

経済建設常任委員会 報告案件一覧

報告案件は以下の通りです。

開催日// 令和2年3月20日(金) 午前11時～ 委員会室			
部署	No.	報 告 案 件	
経済部	1	恵庭市畜産共進会実行委員会の解散について	農政課
	2	中小企業経営改善実態調査結果について	商工労働課
	3	台湾投資拡大事業の進捗状況について	商工労働課
	4	花の拠点整備事業について	花と緑・ 観光課
	5	全国都市緑化フェアについて	花と緑・ 観光課
建設部	6	令和元年度除排雪の状況報告について	管理課
	7	恵庭ふるさと公園再整備に係るサウンディング型市場調査の実施について	管理課
	8	基線通(戸磯跨線橋)の整備について	土木課
	9	恵庭跨線橋変状原因特別調査委員会について	土木課
	10	北島遊水地の供用開始及び利活用整備方針について	土木課
	11	民間賃貸住宅の既存借上型市営住宅可能性調査について(中間報告)	都市整備課
水道部	12	上下水道料金支払いにおけるキャッシュレス決済の拡充について	経営管理課
	13	「汚泥乾燥施設の整備状況」と「バイオガス発電事業開始」について	工事課
農業委員会			

恵庭市畜産共進会実行委員会の解散について

《経 過》

畜産共進会については、資質向上と改良増殖を目的として乳牛の体型を審査・順位付けを行うもので、酪農家の経済性向上を図り、消費者の畜産への理解と消費拡大を目的として昭和23年より開催され、令和元年度で70回目を迎えたところです。

過去には和種馬共進会や畜産まつり（牛・豚・綿羊・馬とのふれあい）を同日開催し、市民との畜産交流の場となっていました。

かつては、良い体型の乳牛は高品質な生乳を大量に生産すると考えられていましたが、現在では遺伝子検査で高品質な生乳を大量に生産する個体を把握でき、体型面から牛を改良し、技術を競い合うという目的が薄れつつあります。

また、過去には道央酪農祭ホルスタイン共進会の地区予選会の役割を担っていましたが、現在では予選会の役目も終了しているところです。

《実行委員会解散について》

最盛期には100頭を超える出陳がありましたが、近年では平成18年度の14部門53頭から減少し、直近5年間では10数頭の出陳と出陳者は一部の酪農家のみとなり、出陳に係る労力と経費負担が経営面で非効率であり、経済性向上という目的からは矛盾している状況が続いておりました。その中で市内酪農家より、すでに畜産共進会としての役目を果たしたのではないかという意見があり、協議の結果、第70回開催を最後として令和元年度で終了となったところです。

実行委員会は、令和2年3月末に解散総会を行う予定で、市内酪農家への記念品配布や関係機関への記念誌配布等の案件を予定しています。

《近年の経過》

※H30は長雨の影響により中止。

部 別		審 査 区 分	H18	H26	H27	H28	H29	R元
未経産牛	第1部	12ヵ月未満	7	10	6	6	9	11
	第2部	12~14ヵ月	5	3	5	4	4	2
	第3部	14~16ヵ月	3		3	4	1	5
	第4部	16~18ヵ月	1					
	第5部	18~21ヵ月	4					
	第6部	21~24ヵ月	4					
経産牛	第7部	30ヵ月未満	6					
	第8部	30~36ヵ月	4					
	第9部	36~42ヵ月	4					
	第10部	42~48ヵ月	3					
	第11部	4~5歳	6					
	第12部	5~6歳	1					
	第13部	6歳以上	4					
乾乳牛	第14部	乾乳牛	1					
合 計			53	13	14	14	14	18

台湾投資拡大事業の進捗状況について

台湾国際教育旅行連盟招聘事業

- 【目的】将来の対恵庭観光・投資拡大に向け、教育・修学旅行等の学生の受入れを促進し市内経済の活性化につなげるもの。台湾国内の6割以上の高校が加盟する台湾国際教育旅行連盟の総会長等を恵庭市に招聘し、各関係機関との意見交換しPR活動を実施した。
- 【開催日】令和元年12月27日（金）～29日（日）
- 【参加者】台湾国際教育旅行連盟総会長、副総会長2名
（随行）アジアパシフィック経済情報㈱ 2名
- 【内容】台湾の国際教育旅行の取りまとめ団体である台湾国際教育旅行連盟の総会長他2名を招聘。市内観光関連事業者の視察の他、市教育長や観光協会会長と教育旅行の受け入れに関する意見交換を行った。
- 【訪問先】①ルルマップ自然公園ふれらんど、②フォレストアドベンチャー・恵庭、③スパルベリー、④えにわ温泉ほのか、⑤café&dining bar Lin（餅つき体験）、⑥大安寺（写経体験）、⑦むらかみ牧場、⑧サケのふるさと館（千歳）、⑨恵庭スキー場、⑩えこりん村

台湾に設置するカフェ等でのテスト販売（北海道主催）

- 【日程】令和元年12月～令和2年2月の3ヶ月間
- 【場所】台中市内に設置するカフェ、レストラン
- 【内容】Café&IT フィエスタの「恵庭ロール」と「いざり川の雫」を出品。

台湾訪日教育・修学旅行の受入

- 【目的】台湾の児童・生徒に対し訪日教育旅行において、海外の若者世代に恵庭を体験してもらい将来的な訪日リピーターの獲得を目指す。
- 【実施校】台北市立中正高級中学校&台北市立陽明高級中学校 ⇄ 千歳北陽高校
- 【実施日】令和元年12月12日（木）～13日（金）
- 【内容】生徒32名、教員2名による授業（英語・国語）、郷土資料館の見学、13家庭32名のホームステイ受け入れ

台湾梨の接木試験栽培

- 【日程】令和2年2月21日～24日ほか
- 【参加者】傑農合作農場関係者
- 【内容】試験栽培地の視察及び今後の事業計画等の打合せ。
前回からの発育状況の確認を実施し、苗木の増産に向けた新たな育苗のため、試験種蒔（余湖農園、島田農園）。

その他の対応

■台湾・大葉大学の視察受け入れ（教員2名、高校生徒1名）

大葉大学の関係高校である台中市立文華高級中学校の教育旅行の視察を目的として来道。札幌・千歳近辺を訪問し、11月5日には恵庭北高校の視察見学、校長との意見交換を行った。

その他の対応中止となった事業（新型コロナウイルス関連）

■台湾訪日教育・修学旅行の受入

【実施校】新北市立新莊高級中学校 ⇄ 千歳北陽高校

【実施日】令和2年2月17日(月)～18日(火)

【内 容】生徒33名、教員・保護者など3名、学校交流、ホームステイ受入（12家庭）

■北海道台湾訪日教育旅行促進協議会現地説明会

【日 程】：令和2年2月13日（旅行会社向け）、14日（教育関係者向け）

【参加者】：経済部商工労働課職員1名（ほか、協議会構成団体より6団体9名）

【内 容】：北海道訪日教育旅行促進協議会の主催。訪日教育旅行の誘致を実践的に行うことを目的として、台湾（台北）において教育関係者（40名程度）及び現地旅行会社（40名程度）を対象としたセミナー・個別相談会を開催する。

中正高校 & 陽明高校



中正高校 & 陽明高校



台湾国際教育旅行連盟招聘



台湾国際教育旅行連盟招聘



令和元年度恵庭市中小企業経営改善調査結果について

(1) アンケート調査の目的

本調査は、恵庭市に事業所を置く中小企業の事業承継など、経営上の課題解決を支援するための基礎資料の作成を目的として、経営実態調査を実施するものである。

(2) 調査対象

恵庭市内に事業所を置く企業1526社が対象。

(3) 調査方法

調査方法は、郵送にてアンケート調査票を送付。アンケート調査票については、巡回訪問にて調査票を配布し提出依頼をするとともに、各会議等でもアンケート調査票を配布し回収に努めた。

(4) 調査票の回収状況

発送件数	1526件
返送件数	45件（郵便物が届かない、営業していない先等）
有効発送件数	1481件
回収件数	371件（無回答9件を除き、有効回答数362件）
回収率	25.1%

(5) 調査結果の概要

1) 企業概要

本アンケート調査では、362社から回答を得た。回答企業の業種は、サービス業、流通・商業、建設業、製造業、その他の順で回答割合が高くなっている。回答企業のうち創業30年以上の企業が半数以上を占めている。代表者の年齢は回答企業の半数以上が70歳を超え高齢化が進展している。従業員が5人以下の企業では女性従業員が高い傾向にある。

2) 業況について

業況については、全ての業種で過去2年間の売上が「下降した」と回答している企業が最も多い。業種別では建設業約6割、製造業と流通・商業で約5割の企業が「下降した」と回答している。売上減少の要因は、「顧客や販売先が減った」が6割以上を占めている。経営上の課題は、コストの増加、売上の減少、取引先の減少が上位3項目を占めた。業種別では、建設業の7割が人材不足と回答している。

3) 市内企業との取引について

市内企業との取引については、仕入、販売ともに回答企業の約7割が「変わらない」と回答している。業種別では、建設業とサービス業が市内企業からの取引が「減った」と回答した割合が他の2業種よりもやや高い傾向にある。また、流通・商業、サービス業は、市内企業への販売が「減った」と回答した割合が他の2業種よりも高い傾向にある。今後、市内企業との取引については、現状を維持したいという傾向にあり、業種別では、サービス業が他の業種よりも市内企業との取引を増やしたいという傾向にある。

4) 経営の今後について (事業承継)

5年後の事業展開については、全体の5割強が現状維持、3割が事業拡張と回答している。事業承継については、回答企業の4割強が「後継者ないし候補者がいる」と回答している。業種別では、製造業、流通・商業が他の業種よりも後継者が決まっている割合が高い傾向にある。一方、サービス業は、他の業種に比べ、「後継者についてまだ考えていない」との回答が高い傾向にある。事業承継先が決まっていない理由は、「適切な人材がない」「後継者が育成できていない」が回答の上位2項目。事業承継する際の課題は「後継者の教育」が最も多い回答であることから、人材不足が顕在化していることが窺える。これに伴い、事業承継に希望することでは、「後継者の育成講座」や「事例の紹介」が多くなっている。

5) 人材確保について

人員の状況については、現在から将来にかけて人員が不足と回答した企業が全体の6割強となっている。業種別では、建設業が現時点で人手不足との回答割合が高く、製造業は将来的に人員不足が見込まれるとの回答割合が、それぞれ他の業種に比べて高い傾向にある。人材を確保できない理由は、「求人を出しても応募がない」と回答した企業が半数以上を占めており、経営者の苦勞が窺える。今後、増やしたい人材は、「若年層」と回答した企業が6割を超えている。業種別では、製造業が他の業種に比べて、若い人材を求めている傾向が高い。人材確保に関して興味のある取り組みは、「企業情報の発信支援」や「採用した者に対する奨励金支援」が多くなっている。

6) 持続可能な生産・経営基盤の確立について

経営を安定させるために恵庭市に希望する取組みは、「資金繰り支援」が最も多い回答となり、資金面での支援が期待されている。また、相談体制の強化のため求められることは、「補助金や助成金」「経営者に必要な知識」等の情報提供などの意見がある。

7) 発展的な取組みについて

経営をさらに発展させるために恵庭市の取組みで必要なことは、「企業連携の促進」、「恵庭市の知名度向上」、「企業パンフレット等の発信ツールの作成」との回答が多く、恵庭市のマーケティング的な取組みが求められている。

8) 平成26年度、平成28年度中小企業実態調査との比較

平成26年度、平成28年度の中小企業実態調査との比較から、代表者の高齢化、業況の悪化、人材不足が各々進展していることが窺える。70歳代以上の経営者が半数を超え、高齢化が進行していることが窺える。過去2年間の売上動向は、H28年に「横ばい」48%であったが、R元年には「下降」47.7%とH26年38.5%を上回っている。経営課題は、建設業、流通・商業、サービス業でH26年度、H28年度よりも「人材不足」と回答した企業が多くなっている。市内企業との取引、今後の事業展開については、時系列であまり大きな変化は見られなかった。

【目次】

令和元年度 恵庭市中小企業経営改善調査報告書

令和元年12月
恵庭市

1. アンケート調査概要	
(1) アンケート調査の目的	1
(2) 調査対象	1
(3) 調査方法	1
(4) アンケート調査のスケジュール	1
(5) 調査票の回収状況	1
(6) 恵庭商工会議所 相談申込書による相談内容	1
(7) 調査結果の集計方法および詳細結果の表示について	2
2. アンケート調査詳細分析	
(1) 企業概要	3
1) 業種分類	3
2) 主な製品・商品・サービス	4
3) 営業年数	11
4) 代表者の年齢	11
5) 資本金規模	12
6) 従業員数	12
7) 男女別の従業員数	14
8) 全従業員の平均年齢	15
(2) 業況について	16
1) 過去2年間の売上動向	16
2) 売上増加の主な要因	17
3) 売上減少の主な要因	19
4) 経営上の課題	21
(3) 取引状況について	24
1) 市内企業からの仕入の変化	24
2) 市内企業への販売の変化	25
3) 仕入先の割合	26
4) 販売先の割合	27
5) 市内企業との取引意向	28
6) 市内企業と取引を増やす条件	29
(4) 今後の経営について(事業承継)	31
1) 5年後の事業展開について	31
2) 事業承継について	32
3) 事業承継先が決まっていない原因について	34
4) 後継者への承継時期について	35
5) 後継者(候補)の続柄について	35

6) 事業を承継する際の課題について	37
7) 事業承継、事業譲渡、廃業に係り希望すること	40
(5) 人材の確保について	43
1) 人員の状況について	43
2) 人材を確保できない原因	44
3) 今後、増やしていきたい人材	46
4) 興味のある取組みや今後、実施を希望する取組み	48
(6) 持続可能な生産・経営基盤の確立について	50
1) 経営を安定させるために必要な取組み	50
2) 相談強化のために市に希望すること	51
(7) 発展的な取組みについて	52
1) 経営をさらに発展させるために必要な市の取組み	52
(8) その他	53
1) 経営改善について、市に要望することや政策アイデア	53
3. 比較分析	
(1) 企業概要	55
1) 営業年数	55
2) 代表者の年齢	56
3) 過去2年間の売上動向	56
(2) 業況について	59
1) 売上増加の主な要因	59
2) 売上減少の主な要因	61
3) 経営上の課題	63
(3) 取引状況について	65
1) 市内企業からの仕入の変化	65
2) 市内企業への販売の変化	68
(4) 今後について	71
1) 5年後の事業展開について	71
4. 総論	
(1) 企業概要	72
(2) 業況について	72
(3) 取引の状況について	73
(4) 経営の今後について	73
(5) 人材確保について	74
(6) 持続可能な生産・経営基盤の確立について	75
(7) 発展的な取組みについて	75
(8) 平成26年度、平成28年度中小企業実態調査との比較	75
【添付資料】令和元年度中小企業経営改善調査調査票	77

1. アンケート調査概要

(1) アンケート調査の目的

本調査は、恵庭市に事業所を置く中小企業の事業承継など、経営上の課題解決を支援するための基礎資料の作成を目的として、経営実態調査を実施するものである。

(2) 調査対象

恵庭市内に事業所を置く企業1526社が対象。

(3) 調査方法

調査方法は、恵庭市内に事業所を置く企業1526社に対し、郵送にてアンケート調査票を送付。アンケート調査票については、巡回訪問にて調査票を配布し提出依頼をするとともに、各会議等でもアンケート調査票を配布し回収に努めた。

(4) アンケート調査のスケジュール

アンケート調査票の発送	令和元年 7月10日
アンケート調査票の投函締切日	令和元年 7月30日まで
アンケート調査票の提出の依頼 FAX 送付	令和元年 8月 5日
アンケート調査票再送付日	令和元年 8月23日
訪問等によるアンケート調査票の回収	令和元年10月 1日まで
アンケートの調査票の回収締日	令和元年10月 1日

(5) 調査票の回収状況

発送件数	1526件
返送件数	45件 (郵便物が届かない、営業していない先等)
有効発送件数	1481件
回収件数	371件 (無回答9件を除き、有効回答数362件)
回収率	25.1%

(6) 恵庭商工会議所 相談申込書による相談内容

申込総数：3件

① 恵庭市への低炭素補助金への要望
相談対応：恵庭市役所担当者へ報告。

② 販路開拓、インターネット販売について
相談対応：当所主催の中小企業診断士の相談会に参加し相談の実施。

③ 融資相談
相談対応：当所主催の金融相談会に参加の呼びかけ、相談の実施。

(7) 調査結果の集計方法および詳細結果の表示について

1) 調査結果の集計方法

本調査は、アンケートの個票データを表計算ソフトに入力して統計的に整理した。集計方法は、原則、単純集計とし、一部クロス集計を行っている。

2) 調査結果の表示について

本報告書の調査結果は、自由記述は表、選択肢はグラフで割合を表記している。割合は回答数を有効回答数で除した数値であるが、回答数を指定した設問において、指定数以上の回答した場合も回答数としてカウントしたため、割合の合計が100%を超える設問もある。尚、指定した回答数を越えた場合、その回答数を図表の下部に記してある。

2. アンケート詳細分析

(1) 企業概要

1) 業種分類

表2-1-1 業種

項目	回答数	割合	
農林水産業	6	1.7%	【⑤その他】
鉱業・採石・砂利採取業	0	0.0%	
建設業	74	20.5%	→ 【①建設業】
製造業	41	11.3%	→ 【②製造業】
電気・ガス・熱供給・水道業	7	1.9%	【3流通・商業】
情報通信業	4	1.1%	
運輸・郵便業	8	2.2%	
卸・小売業	67	18.5%	
金融・保険業	4	1.1%	
不動産・物品賃貸業	22	6.1%	【④サービス業】
学術研究・専門・技術サービス業	12	3.3%	
宿泊・飲食業	25	6.9%	
教育・学習支援業	8	2.2%	
医療・福祉業	12	3.3%	
生活関連サービス・娯楽業	24	6.6%	
複合サービス事業	3	0.8%	
サービス業	45	12.5%	
無回答	9		
合計	371		
有効回答数	362		

※9社が複数回答

・表 2-1-1 は、本アンケート調査における回答企業の業種分類である。回答企業の総数 371 社のうち 9 社が無回答であったため有効回答数は 362 社とした。

・業種別の上位 5 業種は、「建設業」20.4%、「卸・小売業」18.5%、「サービス業」12.4%、「製造業」11.3%、「宿泊・飲食業」6.9%となっている。

・本報告書では、詳細分析にあたり、以下の 5 つを業種別の分類と定義する。
 【①建設業】20.5%、【②製造業】11.3%、「電気・ガス・熱供給・水道」「情報通信」「運輸・郵便」「卸・小売」「金融・保険」を【③流通・商業】24.8%、「不動産・物品賃貸」「学術・専門技術サービス」「宿泊・飲食」「教育・学習支援」「医療・福祉」「生活関連・娯楽」「複合サービス」「サービス業」を【④サービス業】41.7%、「農林水産」「鉱・採石・砂利採取」を【⑤その他】1.7%とする。

2) 主な製品・商品・サービス

農林水産業 (6社)	林業
	芝販売
	生乳
	花苗
	米、麦
	農産物
建設業 (74社うち17社無回答)	造園業
	塗装
	建築
	土木、建築工事
	土木工事
	足場組、解体、資材リース
	規格建築物製造販売
	建設作業
	サッシ加工販売
	舗装工事、建設骨材等
	水道工事
	住宅、リフォーム、公共工事
	建築、リフォーム、修繕
	土木、舗装、建築
	設備、配管
	施工技術
	リフォーム
	外構工事
	舗装工事
	土木
	仲介、リホーム
	屋根、外壁の各種板金工事、鍍金材の加工販売
	木材、建材、リフォーム工事
	注文住宅
	道路区画線塗装ほか
	土木事業
	住宅の新築、増改築・修繕
	建築(鉄骨)構造物
	塗装請負
	住宅
	情報関連機器の設置付帯工事
	一般住宅建築
	土木
	電気工事
	境界測量、工事測量
	機械器具設置工事
	漏洩検査、消掃
	建築リフォーム
	住宅建築
	土木工事
	鉄骨造り倉庫
	内装仕上業クロス、床工事
	室内装飾
	建設資材販売

建設業 (74社うち17社無回答)	住宅防音工事	
	アルミサッシ、ガラス、エクステリア	
	電気工事、CATV工事	
	住宅リフォーム	
	土木工事、建築工事	
	情報機器関連の付帯設備工事	
	施工管理	
	土木用鋼材溶接加工他	
	電磁弁盤製作、工場電気配線	
	土木、舗装工事	
	造園業	
	新築住宅、リフォーム他	
	新築工事、リフォーム工事等	
	製造業 (41社)	家具
		木製家具
		铸物製品、タンク、融雪装置、リフト
		冷凍食品(冷凍コロッケ)
		食品
		コンクリートブロック
印刷物		
網戸		
製管業		
パン、ケーキ、製造小売		
段ボール		
ベーグル、民泊		
酒物		
建設用金属製品加工販売		
小型電気ヒータ		
制御盤		
半導体部品		
金属加工、土木建築金物		
プレハブパネル製造販売		
金網・金属加工		
石膏ボード		
洋生菓子製造		
コンピュータ帳票		
肥料の製造販売		
酒類製造		
金属製品製造業		
洋菓子製造販売		
建築鉄骨		
畜肉加工品		
鋼材加工		
コンクリート製品製造用鋼製型枠		
印刷		
段ボール及び段ボール箱		
家庭用電気ヒータ		
金網		
半導体部品		
鍍金、溶接、塗装		

製造業 (41社)	電子部品
	食品
	健康食品
	鑄鉄製品、アスファルトプラント
電気・ガス・熱供給・水道業 (7社うち4社無回答)	家電販売修理電気工事
	取付工事、設備、配送、修理
	プロパン
情報通信業 (4社うち1社無回答)	放送
	執筆、編集
	情報通信設備工事業
運輸・郵便業 (8社のうち3社無回答)	運送業
	ダンボールの輸送
	シャッター輸送
卸・小売業 (67社うち5社無回答)	食品
	運輸業
	販売
	文具教材雑貨飲料
	家電製品
	石油製品販売、LPガス、車両販売
	農業機械、緑化機械の販売修理
	冷凍、冷蔵、空設設備
	電気工事、小売り
	薬局
	オーダースーツ、シャツ
	雑貨
	建設資材卸
	プロパンガス、コメ
	医薬品・雑貨
	医療材料の卸売
	パン
	塗料販売
	健康食品製造販売
	家電
	プロパンガス、灯油
	深井戸用水中ポンプ
	最新化粧品販売
	酒、たばこ、食品
	衣料品
	建設関連商品、雑貨
	酒類
	機械販売、修理
	野菜・果実
	お酒、たばこ、お弁当、ジュース、お菓子
	家電品
	野菜
	石油製品LPガス販売車両販売
	食料品

