

春日井市産業振興アクションプラン改定に関する
アンケート調査

報告書(案)

平成25年2月

目 次

I	調査実施概要	2
II	調査結果	3
1.	経営、事業の現状と見通し	3
2.	新規事業、新分野進出	12
3.	用地、施設需要	14
4.	春日井市や春日井商工会議所の企業支援体制	18
5.	産業振興アクションプランについて	28
6.	事業所の立地環境	34
7.	IT（情報技術）の活用	36
8.	事業の状況	38
9.	春日井市の産業施策について	43
10.	製造業編	44
11.	商業・サービス業編	54
12.	小規模商店・サービス業編	57
13.	回答者の属性	59

I 調査実施概要

(1) 調査名

「春日井市産業振興アクションプランに関するアンケート調査」

(2) 調査目的

アクションプラン改定にあたり、市内事業者の状況を把握するとともに、事業等のニーズ、施策に対する意向等を調査し、プラン改定において施策等を検討するための基礎資料とする。

(3) 調査項目

- ①経営、事業の現状と見通しについて
- ②新規事業、新分野進出について
- ③用地、施設需要について
- ④春日井市や春日井商工会議所の企業支援体制について
- ⑤産業振興アクションプランについて
- ⑥事業所の立地環境について
- ⑦IT（情報技術）の活用について
- ⑧事業所の現状について
- ⑨春日井市の産業施策について

(4) 調査対象、抽出方法

- ①調査対象：春日井商工会議所の会員企業のうち、製造業、商業・サービス業の事業所
- ②抽出方法：上記対象より無作為抽出法にて対象事業所を抽出

(5) 調査方法

郵送配布・郵送回収

(6) 調査期間

平成 25 年 1 月 8 日～平成 25 年 1 月 21 日

(7) 回答結果

送付数 1,000（製造業 500、商業・サービス業 250、小規模商店・サービス業 250）

回答数 335（回答率 33.5%）

有効回答数 333（製造業 166、商業・サービス業 79、小規模商店・サービス業 88）

(8) 備考

- ・本報告書で示す百分率（%）は、小数点以下第 2 位を四捨五入して算出した値である。したがって、同一設問の個々の値の合計が 100 にならない場合がある。
- ・基数となるべき実数は、N（Number of case の略）として掲載した。本文中の比率はすべて N を 100%として算出した。
- ・本報告書の表・グラフ等の見出しおよび文章中での回答選択肢は、本来の意味を損なわない程度に省略して掲載している場合がある。

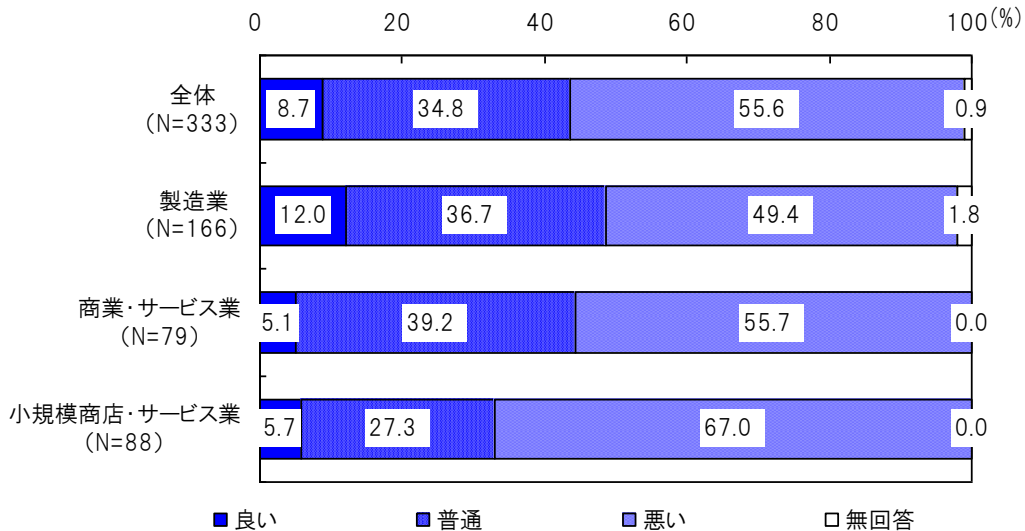
II 調査結果

1. 経営、事業の現状と見通し

(1) 業況

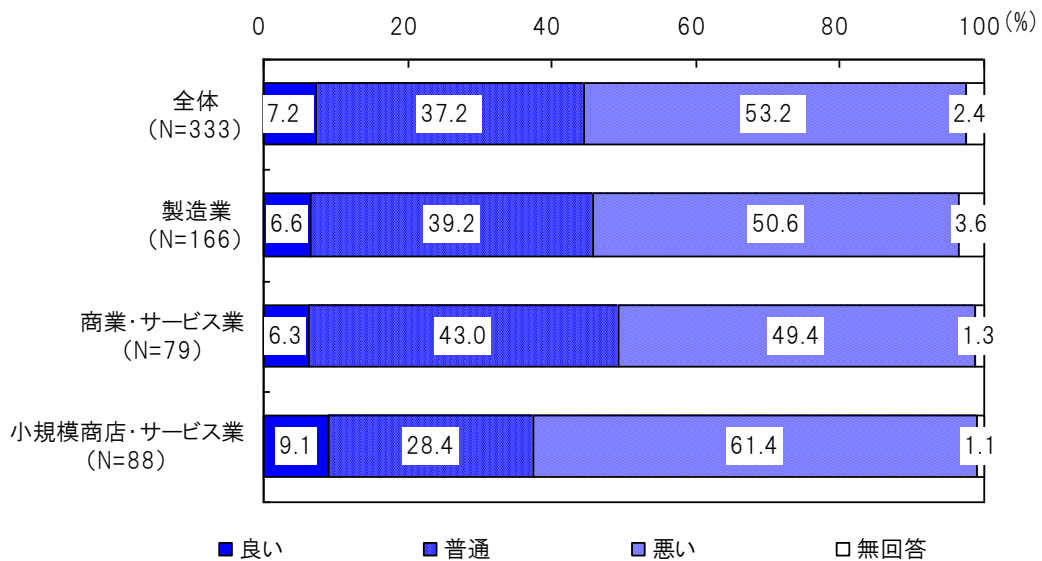
①最近1年間の状況

製造業、商業・サービス業、小規模商店・サービス業とも「悪い」とする回答が最も多く、特に小規模商店・サービス業では「悪い」が多くなっている。全体について、平成21年度に実施したアンケートの回答と比較すると、「悪い」の割合は64.3%から55.6%へと減少しており、若干の改善がみられる。



②今後1年間の見通し

最近1年間の状況と同様、どの業種でも「悪い」という回答が最も多く、特に小規模商店・サービス業が多くなっている。

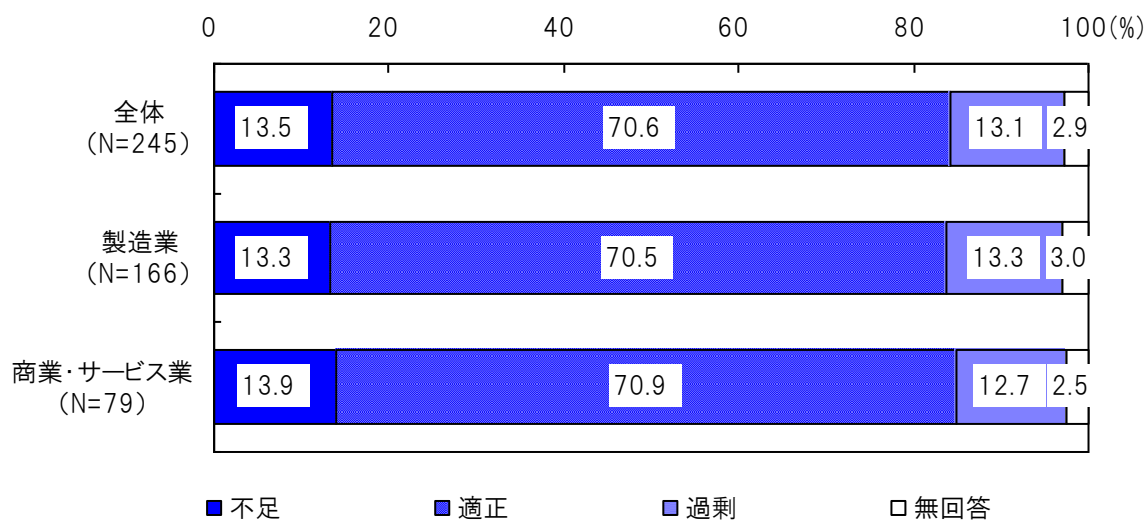


Q 貴事業所の業況について、回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。(1つだけ)

(2) 雇用人員

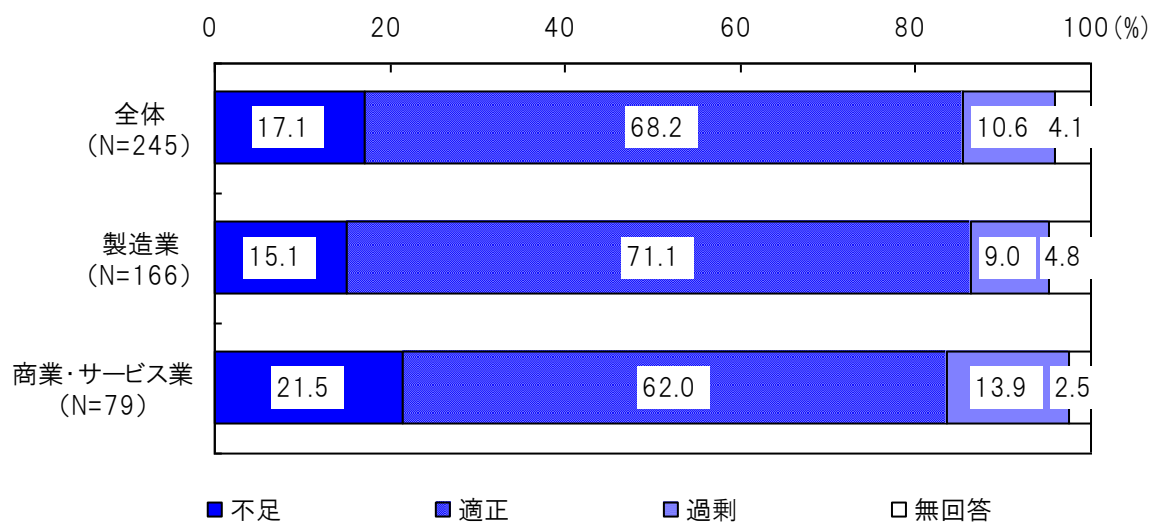
①最近1年間の状況

製造業、商業・サービス業とも「適正」という回答が約7割を占めている。全体について平成21年度のデータと比較すると、「適正」が65.5%から70.6%、「過剰」が32.3%から13.1%と改善している。



②今後1年間の見通し

両業種とも「適正」という回答が多いが、「不足」が「過剰」を上回っており、人員の不足感がやや強まる見込みとなっている。



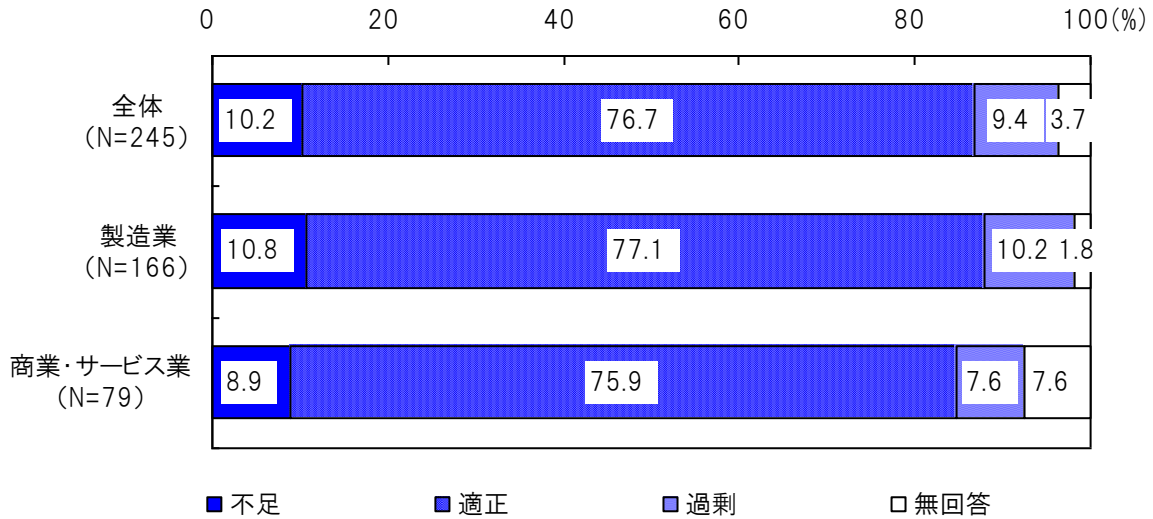
Q 貴事業所の雇用人員について、回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。(1つだけ)

(3) 生産・営業用設備

①最近1年間の状況

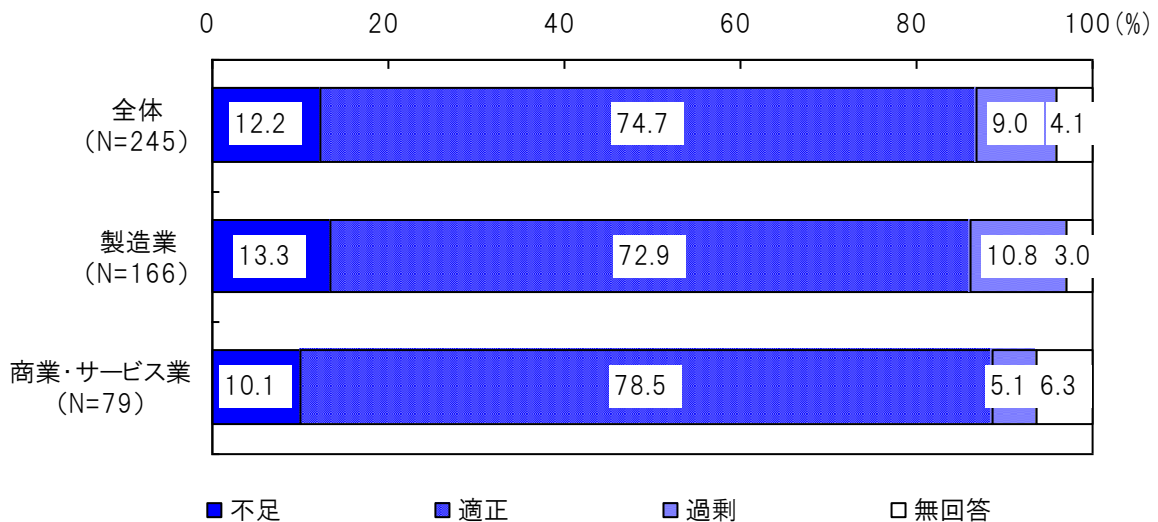
製造業、商業・サービス業とも「適正」とする回答が75%以上を占めている。「不足」とする回答は、製造業で10.8%、商業・サービス業で8.9%みられる。

全体について、平成21年度のデータと比較すると、「適正」は71.0%から76.7%に増加、「過剰」は22.2%から9.4%に減少しており、若干改善している可能性がある。



②今後1年間の見通し

両業種とも「適正」とする回答が7割以上を占めているが、「不足」とする回答も1割強みられる。



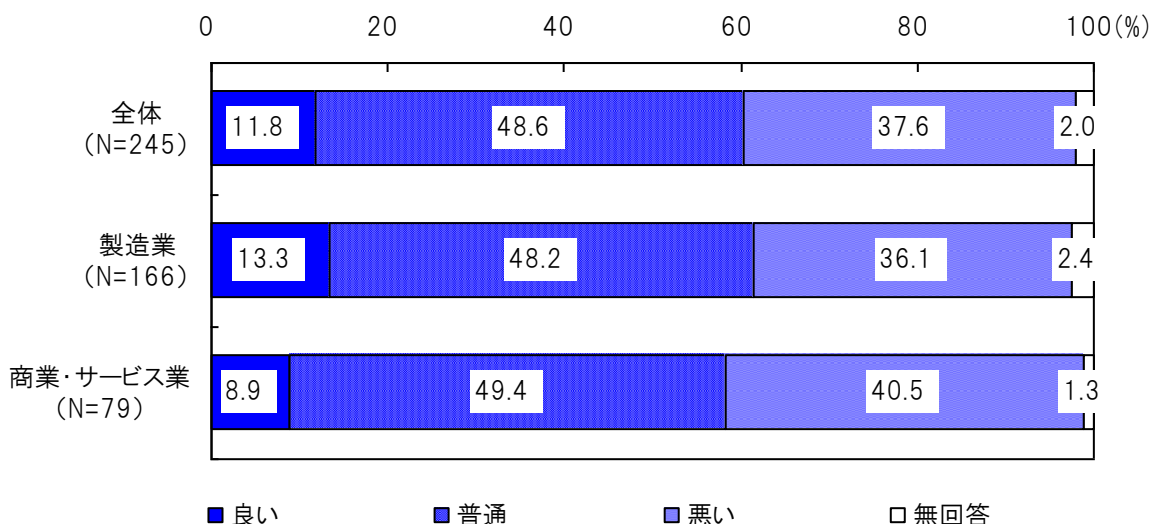
Q 貴事業所の生産・営業用設備について、回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。(1つだけ)

(4) 資金繰り

①最近1年間の状況

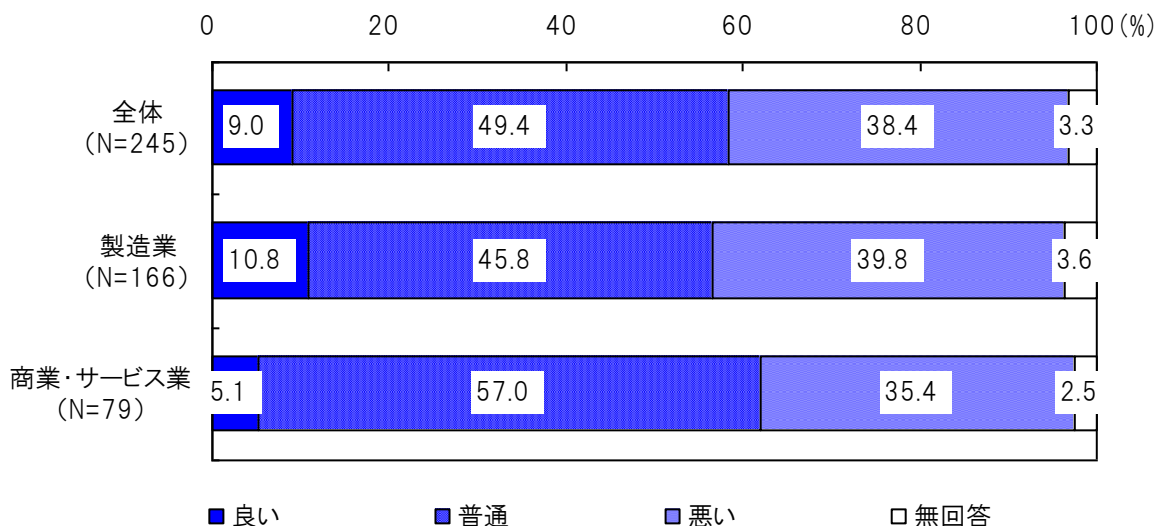
製造業、商業・サービス業とも「普通」という回答が約半数を占めているが、「悪い」という回答も4割程度と多くなっている。

全体について、平成21年度のデータと比較すると、資金繰りが「苦しい」企業が47.1%であったが、今回は「悪い」が37.6%となっており、若干の改善がみられる。



②今後1年間の見通し

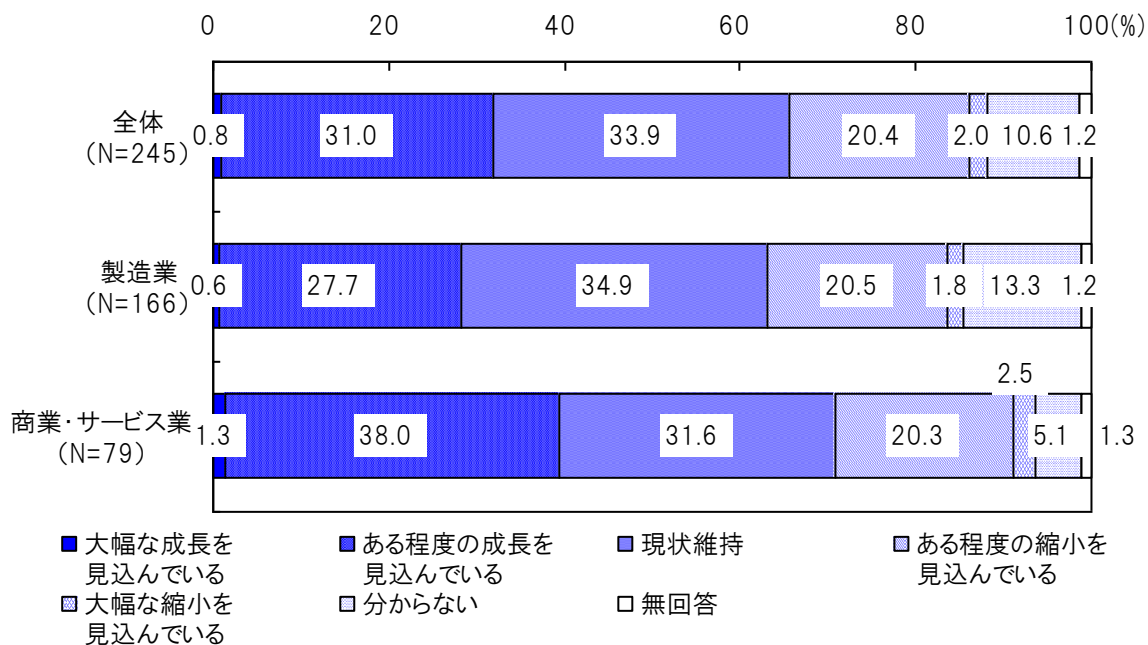
両業種とも「普通」という回答が最も多いが、「悪い」という回答も4割程度と多くなっている。



Q 貴事業所の資金繰りについて、回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。(1つだけ)

(5) 主力事業の見通し

製造業では「現状維持」という回答が34.9%と最も多いが、「ある程度の成長を見込んでいる」という回答も27.7%となっている。また、商業・サービス業は「ある程度の成長を見込んでいる」という回答が38.0%と「現状維持」(31.6%)を上回っており、明るい展望をもつ事業所が比較的多くみられる。

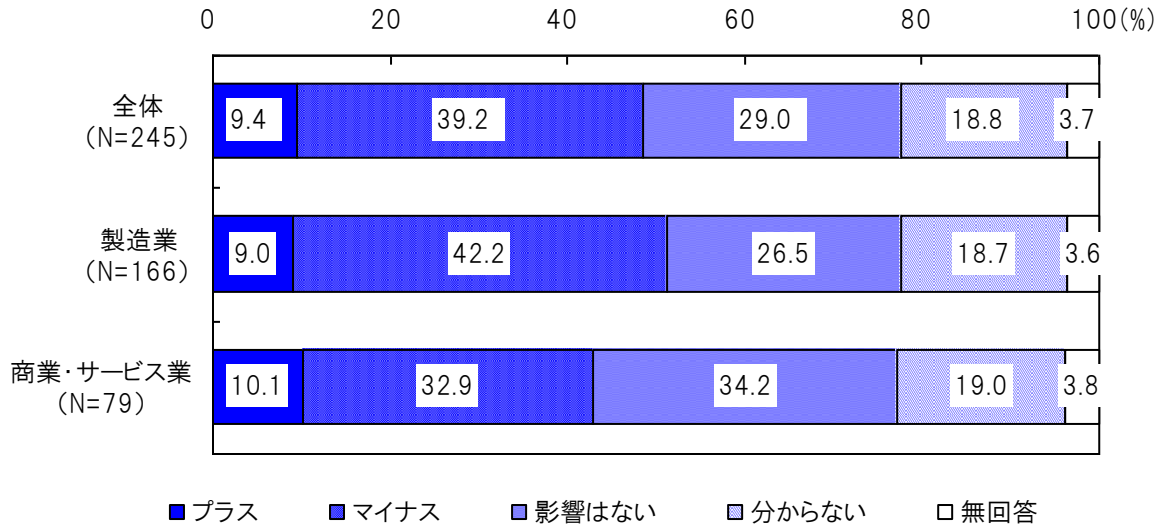


Q 貴事業所の主力事業について、どのような見通しをお持ちですか。回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。(主なもの1つだけ)

(6) 外部環境要因

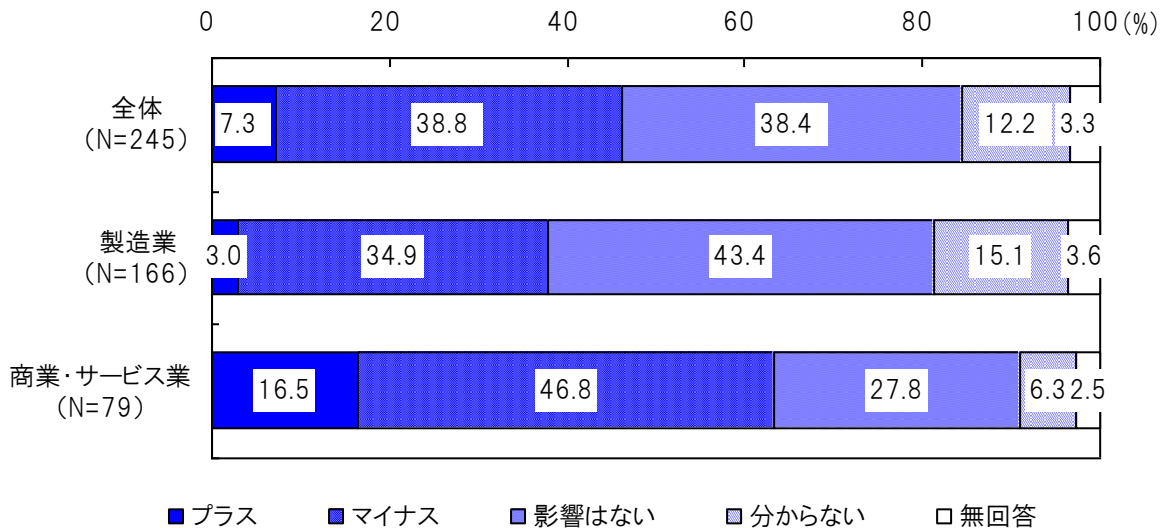
①円高の影響

製造業では「マイナス」という回答が42.2%と多くなっており、輸出関連企業が多いことから円高の影響がマイナスとなっているとみられる。また、内需型産業である商業・サービス業でも「マイナス」という回答が32.9%と多くなっており、円高の二次的な影響を受けているとみられる。



