掘（回答数30）との回答が多い。
- そのうち成果につながった取組は、新製品・新サービス開発、新規顧客の発掘との回答が多いが、成果につながった割合の高いものは、ECサイトでの国内販売（100%）、新分野進出（87.5%）、マーケティング・ブランディング（83.3%）、省エネや脱炭素経営等の環境への対応（80%）。

(5) ⑤A コロナ以降の新たな取組又は強化している取組（全て選択）



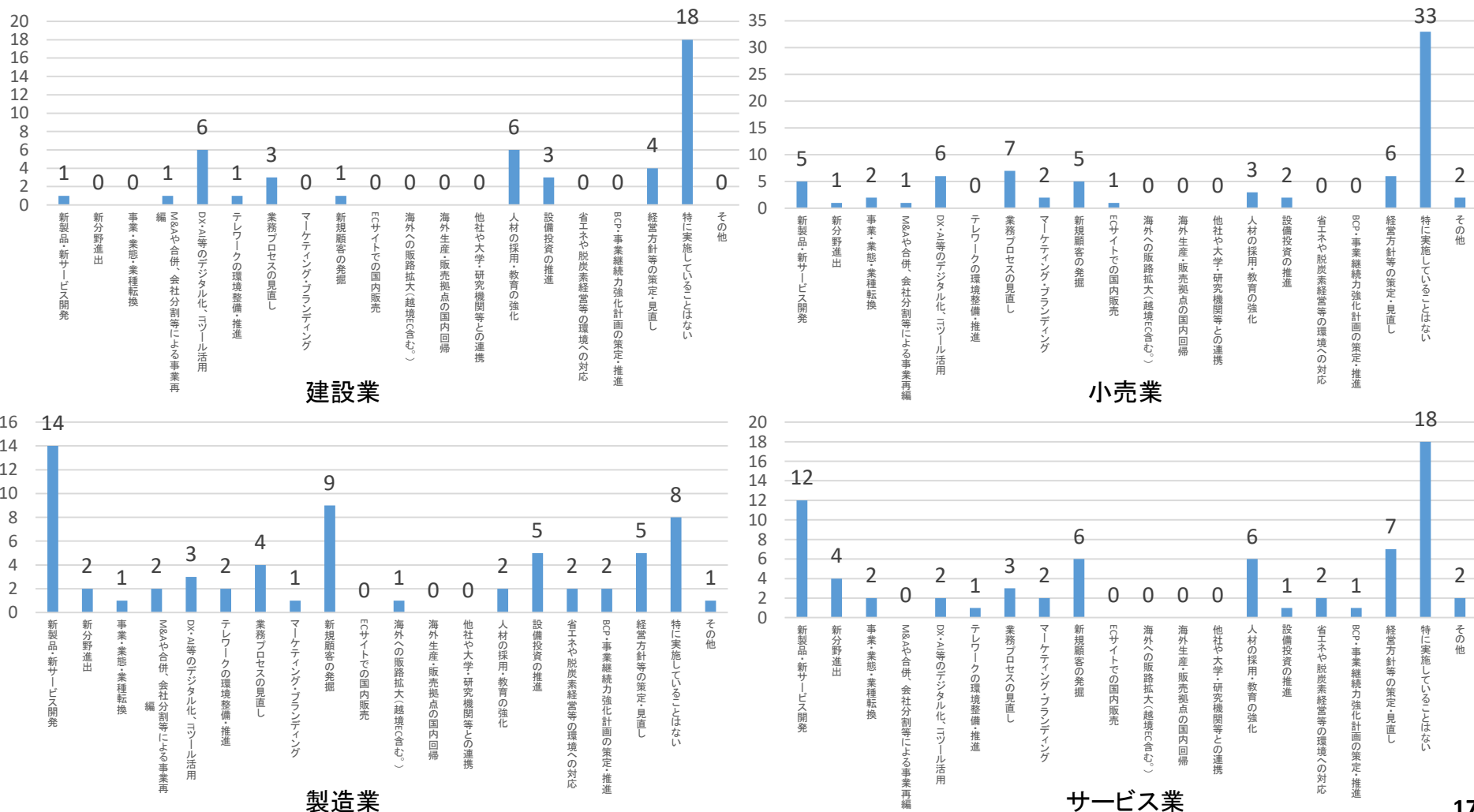
(5) ⑤B ⑤Aのうち成果(売上や収益)につながった取組（全て選択）



3 実態調査の結果(③売上・収益の状況) ★業種別

- それぞれの業種で多く取り組まれているのは、建設業では、DX・AI等のデジタル化、ITツール活用、人材の採用・教育の強化、製造業では、新製品・新サービス開発、小売業では、業務プロセスの見直し、サービス業では、新製品・新サービス開発。また、製造業、小売業、サービス業においては、新規顧客の発掘にも多く取り組まれている。

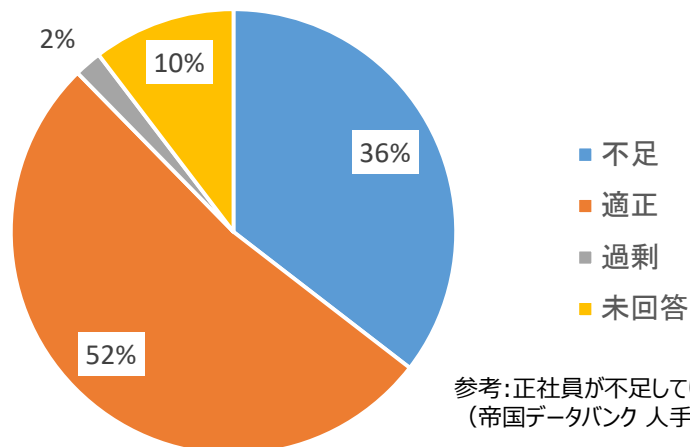
(5) ④コロナ以降の新たな取組又は強化している取組 (全て選択)



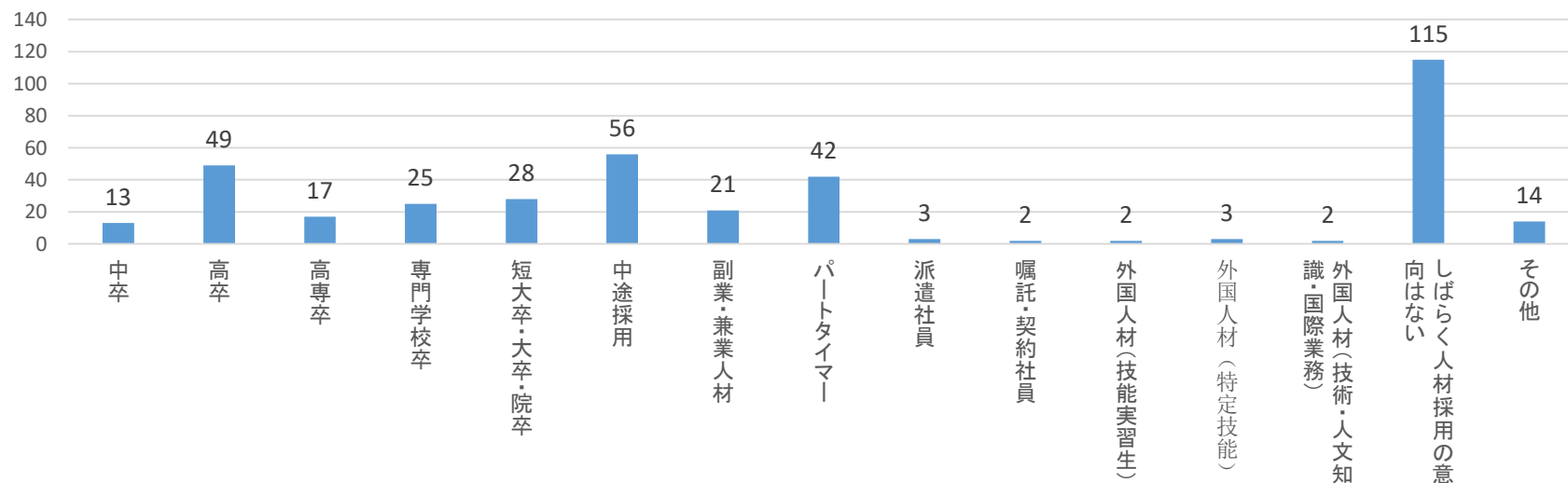
3 実態調査の結果(④経営資源・資金繰り)

- 人員の過不足の状況について、適正であるとの回答が半数以上を占めるが、不足しているとの回答も多い(36%)。
- 人材採用の意向はないとの回答が一番多い(回答数115)が、採用を希望する事業者においては、中途採用(回答数56)、高卒(回答数49)、パートタイマー(回答数42)を採用したいとの回答が多かった。兼業・複業人材と答える事業者も一定数あり(回答数21)。

(1) 人員の過不足状況



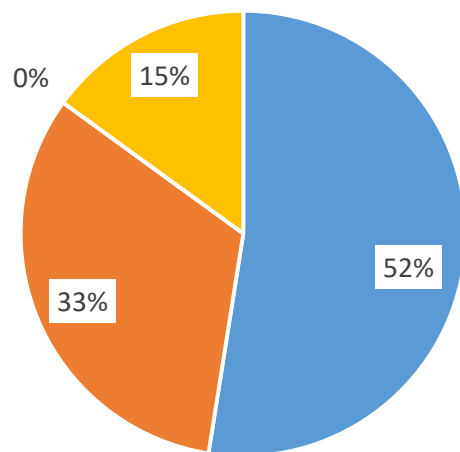
(2) 採用を希望する人材 (全て選択)