卸・小売業 (67社うち5社無回答)	家庭常備薬、健康食品、配食サービス
	酒類、贈答品、宅配水
	ガス、灯油、他
	食品小売り、スーパーマーケット
	自転車小売、販売
	生花
	たばこ販売
	LPガス、灯油、LPG、石油機器等
	事務機器、情報関連商品
	家電
	自動車販売整備
	医療材料販売
	茶
	建築資材の販売
	書籍、文具 事務用品
	自転車、オートバイ、除雪機
	菓子、化粧品
	食品、雑貨、酒、タバコ
	スポーツ用品
	スポーツ用品、コンビニ
	自転車、オートバイ、除雪機
	学校教材、事務用機器、OA用品販売
	呉服宝石バッグ類
	食果物
	食品小売及び飲食業
	中古自転車
新聞	
上水道給水材料 塩ビ管	
米、ガス、灯油	
書籍、雑誌、文具、事務用品	
金融・保険業 (4社のうち2社が無回答)	自動車及び損害保険
	がん保険
不動産・物品賃貸業 (22社うち6社無回答)	不動産賃貸、販売
	不動産売買仲介
	不動産売買仲介
	土地、住宅販売賃貸
	建築、土木用支保工材のレンタル、加工
	売買仲介、買取、販売
	建設機械レンタル
	アパート
	アパート、マンション賃貸
	不動産
	不動産開発、仲介
	建設機械
	賃貸物件、アパート
	不動産売買の仲介
仲介業	
不動産売買	

学術研究・専門・ 技術サービス業 (12社うち2社無回答)	新エネ利用技術開発、太陽熱屋根融雪及び制御装置
	測量、設計
	はり、きゆう
	技術サービス
	美容業
	美容業
	トリミング
	環境測定
	産業機械設備のメンテナンス
	電気保安管理
宿泊・飲食業 (25社)	食肉
	すし、天ぷら
	公共施設等維持管理業
	食堂
	料理、酒
	コーヒー豆
	酒類食品
	食べ物、飲み物
	日替わり弁当、サーロインステーキ
	ラーメン
	ラーメン
	ランチ・飲み物・デザート
	ドーナツ製造、販売
	飲食サービス、コーヒー・軽食等
	寿司製造販売
	弁当、惣菜
	ラーメン
	釜めし、菓子
	飲食
	コーヒー販売
寿司	
寿司	
食堂	
食事、アルコール ソフトドリンク	
ラーメン	
教育・学習支援業 (8社うち2社無回答)	教育
	保育園
	小・中・高生の学習塾
	教育
医療・福祉業 (12社うち3社無回答)	教育
	学習指導
	介護事業
	柔道整復一般
	整形外科診療
	福祉サービス業
	介護サービス
	障がい福祉
	医療一般
	母乳育児支援、トラブル時等のマッサージ含
障がい福祉、グループホーム	

生活関連サービス・ 娯楽業 (24社うち7社無回答)	カットパーマカラーシェービング
	美容施術
	理容業
	美容業
	燃料
	理容一般
	理容業
	美容、化粧品
	エステ
	美容業
複合サービス事業 (3社)	携帯電話販売
	郵便局における郵便・貯金・保険・物販事業
	理容(カット、ヘアダイ、パーマ)
サービス業 (45社うち6社無回答)	技術
	理容
	理容業
	パーマ、カット、ヘアカラー
	郵便、貯金、保険
	理容技術
	嵐山市からの運転委託業務
	農産物
	人材派遣業
	旅行企画
	交通誘導
	測量
	写真撮影
	旅客サービス業
	飲食店、お蕎麦
	行政書士業
	警備業
	広告
	賃貸管理
	燃料販売
新聞	
美容業	
電気保安管理	
建設機械レンタル	
総合調整、婦人顔そり	
代行業	
鍼灸治療	
介護	
ゲーム	
家事関連サービス	
飲食	
産業廃棄物収集・運搬、処理	
廃棄物処理	
トリミング	

サービス業 (45社うち6社無回答)	税理士業務
	酒類提供、接客
	交通誘導警備
	整体
	賃貸施設運営、行政サービス受託
	医療医薬品卸売業
	運動指導
	総合調髪
	浴場
	インターネットのホームページ制作・印刷物のデザイン及び印刷代行
	燃料小売
自動車販売、修理、車検整備	

※()内は回答企業数と無回答企業数

3) 営業年数

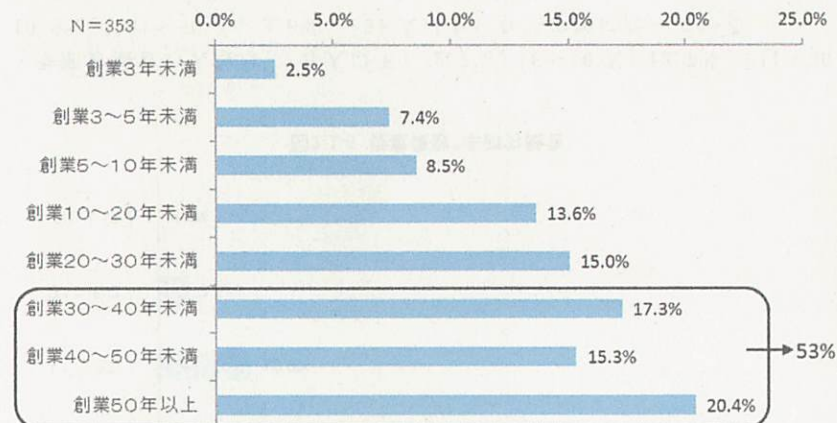


図2-1-1 営業年数

・営業年数は、「創業50年以上」20.4%、「創業30～40年未満」17.3%、「創業40～50年未満」15.3%の順になっている。創業30年以上の企業が全体の5割以上を占めている。

4) 代表者の年齢

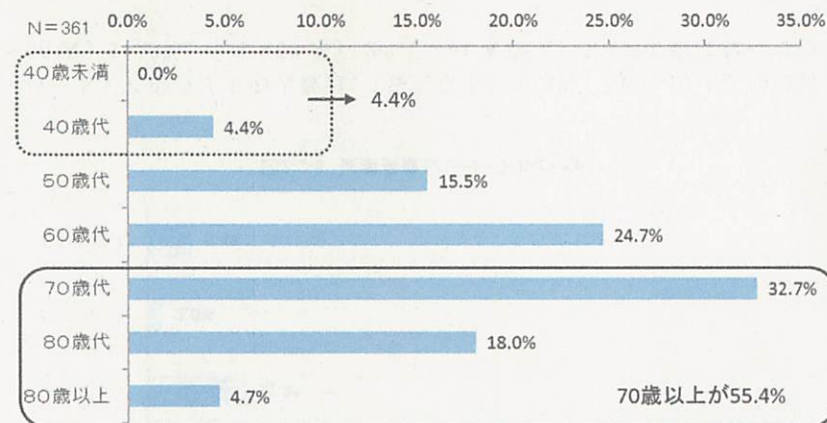


図2-1-2 代表者の年齢

・代表者の年齢は、「70歳代」32.7%、「60歳代」24.7%、「80歳代」18%の順になっている。代表者の5割以上が70歳以上であり、総じて高齢化の傾向がみられる。一方、40歳代以下の若手経営者は全体の1割にも満たない状況になっている。

5) 資本金規模

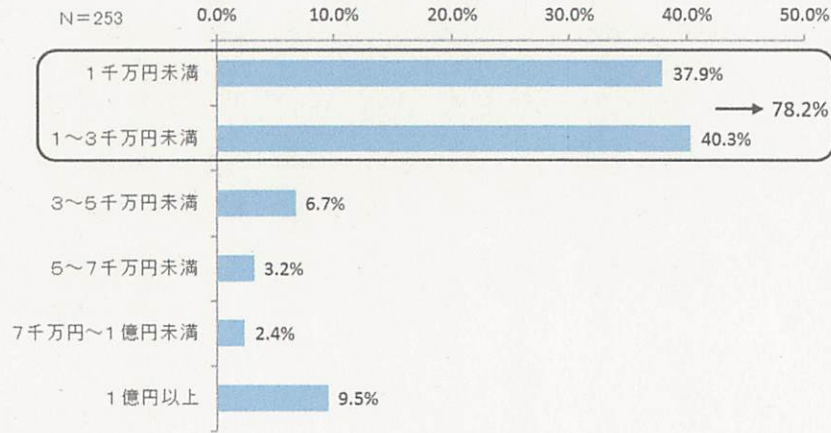


図2-1-3 資本金規模

・資本金規模は、「1千万円未満」37.9%、「1～3千万円未満」40.3%、「1億円以上」9.5%の順になっている。資本金3千万円未満の比較的規模の小さい企業が全体の7割以上を占めている。

6) 従業員数

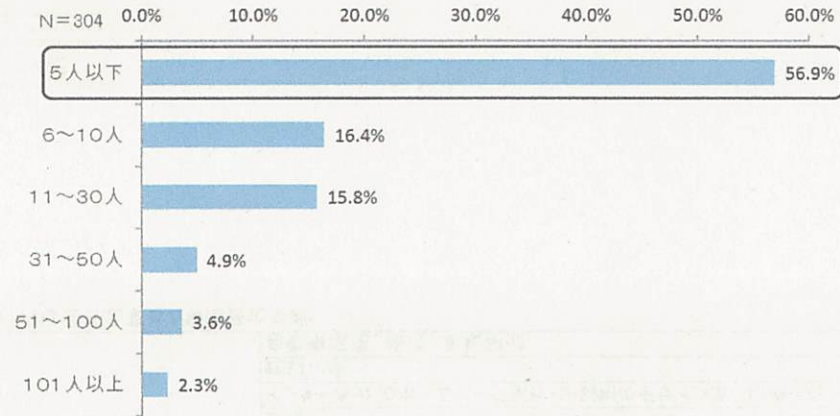


図2-1-4 従業員数(正規社員)

・正規社員の従業員数は、「5人以下」56.9%、「6～10人」16.4%、「11～30人」15.8%、「31～50人」4.9%、「51～100人」3.6%、「101人以上」2.3%の順になっている。

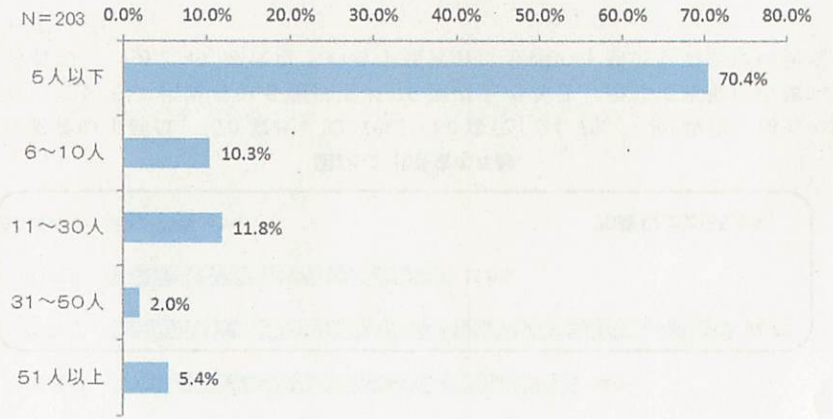


図2-1-5 従業員数(パート・アルバイト)

・パート・アルバイトの人数は、「5人以下」70.4%、「6～10人」10.3%、「11～30人」11.8%、「31～50人」2%、「51人以上」5.4%の順になっている。

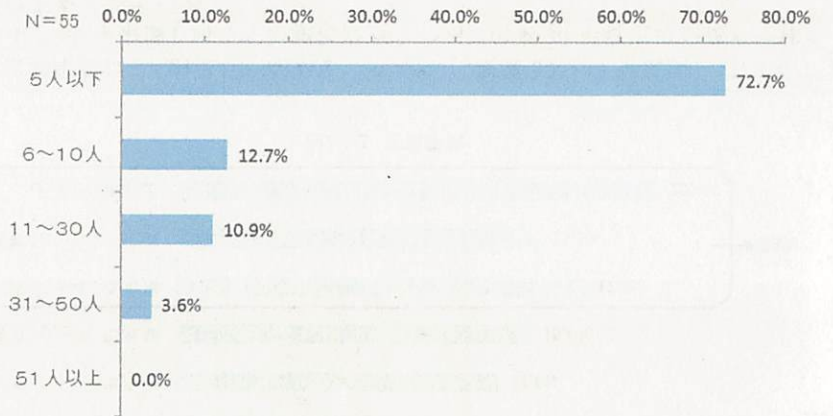


図2-1-6 従業員数(季節労働者)

・季節労働者の人数は、「5人以下」72.7%、「6～10人」12.7%、「11～30人」10.9%、「31～50人」3.6%、「51人以上」0%の順になっている。

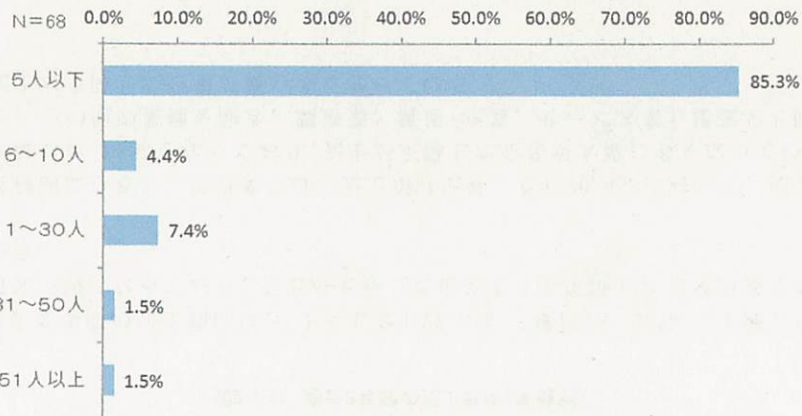


図2-1-7 従業員数(その他)

・その他の従業員数は、「5人以下」85.3%、「6~10人」4.4%、「11~30人」7.4%、「31~50人」1.5%、「51人以上」1.5%の順になっている。

7) 男女別の従業員数

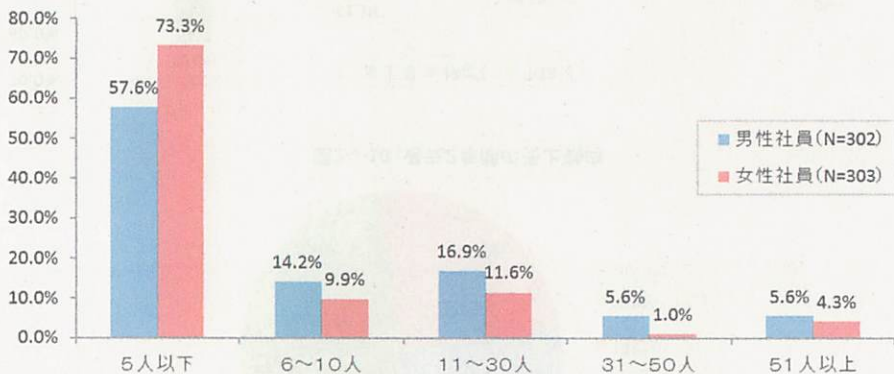


図2-1-8 従業員数(男女別)

・男女別の従業員数は、従業員「5人以下」の企業では女性が73.3%に対して、男性が57.6%と女性の割合が男性よりも高くなっている。一方、従業員「6人以上」の企業では、いずれも女性よりも男性の割合が高くなっている。

8) 全従業員の平均年齢

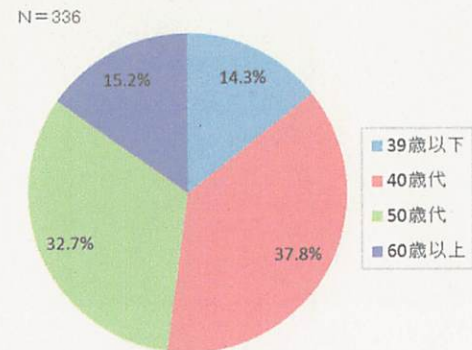


図2-1-9 従業員の平均年齢

・全従業員の平均年齢は、「39歳以下」14.3%、「40歳代」37.8%、「50歳代」32.7%、「60歳以上」15.2%の順になっている。

・平均年齢「40歳~60歳未満」の企業が全体の7割以上を占めている。一方、従業員の平均年齢「60歳以上」の企業も全体の15.2%となっており、定年退職や再雇用がない限り、これら企業は従業員が一気に定年退職を迎えることで、人手不足になることが懸念される。

(2) 業況について

1) 過去2年間の売上動向

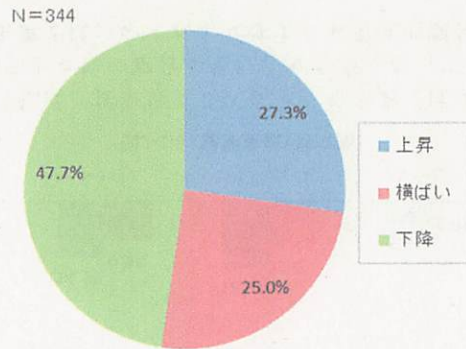


図2-1-10 過去2年間の売上動向

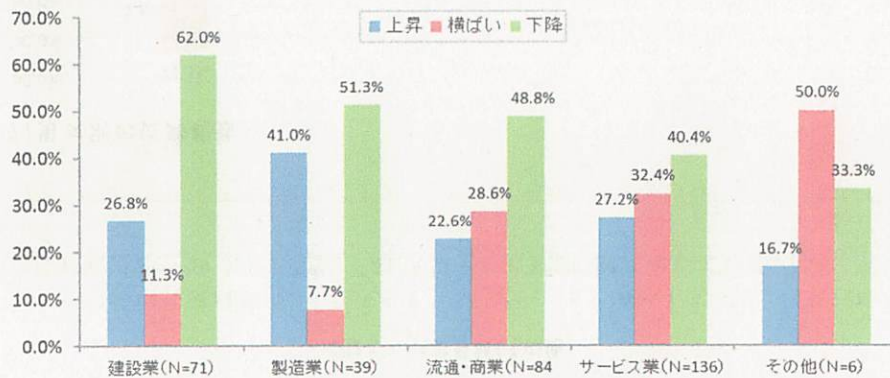


図2-1-11 過去2年間の売上動向(業種別)

・過去2年間の売上動向は、「上昇した」27.3%、「横ばい」25%、「下降した」47.7%の順になっており、売上が上昇した企業よりも下降した企業が多くなっている。

・業種別にみると、建設業では、売上が「上昇した」26.8%に対して、売上が「下降した」62%となっており、売上が下降した企業が大幅に多くなっている。また、その他の業種を除き、製造業、流通・商業、サービス業も建設業と同様に売上が下降した企業が最も多くなっている。

2) 売上増加の主な要因

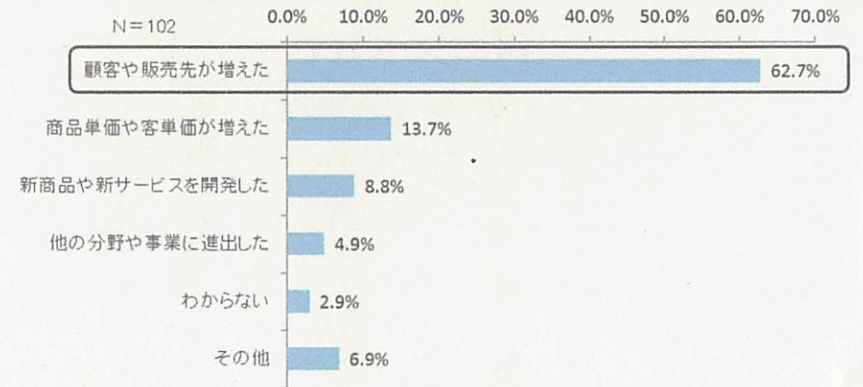


図2-2-1 売上増加の理由

表2-2-1 その他の記述(11社)

・地震によるブラックアウトで野菜難民の需要増、一気に伸びた
・サービス力
・特定商品の増加
・特需
・保育園が増えた
・リフォーム工事
・公共工事の受注が少し増えた
・震災時の需要対応が影響
・認知度アップ、駐車場拡大
・スポット的な仕事が取込めたため
・アパートが建ちすぎ

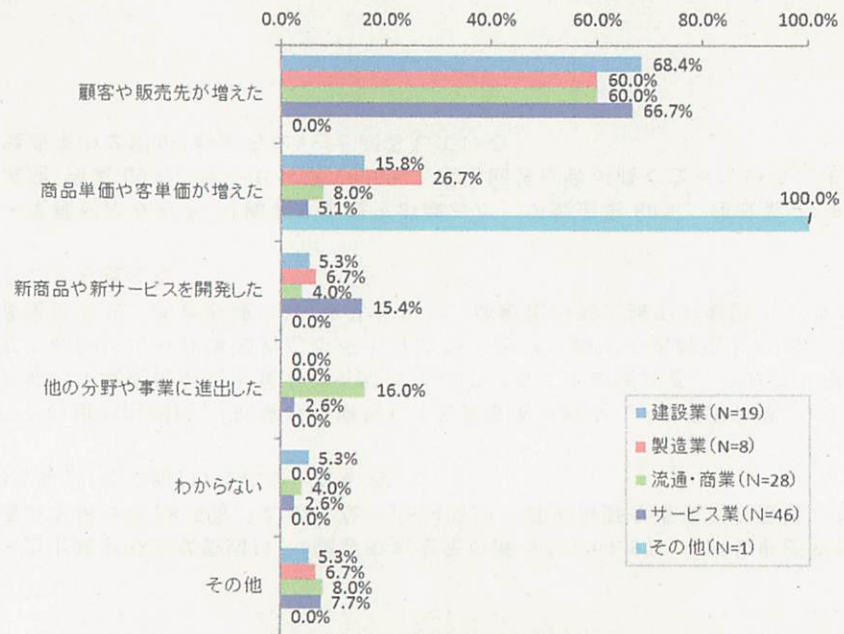


図2-2-2 売上増加の要因(業種別)

