

平成 26 年度

商業・サービス業実態調査報告書

平成 27 年 3 月

栃木県産業労働観光部

はじめに

我が国の経済は、平成20年の世界同時不況や平成23年の東日本大震災の影響を乗り越え、大企業を中心に回復の動きが見られてきましたが、地域経済においては、明るい兆しは見られるものの、十分なものとは言えず、より一層の景気回復が望まれるところであります。また、我が国は、急速な少子高齢化や人口減少という、かつて経験したことのない大きな課題に直面しています。

このような中、地域の商業・サービス業者の皆様は、急速な経営環境の変化に積極的に対応し、経営力の向上や、新たな市場への対応を含めた新事業の展開等を図っていくことが一層重要となってきたとともに、地域経済の活性化、雇用の維持確保など、「地方創生」に向けて極めて重要な役割を担っていただくことが期待されています。

本報告書は、このような状況を踏まえ、今後の商業・サービス業振興のための基礎資料とすることを目的に、平成26年7月1日を基準日として、県内の商業・サービス業を対象に、経営状況や今後の展望などに関するアンケート調査を実施し、その結果を取りまとめたものです。

今回の調査結果につきましては、県はもとより、市町、関係機関等におかれましては、商業・サービス業振興施策の推進の参考資料として、店舗・事業所の皆様には経営の手がかりとして、御活用くださるよう期待するものであります。

結びに、調査の実施に当たり、御協力いただきました店舗・事業所の皆様に対し、厚く御礼申し上げます。

平成27年3月

栃木県産業労働観光部長 荒川政利

〔目次〕

【調査概要】

I. 調査の概要	1
1. 調査目的	1
2. 調査対象	1
3. 調査基準日	1
4. 調査方法	1
5. 定義及び用語の解説	1
II. 配布・回収状況	3
1. 有効回答数	3
2. 業種別有効回答数	3
3. 地区別有効回答数	7
4. 地域・地区別の業種別有効回答数	9
5. 業種別及び地域別の従業員規模別有効回答数	14
6. 市部・町部別の業種別・地域別有効回答数	15

【卸売業実態調査結果】

III. 卸売業実態調査事業所の概要	17
1. 経営組織	17
2. 資本金	18
3. 店舗形態	19
4. 従業員数、雇用形態及び勤続年数	20
5. 年間売上高	26
6. 兼業	28
7. 営業時間	31
8. 年間休日数	31
9. 開設時期	32
10. 売場面積	33
11. 事業用不動産の所有関係と使用形態	34
12. 顧客タイプと顧客利用理由	37
IV. 卸売業実態調査結果	40
1. 経営状況	40
(1) 経営上の問題点	40

(2) 経営上の問題点への対応策	42
(3) 直近の設備投資予定・時期	46
2. 業況の見通し	48
(1) 自社の業況見通し	48
(2) 業界の業況見通し	49
3. 人材の確保について	50
(1) 人員管理における従業員の過不足	50
(2) 従業員の増減意向	51
(3) 主に活用している従業員採用手段	52
(4) 労働形態の多様化に対する取組意向	53
(5) 非正規従業員の雇用形態意向	54
4. 後継者の育成	55
(1) 事業継続意向	55
(2) 後継者（次期責任者）の決定状況	57
5. 資金調達の方法	60
(1) 主な資金調達先	60
(2) 資金繰りに関する課題	61
(3) 新たな資金調達方法への関心	62
6. 経営情報の入手先や相談窓口	63
(1) 顧客の嗜好や商品情報の入手先	63
(2) 経営の年次目標や中期経営計画の策定の有無	64
(3) 経営上の問題解決のために利用する相談窓口	65
(4) 相談窓口を利用しない理由	66
7. 販路の開拓	67
(1) 販路開拓の取組	67
(2) ネットビジネス	69
(3) 海外販路開拓	73
8. 事業の新たな取組	78
(1) 人口減少・少子高齢化の影響	78
(2) 人口減少・少子高齢化に対する将来的取組	79
(3) 関心のある地域資源	80
(4) 事業継続計画（BCP）	81
9. その他	83
(1) 行政に対して期待する施策	83

【小売業実態調査結果】

V. 小売業調査事業所の概要	85
1. 経営組織	85

2. 資本金	86
3. 店舗形態	87
4. 従業員数、雇用形態及び勤続年数	88
5. 年間売上高	94
6. 兼業	96
7. 営業時間	99
8. 年間休日数	99
9. 開設時期	100
10. 売場面積	101
11. 事業用不動産の所有関係と使用形態	102
12. 顧客タイプと顧客利用理由	105
VI. 小売業実態調査結果	108
1. 経営状況	108
(1) 経営上の問題点	108
(2) 経営上の問題点への対応策	110
(3) 直近の設備投資予定・時期	114
2. 業況の見通し	116
(1) 自社の業況見通し	116
(2) 業界の業況見通し	117
3. 人材の確保について	118
(1) 人員管理における従業員の過不足	118
(2) 従業員の増減意向	119
(3) 主に活用している従業員採用手段	120
(4) 労働形態の多様化に対する取組意向	121
(5) 非正規従業員の雇用形態意向	122
4. 後継者の育成	123
(1) 事業継続意向	123
(2) 後継者（次期責任者）の決定状況	125
5. 資金調達の方法	128
(1) 主な資金調達先	128
(2) 資金繰りに関する課題	129
(3) 新たな資金調達方法への関心	130
6. 経営情報の入手先や相談窓口	131
(1) 顧客の嗜好や商品情報の入手先	131
(2) 経営の年次目標や中期経営計画の策定の有無	132
(3) 経営上の問題解決のために利用する相談窓口	133
(4) 相談窓口を利用しない理由	134
7. 販路の開拓	135

(1) 販路開拓の取組	135
(2) ネットビジネス	137
(3) 海外販路開拓	141
8. 事業の新たな取組	146
(1) 人口減少・少子高齢化の影響	146
(2) 人口減少・少子高齢化に対する将来的取組	147
(3) 関心のある地域資源	148
(4) 事業継続計画（BCP）	149
9. その他	151
(1) 行政に対して期待する施策	151

【サービス業実態調査結果】

VII. サービス業調査事業所の概要	153
1. 経営組織	153
2. 資本金	154
3. 店舗形態	155
4. 従業員数、雇用形態及び勤続年数	156
5. 年間売上高	166
6. 兼業	169
7. 営業時間	174
8. 年間休日数	175
9. 開設時期	176
10. 売場面積	178
11. 事業用不動産の所有関係と使用形態	179
12. 顧客タイプと顧客利用理由	182
VIII. サービス業実態調査結果	188
1. 経営状況	188
(1) 経営上の問題点	188
(2) 経営上の問題点への対応策	190
(3) 直近の設備投資予定・時期	194
2. 業況の見通し	197
(1) 自社の業況見通し	197
(2) 業界の業況見通し	198
3. 人材の確保について	199
(1) 人員管理における従業員の過不足	199
(2) 従業員の増減意向	200
(3) 主に活用している従業員採用手段	201

(4) 労働形態の多様化に対する取組意向	203
(5) 非正規従業員の雇用形態意向	205
4. 後継者の育成	207
(1) 事業継続意向	207
(2) 後継者（次期責任者）の決定状況	209
5. 資金調達の方法	214
(1) 主な資金調達先	214
(2) 資金繰りに関する課題	216
(3) 新たな資金調達方法への関心	218
6. 経営情報の入手先や相談窓口	219
(1) 顧客の嗜好や商品情報の入手先	219
(2) 経営の年次目標や中期経営計画の策定の有無	221
(3) 経営上の問題解決のために利用する相談窓口	222
(4) 相談窓口を利用しない理由	224
7. 販路の開拓	226
(1) 販路開拓の取組	226
(2) ネットビジネス	230
(3) 海外販路開拓	238
8. 事業の新たな取組	245
(1) 人口減少・少子高齢化の影響	245
(2) 人口減少・少子高齢化に対する将来的取組	246
(3) 関心のある地域資源	248
(4) 事業継続計画（BCP）	250
9. その他	253
(1) 行政に対して期待する施策	253

【卸売業・小売業・サービス業の調査結果の主な項目の比較】

IX. 卸売業・小売業・サービス業の調査結果の主な項目の比較	255
1. 経営状況	255
(1) 経営上の問題点	255
(2) 経営上の問題点への対応策	256
2. 人口減少・少子高齢化に対する将来的取組	258
3. 行政に対して期待する施策	259

【調査結果集計表】

I. 卸売業実態調査結果集計表

1. 事業所の概要	261
-----------------	-----

表一卸. 1	代表者の年代
表一卸. 2	代表者の性別
表一卸. 3	(1) 経営組織
表一卸. 4	(1) 資本金
表一卸. 5	(2) 店舗形態 (本・支店別)
表一卸. 6	(3) 従業員数・合計
表一卸. 7	(3) 1 商店当たりの平均従業員数
表一卸. 8	(3) 従業員内訳合計に占める従業員構成比
表一卸. 9	(3) 正規従業員／勤続年数
表一卸. 10	(3) 出向・派遣社員／勤続年数
表一卸. 11	(3) 契約社員・パート／勤続年数
表一卸. 12	(3) 無給の家族従業員／勤続年数
表一卸. 13	(4) 年間売上高
表一卸. 14	(5) 1 年前と比較した売上高の推移
表一卸. 15	(6) 兼業の有無
表一卸. 16	(6) 兼業の割合
表一卸. 17	(6) 兼業している業種名
表一卸. 18	(7) 営業時間
表一卸. 19	(8) 年間休業日数
表一卸. 20	(9) 現在の場所で事業を始めた時期
表一卸. 21	(10) 売場面積
表一卸. 22	(11) 事業用土地の所有関係
表一卸. 23	(12) 事業所・店舗の所有関係
表一卸. 24	(13) 事業所・店舗の使用形態
表一卸. 25	(14) 顧客について
表一卸. 26	(15) 顧客のタイプ
表一卸. 27	(16) 顧客 (個人) が店舗を利用する理由
表一卸. 28	(17) 顧客 (法人) が店舗を利用する理由

2.経営全般について..... 279

表一卸. 1	(1) 経営上、特に問題となっているもの
表一卸. 2	(2) 経営上の問題に対し、既の実施している対応策
表一卸. 3	(3) 今後実施していくことが必要なもの
表一卸. 4	(4) ①事業所・店舗の設備投資の直近の時期・予定
表一卸. 5	(4) ②設備投資を行わない理由
表一卸. 6	(5) ①事業所・店舗の5年後の業況見通し
表一卸. 7	(5) ②業界の5年後の業況見通し

3.人材の確保について..... 286

表一卸. 36	(1) 従業員過不足の有無
表一卸. 37	(2) 今後の従業員の増減
表一卸. 38	(3) 主に活用している従業員採用手段
表一卸. 39	(4) 人材確保に対し、現在取り組んでいること
表一卸. 40	(5) 非正規従業員の雇用形態意向

4.後継者の育成について.....	290
表一卸. 41 (1) ①今後の事業の継続意向	
表一卸. 42 (1) ②廃業を検討する理由	
表一卸. 43 (2) ①後継者(次期責任者)の決定状況	
表一卸. 44 (2) ②予定している事業承継者	
表一卸. 45 (2) ③事業承継者の問題点	
5.資金調達について.....	293
表一卸. 46 (1) 主要な資金調達先	
表一卸. 47 (2) 資金繰りに関する課題	
表一卸. 48 (3) 関心のある資金調達方法	
6.経営情報について.....	296
表一卸. 49 (1) 顧客の嗜好や商品情報の入手先	
表一卸. 50 (2) 経営の年次目標や中期経営計画の策定の有無	
表一卸. 51 (3) ①経営上の課題解決のために利用する相談窓口	
表一卸. 52 (3) ②相談窓口を利用しない理由	
7.販路の開拓について.....	298
表一卸. 53 (1) 既に取り組んでいる販路開拓の取組	
表一卸. 54 (2) 今後力を入れていきたい販路開拓の取組	
表一卸. 55 (3) ①既の実施しているネットビジネス	
表一卸. 56 (3) ②ネットビジネスの効果	
表一卸. 57 (3) ③ネットビジネスの課題	
表一卸. 58 (4) ネットビジネスを実施していない理由	
表一卸. 59 (5) 商品やサービスの海外販路開拓を行っているか	
表一卸. 60 (5) ①海外販路開拓	
表一卸. 61 (5) ②海外販路開拓を行っている地域	
表一卸. 62 (5) ③海外販路開拓における問題点	
表一卸. 63 (5) ④今後の海外販路開拓の検討状況	
表一卸. 64 (5) ⑤検討しない理由	
8.事業の新たな取組について.....	305
表一卸. 64 (1) 人口減少・少子高齢化による顧客減少や労働力不足への影響の有無	
表一卸. 65 (2) 将来、重要と思われる経済環境変化への取組	
表一卸. 66 (3) 関心のある地域資源	
表一卸. 67 (4) ①事業継続計画(BCP)策定の有無	
表一卸. 68 (4) ②策定していない理由	
9.その他.....	309
表一卸. 69 (1) 行政に対して期待する施策	

II. 小売業実態調査集計表

1.事業所概要..... 311

- 表一小. 1 代表者の年代
- 表一小. 2 代表者の性別
- 表一小. 3 (1) 経営組織
- 表一小. 4 (1) 資本金
- 表一小. 5 (2) 店舗形態 (本・支店別)
- 表一小. 6 (3) 従業員数・合計
- 表一小. 7 (3) 1 商店当たりの平均従業員数
- 表一小. 8 (3) 従業員内訳合計に占める従業員構成比
- 表一小. 9 (3) 正規従業員／勤続年数
- 表一小. 10 (3) 出向・派遣社員／勤続年数
- 表一小. 11 (3) 契約社員・パート／勤続年数
- 表一小. 12 (3) 無給の家族従業員／勤続年数
- 表一小. 13 (4) 年間売上高
- 表一小. 14 (5) 1 年前と比較した売上高の推移
- 表一小. 15 (6) 兼業の有無
- 表一小. 16 (6) 兼業の割合
- 表一小. 17 (6) 兼業している業種名
- 表一小. 18 (7) 営業時間
- 表一小. 19 (8) 年間休業日数
- 表一小. 20 (9) 現在の場所で事業を始めた時期
- 表一小. 21 (10) 売場面積
- 表一小. 22 (11) 事業用土地の所有関係
- 表一小. 23 (12) 事業所・店舗の所有関係
- 表一小. 24 (13) 事業所・店舗の使用形態
- 表一小. 25 (14) 顧客について
- 表一小. 26 (15) 顧客のタイプ
- 表一小. 27 (16) 顧客 (個人) が店舗を利用する理由
- 表一小. 28 (17) 顧客 (法人) が店舗を利用する理由

2.経営全般について..... 329

- 表一小. 1 (1) 経営上、特に問題となっているもの
- 表一小. 2 (2) 経営上の問題に対し、既の実施している対応策
- 表一小. 3 (3) 今後実施していくことが必要なもの
- 表一小. 4 (4) ①事業所・店舗の設備投資の直近の時期・予定
- 表一小. 5 (4) ②設備投資を行わない理由
- 表一小. 6 (5) ①事業所・店舗の5年後の業況見通し
- 表一小. 7 (5) ②業界の5年後の業況見通し

3.人材の確保について..... 336

- 表一小. 36 (1) 従業員過不足の有無
- 表一小. 37 (2) 今後の従業員の増減
- 表一小. 38 (3) 主に活用している従業員採用手段
- 表一小. 39 (4) 人材確保に対し、現在取り組んでいること

表一小. 40 (5) 非正規従業員の雇用形態意向

4.後継者の育成について..... 339

- 表一小. 41 (1) ①今後の事業の継続意向
- 表一小. 42 (1) ②廃業を検討する理由
- 表一小. 43 (2) ①後継者(次期責任者)の決定状況
- 表一小. 44 (2) ②予定している事業承継者
- 表一小. 45 (2) ③事業承継者の問題点

5.資金調達について..... 341

- 表一小. 46 (1) 主要な資金調達先
- 表一小. 47 (2) 資金繰りに関する課題
- 表一小. 48 (3) 関心のある資金調達方法

6.経営情報について..... 343

- 表一小. 49 (1) 顧客の嗜好や商品情報の入手先
- 表一小. 50 (2) 経営の年次目標や中期経営計画の策定の有無
- 表一小. 51 (3) ①経営上の課題解決のために利用する相談窓口
- 表一小. 52 (3) ②相談窓口を利用しない理由

7.販路の開拓について..... 345

- 表一小. 53 (1) 既に取り組んでいる販路開拓の取組
- 表一小. 54 (2) 今後力を入れていきたい販路開拓の取組
- 表一小. 55 (3) ①既の実施しているネットビジネス
- 表一小. 56 (3) ②ネットビジネスの効果
- 表一小. 57 (3) ③ネットビジネスの課題
- 表一小. 58 (4) ネットビジネスを実施していない理由
- 表一小. 59 (5) 商品やサービスの海外販路開拓を行っているか
- 表一小. 60 (5) ①海外販路開拓
- 表一小. 61 (5) ②海外販路開拓を行っている地域
- 表一小. 62 (5) ③海外販路開拓における問題点
- 表一小. 63 (5) ④今後の海外販路開拓の検討状況
- 表一小. 64 (5) ⑤検討しない理由

8.事業の新たな取組について..... 352

- 表一小. 65 (1) 人口減少・少子高齢化による顧客減少や労働力不足への影響の有無
- 表一小. 66 (2) 将来、重要と思われる経済環境変化への取組
- 表一小. 67 (3) 関心のある地域資源
- 表一小. 68 (4) ①事業継続計画(BCP)策定の有無
- 表一小. 69 (4) ②策定していない理由

9.その他..... 356

- 表一小. 70 (1) 行政に対して期待する施策

Ⅲ. サービス業実態調査集計表

1.事業所概要.....	357
表ーサービス. 1	代表者の年代
表ーサービス. 2	代表者の性別
表ーサービス. 3	(1) 経営組織
表ーサービス. 4	(1) 資本金
表ーサービス. 5	(2) 店舗形態 (本・支店別)
表ーサービス. 6	(3) 従業員数・合計
表ーサービス. 7	(3) 1 商店当たりの平均従業員数
表ーサービス. 8	(3) 従業員内訳合計に占める従業員構成比
表ーサービス. 9	(3) 正規従業員／勤続年数
表ーサービス. 10	(3) 出向・派遣社員／勤続年数
表ーサービス. 11	(3) 契約社員・パート／勤続年数
表ーサービス. 12	(3) 無給の家族従業員／勤続年数
表ーサービス. 13	(4) 年間売上高
表ーサービス. 14	(5) 1 年前と比較した売上高の推移
表ーサービス. 15	(6) 兼業の有無
表ーサービス. 16	(6) 兼業の割合
表ーサービス. 17	(6) 兼業している業種名
表ーサービス. 18	(7) 営業時間
表ーサービス. 19	(8) 年間休業日数
表ーサービス. 20	(9) 現在の場所で事業を始めた時期
表ーサービス. 21	(10) 売場面積
表ーサービス. 22	(11) 事業用土地の所有関係
表ーサービス. 23	(12) 事業所・店舗の所有関係
表ーサービス. 24	(13) 事業所・店舗の使用形態
表ーサービス. 25	(14) 顧客について
表ーサービス. 26	(15) 顧客のタイプ
表ーサービス. 27	(16) 顧客 (個人) が店舗を利用する理由
表ーサービス. 28	(17) 顧客 (法人) が店舗を利用する理由
2.経営全般について.....	375
表ーサービス. 29	(1) 経営上、特に問題となっているもの
表ーサービス. 30	(2) 経営上の問題に対し、既の実施している対応策
表ーサービス. 31	(3) 今後実施していくことが必要なもの
表ーサービス. 32	(4) ①事業所・店舗の設備投資の直近の時期・予定
表ーサービス. 33	(4) ②設備投資を行わない理由
表ーサービス. 34	(5) ①事業所・店舗の5年後の業況見通し
表ーサービス. 35	(5) ②業界の5年後の業況見通し
3.人材の確保について.....	382
表ーサービス. 36	(1) 従業員過不足の有無
表ーサービス. 37	(2) 今後の従業員の増減
表ーサービス. 38	(3) 主に活用している従業員採用手段

表－サービス. 39	(4) 人材確保に対し、現在取り組んでいること	
表－サービス. 40	(5) 非正規従業員の雇用形態意向	
4.後継者の育成について.....		385
表－サービス. 41	(1) ①今後の事業の継続意向	
表－サービス. 42	(1) ②廃業を検討する理由	
表－サービス. 43	(2) ①後継者（次期責任者）の決定状況	
表－サービス. 44	(2) ②予定している事業承継者	
表－サービス. 45	(2) ③事業承継者の問題点	
5.資金調達について.....		387
表－サービス. 46	(1) 主要な資金調達先	
表－サービス. 47	(2) 資金繰りに関する課題	
表－サービス. 48	(3) 関心のある資金調達方法	
6.経営情報について.....		389
表－サービス. 49	(1) 顧客の嗜好や商品情報の入手先	
表－サービス. 50	(2) 経営の年次目標や中期経営計画の策定の有無	
表－サービス. 51	(3) ①経営上の課題解決のために利用する相談窓口	
表－サービス. 52	(3) ②相談窓口を利用しない理由	
7.販路の開拓について.....		391
表－サービス. 53	(1) 既に取り組んでいる販路開拓の取組	
表－サービス. 54	(2) 今後力を入れていきたい販路開拓の取組	
表－サービス. 55	(3) ①既に実施しているネットビジネス	
表－サービス. 56	(3) ②ネットビジネスの効果	
表－サービス. 57	(3) ③ネットビジネスの課題	
表－サービス. 58	(4) ネットビジネスを実施していない理由	
表－サービス. 59	(5) 商品やサービスの海外販路開拓を行っているか	
表－サービス. 60	(5) ①海外販路開拓	
表－サービス. 61	(5) ②海外販路開拓を行っている地域	
表－サービス. 62	(5) ③海外販路開拓における問題点	
表－サービス. 63	(5) ④今後の海外販路開拓の検討有無	
表－サービス. 64	(5) ⑤検討しない理由	
8.事業の新たな取組について.....		398
表－サービス. 65	(1) 人口減少・少子高齢化による顧客減少や労働力不足への影響の有無	
表－サービス. 66	(2) 将来、重要と思われる経済環境変化への取組	
表－サービス. 67	(3) 関心のある地域資源	
表－サービス. 68	(4) ①事業継続計画（BCP）策定の有無	
表－サービス. 69	(4) ②策定していない理由	

9.その他..... 402
表-サービス. 69 (1) 行政に対して期待する施策

【調査票】 403

【調査概要】

I.調査の概要

1.調査目的

本調査は、消費ニーズの多様化・個性化、急激な経済環境の変化や産業のサービスの進展に対応するため、本県の商業（卸売・小売）・サービス業事業者が抱える経営上の課題や行政ニーズを把握し、行政機関や関係機関等における、商業・サービス業事業者の経営改善等、商業・サービス業振興のための基礎資料とすることを目的とする。

2.調査対象

「平成 24 年経済センサスー活動調査」のリストから業種中分類ごとに従業員数で層化無作為抽出した 5,000 事業所とした。抽出したサンプル数は、卸売業 600 事業所、小売業 1,900 事業所、サービス業 2,500 事業所である。

3.調査基準日

平成 26 年 7 月 1 日

4.調査方法

郵送による配布・回収

5.定義及び用語の解説

(1) 業種別

「日本標準産業分類（平成 19 年 11 月改定）」により以下のように分類した。

- ・卸売業・・・50、51、52、53、54、55
- ・小売業・・・56、57、58、59、60、61
- ・サービス業・・・39、40、41（うち 410、411、412、415、416）、69（うち 693）、70、72、73、74、75、76、77、78、79、80、82（820、822、823、824、829）、85（うち 854、855）88、89、90、91、92

(2) 従業者規模別

各事業所の従業者数の規模は、母集団の各リストの従業者規模区分に従って次の 22 区分とした。

表 1 従業者規模の区分

卸業者・小売業者				サービス業			
区分	従業者数	区分	従業者数	区分	従業者数	区分	従業者数
1	1～2人	7	50～99人	12	1～4人	18	100～199人
2	3～4人	8	100～199人	13	5～9人	19	200～299人
3	5～9人	9	200～299人	14	10～19人	20	300～499人
4	10～19人	10	300～499人	15	20～29人	21	500～999人
5	20～29人	11	500人以上	16	30～49人	22	1000人以上
6	30～49人			17	50～99人		

また、本文中の分析にあたっては、従業者規模の区分を以下のとおり、3類型にまとめ、小規模、中規模、大規模の3区分により考察する。

表2 大・中・小の規模区分

卸売業		小売業		サービス業	
区分	従業者数	区分	従業者数	区分	従業者数
小規模	1～4人	小規模	1～4人	小規模	1～4人
中規模	5～99人	中規模	5～49人	中規模	5～99人
大規模	100人以上	大規模	50人以上	大規模	100人以上

(3) 地域区分

地域及び地区を次の通り区分した。

表3 3地域区分と10地区区分

地域	地区	市町村
県北	那須地区	大田原市、那須塩原市、那須町
	日光地区	日光市
	塩谷地区	矢板市、さくら市、塩谷町、高根沢町
	南那須地区	那須烏山市、那珂川町
県央	宇都宮地区	宇都宮市、上三川町、壬生町
	鹿沼地区	鹿沼市
	芳賀地区	真岡市、益子町、茂木町、市貝町、芳賀町
県南	小山地区	小山市、下野市、野木町
	栃木地区	栃木市
	両毛地区	足利市、佐野市

(4) 市郡別

市町を市部（14市）と町部（11町）に2区分した。

Ⅱ.配布・回収状況

1.有効回答数

	調査対象 先数 (店)	配達不能 未達先数 (店)	回収数		回収率 (%)	有効 回答率 (%)	
			(店)	有効回答 (店)			無効回答 (店)
合計	5,000	241	1,464	1,437	27	30.8%	30.2%
卸売業	600	27	181	178	3	31.6%	31.1%
小売業	1,900	77	558	545	13	30.6%	29.9%
サービス業	2,500	137	725	714	11	30.7%	30.2%

(注) 回収率＝回収数／(調査対象先数－配達不能先数)

有効回答率＝有効回答／(調査対象先数－配達不能先数)

2.業種別有効回答数

(1) 卸売業(小分類)有効回答数

業種	項目	調査対象 先数 (店)	配達不能 未達先数 (店)	有効 回収数 (店)	有効 回収率 (%)
卸売業合計		600	27	178	31.1%
50	各種商品卸売業	3	0	1	33.3%
	500 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	501 各種商品卸売業	3	0	1	33.3%
51	繊維・衣服等卸売業	27	2	8	32.0%
	510 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	511 繊維品卸売業	5	1	2	50.0%
	512 衣服卸売業	16	1	5	33.3%
	513 身の回り品卸売業	6	0	1	16.7%
52	飲食料品卸売業	117	6	36	32.4%
	520 管理、補助的経済活動を行う事業所	1	0	1	100.0%
	521 農畜産物・水産物卸売業	62	2	18	30.0%
	522 食料・飲料卸売業	54	4	17	34.0%
53	建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	158	6	50	32.9%
	530 管理、補助的経済活動を行う事業所	2	0	1	50.0%
	531 建築材料卸売業	67	1	23	34.8%
	532 化学製品卸売業	36	4	14	43.8%
	533 石油・鉱物卸売業	8	0	3	37.5%
	534 鉄鋼製品卸売業	11	0	3	27.3%
	535 非鉄金属卸売業	1	0	0	0.0%
	536 再生資源卸売業	33	1	6	18.8%
54	機械器具卸売業	160	6	48	31.2%
	540 管理、補助的経済活動を行う事業所	1	0	0	0.0%
	541 産業機械器具卸売業	53	3	15	30.0%
	542 自動車卸売業	38	1	12	32.4%
	543 電気機械器具卸売業	43	0	14	32.6%
	549 その他の機械器具卸売業	25	2	7	30.4%
55	その他の卸売業	135	7	35	27.3%
	550 管理、補助的経済活動を行う事業所	2	0	0	0.0%
	551 家具・建具・じゅう器等卸売業	16	0	6	37.5%
	552 医薬品・化粧品等卸売業	37	2	11	31.4%
	553 紙・紙製品卸売業	11	1	2	20.0%
	559 他に分類されない卸売業	69	4	16	24.6%

(2) 小売業（小分類）有効回答数

業種	項目	調査対象 先数 (店)	配達不能 未達先数 (店)	有効 回収数 (店)	有効 回収率 (%)
小売業合計		1,900	77	545	29.9%
56	各種商品小売業	8	0	5	62.5%
	560 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	561 百貨店・総合スーパー	4	0	3	75.0%
	569 その他の各種商品小売業	4	0	2	50.0%
57	織物・衣服・身の回り品小売業	248	22	58	25.7%
	570 管理、補助的経済活動を行う事業所	2	0	1	50.0%
	571 呉服・服地・寝具小売業	29	1	6	21.4%
	572 男子服小売業	32	5	9	33.3%
	573 婦人・子供服小売業	111	9	25	24.5%
	574 靴・履物小売業	20	2	4	22.2%
	579 その他の織物・衣服・身の回り品小売業	54	5	13	26.5%
58	飲食料品小売業	579	15	179	31.7%
	580 管理、補助的経済活動を行う事業所	1	0	1	100.0%
	581 各種食料品小売業	69	3	23	34.8%
	582 野菜・果実小売業	44	0	14	31.8%
	583 食肉小売業	21	1	6	30.0%
	584 鮮魚小売業	26	0	6	23.1%
	585 酒小売業	74	4	17	24.3%
	586 菓子・パン小売業	119	4	31	27.0%
	589 その他の飲食料品小売業	225	3	81	36.5%
59	機械器具小売業	277	7	69	25.6%
	590 管理、補助的経済活動を行う事業所	2	0	1	50.0%
	591 自動車小売業	170	4	41	24.7%
	592 自転車小売業	33	0	10	30.3%
	593 機械器具小売業（自動車、自転車を除く）	72	3	17	24.6%
60	その他の小売業	726	30	220	31.6%
	600 管理、補助的経済活動を行う事業所	2	0	0	0.0%
	601 家具・建具・畳小売業	46	3	14	32.6%
	602 じゅう器小売業	34	2	4	12.5%
	603 医薬品・化粧品小売業	136	6	41	31.5%
	604 農耕用品小売業	28	0	12	42.9%
	605 燃料小売業	132	4	51	39.8%
	606 書籍・文房具小売業	64	4	15	25.0%
	607 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	57	5	14	26.9%
	608 写真機・時計・眼鏡小売業	44	2	11	26.2%
	609 他に分類されない小売業	183	4	58	32.4%
61	無店舗小売業	62	3	14	23.7%
	610 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	611 通信販売・訪問販売小売業	40	3	7	18.9%
	612 自動販売機による小売業	14	0	5	35.7%
	619 その他の無店舗小売業	8	0	2	25.0%

(3) サービス業（小分類）有効回答数

業種	項目	調査対象 先数 (店)	配達不能 未達先数 (店)	有効 回収数 (店)	有効 回収率 (%)
サービス業合計		2,500	137	714	30.2%
39 情報サービス業		29	2	16	59.3%
	390 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	391 ソフトウェア業	19	1	12	66.7%
	392 情報処理・提供サービス業	10	1	4	44.4%
40 インターネット附随サービス業		3	0	0	0.0%
	400 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	401 インターネット附随サービス業	3	0	0	0.0%
41 映像・音声・文字情報制作業		8	0	1	12.5%
	410 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	411 映像情報制作・配給業	3	0	0	0.0%
	412 音声情報制作業	0	0	0	0.0%
	415 広告制作業	3	0	1	33.3%
	416 映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業	2	0	0	0.0%
69 不動産賃貸業・管理業		38	2	14	38.9%
	693 駐車場業	38	2	14	38.9%
70 物品賃貸業		44	1	13	30.2%
	700 管理、補助的経済活動を行う事業所	1	0	0	0.0%
	701 各種物品賃貸業	2	0	0	0.0%
	702 産業用機械器具賃貸業	10	1	4	44.4%
	703 事務用機械器具賃貸業	2	0	0	0.0%
	704 自動車賃貸業	16	0	5	31.3%
	705 スポーツ・娯楽用品賃貸業	1	0	0	0.0%
	709 その他物品賃貸業	12	0	4	33.3%
72 専門サービス業（他に分類されないもの）		122	2	58	48.3%
	720 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	721 法律事務所、特許事務所	8	0	2	25.0%
	722 公証人役場、司法書士事務所、土地家屋調査士事務所	21	0	11	52.4%
	723 行政書士事務所	16	0	9	56.3%
	724 公認会計士事務所、税理士事務所	42	1	22	53.7%
	725 社会保険労務士事務所	5	0	3	60.0%
	726 デザイン業	1	0	0	0.0%
	727 著述・芸術家業	0	0	0	0.0%
	728 経営コンサルタント業、純粋持株会社	15	1	6	42.9%
	729 その他の専門サービス業	14	0	5	35.7%
73 広告業		9	0	3	33.3%
	730 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	731 広告業	9	0	3	33.3%
74 技術サービス業（他に分類されないもの）		126	5	47	38.8%
	740 管理、補助的経済活動を行う事業所	1	0	1	100.0%
	741 獣医業	11	0	3	27.3%
	742 土木建築サービス業	77	3	33	44.6%
	743 機械設計業	9	0	3	33.3%
	744 商品・非破壊検査業	2	0	0	0.0%
	745 計量証明業	2	0	2	100.0%
	746 写真業	18	2	4	25.0%
	749 その他の技術サービス業	6	0	1	16.7%
75 宿泊業		100	5	29	30.5%
	750 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	751 旅館、ホテル	92	3	26	29.2%
	752 簡易宿所	1	0	0	0.0%
	753 下宿業	2	1	1	100.0%
	759 その他の宿泊業	5	1	2	50.0%
76 飲食店		834	76	193	25.5%
	760 管理、補助的経済活動を行う事業所	1	0	1	100.0%
	761 食堂、レストラン（専門料理店を除く）	109	4	29	27.6%
	762 専門料理店	288	17	82	30.3%
	763 そば・うどん店	74	4	24	34.3%
	764 すし店	37	0	4	10.8%
	765 酒場、ビヤホール	140	21	16	13.4%
	766 バー、キャバレー、ナイトクラブ	109	22	17	19.5%
	767 喫茶店	36	3	14	42.4%
	769 その他の飲食店	40	5	6	17.1%

業種	項目	調査対象 先数 (店)	配達不能 未達先数 (店)	有効 回収数 (店)	有効 回収率 (%)
77	持ち帰り・配達飲食サービス業	57	3	15	27.8%
	770 管理、補助的経済活動を行う事業所	24	0	0	0.0%
	771 持ち帰り飲食サービス業	33	1	5	15.6%
	772 配達飲食サービス業	0	2	10	0.0%
78	洗濯・理容・美容・浴場業	585	14	182	31.9%
	780 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	781 洗濯業	92	10	27	32.9%
	782 理容業	180	1	64	35.8%
	783 美容業	288	2	83	29.0%
	784 一般公衆浴場業	1	0	0	0.0%
	785 その他の公衆浴場業	8	1	4	57.1%
	789 その他の洗濯・理容・美容・浴場業	16	0	4	25.0%
79	その他の生活関連サービス業	83	7	27	35.5%
	790 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	791 旅行業	12	1	6	54.5%
	793 衣服裁縫修理業	10	1	2	22.2%
	794 物品預り業	4	1	1	33.3%
	795 火葬・墓地管理業	2	1	0	0.0%
	796 冠婚葬祭業	15	1	6	42.9%
	799 他に分類されない生活関連サービス業	40	2	12	31.6%
80	娯楽業	86	2	15	17.9%
	800 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	801 映画館	2	0	1	50.0%
	802 興行場（別掲を除く）、興行団	0	0	0	0.0%
	803 競輪・競馬等の競走場、競技団	0	0	0	0.0%
	804 スポーツ施設提供業	32	0	7	21.9%
	805 公園、遊園地	2	0	1	50.0%
	806 遊戯場	36	1	5	14.3%
	809 その他の娯楽業	14	1	1	7.7%
82	その他の教育、学習支援業	31	6	9	36.0%
	820 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	822 職業・教育支援施設	2	1	0	0.0%
	823 学習塾	10	1	3	33.3%
	824 教養・技能教授業	19	4	6	40.0%
	829 他に分類されない教育、学習支援業	0	0	0	0.0%
85	社会保険・社会福祉・介護事業	36	2	4	11.8%
	854 老人福祉・介護事業	35	2	4	12.1%
	855 障害者福祉事業	1	0	0	0.0%
88	廃棄物処理業	35	0	12	34.3%
	880 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	881 一般廃棄物処理業	15	0	3	20.0%
	882 産業廃棄物処理業	20	0	9	45.0%
	889 その他の廃棄物処理業	0	0	0	0.0%
89	自動車整備業	124	2	31	25.4%
	890 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	891 自動車整備業	124	2	31	25.4%
90	機械等修理業	39	0	13	33.3%
	900 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	901 機械修理業（電気機械器具を除く）	20	0	6	30.0%
	902 電気機械器具修理業	8	0	4	50.0%
	903 表具業	4	0	2	50.0%
	909 その他の修理業	7	0	1	14.3%
91	職業紹介・労働者派遣業	30	2	9	32.1%
	910 管理、補助的経済活動を行う事業所	0	0	0	0.0%
	911 職業紹介業	5	0	1	20.0%
	912 労働者派遣業	25	2	8	34.8%
92	その他の事業サービス業	81	6	23	30.7%
	920 管理、補助的経済活動を行う事業所	1	0	0	0.0%
	921 速記・ワープロ入力・複写業	2	0	1	50.0%
	922 建物サービス業	29	2	5	18.5%
	923 警備業	10	1	5	55.6%
	929 他に分類されない事業サービス業	39	3	12	33.3%

3.地区別有効回答数

(1) 卸売業有効回答数

項目 地域・地区	調査対象 先数 (店)	配達不能 未達先数 (店)	有効 回収数 (店)	有効 回収率 (%)
有効回答数	600	27	178	31.1%
県北地区	82	2	31	38.8%
那須地区	40	1	13	33.3%
日光地区	17	0	11	64.7%
塩谷地区	19	1	3	16.7%
南那須地区	6	0	4	66.7%
県央地区	307	19	82	28.5%
宇都宮地区	245	15	67	29.1%
鹿沼地区	32	2	8	26.7%
芳賀地区	30	2	7	25.0%
県南地区	211	6	65	31.7%
小山地区	75	2	25	34.2%
栃木地区	39	1	9	23.7%
両毛地区	97	3	31	33.0%

(2) 小売業有効回答数

項目 地域・地区	調査対象 先数 (店)	配達不能 未達先数 (店)	有効 回収数 (店)	有効 回収率 (%)
有効回答数	1,900	77	545	29.9%
県北地区	510	20	156	31.8%
那須地区	227	9	72	33.0%
日光地区	107	3	37	35.6%
塩谷地区	120	7	30	26.5%
南那須地区	56	1	17	30.9%
県央地区	737	33	211	30.0%
宇都宮地区	520	30	152	31.0%
鹿沼地区	85	2	25	30.1%
芳賀地区	132	1	34	26.0%
県南地区	653	24	178	28.3%
小山地区	190	8	50	27.5%
栃木地区	151	2	52	34.9%
両毛地区	312	14	76	25.5%

(3) サービス業有効回答数

項目 地域・地区	調査対象 先数 (店)	配達不能 未達先数 (店)	有効 回収数 (店)	有効 回収率 (%)
有効回答数	2,500	137	714	30.2%
県北地区	631	31	178	29.7%
那須地区	315	18	81	27.3%
日光地区	148	6	47	33.1%
塩谷地区	118	6	35	31.3%
南那須地区	50	1	15	30.6%
県央地区	1049	70	290	29.6%
宇都宮地区	766	58	217	30.6%
鹿沼地区	117	6	30	27.0%
芳賀地区	166	6	43	26.9%
県南地区	820	36	246	31.4%
小山地区	257	10	71	28.7%
栃木地区	192	7	53	28.6%
両毛地区	371	19	122	34.7%

4.地域・地区別の業種別有効回答数

(1) 卸売業

単位：店、%

業種	地域・地区										県南地域										全体								
	県北地域					中央地域					県南地域					県南地域													
	那須地区	日光地区	塩谷地区	南那須地区	芳賀地区	宇都宮地区	鹿沼地区	茅渚地区	小山地区	栃木地区	向毛地区	小山地区	栃木地区	向毛地区	小山地区	栃木地区	向毛地区	小山地区	栃木地区	向毛地区									
有効回答数	31	100.0	13	100.0	4	100.0	82	100.0	67	100.0	8	100.0	7	100.0	65	100.0	25	100.0	9	100.0	31	100.0	178	100.0					
50 各種商品卸売業	1	3.2	1	7.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.6			
500 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
501 各種商品卸売業	1	3.2	1	7.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.6		
51 繊維・衣服等卸売業	-	-	-	-	-	-	3	3.7	3	4.5	-	-	-	-	5	7.7	2	8.0	-	-	3	9.7	8	4.5	-	-			
510 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
511 繊維品卸売業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3.1	1	4.0	-	-	1	3.2	2	1.1	-	-			
512 衣服卸売業	-	-	-	-	-	-	3	3.7	3	4.5	-	-	-	-	2	3.1	-	-	-	-	2	6.5	5	2.8	-	-			
513 身の回り品卸売業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1.5	1	4.0	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.6	
52 飲食料品卸売業	12	38.7	3	23.1	6	54.5	1	33.3	2	50.0	17	20.7	15	22.4	2	25.0	-	-	4	12.9	4	12.9	36	20.2	-	-			
520 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
521 農畜産物・水産物卸売業	4	12.9	3	23.1	1	9.1	-	-	-	10	12.2	8	11.9	2	25.0	-	-	4	6.2	1	4.0	1	11.1	2	6.5	18	10.1		
522 食料・飲料卸売業	8	25.8	-	-	5	45.5	1	33.3	2	50.0	7	8.5	7	10.4	-	-	-	2	3.1	-	-	-	-	2	6.5	17	9.6		
53 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	7	22.6	4	30.8	1	9.1	1	33.3	1	25.0	22	26.8	16	23.9	3	37.5	3	42.9	21	32.3	8	32.0	4	44.4	9	29.0	50	28.1	
530 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
531 建築材料卸売業	3	9.7	2	15.4	1	9.1	-	-	-	11	13.4	8	11.9	2	25.0	1	14.3	9	13.8	2	8.0	3	33.3	4	12.9	23	12.9		
532 化学製品卸売業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	6.1	4	6.0	1	12.5	-	-	-	9	13.8	4	16.0	1	11.1	4	12.9	14	7.9	
533 石油・鉱物卸売業	1	3.2	-	-	-	-	1	25.0	2	2.4	1	1.5	-	-	1	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1.7	
534 鉄鋼製品卸売業	1	3.2	1	7.7	-	-	-	-	-	2	2.4	1	1.5	-	1	14.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1.7	
535 非鉄金属卸売業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
536 再生资源卸売業	2	6.5	1	7.7	-	-	1	33.3	-	2	2.4	2	3.0	-	-	-	-	2	3.1	2	8.0	-	-	-	-	6	3.4		
54 機械器具卸売業	5	16.1	3	23.1	1	9.1	-	-	1	25.0	26	31.7	21	31.3	1	12.5	4	57.1	17	26.2	8	32.0	3	33.3	6	19.4	48	27.0	
540 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
541 産業機械器具卸売業	1	3.2	-	-	1	9.1	-	-	-	5	6.1	4	6.0	-	-	1	14.3	9	13.8	4	16.0	2	22.2	3	9.7	15	8.4		
542 自動車卸売業	3	9.7	2	15.4	-	-	1	25.0	7	8.5	5	7.5	-	2	28.6	-	-	2	3.1	1	4.0	-	-	1	3.2	12	6.7		
543 電気機械器具卸売業	1	3.2	1	7.7	-	-	-	-	9	11.0	8	11.9	1	12.5	-	-	1	14.3	2	4	6.2	3	12.0	-	-	1	3.2	14	7.9
549 その他の機械器具卸売業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	6.1	4	6.0	-	1	14.3	2	3.1	-	-	1	11.1	1	11.1	1	3.2	7	3.9	
55 その他の卸売業	6	19.4	2	15.4	3	27.3	1	33.3	-	14	17.1	12	17.9	2	25.0	-	-	15	23.1	6	24.0	-	-	9	29.0	35	19.7		
550 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
551 家具・建具・じゅう器等卸売業	2	6.5	1	7.7	1	9.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	6.2	2	8.0	-	-	2	6.5	6	3.4	
552 医薬品・化粧品等卸売業	1	3.2	-	-	-	-	1	33.3	-	6	7.3	5	7.5	1	12.5	-	-	-	4	6.2	1	4.0	-	-	3	9.7	11	6.2	
553 紙・紙製品卸売業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1.2	1	1.5	-	-	-	-	-	1	1.5	-	-	-	-	1	3.2	2	1.1	
559 他に分類されない卸売業	3	9.7	1	7.7	2	18.2	-	-	-	7	8.5	6	9.0	1	12.5	-	-	6	9.2	3	12.0	-	-	3	9.7	16	9.0		

(2) 小売業

単位：店、%

業種	地域・地区										県南地域										全体									
	東北地域					関東地域					伊東地域					小山地域						西毛地域								
	那須地区	日光地区	塩谷地区	南那須地区	那須地区	日光地区	塩谷地区	南那須地区	宇都宮地区	鹿沼地区	芳賀地区	宇都宮地区	鹿沼地区	芳賀地区	宇都宮地区	鹿沼地区	芳賀地区	宇都宮地区	鹿沼地区	芳賀地区		小山地区	栃木地区	西毛地区	全体					
有効回答数	156	100.0	72	100.0	37	100.0	30	100.0	17	100.0	211	100.0	152	100.0	25	100.0	34	100.0	178	100.0	50	100.0	52	100.0	76	100.0	545	100.0		
56 各種商品小売業	1	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1.4	2	1.3	1	4.0	-	-	-	-	-	-	-	1	1.9	-	-	5	0.9	
560 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
561 百貨店・総合スーパー	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1.4	2	1.3	1	4.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
569 その他の各種商品小売業	1	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
57 織物・衣服・身の回り品小売業	16	10.3	6	8.3	7	18.9	3	10.0	-	-	20	9.5	16	10.5	2	8.0	2	5.9	22	12.4	6	12.0	4	7.7	12	15.8	58	10.6		
570 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.5	1	0.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
571 呉服・服地・寝具小売業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.9	2	1.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
572 男子服小売業	1	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	5	2.4	4	2.6	1	4.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
573 婦人・子供服小売業	9	5.8	5	6.9	3	8.1	1	3.3	-	-	8	3.8	8	5.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
574 靴・履物小売業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1.4	1	0.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
579 その他の織物・衣服・身の回り品小売業	6	3.8	1	1.4	4	10.8	1	3.3	-	-	1	0.5	-	-	1	4.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
58 飲食料品小売業	63	40.4	28	38.9	14	37.8	12	40.0	9	52.9	66	31.3	43	28.3	9	36.0	14	41.2	50	28.1	15	30.0	20	38.5	15	19.7	179	32.8		
580 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.5	1	0.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
581 各種食品小売業	6	3.8	4	5.6	1	2.7	-	-	-	-	1	5.9	13	6.2	7	4.6	1	4.0	5	14.7	4	2.2	1	2.0	-	-	3	3.9	23	4.2
582 野菜・果実小売業	8	5.1	3	4.2	-	-	3	10.0	2	11.8	2	0.9	1	0.7	1	4.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
583 食肉小売業	1	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	4	1.9	4	2.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
584 鮮魚小売業	4	2.6	3	4.2	1	2.7	-	-	-	-	1	0.5	1	0.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
585 酒小売業	7	4.5	4	5.6	-	-	2	6.7	1	5.9	7	3.3	4	2.6	1	4.0	2	5.9	3	17.1	1	2.0	-	-	2	3.8	1	1.3	17	3.1
586 菓子・パン小売業	12	7.7	4	5.6	5	13.5	2	6.7	1	5.9	10	4.7	6	3.9	3	12.0	1	2.9	9	5.1	1	2.0	-	-	2	3.8	6	7.9	31	5.7
589 その他の飲食料品小売業	25	16.0	10	13.9	6	16.2	5	16.7	4	23.5	28	13.3	19	12.5	3	12.0	6	17.6	28	15.7	11	22.0	12	23.1	5	6.6	81	14.9		
59 機械器具小売業	17	10.9	11	15.3	3	8.1	1	3.3	2	11.8	25	11.8	17	11.2	1	4.0	7	20.6	27	15.2	12	24.0	6	11.5	9	11.8	69	12.7		
590 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.5	0	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
591 自動車小売業	10	6.4	6	8.3	1	2.7	1	3.3	2	11.8	16	7.6	11	7.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
592 自転車小売業	3	1.9	2	2.8	1	2.7	-	-	-	-	3	1.4	1	0.7	1	4.0	1	2.9	4	2.2	1	2.0	1	1.9	2	2.6	10	1.8		
593 機械器具小売業(自動車、自転車を除く)	4	2.6	3	4.2	1	2.7	-	-	-	-	5	2.4	5	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
60 その他の小売業	55	35.3	26	36.1	11	29.7	13	43.3	5	29.4	88	41.7	65	42.8	12	48.0	11	32.4	77	43.3	17	34.0	21	40.4	39	51.3	220	40.4		
600 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
601 家具・建具・服小売業	3	1.9	1	1.4	1	2.7	-	-	-	1	5.9	4	1.9	2	1.3	2	8.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
602 じゅう器小売業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.9	2	1.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
603 医薬品・化粧品小売業	11	7.1	6	8.3	2	5.4	3	10.0	-	-	20	9.5	16	10.5	1	4.0	3	8.8	10	5.6	4	8.0	2	3.8	4	5.3	41	7.5		
604 農耕用品小売業	2	1.3	-	-	-	-	-	-	-	-	1	3.3	1	5.9	6	2.8	5	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
605 燃料小売業	12	7.7	5	6.9	2	5.4	3	10.0	2	11.8	19	9.0	13	8.6	2	8.0	4	11.8	20	11.2	4	8.0	8	15.4	8	10.5	51	9.4		
606 書籍・文房具小売業	8	5.1	3	4.2	2	5.4	2	6.7	1	5.9	5	2.4	4	2.6	1	4.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
607 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業	1	0.6	1	1.4	-	-	-	-	-	-	8	3.8	6	3.9	1	4.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
608 写真機・時計・眼鏡小売業	3	1.9	2	2.8	-	-	-	-	-	-	4	1.9	2	1.3	1	4.0	1	2.9	4	2.2	1	2.0	-	-	-	-	-	-	-	-
609 他に分類されない小売業	15	9.6	8	11.1	4	10.8	3	10.0	-	-	20	9.5	15	9.9	4	16.0	1	2.9	23	12.9	1	2.0	7	13.5	15	19.7	58	10.6		
610 無店舗小売業	4	2.6	1	1.4	2	5.4	1	3.3	-	-	9	4.3	9	5.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
610 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
611 通信販売・訪問販売小売業	2	1.3	-	-	-	-	-	-	-	-	5	2.4	5	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
612 自動販売機による小売業	1	0.6	1	1.4	-	-	-	-	-	-	4	1.9	4	2.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
619 その他の無店舗小売業	1	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(3) サービス業

単位：千、%

業種	地域・地区										県北地域					県東地域					県南地域					全体										
	那須地区					日光地区					塩谷地区					南那須地区					宇都宮地区						鹿沼地区					芳賀地区				
	有効回客数	178	100.0	81	100.0	47	100.0	35	100.0	15	100.0	290	100.0	217	100.0	30	100.0	43	100.0	246	100.0	71	100.0	53	100.0		122	100.0	714	100.0						
39 情報サービス業	1	0.6	1	1.2	-	-	-	-	-	-	10	3.4	9	4.1	1	3.3	-	-	-	5	2.0	2	2.8	1	1.9	2	1.6	16	2.2							
390 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
391 ソフトウェア業	1	0.6	1	1.2	-	-	-	-	-	-	8	2.8	8	3.7	-	-	-	-	-	3	1.2	2	2.8	-	-	1	0.8	12	1.7							
392 情報処理・提供サービス業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.7	1	0.5	1	3.3	-	-	-	2	0.8	-	-	1	1.9	1	0.8	4	0.6							
40 インターネット附属サービス業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
400 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
401 インターネット附属サービス業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
41 映像・音声・文字情報制作業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
410 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
411 映像情報制作・配給業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
412 音声情報制作業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
415 広告制作業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
416 映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
69 不動産賃貸・管理業	2	1.1	1	1.2	-	-	-	-	-	-	9	3.1	9	4.1	-	-	-	-	-	3	1.2	1	1.4	-	-	2	1.6	14	2.0							
693 駐車場業	2	1.1	1	1.2	-	-	-	-	-	-	9	3.1	9	4.1	-	-	-	-	-	3	1.2	1	1.4	-	-	2	1.6	14	2.0							
70 物品賃貸業	2	1.1	1	1.2	-	-	-	-	-	-	7	2.4	6	2.8	-	-	-	-	-	1	2.3	4	1.6	3	4.2	-	-	1	0.8	13	1.8					
700 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
701 各種物品賃貸業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
702 産業用機器器具賃貸業	1	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
703 事務用機器器具賃貸業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
704 自動車賃貸業	1	0.6	1	1.2	-	-	-	-	-	-	2	0.7	2	0.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-						
705 スポーツ・娯楽用品賃貸業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
709 その他の物品賃貸業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	1.4	4	1.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
72 専門サービス業(他に分類されないもの)	10	5.6	8	9.9	1	2.1	-	-	-	-	25	8.6	17	7.8	2	6.7	6	14.0	23	9.3	5	7.0	6	11.3	12	9.8	68	8.1								
720 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
721 法律事務所、特許事務所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.7	1	0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
722 公証人役場、司法書士事務所、土地家屋調査士事務所	1	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	4	1.4	3	1.4	-	-	-	-	-	1	2.3	6	2.4	2	2.8	2	3.8	2	1.6	11	1.5					
723 行政書士事務所	1	0.6	1	1.2	-	-	-	-	-	-	5	1.7	4	1.8	-	-	-	-	-	1	2.3	3	1.2	1	1.4	-	-	2	1.6	9	1.3					
724 公認会計士事務所、税理士事務所	5	2.8	4	4.9	-	-	-	-	-	-	9	3.1	4	1.8	2	6.7	3	7.0	8	3.3	1	1.4	2	3.8	5	4.1	22	3.1								
725 社会保険労務士事務所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.7	2	0.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
726 デザイン業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
727 書誌・芸術家業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
728 経営コンサルティング業、純粋特殊会社	2	1.1	2	2.5	-	-	-	-	-	-	1	0.3	1	0.5	-	-	-	-	-	3	1.2	-	-	-	1	1.9	2	1.6	6	0.8						
729 その他の専門サービス業	1	0.6	1	1.2	-	-	-	-	-	-	2	0.7	2	0.9	-	-	-	-	-	2	0.8	1	1.4	-	-	-	1	0.8	5	0.7						
73 広告業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1.0	3	1.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
730 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
731 広告業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1.0	3	1.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
74 技術サービス業(他に分類されないもの)	7	3.9	3	3.7	3	6.4	1	2.9	-	-	30	10.3	21	9.7	4	13.3	5	11.6	10	4.1	2	2.8	3	5.7	5	4.1	47	6.6								
740 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3	1	0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
741 獣医療業	1	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3	1	0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
742 土木建築サービス業	4	2.2	2	2.5	1	2.1	-	-	-	-	23	7.9	15	6.9	3	10.0	5	11.6	6	2.4	1	1.4	2	3.8	3	2.5	33	4.6								
743 機械設計業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3	1	0.5	-	-	-	-	-	2	0.8	-	-	-	-	-	2	1.6	3	0.4						
744 商品・非破壊検査業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
745 計量証明業	1	0.6	1	1.2	-	-	-	-	-	-	1	0.3	1	0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
746 写真業	1	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.7	1	0.5	1	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							
749 その他の技術サービス業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3	1	0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-							

単位：店、%

業種	地域・地区										県央地域								全体																			
	東北地域					関東地域					南那須地区		埼玉地区		鹿沼地区		芳賀地区			県南地域																		
	岩手地区	青森地区	秋田地区	山形地区	福島地区	栃木地区	群馬地区	埼玉地区	香取地区	千葉地区	宇都宮地区	足利地区	宇都宮地区	前橋地区	後援地区	鹿沼地区	芳賀地区	比叡地区		那須地区	日光地区	塩谷地区	那須地区	南那須地区	那須地区	日光地区	塩谷地区	那須地区	南那須地区	那須地区	日光地区	小山地区	栃木地区	両毛地区	面西地区			
88 廃棄物処理業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.7	-	-	1	3.3	1	2.3	6	2.4	2	2.8	1	1.9	3	2.5	12	1.7								
S80 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-						
S81 一般廃棄物処理業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
S82 産業廃棄物処理業	4	2.2	3	3.7	-	-	-	-	1	2.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.8	3	0.4		
S89 その他の廃棄物処理業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
S80 自動車整備業	9	5.1	4	4.9	-	-	-	-	-	5.7	3	20.0	12	4.1	7	3.2	1	3.3	4	9.3	10	4.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
S90 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
S91 自動車整備業	9	5.1	4	4.9	-	-	-	-	-	5.7	3	20.0	12	4.1	7	3.2	1	3.3	4	9.3	10	4.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
S90 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
S91 自動車整備業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
900 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
901 機械修理業(電気機械器具を除く)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	2.1	4	1.8	1	3.3	1	2.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	0.8	
902 電気機械器具修理業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	1.4	4	1.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	0.6	
903 器具業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.3	
909 その他の修理業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.1	
91 職業紹介・労働者派遣業	3	1.7	2	2.5	1	2.1	-	-	-	3	1.0	2	0.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1.2	
910 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
911 職業紹介業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
912 労働者派遣業	3	1.7	2	2.5	1	2.1	-	-	-	3	1.0	2	0.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1.2
92 その他の事業サービス業	5	2.8	1	1.2	1	2.1	3	8.6	-	-	-	-	11	3.8	9	4.1	1	3.3	1	2.3	7	2.8	2	2.8	1	1.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	4.1	
920 管理、補助的経済活動を行う事業所	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
921 運送・ワーカーサービス業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
922 建物サービス業	1	0.6	-	-	-	-	-	-	-	2	0.7	2	0.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.8
923 警備業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1.0	3	1.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0.8
929 他に分類されない事業サービス業	4	2.2	1	1.2	-	-	3	8.6	-	-	5	1.7	3	1.4	1	3.3	1	2.3	3	1.2	3	1.2	2	2.8	1	1.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.8	

5.業種別及び地域別の従業員規模別有効回答数

(1) 卸売業

単位：店、%

区分	全体	業種中分類別										地域別								
		50各種商品卸売業		51繊維・衣服等卸売業		52飲食品卸売業		53建築材料、 鉱物・金属材料等卸売業		54機械器具卸売業		55その他の卸売業		県北地域		県央地域		県南地域		
従業員規模																				
卸売業合計	178	100.0	1	100.0	8	100.0	36	100.0	50	100.0	48	100.0	35	100.0	31	100.0	82	100.0	65	100.0
1～2人	43	24.2	-	-	2	25.0	8	22.2	14	28.0	7	14.6	12	34.3	7	22.6	20	24.4	16	24.6
3～4人	37	20.8	1	100.0	2	25.0	7	19.4	10	20.0	13	27.1	4	11.4	7	22.6	11	13.4	19	29.2
5～9人	44	24.7	-	-	2	25.0	7	19.4	14	28.0	12	25.0	9	25.7	9	29.0	18	22.0	17	26.2
10～19人	23	12.9	-	-	1	12.5	4	11.1	7	14.0	8	16.7	3	8.6	3	9.7	13	15.9	7	10.8
20～29人	12	6.7	-	-	-	-	5	13.9	2	4.0	1	2.1	4	11.4	2	6.5	7	8.5	3	4.6
30～49人	6	3.4	-	-	-	-	3	8.3	1	2.0	1	2.1	1	2.9	2	6.5	3	3.7	1	1.5
50～99人	3	1.7	-	-	-	-	1	2.8	-	-	1	2.1	1	2.9	-	-	3	3.7	-	-
100～199人	4	2.2	-	-	1	12.5	1	2.8	-	-	2	4.2	-	-	-	-	3	3.7	1	1.5
200～299人	1	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2.1	-	-	1	3.2	-	-	-	-
300～499人	2	1.1	-	-	-	-	-	-	1	2.0	1	2.1	-	-	-	-	1	1.2	1	1.5
500人以上	3	1.7	-	-	-	-	-	-	1	2.0	1	2.1	1	2.9	-	-	3	3.7	-	-

(2) 小売業

単位：店、%

区分	全体	業種中分類別										地域別								
		56各種商品小売業		57織物・衣服・身の回り品小売業		58飲食品小売業		59機械器具小売業		60その他の小売業		61無店舗小売業		県北地域		県央地域		県南地域		
従業員規模																				
小売業合計	545	100.0	5	100.0	58	100.0	179	100.0	69	100.0	220	100.0	14	100.0	156	100.0	211	100.0	178	100.0
1～2人	271	49.7	1	20.0	30	51.7	103	57.5	33	47.8	96	43.6	8	57.1	79	50.6	101	47.9	91	51.1
3～4人	89	16.3	1	20.0	12	20.7	17	9.5	12	17.4	46	20.9	1	7.1	25	16.0	26	12.3	38	21.3
5～9人	78	14.3	-	-	12	20.7	13	7.3	7	10.1	45	20.5	1	7.1	18	11.5	38	18.0	22	12.4
10～19人	56	10.3	-	-	2	3.4	23	12.8	10	14.5	18	8.2	3	21.4	18	11.5	25	11.8	13	7.3
20～29人	15	2.8	-	-	-	-	9	5.0	1	1.4	4	1.8	1	7.1	8	5.1	5	2.4	2	1.1
30～49人	15	2.8	-	-	-	-	9	5.0	2	2.9	4	1.8	-	-	6	3.8	7	3.3	2	1.1
50～99人	11	2.0	-	-	1	1.7	5	2.8	1	1.4	4	1.8	-	-	2	1.3	2	0.9	7	3.9
100～199人	4	0.7	-	-	-	-	-	-	3	4.3	1	0.5	-	-	-	-	2	0.9	2	1.1
200～299人	1	0.2	1	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.5	-	-
300～499人	2	0.4	1	20.0	-	-	-	-	-	-	1	0.5	-	-	-	-	2	0.9	-	-
500人以上	3	0.6	1	20.0	1	1.7	-	-	-	-	1	0.5	-	-	-	-	2	0.9	1	0.6

(3) サービス業

単位：店、%

区分	全体	業種中分類別																		
		39情報サービス業		40インターネット サービス業		41映像・音声・文字情報 制作業		69不動産賃貸 業・管理業		70物品賃貸業		72専門サービス業		73広告業		74技術サービス業		75宿泊業		
従業員規模																				
サービス業合計	714	100.0	16	100.0	-	-	1	100.0	14	100.0	13	100.0	58	100.0	3	100.0	47	100.0	29	100.0
1～4人	505	70.7	7	43.8	-	-	1	100.0	14	100.0	5	38.5	44	75.9	2	66.7	32	68.1	14	48.3
5～9人	97	13.6	3	18.8	-	-	-	-	-	-	7	53.8	8	13.8	-	-	7	14.9	4	13.8
10～19人	41	5.7	2	12.5	-	-	-	-	-	-	1	7.7	3	5.2	1	33.3	3	6.4	5	17.2
20～29人	19	2.7	1	6.3	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3.4	-	-	2	4.3	1	3.4
30～49人	20	2.8	3	18.8	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1.7	-	-	1	2.1	3	10.3
50～99人	21	2.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2.1	1	3.4
100～199人	8	1.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2.1	-	-
200～299人	2	0.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	3.4
300～499人	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
500～999人	1	0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1000人以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

区分	全体	業種中分類別																		
		76飲食店		77持ち帰り・ 配達飲食サービス業		78洗濯・理容・美容・浴 場業		79その他の生活 関連サービス業		80娯楽業		82その他の教育、 学習支援業		85社会保険・ 社会福祉・介護事業		88廃棄物処理業		89自動車整備業		90機械等修理業
従業員規模																				
サービス業合計	193	100.0	15	100.0	182	100.0	27	100.0	15	100.0	9	100.0	4	100.0	12	100.0	31	100.0	13	100.0
1～4人	140	72.5	4	26.7	163	89.6	19	70.4	7	46.7	8	88.9	1	25.0	3	25.0	22	71.0	5	38.5
5～9人	29	15.0	3	20.0	11	6.0	2	7.4	4	26.7	1	11.1	2	50.0	4	33.3	5	16.1	4	30.8
10～19人	10	5.2	4	26.7	1	0.5	4	14.8	-	-	-	-	-	-	2	16.7	2	6.5	1	7.7
20～29人	5	2.6	2	13.3	3	1.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	3.2	1	7.7
30～49人	6	3.1	-	-	-	-	-	-	1	6.7	-	-	-	-	2	16.7	1	3.2	1	7.7
50～99人	2	1.0	2	13.3	3	1.6	1	3.7	2	13.3	-	-	1	25.0	-	-	-	-	-	-
100～199人	1	0.5	-	-	1	0.5	-	-	1	6.7	-	-	-	-	1	8.3	-	-	1	7.7
200～299人	-	-	-	-	-	-	1	3.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
300～499人	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
500～999人	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1000人以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

区分	業種中分類別				地域別						
	91職業紹介・労働者派遣業		92その他の事業サービス業		県北地域		県央地域		県南地域		
従業員規模											
サービス業合計	9	100.0	23	100.0	178	100.0	290	100.0	246	100.0	
1～4人	4	44.4	10	43.5	114	64.0	200	69.0	191	77.6	
5～9人	1	11.1	2	8.7	27	15.2	40	13.8	30	12.2	
10～19人	-	-	2	8.7	15	8.4	14	4.8	12	4.9	
20～29人	-	-	1	4.3	6	3.4	10	3.4	3	1.2	
30～49人	1	11.1	-	-	6	3.4	10	3.4	4	1.6	
50～99人	3	33.3	5	21.7	8	4.5	10	3.4	3	1.2	
100～199人	-	-	2	8.7	1	0.6	4	1.4	3	1.2	
200～299人	-	-	-	-	1	0.6	1	0.3	-	-	
300～499人	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
500～999人	-	-	1	4.3	-	-	1	0.3	-	-	
1000人以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

6.市部・町部別の業種別・地域別有効回答数

(1) 卸売業

単位：店、%

区分		市部・町部別		全体		市部		町部	
卸売業合計				178	100.0	163	100.0	15	100.0
業種別	50 各種商品卸売業	1	0.6	1	0.6	-	-	-	-
	51 繊維・衣服等卸売業	8	4.5	7	4.3	1	6.7		
	52 飲食料品卸売業	36	20.2	32	19.6	4	26.7		
	53 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	50	28.1	46	28.2	4	26.7		
	54 機械器具卸売業	48	27.0	42	25.8	6	40.0		
	55 その他の卸売業	35	19.7	35	21.5	-	-		
地域別	県北地域	31	17.4	28	17.2	3	20.0		
	県央地域	82	46.1	74	45.4	8	53.3		
	県南地域	65	36.5	61	37.4	4	26.7		

(2) 小売業

単位：店、%

区分		市部・町部別		全体		市部		町部	
小売業合計				545	100.0	480	100.0	65	100.0
業種別	56 各種商品小売業	5	0.9	4	0.8	1	1.5		
	57 織物・衣服・身の回り品小売業	58	10.6	57	11.9	1	1.5		
	58 飲食料品小売業	179	32.8	153	31.9	26	40.0		
	59 機械器具小売業	69	12.7	62	12.9	7	10.8		
	60 その他の小売業	220	40.4	190	39.6	30	46.2		
	61 無店舗小売業	14	2.6	14	2.9	-	-		
地域別	県北地域	156	28.6	135	28.1	21	32.3		
	県央地域	211	38.7	170	35.4	41	63.1		
	県南地域	178	32.7	175	36.5	3	4.6		

(3) サービス業

単位：店、%

区分	市部・町部別	全体		市部		町部	
サービス業合計		714	100.0	637	100.0	77	100.0
業 種 別	39 情報サービス業	16	2.2	16	2.5	-	-
	40 インターネット附随サービス業	-	-	-	-	-	-
	41 映像・音声・文字情報制作業	1	0.1	1	0.2	-	-
	69 不動産賃貸業・管理業	14	2.0	13	2.0	1	1.3
	70 物品賃貸業	13	1.8	12	1.9	1	1.3
	72 専門サービス業（他に分類されないもの）	58	8.1	53	8.3	5	6.5
	73 広告業	3	0.4	3	0.5	-	-
	74 技術サービス業（他に分類されないもの）	47	6.6	44	6.9	3	3.9
	75 宿泊業	29	4.1	21	3.3	8	10.4
	76 飲食店	193	27.0	171	26.8	22	28.6
	77 持ち帰り・配達飲食サービス業	15	2.1	15	2.4	-	-
	78 洗濯・理容・美容・浴場業	182	25.5	158	24.8	24	31.2
	79 その他の生活関連サービス業	27	3.8	24	3.8	3	3.9
	80 娯楽業	15	2.1	14	2.2	1	1.3
	82 その他の教育、学習支援業	9	1.3	9	1.4	-	-
	85 社会保険・社会福祉・介護事業	4	0.6	4	0.6	-	-
	88 廃棄物処理業	12	1.7	8	1.3	4	5.2
	89 自動車整備業	31	4.3	27	4.2	4	5.2
90 機械等修理業	13	1.8	12	1.9	1	1.3	
91 職業紹介・労働者派遣業	9	1.3	9	1.4	-	-	
92 その他の事業サービス業	23	3.2	23	3.6	-	-	
地 域 別	県北地域	178	24.9	143	22.5	35	45.5
	県央地域	290	40.6	253	39.7	37	48.0
	県南地域	246	34.5	241	37.8	5	6.5

【卸売業実態調査結果】

Ⅲ.卸売業実態調査事業所の概要

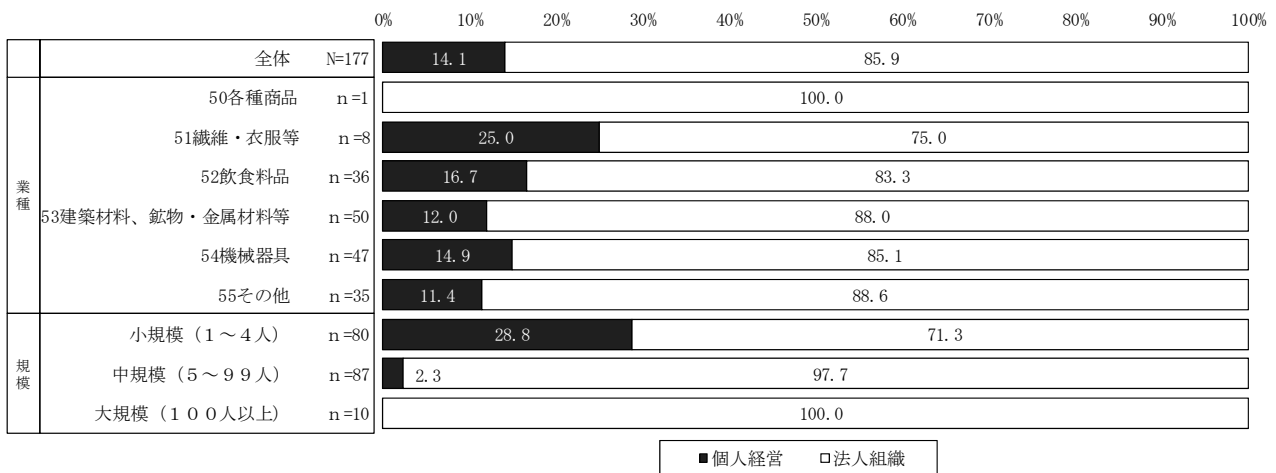
1.経営組織

経営組織の形態は、「法人組織」が85.9%を占め、「個人経営」は14.1%に留まる。

業種中分類別にみると、52 飲食料品、54 機械器具で「個人経営」（16.7%、14.9%）が高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「個人経営」（28.8%）が他の規模と比較して高くなっている。

図Ⅲ - 1. 経営組織



(注1) グラフの表記について、Nまたはnは有効回答数を示す。

(注2) 本調査では、回答数が少ない（9事業所以下）業種・規模については、分析を行っていない。

(注3) グラフの数値は小数点第二位以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある。

(注4) グラフ中の*は、平成16年調査、21年調査で調査項目の無かったもの。

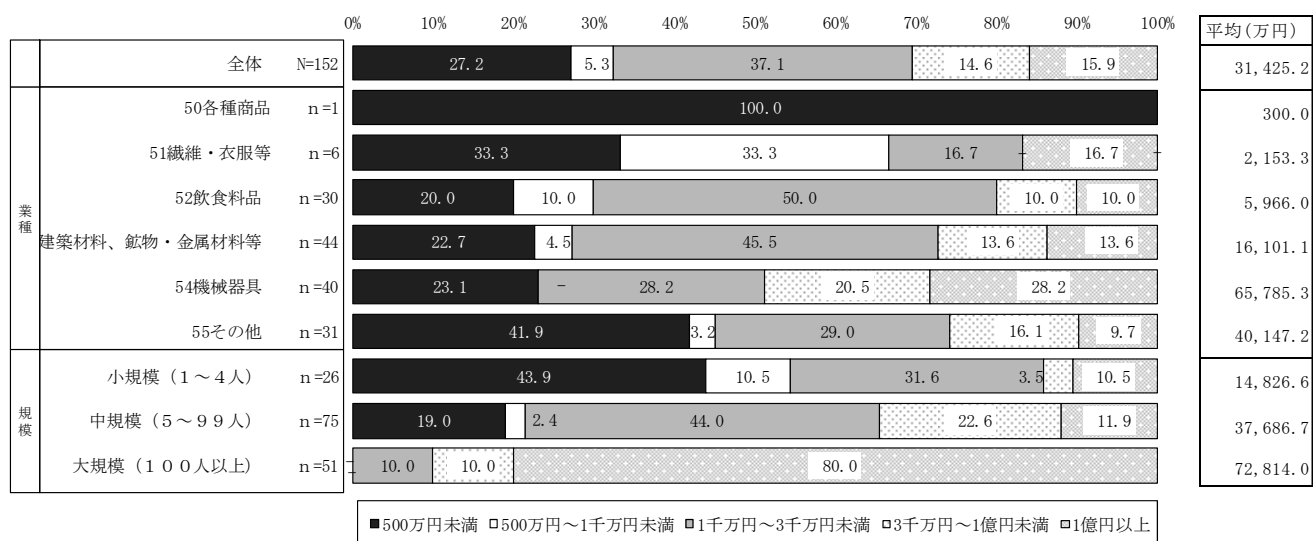
2. 資本金

法人組織の事業所における資本金は「1千万円～3千万円」が37.1%で最も高く、以下「500万円未満」(27.2%)、「1億円以上」(15.9%)、「3千万円～1億円未満」(14.6%)、「500万円～1千万円未満」(5.3%)と続く。

業種中分類別にみると、54 機械器具で「1億円以上」(28.2%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別では、小規模事業所(1～4人)で「500万円未満」(43.9%)が高いのに対して、中規模事業所(5～99人)では「1千万円～3千万円」(44.0%)、大規模事業所(100人以上)では「1億円以上」(80.0%)が高くなっている。

図Ⅲ - 2. 資本金



3.店舗形態

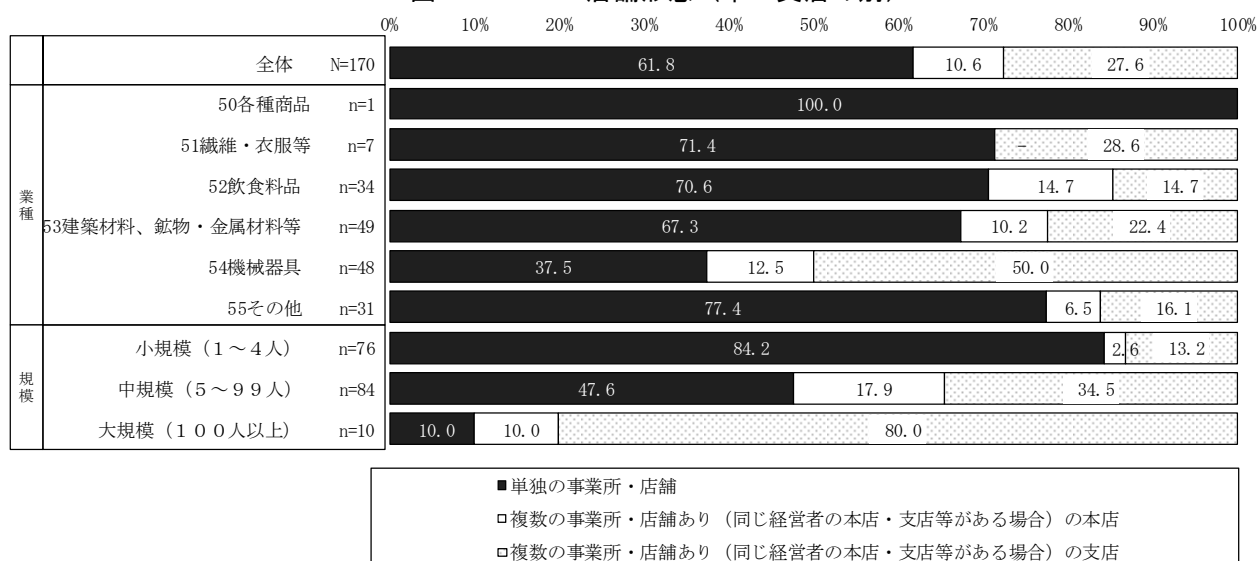
〔店舗形態〕

店舗形態（本・支店の別）は、「単独の事業所・店舗」が61.8%と最も高く、「複数の事業所・店舗ありの支店」（27.6%）、「複数の事業所・店舗ありの本店」（10.6%）と続く。

業種中分類別でみると、52 飲食料品、55 その他では「単独の事業所・店舗」（70.6%、77.4%）、54 機械器具では「複数の事業所・店舗ありの支店」（50.0%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別では、小規模事業所（1～4人）、中規模事業所（5～99人）で「単独の事業所・店舗」（84.2%、47.6%）が高いのに対し、大規模事業所（100人以上）では「複数の事業所・店舗ありの支店」（80.0%）が高くなっている。

図Ⅲ - 3. 店舗形態（本・支店の別）



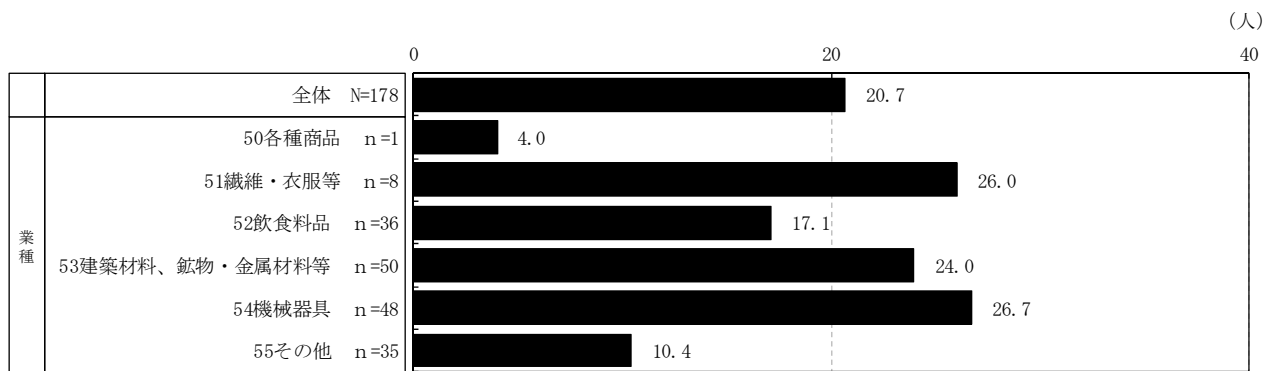
4. 従業員数、雇用形態及び勤続年数

〔平均従業員数〕

1 事業所当たりの平均従業員数は 20.7 人である。

業種中分類では、54 機械器具が 26.7 人と最も多く、次いで 53 建築材料、鉱物・金属材料等 (24.0 人) が高くなっている。これに対し、55 その他は 10.4 人と少ない。

図Ⅲ - 4. 1 商店当たりの平均従業員数

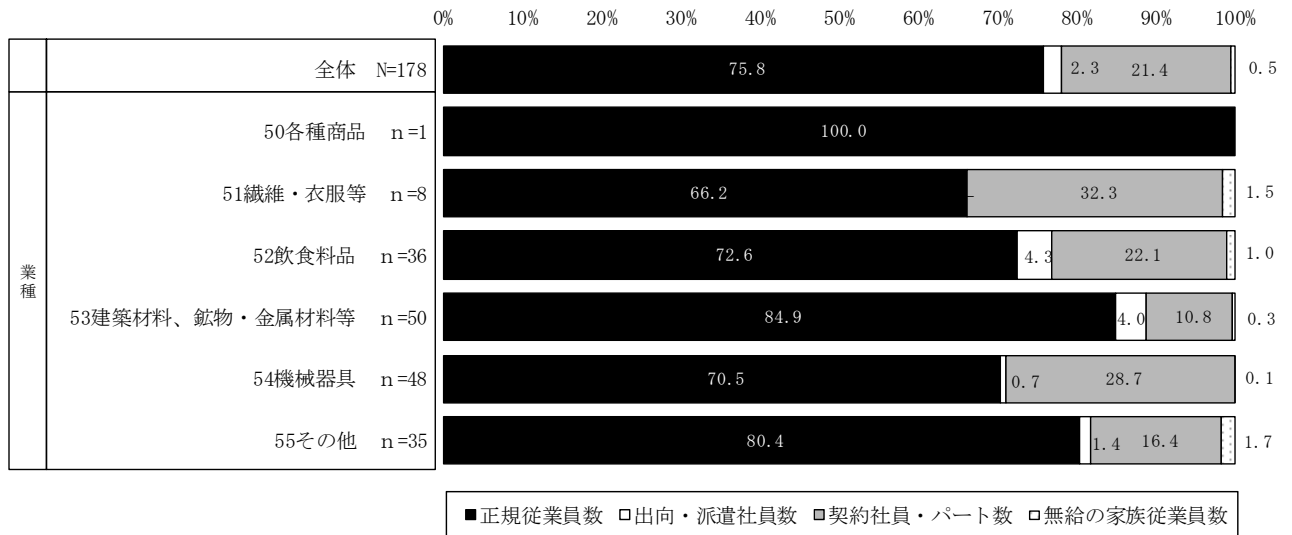


〔従業員構成割合〕

従業員の雇用形態は「正規従業員」が75.8%。これに対し、「契約社員・パート」が21.4%、「出向・派遣」が2.3%、「無給の家族従業員」が0.5%となっている。

業種中分類別にみると、53 建築材料、鉱物・金属材料等で「正規従業員」(84.9%)、51 繊維・衣服等、54 機械器具では「契約社員・パート」(32.3%、28.7%)が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅲ - 5. 従業員の構成割合



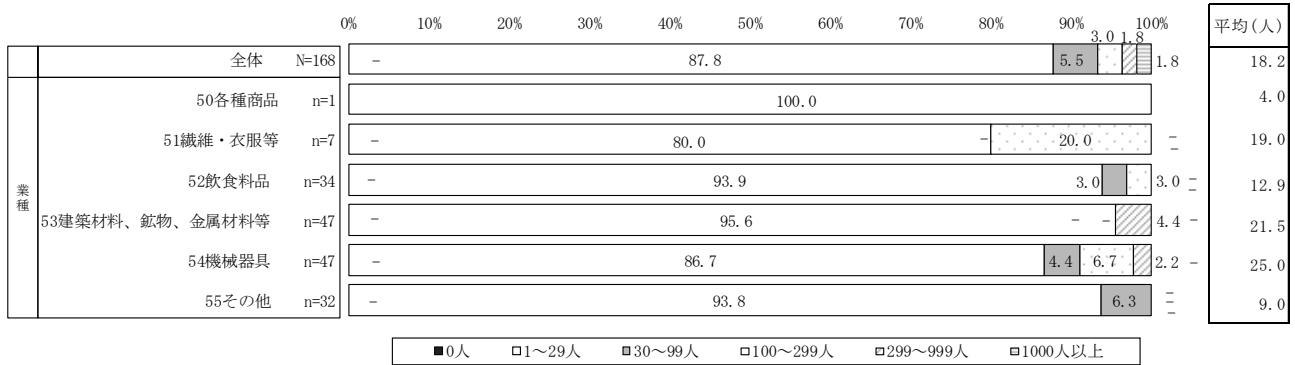
〔雇用形態別従業員数〕

① 正規従業員数

正規従業員の平均従業員数は 18.2 人である。

業種中分類では、54 機械器具が 25.0 人と多いのに対し、その他では 9.0 人となっている。

図Ⅲ - 6. 正規従業員数

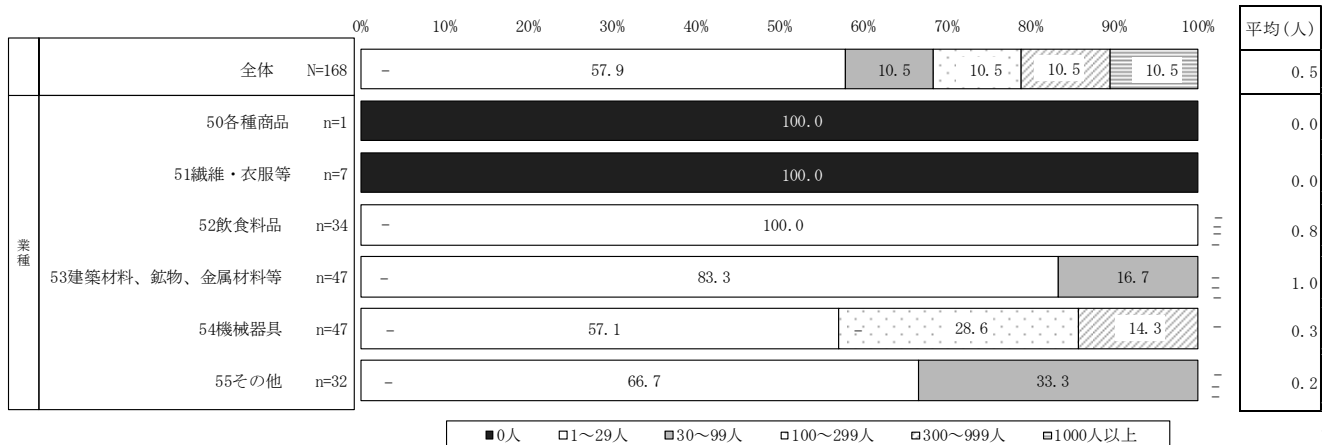


② 出向・派遣社員数

出向・派遣社員の平均従業員数は 0.5 人である。

業種中分類では、53 建築材料、鉱物、金属材料等が 1.0 人と最も多くなっている。

図Ⅲ - 7. 出向・派遣従業員数

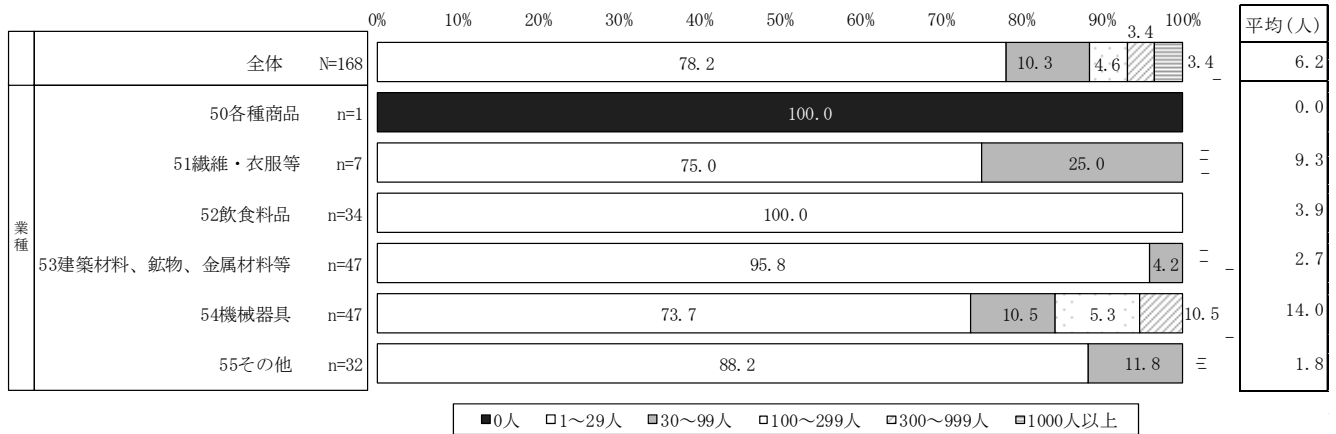


③契約社員・パート数

契約社員・パートの平均従業員数は6.2人である。

業種中分類では、54 機械器具が14.0人で最も多くなっている。

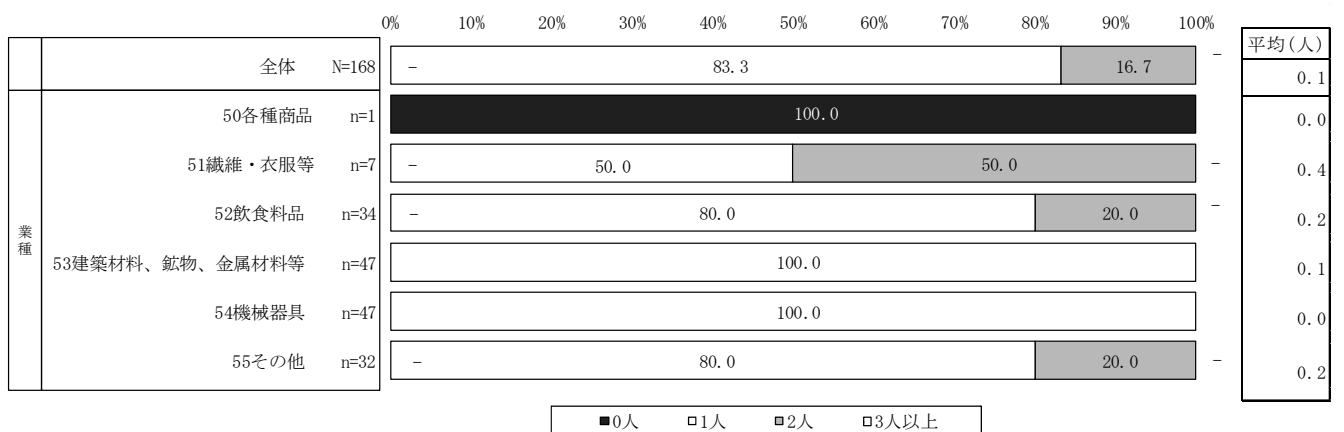
図Ⅲ - 8. 契約社員・パート数



④無給の家族従業員数

無給の家族従業員の平均は0.1人である。

図Ⅲ - 9. 無給の家族従業員数



〔雇用形態別勤続年数〕

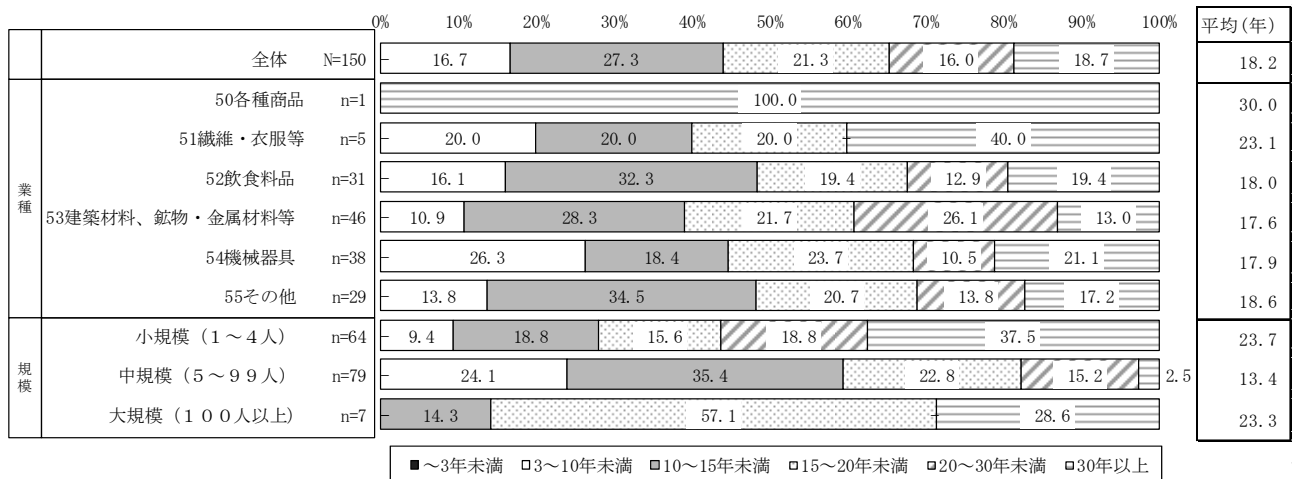
① 正規従業員

正規従業員の平均勤続年数は 18.2 年である。

業種中分類では、55 その他が 18.6 年と最も長く、次いで 52 飲食料品（18.0 年）となっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4 人）で 23.7 年、中規模事業所（5～99 人）が 13.4 年となっている。

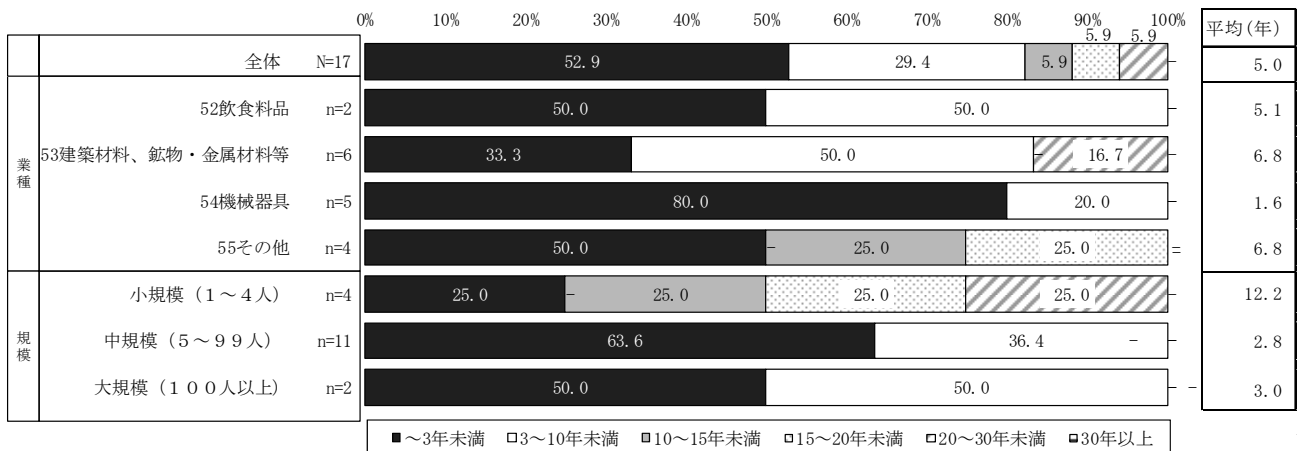
図Ⅲ - 10. 正規従業員勤続年数



② 出向・派遣社員

出向・派遣社員の平均勤続年数は 5.0 年である。

図Ⅲ - 11. 出向・派遣社員勤続年数

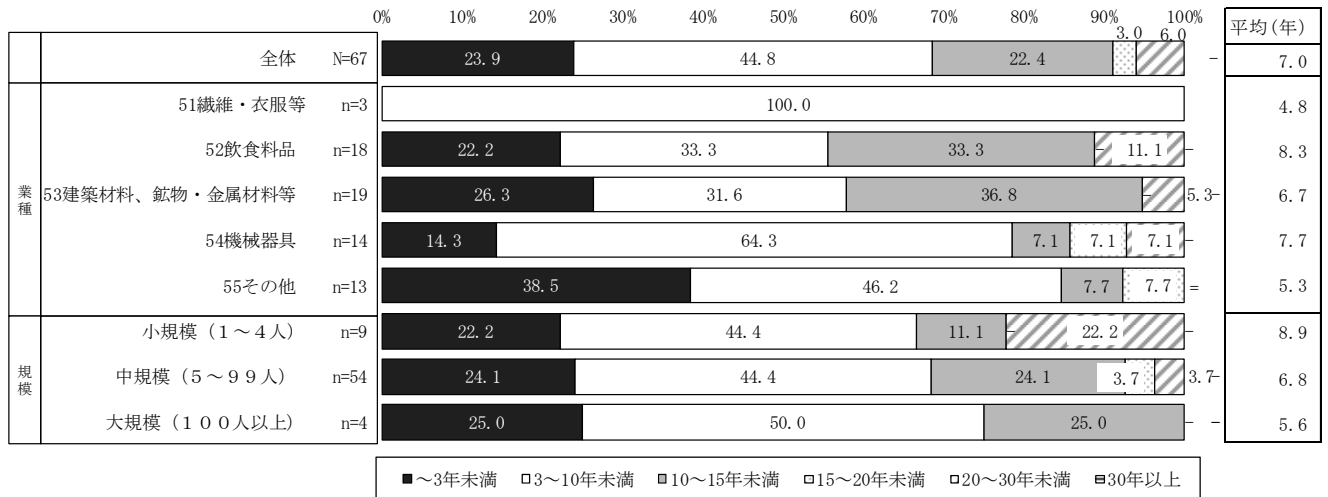


③契約社員・パート

契約社員・パートの平均勤続年数は7.0年である。

業種中分類では、52 飲食料品が8.3年と最も長く、次いで54 機械器具が7.7年となっている。

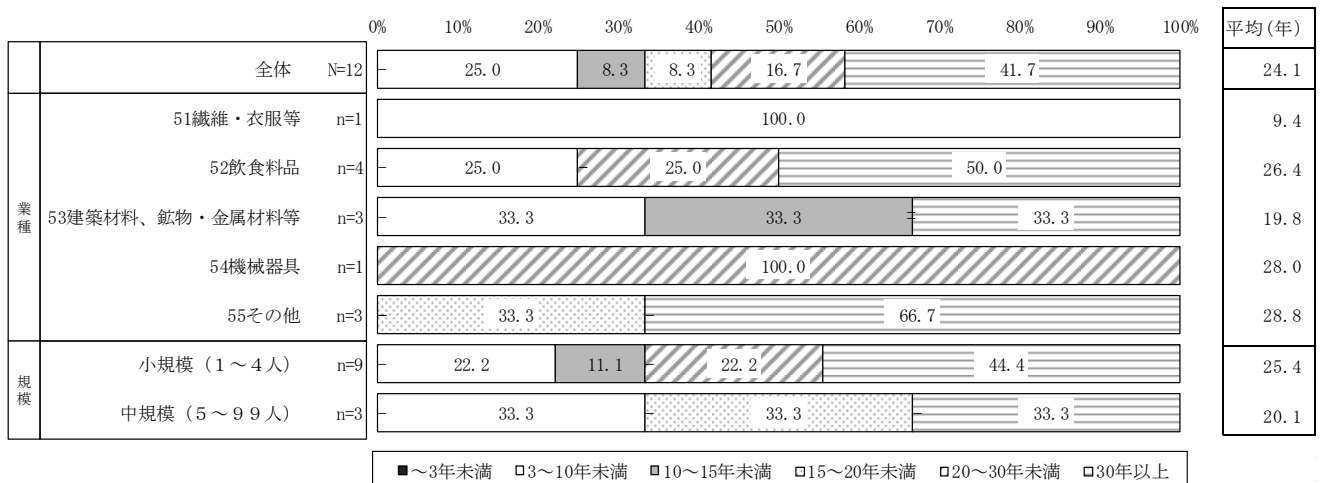
図Ⅲ - 12. 契約社員・パート従業員勤続年数



④無給の家族従業員

無給の家族従業員の平均勤続年数は24.1年である。

図Ⅲ - 13. 無給の家族従業員勤続年数



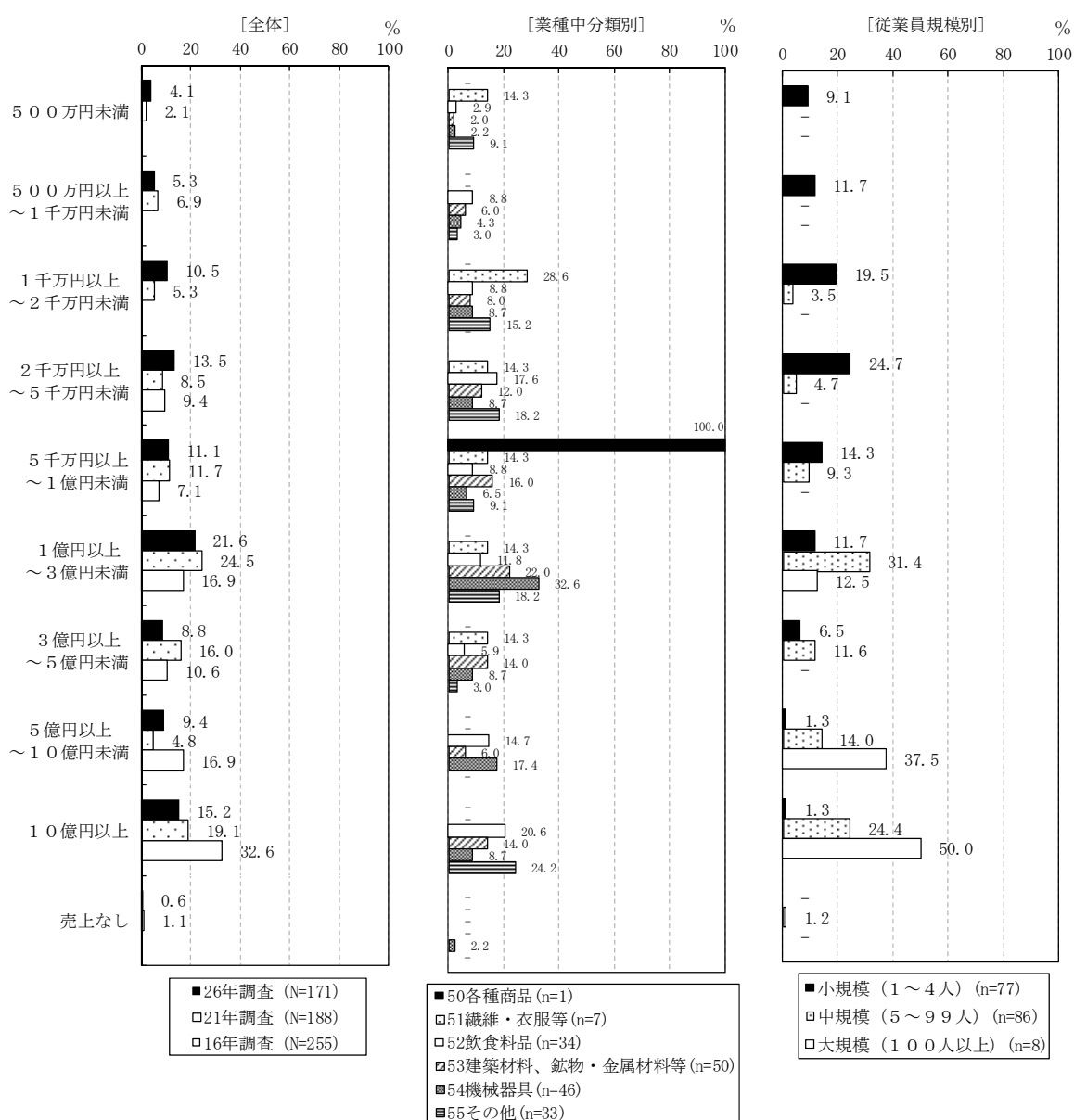
5.年間売上高

年間売上高は、「1億円以上～3億円未満」が最も多く21.6%、次いで「10億円以上」(15.2%)、「2千万円以上～5千万円未満」(13.5%)と続く。16年調査、21年調査と比較すると「10億円以上」の割合が減少している。

業種中分類別にみると、52 飲食料品、55 その他では「10億円以上」(20.6%、24.2%)、53 建築材料、鉱物・金属材料等、54 機械器具では「1億円～3億円未満」(22.0%、32.6%)の割合が最も高くなっている。

規模別に見ると、小規模事業所(1～4人)では「2千万円以上～5千万円未満」の割合(24.7%)が最も高いのに対して、中規模事業所(5～99人)では「1億円以上～3億円未満」の割合(31.4%)が最も高くなっている。

図Ⅲ - 14. 年間売上高



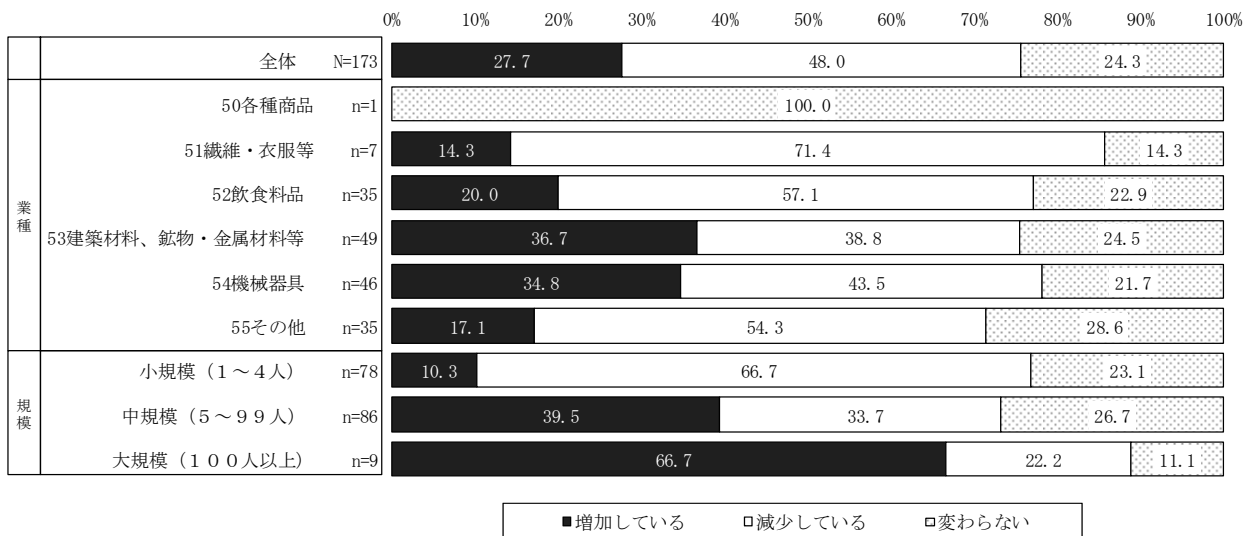
〔1年前と比較した売上高の推移〕

1年前と比較した売上高は、「減少している」(48.0%)が約半数となっている。「増加している」が27.7%、「変わらない」が24.3%となっている。

業種中分類別でみると、52 飲食料品で「減少している」の割合が57.1%と他の業種に比べて高い。一方、53 建築材料、鉱物・金属材料等で「増加している」の割合が36.7%と他の業種に比べて高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「減少している」の割合が66.7%と高いのに対して、中規模事業所(5~99人)では「増加している」の割合(39.5%)が「減少している」の割合(33.7%)を上回っている。

図Ⅲ - 15. 1年前と比較した売上高の推移



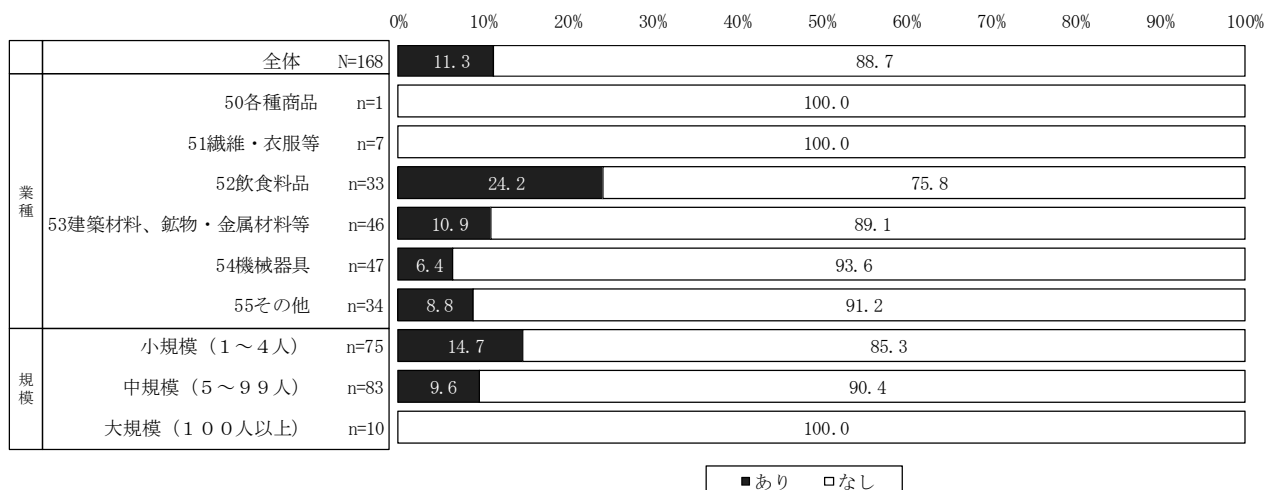
6.兼業

兼業している事業所は全体の11.3%である。

業種中分類別にみると、52 飲食料品の兼業率が24.2%と他の業種に比べて高い。

規模別の兼業率は小規模事業所（1～4人）14.7%、中規模事業所（5～99人）9.6%、大規模事業所（100人以上）0%となっている。

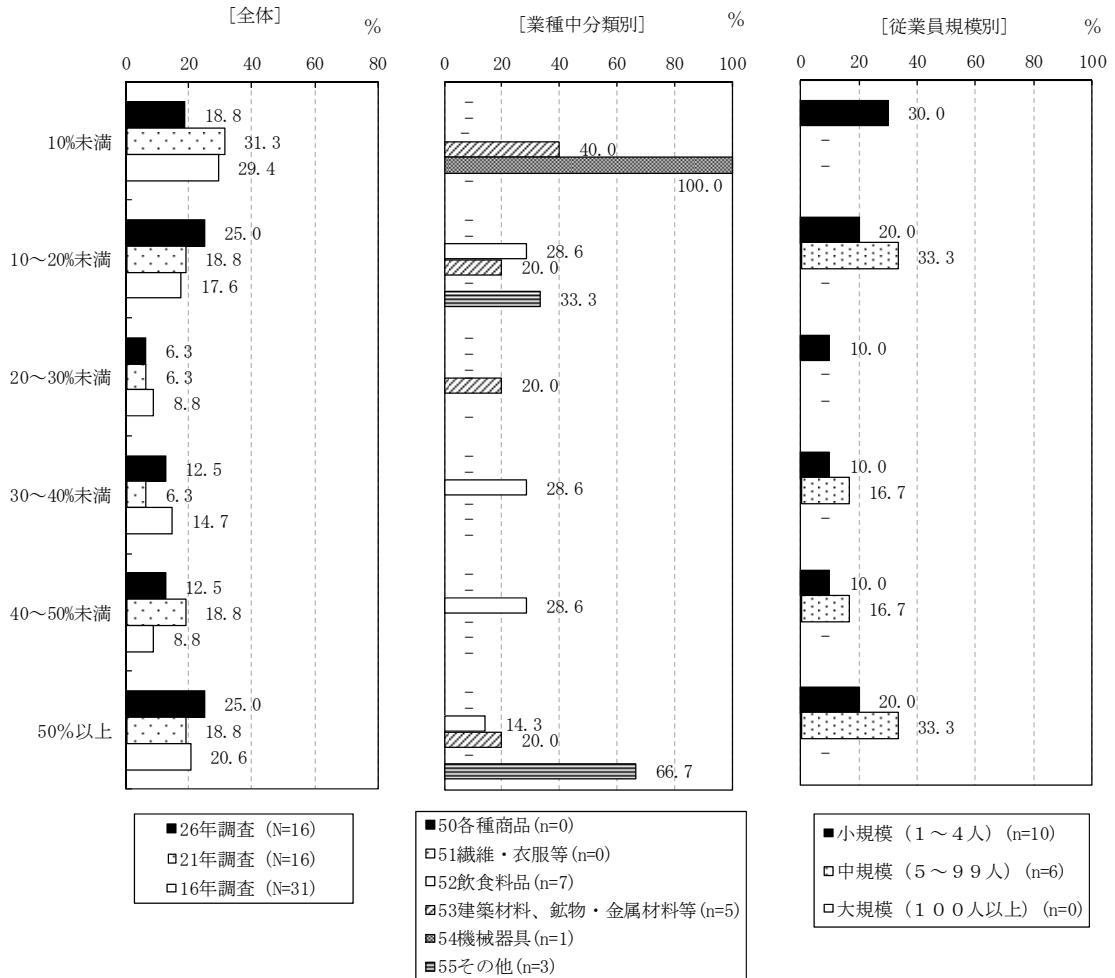
図Ⅲ - 16. 兼業の有無



〔兼業している業種の占める割合〕

兼業している事業所において兼業部門が年間売上に占める割合は、「10～20%未満」「50%以上」が共に25.0%と最も高くなっている。16年調査、21年調査と比較すると「10%未満」の割合が少なくなっている。

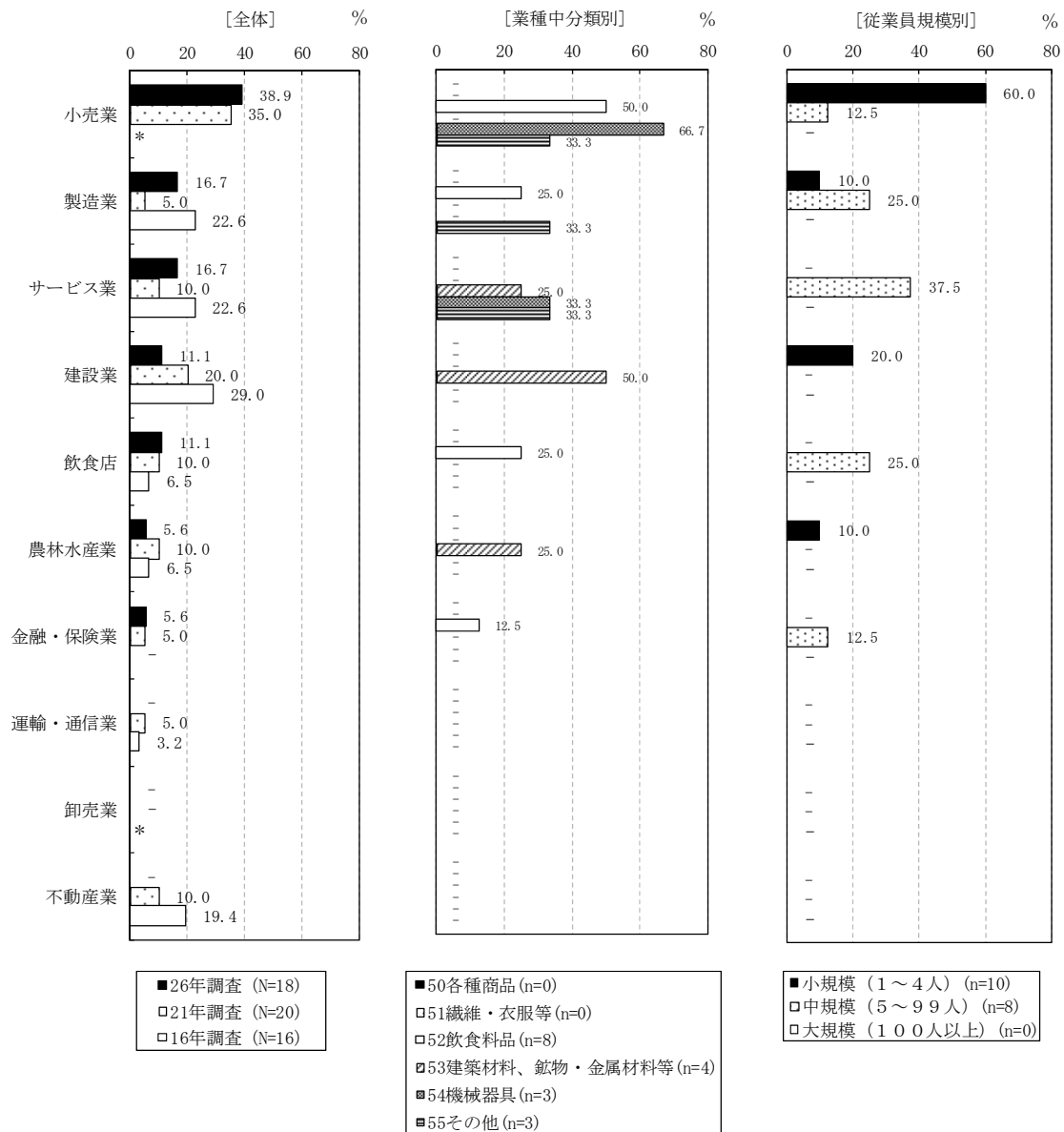
図Ⅲ - 17. 兼業部門が年間売上に占める割合



〔兼業している業種〕

兼業している業種は、「小売業」が38.9%と最も高く、次いで「製造業」(16.7%)、「サービス業」(16.7%)となっている。16年調査、21年調査と比較すると「小売業」の割合が高まっているのに対して、「建設業」の割合は減少している。

図Ⅲ - 18. 兼業している業種 (複数回答)



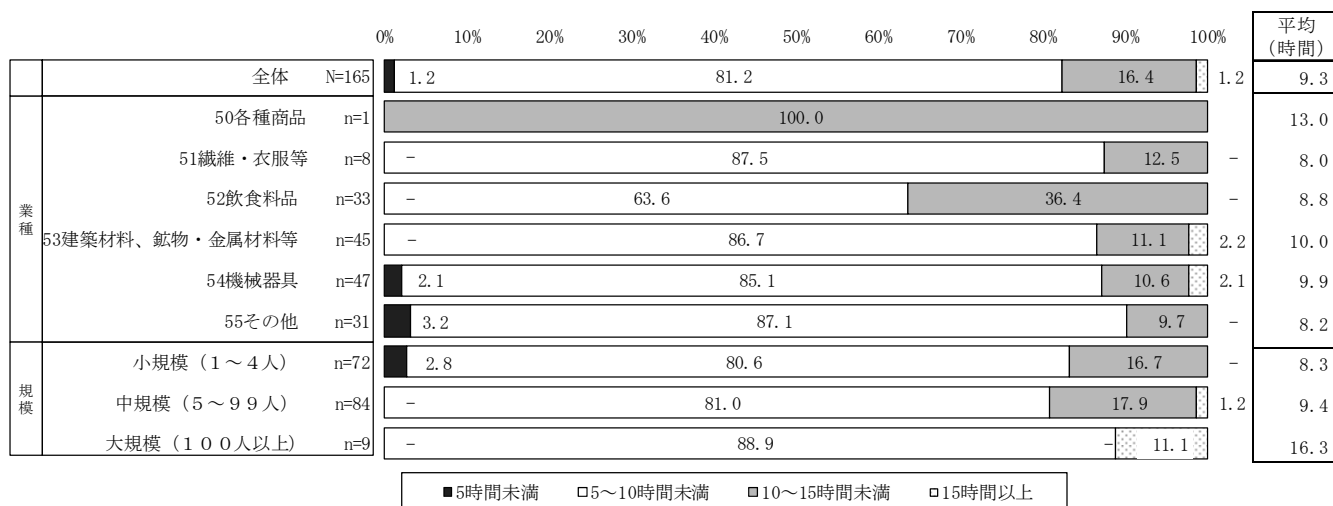
7. 営業時間

1日の平均営業時間は9.3時間で、21年調査の8.4時間より長くなっている。

業種中分類別にみると、53 建築材料、鉱物・金属材料等が10.0時間と最も長く、次いで54 機械器具（9.9時間）、52 飲食料品（8.8時間）となっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）（8.3時間）に比べ、中規模事業所（5～99人）（9.4時間）の方が長くなっている。

図Ⅲ - 19. 営業時間（平均）

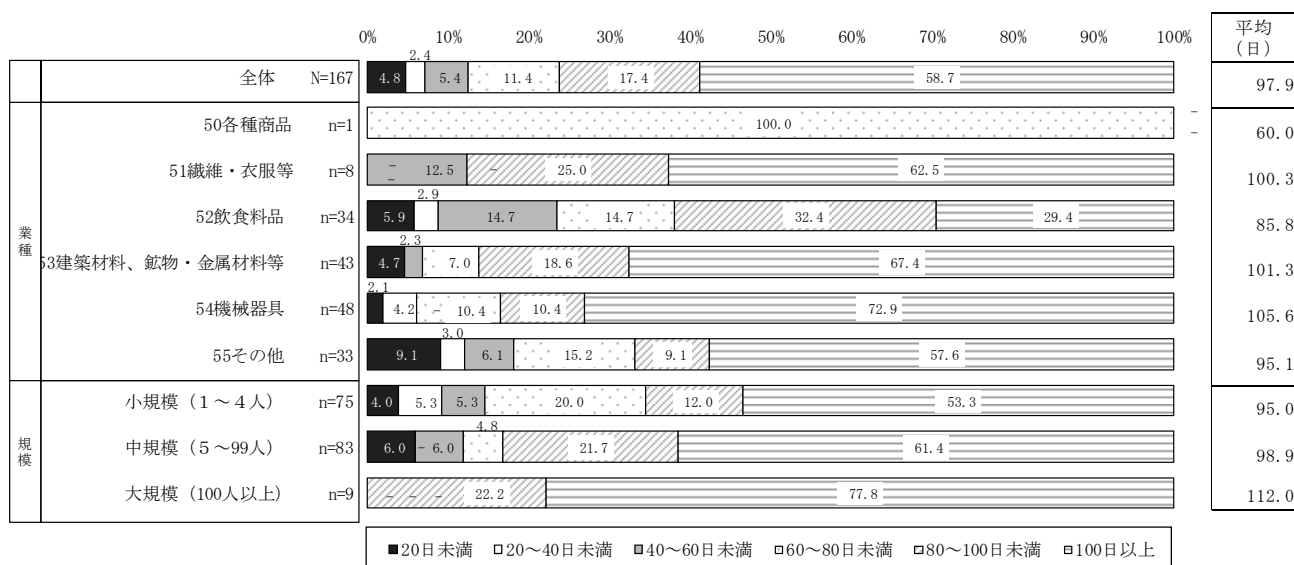


8. 年間休日数

平均年間休日数は97.9日で、21年調査の93.4日より増加している。

業種中分類別にみると、54 機械器具で105.6日と多いのに対して、52 飲食料品は85.8日と少なくなっている。

図Ⅲ - 20. 年間休日数（平均）



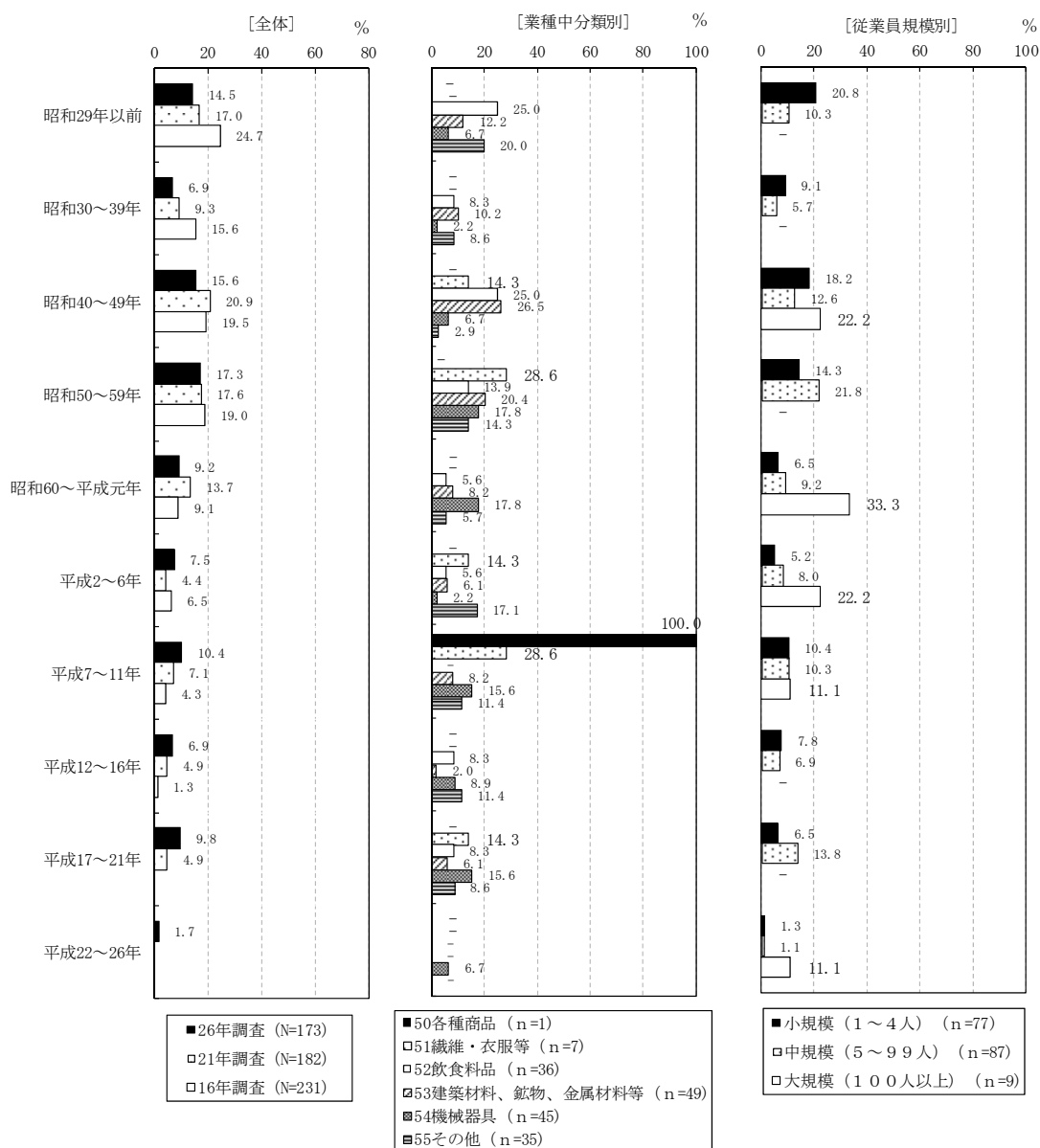
9. 開設時期

事業所・店舗の開設時期は、「昭和50～59年」が17.3%と最も割合が高く、次いで「昭和40～49年」(15.6%)、「昭和29年以前」(14.5%)となっている。