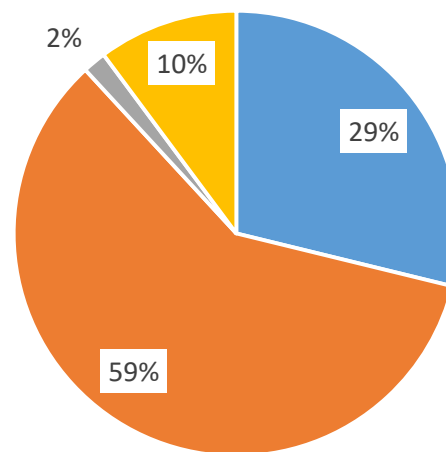
3 実態調査の結果(④経営資源・資金繰り) ★業種別

- 人員が不足していると答えた事業者の割合は、建設業が一番高い(52%)。
- 製造業、小売業、サービス業は、全業種と同じ傾向。

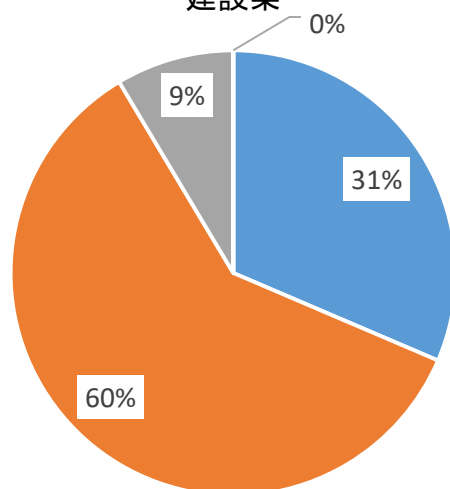
(1) 人員の過不足状況



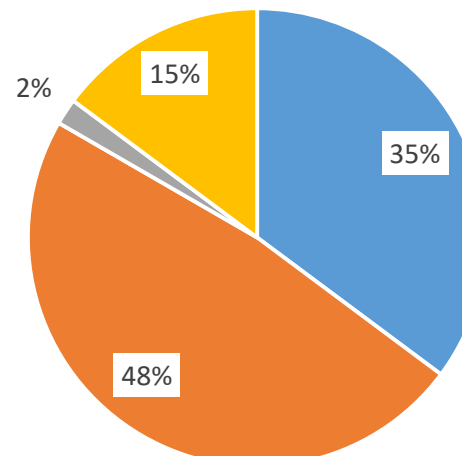
建設業



小売業



製造業



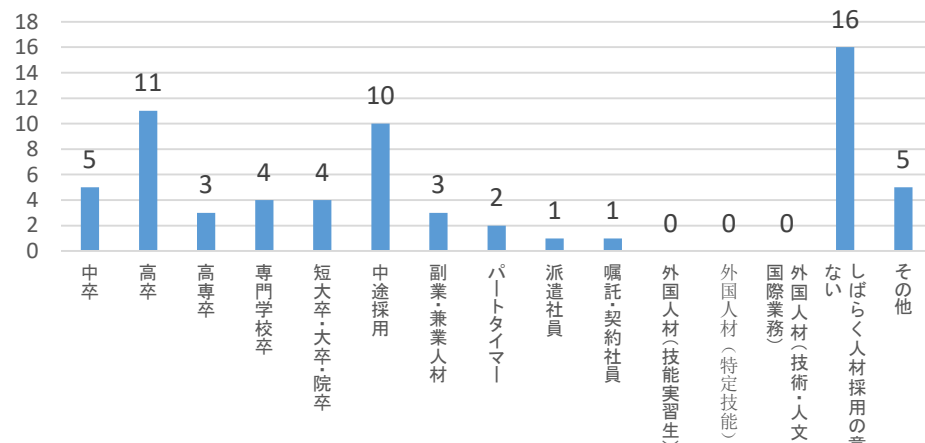
サービス業



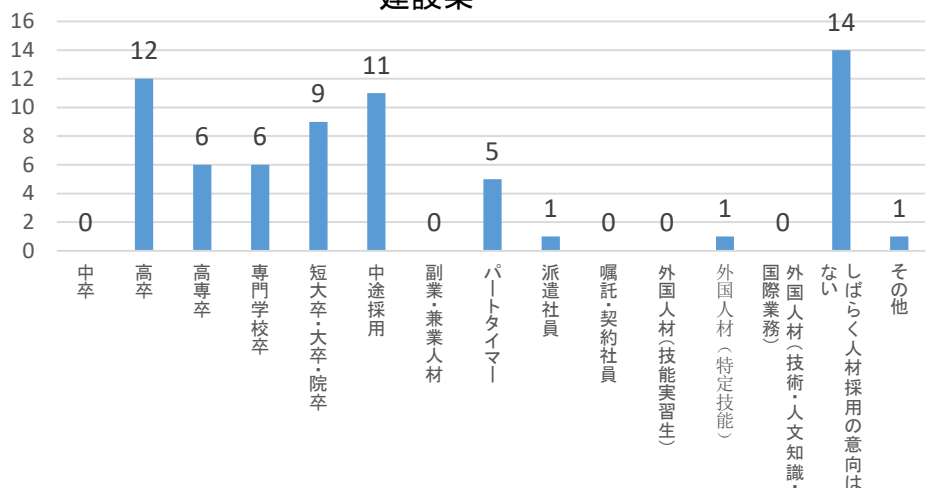
3 実態調査の結果(④経営資源・資金繰り) ★業種別

- 建設業と製造業では、「高卒」、「中途採用」の採用を希望している事業者が多く、小売業、サービス業においては、「パートタイマー」、「中途採用」の採用を希望している事業者が多い。

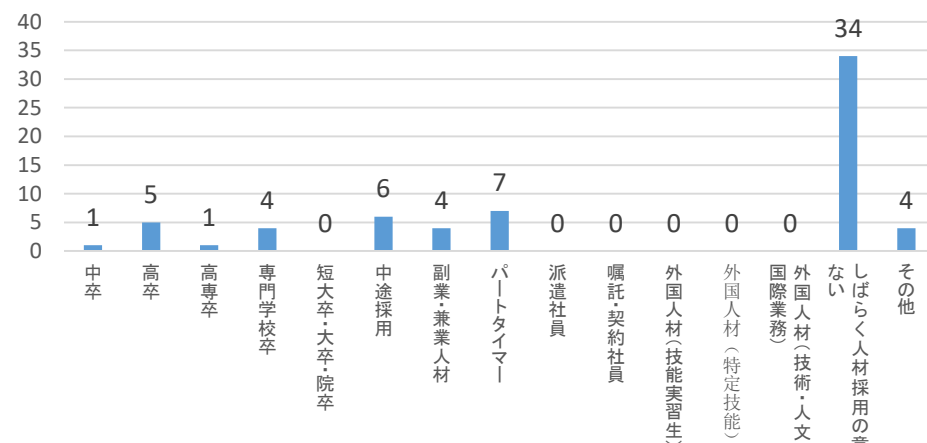
(2) 採用を希望する人材 (全て選択)



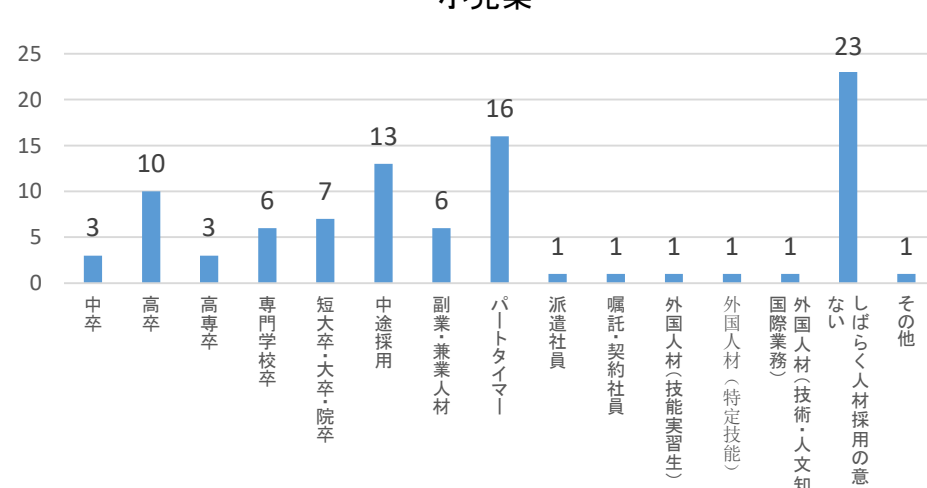
建設業



製造業



小売業

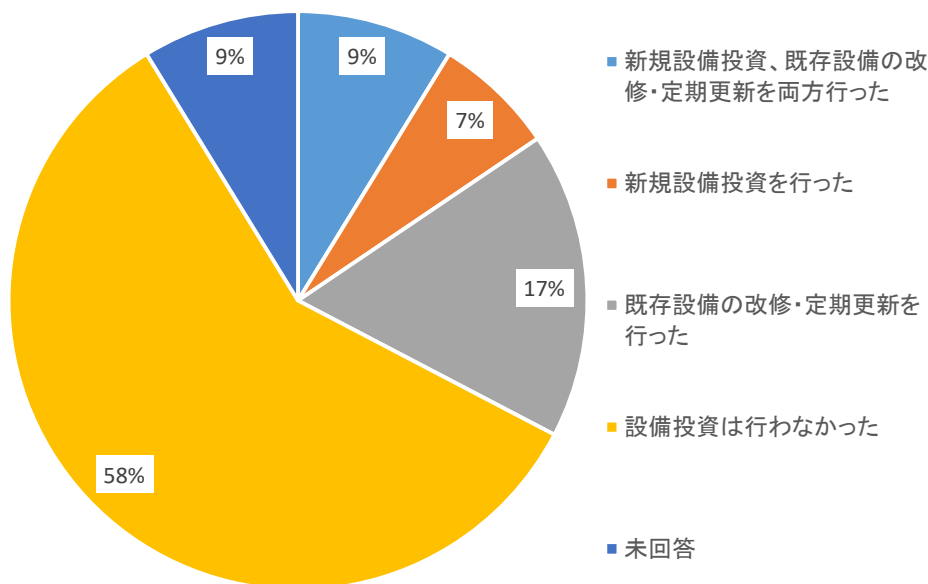


サービス業

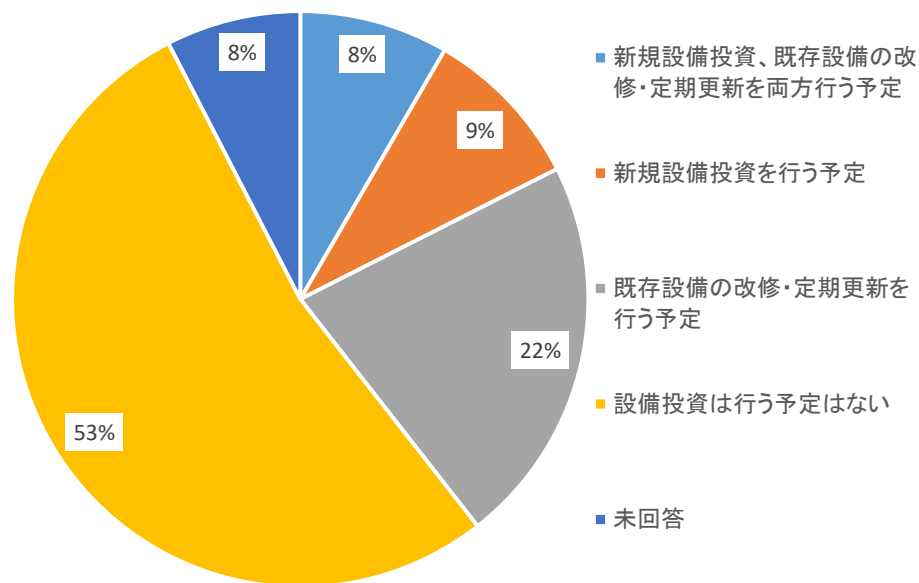
3 実態調査の結果(④経営資源・資金繰り)

- 2023年の設備投資について、過半数が行っていない(58%)。また、新規設備投資(7%)より既存設備の改修・定期更新(17%)の回答割合が高い。
- 今後2、3年間の予定でも、設備投資を行う予定はないとの回答が多く(53%)、新規設備投資(9%)より既存設備の改修・定期更新(22%)の回答割合が高い。
- 新規設備投資、既存設備の改修・定期更新の両方を行う・行う予定の事業者も一定数存在する。