・売上増加の主な要因は、「顧客や販売先が増えた」62.7%、「商品単価や客単価が増えた」13.7%、「新商品や新サービスを開発した」8.8%、「他の分野や事業に進出した」4.9%の順になっている。

・その他の内訳は、「震災時の需要対応が影響」、「特定商品の増加」、「スポット的な仕事が取込めたため」など、恒常的な売上増加の要因ではなく、一時的に売上が増加したことが窺える。

・業種別にみると、「顧客や販売先が増えた」が建設業 68.4%、サービス業 66.7%、流通・商業 60%、製造業 60%と最も回答割合が高くなっている。また、「商品単価や客単価が増えた」は、製造業 26.7%、「新商品や新サービスを開発した」は、サービス業 15.4%となっている。

3) 売上減少の主な要因

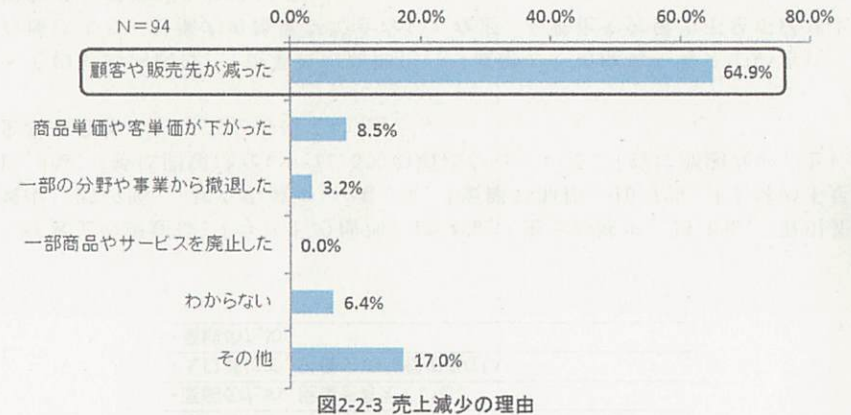


表2-2-2 その他の記述(22社)

- ・パート一人→0人にした
- ・経費率の高い仕事が少ない
- ・顧客の高齢化と自然災害の多発により、外食の減少等
- ・お客様が減りましたので
- ・従業員が減少したため休車台数が増した
- ・全体に景気の低迷によると思う
- ・同業者の増加
- ・サイクルが長くなる
- ・原価率が高い
- ・体調不良のため休日が増えた
- ・大型店やネット販売
- ・公共工事請負全額の減少
- ・スタッフの売上無くなった
- ・若い人子供がいない
- ・官庁からの受注減
- ・業界動向 他
- ・新しいマンションが増えた
- ・商品単価が上がって来た
- ・同業の店が撤退したから定期購入者の増加
- ・経営者高齢により仕事の対応が不十分になったため
- ・高齢化が進んだ!!
- ・店主が病氣、ケガのため

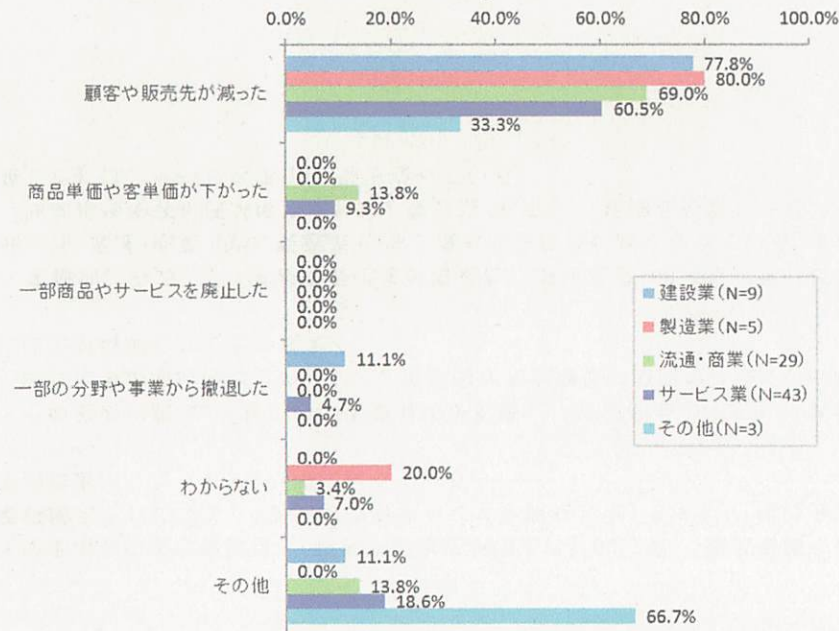


図2-2-4 売上減少の要因(業種別)

・売上減少の主な要因は、「顧客や販売先が減った」64.9%、「商品単価や客単価が下がった」8.5%、「わからない」6.4%、「一部の分野や事業から撤退した」3.2%、「その他」17%になっている。

・その他の内訳は、「同業者の増加」、「公共事業の減少」、「業界動向他」など、業界の環境変化が売上減少の要因になっていることが窺える。一方で、「経営者の高齢により仕事の対応が不十分になった」や「顧客の高齢化と自然災害の多発により、外食の減少等」意見もあり、高齢化が売上減少の要因の一つであることも窺える。

・業種別にみると、「顧客や販売先が減った」が製造業80%、建設業77.8%、流通・商業69%、サービス業60.5%と最も回答割合が高くなっている。また、製造業の2割が「わからない」と回答している。

4) 経営上の課題

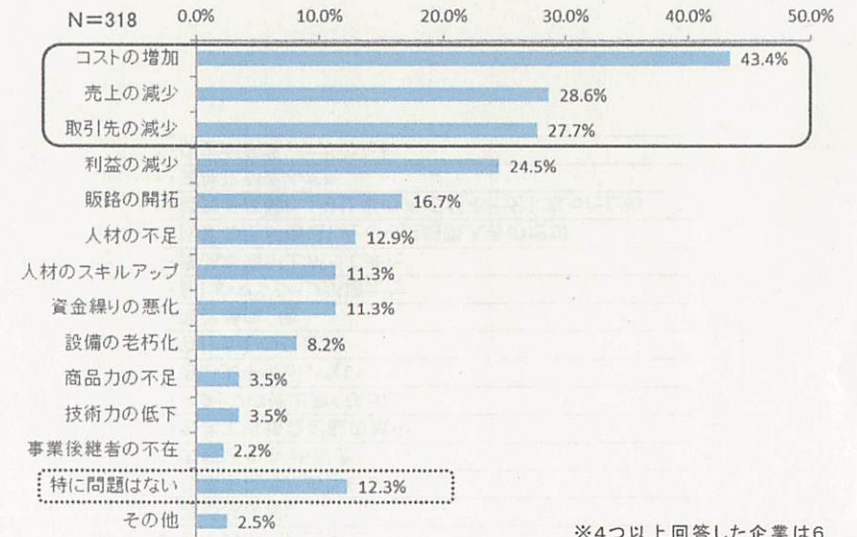


図2-2-5 経営上の課題

表2-2-3 その他の記述(10社)

・新技術製品であるため知名度がない
・従業員の高齢化
・認知度
・食材の高騰
・特需後の売り上げ減少
・生産力向上
・値上げのタイミング
・高齢のため、廃業を考えている。
・人口減にて、労働力の確保できない
・高齢のため

・経営上の課題は、「コストの増加」43.4%、「売上の減少」28.6%、「取引先の減少」27.7%、「利益の減少」24.5%、「販路の開拓」16.7%、「人材の不足」12.9%、「特に問題はない」12.3%の順になっている。「特に問題ない」という企業も全体の約1割を占めている。

・その他の内訳は、「従業員の高齢化」、「高齢のため廃業を考えている」、「人口減により、労働力の確保ができない」など、高齢化や労働力不足が経営上の課題として挙げられている。

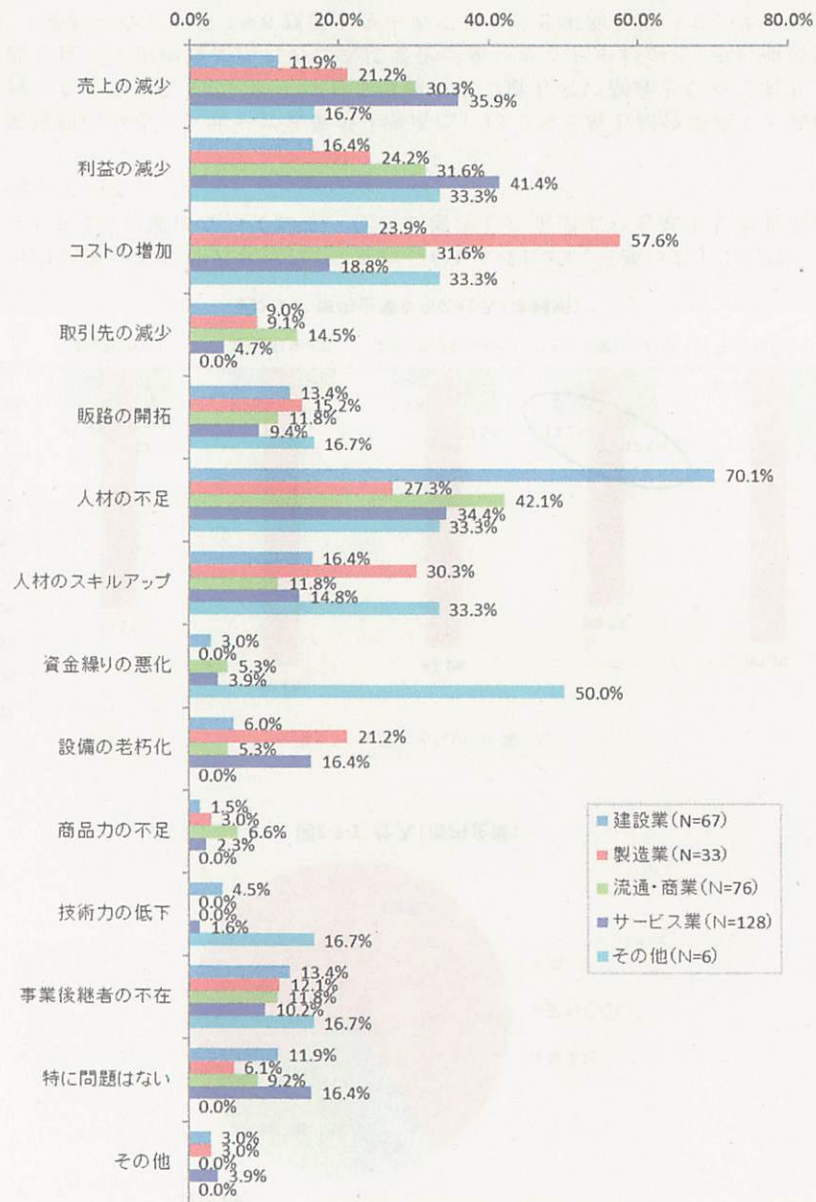


図2-2-6 経営上の課題(業種別)

・業種別にみると、建設業の上位3項目は「人材不足」70.1%、「コスト増加」23.9%、「人材のスキルアップ」、「利益の減少」がともに16.4%となっている。

・製造業の上位3項目は「コストの増加」57.6%、「人材のスキルアップ」30.3%、「人材不足」27.3%の順になっている。

・流通・商業の上位3項目は「人材不足」42.1%、「利益の減少」「コストの増加」31.6%、「売上の減少」30.3%の順になっている。

・サービス業の上位3項目は「利益の減少」41.4%、「売上の減少」35.9%、「人材不足」34.4%の順になっている。

(3) 取引状況について

1) 市内企業からの仕入の変化

N=306

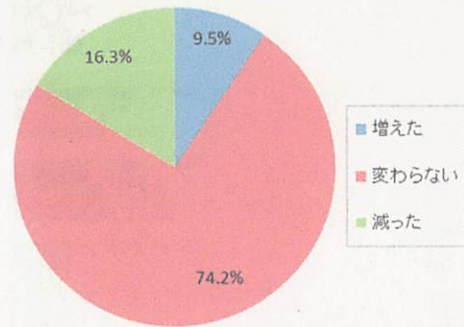


図2-3-1 仕入(市内企業)

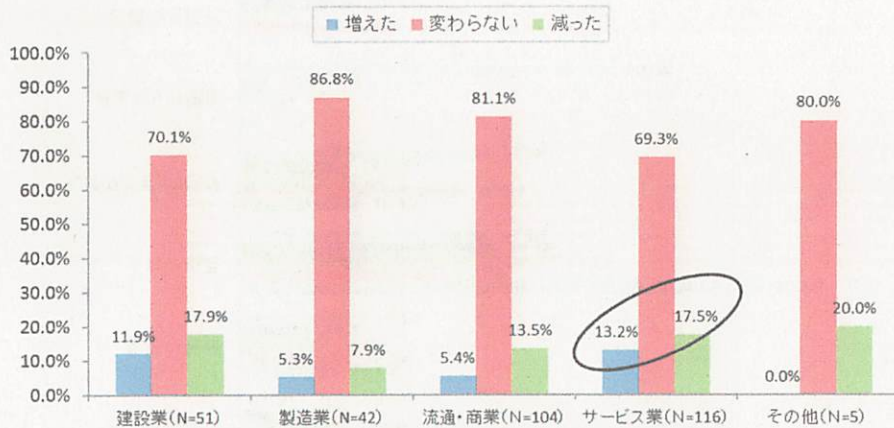


図2-3-2 市内企業からの仕入(業種別)

・市内企業からの仕入状況は、「変わらない」74.2%、「減った」16.3%、「増えた」9.5%の順になっており、仕入が増加した企業よりも減少した企業が多くなっている。

・業種別にみると、サービス業が「増えた」13.2%と最も割合が高く、同時に「減った」も17.5%といずれも5業種の中で最も高い割合となっており、2年前と比べて市内企業からの仕入に変化があったことがわかる。その他の業種は、「変わらない」が7~8割以上を占めており、2年前と比べて、サービス業を除き、全体的には市内からの仕入状況に大きな変化はみられない。

2) 市内企業への販売の変化

N=294

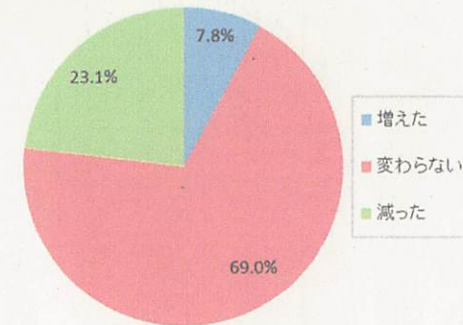


図2-3-3 販売(市内企業)

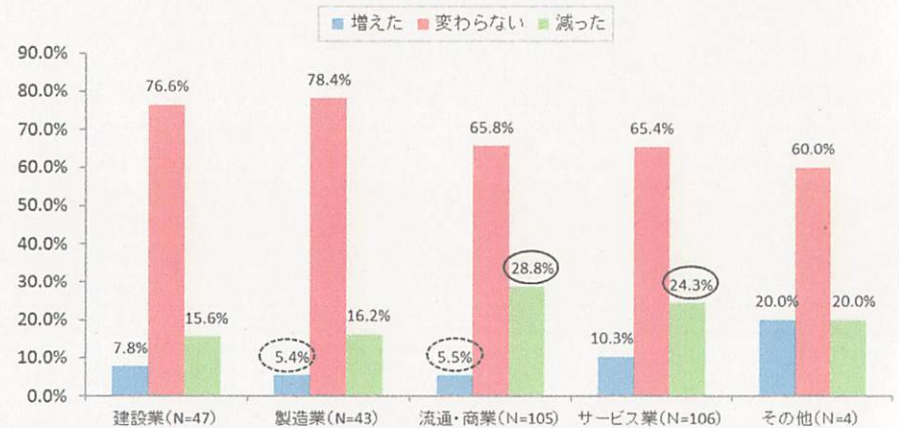


図2-3-4 市内企業への販売(業種別)

・市内企業への販売状況は、「変わらない」69%、「減った」23.1%、「増えた」7.8%の順になっている。市内企業への販売が増えた企業よりも減った企業が多くなっており、仕入状況と同様の傾向がみられる。

・業種別にみると、販売状況が「減った」のは、流通・商業28.8%、サービス業24.3%となっており、他の業種より高い傾向にある。一方、販売状況が「増えた」のは、各業種で10%以下であり、低い傾向となっている。

3) 仕入先の割合

N=370

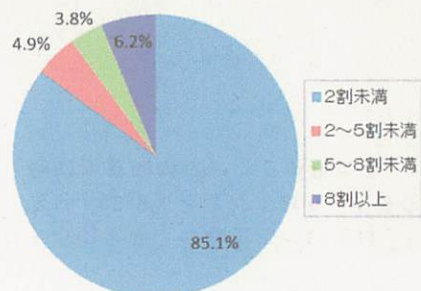


図2-3-5 仕入先(市内)

N=243

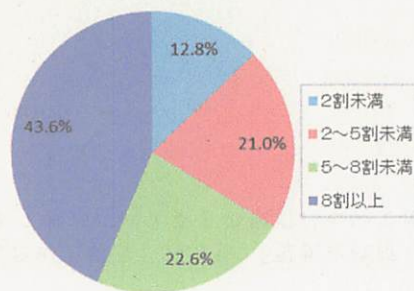


図2-3-6 仕入先(道内)

4) 販売先の割合

N=215

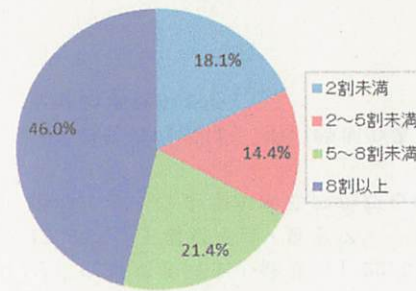


図2-3-9 販売先(市内)

N=198

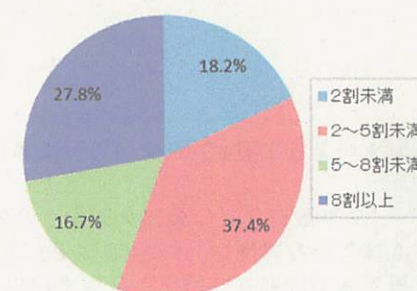


図2-3-10 販売先(道内)

N=92

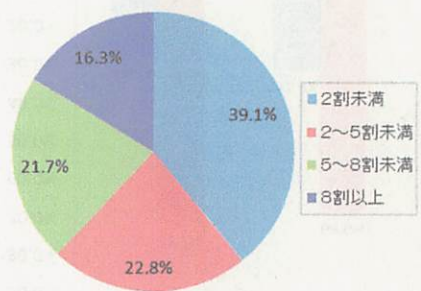


図2-3-7 仕入先(国内)

N=22

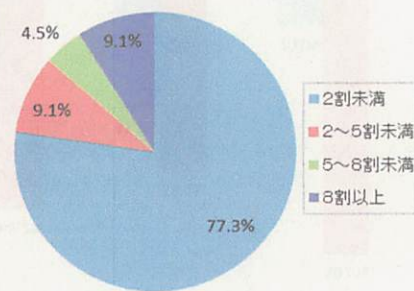


図2-3-8 仕入先(海外)

N=66

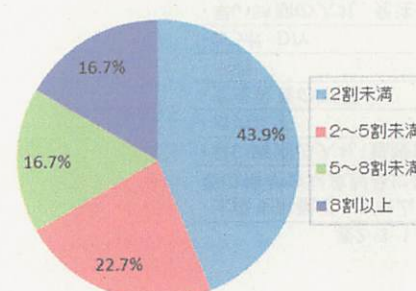


図2-3-11 販売先(国内)

N=20

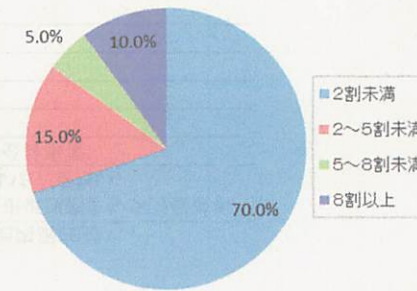


図2-3-12 販売先(海外)

・直近決算期における市内からの仕入割合は、「2割未満」85.1%、「2～5割未満」4.9%、「5～8割未満」3.8%、「8割以上」6.2%の順になっている。

・直近決算期における道内からの仕入割合は、「2割未満」12.8%、「2～5割未満」21%、「5～8割未満」22.6%、「8割以上」43.6%の順になっている。

・直近決算期における国内からの仕入割合は、「2割未満」39.1%、「2～5割未満」22.8%、「5～8割未満」21.7%、「8割以上」16.3%の順になっている。

・直近決算期における海外からの仕入割合は、「2割未満」77.3%、「2～5割未満」9.1%、「5～8割未満」4.5%、「8割以上」9.1%の順になっている。

・直近決算期における市内への販売割合は、「2割未満」18.1%、「2～5割未満」14.4%、「5～8割未満」21.4%、「8割以上」46%の順になっている。

・直近決算期における道内への販売割合は、「2割未満」18.2%、「2～5割未満」37.4%、「5～8割未満」16.7%、「8割以上」27.8%の順になっている。

・直近決算期における国内への販売割合は、「2割未満」43.9%、「2～5割未満」22.7%、「5～8割未満」16.7%、「8割以上」16.7%の順になっている。

・直近決算期における海外への販売割合は、「2割未満」70%、「2～5割未満」15%、「5～8割未満」5%、「8割以上」10%の順になっている。

5) 市内企業との取引の意向

N=270

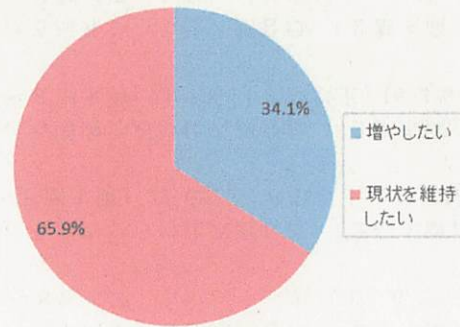


図2-3-13 市内企業との取引

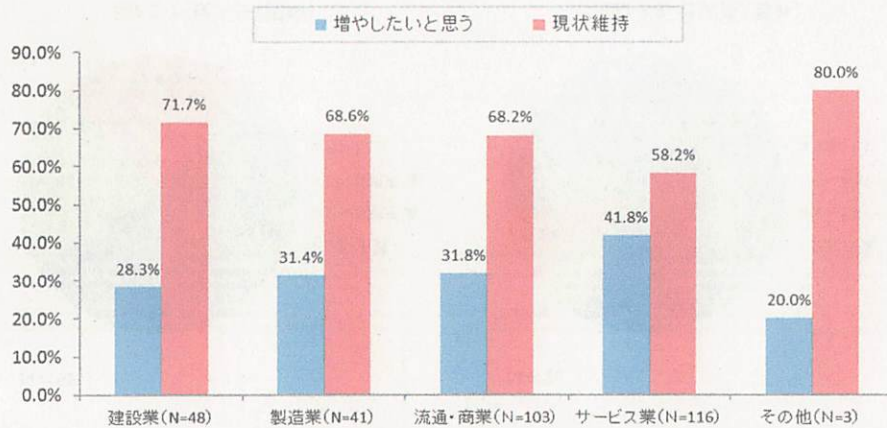


図2-3-14 市内企業との取引(業種別)