②高齢化の影響

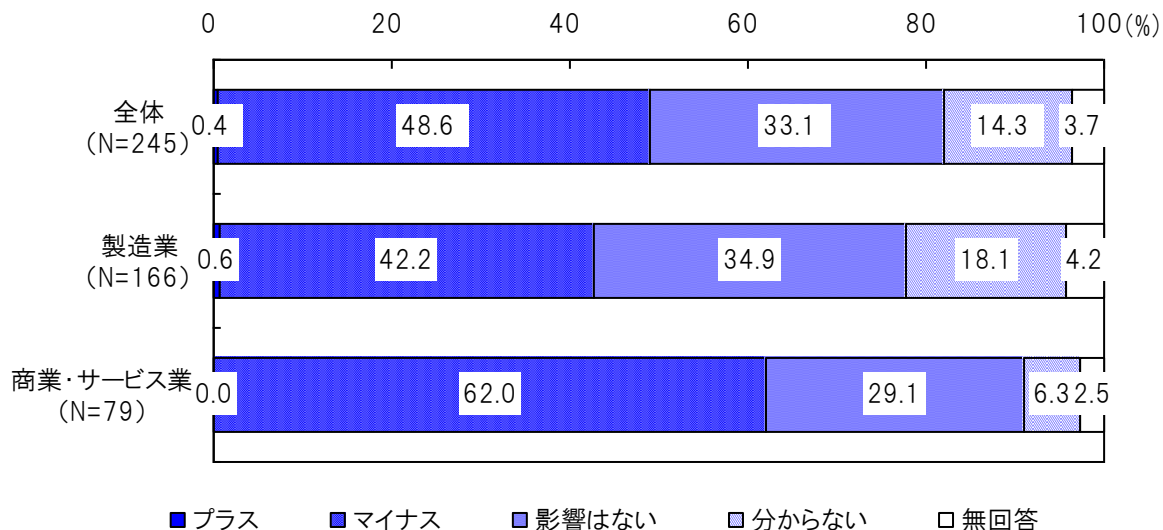
商業・サービス業では「マイナス」という回答が46.8%と約半数を占める一方で、「プラス」という回答が16.5%となっており、シニアをビジネス対象とする事業所もみられる。



Q 貴事業を取り巻く外部環境について、どのような影響がありますか。(1つだけ)

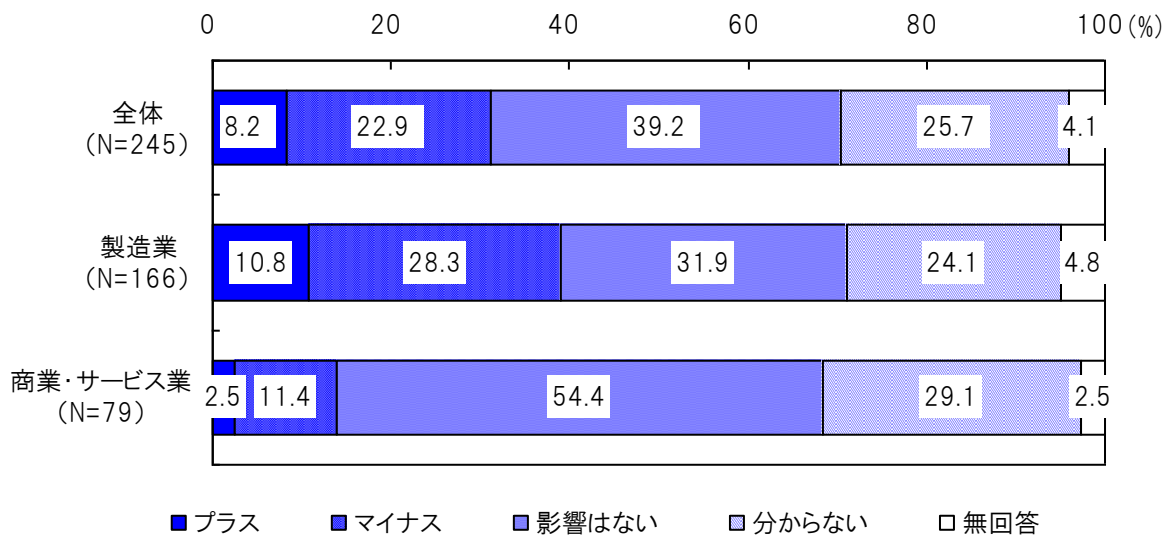
③少子化の影響

少子化の影響が「マイナス」という回答は、商業・サービス業で**62.0%**と多くなっている。また、製造業でも**42.2%**と多くなっている。



④国際化の影響

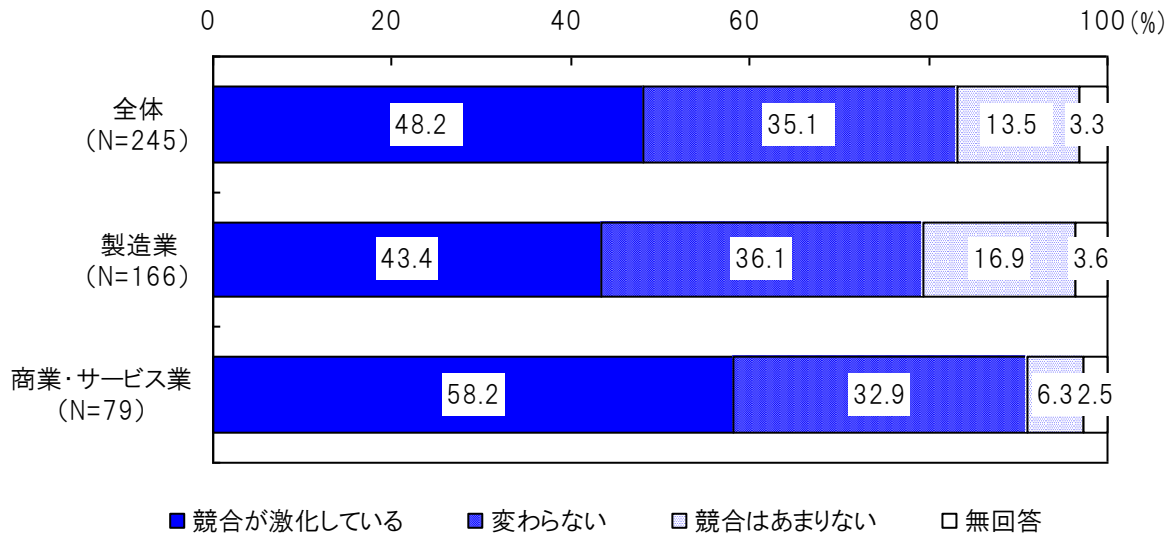
国際化について「影響はない」という回答が多いものの、製造業では「マイナス」が**28.3%**と「プラス」(**10.8%**)を上回っており、海外企業との競合激化の影響が及んでいるものとみられる。



Q 貴事業を取り巻く外部環境について、どのような影響がありますか。(1つだけ)

⑤他社との競合

他社との「競合が激化している」という回答は、製造業では43.4%、商業・サービス業では58.2%となっており、いずれの業種でも厳しくなっている状況が伺われる。

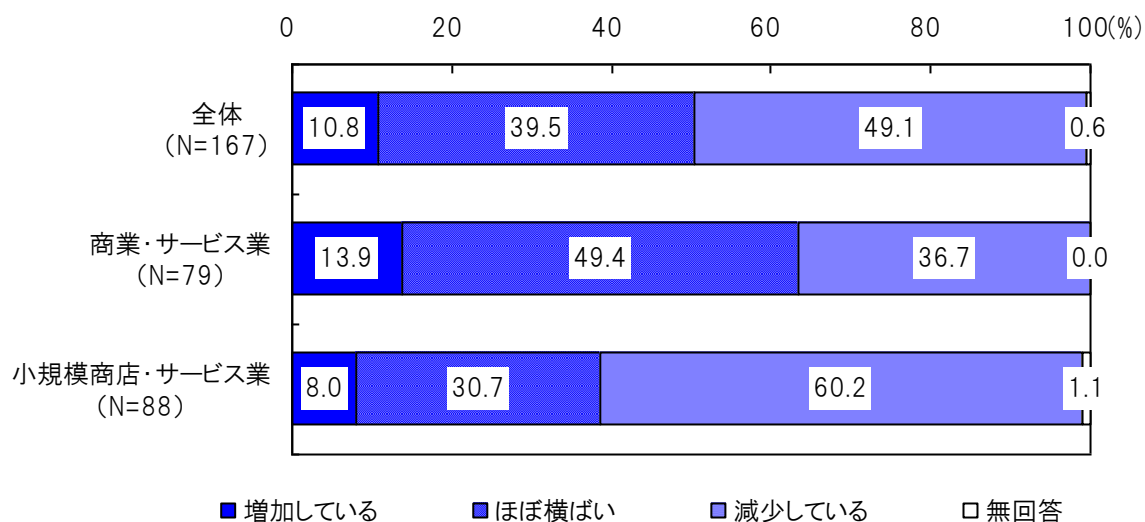


Q 貴事業を取り巻く外部環境について、どのような影響がありますか。(1つだけ)

⑥客数

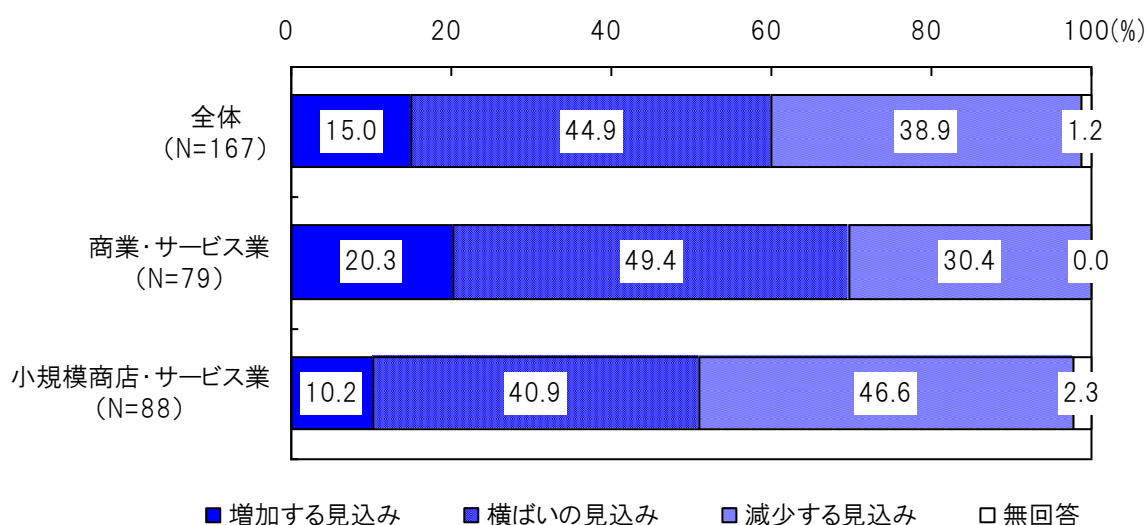
ア) 最近3年間

商業・サービス業について、客数が「増加している」という回答は、商業・サービス業で13.9%、小規模商店・サービス業で8.0%であるが、「減少している」という回答は商業・サービス業で36.7%、小規模商店・サービス業で60.2%と、いずれも「増加している」を上回っている。



イ) 今後の見込み

今後の見込みについても同様に、「減少する見込み」という回答が「増加する見込み」を上回っているが、商業・サービス業では「増加する見込み」が20.3%となっており、最近3年間と比べて改善の傾向がみられる。

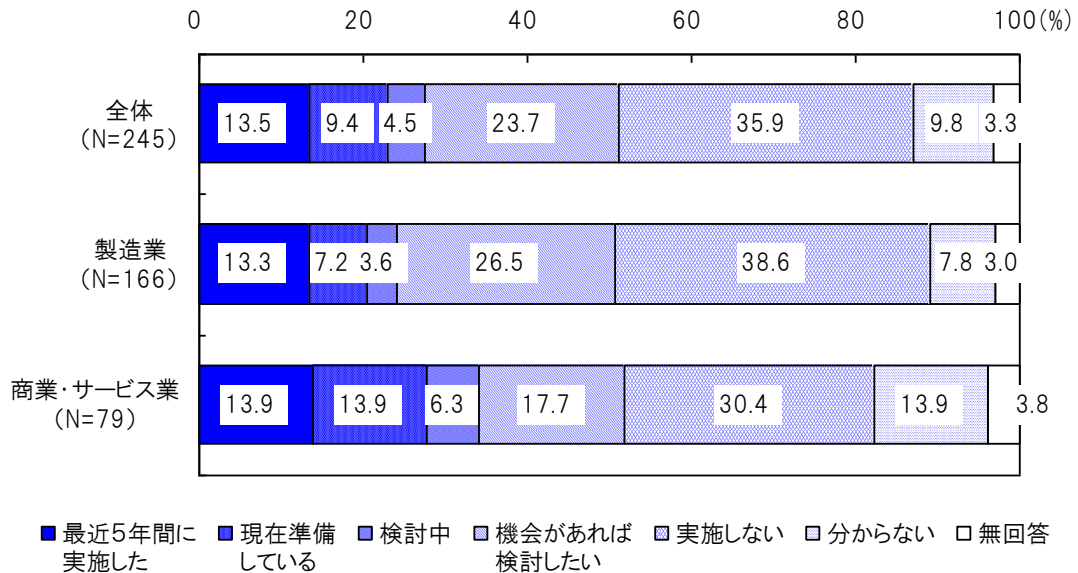


Q お客さんは増えていますか。また、今後の見込みはいかがですか（1つだけ）

2. 新規事業、新分野進出

(1) 取り組み状況

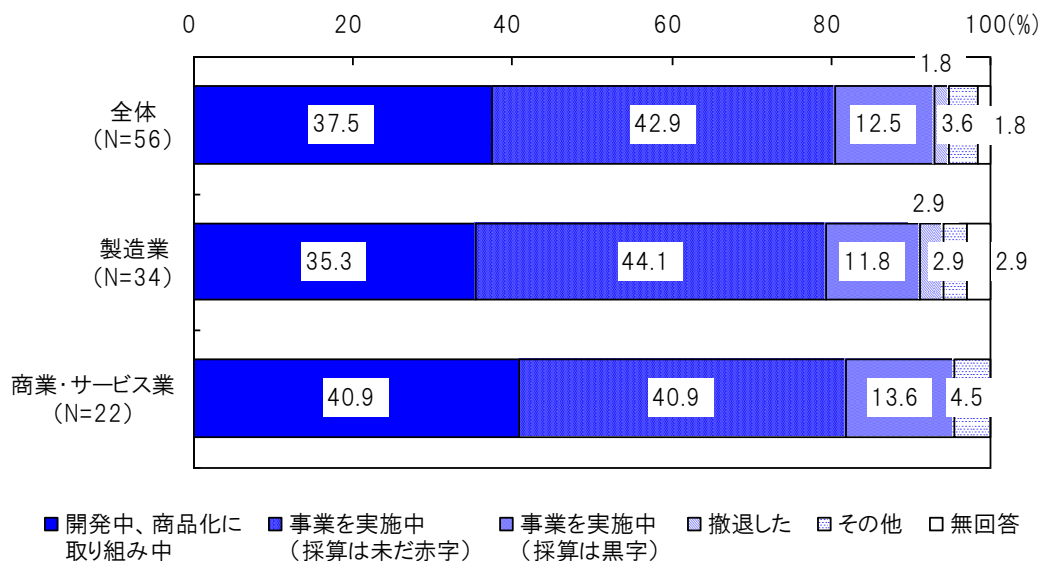
新規事業、新分野進出への取り組みについて、「最近5年間に実施した」という回答が製造業で13.3%、商業・サービス業で13.9%を占めており、「現在準備している」「検討中」という回答も製造業で約1割、商業・サービス業で約2割を占めている。また、「機会があれば検討したい」という回答を合わせると、両業種とも約半数の事業所が新規事業、新分野進出に取り組み意向をもっている。



Q 新規事業、新分野進出について、どのように取り組まれていらっしゃいますか。
回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。(主なもの1つだけ)

(2) 進捗状況

取り組みを実施した、または取り組んでいる事業所についてみると、「開発中、商品化に取り組み中」と「事業を実施中（採算は未だ赤字）」が約4割ずつを占めている。



Q 新規事業、新分野進出の進捗状況について、回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。
(主なもの1つだけ)

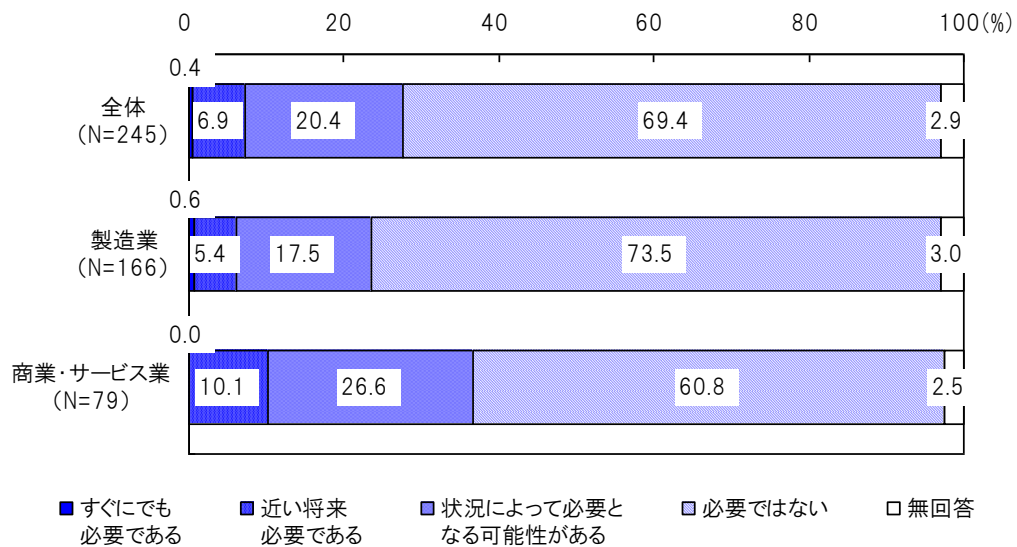
3. 用地、施設需要

(1) 用地需要

① 需要の有無

製造業では「すぐにでも必要である」という回答が 0.6%、「近い将来必要である」が 5.4%となっており、一定の用地需要がみられる。また、商業・サービス業でも「近い将来必要である」という回答が 10.1%となっている。

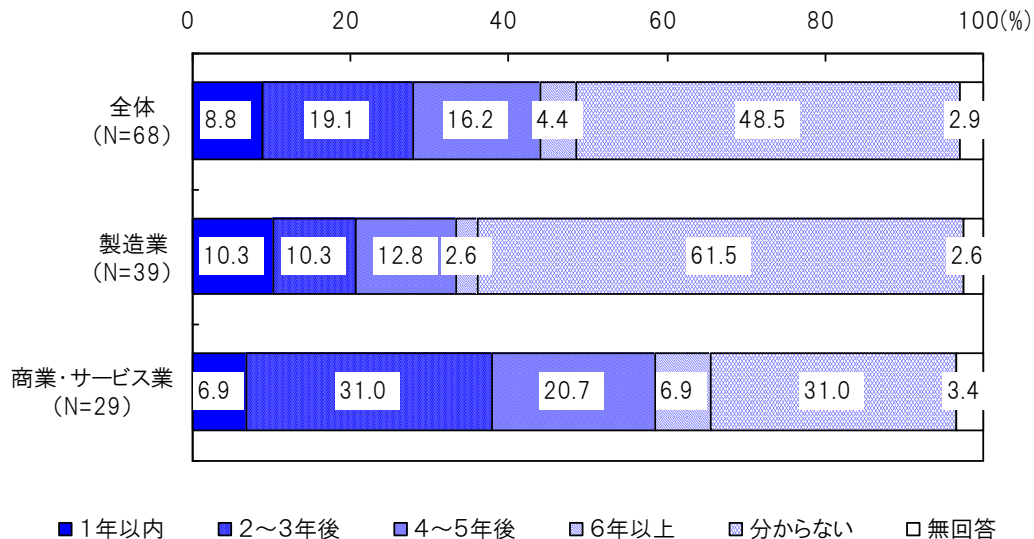
全体について、平成 21 年度のアンケート回答データと比較すると、「すぐにでも必要である」が 1.0%から 0.4%へ微減、「近い将来必要である」が 5.4%から 6.9%へ微増となっている。



Q 貴事業所では、春日井市内あるいは春日井市周辺において、拡張用地や新設用地などが必要になりますか。該当する番号○印をつけてください。(1つだけ)

②取得時期

用地需要のある事業所のうち、「1年以内」に取得する必要があるという事業所が全体の8.8%、「2～3年後」が19.1%となっている。製造業では10.3%の事業所が「1年以内」としており、商業・サービス業に比べて多くなっている。



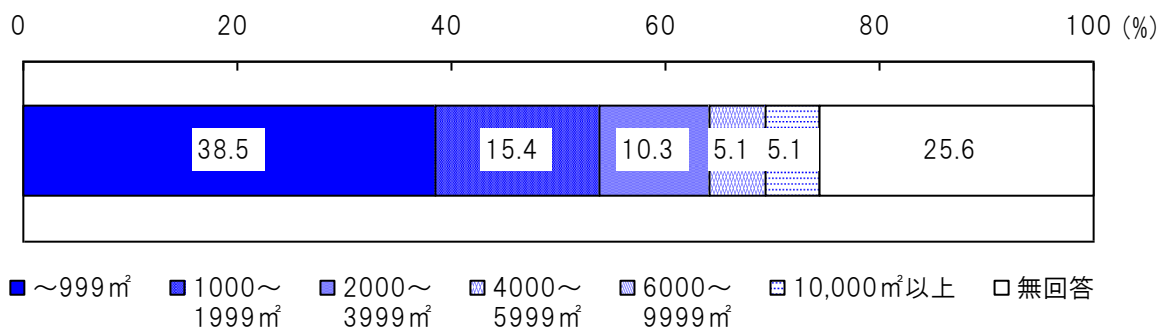
Q 用地の取得・確保は、いつ頃までに必要となりそうですか。該当する番号に○印をつけてください。
(1つだけ)

③用地面積

ア) 製造業

製造業では、用地需要のある事業所の38.5%が999㎡以下となっており、小規模な用地が中心となっているが、10,000㎡以上の大規模な用地需要もみられる。

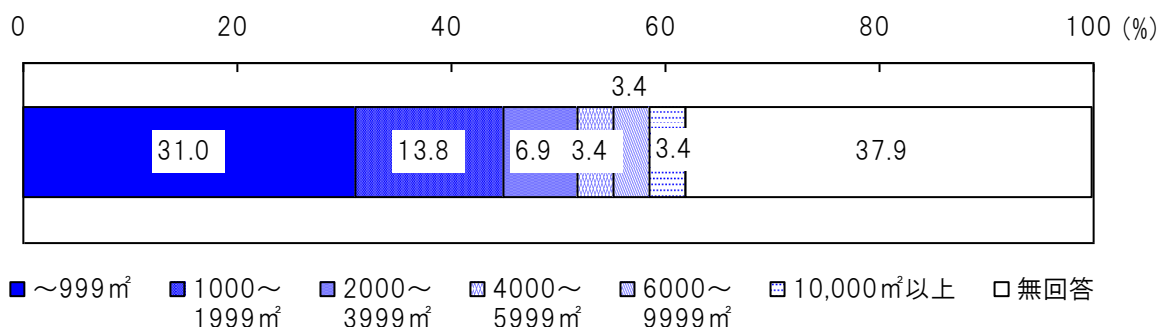
(N=39)



イ) 商業・サービス業

商業・サービス業では、用地需要のある事業所の31.0%が999㎡以下となっている。また無回答が37.9%と多くなっており、未だ具体的になっていない事業所も多いとみられる。

(N=29)



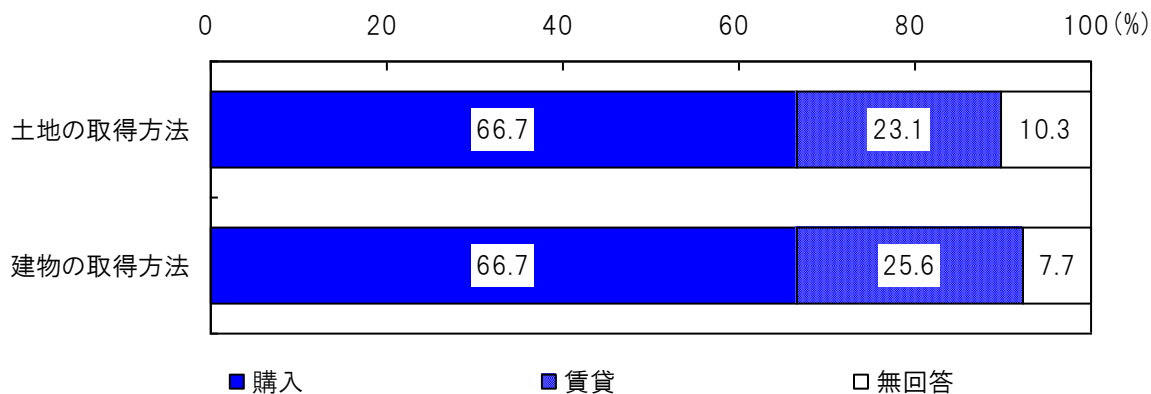
Q その用地の面積はどの程度ですか。おおよそで結構ですので、面積 (㎡) をご記入ください。