業種中分類別にみると、52 飲食料品では「昭和40～49年」「昭和29年以前」(共に25.0%)、53 建築材料、鉱物・金属材料等では「昭和40～49年」(26.5%)、54 機械器具では「昭和50～59年」「昭和60～平成元年」(共に17.8%)の割合が高くなっている。

規模別でみると、小規模事業所(1～4人)では「昭和29年以前」の割合(20.8%)が高くなっているのに対して、中規模事業所(5～99人)では「昭和50～59年」の割合(21.8%)が高くなっている。

図Ⅲ - 21. 事業所・店舗の開設時期



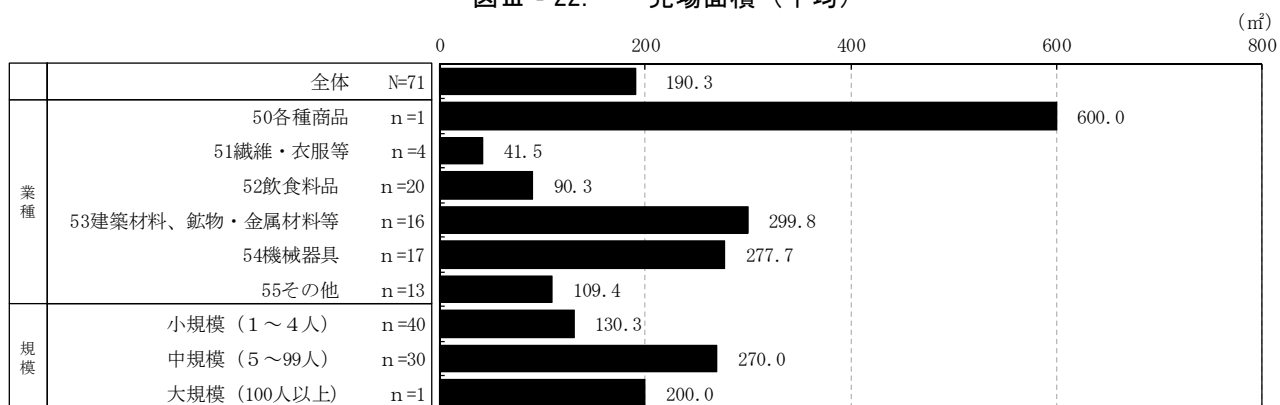
10. 売場面積

1 事業所当たりの平均売場面積は 190.3 m²である。

業種中分類別にみると、53 建築材料、鉱物・金属材料等 (299.8 m²)、54 機械器具 (277.7 m²) が広いのに対して、52 飲食料品 (90.3 m²)、55 その他 (109.4 m²) で狭くなっている。

規模別にみると、小規模事業所 (1～4人) で 130.3 m²であるのに対して、中規模事業所 (5～99人) では 270.0 m²となっている。

図Ⅲ - 22. 売場面積 (平均)



1 1.事業用不動産の所有関係と使用形態

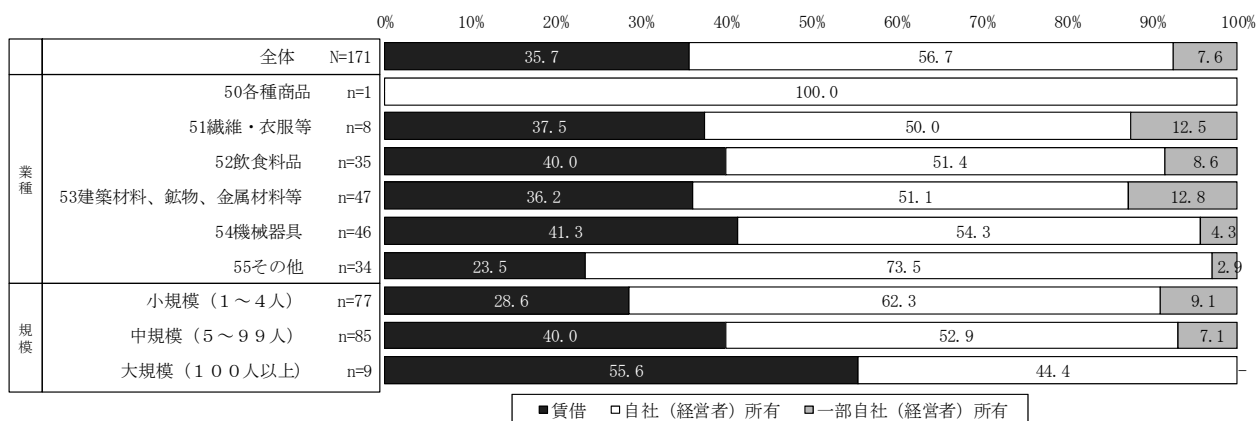
①事業用土地の所有関係

事業用土地の所有関係は、「賃借」35.7%、「自社（経営者）所有」56.7%、「一部自社（経営者）」7.6%という構成である。

業種中分類別にみると、55その他で「自社（経営者）所有」が73.5%と高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で「自社（経営者）所有」の割合が中規模事業所（5～99人）に比べ高い（62.3%＞52.9%）。

図Ⅲ - 23. 事業用土地の所有関係



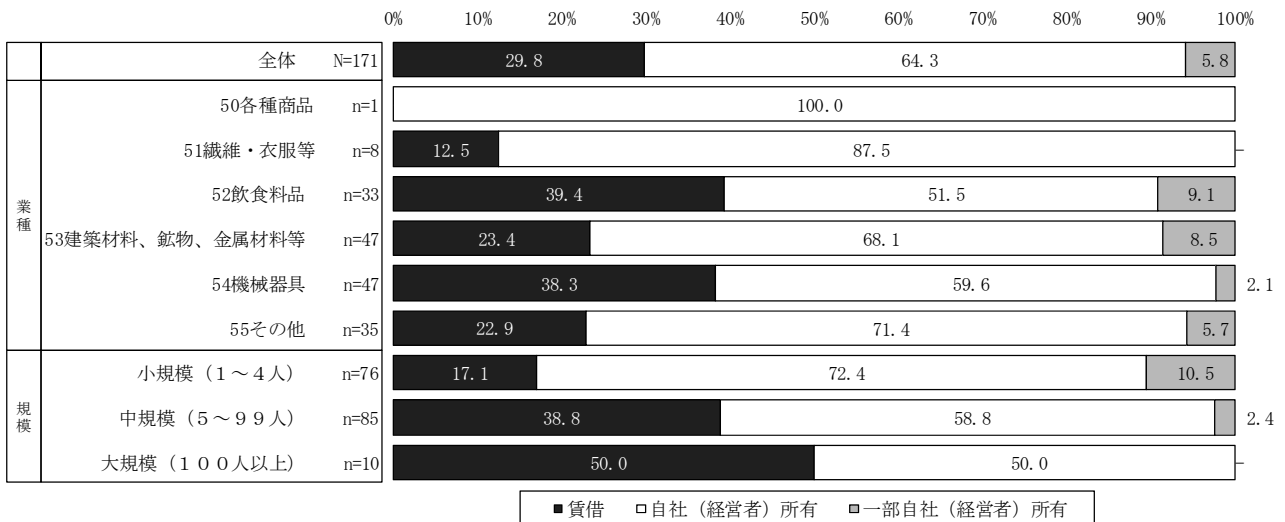
②事業用建物の所有関係

事業用建物の所有関係は、「賃借」29.8%、「自社（経営者）所有」64.3%、「一部自社（経営者）所有」5.8%という構成である。

業種中分類別にみると、53 建築材料、鉱物・金属材料等、55 その他で「自社（経営者）所有」の割合（68.1%、71.4%）が高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれて「賃借」が増え、「自社（経営者）所有」の割合が少なくなっている。

図Ⅲ - 24. 事業用建物の所有関係



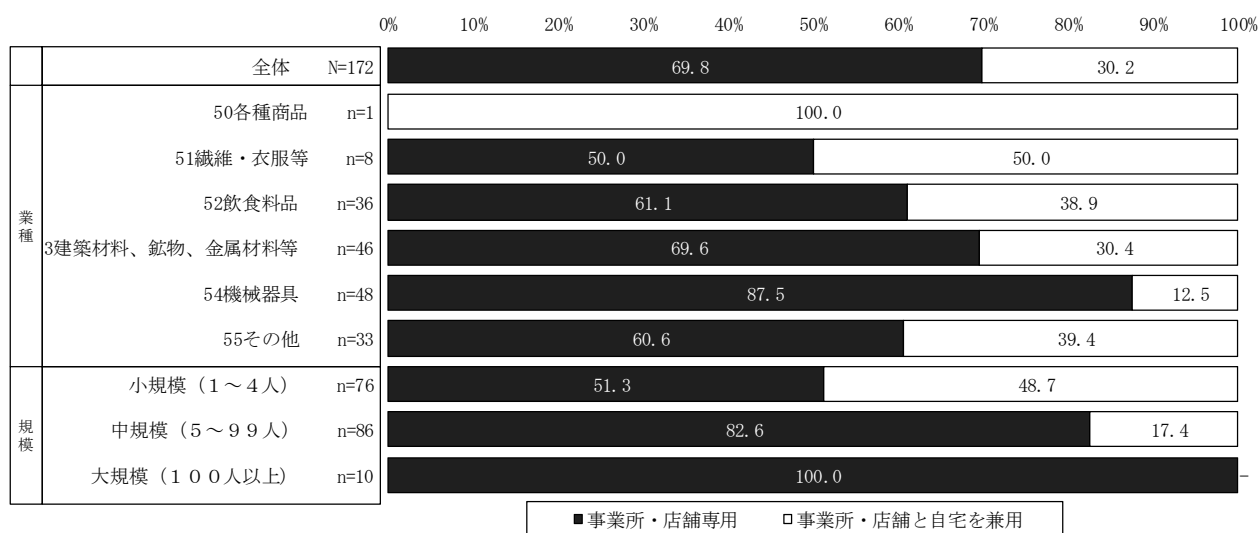
③事業用建物の使用形態

事業用建物の使用形態は、「事業所・店舗専用」69.8%、「事業所・店舗と自宅を兼用」30.2%と構成比である。

業種中分類別にみると、54 機械器具で「事業所・店舗専用」の割合（87.5%）が高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「事業所・店舗専用」の割合が高くなっている。

図Ⅲ - 25. 事業用建物の使用形態



12.顧客タイプと顧客利用理由

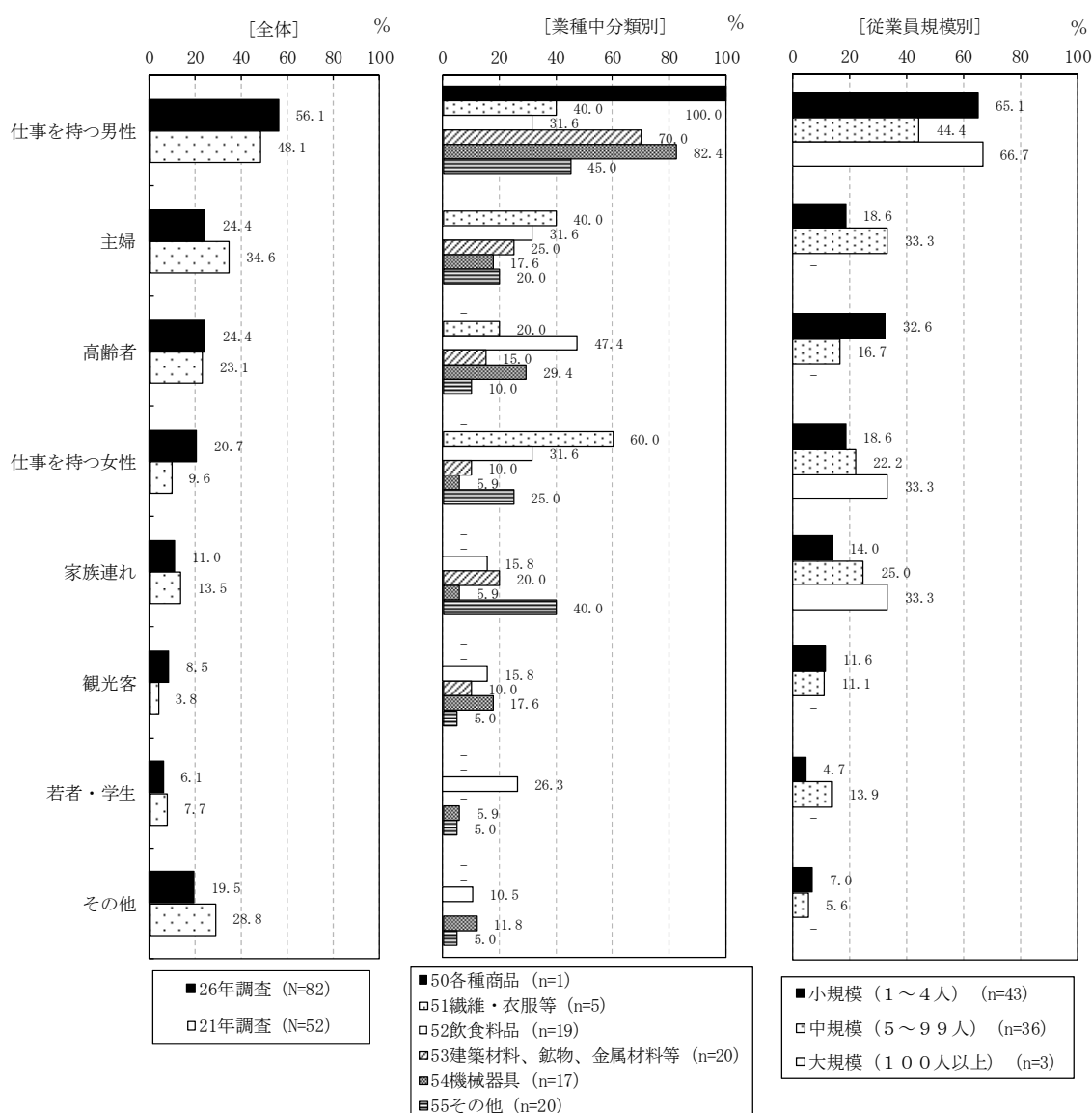
〔顧客タイプ（客層）〕

主に個人を対象に事業を展開している事業所の顧客タイプは、「仕事を持つ男性」が56.1%で最も高く、次いで「主婦」、「高齢者」（共に24.4%）となっている。21年調査と比較すると「仕事を持つ男性」、「仕事を持つ女性」等の割合が増加し、「主婦」の割合が減少している。

業種別中分類別でみると、52 飲食料品で「高齢者」（47.4%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、「仕事を持つ男性」では小規模事業所（1～4人）が中規模事業所（5～99人）を上回るのに対して、「主婦」、「仕事を持つ女性」では中規模事業所が小規模事業所を上回っている。

図Ⅲ - 26. 個人顧客のタイプ（3つまで選択）



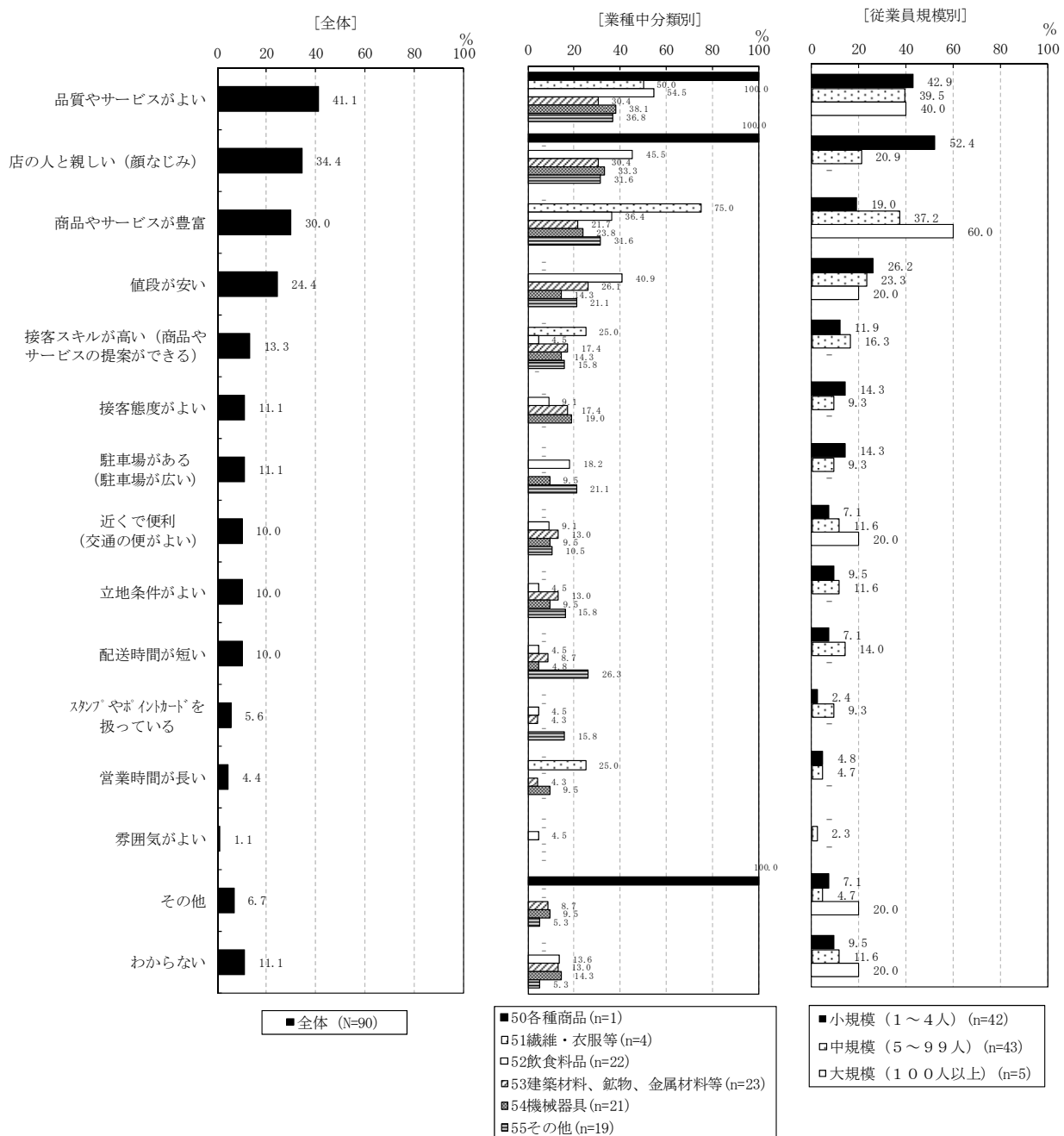
〔顧客利用理由（個人）〕

個人顧客利用理由は、「品質やサービスがよい」が41.1%と最も高く、次いで「店の人と親しい（顔なじみ）」（34.4%）、「商品やサービスが豊富」（30.0%）となっている。

業種中分類別にみても、全ての業種で「品質やサービスがよい」が最も高くなっている。53 建築材料、鉱物・金属材料等では「品質やサービスがよい」と並んで「店の人と親しい（顔なじみ）」（共に30.4%）も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で「店の人と親しい（顔なじみ）」の割合（52.4%）が最も高くなっているのに対して、中規模事業所（5～99人）では「品質やサービスがよい」の割合（39.5%）が最も高くなっている。

図Ⅲ - 27. 個人顧客利用理由（3つまで選択）



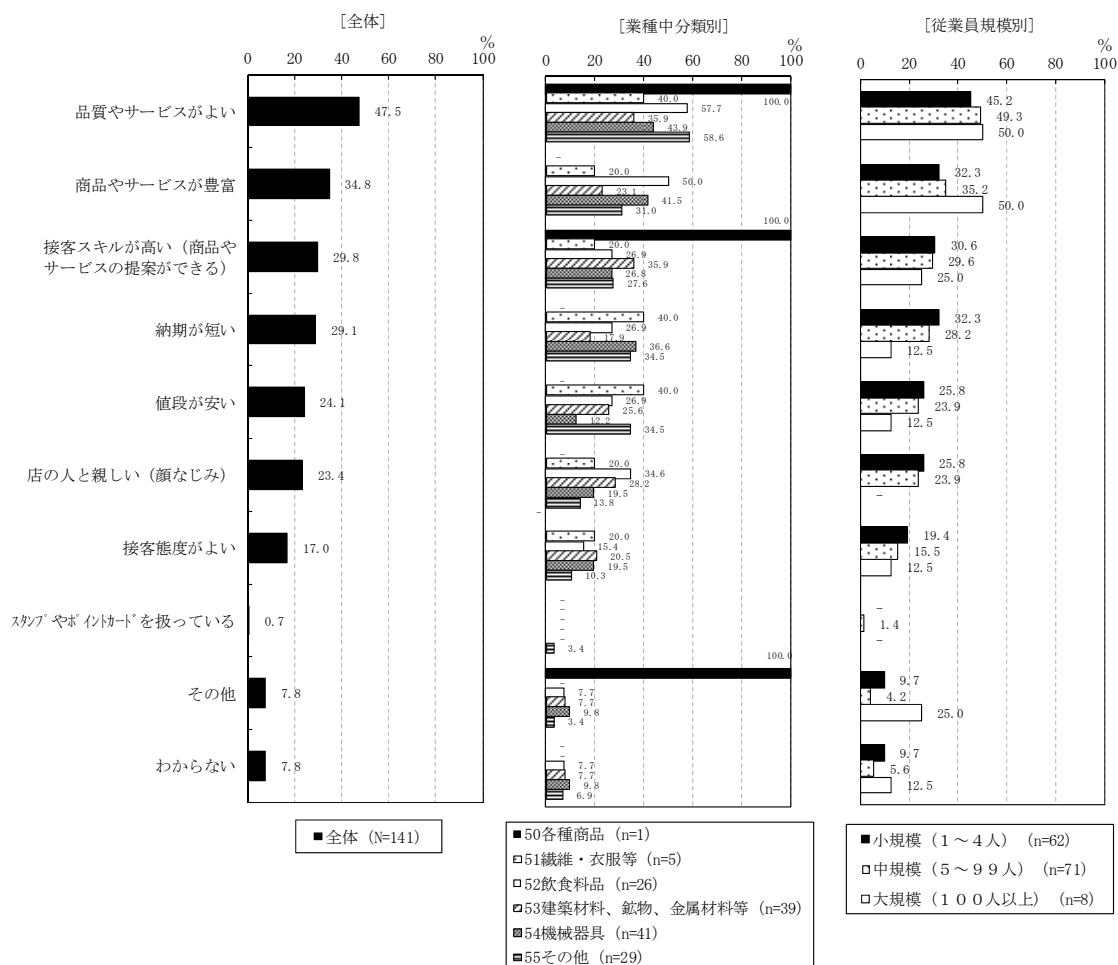
〔顧客利用理由（法人）〕

法人顧客利用理由は、「品質やサービスがよい」が47.5%と最も高く、次いで「商品やサービスが豊富」（34.8%）、「接客スキルが高い（商品やサービスの提案が出来る）」（29.8%）と続く。

業種中分類別にみても、全ての業種で「品質やサービスがよい」が最も高くなっている。53 建築材料、鉱物・金属材料等では、「品質やサービスがよい」と並んで「接客スキルが高い（商品やサービスの提案が出来る）」（共に35.9%）も高くなっている。

規模別にみても、小規模事業所（1～4人）、中規模事業所（5～99人）ともに「品質やサービスがよい」が最も高くなっている。

図Ⅲ - 28. 法人顧客利用理由（3つまで選択）



IV.卸売業実態調査結果

1.経営状況

(1) 経営上の問題点

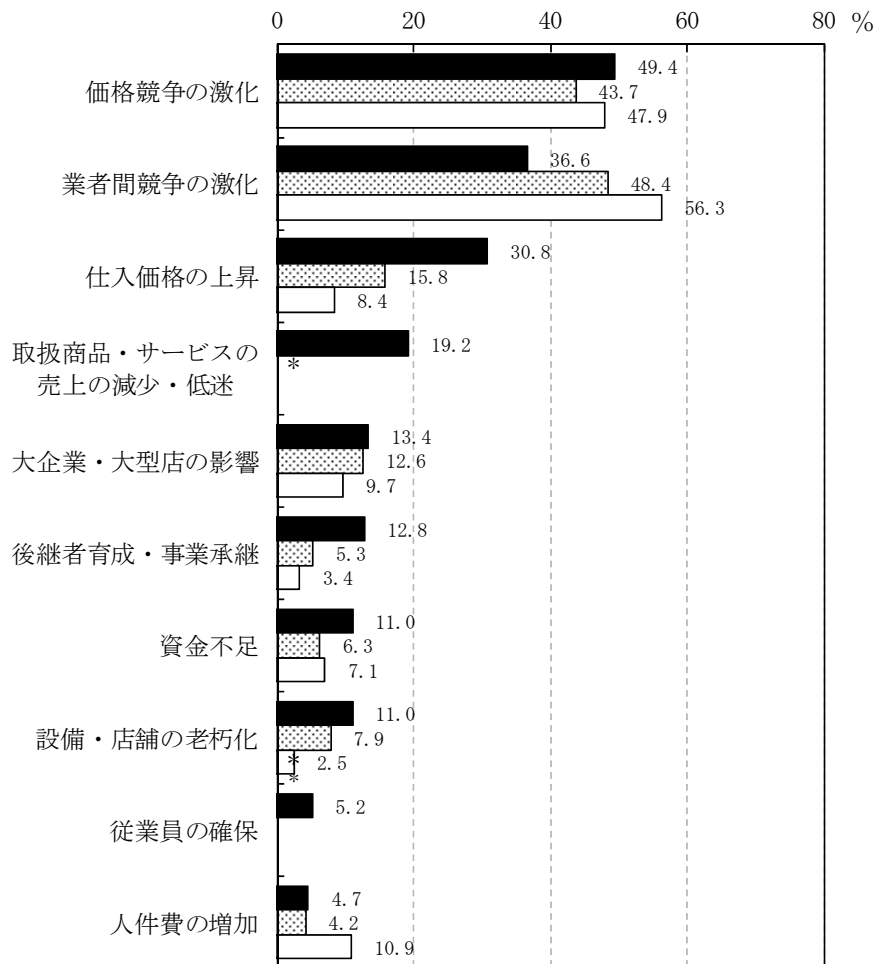
経営上問題となっていることは、「価格競争の激化」が49.4%と最も高くなっている。次いで、「業者間競争の激化」(36.6%)、「仕入価格の上昇」(30.8%)と続く。

16年調査、21年調査と比較すると、「業者間競争の激化」が減少しているのに対して、「仕入価格の上昇」が上昇している。

業種中分類別にみても、全ての業種で「価格競争の激化」が最も高くなっている。中でも54機械器具で割合(66.7%)が最も高くなっている。

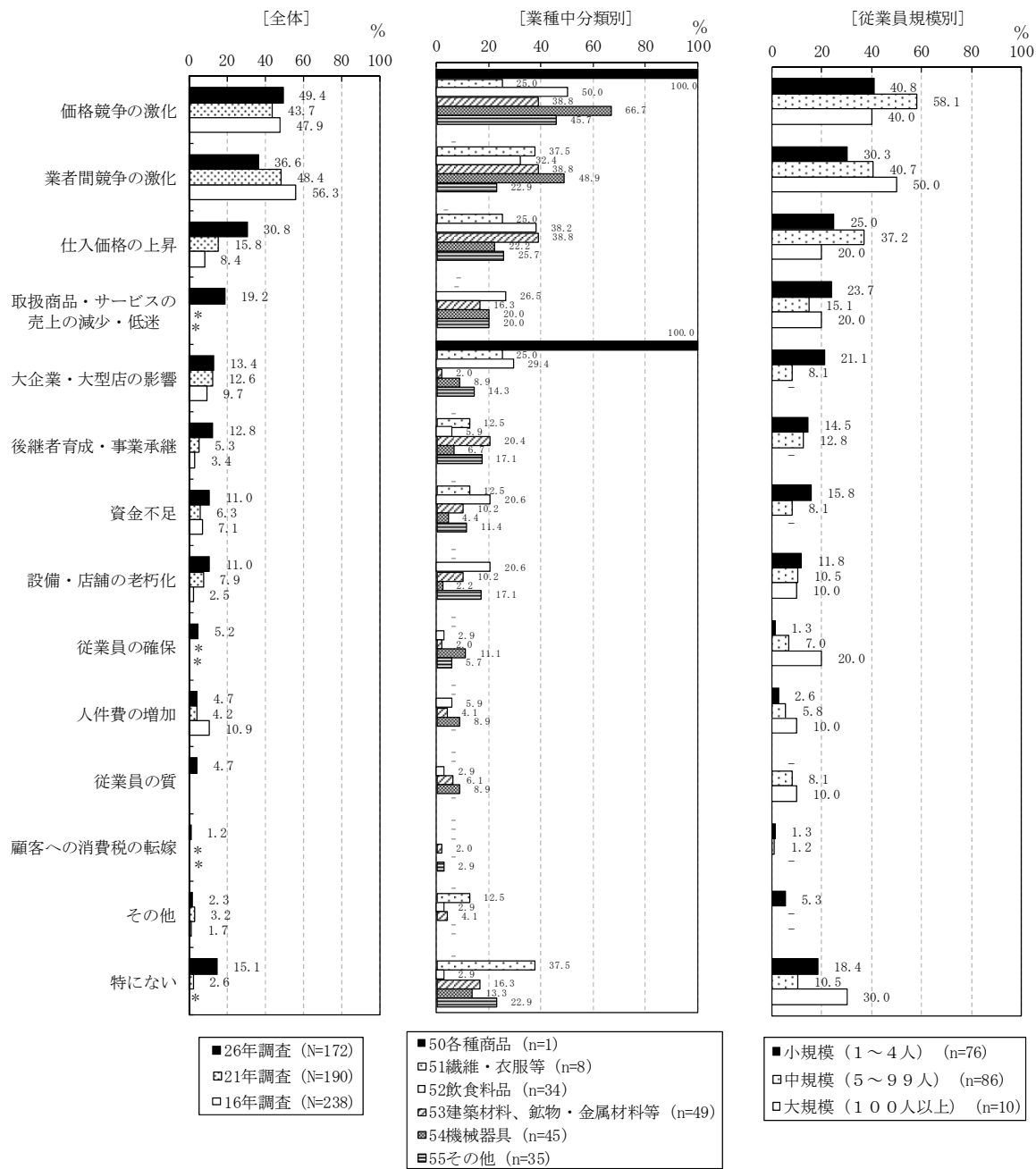
規模別にみると、小規模事業所(1~4人)、中規模事業所(5~99人)では、「価格競争の激化」の割合(40.8%、58.1%)が最も高くなっているのに対して、大規模事業所(100人以上)では、「業者間競争の激化」の割合(50.0%)が最も高くなっている。

図IV - 1. 経営上の問題点(上位10項目)(3つまで選択)



■26年調査 (N=172) □21年調査 (N=190) □16年調査 (N=238)

図Ⅳ - 2. 経営上の問題点（3つまで選択）



(2) 経営上の問題点への対応策

①既に実施している対応策

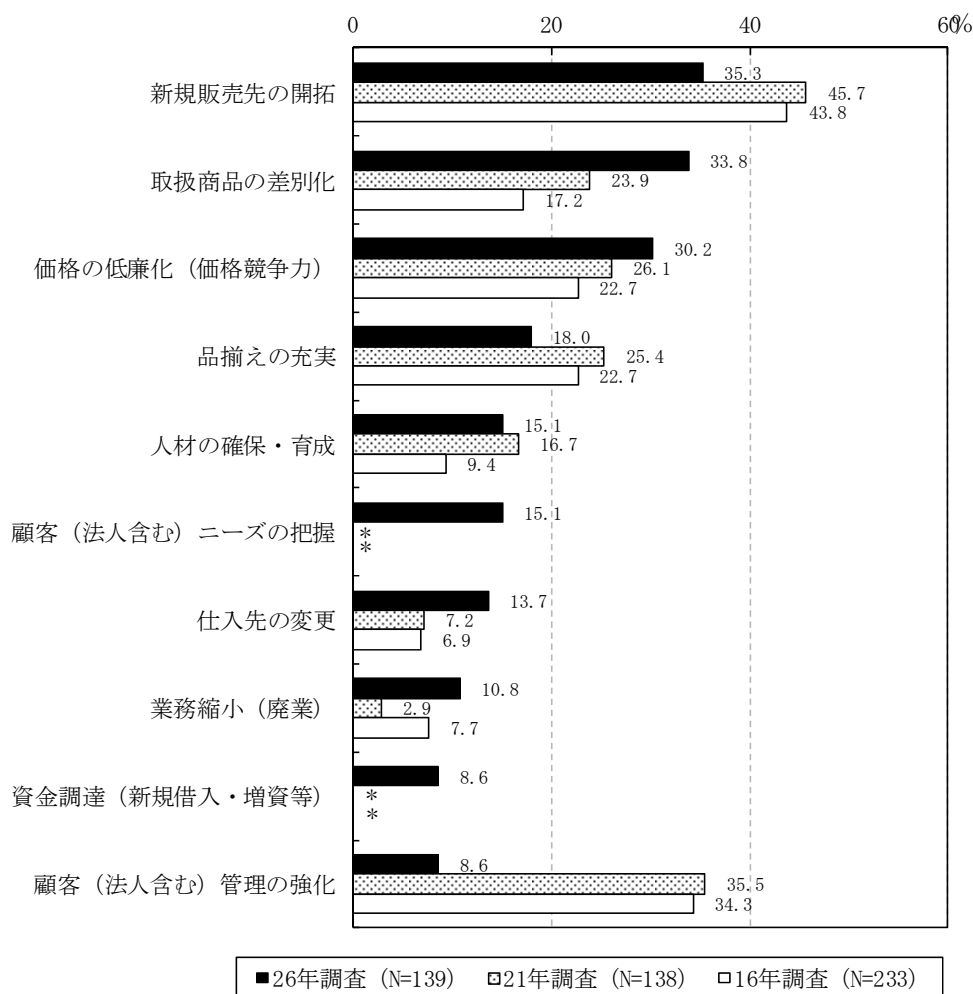
経営上の問題点に対して、既に実施している対応策は「新規販売先の開拓」(35.3%)、「取扱商品の差別化」(33.8%)、「価格の低廉化(価格競争力)」(30.2%)が高くなっている。

16年調査、21年調査と比較すると、「新規販売先の開拓」が減少しているのに対して、「取扱商品の差別化」、「価格競争の低廉化(価格競争力)」が増加している。

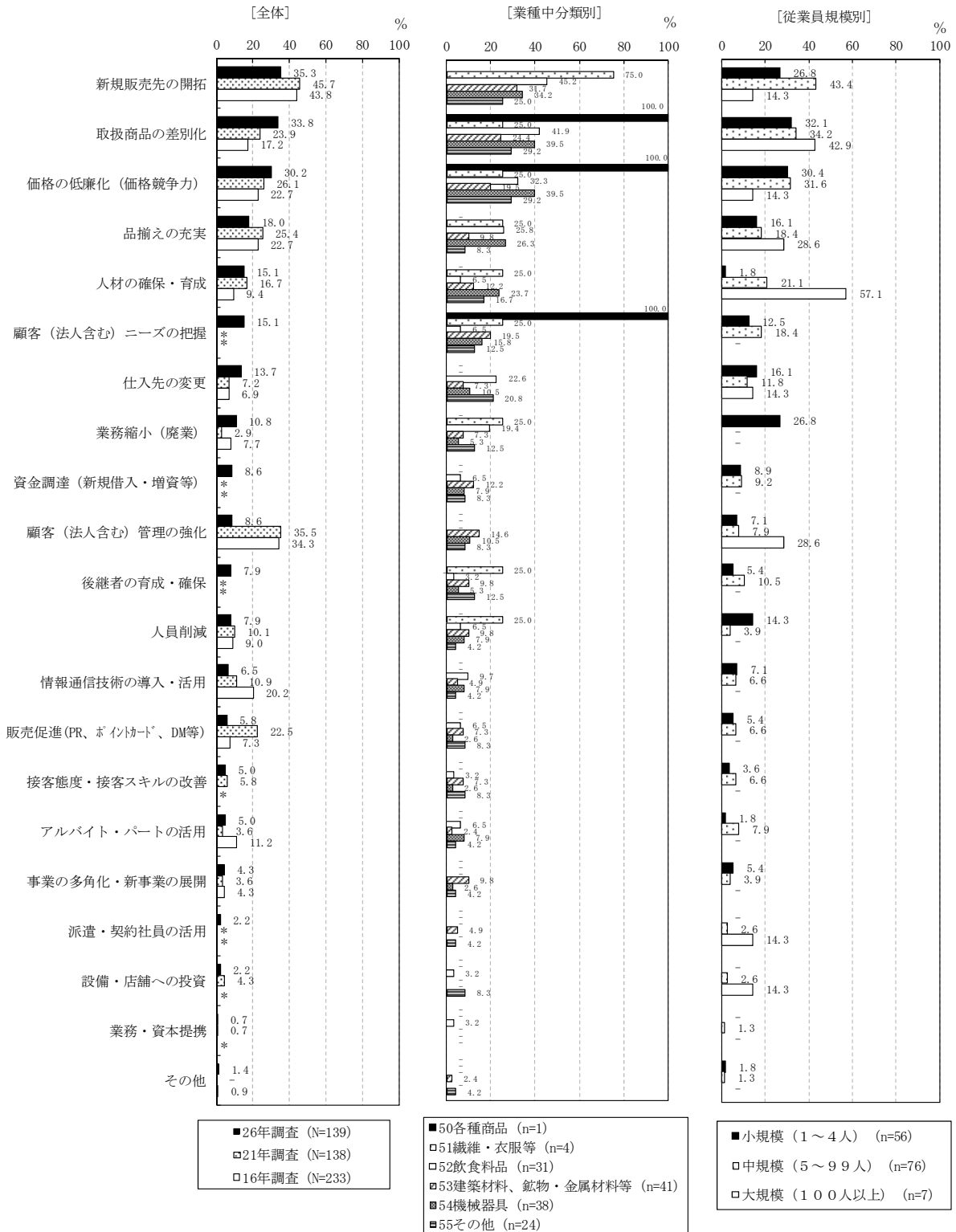
業種中分類別にみると、52 飲食料品、53 建築材料、鉱物・金属材料等では「新規販売先の開拓」(45.2%、31.7%)が最も高くなっている。54 機械器具、55 その他では「取扱商品の差別化」、「価格の低廉化(価格競争力)」(共に39.5%、29.2%)が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「取扱商品の差別化」(32.1%)が最も高くなっているのに対して、中規模事業所(5~99人)では「新規販売先の開拓」(43.4%)が最も高くなっている。

図IV-3. 経営上の問題点への対応策—既に実施している対応策
(上位10項目)(3つまで選択)



図IV - 4. 経営上の問題点への対応策－既の実施している対応策（3つまで選択）



②今後実施が必要な対応策

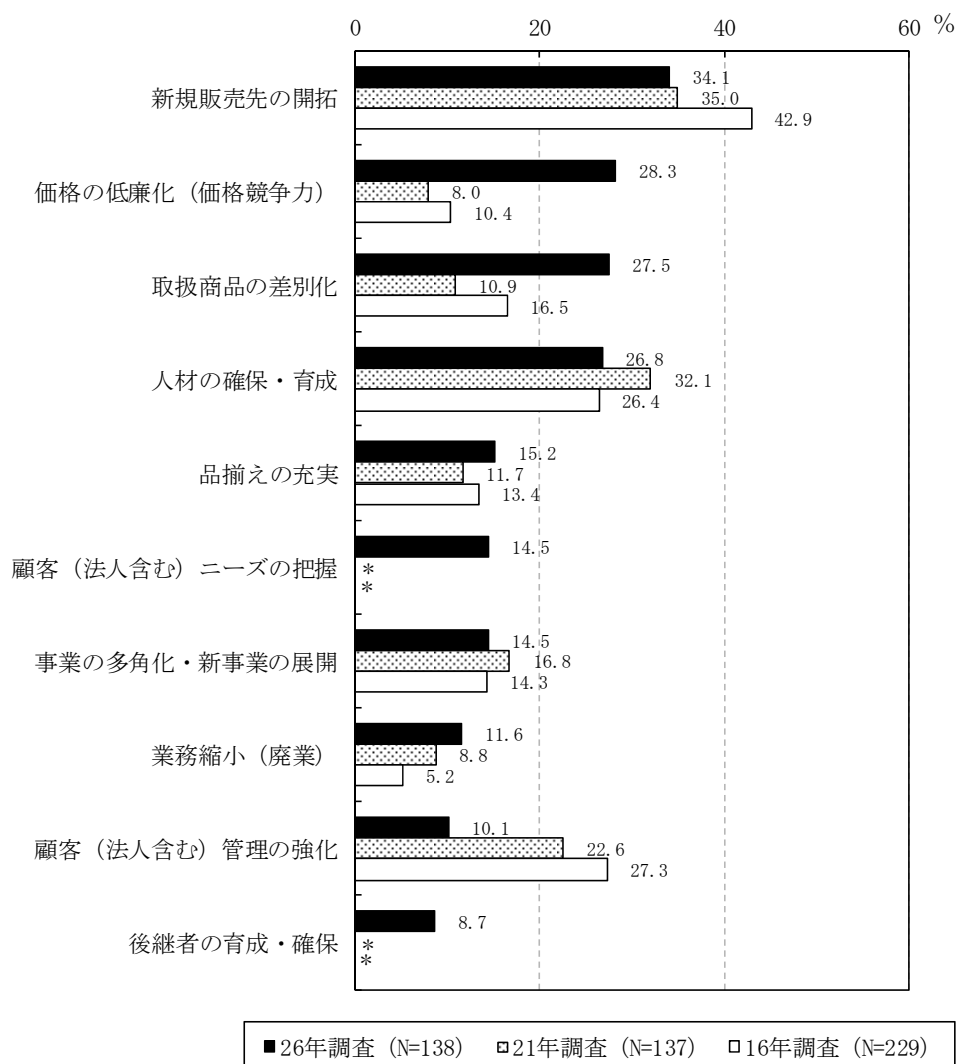
経営上の問題点に対して今後必要な対策は、「新規販売先の開拓」が34.1%で最も高くなっている。次いで、「価格の低廉化（価格競争力）」（28.3%）、「取扱商品の差別化」（27.5%）となっている。

16年調査、21年調査と比較すると、「新規販売先の開拓」が減少しているのに対して、「価格の低廉化（価格競争力）」、「取扱商品の差別化」が増加している。

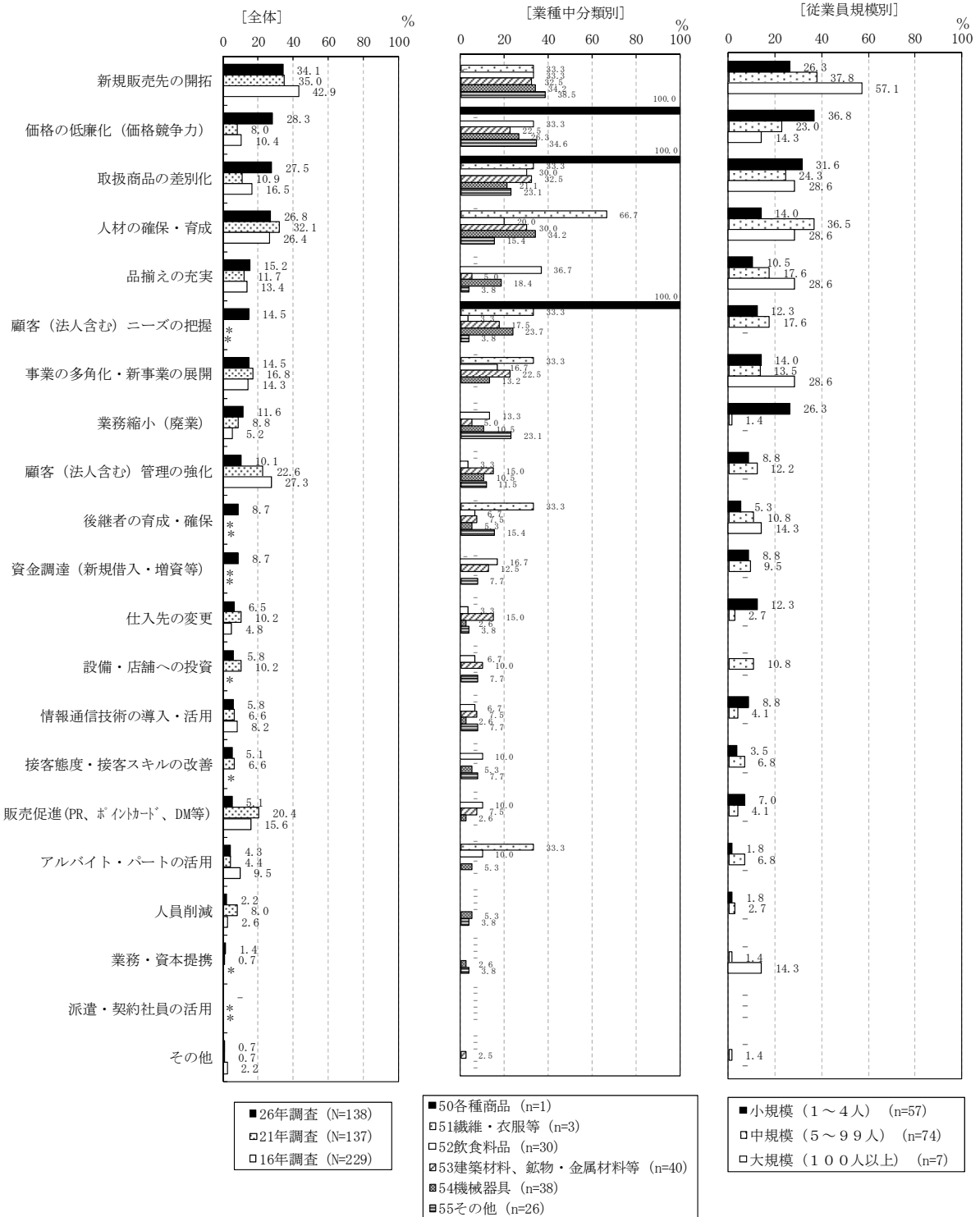
業種中分類別にみると、全ての業種で「新規販売先の開拓」が最も高くなっている。併せて52 飲食料品では「価格の低廉化（価格競争力）」（33.3%）、53 建築材料、鉱物・金属材料等では「取扱商品の差別化」（32.5%）、54 機械器具では「人材の確保・育成」（34.2%）が高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で「価格の低廉化（価格競争力）」（36.8%）が最も高くなっているのに対して、中規模事業所（5～99人）では「新規販売先の開拓」（37.8%）が最も高くなっている。

図IV - 5. 経営上の問題点への対応策—今後実施が必要な対応策
（上位10項目）（3つまで選択）



図IV - 6. 経営上の問題点への対応策—今後実施が必要な対応策（3つまで選択）

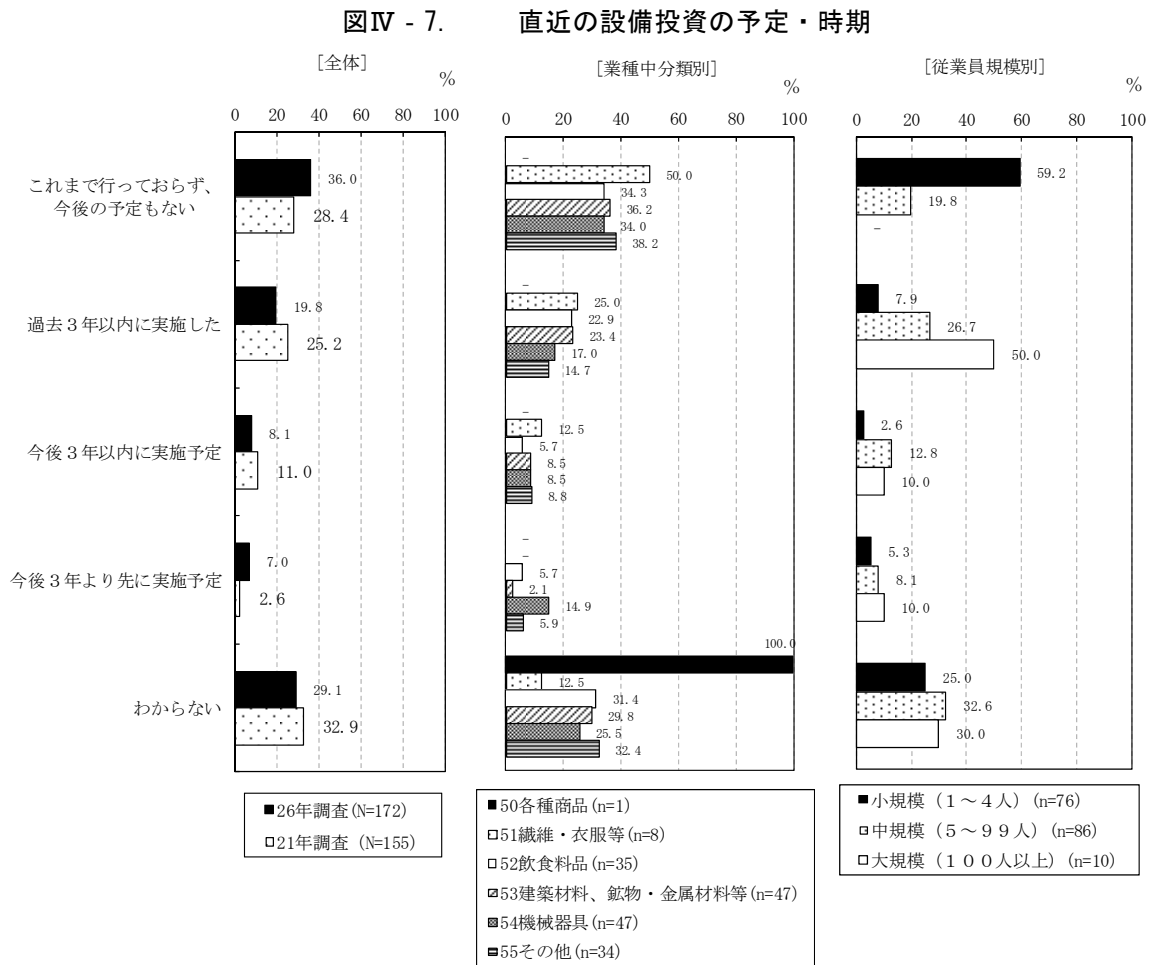


(3) 直近の設備投資予定・時期

事業所・店舗の設備投資（機械器具・備品の設置・更新、店舗の改修等）の直近の時期・予定は、「これまで行っておらず、今後の予定もない」が36.0%で最も高くなっている。次いで、「過去3年以内に実施した」（19.8%）、「今後3年以内に実施予定」（8.1%）となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「これまで行っておらず、今後の予定もない」が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で「これまで行っておらず、今後の予定もない」（59.2%）が半数を超え最も高いのに対して、中規模事業所（5～99人）、大規模事業所（100人以上）では、「過去3年以内に実施した」（26.7%、50.0%）が最も高くなっている。



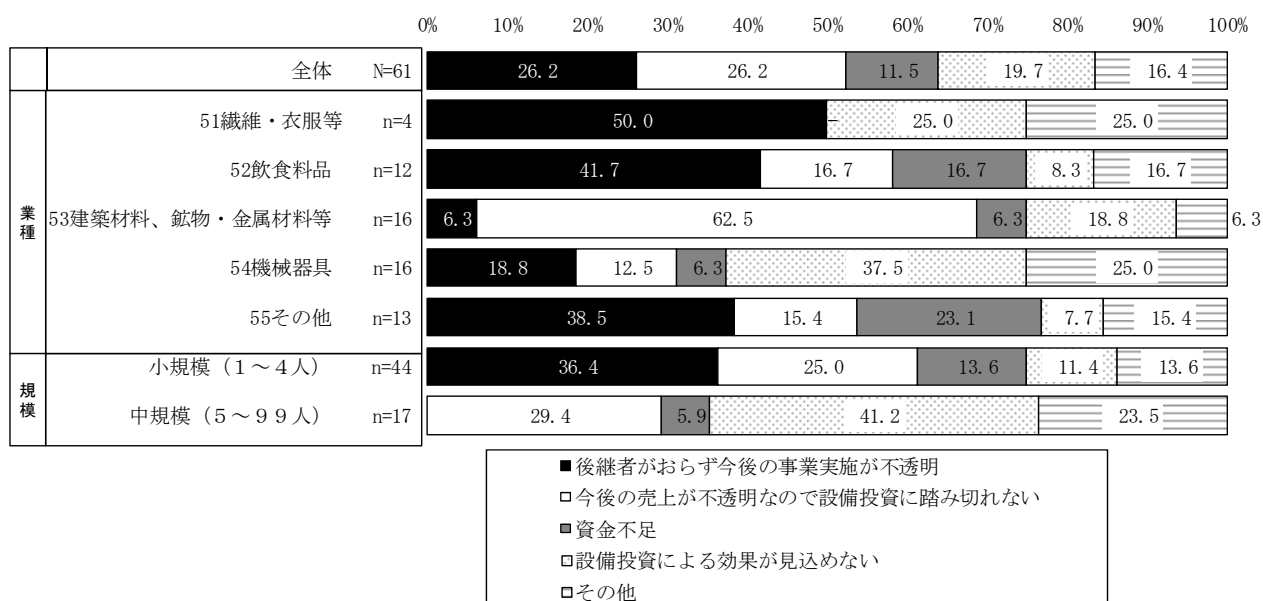
〔設備投資を行わない理由〕

設備投資を行わない理由は、「後継者がおらず今後の事業実施が不透明」「今後の売上が不透明なので設備投資に踏み切れない」が共に26.2%で最も高くなっている。

業種中分類別にみると、53 建築材料、鉱物・金属材料等で「今後の売上が不透明なので設備投資に踏み切れない」(62.5%)、54 機械器具で「設備投資による効果が見込めない」(37.5%)が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で「後継者がおらず今後の事業実施が不透明」(36.4%)、中規模事業所（5～99人）では「設備投資による効果が見込めない」(41.2%)が高くなっている。

図IV - 8. 設備投資を行わない理由



2. 業況の見通し

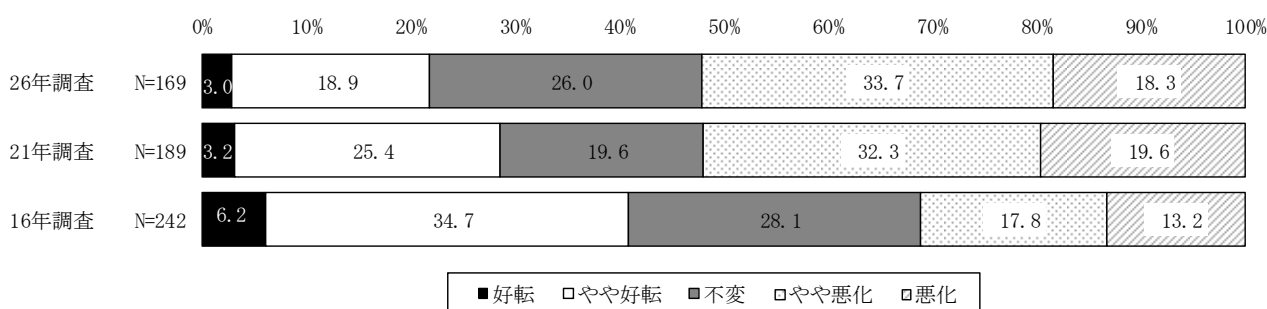
(1) 自社の業況見通し

自社の5年後(2019年)の業況見通しは、「好転」(3.0%)と「やや好転」(18.9%)の合計が21.9%で「やや悪化」(33.7%)と「悪化」(18.3%)の合計(52.0%)を30.1ポイントと大きく下回っている。21年調査と比較すると、「悪化(計)」(注1)はほぼ同じだが、「好転(計)」(注2)は減少している。

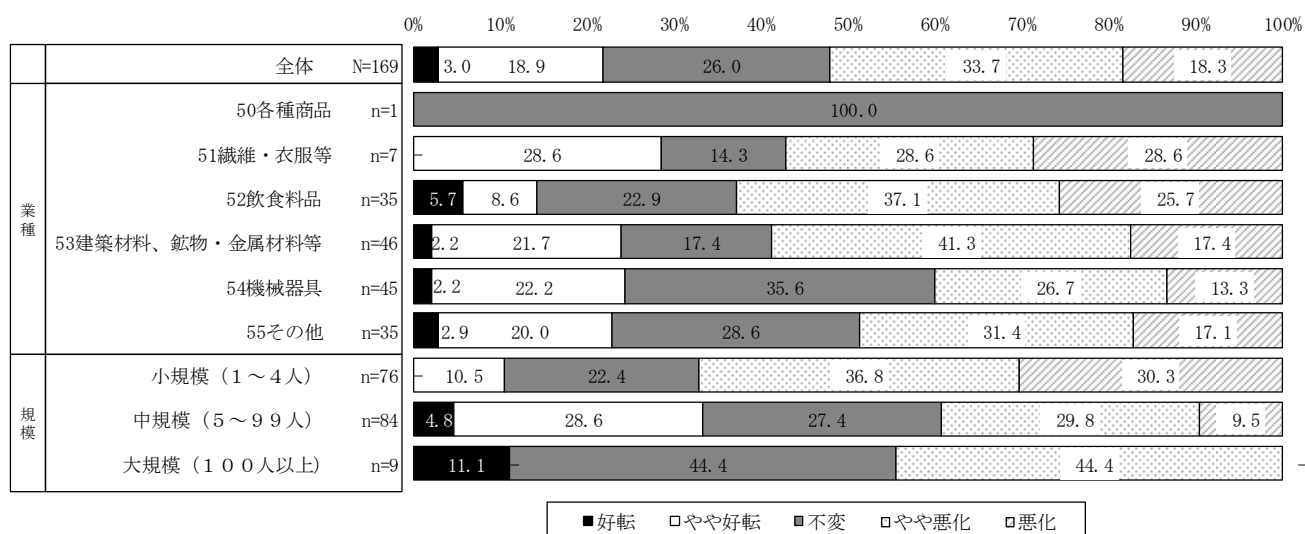
業種中分類別にみると、52 飲食料品で「悪化(計)」が62.8%と最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「悪化(計)」が67.1%と高くなっている。

図IV-9. 自社の5年後の業況見通し(過去調査との比較)



図IV-10. 自社の5年後の業況見通し



(注1)「悪化(計)」は、「悪化」と「やや悪化」の合計

(注2)「好転(計)」は、「好転」と「やや好転」の合計

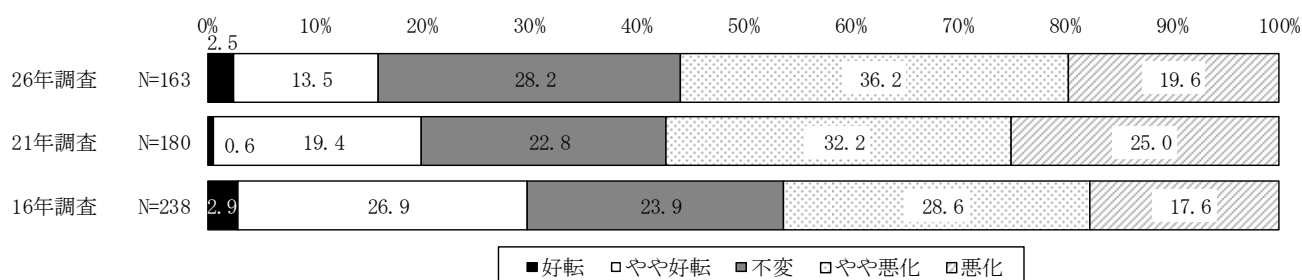
(2) 業界の業況見通し

業界の5年後（2019年）の業況見通しは、「好転」（2.5%）と「やや好転」（13.5%）の合計が16.0%で、「やや悪化」（36.2%）と「悪化」（19.6%）の合計（55.8%）を39.8ポイント下回っている。21年調査と比較すると、「好転（計）」、「悪化（計）」が共に減少している。

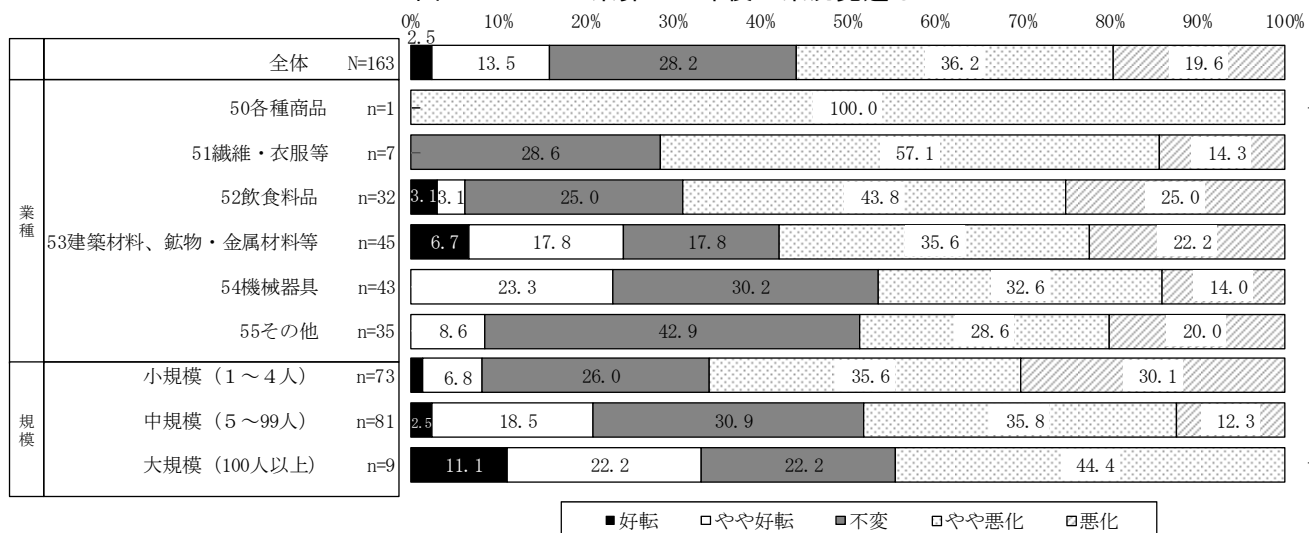
業種中分類別にみると、52 飲食料品で「悪化（計）」が68.8%と最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で「悪化（計）」が65.7%と最も高くなっている。

図IV - 11. 業界の5年後の業況見通し（過去調査との比較）



図IV - 12. 業界の5年後の業況見通し



3.人材の確保について

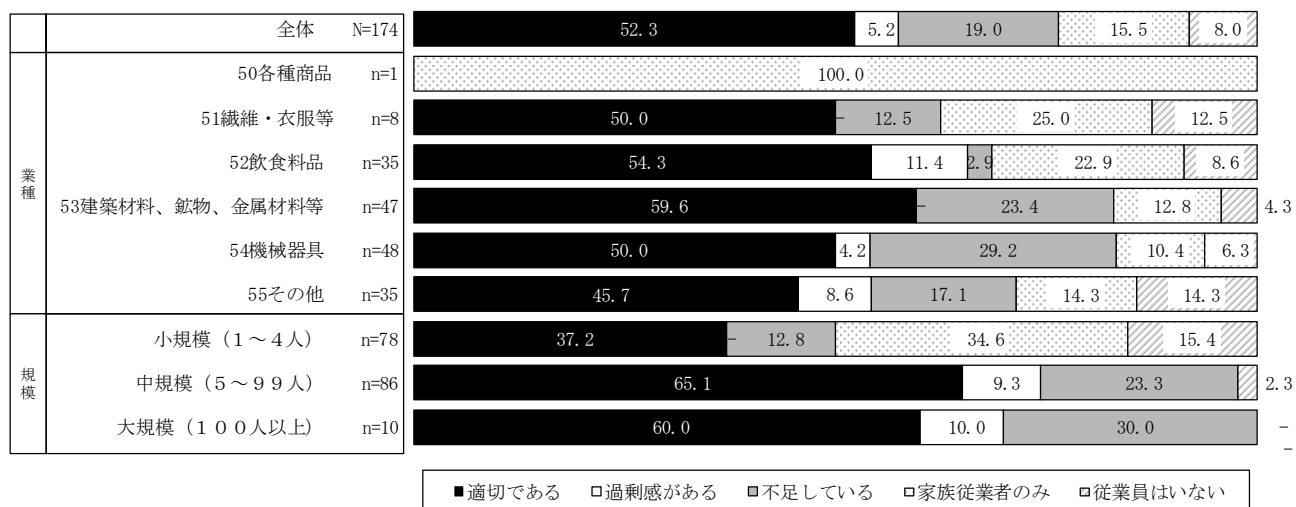
(1) 人員管理における従業員の過不足

人員管理において従業員は「過剰感がある」事業所は5.2%、「不足している」事業所は19.0%である。これに対して、「適切である」事業所は52.3%と半数を超えている。

業種中分類別にみると、53 建築材料、鉱物・金属材料等では「適切である」(59.6%)、54 機械器具では「不足している」(29.2%)が他の業種に比べ高い。

規模別にみると、大規模事業所(100人以上)で「不足している」(30.0%)が最も高くなっている。

図IV - 13. 人員管理における従業員の過不足

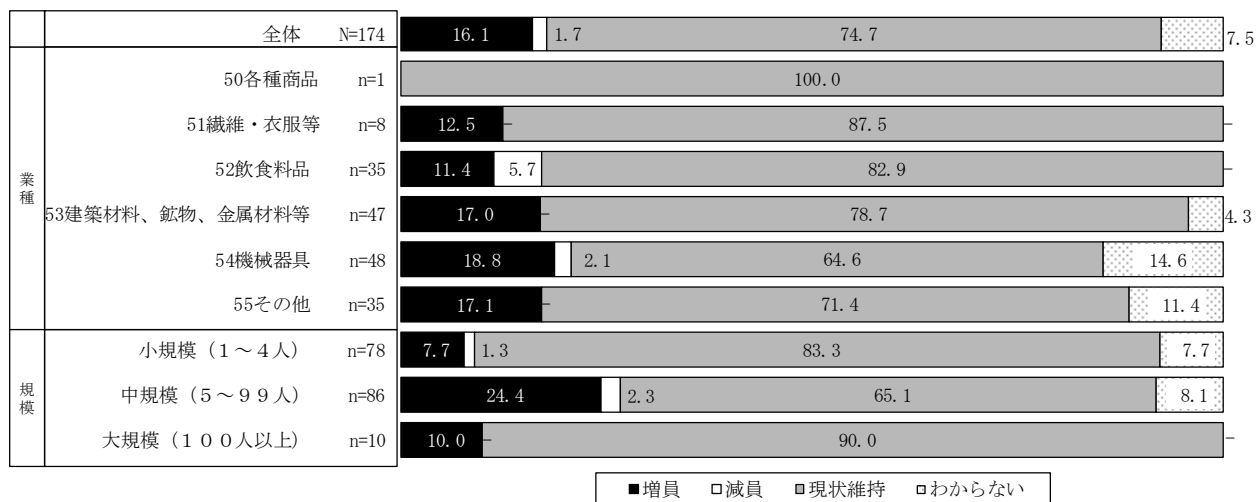


(2) 従業員の増減意向

今後の従業員数について「現状維持」が74.7%を占めているが、「増員」(16.1%)が「減員」(1.7%)を上回っている。

業種中分類別にみると、54 機械器具で「増員」(18.8%)が他の業種に比べ高くなっている。規模別にみると、中規模事業所(5~99人)で「増員」(24.4%)が最も高くなっている。

図IV - 14. 従業員の増減意向



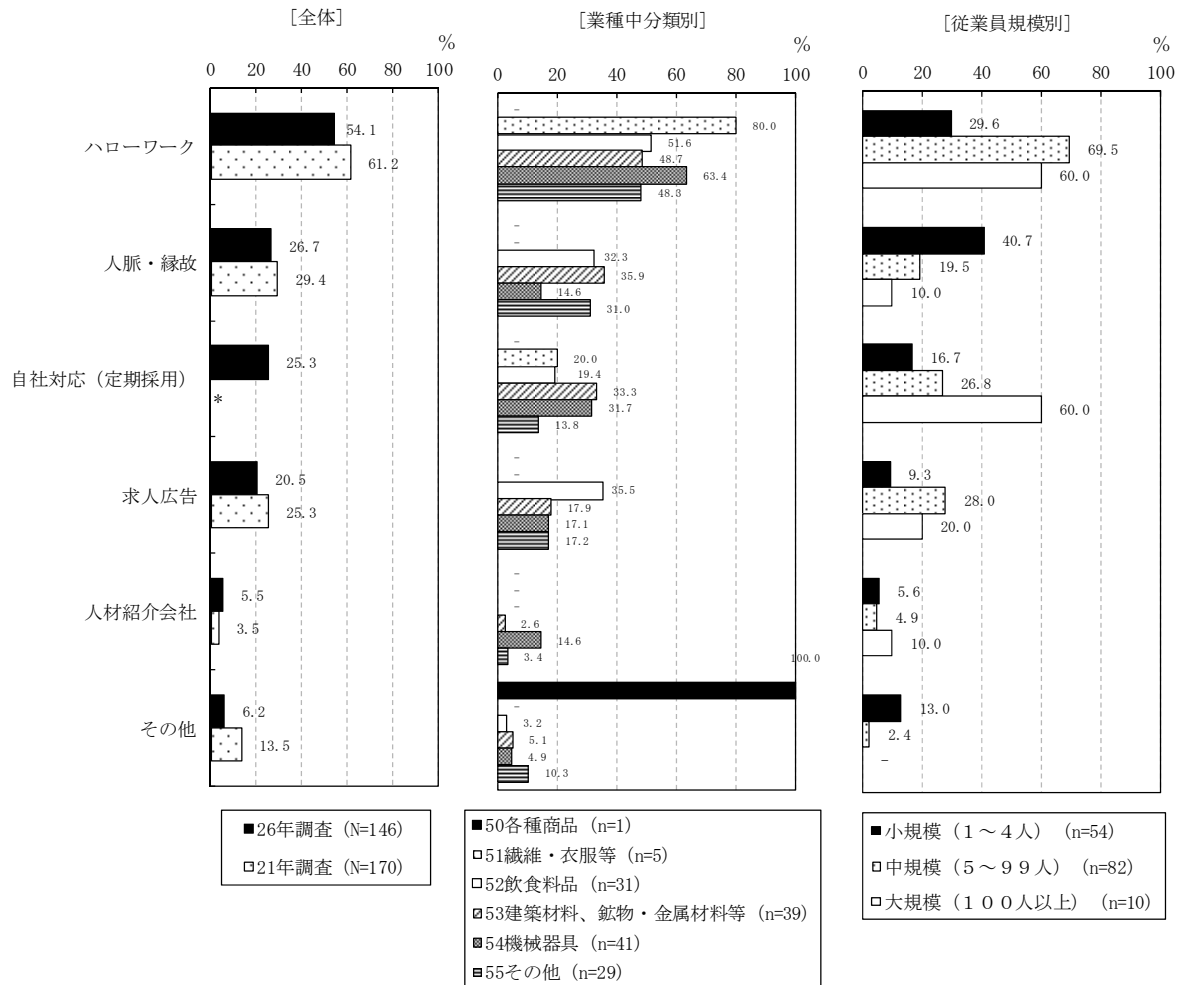
(3) 主に活用している従業員採用手段

従業員の採用手段として主に活用しているのは、「ハローワーク」が54.1%と最も高く、次いで「人脈・縁故」(26.7%)、「自社対応(定期採用)」(25.3%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「ハローワーク」が最も高くなっている。52 飲食料品では「求人広告」(35.5%)が他の業種に比べ高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)では「人脈・縁故」(40.7%)、中規模事業所(5~99人)では「ハローワーク」(69.5%)、大規模事業所(100人以上)では「ハローワーク」「自社対応(定期採用)」(共に60.0%)が高くなっている。

図IV - 15. 主に活用している従業員採用手段(複数回答)



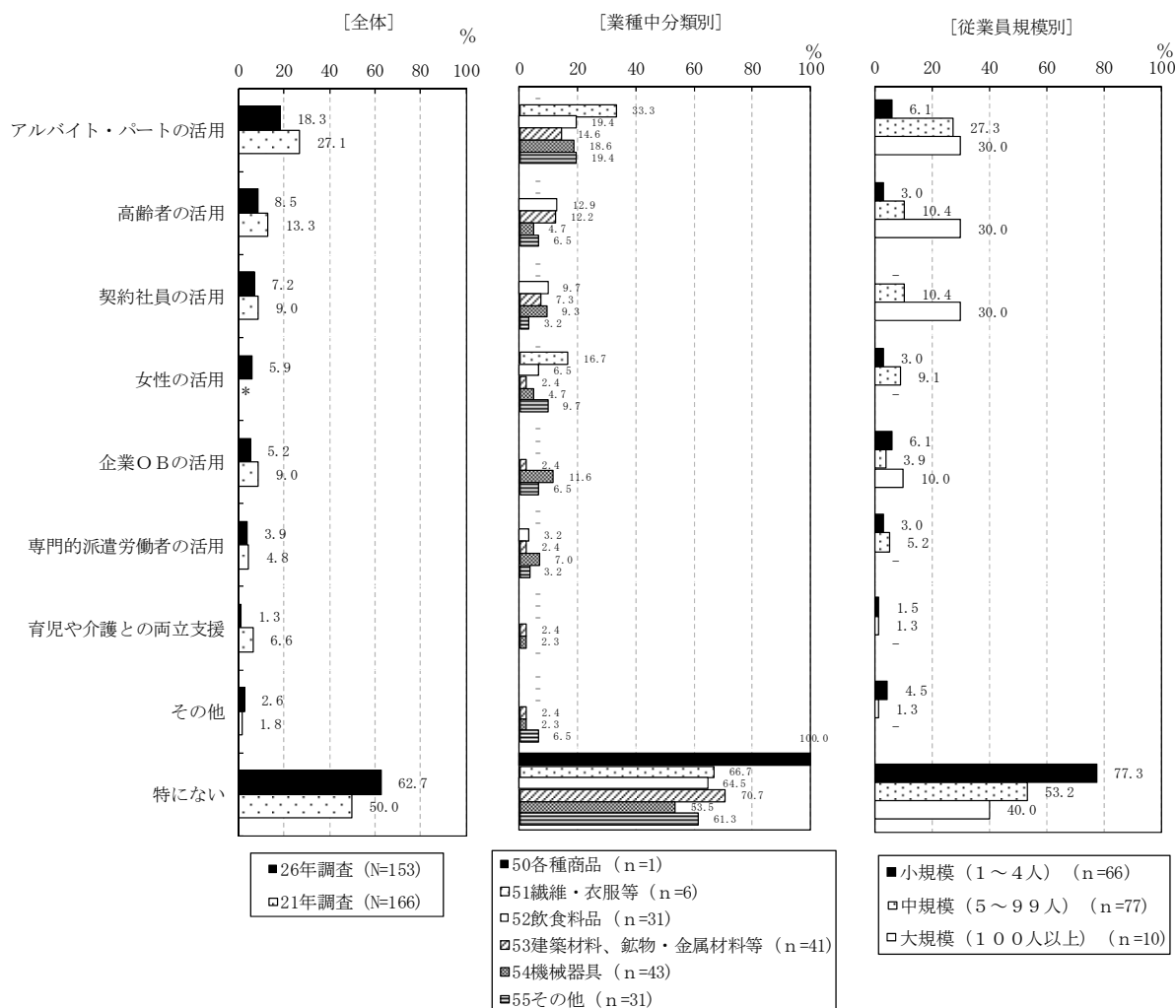
(4) 労働形態の多様化に対する取組意向

労働形態の多様化に対する取組意向は、「アルバイト・パートの活用」が18.3%と最も高く、次いで「高齢者の活用」(8.5%)、「契約社員の活用」(7.2%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「アルバイト・パートの活用」が最も高くなっているが、54 機械器具では「企業OBの活用」(11.6%)が他の業種に比べ高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)では「アルバイト・パートの活用」「企業OBの活用」(共に6.1%)、中規模事業所(5~99人)では「アルバイト・パートの活用」(27.3%)、大規模事業所(100人以上)では「アルバイト・パートの活用」「高齢者の活用」「契約社員の活用」(共に30.0%)が高くなっている。

図IV - 16. 労働形態の多様化に対する取組意向(複数回答)



(5) 非正規従業員の雇用形態意向

非正規従業員の雇用形態については、「現状維持」が57.6%と最も高く、次いで「非正規従業員はいない」(31.6%)、「非正規従業員を減らし、正社員を増やしたい」(4.4%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「現状維持」が最も高くなっている。特に52 飲食料品(65.6%)、54 機械器具(68.2%)で高くなっている。

規模別にみると、全ての規模で「現状維持」が最も高く、規模が大きくなるにつれて高くなっている。また、小規模事業所(1~4人)で「非正規従業員はいない」(46.2%)が他の規模に比べて高くなっている。



4.後継者の育成

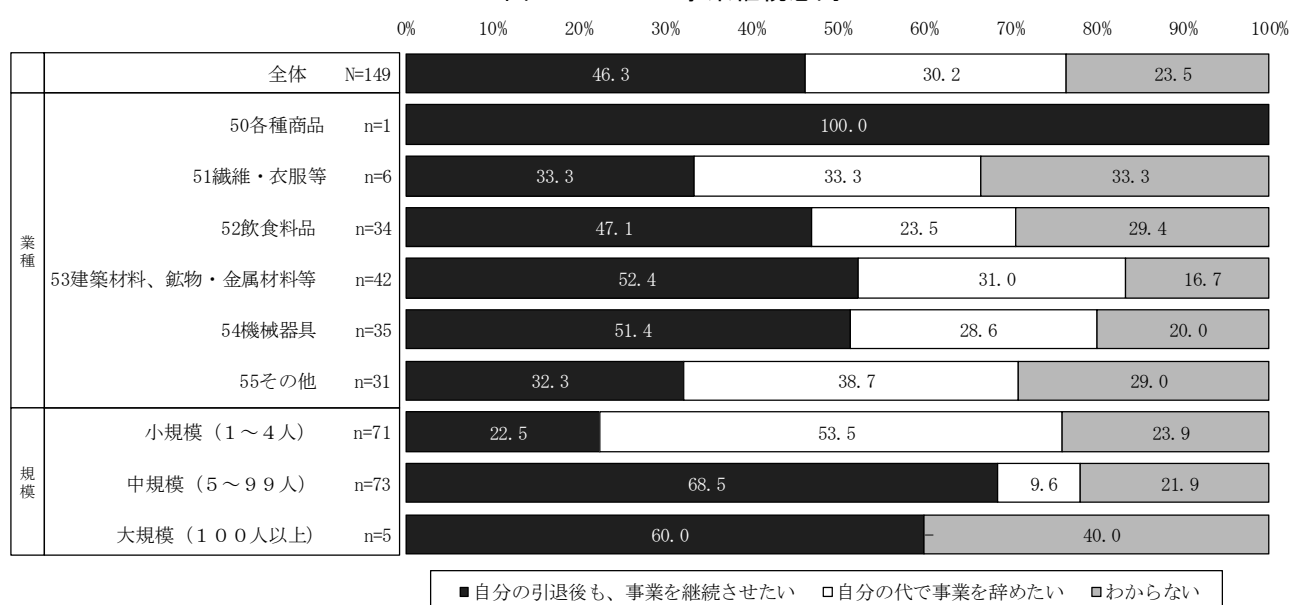
(1) 事業継続意向

事業継続意向は、「自分の引退後も、事業を継続させたい」が46.3%で、「自分の代で事業を辞めたい」の30.2%を上回った。

業種中分類別にみると、53 建築材料、鉱物・金属材料等、54 機械器具で「自分の引退後も、事業を継続させたい」(52.4%、51.4%)が他の業種に比べて事業継続意向が高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1～4人)で「自分の代で事業を辞めたい」(53.5%)が高いのに対して、中規模事業所(5～99人)では「自分の引退後も、事業を継続させたい」(68.5%)が高くなっている。

図IV - 18. 事業継続意向



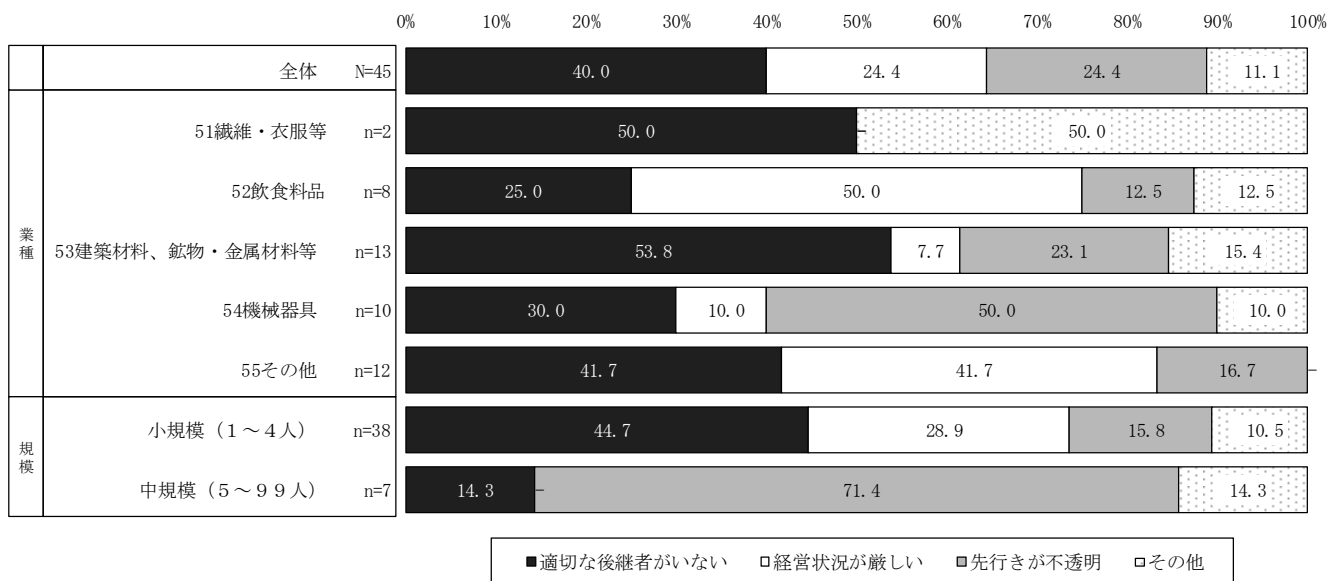
〔廃業検討理由〕

事業継続意向について「自分の代で辞めたい」と回答した事業所が廃業を検討する理由は、「適切な後継者がいない」が40.0%で最も高く、次いで「経営状況が厳しい」、「先行きが不透明」（共に24.4%）となった。

業種中分類別にみると、53 建築材料、鉱物・金属材料等で「適切な後継者がいない」（53.8%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で「適切な後継者がいない」（44.7%）が高くなっている。

図IV - 19. 廃業検討理由



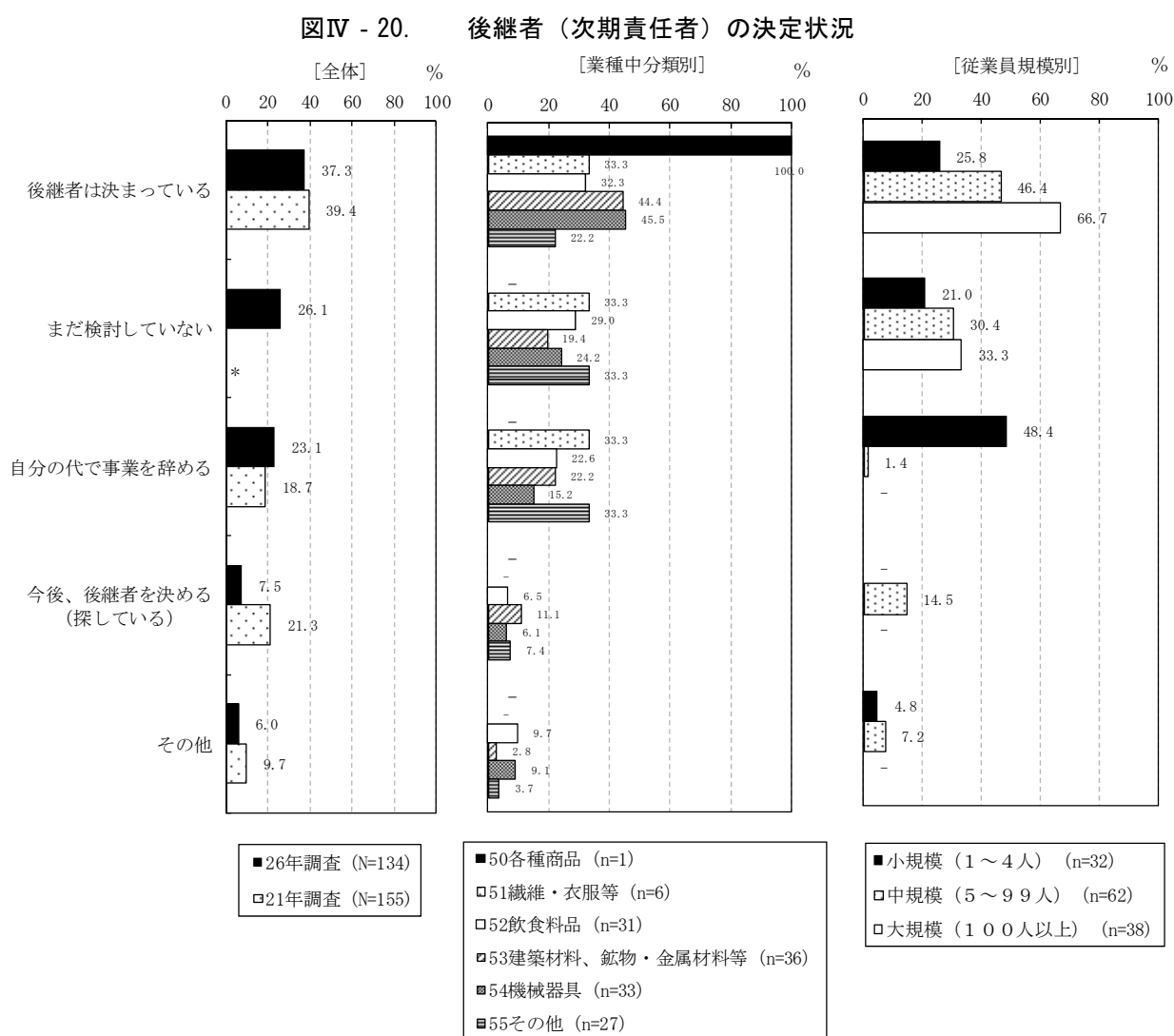
(2) 後継者（次期責任者）の決定状況

後継者（次期責任者）の決定状況は、「後継者は決まっている」が37.3%と最も高く、次いで「まだ検討していない」（26.1%）、「自分の代で事業を辞める」（23.1%）となっている。

21年調査と比較すると、「後継者は決まっている」の割合がやや減少し（39.4%→37.3%）、「自分の代で事業を辞める」の割合がやや増加している（18.7%→23.1%）。

業種中分類別にみると、55その他では「まだ検討していない」「自分の代で事業を辞める」（共に33.3%）が高くなっている。55その他以外の業種では「後継者は決まっている」が最も高くなっている。

規模別にみると、中規模事業所（5～99人）、大規模事業所（100人以上）で「後継者は決まっている」（46.4%、66.7%）が最も高くなっているのに対して、小規模事業所では「自分の代で事業を辞める」（48.4%）が最も高くなっている。



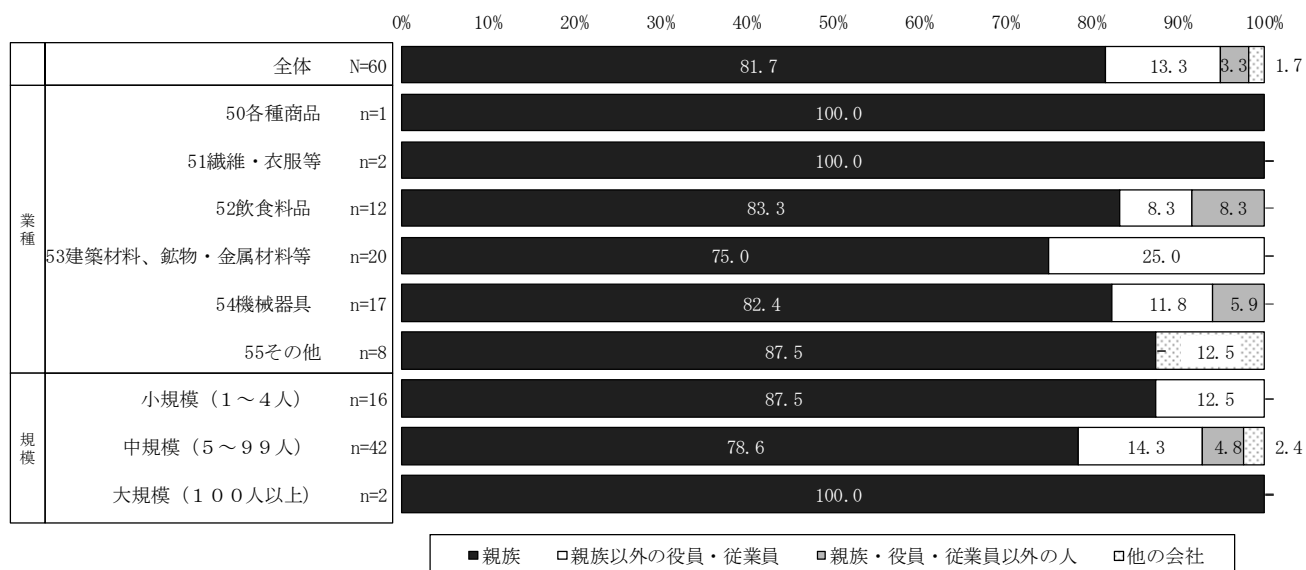
〔後継者〕

「後継者は決まっている」または「今後、後継者を決める（探している）」場合の予定者は、「親族」81.7%が高くなっている。

業種中分類別にみると、53 建築材料、鉱物・金属材料等で「親族以外の役員・従業員」の割合（25.0%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）の方が中規模事業所（5～99人）よりも「親族」の割合（87.5%＞78.6%）が高くなっている。

図IV - 21. 後継者



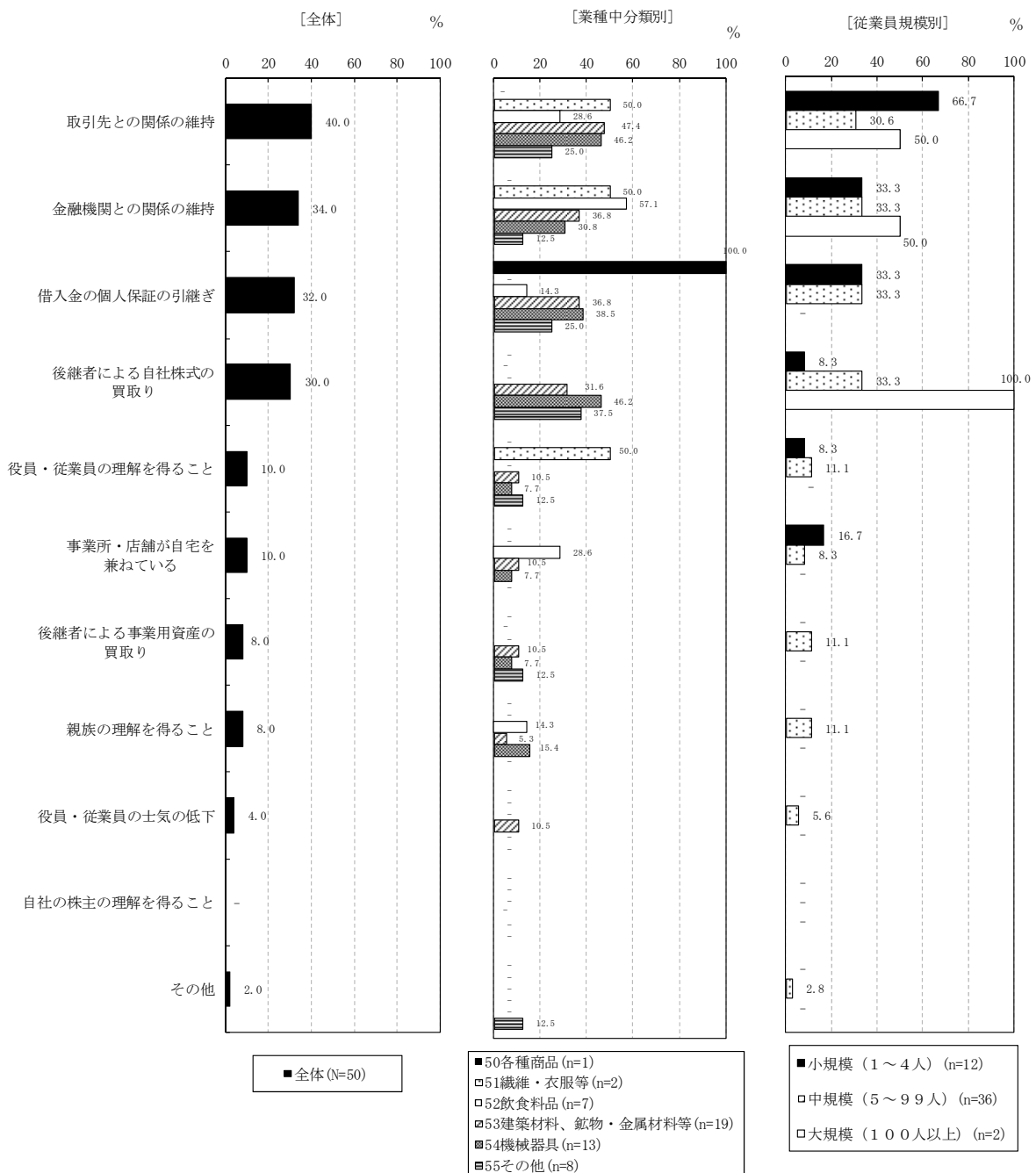
〔事業承継における問題点〕

事業承継における問題点は、「取引先との関係維持」が40.0%と最も高く、次いで「金融機関との関係維持」(34.0%)、「借入金の個人保証の引継ぎ」(32.0%)と続く。

業種中分類別にみると、54 機械器具で「後継者による自社株式買取り」の割合(46.2%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「取引先との関係維持」(66.7%)が最も高くなっているのに対して、中規模事業所(5~99人)では「金融機関との関係維持」「借入金の個人保証の引継ぎ」「後継者による自社株式の買取り」(いずれも33.3%)が高くなっている。

図IV - 22. 事業承継における問題点



5. 資金調達の方法

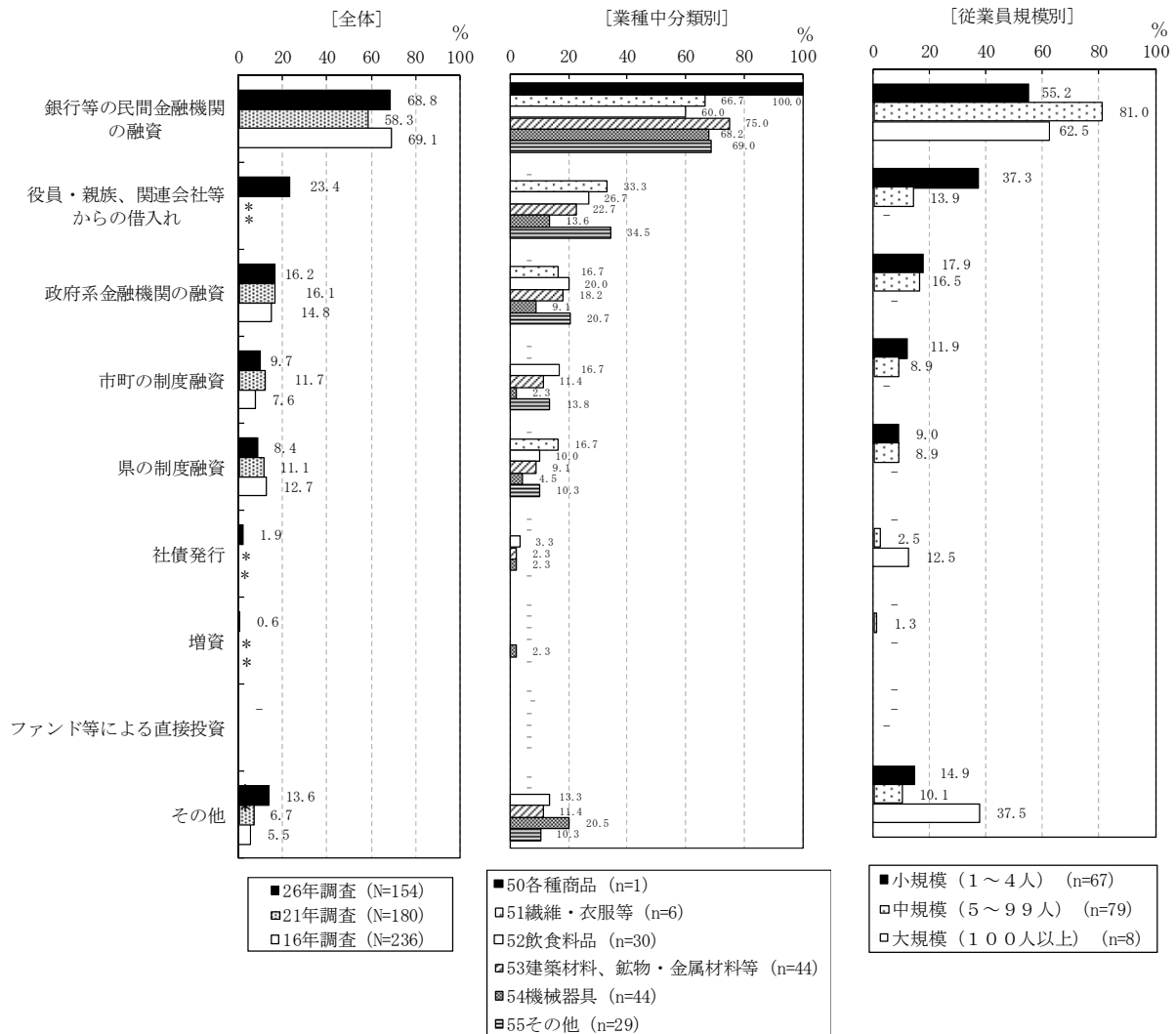
(1) 主な資金調達先

主な資金調達先は、「銀行等の民間金融機関の融資」が68.8%と最も高く、次いで「役員・親族、関連会社等からの借入れ」(23.4%)、「政府系金融機関の融資」(16.2%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「銀行等の民間金融機関の融資」が最も高くなっている。特に53 建築材料、鉱物・金属材料等(75.0%)で高くなっている。

規模別にみても、全ての規模で「銀行等の民間金融機関の融資」が最も高くなっている。

図IV - 23. 主な資金調達先（複数回答）



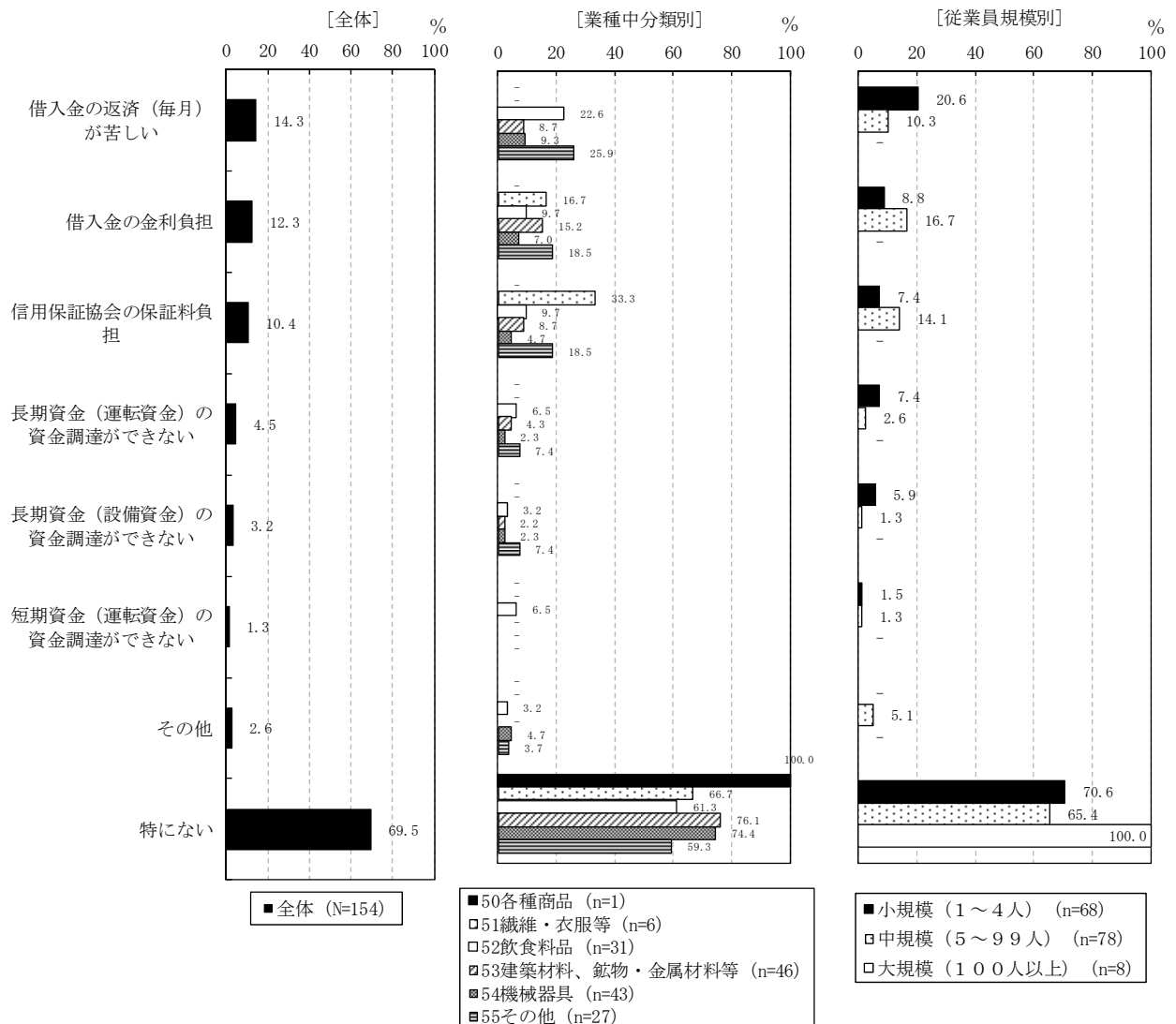
(2) 資金繰りに関する課題

資金繰りに関する課題は、「借入金の返済（毎月）が苦しい」が14.3%と最も高く、次いで「借入金の金利負担」(12.3%)、「信用保証協会の保証料負担」(10.4%)と続く。

業種中分類別にみると、52 飲食料品で「短期資金（運転資金）の資金調達ができない」(6.5%)が高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で「借入金の返済（毎月）が苦しい」(20.6%)が最も高くなっているのに対して、中規模事業所（5～99人）では「借入金の金利負担」(16.7%)が最も高くなっている。

図IV - 24. 資金繰りの課題（複数回答）



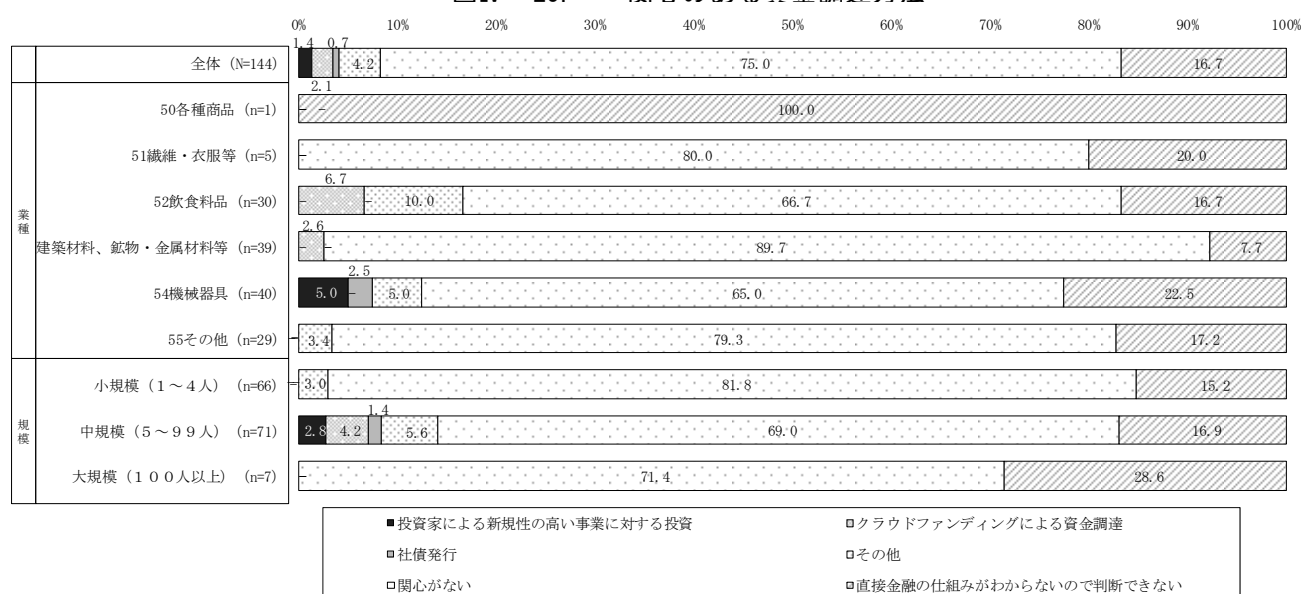
(3) 新たな資金調達方法への関心

新たな資金調達方法への関心は、「関心がない」が75.0%と高くなったが、わずかに「投資家による新規性の高い事業に対する投資」(1.4%)、「クラウドファンディング(注)による資金調達」(2.1%)、「社債発行」(0.7%)もあった。

業種中分類別にみると、52 飲食料品で「クラウドファンディングによる資金調達」(6.7%)、54 機械器具で「投資家による新規性の高い事業に対する投資」(5.0%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)では新たな資金調達方法への関心が低いのに対して、中規模事業所(5~99人)では「投資家による新規性の高い事業に対する投資」(2.8%)、「クラウドファンディングによる資金調達」(4.2%)、「社債発行」(1.4%)となった。

図IV - 25. 関心のある資金調達方法



(注) クラウドファンディングとは、インターネットにより募集した小口投資による、金融機関を介さない直接金融の仕組み。一般の投資ファンドと異なり、一般市民等のファン作りという発想に基づく資金調達手段

6.経営情報の入手先や相談窓口

(1) 顧客の嗜好や商品情報の入手先

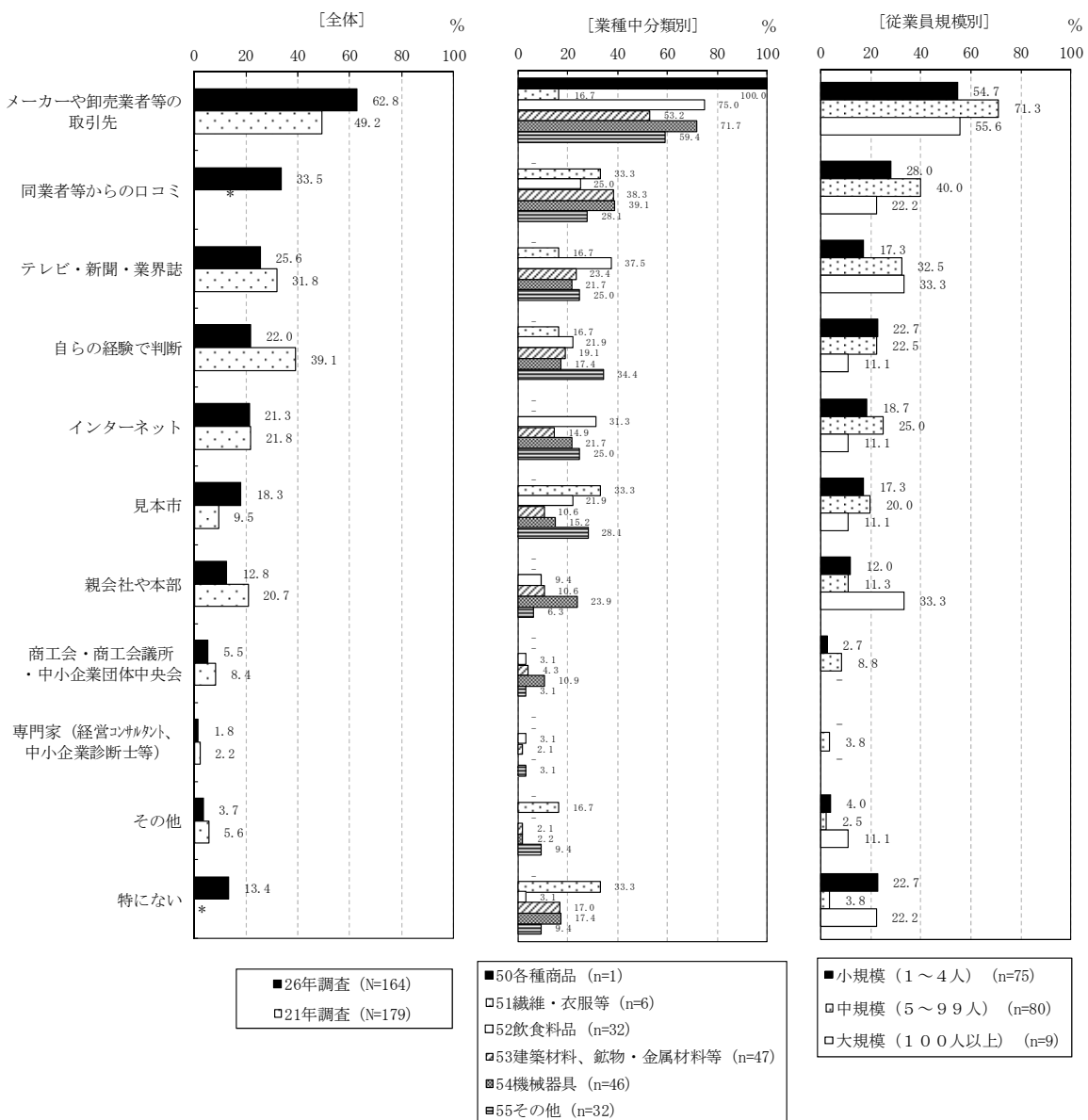
顧客の嗜好や商品情報の入手先は、「メーカーや卸売業者等の取引先」が62.8%と最も高く、次いで「同業者等からの口コミ」(33.5%)、「テレビ・新聞・業界紙等」(25.6%)となっている。

21年調査と比較すると、「メーカーや卸売業者等の取引先」(49.2%→62.8%)が増えているのに対して、「自らの経験で判断」(39.1%→22.0%)、「親会社や本部」(20.7%→12.8%)等で減少している。

業種中分類別にみると、52 飲食料品では「テレビ・新聞・業界紙等」(37.5%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)、中規模事業所(5~99人)共に「メーカーや卸売業者等の取引先」(54.7%、71.3%)が最も高くなっている。

図IV - 26. 顧客の嗜好や商品情報の入手先 (複数回答)



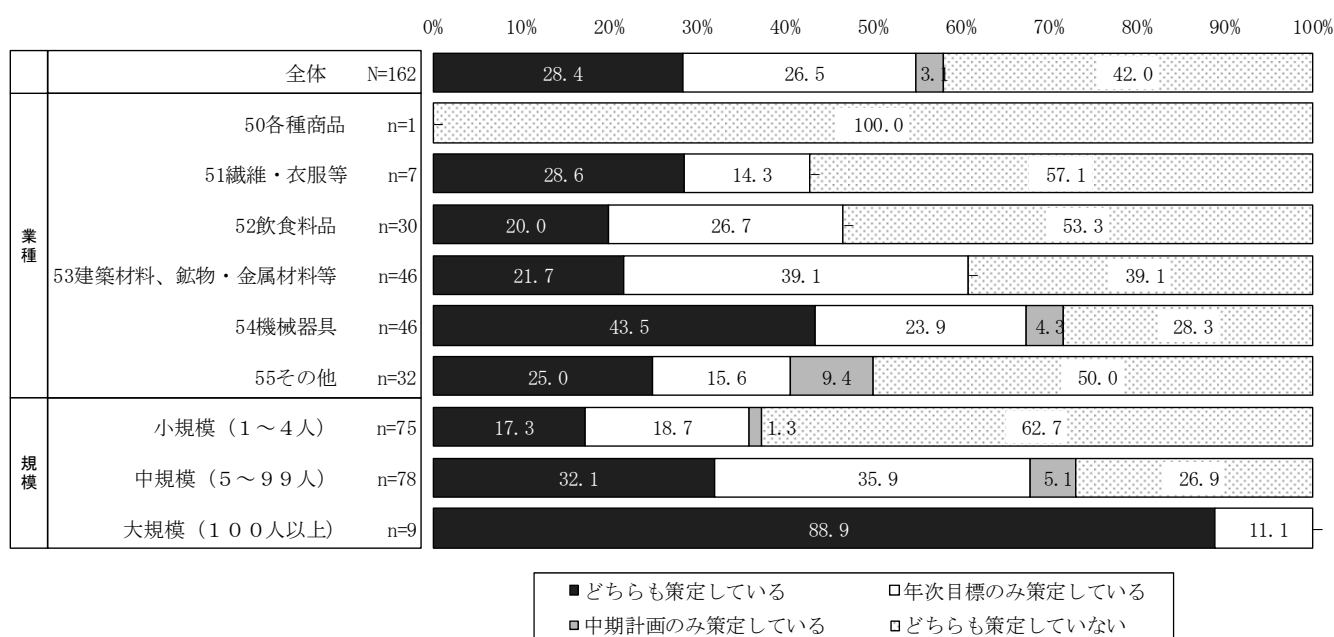
(2) 経営の年次目標や中期経営計画の策定の有無

経営計画の年次目標や中期経営計画（概ね3～5年）の策定については、「どちらも策定している」28.4%、「年次目標のみ策定している」26.5%、「中期経営計画のみ策定している」3.1%、「どちらも策定していない」42.0%となっている。

業種中分類別にみると、53 建築材料、鉱物・金属材料等で「年次目標のみ策定している」(39.1%)、54 機械器具で「どちらも策定している」(43.5%) が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「どちらも策定していない」(62.7%) が最も高くなっているのに対して、中規模事業所（5～99人）では「年次目標のみ策定している」(35.9%) が最も高くなっている。

図IV - 27. 経営の年次目標や中期経営計画の策定の有無



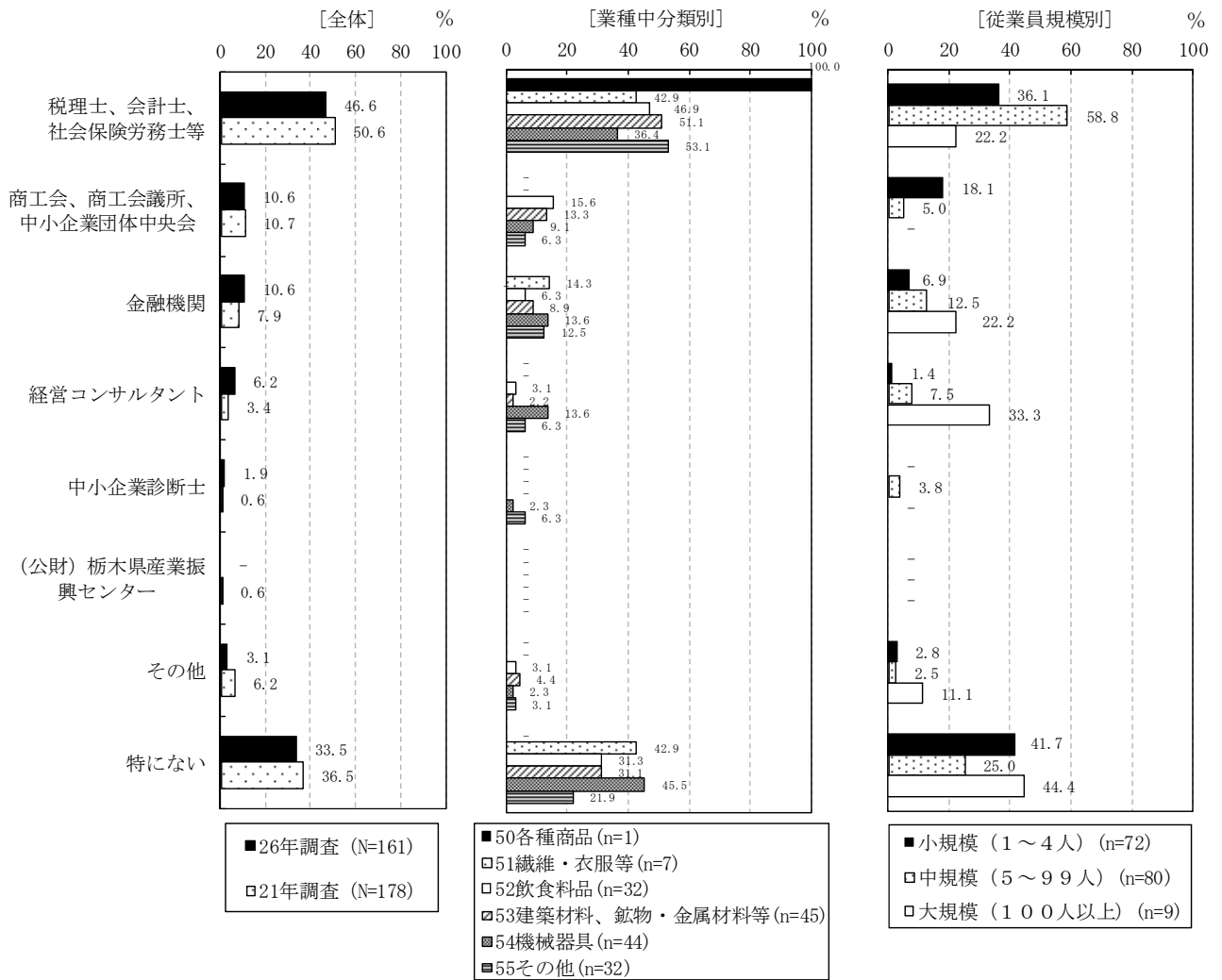
(3) 経営上の問題解決のために利用する相談窓口

経営上の問題解決のために利用する相談窓口は、「税理士、会計士、社会保険労務士等」が46.6%と最も高く、次いで「商工会、商工会議所、中小企業団体中央会」(10.6%)、金融機関(10.6%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「税理士、会計士、社会保険労務士等」が最も高くなっている。54 機械器具で「経営コンサルタント」の割合(13.6%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)、中規模事業所(5~99人)ともに「税理士、会計士、社会保険労務士等」(36.1%、58.8%)が最も高くなっているが、中規模事業所の方が高くなっている。

図IV - 28. 経営上の問題解決のために利用する相談窓口



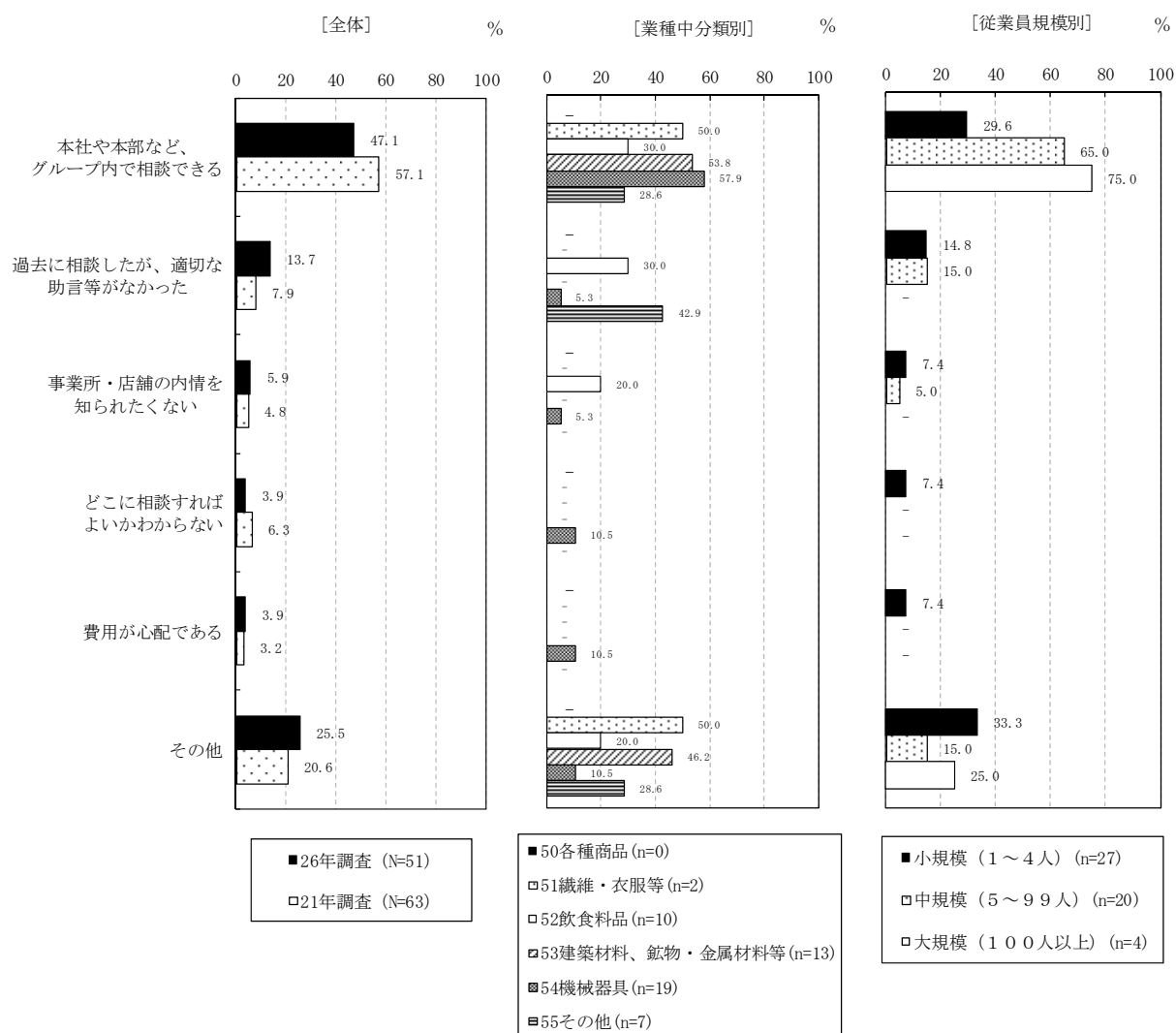
(4) 相談窓口を利用しない理由

経営上の課題を解決するための相談窓口が「特にない」と回答した事業所が相談窓口を利用しない理由は、「本社や本部など、グループ内で相談できる」が47.1%と最も高くなっているが、21年調査に比べると減少している。

業種中分類別にみると、53 建築材料、鉱物・金属材料等、54 機械器具で特に「本社や本部など、グループ内で相談できる」(53.8%、57.9%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)、中規模事業所(5~99人)ともに「本社や本部など、グループ内で相談できる」(29.6%、65.0%)が最も高くなっているが、中規模事業所の方が高くなっている。

