

# 富士宮市中小企業等実態調査 報告書

令和4年3月

富士宮市 産業振興部 商工振興課



# 目次

I	調査概要.....	1
	1. 調査の目的	
	2. 調査方法	
	3. 調査対象	
	4. 調査実施期間	
	5. 回収結果	
	6. 調査実施機関	
	7. 注意事項	
II	富士宮市の概況.....	3
	1. 地域特性・人口等	
	2. 経済構造	
	3. 個別産業に関する事項	
	4. 「地域の産業・雇用創造チャート」に関する事項	
III	アンケート調査結果.....	18
	1. 事業所概要	
	(1) 創業年・創立年（法人化した時）	
	(2) 資本金・出資金	
	(3) 代表者の年齢	
	(4) 業種	
	(5) 受注・販売形態	
	(6) 年間売上高	
	(7) 従業員の有無	
	(8) 従業員数	
	(9) 従業員の平均年齢（男女別）	
	(10) 従業員の平均勤続年数（男女別）	
	2. 事業に関すること	
	(1) 直近3年間の売上推移	
	(2) 直近3年間の純利益	
	(3) 内部要因	
	(4) 外部要因	
	(5) 経営環境における問題点	
	(6) 事業資金の調達窓口	
	(7) 事業所の強み	
	(8) IT関連で導入・実施済のもの	
	3. 市場に関すること	
	(1) 主な得意先・販売先の所在地	

(2) 主な仕入先・外注先の所在地

4. 開発・研究に関すること

(1) 商品・サービス等への新たな取り組みについて

(2) 商品・サービス等の開発・研究・企画について

5. 雇用と労働条件に関すること

(1) 直近3年間における新規雇用の採用

(2) 直近3年間における正規社員の新規雇用者数（男女別）

(3) 障がい者雇用の状況

(4) 直近3年間における正規社員の新規雇用者・内訳（男女別）

(5) 新規雇用の募集意向（男女別）

(6) 直近3年間における非正規社員の新規雇用者数（男女別）

(7) 有給休暇の消化率

(8) 育児介護休業の社内規定の有無

(9) 育児休業の取得状況（男女別）

(10) 介護休業の取得状況（男女別）

(11) 人材育成のための取り組み

(12) 新規雇用にとまない活用したいメニュー

6. 今後に関すること

(1) 事業所での予定

(2) 現在興味のある分野

(3) 後継者と事業継承の有無

(4) 設備投資の予定

(5) SDGsへの取り組み状況

(6) 災害時の対応状況

(7) 脱炭素への取り組み状況

7. 業況等に関すること

(1) 景況

(2) 従業員数

(3) 売上高

(4) 経常利益

8. 市の中小企業支援策に関すること

(1) 今後期待する中小企業支援策

9. その他支援策に関すること

(1) 中小企業向け工業団地への進出希望

(2) 地域通貨サービスへの希望

(3) 雇用対策に向けた企業ガイダンス等の拡充希望

(4) ビジネスコネクトふじのみやによる支援希望

(5) 企業支援情報の発信希望

(6) 富士宮市ポータルサイト等を活用した企業紹介の希望

(7) 意見・要望

IV	訪問ヒアリング調査結果.....	144
V	調査結果のまとめ.....	198
	1. 全体結果	
	2. 業種別	
VI	資料.....	206
	1. 集計表	
	2. 調査票	

# I 調査概要

---

## 1. 調査の目的

今般、地域の活力を支える中小企業を取り巻く環境は、グローバル化の進展や、価値観や生活スタイルの多様化、少子・高齢化の進展等による社会構造の変化に加え、自然災害、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による影響や環境問題への対応等、様々な要因により一層厳しくなっていくことが予想されている。

市は、中小企業振興基本条例の理念に基づき、市内の中小企業の経営環境や事業活動、雇用等の実態をアンケート調査およびヒアリング調査により把握し、技術革新や次世代産業への対応等、今後重要と考えられる課題を抽出し、効果的な中小企業振興を推進するにあたって、中小企業者、経済団体、金融機関等とともに課題解決に取り組むため、本調査を実施する。

## 2. 調査方法

- (1) 郵送アンケート調査および電話アンケート調査
- (2) 訪問ヒアリング調査

## 3. 調査対象

- (1) 郵送アンケート調査および電話アンケート調査

富士宮市の経済団体（富士宮商工会議所、芝川商工会、富士宮民主商工会）の会員で富士宮市内の事業所および株式会社東京商工リサーチの保有するTSR企業情報データベースに情報のある富士宮市の事業所、計3,073件を対象とした。

- (2) 訪問ヒアリング調査

郵送アンケートに回答いただいた事業所のうち100件を対象とした。

## 4. 調査実施期間

- (1) 郵送アンケート調査

令和3年7月1日～8月2日

- (2) 電話アンケート調査

令和3年7月27日～8月12日

- (3) 訪問ヒアリング調査

令和3年10月14日～令和4年1月20日

## 5. 回収結果

### (1) 郵送アンケート調査

調査対象件数	有効回答件数			有効回答率
	郵送	電話取材	計	
3,073 件	1,494 件	216 件	1,710 件	55.6%

### (2) 訪問ヒアリング調査の業種内訳 (計 100 件)

建設業：19 件、製造業：33 件、卸売業：4 件、小売業：13 件、運送業：3 件、不動産業：4 件、  
宿泊業：1 件、飲食サービス業：2 件、情報通信業：2 件、その他：19 件

## 6. 調査実施機関

株式会社東京商工リサーチ沼津支店

## 7. 注意事項

- ・ 図表中の「n」(Number of case の略) は、設問に対する回答者の総数を示しており、回答者の構成比 (%) を算出するための基数である。
- ・ 本文および図表中の構成比は、小数点第 2 位以下を四捨五入している。そのため、合計が 100%にならないこと (99.9%、100.1%など) もある。
- ・ 複数回答の設問は、回答が 2 つ以上ありうるので、合計は 100%を超えることもある。
- ・ 無効回答を除いた数値で集計を行っている。
- ・ 集計表の上段の数字は回答者の件数、下段の数字は構成比 (百分率) である。

## II 富士宮市の概況

### 1. 地域特性・人口等

#### ①位置・地勢

富士宮市は静岡県東部の富士山の西南麓に位置する人口約13万人の自治体であり、広大な自然環境と産業とがバランスよく共存している。

また、市内には、国道139号や国道469号等の幹線道路から大都市圏へ向かう東名高速道路や新東名高速道路、中部横断自動車道等に接続する広域交通ネットワークが形成され、輸送力を生かした新たな産業の創出や交流人口の増加など、幅広い分野での効果が期待されている。

#### ②人口構成

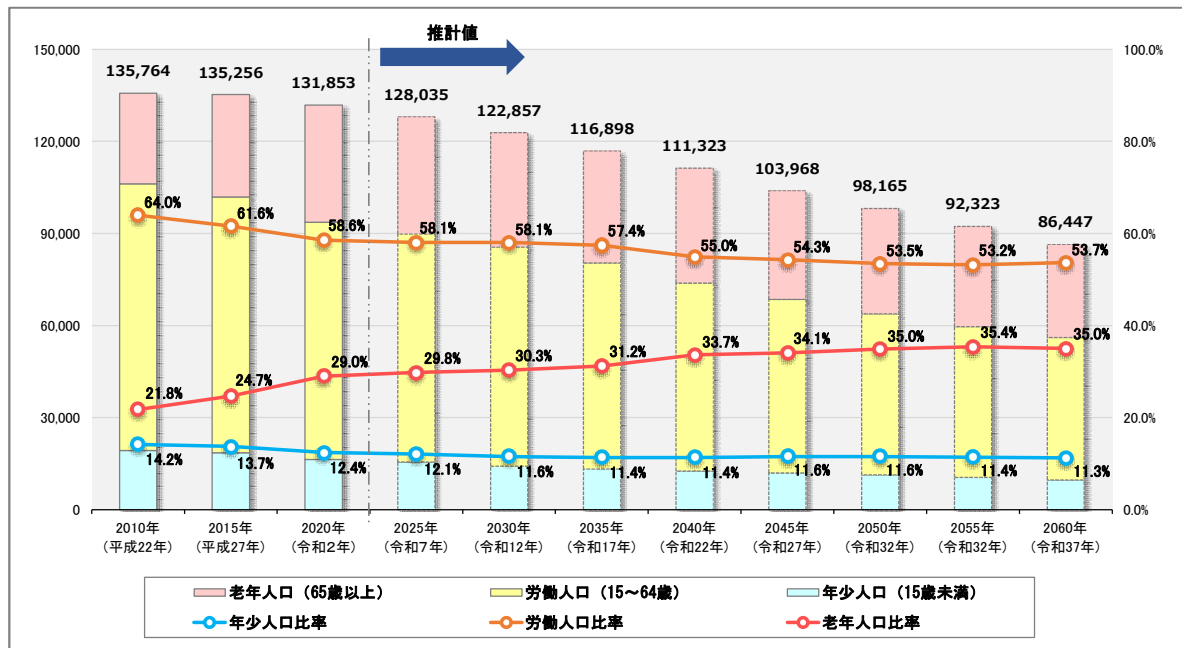
我が国の総人口は今後長期の減少時代に入り、富士宮市においても高齢化の進行および合計特殊出生率の低下という傾向は同様である。戦後増加してきた人口もピークを過ぎ、少子高齢化および人口減少がさらに加速するものと予測されている。(図表1)

人口減少は、生産年齢人口や経済規模の縮小をもたらすことから、富士宮市においてもこれらにおける重要かつ喫緊の課題となっている。

更に、労働人口(15~64歳)の総人口比について、富士宮市、静岡県および全国の推移をみると、富士宮市は各年ともに静岡県とほぼ同じ割合で推移しているが、令和2年以降は、全国をわずかに下回っている。(図表2)

また、富士宮市、静岡県、全国のいずれも生産年齢人口は減少傾向にあり、将来的な労働力不足と、それによる全国的な労働力確保の競争激化が予想される。

図表1. 富士宮市の人口推移・将来推計



出典：富士宮市人口ビジョン、富士宮市の人口、国立社会保障・人口問題研究所

「男女・年齢(5歳)階級別データ--『日本の地域別将来推計人口』(平成30年推計)」



図表 2. 労働人口（15～64 歳）比率の比較

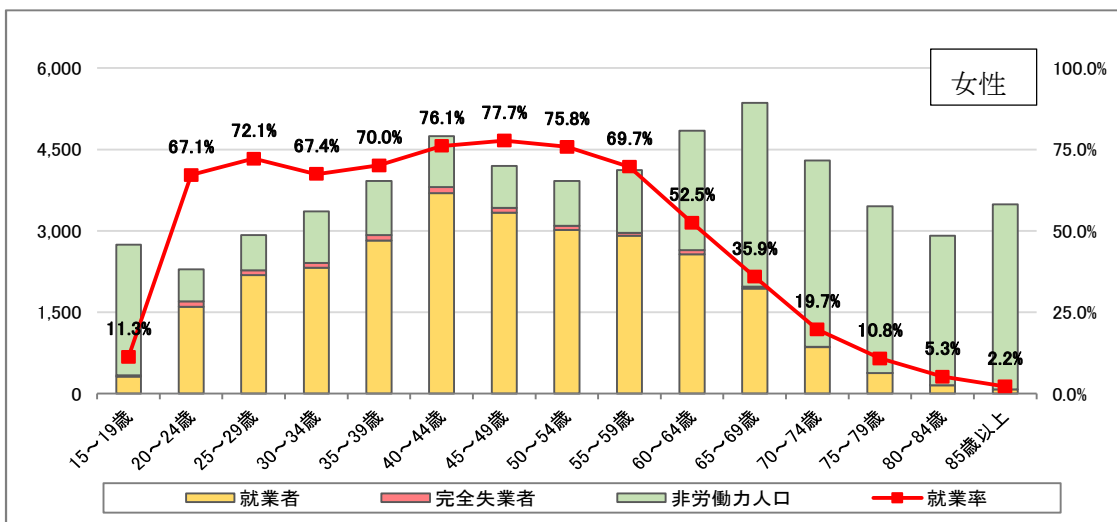
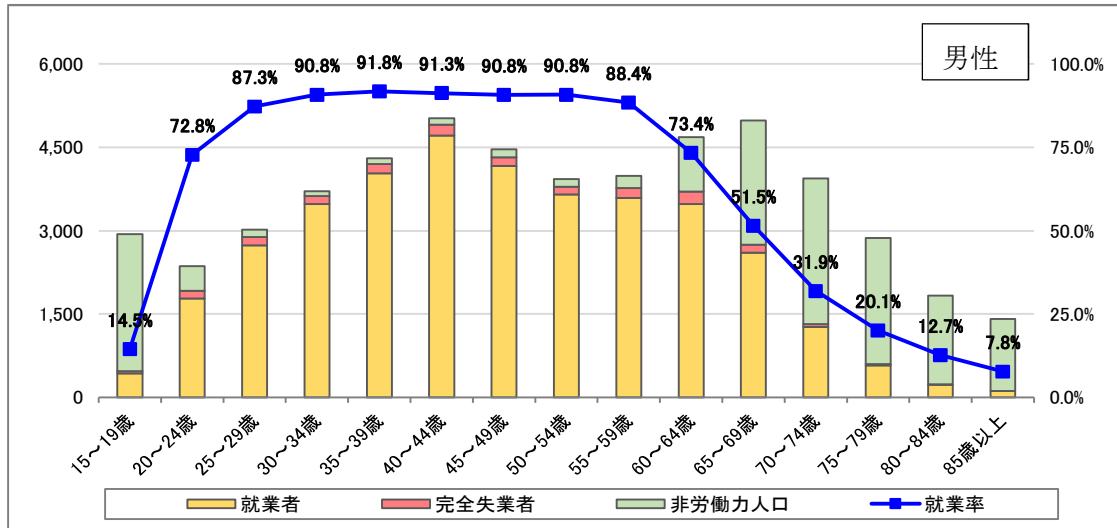
	平成 27 年	令和 2 年	令和 7 年推計	令和 12 年推計
富士宮市	61.6%	58.6%	58.1%	58.1%
静岡県	59.3%	57.3%	56.5%	55.5%
全国	60.8%	59.1%	58.5%	57.7%

出典：富士宮市人口ビジョン、富士宮市の人口、国立社会保障・人口問題研究所「男女・年齢(5 歳)階級別データ『日本の地域別将来推計人口』(平成 30 年推計)」

### ③就業状態

男女・年齢別の就業状態（平成 27 年国勢調査時点）では、男女ともに 60 歳以降で退職等に伴う就業率の低下が見られる。また、女性は男性と比べてどの年代においても就業率が低く、結婚や出産、育児の時期に当たる 30 歳代での就業率の低下が見られる。（図表 3）

図表 3. 富士宮市の男女・年齢別就業状態



出典：平成 27 年国勢調査（総務省統計局）

#### ④通勤による市内人口の移動

平成27年国勢調査のデータより、富士宮市内から市外への通勤者数および富士宮市外から市内への通勤者数をみると、富士宮市内から市外への通勤者数が富士宮市外から市内への通勤者数を上回っており、総計で約5,400人分の労働力が市外に流出している（図表4）。富士宮市内から市外への通勤者数は、特に富士市への通勤者数が約12,900人と多く、市外への通勤者全体の7割以上を占めている。他にも、静岡市や沼津市への通勤者数が多い。なお、富士宮市外から市内への通勤者数では、富士市からの通勤者が約8,700人で最も多く、同市間の労働力移動が盛んであると考えられる。

平成31年の社会動態（転入・転出）をみると、男性は進学や就職等の時期に当たる10歳代後半から20歳代前半にかけての転出超過が多く、女性は就職や結婚等の時期に当たる20歳代前半から20歳代後半にかけての転出超過が多くなっている。

図表4. 富士宮市内から市外への通勤者数および富士宮市外から市内への通勤者数

(A)富士宮市から市外への通勤者数			(B)富士宮市外から市内への通勤者数			(B)-(A)
	人数(人)	構成比(%)		人数(人)	構成比(%)	人数(人)
総計	16,987	100.0	総計	11,606	100.0	▲ 5,381
<b>【内訳】</b>			<b>【内訳】</b>			
静岡県			静岡県			
静岡市	1,390	8.18	静岡市	811	6.99	▲ 579
浜松市	24	0.14	浜松市	16	0.14	▲ 8
沼津市	959	5.65	沼津市	381	3.28	▲ 578
三島市	199	1.17	三島市	117	1.01	▲ 82
伊東市	2	0.01	伊東市	2	0.02	0
島田市	11	0.06	島田市	8	0.07	▲ 3
富士市	12,875	75.79	富士市	8,672	74.72	▲ 4,203
焼津市	22	0.13	焼津市	20	0.17	▲ 2
藤枝市	20	0.12	藤枝市	12	0.10	▲ 8
御殿場市	169	0.99	御殿場市	72	0.62	▲ 97
裾野市	156	0.92	裾野市	65	0.56	▲ 91
伊豆の国市	33	0.19	伊豆の国市	13	0.11	▲ 20
函南町	13	0.08	函南町	17	0.15	4
清水町	55	0.32	清水町	59	0.51	4
長泉町	84	0.49	長泉町	55	0.47	▲ 29
小山町	26	0.15	小山町	7	0.06	▲ 19
上記以外の市町	59	0.35	上記以外の市町	39	0.34	▲ 20
静岡県計	16,097	94.76	静岡県計	10,366	89.32	▲ 5,731
山梨県			山梨県			
甲府市	16	0.09	甲府市	14	0.12	▲ 2
富士吉田市	9	0.05	富士吉田市	24	0.21	15
甲斐市	0	0.00	甲斐市	5	0.04	5
身延町	44	0.26	身延町	46	0.40	2
南部町	184	1.08	南部町	487	4.20	303
富士河口湖町	50	0.29	富士河口湖町	73	0.63	23
上記以外の市町	52	0.31	上記以外の市町	66	0.57	14
山梨県計	355	2.09	山梨県計	715	6.16	360
その他			その他			
東京都	198	1.17	東京都	64	0.55	▲ 134
神奈川県	199	1.17	神奈川県	291	2.51	92
愛知県	39	0.23	愛知県	21	0.18	▲ 18
上記以外の都道府県	99	0.58	上記以外の都道府県	149	1.28	50
その他計	535	3.15	その他計	525	4.52	▲ 10

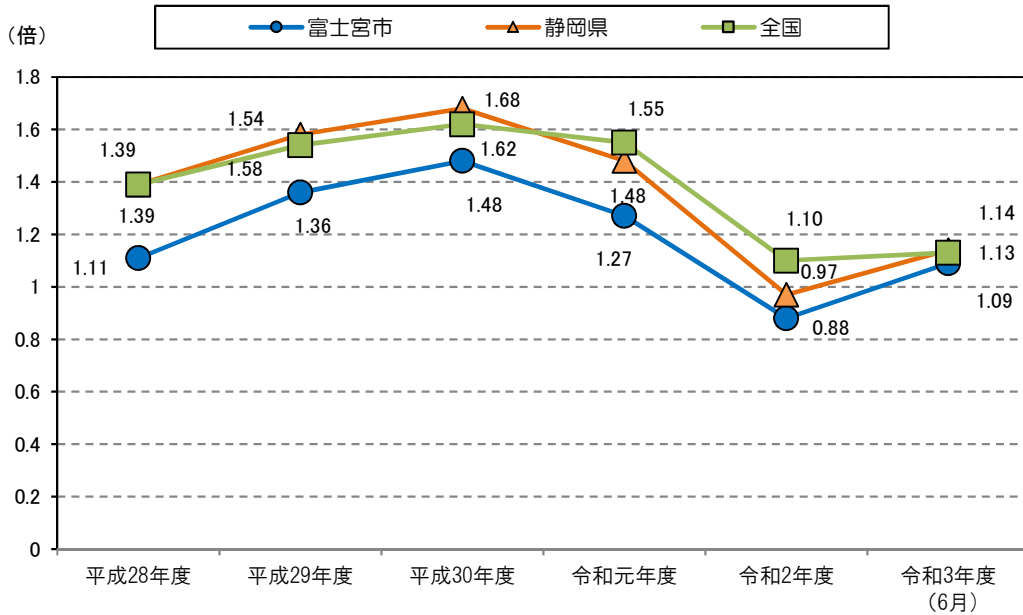
出典：総務省「平成27年国勢調査」を基に作成

### ⑤有効求人倍率

富士宮市の有効求人倍率についてみると、平成30年度までは増加で推移していたものの、そこをピークに下降傾向となっている。(図表5) 特に令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響もあって大きく落ち込み、富士宮市、静岡県ともに1倍を下回っている。

また、平成28年以降をみると、富士宮市の有効求人倍率は静岡県および全国を下回っている。

図表5. 有効求人倍率の推移



出典：ハローワーク富士宮「ハローワーク富士宮管内の労働市場の状況」を基に作成

## 2. 経済構造

### ①地域経済循環率

「地域経済循環率」とは、生産（付加価値額）を分配（所得）で除した値であり、地域経済の自立度を示す指標となる。値が低いほど他地域から流入する所得に対する依存度が高い。

富士宮市の地域経済循環率は109.7%であり、静岡県との104.2%をやや上回っている。（図表6および図表7）

図表における「分配（所得）」において、地域内の住民・企業等の所得より、地域内の産業が分配する所得が少ない場合は、その差額が赤色で表示され、地域外から所得が流入していることを意味している。一方、地域内の住民・企業等の所得より、地域内の産業が分配する所得が多い場合は、その差額が空白で表示され、所得が地域外に流出していることを意味する。

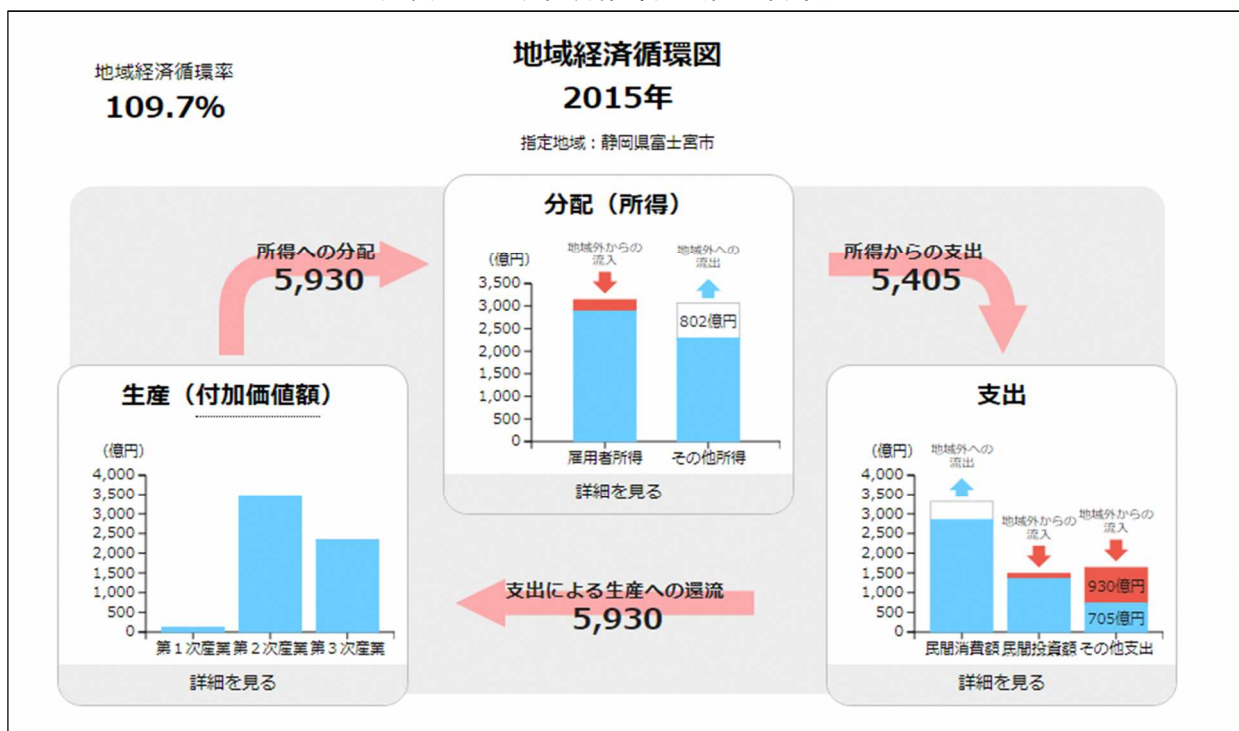
富士宮市の場合、市外からの流入よりも流出額のほうが多く、静岡県と比較したとき、その割合は高くなっている。

「支出」では、地域内の住民・企業等に分配された所得がどのように使われたかを把握することができる。「支出」は、住民の消費等を示す「民間消費額」、企業の設備投資等を示す「民間投資額」、政府支出、地域内産業の移輸出入収支額等を示す「その他支出」で構成されている。

グラフは、地域内で消費・投資された金額を示しており、地域内の住民・企業等が支出した金額より、地域内に支出された金額が少ない場合は、その差額が空白で表示され、支出が地域外に流出していることを意味する。一方、地域内の住民・企業等が支出した金額より、地域内に支出された金額が多い場合は、その差額が赤色のグラフとして表示され、支出が地域外から流入していることを意味する。

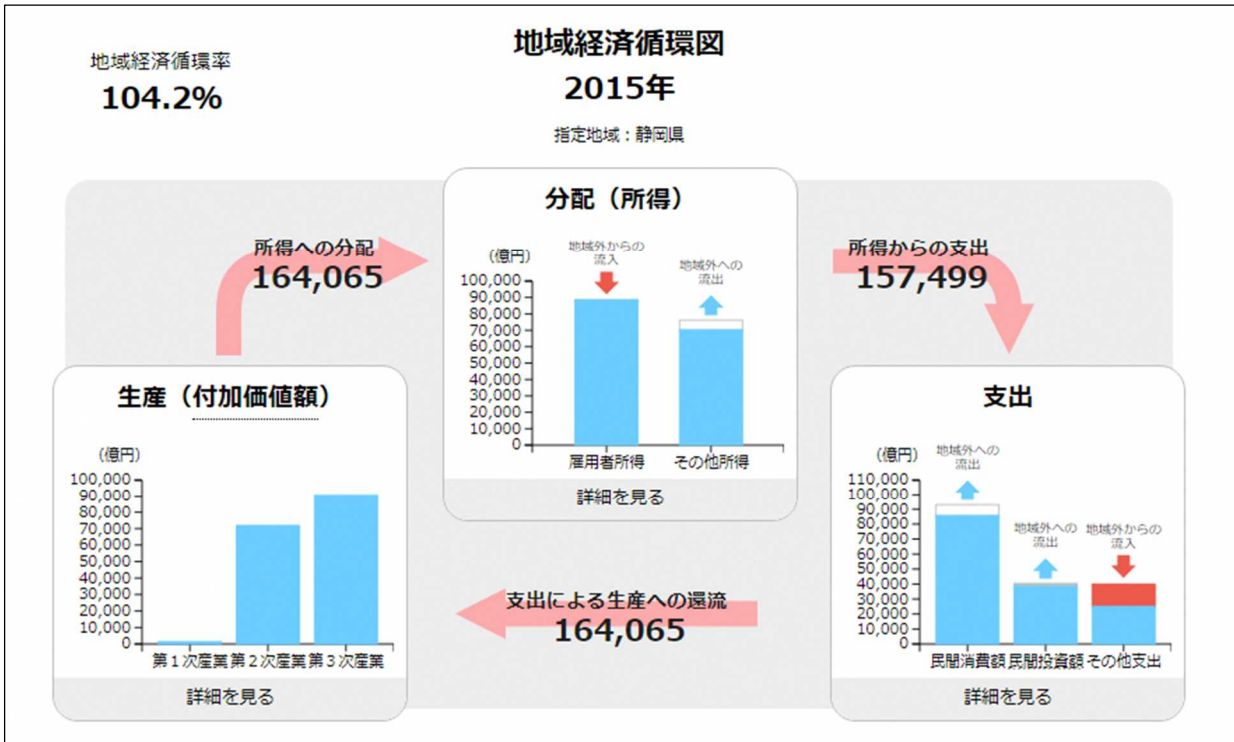
富士宮市の場合、政府支出と地域内産業の移輸出入収支額等を示す「その他支出」において多くの流入があり、企業の設備投資等を示す「民間投資額」における流出額を上回っている。

図表 6. 地域経済循環図（富士宮市）



出典：経済産業省「RESAS 地域経済循環図」2015年データ

図表 7. 地域経済循環図（静岡県）



出典：経済産業省「RESAS 地域経済循環図」2015年データ

## ②地域内産業の構成割合

産業別の事業所数について、業種別に第1次産業、第2次産業、第3次産業と分類したときの構成比は、富士宮市は全国とほぼ同じ割合となっている。（図表8）一方で、静岡県と比較すると、第1次産業および第2次産業の割合が若干高く、第3次産業の割合が若干低くなっている。

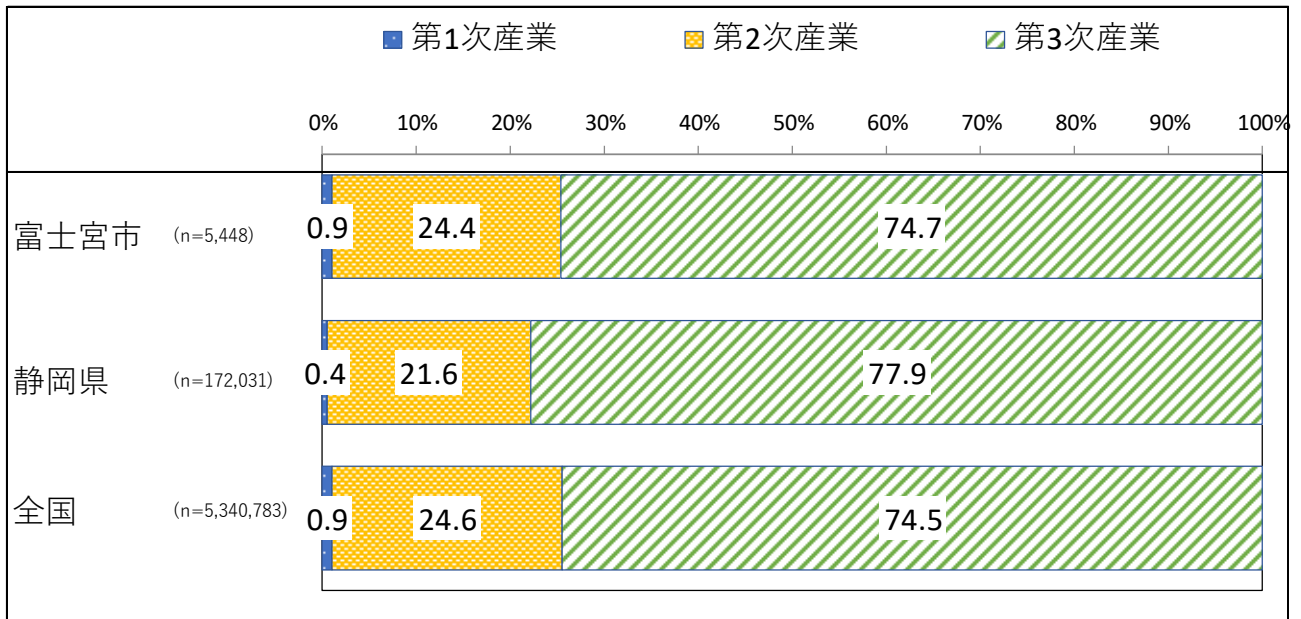
各産業の詳細な業種について、富士宮市、静岡県および全国の構成比（平成28年）をみると、富士宮市では「卸売業、小売業」が24.2%で最も高く、静岡県および全国とほぼ同じ割合となっている（図表9）。ほかの業種については、静岡県との比較では、「不動産業、物品賃貸業」（-3.1ポイント差）の割合がやや低くなっている。全国との比較では製造業（3.8ポイント差）の割合がやや高く、「不動産業、物品賃貸業」（-3.5ポイント差）の割合がやや低い。

なお、富士宮市について平成28年と平成26年の構成比を比較すると、「製造業」（-0.3ポイント差）および「卸売業、小売業」（-0.2ポイント差）が若干低くなっている。

業種別の従業員数について、富士宮市、静岡県および全国の構成比（平成28年）をみると、「製造業」が37.2%で最も高くなっている。静岡県および全国でも、富士宮市と同じく「製造業」が上位となっているが、静岡県との比較では11.8ポイント差、全国との比較では21.6ポイント差と、富士宮市は「製造業」が特に高い傾向にある。（図表10）ほかの業種については、静岡県との比較では、「運輸業、郵便業」（-2.3ポイント差）および「卸売業、小売業」（-2.2ポイント差）の割合が若干低くなっている。全国との比較では、「卸売業、小売業」（-4.3ポイント差）の割合がやや低く、「医療、福祉」（-3.0ポイント差）の割合も若干低くなっている。

なお、富士宮市について平成28年と平成26年の構成比を比較すると、「サービス業（他に分類されないもの）」（1.1ポイント差）が若干高くなっている。

図表 8. 産業別事業所数の構成比



出典：総務省統計局「平成 28 年経済センサス活動調査」を基に作成

図表 9. 業種別：事業所数の推移（事業所数・構成比）

	平成28年					平成26年				
	富士宮市		静岡県		全国	富士宮市		静岡県		全国
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	富士宮市との構成比差	事業所数	構成比	事業所数	構成比	富士宮市との構成比差
A~R 全産業 (S公務を除く)	5,448	100.0%	172,031	100.0%	-	5,340,783	100.0%	5,712	100.0%	-264
A 農業、林業	46	0.8%	579	0.3%	0.5	29,156	0.5%	46	0.8%	0
B 漁業	5	0.1%	128	0.1%	0.0	3,426	0.1%	7	0.1%	-2
C 鉱業、採石業、砂利採取業	3	0.1%	57	0.0%	0.0	1,851	0.0%	2	0.0%	1
D 建設業	656	12.0%	17,654	10.3%	1.8	492,734	9.2%	681	11.9%	-25
E 製造業	669	12.3%	19,526	11.4%	0.9	454,800	8.5%	721	12.6%	-52
F 電気・ガス・熱供給・水道業	5	0.1%	132	0.1%	0.0	4,654	0.1%	5	0.1%	0
G 情報通信業	21	0.4%	1,261	0.7%	-0.3	63,574	1.2%	19	0.3%	2
H 運輸業、郵便業	97	1.8%	3,952	2.3%	-0.5	130,459	2.4%	102	1.8%	-5
I 卸売業、小売業	1,316	<b>24.2%</b>	43,072	<b>25.0%</b>	-0.9	1,355,060	<b>25.4%</b>	1,395	<b>24.4%</b>	-79
J 金融業、保険業	90	1.7%	2,674	1.6%	0.1	84,041	1.6%	94	1.6%	-4
K 不動産業、物品賃貸業	168	3.1%	10,597	6.2%	-3.1	353,155	6.6%	179	3.1%	-11
L 学術研究、専門・技術サービス業	178	3.3%	6,638	3.9%	-0.6	223,439	4.2%	189	3.3%	-11
M 宿泊業、飲食サービス業	731	13.4%	21,959	12.8%	0.7	696,396	13.0%	758	13.3%	-27
N 生活関連サービス業、娯楽業	475	8.7%	15,177	8.8%	-0.1	470,713	8.8%	490	8.6%	-15
O 教育、学習支援業	181	3.3%	5,576	3.2%	0.1	167,662	3.1%	190	3.3%	-9
P 医療、福祉	447	8.2%	11,659	6.8%	1.4	429,173	8.0%	465	8.1%	-18
Q 複合サービス事業	26	0.5%	1,006	0.6%	-0.1	33,780	0.6%	25	0.4%	1
R サービス業 (他に分類されないもの)	334	6.1%	10,380	6.0%	0.1	346,616	6.5%	344	6.0%	-10

総務省統計局「平成 28 年経済センサス活動調査」および「平成 26 年経済センサス基礎調査」を基に作成

図表 10. 業種別：従業員数の推移（従業員数・構成比）

	平成28年						平成26年					
	富士宮市		静岡県		富士宮市との 構成比差	全国		富士宮市との 構成比差	富士宮市		平成28年従業員数- 平成26年従業員数	平成28年構成比- 平成26年構成比
	従業員数	構成比	従業員数	構成比		従業員数	構成比		従業員数	構成比		
A~R 全産業(S公務を除く)	54,277	100.0%	1,712,983	100.0%	-	56,872,826	100.0%	-	54,805	100.0%	-528	-
A 農業、林業	514	0.9%	6,951	0.4%	0.5	323,052	0.6%	0.4	658	1.2%	-144	-0.3
B 漁業	25	0.0%	1,634	0.1%	0.0	39,118	0.1%	0.0	33	0.1%	-8	0.0
C 鉱業、採石業、砂利採取業	28	0.1%	457	0.0%	0.0	19,467	0.0%	0.0	19	0.0%	9	0.0
D 建設業	3,369	6.2%	104,563	6.1%	0.1	3,690,740	6.5%	-0.3	3,586	6.5%	-217	-0.3
E 製造業	20,182	<b>37.2%</b>	434,418	<b>25.4%</b>	11.8	8,864,253	<b>15.6%</b>	21.6	20,045	<b>36.6%</b>	137	0.6
F 電気・ガス・熱供給・水道業	27	0.0%	6,006	0.4%	-0.3	187,818	0.3%	-0.3	18	0.0%	9	0.0
G 情報通信業	147	0.3%	19,333	1.1%	-0.9	1,642,042	2.9%	-2.6	159	0.3%	-12	0.0
H 運輸業、郵便業	1,660	3.1%	92,626	5.4%	-2.3	3,197,231	5.6%	-2.6	1,555	2.8%	105	0.2
I 卸売業、小売業	8,967	16.5%	320,648	18.7%	-2.2	11,843,869	<b>20.8%</b>	-4.3	9,503	17.3%	-536	-0.8
J 金融業、保険業	809	1.5%	37,791	2.2%	-0.7	1,530,002	2.7%	-1.2	788	1.4%	21	0.1
K 不動産業、物品賃貸業	468	0.9%	33,807	2.0%	-1.1	1,462,395	2.6%	-1.7	514	0.9%	-46	-0.1
L 学術研究、専門・技術サービス業	764	1.4%	47,382	2.8%	-1.4	1,842,795	3.2%	-1.8	839	1.5%	-75	-0.1
M 宿泊業、飲食サービス業	4,279	7.9%	160,459	9.4%	-1.5	5,362,088	9.4%	-1.5	4,469	8.2%	-190	-0.3
N 生活関連サービス業、娯楽業	2,340	4.3%	71,704	4.2%	0.1	2,420,557	4.3%	0.1	2,361	4.3%	-21	0.0
O 教育、学習支援業	1,107	2.0%	40,628	2.4%	-0.3	1,827,596	3.2%	-1.2	1,039	1.9%	68	0.1
P 医療、福祉	5,396	9.9%	186,755	10.9%	-1.0	7,374,844	13.0%	-3.0	5,573	10.2%	-177	-0.2
Q 複合サービス事業	336	0.6%	15,560	0.9%	-0.3	484,260	0.9%	-0.2	335	0.6%	1	0.0
R サービス業(他に分類されないもの)	3,859	7.1%	132,209	7.7%	-0.6	4,759,845	8.4%	-1.3	3,311	6.0%	548	1.1

総務省統計局「平成 28 年経済センサス活動調査」および「平成 26 年経済センサス基礎調査」を基に作成

### 3. 個別産業に関する事項

#### ①建設業

受注高（※）について静岡県の推移をみると、令和元年では前年を下回っていたが、令和2年では前年比103.0%と前年を上回った。全国については、令和元年では前年を上回っていたが、令和2年では前年を下回った。（図表11）

静岡県の令和2年受注高は前年比103.0%と、減少傾向から脱したかのようにみえるが、受注高自体は平成30年の水準には回復しておらず、今後の動向には注意が必要である。

なお、一般財団法人建設経済研究所発表の「建設投資の見通し」（令和3年1月27日発表）によると、「2020年度は前年度比△3.1%の63兆3,500億円」になるものの、「2021年度は前年度比△2.4%の61兆8,000億円」と見通しており、今後も減少傾向が続く可能性が高くなっている。

（※）富士宮市独自のデータがないため、静岡県のデータにて分析を行っている。

図表 11. 業者所在地域別：受注高の推移

		平成 30 年	令和元年	令和 2 年
静岡県	受注高（単位：百万円）	1,441,492	1,343,043	1,382,884
	前年比	95.4%	93.2%	103.0%
全国	受注高（単位：百万円）	83,809,870	85,629,742	79,657,781
	前年比	100.1%	102.2%	93.0%

出典：国土交通省「建設工事受注動態統計調査」を基に作成

## ②製造業

製造品出荷額等の構成比について富士宮市（平成30年）をみると、「化学工業」が37.2%と最も高く、次いで、「輸送用機械器具製造業」（12.5%）、「生産用機械器具製造業」（12.3%）となっている。（図表12）

また、静岡県との比較では、「化学工業」（32.8ポイント差）の割合が突出して高くなっている。「業務用機械器具製造業」（4.2ポイント差）、「パルプ・紙・紙加工品製造業」（3.6ポイント差）においても割合が高くなっている。一方、「金属製品製造業」（-8.8ポイント差）や「食料品製造業」（-7.6ポイント差）の割合は低くなっている。

全国との比較でも、「化学工業」（32.0ポイント差）の割合が非常に高く、全国や県内でも群を抜いた「化学工業」の産業集積がある。そのほか、「輸送用機械器具製造業」（8.3ポイント差）、「パルプ・紙・紙加工品製造業」（7.0ポイント差）においても割合が高くなっている。一方、「金属製品製造業」（-10.7ポイント差）の割合は低くなっている。

なお、富士宮市における平成28～30年の製造品出荷額等の推移を見てみると、「食料品製造業」、「化学工業」、「プラスチック製品製造業（別掲を除く）」、「ゴム製品製造業」、「鉄鋼業」、「金属製品製造業」、「はん用機械器具製造業」、「生産用機械器具製造業」および「電子部品・デバイス・電子回路製造業」が2年連続で前年実績を上回っている。特に「ゴム製品製造業」は平成30年において前年比265.1%と、非常に大きく伸びている。（図表13）

図表12. 製造品出荷額等（平成30年）

	平成30年		静岡県		富士宮市との 構成比差	全国		富士宮市との 構成比差
	製造品出荷額等 (単位:万円)	構成比	製造品出荷額等 (単位:億円)	構成比		製造品出荷額等 (単位:億円)	構成比	
00 製造業計	88,423,304	100.0%	16,184	100.0%	-	315,930	100.0%	-
09 食料品製造業	4,688,002	5.3%	2,081	12.9%	-7.6	34,945	11.1%	-5.8
10 飲料・たばこ・飼料製造業	2,531,819	2.9%	1,222	7.6%	-4.7	10,991	3.5%	-0.6
11 繊維工業	X	-	242	1.5%	-	10,750	3.4%	-
12 木材・木製品製造業(家具を除く)	482,584	0.5%	411	2.5%	-2.0	8,840	2.8%	-2.3
13 家具・装備品製造業	X	-	241	1.5%	-	5,527	1.7%	-
14 パルプ・紙・紙加工品製造業	8,674,709	9.8%	997	6.2%	3.6	8,999	2.8%	7.0
15 印刷・関連業	99,067	0.1%	303	1.9%	-1.8	11,776	3.7%	-3.6
16 化学工業	32,858,348	37.2%	705	4.4%	32.8	16,220	5.1%	32.0
17 石油製品・石炭製品製造業	X	-	176	1.1%	-	5,408	1.7%	-
18 プラスチック製品製造業(別掲を除く)	2,429,381	2.7%	839	5.2%	-2.4	19,318	6.1%	-3.4
19 ゴム製品製造業	560,605	0.6%	122	0.8%	-0.1	3,023	1.0%	-0.3
20 なめし革・同製品・毛皮製造業	0	0.0%	18	0.1%	-0.1	1,375	0.4%	-0.4
21 窯業・土石製品製造業	359,938	0.4%	702	4.3%	-3.9	26,225	8.3%	-7.9
22 鉄鋼業	3,102,195	3.5%	642	4.0%	-0.5	16,531	5.2%	-1.7
23 非鉄金属製造業	X	-	366	2.3%	-	6,241	2.0%	-
24 金属製品製造業	3,086,718	3.5%	1,996	12.3%	-8.8	44,786	14.2%	-10.7
25 はん用機械器具製造業	284,008	0.3%	370	2.3%	-2.0	10,873	3.4%	-3.1
26 生産用機械器具製造業	10,862,137	12.3%	1,724	10.7%	1.6	29,266	9.3%	3.0
27 業務用機械器具製造業	4,672,722	5.3%	182	1.1%	4.2	5,929	1.9%	3.4
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	18,661	0.0%	120	0.7%	-0.7	4,497	1.4%	-1.4
29 電気機械器具製造業	2,291,370	2.6%	664	4.1%	-1.5	11,297	3.6%	-1.0
30 情報通信機械器具製造業	61,695	0.1%	39	0.2%	-0.2	1,542	0.5%	-0.4
31 輸送用機械器具製造業	11,071,356	12.5%	1,635	10.1%	2.4	13,184	4.2%	8.3
32 その他の製造業	76,601	0.1%	389	2.4%	-2.3	8,388	2.7%	-2.6

出典：経済産業省大臣官房調査統計グループ「2019年工業統計表「市区町村編」データ」を基に作成  
 (なお、×は事業所数が少ないため秘匿となっている)



図表13. 製造品出荷額の推移

	富士宮市				
	平成30年		平成29年		平成28年
	製造品出荷額等 (単位:万円)	前年比	製造品出荷額等 (単位:万円)	前年比	製造品出荷額等 (単位:万円)
00 製造業計	96,934,419	103.2%	93,915,536	109.1%	86,063,587
09 食料品製造業	4,680,013	106.9%	4,377,554	129.6%	3,378,309
10 飲料・たばこ・飼料製造業	2,637,992	103.1%	2,557,851	86.4%	2,960,790
11 繊維工業	X	-	X	-	X
12 木材・木製品製造業(家具を除く)	518,899	98.1%	529,025	109.9%	481,506
13 家具・装備品製造業	X	-	X	-	X
14 パルプ・紙・紙加工品製造業	7,629,488	98.3%	7,763,774	99.3%	7,816,304
15 印刷・同関連業	101,678	108.6%	93,629	92.3%	101,387
16 化学工業	37,595,911	103.9%	36,174,098	105.6%	34,258,511
17 石油製品・石炭製品製造業	X	-	X	-	X
18 プラスチック製品製造業(別掲を除く)	2,585,131	107.0%	2,416,372	134.8%	1,791,988
19 ゴム製品製造業	500,073	265.1%	188,663	108.8%	173,419
21 窯業・土石製品製造業	356,775	94.7%	376,761	141.5%	266,315
22 鉄鋼業	3,513,505	102.1%	3,442,425	119.5%	2,881,060
23 非鉄金属製造業	X	-	X	-	X
24 金属製品製造業	3,308,121	108.0%	3,063,134	181.7%	1,685,748
25 はん用機械器具製造業	269,469	111.1%	242,533	128.3%	189,055
26 生産用機械器具製造業	13,121,531	113.7%	11,538,281	123.1%	9,369,434
27 業務用機械器具製造業	5,615,522	102.9%	5,459,185	97.5%	5,596,349
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	19,938	108.0%	18,464	102.4%	18,033
29 電気機械器具製造業	2,258,179	103.1%	2,190,118	94.1%	2,328,129
30 情報通信機械器具製造業	62,896	99.0%	63,525	104.7%	60,686
31 輸送用機械器具製造業	11,022,038	92.3%	11,945,324	97.6%	12,238,312
32 その他の製造業	941,073	73.1%	1,287,954	446.3%	288,569

出典：経済産業省大臣官房調査統計グループ「工業統計表「市区町村編」データ」の各年公表数字を基に作成  
(なお、×は事業所数が少ないため秘匿となっている)

### ③卸売・小売業

年間商品販売額の構成比について富士宮市(平成28年)を見てみると、卸売業では「飲食料品卸売業」が最も高く、次いで「建築材料、鉱物・金属材料等卸売業」が高くなっている。(図表14)

また、静岡県との比較でも、「飲食料品卸売業」(12.5ポイント差)が高くなっている。一方、「機械器具卸売業」(-21.5ポイント差)が低くなっている。全国との比較でも、「飲食料品卸売業」(17.0ポイント差)が高く、「機械器具卸売業」(-12.3ポイント差)が低くなっている。

小売業では、実績が公開されている業種のなかでは、「飲食料品小売業」が最も高く、次いで「機械器具小売業」が高くなっている。

また、静岡県との比較でも、「飲食料品小売業」(1.2ポイント差)が若干高くなっている。一方、「無店舗小売業」(-3.7ポイント差)がやや低くなっている。全国との比較でも、「飲食料品小売業」(1.6ポイント差)が若干高く、「無店舗小売業」(-5.4ポイント差)がやや低くなっている。

図表14. 年間商品販売額（平成28年）

	平成28年 富士宮市		静岡県		富士宮市との 構成比差	全国		富士宮市との 構成比差
	売上収入 (単位:百万円)	構成比	売上収入 (単位:百万円)	構成比		売上収入 (単位:百万円)	構成比	
卸売業	56,727	100.0%	6,972,575	100.0%	-	406,820,294	100.0%	-
50 各種商品卸売業	x	-	52,875	0.8%	-	30,106,412	7.4%	-
51 繊維・衣服等卸売業	4,850	8.5%	83,385	1.2%	7.4	11,704,291	2.9%	5.7
52 飲食料品卸売業	21,487	<b>37.9%</b>	1,770,911	<b>25.4%</b>	12.5	85,023,785	20.9%	17.0
53 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	14,177	<b>25.0%</b>	1,597,139	22.9%	2.1	108,495,944	<b>26.7%</b>	-1.7
54 機械器具卸売業	7,726	13.6%	2,452,066	<b>35.2%</b>	-21.5	105,462,396	<b>25.9%</b>	-12.3
55 その他の卸売業	x	-	1,016,199	14.6%	-	66,027,467	16.2%	-
小売業	113,054	100.0%	3,908,851	100.0%	-	138,015,622	100.0%	-
56 各種商品小売業	x	-	226,978	5.8%	-	12,822,728	9.3%	-
57 織物・衣服・身の回り品小売業	6,833	6.0%	282,139	7.2%	-1.2	9,602,449	7.0%	-0.9
58 飲食料品小売業	34,121	<b>30.2%</b>	1,133,326	<b>29.0%</b>	1.2	39,491,403	<b>28.6%</b>	1.6
59 機械器具小売業	20,762	18.4%	771,148	19.7%	-1.4	25,642,012	18.6%	-0.2
60 その他の小売業	x	-	1,295,552	<b>33.1%</b>	-	41,119,260	<b>29.8%</b>	-
61 無店舗小売業	1,552	1.4%	199,708	5.1%	-3.7	9,337,771	6.8%	-5.4

出典：総務省統計局「平成28年経済センサス活動調査」を基に作成

（なお、×は事業所数が少ないため秘匿となっている）

#### ④サービス業

売上収入について富士宮市の状況（平成28年）を見てみると、「生活関連サービス業、娯楽業」が最も高く、次いで「金融業、保険業」となっている。（図表15）

また、静岡県との比較では、「生活関連サービス業、娯楽業」（9.9ポイント差）が高くなっている。一方、「医療、福祉」（-5.9ポイント差）は低くなっている。全国との比較では、「生活関連サービス業、娯楽業」（12.6ポイント差）が高く、「金融業、保険業」（-6.2ポイント差）が低くなっている。

図表15. 売上収入（平成28年）

	平成28年 富士宮市		静岡県		富士宮市との 構成比差	全国		富士宮市との 構成比差
	売上収入 (単位:百万円)	構成比	売上収入 (単位:百万円)	構成比		売上収入 (単位:百万円)	構成比	
J 金融業、保険業	36,413	21.0%	2,309,805	<b>25.7%</b>	-4.7	123,168,905	<b>27.2%</b>	-6.2
K 不動産業、物品賃貸業	9,800	5.7%	704,410	7.8%	-2.2	45,085,574	9.9%	-4.3
L 学術研究、専門・技術サービス業	8,056	4.6%	403,201	4.5%	0.2	39,078,419	8.6%	-4.0
M 宿泊業、飲食サービス業	17,457	10.1%	803,459	9.0%	1.1	25,197,635	5.6%	4.5
N 生活関連サービス業、娯楽業	40,061	<b>23.1%</b>	1,186,951	13.2%	9.9	47,679,092	10.5%	12.6
O 教育、学習支援業	5,941	3.4%	269,067	3.0%	0.4	12,280,085	2.7%	0.7
P 医療、福祉	33,616	19.4%	2,267,063	<b>25.3%</b>	-5.9	113,480,982	<b>25.0%</b>	-5.7
Q 複合サービス事業	3,462	2.0%	188,218	2.1%	-0.1	5,425,741	1.2%	0.8
R サービス業(他に分類されないもの)	18,610	10.7%	843,920	9.4%	1.3	41,823,544	9.2%	1.5
富士宮市 売上(収入)公開業種計	173,416	100.0%	8,976,094	100.0%	-	453,219,977	100.0%	-

出典：総務省統計局「平成28年経済センサス活動調査」を基に作成

#### 4. 「地域の産業・雇用創造チャート」に関する事項

総務省統計局の「地域の産業・雇用創造チャート」(※)の経済理論に基づき、富士宮市内中小企業を「基盤部門」と「非基盤部門」に分けて、富士宮市の産業について整理を行う。

(※) <https://www.stat.go.jp/info/kouhou/chiiki/index.html>

なお、「地域の産業・雇用創造チャート」で述べられている経済理論とは、以下のようになっている。

- ・ 地域全体の従業員数は、基盤部門従業員数×6.5 にほぼ比例
- ・ 地域全体の従業員 1 人は、平均して地域人口 2 人の生活を支えている  
→ 地域の人口=[基盤部門の従業員]×13

基盤部門	基盤産業とは域外を主たる販売市場とした産業を指し、具体的には、農林水産業、鉱業、製造業、航空運輸・水運業・倉庫業、運輸付随サービス、宿泊業、国家公務などが該当。
非基盤部門	非基盤産業とは域内を主たる販売市場としている産業で、具体的には基盤部門以外の全ての部門が該当。

なお、富士宮市の目標人口は第 5 次富士宮市総合計画において以下のようになっている。  
令和 2 年（平成 32 年）の実績値は、目標値を達成できておらず、推計値も下回っている。

	令和 2 年（平成 32 年）		
	推計値	目標値	実績値
総人口 (単位：人)	132,200	133,400	128,863

出典：「第 5 次富士宮市総合計画」

また、令和 7 年（平成 37 年）の目標値－推計値は 3,200 人となっている。

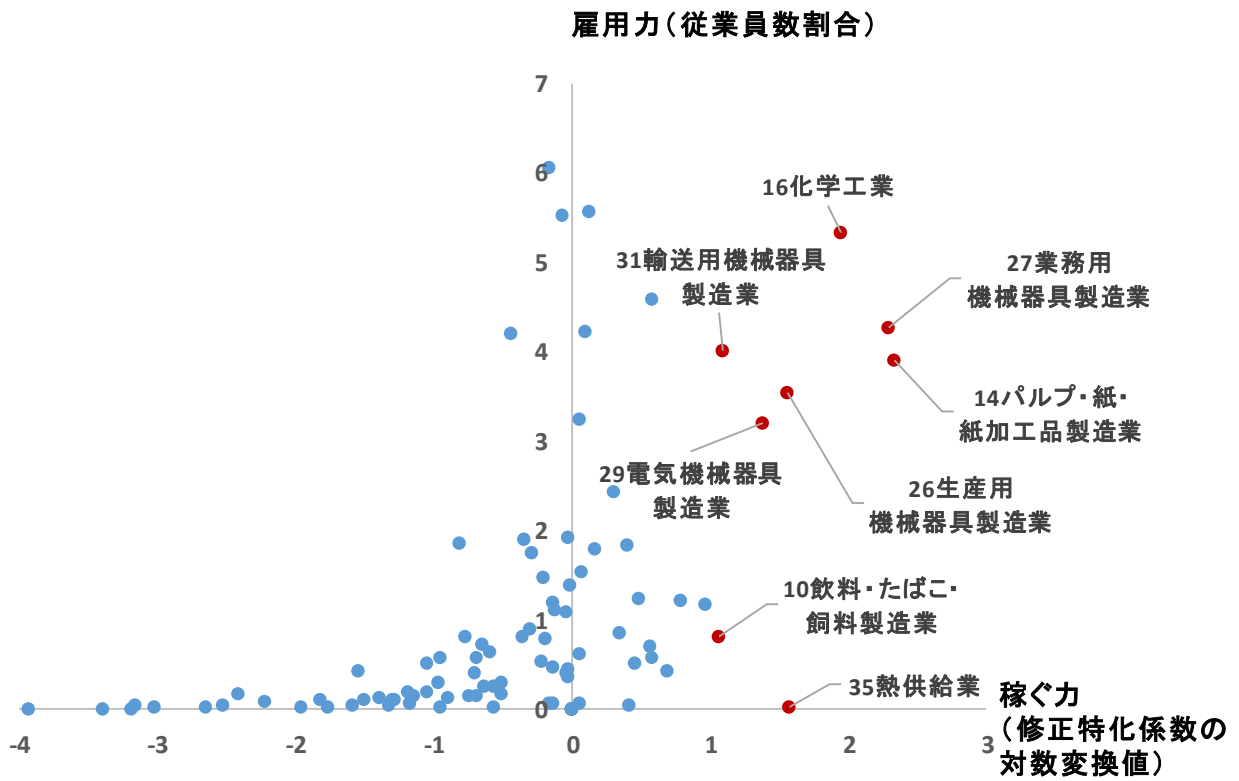
	令和 7 年（平成 37 年）		
	推計値	目標値	目標値－推計値
総人口 (単位：人)	128,000	131,200	3,200

出典：「第 5 次富士宮市総合計画」

令和 7 年（平成 37 年）でみると、目標値－推計値の 3,200 人を増やすためには、前述の「地域の人口=[基盤部門の従業員]×13」より、[基盤部門の従業員]= $3,200 \div 13 = 246.153\dots$ となり、基盤部門の雇用を新たに 246 人分創出する必要があることになる。

平成 28 年度経済センサス活動調査のデータを基に富士宮市における業種別の「稼ぐ力（修正特化係数の対数変換値）」と「雇用力（従業員数割合）」をグラフ化したものが図表 16、一覧が図表 17 となる。このうち、「稼ぐ力（修正特化係数の対数変換値）」が 1 を超える業種が、富士宮市において強みを持つ業種と判断できる。

図表 16. 富士宮市の平成 28 年経済センサス活動調査による算出結果（稼ぐ力・雇用力）①



出典：総務省統計局「平成 28 年経済センサス活動調査」を基に作成

図表 17. 富士宮市の平成 28 年経済センサス活動調査による算出結果（稼ぐ力・雇用力）②

業種	稼ぐ力	雇用力	業種	稼ぐ力	雇用力
01農業	0.344	0.860	50各種商品卸売業	-1.760	0.011
02林業	-0.162	0.071	51繊維・衣服等卸売業	-1.287	0.109
03漁業(水産養殖業を除く)	—	0.000	52飲食料品卸売業	-0.115	1.113
04水産養殖業	0.418	0.045	53建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	-0.358	0.807
05鉱業、採石業、砂利採取業	-0.139	0.051	54機械器具卸売業	-1.539	0.416
06総合工事業	0.053	3.247	55その他の卸売業	-0.948	0.572
07職別工事業(設備工事業を除く)	-0.010	1.388	56各種商品小売業	0.059	0.608
08設備工事業	-0.208	1.463	57織物・衣服・身の回り品小売業	-0.033	1.090
09食料品製造業	0.590	4.589	58飲食料品小売業	0.127	5.574
10飲料・たばこ・飼料製造業	1.062	0.806	59機械器具小売業	0.080	1.539
11繊維工業	-2.225	0.089	60その他の小売業	0.098	4.230
12木材・木製品製造業(家具を除く)	-0.748	0.148	61無店舗小売業	-1.386	0.134
13家具・装備品製造業	-0.891	0.121	62銀行業	-0.956	0.291
14パルプ・紙・紙加工品製造業	2.337	3.899	63協同組織金融業	0.463	0.514
15印刷・同関連業	-1.179	0.186	64クレジットカード業等非預金信用機関	-3.190	0.007
16化学工業	1.949	5.340	65金融商品取引業、商品先物取引業	-1.958	0.022
17石油製品・石炭製品製造業	-0.955	0.024	66補助的金融業等	—	0.000
18プラスチック製品製造業	0.494	1.242	67保険業(保険媒介代理業等を含む)	-0.594	0.630
19ゴム製品製造業	0.701	0.415	68不動産取引業	-1.045	0.194
20なめし革・同製品・毛皮製造業	-1.578	0.040	69不動産賃貸業・管理業	-1.051	0.503
21窯業・土石製品製造業	-0.637	0.248	70物品賃貸業	-1.144	0.150
22鉄鋼業	0.571	0.706	71学術・開発研究機関	-3.020	0.022
23非鉄金属製造業	-0.500	0.170	72専門サービス業	-0.681	0.563
24金属製品製造業	0.408	1.825	73広告業	-1.175	0.069
25はん用機械器具製造業	-0.503	0.291	74技術サービス業	-0.642	0.730
26生産用機械器具製造業	1.558	3.546	75宿泊業	-0.294	0.903
27業務用機械器具製造業	2.292	4.272	76飲食店	-0.156	6.055
28電子部品・デバイス・電子回路製造業	-2.523	0.047	77持ち帰り・配達飲食サービス業	-0.195	0.787
29電気機械器具製造業	1.389	3.188	78洗濯・理容・美容・浴場業	-0.020	1.908
30情報通信機械器具製造業	-1.285	0.109	79その他の生活関連サービス業	-0.219	0.536
31輸送用機械器具製造業	1.089	4.015	80娯楽業	0.174	1.792
32その他の製造業	0.796	1.218	81学校教育	-0.774	0.802
33電気業	-3.387	0.007	82その他の教育、学習支援業	-0.137	1.202
34ガス業	—	0.000	83医療業	-0.441	4.209
35熱供給業	1.573	0.016	84保健衛生	-1.324	0.029
36水道業	-0.560	0.025	85社会保険・社会福祉・介護事業	-0.065	5.530
37通信業	—	0.000	86郵便局	-0.140	0.458
38放送業	—	0.000	87協同組合(他に分類されないもの)	-0.692	0.150
39情報サービス業	-2.406	0.168	88廃棄物処理業	-0.022	0.453
40インターネット附随サービス業	-3.926	0.004	89自動車整備業	-0.043	0.398
41映像・音声・文字情報制作業	-1.501	0.094	90機械等修理業(別掲を除く)	-0.026	0.369
42鉄道業	-2.650	0.027	91職業紹介・労働者派遣業	0.305	2.427
43道路旅客運送業	-0.705	0.409	92その他の事業サービス業	-0.811	1.848
44道路貨物運送業	-0.337	1.895	93政治・経済・文化団体	-0.565	0.257
45水運業	—	0.000	94宗教	0.973	1.171
46航空運輸業	—	0.000	95その他のサービス業	0.058	0.062
47倉庫業	0.585	0.577	97国家公務	-3.151	0.040
48運輸に附帯するサービス業	-1.820	0.096	98地方公務	-0.280	1.738
49郵便業(信書便事業を含む)	—	0.000			

出典：総務省統計局「平成 28 年経済センサス活動調査」を基に作成

なお、「稼ぐ力（修正特化係数の対数変換値）」が1を超えている業種のうち以下7業種について、製造品出荷額等を調べたところ、構成比は「化学工業」が最も高く約4割となっており、「生産用機械器具製造業」、「輸送用機械器具製造業」も1割を超えていた。これらの3業種が富士宮市における基盤部門と考えられる。（図表18）

（「熱供給業」については、雇用力が0.016と低いため、分析対象外とした）

図表18. 図表17. において「稼ぐ力」が1を超えている業種（熱供給業を除く）の製造業出荷額等

業種	稼ぐ力	雇用力	平成30年	
			製造品出荷額等 （単位：万円）	構成比
10飲料・たばこ・飼料製造業	1.062	0.806	2,637,992	2.7%
14パルプ・紙・紙加工品製造業	2.337	3.899	7,629,488	7.9%
16化学工業	1.949	5.340	37,595,911	38.8%
26生産用機械器具製造業	1.558	3.546	13,121,531	13.5%
27業務用機械器具製造業	2.292	4.272	5,615,522	5.8%
29電気機械器具製造業	1.389	3.188	2,258,179	2.3%
31輸送用機械器具製造業	1.089	4.015	11,022,038	11.4%

出典：総務省統計局「平成28年経済センサス活動調査」を基に作成

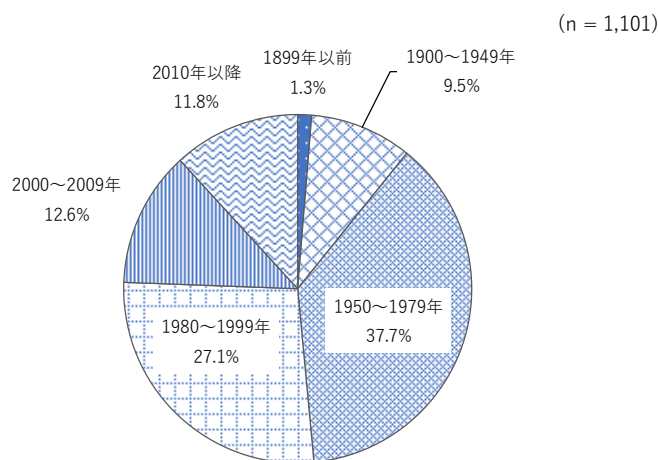
# Ⅲ アンケート調査結果

## 1. 事業所概要

### (1) 創業年・創立年（法人化した時）

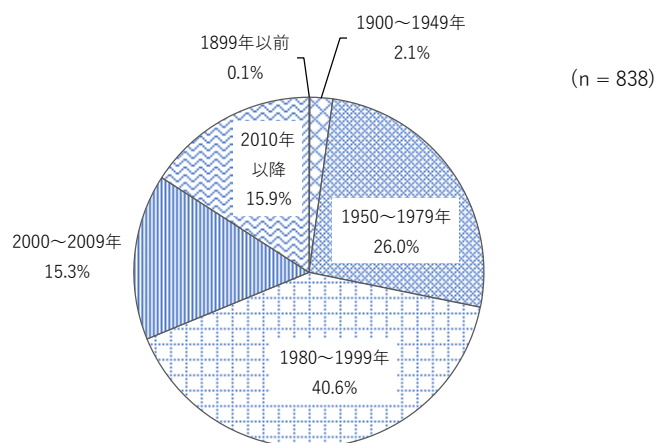
#### ◆創業年

「1950～1979年」が37.7%と最も高く、次いで「1980～1999年」が27.1%、「2000～2009年」が12.6%となっている。



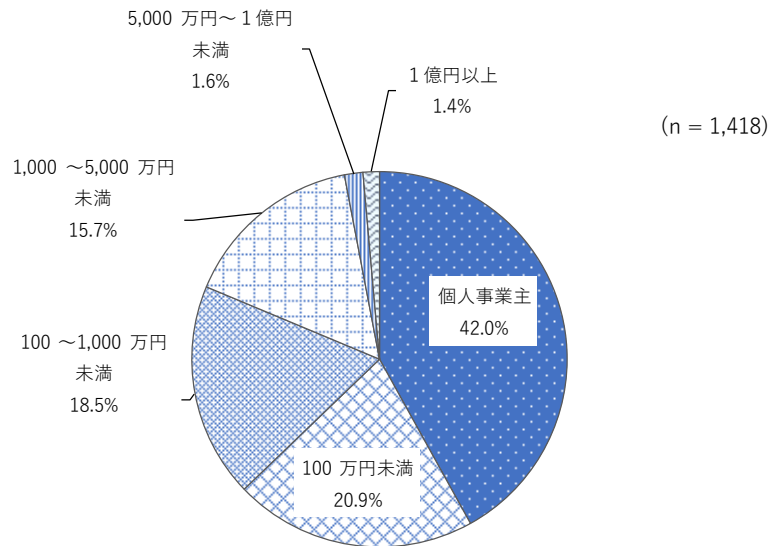
#### ◆創立年（法人化した時）

「1980～1999年」が40.6%と最も高く、次いで「1950～1979年」が26.0%、「2010年以降」が15.9%となっている。



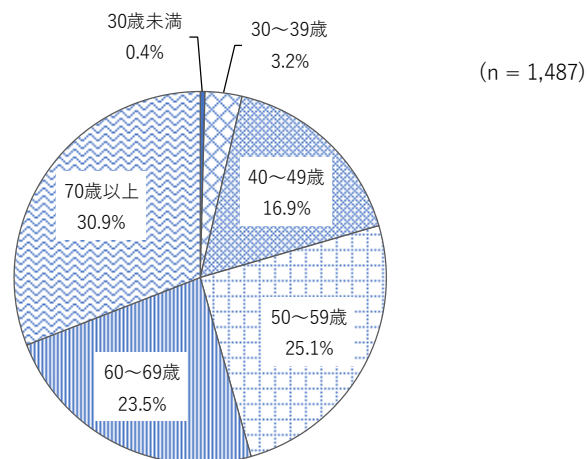
## (2) 資本金・出資金

「個人事業主」が42.0%と最も高く、次いで「100万円未満」が20.9%、「100～1,000万円未満」が18.5%となっている。



## (3) 代表者の年齢

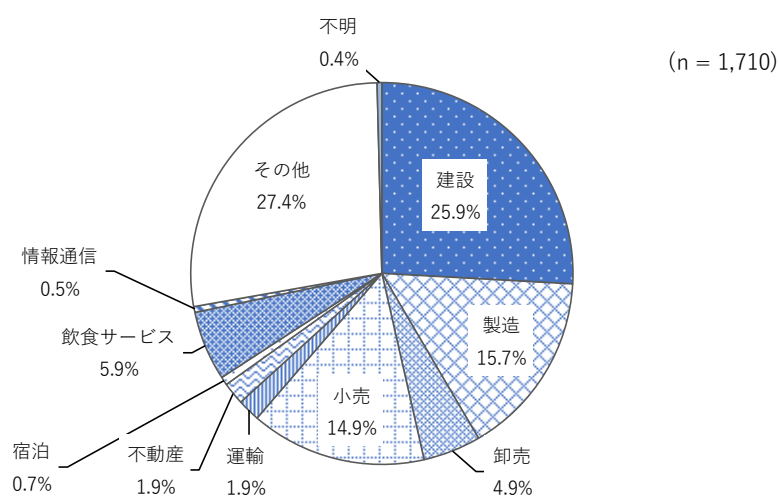
「70歳以上」が30.9%と最も高く、次いで「50～59歳」が25.1%、「60～69歳」が23.5%となっている。





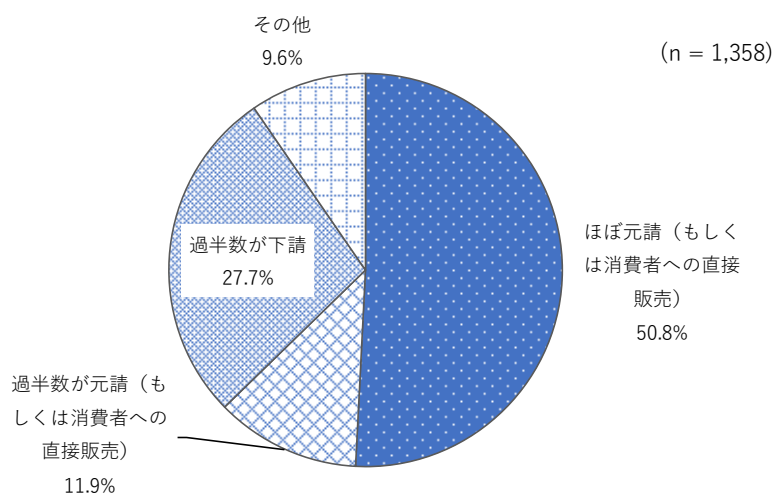
#### (4) 業種

「建設」が25.9%、次いで「製造」が15.7%、「小売」が14.9%となっている。  
なお、「その他」が27.4%となった。



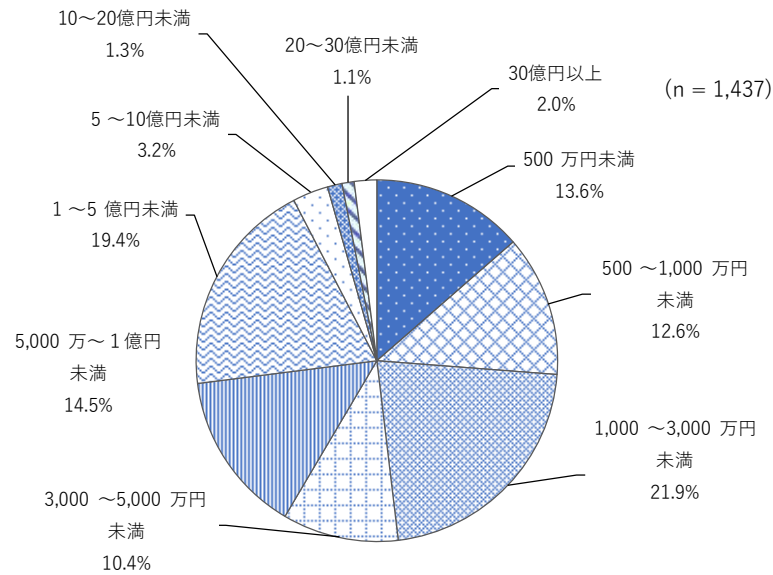
#### (5) 受注・販売形態

「ほぼ元請（もしくは消費者への直接販売）」が50.8%と最も高く、次いで「過半数が下請」が27.7%、「過半数が元請（もしくは消費者への直接販売）」が11.9%となっている。



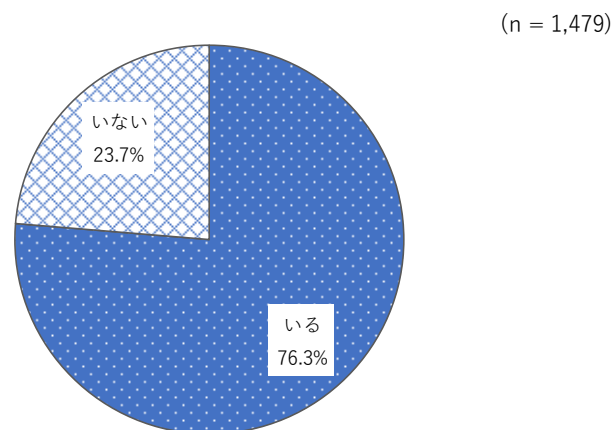
### (6) 年間売上高

「1,000～3,000万円未満」が21.9%と最も高く、次いで「1～5億円未満」が19.4%、「5,000万～1億円未満」が14.5%となっている。



### (7) 従業員の有無

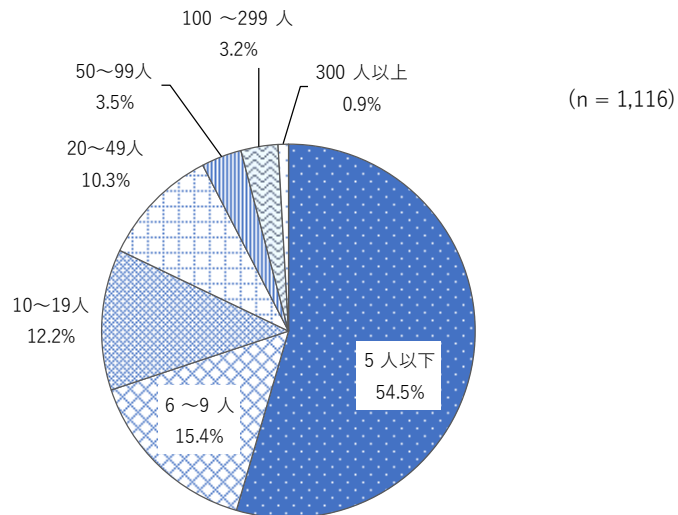
「いる」は76.3%、「いない」は23.7%となっている。



## (8) 従業員数

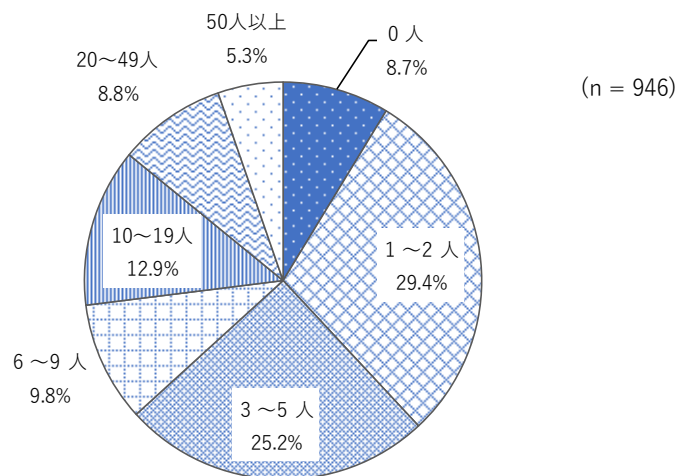
### ◆全体

「5人以下」が54.5%と最も高く、次いで「6～9人」が15.4%、「10～19人」が12.2%となっている。



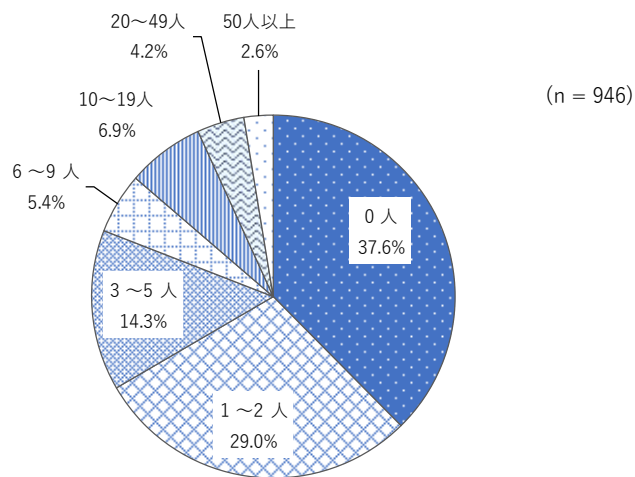
### ◆正規社員

「1～2人」が29.4%と最も高く、次いで「3～5人」が25.2%、「10～19人」が12.9%となっている。



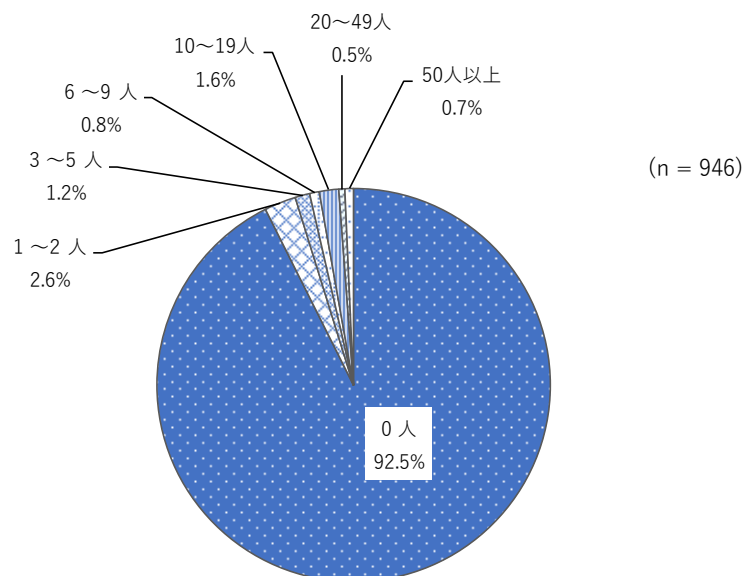
### ◆非正規社員

「0人」が37.6%と最も高く、次いで「1～2人」が29.0%、「3～5人」が14.3%となっている。



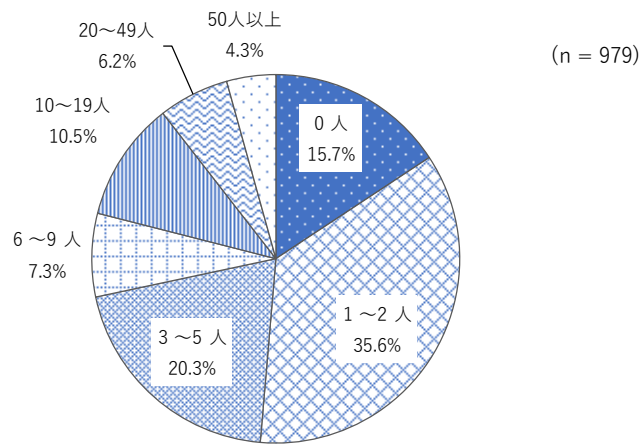
### ◆派遣

「0人」が92.5%と最も高く、次いで「1～2人」が2.6%、「10～19人」が1.6%となっている。



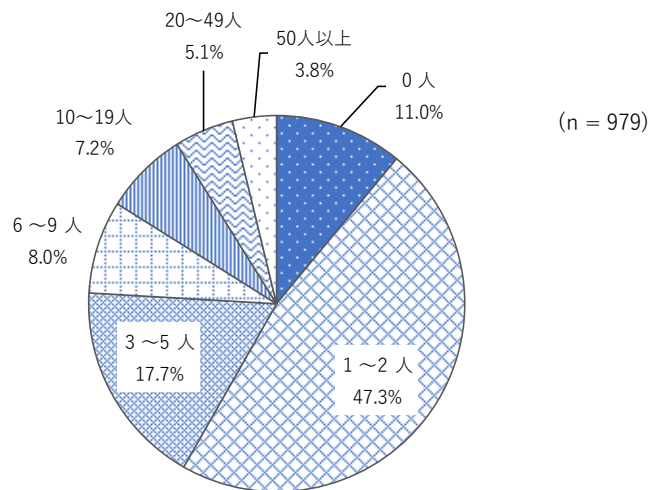
### ◆男性

「1～2人」が35.6%と最も高く、次いで「3～5人」が20.3%、「0人」が15.7%となっている。



### ◆女性

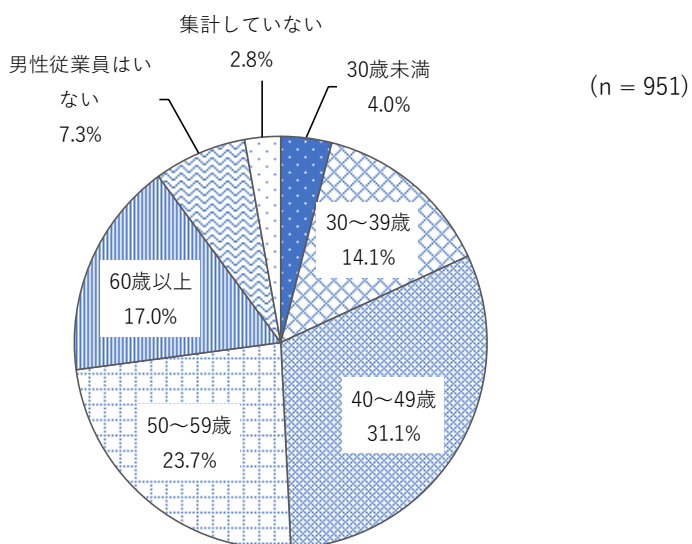
「1～2人」が47.3%と最も高く、次いで「3～5人」が17.7%、「0人」が11.0%となっている。