(3) 2023年の設備投資



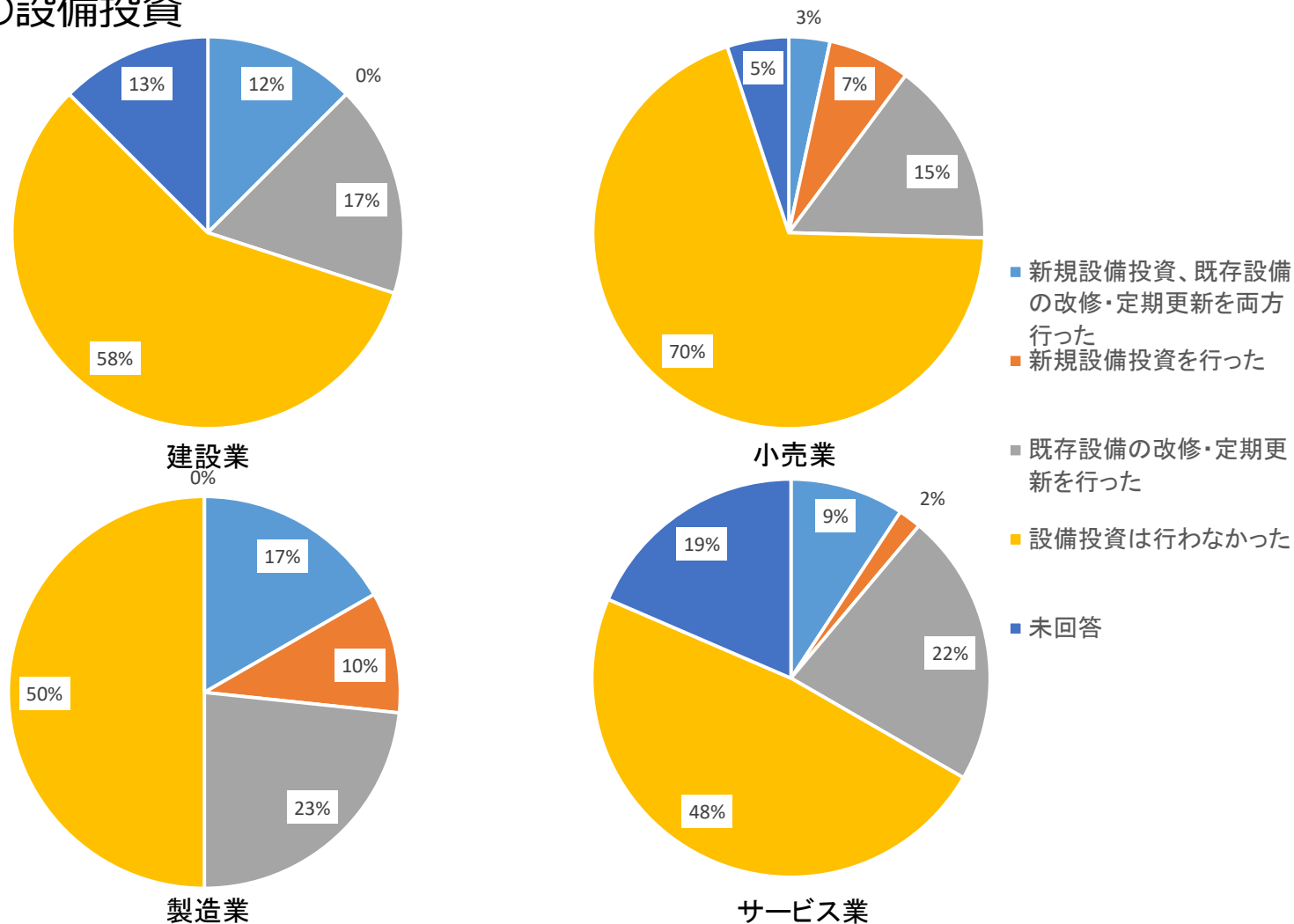
(4) 今後2、3年間の設備投資の予定



3 実態調査の結果(④経営資源・資金繰り) ★業種別

- ・ 製造業において、設備投資を実施したと回答した事業者の割合が高い(50%)。
- ・ 全業種と比較し、建設業、小売業においては、設備投資を実施した事業者の割合が低い(建設業：29%、小売業：25%)。

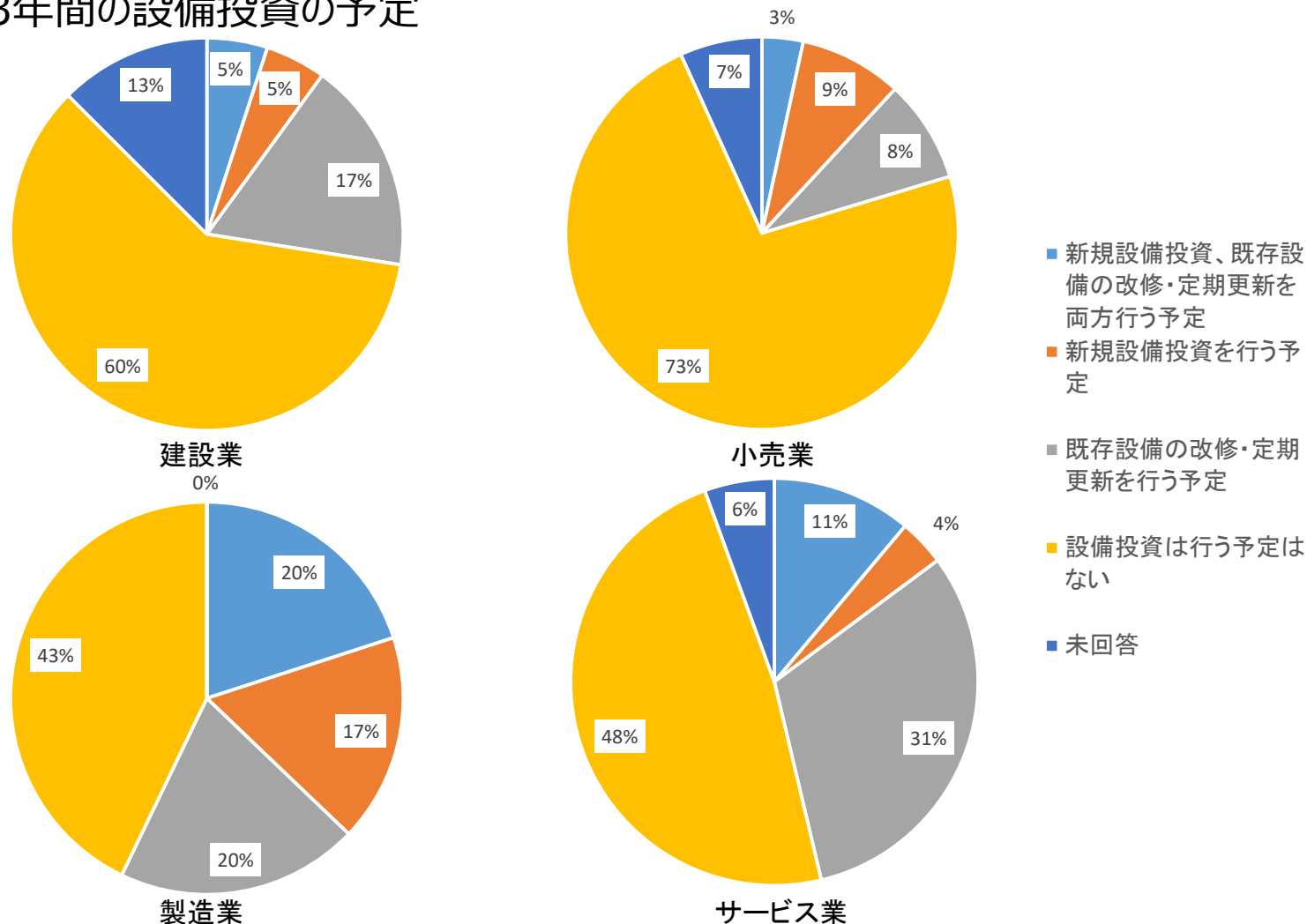
(3) 2023年の設備投資



3 実態調査の結果(④経営資源・資金繰り) ★業種別

- 今後2、3年間の予定でも、製造業において設備投資を実施する予定と回答した事業者の割合が高い（57%）。
- また、サービス業においても、設備投資を実施する予定と回答した割合が2023年の設備投資と比較して大幅に増加している（33%→46%）。
- 一方、2023の設備投資と比較し、建設業、小売業においては、設備投資を実施する予定と回答した割合は減少している（建設業：29%→27%、小売業：25%→20%）。

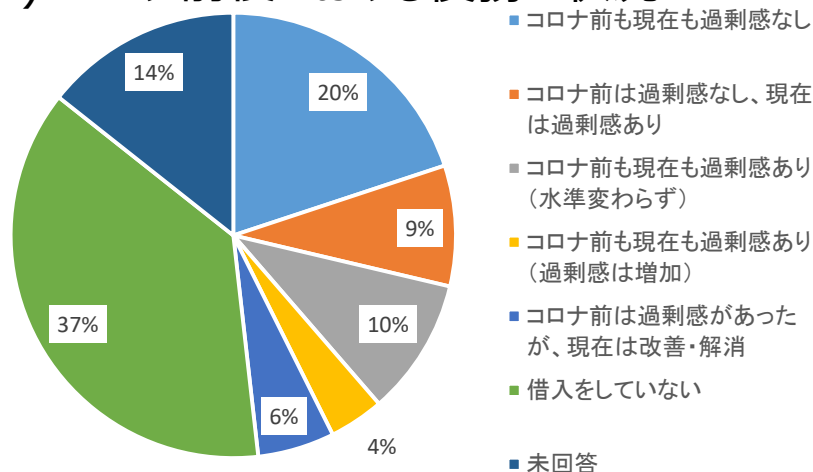
(4) 今後2、3年間の設備投資の予定



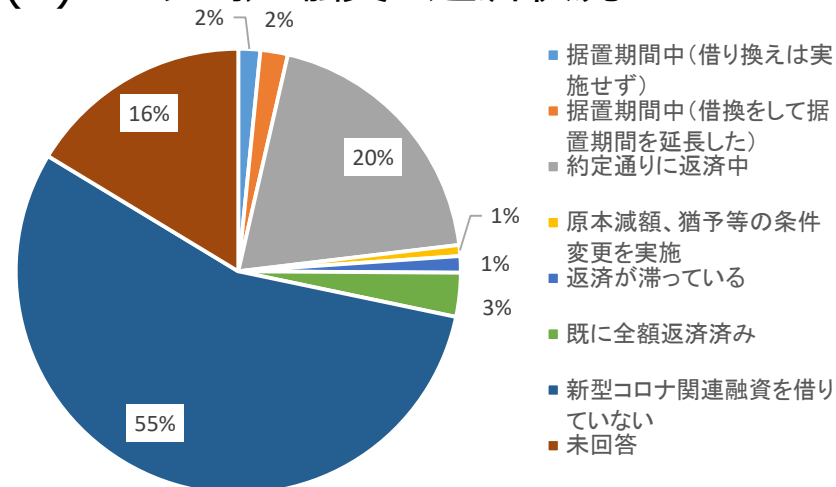
3 実態調査の結果(④経営資源・資金繰り)

- 債務の状況について、借入をしていない、コロナ前後ともに過剰感なし、とする事業者が多い。
- コロナ関連融資の返済状況や返済見通しについては、融資を借りていない、約定通りに返済中との回答がほとんどの割合を占める。
- 資金繰りについては、相談していない事業者が多い。

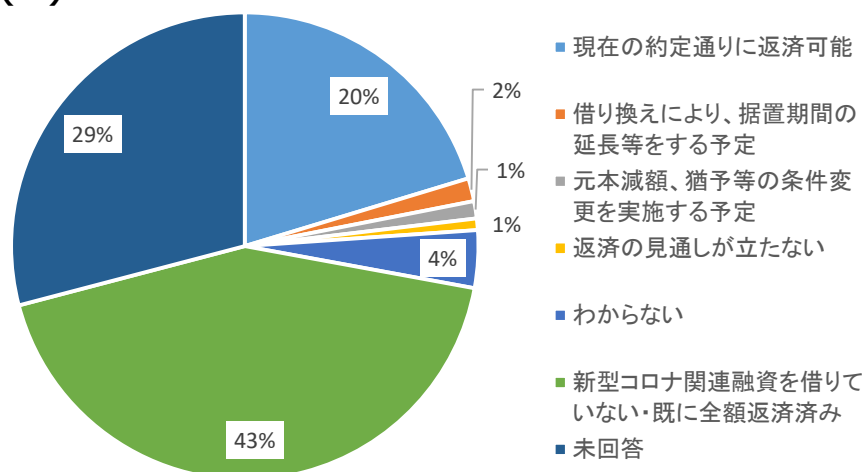
(5) コロナ前後における債務の状況



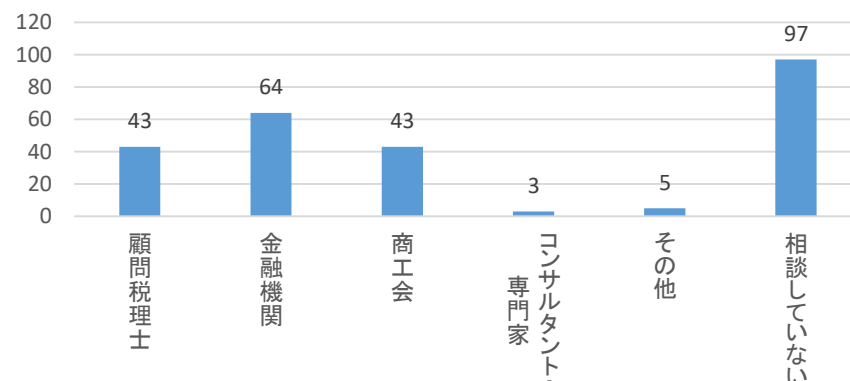
(6) コロナ関連融資の返済状況



(7) コロナ関連融資の返済見通し



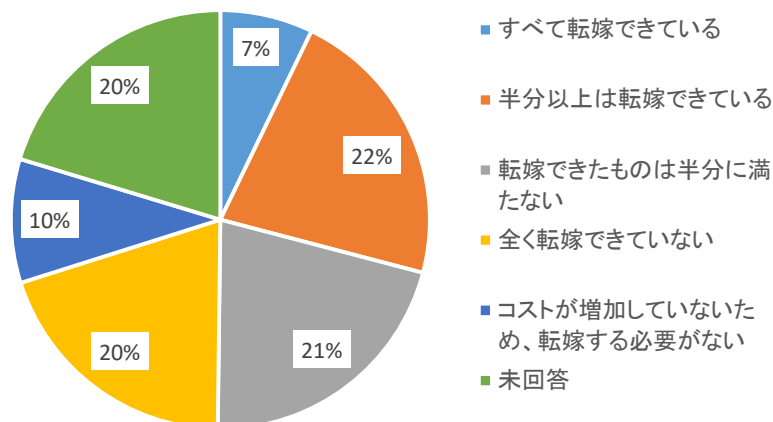
(8) 資金繰りに関する相談先(全て選択)



