

あきる野市商工業者実態調査アンケート【結果概要】

【商工業者実態調査について】

令和４年度に策定した「あきる野市商工業振興プラン」を改定するに当たり、市内商工業者の事業実態や経営状況等を把握することを目的として実施した。

- 調査地域：市全域
- 調査対象：あきる野商工会の商業・工業・建設業部会員
各商店会に所属する商工業者
小峰・屋城・玉見ヶ崎工業団地の商工業者
- 調査期間：令和８年５月 19 日～６月５日
- 調査方法：郵送配布、WEB・FAX 回答または窓口提出による調査法
- 回収結果

調査票	調査対象者数	有効回収数	有効回収率	WEB 回答数	WEB 回答率
商 業 者	862 人	226 件	26.2%	156 件	69.0%
工 業 者	607 人	148 件	24.4%	93 件	62.8%
合 計	1,469 人	374 件	25.5%	249 件	66.6%

（１）事業所の概要について（Ｑ１～Ｑ５）

アンケート結果

○回答数の多かった上位 7 業種は、経済センサスにおける市内事業所数の上位 7 業種と一致している。

○経営者の高齢化が進んでおり、経営者が 60 歳以上の事業所が 52%となっている。

○若手の経営者が少なく、経営者が 40 歳代以下の事業所が 19%となっている。

○小規模な事業者が多く、従業員数 5 人以下の事業所は 63%となっている。

○市内に居住する従業員の割合が 60%以上の事業所は 60%となっている。

○女性従業員の割合が 20%以下の事業所は 30%となっている。

○経営年数が長い事業所が多く、営業年数 40 年以上の事業所は 42%となっている。

○事業所の形態は単独事業所が 78%、うち自己所有は 64%となっている。

課題・方向性

○経営者の高齢化が進んでおり、健康リスクや引退に伴う事業停止のリスクがある。

○40 歳代以下の経営者は 20%以下であり、次世代を担う若手経営者の育成や継続した創業支援が必要である。

○従業員の 5 人以下の事業所が 63%を占めており、限られた経営資源の中で生産性を高める必要がある。

○市内に居住する従業員の割合は前回調査と比較して増加傾向にあり、経済センサスにおける市内事業所の従業員数も増加していることから、市内事業所数の維持と市内での雇用促進により、屋間人口の流出を抑制することが課題である。

○自宅兼店舗の業態が多いと推測されることから、廃業後は不動産市場に出回らず、空き店舗化する恐れがある。

（２）経営状況について（Ｑ６～Ｑ７）

アンケート結果

○コロナ禍と比較して景況が回復しており、「減少」の回答割合は 35%となっている。

○経営上の課題として、「原材料・エネルギー等の価格高騰」「物価高騰に伴う価格転嫁」など物価高騰関連の項目に続き、「人材確保・育成」「従業員の高齢化」が挙げられている。

課題・方向性

○原材料・エネルギー価格などの物価高騰関連の項目が課題となっており、コスト増を適切に価格へ反映できる交渉力や付加価値の向上が必要である。

○「人材確保・育成」「従業員の高齢化」が経営課題の上位に挙げられており、生産年齢人口の減少が顕著な中、労働力を確保していく必要がある。

（３）事業承継について（Ｑ８～Ｑ１０）

アンケート結果

○後継者のいない事業所は 41%、うち承継予定なしの割合が 81%を占めている。

○後継者を今後検討する事業所は 34%、うち後継者が決まっていない割合が 93%である。

○事業承継における課題として、「後継者育成が難航している」「事業承継の進め方が分からない」「その他：自分の代で廃業予定」が挙げられている。

課題・方向性

○「後継者がいない」「今後検討」を合わせると 75%に達しており、親族内承継以外の第三者承継やマッチング支援の強化が必要である。

○「今後検討」の事業所のうちの多くは後継者が決まっておらず、「後継者育成が難航している」の回答も多くなっていることから、経営者が元気なうちから早期着手の働きかけが必要である。

○経営方針で「廃業予定」、事業承継における課題として「自分の代で廃業」と回答している事業所が一定数いることから、技術や顧客ネットワークを市内でどのように引き継ぐか（事業譲渡等）を検討する必要がある。

