
大和高田商工会議所
事業者実態アンケート調査
報告書

2024 年 12 月

大 和 高 田 商 工 会 議 所

(調査委託：一般財団法人 南都経済研究所)

目次

1 アンケート調査概要	1
1. 調査の概要	1
(1) 調査の目的	1
(2) 調査方法および対象者	1
(3) 調査日	1
(4) 回収サンプル数および標本誤差	1
(5) 調査結果を見る際の注意	1
II 調査結果 1 (単純集計)	2
1. 事業所の概要について	2
(1) 業種	2
(2) 代表者の年齢	2
(3) 従業員数 (パート・アルバイトを含む)	3
(4) 資本金	3
2. 今後の事業展開における課題について	4
(1) 今後の事業展開における課題 (複数回答)	4
(2) 今後強化したい課題 (複数回答)	5
3. DX (デジタル・トランスフォーメーション) の取り組み状況について	6
(1) DX の認知度	6
(2) 現在活用しているデジタル技術について (複数回答)	6
(3) 現在活用しているデジタル技術の 1 年あたりの費用	8
(4) DX 人材確保の手段	8
4. DX の今後の取り組み方針について	9
(1) DX について、デジタル技術等の活用に関する今後の方針	9
(2) 今後導入・活用する場合の目的 (複数回答)	9
(3) 今後 DX 導入に関心あるデジタル技術 (複数回答)	10
(4) 今後デジタル技術を導入する場合、投資できる費用	11
(5) 今後デジタル技術を導入する場合、導入や運用にあたり課題となる可能性 (複数回答)	12
(6) 新たなデジタル技術の導入や検討の予定はない (現状のまま) の理由	12
5. SNS の活用について	13
(1) 現状の SNS 活用の目的 (複数回答)	13
(2) SNS 活用の媒体について、活用している及び活用を検討している媒体 (複数回答)	13
(3) 今後の SNS 活用を希望する目的 (複数回答)	14
6. EC サイト (電子商取引) への取り組みについて	15
(1) EC サイト (電子商取引) を活用した取り組みについて、現時点で利用している EC サイト形態 (複数回答)	15
(2) EC サイト (電子商取引) を活用している場合の課題 (複数回答)	15
(3) 今後利用したい EC サイト (電子商取引) の形態について (複数回答)	16
7. 情報セキュリティ対策への取り組みについて	17
(1) 関心があるセキュリティ対策サービス (複数回答)	17
(2) 実施している情報セキュリティ対策 (複数回答)	17
(3) この 1 年間に被害に遭ったもの (複数回答)	18
8. DX の取り組み支援について	19
(1) DX 関連での相談者 (複数回答)	19
(2) 関心のある DX 分野 (複数回答)	19
(3) DX やデジタル技術活用に関する取り組みに対し、希望する支援事項	

(複数回答)	20
(4) DX やデジタル技術の活用に関する大和高田商工会議所への要望等	20
(自由記述)	20
9. 事業承継 (M&A を含む) の取り組み状況について	21
(1) 事業承継 (M&A を含む) の取り組み状況	21
(2) 事業承継先について	21
(3) 事業承継先について相談した先、または相談しようと考えている先	22
(複数回答)	22
(4) 事業承継を円滑に進める場合の課題となる事項、また、事業承継に取り組んでいない場合、今後必要な対応 (複数回答)	22
(5) 事業承継を円滑に進める場合の課題等の解決に向け、相談支援先に対し、希望する又は役に立った支援事項 (複数回答)	23
(6) 事業承継に関する大和高田商工会議所への要望等 (自由意見)	23
10. 大和高田商工会議所へのご要望・ご意見等について	24
(1) 大和高田商工会議所の事業・サービスで今後利用を希望するもの (複数回答)	24
(2) 大和高田商工会議所への全般的なご要望・ご意見等 (自由意見)	24
III 調査結果 2 (業種別のクロス集計)	26
1. 事業者の概要について	26
(1) 代表者の年齢	26
(2) 資本金	26
2. 今後の事業展開にかかる課題について	27
(1) 今後の事業展開にかかる課題 (複数回答)	27
(2) 今後強化したい課題 (複数回答)	27
3. DX (デジタル・トランスフォーメーション) の取り組み状況について	28
(1) DX の認知度	28
(2) 現在活用しているデジタル技術について (複数回答)	28
(3) 現在活用しているデジタル技術の 1 年あたりの費用	29
(4) DX 人材確保の手段 (複数回答)	29
4. DX の今後の取り組み方針について	30
(1) DX について、デジタル技術等の活用に関する今後の方針	30
(2) 今後導入・活用する場合の目的 (複数回答)	30
(3) 今後導入に関心あるデジタル技術 (複数回答)	31
(4) 今後デジタル技術を導入する場合、投資できる費用	32
(5) 今後デジタル技術を導入する場合、導入や運用にあたり課題となる可能性 (複数回答)	32
(6) 新たなデジタル技術の導入や検討の予定はない (現状のまま) の理由	33
5. SNS の活用について	34
(1) 現状の SNS 活用の目的 (複数回答)	34
(2) SNS 活用の媒体について、活用している及び活用を検討している媒体 (複数回答)	34
(3) 今後の SNS 活用を希望する目的 (複数回答)	35
6. EC サイト (電子商取引) への取り組みについて	36
(1) EC サイト (電子商取引) を活用した取り組みについて、現時点で利用している EC サイト形態 (複数回答)	36
(2) EC サイト (電子商取引) を活用している場合の課題 (複数回答)	36
(3) 今後利用したい EC サイト (電子商取引) の形態について (複数回答)	37
7. 情報セキュリティ対策への取り組みについて	38
(1) 関心があるセキュリティ対策サービス (複数回答)	38

(2) 実施している情報セキュリティ対策（複数回答）	38
(3) この1年間に被害に遭ったもの（複数回答）	39
8. DXの取り組み支援について	40
(1) DX関連での相談者（複数回答）	40
(2) 関心のあるDX分野（複数回答）	40
(3) DXやデジタル技術活用に関する希望する支援事項（複数回答）	41
9. 事業承継（M&Aを含む）の取り組み状況について	42
(1) 事業承継（M&Aを含む）の取り組み状況	42
(2) 事業承継先について	42
(3) 事業承継先について相談した先、または相談しようと考えている先	43
(複数回答）	43
(4) 事業承継を円滑に進める場合の課題となる事項、また、事業承継に取り組んでいない場合、今後必要な対応（複数回答）	43
(5) 事業承継を円滑に進める場合の課題等の解決に向け、相談支援先に対し、希望する又は役に立った支援事項（複数回答）	44
10. 大和高田商工会議所へのご要望・ご意見等について	45
(1) 大和高田商工会議所の事業・サービスで今後利用を希望するもの（複数回答）	45
VI アンケート結果の考察（まとめ）	46
1. 今後の事業展開における課題について	46
2. DX（デジタル・トランスフォーメーション）の取り組みについて	46
3. 事業承継（M&Aを含む）の取り組みについて	49
4. 商工会議所への要望・意見等について	49
5. おわりに	50
巻末（参考資料）	51
1. アンケート票	51
2. 単純集計表	61

1 アンケート調査概要

1. 調査の概要

(1) 調査の目的

大和高田商工会議所では、産業振興施策の基本方針や今後の方向性を検討する基礎資料とするため、会員事業者の「DX（デジタルトランスフォーメーション）」や「事業承継」等への現状の取り組み状況を調査・分析する。そのうえで会員事業者が抱える課題解決に向け、事業者の現状やニーズを把握し、必要に応じて専門家による個別相談対応など効果的な事業者支援の実施に向けての調査を実施する。

(2) 調査方法および対象者

大和高田商工会議所の事業者（法人および個人事業主）の中から 700 先を無作為に抽出してアンケート票を郵送し、郵送にて回収。

(3) 調査日

2024 年 10 月 22 日（火）にアンケート票を送付、回収期限は 2024 年 11 月 8 日（金）。
・ 2024 年 9 月末現在の各事業者の状況を調査

(4) 回収サンプル数および標本誤差

回収サンプル数は 187 先（回収率 26.7%）で、うち事業者名記載先：62 先、無記名先：125 先である。

(5) 調査結果を見る際の注意

- ・ 表、グラフ中の「n」は各設問に対する回答者数を示す。
- ・ 構成比の計算は、小数点以下第 2 位を四捨五入している。このため合計が 100.0%にならないことがある。
- ・ 紙面の都合上、本文、表、グラフ中は調査票の選択肢等の文言を一部簡略化している場合がある。
- ・ 各設問の「その他」の自由記述および「DX やデジタル技術の活用」、「事業承継」他、大和高田商工会議所への全般的な要望・ご意見等の自由意見については、原則として「原文のママ」掲載している。

Ⅱ 調査結果 1（単純集計）

1. 事業所の概要について

(1) 業種

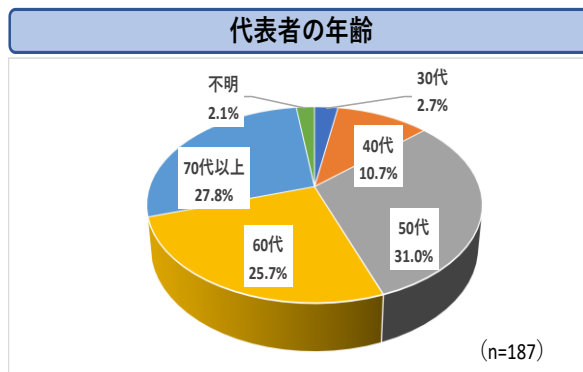
製造業は 24.6%・46 先であり、そのうち「繊維工業」が 9.1%・17 先で最も多く、以下、「その他の製造業」（5.3%・10 先）、「金属製品・非鉄」（3.2%・6 先）と続く。

非製造業は 70.6%・132 先であり、そのうち「サービス業（他に分類されないもの）」が 16.0%・30 先で最も多く、以下、「小売業」（13.9%・26 先）、「建設業」（13.4%・25 先）、「医療・福祉」（5.3%・10 先）、「卸売業」と「飲食サービス業」（いずれも 4.8%・9 先）が続く。

No.	カテゴリー名	n	%
	●製造業	46	24.6
1	食料品	2	1.1
2	繊維工業	17	9.1
3	木材・木製品	3	1.6
4	プラスチック製品	3	1.6
5	ゴム製品	1	0.5
6	金属製品・非鉄	6	3.2
7	電気機械	1	0.5
8	輸送・精密機械	3	1.6
9	その他の製造業	10	5.3
	●非製造業	132	70.6
10	卸売業	9	4.8
11	小売業	26	13.9
12	飲食サービス業	9	4.8
13	建設業	25	13.4
14	不動産業	6	3.2
15	運輸業	3	1.6
16	医療・福祉	10	5.3
17	電気・ガス・熱供給・水道業	7	3.7
18	サービス業（他に分類されないもの）	30	16.0
19	その他の非製造業	7	3.7
	不明	9	4.8
	全体	187	100.0

(2) 代表者の年齢

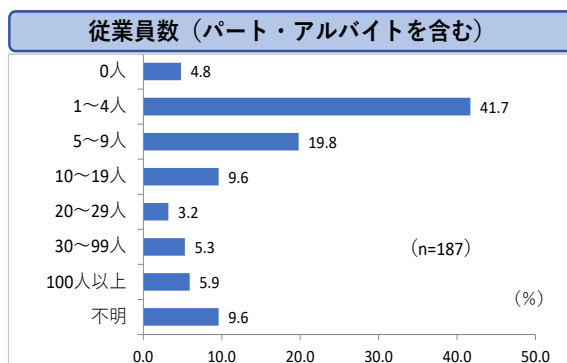
「50 代」が 31.0%・58 先を占め最も多い。以下、「70 代以上」（27.8%・52 先）、「60 代」（25.7%・48 先）と続き、「60 代」以上で 5 割超を占めている。



No.	カテゴリー名	n	%
1	10代	0	0.0
2	20代	0	0.0
3	30代	5	2.7
4	40代	20	10.7
5	50代	58	31.0
6	60代	48	25.7
7	70代以上	52	27.8
	不明	4	2.1
	全体	187	100.0

(3) 従業員数（パート・アルバイトを含む）

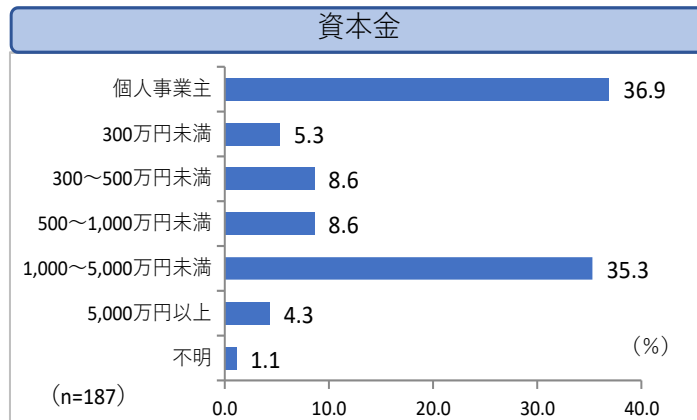
パート・アルバイトを含む従業員数は、「1～4人」が41.7%・78先で最も多く、以下、「5～9人」（19.8%・37先）、「10～19人」（9.6%・28先）、「100人以上」（5.9%・11先）、「30～99人」（5.3%・10先）、「0人」（従業員なし）（4.8%・9先）、「20～29人」（3.2%・6先）と続いた。29人以下の事業者が全体の約8割を占めた。



No.	カテゴリー名	n	%
1	0人	9	4.8
2	1～4人	78	41.7
3	5～9人	37	19.8
4	10～19人	28	9.6
5	20～29人	6	3.2
6	30～99人	10	5.3
7	100人以上	11	5.9
	不明	18	9.6
	全体	187	100.0

(4) 資本金

「個人事業主」が36.9%・69先を占め最も多い。以下、「1,000～5,000万円未満」が35.3%（66先）、「300～500万円未満」と「500～1,000万円未満」（いずれも8.6%・16先）が続き、個人事業主および資本金1,000万円未満の事業者が全体の約6割を占めた一方で、「5,000万円以上」の事業所は（4.3%・8先）と少数だった。



No.	カテゴリー名	n	%
1	個人事業主	69	36.9
2	300万円未満	10	5.3
3	300～500万円未満	16	8.6
4	500～1000万円未満	16	8.6
5	1000～5000万円未満	66	35.3
6	5000万以上	8	4.3
	不明	2	1.1
	全体	187	100.0

2. 今後の事業展開における課題について

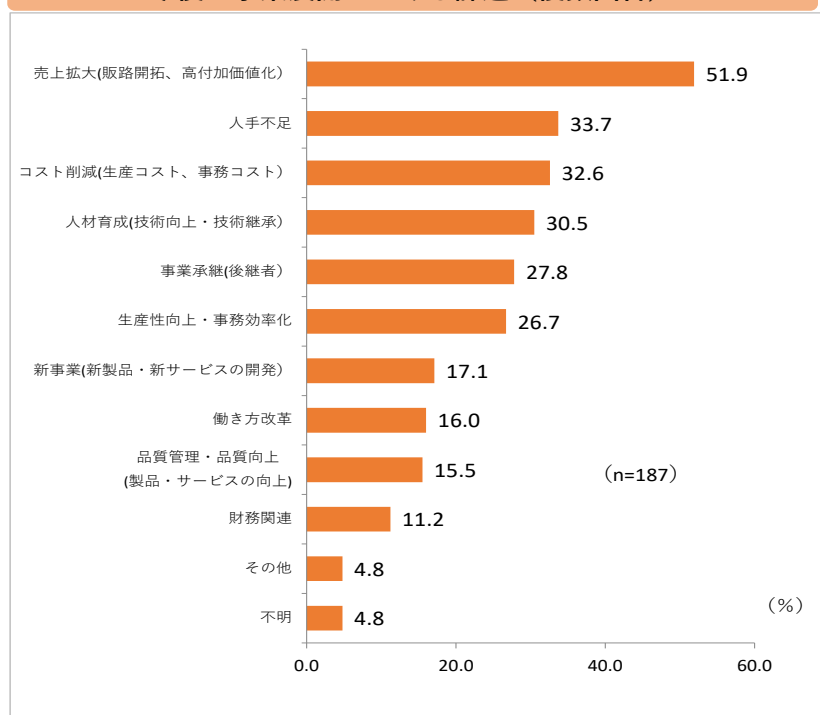
(1) 今後の事業展開における課題（複数回答）

「売上拡大（販路開拓、高付加価値化）」が51.9%・97先で最も多く、以下、「人手不足」（33.7%・63先）、「コスト削減（生産コスト、事務コスト）」（32.6%・61先）、「人材育成（技術向上・技術継承）」（30.5%・57先）、「事業承継（後継者）」（27.8%・52先）、「生産性向上・事務効率化」（26.7%・50先）と続く。

その他の記述では、「事業の持続」・「認知度の向上」・「廃業・閉店の手順」などの回答があった。

今後の事業展開については、売上拡大やコスト削減のほか、人手不足や人材育成など人材に関する課題を抱える事業者が多い。その他の課題についても全般的に課題認識されていることがうかがえる。

今後の事業展開における課題（複数回答）



No.	カテゴリー名	n	%
1	売上拡大(販路開拓、高付加価値化)	97	51.9
2	人手不足	63	33.7
3	コスト削減(生産コスト、事務コスト)	61	32.6
4	人材育成(技術向上・技術継承)	57	30.5
5	事業承継(後継者)	52	27.8
6	生産性向上・事務効率化	50	26.7
7	新事業(新製品・新サービスの開発)	32	17.1
8	働き方改革	30	16.0
9	品質管理・品質向上(製品・サービスの向上)	29	15.5
10	財務関連	21	11.2
11	工期・納期の管理・短縮	11	5.9
12	その他	9	4.8
	不明	9	4.8
	全体	187	100.0

(2) 今後強化したい課題（複数回答）

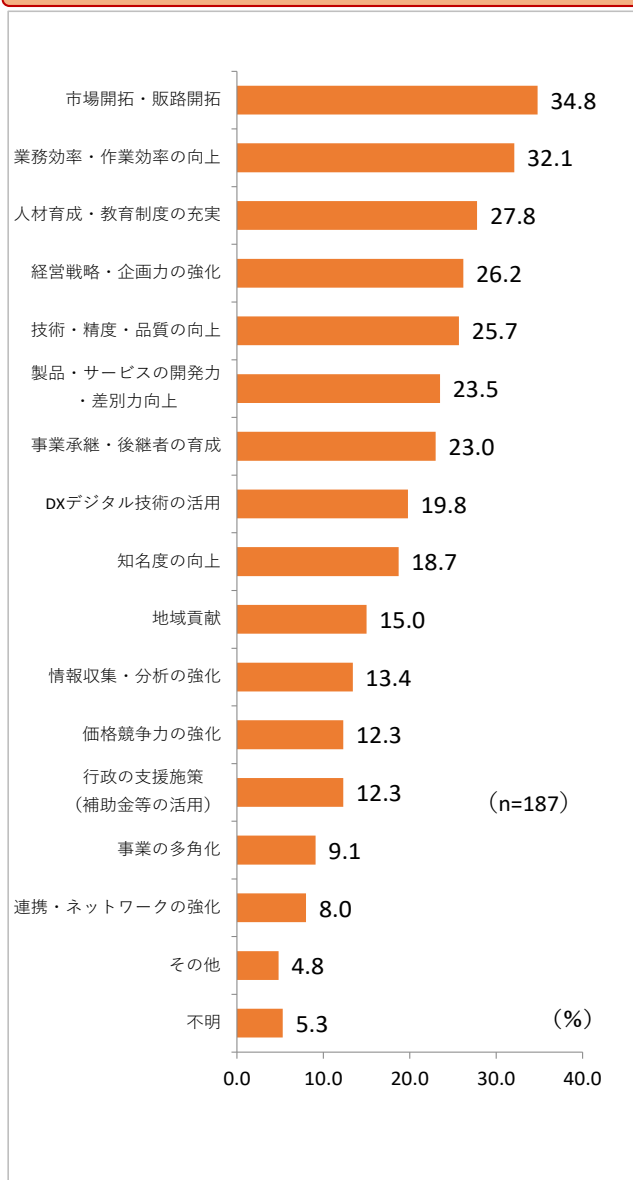
「市場開拓・販路開拓」が34.8%・65先で最も多く、以下、「業務効率・作業効率の向上」（32.1%・60先）、「人材育成・教育制度の充実」（27.8%・52先）、「経営戦略・企画力の強化」（26.2%・49先）、「技術・精度・品質の向上」（25.7%・48先）「製品・サービスの開発力・差別力向上」（23.5%・44先）、「事業承継・後継者の育成」（23.0%・43先）と続く。

その他の記述では、「事業の持続」・「人手確保」・「円滑な廃業」・「現状維持」などの回答があった。

今後強化したい課題として、「市場や販路拡大」、「業務・作業効率化」に取り組むことで、足元の売上拡大や収益の改善を図る他、「人材育成・教育制度の充実」、「経営戦略・企画力の強化」など長期的視点で事業の強化を目指していく事業者が多くみられた。

なお、後記の「DX・デジタル技術の活用」（19.8%・37先）を今後強化したい課題とする回答も2割程度みられた。

今後強化したい課題（複数回答）



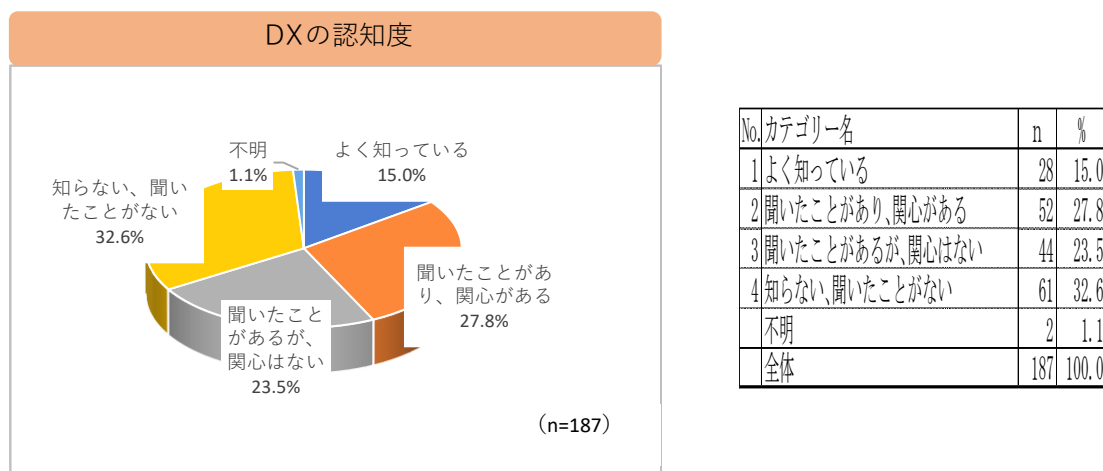
No.	カテゴリー名	n	%
1	市場開拓・販路開拓	65	34.8
2	業務効率・作業効率の向上	60	32.1
3	人材育成・教育制度の充実	52	27.8
4	経営戦略・企画力の強化	49	26.2
5	技術・精度・品質の向上	48	25.7
6	製品・サービスの開発力・差別力向上	44	23.5
7	事業承継・後継者の育成	43	23.0
8	DX・デジタル技術の活用	37	19.8
9	知名度の向上	35	18.7
10	地域貢献	28	15.0
11	情報収集・分析の強化	25	13.4
12	価格競争力の強化	23	12.3
13	行政の支援施策（補助金等）の活用	23	12.3
14	事業の多角化	17	9.1
15	連携・ネットワークの強化	15	8.0
16	その他	9	4.8
	不明	10	5.3
	全体	187	100.0