3 実態調査の結果(⑤取引環境)

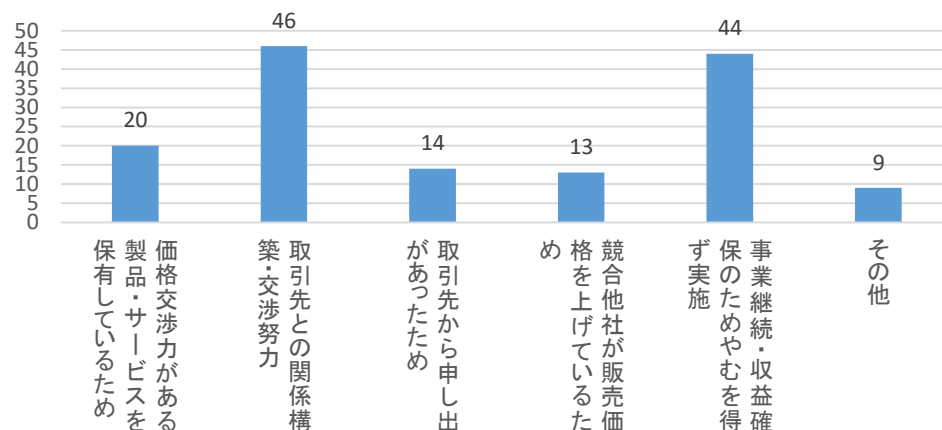
- 価格転嫁について、転嫁できているとの回答は半数（50%）。価格転嫁できた理由としては、取引先との関係構築・交渉努力、事業承継・収益確保のためやむを得ず実施との回答が多い。
- 新規販路・顧客の獲得では、知人、友人の紹介、従来からの取引先の紹介との回答が多い。

(1) コスト増加分の価格転嫁

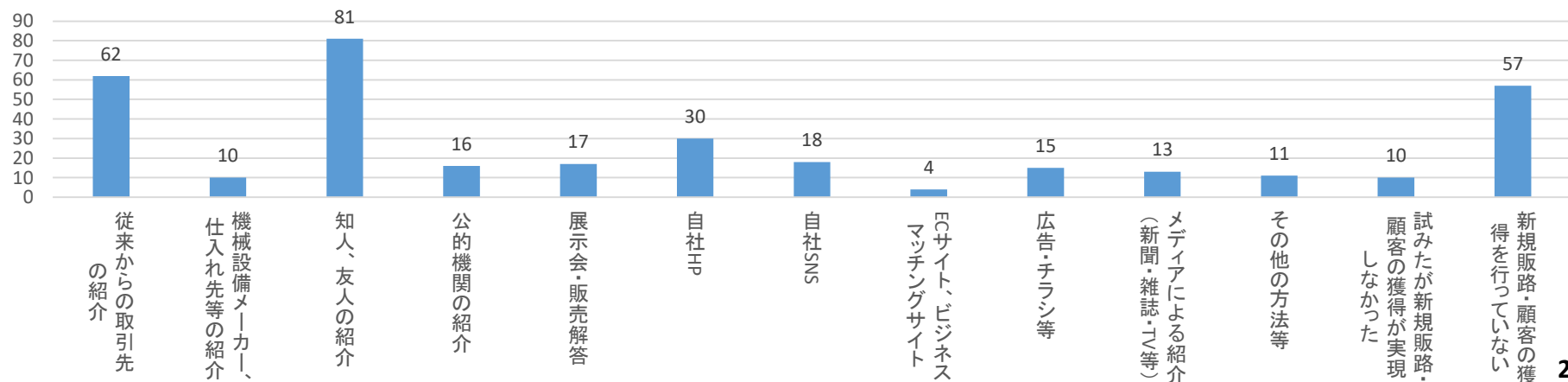


参考: 多少なりとも価格転嫁できている国内中小企業等は75.0%
(帝国データバンク 価格転嫁に関する実態調査 (2024年2月))

(2) 価格転嫁できた理由 (全て選択)



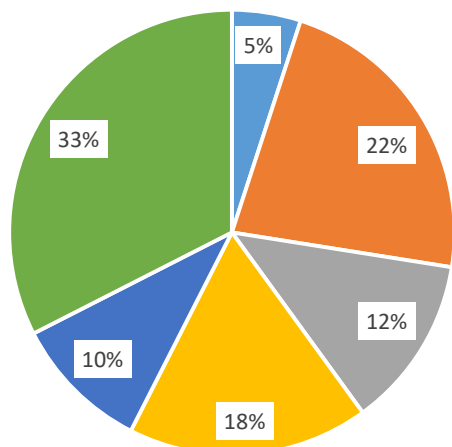
(3) 過去5年間の新規販路・顧客の獲得 (全て選択)



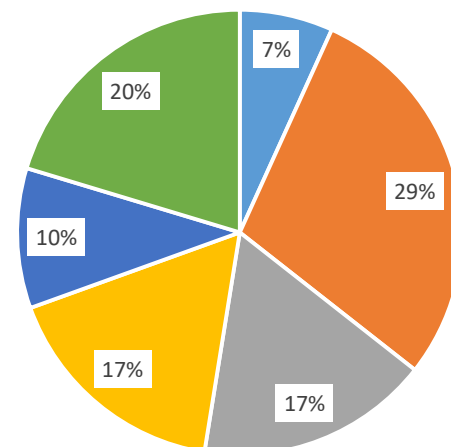
3 実態調査の結果(⑤取引環境) ★業種別

- 建設業において、価格転嫁できていると回答した事業者の割合が低い（39％）。
- 一方、製造業、小売業、サービス業においては、過半数が価格転嫁できていると回答している（製造業：63％、小売業53％、：サービス業：59％）。

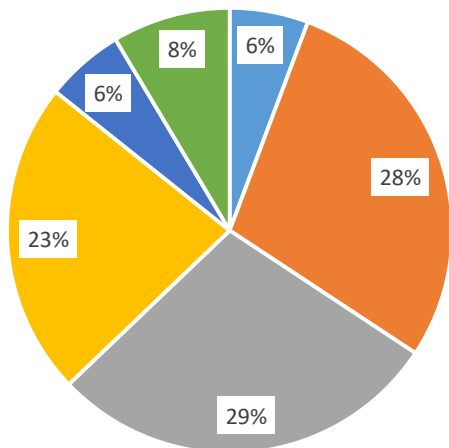
(1) コスト増加分の価格転嫁



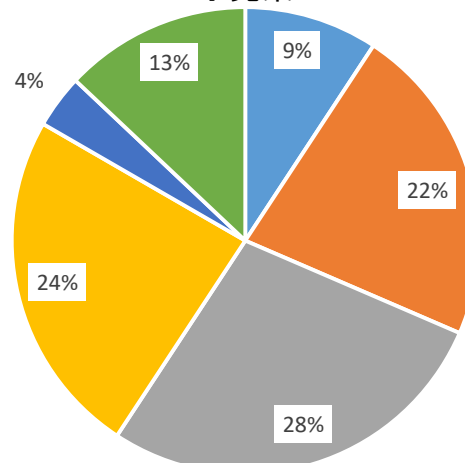
建設業



小売業



製造業



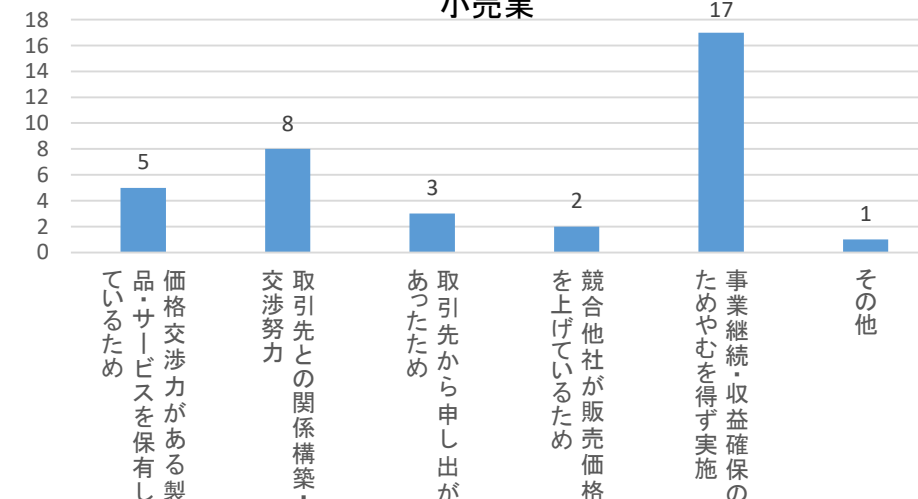
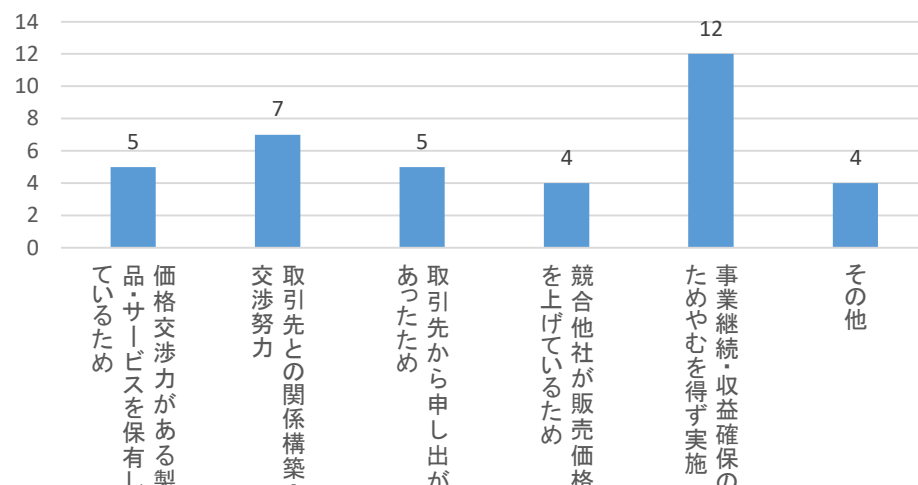
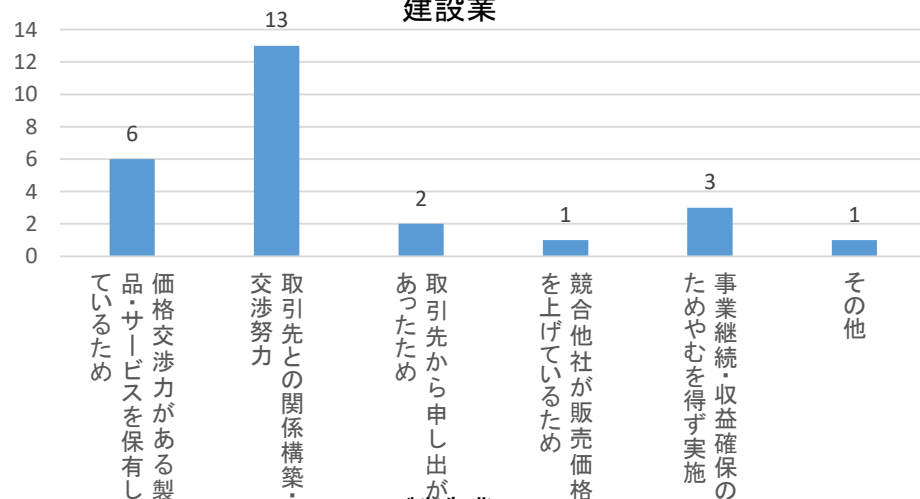
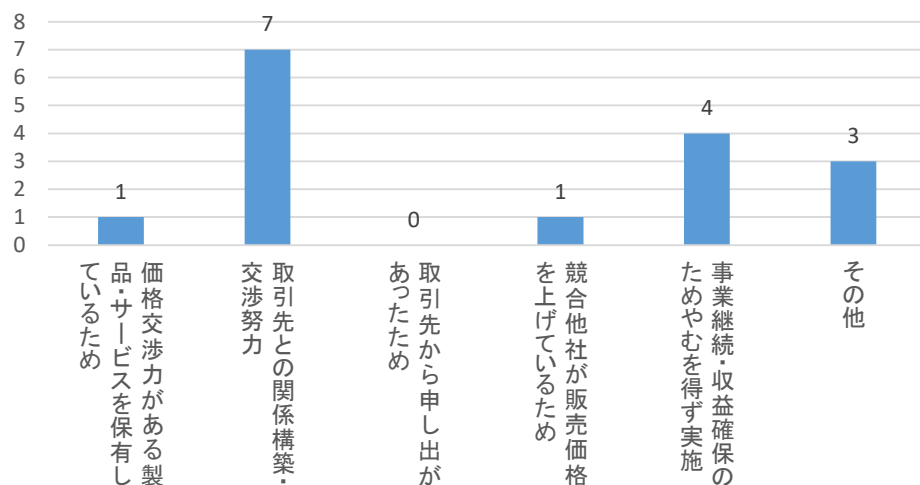
サービス業