④取得方法

ア) 製造業

製造業では、土地、建物ともに、用地需要のある事業所の3分の2が「購入」と回答している。また、「賃貸」も2割強の回答となっており、賃貸需要もみられる。

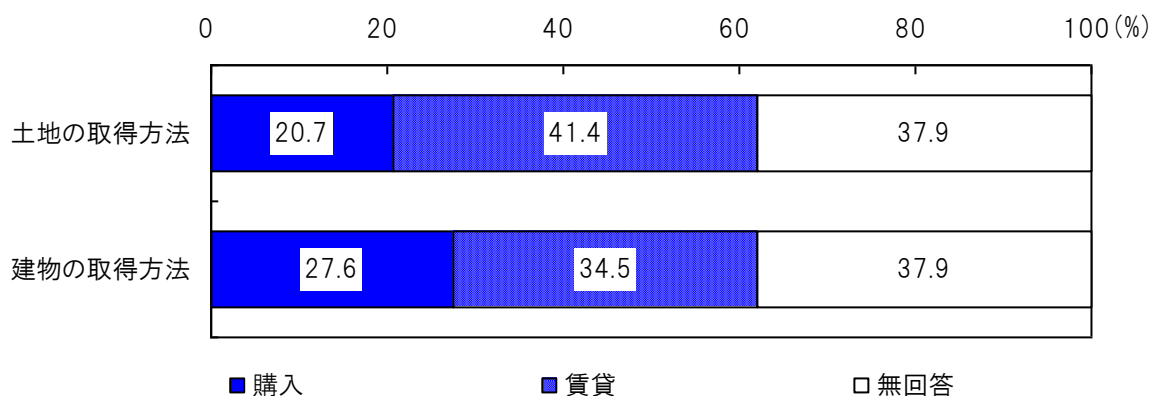
(N=39)



イ) 商業・サービス業

商業・サービス業では、土地、建物とも「賃貸」が多く、土地は41.4%、建物は34.5%となっている。また、「購入」についても2割以上となっている。

(N=29)



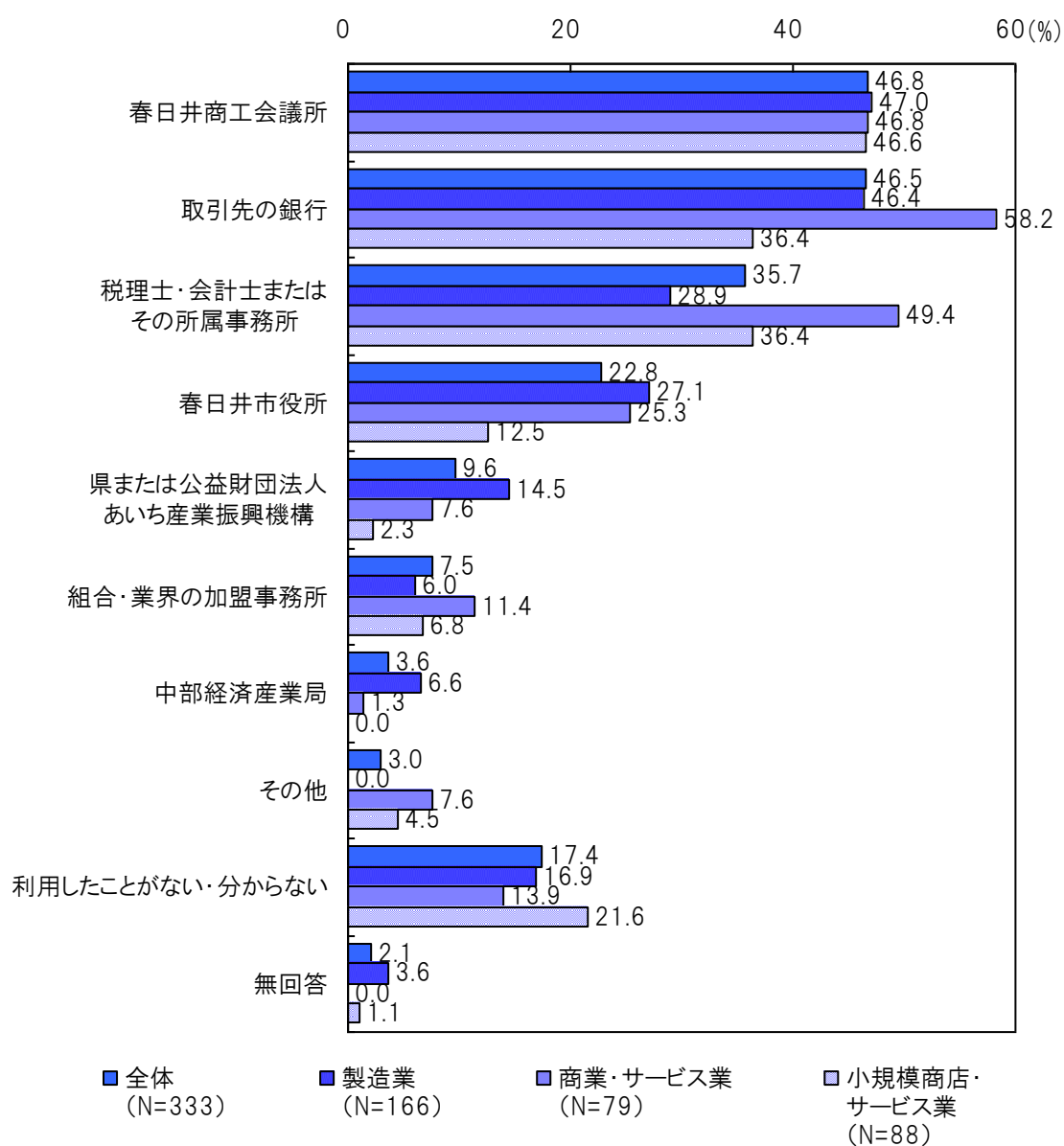
Q 取得方法はどのようにお考えですか。土地、建物それぞれについて該当する番号に○印をつけてください。
(それぞれ1つずつ)

4. 春日井市や商工会議所の企業支援体制

(1) 行政の企業支援事業の相談先

行政の企業支援事業等を活用する場合、「春日井商工会議所」に相談する事業所が46.8%、「取引先の銀行」に相談する事業所が46.5%と多くなっている。一方、「利用したことがない・わからない」という事業者は17.4%となっている。

業種別にみると、商業・サービス業では「取引先の銀行」が58.2%、「税理士・会計士またはその所属事務所」が49.4%と多く、「春日井商工会議所」(46.8%)を上回っている。逆に小規模商店・サービス業は、「春日井商工会議所」が46.6%と最も多く、「取引先の銀行」(36.4%)、「税理士・会計士またはその所属事務所」(36.4%)を上回っている。



Q 行政の企業支援事業等の活用を考える場合、どの機関に相談しようとお考えですか。
該当する番号の上位3つに○印をつけてください。

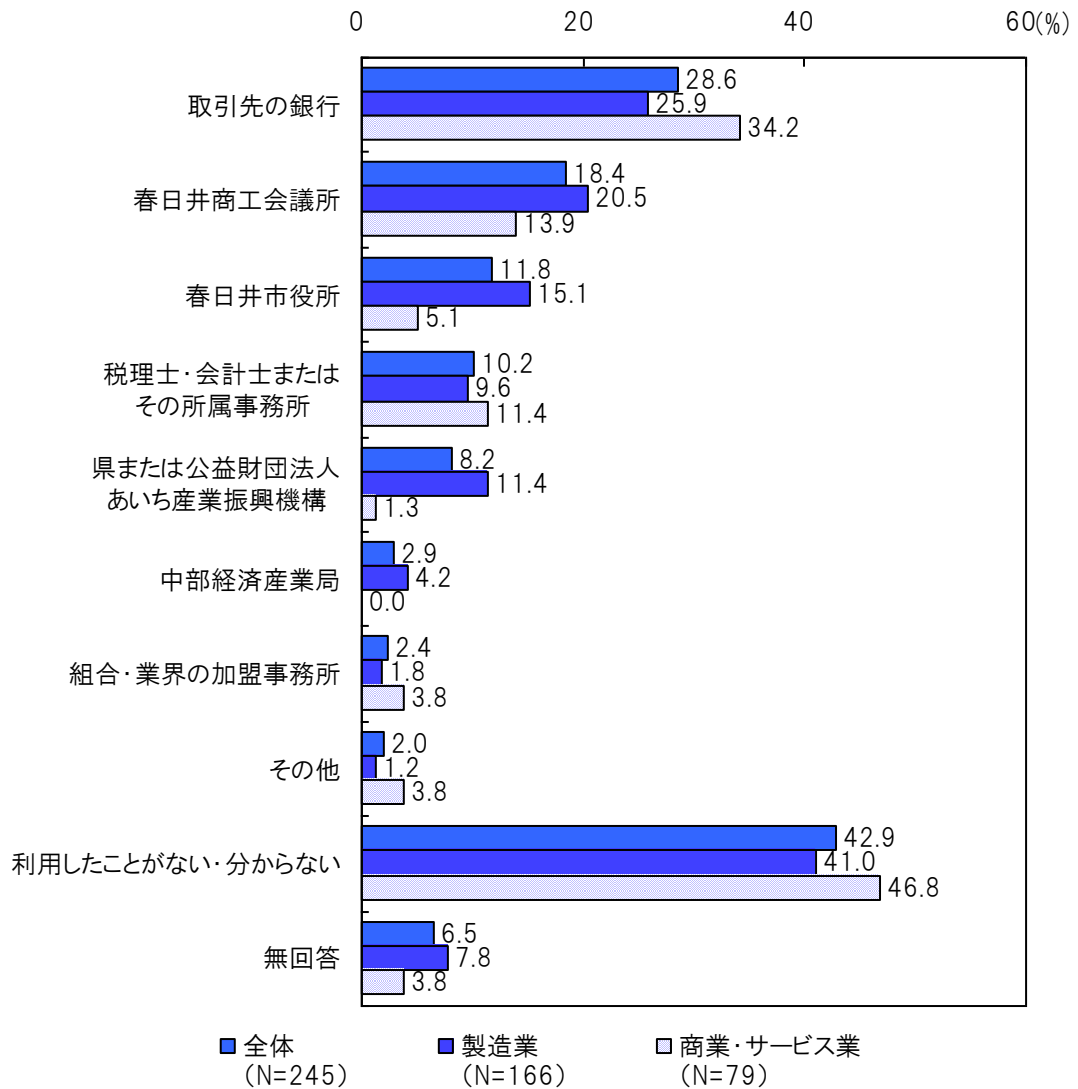
※本アンケートは春日井市商工会議所の会員を対象として実施しており、回答データを見る際に考慮する必要がある。

(2) 行政の企業支援事業の相談実績

行政の企業支援事業等を活用した時に実際に利用または相談した先は、「取引先の銀行」が28.6%と多い。次いで「春日井商工会議所」が18.4%、「春日井市役所」が11.8%となっている。一方、「利用したことがない・わからない」という事業者は42.9%と多くなっている。

業種別にみると、商業・サービス業では「取引先の銀行」が34.2%、製造業でも25.9%と多く、次いで「春日井商工会議所」が多くなっている。

相談しようとする機関では、「春日井商工会議所」と「取引先の銀行」がほぼ同じ割合であったが、実際に相談した機関では「取引先の銀行」の割合が高くなっており、日常的につながりをもっている銀行に対して、行政の企業支援事業についても相談する事業所が多いことが伺われる。



Q これまで行政の企業支援事業等を活用した時に、実際に利用または相談した機関はありますか。過去3年間で、実際に利用・相談した機関について、該当する番号すべてに○印をつけてください。

※本アンケートは春日井市商工会議所の会員を対象として実施しており、回答データを見る際に考慮する必要がある

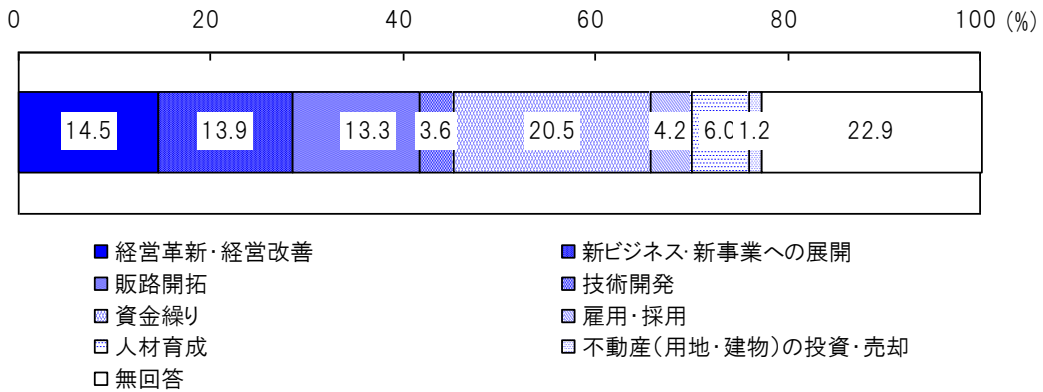
(3) 春日井市、春日井商工会議所に期待する事業

① 製造業

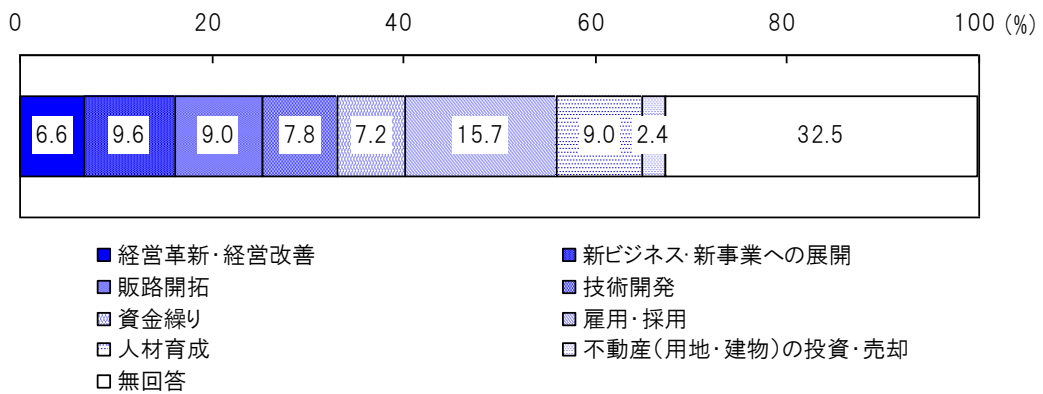
製造業では、「資金繰り」事業に期待する事業所が多く、33.7%（「1位」では20.5%、「2位」7.2%、「3位」6.0%）となっている。1位が20.5%であることから、期待する事業所が多いだけでなく、期待の強さも伺われる。また、「経営革新・経営改善」「新ビジネス・新事業への展開」「販路開拓」という事業強化支援に関する期待も比較的多くなっている。

(N=166)

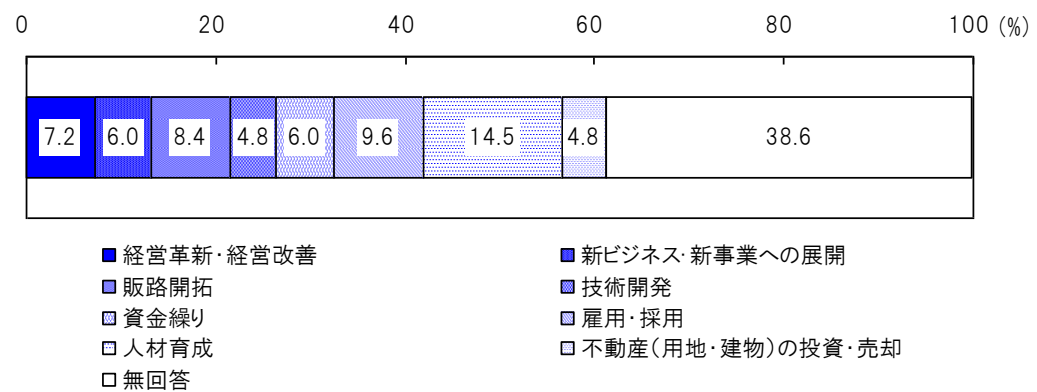
【1位】



【2位】



【3位】



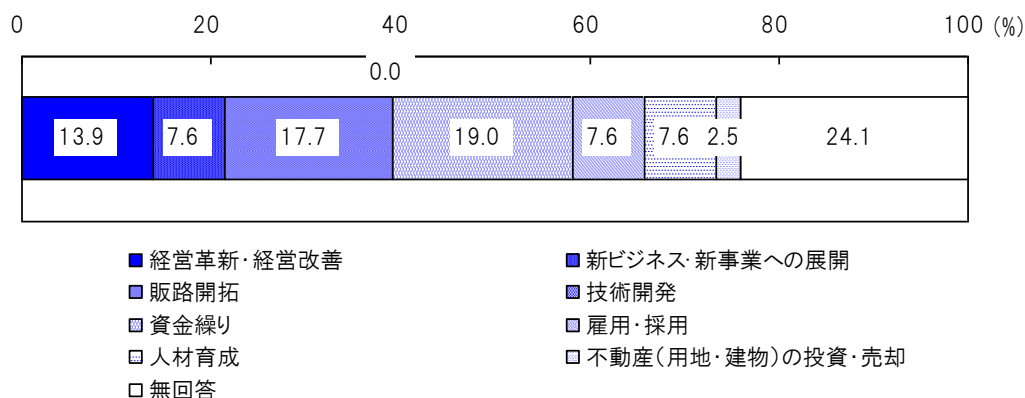
Q 春日井市、春日井商工会議所に対して、企業活動支援の面で期待するものについて、期待する分野（①の選択肢）から上位3つまでを選び、それぞれについて期待する機能（②の選択肢）から各2つまで選んでください。

②商業・サービス業

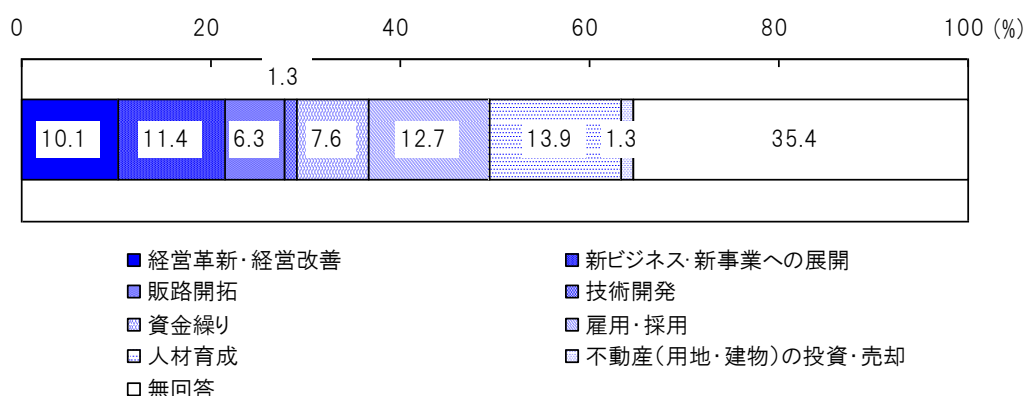
商業・サービス業についても、製造業と同様の傾向となっており、「資金繰り」事業に期待する事業所が35.5%（「1位」19.0%、「2位」7.6%、「3位」8.9%）と多く、「1位」が19.0%であることから強いニーズが伺われる。また、「経営革新・経営改善」「新ビジネス・新事業への展開」「販路開拓」など、事業強化支援に関する期待も多くなっている。

(N=79)

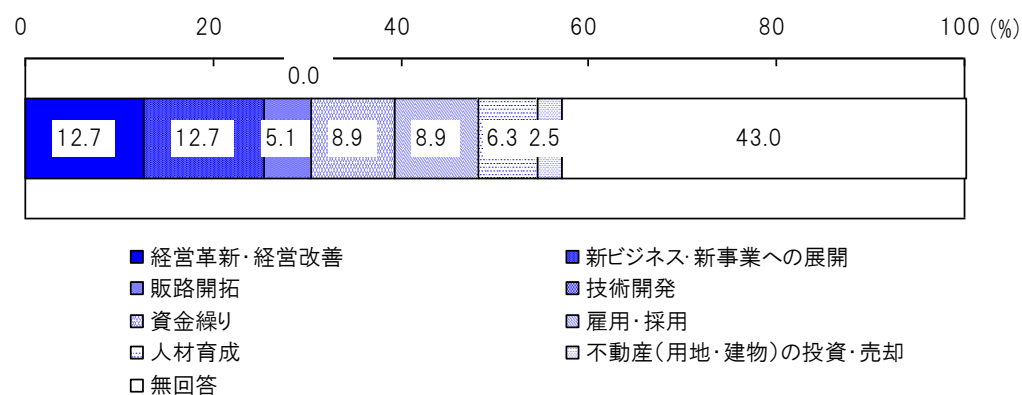
【1位】



【2位】



【3位】



Q 春日井市、春日井商工会議所に対して、企業活動支援の面で、期待するものについて、期待する分野（①の選択肢）から上位3つまでを選び、それぞれについて期待する機能（②の選択肢）から各2つまで選んでください。

(4) 春日井市、春日井商工会議所に期待する機能

①製造業

「経営革新、経営改善」分野の支援を期待する事業所では「補助金、助成金の情報提供」機能、「コーディネーター、専門家の紹介」機能を期待するという回答が多い。「新ビジネス・新事業への展開」分野と「販路開拓」分野では「パートナー企業や企業マッチング」機能を期待するという回答が多い。

【経営革新・経営改善】

	N	情報提供・補助金・助成金の提供	コーディネーター・専門家の紹介	税制、規制、税金などの説明	企業マッチング	パートナー企業や	試験研究機関等の紹介	公的機関や	売りの先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)													
1位	24	62.5	25.0	37.5	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5	0.0	8.3		
2位	11	0.0	54.5	45.5	0.0	0.0	9.1	18.2	0.0	18.2			
3位	12	16.7	33.3	25.0	8.3	8.3	8.3	25.0	16.7	8.3			

【新ビジネス・新事業への展開】

	N	情報提供・補助金・助成金の提供	コーディネーター・専門家の紹介	税制、規制、税金などの説明	企業マッチング	パートナー企業や	試験研究機関等の紹介	公的機関や	売りの先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)													
1位	23	34.8	17.4	0.0	65.2	21.7	17.4	4.3	4.3	0.0			
2位	16	12.5	18.8	12.5	43.8	0.0	25.0	31.3	6.3	6.3			
3位	10	10.0	30.0	10.0	10.0	10.0	30.0	20.0	30.0	10.0			

【販路開拓】

	N	情報提供・補助金・助成金の提供	コーディネーター・専門家の紹介	税制、規制、税金などの説明	企業マッチング	パートナー企業や	試験研究機関等の紹介	公的機関や	売りの先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)													
1位	22	18.2	9.1	4.5	59.1	4.5	50.0	18.2	4.5	0.0			
2位	15	13.3	0.0	20.0	46.7	0.0	53.3	13.3	13.3	0.0			
3位	14	0.0	7.1	7.1	35.7	7.1	35.7	28.6	14.3	21.4			

【技術開発】

	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	制度、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や	売りの先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	6	50.0	16.7	33.3	0.0	50.0		0.0	16.7	0.0	0.0	
2位	13	30.8	23.1	7.7	15.4	30.8		7.7	15.4	0.0	15.4	
3位	8	0.0	62.5	0.0	0.0	62.5		0.0	12.5	25.0	12.5	

【資金繰り】

	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	制度、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や	売りの先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	34	94.1	0.0	32.4	0.0	0.0		2.9	0.0	5.9	2.9	
2位	12	58.3	0.0	33.3	0.0	0.0		0.0	8.3	0.0	33.3	
3位	10	90.0	10.0	40.0	0.0	0.0		10.0	0.0	10.0	0.0	

【雇用・採用】

	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	制度、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や	売りの先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	7	71.4	14.3	42.9	0.0	14.3		0.0	0.0	14.3	14.3	
2位	26	26.9	11.5	26.9	11.5	15.4		3.8	0.0	15.4	19.2	
3位	16	18.8	18.8	12.5	6.3	6.3		0.0	6.3	18.8	37.5	

【人材育成】

	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	税制、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や	売り先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報の提供	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	10	50.0	30.0	20.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	0.0		
2位	15	46.7	46.7	33.3	0.0	13.3	13.3	0.0	20.0	0.0		
3位	24	41.7	4.2	8.3	4.2	4.2	0.0	12.5	16.7	37.5		

【不動産（用地・建物）の投資・売却】

	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	税制、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や	売り先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報の提供	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
2位	4	75.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
3位	8	62.5	12.5	50.0	0.0	0.0	37.5	0.0	12.5	12.5	12.5	

②商業・サービス業

「販路開拓」分野を期待する事業所では「売り先・仲介先などの紹介」機能を期待するという回答が多い。「資金繰り」分野、「雇用・採用」分野、「人材育成」分野については「補助金・助成金の情報提供」機能を期待するという回答が比較的多くなっている。

【経営革新・経営改善】

	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	税制、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や試験研究機関等の紹介	売り先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	11	27.3	27.3	18.2	18.2	18.2	0.0	18.2	0.0	9.1		
2位	8	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0	12.5	25.0	12.5	12.5		
3位	10	10.0	20.0	20.0	10.0	0.0	0.0	20.0	20.0	40.0		

【新ビジネス・新事業への展開】

	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	税制、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や試験研究機関等の紹介	売り先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	6	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	16.7	0.0		
2位	9	11.1	33.3	22.2	11.1	0.0	11.1	22.2	0.0	11.1		
3位	10	10.0	10.0	20.0	10.0	20.0	10.0	30.0	30.0	20.0		

【販路開拓】

	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	税制、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や試験研究機関等の紹介	売り先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	14	21.4	21.4	0.0	7.1	7.1	57.1	7.1	14.3	0.0		
2位	5	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	20.0	0.0		
3位	4	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	25.0		

【技術開発】

	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	制度、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や	売りの先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2位	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
3位	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

【資金繰り】

	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	制度、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や	売りの先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	15	93.3	0.0	46.7	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2位	6	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	50.0	
3位	7	42.9	0.0	28.6	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	42.9	

【雇用・採用】

	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	制度、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や	売りの先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	6	50.0	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2位	10	40.0	20.0	10.0	30.0	0.0	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	
3位	7	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3	71.4		

【人材育成】

	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	税制、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や	売り先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	6	66.7	0.0	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2位	11	27.3	27.3	27.3	18.2	27.3	18.2	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0
3位	5	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	40.0	0.0	0.0