3. DX（デジタル・トランスフォーメーション）の取り組み状況について

(1) DX の認知度

「よく知っている」が（15.0%・28 先）、「聞いたことがあり、関心がある」（27.8%・52 先）、「聞いたことがあるが、関心はない」（23.5%・44 先）、「知らない、聞いたことがない」（32.6%・61 先）と回答している。

DX について、「よく知っている」と「関心がある」と回答した事業者は 42.8%、一方、「知らない」と「関心はない」と回答した事業者は 56.1%と半数を超えており、DX への認知度向上や導入が十分に進んでいない状況がうかがえる。

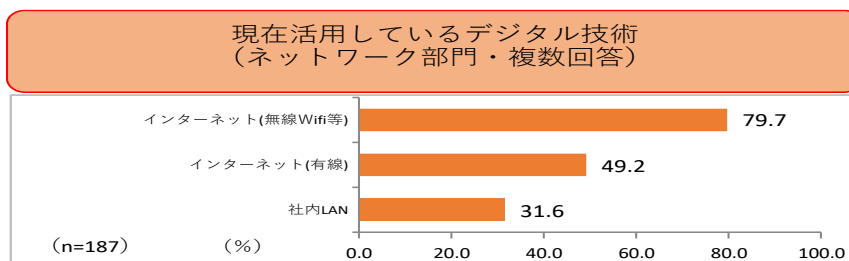


(2) 現在活用しているデジタル技術について（複数回答）

【ネットワーク分野】

「インターネット（無線 Wifi 等）」が 79.7%・149 先で最も多く、「インターネット（有線）」（49.2%・92 先）、「社内 LAN（※1）」（31.6%・59 先）の順となった。インターネットの普及が一定程度進んでいる状況がみられた。

（※1 社内 LAN：社内の建物やフロア内など狭い範囲で構成されたシステムネットワーク）



【ネットワーク分野】

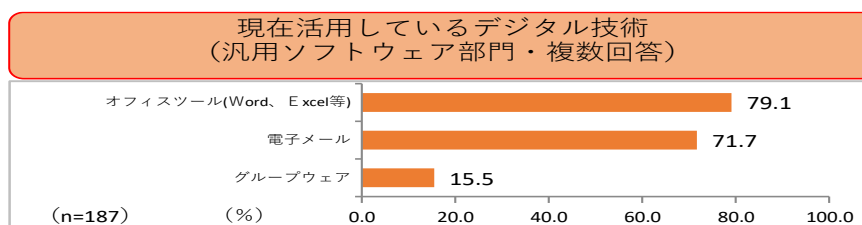
No.	カテゴリー名	n	%
1	インターネット(無線Wifi等)	149	79.7
2	インターネット(有線)	92	49.2
3	社内LAN(※1)	59	31.6

【汎用ソフトウェア分野】

「オフィスツール（Word、Excel 等）^{（※2）}」（79.1%・148 先）、「電子メール」（71.7%・134 先）の利用が7割を超える一方で、「グループウェア^{（※3）}」（15.5%・29 先）を利用している事業者は少数であった。

（※2 オフィスツール：マイクロソフト社製のWord、Excel、PowerPointなどの各アプリケーション）

（※3 グループウェア：企業など組織内システムネットワークを活用した情報共有のためのソフトウェア）



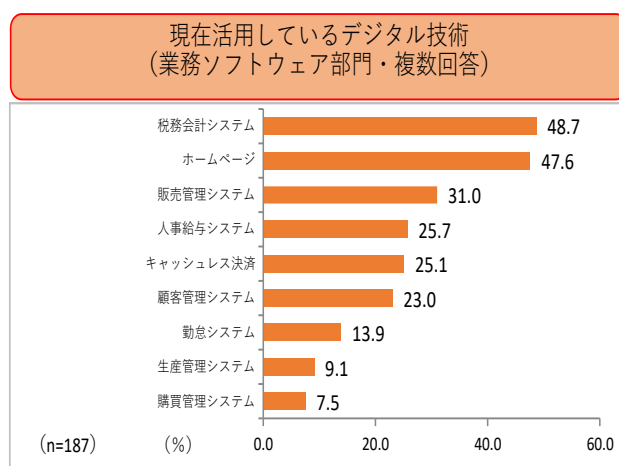
【汎用ソフトウェア分野】

No.	カテゴリー名	n	%
1	オフィスツール(Word、Excel等) ^{（※2）}	148	79.1
2	電子メール	134	71.7
3	グループウェア ^{（※3）}	29	15.5

【業務用ソフトウェア分野】

「税務会計システム」が48.7%・91 先で最も多く、以下、「ホームページ」（47.6%・89 先）、「販売管理システム」（31.0%・58 先）、「人事給与システム」（25.7%・48 先）、「キャッシュレス決済」（25.1%・47 先）、「顧客管理システム」（23.0%・43 先）と続く。

「生産管理システム」（9.1%・17 先）、「購買管理システム」（7.5%・14 先）など業務の効率化に取り組む事業者も少数ながらみられた。



【業務用ソフトウェア分野】

No.	カテゴリー名	n	%
1	税務会計システム	91	48.7
2	ホームページ	89	47.6
3	販売管理システム	58	31.0
4	人事給与システム	48	25.7
5	キャッシュレス決済	47	25.1
6	顧客管理システム	43	23.0
7	勤怠システム	26	13.9
8	生産管理システム	17	9.1
9	購買管理システム	14	7.5

【その他・不明】

その他の記述では「CAD」・「原価管理システム」・「積算システム」・「レセプトシステム」・「業務支援ソフト」などの回答があった。

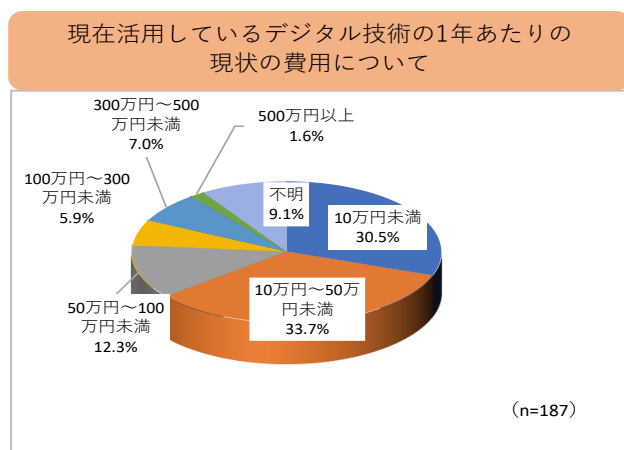
【その他・不明】

No.	カテゴリー名	n	%
1	その他	11	5.9
	不明	11	5.9

(3) 現在活用しているデジタル技術の1年あたりの費用

「10万円～50万円未満」が33.7%・63先で最も多く、以下「10万円未満」（30.5%・57先）、「50万円～100万円未満」（12.3%・23先）、「300万円～500万円未満」（7.0%・13先）、「100万円～300万円未満」（5.9%・11先）と続く。

「100万円未満」の事業者が8割近くを占めている。



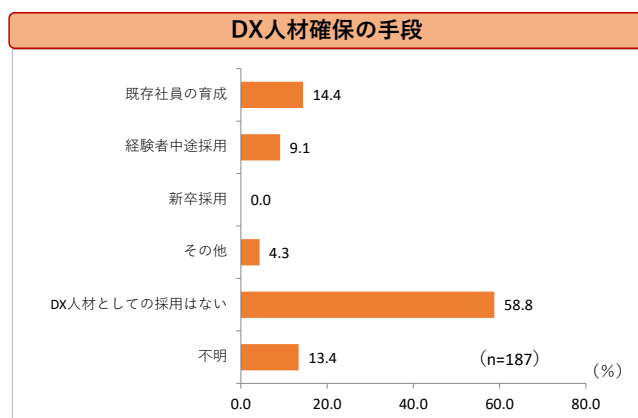
No.	カテゴリー名	n	%
1	10万円未満	57	30.5
2	10万円～50万円未満	63	33.7
3	50万円～100万円未満	23	12.3
4	100万円～300万円未満	11	5.9
5	300万円～500万円未満	13	7.0
6	500万円以上	3	1.6
	不明	17	9.1
	全体	187	100.0

(4) DX人材確保の手段

「既存社員の育成」が14.4%・27先で最も多く、「経験者中途採用」（9.1%・17先）も含めてDX分野の専門人材の育成・採用に取り組む事業者は2割強にとどまっている。

一方、「DX人材としての採用はない」が58.8%・110先で半数を超えており、DXを進めるにあたって、十分な社内体制が整備されていない状況がうかがえる。

その他の記述では、「代表者自身に取り組む」・「友人」・「派遣社員」・「今後の課題」・「検討中」などの回答があった。



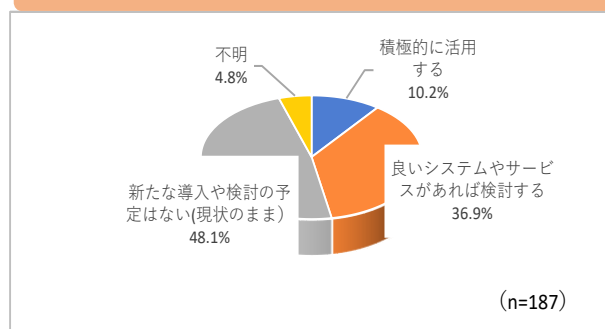
No.	カテゴリー名	n	%
1	既存社員の育成	27	14.4
2	経験者中途採用	17	9.1
3	新卒採用	0	0.0
4	その他	8	4.3
5	DX人材としての採用はない	110	58.8
	不明	25	13.4
	全体	187	100.0

4. DX の今後の取り組み方針について

(1) DX について、デジタル技術等の活用に関する今後の方針

「積極的に活用する」が 10.2%・19 先、「良いシステムやサービスがあれば検討する」が 36.9%・69 先、「新たな導入や検討の予定はない（現状のまま）」が 48.1%・90 先だった。「積極的に活用する」と「良いシステムがあれば検討する」と回答したデジタル技術の活用に積極的な事業者と「新たな導入や検討の予定はない」と回答した事業者が各々約半数を占めるなど、今後の方針について二分する結果となった。

DXについて、デジタル技術等の活用に関する今後の方針



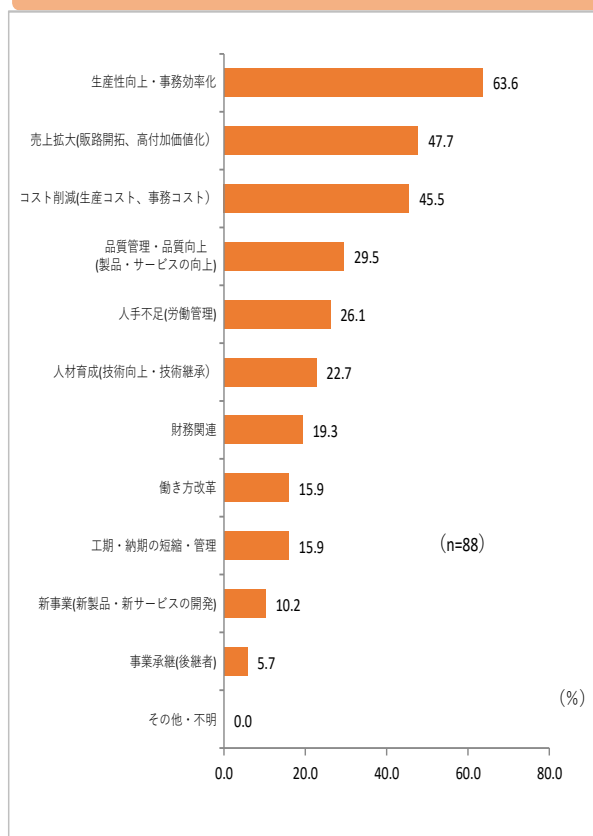
No.	カテゴリー名	n	%
1	積極的に活用する	19	10.2
2	良いシステムやサービスがあれば検討する	69	36.9
3	新たな導入や検討の予定はない(現状のまま)	90	48.1
	不明	9	4.8
	全体	187	100.0

(2) 今後導入・活用する場合の目的（複数回答）

「生産性向上・事務効率化」が 63.6%・56 先で最も多く、以下、「売上拡大（販路開拓、高付加価値化）」（47.7%・42 先）、「コスト削減（生産コスト、事務コスト）」（45.5%・40 先）、「品質管理・品質向上（製品・サービスの向上）」（29.5%・26 先）と続く。喫緊の必要性が高い課題への対応が比較的上位となっている。また、「人手不足（労働管理）」（26.1%・23 先）や「人材育成（技術向上・技術継承）」（22.7%・20 先）など人材分野での導入・活用を目的とする回答も 2 割強の事業者でみられた。

なお、対象は、前問（1）で「積極的に活用する」および「良いシステムやサービス」があれば検討すると回答した 88 先。〔後記の（3）～（5）も同様の対象先〕

今後DXを導入・活用する場合の目的（複数回答）



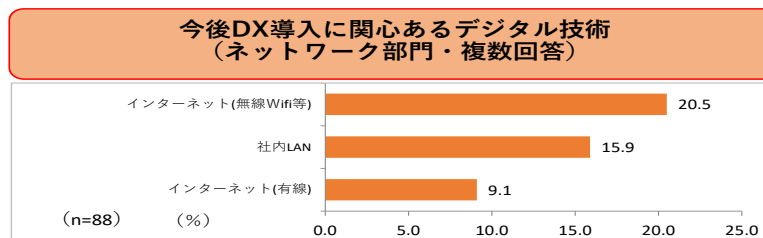
No.	カテゴリー名	n	%
1	生産性向上・事務効率化	56	63.6
2	売上拡大(販路開拓、高付加価値化)	42	47.7
3	コスト削減(生産コスト、事務コスト)	40	45.5
4	品質管理・品質向上(製品・サービスの向上)	26	29.5
5	人手不足(労働管理)	23	26.1
6	人材育成(技術向上・技術継承)	20	22.7
7	財務関連	17	19.3
8	工期・納期の管理・短縮	14	15.9
9	働き方改革	14	15.9
10	新事業(新製品・新サービスの開発)	9	10.2
11	事業承継(後継者)	5	5.7
12	その他	0	0.0
	不明	0	0.0
	全体	88	100.0

(3) 今後 DX 導入に関心あるデジタル技術（複数回答）

【ネットワーク分野】

「インターネット（無線 Wifi 等）」が 20.5%・18 先で最も多く、「社内 LAN（※1）」（15.9%・14 先）「インターネット（有線）」（9.1%・8 先）の順となった。

（※1 社内 LAN：社内の建物やフロア内など狭い範囲で構成されたシステムネットワーク）



【ネットワーク分野】

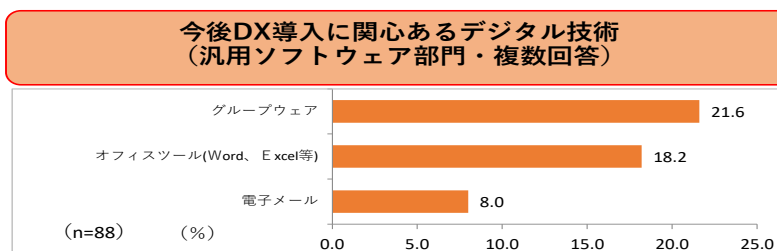
No.	カテゴリー名	n	%
1	インターネット(無線Wifi等)	18	20.5
2	社内LAN(※1)	14	15.9
3	インターネット(有線)	8	9.1

【汎用ソフトウェア分野】

「グループウェア（※3）」（21.6%・19 先）、「オフィスツール（Word、Excel 等）（※2）」（18.2%・16 先）、「電子メール」（8.0%・7 先）の順となった。前記の「現在活用しているデジタル技術」のアンケートで「グループウェア」を利用している事業者は（15.5%・29 先）と同様、導入に関心のある事業者についても 2 割強と少数だった。

（※2 オフィスツール：マイクロソフト社製の Word、Excel、Power Point などの各アプリケーション）

（※3 グループウェア：企業など組織内システムネットワークを活用した情報共有のためのソフトウェア）

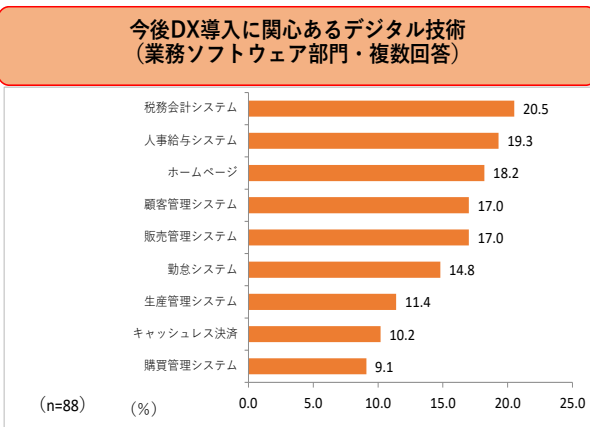


【汎用ソフトウェア分野】

No.	カテゴリー名	n	%
1	グループウェア(※3)	19	21.6
2	オフィスツール(Word、Excel等)(※2)	16	18.2
3	電子メール	7	8.0

【業務用ソフトウェア分野】

「税務会計システム」が 20.5%・18 先で最も多く、以下、「人事給与システム」(19.3%・17 先)、「ホームページ」(18.2%・16 先)、「顧客管理システム」(17.0%・15 先)、「販売管理システム」(17.0%・15 先)、「勤怠システム」(14.8%・13 先)と続く。いずれのソフトウェアも 1～2 割程度の事業者が導入に関心のある状況がみられた。



【業務用ソフトウェア分野】

No.	カテゴリー名	n	%
1	税務会計システム	18	20.5
2	人事給与システム	17	19.3
3	ホームページ	16	18.2
4	顧客管理システム	15	17.0
5	販売管理システム	15	17.0
6	勤怠システム	13	14.8
7	生産管理システム	10	11.4
8	キャッシュレス決済	9	10.2
9	購買管理システム	8	9.1

【その他・不明】

「不明」が 20.5%・18 先となっている。「その他」の記述では「OCR」・「AI」・「電子契約・電子請求」・「業務支援ソフト」などの回答があった。

【その他・不明】

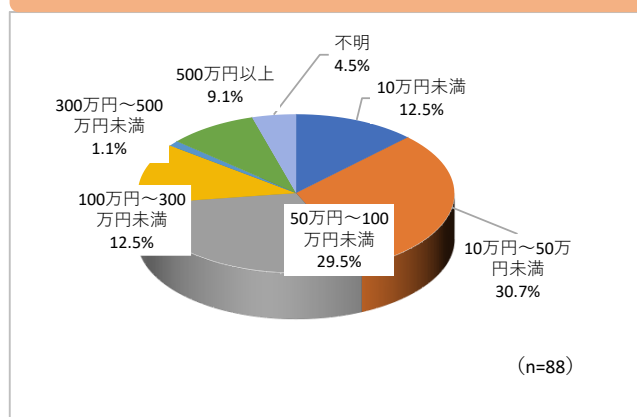
No.	カテゴリー名	n	%
1	その他	7	8.0
	不明	18	20.5

(4) 今後デジタル技術を導入する場合、投資できる費用

「10 万円～50 万円未満」が 30.7%・27 先で最も多く、以下「50 万円～100 万円未満」(29.5%・26 先)、「10 万円未満」と「100 万円～300 万円未満」(いずれも 12.5%・11 先)、「500 万円以上」(9.1%・8 先)、「300 万円～500 万円未満」(1.1%・1 先)と続く。

100 万円未満の事業者が 7 割以上を占める一方、500 万円以上の事業者も約 1 割程度存在するなど事業者間で大きな差がみられる。デジタル技術の導入を進めるためには、事業者の投資可能額を踏まえた提案や優先順位等の提示が必要である。

今後デジタル技術を導入する場合の投資できる費用



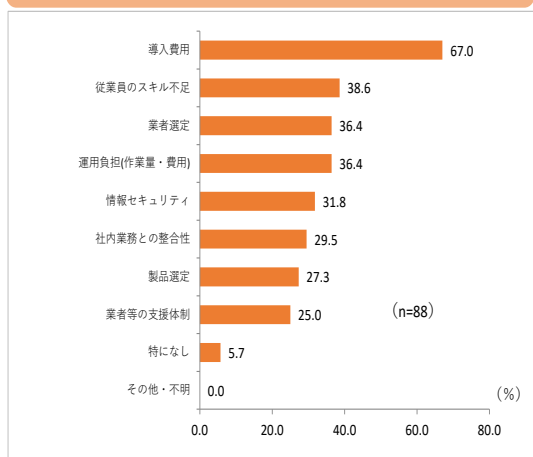
No.	カテゴリー名	n	%
1	10万円未満	11	12.5
2	10万円～50万円未満	27	30.7
3	50万円～100万円未満	26	29.5
4	100万円～300万円未満	11	12.5
5	300万円～500万円未満	1	1.1
6	500万円以上	8	9.1
	不明	4	4.5
	全体	88	100.0

(5) 今後デジタル技術を導入する場合、導入や運用にあたり課題となる可能性 (複数回答)

デジタル技術の導入・活用の課題について、「導入費用」が 67.0%・59 先で最も多く、以下、「従業員のスキル不足」(38.6%・34 先)、「業者選定」と「運用負担(作業量・費用)」(いずれも 36.4%・32 先)、「情報セキュリティ」(31.8%・28 先)と続く。

導入促進にあたっては、事業者に応じた施策や支援策が必要である。

今後デジタル技術を導入する場合の導入や運用面の課題
(複数回答)



No.	カテゴリー名	n	%
1	導入費用	59	67.0
2	従業員のスキル不足	34	38.6
3	業者選定	32	36.4
4	運用負担(作業量・費用)	32	36.4
5	情報セキュリティ	28	31.8
6	社内業務との整合性	26	29.5
7	補助金の有無	26	29.5
8	製品選定	24	27.3
9	業者等の支援体制	22	25.0
10	特になし	5	5.7
11	その他	0	0.0
	不明	0	0.0
	全体	88	100.0

(6) 新たなデジタル技術の導入や検討の予定はない(現状のまま)の理由

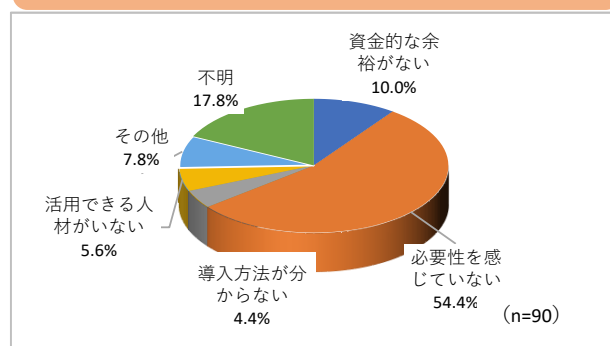
「必要性を感じていない」が 54.4%・49 先で最も多く、以下、「資金的な余裕がない」(10.0%・9 先)、「活用できる人材がいない」(5.6%・5 先)、「導入方法が分からない」(4.4%・4 先)と続く。

その他の記述では「現状で満足している」、「廃業の予定」、「積極的には取り組めないが、出来る範囲でやって行く」、「保険会社のシステムで対応する為」などの回答があった。

必要性を感じていない事業者が多く、デジタル技術導入の有効性について、理解が進んでいない状況がうかがえることから、これらの事業者に必要なことや有効性を働きかけていくことが重要である。

なお、対象は、前問(1)で「新たな導入や検討の予定はない(現状のまま)」と回答した 90 先。

新たなデジタル技術の導入や検討の予定はない
(現状のまま)の理由



No.	カテゴリー名	n	%
1	資金的な余裕がない	9	10.0
2	必要性を感じていない	49	54.4
3	導入方法が分からない	4	4.4
4	活用できる人材がいない	5	5.6
5	その他	7	7.8
	不明	16	17.8
	全体	90	100.0