図IV - 29. 相談窓口を利用しない理由



7. 販路の開拓

(1) 販路開拓の取組

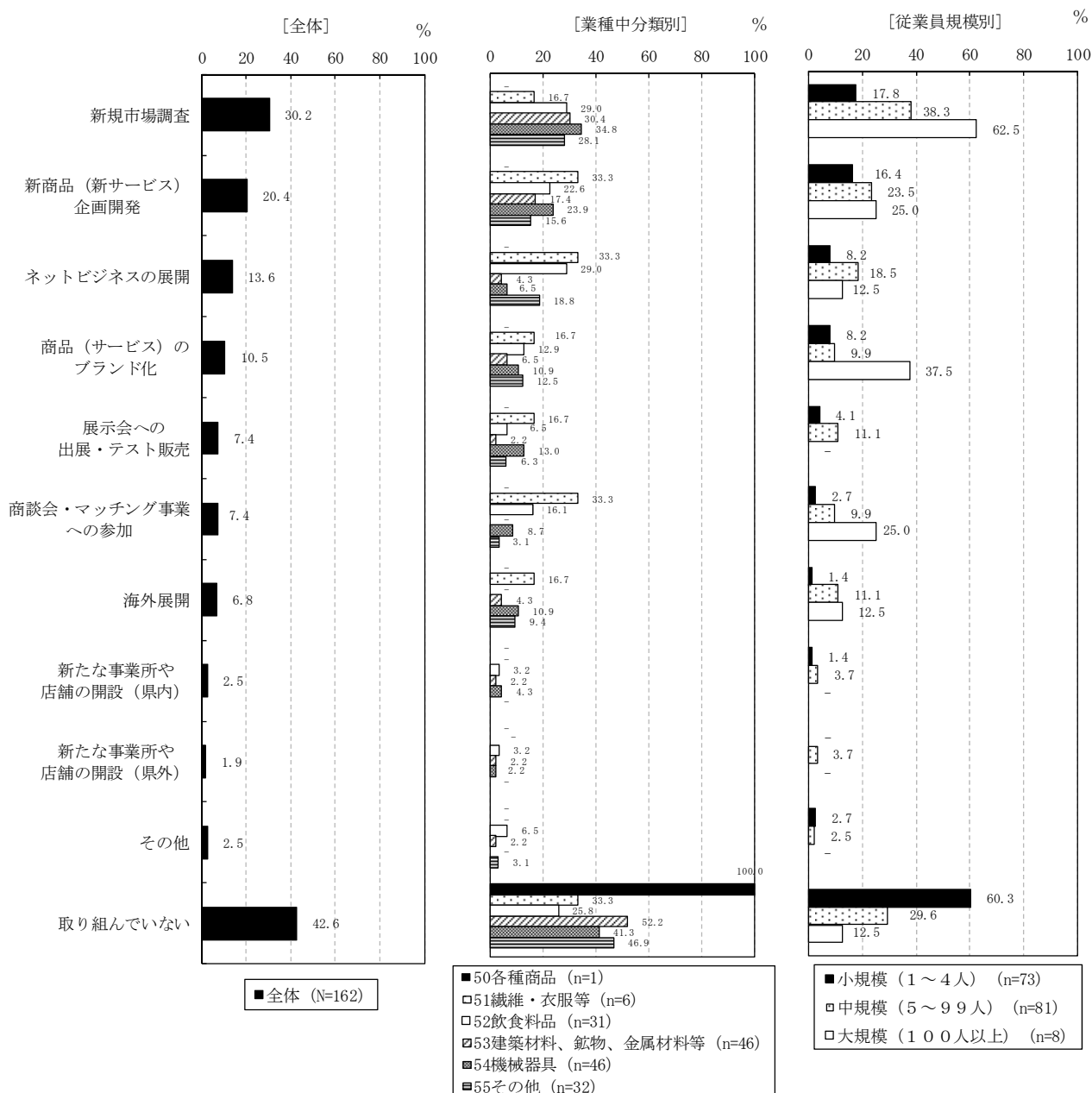
① 既に取り組んでいる販路開拓の取組

既に取り組んでいる販路開拓の取組は、「新規市場調査」が30.2%と最も高く、次いで「新商品（新サービス）企画開発」（20.4%）、「ネットビジネスの展開」（13.6%）となっている。

業種中分類別にみると、52 飲食料品で「ネットビジネスの展開」（29.0%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）、中規模事業所（5～99人）ともに「新規市場調査」（17.8%、38.3%）が最も高くなっている。

図IV - 30. 既に取り組んでいる販路開拓の取組（複数回答）



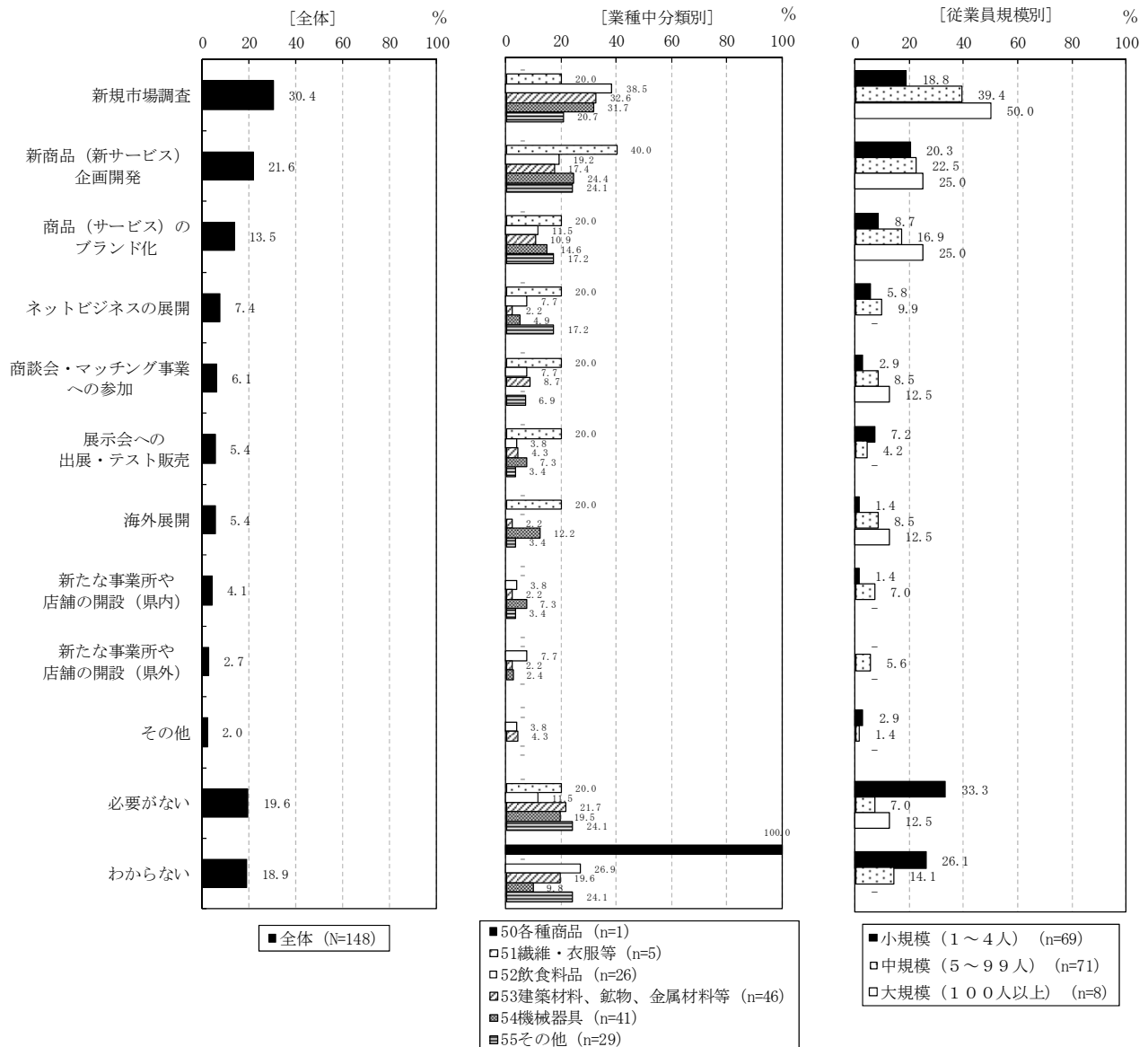
②今後力を入れていきたい販路開拓の取組

今後力を入れていきたい販路開拓の取組は、「新規市場調査」が30.4%と最も高く、次いで「新商品（新サービス）企画開発」(21.6%)、「新商品（新サービス）ブランド化」(13.5%)となっている。

業種中分類別にみると、55 その他で「新商品（新サービス）企画開発」(24.1%)が最も高くなっている。それ以外の業種では「新規市場調査」が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「新商品（新サービス）企画開発」(20.3%)、中規模事業所（5～99人）では「新規市場調査」(39.4%)が最も高くなっている。

図IV - 31. 今後力を入れていきたい販路開拓の取組（複数回答）



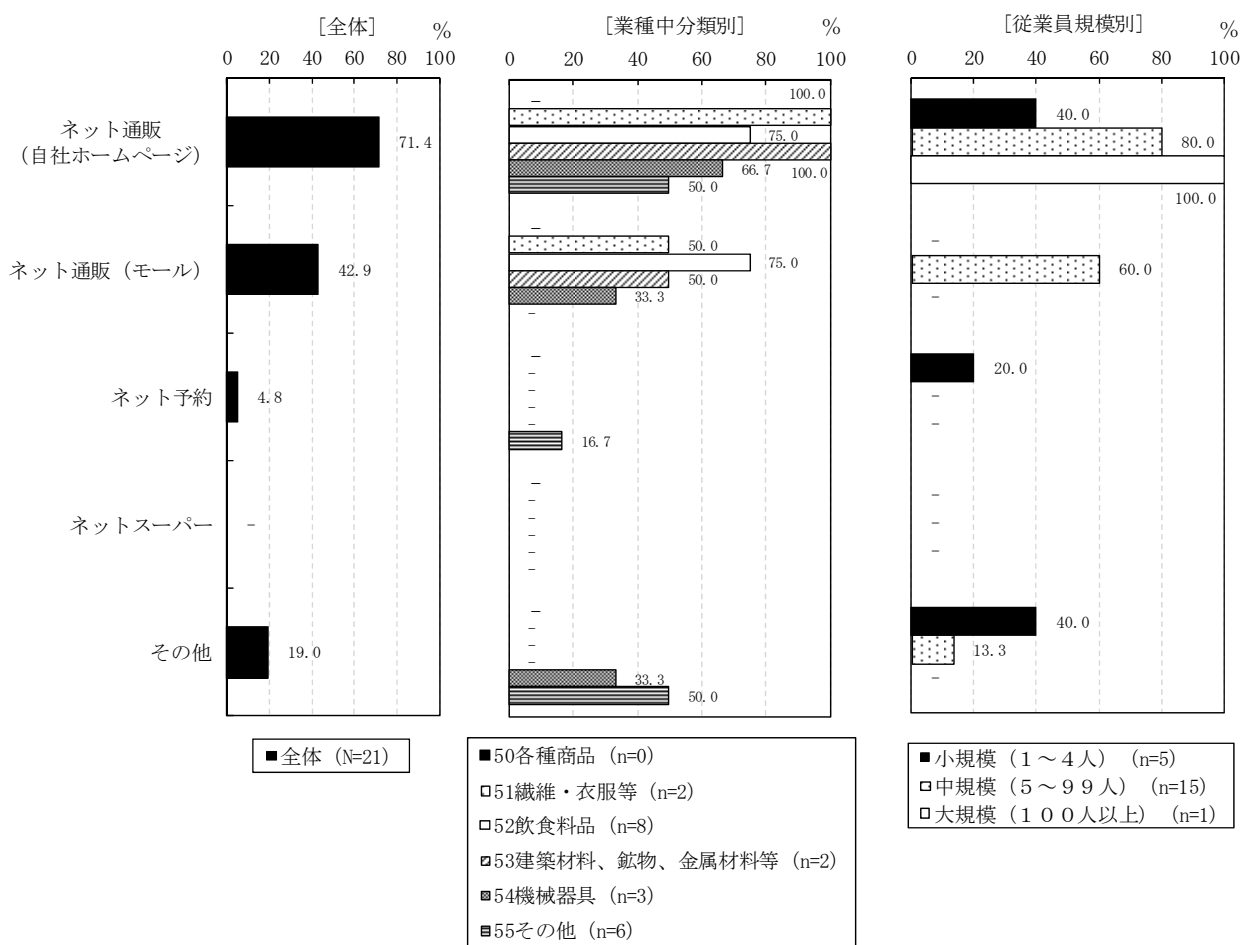
(2) ネットビジネス

①実施しているネットビジネス

「ネットビジネスを展開」している事業所で実施しているネットビジネスは、「ネット通販（自社ホームページ）」が71.4%と最も高く、次いで「ネット通販（モール）」（42.9%）、「ネット予約」（4.8%）となっている。

規模別にみると、中規模事業所（5～99人）では「ネット通販（自社ホームページ）」（80.0%）が最も高くなっている。

図IV - 32. 実施しているネットビジネス（複数回答）

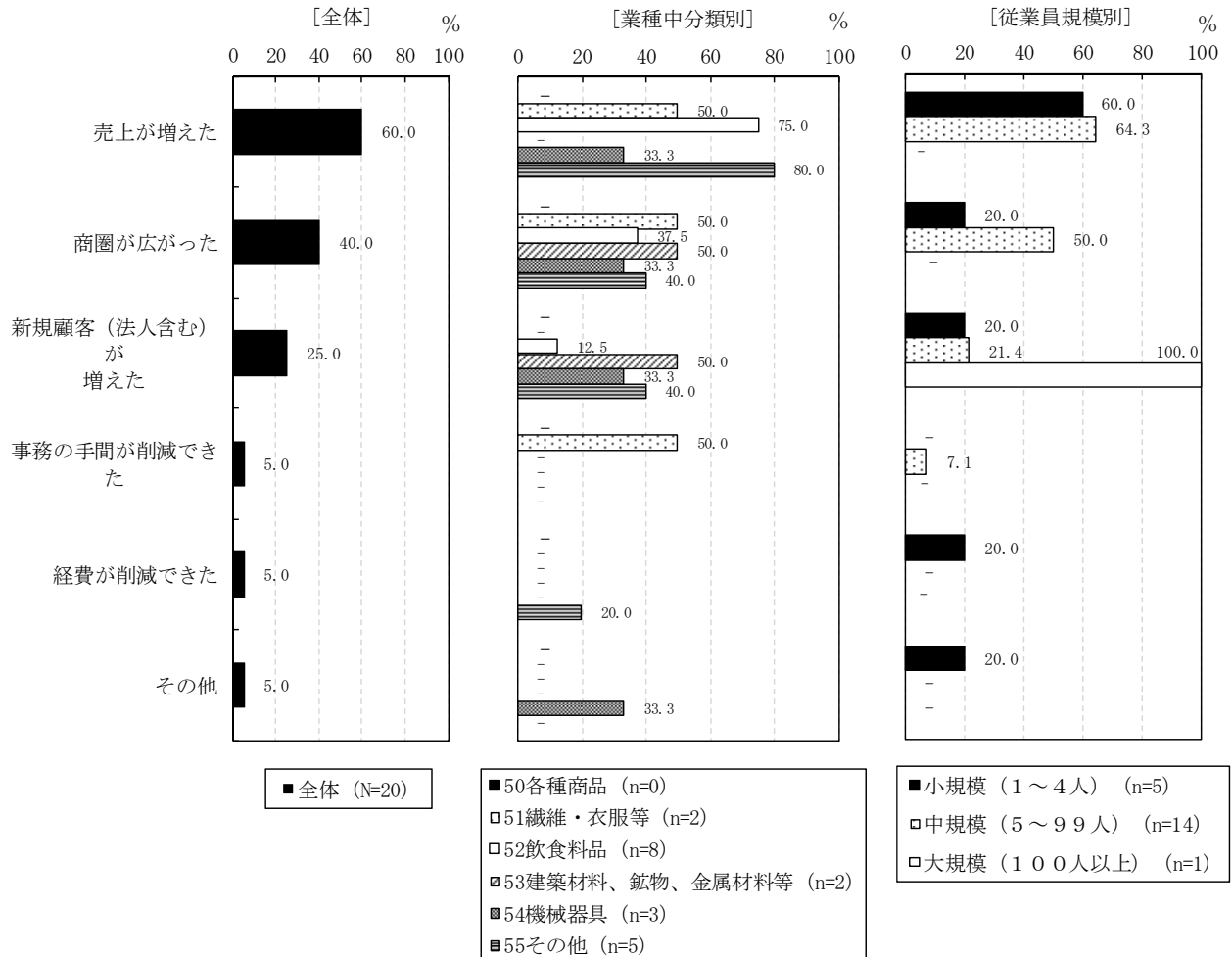


②ネットビジネス活用の効果

ネットビジネスを活用した効果は、「売上が増えた」が60.0%と最も高く、次いで「商圏が広がった」(40.0%)、「新規顧客(法人含む)が増えた」(25.0%)となっている。

規模別にみると、中規模事業所(5~99人)は「売上が増えた」(64.3%)が最も高くなっている。

図IV - 33. ネットビジネス活用効果(複数回答)

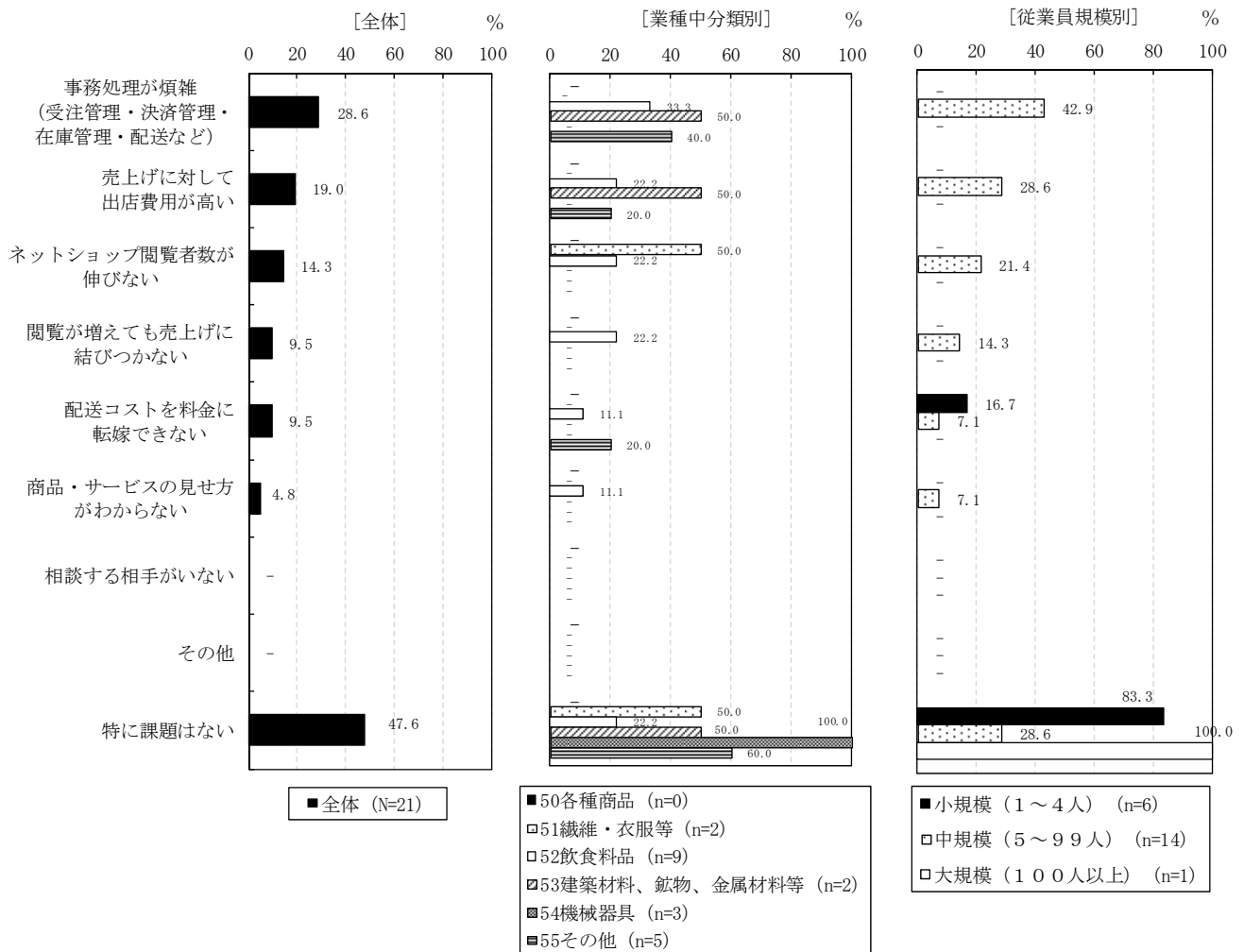


③ネットビジネス展開により生じた課題

ネットビジネス展開により生じた課題は、「事務処理が煩雑（受注管理・決済管理・在庫管理・配送など）」が28.6%と最も高く、次いで「売上げに対して出店費用が高い」（19.0%）、「ネットショップ閲覧者数が伸びない」（14.3%）となっている。

規模別にみると、中規模事業所（5～99人）は「事務処理が煩雑（受注管理・決済管理・在庫管理・配送など）」（42.9%）が最も高くなっている。

図IV - 34. ネットビジネス展開により生じた課題（複数回答）



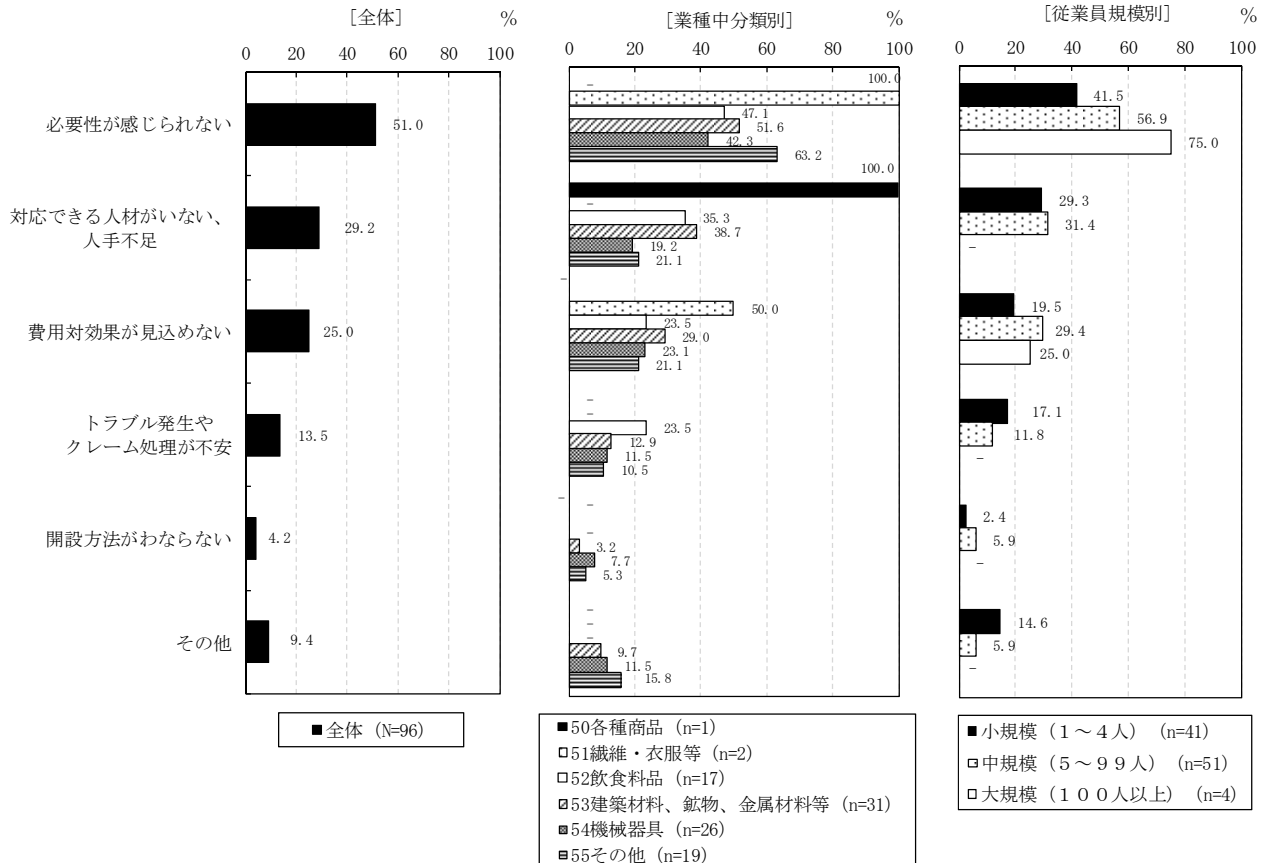
④ネットビジネスの展開を実施していない理由

ネットビジネスの展開を実施していない理由は、「必要性を感じられない」が51.0%と最も高く、次いで「対応できる人材がいない、人手不足」(29.2%)、「費用対効果が見込めない」(25.0%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「必要性を感じられない」が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)、中規模事業所(5~99人)ともに「必要性を感じられない」(41.5%、56.9%)が最も高くなっているが、中規模事業所の方が高くなっている。

図IV - 35. ネットビジネスの展開を実施していない理由(複数回答)



(3) 海外販路開拓

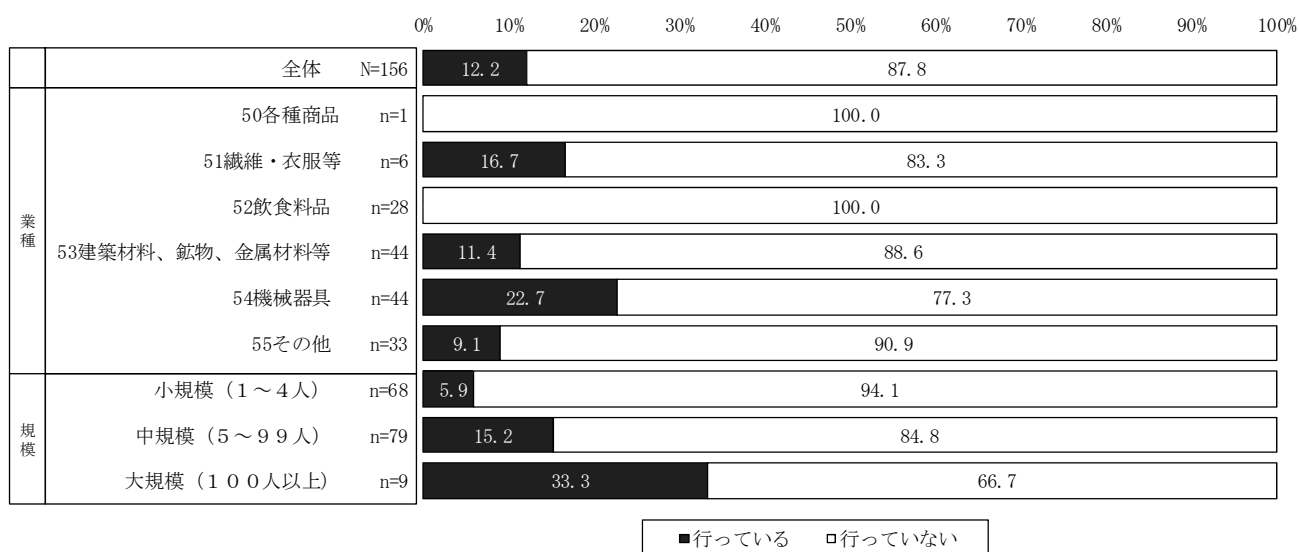
①海外販路開拓

海外販路開拓は、「行っている」12.2%、「行っていない」87.8%と「行っていない」割合が圧倒的に高くなっている。

業種中分類別にみると、54 機械器具で「行っている」の割合（22.7%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）よりも中規模事業所（5～99人）の方が「行っている」割合（5.9%＜15.2%）が高くなっている。

図IV - 36. 海外販路開拓

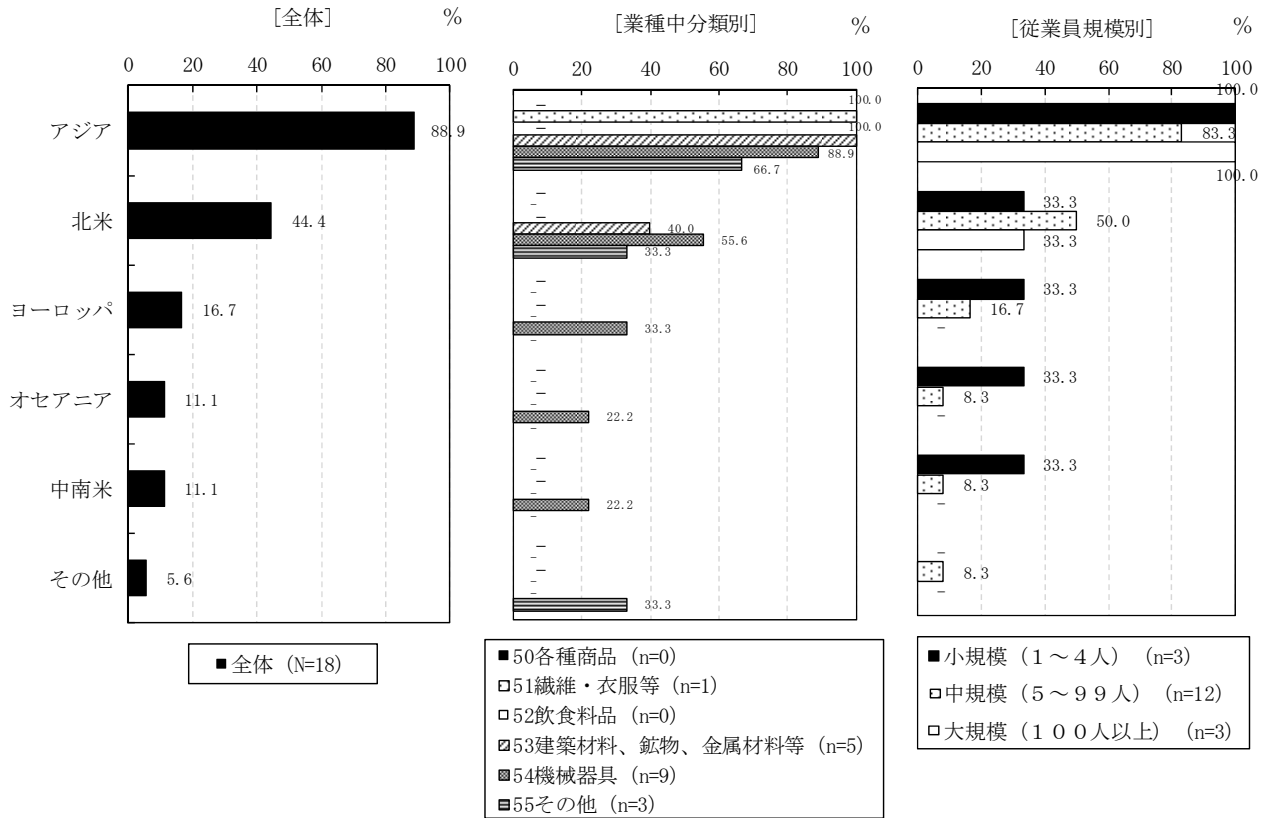


②販路開拓を行っている地域

販路開拓を行っている地域は、「アジア」が88.9%と最も多く、次いで「北米」(44.4%)、「ヨーロッパ」(16.7%)となっている。

規模別にみると、中規模事業所(5~99人)は「アジア」(83.3%)が最も高くなっている。

図IV - 37. 海外販路開拓を行っている地域(複数回答)

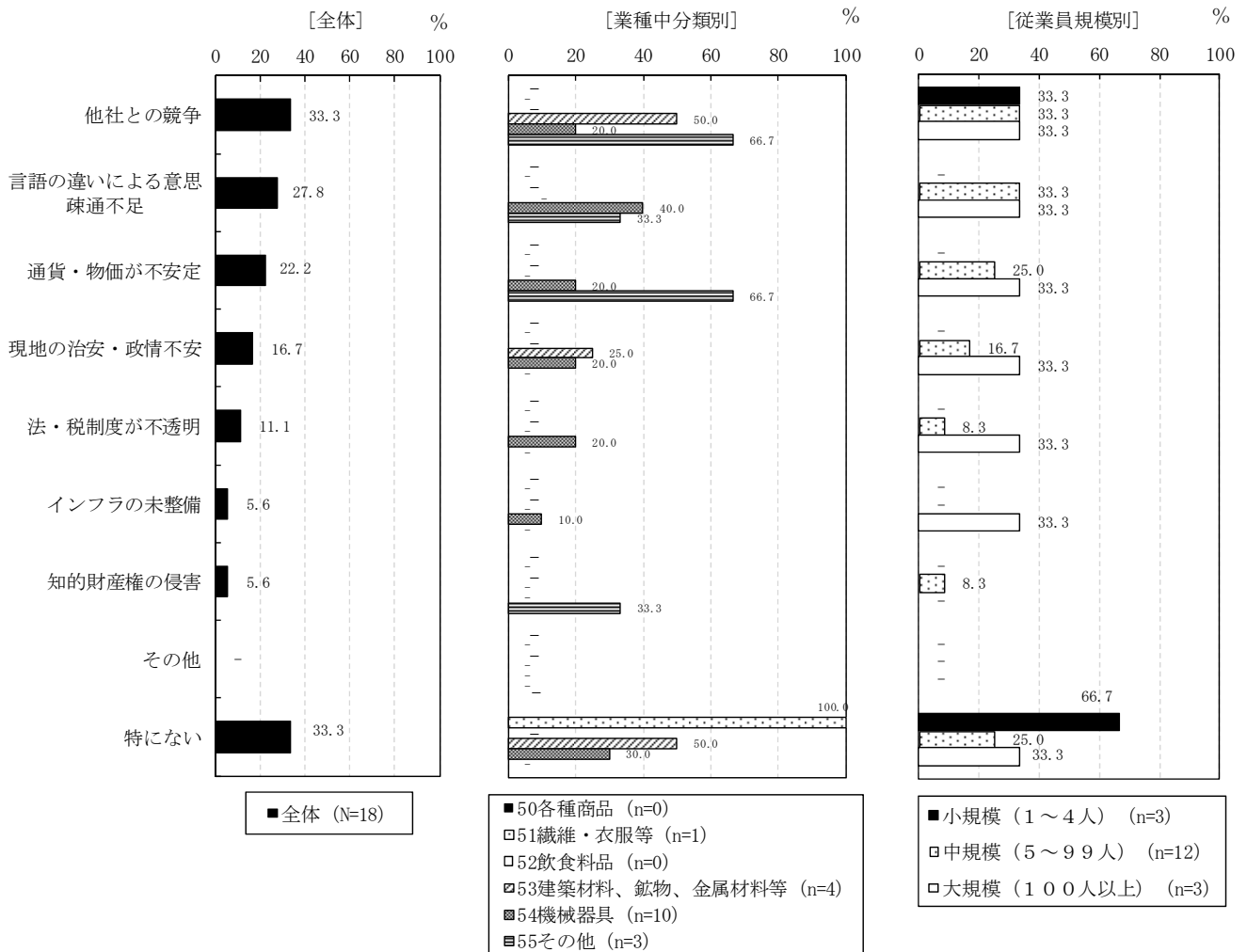


③海外販路開拓における問題点

海外販路開拓を「行っている」と回答した事業所における問題点は、「他社との競争」が33.3%と最も高く、次いで「言語の違いによる意思疎通不足」(27.8%)、「通貨・物価が不安定」(22.2%)となっている。

規模別にみると、中規模事業所(5~99人)では「他社との競争」(33.3%)、「言語の違いによる意思疎通不足」(33.3%)が高くなっている。

図IV - 38. 海外販路開拓における問題点(複数回答)



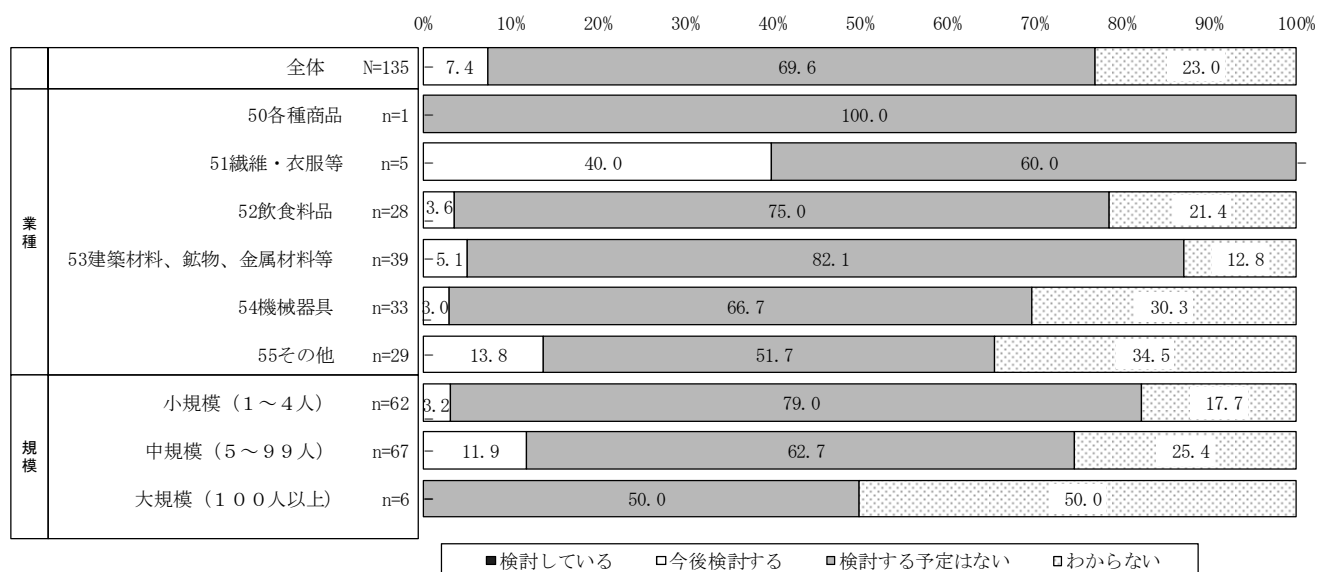
④海外販路開拓の今後の検討状況

海外販路開拓を「行っていない」場合における今後の検討状況は、「検討する予定はない」が69.6%と多数を占め、「今後検討する」は7.4%に留まっている。

業種中分類別にみると、55その他で「今後検討する」(13.8%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)より中規模事業所(5~99人)で「今後検討する」が高くなっている。

図IV - 39. 海外販路開拓を行っていない場合における今後の検討状況

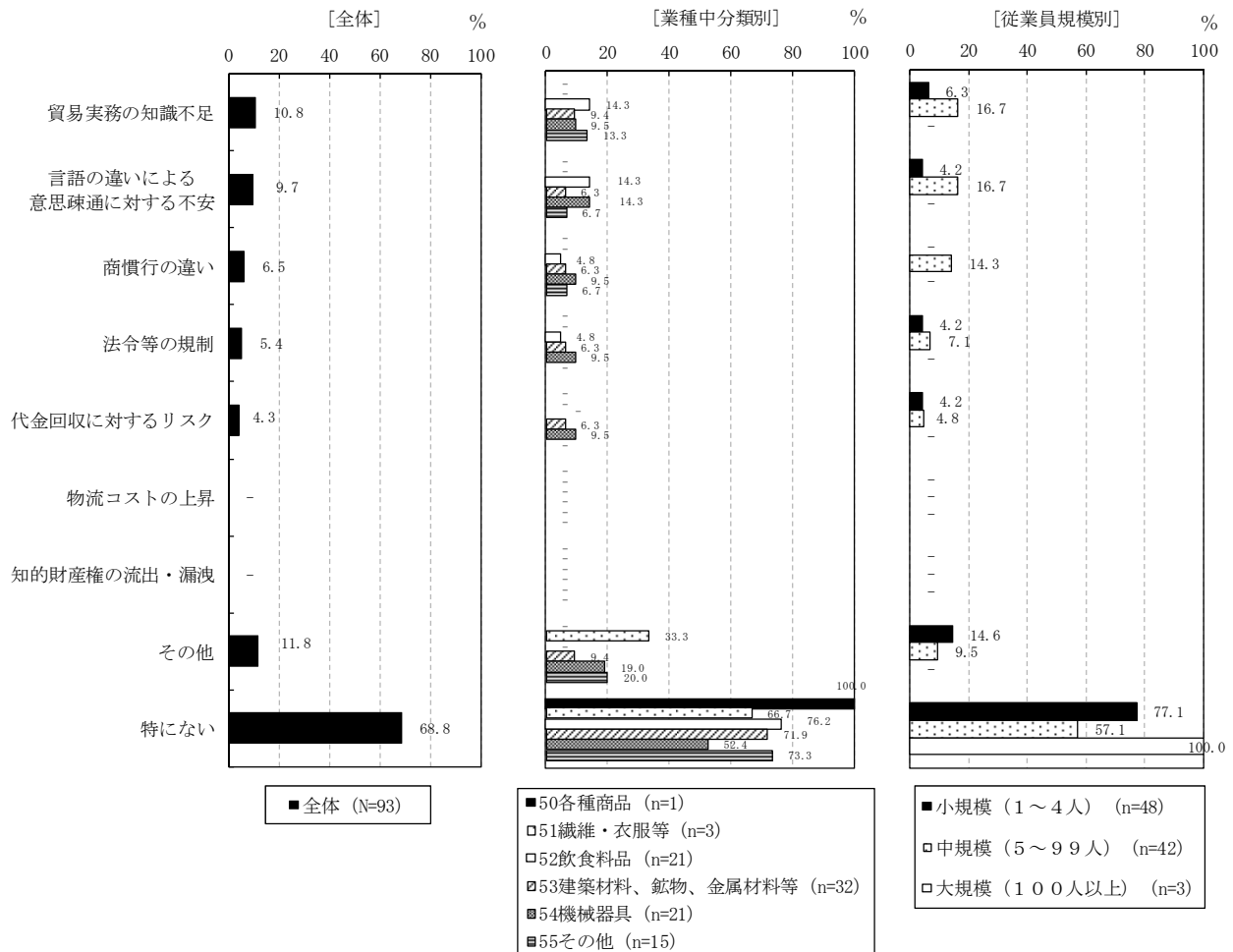


⑤海外販路開拓を検討しない理由

海外販路開拓を検討しない理由は、「貿易実務の知識不足」が10.8%と最も高く、次いで「言語の違いによる意思疎通に対する不安」(9.7%)、「商慣行の違い」(6.5%)となっている。

業種中分類別にみると、52 飲食料品では「貿易実務の知識不足」「言語の違いによる意思疎通に対する不安」(共に14.3%)、54 機械器具では「言語の違いによる意思疎通に対する不安」(14.3%)、55 その他では「貿易実務の知識不足」(13.3%)が高くなっている。

図IV - 40. 海外販路開拓を検討しない理由（複数回答）



8.事業の新たな取組

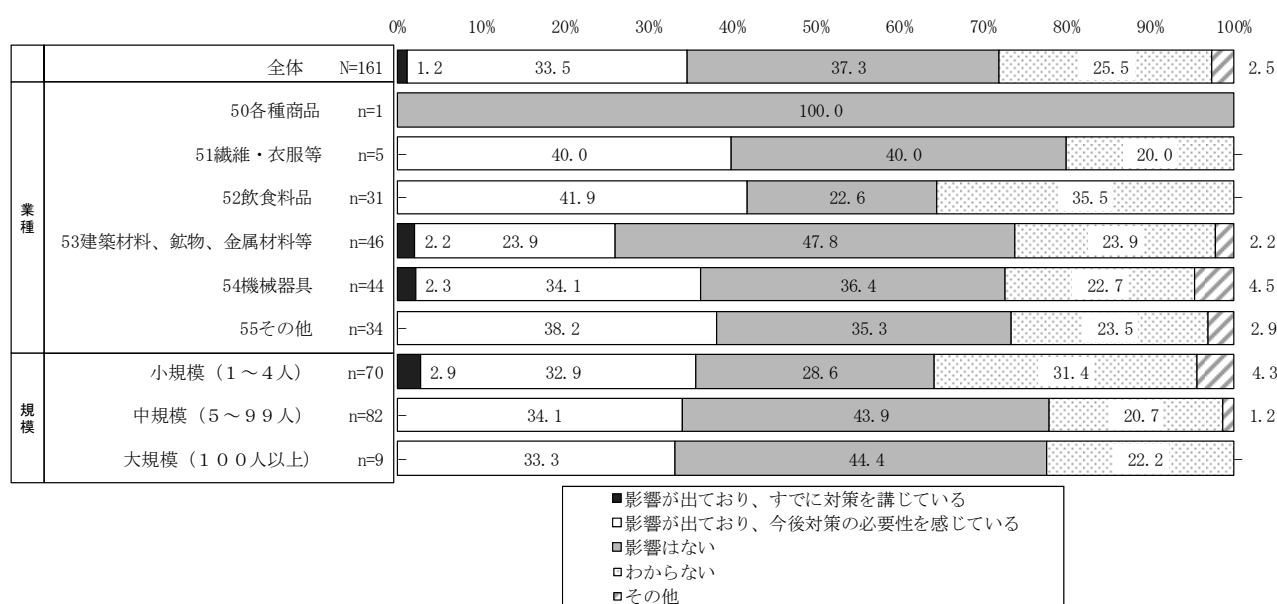
(1) 人口減少・少子高齢化の影響

人口減少・少子高齢化の影響と取組は、「影響はない」が37.3%で最も高く、次いで「影響が出ており、今後の対策の必要性を感じている」(33.5%)、「わからない」(25.5%)となっている。

業種中分類別にみると、52 飲食料品で「影響が出ており、今後の対策の必要性を感じている」(41.9%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1～4人)では「影響が出ている(注)」(35.8%)が「影響はない」(28.6%)を上回っているのに対して、中規模事業所(5～99人)では「影響が出ている」(34.1%)が「影響はない」(43.9%)を下回っている。

図IV - 41. 人口減少・少子高齢化の影響と対策



(注)「影響が出ており、既に対策を講じている」と「影響が出ており、今後の対策の必要性を感じている」の合計

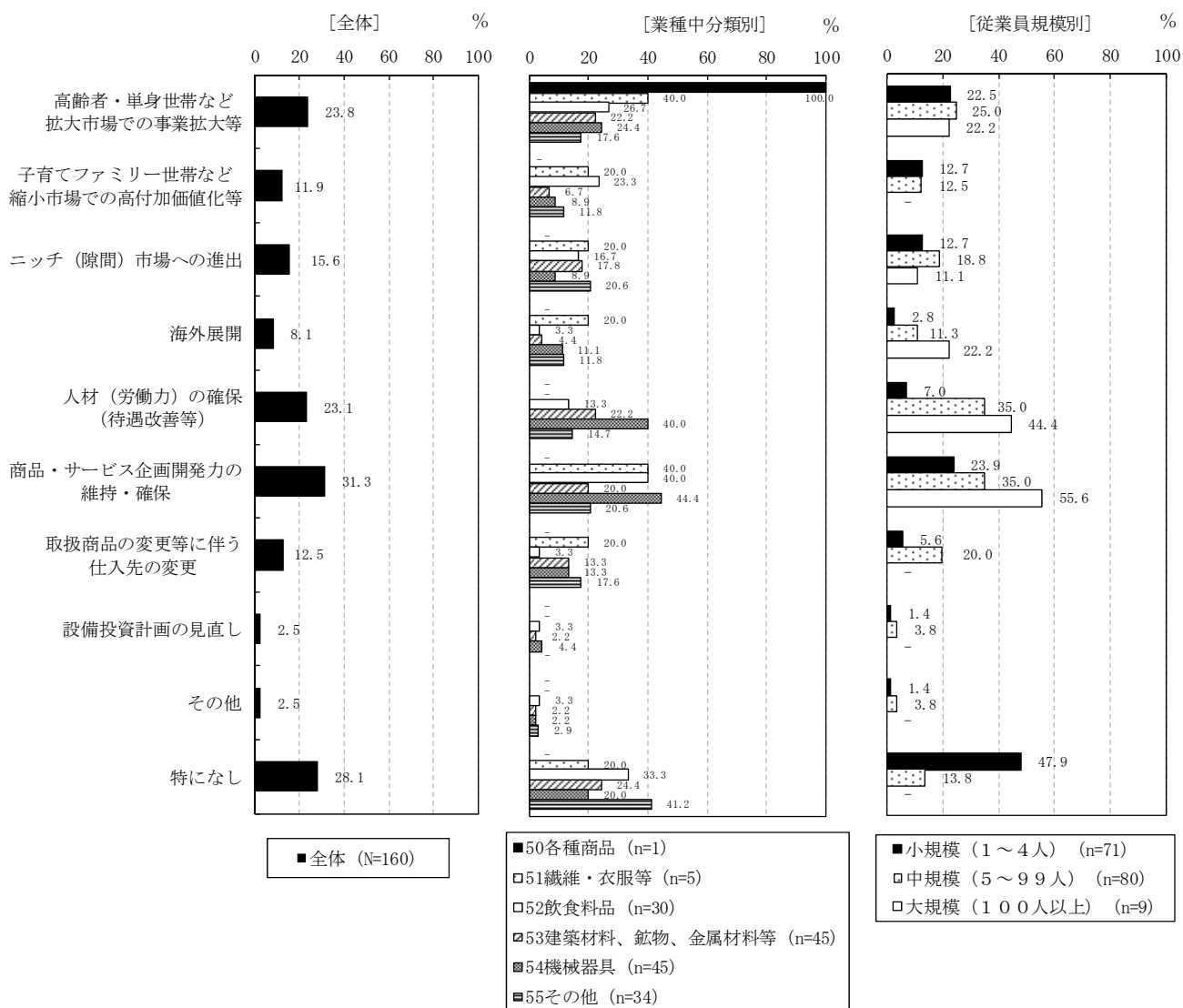
(2) 人口減少・少子高齢化に対する将来的取組

人口減少・少子高齢化に対する将来的取組は、「商品・サービス企画開発力の維持・確保」が31.3%と高く、次いで「高齢者・単身世帯など拡大市場での事業拡大等」(23.8%)、「人材(労働力)の確保(待遇改善等)」(23.1%)となっている。

業種中分類別にみると、54機械器具で「人材(労働力)の確保(待遇改善等)」(40.0%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)では「商品・サービス企画開発力の維持・確保」(23.9%)が最も高く、中規模事業所(5~99人)では「人材(労働力)の確保(待遇改善等)」「商品・サービス企画開発力の維持・確保」(共に35.0%)が最も高くなっている。

図IV - 42. 人口減少・少子高齢化に対する将来的取組(複数回答)

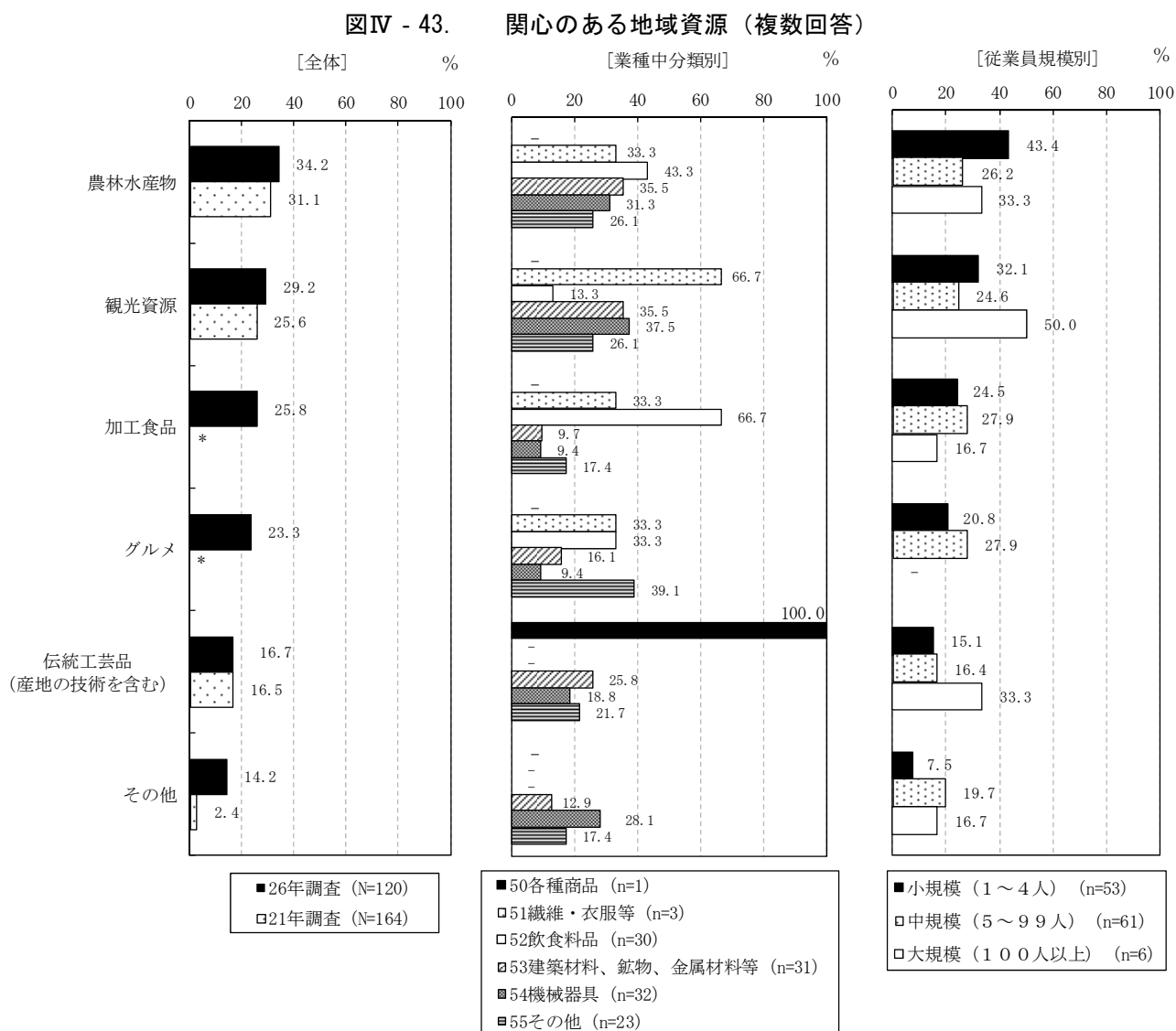


(3) 関心のある地域資源

「地域資源」を事業に活用していく場合に関心のある資源は、「農林水産物」が34.2%と最も高く、次いで「観光資源」(29.2%)、「加工食品」(25.8%)となっている。

業種中分類別にみると、52 飲食料品で「加工食品」(66.7%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)では「農林水産物」(43.4%)が高くなっているのに対して、中規模事業所(5~99人)では「加工食品」(27.9%)が高くなっている。



(4) 事業継続計画 (BCP)

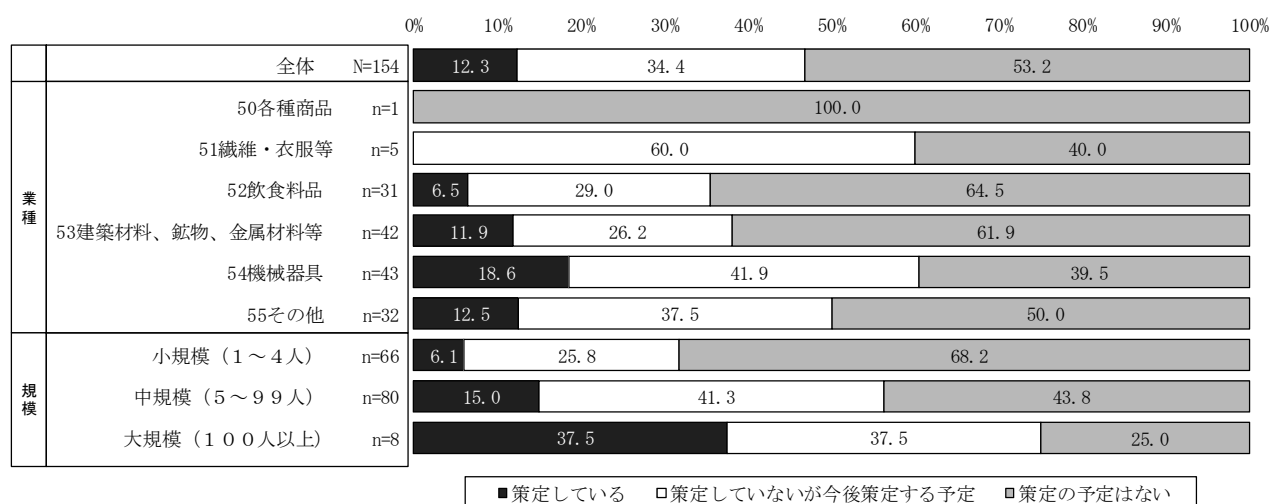
①事業継続計画 (BCP) の策定

事業継続計画 (BCP) (注) の策定状況は、「策定している」12.3%、「策定していないが今後策定する予定」34.4%、「策定の予定はない」53.2%という割合になっている。

業種中分類別にみると、52 飲食料品、53 建築材料、鉱物・金属材料等では「策定の予定はない」(64.5%、61.9%)、54 機械器具では「策定していないが今後策定する予定」(41.9%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所 (1～4人) では「策定の予定はない」が68.2%と多数を占めているのに対して、中規模事業所 (5～99人) では「策定している」(15.0%)と「策定していないが今後策定する予定」(41.3%)の合計 (56.3%) が「策定の予定はない」(43.8%)を上回っている。

図IV - 44. 事業継続計画 (BCP) 策定の有無



(注) 事業継続計画 (BCP : Business Continuity Plan) は、地震や災害、集団感染等の際に、被害を最小限に抑え、一刻も早く事業活動を復旧し、会社と社員を守り、取引先からの信頼を得るための方法の一つ

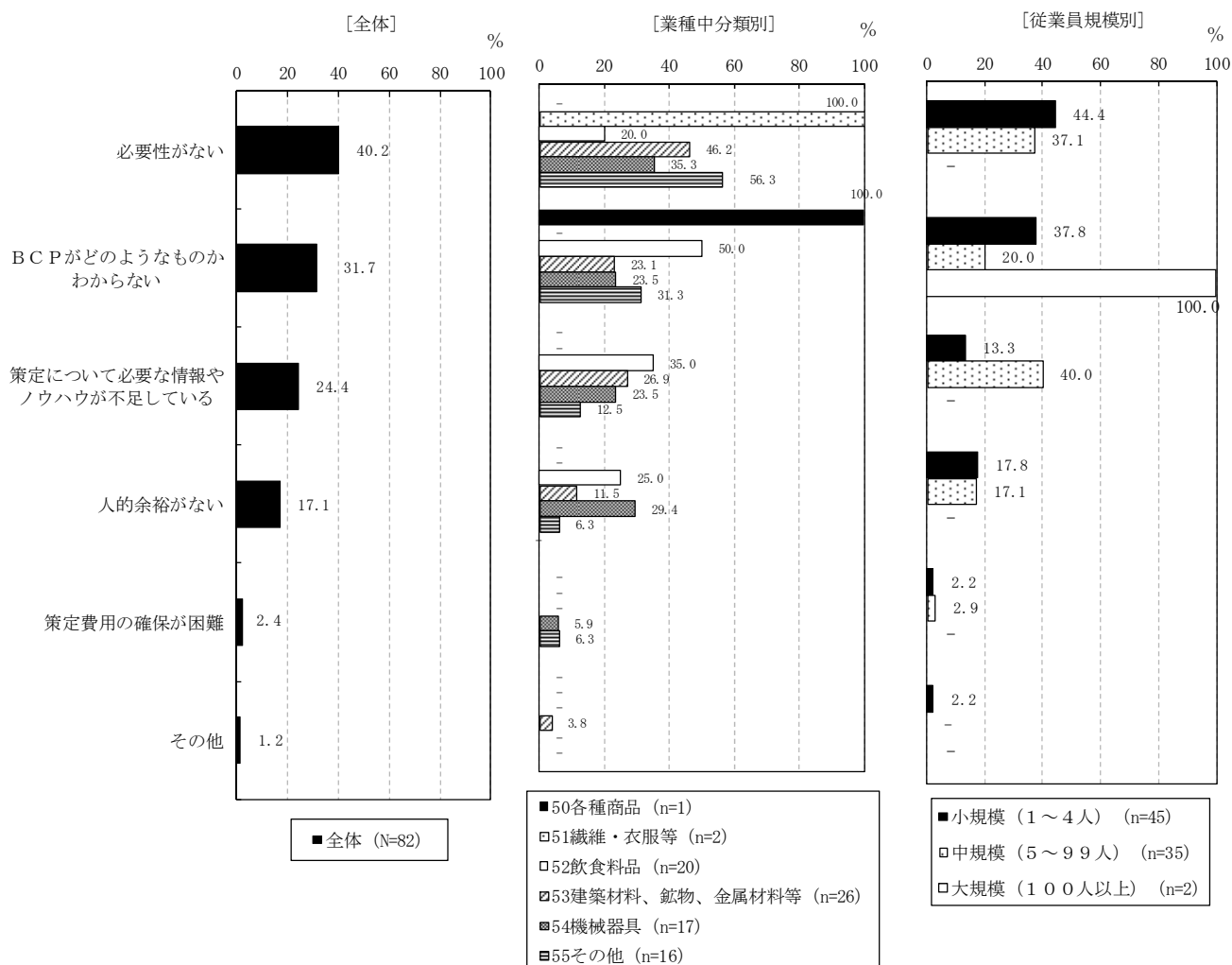
②事業継続計画（BCP）を策定しない理由

事業継続計画（BCP）を策定しない理由は、「必要性がない」が40.2%と最も高く、次いで「BCPがどのようなものかわからない」（31.7%）、「策定について必要な情報やノウハウが不足している」（24.4%）となっている。

業種中分類別にみると、52 飲食料品では「BCPがどのようなものかわからない」（50.0%）、53 建築材料、鉱物・金属材料等、54 機械器具、55 その他では「必要性がない」（46.2%、35.3%、56.3%）が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）、中規模事業所（5～99人）共に「必要性がない」（44.4%、37.1%）が高くなっている。

図IV - 45. 事業継続計画（BCP）を策定しない理由（複数回答）



9.その他

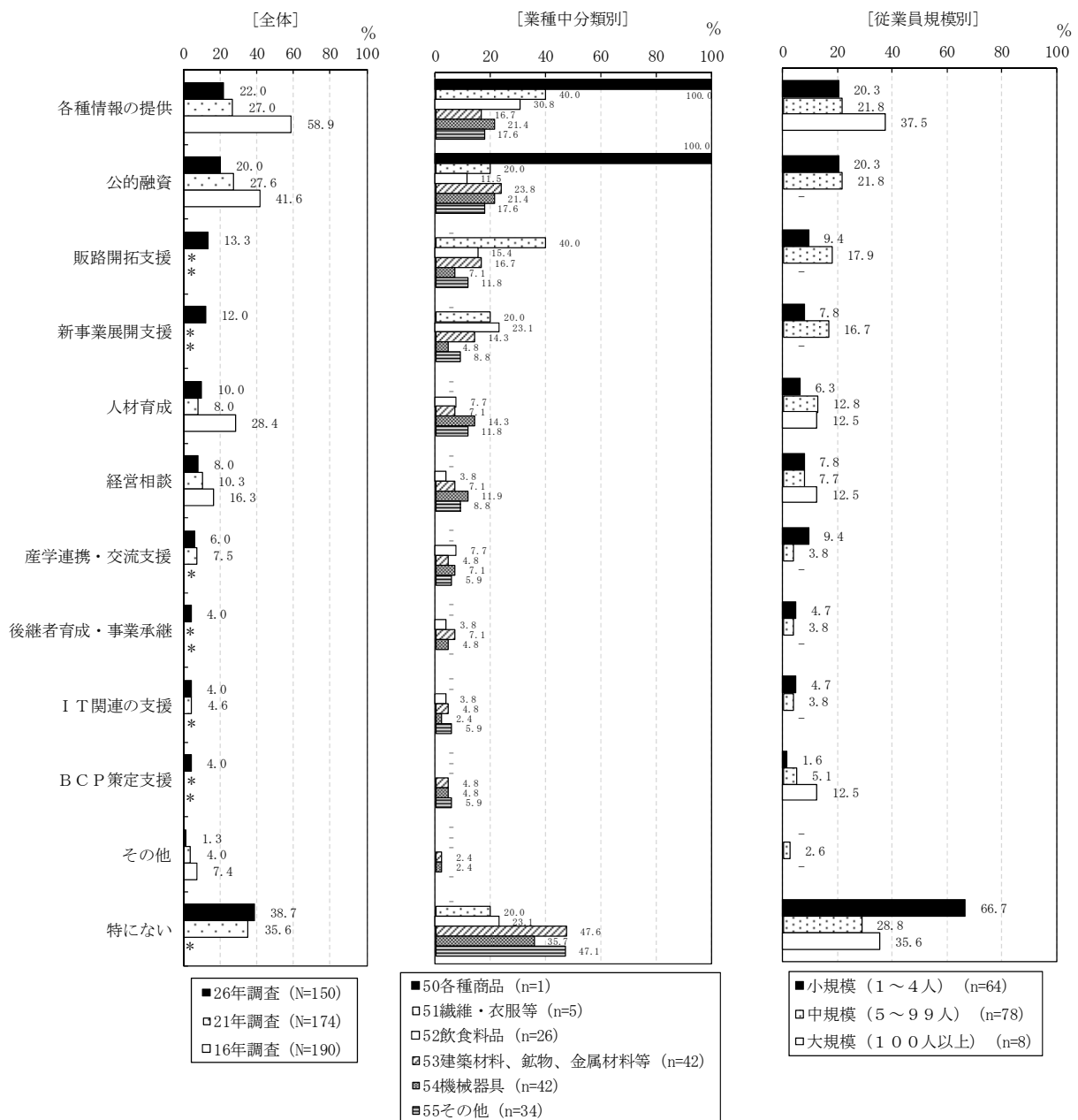
(1) 行政に対して期待する施策

行政に対して期待する施策は、「各種情報の提供」が22.0%と最も高く、次いで「公的融資」(20.0%)、「販路開拓支援」(13.3%)と続く。

業種中分類別にみると、52 飲食料品で「各種情報の提供」(30.8%)、53 建築材料、鉱物・金属材料等で「公的融資」(23.8%)、54 機械器具、55 その他で「各種情報の提供」「公的融資」(共に21.4%、17.6%)が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)、中規模事業所(5~99人)共に「各種情報の提供」「公的融資」(共に20.3%、21.8%)が最も高くなっている。

図IV - 46. 行政に対して期待する施策(複数回答)



【小売業実態調査結果】

V.小売業調査事業所の概要

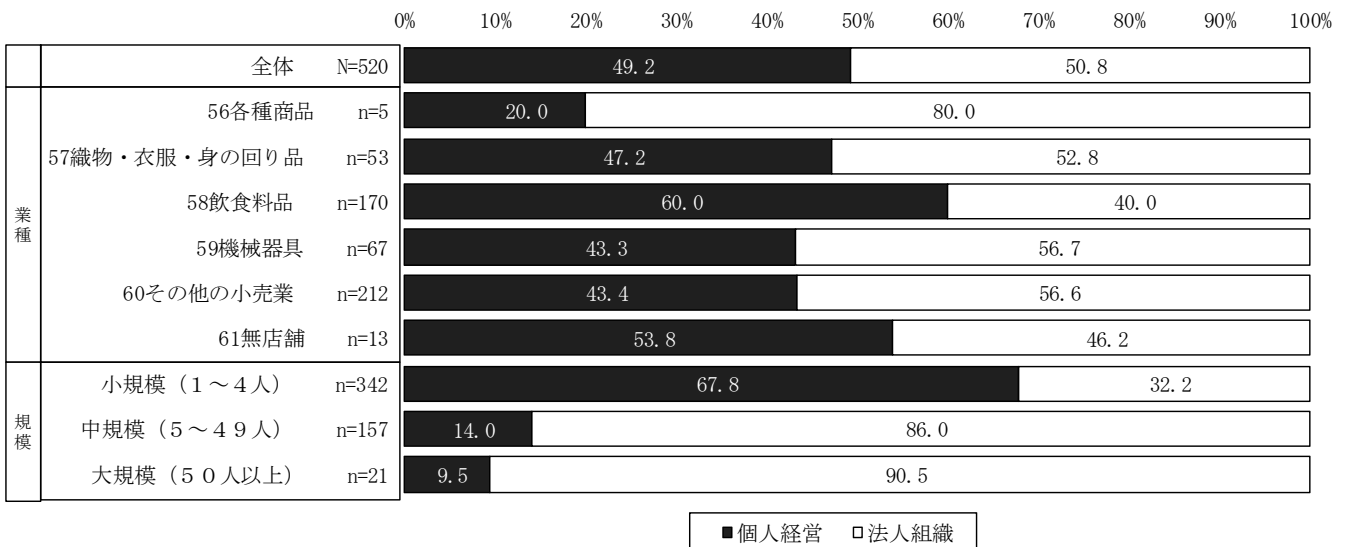
1.経営組織

経営組織の形態は、「個人経営」が49.2%「法人組織」が50.8%という構成である。

業種中分類では、58 飲食料品で「個人経営」(60.0%)が高く、59 機械器具、60 その他で「法人経営」(56.7%、56.6%)が高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「個人経営」(67.8%)が高くなっているのに対して、中規模事業所(5~49人)、大規模事業所(50人以上)では「法人経営」(86.0%、90.5%)が高くなっている。

図V-1. 経営組織



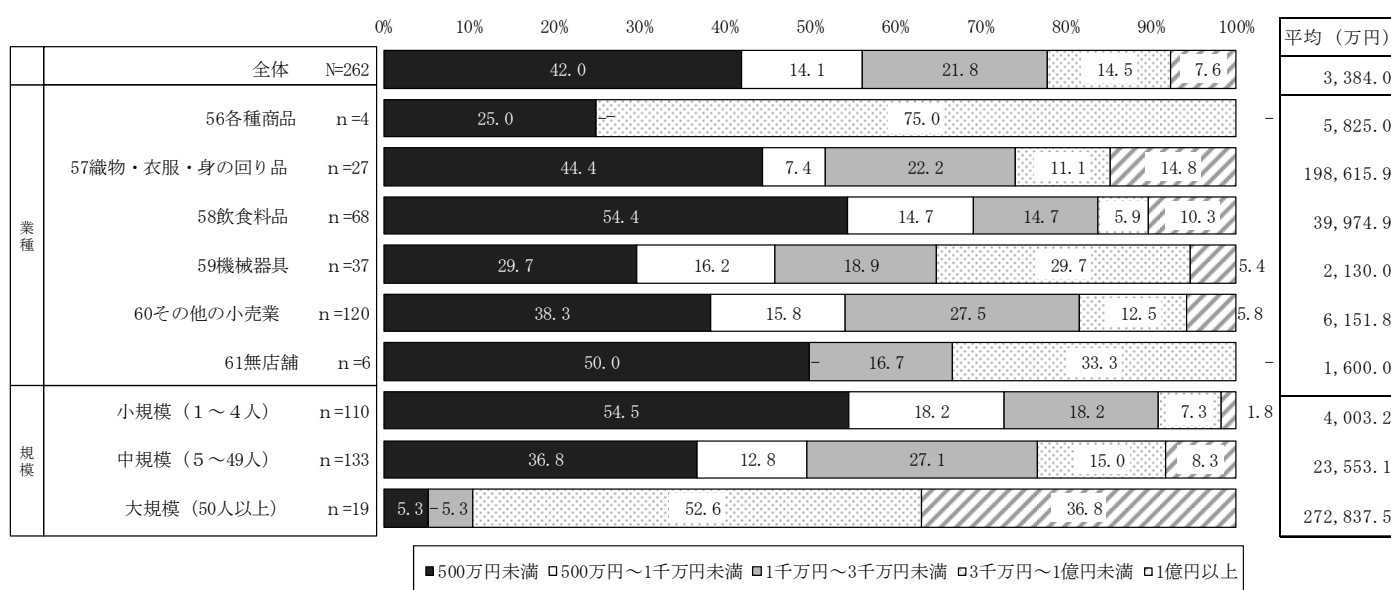
2. 資本金

法人組織の事業所における資本金は「500万円未満」が42.0%で最も高く、以下「1千万円～3千万円」(21.8%)、「3千万円～1億円未満」(14.5%)、「500万円～1千万円未満」(14.1%)、「1億円以上」(7.6%)と続く。

業種中分類別にみると、58 飲食料品で「500万円未満」(54.4%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別では、小規模事業所(1～4人)、中規模事業所(5～49人)では「500万円未満」(54.5%、36.8%)が最も高いのに対して、大規模事業所(50人以上)では「3千万円～1億円未満」(52.6%)が最も高くなっている。

図V - 2. 資本金



3.店舗形態

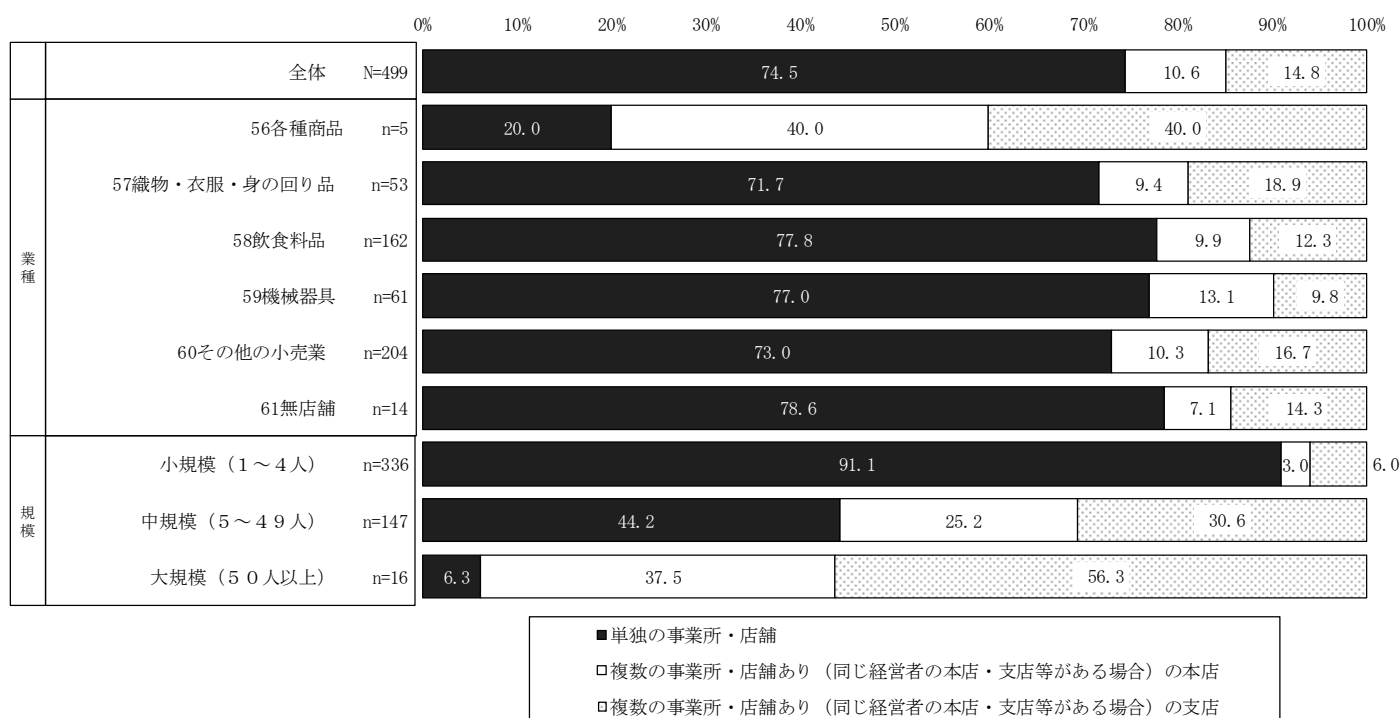
〔店舗形態〕

店舗形態（本・支店の別）は、「単独の事業所・店舗」が74.5%と最も高く、「複数の事業所・店舗ありの支店」（14.8%）、「複数の事業所・店舗ありの本店」（10.6%）という構成になっている。

業種中分類別にみると、57 織物・衣服・身の回り品で「複数の事業所・店舗ありの支店」（18.9%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別では、小規模事業所（1～4人）、中規模事業所（5～49人）で「単独の事業所・店舗」（91.1%、44.2%）が高いのに対し、大規模事業所（50人以上）では「複数の事業所・店舗ありの支店」（56.3%）が高くなっている。

図 V - 3. 店舗形態（本・支店の別）



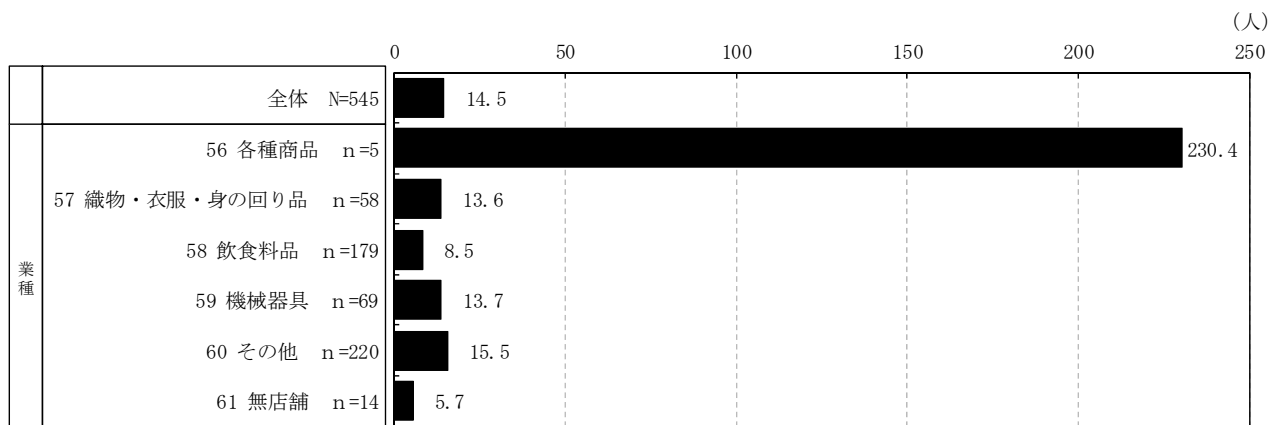
4. 従業員数、雇用形態及び勤続年数

〔平均従業員数〕

1 事業所当たりの平均従業員数は 14.5 人である。

業種中分類では、60 その他が 15.5 人と最も多く、次いで 59 機械器具（13.7 人）が高くなっている。これに対し、61 無店舗は 5.7 人と少ない。

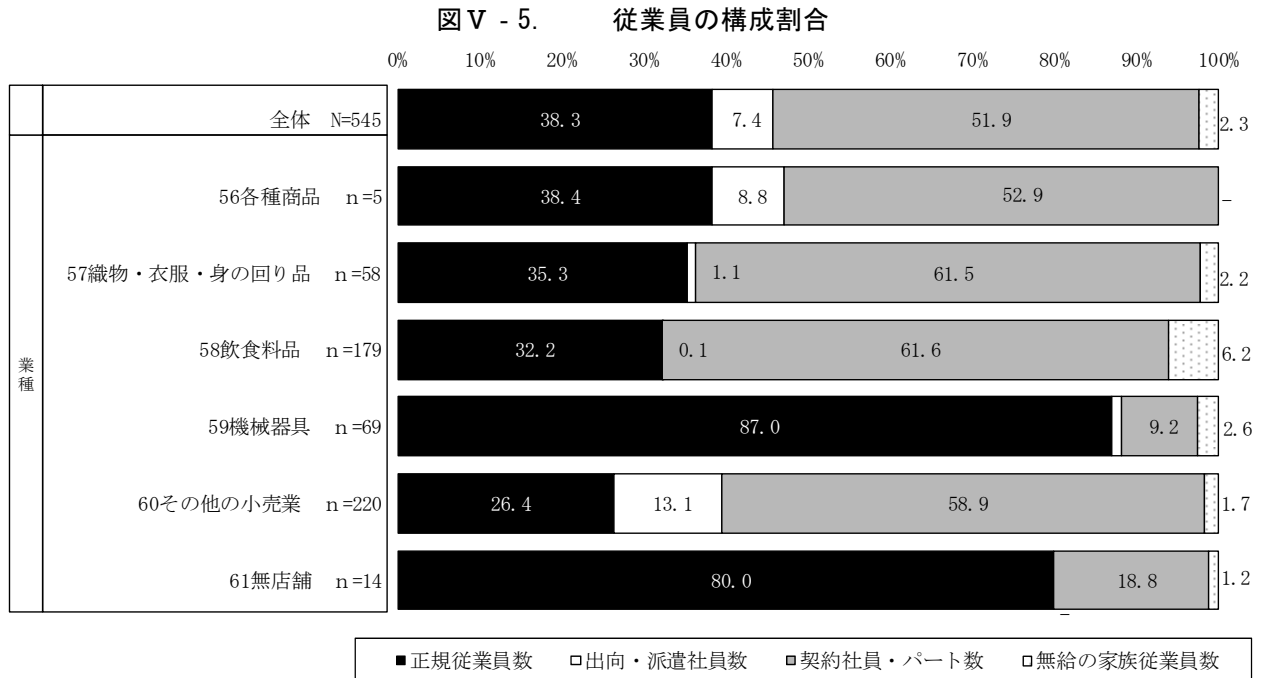
図 V - 4. 1 商店当たりの平均従業員数



〔従業員の構成割合〕

従業員の雇用形態は「契約社員・パート」が51.9%と最も高く、「正規従業員」が38.3%、「出向・派遣」が7.4%、「無給の家族従業員」が2.3%となっている。

業種中分類別にみると、59 機械器具、61 無店舗では「正規従業員」(87.0%、80.0%) が最も高く、それ以外の業種では「契約社員・パート」が最も高くなっている。



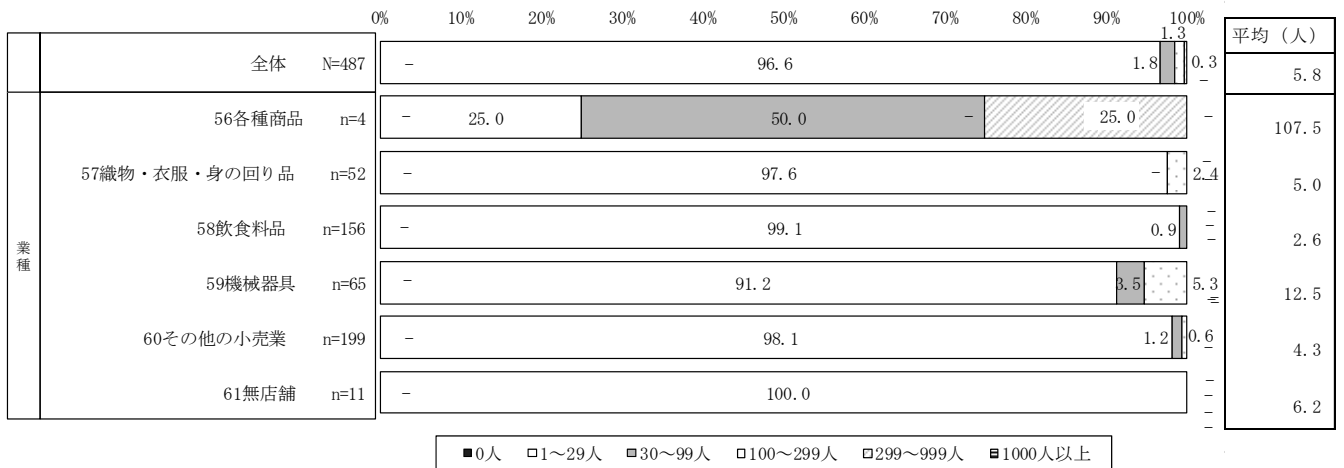
〔雇用形態別従業員数〕

① 正規従業員数

正規従業員の平均従業員数は 5.8 人である。

業種中分類では、59 機械器具で 12.5 人と多いのに対し、58 飲食料品では 2.6 人と少ない。

図 V - 6. 正規従業員数

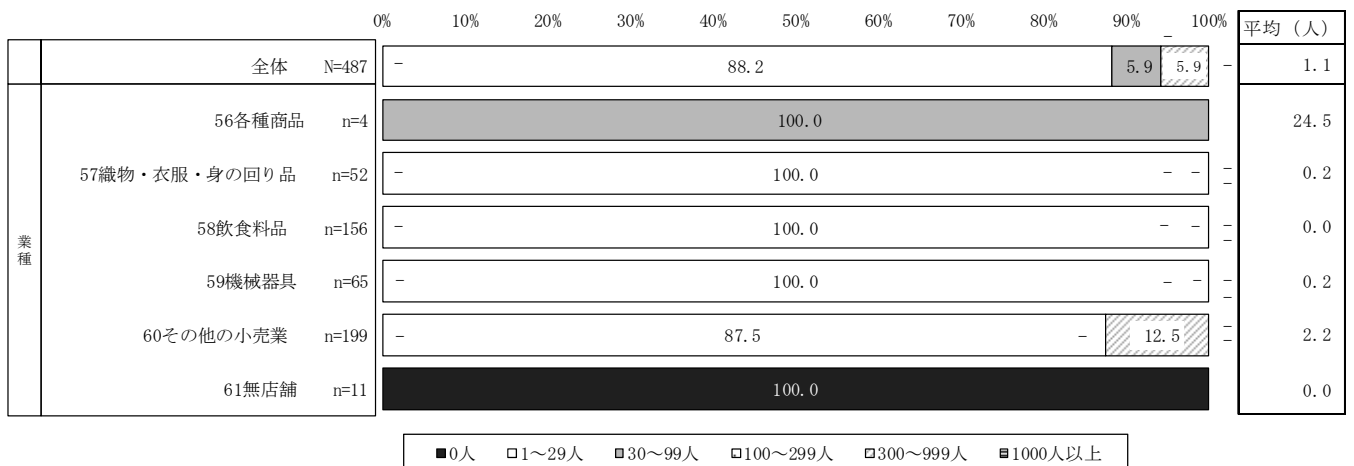


② 出向・派遣社員数

出向・派遣社員の平均従業員数は 1.1 人である。

業種中分類では、60 その他が 2.2 人と最も多くなっている。

図 V - 7. 出向・派遣社員数

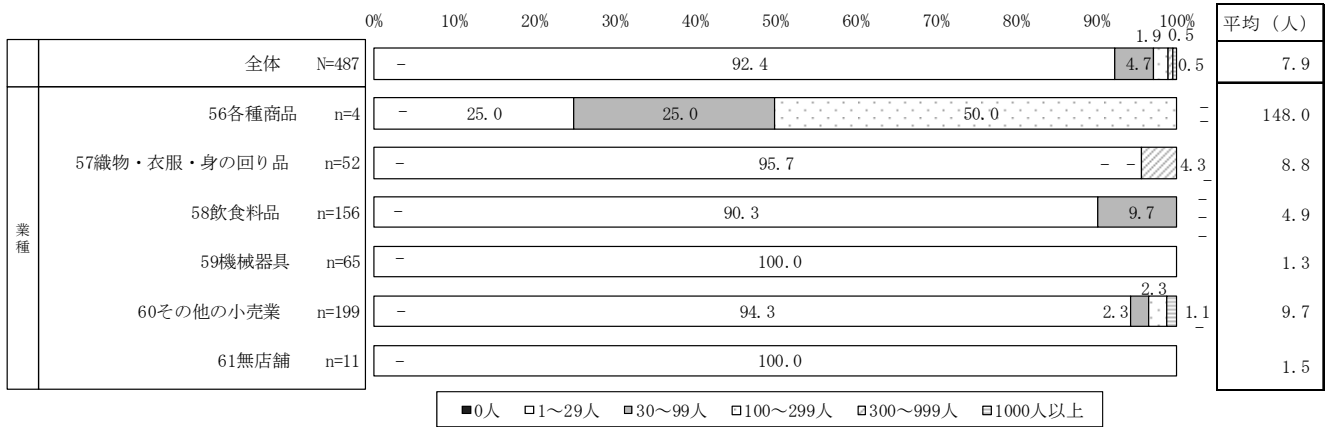


③契約社員・パート数

契約社員・パートの平均従業員数は7.9人である。

業種中分類では、60その他が9.7人で最も多くなっている。

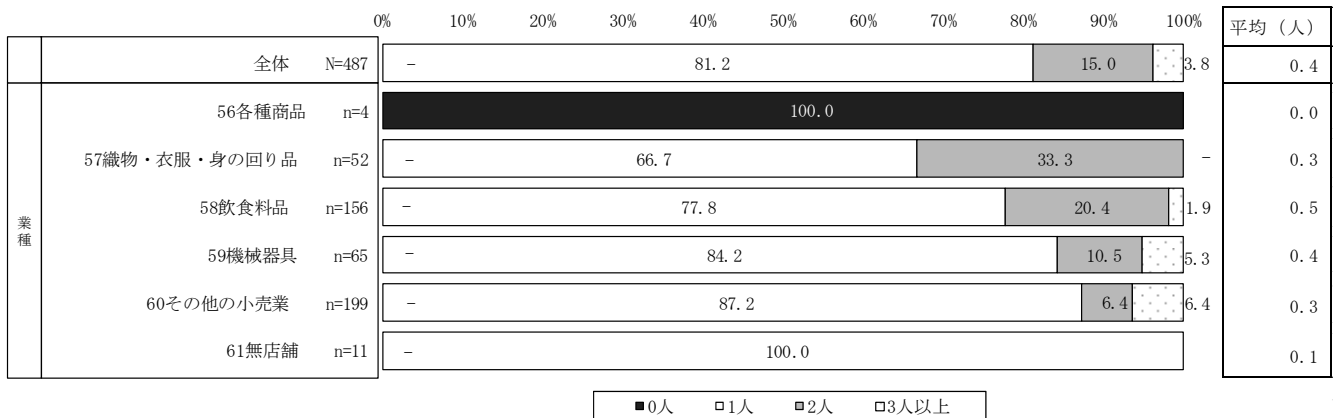
図V-8. 契約社員・パート数



④無給の家族従業員数

無給の家族従業員の平均は0.4人である。

図V-9. 無給の家族従業員数



〔雇用形態別勤続年数〕

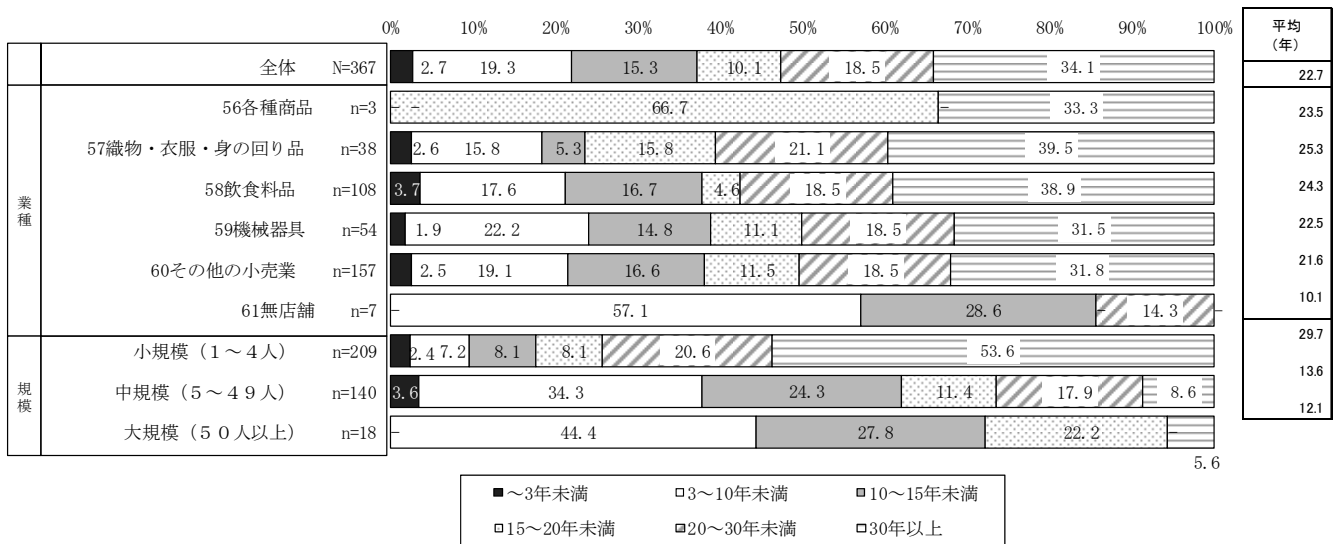
① 正規従業員

正規従業員の平均勤続年数は 22.7 年である。

業種中分類では、57 織物・衣服・身の回り品が 25.3 年と最も長く、次いで 58 飲食料品（24.3 年）となっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4 人）で 29.7 年、中規模事業所（5～49 人）が 13.6 年、大規模事業所（50 人以上）が 12.1 年となっている。

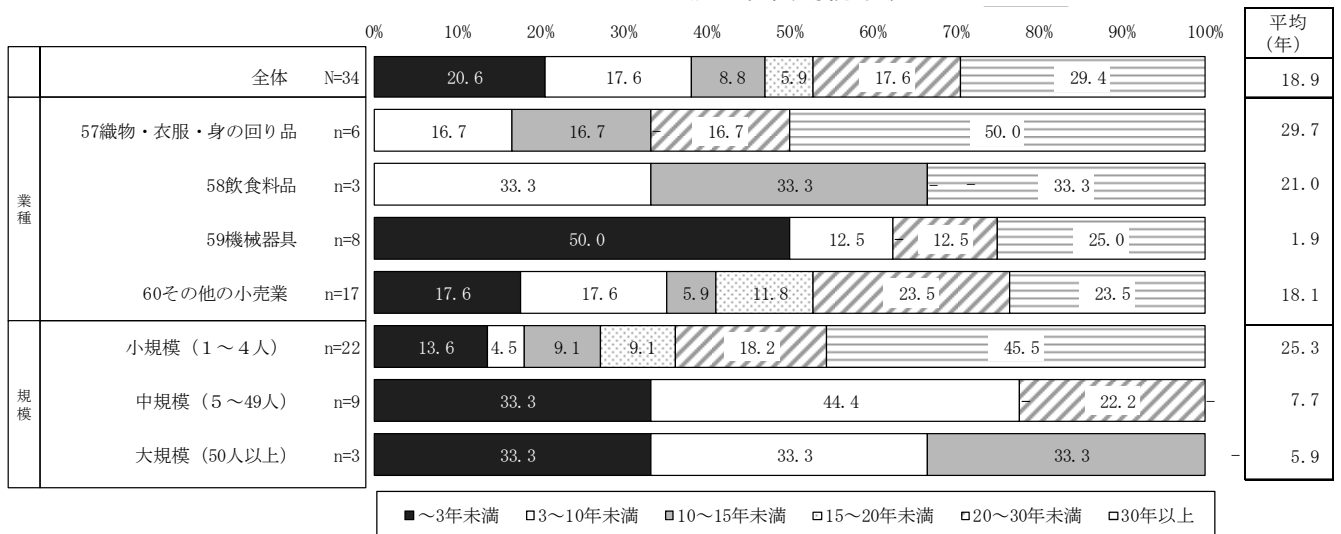
図 V - 10. 正規従業員勤続年数



② 出向・派遣社員

出向・派遣社員の平均勤続年数は 18.9 年である。

図 V - 11. 出向・派遣社員勤続年数



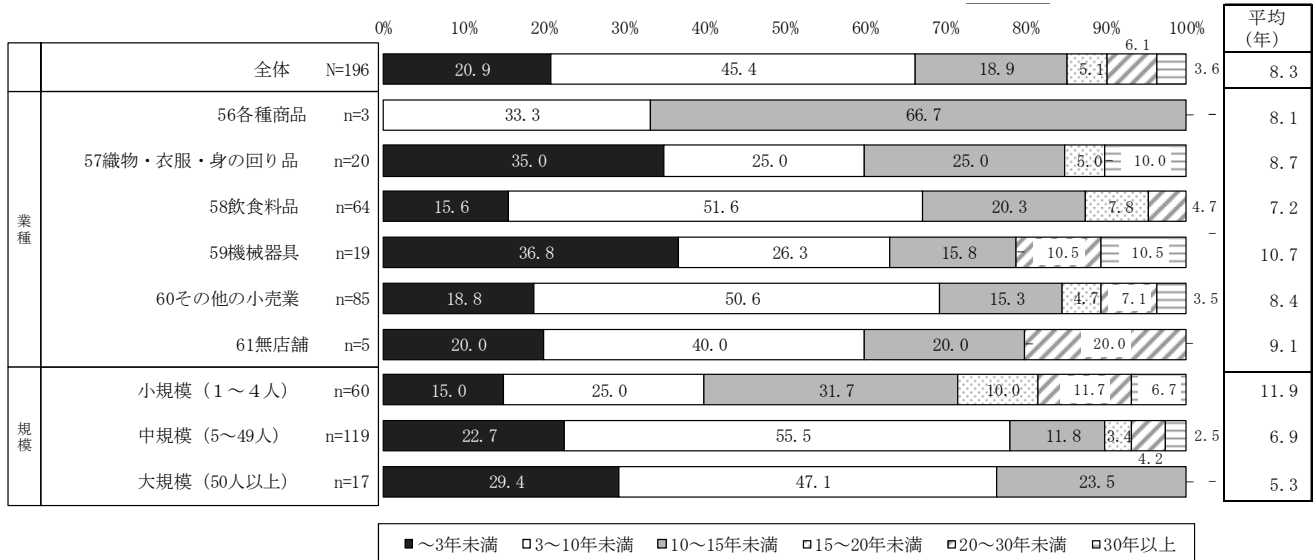
③契約社員・パート

契約社員・パートの平均勤続年数は8.3年である。

業種中分類では、59 機械器具が10.7年と最も長い。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）が11.9年で最も長い。

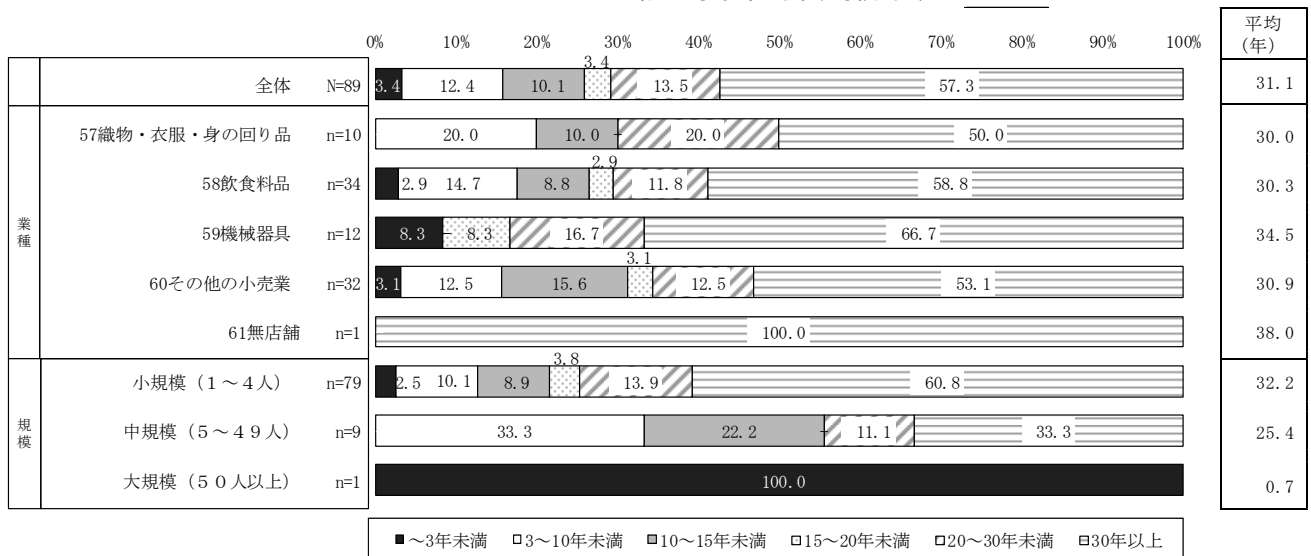
図 V - 12. 契約社員・パート勤続年数



④無給の家族従業員

無給の家族従業員の平均勤続年数は31.1年である。

図 V - 13. 無給の家族従業員勤続年数



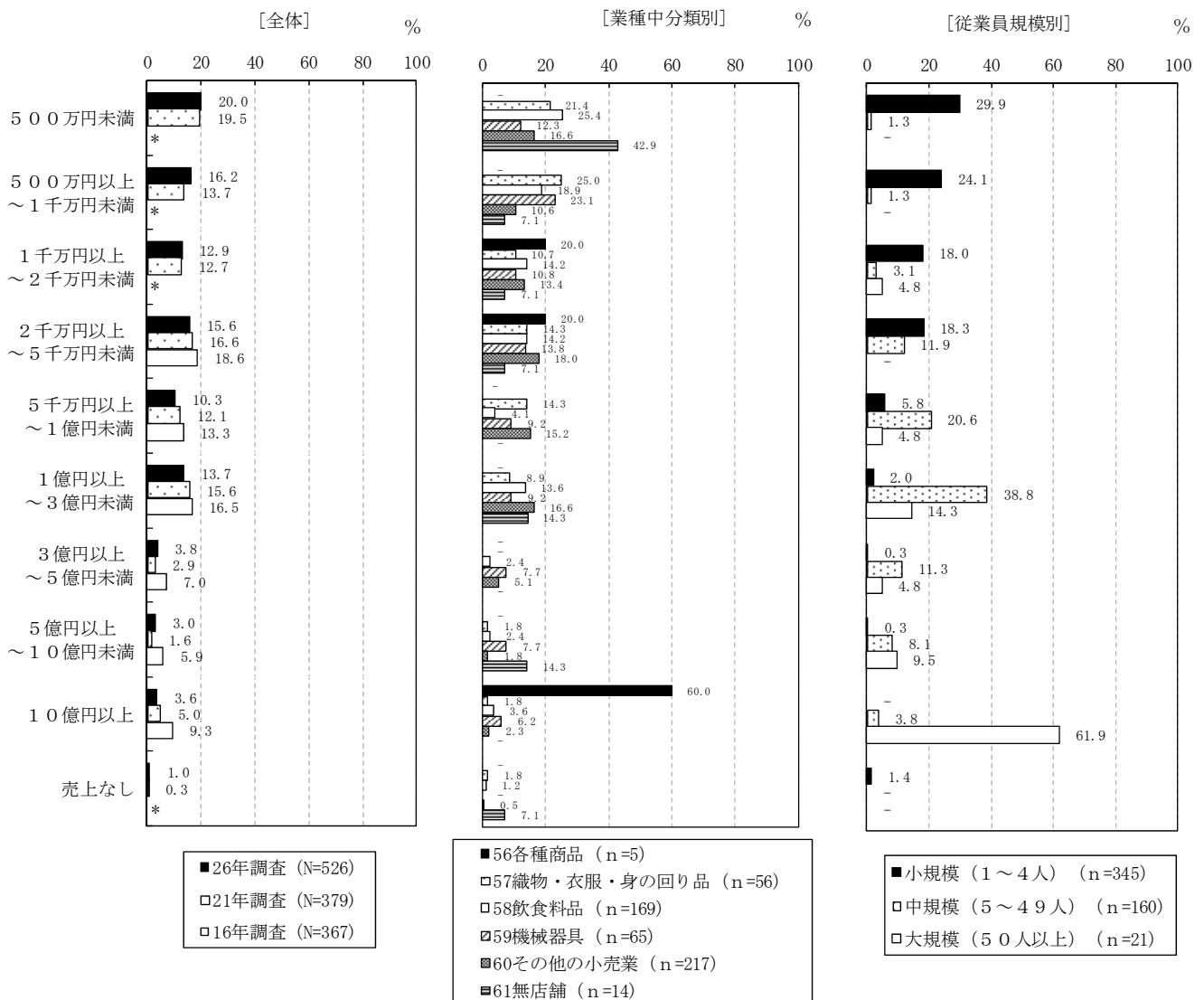
5.年間売上高

年間売上高は、「500万円未満」が最も多く20.0%、次いで「500万円以上～1千万円未満」(16.2%)、「2千万円以上～5千万円未満」(15.6%)と続く。16年調査、21年調査と比較すると2千万円未満が増加しているのに対して、2千万円以上は減少している。

業種中分類別にみると、61無店舗で「500万円未満」(42.9%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別に見ると、小規模事業所(1～4人)では「500万円未満」の割合(29.9%)が最も高いのに対して、中規模事業所(5～49人)では「1億円以上～3億円未満」(38.8%)、大規模事業所(50人以上)では「10億円以上」(61.9%)が最も高くなっている。

図V-14. 年間売上高



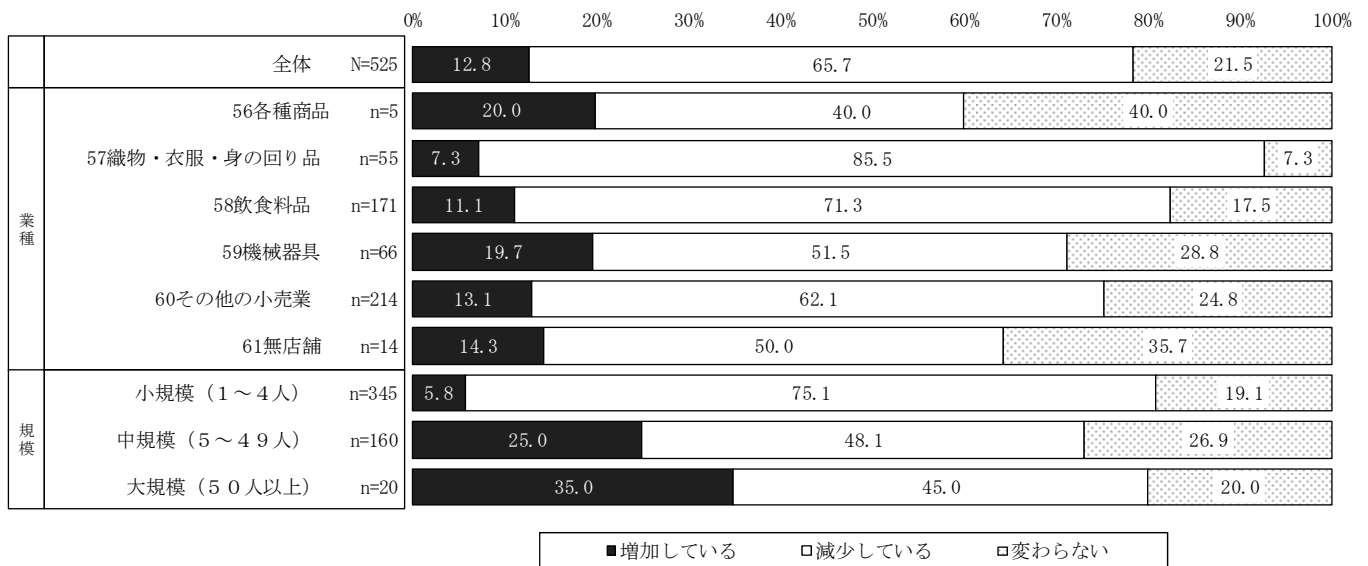
〔1年前と比較した売上高の推移〕

1年前と比較した売上高は、「減少している」(65.7%)が多数を占めている。「増加している」が12.8%、「変わらない」が21.5%となっている。

業種中分類別でみると、57 織物・衣服・身の回り品で「減少している」が85.5%と他の業種に比べて高い。一方、59 機械器具で「増加している」の割合が19.7%と他の業種に比べて高くなっている。

規模別にみると、全ての規模で「減少している」が最も高くなっている。「増加している」をみると大規模事業所(50人以上)で35.0%と高くなっている。

図 V - 15. 1年前を比較した売上高の推移



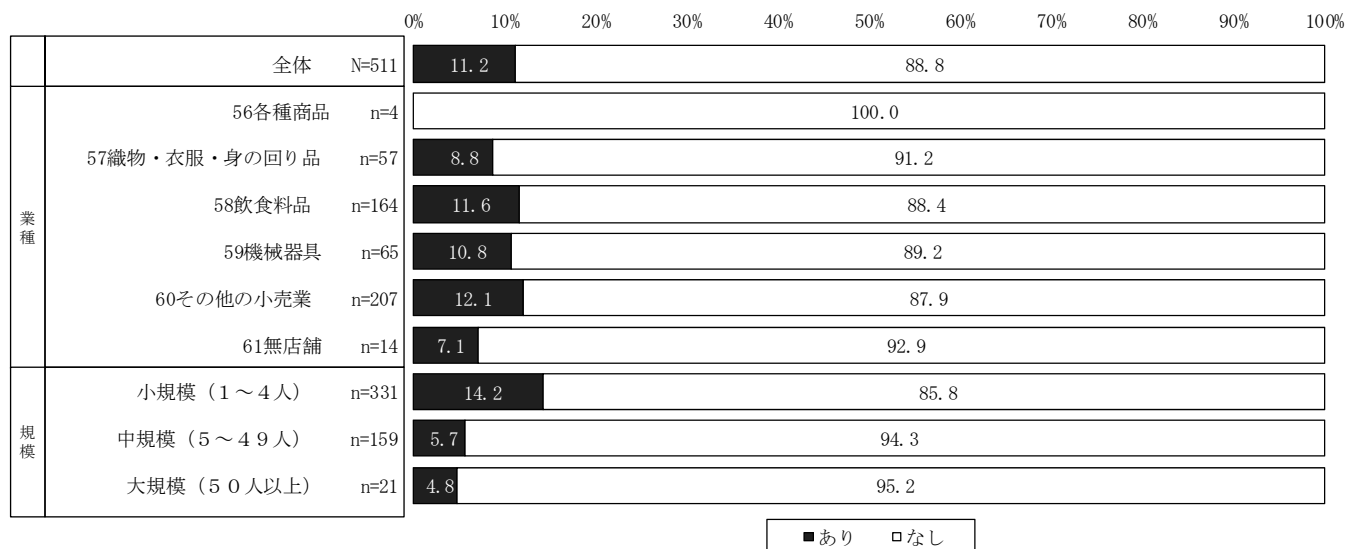
6. 兼業

兼業している事業所は全体の11.2%である。

業種中分類別にみると、60 その他の兼業率が12.1%と他の業種に比べて高い。

規模別の兼業率は小規模事業所（1～4人）14.2%、中規模事業所（5～49人）5.7%、大規模事業所（50人以上）4.8%となっている。

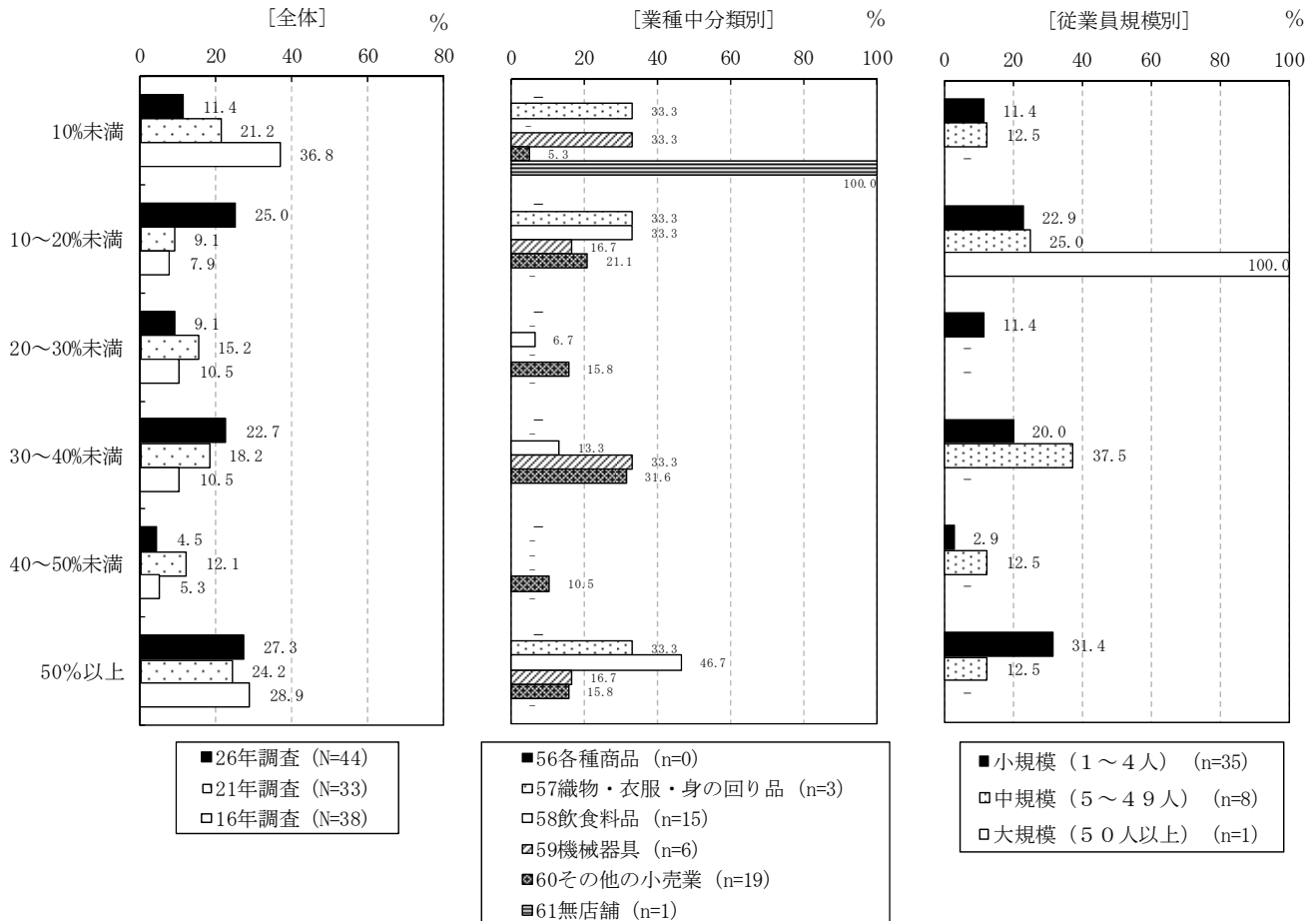
図 V - 16. 兼業の有無



〔兼業している業種の占める割合〕

兼業している事業所において兼業部門が年間売上高に占める割合は、「50%以上」が27.3%と最も高く、次いで「10~20%未満」(25.0%)、「30~40%未満」(22.7%)となっている。16年調査、21年調査と比較すると「10%未満」の割合が少なくなっている。

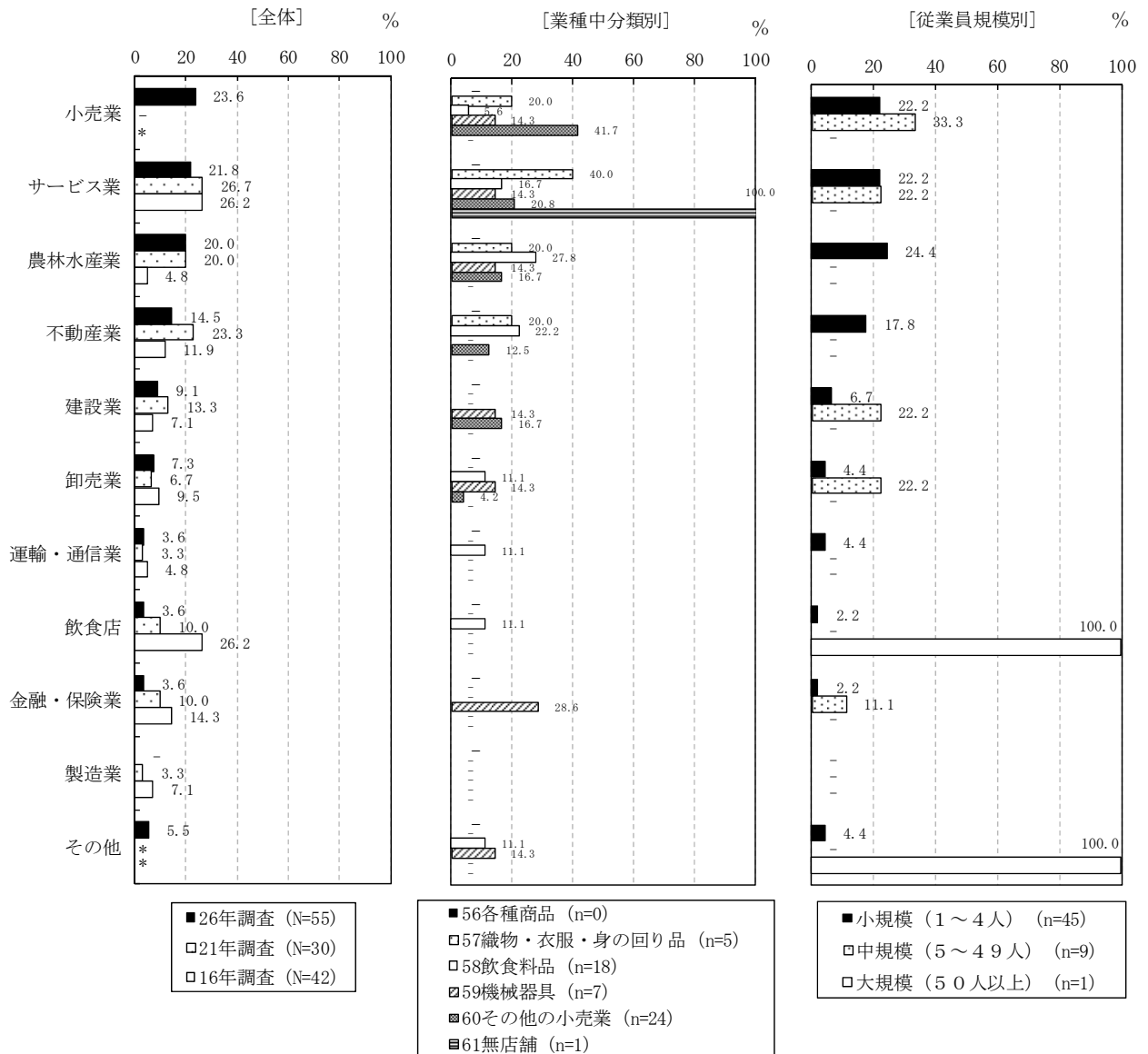
図V - 17. 兼業部門が年間売上げに占める割合



〔兼業している業種〕

兼業している業種は、「小売業」が23.6%と最も高く、次いで「サービス業」(21.8%)、「農林水産業」(20.0%)となっている。16年調査、21年調査と比較すると「飲食店」の割合が大きく減少している。

図V - 18. 兼業している業種 (複数回答)



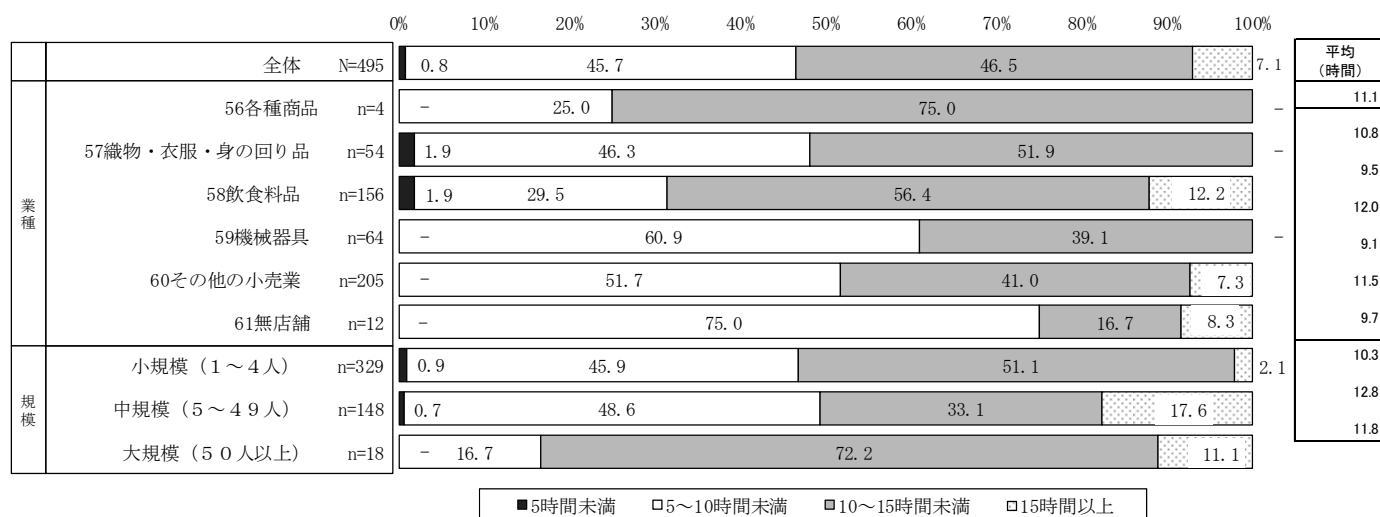
7. 営業時間

1日の平均営業時間は11.1時間で、21年調査の9.9時間よりも長くなっている。

業種中分類別にみると、58 飲食料品が12.0時間と最も長く、次いで60 その他（11.5時間）、61 無店舗（9.7時間）となっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）（10.3時間）、中規模事業所（5～49人）（12.8時間）、大規模事業所（50人以上）（11.8時間）となっている。

図 V - 19. 営業時間（平均）



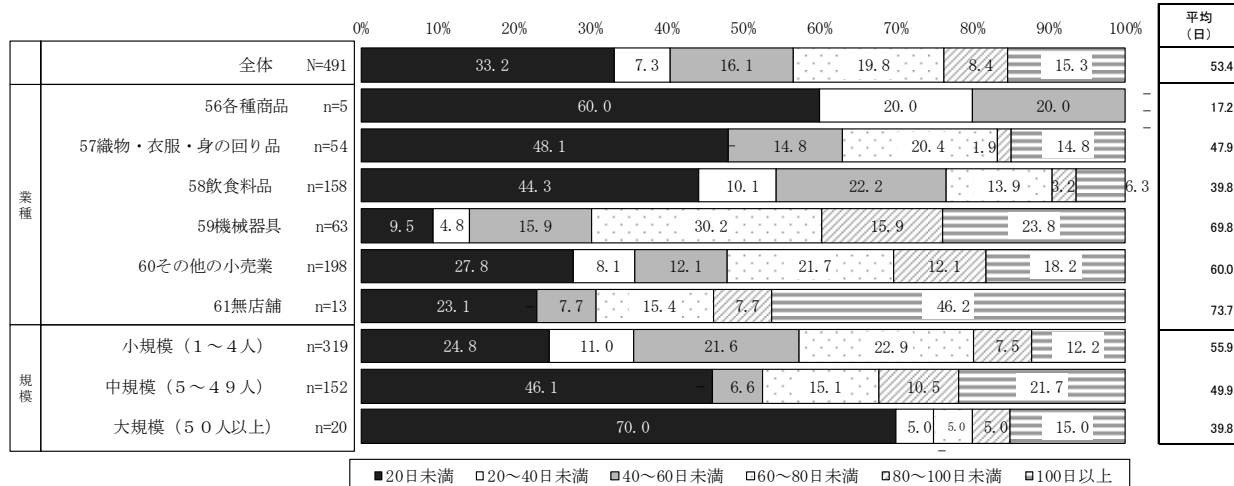
8. 年間休日数

平均年間休日数は53.4日で、21年調査の46.6日より増加している。

業種中分類別にみると、61 無店舗で73.7日と多いのに対して、58 飲食料品は39.8日と少なくなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれて少なくなっている。