## (9) 従業員の平均年齢（男女別）

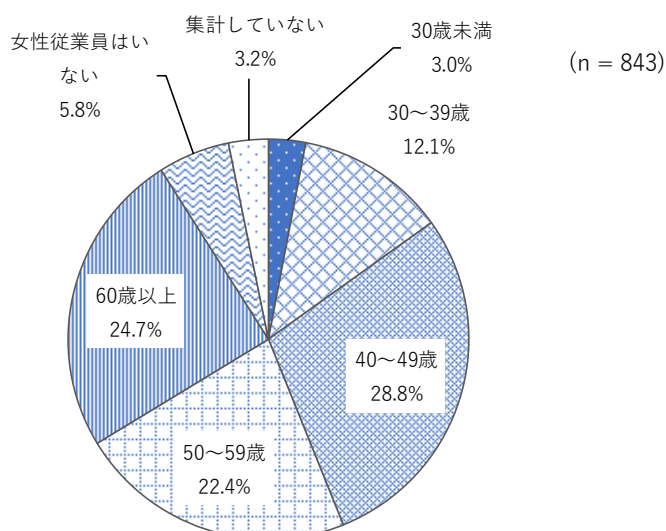
### ◆男性

「40～49歳」が31.1%と最も高く、次いで「50～59歳」が23.7%、「60歳以上」が17.0%となっている。



### ◆女性

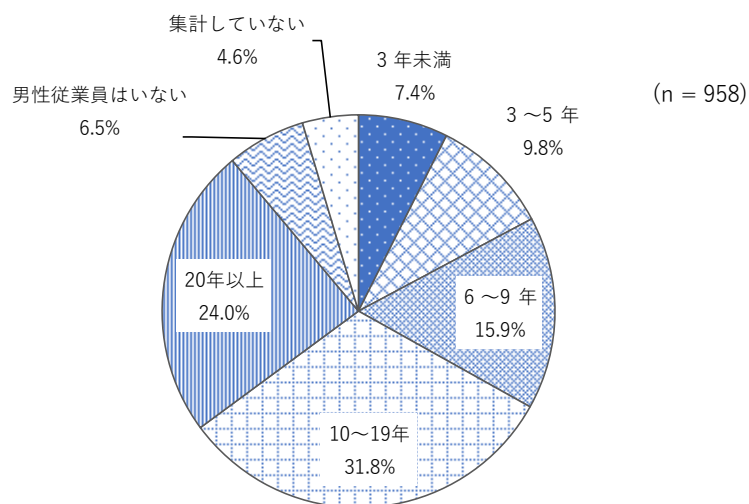
「40～49歳」が28.8%と最も高く、次いで「60歳以上」が24.7%、「50～59歳」が22.4%となっている。



## (10) 従業員の平均勤続年数（男女別）

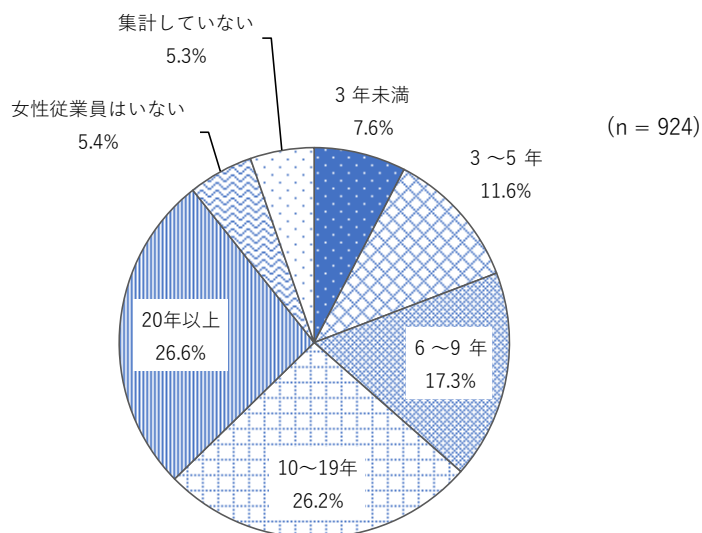
### ◆男性

「10～19年」が31.8%と最も高く、次いで「20年以上」が24.0%、「6～9年」が15.9%となっている。



### ◆女性

「20年以上」が26.6%と最も高く、次いで「10～19年」が26.2%、「6～9年」が17.3%となっている。

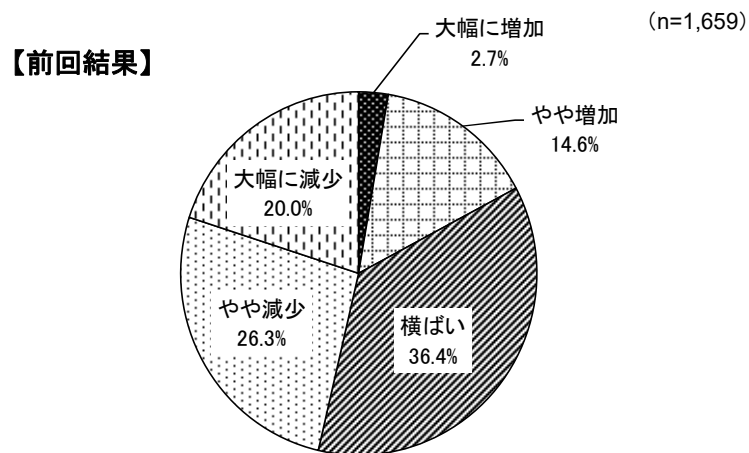
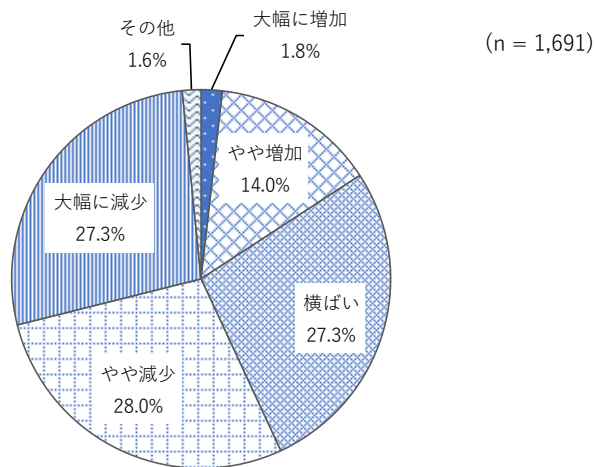


## 2. 事業に関すること

### (1) 直近3年間の売上推移

問1 貴事業所の直近3年間の売上推移について教えてください。

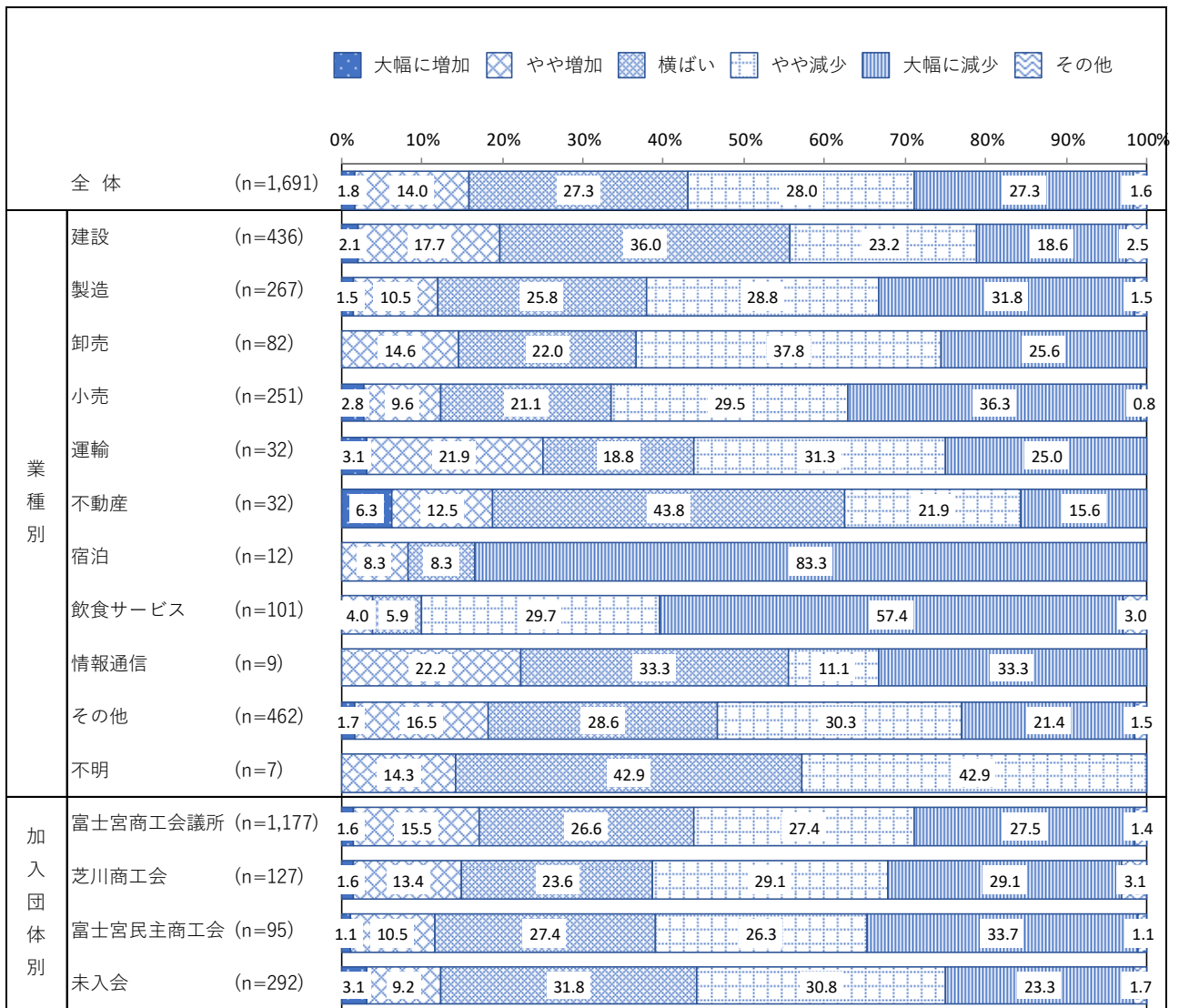
- ・全体結果では、「やや減少」が28.0%と最も高く、次いで「横ばい」と「大幅に減少」がともに27.3%となっている。「大幅に増加」と「やや増加」を合わせた『増加』は15.8%であるのに対し、「大幅に減少」と「やや減少」を合わせた『減少』は55.3%と、半数を超える結果となった。
- ・前回結果と比較すると、『増加』の割合は大きな変動がなく、『減少』が46.3%から55.3%に増加し、「横ばい」が36.4%から27.3%へと減少した。
- ・業種別にみると、宿泊では8割超、飲食サービスでは5割超が「大幅に減少」と回答している。
- ・加入団体別にみると、富士宮民主商工会で3割超が「大幅に減少」と回答しており、ほかの団体と比べやや高い。



※平成28年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から



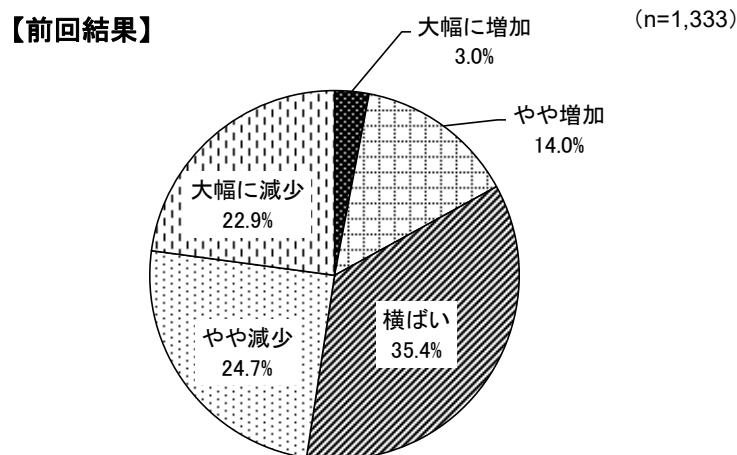
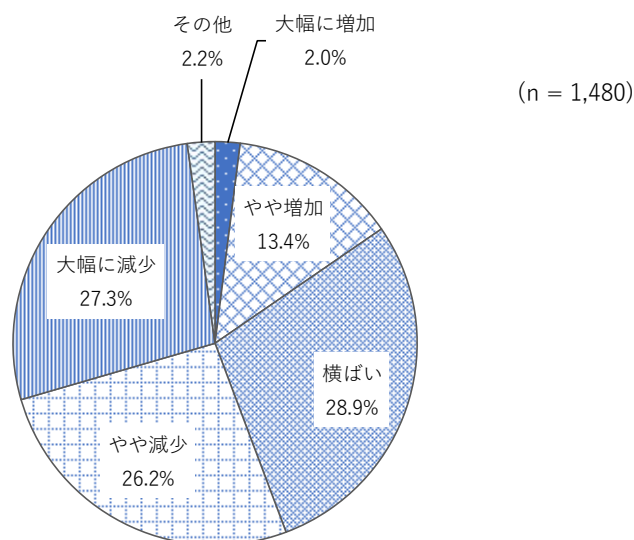
## 【クロス集計結果】



## (2) 直近3年間の純利益

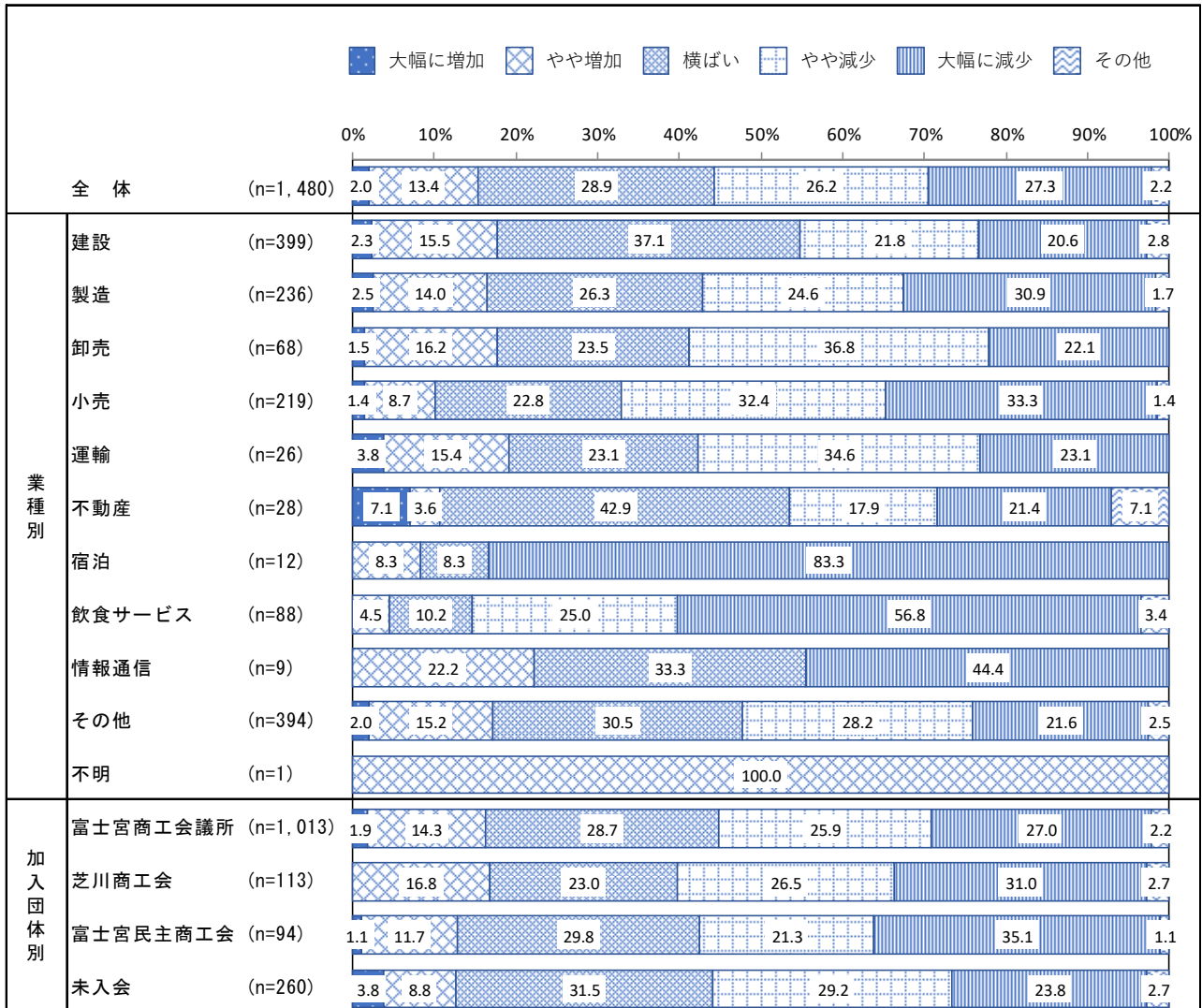
問2 貴事業所の直近3年間の純利益について教えてください。

- ・全体結果では、「横ばい」が28.9%と最も高く、次いで「大幅に減少」が27.3%、「やや減少」が26.2%となっている。「大幅に増加」と「やや増加」を合わせた『増加』は15.4%であるのに対し、「大幅に減少」と「やや減少」を合わせた『減少』は53.5%と、半数を超える結果となった。
- ・前回結果と比較すると、『増加』が17.0%から15.4%に、「横ばい」が35.4%から28.9%にそれぞれ減少した。一方で、『減少』が47.6%から53.5%に増加した。
- ・業種別にみると、宿泊では8割超、飲食サービスでは5割超が「大幅に減少」と回答している。
- ・加入団体別にみると、富士宮民主商工会で3割超が「大幅に減少」と回答しており、ほかの団体と比べやや高い。



※平成28年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】



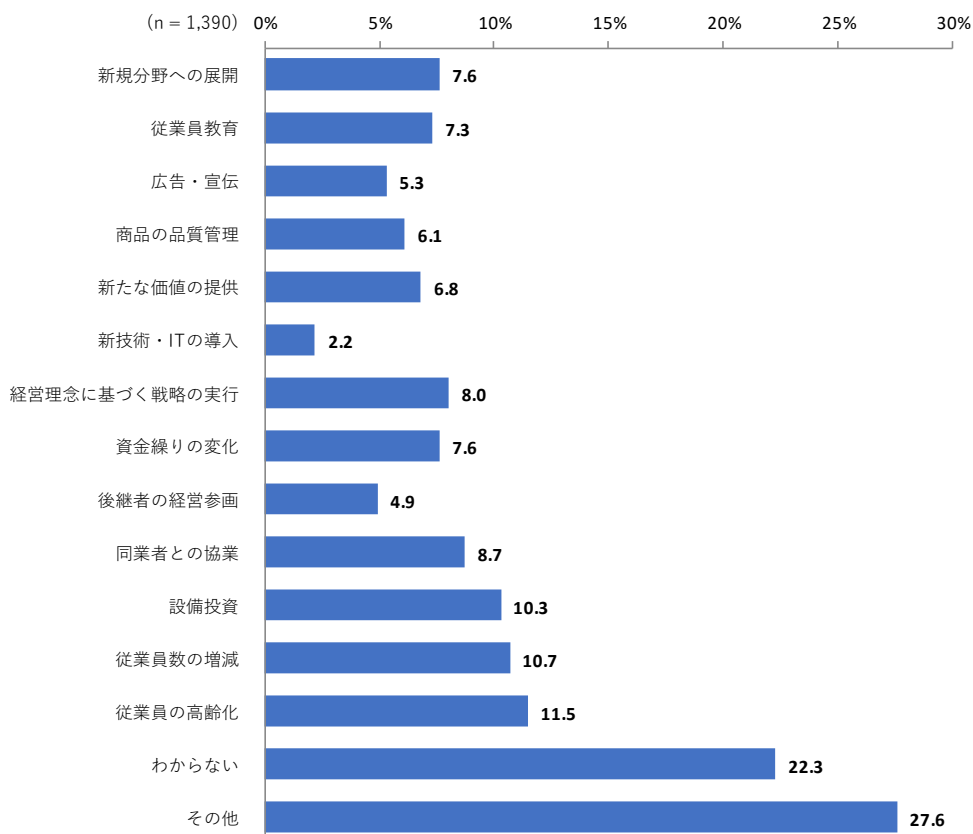
### (3) 内部要因

問3 問1~2の結果に繋がった内部要因を挙げてください。(複数選択可)

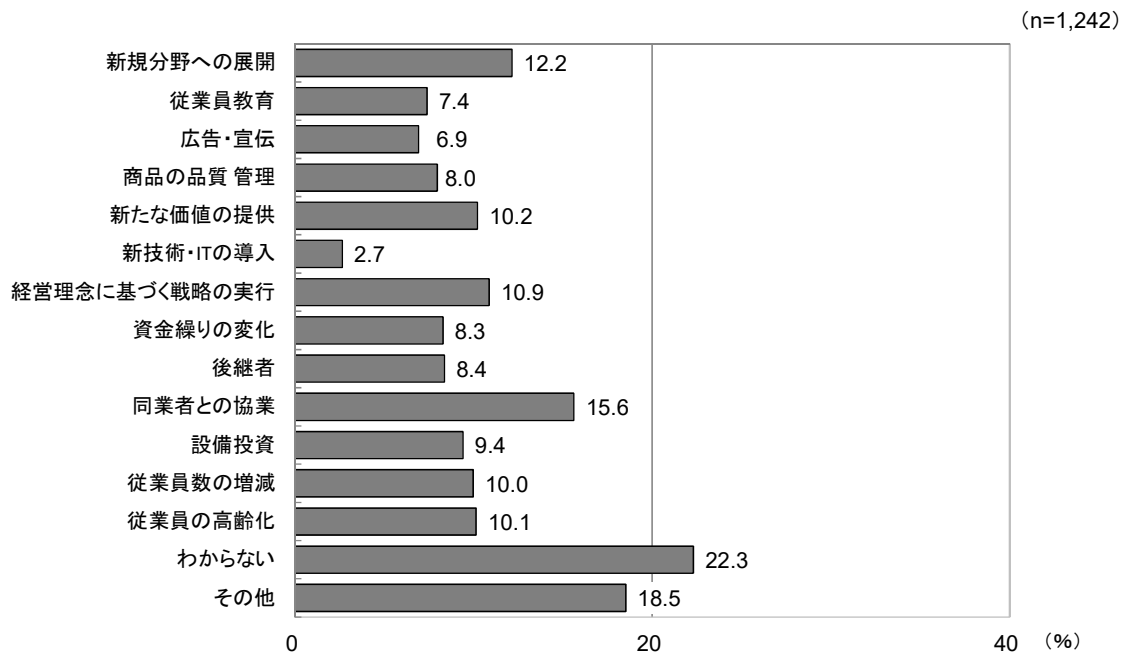
- ・全体結果では、「従業員の高齢化」が11.5%で最も高く、次いで「従業員数の増減」が10.7%、「設備投資」が10.3%となっている（「わからない」および「その他」を除く。以降同様）。なお、「わからない」と「その他」はともに2割台となっている。「その他」の回答内容については新型コロナウイルス感染症に関連する事項が多数を占めた。
- ・前回結果と比較すると、「同業者との協業」の割合が特に減少しており、特徴的に増加している項目はなかった。
- ・業種別にみると、製造業では「設備投資」、小売では「広告・宣伝」の割合が、ほかの業種に比べ高くなっている。
- ・加入団体別にみると、芝川商工会において「広告・宣伝」の割合が、ほかの団体に比べ高くなっている。
- ・業績別（※）にみると、増収増益の事業所では「経営理念に基づく戦略の実行」と「新規分野への展開」の割合が高く、減収減益の事業所では「従業員の高齢化」が高くなっている。

(※) 回答事業所を、売上高推移（問1）と純利益推移（問2）の回答内容で次の3区分に分類した。

区分	売上高推移（問1）と純利益推移（問2）
増収増益	売上高推移（問1）を「大幅に増加」または「やや増加」と回答。かつ、純利益推移（問2）を「大幅に増加」または「やや増加」と回答した事業所。
減収減益	売上高推移（問1）を「やや減少」または「大幅に減少」と回答。かつ、純利益推移（問2）を「やや減少」または「大幅に減少」と回答した事業所。
その他	売上高推移（問1）と純利益推移（問2）をともに回答し、上記の『増収増益』または『減収減益』に該当しない事業所。



## 【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】

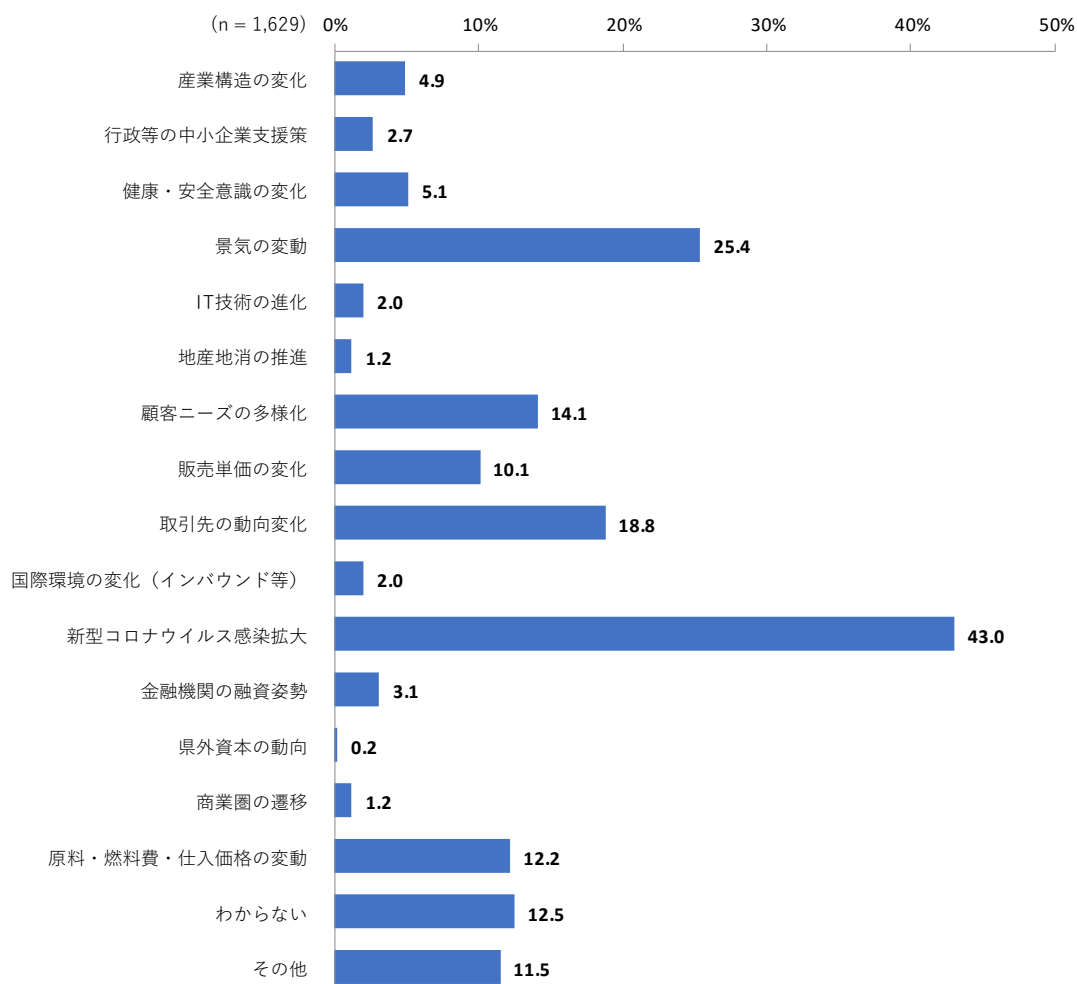
		n	新規分野への展開	従業員教育	広告・宣伝	商品の品質管理	新たな価値の提供	新技術・ITの導入	経営理念に基づく戦略の実行
全体		1,390	106	101	74	85	95	30	111
			7.6	7.3	5.3	6.1	6.8	2.2	8.0
業種別	建設	369	24	34	13	14	13	3	33
			6.5	9.2	3.5	3.8	3.5	0.8	8.9
	製造	225	23	18	4	29	20	4	21
			10.2	8.0	1.8	12.9	8.9	1.8	9.3
	卸売	62	9	5	1	6	8	2	4
			14.5	8.1	1.6	9.7	12.9	3.2	6.5
	小売	201	16	10	22	15	15	4	16
			8.0	5.0	10.9	7.5	7.5	2.0	8.0
	運輸	26	1	1	1	0	2	0	4
			3.8	3.8	3.8	0.0	7.7	0.0	15.4
	不動産	26	0	0	1	4	0	0	3
			0.0	0.0	3.8	15.4	0.0	0.0	11.5
宿泊	12	0	1	0	0	0	0	0	
		0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
飲食サービス	82	6	3	6	4	7	2	3	
		7.3	3.7	7.3	4.9	8.5	2.4	3.7	
情報通信	8	1	0	0	1	0	2	1	
		12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	25.0	12.5	
その他	378	25	29	26	12	30	13	26	
		6.6	7.7	6.9	3.2	7.9	3.4	6.9	
不明	1	1	0	0	0	0	0	0	
		100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
加入団体別	富士宮商工会議所	952	79	85	52	63	74	24	88
			8.3	8.9	5.5	6.6	7.8	2.5	9.2
	芝川商工会	107	8	5	11	7	5	2	3
			7.5	4.7	10.3	6.5	4.7	1.9	2.8
富士宮民主商工会	87	4	1	2	3	3	0	2	
		4.6	1.1	2.3	3.4	3.4	0.0	2.3	
未入会	244	15	10	9	12	13	4	18	
		6.1	4.1	3.7	4.9	5.3	1.6	7.4	
業績別	増収増益	179	38	31	13	22	28	12	43
			21.2	17.3	7.3	12.3	15.6	6.7	24.0
	減収減益	666	23	16	31	16	29	9	10
		3.5	2.4	4.7	2.4	4.4	1.4	1.5	
その他	536	45	53	30	47	38	9	58	
		8.4	9.9	5.6	8.8	7.1	1.7	10.8	

		n	資金繰りの変化	後継者の経営参画	同業者との協業	設備投資	従業員数の増減	従業員の高齢化	わからない	その他
全体		1,390	105	68	121	143	149	160	310	383
			7.6	4.9	8.7	10.3	10.7	11.5	22.3	27.8
業種別	建設	369	25	21	41	25	48	44	114	68
			6.8	5.7	11.1	6.8	13.0	11.9	30.9	18.4
	製造	225	17	8	18	34	23	29	42	65
			7.6	3.6	8.0	15.1	10.2	12.9	18.7	28.9
	卸売	62	8	3	9	6	6	10	5	9
			12.9	4.8	14.5	9.7	9.7	16.1	8.1	14.5
	小売	201	20	13	16	21	12	26	43	53
			10.0	6.5	8.0	10.4	6.0	12.9	21.4	26.4
	運輸	26	3	1	3	3	6	5	3	13
			11.5	3.8	11.5	11.5	23.1	19.2	11.5	50.0
	不動産	26	1	0	1	1	1	2	8	9
			3.8	0.0	3.8	3.8	3.8	7.7	30.8	34.6
宿泊	12	0	0	1	0	0	0	2	9	
		0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	16.7	75.0	
飲食サービス	82	8	3	4	4	2	6	19	37	
		9.8	3.7	4.9	4.9	2.4	7.3	23.2	45.1	
情報通信	8	2	0	1	1	0	1	1	4	
		25.0	0.0	12.5	12.5	0.0	12.5	12.5	50.0	
その他	378	21	19	27	48	51	37	73	116	
		5.6	5.0	7.1	12.7	13.5	9.8	19.3	30.7	
不明	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
加入団体別	富士宮商工会議所	952	80	49	86	100	109	115	198	247
			8.4	5.1	9.0	10.5	11.4	12.1	20.8	25.9
	芝川商工会	107	7	4	7	17	13	9	25	31
			6.5	3.7	6.5	15.9	12.1	8.4	23.4	29.0
富士宮民主商工会	87	5	5	16	4	2	12	22	28	
		5.7	5.7	18.4	4.6	2.3	13.8	25.3	32.2	
未入会	244	13	10	12	22	25	24	65	77	
		5.3	4.1	4.9	9.0	10.2	9.8	26.6	31.6	
業績別	増収増益	179	12	14	15	32	24	1	13	35
			6.7	7.8	8.4	17.9	13.4	0.6	7.3	19.6
	減収減益	666	56	23	64	54	64	112	139	260
		8.4	3.5	9.6	8.1	9.6	16.8	20.9	39.0	
その他	536	37	29	42	56	60	45	153	87	
		6.9	5.4	7.8	10.4	11.2	8.4	28.5	16.2	

#### (4) 外部要因

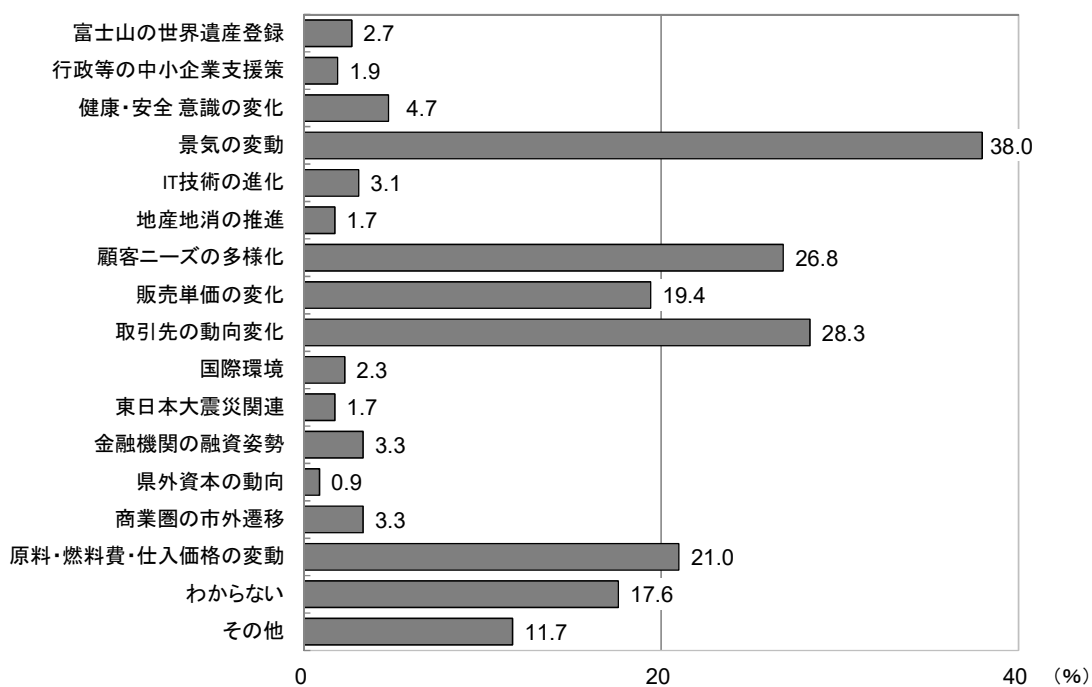
問4 問1~2の結果に繋がった外部要因を挙げてください。(複数選択可)

- 全体結果では、「新型コロナウイルス感染拡大」が43.0%と最も高く、次いで「景気の変動」が25.4%、「取引先の動向変化」が18.8%となっている。
- 前回結果と比較すると、多くの項目で回答割合が減少しており、今回調査で新たに追加した「新型コロナウイルス感染拡大」が高い割合となっている。
- 業種別にみると、運輸業、製造業、卸売業で「取引先の動向変化」が3割超でほかの業種と比べて高くなっている。
- 加入団体別にみると、富士宮商工会議所と芝川商工会で「新型コロナウイルス感染拡大」が4割超でほかの団体と比べて高くなっている。
- 業績別にみると、増収増益の事業所では「顧客ニーズの多様化」と「取引先の動向変化」の割合がほかの事業所と比べて高くなっている。



【前回結果】

(n=1,267)



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から



## 【クロス集計結果】

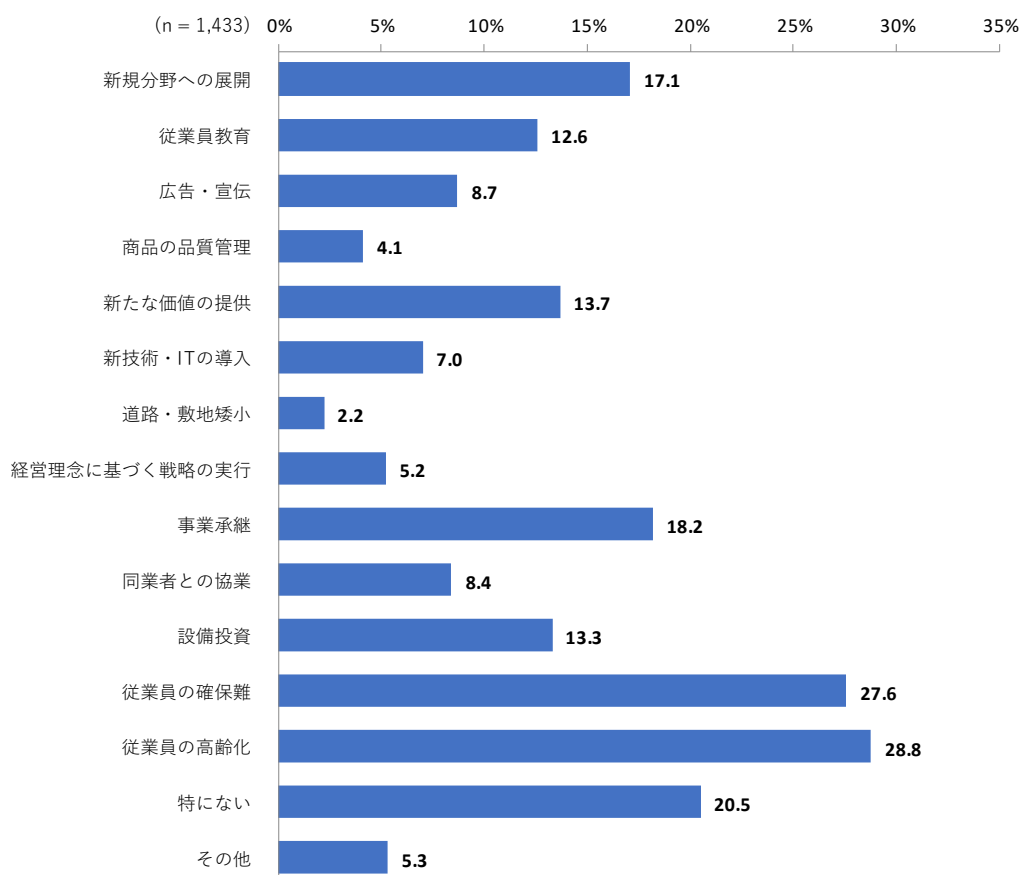
	n	産業構造の 変化	行政等の中 小企業支援 策	健康・安全意 識の変化	景気の変動	IT技術の進 化	地産地消の 推進	顧客ニーズの 多様化		
全 体	1,629	80 4.9	44 2.7	83 5.1	414 25.4	33 2.0	19 1.2	230 14.1		
業 種 別	建設	409 2.7	11 2.4	10 2.4	24 5.9	105 25.7	5 1.2	2 0.5	45 11.0	
	製造	262 6.5	17 3.8	10 3.8	12 4.6	84 32.1	2 0.8	5 1.9	32 12.2	
	卸売	79 10.1	8 5.1	4 5.1	4 5.1	29 36.7	3 3.8	0 0.0	14 17.7	
	小売	247 7.7	19 4.5	11 4.5	13 5.3	75 30.4	10 4.0	2 0.8	50 20.2	
	運輸	32 6.3	2 3.1	1 3.1	1 3.1	10 31.3	0 0.0	1 3.1	5 15.6	
	不動産	31 3.2	1 0.0	0 0.0	0 0.0	8 25.8	0 0.0	0 0.0	3 9.7	
	宿泊	12 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	
	飲食サービス	97 1.0	1 1.0	1 1.0	6 6.2	27 27.8	3 3.1	3 3.1	14 14.4	
	情報通信	7 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 14.3	0 0.0	2 28.6	
	その他	446 4.7	21 1.6	7 1.6	23 5.2	76 17.0	9 2.0	6 1.3	64 14.3	
	不明	7 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 14.3	
	加 入 団 体 別	富士宮商工会議所	1,141 5.1	58 3.0	34 3.0	56 4.9	290 25.4	21 1.8	11 1.0	165 14.5
		芝川商工会	121 4.1	5 3.3	4 3.3	7 5.8	28 23.1	3 2.5	4 3.3	21 17.4
富士宮民主商工会		89 0.0	0 2.2	2 2.2	5 5.6	29 32.8	0 0.0	1 1.1	10 11.2	
未入会		278 6.1	17 1.4	4 1.4	15 5.4	67 24.1	9 3.2	3 1.1	34 12.2	
業 績 別	増収増益	175 5.1	9 6.9	12 6.9	17 9.7	29 16.6	8 4.6	11 6.3	57 32.6	
	減収減益	699 6.3	44 2.6	18 2.6	37 5.3	243 34.8	15 2.1	5 0.7	94 13.4	
	その他	533 5.1	27 2.6	14 2.6	28 5.3	119 22.3	10 1.9	3 0.6	71 13.3	

	n	販売単価の 変化	取引先の動 向変化	国際環境の 変化(インバ ウンド等)	新型コロナウ イルス感染拡 大	金融機関の 融資姿勢	県外資本の 動向	商業圏の運 移	原料・燃料 費・仕入価格 の変動	わからない	その他		
全 体	1,629	164 10.1	307 18.8	32 2.0	701 43.0	50 3.1	3 0.2	20 1.2	198 12.2	204 12.5	187 11.5		
業 種 別	建設	409 7.6	31 23.0	94 23.0	2 0.5	104 25.4	15 3.7	0 0.0	1 0.2	57 13.9	85 20.8	41 10.0	
	製造	262 11.8	31 32.1	84 32.1	12 4.6	136 51.9	7 2.7	1 0.4	1 0.4	51 19.5	20 7.6	22 8.4	
	卸売	79 13.9	11 30.4	24 30.4	4 5.1	38 48.1	2 2.5	0 0.0	1 1.3	12 15.2	0 0.0	5 6.3	
	小売	247 18.2	45 10.9	27 10.9	3 1.2	113 45.7	11 4.5	1 0.4	11 4.5	28 11.3	19 7.7	25 10.1	
	運輸	32 9.4	3 34.4	11 34.4	0 0.0	17 53.1	2 6.3	0 0.0	0 0.0	5 15.6	0 0.0	5 15.6	
	不動産	31 6.5	2 3.2	1 3.2	0 0.0	12 38.7	1 3.2	0 0.0	2 6.5	0 0.0	7 22.6	5 16.1	
	宿泊	12 8.3	1 0.0	0 0.0	2 16.7	10 83.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 8.3	1 8.3	
	飲食サービス	97 4.1	4 5.2	5 5.2	4 4.1	75 77.3	1 1.0	1 1.0	0 0.0	12 12.4	7 7.2	5 5.2	
	情報通信	7 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 57.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 28.6	0 0.0	
	その他	446 8.1	36 13.7	61 13.7	5 1.1	190 42.6	11 2.5	0 0.0	3 0.7	32 7.2	62 13.9	74 16.6	
	不明	7 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 28.6	0 0.0	0 0.0	1 14.3	1 14.3	1 14.3	4 57.1	
	加 入 団 体 別	富士宮商工会議所	1,141 11.0	126 19.9	227 19.9	29 2.5	519 45.5	40 3.5	2 0.2	10 0.9	130 11.4	129 11.3	125 11.0
		芝川商工会	121 5.8	7 17.4	21 17.4	3 2.5	54 44.6	3 2.5	0 0.0	4 3.3	15 12.4	17 14.0	15 12.4
富士宮民主商工会		89 14.6	13 16.9	15 16.9	0 0.0	27 30.3	2 2.2	0 0.0	0 0.0	21 23.6	15 16.9	6 6.7	
未入会		278 6.5	18 15.8	44 15.8	0 0.0	101 36.3	5 1.8	1 0.4	6 2.2	32 11.5	43 15.5	41 14.7	
業 績 別	増収増益	175 14.9	26 34.9	61 34.9	3 1.7	16 9.1	14 8.0	0 0.0	3 1.7	4 2.3	22 12.6	16 9.1	
	減収減益	699 10.2	71 19.6	137 19.6	20 2.9	429 61.4	11 1.6	3 0.4	9 1.3	111 15.9	39 5.6	48 6.9	
	その他	533 11.8	63 19.5	104 19.5	8 1.5	132 24.8	23 4.3	0 0.0	5 0.9	73 13.7	120 22.5	48 9.0	

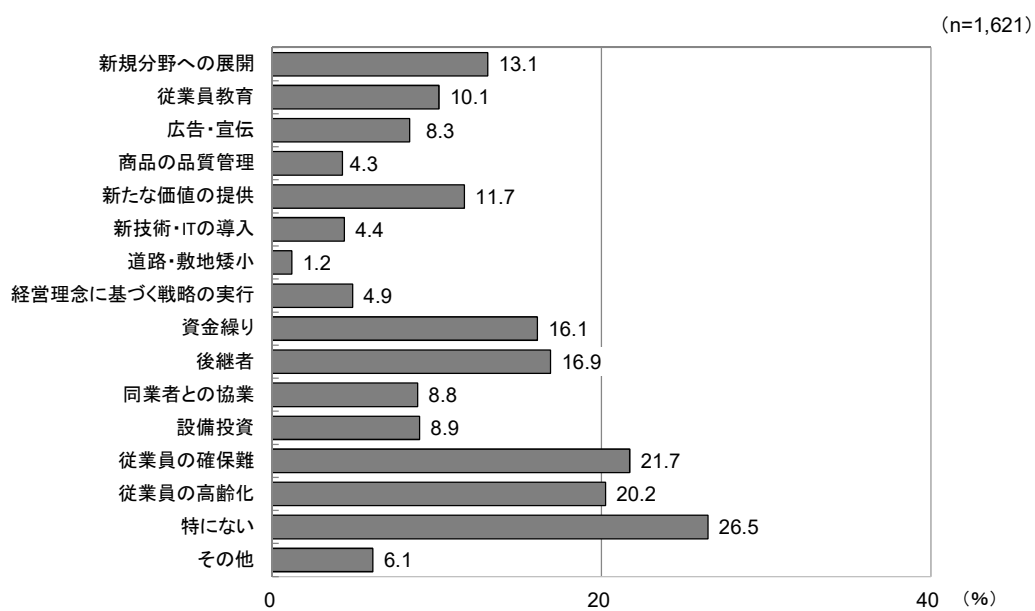
## (5) 経営環境における問題点

問5 貴事業所の経営環境における問題点を挙げてください。(複数選択可)

- ・全体結果では、「従業員の高齢化」が28.8%と最も高く、次いで「従業員の確保難」が27.6%、「特にない」が20.5%となっている。
- ・前回結果と比較すると、「従業員の高齢化」が8.6ポイント、「従業員の確保難」が5.9ポイント高くなっている。
- ・業種別にみると、「従業員の高齢化」について、運輸業が4割超、製造業、卸売業が3割超で、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所で「従業員の確保難」と「従業員の高齢化」の割合が、ほかの団体と比べて高くなっている。ただし、芝川商工会も同様の傾向がみられる。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「従業員の確保難」、減収減益の事業所では「従業員の高齢化」の割合が、ほかの事業所と比べてそれぞれ高くなっている。



## 【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

【クロス集計結果】

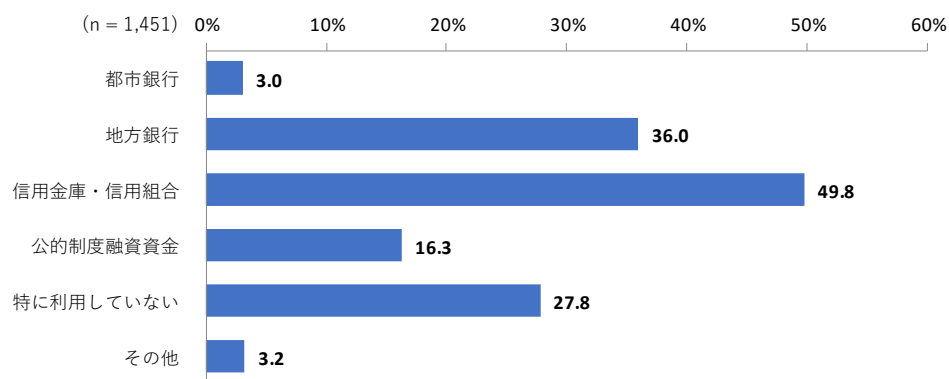
	n	新規分野への展開	従業員教育	広告・宣伝	商品の品質管理	新たな価値の提供	新技術・ITの導入	道路・敷地狭小	
全体	1,433	245	180	124	59	196	100	32	
		17.1	12.6	8.7	4.1	13.7	7.0	2.2	
業種別	建設	377	48	51	29	8	21	12	3
		12.7	13.5	7.7	2.1	5.6	3.2	0.8	
	製造	235	60	34	14	22	37	24	9
		25.5	14.5	6.0	9.4	15.7	10.2	3.8	
	卸売	66	16	10	4	3	15	2	1
		24.2	15.2	6.1	4.5	22.7	3.0	1.5	
	小売	215	36	17	25	10	42	19	6
		16.7	7.9	11.6	4.7	19.5	8.8	2.8	
	運輸	26	3	3	1	0	2	1	0
		11.5	11.5	3.8	0.0	7.7	3.8	0.0	
	不動産	27	4	1	0	0	3	1	1
		14.8	3.7	0.0	0.0	11.1	3.7	3.7	
宿泊	12	1	0	1	0	5	0	0	
	8.3	0.0	8.3	0.0	41.7	0.0	0.0		
飲食サービス	84	9	7	9	1	14	6	1	
	10.7	8.3	10.7	1.2	16.7	7.1	1.2		
情報通信	7	1	1	0	1	1	2	0	
	14.3	14.3	0.0	14.3	14.3	28.6	0.0		
その他	383	67	56	41	14	55	33	11	
	17.5	14.6	10.7	3.7	14.4	8.6	2.9		
不明	1	0	0	0	0	1	0	0	
	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0		
加入団体別	富士宮商工会議所	990	182	138	87	42	158	70	21
		18.4	13.9	8.8	4.2	16.0	7.1	2.1	
	芝川商工会	110	16	13	12	4	13	9	4
		14.5	11.8	10.9	3.6	11.8	8.2	3.6	
富士宮民主商工会	86	10	6	6	3	4	2	1	
	11.6	7.0	7.0	3.5	4.7	2.3	1.2		
未入会	247	37	23	19	10	21	19	6	
	15.0	9.3	7.7	4.0	8.5	7.7	2.4		
業績別	増収増益	178	29	47	16	10	24	14	11
		16.3	26.4	9.0	5.6	13.5	7.9	6.2	
	減収減益	691	121	61	63	24	104	45	9
	17.5	8.8	9.1	3.5	15.1	6.5	1.3		
その他	554	93	71	45	25	68	40	11	
	16.8	12.8	8.1	4.5	12.3	7.2	2.0		

	n	経営理念に基づく戦略の実行	事業承継	同業者との協業	設備投資	従業員の確保	従業員の高齢化	特にない	その他	
全体	1,433	74	261	121	191	395	412	294	76	
		5.2	18.2	8.4	13.3	27.6	28.8	20.5	5.3	
業種別	建設	377	18	59	52	30	133	101	95	13
		4.8	15.6	13.8	8.0	35.3	26.8	25.2	3.4	
	製造	235	9	56	16	48	72	86	37	8
		3.8	23.8	6.8	20.4	30.6	36.6	15.7	3.4	
	卸売	66	2	15	7	6	14	23	11	1
		3.0	22.7	10.6	9.1	21.2	34.8	16.7	1.5	
	小売	215	12	50	12	29	35	62	35	12
		5.6	23.3	5.6	13.5	16.3	28.8	16.3	5.6	
	運輸	26	0	5	2	5	13	12	2	1
		0.0	19.2	7.7	19.2	50.0	46.2	7.7	3.8	
	不動産	27	1	6	3	2	0	3	9	2
		3.7	22.2	11.1	7.4	0.0	11.1	33.3	7.4	
宿泊	12	1	2	0	2	2	1	1	3	
	8.3	16.7	0.0	16.7	16.7	8.3	8.3	25.0		
飲食サービス	84	7	14	4	10	12	21	22	14	
	8.3	16.7	4.8	11.9	14.3	25.0	26.2	16.7		
情報通信	7	1	1	1	0	0	2	0	1	
	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0	28.6	0.0	14.3		
その他	383	23	53	24	59	114	101	82	21	
	6.0	13.8	6.3	15.4	29.8	26.4	21.4	5.5		
不明	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
加入団体別	富士宮商工会議所	990	61	183	81	144	298	306	169	50
		6.2	18.5	8.2	14.5	30.1	30.9	17.1	5.1	
	芝川商工会	110	2	19	8	14	27	29	27	4
		1.8	17.3	7.3	12.7	24.5	26.4	24.5	3.6	
富士宮民主商工会	86	2	14	18	9	13	19	31	5	
	2.3	16.3	20.9	10.5	15.1	22.1	36.0	5.8		
未入会	247	9	45	14	24	57	58	67	17	
	3.6	18.2	5.7	9.7	23.1	23.5	27.1	6.9		
業績別	増収増益	178	13	27	16	23	74	50	23	3
		7.3	15.2	9.0	12.9	41.6	28.1	12.9	1.7	
	減収減益	691	30	142	67	89	143	211	153	44
	4.3	20.5	9.7	12.9	20.7	30.5	22.1	6.4		
その他	554	30	90	38	79	176	147	116	28	
	5.4	16.2	6.9	14.3	31.8	26.5	20.9	5.1		

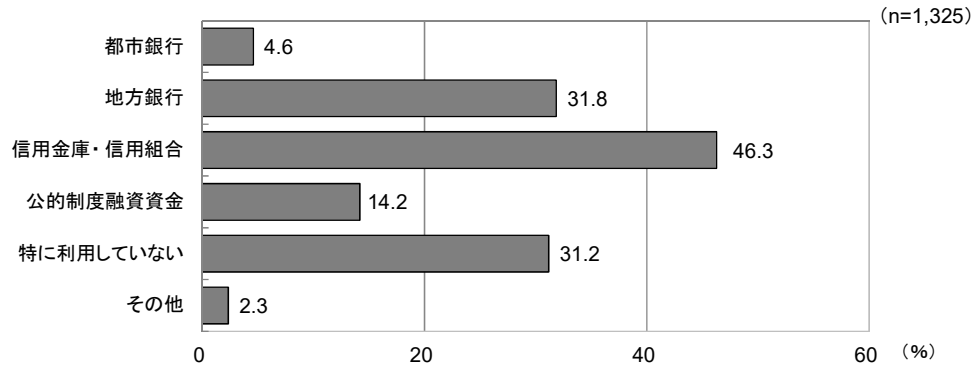
## (6) 事業資金の調達窓口

### 問6 事業資金の調達窓口を挙げてください。(複数選択可)

- ・全体結果では、「信用金庫・信用組合」が49.8%と最も高く、次いで「地方銀行」が36.0%、「特に利用していない」が27.8%となっている。
- ・前回結果と比較すると、「地方銀行」の割合がやや高くなっている。
- ・業種別にみると、運輸業と卸売業では「信用金庫・信用組合」が6割超で特に高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮民主商工会では「特に利用していない」、そのほかの団体では「信用金庫・信用組合」の割合がそれぞれ最も高くなっている。
- ・業績別にみると、減収減益の事業所では「公的制度融資資金」「特に利用していない」の割合が、ほかの事業所と比べてやや高くなっている。



【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

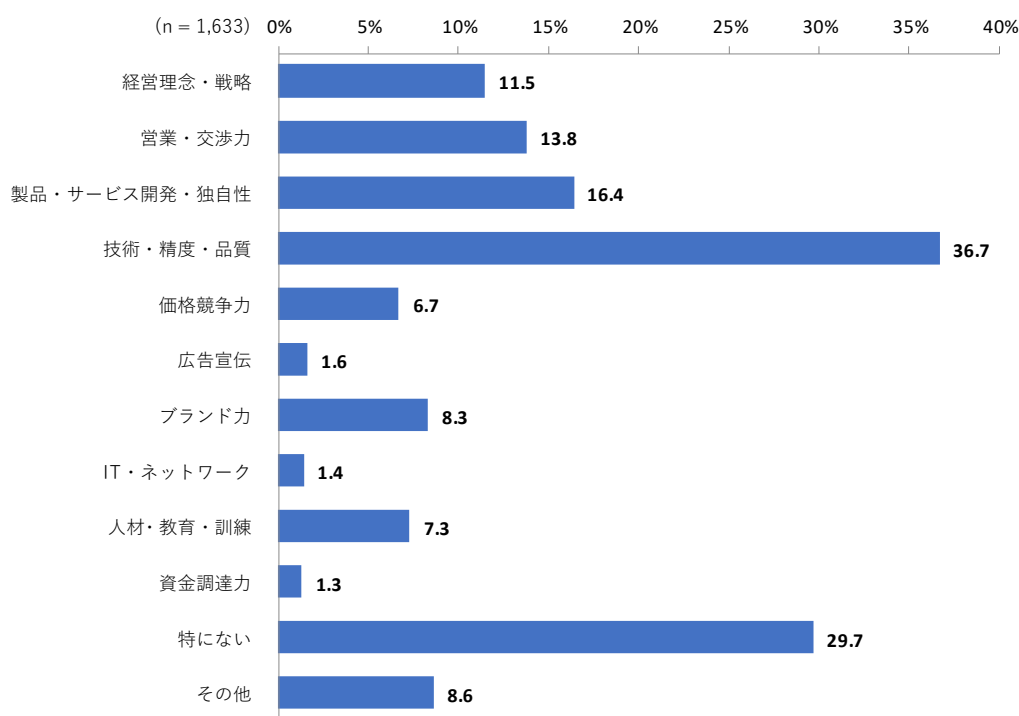
【クロス集計結果】

	n	都市銀行		信用金庫・信用組合		公的制度融資資金		特に利用していない		その他			
		割合 (%)	人数	割合 (%)	人数	割合 (%)	人数	割合 (%)	人数	割合 (%)	人数		
全 体	1,451	3.0	44	36.0	49.8	722	16.3	237	27.8	403	3.2	46	
業 種 別	建設	0.8	3	38.3	150	49.7	195	14.5	57	23.2	91	2.0	8
	製造	9.5	22	51.3	119	58.6	136	20.7	48	13.8	32	3.0	7
	卸売	5.9	4	52.9	36	63.2	43	20.6	14	16.2	11	0.0	0
	小売	0.9	2	28.5	61	46.3	99	16.4	35	36.4	78	2.3	5
	運輸	4.0	1	52.0	13	64.0	16	16.0	4	12.0	3	0.0	0
	不動産	0.0	0	37.0	10	29.6	8	18.5	5	33.3	9	0.0	0
	宿泊	8.3	1	33.3	4	25.0	3	25.0	3	33.3	4	16.7	2
	飲食サービス	2.4	2	12.0	10	42.2	35	24.1	20	39.8	33	2.4	2
	情報通信	12.5	1	50.0	4	50.0	4	12.5	1	12.5	1	0.0	0
	その他	2.1	8	29.8	116	47.0	183	12.9	50	36.2	141	5.4	21
	不明	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	100.0	1
	加 入 団 体 別	富士宮商工会議所	3.5	35	40.3	402	52.5	524	18.9	189	23.6	236	2.6
芝川商工会		2.8	3	19.4	21	48.1	52	18.5	20	39.8	43	2.8	3
富士宮民主商工会		0.0	0	14.1	13	37.0	34	1.1	1	48.9	45	3.3	3
未入会		2.4	6	34.4	87	44.3	112	10.7	27	31.2	79	5.5	14
業 績 別	増収増益	8.4	15	47.5	85	53.1	95	15.1	27	17.3	31	5.0	9
	減収減益	1.7	12	30.6	214	48.3	338	19.0	133	32.4	227	2.6	18
	その他	3.0	17	39.6	221	50.4	281	13.6	76	25.1	140	3.4	19

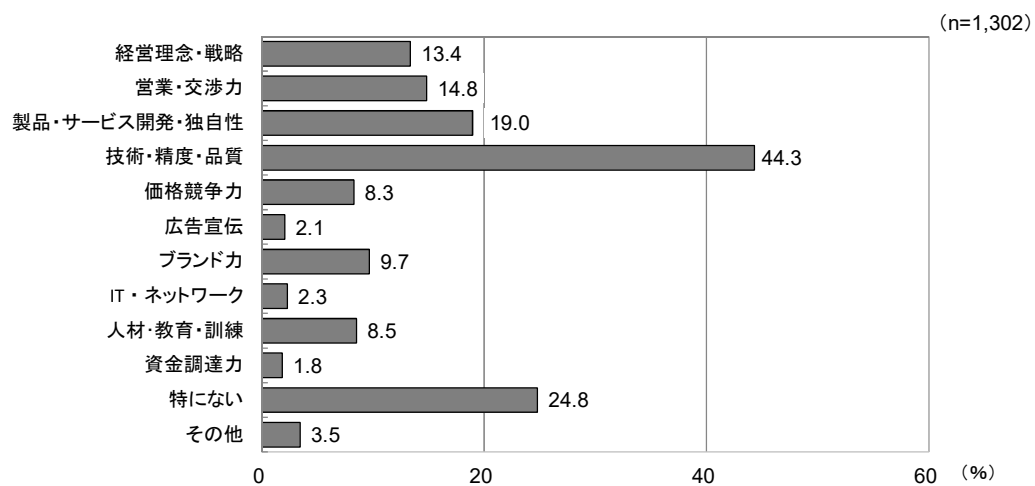
## (7) 事業所の強み

問7 貴事業所の強みは何ですか？当てはまるものを挙げてください。(複数選択可)

- ・全体結果では、「技術・精度・品質」が36.7%と最も高く、次いで「特にない」が29.7%、「製品・サービス開発・独自性」が16.4%となっている。
- ・前回結果と比較すると、前回と同様に今回も「技術・精度・品質」の割合が突出して高くなっている。
- ・業種別にみると、卸売業と運輸業では「営業・交渉力」の割合が、最も高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所では「技術・精度・品質」の割合が、ほかの団体と比べて高くなっている。一方で、そのほかの事業所では、「特にない」の回答が最も高くなっている（同率1位含む）。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「技術・精度・品質」、減収減益の事業所では「特にない」の割合がそれぞれ最も高くなっている。



## 【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から



【クロス集計結果】

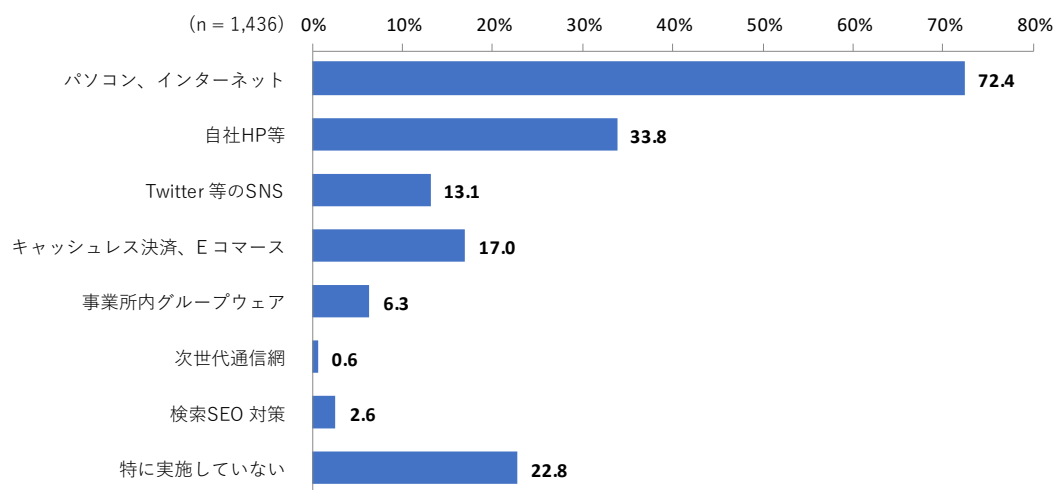
		n	経営理念・戦略	営業・交渉力	製品・サービス開発・独自性	技術・精度・品質	価格競争力	広告宣伝	
全体		1,633	188	226	267	599	109	26	
			11.5	13.8	16.4	36.7	6.7	1.6	
業種別	建設	421	39	71	28	208	30	6	
			9.3	16.9	6.7	49.4	7.1	1.4	
	製造	261	27	30	75	147	23	2	
			10.3	11.5	28.7	56.3	8.8	0.8	
	卸売	79	11	23	21	14	11	0	
			13.9	29.1	26.6	17.7	13.9	0.0	
	小売	243	27	30	54	51	21	10	
			11.1	12.3	22.2	21.0	8.6	4.1	
	運輸	31	5	12	2	4	0	0	
			16.1	38.7	6.5	12.9	0.0	0.0	
	不動産	30	2	2	3	2	0	0	
			6.7	6.7	10.0	6.7	0.0	0.0	
加入団体別	富士宮商工会議所	1,139	143	177	201	444	75	20	
			12.6	15.5	17.6	39.0	6.6	1.8	
	芝川商工会	117	9	15	18	40	9	1	
			7.7	12.8	15.4	34.2	7.7	0.9	
	富士宮民主商工会	94	3	5	5	33	7	1	
			3.2	5.3	5.3	35.1	7.4	1.1	
	未入会	283	33	29	43	82	18	4	
			11.7	10.2	15.2	29.0	6.4	1.4	
	業績別	増収増益	179	50	59	41	84	20	7
				27.9	33.0	22.9	46.9	11.2	3.9
減収減益		682	57	58	108	230	38	12	
			8.4	8.5	15.8	33.7	5.6	1.8	
その他	550	71	87	88	235	47	6		
		12.9	15.8	16.0	42.7	8.5	1.1		

		n	ブランドカ	IT・ネットワーク	人材・教育・訓練	資金調達力	特にない	その他	
全体		1,633	136	23	119	21	485	141	
			8.3	1.4	7.3	1.3	29.7	8.6	
業種別	建設	421	15	3	29	9	127	26	
			3.6	0.7	6.9	2.1	30.2	6.2	
	製造	261	23	1	8	2	58	12	
			8.8	0.4	3.1	0.8	22.2	4.6	
	卸売	79	7	1	4	1	22	6	
			8.9	1.3	5.1	1.3	27.8	7.6	
	小売	243	38	4	12	1	76	28	
			15.6	1.6	4.9	0.4	31.3	11.5	
	運輸	31	1	1	6	1	11	2	
			3.2	3.2	19.4	3.2	35.5	6.5	
	不動産	30	2	0	0	0	19	3	
			6.7	0.0	0.0	0.0	63.3	10.0	
加入団体別	富士宮商工会議所	1,139	110	15	83	17	299	104	
			9.7	1.3	7.3	1.5	26.3	9.1	
	芝川商工会	117	9	2	3	0	40	11	
			7.7	1.7	2.6	0.0	34.2	9.4	
	富士宮民主商工会	94	0	1	3	0	40	7	
			0.0	1.1	3.2	0.0	42.6	7.4	
	未入会	283	17	5	30	4	106	19	
			6.0	1.8	10.6	1.4	37.5	6.7	
	業績別	増収増益	179	19	6	24	7	24	11
				10.6	3.4	13.4	3.9	13.4	6.1
減収減益		682	66	8	39	4	249	32	
			9.7	1.2	5.7	0.6	36.5	4.7	
その他	550	46	8	48	9	148	23		
		8.4	1.5	8.7	1.6	26.9	4.2		

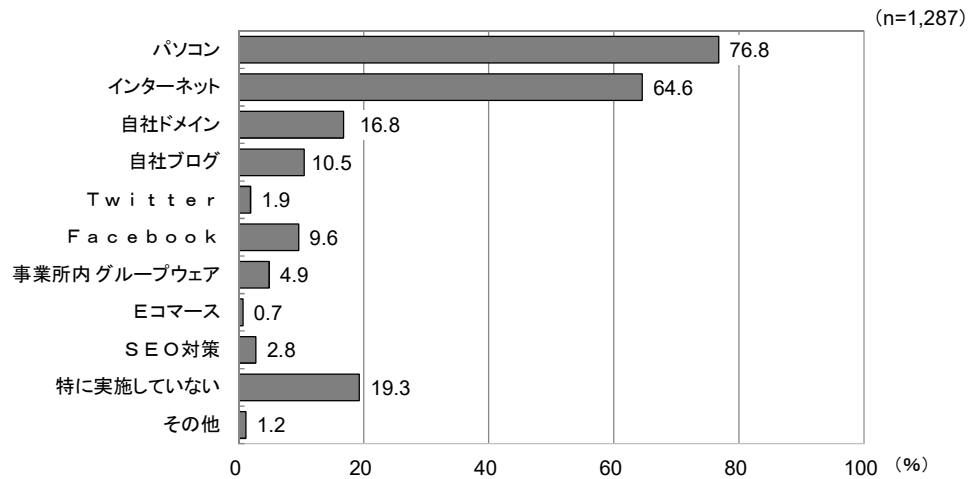
## (8) IT関連で導入・実施済のもの

問8 IT関連で導入・実施済のものを教えてください。(複数選択可)

- 全体結果では、「パソコン、インターネット」が72.4%と最も高く、次いで「自社HP等」が33.8%、「特に実施していない」が22.8%となっている。
- 前回結果と比較すると、項目が異なるためあくまで参考となるが、前回の「Eコマース」が0.7%であったのに対し、今回の「キャッシュレス決済、Eコマース」は17.0%と、割合が高くなっている。新型コロナウイルス感染症拡大にともない、キャッシュレス決済が大きく普及したことが回答に反映されていることがうかがえる。
- 業種別にみると、すべての業種で「パソコン、インターネット」の割合が最も高くなっている。
- 加入団体別にみると、富士宮民主商工会では「特に実施していない」が、そのほかの団体では「パソコン、インターネット」の割合がそれぞれ最も高くなっている。
- 業績別にみると、増収増益の事業所では「パソコン、インターネット」が約9割で、ほかの事業所と比べて特に高くなっている。



【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

【クロス集計結果】

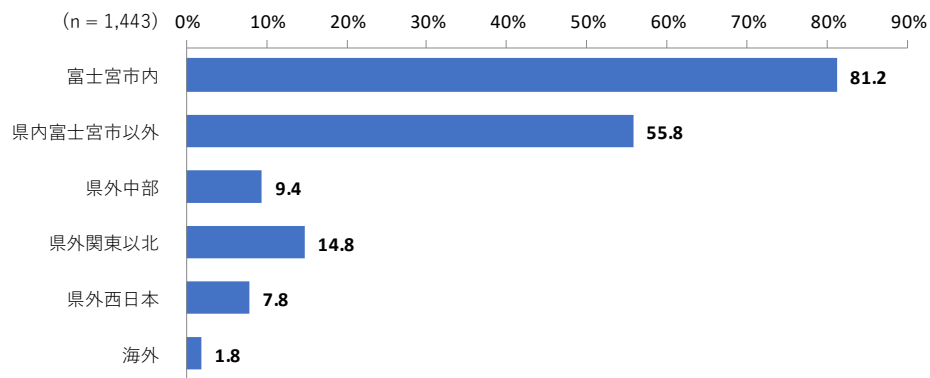
	n	パソコン、インターネット	自社HP等	Twitter等のSNS	キャッシュレス決済、Eコマース	事業所内グループウェア	次世代通信網	検索SEO対策	特に実施していない
全体	1,436	1,040 <b>72.4</b>	485 <b>33.8</b>	188 <b>13.1</b>	244 <b>17.0</b>	91 <b>6.3</b>	9 <b>0.6</b>	37 <b>2.6</b>	328 <b>22.8</b>
業種別	建設	265 <b>69.9</b>	76 <b>20.1</b>	23 <b>6.1</b>	20 <b>5.3</b>	14 <b>3.7</b>	0 <b>0.0</b>	10 <b>2.6</b>	103 <b>27.2</b>
	製造	172 <b>73.8</b>	89 <b>38.2</b>	24 <b>10.3</b>	21 <b>9.0</b>	29 <b>12.4</b>	1 <b>0.4</b>	3 <b>1.3</b>	53 <b>22.7</b>
	卸売	53 <b>77.9</b>	25 <b>36.8</b>	5 <b>7.4</b>	14 <b>20.6</b>	4 <b>5.9</b>	0 <b>0.0</b>	2 <b>2.9</b>	13 <b>19.1</b>
	小売	141 <b>66.5</b>	66 <b>31.1</b>	43 <b>20.3</b>	80 <b>37.7</b>	9 <b>4.2</b>	1 <b>0.5</b>	6 <b>2.8</b>	55 <b>25.9</b>
	運輸	20 <b>80.0</b>	4 <b>16.0</b>	0 <b>0.0</b>	3 <b>12.0</b>	1 <b>4.0</b>	0 <b>0.0</b>	0 <b>0.0</b>	3 <b>12.0</b>
	不動産	15 <b>55.6</b>	4 <b>14.8</b>	0 <b>0.0</b>	0 <b>0.0</b>	0 <b>0.0</b>	0 <b>0.0</b>	0 <b>0.0</b>	12 <b>44.4</b>
	宿泊	12 <b>100.0</b>	10 <b>83.3</b>	3 <b>25.0</b>	7 <b>58.3</b>	2 <b>16.7</b>	0 <b>0.0</b>	1 <b>8.3</b>	0 <b>0.0</b>
	飲食サービス	37 <b>45.1</b>	27 <b>32.9</b>	16 <b>19.5</b>	24 <b>29.3</b>	0 <b>0.0</b>	1 <b>1.2</b>	2 <b>2.4</b>	33 <b>40.2</b>
	情報通信	8 <b>100.0</b>	5 <b>62.5</b>	2 <b>25.0</b>	1 <b>12.5</b>	3 <b>37.5</b>	0 <b>0.0</b>	1 <b>12.5</b>	0 <b>0.0</b>
	その他	316 <b>81.2</b>	178 <b>45.8</b>	71 <b>18.3</b>	73 <b>18.8</b>	29 <b>7.5</b>	6 <b>1.5</b>	11 <b>2.8</b>	56 <b>14.4</b>
	不明	1 <b>100.0</b>	1 <b>100.0</b>	1 <b>100.0</b>	1 <b>100.0</b>	0 <b>0.0</b>	0 <b>0.0</b>	1 <b>100.0</b>	0 <b>0.0</b>
	加入団体別	富士宮商工会議所	747 <b>75.7</b>	378 <b>38.3</b>	148 <b>15.0</b>	196 <b>19.9</b>	73 <b>7.4</b>	7 <b>0.7</b>	30 <b>3.0</b>
芝川商工会		71 <b>64.5</b>	32 <b>29.1</b>	15 <b>13.6</b>	13 <b>11.8</b>	5 <b>4.5</b>	0 <b>0.0</b>	5 <b>4.5</b>	34 <b>30.9</b>
富士宮民主商工会		32 <b>36.0</b>	3 <b>3.4</b>	3 <b>3.4</b>	6 <b>6.7</b>	1 <b>1.1</b>	0 <b>0.0</b>	0 <b>0.0</b>	51 <b>57.3</b>
未入会		190 <b>76.0</b>	72 <b>28.8</b>	22 <b>8.8</b>	29 <b>11.6</b>	12 <b>4.8</b>	2 <b>0.8</b>	2 <b>0.8</b>	55 <b>22.0</b>
業績別	増収増益	157 <b>89.2</b>	84 <b>47.7</b>	28 <b>15.9</b>	30 <b>17.0</b>	29 <b>16.5</b>	3 <b>1.7</b>	13 <b>7.4</b>	12 <b>6.8</b>
	減収減益	467 <b>67.5</b>	199 <b>28.8</b>	80 <b>11.6</b>	133 <b>19.2</b>	20 <b>2.9</b>	3 <b>0.4</b>	12 <b>1.7</b>	190 <b>27.5</b>
	その他	408 <b>73.8</b>	201 <b>36.3</b>	80 <b>14.5</b>	80 <b>14.5</b>	42 <b>7.6</b>	3 <b>0.5</b>	12 <b>2.2</b>	119 <b>21.5</b>

### 3. 市場に関すること

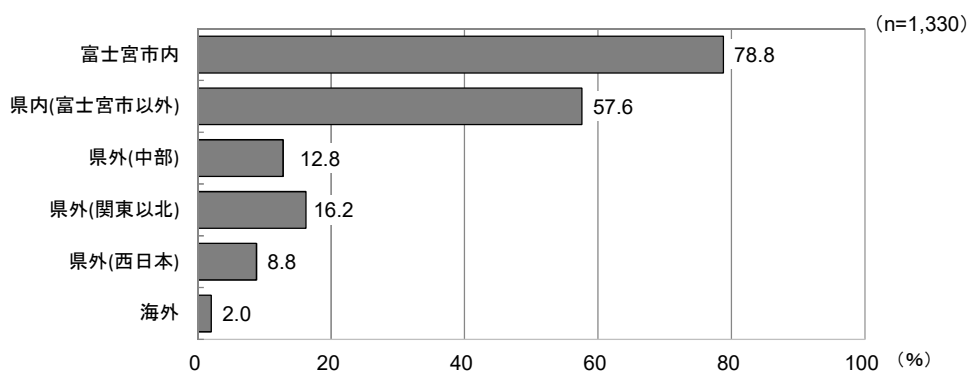
#### (1) 主な得意先・販売先の所在地

問9 主な得意先・販売先の所在地について教えてください。(複数選択可)