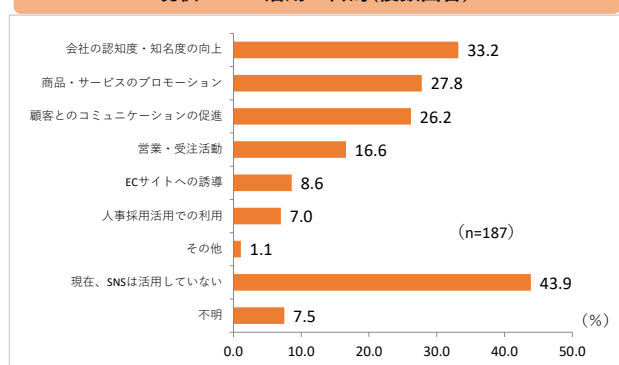
5. SNS の活用について

(1) 現状の SNS 活用の目的（複数回答）

SNS を活用の目的については、「会社の認知度・知名度の向上」が 33.2%・62 先で最も多く、以下、「商品・サービスのプロモーション」（27.8%・52 先）、「顧客とのコミュニケーションの促進」（26.2%・49 先）、「営業・受注活動」（16.6%・31 先）、「EC サイトへの誘導」（8.6%・16 先）、「人事採用活動での利用」（7.0%・13 先）の順。

「その他」の記述では、「臨時休業のお知らせ」、「商店街の宣伝活動」との回答があった。一方、「現在、SNS は活用していない」の回答が 43.9%・82 先となった。

現状の SNS 活用の目的(複数回答)



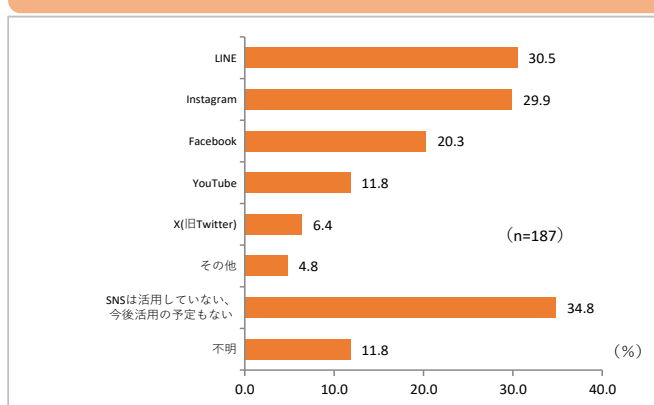
No.	カテゴリー名	n	%
1	会社の認知度・知名度の向上	62	33.2
2	商品・サービスのプロモーション	52	27.8
3	顧客とのコミュニケーションの促進	49	26.2
4	営業・受注活動	31	16.6
5	ECサイトへの誘導	16	8.6
6	人事採用活動での利用	13	7.0
7	その他	2	1.1
8	現在、SNSは活用していない	82	43.9
	不明	14	7.5
	全体	187	100.0

(2) SNS 活用の媒体について、活用している及び活用を検討している媒体（複数回答）

SNS 活用の媒体について、活用している及び活用を検討している媒体は、「LINE」が 30.5%・57 先で最も多く、以下、「Instagram」（29.9%・56 先）、「Facebook」（20.3%・38 先）、「YouTube」（11.8%・22 先）、「X（旧 Twitter）」（6.4%・12 先）の順。

「その他」の記述では、「TikTok」、「グーグル」、「オンラインチームス等」、「アメーバブログ」等の回答があった。一方、「SNS は活用していないし、今後活用の予定もない」の回答が 34.8%・65 先となった。

SNS活用の媒体について、活用している及び活用を検討している媒体（複数回答）



No.	カテゴリー名	n	%
1	LINE	57	30.5
2	Instagram	56	29.9
3	Facebook	38	20.3
4	YouTube	22	11.8
5	X(旧Twitter)	12	6.4
6	その他	9	4.8
7	SNSは活用していないし、今後活用の予定もない	65	34.8
	不明	22	11.8
	全体	187	100.0

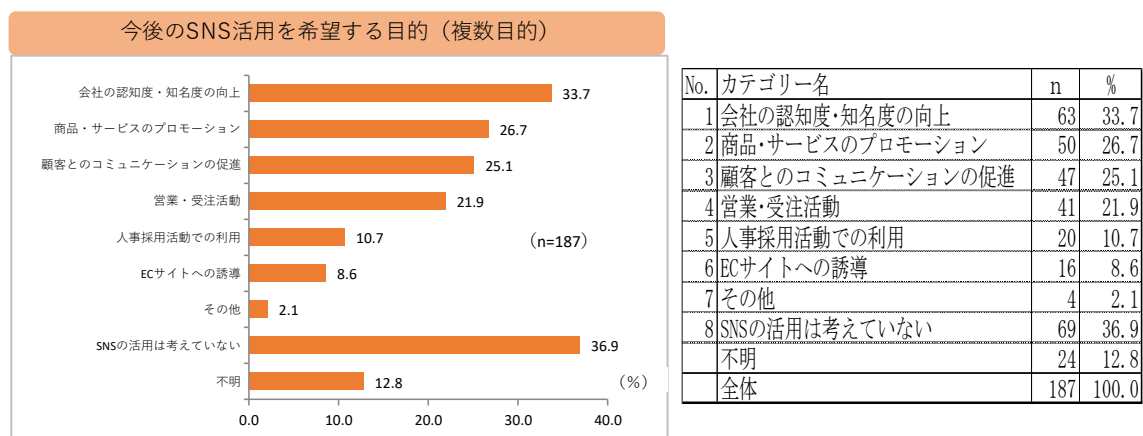
(3) 今後の SNS 活用を希望する目的（複数回答）

今後の SNS 活用を希望する目的で、「会社の認知度・知名度の向上」が 33.7%・63 先で最も多く、以下、「商品・サービスのプロモーション」（26.7%・50 先）、「顧客とのコミュニケーションの促進」（25.1%・47 先）、「営業・受注活動」（21.9%・41 先）、「人事採用活動での利用」（10.7%・20 先）、「EC サイトへの誘導」（8.6%・16 先）と続く。

「その他」の記述では、「利便性」、「商店街の宣伝」等の回答があった。一方、「SNS の活用は考えていない」が 36.9%・95 先となった。

SNS の利用者が年々増加し続けている中、国内のみならず、海外の消費者や取引先への情報発信、コミュニケーション手段としての役割が大きくなっている。導入・運用費用も比較的安価で中小企業にとっては魅力的なツールといえる。

SNS を運用する人材の確保や事業者の活用目的にあった媒体の選定などの対応が必要である。



6. EC サイト（電子商取引）への取り組みについて

(1) EC サイト（電子商取引）を活用した取り組みについて、現時点で利用している EC サイト形態（複数回答）

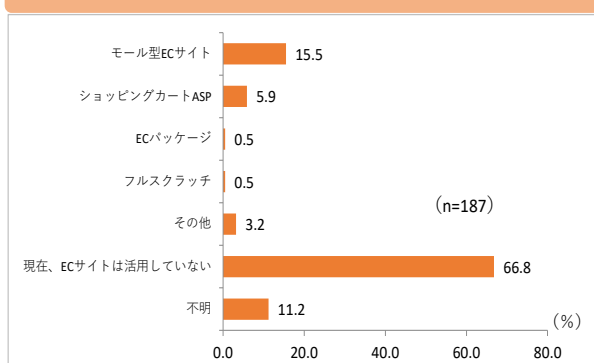
EC サイトへの取り組みについては、「EC サイトは活用していない」（66.8%・125 先）と「不明」（11.2%・21 先）の合計が 78.0%・146 先となる一方、EC サイトを利用する事業者は 22.0%・41 先で、全事業者の約 2 割強にとどまっている。

EC サイトの利用状況について、EC モール内に出店している既存の EC サイトを利用する「モール型 EC サイト」が 15.5%・29 先で最も多く、次いで、自社でサーバー等を用意する必要がなく、クラウド上で構築されたシステムを利用する「ショッピングカート ASP」が 5.9%・11 先。

EC サイトに必要な機能がパッケージ化され、様々な機能を選択して EC サイトを構築する「EC パッケージ」、および既存の仕組みを利用せず独自にシステムを構築する「フルスクラッチ」は、利用がほとんど進んでいない。

その他の記述では、「ホームページ」、「広告のみ」、「保険会社のシステムを利用」などの回答があった。

現時点で利用しているECサイトの形態（複数回答）



No.	カテゴリー名	n	%
1	モール型ECサイト (Amazon, Yahoo!, 楽天など)	29	15.5
2	ショッピングカートASP (Shopify, BASE, STORES, FutureShopなど)	11	5.9
3	ECパッケージ (EC-CUBE, ecbeingなど)	1	0.5
4	フルスクラッチ (既存のシステムを利用せず、独自に構築する方法)	1	0.5
5	その他	6	3.2
6	ECサイトは活用していない	125	66.8
	不明	21	11.2
	全体	187	100.0

(2) EC サイト（電子商取引）を活用している場合の課題（複数回答）

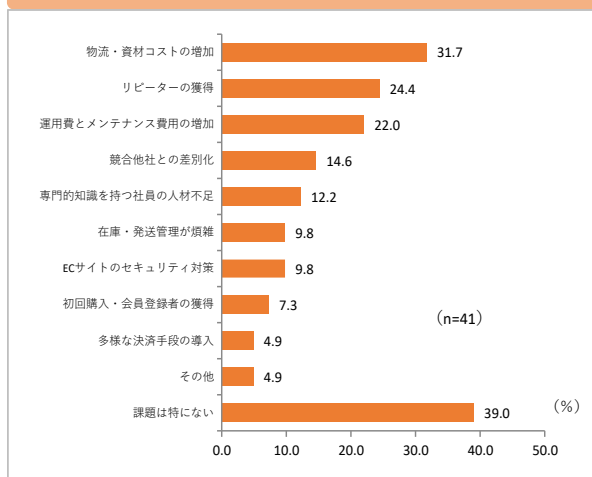
EC サイトの課題について、「物流・資材コストの増加」が 31.7%・13 先で最も多く、以下、「リピーターの獲得」（24.4%・10 先）、「運用費とメンテナンス費用の増加」（22.0%・9 先）、「競合他社との差別化」（14.6%・6 先）、「専門的知識を持つ社員の人材不足」（12.2%・5 先）と続く。

「その他」の記述では、「保険会社のシステム以外は必要ない」との回答があった。

一方、「課題は特にない」も 39.0%あった。

なお、対象は、前問（1）で「EC サイトは活用していない」と回答した 125 先と「不明」の 21 先の合計 146 先を除く 41 先。

ECサイトを活用している場合の課題（複数回答）



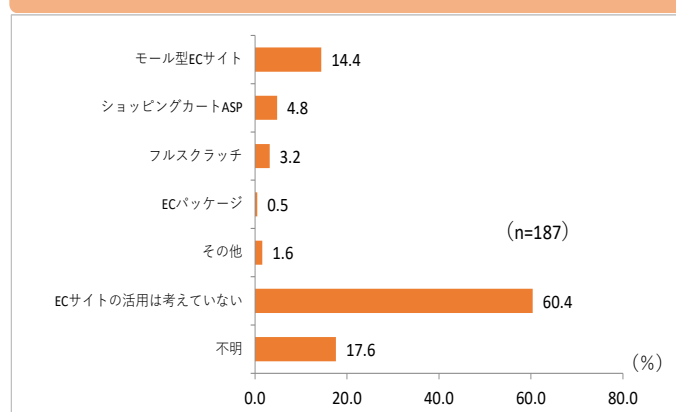
No.	カテゴリー名	n	%
1	物流・資材コストの増加	13	31.7
2	リピーターの獲得	10	24.4
3	運用費とメンテナンス費用の増加	9	22.0
4	競合他社との差別化	6	14.6
5	専門的知識を持つ社員の人材不足	5	12.2
6	在庫・発送管理が煩雑	4	9.8
7	ECサイトのセキュリティ対策	4	9.8
8	初回購入・会員登録者の獲得	3	7.3
9	多様な決済手段の導入	2	4.9
10	その他	2	4.9
11	課題は特にない	16	39.0
	全体	41	100.0

(3) 今後利用したい EC サイト（電子商取引）の形態について（複数回答）

今後利用したい EC サイトの形態について、「EC サイトの活用は考えていない」が 60.4%・113 先で 6 割を超えている。利用したい EC サイトでは、「モール型 EC サイト（Amazon、Yahoo!、楽天など）」が 14.4%・27 先で最も多く、以下、「ショッピングカート ASP」（4.8%・9 先）、「フルスクラッチ」（3.2%・6 先）、「EC パッケージ」（0.5%・1 先）と続く。

EC サイトを活用することで、広範な顧客層へのアプローチや 24 時間・365 日営業が可能となることなどのメリットがある。事業者の業種や規模により利用する形態が異なるため、利用前に予算や目的等を明確にしたうえで、事業者のビジネスモデルに適した EC サイトを取捨選択する必要がある。

今後利用したいECサイトの形態（複数回答）

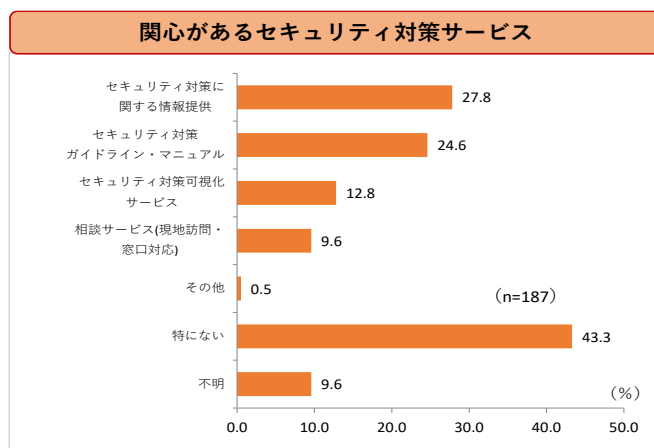


No.	カテゴリー名	n	%
1	モール型ECサイト (Amazon、Yahoo!、楽天など)	27	14.4
2	ショッピングカートASP (Shopify、BASE、STORES、FutureShopなど)	9	4.8
3	フルスクラッチ(既存のシステムを 利用せず、独自に構築する方法)	6	3.2
4	ECパッケージ(EC-CUBE、ecbeingなど)	1	0.5
5	その他	3	1.6
6	ECサイトの活用は考えていない	113	60.4
	不明	33	17.6
	全体	187	100.0

7. 情報セキュリティ対策への取り組みについて

(1) 関心があるセキュリティ対策サービス（複数回答）

関心があるセキュリティ対策サービスについては、「セキュリティ対策に関する情報提供」が27.8%・52先で最も多く、以下、「セキュリティ対策ガイドライン・マニュアル」（24.6%・46先）、「セキュリティ対策可視化サービス」（12.8%・24先）、「相談サービス（現地訪問・窓口対応）」（9.6%・18先）と続く。一方、「特にない」が43.3%・81先であった。「その他」の記述では、「理解出来ていない」との回答があった。



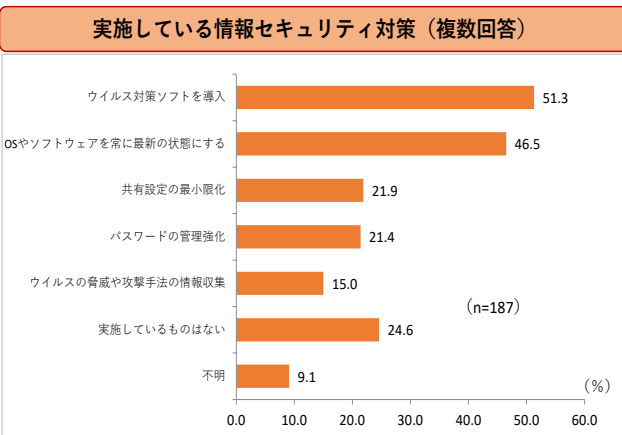
No.	カテゴリー名	n	%
1	セキュリティ対策に関する情報提供	52	27.8
2	セキュリティ対策ガイドライン・マニュアル	46	24.6
3	セキュリティ対策可視化サービス	24	12.8
4	相談サービス(現地訪問・窓口対応)	18	9.6
5	その他	1	0.5
6	特にない	81	43.3
	不明	18	9.6
	全体	187	100.0

(2) 実施している情報セキュリティ対策（複数回答）

実施している情報セキュリティ対策で、ソフトを導入し、定義ファイルを最新にしている「ウイルス対策ソフトを導入」が51.3%・96先で最も多く、以下、「OSやソフトウェアを常に最新の状態の状態にする」（46.5%・87先）、クラウドサービスや機器の共有設定を必要最小限にしている「共有設定の最小限化」（21.9%・41先）、パスワードを長く、複雑にして使い回さないようにする「パスワードの管理強化」（21.4%・40先）、「ウイルスの脅威や攻撃手法の情報収集」（15.0%・28先）と続く。

一方、「実施しているものはない」が24.6%・46先となった。

デジタル技術活用するうえで、情報セキュリティ対策は不可欠である。リスクを明確に周知しつつ、対策を促進していくことが望まれる。



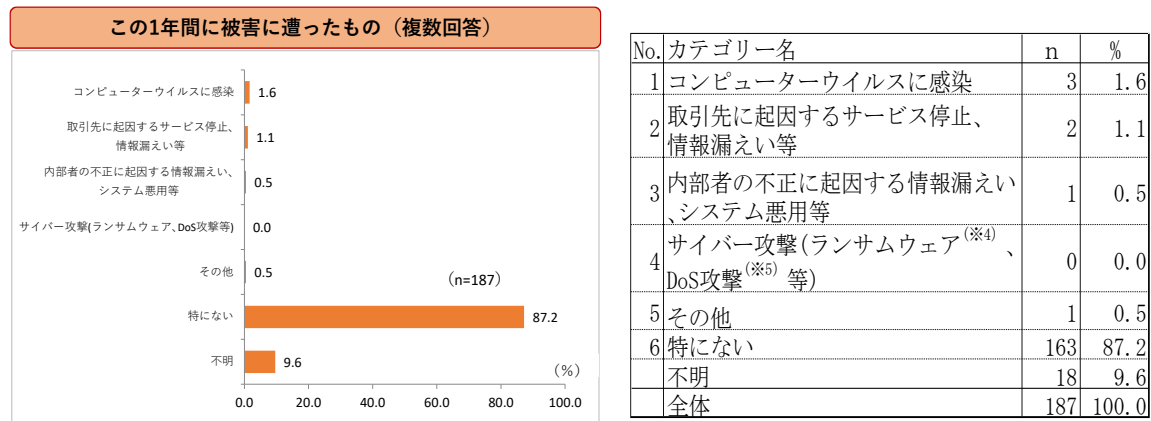
No.	カテゴリー名	n	%
1	ウイルス対策ソフトを導入	96	51.3
2	OSやソフトウェアを常に最新の状態にする	87	46.5
3	共有設定の最小限化	41	21.9
4	パスワードの管理強化	40	21.4
5	ウイルスの脅威や攻撃手法の情報収集	28	15.0
6	実施しているものはない	46	24.6
	不明	17	9.1
	全体	187	100.0

(3) この1年間に被害に遭ったもの（複数回答）

この1年間に実際の被害に遭ったものは「コンピューターウイルスに感染」（1.6％・3先）、「取引先に起因するサービス停止、情報漏えい等」（1.1％・2先）、「内部者の不正に起因する情報漏えい、システム悪用等」（0.5％・1先）との被害がみられた。

「その他」の記述では、「被害にはあっていないものの、パソコン修理詐欺」との回答があった。一方、被害に遭わなかった「特にない」が87.2％・163先であった。

万が一被害に遭った場合、業務の運営に深刻な影響を及ぼす可能性もあることから、セミナーや勉強会の開催等を通じて、被害抑止に向けた啓発活動が必要である。



(※4 ランサムウェア：ファイルを利用不可能な状態にした上で、元に戻すことを引き換えに金銭を要求する)

(※5 DoS 攻撃：サーバーなどの大量のデータを送信することで、過剰な負担をかけ、利用を妨害する)

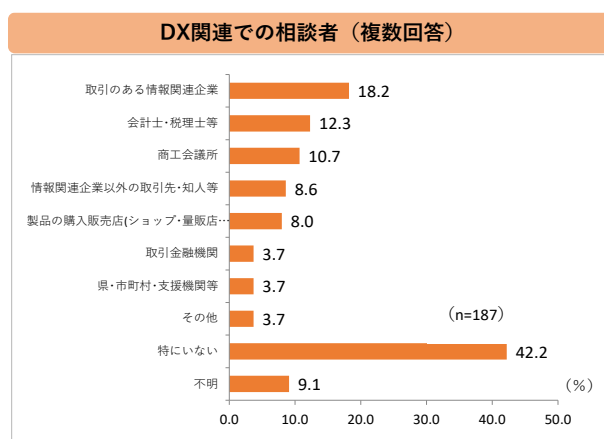
8. DX の取り組み支援について

(1) DX 関連での相談者（複数回答）

「取引のある情報関連企業」が 18.2%・34 先で最も多く、以下、「会計士・税理士等」（12.3%・23 先）、「商工会議所」（10.7%・20 先）、「情報関連企業以外の取引先・知人等」（8.6%・16 先）、「製品の購入販売店（ショップ・量販店等）」（8.0%・15 先）と続いた。「県・市町村・支援機関等」および「取引金融機関」（いずれも 3.7%・7 先）との回答もみられた。一方、「特にいない」が 42.2%・79 先となった。

「その他」の記述では、「アプリ、ソフト開発又は販売企業」、「コンサル会社」、「親会社」、「保険会社」、「家族」、「自分自身が詳しい為、不要」との回答があった。

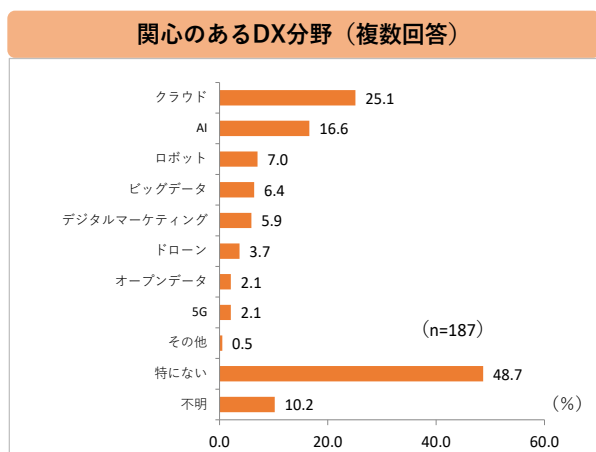
多くの事業者が多様な相談先がある状況がうかがえるが、「特にいない」事業者も 4 割を超えるなど、事業者の業務や課題をよく知る相談先を選択することが求められる。



No.	カテゴリー名	n	%
1	取引のある情報関連企業	34	18.2
2	会計士・税理士等	23	12.3
3	商工会議所	20	10.7
4	情報関連企業以外の取引先・知人等	16	8.6
5	製品の購入販売店(ショップ・量販店等)	15	8.0
6	取引金融機関	7	3.7
7	県・市町村・支援機関等	7	3.7
8	その他	7	3.7
9	特にいない	79	42.2
	不明	17	9.1
	全体	187	100.0

(2) 関心のある DX 分野（複数回答）

関心ある DX 分野では「クラウド（※6）」が 25.1%・47 先で最も多く、以下、「AI（※7）」（16.6%・31 先）、「ロボット」（7.0%・13 先）、「ビッグデータ（※8）」（6.4%・12 先）、「デジタルマーケティング（※9）」（5.9%・11 先）と続く。他、少数であるが、「ドローン」、「オープンデータ（※10）」、「5G（※11）」と回答する事業者もみられた。一方、「特にない」が 48.7%・91 先となった。