図 V - 20. 年間休日数（平均）



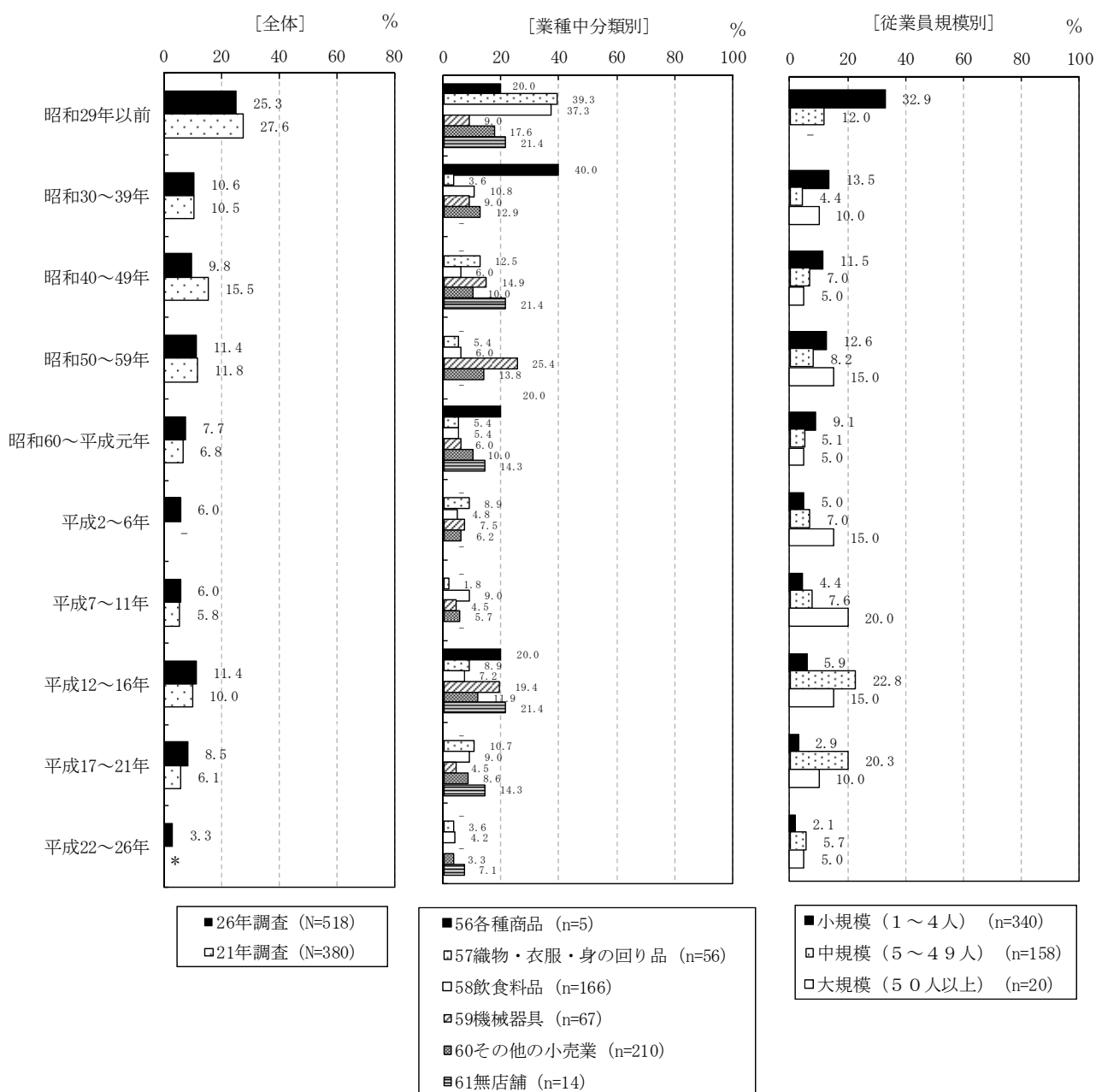
9. 開設時期

事業所・店舗の開設時期は、「昭和29年以前」が25.3%と最も高く、次いで「昭和50～59年」(11.4%)、「平成12～16年」(11.4%)となっている。

業種中分類別にみると、57 織物・衣服・身の回り品、58 飲食料品で「昭和29年以前」(39.3%、37.3%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別でみると、小規模事業所(1～4人)では「昭和29年以前」(32.9%)が高くなっているのに対して中規模事業所(5～49人)では「平成12～16年」(22.8%)、大規模事業所(50人以上)では「平成7～11年」(20.0%)が高くなっている。

図V-21. 事業所・店舗の開設時期



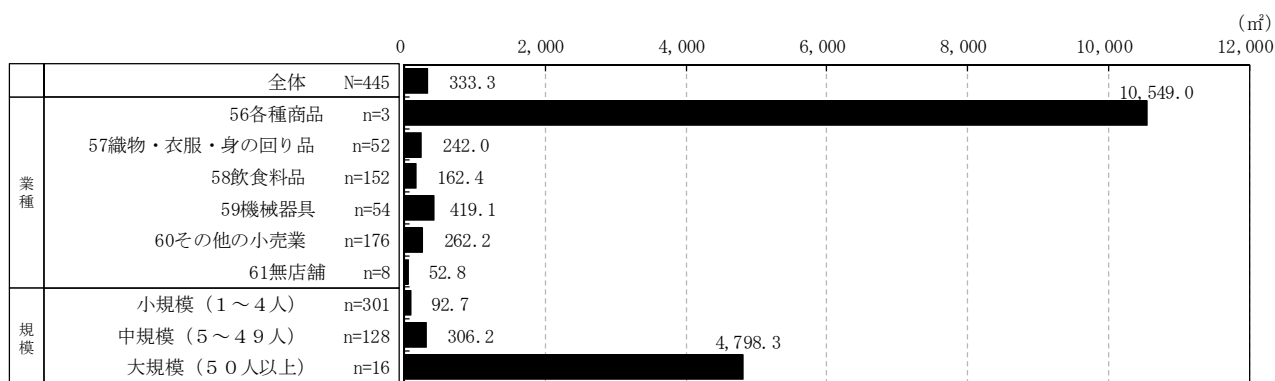
10.売場面積

1 事業所当たりの平均売場面積は 333.3 m²である。

業種中分類別にみると、59 機械器具 (419.1 m²) と広いのに対して、58 飲食料品 (162.4 m²) で狭くなっている。

規模別にみると、小規模事業所 (1～4 人) で 92.7 m²、中規模事業所 (5～49 人) で 306.2 m²、大規模事業所 (50 人以上) で 4,798.3 m²となっている。

図 V - 22. 売場面積 (平均)



1 1.事業用不動産の所有関係と使用形態

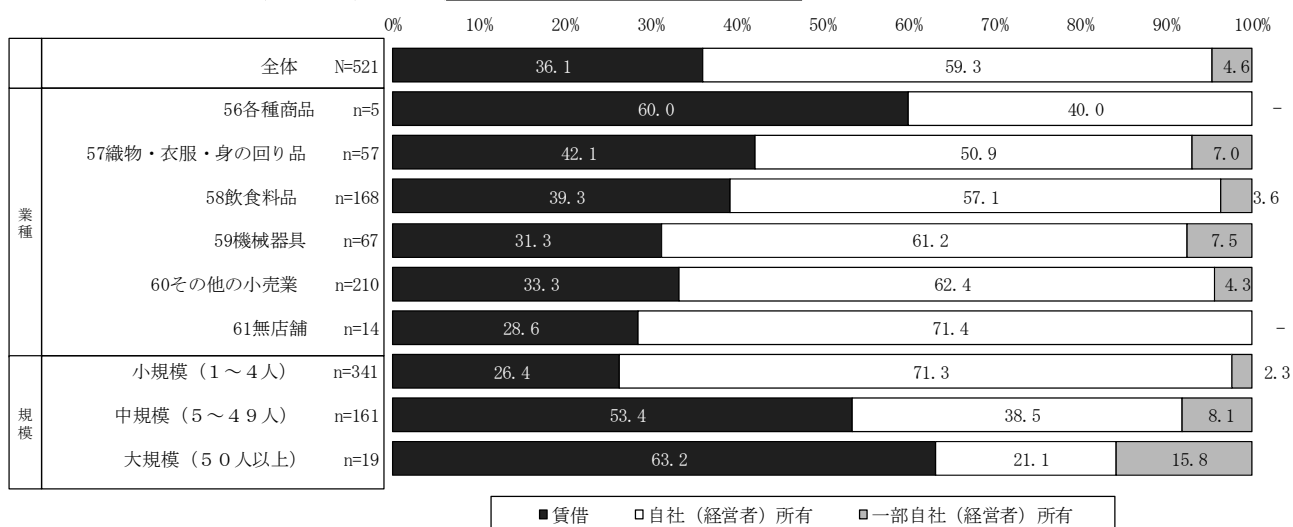
①事業用土地の所有関係

事業用土地の所有関係は、「賃借」36.1%、「自社（経営者）所有」59.3%、「一部自社（経営者）所有」4.6%という構成である。

業種中分類別にみると、61無店舗で「自社（経営者）所有」の割合（71.4%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「賃借」が高くなり、「自社（経営者）所有」が少なくなっている。

図V - 23. 事業用土地の所有関係



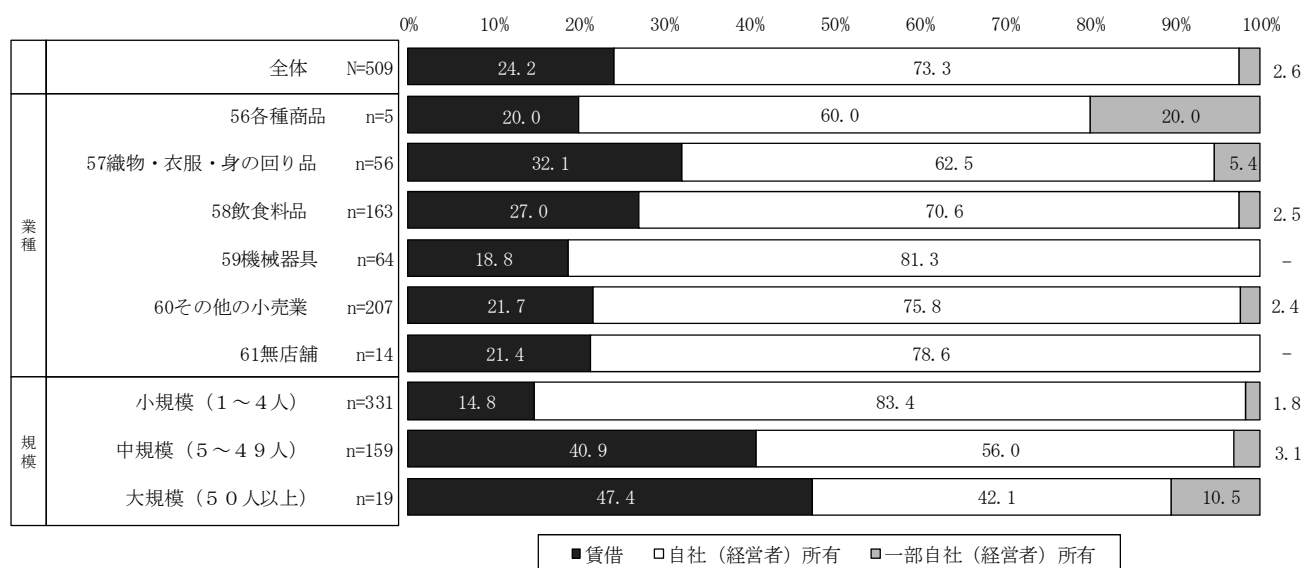
②事業用建物の所有関係

事業用建物の所有関係は、「賃借」24.2%、「自社（経営者）所有」73.3%、「一部自社（経営者）所有」2.6%という構成である。

業種中分類別にみると、57 織物・衣服・身の回り品で「賃借」（32.1%）、59 機械器具で「自社（経営者）所有」（81.3%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「賃借」が高くなり、「自社（経営者）所有」が少なくなっている。

図 V - 24. 事業用建物の所有関係



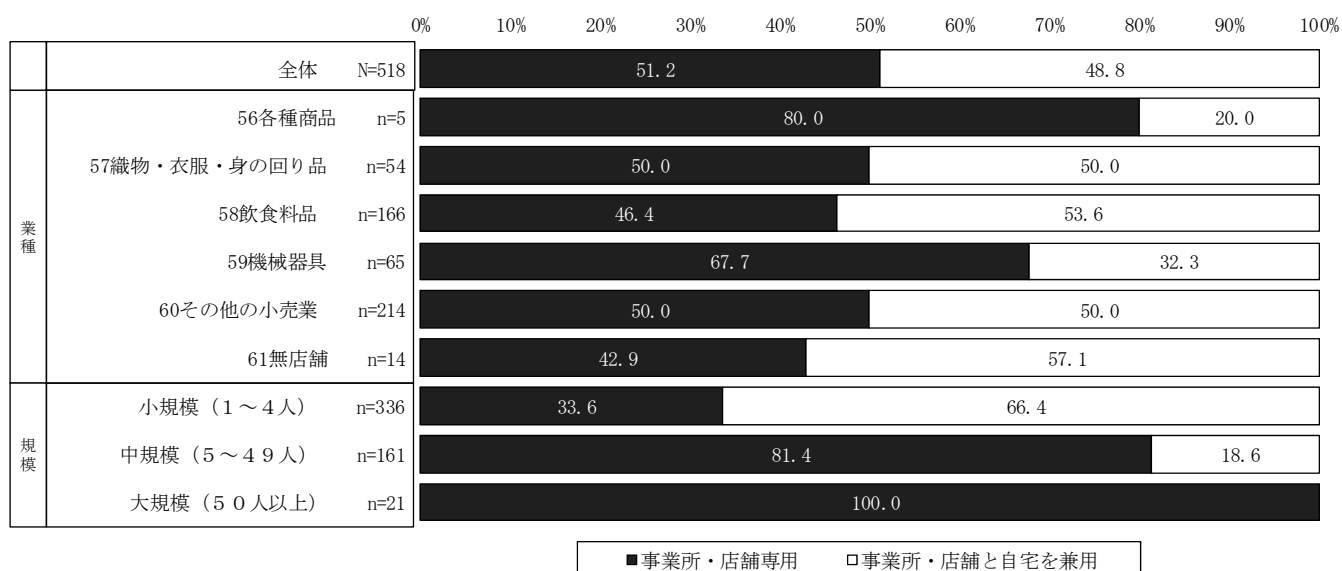
③事業用建物の使用形態

事業用建物の使用形態は、「事業所・店舗専用」51.2%、「事業所・店舗と自宅を兼用」48.8%という構成比である。

業種中分類別にみると、59 機械器具で「事業所・店舗専用」の割合（67.7%）が高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「事業所・店舗専用」の割合が高くなっている。

図 V - 25. 事業用建物の使用形態



12.顧客タイプと顧客利用理由

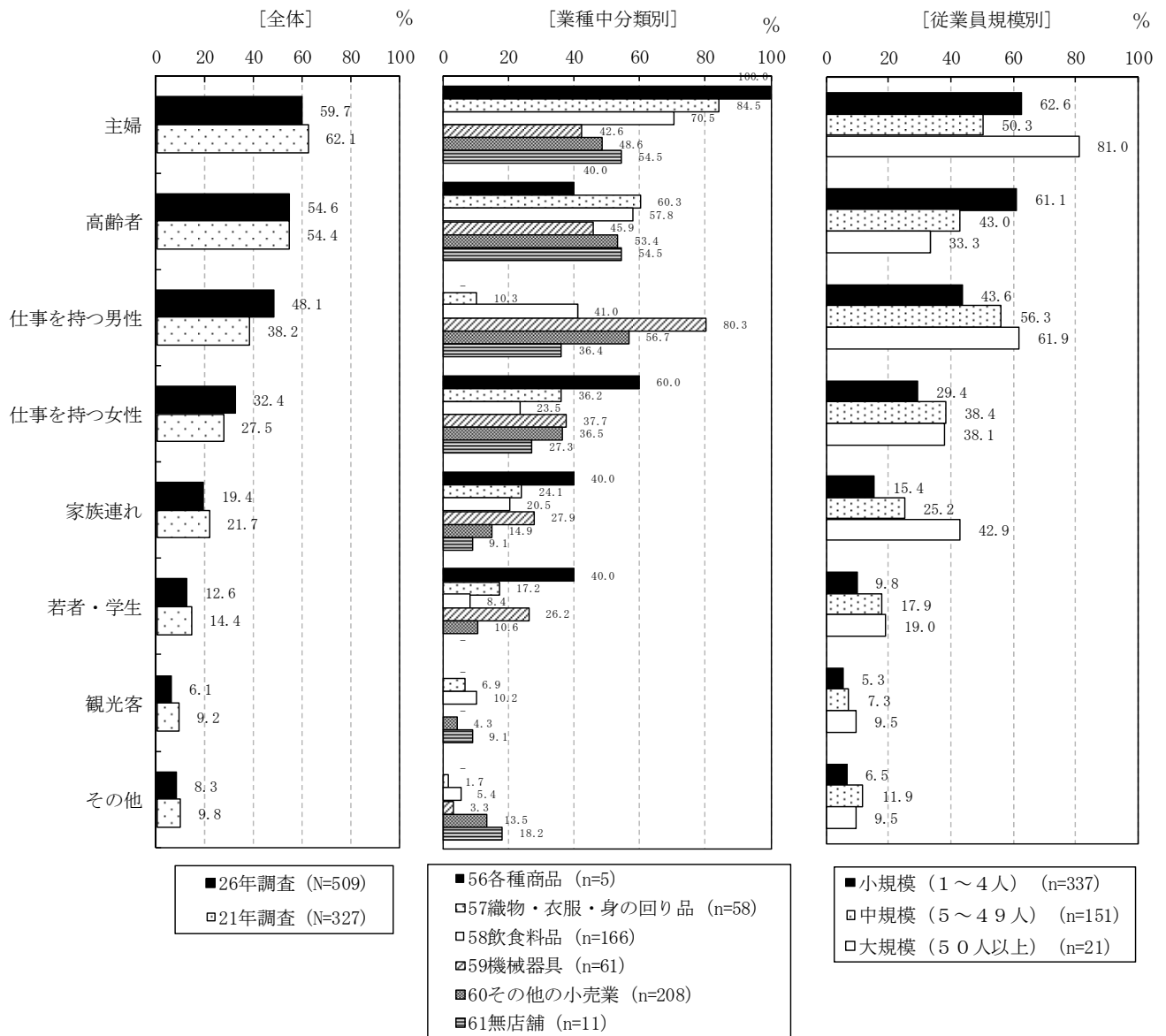
〔顧客タイプ（客層）〕

主に個人を対象に事業を展開している事業所の顧客タイプは、「主婦」が59.7%で最も高く、次いで「高齢者」(54.6%)、「仕事を持つ男性」(48.1%)となっている。21年調査と比較すると「仕事を持つ男性」、「仕事を持つ女性」の割合が増加し、「主婦」の割合が減少している。

業種中分類別にみると、多くの業種で「主婦」が最も高くなっているのに対して、59機械器具では「仕事を持つ男性」(80.3%)が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）、大規模事業所（50人以上）で「主婦」(62.6%、81.0%)が最も高くなっている。

図V - 26. 個人顧客のタイプ（3つまで選択）



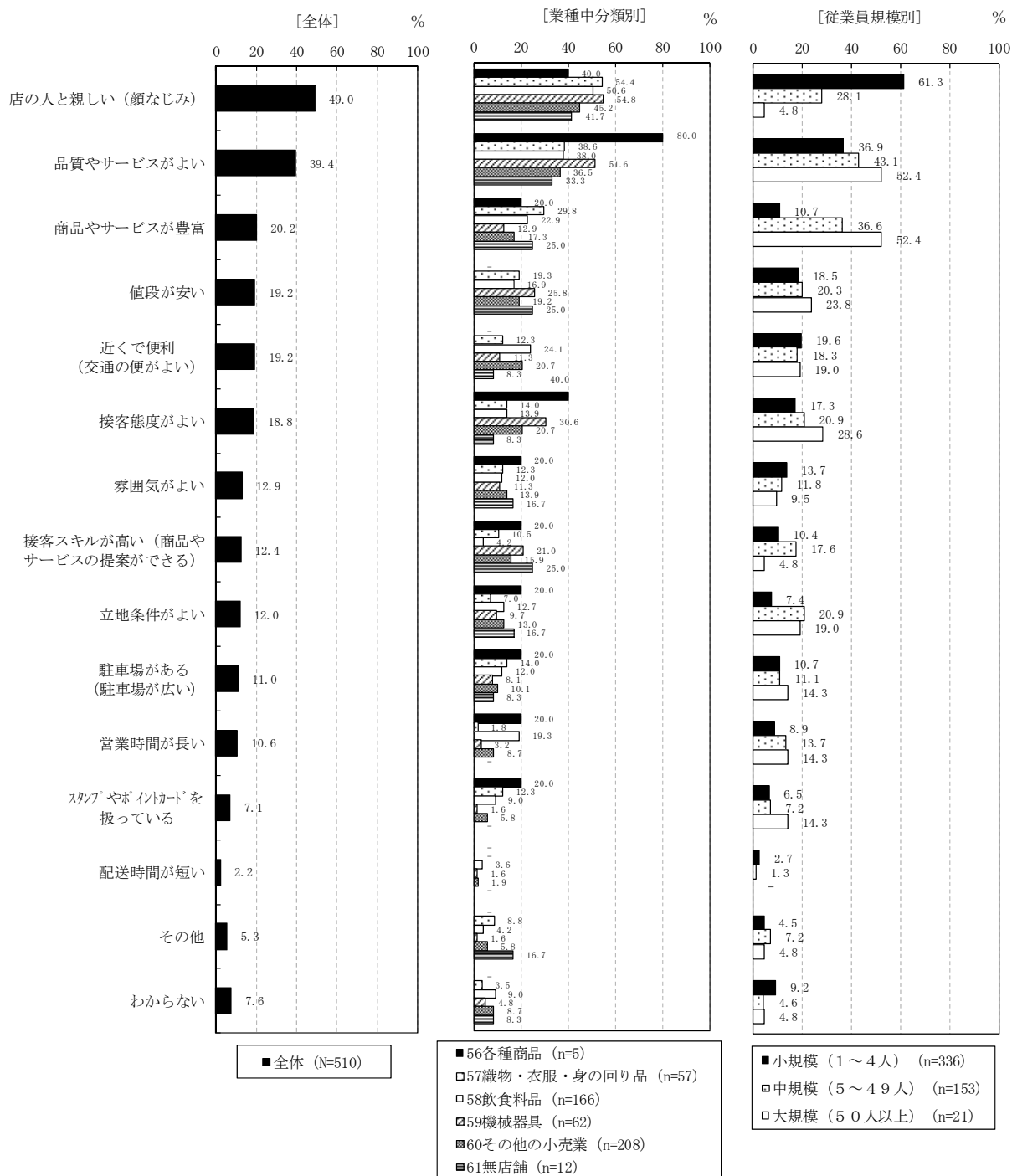
〔顧客利用理由（個人）〕

個人顧客利用理由は、「店の人と親しい（顔なじみ）」が49.0%と最も高く、次いで「品質やサービスがよい」（39.4%）、「商品やサービスが豊富」（20.2%）となっている。

業種中分類別にみても、全ての業種で「店の人と親しい（顔なじみ）」が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「店の人と親しい（顔なじみ）」（61.3%）、中規模事業所（5～49人）では「品質やサービスがよい」（43.1%）、大規模事業所（50人以上）では「品質やサービスがよい」、「商品やサービスが豊富」（共に52.4%）が最も高くなっている。

図V - 27. 個人顧客利用理由（3つまで選択）



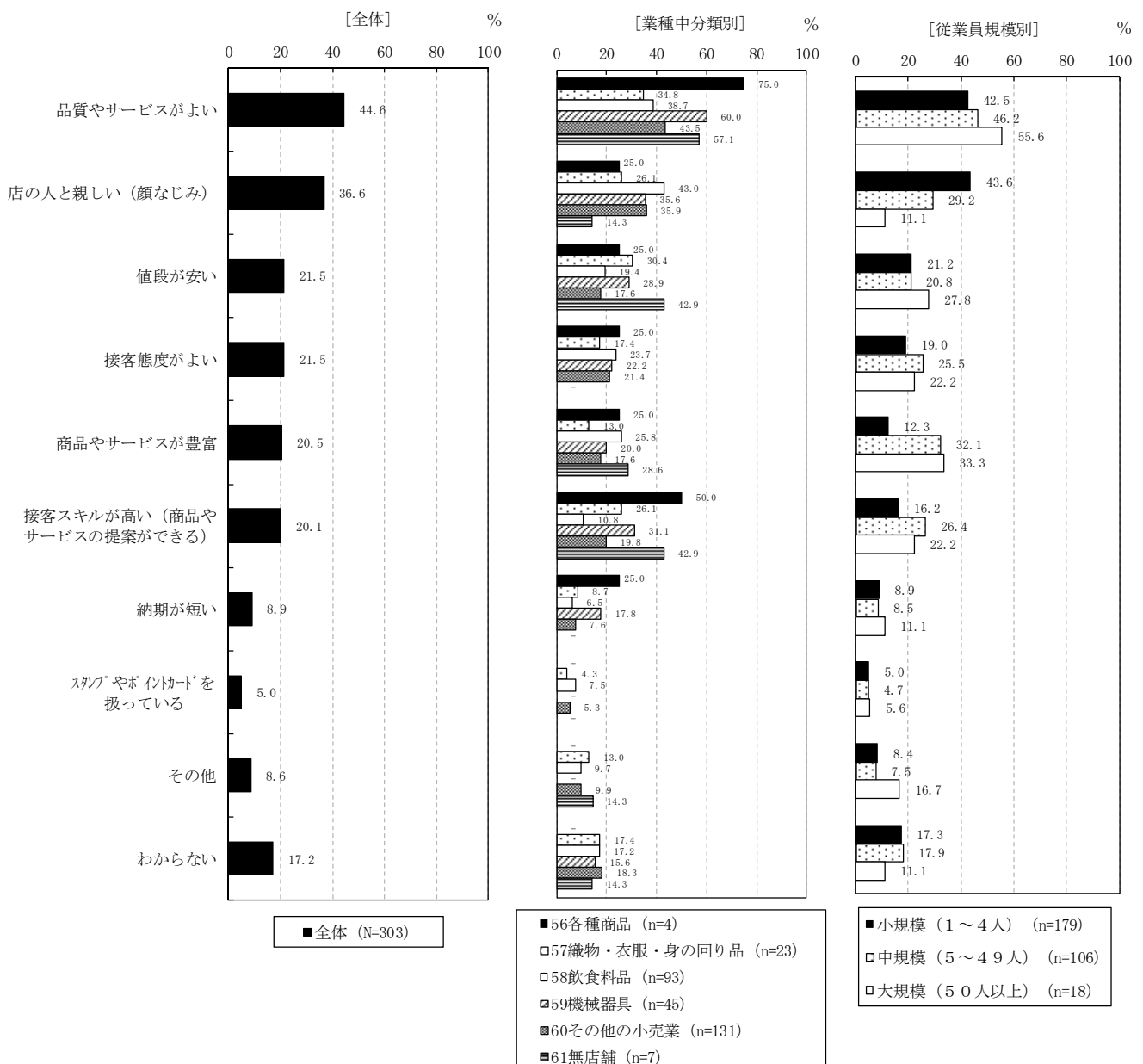
〔顧客利用理由（法人）〕

法人顧客利用理由は、「品質やサービスがよい」が44.6%と最も高く、次いで「店の人と親しい（顔なじみ）」（36.6%）、「値段が安い」、「接客態度がよい」（共に21.5%）と続く。

業種中分類別にみても、58 飲食料品で「店の人と親しい（顔なじみ）」（43.0%）が最も高くなっている。それ以外の業種では「品質やサービスがよい」が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「店の人と親しい（顔なじみ）」（43.6%）、中規模事業所（5～49人）、大規模事業所（50人以上）では共に「品質やサービスがよい」（46.2%、55.6%）が最も高くなっている。

図 V - 28. 法人顧客利用理由（3つまで選択）



VI.小売業実態調査結果

1.経営状況

(1) 経営上の問題点

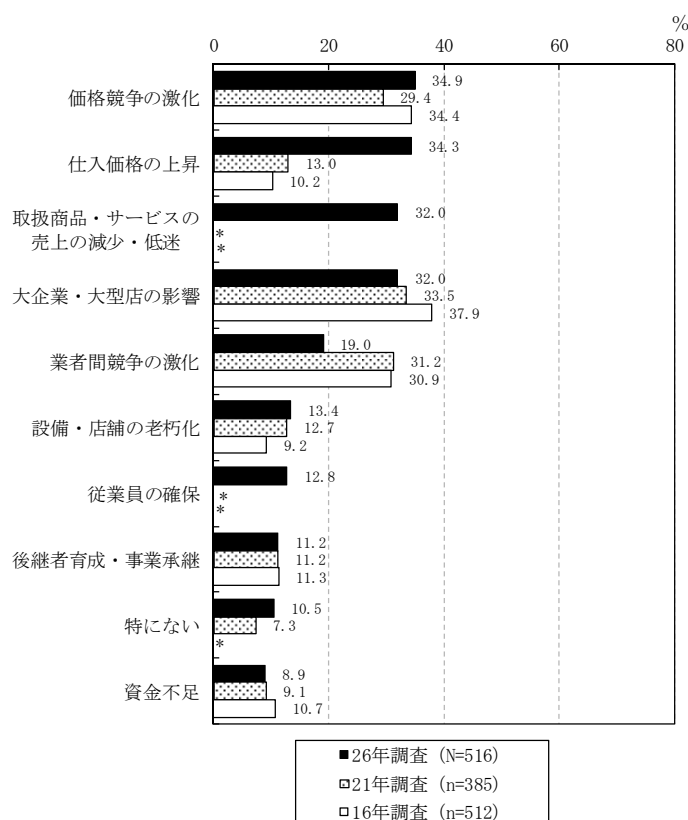
経営上問題となっていることは、「価格競争の激化」が34.9%と最も高くなっている。次いで、「仕入価格の上昇」(34.3%)、「取扱商品・サービスの売上の減少・低迷」(32.0%)と続く。

16年調査、21年調査と比較すると、「価格競争の激化」は引き続き高水準であり、「仕入価格の上昇」が増加してきている。

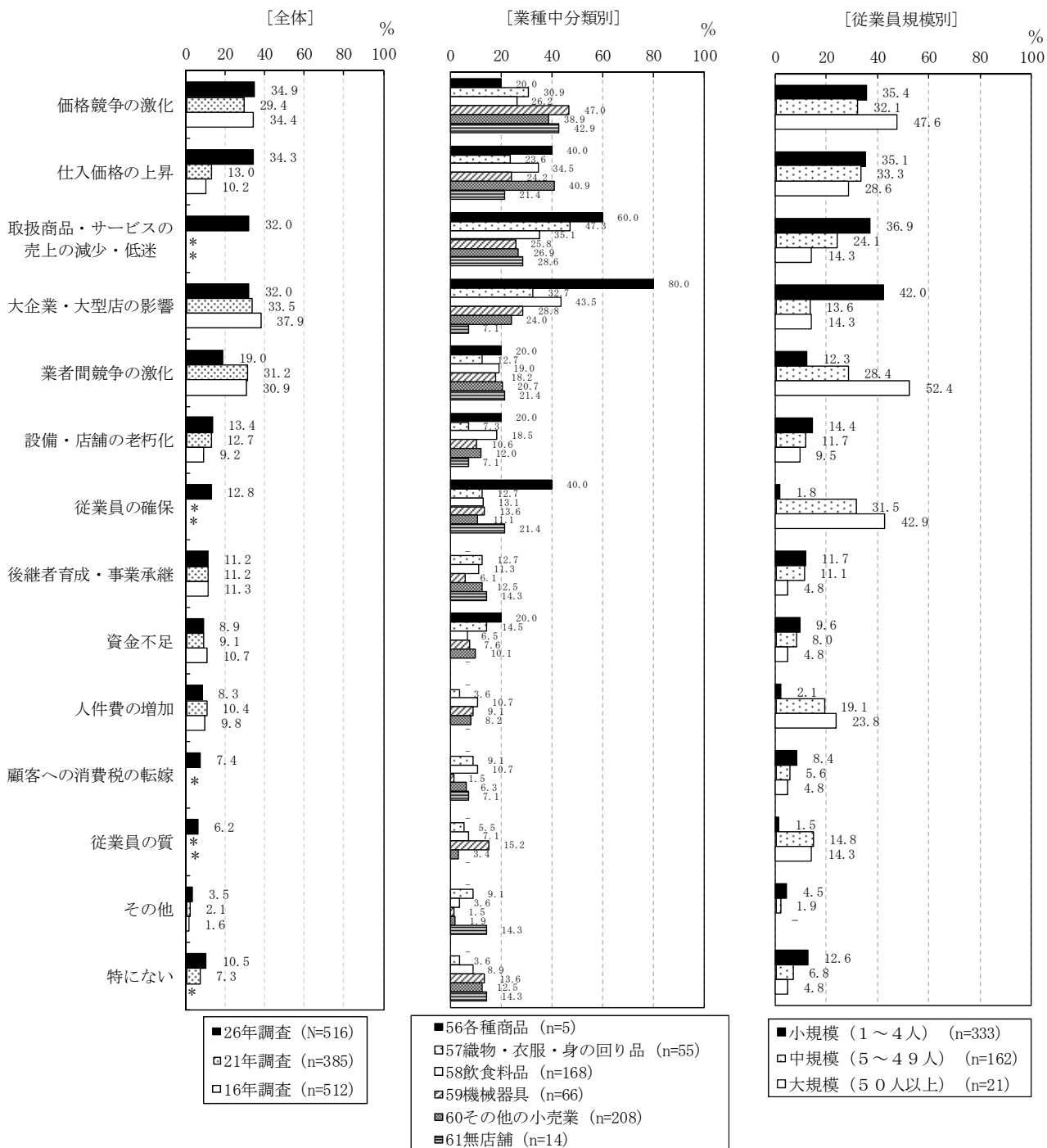
業種中分類別にみると、57 織物・衣服・身の回り品で「取扱商品・サービス売上の減少・低迷」(47.3%)、58 飲食料品で「大企業・大型店の影響」(43.5%)、60 その他で「仕入価格の上昇」(40.9%)、59 機械器具、61 無店舗で「価格競争の激化」(47.0%、42.9%)が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1～4人)で「大企業・大型店の影響」(42.0%)、中規模事業所(5～49人)で「仕入価格の上昇」(33.3%)、大規模事業所(50人以上)で「業者間競争の激化」(52.4%)が最も高くなっている。

図VI-1. 経営上の問題点(上位3項目)(3つまで選択)



図VI - 2. 経営上の問題点（3つまで選択）



(2) 経営上の問題点への対応策

①既に実施している対応策

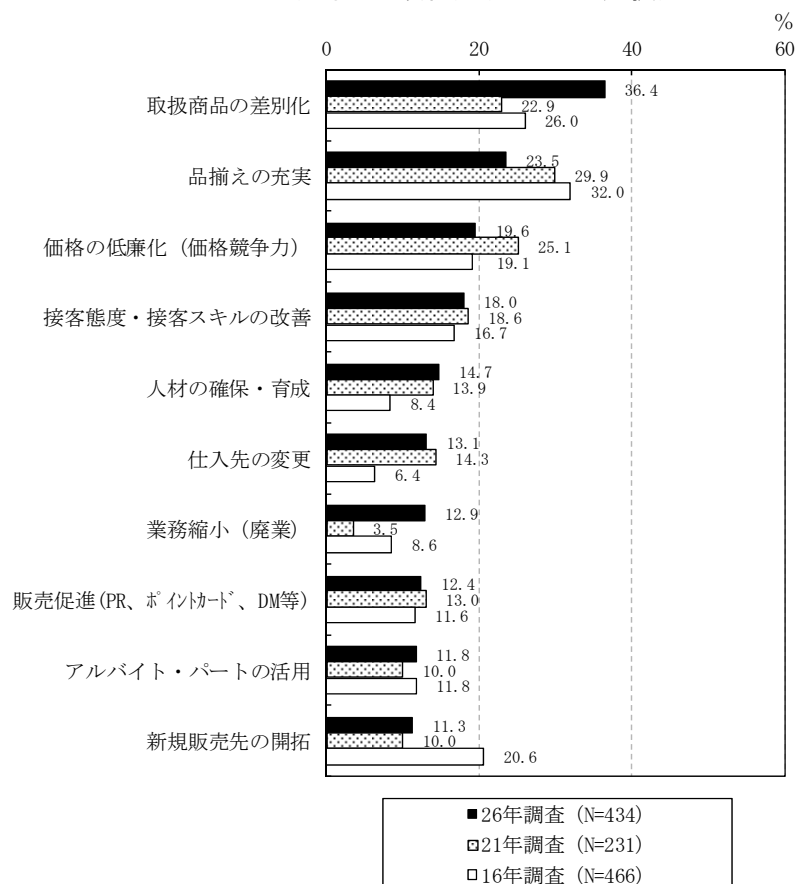
経営上の問題点に対して、既に実施している対応策は「取扱商品の差別化」が36.4%と最も高く、次いで、「品揃えの充実」(23.5%)、「価格の低廉化(価格競争力)」(19.6%)となっている。

16年調査、21年調査と比較すると、「取扱商品の差別化」等が増加しているのに対して、「品揃えの充実」等が減少している。

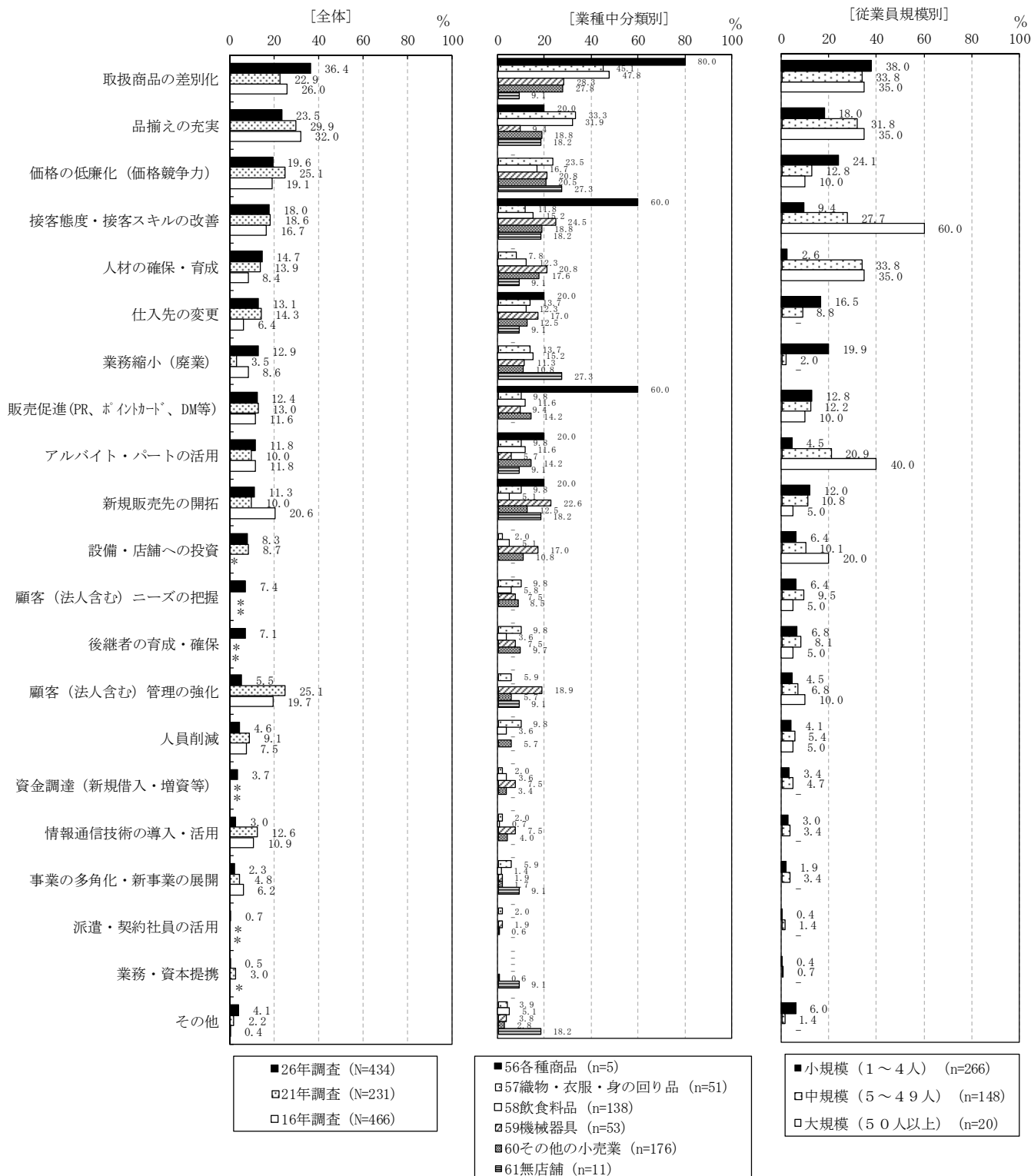
業種中分類別にみると、61無店舗で「価格の低廉化(価格競争力)」「業務縮小(廃業)」(共に27.3%)が最も高くなっている。61無店舗以外の業種では、「取扱商品の差別化」が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「取扱商品の差別化」(38.0%)が、中規模事業所(5~49人)で「取扱商品の差別化」「人材の確保・育成」(共に33.8%)、大規模事業所(50人以上)で「接客態度・接客スキルの改善」(60.0%)が最も高くなっている。

図VI-3. 経営上の問題点への対応策—既に実施している対応策
(上位10項目)(3つまで選択)



図VI - 4. 経営上の問題点への対応策—既に実施している対応策（3つまで選択）



②今後実施が必要な対応策

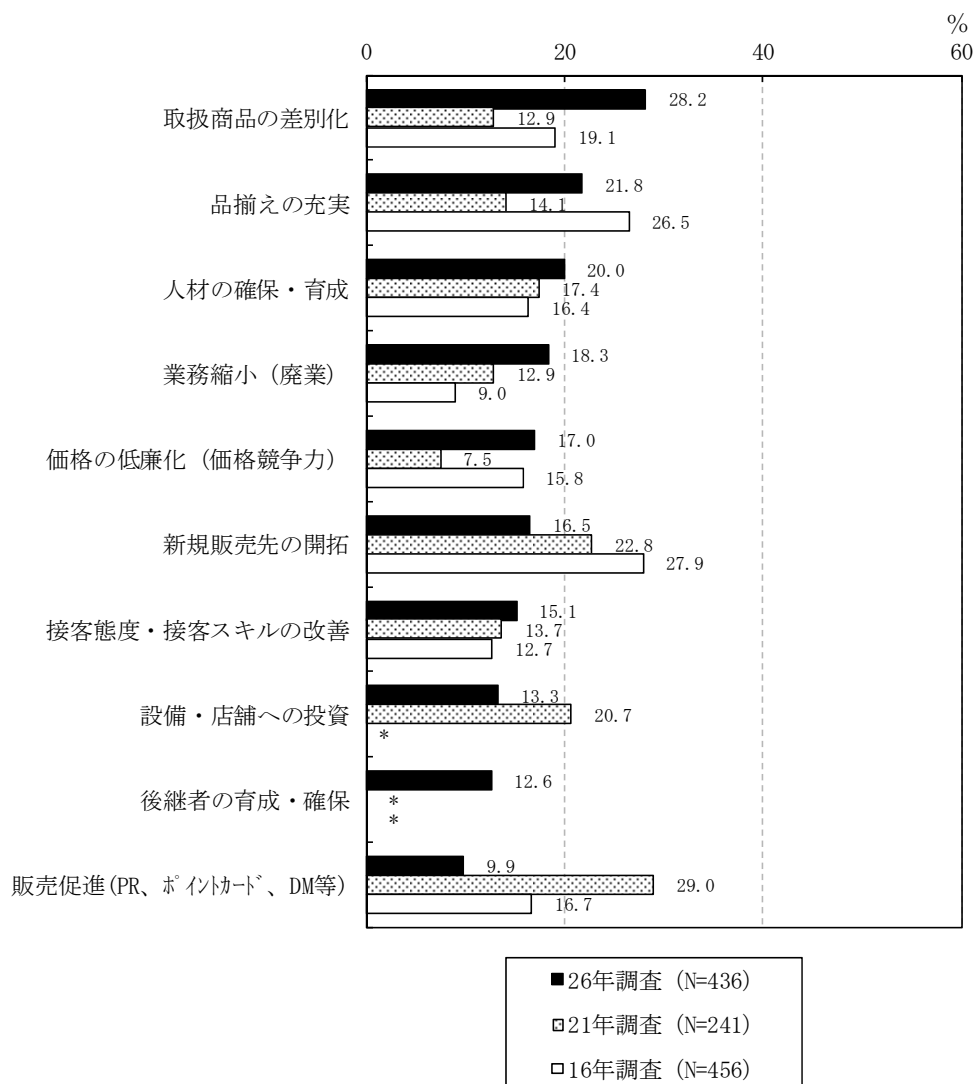
経営上の問題点に対して今後必要な対策は、「取扱商品の差別化」が28.2%で最も高くなっている。次いで、「品揃えの充実」(21.8%)、「人材の確保・育成」(20.0%)となっている。

16年調査、21年調査と比較すると、「新規販売先の開拓」が減少しているのに対して、「取扱商品の差別化」、「人材の確保・育成」、「業務縮小(廃業)」が増加している。

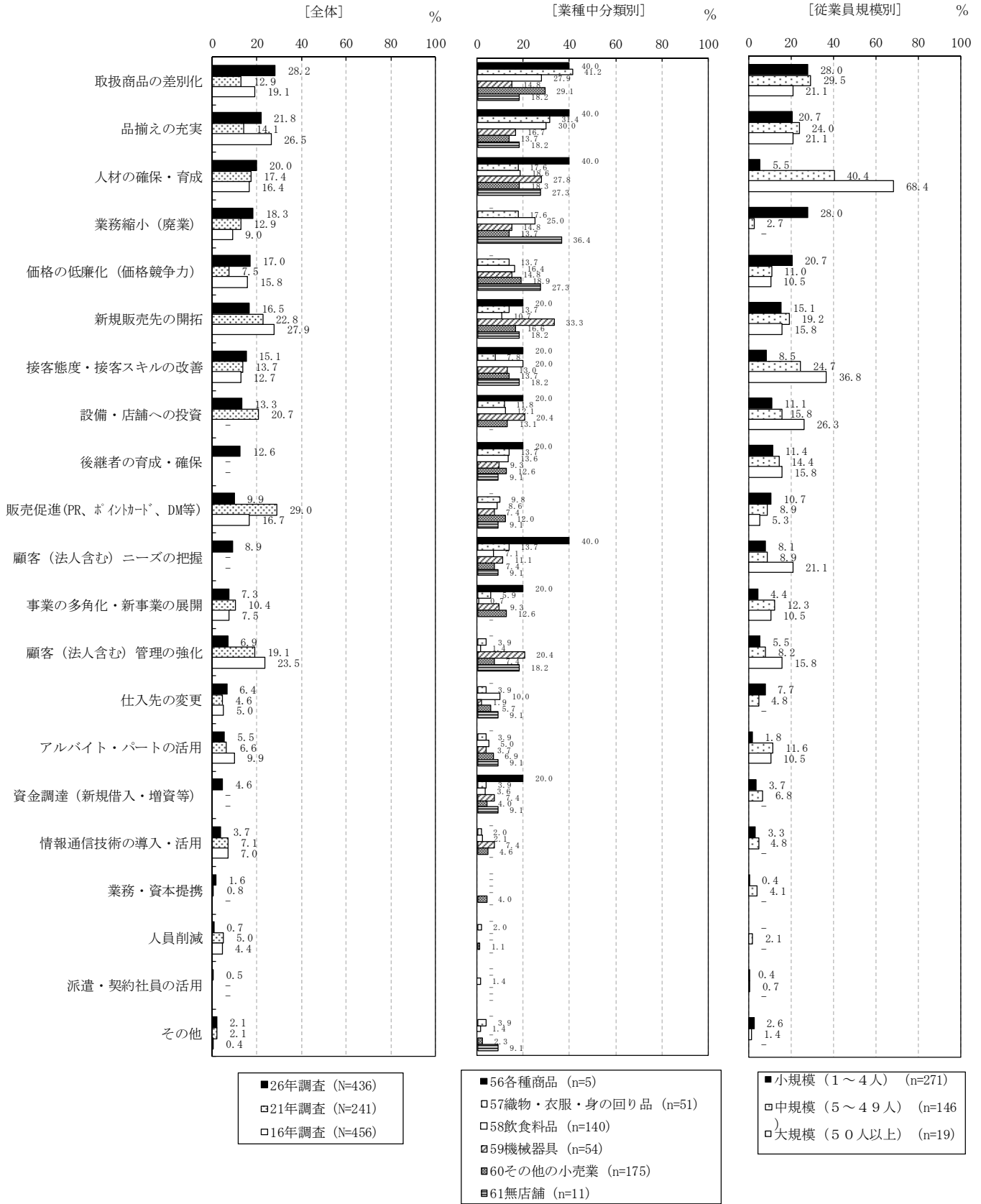
業種中分類別にみると、57 織物・衣服・身の回り品、60 その他で「取扱商品の差別化」(41.2%、29.1%)、58 飲食料品で「品揃えの充実」(30.0%)、59 機械器具で「新規販売先の開拓」(33.3%)、61 無店舗で「業務縮小(廃業)」(36.4%)が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「取扱商品の差別化」、「業務縮小(廃業)」(共に28.0%)、中規模事業所(5~49人)、大規模事業所(50人以上)では「人材の確保・育成」(40.4%、68.4%)が最も高くなっている。

図VI - 5. 経営上の問題点への対応策—今後実施が必要な対応策
(上位10項目)(3つまで選択)



図VI - 6. 経営上の問題点への対応策—今後実施が必要な対応策（3つまで選択）



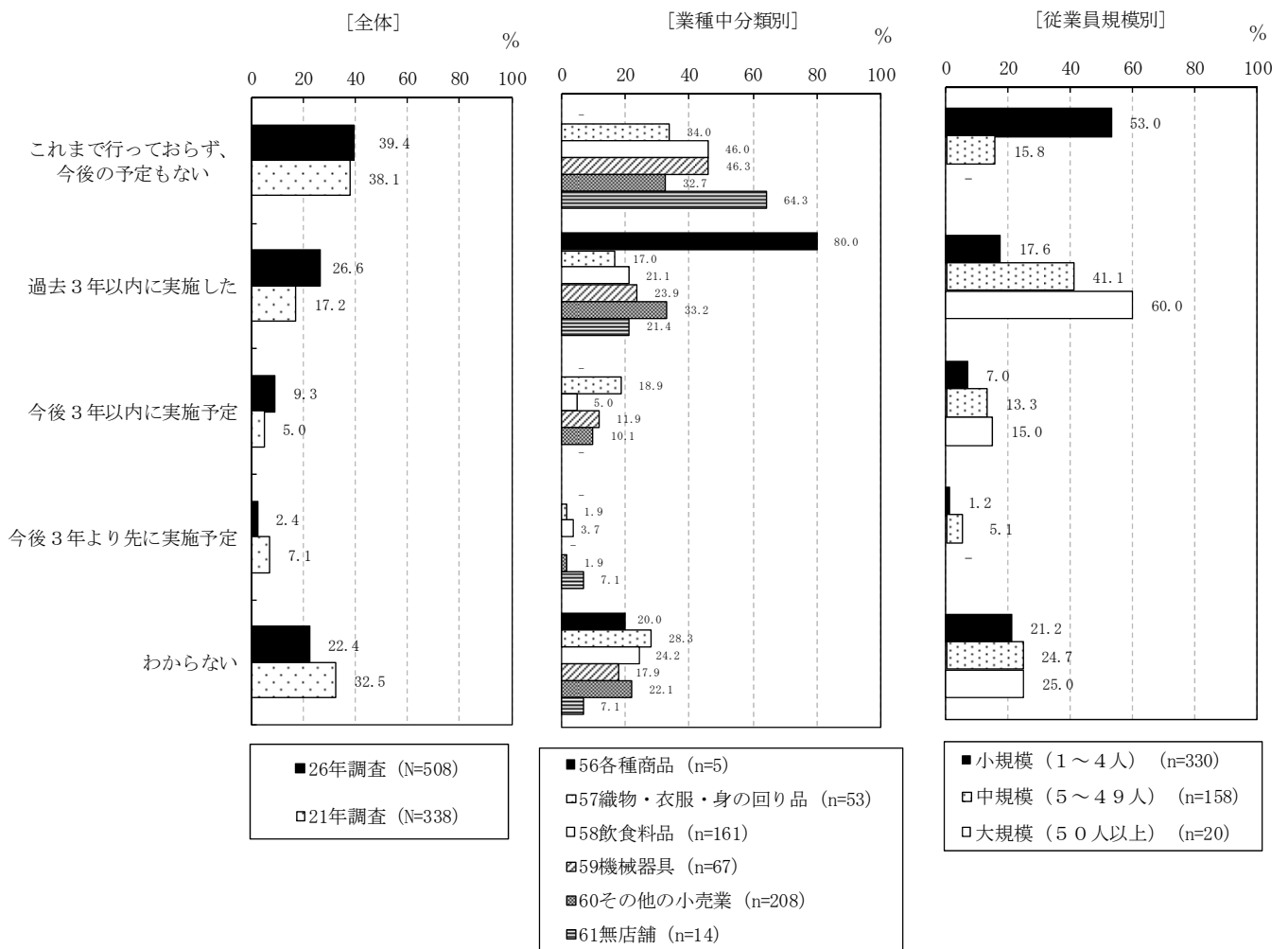
(3) 直近の設備投資予定・時期

事業所・店舗の設備投資（機械器具・備品の設置・更新、店舗の改修等）の直近の予定・時期は、「これまで行っておらず、今後の予定もない」が39.4%で最も高くなっている。次いで、「過去3年以内に実施した」（26.6%）、「今後3年以内に実施予定」（9.3%）となっている。

業種中分類別にみると、60 その他では「過去3年以内に実施した」（33.2%）が最も高くなっている。60 その他以外の業種では「これまで行っておらず、今後の予定もない」が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で「これまで行っておらず、今後の予定もない」（53.0%）が半数を超え最も高いのに対して、中規模事業所（5～49人）、大規模事業所（50人以上）では、「過去3年以内に実施した」（41.1%、60.0%）が最も高くなっている。

図VI - 7. 直近の設備投資予定・時期



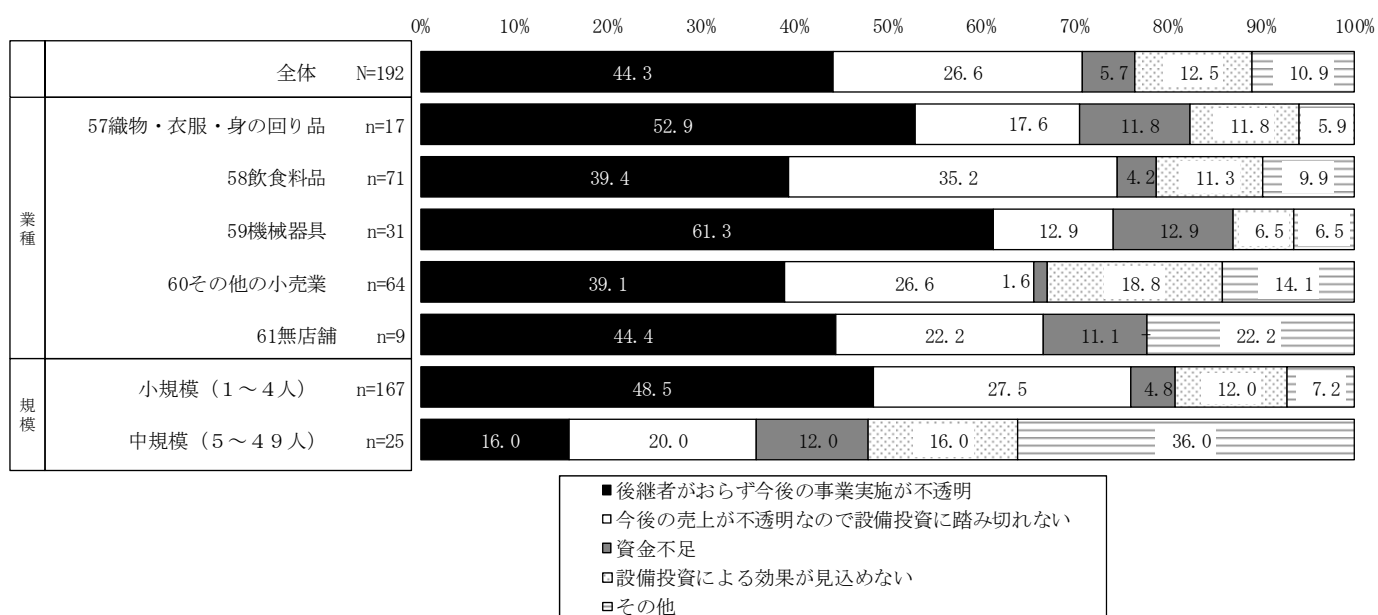
〔設備投資を行わない理由〕

設備投資を行わない理由は、「後継者がおらず今後の事業実施が不透明」が44.3%と最も高く、次いで「今後の売上が不透明なので設備投資に踏み切れない」(26.6%)、「設備投資による効果が見込めない」(12.5%)となっている。

業種中分類別にみると、59 機械器具で「後継者がおらず今後の事業実施が不透明」(61.3%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1～4人)で「後継者がおらず今後の事業実施が不透明」(48.5%)が最も高いのに対して、中規模事業所(5～49人)では「今後の売上が不透明なので設備投資に踏み切れない」(20.0%)が高くなっている。

図VI - 8. 設備投資を行わない理由



2. 業況の見通し

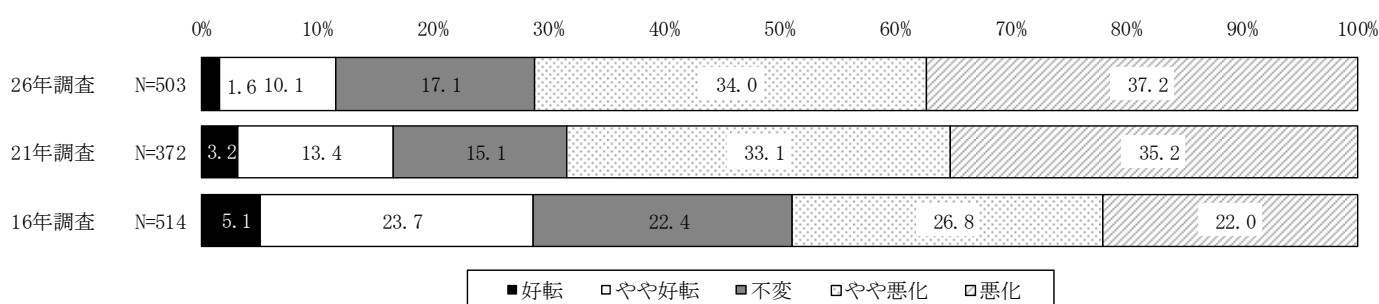
(1) 自社の業況見通し

自社の5年後(2019年)の業況見通しは、「好転」(1.6%)と「やや好転」(10.1%)の合計が11.7%で「やや悪化」(34.0%)と「悪化」(37.2%)の合計(71.2%)を59.5ポイントと大きく下回っている。21年調査と比較すると、「好転(計)」が減少しているのに対して、「悪化(計)」は増加している。

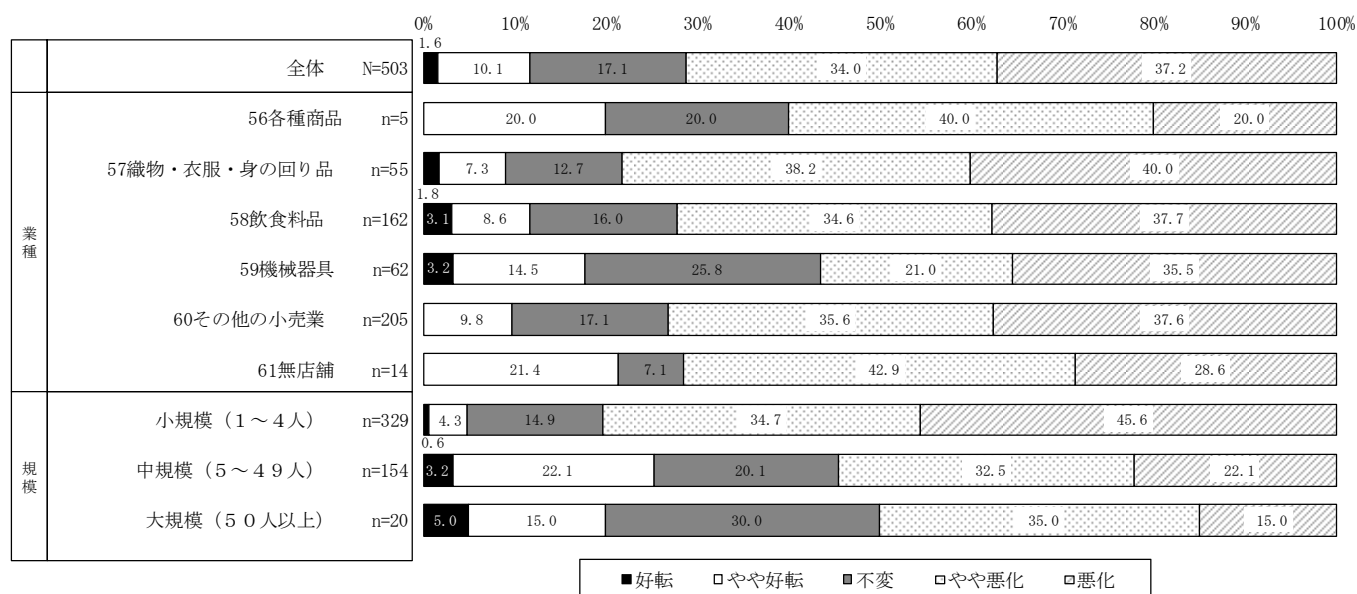
業種中分類別にみると、57織物・衣服・身の回り品で「悪化(計)」が78.2%と最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「悪化(計)」が80.3%と最も高くなっている。

図VI-9. 自社の5年後の業況見通し(過去調査との比較)



図VI-10. 自社の5年後の業況見通し



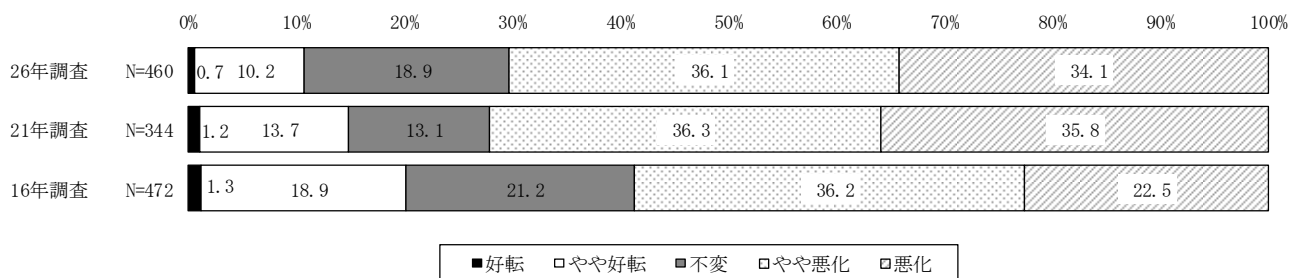
(2) 業界の業況見通し

業界の5年後(2019年)の業況見通しは、「好転」(0.7%)と「やや好転」(10.2%)の合計が10.9%で、「やや悪化」(36.1%)と「悪化」(34.1%)の合計(70.2%)を59.3ポイントと大きく下回っている。21年調査と比較すると、「好転(計)」、「悪化(計)」共に減少している。

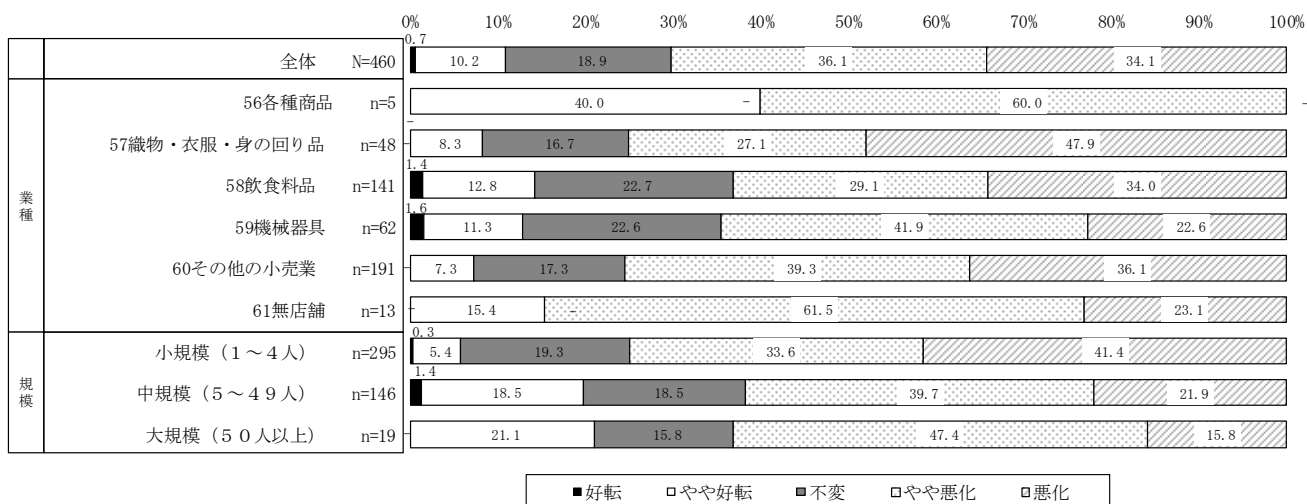
業種中分類別にみると、61無店舗で「悪化(計)」が84.6%と最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「悪化(計)」が75.0%と最も高くなっている。

図VI - 11. 業界の5年後の業況見通し(過去調査との比較)



図VI - 12. 業界の5年後の業況見通し



3.人材の確保について

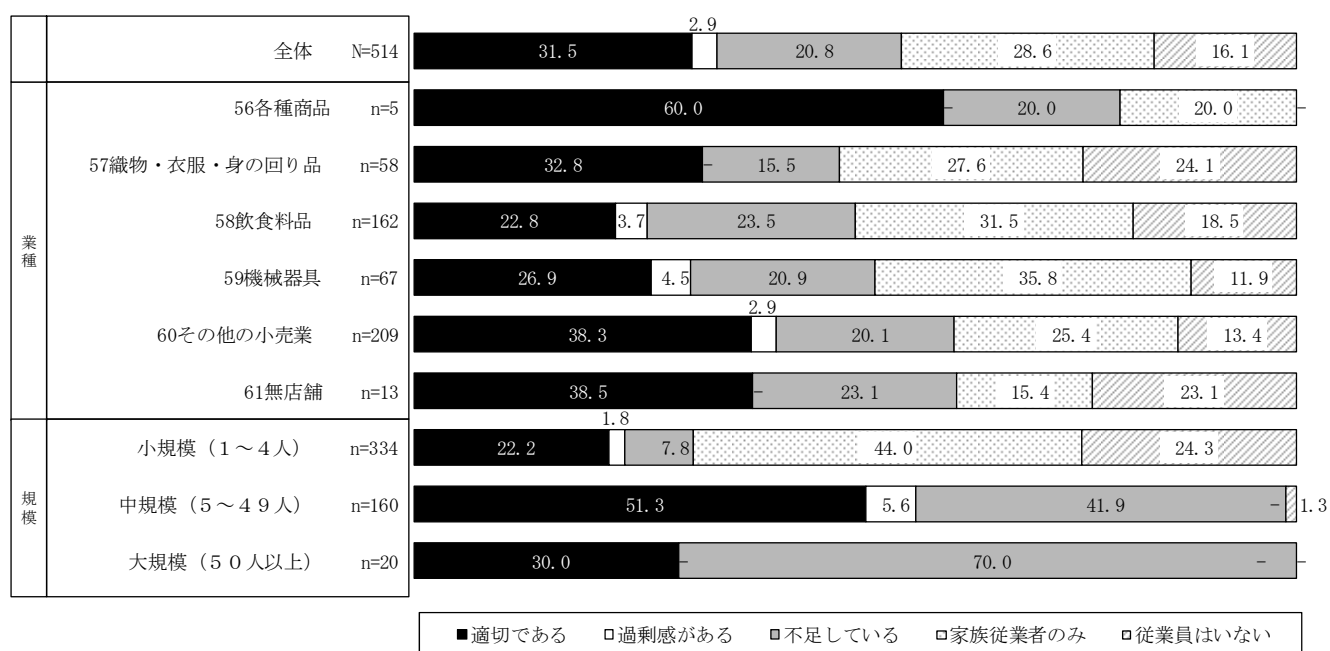
(1) 人員管理における従業員の過不足

人員管理において従業員は「過剰感がある」事業所は2.9%、「不足している」事業所は20.8%である。これに対して、「適切である」事業所は31.5%と最も高くなっている。

業種中分類別にみると、60 その他、61 無店舗で「適切である」(38.3%、38.5%)が他の業種に比べて高い。

規模別にみると、大規模事業所(50人以上)で「不足している」(70.0%)が非常に高くなっている。

図VI - 13. 人員管理における従業員の過不足

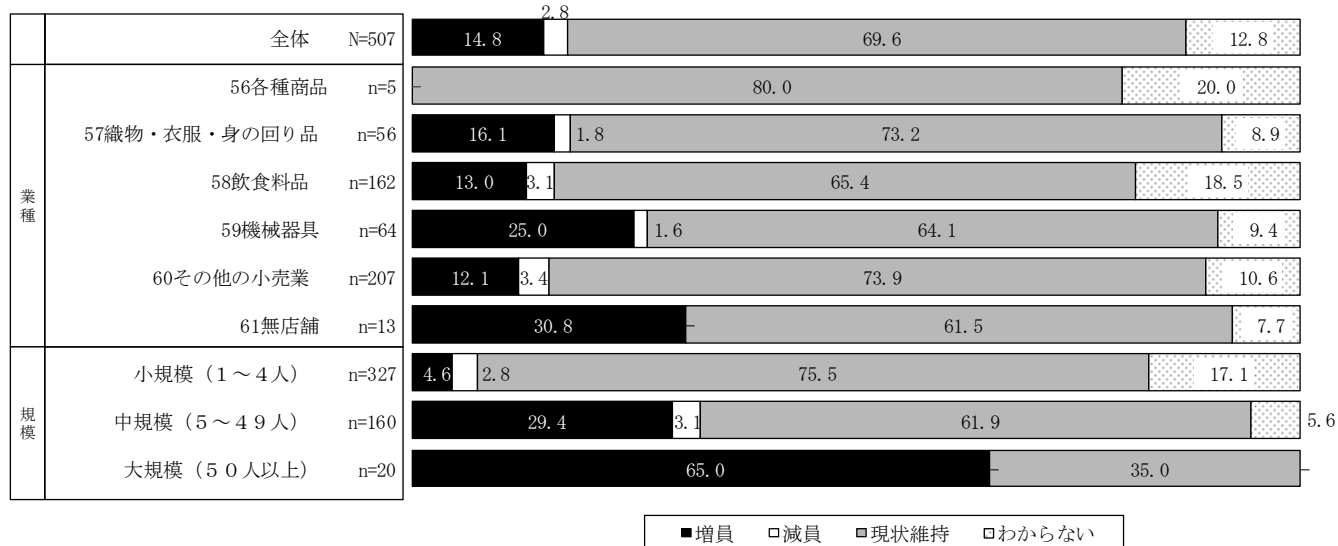


(2) 従業員の増減意向

今後の従業員数について「現状維持」が69.6%を占めているが、「増員」(14.8%)が「減員」(2.8%)を上回っている。

業種中分類別にみると、61無店舗で「増員」(30.8%)が他の業種に比べ高くなっている。規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「増員」が高くなっている。

図VI - 14. 従業員の増減意向



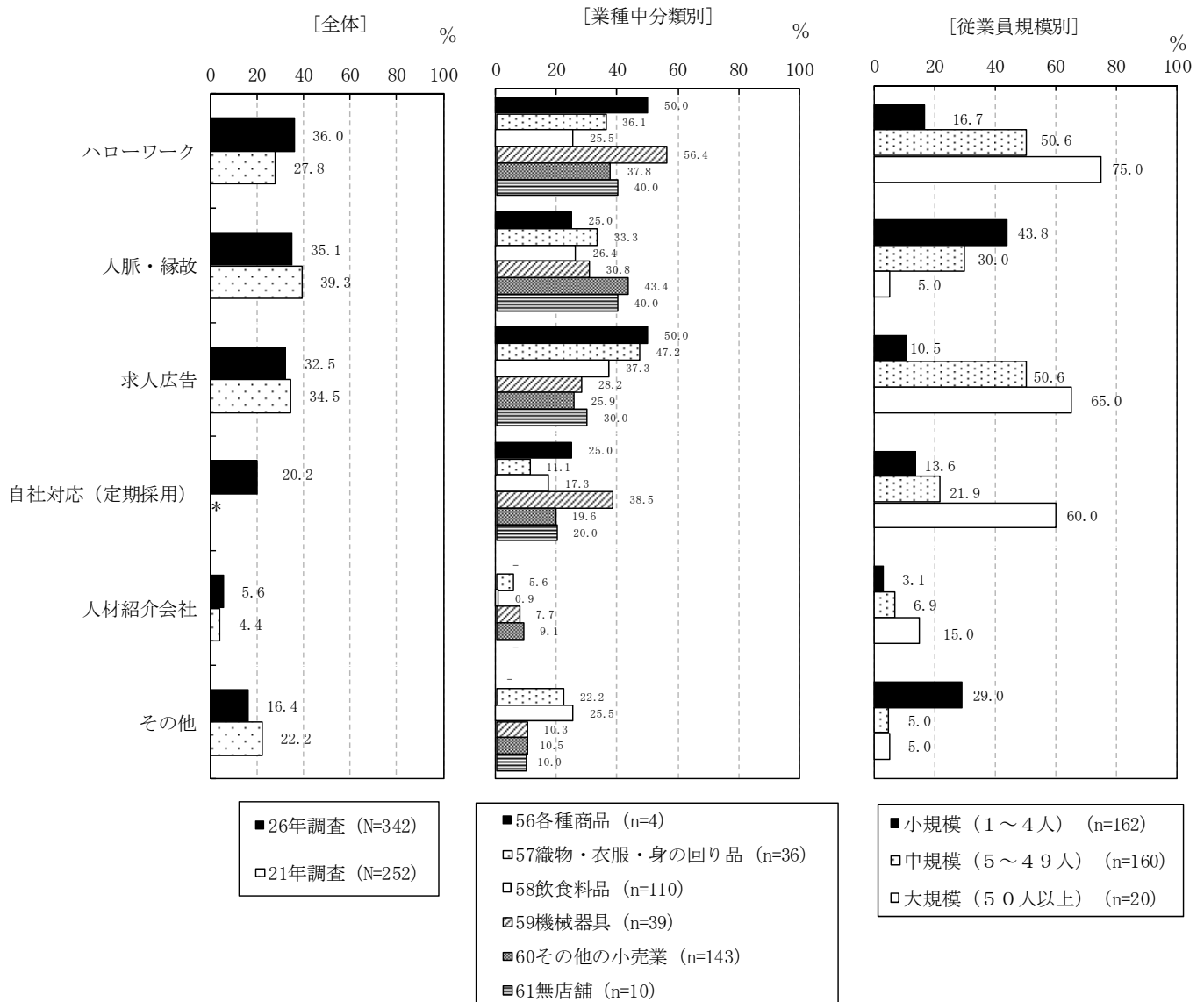
(3) 主に活用している従業員採用手段

従業員の採用手段として主に活用しているのは、「ハローワーク」が36.0%と最も高く、次いで「人脈・縁故」(35.1%)、「求人広告」(32.5%)となっている。

業種中分類別にみると、57 織物・衣服・身の回り品、58 飲食料品で「広告求人」(47.2%、37.3%)、60 その他で「人脈・縁故」(43.4%)、59 機械器具で「ハローワーク」(56.4%)、61 無店舗で「ハローワーク」「人脈・縁故」(共に40.0%)が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)では「人脈・縁故」(43.8%)、中規模事業所(5~49人)では「ハローワーク」「求人広告」(共に50.6%)、大規模事業所(50人以上)では「ハローワーク」(75.0%)が最も高くなっている。

図VI - 15. 主に活用している従業員採用手段(複数回答)



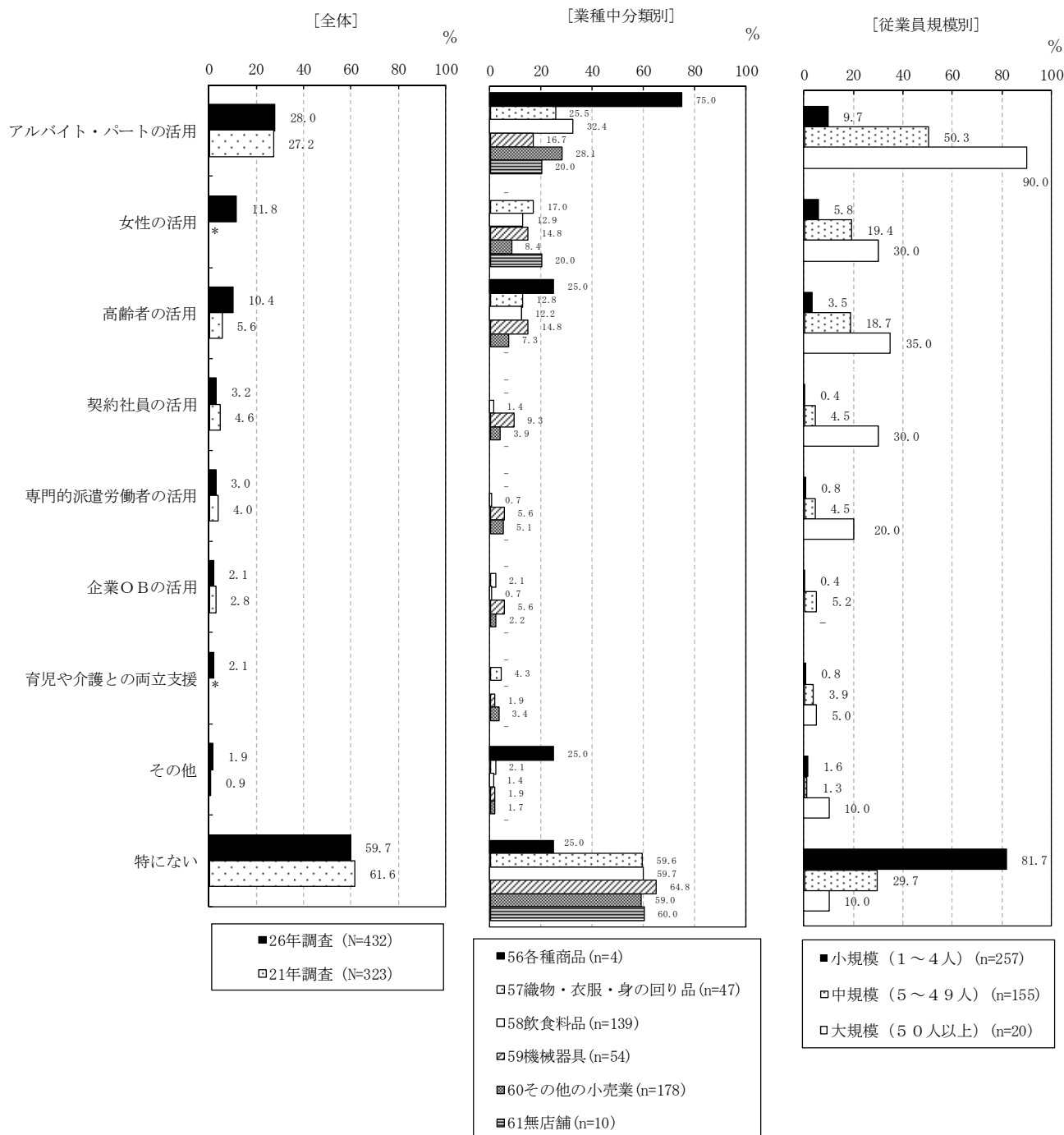
(4) 労働形態の多様化に対する取組意向

労働形態の多様化に対する取組意向は、「アルバイト・パートの活用」が28.0%と最も高く、次いで「女性の活用」(11.8%)、「高齢者の活用」(10.4%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「アルバイト・パートの活用」が最も高くなっている。61無店舗では「女性の活用」(20.0%)も高くなっている。

規模別にみると、全ての規模で「アルバイト・パートの活用」が最も高くなっている。

図VI - 16. 労働形態の多様化に対する取組意向（複数回答）



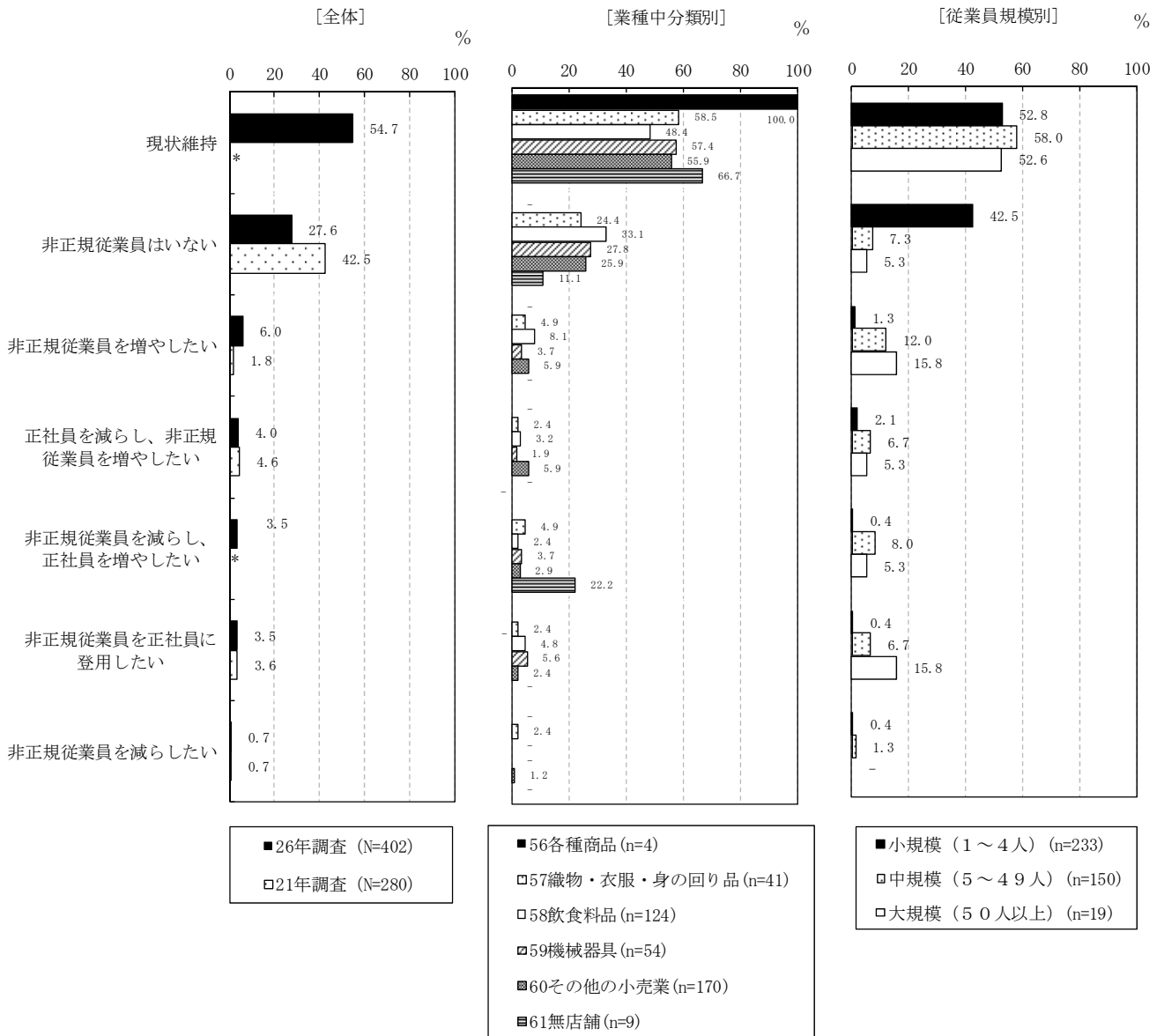
(5) 非正規従業員の雇用形態意向

非正規従業員の雇用形態については、「現状維持」が54.7%と最も高く、次いで「非正規従業員はいない」(27.6%)、「非正規従業員を増やしたい」(6.0%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「現状維持」が最も高くなっている。

規模別にみると、全ての規模で「現状維持」が最も高くなっている。小規模事業所(1～4人)では「非正規従業員はいない」(42.5%)も高くなっている。

図VI - 17. 非正規従業員の雇用形態意向



4. 後継者の育成

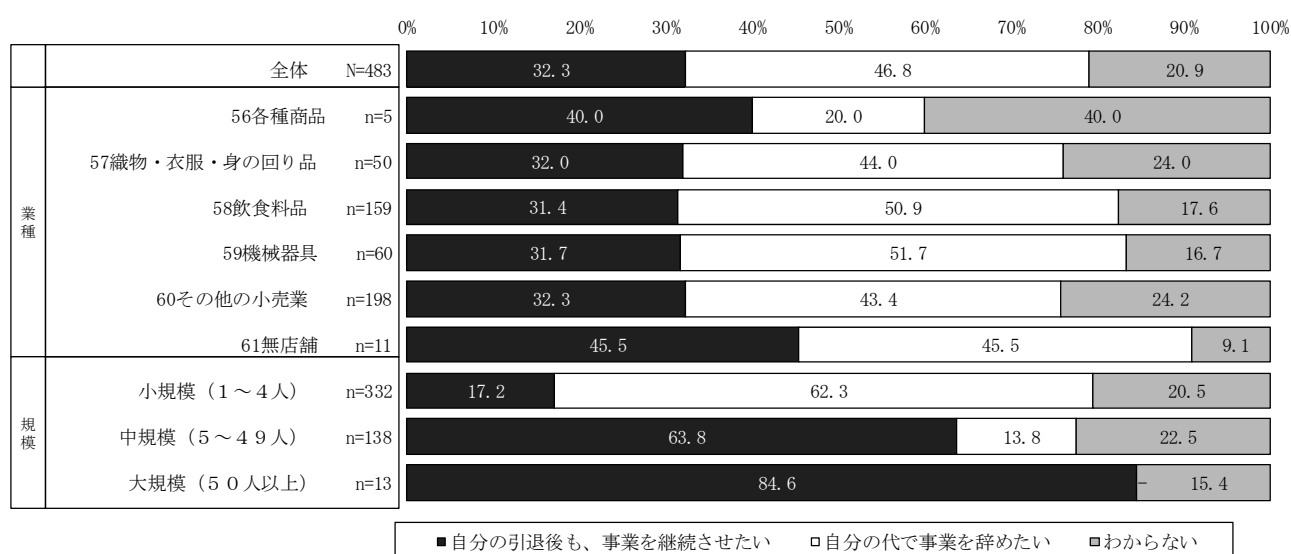
(1) 事業継続意向

事業継続意向は、「自分の引退後も、事業を継続させたい」が32.3%で、「自分の代で事業を辞めたい」の46.8%を下回った。

業種中分類別にみると、61無店舗で「自分の引退後も、事業を継続させたい」が45.5%で、他の業種に比べて事業継続意向が高くなった。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で「自分の代で事業を辞めたい」（62.3%）が高いのに対して、中規模事業所（5～49人）、大規模事業所（50人以上）では「自分の引退後も、事業を継続させたい」（63.8%、84.6%）が高くなっている。

図VI - 18. 事業継続意向



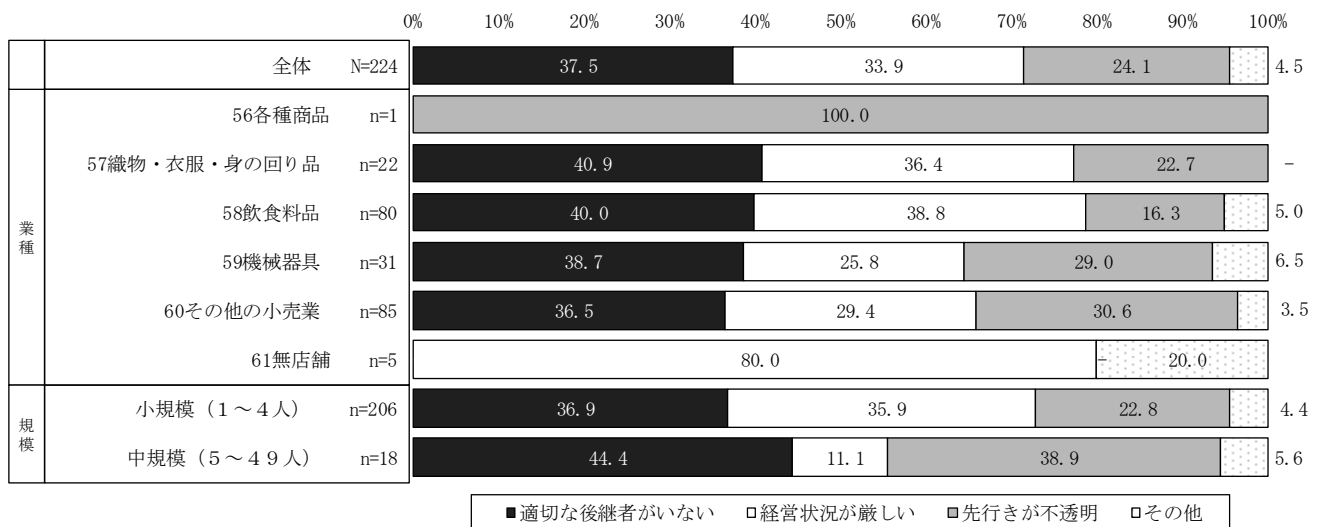
〔廃業検討理由〕

事業継続意向について「自分の代で辞めたい」と回答した事業所が廃業を検討する理由は、「適切な後継者がいない」が37.5%で最も高く、次いで「経営状況が厳しい」（33.9%）、「先行きが不透明」（24.1%）となった。

業種中分類別にみると、57 織物・衣服・身の回り品、58 飲食料品で「経営状況が厳しい」（36.4%、38.8%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）より中規模事業所（5～49人）で「適切な後継者がいない」（36.9%＜44.4%）が高くなっている。

図VI - 19. 廃業検討理由



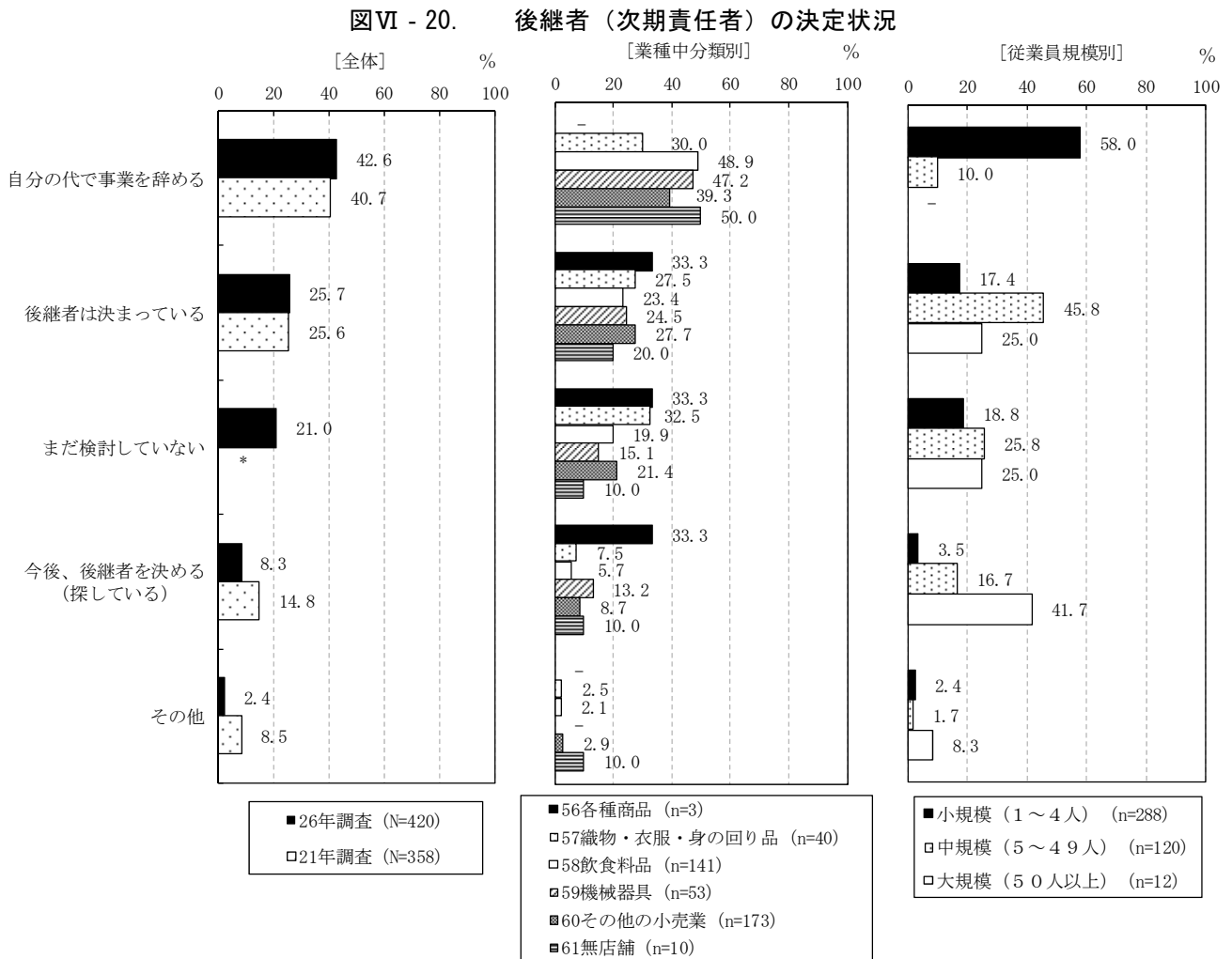
(2) 後継者（次期責任者）の決定状況

後継者（次期責任者）の決定状況は、「自分の代で事業を辞める」が42.6%と最も高く、次いで「後継者は決まっている」（25.7%）、「まだ検討していない」（21.0%）となっている。

21年調査と比較すると、「自分の代で事業を辞める」の割合がやや増加し（40.7%→42.6%）、「今後、後継者を決める（探している）」の割合が減少している（14.8%→8.3%）。

業種中分類別にみると、全ての業種で「自分の代で事業を辞める」が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「自分の代で事業を辞める」（58.0%）、中規模事業所（5～49人）で「後継者は決まっている」（45.8%）、大規模事業所（50人以上）で「今後、後継者を決める（探している）」（41.7%）が最も高くなっている。



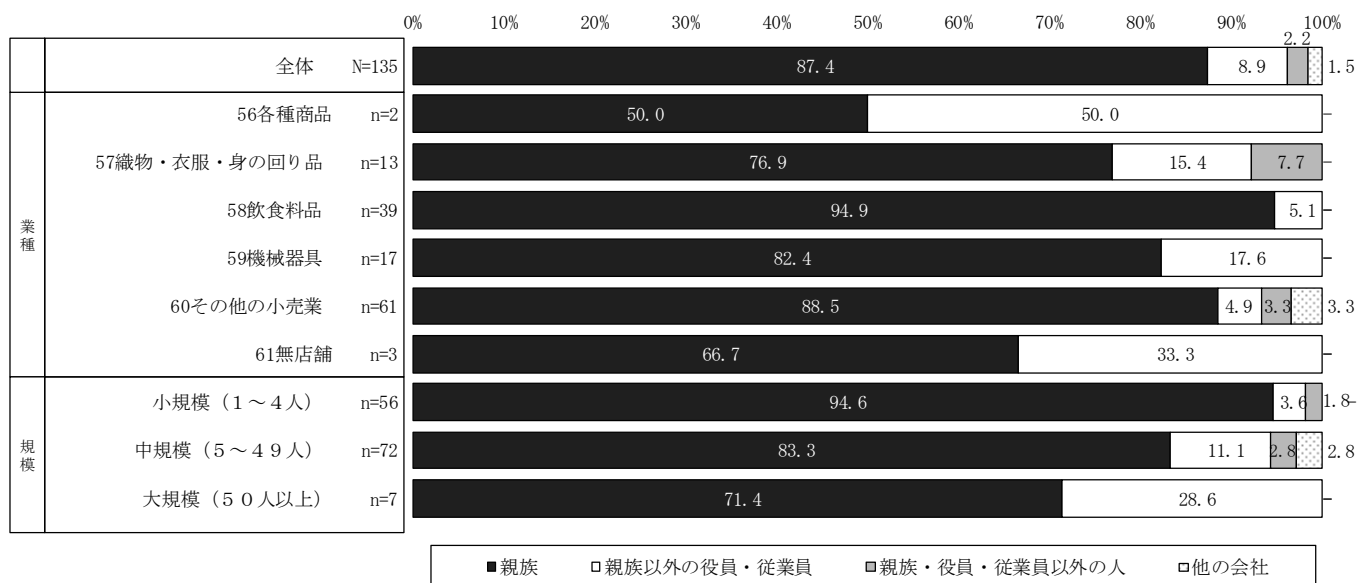
〔後継者〕

「後継者は決まっている」または「今後、後継者を決める（探している）」場合の予定者は、「親族」87.4%が高くなっている。

業種中分類別にみると、59 機械器具で「親族以外の役員・従業員」の割合（17.6%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）の方が中規模事業所（5～49人）よりも「親族」の割合（94.6%＞83.3%）が高くなっている。

図VI - 21. 後継者



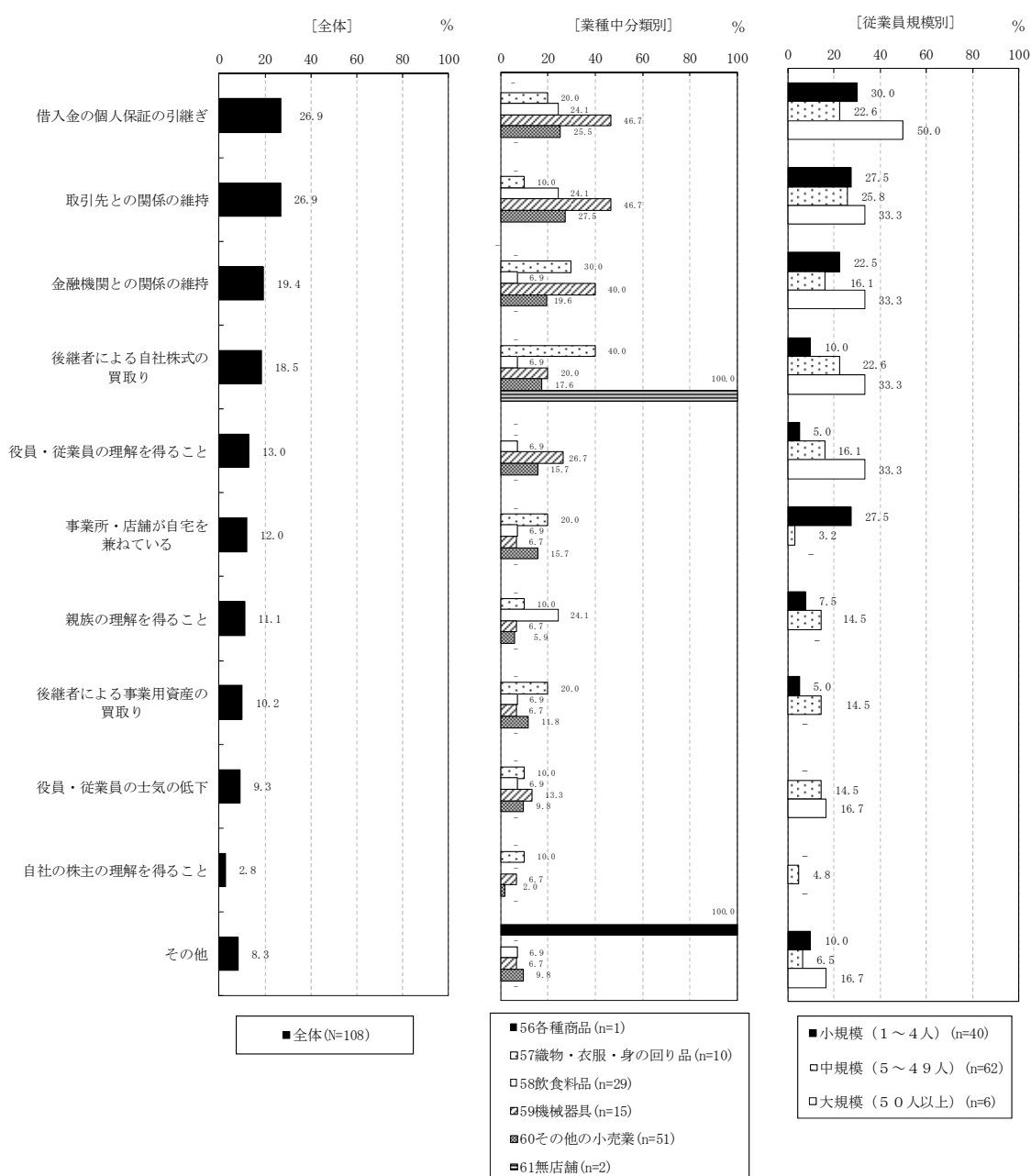
〔事業承継における問題点〕

事業承継における問題点は、「借入金の個人保証の引継ぎ」「取引先との関係維持」が共に 26.9%と最も高く、次いで「金融機関との関係維持」(19.4%)となっている。

業種中分類別にみると、57 織物・衣類・身の回り品では「後継者による自社株式の買取り」(40.0%)、58 飲食料品では「借入金の個人保証の引継ぎ」「親族の理解を得ること」(共に 24.1%)、59 機械器具では「借入金の個人保証の引継ぎ」「取引先との関係維持」(共に 46.7%)、60 その他では「取引先との関係維持」(27.5%)が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1～4人)で「借入金の個人保証の引継ぎ」(30.0%)が最も高くなっているのに対して、中規模事業所(5～49人)では「取引先との関係維持」(25.8%)が最も高くなっている。

図VI - 22. 事業承継における問題点



5. 資金調達の方法

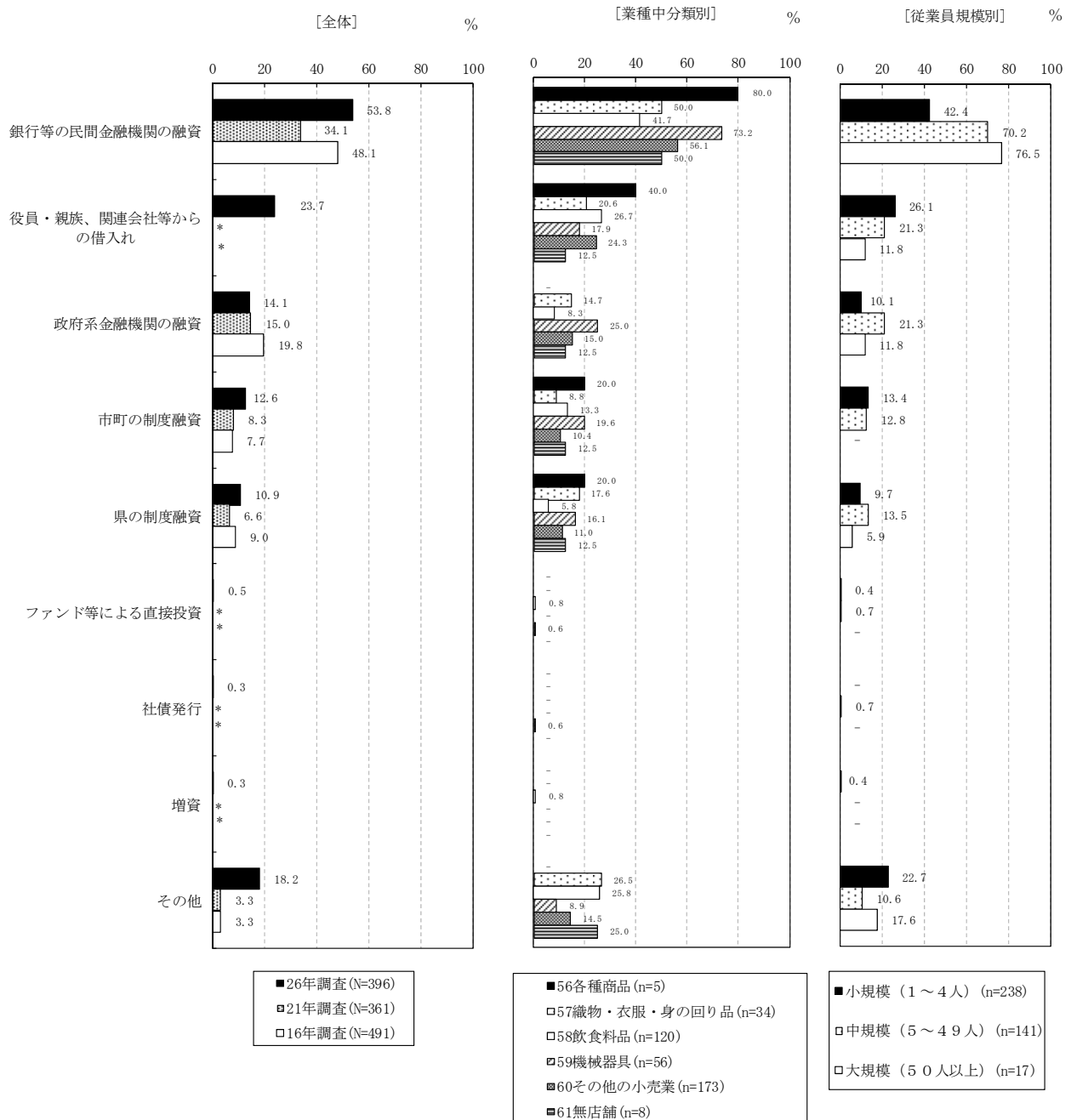
(1) 主な資金調達先

主な資金調達先は、「銀行等の民間金融機関の融資」が53.8%と最も高く、次いで「役員・親族、関連会社等からの借入れ」(23.7%)、「政府系金融機関の融資」(14.1%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「銀行等の民間金融機関の融資」が最も高くなっている。特に、59 機械器具 (73.2%) で他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、全ての規模で「銀行等の民間金融機関の融資」が最も高くなっているが、規模が大きくなるにつれてその割合が高まっている。

図VI - 23. 主な資金調達先 (複数回答)



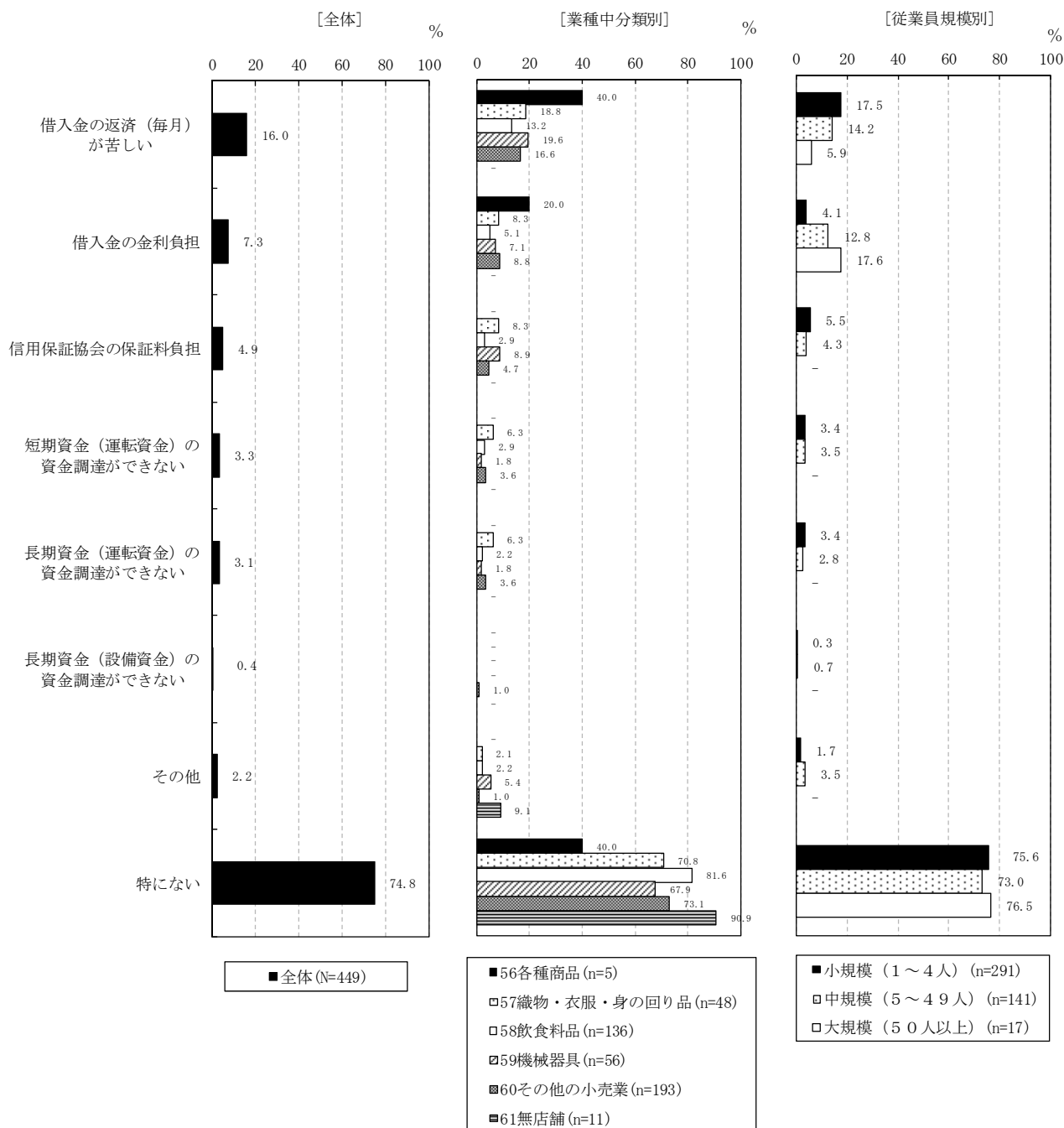
(2) 資金繰りに関する課題

資金繰りに関する課題は、「借入金の返済（毎月）が苦しい」が16.0%と最も高く、次いで「借入金の金利負担」(7.3%)、「信用保証協会の保証料負担」(4.9%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「借入金の返済（毎月）が苦しい」が最も高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれて「借入金の返済（毎月）が苦しい」が減っているのに対して、「借入金の金利負担」が増えている。

図VI - 24. 資金繰りの課題（複数回答）



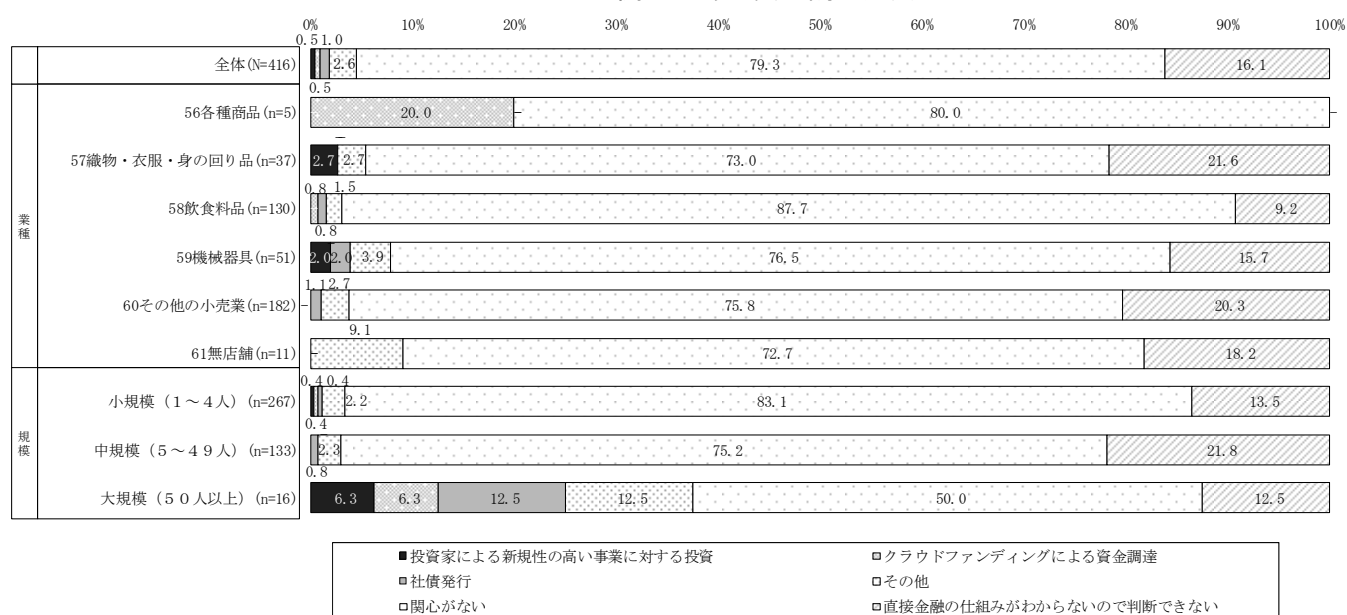
(3) 新たな資金調達方法への関心

新たな資金調達方法への関心は、「関心がない」が79.3%と圧倒的に多くなったが、わずかに「投資家による新規性の高い事業に対する投資」(0.5%)、「クラウドファンディング(注)による資金調達」(0.5%)、「社債発行」(1.0%)もあった。

業種中分類別にみると、57織物・衣服・身の回り品で「投資家による新規性の高い事業に対する投資」(2.7%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)、中規模事業所(5~49人)では新たな資金調達方法への関心がほとんどないのに対して、大規模事業所(50人以上)では「投資家による新規性の高い事業に対する投資」「クラウドファンディングによる資金調達」(共に6.3%)、「社債発行」(12.5%)となっている。

図VI - 25. 関心のある資金調達方法



(注) クラウドファンディングとは、インターネットにより募集した小口投資による、金融機関を介さない直接金融の仕組み。一般の投資ファンドと異なり、一般市民等のファン作りという発想に基づく資金調達手段

6.経営情報の入手先や相談窓口

(1) 顧客の嗜好や商品情報の入手先

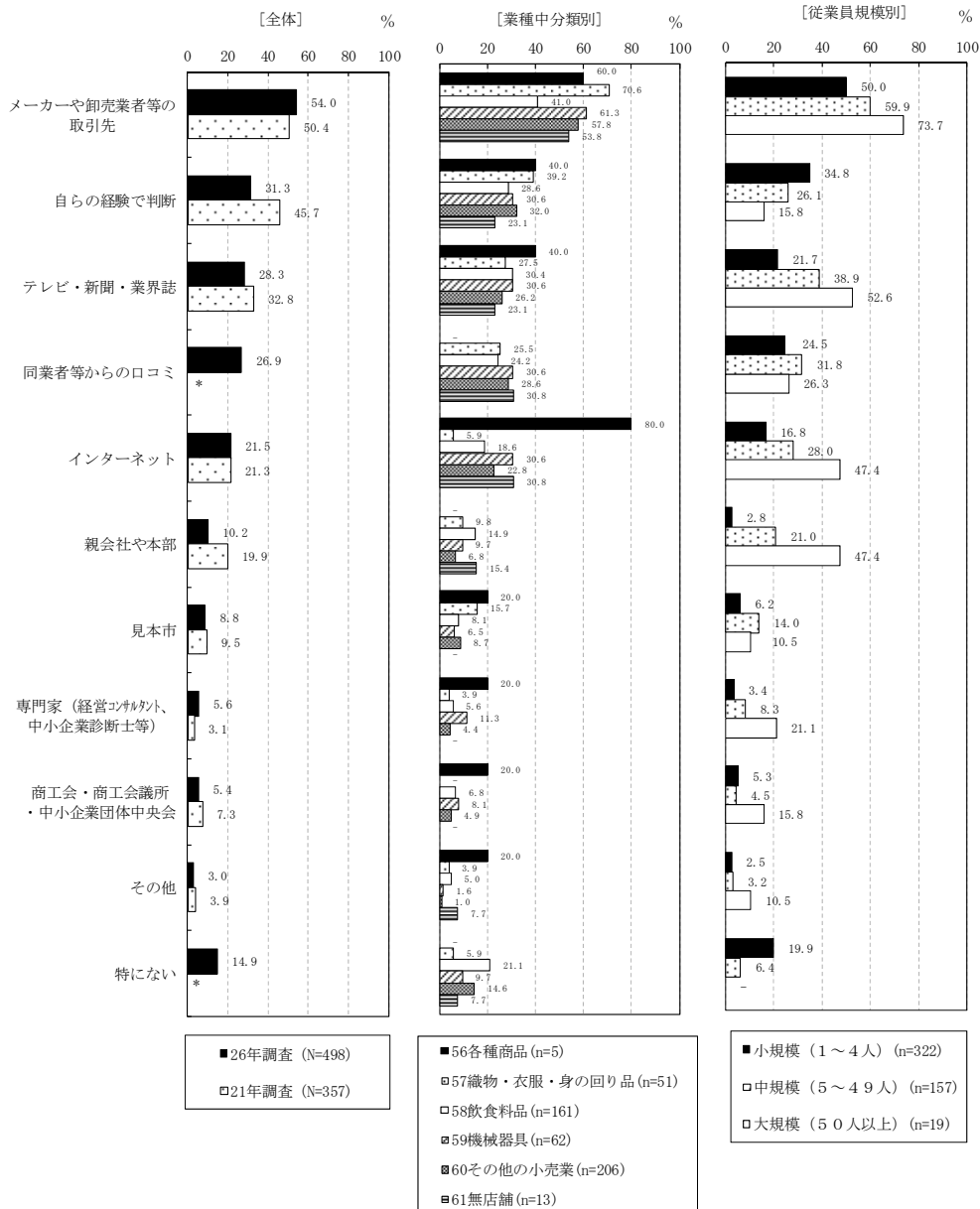
顧客の嗜好や商品情報の入手先は、「メーカーや卸売業者等の取引先」が54.0%と最も高く、次いで「自らの経験で判断」(31.3%)、「テレビ・新聞・業界紙等」(28.3%)となっている。

21年調査と比較すると、「メーカーや卸売業者等の取引先」(50.4%→54.0%)が増えているのに対して、「自らの経験で判断」(45.7%→31.3%)、「親会社や本部」(19.9%→10.2%)等で減少している。

業種中分類別にみると、全ての業種で「メーカーや卸売業者等の取引先」が最も高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれて「メーカーや卸売業者等の取引先」が増えているのに対して、規模が小さくなるにつれて「自らの経験で判断」が増えている。

図VI - 26. 顧客の嗜好や商品情報の入手先 (複数回答)



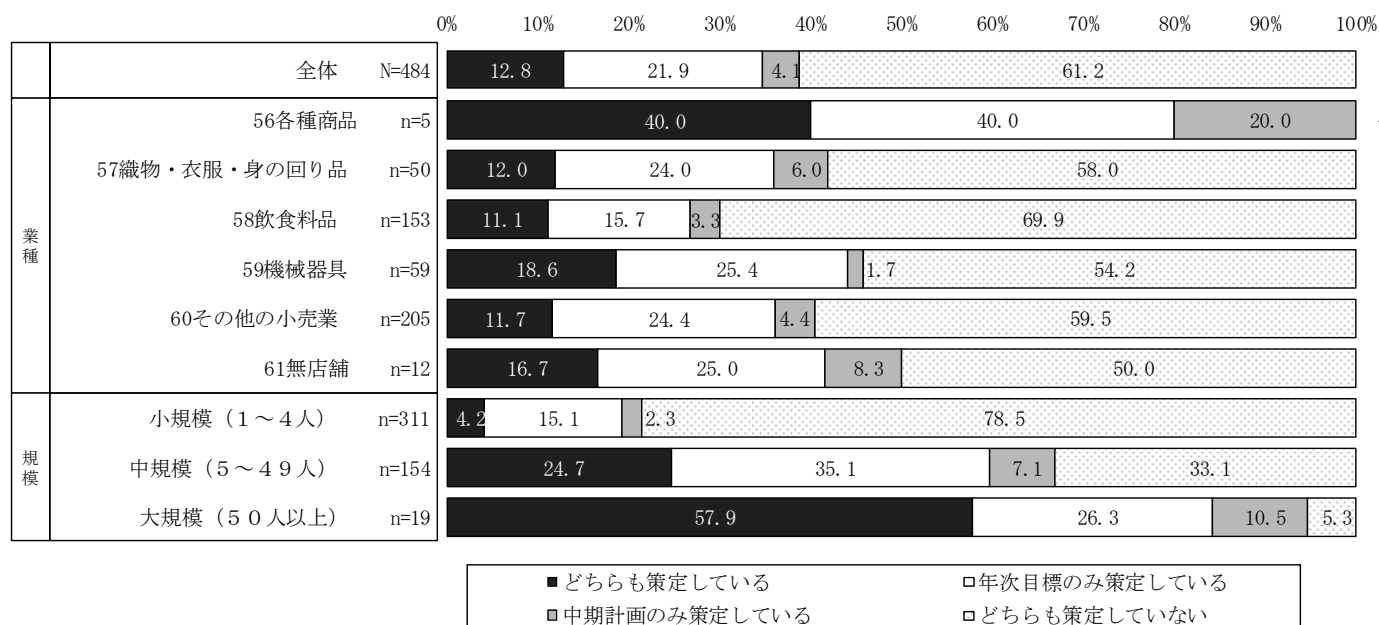
(2) 経営の年次目標や中期経営計画の策定の有無

経営計画の年次目標や中期経営計画（概ね3～5年）の策定については、「どちらも策定している」12.8%、「年次目標のみ策定している」21.9%、「中期経営計画のみ策定している」4.1%、「どちらも策定していない」61.2%となっている。

業種中分類別にみると、61無店舗でいずれかを策定している割合（50.0%）（注）が高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれていずれかを策定している割合が高くなっている。

図VI - 27. 経営の年次目標や中期経営計画の策定の有無



（注）「どちらも策定している」、「年次目標のみ策定している」、「中期経営計画のみ策定している」の合計

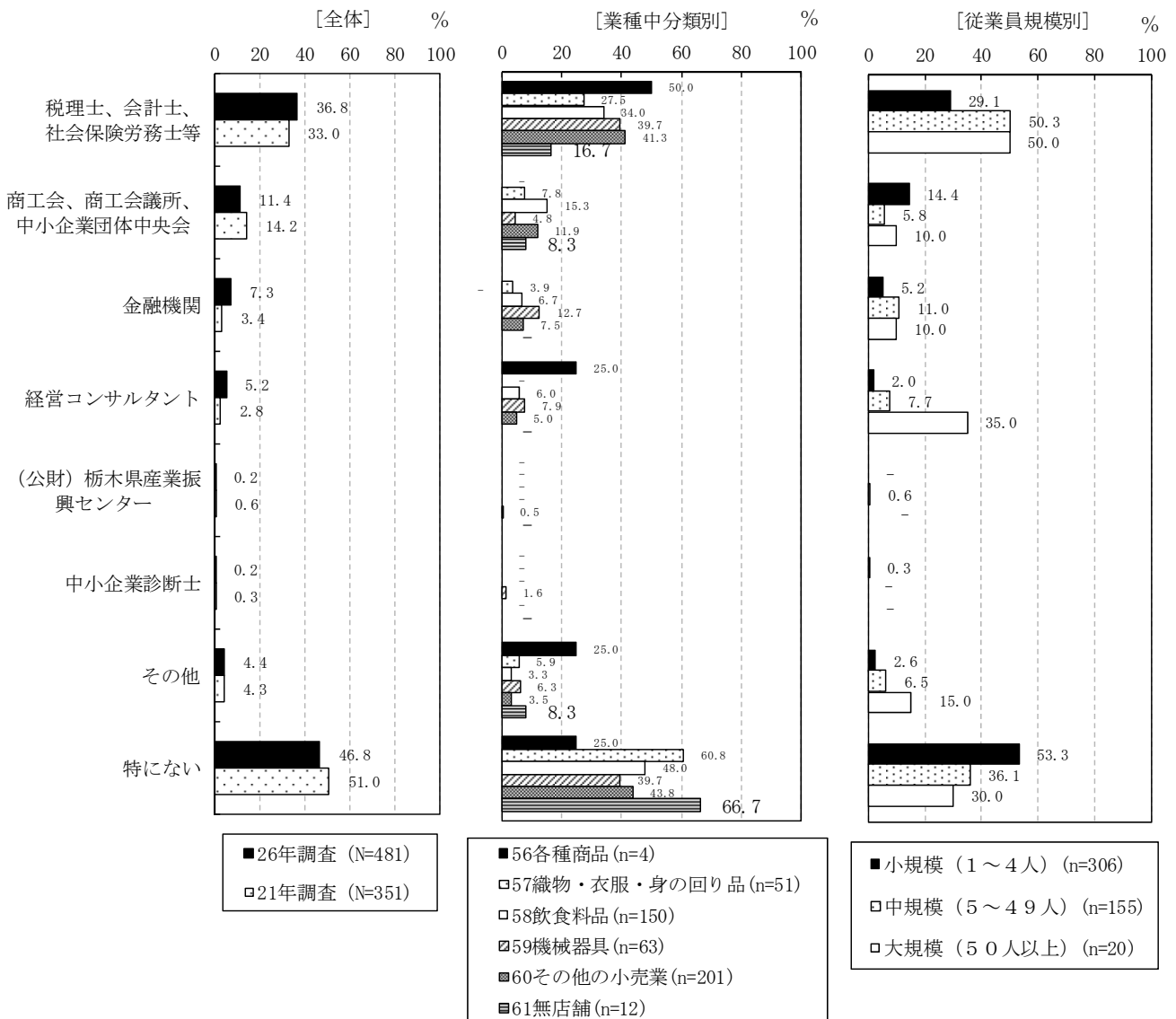
(3) 経営上の問題解決のために利用する相談窓口

経営上の問題解決のために利用する相談窓口は、「税理士、会計士、社会保険労務士等」が36.8%と最も高く、次いで「商工会、商工会議所、中小企業団体中央会」(11.4%)、金融機関(7.3%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「税理士、会計士、社会保険労務士等」が最も高くなっている。