- ・全体結果では、「富士宮市内」が81.2%と最も高く、次いで「県内富士宮市以外」が55.8%、「県外関東以北」が14.8%となっている。
- ・前回結果と比較すると、前回と同様に「富士宮市内」の割合が最も高くなっている。
- ・業種別にみると、宿泊業では「県外関東以北」の割合が最も高くなっている。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「富士宮市内」の割合が最も高く、次いで「県内富士宮市以外」となっている。
- ・業績別にみると、いずれの事業所においても「富士宮市内」が8割程度の回答割合となっている。



## 【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

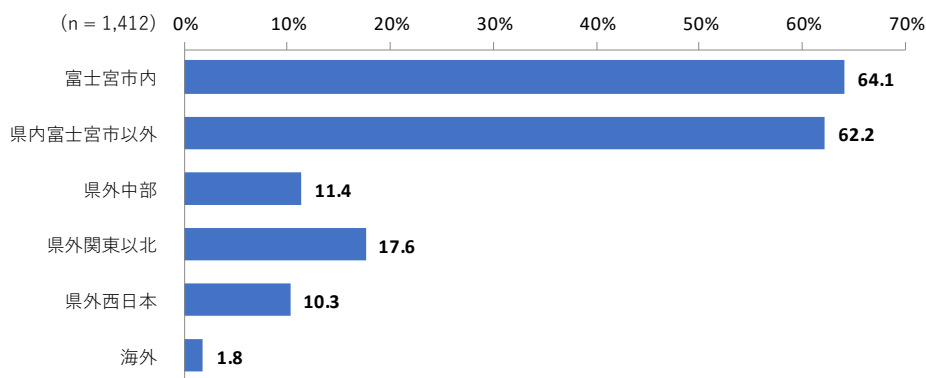
## 【クロス集計結果】

		n	富士宮市内	県内富士宮市以外	県外中部	県外関東以北	県外西日本	海外
全 体		1,443	1,171	805	135	214	113	26
			<b>81.2</b>	<b>55.8</b>	<b>9.4</b>	<b>14.8</b>	<b>7.8</b>	<b>1.8</b>
業 種 別	建設	389	313	269	25	30	14	0
			<b>80.5</b>	<b>69.2</b>	<b>6.4</b>	<b>7.7</b>	<b>3.6</b>	<b>0.0</b>
	製造	230	132	130	45	87	49	15
			<b>57.4</b>	<b>56.5</b>	<b>19.6</b>	<b>37.8</b>	<b>21.3</b>	<b>6.5</b>
	卸売	69	53	44	11	14	10	3
			<b>76.8</b>	<b>63.8</b>	<b>15.9</b>	<b>20.3</b>	<b>14.5</b>	<b>4.3</b>
	小売	214	208	86	15	17	9	2
			<b>97.2</b>	<b>40.2</b>	<b>7.0</b>	<b>7.9</b>	<b>4.2</b>	<b>0.9</b>
	運輸	25	19	17	5	9	3	0
			<b>76.0</b>	<b>68.0</b>	<b>20.0</b>	<b>36.0</b>	<b>12.0</b>	<b>0.0</b>
	不動産	26	20	13	1	2	2	0
		<b>76.9</b>	<b>50.0</b>	<b>3.8</b>	<b>7.7</b>	<b>7.7</b>	<b>0.0</b>	
宿泊	12	4	5	2	11	7	2	
		<b>33.3</b>	<b>41.7</b>	<b>16.7</b>	<b>91.7</b>	<b>58.3</b>	<b>16.7</b>	
飲食サービス	84	77	39	7	11	6	1	
		<b>91.7</b>	<b>46.4</b>	<b>8.3</b>	<b>13.1</b>	<b>7.1</b>	<b>1.2</b>	
情報通信	8	5	5	4	2	1	0	
		<b>62.5</b>	<b>62.5</b>	<b>50.0</b>	<b>25.0</b>	<b>12.5</b>	<b>0.0</b>	
その他	386	340	197	20	31	12	3	
		<b>88.1</b>	<b>51.0</b>	<b>5.2</b>	<b>8.0</b>	<b>3.1</b>	<b>0.8</b>	
不明	0	0	0	0	0	0	0	
		<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	
加 入 団 体 別	富士宮商工会議所	988	801	563	107	166	90	22
			<b>81.1</b>	<b>57.0</b>	<b>10.8</b>	<b>16.8</b>	<b>9.1</b>	<b>2.2</b>
	芝川商工会	110	89	62	10	14	6	2
			<b>80.9</b>	<b>56.4</b>	<b>9.1</b>	<b>12.7</b>	<b>5.5</b>	<b>1.8</b>
富士宮民主商工会	91	76	45	3	2	0	0	
		<b>83.5</b>	<b>49.5</b>	<b>3.3</b>	<b>2.2</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	
未入会	254	205	135	15	32	17	2	
		<b>80.7</b>	<b>53.1</b>	<b>5.9</b>	<b>12.6</b>	<b>6.7</b>	<b>0.8</b>	
業 績 別	増収増益	171	133	110	23	34	21	3
			<b>77.8</b>	<b>64.3</b>	<b>13.5</b>	<b>19.9</b>	<b>12.3</b>	<b>1.8</b>
	減収減益	697	582	368	67	97	54	15
		<b>83.5</b>	<b>52.8</b>	<b>9.6</b>	<b>13.9</b>	<b>7.7</b>	<b>2.2</b>	
その他	561	445	323	44	82	38	8	
		<b>79.3</b>	<b>57.6</b>	<b>7.8</b>	<b>14.6</b>	<b>6.8</b>	<b>1.4</b>	

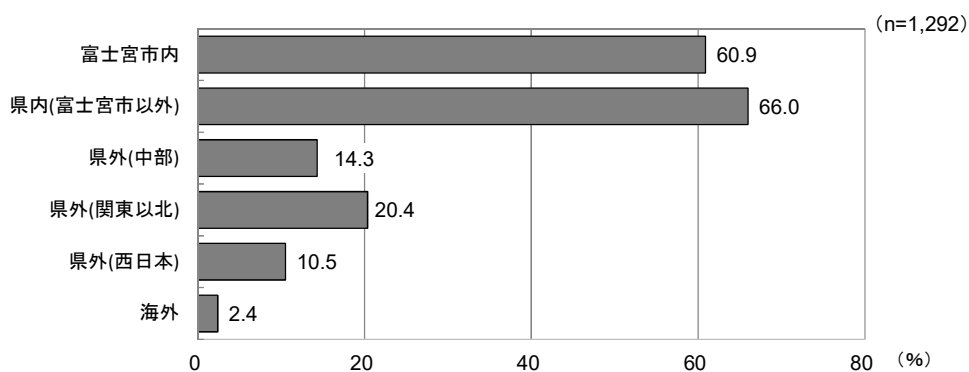
## (2) 主な仕入先・外注先の所在地

問 10 主な仕入先・外注先の所在地について教えてください。(複数選択可)

- 全体結果では、「富士宮市内」が 64.1%と最も高く、次いで「県内富士宮市以外」が 62.2%、「県外関東以北」が 17.6%となっている。
- 前回結果と比較すると、前は「県内富士宮市以外」が「富士宮市内」を上回ったが、今回は「富士宮市内」の割合が高くなっている。
- 業種別にみると、製造業、卸売業、小売業、運輸業では「県内富士宮市以外」の割合が最も高くなっている。
- 加入団体別にみると、芝川商工会と富士宮民主商工会では「県内富士宮市以外」、そのほかの団体では「富士宮市内」の割合がそれぞれ最も高くなっている。
- 業績別にみると、減収減益の事業所では「県内富士宮市以外」、そのほかの事業所では「富士宮市内」の割合がそれぞれ最も高くなっている。



## 【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】

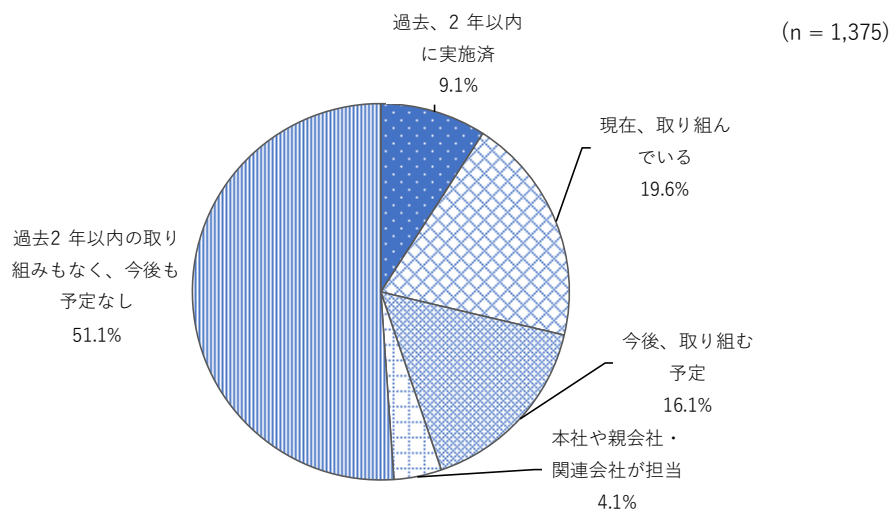
		n	富士宮市内	県内富士宮市以外	県外中部	県外関東以北	県外西日本	海外
全 体		1,412	905	878	161	249	145	26
			<b>64.1</b>	<b>62.2</b>	<b>11.4</b>	<b>17.6</b>	<b>10.3</b>	<b>1.8</b>
業 種 別	建設	389	306	262	22	22	18	2
			<b>78.7</b>	<b>67.4</b>	<b>5.7</b>	<b>5.7</b>	<b>4.6</b>	<b>0.5</b>
	製造	228	123	154	38	63	24	9
			<b>53.9</b>	<b>67.5</b>	<b>16.7</b>	<b>27.6</b>	<b>10.5</b>	<b>3.9</b>
	卸売	68	23	43	26	32	25	3
			<b>33.8</b>	<b>63.2</b>	<b>38.2</b>	<b>47.1</b>	<b>36.8</b>	<b>4.4</b>
	小売	218	87	121	45	76	46	4
			<b>39.9</b>	<b>55.5</b>	<b>20.6</b>	<b>34.9</b>	<b>21.1</b>	<b>1.8</b>
	運輸	24	17	18	2	3	1	0
			<b>70.8</b>	<b>75.0</b>	<b>8.3</b>	<b>12.5</b>	<b>4.2</b>	<b>0.0</b>
	不動産	24	20	8	0	2	0	0
		<b>83.3</b>	<b>33.3</b>	<b>0.0</b>	<b>8.3</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	
宿泊	11	9	5	0	1	1	0	
		<b>81.8</b>	<b>45.5</b>	<b>0.0</b>	<b>9.1</b>	<b>9.1</b>	<b>0.0</b>	
飲食サービス	84	75	45	4	7	5	1	
		<b>89.3</b>	<b>53.6</b>	<b>4.8</b>	<b>8.3</b>	<b>6.0</b>	<b>1.2</b>	
情報通信	8	3	3	2	1	2	2	
		<b>37.5</b>	<b>37.5</b>	<b>25.0</b>	<b>12.5</b>	<b>25.0</b>	<b>25.0</b>	
その他	357	241	219	22	42	23	5	
		<b>67.5</b>	<b>61.3</b>	<b>6.2</b>	<b>11.8</b>	<b>6.4</b>	<b>1.4</b>	
不明	1	1	0	0	0	0	0	
		<b>100.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	
加 入 団 体 別	富士宮商工会議所	965	611	602	128	192	111	24
			<b>63.3</b>	<b>62.4</b>	<b>13.3</b>	<b>19.9</b>	<b>11.5</b>	<b>2.5</b>
	芝川商工会	109	74	75	7	12	7	0
			<b>67.9</b>	<b>68.8</b>	<b>6.4</b>	<b>11.0</b>	<b>6.4</b>	<b>0.0</b>
富士宮民主商工会	89	54	61	3	5	2	0	
		<b>60.7</b>	<b>68.5</b>	<b>3.4</b>	<b>5.6</b>	<b>2.2</b>	<b>0.0</b>	
未入会	249	166	140	23	40	25	2	
		<b>66.7</b>	<b>56.2</b>	<b>9.2</b>	<b>16.1</b>	<b>10.0</b>	<b>0.8</b>	
業 績 別	増収増益	174	131	110	22	33	20	7
			<b>75.3</b>	<b>63.2</b>	<b>12.6</b>	<b>19.0</b>	<b>11.5</b>	<b>4.0</b>
	減収減益	685	420	430	80	119	72	6
		<b>61.3</b>	<b>62.8</b>	<b>11.7</b>	<b>17.4</b>	<b>10.5</b>	<b>0.9</b>	
その他	540	347	331	59	95	53	13	
		<b>64.3</b>	<b>61.3</b>	<b>10.9</b>	<b>17.6</b>	<b>9.8</b>	<b>2.4</b>	

#### 4. 開発・研究に関すること

##### (1) 商品・サービス等への新たな取り組みについて

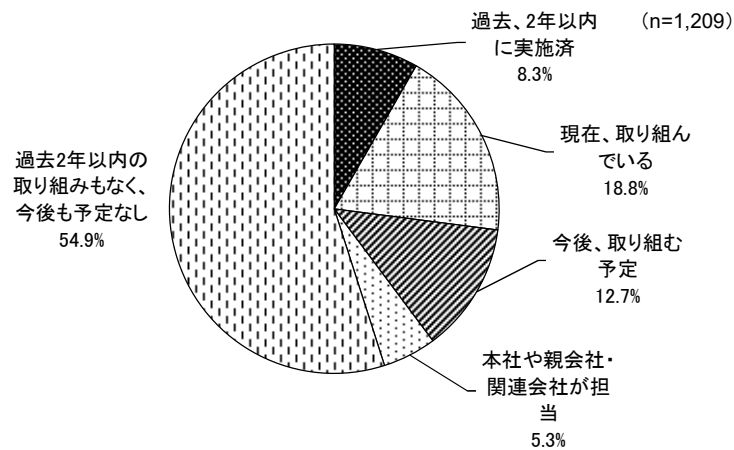
問11 貴事業所での、新商品・新サービス・新技術の開発や新たな業務への取り組みについて教えてください。

- ・全体結果では、「過去2年以内の取り組みもなく、今後も予定なし」が51.1%と最も高く、次いで「現在、取り組んでいる」が19.6%、「今後、取り組む予定」が16.1%となっている。
- ・前回結果と比較すると、前回と同様に「過去2年以内の取り組みもなく、今後も予定なし」の割合が最も高く、半数を超えている。
- ・業種別にみると、不動産業と建設業では「過去2年以内の取り組みもなく、今後も予定なし」が6割超で、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮民主商工会と芝川商工会では「過去2年以内の取り組みもなく、今後も予定なし」が約7割で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、減収減益の事業所では「過去2年以内の取り組みもなく、今後も予定なし」が5割超で、ほかの事業所と比べて高くなっている。



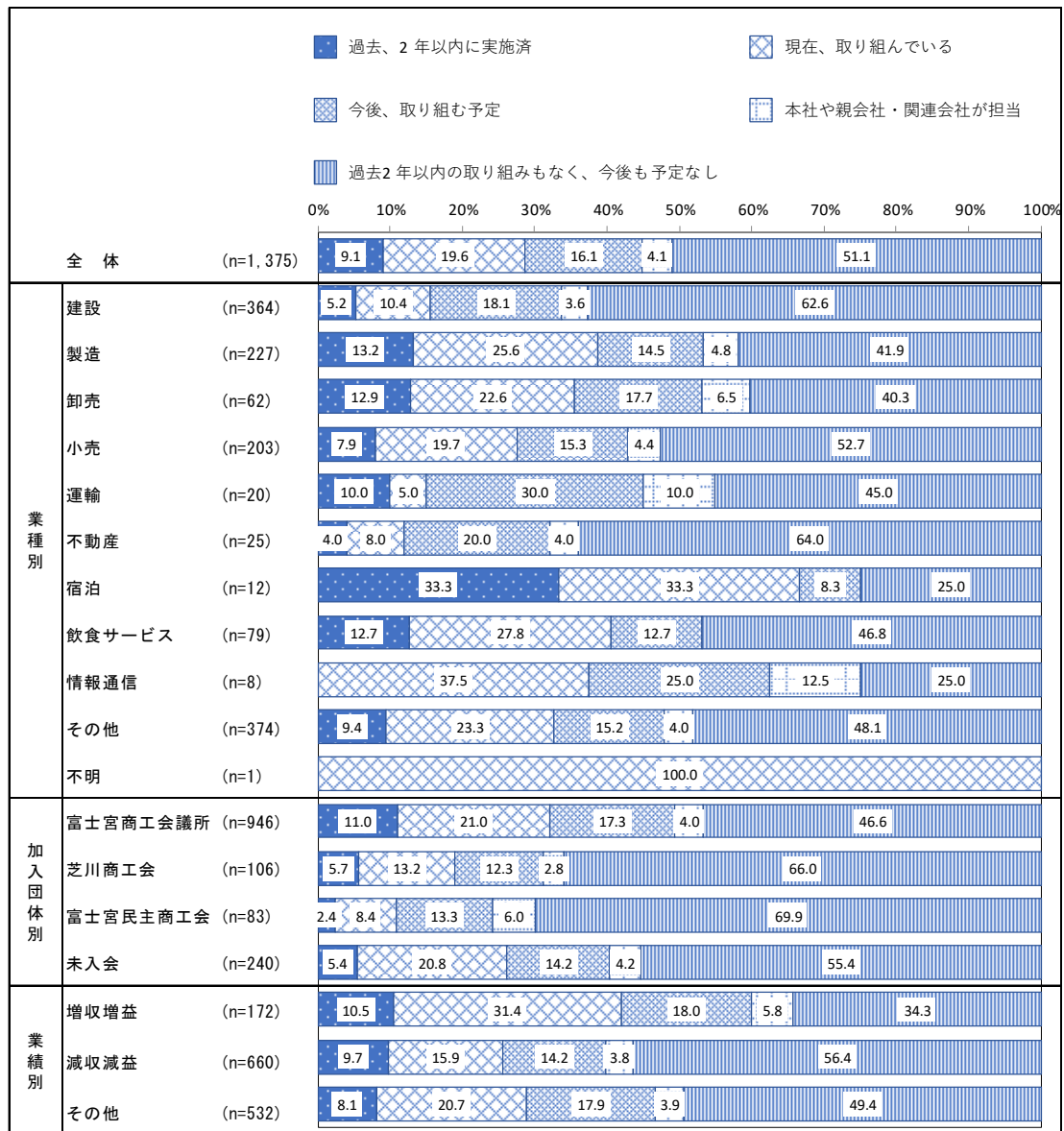


【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

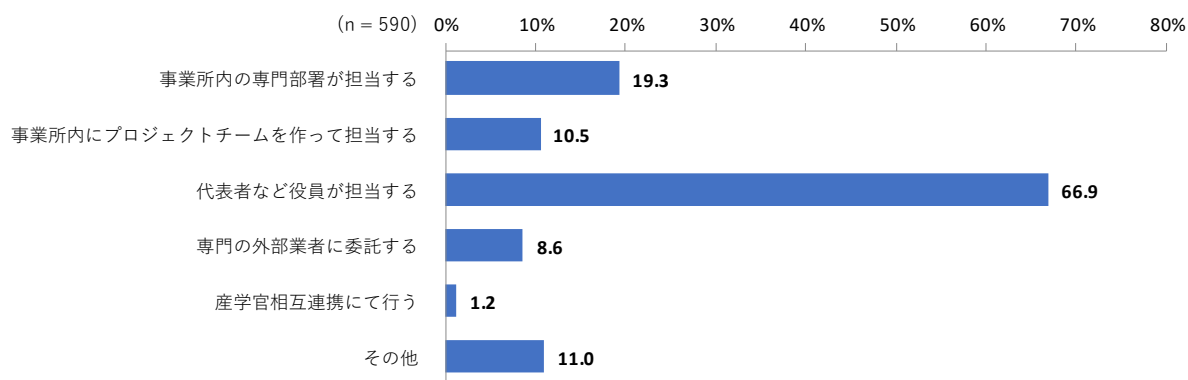
【クロス集計結果】



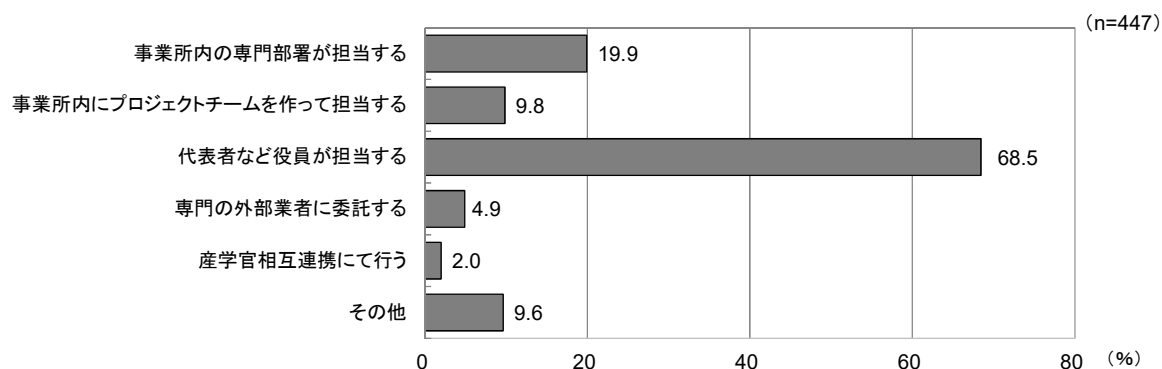
## (2) 商品・サービス等の開発・研究・企画について

問 12 貴事業所では、商品やサービス、業務などの開発・研究・企画はどのようにして行っているか教えてください。(複数選択可)

- ・全体結果では、「代表者など役員が担当する」が 66.9%と最も高く、次いで「事業所内の専門部署が担当する」が 19.3%、「その他」が 11.0%となっている。
- ・前回結果と比較すると、前回と同様に「代表者など役員が担当する」の割合が突出して高くなっている。
- ・業種別にみると、製造業では「事業所内の専門部署が担当する」が3割超で、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、芝川商工会では「事業所内の専門部署が担当する」が約3割で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「事業所内の専門部署が担当する」「専門の外部業者に委託する」の割合が、ほかの事業所と比べてやや高くなっている。



## 【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】

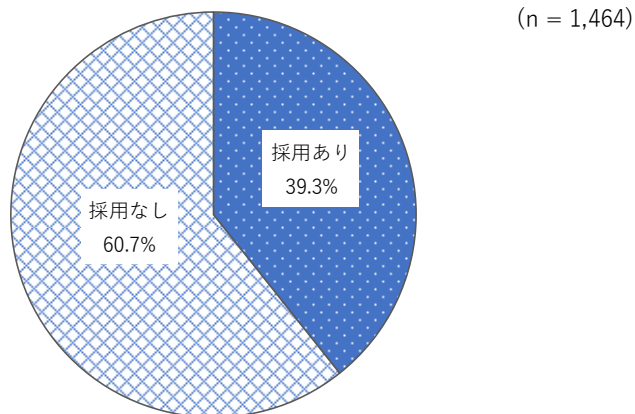
	n	事業所内の 専門部署が 担当する	事業所内にプ ロジェクトチ ームを作って担 当する	代表者など役 員が担当する	専門の外部 業者に委託 する	産学官相互 連携にて行う	その他
全 体	590	114 19.3	62 10.5	395 66.9	51 8.6	7 1.2	65 11.0
業 種 別	建設	12 10.2	6 5.1	93 78.8	15 12.7	0 0.0	6 5.1
	製造	39 32.8	20 16.8	73 61.3	5 4.2	2 1.7	9 7.6
	卸売	5 15.2	1 3.0	24 72.7	1 3.0	0 0.0	5 15.2
	小売	12 14.3	6 7.1	58 69.0	8 9.5	1 1.2	16 19.0
	運輸	2 22.2	2 22.2	6 66.7	1 11.1	0 0.0	1 11.1
	不動産	2 25.0	1 12.5	6 75.0	1 12.5	0 0.0	0 0.0
	宿泊	1 12.5	2 25.0	4 50.0	1 12.5	0 0.0	2 25.0
	飲食サービス	1 2.7	1 2.7	27 73.0	2 5.4	0 0.0	6 16.2
	情報通信	0 0.0	0 0.0	2 40.0	1 20.0	0 0.0	2 40.0
	その他	40 23.8	23 13.7	102 60.7	15 8.9	4 2.4	18 10.7
	不明	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0
加 入 団 体 別	富士宮商工会議所	79 17.6	50 11.2	298 66.5	41 9.2	6 1.3	52 11.6
	芝川商工会	9 29.0	1 3.2	21 67.7	3 9.7	0 0.0	2 6.5
	富士宮民主商工会	2 11.8	0 0.0	9 52.9	1 5.9	1 5.9	5 29.4
	未入会	24 25.5	11 11.7	67 71.3	6 6.4	0 0.0	6 6.4
業 績 別	増収増益	27 27.0	9 9.0	69 69.0	13 13.0	2 2.0	11 11.0
	減収減益	37 15.0	22 8.9	172 69.9	13 5.3	3 1.2	32 13.0
	その他	50 20.7	31 12.9	151 62.7	25 10.4	2 0.8	22 9.1

## 5. 雇用と労働条件に関すること

### (1) 直近3年間における新規雇用者の採用

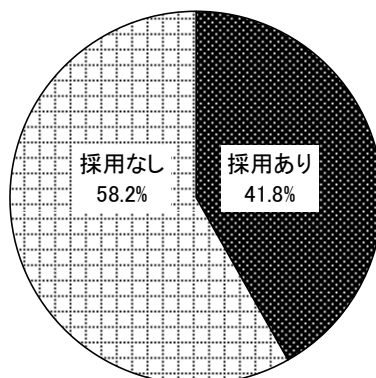
問13 貴事業所での直近3年間の新規雇用者の採用について教えてください。

- ・全体結果では、「採用あり」は39.3%、「採用なし」は60.7%であった。
- ・前回結果と比較すると、概ね同様の傾向となった。
- ・業種別にみると、製造業と運輸業では「採用あり」、そのほかの業種では「採用なし」の割合が高くなっている。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「採用なし」の割合が高く、特に富士宮民主商工会はほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「採用あり」、ほかの事業所では「採用なし」の割合が高くなっている。



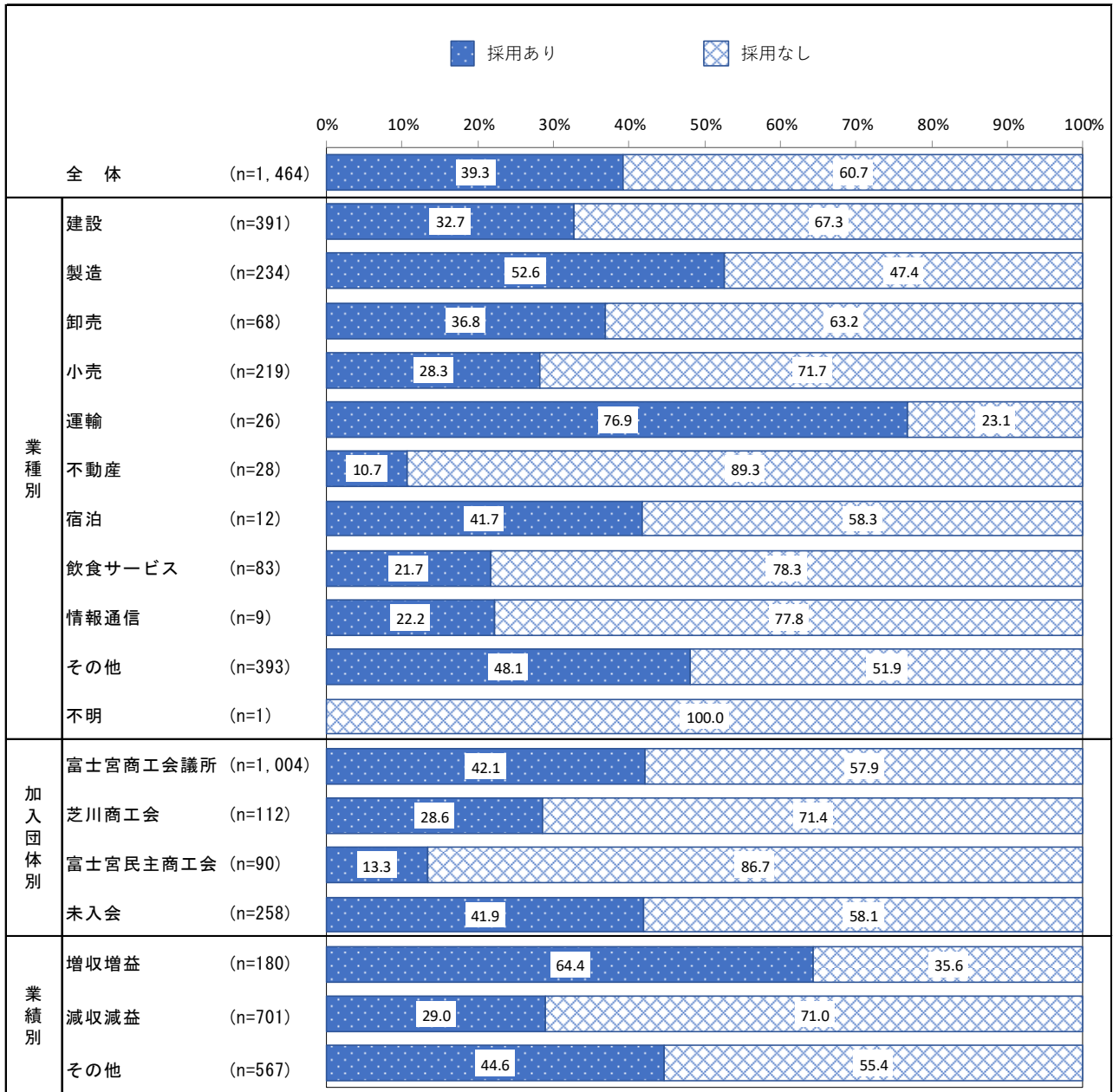
(n=1,316)

#### 【前回結果】



※平成28年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

【クロス集計結果】



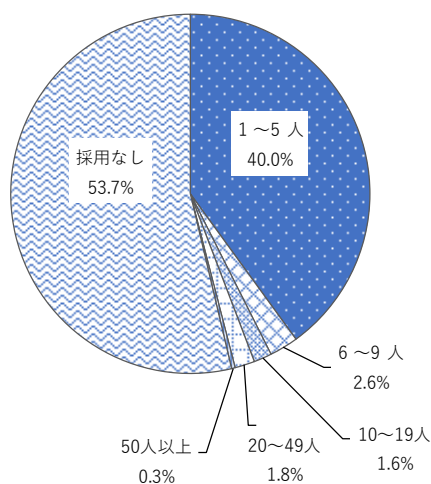
(2) 直近3年間における正規社員の新規雇用者数（男女別）

問 14 直近3年間の正規社員・新規雇用者の合計数を、男女別に教えてください。

◆男性

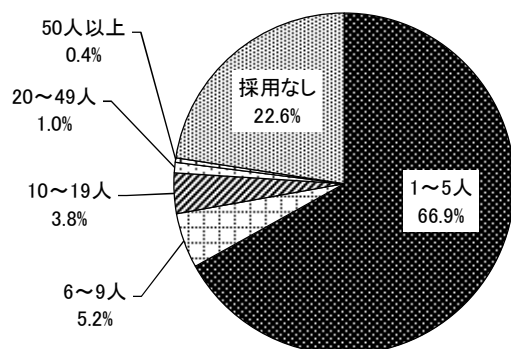
- ・全体結果では、「採用なし」が53.7%と最も高く、次いで「1～5人」が40.0%、「6～9人」が2.6%となっている。
- ・前回結果と比較すると、「1～5人」の割合が大きく減少し、「採用なし」の割合が大きく増加している。
- ・業種別にみると、製造業、運輸業、宿泊業では「1～5人」の割合が最も高くなっている。情報通信でも、「1～5人」と「採用なし」がそれぞれ5割となっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮民主商工会では「採用なし」が7割超で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「1～5人」、そのほかの事業所では「採用なし」の割合が、それぞれ最も高くなっている。

(n = 1,110)



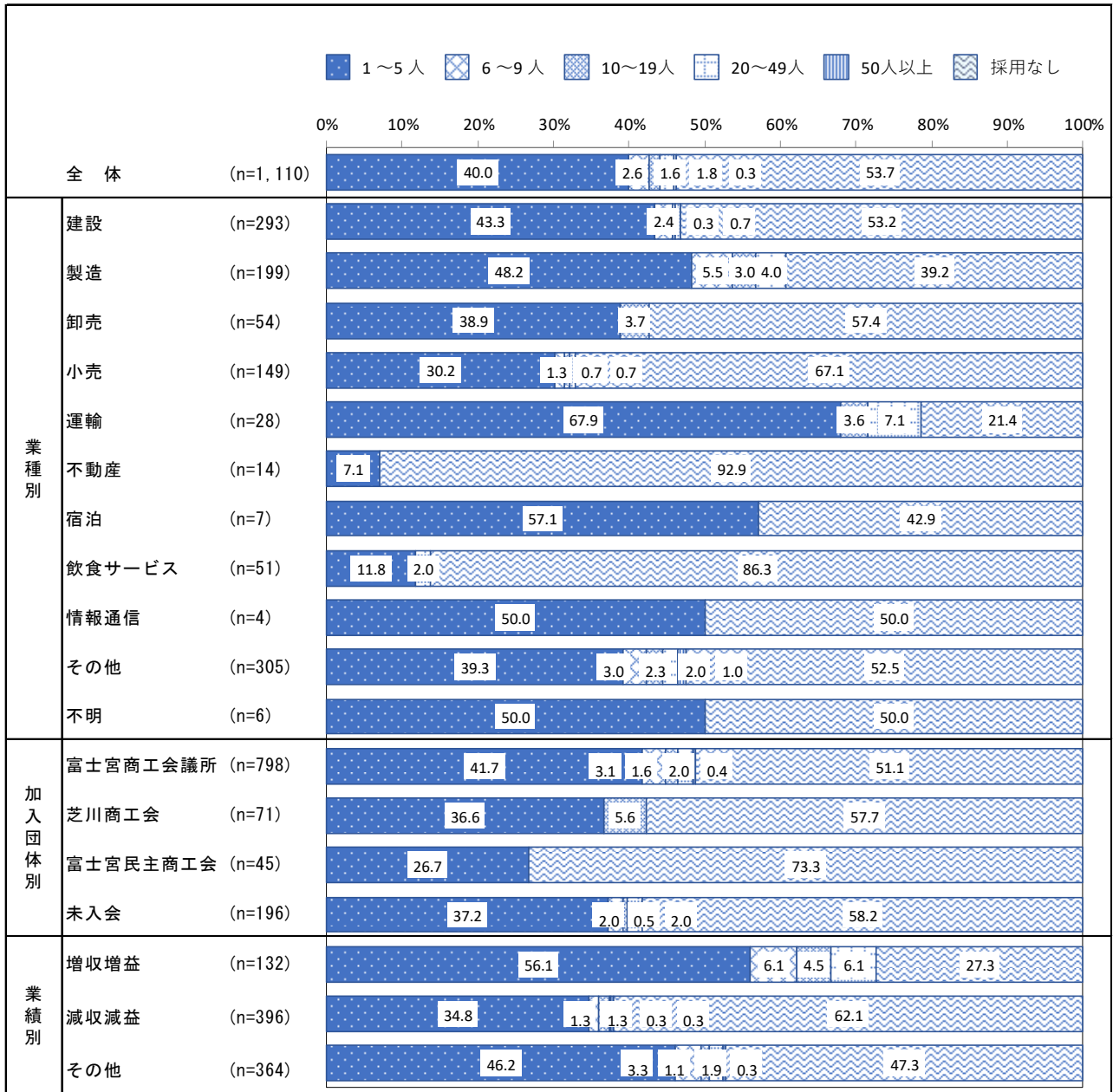
【前回結果】

(n=496)



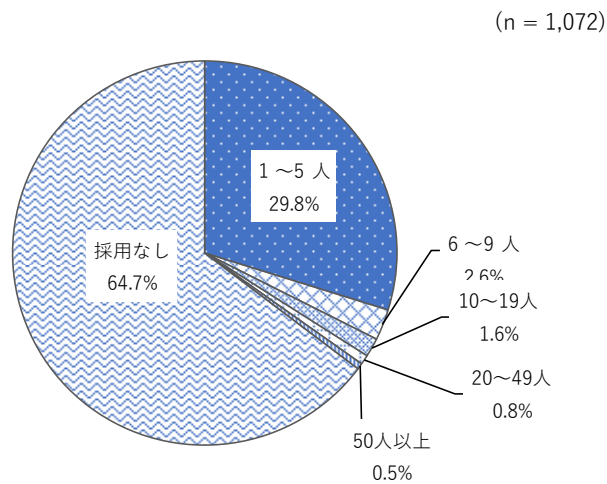
※平成28年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

【クロス集計結果】

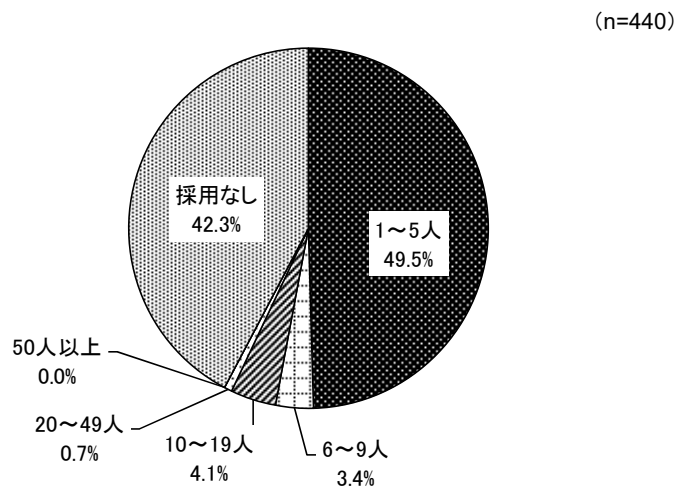


## ◆女性

- ・全体結果では、「採用なし」が64.7%と最も高く、次いで「1～5人」が29.8%、「6～9人」が2.6%となっている。
- ・前回結果と比較すると、男性と同様に、「1～5人」の割合が大きく減少し、「採用なし」の割合が大きく増加している。
- ・業種別にみると、すべての業種で「採用なし」の割合が最も高く、特に建設業、不動産業、飲食サービス業では8割超と高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮民主商工会では「採用なし」が9割超で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「1～5人」、そのほかの事業所では「採用なし」の割合が、それぞれ最も高くなっている。



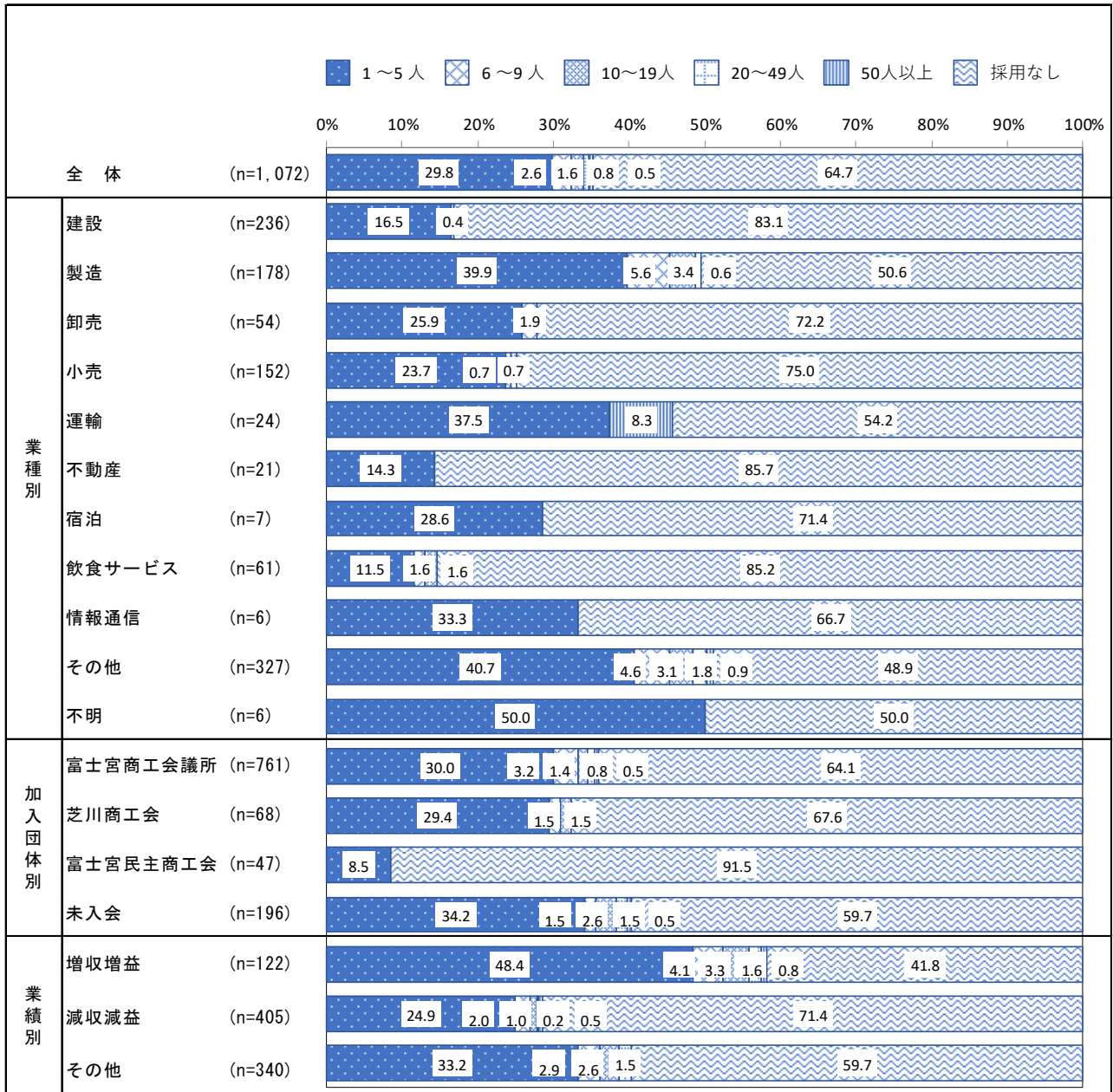
### 【前回結果】



※平成28年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から



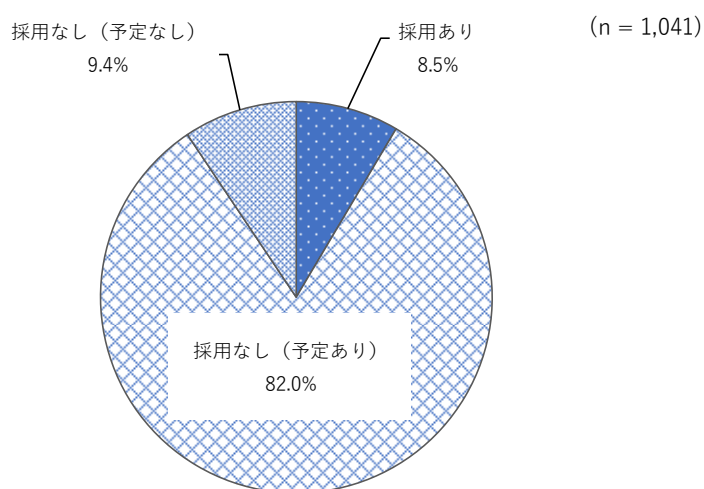
## 【クロス集計結果】



### (3) 障がい者雇用の状況

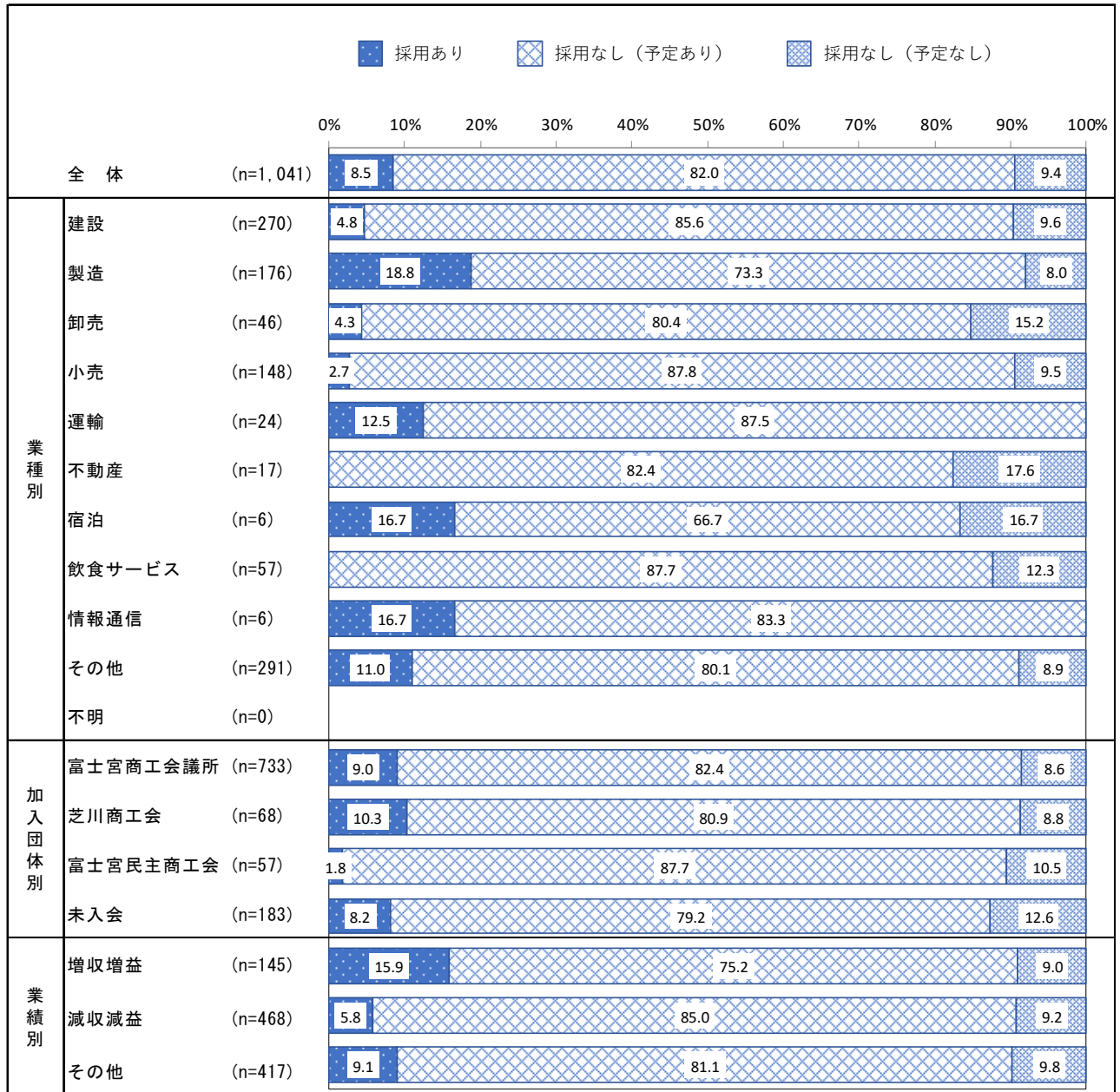
問 15 貴事業所での障がい者雇用の状況について教えてください。

- ・全体結果では、「採用なし(予定あり)」が82.0%と最も高く、次いで「採用なし(予定なし)」が9.4%、「採用あり」が8.5%となっている。
- ・業種別にみると、製造業、宿泊業、情報通信業では「採用あり」が15%超と、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「採用なし(予定あり)」が最も高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「採用あり」が1割超で、ほかの事業所と比べて高くなっている。



※前回の調査時には本問を設定していない。

## 【クロス集計結果】

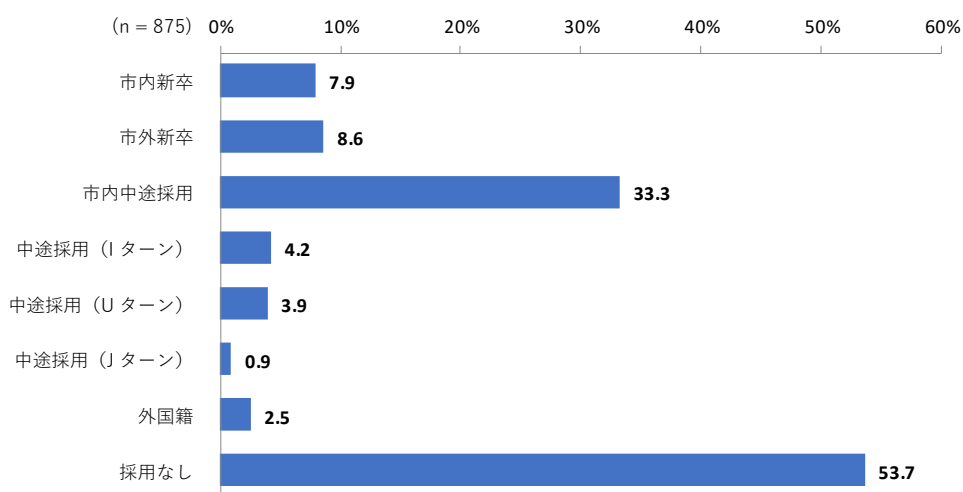


#### (4) 直近3年間における正規社員の新規雇用者・内訳（男女別）

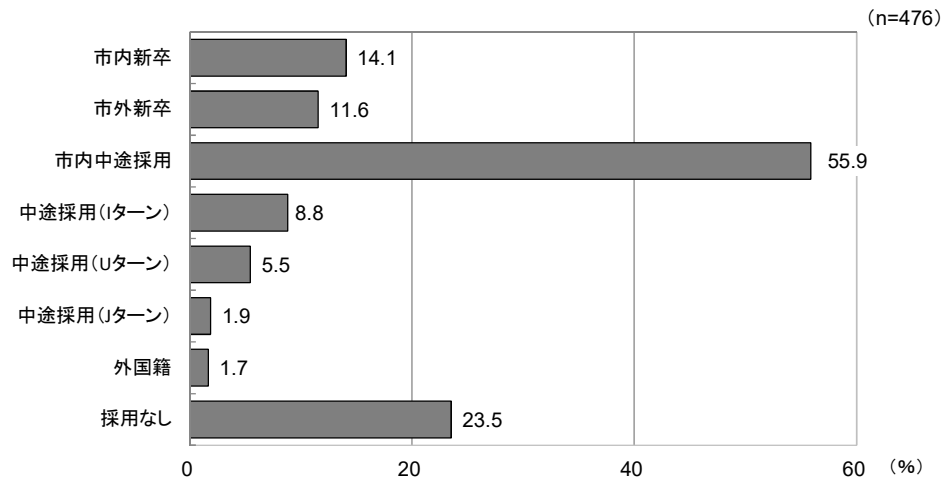
問 16 直近3年間の正規社員での新規雇用者を、どこから採用したかについて、男女別に教えてください。（複数選択可）

##### ◆男性

- ・全体結果では、「採用なし」が53.7%と最も高く、次いで「市内中途採用」が33.3%、「市外新卒」が8.6%となっている。「中途採用（Iターン）」「中途採用（Uターン）」「中途採用（Jターン）」は、いずれも1割に満たない結果となった。
- ・前回結果と比較すると、「市内中途採用」の割合が最も減少しており、「採用なし」の割合が大きく増加している。また、「中途採用（Iターン）」「中途採用（Uターン）」「中途採用（Jターン）」は、いずれも回答割合が減少している。
- ・業種別にみると、製造業、運輸業、宿泊業では「市内中途採用」の割合が、最も高くなっている。なお、建設業、製造業、その他において、「中途採用（Iターン）」「中途採用（Uターン）」「中途採用（Jターン）」のすべてに回答があった。
- ・加入団体別にみると、いずれも「市内中途採用」が最も高くなっている。なお、富士宮民主商工会以外の団体において、「中途採用（Iターン）」「中途採用（Uターン）」「中途採用（Jターン）」のすべてに回答があった。
- ・業績別にみると、減収減益の事業所では「採用なし」が6割超、その他の事業所でも5割超と、増収増益の事業所の約3割と比べて高くなっている。また、増収増益の事業所では「市内中途採用」が4割超と高くなっている。



【前回結果】



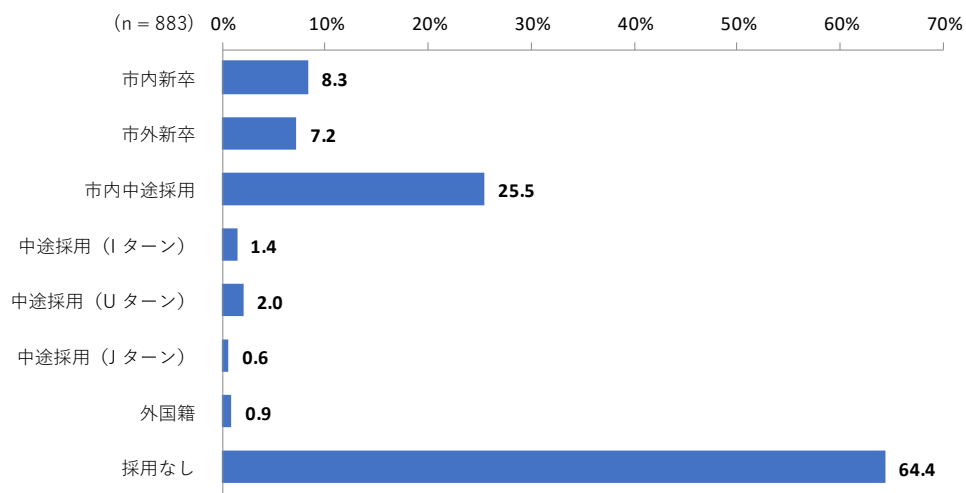
※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

【クロス集計結果】

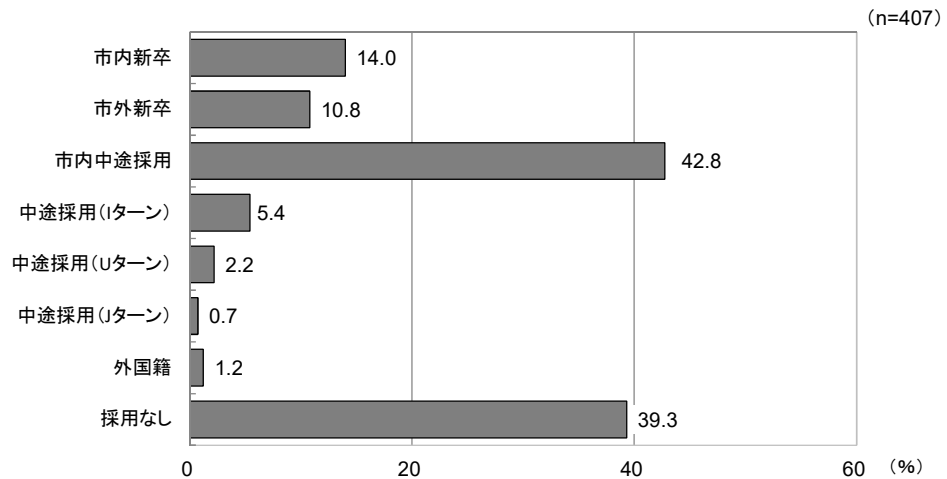
		n	市内新卒	市外新卒	市内中途採用	中途採用(Iターン)	中途採用(Uターン)	中途採用(Jターン)	外国籍	採用なし
全 体		875	69	75	291	37	34	8	22	470
			7.9	8.6	33.3	4.2	3.9	0.9	2.5	53.7
業 種 別	建設	243	13	16	76	15	6	1	9	136
			5.3	6.6	31.3	6.2	2.5	0.4	3.7	56.0
	製造	154	27	25	74	6	6	3	8	56
			17.5	16.2	48.1	3.9	3.9	1.9	5.2	36.4
	卸売	39	2	2	12	1	2	0	0	23
			5.1	5.1	30.8	2.6	5.1	0.0	0.0	59.0
	小売	117	4	3	29	5	1	0	0	79
			3.4	2.6	24.8	4.3	0.9	0.0	0.0	67.5
	運輸	22	1	1	14	3	1	0	0	4
			4.5	4.5	63.6	13.6	4.5	0.0	0.0	18.2
	不動産	11	0	0	0	0	0	0	0	11
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
宿泊	6	0	0	3	1	0	0	0	2	
		0.0	0.0	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	33.3	
飲食サービス	44	0	0	3	0	2	0	0	39	
		0.0	0.0	6.8	0.0	4.5	0.0	0.0	88.6	
情報通信	4	0	0	0	0	2	0	0	2	
		0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	
その他	235	22	28	80	6	14	4	5	118	
		9.4	11.9	34.0	2.6	6.0	1.7	2.1	50.2	
不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
加 入 団 体 別	富士宮商工会議所	624	61	65	226	27	27	5	17	309
			9.8	10.4	36.2	4.3	4.3	0.8	2.7	49.5
	芝川商工会	57	1	3	13	2	2	1	2	35
			1.8	5.3	22.8	3.5	3.5	1.8	3.5	61.4
	富士宮民主商工会	44	0	0	8	0	1	0	0	35
		0.0	0.0	18.2	0.0	2.3	0.0	0.0	79.5	
未入会	150	7	7	44	8	4	2	3	91	
		4.7	4.7	29.3	5.3	2.7	1.3	2.0	60.7	
業 績 別	増収増益	128	13	20	70	10	8	1	6	36
			10.2	15.6	54.7	7.8	6.3	0.8	4.7	28.1
	減収減益	398	22	16	103	7	10	1	8	256
			5.5	4.0	25.9	1.8	2.5	0.3	2.0	64.3
その他	343	34	38	118	20	16	6	8	173	
		9.9	11.1	34.4	5.8	4.7	1.7	2.3	50.4	

## ◆女性

- ・全体結果では、「採用なし」が 64.4%と最も高く、次いで「市内中途採用」が 25.5%、「市内新卒」が 8.3%となっている。「中途採用（Iターン）」「中途採用（Uターン）」「中途採用（Jターン）」は、いずれも1割に満たない結果となった。
- ・前回結果と比較すると、「市内中途採用」の割合が大きく減少し、採用なし」の割合が大きく増加している。また、「中途採用（Iターン）」「中途採用（Uターン）」「中途採用（Jターン）」は、いずれも回答割合が減少している。
- ・業種別にみると、すべての業種で「採用なし」の割合が最も高く、特に建設業、不動産業、飲食サービス業では8割超と高くなっている。なお、製造業とその他において、「中途採用（Iターン）」「中途採用（Uターン）」「中途採用（Jターン）」のすべてに回答があった。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「採用なし」の割合が最も高く、特に富士宮民主商工会では9割超と高くなっている。なお、富士宮商工会議所と未入会において、「中途採用（Iターン）」「中途採用（Uターン）」「中途採用（Jターン）」のすべてに回答があった。
- ・業績別にみると、減収減益の事業所では「採用なし」が7割超、その他の事業所でも6割超と、増収増益の事業所の4割超と比べて高くなっている。また、増収増益の事業所では「市内中途採用」が4割超と高くなっている。



【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

【クロス集計結果】

		n	市内新卒	市外新卒	市内中途採用	中途採用(Iターン)	中途採用(Uターン)	中途採用(Jターン)	外国籍	採用なし
全 体		883	73	64	225	12	18	5	8	569
			<b>8.3</b>	<b>7.2</b>	<b>25.5</b>	<b>1.4</b>	<b>2.0</b>	<b>0.6</b>	<b>0.9</b>	<b>64.4</b>
業 種 別	建設	207	2	4	22	0	2	0	1	178
			<b>1.0</b>	<b>1.9</b>	<b>10.6</b>	<b>0.0</b>	<b>1.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.5</b>	<b>86.0</b>
	製造	154	20	21	57	3	4	1	3	73
			<b>13.0</b>	<b>13.6</b>	<b>37.0</b>	<b>1.9</b>	<b>2.6</b>	<b>0.6</b>	<b>1.9</b>	<b>47.4</b>
	卸売	38	1	2	9	0	0	0	0	26
			<b>2.6</b>	<b>5.3</b>	<b>23.7</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>68.4</b>
	小売	123	6	6	16	2	1	0	0	95
			<b>4.9</b>	<b>4.9</b>	<b>13.0</b>	<b>1.6</b>	<b>0.8</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>77.2</b>
	運輸	20	1	1	8	0	0	0	0	11
			<b>5.0</b>	<b>5.0</b>	<b>40.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>55.0</b>
	不動産	18	0	0	2	0	0	0	0	16
		<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>11.1</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>88.9</b>	
宿泊	6	0	0	2	1	0	0	2	3	
		<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>33.3</b>	<b>16.7</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>33.3</b>	<b>50.0</b>	
飲食サービス	51	1	0	6	0	0	0	0	44	
		<b>2.0</b>	<b>0.0</b>	<b>11.8</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>86.3</b>	
情報通信	5	1	0	1	0	1	0	0	3	
		<b>20.0</b>	<b>0.0</b>	<b>20.0</b>	<b>0.0</b>	<b>20.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>60.0</b>	
その他	261	41	30	102	6	10	4	2	120	
		<b>15.7</b>	<b>11.5</b>	<b>39.1</b>	<b>2.3</b>	<b>3.8</b>	<b>1.5</b>	<b>0.8</b>	<b>46.0</b>	
不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	
加 入 団 体 別	富士宮商工会議所	607	57	46	161	8	10	3	6	376
			<b>9.4</b>	<b>7.6</b>	<b>26.5</b>	<b>1.3</b>	<b>1.6</b>	<b>0.5</b>	<b>1.0</b>	<b>61.9</b>
	芝川商工会	61	1	5	11	0	2	0	0	44
			<b>1.6</b>	<b>8.2</b>	<b>18.0</b>	<b>0.0</b>	<b>3.3</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>72.1</b>
富士宮民主商工会	48	0	0	2	1	0	0	0	45	
		<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>4.2</b>	<b>2.1</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>93.8</b>	
未入会	167	15	13	51	3	6	2	2	104	
		<b>9.0</b>	<b>7.8</b>	<b>30.5</b>	<b>1.8</b>	<b>3.6</b>	<b>1.2</b>	<b>1.2</b>	<b>62.3</b>	
業 績 別	増収増益	122	17	14	49	4	6	0	1	53
			<b>13.9</b>	<b>11.5</b>	<b>40.2</b>	<b>3.3</b>	<b>4.9</b>	<b>0.0</b>	<b>0.8</b>	<b>43.4</b>
	減収減益	411	23	22	80	2	4	4	2	301
		<b>5.6</b>	<b>5.4</b>	<b>19.5</b>	<b>0.5</b>	<b>1.0</b>	<b>1.0</b>	<b>0.5</b>	<b>73.2</b>	
その他	340	33	27	95	6	8	1	5	207	
		<b>9.7</b>	<b>7.9</b>	<b>27.9</b>	<b>1.8</b>	<b>2.4</b>	<b>0.3</b>	<b>1.5</b>	<b>60.9</b>	

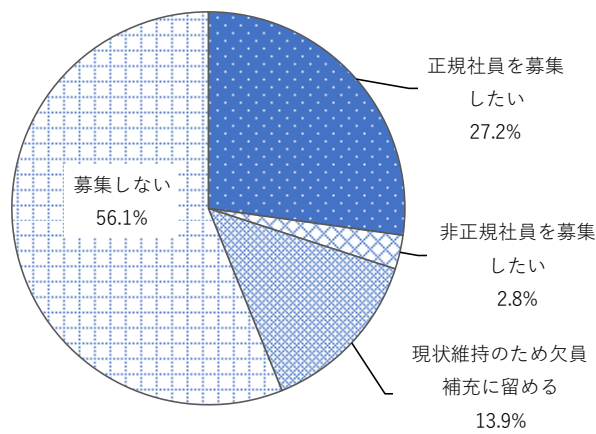
(5) 新規雇用者の募集意向（男女別）

問 17 今後の新規雇用者の募集意向を男女別に教えてください。

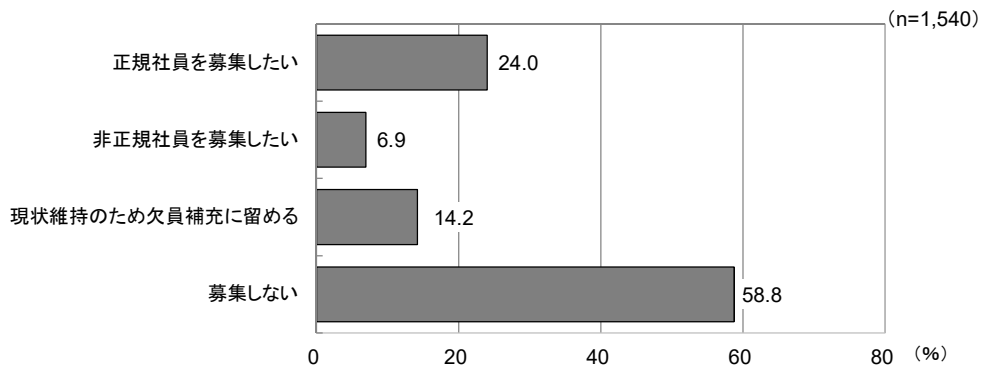
◆男性

- ・全体結果では、「募集しない」が 56.1%と最も高く、次いで「正規社員を募集したい」が 27.2%、「現状維持のため欠員補充に留める」が 13.9%となっている。
- ・前回結果と比較すると、「正規社員を募集したい」の割合がやや増加している。なお、前回調査時には複数回答可の設問であったため、比較はあくまで参考となる。
- ・業種別にみると、製造業と運輸業では「正規社員を募集したい」の割合が、それぞれ最も高くなっている。情報通信業では「正規社員を募集したい」と「募集しない」がともに4割超を占め、同率1位となっている。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「募集しない」の割合が最も高く、特に富士宮民主商工会は7割超と高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「正規社員を募集したい」、そのほかの事業所では「募集しない」の割合が、それぞれ最も高くなっている。

(n = 1,341)



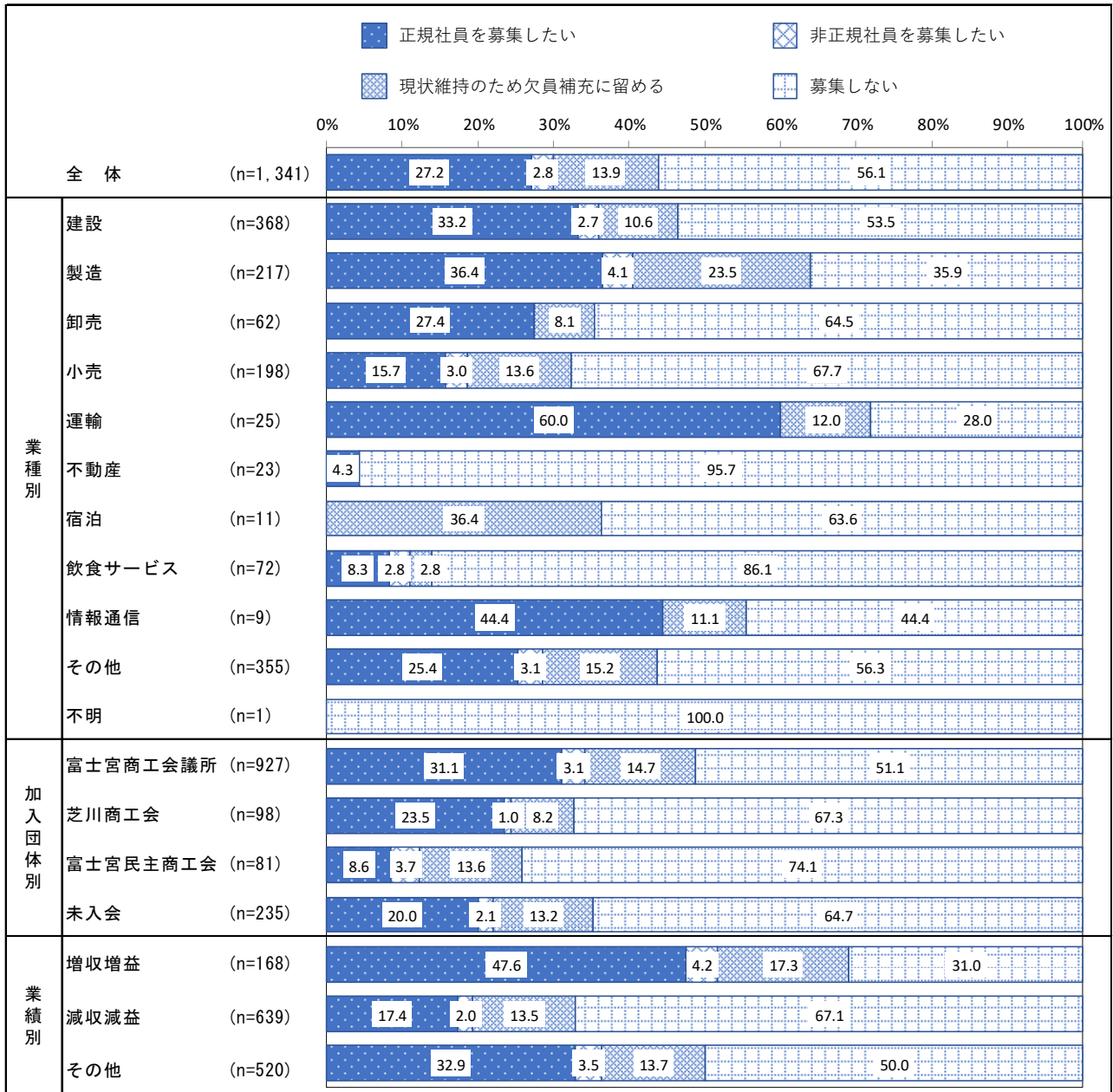
【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

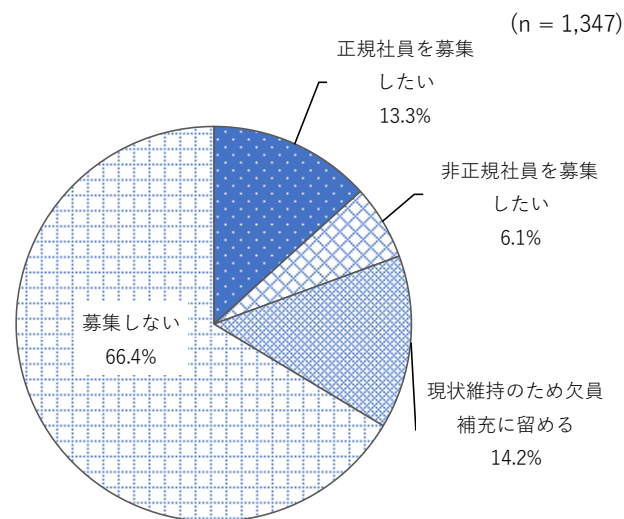


## 【クロス集計結果】

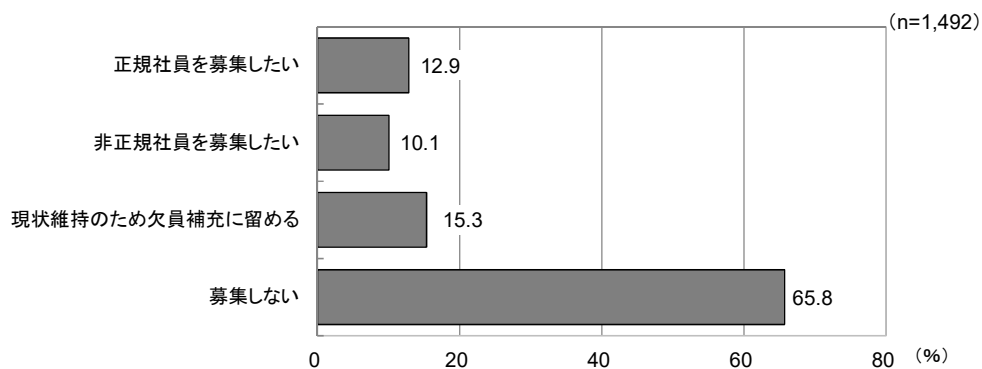


## ◆女性

- ・全体結果では、「募集しない」が66.4%と最も高く、次いで「現状維持のため欠員補充に留める」が14.2%、「正規社員を募集したい」が13.3%となっている。
- ・前回結果と比較すると、概ね同様の傾向がみられた。なお、前回調査時には複数回答可の設問であったため、比較はあくまで参考となる。
- ・業種別にみると、製造業と宿泊業では「現状維持のため欠員補充に留める」が2割超と、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「募集しない」の割合が最も高く、特に富士宮民主商工会は約9割と高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「正規社員を募集したい」が2割超と、ほかの事業所と比べて高くなっている。

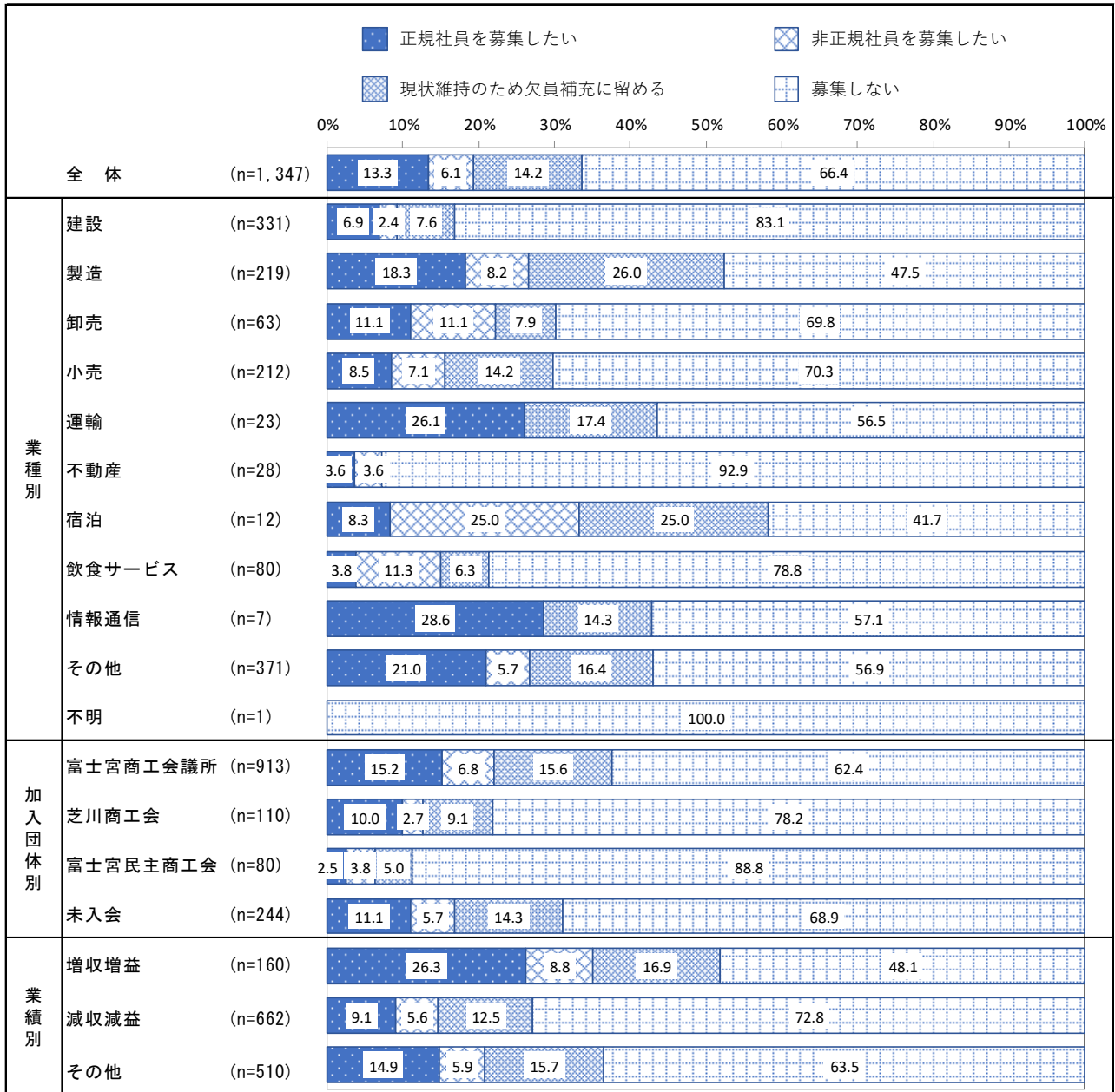


### 【前回結果】



※平成28年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】

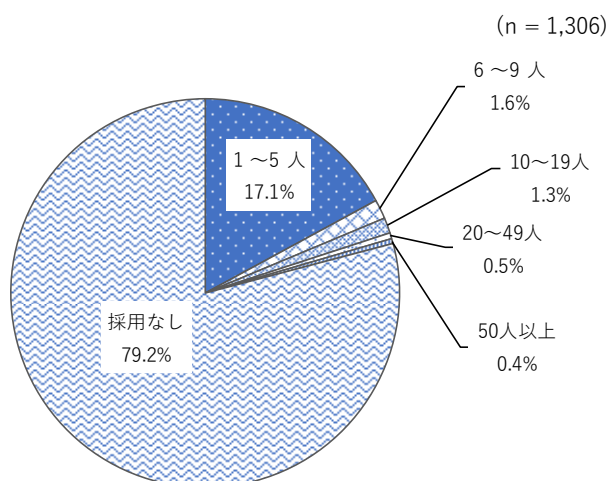


## (6) 直近3年間における非正規社員の新規雇用者数(男女別)

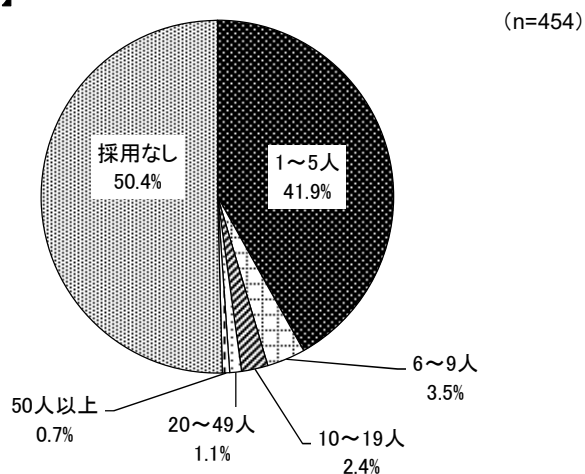
問18 直近3年間の非正規社員での新規雇用者の合計数を、男女別に教えてください。

