

令和3年度専門経営指導員調査事業

製造業に係る経営実態調査 報告書

令和4年3月

宮城県商工会連合会

目次

◆調査の概要	1
◆製造業に係る経営実態調査	2
I. 事業所の概要	2
1. 事業所の形態について	2
2. 事業所の所在地について	2
3. 経営者の年代について	5
4. 後継者候補の有無について	6
5. 事業所の業種について	7
6. 従業員数について	8
7. 従業員の年齢構成について	10
8. 直近期の年商について	11
9. 売上高の直近決算期と前年比について	12
10. 主な販売先について	13
11. 現在の取引先・お客様及び今後、販路を拡大したいと考える地域について	14
12. IT に詳しいスタッフの有無について	15
13. ホームページ開設の有無について	16
14. 利用中の販促ツールについて	17
II. 東日本大震災の影響と現況	18
1. 東日本大震災からの復旧状況について	18
2. 東日本大震災の影響による売上の傾向について	19
3. 「震災前の売上に戻っていない」の原因について	19
III. 新型コロナウイルス感染症の影響について	20
1. コロナの影響による売上の変化について	20
2. 売上が減少した具体的な影響について	21
3. 売上が増加した具体的な要因について	21
4. 社内・従業員に対して実施したコロナ対策について	22
5. 利用したコロナ施策について	23
6. コロナ施策を知ったきっかけについて	24
7. コロナの影響がでた期間について	25
8. 新規事業（新たなビジネスモデル）への取組みについて	25
9. 新規事業（新たなビジネスモデル）への取組方法について	26
IV. HACCP（ハサップ）に沿った衛生管理の制度化について	27
1. HACCP に沿った衛生管理の実施状況について	27
2. HACCP に沿った衛生管理を実施していない理由について	28
V. 商工会に求める支援策や要望について	29

VI. 商工会に対する、その他のご意見・ご要望について.....	30
VII. 総括	31
◆資料編	33

◆調査の概要

1. 調査目的

新型コロナウイルス感染症の影響などにより、中小小規模事業者を取り巻く経営環境が厳しい状況にある中、県内商工会地域の食品製造業者を対象としたアンケート調査を実施することで現状及び経営上の問題や課題を把握し、それらの解決の一助に資することを目的とする。

2. 調査対象

県内商工会地区中小小規模食品製造業

3. 調査時期

令和3年8月～令和3年9月

4. 調査方法

当該商工会に対し、中小小規模食品製造業者へのアンケート調査・回収を依頼

5. 調査の回収状況

依頼数 492件

回収数 488件

回収率 99.2%

6. 調査内容

I. 事業所の概要

II. 東日本大震災の影響の現況

III. 新型コロナウイルス感染症の影響について

IV. HACCP（ハサップ）に沿った衛生管理の制度化について

V. 商工会に求める支援策や要望について

VI. 商工会に対するご意見・ご要望について

◆製造業に係る経営実態調査

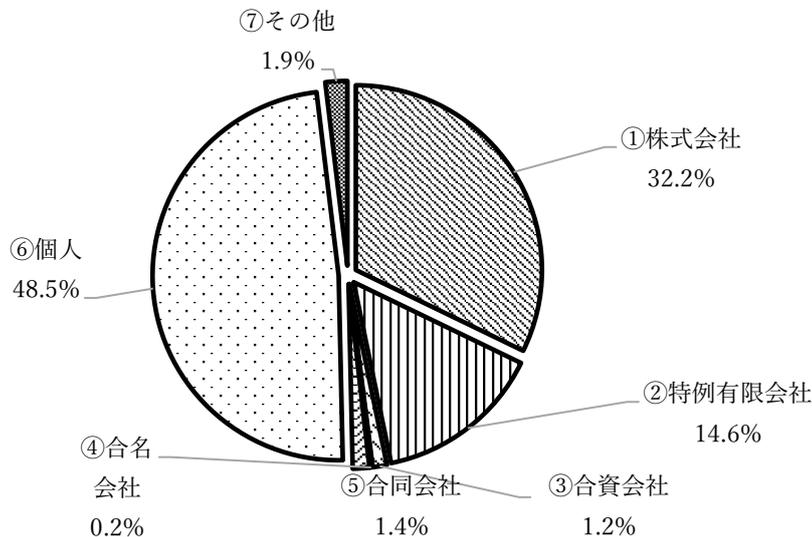
I. 事業所の概要

今回の調査は、製造業の中でも中小規模食品製造業者を中心に実施した。地域内の488件の事業者から回答を得ることができた。はじめに調査対象企業の概要についてまとめていく。

1. 事業所の形態について

問1. 貴事業所の形態についてお伺いします。

- ① 株式会社 ② 特例有限会社 ③ 合資会社 ④ 合名会社 ⑤ 合同会社 ⑥ 個人
⑦ その他



「個人」48.5% (236) で最も多く、次いで「株式会社」が 32.2% (157)、「特例有限会社」が 14.6% (71) の順となっている。個人組織と法人組織の比率は 48.5% : 51.5% とほぼ半々である。

※ () 内は回答件数：以下同じ

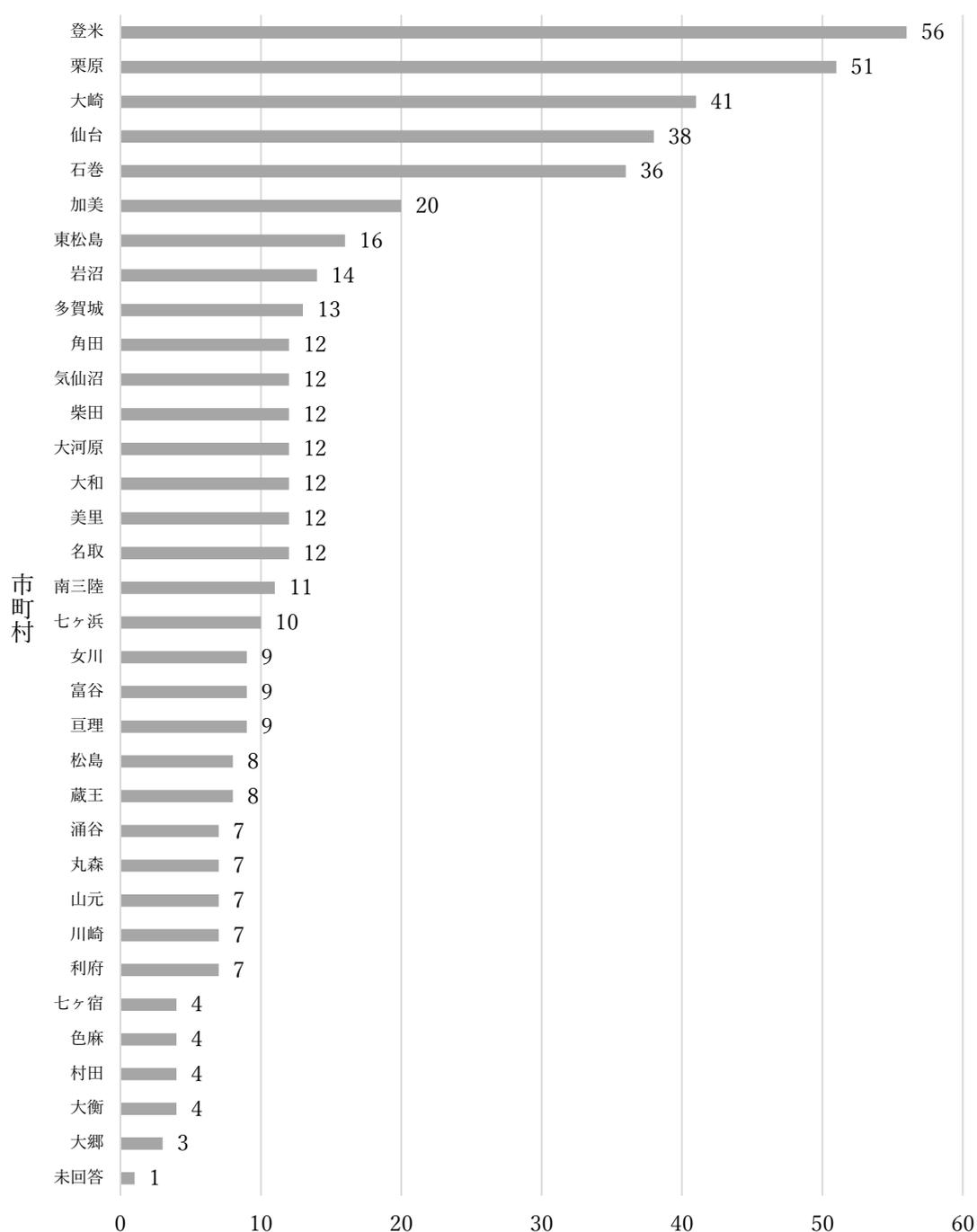
2. 事業所の所在地について

問2. 事業所の所在地はどちらですか。

(1) 市町村別の調査対象事業者数

事業所の所在地を市町村ごとにまとめたグラフは以下のとおりである。今回の調査対象企業は登米市、栗原市、大崎市、仙台市、石巻市の順が多かった。上位5市で全体の45.4%を占めている。

市町村別調査対象事業者数（商工会エリア）



(2) エリア別の調査対象事業者数

調査対象事業者数を下記のエリアごとに集計した。さらに、平成29年度に実施した「製造業に係る経営実態調査」における事業者数との比較を実施した。その結果、増減が大きかったのは、「名取・岩沼・亶理」、「仙台・北部近郊」の両エリアで11社増加、「登米・南三陸・気仙沼」エリアで5社減少となった。

地域	平成 29 年度 調査結果	今回の 調査結果	増減 (▲:減少)
1. 名取・岩沼・亶理	31	42	11
2. 仙南広域	60	66	6
3. 仙台・北部近郊	48	59	11
4. 多賀城・塩釜・松島	56	54	▲2
5. 加美・大崎	69	72	3
6. 涌谷・石巻	62	64	2
7. 栗原	49	51	2
8. 登米・南三陸・気仙沼	84	79	▲5
9. 未回答	4	1	▲3
合計	463	488	25



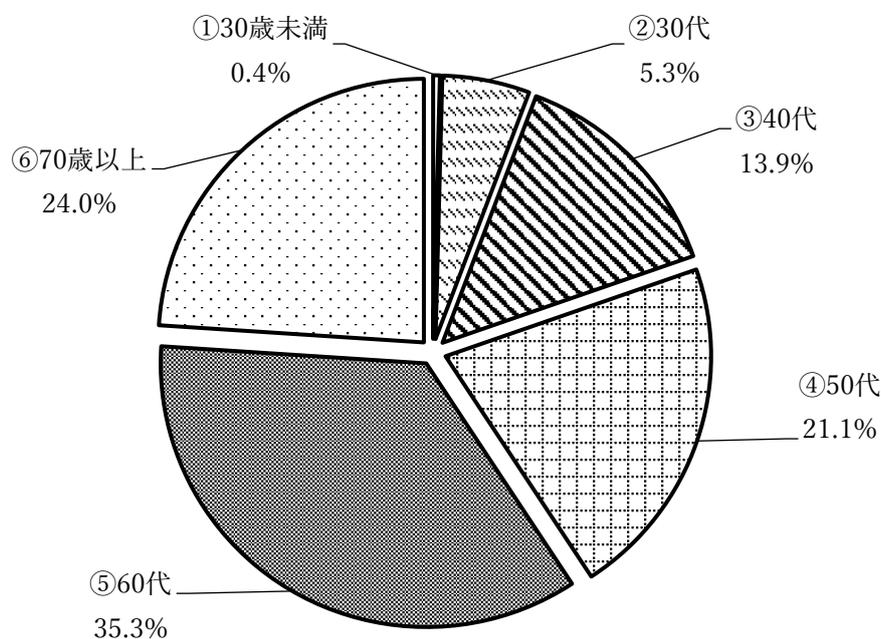
【地域分けにおける各ブロックの境界定義】

1. 名取・岩沼・亶理：名取市、岩沼市、亶理町、山元町
2. 仙南広域：白石市、角田市、大河原町、柴田町、村田町、丸森町、川崎町、蔵王町、七ヶ宿町
3. 仙台・北部近郊：仙台市、富谷市、大和町
4. 多賀城市・塩釜・松島：塩釜市、多賀城市、利府町、七ヶ浜町、東松島市、松島町
5. 加美・大崎：大崎市、加美町、色麻町、大郷町、大衡村
6. 涌谷・石巻：石巻市、涌谷町、美里町、女川町
7. 栗原：栗原市
8. 登米・南三陸・気仙沼：気仙沼市、登米市、南三陸町

3. 経営者の年代について

問3-1. 経営者の年代はおいくつでしょうか。(1つを選択)

①30歳未満 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代 ⑥70歳以上



60代が35.3%、次いで70歳以上が24.0%となっており60代以上で59.3%と約6割を占めている。一方で30代が5.3%、30歳未満は0.4%と合わせて6%にも満たない現状であった。

平成29年度に実施した「製造業に係る経営実態調査」における同質問に回答の比較は以下の通りである。年代の構成割合にそれほど大きな変化は見られない。

年代	平成29年度調査結果	今回の調査結果
30歳未満	0.2% (1)	0.4% (2)
30代	6.3% (29)	5.3% (26)
40代	11.0% (51)	13.9% (68)
50代	24.6% (114)	21.1% (103)
60代	36.9% (171)	35.3% (172)
70歳以上	21.0% (97)	24.0% (117)
合計	100.0% (463)	100.0% (488)