・市内企業との取引については、「増やしたいと思う」34.1%、「現状を維持したい」65.9%となっており、回答企業の約7割が市内企業との取引について積極的な意向がないことが窺える。

6) 市内企業と取引を増やす条件

N=146

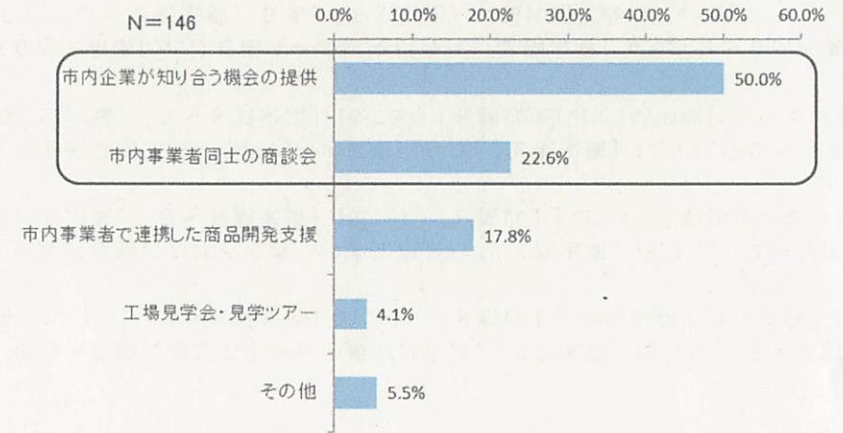


図2-3-15 市内企業との取引を増やす条件

表2-3-1 その他内訳(8社)

・太陽光熱融雪システムを恵庭市低炭素まちづくり促進事業の補助金対象製品に加えていただきたい。
・早い時期の入札(建設市内の公共事業)
・自力にて
・営業社員の不足
・不明
・コラボ DIY
・早い時期の入札、発注
・仕入業者の不在

・市内企業と取引を増やす条件は、「市内企業が知り合う機会の提供」50%、「市内事業者同士の商談会」22.6%、「市内事業者で連携した商品開発支援」17.8%、「工場見学会・見学ツアー」4.1%、「その他」5.5%の順になっており、市内にどんな企業があるのかわからないという事業者が多いことが窺える。

・その他の内訳は、「早い時期の入札」、「営業社員の不足」、「仕入業者の不在」などの意見がある。

(4) 今後の経営について(事業承継)

1) 5年後の事業展開について

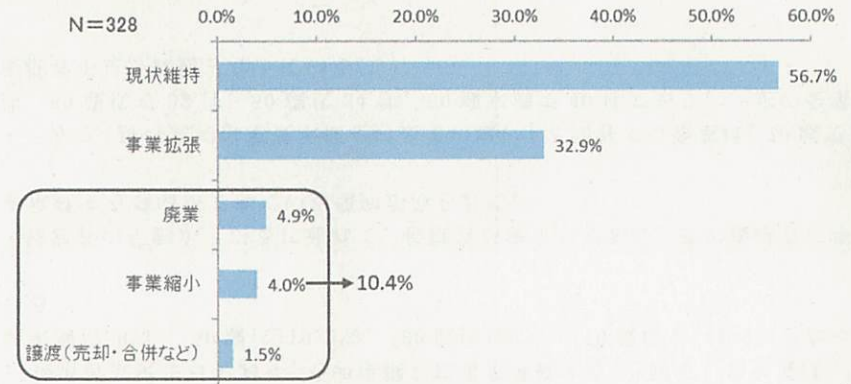


図2-4-1 今後の事業展開

表2-4-1 具体的な記述(23社)

- ・恵庭市の低炭素まちづくりに技術と製品を提供する。同時に全道及び全国豪雪地帯(532都市)に普及を図る。
- ・高齢者対象商品の販売
- ・後継者がいないため、協力会社へユーザーを移動する。
- ・体力に見合った仕事をする事と能力以上の仕事をしない
- ・市外の顧客への販売増
- ・お客様は増えているのですが、人手の問題及び店の広さを考えると現状維持がベストかと思う。
- ・間19~24は本社決定
- ・中古住宅の買い取り・リフォーム販売
- ・年齢的な要因により、第一線から退く
- ・工場の設備の拡大
- ・R2年3月に新店舗が完成。その後冬期間も営業を考えたい。
- ・恵庭の仕事は売上金額が低いため、賃金を上げるなどの工夫をしながら、現状を維持したい
- ・恵庭市入札参加資格の取得
- ・関連会社との合併にて事業の継続及び後継者を育てる。
- ・未定
- ・高齢のため現状維持でよい
- ・自然消滅を予想しております
- ・利用者の増加を図りたい 広告と宣伝の活用
- ・店舗を増やしたい
- ・駐屯地内の人員が減っているので、おみやげ品などを地方から隊員が来た時の販売強化
- ・職員の増加、工事の受注アップ
- ・近隣自治体の支店開設、独自のオリジナルブランドの開発
- ・恵庭市内の仕事がまったくない事が問題です

・今後の事業展開については、「現状維持」56.7%、「事業拡張」32.9%、「廃業」4.9%、「事業縮小」4%、「譲渡(売却・合併)」1.5%の順になっており、積極的に事業を展開したい企業は3割に対して、廃業、事業譲渡、事業縮小など、自社の経営に消極的な意向を合わせると1割以上ある。

・具体的な記述をみると、市外の市場をターゲットとするなどの積極的な意向がある。一方、高齢化や人出不足により、一定以上の仕事をしないなど消極的な意向もある。

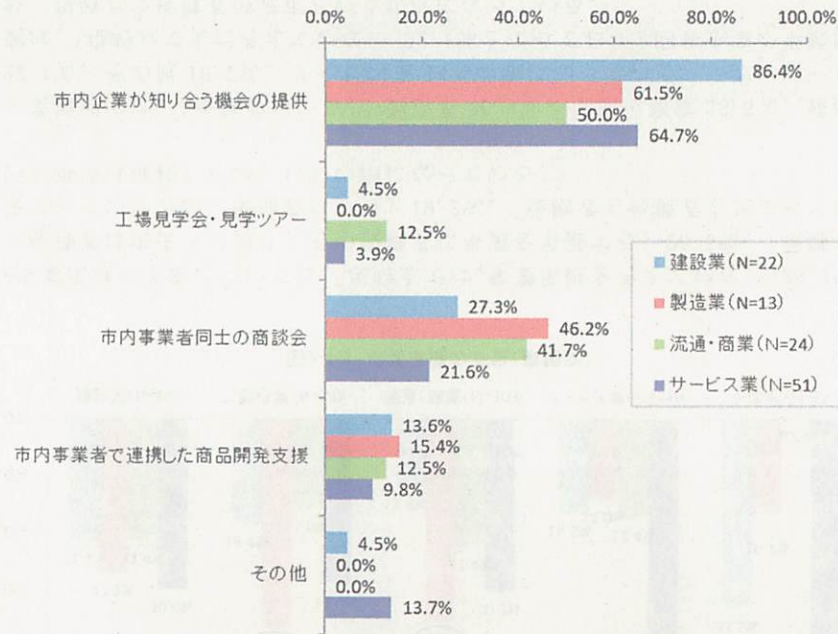


図2-3-16 市内企業との取引を増やす条件(業種別)

・業種別にみると、建設業の上位3項目は「市内企業が知り合う機会の提供」86.4%、「市内事業者同士の商談会」27.3%、「市内事業者で連携した商品開発支援」13.6%の順になっている。

・製造業の上位3項目は「市内企業が知り合う機会の提供」61.5%、「市内事業者同士の商談会」46.2%、「市内事業者で連携した商品開発支援」15.4%の順になっている。

・流通・商業の上位3項目は、「市内企業が知り合う機会の提供」50%、「市内事業者同士の商談会」41.7%、「市内事業者で連携した商品開発支援」12.5%の順になっている。

・サービス業の上位3項目は「市内企業が知り合う機会の提供」64.7%、「市内事業者同士の商談会」21.6%、「その他」13.7%の順になっている。

2) 事業承継について

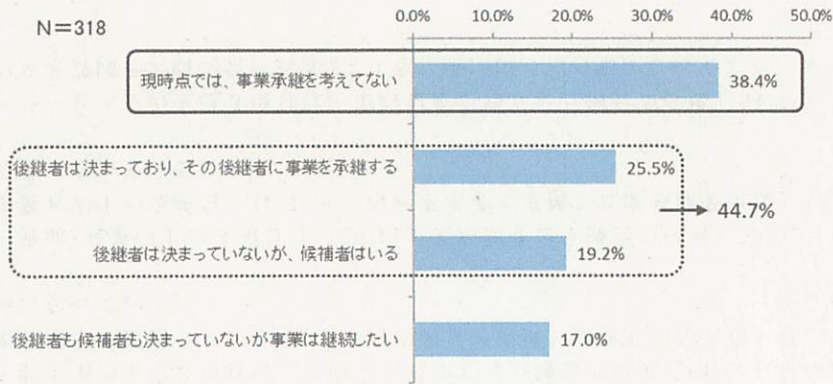


図2-4-2 事業承継の予定

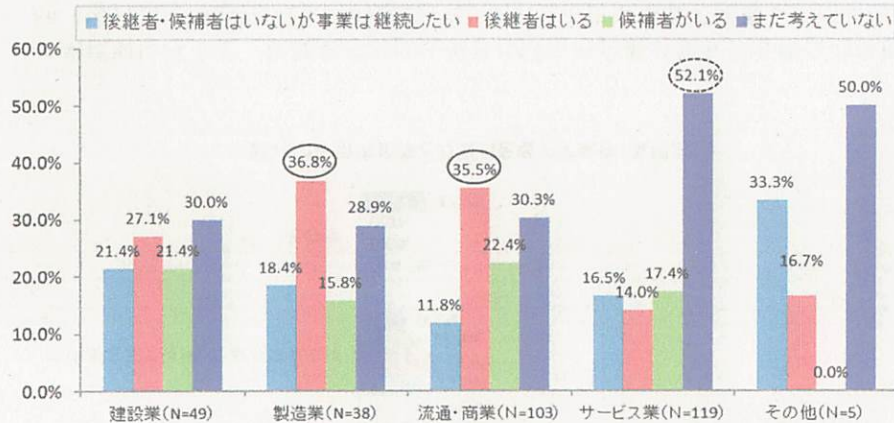


図2-4-3 事業承継の予定(業種別)

・事業承継の予定については、「現時点では、事業承継を考えていない」38.4%、「後継者は決まっており、その後継者に事業を承継する」25.5%、「後継者は決まっていないが、候補者はある」19.2%、「後継者も候補者も決まっていないが事業は継続したい」17%の順になっている。

・業種別では、「後継者がいる」が製造業 36.8%、流通・商業 35.5%、建設業 27.1%、その他 16.7%、サービス業 14%の順になっている。一方、サービス業は、「現時点でまだ考えていない」52.1%となっており、回答企業の半数以上が、現時点で後継者が未定という状況になっている。

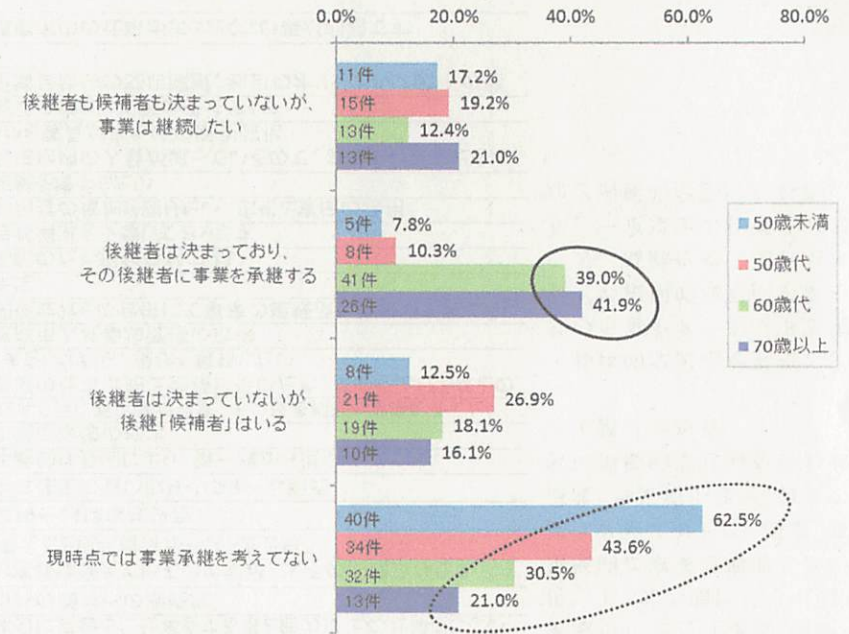


図2-4-4 事業承継の予定(年齢別)

・経営者の年齢別にみると、「現時点では事業承継を考えてない」と回答した企業は、「50歳未満」62.5%、「50歳代」43.6%、「60歳代」30.5%、「70歳以上」21%の順になっている。

・「後継者は決まっており、その後継者に事業承継する」と回答した企業は、「50歳未満」7.8%、「50歳代」10.3%、「60歳代」39%、「70歳以上」41.9%となっている。

・経営者の年齢が上がるに連れて、後継者が決まっており、その後継者に事業を承継する準備ができている傾向がみられる。

・一方で「現時点では事業承継を考えていない」と回答する企業は、70歳で13件、60歳代で32件、50歳代34件、50歳未満で40件であり、一定の企業は後継者不足が課題となっている。

3) 事業承継先が決まっていない原因について

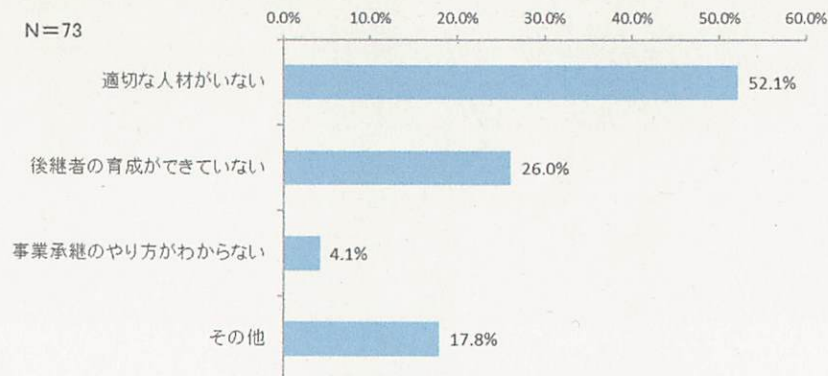


図2-4-5 事業承継先が決まっていない理由

表2-4-2 その他の内訳

弊社の技術を必要とする企業に知財ライセンス(特許)で継承する。
創業から3年未満のため
自分ができるまで
事業継承が終わったばかり
支店であり、本社で検討するので不明
後継者がいません
後継者がいない2人でやっている床屋です
まだ先の為
まだ考える時ではない
15年~20年後に廃業するつもり

・事業承継先が決まっていない理由は、「適切な人材がない」52.1%、「後継者の育成ができていない」26%、「その他」17.8%、「事業承継のやり方がわからない」4.1%の順になっている。

・その他の内訳は、「弊社の技術を必要とする企業に知財ライセンスで継承する」などM&Aによる事業承継を検討している企業がある。一方、「自分ができるまで」、「後継者がいません」など、適切な人材がないために事業承継できない状況も窺える。

4) 後継者への承継時期について

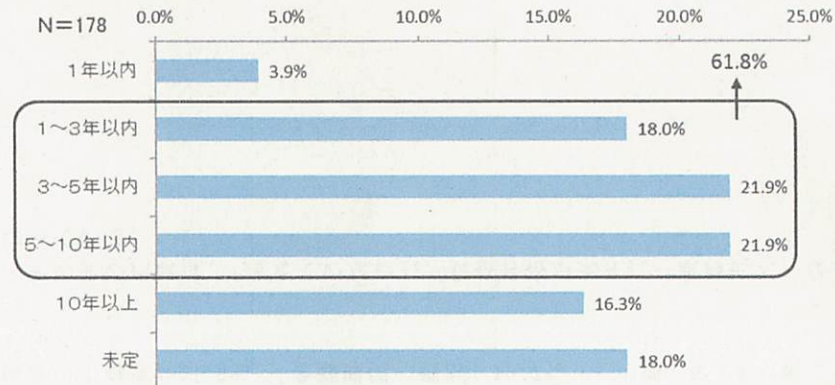


図2-4-6 後継者(候補)の承継時期

・後継者(候補)への承継時期は、「3~5年以内」21.9%、「5~10年以内」21.9%、「1~3年以内」18.0%、「未定」18%、「10年以上」16.3%、「1年以内」3.9%の順になっており、10年以内に6割以上の企業で事業承継される予定になっている。

5) 後継者(候補)の続柄について

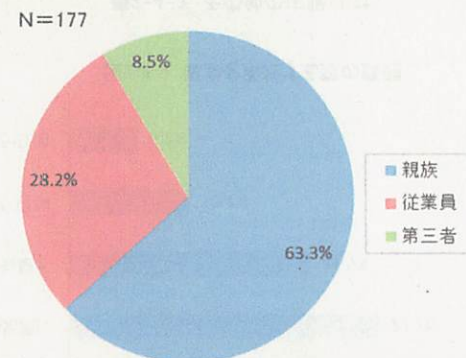


図2-4-7 後継者(候補)の続柄

・後継者(候補)の続柄は、「親族」63.3%。「従業員」28.2%、「第三者」8.5%の順になっている。

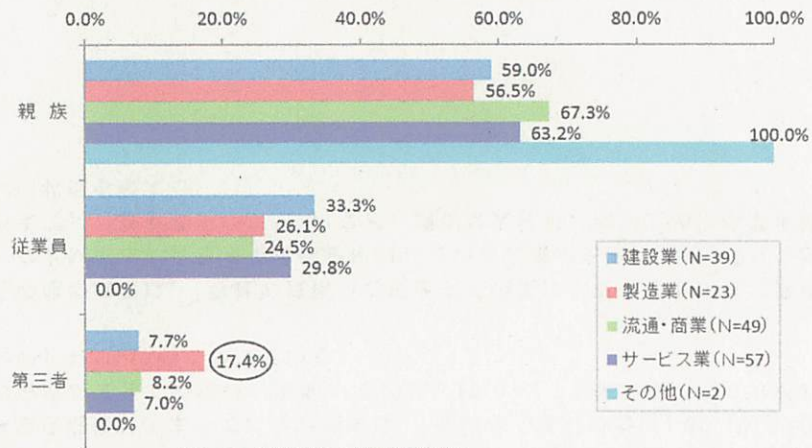


図2-4-8 後継者の続柄(業種別)

・業種別にみると、「親族」は、流通・商業 67.3%、サービス業 63.2%、建設業 59%、製造業 56.5%の順になっている。

・「従業員」は、建設業 33.3%、サービス業 29.8%、製造業 26.1%、流通・商業 24.5%の順になっている。

・「第三者」は、製造業 17.4%、流通・商業 8.2%、建設業 7.7%、サービス業 7%の順になっている。

6) 事業を承継する際の課題について

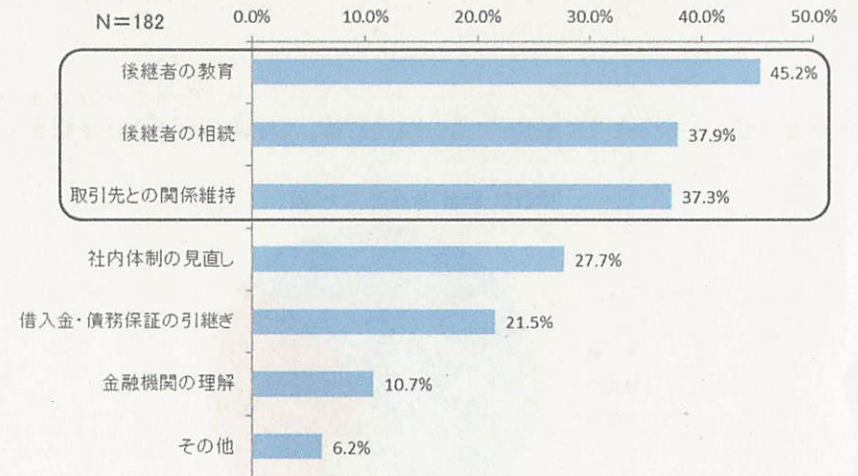


図2-4-9 事業を承継する際の課題

表2-4-3 その他の内訳(6社)

・新エネ利用技術を活用・発展できる企業に継承する。
・考えていない
・売り上げ減少中の継承？
・考えていない
・資格合格が条件
・販路の拡大

・事業を承継する際の課題は、「後継者の教育」45.2%、「後継者の相続」37.9%、「取引先との関係維持」37.3%、「社内体制の見直し」27.7%、「借入金・債務保証の引継ぎ」21.5%、「金融機関の理解」10.7%「その他」6.2%の順になっている。