### ◆男性

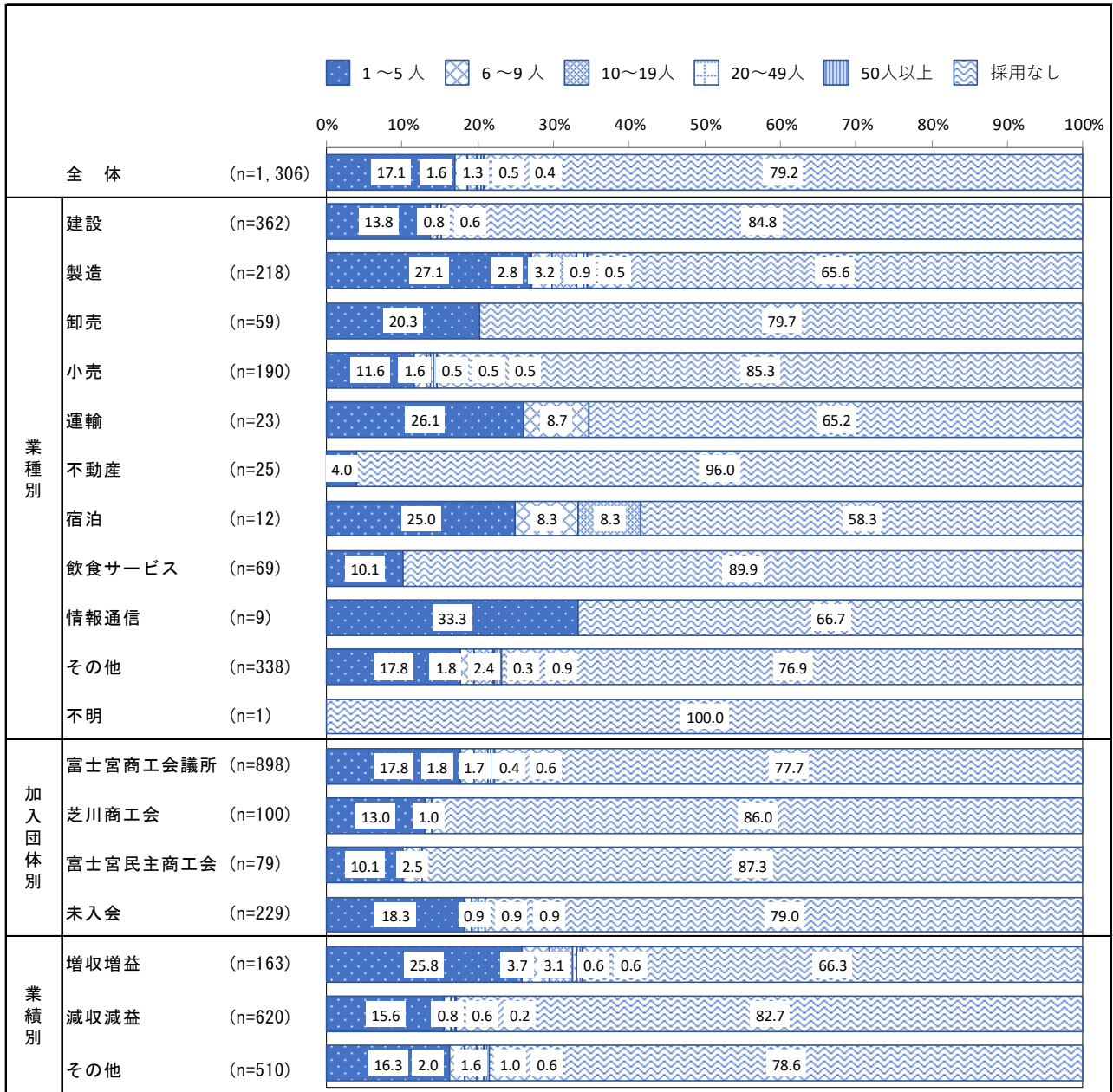
- ・全体結果では、「採用なし」が79.2%と最も高く、次いで「1～5人」が17.1%、「6～9人」が1.6%となっている。
- ・前回結果と比較すると、「1～5人」の割合が大きく減少し、「採用なし」の割合が大きく増加している。
- ・業種別にみると、すべての業種で「採用なし」の割合が最も高く、特に建設業、小売業、不動産業、飲食サービス業は8割超と高くなっている。なお、不動産業では96.0%、飲食サービス業は89.9%と、目立って高い結果となった。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「採用なし」の割合が最も高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「1～5人」が2割超で、ほかの事業所と比べて高くなっている。



### 【前回結果】

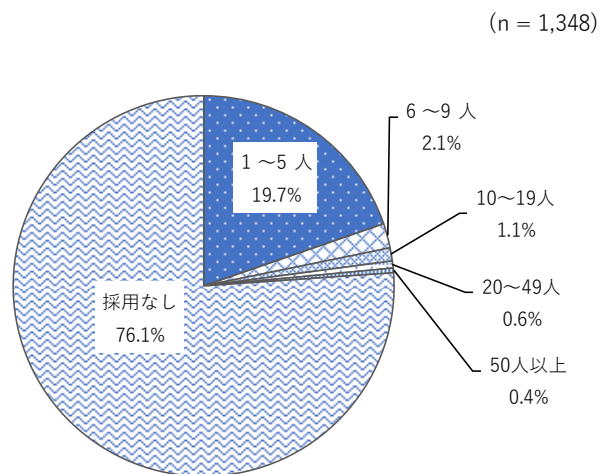


【クロス集計結果】

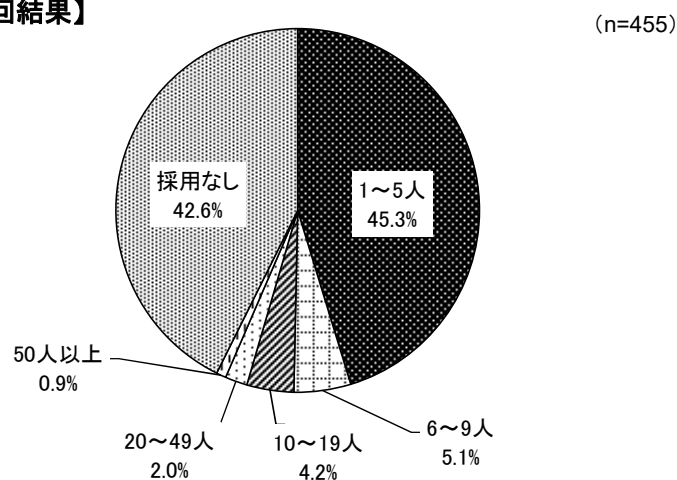


## ◆女性

- ・全体結果では、「採用なし」が76.1%と最も高く、次いで「1～5人」が19.7%、「6～9人」が2.1%となっている。
- ・前回結果と比較すると、「1～5人」の割合が大きく減少し、「採用なし」の割合が大きく増加している。
- ・業種別にみると、すべての業種で「採用なし」の割合が最も高く、特に建設業、不動産業は9割超と高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所と未入会では「1～5人」が2割超で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「1～5人」が2割超で、ほかの事業所と比べて高くなっている。

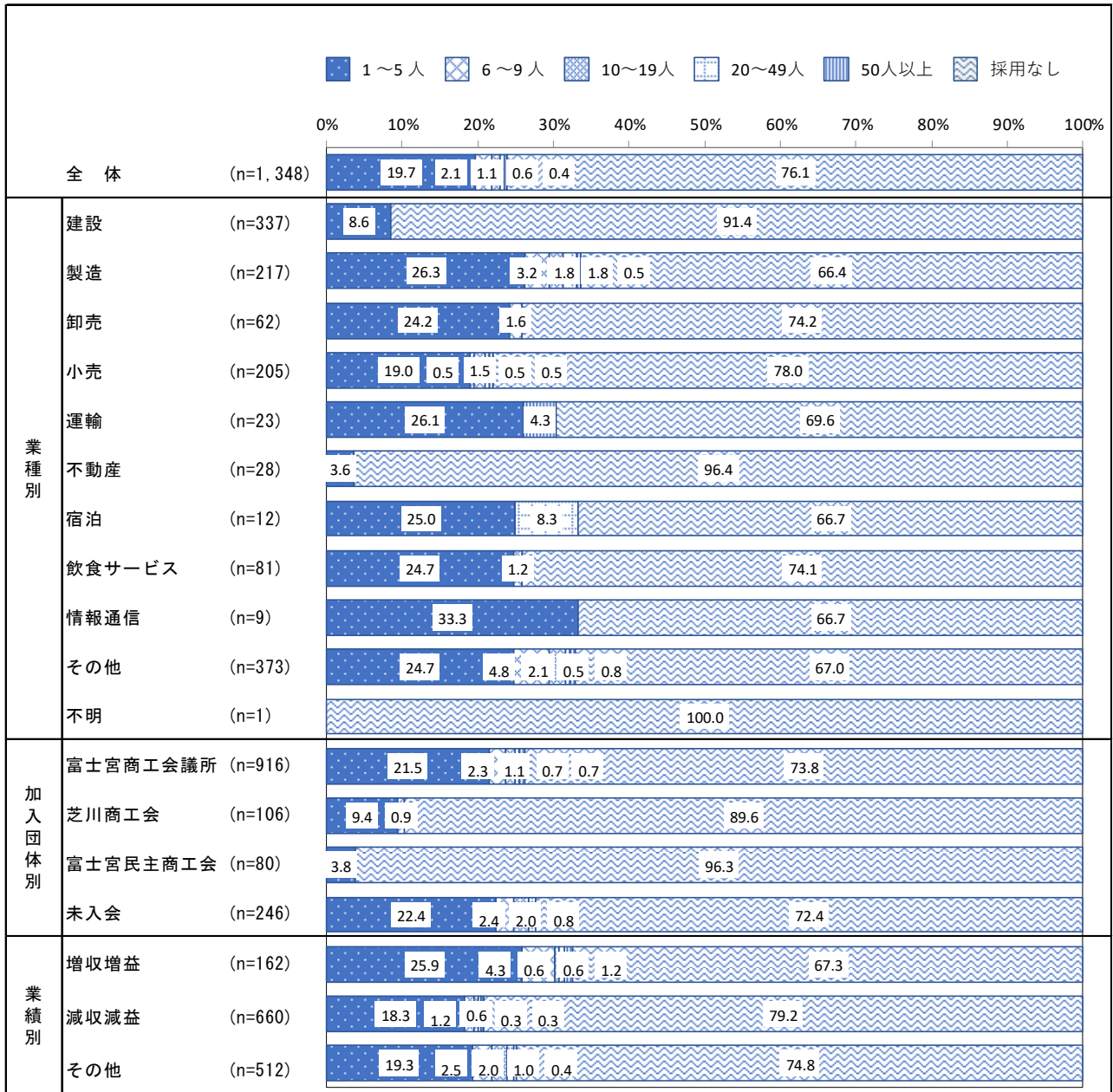


### 【前回結果】



※平成28年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

【クロス集計結果】

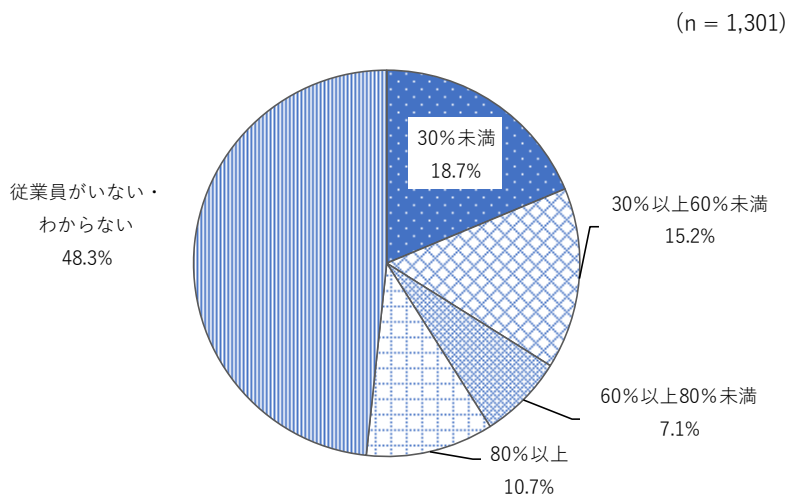


(7) 有給休暇の消化率

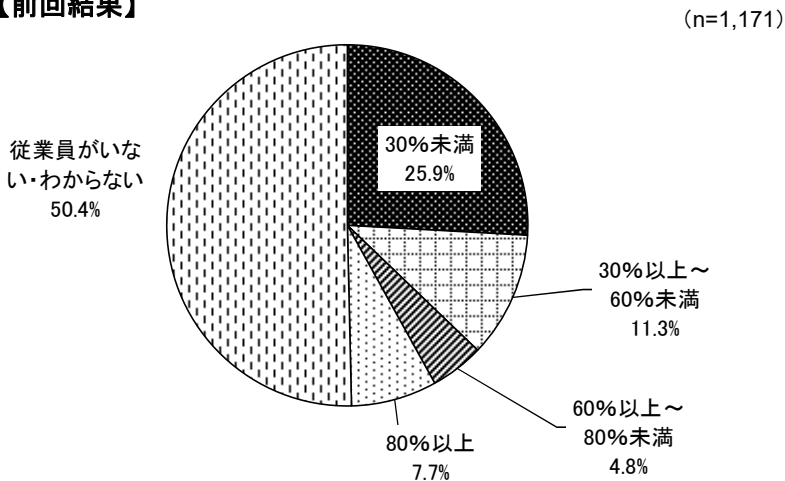
問 19 昨年度（昨年）の有給休暇の消化率を、男女別に教えてください。

◆男性

- ・全体結果では、「従業員がいない・わからない」が 48.3%と最も高く、次いで「30%未満」が 18.7%、「30%以上 60%未満」が 15.2%となっている。
- ・前回結果と比較すると、「30%未満」の割合が減少し、『30%以上』の回答割合が高くなっている。
- ・業種別にみると、製造業と運輸業では「30%以上 60%未満」、そのほかの業種では「従業員がいない・わからない」の割合が、それぞれ最も高くなっている。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「従業員がいない・わからない」の割合が最も高く、特に富士宮民主商工会は 8 割超と高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「30%未満」、「30%以上 60%未満」がそれぞれ 2 割超で、ほかの事業所と比べて高くなっている。



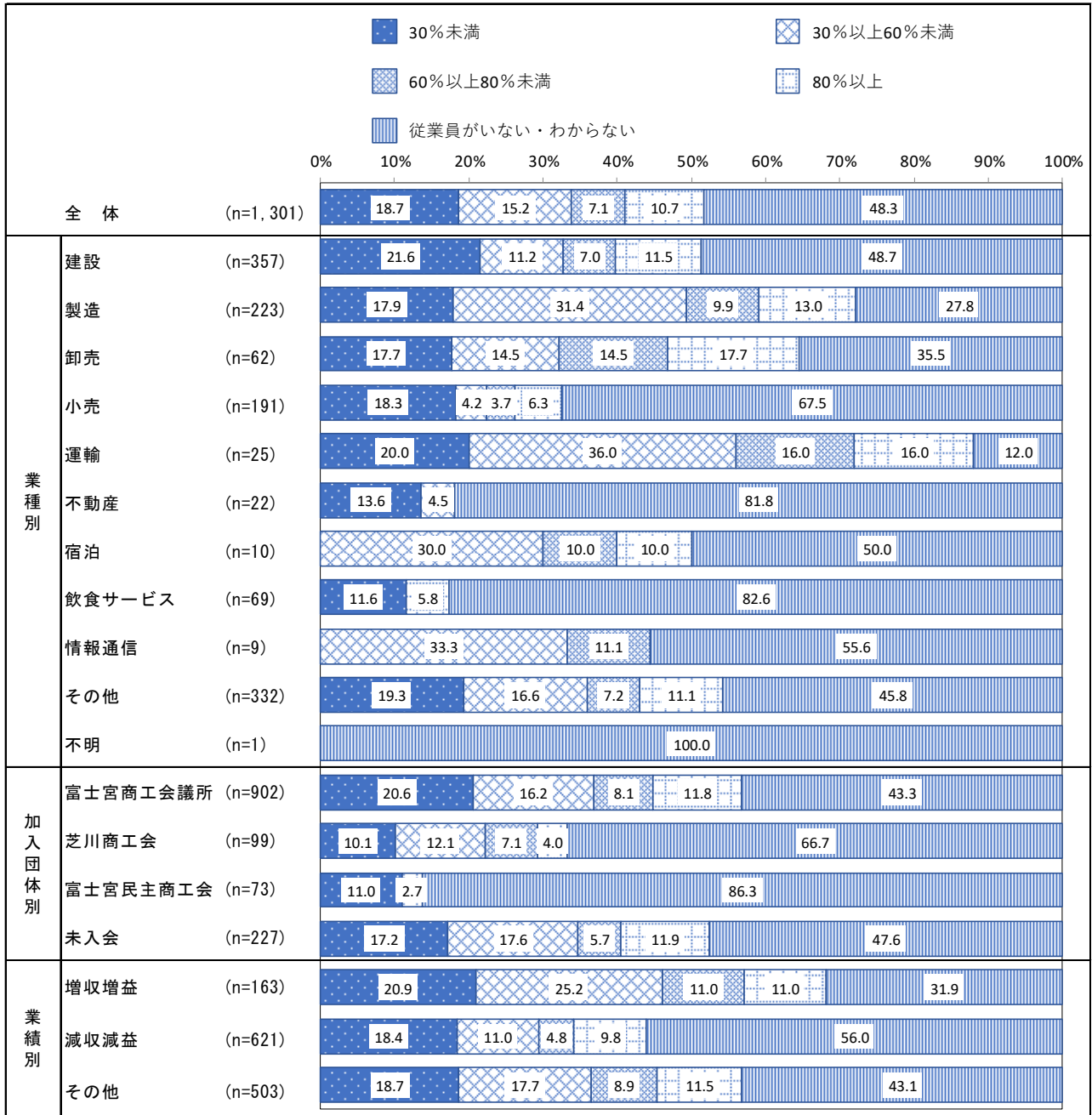
【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

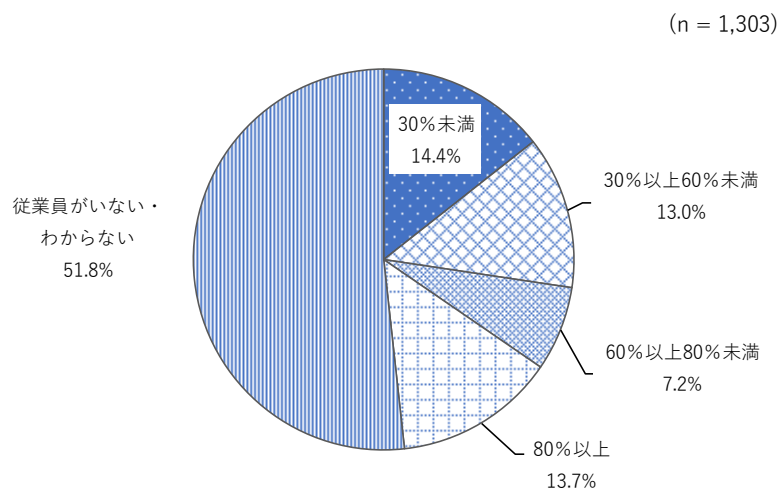


【クロス集計結果】

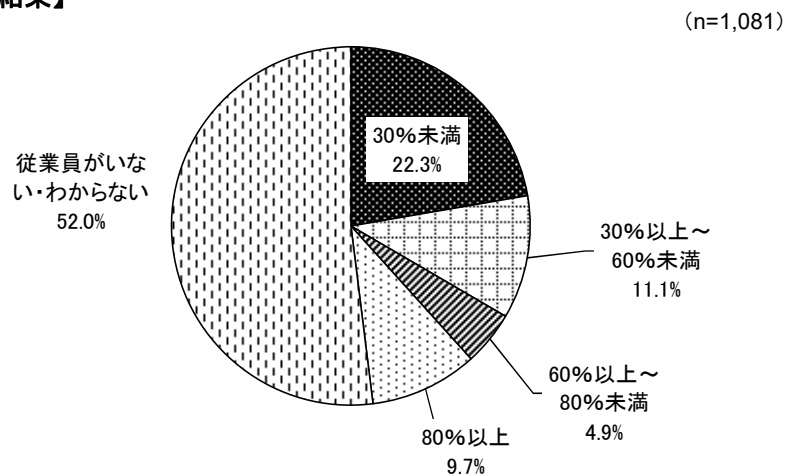


◆女性

- ・全体結果では、「従業員がいない・わからない」が 51.8%と最も高く、次いで「30%未満」が 14.4%、「80%以上」が 13.7%となっている。
- ・前回結果と比較すると、「30%未満」の割合が減少し、『30%以上』の回答がそれぞれ高くなっている。
- ・業種別にみると、卸売業、運輸業、宿泊業、情報通信業では『30%以上』が半数以上で、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「従業員がいない・わからない」の割合が最も高く、特に富士宮民主商工会は9割超で高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では『30%以上』が 47.9%と、ほかの事業所と比べて高くなっている。

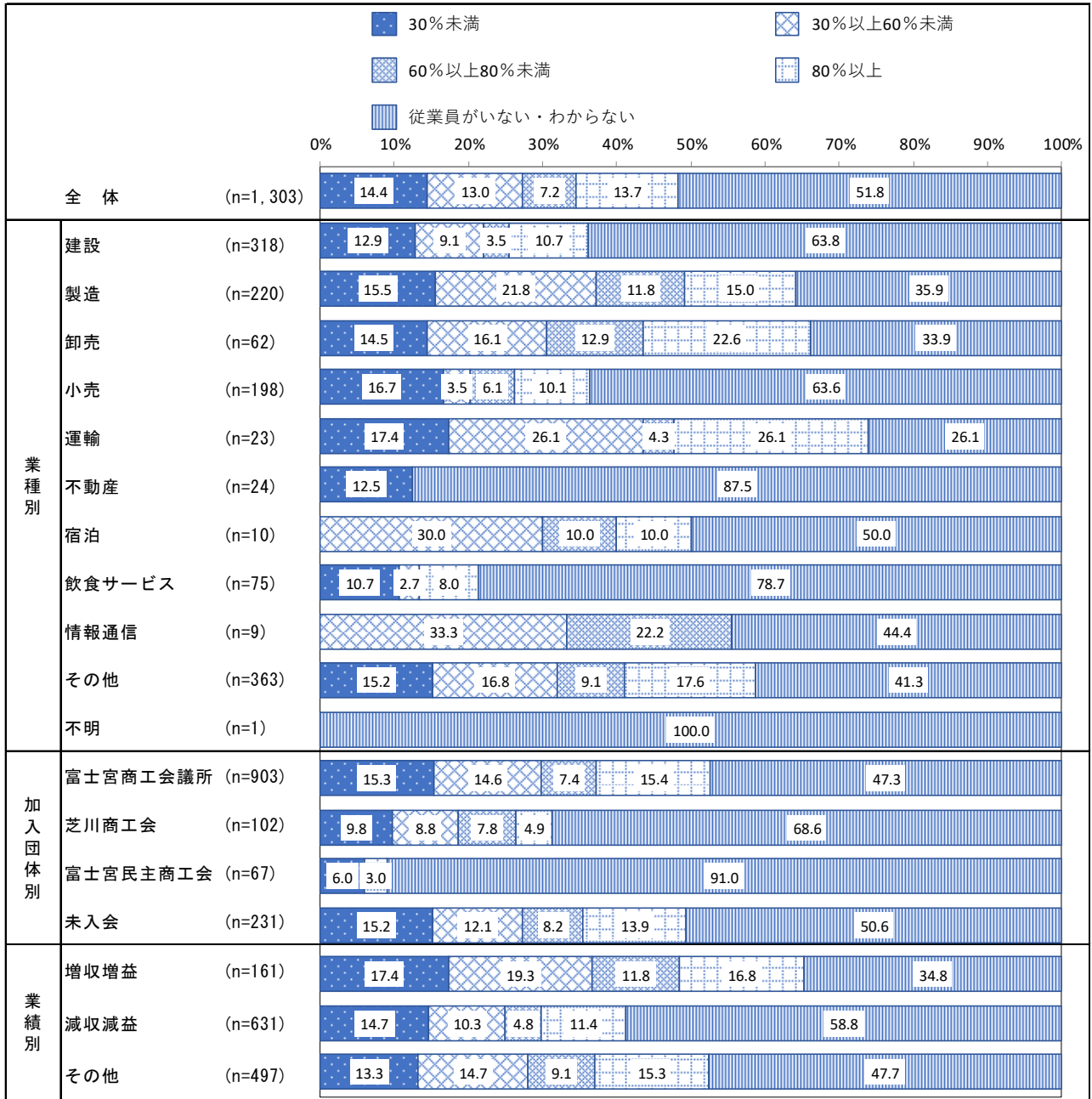


【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】

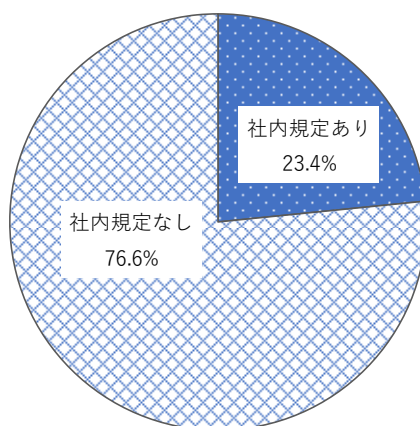


## (8) 育児介護休業の社内規定の有無

問 20 育児介護休業の社内規定の有無を教えてください。

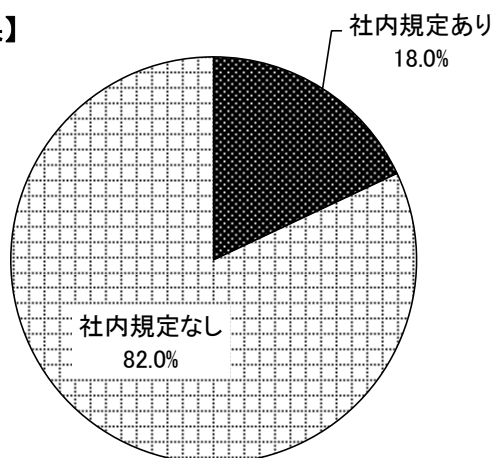
- ・全体結果では、「社内規定あり」は 23.4%、「社内規定なし」は 76.6%であった。
- ・前回結果と比較すると、「社内規定あり」の割合がやや増加している。
- ・業種別にみると、製造業と運輸業では「社内規定あり」が 4 割超と、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所と未入会では「社内規定あり」が 2 割超と、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「社内規定あり」が 3 割超と、ほかの事業所と比べて高くなっている。

(n = 1,376)



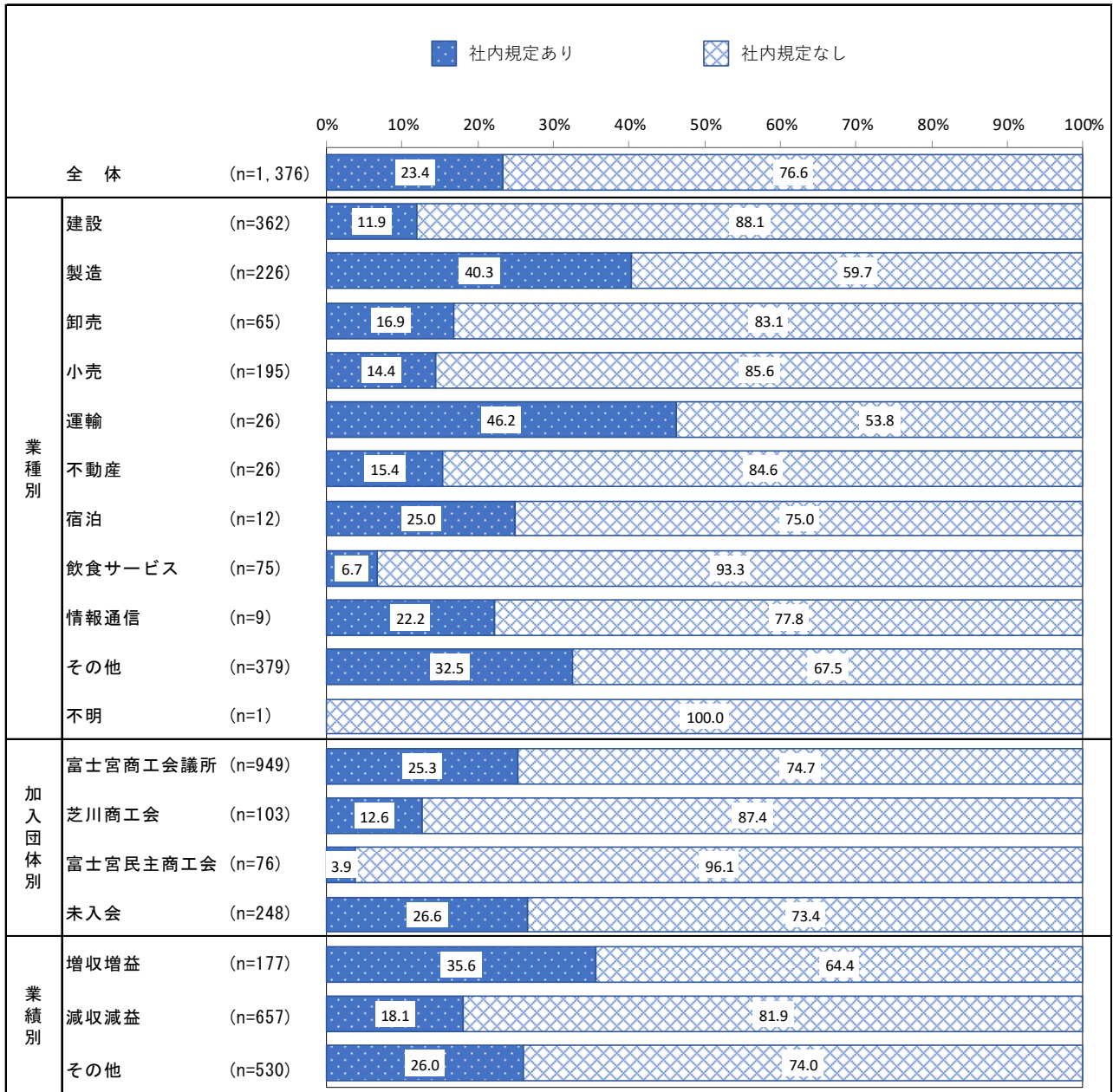
(n=1,195)

【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】

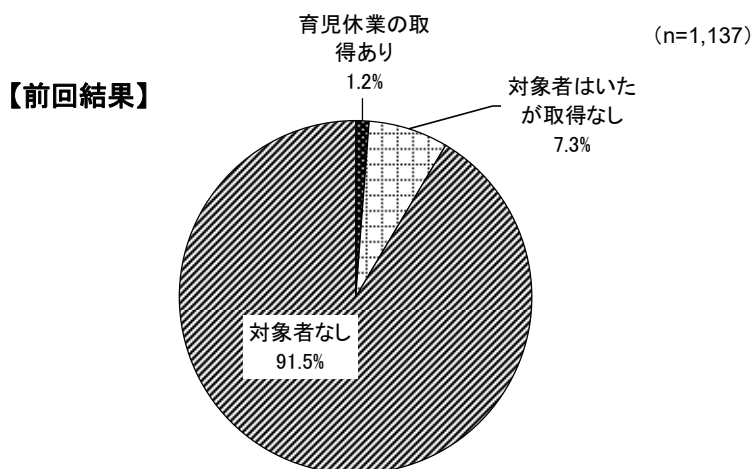
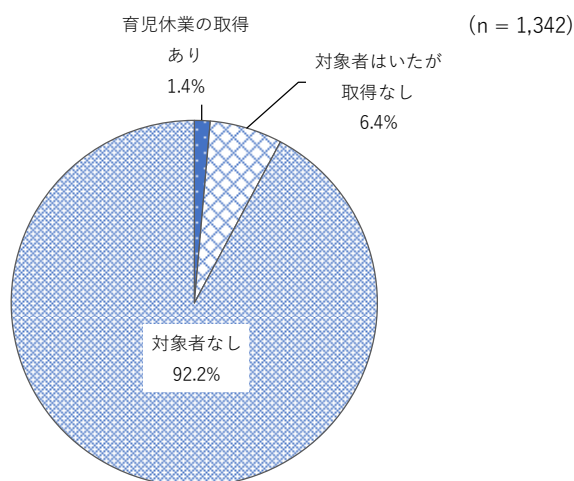


## (9) 育児休業の取得状況（男女別）

問 21 育児休業について、この3年間の貴事業所の取得状況を、男女別に教えてください。

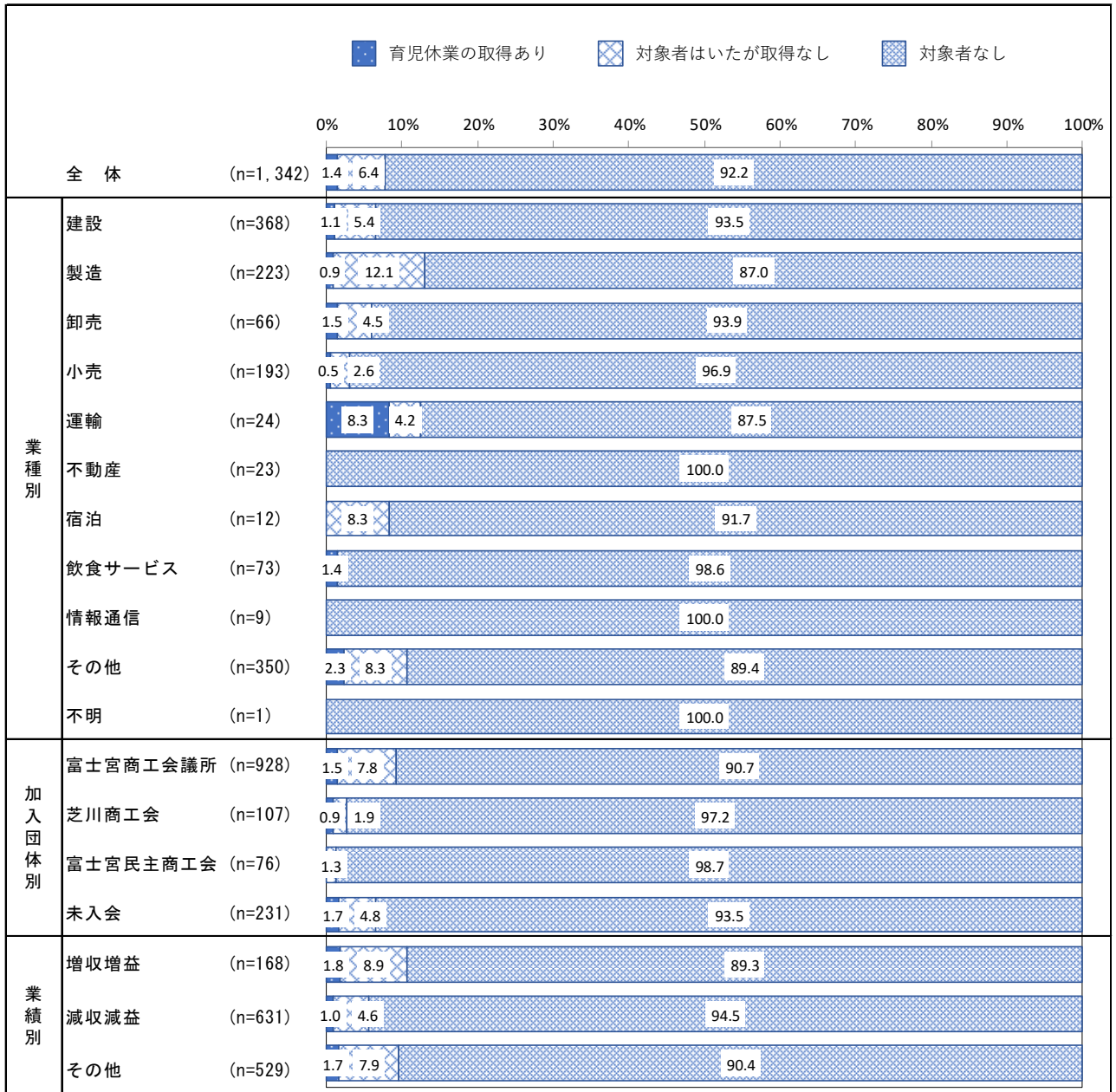
### ◆男性

- ・全体結果では、「対象者なし」が 92.2%と最も高く、次いで「対象者はいたが取得なし」が 6.4%、「育児休業の取得あり」が 1.4%となっている。
- ・前回結果と比較すると、概ね同様の傾向がみられた。
- ・業種別にみると、製造業では「対象者はいたが取得なし」が1割超と、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「対象者なし」が最も高くなっている。
- ・業績別にみると、すべての事業所で「対象者なし」が最も高く、それぞれ約9割となっている。



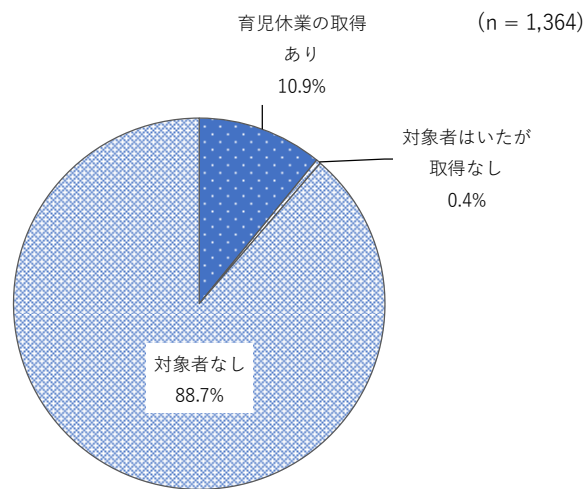
※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】

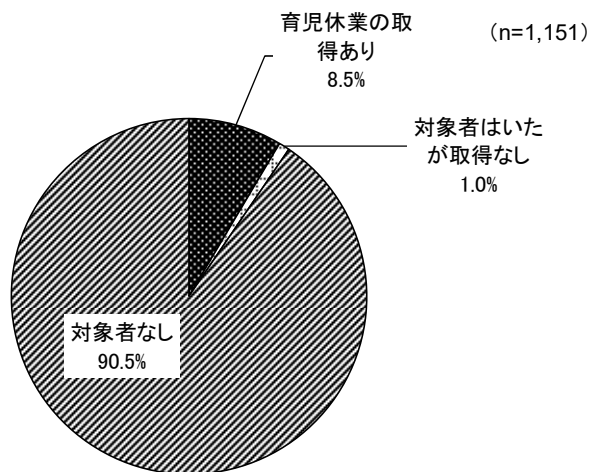


## ◆女性

- ・全体結果では、「対象者なし」が 88.7%と最も高く、次いで「育児休業の取得あり」が 10.9%、「対象者はいたが取得なし」が 0.4%となっている。
- ・前回結果と比較すると、概ね同様の傾向がみられた。
- ・業種別にみると、製造業で「育児休業の取得あり」が 1 割超と、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所と未入会で「育児休業の取得あり」が 1 割超と、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、減収減益の事業所では「対象者なし」が 9 割超と、ほかの事業所と比べて高くなっている。



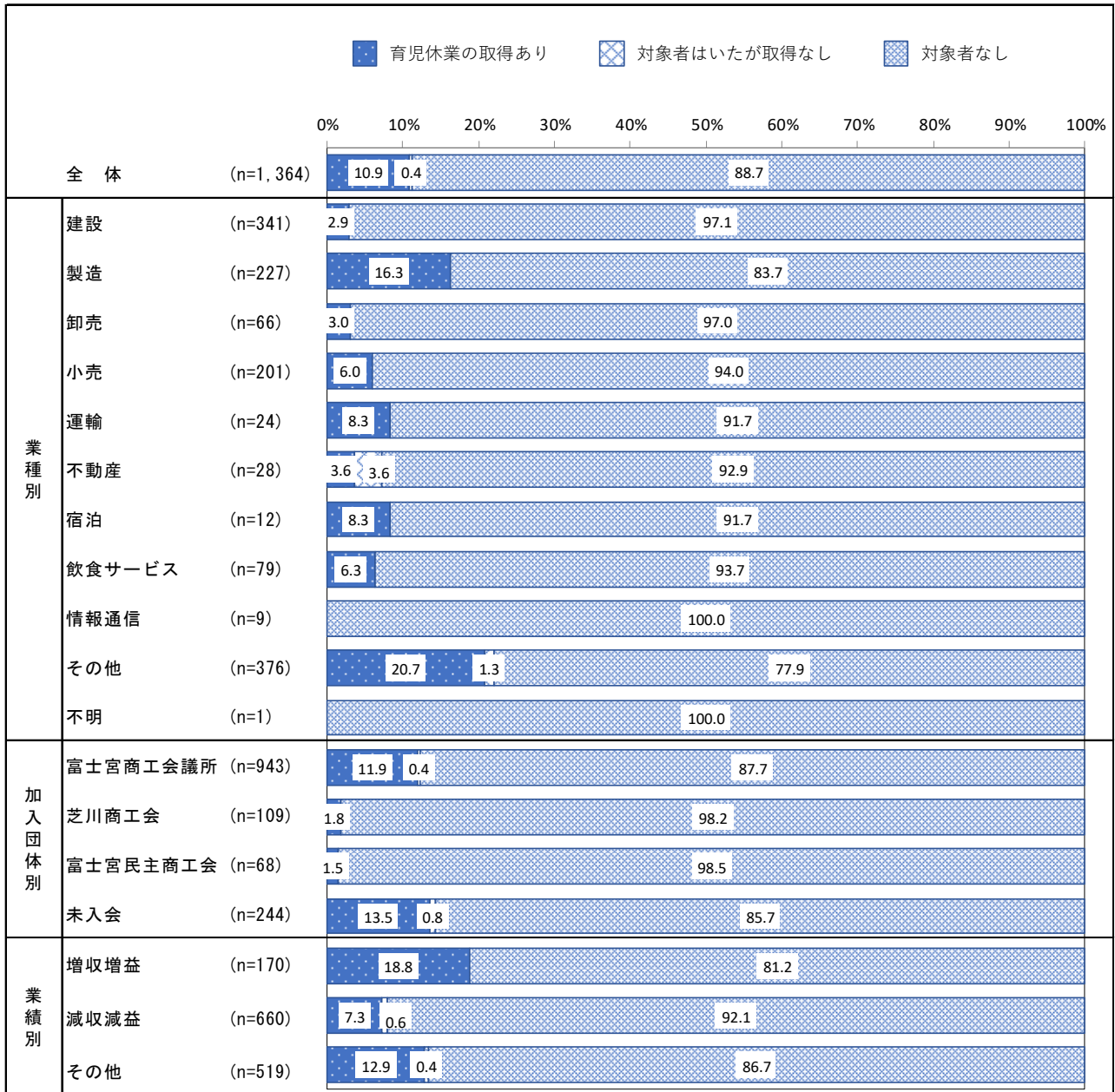
### 【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から



## 【クロス集計結果】

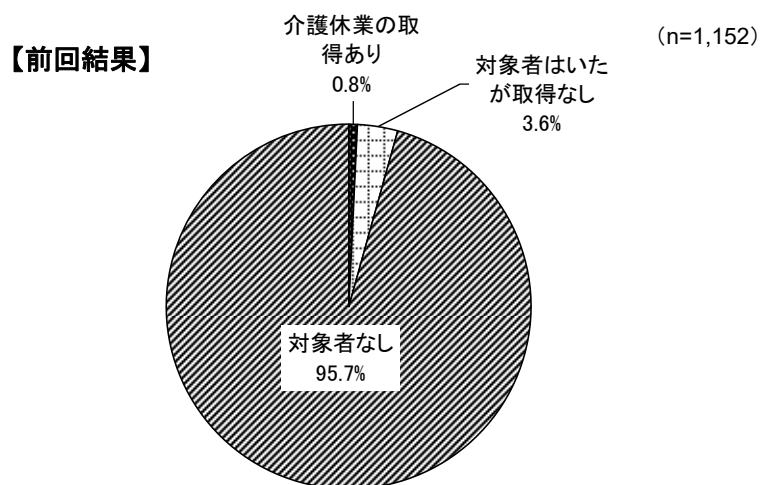
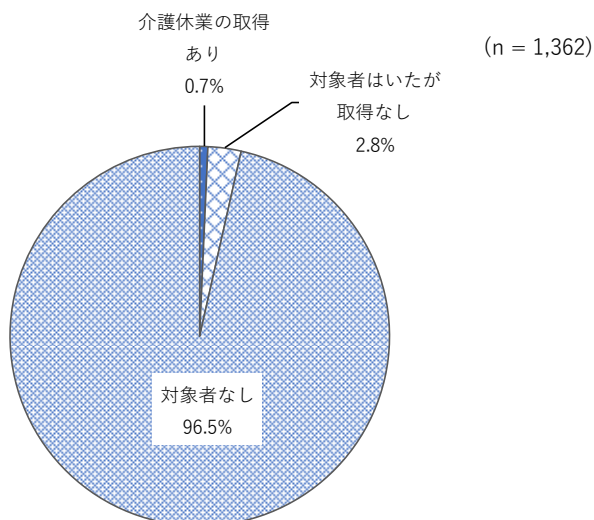


## (10) 介護休業の取得状況（男女別）

問 22 介護休業について、この3年間の貴事業所の取得状況を、男女別に教えてください。

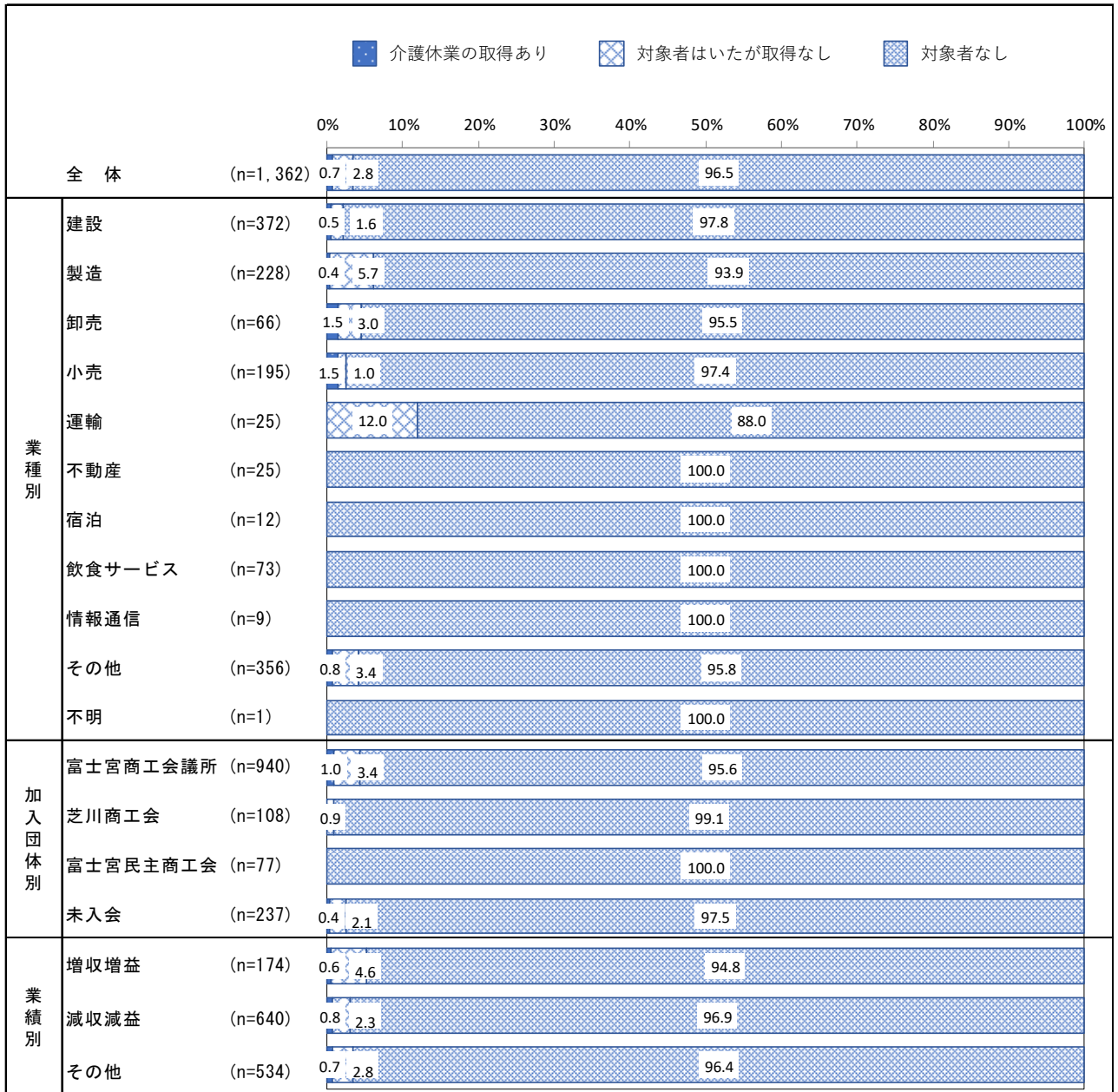
### ◆男性

- ・全体結果では、「対象者なし」が96.5%と最も高く、次いで「対象者はいたが取得なし」が2.8%、「介護休業の取得あり」が0.7%となっている。
- ・前回結果と比較すると、概ね同様の傾向がみられた。
- ・業種別にみると、運輸業で「対象者はいたが取得なし」が1割超と、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「対象者なし」の割合が最も高くなっている。
- ・業績別にみると、全ての業績で「対象者なし」が最も高くなっている。



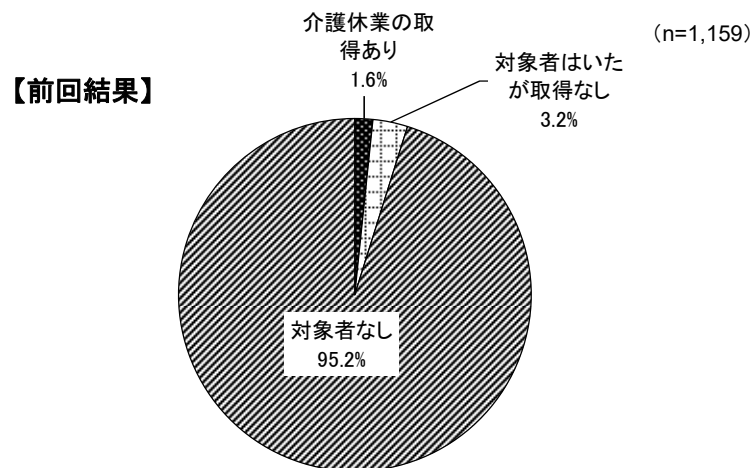
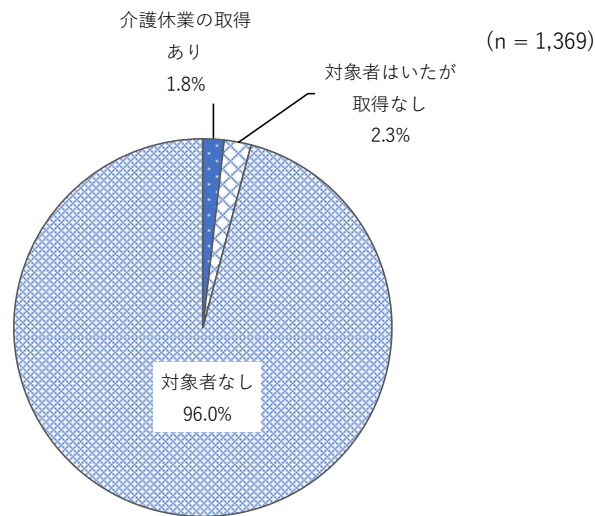
※平成28年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】



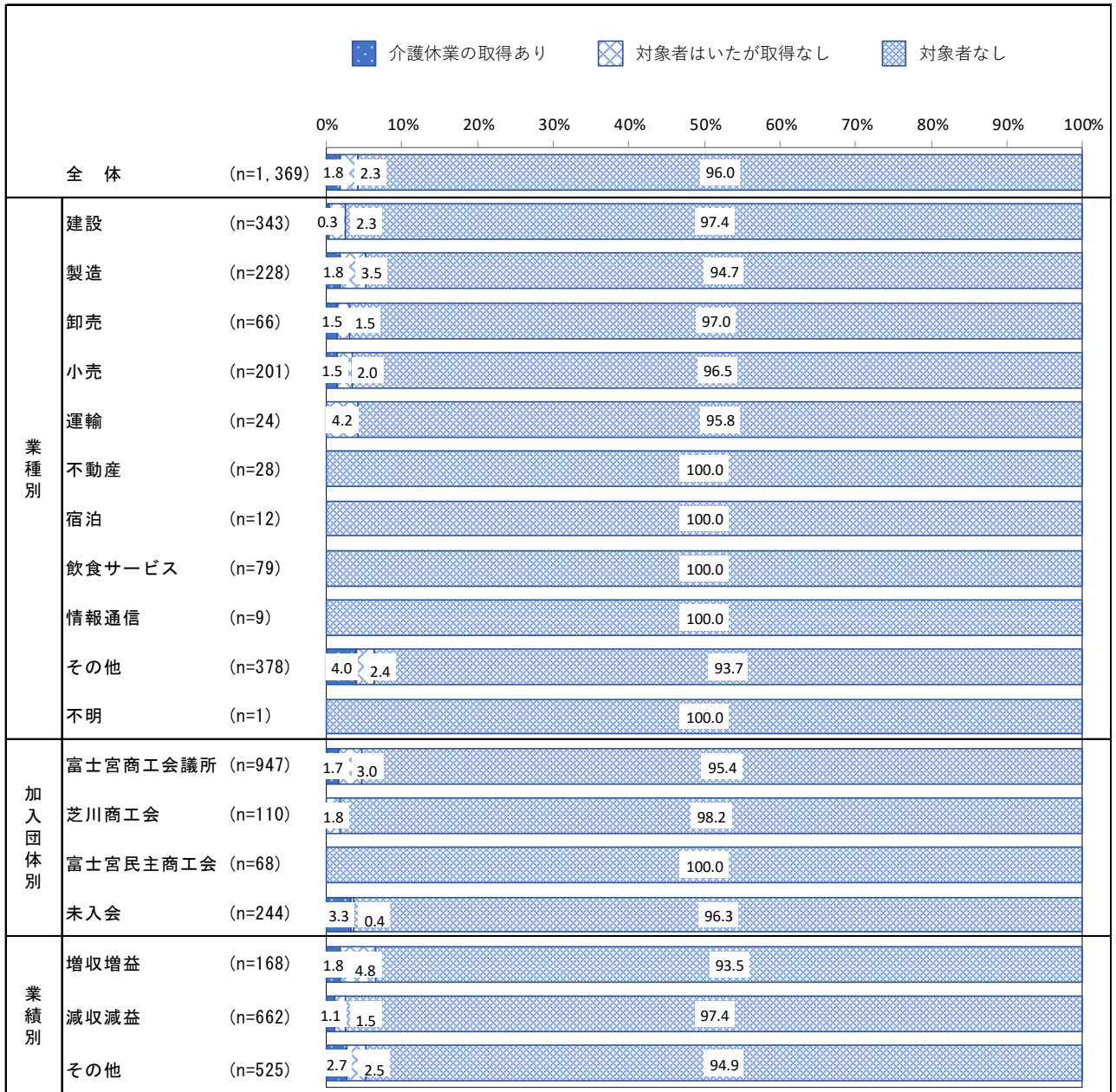
## ◆女性

- ・全体結果では、「対象者なし」が 96.0%と最も高く、次いで「対象者はいたが取得なし」が 2.3%、「介護休業の取得あり」が 1.8%となっている。
- ・前回結果と比較すると、概ね同様の傾向がみられた。
- ・業種別にみると、すべての業種で「対象者なし」の割合が最も高くなっている。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「対象者なし」の割合が最も高くなっている。
- ・業績別にみると、すべての事業所で「対象者なし」の割合が最も高くなっている。



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

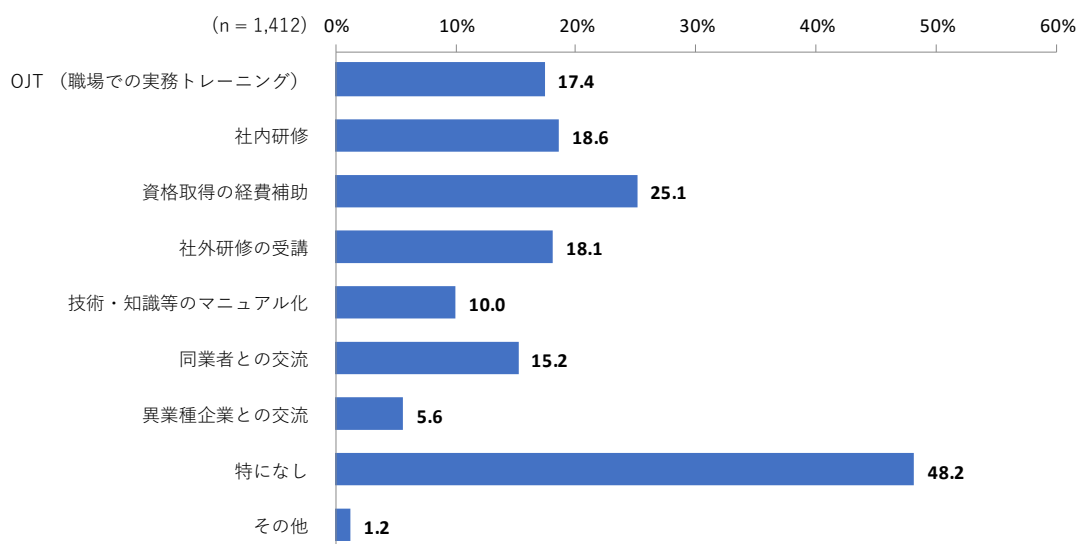
## 【クロス集計結果】



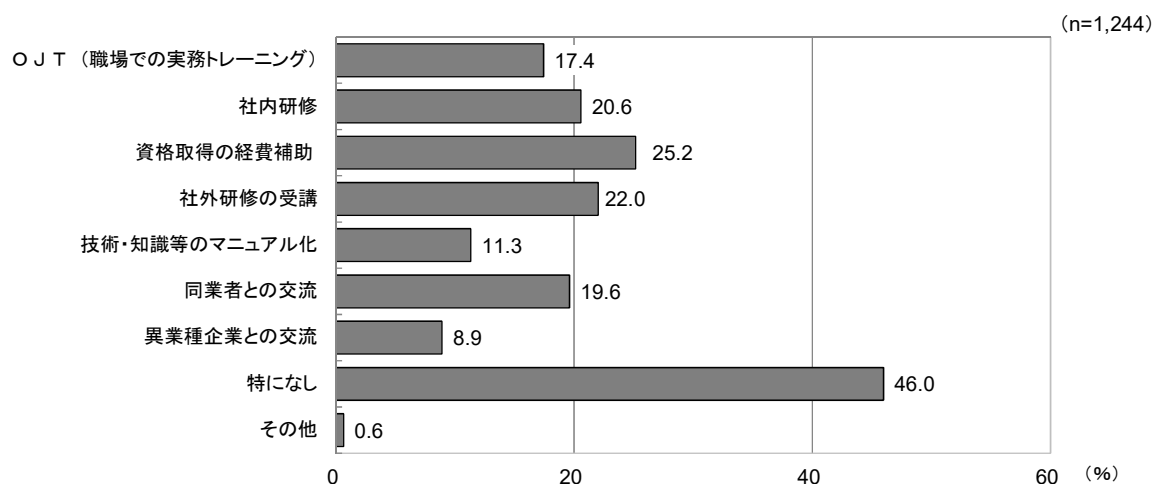
## (11) 人材育成のための取り組み

問 23 人材育成のため実施している取り組みについて教えてください。(複数選択可)

- ・全体結果では、「特になし」が 48.2%と最も高く、次いで「資格取得の経費補助」が 25.1%、「社内研修」が 18.6%となっている。
- ・前回結果と比較すると、概ね同様の傾向がみられた。
- ・業種別にみると、運輸業では「資格取得の経費補助」、そのほかの業種では「特になし」の割合が、それぞれ最も高くなっている。なお、宿泊業では「社内研修」が同率 1 位となっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所と未入会では「資格取得の経費補助」が 2 割超で、ほかの団体と比べて高くなっている。なお、富士宮商工会議所では「社内研修」も 2 割超となっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「資格取得の経費補助」、そのほかの事業所では「特になし」の割合が、それぞれ最も高くなっている。



## 【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

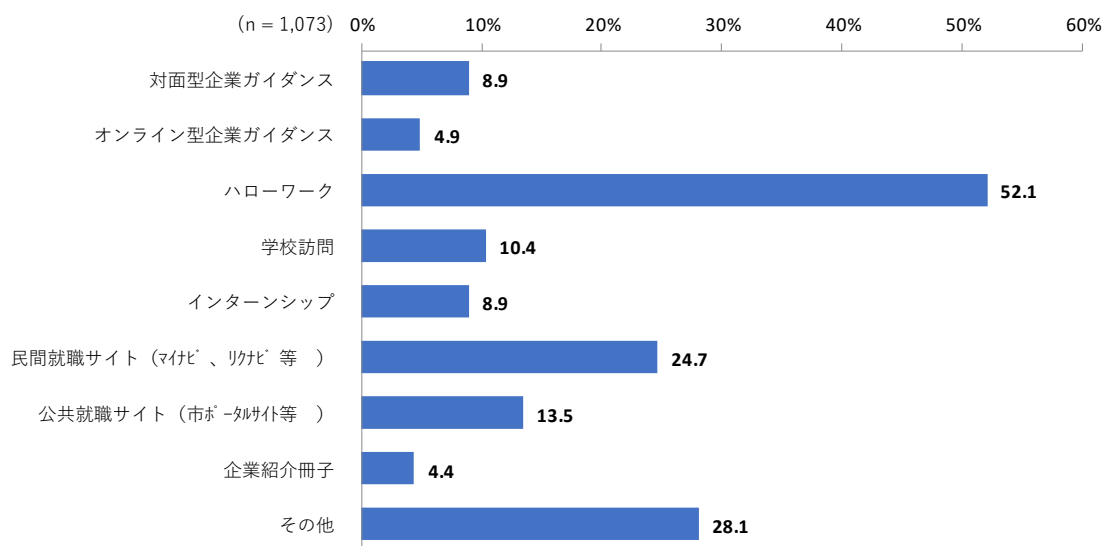
## 【クロス集計結果】

	n	OJT (職場での実務トレーニング)	社内研修	資格取得の経費補助	社外研修の受講	技術・知識等のマニュアル化	同業者との交流	異業種企業との交流	特になし	その他	
全体	1,412	246	263	355	255	141	214	79	680	17	
		17.4	18.6	25.1	18.1	10.0	15.2	5.6	48.2	1.2	
業種別	建設	381	45	37	131	43	21	64	24	191	3
			11.8	9.7	34.4	11.3	5.5	16.8	6.3	50.1	0.8
	製造	233	72	49	70	55	41	20	7	102	1
			30.9	21.0	30.0	23.6	17.6	8.6	3.0	43.8	0.4
	卸売	64	10	13	8	6	4	7	5	35	0
			15.6	20.3	12.5	9.4	6.3	10.9	7.8	54.7	0.0
	小売	205	23	32	28	35	18	33	12	116	2
			11.2	15.6	13.7	17.1	8.8	16.1	5.9	56.6	1.0
	運輸	26	3	8	12	4	4	4	1	6	0
			11.5	30.8	46.2	15.4	15.4	15.4	3.8	23.1	0.0
	不動産	27	0	0	2	2	0	2	1	22	1
			0.0	0.0	7.4	7.4	0.0	7.4	3.7	81.5	3.7
宿泊	12	2	3	1	0	2	2	2	3	0	
		16.7	25.0	8.3	0.0	16.7	16.7	16.7	25.0	0.0	
飲食サービス	74	8	4	4	4	3	7	4	53	2	
		10.8	5.4	5.4	5.4	4.1	9.5	5.4	71.6	2.7	
情報通信	8	0	0	0	1	2	1	1	6	0	
		0.0	0.0	0.0	12.5	25.0	12.5	12.5	75.0	0.0	
その他	381	83	117	99	105	46	74	22	145	8	
		21.8	30.7	26.0	27.6	12.1	19.4	5.8	38.1	2.1	
不明	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
加入団体別	富士宮商工会議所	970	189	205	264	188	109	156	62	422	11
			19.5	21.1	27.2	19.4	11.2	16.1	6.4	43.5	1.1
	芝川商工会	105	10	10	20	15	11	11	4	68	2
			9.5	9.5	19.0	14.3	10.5	10.5	3.8	64.8	1.9
富士宮民主商工会	86	2	0	10	3	2	15	3	63	0	
		2.3	0.0	11.6	3.5	2.3	17.4	3.5	73.3	0.0	
未入会	251	45	48	61	49	19	32	10	127	4	
		17.9	19.1	24.3	19.5	7.6	12.7	4.0	50.6	1.6	
業績別	増収増益	176	53	61	72	48	31	28	15	48	3
			30.1	34.7	40.9	27.3	17.6	15.9	8.5	27.3	1.7
	減収減益	668	83	87	113	87	45	95	31	382	8
		12.4	13.0	16.9	13.0	6.7	14.2	4.6	57.2	1.2	
その他	554	109	111	168	118	63	90	32	240	6	
		19.7	20.0	30.3	21.3	11.4	16.2	5.8	43.3	1.1	

## (12) 新規雇用にともない活用したいメニュー

問 24 貴事業所が、新規雇用にともない、活用したいメニューを教えてください。  
(複数選択可)

- ・全体結果では、「ハローワーク」が 52.1%と最も高く、次いで「その他」が 28.1%、「民間就職サイト（マイナビ、リクナビ等）」が 24.7%となっている。
- ・業種別にみると、製造業、運輸業、建設業では「ハローワーク」が約 6 割で、特に高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所と未入会では「ハローワーク」が過半数で、それぞれ最も高くなっている。
- ・業績別にみると、すべての事業所で「ハローワーク」が最も高く、特に増収増益の事業所では 6 割超となっている。



※前回の調査時には本問を設定していない。



【クロス集計結果】

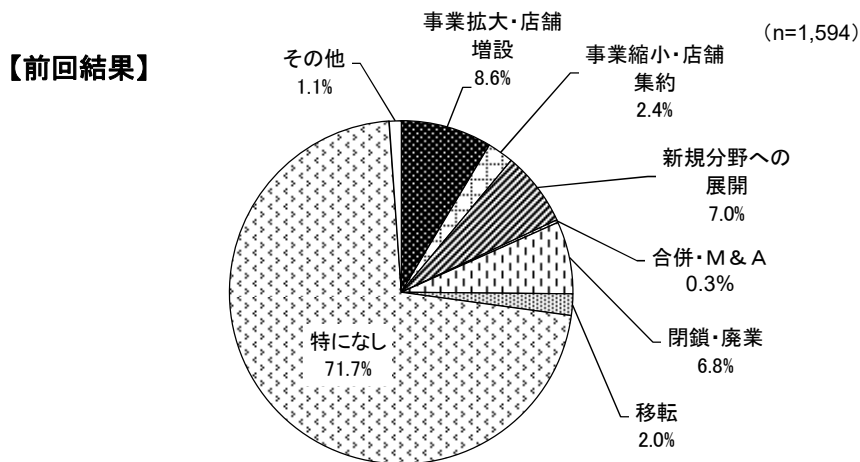
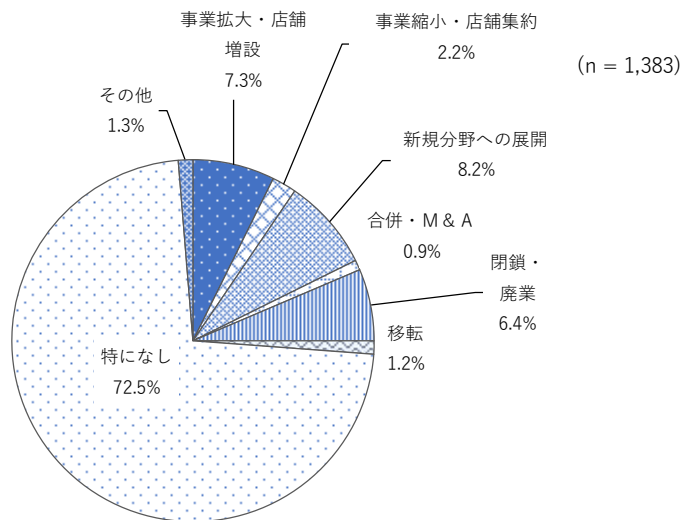
	n	対面型企業 ガイダンス			オンライン型 企業ガイダンス		学校訪問	インター シップ	民間就職サイ ト(マイビ ジ等)		公共就職サイ ト(市ホ ールサ イ等)		企業紹介冊 子	その他
		8.9	4.9	52.1	10.4	8.9			24.7	13.5	4.4	28.1		
全 体	1,073	96	53	559	112	96	265	145	47	301				
業 種 別	建設	267	13	13	158	26	14	38	31	5	68			
			4.9	4.9	59.2	9.7	5.2	14.2	11.6	1.9	25.5			
	製造	203	32	16	124	31	18	52	32	13	40			
			15.8	7.9	61.1	15.3	8.9	25.6	15.8	6.4	19.7			
	卸売	48	3	1	19	2	2	18	3	1	17			
			6.3	2.1	39.6	4.2	4.2	37.5	6.3	2.1	35.4			
	小売	140	14	8	50	11	10	43	18	8	53			
			10.0	5.7	35.7	7.9	7.1	30.7	12.9	5.7	37.9			
	運輸	23	2	0	14	1	0	8	2	1	5			
			8.7	0.0	60.9	4.3	0.0	34.8	8.7	4.3	21.7			
	不動産	17	0	0	5	0	0	3	1	0	10			
			0.0	0.0	29.4	0.0	0.0	17.6	5.9	0.0	58.8			
	宿泊	10	2	0	5	1	1	4	1	0	3			
			20.0	0.0	50.0	10.0	10.0	40.0	10.0	0.0	30.0			
飲食サービス	46	1	1	14	0	1	12	5	3	21				
		2.2	2.2	30.4	0.0	2.2	26.1	10.9	6.5	45.7				
情報通信	6	1	1	3	1	1	1	1	0	1				
		16.7	16.7	50.0	16.7	16.7	16.7	16.7	0.0	16.7				
その他	313	28	13	167	39	49	86	51	16	83				
		8.9	4.2	53.4	12.5	15.7	27.5	16.3	5.1	26.5				
不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0				
加 入 団 体 別	富士宮商工会議所	765	83	42	407	87	76	211	111	40	193			
			10.8	5.5	53.2	11.4	9.9	27.6	14.5	5.2	25.2			
	芝川商工会	71	3	4	27	4	4	14	9	2	30			
			4.2	5.6	38.0	5.6	5.6	19.7	12.7	2.8	42.3			
富士宮民主商工会	47	0	0	18	1	2	5	0	1	23				
		0.0	0.0	38.3	2.1	4.3	10.6	0.0	2.1	48.9				
未入会	190	10	7	107	20	14	35	25	4	55				
		5.3	3.7	56.3	10.5	7.4	18.4	13.2	2.1	28.9				
業 績 別	増収増益	150	16	10	98	26	21	51	22	10	22			
			10.7	6.7	65.3	17.3	14.0	34.0	14.7	6.7	14.7			
	減収減益	473	31	11	214	32	25	93	59	20	168			
		6.6	2.3	45.2	6.8	5.3	19.7	12.5	4.2	35.5				
その他	442	47	31	243	52	48	120	62	17	109				
		10.6	7.0	55.0	11.8	10.9	27.1	14.0	3.8	24.7				

## 6. 今後に関すること

### (1) 事業所での予定

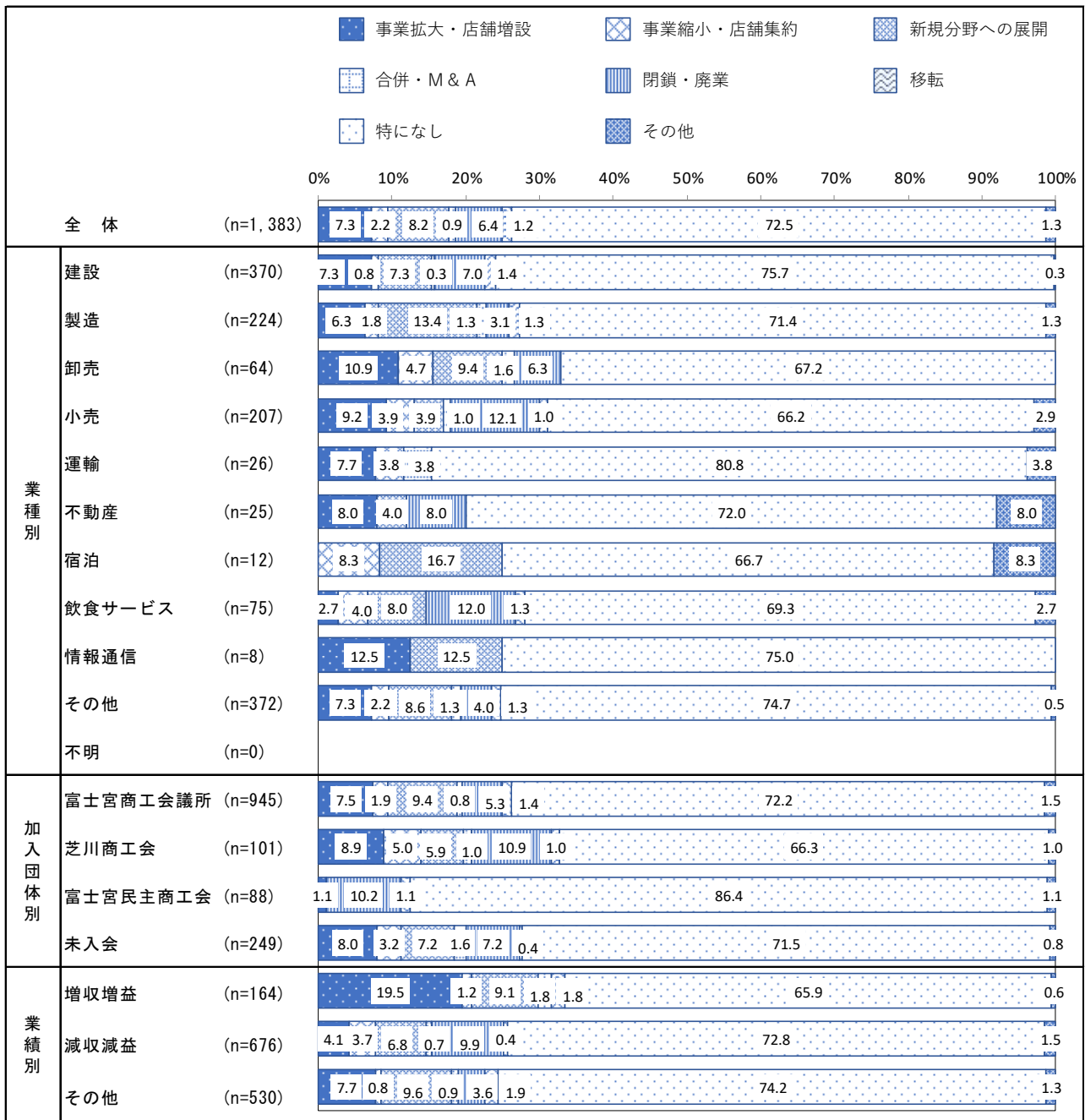
問 25 貴事業所で予定されていることを教えてください。

- ・全体結果では、「特になし」が72.5%と最も高く、次いで「新規分野への展開」が8.2%、「事業拡大・店舗増設」が7.3%となっている。
- ・前回結果と比較すると、概ね同様の傾向がみられた。
- ・業種別にみると、小売業と飲食サービス業では「閉鎖・廃業」が1割超で、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、芝川商工会と富士宮民主商工会では「閉鎖・廃業」が1割超で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「事業拡大・店舗増設」が約2割で、ほかの事業所と比べて高くなっている。



※平成28年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

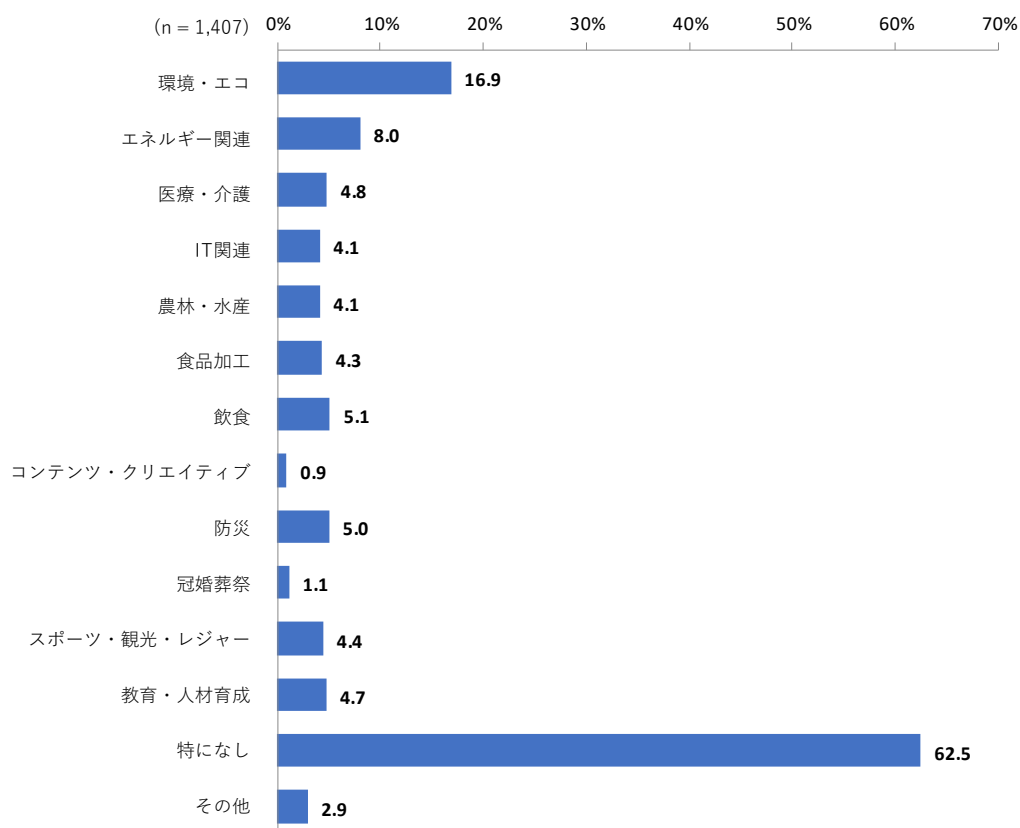
## 【クロス集計結果】



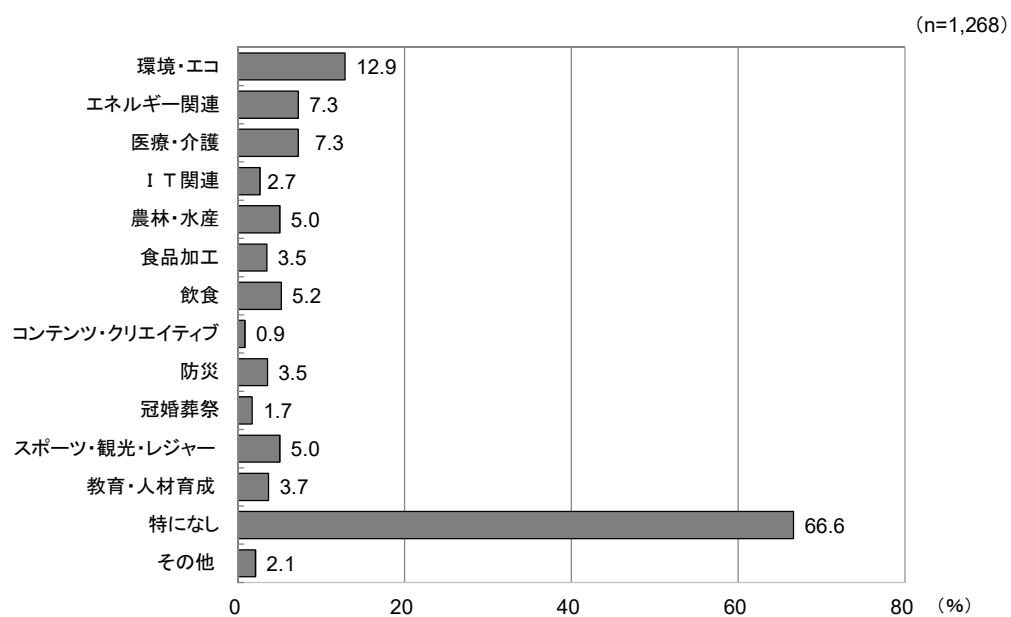
## (2) 現在興味のある分野

問 26 新事業として、現在興味のある分野を教えてください。(複数選択可)

- ・全体結果では、「特になし」が 62.5%と最も高く、次いで「環境・エコ」が 16.9%、「エネルギー関連」が 8.0%となっている。
- ・前回結果と比較すると、「環境・エコ」の割合がやや高くなっている。
- ・業種別にみると、製造業と卸売業では「環境・エコ」が2割超で、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所では「環境・エコ」の割合が、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「環境・エコ」が約3割で、ほかの事業所と比べて高くなっている。