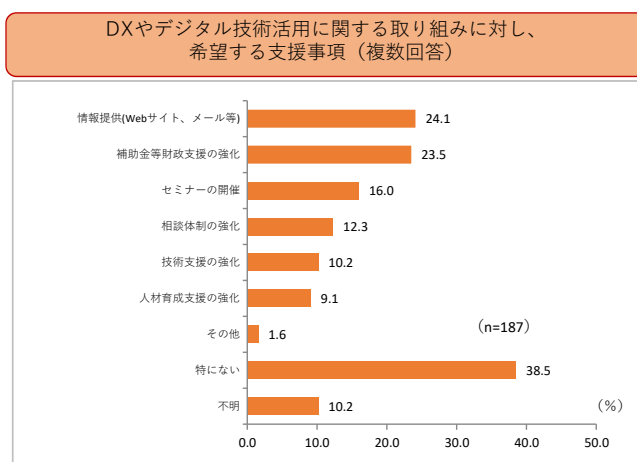
No.	カテゴリー名	n	%
1	クラウド (※6)	47	25.1
2	AI (※7)	31	16.6
3	ロボット	13	7.0
4	ビッグデータ (※8)	12	6.4
5	デジタルマーケティング (※9)	11	5.9
6	ドローン	7	3.7
7	オープンデータ (※10)	4	2.1
8	5G (※11)	4	2.1
9	その他	1	0.5
10	特にない	91	48.7
	不明	19	10.2
	全体	187	100.0

- (※6 クラウド：インターネットを通じて、インフラやソフトウェアを持たず、必要な時のみ利用する仕組み)
- (※7 AI：人工知能を意味し、機械が人間と同様の知能を有し、機械自らが学習し、分析・提案等が可能となる技術)
- (※8 ビッグデータ：従来のデータベース管理システムでは保管や解析が困難な膨大なデータをビジネスに活用する)
- (※9 デジタルマーケティング：様々なデジタル技術を有効に組み合わせ最適なマーケティング成果の獲得を目指す)
- (※10 オープンデータ：誰でも許可されたルールの範囲内で自由に複製・加工や頒布などができるデータ)
- (※11 5G：携帯電話などの使用通信規格で、第5世代移動通信システムで高速・大容量のデータをビジネスに活用)

(3) DX やデジタル技術活用に関する取り組みに対し、希望する支援事項 (複数回答)

「情報提供 (Web サイト、メール等)」が 24.1%・45 先で最も多く、以下、「補助金等財政支援の強化」(23.5%・44 先)、「セミナー開催」(16.0%・30 先)、「相談体制の強化」(12.3%・23 先)、「技術支援の強化」(10.2%・19 先)、「人材育成支援の強化」(9.1%・17 先)と続いた。一方、「特にない」が 38.5%・72 先を占めた。

「その他」の記述では、「セミナーがあっても昼間なので行けない」との回答があった。



No.	カテゴリー名	n	%
1	情報提供(Webサイト、メール等)	45	24.1
2	補助金等財政支援の強化	44	23.5
3	セミナー開催	30	16.0
4	相談体制の強化	23	12.3
5	技術支援の強化	19	10.2
6	人材育成支援の強化	17	9.1
7	その他	3	1.6
8	特にない	72	38.5
	不明	19	10.2
	全体	187	100.0

(4) DX やデジタル技術の活用に関する大和高田商工会議所への要望等 (自由記述)

DXやデジタル技術の活用に関する大和高田商工会議所への要望等	業種
セミナーなどの後日、視聴できる動画配信を希望。	【小売業】
DXの有効性を具体例で示して頂けるセミナーを開いて頂ければ、活用方法に対する視野が広がります。	【電気機械】
DXやデジタル技術に関して見識が少ない為、指導・セミナー等を開催してほしい。	【医療・福祉】
わかりやすい説明会か個別相談会。	【プラスチック製品】
今までどおり初心者向けのセミナー等を希望します。	【小売業】
DXに関する新取組(補助金)等や、施策があれば逐一に報告頂く事をお願いしたい。	【金属製品・非鉄】
DXやデジタル技術の活用に関する啓蒙活動(知らない事が多すぎるので)。	【小売業】
紙媒体ではなく電子化していただくと助かります。	【その他製造業】
そもそもがDXレベルが低い。	【不動産業】
必要性和入れる、入れないの比較。	【不明】
知識・技術・情報があまりない状態なので、はじめの一步が出ない状況ですので、初歩的な部分からすすめられるのなら、トライしたい。	【繊維工業】
このアンケート自体が会議所の担当者がきちんとデジタル専門用語を含めて理解できていますか?アンケートならもう少し平たくわかりやすいレベルに下げないと無理と思います。どこかでひっぱってきたような内容では?アンケートを書いて、とても腹立たしく思います。	【不明】

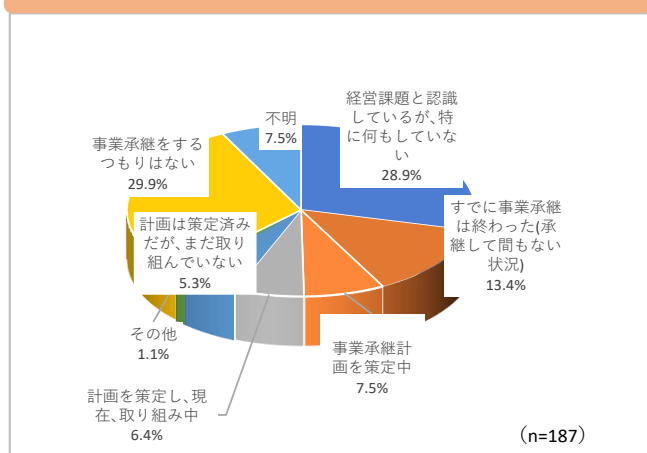
9. 事業承継（M&Aを含む）の取り組み状況について

(1) 事業承継（M&Aを含む）の取り組み状況

「経営課題と認識しているが、特に何もしていない」が28.9%・54先で最も多く、以下、「すでに事業承継は終わった(承継して間もない状況)」(13.4%・25先)、「事業承継計画を策定中」(7.5%・14先)、「計画を策定し、現在、取り組み中」(6.4%・12先)、「計画は策定済みだが、まだ取り組んでいない」(5.3%・10先)と続いた。一方、「事業継承をするつもりはない」は、29.9%・56先となった。

「その他」の記述では、「休みの少ない小売業を息子達は嫌う」、「承継は不可能と思う」との回答があった。

事業承継（M&Aを含む）の取り組み状況について



No.	カテゴリー名	n	%
1	経営課題と認識しているが、特に何もしていない	54	28.9
2	すでに事業承継は終わった(承継して間もない状況)	25	13.4
3	事業承継計画を策定中	14	7.5
4	計画を策定し、現在、取り組み中	12	6.4
5	計画は策定済みだが、まだ取り組んでいない	10	5.3
6	その他	2	1.1
7	事業承継をするつもりはない	56	29.9
	不明	14	7.5
	全体	187	100.0

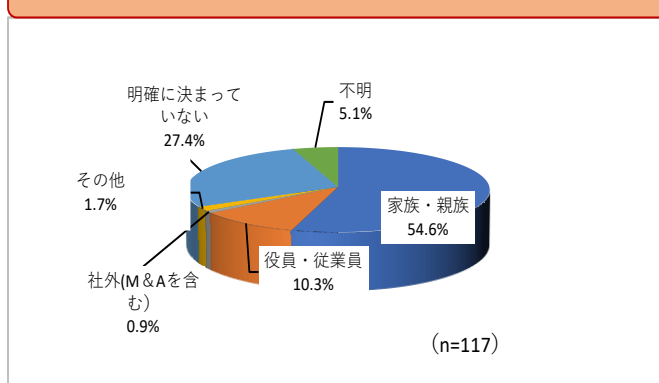
(2) 事業承継先について

「家族・親族」が54.7%・64先で最も多く、以下、「役員・従業員」(10.3%・12先)、「社外(M&Aを含む)」(0.9%・1先)と続いた。また、「明確に決まっていない」は、27.4%・32先あった。

「その他」の記述では、「承継は不可能」、「事業終了する」との回答があった。

なお、対象は、前問(1)で「事業継承をするつもりはない」および「不明」と回答した70先を除く117先。〔後記の(3)～(5)も同様の対象先〕

事業承継先について



No.	カテゴリー名	n	%
1	家族・親族	64	54.7
2	役員・従業員	12	10.3
3	社外(M&Aを含む)	1	0.9
4	その他	2	1.7
5	明確に決まっていない	32	27.4
	不明	6	5.1
	全体	117	100.0

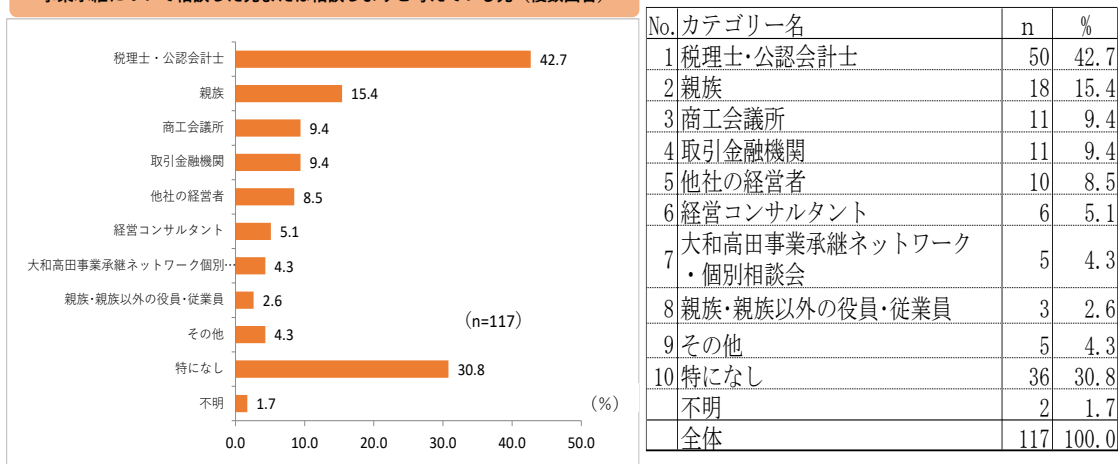
(3) 事業承継先について相談した先、または相談しようと考えている先

(複数回答)

「税理士・公認会計士」が42.7%・50先で最も多く、以下、「親族」(15.4%・18先)、「取引金融機関」および「商工会議所」(9.4%・11先)、「他社の経営者」(8.5%・10先)と続いた。「経営コンサルタント」(5.1%・6先)、「大和高田事業承継ネットワーク個別相談会」が(4.3%・5先)との回答もみられた。一方、「特になし」は、30.8%・36先となった。

「その他」の記述では、「奈良県」、「奈良県事業承継支援センター」、「検討中」との回答がみられた。

事業承継について相談した先または相談しようと考えている先 (複数回答)

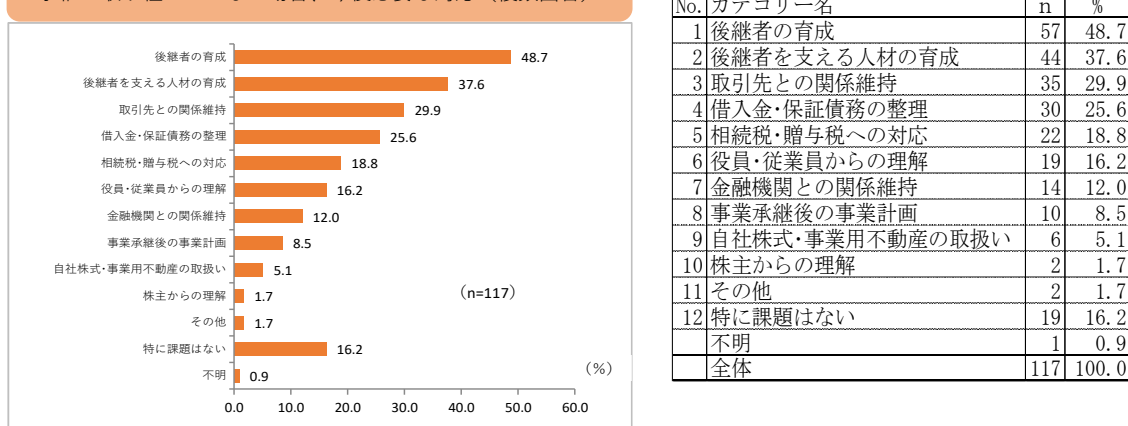


(4) 事業承継を円滑に進める場合の課題となる事項、また、事業承継に取り組んでいない場合、今後必要な対応 (複数回答)

「後継者の育成」が48.7%・57先で最も多く、以下、「後継者を支える人材育成」(37.6%・44先)、「取引先との関係維持」(29.9%・35先)「借入金・債務保証の整理」(25.6%・30先)、「相続税・贈与税への対応」(18.8%・22先)、「役員・従業員からの理解」(16.2%・19先)、「金融機関との関係維持」(12.0%・14先)と続いた。一方で「特に課題はない」は、16.2%・19先あった。

「その他」の記述では、「事業収入」、「店舗老朽」との回答があった。

事業承継を円滑に進める場合、課題となる事項、また、事業承継に取り組んでいない場合、今後必要な対応 (複数回答)

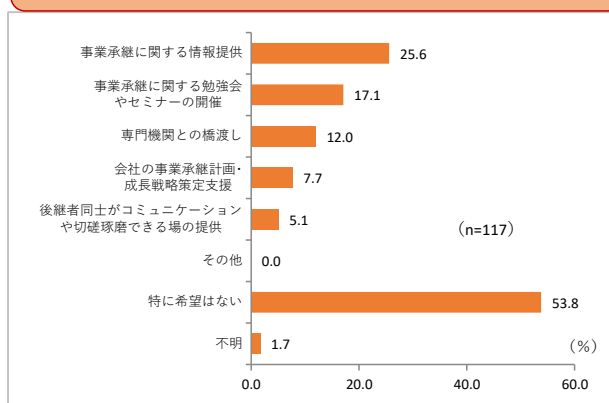


(5) 事業承継を円滑に進める場合の課題等の解決に向け、相談支援先に対し、希望する又は役に立った支援事項（複数回答）

「事業承継に関する情報提供」が25.6%・30先で最も多く、以下、「事業承継に関する勉強会やセミナーの開催」（17.1%・20先）、「専門機関との橋渡し」（12.0%・14先）、「会社の事業承継計画・成長戦略策定支援」（7.7%・9先）、「後継者同士がコミュニケーションや切磋琢磨できる場の提供」（5.1%・6先）と続いた。

一方、「特に希望はない」は、53.8%・63先で半数を超える結果となった。

事業承継を円滑に進める場合の課題等の解決に向け、相談支援先に対し、希望する又は役に立った支援事項（複数回答）



No.	カテゴリー名	n	%
1	事業承継に関する情報提供	30	25.6
2	事業承継に関する勉強会やセミナーの開催	20	17.1
3	専門機関との橋渡し	14	12.0
4	会社の事業承継計画・成長戦略策定支援	9	7.7
5	後継者同士がコミュニケーションや切磋琢磨できる場の提供	6	5.1
6	その他	0	0.0
7	特に希望はない	63	53.8
	不明	2	1.7
	全体	117	100.0

(6) 事業承継に関する大和高田商工会議所への要望等（自由意見）

事業承継に関する大和高田商工会議所への要望等	業種
辞める同業種に対してのM&Aは興味があるので案内ほしい。	【小売業】
情報提供。	【電気機械】
課題解決した事例等のセミナー開催。	【電気・ガス・熱供給・水道業】
わかり易いセミナー開催や、コンサルトさんの相談会等あればありがたいです。	【小売業】
事業承継において、何らかの補助金など魅力的なものがあれば。	【不明】
当店のことは別として、小売に関しては全国的に特に中小業者を保護の観点から考えるべきであると思う。例として仏では本などの通販では〔定価＋配送費（正當な）〕が規定され、小売店を大手通販から護るといった政策がとられていると聞く。商工会議所も国へそういった方針を求めるようお願いしたい。	【小売業】
会員様の事業承継ニーズで協力できることがあれば共有していただけると、ありがたいです。	【その他非製造業】
私の体力の続く限り、商売は続けます。病気等で倒れたら…たぶん廃業でしょう。息子二人はサラリーマン（東証プライム企業）で年間休日が130日あり、小売業は継がないです。消極的意見で誠にすみません。	【小売業】
なかなか今の状況では決断にいたらない状態です。	【繊維工業】
現在、弊社内で取組が完了している為、特にありません。	【金属製品・非鉄】

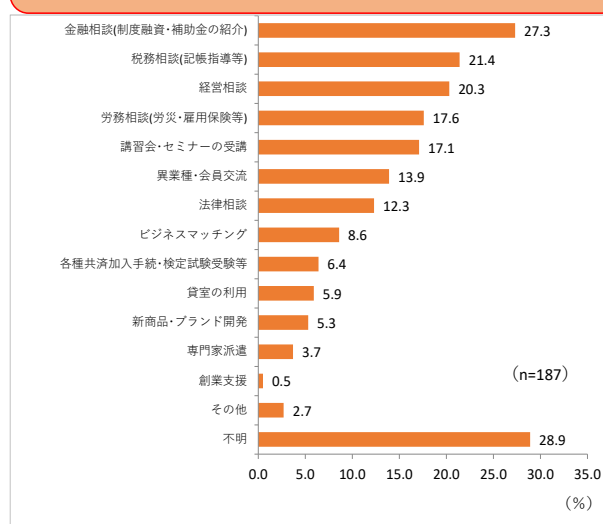
10. 大和高田商工会議所へのご要望・ご意見等について

(1) 大和高田商工会議所の事業・サービスで今後利用を希望するもの（複数回答）

「金融相談（制度融資・補助金の紹介）」が27.3%・51先で最も多く、以下、「税務相談（記帳指導等）」（21.4%・40先）、「経営相談」（20.3%・38先）、「労務相談（労災・雇用保険等）」（17.6%・33先）、「講習会・セミナーの受講」（17.1%・32先）、「異業種・会員交流」（13.9%・26先）、「法律相談」（12.3%・23先）と続いた。

「その他」の記述では、「全国の街、地方の街が元気になるアイデアを集めて国へ要望するようになってほしい」との回答がみられた。

大和高田商工会議所の事業・サービスで今後利用を希望するもの（複数回答）



No.	カテゴリー名	n	%
1	金融相談(制度融資・補助金の紹介)	51	27.3
2	税務相談(記帳指導等)	40	21.4
3	経営相談	38	20.3
4	労務相談(労災・雇用保険等)	33	17.6
5	講習会・セミナーの受講	32	17.1
6	異業種・会員交流	26	13.9
7	法律相談	23	12.3
8	ビジネスマッチング	16	8.6
9	各種共済加入手続・検定試験受験等	12	6.4
10	貸室の利用	11	5.9
11	新商品・ブランド開発	10	5.3
12	専門家派遣	7	3.7
13	創業支援	1	0.5
14	その他	5	2.7
	不明	54	28.9
	全体	187	100.0

(2) 大和高田商工会議所への全般的なご要望・ご意見等（自由意見）

大和高田商工会議所への要望等	業種
貴会議所掲載の当店のHPの更新。	【小売業】
何か情報があれば連絡頂きたいです。宜しくお願いします。	【金属製品・非鉄】
郵送ではなくメールやオンライン案内にいただけると助かります。	【その他製造業】
大和高田市の商工業が発展できる地盤づくりを市と協業して進めてほしい。	【建設業】
大和高田市が質的に発展できるよう知略を尽くして頂きたい。	【小売業】
経営者として知っておくべきノウハウを教えてほしい。知らない、わかってない事がわからないので知りたい。	【不明】
当行は会員様の各種ニーズに対し積極的にサポートさせていただきたいと考えます。幅広い情報共有をお願いいたします。	【その他非製造業】

大和高田商工会議所への意見等	業種
商店街の活性化、空き店舗を活用させて集客力・販売力を高めて商店街をもっと元気にしたいです。	【サービス業】
事業承継よりも廃業についてのコンサルタントの方がニーズは高いのでは。	【プラスチック製品】
定期的に送って下さる冊子は良く目を通しています。	【サービス業】
何年も会費を自動落ちで支払い続けていますが未だに何ひとつ、それに対応するようなことにめぐりあっておりません。退会を検討しております。	【飲食サービス業】
会議所の人ももっと勉強して下さい。会費も払っているのに、おあそび的な催しだけでは誰のための会議所かと思っています。一軒ずつ、たずね歩いて状況を把握するぐらいのことをされたいかがですか？他所に委託するほど難しい内容なら一般人はもっと分かりません。	【不明】
JC等に偏主した体制の解体。そもそも目立つ事業者だけがワイワイと活動している。それは別段良いが、例えば大和高田のだんじりの協賛ののぼり1つについても何故、JCメンバー達の旗がいつも決まって信号のある目立つ場所に立っているのか？！そもそも1本あたりの協賛金は同額であるのに、こういう優遇や忖度をする状態が時代にそぐわないし納得できない。こういった小さな事からしみ出て伝わってくる考え方（体質）のDNAがそもそも一丸となれない理由である。当社は十分に利が回っているのに、目先の課題は無いがそうではない零細業者を重要視するべき、それが本来の会議所の在り方だと考えます。	【不動産業】

Ⅲ 調査結果 2（業種別のクロス集計）

1. 事業者の概要について

（1）代表者の年齢

「業種」と「代表者の年齢」との関係を見ると、製造業では「50代」が34.8%で、非製造業では「50代」と「70代」が30.3%で最も多い。

なお、業種別のクロス集計については製造業、非製造業別で分析する。また、業種別のクロス集計では、業種不明先が9先あるため、製造業と非製造業の内訳の合計は全体(187先)と一致しない（以下、同じ）。

		代表者の年齢								
		合計	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	不明
全体		187	0.0%	0.0%	2.7%	10.7%	31.0%	25.7%	27.8%	2.1%
業種	●製造業	46	0.0%	0.0%	2.2%	4.3%	34.8%	32.6%	21.7%	4.3%
	●非製造業	132	0.0%	0.0%	3.0%	12.9%	30.3%	23.5%	30.3%	0.0%

※網掛けは最上位項目

（2）資本金

「業種」と「資本金」との関係を見ると、製造業は「1,000万円～5,000万円未満」が54.3%で、非製造業は「個人事業主」が43.2%で最も多い。

			資本金						
		合計	個人事業主	300万円未満	300万円～500万円未満	500万円～1000万円未満	1000万円～5000万円未満	5000万円以上	不明
全体		187	36.9%	5.3%	8.6%	8.6%	35.3%	4.3%	1.1%
業種	●製造業	46	21.7%	2.2%	6.5%	10.9%	54.3%	4.3%	0.0%
	●非製造業	132	43.2%	6.1%	9.1%	8.3%	29.5%	3.8%	0.0%

※網掛けは最上位項目

2. 今後の事業展開にかかる課題について

(1) 今後の事業展開にかかる課題（複数回答）

「業種」と「今後の事業展開における課題」との関係を見ると、製造業は「売上拡大（販路開拓、高付加価値化）」が54.3%、「コスト削減（生産コスト、事務コスト）」が39.1%の順。非製造業は「売上拡大（販路開拓、高付加価値化）」が52.3%、「人手不足」が34.8%の順。「品質管理・品質向上（製品・サービスの向上）」が14.7ポイント、「生産性向上・事務効率化」が12.8ポイント、「新事業（新製品・新サービスの開発）」が11.7ポイントといずれも製造業が非製造業に比べて高い。一方、「働き方改革」では非製造業が製造業に比べて10.2ポイント高い。