規模別にみても、全ての規模で「税理士、会計士、社会保険労務士等」が最も高くなっている。

図VI - 28. 経営上の課題解決のために利用する相談窓口



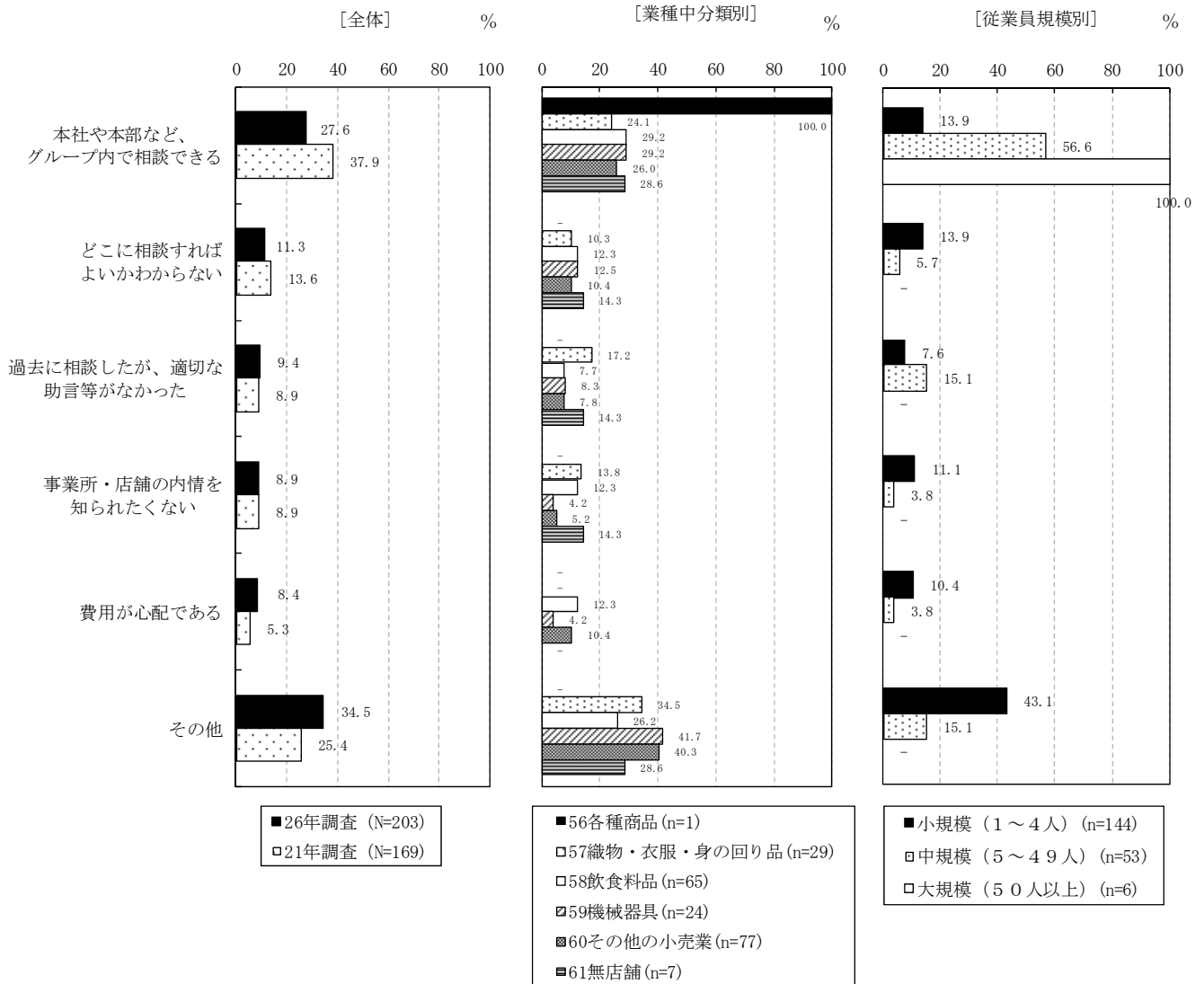
(4) 相談窓口を利用しない理由

経営上の課題を解決するための相談窓口が「特にない」と回答した事業所が相談窓口を利用しない理由は、「本社や本部など、グループ内で相談できる」が27.6%と最も高くなっているが、21年調査に比べると減少している。

業種中分類別にみると、全ての業種で「本社や本部など、グループ内で相談できる」が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「本社や本部など、グループ内で相談できる」と「どこに相談すればよいかわからない」が共に13.9%と高くなっている。中規模事業所（5～49人）では「本社や本部など、グループ内で相談できる」（56.6%）が最も高くなっている。

図VI - 29. 相談窓口を利用しない理由



7.販路の開拓

(1) 販路開拓の取組

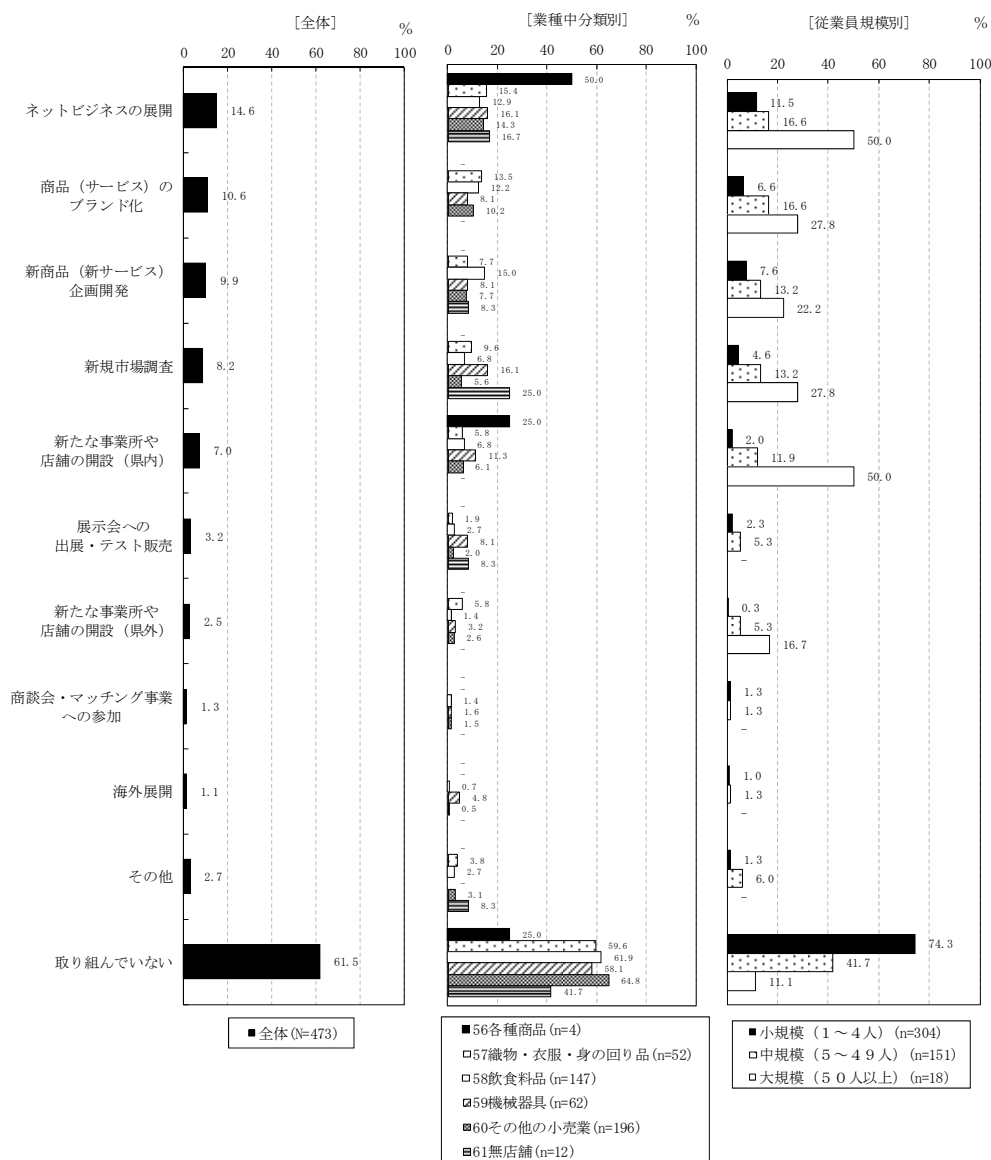
①既に取組んでいる販路開拓の取組

既に取組んでいる販路開拓の取組は、「ネットビジネスの展開」が14.6%と最も高く、次いで「商品（サービス）のブランド化」（10.6%）、「新商品（新サービス）企画開発」（9.9%）となっている。

業種中分類別にみると、58 飲食料品で「新商品（新サービス）企画開発」（15.0%）、61 無店舗で「新規市場調査」（25.0%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、全ての規模で「ネットビジネスの展開」（11.5%、16.6%、50.0%）が最も高くなっている。併せて中規模事業所（5～49人）では「商品（サービス）のブランド化」（16.6%）、大規模事業所（50人以上）では「新たな事業所や店舗の開設（県内）」（50.0%）が高くなっている。

図VI - 30. 既に取組んでいる販路開拓の取組（複数回答）



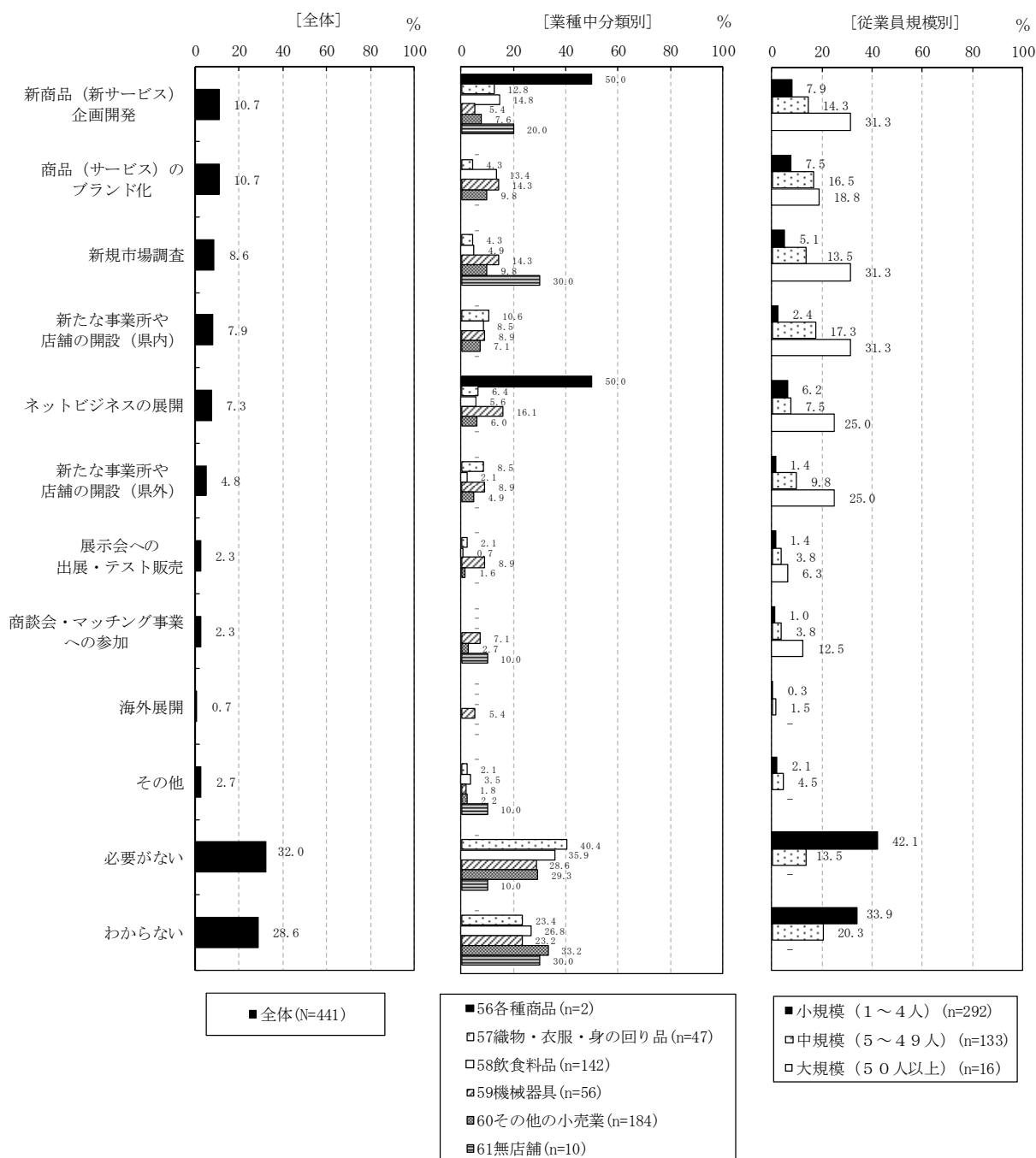
②今後力を入れていきたい販路開拓の取組

今後力を入れていきたい販路開拓の取組は、「新商品（新サービス）企画開発」「新商品（新サービス）ブランド化」が共に 10.7%と最も高く、次いで「新規市場調査」(8.6%)となっている。

業種中分類別にみると、61 無店舗で「新規市場調査」(30.0%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「新商品（新サービス）企画開発」(7.9%)、中規模事業所（5～49人）では「新たな事業所や店舗の開設（県内）」(17.3%)、大規模事業所（50人以上）では「新商品（新サービス）企画開発」「新規市場調査」「新たな事業所や店舗の開設（県内）」(いずれも 31.3%)が最も高くなっている。

図VI - 31. 今後力を入れていきたい販路開拓の取組（複数回答）



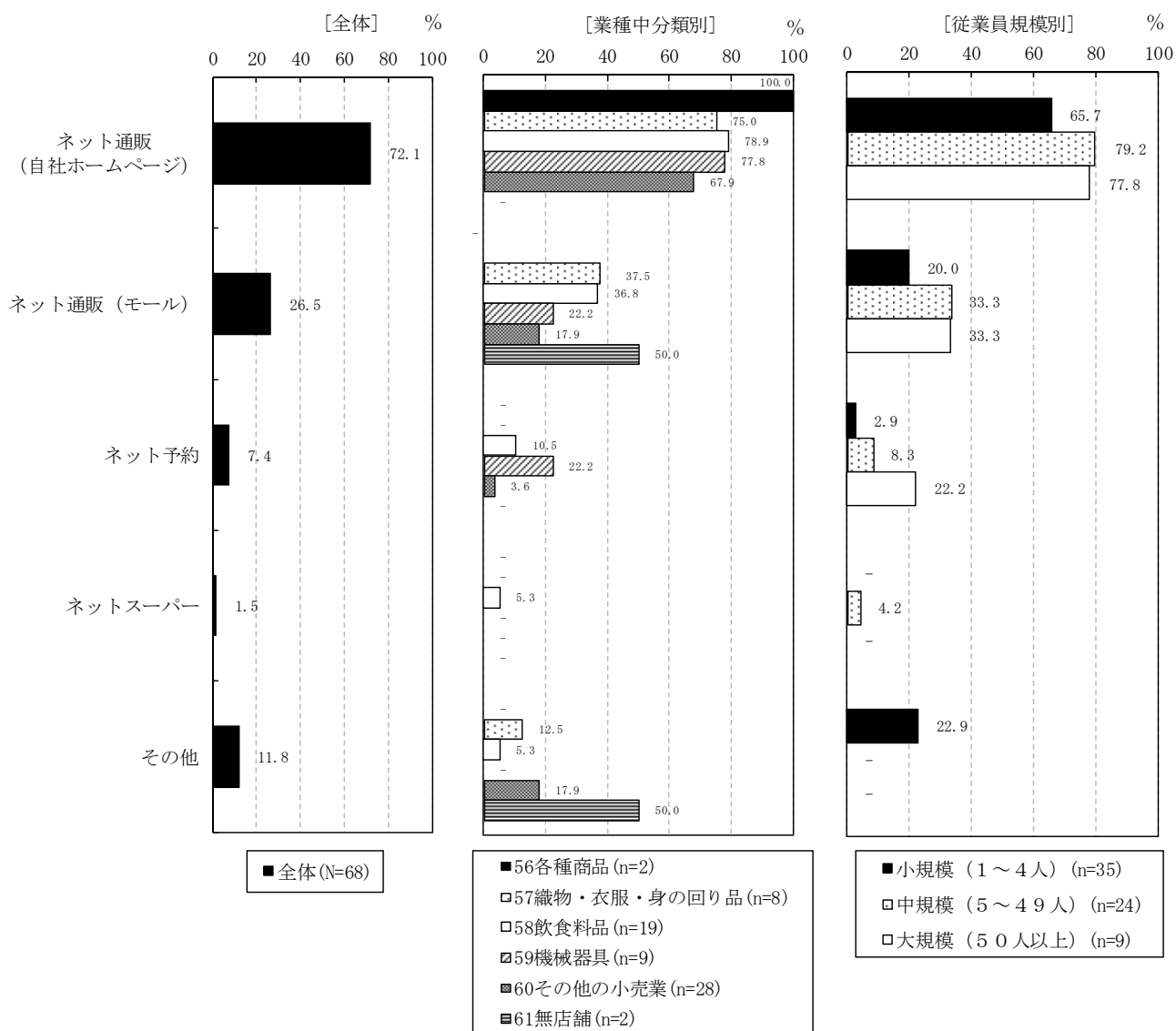
(2) ネットビジネス

①実施しているネットビジネス

「ネットビジネスを展開」している事業所で実施しているネットビジネスは、「ネット通販（自社ホームページ）」が72.1%と最も高く、次いで「ネット通販（モール）」(26.5%)、「ネット予約」(7.4%)となっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）、中規模事業所（5～49人）では「ネット通販（自社ホームページ）」(65.7%、79.2%)が最も高くなっている。

図VI - 32. 実施しているネットビジネス（複数回答）

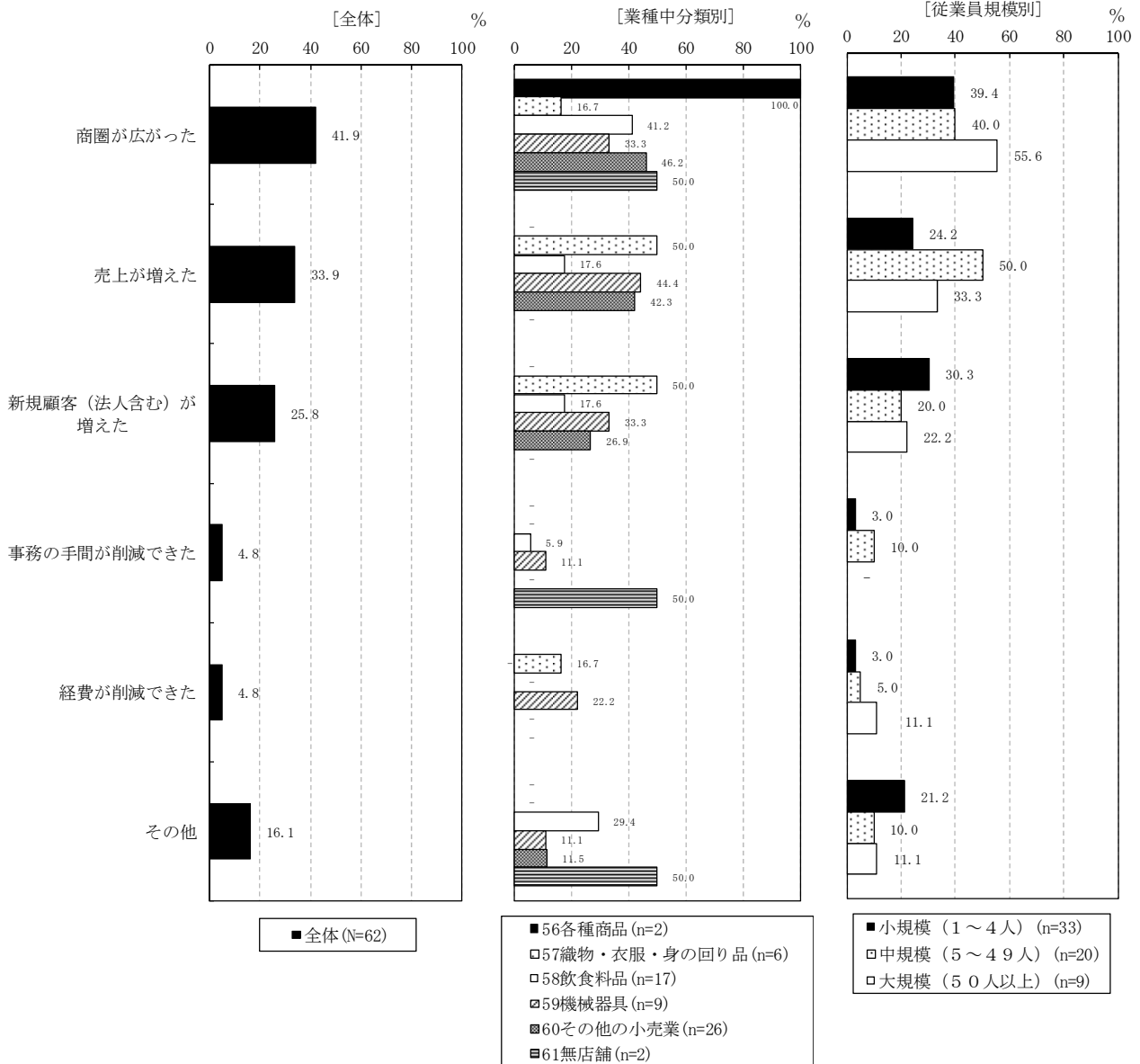


②ネットビジネス活用の効果

ネットビジネスを活用した効果は、「商圏が広がった」が41.9%と最も高く、次いで「売上が増えた」(33.9%)、「新規顧客(法人含む)が増えた」(25.8%)となっている。

規模別にみると、小規模事業所(1～4人)では「商圏が広がった」(39.4%)、中規模事業所(5～49人)は「売上が増えた」(50.0%)が最も高くなっている。

図VI - 33. ネットビジネス活用効果(複数回答)

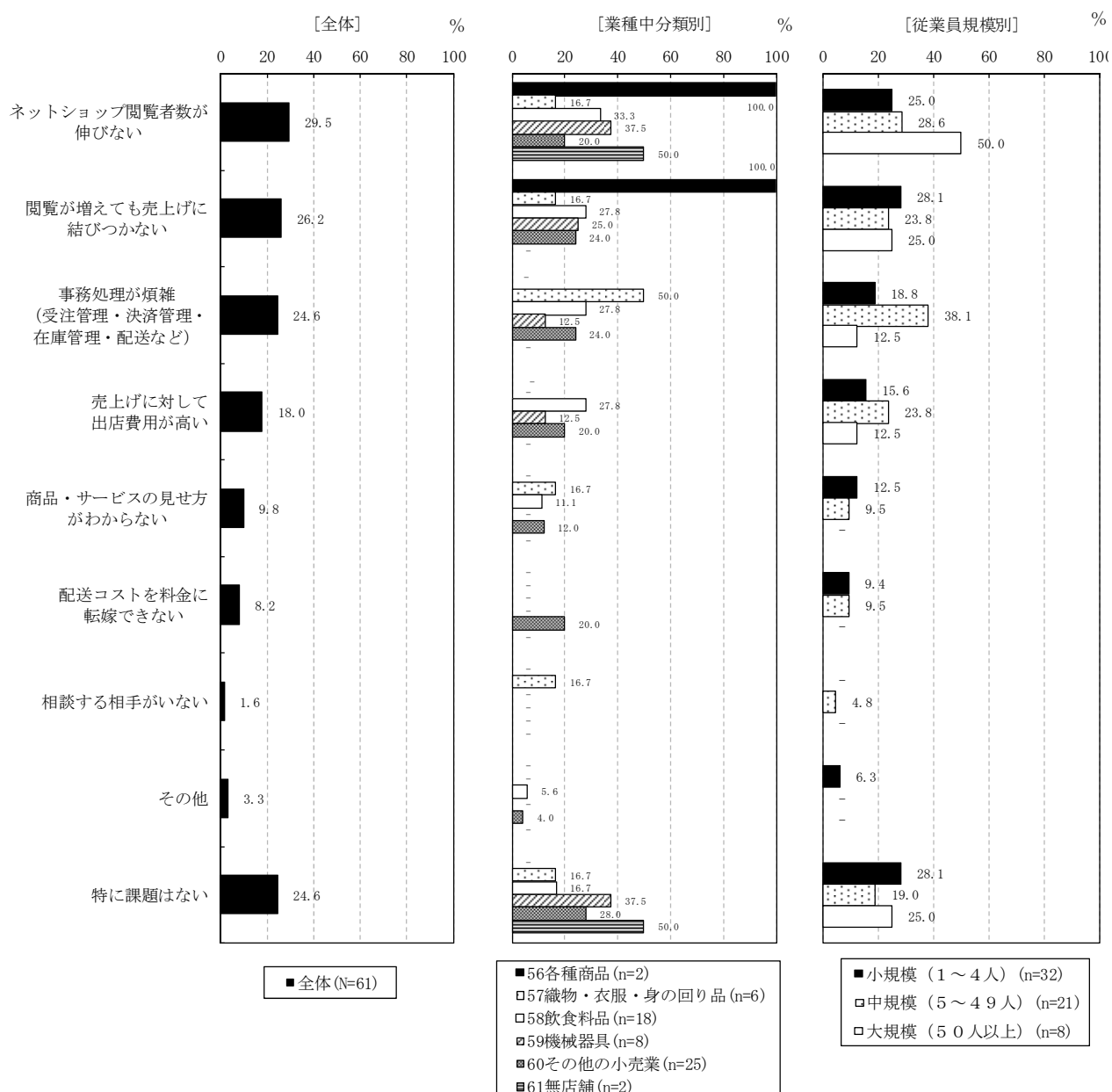


③ネットビジネス展開により生じた課題

ネットビジネス展開により生じた課題は、「ネットショップ閲覧者数が伸びない」が29.5%と最も高く、次いで「閲覧者数が増えても売上げに結びつかない」(26.2%)、「事務処理が煩雑(受注管理・決済管理・在庫管理・配送など)」(24.6%)となっている。

規模別にみると、小規模事業所(1～4人)で「閲覧者数が増えても売上げに結びつかない」(28.1%)中規模事業所(5～49人)は「事務処理が煩雑(受注管理・決済管理・在庫管理・配送など)」(38.1%)が最も高くなっている。

図VI - 34. ネットビジネス展開により生じた課題(複数回答)



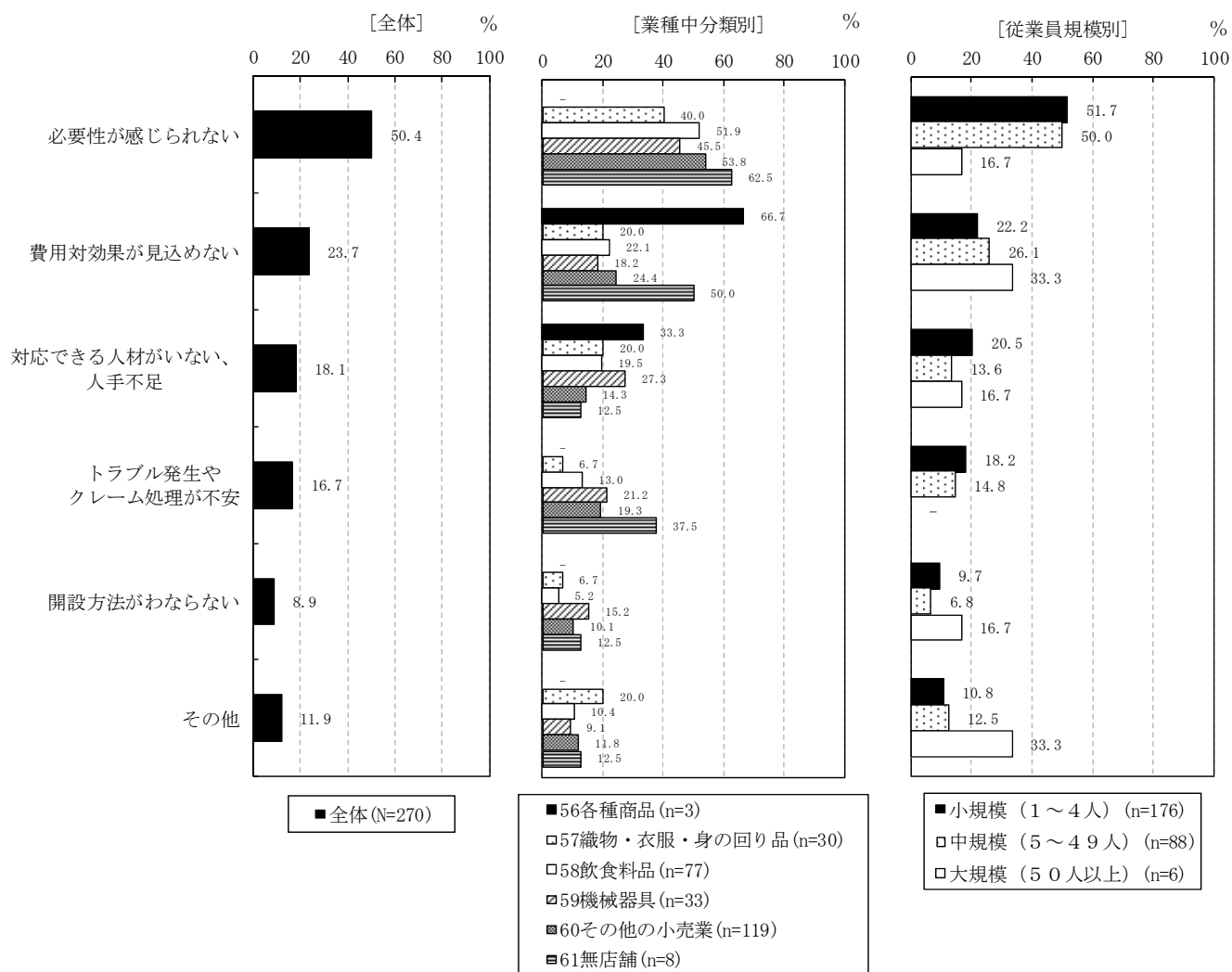
④ネットビジネスの展開を実施していない理由

ネットビジネスの展開を実施していない理由は、「必要性を感じられない」が50.4%と最も高く、次いで「費用対効果が見込めない」(23.7%)、「対応できる人材がいない、人手不足」(18.1%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「必要性を感じられない」が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)、中規模事業所(5~49人)ともに「必要性を感じられない」(51.7%、50.0%)が最も高くなっている。

図VI - 35. ネットビジネスの展開を実施していない理由(複数回答)



(3) 海外販路開拓

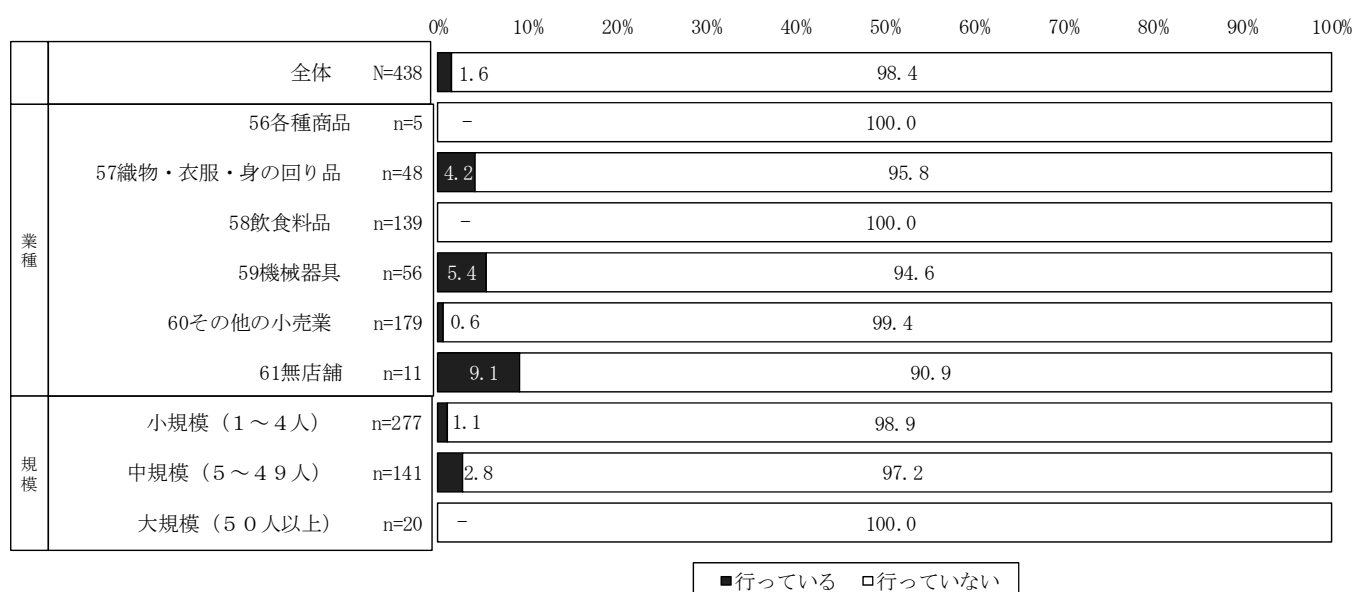
①海外販路開拓

海外販路開拓は、「行っている」1.6%、「行っていない」98.4%と「行っていない」割合が圧倒的に高くなっている。

業種中分類別にみると、61無店舗で「行っている」の割合（9.1%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）、中規模事業所（5～49人）で「行っている」割合がそれぞれ1.1%、2.8%となった。

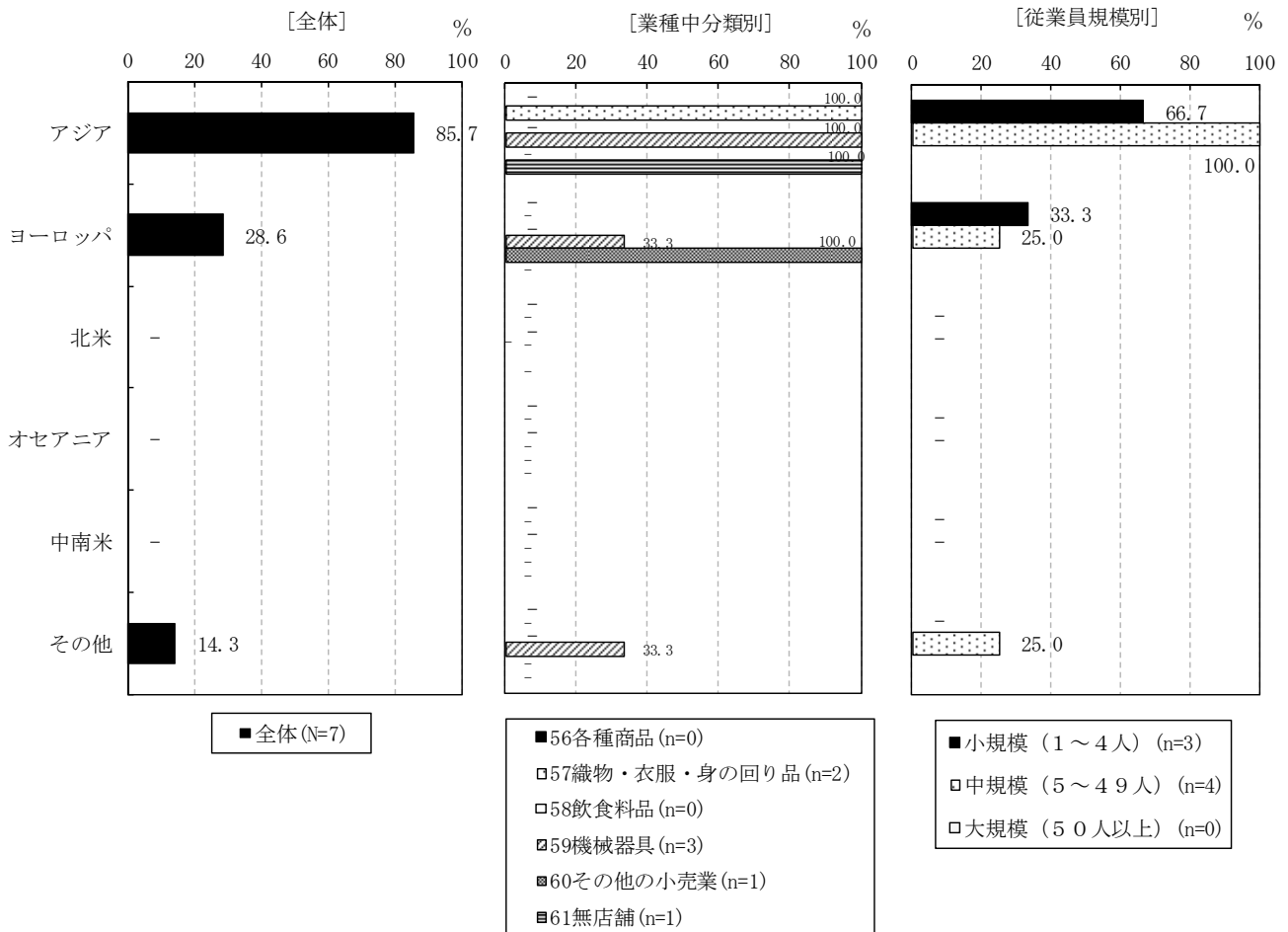
図VI - 36. 海外販路開拓



②販路開拓を行っている地域

販路開拓を行っている地域は、「アジア」が85.7%と最も多く、次いで「ヨーロッパ」(28.6%)となっている。

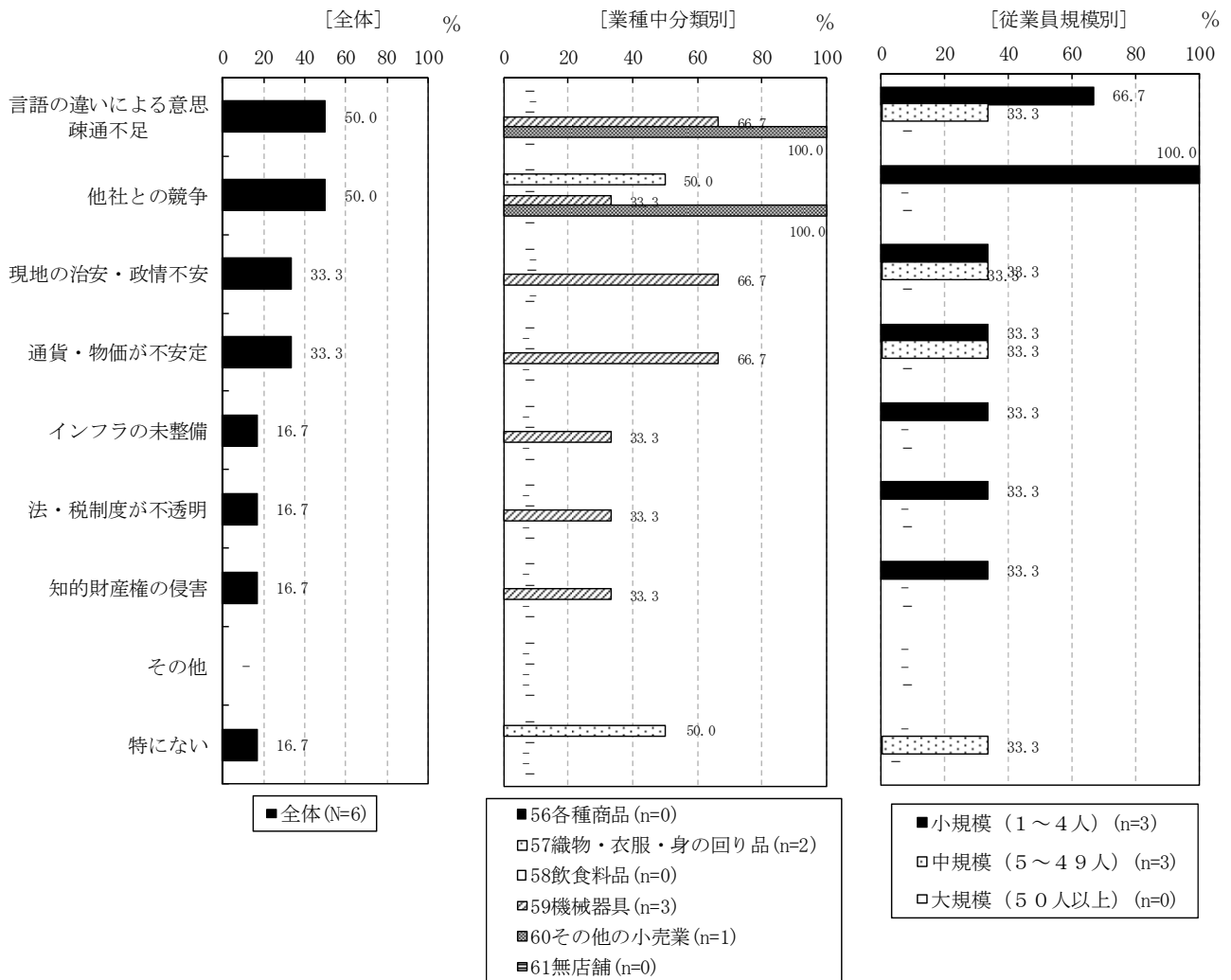
図VI - 37. 海外販路開拓を行っている地域（複数回答）



③海外販路開拓における問題点

海外販路開拓を「行っている」と回答した事業所における問題点は、「言語の違いによる意思疎通不足」「他社との競争」が共に50.0%と最も高く、次いで「現地の治安・政情不安」、「通貨・物価が不安定」（共に33.3%）となっている。

図VI - 38. 海外販路開拓における問題点（複数回答）



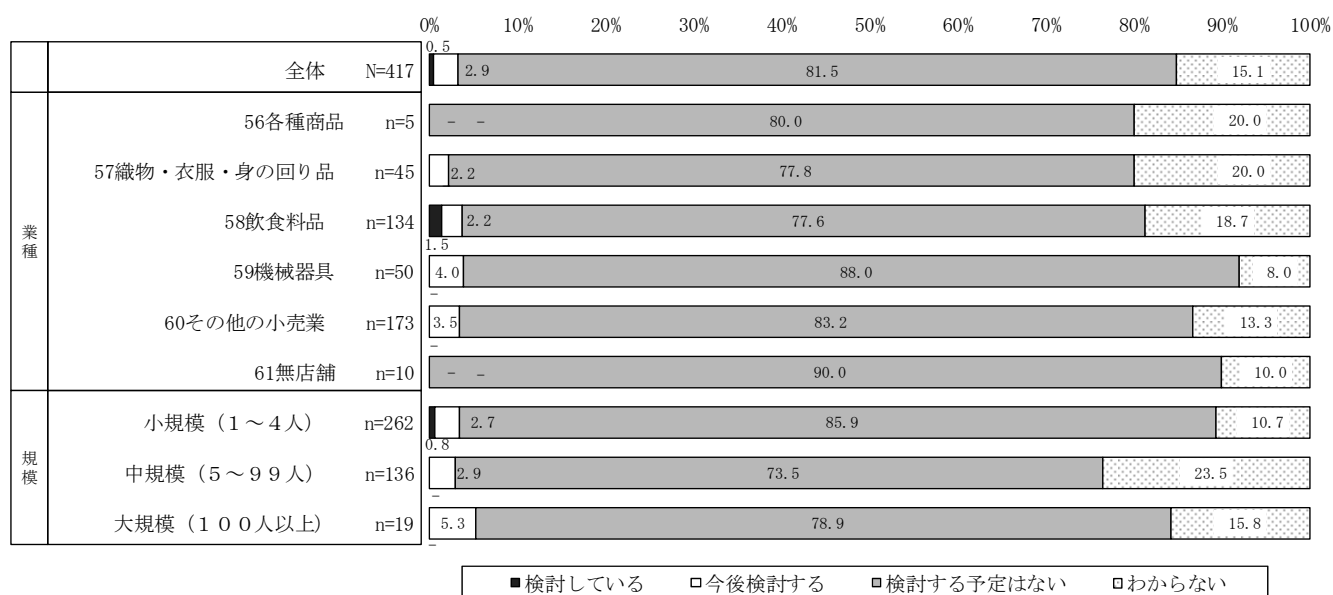
④海外販路開拓の今後の検討状況

海外販路開拓を行っていない場合における今後の検討状況は、「検討する予定はない」が81.5%と多数を占め、「検討している」(0.5%)「今後検討する」(2.9%)はわずかに留まっている。

業種中分類別にみると、59 機械器具、60 その他で「今後検討する」(4.0%、3.5%)がわずかに他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、全ての規模で「検討する予定はない」が高くなっている。

図VI - 39. 海外販路開拓を行っていない場合における今後の検討状況



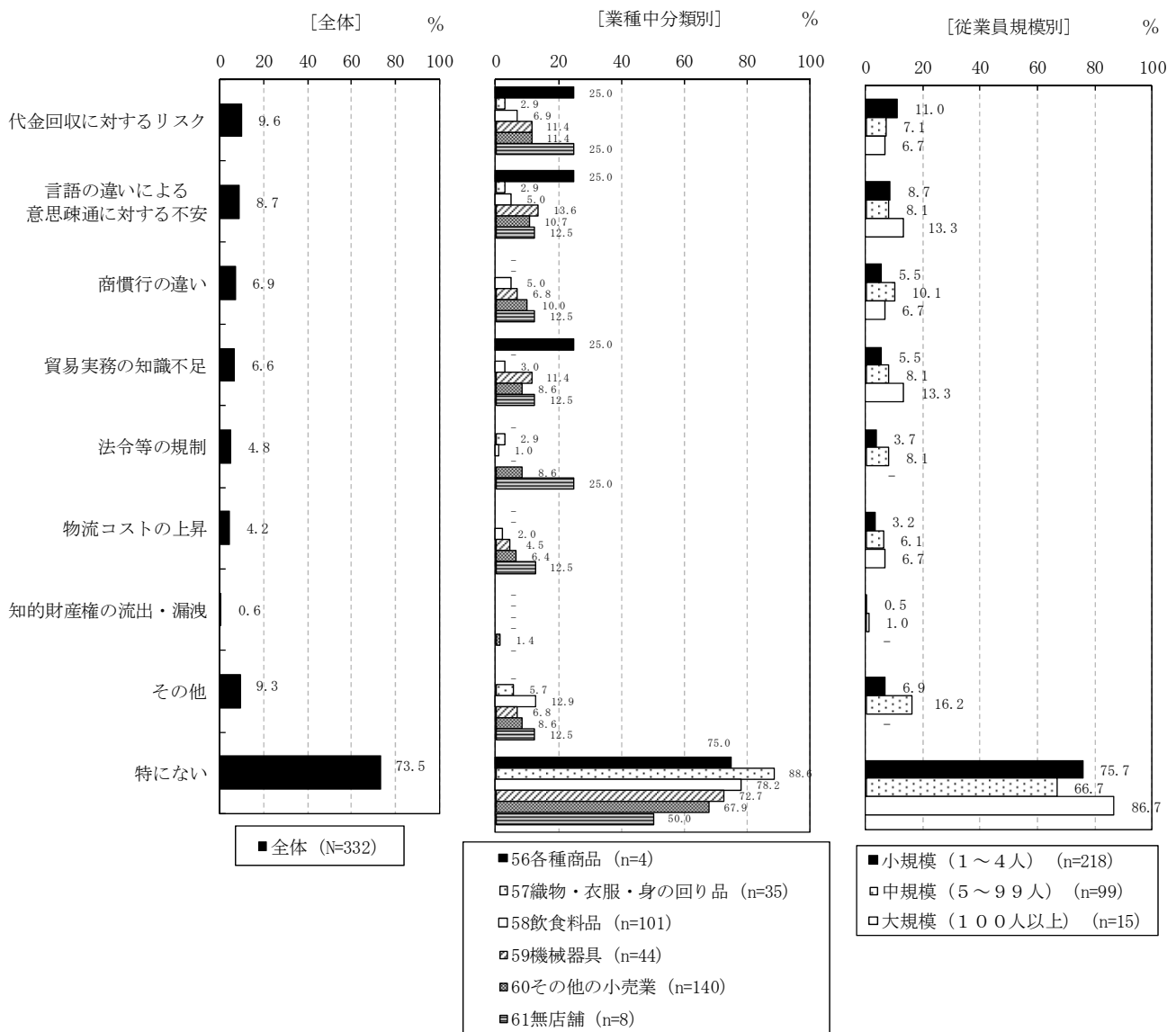
⑤海外販路開拓を検討しない理由

海外販路開拓を検討しない理由は、「代金回収に対するリスク」が9.6%と最も高く、次いで「言語の違いによる意思疎通に対する不安」(8.7%)、「商慣行の違い」(6.9%)となっている。

業種中分類別にみると、多くの業種で「代金回収に対するリスク」が最も高くなっているが、59 機械器具では「言語の違いによる意思疎通に対する不安」(13.6%)が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)では「代金回収に対するリスク」(11.0%)、中規模事業所(5~49人)では「商慣行の違い」(10.1%)、大規模事業所(50人以上)では「言語の違いによる意思疎通に対する不安」「貿易実務の知識不足」(共に13.3%)が高くなっている。

図VI - 40. 海外販路開拓を検討しない理由(複数回答)



8.事業の新たな取組

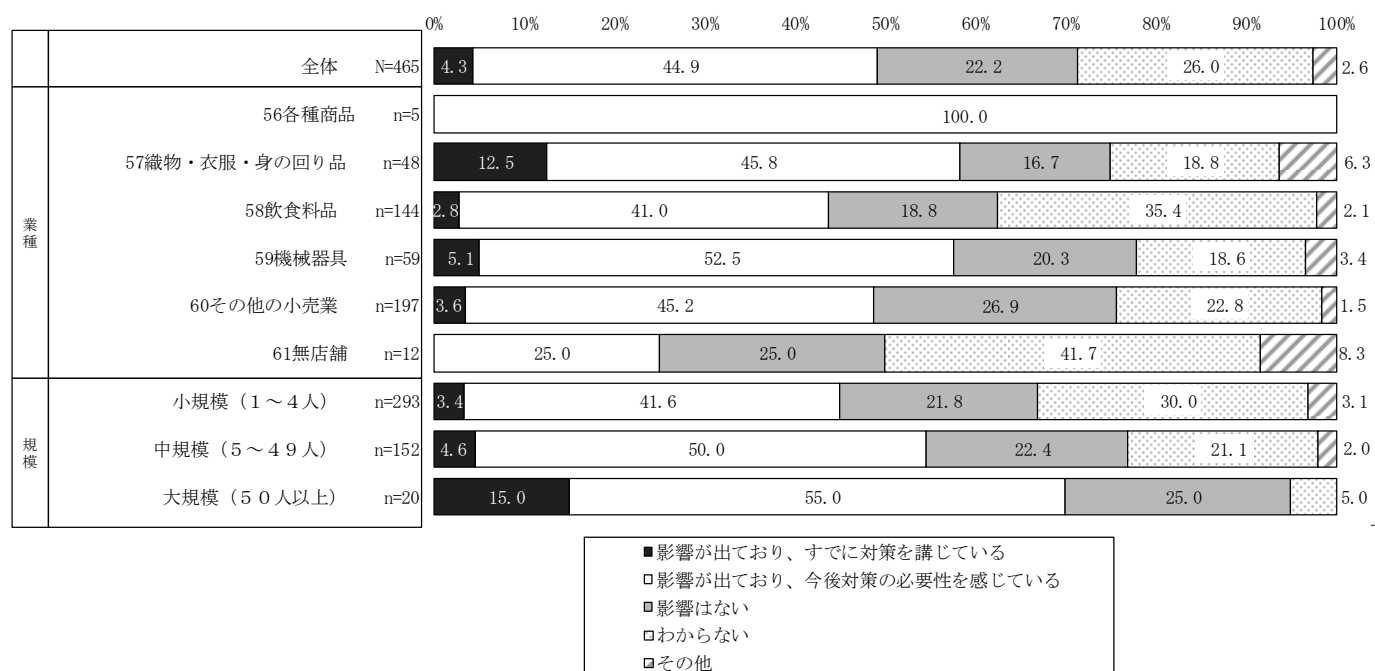
(1) 人口減少・少子高齢化の影響

人口減少・少子高齢化の影響と取組は、「影響が出ており、今後の対策の必要性を感じている」が44.9%で最も高く、次いで「わからない」(26.0%)、「影響はない」(22.2%)となっている。「影響が出ている(注)」は卸売業、サービス業と比較しても高くなっている。

業種中分類別にみると、57 織物・衣服・身の回り品、59 機械器具で「影響が出ている」(58.3%、57.6%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれて「影響が出ている」が高くなっている。

図VI - 41. 人口減少・少子高齢化の影響と対策



(注)「影響が出ており、既に対策を講じている」と「影響が出ており、今後の対策の必要性を感じている」の合計

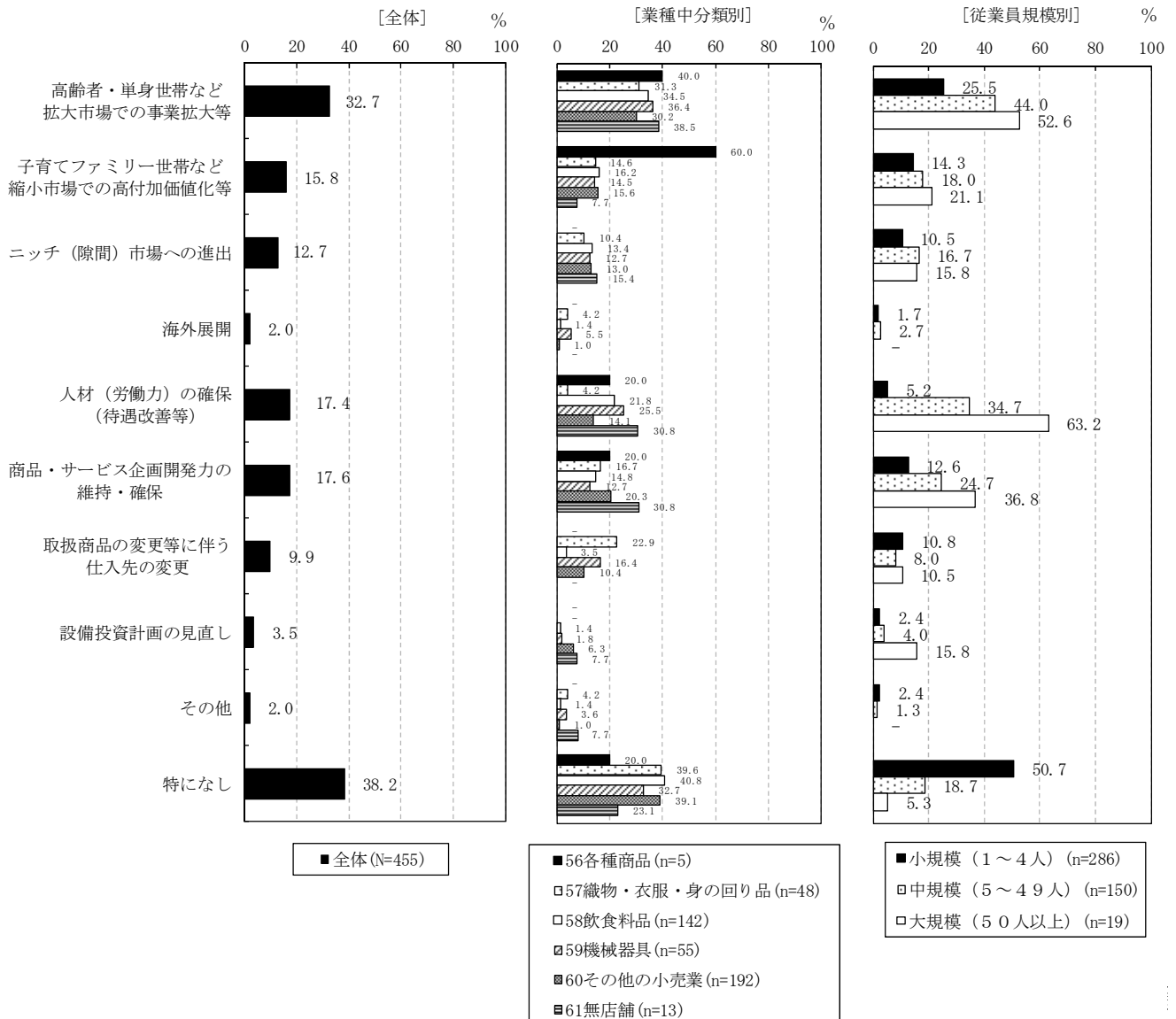
(2) 人口減少・少子高齢化に対する将来的取組

人口減少・少子高齢化に対する将来的取組は、「高齢者・単身世帯など拡大市場での事業拡大等」が32.7%と高く、次いで「商品・サービス企画開発力の維持・確保」(17.6%)、「人材(労働力)の確保(待遇改善等)」(17.4%)となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「高齢者・単身世帯など拡大市場での事業拡大等」が高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)、中規模事業所(5~49人)では「高齢者・単身世帯など拡大市場での事業拡大等」(25.5%、44.0%)が高くなっているのに対して、大規模事業所(50人以上)では「人材(労働力)の確保(待遇改善等)」(63.2%)が最も高くなっている。

図VI - 42. 人口減少・少子高齢化に対する将来的取組(複数回答)



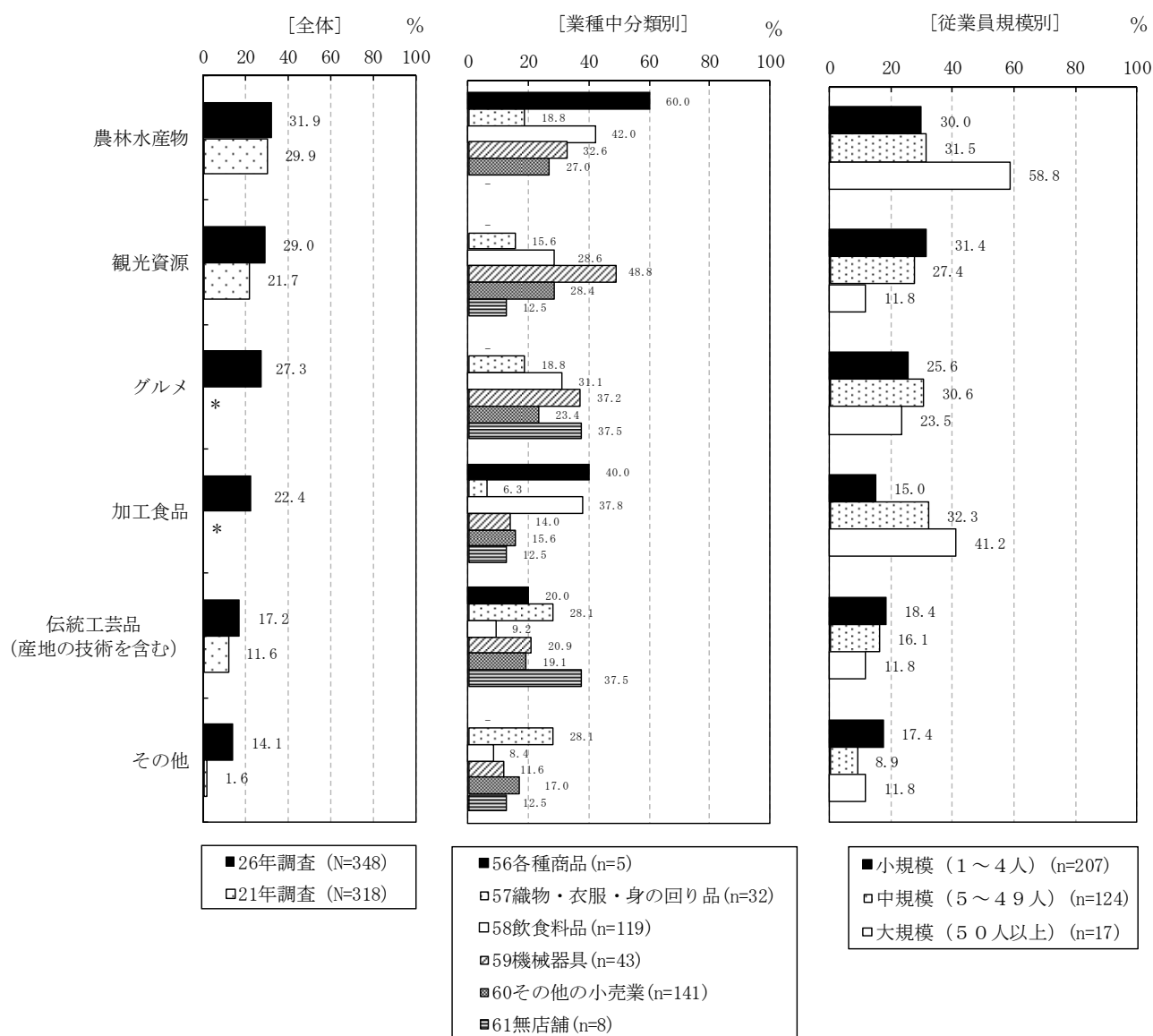
(3) 関心のある地域資源

「地域資源」を事業に活用していく場合に関心のある資源は、「農林水産物」が31.9%と最も高く、次いで「観光資源」(29.0%)、「グルメ」(27.3%)となっている。

業種中分類別にみると、58 飲食料品で「農林水産物」(42.0%)、59 機械器具で「観光資源」(48.8%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)では「観光資源」(31.4%)、中規模事業所(5~49人)では「加工食品」(32.3%)、大規模事業所(50人以上)では「農林水産物」(58.8%)が最も高くなっている。

図VI - 43. 関心のある地域資源 (複数回答)



(4) 事業継続計画 (BCP)

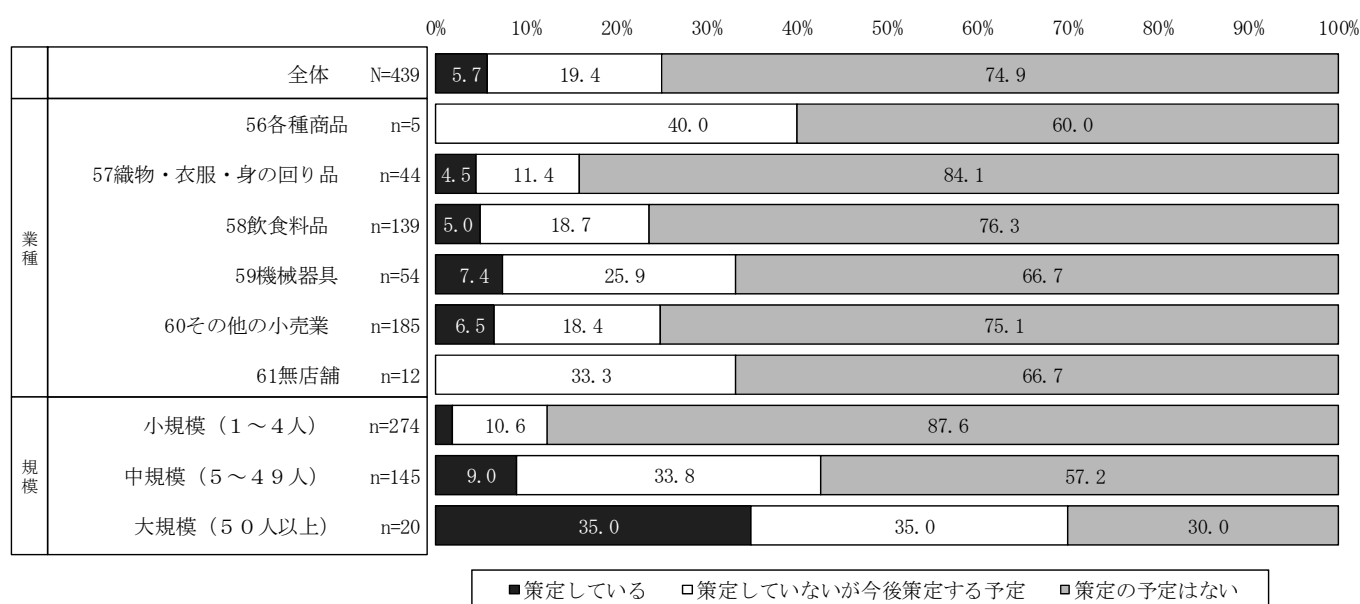
①事業継続計画 (BCP) の策定

事業継続計画 (BCP) (注) の策定状況は、「策定している」5.7%、「策定していないが今後策定する予定」19.4%、「策定の予定はない」74.9%という構成になっている。

業種中分類別にみると、57 織物・衣服・身の回り品では「策定の予定はない」(84.1%)、61 無店舗では「策定していないが今後策定する予定」(33.3%) が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれて「策定している」「策定していないが今後策定する予定」が高くなっている。

図VI - 44. 事業継続計画 (BCP) 策定の有無



(注) 事業継続計画 (BCP : Business Continuity Plan) は、地震や災害、集団感染等の際に、被害を最小限に抑え、一刻も早く事業活動を復旧し、会社と社員を守り、取引先からの信頼を得るための方法の一つ

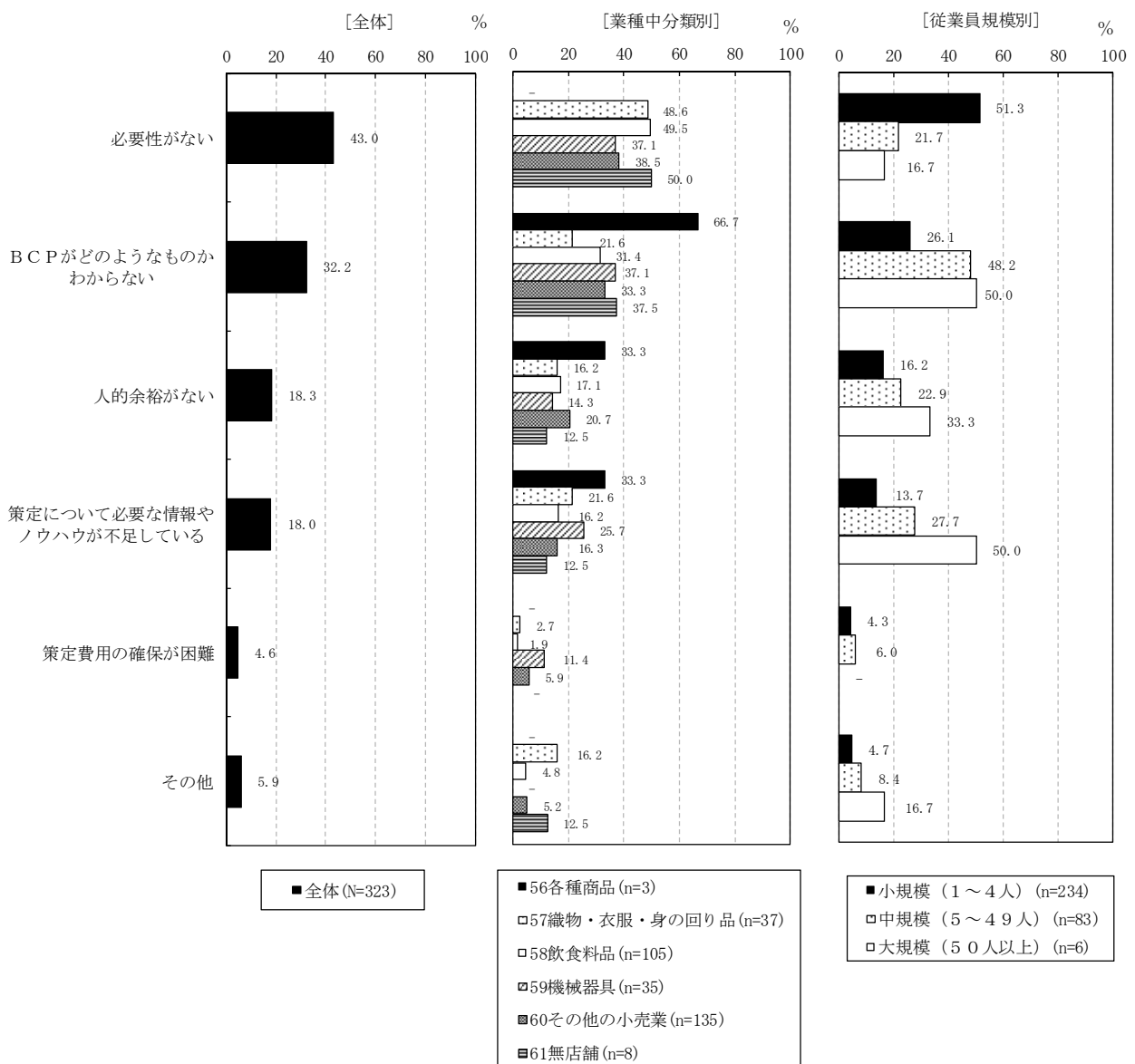
②事業継続計画（BCP）を策定しない理由

事業継続計画（BCP）を策定しない理由は、「必要性がない」が43.0%と最も高く、次いで「BCPがどのようなものかわからない」（32.2%）、「人的余裕がない」（18.3%）となっている。

業種中分類別にみると、全ての業種で「必要性がない」が最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「必要性がない」（51.3%）、中規模事業所（5～49人）では「BCPがどのようなものかわからない」（48.2%）、大規模事業所（50人以上）では「BCPがどのようなものかわからない」「策定についてのノウハウが不足している」（共に50.0%）が高くなっている。

図VI - 45. 事業継続計画（BCP）を策定しない理由（複数回答）



9.その他

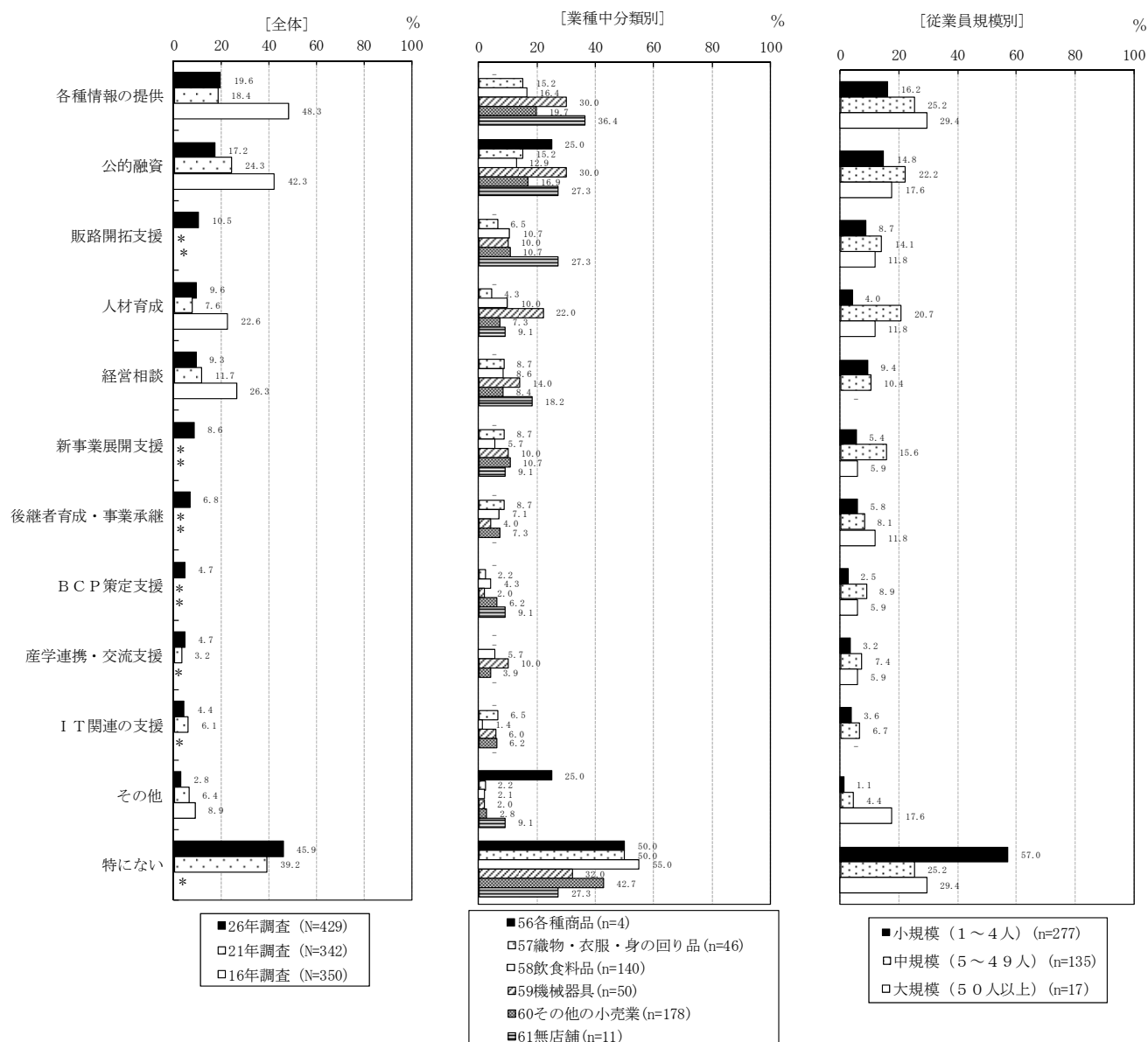
(1) 行政に対して期待する施策

行政に対して期待する施策は、「各種情報の提供」が19.6%と最も高く、次いで「公的融資」(17.2%)、「販路開拓支援」(10.5%)と続く。

業種中分類別にみると、61無店舗で「販路開拓支援」(27.3%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、全ての規模で「各種情報の提供」が最も高くなっている。

図VI - 46. 行政に対して期待する施策（複数回答）



【サービス業実態調査結果】

VII. サービス業調査事業所の概要

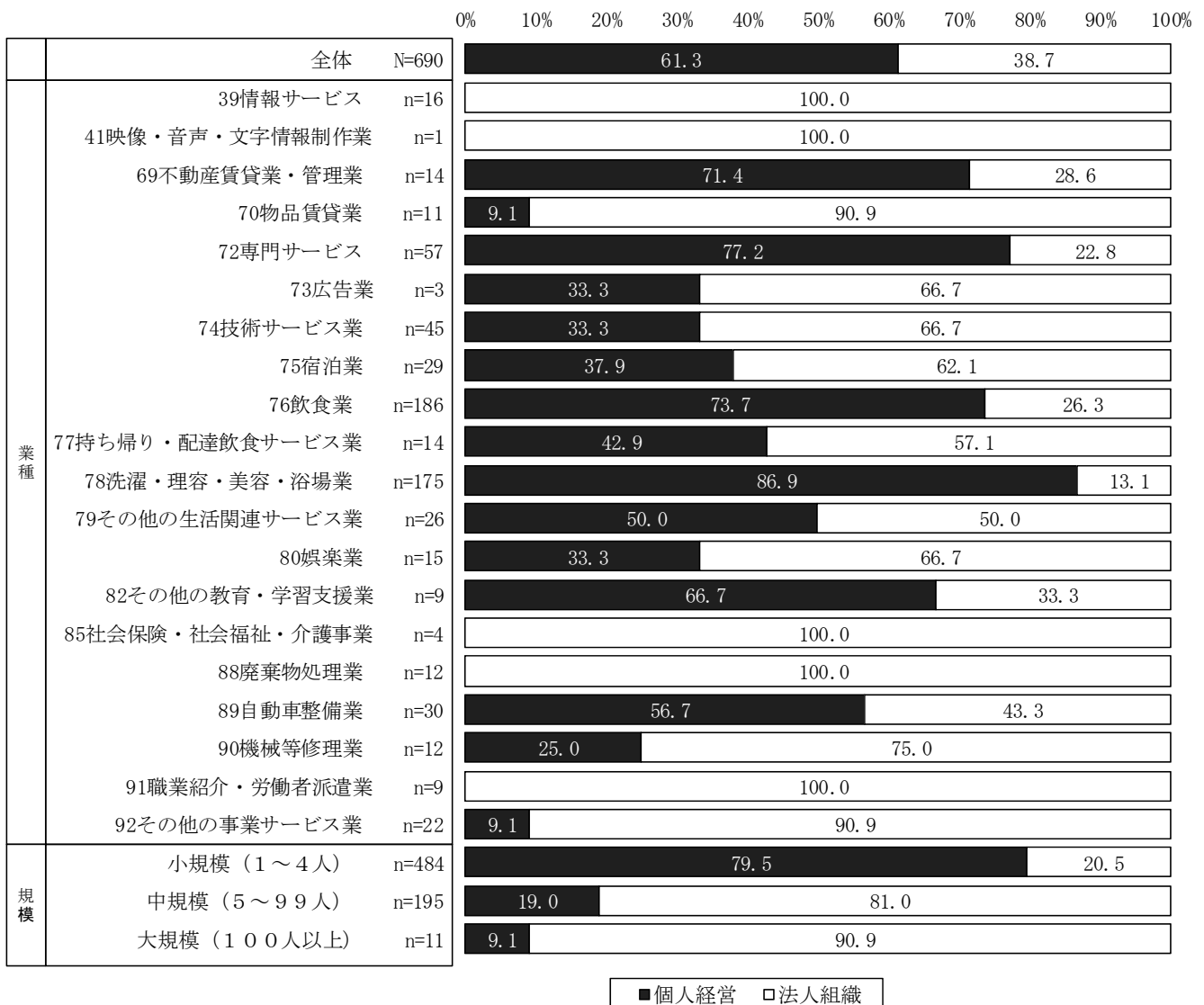
1. 経営組織

経営組織の形態は、「個人経営」が 61.3% 「法人組織」が 38.7% という構成である。

業種中分類では、69 不動産賃貸・管理業、72 専門サービス業、76 飲食業、78 洗濯・理容・美容・浴場業で「個人経営」(71.4%、77.2%、73.7%、86.9%)、39 情報サービス業、70 物品賃貸業、88 廃棄物処理業、92 その他の事業サービス業で「法人経営」(100.0%、90.9%、100.0%、90.9%) が高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれて、「個人経営」が減少し、「法人経営」が増加している。

図 VII - 1. 経営組織



(注) 本調査では、40 インターネット付随サービス業は有効回答が 0 であったため、掲載していない。

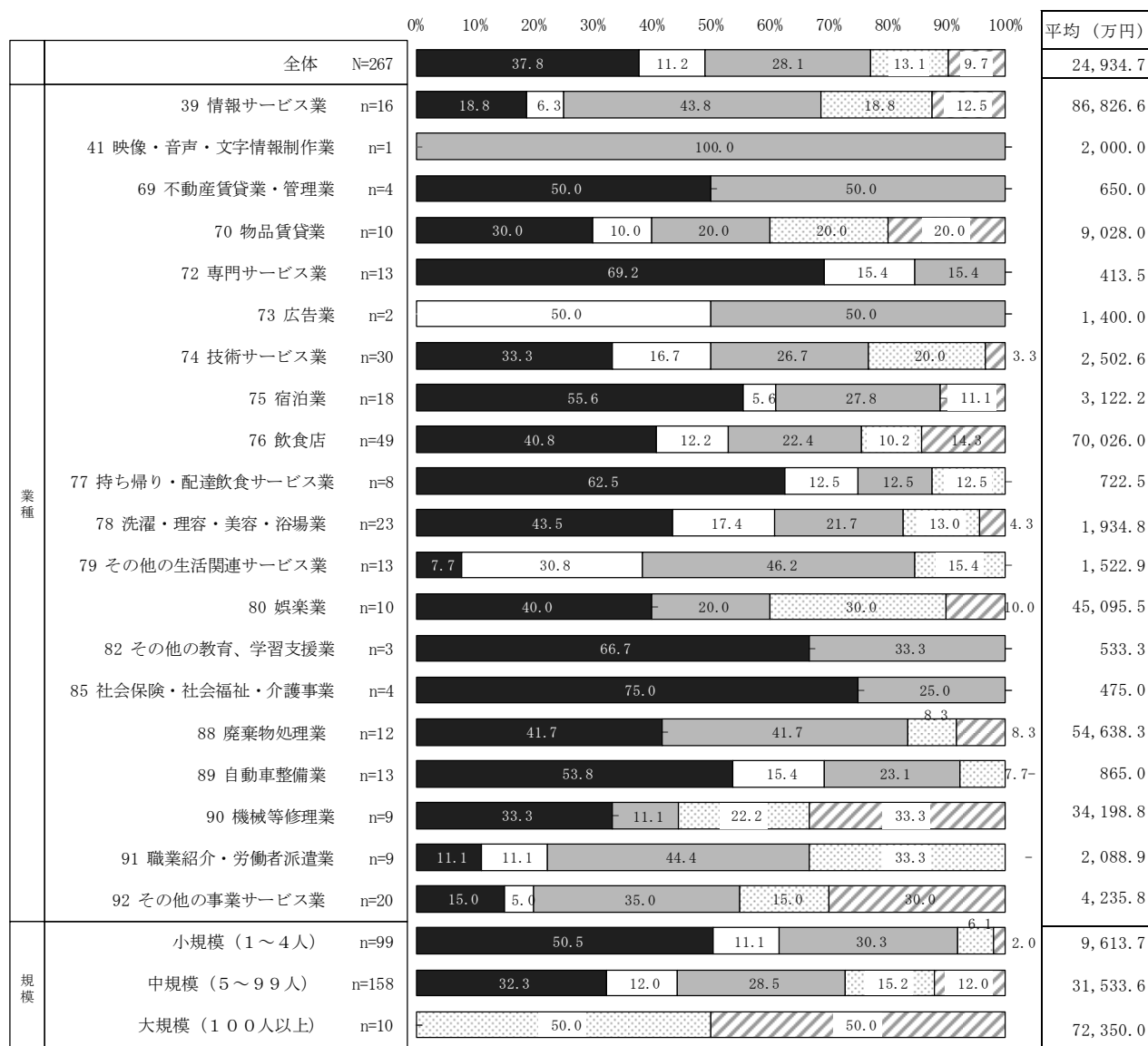
2. 資本金

法人組織の事業所における資本金は「500万円未満」が37.8%で最も高く、以下「1千万円～3千万円」(28.1%)「3千万円～1億円未満」(13.1%)「500万円～1千万円未満」(11.2%)「1億円以上」(9.7%)と続く。

業種中分類別にみると、72 専門サービス業で「500万円未満」(69.2%)、92 その他の事業サービス業で「1億円以上」(30.0%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別では、小規模事業所(1～4人)、中規模事業所(5～99人)では「500万円未満」(50.5%、32.3%)が最も高いのに対して、大規模事業所(100人以上)では「3千万円～1億円未満」及び「1億円以上」が50.0%となっている。

図Ⅶ-2. 資本金



■500万円未満 □500万円～1千万円未満 ▨1千万円～3千万円未満 ▩3千万円～1億円未満 □1億円以上

3.店舗形態

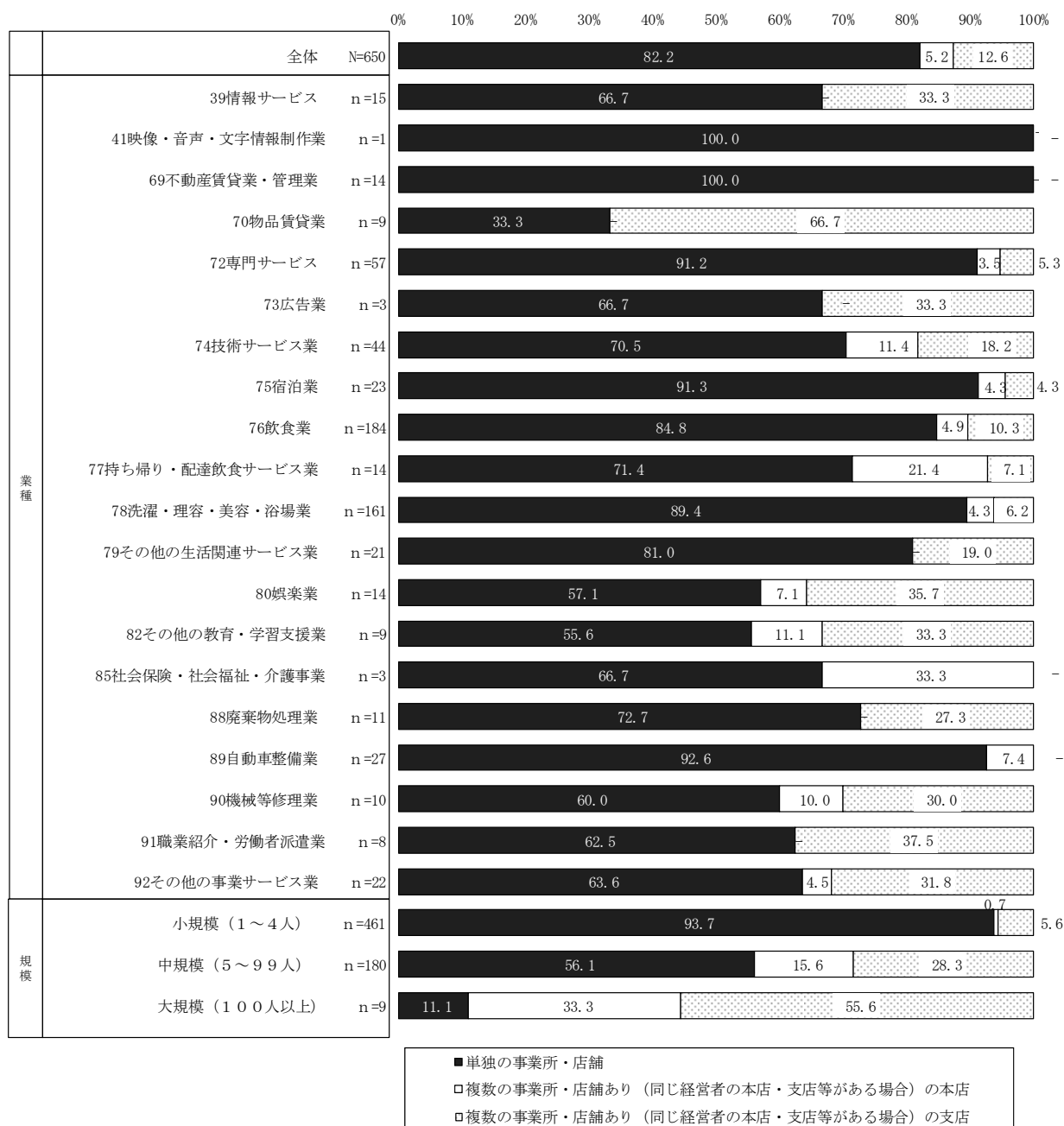
〔店舗形態〕

店舗形態（本・支店の別）は、「単独の事業所・店舗」が82.2%と最も高く、「複数の事業所・店舗ありの支店」（12.6%）「複数の事業所・店舗ありの本店」（5.2%）という構成になっている。

業種中分類別にみると、69 不動産賃貸業・管理業で「単独の事業所・店舗」（100.0%）、80 娯楽業で「複数の事業所・店舗ありの支店」（35.7%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別では、規模が大きくなるにつれて「単独の事業所・店舗」が減り、「複数の事業所・店舗ありの本店」、「複数の事業所・店舗ありの支店」が増えている。

図Ⅶ-3. 店舗形態（本・支店の別）



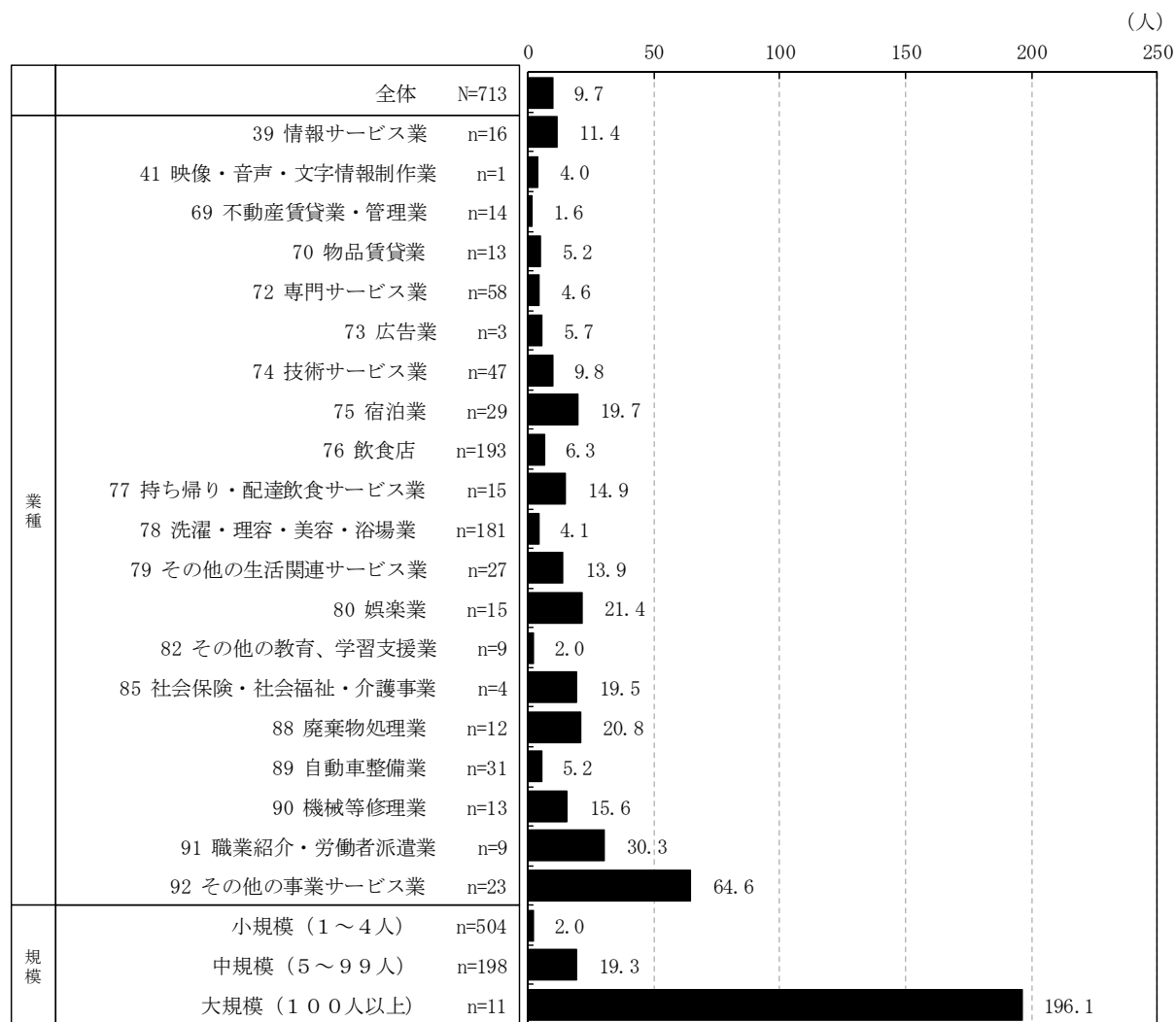
4. 従業員数、雇用形態及び勤続年数

〔平均従業員数〕

1 事業所当たりの平均従業員数は9.7人である。

業種中分類別にみると、92 その他の事業サービス業が64.6人と最も多い。これに対し、69 不動産賃貸業・管理業は1.6人と最も少なくなっている。

図Ⅶ-4. 1 商店当たりの平均従業員数

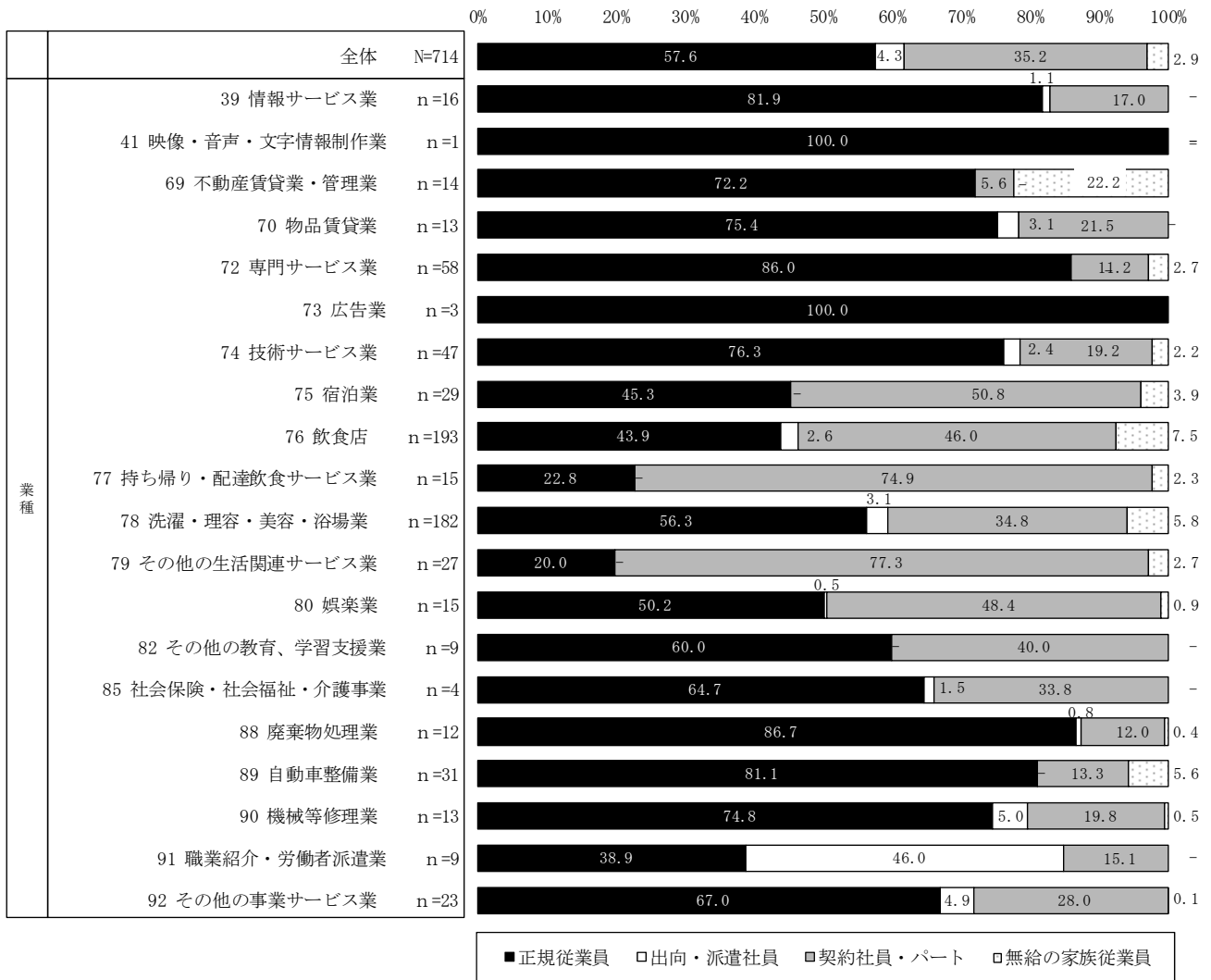


〔従業員の構成割合〕

従業員の雇用形態は「正規従業員」が57.6%と最も高く、「契約社員・パート」が35.2%、「出向・派遣」が4.3%、「無給の家族従業員」が2.9%となっている。

業種中分類別にみると、77 持ち帰り・配達飲食サービス業、79 その他の生活関連サービス業では「契約社員・パート」(74.9%、77.3%)が高くなっている。

図Ⅶ - 5. 従業員の構成割合



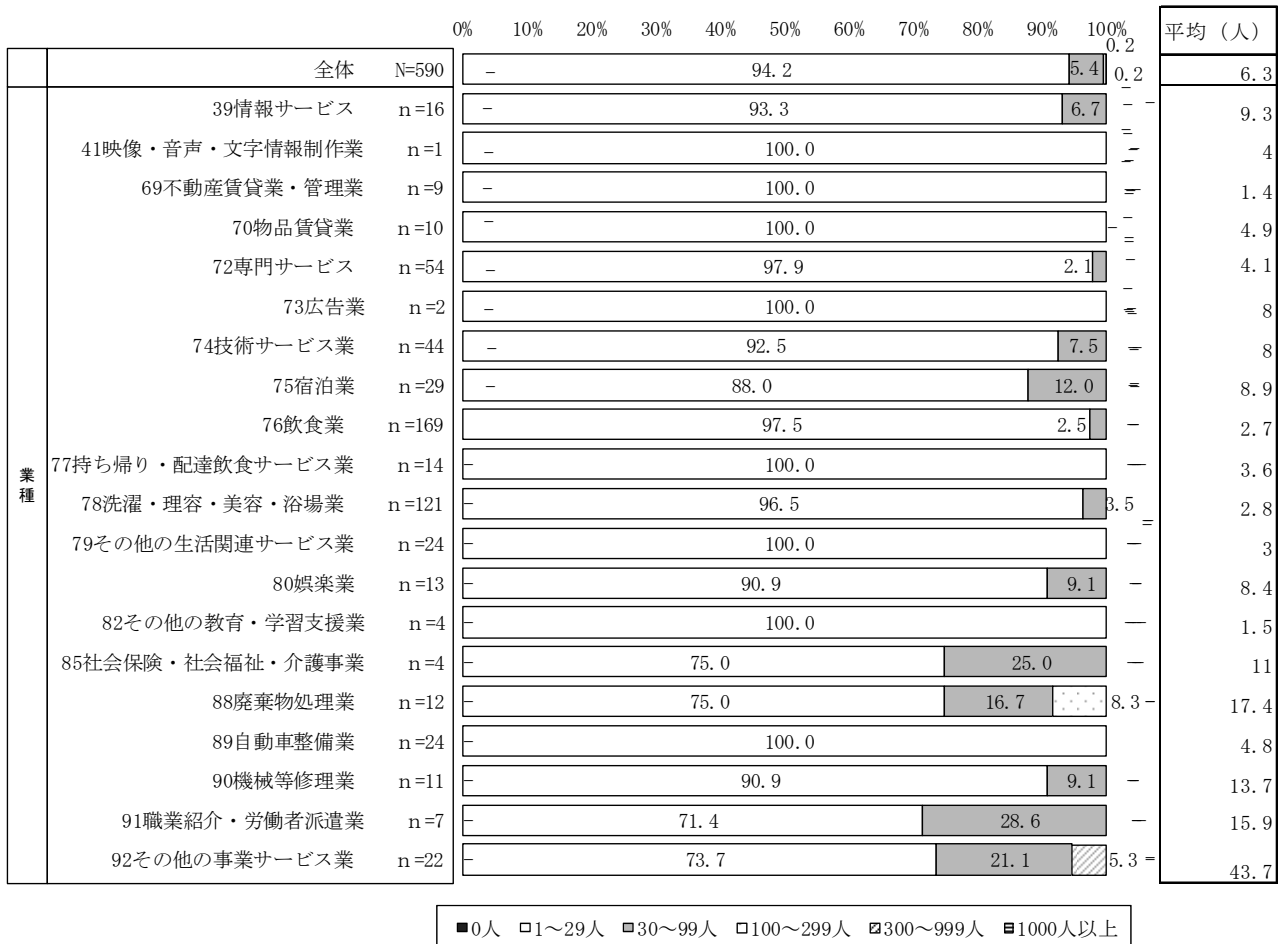
〔雇用形態別従業員数〕

①正規従業員数

正規従業員の平均従業員数は6.3人である。

業種中分類では、92 其他事業サービス業で43.7人と多いのに対し、76 飲食業（2.7人）、78 洗濯・理容・美容・浴場業（2.8人）で少ない。

図Ⅶ-6. 正規従業員数

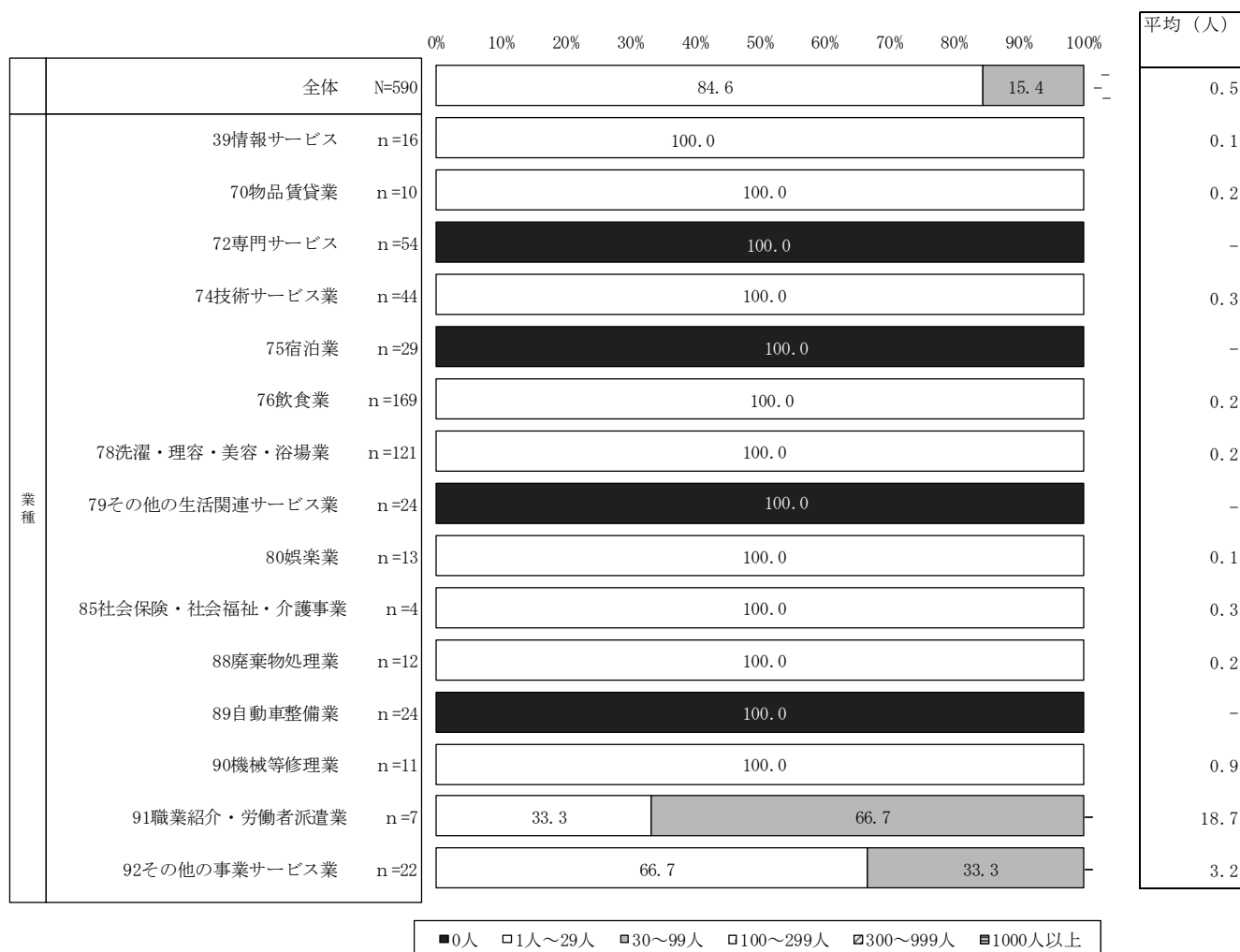


②出向・派遣社員数

出向・派遣社員の平均従業員数は0.5人である。

業種中分類では、92 其他事業サービス業が3.2人と最も多くなっている。

図Ⅶ - 7. 出向・派遣社員数

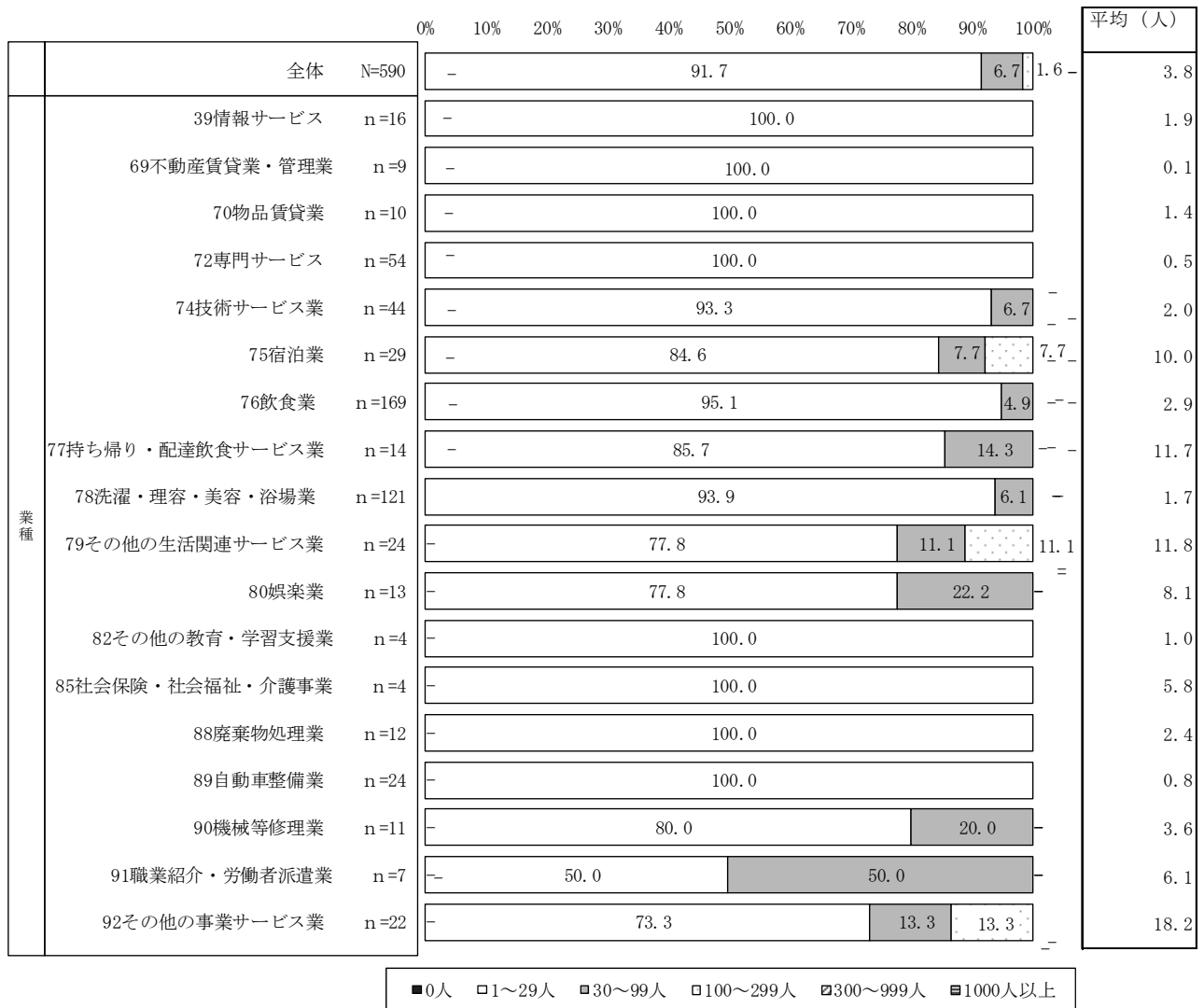


③契約社員・パート数

契約社員・パートの平均従業員数は3.8人である。

業種中分類では、92 其他事業サービス業が18.2人で最も多くなっている。

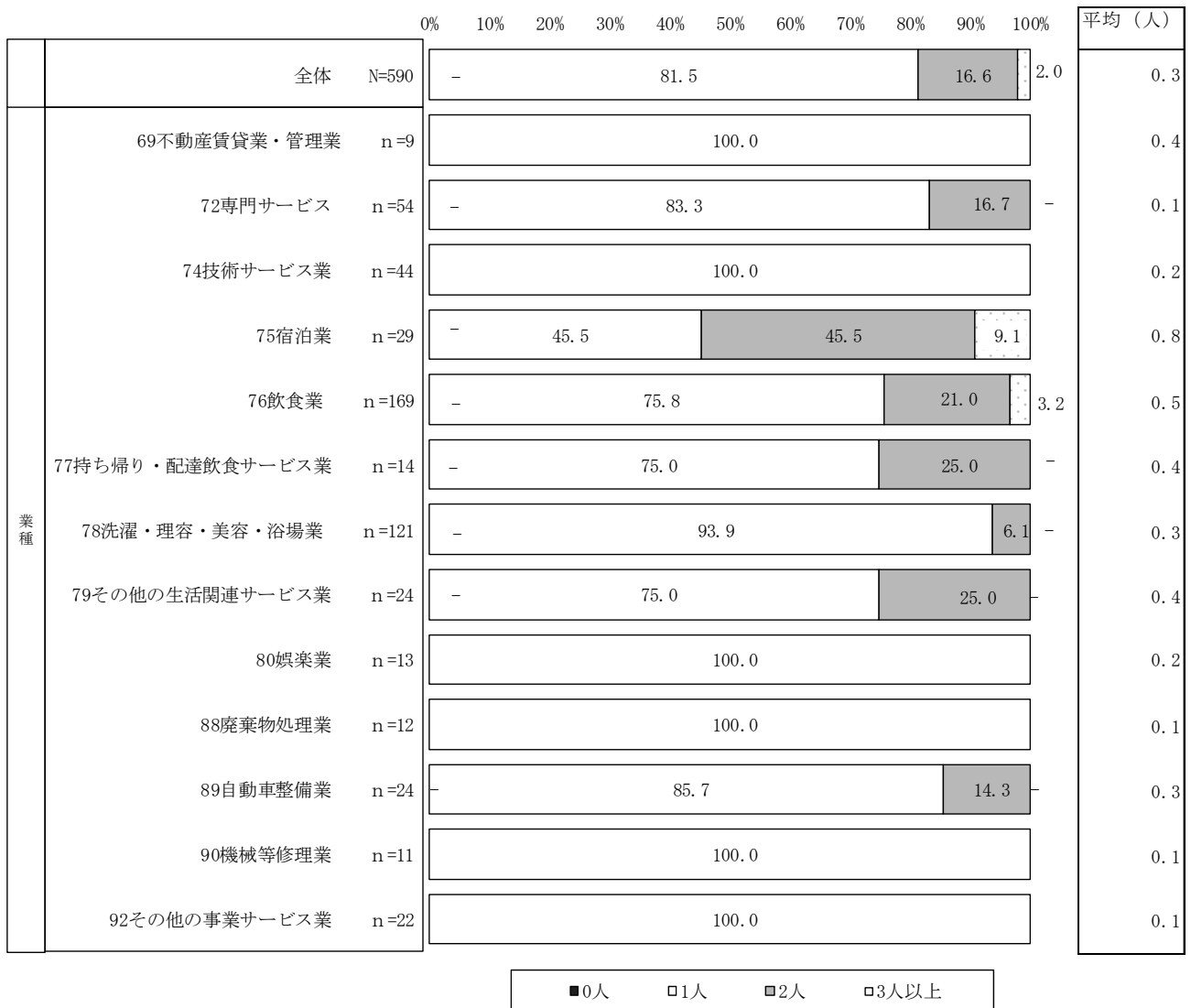
図Ⅶ - 8. 契約社員・パート数



④無給の家族従業員数

無給の家族従業員の平均は0.3人である。

図Ⅶ - 9. 無給の家族従業員数



〔雇用形態別勤続年数〕

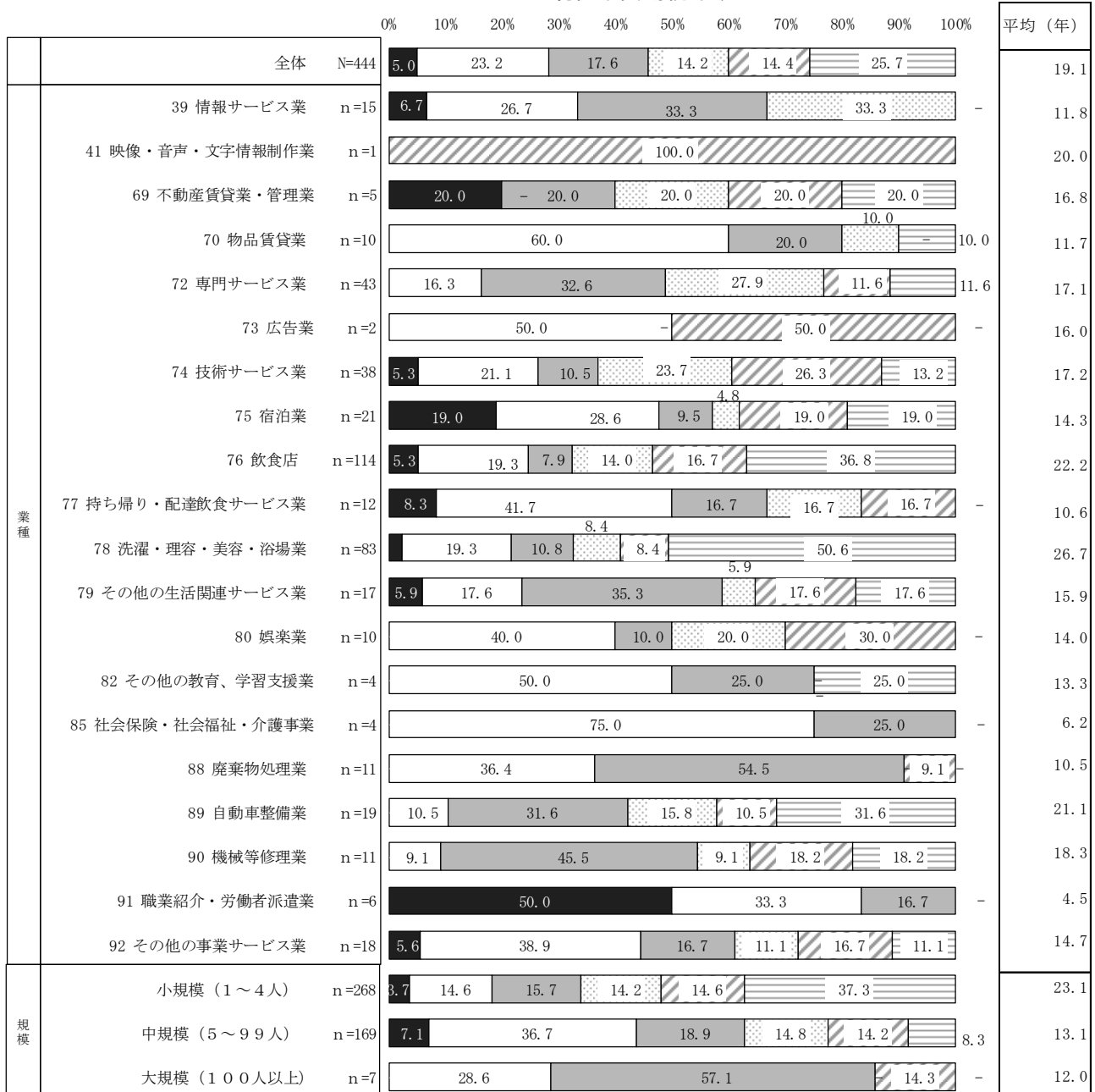
①正規従業員

正規従業員の平均勤続年数は19.1年である。

業種中分類では、78 洗濯・理容・美容・浴場業が26.7年と最も長い。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれて平均勤続年数は短くなっている。

図Ⅶ - 10. 正規従業員勤続年数



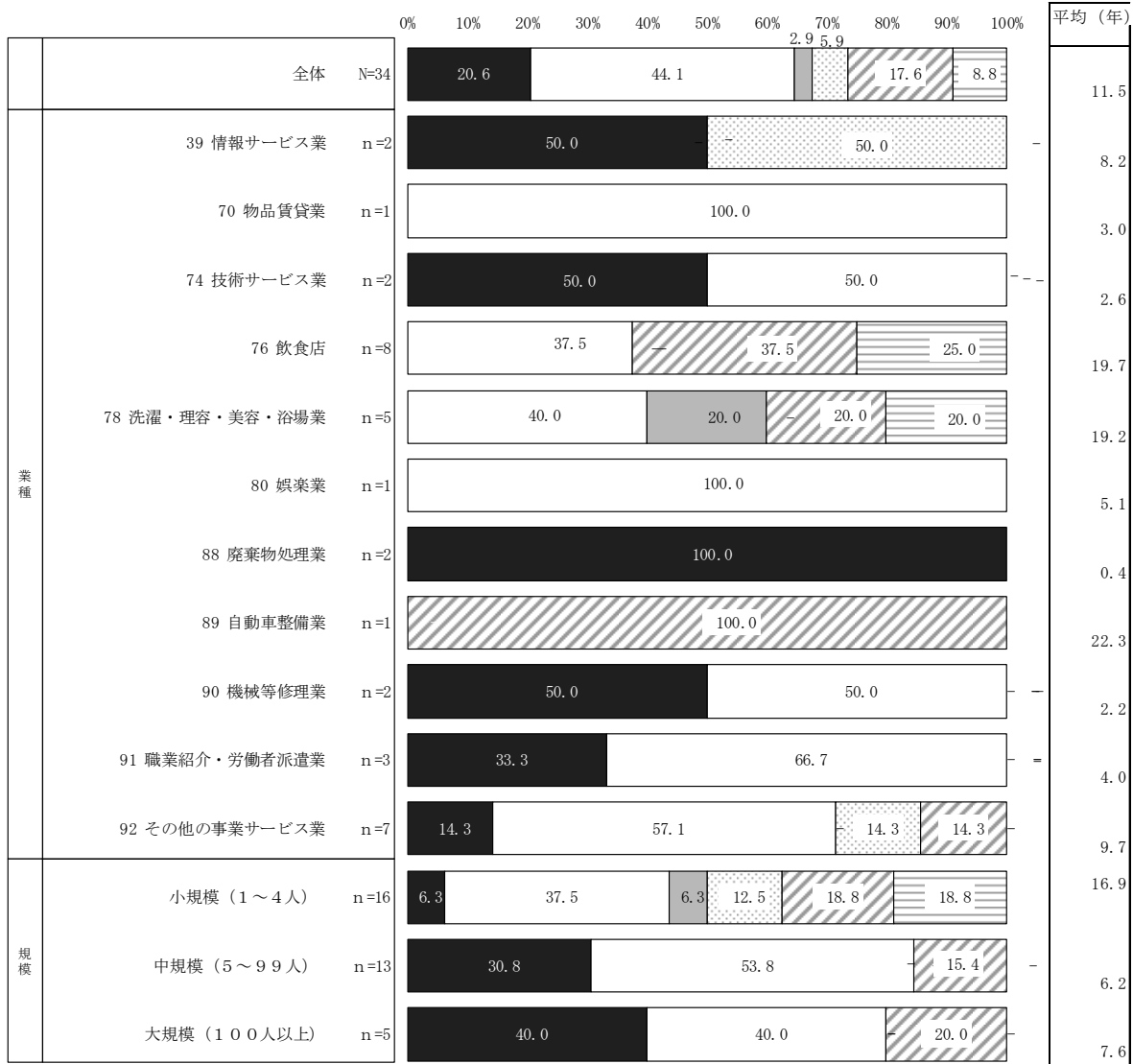
■ ~3年未満 □ 3~10年未満 □ 10~15年未満 □ 15~20年未満 □ 20~30年未満 □ 30年以上

②出向・派遣社員

出向・派遣社員の平均勤続年数は11.5年である。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で16.9年、中規模事業所（5～99人）で6.2年となっている。