【不動産（用地・建物）の投資・売却】

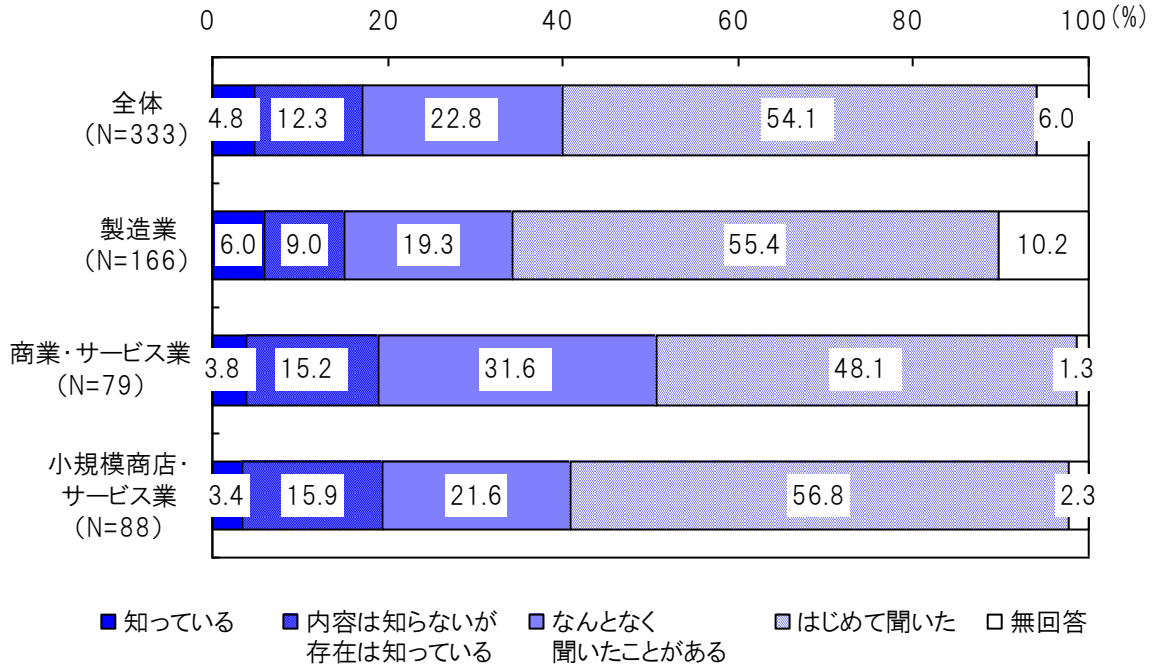
	N	補助金・助成金の情報提供	コーディネーター・専門家の紹介	税制、規制、税金などの説明	パートナー企業や企業マッチング	試験研究機関等の問合せ先の紹介	公的機関や	売り先・仲介先などの紹介	報、海外情報などの提供	マーケティング情報	催事やイベント等の情報提供	無回答
(%)												
1位	2	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2位	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
3位	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

5. 産業振興アクションプランについて

(1) 認知度

春日井市産業振興アクションプランを「はじめて聞いた」という回答が全体の54.1%を占めており、どの業種でも多くいるものの、「知っている」、「内容は知らないが、存在は知っている」、「なんとなく聞いたことがある」の3つを合わせた広義の認知度は約4割と比較的多くなっている。

「知っている」という回答をみると、全体で4.8%、製造業で6.0%、商業・サービス業で3.8%、小規模商店・サービス業で3.4%であり、少ないものの一部の事業所には認知されている。



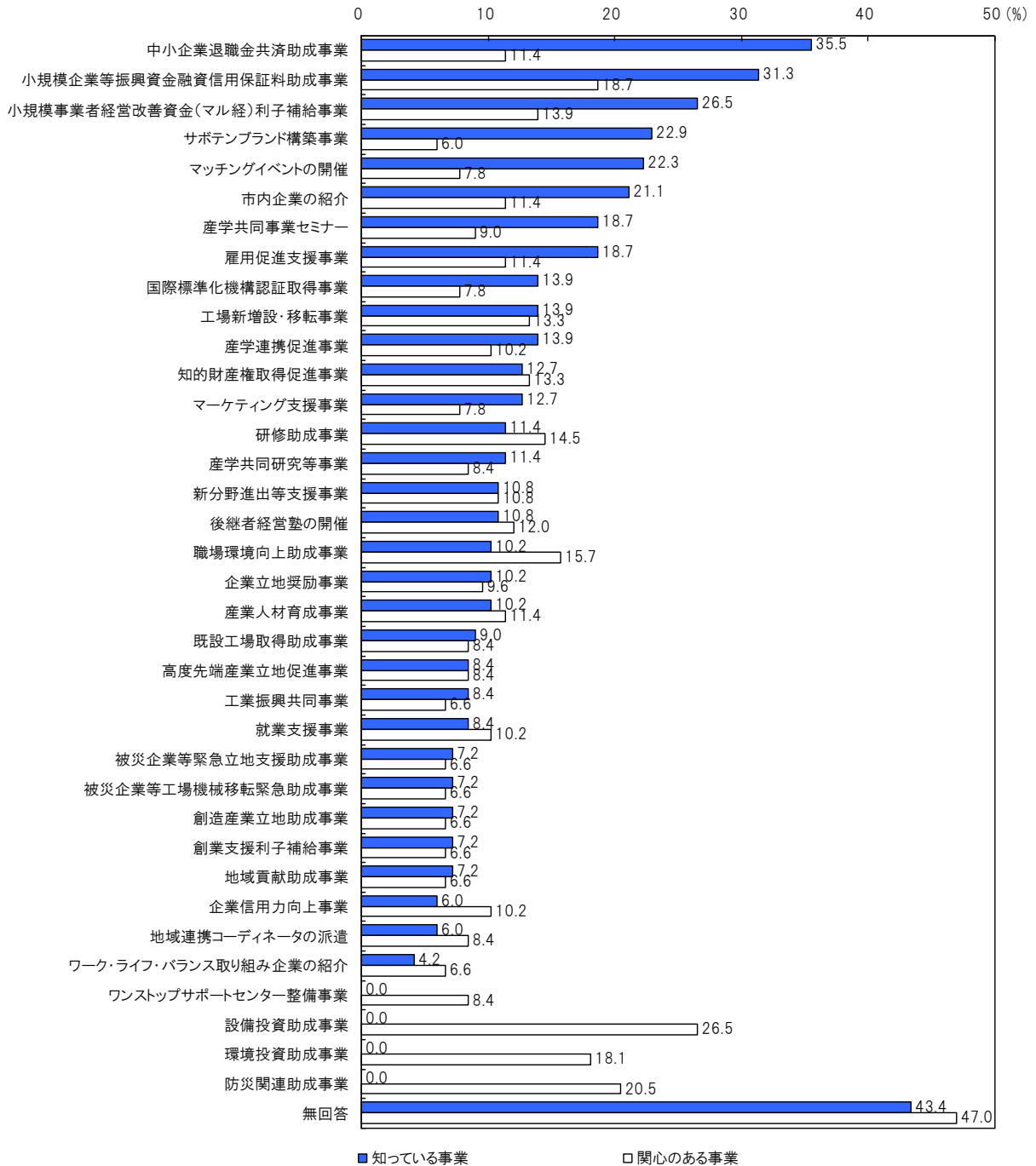
Q 「春日井市産業振興アクションプラン」をご存知ですか。以下の選択肢から該当する番号に○印をつけてください。(1つだけ)

(2) 主要事業の認知・関心度

①製造業

「中小企業退職金共済助成事業」、「小規模企業等振興資金融資信用保証料助成事業」、「小規模事業者経営改善資金（マル経）利子補給事業」の認知度が高い一方、関心度では「設備投資助成事業」、「防災関連助成事業」、「環境投資助成事業」等、助成事業が比較的高くなっている。特に「設備投資助成事業」、「防災関連助成事業」、「環境投資助成事業」は関心度が高いにもかかわらず全く知られていないことから、市内の事業所に十分に活用されていない可能性がある。

(N=166)

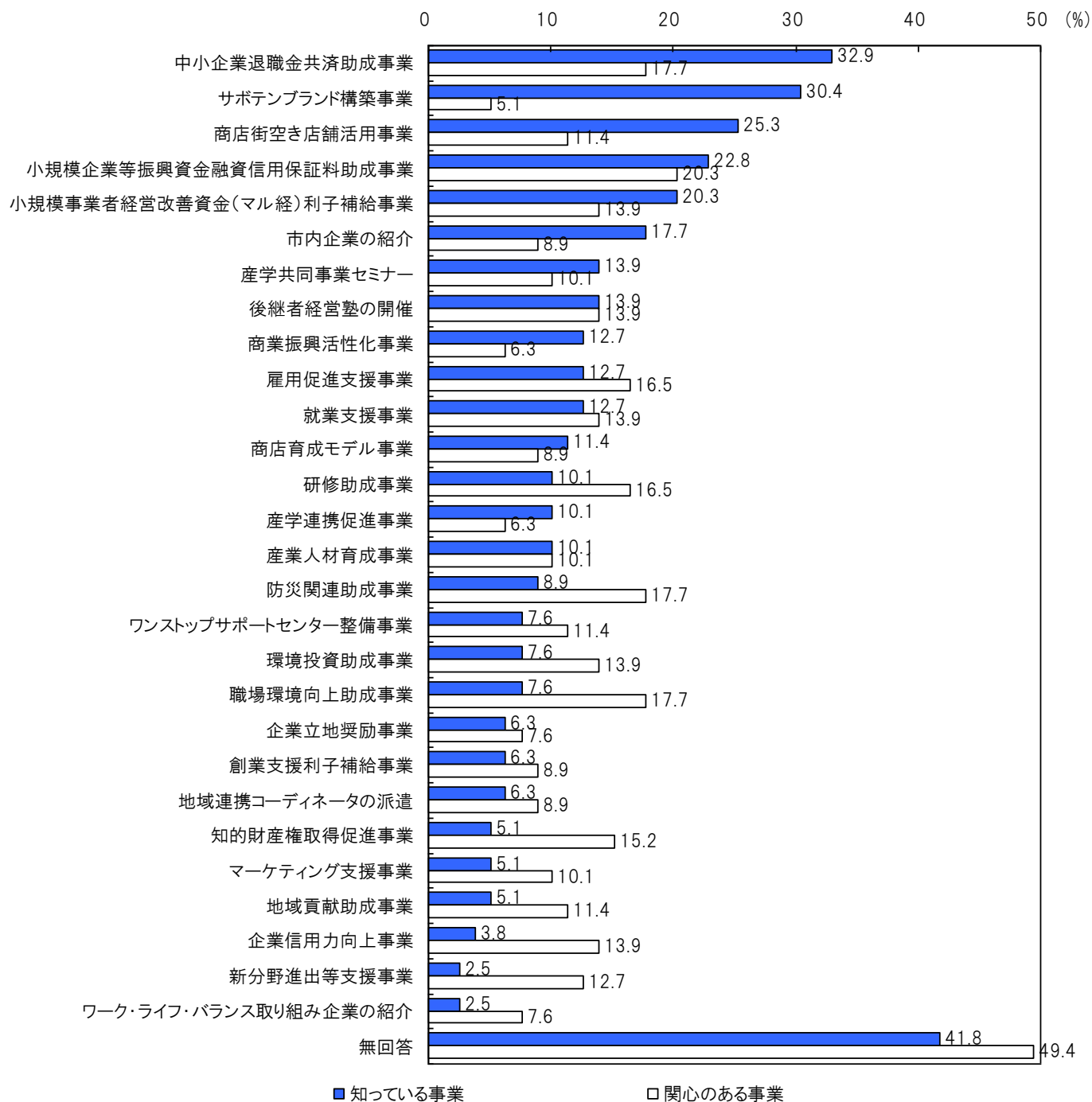


Q 平成21年度より、春日井市産業振興アクションプランの主な事業として以下の事業を実施しております。各事業について①知っているもの、②関心があるものを、すべて該当する番号に○印をつけてください。

②商業・サービス業

「中小企業退職金共済助成事業」、「サポテンブランド構築事業」、「商店街空き店舗活用事業等」の認知度が高い一方、関心度では「小規模企業等振興資金融資信用保証料助成事業」、「防災関連助成事業」、「職場環境向上助成事業」等の助成事業が比較的高くなっている。商業・サービスでも認知度と関心度のミスマッチがみられ、支援事業が提供されているにも関わらず市内の事業所に十分に活用されていない可能性がある。

(N=79)

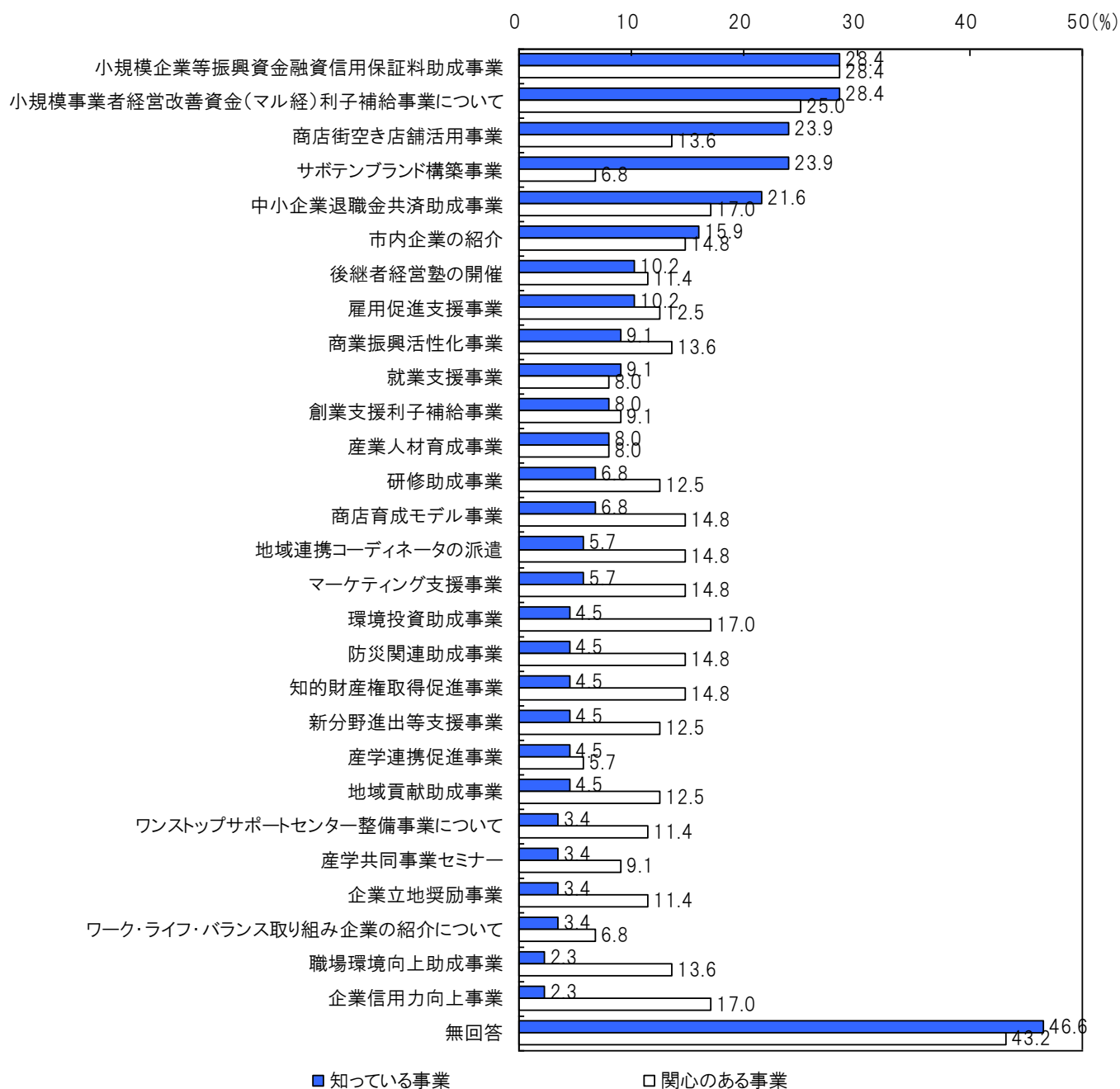


Q 平成21年度より春日井市産業振興アクションプランの主な事業として以下の事業を実施しております。各事業について①知っているもの、②関心があるものを、すべて該当する番号に○印をつけてください。

③小規模商店、サービス業

「小規模企業等振興資金融資信用保証料助成事業」、「小規模事業者経営改善資金（マル経）利子補給事業」は認知度、関心度ともに高くなっている。その他、「環境投資助成事業」、「中小企業退職金助成事業」、「企業信用力向上事業」等が比較的関心度が高くなっている。小規模商店・サービス業は、他の2業種に比べて全般的に認知度が低く、また、関心度が認知度を上回っている傾向がみられる。

(N=88)

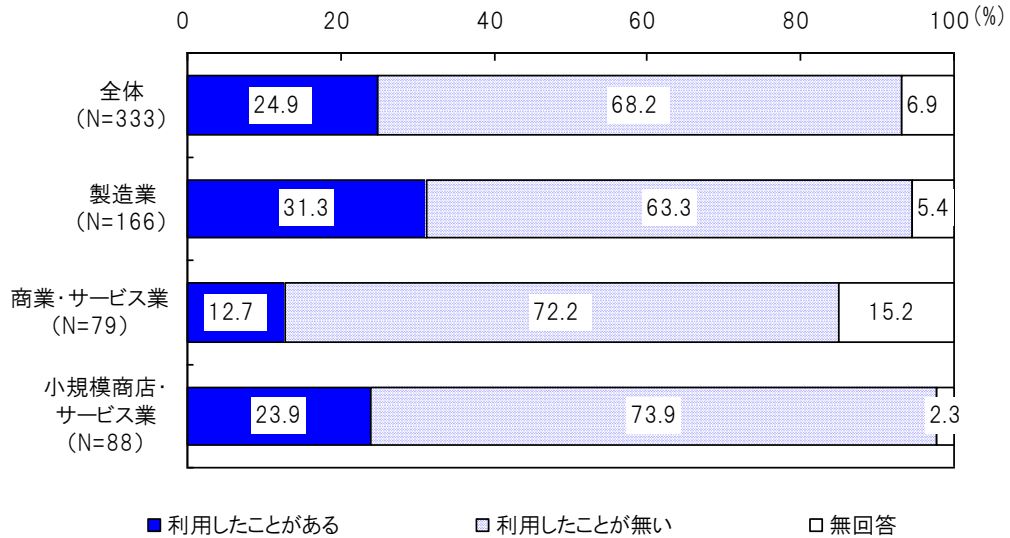


Q 平成21年度より春日井市産業振興アクションプランの主な事業として以下の事業を実施しております。各事業について①知っているもの、②関心があるものを、すべて該当する番号に○印をつけてください。

(3) 主要事業の利用状況

①利用経験

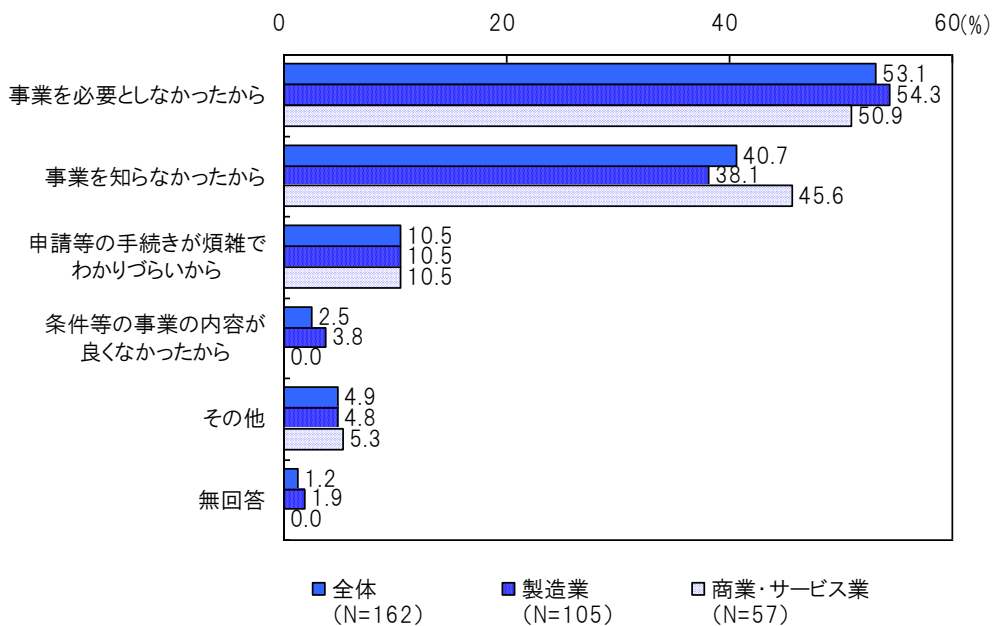
主要事業を利用したことがある事業者は全体の24.9%を占め、特に製造業では31.3%と比較的多くの事業者が利用した経験を有している。



Q これまで上記の事業を1つでも利用したことはありますか。

②利用しなかった理由

「事業を必要としなかったから」という回答が全体の約半数を占めている。また、「事業を知らなかったから」という回答も4割程度を占めている。

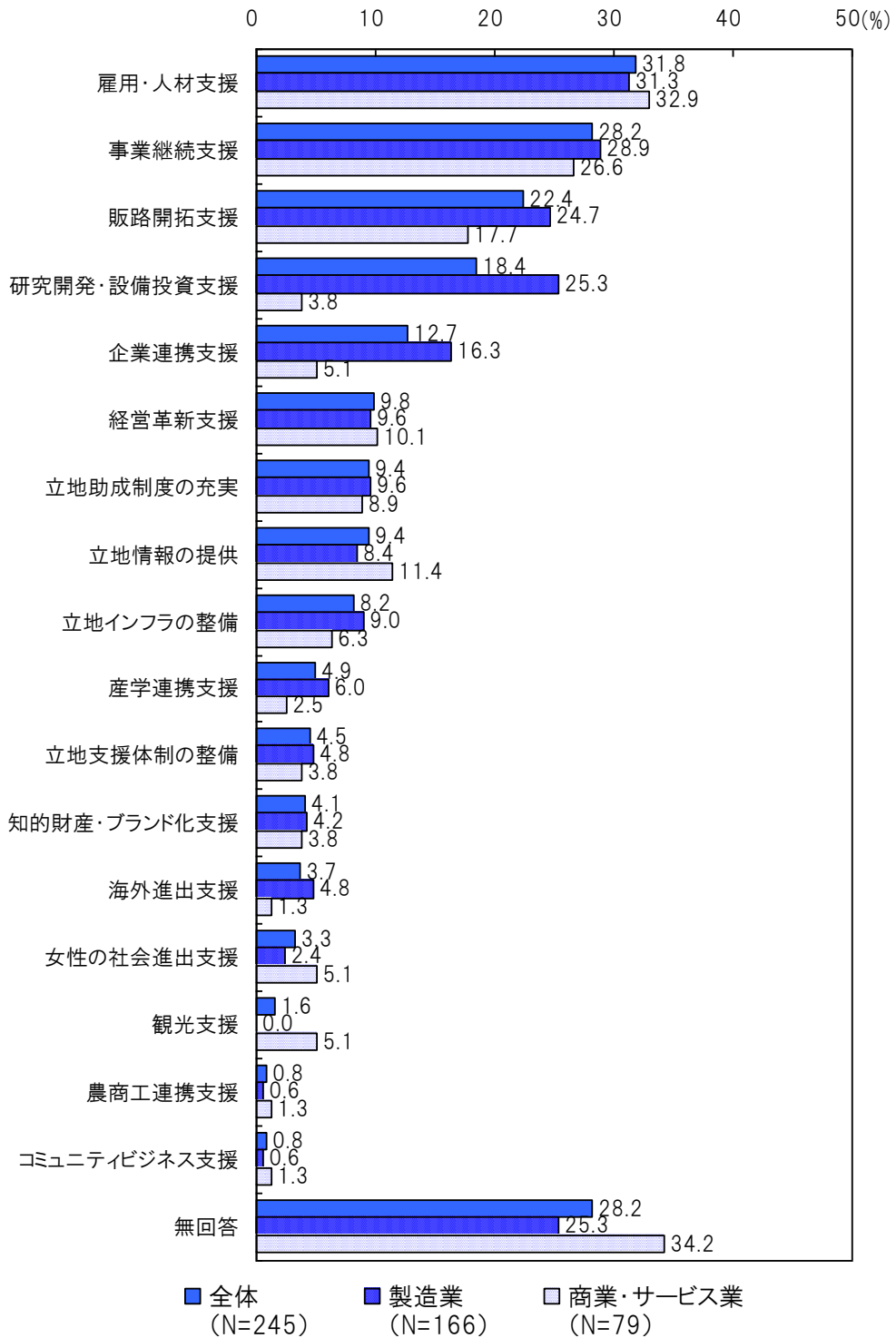


(複数回答)

Q 利用したことが無い方にお聞きします。
市の事業を利用しなかったのは何故ですか。該当する番号に○印をつけてください。(いくつでも)

(4) 必要な施策

事業所にとって必要な施策は、「雇用・人材支援」が最も多く全体の31.8%となっている。次いで「事業継続支援」が28.2%、「販路開拓支援」が22.4%と多くなっている。業種別にみても、この3事業が多いが、製造業では、「研究開発・設備投資支援」が25.3%、「企業連携支援」が16.3%と比較的多くなっている。