## 【前回結果】



※平成28年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

【クロス集計結果】

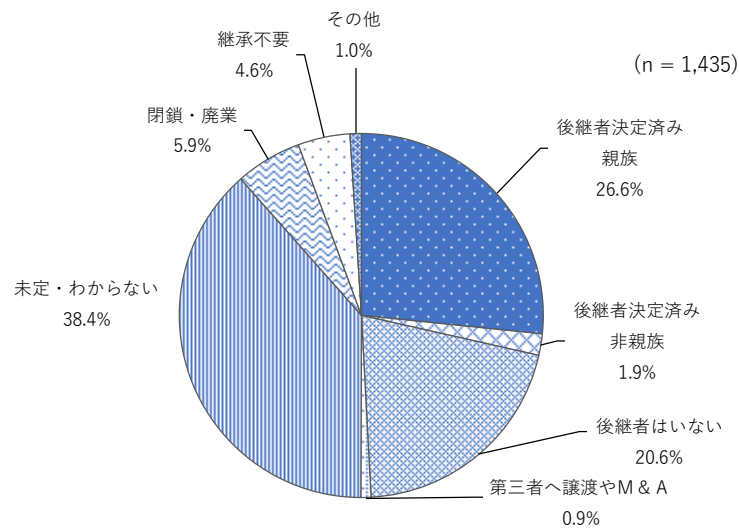
	n	環境・エコ	エネルギー関連	医療・介護	IT関連	農林・水産	食品加工	飲食	
全体	1,407	238 16.9	113 8.0	68 4.8	58 4.1	57 4.1	60 4.3	72 5.1	
業種別	建設	376 17.6	30 8.0	6 1.6	10 2.7	12 3.2	3 0.8	12 3.2	
	製造	230 22.6	30 13.0	13 5.7	8 3.5	10 4.3	12 5.2	4 1.7	
	卸売	65 23.1	5 7.7	4 6.2	2 3.1	5 7.7	9 13.8	9 13.8	
	小売	208 13.9	29 9.1	19 9.1	5 2.4	10 4.8	7 3.4	6 2.9	11 5.3
	運輸	26 7.7	2 7.7	1 3.8	1 3.8	0 0.0	1 3.8	2 3.8	7.7
	不動産	27 11.1	3 3.7	1 0.0	0 0.0	0 0.0	3 11.1	0 0.0	1 3.7
	宿泊	12 8.3	1 8.3	1 8.3	1 8.3	1 8.3	0 0.0	1 8.3	2 16.7
	飲食サービス	75 9.3	7 1.3	1 1.3	2 2.7	1 1.3	2 2.7	12 16.0	11 14.7
	情報通信	8 0.0	0 0.0	0 0.0	1 12.5	4 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	その他	379 16.6	63 6.3	24 6.3	35 9.2	21 5.5	17 4.5	15 4.0	19 5.0
	不明	1 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	1 100.0	1 100.0
	加入団体別	富士宮商工会議所	964 18.2	175 9.5	92 4.9	47 4.1	40 4.1	40 5.0	48 5.7
芝川商工会		106 15.1	16 4.7	5 4.7	2 1.9	4 3.8	5 4.7	7 6.6	8 7.5
富士宮民主商工会		87 8.0	7 1.1	1 1.1	1 1.1	1 1.1	3 3.4	1 1.1	2 2.3
未入会		250 16.0	40 6.0	15 6.0	18 7.2	13 5.2	9 3.6	4 1.6	7 2.8
業績別	増収増益	173 29.5	51 10.4	18 10.4	14 8.1	14 8.1	13 7.5	6 3.5	9 5.2
	減収減益	671 13.1	88 6.9	46 6.9	28 4.2	16 2.4	24 3.6	37 5.5	42 6.3
	その他	548 17.9	98 8.9	49 8.9	24 4.4	27 4.9	20 3.6	17 3.1	21 3.8

	n	コンテンツ・クリエイティブ	防災	冠婚葬祭	スポーツ・観光・レジャー	教育・人材育成	特になし	その他	
全体	1,407	12 0.9	70 5.0	16 1.1	62 4.4	66 4.7	879 62.5	41 2.9	
業種別	建設	376 0.5	23 6.1	0 0.0	10 2.7	12 3.2	254 67.6	12 3.2	
	製造	230 0.9	2 5.7	13 5.7	1 0.4	3 1.3	6 2.6	138 60.0	11 4.8
	卸売	65 0.0	0 9.2	6 9.2	3 4.6	4 6.2	1 1.5	29 44.6	2 3.1
	小売	208 1.0	2 1.9	4 1.9	2 1.0	9 4.3	8 3.8	139 66.8	1 0.5
	運輸	26 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 3.8	19 73.1	0 0.0
	不動産	27 0.0	0 0.0	1 3.7	0 0.0	1 3.7	0 0.0	21 77.8	0 0.0
	宿泊	12 0.0	0 0.0	0 0.0	1 8.3	5 41.7	2 16.7	5 41.7	1 8.3
	飲食サービス	75 1.3	1 2.7	2 2.7	1 1.3	5 6.7	4 5.3	48 64.0	3 4.0
	情報通信	8 0.0	0 12.5	1 12.5	0 0.0	1 12.5	2 25.0	2 25.0	1 12.5
	その他	379 1.3	5 5.3	20 5.3	8 2.1	23 6.1	30 7.9	224 59.1	10 2.6
	不明	1 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	加入団体別	富士宮商工会議所	964 1.1	11 5.7	55 1.6	15 1.6	48 5.0	48 5.0	574 59.5
芝川商工会		106 0.9	1 2.8	3 2.8	0 0.0	6 5.7	3 2.8	71 67.0	2 1.9
富士宮民主商工会		87 0.0	0 2.3	2 2.3	0 0.0	0 0.0	3 3.4	71 81.6	1 1.1
未入会		250 0.0	0 4.0	10 4.0	1 0.4	8 3.2	12 4.8	163 65.2	7 2.8
業績別	増収増益	173 0.6	1 5.8	10 5.8	1 0.6	13 7.5	15 8.7	84 48.6	2 1.2
	減収減益	671 0.1	1 3.1	21 3.1	6 0.9	32 4.8	22 3.3	445 66.3	26 3.9
	その他	548 1.8	10 6.9	38 6.9	9 1.6	17 3.1	29 5.3	341 62.2	12 2.2

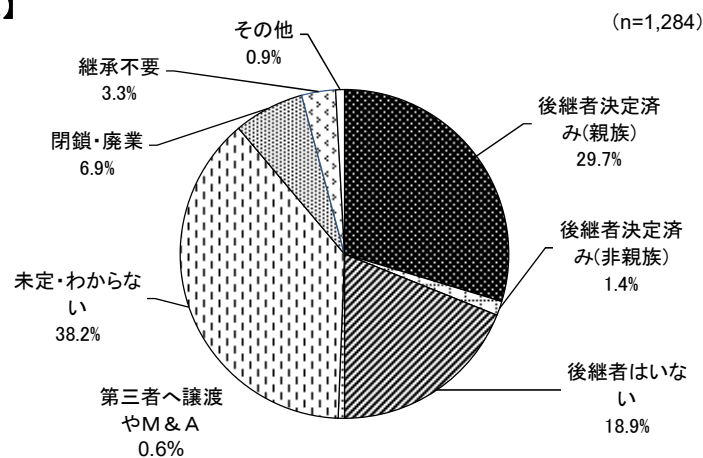
### (3) 後継者と事業継承の有無

問 27 後継者と事業継承の有無について教えてください。

- ・全体結果では、「未定・わからない」が 38.4%と最も高く、次いで「後継者決定済み親族」が 26.6%、「後継者はいない」が 20.6%となっている。
- ・前回結果と比較すると、概ね同様の傾向がみられた。
- ・業種別にみると、「後継者決定済み親族」において製造業では3割超、不動産業では約3割と、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮民主商工会では「後継者はいない」、そのほかの団体では「未定・わからない」の割合が、それぞれ最も高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「後継者決定済み親族」、減収減益の事業所では「後継者はいない」の割合が高くなっている。

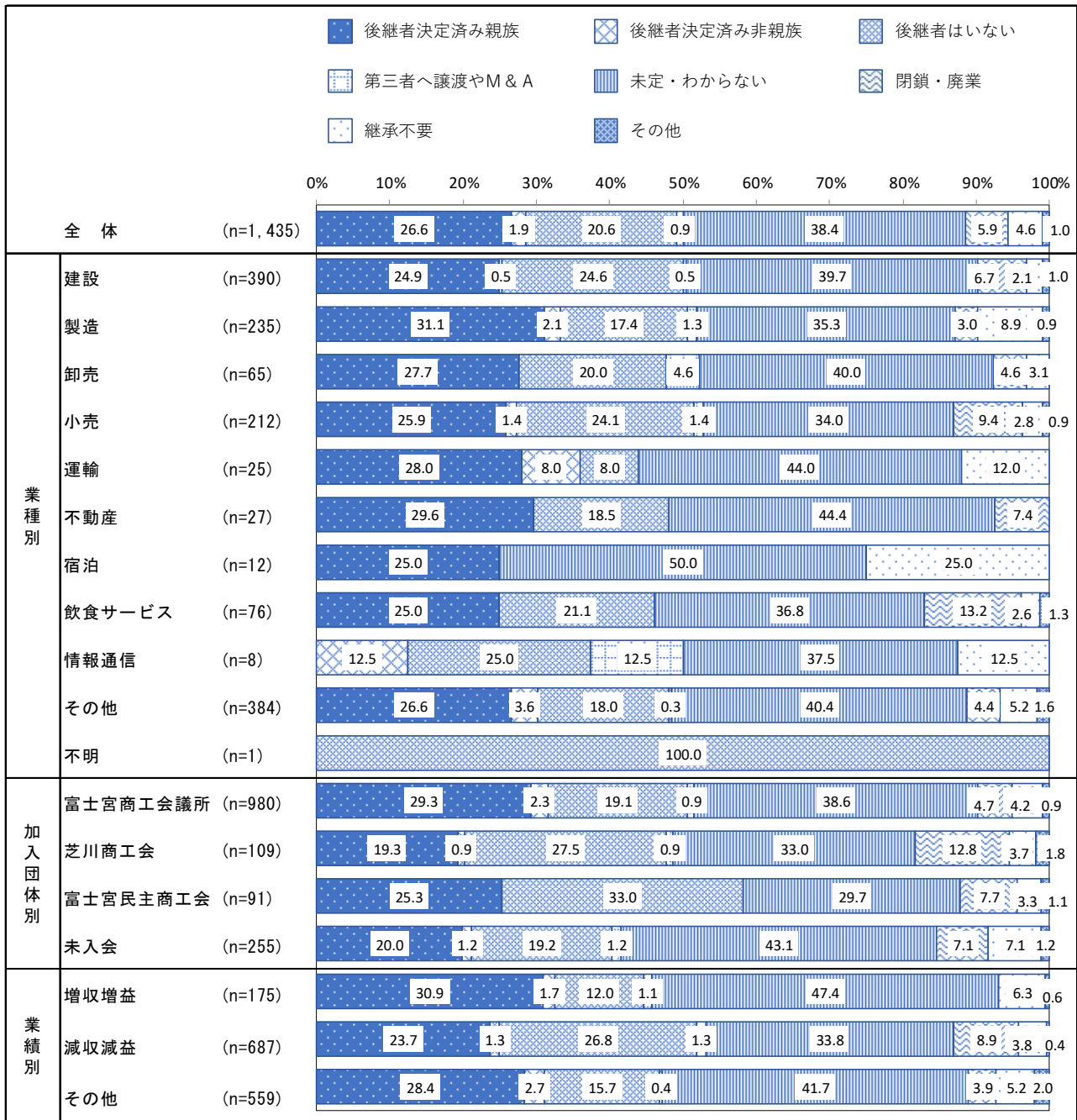


#### 【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】

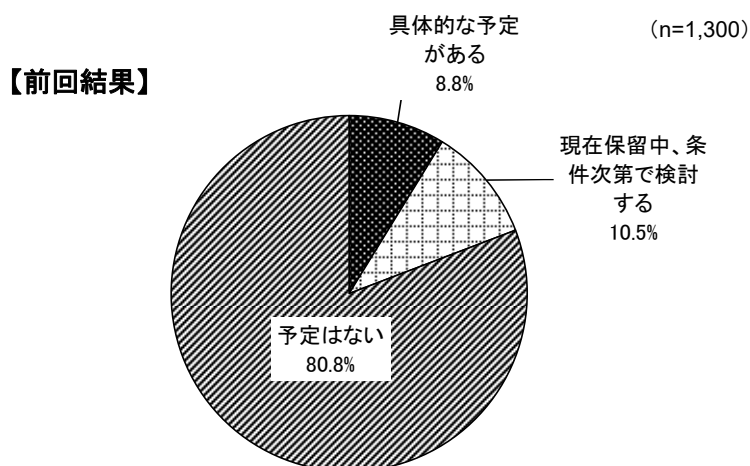
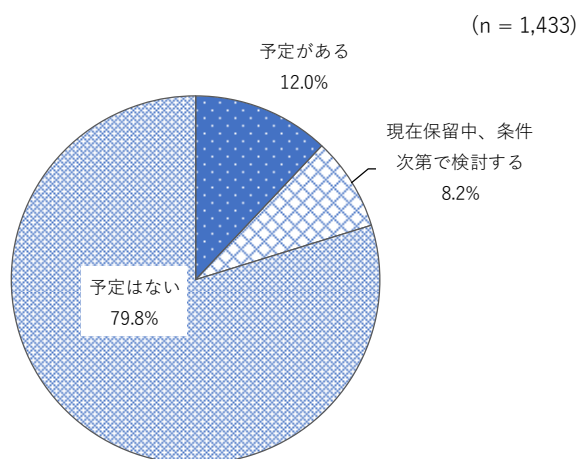




#### (4) 設備投資の予定

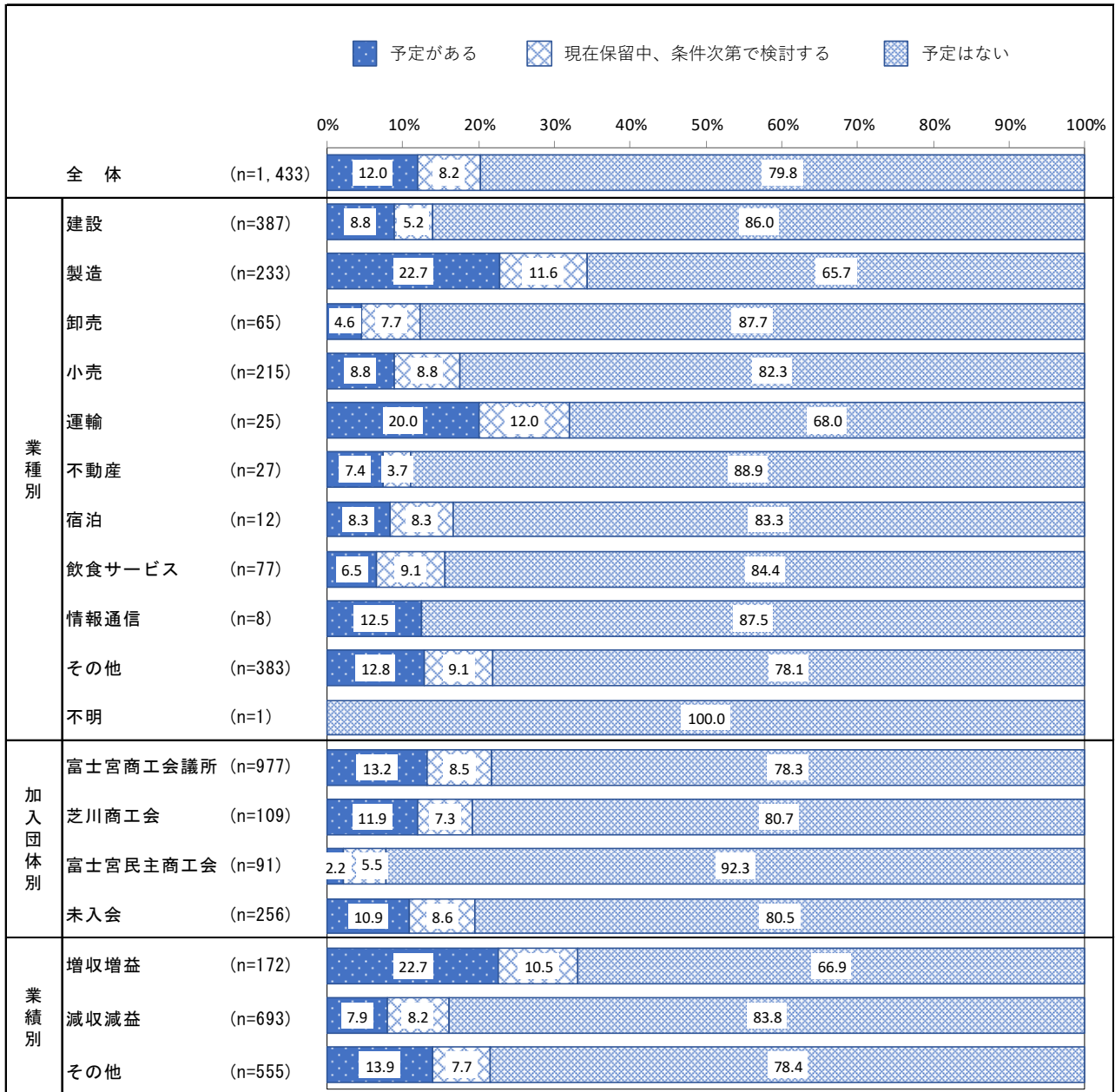
問 28 今後の設備投資の予定について教えてください。

- 全体結果では、「予定はない」が 79.8%と最も高く、次いで「予定がある」が 12.0%、「現在保留中、条件次第で検討する」が 8.2%となっている。
- 前回結果と比較すると、概ね同様の傾向がみられた。
- 業種別にみると、製造業と運輸業で「予定がある」が 2 割超と、ほかの業種と比べてやや高くなっている。
- 加入団体別にみると、すべての団体で「予定はない」の割合が最も高くなっている。
- 業績別にみると、増収増益の事業所では「予定がある」と「現在保留中、条件次第で検討する」の割合が、ほかの事業所と比べて高くなっている。



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

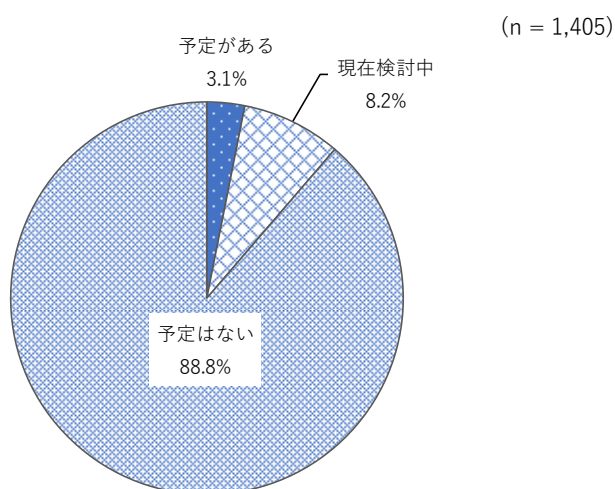
## 【クロス集計結果】



## (5) SDGsへの取り組み状況

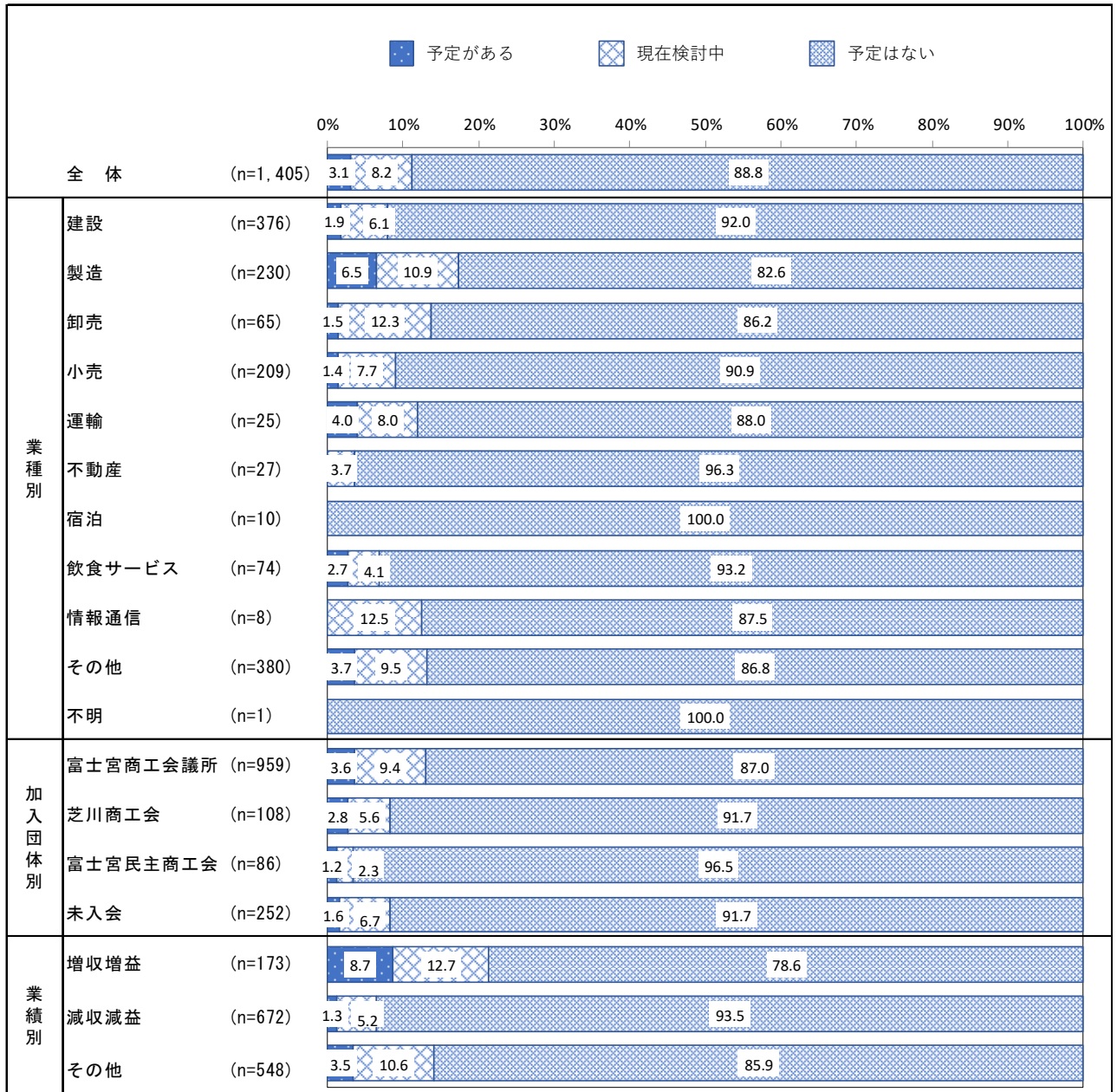
問 29 持続的な社会発展 (SDGs) への取り組みの予定について教えてください。

- ・全体結果では、「予定はない」が 88.8%と最も高く、次いで「現在検討中」が 8.2%、「予定がある」が 3.1%となっている。
- ・業種別にみると、すべての業種で「予定はない」の割合が最も高くなっている。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「予定はない」の割合が最も高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「予定がある」と「現在検討中」の割合の合計が 2 割超で、ほかの事業所と比べて高くなっている。



※前回の調査時には本問を設定していない。

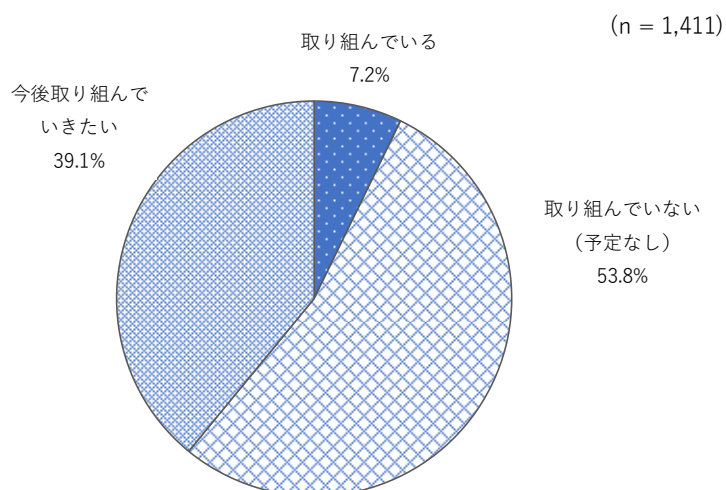
【クロス集計結果】



## (6) 災害時の対応状況

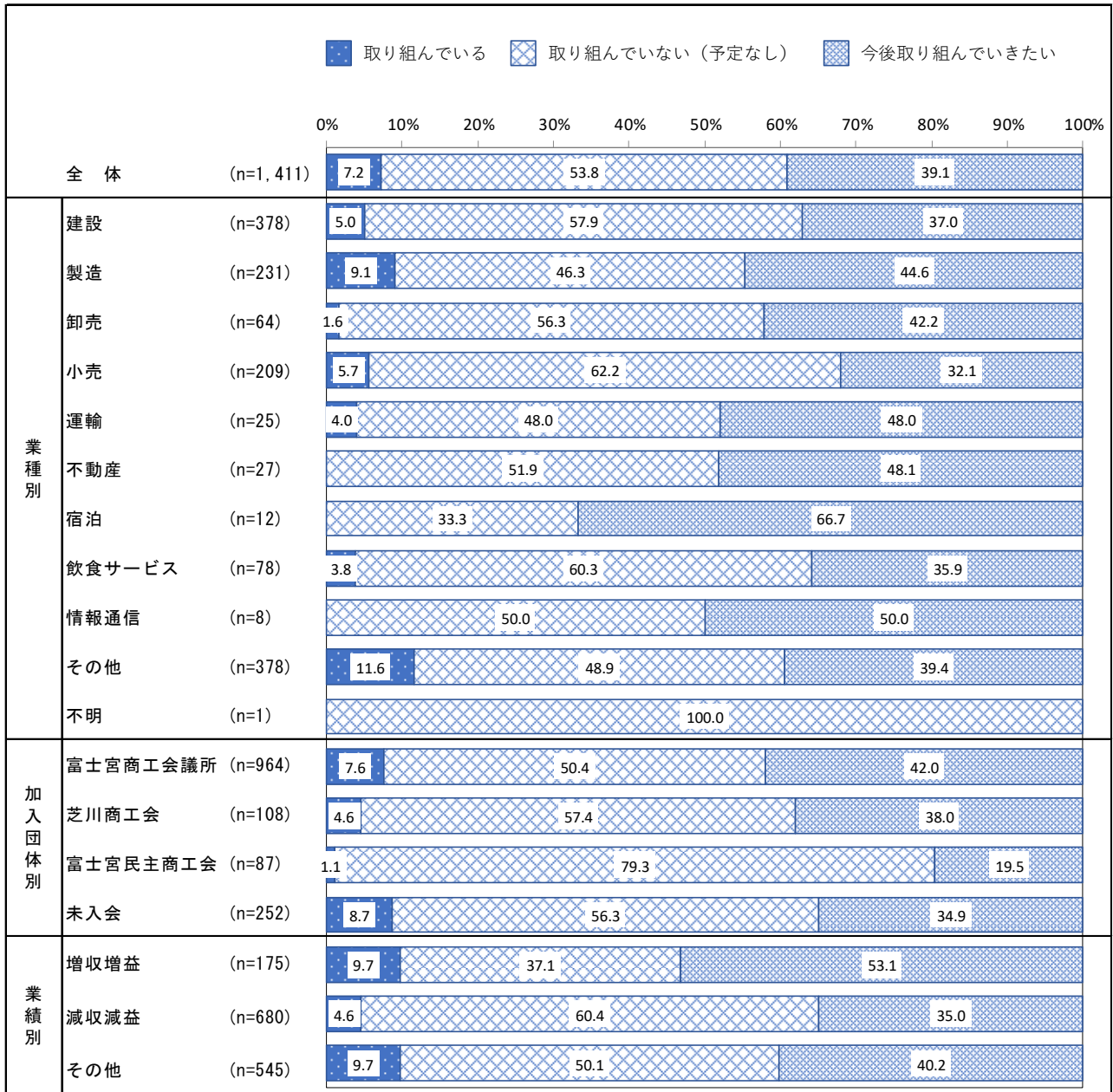
問 30 ハザードマップの変更等への対応や、災害時等の事業継続への取り組みの状況について教えてください。

- ・全体結果では、「取り組んでいない（予定なし）」が 53.8%と最も高く、次いで「今後取り組んでいきたい」が 39.1%、「取り組んでいる」が 7.2%となっている。
- ・業種別にみると、小売業と飲食サービス業では「取り組んでいない（予定なし）」が 6 割超で、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮民主商工会では「取り組んでいない（予定なし）」が約 8 割で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「今後取り組んでいきたい」、そのほかの事業所では「取り組んでいない（予定なし）」がそれぞれ最も高くなっている。



※前回の調査時には本問を設定していない。

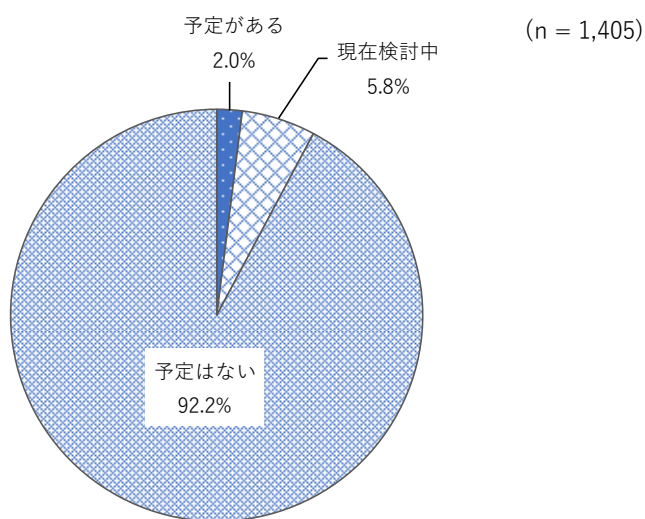
【クロス集計結果】



## (7) 脱炭素への取り組み状況

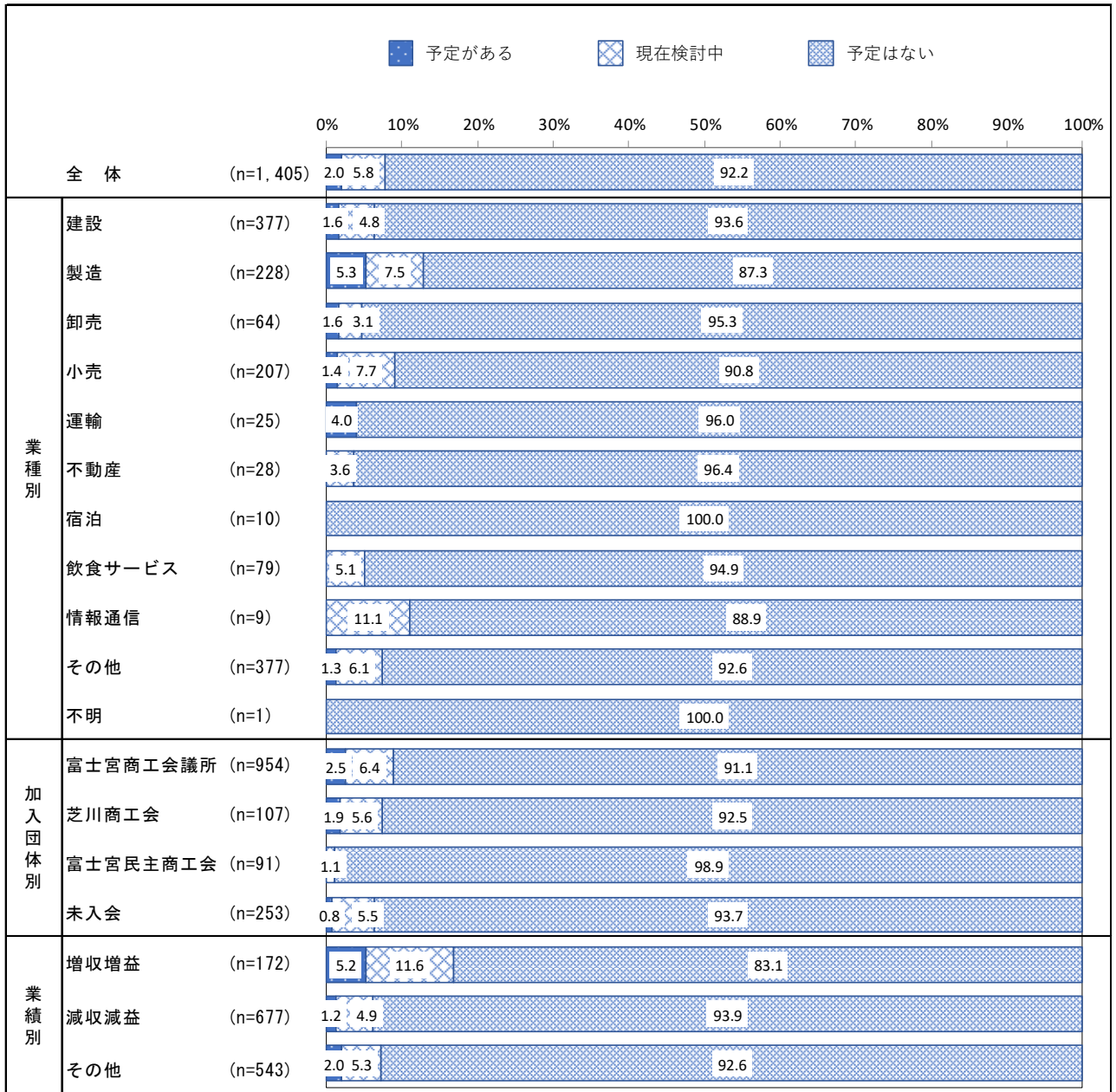
問 31 貴事業所での、脱炭素への取り組み状況について教えてください。

- ・全体結果では、「予定はない」が 92.2%と最も高く、次いで「現在検討中」が 5.8%、「予定がある」が 2.0%となっている。
- ・業種別にみると、製造業と情報通信業では「予定がある」と「現在検討中」の合計が1割超で、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、すべての団体で「予定はない」が最も高く、それぞれ9割以上となっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「予定がある」と「現在検討中」の合計が1割超で、ほかの事業所と比べて高くなっている。



※前回の調査時には本問を設定していない。

## 【クロス集計結果】





## 7. 業況等に関すること

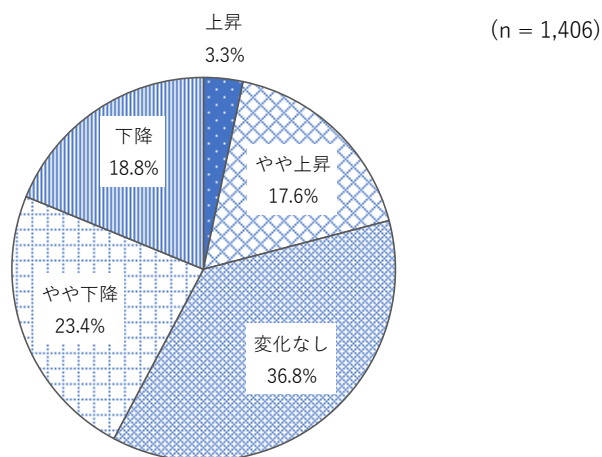
### (1) 景況

問 32 貴事業所の今年 1～3 月と比較した今年 4～6 月の景況と、今年 4～6 月と比較した今年 7～9 月の景況見込みを教えてください。

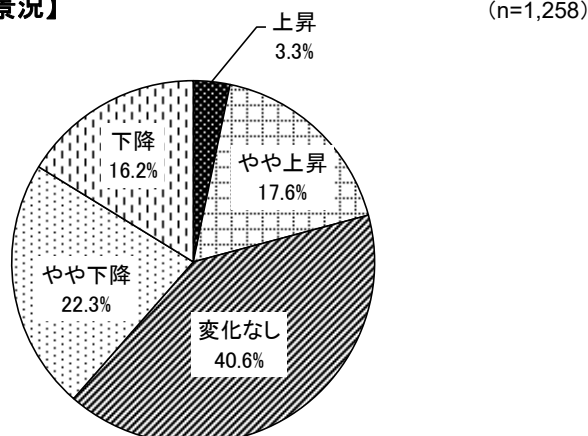
#### ◆今年 4～6 月の景況（実態）

- ・全体結果では、「変化なし」が 36.8%と最も高く、次いで「やや下降」が 23.4%、「下降」が 18.8%となっている。
- ・業種別にみると、卸売業では「やや下降」、飲食サービス業では「下降」の割合がそれぞれ最も高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所では「やや上昇」が 2 割超で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、減収減益の事業所では「下降」、そのほかの事業所では「変化なし」の割合が、それぞれ最も高くなっている。

※前回調査では、「4～6 月と比較した 7～9 月の景況」についての設問であるため、前回結果との比較は省略する。

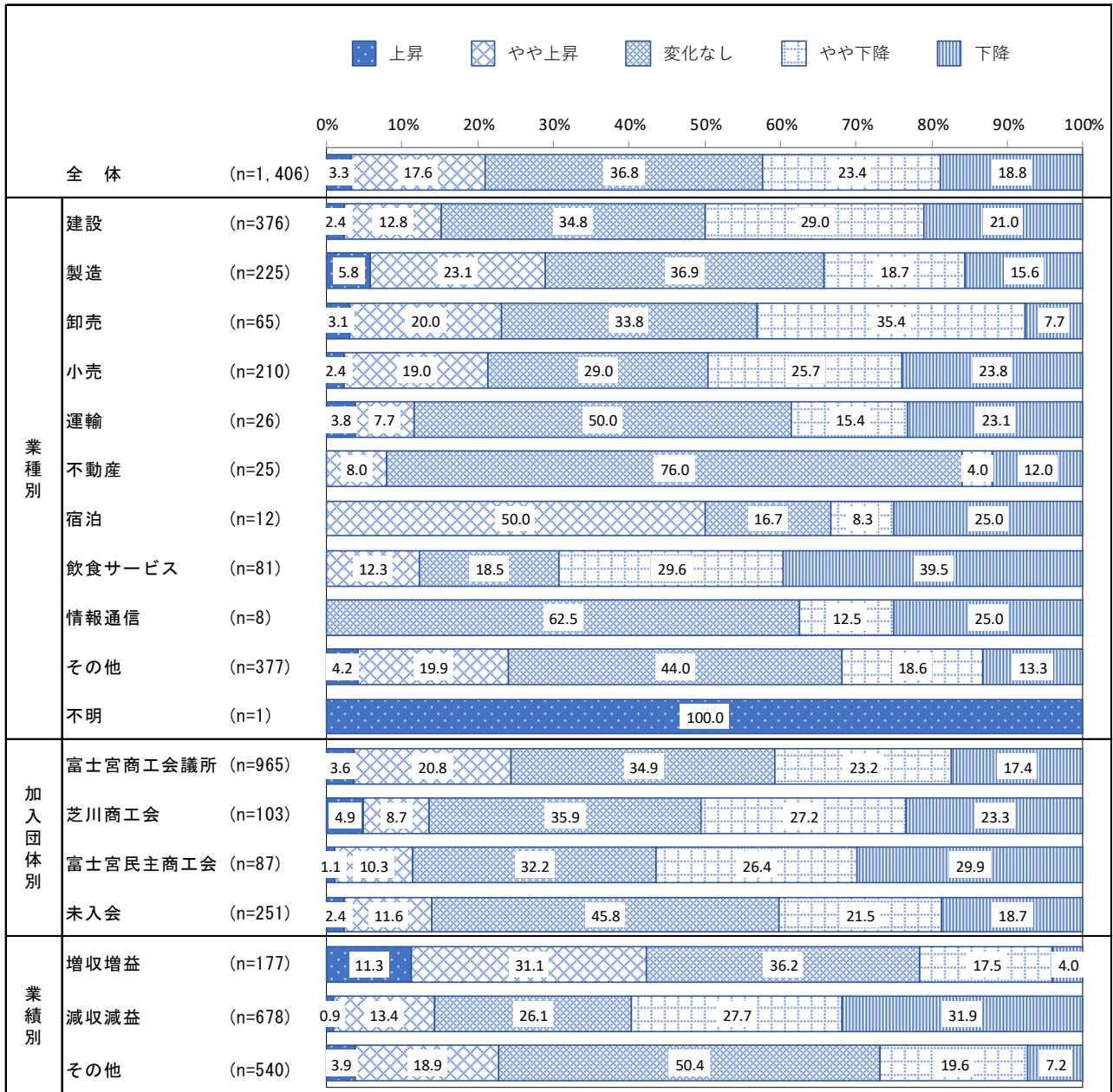


#### 【前回結果：調査年の 7～9 月の景況】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

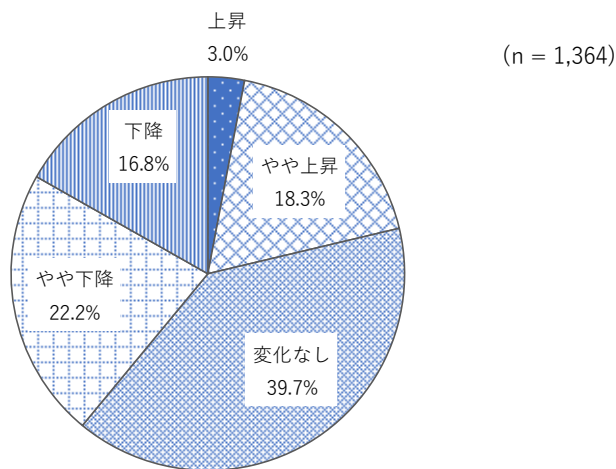
## 【クロス集計結果】



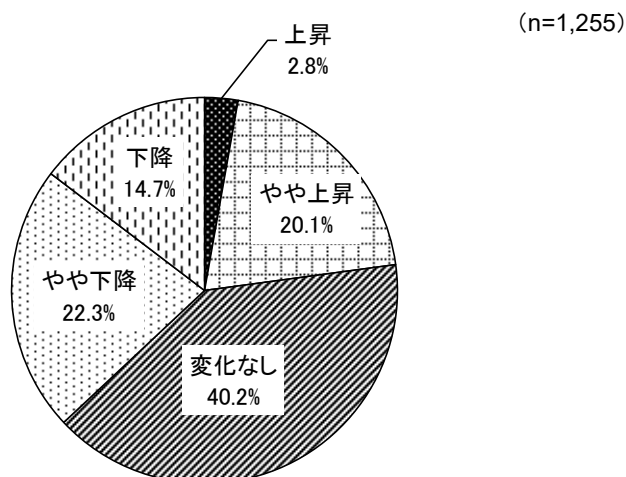
### ◆今年 7～9 月の景況見込み（予想）

- ・全体結果では、「変化なし」が 39.7%と最も高く、次いで「やや下降」が 22.2%、「やや上昇」が 18.3%となっている。
- ・業種別にみると、卸売業では「やや下降」、宿泊業では「下降」の割合がそれぞれ最も高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所では「やや上昇」が 2 割超で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「やや上昇」が約 3 割で、ほかの事業所と比べて高くなっている。

※前回調査では、「7～9 月と比較した 10～12 月の景況見込み」についての設問であるため、前回結果との比較は省略する。

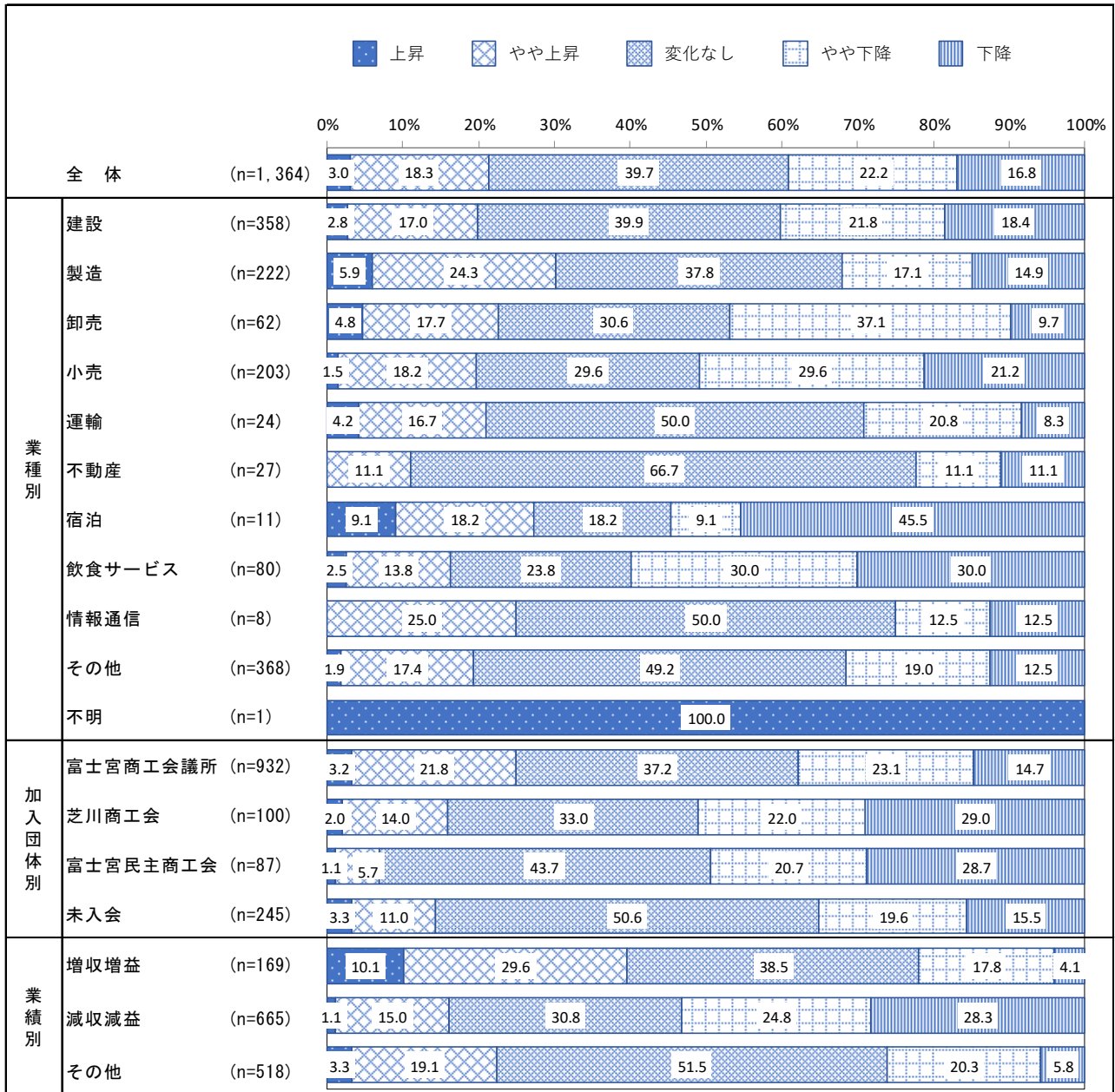


### 【前回結果：調査年の 10～12 月の景況見込み】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】



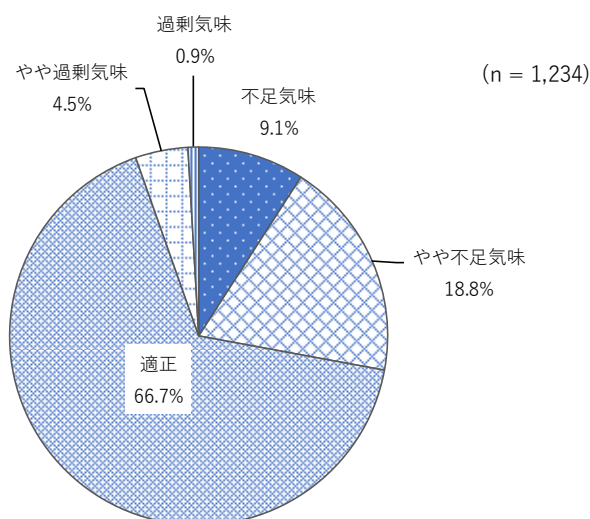
## (2) 従業員数

問 33 貴事業所の今年 6 月末の従業員数と、今年 9 月末の従業員数見込みを教えてください。

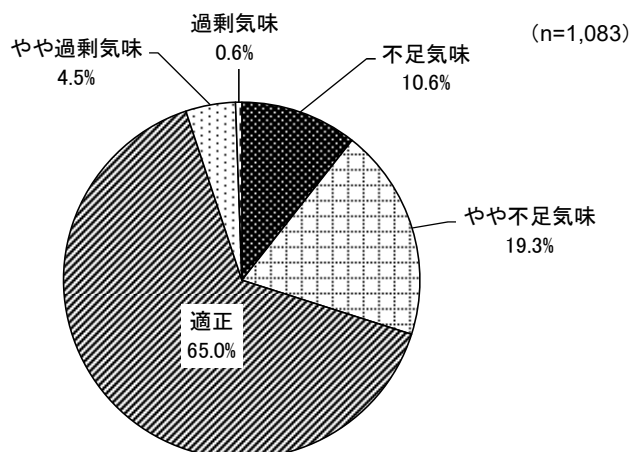
### ◆今年 6 月末の従業員数（実態）

- ・全体結果では、「適正」が 66.7%と最も高く、次いで「やや不足気味」が 18.8%、「不足気味」が 9.1%となっている。
- ・業種別にみると、運輸業では「不足気味」と「やや不足気味」の割合の合計が 4 割超と、ほかの業種と比べて高くなっている。一方、不動産業では「適正」が 9 割超となった。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所では「やや不足気味」が 2 割で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「不足気味」と「やや不足気味」の割合の合計が 4 割超で、ほかの事業所と比べて高くなっている。

※前回調査では、「調査年の 9 月末の従業員数」についての設問であるため、前回結果との比較は省略する。

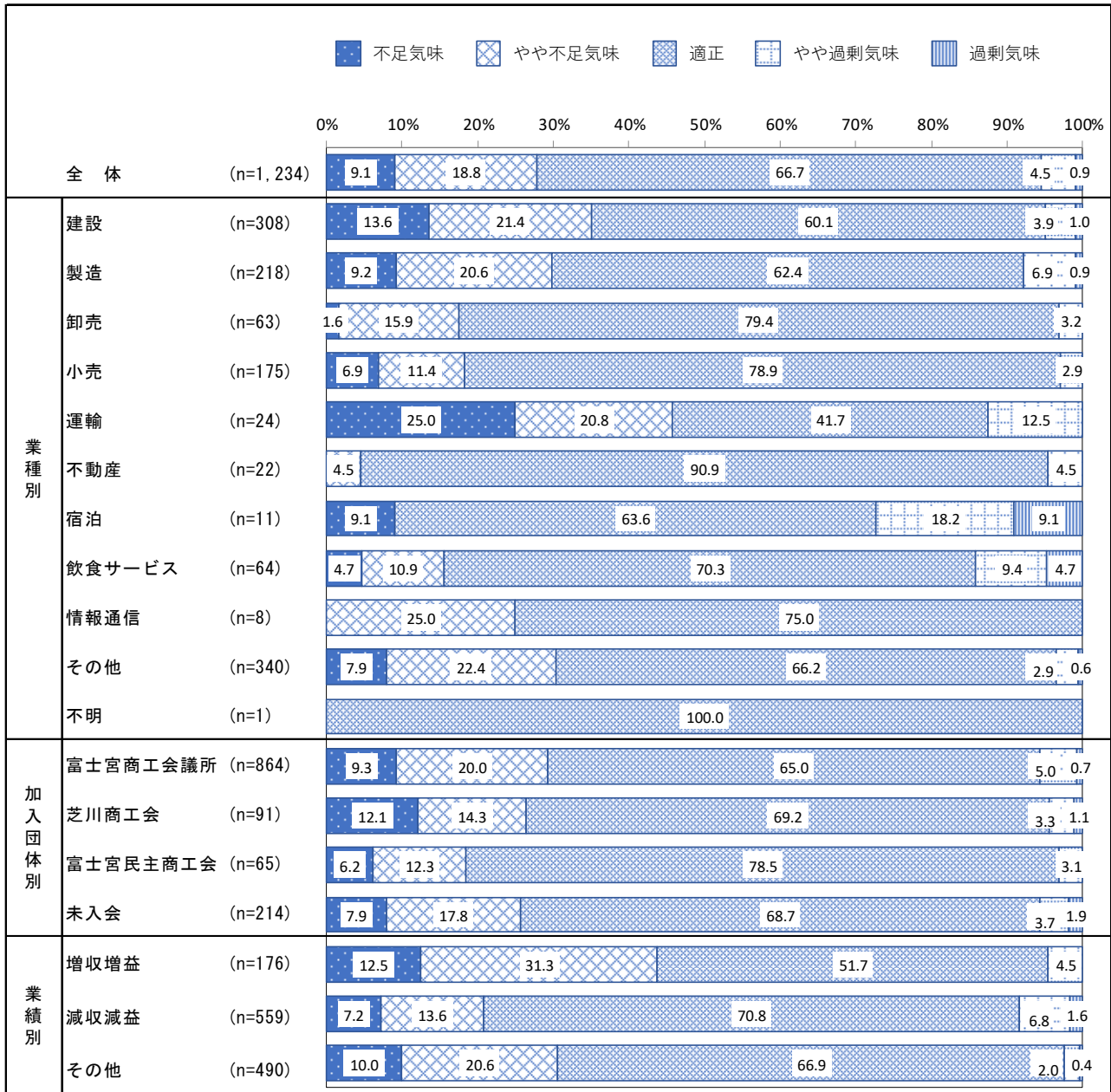


### 【前回結果：調査年の 9 月末の従業員数】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

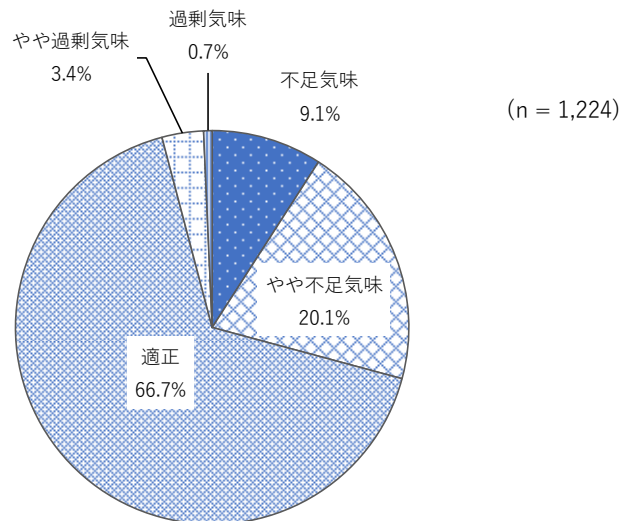
## 【クロス集計結果】



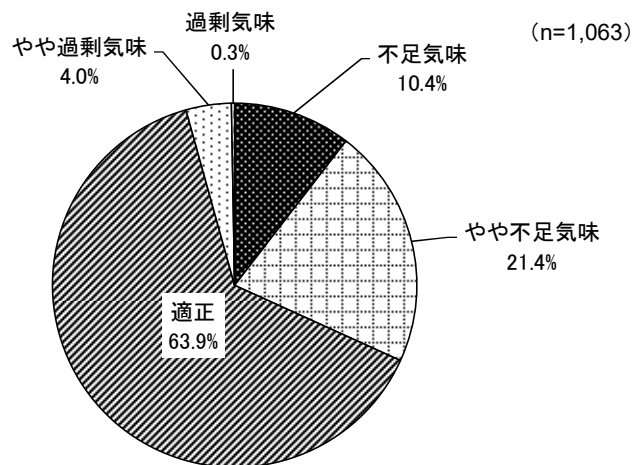
### ◆今年9月末の従業員数見込み（予想）

- ・全体結果では、「適正」が66.7%と最も高く、次いで「やや不足気味」が20.1%、「不足気味」が9.1%となっている。
- ・業種別にみると、建設業と運輸業では「不足気味」と「やや不足気味」の割合の合計が4割超で、ほかの業種と比べて高くなっている。それ以外の業種では、全体結果と同様、「適正」が概ね6～7割台の傾向となっている。ただし、不動産業では「適正」が86.4%と、特に高い。
- ・加入団体別にみると、富士宮民主商工会では「適正」が8割超で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「不足気味」と「やや不足気味」の割合の合計が4割超で、ほかの事業所と比べて高くなっている。

※前回調査では、「調査年の12月末の従業員数見込み」についての設問であるため、前回結果との比較は省略する。

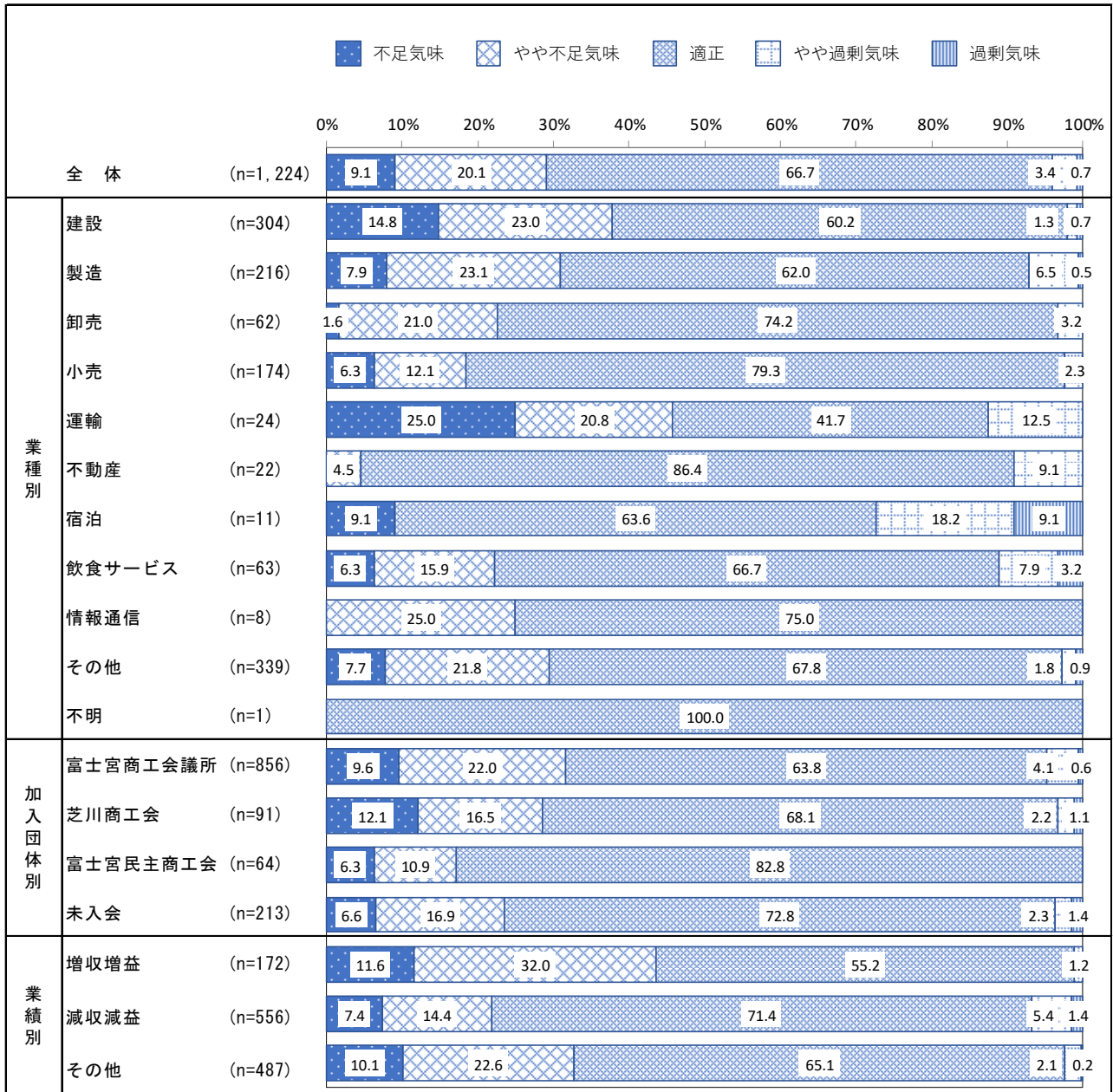


### 【前回結果：調査年の12月末の従業員数見込み】



※平成28年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】





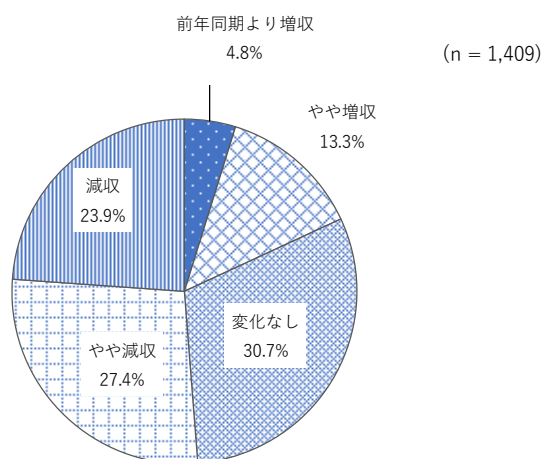
### (3) 売上高

問 34 貴事業所の昨年 10～今年 3 月（下期）の売上高と、今年 4～9 月（上期）の売上高見込みを教えてください。

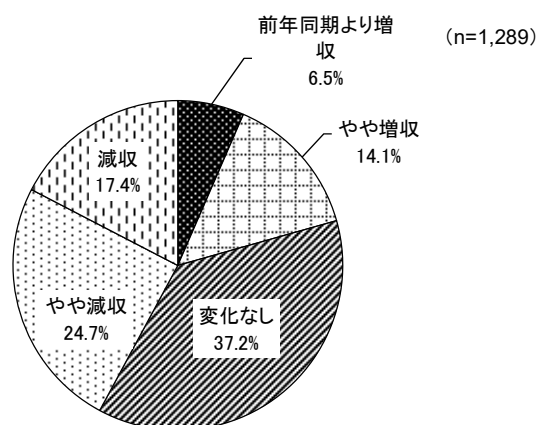
#### ◆昨年 10～今年 3 月（下期）の売上高（実態）

- ・全体結果では、「変化なし」が 30.7%と最も高く、次いで「やや減収」が 27.4%、「減収」が 23.9%となっている。
- ・業種別にみると、「減収」については、宿泊業では 75.0%、飲食サービス業では 52.4%と、特に高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮民主商工会では「減収」、そのほかの団体では「変化なし」の割合が最も高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「やや増収」、減収減益の事業所では「減収」の割合がそれぞれ最も高くなっている。

※前回調査では、「調査年の 4～9 月（上期）の売上高」についての設問であるため、前回結果との比較は省略する。

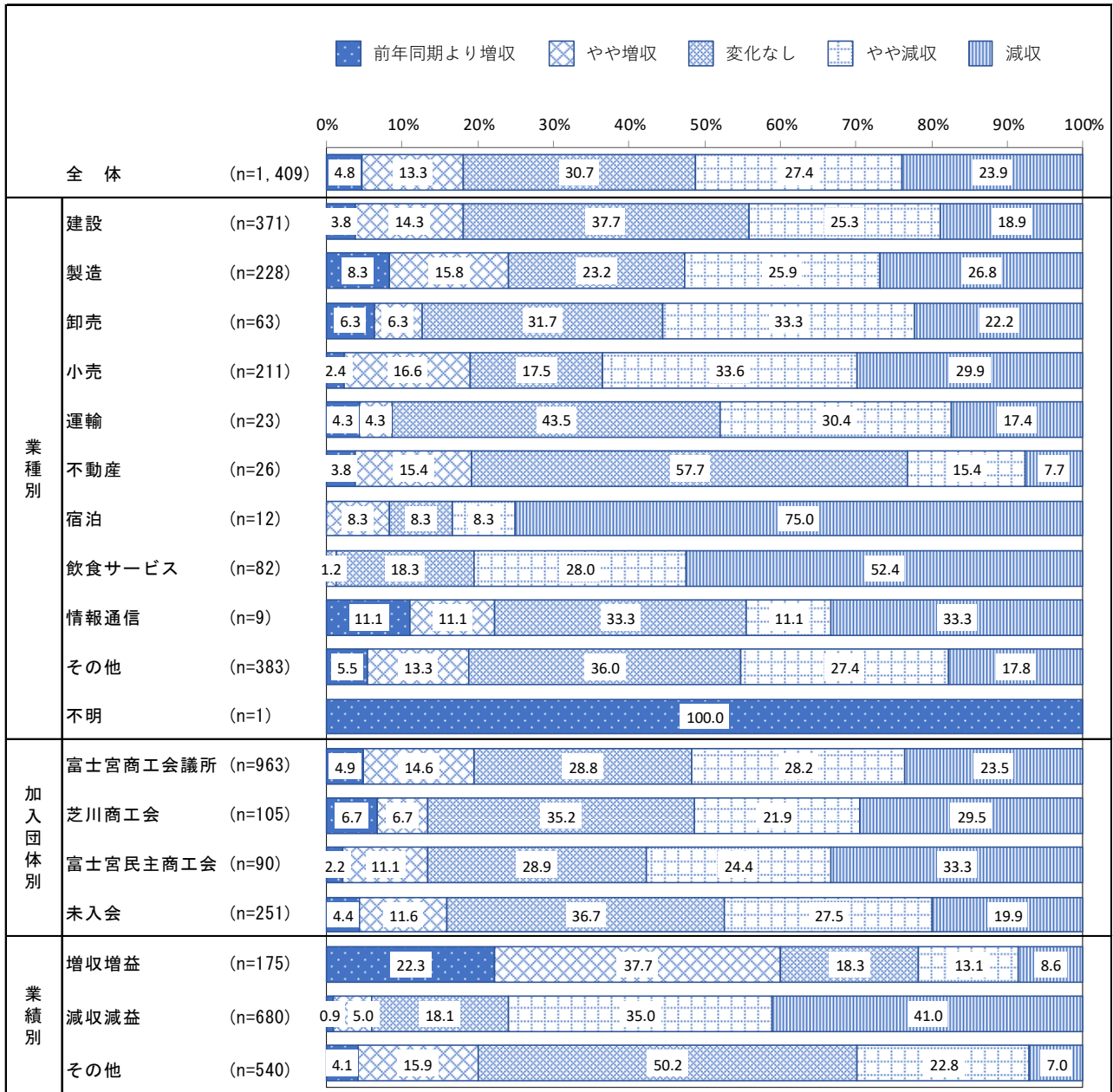


#### 【前回結果：調査年の 4～9 月（上期）の売上高】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

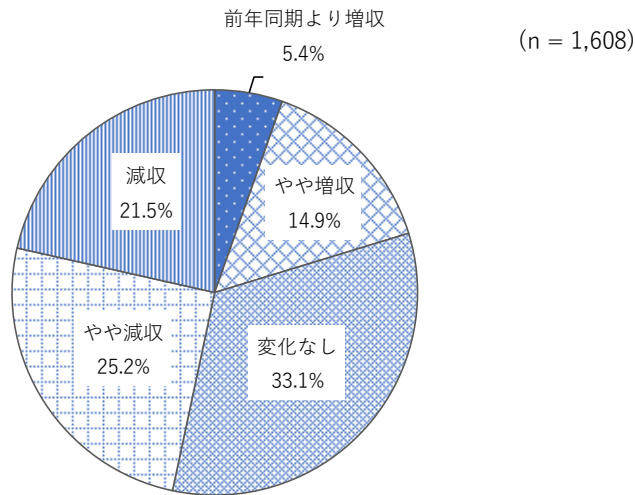
## 【クロス集計結果】



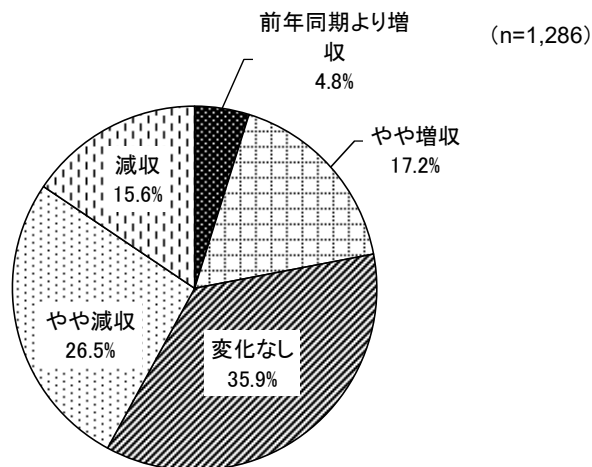
◆今年 4～9 月（上期）の売上高見込み（予想）

- ・全体結果では、「変化なし」が 33.1%と最も高く、次いで「やや減収」が 25.2%、「減収」が 21.5%となっている。
- ・業種別にみると、小売業、宿泊業、飲食サービス業では「減収」の割合が最も高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮民主商工会では「減収」、そのほかの団体では「変化なし」の割合がそれぞれ最も高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「やや増収」、減収減益の事業所では「減収」の割合が、それぞれ最も高くなっている。

※前回調査では、「調査年の 10 月～翌年 3 月（下期）の売上高見込み」についての設問であるため、前回結果との比較は省略する。

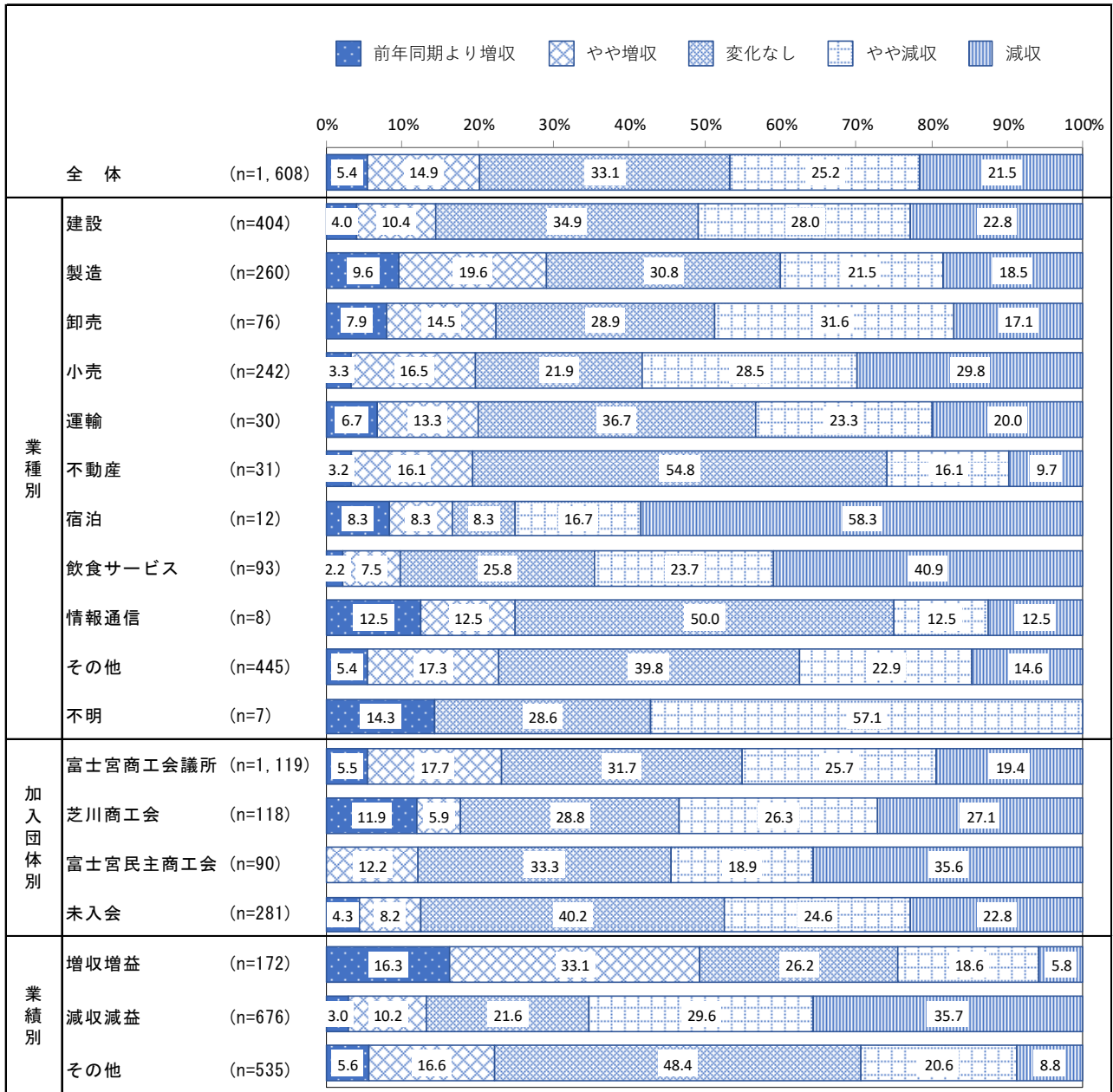


【前回結果：調査年の 10 月～翌年 3 月（下期）の売上高見込み】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】



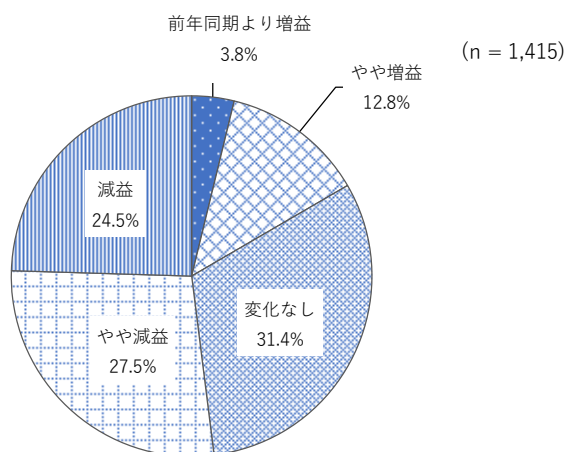
#### (4) 経常利益

問 35 貴事業所の昨年 10～3 月（下期）の経常利益と、今年 4～9 月（上期）の経常利益見込みを教えてください。

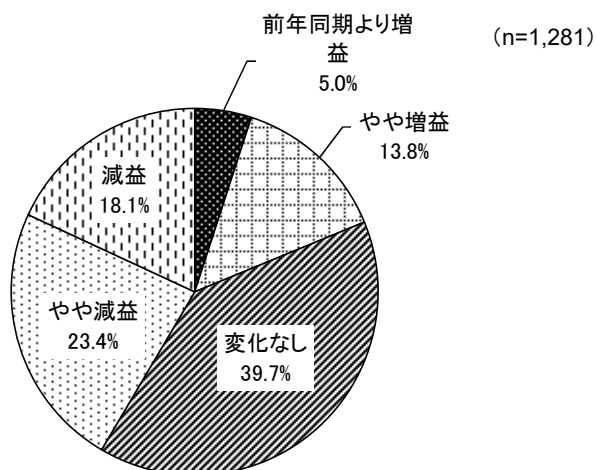
##### ◆昨年 10～今年 3 月（下期）の経常利益（実態）

- ・全体結果では、「変化なし」が 31.4%と最も高く、次いで「やや減益」が 27.5%、「減益」が 24.5%となっている。
- ・業種別にみると、売上高と同様、宿泊業と飲食サービス業では「減益」の割合が特に高くなっている。
- ・加入団体別にみると、未入会では「変化なし」が 4 割超と、ほかの団体に比べ高くなっている。また、富士宮民主商工会では「減益」が 37.1%と、全体傾向と比べて高い結果となった。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「やや増益」、減収減益の事業所では「減益」の割合が、それぞれ最も高くなっている。

※前回調査では、「調査年の 4～9 月（上期）の経常利益」についての設問であるため、前回結果との比較は省略する。

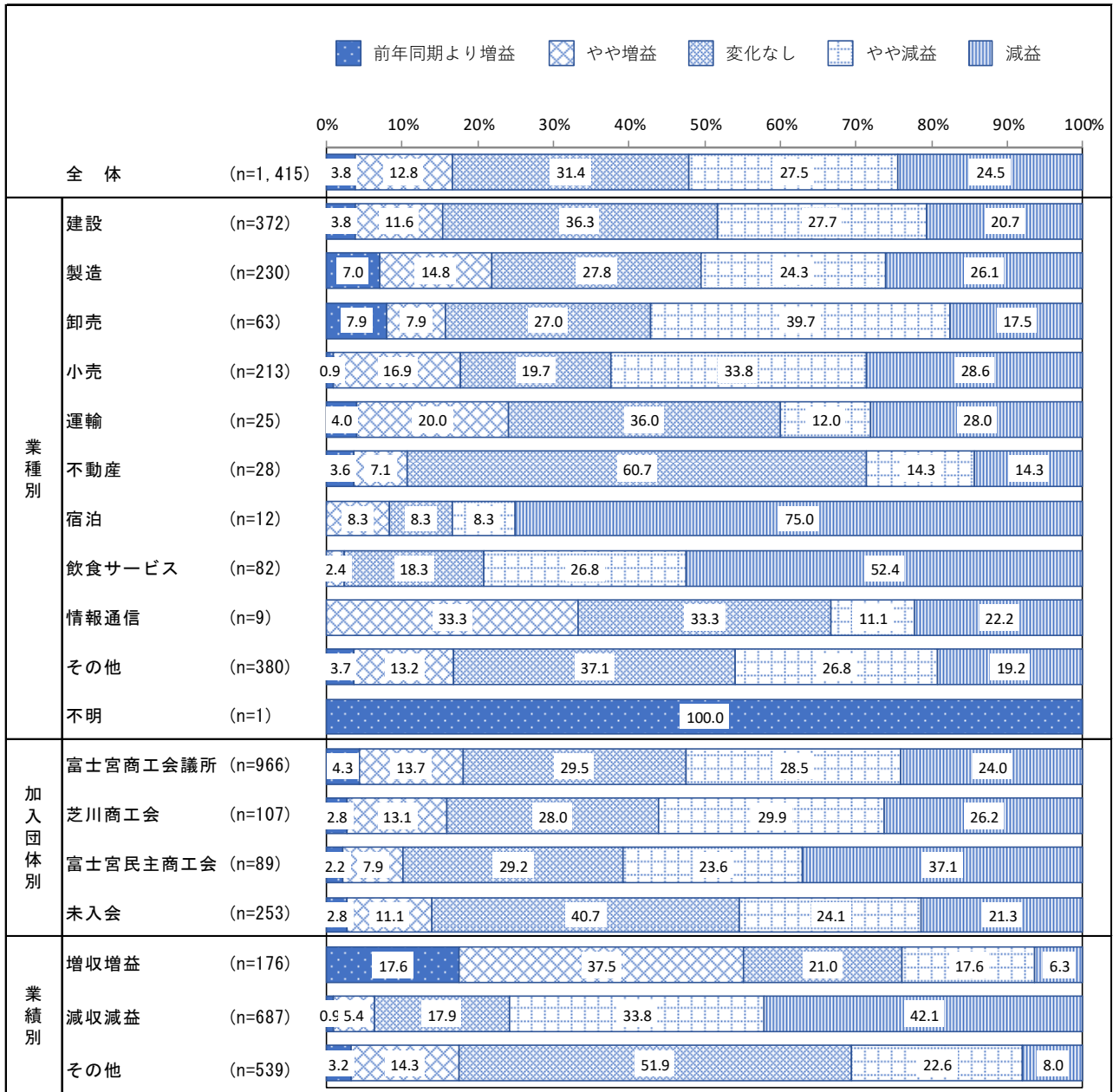


##### 【前回結果：調査年の 4～9 月（上期）の経常利益】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

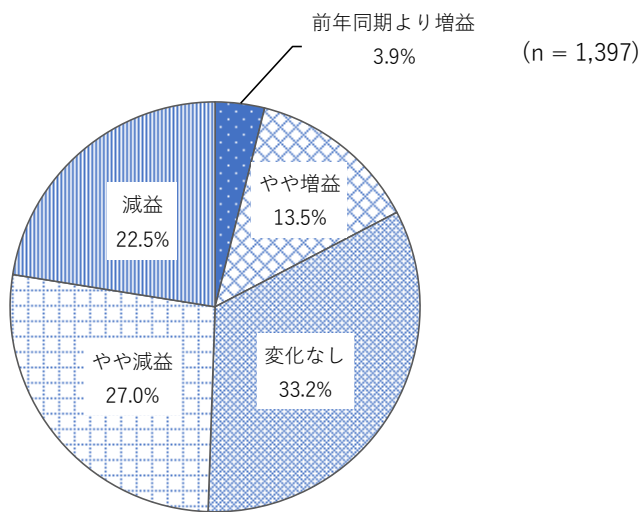
## 【クロス集計結果】



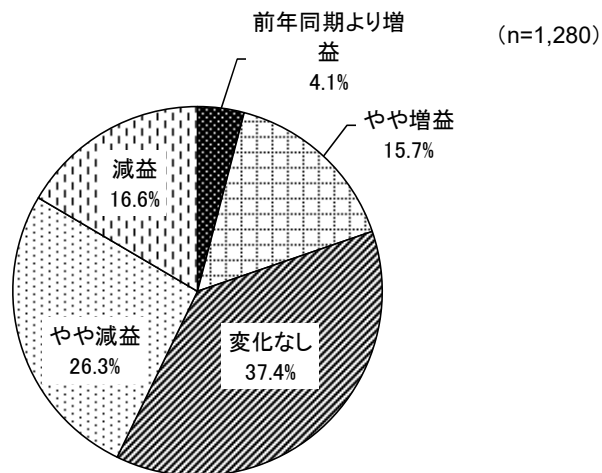
◆今年 4～9 月（上期）の経常利益見込み（予想）

- ・全体結果では、「変化なし」が 33.2%と最も高く、次いで「やや減益」が 27.0%、「減益」が 22.5%となっている。
- ・業種別にみると、宿泊業と飲食サービス業では「減益」の割合が最も高くなっている。
- ・加入団体別にみると、芝川商工会では「やや減益」、富士宮民主商工会では「減益」、そのほかの団体では「変化なし」の割合がそれぞれ最も高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「やや増益」、減収減益の事業所では「減益」の割合がそれぞれ最も高くなっている。