図Ⅶ - 11. 出向・派遣従業員勤続年数

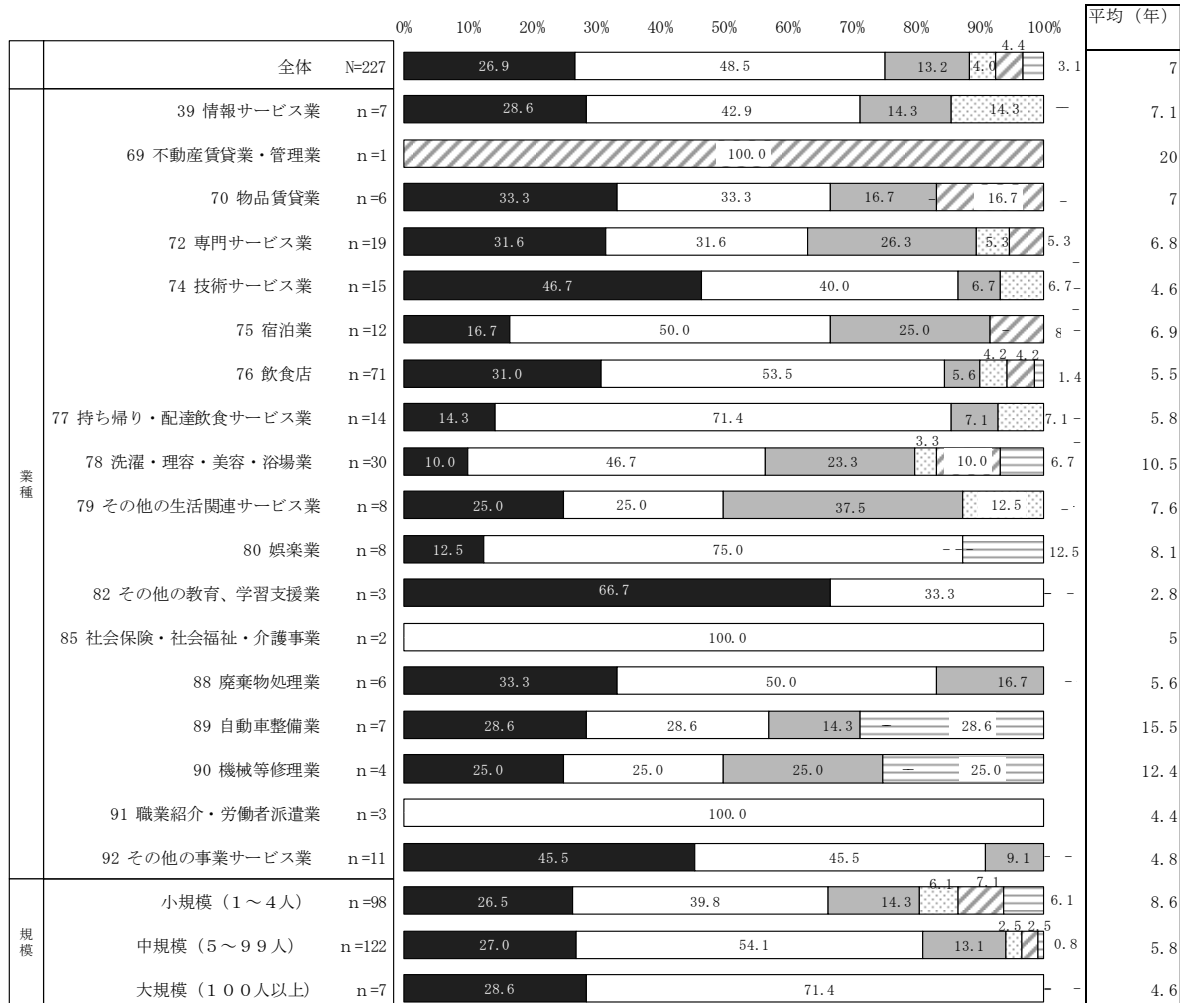


■～3年未満 □3～10年未満 □10～15年未満 □15～20年未満 □20～30年未満 □30年以上

③契約社員・パート

契約社員・パートの平均勤続年数は7.0年である。

図Ⅶ-12. 契約社員・パート勤続年数

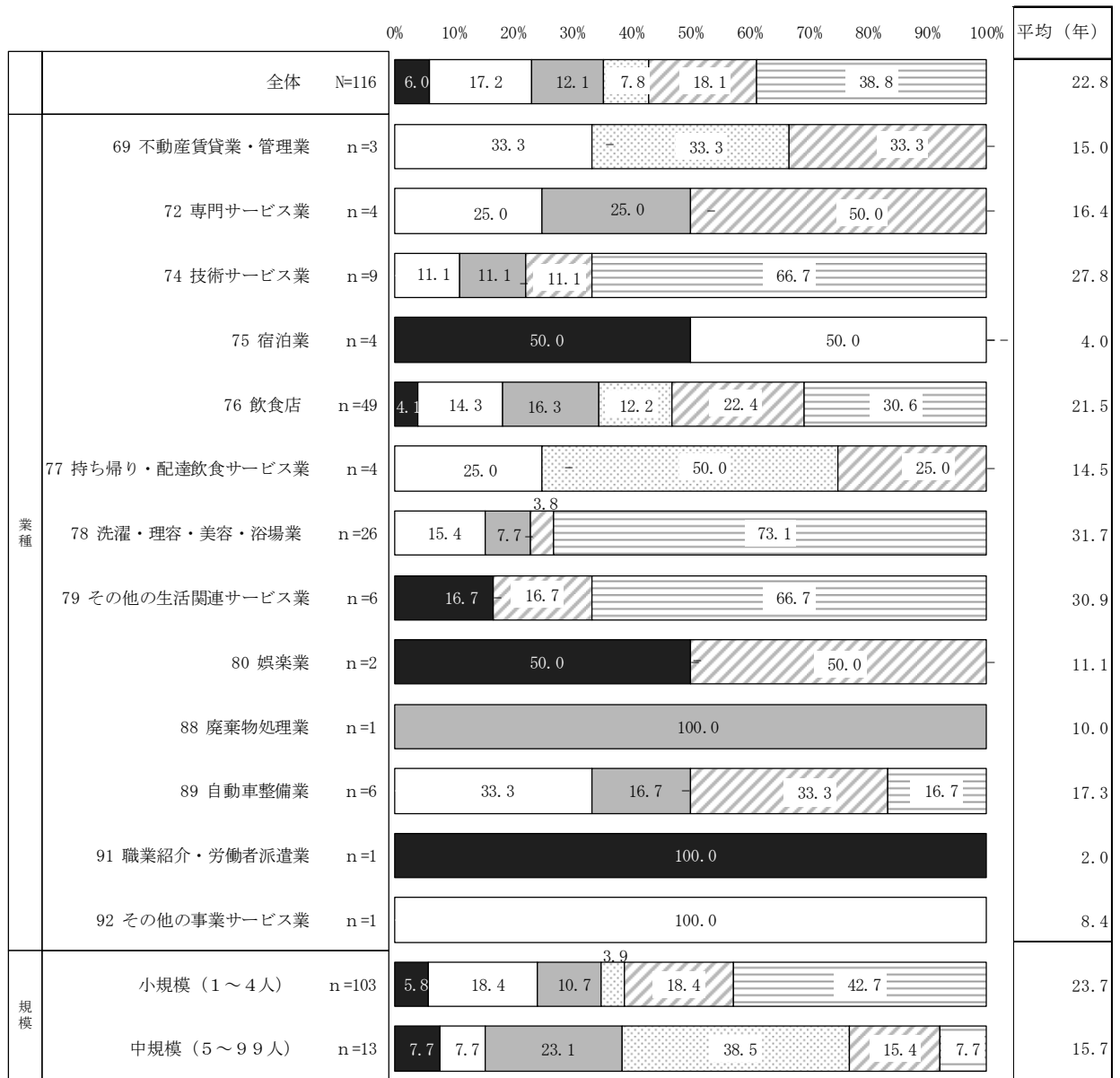


■ ~3年未満 □ 3~10年未満 ▣ 10~15年未満 □ 15~20年未満 ▣ 20~30年未満 □ 30年以上

④無給の家族従業員

無給の家族従業員の平均勤続年数は 22.8 年である。

図Ⅶ - 13. 無給の家族従業員勤続年数



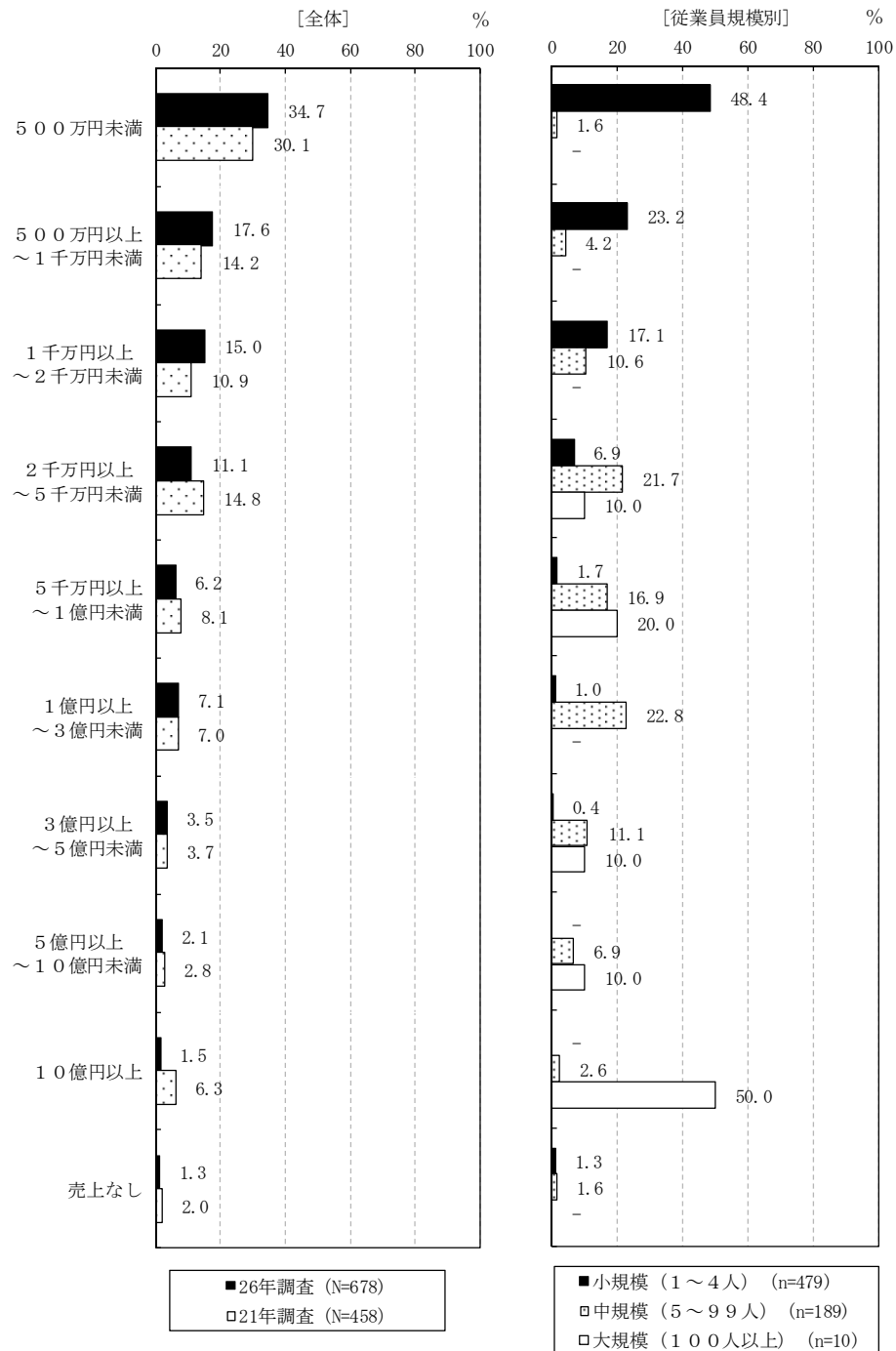
■ ~3年未満 □ 3~10年未満 ▣ 10~15年未満 ▤ 15~20年未満 ▥ 20~30年未満 ▦ 30年以上

5.年間売上高

年間売上高は、「500万円未満」が最も多く34.7%、次いで「500万円以上～1千万円未満」(17.6%)、「1千万円以上～2千万円未満」(15.0%)と続く。21年調査と比較すると2千万円未満が増加している。

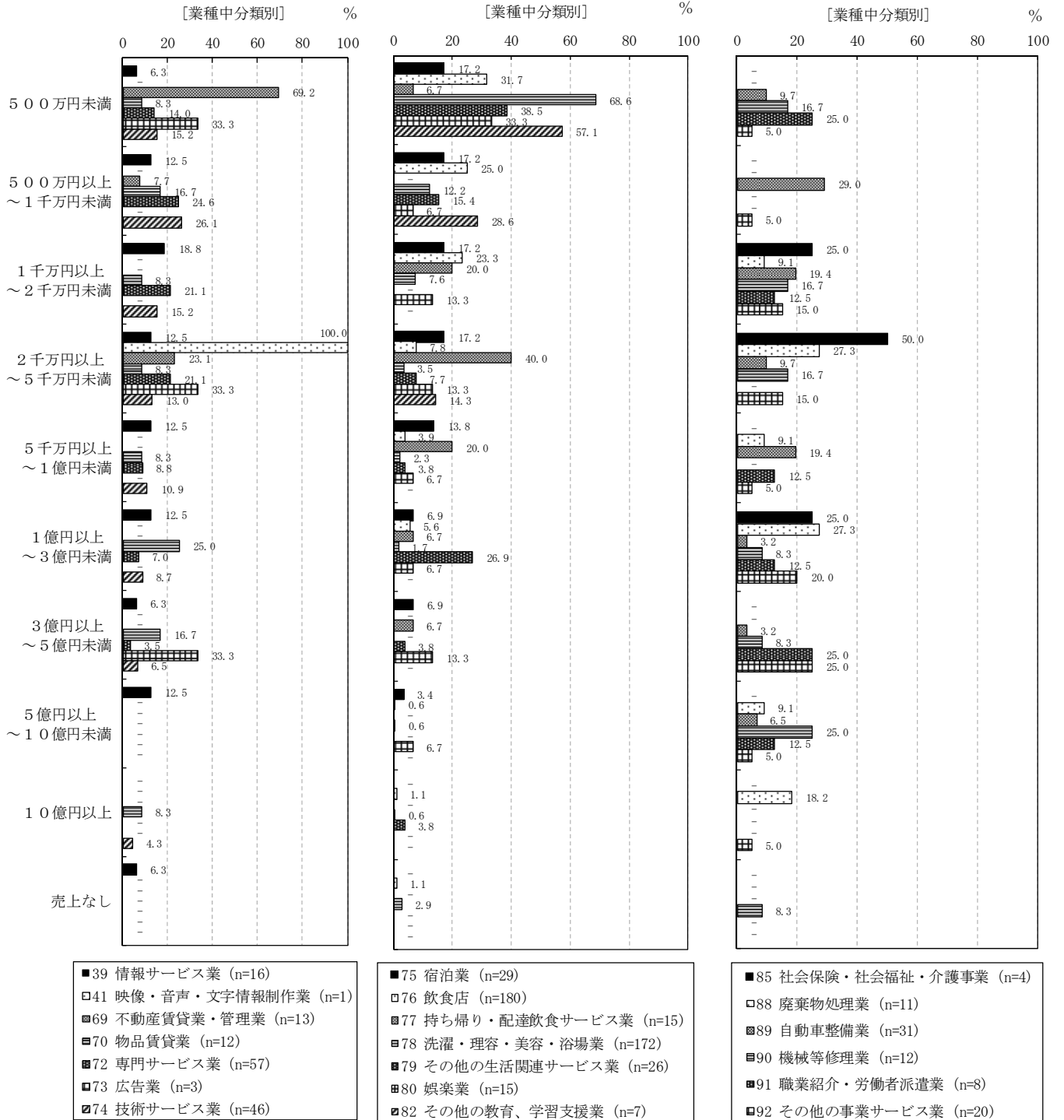
規模別に見ると、小規模事業所(1～4人)では「500万円未満」の割合(48.4%)が最も高いのに対して、中規模事業所(5～99人)では「1億円以上～3億円未満」(22.8%)、大規模事業所(100人以上)では「10億円以上」(50.0%)が最も高くなっている。

図Ⅶ - 14. 年間売上



業種中分類別にみると、69 不動産賃貸業・管理業、78 洗濯・理容・美容・浴場業で「500万円未満」(69.2%、68.6%)、77 持ち帰り・配達飲食サービス業では「2千万円～5千万円未満」(40.0%)が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅶ - 15. 年間売上（業種別）



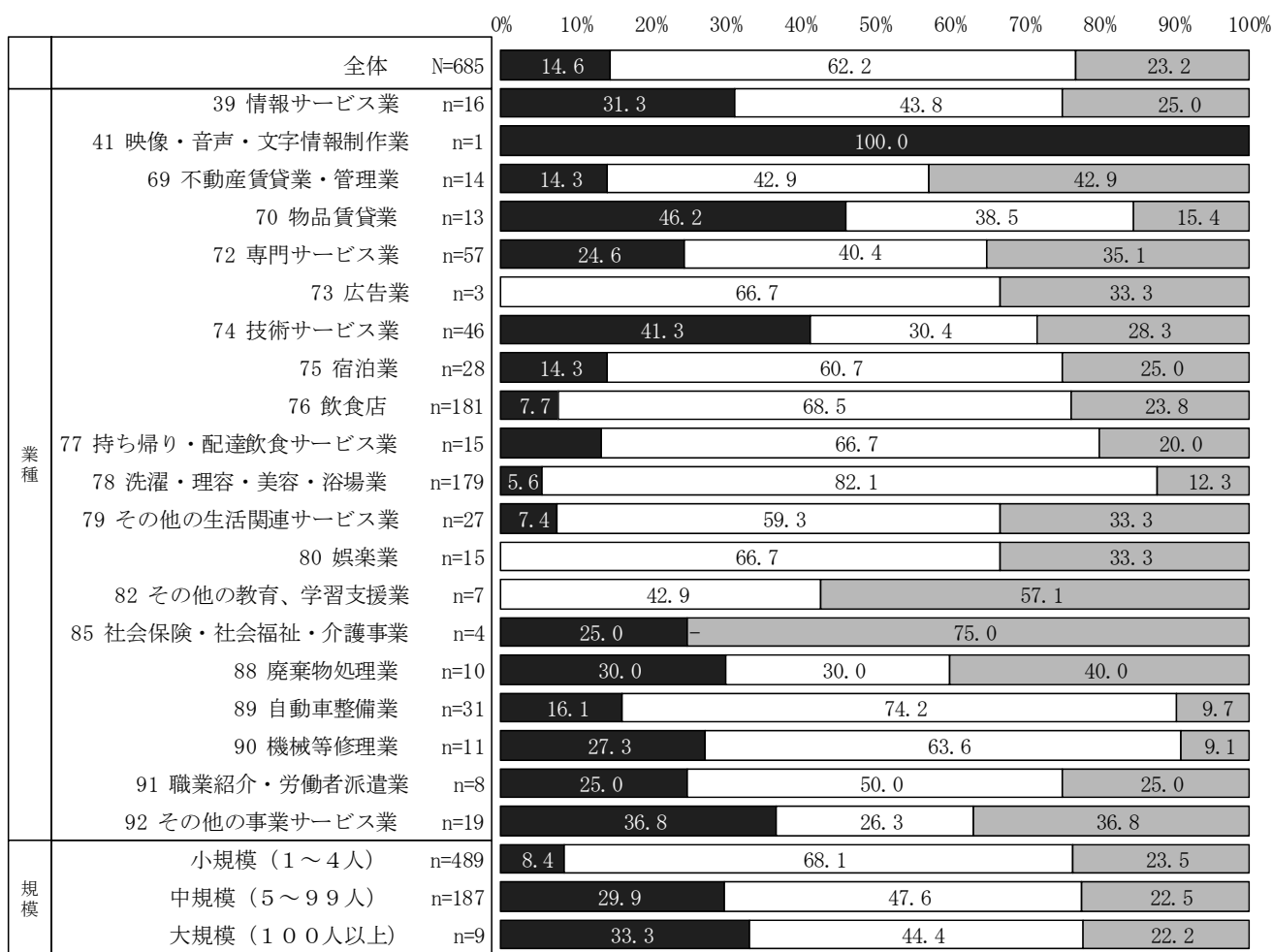
〔1年前と比較した売上高の推移〕

1年前と比較した売上高は、「減少している」(62.2%)が多数を占めている。「増加している」が14.6%、「変わらない」が23.2%となっている。

業種中分類別でみると78洗濯・理容・美容・浴場業で「減少している」が82.1%と他の業種に比べて高い。一方、70物品賃貸業、74技術サービス業で「増加している」の割合(46.2%、41.3%)が他の業種に比べて高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1～4人)よりも中規模事業所(5～99人)で「増加している」(8.4%<29.9%)が多くなっている。

図Ⅶ - 16. 1年前と比較した売上高の推移



■増加している □減少している □変わらない

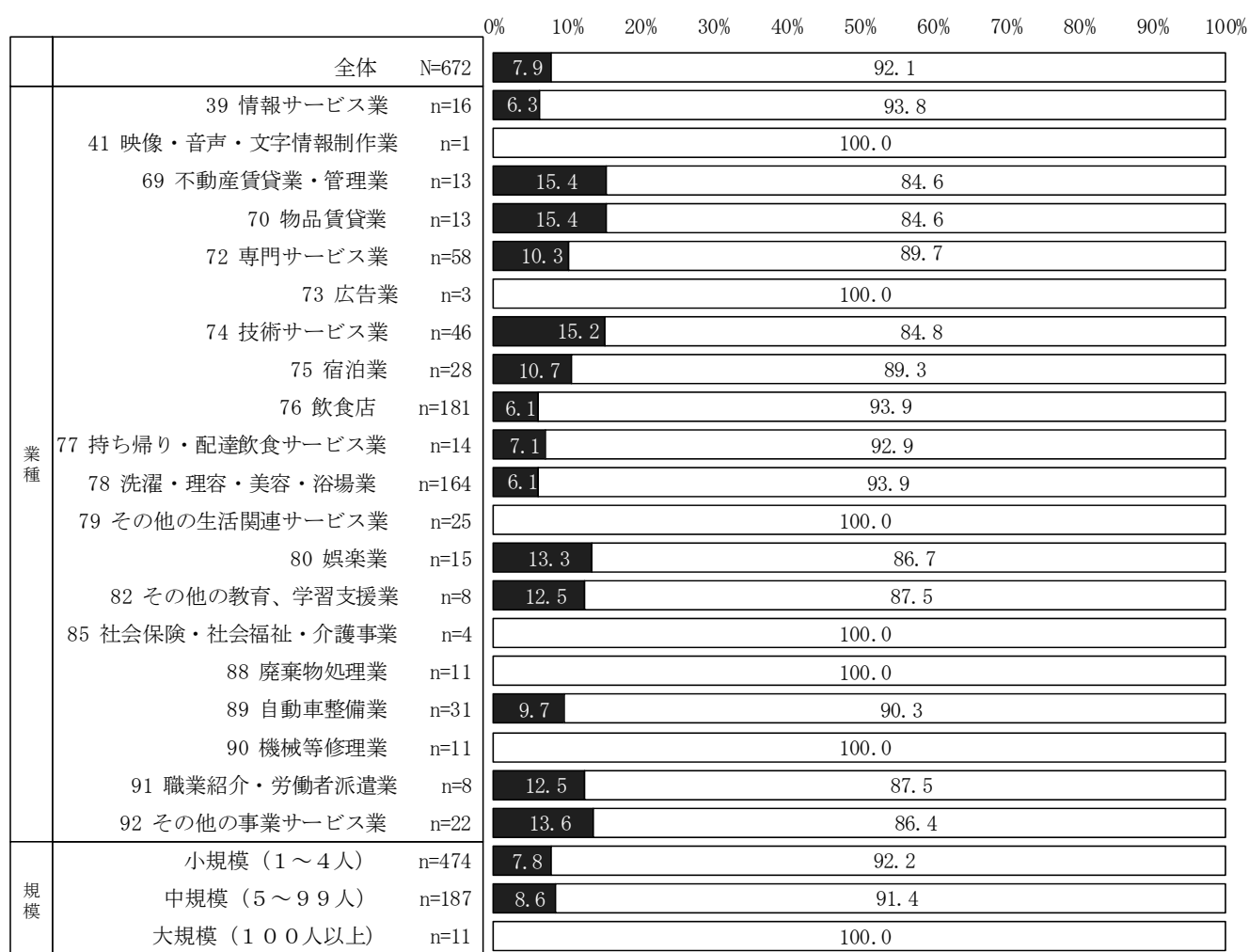
6.兼業

兼業している事業所は全体の7.9%である。

業種中分類別にみると、69 不動産賃貸業・管理業、70 物品賃貸業で兼業している割合（共に15.4%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別の兼業率は小規模事業所（1～4人）7.8%、中規模事業所（5～99人）8.6%となっている。

図Ⅶ - 17. 兼業の有無



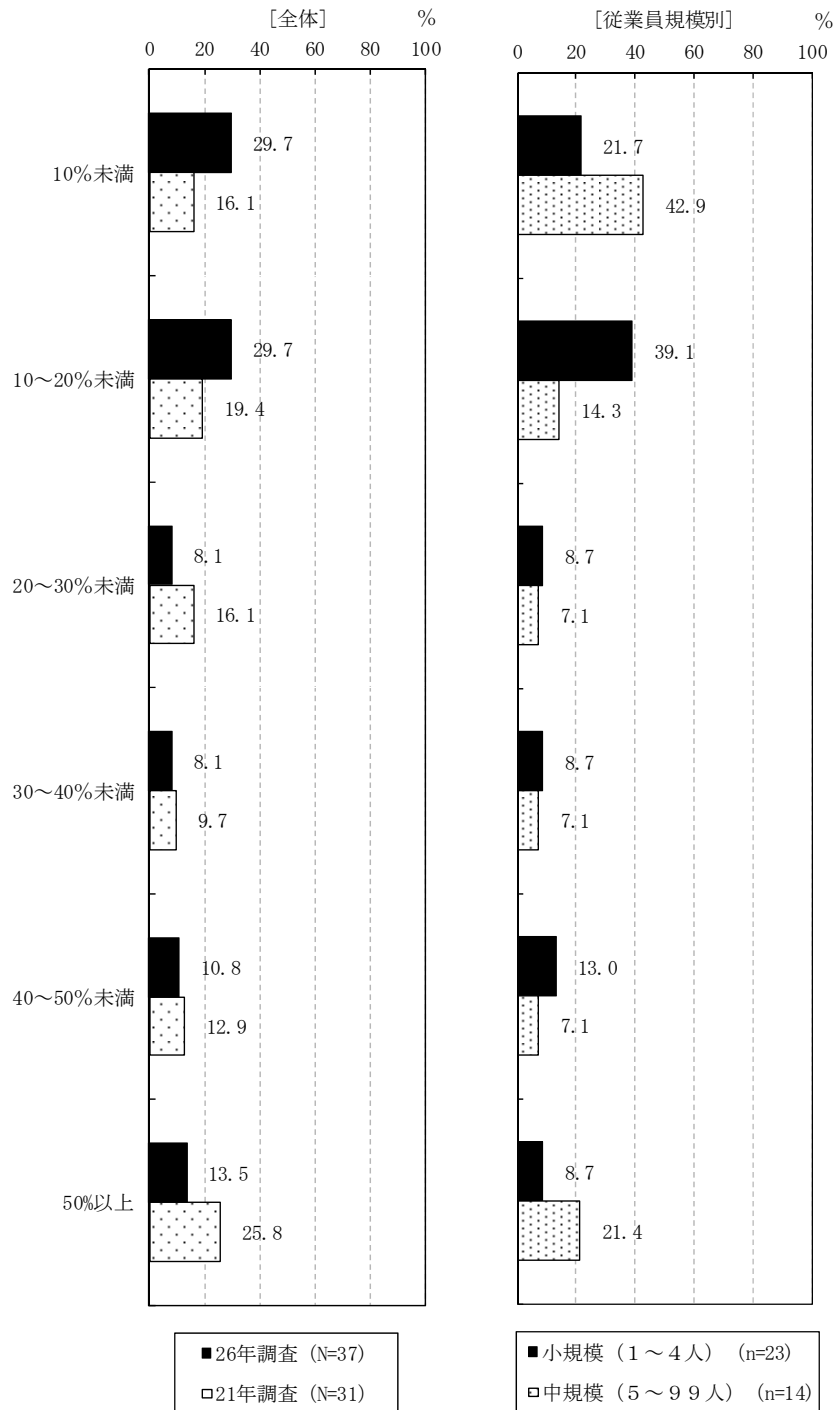
■あり □なし

〔兼業している業種の占める割合〕

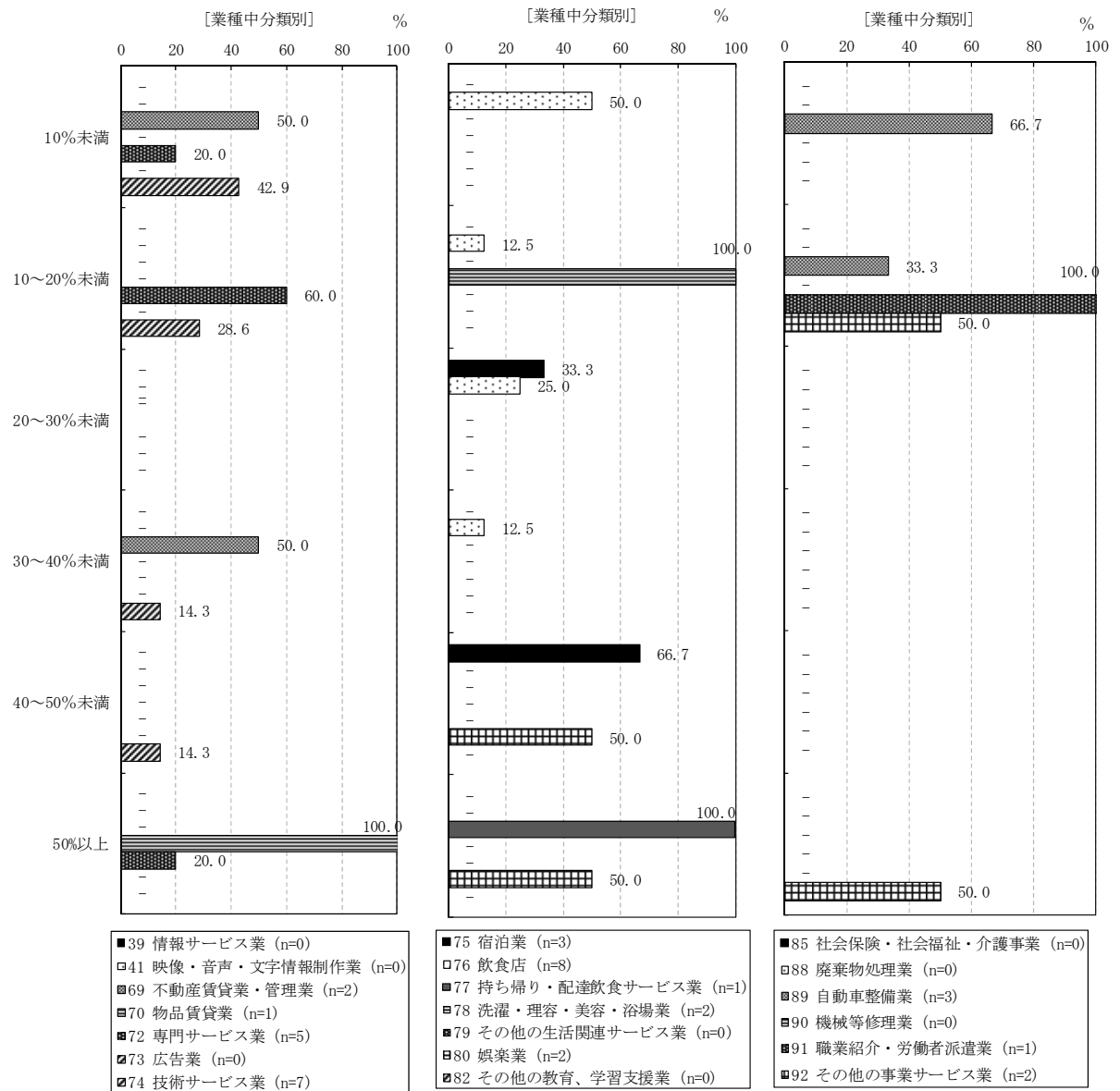
兼業している事業所において兼業部門が年間売上高に占める割合は、「10%未満」、「10～20%未満」が共に29.7%と最も高く、次いで「50%以上」（13.5%）となっている。21年調査と比較すると20%未満が増加して、20%以上が減少している。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で「10～20%未満」（39.1%）、中規模事業所（5～99人）で「10%未満」（42.9%）が最も高くなっている。

図Ⅶ - 18. 兼業部門が年間売上に占める割合



図Ⅶ - 19. 兼業部門が年間売上に占める割合（業種別）

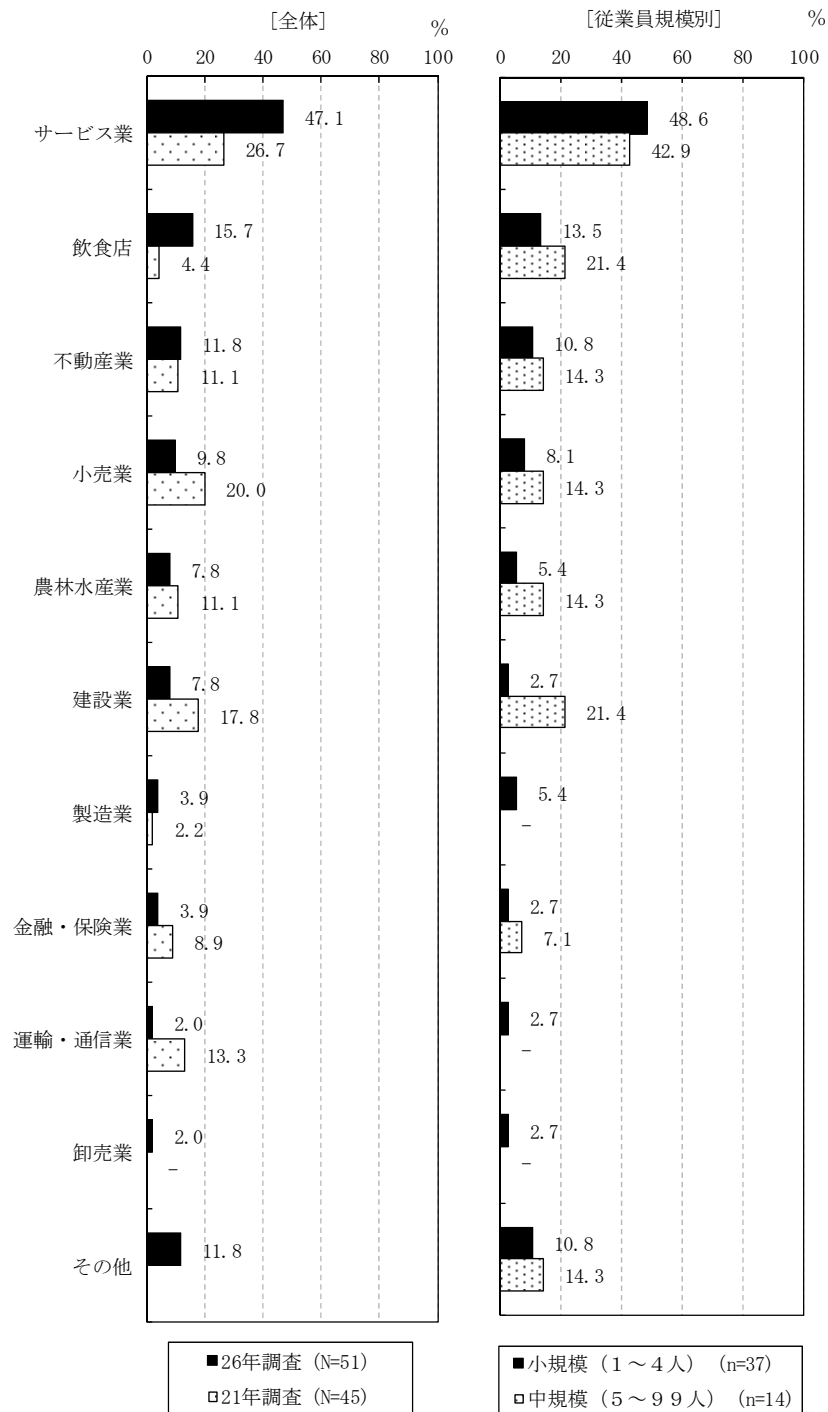


〔兼業している業種〕

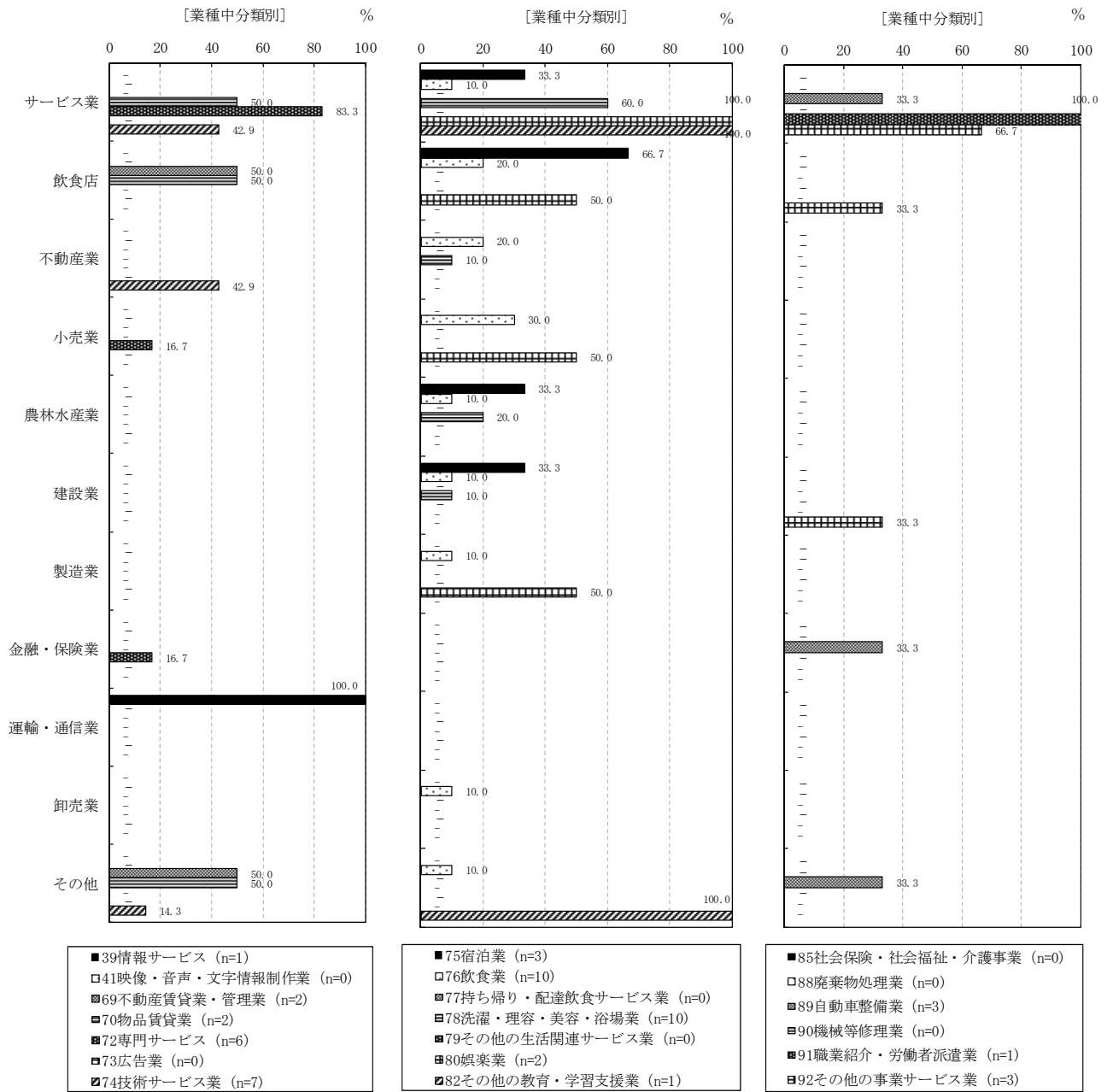
兼業している業種は、「サービス業」が47.1%と最も高く、次いで「飲食店」(15.7%)、「不動産業」(11.8%)となっている。21年調査と比較すると「サービス業」、「飲食店」等が増加し、「小売業」、「建設業」等が減少している。

規模別にみても、小規模事業所(1～4人)、中規模事業所(5～99人)共に「サービス業」が最も高くなっている。

図Ⅶ - 20. 兼業している業種 (複数回答)



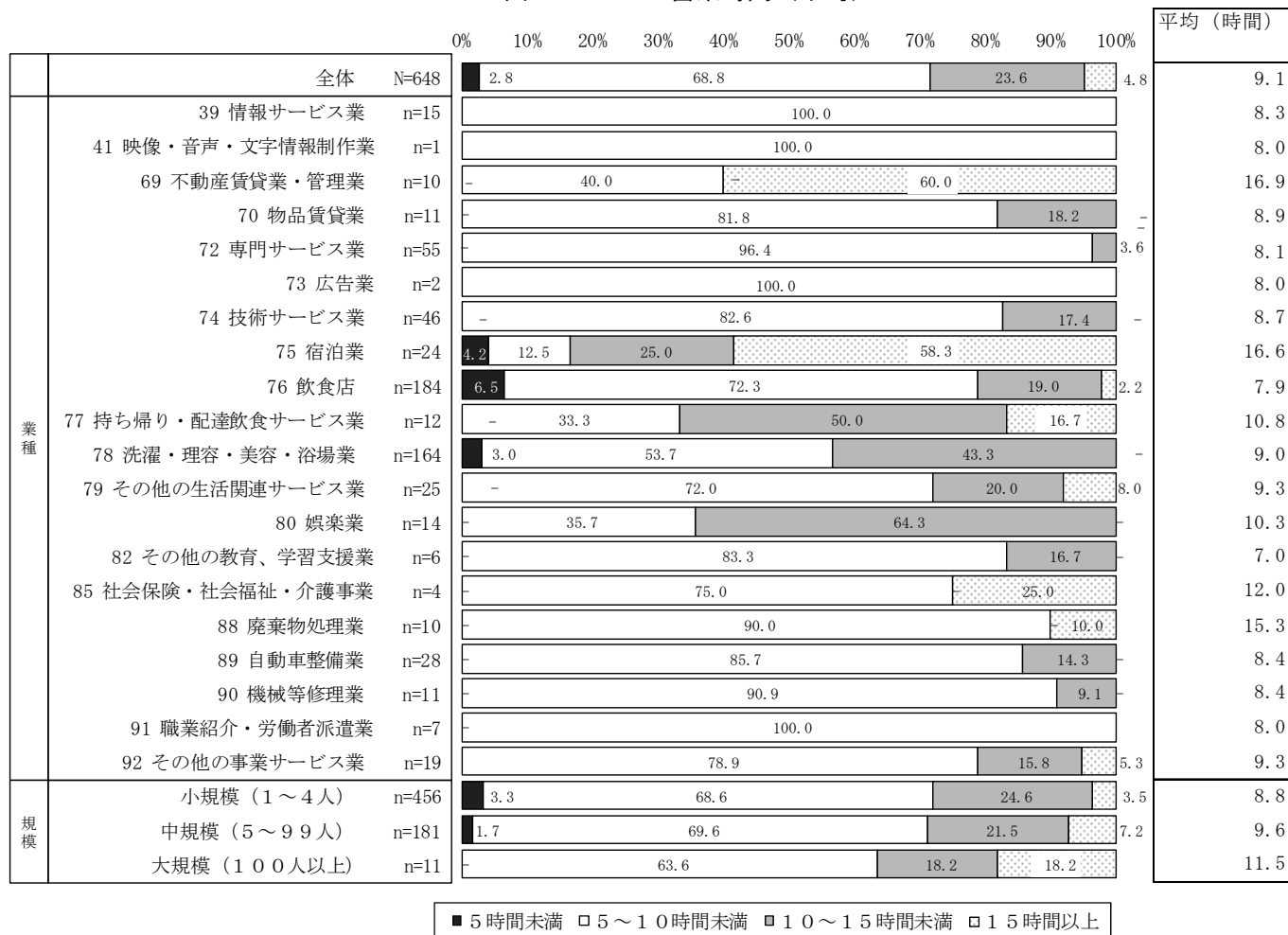
図Ⅶ - 21. 兼業している業種（複数回答）（業種別）



7. 営業時間

1日の平均営業時間は9.1時間で、21年調査の8.8時間よりも長くなっている。
業種中分類別にみると、69 不動産賃貸業・管理業が16.9時間と最も長い。
規模別にみると、規模が大きくなるにつれて平均営業時間が長くなっている。

図Ⅶ - 22. 営業時間（平均）



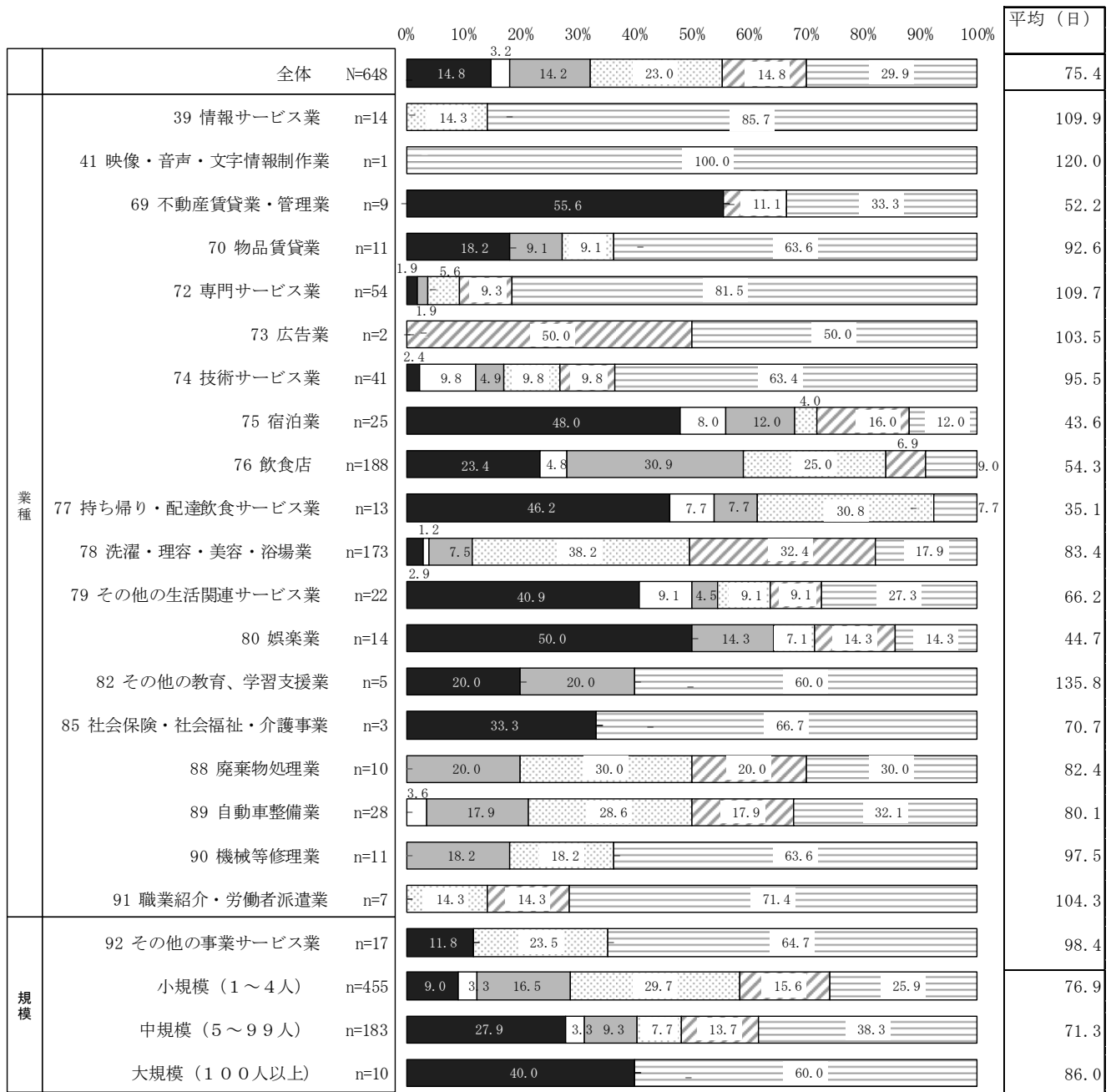
8.年間休日数

平均年間休日数は75.4日で、21年調査の73.8日より増加している。

業種中分類別にみると、39 情報サービス業（109.9日）、72 専門サービス業（109.7日）で多いのに対して、77 持ち帰り・配達飲食サービス業では35.1日と少なくなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）が76.9日、中規模事業所（5～99人）で71.3日、大規模事業所（100人以上）で86.0日となっている。

図Ⅶ-23. 年間休日日数（平均）



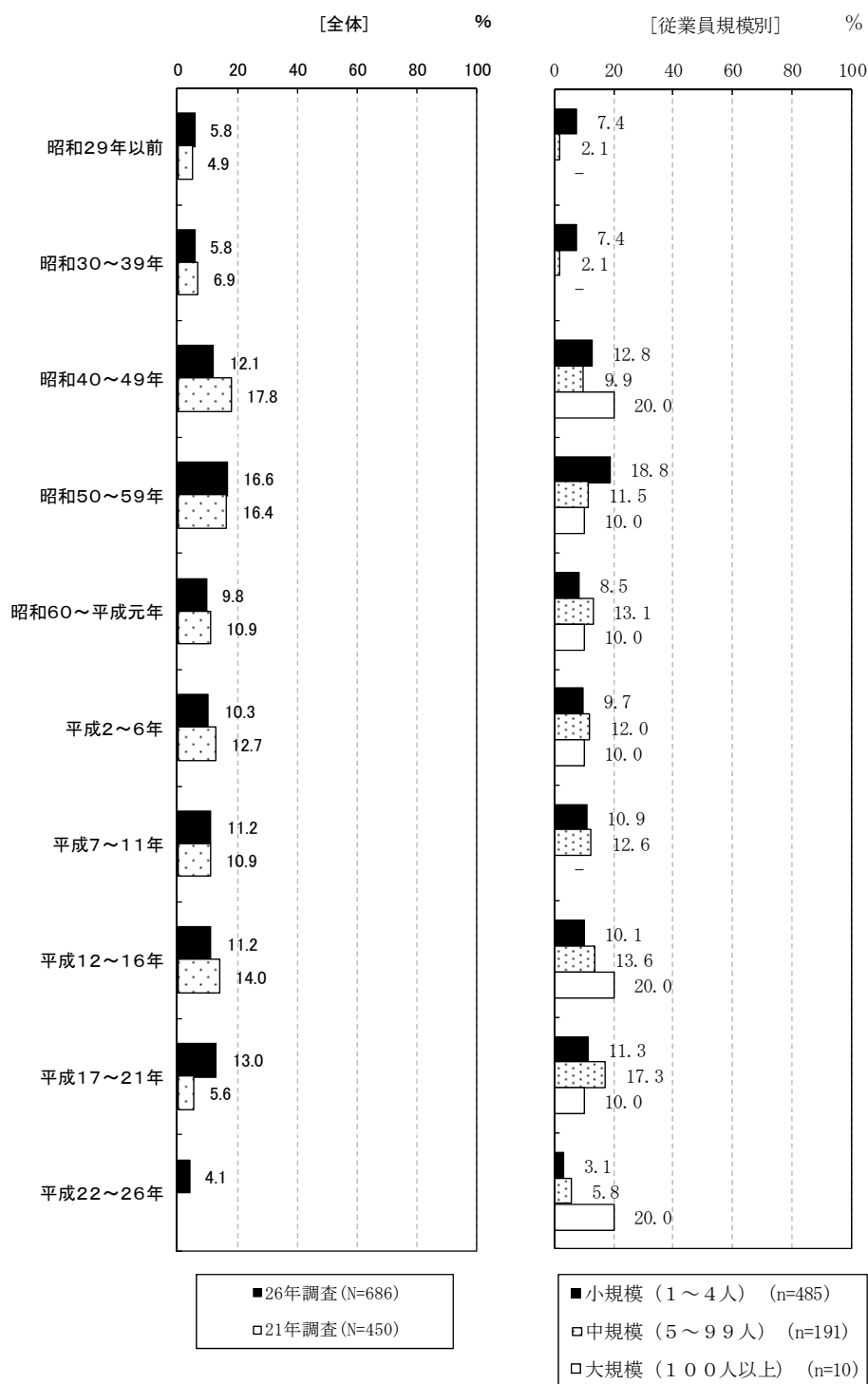
■ 20日未満 □ 20～40日未満 ▨ 40～60日未満 □ 60～80日未満 ▨ 80～100日未満 □ 100日以上

9. 開設時期

事業所・店舗の開設時期は、「昭和50～59年」が16.6%と最も割合が高く、次いで「平成17～21年」(13.0%)、「昭和40～49年」(12.1%)となっている。

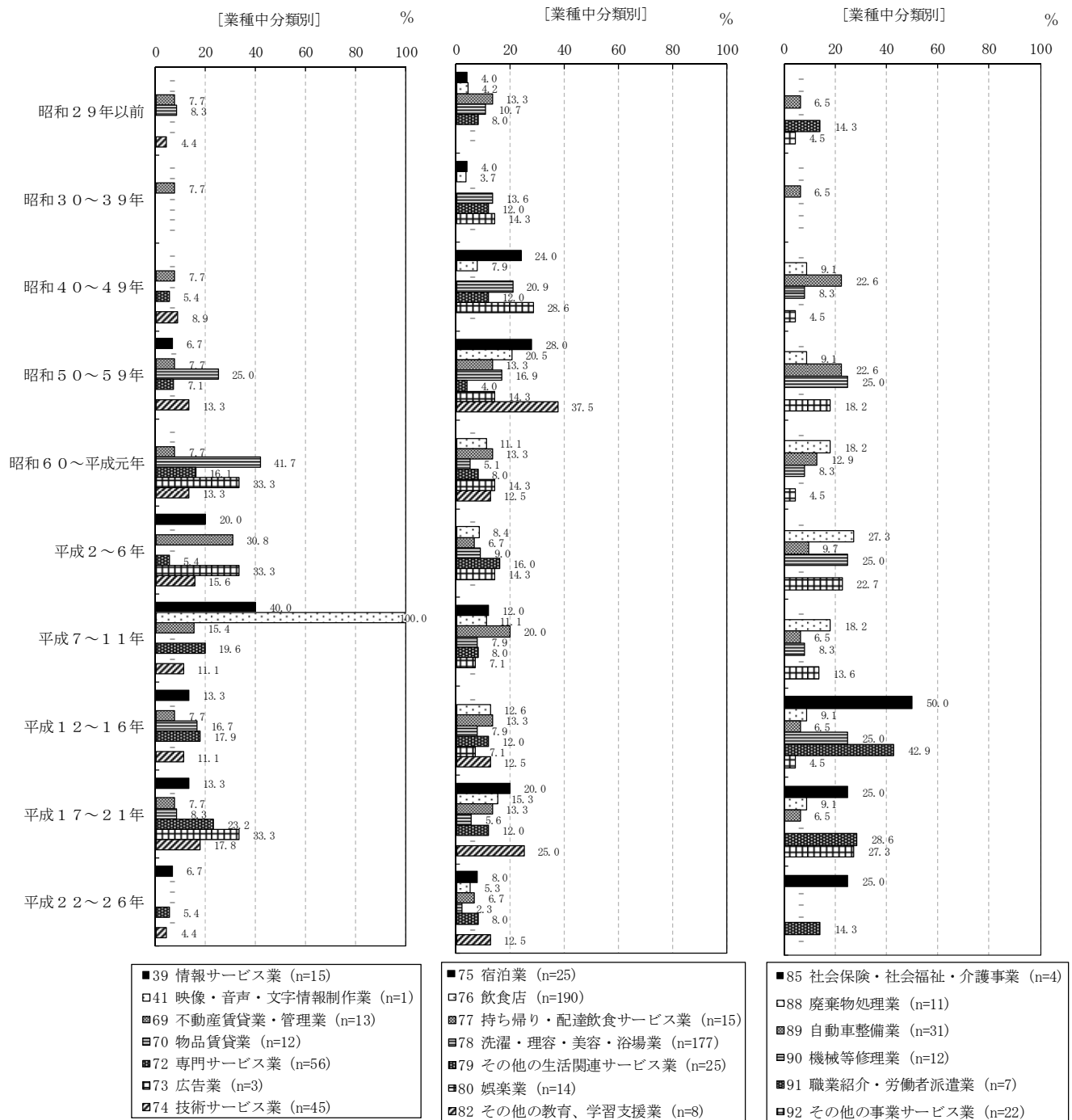
規模別で見ると、小規模事業所(1～4人)では「昭和50～59年」(18.8%)、中規模事業所(5～99人)では「平成17～21年」(17.3%)、大規模事業所(100人以上)では「昭和40～49年」、「平成12～16年」、「平成22～26年」(いずれも20.0%)が高くなっている。

図Ⅶ-24. 事業所・店舗の開設時期



業種中分類別にみると、70 物品賃貸業で「昭和 60～平成元年」(41.7%)、77 持ち帰り・配達飲食サービス業で「平成 7～11 年」(20.0%)、89 自動車整備業で「昭和 40～49 年」、「昭和 50～59 年」(共に 22.6%) が他の業種と比較して高くなっている。

図 VII - 25. 事業所・店舗の開設時期（業種別）



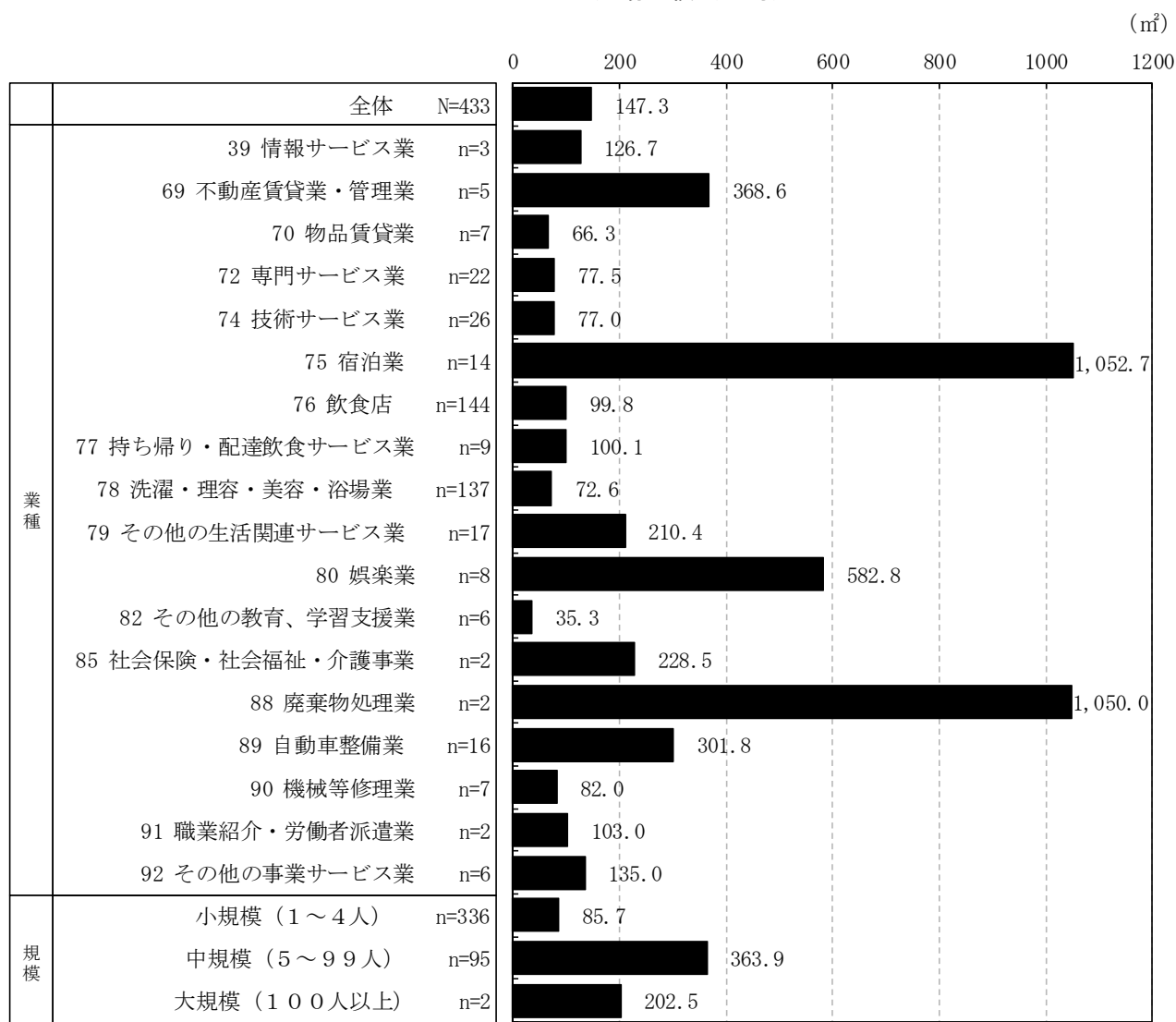
10.売場面積

1 事業所当たりの平均売場面積は 147.3 m²である。

業種中分類別にみると、75 宿泊業 (1,052.7 m²) で広い。

規模別にみると、小規模事業所 (1～4人) で 85.7 m²、中規模事業所 (5～99人) で 363.9 m²となっている。

図Ⅶ - 26. 売場面積 (平均)



1 1.事業用不動産の所有関係と使用形態

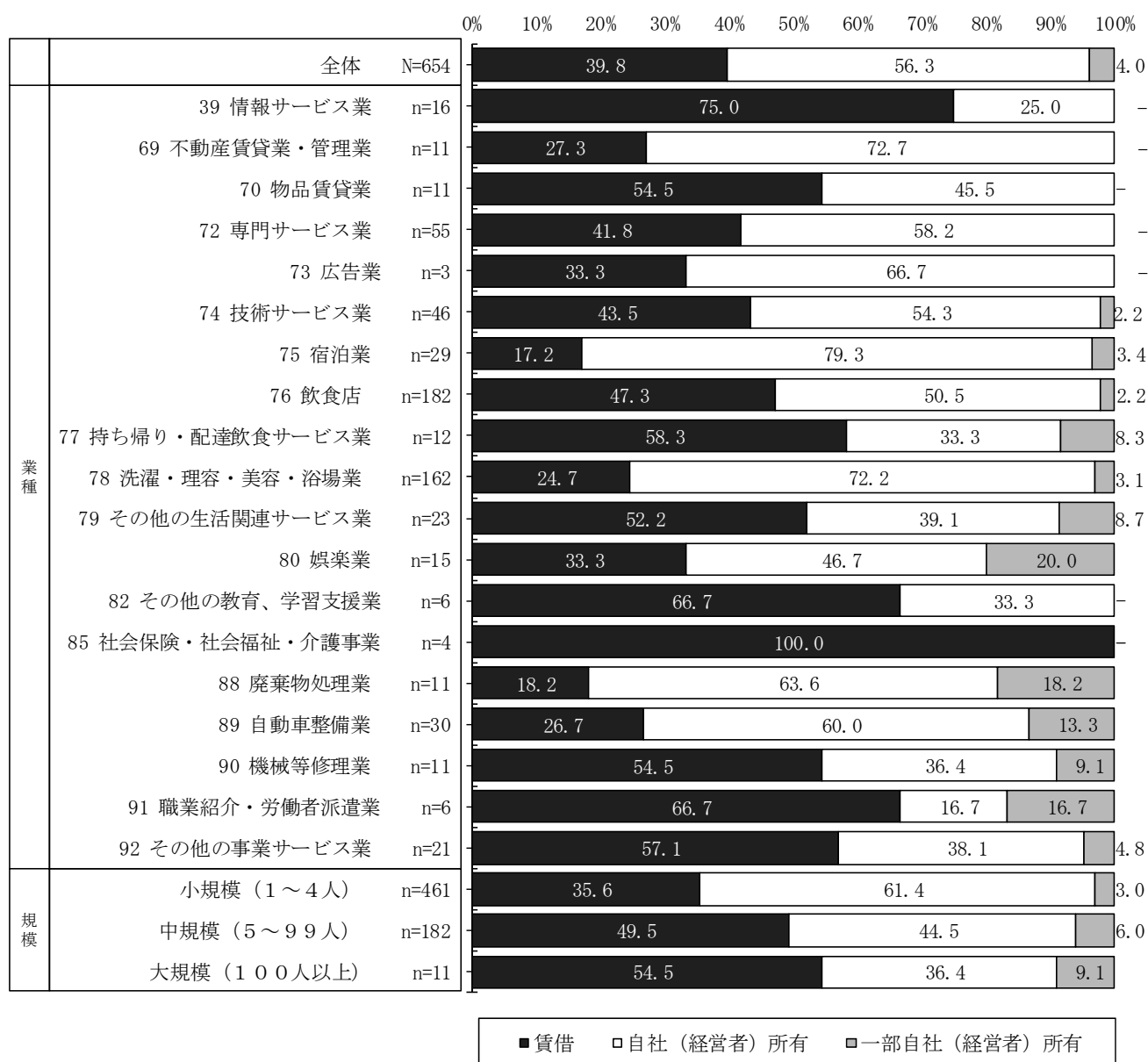
①事業用土地の所有関係

事業用土地の所有関係は、「賃借」39.8%、「自社（経営者）所有」56.3%、「一部自社（経営者）所有」4.0%という構成である。

業種中分類別にみると、39 情報サービス業で「賃借」（75.0%）、75 宿泊業で「自社（経営者）所有」（79.3%）、80 娯楽業で「一部自社（経営者）所有」（20.0%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「賃借」が高くなり、「自社（経営者）所有」が少なくなっている。

図Ⅶ - 27. 事業用土地の所有関係



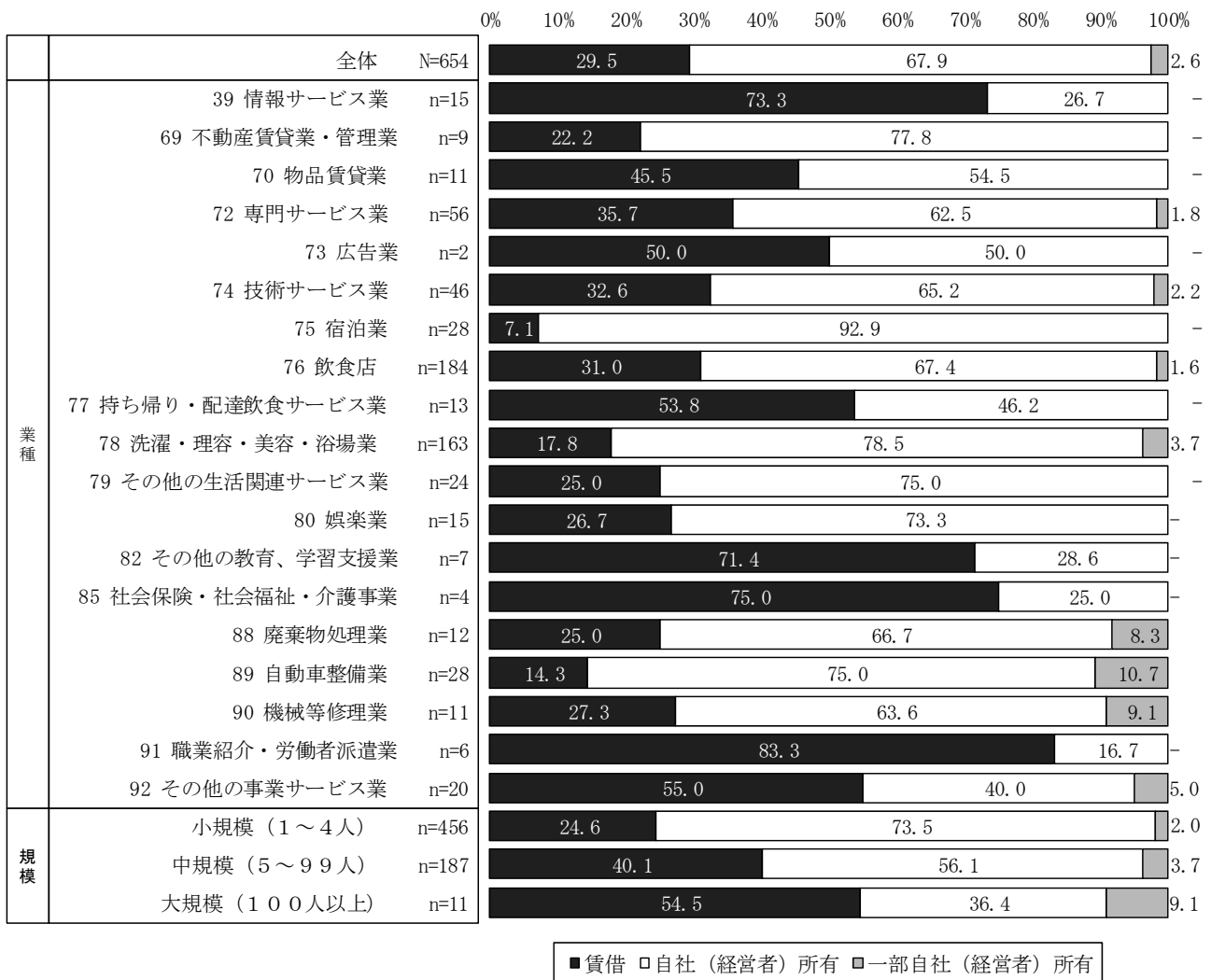
②事業用建物の所有関係

事業用建物の所有関係は、「賃借」29.5%、「自社（経営者）所有」67.9%、「一部自社（経営者）所有」2.6%という構成である。

業種中分類別にみると、39 情報サービス業で「賃借」（73.3%）、75 宿泊業で「自社（経営者）所有」（92.9%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「賃借」が高くなり、「自社（経営者）所有」が少なくなっている。

図Ⅶ - 28. 事業用建物の所有関係



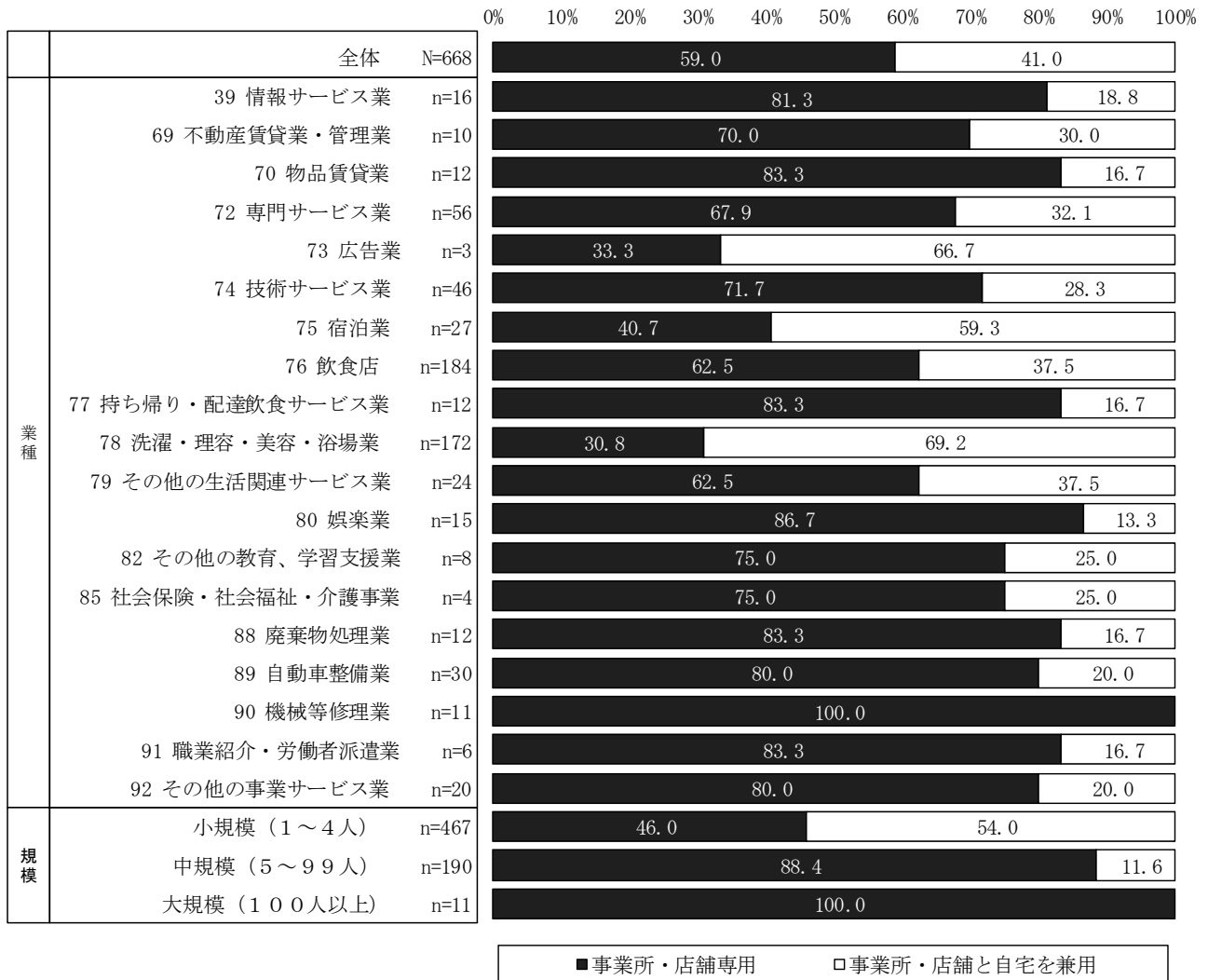
③事業用建物の使用形態

事業用建物の使用形態は、「事業所・店舗専用」59.0%、「事業所・店舗と自宅を兼用」41.0%と構成比である。

業種中分類別にみると、90 機械等修理業で「事業所・店舗専用」(100.0%)、78 洗濯・理容・美容・浴場業で「事業所・店舗と自宅を兼用」(69.2%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「事業所・店舗専用」の割合が高くなっている。

図Ⅶ - 29. 事業用建物の使用形態

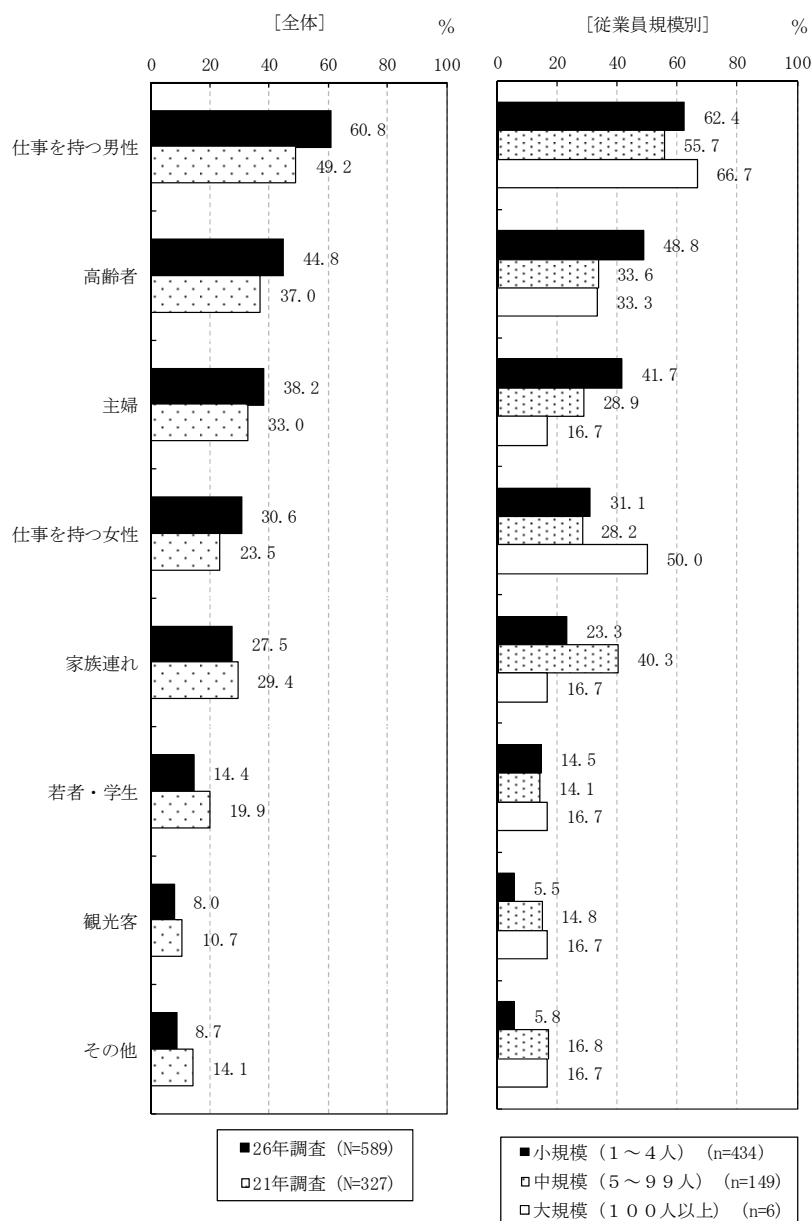


12.顧客タイプと顧客利用理由

〔顧客タイプ（客層）〕

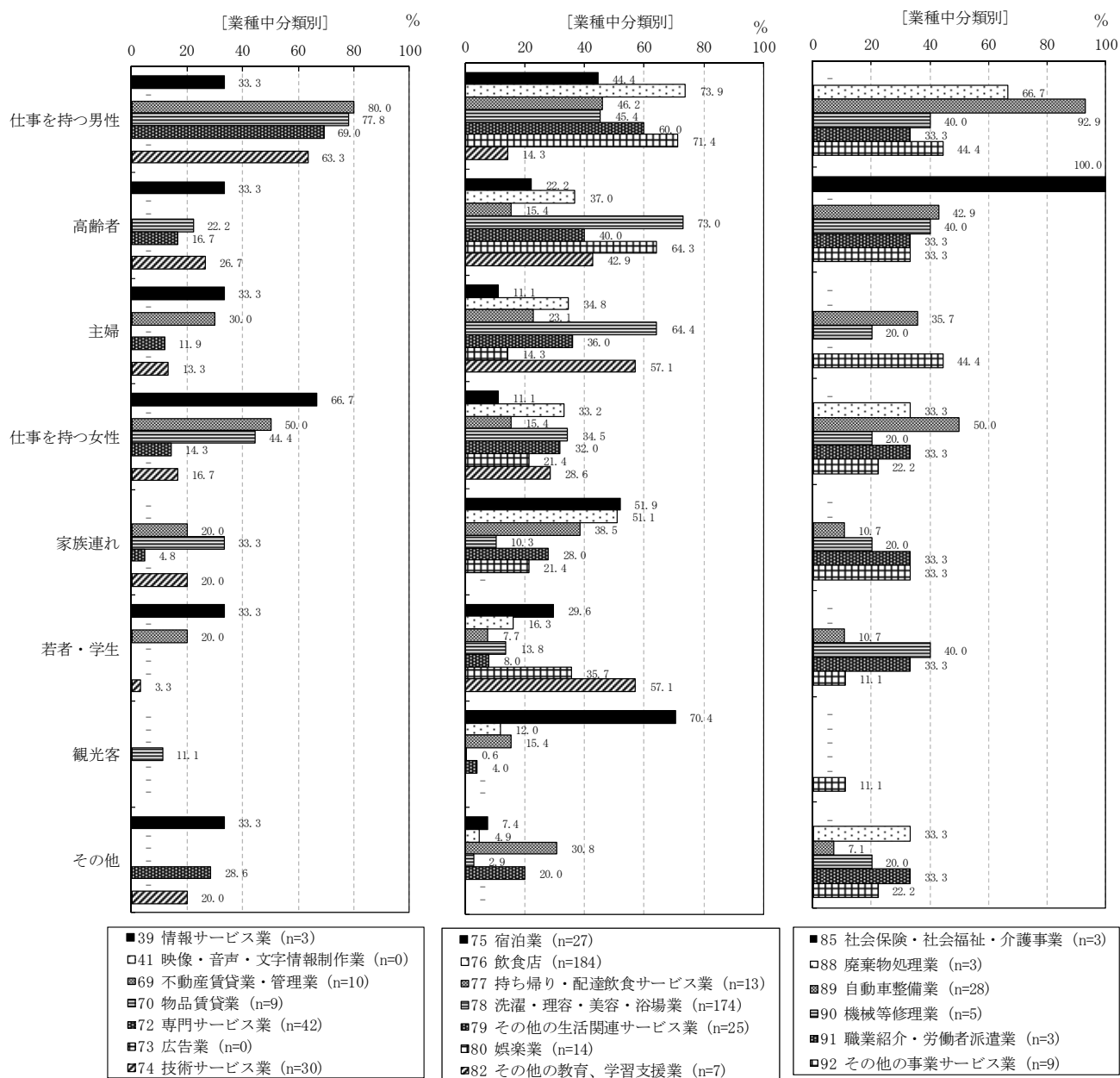
主に個人を対象に事業を展開している事業所の顧客タイプは、「仕事を持つ男性」が60.8%で最も高く、次いで「高齢者」(44.8%)、「主婦」(38.2%)となっている。21年調査と比較すると「仕事を持つ男性」、「高齢者」等で増加し、「家族連れ」、「若者・学生」等で減少している。規模別にみると、全ての規模で「仕事を持つ男性」が最も高くなっている。

図Ⅶ - 30. 個人顧客のタイプ（3つまで選択）



業種中分類別にみると、78 洗濯・理容・美容・浴場業で「高齢者」(73.0%)、75 宿泊業では「観光客」(70.4%)が最も高くなっている。それ以外の業種では、「仕事を持つ男性」が最も高くなっている。

図Ⅶ - 31. 個人顧客のタイプ（3つまで選択）（業種別）

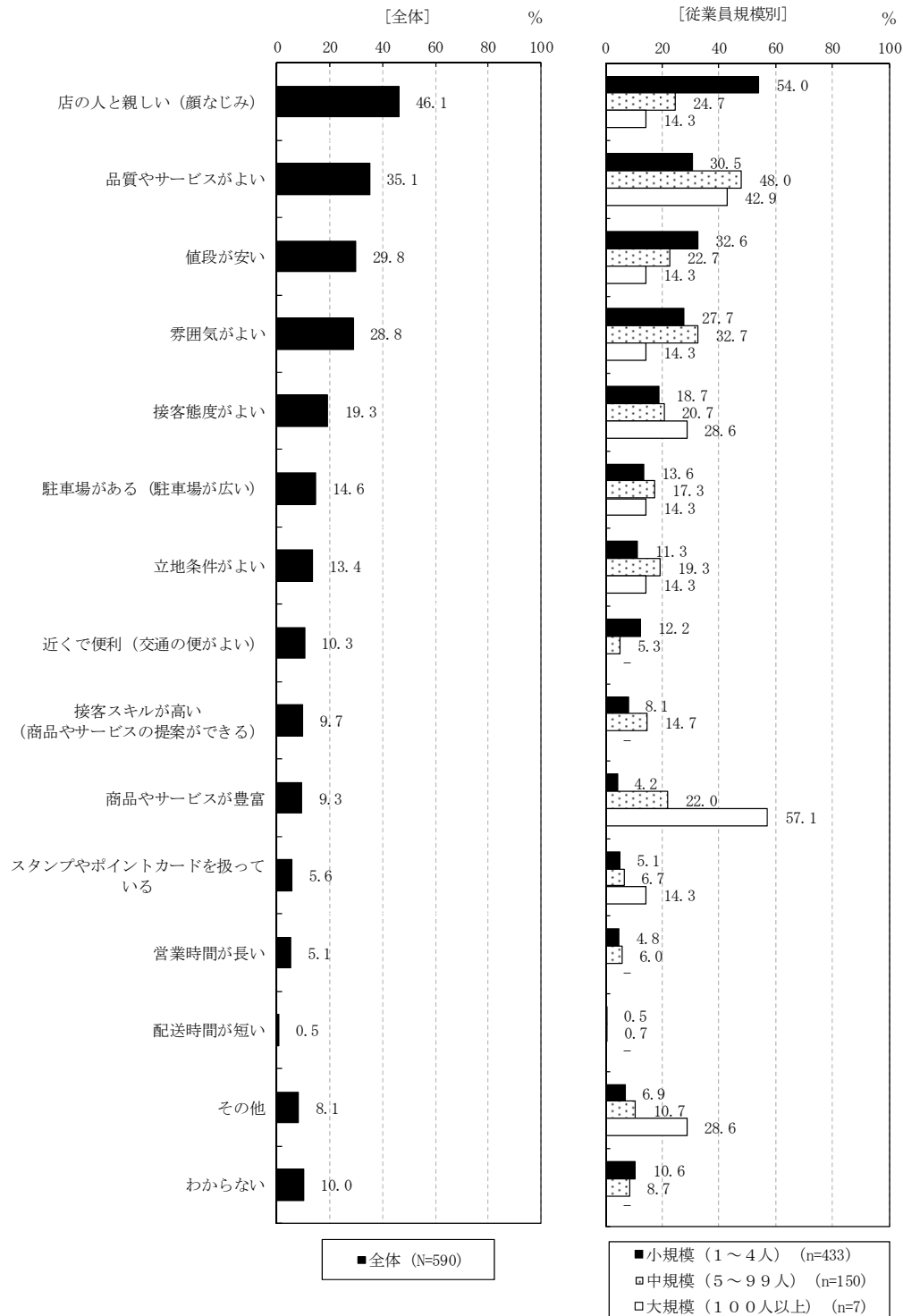


〔顧客利用理由（個人）〕

個人顧客利用理由は、「店の人と親しい（顔なじみ）」が46.1%と最も高く、次いで「品質やサービスがよい」（35.1%）、「値段が安い」（29.8%）となっている。

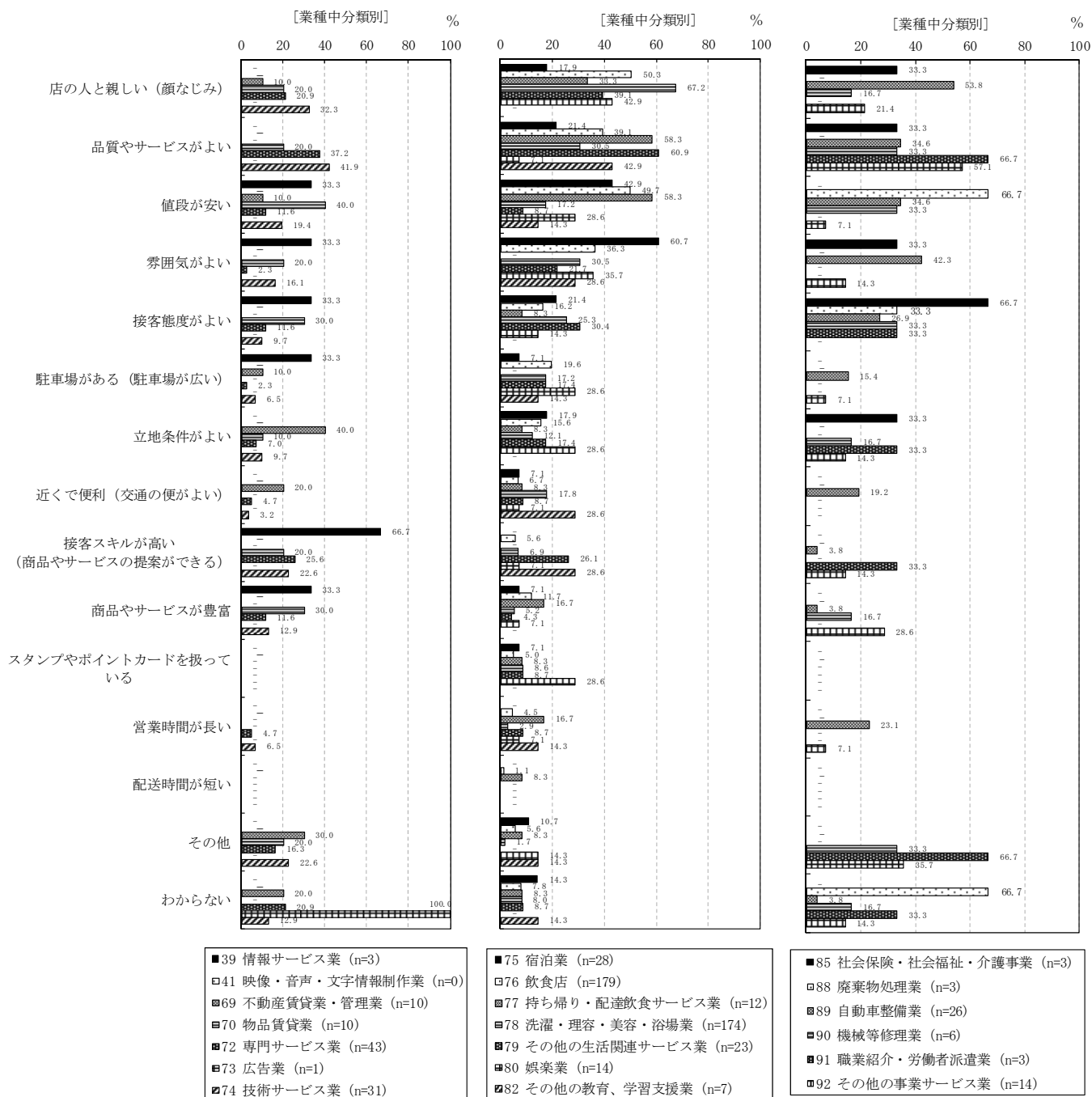
規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「店の人と親しい（顔なじみ）」（54.0%）、中規模事業所（5～99人）では「品質やサービスがよい」（48.0%）が最も高くなっている。

図Ⅶ - 32. 個人顧客利用理由（3つまで選択）



業種中分類別にみると、78 洗濯・理容・美容・浴場業で「店の人と親しい(顔なじみ)」(67.2%)、75 宿泊業で「雰囲気が良い」(60.7%)が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅶ-33. 個人顧客利用理由(3つまで選択)(業種別)

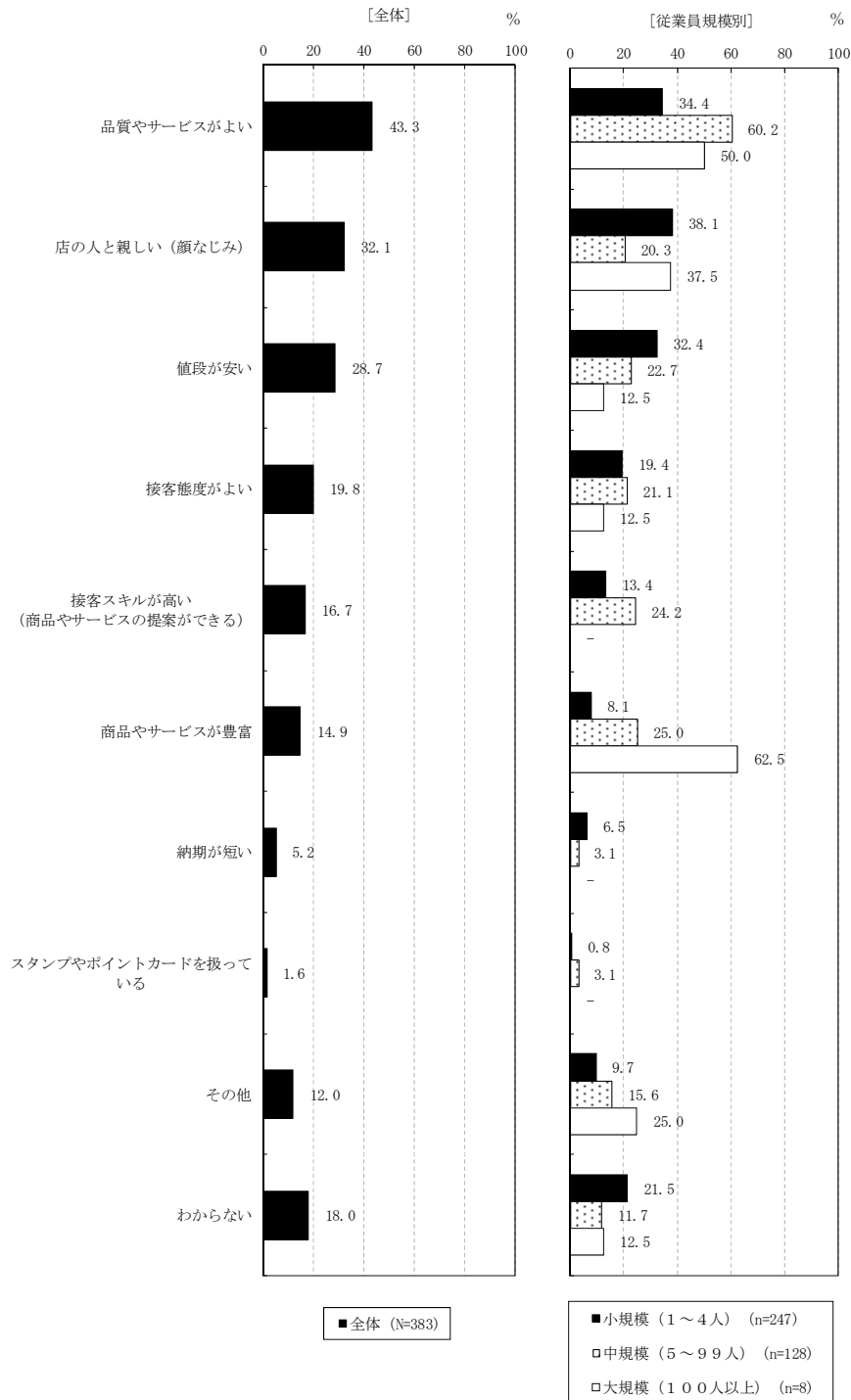


〔顧客利用理由（法人）〕

法人顧客利用理由は、「品質やサービスがよい」が43.3%と最も高く、次いで「店の人と親しい（顔なじみ）」（32.1%）、「値段が安い」（28.7%）となっている。

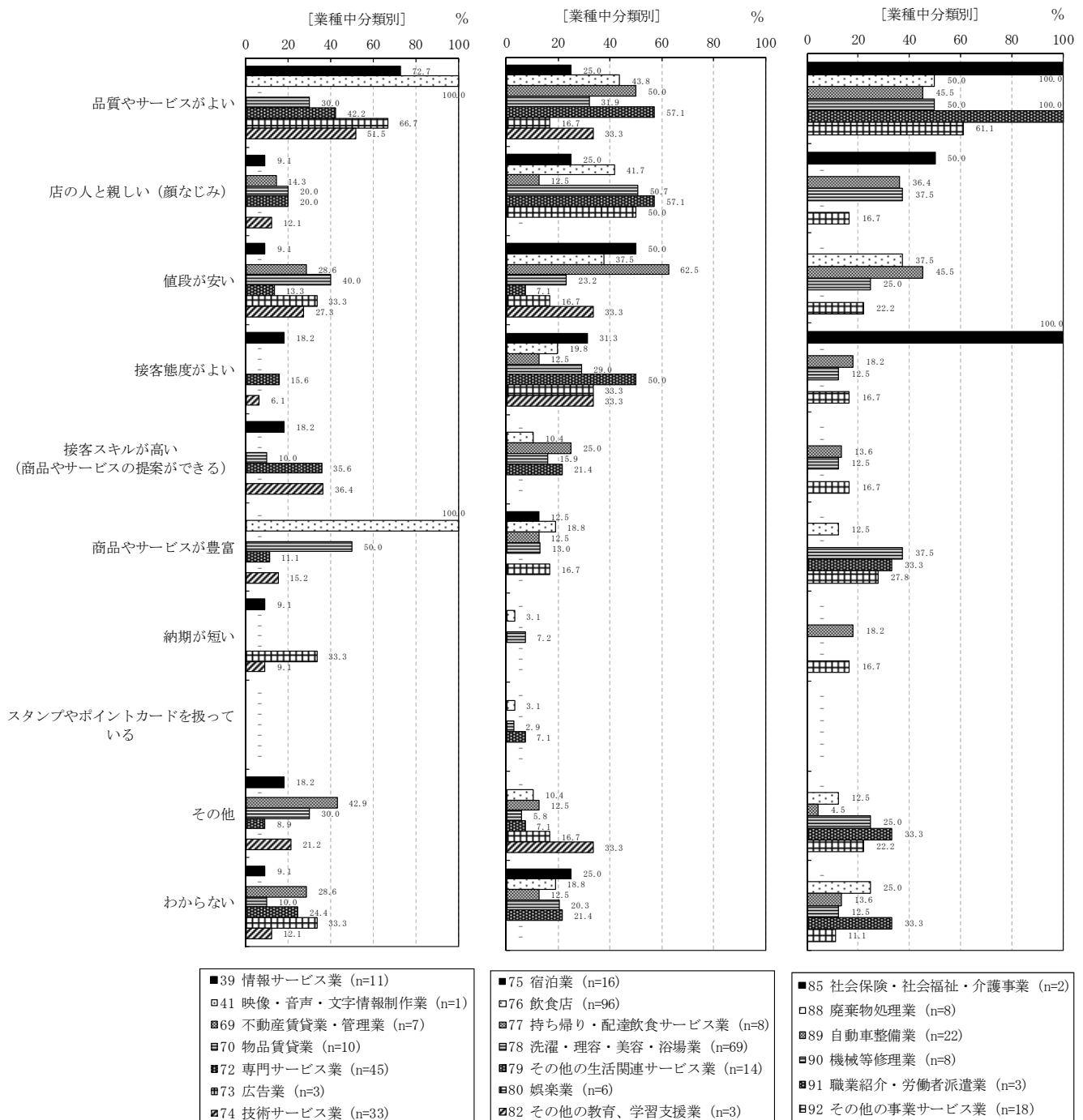
規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「店の人と親しい（顔なじみ）」（38.1%）、中規模事業所（5～99人）では「品質やサービスがよい」（60.2%）が最も高くなっている。

図Ⅶ - 34. 法人顧客利用理由（3つまで選択）



業種中分類別にみると、79 その他生活関連サービス業で「接客態度がよい」(50.0%)、77 持ち帰り・配達飲食サービス業で「値段が安い」(62.5%)が他の業種と比較して高くなっている。

図VII - 35. 法人顧客利用理由(3つまで選択)(業種別)



Ⅷ. サービス業実態調査結果

1. 経営状況

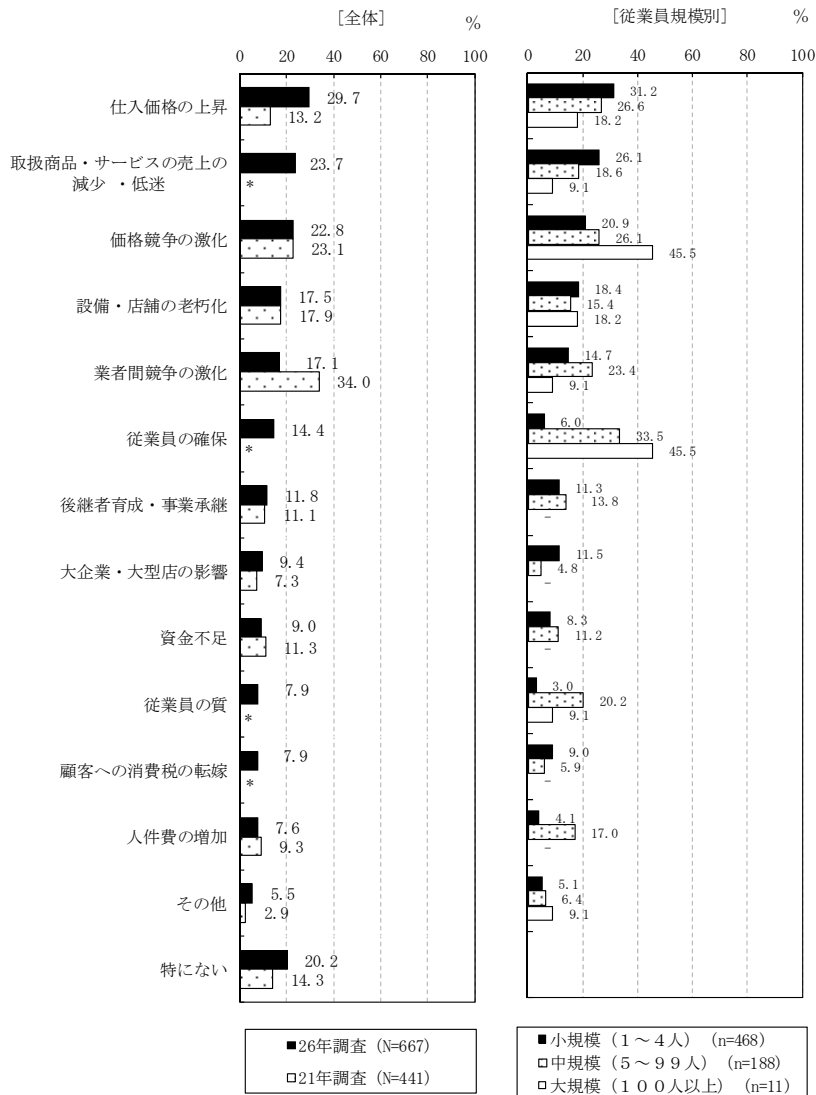
(1) 経営上の問題点

経営上、問題となっていることは、「仕入価格の上昇」が29.7%と最も高くなっている。次いで、「取扱商品・サービスの売上の減少・低迷」(23.7%)、「価格競争の激化」(22.8%)と続く。

21年調査と比較すると、「仕入価格の上昇」(13.2%→29.7%)が大きく増加し、「業者間競争の激化」(34.0%→17.1%)が大きく減少している。

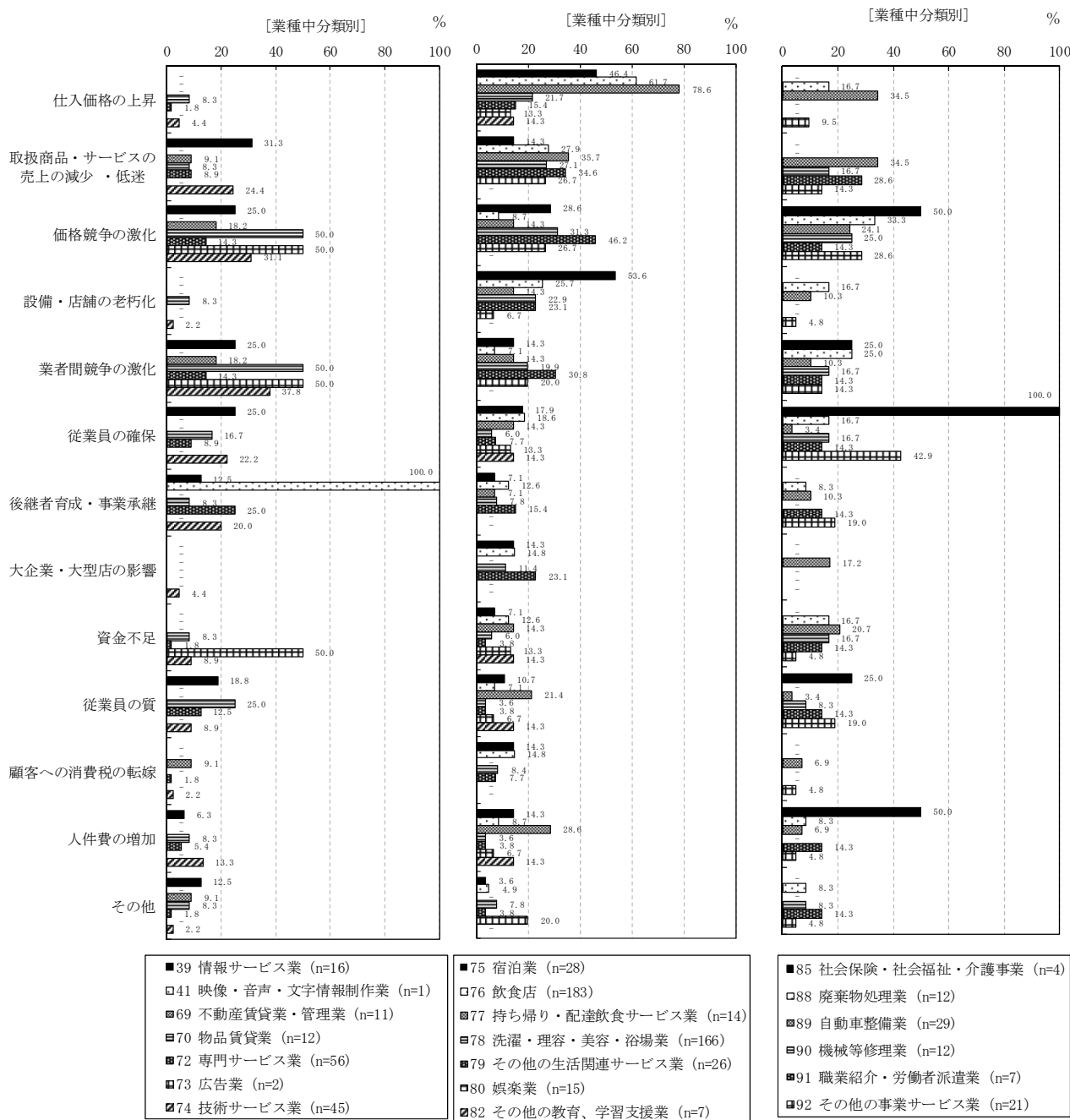
規模別にみると、小規模事業所(1～4人)で「仕入価格の上昇」(31.2%)、中規模事業所(5～99人)で「従業員の確保」(33.5%)、大規模事業所(100人以上)で「価格競争の激化」「従業員の確保」(共に45.5%)が最も高くなっている。

図Ⅷ-1. 経営上の問題点(3つまで選択)



業種中分類別にみると、77 持ち帰り・配達飲食サービス業で「仕入価格の上昇」(78.6%)、「人件費の増加」(28.6%)、75 宿泊業で「設備・店舗の老朽化」(53.6%)が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ-2. 経営上の問題点(3つまで選択)(業種別)



(2) 経営上の問題点への対応策

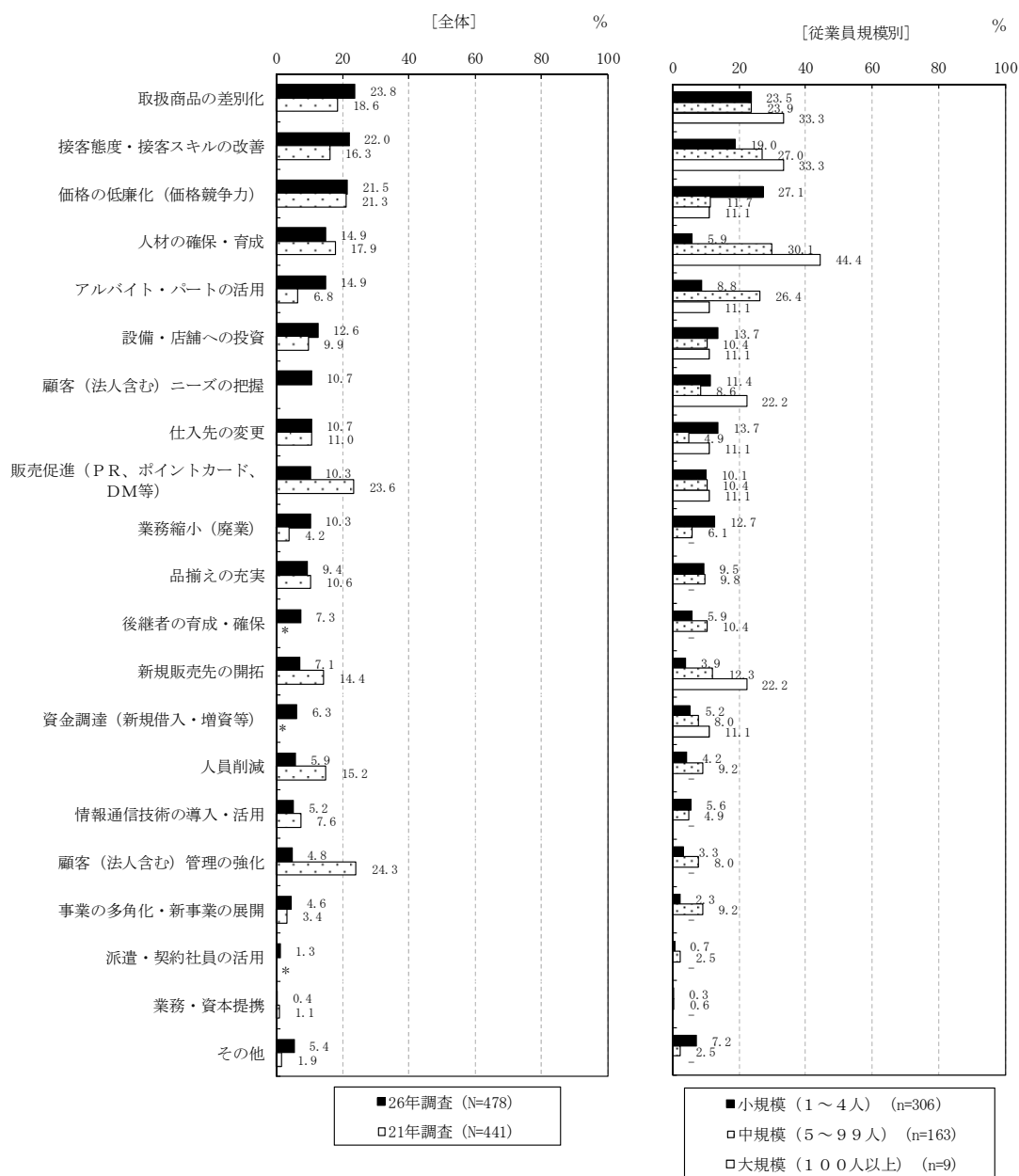
①既に実施している対応策

経営上の問題点に対して、既に実施している対応策は「取扱商品の差別化」(23.8%)が最も高く、次いで「接客態度・接客スキルの改善」(22.0%)、「価格の低廉化(価格競争力)」(21.5%)となっている。

21年調査と比較すると、「取扱商品の差別化」、「接客態度・接客スキルの改善」等が増加しているのに対して、「販売促進(PR、ポイントカード、DM等)」、「新規販売先の開拓」等が減少している。

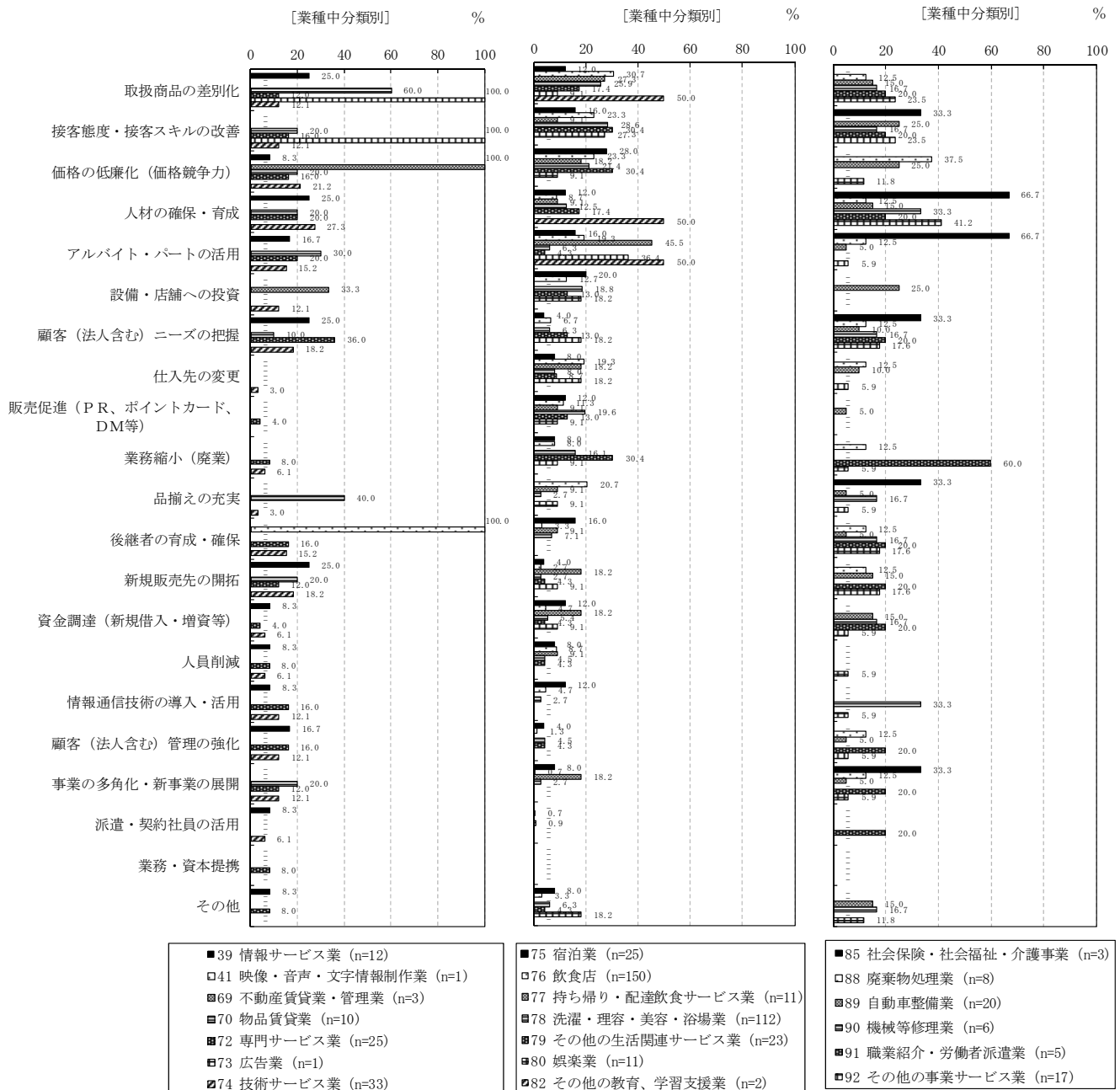
規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「価格の低廉化(価格競争力)」(27.1%)、中規模事業所(5~99人)で「人材の確保・育成」(30.1%)が最も高くなっている。

図Ⅷ-3. 経営上の問題点への対応策—既に実施している対応策(3つまで選択)



業種中分類別にみると、70 物品賃貸業で「取扱商品の差別化」(60.0%)、77 持ち帰り・配達飲食サービス業で「アルバイト・パートの活用」(45.5%)が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 4. 経営上の問題点への対応策－既実施している対応策（3つまで選択）（業種別）



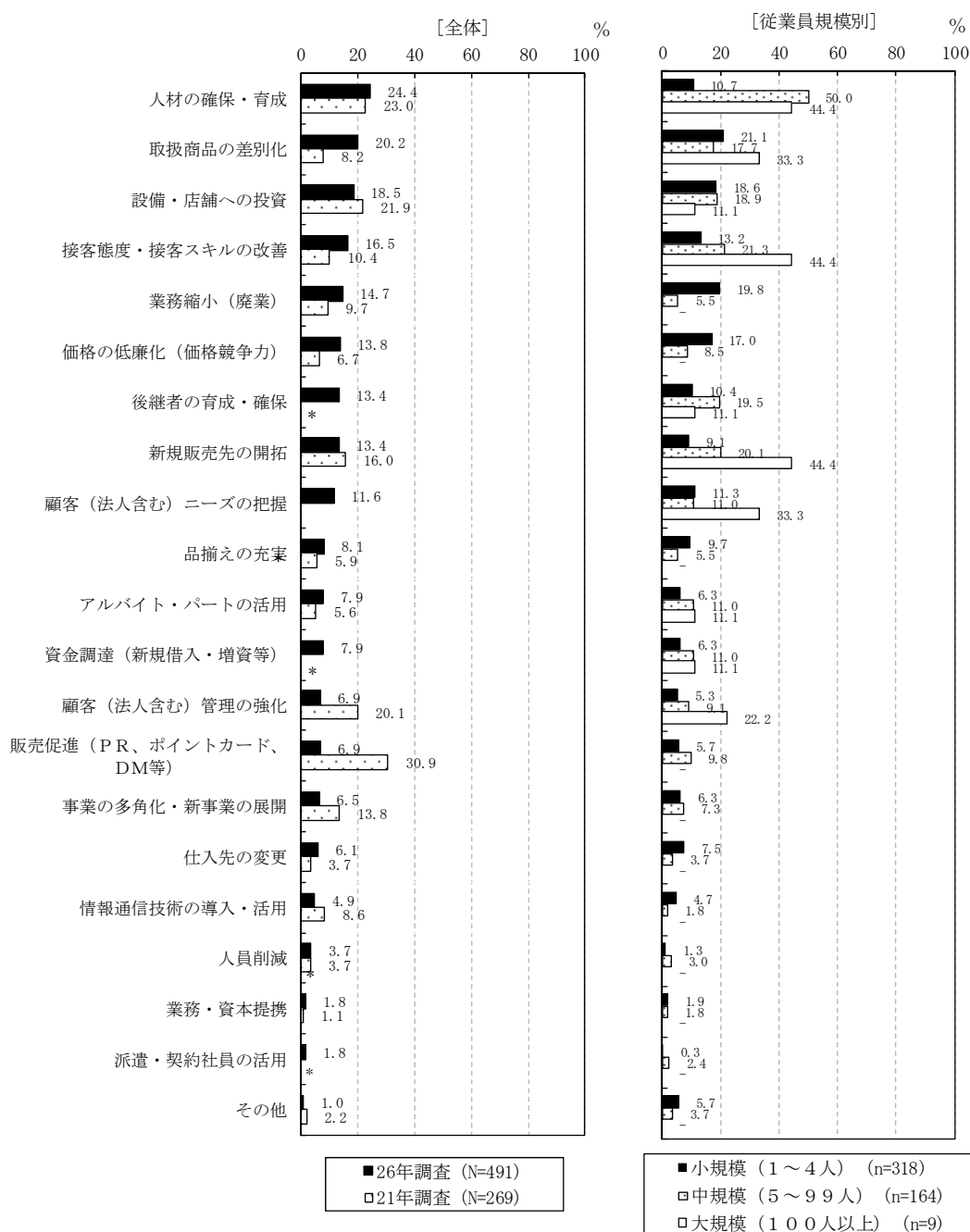
②今後実施が必要な対応策

経営上の問題点に対して今後必要な対策は、「人材の確保・育成」が24.4%で最も高くなっている。次いで、「取扱商品の差別化」(20.2%)、「設備・店舗への投資」(18.5%)となっている。

21年調査と比較すると、「取扱商品の差別化」、「接客態度・接客スキルの改善」等が増加しているのに対して、「顧客(法人含む)管理の強化」、「販売促進(PR、ポイントカード、DM等)」等で減少している。

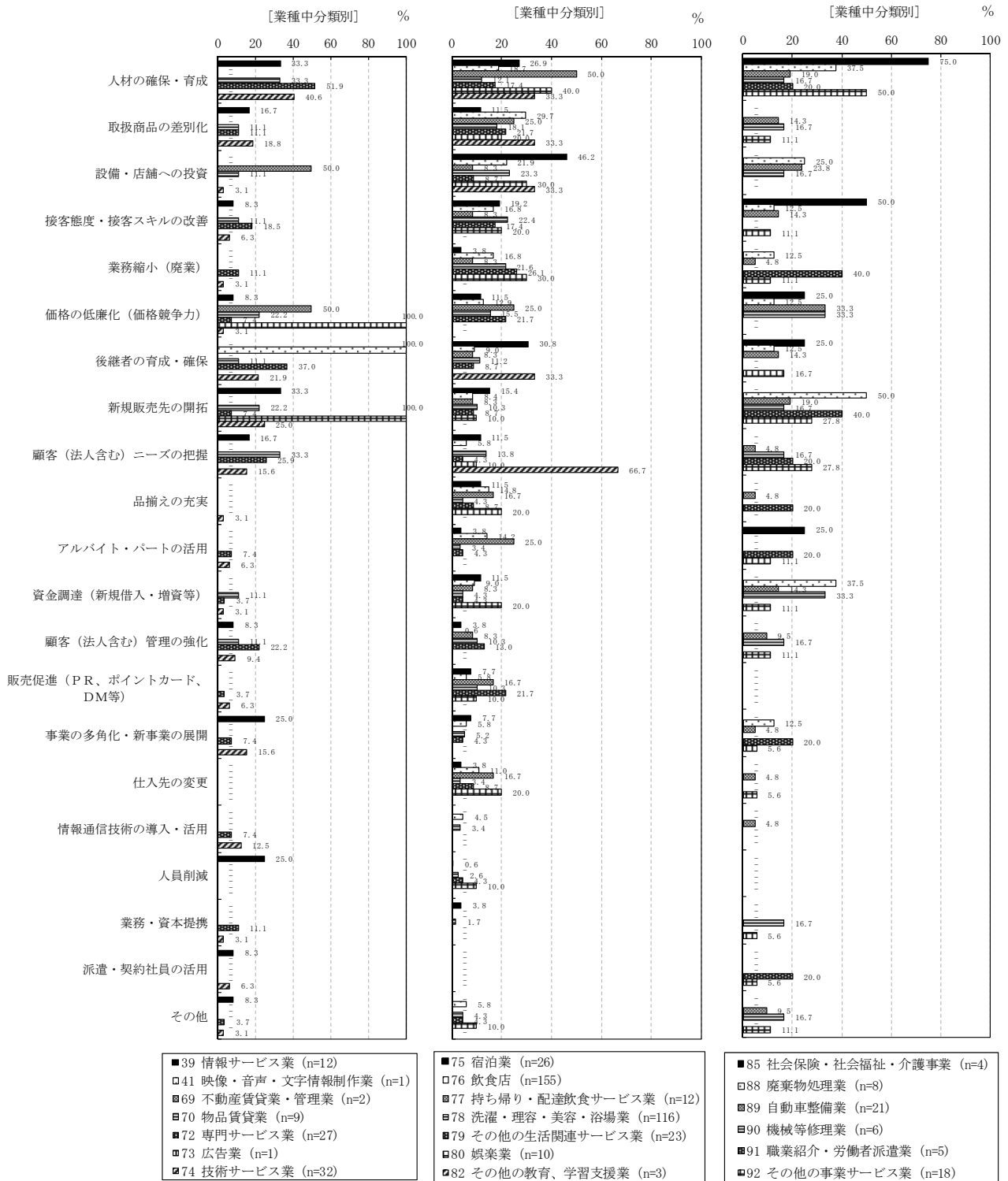
規模別にみると、小規模事業所(1～4人)で「取扱商品の差別化」(21.1%)、中規模事業所(5～99人)では「人材の確保・育成」(50.0%)が最も高くなっている。

図Ⅷ - 5. 経営上の問題点への対応策—今後実施が必要な対応策(3つまで選択)



業種中分類別にみると、72 専門サービス業、77 持ち帰り・配達飲食サービス業、92 その他の事業サービス業で「人材の確保・育成」(51.9%、50.0%、50.0%)が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 6. 経営上の問題点への対応策—今後実施が必要な対応策（3つまで選択）（業種別）

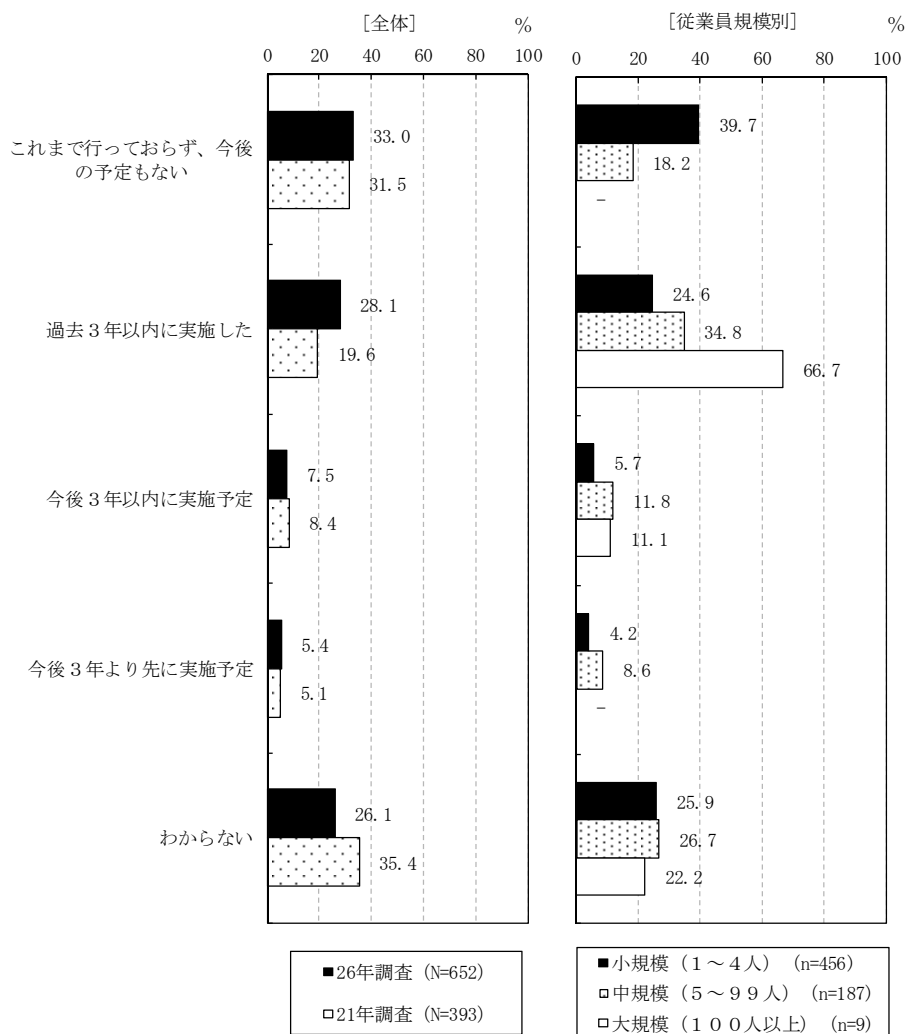


(3) 直近の設備投資予定・時期

事業所・店舗の設備投資（機械器具・備品の設置・更新、店舗の改修等）の直近の予定・時期は、「これまで行っておらず、今後の予定もない」が33.0%で最も高くなっている。次いで、「過去3年以内に実施した」（28.1%）、「今後3年以内に実施予定」（7.5%）となっている。

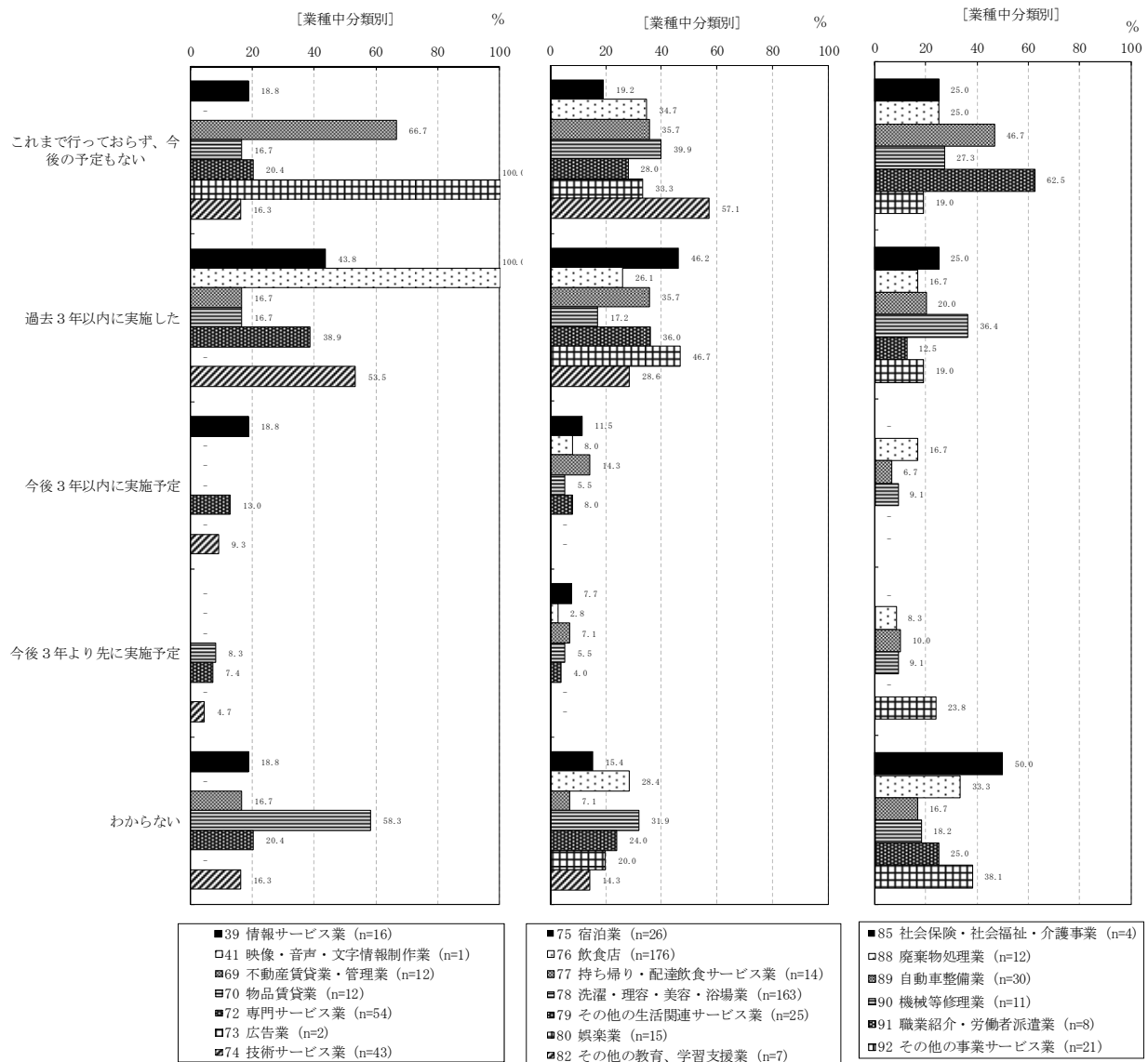
規模別にみると、小規模事業所（1～4人）で「これまで行っておらず、今後の予定もない」が39.7%、中規模事業所（5～99人）で「過去3年以内に実施した」（34.8%）が最も高くなっている。