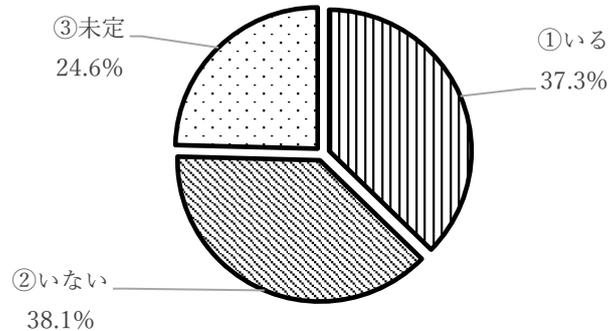
※1 ()内は件数

※2 平成29年度調査では「70代」と「80歳以上」という回答項目であったが、今回の調査では「70歳以上」としたため、合計した数値を掲載している。

4. 後継者候補の有無について

問3-2. 後継者候補についてお伺いします。(1つを選択)

- ①いる ②いない ③未定



「いる」が37.3%にとどまっており、「いない」が38.1%、「未定」が24.6%と合わせて約6割が後継者不在の状況となっている。

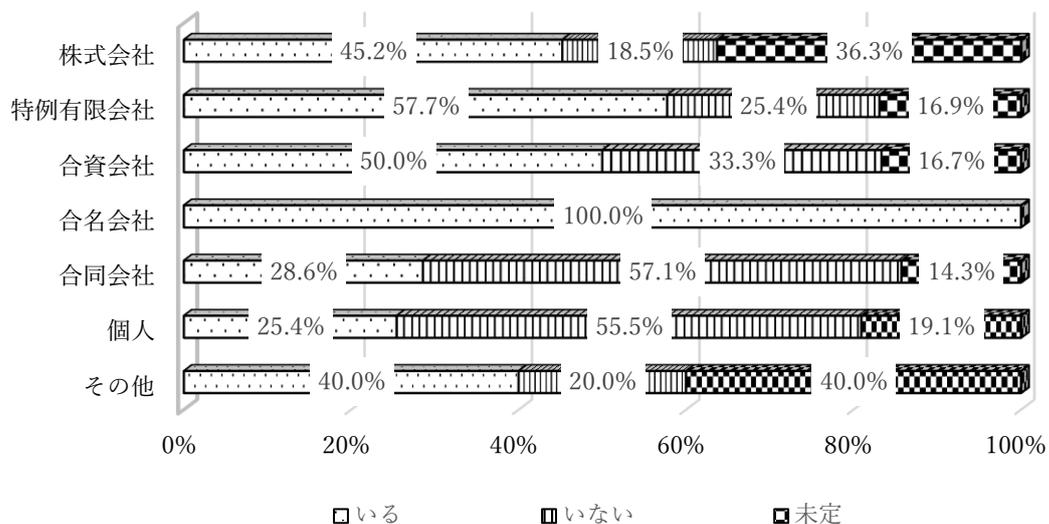
この質問も平成29年度に実施した同調査の回答と比較すると以下のようなになった。

「いる」という回答は横ばいであり、「いない」が3.3%増加し、「未定」が3.5%減少した。

	平成29年度調査結果	今回の調査結果
①いる	37.1% (172)	37.3% (182)
②いない	34.8% (161)	38.1% (186)
③未定	28.1% (130)	24.6% (120)
合計	100.0% (463)	100.0% (488)

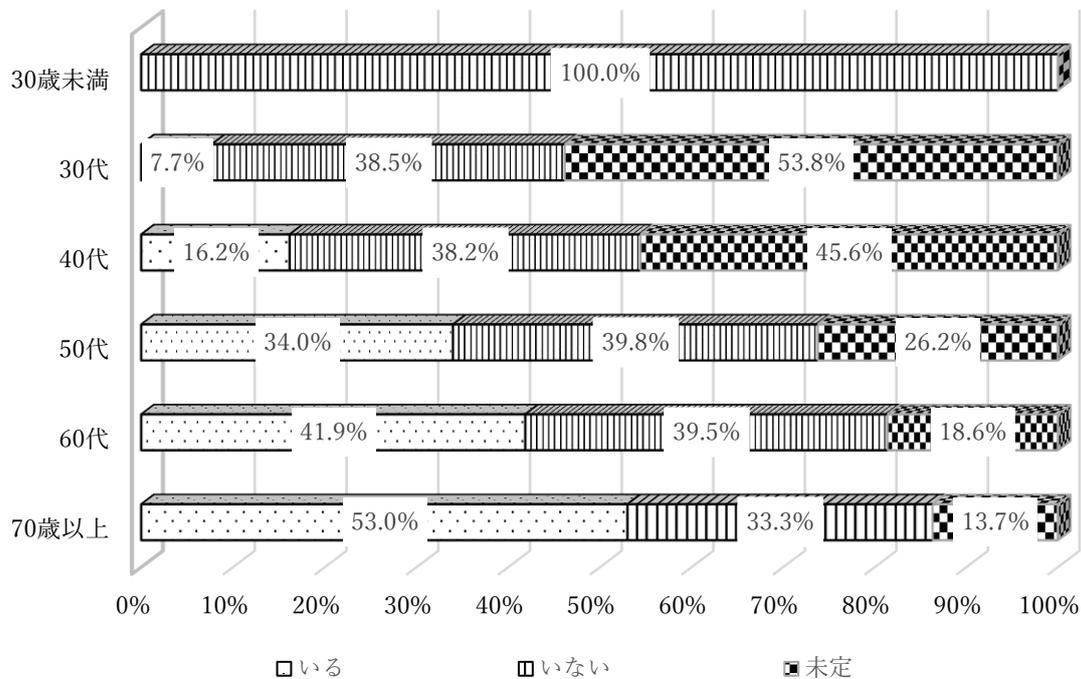
※ () 内は件数

また、組織別にみると以下のような結果となった。



合同会社を除いた法人組織では「いる」という回答が概ね 50%程度だが、個人事業では 25%と低水準となった。

さらに、経営者の年代別に後継者の有無を集計すると以下のようになった。

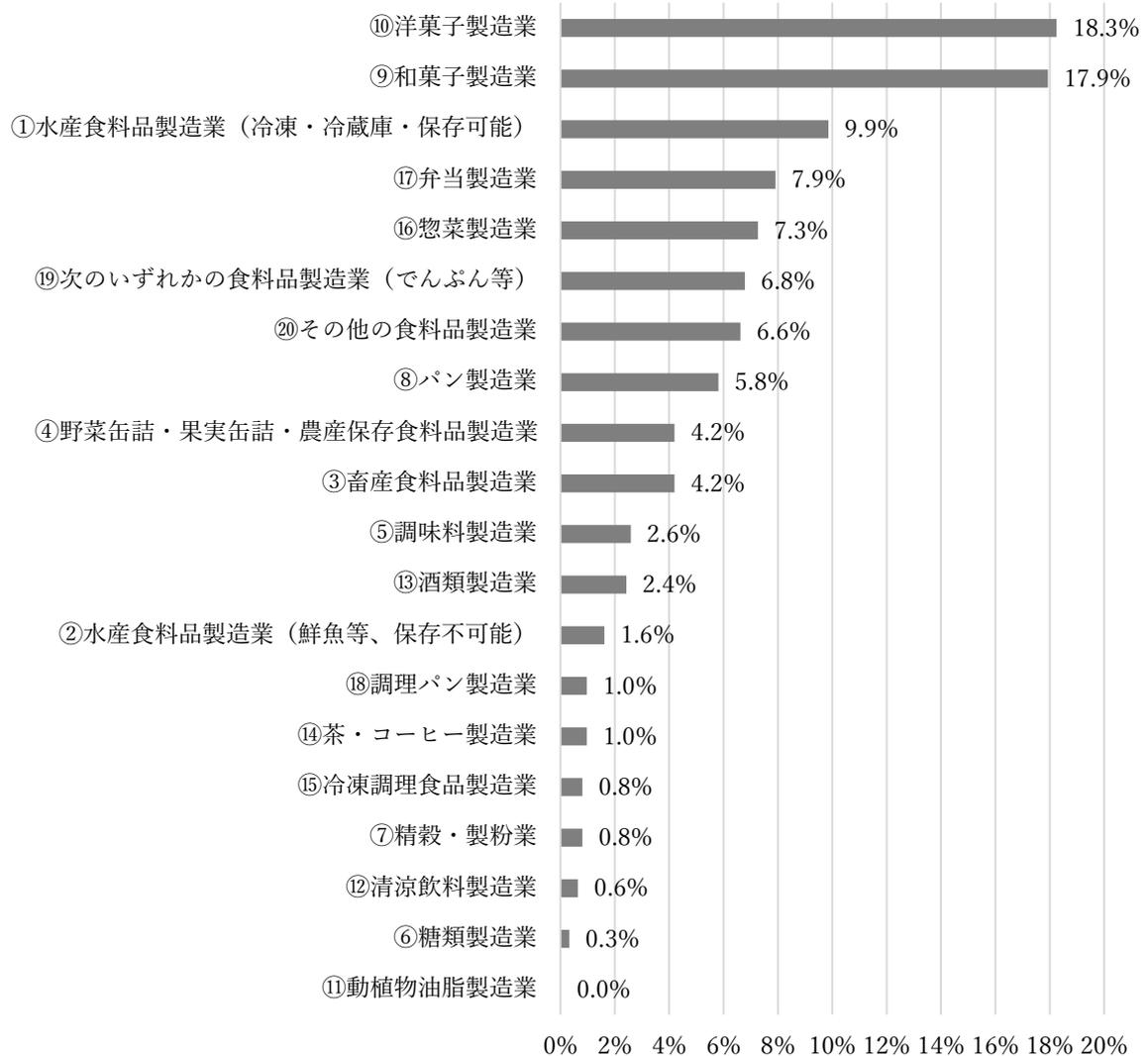


年代が上がるごとに後継者が「いる」という回答の割合が増えている。計画的な事業承継を実施するためにも 50 代付近からの取組が求められる。

5. 事業所の業種について

問4. 事業所の業種についてお伺いします。(複数回答可)

- ①水産食料品製造業（冷凍・冷蔵等、保存可能）
- ②水産食料品製造業（鮮魚等、保存不可能）
- ③畜産食料品製造業 ④野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業
- ⑤調味料製造業 ⑥糖類製造業 ⑦精穀・製粉業
- ⑧パン製造業 ⑨和菓子製造業 ⑩洋菓子製造業
- ⑪動植物油脂製造業 ⑫清涼飲料製造業 ⑬酒類製造業
- ⑭茶・コーヒー製造業（清涼飲料を除く） ⑮冷凍調理食品製造業
- ⑯惣菜製造業 ⑰弁当製造業 ⑱調理パン製造業
- ⑲次のいずれかの食料品製造業
（でんぷん、めん類、豆腐・油揚、あん類、レトルト食品）
- ⑳その他の食料品製造業



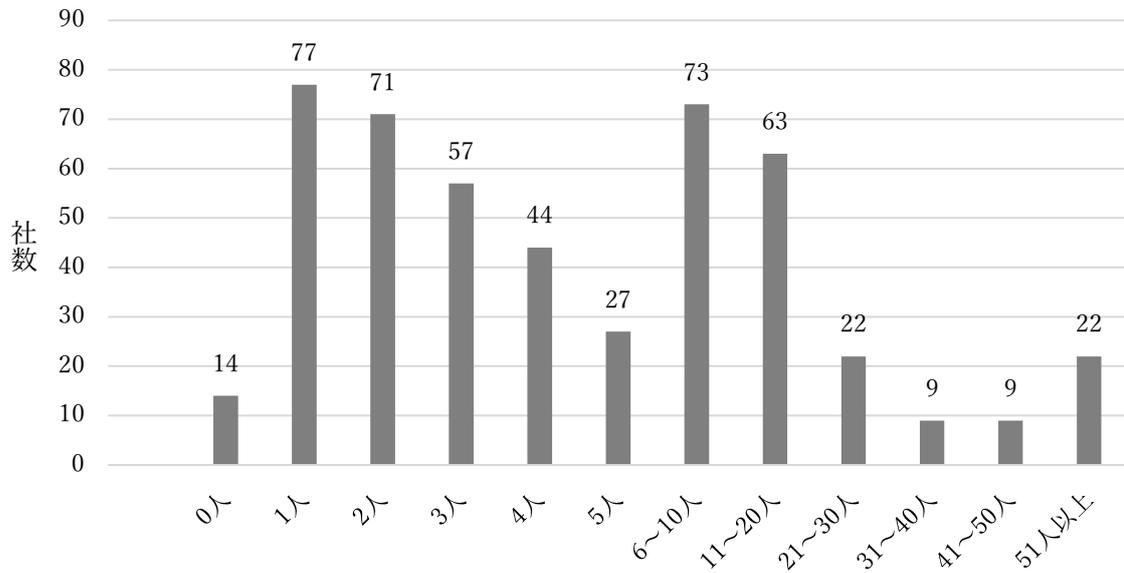
事業所の業種について複数回答で実施したところ、「洋菓子製造業」が18.3%、「和菓子製造業」が17.9%と菓子製造業で36.2%を占めている。

6. 従業員数について

問5. 事業所の従業員数についてお伺いします。

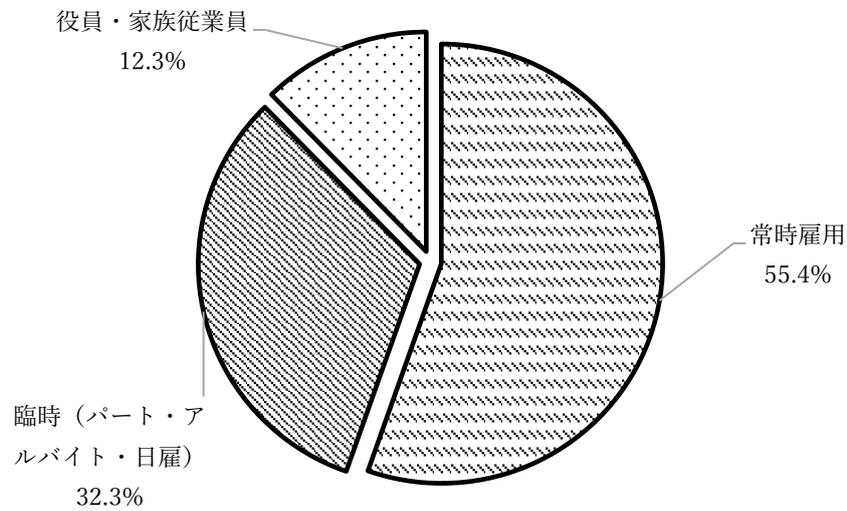
常時雇用 () 人 臨時(パート・アルバイト・日雇)() 人
 役員・家族従業員数 () 人