・その他の内訳は、「考えていない」、「資格合格が条件」、「販路拡大」などになっている。

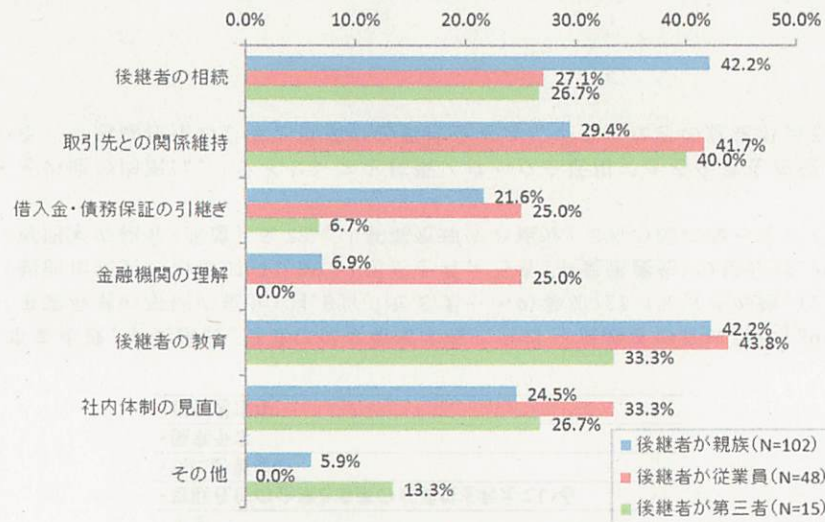


図2-4-10 事業を承継する際の課題(後継者別)

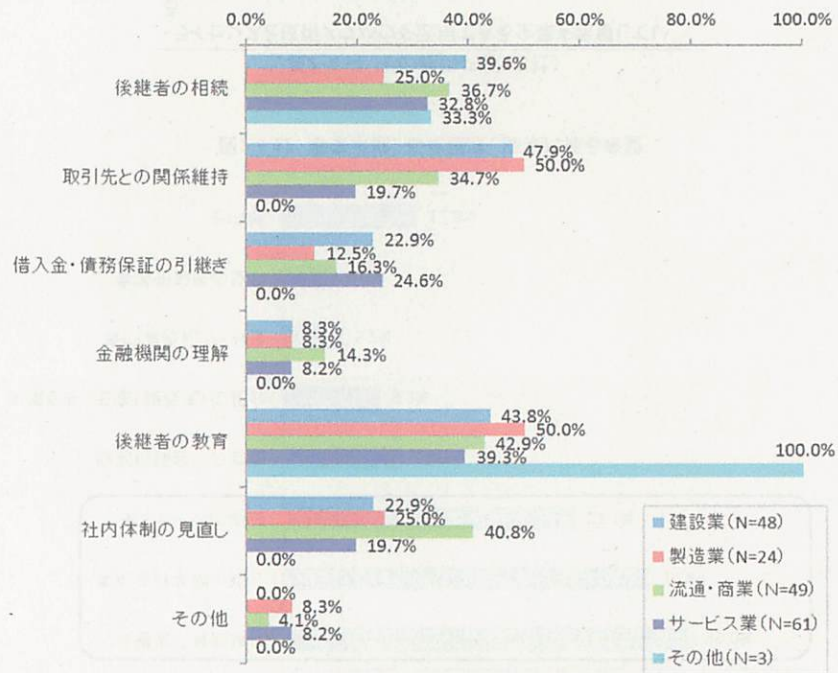


図2-4-11 事業を承継する際の課題(業種別)

・後継者別にみると、後継者が親族の場合は「後継者の相続」42.2%、「後継者の教育」42.2%、「取引先との関係維持」29.4%の順になっている。

・後継者が従業員の場合は「後継者の教育」43.8%、「取引先との関係維持」41.7%、「社内体制の見直し」33.3%の順になっている。

・後継者が第三者の場合、「取引先との関係維持」40%、「後継者の教育」33.3%、「後継者の相続」、「社内体制の見直し」がともに26.7%の順になっている。

・業種別にみると、建設業は「取引先との関係維持」47.9%、「後継者の教育」43.8%、「後継者の相続」39.6%の順になっている。

・製造業は「取引先との関係維持」50%、「後継者の教育」50%、「後継者の相続」25%、「社内体制の見直し」25%の順になっている。

・流通・商業は「後継者の教育」42.9%、「社内体制の見直し」40.8%、「後継者の相続」36.7%の順になっている。

・サービス業は「後継者の教育」39.3%、「後継者の相続」32.8%、「借入金・債務保証の見直し」24.6%の順になっている。

7) 事業承継、事業譲渡、廃業に係り希望すること

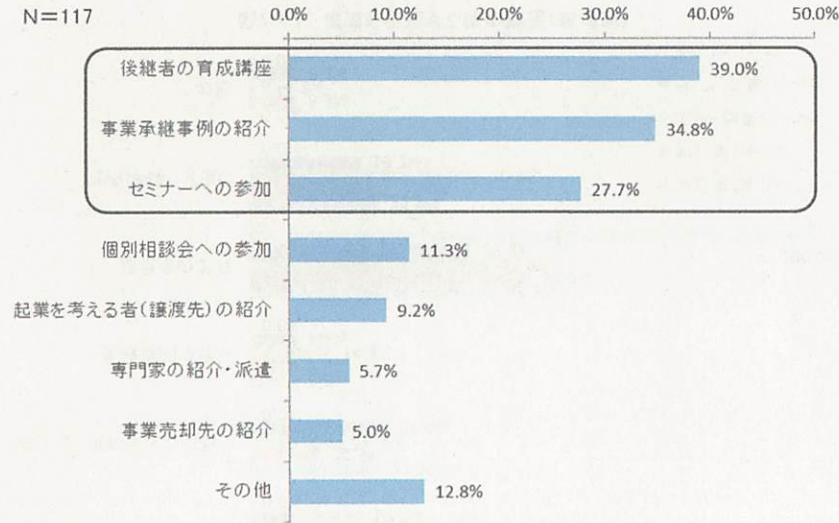


図2-4-12 事業承継、事業譲渡、廃業に係る希望

表2-4-4 その他の内訳(8社)

・ライセンスと技術ノウハウを活用できる企業を希望している
・5年度、10年後の経済の見通し
・考えていない
・未定
・恵庭在住の企業と協業の必要性を考えている
・特に必要ない
・廃業予定
・現在考慮中

・事業承継、事業譲渡、廃業に係り希望することは、「後継者の育成講座」39%、「事業承継の事例の紹介」34.8%、「セミナーへの参加」27.7%、「その他」12.8%、「個別相談会への参加」11.3%、「起業を考える者(事業譲渡先)の紹介」9.2%、「専門家の紹介・派遣」5.7%、「事業売却先の紹介」5%の順になっている。

・その他の内訳は、「ライセンスと技術ノウハウを活用できる企業を希望している」、「恵庭在住の企業と協業の必要性を考えている」などの意見がある。

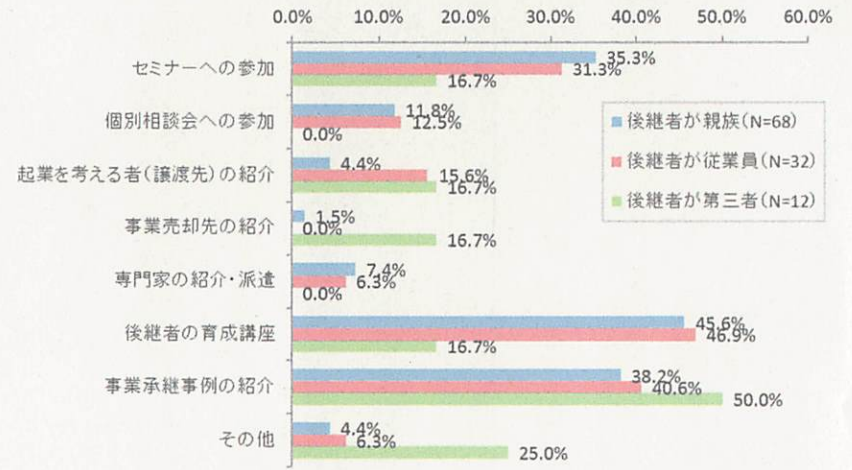


図2-4-13 事業承継、事業譲渡、廃業に係り希望すること(後継者別)

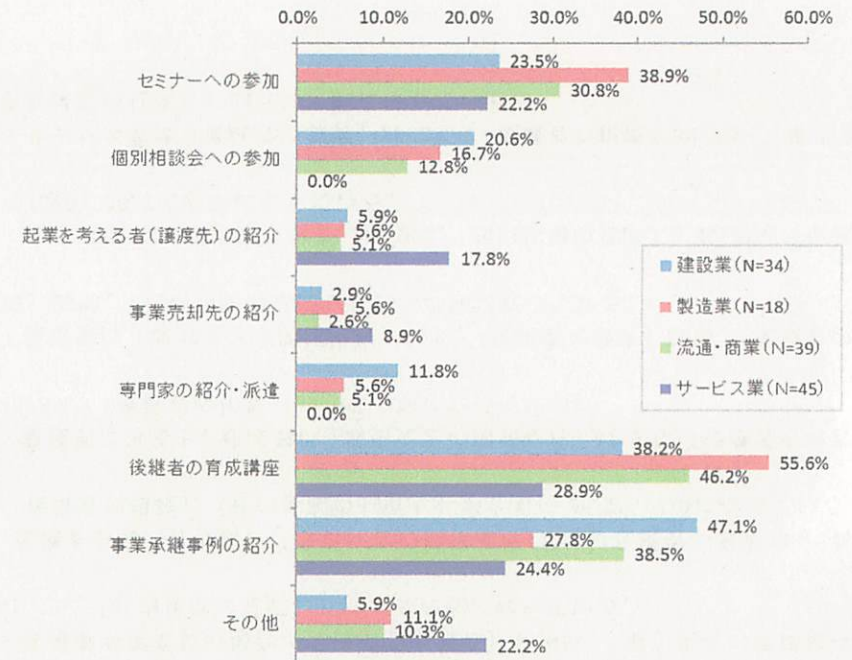


図2-4-14 事業承継、事業譲渡、廃業に係り希望すること(業種別)

・後継者別にみると、後継者が親族の場合は「後継者の育成講座」45.6%、「事業承継事例の紹介」38.2%、「セミナーへの参加」35.3%の順になっている。

・後継者が従業員の場合は「後継者の育成講座」46.9%、「事業承継事例の紹介」40.6%、「セミナーへの参加」31.3%の順になっている。

・後継者が第三者である場合は、「事業承継事例の紹介」50%、「その他」25%、「セミナーへの参加」起業を考える者(譲渡先)の紹介「事業売却先の紹介」「後継者の育成講座」がそれぞれ16.7%の順になっている。

・業種別にみると、建設業は「事業承継事例の紹介」47.1%、「後継者の育成講座」38.2%、「セミナーへの参加」23.5%の順になっている。

・製造業は「後継者の育成講座」55.6%、「セミナーへの参加」38.9%、「事業承継事例の紹介」27.8%の順になっている。

・流通・商業は「後継者の育成講座」46.2%、「事業承継事例の紹介」38.5%、「セミナーへの参加」30.8%の順になっている。

・サービス業は「後継者の育成講座」28.9%、「事業承継事例の紹介」24.4%、「セミナーへの参加」22.2%、「その他」22.2%の順になっている。

(5)人材の確保について

1)人員の状況について



図2-5-1 人員の状況

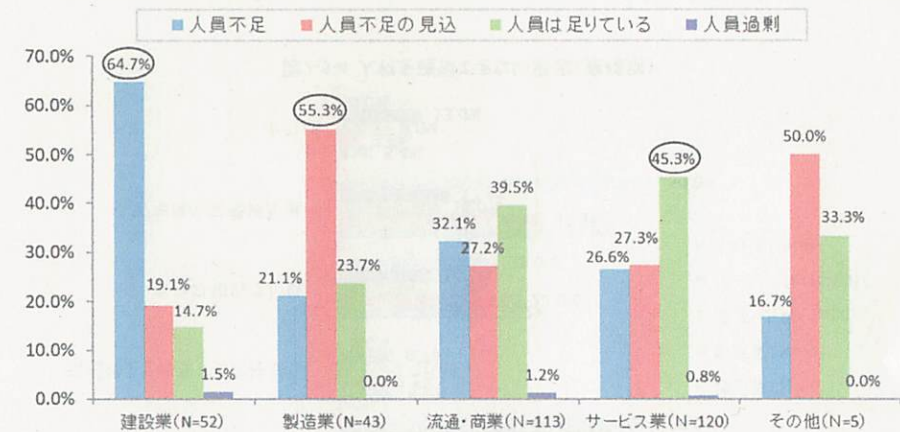


図2-5-2 人員の状況(業種別)

・人員の状況は、「当面人手が足りている」34.3%、「人員が不足している」35.8%、「今は足りているが将来不足が見込まれる」29.1%、「人員は過剰である」0.9%の順になっており、将来の人員不足を合わせると6割強の企業で人員が足りなくなる状況が想定される。

・業種別にみると、「人員が不足している」は建設業64.7%、「将来、人員不足が見込まれる」は製造業55.3%、「人員は足りている」はサービス業45.3%と業種によって人員の状況が違う。

2) 人材を確保できない原因

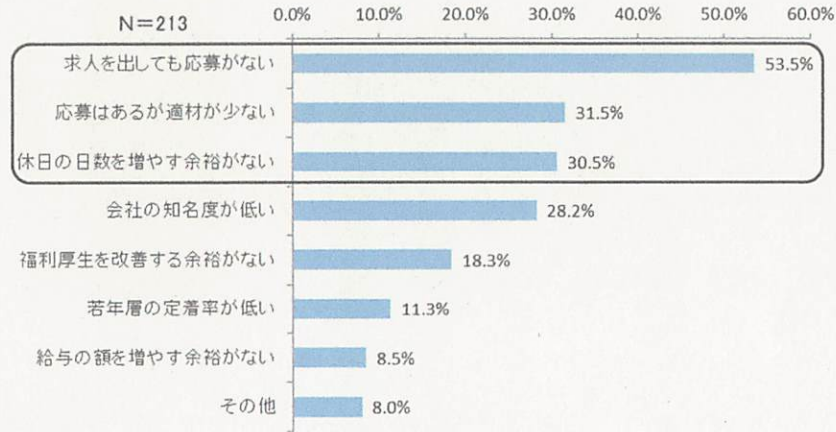


図2-5-3 人材を確保できない理由

表2-5-1 その他内訳(14社)

・仕事の内容がハード
・年間雇用ができない
・業務内容がきつい、きたない、きけんのため、若い人がやりたがらない
・専門職なので
・安定した売上が?
・通常は1人で良いが忙しい時の予想がつかない
・建設業は人気がない
・そもそも恵庭に美容師はいない
・最低賃金のみが高くなり苦しい
・現在募集していない
・技術習得に時間が掛る。
・確保可能と思われる
・一人で仕事をしているので
・業務の内容をわからないで応募する者がいる

・人材を確保できない理由は、「求人を出しても応募がない」53.5%、「応募はあるが適材が少ない」31.5%、「休日の日数を増やす余裕がない」30.5%、「会社の知名度が低い」28.2%、「福利厚生を改善する余裕がない」18.3%の順になっている。

・その他の内訳は、「仕事の内容がハード」、「年間雇用ができない」、「専門職なので」などの意見がある。

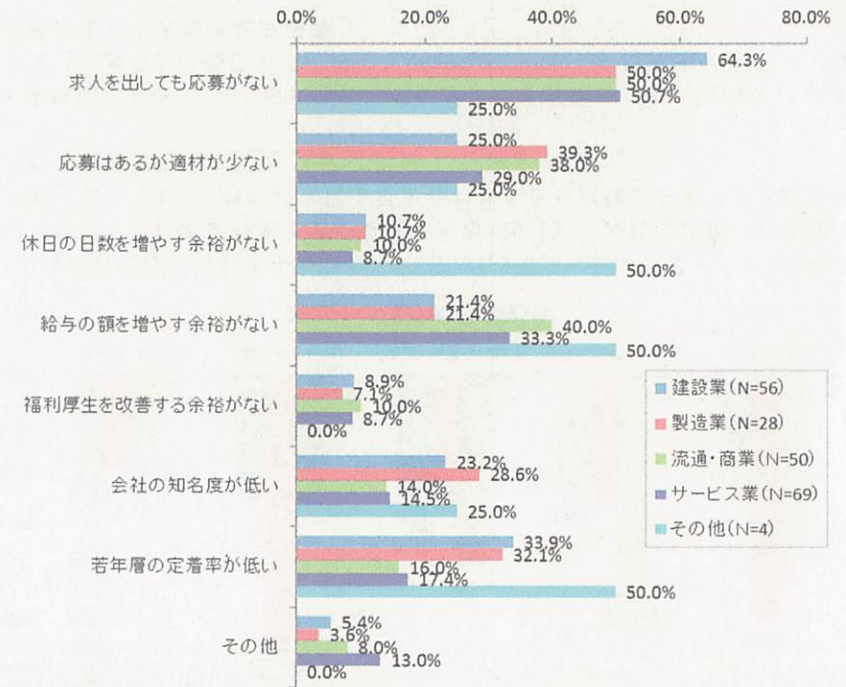


図2-5-4 人材を確保できない原因(業種別)

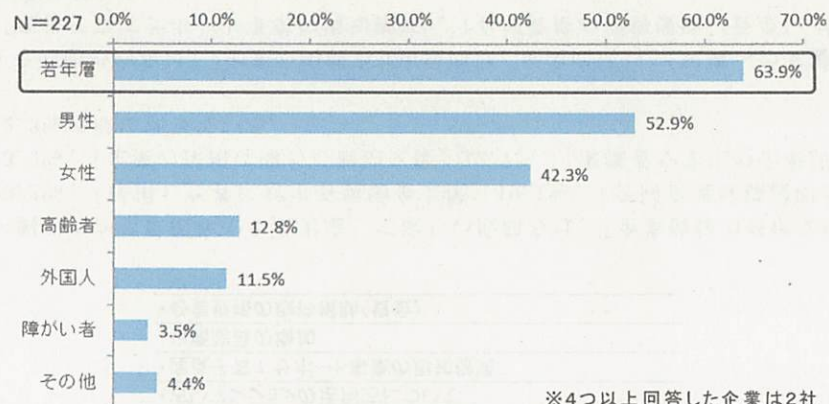
・業種別にみると、建設業の上位3項目は「求人を出しても応募がない」64.3%、「若年層の定着率が低い」33.9%、「応募はあるが適材が少ない」25%の順になっている。

・製造業の上位3項目は「求人を出しても応募がない」50%、「応募はあるが適材が少ない」39.3%、「若年層の定着率が低い」32.1%の順になっている。

・流通・商業の上位3項目は「求人を出しても応募がない」50%、「給与の額を増やす余裕がない」40%、「応募はあるが適材が少ない」38%の順になっている。

・サービス業の上位3項目は「求人を出しても応募がない」50.7%、「給与の額を増やす余裕がない」33.3%、「応募はあるが適材が少ない」29%の順になっている。

3) 今後、増やしていきたい人材



※4つ以上回答した企業は2社
図2-5-5 今後、増やしたい人材

表2-5-2 その他内訳(6社)

・必要なし
・現状人手不足はない
・子育て世代
・引きこもり、通院中等働く意欲はあるが働けない人
・IT導入(AI)
・若年～中間層

・今後、増やしたい人材は、「若年層」63.9%、「男性」52.9%、「女性」42.3%、「高齢者」12.8%、「外国人」11.5%、「障がい者」3.5%、「その他」4.4%の順になっている。

・その他の内訳は、「子育て世代」「引きこもり、通院中等働く意欲はあるが働けない人」の意見の一方で、「IT導入(AI)」など、人材に代替する意見もある。

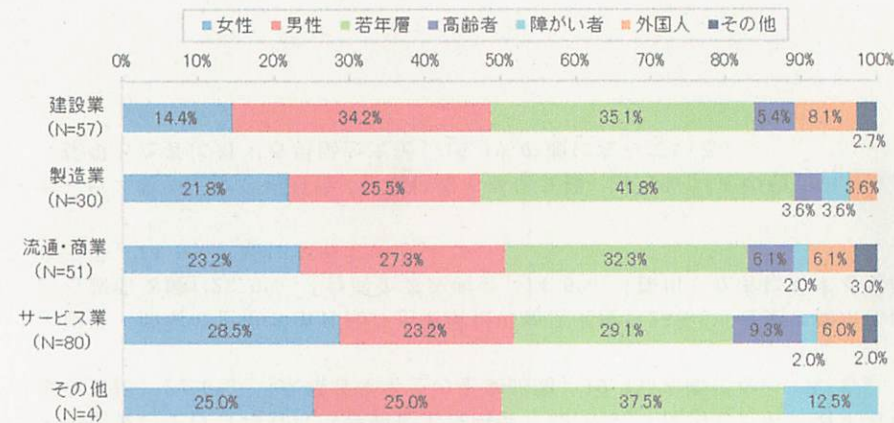


図2-5-6 今後増やしたい人材

・業種別にみると、建設業の上位3項目は「若年層」35.1%、「男性」34.2%、「女性」14.4%の順になっている。

・製造業の上位3項目は「若年層」41.8%、「男性」25.5%、「女性」21.8%の順になっている。

・流通・商業の上位3項目は「若年層」32.3%、「男性」27.3%、「女性」23.2%の順になっている。

・サービス業の上位3項目は「若年層」29.1%、「女性」28.5%、「男性」23.2%の順になっている。

・業種別で上位項目は変わらないものの、建設業は「男性」、製造業は「若年層」、サービス業は「女性」の割合が高い傾向にある。

4) 興味のある取組みや今後、実施を希望する取組み

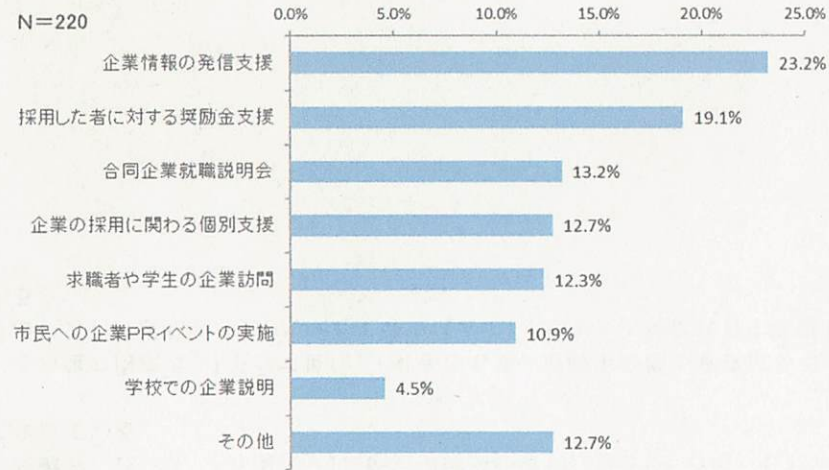


図2-5-7 興味のある取組みや実施してほしい取組み

表2-5-3 新たに実施して欲しい取組み(11社)