- すべて転嫁できている
- 半分以上は転嫁できている
- 転嫁できたものは半分に満たない
- 全く転嫁できていない
- コストが増加していないため、転嫁する必要がない
- 未回答

3 実態調査の結果(⑤取引環境) ★業種別

- 価格転嫁できた理由について、建設業、製造業においては、「取引先との関係構築・交渉努力」、小売業、サービス業においては、「事業継続・収益確保のためやむを得ず実施」との回答が多い。

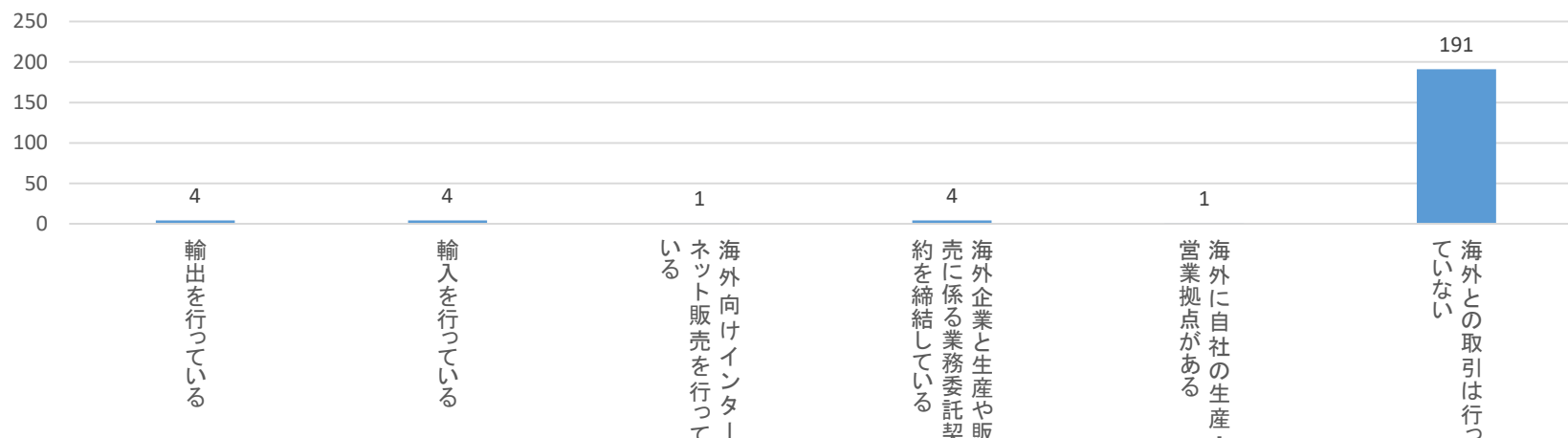
(2) 価格転嫁できた理由 (全て選択)



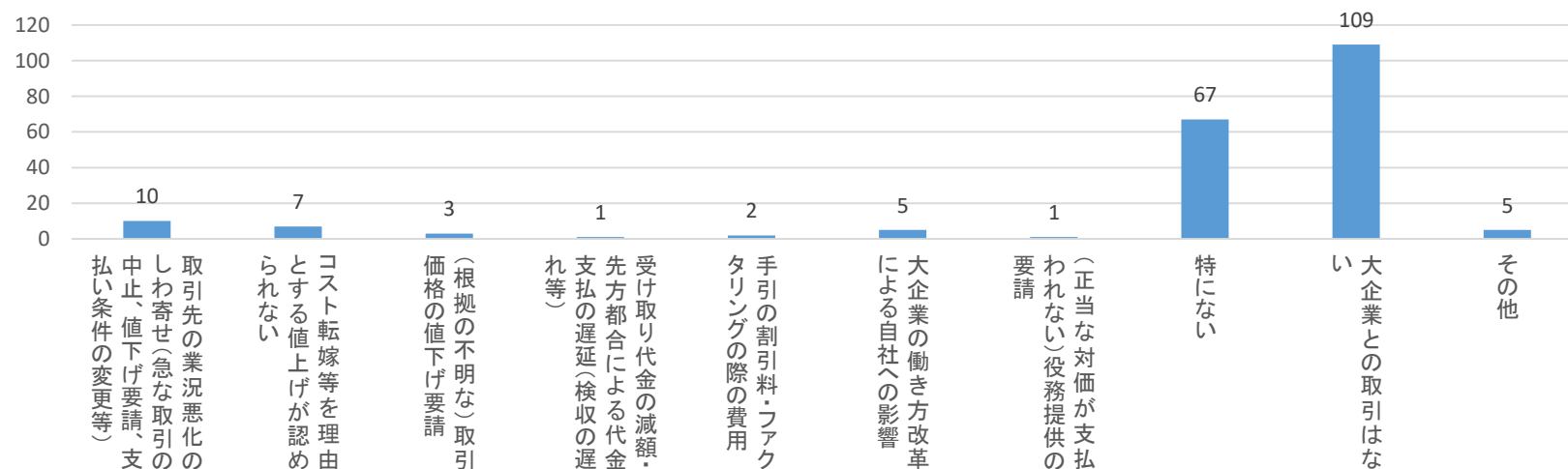
3 実態調査の結果(⑤取引環境)

- 海外との取引について、ほとんどの事業者が行っていないと回答。
- 大企業との取引条件について、そもそも取引がない、特に問題・課題がないと回答した事業者が多い。

(4) 海外との取引状況（全て選択）



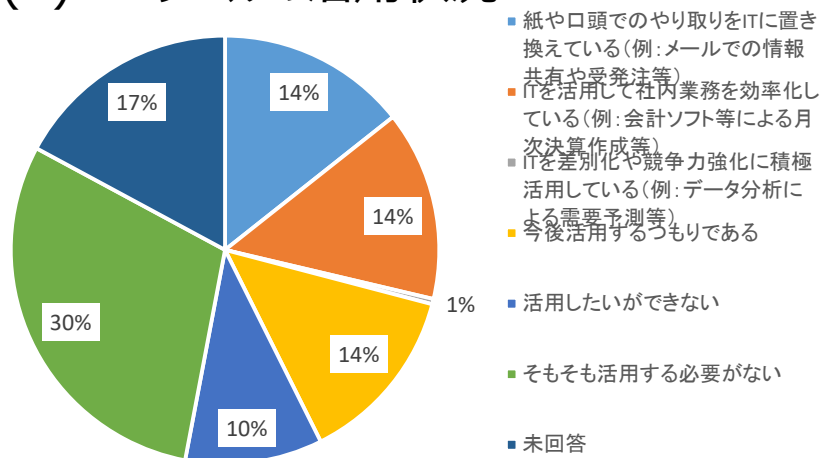
(5) 大企業との取引条件における問題・課題（全て選択）



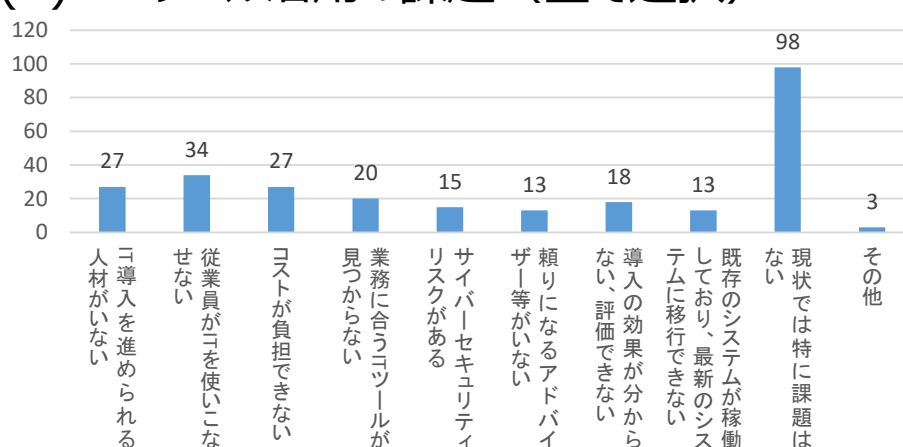
3 実態調査の結果(⑥IT・脱炭素)

- ITツールの活用状況について、すでに活用していると回答した事業者は29%。今後活用するつもりの事業者を含めると43%。一方、そもそも活用する必要がない、と回答する事業者も多い(30%)。活用にあたり、従業員がITを使いこなせない(回答数34)、IT導入を進められる人材がいらない(回答数27)等の人的要因に課題を感じている事業者が多い。
- 脱炭素に向けて取り組んでいる事業者は少なく、取り組みたいが何をすべきかわからない、との回答も多い。取り組んでいる事業者においては、省エネ設備の導入や省エネ活動に取り組んでいる、といった回答が多い。

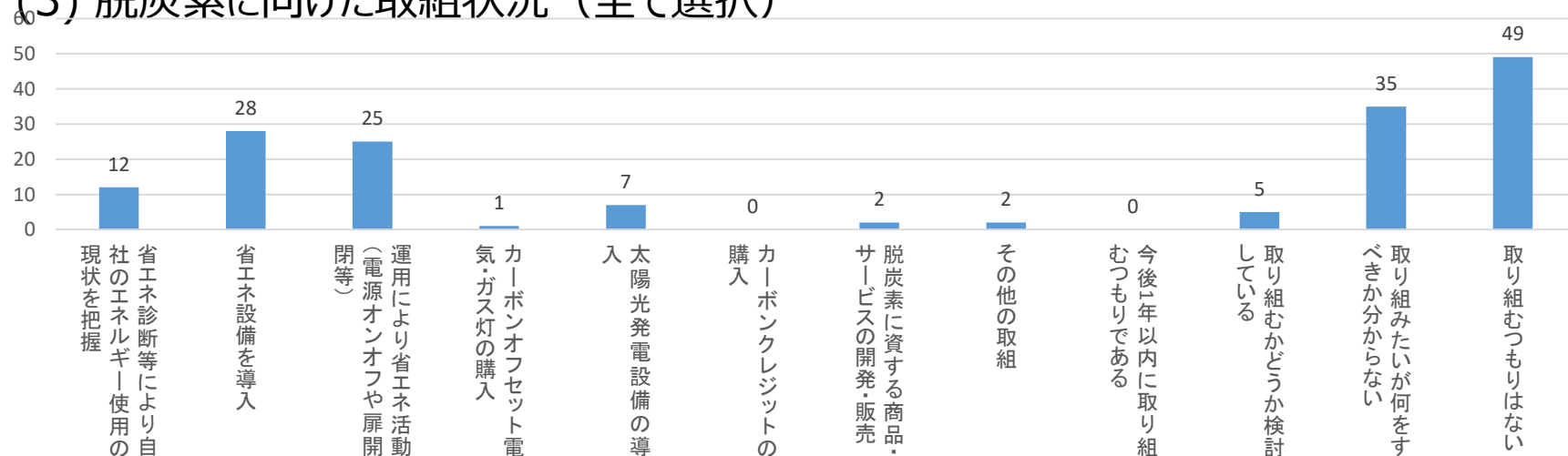
(1) ITツールの活用状況



(2) ITツール活用の課題(全て選択)