(1) 従業員数

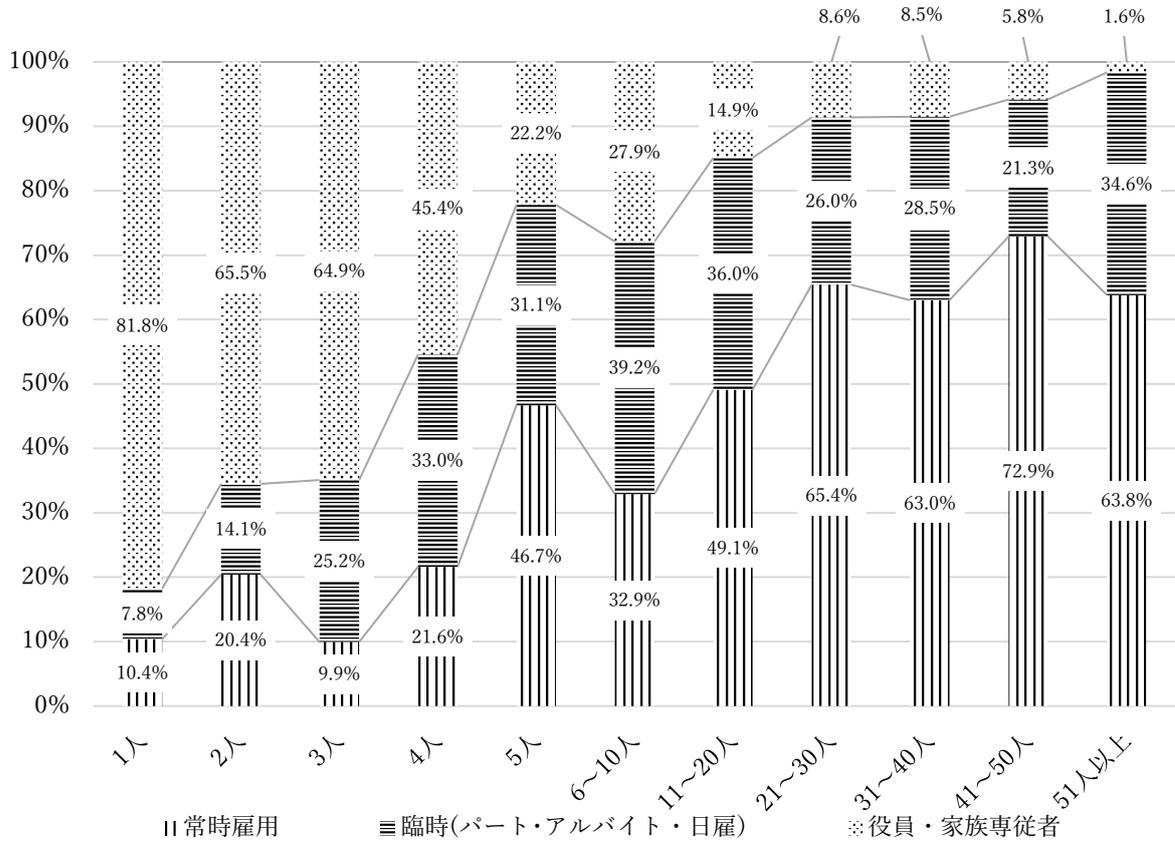


(2) 雇用形態

雇用形態を見ると「常時雇用」が55.4%、「臨時（パート・アルバイト・日雇）」が32.3%となっている。



(3) 事業規模別雇用形態

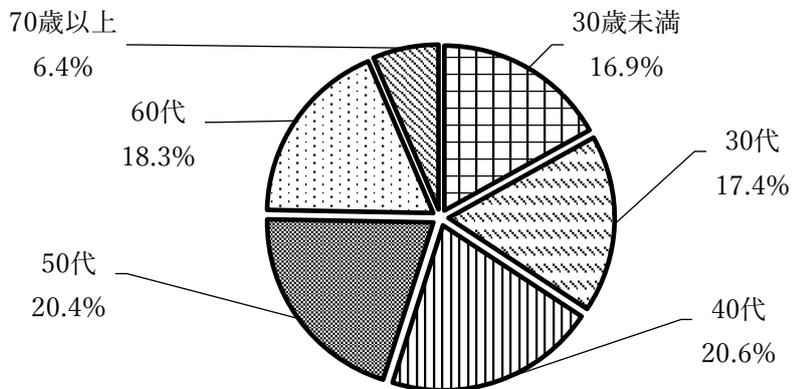


7. 従業員の年齢構成について

問6. 事業所の年代別の従業員数についてお伺いします。

(1) 従業員の年齢構成について

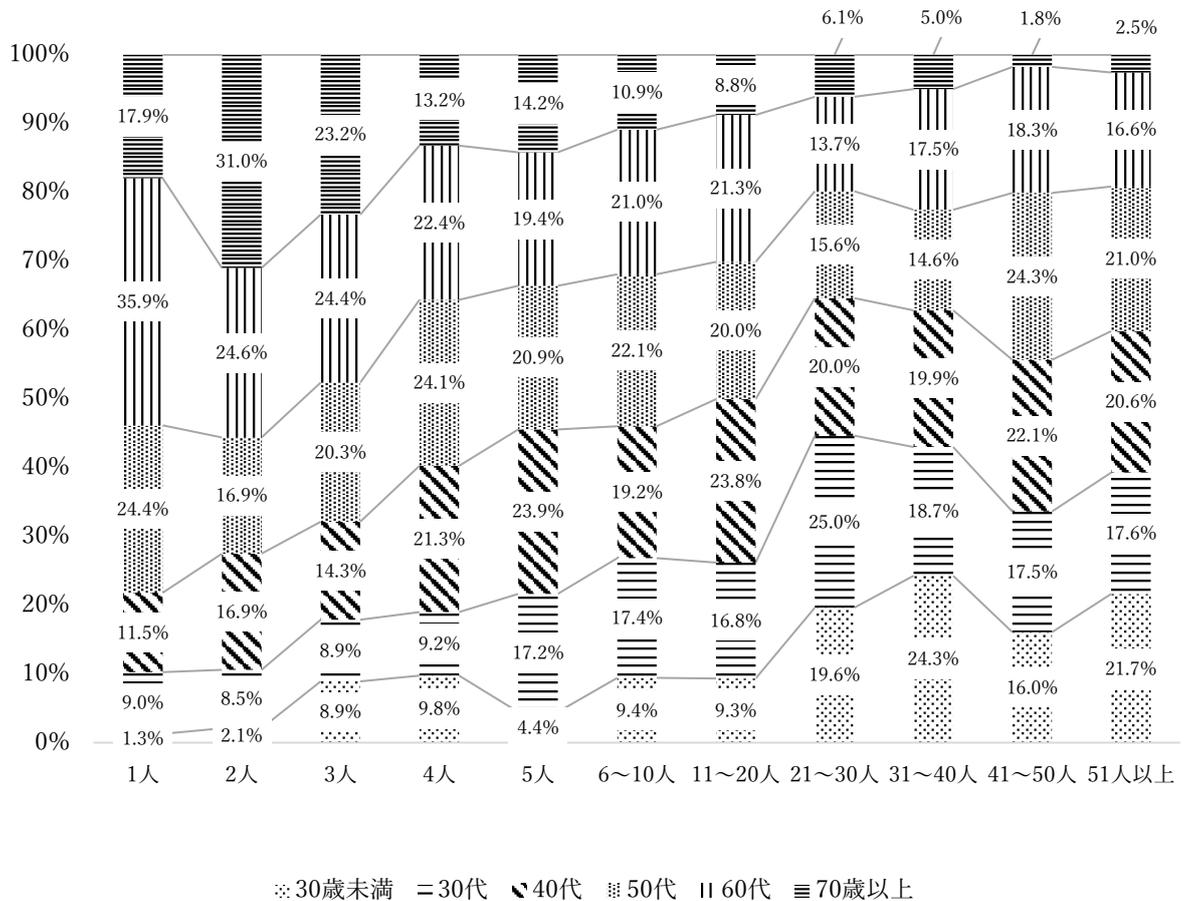
30歳未満 () 人 30代 () 人 40代 () 人 50代 () 人
 60代 () 人 70歳以上 () 人



「40代」が20.6%、次いで「50代」の20.4%となっている。「70歳以上」が6.4%となっているものの、「30代未満」から「60代」で見ると16.9%～18.3%に収まっており年代によるバラツキは小さい。

(2) 事業所規模別従業員の年齢構成について

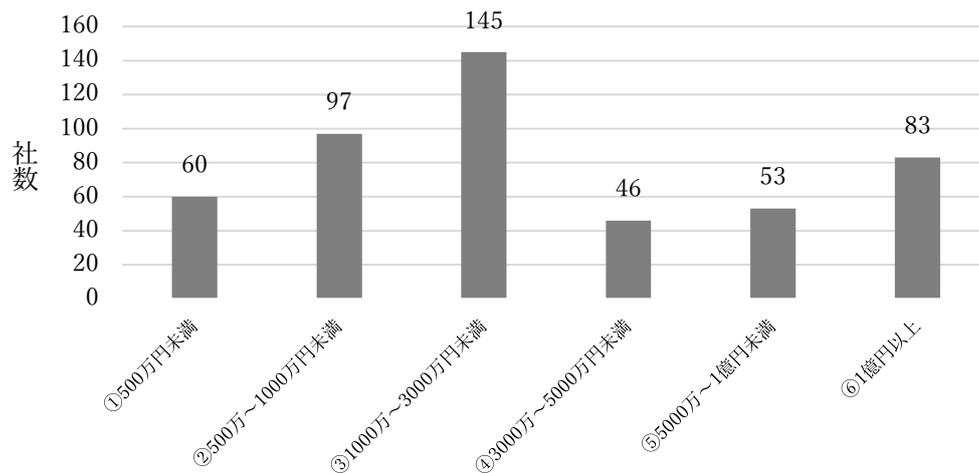
事業所規模別に従業員の年齢構成をみると、1～20人規模の事業所では「60代」と「70歳以上」の合わせた割合が30%以上となっており、小規模なほど高い傾向にあった。21人以上の事業所では「30歳未満」の割合も増加し、各年代が20%前後の構成割合となっている。



8. 直近期の年商について

問7. 事業所の直近の年商についてお伺いします。(1つを選択)

- ①500万円未満 ②500万～1000万円未満 ③1000万～3000万円未満
- ④3000万～5000万円未満 ⑤5000万～1億円未満 ⑥1億円以上



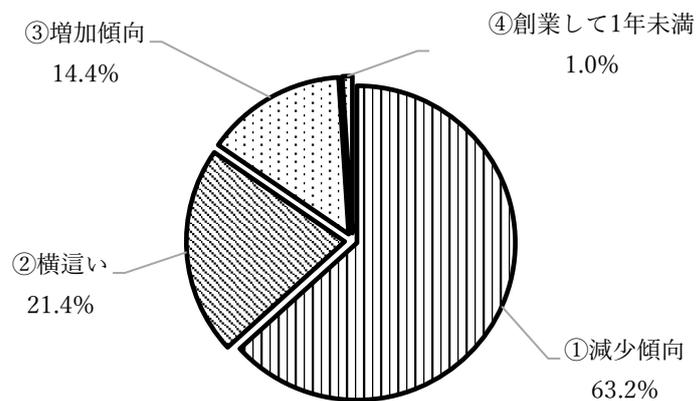
※未回答 4件

「1000万～3000万円未満」が145件（30.0%）と一番多く、次いで「500万～1000万円未満」の97件（20.0%）となっている。一方で、「1億円以上」が83件（17.1%）と3番目に多い割合となっている。

9. 売上高の直近決算期と前年比について

問8. 事業所の直近の売上は、前年と比較してどのような傾向ですか。（1つを選択）

①減少傾向 ②横這い ③増加傾向 ④創業して1年未満

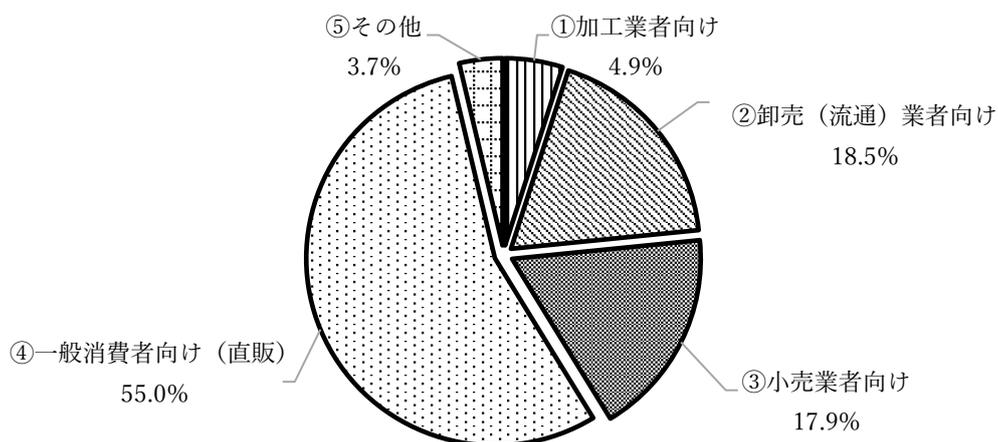


「減少傾向」の回答が63.2%となり、「横這い」の21.4%、「増加傾向」の14.4%の回答を圧倒する結果となった。減少の原因として下記に記載するが新型コロナウイルス感染症の影響が大きいと考えられる。

