

# 中小企業の「売上」に関する アンケート調査報告

平成29年8月1日

広報統括室

## 目 次

中小企業アンケート調査概要	1
調査対象企業の分類（業種・従業員数・地域）	2
調査結果	3
1. 単純集計	3
2. 業種別集計	5
①売上が伸びていない理由	5
②売上拡大に向けた対策	7
③売上拡大に向けた今後の対策	10
④売上拡大に向けた課題	13
3. 業種別比較	16
4. 大都市エリア・地域エリア	17

## 中小企業の「売上」に関するアンケート 調査概要

### 1. 実施期間

平成 29 年 6 月 28 日（水）～7 月 10 日（月）

### 2. 調査対象

- ・ 中小機構メルマガ会員（中小企業経営者等）約 37,000 人
- ・ 有効回答企業数 1,004 社

### 3. アンケート方法

インターネット調査

### 4. 質問内容

Q 1 : 現在の売上は 1 年前と比べていかがですか。

Q 2 : 売上が「横ばい」または「下がった」の理由は何だと思われますか。

Q 3 : 売上拡大に向けた対策として何を実行していますか。

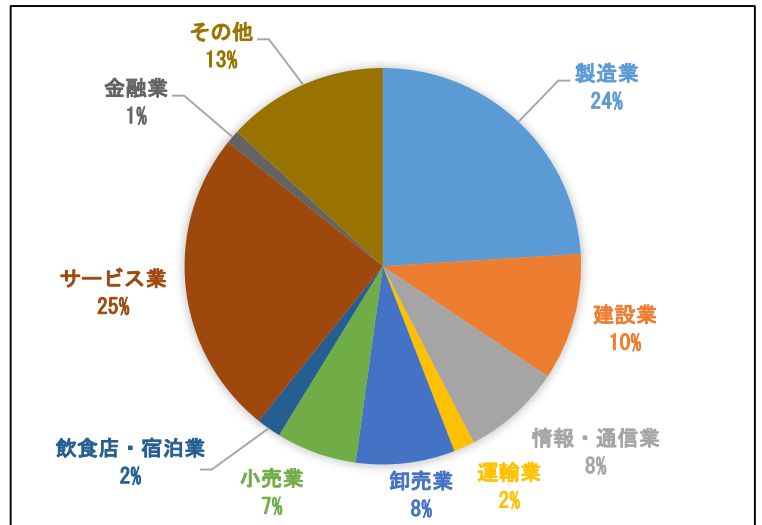
Q 4 : 売上拡大に向けた対策として今後、何を実行したいですか。

Q 5 : 売上拡大に取り組むにあたっての課題は何ですか。

調査対象企業の分類 (n=1,004)

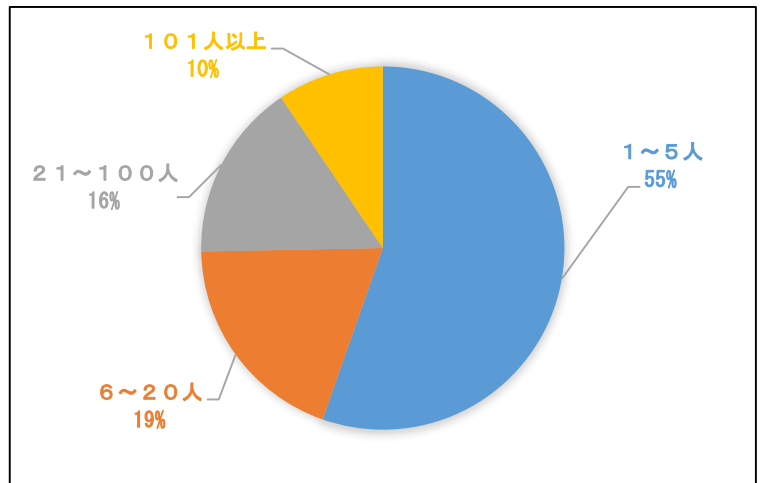
■業種

製造業	241
建設業	104
情報・通信業	81
運輸業	17
卸売業	81
小売業	66
飲食店・宿泊業	20
サービス業	251
金融業	11
その他	132
合計	1,004