（４）企業間ネットワークの加入状況等について（Ｑ１１～Ｑ１２）

アンケート結果

○加入している企業間ネットワークは「あきる野商工会」が最も多く、次いで「市内商店会」「市民活動団体等各種組織」となっている。

○市内事業者同市の連携希望については、連携希望ありは 44%、連携希望なしは 55%と回答が二極化している。

○連携を希望する内容としては、「業務受発注」「情報共有」「新規事業・製品の開発」などが挙げられている。

○連携希望の業種については、全体としては同業種が多いが、業種によって様々である。

課題・方向性

○市内事業所との連携については、既存の連携や連携希望はあるものの、連携を考えていない層が増加傾向にあり、メリットを感じられる具体的なマッチング機会が必要である。

○既存の事業者連携（業務受発注・情報共有）の維持・拡大に加え、新たな連携（新規事業・製品の開発）の機会を創出する必要がある。

（５）市などの支援制度の活用状況について（Ｑ13～Ｑ14）

アンケート結果

- 活用したことのある支援策は、「あきる野商工会小規模事業者経営改善資金」「市の融資制度」「Bi@Sta」の順となっており、融資の活用率が依然として高い。
- 活用したことのある Bi@Sta の支援策としては、「各種セミナー」「創業支援」「事業承継支援」の順であった。
- 支援制度を活用したことがない事業者が多く、活用しない理由として「知らなかった」という事業者が３割を占めている。
- 経営に関するサポートや企業間ネットワークの強化に関する支援策へのニーズが多い一方で、特になしの回答が依然として多い。

課題・方向性

- 支援策を活用したことがない事業者が多く、市や商工会、Bi@Sta の支援メニューを必要とする層へ確実に届ける広報戦略が必要である。
- 物価高騰など厳しい景況が続く中、引き続き経営をサポートしながら、活用するメリットを感じられるような支援メニューや施策が求められている。

（６）デジタル化の状況について（Ｑ15～Ｑ16）

アンケート結果

- OHP や SNS の活用状況では、全体の活用率は向上しているが、回答は二極化している。
- OHP や SNS の活用状況では、40 歳代以下と 70 歳代以上で回答に大きな開きがある。
- OHP や SNS を活用しない理由としては、「対応できる人材がいらない」が最も多い。
- デジタル技術の活用状況においても、回答が二極化している。
- デジタル技術の活用状況においても、40 歳代以下と 70 歳代以上で回答に開きがある。
- デジタル技術を活用しない理由としては、「対応できる人材がいらない」が最も多い。

課題・方向性

- 活用状況が二極化する中で、販路開拓におけるデジタル活用の有効性を再認識できる機会を設ける必要がある。
- デジタル技術を活用しない理由として「対応できる人材がいらない」が最も多く、ツールの導入支援だけでなく、操作・運用できる人材の育成が必要である。
- 40 歳代以下と 70 歳代以上で活用率に大きな開きがあり、高齢の経営者でも使いやすい簡易なデジタルツールや使い方を普及していく必要がある。

（８）市の商工業を発展させるための取組について（Ｑ19）

アンケート結果

- 市の商工業発展に必要な取組は「空き家・空き店舗を活用した新規創業の創出」「地域資源の活用による差別化戦略や付加価値の向上」「公共空間を活用したイベントの創出」の順である。

課題・方向性

- 市の取組として「空き家・空き店舗活用」が最も多く挙げられていることから、空き家・空き店舗のオーナーと創業者を結びつける仕組みづくりが必要である。
- 市の取組として「地域資源の活用」への期待が高いことから、観光や農業との連携やふるさと納税を活用した商品開発などの伴走支援が必要である。

（７）キャッシュレス決済活用状況について【商業・各種サービス業等項目】（Ｑ17～Ｑ18）

アンケート結果

- キャッシュレス決済の活用状況では、全体の活用率は向上しているが、回答は二極化している。
- 活用（を検討）しているキャッシュレス決済の種類では、「QR コード決済」「クレジットカード」「交通系電子マネー」「マルチ決済端末」の順となっている。
- 活用しない理由としては、「対応できる人材がいらない」と「不要」が多い。
- 来店客のキャッシュレス決済の利用割合が低い。
- 課題・方向性
- 活用状況が二極化する中で、販路開拓におけるキャッシュレス決済活用の有効性を再認識できる機会を設ける必要がある。
- 商業者において、キャッシュレス決済を導入している事業者が増加しているものの（51％）、利用割合「10％以下」のところが多く、キャッシュレス決済を更に普及していく必要がある。

（７）生産概況等について【製造業・建設業等項目】（Ｑ17～Ｑ18）

アンケート結果

- 市内での受発注割合が高くなく、今後の希望としても「現状維持」が多い。
- 市内に立地するメリットは、「圏央道 IC が近い」の回答が最も多い。
- 課題・方向性
- 受発注ともに「市内 20％以下」の割合が増加しており、地域経済循環（70.7％）を向上させるための市内調達推奨が課題である。
- 工業者が感じる立地メリット（IC が近い）を単なる輸送利便性だけでなく、広域的なビジネス展開にどう繋げるかが課題である。