			今後の事業展開における課題					
			合計	売上拡大(販路開拓、高付加価値化)	コスト削減(生産コスト、事務コスト)	生産性向上・事務効率化	工期・納期の管理・短縮	品質管理・品質向上(製品・サービスの向上)
全体		187	51.9%	32.6%	26.7%	5.9%	15.5%	17.1%
業種	●製造業	46	54.3%	39.1%	37.0%	8.7%	26.1%	26.1%
	●非製造業	132	52.3%	31.8%	24.2%	5.3%	11.4%	14.4%
			今後の事業展開における課題					
			合計	人手不足	人材育成(技術向上・技術継承)	事業承継(後継者)	働き方改革	財務関連
全体		187	33.7%	30.5%	27.8%	16.0%	11.2%	4.8%
業種	●製造業	46	30.4%	37.0%	26.1%	8.7%	15.2%	4.3%
	●非製造業	132	34.8%	28.8%	28.0%	18.9%	9.8%	5.3%

※網掛けは上位2項目

(2) 今後強化したい課題（複数回答）

「業種」と「今後強化したい課題」との関係を見ると、製造業は「市場開拓・販路開拓」が43.5%、「製品・サービスの開発力・差別力向上」が39.1%、「技術・制度・品質の向上」と「業務効率・作業効率の向上」がいずれも37.0%の順。

非製造業は「市場開拓・販路開拓」が31.1%、「業務効率・作業効率の向上」が29.5%、「人材育成・教育制度の充実」が28.0%の順。

「製品・サービスの開発力・差別力向上」が20.2ポイント、「技術・制度・品質の向上」が13.5ポイント、「市場開拓・販路開拓」が12.4ポイント、製造業が非製造業に比べていずれも高い。

			今後強化したい課題							
			合計	経営戦略・企画力の強化	市場開拓・販路開拓	製品・サービスの開発力・差別力向上	技術・精度・品質の向上	業務効率・作業効率の向上	価格競争力の強化	DX・デジタル技術の活用
業種	全体	187	26.2%	34.8%	23.5%	25.7%	32.1%	12.3%	19.8%	18.7%
	●製造業	46	32.6%	43.5%	39.1%	37.0%	37.0%	8.7%	23.9%	17.4%
	●非製造業	132	22.7%	31.1%	18.9%	23.5%	29.5%	14.4%	18.9%	17.4%
			今後強化したい課題							
			合計	情報収集・分析の強化	事業の多角化	事業承継・後継者の育成	人材育成・教育制度の充実	行政の支援施策(補助金等)の活用	地域貢献	その他
業種	全体	187	13.4%	9.1%	23.0%	27.8%	12.3%	15.0%	4.8%	5.3%
	●製造業	46	13.0%	15.2%	15.2%	28.3%	13.0%	8.7%	2.2%	10.9%
	●非製造業	132	13.6%	7.6%	23.5%	28.0%	11.4%	15.9%	6.1%	3.8%

※網掛けは上位3項目

3. DX（デジタル・トランスフォーメーション）の取り組み状況について

(1) DX の認知度

「業種」と「DX の認知度」との関係を見ると、製造業では「よく知っている」（19.6%）と「聞いたことがあり、関心がある」（39.1%）との合計が 58.7%に達する一方、非製造業では 37.8%にとどまっており、「DX の認知度」は、製造業が非製造業に比べ、20.9 ポイント高い。一方、「知らない、聞いたことがない」では、非製造業が 13.9 ポイント高い状況がみられる。

		DXの認知度				
		合計	よく知っている	聞いたことがあり、関心がある	聞いたことがあがあるが、関心はない	知らない、聞いたことがない
全体		187	15.0%	27.8%	23.5%	32.6%
業種	●製造業	46	19.6%	39.1%	19.6%	21.7%
	●非製造業	132	13.6%	24.2%	25.0%	35.6%

※網掛けは最上位項目

(2) 現在活用しているデジタル技術について（複数回答）

【ネットワーク分野】

ネットワーク分野で「業種」と「現在活用しているデジタル技術」との関係を見ると、「インターネット（無線 Wifi 等）」が製造業 84.8%、非製造業 76.5%でいずれも最も多い。「インターネット（有線）」では、製造業が非製造業に比べて 11.7 ポイント高い。

（※1 社内 LAN：社内の建物やフロア内など狭い範囲で構成されたシステムネットワーク）

【ネットワーク分野】

		現在活用しているデジタル技術		
		合計	社内LAN	インターネット (有線)
全体		187	31.6%	49.2%
業種	●製造業	46	32.6%	58.7%
	●非製造業	132	31.8%	47.0%

※網掛けは最上位項目

【汎用ソフトウェア分野】

汎用ソフトウェア分野で「業種」と「現在活用しているデジタル技術」との関係を見ると、「オフィスツール（Word、Excel 等）※2」が製造業 82.6%、非製造業 77.3%でいずれも最も多い。

（※2 オフィスツール：マイクロソフト社製の Word、Excel、Power Point などの各アプリケーション）

（※3 グループウェア：企業など組織内システムネットワークを活用した情報共有のためのソフトウェア）

【汎用ソフトウェア分野】

		現在活用しているデジタル技術		
		合計	オフィスツール (Word、Excel等)	グループウェア
全体		187	79.1%	15.5%
業種	●製造業	46	82.6%	13.0%
	●非製造業	132	77.3%	15.2%

※網掛けは最上位項目

【業務ソフトウェア分野】

業務ソフトウェア分野で「業種」と「現在活用しているデジタル技術」との関係を見ると、「税務会計システム」が 52.2%、非製造業が 47.7%でいずれも最も多い。「生産管理システム」では 28.1 ポイント、「販売管理システム」では 26.5 ポイント、「人事給与システム」では、11.3 ポイント、製造業が非製造業に比べていずれも高い。

【業務ソフトウェア分野】

		合計	現在活用しているデジタル技術							
			税務会計システム	人事給与システム	顧客管理システム	販売管理システム	生産管理システム	購買管理システム	キャッシュレス決済	勤怠システム
全体		187	48.7%	25.7%	23.0%	31.0%	9.1%	7.5%	25.1%	13.9%
業種	●製造業	46	52.2%	34.8%	15.2%	50.0%	30.4%	13.0%	19.6%	21.7%
	●非製造業	132	47.7%	23.5%	24.2%	23.5%	2.3%	4.5%	25.8%	12.1%

※網掛けは上位2項目

(3) 現在活用しているデジタル技術の1年あたりの費用

「業種」と「デジタル技術の1年あたりの費用」との関係を見ると、「10万円～50万円未満」が製造業で 37.0%、非製造業が 33.3%でいずれも最も多い。「300万円～500万円未満」では、製造業が非製造業に比べて 13.6 ポイント高い。

		合計	現在活用しているデジタル技術の1年あたりの現状の費用						
			10万円未満	10万円～50万円未満	50万円～100万円未満	100万円～300万円未満	300万円～500万円未満	500万円以上	不明
全体		187	30.5%	33.7%	12.3%	5.9%	7.0%	1.6%	9.1%
業種	●製造業	46	28.3%	37.0%	6.5%	4.3%	17.4%	0.0%	6.5%
	●非製造業	132	29.5%	33.3%	15.2%	5.3%	3.8%	2.3%	10.6%

※網掛けは最上位項目

(4) DX人材確保の手段（複数回答）

「業種」と「DX人材確保の手段」との関係を見ると、「DX人材としての採用はない」が製造業 50.0%、非製造業 63.6%でいずれも最も多く、製造業が非製造業に比べて 13.6 ポイント高い。「経験者中途採用」は、製造業が非製造業に比べて 14.3 ポイント高い。

		合計	DX人材の確保の手段					
			新卒採用	経験者中途採用	既存社員の育成	DX人材としての採用はない	その他	不明
全体		187	0.0%	9.1%	14.4%	58.8%	4.3%	13.4%
業種	●製造業	46	0.0%	19.6%	17.4%	50.0%	4.3%	8.7%
	●非製造業	132	0.0%	5.3%	12.9%	63.6%	3.8%	14.4%

※網掛けは最上位項目

4. DX の今後の取り組み方針について

(1) DX について、デジタル技術等の活用に関する今後の方針

「業種」と「デジタル技術等の活用に関する今後の方針」との関係を見ると、「新たな導入や検討の予定はない（現状のまま）」が製造業 43.5%、非製造業 50.8%でいずれも最も多い。

		DXについて、デジタル技術等の活用に関する今後の方針				
		合計	積極的に活用する	良いシステムやサービスがあれば検討する	新たな導入や検討の予定はない(現状のまま)	不明
全体		187	10.2%	36.9%	48.1%	4.8%
業種	●製造業	46	15.2%	41.3%	43.5%	0.0%
	●非製造業	132	9.1%	34.8%	50.8%	5.3%

※網掛けは最上位項目

(2) 今後導入・活用する場合の目的（複数回答）

「業種」と「今後導入・活用する場合の目的」との関係を見ると、製造業は「生産性向上・事務効率化」が 76.9%、「売上拡大（販路開拓、高付加価値化）」が 57.7%、「コスト削減（生産コスト、事務コスト）」が 42.3%の順。非製造業は「生産性向上・事務効率化」が 56.9%、「コスト削減（生産コスト、事務コスト）」が 46.6%、「売上拡大（販路開拓、高付加価値化）」が 41.4%の順。

「生産性向上・事務効率化」が 20.0 ポイント、「売上拡大（販路開拓、高付加価値化）」が 16.3 ポイント、いずれも製造業が非製造業に比べて高い。

なお、対象は、前問（1）で「積極的に活用する」および「良いシステムやサービス」があれば検討すると回答した 88 先。〔後記の（3）～（5）も同様の対象先〕

		今後導入・活用する場合の目的						
		合計	売上拡大(販路開拓、高付加価値化)	コスト削減(生産コスト、事務コスト)	生産性向上・事務効率化	工期・納期の管理・短縮	品質管理・品質向上(製品・サービスの向上)	新事業(新製品・新サービスの開発)
全体		88	47.7%	45.5%	63.6%	15.9%	29.5%	10.2%
業種	●製造業	26	57.7%	42.3%	76.9%	19.2%	34.6%	15.4%
	●非製造業	58	41.4%	46.6%	56.9%	15.5%	29.3%	8.6%
		今後導入・活用する場合の目的						
		合計	人手不足(労働管理)	人材育成(技術向上・技術継承)	事業承継(後継者)	働き方改革	財務関連	その他
全体		88	26.1%	22.7%	5.7%	15.9%	19.3%	0.0%
業種	●製造業	26	30.8%	19.2%	7.7%	15.4%	19.2%	0.0%
	●非製造業	58	25.9%	24.1%	3.4%	15.5%	19.0%	0.0%

※網掛けは上位3項目

(3) 今後 DX 導入に関心あるデジタル技術（複数回答）

【ネットワーク分野】

ネットワーク分野で「業種」と「今後導入に関心あるデジタル技術」との関係を見ると、「インターネット（無線 Wifi 等）」が製造業 15.4%、非製造業 22.4%でいずれも最も多い。

（※1 社内 LAN：社内の建物やフロア内など狭い範囲で構成されたシステムネットワーク）

【ネットワーク分野】

		合計	今後DX導入に関心あるデジタル技術		
			社内LAN	インターネット (有線)	インターネット (無線Wifi等)
全体		88	15.9%	9.1%	20.5%
業種	●製造業	26	11.5%	11.5%	15.4%
	●非製造業	58	17.2%	6.9%	22.4%

※網掛けは最上位項目

【汎用ソフトウェア分野】

汎用ソフトウェア分野で「業種」と「今後導入に関心あるデジタル技術」との関係を見ると、製造業は「オフィスツール（Word、Excel 等）※2」が 23.1%で最も多く、非製造業は「グループウェア※3」が 25.9%で最も多い。「グループウェア※3」が 14.4 ポイント、「電子メール」が 10.3 ポイント、非製造業が製造業に比べて高い。

（※2 オフィスツール：マイクロソフト社製の Word、Excel、Power Point などの各アプリケーション）

（※3 グループウェア：企業など組織内システムネットワークを活用した情報共有のためのソフトウェア）

【汎用ソフトウェア分野】

		合計	今後DX導入に関心あるデジタル技術		
			オフィスツール (Word、Excel等)	電子メール	グループウェア
全体		88	18.2%	8.0%	21.6%
業種	●製造業	26	23.1%	0.0%	11.5%
	●非製造業	58	15.5%	10.3%	25.9%

※網掛けは最上位項目

【業務ソフトウェア分野】

業務ソフトウェア分野で「業種」と「今後導入に関心あるデジタル技術」との関係を見ると、製造業では「生産管理システム」が 30.8%で最も多く、次いで「税務会計システム」と「人事給与システム」がいずれも 23.1%。

非製造業では「税務会計システム」と「人事給与システム」がいずれも 19.0%で最も多い。「生産管理システム」について、製造業が非製造業に比べて 27.4 ポイント高い。

【業務ソフトウェア分野】

		合計	今後DX導入に関心あるデジタル技術							
			税務会計システム	人事給与システム	顧客管理システム	販売管理システム	生産管理システム	購買管理システム	キャッシュレス決済	勤怠システム
全体		88	20.5%	19.3%	17.0%	17.0%	11.4%	9.1%	10.2%	14.8%
業種	●製造業	26	23.1%	23.1%	11.5%	15.4%	30.8%	7.7%	7.7%	19.2%
	●非製造業	58	19.0%	19.0%	15.5%	13.8%	3.4%	8.6%	10.3%	12.1%

※網掛けは上位2項目

(4) 今後デジタル技術を導入する場合、投資できる費用

「業種」と「今後デジタル技術を導入する場合、投資できる費用」との関係を見ると、製造業では「10万円～50万円未満」が42.3%で最も多く、非製造業では「50万円～100万円未満」が31.0%で最も多い状況がみられた。

「10万円～50万円未満」では、製造業が非製造業に比べて18.2ポイント高い。一方、「10万円未満」では、非製造業が製造業に比べて13.4ポイント高い。

		今後デジタル技術を導入する場合、投資できる費用							
		合計	10万円未満	10万円～50万円未満	50万円～100万円未満	100万円～300万円未満	300万円～500万円未満	500万円以上	不明
全体		88	12.5%	30.7%	29.5%	12.5%	1.1%	9.1%	4.5%
業種	●製造業	26	3.8%	42.3%	23.1%	7.7%	3.8%	15.4%	3.8%
	●非製造業	58	17.2%	24.1%	31.0%	15.5%	0.0%	6.9%	5.2%

※網掛けは最上位項目

(5) 今後デジタル技術を導入する場合、導入や運用にあたり課題となる可能性 (複数回答)

「業種」と「今後デジタル技術を導入する場合、導入や運用にあたり課題となる可能性」との関係を見ると、製造業は「導入費用」が76.9%で最も多く、「業者選定」と「従業員のスキル不足」が38.5%の順。

非製造業は「導入費用」が62.1%で最も多く、次いで「運用負担（作業量・費用）」が39.7%、「従業員のスキル不足」が36.2%の順。

「導入費用」では14.8ポイント、「補助金の有無」では10.5ポイント、製造業が非製造業に比べていずれも高い。一方、「運用負担（作業量・費用）」では12.8ポイント、「製品選定」では10.1ポイント非製造業が製造業に比べていずれも高い。

		今後デジタル技術を導入する場合、導入や運用にあたり、課題となる可能性						
		合計	導入費用	業者選定	製品選定	業者等の支援体制	従業員のスキル不足	社内業務との整合性
全体		88	67.0%	36.4%	27.3%	25.0%	38.6%	29.5%
業種	●製造業	26	76.9%	38.5%	19.2%	23.1%	38.5%	34.6%
	●非製造業	58	62.1%	31.0%	29.3%	22.4%	36.2%	27.6%
		今後デジタル技術を導入する場合、導入や運用にあたり、課題となる可能性						
		合計	運用負担(作業量・費用)	情報セキュリティ	補助金の有無	特になし	その他	
全体		88	36.4%	31.8%	29.5%	5.7%	0.0%	
業種	●製造業	26	26.9%	26.9%	34.6%	0.0%	0.0%	
	●非製造業	58	39.7%	32.8%	24.1%	8.6%	0.0%	

※網掛けは上位3項目

(6) 新たなデジタル技術の導入や検討の予定はない（現状のまま）の理由

「業種」と「デジタル技術の新たな導入や検討の予定はない理由」との関係を見ると、「必要性を感じていない」が製造業 55.0%、非製造業 53.7%で最も多く、両業種ともに半数を超えている。

		新たなデジタル技術の導入や検討の予定はない(現状のまま)の理由					
		合計	資金的な余裕がない	必要性を感じていない	導入方法が分からない	活用できる人材がいない	その他
全体		90	10.0%	54.4%	4.4%	5.6%	17.8%
業種	●製造業	20	5.0%	55.0%	10.0%	5.0%	20.0%
	●非製造業	67	11.9%	53.7%	3.0%	6.0%	16.4%

※網掛けは最上位項目

5. SNS の活用について

(1) 現状の SNS 活用の目的（複数回答）

「業種」と「現状の SNS 活用の目的」との関係を見ると、「現在、SNS は活用していない」が製造業 43.5%、非製造業 46.2%とともに 4 割以上となっている。SNS を活用する事業者で、「会社の認知度・知名度の向上」が製造業 33.2%、非製造業 30.3%で最も多い。

「EC サイトへの誘導」は、製造業が非製造業に比べて 12.1 ポイント高い。

		現状のSNS活用の目的									
	合計	会社の認知度・知名度の向上	商品・サービスのプロモーション	顧客とのコミュニケーションの促進	営業・受注活動	人事採用活動での利用	ECサイトへの誘導	現在、SNSは活用していない	その他	不明	
	全体	187	33.2%	27.8%	26.2%	16.6%	7.0%	8.6%	43.9%	1.1%	7.5%
業種	●製造業	46	37.0%	26.1%	26.1%	15.2%	13.0%	17.4%	43.5%	0.0%	8.7%
	●非製造業	132	30.3%	27.3%	25.0%	15.2%	4.5%	5.3%	46.2%	0.8%	6.8%

※網掛けは上位2項目

(2) SNS 活用の媒体について、活用している及び活用を検討している媒体（複数回答）

「業種」と「活用している及び活用を検討している SNS の媒体」との関係を見ると、製造業者で「Instagram」が 37.0%で、非製造業者では「LINE」が 28.0%で最も多い。

「LINE」と「Instagram」が業種に関わらず、他の媒体に比べて高い傾向がうかがえる。

一方、「SNS は活用していないし、今後活用の予定もない」が、製造業が 28.3%、非製造業が 37.9%となっており、全事業者の約 3 分の 1 に達している。

		合計	SNS活用の媒体について、活用している及び活用を検討している媒体							
			Instagram	Facebook	LINE	YouTube	X(旧Twitter)	SNSは活用し ていないし、 今後活用の予 定もない	その他	不明
全体		187	29.9%	20.3%	30.5%	11.8%	6.4%	34.8%	4.8%	11.8%
業種	●製造業	46	37.0%	19.6%	32.6%	17.4%	10.9%	28.3%	2.2%	10.9%
	●非製造業	132	27.3%	18.9%	28.0%	9.1%	4.5%	37.9%	5.3%	12.1%

※網掛けは上位2項目

(3) 今後の SNS 活用を希望する目的（複数回答）

「業種」と「今後の SNS の活用を希望する目的」との関係を見ると、「会社の認知度・知名度の向上」が製造業 34.8%、非製造業 32.6%で最も多い。一方、「SNS の活用は考えていない」が製造業 32.6%、非製造業 38.6%で、ともに 3 割以上となった。

		合計	今後のSNS活用を希望する目的								
			会社の認知 度・知名度 の向上	商品・サー ビスのプロ モーション	顧客とのコ ミュニケー ションの促 進	営業・受注 活動	人事採用活 動での利用	ECサイトへ の誘導	SNSの活用 は考えてい ない	その他	不明
全体		187	33.7%	26.7%	25.1%	21.9%	10.7%	8.6%	36.9%	2.1%	12.8%
業種	●製造業	46	34.8%	32.6%	26.1%	28.3%	15.2%	15.2%	32.6%	0.0%	13.0%
	●非製造業	132	32.6%	23.5%	23.5%	18.9%	8.3%	6.1%	38.6%	3.0%	12.1%

※網掛けは上位2項目

6. EC サイト（電子商取引）への取り組みについて

(1) EC サイト（電子商取引）を活用した取り組みについて、現時点で利用している EC サイト形態（複数回答）

「業種」と「現時点で利用している EC サイト（電子商取引）の形態」との関係について、「EC サイトは活用していない」事業者は、製造業が 56.5%、非製造業が 72.7% で非製造業が製造業に比べて 16.2 ポイント高く、ともに半数を超える状況がみられる。

現時点で利用している事業者の EC サイトの形態は、EC モール内に店出している既存の EC サイトを利用する「モール型 EC サイト（Amazon、Yahoo!、楽天など）」が製造業で 21.7%、非製造業で 11.4% と最も多く、製造業が非製造業に比べて 10.3 ポイント高い。「ショッピングカート ASP（Shopify、BASE、STORES、FutureShop など）」は、製造業が非製造業に比べて 12.2 ポイント高い。

		EC サイト（電子商取引）を活用した取り組みで、現時点で利用している EC サイトの形態						
		合計	モール型 EC サイト (Amazon、Yahoo!、楽天など)	ショッピングカート ASP (Shopify、BASE、STORES、FutureShop など)	EC パッケージ (EC-CUBE、ecbeing など)	フルスクラッチ (既存のシステムを利用せず、独自に構築する方法)	EC サイトは活用していない	その他
	全体	187	15.5%	5.9%	0.5%	0.5%	66.8%	11.2%
業種	●製造業	46	21.7%	15.2%	0.0%	0.0%	56.5%	13.0%
	●非製造業	132	11.4%	3.0%	0.8%	0.8%	72.7%	9.8%

※網掛けは上位2項目

(2) EC サイト（電子商取引）を活用している場合の課題（複数回答）

「業種」と「EC サイト（電子商取引）を活用している場合の課題」との関係について、製造業で「運用費とメンテナンス費用の増加」が 50.0% で最も多く、次いで「物流・資材コストの増加」が 42.9% の順。非製造業で「物流・資材コストの増加」と「リピーターの獲得」がいずれも 19.2% で最も多い。「運用費とメンテナンス費用の増加」が 42.3 ポイント、「専門的知識を持つ社員の人材不足」が 28.6 ポイント、「物流・資材コストの増加」が 23.7 ポイント、「在庫・発送管理が煩雑」が 21.4 ポイント、「多様な決済手段の導入」が 14.3 ポイント、それぞれ高い。一方、「課題は特にない」が製造業 28.6%、非製造業 42.3% で、非製造業が製造業に比べて 13.7 ポイント高い。

対象は、前問 (1) で「EC サイトは活用しない」と回答した 125 先と「不明」と回答した 21 先の合計 146 先を除く 41 先。

		EC サイト（電子商取引）を活用している場合の課題						
		合計	物流・資材コストの増加	運用費とメンテナンス費用の増加	専門的知識を持つ社員の人材不足	多様な決済手段の導入	在庫・発送管理が煩雑	競合他社との差別化
	全体	41	31.7%	22.0%	12.2%	4.9%	9.8%	14.6%
業種	●製造業	14	42.9%	50.0%	28.6%	14.3%	21.4%	7.1%
	●非製造業	26	19.2%	7.7%	0.0%	0.0%	0.0%	15.4%