※前回調査では、「調査年の 10～3 月（下期）の経常利益見込み」についての設問であるため、前回結果との比較は省略する。

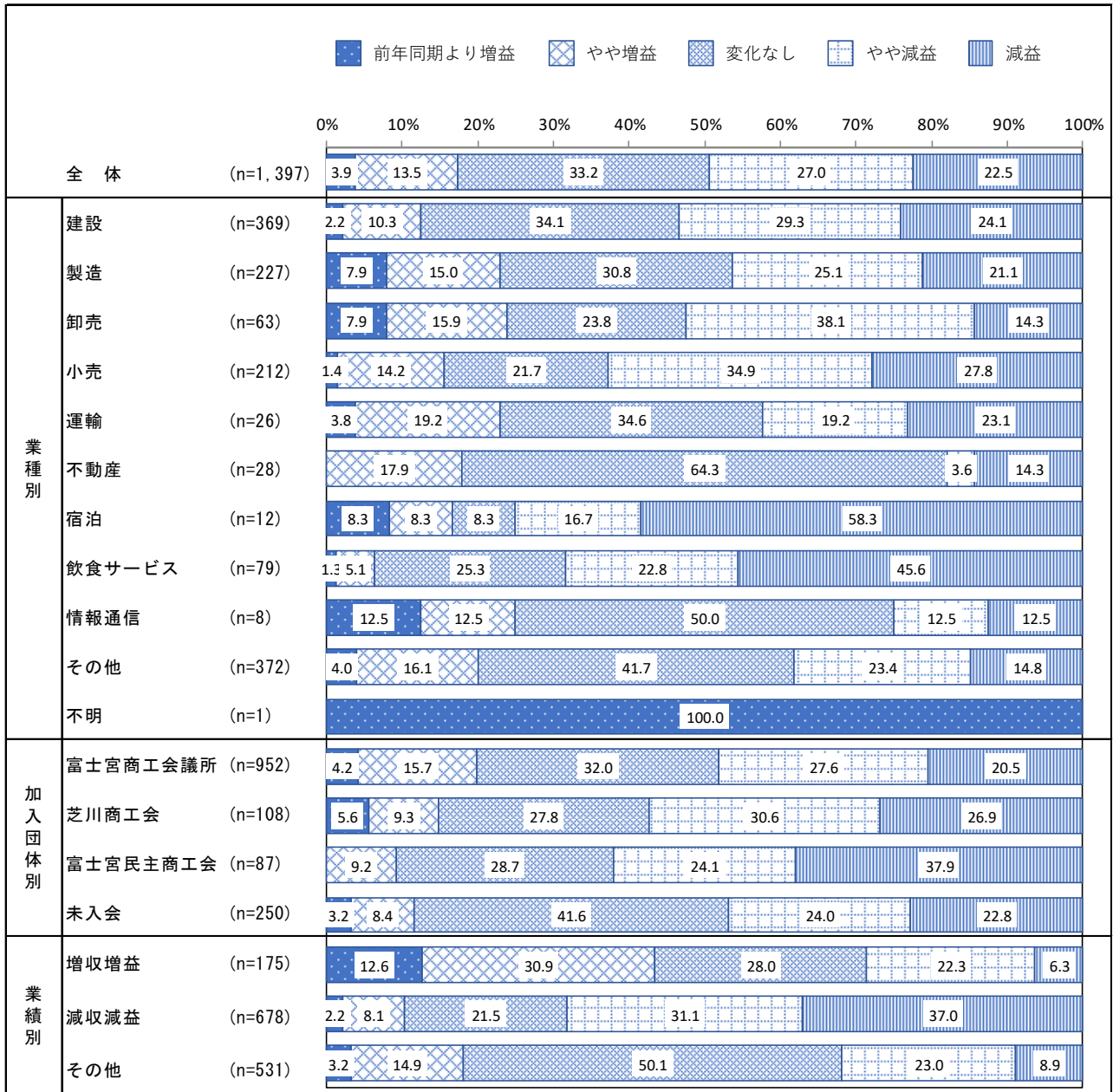


【前回結果：調査年の 10～3 月（下期）の経常利益見込み】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】



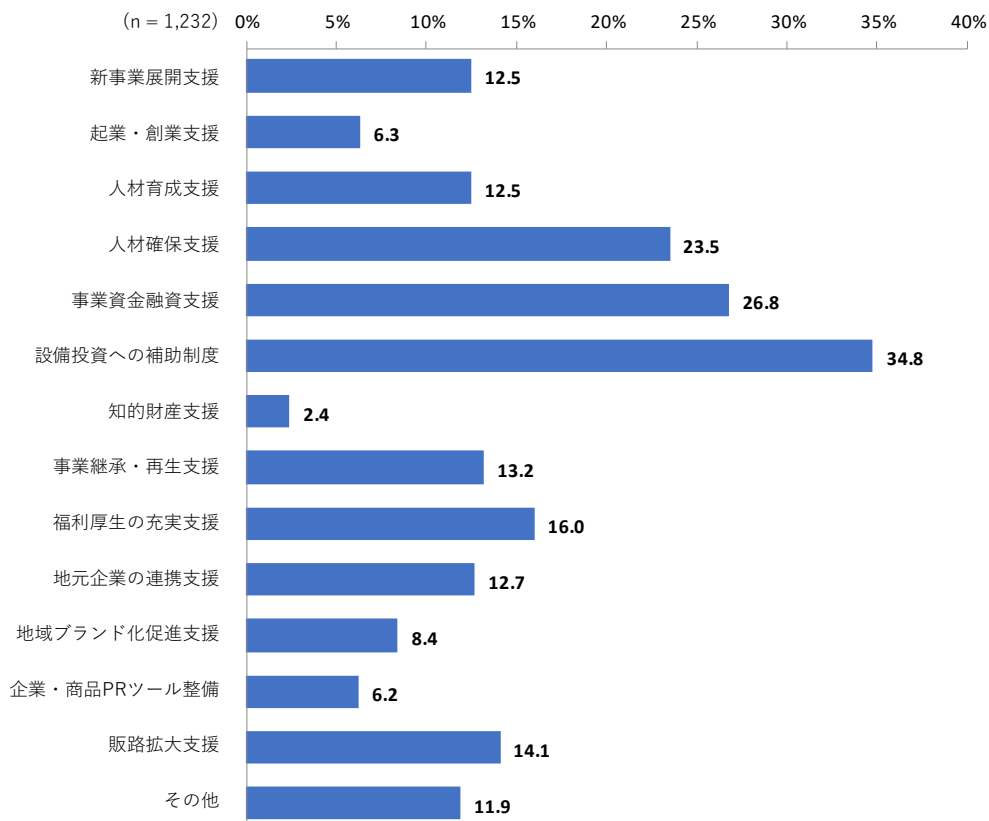


## 8. 市の中小企業支援策に関すること

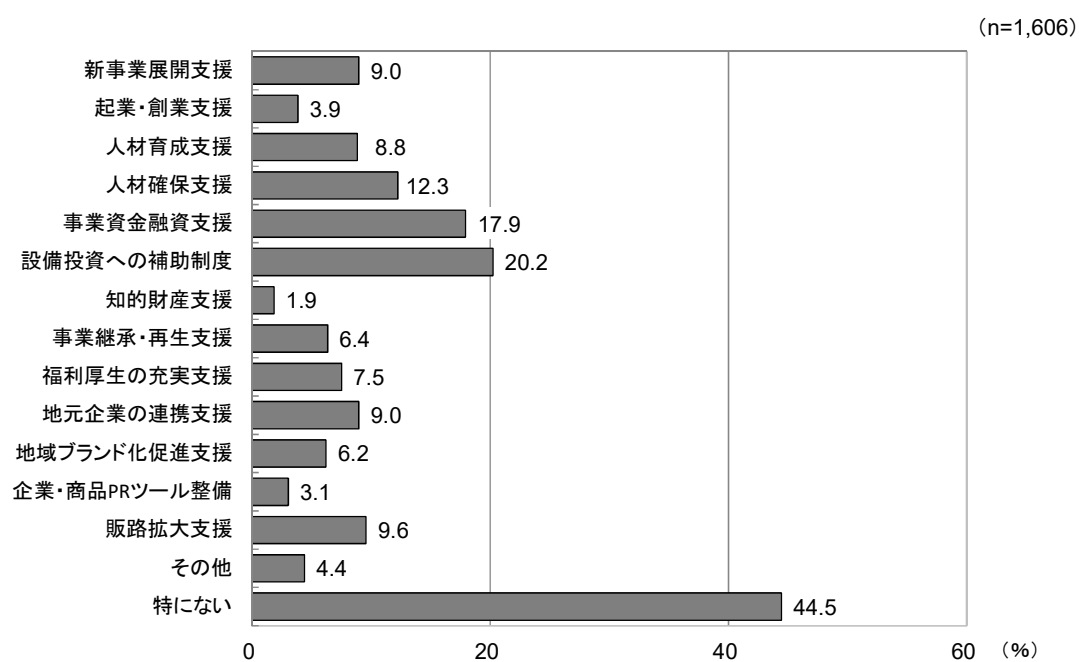
### (1) 今後期待する中小企業支援策

問 36 富士宮市に今後期待する中小企業支援策などについて教えてください。(複数選択可)

- ・全体結果では、「設備投資への補助制度」が 34.8%と最も高く、次いで「事業資金融資支援」が 26.8%、「人材確保支援」が 23.5%となっている。
- ・前回結果と比較すると、概ね同様の傾向がみられた。
- ・業種別にみると、「設備投資への補助制度」において宿泊業では 6 割超、製造業、運輸業では 4 割超と、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮民主商工会では「事業資金融資支援」、そのほかの団体では「設備投資への補助制度」の割合が最も高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「人材確保支援」が 3 割超で、ほかの事業所と比べて高くなっている。



## 【前回結果】



※平成 28 年度「富士宮市中小企業等実態調査 報告書」から

## 【クロス集計結果】

	n	新事業展開 支援	起業・創業支 援	人材育成支 援	人材確保支 援	事業資金融 資支援	設備投資へ の補助制度	知的財産支 援	
全 体	1,232	154	77	154	289	330	429	29	
		12.5	6.3	12.5	23.5	26.8	34.8	2.4	
業 種 別	建設	318	41	18	53	93	82	96	8
			12.9	5.7	16.7	29.2	25.8	30.2	2.5
	製造	209	19	3	26	69	57	97	5
			9.1	1.4	12.4	33.0	27.3	46.4	2.4
	卸売	58	9	0	5	7	18	18	2
			15.5	0.0	8.6	12.1	31.0	31.0	3.4
	小売	172	23	13	15	22	50	56	5
			13.4	7.6	8.7	12.8	29.1	32.6	2.9
	運輸	23	1	0	2	8	10	11	0
			4.3	0.0	8.7	34.8	43.5	47.8	0.0
	不動産	22	6	3	0	0	7	5	1
			27.3	13.6	0.0	0.0	31.8	22.7	4.5
	宿泊	10	1	0	1	1	0	6	0
		10.0	0.0	10.0	10.0	0.0	60.0	0.0	
飲食サービス	70	5	6	3	9	28	17	2	
		7.1	8.6	4.3	12.9	40.0	24.3	2.9	
情報通信	8	3	0	0	0	3	0	0	
		37.5	0.0	0.0	0.0	37.5	0.0	0.0	
その他	341	45	33	49	80	75	122	6	
		13.2	9.7	14.4	23.5	22.0	35.8	1.8	
不明	1	1	1	0	0	0	1	0	
		100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
加 入 団 体 別	富士宮商工会議所	857	114	51	117	212	245	319	21
			13.3	6.0	13.7	24.7	28.6	37.2	2.5
	芝川商工会	94	11	7	10	19	25	31	2
			11.7	7.4	10.6	20.2	26.6	33.0	2.1
富士宮民主商工会	71	2	4	7	12	22	19	0	
		2.8	5.6	9.9	16.9	31.0	26.8	0.0	
未入会	210	27	15	20	46	38	60	6	
		12.9	7.1	9.5	21.9	18.1	28.6	2.9	
業 績 別	増収増益	170	24	10	36	62	36	65	4
			14.1	5.9	21.2	36.5	21.2	38.2	2.4
	減収減益	566	68	34	39	97	173	183	11
			12.0	6.0	6.9	17.1	30.6	32.3	1.9
その他	487	61	32	77	127	119	180	14	
		12.5	6.6	15.8	26.1	24.4	37.0	2.9	

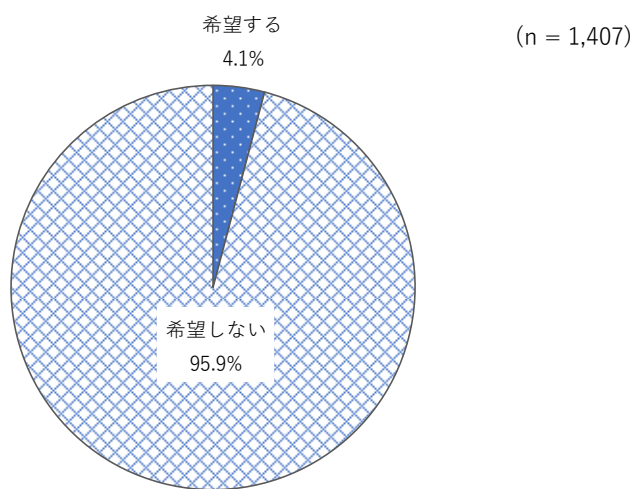
	n	事業継承・再 生支援	福利厚生 の充実支援	地元企業 の連携支援	地域ブランド 化促進支援	企業・商品PR ツール整備	販路拡大支 援	その他	
全 体	1,232	163	197	157	104	76	174	146	
		13.2	16.0	12.7	8.4	6.2	14.1	11.9	
業 種 別	建設	318	31	56	41	14	15	32	28
			9.7	17.6	12.9	4.4	4.7	10.1	8.8
	製造	209	23	27	20	19	12	25	20
			11.0	12.9	9.6	9.1	5.7	12.0	9.6
	卸売	58	8	6	13	3	3	14	9
			13.8	10.3	22.4	5.2	5.2	24.1	15.5
	小売	172	40	21	26	19	14	38	19
			23.3	12.2	15.1	11.0	8.1	22.1	11.0
	運輸	23	0	3	1	0	0	1	1
			0.0	13.0	4.3	0.0	0.0	4.3	4.3
	不動産	22	0	0	3	0	0	4	7
			0.0	0.0	13.6	0.0	0.0	18.2	31.8
	宿泊	10	1	4	5	5	2	1	1
		10.0	40.0	50.0	50.0	20.0	10.0	10.0	
飲食サービス	70	15	6	8	12	7	11	10	
		21.4	8.6	11.4	17.1	10.0	15.7	14.3	
情報通信	8	0	1	1	1	1	3	0	
		0.0	12.5	12.5	12.5	12.5	37.5	0.0	
その他	341	45	73	38	30	21	44	51	
		13.2	21.4	11.1	8.8	6.2	12.9	15.0	
不明	1	0	0	1	1	1	1	0	
		0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	
加 入 団 体 別	富士宮商工会議所	857	116	137	113	84	61	123	89
			13.5	16.0	13.2	9.8	7.1	14.4	10.4
	芝川商工会	94	14	11	15	7	7	16	16
			14.9	11.7	16.0	7.4	7.4	17.0	17.0
富士宮民主商工会	71	12	14	7	1	1	7	8	
		16.9	19.7	9.9	1.4	1.4	9.9	11.3	
未入会	210	21	35	22	12	7	28	33	
		10.0	16.7	10.5	5.7	3.3	13.3	15.7	
業 績 別	増収増益	170	11	37	18	11	11	21	12
			6.5	21.8	10.6	6.5	6.5	12.4	7.1
	減収減益	566	91	80	69	41	33	92	79
			16.1	14.1	12.2	7.2	5.8	16.3	14.0
その他	487	60	77	68	48	31	59	55	
		12.3	15.8	14.0	9.9	6.4	12.1	11.3	

## 9. その他支援策に関すること

### (1) 中小企業向け工業団地への進出希望

中小企業向け工業団地があれば進出を希望しますか。

- 全体結果では、「希望する」は4.1%、「希望しない」は95.9%であった。
- 業種別にみると、製造業と運輸業で「希望する」が1割超で、ほかの業種と比べて高くなっている。
- 加入団体別にみると、すべての団体で「希望しない」の割合が高くなっている。
- 業績別にみると、すべての事業所で「希望しない」の割合が高くなっている。



※前回の調査時には本問を設定していない。

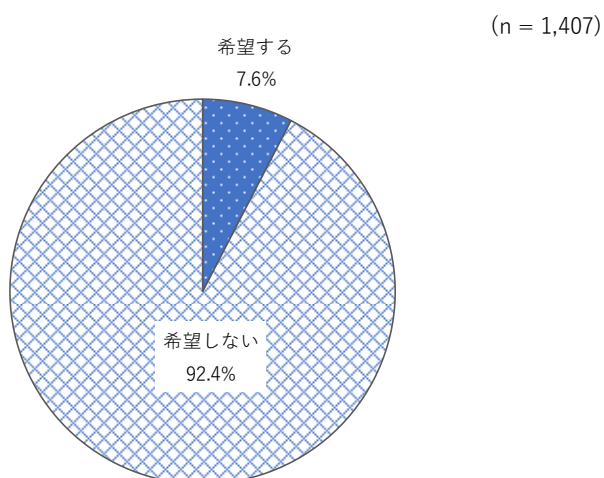
## 【クロス集計結果】



## (2) 地域通貨サービスへの希望

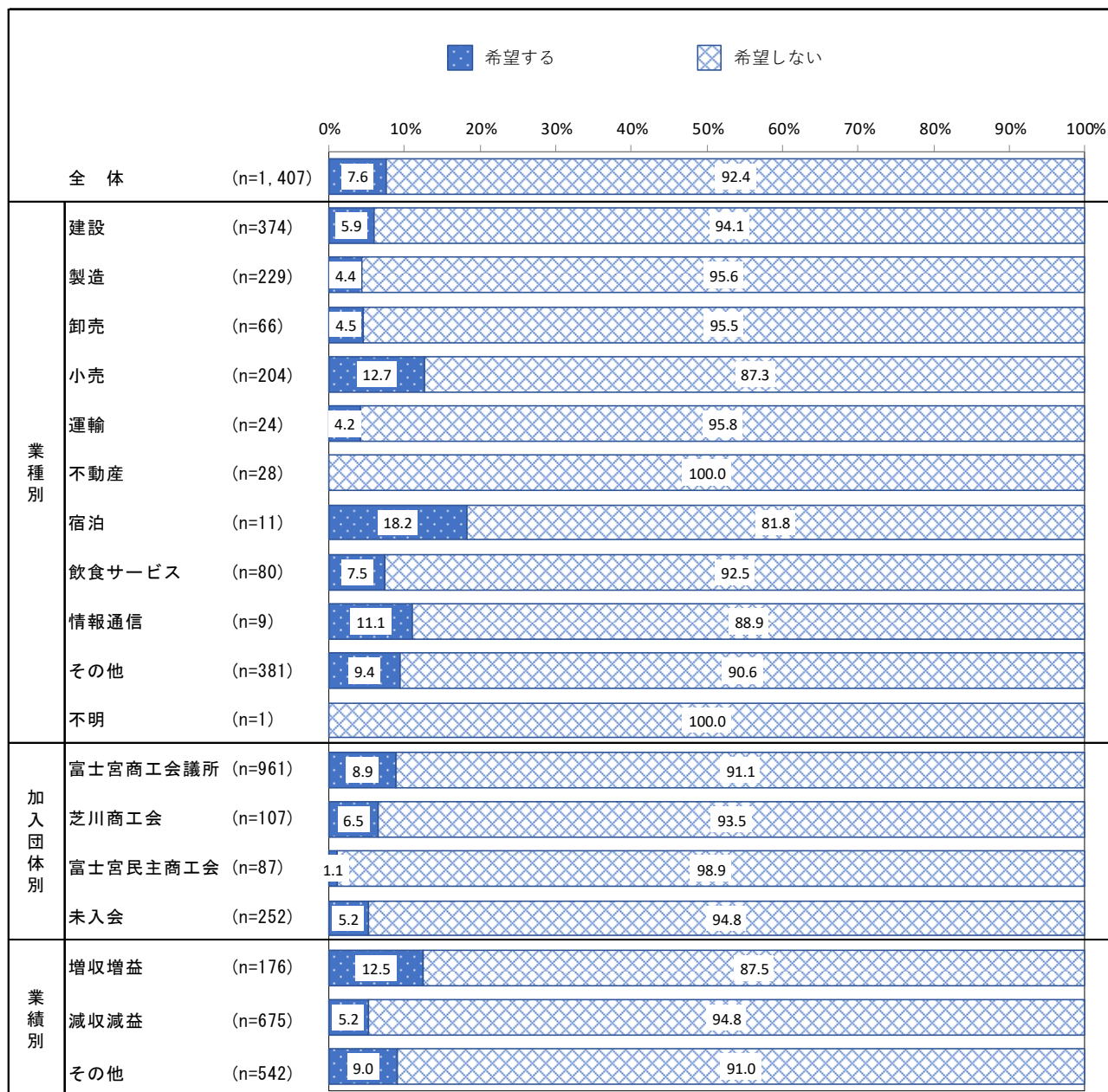
地域通貨（電子通貨）サービスを希望しますか。

- 全体結果では、「希望する」は7.6%、「希望しない」は92.4%であった。
- 業種別にみると、小売業、宿泊業、情報通信業で「希望する」が1割超で、ほかの業種と比べてやや高くなっている。
- 加入団体別にみると、すべての団体で「希望しない」の割合が高くなっている。
- 業績別にみると、増収増益の事業所では「希望する」が1割超で、ほかの事業所と比べてやや高くなっている。



※前回の調査時には本問を設定していない。

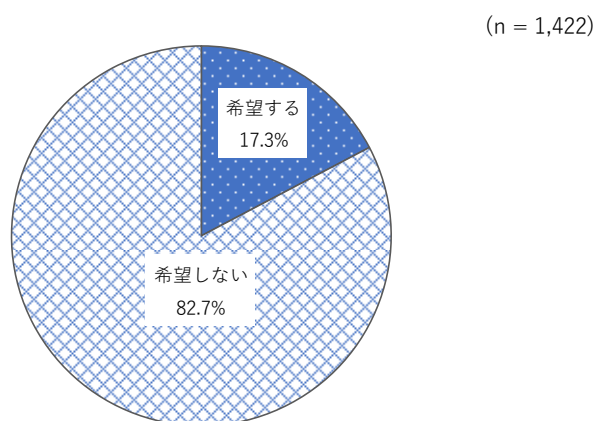
## 【クロス集計結果】



### (3) 雇用対策に向けた企業ガイダンス等の拡充希望

雇用対策に向けて企業ガイダンス等の拡充を希望しますか。

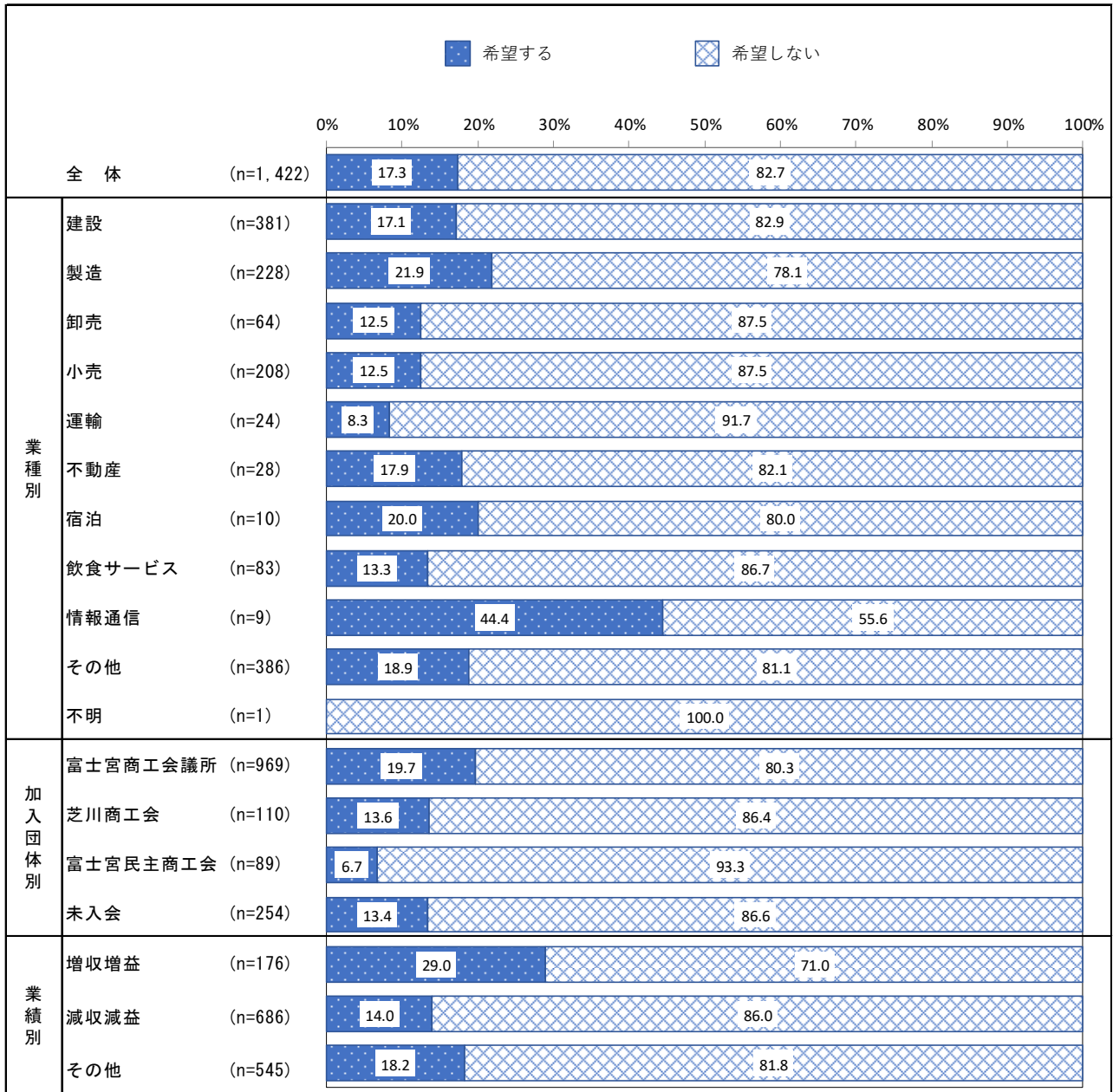
- ・全体結果では、「希望する」は17.3%、「希望しない」は82.7%であった。
- ・業種別にみると、「希望する」の割合は情報通信業では4割超、製造業、宿泊業が約2割で、ほかの業種と比べて高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所では「希望する」が約2割で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「希望する」が約3割で、ほかの事業所と比べて高くなっている。



※前回の調査時には本問を設定していない。



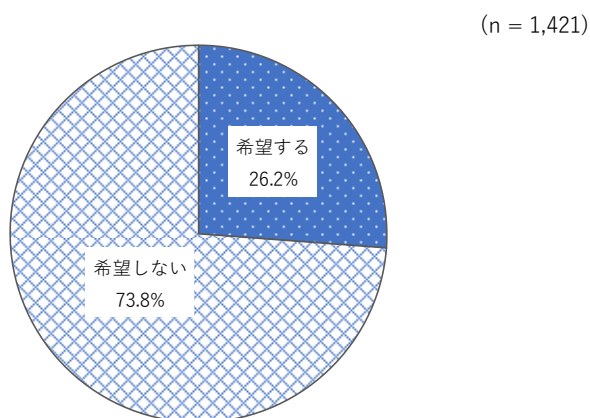
## 【クロス集計結果】



#### (4) ビジネスコネクトふじのみやによる支援希望

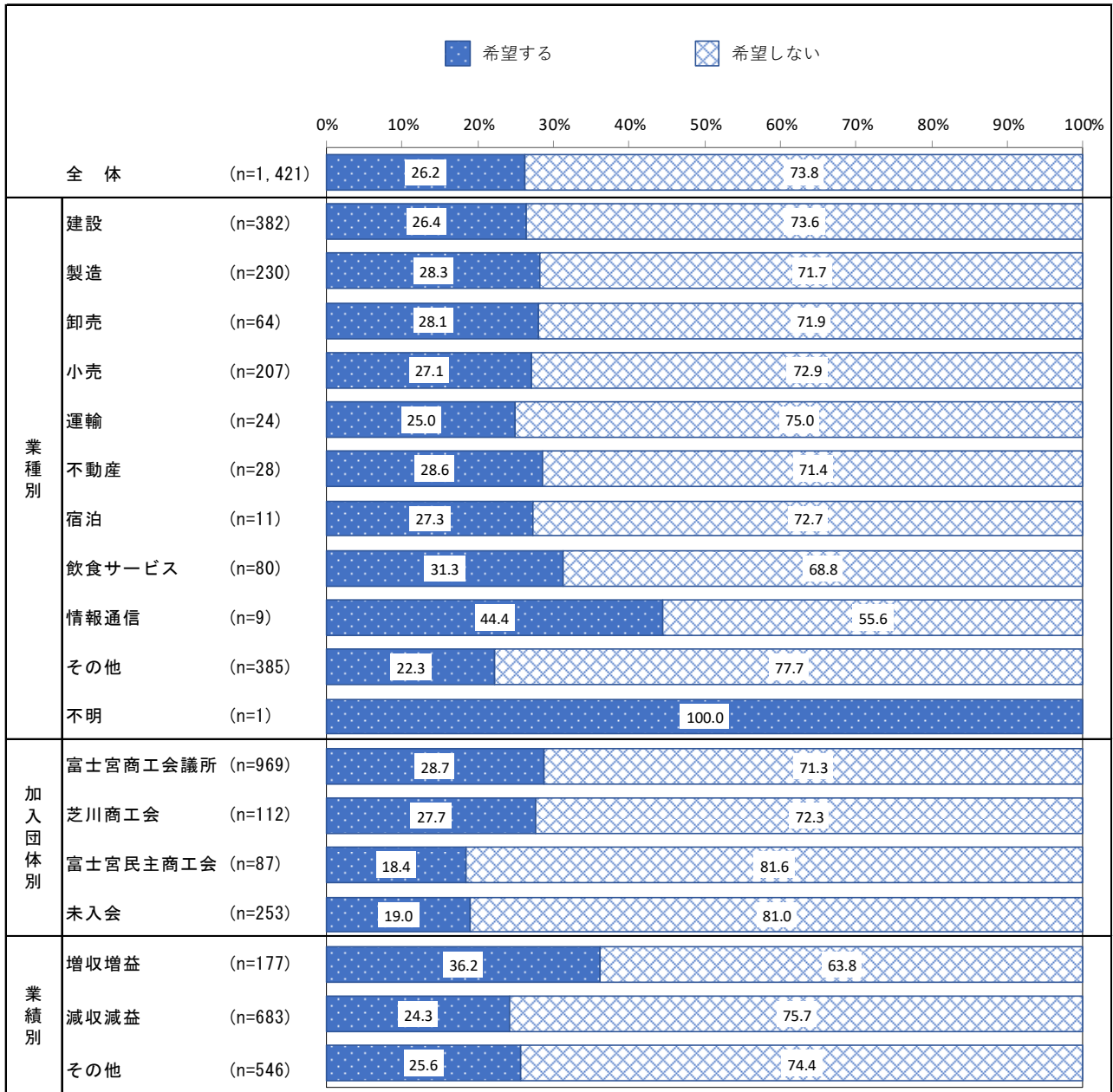
中小企業がかかえる様々な問題（経営、販路開拓、新規開発、人材育成、事業承継等）に対する総合支援事業（ビジネスコネクトふじのみや）による支援を希望しますか（無料）。

- 全体結果では、「希望する」は26.2%、「希望しない」は73.8%であった。
- 業種別にみると、「希望する」の割合は情報通信業では4割超、飲食サービス業では3割超で、ほかの業種と比べて高くなっている。
- 加入団体別にみると、富士宮商工会議所と芝川商工会では「希望する」が3割近くで、ほかの団体と比べて高くなっている。
- 業績別にみると、増収増益の事業所では「希望する」が3割超で、ほかの事業所と比べて高くなっている。



※前回の調査時には本問を設定していない。

## 【クロス集計結果】

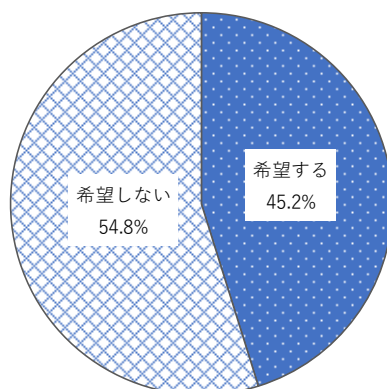


## (5) 企業支援情報の発信希望

富士宮市からの企業支援情報の発信を希望しますか。

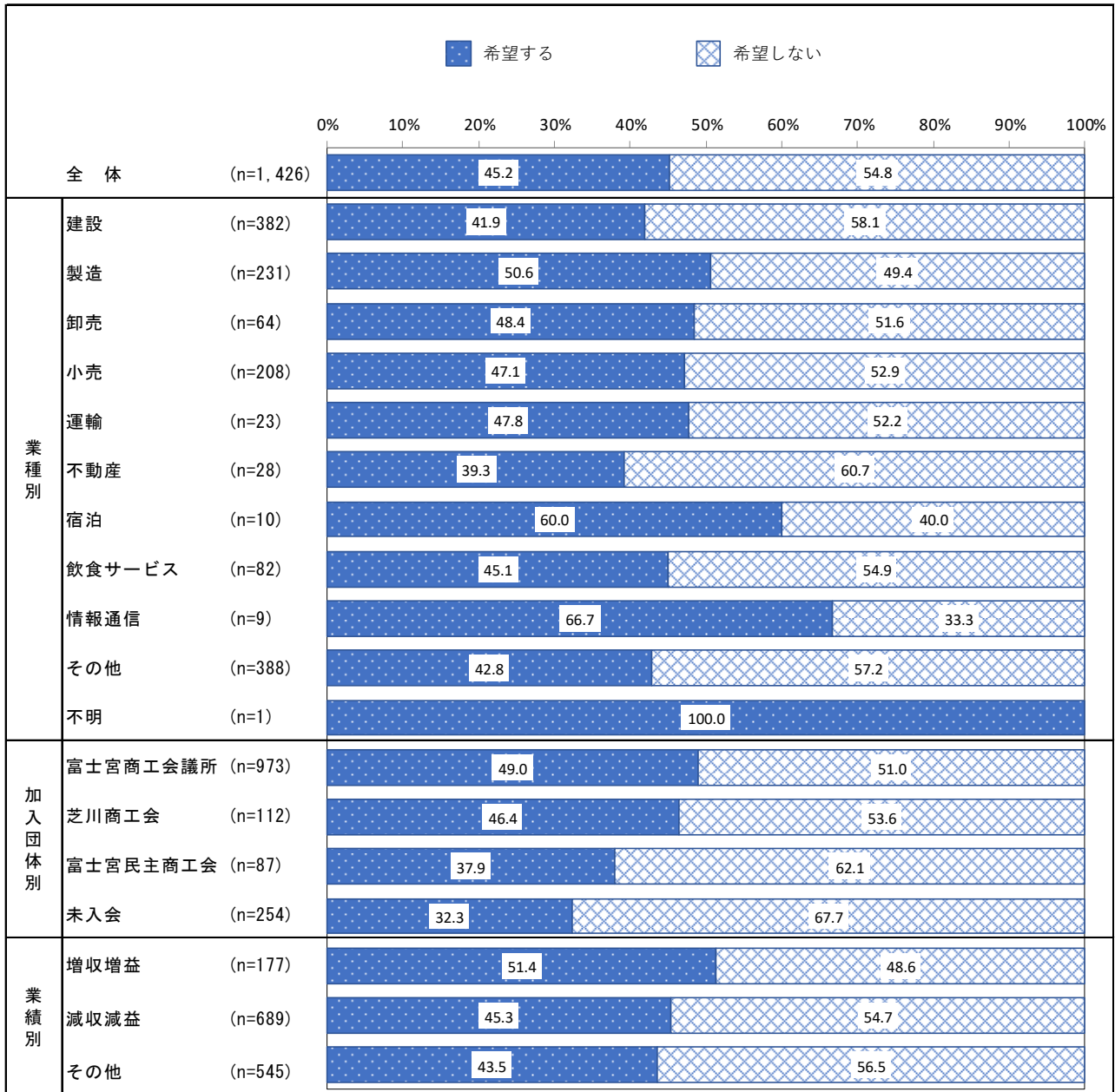
- ・全体結果では、「希望する」は45.2%、「希望しない」は54.8%であった。
- ・業種別にみると、製造業、宿泊業、情報通信業では「希望する」の割合が高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所と芝川商工会では「希望する」が約半数と、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益の事業所では「希望する」の割合が高くなっている。

(n = 1,426)



※前回の調査時には本問を設定していない。

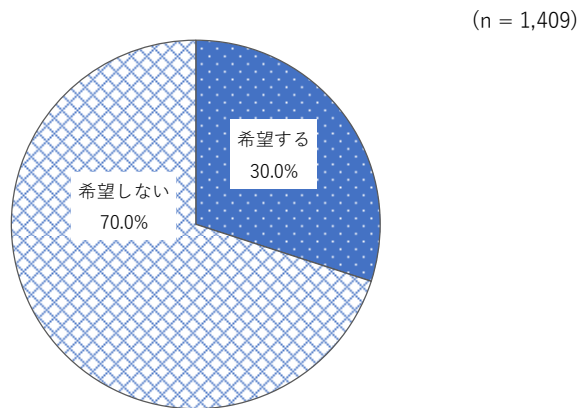
## 【クロス集計結果】



## (6) 富士宮市ポータルサイト等を活用した企業紹介の希望

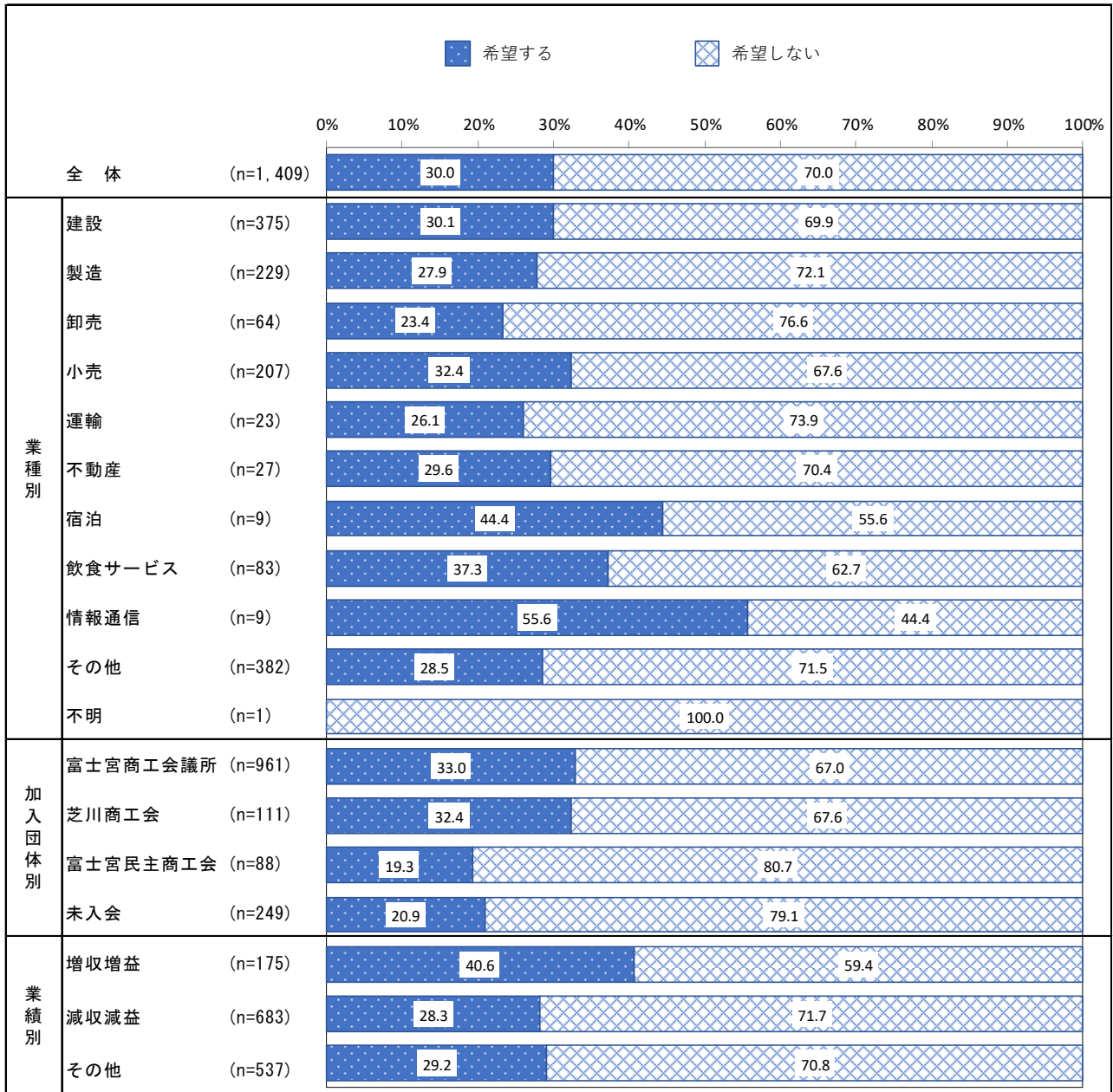
富士宮市ポータルサイト等を活用した企業紹介を希望しますか。

- ・全体結果では、「希望する」は30.0%、「希望しない」は70.0%であった。
- ・業種別にみると、情報通信業では「希望する」の割合が高くなっている。
- ・加入団体別にみると、富士宮商工会議所と芝川商工会では「希望する」が3割超で、ほかの団体と比べて高くなっている。
- ・業績別にみると、増収増益では「希望する」が4割超で、ほかの事業所と比べて高くなっている。



※前回の調査時には本問を設定していない。

## 【クロス集計結果】



## (7) 意見・要望

経営上の課題解決や今後の取り組みに必要な支援などについて、ご意見などがございましたら、ご自由にご記入ください。

寄せられた回答のうち、主なものを業種別に掲載する。

なお、明らかな誤字等については修正しているが、仮名遣いや文末表現など、原則として回答をそのまま掲載している。

### ① 建設業

- ・ 法務関係のアドバイザーのご紹介など。
- ・ 地元業者の活用。
- ・ 公用基金の運用をやってみて欲しい（投資等）。既にやっているなら良いと思います。税込だけではそのうち行き詰まると思うので。また投資に関する情報を発信して欲しい。
- ・ 地域クーポン券などで、仕事が来るよう支えてほしい。富士宮市の仕事も支援してほしい。
- ・ 技術があっても資金がないとどうにもできない。設備投資への資金援助があればありがたいです。
- ・ 若手人材の育成および確保のやり方を考えないと建設業は今後よくなる。
- ・ 人材育成など人に関するところが悩ましい。少子高齢化で人が雇えない。
- ・ 40歳以下の正社員を探しているが、なかなかいない。ハローワークで1年ほど募集したが応募がなかった。
- ・ 後継者は、候補はいるものの確定していないため、3～5年のうちに決めようと思っています。人生100年時代、あと10年くらいは経営したいです。
- ・ 個人事業で承継者もいないので、インターンシップで承継者ができれば良いと思っています。
- ・ 社員としては会社が続いて欲しいが、後継に指名できる者がいないので、現在の社長のやる気にもつながらない。
- ・ 経営内容がどうであれ、声掛けをしてくださるお客様がいる限り、まだまだ頑張ります。
- ・ 体力の衰えからいつまでできるか分からないので、あまり考えない。
- ・ 事業を続けたいが体力関係もあり、意欲も少ないのでちょっと心配しています。
- ・ 一生懸命働いても、住宅ローン、税金、その他の支払いが多くあり、お金を借りてもこれ以上の支払いがあるとやっていけません。
- ・ まだ事業を始めたばかりなので、いろいろサポートしてほしいです。
- ・ ここ1～2年、仕事が大幅減となり、現在他社にて日当稼ぎを行っています。

### ② 製造業

- ・ 工場移転を10年前から計画しているが、市内に工場が建てられる工業専用、工業地域、準工業地域が少なすぎる。市街化調整区域の再評価をお願いしたい。
- ・ 創業したばかりの会社。アドバイスいただきながら、業務拡大したい。
- ・ 現在、人材確保ができたため、求人に関する支援は不要となっていますが、今後、人材を必要とする時が来れば、求人に関する支援を希望すると思います。
- ・ 地域中小企業の地域経済への貢献度やインパクトを数値化したものがあれば教えてほしい。可視化



しないのでその存在が大切なのかそうでないのか、良くわからない。

- ・ ゴミの無料受付。
- ・ 国がもっと財政支出を増やさなければ、国内の景気は回復しないので、消費税減税あるいは、廃止をするべきと思う。
- ・ 中小企業の中でも、従業員数や売上金額、事業内容によって様々な場合に分かれるので、いろいろなパターンを想定した組合せ（マトリックス）で、人材確保・技術紹介・事業継承をサポートしてくれる様なシステムがあれば良いと考えます。
- ・ 弊社は「祭」がないと仕事がほとんどないため、非常に困っています。とにかく祭を再開してほしいと思います。
- ・ コロナの先行きが見通せないなか、消極的な消費状況がしばらくは続くと思われまます。コロナ融資は結局、借金が増え今後の景気動向によっては大きな負担となります。支援という名の融資ではなく、状況に応じ給付型の支援策をきめ細かく実施すべきです。
- ・ 会社の老朽化に伴う新家屋の助成など。

### ③卸売業

- ・ 地域における無差別な大型店の出店は、人口減少・消費減退の中で地域の持っていた相互扶助的な経済を破壊してきた。大都市で行き場がなくなった資本は、コロナの中でも生き残りをかけて出店しなければならない。新聞より厚いチラシの多さは一見豊かに見えるけど、人々の心に安さというすきんだ感情を生み出し、格差を拡げていく。資本は規制されてこそ人々に役立つ経済になる。
- ・ 後継者がいないため 10 年程前より廃業に向け準備してきた。主たる従業員が定年を迎え同意があったので年内か来年はじめ頃廃業予定で準備をすすめている。

### ④小売業

- ・ 毎年更新される「富士宮イベント」等のポスターを送付してほしいです。地域のコミュニティとして情報発信となるようなポスターを掲示したい。
- ・ SNSの使い方の勉強会などの支援がほしい。
- ・ 大型店出店のため、売上減少。
- ・ コロナが蔓延し始めた頃から、商売に関して不安だらけでした。そんな時に状況を聞きに来店してくれたのは、信用金庫の営業の方だけでした。商工振興課のほうからはお尋ねの電話もありません。こういうアンケートのみで何を把握できるのか知りませんが、「工」はいざしらず、「商」の現況を知りたいのなら、「一回ちゃんと歩いてみるよ」と申し上げておきます。
- ・ 建設業の入札はいいが、他業種の見積もりは安い業者にしか決まらない。どんどん安くなる。
- ・ コロナ禍で酒販店、飲食店は痛みつけられています。冠婚葬祭場も同様です。地域の祭りも多くが中止なので、酒販店は閉店に追い込まれそうです。
- ・ ほかの飲食店などに比べ、菓子販売では売上の落ち込みはあまりなかったものの、社会全体としての景気の落ち込みによる販売不振に不安を感じる。
- ・ 市委託事業者として、契約通りの事業が1/3もなされない事態になりました。考えてもみなかった試練でした。今後は契約に当たり細部にまでよく話し合い、コロナのような場合を考えての内容を示していけるよう、一層当事者の話し合いを求めそれが生かされるものになりたいと思っています。

- ・ 公的機関の小売業に対する理解がないので支援もされにくく、働き方に対する相談も出来にくい。
- ・ 事業継承のマッチング等の窓口を市独自で設けて頂きたい。
- ・ 今は落ち着くまで待ちます。
- ・ 毎年多量に捨てているタケノコの根の部分を活用できないものかと、はじめての事業で、姉妹（主人は労力）3人で行っている事業ですので、大掛かりな事はできませんが、少しでも販路が広がるよう調理方法などを開拓し、皆さんに使っていただけるよう努力していくつもりです。
- ・ 今後ますますインターネットでの販促が重要さが増すと思われませんが、個人事業主が外注せず自力でそういった課題に挑戦できるような仕組みや、具体的なサポートをしてくれる窓口があれば嬉しいなと思います。
- ・ 過去の経験から、近くに同業者が出店した場合、それにとまなう売上の落ち込みがひどいので、その時の援助を頼みたいです。
- ・ 電力の自由化により新たに生まれた新電力業界なので、一部の大手を除いて多くの中小企業では、ノウハウや情報不足で手探り状態で会社を運営しています。そのため情報共有や新情報の取得などのため、新電力業界の事務局や協議会などの立ち上げも必要ではないかと考えます。
- ・ 街の薬局は自然になくなり、チェーン店のドラッグストア、コンビニが残るのみと思っている。
- ・ 毎年草が出て大変です。ジャングルにしないようにするだけで精いっぱい。身体がもたない。草取りのボランティアがあるといいなあと思います。製品にするには加工賃がかかってしまいます。補助金があるといいなあと思います。お金があれば新商品化することができます。
- ・ 新しい事を取り入れ顧客満足度をさらに高めていきたい。顧客以外にも情報を積極的に発信し新客を獲得していきたい。
- ・ 一部に観光客が集中してしまっている様に思えます。市内を人が広く流れるような仕組み作りに取り組んで頂きたいと思います。大型店舗が増えている中、個人顧客を確保して行くのは難しい時代になっております。

## ⑤運輸業

※該当コメントなし

## ⑥不動産業

- ・ 業種別格差と人口減少による市場の縮小に対策が必要。預貯金等の個人資産が塩漬けになっている。個人投資の規制緩和。適正な長期景気対策を行ってください。重要です。経営上の課題は重要ではない。
- ・ 景気が回復し、土地価格等が値上りすることを期待する。

## ⑦宿泊業

- ・ 市による同業者の誘致は是非やめて頂きたく存じます。大変苦勞致しております。どうぞよろしくお願ひ致します。
- ・ 富士宮観光支援プロジェクト「きて宮クーポン 2021」など継続してほしい。

## ⑧飲食サービス業

- ・ 地場食材を活かした創作料理、新商品開発の普及支援、地域の食文化を高め、健康な地方の食を広める料理講座等の開催を支援してほしい（飲食業復興を願いつつ）。
- ・ コロナが早くおさまってお客様が店に来るように、ワクチンを皆様に打つよう報道するようにと、市からマスコミに要請してください。
- ・ コロナ防止協力金について、市から令和2年5月、令和3年3月と2回出して頂いて、とても助かりました。また何か災害のときなどもこのようなお力をお願いします。
- ・ 店舗を近々富士宮市に移転したいと思っているので、ご支援いただければ幸いです。
- ・ 経営者共々家族も高齢になり、永年やっている商売を精一杯頑張っているつもりです。お陰様で人気店の仲間に入れて頂いている様で、感謝申し上げます。今後は体力的に、いつまで頑張れるかが問題です。

## ⑨情報通信業

※該当コメントなし

## ⑩その他

- ・ 継続可能な経営の実現には人材の確保が大きな課題となるため、人材確保についてご支援いただきたく思います。
- ・ 雇用に対する支援があれば、とにかくほしいです。
- ・ 事業継承や設備投資、正社員雇用の際の補助金や支援金がほしい。
- ・ 正規社員を増やしたくても社会保険料、税金、消費税を支払うと経営的に利益があまりありません。
- ・ 外国人材の活用等について情報があれば、人材不足に悩む企業様のお役に立ちたい（当社は支援する側です）。
- ・ コロナ禍による自動販売機売上減少について、支援していただきたい。
- ・ コロナ給付金では大変お世話になり感謝申し上げます。今後も安定しない経営状況が予想されます。補助金制度等ございましたら是非活用させていただきたいと思います。
- ・ 富士宮市はコロナ対策支援金等、一部の飲食店の人達を優先して出しましたが、個人の店などに対しては出ませんでした。コロナ禍でも居酒屋、スナック等、大もうけしている店などが沢山あります。不公平です。しっかり調べてください。
- ・ 新型コロナウイルスのためか、売上の回収率が悪い。
- ・ 経営が初めてであり、何が分からないのかも分からない。コンサルなどの支援があると助かる。創業時の助成金などがあると創業間もない頃に助かる。
- ・ 「総合的な判断による」理由で融資が受けられない事業所に対して支援をしていただきたいです。障がい、病気等で医療的ケアが必要な人を受け入れる施設ですがどこからも融資が受けられません。
- ・ 今後は有資格者が減っていくので従業員に欠員が出た時の対策が心配。
- ・ 公共事業発注の増加、単価の向上。
- ・ 福祉施設の実務把握と、対策をしたうえで施設整備をして欲しいです。福祉サービスへの担当部署へは、理解ある担当者を配置してほしいです。
- ・ 子育てしているママがサロンを利用しやすいように託児の補助金があると有難い。小さい子どもが

いると、ご家庭（父親、祖父母）にみてもらえる環境が無いと利用するのは難しい。介護する側が重いストレスを抱えていて、時々利用されるが時間が取れない。金銭面も負担が大きい。介護うつにならない様リフレッシュが必要。

- ・ 事業継承のため、固定資産税を下げてほしい。
- ・ いつでも手術や入院ができる施設として経営してまいりました。それは今後とも変わりはありませんが、固定資産税についてはご配慮をお願いしたい。
- ・ 組合は、相互扶助と共同事業を公的補助を受けて有効かつ効果的に行うための地域の人々の集合体です。コロナ禍こそ個々が経費の見直しをしていく上で他者の知恵や力を生かすために組合を使って欲しいものです。各自の情報を本当の姿を知っておけるように思います。
- ・ 農政課で支援して頂きたいです。
- ・ 特殊な事業所で障害のある方々の働く場の提供をしておりますが、定年により辞める方はあまりおらず、増加の一途にあることから、次から次へ事業所を増やしていかなくてはならない状態です。
- ・ 事業拡大をしようにも、近隣の土地は空き家（廃屋）がそのままになっている所が多く、また売りに出されることもめったにありません。土地（特に駅前）の有効活用のため、用地が取得しやすくなるような対策をお願いします。
- ・ 地域のインフラ整備を強化してほしい（下水道等の整備）。積極的に設備検査できる仕組みを作ってほしい。
- ・ 地元のインフラ整備、特に下水道を整備してほしい。特殊な商品の洗浄ができず、機会損失をしている。
- ・ 糞尿処理対策施設の取り組み強化。
- ・ 当法人においては、新型コロナウイルス感染症の今後が大きく影響する。先が不透明なため、その時の社会状況に適応した支援が必要となると思われる。
- ・ 行政担当者が、地域課題解決の為に本気で取り組むことを評価する人事評価制度の導入を希望します。がんばる行政職員さんを応援する仕組みをつくってください。中小企業が成長する事が地域発展につながっていること、中小企業の役割と価値を市民に知ってもらうため、学校教育に地元企業紹介授業を検討、増やして下さい。

# IV 訪問ヒアリング調査結果

## 訪問ヒアリング調査:事業に関すること

### ①内部要因

- プラスの要因として、「新規分野への展開」「新規顧客の獲得」を挙げている事業所が多く、売上の増加に繋がっている様子が見受けられる。
- マイナスの要因として、「人手不足」「知識不足」を挙げている意見が多く、人的リソースの確保に苦戦している事業所が多くなっている。
- 製造業では、設備投資による「生産性の向上」や、不良率の低下による「品質の向上」が挙げられている。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	人員の増加が少なかった。入社してもすぐ退社する人がいて、思うように人員の増強ができなかった。
	従業員の担当業務に幅を持たせた結果（上長のフォロー体制を構築した上で各個人に責任を持たせた）、個人当たりの能力向上に繋がり、獲得受注量が増加、内製化も進み売上・利益に貢献した。
	建設に関連する「何でも屋」として自社を位置付け、可能な限り参入することで売上高を維持した。
	選別技術を活かした製品グレードの向上、新規機器の導入による生産性の向上、コスト低減。また、現場努力により機械メンテナンスの頻度・質を上げたことで突発的な機械停止が減った。
製造	受注増加を見込んで設備投資を行ったが、他国との競争激化や新型コロナウイルスに起因して予想に反し受注が減少した。また、前述の理由から従業員の増加も行っていたため、減価償却費及び人件費の増加を賄い切れなかった。
	従業員の経験・技能向上による不良率の低下。展示会の出展、広報活動、WEB広告による新規受注獲得。他社のやらない分野も積極的に取り組んだことが業績向上に繋がった。
	新規顧客獲得に人的リソースを投入できなかったため、売上がやや減少した。一方で、社内の合理化が進み、利益は増加傾向となった。
	従業員の減少、高齢化による作業効率の低下。
	主要製品の包装形態の簡素化にともない新たに導入した包装機によって生産効率が良くなったため。製品の販売を行っている兄弟会社の販路が安定しているため。
	工場の増設により生産能力が向上。鉄骨加工機、溶接ロボット等、最新設備への更新による生産性向上。
	商品の品質管理による不良率の低下、設備投資による生産能力及び品質の向上。
	内部での人事異動等で製造に携わる人員が増加した。
	お客様のニーズに合わせた提案と、設備投資による内製化を進めた。
従業員の高齢化。若い技術者の採用が進んでいないため、取引先が求めるニーズ・新しい技術に対応できていない。	
卸売	営業活動における顧客増加。また、お客様のニーズに対応するための即応力と商品知識の強化などが総合的に消費者の信頼獲得に繋がった。
	一部業務の外注利用開始による効率化。また、設備投資による生産能力の向上、扱い業務の拡大、新本社の設立に向けた土地の取得を行い、受注増加への対応力強化に取り組んでいる。

業種	内容
小売	<p>資金不足、人員不足、企画力不足。</p> <p>コロナウイルスの影響により、お客様への営業を控えたことと、来客数激減のため。</p> <p>店舗や展示場のリフォームによる新規客の増大。</p> <p>従業員高齢化により賃金が高額となってきたため。</p> <p>下手に新規分野、もしくは無理な販路拡大などを行わないことが、一番の要因と考える。やれることをしっかりと、足元を見据えつつも、10～20年先への展開、企業努力、社員教育等を怠らないことが重要である。</p> <p>人員増強による営業力の強化によって販売数が伸びた。</p> <p>商品バリエーションを増やしたほか、会社独自で市場ニーズの調査を実施した。</p> <p>新規開拓活動による取引先の増加。</p> <p>政府の事業関連案件（エコポイントなど）に、同業者よりも早く取り組めたこと。価格競争が激しくなく、コストを最小限に抑えることが出来たため、直接的な利益に繋がった。</p>
運輸	粘り強い営業努力により、優良顧客から大口かつ高収益案件を受託することが出来た。
不動産	顧客満足向上のため投資を惜しまない姿勢。
宿泊	新たな事業（電動アシスト自転車のレンタル事業）を開始した。
飲食サービス	コロナ禍における休業状態にあっても従業員を継続雇用しなければならず、店舗維持に関する固定費も発生した（売上が発生しないのに、経費だけが発生した）。
情報通信	人材の新規採用と、営業・制作・経営陣の業務管理の一元化等の業務改革による円滑な運営。
その他	<p>外部ネット予約システムの導入により新規顧客の開拓に取り組んだが、営業時間の短縮、メニュー削減による客単価の低下から売上高は減少した。</p> <p>新型コロナウイルス感染拡大により、1日のサービス対応人数が限られた。また感染防止対策の費用計上により、利益を圧迫した。</p> <p>単価の引き上げを行ったが、技術者1名が退職したため、受注量などへの影響から売上・利益ともに横ばいでの着落となった。</p> <p>従来の提示単価を見直したことや必要と感じたサービスを提案することで結果的に客単価が上がった。今までは友人知人の口コミに頼り、広告や宣伝などを一切してこなかったが、看板やホームページを作成することでお客様の目にとまり、新規の受注が増えた。</p> <p>新規機器の導入による作業の効率化。</p> <p>既存顧客に対するサービス品質は向上したが、売上・利益は変わらなかった。</p> <p>競争激化に対応できず、新規顧客の開拓が進まなかった。</p>

## ②外部要因

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響は、プラスとマイナス双方の影響を事業所にもたらしている。
- プラスの要因として、新型コロナウイルス感染症拡大にともなう衛生関連商品の需要増加や、スーパー等での店頭販売の売上増加が複数みられる。また、脱炭素化への取り組みによる受注の増加を挙げている事業所が多くみられた。
- マイナスの要因として、受注そのものの減少や得意先の廃業といった、事業への直接の影響が大きかったと回答する事業所が目立った。
- 製造業では、新型コロナウイルス感染症拡大にともなう「輸入の停滞」「半導体不足」が影響して、受注が減少したという意見がみられた。また、材料価格の高騰や脱プラスチックによる影響も挙げられている。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	コロナ禍で工場での休業時のメンテナンスが増えたため、受注が増えた。
	世界的な脱炭素への取り組みを背景にリサイクルスクラップの需要が高まったこと、中国の廃棄物処理規制の緩和（金属スクラップ等、一部のリサイクル資源輸入再開）等により、スクラップ相場が上昇したことで製品単価も上昇した。
	当社が生産している設備は、製品が国内向けのものが多い。また、意図して1社1業種から受注しているためリスクが分散できた。コロナ禍で、良い影響を受けた取引先も、悪い影響を受けた取引先もあったが、当社業績は総じて良かった。
	地元の異業種からの受注が増加した。新東名高速道路の延長工事に関する仕事が増えた。
	少額工事に対しての施工業者数の減少が考えられる。
	業界における淘汰が進む中、自社にて品質管理体制を構築した。コロナ禍でインバウンドは減少するも、一方で国内販売が増えた。
	地元農家が高齢化したため、土地処分による造成工事が増加した。
製造	コロナの影響で、材料の値上がりや設備機器の納入が定まらないことで、お客様が発注を差し控えた。
	新型コロナウイルスの感染拡大による主要顧客からの受注減少が業績後退に繋がった。
	コロナ禍の外出自粛の影響から贈答や嗜好品（メイクなど）関連の需要が減少しており、売上が減少。また、輸入資材の納入にも遅れが生じており、当社の事業活動字体が縮小している。
	新型コロナ感染拡大により、顧客の設備投資機会が減少した。
	コロナ禍により得意先の稼働低下もしくは停止によって受注案件が減少した。
	ペーパータオルや除菌アルコールタオルの売上高増加に伴って利益も増加した。
	自社製品の利用が健康に良いとの認識が広がったことで、受注が伸長した。販売先の開発予算が増え、富士宮市のふるさと納税の返礼品となった。
	コロナ禍で売上減の顧客が多かったが、それを補えるほど売上増の顧客があった。この売上増の顧客が、当社で一番収益性の良い工場の担当であり収益率が上がった。
	コロナ対応のための衛生関連商品の特需があった。
	新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、扱い品の受注が減少した。
	コロナ禍により、外食を利用されていたお客様が中食または内食へ流れたため、需要が拡大した。また、外出を控えたお客様が、保存期間の長い製品を求めるようになった。
	脱プラスチックの動きで緩衝材として段ボールを使い、販売単価が上がっているものもある。一方、コロナの影響により、輸入停滞や半導体不足により電気メーカーからの依頼が減少した。
	コロナにより、イベント等は無くなったが、補助金を活用した販促需要が伸びた。
自社と同種の事業を行っている企業は国内でも少なく、需要は年々増加している。	

業種	内容
卸売	コロナ禍での営業活動においては、どのようにして売上低下を最小限に出来るかなどの要望に対して適切なコロナ関連商品を紹介した。コロナ関連の商品は競争が激しいため、それにとまなうテイクアウト商品などの紹介で、ある程度の利益確保をしたに過ぎない。
	新型コロナウイルスの影響による大口得意先の廃業。取引先における業者変更による取引解消。入札品目の増加による大手企業との競争激化。
小売	大手量販店と競合関係にある上に、コロナ禍でさらに来店客減少。
	新型コロナウイルス感染症拡大にともない、商業施設やコンビニエンスストアなどの手洗い用自動乾燥機の使用が全面的に中止となったため、ペーパータオルの受注については好調を維持。
	地元はもちろん重要だが、同時に商圏を広く考え、遠方から顧客を呼び込みリピーターとする努力が実を結んでいる。移動自粛のあるコロナ禍では一時的に厳しい時もあったが、ジタバタせず、むしろ店舗修繕や設備投資に時間を割き、アフターコロナを見据えている。
	コロナによる消費活動の変化による増加。
	商品バリエーションを増やしたことで注文は好調に推移するも、経費増加に伴って利益が減少した。
	コロナ禍での在宅時間増加、住居に必要なものなどの購買意欲が世間的に高まったこと、ポイント決済の普及が進む中で、当社商品がポイント交換できることも要因と考える。
運輸	コロナ禍を逆手に取り、ピンチをチャンスに変えて医療防護服・マスクの製造及び輸送取引を受注した。
	コロナによる受注減少、また軽油の高騰。
不動産	企業の人事異動の停滞により、単身アパートの空室率が増加。
	建物が老朽化し、雨もり、外壁の補修等が今後継続的に発生するので、駐車場の路面整備までは資金的な面で難しい。
宿泊	「屋外なら大丈夫」という利用者の傾向からキャンプが流行し、利用者数が増加した。
飲食 サービス	コロナ禍における休業や時短営業の要請によって売上が減少した。
	首都圏のお客様が減少したうえ、キャンプ場開設にとまなう初期投資を行った。
情報通信	管理ソフトのクラウド化、オンライン配信、リモートワークを社内外に推進してはいたが、周囲がついてこれていなかった。コロナ対策により周囲の理解と導入相談が増えた。
その他	新型コロナウイルスの影響による観光客の減少などから販売量が減少した。また、材料の仕入価格上昇により利益が圧迫された。
	新型コロナウイルスの感染拡大による営業時間の短縮、常連固定客のサイクル遅延が生じて売上高が減少した。
	新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の発令から来店客数に一時的な影響が見受けられたが、その後は新規客に対する一定の販売台数を確保したため売上・利益ともに横ばいでの落ち着いた。
	コロナ禍で民間需要は低下したが、低下を見越し公共からの受注にシフト。設備投資による廃棄物処理に信用といった付加価値を作りあげた。
	新型コロナウイルスの感染拡大により商社経由の販売が減少。
	販売単価については30年間値上げせずにいたが、適正価格に近づけたことで売上が増加した。
	新型コロナウイルス感染症拡大により、スーパーや直売所などの小売りや直販が増加したため。
	固定客の高齢化による免許返納、免許更新ができないケースが増えたことで顧客が減少した。
三密の回避可能なスポーツとしてゴルフが目立った効果が出た。	



### ③経営環境における問題点の具体的な内容

- いずれの業種も「人材不足」を大きな課題として抱えており、特に、専門知識を有する人材の長期的な雇用が難航している。
- 人材不足により、技術や新規の提案が遅れているとする意見も挙がっている。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	外国人の技能実習生が確保できない。確保できても業務への適応が難しい。
	人材確保、特に若手作業員の獲得が急務。
	隣接道路にトラックのすれ違いに十分なスペースが無い。受注拡大につき在庫スペースが足りない。従業員の平均年齢が低く若手が活躍しやすい環境にある一方、次世代リーダーの育成が課題。
	従業員は、20代前半～70代迄在籍する。若手は最新技術は活用できるが、業務分野に対して体系的な理解が出来ていない。世代が変わるにあたり、年配者から若手への業務移行が問題となる。業務が高度化しており地元採用だけでは業務に対応できなくなっている。また、従業員の高齢化が進んでいる。そのため中途採用で技術者を補充しているが、高スキルを持つ人材を継続的に採用するのは難しい。
	事業拡大や知名度の向上により同業他社との競争が激化している。
	若者たちへの仕事の魅力を伝えるための、アピールの方法を考える。
製造	新規事業立ち上げにおいて、経験の全くない中で進めており従業員教育や生産体制づくりが追い付いていない。製造ラインについても、生産管理部門についても機械化、IT化できる部分は多くあるが、機械の選定や導入に携わる人材が不足している。
	業界の特性として受注変動が激しく、生産動向を読み切れないことから設備投資を積極的に行うことができない。また、小規模であるため従来から採用に苦戦していたなか、新型コロナウイルスの影響で大手企業をはじめとした求人数の減少を背景として、例年に比べて採用を行うことができたが、受注が減少したため人件費が負担となっている。
	溶接作業等、熟練作業員のノウハウの継承。工場、現場等の作業員の確保。
	工場のキャパシティが限界にきており、体制を変更したいが人材がない。また求人における採用が非常に悪い。
	新技術・ITの導入は紙で処理されている情報が多く、情報活用や周知徹底に問題がある。コロナ禍の影響か、若手(30代)の採用は進んだ。一方、70代であっても、就業可能であれば残っていただいている。最近の若者は給与面より休みを重視している。休日出勤や残業を減らせるよう働き方改革が必要。
	円安が続いており、原料のみならず、容器（鉄鋼価格）の価格上昇も課題となっている。
	研究員の平均年齢が上昇しているなかで、次世代を担う従業員の育成が進んでおらず、新商品の開発案もなかなかでてこない。また、顧客には研究機関や製薬会社が多く、情報管理を徹底していることからどの様なニーズがあるか調べる術がない。
繁閑の差が大きく、不足する人材は派遣での対応となりやすい。従業員が高齢化しているうえ、若い技術者の採用が進んでおらず、取引先が求めるニーズに対応する、新しい技術に対応できていない。若手技術者の採用が難しく、技術継承が進まない。	

業種	内容
卸売	扱ひ品の8割がプラスチック関連商品であり、今後の見通しでは脱プラスチックなどの環境問題にどのように対応していくかが鍵となるため、転換商品の知識を持ち、エコ商品の紹介をよりスピーディーに行う必要がある。また配送による卸業務が中心のため、今後は末端ユーザーへの小売販売にも注力する。
	受注増加により生産能力が圧迫されている、倉庫空きスペースが減少している。受注増加により一人当たりの業務負担が増加している（特に現場作業員）なかで、新規従業員の確保にもやや苦戦している。
	顧客目線すぎるため利益率が低く、顧客満足度を低下させないで利益を確保できる体制づくりができていない。同業者との協業についても、P B商品の販売委託などは行っているが、競争が激しく協業できる状態ではない。
小売	店舗の大幅リニューアル工事を検討しているが資金不足で実施できない。
	販売先の新規開拓が思うように進んでいない。
	最も大きな問題は、人材不足。商品知識や感性を伴う接客業務が生命線であり、意欲的な人材の継続的な雇用が欠かせないが、特に若年層を中心に人材が不足している。本当は地元で能力のある方を雇用したいが、なかなかうまくいかない。
	整備士などの専門職において人材確保が難しい。
	大手ネット通販プラットフォームを窓口とした販売手法が主柱となっているが、販売手数料が年々増加しているほか、原油高騰に伴って物流コストも増加している。
	新規分野への展開に向けたリーダーの育成が課題。
運輸	最大課題は、労務の確保。粘り強い営業努力で新規顧客から受注出来ても、パート・派遣社員等による労務人員を確保できず、やむなく計画の変更や残業での対応を行っている。
宿泊	正社員という長期的な雇用ができない為、高齢者やパートの雇用になり長期の展望が組めない
飲食	コロナ禍におけるテイクアウト需要に対応できる調理室がなかった。
サービス	新規スタッフと資金の確保。
情報通信	弊社とクライアントとのIT能力差が利点になる場合と、IT格差により使用してもらえないサービスがある。
その他	新型コロナウイルスの感染者減少により客足は戻りつつあるが、材料価格の上昇が利益を圧迫している。
	新技術や新メニューの導入時の講習会等の減少。新型コロナウイルス対応のための時短営業により、社員のモチベーションが下がった。
	今後さらに価値を高めるためには施設の建て替えが必要だが、建て替えられる土地がない。
	専門知識がある人材が必要。しかし、常駐し固定費が増えることは避けたい。
	設備投資の資金や返済方法、事業計画をいつからやるべきなのかのアドバイスなどを専門家から受けたいと考えている。
効果的な戦略が策定できない、思いつかない。社内でも後継者となる人材の育成が進んでいない。	

#### ④経営環境における問題点への対応策

- 採用の強化や、社員の定着を図るために、待遇を改善した働きやすい環境の構築、OJT の実施や業務のマニュアル化等教育の充実、また、外部の媒体を活用した求人活動を行っている様子が見受けられた。
- DX の推進や IT 化への設備投資等、積極的な設備投資をすることによって、業務を効率化し、人材不足を補う傾向もみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	高校を訪問する頻度・工数を増やした結果、採用につながった例がある。また、テレビCMによる知名度アップも図った。
	人材紹介などのエージェントの利用をしているが、費用が高い。なぜ、ハローワークが機能しないのかわからない。
	OJTを中心とした継続的な従業員教育、日頃からの経営理念の共有、継続的な採用活動(採用エリア拡大、民間媒体活用)。
	公共工事は地元同業者との価格競争が懸念されるため、これまで以上に民間工事の獲得に取り組んでいる。
	現在もハローワークに求人募集はしているが、知り合い(会社関係)等にも声をかけるなどして対応している。
	IT化への設備投資。若い働き手の募集。
	業者間の情報交換を増やす。
製造	機械化によって人員面のカバーを行う。
	まずは生産体制を確立させるとともに、機械化を進められる人材の時間を確保しIT化を進めていく。同時に経験者(管理者)の採用活動を進めている。
	事業承継については話し合いを重ねている。従業員の確保難については民間就職サイトを使い、若干の応募はあったが、採用には至らなかった。
	市場調査などを行うことで業界の生産動向の予測精度を高め、設備投資が無駄にならないようにする。人員面での不足は解消されたが、現状はむしろ過剰気味であるため、受注確保に取り組み、人件費を補填する。
	労働条件の改善(休日増など)、定年退職者の再雇用。
	現在、施設・機械等の修繕を実施中。
	熟練作業員のノウハウをマニュアル化。
	当社加工に関わる委託加工先と連携し、新規分野への展開のための資金がかからないようにしている。
	外国人材(技能実習や特定技能)の雇用を推し進めるも、コロナ禍での入国が困難となり、予定されていた人材の入社がなくなった。現在はすでに国内で活動している外国人労働者を派遣会社から採用するなど、場当たり的な対応となっている。
	WEB会議システムなどを活用しながら、顧客と連携を取るようにしている。
	外国人労働者の採用や、コストを抑えられる外注先の選定を行っている。
	新聞折込チラシなどで求人を行っているほか、近いうちにホームページに採用ツールを実装することで対応する。
研究員の高齢化については人材バンクなどを利用することで若手確保に取り組むことも検討している。	
高齢化した技術者は契約社員として雇用延長、不足する技術者は派遣採用といった対応をしている。若年層の採用は苦戦している。	

業種	内容
卸売	脱プラスチックに関してはなるべくメーカーとの連携を密にして、価格や商品の知識を競争力にするとともに、同業他社との差別化による提案営業を行う。また、末端ユーザーのニーズも増えているため新店舗を将来的に併設していく必要性は大きいと感じている。
	倉庫の新設による受け入れ量の強化、設備投資による既存工場の効率化、外注業者の利用による効率化。本社におけるフリーアドレス化（働きやすい環境づくり）の推進、若年層の業務効率化に向けたシステムの導入。
	新規分野への展開については明確な施策を打ち出せていないが、人材確保については民間媒体を利用するか検討している。
	得意先と営業担当者で定期的な打ち合わせの場を設けることでヒアリング力・提案力の強化に取り組んでいる。社員に指示を与えすぎないで考えさせる。利益体質が構築できるように経営者自身が勉強するなどしている。
小売	新規開拓に関する対応については積極的に営業マンを採用している。また生産面や事務的な処理については、近年デジタルトランスフォーメーションを導入したほか、今後については生産設備の自動化なども検討している。
	公的金融機関より借入を行い、新規機器を導入した。
	ネット配信での販売に取り組んでいる。
	給与面や待遇面では、小規模な会社とはいえ、毎年改善をはかっている。今後はいかにそれをPRしていくか、特に若年層の場合、いかに保護者の方にも安心していただくかが問題となってくる。さらに、地元の方の雇用と同時に、今年入社していただいた方のように、意欲のある県外の方へのPRも重要。こちらは機会を見つつ、SNSなどを活用していくようにしている。
	従業員の確保難、従業員の高齢化を改善するため、継続的に募集をかけ面接を行っている。福利厚生等については改善を進めてきた。
	梱包面を工夫することで輸送コストを抑えている。 銀行からの情報収集や、周辺の旧知の方々との定期的なコミュニケーション。
運輸	ハローワーク及び各派遣会社と連携し、人員確保を日々行っている。
	ホームページによる運転手の募集、また運転手からの人材紹介。
不動産	建物補修が発生した時点で工事する。
飲食サービス	1ヶ月の休業期間を設けて、自社設備の拡張を行う予定。
情報通信	業務を止めずに社内の見学・研修を可能にした事務所に改装したので、IT格差を埋める研修や、ITを導入したいクライアント向けのITツールの試験運用等が可能になった。
その他	商品の値上げを行うことで、売上・利益を補填する予定。
	ZOOM等による講習会の再開、技術トレーニングの再開。
	インスタグラムを始めとするSNSの活用。
	店舗外観を清潔に保つ、整理整頓などを実施している。そのほか新しい設備の入替を検討している。
	業務マニュアルについて、文書だけでなく映像化して簡易に学習できる仕組みを作成中。スマートフォンにて確認できる体制を構築中。
	人材確保については公的職業紹介、WEB・誌面の求人媒体、有料人材紹介等を活用している。感染症等の外的要因へは、今後も新型コロナウイルス感染症の影響が数年続くと想定し、運転資金の借入や雇用調整助成金の活用で対応している。
	小学生から社会人までを対象とするロボットスクールを自社で開講。業界への関心を高めてもらう。
	今の経営状態で正社員を雇えるのかなど、人材の確保について商工会や金融機関に相談したい。
資金調達を実施して設備投資を行い、サービス品質を向上させる。	
求人情報の掲載を多く取り入れ、媒体を増やしている。	

## ⑤強み・弱み

- 強みとしては、「自社のみで対応可能」「スピード感」「技術力」といった対応力の高さについてが目立った。ほかには、「経験の豊富さ」「専門性」「安全性・品質の高さ」「地域密着」等が挙げられた。
- 弱みとしては、「営業力が乏しい」「人材不足である、育成も進んでいない」といったマンパワー不足が挙げられた。ほかには、「価格競争に弱い」「生産可能数量が少ない」「設備投資の不十分さ」「資金不足」等が挙げられた。