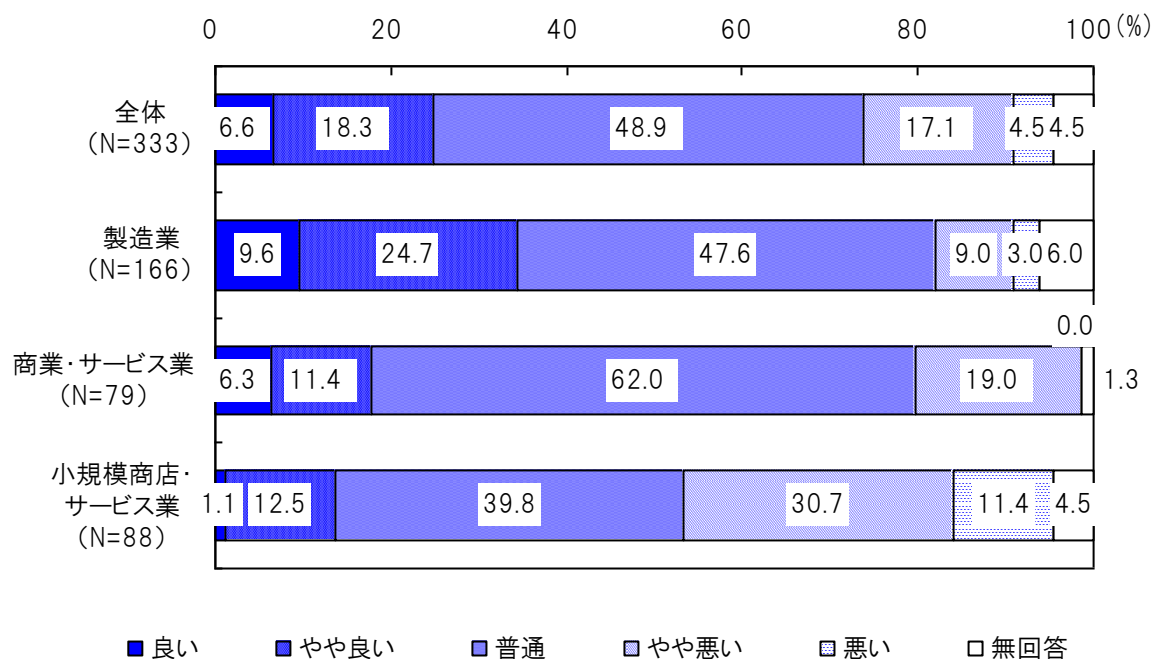


Q 貴事業所にとって必要とお考えの施策について該当する番号すべてに○印をつけてください。

6. 事業所の立地環境

(1) 立地環境に対する評価

製造業では「良い」が9.6%、「やや良い」が24.7%と、春日井市の立地環境は比較的高く評価されているが、商業・サービス業では「良い」が6.3%、「やや良い」が11.4%と、製造業に比べると評価が低くなっている。また、小規模商店・サービス業では、「やや悪い」が30.7%、「悪い」が11.4%と立地評価が低くなっている。

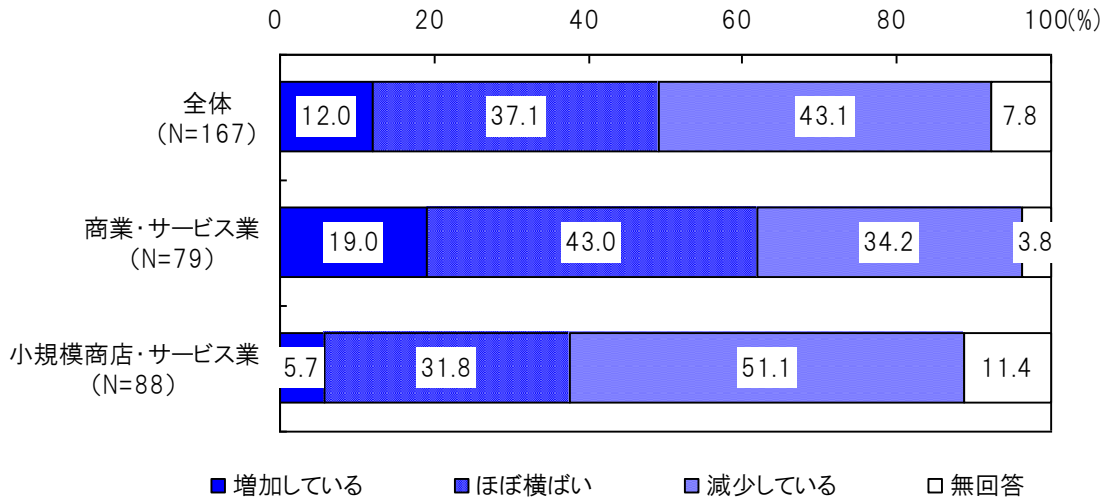


Q 総合的にみて、春日井市の立地環境をどのように評価していますか。(1つだけ)

(2) 商圈の客数（商業・サービス業）

①最近3年間

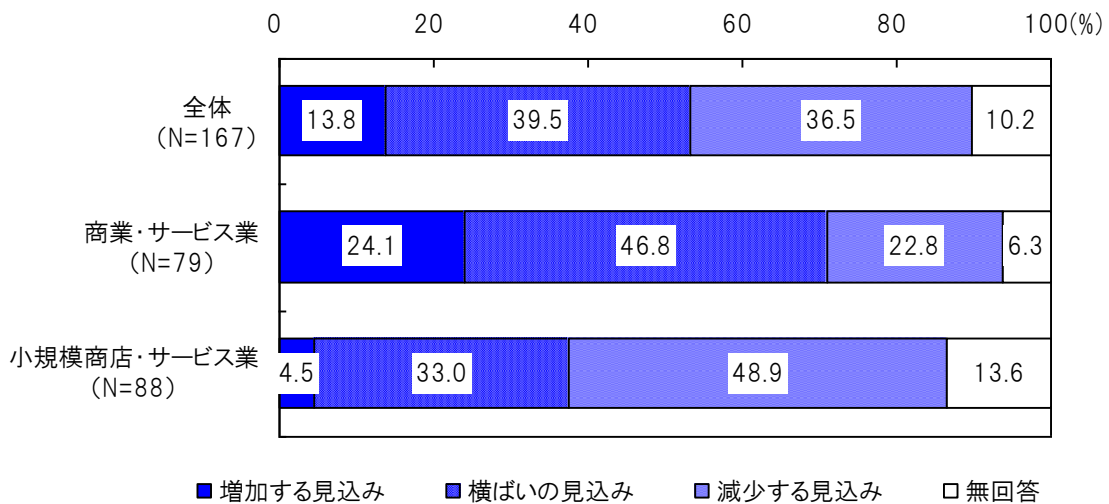
事業所立地環境の商圈について、客数が「増加している」という回答は全体の12.0%、「減少している」という回答は全体の43.1%となっており、減少が大きく上回っている。特に小規模商店・サービス業では「減少している」が51.1%と厳しい状況となっている。



Q 商圈の顧客数は増加していますか。(1つだけ)

②今後3年間

今後3年間についても、客数が「増加する見込み」という回答は全体の13.8%、「減少する見込み」という回答は全体の36.5%となっており、減少見込みが大きく上回っている。一方、商業・サービス業については「増加する見込み」(24.1%)と「減少する見込み」(22.8%)がほぼ同程度となっている。



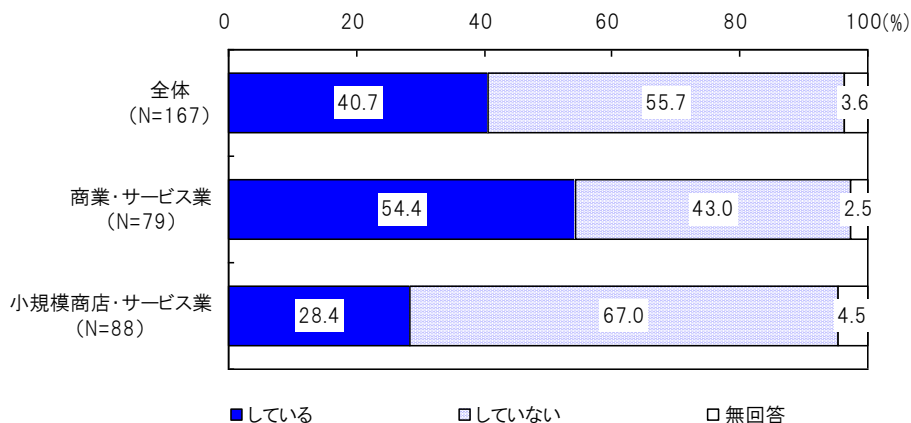
Q (商圈の顧客数について) 今後の見込みはいかがですか(1つだけ)

7. IT（情報技術）の活用

（※商業・サービス業、小規模商店・サービス業を対象）

（1）情報発信の実施

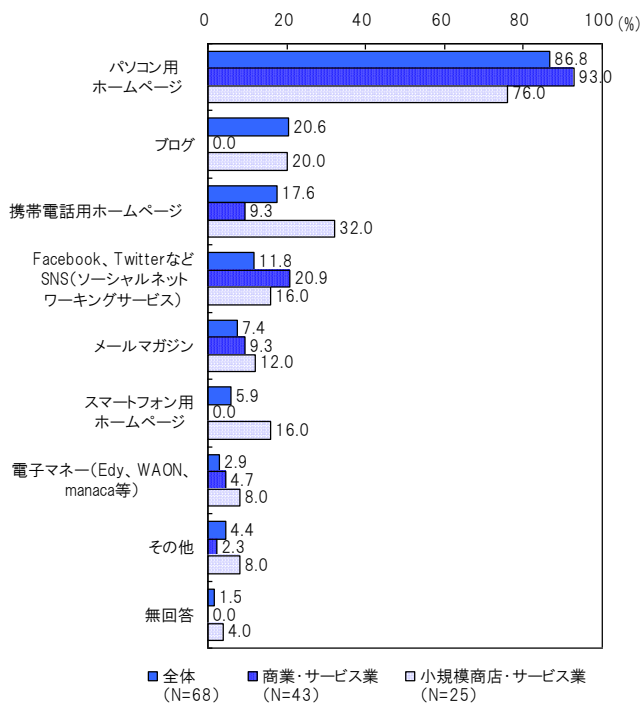
ITを活用した情報発信について、商業・サービス業では54.4%が実施している。また、小規模商店・サービス業では28.4%の事業所が実施しているが、相対的に少なくなっている。



Q 貴事業所は、ITを活用した情報発信をしていますか。（1つだけ）

（2）活用方法

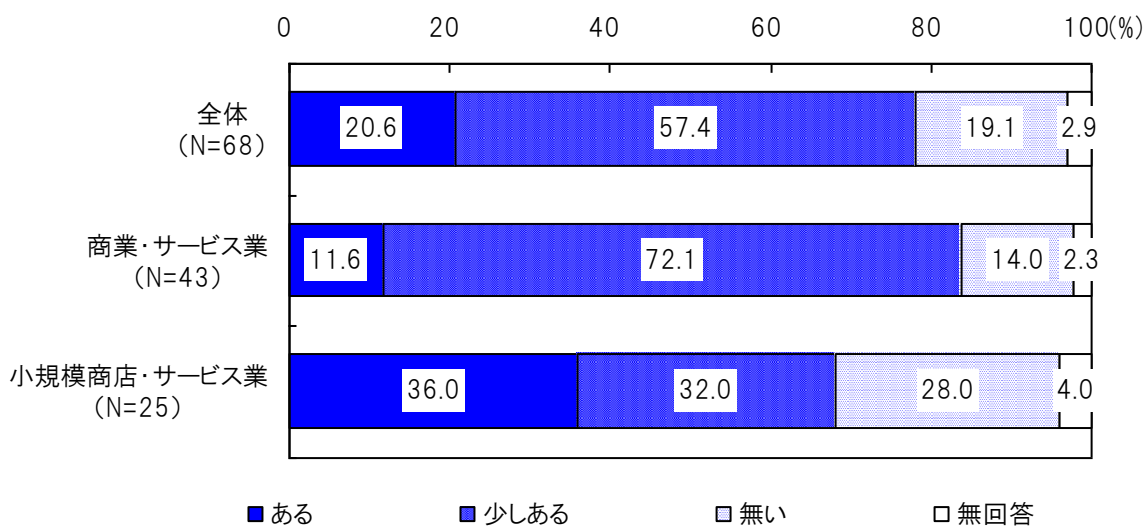
具体的な活用方法は、「パソコン用ホームページ」が多くなっているが、一部の小規模商店・サービス業では「携帯電話用ホームページ」、「ブログ」、「スマートフォン用ホームページ」等積極的に活用している事業者もみられる。



Q ITをどのように活用していますか。（いくつでも）

(3) 集客効果

IT活用による集客効果は、商業・サービス業では「ある」が11.6%、「少しある」が72.1%、小規模商店・サービス業ではそれぞれ36.0%、32.0%となっており、ITを活用して情報発信している事業者では、一定の効果を得ている事業所が多くっている。



Q IT活用の集客効果はどの程度ありますか。(1つだけ)

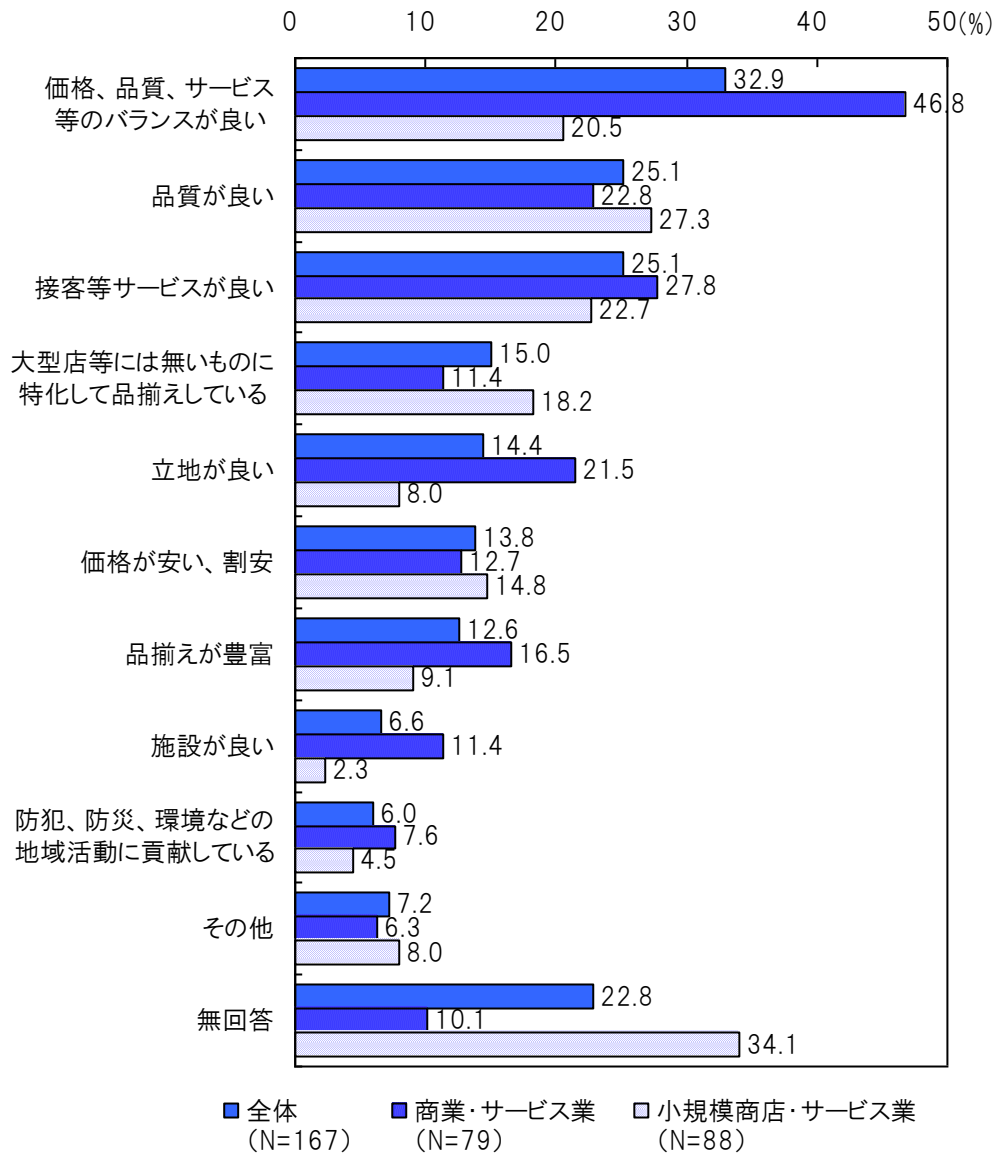
8. 事業の状況

(※商業・サービス業、小規模商店・サービス業を対象)

(1) 競合と比較した強み

商業・サービス業では、「価格、品質、サービス等のバランスが良い」という回答が46.8%と最も多く、「接客等サービスが良い」(27.8%)、「品質が良い」(22.8%)という回答も多くなっている。

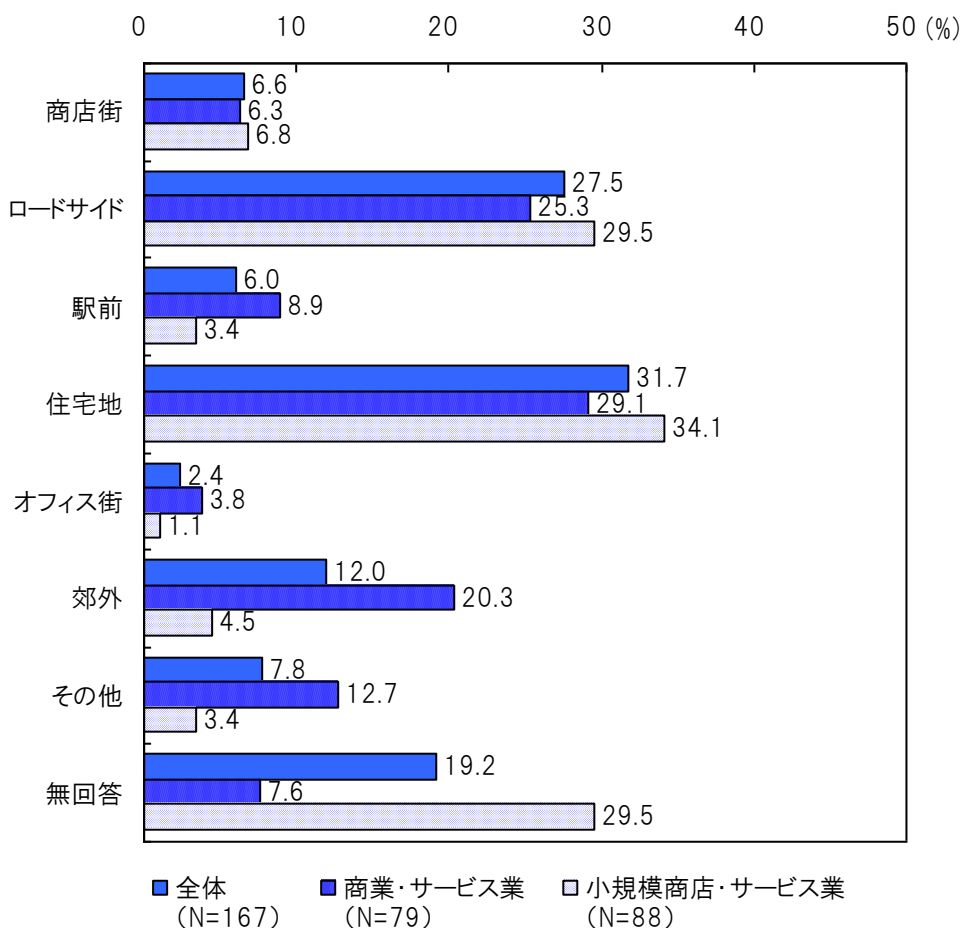
小規模商店・サービス業では、「品質が良い」(27.3%)、「接客等サービスが良い」(22.7%)、「価格、品質、サービス等のバランスが良い」(20.5%)が比較的多くなっている。



Q 貴事業所が競合する店と比較して優れているとお考えのものは何ですか。(いくつでも)

(2) 店舗立地場所

商業・サービス業では、「住宅地立地」が29.1%、「ロードサイド」立地が25.3%、「郊外」立地が20.3%と多くなっている。小規模商店・サービス業では「住宅地」立地(34.1%)と「ロードサイド」立地(29.5%)が多くなっている。

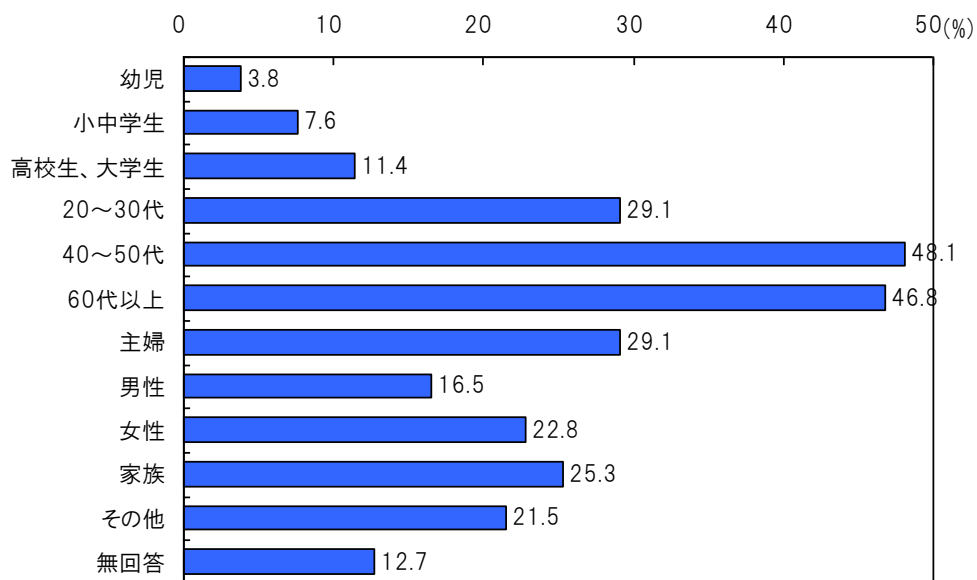


Q 貴事業所の立地場所はどのような環境ですか。(いくつでも)

(3) 顧客ターゲット

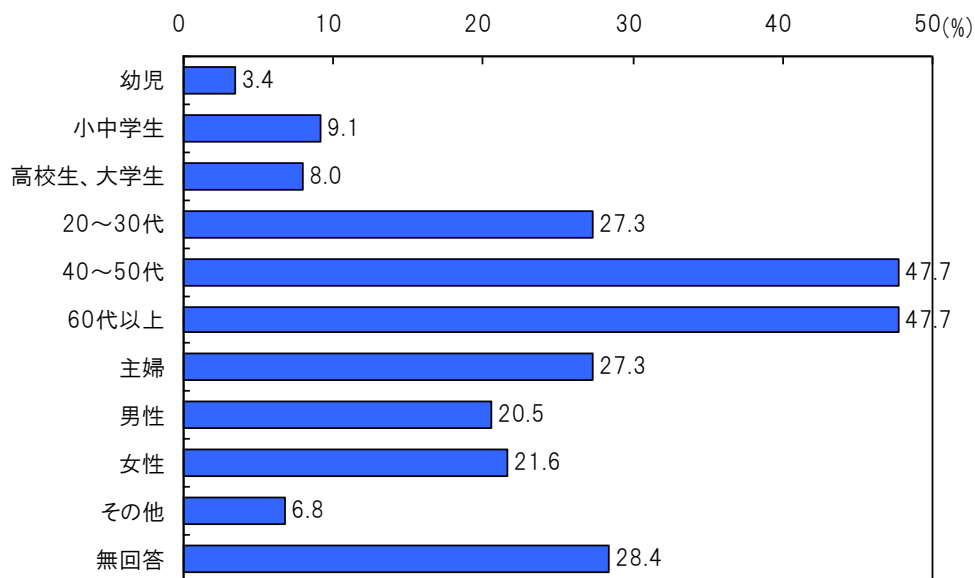
商業・サービス業、小規模商店・サービス業とも「40～50代」、「60代以上」を顧客ターゲットとしているという回答が多く、ともに5割弱を占めている。

○商業・サービス業 (N=79)



(複数回答)

○小規模商店・サービス業 (N=88)



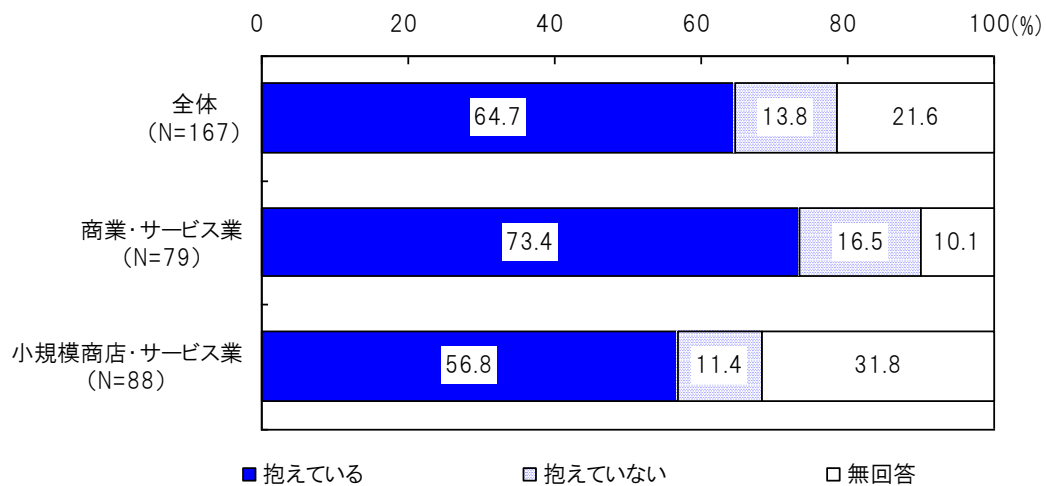
(複数回答)

Q 貴事業所の主なターゲットはどのような顧客ですか。(いくつでも)

(4) 事業展開上の問題

①問題の有無

事業を展開するうえで何か問題を「抱えている」という回答は、商業・サービス業で73.4%、小規模商店・サービス業では56.8%となっており、多くの企業が問題を抱えている状況が伺われる。