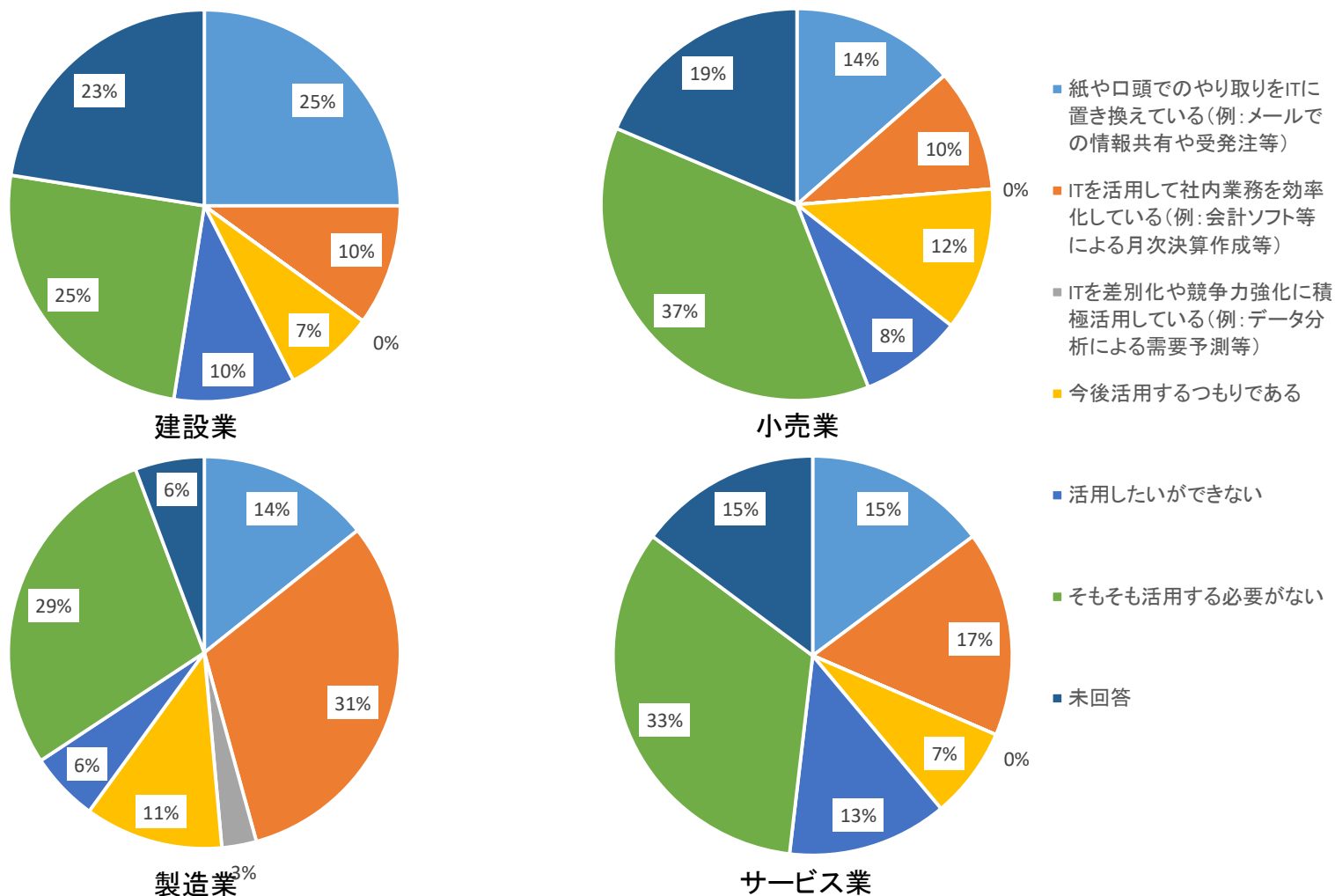
(3) 脱炭素に向けた取組状況(全て選択)



3 実態調査の結果(⑥IT・脱炭素) ★業種別

- ITツールについて、製造業での活用が多い(48%)。今後活用する予定の事業者を含めると半数以上(59%)。
- 一方、小売業においてはあまり活用が進んでいない(24%)。

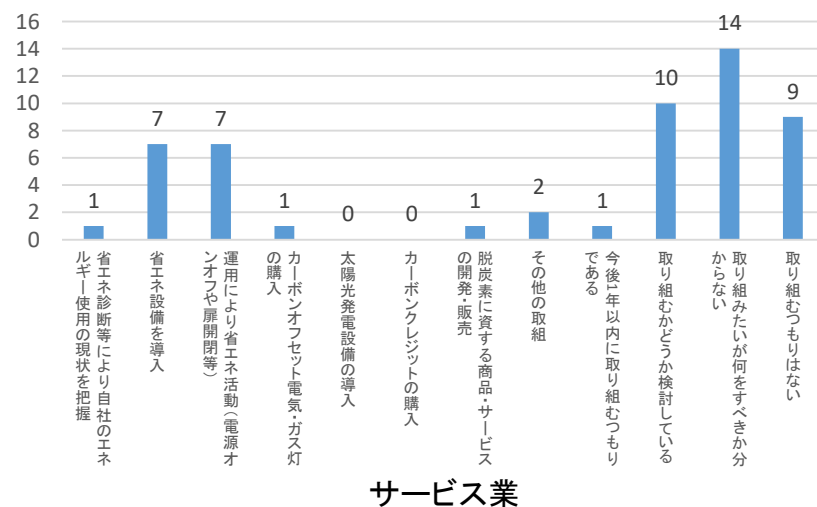
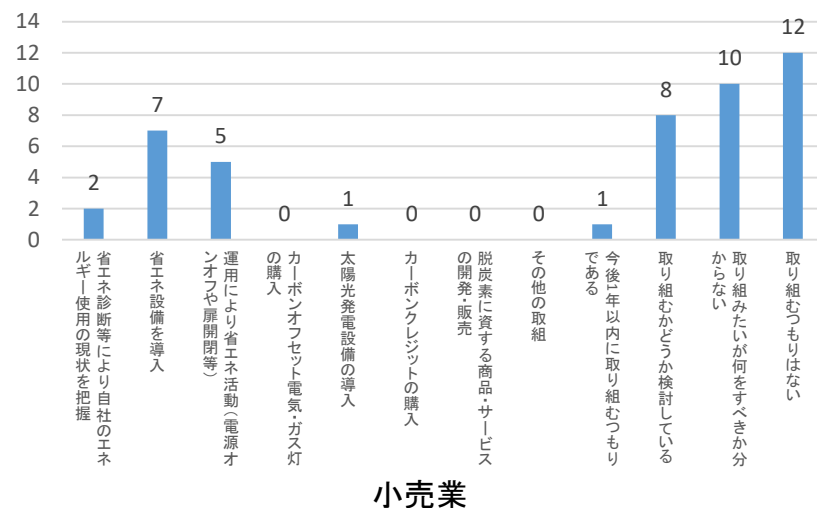
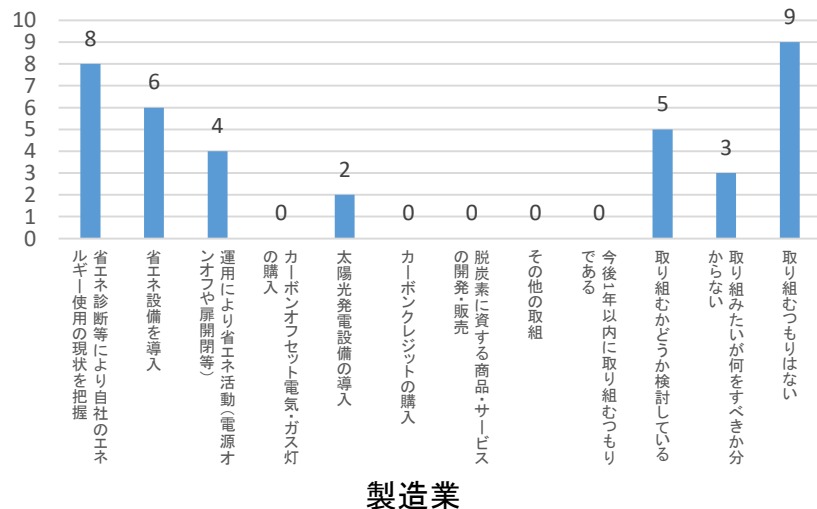
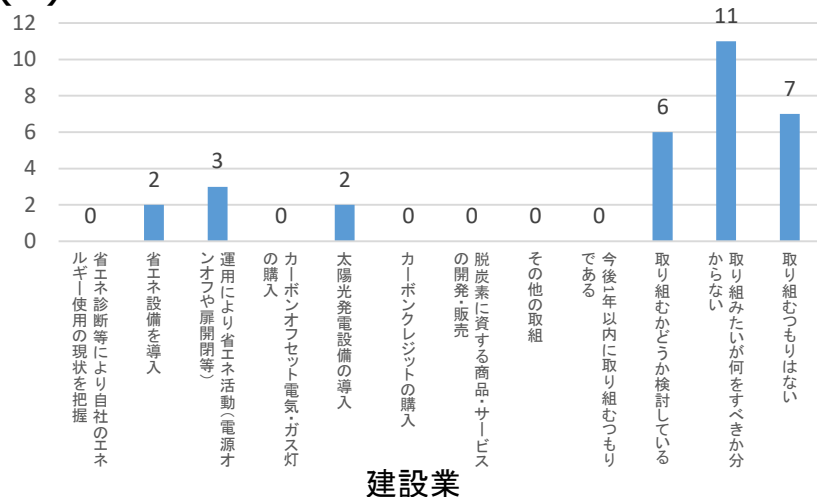
(1) ITツールの活用状況



3 実態調査の結果(⑥IT・脱炭素) ★業種別

- 脱炭素について、建設業においては、省エネ活動、製造業においては、自社のエネルギー使用量の現状把握、小売業においては、省エネ設備の導入、サービス業においては、省エネ設備の導入、省エネ活動を実施しているとの回答が多い。
- 建設業、小売業、サービス業においては、取り組みたいが何をすべきか分からないと回答する事業者が多い。

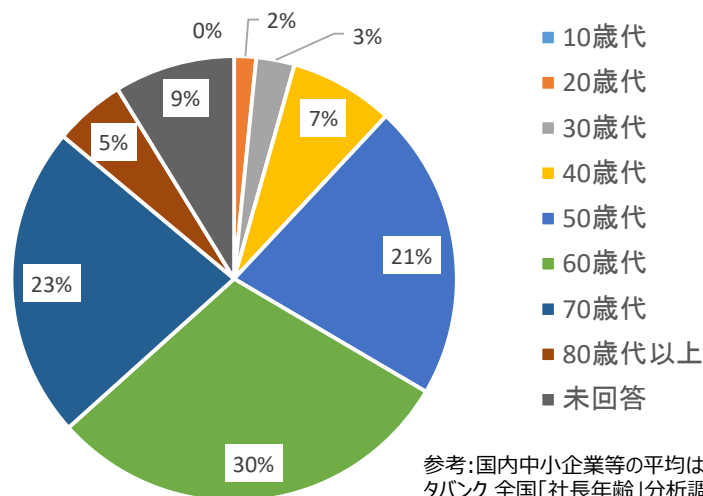
(3) 脱炭素に向けた取組状況（全て選択）



3 実態調査の結果(⑦事業承継)