10. 主な販売先について

問9-1. 事業所の主な販売先は次のいずれですか。(1つを選択)

- ①加工業者向け（原材料として） ②卸売(流通)業者向け ③小売業者向け
④一般消費者向け（直販） ⑤その他

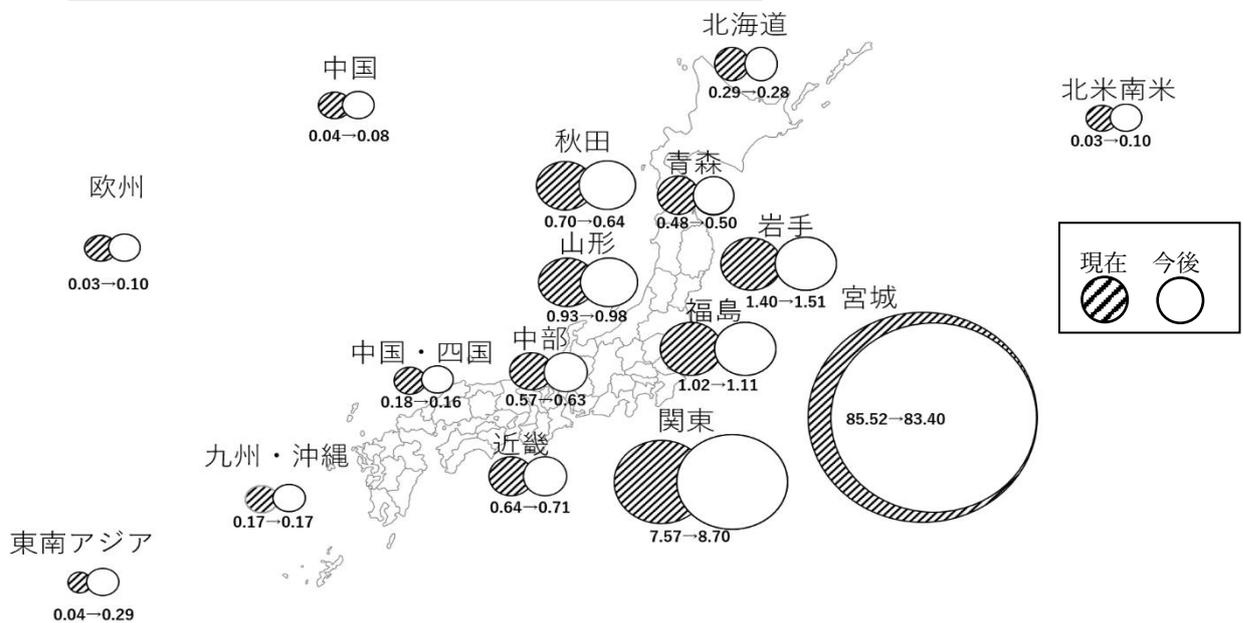


「一般消費者向け（直販）」が55.0%と過半数を占めている。次いで「卸売（流通）業者向け」18.5%、「小売業者向け」17.9%と続く。製造業といえども一般消費者に対しても販売ルートを保有している事業者が過半数を占めていることが分かる。

1 1. 現在の取引先・お客様及び今後、販路を拡大したいと考える地域について

問9-2. 現在の取引先・お客様及び今後、販路を拡大したいとお考えの地域は、どのような地域が対象となっていますか。なお、合計が100%となるようご記入ください。

地域	現在	今後	地域	現在	今後
北海道	%	%	近畿	%	%
青森	%	%	中国・四国	%	%
岩手	%	%	九州・沖縄	%	%
秋田	%	%	海外(中国)	%	%
宮城	%	%	(東南アジア)	%	%
山形	%	%	(北米南米)	%	%
福島	%	%	(欧州)	%	%
関東	%	%	(その他)	%	%
中部	%	%	合計	100%	100%



	現在	今後	拡大幅 (▲減少)	今後の販路 順位	拡大幅 順位
北海道	0.29	0.28	▲0.01	第12位	第14位
青森	0.48	0.50	0.02	第10位	第12位
岩手	1.40	1.51	0.11	第3位	第4位
秋田	0.70	0.64	▲0.06	第8位	第16位
宮城	85.52	83.40	▲2.12	第1位	第17位
山形	0.93	0.98	0.05	第5位	第10位
福島	1.02	1.11	0.09	第4位	第5位
関東	7.57	8.70	1.13	第2位	第1位
中部	0.57	0.63	0.06	第9位	第9位
近畿	0.64	0.71	0.07	第6位	第8位
中国・四国	0.18	0.16	▲0.02	第14位	第15位
九州・沖縄	0.17	0.17	0.00	第13位	第13位
中国	0.04	0.08	0.04	第17位	第11位
東南アジア	0.04	0.29	0.25	第11位	第3位
北米南米	0.03	0.10	0.07	第15位	第6位
欧州	0.03	0.10	0.07	第16位	第7位
その他	0.39	0.64	0.25	第7位	第2位

現在の取引先・お客様が「宮城」という回答が85.5%、今後販路を拡大したい地域が「宮城」という回答が83.4%であった。販路の中心を県内と考えている事業者が8割を占めている。

今後の販路を拡大したい地域として、第1位が「宮城」、第2位が「関東」、第3位が「岩手」となった。

現在と今後を比較した場合の拡大幅では、第1位が「関東」、第2位が「その他」、第3位が「東南アジア」となった。

今後の販路として県内及び近隣地域

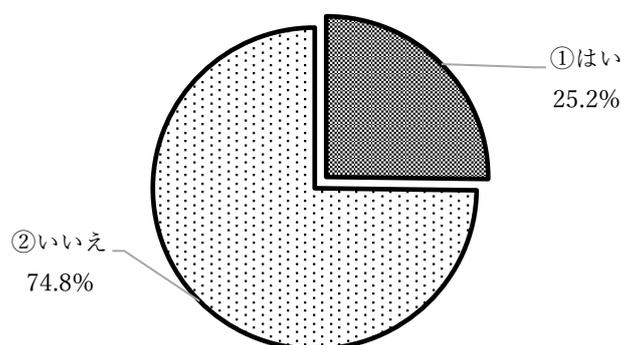
を考えている割合が高い一方で、東南アジアへの販路拡大を考えている事業者の拡大幅が3位になっていることから海外市場への関心が高まっていることが分かる。

12. ITに詳しいスタッフの有無について

問10-1. ITに詳しいスタッフはいらっしゃいますか。(1つを選択)

- ①はい ②いいえ

(1) ITに詳しいスタッフの有無について



中小・小規模事業者でIT専任の従業員を抱えることは難しく、「いいえ」が74.8%となっておりITに関する人材不足が顕著に表れている。

平成29年度に実施した同調査の回答と比較すると以下のようなになった。

「はい」が3.4%減少しており、「いいえ」が3.8%増加している。ITに関する人材不足が継続しており、IT関連の支援策を丁寧に実施するとともに、人材育成を支援する制度等の構築の必要性がある。

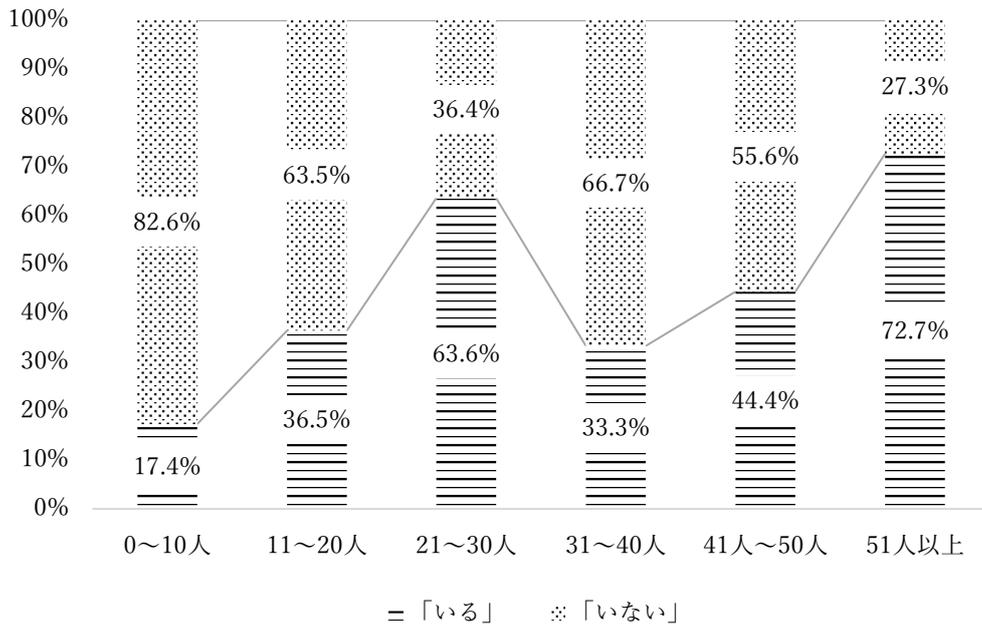
	平成29年度調査結果	今回の調査結果
①はい	28.6% (132)	25.2% (123)
②いいえ	71.0% (328)	74.8% (365)
無回答	0.4% (2)	0.0% (0)
合計	100.0% (462)	100.0% (488)

※ () 内は件数

(2) 従業員数との関係について

ITに詳しいスタッフの有無と従業員数の関連を見るため、それぞれの回答ごとの事業所の平均従業員数を確認した。その結果、「いる」と回答した割合が高かったのは「51人以上」で72.7%、「21～30人」で63.6%の順であった。そのほかの従業員数のカテゴリーでは「いない」と回答した事業所が過半数を超えた。「21～30人」のカテゴリーを除くと従業員数が

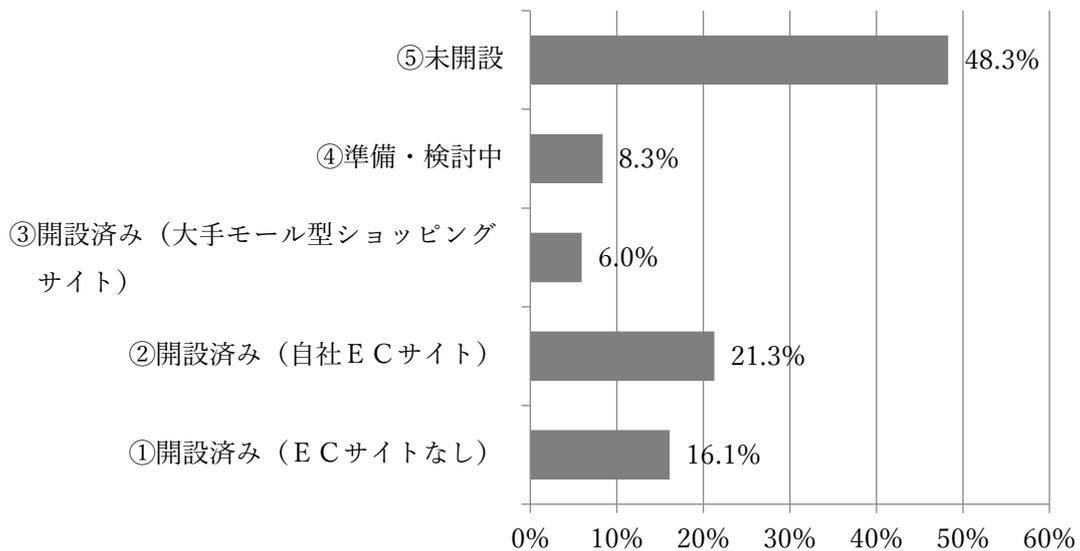
少ないほど「いない」と回答する割合が高い傾向がある。



1 3. ホームページ開設の有無について

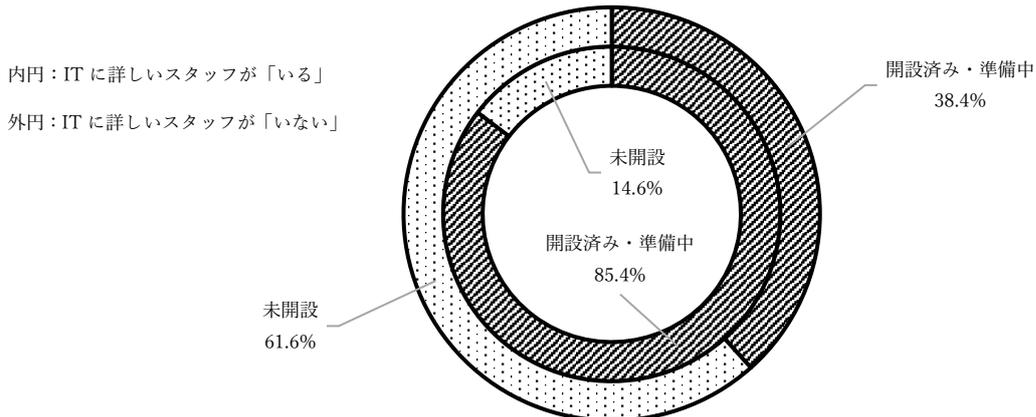
問10-2. ホームページは開設されていますか。(1つを選択)

- ①開設済み (ECサイトなし) ②開設済み (自社ECサイト) ③開設済み (大手モール型ショッピングサイト) ④準備・検討中 ⑤未開設



「未開設」が48.3%と約半分を占めている。およそ4割が開設済みであり、1割弱が「準備・検討中」である。自社ECサイトを保有している事業者が21.3%、大手モール型ショッピングサイトの利用が6.0%と3割弱の事業者がWEB上での販路開拓に取り組んでいる。