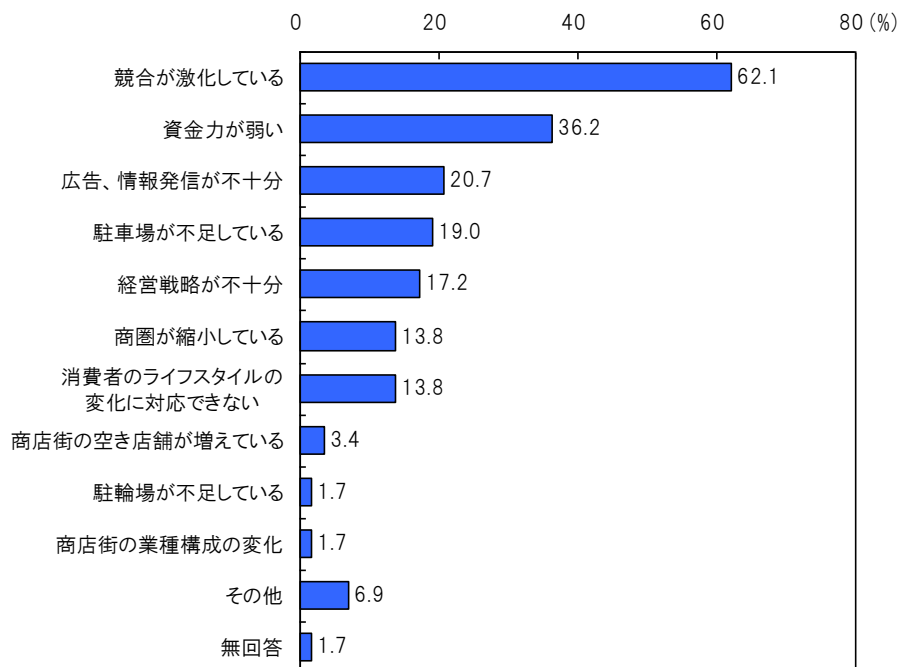


Q 貴事業所は事業を展開するうえで何か問題を抱えていますか。(1つだけ)

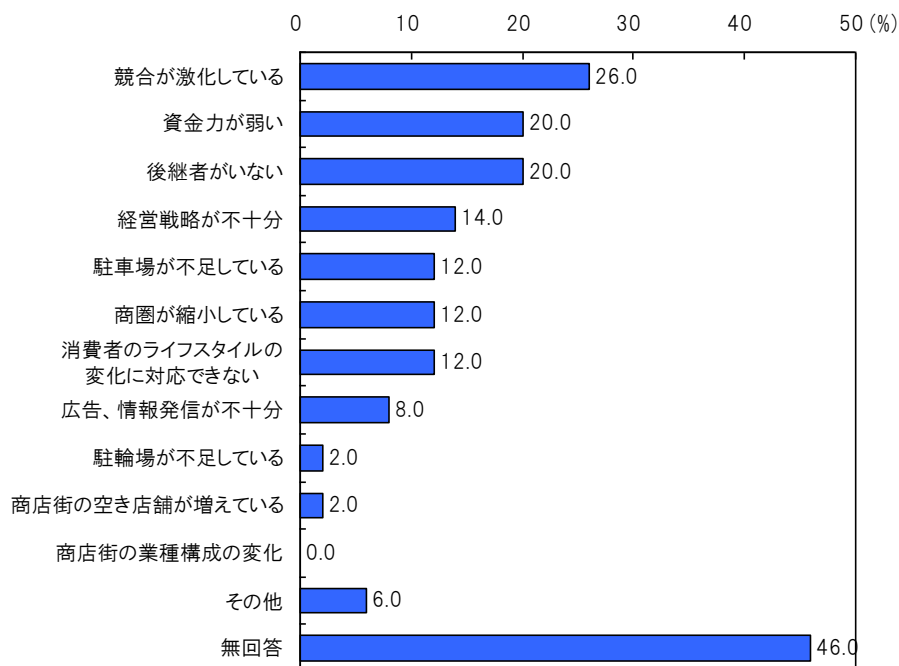
②具体的な問題

具体的には、「競争が激化している」、「資金力が弱い」という回答が多く、特に商業・サービス業では「競争が激化している」という回答が62.1%と多く、競争力の強化が課題となっている状況が伺われる。

○商業・サービス業（N=58）



○小規模商店・サービス業（N=50）

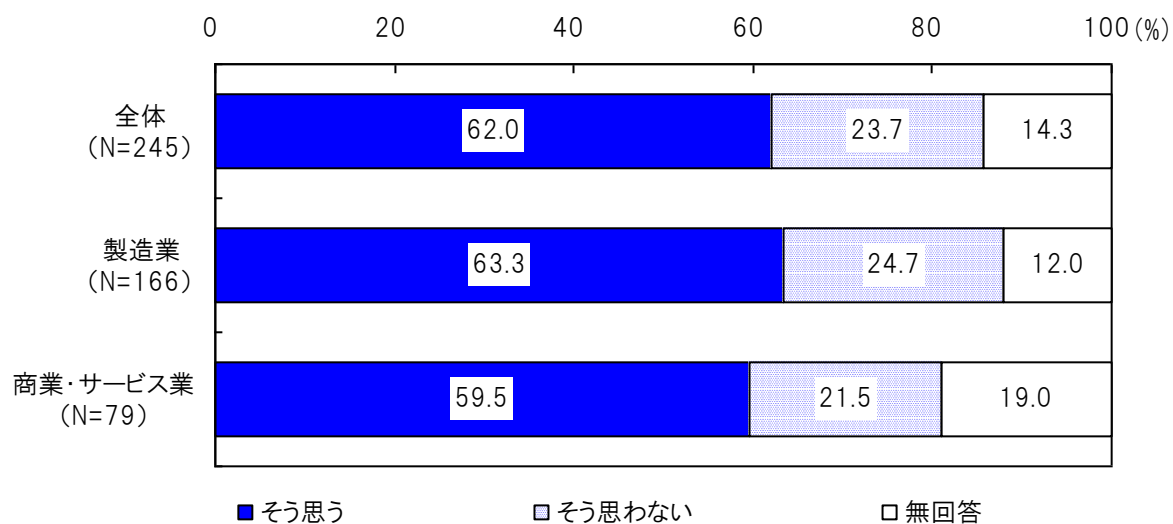


Q どのような問題を抱えていらっしゃいますか。該当する番号に○印をつけてください。(いくつでも)

9. 春日井市の産業施策について

(※製造業、商業・サービス業を対象)

春日井市は企業活動が行いやすいまちかという質問に対して、「そう思う」と回答した企業は製造業で63.3%、商業・サービス業で59.5%と、「そう思わない」を大きく上回っており、地域については一定の評価を得ている。



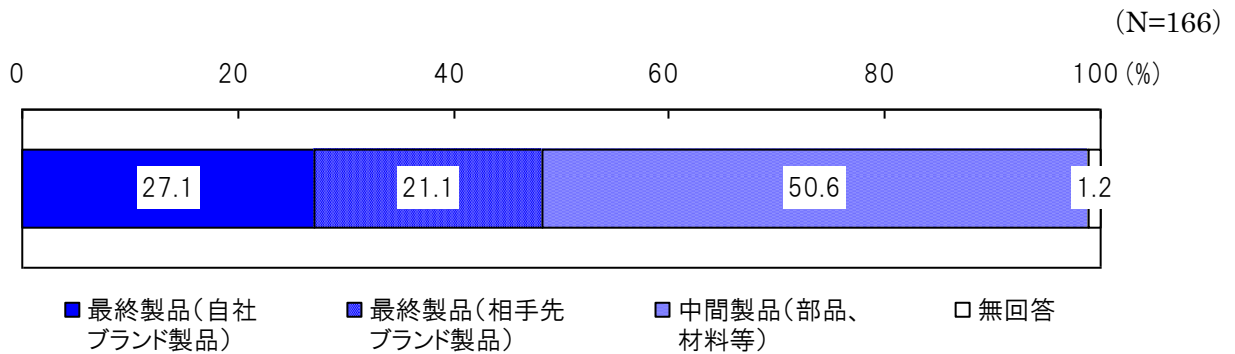
Q まちの活性化には、経済の振興が課題となっていますが、春日井市は、人材、立地、交通環境などを総合的に考慮して、企業活動が行いやすいまちだと思いますか。(1つだけ○)

10. 製造業編

(1) 経営、事業の現状と見通し

①主力事業の製品

主力事業の製品が「中間製品（部品、材料等）」という回答が約半数を占めているが、「最終製品（自社ブランド製品）」も 27.1%と比較的多くなっている。

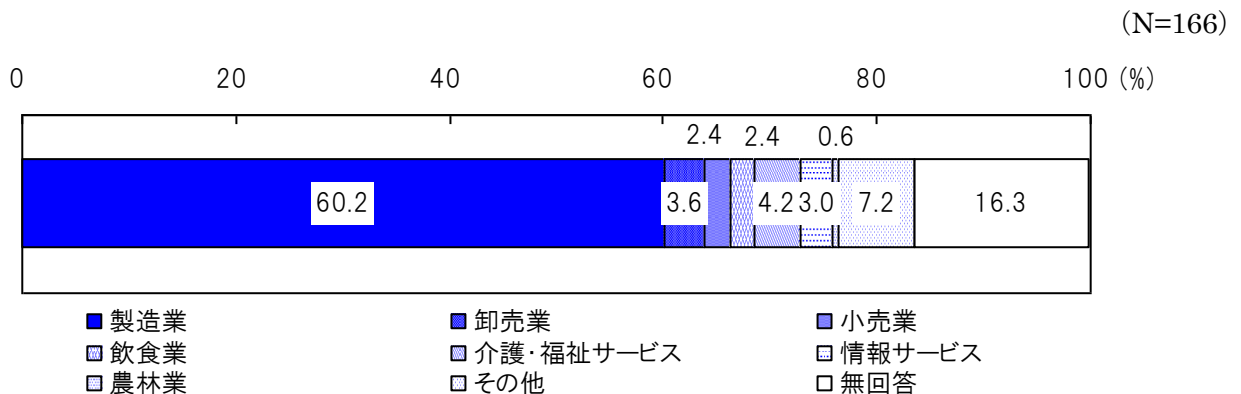


Q 貴事業所の主力事業の製品は、最終製品ですか、中間製品ですか。(主なもの1つだけ)

(2) 新規事業、新分野進出

①対象市場

新規事業、新分野進出の市場は、「製造業」が約6割と多いが、「介護・福祉サービス」(4.2%)、「卸売業」(3.6%)、「情報サービス」(3.0%)等、製造業から他分野への進出も一部にみられる。



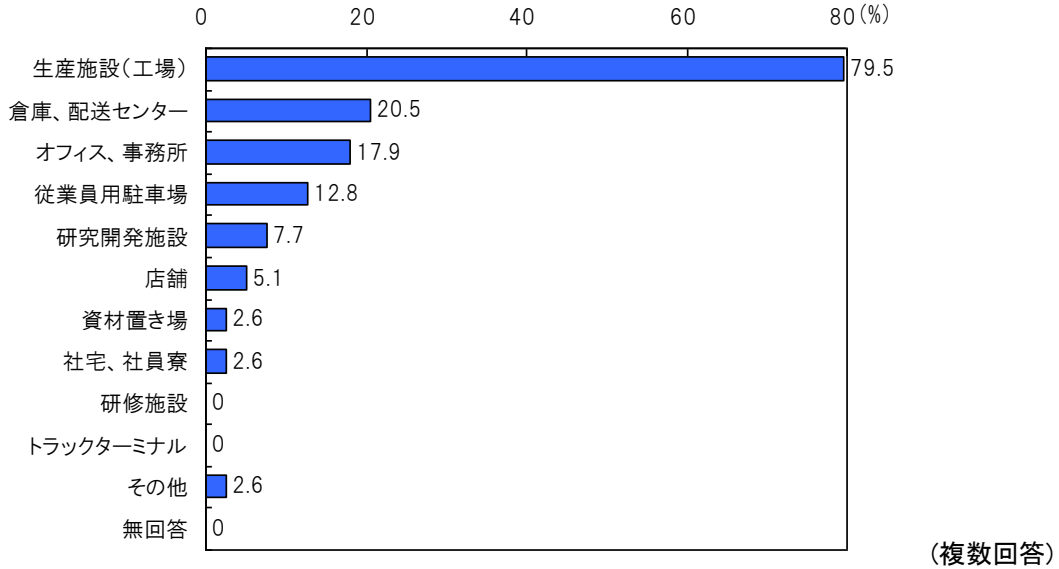
Q 新規事業、新分野進出について、どのような市場を対象としていらっしゃいますか。回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。(主なもの1つだけ)

(3) 用地、施設需要

① 用地の用途

「生産施設（工場）」という回答が約8割と多くなっている。その他「倉庫、配送センター」（20.5%）、「オフィス、事務所」（17.9%）、「従業員用駐車場」（12.8%）も比較的多くなっている。

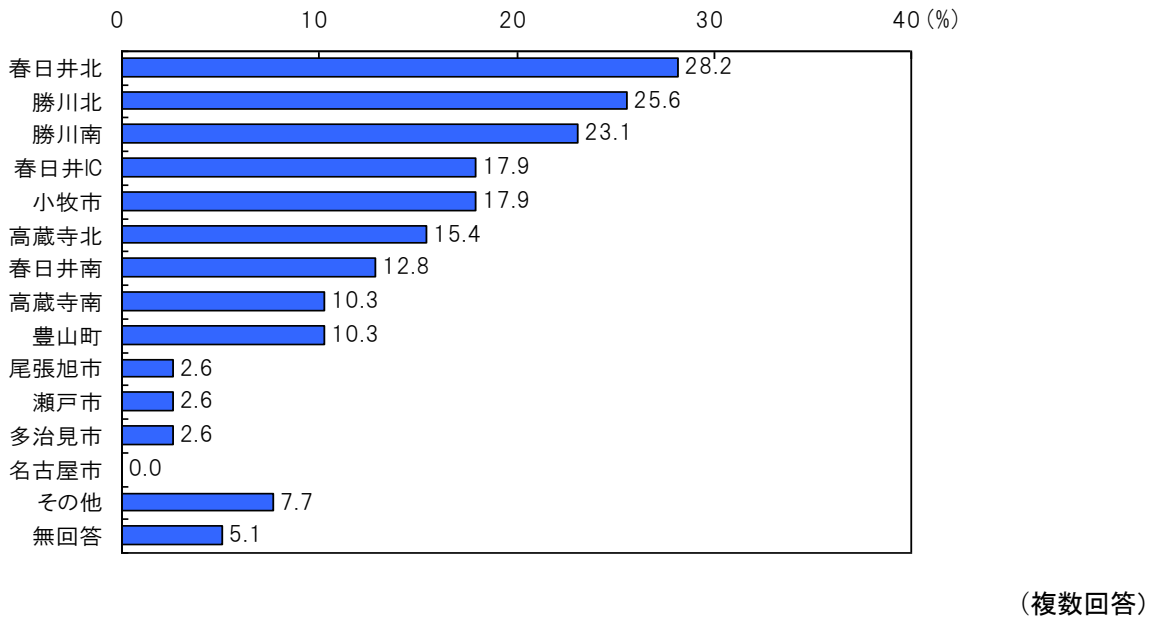
(N=39)



Q その用地は、どのような利用をお考えですか。該当する番号すべてに○印をつけてください。(いくつでも)

② 希望エリア

「春日井北」が28.2%、「勝川北」が25.6%、「勝川南」が23.1%と比較的多くなっている。(N=39)



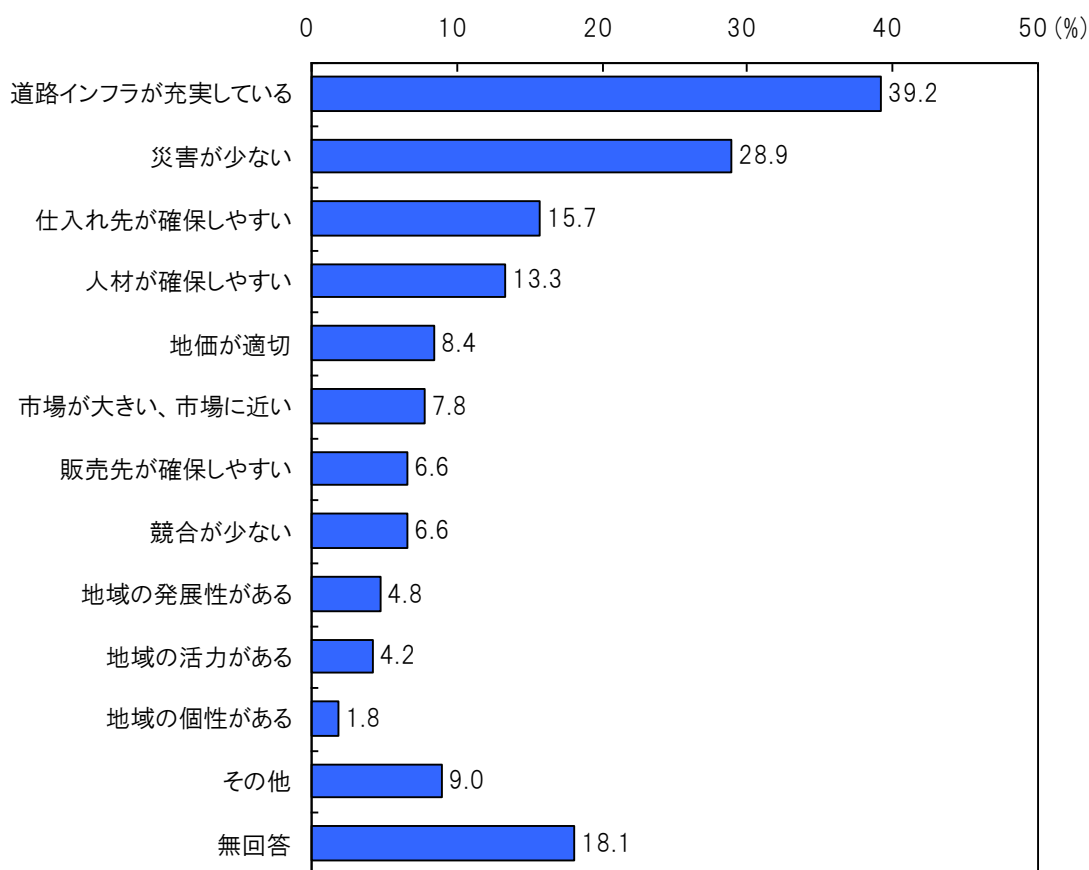
Q 希望するエリアはどこですか。該当する番号すべてに○印をつけてください。(いくつでも)

(4) 事業所の立地環境について

①春日井市の立地が良いと考える要因

立地が良いと考える要因として、「道路インフラが充実している」という回答が約4割と最も多くなっている。また、「災害が少ない」についても28.9%と多くなっている。その他「仕入れ先が確保しやすい」が15.7%、「人材が確保しやすい」が13.1%となっている。

(N=166)



(複数回答)

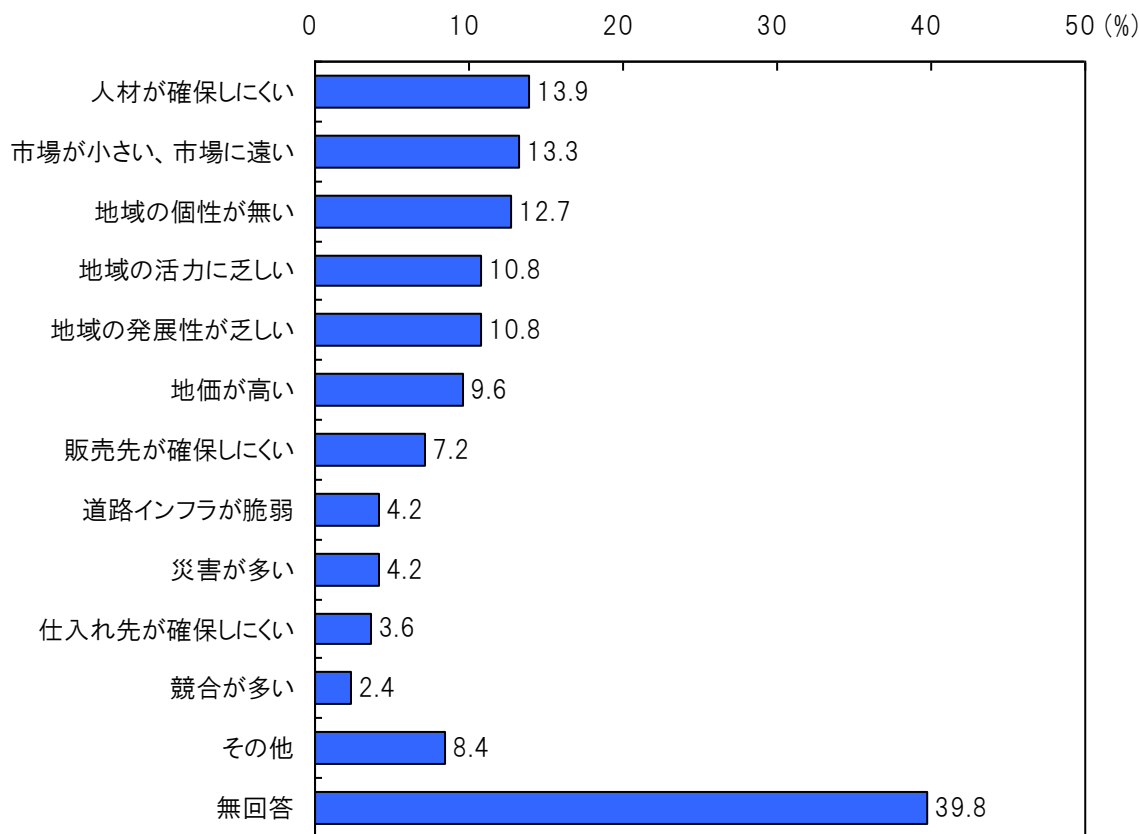
Q 貴事業所が立地する環境として、春日井市が良いとお考えの要因について、回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。(いくつでも)

②春日井市の立地が悪いと考える要因

立地が悪いと考える要因としては、「人材が確保しにくい」という回答が 13.9%、「市場が小さい、市場に遠い」が 13.3%、「地域の個性が無い」が 12.7%となっている。

人材の確保、地価、販売先の確保については、良いと悪いが同じ程度の割合となっており、事業所によって評価が分かれている。

(N=166)

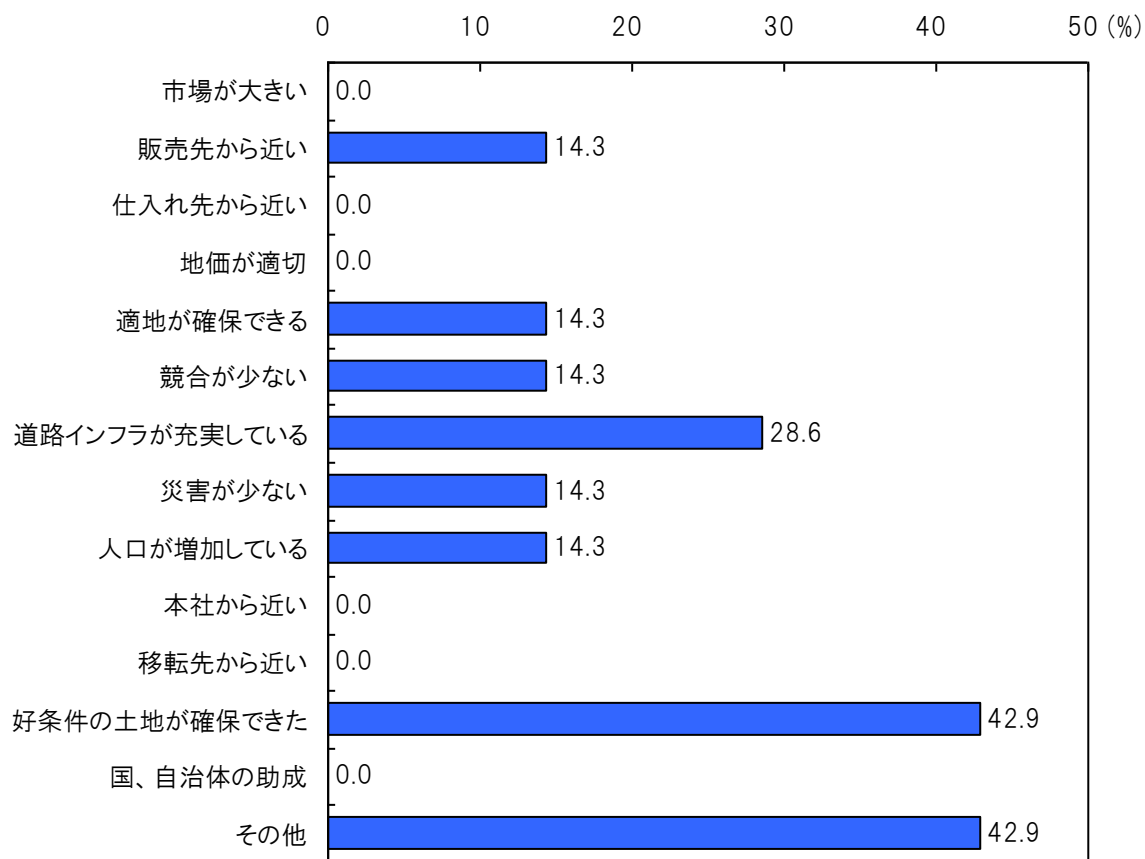


Q 貴事業所が立地する環境として、春日井市が悪いとお考えの要因について、回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。(いくつでも)

③立地決定要因

最近5年間に春日井市に立地した事業所が立地を決めた理由として、「好条件の土地が確保できた」という回答が42.9%、「道路インフラが充実している」が28.6%と多くなっている。

(N=7)