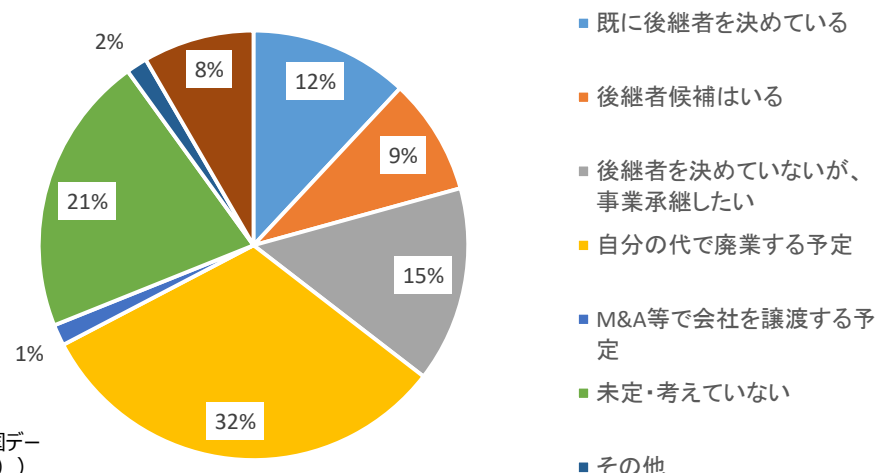
- 経営者の年齢について、50歳以上は79%、60歳以上は58%と、高齢化が進んでいる。
- 事業承継の意向について、既に後継者を決めている(12%)、候補者はいる(9%)、後継者は決めていないが事業承継したい(15%)との回答は一定数あるが、自分の代で廃業する予定と応える事業者が最も多く(32%)、現時点では未定・考えていない事業者も多い(21%)。
- 後継者又は後継者候補として、現経営者の子が最も多く、次いで自社の役員・従業員、社外から登用、と第三者承継を行う(行おうとする)事業者も少なくない。

(1) 経営者の年齢



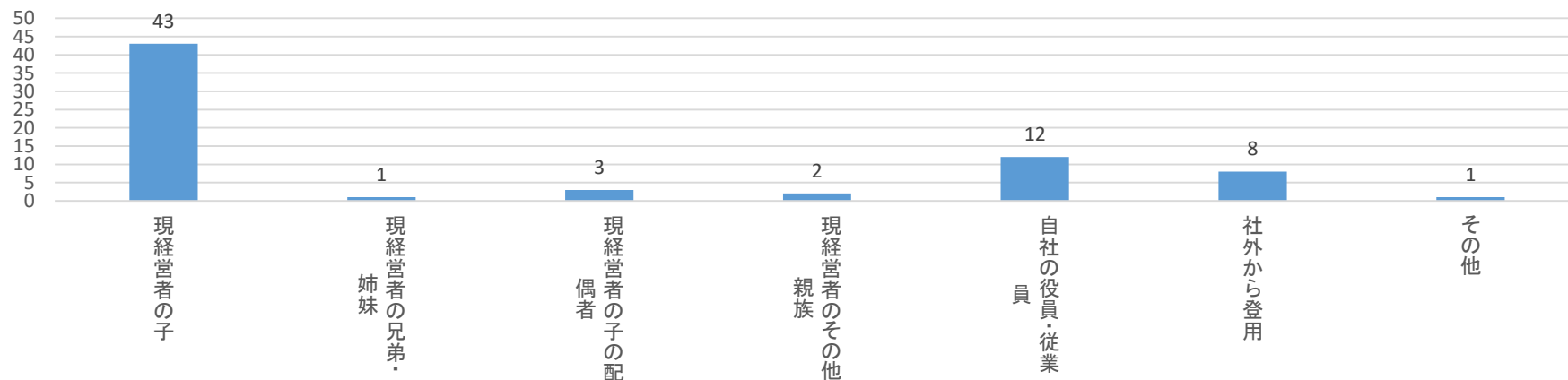
参考:国内中小企業等の平均は60.4歳(帝国データバンク 全国「社長年齢」分析調査(2022年))

(2) 事業承継の予定・意向



参考:商工会議所管内の会員企業に対するアンケート結果では後継者不在企業は22.3%※自分の代で廃業する予定と回答した企業は4.1%(日本商工会議所 事業承継に関する実態アンケート(2023年))

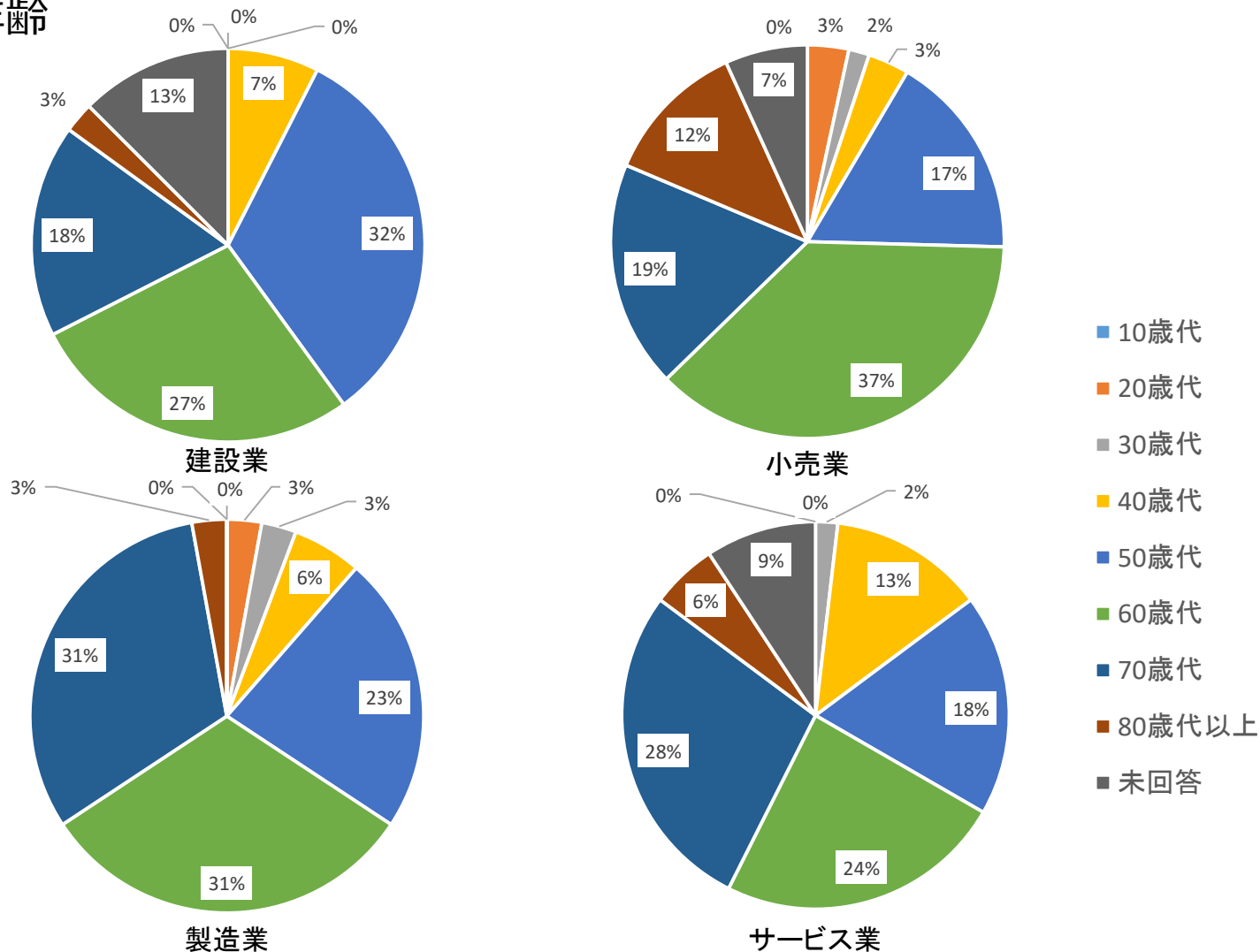
(3) 後継者・承継先(全て選択)



3 実態調査の結果(⑦事業承継) ★業種別

- 経営者が50歳以上である事業者の割合はどの業種においても高い。
- 60歳以上の割合は、製造業が最も高く68%。

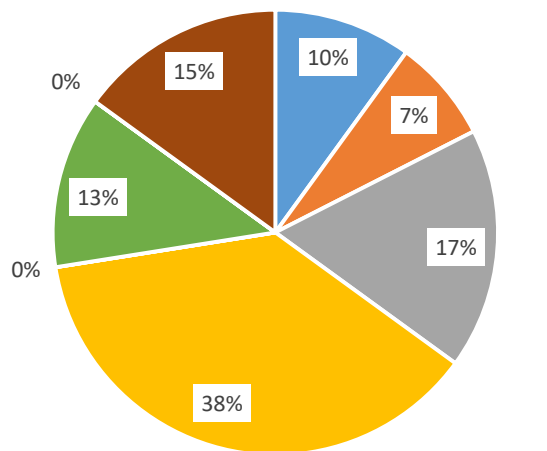
(1) 経営者の年齢



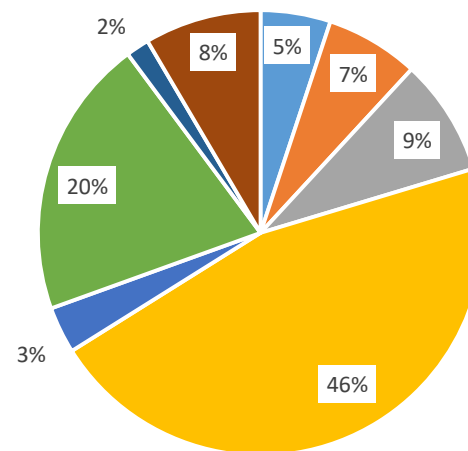
3 実態調査の結果(⑦事業承継) ★業種別

- 自分の代で廃業する予定と回答した事業者の割合が最も高いのは小売業（46%）だが、建設業、サービス業においてもその割合が高い（建設業：38%、サービス業：37%）。
- 一方、製造業においては、過半数が事業承継する・したいと回答（52%）。