		EC サイト（電子商取引）を活用している場合の課題				
		合計	初回購入・会員登録者の獲得	リピーターの獲得	EC サイトのセキュリティ対策	課題は特にない
	全体	41	7.3%	24.4%	9.8%	39.0%
業種	●製造業	14	7.1%	28.6%	7.1%	28.6%
	●非製造業	26	7.7%	19.2%	11.5%	42.3%

※網掛けは上位2項目

(3) 今後利用したいECサイト（電子商取引）の形態について（複数回答）

「業種」と「今後利用したいECサイト（電子商取引）の形態」の関係について、「ECサイトの活用は考えていない」が製造業 45.7%、非製造業は 67.4%で、非製造業が製造業に比べて 21.7 ポイント高く、全事業者の約 3 分の 2 に達している。

今後 EC サイトを利用する事業者の利用したい EC サイトの形態について、「モール型 EC サイト（Amazon、Yahoo!、楽天など）」が製造業 19.6%、非製造業 11.4%で最も多い。

		今後利用したい ECサイト(電子商取引)の形態							
		合計	モール型ECサイト(Amazon、Yahoo!、楽天など)	ショッピングカートASP(Shopify、BASE、STORES、FutureShopなど)	ECパッケージ(EC-CUBE、ecbeingなど)	フルスクラッチ(既存のシステムを利用せず、独自に構築する方法)	ECサイトの活用は考えていない	その他	不明
全体		187	14.4%	4.8%	0.5%	3.2%	60.4%	1.6%	17.6%
業種	●製造業	46	19.6%	8.7%	2.2%	4.3%	45.7%	2.2%	23.9%
	●非製造業	132	11.4%	3.8%	0.0%	2.3%	67.4%	1.5%	15.2%

※網掛けは上位2項目

7. 情報セキュリティ対策への取り組みについて

(1) 関心があるセキュリティ対策サービス（複数回答）

「業種」と「関心があるセキュリティ対策サービス」の関係について、「セキュリティ対策に関する情報提供」が製造業 30.4%、非製造業 27.3%で最も多い。一方、「特になし」が製造業 37.0%、非製造業 47.0%で、非製造業が製造業に比べて 10.0 ポイント高い。

		関心があるセキュリティ対策サービス						
		合計	セキュリティ対策ガイドライン・マニュアル	セキュリティ対策に関する情報提供	相談サービス（現地訪問・窓口対応）	セキュリティ対策可視化サービス	特になし	その他
全体		187	24.6%	27.8%	9.6%	12.8%	43.3%	0.5%
業種	●製造業	46	26.1%	30.4%	15.2%	17.4%	37.0%	0.0%
	●非製造業	132	23.5%	27.3%	7.6%	11.4%	47.0%	0.8%

※網掛けは上位2項目

(2) 実施している情報セキュリティ対策（複数回答）

「業種」と「実施している情報セキュリティ対策」の関係について、ソフトを導入し、定義ファイルを最新にしている「ウイルス対策ソフトを導入」が製造業で 54.3%、非製造業で 50.8%と最も多く、次いで「OS やソフトウェアを常に最新の状態にする」が製造業で 39.1%、非製造業で 50.8%の順。「OS ソフトウェアを常に最新の状態にする」は、非製造業が製造業に比べて 10.9 ポイント高い。

一方、「実施しているものはない」が製造業 19.6%、非製造業 28.0%となっている。

		実施している情報セキュリティ対策						
		合計	OSやソフトウェアを常に最新の状態にする（常に最新の修正プログラムを適用している）	ウイルス対策ソフトを導入（ソフトを導入し、定義ファイルを最新にしている）	パスワードの管理強化（パスワードを長く、複雑にして使い回さないようにしている）	共有設定の最小限化（クラウドサービスや機器の共有設定を必要最小限にしている）	ウイルスの脅威や攻撃手法の情報収集（脅威や攻撃に関する情報を収集している）	実施しているものはない
全体		187	46.5%	51.3%	21.4%	21.9%	15.0%	24.6%
業種	●製造業	46	39.1%	54.3%	28.3%	19.6%	19.6%	13.0%
	●非製造業	132	50.0%	50.8%	18.9%	22.0%	13.6%	28.0%

※網掛けは上位2項目

(3) この1年間に被害に遭ったもの（複数回答）

「業種」と「この1年間に実際の被害に遭ったもの」との関係について、被害に遭わなかった「特にない」が製造業で82.6%、非製造業が88.6%とともに8割以上となっている。

被害の実態について、製造業では、「コンピューターウイルスに感染」が1.6%、非製造業では、「取引先に起因するサービス停止、情報漏えい等」が1.1%、「コンピューターウイルスに感染」が0.8%、「内部者の不正に起因する情報漏えい、システム悪用等」が0.8%と少数ではあるがみられた。

（※4 ランサムウェア：ファイルを利用不可能な状態にした上で、元に戻すことを引き換えに金銭を要求する）

（※5 DoS 攻撃：サーバーなどの大量のデータを送信することで、過剰な負担をかけ、利用を妨害する）

		合計	この1年間に被害に遭ったもの						
			コンピューターウイルスに感染	サイバー攻撃（ランサムウェア、DoS攻撃等）	内部者の不正に起因する情報漏えい、システム悪用等	取引先に起因するサービス停止、情報漏えい等	特にない	その他	不明
全体		187	1.6%	0.0%	0.5%	1.1%	87.2%	0.5%	9.6%
業種	●製造業	46	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	82.6%	0.0%	13.0%
	●非製造業	132	0.8%	0.0%	0.8%	1.5%	88.6%	0.8%	8.3%

※網掛けは上位2項目

8. DX の取り組み支援について

(1) DX 関連での相談者（複数回答）

「業種」と「DX 関連での相談者」との関係について、製造業が「会計士・税理士等」21.7%、非製造業が「取引のある情報関連企業」18.9%で最も多い。「会計士・税理士等」は、製造業が非製造業に比べて 11.9 ポイント高い。

一方、「特にいない」が製造業で 37.0%、非製造業で 43.9%となった。

		DX関連での相談者										
		合計	取引のある 情報関連企 業	製品の購入 販売店(ショ ップ・量販 店等)	県・市町村・ 支援機関等	商工会議所	取引金融機 関	会計士・税 理士等	情報関連企 業以外の取 引先・知人 等	特にいない	その他	不明
全体		187	18.2%	8.0%	3.7%	10.7%	3.7%	12.3%	8.6%	42.2%	3.7%	9.1%
業種	●製造業	46	15.2%	6.5%	8.7%	10.9%	4.3%	21.7%	4.3%	37.0%	4.3%	8.7%
	●非製造業	132	18.9%	9.1%	2.3%	11.4%	3.8%	9.8%	9.1%	43.9%	3.8%	8.3%

※網掛けは上位2項目

(2) 関心のある DX 分野（複数回答）

「業種」と「関心ある DX 分野」との関係について、「クラウド^(※6)」が製造業で 23.9%、非製造業で 24.2%と最も多い。次いで、「AI^(※7)」が製造業で 21.7%、非製造業で 14.4%の順。他の DX 分野は業種別でもいずれも 10%を下回っており、全般的に関心が高まっていない状況がみられる。

一方、「特にない」が製造業で 41.3%、非製造業が 52.3%で、非製造業が製造業に比べて 11.0 ポイント高い。

(※6 クラウド：インターネットを通じて、インフラやソフトウェアを持たず、必要な時のみ利用する仕組み)

(※7 AI：人工知能を意味し、機械が人間と同様の知能を有し、機械自らが学習し、分析・提案等が可能となる技術)

(※8 ビッグデータ：従来のデータベース管理システムでは保管や解析が困難な膨大なデータをビジネスに活用する)

(※9 デジタルマーケティング：様々なデジタル技術を有効に組み合わせ最適なマーケティング成果の獲得を目指す)

(※10 オープンデータ：誰でも許可されたルールの範囲内で自由に複製・加工や頒布などができるデータ)

(※11 5G：携帯電話などの使用通信規格で、第 5 世代移动通信システムで高速・大容量のデータをビジネスに活用)

			関心のあるDX分野										
		合計	クラウド	ビッグデータ	ロボット	デジタルマーケティング	ドローン	5G	オープンデータ	AI	特にない	その他	不明
全体		187	25.1%	6.4%	7.0%	5.9%	3.7%	2.1%	2.1%	16.6%	48.7%	0.5%	10.2%
業種	●製造業	46	23.9%	6.5%	8.7%	8.7%	2.2%	2.2%	4.3%	21.7%	41.3%	2.2%	13.0%
	●非製造業	132	24.2%	6.8%	6.1%	5.3%	4.5%	2.3%	1.5%	14.4%	52.3%	0.0%	9.1%

※網掛けは上位3項目

(3) DX やデジタル技術活用に関する希望する支援事項（複数回答）

「業種」と「DX やデジタル技術活用に関する希望する支援事項」との関係について、製造業が「補助金等財政支援の強化」で 30.4%、非製造業が「情報提供（Web サイト、メール等）」で 24.2%と最も多い。

「相談体制の強化」が 14.1 ポイント、「補助金等財政支援の強化」が 11.5 ポイント、「人材育成支援の強化」が 10.6 ポイント、それぞれ製造業が非製造業に比べて高い。

一方、「特にない」が製造業で 34.8%、非製造業で 40.2%となっている。

		合計	DXやデジタル技術活用に関する希望する支援事項								
			情報提供 (Webサイト、 メール等)	セミナー開催 化	相談体制の強 化	人材育成支援 の強化	技術支援の強 化	補助金等財政 支援の強化	特にない	その他	不明
全体		187	24.1%	16.0%	12.3%	9.1%	10.2%	23.5%	38.5%	1.6%	10.2%
業種	●製造業	46	21.7%	10.9%	21.7%	17.4%	15.2%	30.4%	34.8%	2.2%	13.0%
	●非製造業	132	24.2%	18.2%	7.6%	6.8%	6.8%	18.9%	40.2%	1.5%	9.1%

※網掛けは上位2項目

9. 事業承継（M&Aを含む）の取り組み状況について

（1）事業承継（M&Aを含む）の取り組み状況

「業種」と「事業承継（M&Aを含む）の取り組み状況」との関係について、「経営課題と認識しているが、特に何もしていない」が製造業で26.1%、非製造業で31.1%と最も多い。

「すでに事業承継は終わった(承継して間もない状況)」が製造業で15.2%、非製造業で13.6%となった。

一方、「事業継承をするつもりはない」について、製造業が21.7%、非製造業が32.6%で、非製造業が製造業に比べて10.9ポイント高い。

		合計	事業承継(M&Aを含む)の取り組み状況							
			すでに事業承継は終わった(承継して間もない状況)	事業承継計画を策定中	計画は策定済みだが、まだ取り組んでいない	計画を策定し、現在、取り組み中	経営課題と認識しているが、特に何もしていない	事業承継をするつもりはない	その他	不明
全体		187	13.4%	7.5%	5.3%	6.4%	28.9%	29.9%	1.1%	7.5%
業種	●製造業	46	15.2%	6.5%	6.5%	10.9%	26.1%	21.7%	2.2%	10.9%
	●非製造業	132	13.6%	6.8%	5.3%	4.5%	31.1%	32.6%	0.8%	5.3%

※網掛けは上位2項目

（2）事業承継先について

「業種」と「事業承継先」との関係について、「家族・親族」が製造業で64.5%、非製造業で51.2%と最も多く、ともに半数を超えた。製造業が非製造業に比べて13.3ポイント高い状況がみられる。

一方、「明確に決まっていない」は、製造業が12.9%、非製造業が32.9%で非製造業が製造業に比べて20.0ポイント高い。

なお、対象は、前問（1）で「事業継承をするつもりはない」および「不明」と回答した70先を除く117先。〔後記の（3）～（5）も同様の対象先〕

		事業承継先について						
		合計	家族・親族	役員・従業員	社外(M&Aを含む)	明確に決まっていない	その他	不明
	全体	117	54.7%	10.3%	0.9%	27.4%	1.7%	5.1%
業種	●製造業	31	64.5%	9.7%	3.2%	12.9%	3.2%	6.5%
	●非製造業	82	51.2%	11.0%	0.0%	32.9%	1.2%	3.7%

※網掛けは上位2項目

(3) 事業承継先について相談した先、または相談しようと考えている先

(複数回答)

「業種」と「事業承継について相談した先、または相談しようと考えている先」との関係について、「税理士・公認会計士」が製造業で 51.6%、非製造業で 37.7%と最も多く、製造業が非製造業に比べて 13.8 ポイント高い。次いで、「親族」が製造業で 19.4%、非製造業で 14.6%と続いた。

他の相談先はいずれも 10%を下回っており、認知度が高まっていない状況がみられる。

一方で「特になし」について、製造業が 19.4%、非製造業が 35.4%で、非製造業が製造業に比べて 16.0 ポイント高い。

		事業承継について相談した先、または相談しようと考えている先					
		合計	税理士・公認会計士	経営コンサルタント	取引金融機関	他社の経営者	商工会議所 大和高田事業承継 ネットワーク個別 相談会
全体		117	42.7%	5.1%	9.4%	8.5%	9.4%
業種	●製造業	31	51.6%	9.7%	9.7%	9.7%	3.2%
	●非製造業	82	37.8%	3.7%	8.5%	7.3%	4.9%
		事業承継について相談した先、または相談しようと考えている先					
		合計	親族	親族・親族以外の 役員・従業員	特になし	その他	無回答
全体		117	15.4%	2.6%	30.8%	4.3%	1.7%
業種	●製造業	31	19.4%	3.2%	19.4%	6.5%	3.2%
	●非製造業	82	14.6%	2.4%	35.4%	3.7%	1.2%

※網掛けは上位2項目

(4) 事業承継を円滑に進める場合の課題となる事項、また、事業承継に取り組んでいない場合、今後必要な対応 (複数回答)

「業種」と「事業承継を円滑に進める場合、課題となる事項、また取り組んでいない場合、今後必要な対応」との関係について、製造業で「後継者を支える人材育成」が 45.2%で最も多く、「後継者の育成」が 38.7%、「相続税・贈与税への対応」が 32.3%と続く。

非製造業では「後継者の育成」が 53.7%で最も多く、「後継者を支える人材育成」が 35.4%、「取引先との関係維持」が 32.9%と続く。「相続税・贈与税への対応」が 18.9 ポイント、「後継者の育成」が 15.0 ポイント、それぞれ製造業が非製造業に比べて高い。一方、「取引先との関係維持」は、非製造業が製造業に比べて 13.5 ポイント高い。

		事業承継を円滑に進める場合、課題となる事項、また取り組んでいない場合、今後必要な対応					
		合計	後継者の育成	後継者を支える人材の育成	借入金・保証債務の整理	取引先との関係維持	金融機関との関係維持 相続税・贈与税への対応
全体		117	48.7%	37.6%	25.6%	29.9%	12.0%
業種	●製造業	31	38.7%	45.2%	29.0%	19.4%	32.3%
	●非製造業	82	53.7%	35.4%	22.0%	32.9%	13.4%
		事業承継を円滑に進める場合、課題となる事項、また取り組んでいない場合、今後必要な対応					
		合計	役員・従業員からの理解	株主からの理解	自社株式・事業用不動産の取扱い	事業承継後の事業計画	特に課題はない その他
全体		117	16.2%	1.7%	5.1%	8.5%	16.2%
業種	●製造業	31	12.9%	0.0%	3.2%	3.2%	16.1%
	●非製造業	82	18.3%	2.4%	4.9%	9.8%	17.1%

※網掛けは上位3項目

(5) 事業承継を円滑に進める場合の課題等の解決に向け、相談支援先に対し、希望する又は役に立った支援事項（複数回答）

「業種」と「事業承継を円滑に進める場合の課題等の解決に向け、希望する又は役に立った支援事項」との関係について、「事業承継に関する情報提供」が製造業で 22.6%、非製造業で 26.8%と最も多い。「事業承継に関する勉強会やセミナーの開催」は、非製造業が製造業に比べて 11.0 ポイント高い。

一方、「特に希望はない」について、製造業が 54.8%、非製造業が 53.8%で、ともに半数を超えた。

		事業承継を円滑に進める場合の課題等の解決に向け、希望する又は役に立った支援事項								
	合計	事業承継に関する 情報提供	専門機関との 橋渡し	後継者同士が コミュニケー ションや切磋 琢磨できる場 の提供	事業承継に関 する勉強会や セミナーの開 催	会社の事業承 継計画・成長 戦略策定支援	特に希望はな い	その他	無回答	
全体	117	25.6%	12.0%	5.1%	17.1%	7.7%	53.8%	0.0%	1.7%	
業種	●製造業	31	22.6%	12.9%	0.0%	9.7%	9.7%	54.8%	0.0%	6.5%
	●非製造業	82	26.8%	12.2%	6.1%	20.7%	7.3%	53.7%	0.0%	0.0%

※網掛けは上位2項目

10. 大和高田商工会議所へのご要望・ご意見等について

(1) 大和高田商工会議所の事業・サービスで今後利用を希望するもの（複数回答）

「業種」と「大和高田商工会議所の事業・サービスで、今後利用を希望するもの」との関係について、製造業で「金融相談（制度融資・補助金の紹介）」が32.6%で最も多く、次いで、「経営相談」と「異業種・会員交流」がいずれも17.4%、「税務相談（記帳指導等）」・「労務相談（労災・雇用保険等）」・「ビジネスマッチング」がいずれも15.2%と続く。

非製造業では「金融相談（制度融資・補助金の紹介）」が26.5%で最も多く、次いで「税務相談（記帳指導等）」が24.2%、「経営相談」が22.0%、「労務相談（労災・雇用保険等）」が18.2%、「法律相談」が14.4%と続く。「法律相談」では、非製造業が製造業に比べて10.1ポイント高い。

		大和高田商工会議所の事業・サービスで、今後利用を希望するもの						
		合計	経営相談	金融相談(制度 融資・補助金の 紹介)	税務相談(記帳 指導等)	労務相談(労災 ・雇用保険等)	法律相談	創業支援 講習会・セミナ ーの受講
全体		187	20.3%	27.3%	21.4%	17.6%	12.3%	0.5%
業種	●製造業	46	17.4%	32.6%	15.2%	15.2%	4.3%	2.2%
	●非製造業	132	22.0%	26.5%	24.2%	18.2%	14.4%	0.0%
		大和高田商工会議所の事業・サービスで、今後利用を希望するもの						
		合計	新商品・プラン ド開発	ビジネスマッ チング	異業種・会員交 流	専門家派遣	各種共済加入 手続・検定試験	その他
全体		187	5.3%	8.6%	13.9%	3.7%	6.4%	2.7%
業種	●製造業	46	10.9%	15.2%	17.4%	4.3%	2.2%	4.3%
	●非製造業	132	3.8%	6.1%	12.1%	3.0%	8.3%	2.3%

※網掛けは上位3項目

VI アンケート結果の考察（まとめ）

1. 今後の事業展開における課題について

- 代表者の年齢別は全体で「50代」が最も多い。
- 資本金について、製造業では「1,000万円～5,000万円未満」、非製造業では「個人事業主」が最も多い。
- 今後の事業展開における課題について、全体では、「売上拡大」、「人手不足」、「コスト削減」が上位を占めた。製造業が「売上拡大」、「コスト削減」に次いで、「生産性向上・事務効率化」や「人材育成」、非製造業が上位項目に次いで、「人材育成」や「事業承継」が多い。
- 今後強化したい課題について、「市場開拓・販路開拓」、「業務効率・作業効率の向上」、「人材育成・教育制度の充実」が上位を占めた。

2.DX（デジタル・トランスフォーメーション）の取り組みについて

- 現状のDXの認知度について、全体で4割強に留まっている。デジタル技術の活用に関する今後の方針について、デジタル技術の活用に積極的な事業者と新たな導入や検討の予定がない事業者が各々約半数を占めた。デジタル技術の活用に消極的な事業者に対し、今後DXの有用性等を周知していく必要がある。
- 現在活用しているデジタル技術について、「インターネット（無線Wifi等）」、WordやExcel等の「オフィスツール」、「電子メール」は7割程度まで進んでいる。一方、「グループウェア」は1割強に留まっている。業務ソフトウェアは、「税務会計システム」が5割程度で最も活用が進んでいる。
- 今後導入に関心あるデジタル技術について、「インターネット（無線Wifi等）」、「グループウェア」が2割程度となっている。活用があまり進んでいない「グループウェア」が企業内での情報共有等に有効であり、今後活用がより一層進むことが望まれる。業務ソフトウェアは、「税務会計システム」、「人事給与システム」が約2割となっている。製造業では、「生産管理システム」が3割以上で関心が高い。
- 現在活用しているデジタル技術の1年あたりの費用は、「10万円～50万円未満」が最も多く、業種による大きな差異はみられない。
今後投資できるデジタル技術の費用では、製造業で「10万円～50万円未満」、非製造業で「50万円～100万円未満」が最も多い。
- DX人材確保の手段について、「DX人材としての採用はない」が6割程度で最も多く、必要に応じて、経験者の中途採用や既存社員の育成で対応する事業者が多い。
- 今後デジタル技術を活用する場合の目的について、「生産性向上・事務効率化」、「売上拡大」、「コスト削減」、「品質管理・品質向上」が上位を占めた。次いで「人手不足」や「人材育成」が多い。

- デジタル技術の導入・運用の課題について、「導入費用」、「運用負担」、「従業員のスキル不足」、「業者選定」などが上位を占めた。中小企業では投資できる費用が限られており、導入・運用費用が比較的安価な「クラウドサービス」等の有効活用が検討される。
「従業員のスキル不足」の解消には、研修制度や支援プログラムの充実などリスクリリングへの取り組みが重要となる。
- デジタル技術の導入や検討の予定はない理由について、「必要性を感じていない」が半数以上。企業の持続的な成長には、デジタル技術の積極的な活用が不可欠であることを事業者アプローチしていく必要がある。

【SNS の活用について】

- 現状の SNS の活用の目的について、「活用をしていない」事業者が業種に関わらず **4 割超**と目立つ。一方、活用する場合の目的は、「会社の認知度・知名度向上」、「商品サービスのプロモーション」、「顧客とのコミュニケーションの促進」が上位を占める。
今後の希望する目的についても、現状と大きな差異はみられない。
- 活用している及び活用を検討している SNS の媒体は、製造業が 「Instagram」、非製造業が 「LINE」 が最も多く、ともに **3 割以上**。
- SNS 利用者が年々増加し続けている中、国内のみならず、海外の消費者や取引先への情報発信、コミュニケーション手段としての役割が大きくなっている。他媒体と比べて費用を抑制することができ、中小企業にとっては魅力的なツールといえる。
「SNSを活用していない及び今後活用の予定もない」事業者が **3 割以上**となっている。
今後 SNS 活用による新たな事業展開へ啓発活動が求められる。

【EC サイト（電子商取引）への取り組みについて】

- 現時点で利用している EC サイト形態について、「EC サイトは活用していない」が **6 割以上**で目立つ。利用する事業者の形態は、EC モール内に店舗している既存の EC サイトを利用する Amazon、Yahoo!、楽天などが運営する 「モール型 EC サイト」の利用が最も多いものの、製造業で **2 割強**、非製造業で **1 割強に留まっている**。
今後利用したい EC サイト形態についても現状と大きな差異はみられない。
- EC サイトを活用している場合の課題について、製造業で 「運用・メンテナンス費用の増加」が半数、「物流・資材コストの増加」が **4 割以上**、非製造業で 「物流・資材コストの増加」と 「リピーターの獲得」が約 **2 割**を占める。
- 現時点で EC サイトの活用を考えていない事業者は、全体で **6 割以上**となっている。EC サイトを活用することで、広範な顧客層へのアプローチや 24 時間・365 日営業などのメリットがあり、課題とされる運用費用や物流コストを抑制しつつ、事業者のビジネスモデルに適した EC サイトの導入・活用が望まれる。