図Ⅷ - 7. 直近の設備投資予定・時期



業種中分類別にみると、69 不動産賃貸業・管理業で「これまで行っておらず、今後の予定もない」(66.7%)、75 宿泊業、80 娯楽業で「過去3年以内に実施した」(46.2%、46.7%)が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 8. 直近の設備投資予定・時期（業種別）

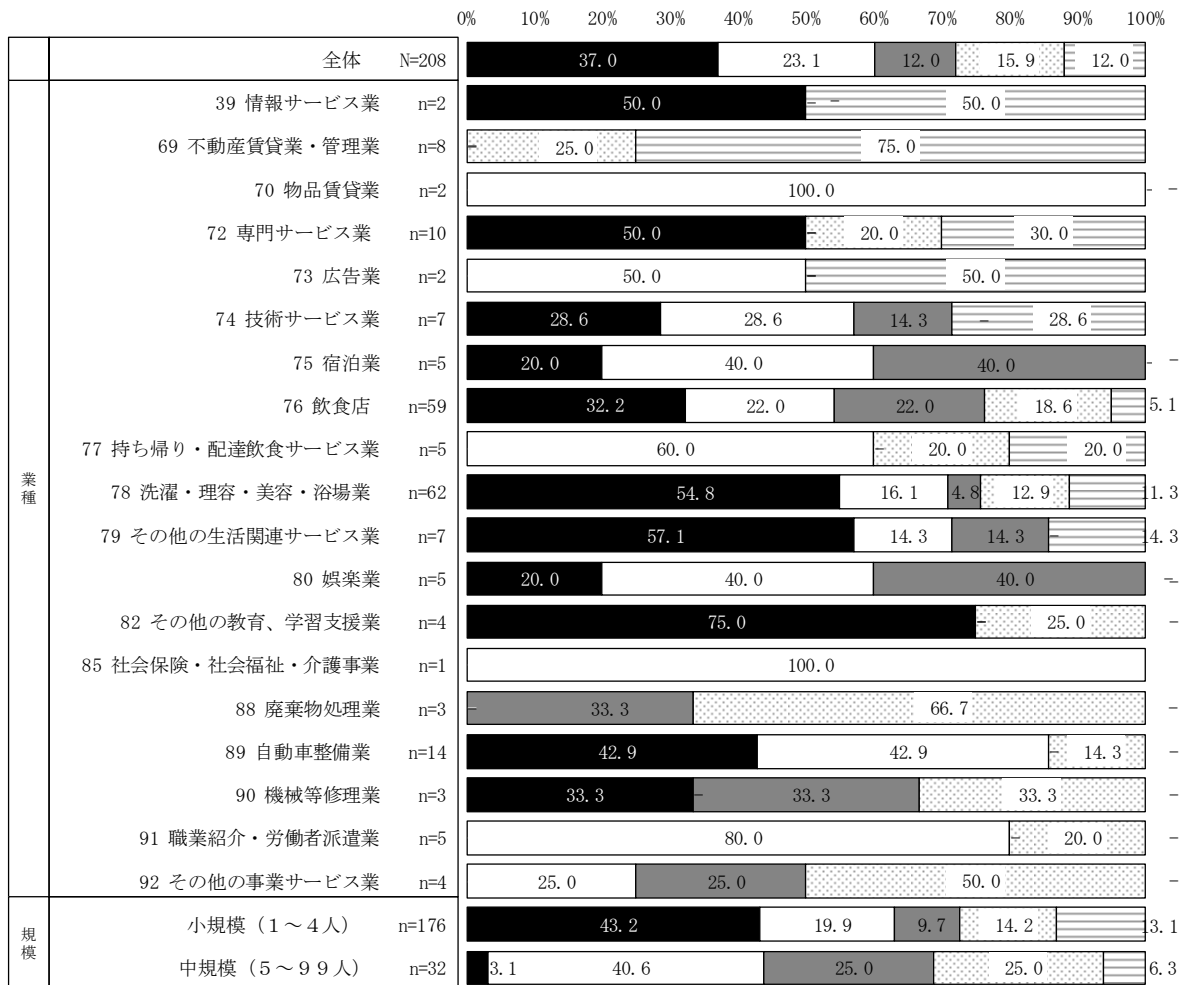


〔設備投資を行わない理由〕

設備投資を行わない理由は、「後継者がおらず今後の事業実施が不透明」が37.0%と最も高く、次いで「今後の売上が不透明なので設備投資に踏み切れない」(23.1%)、「設備投資による効果が見込めない」(15.9%)となっている。

規模別にみると、小規模事業所(1～4人)で「後継者がおらず今後の事業実施が不透明」(43.2%)が最も高いのに対して、中規模事業所(5～99人)では「今後の売上が不透明なので設備投資に踏み切れない」(40.6%)が高くなっている。

図Ⅷ - 9. 設備投資を行わない理由



- 後継者がおらず今後の事業実施が不透明
- 今後の売上が不透明なので設備投資に踏み切れない
- 資金不足
- 設備投資による効果が見込めない
- その他

2. 業況の見通し

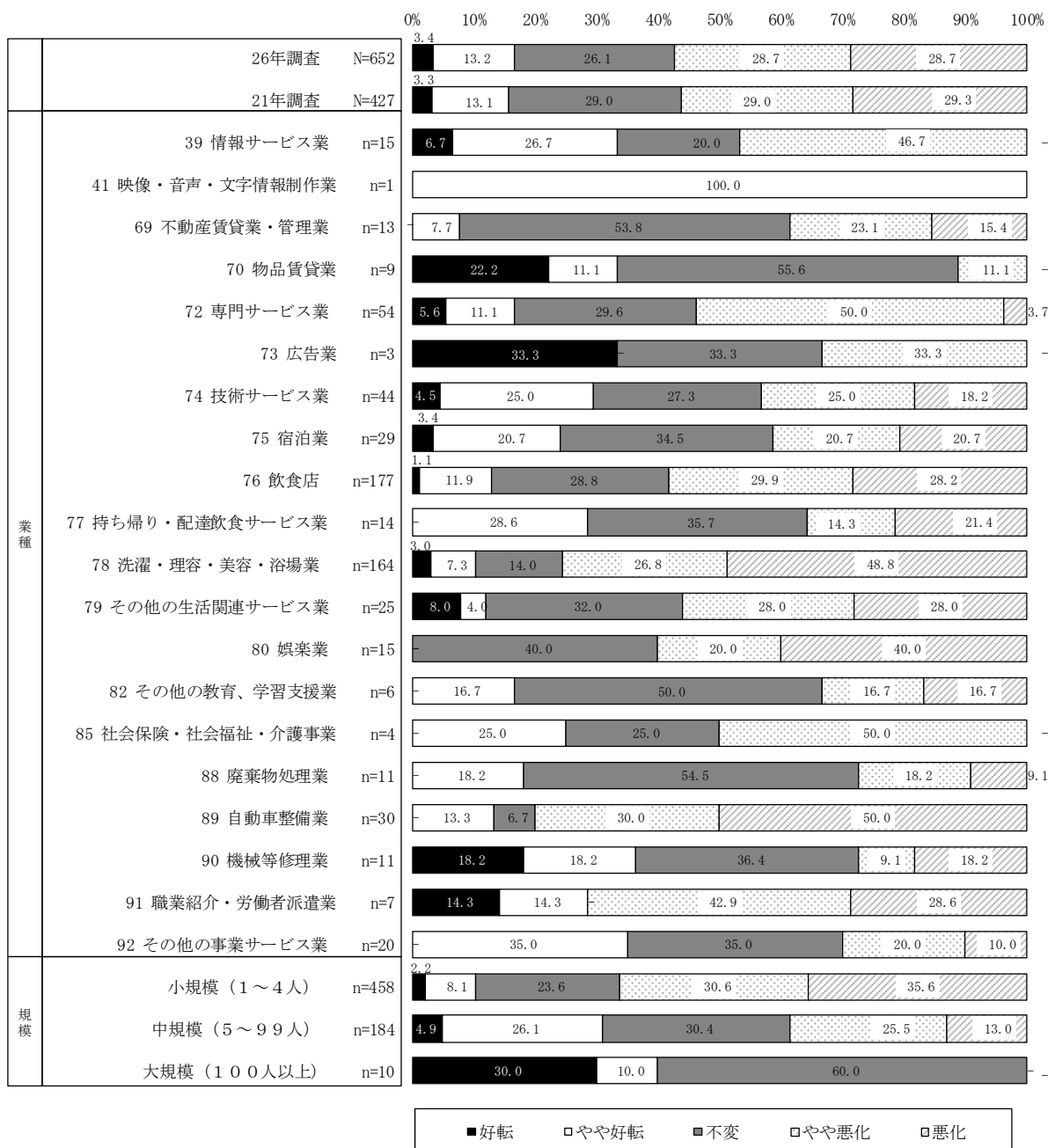
(1) 自社の業況見通し

自社の5年後(2019年)の業況見通しは、「好転」(3.4%)と「やや好転」(13.2%)の合計が16.6%で「やや悪化」「悪化」(共に28.7%)の合計(57.4%)を40.8ポイントと大きく下回っている。21年調査と比較すると、「好転(計)」、「悪化(計)」は共にやや増加している。

業種中分類別にみると、78洗濯・理容・美容・浴場業、89自動車整備業で「悪化(計)」(75.6%、80.0%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「悪化(計)」が66.2%と最も高くなっている。

図Ⅷ-10. 自社の5年後の業況見通し



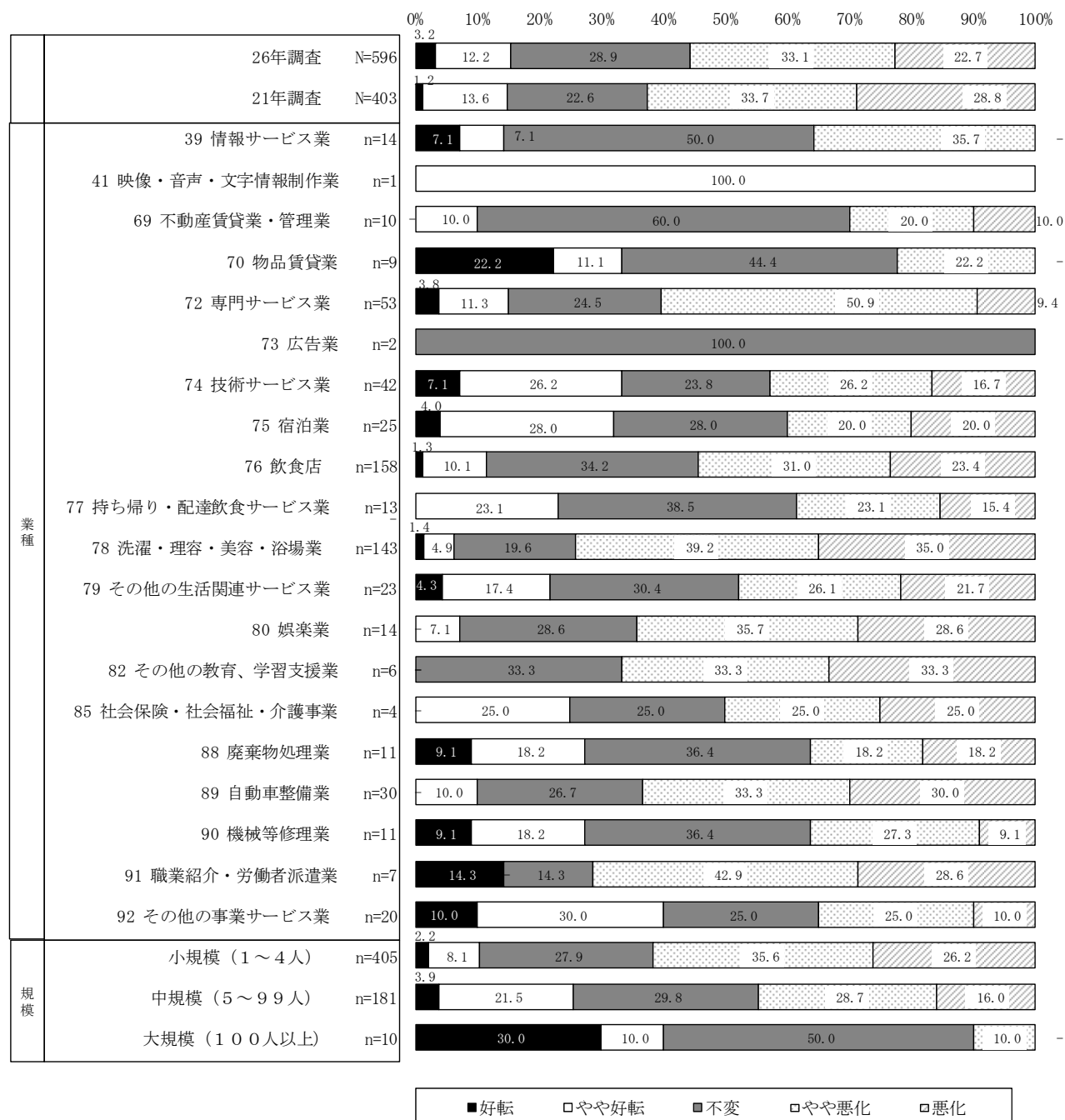
(2) 業界の業況見通し

業界の5年後(2019年)の業況見通しは、「好転」(3.2%)と「やや好転」(12.2%)の合計が15.4%で、「やや悪化」(33.1%)と「悪化」(22.7%)の合計(55.8%)を40.4ポイントと大きく下回っている。21年調査と比較すると、「好転(計)」が増加し、「悪化(計)」が減少している。

業種中分類別にみると、78洗濯・理容・美容・浴場業で「悪化(計)」が74.2%と最も高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「悪化(計)」が61.8%と最も高くなっている。

図Ⅷ - 11. 業界の5年後の業況見通し



3.人材の確保について

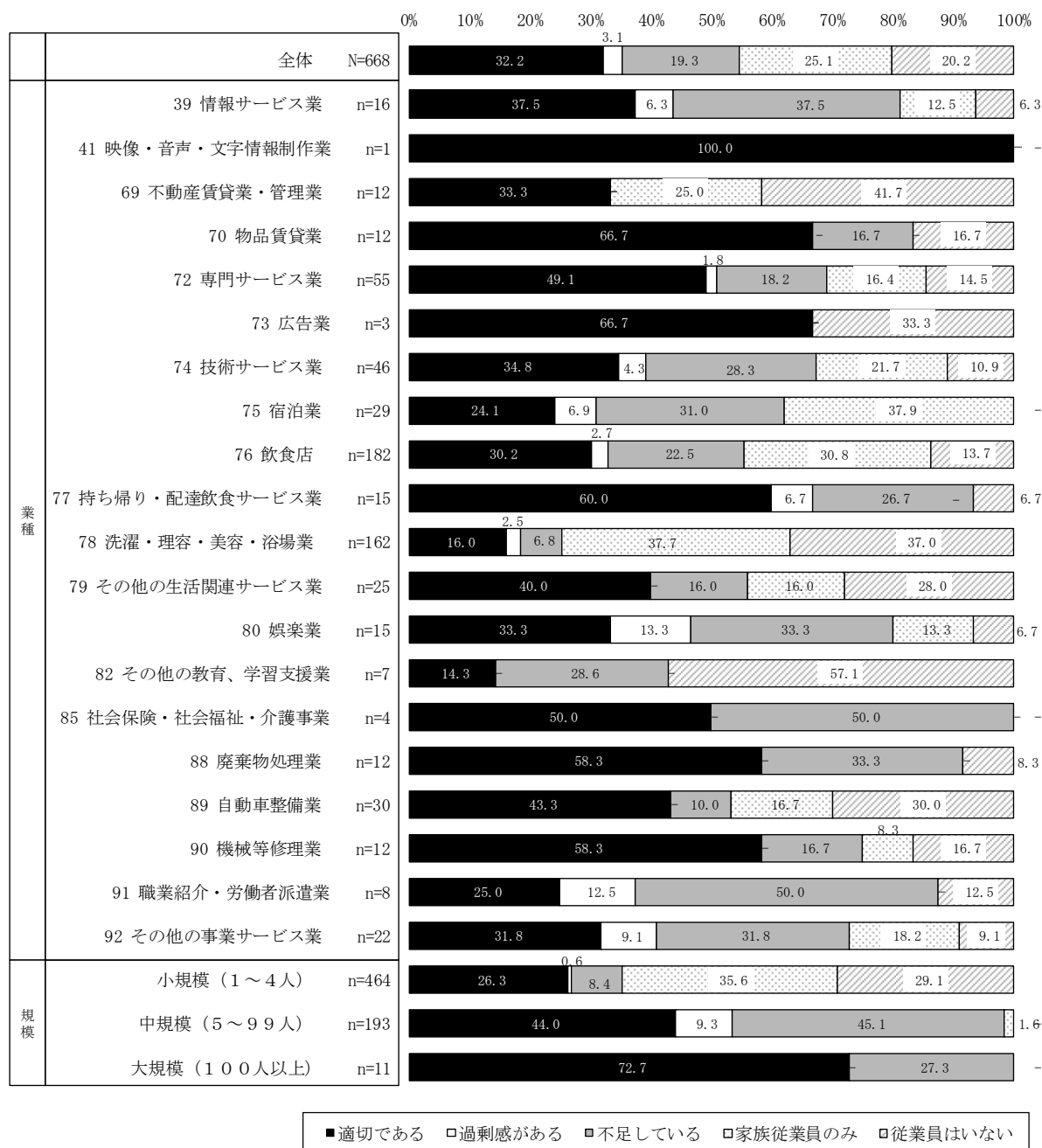
(1) 人員管理における従業員の過不足

人員管理において従業員は「過剰感がある」事業所は3.1%、「不足している」事業所は19.3%である。これに対して、「適切である」事業所は32.2%と最も高くなっている。

業種中分類別にみると、80 娯楽業で「過剰感がある」(13.3%)、39 情報サービス業で「不足している」(37.5%)が他の業種に比べ高い。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれて「適切である」が高くなっている。

図Ⅷ - 12. 人員管理における従業員の過不足



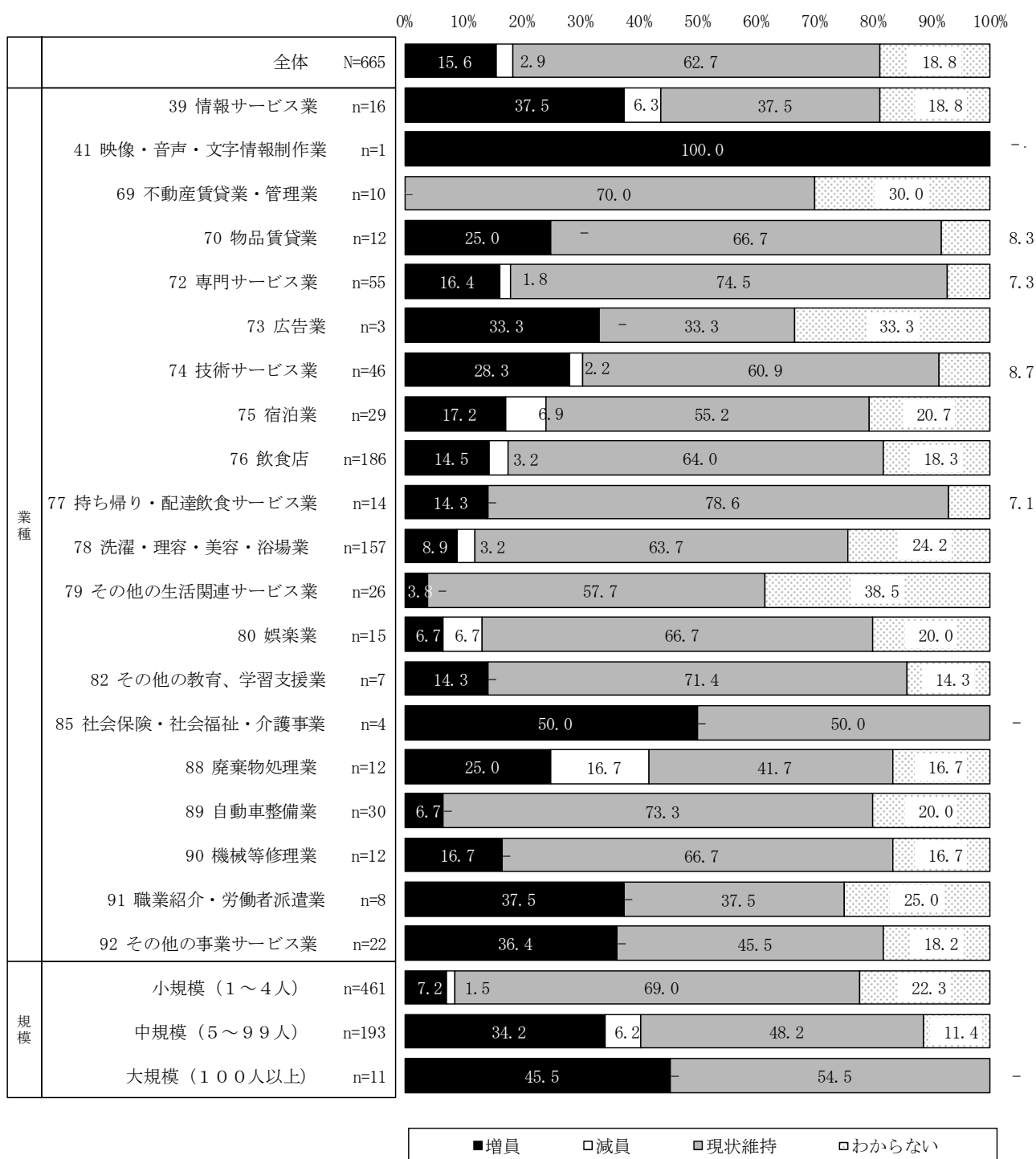
(2) 従業員の増減意向

今後の従業員数について「現状維持」が62.7%を占めているが、「増員」(15.6%)が「減員」(2.9%)を上回っている。

業種中分類別にみると、39 情報サービス業で「増員」(37.5%)が他の業種に比べ高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「増員」が高くなっている。

図Ⅷ - 13. 従業員の増減意向

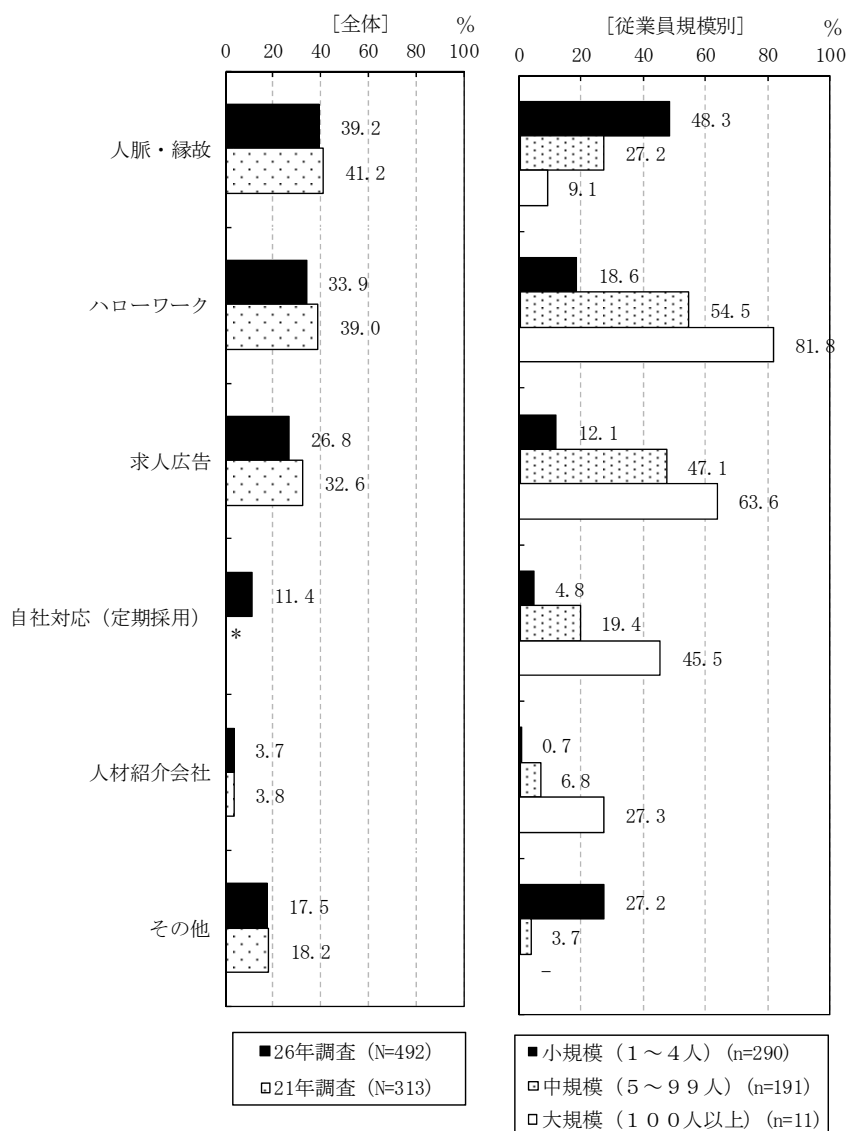


(3) 主に活用している従業員採用手段

従業員の採用手段として主に活用しているのは、「人脈・縁故」が39.2%と最も高く、次いで「ハローワーク」(33.9%)、「求人広告」(26.8%)となっている。

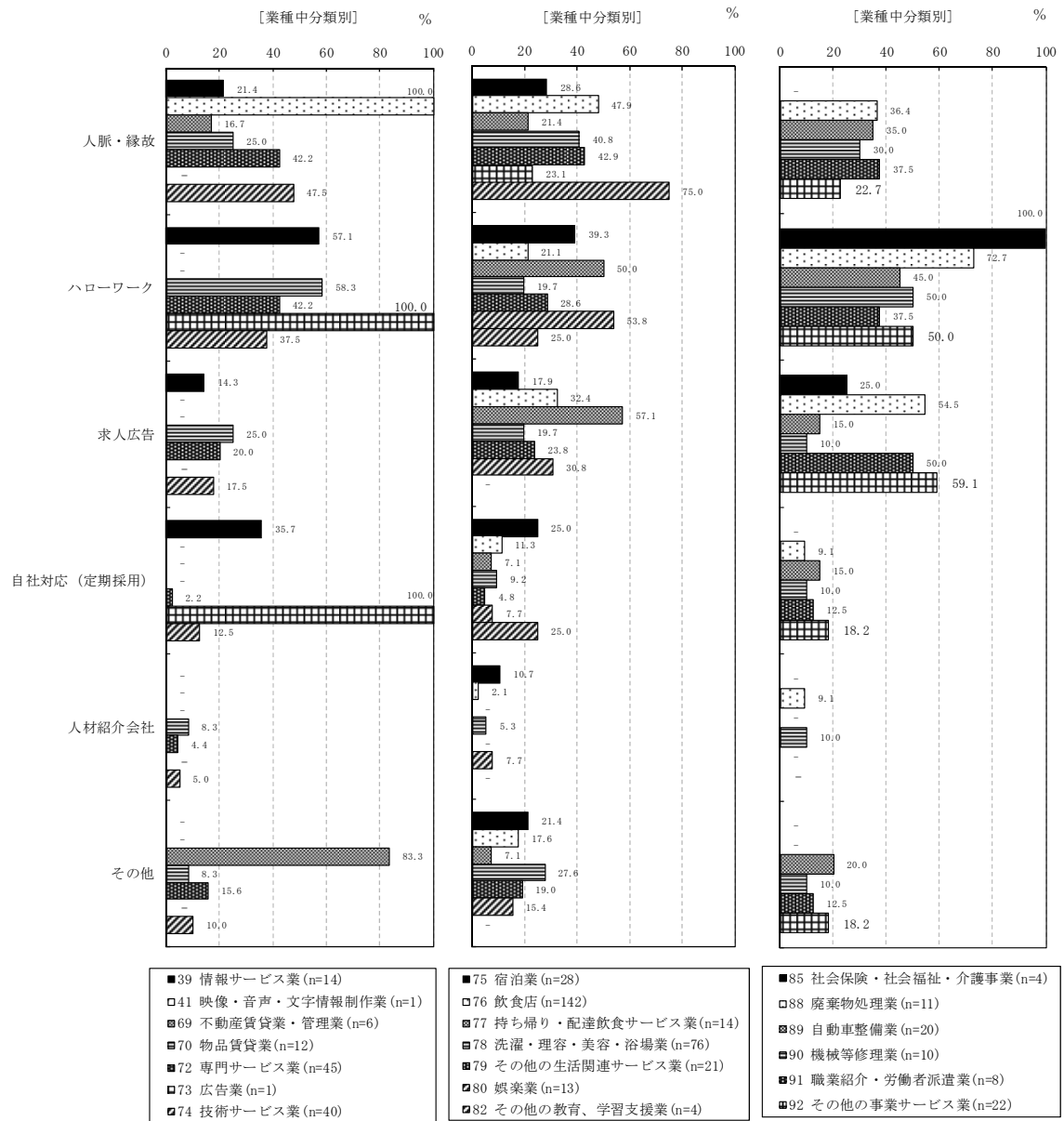
規模別にみると、小規模事業所(1~4人)では「人脈・縁故」(48.3%)、中規模事業所(5~99人)では「ハローワーク」(54.5%)、大規模事業所(100人以上)では「ハローワーク」(81.8%)が最も高くなっている。

図Ⅷ - 14. 主に活用している従業員採用手段(複数回答)



業種中分類別にみると、88 廃棄物処理業で「ハローワーク」(72.7%) が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 15. 主に活用している従業員採用手段（複数回答）（業種別）

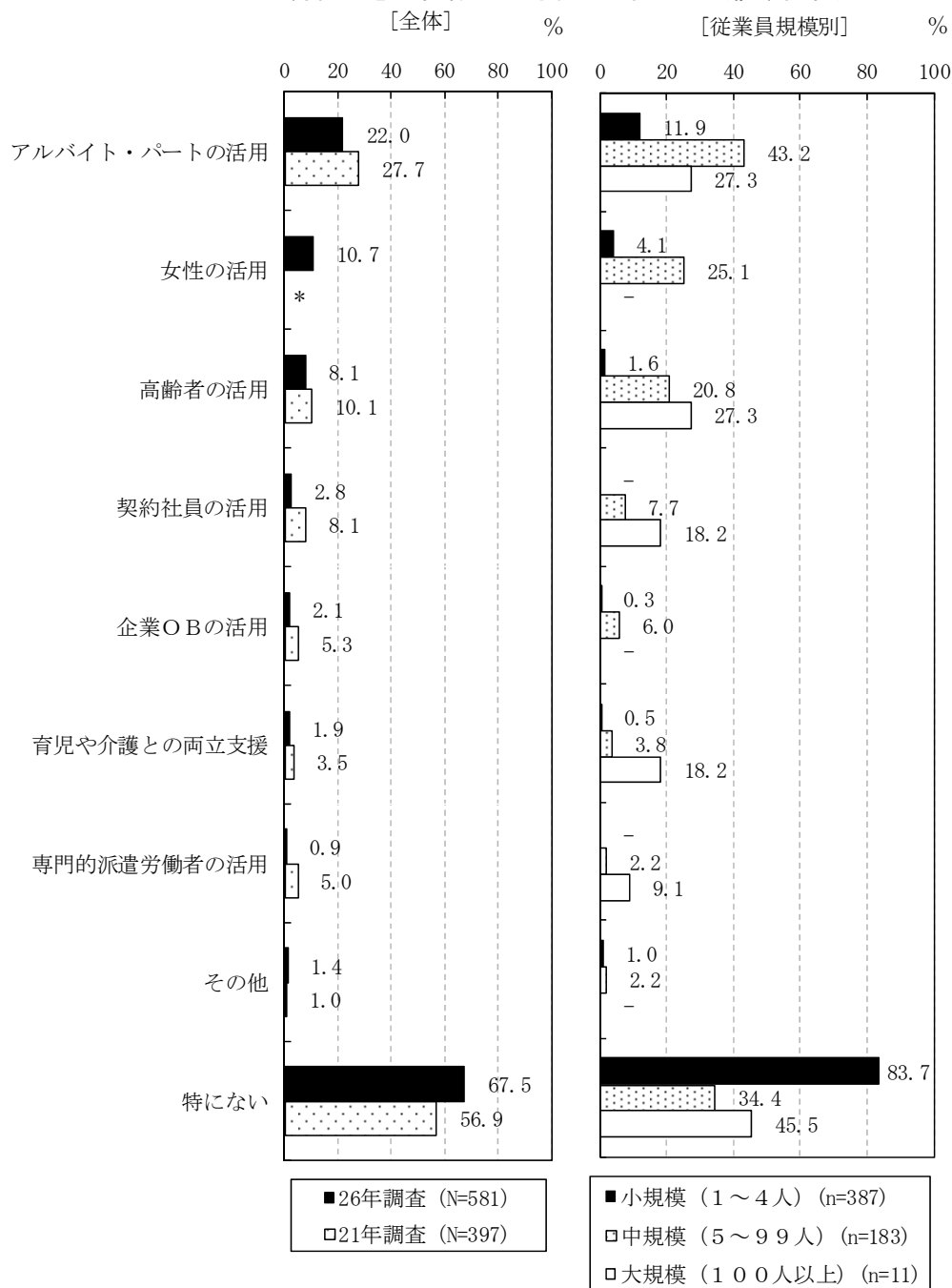


(4) 労働形態の多様化に対する取組意向

労働形態の多様化に対する取組意向は、「アルバイト・パートの活用」が22.0%と最も高く、次いで「女性の活用」(10.7%)、「高齢者の活用」(8.1%)となっている。

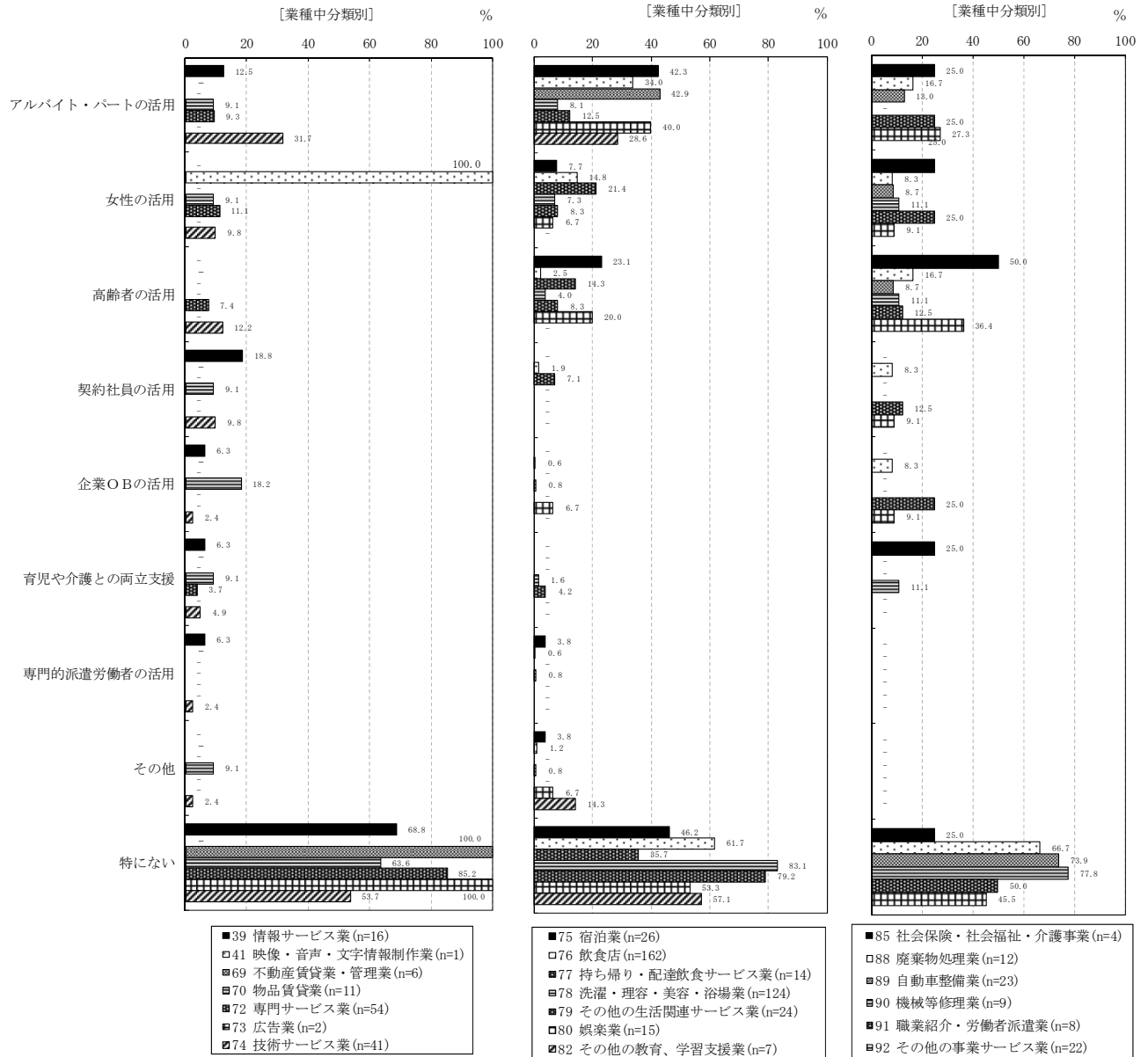
規模別にみると、全ての規模で「アルバイト・パートの活用」が最も高くなっている。大規模事業所(100人以上)では「高齢者の活用」(27.3%)も高くなっている。

図Ⅷ-16. 労働形態の多様化に対する取組意向(複数回答)



業種中分類別にみると、39 情報サービス業で「契約社員の活用」(18.8%)、92 その他の事業サービス業で「高齢者の活用」(36.4%) が最も高くなっている。それ以外の業種では「アルバイト・パートの活用」が最も高くなっている。

図Ⅷ - 17. 労働形態の多様化に対する取組意向（複数回答）

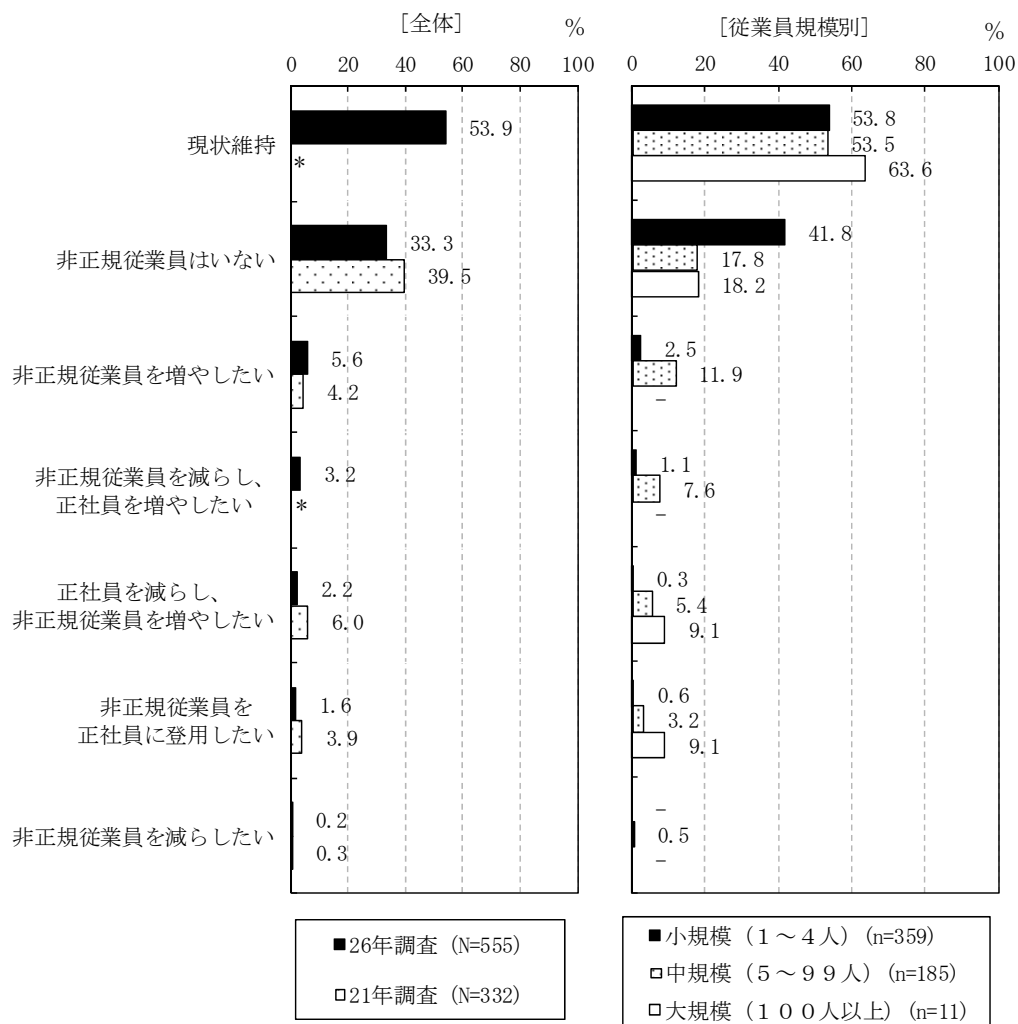


(5) 非正規従業員の雇用形態意向

非正規従業員の雇用形態については、「現状維持」が53.9%と最も高く、次いで「非正規従業員はいない」(33.3%)、「非正規従業員を増やしたい」(5.6%)となっている。

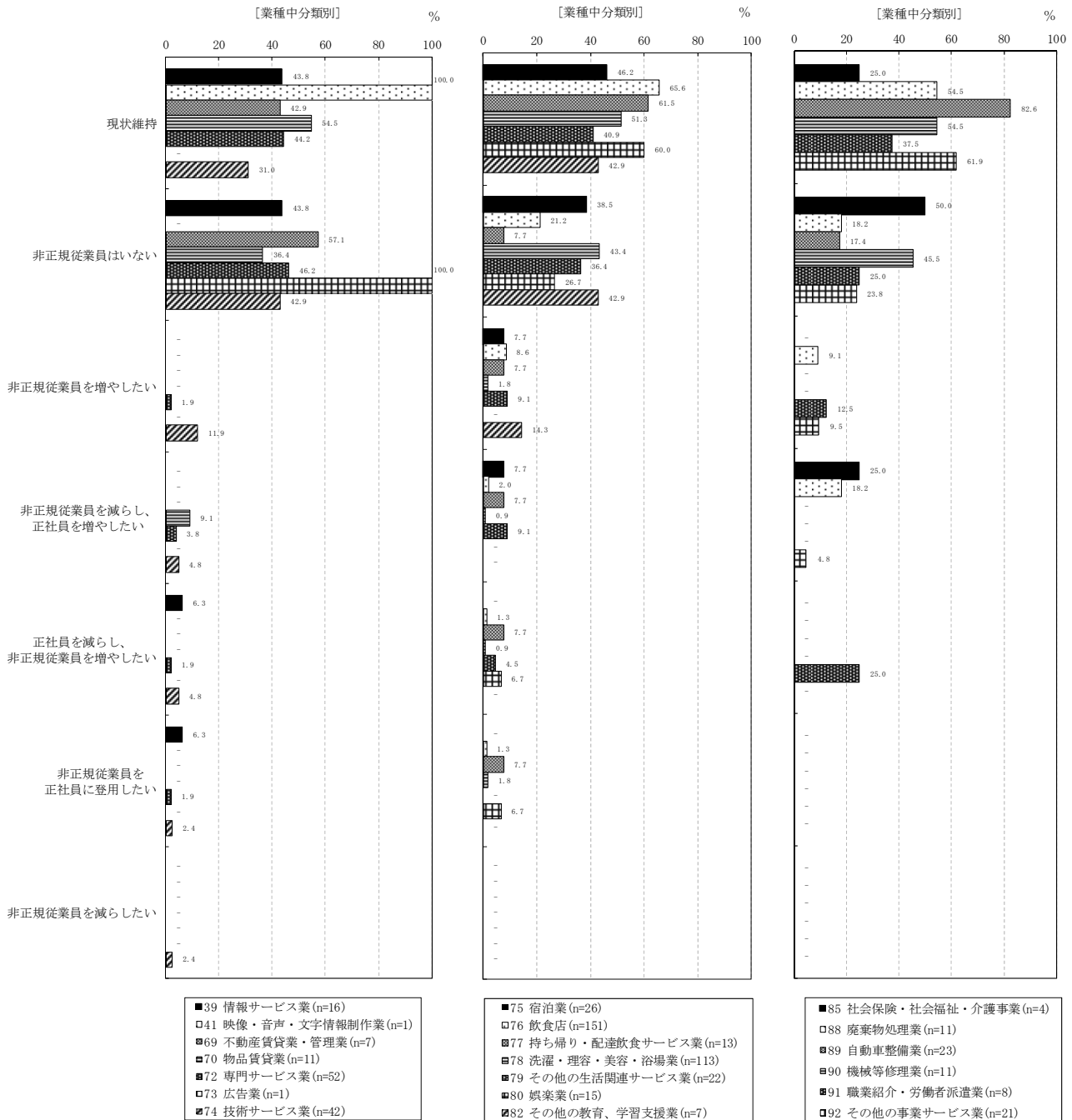
規模別にみると、全ての規模で「現状維持」が最も高くなっている。

図Ⅷ - 18. 非正規従業員の雇用形態意向



業種中分類別にみると、多くの業種で「現状維持」が最も高くなっているが、特に89自動車整備業（82.6%）で高くなっている。

図Ⅷ - 19. 非正規従業員の雇用形態意向（業種別）



4.後継者の育成

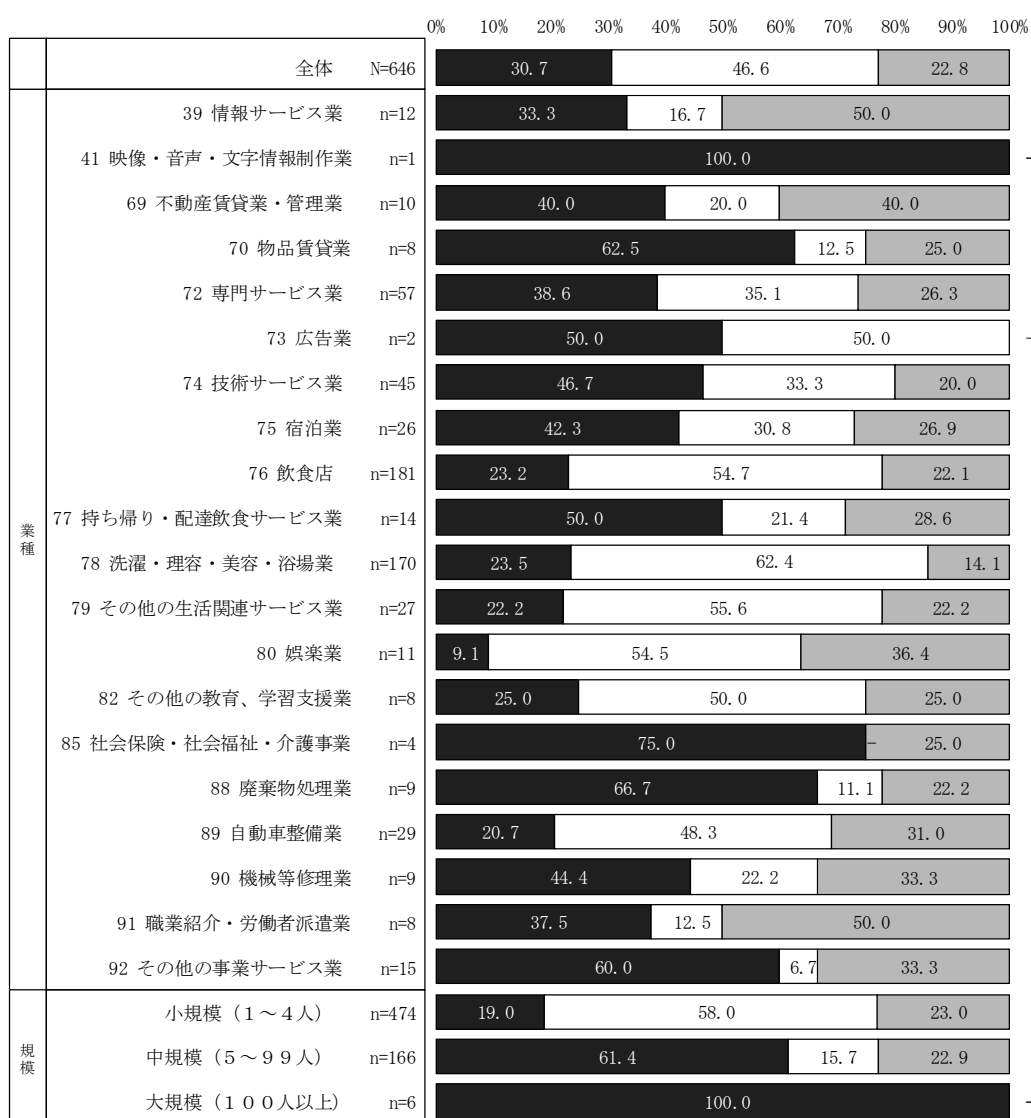
(1) 事業継続意向

事業継続意向は、「自分の引退後も、事業を継続させたい」が30.7%で、「自分の代で事業を辞めたい」の46.6%を下回った。

業種中分類別にみると、92 その他の事業サービス業で「自分の引退後も、事業を継続させたい」(60.0%)、78 洗濯・理容・美容・浴場業で「自分の代で事業を辞めたい」(62.4%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「自分の代で事業を辞めたい」(58.0%)が高いのに対して、中規模事業所(5~99人)では「自分の引退後も、事業を継続させたい」(61.4%)が高くなっている。

図Ⅷ - 20. 事業継続意向



■自分の引退後も、事業を継続させたい
□自分の代で事業を辞めたい
□わからない

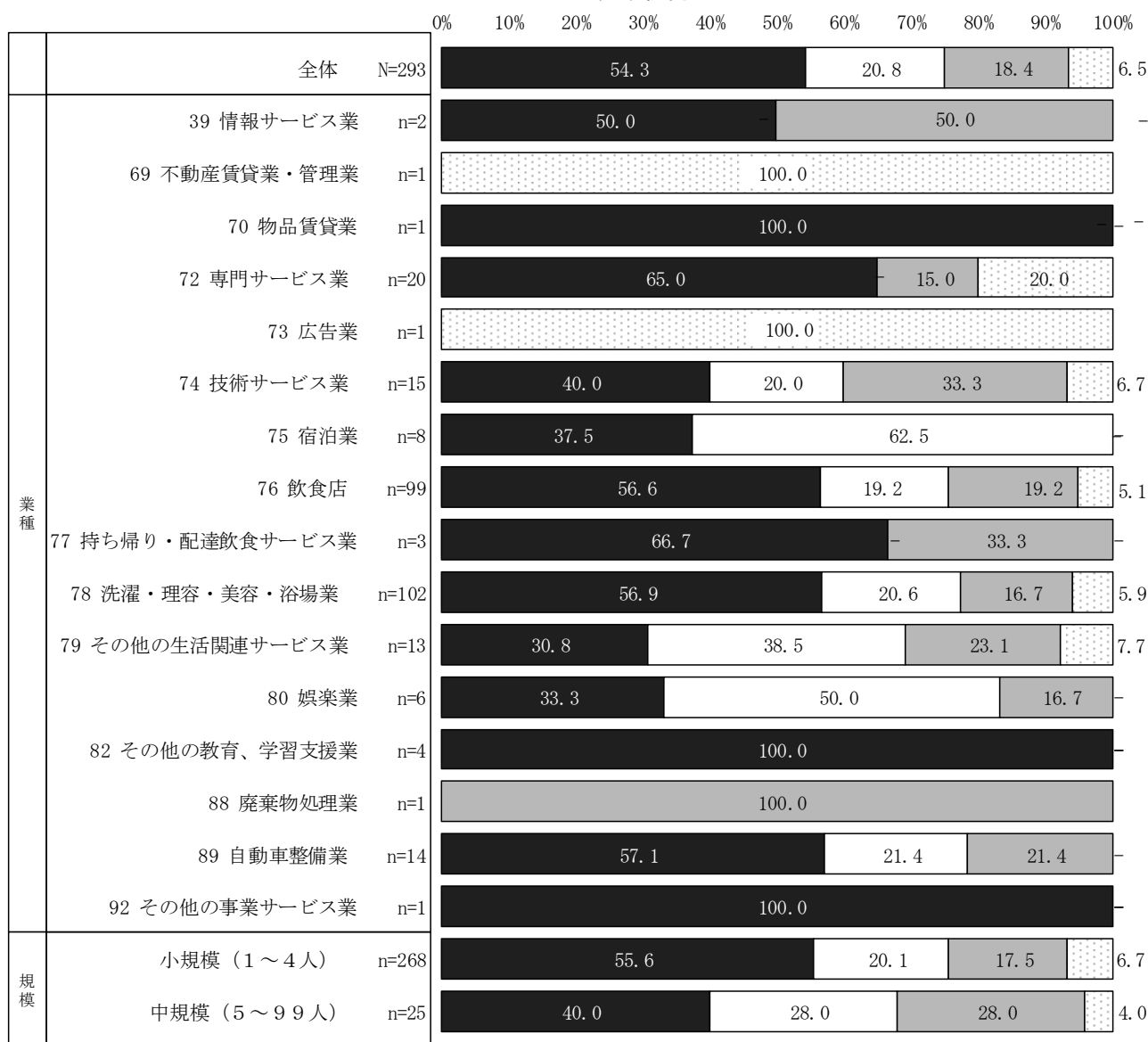
〔廃業検討理由〕

事業継続意向について「自分の代で辞めたい」と回答した事業所が廃業を検討する理由は、「適切な後継者がいない」が54.3%で最も高く、次いで「経営状況が厳しい」（20.8%）、「先行きが不透明」（18.4%）となった。

業種中分類別にみると、72 専門サービス業、76 飲食店で「適切な後継者がいない」（65.0%、56.6%）、79 その他の生活関連サービス業で「経営状況が厳しい」（38.5%）が他の業種に比べ高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）の方が中規模事業所（5～99人）より「適切な後継者がいない」（55.6%＞40.0%）が高くなっている。

図Ⅷ - 21. 廃業検討理由



■適切な後継者がいない □経営状況が厳しい □先行きが不透明 □その他

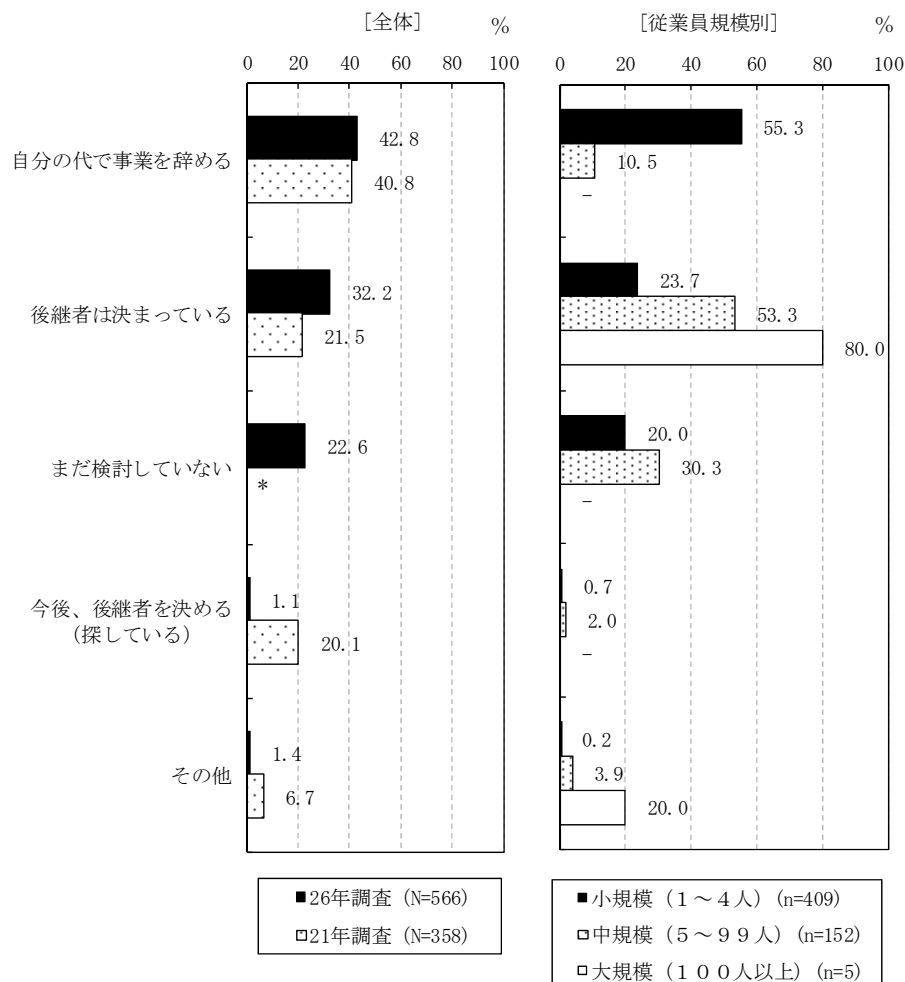
(2) 後継者（次期責任者）の決定状況

後継者（次期責任者）の決定状況は、「自分の代で事業を辞める」が42.8%と最も高く、次いで「後継者は決まっている」（32.2%）、「まだ検討していない」（22.6%）となっている。

21年調査と比較すると、「自分の代で事業を辞める」（40.8%→42.6%）、「後継者は決まっている」（21.5%→32.2%）の割合が増加し、「今後、後継者を決める（探している）」の割合が減少している（20.1%→1.1%）。

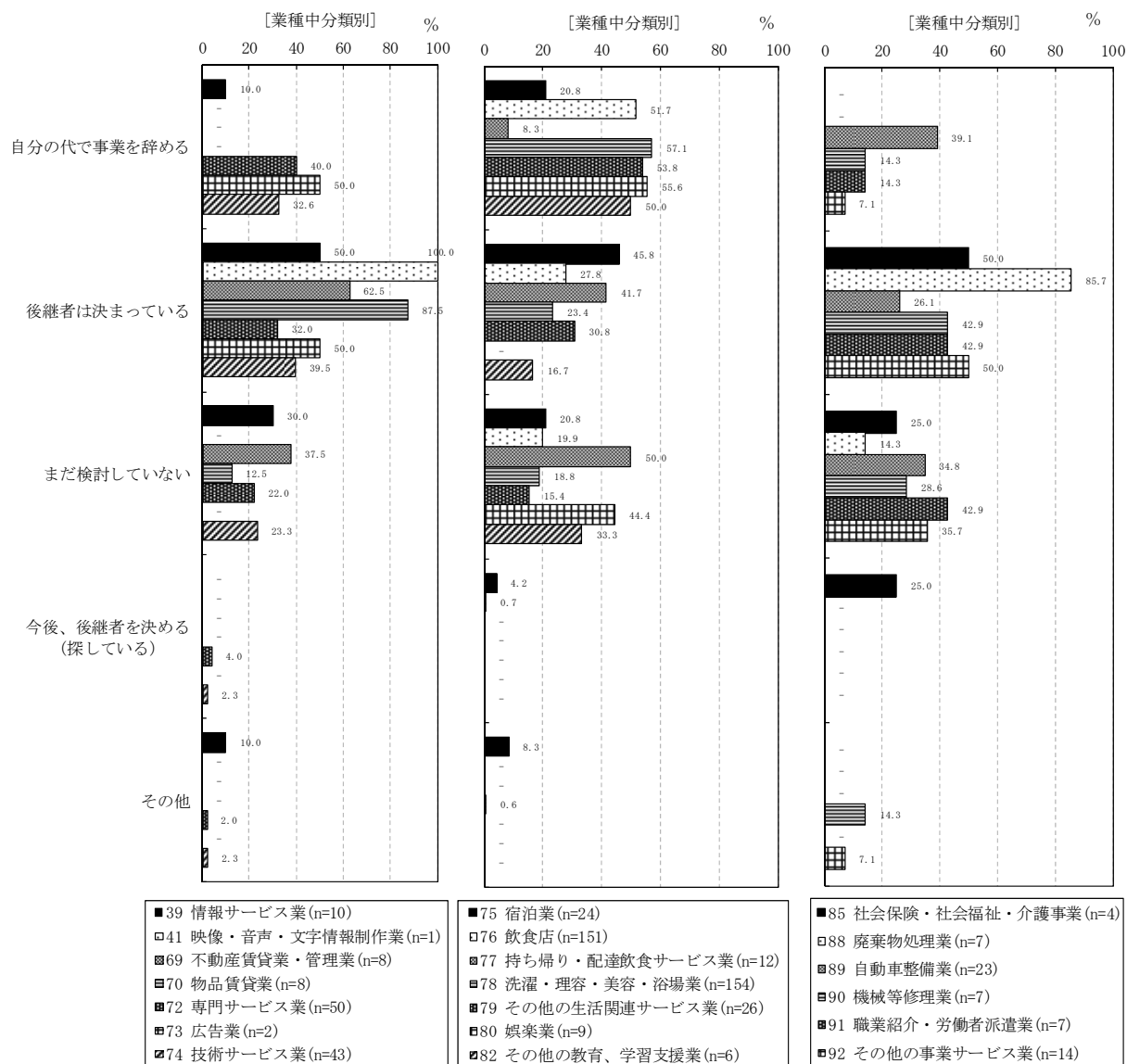
規模別にみると、小規模事業所では「自分の代で事業を辞める」（55.3%）が最も高くなっているのに対して、中規模事業所（5～99人）で「後継者は決まっている」（53.3%）が最も高くなっている。

図Ⅷ - 22. 後継者（次期責任者）の決定状況



業種中分類別にみると、72 専門サービス業、76 飲食店、78 洗濯・理容・美容・浴場業、79 その他生活関連サービス業、89 自動車整備業で「自分の代で事業を辞める」(40.0%、51.7%、57.1%、53.8%、39.1%)、39 情報サービス業、74 技術サービス業、75 宿泊業、92 その他の事業サービス業で「後継者が決まっている」(50.0%、39.5%、45.8%、50.0%)、77 持ち帰り・配達飲食サービス業で「まだ検討していない」(50.0%) が最も高くなっている。

図Ⅷ - 23. 後継者（次期責任者）の決定状況



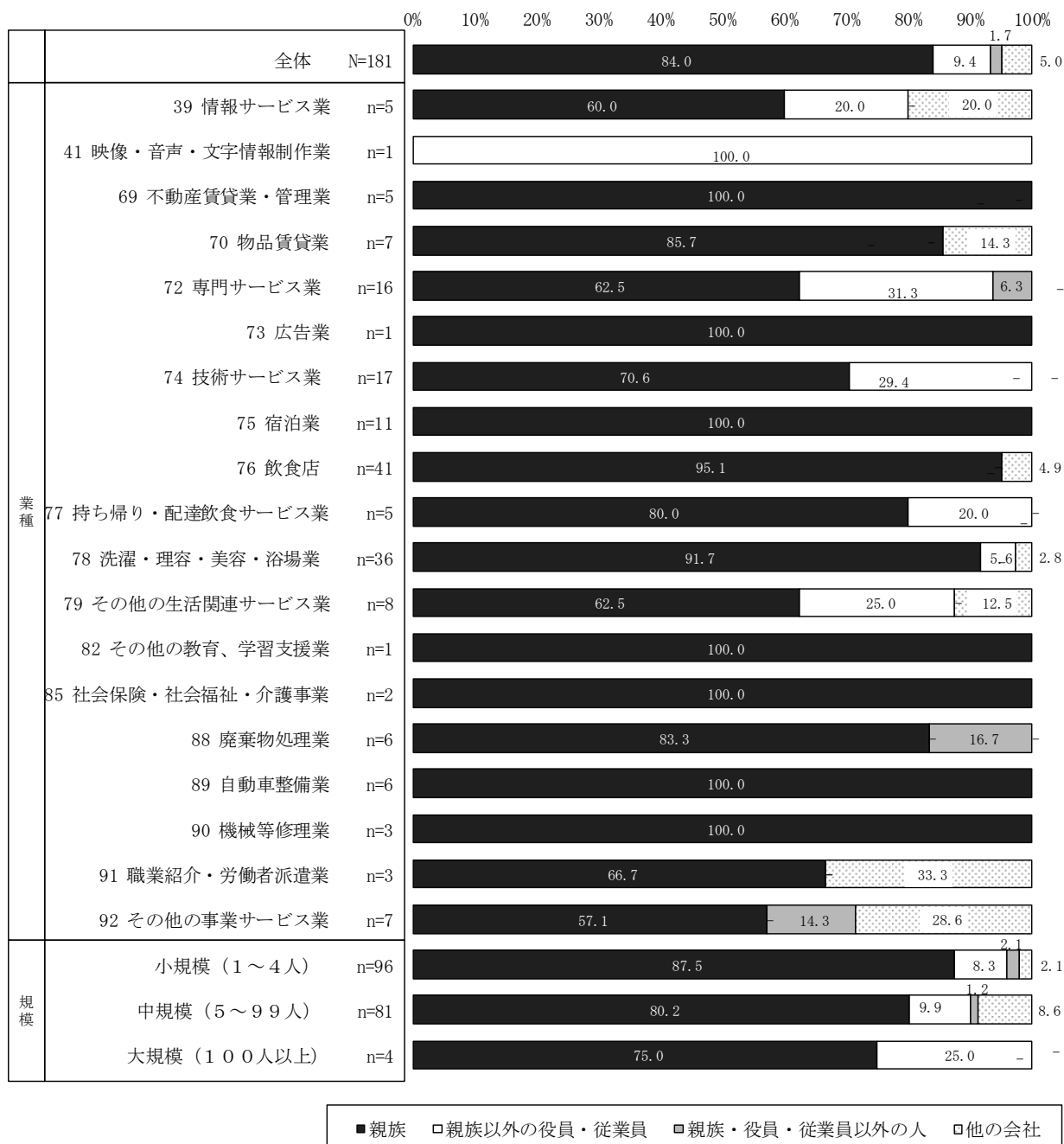
〔後継者〕

「後継者は決まっている」または「今後、後継者を決める（探している）」場合の予定者は、「親族」84.0%が高くなっている。

業種中分類別にみると、74 技術サービス業で「親族以外の役員・従業員」の割合（29.4%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）の方が中規模事業所（5～99人）よりも「親族」の割合（87.5%＞80.2%）が高くなっている。

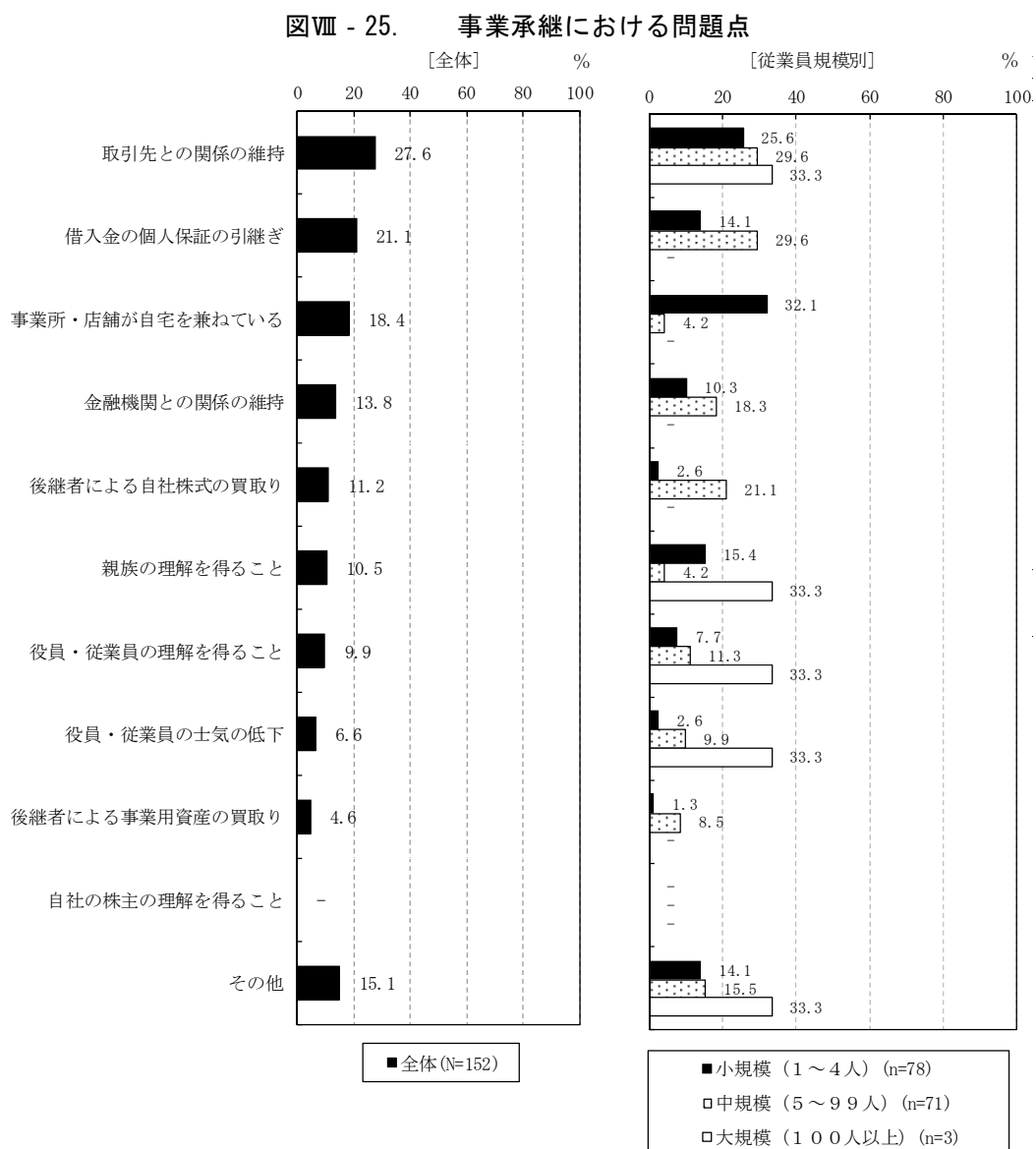
図Ⅷ - 24. 後継者



〔事業承継における問題点〕

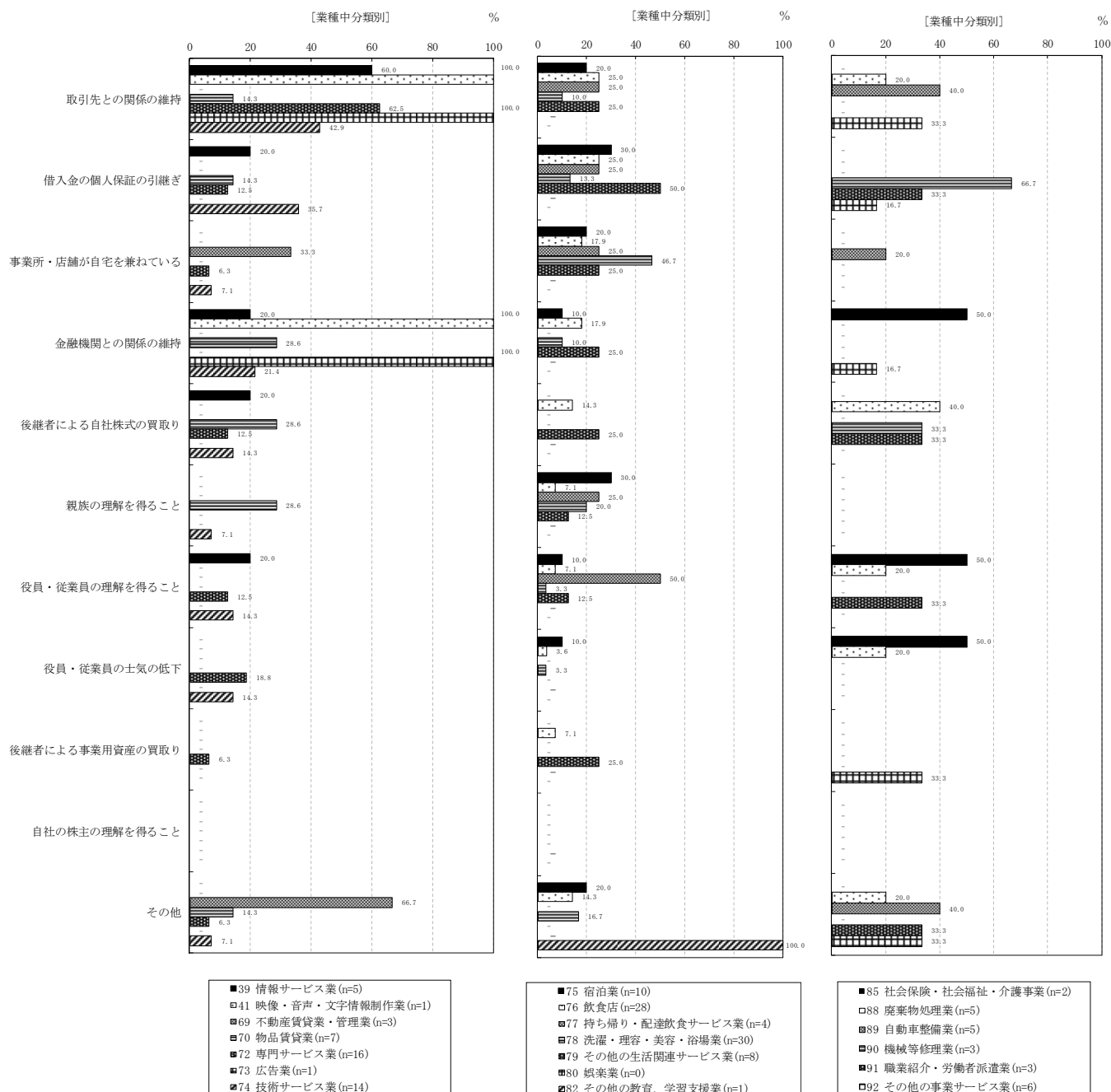
事業承継における問題点は、「取引先との関係維持」が27.6%と最も高く、次いで「借入金の個人保証の引継ぎ」(21.1%)、「事業所・店舗が自宅を兼ねている」(18.4%)となっている。

規模別にみると、小規模事業所(1～4人)で「事業所・店舗が自宅を兼ねている」(32.1%)が最も高くなっているのに対して、中規模事業所(5～99人)では「取引先との関係維持」「借入金の個人保証の引継ぎ」(共に29.6%)が最も高くなっている。



業種中分類別にみると、78 洗濯・理容・美容・浴場業で「事業所・店舗が自宅を兼ねている」(46.7%) が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 26. 事業承継における問題点 (業種別)



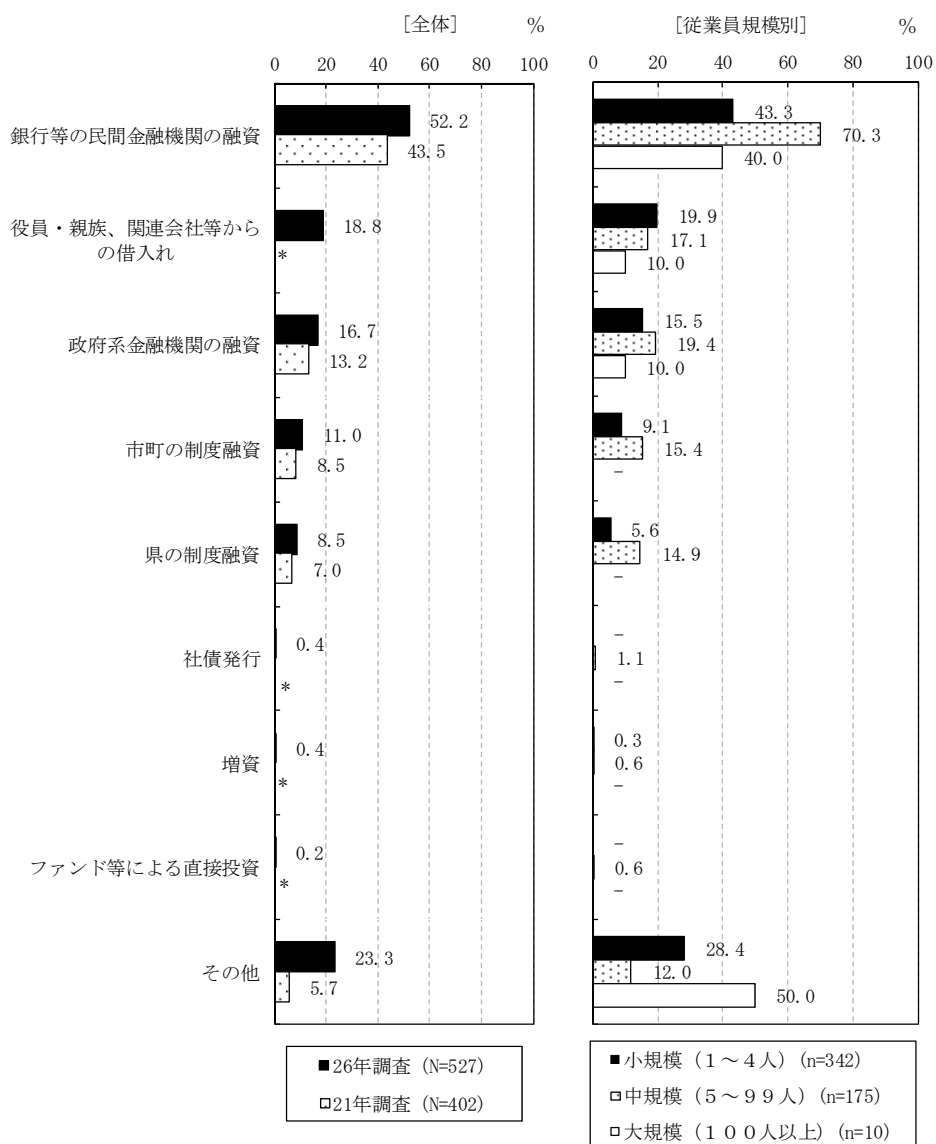
5. 資金調達の方法

(1) 主な資金調達先

主な資金調達先は、「銀行等の民間金融機関の融資」が52.2%と最も高く、次いで「役員・親族、関連会社等からの借入れ」(18.8%)、「政府系金融機関の融資」(16.7%)となり、21年調査と比較して増加している。

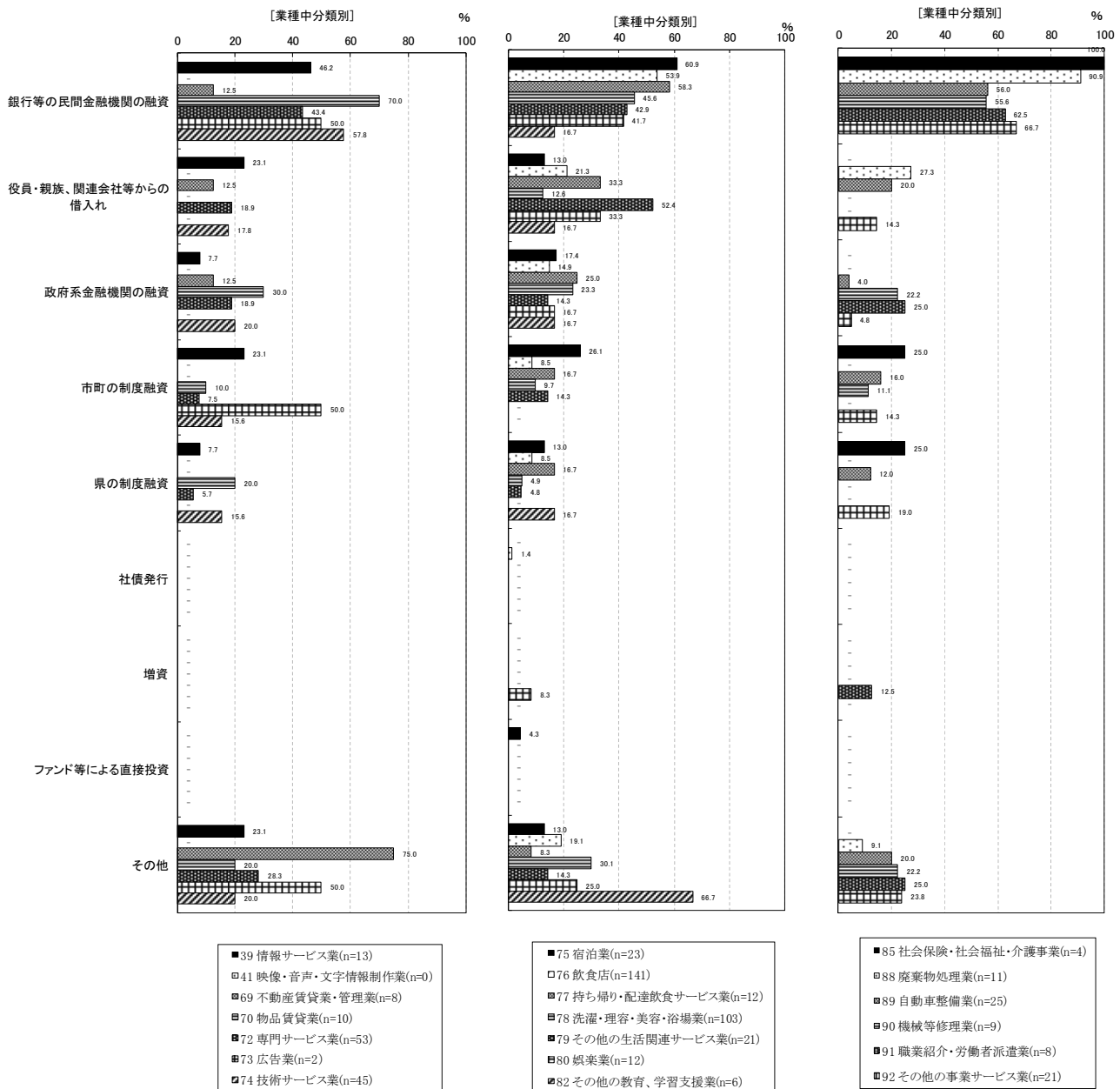
規模別にみると、全ての規模で「銀行等の民間金融機関の融資」が最も高くなっており、中でも中規模事業所(5～99人)が高くなっている。

図Ⅷ - 27. 主な資金調達先(複数回答)



業種中分類別にみると、79 その他生活関連サービス業で「役員・親族、関連会社等からの借入れ」(52.4%)が最も高くなっている。それ以外の業種では「銀行等の民間金融機関の融資」が最も高くなっている。

図Ⅷ - 28. 主な資金調達先（複数回答）（業種別）

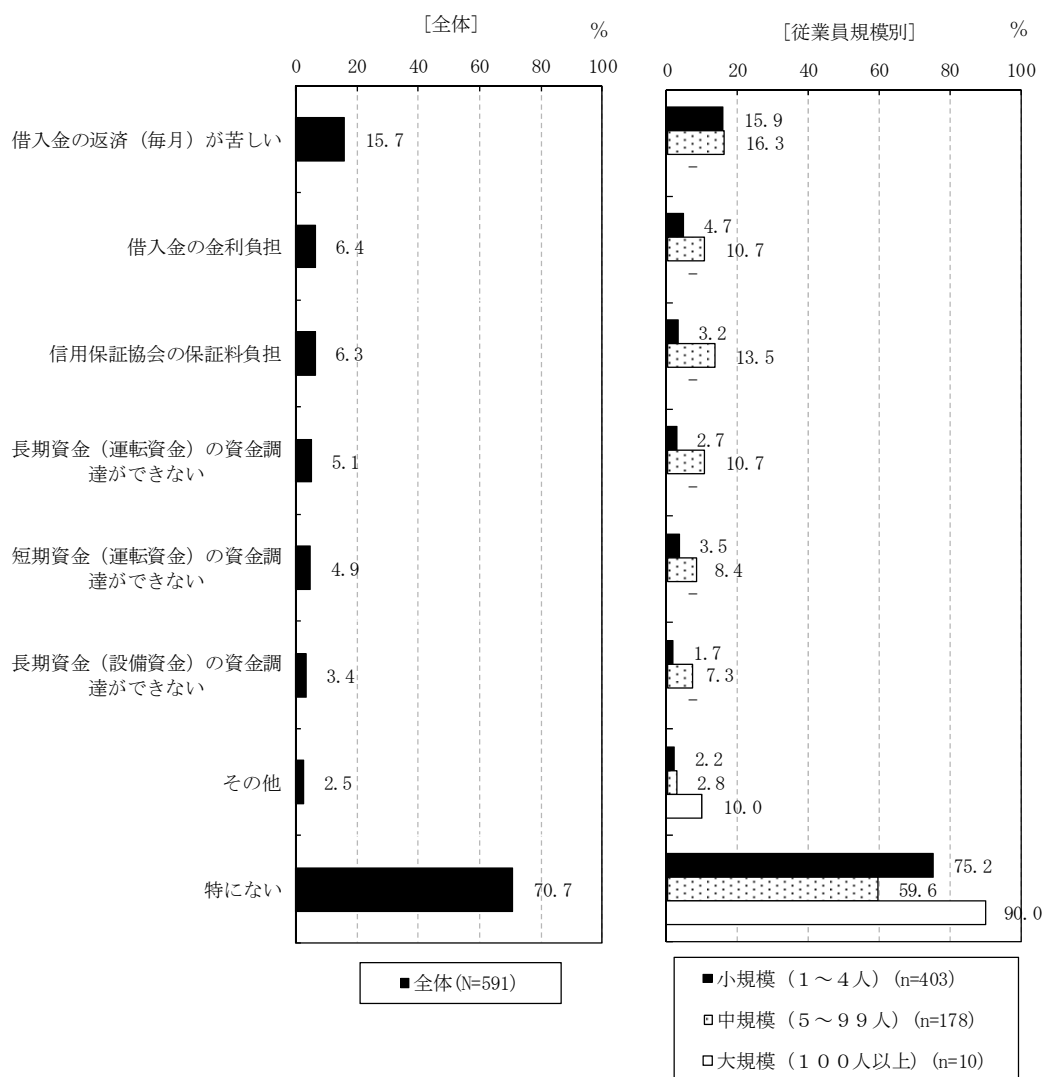


(2) 資金繰りに関する課題

資金繰りに関する課題は、「借入金の返済（毎月）が苦しい」が15.7%と最も高く、次いで「借入金の金利負担」(6.4%)、「信用保証協会の保証料負担」(6.3%)となっている。

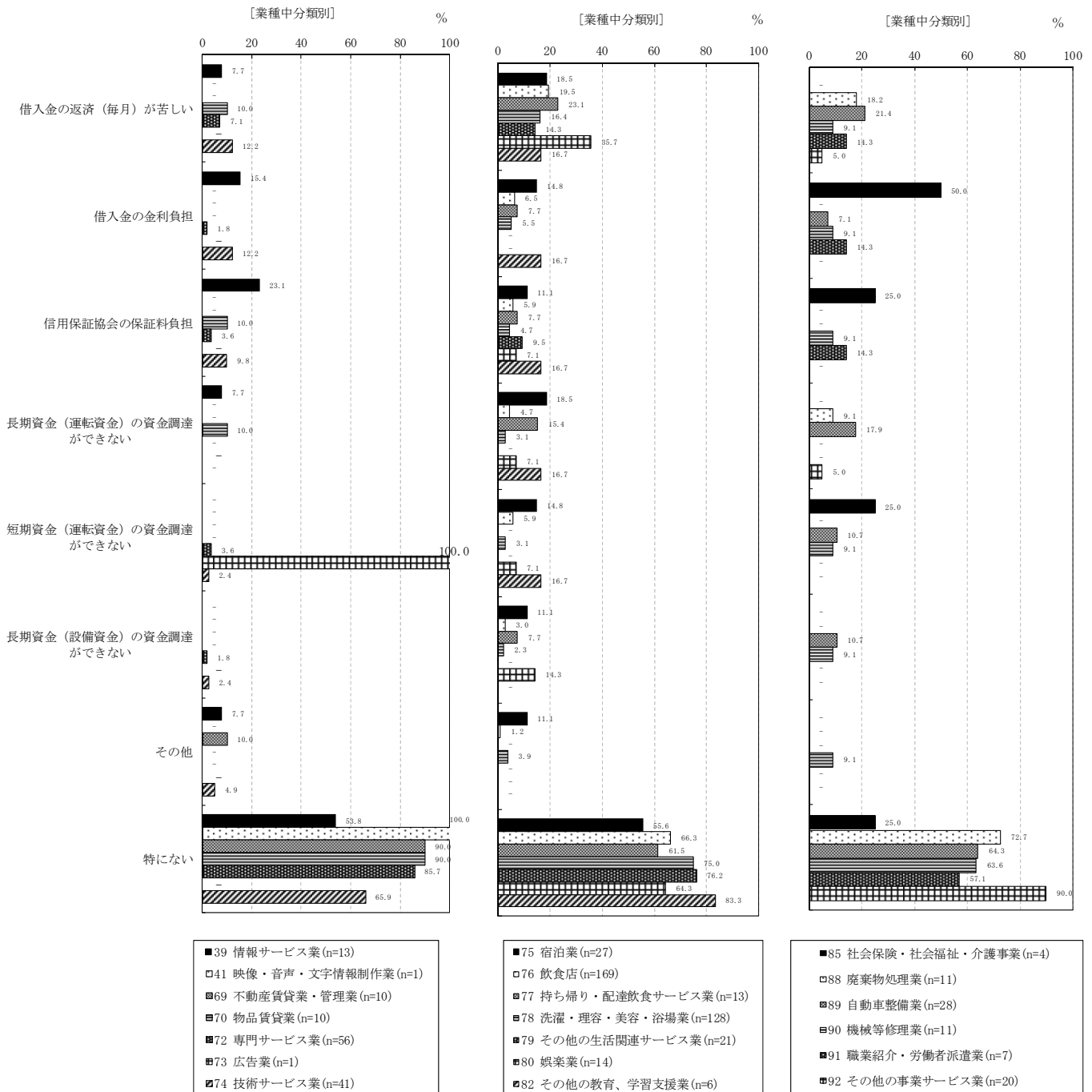
規模別にみると、小規模事業所（1～4人）、中規模事業所（5～99人）では、「借入金の返済（毎月）が苦しい」最も高くなっているのに対して、大規模事業所（100人以上）では90.0%が「特にない」となっている。

図Ⅷ - 29. 資金繰りの課題（複数回答）



業種中分類別にみると、多くの業種で「借入金の返済（毎月）が苦しい」が最も高くなっているが、中でも80 娯楽業（35.7%）で高くなっている。

図Ⅷ - 30. 資金繰りの課題（複数回答）（業種別）



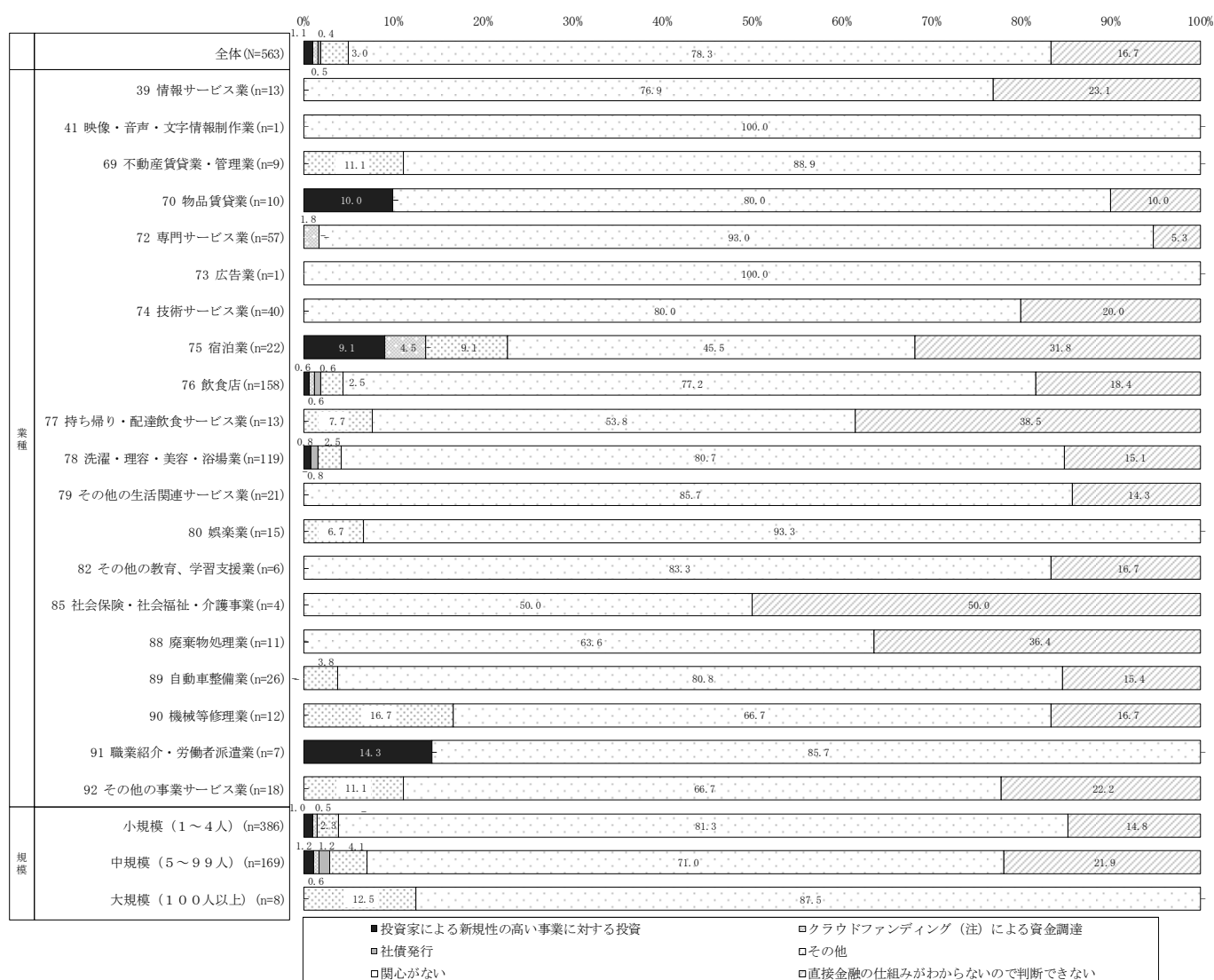
(3) 新たな資金調達方法への関心

新たな資金調達方法への関心は、「関心がない」が78.3%と圧倒的に多くなったが、わずかに「投資家による新規性の高い事業に対する投資」(1.1%)、「クラウドファンディング(注)による資金調達」(0.5%)、「社債発行」(0.4%)もあった。

業種中分類別にみると、70 物品賃貸業、75 宿泊業で「投資家による新規性の高い事業に対する投資」(10.0%、9.1%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)よりも中規模事業所(5~99人)で新たな資金調達方法への関心がやや高くなっている。

図Ⅷ-31. 関心のある資金調達方法



(注) クラウドファンディングとは、インターネットにより募集した小口投資による、金融機関を介さない直接金融の仕組み。一般の投資ファンドと異なり、一般市民等のファン作りという発想に基づく資金調達手段

6.経営情報の入手先や相談窓口

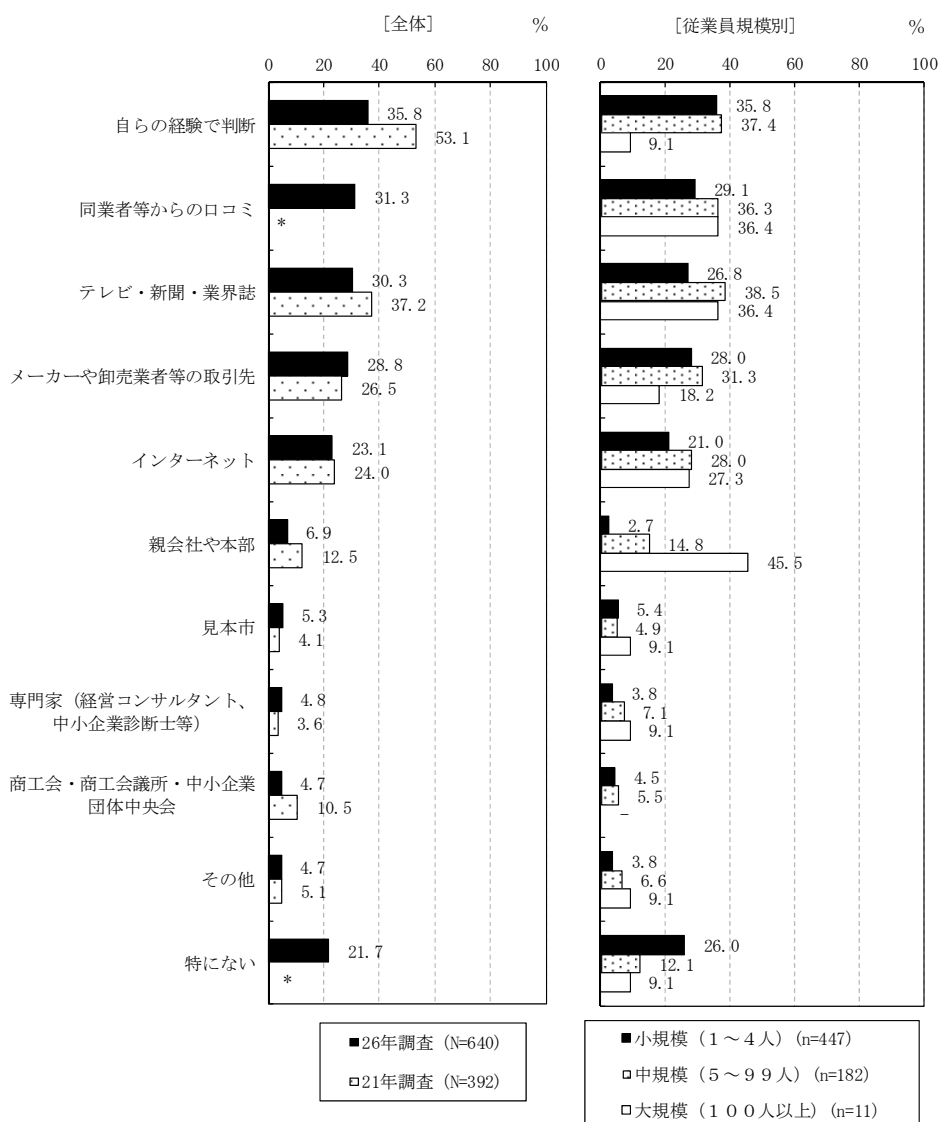
(1) 顧客の嗜好や商品情報の入手先

顧客の嗜好や商品情報の入手先は、「自らの経験で判断」が35.8%と最も高く、次いで「同業者等からの口コミ」(31.3%)、「テレビ・新聞・業界紙等」(30.3%)となっている。

21年調査と比較すると、「自らの経験で判断」(53.1%→35.8%)、「テレビ・新聞・業界紙等」(37.2%→30.3%)等で減少しているのに対して、「メーカーや卸売業者等の取引先」(26.5%→28.8%)、「見本市」(4.1%→5.3%)が増えている。

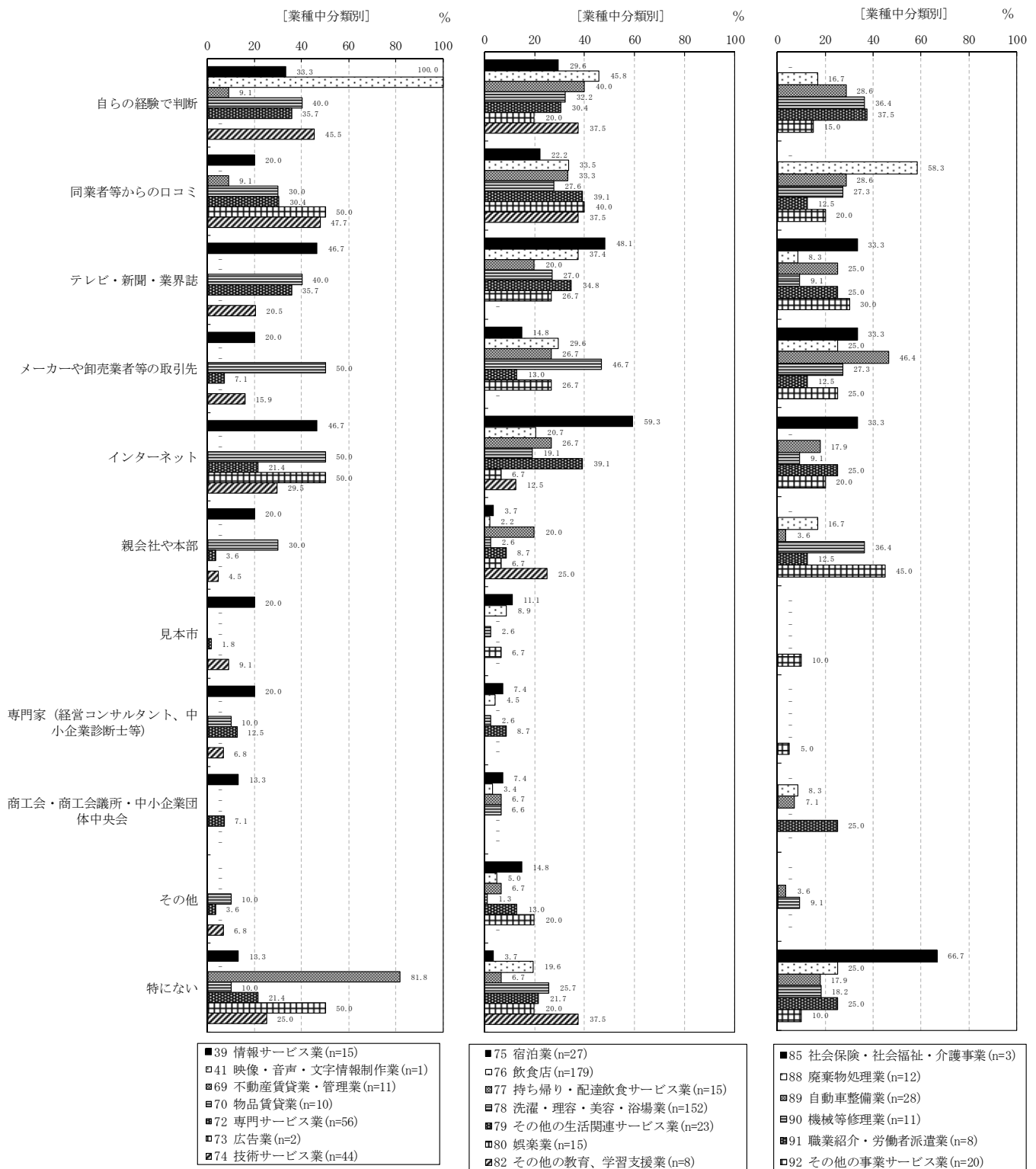
規模別にみると、小規模事業所(1～4人)では「自らの経験で判断」(35.8%)、中規模事業所(5～99人)では「テレビ・新聞・業界紙等」(38.5%)、大規模事業所(100人以上)では「親会社や本部」(45.5%)が最も高くなっている。

図Ⅷ - 32. 顧客の嗜好や商品情報の入手先（複数回答）



業種中分類別にみると、75 宿泊業で「インターネット」(59.3%)、「テレビ・新聞・業界誌」(48.1%)、88 廃棄物処理業で「同業者等からの口コミ」(58.3%)で他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 33. 顧客の嗜好や商品情報の入手先（複数回答）（業種別）



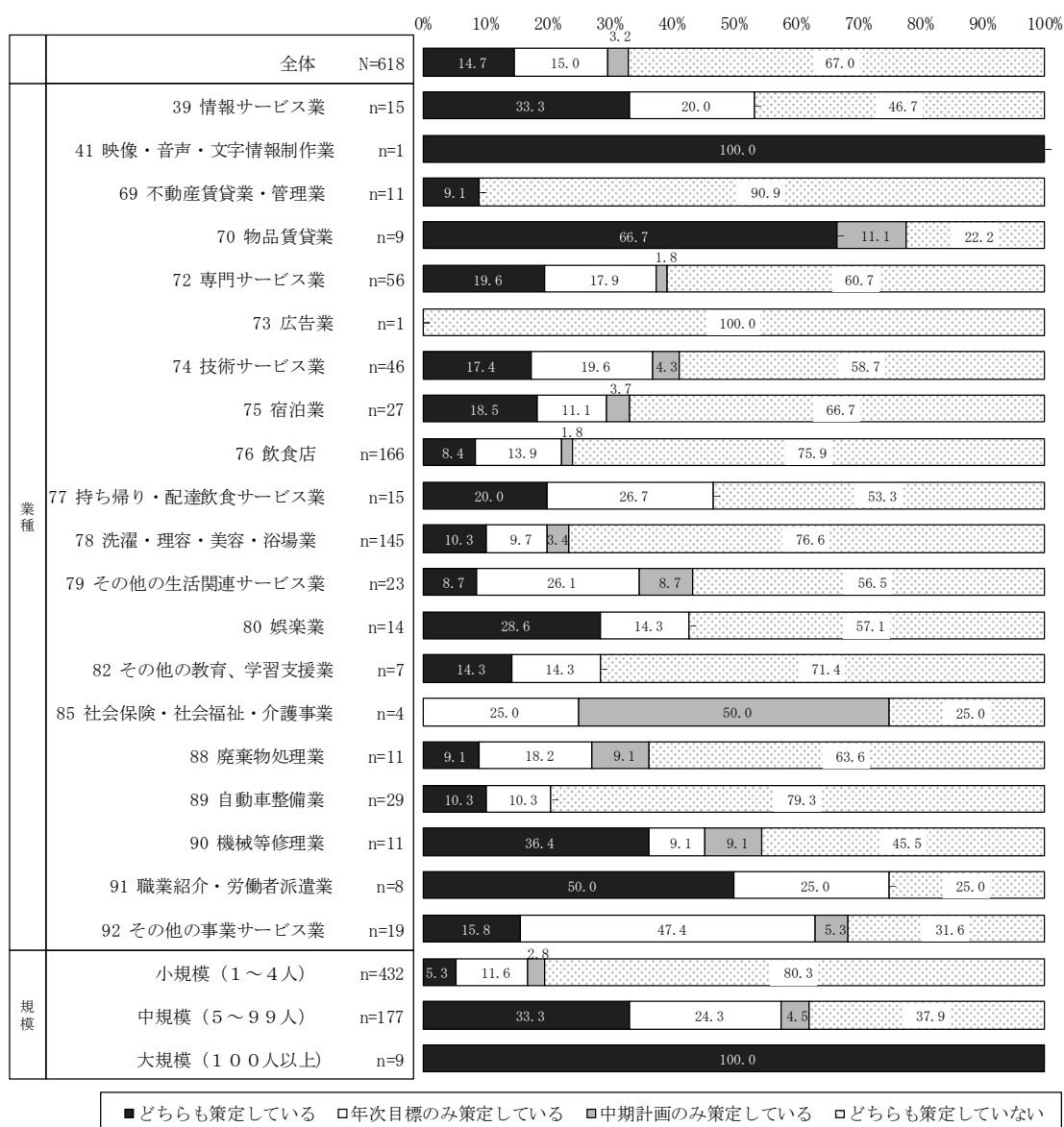
(2) 経営の年次目標や中期経営計画の策定の有無

経営計画の年次目標や中期経営計画（概ね3～5年）の策定については、「どちらも策定している」14.7%、「年次目標のみ策定している」15.0%、「中期経営計画のみ策定している」3.2%、「どちらも策定していない」67.0%となっている。

業種中分類別にみると、92 その他の事業サービス業でいずれかを策定している割合（68.5%）（注）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）より中規模事業所（5～99人）でいずれかを策定している割合が高くなっている。

図Ⅷ - 34. 経営の年次目標や中期経営計画の策定の有無



（注）「どちらも策定している」、「年次目標のみ策定している」、「中期経営計画のみ策定している」の合計

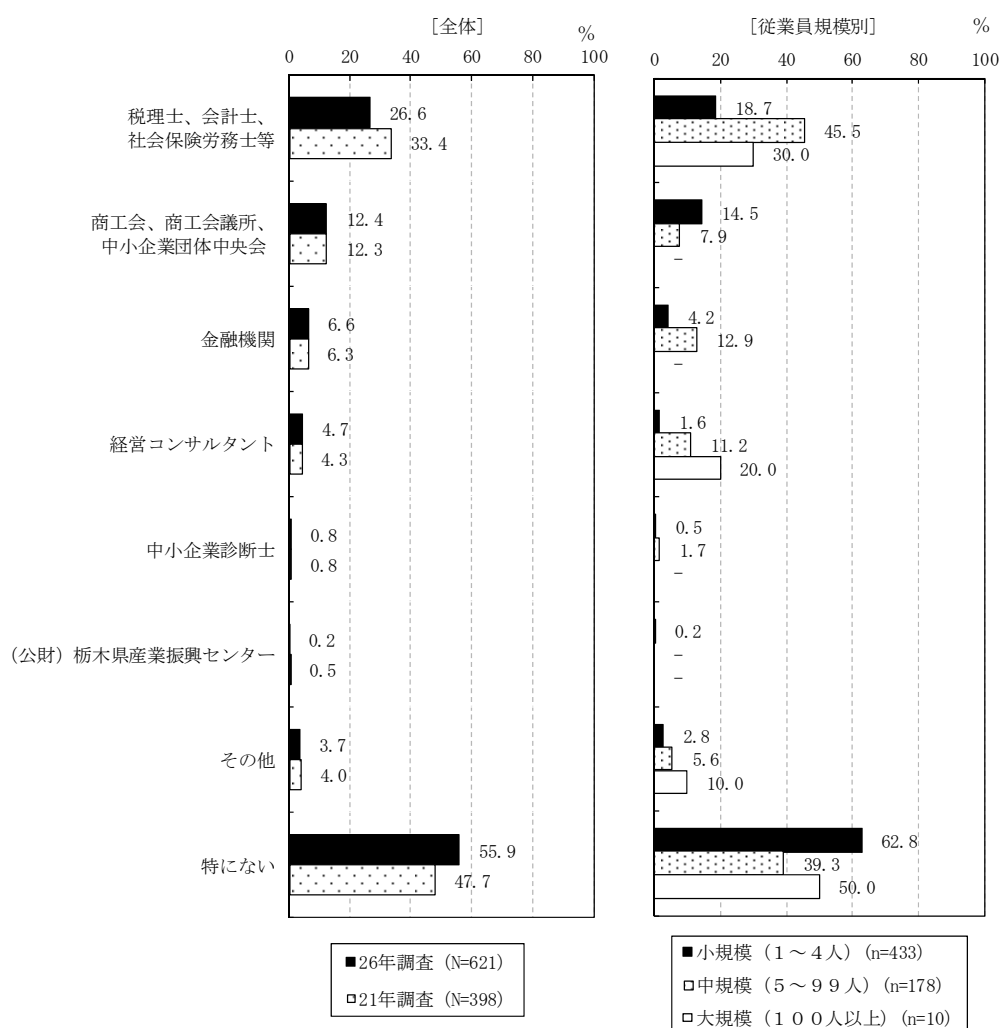
(3) 経営上の問題解決のために利用する相談窓口

経営上の問題解決のために利用する相談窓口は、「税理士、会計士、社会保険労務士等」が26.6%と最も高く、次いで「商工会、商工会議所、中小企業団体中央会」(12.4%)、金融機関(6.6%)となっている。

21年調査と比較すると、「税理士、会計士、社会保険労務士等」(33.4%→26.6%)等で減少しているのに対して、「商工会、商工会議所、中小企業団体中央会」(12.3%→12.4%)、金融機関(6.3%→6.6%)等で増加している。

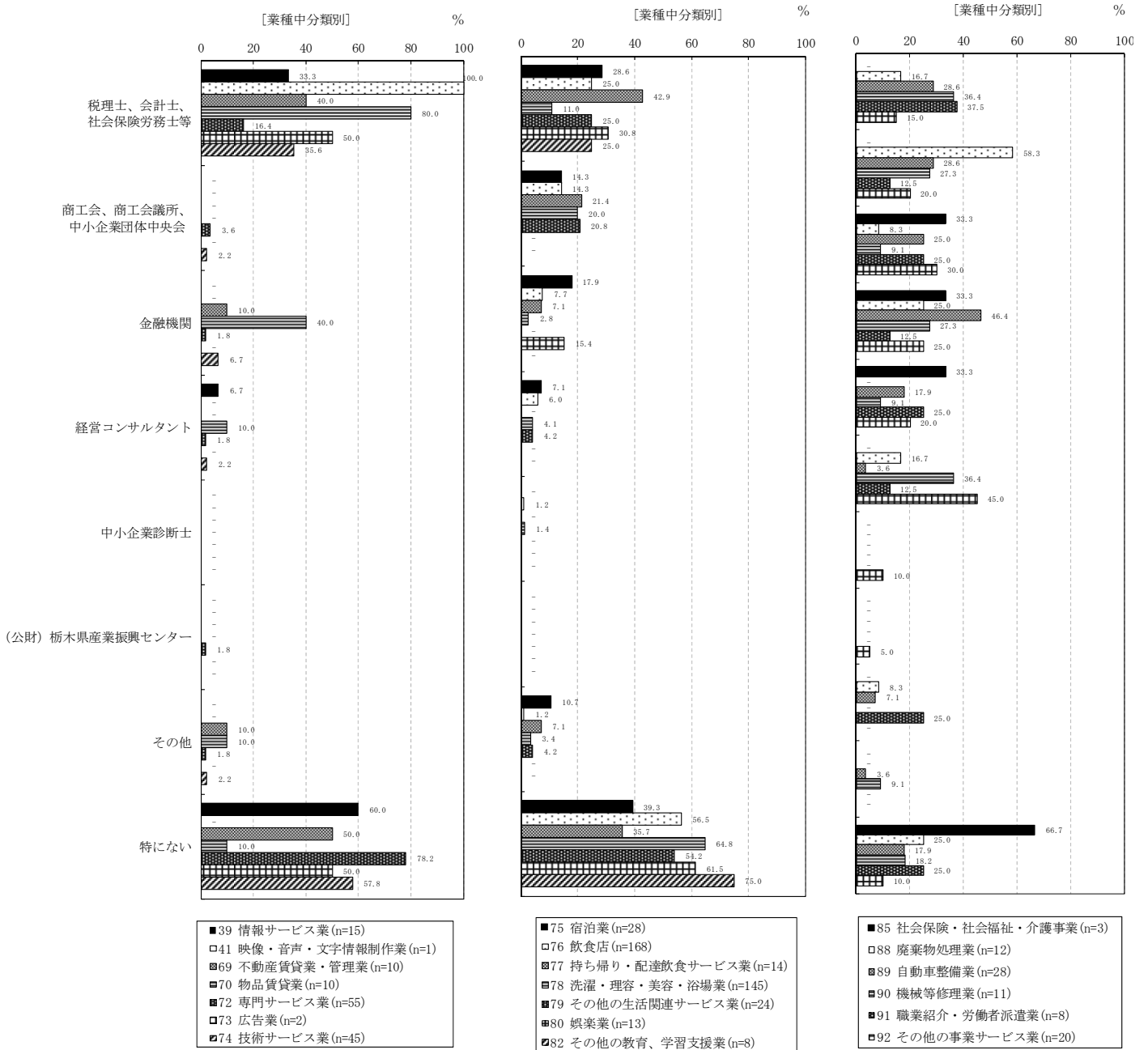
規模別にみても、全ての規模で「税理士、会計士、社会保険労務士等」が最も高くなっている。

図Ⅷ - 35. 経営上の課題解決のために利用する相談窓口（複数回答）



業種中分類別にみると、89 自動車整備業で「金融機関」(46.4%)、90 機械等修理業、92 その他の事業サービス業で「経営コンサルタント」(36.4%、45.0%) で他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 36. 経営上の課題解決のために利用する相談窓口（複数回答）（業種別）



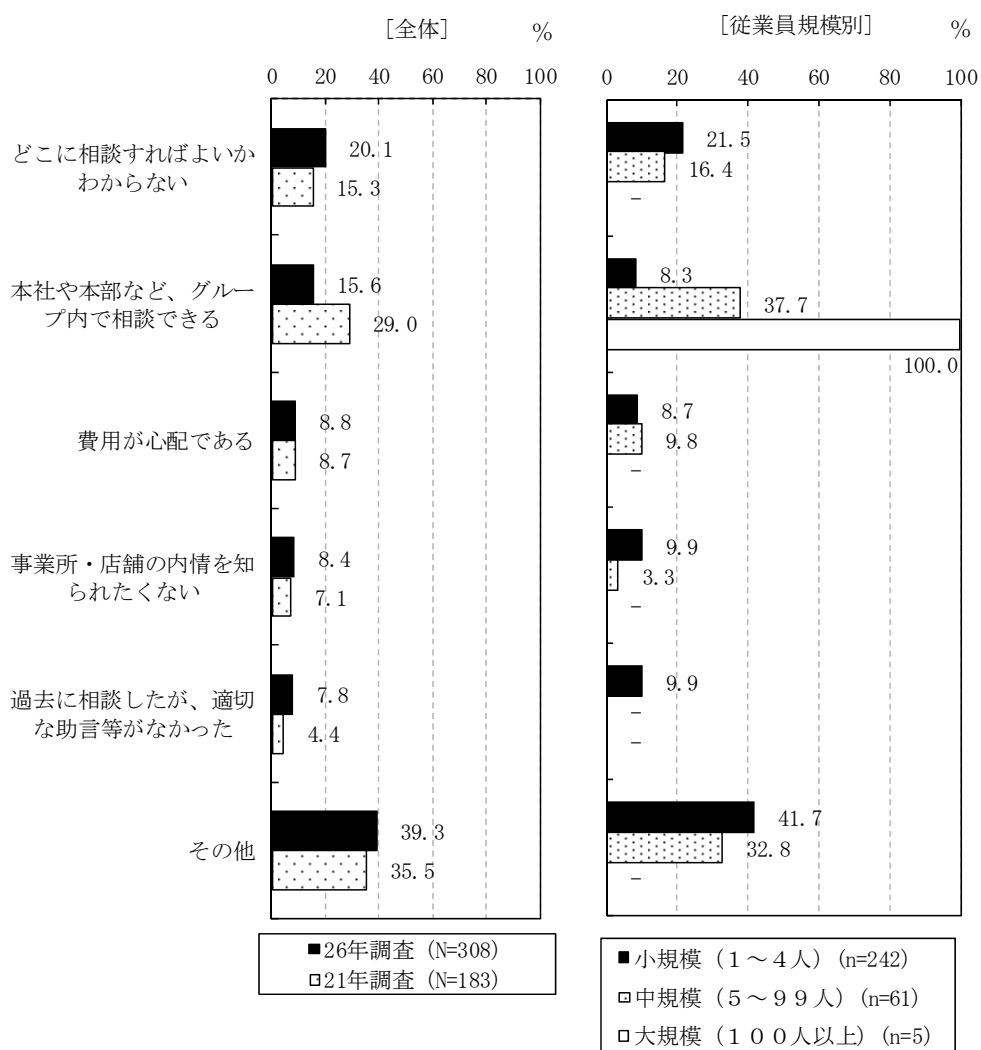
(4) 相談窓口を利用しない理由

経営上の課題を解決するための相談窓口が「特にない」と回答した事業所が相談窓口を利用しない理由は、「どこに相談すればいいかわからない」が20.1%と最も高くなっている。

21年調査と比較すると、「どこに相談すればいいかわからない」(15.3%→20.1%)等で増加しているのに対して、「本社や本部など、グループ内で相談できる」(29.0%→15.6%)等で減少している。

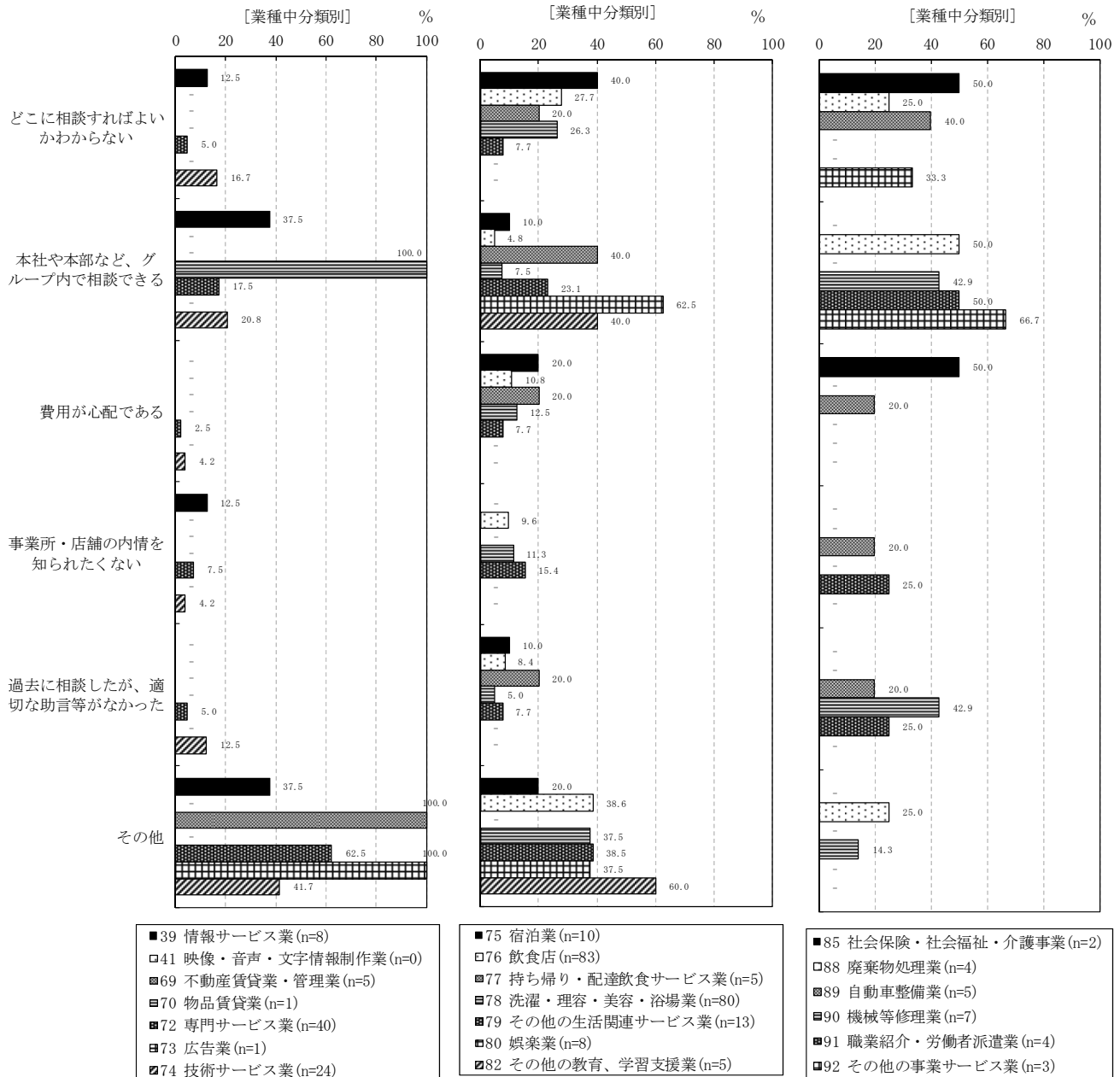
規模別にみると、小規模事業所(1～4人)では「どこに相談すればいいかわからない」(21.5%)、中規模事業所(5～99人)では「本社や本部など、グループ内で相談できる」(37.7%)が最も高くなっている。

図Ⅷ - 37. 相談窓口を利用しない理由



業種中分類別にみると、75 宿泊業、76 飲食店、78 洗濯・理容・美容・浴場業で「どこに相談すればいいかわからない」(40.0%、27.7%、26.3%)、72 専門サービス業、74 技術サービス業、79 その他の生活関連サービス業で「本社や本部など、グループ内で相談できる」(17.5%、20.8%、23.1%)が最も高くなっている。