・コメント抜粋

業種	強み	弱み
建設	長年の経験と実績があり、地域に根ざした取り組みを行っているため、知名度による受注が多くある。伝統を引き継ぎながらも新しい時代のニーズにも柔軟に対応している。	お客様からの依頼があった場合において、設計図面・御見積書等の提案資料の連動がされていない。それにより、ご提案までの期限が遅れ案件を失注することがある。
	時代のニーズにあわせ即実行できる点。テレワークやオンライン打合せなど、すぐ取り入れる姿勢。	小規模なので大量には生産出来ない。
	豊富な経験、施工の対応能力。	価格競争で他社にかなわない。
	グループ会社との連携による多彩な分野への戦略立案・進出ができること。選別技術が高いこと、品質が安定していること、納品先企業の要望に応じた形態で製品が提供できること。	世間的な知名度が低いこと（業界自体を含めて）、人員確保への苦戦。
	人が育つ環境がある。ワンストップで工事を行える。平均年齢が若い。	規模が小さい。
	経営理念を社員が共有することで、プライドを持って技術を高め、組織で良い仕事をすることに結びついている。	営業がおらず、技術者が直接顧客を担当している。顧客から相談を受け適切な提案ができるといった良い面もあるが、個々人が全体最適を考えられず仕事が遅れる等、弊害もある。
	代表者の営業・交渉力（施工方法の提案力が高く、顧客のコスト削減に繋がった例が多数ある）、幅広い工事に対応できる技術力を持っている。	代表者の右腕となる営業マンの育成が進んでいない。受注増加に対して作業能力（作業員）が不足、現場監督も不足しており、複数案件を断っている状態にある。
	1工事に対し、外注することなく賄えるので、他社に比べ安価に工事が出来る。 仕事の確実性、仕事内容、技術力。 即応力・機動力。	口コミでの受注が多く、セールス力が弱い。 社員が少ない。 人員などの問題から大量に受注出来ない。
製造	小規模ながら、安全・品質管理について安全衛生委員会、環境改善委員会の活動を毎月欠かさず行うなど特に力を入れており、安全・品質管理の点について既存の取引先からは高い評価を得ている。	人の手作業で行う工程が多く、売り上げに対する人件費の割合が高いため、最低賃金の改定など人件費の増加が利益を圧迫しやすい状況にある。
	同業他社では取り扱っていない製品を作ることができる。	生産設備の規模が小さく、大ロット受注への対応力に欠ける。
	生活に根付いた商品を供給しているため、生産・販売が安定している。	原油価格や為替の影響を受けやすく、利益確保が難しい。
	専門性が高く、国内でも独自性に長けている。独自の材料仕入ルートがあり、一般商社経由に対して低価格での調達を行うことができる。県内メディアとのパイプが強く、広告宣伝ルートも確保している。	専門性が高すぎるため汎用性に欠ける。少人数かつ設備能力が低く、量産能力に欠けている。
	多品種小ロットへの対応力。	最新設備の導入ができていない。

業種	強み	弱み
製造	新規参入が難しい事業であり、廃業する同業者が増えているため、仕事量の確保は難しい。	資金難により、新規投資が難しい。
	製造から配送まで社内で行っており、細かな対応や納期対応は強みである。	弱みというわけではないが、最近は不良品の定義が厳しく、以前なら無かったような指摘がされることがある。
	独自技術でニッチな市場のシェアを獲得出来ている。	人材が流動的であり安定していない。
	高品質商品を提供できる体制が整っていること。	従業員の確保、育成が課題。
	総合的に業務が出来るところ。	職人が足りない。
	同業者は多数いるが、国内唯一の技術を有しており、ニッチ産業ではあるものの事業基盤は確立できている。大手企業への販売・受託実績も多い。	業界的に積極的な広告宣伝を行いきにくいこと、人材の確保・育成難。
卸売	代表者の営業・交渉力・人脈。ニッチ産業かつ専門特化していることから実績・知識が豊富。同業他社と比較して取扱量が多いことからボリュームディスカウントが利く。金融機関との信頼関係がしっかりと構築できていることから柔軟な資金調達が可能である。	代表者に匹敵する営業マンの育成が進んでいないこと。
	こまめな営業活動に加えてスピード感を持った仕事出来る。	人材教育が出来ていない。
	食品卸として3温度帯（常温・冷蔵・冷凍）を扱うことができる。配送能力がある。地産地消や無添加等、特徴ある商品を扱うことができる。生産者と製造メーカーのパイプ役としてオリジナル商品をつくることできる。事務・倉庫・営業配送など各部署の分業ができている。	資金調達力、収益力が十分でないため設備投資や社員への還元が十分にできていないと感じている。
小売	郊外店舗で売り場面積・駐車場も確保しており、地域密着経営で歴史がある。	資金不足のため大規模なリニューアルや大規模な販促企画が出来ない。
	地域密着サービス。	お客さんからの依頼や来客が無いと売り上げに繋がらない。
	メーカーディーラーとして認知されている点と老舗であるため地域に根差している点。	事業拡大へ向けての幹部社員の育成と教育がまだできていない。
	メーカーから消費者へのリードタイムを短縮するなど差別化を実施しているほか、在庫量を確保することで最大でも2週間以内の発送を行っている。	工場がないファブレス企業であるため、品質チェックが抜き打ちとなってしまう。
	研修を定期的に行い、従業員への技術教育を実施している。	若い従業員が取引先と十分なコミュニケーションを取れているか、すべてを把握しきれていない。
	スピード感、従業員の一体感。何に関してもスピード感、強さを大切にしている。	人材育成。
運輸	高い営業力と競争優位性の高い「製造加工×ロジスティクス」というビジネスモデルを軸に事業展開している点。	社名から通運業が主体であると誤解され、欲しい人材が集まりにくい。
飲食サービス	固定客は中高年女性が多いため、接客の細かいところには気を使っている。店舗内が広いので長居できる雰囲気がある。	回転率が低くなる。
	競合が少ない、アクセスがしやすい。	設備投資がしにくい。
情報通信	業務を営業時間内に済ませており、残業時間が少ない。効率化が進んでいる。	クライアントから待たされる場合は効率が悪くなる。
その他	丁寧な作業に加えて、既存客との距離が近いことが強みである。	既存客との距離が近いことで、値引きなどを要請される場合もある。
	業務を一貫して自社で行える点。	施設の老朽化。
	自社生産・自社販売・自社加工。	季節作物を取り扱っているため、農繁期と農閑期の差が激しい。

## ⑥IT 関連で今後導入したいもの

- 「作業指示・記録のデジタル化」「受発注のシステム化による在庫の把握」「ペーパーレス化」「AI を活用した検査精度の向上」等、IT 関連で導入したい分野は多岐に渡っている。
- 既存のシステムを連携させ、更なる効率化に繋がりたいという意見もみられた。
- ホームページのリニューアルや SNS を活用する等、広報や情報提供にも積極的な姿勢がみられる。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	パソコン作業が苦手であるためIT関係に強い人材を確保したい。
	事務業務におけるRPA化には適宜取り組んでいる。今後はパーツ情報の共有システムにより効率化を図りたい。
	ラップトップパソコンを導入し、オフィスのフリーアクセス化に対応できるようにしていきたい。
	社員毎のPC、タブレット端末、社内ネットワークで進捗管理しており、業務効率化に繋がっている。自社のホームページを活用して人材の募集をしている。今後は請求書や注文書等の電子保管システムを導入しペーパーレス化を進めたい。
	ICT建機の導入により品質の安定化（機械補助が作業員の技術レベルの差を補填）、効率化、内製化を進める。
	ドローン。工事の進捗状況をより分かりやすくしたいため。
製造	現状において格別の支障は感じていない。ただし、スマートフォンやタブレット端末を利用した生産性向上や業務効率化（棚卸業務の自動化等）は活用の余地があると考えている。
	生産管理、物流管理ツール。小ロット多品種のものが多く、管理ツールの導入が必要となってくる。
	就業管理の効率化のため、ネットワーク型タイムレコーダーを検討している。
	作業記録のデータ化・システム化。現状は手作業で記載しているため手間がかかり、分析などにも十分に活用できていないため。
	AIディープラーニングを活用した外観検査工程の自動化。費用面での実現性も高く、検査精度と効率化が見込めるため。
	自社PRにはホームページが有効だと考えているが、内容が古くリニューアルが急務と思われる。
	現在は情報システム要員が常駐しており、生産日報も専用タブレットで入力する等、生産性向上に結びついている。今後は、経理処理もソフトウェアを使って効率化したい。
	現在受注案件の進捗、入金、支払等の管理システムを構築中。
	工場内における作業指示をデジタル化して、紙の作業指示を無くしたい。
	社内の原価、在庫管理のさらなるシステム化を検討。不良在庫や不採算製品を明確化し、利益率を高める。
	DXに対応した生産設備。生産の最適化、省エネ推進等進める事が可能となるため。
	現在、HP作成や動画活用により、営業問合せや信頼性向上に繋がっており、若年層の採用でも良い影響があると感じている。今後は、タブレット端末、顧客管理システムの導入を検討している。
	コロナ禍においてWEB会議が増加したため、今後も周辺IT機器の拡充整備を進めたい。
	ホームページの充実、ZOOM等リモートシステムの充実を図ることで、様々な企業とコンタクトできる環境を整えたい。
オンライン見学システム。今後、人が移動する工場見学などは難しくなることが想定されるため。	
リチウムイオン電池は放置すると自然発火する可能性があるため、熱の自動感知及び消火システムがあると便利と考えている。	

業種	内容
卸売	各メーカーやディーラーとの受発注システム導入。EDI発注などでより正確に数量を確認し、在庫管理や適正在庫を把握するため。
	ヒト・モノ・カネに係る業務効率化に向けたシステム導入、独自システムの開発により効率化に取り組む。
	インターネット販売を開始したいが、専従者の確保や賃金面からも当面はできそうにない。
小売	ネット環境での販売と宣伝。
	EC販売は現在考えていないが、あえて言うならば、レジ関係の強化。酒販用のレジは非常に高価で、導入するのが大変。
	事務管理システムを導入済であるが、さらに月次決算等の経営状況を随時把握するため、各システムの連携と活用をしていきたい。
	ホームページが古くなっているので刷新したい。決済システムを導入したいが、手間が掛かるため実際の導入には至っていない。
	社内システムの統一により業務の効率化を図りたい。
運輸	現在、製造現場及び倉庫のDX化を推進しており、ペーパーレスや製造工程の省力・自動化等のため、設備（パソコン含む）を随時導入している。また、当社の弱みである知名度アップのためのホームページの更新も進めている。
	IT点呼を導入し、人件費削減をねらう。
飲食サービス	現状で満足しているが、SNSを充実したい。
情報通信	最新版のリモートツール・Adobe等は導入済み。ZOOM配信の中継依頼が増えたので動画配信のためのカメラ・マイク等と動画編集のための人手が必要。
その他	ネットとポストレジ連携の予約システム、ホームページからの直接予約システム、店舗間で共有可能な電子カルテの導入により予約システムの強化・効率化、情報共有を図りたい。
	省人化を目的として無人トラクターなどの導入を検討している。
	検索SEO対策。
	ホームページやSNSを活用して、迅速な情報の提供ができる体制を整えたい。



## 訪問ヒアリング調査:市場に関すること

### ①主な得意先・販売先に関する状況

- 得意先・販売先の増加は、大手からの安定した依頼や地域の繋がりによる受注が多くみられた一方で、これまでにはなかった業界からの依頼によって増加している場合がある。
- 小売業では通販や EC による一般ユーザーの増加がみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	得意先（舗装業者）は若い会社が多く、勢いがある。
	インフラ系（電力・鉄道など）の仕事が多いが、鉄塔寿命、災害などの影響で取引量は増減する。
	食品・化学・医薬品工場など。
	建築の電気配線（一次下請け）→設備電気配線→設備一式（直接受注）と事業を拡大する中で、自社の事業対応エリアも拡大してきた。
	大手ゼネコン系列（特に道路関連）。過去5年間に於いて販売先は増加傾向にある。
	個人の得意先が多い。
	地域の宗教法人（寺社）との繋がりが深い。
	地元のゼネコンや不動産屋からの仕事が増えているため増益予定。
製造	主要顧客は大手医療機器メーカーと医療機器商社。過去5年間では主要販売先が2社増加、販売先数の減少は無いが、1社との取引量が減少した。
	大手メーカーとの結びつきが強い。過去5年間に於いても販売先は増加傾向、一部の主要顧客との取引は減少した。
	県外では関東以北と、西日本に得意先が所在している。直接及び卸を通じた間接販売や、地域の催事場も多い。
	兄弟会社から製造委託を受けている。
	食品関連事業者、近隣牧場と近密な関係にある。
	大手ゼネコン、都市部の再開発等の案件が旺盛であり良好な状況。最近では大型物件の受注が増加している。
	医療向けの製品が6割ほどあり、過去5年間の売上は増加している。
	主な得意先としては、工業材料、電子材料分野に関連した顧客で、過去4～5年は顧客により増加・減少あり。
	板金加工機械の総合メーカーとの結びつきが強固となった。
	周辺地域の建設業者、生コン業者が中心であるが、結びつきの強い系列は無い。過去5年間の増減も特に無し。
九州、中国、韓国、香港（海外は商社経由あり）。結びつきの強い系列は無い。取引先は変動しやすいため、増減がある。	
卸売	以前は冠婚葬祭や飲食店、スーパーなどの関連商品が多かったが、現在はレジャー施設や一般小売店でも取引が増えている。
	主要販売先は各社で業績推移が区々。関西エリアの大手紙商社・製紙メーカーに主たる営業基盤を構築している。過去5年間における販売先数は増加傾向にある。
	近隣地区の製紙メーカー。
	得意先（保育園、外食産業）の件数は増加しているが、大口顧客の廃業により売上高は減少している。結びつきの強い系列は無い。

業種	内容
小売	<p>一般ユーザーが顧客であるため、リピートユーザー増のためにDM企画を実施している。また、大手量販店取扱いの低価格商品も近年増強しており、店内商品をバリエーションの多い構成にしている。そのため、低価格商品を希望するユーザーが増えてきている。</p> <p>近年取引先の増減は見受けられないが、大手通販企業との結びつきが強い。</p> <p>顧客は主に一般家庭。主に富士宮市ですが、富士市や山梨県からのお客様も来店いただく。</p> <p>販売先、お客様はネット配信販売も始めたので増えたが、特段結びつきの強い系列等はない。</p> <p>新東名を利用した新規顧客は、増加傾向が続いているように感じる。フットワークの軽い方が増えてきていること、ECサイトが発達する一方、リアルな購入体験を求めている方も多いとを感じる。過去5年間でみると、明らかに顧客は増えている。</p> <p>長い付き合いの個人顧客が減っている、古くからのお得意様である会社、個人が高齢のため亡くなられたり、免許返納により車を手放したりするといったことが多い。</p> <p>大手ECサイトでの販売が支柱となっているため、固定化された得意先は無し。</p>
運輸	<p>主要顧客は、健康食品・化粧品一流ブランドメーカーやOEMメーカー。</p> <p>得意先の運賃改定により、同社向けの売上高は増加している。</p>
不動産	<p>大手ハウスメーカーとの取引が5年前に比べて倍増している。</p>
飲食サービス	<p>関東圏の観光客、富士、富士宮の地元のお客様。</p>
情報通信	<p>銀行・病院・製造業など、デザインやITが苦手な会社からのWEBデザイン等の依頼が増えた。</p>
その他	<p>一般個人を対象としたサービスであるため、結びつきの強い系列や特定の大口顧客は無い。新型コロナウイルスの発生以降は観光客が減少している。</p> <p>顧客は富士宮市・富士宮市以外の一般個人。</p> <p>法人顧客が少ないことから特筆すべき増減は発生しない。個人客においては販売単価が下がる場合もあれば上がる場合もあるため、売上については概ね平準化している。</p> <p>主要取引先の50%が自治体の公共事業。過去5年間で年率5～10%増で推移。民間企業向けの事業は、この1年でコロナの影響により微減。</p> <p>医療器機メーカーとの取引が主体となっている。コロナ禍によって手術等が減少し、扱い製品の需要は減少した。</p> <p>5年前までは周辺地域の顧客も多かったが、ディーラーで新車販売の際5年間の整備の特約をつける方が増えたため車検整備等の入庫が減り結果的に顧客とのつながりが希薄になってしまった。5年前に比べて車検の入庫が1/3に減ってしまった。</p> <p>各地に設置されている直売所との結びつきが強い。</p> <p>一般個人客との結びつきが強く、先代より「一般個人&gt;一般法人」を経営方針としている。</p>

## ②(得意先・販売先が増加している場合)いつ頃から得意先・販売先になったか

- 創業時からや、10年以上前からの長期的な付き合いとなっている事業所が多い。
- 「2～3年以内」も一定数みられ、近年でも新規顧客の獲得が進んでいる様子が見える。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	下請けの得意先は、会社設立当初よりのお客様。個人の得意先は、年々増えていった。
	創業時からの得意先と、20年くらい前から取引が開始された得意先がある。
	10年ほど前。(4社)
	2年前。
	4～5年ほど前。(2社) A社は15年前、B社は7年前、C社は4年前。
製造	20年ほど前(5社)。
	2年～3年前(3社)。
	業歴が浅いため、設立時より継続的に顧客数は増加している。
	5年前から徐々に増加していった。
	現取引先は、15年以上継続している。
	創業当初(35年以上)から。
	創業当初の頃からの取引で30～40年ほどの取引になる。 主な販売先に変動は無い。全国各地からスポットで依頼される場合が多く、その都度販売先が変わっている。
卸売	3年前。
	創業より製紙メーカーとの取引が続いている。
	2014年頃から保育園が増加、2019年頃から外食産業が増加した。
小売	3年程前より、リピートユーザーが増えてきている。
	創業時から、大手ECサイトでの販売のみ。
	10～30年間で、得意先はある程度固定化した。
運輸	直近の5年以内。
	20年くらい前から。
不動産	2年前。
飲食	4～5年前。
サービス	2年前程から地元のお客様に認知され始めた。
情報通信	2017年頃から。
その他	創業当初からの顧客や近年顧客化した場合まで様々。
	5～10年ほど前から継続的に増加。
	20年以上前から取引を行っている。
	10年程前から商社を通じて遠方へ販売するようになった。
	創業当初から。
	14年前の、事業立ち上げ当初からのお付き合いをしていただいている。 営業開始当初から関係が続いている。

### ③(得意先・販売先が増加している場合)どのようなきっかけで、得意先・販売先になったか

- 営業努力のほか、HP・SNS・口コミからの問い合わせ等、ツールの活用もみられた。
- 知人・既存顧客からの紹介や徐々に受注量が増加した等、信頼の積み重ねがきっかけとなっている場合も多い。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	知人の紹介（4社）。
	元請業者への営業など。
	飛び込み営業、人からの紹介など。
	きっかけは同業者からの紹介。一度目の工事が先方の納得のいく結果であったことから継続受注に繋がった。
	事業継承者が得意先に以前勤めていたため、繋がりを持つようになった。
	下請けの工事を進めていくうちに、太陽光・蓄電池・電気工事などの得意分野を評価された。
	下請けから元請への移行。
製造	ホームページからの問い合わせ（2社）。
	仕入先からの紹介で1社増加、元々仕入先であった会社からの製造を依頼されたことにより1社増加。
	大手メーカーとは元々取引があったが、テレビショッピングで取り上げられたことを機に取引量が大幅に増加した。
	従前より取引はあったが、当社の品質、納品状況が良好であることから主な販売先となった。
	クレームが発生する度に対応していき、信用を築き上げてきた。
	取引先の殆どは創業以来40年間変わっておらず、信頼関係の積み上げによって主な得意先となった。ここ数年、取締役が主導して営業を強化した結果。
卸売	日頃の営業活動に於けるお客様からの紹介。
	自社からの提案営業、既存顧客からの紹介。
	先代社長の人脈、紹介、営業活動など。
	飛び込み営業による新規開拓（社長と営業担当者1名）。
小売	取引先の紹介などで取引基盤を構築した。
	全国各地からの直接来店。
	酒類販の自由化に伴い古くからの酒小売業が世代交代時に廃業し、その際、スーパー、コンビニ、ドラッグストアでの酒類取扱が増えた。
	独自で販売網構築を検討したが、効率や販売量を担保するために大手ECサイトでの販売となった。
	口コミ、紹介、新規開拓、ホームページなど。
運輸	粘り強い営業努力によるもの。ホームページを見たお客様からご連絡があったケースもある。
不動産	営業マンの熱心さによるもの。
飲食	ツイッターなどSNSによる口コミ、レトロ調の店舗作りなど。
サービス	SNS、口コミによる影響。

業種	内容
情報通信	いわゆる"飛び込まれ"営業。先方からお声がかかり、納品後に別のクライアントを紹介されるなど。
その他	口コミ、Instagram、ホームページの充実化。
	個人客が店舗に車両持ち込み出来ない場合には、近隣であれば店舗スタッフが代理で車両を受け取るなどのサービスを展開している。これにより顧客化した例が多数ある。
	ホームページを見て問い合わせがあり、契約に至る。
	広告HPで見て来店されている。
	毎日出荷を続けていたため、自然と直売所との繋がりが強固となった。
	知人の紹介や、飛び込み営業。
	冷凍倉庫を必要としていたお客様から依頼があり、今まで継続している。

④(得意先・販売先が減少している場合)いつ頃、得意先・販売先から外れたか

- コロナ禍で直接的に需要が減少したことが多くの事業所で原因となっている。
- 一方で、「コロナ禍を契機とした内製化の推進」や、「経営方針の転換」といった自社方針への影響や、さらには「取引先の廃業」など、相手側の都合を挙げる意見もみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	3年前。
	10年前。
製造	2年～3年前(3社)。
	コロナ禍の影響もあり取引先が内製化を図る動きがあったため、当社への受注は減少した。
	コロナ禍で売上は減ったものの、主な得意先のままである。
	時期は不詳だが徐々に取引量が減少した。
	2019年頃からドローン制作会社との取引量が減少した。
	流動的であることから明確な時期については不詳である。
卸売	全体的に冠婚葬祭などの規模が縮小されているため。
	販売先については製紙メーカーで固定化されているが、その他については流動的であるため常に増減している。
	2011年頃に病院や施設関連が減少、2020年に大口顧客であった催事業者が外れた。
小売	コロナ禍により減った得意先・販売先がある。
情報通信	2020年初頭、コロナ感染対策による営業自粛によるもの。
その他	2020年4月頃。
	5年前に発生。
	販売先としてなくなっていないが、受注状況はコロナ禍の影響で悪化した。
	20年程前から昔ながらの販売店が閉店し減った。一方でコンビニでの取り扱いが増えた。
	10年前から少しずつ減っている。
	固定客の高齢化により年々減少している。

⑤(得意先・販売先が減少している場合)どのようなきっかけで、得意先・販売先から外れたか

- 取引先における「事業構造の改変」「経営体制の変化」「廃業」が影響したという意見が多い。
- 自社の営業不足や他社との価格競争を挙げる意見もみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	得意先自体の廃業や事業からの撤退によって取引解消となった。
	得意先の事業構造が変化したため。
	ゼネコンや不動産関係の仕事が増え、これら以外の企業へ営業に行けていないため。
	廃業もしくは代表者変更による新経営体制への移行のため。
製造	同業者との価格競争により受注量が減少した。
	ドローンに使われる材質がマグネシウムからプラスチックに変更されたため。
	コロナ禍で全体的に減少した。
	得意先の廃業や倒産などが大半を占める。
	エンドユーザーとの直接の取引開始にともない、商社との取引が減少した。
卸売	価格などによるもの。
	病院・施設関連は調理業務の外部委託による食材の調達ルート変更がきっかけ。催事業者は新型コロナウイルス感染症の影響による催事回数の減少で取引が無くなった。
小売	取引量が少ない販売先については価格が合わないなどの理由から外れる場合がある。
	コロナ禍に加え、取引先の高齢化による廃業がいちばん多い。
	当時激化していた同業他社との競合による。
運輸	新型コロナによる取引量の減少など。
その他	跡継ぎがない等で廃業する。
	新型コロナウイルスの感染拡大。
	顧客であった運送会社が廃業したため。
	世代交代のタイミングで閉店が増えた。

## ⑥主な仕入先・外注先に関する状況

- 市内・県内をメインとする事業所が多いが、特殊なものは遠方から調達する傾向がみられた。
- 多くの事業所が「結びつきの強い系列はない」としている。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	静岡県内が主だが、リモート環境が構築されたため、外注が県外にも増える傾向にある。
	資材購入の取引先を絞り、価格面の協力、迅速な納品対応などをお願いしている。
	一般的な電材や加工品は近隣、特殊なものは関東以北から調達している。
	富士宮市及び富士市、その他静岡県内。
	原材料及び荷材はほぼ支給品のため、仕入は余りない。
	仕入先は個人事業の時からの会社。外注先は、個人的な付き合いで。
	建材屋、舗装・土木業者。主に富士宮市内、富士市内。
	富士宮市内の材料屋さんと協力会社が半数。木材屋・電気屋・設備屋・内装屋・板金屋。 富士宮市外が大半を占める。
製造	外注業者は富士宮市内の業者が中心となっている。
	支給資材を加工して納品するため、仕入れ先は販売先と同じ。外注している部分はほぼない。
	材料仕入先は中国、外注先は富士市・富士宮市・掛川市と県内企業が主体。結びつきの強い系列は無い。
	山口県に石油コンビナートが集積しており、そこにあるメーカーと直接取引している。
	仕入先としては、県東部の鋼材企業である。外注先は、近在の企業がメインである。
	近隣の鋼材卸売業者が中心。
	富士宮市内、県外（富士宮市以外、関東以北）。結びつきの強い系列は特に無し。
	メッキに使用する薬品は近隣の商社を経由して仕入れているが、メーカーは大阪や関東等、多岐にわたっている。用途に応じて、特定メーカーの薬剤を継続して使用している。
	現在、外注、仕入先は県内企業が70%以上。
	主原料については、関東、四国からの仕入れが多く、外注先は静岡県内が多い。
	取引先からの指定原料・材料が大半であるため、当社としての意向は弱い。
	主な仕入れ先はPETフィルムメーカーと塗剤メーカー。所在地はフィルムメーカーは日本及び、マレーシアに拠点がある。塗剤メーカーは日本の工場から仕入れている。
	主な仕入れ先はシートメーカー。仕入価格は、複数購買により抑えている。
割合としては富士宮市外が大半を占めている。	
富士市や静岡市の外注業者が中心であり、結びつきの強い系列は無い。	
三島市に営業所、東京都に本社を置く会社との取引が多い。海外ではアメリカがメイン。結びつきの強い系列は無い。	
関西、中部、関東エリア。香港、ドバイ（UAE）。結びつきの強い系列は無い。	
卸売	メーカーは全て国内企業であるが、プライベートブランドなどは海外製品が増えている。
	関西エリアの大手紙商社・製紙メーカーに営業基盤を構築している。
	フォークリフトメーカーとの結びつきが強いが傾向は無し。
	県外食品商社からの仕入が主体。結びつきの強い系列は無い。



業種	内容
小売	首都圏の間屋もしくは一流ブランドメーカーが多くなった。魅力的な商品があるため。
	地元である富士市及び富士宮市が多い。
	仕入れ先はメーカー。
	何十年も同じ卸問屋。
	品質志向の強い蔵元やワイナリー、ブルワリー。
	組合から購入している。
	地元である富士市及び富士宮市とのビジネスマッチングが弱い。
	富士宮市内の企業が多い。
仕入れ先の所在にこだわりは無いが、関東以北と関西が中心。結びつきの強い系列等は無く、仕入れたいものを安定的に取り扱っている企業が対象である。	
運輸	地元ロジスティクス系列との結びつきが強く、静岡県東部から神奈川県西部に所在する企業が多い。
飲食サービス	コロナ禍におけるテイクアウト需要に伴って、持ち帰り用容器の仕入れが増えた。
情報通信	PC関連メーカー、PHP系システムの受託開発先など。
その他	材料の仕入れ先は富士宮市内の業者や近隣のスーパーマーケットであり、結びつきの強い系列等はない。
	神奈川県のディーラーとは20年以上前から取引を開始。きっかけは以前取引をしていた会社の担当者が転職したため。
	全国の化粧品・下着メーカーなど。
	富士宮市を中心として、一部富士市に本社を置く業者とも取引を行っている。
	富士宮市内の飼料会社。
	出来る限り購買、設備施工は地元企業に委託。特に強い系列などは無く、独立して発注している。
	事業所開設からの食事サービス業務委託先である圏域内所在の事業者が事業撤退（その後倒産）したため、令和2年2月より同じく圏域内にある現在の委託先に変更となった。
	廃棄物の処理プラントに関する知見を有する、または応用できる会社が主。
	大手精密機器メーカー。
	富士宮市内とインターネットなどで値段を比較して購入している。
	自動車ディーラー、自動車部品商、リサイクル業者。
	富士宮市、富士市、静岡市。主に販売している自動車メーカーとの結びつきが強い。
海産物を多く取り扱っているため、漁港がある地域からの仕入れは多い。	
富士宮市内の食品会社など。	

## ⑦今後拡大したい仕入先・外注先の所在地

- 富士宮市や富士市といった近隣地域を希望する意見が多くみられた。仕入値が安価であることや高品質であることのほか、必要量を安定的に確保できるといった点が求められている。
- 地域は問わず、価格や専門知識を有しているかを重視するという意見もみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	圏央道周辺。
	外注先は富士市内が望ましい。
	富士宮市及び富士市。
	静岡県東部全般。
	材料を特定メーカーから取り寄せたい。
	廃業する金属加工業者等も散見されるため、仕入先・外注先は継続して開拓している。
製造	仕入先の拡大は考えていない。外注先については、EV化による部品点数の減少が懸念されているため、この対策として内製化を進めることも検討していることから減少する可能性もある。
	材料仕入先としてはロシア、イスラエル、トルコ。外注先は富士市。
	所在地は重視していない。
	中国、台湾等の東アジア及び東南アジアの仕入れ先。
	将来的には富士市・富士宮市でまとめたいと考えている。
	拡大したい仕入先・外注先は無い。原材料を安く安定して購入したい。安く購入するため、購入ロットを増やしたり、複数購買に切り替えたり工夫をしている。
	品質を安定させるため簡単に切り替えはできない。
	特定メーカーのものを商社経由で仕入れており、特に変更・拡大は考えていない。
電池メーカーが西日本に多く所在しているため、関西圏を中心に仕入先を拡大したい。	
卸売	東京都、愛知県。
	小ロットでPB商品を製造可能な会社であれば所在は問わないが、できるだけ近隣の市・県が良い。
小売	首都圏および一流ブランドメーカーを中心としていきたい。
	四国エリアや北海道エリアを検討している。
	富士市及び富士宮市。
運輸	健康食品・化粧品・医療機器などの一流ブランドメーカーやOEMメーカーの生産工場の所在地を起点とし、全国展開を図っていきたい。
宿泊	県内の新規事業者等。
飲食サービス	安価かつ品質が高いものであれば、地域は問わず仕入れを拡大したい。
	地元の食材を扱う生産者、エクステリアの外注。
その他	富士市、富士宮市。
	富士宮市内に本社を置く企業。
	所在地に関係なく、廃棄物処理に関する知見を有する業者との取引を希望する。
	タイヤなどはインターネットでの購入が増える可能性がある。
	沼津市、長泉町、富士市、御殿場市。
	海産物の仕入に限度があるため、陸地の冷凍食品などを視野に入れている。

## ⑧今後の仕入先・外注先の事業拡大・展開予定

- 専門性の強化、オリジナル商品の展開を検討する意見がみられた。
- 事業拡大を進めていきたいとする一方で、人材不足により困難となっている意見がみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	事業展開を行っていきたいと考えているが、人材確保が困難である。また、従業員の高齢化にともない、事業の規模を縮小している。
	鑑定から解体、リサイクルまでのワンストップサービスの注力、他社の取り扱わない案件にも積極的に取り組み、扱い業務の幅を広げる。
	事業拡大の検討はしている。当社が対応していない得意先を持つ同業者（M&A）を考えている。
	新会社と連携してICT建機の利用推進を図り、業務効率化に取り組む。
	事業規模の拡大を目指しているが、人材不足の観点などから現状維持に留まっている。
	建設残土処分場の建設、盛土許可取得、土地利用事業許可取得。
製造	受注増加が見込まれるため、ラインの増設等を検討していく予定。
	既存事業について決定している事業展開予定はない。ただし、EV化に対応するための部品作り・受注獲得、自動車部品以外の事業進出に向けた取り組みは行っている。
	新規事業予定はないが、これまで以上に既存事業の専門性を高める。商社経由での海外向けの受注を獲得したい。
	新規事業を行う場合は仕入先・販売先も変わる可能性がある。ただし、新規事業を行う場合にも、販売先からの要望に応じることがきっかけになるのではないか。
	特定商品の販路を確保したい。電力会社に販売網を持つ商社等が望ましい。
	仕入先は、国内外問わず品質・コストが良い仕入れ先を探索していく。販売先に関しては、本社の営業本部が担っており、連携して対応していく。
	アクセスが良くなったため、山梨県の仕入先・販売先を増やしたい。
	アッセンブリ（組み立て）受注などを検討している。
	シルク印刷の内製化。
事業拡大には適宜取り組んでいく方針であり、その一環として精錬事業への取り組みがある。	
卸売	加工業務の拡大と物流業務（倉庫）の開始。
	業種転換は考えていないが、地域色を活かしたオリジナル商品の開発と販売を検討している。
小売	販売先は一般ユーザーなので、ユーザーが来店したくなるような魅力的な店舗と魅力的に感じる商品展開を提供していきたい。
	事業拡大の一環として、近隣にアンテナショップを設ける予定。ネットショップやマルシェを通じて消費者から指名してもらえよう取り組む。
	ヤフーショッピングや楽天市場への参入を予定している。
	従業員に対して営業活動の強化を指示している。
運輸	新規顧客を開拓する。往路の仕事を増やす（帰路の仕事は安い）。庸車（他の運送会社や個人事業主から車両とドライバーを一時的に借り受けて配送すること）を活用する。関東に拠点を開設する。
宿泊	アルコール等の販売に関し、クラフトビールやワインといった独自の商品
飲食サービス	2022年2月に店舗リニューアルを予定しており、テイクアウト需要への対応を強化する。
	エクステリア等の、外観の強化。

業種	内容
情報通信	リモートによる物理的距離の撤廃から日本全土のみならず、世界各国にもサポートを含めた事業展開ができる素地が整った。ハードウェア・ソフトウェアの両面から技術革新に遅れることなく、IT技術の幅を広げたい。
その他	お酒の楽しみ方の発信、観光客への販売に力を入れていきたい。
	オークションサイトを利用予定。
	直販サイトへの出品などを検討している。
	自社直売所での販売拡大。

## 訪問ヒアリング調査:開発・研究に関すること

### ①新商品・新サービス・新技術の開発に関する取り組みを実施済(または実施中)の場合、きっかけとキーマン

- 取り組みのきっかけは、既存事業の拡大や新規事業の展開を挙げる意見が多い。
- キーマンは社長や代表者であるケースが多いが、専門の担当部署・部門を立ち上げて対応しているといったケースも一定数みられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	新技術の開発・体制構築に取り組んでいる。取り組みのきっかけは設備投資による事業領域の拡大。キーマンは親会社の担当者・部署、及びエンジニアリング部隊。
	事業拡大と品質の安定化、技術者不足への対応（ICT建機の推進）に向けた新会社の設立、既存事業の強化に向けた解体工事業者の買収。キーマンはいずれも代表者。
	毎日の作業の流れを洗い直し、より改良すべき箇所がないか見直しをしている。キーマンは工事課長、社長。
	地元大学や技術支援センターに研究員を派遣して研究を進めてきた。キーマンは役員(代表者ではない)。
製造	新規事業進出に向けた取り組みを行っている。キーマンは事業開発部の部長と班長をはじめ、各部署の担当者である。
	当社の常務取締役が化粧品企画販売会社を立ち上げ、自社製品としてご当地コスメブランド等を展開している。
	社長直属の開発担当部門があり、常に新商品・新技術の開発に取り組んでいる。
	既存製品を利用した新規格製品の量産体制を整えた。きっかけは顧客からの要望であり、キーマンは社長。
	メイン商品である自動車部品以外への拡販を進めているが、キャンプ用品の商品開発および販売ビジネスへの参入をすすめている。キーマンは、商品開発にかかわっている生産技術部員。
	SDGs、脱炭素、CO2削減、カーボンニュートラル社会実現に向けた取り組みをする。
	現在、EV部品の検討を進めている。キーマンは社長。
	開発地の再活用による事業領域の拡大を検討している。キーマンは常務。
	営業部門が各取引先へ新たな商品の聞き込みを行っている。キーマンは営業トップとしての常務取締役。
	大型の飛行機用給水シートを製造。キーマンは代表者。
	開発を専門に担当している社員達がキーマン。
	脱プラスチックの動きにともない、新商品の開発に取り組んでいる。キーマンは取締役と製造課長。
	きっかけは面白そうな商品の開発。キーマンはお客様のニーズ。
	受託測定項目の拡大に取り組んでいる。きっかけは問い合わせ数の増加と依頼内容の多様化。キーマンは所長。
医薬品開発技術とソフトカプセルの特性を融合することがテーマであり、創業当初から取り組んでいる。	
新技術の開発はレアメタルの回収率を高めること、グループの研究室と連携した事業を確立すること。取り組みのきっかけは、これまで国外へ流出していたブラックマスの国内流通を図るため。キーマンはグループ研究室の人員、回収率は現場作業員。	
卸売	顧客ニーズ及び業界の動向変化に対応するため、加工業務の拡大や物流業務の開始に取り組んでいる。キーマンは営業面は代表者、作業面は常務。
	学校給食における地域色を活かしたオリジナル商品の開発と販売。取り組みのきっかけは商品力や独自性の向上による販売強化。キーマンは得意先の担当栄養士や農産物の生産者。

業種	内容
小売	新サービスというほどのことではないが、新商品およびそれに伴う知識のアップデート、また新たな接客技術の向上は常に行っている。自分のまわりの人々、環境のすべてがきっかけでありキーマン。
	DXを含めたさらなるIT化と作業予約等のアプリなどの活用、キーマンは20~30代の若手社員と幹部。
	酒類の品揃え、関連食品の開発、酒米や麴の開発を産学官連携で進めている。キーマンは代表取締役。
	事業規模拡大を狙い更なる商品バリエーションを増加させる。キーマンは社長。 薬品メーカーとのタイアップによりオリジナルの化学薬品を開発した。キーマンは代表者。
飲食 サービス	代表者とアルバイトで話し合って決める。他店ではあまり例のない、パフェのテイクアウトをはじめた。
	商品ラインナップの強化に向けてやきそばの販売開始を検討している。キーマンは事業主。
その他	新メニューの開発（ヘッドスパ、リフトアップ、育毛等）。きっかけは顧客サービスの向上や同業者との差別化。キーマンは各店の店長であり、店舗毎に特色がある。
	SDGsやカーボンニュートラルといった、世界的な環境問題に対する機運がきっかけとなっているケースが多い。SDGsについては、社長自らがリーダーシップを発揮して取り組んでいる。
	5年前から取り組んでいる地域の名産品であるたけのこ真空パック販売。取り組みのきっかけは、人気はあるものの、加工品が少なくほとんど流通出来ていなかったため地域貢献を目的に開始。キーマンは代表者とその友人など。
	当初1年間を期限としていた臨時会員の募集継続を検討している。キーマンは代表者。

## ②新商品・新サービス・新技術の開発に関する取り組みを実施していない場合の理由

- 人材不足のため、既存の事業で手一杯とする意見が多く、また新たな取り組みを実施しなくとも既存事業で十分とする意見もあった。
- 過去の失敗による判断や、資金面を理由とする意見もみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	人材確保が難しく、新しい業務展開までいかない。
	現状の仕事で手一杯のため時期尚早。
	人材不足。
製造	現業務にて収益は上がっているため。
	現業で売上増を見込めるため、より高品質を目指し、工場キャパシティを上げて売上増を目指すことが喫緊の目標。
卸売	人材確保に苦戦しているなどの理由から、現状維持がやっとであるため。
運輸	経営者が本業に専念する考えであり（多角化に後ろ向き）、運送効率を高めるため中距離輸送と往路運送を増やすことで対応するため。
不動産	賃貸業のため、現在の業務を拡大するのは資金の面で難しい。
その他	過去に新サービスを行ったが、顧客目線で考えたときに意味のあるものとは言い難く、満足のいくような集客効果も無かったため、新たな取り組みには前向きでない。

## 訪問ヒアリング調査:雇用と労働環境

### ①新規雇用者の採用ありの場合、採用にあたっての課題点と対応

- 課題としては、「定着難」「就職希望者の確保難」「希望する条件とのミスマッチ」が挙げられている。
- 対応としては、「ハローワーク」「転職サイト」など媒体の活用が挙げられたほか、待遇面の改善や企業の認知度向上など、人材獲得に向けた環境づくりを強化する意見がみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	業界・企業としての認知度が低く、応募数が少ないことが課題。認知度向上に向けてTVCM、プロサッカーチームへの協賛などを実施。今後はSDGsに関する教育イベント等、地域貢献に取り組むことでリサイクル業者のイメージ向上に繋げていく。
	民間・公共就職サイトからの応募者は離職率が高いため、紹介採用の強化により定着率の向上に取り組んでいる。現場監督の不足も課題と感じているが、具体的な対応方法は見つかっていない。
	肉体的に大変な仕事であるため、技能を習得する前に退社してしまうケースがある。
	危険がともなうため、辞めた人物もいる。募集してもなかなか集まらない。
製造	少子化、進学率の上昇により、これまで平均5名程度を採用してきた高卒の採用がゼロに近い状態となっている。この対応として外国人技能実習生の採用や定年退職の基準年齢を引き上げたが、ベテラン社員の雇用期間が長引いたことで、若手社員との入れ替わりのタイミングがずれた（人員が過剰になる）。ベテラン社員の雇用延長により次世代育成に取り組むこともできるなど良い面もあるが、一長一短であり最適解は模索段階。
	入社してもすぐ辞めてしまう求職者が増えているように感じる。ハローワークを中心に採用活動していたが、その他の求人媒体や派遣会社など様々なツールを使って採用活動するように対応している。
	新卒採用、中途採用ともに苦戦している。募集条件等の見直しが必要とも感じているが、既存従業員とのバランスにも配慮しなければならないので、現状は見直しできていない。民間就職サイトの活用は2ヶ月程度行ったが、採用には至らなかった。
	以前から公共求人媒体を活用してきたが応募数が少ないため、民間求人媒体を活用、これにより応募数は多少増加したが、求めている人材がほとんどこなかったため量と質をどのように高めるかが課題。現在は再び公共求人媒体に限定しており、掲載内容を工夫することで応募数と質の向上に取り組んでいる。
	県内就職希望者の減少と県外においても各自治体が地元就職を促しており、県外からの採用が難しい状態となっている。
	補助業務は元々勤務時間に制限があるためパート採用が主体であり、正社員の採用は無い。補助業務は今後もパート採用で問題は無い。ただし、技術職には正社員を採用したかったが、業務の専門性が高く、求める人材からの応募が無いため採用に苦戦している。
	福利厚生について、特に年間休日数を見直し、改善を図った。
	国内求人では応募が無い。海外から技能実習生の採用を試みるも、コロナ等で入国が出来ない状態であり、人材の補充ができない。
	企業単体では求人に対する告知が難しくなってきたので、大手就職サイトと契約して求人を始めた。ただ、エントリーは多いものの、採用になかなか結びつかない。インターネットでの募集から採用までのスキルを身に付けた人材を配置する必要があると感じた。
	現在所属している社員の満足度を改善、工場環境の改善を行った。
富士宮市近隣での人材獲得が困難となり、沼津・御殿場・伊豆地域からの採用を活性化させた。採用地域まで出向き説明会等を実施。また、借上げ社宅の準備や福利厚生設備等にも注力している。	
地方都市へ来て頂ける有能な人材の獲得。東京本社にて大手就職関連企業へ募集を依頼し、全国から応募を募っている。	



業種	内容
製造	年間休日が少なく給与の面もあり応募者数が少ないことが課題。将来的に休日数を増やす、資格手当などによる給与アップを図る予定。
	富士宮市の人口は限られており、現地採用（特に現場）に苦戦している。ハローワークではなく、民間求人媒体を利用している。
卸売	現場作業者の確保、ドライバーの確保が課題点。採用数自体の課題改善は難しいため、採用時にAI診断を設けることで適正人員の選別及び定着率の向上に取り組んでいる。
	フォークリフトを整備できる有資格者の人材確保に苦戦している。
	業務内容により応募者数が違うこと、若い世代の獲得に苦戦していることが課題。課題に対しては複数の求人誌の活用、応募者全員と面接することで対応した。
小売	待遇面の充実をするよう企業努力をした。給与、労働時間、休日、残業時間等に注意している。
	求人募集してもなかなか来ないため、人材の紹介を受けた。
	最も雇用しやすいはずの、富士宮市内の方の採用がいちばん難しい。特に継続して知識、経験を積んでほしい若年層の場合、県外での就職をのぞむ志向が強いように思う。それ自体が悪いわけではないが、将来的に帰郷したいと思わせるような環境づくりを官民一体となってPRしなければならない。
	応募してきた人材にやる気があるかどうか、やる気の継続ができるかどうか見極めることが難しい。
運輸	課題は、各事業部の将来的な責任者候補として、育成する人材となる大学卒業以上の応募者が少ない点である。
宿泊	体力を使う業務内容があるため、女性の雇用や高齢者の採用が課題であった。身内や知人の若者のアルバイトで業務をカバーした。
飲食サービス	長期間在籍している調理スタッフの退職が近いと、調理スタッフを採用したいと思っているが、接客のみを希望する人が多いと、教育体制を充実させたい。
情報通信	自宅からのリモート業務は順調だが、本人の体調管理については課題がある。
その他	整備士の総体的な人材不足。知人などに声掛けなどを行うも思うように展開出来ておらず、今後は整備学校への採用交渉を検討している。
	酪農家のなり手が年々減少しており、技能実習生などを雇うことで対応している。
	新卒募集をしているが、まだまだ認知度が低く努力が必要。福利厚生や住宅手当なども今後検討の必要を感じる。
	必要なレベルの人材確保に時間を要するため、継続的に人材募集を行っている。
	若年層の新規採用が課題であり、自社で開講したスクールを足掛かりに課題の解決に努めたい。
	課題点としては現在雇用しているのはアルバイトであるため正社員を雇用したい。正社員を雇うための仕事量の確保と新規顧客の集客に取り組んでいる。
	課題は感じていない。以前はハローワークで募集していたが、民間媒体への切替で人材確保は順調に進んでいる。

## ②新規雇用者の採用なしの場合、採用意向と問題点

- 現状において人材の不足感があまりないため、採用意向がない事業所がほとんどであった。
- 採用意向がある場合では、採用活動に充てる資金の不足や、人件費を捻出することが困難であるといった意見がみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	給与原資の確保に至らないため雇用したかったが出来なかった。
製造	ハローワークから人材を獲得しているが、2・3ヶ月で退職してしまう人が多い。ただ、大手就職サイトを利用すると経費が膨らむため、八方ふさがりの状態となっている。
	総体的な受注量に変動が無かったため採用の必要が無かった。
小売	現状の雇用者数で十分であるため新規採用は考えていない。
	現在の事業規模では、新たな人員採用を必要としていない。
運輸	面接に来た人が辞退した。
不動産	現状で充分対応出来るため、採用は考えていない。
その他	人手不足は感じているが人件費を賄えないため、事業主1名での事業活動を続ける方針であり、採用意向は無い。繁忙期等には親族や知人に臨時で応援に来てもらっている。
	新たな人材を必要としていない。
	現在の仕事量では採用する必要が無かった。
	人材がなかなか集まらない。

### ③新規雇用者の採用ができなかった場合の問題点

- 求める人材からの応募がないことを挙げる意見が多くみられた。
- 事業所側の問題点として、魅力を発信できなかったことや、資金の不足も挙げられている。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	募集はかけているが、応募がない。
	資金面が問題となった。
製造	従業員の体力面など。
	「採用したかったができなかった」というわけでは無いが、研究員は業界知識が必要なため、必然的に対象者が限定される。富士宮市内の人口を考慮すると対象となる人材から応募がくる可能性は低い。
小売	新卒採用において、会社の魅力発信が出来ていない。
その他	美容学校に求人を出したが、求めている人材の応募がなかった。意欲や目的よりも休日・勤務時間を重視しており、学生の質が下がっている気がする。

#### ④IUJターン採用を行う意向

- IUJターン採用は行う意向が「ある」とする事業所が多い。しかしながら、募集はしているものの、該当者からの応募がないとする意見が多かった。
- 一方で、正社員として若年層を雇用することが難しいため、IUJターン採用に積極的ではない事業所もみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	社宅を完備するなど受け入れる体制は整っており、県外でも採用活動は行っているものの応募がなかった。
	IUJターンの採用意向はあるが、これまでたまたま該当する人材からの応募がなかった。
	採用の意向あり、何度か面接会のため東京まで赴いているが、数人の学生しか来ない。県や市が思うほど希望者はいないし、役所主導では、学生に情報が行かない。ネットのプラットフォームが無いと不可能だと思う。
	採用の意向ありだが、募集を大々的には行わなかった。
	IUJターン採用については前向きに検討している。
製造	IUJターン採用を行う意向はあるが、これまではIUJターン採用に特段こだわっていなかったことから採用実績はそれほど多くはない。
	IUJターンについても採用したいと思っている。今まで欠員が生じたときにハローワーク等で募集をかけるという対応であり、計画的な採用活動はしていない。
	採用意向はある。IUJターン者は地元就職の意識が強く、長期間勤務してくれると思うので積極的に取り組んでいきたい。
	採用意向あり。現在もハローワークやWEB求人媒体等を通じて募集している。
	IUJターン採用の意向はあるが技術職限定。課題・障害は感じていないが、これまではたまたま応募がなかった。
	IUJターン採用は考えていない。住宅手当の支給がないため、採用は自宅から通勤できる人材に限られている。
	採用の意向はあるが、学生に会社をPRしきれていない。
	採用の意向あり。富士宮市の移住希望者のポータルサイトに掲載している。
	採用意向はあるが、これまで該当者の応募が無かったため採用に結び付いていない。
	採用意向はあるが、積極的にIUJターン採用に取り組むつもりは無い。
IUJターン採用を行う意向はあるが、これまで当てはまる応募が無かった。	
卸売	IUJターンの採用意向はある。これまでも応募自体はあったが、即戦力となる社員を優先して採用してきたため、たまたま採用実績が無い。
	IUJターンの採用意向はあるが、たまたま該当者の応募が無かった。
小売	採用の意向はある。地方の中小小売業を希望する方がいれば検討したい。
	取り組む意向はある。主に今まではUターンの学生が多い。今後はIターンなども含めて検討していきたい。
	IUJターンの採用意向は特に無い。
運輸	現在、IUJターン採用を積極的に進めており、関東方面の大学の就職活動担当との面会を随時実施している。
	紹介採用が主体であり、地元採用が大部分を占めることからIUJターン採用の意向はない。
宿泊	正規社員としての雇用ができないため、若者の雇用は難しい。

業種	内容
飲食 サービス	今いる正社員が退職する時期には、ＩＵＪターン採用を行うことを考える可能性あり。
情報通信	リモート勤務が可能なので、遠方からでも就労可能。良い人材が遠方でも構わない。
その他	ＩＵＪターン採用を行う意向はある。ただし、社員寮の完備には費用がかかるので現状できてない。また、休日日数の増加も実現に至っていない。
	採用の意向はあるが採用に結び付くかを懸念している。
	当社から積極的にＩＵＪターン採用に取り組むことは想定していなかったが、結果としてＩＵＪターン採用となったことはある。
	ＩＵＪターンだからという理由で優遇することはない。年齢、経験、意向などを勘案し、必要な人材であれば採用する。
	ＩＵＪターン等の枠組みについては特段考えていない。
	近隣での採用を考えている。 特にこだわりはないが、これまで該当する人物からの応募が無かった。

## ⑤新規雇用の際のプロセス

- 「ハローワーク」「民間求人サイト」を活用している事業所が多く見受けられた。
- 指定校からの推薦や関連学校からの紹介などを利用している事業所もある。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	ハローワークや民間企業サイトへ登録している。
	ハローワークと人材派遣。
	新卒：会社見学→一次面接（+書類、遠方者はWEB）→二次面接→三次面接→最終面接（役員）→採用 中途：一次面接（WEBのみ）→二次面接（+書類）→会社見学→三次面接→最終面接（役員）→採用 公共就職サイトやハローワークを主体に民間就職サイトも利用している。中途に対しては、学歴や経歴よりも人物重視であるため、履歴書不要（氏名住所程度は必要）としている。
	①書類選考、②社長面談、③採用決定。紹介の場合は②からスタート。
	求人を出しても人材は確保出来ないの、人からの紹介を大切にしている。
	飛び込みや紹介などによって採用することが多く、社長が直接対応している。
製造	高卒はハローワークで求人を行い、採用試験、一次面接（役員面接）を経て採用となる。大卒はリクナビなど民間就職サイトを活用するほか縁故採用もあり、一次面接、二次面接（役員面接）を経て採用となる。
	欠員や増員の必要が生じた場合に、ハローワーク、求人媒体、派遣会社等を活用して新規雇用につなげている。
	ハローワークで求人、書類選考、面接（社長、専務）、採用の順。
	ハローワーク、高校、大学訪問、ガイダンス、Web求人媒体を使用している。
	民間・公共求人を活用→書類選考（希望職種により書類選考無し）→役員+部長で面接→採用の流れ。
	あらゆるメニューから新規雇用に対応できるようにしているため、特に固定的なプロセスはない。
	地域密着のハローワーク及び人材紹介会社を通じて新規雇用に対応している。
	ハローワーク経由、または海外からの技能実習生を採用している。
	就職ガイダンスにて会社の存在を知ってもらい、工場見学等を行い、実際に働いている環境を見てもらう。
	ハローワークからの紹介を中心として代表者が面談を行っている。
	ハローワークや指定校（高等学校等）への訪問による企業PR。
	社員（高校）：県東部10校への指定校推薦。採用予定人数を下回った場合には、県内ガイダンス等に出席し活動を継続する。
	社員（大学）：ハローワークでの求人公開後、必要があれば活動する。
	社員（中途）：通年各種媒体での募集を行い、3ヶ月の試用期間後に登用する。
	民間就活支援サイト、ハローワーク、企業ガイダンス等を通じて募集し、面接、筆記試験等を実施して採用している。
募集、書類選考、面接兼工場見学の順序で新規雇用を行っている。	
新聞折込からの応募→書類選考→役員・所属長・総務担当者との面談→採用。	
ハローワークからの応募は少なく、派遣会社への依頼で対応している。	
求人媒体からの応募、面接（社長と所長）、採用の流れ。	
書類選考、一次面接（現場応募には生産課+人事部の担当者）、二次面接（社長）、採用の流れ。	

業種	内容
卸売	①民間就職サイトでの応募、②A I 診断、③面接（業務管理部担当者が面接、採用決定権は常務）、④採用となる。
	大手就職サイトは価格が高いため、ハローワークにて募集を行い人事担当者との面談を行っている。 求人媒体、面接（社長＋社員：育成を任せる人物）、採用の流れ。採用する際には面接に同席した社員と相談のうえ合否を決めている。過去の経験からメールのみでの応募者は採用しない。
小売	新卒採用については大手就職サイト、中途採用についてはハローワークを活用しており、いずれも面接については一度のみである。
	就職サイトから。若しくは県や市、商工会議所等が開催してくれるガイダンス。
	ハローワーク、民間の求人誌、SNSでの情報発信。 経験者であれば従業員からの評判を基に、代表者が直接採用の是非を決定している。
運輸	対面型・オンライン型企业ガイダンス（実績あり）やインターンシップなど、すべて実施している。
飲食 サービス	アルバイト学生などは卒業（就職）時期が決まっているため、アルバイト学生が不在とならないように卒業（就職）前に募集活動を行っている。
情報通信	業務改善等をして現状の人員内で回せない場合は、募集を行う。
その他	顧客の紹介や求人応募（美容学校）→職場見学→書類選考（履歴書・作文）→面接（店長 or 役員）→仮採用（3か月間試用）→本採用、のフローとなっている。試用期間は短縮される場合がある。
	人材が必要となった場合には代表者が応募者に直接対応している。
	主にハローワークを経由し、外国人であれば専門機関などを通じて対応している。
	大手就職サイトを用いる。また、WEB会社説明会を実施している。
	ハローワーク、インターンシップ、求人広告（WEB、紙面）、優良人材紹介、従業員の紹介等。
	社内にて人材募集の必要性を精査・判断し、ハローワークや就職サイトを利用して募集を行っている。
	ハローワークや人材紹介会社等を通じて対応している。 ハローワークの掲載や自動車整備学校からの紹介。書類選考を経て、社長面接、採用の流れ。 支配人が直接応募者と面接を行っている。

## ⑥雇用等に関すること全般(雇用、賃金、教育、労働環境)における課題

- 賃金の上昇を課題とする一方で、資金不足により困難とする意見がみられた。
- 人材不足により、既存の事業を継続させることで手一杯な状態であり、教育面に力を注いでいないことを課題とする意見も多くみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	職人技能の継承。
	土日祝日の作業が多い。
	鉄塔に登るなど危険をとまなう労働であること、遠方への長期出張があることが採用の障害となることがある。
	業界・企業としての認知度が低いこと。少子高齢化に加え、大手企業の二次募集実施により高卒採用が厳しくなっていること。
	現場監督をはじめとした従業員が不足している。コロナ禍で安全改善など人が集まる勉強会ができていない。労働環境は各従業員が有給休暇をほとんど消化できている、残業時間も月間10時間程度である。
	労働環境の改善を優先に検討することが重要である。
	賃金を上げること。3Kのイメージを払拭したい。
	業界全体が不人気であること。
雇用と教育については最新の状態で提供できるが、賃金と労働環境は30年前と変わっていない。	
製造	再雇用契約後の賃金設定が曖昧であること、少子化で採用に苦戦していること、働き方改革により以前に比べて残業時間が減ったが、残業を増やしたいとの声が上がっていることが課題である。
	ここ数年の業績不振により賃金が抑制されているので、従業員の定着に課題を感じる。愛知県などの東海エリアは大手企業の雇用条件が良いので、そこに人をとられる形で、慢性的な人材不足になっている。
	技術者の採用に苦戦している。一方で、技術職の教育はOJTで対応、残業時間も少なく、労働環境は特に課題が無い。
	原材料や経費の値上により経営環境が厳しく、賃金レベルを上げられない。
	海外実習生を採用するようになっているが、実習生に指導する立場の管理職の教育が追い付いていない面がある。
	5年前に比べ、従業員数が1.4倍となっていることから教育、労務管理が課題。
	設備の老朽化が進んでおり、労働環境が悪くなっている点。
	慢性的な労働力不足。高齢化、外国人材や派遣会社への依存。
	現業における賃金の平均額が不明であり、給与設定に課題を抱えている。
	資格取得の補助や資格取得者には手当をつけるなどして待遇改善に取り組んでいるが、地区内の少子高齢化により従業員の確保に苦戦しているため次世代を担う社員の育成ができていない。
極めてニッチな業界であるため、特に研究員は希望する人材が少ない。パートにおいても感染症リスクが比較的高いことから医療関連の経験者等に限定されるなど、総体的に希望する人材が不足している。	
卸売	雇用：現場作業者とドライバー確保。教育：社員教育の時間不足（代表者の右腕となりうる営業マンの育成）。労働環境：月1回の全体ミーティング、週1回の管理職会議、毎日の朝会で業務効率化に対する話し合いの場を設けた結果、ローテーション勤務制度が廃止（土日休みへ変更）となり、残業時間が大幅に削減された。
	求めている人材の応募が少ない（働く人の意欲が低下しているように見える）。従業員教育の時間が無い、教育できる人材がいないためOJTでの教育にならざるを得ない。このため個人差が激しくなってしまう。



業種	内容
小売	人材育成の環境が整っていないほか、休日日数が少ないことから若い人材が集まらない。
	労働環境に関して、有給休暇や休日日数、労働時間を改善してきた。さらに定休日を増やしたり労働時間を少なくしたりするには、売上のバランスを保たなければならない。
	現在は勤務時間を週44時間制にしているが、賃上げが難しいことから週40時間までに短縮したい。
	雇用する意思はあるものの、絶対的な人材不足により、シフト制などを組めず労働時間が長めになってしまう傾向がある。残業代などによりスタッフの理解は得ているものの、できれば早期に雇用、改善し、労働環境のさらなる向上を果たしたい。
	平均的な労働環境・賃金であるほか、教育については定期的な研修を行っているため課題は感じていない。
	次世代のリーダーとなる様な人材の教育が進んでいない点を課題と捉えている。
運輸	課題は、人材育成と考えており、OJTや外部講師による教育、グループ会社の研修などに参画させているが、有効性について確認しながら各種教育方法の見直しを検討中。
	ベテランドライバーによるOJTなど教育制度、36協定の締結など就業規則、IT点呼・ドライブレコーダー・アルコールチェッカーの導入など労働環境。
宿泊	一定期間の雇用が難しく、利用者の増減に左右されやすい。
飲食サービス	社会保険労務士と相談しており、賃金や労働環境など雇用全般について、改善できることは全て取り組んでいる。
	雇用資金の確保が課題となっている。
情報通信	求人への応募は多いため、選別の課題はある。
その他	人手不足を感じているが人件費を賄えない。
	市場規模に対して美容室数が飽和しており、採用に苦戦している。
	採用については初めてであったことから手続きなどが非常に不便であった。
	販売台数や整備件数が伴わないと賃金のベースアップが出来ない。一般社団法人静岡県自動車整備振興会との情報交換などで対策を講じている。
	賃金の低さから成り手が少ないのではと感じているが、現状の事業内容では大幅な賃金上昇は難しい。
	賃金の妥当性について常に考えている。社員の継続年数が長いことは喜ばしいが若手社員の雇用を推進しなければ事業の継続できなくなってしまう。
	人手不足による労働時間の長時間化。
	課題としては賃金のほか雇用保険や厚生年金など十分な費用を従業員に提示できるのか。そのほか仕事量の確保。
	若手不足により外国人労働者に頼らざるを得ない状況になりそうのため、今のうちに人材確保に努めている。
過去に会社負担で資格取得支援を行っていたが、従業員同士の不仲により複数の退職があったことなど、定着率に課題を感じている。資金面の問題もあり積極的な採用がしにくいことも課題。	

## 訪問ヒアリング調査: 今後に関すること

### ①事業や設備について予定していることと、実施のキーマン

- 「事業拡大」や「新規分野への展開」を予定する意見が多く、キーマンは社長や役員が主となっている。
- 建設業では、「ICT の活用」「最新機材の導入」を予定している意見が多くみられた。製造業では、「EV 関連部品作りへの取り組み」や、「新規工場の設立」などがみられた。小売業では、「扱ひ品の拡大などを目的とした倉庫増設」といった意見が複数あった。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	現状の業務の派生で、内装業などの分野には挑戦しても良いと思っている。
	保有土地を活用した工場の新設、キーマンはグループ経営陣。
	新会社との連携によるICT建機の推進。キーマンは代表者。
	事務所の新設。キーマンは社長。
	新規事業における自社ブランドの確立、キーマンは役員だが、代表者ではない。
	最新機材の導入、重機、ICT活用（建設システム）。
	建設残土処分場の建設、盛土許可取得、土地利用事業許可取得。機械化の推奨。
製造	EV化に対応するための部品づくりと当該関連の受注獲得に対する取り組み。キーマンは営業部長と事業開発部の部長と班長。
	常務取締役を中心に、事業の拡大を図っている。現状行っていない調査や製造を自社で行えるよう、体制を構築していきたいと考えている。
	新規顧客の開拓を予定している。方法は既存取引先からの紹介。キーマンは専務。
	第二工場の開設と機械設備の導入を予定している。キーマンは社長と常務。
	事業拡大のため工業団地に土地を購入し、一部工場を建設したが、他に分散している工場を集約する。具体的なキーマンは、今のところ不在。
	EV部品開発を考えている。キーマンは社長。
	現在、高層物件にも対応できる設備計画を進行中であり、高層物件に対応できる技術力の向上を図る。キーマンは高層物件の設計者。
	設備投資。キーマンは各事業所長。
	社内利益改善及び不採算製品の見直しを行っている。営業、製造にて週一回の会議を行い、原価の見直しを行っている。
	加工製品の新規分野への水平展開。キーマンは技術開発部、生産技術部。
開発地の再活用による事業領域の拡大を検討している。キーマンは常務。	
卸売	従業員全員がキーマンと考えている。事業規模拡大を目的として店舗増設を検討しているが、具体的な内容については未定である。
	本社の新設移転、倉庫新設、既存工場への設備投資による効率化。実施のキーマンは代表者と常務。
	ネット販売の開始を検討している。キーマンは未定。

業種	内容
小売	店舗老朽化してきているので全面改装を考えている。またシェア拡大（ドミナント戦略）のため新店舗を検討している。
	社長をキーマンとして、2023年に加工場の移転を予定している。
	新規に取り扱う食品の拡充やマルシェでの飲食拡大。キーマンは代表取締役。
	社長をキーマンとして倉庫の増築を検討している。また事業再構築補助金を申請したため、新分野への進出も予定している。
飲食 サービス	2022年2月に店舗をリニューアルする予定であり、その責任者は経営者本人である。
その他	商品ラインナップの強化、季節商品の販売継続。実施のキーマンは社長。
	大きな予定は特にないが、ホームページの新設やPOSレジの導入、SNSの活用、各店舗の特色を明確にして店長の個性を活かした店づくりを行っていく予定。キーマンは各店の店長と役員。
	販売会への参加で認知度を向上させる。
	県外に新規事業用地を購入予定。専門の部署が担当として動いている。
	インターネットオークションの参加。
	代表者が主導となり事業規模拡大を検討しているが、当面は現状程度の規模での運営を行っていく。
	ハウスの増設、移動販売車の追加。 基本的には既存顧客へのサービス向上でリピート率を上げていくことを考えている。

## ②後継者決定済みの場合、事業承継に関する課題

- 後継者決定済みの場合、「後継の時期」を課題とする意見が多くみられた。また、後継者を支える管理職の人材不足や育成ができていないことも課題として挙げられている。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	後継者は他社などで経験を積んでから入社しているため、業務面においては特に問題は感じていない。
	後継者は親族で決定しているが、株価算定や移動に苦労している。
	事業承継の課題、経営の包括的な内容をいかに繋げるかが課題
	10年程前に事業承継を進めており、主要な事業部分は次世代の役員に段階的に委譲した。問題・課題は都度解消してきた。
製造	後継者が若いので、社長就任までのフォローが問題。また事業承継のための資金も必要である。
	後継者は親族で決定しているが、具体的な交代の時期はまだ決まっていない。
	事業承継税制の活用。
	より強い基盤を作るためにも、管理職の補充及び強化を行っていく必要がある。
	従業員の高齢化により、次世代の管理職となる人材が不足している。
	後継者を支える人材の育成ができていないことが最大の課題である。
小売	事業承継を行う時期を模索している。
	取締役からの株の譲渡。現在、事業承継税制を利用した譲渡計画を作成中。
運輸	資格取得など経営者としてのスキルアップ。
その他	事業継承者は非技術者であるが、特段問題は無い。

## ③閉鎖・廃業の場合、それを決めた理由

- 該当する事業所はなかった。

#### ④設備投資予定についての詳細

- 新たな設備の導入について、既存設備の老朽化の改善のほか、事業拡大に伴う生産能力の増加や最新技術の導入を挙げる意見がみられた。
- 小売業における、ボイラーや冷蔵設備を更新することによるエネルギーコストの改善、運輸業における、トラックの入替による運転負担軽減(労働環境改善)といった目的もみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	2トントラックを購入予定（現在使用している車両が古くなったため）。
	老朽化した重機・車両の交換。
	事業を承継するにあたり、事務所自体が手狭であることと築30年超と老朽化しており、事務所の新築移転を検討している（候補地を探している）。
	工場の新設を予定している。新たな拠点の設置、生産能力の拡大、倉庫の拡大、仕組みづくりを目的としている。
	車両の置き換えを検討している。設備組立工場の増設も進めたい。
	建設機械を複数台増設することを予定している。受注増加に対応するため。
	資材置場の整備。今後の人材の確保に繋げるため。
	人材不足を補うため、現在使用している機材の老朽化を改善し、最新の技術を取り入れたい。企業イメージを良くしたい。
	新規事業を展開するため余っている土地の整備。
環境に配慮した機械や車両の導入。	
製造	事業拡大にともない、充填ラインの増設を実施した。
	設備老朽化及び生産性向上のために、加工用の研磨・研削機を導入したいが、受注変動が激しいことから具体的な導入時期は未定。
	第二工場の開設と機械設備の導入を予定している。工場開設は工場敷地・道路矮小への対応、機械設備の導入は生産性の向上と新技術の確立、資源リサイクルへの取り組みのため。
	定期的に消防設備を見直している。
	現在の加工機が老朽化しているため、新規機器を導入し、生産性向上をはかる。
	生産性・品質向上に向けた印刷機の導入。太陽光発電やエアコン入替を行う。
	当初は設備改修などを予定していたが、コロナ禍により再検討せざるを得なくなった。
3ヶ年計画内での既存設備に対する修繕維持。	
卸売	本社の新設移転、倉庫新設、既存工場への破碎機の導入。事業拡大、受け入れ体制及び生産能力の強化と業務効率化を進めるため。
	車両、冷凍設備等の既存設備の維持更新程度。新規事業に向けた設備投資は検討していない。
小売	大手量販店との差別化のため、店舗のリニューアルを行いたい。資金的に目途がつけば検討に入る。
	製品を一時的に保管する場所が無いほどに倉庫内が手狭となってきたため。
	店舗、倉庫の老朽化と、さらなる利便性の追求。
	ボイラーの取り替えと、冷蔵倉庫内設備取り替えを検討。エネルギーコスト低減を踏まえた設備投資。補助金申請が受理されたため裁断機などの導入を予定している。
運輸	トラックを入替ることで燃費改善、高機能化（運転負担軽減）、運行管理（走行軌跡）の面で改善が期待でき、増車することで労働環境も改善されるため。
	車両の入れ替え。

業種	内容
飲食 サービス	<p>2022年2月の店舗リニューアル、コロナ禍におけるテイクアウト需要に耐えうるだけの厨房となっていなかったため。</p> <p>お客様増加に合わせたキャパシティ増加のため。</p>
その他	<p>車両の入れ替え。古くなって修理費用がかさみはじめたため。</p> <p>店舗改装と社員寮の充実。店舗改装は店舗ごとの特徴を明確にするため、社員寮の充実は採用活動を強化するため。</p> <p>使用中の機器の部品生産が中止となるため、機器の入替を実施。</p> <p>老朽化した設備も多く労働災害などのリスクが内在しているほか、若い人材確保に向けて新規設備を導入することで働きたくなる会社を目指す。</p> <p>堆肥を作るための処理設備導入を検討している。</p> <p>地域循環共生圏によるCO2排出権取引実現可能な生産設備の導入。SDGs社会の中で売れる商品づくりを模索した時、誰もが無理しない持続可能な社会づくりを念頭に経営しているため。</p>

## ⑤脱炭素への対応状況

- 脱炭素化への取り組みとしては、社会的な流れや企業のイメージ向上を図る意見が挙げられたほか、「エコアクション21」の取得(今後の取得見込み含む)を契機とする意見もみられた。
- 建設業や製造業だけではなく、卸売業や小売業においても、省エネ機器の導入や、今後のプラスチック製品の扱いを検討するといった動きがみられる。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	新しい2トントラックとミニバックホーは低排出ガス対応仕様となっている。
	環境配慮型の車両に変更する。
	廃棄物の分類、処分には取り組んでいるが、業種として難しい面が多いように感じる。
	RE100宣言に対して現状95%達成している。また、グループに環境コンサルタント会社があるため、同社と連携している。2018年頃にグループトップがカーボンニュートラルの取り組みを指示、国内リサイクル業者としては最初に脱炭素への取り組みをはじめ、国内企業の中でも先んじてサステナビリティレポートの作成を開始した。
	旧型建機の更新による燃費効率改善などで脱炭素化に取り組んでいる。世界的な脱炭素の動きのなかで、当社としても地球環境の改善に取り組んでいく。
	エコアクションへの取組継続中。世界的脱炭素政策に少しでも対応したい。企業のイメージアップを図りたい。
製造	エコアクション21を取得しており、電気、ガス等の使用量の削減を行っている。
	自社リサイクル体制を構築することで加熱温度の低下、輸送減少による二酸化炭素排出の削減が期待できる。
	経営課題が多く、脱炭素の対応検討まで手が回っていない。
	脱炭素として対応したわけではないが、過去2年間に行った設備の入替や工場内の照明をLED化することによって、結果的に電力や燃料の使用が少なくなっている。
	現在エコアクション21取得に向け受講中。
	生産性や不良改善をおこなうことにより、無駄な製造、材料廃棄を行わない。半年に一回製造全体の改善レビューを行っている。利益をとまなう環境改善を基本としている。
	事業所内のLED化、空調設備の更新等、社会の脱炭素化に向けた流れに一部乗っている。
	CO2排出量の測定を行っている。
卸売	電池工場においてはトラック、フォークリフト以外の燃料を全て電気化（再生エネルギーを売電会社から購入）している。2018年頃にグループトップがカーボンニュートラルの取り組みを指示、国内業界の中でも、最初に脱炭素の取り組みをはじめた企業であると自負している。
	環境問題などから脱プラスチックの動きが進んでいる中で、扱い品の8割がプラスチック製品であることから今後対応が必要であると考えている。 空き箱の再利用。理由は経費削減。特に考えてこなかったが、車両更新による燃費向上や冷凍設備の更新による省エネも脱炭素に繋がっていると思う。

業種	内容
小売	店舗内の電力と使用している車両。
	現時点では脱炭素への取り組みは検討していないが、情勢次第では省エネ機械の導入を検討している。
	部品のリサイクル回収等を、今後も続けていく。
	なるべくコピー機を使用せずにデジタル保存を行っている。
	冷蔵庫等、どうしても化石燃料に頼らないといけない部分も多いが、できる限り太陽光など自然エネルギーを使用できる部位を増やすことを計画している。
	現在脱炭素対応の予定は無いが、今後は低プラスチックや古紙配合率の高い環境対応品を取り入れることも検討している。
	明確な脱炭素の予定は無いが、1ヶ月に1度のペースでSDGsの講習には参加している。
運輸	事務・帳票関係のペーパーレス化、太陽光発電は実施中。
	トラックを新車に入替ることにより、燃費が改善されるため脱炭素に貢献していると考え。トラックが電動化されれば、入替サイクルに応じて電動車を導入する予定である。
情報通信	IT化とペーパーレスを通常で行っているため、これ以上と言われても対策がない。
その他	糞が好気発酵を行うと熱を発生してしまうため、嫌気発酵を進めることで脱炭素に対応したいと考えている。
	事業所にて購入する電力の100%を炭素ゼロ電力に切り替え。CO2を吸着する素材を、大学と共同研究している。当社の経営理念と、政府のカーボンニュートラル宣言を鑑み、脱炭素を取り組みたいと考え実施。
	太陽光発電や照明のLED化等は従前から行っている。



## 訪問ヒアリング調査: 中小企業支援策について

### ① 最も期待する中小企業支援策

- 「設備投資」「人材確保・育成」「事業資金の融資」の支援を期待する意見が多い。また、人材確保に付随する「福利厚生の充実」の面でも支援が求められている。
- 「地域ブランド化促進支援」を期待する意見もあり、付加価値の向上が望まれている。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	設備投資への補助制度。(3社)
	人材確保支援。(3社)
	人材確保支援、設備投資への補助制度の両方。
	施設移転などにとまなう設備投資補助に最も期待している。人材確保については目途が立っている。
	工業用地の紹介を希望している。また、企業認知度の向上に向けたイベントの開催も期待する。
	横浜市のような、地域貢献型企業への認定制度を、富士宮市でも作ってみてはどうか。各事業所が参加できる地域貢献を企画してほしい。
	事業資金融資支援。
	新事業展開支援。
	地域ブランド化促進支援。
	土地利用などの緩和・新規事業への補助金。
	起業・創業支援。小学校・中学校の頃より職業に関すること、お金に対する考え方など、世界に遅れを取らないような教育、支援を期待している。
県からは諸々支援を受けており、市からの支援は考えていなかった。	
製造	設備投資への補助制度。(13社)
	人材確保支援。(5社)
	年々人材確保が難しくなっているので、特に人材確保支援に力を入れて欲しいと考えている。
	人材確保支援。生産性向上や新規事業を行う技術者・管理者となる人材を採用したいが応募者がいない。良い人材は大企業志向で中小企業には目を向けない。
	人材育成支援、人材確保支援を希望する。新卒採用や人材育成のため。
	人材確保・育成支援をしてほしい。
	福利厚生の充実支援にとまない、人材確保支援が生きてくると思うのでこのどちらも希望したい。
	福利厚生の充実。
	福利厚生の充実支援として、富士宮市に本社を置く企業へ就職した人への支援。具体的な案は特にないが、富士宮の企業に勤めることでの特典などがあれば。
	事業資金融資支援。
	販路拡大支援。
地域ブランド化促進支援。当社で製造販売しているご当地商品の販促支援や、新たな商品開発に利用できる補助金を期待している。	
企業・商品PRツール整備。	
卸売	設備投資への補助制度。
	人材確保支援。
	人材育成支援。

業種	内容
小売	販路拡大支援。(2社)
	設備投資への補助金制度。(2社)
	事業資金融資支援。(2社)
	人材確保支援。
	福利厚生の充実支援。
	福利厚生 of 充実支援。富士宮市で働いていてよかったと思えるような施策があるといいです。
	新事業展開支援。
	地域ブランド化促進支援。 市内中小企業の新人(新卒・中途)に対して集合研修をしてはどうか。名刺の渡し方、話し方など、基本的なことから行ってほしい。
運輸	現在、人材確保ができず苦慮しており人材確保支援に期待する。
	事業資金融資支援。
不動産	事業資金融資支援
宿泊	同業関係者との意見交換の場や連携を図りたい
飲食 サービス	企業・商品PRツールの整備。
	地域ブランド化の促進支援。
情報通信	事業資金融資支援
その他	人材育成支援。(4社)
	設備投資への補助制度。(3社)
	人材確保支援。(2社)
	地元企業の連携支援。
	地域ブランド化促進支援。
	事業資金融資支援。
	新事業展開支援
	福利厚生 of 充実支援。
	販路拡大支援。
	事業継承・再生支援
	その都度必要な支援があると思うので、行政からの提案をいただきたい。まずは、設備投資計画を考えた い。
	具体的な富士宮市からの支援については希望していないが、商店街の交流会があるとよい。

## ② 中小企業支援策について希望する具体的な内容

- 「補助金」に関する意見が多く挙げられている。具体的には「設備投資」「雇用」「IT 導入」の支援が期待されている。
- 人材確保に向けた「企業 PR」「社外研修」「マッチング支援」を望む意見もみられた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	車両・重機等の交換による脱炭素に対する市または県による補助を希望している。
	ものづくり補助金のような制度を知らないため、当社が利用できる制度の情報を知りたい。
	個別の工業用地紹介サービス。SDGsに関連した地域イベントの開催に関わらせてほしい。
	設備投資への補助制度について、利用しやすいものにしてほしい。福利厚生充実支援について、県外で採用し、本市へ移住した従業員に対して支援策を活用することが時間的に難しい。即効性ある支援に見直してほしい。
	補助金の上限金額を1億円としてほしい。受注増加に連動して設備投資需要が高まっている。ICT建機の利用推進に協力してほしい。
	助成金（設備のリフォームなどに活用できるもの）。
	建設業の賃金上昇。イメージアップへの取組。
	若年からのマネーリテラシー醸成（投資の教育など）。
製造	補助金200万円（商品開発等に係る費用として）。
	複数の補助金の併用ができると良い。
	投資金額の1/3程度を補助してもらえるとありがたい。補助制度があると設備投資が行いやすいため。
	具体的な金額は考えていないが、県外からの採用の場合採用者に対して引越し代に見合う補助があれば県外から富士宮市へ移住しやすくなると考えている。
	設備投資のみならず、付帯工事に対する補助金（上限500万円程度）があるとよい。また、付帯工事は地元業者に限定することで市内経済の活性化に期待できる。選択理由は補助制度があると設備投資を行いやすいため。
	補助金の金額枠としては、5,000万円程度を希望する。理由としては、今後の景気動向の見極めができないので、銀行等の借入金を増やしたくない。
	富士宮市内のレクリエーション施設の割引きなど。
	助成金支援等。
	人材確保のための地元出身者への企業PR。
	環境事業、観光事業等の推進。
	補助金が多ければ多い程、設備投資をし易くなる。希望は2/3だが1/2でも良いと思う。
	設備投資支援を行っていただければ、会社の現金が減らないため、社員への分配を行うことができる。広く補助をしてもらうために、100～300万程度の支援が良いと思われる。
	設備投資の補助金や優遇融資など。
	いわゆる、「みなし大企業」も対象とする制度。年度をまたいでもフレキシブルに活用できる補助金制度を望む。
	静岡県・富士宮市・ハローワーク等が一体となった人材マッチング事業。高校や大学・障がい者施設との意見交換ができるセミナー。
脱炭素の設備導入への補助金があれば、推進しやすくなる。	
新卒採用のガイダンス再開、人材育成の外部研修、パートや内職の活用等の支援があるとよい。	
富士宮市に学生が少ないため市外からの誘致を希望している。	