・市と企業とのコンソーシアムによる、国の助成制度を活用したまちづくり
・企業情報の発信
・土業の相談会(市民向け、企業向け)
・恵庭業者との付き合いなし
・組織への支援
・興味無し
・大々的に採用を考えていない
・古いマンションの活用方について
・産後子育てサポート事業の周知徹底
・自衛隊員の増加
・必要資格の取得援助(資金)

・興味のある取組みや今後実施して欲しい取組みは、「企業情報の発信支援」23.2%、「採用した者に対する奨励金支援」19.1%、「合同企業就職説明会」13.2%、「企業の採用に関わる個別支援」12.7%、「求職者や学生の企業訪問」12.3%の順になっている。

・その他の内訳は、「土業の相談会(市民向け、企業向け)」、「組織への支援」、「産後子育てサポート事業の周知徹底」、「必要資格の取得援助(資金)」などの意見がある。

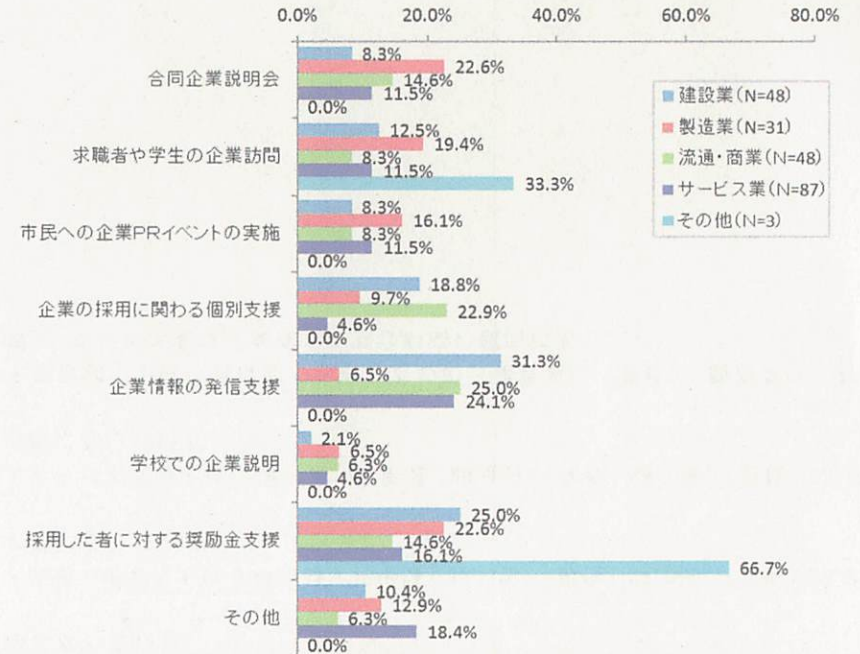


図2-5-8 興味のある取組みや実施して欲しい取組み(業種別)

・業種別にみると、建設業の上位3項目は「企業情報の発信支援」31.3%、「採用した者に対する奨励金支援」25%、「企業の採用に関わる個別支援」18.8%の順になっている。

・製造業の上位3項目は「合同企業説明会」22.6%、「採用した者に対する奨励金支援」22.6%、「求職者や学生の企業訪問」19.4%の順になっている。

・流通・商業の上位3項目は「企業情報の発信支援」25%、「企業の採用に関わる個別支援」22.9%、「合同企業説明会」14.6%、「採用した者に対する奨励金支援」14.6%の順になっている。

・サービス業の上位3項目は「企業情報の発信支援」24.1%、「その他」18.4%、「採用した者に対する奨励金支援」16.1%の順になっている。

(6) 持続可能な生産・経営基盤の確立について

1) 経営を安定させるために必要な市の取組み

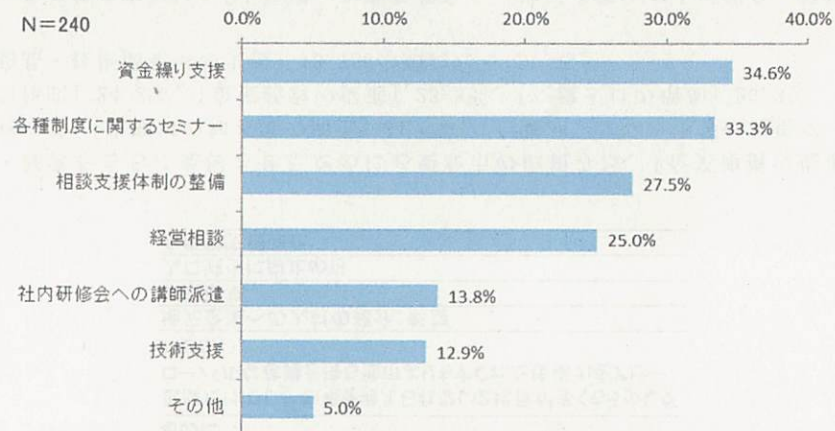


図2-6-1 経営安定化のための取組み

表2-6-1 その他内訳(5社)

・恵庭市を低炭素まちづくりに向け新エネ技術ノウハウを市施設へ積極的に提供する。
・現状はありません
・早期の入札発注
・工事発注の時期平準化
・就業していない労働力の活用促進

・経営を安定させるために必要な市の取組みは、「資金繰り支援」34.6%、「各種制度に関するセミナー」33.3%、「相談支援体制の整備」27.5%、「経営相談（コンサルタントや専門家の派遣等）」25%、「社内研修会への講師の派遣」13.8%、「技術支援」12.9%、「その他」5%の順になっている。

・その他の内訳は、「工事発注時期の平準化」、「就業していない労働力の活用促進」などの意見がある。

2) 相談体制強化のために市に希望すること

表2-6-2 相談体制強化のために恵庭市に希望すること(16社)

- 1) 新エネ・省エネ技術を開発して実行するには、「何年もかかる、実証試験する施設がない、自社資金がかかる」など課題がある。良い提案は、市が審査して情勢または市の施設で試行取り組みする方法があればよい。
- 2) 新エネ利用技術は「無限の太陽エネルギーを利用した低炭素がまちづくりの一步です」エネゼロハウス及びスマートシティ技術の一部になります。
 - ・建設業に関する仕事なので、若年層の定着のための待遇改善や経営安定のためにも、3月、4月、5月と空白があるのは厳しいです。ぜひ前倒しの予算や4月から(雪が溶けたら)すぐ着手できる仕組みづくりをお願いします。
 - ・現在の事業をそのまま継続するかは未定だけど、市内他会社が事業譲渡を望むなどあれば前向きに検討したい。
 - ・補助金を増やしてほしい。
 - ・競争を支援するのはいいですが、長期視点に基づいたまちづくりに取り組む。
 - ・体調不良のため、活動を休止しています。悪しからず、了承願います。
 - ・補助金や助成金についての情報
 - ・公的助成金、補助金を活用したい。
 - ・その他の要望欄参照願います。
 - ・市の企業様の障がい者理解の促進、専門分野への参入に共なる技術及び人材の確保、育成。
 - ・経営安定のために、経営者に必要な知識や情報を多く提供してもらとうとありがたい。
 - ・国の制度などによる改修工事(店舗における消防法)などの補助金等の相談窓口などの支援
 - ・駐屯地に対する支援強化
 - ・コンサルタントや専門家といわれる人たちが、どの程度の業種を理解されているのか疑問。商工会において単なるサービス業に分類されていることへの疑問。
 - ・時間と年齢を考えています。
 - ・個々で出来る自社評価診断マニュアルの様な物、求職者の思う会社選択のための評価基準値などが知りたい。日々変る求職者の期待する所のズレをどう見るか？マニュアル化

(7) 発展的な取組みについて

1) 経営をさらに発展させるために必要な市の取組み

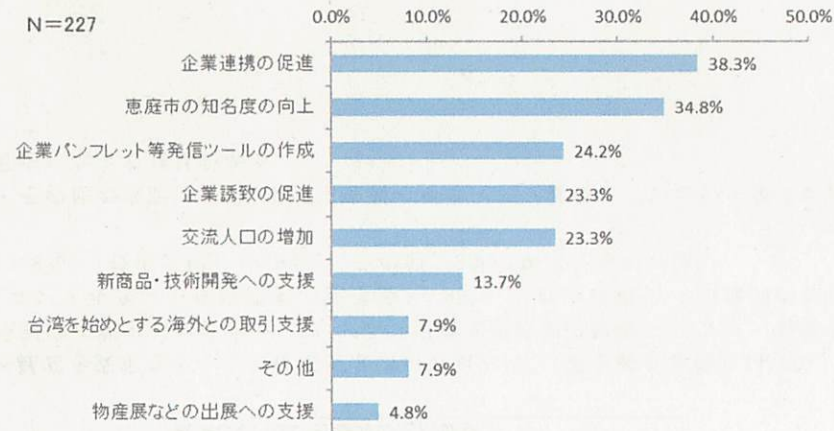


図2-7-1 経営発展のために必要な取組み

表2-7-1 その他内訳(10社)

人口増への取り組み
人口の維持確保
雇用者増のための公共インフラ充実
ネット販売等、商品を販売
ETCの出入口を恵庭にも作るべき、2ヶ所も良い場所があるのに
恵庭だけでしか物事を考えられない2代目が多くもう少しグローバルな意識を持ち他市よりもすぐれた技術力をアピールしたい。
地元企業への人材の紹介、斡旋
新規事業
人口減少に歯止めを
自衛隊支援強化

・経営をさらに発展させるために必要な市の取組みは、「企業連携の促進」38.3%、「恵庭市の知名度の向上」34.8%、「企業パンフレット等の発信ツールの作成」24.2%、「企業誘致の促進」23.3%、「交流人口の増加」23.3%、「新商品・技術開発への支援」13.7%の順になっている。

・その他の内訳は、「人口増への取り組み」、「地元企業への人材紹介、斡旋」、「新規事業」などの意見がある。

(8) その他

1) 経営改善について、市に要望することや政策アイデア

表2-8-1 経営改善について、市に要望することや政策アイデア(30社)

- 1) 新エネルギーの技術開発のミニベンチャー企業です。いままで、省エネ新技術の提案を試みたが、このような「提案」の窓口がホームページにありませんでした。また、例えば「太陽熱屋根融雪システム」が「恵庭低炭素まちづくり促進事業」の補助対象にならないのか！を伺いましたが、対象になりませんでした。(2019.4)それでも、職員の方に「省エネの取り組みと考え方」をお話しできて良かったと思います。「恵庭市への提案」
- 2) 新しい技術は、「そんなにあるものではない」が、市ではいつもこのような提案を受け入れる体制が必要である
 - ・消費者の消費を刺激する施策を望むところです。プレミアム券のようなお得感のあるものを市民は消費に向け利用するのではないでしょうか。
 - ・地産地消を推進する積極的政策と体制を希望する
 - ・商店街の根本的な改革など 市と事業主とのつながりをしばしば感じたことがないのでもっと連携を深めたい。地域に根差した商売をしたい。
 - ・入札工事に参加する企業が減少していている現在、発注工事の規模と発注時期をもう少し意識してほしい。
 - ・移住の促進。 自転車を中心としたまちづくり。恵庭駅を自転車の駅にする。
 - ・北広島BPIに伴って、高松、恵み野開発が可能性として大きくなる。市としても頑張ってください！
 - ・SNS発信が弱い
 - ・介護員確保に向け、研修会(初任者研修など)、費用負担(受講者)
 - ・会社通勤し易い環境にしていただきたい。車を持っていない人が通い易いよう、エコパスの増便、バス停の増設を考えていただきたい。
 - ・ケースデンキが来てから経営が超悪化しました!! 市が土地を格安で提供したと聞いてます(怒り)そういうこととして政策もなにもない!!と思います!!
 - ・地域企業連携の促進
 - ・2022年位に、日本の金融システムが変わりそうなのでその後新しいシステムになってから考えて準備して行こうと思っています。
 - ・同上です 現状満足ではNG 他市の方が金額的にも市も魅力的に映る。 この仕事を恵庭より他市で集客集金した方が利益につながるのが残念
 - ・助成金等の充実
 - ・子育て支援、医療費、介護費の支援を打ち出し、市の魅力として近隣への市民流出の減少、人口転入の増加を図る。わかりやすく恵庭市に住むとお金がいくらもらえると言ってしまうとそれに食いつく人は多い。三笠市よりは立地は良いはずなので札幌から転入を狙う。目の前に人参をぶらさげる。人がくれば企業も産業も発展する。
 - ・災害に対するBCPと再生可能エネルギーの組み合わせ
 - ・札幌に一番近い道の駅がありながらも、上手く活用されていない。(特に飲食、恵庭らしい商品が少ない)、恵庭の農産物を(米、やさい、果実など)食べたり、買ったりできるイベントを定期的に開催してほしい。
 - ・恵庭市内の駅前商店街の活性化(特に島松)を行う為に、廃業や閉店されて空いている土地や店舗に若手起業家が起業しやすくなる様な支援や企画、又は金銭的な支援も必要かと思います。一部の地が人口も増え、活性化しても、他の地が衰退している事実には行政の協力が無くては、改善されないと感じます。
 - ・この件を担当される職員の方々は、一週間でも良いので市内企業に仮就職して実際に就労する中で学んでみてはいかがでしょうか？ 角度を変えて見なければ、いつまでも表面しか見えなく肝心な事はアンケートでは理解できないと思います。
 - ・恵庭市の入札物件は、恵庭市内に工場又は事務所がある会社に落札させたほうが良いと思う。また、恵庭市内に工場がある会社に、製造させたほうが良いと思う。

・市内への観光客増員のため、現在の資源を活用した試みが必要である。道内外でもこれだけ恵まれた環境は少ないため(立地・人など)最大に活かした基盤の整備や、新規の取組みを熱望する企業に対する補助や助成、人材確保や育成に対しご協力いただけたら活性化に繋がると考えます。道の駅のみでは弱いと考えます。

・恵まれた地域を大きく発展させるチャンス ①恵庭駅前再開発 大型ホテル、レストラン、複合ビル、全世代向け ②市内企業への援助育成不足 倒産、廃業、閉店が多い ③千歳、北広島(ボールパーク)に負けない目玉は、「住環境」の促進

・前項にも記入しましたが、入札及び発注を1ヶ月でも早くできる仕組みづくりを考えてほしいです。若年層の労働意欲向上のための講習など

・毎年何か新しい物(商品やメニュー)を取り入れて行きたい。常にアンテナは張っていたと思っています。

・産後子育てサポートにおいて、以下の点を検討して頂ければ幸いに存じます。1. 対象期間を生後12ヶ月から24ヶ月まで延長 WHOは2年以上の母乳育児を推奨しています。利用権の使用期間が12ヶ月ですので、その間に使い切ろうと、無理に断乳をしたり、使い切れない方もいますので。2. 助成要件である、市民税所得割額の見直しによる給付対象者の拡大 予算の都合もあると思いますが。

・市民が市内での買物支援制度(市内で購入したら何%かキャッシュバック)(paypayみたいな制度)

・最低賃金が高騰するため経費が増えるので社員1人に対しての人材支援制度として支援金または税金の優遇制度

・我々超零細企業は、どうあがいても現状維持が精一杯です。労働力不足と高齢化と高齢者に依存のみです。近い将来、廃業せざるを得ないと考えています。末端まで施策を考えて欲しい。

・ワークシェアからワークマンシェアが可能になる企業間交流人材の共有が出来たらおもしろいと思う。異業種のスタッフコンパートなど

・印鑑に対する認識が低くすぎる 公印の発注を他業者にすること 印材の確認、彫刻が全くの機械彫刻である、同型印を作成される危機意識がない

3. 比較分析

本章では、平成26年度と平成28年度に実施した「恵庭市中小企業経営実態調査」の結果と本調査結果を比較分析する。

(1) 企業概要

1) 営業年数



図3-1-1 営業年数

・営業年数を比較すると、「創業20年～30年未満」の企業が、H26年22.2%に対して、H28年17.1%、R元年15%と約7ポイント減少している。一方、「創業50年以上」の企業は、H26年15%に対して、H28年19.5%、R元年20.4%と約5ポイント増加している。

・創業30年以上の企業割合をみると、H26年46.2%に対して、H28年47.5%、R元年53%と回答企業の半数以上が創業30年以上ということがわかる。

2) 代表者の年齢

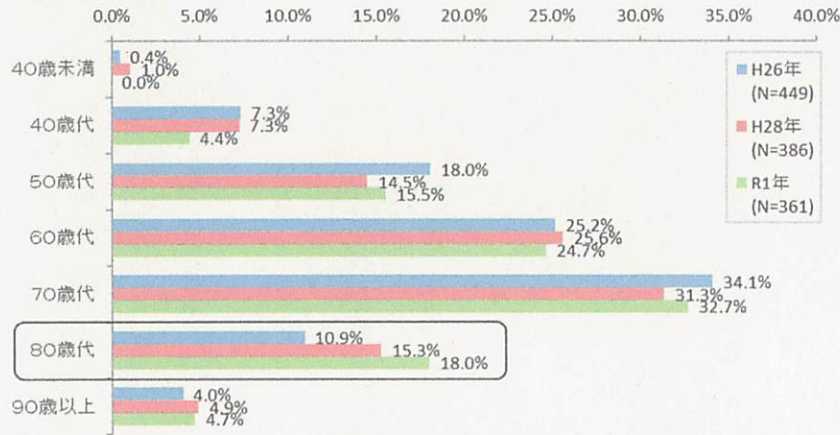


図3-1-2 代表者の年齢

・代表者の年齢を比較すると、「50歳代」がH26年18%に対して、H28年14.5%であったが、R元年15.5%と微増した。一方、「80歳代」H26年10.9%に対して、H28年15.3%、R元年18%と増加している。

・代表者の年齢が70歳以上の企業は、H26年49%に対して、H28年51.5%、R元年55.4%とH26年よりも6ポイント増加しており、代表者の高齢化が着実に進行していることが窺える。

3) 過去2年間の売上動向

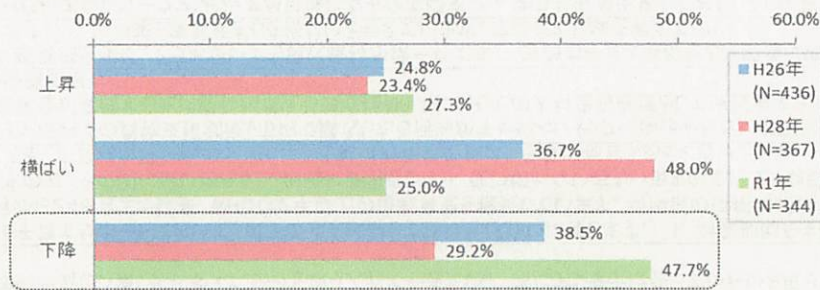


図3-1-3 過去2年間の売上動向

・過去2年間の売上動向を比較すると、H28年は「横ばい」48%と最も多い回答であったが、R元年は「下降」47.7%が最も多い回答となっており、この2年間で売上動向が暗転したことが窺える。

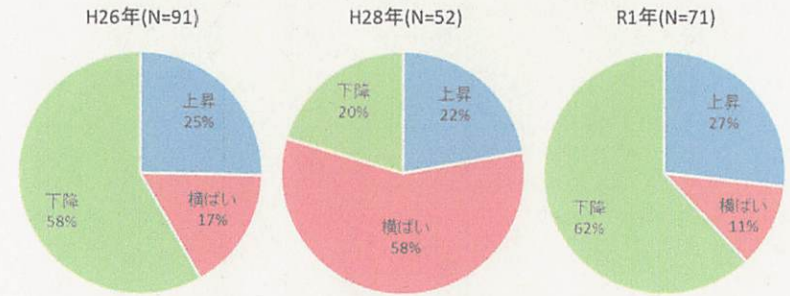


図 3-1-4 過去2年間の売上動向(建設業)

・建設業の売上動向は、最も多い回答がH26年「下降」58%に対して、H28年「横ばい」58%、R元年「下降」62%となっている。

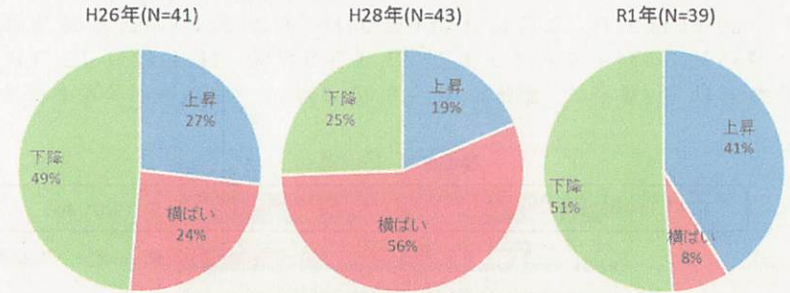


図 3-1-5 過去2年間の売上動向(製造業)

・製造業の売上動向は、最も多い回答がH26年「下降」49%、H28年「横ばい」56%、R元年「下降」51%となっている。とりわけ、令和元年は「下降」51%に対して、「上昇」41%と二極分化の傾向がみられる。