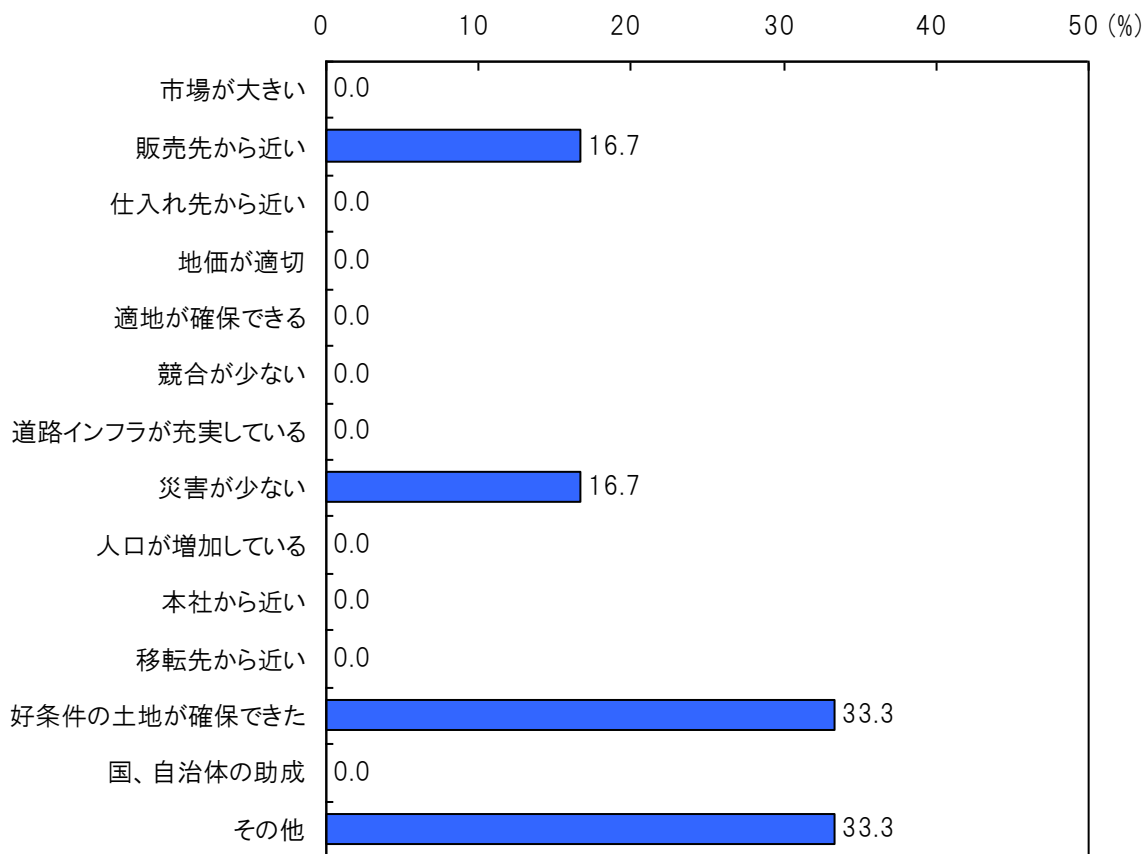
Q 最近5年間に春日井市に立地した方にお伺いします

春日井市に立地を決めた理由として、どのような要因がありますか。回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。(いくつでも)

④最も重視した立地決定要因

最も重視した要因として、「好条件の土地が確保できた」という回答が 33.3%、「販売先から近い」「災害が少ない」がそれぞれ 16.7%となっている。

(N=6)



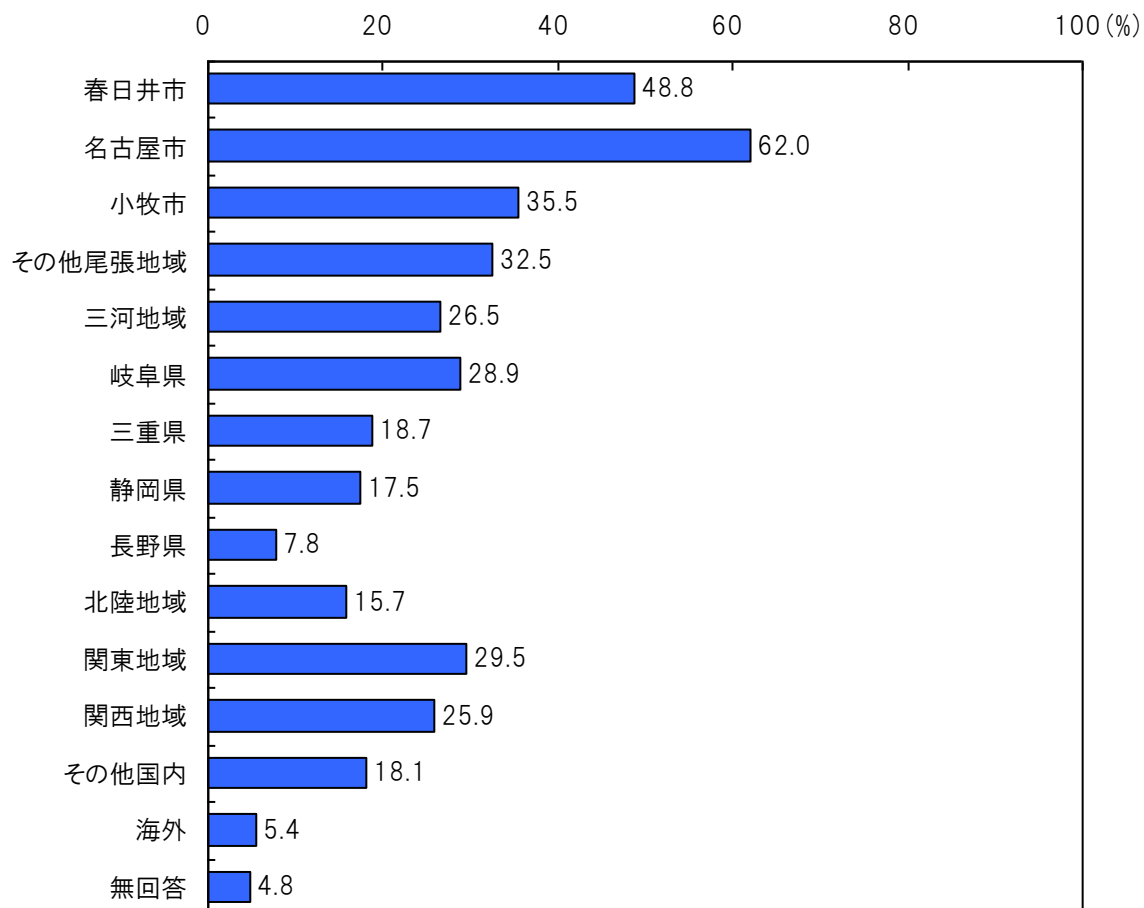
Q 上記の中で最も重視した要因は何ですか。上記の回答選択肢から1つだけ選んで、番号を記入してください。

⑤販売先

ア) 地域

販売先の事業所がある地域は、「名古屋市」が最も多く 62.0%、次いで「春日井市」が 48.8%、「小牧市」が 35.5%と隣接地域が多くなっている。また、関東地域は 29.5%、関西地域は 25.9%と交通アクセスを活用して東西の大市場に販売している企業も比較的多くみられる。

(N=166)



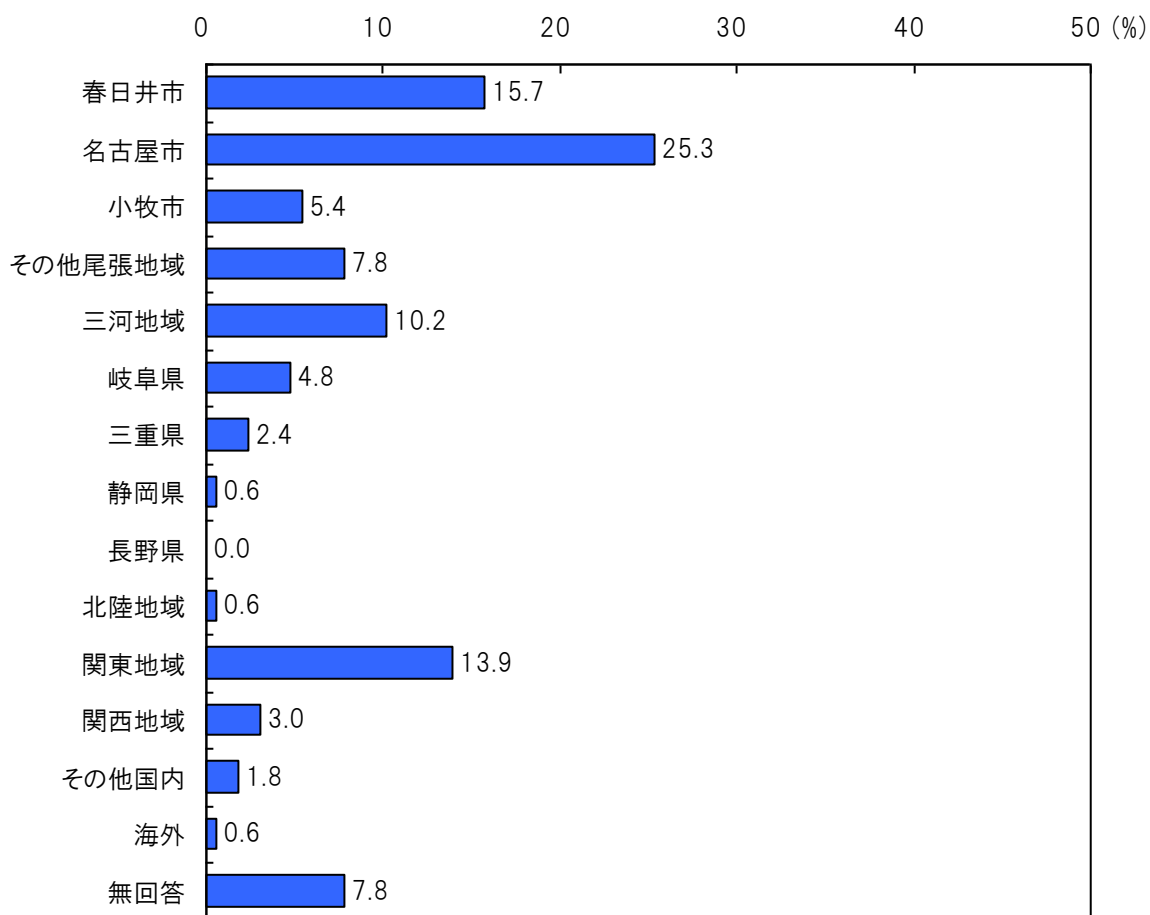
Q 貴事業所の販売先についてお伺いします。

販売先はどの地域の事業所ですか。回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。(いくつでも)

イ) 地域 (最大販売額)

最も販売額が大きい地域は、「名古屋市」が 25.3%、「春日井市」が 15.7%、「関東地域」が 13.9%、「三河地域」が 10.2%となっている。

(N=166)

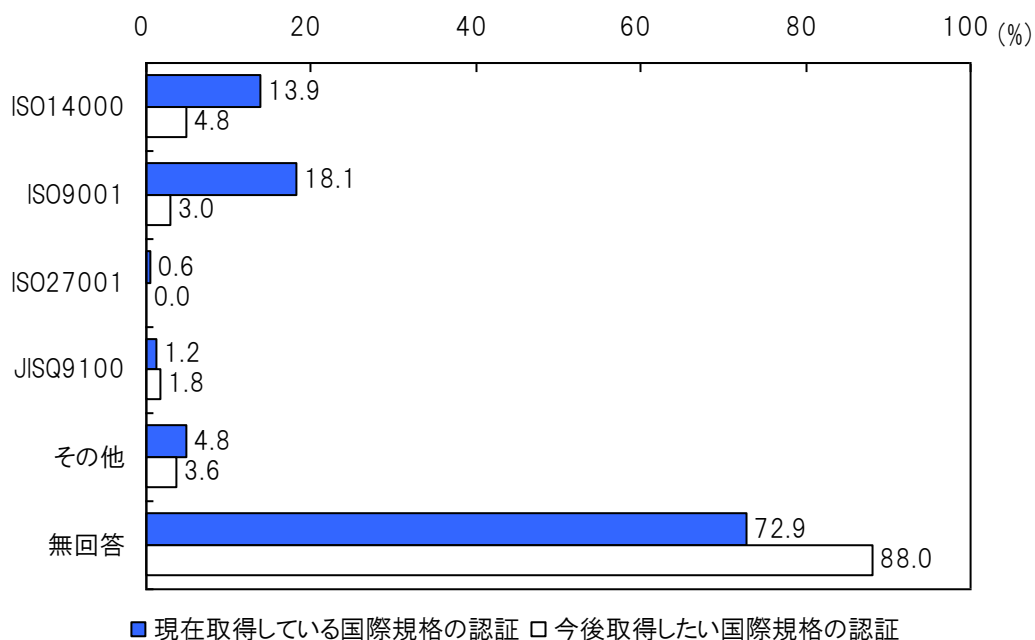


Q 最も販売額が大きい地域はどの地域ですか。上記の回答選択肢から1つだけ選んで、番号を記入ください。

(5) 国際規格の認証取得

ISO9001（品質）の認証を取得している事業所は18.1%、ISO14000（環境）は13.9%となっており、比較的多くの事業所が取得している。今後の意向については、ISO14000が4.8%、ISO9001が3.0%となっている。

(N=166)



Q 貴事業所は国際規格の認証を取得されていますか。回答選択肢から該当する番号に○印をつけてください。（いくつでも）

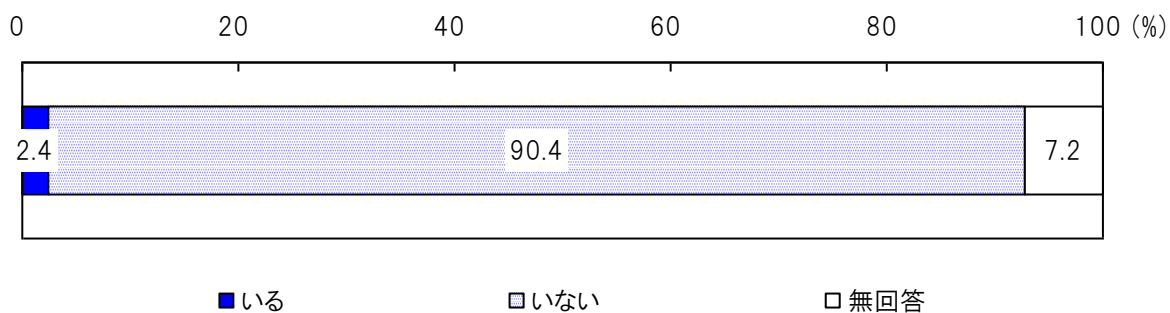
Q 今後国際規格の認証を取得したいとお考えですか。該当する番号に○印をつけてください。（いくつでも）

(6) 春日井市の産業施策

① 育児休業を取得した男性社員の有無

過去1年以内に育児休暇を取得した男性社員が「いる」事業所は2.4%となっている。

(N=166)



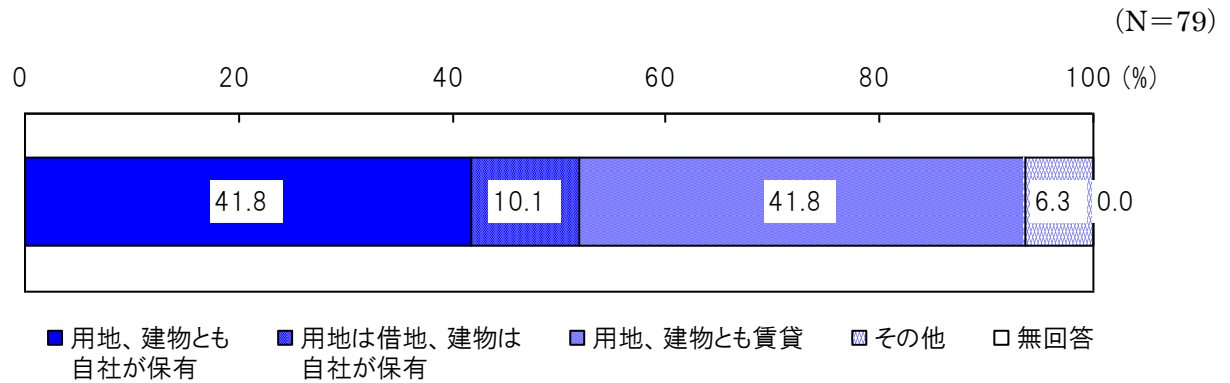
Q 仕事と子育ての両立が求められていますが、貴事業所において、過去1年以内に育児休業を取得した男性社員（従業員）はいらっしゃいますか。（時間単位の取得も含む）

11. 商業・サービス業編

(1) 用地、施設需要

①現在の所有形態

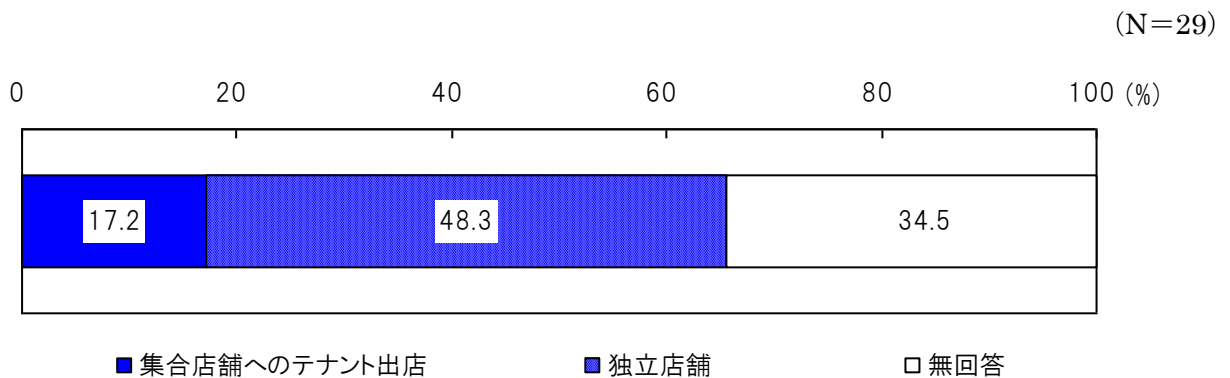
「用地、建物とも自社が保有」と「用地、建物とも賃貸」がともに41.8%と同じ割合となっている。



Q 貴事業所の用地、建物は、どのような所有形態ですか。(1つだけ)

②出店方法

拡張用地、新設用地を必要としているまたは必要となる可能性がある事業所について、出店方法は「独立店舗」とする回答が48.3%と約半数を占めているが、「集合店舗へのテナント出店」も17.2%となっている。

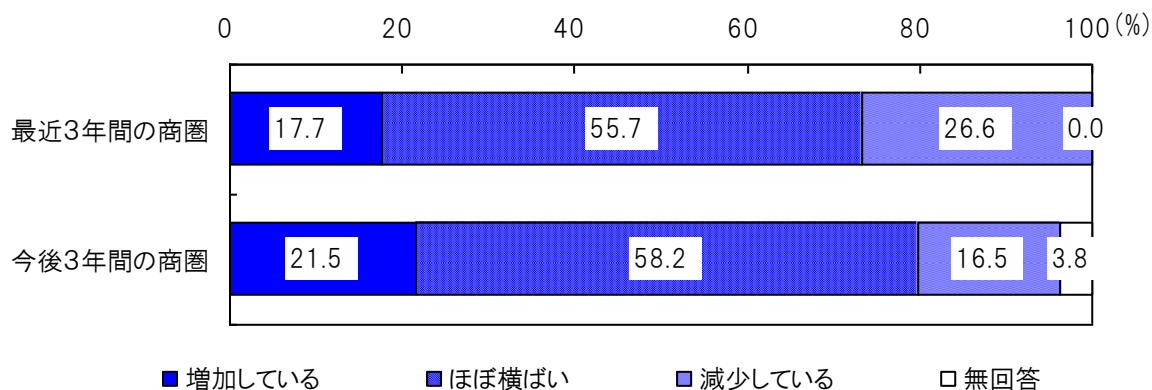


Q 出店方法はどのようにお考えですか。(1つだけ)

(2) 立地環境

① 商圈について

過去3年間に商圈が「増加している」という回答が17.7%、「減少している」が26.6%と、減少が上回っているが、今後3年間については逆転し、「増加している」の割合の方が「減少している」を上回っており、改善傾向が伺われる。



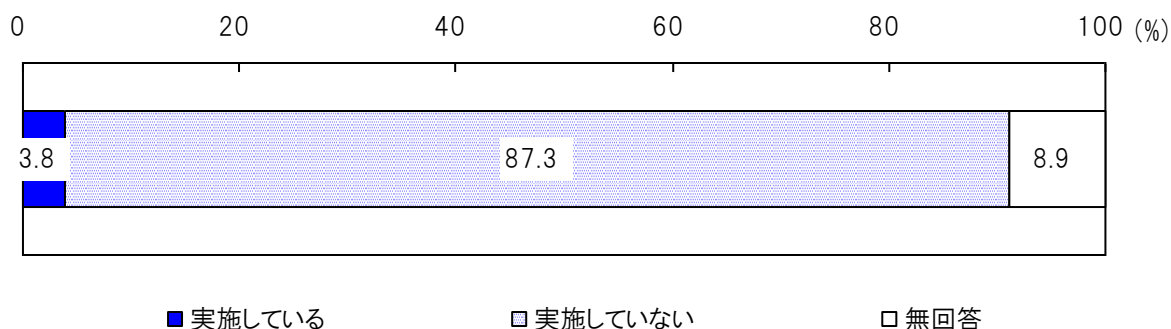
Q 商圈は拡大していますか。また、今後の見込みはいかがですか（1つだけ）

(3) 産学連携

①実施状況

現在産学連携を実施している事業所は 3.8%と一部の事業所に留まっている。

(N=79)

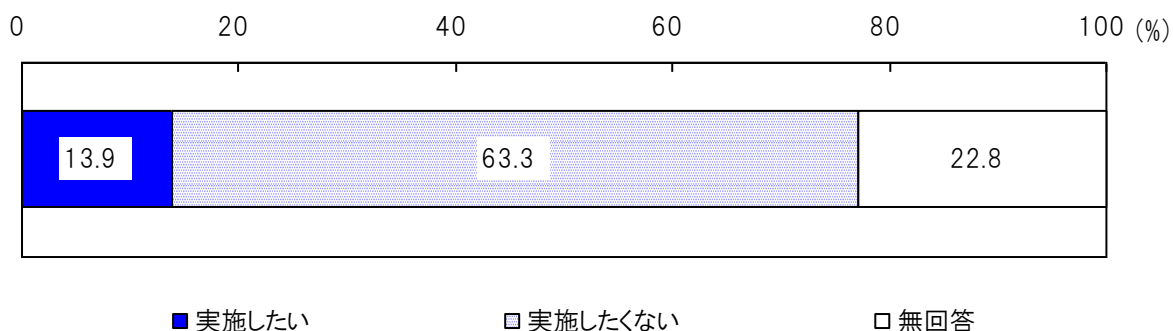


Q 貴事業所は、大学等と産学連携活動を実施していますか。(1つだけ)

②実施意向

今後産学連携活動を実施したいという事業所は 13.9%と、現在の実施状況に比べて回答が多くなっており、大学への期待があるものと伺われる。

(N=79)



Q 今後産学連携活動を実施したいとお考えですか。(1つだけ)

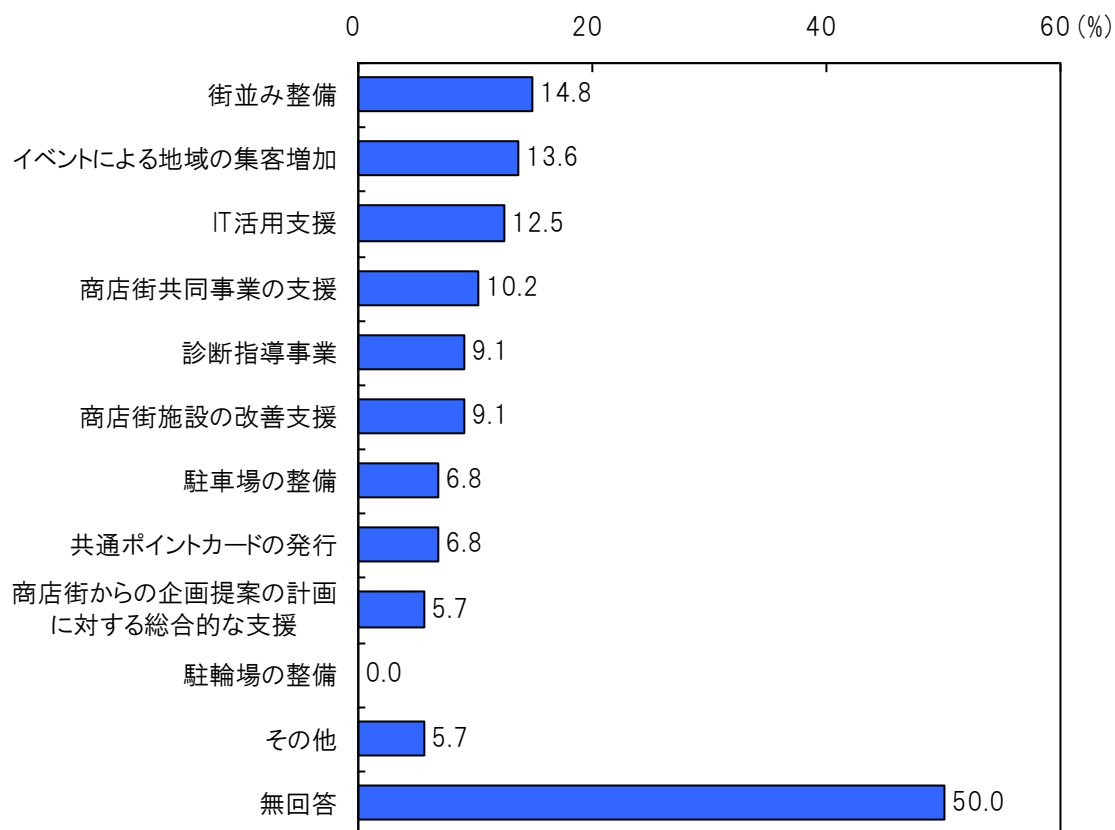
12. 小規模商店・サービス業編

(1) 春日井市の支援策

①期待する支援

春日井市に期待する支援策として、「街並み整備」という回答が 14.8%、「イベントによる地域の集客増加」が 13.6%、「IT 活用支援」が 12.5%、「商店街共同事業の支援」が 10.2%となっている。

(N=88)