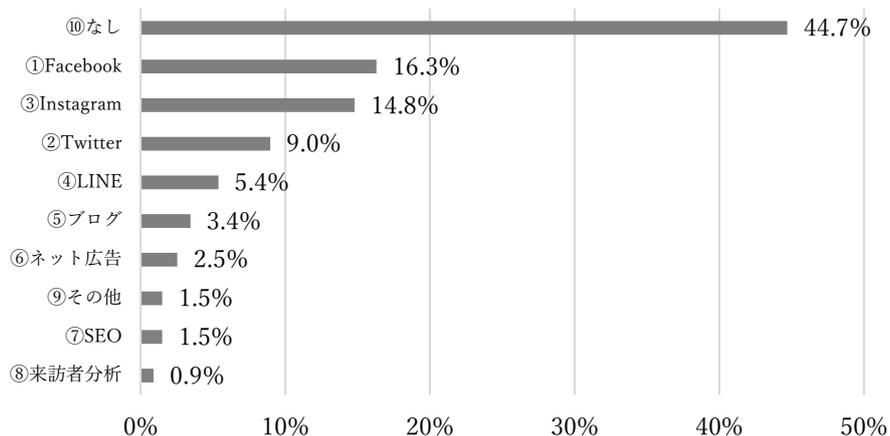
また、IT に詳しいスタッフが「いる」、「いない」の回答と、企業ごとにホームページを「開設済み」及び「準備・検討中」と「未開設」の割合を示したのが下記のグラフである。IT に詳しいスタッフが「いる」と回答した事業者の 85.4%が「開設済み・準備中」と回答したのに対して、IT に詳しいスタッフが「いない」と回答した事業は 38.4%と約半分にとどまった。もちろん、ホームページの開設を内製化している場合だけではなく、開設のきっかけや運用面で詳しいスタッフを抱えている事業者の方が、取組が早いと考えられる。



1 4. 利用中の販促ツールについて

問 1 0-3. 販促に利用されているものがあれば教えてください。(複数回答可)

- ①Facebook ②Twitter ③Instagram ④LINE ⑤ブログ ⑥ネット広告 ⑦SEO
⑧来訪者分析 (Google アナリティクス等) ⑨その他 ⑩なし



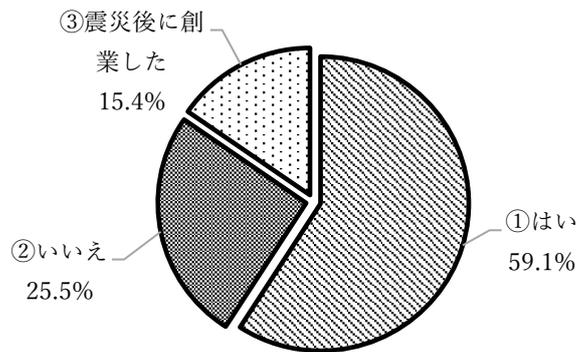
販促に利用している WEB ツールとして「Facebook」16.3%、「Instagram」14.8%、「Twitter」9.0%の順番となった。全体として何らかのツールを活用している事業者が全体の 55.3%を占めている。一方で「なし」と回答した事業者が 44.7%となっているものの、前述のホームページ開設の有無で「未開設」と回答した事業者の中でも、活用している事業者もいることから、手軽に始められる WEB ツールとして SNS の利用が考えられる。

II. 東日本大震災の影響と現況

1. 東日本大震災からの復旧状況について

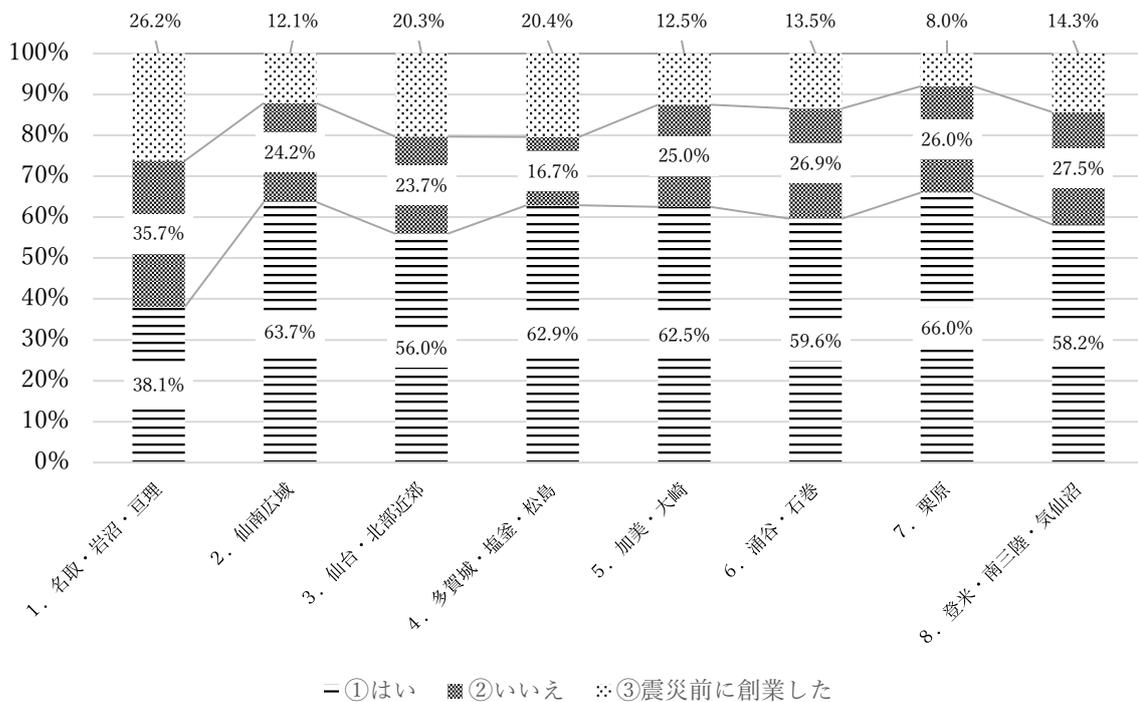
問1. 東日本大震災から10年が経ちましたが、完全復旧しましたか。(1つの選択)

- ①はい ②いいえ ③震災後に創業した



震災後10年が経過し、復旧状況を調査したところ「はい」が59.1%、「いいえ」が25.5%となっている。未だ4分の1が完全復旧を遂げられていない現状にある。

また、地域別に復旧状況を確認してみる。名取・岩沼・亶理地域で「いいえ」と回答した割合が35.7%と他の地域より高い水準にあった。次いで登米・南三陸・気仙沼が27.5%となっており、やはり沿岸を含む地域で高い傾向にあった。



件数別にみると登米・南三陸・気仙沼地域が25件と最多で、ついで加美・大崎地域となっている。

(単位:社)

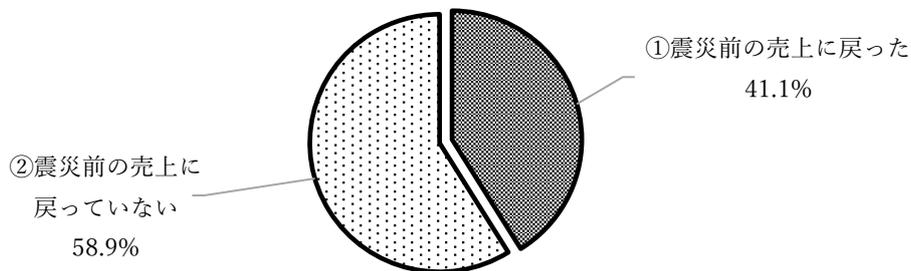
	①はい	②いいえ	③震災後に創業した	合計
1. 名取・岩沼・亶理	16	15	11	42
2. 仙南広域	42	16	8	66
3. 仙台・北部近郊	33	14	12	59
4. 多賀城・塩釜・松島	34	9	11	54
5. 加美・大崎	45	18	9	72
6. 涌谷・石巻	31	14	7	52
7. 栗原	33	13	4	50
8. 登米・南三陸・気仙沼	53	25	13	91
9. 未回答	1	0	0	1
合計	288	124	75	487

※未回答 1件

2. 東日本大震災の影響による売上の傾向について

問1-1. 問1で①、②と答えた方にお伺いします。売り上げの状態はどのような傾向ですか。(1つを選択)

- ①震災前の売り上げに戻った ②戻っていない

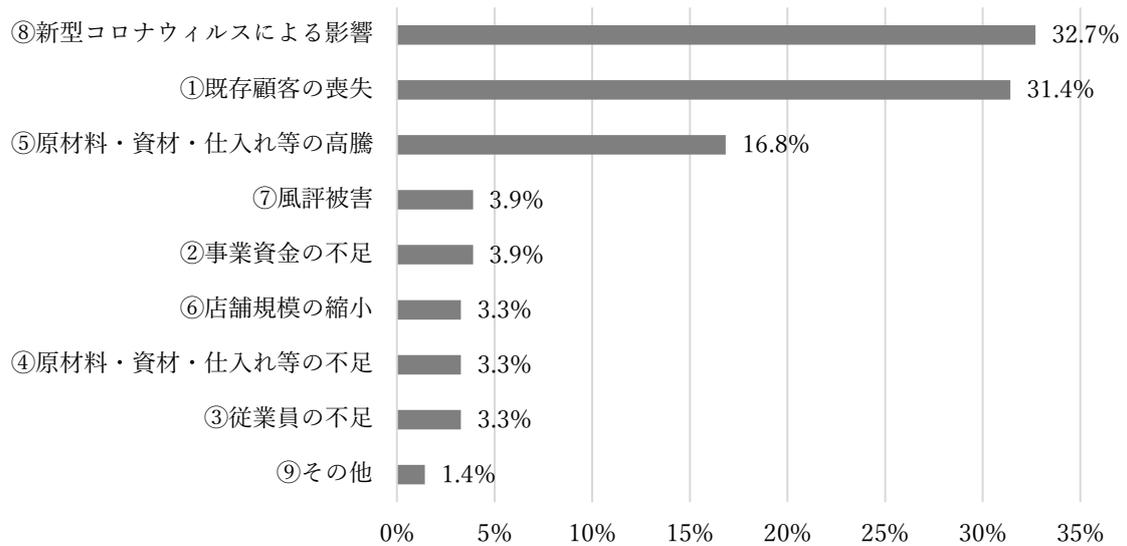


調査実施企業のうち震災前に創業した事業所(412社)に対して売上の回復傾向について調査を実施した。その結果、震災前に売上が「戻っていない」が58.9%、「戻った」が41.1%となった。設備等の復旧が進んでいるものの、売上が回復していない傾向にある。

3. 「震災前の売上に戻っていない」の原因について

問1-2. 問1-1で②と答えた方にお聞きします。その要因は何だと考えられますか。(複数回答可)

- ①既存顧客の喪失 ②事業資金の不足 ③従業員の不足 ④原材料・資材・仕入れ等の不足 ⑤原材料・資材・仕入れ等の高騰 ⑥店舗規模の縮小 ⑦風評被害 ⑧新型コロナウイルスによる影響 ⑨その他



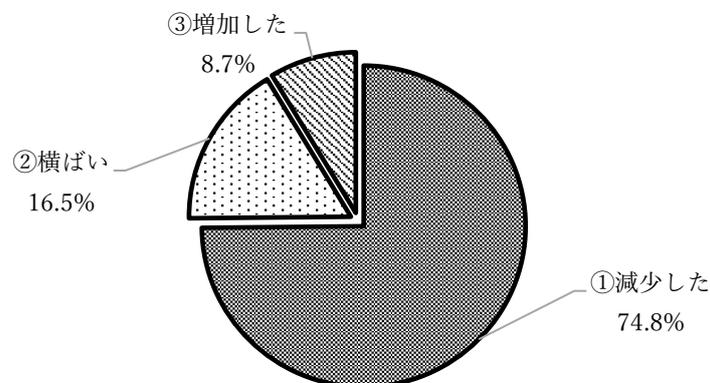
「震災前の売上に戻っていない」と回答した事業所に対して、売上が戻っていない原因を調査した。その結果、「新型コロナウイルス感染症の影響」が32.7%、「既存顧客の喪失」が31.4%、「原材料・資材・仕入れ等の高騰」が16.8%の順である。その他の回答として、人口の減少、流通の発達・高速化があった。震災から10年が経過し新たな外部環境の変化が売上の回復への弊害となっている。

Ⅲ. 新型コロナウイルス感染症の影響について

1. コロナの影響による売上の変化

問1. コロナの影響による売り上げはどのように変化しましたか。(1つを選択)

- ①減少した ②横ばい ③増加した



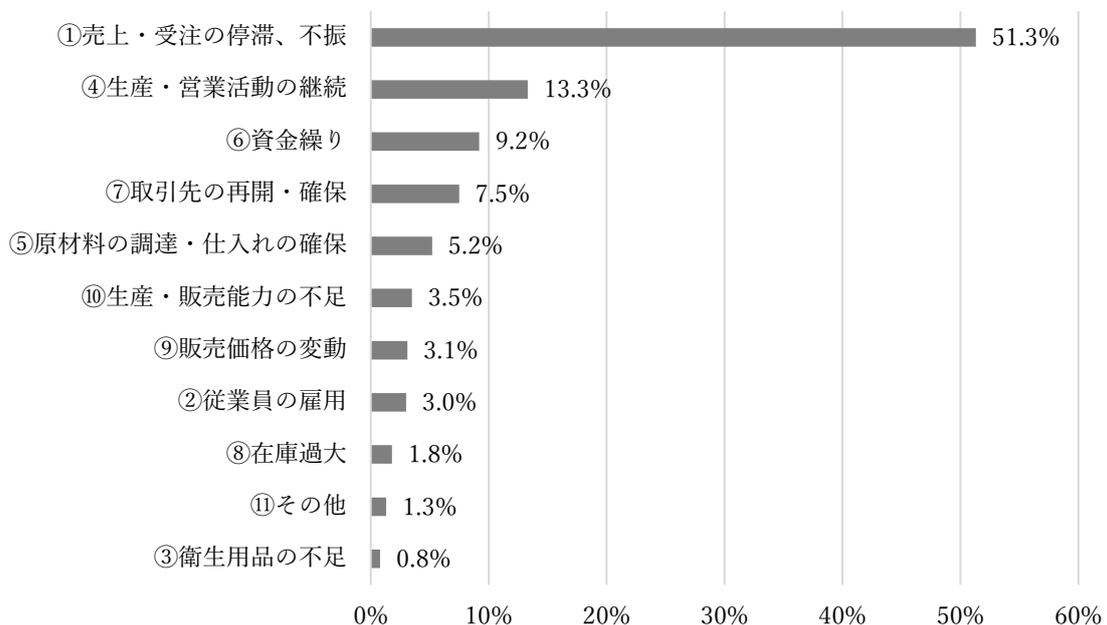
2020年1月から国内でも感染拡大した新型コロナウイルスが企業の売上に与えた影響に