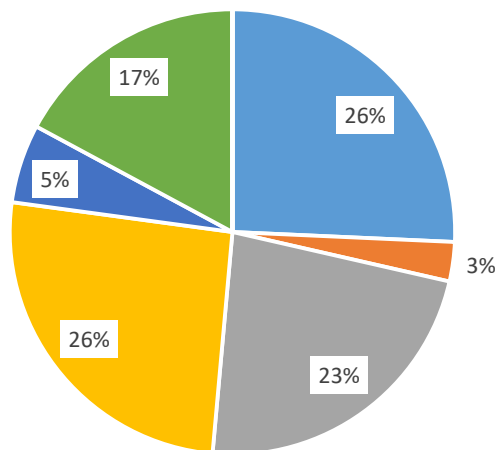
(2) 事業承継の意向・予定



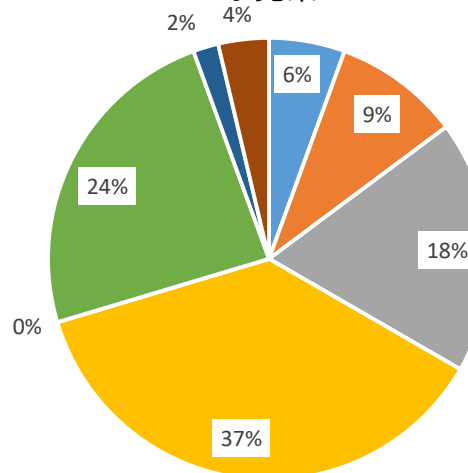
建設業
0% 0%



小売業



製造業



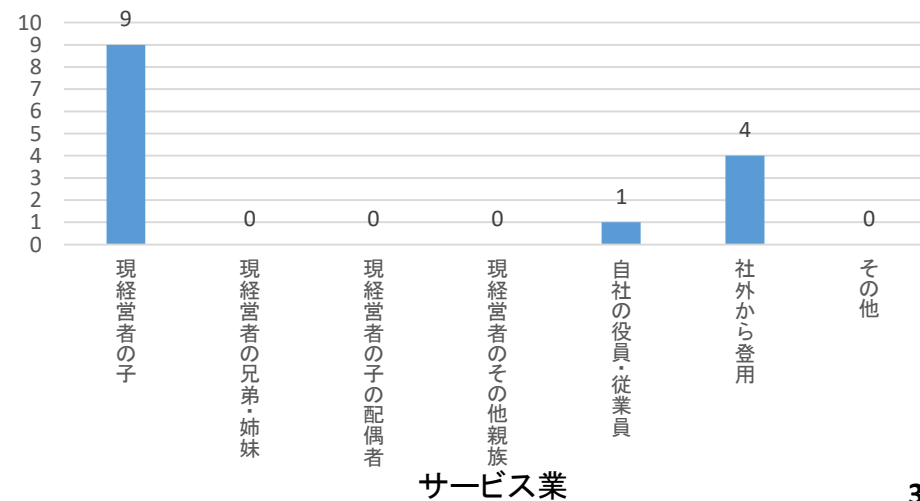
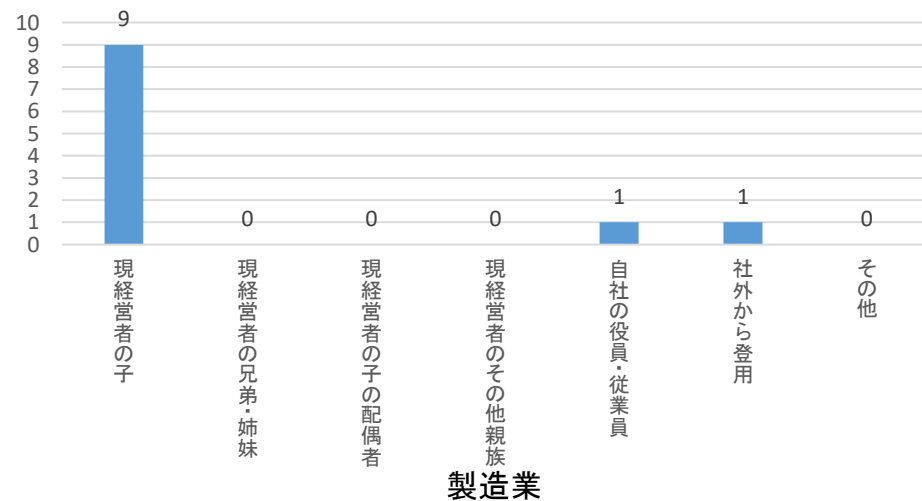
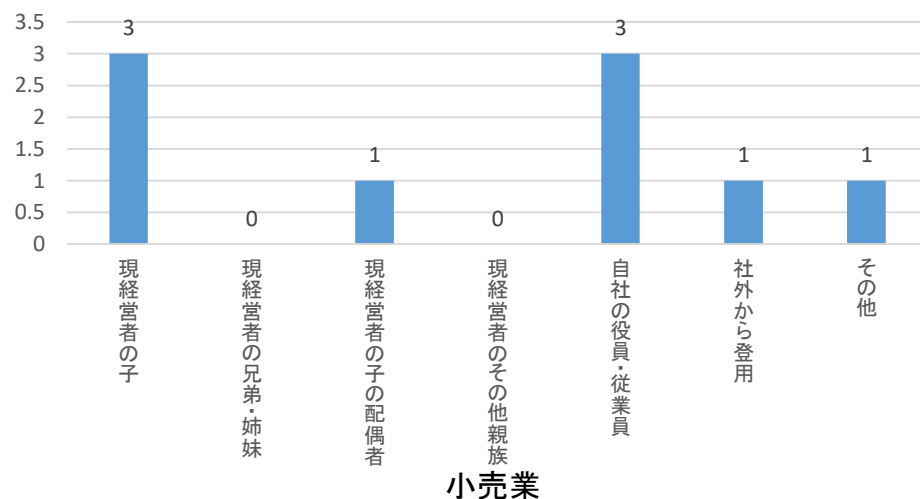
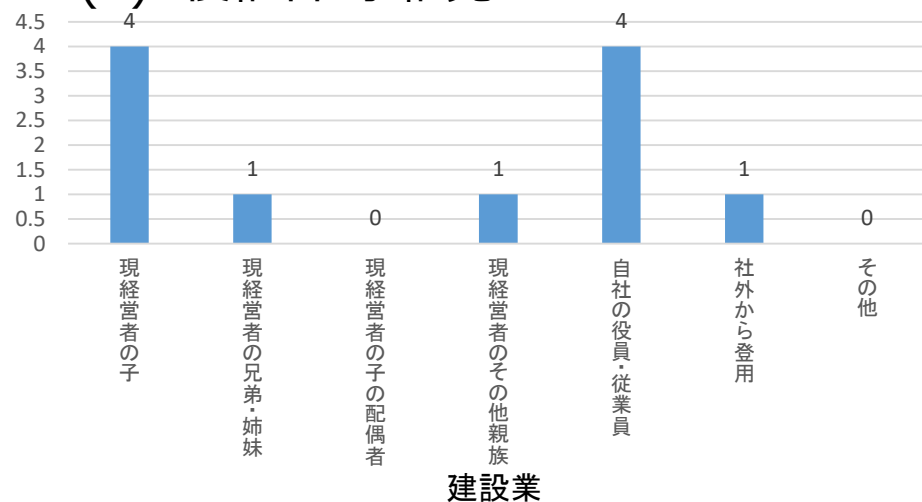
サービス業

- 既に後継者を決めている
- 後継者候補はいる
- 後継者を決めていないが、事業承継したい
- 自分の代で廃業する予定
- M&A等で会社を譲渡する予定
- 未定・考えていない
- その他
- 未回答

3 実態調査の結果(⑦事業承継) ★業種別

- 後継者・承継先について、全業種において現経営者の親族との回答が多いが、建設業、小売業においては自社の役員・従業員との回答が多く、サービス業においては社外からの登用との回答が多い。

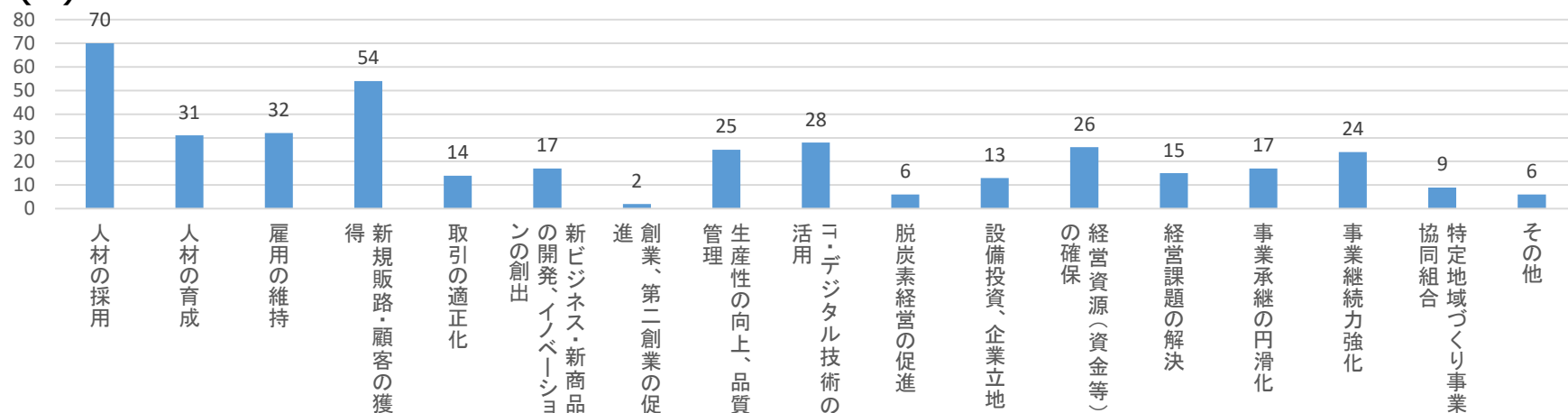
(3) 後継者・承継先



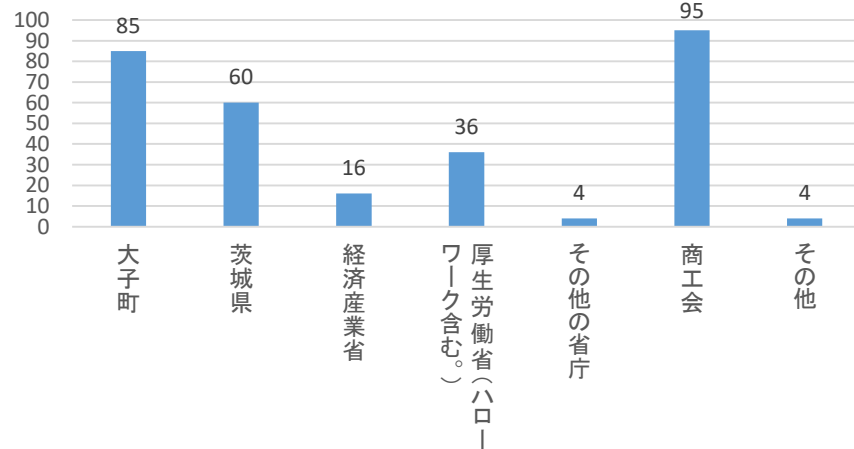
3 実態調査の結果(⑧産業支援)

- 希望する支援について、人材の採用（回答数70）、新規販路・顧客の獲得（回答数54）、雇用の維持（回答数32）、人材の育成（回答数31）の順に多く、うち3つは人材に関するものである。
- 活用・連携したことがある支援機関等は、県内の団体が多い（商工会（回答数95）、大子町（回答数85）、茨城県（回答数60））。
- 主な情報の入手先は、インターネット（回答数112）、新聞・雑誌等（回答数96）、商工会（回答数80）の順に回答が多い。

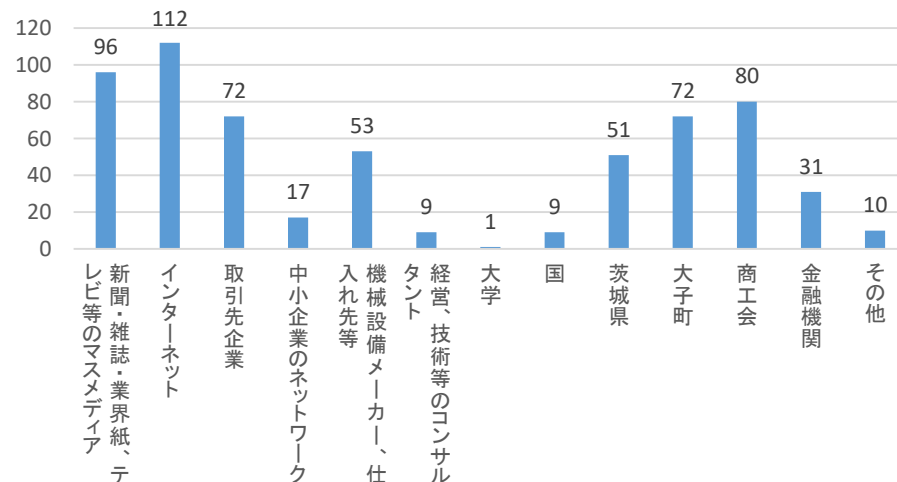
(1) 支援の希望



(2) 活用・連携したことがある支援機関等



(3) 主な情報の入手先



3 実態調査の結果(⑧産業支援) ★業種別

- どの業種でも、人材に関する支援、新規販路・顧客の獲得への支援のニーズが高い。
- そのほか、小売業、サービス業においては、IT・デジタル技術の活用に関する支援が多く求められている。

(1) 支援の希望