業種	内容
製造	雇用補助金制度、資格取得の支援補助金制度。雇用補助金があれば求人広告や採用活動に資金を投入できる。また、従業員の資格取得を推進するためにも補助金制度を希望する。
	投資金額の50%程度を希望。補助制度があると設備投資を行いやすいため。
	現場のリーダーになれるような若手技術者を採用したい。現在の現場リーダーもいずれ経営管理する側にまわる。その時に現場を管理できる人材がいないと生産ができない。
	リサイクル企業の認知度が十分とは言い難いため、当社が適正なりサイクルを行っている業者ということを宣伝してほしい。
卸売	採用エージェントなどに支払う報酬の一部負担など。
	地域企業を対象とした社員教育の場を設けて欲しい、基本的な電話対応、挨拶等のビジネスマナー講習会等。以前、三島市で三島ブランドを取り扱う業者を集めた交流会があったが、地域が盛り上がるのでこういったこともしてほしい。
小売	補助金が可能であれば多額の設備投資の負担が軽減できる。店舗改装にはお金がかかるので2/3補助金が使えれば助かる。
	静岡県東部地区への移住希望者に対する就職支援。
	子育て中の保護者が無料で使える施設が増えたらいいと思う。
	10年間無利息の融資といった施策を希望している。
	食でもキャンプでも、学生の合宿でも、とにかく何かに特化して、突き詰めていってほしい。「〇〇といえば富士宮！」といったイメージを作ってほしい。現状では非常に散漫な印象がある。人材確保支援も期待するが、地域ブランド化が促進されれば、人材確保にも繋がっていくような気がしている。
	富士宮市がふるさと納税等を通じ、地域ブランドを支援してくださっていることは理解している。富士宮市というと「焼きそば」が定着しているが、市として、もっと「水」の良さをアピールしてほしい。
富士市及び富士宮市に拠点を置く企業とのビジネスマッチングや異業種交流会開催などを希望している。	
運輸	休業中に助成金が得られる（雇用調整助成金のような）制度。
不動産	金融機関の保証人の対応が出来ないため、500万円の補助がほしい。
宿泊	利用者や地元の人も利用できるようなスーパーの出店のあっせん。
飲食サービス	富士宮市が発行している広報誌などで、店舗における取り組みなどをPRして欲しい（新メニュー、店舗リニューアルなど）。
	コミュニティの発足。
情報通信	IT補助金系と持続化給付金の間を埋める中規模サイズの補助金制度を策定してほしい。
その他	IT導入のための補助金。補助金制度があれば設備投資が行いやすい、設備投資による新規開拓や販路開拓は従業員の売上アップ（当社売上アップ）が継続的に見込めるため。人件費の補助（給付金等）は一時的なもので意味がない。
	現在検討している設備投資の総額は3,500万円程度と、多額となるため補助金制度を期待している。
	堆肥作りに伴う設備の補助金を希望している。
	地域循環共生圏推進のための設備に1/2程度の補助が望ましい。
	人材確保が困難な職種については、紹介業者や広告媒体に係る費用も増加しており、これを補助する制度（補助金等）を希望する。金額枠等は上限額を定めたくうえで1/2程度の補助を希望する。
	工業団地へのあっせん。
	ある程度まとまった金額の支援を希望する。県の教育委員会や、国にも人材育成の重要性を理解し連携した支援をお願いしたい。
	設備投資計画の前提となる事業計画作成支援。
	人件費の補助など。
	学校給食への参入の許可を希望している。
従業員の研修支援などを希望している。	

### ③ 国や県などの支援策情報をどこから得ているか

- 「金融機関(銀行・信用金庫)」「商工会議所」「会計士・税理士」から情報を得ている事業所がほとんどであった。
- 上記のような、付き合いのある事業関係者からのやや受動的な情報取得とは別に、「インターネット」「SNS」を活用し情報収集を行っているという意見もうかがえた。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	商工会議所。
	会員である商工会議所から情報を入手することが多い。
	金融機関、異業種代表者。
	金融機関、県の各団体など。
	インターネットや、仕入先から。
	各都道府県や市町村のホームページ。グループ企業に情報収集専門の部署があり、そこから情報を入手している。
	各行政機関のホームページやYouTube。
	水道組合など。
	社会保険労務士など。
コンサルティング会社。	
製造	ものづくり補助金については地元銀行、チャレンジ補助金については商工会議所、知財や商標権は市役所から得ている。
	業界団体(組合)、税理士。
	各種セミナー、静岡労働局(ハローワーク)。
	会計士。
	商工会議所、銀行や信用金庫など。
	商工会議所や地元銀行から情報を収集している。
	取引金融機関から情報を得ている。
	金融機関、商工会議所など。
	金融機関や商工会議所、産業振興財団からの案内。中小企業庁等のホームページ。
	テレビなどのニュース、金融機関からの情報、インターネット。
	各省庁のホームページやインターネットニュース、金融機関からの情報による。
	取引のある金融機関。
	銀行や税理士。
	会計事務所。経済産業省ホームページ。
	親会社や金融機関など。
	国や県の担当部署からのメール。
	新聞や情報誌、ホームページなど。
	インターネット、関係団体からの情報。
	インターネットとコンサルタントから。
	県や国のホームページ。
県・市のホームページなど。	
静岡県、富士宮市からのメール。また、自発的に情報獲得に動いている。	
グループ企業に情報収集専門の部署があり、そこから情報を入手している。	

業種	内容
卸売	法人会、商工会、友人など。
	コンサルタント、社会保険労務士、顧問税理士。
	主に金融機関より情報を得ている。
	所属している法人会や金融機関など。
小売	商工会議所、取引銀行。
	銀行からの情報やインターネットで情報収集している。
	銀行、会計事務所。
	銀行、税理士、テレビの情報など。
	取引金融機関など。
	いろいろアンテナを張っているが、直接的には顧問税理士の場合が多い。
	新聞、テレビ、インターネットなど。
	中小企業庁のホームページなど。
所属している組合の中央会から補助金等の情報を得ることが多い。市役所のメルマガも参考にしている。商工会からは直接電話で連絡が入ることがある。	
運輸	インターネットによる情報が主である。
	静岡県トラック協会。
	付き合いのある銀行から。
不動産	商工会議所。
宿泊	観光協会など。
飲食サービス	食品衛生組合、取引銀行など。
	税理士。
情報通信	商工会議所、顧客、インターネット検索。
その他	芝川商工会。(2社)
	富士宮商工会など。
	商工会や農協など。
	環境省、商工会議所など。
	商工会議所に入っているため、会合などの際に情報を得ている。
	商工会議所、酒造組合(どちらかといえば商工会議所)。
	一般社団法人や商工組合からの情報発信。
	インターネット、電子メール、社会保険労務士、介護労働安定センター等。
	インターネット、金融機関、税理士。
	SNSや官公庁ホームページ。
	富士宮市のホームページ。
	銀行、税理士。
	アドバイザー業務の提携を行っている業者や、自社内での調査。
	取引先の事業者。
TV等のメディアから情報を得ている。	
ネットや行政からの案内。	

## 訪問ヒアリング調査:その他支援策について

### ① その他支援策の中で特に活用したいもの

- 「工業団地への進出」「企業ガイダンスの拡充」「ポータルサイトの活用」「ビジネスコネクつじのみやによる支援」を期待する事業所が多い。
- 「自社から情報発信」できる場所や支援を求める意見が挙がっており、企業紹介や支援情報についてなど、企業側(事業所側)が情報発信できる場所の拡充が求められている。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	雇用対策に向けた企業ガイダンス等の拡充。(2社)
	富士宮市からの企業支援情報の発信の希望。(2社)
	生産拠点を拡大したいため、中小企業向け工業団地への進出を希望している。
	中小企業向け工業団地への進出に関連する支援策を希望。事業拡大に向けて中間処理場を取得したい。
	富士宮市ポータルサイト等を活用した企業紹介の希望(自社のネームバリューを上げたいため)。
	相談しやすいよう、経営相談窓口を設けてほしい。
	行政の公金資産運用や、お金に関する情報と教育の拡充。
製造	中小企業向け工業団地の進出。現在分散している工場の集約化によりコスト削減と効率化を図りたい。
	中小企業向け工業団地への進出。自前で全てやるのは非常に大変である。また工業団地はコストが安くなければ進出できない。
	中小企業向け工業団地への進出。生産・ストック能力を拡大したいため。
	中小企業向け工業団地への進出。
	2つの工場があるので、安く買える工業団地があればよい。工場を1つにしたい。
	雇用対策に向けて企業ガイダンス等の拡充。
	年々人材確保が難しくなっているため、雇用対策に向けた企業ガイダンスなどの拡充を希望している。
	最も希望するのは企業情報発信、自社で広報活動を行うには固定費がかかるため。次いで希望するのは工業団地への進出であり、工場の集約や効率化、敷地拡大などのため。
	地域の人に知ってもらうための企業紹介。認知してもらうことによって、当社で働きたい人を増やしていきたい。
	新卒採用のガイダンスで、中小企業の良さを広報してほしい。どうしても大企業に人材が集まりがち。
	雇用対策に向けたイベント開催。今の状態がこれからも継続していくと、人材不足による生産・営業活動が縮小する恐れがある。また、雇用や納税・社会貢献等にも支障をきたしていく(現在、従業員数400名に対して外国人従業員は60%を占めている)。
	ポータルサイト等を活用した企業紹介。業界自体の知名度が低いため、イメージアップや知名度向上を図りたい。広告宣伝には費用がかかるため、市がそういったサービスを行ってくれるのはありがたい。
	ポータルサイト等を活用した企業紹介を希望する。ただし、研究機関や大学などにアピールできる場合に限る。
	静岡県は若者が流出している地域。若者が地元に着定するよう、県や市が連携して地域の魅力を高めてほしい。
	企業支援情報の発信。企業を支援する制度があっても情報を知らなければ活用できないため。
中小企業事業者がかかえる様々な問題に対する総合支援事業による支援。	
ビジネスコネクつじのみやを、相談相手として活用したい。	
卸売	ビジネスコネクつじのみやによる支援。取引先の増加、企業間のタイアップのきっかけになるため。

業種	内容
小売	業種別の専門経営コンサルタントと相談できる窓口がほしい。
	対面型ガイダンス。また人材紹介もあればぜひ活用したい。
	富士宮市より企業支援情報があれば活用したい。
	あまりにも情報発信が少ない。もう少し発信をしてほしい。
	企業紹介や情報発信を希望する。
運輸	将来的な組織力強化に繋がる人材育成。
宿泊	地元企業に関する情報の提供。
飲食 サービス	中小企業事業者がかかえる問題に対する総合支援事業を活用したい。理由はこれから店を続けるために各種情報が必要だから。
情報通信	企業紹介とインターンシップがあれば活用したい。
その他	ポータルサイト等を活用した企業紹介。HP開設や維持費用も掛かるため。
	中小企業事業者がかかえる様々な問題に対する総合支援事業による支援（事業補助金支援など）。
	中小企業単体だと情報発信力が弱い為、ポータルサイト等を用いて情報発信力の強化に努めたい。
	雇用対策に向けた企業ガイダンス等の拡充。医療専門職の人材確保が特に困難であるため、職種に的を絞った中途採用枠でのガイダンス等があれば良いのではないかと。
	雇用対策に向けた企業ガイダンスの拡充。人材確保に苦勞しているため。
	雇用対策に向けた企業ガイダンス等の拡充を希望。
	中小企業向け工業団地。通常の工業団地ではどうしても大手企業向けになってしまい、既存の取引先や下請業者（地元ではない業者）との取引が継続するだけ。周辺の企業に恩恵がないため地元中小企業向けの工業団地の活用で地区内の経済活動活性化を望む。
	ビジネスコネクトふじのみやによる各種支援、市ポータルサイト等を活用した企業紹介による拡販機会の拡充。
中小企業事業者がかかえる様々な問題に対する支援事業による支援。15年前に一度正社員を雇いましたが、人件費が続かず解雇してしまった。解雇以外になにか手立てがあったのではないかと後悔しており、正社員を雇うのであれば二度と解雇はしたくない。雇用について相談できる窓口を希望している。	
経営戦略の策定、販路開拓等、包括的に支援してほしい。	



## ② アンケート記載の内容以外で、必要と思う施策

- 全体的には「補助金制度」「企業間の連携支援」を期待する事業所が多くみられた。
- 情報提供や意見交換の場の提供を求める意見も寄せられている。

・コメント抜粋

業種	内容
建設	企業同士を紹介する制度。
	事業資金支援。
	雇用ガイダンス等の拡充。採用苦戦が続いているため。
	地元映画館の上映前広告に、市内企業を紹介する枠を作ってほしい。
	従業員が日頃困っている子育て支援、介護等の相談に乗ってくれる窓口を設けてほしい。悩み事に対してまず相談にのり、対応をコーディネートしてくれるような窓口を想定している。市民である従業員が住みやすい・働きやすい環境づくりをしてほしい。
補助金制度の拡充。他市町村と比較して補助金制度が少ないと感じている。	
製造	地元企業とは意外と営業接触が少ないため、地元企業との連携支援策を希望したい。
	職場労働環境改善に対する助成。
	富士宮市内の人口増加につながる様な支援策を講じて欲しい。人口が増加すれば雇用問題も解消される可能性が高くなるため。
	土地活用の柔軟性向上。地目により用途が限定されるため、希望した場所の土地を有効に活用できない場合がある。
	ビジネスコネクTふじのみやの支援については、富士宮市内の会社の事業内容を分かっている人がいないと厳しいのではないか。
	富士宮市に事業所を設置して20年。ハード面への修繕に相応の費用が必要となってくるため、長く富士宮市で活動する企業にはそういった面に対する支援があるとよい。
	外国人支援事業。技能実習生・特定技能外国人・派遣労働者（外国人）が工場を支える中心となっているため。
	理系学生のUターン数の激減、県マターであるが有名大学の県内誘致（日本人のほとんどが知っている大学と学部）。
富士宮市が積極的に企業とコミュニケーションを図り、かかえている課題などをヒアリングして欲しい。	
卸売	産業廃棄物の中間処理場及び最終処分場のライセンス発行支援、各種補助金制度の拡充。
	コロナ関連の支援のみではなく、もっと中小企業にあてはまる補助制度をつくってほしい。今あるものは中小企業にあてはまらないものが多く、目線を中小企業にまで下げてほしい。
小売	工業団地を富士宮市内に建設して企業を誘致する。
	市と民間企業が連携して街づくりができるような場があれば活用したいです。
	企業からメールアドレスを収集し、業種別に分類した支援情報などを直接企業へ配信して欲しい。
	先ずは対策を増やすより、今の対策を企業支援していただいていると実感できるように行きわたらせてほしい。情報を主体的に取りにいかないと支援してもらえないのが当たり前なのかもしれないが、申請が必要以上に面倒なうえ、条件が多いなど不公平さを感じる。
	中小企業支援という意味では、行政担当部署との直接的な意見交換の場などがあってもいいのではないだろうか。実際に頑張っている、結果を出している会社には、商工会などに所属していない方もいる（むしろ多いのでは）。ぜひ、そのような会社からの情報なども収集してはどうか。

業種	内容
運輸	近代化設備資金の拡充、運送業者のための「ものづくり補助金」のような制度、軽油税の軽減。
宿泊	飲料水の安定的な供給。
飲食 サービス	交通インフラの整備。
情報通信	地元の高校生から、県内外の学生、転職希望の方まで、お試しでも構わないので企業に出入りして実際に働いてみるのが、人材のマッチングに適していると思われる。
その他	富士宮駅周辺、商店街の活性化。駅周辺はにぎやかさに欠けており、雰囲気も暗いイメージがある。
	地域ブランド化の推進、富士宮市の魅力ある街づくり。現状では比較対象となる山梨県に負けていると感じており、情報発信等による魅力ある街づくりが人口増加、活性化に繋がると考える。
	富士宮市に人を呼び込むことで地域全体の活性化につなげてほしい。
	子どもを育てながら働く女性の富士宮市の支援について興味がある。女性が子育てしながら安心して働けるような支援などを希望しており、事業が成功したあかつきには女性を雇用したいと考えている。
	消費を活発にする支援策。
	なんらかの税制優遇策があるとありがたい。
	設備投資の補助金など。

## V 調査結果のまとめ

---

### 1. 全体結果

#### 1. 事業所概要

創業年は、高度成長期を含む「1950～1979年」と、バブル経済期を含む「1980～1999年」の2つの時期に大きく分かれているが、『2000年以降』の創業が24.4%を占めており、うち「2010年以降」の創業が11.8%となっている。創立年（法人化した時）についても、『1950年以降』がほとんどであった。『2000年以降』の創立が31.2%を占めており、うち「2010年以降」は15.9%となっている。

資本金・出資金は、「5,000万円未満」および「個人事業主」があわせて97.1%と、ほぼ全体を占めている。「個人事業主」が42.0%と最も高く、次いで「100万円未満」が20.9%、「100～1,000万円未満」が18.5%となっている。1,000万円未満の事業所は、個人事業主を含むと合計81.4%となっている。

代表者の年齢は、「70歳以上」が30.9%と最も高く、次いで「50～59歳」が25.1%、「60～69歳」が23.5%となっている。

年間売上高は、『5,000万円未満』が5割以上を占めている。

従業員数は「5人以下」が54.5%と最も高く、次いで「6～9人」が15.4%、「10～19人」が12.2%となっている。従業員の平均年齢は、男性では『49歳以下』は49.2%、女性では『49歳以下』は43.9%と、ともに4割以上を占めている。なお、従業員の平均勤続年数は、『10年以上』が男性では55.8%、女性では52.8%と、ともに5割以上を占め、おおむね長く勤務している割合が高い。

一方で、経営課題として若年層人材の確保難を挙げる事業所も多くみられた。不足している人材については、外国人材や再雇用によって補っているといた意見も挙げられている。

#### 2. 事業に関すること

直近3年間の売上推移については『減少』は55.3%で『減少』が「横ばい」を約3割上回った。また、直近3年間の純利益も、『減少』が「横ばい」を2割以上上回っており、売上面・利益面ともに、状況がうかがえる。

業況の内部要因は、「従業員の高齢化」が11.5%で最も高く、次いで「従業員数の増減」が10.7%、「設備投資」が10.3%となっている。なお、「わからない」は22.3%で、2割台となっている。

業況の外部要因は、「新型コロナウイルス感染拡大」が43.0%と最も高く、次いで「景気の変動」が25.4%、「取引先の動向変化」が18.8%、「顧客ニーズの多様化」が14.1%となっている。

プラスの要因として、新型コロナウイルス感染症拡大の影響や、脱炭素化への取り組みによる「受注の増加」を挙げている事業所が多くみられた。マイナスの要因として、新型コロナウイルス感染症拡大にともなう「輸入の停滞」「半導体不足」が影響して受注が減少したという意見がみられた。新型コロナウイルス感染症による影響は、プラスとマイナス双方の影響を事業所にもたらしていることがうかがえる。

事業所の経営環境における具体的な問題点は、「従業員の高齢化」が28.8%と最も高く、次いで「従業員の確保難」が27.6%、「事業承継」が18.2%と、雇用・育成を含めた、人材面での課題が多く挙げられている。

事業資金の調達窓口は、「信用金庫・信用組合」が49.8%と最も高く、次いで「地方銀行」が36.0%で、地元金融機関との関係が強い。

事業所の強みとしては、「技術・精度・品質」が36.7%と最も高く、次いで、「製品・サービス開発・独自性」が16.4%、営業・交渉力が13.8%となっている。なお、「特にない」が29.7%と約3割を占めている。業種別にみると、建設業、製造業、飲食サービス業では「技術・精度・品質」が最も高く、特に製造業では5割以上となっている。また、卸売業、運輸業では「営業・交渉力」が最も高くなっている。小売業と不動産業では「製品・サービス開発・独自性」が最も高いが、それぞれ2割台、1割となっており、突出した項目がない傾向がみられた。

IT関連で導入・実施済のものは、「パソコン、インターネット」が72.4%と突出して高く、次いで「自社HP等」が33.8%となっている。一方、「特に実施していない」が22.8%と、2割以上の事業所が未導入となっている。なお、業種別にみると、「キャッシュレス決済、Eコマース」の導入・実施は、宿泊業で58.3%、小売業で37.7%となった。

### 3. 市場に関すること

主な得意先・販売先の所在地は、「富士宮市内」が81.2%と最も高く、8割以上を占めている。次いで「県内富士宮市以外」が55.8%、「県外関東以北」が14.8%となっている。主な仕入先・外注先の所在地も「富士宮市内」が64.1%と最も高く、次いで「県内富士宮市以外」が62.2%、「県外関東以北」が17.6%となっている。

### 4. 開発・研究に関すること

新商品・サービス等への新たな取り組みについては、「過去2年以内の取り組みもなく、今後も予定なし」が51.1%と最も高く、5割以上を占めた。「過去、2年以内に実施済」(9.1%)と「現在、取り組んでいる」(19.6%)を合わせた『取り組み有』は3割近くを占めている。

商品・サービス等の開発・研究・企画については、「代表者など役員が担当する」が66.9%と最も高く、「事業所内の専門部署が担当する」は19.3%、「事業所内にプロジェクトチームを作って担当する」は10.5%にとどまった。ヒアリング調査においても、キーマンはあくまで社長などの代表者であり、トップダウン型の経営戦略がとられている様子が見える。

### 5. 雇用と労働条件に関すること

直近3年間における新規雇用者の採用は、「採用なし」(60.7%)が「採用あり」(39.3%)を上回っている。業種別にみると、「採用あり」の回答割合について、運輸業では76.9%、製造業では52.6%と特に高くなっている。

男性の直近3年間の正規社員・新規雇用者の合計数は、「採用なし」が53.7%と最も高い。『採用

あり』のうち、「1～5人」が最も高く、全体の40.0%を占めている。女性の直近3年間の正規社員・新規雇用者の合計数も、「採用なし」が64.7%と最も高く、『採用あり』は35.3%と、男性の『採用あり』(46.3%)に比べて約1割低くなっている。なお、女性の『採用あり』のうち、男性と同様に「1～5人」が最も高く、全体の29.8%を占めている。また、前回結果と比較すると、男女ともに「1～5人」の割合が大きく減少し、「採用なし」の割合が大きく増加している。

直近3年間の正規社員での新規雇用者の採用は、男性は「採用なし」が53.7%と最も高い。新卒については、市内・市外ともに1割未満となっている。女性も「採用なし」が64.4%と最も高く、男性より1割ほど高くなっている。新卒については、市内・市外ともに1割未満で、男性とほぼ同じ傾向となっている。

直近3年間の非正規社員・新規雇用者の合計数は、男性の『採用あり』は20.9%、女性の『採用あり』は23.9%と、男女ともにとほぼ同じ傾向となっている。

障がい者雇用の状況は、「採用なし(予定あり)」が82.0%と最も高く、次いで「採用なし(予定なし)」が9.4%、「採用あり」が8.5%となっている。業種別にみると、製造業では「採用あり」が18.8%と、ほかの業種と比べて高くなっている。

今後の新規雇用者の募集意向は、男性については「募集しない」が56.1%と最も高いが、「正規社員を募集したい」が27.2%と2割以上を占めている。女性についても「募集しない」が66.4%と最も高く、「正規社員を募集したい」は13.3%にとどまっている。

有給休暇の消化率は、「従業員がいない・わからない」が48.3%と最も高く、次いで「30%未満」が18.7%、「30%以上60%未満」が15.2%となっている。前回結果と比較すると、「30%未満」の割合が減少し、『30%以上』の回答割合が高くなっている。

育児介護休業の社内規定は、「社内規定なし」(76.6%)が7割以上を占め、「社内規定あり」(23.4%)は2割台となっている。

育児休業の取得状況は、男性については「対象者はいたが取得なし」(6.4%)が「育児休業の取得あり」(1.4%)を上回っている。一方、女性については「育児休業の取得あり」(10.9%)が、「対象者はいたが取得なし」(0.4%)を上回っており、女性は育児休業をほぼ取得できているが、男性は取得が進んでいないとみられる。介護休業の取得状況は、男女ともに「対象者はいたが取得なし」が「介護休業の取得あり」を上回っており、性別を問わず取得がすすんでいない。

人材育成のため実施している取り組みは、「資格取得の経費補助」が25.1%、次いで、「社内研修」が18.6%、「社外研修の受講」が18.1%、「同業者との交流」が15.2%となっている。なお、「特になし」(48.2%)は4割台となっている。

新規雇用にともない活用したいメニューは、「ハローワーク」が52.1%と最も高く、「民間就職サイト(マイナビ、リクナビ等)」は24.7%となっている。ヒアリング調査では、民間就職サイトの活用はコストがかかるうえ、望ましい人材が獲得できるかわからないため活用に積極的ではないといった意見がみられた。

## 6. 今後に関すること

事業所での予定としては、「特になし」が72.5%と最も高く、7割以上となっている。具体的な動きとしては、「新規分野への展開」が8.2%で最も高く、次いで「事業拡大・店舗増設」(7.3%)、

「閉鎖・廃業」(6.4%)となっている。

**新事業として現在興味のある分野**は、「特になし」が62.5%と最も高く、6割以上となっている。具体的な分野の中では「環境・エコ」が16.9%で最も高く、1割以上となっている。

**後継者の有無**については、「未定・わからない」が38.4%と最も高く、次いで「後継者決定済み親族」が26.6%、「後継者はいない」が20.6%となっている。なお、「第三者へ譲渡やM&A」を想定している事業所は0.9%と、ごくわずかであった。

**設備投資の予定**は、「予定はない」が79.8%と最も高く、次いで「予定がある」が12.0%、「現在保留中、条件次第で検討する」が8.2%となっている。なお、増収増益の事業所において、「予定がある」の回答割合がやや高くなっている。

**SDGsへの取り組み予定**は、「予定はない」が88.8%と最も高く、次いで「現在検討中」が8.2%、「予定がある」が3.1%となっている。なお、増収増益の事業所において、「予定がある」の回答割合がやや高くなっている。

**災害時の対応(ハザードマップの変更等)**は、「取り組んでいない(予定なし)」が53.8%と最も高く、次いで「今後取り組んでいきたい」が39.1%となっている。「取り組んでいる」は、7.2%にとどまった。

**脱炭素への取り組み状況**は、「予定はない」が92.2%と最も高く、次いで「現在検討中」が5.8%、「予定がある」が2.0%となっている。ヒアリング調査によると、取り組みを進めている事業所からは、その契機として、社会的な流れや企業のイメージ向上を図るためといった意見が挙げられたほか、「エコアクション21」の取得(今後の取得見込み含む)をきっかけとする意見もみられた。

## 7. 業況等に関すること

**今年4~6月の景況(実態)**は、「変化なし」が36.8%と最も高く、次いで「やや下降」が23.4%、「下降」が18.8%となった。**今年7~9月の景況見込み(予想)**は、「変化なし」が39.7%と最も高く、次いで「やや下降」が22.2%、「やや上昇」が18.3%となっている。業種別では、宿泊業と飲食サービス業で「下降」を見込んでいる事業所が多かった。

**今年6月末の従業員数(実態)**は、「適正」が66.7%と最も高く、次いで「やや不足気味」が18.8%、「不足気味」が9.1%となった。「過剰気味」と「やや過剰気味」の合計は5.4%にとどまった。**今年9月末の従業員数見込み(予想)**も、「適正」が66.7%と最も高く、次いで「やや不足気味」が20.1%、「不足気味」が9.1%となっており、実態と同様の傾向がみられた。

**昨年10~今年3月(下期)の売上高(実態)**は、「変化なし」が30.7%と最も高く、次いで「やや減収」が27.4%、「減収」が23.9%となっている。「前年同期より増収」と「やや増収」の合計は18.1%にとどまった。**今年4~9月(上期)の売上高見込み(予想)**も、「変化なし」が33.1%と最も高く、次いで「やや減収」が25.2%、「減収」が21.5%となっており、実態と同様の傾向がみられた。

**昨年10~今年3月(下期)の経常利益(実態)**は、「変化なし」が31.4%と最も高く、次いで「やや減益」が27.5%、「減益」が24.5%となっている。「前年同期より増益」と「やや増益」の合計は16.6%にとどまった。**今年4~9月(上期)の経常利益見込み**も、「変化なし」が33.2%と最も高く、次いで「やや減益」が27.0%、「減益」が22.5%となっており、実態と同様の傾向がみられた。

なお、実態と見込みともに、宿泊業と飲食サービス業において、「減益」の回答割合が高くなっている。

## 8. 市の中小企業支援策に関すること

富士宮市に今後期待する具体的な中小企業支援策については、「設備投資への補助制度」が34.8%で最も高く、次いで「事業資金融資支援」が26.8%となっている。業種別にみると、「設備投資への補助制度」が宿泊業で60.0%と最も高く、次いで運輸業が47.8%、製造業が46.4%と4割を超えている。「事業資金融資支援」は運輸業で43.5%と最も高く、次いで飲食サービス業で40.0%と4割以上となっている。

ヒアリング調査からは、「設備投資」「人材確保・育成」「事業資金の融資」の支援を期待する意見が多くみられたほか、「地域ブランド化促進支援」も求められている。

## 9. その他支援策に関すること

富士宮市への具体的な支援事業の利用希望については、割合の高い順に、「富士宮市からの企業支援情報の発信」(45.2%)、「富士宮市ポータルサイト等を活用した企業紹介」(30.0%)、「ビジネスコネクトふじのみやによる支援希望」(26.2%)となった。

ヒアリング調査においては、「行政からの情報提供」とともに「自社から情報発信」ができる場所や支援を求める意見が挙がっており、企業紹介や支援情報の提供など、企業側（事業所側）が情報発信できる場所の拡充が求められている。

## 2. 業種別

### 1. 建設業

経営環境における問題点について「従業員の確保難」と回答した事業所は35.3%にのぼっており、さらに、直近3年間の新規雇用者の採用について「採用なし」と回答した事業所は67.3%と高い割合を占めた。

一方で、今後の新規雇用者（男性）の募集意向について、「募集しない」は53.5%となっており、従業員の確保を困難としている一方で、募集の意向がない事業所も多い。ヒアリング調査では、多くの事業所で、ハローワークや民間転職サイト等を通じて募集を行っても、若年層の応募が来ないといった悩みを共通して抱えていることがわかった。また、技能実習生等の外国人材を補充しようとするも、新型コロナウイルス感染症の影響で入国できず頓挫するなど、人材の確保・採用について疲弊している様子が見てとれる。

強みについては、「技術・精度・品質」が49.4%であり、技術力を強みとしている企業が多く、長期的な雇用を見据えた労働力の確保が必要であると考えられる。

昨年度の有給休暇の消化率（男性）をみると、「30%未満」が21.6%であり、ほかの業種と比べてやや高めである。上記でも述べた人材不足の影響により、休暇の取得ができていない可能性がある。また、育児介護休業の社内規定の有無について、業種内では「社内規定なし」が88.1%を占めた。働きやすい環境づくりについては、ほかの業種と比べて遅れをとっているといえる。ヒアリング調査では、いわゆる「3K」の業界イメージがあるため、就労を希望する人材が集まらないといった悩みが複数みられた。労働環境を向上させることによるイメージの払しょくと、若年層人材を集めるための仕組み作りが求められている。

今後、建設業を支援するにあたっては、人材の確保と定着状況の改善が重要となる。今回のヒアリング調査において、IUJ ターン採用に前向きな事業所が多かったものの、県外での採用活動を行っているにも関わらず応募者が少ないという現状がわかった。求人情報の発信・応募が可能なプラットフォームの提供や紹介をすることで、事業所の負担を減らし、多くの求職者に情報を届けるといった支援が求められている。

さらに、人材の確保と並行して、IT等の導入による省人化促進に関する支援も考える必要がある。今回のヒアリング調査においては、ICT 建機や機器の導入を進めているという事業所も複数みられた。省人化に資する機器等の導入に関する補助やコンサルティングといった支援を行うことで、人材確保難の対応策とすると同時に、労働環境改善の流れを推し進めることが肝要である。

### 2. 製造業

直近3年間の業績に繋がった外部要因について、「原料・燃料費・仕入価格の変動」が19.5%で、ほかの業種と比べてやや高い。製造業においては、原材料等の価格変動の影響を特に受けやすく、売上高や利益といった業績に直結しやすい様子がうかがえる。

経営環境における問題点について「従業員の高齢化」は36.6%、「従業員の確保難」は30.6%となっており、従業員が高齢化している一方で、新たな人材の獲得が困難となっている様子がうかがえる。なお、経営環境における問題点では、「新規分野への展開」についても25.5%と、ほかの業



種と比べてやや高くなっている。新規分野への展開意欲はあるものの、資金や人材不足が新規事業への進出の足かせとなっている可能性がある。

強みについて「技術・精度・品質」が56.3%であり、ほかの業種と比べてかなり高い。ヒアリング調査の結果からも品質を強みにしている様子が見える。こういった品質を維持するためには、既存従業員の技能・スキルを継承する人材の確保が不可欠となる。

昨年度（昨年）の有給休暇の消化率（男性）については、「30%以上60%未満」が31.4%、育児介護休業の社内規定の有無について「社内規定あり」は40.3%と、ほかの業種と比較すると有給休暇の取得や育児介護休業の社内規定化が進んでおり、働きやすい環境づくりが構築されつつある。

一方で、育児休業について、この3年間の取得状況をみると、女性の対象者は取得できている様子が見られるが、男性は「対象者はいたが取得なし」が12.1%であり、男性の育児休業の取得は実際には進んでいない模様である。

新商品・新サービス・新技術の開発や新たな業務への取り組みについて、「現在、取り組んでいる」は25.6%でほかの業種と比べて高くなっている。

なお、商品やサービス、業務などの開発・研究・企画の仕方について、代表者がキーマンとなっている事業所が最も多いが、「事業所内の専門部署が担当する」は32.8%でほかの業種と比べて高く、専門チームを組織して対応にあたるなど、新事業等の開発に力を入れている様子が見える。

今後、製造業を支援するにあたっては、従業員の高齢化と、それにとまなう技能やスキルの継承についてどう対応していくかが大きな課題となっている。代表的な対応策としては、自動化・効率化を図るためのITツール等を活用したDX推進が挙げられる。推進にあたっては、ただ闇雲に業務のデジタル化を行うのではなく、事業所ごとに個別課題を洗い出し、それに沿った技術を導入することが重要となる。その際には、属人化している知識や技術を、チェックリストや作業マニュアルを作成して標準化する、ナレッジマネジメントの考え方が必要となるため、実践にあたって専門家の助言等支援が求められる。

一方で、新規分野への事業展開に関する支援も重要となる。特に製造業では今後の設備投資の予定が「ある」事業所が22.7%とほかの業種と比べて高く、設備投資に積極的な姿勢が見られる。また、富士宮市に今後期待する中小企業支援策については、「設備投資への補助制度」が46.4%と比較的高いため、具体的な事業計画を持ち、富士宮市への工場建設などの設備拡大をのぞむ事業所については、積極的に支援していく姿勢が必要となる。

### 3. 卸売・小売業

直近3年間の業績に繋がった外部要因としては、「景気の変動」「顧客ニーズの多様化」「販売単価の変化」がほかの業種と比べて高い。経営環境における問題点について「新たな価値の提供」がほかの業種と比べて高い。多くは一般ユーザーを対象としたビジネスを行っているため、時代とともにめまぐるしく変化する顧客ニーズへの対応や、時代に合わせた商品提供の方向性が課題となっている。

IT関連で導入・実施済のものについて、「キャッシュレス決済、Eコマース」が、小売業では宿泊業に次いで高い。新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、多くの店舗等でキャッシュレス化が進んでいるものの、その導入割合は小売業では37.7%、卸売業では20.6%にとどまっており、宿泊

業の 58.3%とは差がある。

育児介護休業の社内規定の有無について、「社内規定なし」がそれぞれ 8 割以上、人材育成のため実施している取り組みについて「特になし」がそれぞれ 5 割以上の回答割合となっており、制度の拡充や人材育成には消極的な姿勢がうかがえる。

今後、卸売・小売業を支援するにあたっては、消費者や企業の支払いニーズに対応した事業所を増やすため、自治体のポイント還元事業等を通じ、キャッシュレス決済導入の支援を行うことが望ましいと考える。

また、富士宮市に今後期待する中小企業支援策について、「地元企業の連携支援」「販路拡大支援」がほかの業種と比べて高く、販路の拡大が課題となっている様子がうかがえる。今回のヒアリング調査では、富士宮市周辺に拠点を置く企業とのビジネスマッチングの機会を求めるといった意見もあり、異業種の事業所と交流することで新たな販路やビジネスパートナーの発掘にも繋がる可能性があるため、積極的に交流の機会を設けていく支援が求められている。

#### 4. 宿泊・飲食サービス業

直近 3 年間の業績に繋がった外部要因について、「新型コロナウイルス感染拡大」がほかの業種と比べて高い。2020 年 4 月以降に全国的に発令された緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等にもなう、外出自粛をはじめとした人の動きの鈍化が、客足や売上高について直接的に影響しているものと思われる。

新事業として、現在興味のある分野は、宿泊業において「スポーツ・観光・レジャー」がほかの業種と比べて高くなっている。宿泊や飲食物の提供だけではなく、イベント等によるプラスアルファの価値づけについて、関心が高まっている様子がうかがえる。

新商品・新サービス・新技術の開発や新たな業務への取り組みについては、「実施済」、「取り組んでいる」、「予定している」の合計が半数を超えている。停滞する現状を打破するため、新たな取り組みに積極的な姿勢がうかがえる。

今後、宿泊・飲食サービス業を支援するにあたっては、新型コロナウイルス感染症の拡大がもたらした影響からいかに脱出できるかといった点が重要となる。アフターコロナを見据えた動きを取っている事業所も多いが、先に述べた新事業への取り組みを行うための事業資金の獲得・捻出に苦心している様子がうかがえる。

富士宮市に今後期待する中小企業支援策としても、「事業資金融資支援」「設備投資への補助制度」が、ほかの業種よりも比較的高くなっている。事業継続に向けた設備増強やそれに向けた資金面の都合を課題としている事業所が多いため、事業計画の見直しや補助金制度の紹介といった情報提供を積極的に行うことが有用であると考えられる。

# VI 資料

## 1. 集計表

### 1. 事業所概要

#### (1) 創業年・創立年(法人化した時)

##### 創業年

(上段:件数、下段:%)

n	1899年以前	1900～1949年	1950～1979年	1980～1999年	2000～2009年	2010年以降
1,101	14	105	415	298	139	130
100.0	1.3	9.5	37.7	27.1	12.6	11.8

##### 創立年(法人化した時)

(上段:件数、下段:%)

n	1899年以前	1900～1949年	1950～1979年	1980～1999年	2000～2009年	2010年以降
838	1	18	218	340	128	133
100.0	0.1	2.1	26.0	40.6	15.3	15.9

#### (2) 資本金・出資金

(上段:件数、下段:%)

n	個人事業主	100万円未満	100～1,000万円未満	1,000～5,000万円未満	5,000万円～1億円未満	1億円以上
1,418	595	297	262	222	22	20
100.0	42.0	20.9	18.5	15.7	1.6	1.4

#### (3) 代表者の年齢

(上段:件数、下段:%)

n	30歳未満	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
1,487	6	48	252	373	349	459
100.0	0.4	3.2	16.9	25.1	23.5	30.9

#### (4)業種

(上段:件数、下段:%)

n	建設	製造	卸売	小売	運輸
1,710	443	269	83	254	32
100.0	25.9	15.7	4.9	14.9	1.9

不動産	宿泊	飲食サービス	情報通信	その他	不明
32	12	101	9	468	7
1.9	0.7	5.9	0.5	27.4	0.4

#### (5)受注・販売形態

(上段:件数、下段:%)

n	ほぼ元請(もしくは消費者への直接販売)	過半数が元請(もしくは消費者への直接販売)	過半数が下請	その他
1,358	690	162	376	130
100.0	50.8	11.9	27.7	9.6

#### (6)年間売上高

(上段:件数、下段:%)

n	500万円未満	500～1,000万円未満	1,000～3,000万円未満	3,000～5,000万円未満	5,000万円～1億円未満
1,437	196	181	314	149	208
100.0	13.6	12.6	21.9	10.4	14.5

1～5億円未満	5～10億円未満	10～20億円未満	20～30億円未満	30億円以上
279	46	19	16	29
19.4	3.2	1.3	1.1	2.0

#### (7)従業員の有無

(上段:件数、下段:%)

n	いる	いない
1,479	1,128	351
100.0	76.3	23.7

### (8)従業員数

#### 全体

(上段:件数、下段:%)

n	5人以下	6～9人	10～19人	20～49人	50～99人	100～299人	300人以上
1,116	608	172	136	115	39	36	10
100.0	54.5	15.4	12.2	10.3	3.5	3.2	0.9

#### 正規社員

(上段:件数、下段:%)

n	0人	1～2人	3～5人	6～9人	10～19人	20～49人	50人以上
946	82	278	238	93	122	83	50
100.0	8.7	29.4	25.2	9.8	12.9	8.8	5.3

#### 非正規社員

(上段:件数、下段:%)

n	0人	1～2人	3～5人	6～9人	10～19人	20～49人	50人以上
946	356	274	135	51	65	40	25
100.0	37.6	29.0	14.3	5.4	6.9	4.2	2.6

#### 派遣

(上段:件数、下段:%)

n	0人	1～2人	3～5人	6～9人	10～19人	20～49人	50人以上
946	875	25	11	8	15	5	7
100.0	92.5	2.6	1.2	0.8	1.6	0.5	0.7

#### 男性

(上段:件数、下段:%)

n	0人	1～2人	3～5人	6～9人	10～19人	20～49人	50人以上
979	154	349	199	71	103	61	42
100.0	15.7	35.6	20.3	7.3	10.5	6.2	4.3

#### 女性

(上段:件数、下段:%)

n	0人	1～2人	3～5人	6～9人	10～19人	20～49人	50人以上
979	108	463	173	78	70	50	37
100.0	11.0	47.3	17.7	8.0	7.2	5.1	3.8

(9) 従業員の平均年齢(男女別)

男性

(上段:件数、下段:%)

n	30歳未満	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上	男性従業員 はいない	集計して いない
951	38	134	296	225	162	69	27
100.0	4.0	14.1	31.1	23.7	17.0	7.3	2.8

女性

(上段:件数、下段:%)

n	30歳未満	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上	女性従業員 はいない	集計して いない
843	25	102	243	189	208	49	27
100.0	3.0	12.1	28.8	22.4	24.7	5.8	3.2

(10) 従業員の平均勤続年数(男女別)

男性

(上段:件数、下段:%)

n	3年未満	3～5年	6～9年	10～19年	20年以上	男性従業員 はいない	集計して いない
958	71	94	152	305	230	62	44
100.0	7.4	9.8	15.9	31.8	24.0	6.5	4.6

女性

(上段:件数、下段:%)

n	3年未満	3～5年	6～9年	10～19年	20年以上	女性従業員 はいない	集計して いない
924	70	107	160	242	246	50	49
100.0	7.6	11.6	17.3	26.2	26.6	5.4	5.3

2. 事業に関すること

(1) 直近3年間の売上推移

(上段:件数、下段:%)

n	大幅に増加	やや増加	横ばい	やや減少	大幅に減少	その他
1,691	31	236	462	474	461	27
100.0	1.8	14.0	27.3	28.0	27.3	1.6

## (2)直近3年間の純利益

(上段:件数、下段:%)

n	大幅に増加	やや増加	横ばい	やや減少	大幅に減少	その他
1,480	30	198	427	388	404	33
100.0	2.0	13.4	28.9	26.2	27.3	2.2

## (3)内部要因

(上段:件数、下段:%)

n	新規分野への展開	従業員教育	広告・宣伝	商品の品質管理	新たな価値の提供	新技術・ITの導入	経営理念に基づく戦略の実行
1,390	106	101	74	85	95	30	111
	7.6	7.3	5.3	6.1	6.8	2.2	8.0
資金繰りの変化	後継者の経営参画	同業者との協業	設備投資	従業員数の増減	従業員の高齢化	わからない	その他
105	68	121	143	149	160	310	383
7.6	4.9	8.7	10.3	10.7	11.5	22.3	27.6

## (4)外部要因

(上段:件数、下段:%)

n	産業構造の変化	行政等の中小企業支援策	健康・安全意識の変化	景気の変動	IT技術の進化	地産地消の推進	顧客ニーズの多様化	販売単価の変化
1,629	80	44	83	414	33	19	230	164
	4.9	2.7	5.1	25.4	2.0	1.2	14.1	10.1
取引先の動向変化	国際環境の変化(インバウンド等)	新型コロナウイルス感染拡大	金融機関の融資姿勢	県外資本の動向	商業圏の遷移	原料・燃料費・仕入価格の変動	わからない	その他
307	32	701	50	3	20	198	204	187
18.8	2.0	43.0	3.1	0.2	1.2	12.2	12.5	11.5

## (5)経営環境における問題点

(上段:件数、下段:%)

n	新規分野への展開	従業員教育	広告・宣伝	商品の品質管理	新たな価値の提供	新技術・ITの導入	道路・敷地矮小
1,433	245	180	124	59	196	100	32
	17.1	12.6	8.7	4.1	13.7	7.0	2.2
経営理念に基づく戦略の実行	事業承継	同業者との協業	設備投資	従業員の確保難	従業員の高齢化	特にない	その他
74	261	121	191	395	412	294	76
5.2	18.2	8.4	13.3	27.6	28.8	20.5	5.3

(6) 事業資金の調達窓口

(上段: 件数、下段: %)

n	都市銀行	地方銀行	信用金庫・信用組合	公的制度融資資金	特に利用していない	その他
1,451	44	523	722	237	403	46
	3.0	36.0	49.8	16.3	27.8	3.2

(7) 事業所の強み

(上段: 件数、下段: %)

n	経営理念・戦略	営業・交渉力	製品・サービス開発・独自性	技術・精度・品質	価格競争力	広告宣伝
1,633	188	226	267	599	109	26
	11.5	13.8	16.4	36.7	6.7	1.6

ブランドカ	IT・ネットワーク	人材・教育・訓練	資金調達力	特にない	その他
136	23	119	21	485	141
	8.3	1.4	7.3	1.3	29.7

(8) IT関連で導入・実施済のもの

(上段: 件数、下段: %)

n	パソコン、インターネット	自社HP等	Twitter等のSNS	キャッシュレス決済、Eコマース	事業所内グループウェア	次世代通信網	検索SEO対策	特に実施していない
1,436	1,040	485	188	244	91	9	37	328
	72.4	33.8	13.1	17.0	6.3	0.6	2.6	22.8

3. 市場に関すること

(1) 主な得意先・販売先の所在地

(上段: 件数、下段: %)

n	富士宮市内	県内富士宮市以外	県外中部	県外関東以北	県外西日本	海外
1,443	1,171	805	135	214	113	26
	81.2	55.8	9.4	14.8	7.8	1.8

(2) 主な仕入先・外注先の所在地

(上段: 件数、下段: %)

n	富士宮市内	県内富士宮市以外	県外中部	県外関東以北	県外西日本	海外
1,412	905	878	161	249	145	26
	64.1	62.2	11.4	17.6	10.3	1.8



#### 4. 開発・研究に関すること

##### (1) 商品・サービス等への新たな取り組みについて

(上段:件数、下段:%)

n	過去、2年以内に実施済	現在、取り組んでいる	今後、取り組む予定	本社や親会社・関連会社が担当	過去2年以内の取り組みもなく、今後も予定なし
1,375	125	270	222	56	702
100.0	9.1	19.6	16.1	4.1	51.1

##### (2) 商品・サービス等の開発・研究・企画について

(上段:件数、下段:%)

n	事業所内の専門部署が担当する	事業所内にプロジェクトチームを作つて担当する	代表者など役員が担当する	専門の外部業者に委託する	産学官相互連携にて行う	その他
590	114	62	395	51	7	65
100.0	19.3	10.5	66.9	8.6	1.2	11.0

#### 5. 雇用と労働条件に関すること

##### (1) 直近3年間における新規雇用者の採用

(上段:件数、下段:%)

n	採用あり	採用なし
1,464	575	889
100.0	39.3	60.7

##### (2) 直近3年間における正規社員の新規雇用者数(男女別)

###### 男性

(上段:件数、下段:%)

n	1～5人	6～9人	10～19人	20～49人	50人以上	採用なし
1,110	444	29	18	20	3	596
100.0	40.0	2.6	1.6	1.8	0.3	53.7

###### 女性

(上段:件数、下段:%)

n	1～5人	6～9人	10～19人	20～49人	50人以上	採用なし
1,072	319	28	17	9	5	694
100.0	29.8	2.6	1.6	0.8	0.5	64.7

(3)障がい者雇用の状況

(上段:件数、下段:%)

n	採用あり	採用なし (予定あり)	採用なし (予定なし)
1,041	89	854	98
100.0	8.5	82.0	9.4

(4)直近3年間における正規社員の新規雇用者・内訳(男女別)

男性

(上段:件数、下段:%)

n	市内新卒	市外新卒	市内中途 採用	中途採用 (Iターン)	中途採用 (Uターン)	中途採用 (Jターン)	外国籍	採用なし
875	69	75	291	37	34	8	22	470
	7.9	8.6	33.3	4.2	3.9	0.9	2.5	53.7

女性

(上段:件数、下段:%)

n	市内新卒	市外新卒	市内中途 採用	中途採用 (Iターン)	中途採用 (Uターン)	中途採用 (Jターン)	外国籍	採用なし
883	73	64	225	12	18	5	8	569
	8.3	7.2	25.5	1.4	2.0	0.6	0.9	64.4

(5)新規雇用者の募集意向(男女別)

男性

(上段:件数、下段:%)

n	正規社員を 募集したい	非正規社員 を募集したい	現状維持の ため欠員補 充に留める	募集しない
1,341	365	38	186	752
100.0	27.2	2.8	13.9	56.1

女性

(上段:件数、下段:%)

n	正規社員を 募集したい	非正規社員 を募集したい	現状維持の ため欠員補 充に留める	募集しない
1,347	179	82	191	895
100.0	13.3	6.1	14.2	66.4

(6)直近3年間における非正規社員の新規雇用者数(男女別)

男性

(上段:件数、下段:%)

n	1～5人	6～9人	10～19人	20～49人	50人以上	採用なし
1,306	223	21	17	6	5	1,034
100.0	17.1	1.6	1.3	0.5	0.4	79.2

女性

(上段:件数、下段:%)

n	1～5人	6～9人	10～19人	20～49人	50人以上	採用なし
1,348	265	28	15	8	6	1,026
100.0	19.7	2.1	1.1	0.6	0.4	76.1

(7)有給休暇の消化率

男性

(上段:件数、下段:%)

n	30%未満	30%以上 60%未満	60%以上 80%未満	80%以上	従業員がい ない・わから ない
1,301	243	198	93	139	628
100.0	18.7	15.2	7.1	10.7	48.3

女性

(上段:件数、下段:%)

n	30%未満	30%以上 60%未満	60%以上 80%未満	80%以上	従業員がい ない・わから ない
1,303	187	169	94	178	675
100.0	14.4	13.0	7.2	13.7	51.8

(8)育児介護休業の社内規定の有無

(上段:件数、下段:%)

n	社内規定 あり	社内規定 なし
1,376	322	1,054
100.0	23.4	76.6

### (9) 育児休業の取得状況(男女別)

男性

(上段:件数、下段:%)

n	育児休業の 取得あり	対象者は いたが 取得なし	対象者なし
1,342	19	86	1,237
100.0	1.4	6.4	92.2

女性

(上段:件数、下段:%)

n	育児休業の 取得あり	対象者は いたが 取得なし	対象者なし
1,364	148	6	1,210
100.0	10.9	0.4	88.7

### (10) 介護休業の取得状況(男女別)

男性

(上段:件数、下段:%)

n	介護休業の 取得あり	対象者は いたが 取得なし	対象者なし
1,362	10	38	1,314
100.0	0.7	2.8	96.5

女性

(上段:件数、下段:%)

n	介護休業の 取得あり	対象者は いたが 取得なし	対象者なし
1,369	24	31	1,314
100.0	1.8	2.3	96.0

### (11) 人材育成のための取り組み

(上段:件数、下段:%)

n	OJT(職場 での実務ト レーニング)	社内研修	資格取得の 経費補助	社外研修の 受講	技術・知識等 のマニュアル 化	同業者との 交流	異業種企業 との交流	特になし	その他
1,412	246	263	355	255	141	214	79	680	17
	17.4	18.6	25.1	18.1	10.0	15.2	5.6	48.2	1.2

## (12)新規雇用にともない活用したいメニュー

(上段:件数、下段:%)

n	対面型企業 ガイダンス	オンライン型 企業ガイダ ンス	ハローワーク	学校訪問	インター ンシップ	民間就職サ イト(マイビ 、リカビ等)	公共就職サ イト(市ポ ータル サイト等)	企業紹介冊 子	その他
1,073	96	53	559	112	96	265	145	47	301
	8.9	4.9	52.1	10.4	8.9	24.7	13.5	4.4	28.1

## 6. 今後に関すること

### (1)事業所での予定

(上段:件数、下段:%)

n	事業拡大・ 店舗増設	事業縮小・ 店舗集約	新規分野へ の展開	合併・M&A	閉鎖・廃業	移転	特になし	その他	
1,383	101	31	113	13	88	16	1,003	18	
	100.0	7.3	2.2	8.2	0.9	6.4	1.2	72.5	1.3

### (2)現在興味のある分野

(上段:件数、下段:%)

n	環境・エコ	エネルギー 関連	医療・介護	IT関連	農林・水産	食品加工	飲食
1,407	238	113	68	58	57	60	72
	16.9	8.0	4.8	4.1	4.1	4.3	5.1

コンテンツ・ク リエイティブ	防災	冠婚葬祭	スポーツ・観 光・レジャー	教育・人材育 成	特になし	その他	
12	70	16	62	66	879	41	
	0.9	5.0	1.1	4.4	4.7	62.5	2.9

### (3)後継者と事業継承の有無

(上段:件数、下段:%)

n	後継者決定 済み親族	後継者決定 済み非親族	後継者は いない	第三者へ譲 渡やM&A	未定・ わからない	閉鎖・廃業 (年以内)	継承不要	その他	
1,435	382	27	296	13	551	85	66	15	
	100.0	26.6	1.9	20.6	0.9	38.4	5.9	4.6	1.0

(4)設備投資の予定

(上段:件数、下段:%)

n	予定がある	現在保留 中、条件次 第で検討す る	予定はない
1,433	172	118	1,143
100.0	12.0	8.2	79.8

(5)SDGs への取り組み状況

(上段:件数、下段:%)

n	予定がある	現在検討中	予定はない
1,405	43	115	1,247
100.0	3.1	8.2	88.8

(6)災害時の対応状況

(上段:件数、下段:%)

n	取り組んでい る	取り組んで いない (予定なし)	今後取り組 んでいきたい
1,411	101	759	551
100.0	7.2	53.8	39.1

(7)脱炭素への取り組み状況

(上段:件数、下段:%)

n	予定がある	現在検討中	予定はない
1,405	28	82	1,295
100.0	2.0	5.8	92.2

7. 業況等に関すること

(1)景況

今年4~6月の景況(実態)

(上段:件数、下段:%)

n	上昇	やや上昇	変化なし	やや下降	下降
1,406	47	248	517	329	265
100.0	3.3	17.6	36.8	23.4	18.8

今年7～9月の景況見込み(予想)

(上段:件数、下段:%)

n	上昇	やや上昇	変化なし	やや下降	下降
1,364	41	249	542	303	229
100.0	3.0	18.3	39.7	22.2	16.8

(2)従業員数

今年6月末の従業員数(実態)

(上段:件数、下段:%)

n	不足気味	やや不足気味	適正	やや過剰気味	過剰気味
1,234	112	232	823	56	11
100.0	9.1	18.8	66.7	4.5	0.9

今年9月末の従業員数見込み(予想)

(上段:件数、下段:%)

n	不足気味	やや不足気味	適正	やや過剰気味	過剰気味
1,224	111	246	816	42	9
100.0	9.1	20.1	66.7	3.4	0.7

(3)売上高

昨年10～今年3月(下期)の売上高(実態)

(上段:件数、下段:%)

n	前年同期より増収	やや増収	変化なし	やや減収	減収
1,409	67	187	432	386	337
100.0	4.8	13.3	30.7	27.4	23.9

今年4～9月(上期)の売上高見込み(予想)

(上段:件数、下段:%)

n	前年同期より増収	やや増収	変化なし	やや減収	減収
1,608	87	239	532	405	345
100.0	5.4	14.9	33.1	25.2	21.5

(4) 経常利益

昨年 10～今年 3 月(下期)の経常利益(実態)

(上段:件数、下段:%)

n	前年同期より増益	やや増益	変化なし	やや減益	減益
1,415	54	181	444	389	347
100.0	3.8	12.8	31.4	27.5	24.5

今年 4～9 月(上期)の経常利益見込み(予想)

(上段:件数、下段:%)

n	前年同期より増益	やや増益	変化なし	やや減益	減益
1,397	54	188	464	377	314
100.0	3.9	13.5	33.2	27.0	22.5

8. 市の中小企業支援策に関すること

(1) 今後期待する中小企業支援策

(上段:件数、下段:%)

n	新事業展開支援	起業・創業支援	人材育成支援	人材確保支援	事業資金融資支援	設備投資への補助制度	知的財産支援
1,232	154	77	154	289	330	429	29
	12.5	6.3	12.5	23.5	26.8	34.8	2.4

事業継承・再生支援	福利厚生 の充実支援	地元企業 の連携支援	地域ブランド 化促進支援	企業・商品 PRツール 整備	販路拡大 支援	その他
163	197	157	104	76	174	146
13.2	16.0	12.7	8.4	6.2	14.1	11.9

9. その他支援策に関すること

(1) 中小企業向け工業団地への進出希望

(上段:件数、下段:%)

n	希望する	希望しない
1,407	58	1,349
100.0	4.1	95.9



**(2) 地域通貨サービスへの希望**

(上段: 件数、下段: %)

n	希望する	希望しない
1,407	107	1,300
100.0	7.6	92.4

**(3) 雇用対策に向けた企業ガイダンス等の拡充希望**

(上段: 件数、下段: %)

n	希望する	希望しない
1,422	246	1,176
100.0	17.3	82.7

**(4) ビジネスコネクトふじのみやによる支援希望**

(上段: 件数、下段: %)

n	希望する	希望しない
1,421	373	1,048
100.0	26.2	73.8

**(5) 企業支援情報の発信希望**

(上段: 件数、下段: %)

n	希望する	希望しない
1,426	644	782
100.0	45.2	54.8

**(6) 富士宮市ポータルサイト等を活用した企業紹介の希望**

(上段: 件数、下段: %)

n	希望する	希望しない
1,409	422	987
100.0	30.0	70.0





事業に関すること

問1 貴事業所の直近3年間の売上推移について教えてください。(1つ選択)

- |                                  |                                 |                                    |
|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.大幅に増加 | <input type="checkbox"/> 3.横ばい  | <input type="checkbox"/> 5.大幅に減少   |
| <input type="checkbox"/> 2.やや増加  | <input type="checkbox"/> 4.やや減少 | <input type="checkbox"/> 6.その他 ( ) |

問2 貴事業所の直近3年間の純利益について教えてください。(1つ選択)

- |                                  |                                 |                                    |
|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.大幅に増加 | <input type="checkbox"/> 3.横ばい  | <input type="checkbox"/> 5.大幅に減少   |
| <input type="checkbox"/> 2.やや増加  | <input type="checkbox"/> 4.やや減少 | <input type="checkbox"/> 6.その他 ( ) |

問3 問1～2の結果に繋がった内部要因を挙げてください。(複数選択可)

- |  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.新規分野への展開      | <input type="checkbox"/> 9.後継者の経営参画 |
| <input type="checkbox"/> 2.従業員教育         | <input type="checkbox"/> 10.同業者との協業 |
| <input type="checkbox"/> 3.広告・宣伝         | <input type="checkbox"/> 11.設備投資    |
| <input type="checkbox"/> 4.商品の品質管理       | <input type="checkbox"/> 12.従業員数の増減 |
| <input type="checkbox"/> 5.新たな価値の提供      | <input type="checkbox"/> 13.従業員の高齢化 |
| <input type="checkbox"/> 6.新技術・ITの導入     | <input type="checkbox"/> 14.わからない   |
| <input type="checkbox"/> 7.経営理念に基づく戦略の実行 | <input type="checkbox"/> 15.その他     |
| <input type="checkbox"/> 8.資金繰りの変化       | ( )                                 |

問4 問1～2の結果に繋がった外部要因を挙げてください。(複数選択可)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.産業構造の変化     | <input type="checkbox"/> 10.国際環境の変化(インバウンド等)           |
| <input type="checkbox"/> 2.行政等の中小企業支援策 | <input type="checkbox"/> 11.新型コロナウイルス感染拡大<br>⇒具体例に ( ) |
| <input type="checkbox"/> 3.健康・安全意識の変化  | <input type="checkbox"/> 12.金融機関の融資姿勢                  |
| <input type="checkbox"/> 4.景気の変動       | <input type="checkbox"/> 13.県外資本の動向                    |
| <input type="checkbox"/> 5.IT技術の進化     | <input type="checkbox"/> 14.商業圏の遷移                     |
| <input type="checkbox"/> 6.地産地消の推進     | <input type="checkbox"/> 15.原料・燃料費・仕入価格の変動             |
| <input type="checkbox"/> 7.顧客ニーズの多様化   | <input type="checkbox"/> 16.わからない                      |
| <input type="checkbox"/> 8.販売単価の変化     | <input type="checkbox"/> 17.その他 ( )                    |
| <input type="checkbox"/> 9.取引先の動向変化    |  |

問5 貴事業所の経営環境における問題点を挙げてください(複数選択可)

- |  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.新規分野への展開      | <input type="checkbox"/> 9.事業承継     |
| <input type="checkbox"/> 2.従業員教育         | <input type="checkbox"/> 10.同業者との協業 |
| <input type="checkbox"/> 3.広告・宣伝         | <input type="checkbox"/> 11.設備投資    |
| <input type="checkbox"/> 4.商品の品質管理       | <input type="checkbox"/> 12.従業員の確保難 |
| <input type="checkbox"/> 5.新たな価値の提供      | <input type="checkbox"/> 13.従業員の高齢化 |
| <input type="checkbox"/> 6.新技術・ITの導入     | <input type="checkbox"/> 14.特にない    |
| <input type="checkbox"/> 7.道路・敷地矮小       | <input type="checkbox"/> 15.その他     |
| <input type="checkbox"/> 8.経営理念に基づく戦略の実行 | ( )                                 |

## 事業に関すること

### 問6 事業資金の調達窓口を挙げてください。(複数選択可)

- |                                      |                                      |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.都市銀行      | <input type="checkbox"/> 4.公的制度融資資金  |
| <input type="checkbox"/> 2.地方銀行      | <input type="checkbox"/> 5.特に利用していない |
| <input type="checkbox"/> 3.信用金庫・信用組合 | <input type="checkbox"/> 6.その他 ( )   |

\* 資金繰りの状況等について、ご自由に記入してください

### 問7 貴事業所の強みは何ですか？当てはまるものを挙げてください。(複数選択可)

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.経営理念・戦略       | <input type="checkbox"/> 7.ブランド力     |
| <input type="checkbox"/> 2.営業・交渉力        | <input type="checkbox"/> 8.IT・ネットワーク |
| <input type="checkbox"/> 3.製品・サービス開発・独自性 | <input type="checkbox"/> 9.人材・教育・訓練  |
| <input type="checkbox"/> 4.技術・精度・品質      | <input type="checkbox"/> 10.資金調達力    |
| <input type="checkbox"/> 5.価格競争力         | <input type="checkbox"/> 11.特にない     |
| <input type="checkbox"/> 6.広告宣伝          | <input type="checkbox"/> 12.その他 ( )  |

\* 代表的な製品名(サービス)等を記入してください

### 問8 IT関連で導入・実施済のものを教えてください。(複数選択可)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.パソコン、インターネット    | <input type="checkbox"/> 5.事業所内グループウェア |
| <input type="checkbox"/> 2.自社HP等           | <input type="checkbox"/> 6.次世代通信網      |
| <input type="checkbox"/> 3. Twitter等のSNS   | <input type="checkbox"/> 7.検索SEO対策     |
| <input type="checkbox"/> 4.キャッシュレス決済、Eコマース | <input type="checkbox"/> 8.特に実施していない   |

\* 今後、導入したいものを記入してください

## 市場に関すること

問9 主な得意先・販売先の所在地について教えてください。(複数選択可)

- |                                     |                                     |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.富士宮市内    | <input type="checkbox"/> 4.県外関東以北   |
| <input type="checkbox"/> 2.県内富士宮市以外 | <input type="checkbox"/> 5.県外西日本    |
| <input type="checkbox"/> 3.県外中部     | <input type="checkbox"/> 6.海外(国名: ) |
- \* 具体的な販売先(系列)等を可能な範囲で記入してください

問10 主な仕入先・外注先の所在地について教えてください。(複数選択可)

- |                                     |                                     |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.富士宮市内    | <input type="checkbox"/> 4.県外関東以北   |
| <input type="checkbox"/> 2.県内富士宮市以外 | <input type="checkbox"/> 5.県外西日本    |
| <input type="checkbox"/> 3.県外中部     | <input type="checkbox"/> 6.海外(国名: ) |

## 開発・研究に関すること

問11 貴事業所での、新商品・新サービス・新技術の開発や新たな業務への取り組みについて教えてください。(1つ選択)

- 1.過去、2年以内に実施済
  - 2.現在、取り組んでいる
  - 3.今後、取り組む予定
  - 4.本社や親会社・関連会社が担当(問13へ)
  - 5.過去2年以内の取り組みもなく、今後も予定なし(問13へ)
- \* 具体的な内容を可能な範囲で記入してください

問12 貴事業所では、商品やサービス、業務などの開発・研究・企画はどのようにして行っているか教えてください。(複数選択可)

- 1.事業所内の専門部署が担当する
- 2.事業所内にプロジェクトチームを作って担当する
- 3.代表者など役員が担当する
- 4.専門の外部業者に委託する
- 5.産学官相互連携にて行う
- 具体的内容 ( )
- 6.その他 ( )

雇用と労働環境に関すること

問13 貴事業所での直近3年間の新規雇用者の採用について教えてください。(1つ選択)

- 1.採用あり  2.採用なし(問17へ)  
\*雇用形態は問いません

問14 直近3年間の正規社員での新規雇用者の合計数を、男女別に教えてください。(それぞれ1つ選択)

- | 男性                                 | 女性                                 |
|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 1~5人   | <input type="checkbox"/> 1. 1~5人   |
| <input type="checkbox"/> 2. 6~9人   | <input type="checkbox"/> 2. 6~9人   |
| <input type="checkbox"/> 3. 10~19人 | <input type="checkbox"/> 3. 10~19人 |
| <input type="checkbox"/> 4. 20~49人 | <input type="checkbox"/> 4. 20~49人 |
| <input type="checkbox"/> 5. 50人以上  | <input type="checkbox"/> 5. 50人以上  |
| <input type="checkbox"/> 6. 採用なし   | <input type="checkbox"/> 6. 採用なし   |

問15 貴事業所での障がい者雇用の状況について教えてください。(1つ選択)

- 1.採用あり( )人  3.採用なし(予定なし)  
 2.採用なし(予定あり)

問16 直近3年間の正規社員での新規雇用者を、どこから採用したかについて、男女別に教えてください。(複数選択可)

- | 男性                                    | 女性                                    |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.市内新卒       | <input type="checkbox"/> 1.市内新卒       |
| <input type="checkbox"/> 2.市外新卒       | <input type="checkbox"/> 2.市外新卒       |
| <input type="checkbox"/> 3.市内中途採用     | <input type="checkbox"/> 3.市内中途採用     |
| <input type="checkbox"/> 4.中途採用(Iターン) | <input type="checkbox"/> 4.中途採用(Iターン) |
| <input type="checkbox"/> 5.中途採用(Uターン) | <input type="checkbox"/> 5.中途採用(Uターン) |
| <input type="checkbox"/> 6.中途採用(Jターン) | <input type="checkbox"/> 6.中途採用(Jターン) |
| <input type="checkbox"/> 7.外国籍(国名: )  | <input type="checkbox"/> 7.外国籍(国名: )  |
| <input type="checkbox"/> 8.採用なし       | <input type="checkbox"/> 8.採用なし       |

問17 今後の新規雇用者の募集意向を男女別に教えてください。(それぞれ1つ選択)

- | 男性   | 女性   |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.正規社員を募集したい      | <input type="checkbox"/> 1.正規社員を募集したい      |
| <input type="checkbox"/> 2.非正規社員を募集したい     | <input type="checkbox"/> 2.非正規社員を募集したい     |
| <input type="checkbox"/> 3.現状維持のため欠員補充に留める | <input type="checkbox"/> 3.現状維持のため欠員補充に留める |
| <input type="checkbox"/> 4.募集しない           | <input type="checkbox"/> 4.募集しない           |

雇用と労働環境に関すること

問18 直近3年間の非正規社員での新規雇用者の合計数を、男女別に教えてください。  
(それぞれ1つ選択)

- | 男性                                 | 女性                                 |
|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 1～5人   | <input type="checkbox"/> 1. 1～5人   |
| <input type="checkbox"/> 2. 6～9人   | <input type="checkbox"/> 2. 6～9人   |
| <input type="checkbox"/> 3. 10～19人 | <input type="checkbox"/> 3. 10～19人 |
| <input type="checkbox"/> 4. 20～49人 | <input type="checkbox"/> 4. 20～49人 |
| <input type="checkbox"/> 5. 50人以上  | <input type="checkbox"/> 5. 50人以上  |
| <input type="checkbox"/> 6. 採用なし   | <input type="checkbox"/> 6. 採用なし   |

問19 昨年度(昨年)の有給休暇の消化率を、男女別に教えてください。(それぞれ1つ選択)

- | 男性  | 女性  |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 30%未満         | <input type="checkbox"/> 1. 30%未満         |
| <input type="checkbox"/> 2. 30%以上 60%未満   | <input type="checkbox"/> 2. 30%以上 60%未満   |
| <input type="checkbox"/> 3. 60%以上 80%未満   | <input type="checkbox"/> 3. 60%以上 80%未満   |
| <input type="checkbox"/> 4. 80%以上         | <input type="checkbox"/> 4. 80%以上         |
| <input type="checkbox"/> 5. 従業員がいない・わからない | <input type="checkbox"/> 5. 従業員がいない・わからない |

問20 育児介護休業の社内規定の有無を教えてください。(1つ選択)

- |                                    |                                    |
|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 社内規定あり | <input type="checkbox"/> 2. 社内規定なし |
|------------------------------------|------------------------------------|

問21 育児休業について、この3年間の貴事業所の取得状況を、男女別に教えてください。  
(それぞれ1つ選択)

- | 男性                                      | 女性                                      |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 育児休業の取得あり   | <input type="checkbox"/> 1. 育児休業の取得あり   |
| <input type="checkbox"/> 2. 対象者はいたが取得なし | <input type="checkbox"/> 2. 対象者はいたが取得なし |
| <input type="checkbox"/> 3. 対象者なし       | <input type="checkbox"/> 3. 対象者なし       |

問22 介護休業について、この3年間の貴事業所の取得状況を、男女別に教えてください。  
(それぞれ1つ選択)

- | 男性                                      | 女性                                      |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 介護休業の取得あり   | <input type="checkbox"/> 1. 介護休業の取得あり   |
| <input type="checkbox"/> 2. 対象者はいたが取得なし | <input type="checkbox"/> 2. 対象者はいたが取得なし |
| <input type="checkbox"/> 3. 対象者なし       | <input type="checkbox"/> 3. 対象者なし       |



雇用と労働環境に関すること

問23 人材育成のため実施している取り組みについて教えてください。(複数選択可)

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.OJT (職場での実務トレーニング) | <input type="checkbox"/> 6.同業者との交流   |
| <input type="checkbox"/> 2.社内研修               | <input type="checkbox"/> 7.異業種企業との交流 |
| <input type="checkbox"/> 3.資格取得の経費補助          | <input type="checkbox"/> 8.特になし      |
| <input type="checkbox"/> 4.社外研修の受講            | <input type="checkbox"/> 9.その他       |
| <input type="checkbox"/> 5.技術・知識等のマニュアル化      | ( )                                  |

問24 貴事務所が、新規雇用に伴い、活用したいメニューを教えてください。(複数選択可)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.対面型企业ガイダンス    | <input type="checkbox"/> 6.民間就職サイト(マイナビ、リクナビ等) |
| <input type="checkbox"/> 2.オンライン型企业ガイダンス | <input type="checkbox"/> 7.公共就職サイト(市庁-外サイト等)   |
| <input type="checkbox"/> 3.ハローワーク        | <input type="checkbox"/> 8.企業紹介冊子              |
| <input type="checkbox"/> 4.学校訪問          | <input type="checkbox"/> 9.その他                 |
| <input type="checkbox"/> 5.インターンシップ      | ( )  |

今後に関すること

問25 貴事業所で予定されていることを教えてください。(1つ選択)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1.事業拡大・店舗増設    | <input type="checkbox"/> 6.移転 ※移転先を○で囲んでください<br>(場所：市内・市外・県外) |
| <input type="checkbox"/> 2.事業縮小・店舗集約    | <input type="checkbox"/> 7.特になし                               |
| <input type="checkbox"/> 3.新規分野への展開     | <input type="checkbox"/> 8.その他                                |
| <input type="checkbox"/> 4.合併・M & A     | ( )   |
| <input type="checkbox"/> 5.閉鎖・廃業 ( 年以内) | ( )   |

問26 新事業として、現在興味のある分野を教えてください。(複数選択可)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.環境・エコ         | <input type="checkbox"/> 9.防災            |
| <input type="checkbox"/> 2.エネルギー関連       | <input type="checkbox"/> 10.冠婚葬祭         |
| <input type="checkbox"/> 3.医療・介護         | <input type="checkbox"/> 11.スポーツ・観光・レジャー |
| <input type="checkbox"/> 4.IT 関連         | <input type="checkbox"/> 12.教育・人材育成      |
| <input type="checkbox"/> 5.農林・水産         | <input type="checkbox"/> 13.特になし         |
| <input type="checkbox"/> 6.食品加工          | <input type="checkbox"/> 14.その他          |
| <input type="checkbox"/> 7.飲食            | ( )                                      |
| <input type="checkbox"/> 8.コンテンツ・クリエイティブ | ( )                                      |

今後に関すること

問27 後継者と事業継承の有無について教えてください。(1つ選択)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1.後継者決定済み親族    | <input type="checkbox"/> 6.閉鎖・廃業 ( 年以内)             |
| <input type="checkbox"/> 2.後継者決定済み非親族   | <input type="checkbox"/> 7.継承不要<br>(本社や親会社が主導・決定など) |
| <input type="checkbox"/> 3.後継者はいない      | <input type="checkbox"/> 8.その他<br>( )               |
| <input type="checkbox"/> 4.第三者へ譲渡やM & A |   |
| <input type="checkbox"/> 5.未定・わからない     |   |

問28 今後の設備投資の予定について教えてください。(1つ選択)

- 1.予定がある(投資額: 万円)
- 2.現在保留中、条件次第で検討する  
(理由: )
- 3.予定はない

\*具体的な投資内容を記入してください

問29 持続的な社会発展(SDGs)への取組の予定について教えてください。(1つ選択)

- 1.予定がある(投資額: 万円)
- 2.現在検討中  
(理由: )
- 3.予定はない

\*具体的な取組内容を記入してください

問30 ハザードマップの変更等への対応や、災害時等の事業継続への取組の状況について教えてください。(1つ選択)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1.取り組んでいる 内容 ( ) |  |
| <input type="checkbox"/> 2.取り組んでいない(予定なし) | <input type="checkbox"/> 3.今後取り組んでいきたい |



業況等に関すること

問34 貴事業所の昨年10～今年3月（下期）の**売上高**と、今年4～9月（上期）の売上高見込みを教えてください。（それぞれ1つ選択）

- | 昨年10～今年3月の売上高                       | 今年4～9月の売上高見込み                       |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.前年同期より増収 | <input type="checkbox"/> 1.前年同期より増収 |
| <input type="checkbox"/> 2.やや増収     | <input type="checkbox"/> 2.やや増収     |
| <input type="checkbox"/> 3.変化なし     | <input type="checkbox"/> 3.変化なし     |
| <input type="checkbox"/> 4.やや減収     | <input type="checkbox"/> 4.やや減収     |
| <input type="checkbox"/> 5.減収       | <input type="checkbox"/> 5.減収       |

問35 貴事業所の昨年10～今年3月（下期）の**経常利益**と、今年4～9月（上期）の経常利益見込みを教えてください。（それぞれ1つ選択）

- | 昨年10～今年3月の経常利益                      | 今年4～9月の経常利益見込み                      |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.前年同期より増益 | <input type="checkbox"/> 1.前年同期より増益 |
| <input type="checkbox"/> 2.やや増益     | <input type="checkbox"/> 2.やや増収     |
| <input type="checkbox"/> 3.変化なし     | <input type="checkbox"/> 3.変化なし     |
| <input type="checkbox"/> 4.やや減益     | <input type="checkbox"/> 4.やや減益     |
| <input type="checkbox"/> 5.減益       | <input type="checkbox"/> 5.減益       |

市の中小企業支援策に関すること

問36 富士宮市に今後期待する中小企業支援策などについて教えてください。（複数選択可）

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1.新事業展開支援    | <input type="checkbox"/> 9.福利厚生 of 充実支援    |
| <input type="checkbox"/> 2.起業・創業支援    | <input type="checkbox"/> 10.地元企業の連携支援      |
| <input type="checkbox"/> 3.人材育成支援     | <input type="checkbox"/> 11.地域ブランド化促進支援    |
| <input type="checkbox"/> 4.人材確保支援     | <input type="checkbox"/> 12.企業・商品 PR ツール整備 |
| <input type="checkbox"/> 5.事業資金融資支援   | <input type="checkbox"/> 13.販路拡大支援         |
| <input type="checkbox"/> 6.設備投資への補助制度 | <input type="checkbox"/> 14.その他            |
| <input type="checkbox"/> 7.知的財産支援     | ( )  |
| <input type="checkbox"/> 8.事業継承・再生支援  |  |

その他支援策に関すること

中小企業向け工業団地があれば進出を希望しますか

- |                                 |                                  |
|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.希望する | <input type="checkbox"/> 2.希望しない |
|---------------------------------|----------------------------------|

地域通貨（電子通貨）サービスを希望しますか

- |                                 |                                  |
|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.希望する | <input type="checkbox"/> 2.希望しない |
|---------------------------------|----------------------------------|

## その他支援策に関すること

雇用対策に向けて企業ガイダンス等の拡充を希望しますか

- 1.希望する  2.希望しない

中小企業事業者がかかえる様々な問題（経営、販路開拓、新規開発、人材育成、事業承継等）に対する総合支援事業（ビジネスコネクつじのみや）による支援を希望しますか（無料）

- 1.希望する  2.希望しない

富士宮市からの企業支援情報の発信を希望しますか（無料）

- 1.希望する  2.希望しない

富士宮市ポータルサイト等を活用した企業紹介を希望しますか（無料）

- 1.希望する  2.希望しない

## 最後に

経営上の課題解決や今後の取組に必要となる支援などについて、ご意見などがございましたら、ご自由にご記入ください。

以上で調査は終了です。お忙しい中、ご協力ありがとうございました。

同封しました専用封筒にて、**7月23日（金）**までにご投函ください。また、調査票の記入内容について、後日お問い合わせさせて頂く場合もありますので、あらかじめご了承ください。

**なお、今後、更なる企業実態把握として、100社程度を対象に訪問ヒアリング調査を予定しております。訪問ヒアリング対象事業所へは事前にご連絡させて頂きますが、調査へのご協力をお願いいたします。**

### 【本調査に関するお問い合わせ】

調査実施機関：株式会社東京商工リサーチ沼津支店 担当：関戸

T E L : 055-963-5919

〒410-0801 静岡県沼津市大手町 2-10-14 大樹生命沼津大手町第二ビル 5F

### 【調査趣旨に関するお問い合わせ】

調査実施主体：富士宮市

富士宮市産業振興部商工振興課 担当：内山

T E L : 0544-22-1154

〒418-8601 静岡県富士宮市弓沢町 150 番地

【本調査協力団体】 富士宮商工会議所・芝川商工会・富士宮民主商工会