について調査を実施した。その結果、「減少した」が74.8%を占めている。一方で「増加した」という回答も8.7%あった。

2. 売上が減少した具体的な影響について

問1-2. 問1で「①減少した」を選択した事業所に伺います。具体的にどのような影響が出ていますか。(複数回答可)

- ①売上・受注の停滞、不振 ②従業員の雇用 ③衛生用品の不足 ④生産・営業活動の継続 ⑤原材料の調達・仕入れの確保 ⑥資金繰り ⑦取引先の再開・確保 ⑧在庫過大 ⑨販売価格の変動 ⑩生産・販売能力の不足 ⑪その他

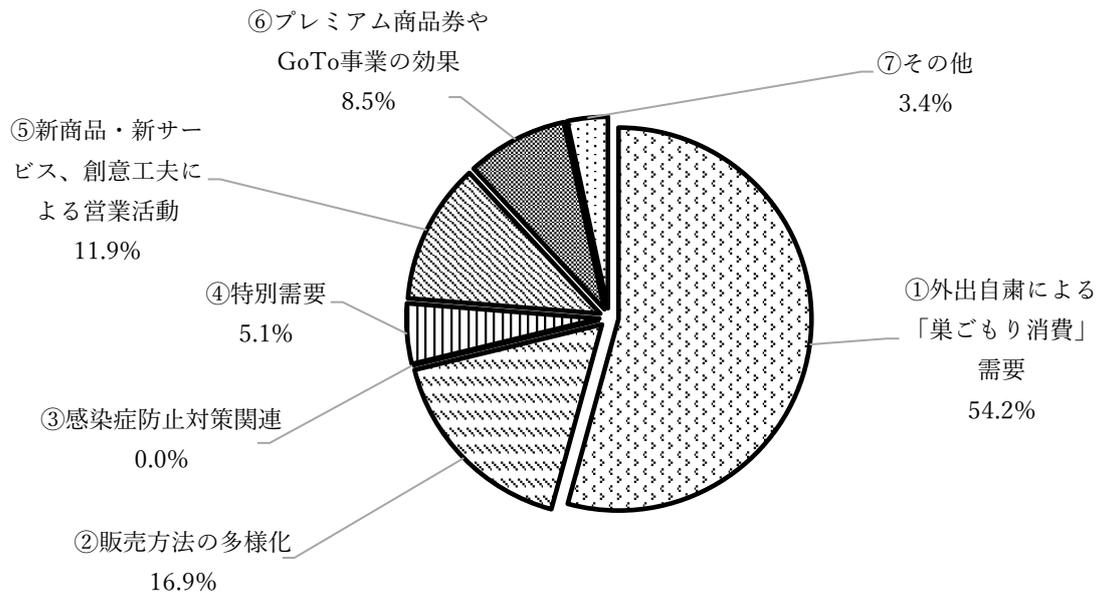


新型コロナウイルス感染症の影響により売上が「減少した」という企業を対象に、具体的な影響について複数回答にて調査を実施した。「売上・受注の停滞、不振」が51.3%と過半数を占めている。その他の回答としてイベントの中止、飲食店の休業等による販売機会の減少との回答もあった。

3. 売上が増加した具体的な要因について

問1-3. 問1で「③増加した」を選択した事業所に伺います。その要因は何だと予想されますか。(複数回答可)

- ①外出自粛による「巣ごもり消費」需要 ②販売方法の多様化(通販・配達等) ③感染防止対策関連(マスク・消毒による需要) ④特別需要 ⑤新商品・新サービスの開発や自社の創意工夫による営業活動 ⑥プレミアム商品券やGoTo事業の効果 ⑦その他

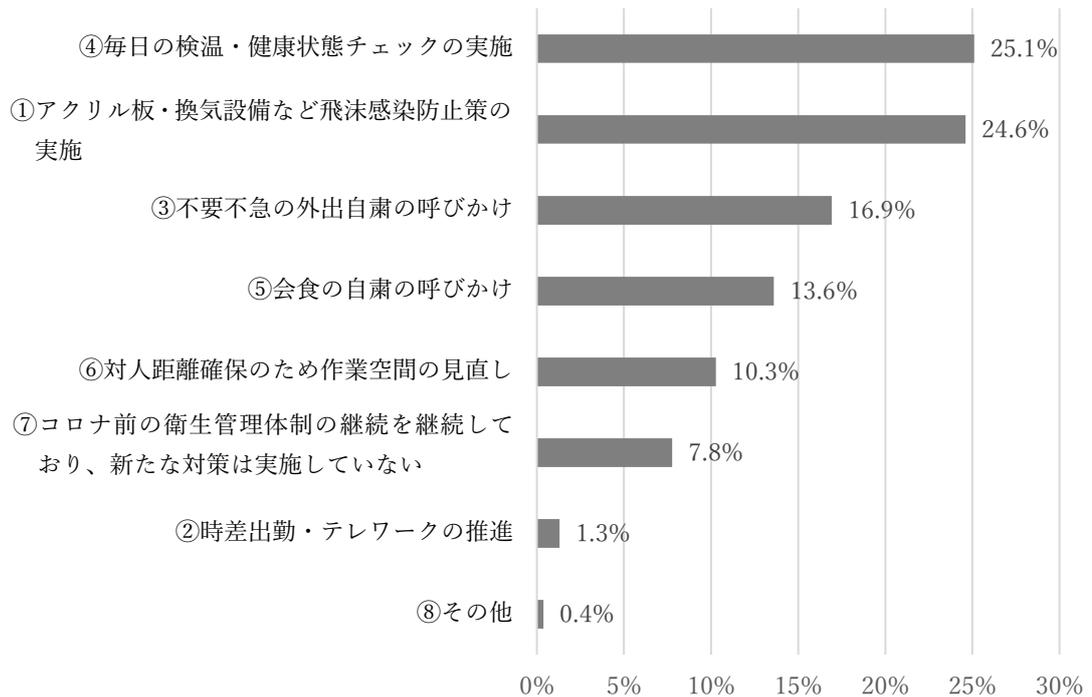


新型コロナウイルスが企業の売上に与えた影響で、「増加した」と回答した企業に対して、増加した要因について調査した。「外出自粛による巣ごもり消費需要」が54.2%を占めており、次いで「販売方法の多様化（通販・配達等）」が16.9%、「新商品・新サービスの開発や自社の創意工夫による営業活動」が11.9%と続いている。「プレミアム商品券やGoTo事業の効果」は8.5%となっており、調査対象が製造業者ということもあって直接的に影響があったと感じた事業者は限定的であった。

4. 社内・従業員に対して実施したコロナ対策について

問2. 社内・従業員に対して実施したコロナ対策についてお伺いします。（複数回答可）

- ①アクリル板・換気設備など飛沫感染防止策の実施
- ②時差出勤・テレワークの推進
- ③不要不急の外出自粛の呼びかけ
- ④毎日の検温・健康状態チェックの実施
- ⑤会食の自粛の呼びかけ
- ⑥対人距離確保のため作業空間の見直し
- ⑦コロナ前の衛生管理体制を続けており、新たな対策は実施していない
- ⑧その他



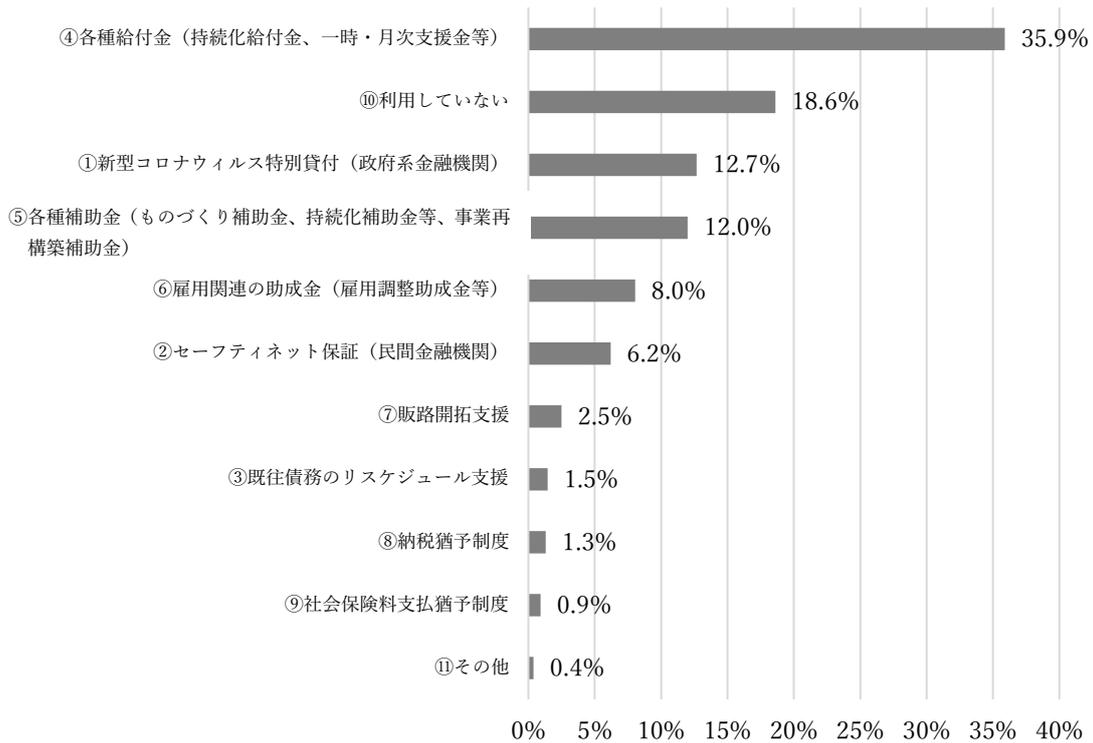
最も多かったのが、「毎日の検温・健康状態チェックの実施」で 25.1%、僅差で二番目が「アクリル板・換気設備など飛沫感染防止策の実施」で 24.6%であった。製造業事業者を対象とした調査であったこともあり「時差出勤・テレワークの推進」は 1.3%と少なかった。

また、「コロナ前の衛生管理体制を継続しており、新たな対策は実施していない」という回答も 7.8%あった。

5. 利用したコロナ施策について

問3-1. どのような施策を利用しましたか。(複数回答可)

- ①新型コロナウイルス特別貸付（政府系金融機関） ②セーフティネット保証（民間金融機関） ③既往債務のリスケジュール支援 ④各種給付金（持続化給付金、一時・月次支援金等） ⑤各種補助金（ものづくり補助金、持続化補助金等、事業再構築補助金） ⑥雇用関連の助成金（雇用調整助成金等） ⑦販路開拓支援 ⑧納税猶予制度 ⑨社会保険料支払猶予制度 ⑩利用していない ⑪その他

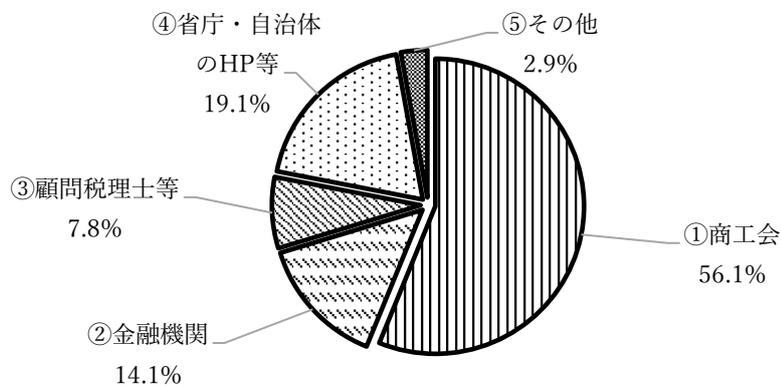


新型コロナウイルス感染症による危機的な状況下で多くの支援策が実施された。その支援策活用の有無を複数回答にて調査した結果を集計した。最も利用された施策は「各種給付金」の35.9%であった。次いで「新型コロナウイルス特別貸付」の12.7%、「各種補助金」の12.0%と続いている。一方で「利用していない」という回答が18.6%を占めている。

6. コロナ施策を知ったきっかけについて

問3-2. 施策を利用した方にお伺いします。その施策を知った主なきっかけをお伺いします。（複数回答可）

①商工会 ②金融機関 ③顧問税理士等 ④省庁・自治体のHP等 ⑤その他



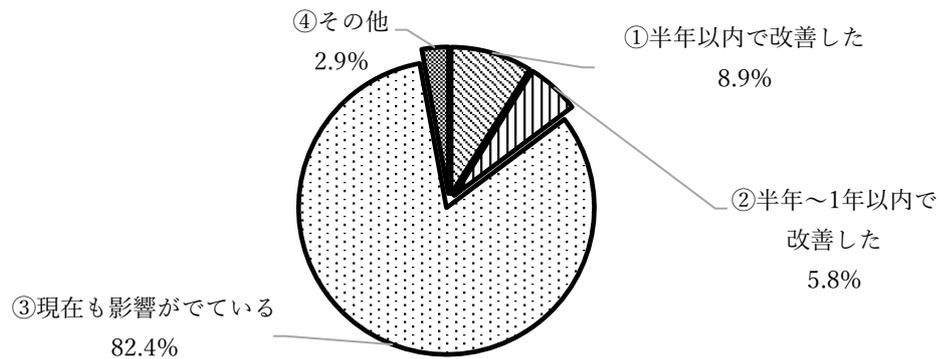
支援策を活用した事業者に対して、きっかけを調査した結果、「商工会」が56.1%と過半