【情報セキュリティ対策への取り組みについて】

- 関心があるセキュリティ対策サービスについて、「セキュリティ対策に関する情報提供」が最も多く、全体の約3割を占める。
- 実施している情報セキュリティ対策について、業種に関わらず「ウイルス対策ソフトを導入」が半数超で最も多く、次いで「OS やソフトウェアを常に最新の状態にする」が製造業で約4割、非製造業で5割となっている。一方、「実施しているものはない」事業者が製造業で2割弱、非製造業で3割弱となっている。
- この1年間に実際の被害では、「コンピューターウイルスに感染」、内部者の不正に起因する「情報漏洩・システム悪用等」、取引先に起因する「サービス停止、情報漏洩等」の事例が少数ではあるが被害の実態がみられた。
インターネットや SNS の利用が拡大する中、組織犯罪の巧妙化で被害の発生件数や被害金額が年々増加しており、デジタル技術活用により発生するリスクの周知や情報関連企業と連携したセキュリティ対策の促進等、被害抑止に向けた取り組みが必要となる。

【DX の取り組み支援について】

- DX 関連での相談者について、業種に関わらず「特にいない」が最も多く、全体で 4割強。次いで、製造業が「会計士・税理士等」で 2割強、非製造業が「情報関連企業」で 2割弱と続く。
- 関心のある DX 分野について、業種に関わらず「特にない」が最も多く、全体で 5割弱。次いで、両業種ともに「クラウド」が 2割以上、「AI」が製造業で約2割、非製造業で 1割強に留まっている。「ロボット」や「ビッグデータ」など他の DX 分野はいずれも1割に達せず、全般的に関心が高まっていない。
- DX やデジタル技術活用に関する希望する支援事項について、製造業で「補助金等財政支援の強化」が 3割強、「情報提供」と「相談体制の強化」が 2割強。非製造業で「情報提供」が 2割強、「補助金等財政支援の強化」と「セミナーの開催」が 2割弱となった。
- DX やデジタル技術に関する高田商工会議所への要望等（自由記述）について、「DX に関して見識が低く、初心者向けのセミナー開催」、「DX やデジタル技術の活用に関する啓蒙活動」、「DX に関する補助金等の案内」、「DX の有効性や活用方法に関するセミナーや個別相談会の開催」、「紙媒体の電子化」などの意見が寄せられた。

3. 事業承継（M&A を含む）の取り組みについて

- 事業承継（M&A を含む）の取り組み状況について、「経営課題として認識しているが特に何もしていない」が製造業で **2 割以上**、非製造業で **3 割以上**となっている。事業承継計画を策定し、まだ取り組んでいない事業者を含め、事業承継に関する取り組みが先送りされている可能性がある。事業承継は一般的に数年以上の期間を要すると言われることから専門家によるサポート等、早期の対応が必要と考えられる。
- 事業承継先について、「家族・親族」が製造業で **6 割以上**、非製造業で **5 割以上**。「明確に決まっていない」事業者が製造業で **1 割以上**、非製造業では **3 割以上**と目立つ。
- 事業承継先について、相談した先または、相談しようと考えている先について、「税理士・公認会計士」が製造業で **5 割以上**、非製造業で **4 割弱**、次いで両業種ともに「親族」が続く。「商工会議所」や「取引金融機関」など他の相談先は **1 割に達していない**。
- 事業承継を進める場合の課題となる事項、取り組んでいない場合の今後必要な対応について、「後継者の育成」、「後継者を支える人材の育成」、「取引先との関係維持」、「借入金・保証債務の整理」が **2 割以上**となっている。
- 事業承継を円滑に進める場合、希望する又は役に立った支援事項について、「情報提供」が **2 割以上**で最も多く、次いで「勉強会やセミナーの開催」、「専門機関との橋渡し」等が続く。
- 事業承継に関する高田商工会議所への要望（自由記述）について、「M&A の情報提供」、「事業承継等に関する補助金等の案内」、「課題解決事例のセミナー開催」、「コンサルタントへの相談会の開催」、「会員同士の事業承継ニーズの情報共有・協力」などを求める意見が寄せられた。

4. 商工会議所への要望・意見等について

- 大和高田商工会の事業・サービスで今後利用を希望するものについて、業種に関わらず「金融相談」が最も多い。次いで製造業では、「経営相談」、「異業種・会員交流」、非製造業では、「税務相談」、「経営相談」と続く。経営や資金繰りなど足元の事業に直結する項目が目立つ。
- 大和高田商工会議所に対する全般的な要望・意見（自由記述）について、「事業者の HP の更新」、「幅広い情報提供」、「案内について郵送からメールやオンラインへの切替」、「経営者としてのノウハウの提供」、「会員の各種ニーズの情報共有」、「大和高田市の商工業発展の地盤づくりに向けて市との協業」、「空き店舗の活用など商店街の活性化」、「事業承継より廃業に関するコンサルタントニーズの充実」、「会員に対するサービスの充実」、「事業者の実態及びニーズの把握」などを求める意見が寄せられた。

5. おわりに

アンケート結果から、人口減少等による地域経済の縮小や、国内外の経済の先行きの不透明感により、多くの事業所で売上拡大や人手不足、コスト削減、人材育成、事業承継など、事業者が様々な経営課題を抱えていることも明らかとなった。

事業者にとって深刻になると見込まれる課題は「労働力の確保」である。現在の労働人口の中心である 50 代世代が、10 年後には定年に近づくため、若い世代に知識や経験を引き継ぐ必要があるが、今後、働き手がさらに不足する事態が予想される。

このような急激な変化に備えるため、DX の推進より業務のデジタル化を図り、効率化や自動化を進める必要がある。

もっとも人手不足による賃上げへの対応など、多くの中小企業では投資余力が不足する状況の中、DX を推進するには、組織全体で目的や意義を共有し、小規模かつ少額な取り組みから徐々に進めることが重要である。

また、代表者の高齢化が進む中、後継者が決まっていない、また後継者が不在の事業者も多く、経済・社会を支えている貴重な雇用や技術が廃業により失われることが懸念されている。事業承継を円滑に進めることで、廃業を回避し、雇用や技術を維持することが求められている。

これらの課題に対し、各々の事業者が置かれている状況に向き合い、的確な支援を行うことで、事業活動の拡大や地域雇用の増加といった効果が期待でき、それが地域経済の発展に寄与すると考えられる。

現状、アンケート結果によると、各支援策や支援機関の認知度、利用状況はいずれも低かった。したがって、地元事業者の発展が地域経済を支える大きな原動力となることに鑑み、積極的に各支援策や支援機関の周知広報に努めるとともに、商工会議所が主催する「DX 推進セミナー」や「事業承継個別相談会」等、事業者にとって利用しやすい伴走型の経営支援策を継続して検討、実施していく必要があると考える。

1. アンケート票

令和6年10月

会員各位

大和高田商工会議所

「事業者実態アンケート調査」への御協力をお願い

拝啓 貴社ますますご繁栄のこととお慶び申し上げます。

平素は、大和高田商工会議所の活動に格別のご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、当会議所では、産業振興施策の基本方針や今後の方向性を検討する基礎資料とするため、「DX（デジタルトランスフォーメーション）」や「事業継承」等への取り組みを中心に「事業者実態アンケート」を行うこととしました。

ご多忙のおり誠に恐縮ですが、本アンケート用紙に回答をご記入のうえ、同封の返信用封筒にて、ご返送いただければ幸いに存じます。

何卒ご協力のほど、よろしくお願い申し上げます。

【アンケート調査概要】

- ・このアンケート調査は、大和高田商工会議所の会員企業様を対象に無作為抽出により700事業所を選定しております。
- ・アンケート調査票は、**郵送により令和6年11月8日（金）まで**にご回答ください。
- ・調査票にご回答の上、同封の返信用封筒により、調査票を返送してください。

【回答の際の注意点】

- ・**令和6年9月末現在の状況**をご記入ください。

【送付文書】

- ・依頼文書兼アンケート調査票（本帳票）
- ・返信用封筒
- ・事業承継 個別相談会のご案内

【ご回答いただいたアンケート調査票の取扱いについて】 **必ずお読みください**

ご記入いただいた調査票は統計的処理のみに利用し、適切な情報管理措置を講じて保管・廃棄します。なお、本業務は一般財団法人南都経済研究所に委託して実施しております。

【調査主体】

- ・大和高田商工会議所 担当：松田・藤本 TEL：0745-22-2201（代表）

【委託先・お問い合わせ先】

- ・一般財団法人 南都経済研究所 担当：井上・秋山 TEL：0742-72-0711

※次のページからご回答ください。

大和高田商工会議所 事業者アンケート調査 調査票

1. 事業者の概要について

Q1-1 貴社の概要について、記載又は該当する□に✓をつけてください。

事業者名 (法人名又は屋号)	【ご記載は任意です】
代表者のご年齢	☐ ①10代 ☐ ②20代 ☐ ③30代 ☐ ④40代 ☐ ⑤50代 ☐ ⑥60代 ☐ ⑦70代以上
資本金	☐ ①個人事業主 ☐ ②100万円未満 ☐ ③100～300万円未満 ☐ ④300～500万円未満 ☐ ⑤500～1000万円未満 ☐ ⑥1000～5000万円未満 ☐ ⑦5000万～1億円未満 ☐ ⑧1億円以上
業種 (売上の最も大きい事業1つ)	【製造業】 ☐ ①食料品 ☐ ②繊維工業 ☐ ③木材・木製品 ☐ ④パルプ・紙 ☐ ⑤印刷・同関連 ☐ ⑥化学・医薬品 ☐ ⑦プラスチック製品 ☐ ⑧ゴム製品 ☐ ⑨窯業・土石製品 ☐ ⑩金属製品・非鉄 ☐ ⑪一般機械 ☐ ⑫電気機械 ☐ ⑬輸送・精密機械 ☐ ⑭その他の製造業 () 【非製造業】 ☐ ⑮卸売業 ☐ ⑯小売業 ☐ ⑰飲食サービス業 ☐ ⑱建設業 ☐ ⑲不動産業 ☐ ⑳運輸業 ☐ ㉑ホテル・旅館 ☐ ㉒医療・福祉 ☐ ㉓電気・ガス・熱供給・水道業 ☐ ㉔サービス業（他に分類されないもの） ☐ ㉕その他の非製造業 ()
従業員数	() 名 うち、パート・アルバイト () 名

2. 今後の事業展開における課題について

Q2-1 今後の事業展開における課題について、該当するすべての□に✓をつけてください。

☐ ①売上拡大（販路開拓、高付加価値化）	☐ ②コスト削減（生産コスト、事務コスト）
☐ ③生産性向上・事務効率化	☐ ④工期・納期の管理・短縮
☐ ⑤品質管理・品質向上（製品・サービスの向上）	☐ ⑥新事業（新製品・新サービスの開発）
☐ ⑦人手不足	☐ ⑧人材育成（技術向上・技術継承）
☐ ⑨事業承継（後継者）	☐ ⑩働き方改革
☐ ⑪財務関連	☐ ⑫その他 ()

Q2-2 今後強化したい課題について、該当するすべての□に✓をつけてください。

☐ ①経営戦略・企画力の強化	☐ ②市場開拓・販路開拓
☐ ③製品・サービスの開発力・差別化向上	☐ ④技術・精度・品質の向上
☐ ⑤業務効率・作業効率の向上	☐ ⑥価格競争力の強化
☐ ⑦DX・デジタル技術の活用	☐ ⑧知名度の向上
☐ ⑨情報収集・分析の強化	☐ ⑩事業の多角化
☐ ⑪事業承継・後継者の育成	☐ ⑫人材育成・教育制度の充実
☐ ⑬連携・ネットワークの強化	☐ ⑭行政の支援施策（補助金等）の活用
☐ ⑮地域貢献	
☐ ⑯その他（ ）	

3. DX（デジタル・トランスフォーメーション）の取り組み状況について

DX（デジタル・トランスフォーメーション）とは、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、デジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービスビジネスモデルを変革することです。DX への取り組みについて貴社の状況を教えてください。

Q3-1 DXについてご存じですか？ 該当するものを1つ選択し、□に✓をつけてください。

☐①よく知っている ☐②聞いたことがあり、関心がある

☐③聞いたことがあるが、関心はない ☐④知らない、聞いたことがない

Q3-2 現状活用しているデジタル技術について、該当するすべての□に✓をつけてください。

〔ネットワーク〕	☐ ①社内 LAN※1 ☐ ②インターネット(有線) ☐ ③インターネット(無線 Wifi 等)
〔汎用ソフトウェア〕	☐ ④オフィスツール※2 (Word、Excel 等) ☐ ⑤電子メール ☐ ⑥グループウェア※3
〔業務ソフトウェア〕	☐ ⑦税務会計システム ☐ ⑧人事給与システム ☐ ⑨顧客管理システム ☐ ⑩販売管理システム ☐ ⑪生産管理システム ☐ ⑫購買管理システム ☐ ⑬ホームページ ☐ ⑭キャッシュレス決済 ☐ ⑮勤怠システム ☐ ⑯その他 ()

※1 社内 LAN：社内の建物やフロア内など狭い範囲で構成されたシステムネットワーク

※2 オフィスツール: マイクロソフト社製の Word、Excel、Power Point などの各アプリケーション

※3 グループウェア:企業など組織内のシステムネットワークを活用した情報共有のためのソフトウェア

Q3-3 Q3-2 で選択したデジタル技術の 1 年あたりの現状の費用 について、該当するものを 1 つ 選択し、□に✓をつけてください。

- | | | |
|---|---|--|
| ☐ ①10 万円未満 | ☐ ②10 万円～50 万円未満 | ☐ ③50 万円～100 万円未満 |
| ☐ ④100 万円～300 万円未満 | ☐ ⑤300 万円～500 万円未満 | ☐ ⑥500 万円以上 |

Q3-4 DX 人材の確保の手段 について、該当するものを 1 つ 選択し、□に✓をつけてください。

- | | |
|-----------------------------------|--|
| ☐ ①新卒採用 | ☐ ②経験者中途採用 |
| ☐ ③既存社員の育成 | ☐ ④DX 人材としての採用はない |
| ☐ ⑤その他 () | |

4. DX の今後の取り組み方針について

Q4-1 DX について、デジタル技術等の活用に関する 今後の方針 をどのようにお考えですか？
該当する番号を 1 つ 選択し、□に✓をつけてください。

- | |
|--|
| ☐ ①積極的に活用する ⇒ <u>(Q4-2～Q4-5 を回答)</u> |
| ☐ ②良いシステムやサービスがあれば検討する ⇒ <u>(Q4-2～Q4-5 を回答)</u> |
| ☐ ③新たな導入や検討の予定はない（現状のまま） ⇒ <u>(Q4-6 のみを回答)</u> |

Q4-2 今後導入・活用する場合の 目的 について、該当する すべての □に✓をつけてください。

- | | |
|---|--|
| ☐ ①売上拡大（販路開拓、高付加価値化） | ☐ ②コスト削減（生産コスト、事務コスト） |
| ☐ ③生産性向上・事務効率化 | ☐ ④工期・納期の管理・短縮 |
| ☐ ⑤品質管理・品質向上（製品・サービスの向上） | ☐ ⑥新事業（新製品・新サービスの開発） |
| ☐ ⑦人手不足（労働管理） | ☐ ⑧人材育成（技術向上・技術継承） |
| ☐ ⑨事業承継（後継者） | ☐ ⑩働き方改革 |
| ☐ ⑪財務関連 | ☐ ⑫その他 () |

Q4-3 今後 導入に関心ある デジタル技術について、該当する すべての □に✓をつけてください。

〔ネットワーク〕	☐ ①社内 LAN※1 ☐ ②インターネット(有線) ☐ ③インターネット(無線 Wifi 等)
〔汎用ソフトウェア〕	☐ ④オフィスツール※2 (Word、Excel 等) ☐ ⑤電子メール ☐ ⑥グループウェア※3
〔業務ソフトウェア〕	☐ ⑦税務会計システム ☐ ⑧人事給与システム ☐ ⑨顧客管理システム ☐ ⑩販売管理システム ☐ ⑪生産管理システム ☐ ⑫購買管理システム ☐ ⑬ホームページ ☐ ⑭キャッシュレス決済 ☐ ⑮勤怠システム ☐ ⑯その他 ()

〔※1～3 の用語については 3 ページの Q3-2 の下段の用語説明をご参照〕

Q4-4 今後デジタル技術を導入する場合、投資できる費用について、該当するものを 1つ選択し、□に✓をつけてください。

- | | | |
|---|---|--|
| ☐ ①10 万円未満 | ☐ ②10 万円～50 万円未満 | ☐ ③50 万円～100 万円未満 |
| ☐ ④100 万円～300 万円未満 | ☐ ⑤300 万円～500 万円未満 | ☐ ⑥500 万円以上 |

Q4-5 今後デジタル技術を導入する場合、導入や運用にあたり、課題となる可能性に該当する すべての □に✓をつけてください。

- | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ ①導入費用 | ☐ ②業者選定 | ☐ ③製品選定 |
| ☐ ④業者等の支援体制 | ☐ ⑤従業員のスキル不足 | ☐ ⑥社内業務との整合性 |
| ☐ ⑦運用負担（作業量・費用） | ☐ ⑧情報セキュリティ | ☐ ⑨補助金の有無 |
| ☐ ⑩特になし | ☐ ⑪その他（ | ） |

Q4-6 Q4-1 において、「③新たな導入や検討の予定はない（現状のまま）」と回答いただいた方に伺います。その理由について、該当するものを 1つ選択し、□に✓をつけてください。

- | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|
| ☐ ①資金的な余裕がない | ☐ ②必要性を感じていない |
| ☐ ③導入方法が分からない | ☐ ④活用できる人材がいない |
| ☐ ⑤その他（ | ） |

5. SNS の活用について

Q5-1 現状の SNS 活用の 目的について、該当する すべての □に✓をつけてください。

- | | |
|--|---|
| ☐ ①会社の認知度・知名度の向上 | ☐ ②商品・サービスのプロモーション |
| ☐ ③顧客とのコミュニケーションの促進 | ☐ ④営業・受注活動 |
| ☐ ⑤人事採用活動での利用 | ☐ ⑥EC サイトへの誘導 |
| ☐ ⑦現在、SNS は活用していない | ☐ ⑧その他（ |
| | ） |

Q5-2 SNS 活用の 媒体について、活用している及び活用を検討している媒体 すべての □に✓をつけてください。

- | | | |
|--|--|--------------------------------|
| ☐ ①Instagram | ☐ ②Facebook | ☐ ③LINE |
| ☐ ④YouTube | ☐ ⑤X（旧 Twitter） | |
| ☐ ⑥SNS は活用していないし、今後活用の予定もない | ☐ ⑦その他（ | ） |

Q5-3 今後の SNS 活用を希望する目的について、該当するすべての□に✓をつけてください。

- | | |
|--|---|
| ☐ ①会社の認知度・知名度の向上 | ☐ ②商品・サービスのプロモーション |
| ☐ ③顧客とのコミュニケーションの促進 | ☐ ④営業・受注活動 |
| ☐ ⑤人事採用活動での利用 | ☐ ⑥EC サイトへの誘導 |
| ☐ ⑦SNS の活用は考えていない | ☐ ⑧その他 () |

6. EC サイト（電子商取引）への取り組みについて

Q6-1 EC サイト（電子商取引）を活用した取り組みで、現時点で利用している EC サイトの形態について、すべての□に✓をつけてください。

- | |
|--|
| ☐ ①モール型 EC サイト（Amazon、Yahoo！、楽天など） |
| ☐ ②ショッピングカート ASP（Shopify、BASE、STORES、FutureShop など） |
| ☐ ③EC パッケージ（EC-CUBE、ecbeing など） |
| ☐ ④フルスクラッチ（既存のシステムを利用せず、独自に構築する方法） |
| ☐ ⑤EC サイトは活用していない ⇒ <u>(Q6-3 のみを回答)</u> |
| ☐ ⑥その他 () |

Q6-2 Q6-1 で、EC サイト（電子商取引）を活用している場合の課題について、該当するすべての□に✓をつけてください。

- | | |
|---|---|
| ☐ ①物流・資材コストの増加 | ☐ ②運用費とメンテナンス費用の増加 |
| ☐ ③専門的知識を持つ社員の人材不足 | ☐ ④多様な決済手段の導入 |
| ☐ ⑤在庫・発送管理が煩雑 | ☐ ⑥競合他社との差別化 |
| ☐ ⑦初回購入・会員登録者の獲得 | ☐ ⑧リピーターの獲得 |
| ☐ ⑨EC サイトのセキュリティ対策 | |
| ☐ ⑩課題は特にない | ☐ ⑪その他 () |

Q6-3 EC サイト（電子商取引）を活用した売買等について、今後利用したい形態のすべての□に✓をつけてください。

- | | |
|--|-----------------------------------|
| ☐ ①モール型 EC サイト（Amazon、Yahoo！、楽天など） | |
| ☐ ②ショッピングカート ASP（Shopify、BASE、STORES、FutureShop など） | |
| ☐ ③EC パッケージ（EC-CUBE、ecbeing など） | |
| ☐ ④フルスクラッチ（既存のシステムを利用せず、独自に構築する方法） | |
| ☐ ⑤EC サイトの活用は考えていない | ☐ ⑥その他 () |

(6)

7. 情報セキュリティ対策への取り組みについて

Q7-1 関心があるセキュリティ対策サービスのすべての□に✓をつけてください。

- | | |
|--|---|
| ☐ ①セキュリティ対策ガイドライン・マニュアル | ☐ ②セキュリティ対策に関する情報提供 |
| ☐ ③相談サービス（現地訪問・窓口対応） | ☐ ④セキュリティ対策可視化サービス |
| ☐ ⑤特にない | ☐ ⑥その他（ ） |

Q7-2 独立行政法人情報処理推進機構（IPA）では、情報セキュリティ 5 か条として、基本的な対策例を示しています。実施している対策のすべての□に✓をつけてください。

- | |
|--|
| ☐ ①OS やソフトウェアを常に最新の状態にする（常に最新の修正プログラムを適用している） |
| ☐ ②ウイルス対策ソフトを導入（ソフトを導入し、定義ファイルを最新にしている） |
| ☐ ③パスワードの管理強化（パスワードを長く、複雑にして使い回さないようにしている） |
| ☐ ④共有設定の最小限化（クラウドサービスや機器の共有設定を必要最小限にしている） |
| ☐ ⑤ウイルスの脅威や攻撃手法の情報収集（脅威や攻撃に関する情報を収集をしている） |
| ☐ ⑥実施しているものはない |

Q7-3 この 1 年間に被害に遭ったものについて、すべての□に✓をつけてください。

- | | |
|--|---|
| ☐ ①コンピューターウイルスに感染 | |
| ☐ ②サイバー攻撃（ランサムウェア※4、DoS 攻撃※5 等） | |
| ☐ ③内部者の不正に起因する情報漏えい、システム悪用等 | |
| ☐ ④取引先に起因するサービス停止、情報漏えい等 | |
| ☐ ⑤特にない | ☐ ⑥その他（ ） |

※4 ランサムウェア: ファイルを利用不可能な状態にした上で、元に戻すことと引き換えに金銭を要求すること

※5 DoS 攻撃: サーバーなどに大量のデータ送信することで、過剰な負荷をかけ、利用を妨害するサイバー攻撃

8. DX の取り組み支援について

Q8-1 DX 関連での相談者について、該当するすべての□に✓をつけてください。

- | | |
|---|---|
| ☐ ①取引のある情報関連企業 | ☐ ②製品の購入販売店（ショップ・量販店等） |
| ☐ ③県・市町村・支援機関等 | ☐ ④商工会議所 |
| ☐ ⑤取引金融機関 | ☐ ⑥会計士・税理士等 |
| ☐ ⑦情報関連企業以外の取引先・知人等 | ☐ ⑧特にない |
| ☐ ⑨その他（ ） | |