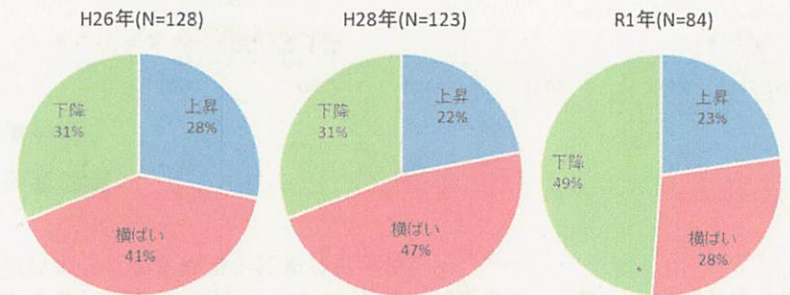


図 3-1-5 過去2年間の売上動向(流通・商)

・流通・商業の売上動向は、最も多い回答がH26年「横ばい」41%、H28年「横ばい」47%、R元年「下降」49%となっており、H28年からR元年にかけて売上が下降に転じた企業が多い傾向がみられる。

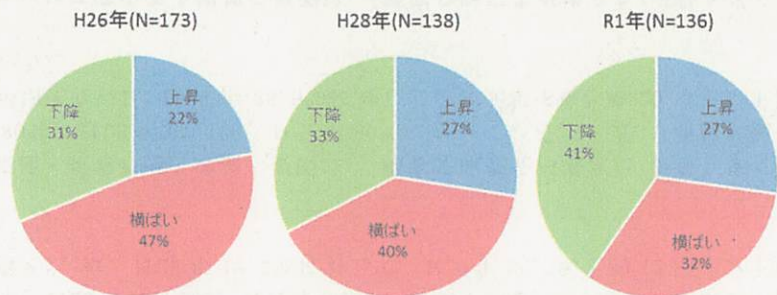


図 3-1-6 過去2年間の売上動向(サービス)

・サービス業の売上動向は、最も多い回答がH26年「横ばい」47%、H28年「横ばい」40%、R元年「下降」41%となっており、H28年からR元年にかけて売上が下降に転じた企業が多い傾向がみられる。

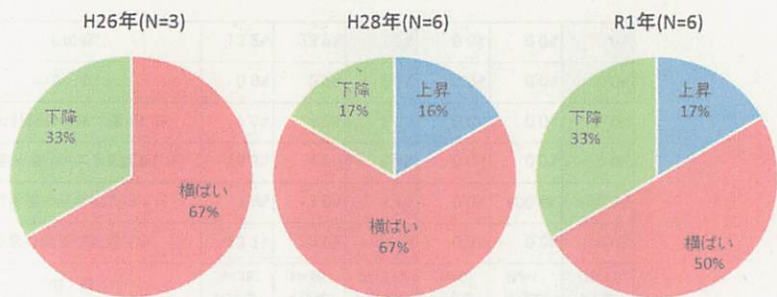


図 3-1-6 過去2年間の売上動向(その他)

・その他の売上動向は、最も多い回答がH26年「横ばい」67%、H28年「横ばい」67%、R元年「横ばい」50%となっている。

(2) 業況について

1) 売上増加の主な要因

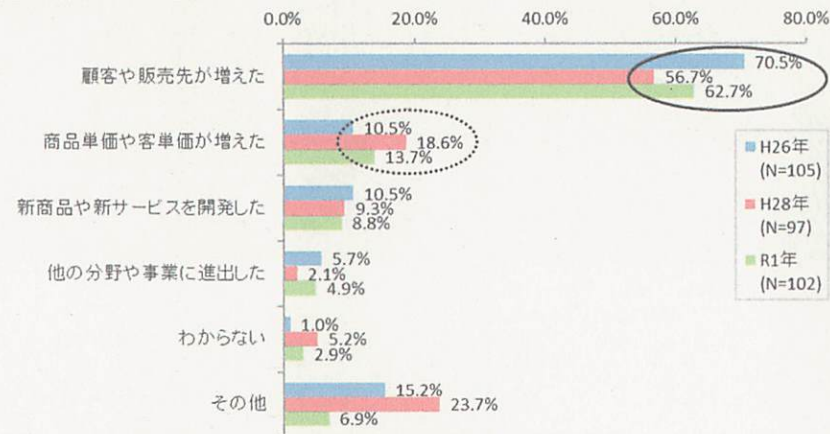


図3-2-1 売上増加の要因

・売上増加の主な要因を比較すると、「顧客や販売先が増えた」がH26年70.5%に対して、H28年56.7%、R元年62.7%となっており、過去6年間続けて、最も多い回答になっている。一方、「商品単価や客単価が増えた」がH26年10.5%に対して、H28年18.6%、R元年13.7%となっており、H28年に増えたものの、R元年は減少に転じている。

表3-2-1 売上増加の要因(業種別)

業種	建設業			製造業			流通・商業		
	H26年 (N=22)	H28年 (N=14)	R1年 (N=19)	H26年 (N=10)	H28年 (N=8)	R1年 (N=15)	H26年 (N=35)	H28年 (N=28)	R1年 (N=25)
顧客や販売先が増えた	59.1%	50.0%	68.4%	50.0%	37.5%	60.0%	80.0%	57.1%	60.0%
商品単価や客単価が増えた	18.2%	14.3%	15.8%	20.0%	12.5%	26.7%	2.9%	28.6%	8.0%
新商品や新サービスを開発した	4.5%	7.1%	5.3%	20.0%	37.5%	6.7%	5.7%	7.1%	4.0%
他の分野や事業に進出した	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.6%	0.0%	16.0%
わからない	4.5%	14.3%	5.3%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	3.6%	4.0%
その他	22.7%	28.6%	5.3%	20.0%	25.0%	6.7%	11.4%	17.9%	8.0%
業種	サービス業			その他					
項目	H26年 (N=38)	H28年 (N=46)	R1年 (N=39)	H26年 (N=0)	H28年 (N=1)	R1年 (N=1)			
顧客や販売先が増えた	73.7%	63.0%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%			
商品単価や客単価が増えた	7.9%	13.0%	5.1%	0.0%	100.0%	100.0%			
新商品や新サービスを開発した	15.8%	4.3%	15.4%	0.0%	0.0%	0.0%			
他の分野や事業に進出した	7.9%	4.3%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%			
わからない	0.0%	2.2%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%			
その他	13.2%	23.9%	7.7%	0.0%	0.0%	0.0%			

・建設業の売上増加の要因は、「顧客や販売先が増えた」が最も多く、H26年59.1%、H28年50%、R元年68.4%となっており、過去6年間でR元年が最も回答割合が高くなっている。

・製造業の売上増加の要因は、「顧客や販売先が増えた」が最も多く、H26年50%、H28年37.5%、R元年60%となっている。一方、「商品単価や客単価が増えた」は、H28年12.5%に対して、R元年26.7%と約12ポイント増加している。

・流通・商業の売上増加の要因は、「顧客や販売先が増えた」が最も多く、H26年80%、H28年57.1%、R元年60%になっている。一方、「商品単価や客単価が増えた」は、H28年28.6%に対して、R元年8%と約20ポイント減少している。

・サービス業の売上増加の要因は、「顧客や販売先が増えた」が最も多く、H26年73.7%、H28年63%、R元年66.7%になっている。

2) 売上減少の主な要因

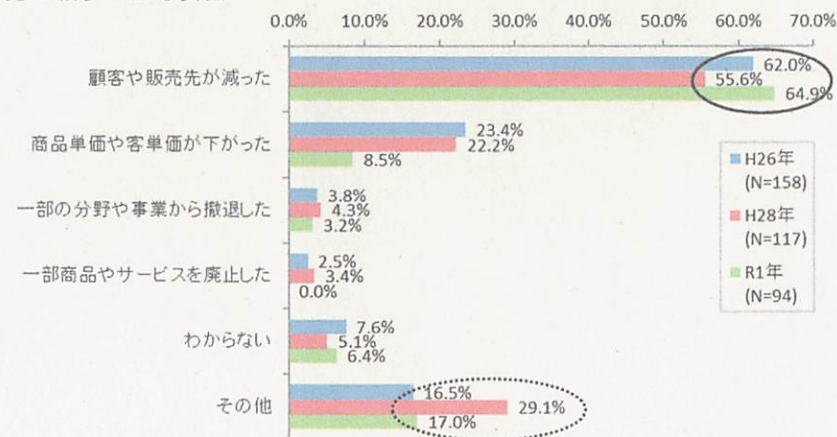


図3-2-2 売上減少の要因

・売上減少の主な要因を比較すると、「顧客や販売先が減った」がH26年62%に対して、H28年55.6%、R元年64.9%となっており、H28年に約7ポイント減少したが、R元年には約10ポイント上昇している。

・「その他」はH26年16.5%に対して、H28年29.1%、R元年17%となっており、H28年に約14ポイント上昇したが、R元年には約12ポイント減少している。

表3-2-2 売上減少の要因(業種別)

業種	建設業			製造業			流通・商業		
	H26年 (N=16)	H28年 (N=13)	R1年 (N=9)	H26年 (N=12)	H28年 (N=11)	R1年 (N=5)	H26年 (N=53)	H28年 (N=37)	R1年 (N=29)
顧客や販売先が減った	37.5%	38.5%	77.8%	58.3%	72.7%	80.0%	75.5%	62.2%	69.0%
商品単価や客単価が下がった	43.8%	23.1%	0.0%	25.0%	18.2%	0.0%	18.9%	24.3%	13.8%
一部商品やサービスを廃止した	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	5.4%	0.0%
一部の分野や事業から撤退した	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.4%	0.0%
わからない	6.3%	7.7%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	5.7%	8.1%	3.4%
その他	18.8%	38.5%	11.1%	8.3%	27.3%	0.0%	15.1%	10.8%	13.8%
業種	サービス業			その他					
項目	H26年 (N=74)	H28年 (N=54)	R1年 (N=43)	H26年 (N=2)	H28年 (N=1)	R1年 (N=3)			
顧客や販売先が減った	59.5%	53.7%	60.5%	50.0%	0.0%	33.3%			
商品単価や客単価が下がった	21.6%	22.2%	9.3%	0.0%	0.0%	0.0%			
一部商品やサービスを廃止した	4.1%	3.7%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%			
一部の分野や事業から撤退した	5.4%	5.6%	4.7%	0.0%	0.0%	0.0%			
わからない	10.8%	3.7%	7.0%	0.0%	0.0%	0.0%			
その他	18.9%	37.0%	18.6%	0.0%	100.0%	66.7%			

・建設業の売上減少の要因は、H26年「商品単価や客単価下がった」が最も多く43.8%に対して、H28年以降は「顧客や販売先が減った」が最も多くH28年38.5%、R元年77.8%となっており、H28年からR元年にかけて約39ポイント上昇している。

・製造業の売上減少の要因は、「顧客や販売先が減った」が最も多く、H26年58.3%、H28年72.7%、R元年80%となっており、R元年が最も高い割合を占めている。

・流通・商業の売上減少の要因は、「顧客や販売先が減った」が最も多く、H26年75.5%、H28年62.2%、R元年69%になっている。一方、「商品単価や客単価が減った」は、H28年24.3%に対して、R元年13.8%と約11ポイント減少している。

・サービス業の売上減少の要因は、「顧客や販売先が減った」が最も多く、H26年59.5%、H28年53.7%、R元年60.5%になっている。一方、「商品単価や客単価が減った」は、H28年22.2%に対して、R元年9.3%と約13ポイント減少している。

3) 経営上の課題

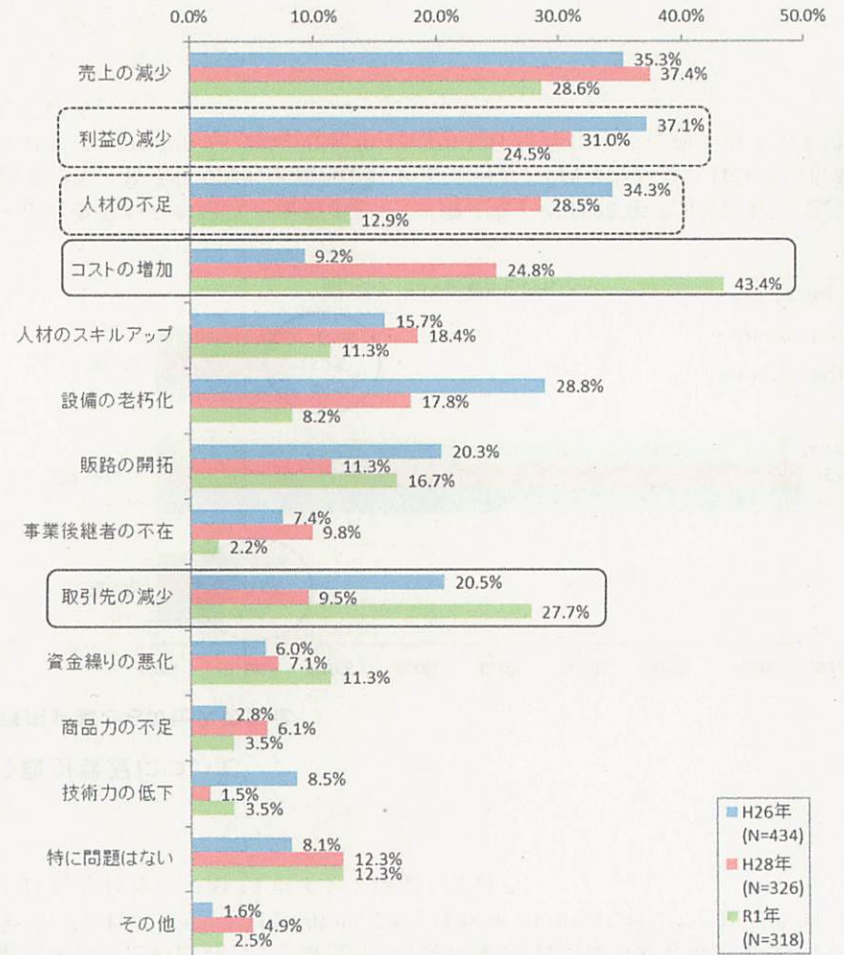


図3-2-3 経営上の課題

・経営上の課題は「コストの増加」がH26年9.2%に対して、H28年24.8%、R元年43.4%と約18ポイント増加している。「取引先の減少」がH26年20.5%に対して、H28年9.5%、R元年27.7%とH28年に減少したが、再度、増加に転じている。一方、「利益の減少」と「人材の不足」はH26年以降、減少傾向にある。

表3-2-3 経営上の課題(業種別)

業種	建設業			製造業			流通・商業		
	H26年 (N=92)	H28年 (N=49)	R1年 (N=67)	H26年 (N=40)	H28年 (N=41)	R1年 (N=33)	H26年 (N=129)	H28年 (N=103)	R1年 (N=76)
売上の減少	21.7%	30.6%	11.9%	40.0%	36.6%	21.2%	38.0%	35.0%	30.3%
利益の減少	38.0%	0.0%	16.4%	40.0%	24.4%	24.2%	41.9%	31.1%	31.6%
コストの増加	38.0%	24.5%	23.9%	45.0%	31.7%	57.6%	28.7%	19.4%	31.6%
取引先の減少	7.6%	8.2%	9.0%	5.0%	9.8%	9.1%	14.0%	16.5%	14.5%
販路の開拓	9.8%	4.1%	13.4%	25.0%	7.3%	15.2%	20.2%	13.6%	11.8%
人材の不足	48.9%	49.0%	70.1%	10.0%	31.7%	27.3%	27.1%	27.2%	42.1%
人材のスキルアップ	28.3%	24.5%	16.4%	22.5%	26.8%	30.3%	20.2%	18.4%	11.8%
資金繰りの悪化	7.6%	8.2%	3.0%	0.0%	2.4%	0.0%	10.1%	3.9%	5.3%
設備の老朽化	17.4%	16.3%	6.0%	42.5%	19.5%	21.2%	14.0%	11.7%	5.3%
商品力の不足	3.3%	2.0%	1.5%	12.5%	12.2%	3.0%	7.0%	5.8%	6.6%
技術力の低下	3.3%	4.1%	4.5%	2.5%	2.4%	0.0%	2.3%	1.0%	0.0%
事業後継者の不在	10.9%	2.0%	13.4%	7.5%	12.2%	12.1%	6.2%	6.8%	11.8%
特に問題はない	8.7%	6.1%	11.9%	5.0%	12.2%	6.1%	7.0%	9.7%	9.2%
その他	2.2%	4.1%	3.0%	2.5%	2.4%	3.0%	0.8%	2.9%	0.0%
業種	サービス業			その他					
項目	H26年 (N=169)	H28年 (N=116)	R1年 (N=128)	H26年 (N=3)	H28年 (N=3)	R1年 (N=6)			
売上の減少	38.5%	46.6%	35.9%	66.7%	33.3%	16.7%			
利益の減少	32.5%	28.4%	41.4%	0.0%	66.7%	33.3%			
コストの増加	33.1%	28.4%	18.8%	66.7%	66.7%	33.3%			
取引先の減少	7.1%	5.2%	4.7%	33.3%	0.0%	0.0%			
販路の開拓	13.0%	14.7%	9.4%	33.3%	33.3%	16.7%			
人材の不足	23.7%	21.6%	34.4%	0.0%	66.7%	33.3%			
人材のスキルアップ	16.0%	15.5%	14.8%	0.0%	0.0%	33.3%			
資金繰りの悪化	7.1%	12.1%	3.9%	0.0%	0.0%	50.0%			
設備の老朽化	21.9%	23.3%	16.4%	33.3%	33.3%	0.0%			
商品力の不足	4.7%	6.0%	2.3%	33.3%	0.0%	0.0%			
技術力の低下	3.0%	0.9%	1.6%	0.0%	0.0%	16.7%			
事業後継者の不在	8.9%	15.5%	10.2%	33.3%	33.3%	16.7%			
特に問題はない	9.5%	16.4%	16.4%	0.0%	33.3%	0.0%			
その他	1.8%	7.8%	3.9%	0.0%	33.3%	0.0%			

・建設業の経営課題は「人材の不足」が最も多く、H26年48.9%に対して、H28年49%、R元年70.1%とH28年に比べて約21ポイント増加している。

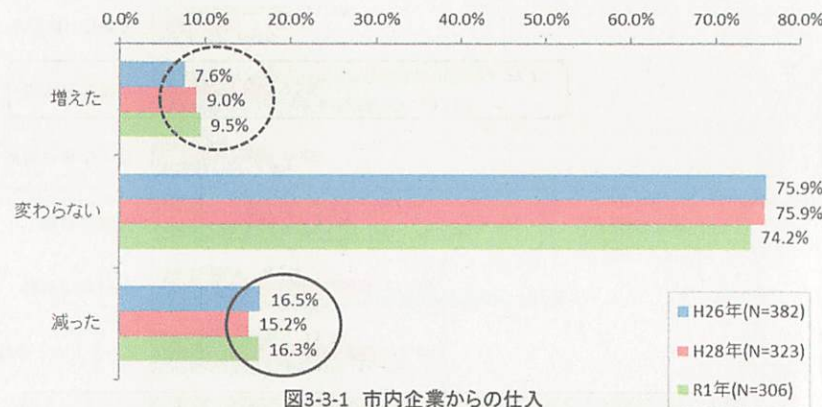
・製造業の経営課題は「コストの増加」が最も多く、H26年45%に対して、H28年31.7%、R元年57.6%とH28年に比べて約26ポイント増加している。

・流通・商業の経営課題はH26年「利益の減少」41.9%が最も多かったのに対して、H28年「売上の減少」35%、R元年「人材の不足」42.1%となっている。

・サービス業の経営課題は「売上の減少」が、H26年38.5%、H28年46.6%と最も多かったのに対して、R元年「利益の減少」41.4%が最も多くなっている。また、「人材の不足」もH26年23.7%、H28年21.6%に対して、R元年34.4%とH28年に比べて約13ポイント増加している。

(3)取引状況について

1)市内企業からの仕入の変化



・市内企業からの仕入を比較すると、「増えた」がH26年7.6%に対して、H28年9%、R元年9.5%と微増している。一方、「減った」は、H26年16.5%に対して、H28年15.2%、R元年16.3%とH28年に比べて約1ポイント増加している。

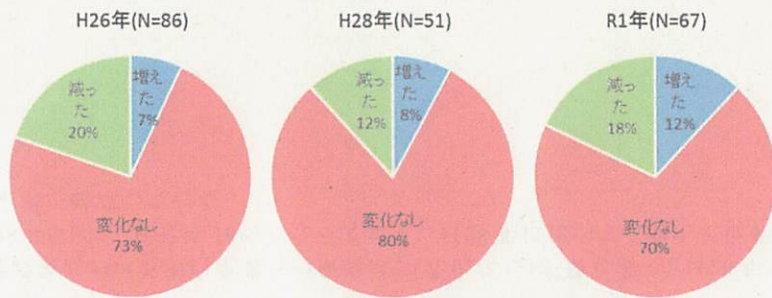


図 3-3-2 市内企業からの仕入(建設業)

・建設業における市内企業からの仕入は、「変化なし」が最も多く、H26年73%、H28年80%、R元年70%となっており、H28年に比べて、増えた企業と減った企業が微増している。

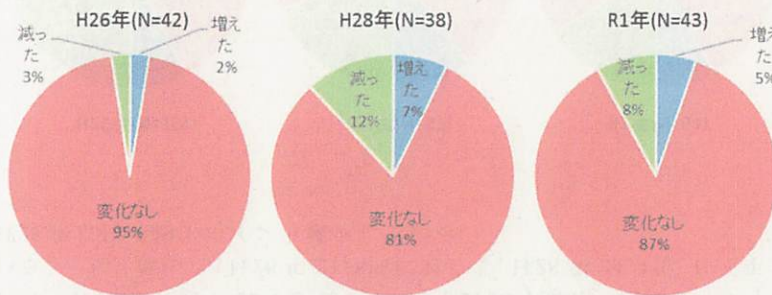


図 3-3-3 市内企業からの仕入(製造業)

・製造業における市内企業からの仕入は、「変化なし」が最も多く、H26年95%、H28年81%、R元年87%となっており、H28年に比べて、増えた企業と減った企業が微減している。

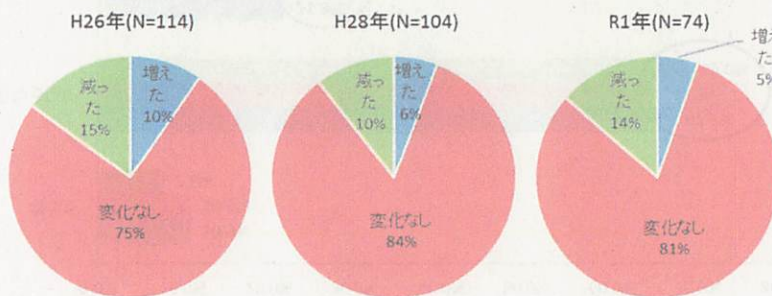


図 3-3-4 市内企業からの仕入(流通・商業)