図Ⅷ - 38. 相談窓口を利用しない理由



7.販路の開拓

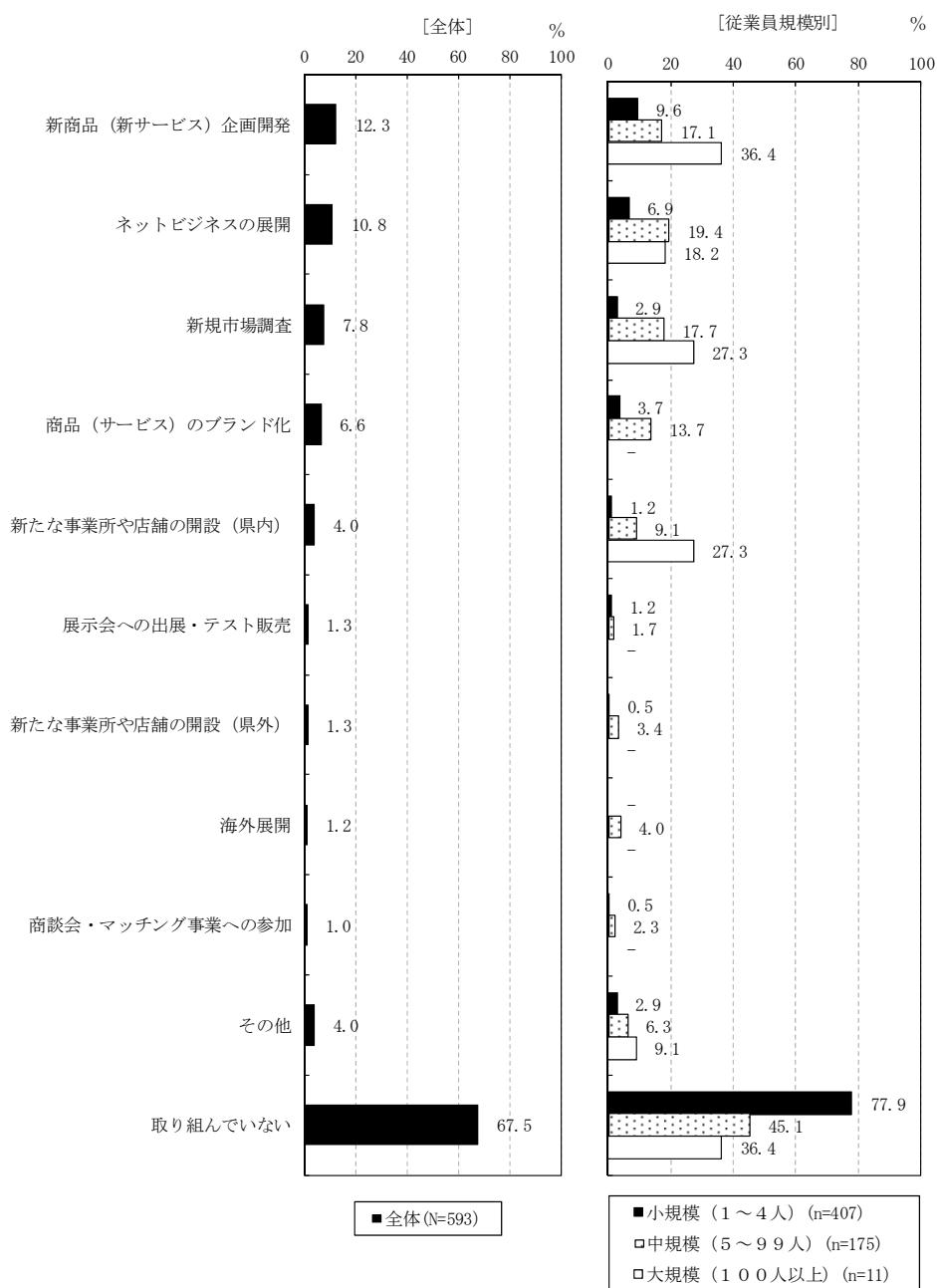
(1) 販路開拓の取組

①既に取り組んでいる販路開拓の取組

既に取り組んでいる販路開拓の取組は、「新商品（新サービス）企画開発」が12.3%と最も高く、次いで「ネットビジネスの展開」（10.8%）、「新規市場調査」（7.8%）となっている。

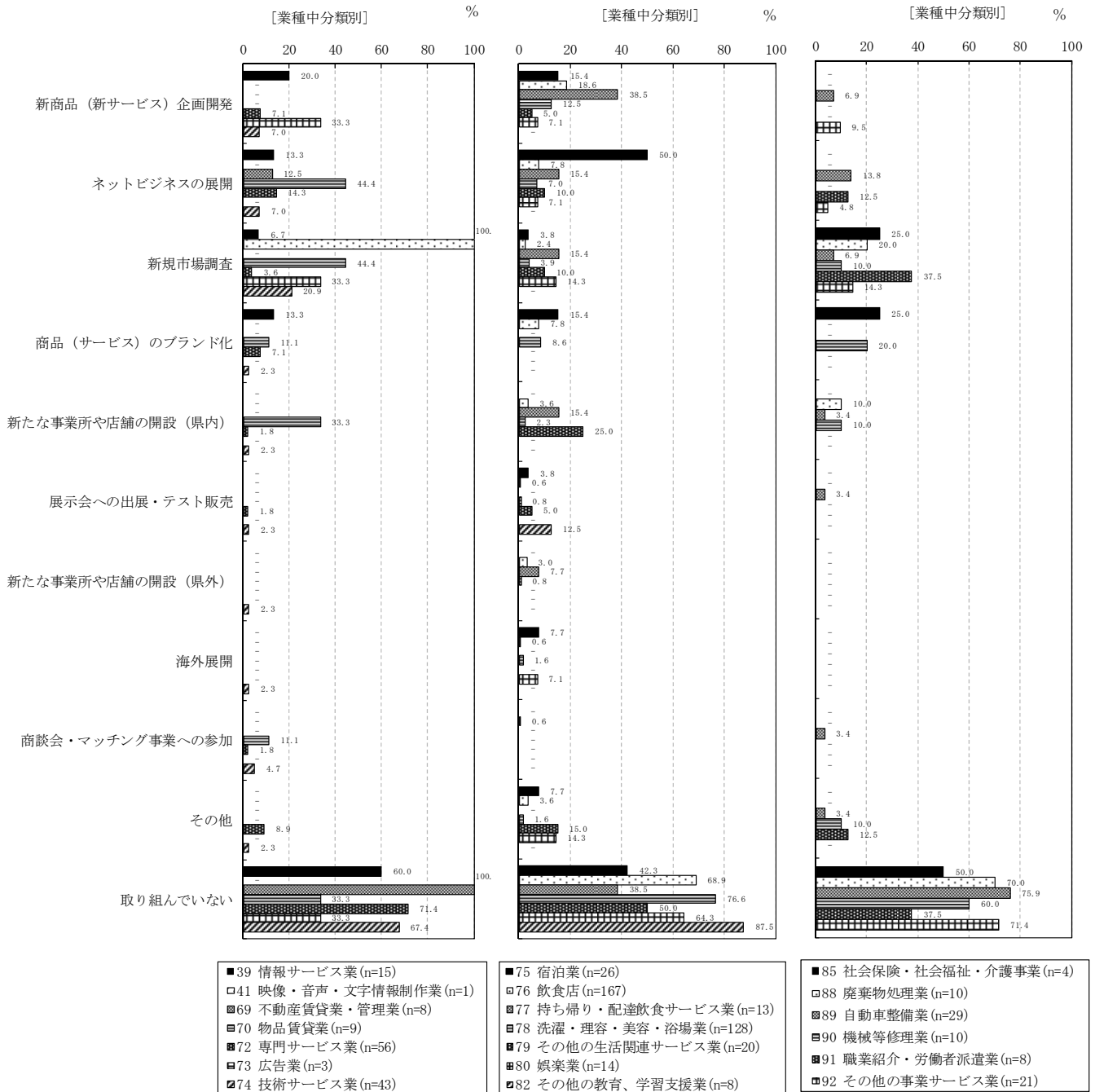
規模別にみると、小規模事業所（1～4人）、大規模事業所（100人以上）で「新商品（新サービス）企画開発」（9.6%、36.4%）、中規模事業所（5～99人）で「ネットビジネスの展開」（19.4%）が最も高くなっている。

図Ⅷ - 39. 既に取り組んでいる販路開拓の取組（複数回答）



業種中分類別にみると、75 宿泊業で「ネットビジネスの展開」(50.0%)、77 持ち帰り・配達飲食サービス業で「新商品(新サービス)企画開発」(38.5%)で他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 40. 既に取り組んでいる販路開拓の取組(複数回答)(業種別)

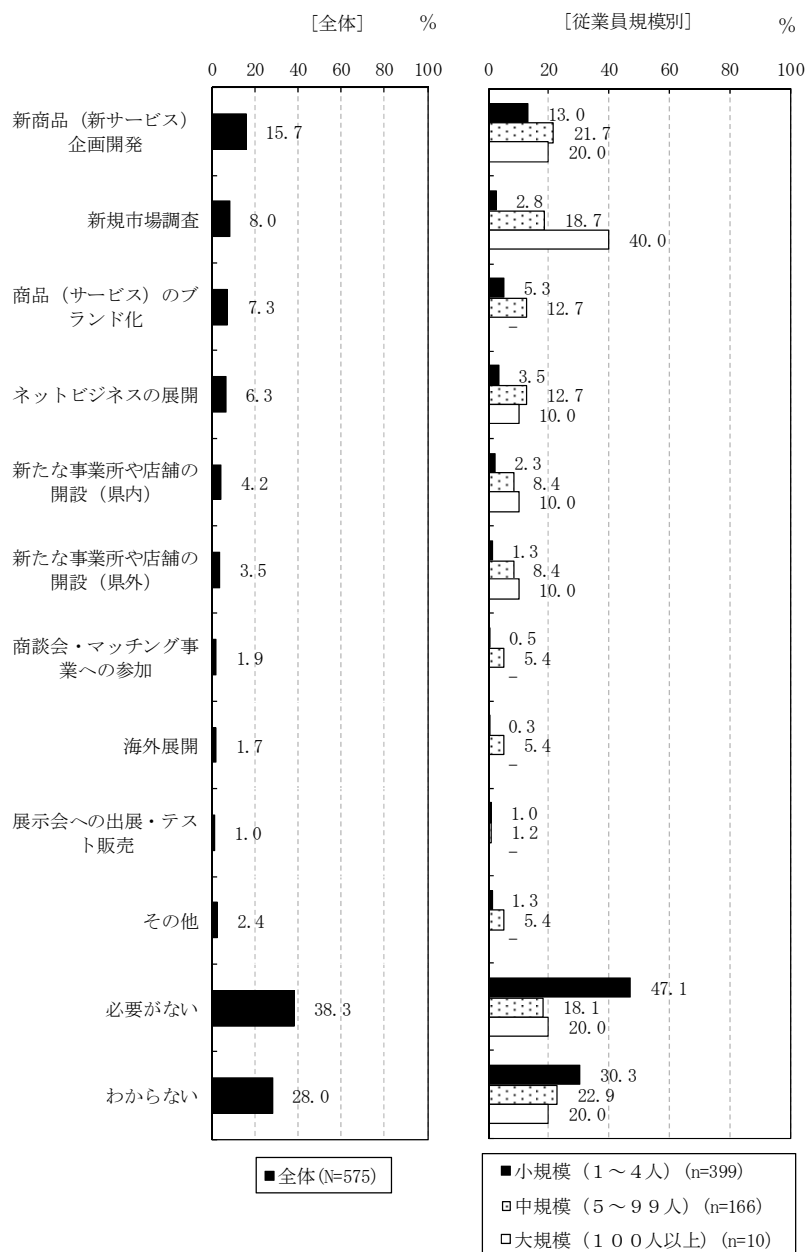


②今後力を入れていきたい販路開拓の取組

今後力を入れていきたい販路開拓の取組は、「新商品（新サービス）企画開発」が15.7%と最も高く、次いで「新規市場調査」（8.0%）、「商品（サービス）のブランド化」（7.3%）となっている。

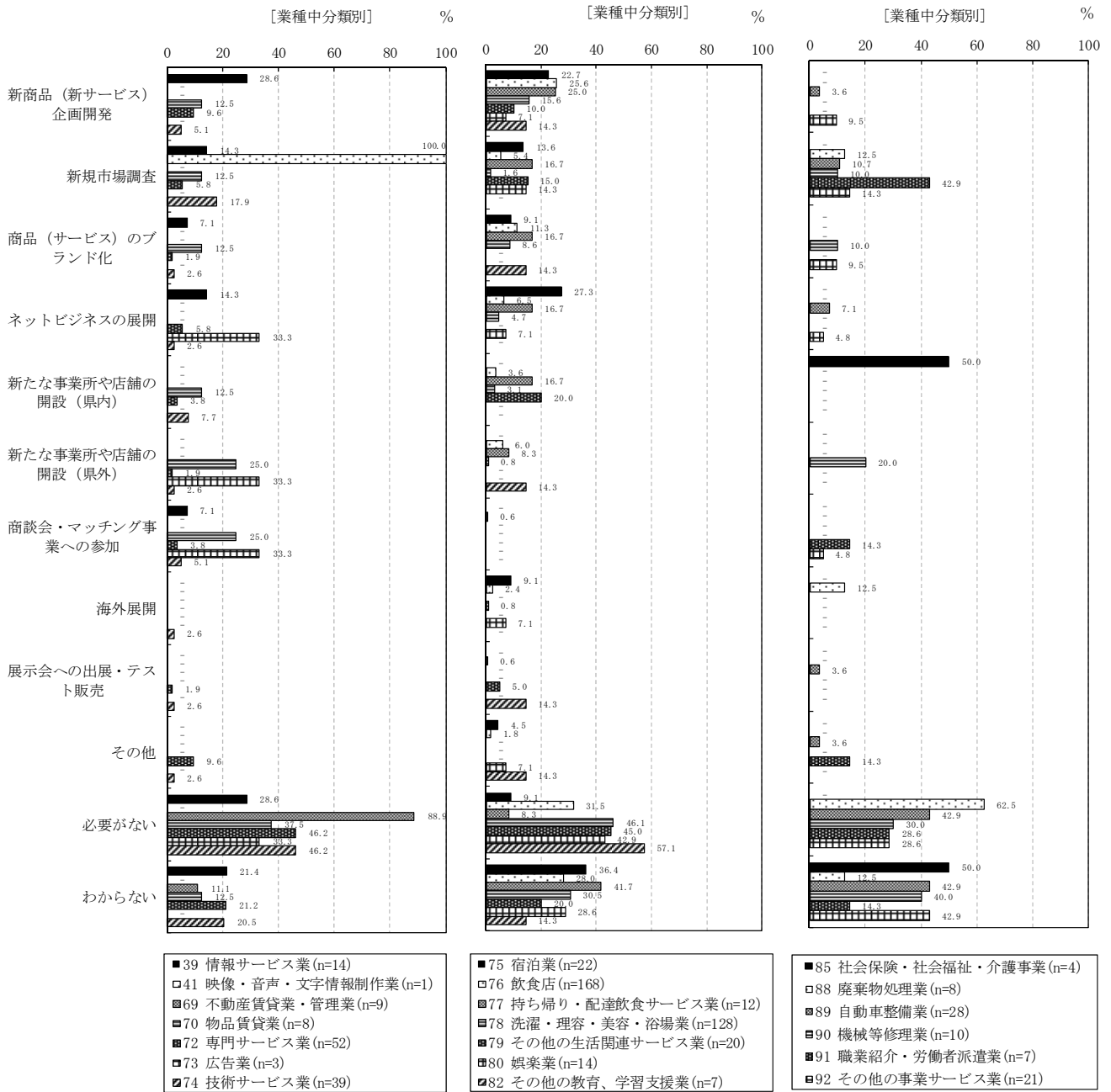
規模別にみると、小規模事業所（1～4人）、中規模事業所（5～99人）では「新商品（新サービス）企画開発」（13.0%、21.7%）、大規模事業所（100人以上）では「新規市場調査」（40.0%）が最も高くなっている。

図Ⅷ - 41. 今後力を入れていきたい販路開拓の取組（複数回答）



業種中分類別にみると、39 情報サービス業で「新商品（新サービス）企画開発」（28.6%）、75 宿泊業で「ネットビジネスの展開」（27.3%）が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 42. 今後力を入れていきたい販路開拓の取組（複数回答）



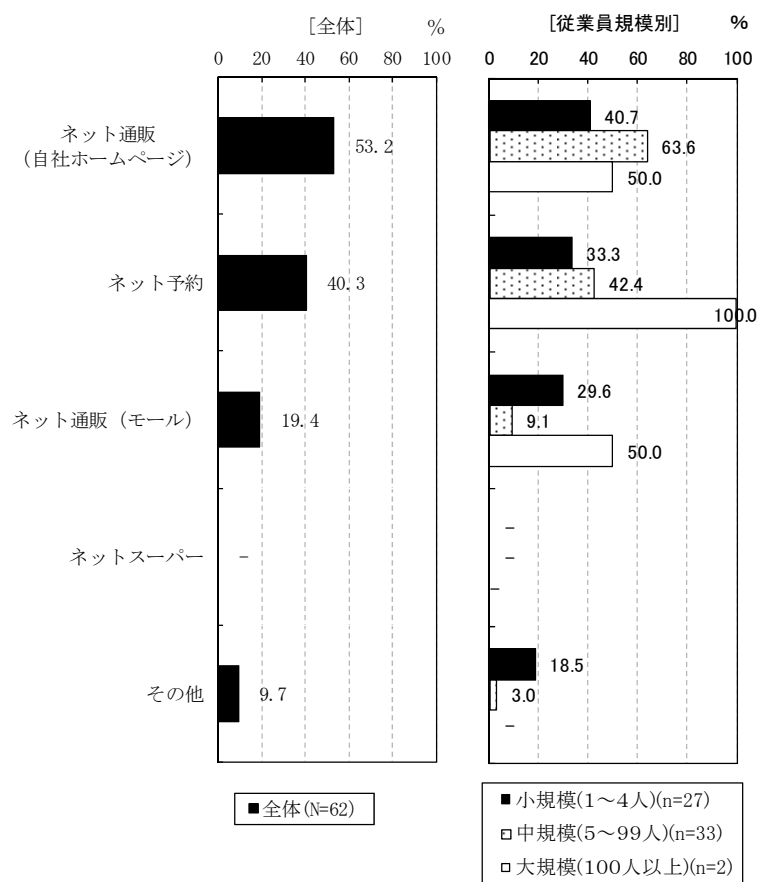
(2) ネットビジネス

①実施しているネットビジネス

「ネットビジネスを展開」している事業所で実施しているネットビジネスは、「ネット通販（自社ホームページ）」が53.2%と最も高く、次いで「ネット予約」（40.3%）、「ネット通販（モール）」（19.4%）となっている。

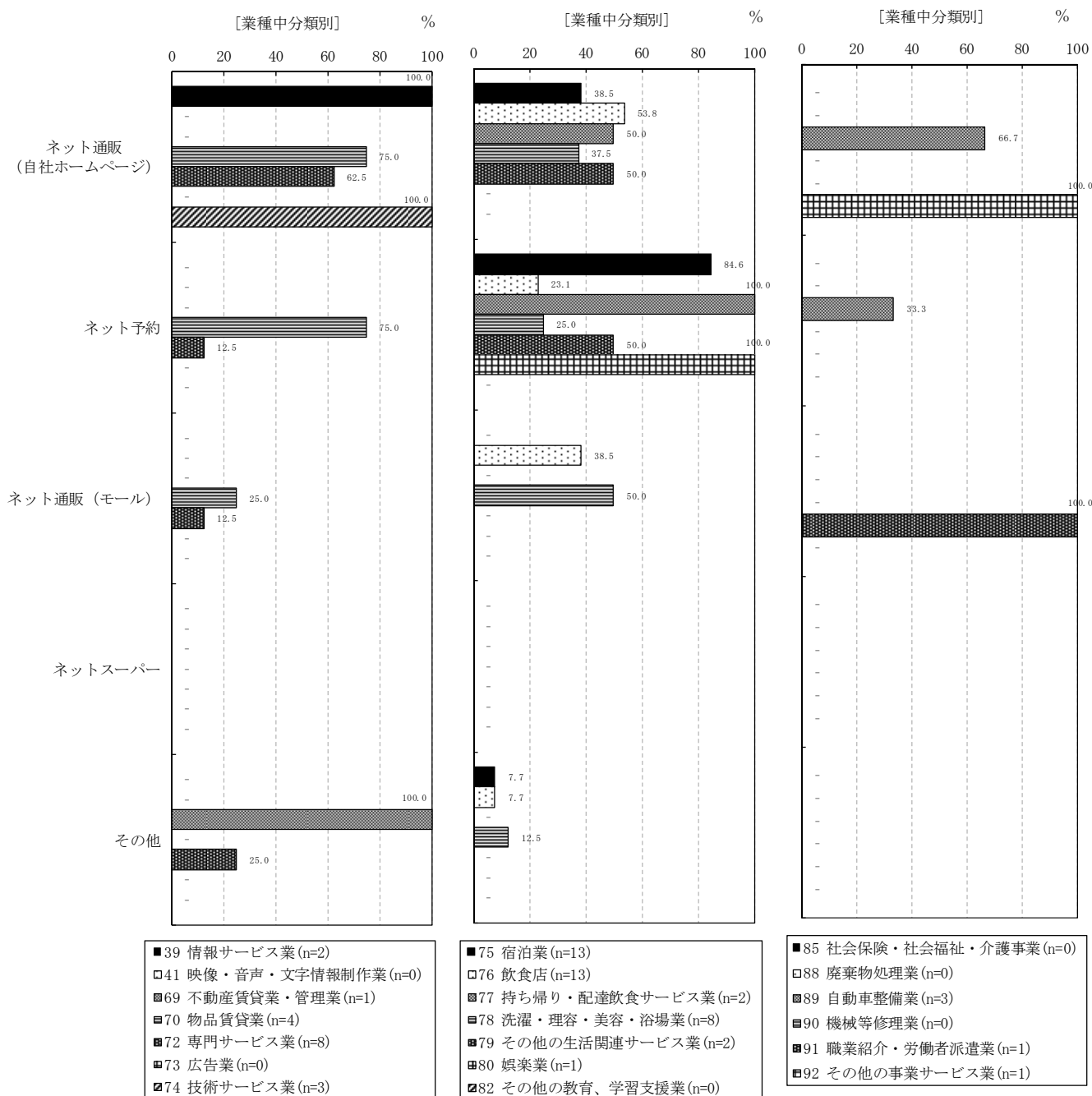
規模別にみると、小規模事業所（1～4人）、中規模事業所（5～99人）共に「ネット通販（自社ホームページ）」（40.7%、63.6%）が最も高くなっている。

図Ⅷ - 43. 実施しているネットビジネス（複数回答）



業種中分類別にみると、75 宿泊業で「ネット予約」(84.6%)、76 飲食店で「ネット通販(自社ホームページ)」(53.8%) が最も高くなっている。

図Ⅷ - 44. 実施しているネットビジネス(複数回答)

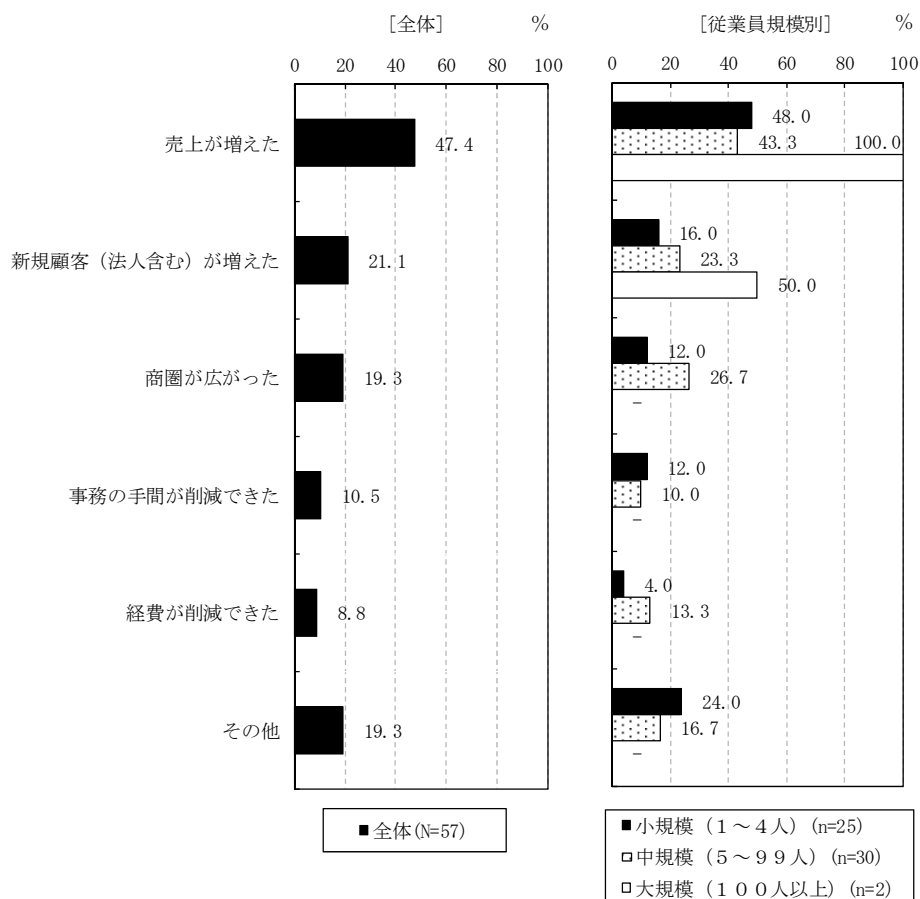


②ネットビジネス活用の効果

ネットビジネスを活用した効果は、「売上が増えた」が47.4%と最も高く、次いで「新規顧客（法人含む）が増えた」（21.1%）、「商圏が広がった」（19.3%）となっている。

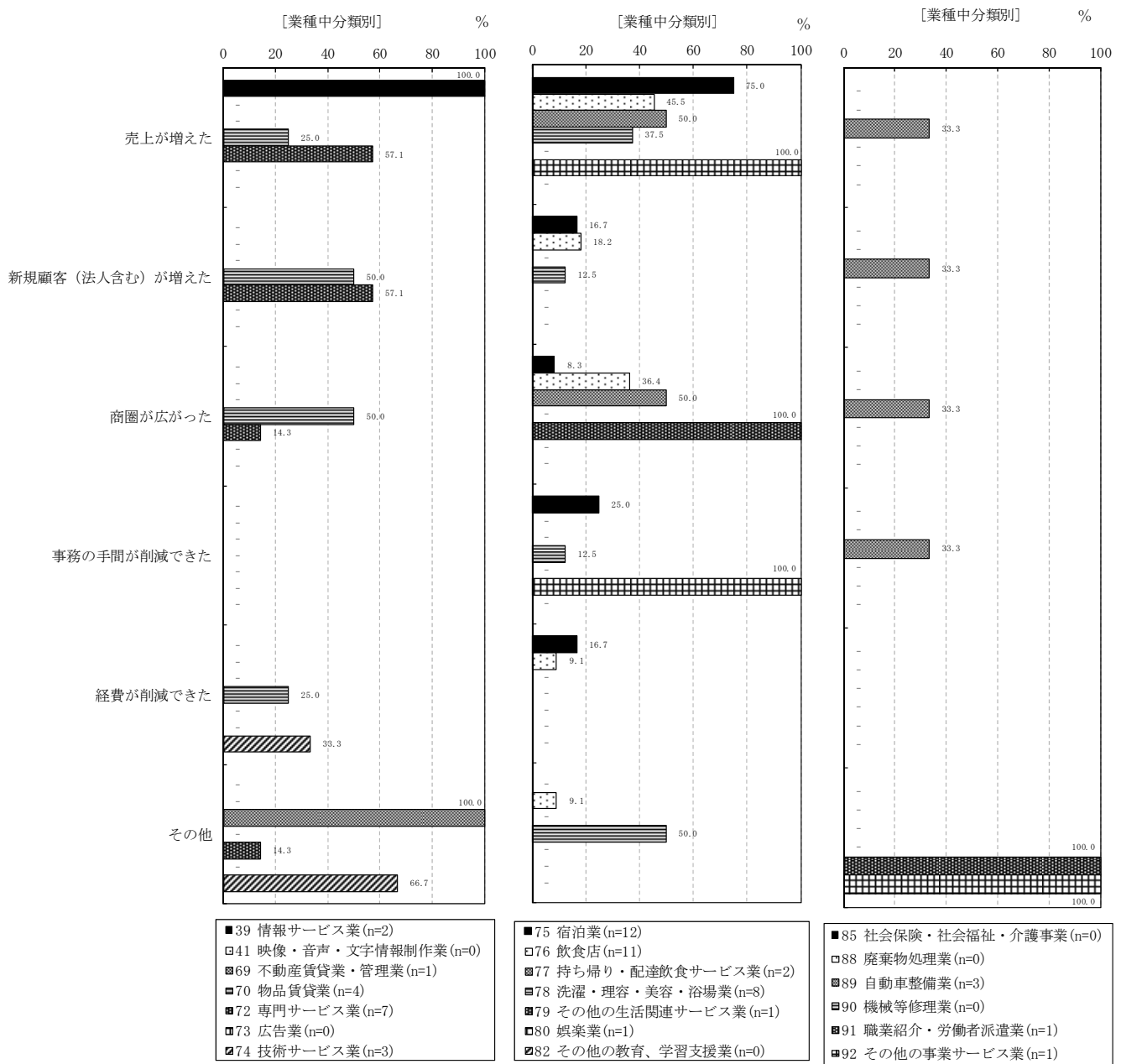
規模別にみると、小規模事業所（1～4人）、中規模事業所（5～99人）共に「売上が増えた」（48.0%、43.3%）が最も高くなっている。

図Ⅷ - 45. ネットビジネス活用の効果（複数回答）



業種中分類別にみると、75 宿泊業、76 飲食店で「売上が増えた」(75.0%、45.5%)が最も高くなっている。

図Ⅷ - 46. ネットビジネス活用の効果(複数回答)(業種別)

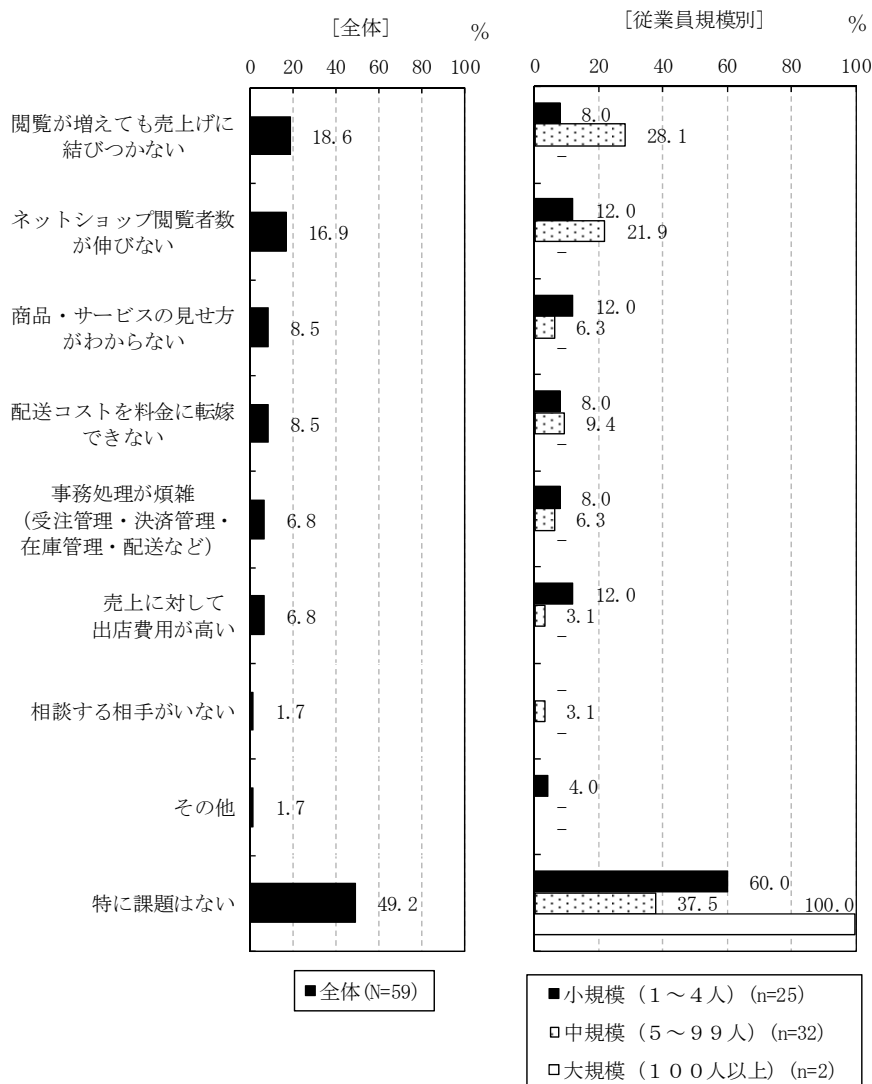


③ネットビジネス展開により生じた課題

ネットビジネス展開により生じた課題は、「閲覧者数が増えても売上げに結びつかない」が18.6%と最も高く、次いで「ネットショップ閲覧者数が伸びない」(16.9%)、「商品・サービスの見せ方がわからない」、「配送コストを料金に転嫁できない」(共に8.5%)となっている。

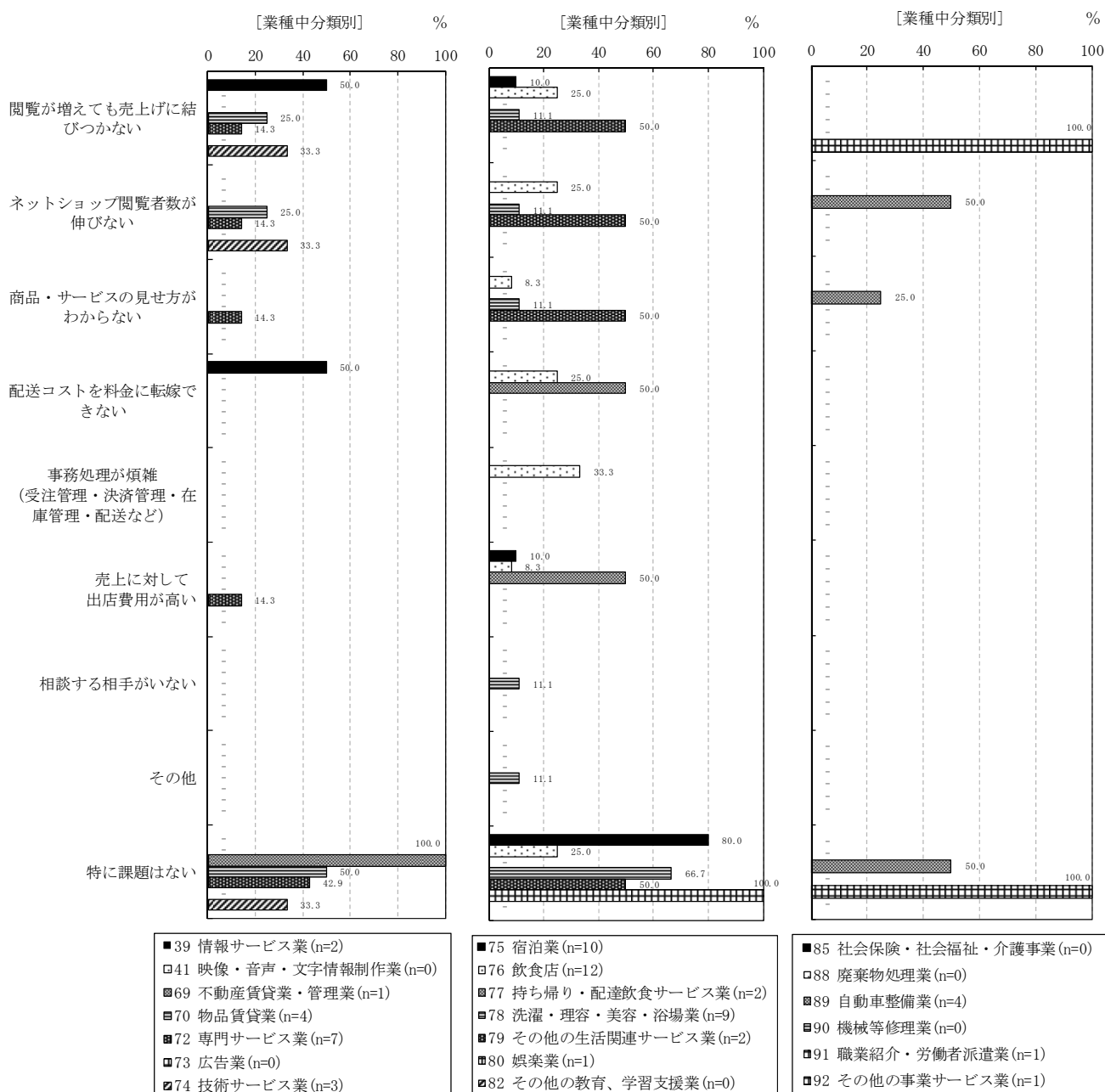
規模別にみると、小規模事業所(1~4人)で「ネットショップの閲覧者数が伸びない」、「商品・サービスの見せ方がわからない」(共に12.0%)、中規模事業所(5~99人)は「閲覧者数が増えても売上げに結びつかない」(28.1%)が最も高くなっている。

図Ⅷ-47. ネットビジネス展開より生じた課題(複数回答)



業種中分類別にみても、75 宿泊業では「閲覧者数が増えても売上げに結びつかない」「売上に対して出店費用が高い」（共に 10.0%）、76 飲食店では「事務処理が煩雑（受注管理・決済管理・在庫管理・配送など）」（33.3%）が高くなっている。

図Ⅷ - 48. ネットビジネス展開により生じた課題（複数回答）（業種別）

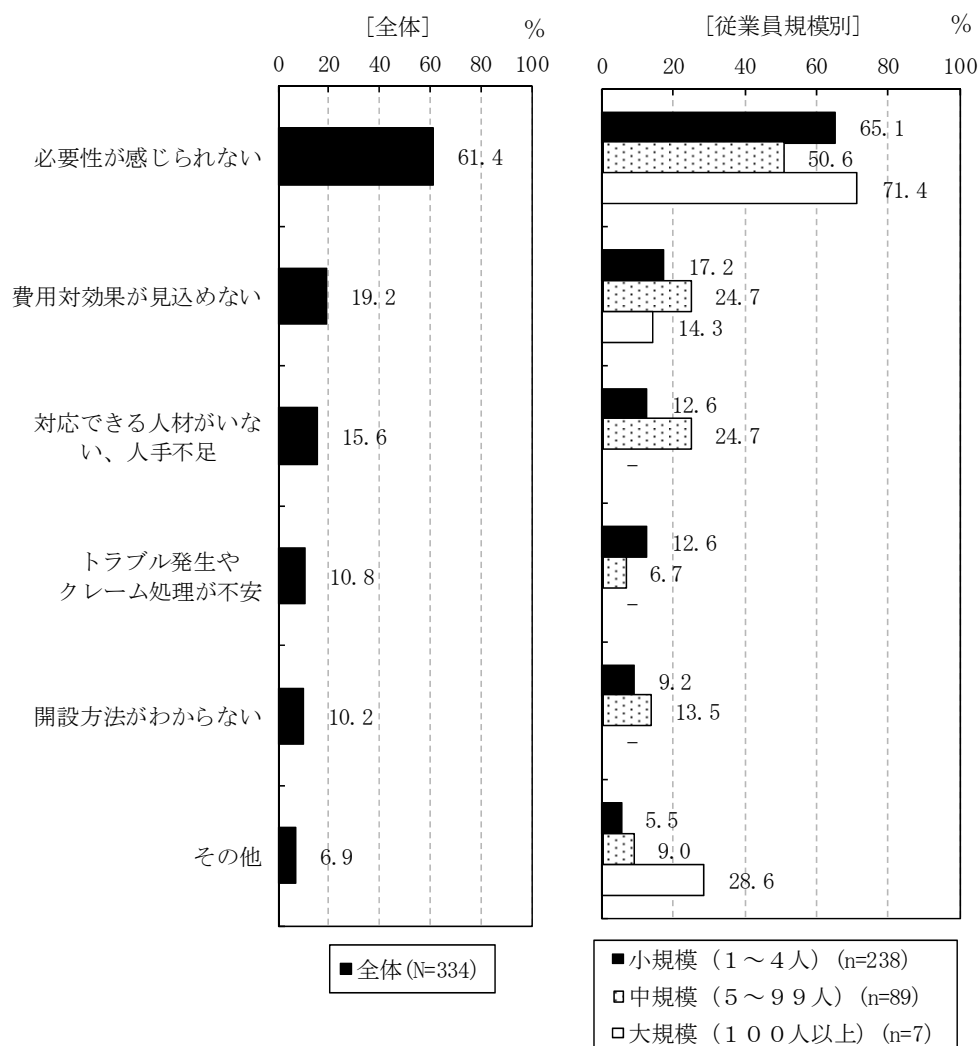


④ネットビジネスの展開を実施していない理由

ネットビジネスの展開を実施していない理由は、「必要性が感じられない」が61.4%と最も高く、次いで「費用対効果が見込めない」(19.2%)、「対応できる人材がいない、人手不足」(15.6%)となっている。

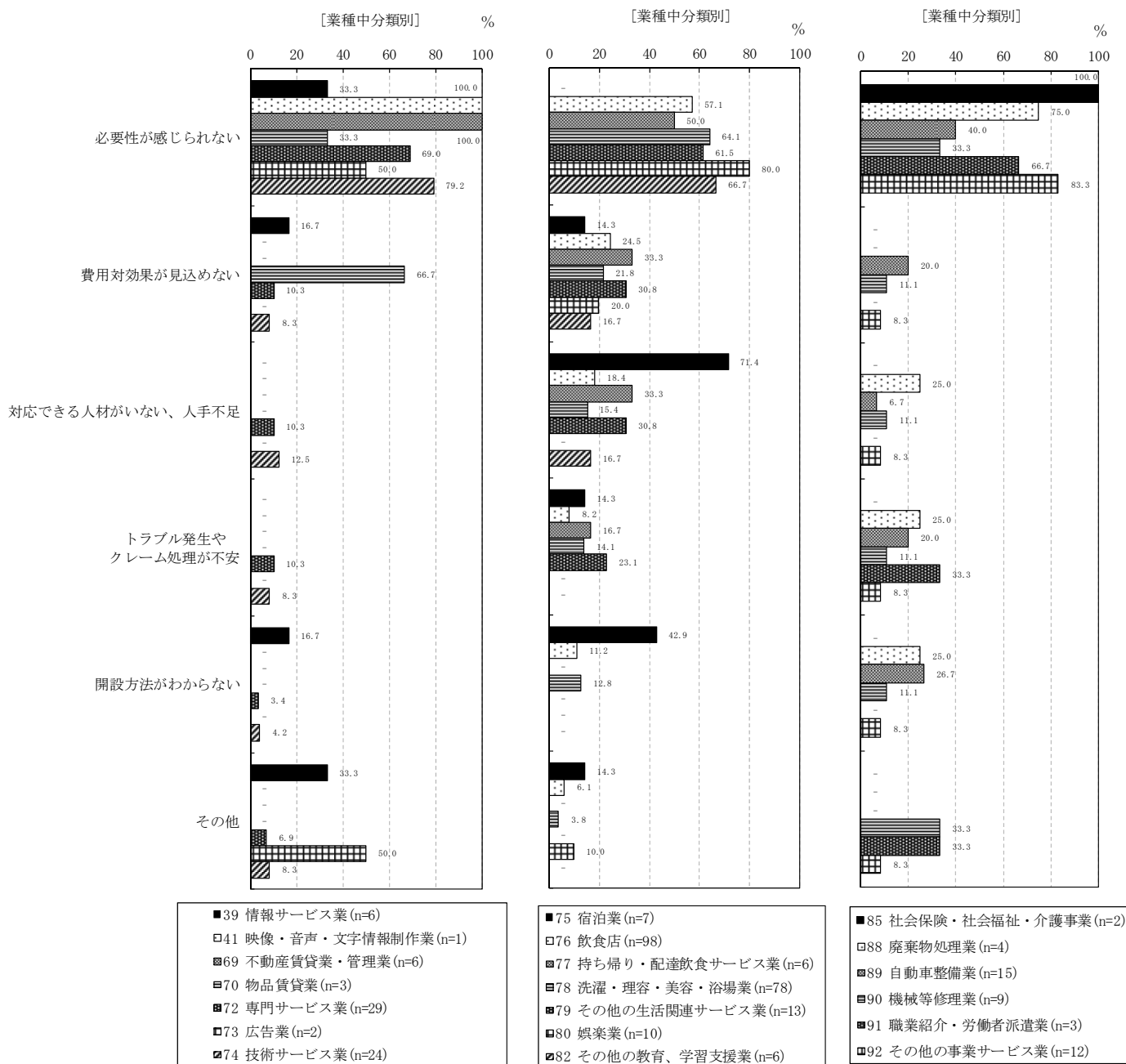
規模別にみると、小規模事業所(1~4人)、中規模事業所(5~99人)ともに「必要性が感じられない」(65.1%、50.6%)が最も高くなっている。

図Ⅷ - 49. ネットビジネスの展開を実施していない理由(複数回答)



業種中分類別にみると、全ての業種で「必要性を感じられない」が最も高くなっている。

図Ⅷ - 50. ネットビジネスの展開を実施していない理由（複数回答）（業種別）



(3) 海外販路開拓

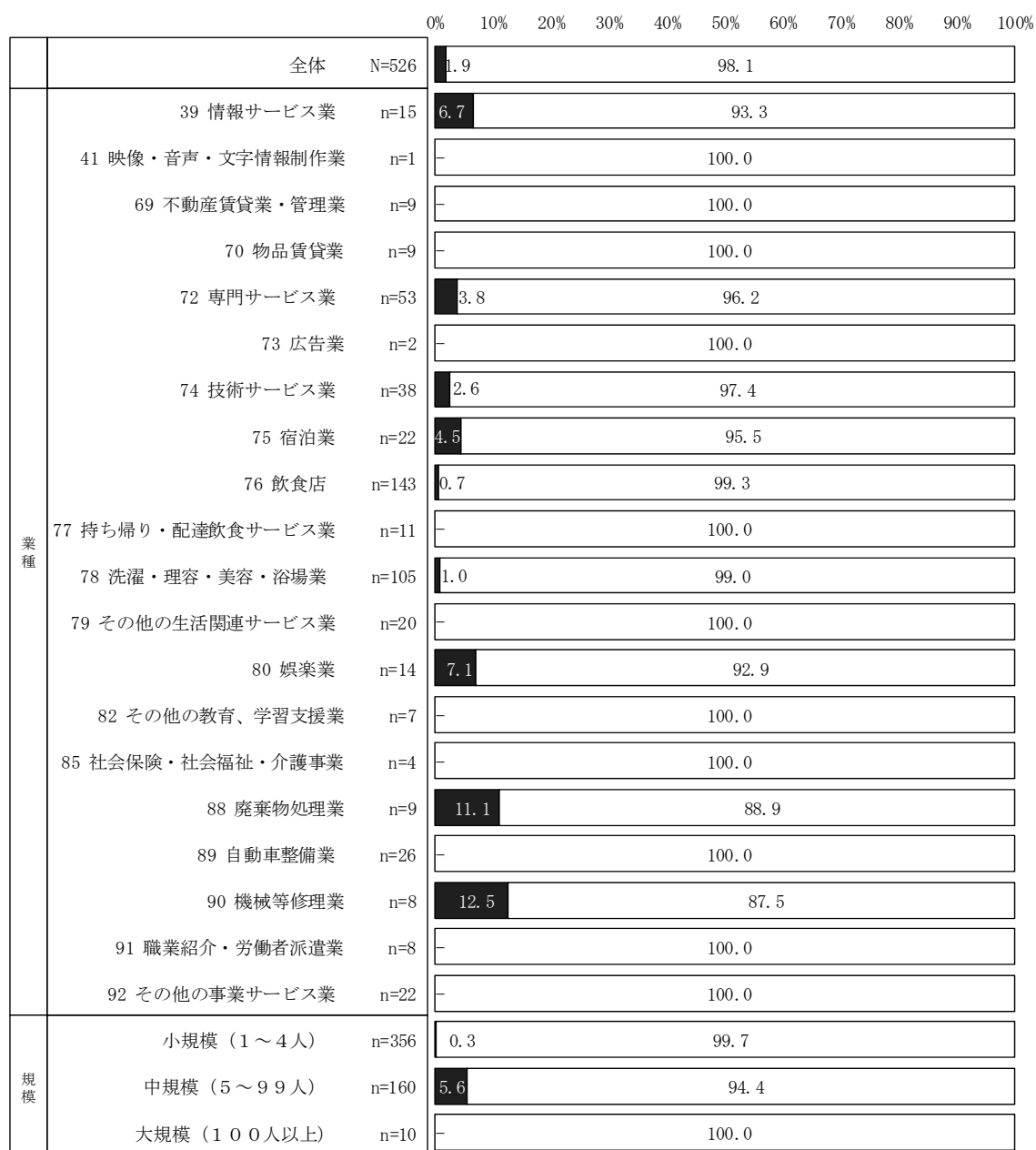
①海外販路開拓

海外販路開拓は、「行っている」1.9%、「行っていない」98.1%と「行っていない」割合が高くなっている。

業種中分類別にみると、39 情報サービス業、80 娯楽業で「行っている」の割合（6.7%、7.1%）が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所（1～4人）、中規模事業所（5～99人）で「行っている」割合がそれぞれ0.3%、5.6%となっている。

図Ⅷ - 51. 海外販路開拓

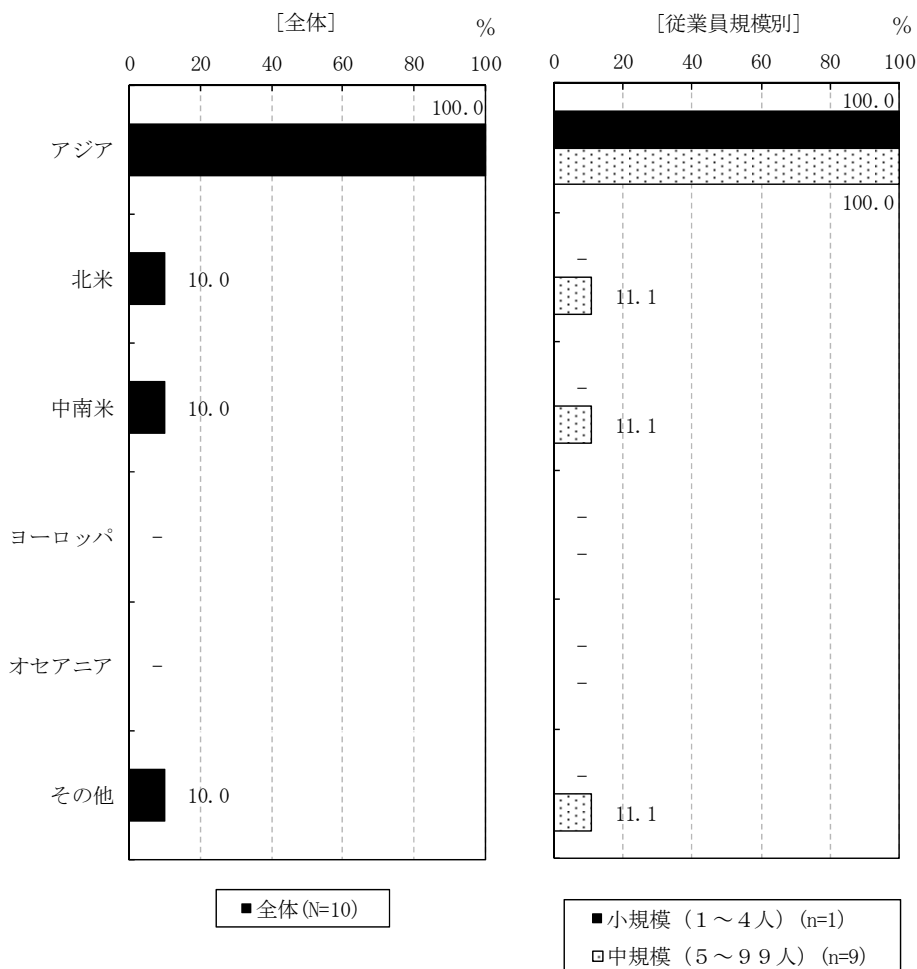


■行っている □行っていない

②販路開拓を行っている地域

販路開拓を行っている地域は、「アジア」が100.0%と最も多く、次いで「北米」「中南米」（共に10.0%）となっている。

図Ⅷ - 52. 海外販路開拓を行っている地域（複数回答）



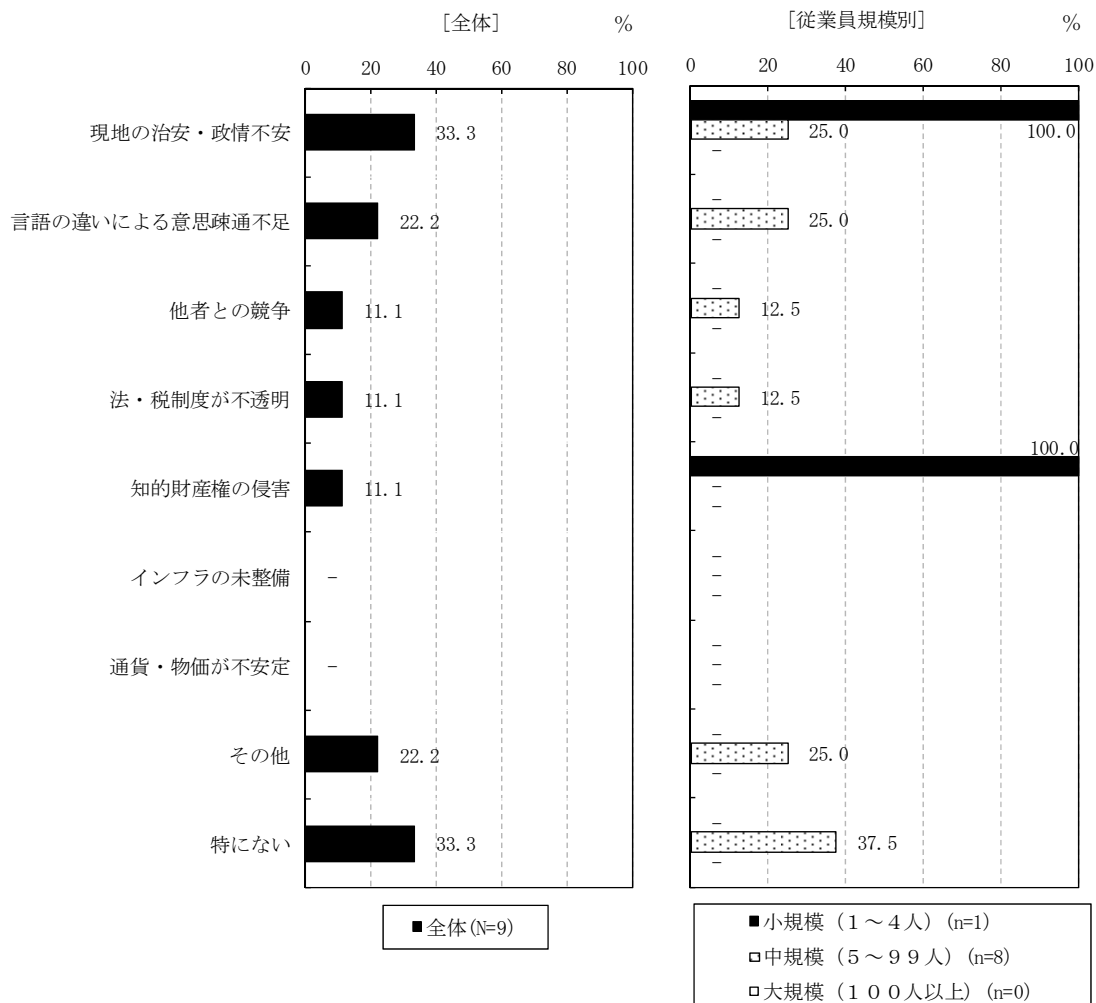
図Ⅷ - 53. 各地域に販路開拓している業種

地域	業種
アジア	39情報サービス業
	72専門サービス業
	74技術サービス業
	75宿泊業
	76飲食店
	78洗濯・理容・美容・浴場業
	80娯楽業
	88廃棄物処理業
	90機械等修理業
	北米
中南米	90機械等修理業
その他	90機械等修理業

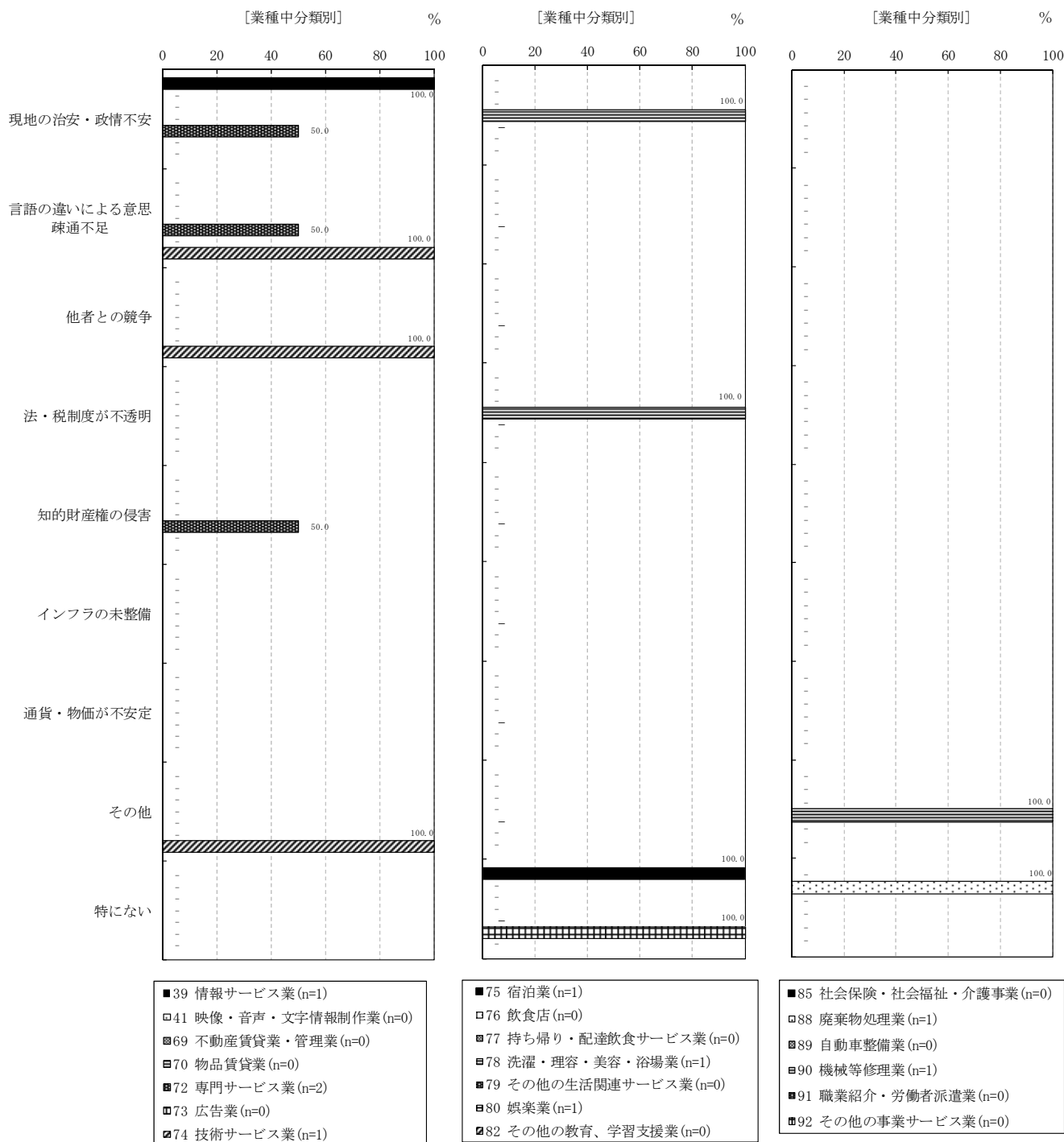
③海外販路開拓における問題点

海外販路開拓を「行っている」と回答した事業所における問題点は、「現地の治安・政情不安」が33.3%と最も高く、次いで「言語の違いによる意思疎通不足」(22.2%)となっている。

図Ⅷ - 54. 海外販路開拓における問題点（複数回答）



図Ⅷ - 55. 海外販路開拓における問題点（複数回答）（業種別）



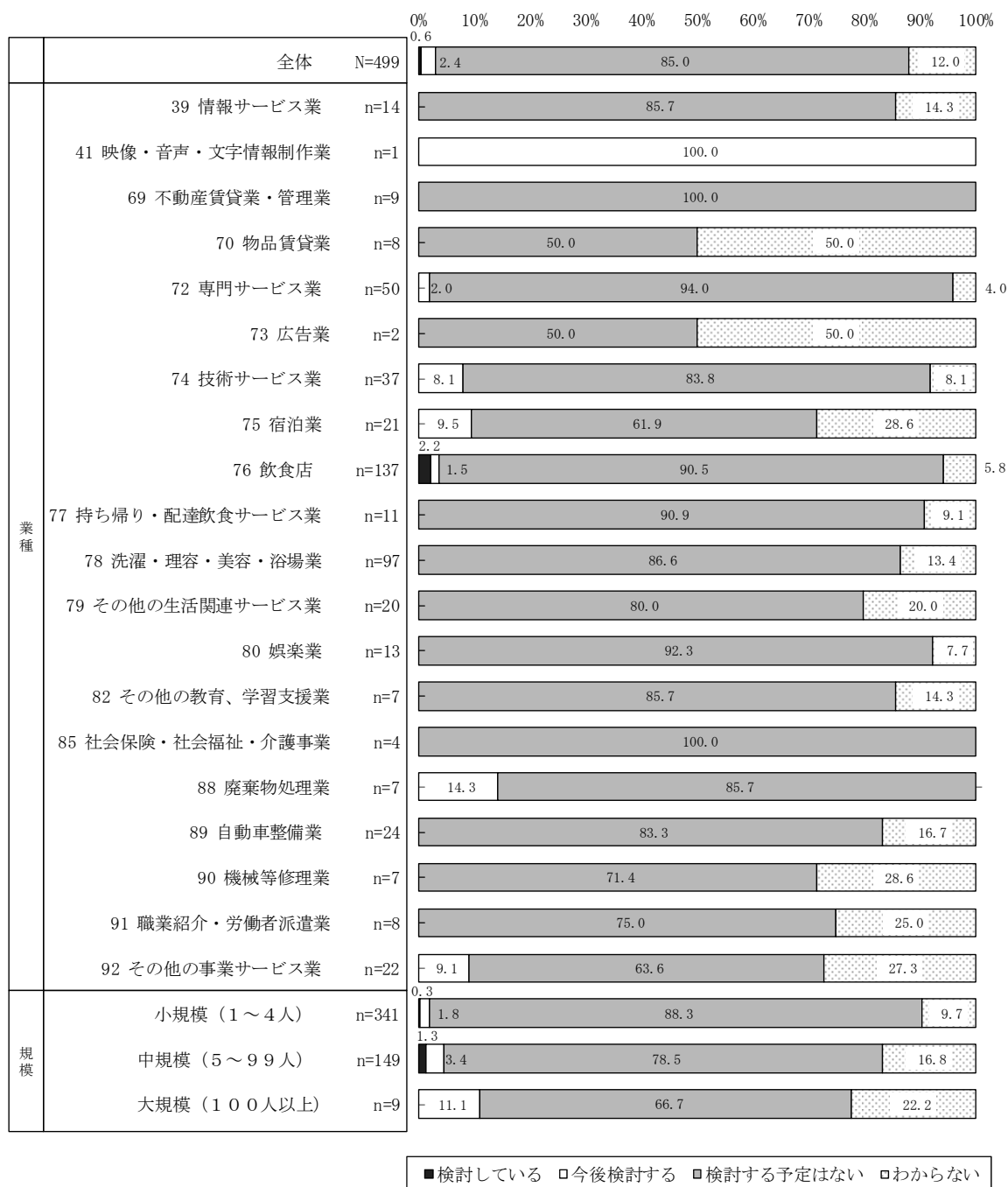
④海外販路開拓の今後の検討状況

海外販路開拓を行っていない場合における今後の検討状況は、「検討する予定はない」が85.0%と多数を占め、「検討している」(0.6%)「今後検討する」(2.4%)はわずかに留まっている。

業種中分類別にみると75 宿泊業、92 その他の事業サービス業で「今後検討する」(9.5%、9.1%)がわずかに他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、小規模事業所(1~4人)より中規模事業所(5~99人)で「検討している」(0.3%<1.3%)、「今後検討する」(1.8%<3.4%)の割合が高くなっている。

図Ⅷ - 56. 海外販路開拓を行っていない場合における今後の検討状況

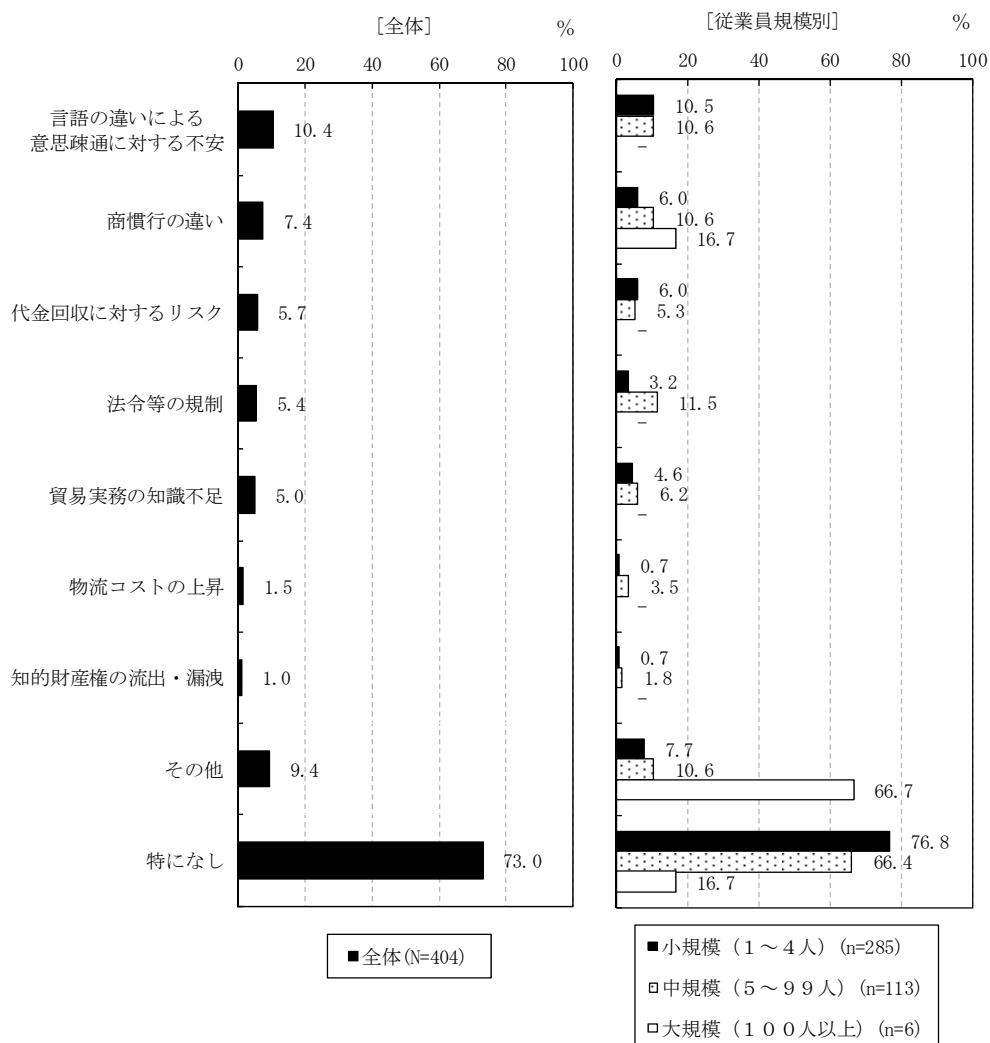


⑤海外販路開拓を検討しない理由

海外販路開拓を検討しない理由は、「言語の違いによる意思疎通に対する不安」が10.4%と最も高く、次いで「商慣行の違い」(7.4%)、「代金回収に対するリスク」(5.7%)となっている。

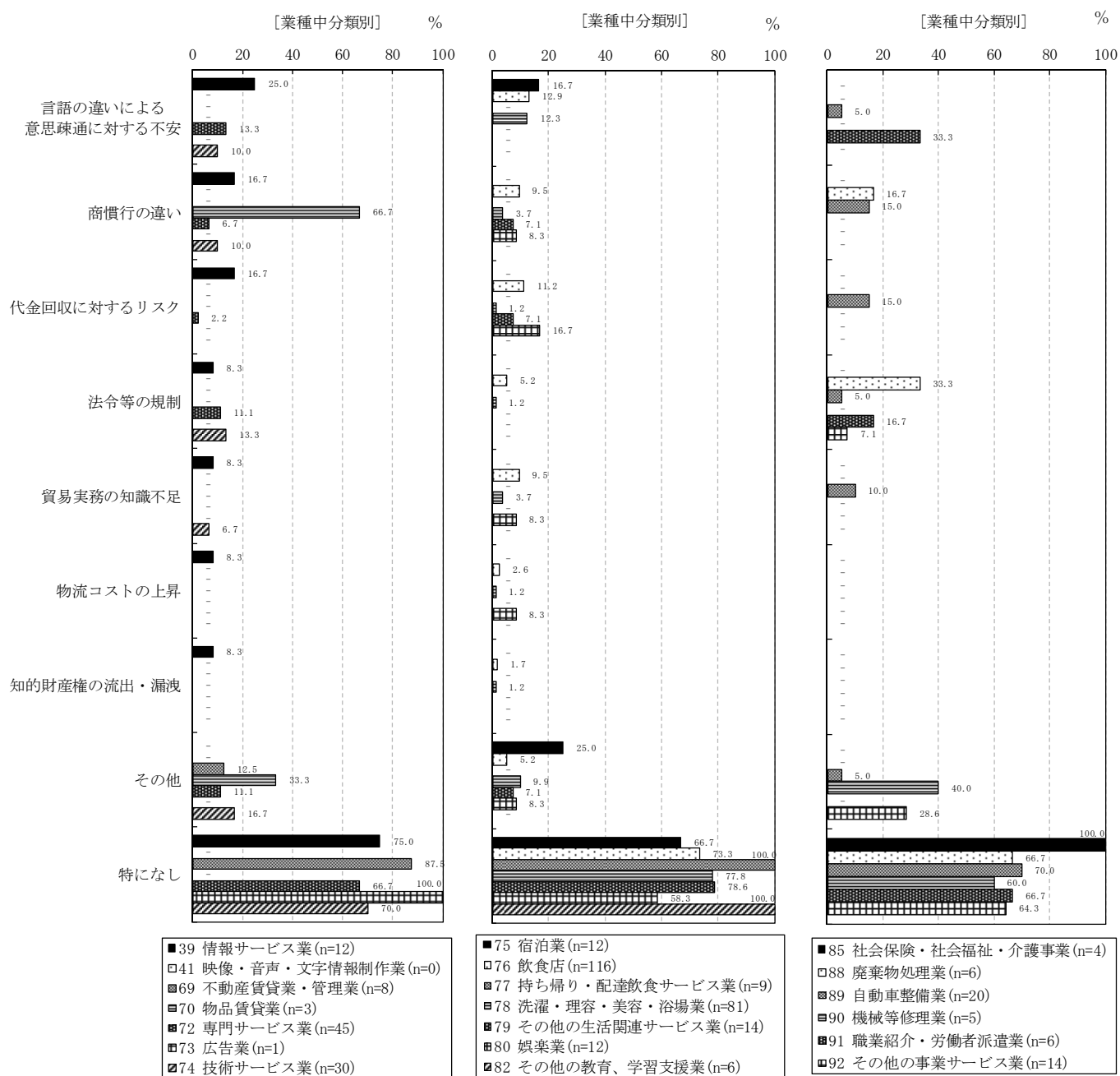
規模別にみると、小規模事業所(1~4人)では「言語の違いによる意思疎通に対する不安」(10.5%)、中規模事業所(5~99人)では「法令等の規制」(11.5%)が高くなっている。

図Ⅷ - 57. 海外販路開拓を検討しない理由(複数回答)



業種中分類別にみると、39 情報サービス業で「言語の違いによる意思疎通に対する不安」(25.0%) が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 58. 海外販路開拓を検討しない理由（複数回答）（業種別）



8.事業の新たな取組

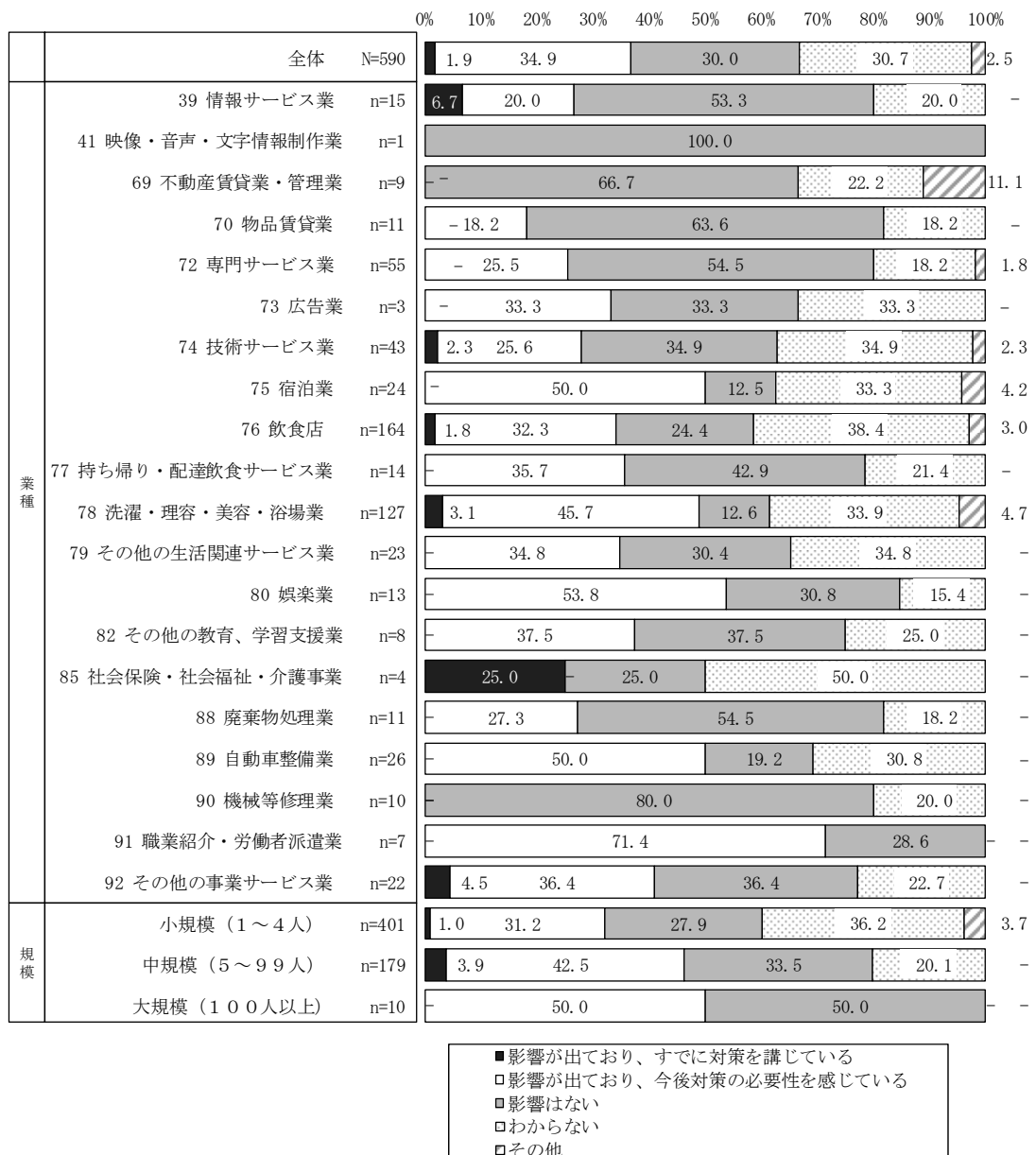
(1) 人口減少・少子高齢化の影響

人口減少・少子高齢化の影響と取組は、「影響が出ており、今後の対策の必要性を感じている」が34.9%で最も高く、次いで「わからない」(30.7%)、「影響はない」(30.0%)となっている。

業種中分類別にみると、75 宿泊業、80 娯楽業、89 自動車整備業で「影響が出ており、今後の対策の必要性を感じている」(50.0%、53.8%、50.0%)が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれて「影響が出ている(注)」が高くなっている。

図Ⅷ - 59. 人口減少・少子高齢化の影響と対策



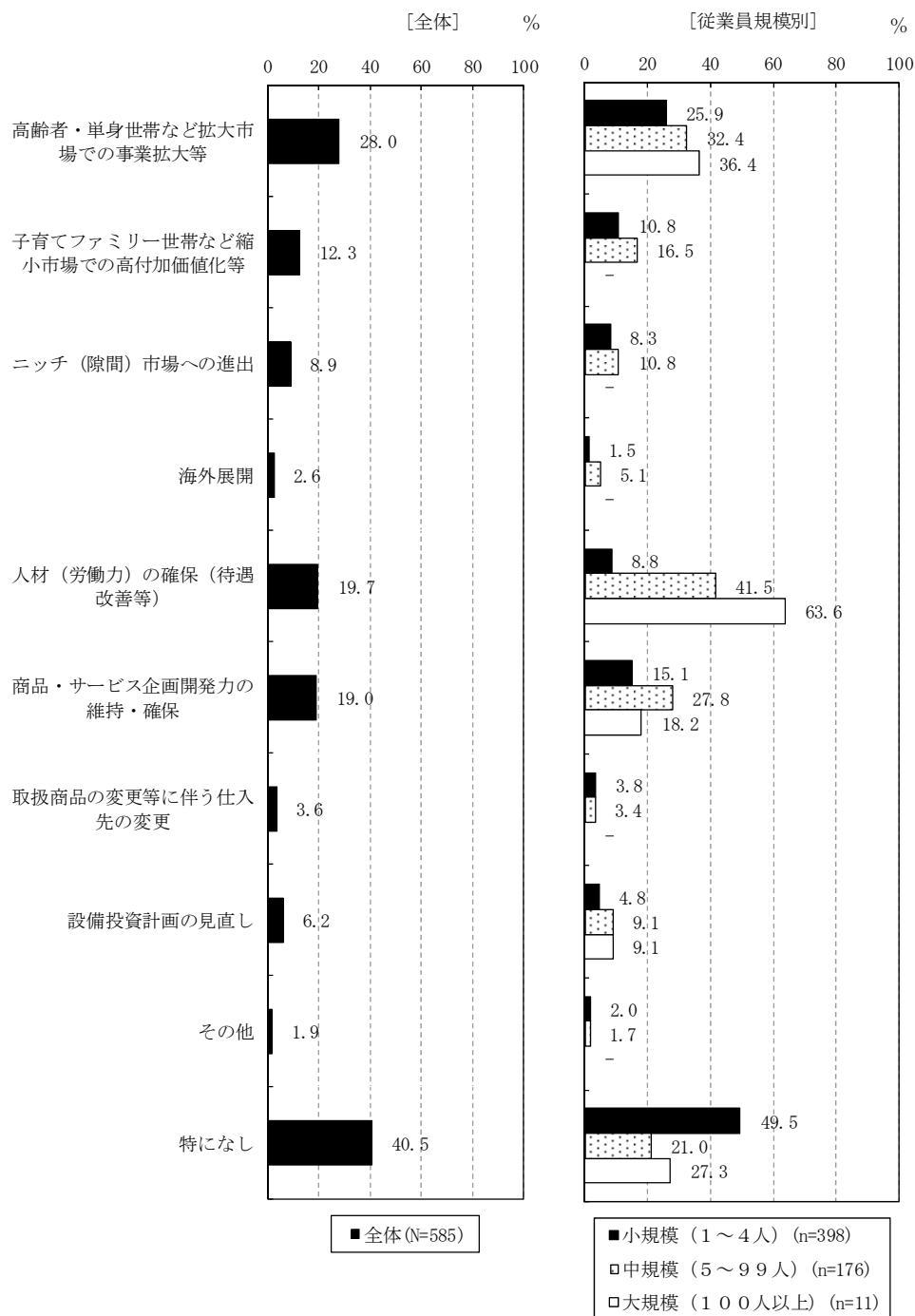
(注) 「影響が出ており、既に対策を講じている」と「影響が出ており、今後の対策の必要性を感じている」の合計

(2) 人口減少・少子高齢化に対する将来的取組

人口減少・少子高齢化に対する将来的取組は、「高齢者・単身世帯など拡大市場での事業拡大」が28.0%と最も高く、次いで「人材（労働力）の確保（待遇改善等）」（19.7%）、「商品・サービス企画開発力の維持・確保」（19.0%）となっている。

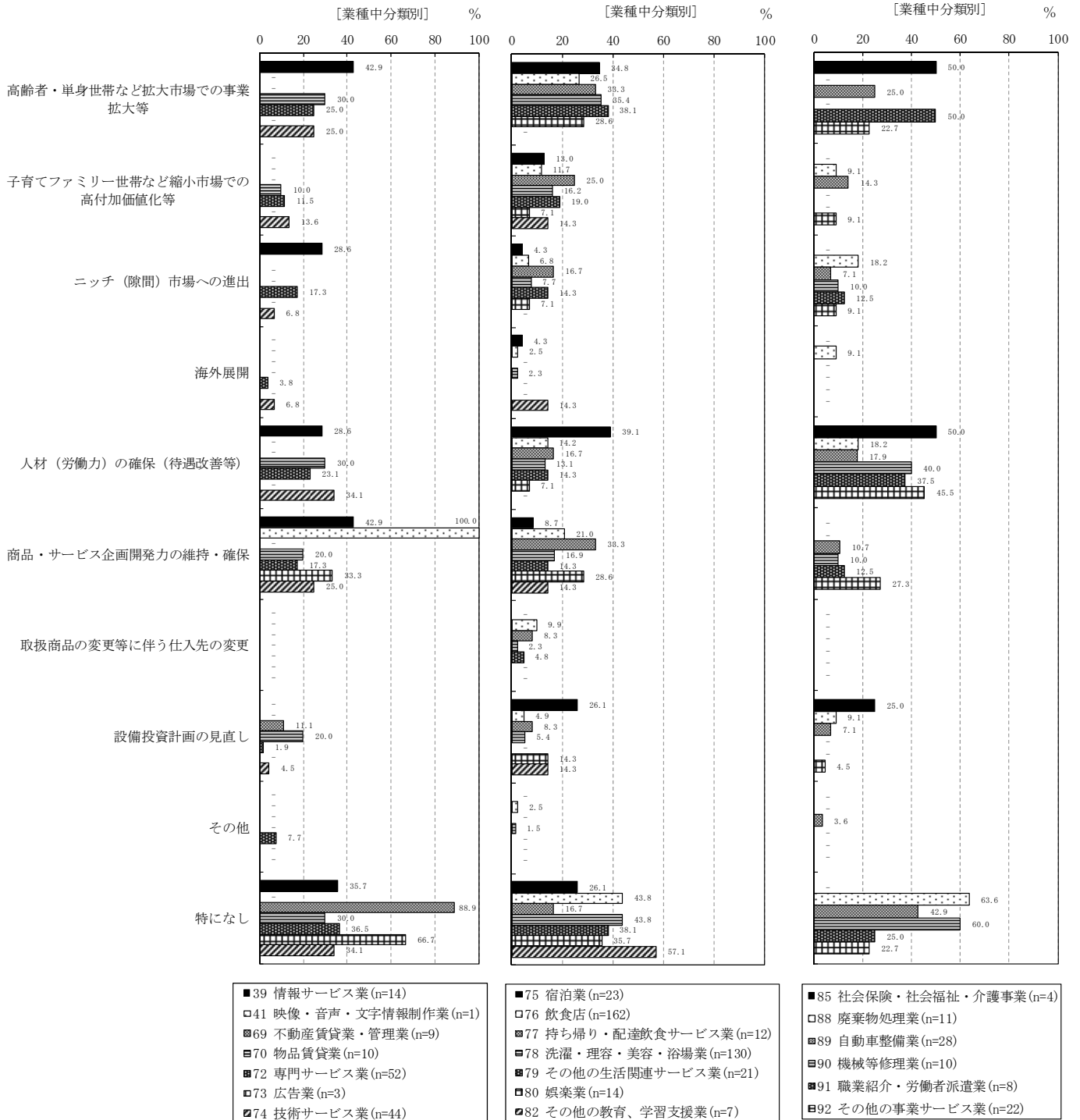
規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「高齢者・単身世帯など拡大市場での事業拡大」（25.9%）が最も高くなっているのに対して、中規模事業所（5～99人）、大規模事業所（100人以上）では「人材（労働力）の確保（待遇改善等）」（41.5%、63.6%）が高くなっている。

図Ⅷ - 60. 人口減少・少子高齢化に対する将来的取組（複数回答）



業種中分類別にみると、39 情報サービス業で「高齢者・単身世帯など拡大市場での事業拡大」、
「商品・サービス企画開発力の維持・確保」（共に 42.9%）が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 61. 人口減少・少子高齢化に対する将来的取組（複数回答）（業種別）

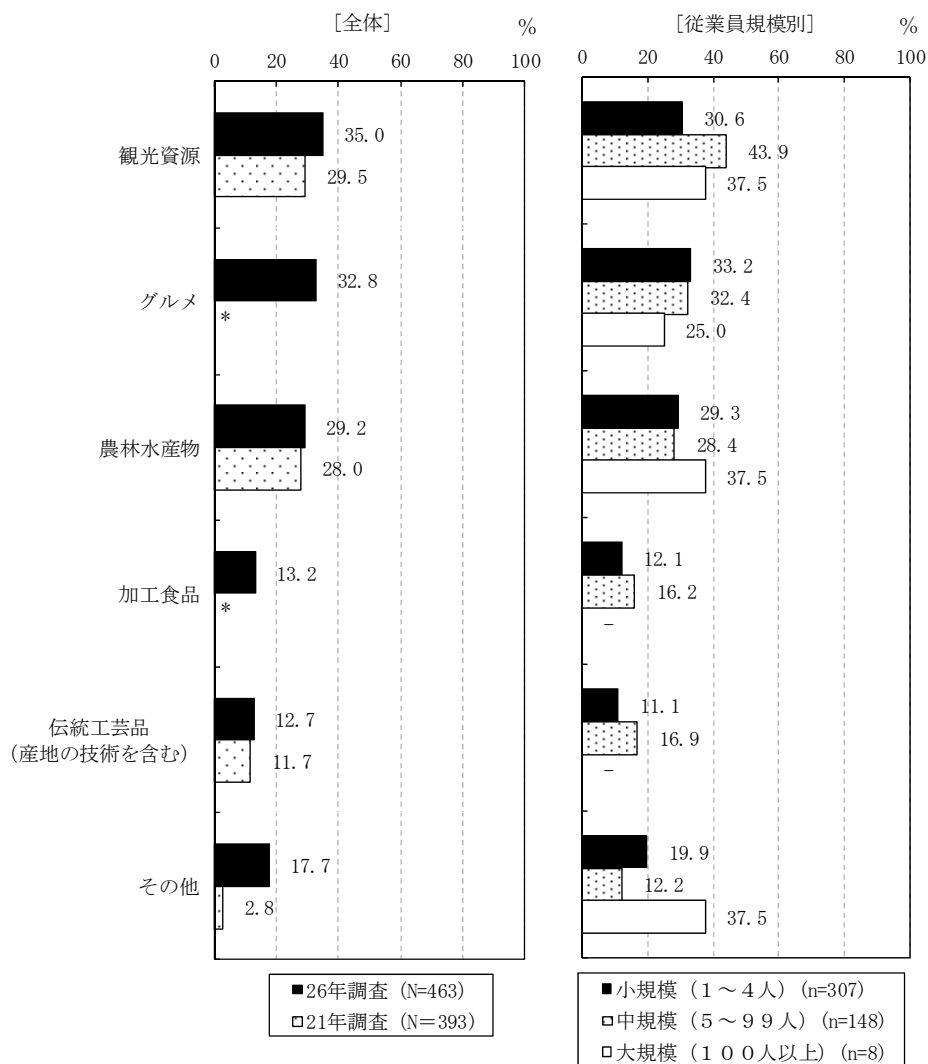


(3) 関心のある地域資源

「地域資源」を事業に活用していく場合に「観光資源」が35.0%と最も高く、次いで「グルメ」(32.8%)、「農林水産物」(29.2%)となっている。

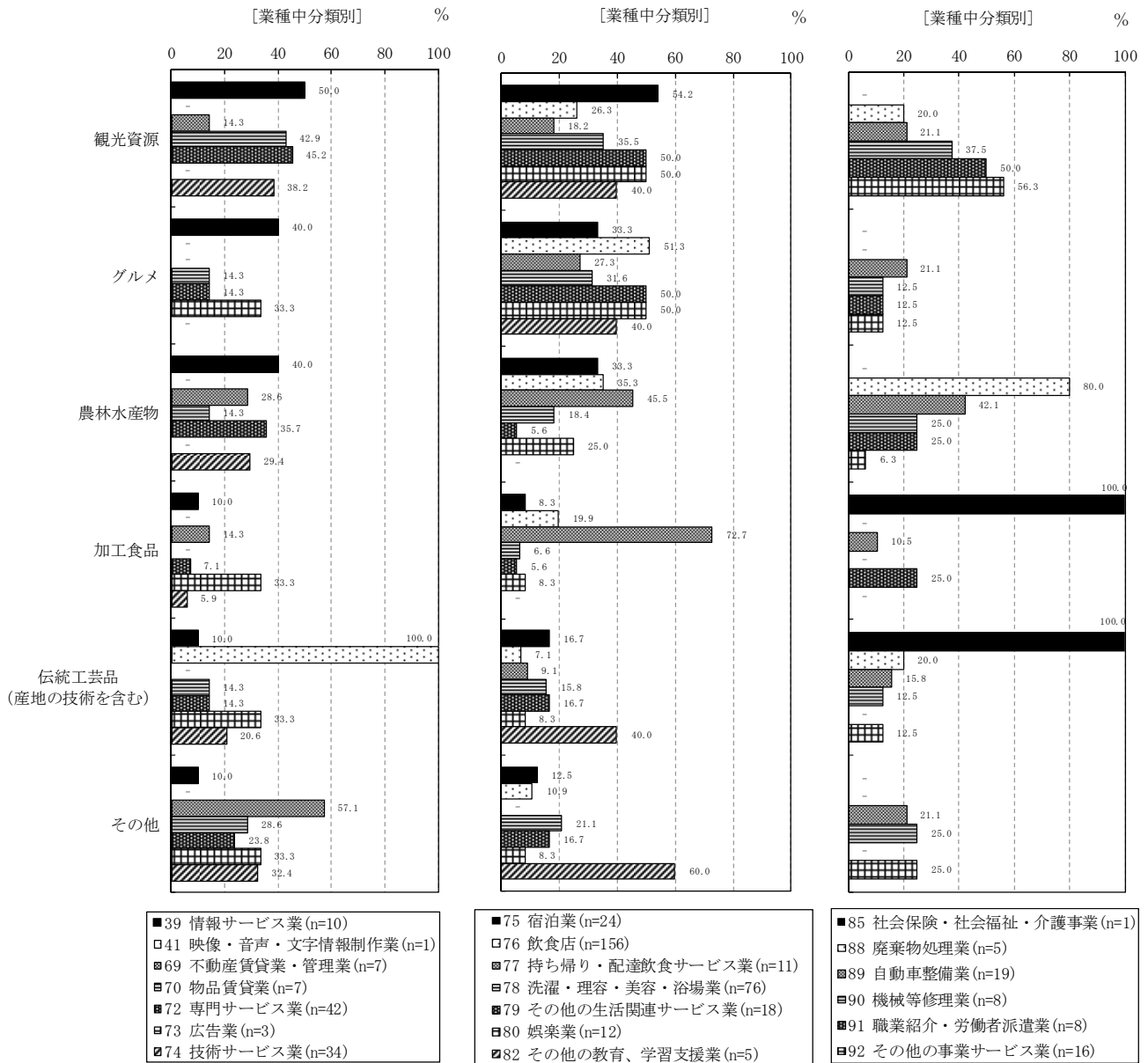
規模別にみると、小規模事業所(1~4人)では「グルメ」(33.2%)、中規模事業所(5~99人)、では「観光資源」(43.9%)が最も高くなっている。

図Ⅷ - 62. 関心のある地域資源 (複数回答)



業種中分類別にみると、77 持ち帰り・配達飲食サービス業で「加工食品」(72.7%)が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 63. 関心のある地域資源 (複数回答) (業種別)



(4) 事業継続計画 (BCP)

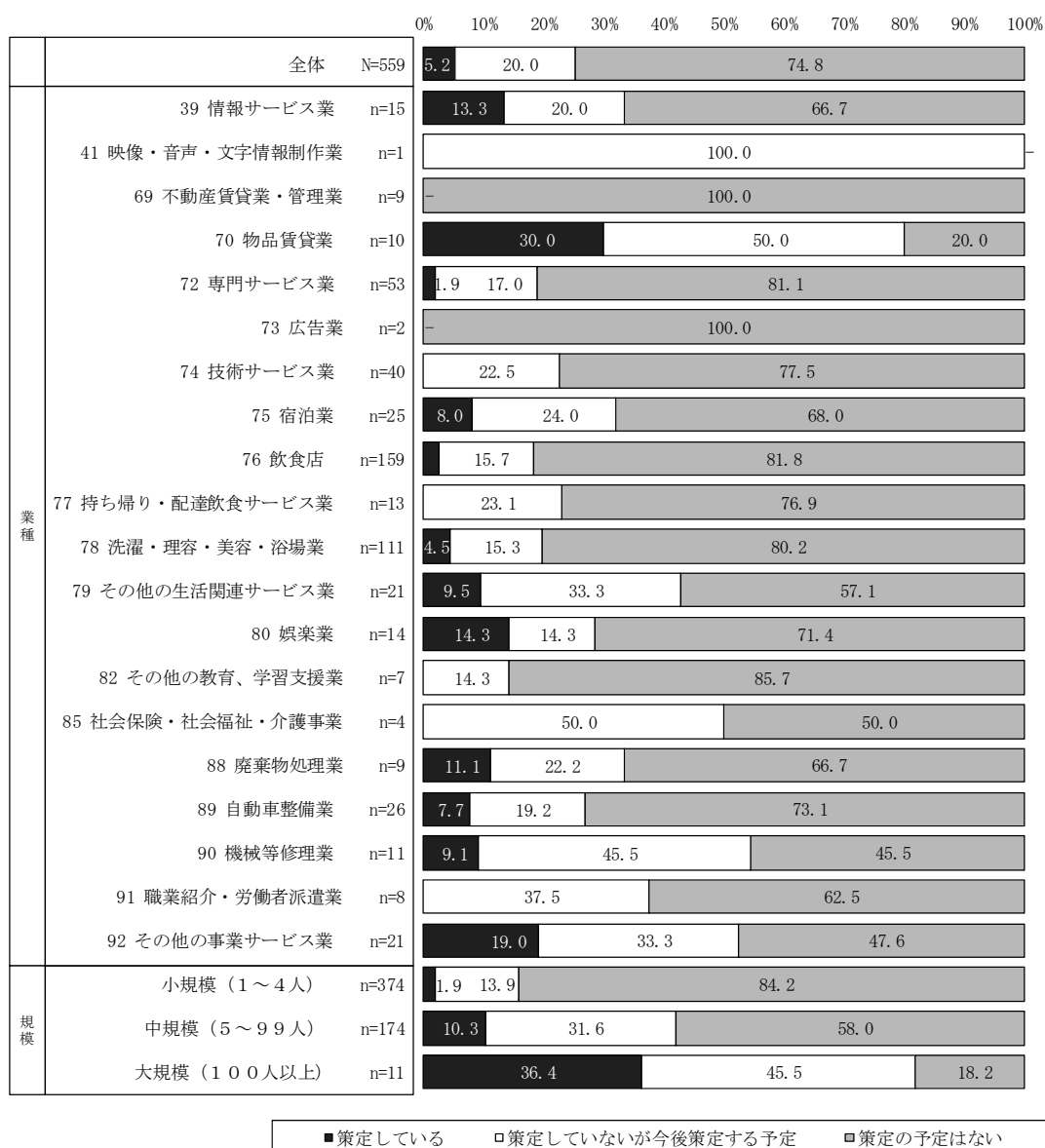
①事業継続計画 (BCP) の策定

事業継続計画 (BCP) (注) の策定状況は、「策定している」5.2%、「策定していないが今後策定する予定」20.0%、「策定の予定はない」74.8%という構成になっている。

業種中分類別にみると、70 物品賃貸業で「策定している」と「策定していないが今後策定する予定」の合計 (80.0%) が他の業種と比較して高くなっている。

規模別にみると、規模が大きくなるにつれて「策定している」、「策定していないが今後策定する予定」が高くなっている。

図Ⅷ - 64. 事業継続計画 (BCP) 策定の有無



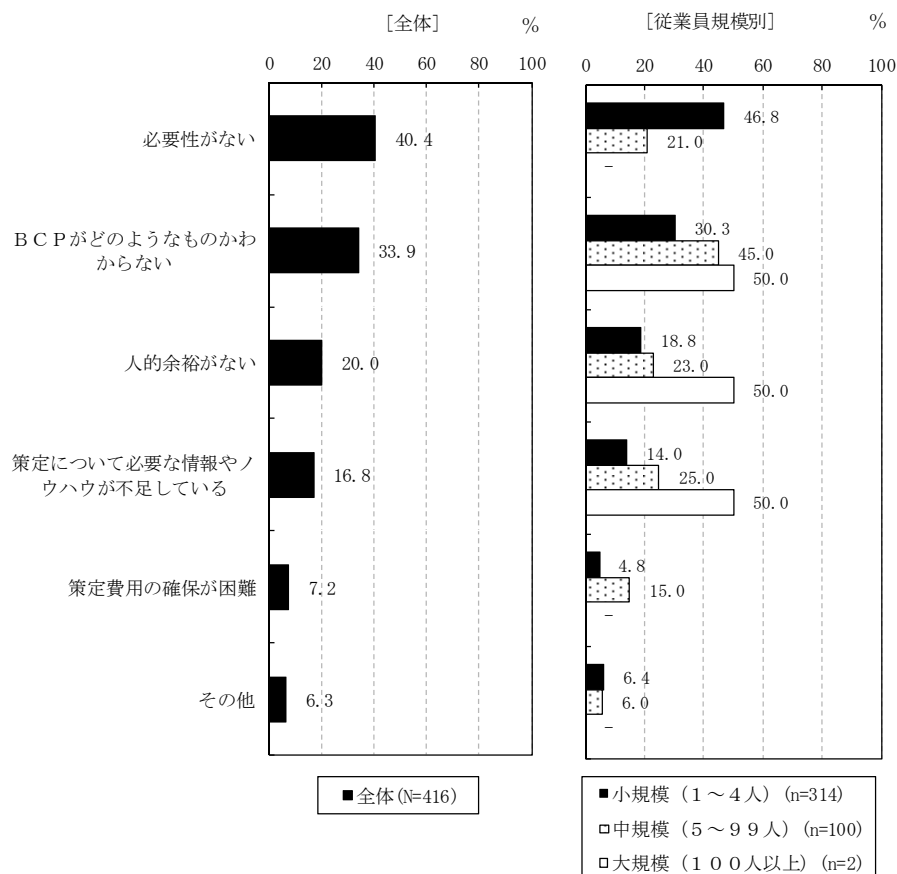
(注) 事業継続計画 (BCP : Business Continuity Plan) は、地震や災害、集団感染等の際に、被害を最小限に抑え、一刻も早く事業活動を復旧し、会社と社員を守り、取引先からの信頼を得るための方法の一つ

②事業継続計画（BCP）を策定しない理由

事業継続計画（BCP）を策定しない理由は、「必要性がない」が40.4%と最も高く、次いで「BCPがどのようなものかわからない」（33.9%）、「人的余裕がない」（20.0%）となっている。

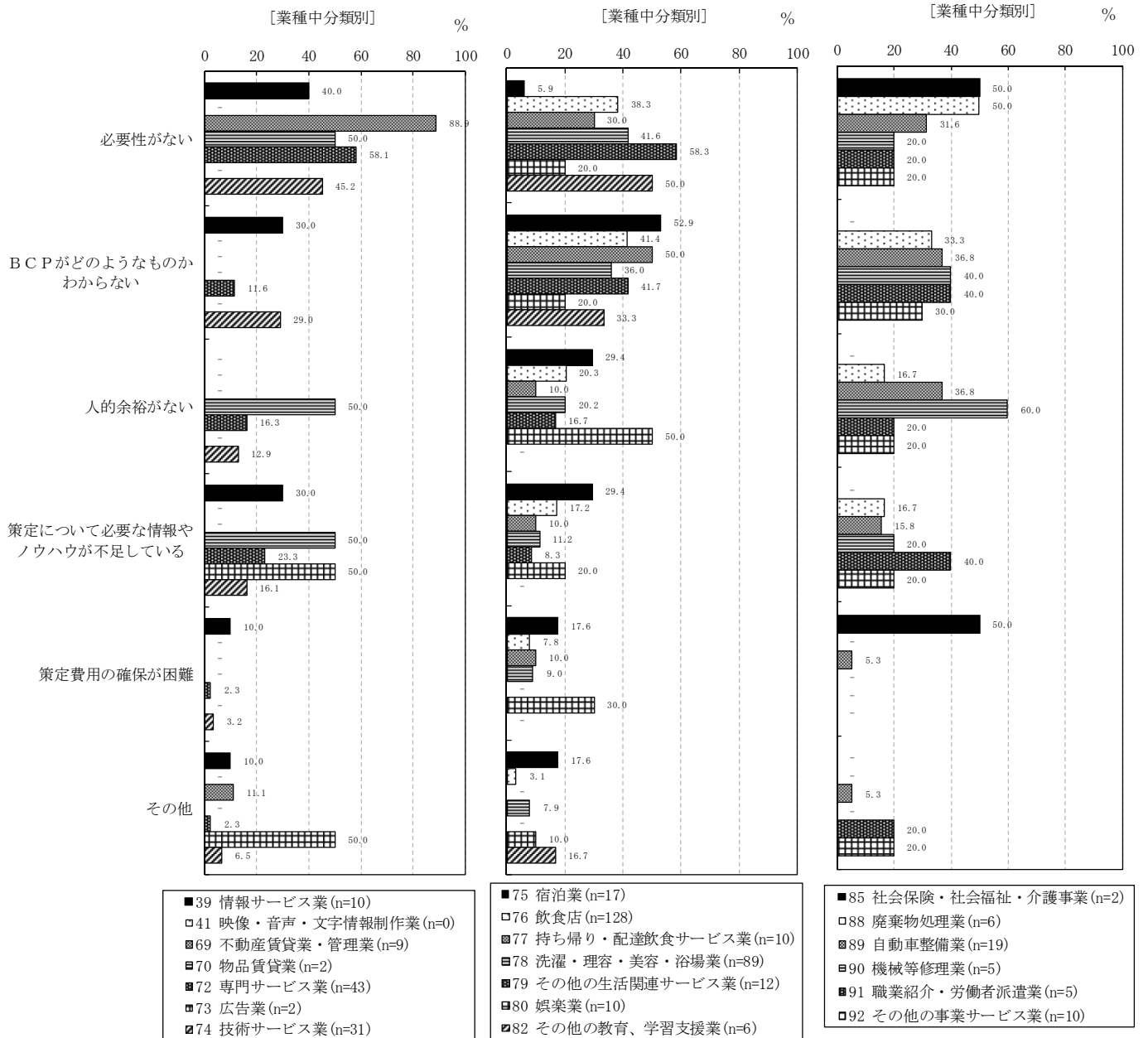
規模別にみると、小規模事業所（1～4人）では「必要性がない」（46.8%）、中規模事業所（5～99人）では「BCPがどのようなものかわからない」（45.0%）が最も高くなっている。

図Ⅷ - 65. 事業継続計画（BCP）を策定しない理由（複数回答）



業種中分類別にみると、80 娯楽業で「人的余裕がない」(50.0%) が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 66. 事業継続計画 (BCP) を策定しない理由 (複数回答) (業種別)



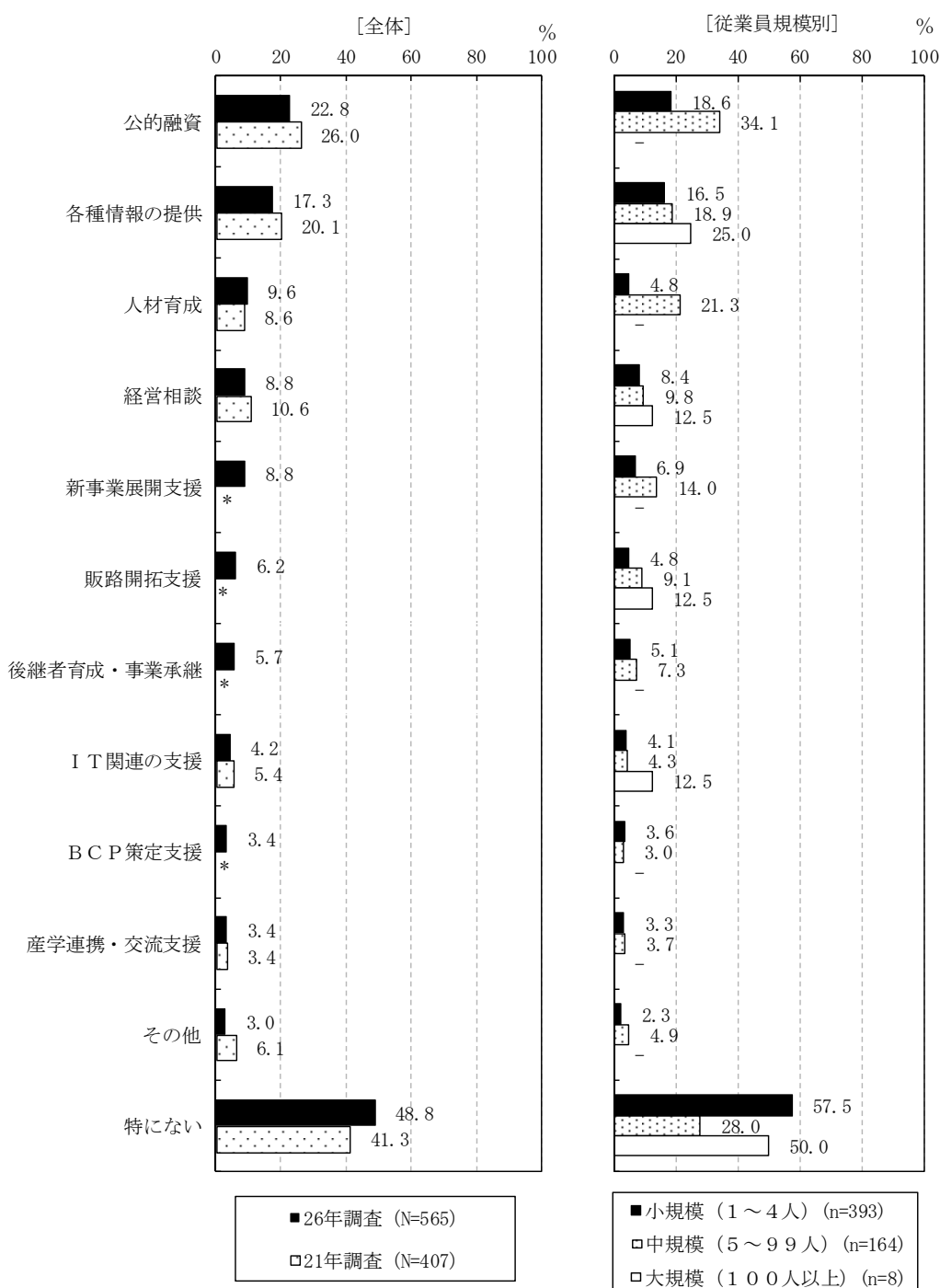
9.その他

(1) 行政に対して期待する施策

行政に対して期待する施策は、「公的融資」が22.8%と最も高く、次いで「各種情報の提供」(17.3%)、「人材育成」(9.6%)と続く。

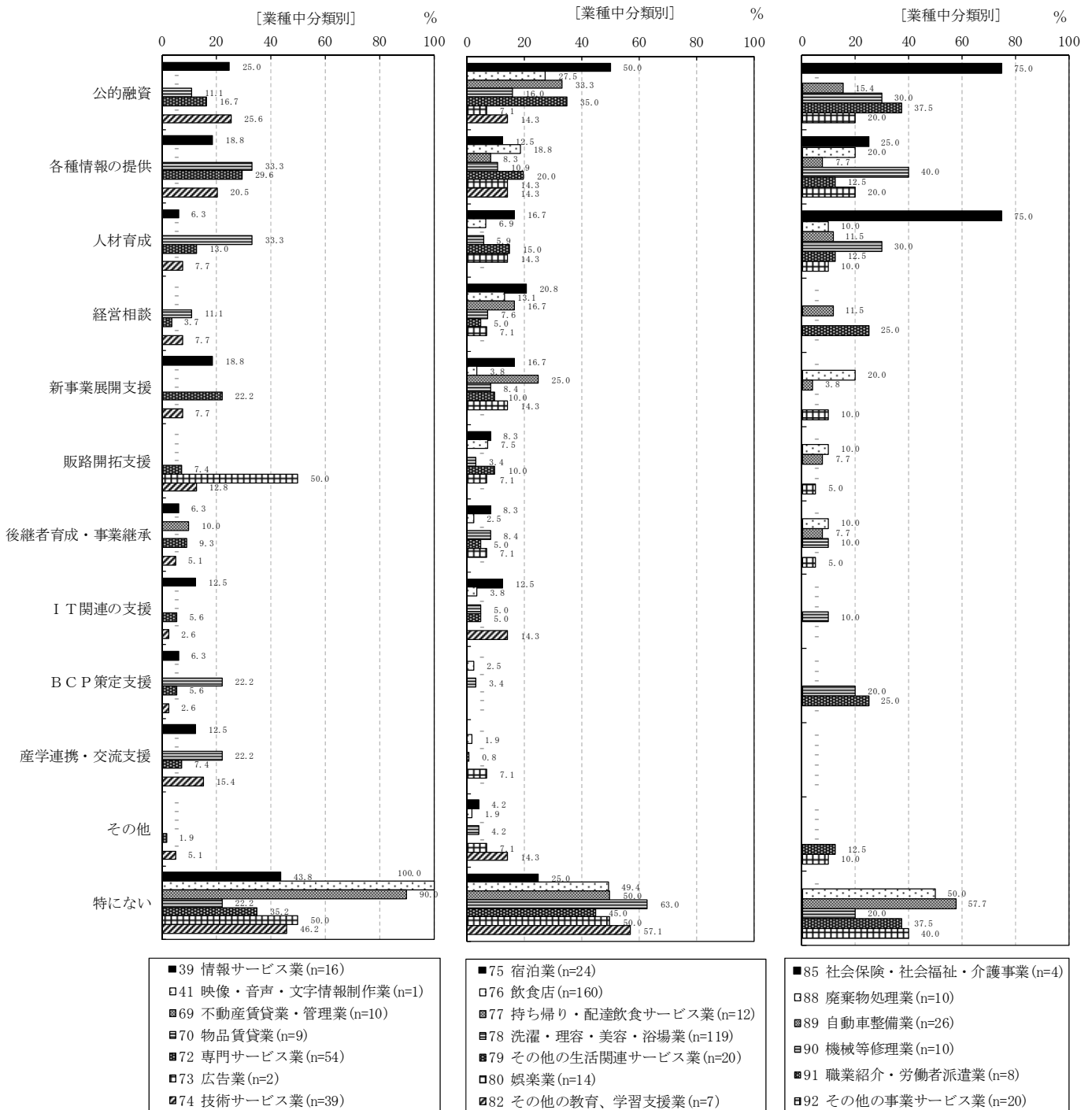
規模別にみると、小規模事業所(1～4人)、中規模事業所(5～99人)共に「公的融資」(18.6%、34.1%)が最も高くなっている。

図Ⅷ - 67. 行政に対して期待する施策（複数回答）



業種中分類別にみると、75 宿泊業で「公的融資」（50.0%）、90 機械等修理業で「各種情報の提供」（40.0%）が他の業種と比較して高くなっている。

図Ⅷ - 68. 行政に対して期待する施策（複数回答）（業種別）



【卸売業・小売業・サービス業の調査結果の主な項目の比較】

Ⅹ.卸売業・小売業・サービス業の調査結果の主な項目の比較

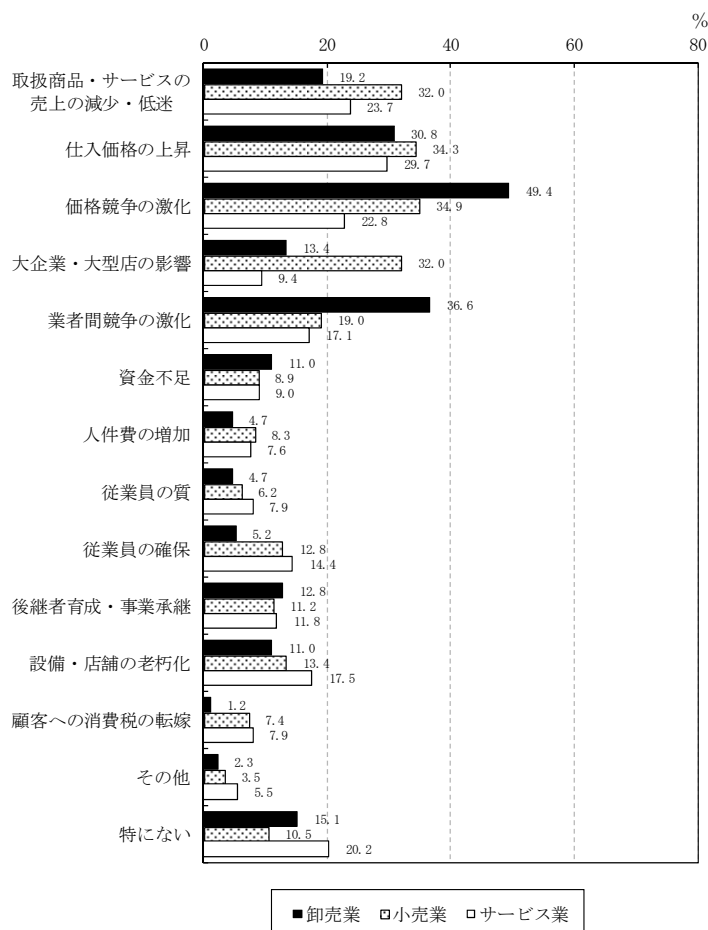
1.経営状況

(1) 経営上の問題点

経営上特に問題となっていることは、卸売業では1位「価格競争の激化」、2位「業者間の競争の激化」、3位「仕入価格の上昇」、小売業では1位「価格競争の激化」、2位「仕入価格の上昇」、3位「取扱商品・サービスの売上の減少・低迷」、「大企業・大型店の影響」、サービス業では1位「仕入価格の上昇」、2位「取扱商品・サービスの売上の減少・低迷」、3位「価格競争の激化」となった。

いずれの業種でも上位3位に「仕入価格の上昇」と「価格競争の激化」が入っており、価格面での問題を抱えている事業所が多い。

図Ⅹ-1. 経営上の問題点（3つまで選択）



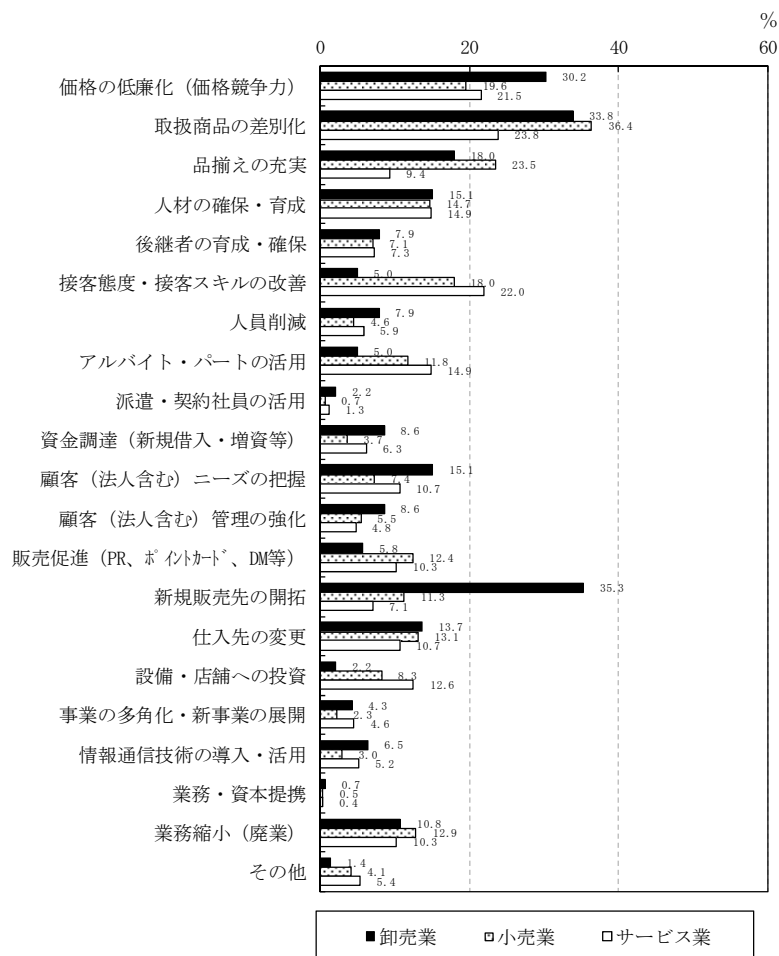
(2) 経営上の問題点への対応策

①既に実施している対応策

経営上の問題点に対して、既に実施している対応策は、卸売業で1位「新規販売先の開拓」、2位「取扱商品の差別化」、3位「価格の低廉化（価格競争力）」、小売業で1位「取扱商品の差別化」、2位「品揃えの充実」、3位「価格の低廉化（価格競争力）」、サービス業で1位「取扱商品の差別化」、2位「接客態度・接客スキルの改善」、3位「価格の低廉化（価格競争力）」となっている。

いずれの業種でも「取扱商品の差別化」、「価格の低廉化（価格競争力）」が上位に入っている。

図Ⅹ-2. 経営上の問題点への対応策－既に実施している対応策（3つまで選択）

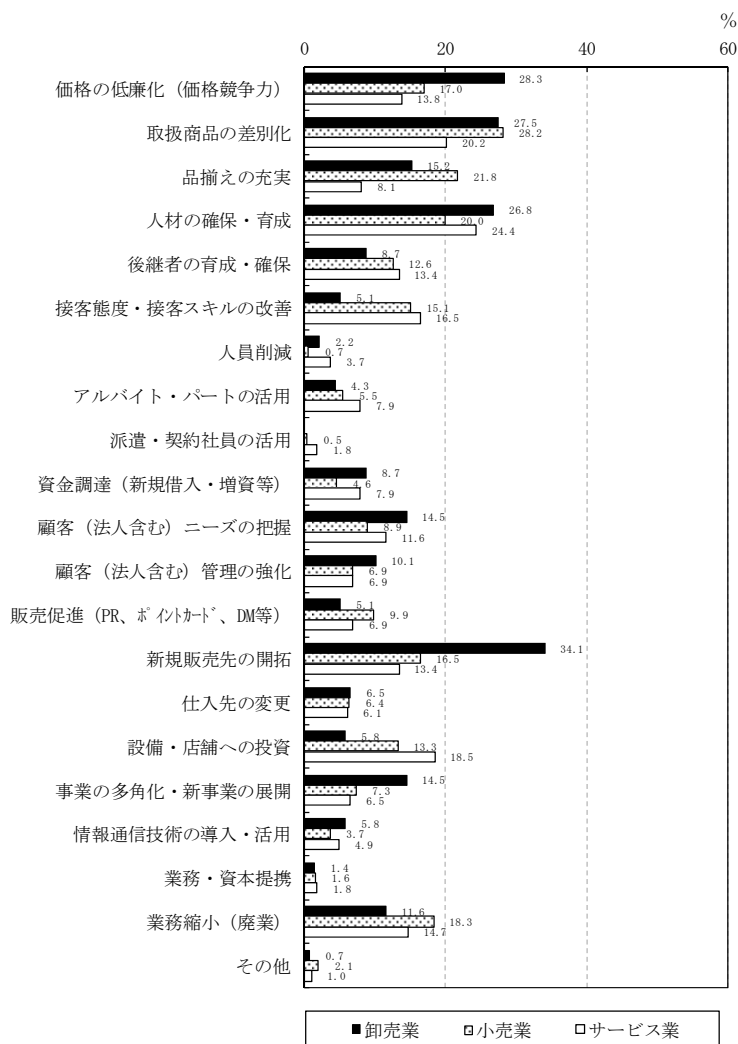


②今後実施が必要な対応策

経営上の問題に対して今後必要な対応策は、卸売業で1位「新規販売先の開拓」、2位「価格の低廉化（価格競争力）」、3位「取扱商品の差別化」、小売業で1位「取扱商品の差別化」、2位「品揃えの充実」、3位「人材の育成・確保」、サービス業1位「人材の育成・確保」、2位「取扱商品の差別化」、3位「設備・店舗への投資」となっている。

既に実施している対応策と比較すると、卸売業では上位3項目は同じであるのに対して、小売業、サービス業では「人材の確保・育成」が上位3項目に入っている。また、サービス業では「設備・店舗への投資」も上位3項目の中へ入っている。

図区 - 3. 経営上の問題点への対応策－今後実施が必要な対応策（3つまで選択）



図区 - 4. 既に実施している対応策と今後実施が必要な対応策の比較

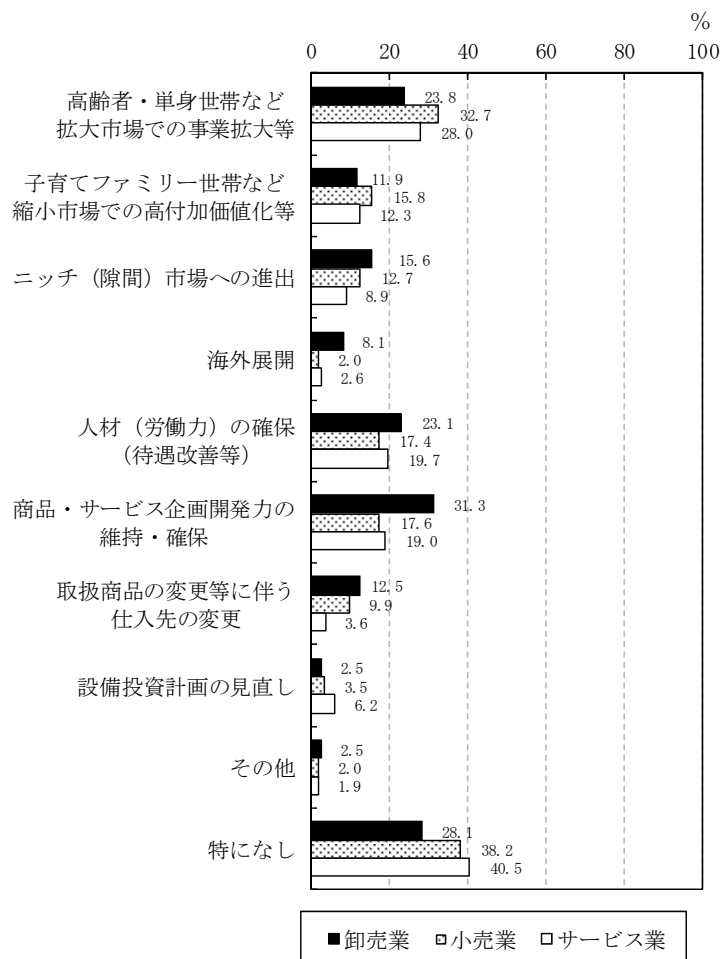
	既に実施している対応策	今後実施が必要な対応策
卸売業	新規販売先の開拓	新規販売先の開拓
	取扱商品の差別化	価格の低廉化（価格競争力）
	価格の低廉化（価格競争力）	取扱商品の差別化
小売業	取扱商品の差別化	取扱商品の差別化
	品揃えの充実	品揃えの充実
	価格の低廉化（価格競争力）	人材の確保・育成
サービス業	取扱商品の差別化	人材の確保・育成
	接客態度・接客スキルの改善	取扱商品の差別化
	価格の低廉化（価格競争力）	設備・店舗への投資

※「今後実施が必要な対応策」の各欄で網掛けとした対応策は、上位3項目で「既に実施している」から、入れ替わったものを示す。

2.人口減少・少子高齢化に対する将来的取組

人口減少・少子高齢化に対する将来的取組は、いずれの業種でも「高齢者・単身世帯など拡大市場での事業拡大等」（卸売業で2位、小売業・サービス業で1位）、「人材（労働力）の確保（待遇改善等）」（卸売業・小売業で3位、サービス業で2位）、「商品・サービス企画開発力の維持・確保」（卸売業で1位、小売業・サービス業で3位）の3つが上位3位に入っている。

図区 - 5. 人口減少・少子高齢化に対する将来的取組



3.行政に対して期待する施策

行政に対して期待する施策は、卸売業、小売業共に、1位「各種情報の提供」、2位「公的融資」、3位「販路開拓の支援」、サービス業で1位「公的融資」、2位「各種情報の提供」、3位「人材育成」となっている。いずれの業種でも「各種情報の提供」、「公的融資」が1位、2位に入っているほか、「販路開拓の支援」、「人材育成」が上位に入っている。

図Ⅸ-6. 行政に対して期待する施策（複数回答）