数を占めており、次いで「省庁・自治体のHP等」が19.1%、「金融機関」が14.1%となっている。約2割の事業者が主体的に省庁・自治体のHP等から情報収集している。

7. コロナの影響がでた期間について

問3-3. コロナの影響はどの程度期間ありましたか。(1つ選択)

- ①半年以内で改善した
- ②半年～1年以内で改善した
- ③現在も影響がでている
- ④その他

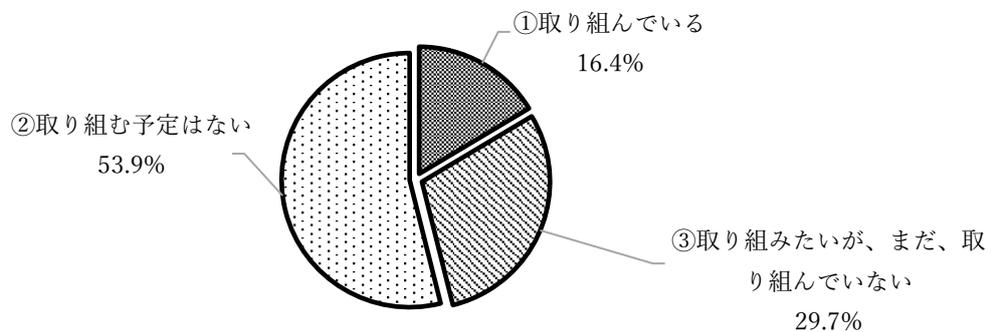


影響を受けた期間について回答を集計したところ「現在も影響がでている」が82.4%であった。一方で「半年以内で改善」と「半年～1年以内で改善した」が合わせて14.7%と改善が図られた事業者もあった。

8. 新規事業（新たなビジネスモデル）への取組みについて

問4-1. 新規事業（新たなビジネスモデル）への取組についてお伺いします。(1つ選択)

- ①新規事業に取り組んでいる
- ②新規事業に取り組む予定はない
- ③新規事業に取り組みたいが、まだ、取り組んでいない

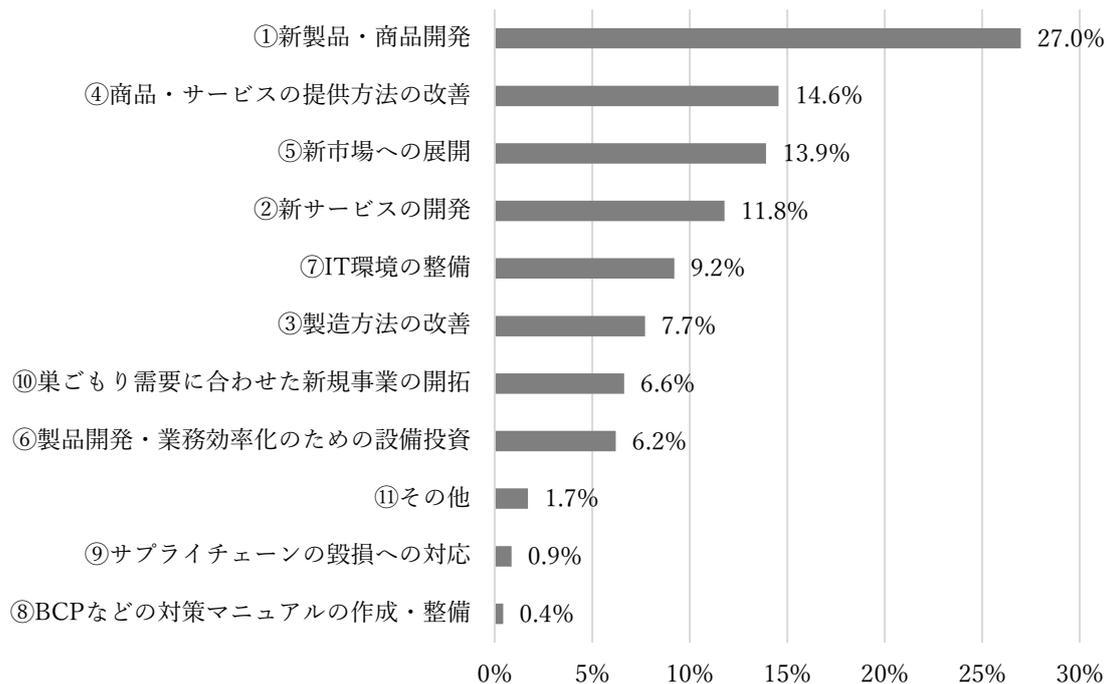


ポストコロナを見据えて新たなビジネスモデルへの取組について調査を実施した。「取り組む予定はない」が53.9%と一番多かった。「取り組んでいる」、「取り組みたいが、まだ、取り組んでいない」が合わせて46.1%であり、およそ半々の結果となった。

9. 新規事業（新たなビジネスモデル）への取組方法について

問4-2. 問4-1で①と答えた方にお伺いします。新規事業はどのような取り組みですか。
（1つ選択）

①新製品・商品開発 ②新サービスの開発 ③製造方法の改善 ④商品・サービスの提供方法の改善 ⑤新市場への展開 ⑥製品開発・業務効率化のための設備投資 ⑦IT環境の整備 ⑧BCPなどの対策マニュアルの作成・整備 ⑨サプライチェーンの毀損への対応 ⑩巣ごもり需要に合わせた新規事業の開拓 ⑪その他



「新製品・商品開発」と「新サービスの開発」が合わせて38.8%となっている。また、「新市場への展開」に取り組んでいる事業者が13.9%となっている。新たな取り組みとしてターゲットの見直しから検討していることがうかがえる。「商品・サービスの提供方法の改善」や「IT環境の整備」、「製造方法の改善」、「製品開発・業務効率化のための設備投資」など内部体制の見直しによる生産性向上に取り組んでいる事業者も合わせて37.7%であった。また、コロナ禍の需要として高まった「巣ごもり需要に合わせた新規事業の開拓」への取り組んだ事業者は6.6%とそれほど高くなかった。

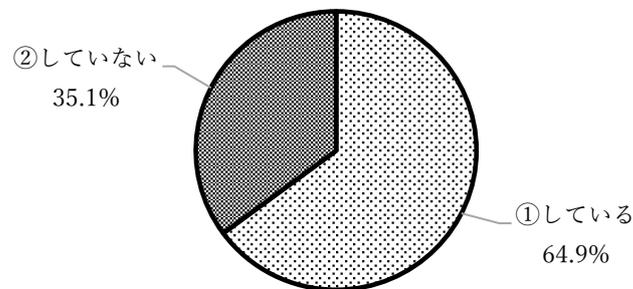
IV. HACCP*（ハサップ）に沿った衛生管理の制度化について

※ HACCPとは、食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因（ハザード）を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去又は低減されるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法。

1. HACCP に沿った衛生管理の実施状況について

問1. 令和3年6月1日から、原則としてすべての食品等事業者の皆様には HACCP に沿った衛生管理衛生管理の実施が義務付けられましたが、実施していますか。（1つ選択）

①している ②していない

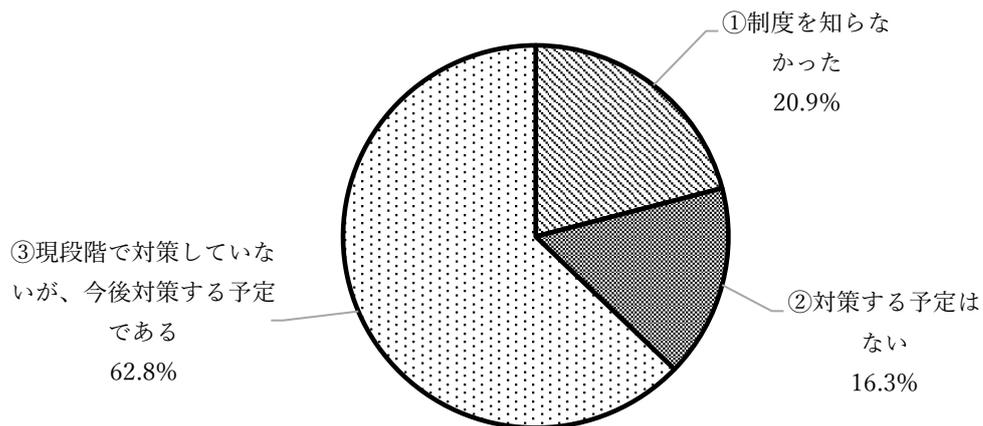


令和3年6月から完全義務化となった HACCP の実施状況について調査した。「している」が64.9%、「していない」が35.1%となった。調査対象企業の95%は従業員が50人未満の事業者であり、少なくとも HACCP の考え方を取り入れた衛生管理が求められている。「してない」と回答した事業者も厚生労働省のホームページや保健所などから情報収集し、早期に対応する必要がある。

2. HACCP に沿った衛生管理を実施していない理由について

問1-2. 「していない」と答えた事業所にお伺いします。対応していない理由はどんな理由ですか。

①制度を知らなかった ②対策する予定はない ③現段階で対策していないが、今後対策予定である



対応をしていないと回答した事業者に対して、その理由を調査した結果「現段階で対策していないが、今後対策する予定である」が62.8%であった。「制度を知らなかった」と「対策する予定はない」が合わせて37.2%であり制度の趣旨及び必要性について、支援機関を中心に周知を図る必要がある。

V. 商工会に求める支援策や要望について

問 商工会に求める支援策や要望について、ご自由にお書きください。(自由回答)

自由回答にて記載していただいた内容を「売上拡大支援」、「IT 支援」、「施策活用支援」、「セミナー・情報提供支援」、「その他」の5項目に分類した。日頃の支援に対する感謝の言葉が多く寄せられていることが分かる。また、コロナ禍で中小企業に対する様々な支援策が実施されたこともあり「施策活用支援」の継続、割増商品券やイベントを通じた「売上拡大支援」に対する要望も多かった。資金繰りや社員教育、経営方針に関する相談など幅広い課題への支援が求められており、身近な相談相手として商工会に対する期待の高さがうかがえる。

※回答された内容が同様のものはまとめております。

売上 拡大 支援	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 商品券事業を希望します。(例：3割増商品券) ➤ 商店街の活性化につながるイベント等の実施をお願いします。(展示会、企画、お祭り等)
IT 活用 支援	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ホームページ作成に対する支援をお願いします。 ➤ EC サイトで商品を販売する方法についての講習を実施してほしいです。
施策 活用 支援	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 各種補助金・給付金(コロナ関連含む)の情報提供及びサポートをお願いします。 ➤ 各事業採択への支援を行ってほしいです。 ➤ 個社の販路開拓の支援をやってほしいです。
セミナー・ 情報 提供 支援	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 各経営者に合った支援施策等について教えてほしい。日頃仕事しながら経営方針などについて話し合うこともなかなか難しく、不安が大きくなってきています。 ➤ 各制度等支援事業の情報提供と継続支援をお願いします。 ➤ マナー研修の開催(オンラインを含む)をしてほしいです。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ➤ コロナ支援については商工会の支援により営業を継続できています。これからも私達のために寄り添った支援をお願いします。 ➤ 地元の商工会の方々は親切にいろいろ教えて下さってこれからも必要に応じてきめ細かなご指導お願いしたいと思います。 ➤ いつも情報の提供をありがとうございます。引き続きよろしく願い致します。 ➤ 経営計画作成や金融関係の支援をお願いします。 ➤ 日本政策金融公庫との定期的なマッチングに期待します。 ➤ これまで通り地域と連携して色々な行事や支援を実行してほしいです。 ➤ 制度改正に関する専門家を通じて対応についての指導を希望します。

VI. 商工会に対する、その他のご意見・ご要望について

問 これまでの質問項目やその他、商工会に対するご意見・ご要望があればご記入ください。(自由回答)

※回答された内容が同様のものはまとめております。

意見・要望	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ぐるっとたがじょうスタンプラリー企画は、とても良いと思いますが、お客様と店側の摩擦がない様に考えて頂ければ幸いです。 ➤ 今はコロナの影響でなかなか動けません落ち着いたらイベントを企画して下さい。 ➤ さまざまな案件を実行する中で地区ごとの個別的な利益も大切ですが、今後はぜひ栗原全体の事をふまえて決定実行すべきと考えます。 ➤ 地域の課題を行政及び諸団体と共有して長期的視点で課題解決に向けて取組んでいく必要があると思う。 ➤ 衰退する地元商店街の新しい町づくり企画、そして強いリーダーシップを期待します。 ➤ 小さな商店にもいろいろなアドバイスお願いします。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ➤ いつも支援いただき、助かっています。これからもよろしくお願いします。 ➤ 今後も継続的な伴走支援を願います。 ➤ コロナに関する支援では商工会からの情報を常に確認し、商工会に相談しながら支援してもらった。商工会の支援がなければむずかしく大変助かっています。 ➤ いつも必要な情報を適切にいただいています。ありがとうございます。

VII. 総括

前章までで、調査票の回答から読み取れることの分析を終了した。各調査項目において、気になるポイントや改善が求められる事項、今後の方向性を定める際に指針となる事項を記載しているが、ここで改めて列挙にて整理する。