Q8-2 関心のある DX 分野について、該当するすべての□に✓をつけてください。

☐ ①クラウド※6	☐ ②ビッグデータ※7	☐ ③ロボット
☐ ④デジタルマーケティング※8	☐ ⑤ドローン	☐ ⑥5G※9
☐ ⑦オープンデータ※10	☐ ⑧AI※11	
☐ ⑨特にない	☐ ⑩その他 ()	

※6 クラウド:インターネットを通じて、インフラやソフトウェアを持たず、必要な時のみ利用する仕組み
 ※7 ビッグデータ:従来のデータベース管理システムでは保管や解析が困難な膨大なデータをビジネスに活用する
 ※8 デジタルマーケティング:様々なデジタル技術を有効に組み合わせ最適なマーケティング成果の獲得を目指す
 ※9 5G:携帯電話などの使用通信規格で、第5世代移動通信システムで高速・大容量のデータをビジネスに活用する
 ※10 オープンデータ:誰でも許可されたルールの範囲内で自由に複製・加工や頒布などができるデータ
 ※11 AI:人工知能を意味し、機械が人間と同様の知能を有し、機械自らが学習し、分析・提案等が可能となる技術

Q8-3 DX やデジタル技術活用に関する取り組みに対し、希望する支援事項について、該当する全ての□に✓をつけてください。

☐ ①情報提供 (Web サイト、メール等)	☐ ②セミナー開催
☐ ③相談体制の強化	☐ ④人材育成支援の強化
☐ ⑤技術支援の強化	☐ ⑥補助金等財政支援の強化
☐ ⑦特にない	☐ ⑧その他 ()

Q8-4 DX やデジタル技術の活用に関する大和高田商工会議所への要望等を記載してください。

【DX やデジタル技術に関するご要望】

9. 事業承継 (M&A を含む) の取り組み状況について

Q9-1 事業承継 (M&A を含む) の取り組み状況についてお尋ねします。該当するものを 1つ選択し、□に✓をつけてください。

☐ ①すでに事業承継は終わった (承継して間もない状況)	⇒ <u>(Q9-2～Q9-6 を回答)</u>
☐ ②事業承継計画を策定中	⇒ <u>(Q9-2～Q9-6 を回答)</u>
☐ ③計画は策定済みだが、まだ取り組んでいない	⇒ <u>(Q9-2～Q9-6 を回答)</u>
☐ ④計画を策定し、現在、取り組み中	⇒ <u>(Q9-2～Q9-6 を回答)</u>
☐ ⑤経営課題と認識しているが、特に何もしていない	⇒ <u>(Q9-2～Q9-6 を回答)</u>
☐ ⑥事業承継をするつもりはない	⇒ <u>(Q9-6 のみを回答)</u>
☐ ⑦その他 ()	⇒ <u>(Q9-2～Q9-6 を回答)</u>

Q9-2 **事業承継先**について、どのように考えますか。該当するものを**1つ選択し**、□に✓をつけてください。

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| ☐ ①家族・親族 | ☐ ②役員・従業員 |
| ☐ ③社外（M&Aを含む） | ☐ ④明確に決まっていない |
| ☐ ⑤その他（ | ） |

Q9-3 事業承継について**相談した先、または相談しようと考えている先**はありますか。該当する**すべての**□に✓をつけてください。

- | | |
|-------------------------------------|---|
| ☐ ①税理士・公認会計士 | ☐ ②経営コンサルタント |
| ☐ ③取引金融機関 | ☐ ④他社の経営者 |
| ☐ ⑤商工会議所 | ☐ ⑥大和高田事業承継ネットワーク個別相談会 |
| ☐ ⑦親族 | ☐ ⑧親族・親族以外の役員・従業員 |
| ☐ ⑨特になし | ☐ ⑩その他（ |

Q9-4 事業承継を円滑に進める場合、**課題となる事項**は何ですか。また、事業承継に取り組んでいない場合は、**今後どのような対応が必要と考えますか**。該当する**すべての**□に✓をつけてください。

- | | |
|---|--|
| ☐ ①後継者の育成 | ☐ ②後継者を支える人材の育成 |
| ☐ ③借入金・保証債務の整理 | ☐ ④取引先との関係維持 |
| ☐ ⑤金融機関との関係維持 | ☐ ⑥相続税・贈与税への対応 |
| ☐ ⑦役員・従業員からの理解 | ☐ ⑧株主からの理解 |
| ☐ ⑨自社株式・事業用不動産の取扱い | ☐ ⑩事業承継後の事業計画 |
| ☐ ⑪特に課題はない | ☐ ⑫その他（ |

Q9-5 事業承継を円滑に進める場合の課題等の解決に向け、相談・支援先に対し、**希望する又は役に立った支援事項**は何ですか。該当する**すべての**□に✓をつけてください。

- | | |
|---|--------------------------------|
| ☐ ①事業承継に関する情報提供 | |
| ☐ ②専門機関との橋渡し | |
| ☐ ③後継者同士がコミュニケーションや切磋琢磨できる場の提供 | |
| ☐ ④事業承継に関する勉強会やセミナーの開催 | |
| ☐ ⑤会社の事業承継計画・成長戦略策定支援 | |
| ☐ ⑥特に希望はない | ☐ ⑦その他（ |

Q9-6 事業承継に関する大和高田商工会議所への要望等を記載してください。

【事業承継に関するご要望】

10. 大和高田商工会議所へのご要望・ご意見等について

Q10-1 大和高田商工会議所の事業・サービスで、今後利用を希望するものに該当するすべての□に✓をつけてください。

- | | |
|---------------------------------------|---|
| ☐ ①経営相談 | ☐ ②金融相談（制度融資・補助金の紹介） |
| ☐ ③税務相談（記帳指導等） | ☐ ④労務相談（労災・雇用保険等） |
| ☐ ⑤法律相談 | ☐ ⑥創業支援 |
| ☐ ⑦講習会・セミナーの受講 | ☐ ⑧新商品・ブランド開発 |
| ☐ ⑨ビジネスマッチング | ☐ ⑩異業種・会員交流 |
| ☐ ⑪専門家派遣 | ☐ ⑫各種共済加入手続・検定試験受験等 |
| ☐ ⑬貸室の利用 | ☐ ⑭その他（ ） |

Q10-2 大和高田商工会議所への全般的なご要望・ご意見等をご自由に記載してください。

【全般的なご要望・ご意見】

御協力ありがとうございました。

同封の返信用封筒に入れて投函ください。（切手は不要です）

(10)

2.単純集計表

調査名 [大和高田市事業者実態アンケート調査]

SA : 単一回答

MA : 複数回答

業種...(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
	●製造業	46	24.6
1	食料品	2	1.1
2	繊維工業	17	9.1
3	木材・木製品	3	1.6
4	プラスチック製品	3	1.6
5	ゴム製品	1	0.5
6	金属製品・非鉄	6	3.2
7	電気機械	1	0.5
8	輸送・精密機械	3	1.6
9	その他の製造業	10	5.3
	●非製造業	132	70.6
10	卸売業	9	4.8
11	小売業	26	13.9
12	飲食サービス業	9	4.8
13	建設業	25	13.4
14	不動産業	6	3.2
15	運輸業	3	1.6
16	医療・福祉	10	5.3
17	電気・ガス・熱供給・水道業	7	3.7
18	サービス業(他に分類されないもの)	30	16.0
19	その他の非製造業	7	3.7
	不明	9	4.8
	全体	187	100.0

代表者の年齢...(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	10代	0	0.0
2	20代	0	0.0
3	30代	5	2.7
4	40代	20	10.7
5	50代	58	31.0
6	60代	48	25.7
7	70代以上	52	27.8
	不明	4	2.1
	全体	187	100.0

従業員数...(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	0人	9	4.8
2	1～4人	78	41.7
3	5～9人	37	19.8
4	10～19人	28	9.6
5	20～29人	6	3.2
6	30～99人	10	5.3
7	100人以上	11	5.9
	不明	18	9.6
	全体	187	100.0

資本金...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	個人事業主	69	36.9
2	300万円未満	10	5.3
3	300～500万円未満	16	8.6
4	500～1000万円未満	16	8.6
5	1000～5000万円未満	66	35.3
6	5000万以上	8	4.3
	不明	2	1.1
	全体	187	100.0

今後の事業展開における課題...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	売上拡大(販路開拓、高付加価値化)	97	51.9
2	人手不足	63	33.7
3	コスト削減(生産コスト、事務コスト)	61	32.6
4	人材育成(技術向上・技術継承)	57	30.5
5	事業承継(後継者)	52	27.8
6	生産性向上・事務効率化	50	26.7
7	新事業(新製品・新サービスの開発)	32	17.1
8	働き方改革	30	16.0
9	品質管理・品質向上(製品・サービスの向上)	29	15.5
10	財務関連	21	11.2
11	工期・納期の管理・短縮	11	5.9
12	その他	9	4.8
	不明	9	4.8
	全体	187	100.0

今後強化したい課題...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	市場開拓・販路開拓	65	34.8
2	業務効率・作業効率の向上	60	32.1
3	人材育成・教育制度の充実	52	27.8
4	経営戦略・企画力の強化	49	26.2
5	技術・精度・品質の向上	48	25.7
6	製品・サービスの開発力・差別力向上	44	23.5
7	事業承継・後継者の育成	43	23.0
8	DX・デジタル技術の活用	37	19.8
9	知名度の向上	35	18.7
10	地域貢献	28	15.0
11	情報収集・分析の強化	25	13.4
12	価格競争力の強化	23	12.3
13	行政の支援施策(補助金等)の活用	23	12.3
14	事業の多角化	17	9.1
15	連携・ネットワークの強化	15	8.0
16	その他	9	4.8
	不明	10	5.3
	全体	187	100.0

DXの認知度...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	28	15.0
2	聞いたことがあり、関心がある	52	27.8
3	聞いたことがあるが、関心はない	44	23.5
4	知らない、聞いたことがない	61	32.6
	不明	2	1.1
	全体	187	100.0

現状活用しているデジタル技術...(MA)

【ネットワーク分野】

No.	カテゴリー名	n	%
1	インターネット(無線Wifi等)	149	79.7
2	インターネット(有線)	92	49.2
3	社内LAN ^(※1)	59	31.6

【汎用ソフトウェア分野】

No.	カテゴリー名	n	%
1	オフィスツール(Word、Excel等) ^(※2)	148	79.1
2	電子メール	134	71.7
3	グループウェア ^(※3)	29	15.5

【業務用ソフトウェア分野】

No.	カテゴリー名	n	%
1	税務会計システム	91	48.7
2	ホームページ	89	47.6
3	販売管理システム	58	31.0
4	人事給与システム	48	25.7
5	キャッシュレス決済	47	25.1
6	顧客管理システム	43	23.0
7	勤怠システム	26	13.9
8	生産管理システム	17	9.1
9	購買管理システム	14	7.5

【その他・不明】

No.	カテゴリー名	n	%
1	その他	11	5.9
	不明	11	5.9
	全体	187	100.0

現在活用しているデジタル技術の1年あたりの現状の費用...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	10万円未満	57	30.5
2	10万円～50万円未満	63	33.7
3	50万円～100万円未満	23	12.3
4	100万円～300万円未満	11	5.9
5	300万円～500万円未満	13	7.0
6	500万円以上	3	1.6
	不明	17	9.1
	全体	187	100.0

DX人材の確保の手段... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	既存社員の育成	27	14.4
2	経験者中途採用	17	9.1
3	新卒採用	0	0.0
4	その他	8	4.3
5	DX人材としての採用はない	110	58.8
	不明	25	13.4
	全体	187	100.0

DXについて、デジタル技術等の活用に関する今後の方針... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	積極的に活用する	19	10.2
2	良いシステムやサービスがあれば検討する	69	36.9
3	新たな導入や検討の予定はない(現状のまま)	90	48.1
	不明	9	4.8
	全体	187	100.0

今後導入・活用する場合の目的... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	生産性向上・事務効率化	56	63.6
2	売上拡大(販路開拓、高付加価値化)	42	47.7
3	コスト削減(生産コスト、事務コスト)	40	45.5
4	品質管理・品質向上(製品・サービスの向上)	26	29.5
5	人手不足(労働管理)	23	26.1
6	人材育成(技術向上・技術継承)	20	22.7
7	財務関連	17	19.3
8	工期・納期の管理・短縮	14	15.9
9	働き方改革	14	15.9
10	新事業(新製品・新サービスの開発)	9	10.2
11	事業承継(後継者)	5	5.7
12	その他	0	0.0
	不明	0	0.0
	全体	88	100.0

今後DX導入に関心あるデジタル技術... (MA)

【ネットワーク分野】

No.	カテゴリー名	n	%
1	インターネット(無線Wifi等)	18	20.5
2	社内LAN(※1)	14	15.9
3	インターネット(有線)	8	9.1

【汎用ソフトウェア分野】

No.	カテゴリー名	n	%
1	グループウェア(※3)	19	21.6
2	オフィスツール(Word、Excel等)(※2)	16	18.2
3	電子メール	7	8.0

【業務用ソフトウェア分野】			
No.	カテゴリー名	n	%
1	税務会計システム	18	20.5
2	人事給与システム	17	19.3
3	ホームページ	16	18.2
4	顧客管理システム	15	17.0
5	販売管理システム	15	17.0
6	勤怠システム	13	14.8
7	生産管理システム	10	11.4
8	キャッシュレス決済	9	10.2
9	購買管理システム	8	9.1

【その他・不明】			
No.	カテゴリー名	n	%
1	その他	7	8.0
	不明	18	20.5
	全体	88	100.0

今後デジタル技術を導入する場合、投資できる費用...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	10万円未満	11	12.5
2	10万円～50万円未満	27	30.7
3	50万円～100万円未満	26	29.5
4	100万円～300万円未満	11	12.5
5	300万円～500万円未満	1	1.1
6	500万円以上	8	9.1
	不明	4	4.5
	全体	88	100.0

今後デジタル技術を導入する場合、導入や運用にあたり、課題となる可能性...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	導入費用	59	67.0
2	従業員のスキル不足	34	38.6
3	業者選定	32	36.4
4	運用負担(作業量・費用)	32	36.4
5	情報セキュリティ	28	31.8
6	社内業務との整合性	26	29.5
7	補助金の有無	26	29.5
8	製品選定	24	27.3
9	業者等の支援体制	22	25.0
10	特になし	5	5.7
11	その他	0	0.0
	不明	0	0.0
	全体	88	100.0

新たなデジタル技術の導入や検討の予定はない(現状のまま)の理由...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	資金的な余裕がない	9	10.0
2	必要性を感じていない	49	54.4
3	導入方法が分からない	4	4.4
4	活用できる人材がいない	5	5.6
5	その他	7	7.8
	不明	16	17.8
	全体	90	100.0

現状のSNS活用の目的... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	会社の認知度・知名度の向上	62	33.2
2	商品・サービスのプロモーション	52	27.8
3	顧客とのコミュニケーションの促進	49	26.2
4	営業・受注活動	31	16.6
5	ECサイトへの誘導	16	8.6
6	人事採用活動での利用	13	7.0
7	その他	2	1.1
8	現在、SNSは活用していない	82	43.9
	不明	14	7.5
	全体	187	100.0

SNS活用の媒体について、活用している及び活用を検討している媒体... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	LINE	57	30.5
2	Instagram	56	29.9
3	Facebook	38	20.3
4	YouTube	22	11.8
5	X(旧Twitter)	12	6.4
6	その他	9	4.8
7	SNSは活用していないし、今後活用の予定もない	65	34.8
	不明	22	11.8
	全体	187	100.0

今後のSNS活用を希望する目的... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	会社の認知度・知名度の向上	63	33.7
2	商品・サービスのプロモーション	50	26.7
3	顧客とのコミュニケーションの促進	47	25.1
4	営業・受注活動	41	21.9
5	人事採用活動での利用	20	10.7
6	ECサイトへの誘導	16	8.6
7	その他	4	2.1
8	SNSの活用は考えていない	69	36.9
	不明	24	12.8
	全体	187	100.0

ECサイト(電子商取引)を活用した取り組みで、現時点で利用している

ECサイトの形態... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	モール型ECサイト (Amazon、Yahoo!、楽天など)	29	15.5
2	ショッピングカートASP (Shopify、BASE、STORES、FutureShopなど)	11	5.9
3	ECパッケージ (EC-CUBE、ecbeingなど)	1	0.5
4	フルスクラッチ (既存のシステムを利用せず、独自に構築する方法)	1	0.5
5	その他	6	3.2
6	ECサイトは活用していない	125	66.8
	不明	21	11.2
	全体	187	100.0

ECサイト(電子商取引)を活用している場合の課題... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	物流・資材コストの増加	13	31.7
2	リピーターの獲得	10	24.4
3	運用費とメンテナンス費用の増加	9	22.0
4	競合他社との差別化	6	14.6
5	専門的知識を持つ社員の人材不足	5	12.2
6	在庫・発送管理が煩雑	4	9.8
7	ECサイトのセキュリティ対策	4	9.8
8	初回購入・会員登録者の獲得	3	7.3
9	多様な決済手段の導入	2	4.9
10	その他	2	4.9
11	課題は特にない	16	39.0
	全体	187	100.0

今後利用したいECサイト(電子商取引)の形態... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	モール型ECサイト(Amazon、Yahoo!、楽天など)	27	14.4
2	ショッピングカートASP(Shopify、BASE、STORES、FutureShopなど)	9	4.8
3	フルスクラッチ(既存のシステムを利用せず、独自に構築する方法)	6	3.2
4	ECパッケージ(EC-CUBE、ecbeingなど)	1	0.5
5	その他	3	1.6
6	ECサイトの活用は考えていない	113	60.4
	不明	33	17.6
	全体	187	100.0

関心があるセキュリティ対策サービス... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	セキュリティ対策に関する情報提供	52	27.8
2	セキュリティ対策ガイドライン・マニュアル	46	24.6
3	セキュリティ対策可視化サービス	24	12.8
4	相談サービス(現地訪問・窓口対応)	18	9.6
5	その他	1	0.5
6	特にない	81	43.3
	不明	18	9.6
	全体	187	100.0

実施している情報セキュリティ対策... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	ウイルス対策ソフトを導入	96	51.3
2	OSやソフトウェアを常に最新の状態にする	87	46.5
3	共有設定の最小限化	41	21.9
4	パスワードの管理強化	40	21.4
5	ウイルスの脅威や攻撃手法の情報収集	28	15.0
6	実施しているものはない	46	24.6
	不明	17	9.1
	全体	187	100.0

この1年間に被害に遭ったもの... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	コンピューターウイルスに感染	3	1.6
2	取引先に起因するサービス停止、情報漏えい等	2	1.1
3	内部者の不正に起因する情報漏えい、	1	0.5
4	サイバー攻撃(ランサムウェア ^(※4) 、DoS攻撃 ^(※5) 等)	0	0.0
5	その他	1	0.5
6	特になし	163	87.2
	不明	18	9.6
	全体	187	100.0

DX関連での相談者... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	取引のある情報関連企業	34	18.2
2	会計士・税理士等	23	12.3
3	商工会議所	20	10.7
4	情報関連企業以外の取引先・知人等	16	8.6
5	製品の購入販売店(ショップ・量販店等)	15	8.0
6	取引金融機関	7	3.7
7	県・市町村・支援機関等	7	3.7
8	その他	7	3.7
9	特になし	79	42.2
	不明	17	9.1
	全体	187	100.0

関心のあるDX分野... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	クラウド ^(※6)	47	25.1
2	AI ^(※7)	31	16.6
3	ロボット	13	7.0
4	ビッグデータ ^(※8)	12	6.4
5	デジタルマーケティング ^(※9)	11	5.9
6	ドローン	7	3.7
7	オープンデータ ^(※10)	4	2.1
8	5G ^(※11)	4	2.1
9	その他	1	0.5
10	特になし	91	48.7
	不明	19	10.2
	全体	187	100.0

DXやデジタル技術活用に関する取り組みに対し、希望する支援事項... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	情報提供(Webサイト、メール等)	45	24.1
2	補助金等財政支援の強化	44	23.5
3	セミナー開催	30	16.0
4	相談体制の強化	23	12.3
5	技術支援の強化	19	10.2
6	人材育成支援の強化	17	9.1
7	その他	3	1.6
8	特になし	72	38.5
	不明	19	10.2
	全体	187	100.0

事業承継(M&Aを含む)の取り組み状況...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	経営課題と認識しているが、特に何もしていない	54	28.9
2	すでに事業承継は終わった(承継して間もない状況)	25	13.4
3	事業承継計画を策定中	14	7.5
4	計画を策定し、現在、取り組み中	12	6.4
5	計画は策定済みだが、まだ取り組んでいない	10	5.3
6	その他	2	1.1
7	事業承継をするつもりはない	56	29.9
	不明	14	7.5
	全体	187	100.0

事業承継先について...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	家族・親族	64	54.7
2	役員・従業員	12	10.3
3	社外(M&Aを含む)	1	0.9
4	その他	2	1.7
5	明確に決まっていない	32	27.4
	不明	6	5.1
	全体	117	100.0

事業承継について相談した先、または相談しようと考えている先...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	税理士・公認会計士	50	42.7
2	親族	18	15.4
3	商工会議所	11	9.4
4	取引金融機関	11	9.4
5	他社の経営者	10	8.5
6	経営コンサルタント	6	5.1
7	大和高田事業承継ネットワーク個別相談会	5	4.3
8	親族・親族以外の役員・従業員	3	2.6
9	その他	5	4.3
10	特になし	36	30.8
	不明	2	1.7
	全体	117	100.0

事業承継を円滑に進める場合、課題となる事項...(MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	後継者の育成	57	48.7
2	後継者を支える人材の育成	44	37.6
3	取引先との関係維持	35	29.9
4	借入金・保証債務の整理	30	25.6
5	相続税・贈与税への対応	22	18.8
6	役員・従業員からの理解	19	16.2
7	金融機関との関係維持	14	12.0
8	事業承継後の事業計画	10	8.5
9	自社株式・事業用不動産の取扱い	6	5.1
10	株主からの理解	2	1.7
11	その他	2	1.7
12	特に課題はない	19	16.2
	不明	1	0.9
	全体	117	100.0

事業承継を円滑に進める場合の課題等の解決に向け、
希望する又は役に立った支援事項... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	事業承継に関する情報提供	30	25.6
2	事業承継に関する勉強会やセミナーの開催	20	17.1
3	専門機関との橋渡し	14	12.0
4	会社の事業承継計画・成長戦略策定支援	9	7.7
5	後継者同士がコミュニケーションや切磋琢磨できる場の提供	6	5.1
6	その他	0	0.0
7	特に希望はない	63	53.8
	不明	2	1.7
	全体	117	100.0

大和高田商工会議所の事業・サービスで、今後利用を希望するもの... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	金融相談(制度融資・補助金の紹介)	51	27.3
2	税務相談(記帳指導等)	40	21.4
3	経営相談	38	20.3
4	労務相談(労災・雇用保険等)	33	17.6
5	講習会・セミナーの受講	32	17.1
6	異業種・会員交流	26	13.9
7	法律相談	23	12.3
8	ビジネスマッチング	16	8.6
9	各種共済加入手続・検定試験受験等	12	6.4
10	貸室の利用	11	5.9
11	新商品・ブランド開発	10	5.3
12	専門家派遣	7	3.7
13	創業支援	1	0.5
14	その他	5	2.7
	不明	54	28.9
	全体	187	100.0