・流通・商業における市内企業からの仕入は、「変化なし」が最も多く、H26年75%、H28年84%、R元年81%となっており、H28年に比べて、ほぼ横ばいとなっている。

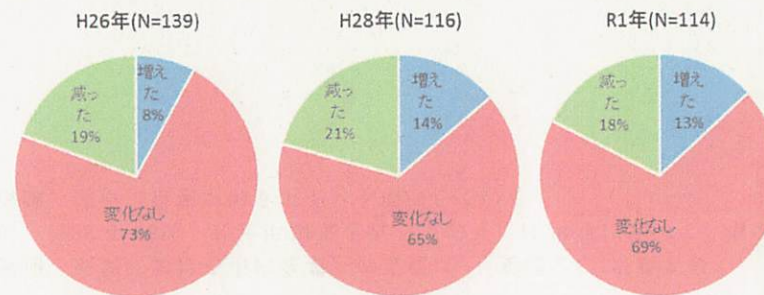


図 3-3-5 市内企業からの仕入(サービス業)

・サービス業における市内企業からの仕入は、「変化なし」が最も多く、H26年73%、H28年65%、R元年69%となっており、H28年に比べて、ほぼ横ばいとなっている。

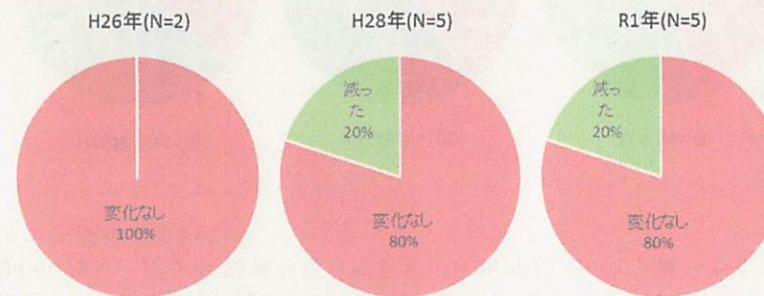


図 3-3-6 市内企業からの仕入(その他)

・その他における市内企業からの仕入は、「変化なし」が最も多く、H26年100%、H28年80%、R元年80%となっている。

2) 市内企業への販売の変化

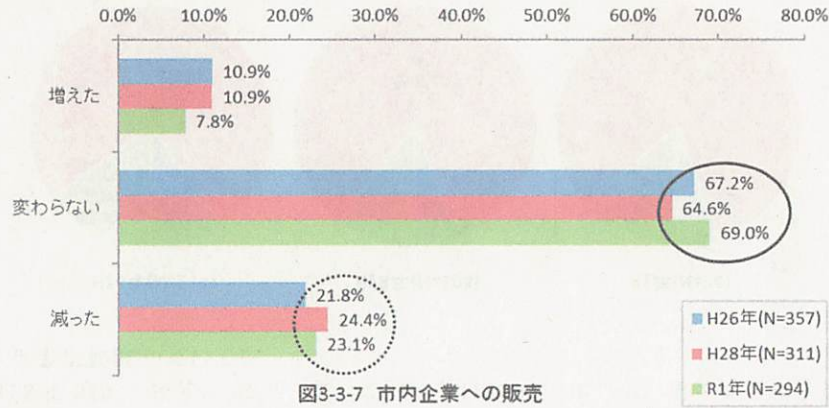


図3-3-7 市内企業への販売

・市内企業への販売を比較すると、「変わらない」がH26年67.2%に対して、H28年64.6%、R元年69%となっており、H28年に比べ約4ポイント増加している。一方、「減った」H26年21.8%に対して、H28年24.4%、R元年23.1%とH28年に比べ約1ポイント減少している。

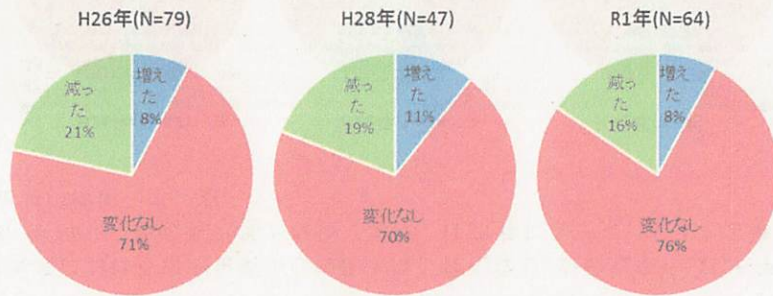


図3-3-8 市内企業への販売(建設業)

・建設業における市内企業への販売は、「変化なし」が最も多く、H26年71%、H28年70%、R元年76%となっており、H28年に比べて、増えた企業と減った企業が微減している。

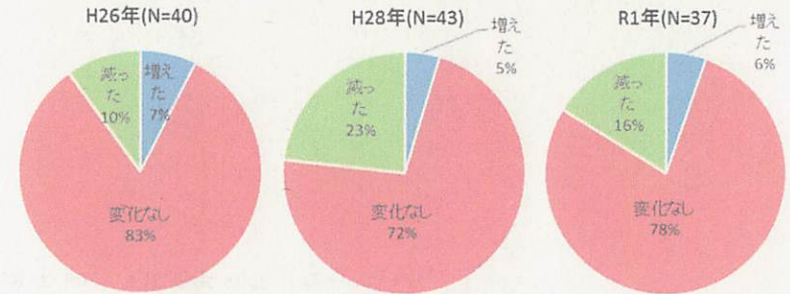


図3-3-9 市内企業への販売(製造業)

・製造業における市内企業への販売は、「変化なし」が最も多く、H26年83%、H28年72%、R元年78%となっており、H28年に比べて、減った企業が約7ポイント減少している。

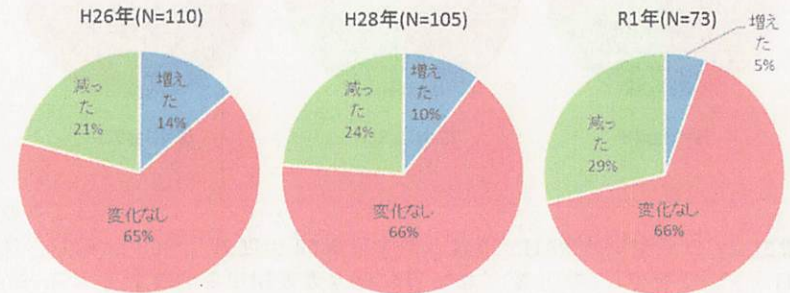


図3-3-10 市内企業への販売(流通・商業)

・流通・商業における市内企業への販売は、「変化なし」が最も多く、H26年65%、H28年66%、R元年66%となっており、H28年に比べて、増えた企業が微減、減った企業が約5ポイント増加している。

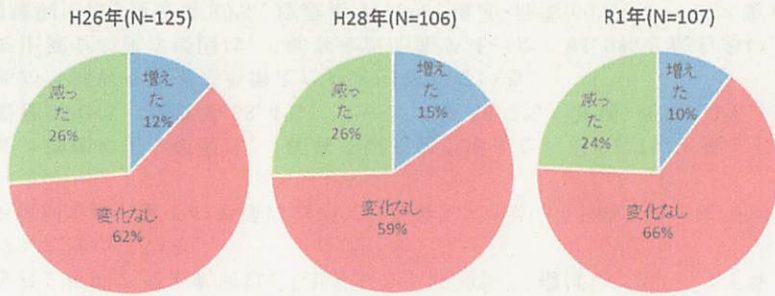


図 3-3-11 市内企業への販売(サービス業)

・サービス業における市内企業への販売は、「変化なし」が最も多く、H26年62%、H28年59%、R元年66%となっており、H28年に比べて、増えた企業、減った企業共に微減している。

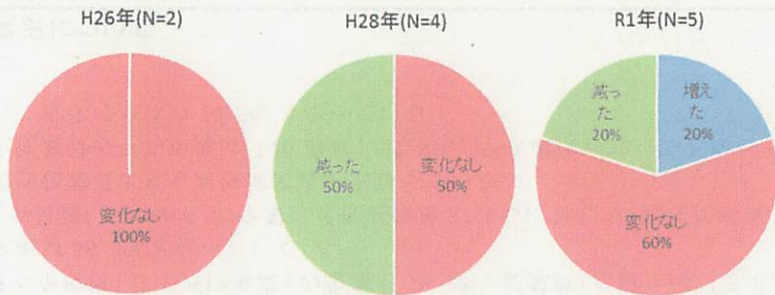


図 3-3-11 市内企業への販売(その他)

・その他における市内企業への販売は、「変化なし」が最も多く、H26年100%、H28年50%、R元年60%となっている。

(4) 今後について

1) 5年後の事業展開について

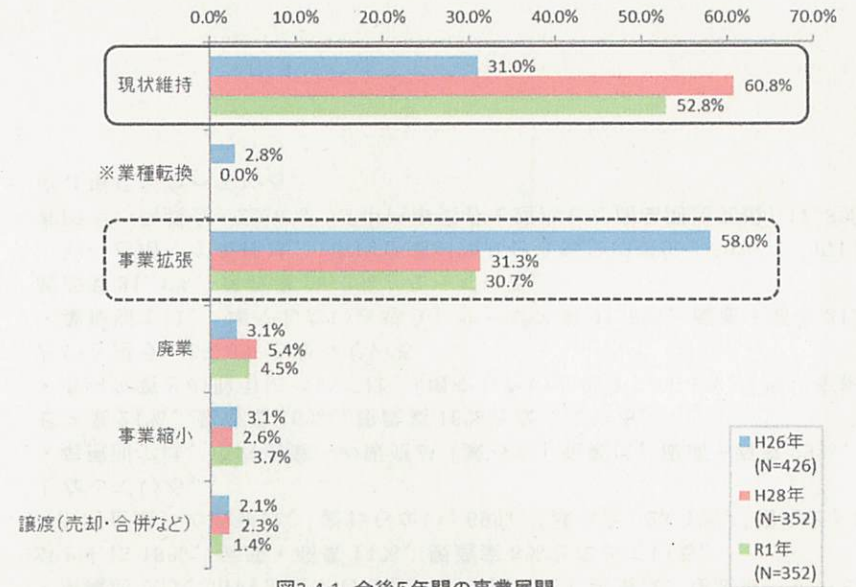


図 3-4-1 今後5年間の事業展開

・5年後の事業展開を比較すると、H26年は「事業拡張」58%と最も多かったのに対して、H28年「現状維持」60.8%、R元年52.8%となっており、H28年に比べて約7ポイントの減少となっている。

4. 総論

(1) 企業概要

本アンケート調査では、362社から回答を得た。回答企業の業種は、サービス業、流通・商業、建設業、製造業、その他の順で回答割合が高くなっている。回答企業のうち創業30年以上の企業が半数以上を占めている。代表者の年齢は回答企業の半数以上が70歳を超え高齢化が進展している。従業員が5人以下の企業では女性従業員が高い傾向にある。

- ・有効回答数362社のうち、「建設業」20.4%、「製造業」11.3%、「流通・商業」24.9%、「サービス業」41.7%、「その他」1.7%となっている。
- ・「創業30年以上」の企業が全体の53%となっている。
- ・代表者の年齢は、「70歳以上」が全体の55.4%。一方、「50歳未満」の若手経営者は4.4%となっている。
- ・資本金規模「3千万円未満」の企業が78.2%、従業員(正規社員)「5人以下」の企業が56.9%となっている。
- ・従業員数「5人以下」の企業は男性従業員57.6%に対して、女性従業員73.3%で男性従業員よりも女性従業員が上回っている。
- ・全従業員の平均年齢は「40歳代」37.8%、「50歳代」32.7%となっており、この二世代で全体の70.5%となっている。

(2) 業況について

業況については、全ての業種で過去2年間の売上が「下降した」と回答している企業が最も多い。業種別では建設業約6割、製造業と流通・商業で約5割の企業が「下降した」と回答している。売上減少の要因は、「顧客や販売先が減った」が6割以上を占めている。経営上の課題は、コストの増加、売上の減少、取引先の減少が上位3項目を占めた。業種別では、建設業の7割が人材不足と回答している。

- ・過去2年間の売上動向は、「上昇した」27.3%、「横ばい」25%、「下降した」47.7%となっている。
- ・業種別では、全ての業種において「上昇した」が、「下降した」を下回っている。
- ・売上増加の主な要因は、「顧客や販売先が増えた」が62.7%と最も多い。
- ・業種別では、建設業68.4%、サービス業66.7%、流通・商業60%、製造業60%が「顧客や販売先が増えた」と回答している。
- ・売上減少の主な要因は、「顧客や販売先が減った」64.9%と最も多い。
- ・業種別では、製造業80%、建設業77.8%、流通・商業69%、サービス業60.5%

が「顧客や販売先が減った」と回答している。

- ・経営上の課題は、「コストの増加」43.4%、「売上の減少」28.6%、「取引先の減少」27.7%が上位3項目となっている。
- ・業種別では、建設業、製造業、流通・商業、サービス業において、回答の上位3項目に「人材不足」が含まれている。特に建設業では約7割が「人材不足」と回答している。

(3) 市内企業との取引について

市内企業との取引については、仕入、販売ともに回答企業の約7割が「変わらない」と回答している。業種別では、建設業とサービス業が市内企業からの取引が「減った」と回答した割合が他の2業種よりもやや高い傾向にある。また、流通・商業、サービス業は、市内企業への販売が「減った」と回答した割合が他の2業種よりも高い傾向にある。今後、市内企業と取引については、現状を維持したいという傾向にあり、業種別では、サービス業が他の業種よりも市内企業との取引を増やしたいという傾向にある。

- ・市内企業からの仕入は、「変わらない」74.2%、「減った」16.3%、「増えた」9.5%となっている。
- ・業種別では、市内企業からの仕入が「減った」企業は、建設業、サービス業がともに18%、流通・商業14%、製造業8%となっている。
- ・市内企業への販売は、「変わらない」69%、「減った」23.1%、「増えた」7.8%となっている。
- ・業種別では、市内企業への販売が「減った」企業は、流通・商業29%、サービス業24%、製造業16%、建設業16%となっている。
- ・市内企業との取引については、「増やしたいと思う」34.1%、「現状を維持したいと思う」65.9%となっている。
- ・業種別では、「増やしたいと思う」サービス業41.8%、流通・商業31.8%、製造業31.4%、建設業28.3%となっている。
- ・取引を増やす条件は、「市内企業が知り合う機会の提供」50%、「市内事業者同士の商談会」22.6%、「市内事業者で連携した商品開発支援」17.8%が上位3項目となっている。

(4) 経営の今後について(事業承継)

5年後の事業展開については、全体の5割強が現状維持、3割が事業拡張と回答している。事業承継については、回答企業の4割強が「後継者ないし候補者がいる」と回答している。業種別では、製造業、流通・商業が他の業種よりも後継者が決まっている割合が高い傾向にある。一方、サービス業は、他の業種に比べ、「後継者についてまだ考えていない」との回答が高い傾向にある。事業承継先が決まっていない理由は、「適切な人材がない」「後継者が育成できていない」が回答の上位2項目。事業承継する際の課題は「後継者の教育」が最も多い回答であることから、人材不足が顕在化していることが窺える。これに伴い、事業承継に希望することでは、「後継者の育成講座」や「事例の紹介」が多くなっている。

- ・今後の事業展開については、「現状維持」56.7%、「事業拡張」32.9%、「廃業」4.9%、「事業縮小」4%、「譲渡(売却・合併)」1.5%となっている。
- ・事業承継の予定については、「現時点では、事業承継を考えていない」38.4%、「後継者は決まっており、その後継者に事業を承継する」25.5%、「後継者は決まっていないが、候補者はいる」19.2%、「後継者も候補者も決まっていないが事業は継続したい」17%となっている。
- ・業種別では、「後継者がいる」が製造業36.8%、流通・商業35.5%、建設業27.1%、その他16.7%、サービス業14%となっている。一方、サービス業は、「現時点でまだ考えていない」52.1%となっている。
- ・事業承継先が決まっていない理由は、「適切な人材がない」52.1%、「後継者の育成ができていない」26%、「その他」17.8%、「事業承継のやり方がわからない」4.1%となっている。
- ・事業を承継する際の課題は、「後継者の教育」45.2%、「後継者の相続」37.9%、「取引先との関係維持」37.3%が上位3項目となっている。
- ・事業承継に係り希望することは、「後継者の育成講座」39%、「事業承継の事例の紹介」34.8%、「セミナーへの参加」27.7%が上位3項目となっている。

(5) 人材確保について

人員の状況については、現在から将来にかけて人員が不足と回答した企業が全体の6割強となっている。業種別では、建設業が現時点で人手不足との回答割合が高く、製造業は将来的に人員不足が見込まれるとの回答割合が、それぞれ他の業種に比べて高い傾向にある。人材を確保できない理由は、「求人を出しても応募がない」と回答した企業が半数以上を占めており、経営者の苦勞が窺える。今後、増やしたい人材は、「若年層」と回答した企業が6割を超えている。業種別では、製造業が他の業種に比べて、若い人材を求めている傾向が高い。人材確保に関して興味のある取り組みは、「企業情報の発信支援」や「採用した者に対する奨励金支援」が多くなっている。

- ・人員の状況は、「当面人手が足りている」34.3%、「人員が不足している」35.8%、「今は足りているが将来不足が見込まれる」29.1%が上位3項目となっている。
- ・業種別にみると、「人員が不足している」は建設業64.7%、「将来、人員不足が見込まれる」は製造業55.3%、「人員は足りている」はサービス業45.3%となっている。
- ・人材を確保できない理由は、「求人を出しても応募がない」53.5%、「応募はあるが適材が少ない」31.5%、「休日の日数を増やす余裕がない」30.5%が上位3項目となっている。
- ・今後、増やしたい人材は、「若年層」63.9%、「男性」52.9%、「女性」42.3%が上位3項目となっている。
- ・業種別では、「若年層」と回答した企業は、「製造業」41.8%、「建設業」35.1%、「流通・商業」32.3%、「サービス業」29.1%となっている。
- ・人材確保について興味のある取り組みは、「企業情報の発信支援」23.2%、「採用した者に対する奨励金支援」19.1%、「合同企業就職説明会」13.2%が上位3項目となっている。

(6) 持続可能な生産・経営基盤の確立について

経営を安定させるために恵庭市に希望する取り組みは、「資金繰り支援」が最も多い回答となっており、資金面での支援が期待されている。また、相談体制の強化のため求められることは、「補助金や助成金」「経営者に必要な知識」等の情報提供などの意見がある。

- ・経営を安定させるために必要な市の取り組みは、「資金繰り支援」34.6%、「各種制度に関するセミナー」33.3%、「相談支援体制の整備」27.5%、「経営相談(コンサルタントや専門家の派遣等)」25%、「社内研修会への講師の派遣」13.8%、「技術支援」12.9%、「その他」5%となっている。

・相談体制強化のために市に希望することは、「補助金や助成金」「経営者に必要な知識」等の情報提供などの意見がある。

(7) 発展的な取組みについて

経営をさらに発展させるために恵庭市の取組みで必要なことは、「企業連携の促進」、「恵庭市の知名度向上」、「企業パンフレット等の発信ツールの作成」との回答が多く、恵庭市のマーケティング的な取組みが求められている。

・経営をさらに発展させるために必要な市の取組みは、「企業連携の促進」38.3%、「恵庭市の知名度の向上」34.8%、「企業パンフレット等の発信ツールの作成」24.2%、「企業誘致の促進」23.3%、「交流人口の増加」23.3%が上位5項目となっている。

・その他の内訳は、「人口増への取り組み」、「地元企業への人材紹介、斡旋」、「新規事業」などの意見がある。

(8) 平成26年度、平成28年度中小企業実態調査との比較

平成26年度、平成28年度の中小企業実態調査との比較から、代表者の高齢化、業況の悪化、人材不足が各々進展していることが窺える。70歳代以上の経営者が半数を超え、高齢化が進行していることが窺える。過去2年間の売上動向は、H28年に「横ばい」48%であったが、R元年には「下降」47.7%とH26年38.5%を上回っている。経営課題は、建設業、流通・商業、サービス業でH26年度、H28年度よりも「人材不足」と回答した企業が多くなっている。市内企業との取引、今後の事業展開については、時系列であまり大きな変化は見られなかった。

・代表者の年齢は「80歳代」H26年10.9%に対して、H28年15.3%、R元年18%と増加している。「70歳以上」の経営者は、H26年49%、H28年51.5%、R元年55.4%と増加している。

・過去2年間の売上動向は、H26年「下降」38.5%、H28年「横ばい」48%が最も多い回答であったが、R元年は「下降」47.7%が最も多い回答となっている。

・建設業の経営課題は「人材不足」が最も多く、H26年48.9%に対して、H28年49%、R元年70.1%とH28年に比べて約21ポイント増加している。

・流通・商業の経営課題はH26年「利益の減少」41.9%が最も多かったのに対して、H28年「売上の減少」35%、R元年「人材不足」42.1%となっている。

・サービス業の経営課題は「人材不足」がH26年23.7%、H28年21.6%に対して、R元年34.4%とH28年に比べて約13ポイント増加している。

・市内企業からの仕入は、「変わらない」がH26年75.9%、H28年75.9%、R

元年74.2%と微減している。「増えた」はH26年7.6%に対して、H28年9%、R元年9.5%と微増している。一方、「減った」は、H26年16.5%に対して、H28年15.2%、R元年16.3%とH28年に比べて約1ポイント増加している。

・市内企業への販売は、「変わらない」がH26年67.2%に対して、H28年64.6%、R元年69%となっており、H28年に比べ約4ポイント増加している。一方、「減った」H26年21.8%に対して、H28年24.4%、R元年23.1%とH28年に比べ約1ポイント減少している。

・今後の事業展開は、H26年は「事業拡張」58%と最も多かったのに対して、H28年「現状維持」60.8%、R元年52.8%となっており、H28年に比べて約7ポイントの減少となっている。