1. 事業者の概要について

- 事業形態が個人事業と法人組織が48.5%：51.5%とほぼ半々である。
- 経営者の年代は60歳以上で約6割を占めており、前回調査と同水準である。世代交代は進んでおらず、後継者が「いない」「未定」という事業者が6割を超える。
- 法人組織と比べて個人事業の後継者が「いない」「未定」の割合が高い。
- 業種は菓子製造業が多く、販売先として「一般消費者向け」の割合が高い。
- 従業員数は20人以下の小規模事業者が8割を超えている。さらに、5人以下は6割である。従業員の年齢構成は小規模になるほど高い傾向である。
- 雇用形態は従業員数が高いほど常時雇用の割合が高い傾向である。
- 売上高は直近決算期と比較して減少である。
- 今後、販路を拡大したいエリアは「宮城県」内がもっと多く、現在と今後の拡大幅では「関東」が多い。
- ITに関する人材が不足しており、約半数がホームページを開設していない。従業員数が少ないほどIT人材が不足している傾向がある。

2. 東日本大震災からの復旧について

- 東日本大震災から10年が経過したが沿岸地域を含むエリアを中心に、4分の1が完全復旧していない現状である。
- 震災前の売上と比較して6割が戻っていない。原因として顧客の喪失などがあげられるが、新型コロナウイルスによる影響や原価の高騰など外部環境の変化が売上回復への弊害となっている。

3. 新型コロナウイルス感染症について

- 約75%の事業者が、売上が減少したと回答している。原因として「受注の停滞」や「営業活動の縮小」をあげている。
- 約9%の事業者が、売上が増加したと回答している。原因は「巣ごもり需要」、「販売方法の多様化」などピンチをチャンスに変える取組を実施した結果であると考えられる。
- 利用した施策として「各種給付金」が35%あった一方、「利用していない」の回答が約19%あった。利用したきっかけは過半数以上が「商工会」と回答している。
- 現在も影響が継続している企業が8割を超えている。

- ▶ 新型コロナウイルス感染症をきっかけに新規事業へ取り組んでいる（予定も含む）事業者は約過半数である。取組内容として新商品開発や提供方法の見直しが多い。

4. HACCP への対応について

- ▶ 35.1%が「実施していない」という回答であり、理由として「制度を知らなかった」や「対策する予定はない」という回答が 37.2%あった。

5. 商工会に求める支援策や要望

- ▶ 売上拡大支援策として、割増商品やイベント開催の要望があった。
- ▶ IT 活用支援としてホームページ開設、EC サイトの活用の要望があった。
- ▶ 施策活用支援として給付金や補助金の情報提供から申請サポートまでの要望があった。
- ▶ セミナー・情報提供支援として、人材教育・育成セミナーの開催、経営全般や施策の情報提供の要望があった。
- ▶ その他として商工会の日頃の支援に対する感謝が多く寄せられている。

これらを総括すると、事業全体に関する事項として事業承継に課題を抱えている。平成 29 年同調査と比較しても後継者が決まっていない状況が続いている。後継者育成の期間を考慮すると、代表者の年代について 50 代程度から事業承継の計画を立案していくことが望ましい。また、小規模な事業所になるほど IT に関する人材不足も浮き彫りになっている。生産性向上や販路拡大を中心に今後、益々必要性が高まる IT 分野の具体的な支援（人材育成等）が求められる。

東日本大震災から 10 年経過したが、完全復旧していない事業者もいる中、新たに新型コロナウイルス感染症により経営環境が悪化し、ほとんどの事業者が売上減少等の影響を受けている。

外部環境の変化が早く不確実性が増す中、中小企業においてもこれらに対応していくことが求められる。HACCP への対応や、アフターコロナに向けた新たなニーズなどは次なる成長のヒントになると考えられる。経営者には新たな取り組みに向けて意思決定するリーダーシップが重要となり、支援機関にはそのような経営者を支えるため、具体的な根拠を元にした情報提供の支援及び課題を明確にするためのコミュニケーションが必要である。

資料編

製造業に係る経営実態調査

製造業に関する経営実態調査票

アンケートにご協力いただける皆様へ

製造業に係る経営実態調査のご協力をお願い

この調査は、新型コロナウイルス感染症の影響などにより、中小小規模事業者を取り巻く経営環境が厳しい状況にある中、県内商工会地域の食品製造業者を対象としたアンケート調査を実施することで現状及び経営上の問題や課題を把握し、それらの解決の一助に資することを目的に実施するものです。

つきましては、お忙しいところ誠に恐縮とは存じますが、調査の趣旨をご理解いただき、**9月24日(金)まで**ご回答くださいますようお願い申し上げます。

なお、調査基準日は令和3年8月1日といたします。

また、この調査の結果につきましては、本調査以外の目的に利用いたしませんので、率直なご意見をお聞かせください。

実施月 令和3年8月

実施機関 宮城県商工会連合会

I 貴事業所の概要について

問1. 貴事業所の形態についてお伺いします。

- ① 株式会社 ② 特例有限会社 ③ 合資会社 ④ 合名会社
⑤ 合同会社 ⑥ 個人 ⑦ その他 ()

1 回答欄

問2. 事業所の所在地はどちらですか。

2 回答欄

(市・町・村)

問3. 経営者様についてお伺いします。

3-1. 経営者の年代はおいくつでしょうか。(1つを選択)

- ①30歳未満 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代 ⑥70歳以上

3-1 回答欄

3-2. 後継者候補についてお伺いします。(1つを選択)

- ①いる ②いない ③未定

3-2 回答欄

問4. 事業所の業種についてお伺いします。(複数回答可)

- ①水産食料品製造業(冷凍・冷蔵等、保存可能)
②水産食料品製造業(鮮魚等、保存不可能)
③畜産食料品製造業 ④野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業
⑤調味料製造業 ⑥糖類製造業 ⑦精穀・製粉業
⑧パン製造業 ⑨和菓子製造業 ⑩洋菓子製造業
⑪動植物油脂製造業 ⑫清涼飲料製造業 ⑬酒類製造業
⑭茶・コーヒー製造業(清涼飲料を除く) ⑮冷凍調理食品製造業
⑯惣菜製造業 ⑰弁当製造業 ⑱調理パン製造業
⑲次のいずれかの食料品製造業
(でんぷん、めん類、豆腐・油揚、あん類、レトルト食品)
⑳その他の食料品製造業(食品分類名:)

4

回答欄

問5. 事業所の従業員数についてお伺いします。

常時雇用 () 人 臨時(パート・アルバイト・日雇) () 人
役員・家族従業員数 () 人

問6. 事業所の年代別の従業員数についてお伺いします。

30歳未満 () 人 30代 () 人 40代 () 人 50代 () 人
60代 () 人 70歳以上 () 人

問7. 事業所の直近の年商についてお伺いします。(1つを選択)

- ①500万円未満 ②500万～1000万円未満 ③1000万～3000万円未満
④3000万～5000万円未満 ⑤5000万～1億円未満 ⑥1億円以上

7 回答欄

問8. 事業所の直近の売上は、前年と比較してどのような傾向ですか。(1つを選択)

- ①減少傾向 ②横ばい ③増加傾向 ④創業して1年未満

8 回答欄

問9. 販売状況についてお伺いします。

9-1. 事業所の主な販売先は次のいずれですか(1つを選択)

- ①加工業者向け(原材料として) ②卸売(流通)業者向け
③小売業者向け ④一般消費者向け(直販) ⑤その他()

9-1 回答欄

9-2. 現在の取引先・お客様及び今後、販路を拡大したいとお考えの地域は、どのような地域が対象となっていますか。なお、合計が100%となるようご記入ください。

地域	現在	今後	地域	現在	今後
北海道	%	%	近畿	%	%
青森	%	%	中国・四国	%	%
岩手	%	%	九州・沖縄	%	%
秋田	%	%	海外(中国)	%	%
宮城	%	%	(東南アジア)	%	%
山形	%	%	(北米南米)	%	%
福島	%	%	(欧州)	%	%
関東	%	%	(その他)	%	%
中部	%	%	合計	100%	100%

問10. ITの活用状況についてお伺いします。

10-1. ITに詳しいスタッフはいらっしゃいますか。(1つを選択)

- ①はい ②いいえ

10-1 回答欄

10-2. ホームページは開設されていますか。(1つを選択)

- ①開設済み(ECサイトなし) ②開設済み(自社ECサイト)
③開設済み(大手モール型ショッピングサイト)
④準備・検討中 ⑤未開設

10-2 回答欄

10-3. 販促に利用されているものがあれば教えてください。(複数回答可)

- ①Facebook ②Twitter ③Instagram ④LINE ⑤ブログ
⑥ネット広告 ⑦SEO ⑧来訪者分析(Googleアナリティクス等)
⑨その他() ⑩なし

10-3 回答欄

II 東日本大震災の影響と現況

問1. 東日本大震災から10年が経ちましたが、完全復旧しましたか。(1つを選択)

- ①はい ②いいえ ③震災後に創業した

1 回答欄

問1-1 問1で①、②と答えた方にお伺いします。売り上げの状態はどのような傾向ですか。(1つを選択)

- ①震災前の売り上げに戻った ②戻っていない

1-1 回答欄

問1-2 問1-1で②と答えた方にお聞きします。その要因は何だと考えられますか。
(複数回答可)

- ①既存顧客の喪失 ②事業資金の不足 ③従業員の不足
④原材料・資材・仕入れ等の不足
⑤原材料・資材・仕入れ等の高騰 ⑥店舗規模の縮小
⑦風評被害 ⑧新型コロナウイルスによる影響
⑨その他 (_____)

1-2 回答欄

Ⅲ 新型コロナウイルス感染症の影響についてお伺いします。

問1 コロナの影響による売り上げはどのように変化しましたか。
(1つを選択)

- ①減少した ②横ばい ③増加した

1 回答欄

問1-2 問1で「①減少した」を選択した事業所に伺います。
具体的にどのような影響が出ていますか。(複数回答可)

- ①売上・受注の停滞、不振 ②従業員の雇用 ③衛生用品の不足
④生産・営業活動の継続 ⑤原材料の調達・仕入れの確保
⑥資金繰り ⑦取引先の再開・確保 ⑧在庫過大 ⑨販売価格の変動
⑩生産・販売能力の不足 ⑪その他 (_____)

1-2 回答欄

問1-3 問1で「③増加した」を選択した事業所に伺います。その要因は何だと予想されますか。(複数回答可)

- ①外出自粛による「巣ごもり消費」需要
②販売方法の多様化(通販・配達等)
③感染防止対策関連(マスク・消毒による需要) ④特別需要
⑤新商品・新サービスの開発や自社の創意工夫による営業活動
⑥プレミアム商品券やGoTo事業の効果
⑦その他 (_____)

1-3 回答欄

問2. 社内・従業員に対して実施したコロナ対策についてお伺いします。(複数回答可)

- ①アクリル板・換気設備など飛沫感染防止策の実施
②時差出勤・テレワークの推進 ③不要不急の外出自粛の呼びかけ
④毎日の検温・健康状態チェックの実施 ⑤会食の自粛の呼びかけ
⑥対人距離確保のため作業空間の見直し
⑦コロナ前の衛生管理体制の継続しており、新たな対策は実施していない
⑧その他 (_____)

2 回答欄

問3. コロナで利用した施策についてお伺いします。

3-1. どのような施策を利用しましたか。(複数回答可)

- ①新型コロナウイルス特別貸付(政府系金融機関)
②セーフティネット保証(民間金融機関)
③既往債務のリスケジュール支援
④各種給付金(持続化給付金、一時・月次支援金等)
⑤各種補助金(ものづくり補助金、持続化補助金等、事業再構築補助金)
⑥雇用関連の助成金(雇用調整助成金等)
⑦販路開拓支援 ⑧納税猶予制度 ⑨社会保険料支払猶予制度
⑩利用していない
⑪その他 (_____)

3-1 回答欄

3-2. 施策を利用した方にお伺いします。

その施策を知った主なきっかけをお伺いします。(複数回答可)

- ①商工会 ②金融機関 ③顧問税理士等 ④省庁・自治体のHP等
⑤その他 (_____)

3-2 回答欄

3-3. コロナの影響はどの程度期間ありましたか。(1つ選択)

- ①半年以内で改善した ②半年～1年以内で改善した
③現在も影響がでている ④その他 (_____)

3-3 回答欄

問4. ポストコロナを見据えた経営方針についてお伺いします。

4-1. 新規事業(新たなビジネスモデル)への取組についてお伺いします。(1つ選択)

- ①新規事業に取り組んでいる ②新規事業に取り組む予定はない
③新規事業に取り組みたいが、まだ、取り組んでいない
④その他 (_____)

4-1 回答欄

4-2. 問4-1で①と答えた方にお伺いします。

新規事業はどのような取り組みですか。(1つ選択)

- ①新製品・商品開発 ②新サービスの開発 ③製造方法の改善
④商品・サービスの提供方法の改善 ⑤新市場への展開 ⑥製品開発・業務効率化のための設備投資 ⑦IT環境の整備 ⑧BCPなどの対策マニュアルの作成・整備 ⑨サプライチェーンの毀損への対応 ⑩巣ごもり需要に合わせた新規事業の開拓 ⑪その他 (_____)

4-2 回答欄

IV HACCP^{※1}(ハサップ)に沿った衛生管理の制度化についてお伺いします。

※1 HACCPとは、食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因(ハザード)を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去又は低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法です。

問1. 令和3年6月1日から、原則としてすべての食品等事業者の皆様にHACCPに沿った衛生管理衛生管理の実施が義務付けられましたが、実施していますか。(1つ選択)

- ①している ②していない

1 回答欄

問1-2 問1で②と答えた事業所にお伺いします。対応していない理由はどんな理由ですか。

- ①制度を知らなかった ②対策する予定はない
③現段階で対策していないが、今後対策予定である

1-2 回答欄

V 商工会に求める支援策について

商工会に求める支援策や要望について、ご自由にお書きください。

VI これまでの質問項目やその他、商工会に対するご意見・ご要望があればご記入ください。