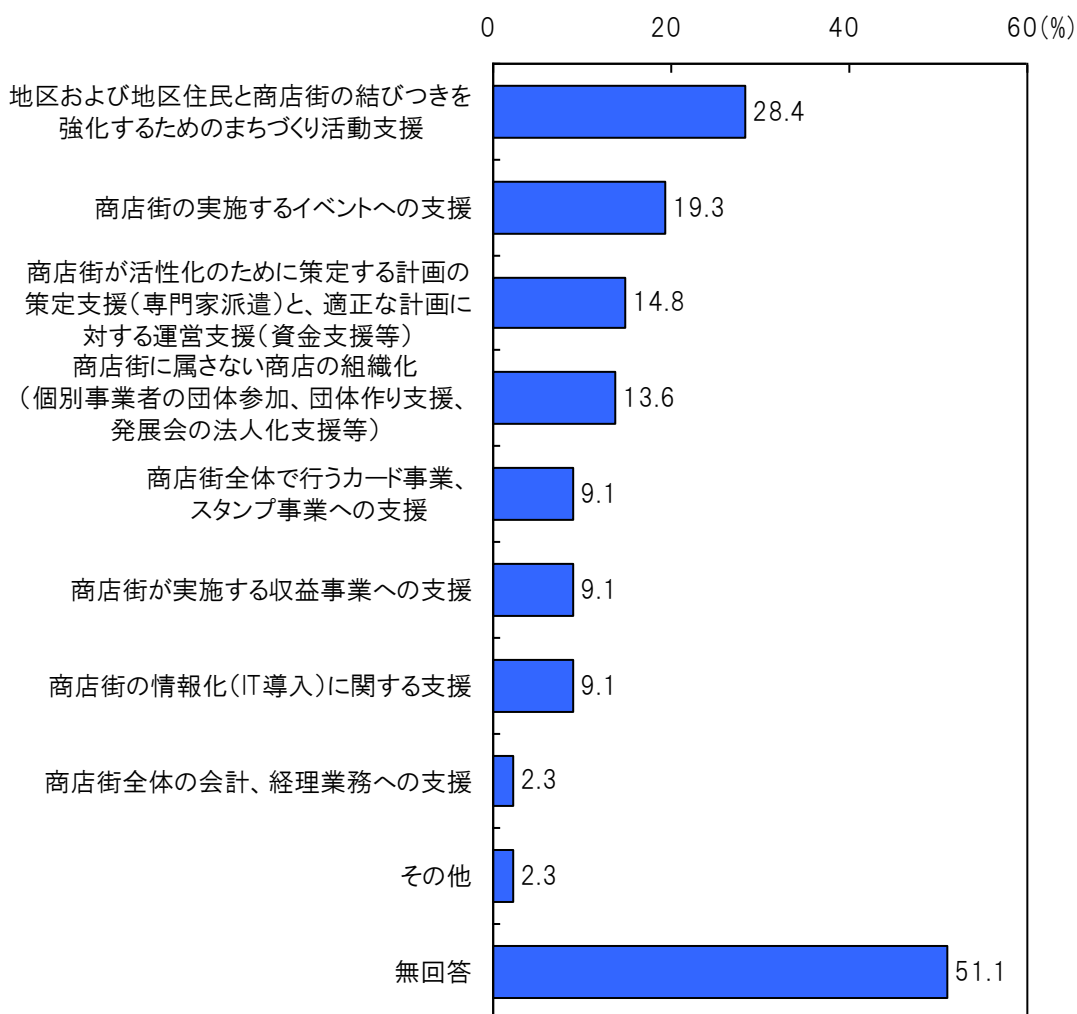


Q 春日井市にはどのような支援を期待しますか。(いくつでも)

②商店街活性化に有効な支援

商店街の活性化に有効な支援として、「地区および地区住民と商店街の結びつきを強化するためのまちづくり活動支援」という回答が28.4%と最も多くなっている。次いで、「商店街の実施するイベントへの支援」が19.3%と多くなっている。

(N=88)



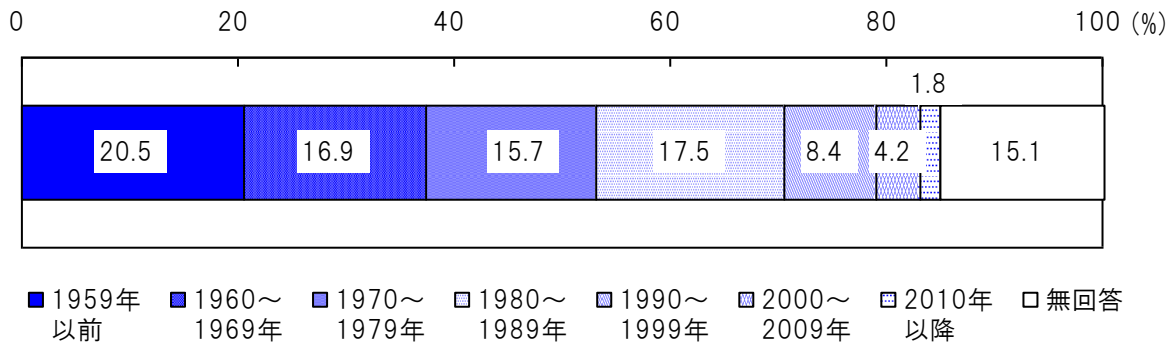
Q 商店街の活性化にはどのような支援が有効だとお考えですか。(いくつでも)

13. 回答者の属性

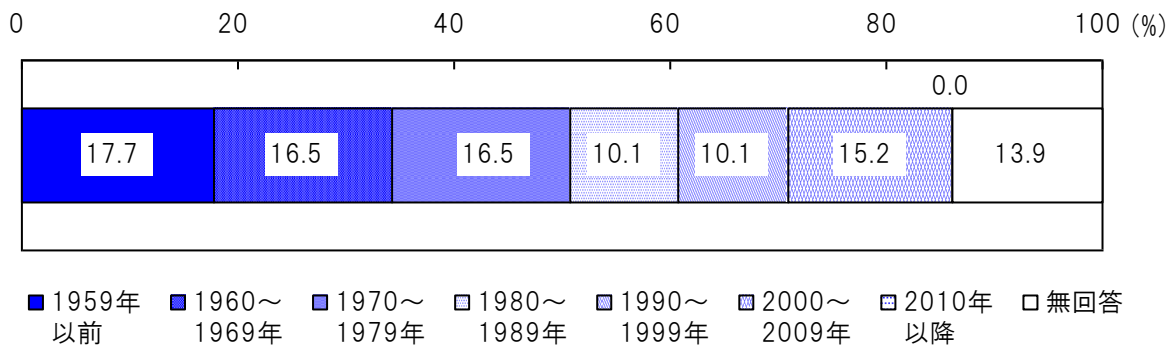
(1) 創業年

2000年以降に創業した事業所は、製造業では6.0%、商業・サービス業では15.2%、小規模商店・サービス業では19.3%となっており、商業・サービス業での創業が中心となっている。

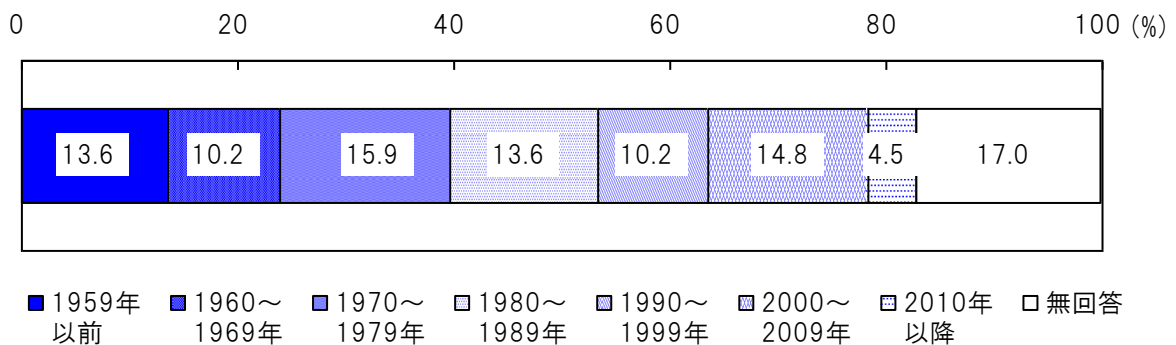
①製造業 (N=166)



②商業・サービス業 (N=79)



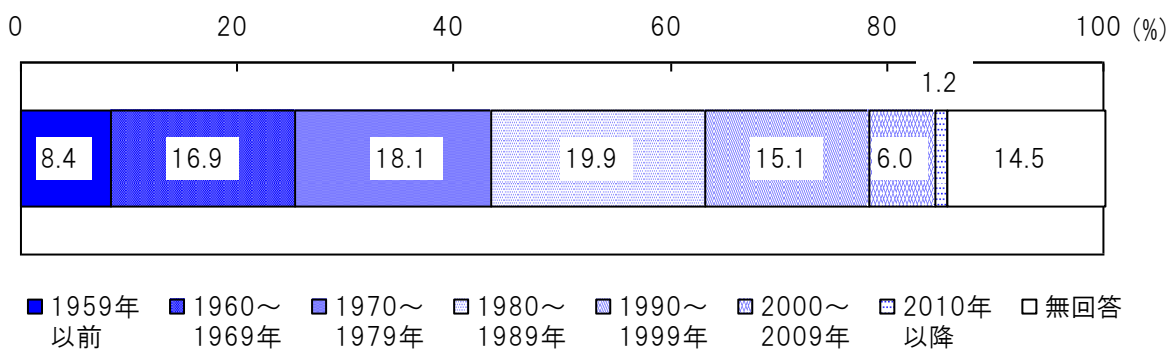
③小規模商店・サービス業 (N=88)



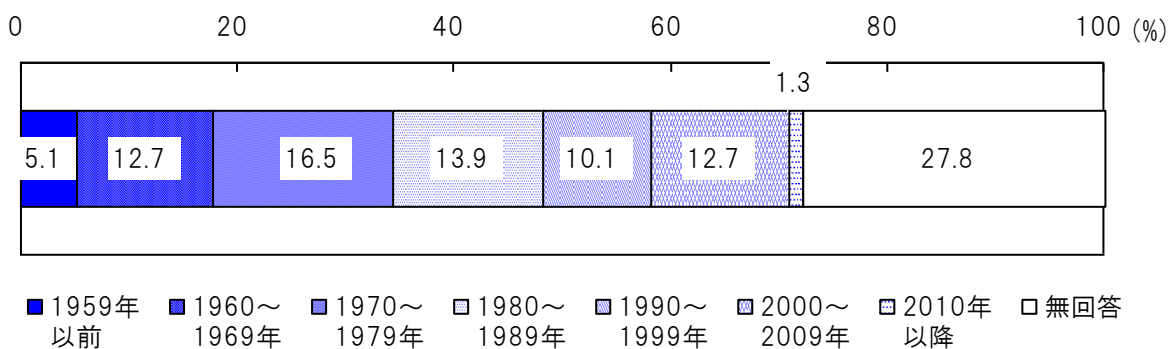
(2) 春日井市内事業所の設立年

春日井市内の事業所についても、2000年以降に設立した事業所は商業・サービス業で14.0%、小規模商店・サービス業で20.4%となっている。

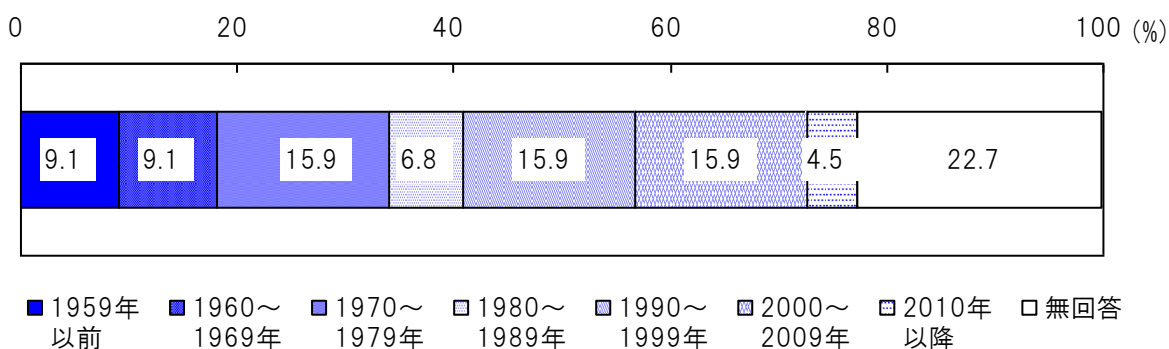
①製造業 (N=166)



②商業・サービス業 (N=79)



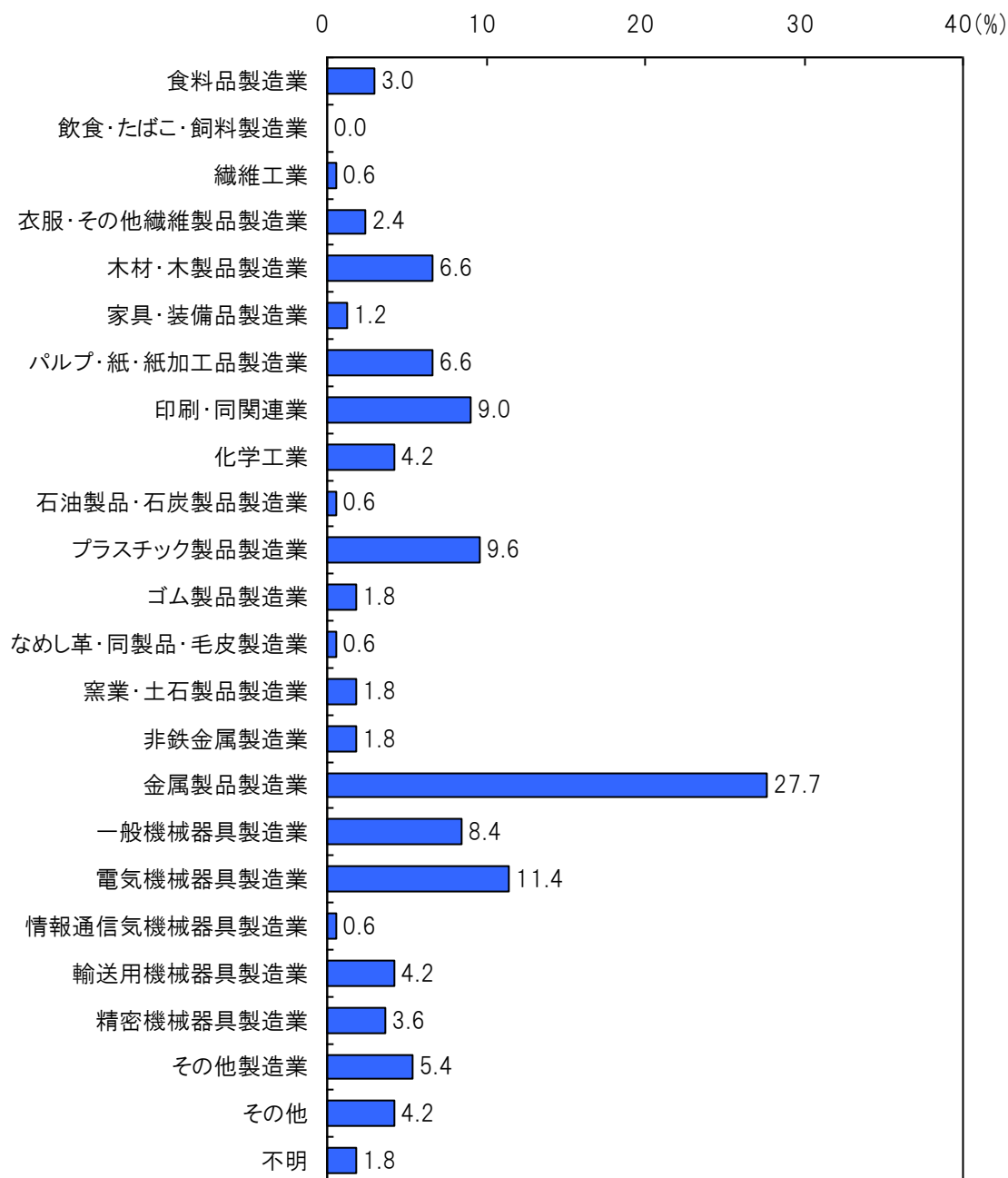
③小規模商店・サービス業 (N=88)



(3) 業種

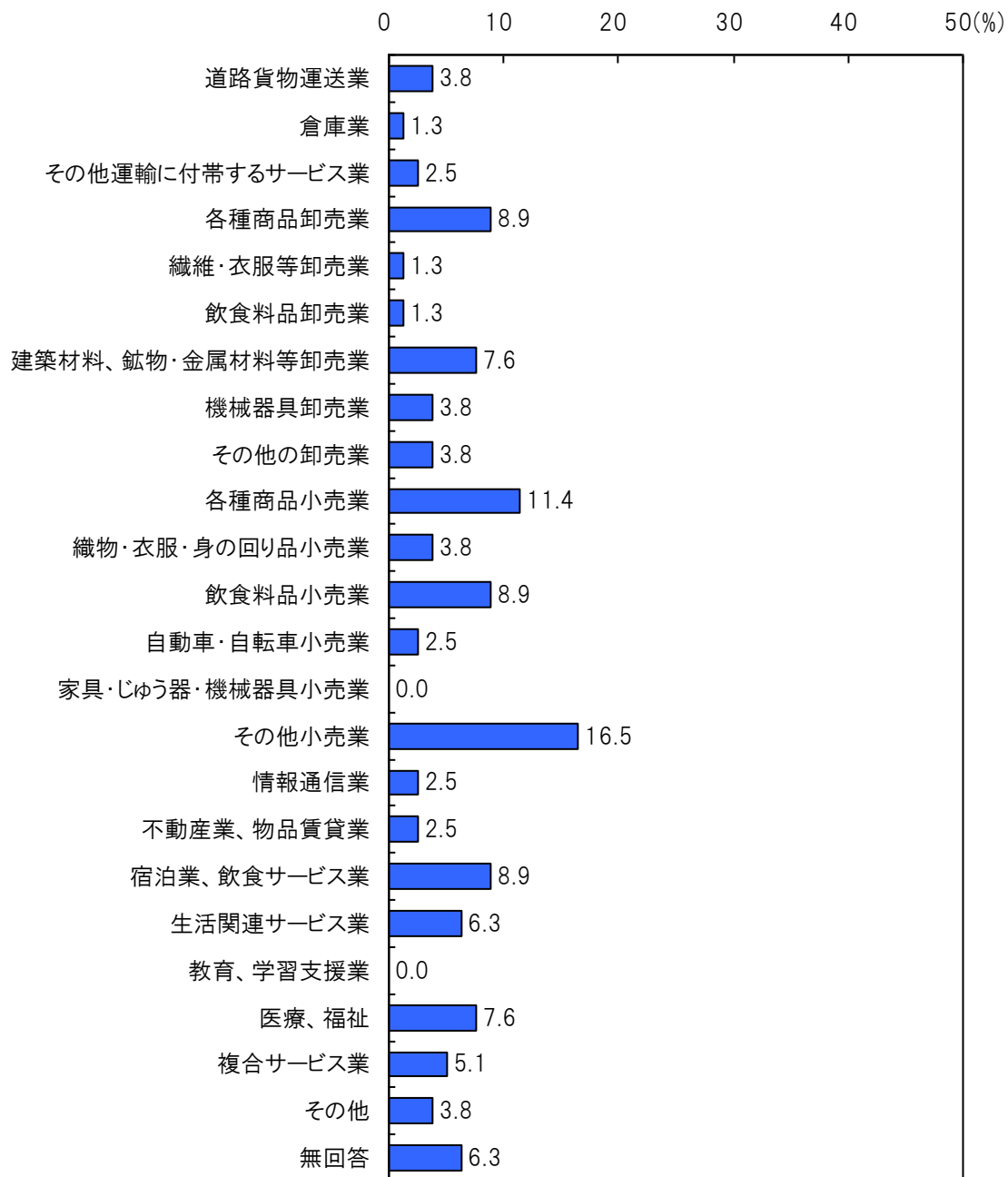
①製造業 (N=166)

「金属製品製造業」が27.7%と最も多く、次いで「電気機械器具製造業」が11.4%、「プラスチック製品製造業」が9.6%、「印刷・同関連業」が9.0%となっている。



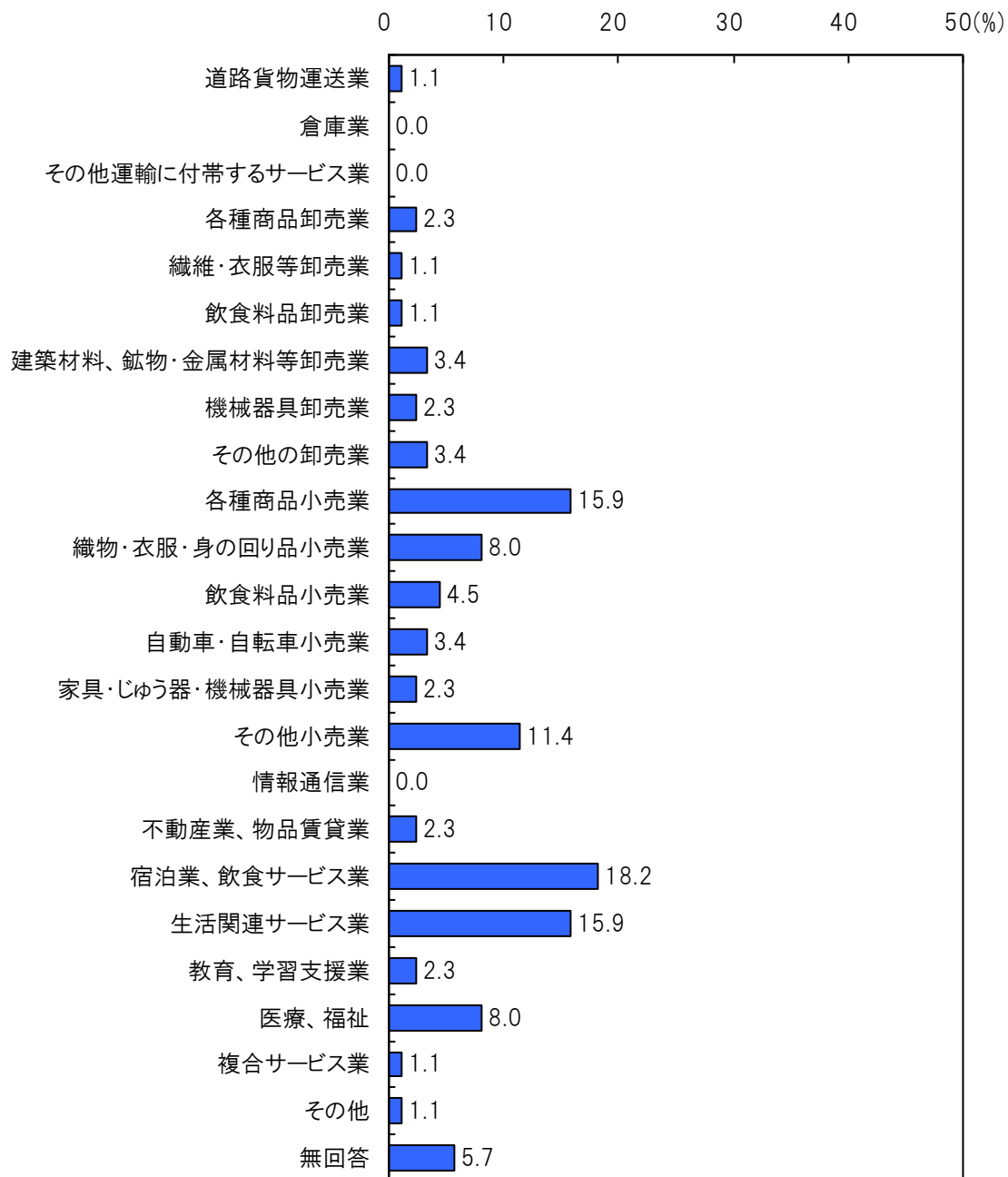
②商業・サービス業 (N=79)

「その他小売業」が16.5%、「各種商品小売業」が11.4%、「各種商品卸売業」「飲食料品小売業」「宿泊業・飲食サービス業」がそれぞれ8.9%となっている。



③小規模商店、サービス業 (N=88)

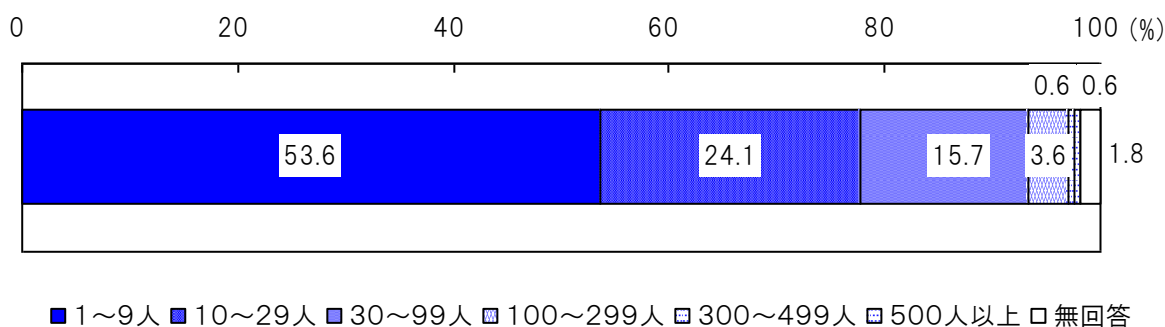
「宿泊業、飲食サービス業」が18.2%、「各種商品小売業」と「生活関連サービス業」が15.9%、「その他小売業」が11.4%となっている。



(4) 市内事業所の就業者数

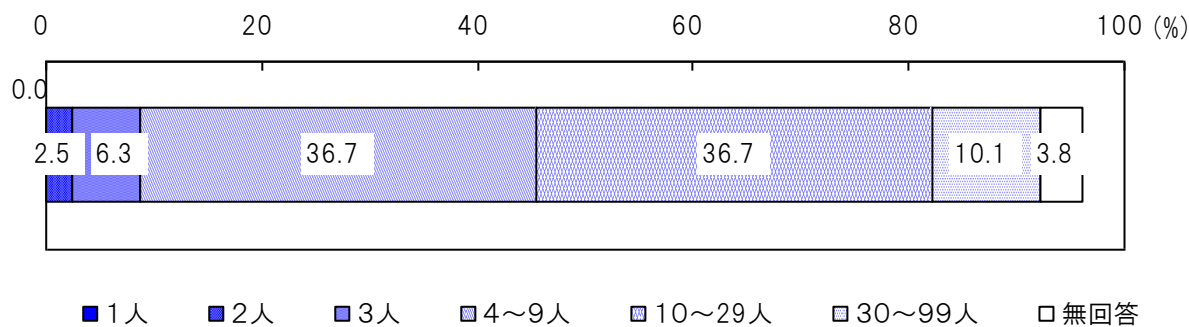
①製造業 (N=166)

製造業は9人以下の事業所が約半数を占めている。



②商業・サービス業 (N=79)

4～9人、10～29人の事業所が36.7%と多くなっている。



③小規模商店、サービス業 (N=88)

2人が約3割を占めている。