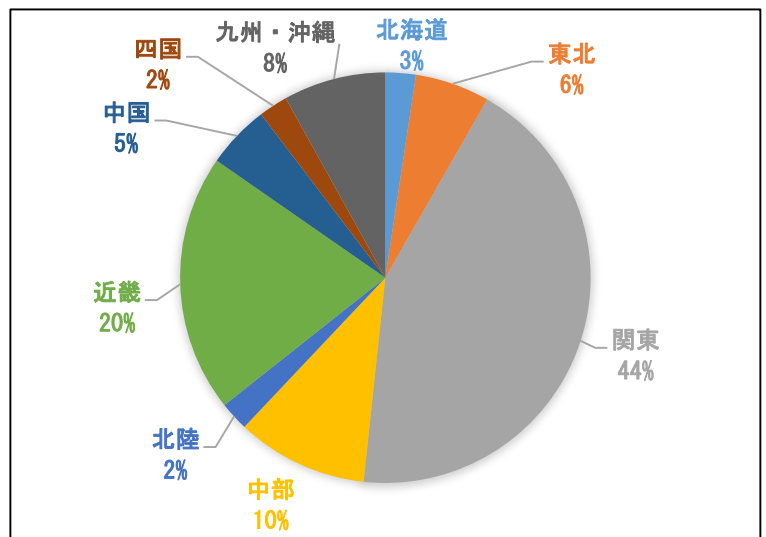
■従業員数

1～5人	556
6～20人	194
21～100人	159
101人以上	95
合計	1,004



■地域

北海道	24
東北	59
関東	436
中部	104
北陸	23
近畿	204
中国	50
四国	23
九州・沖縄	81
合計	1,004

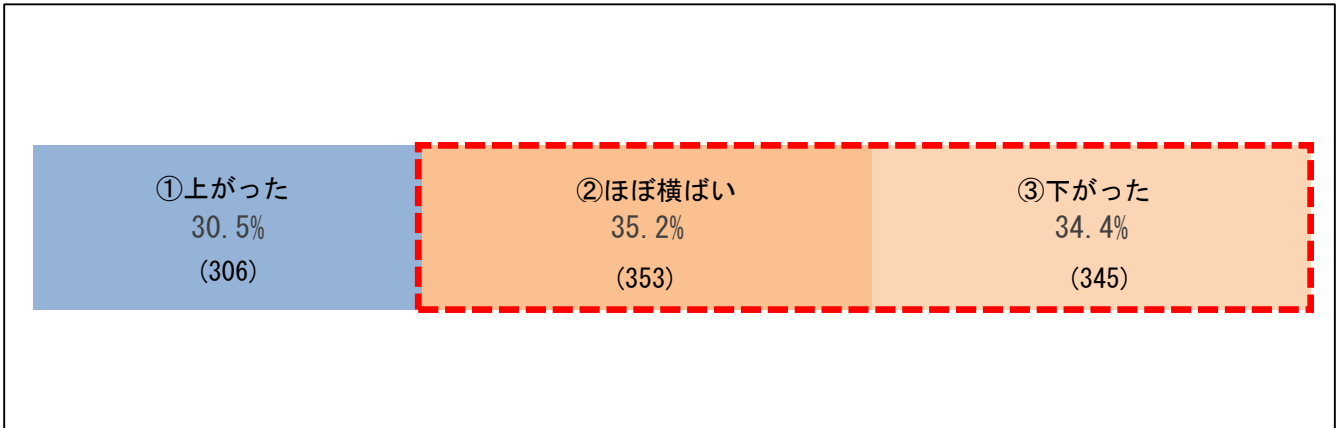


## <調査結果>

### 1. 単純集計

#### Q 1. 現在の売上は1年前と比べていかがですか。(n=1,004)

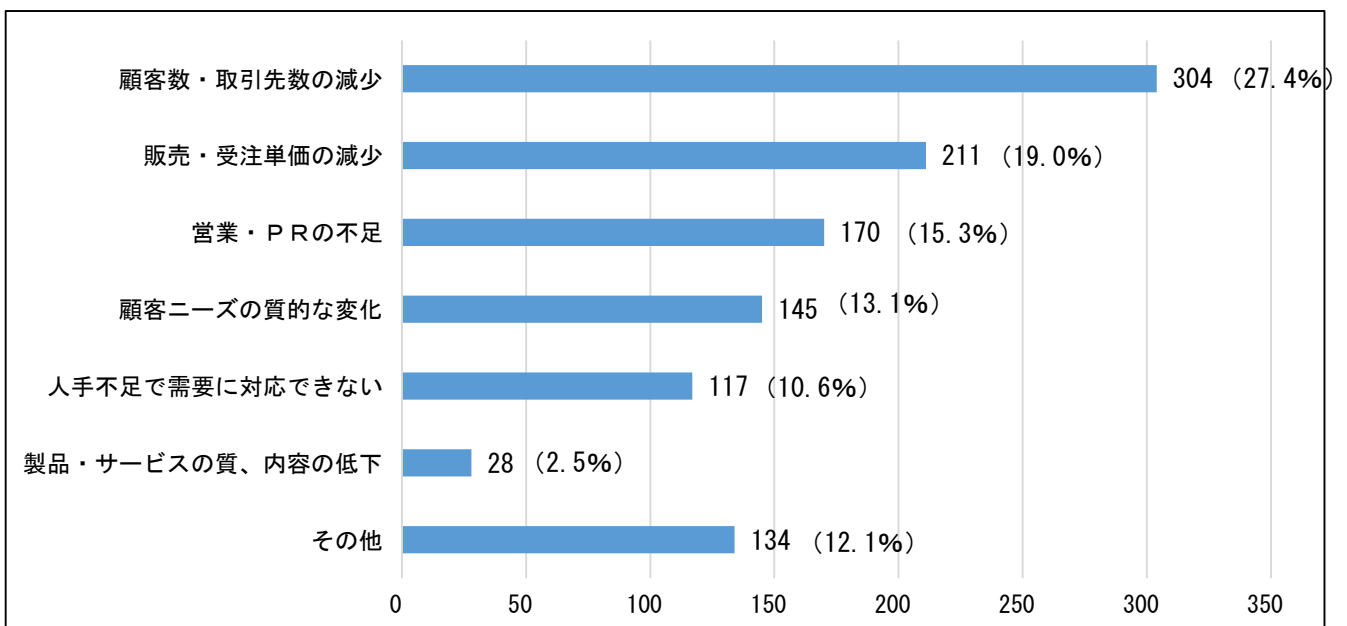
「ほぼ横ばい」、「下がった」という中小企業が全体の7割を占める。



<Q 1で「②ほぼ横ばい」または「③下がった」と回答された方のみにお聞きします。>

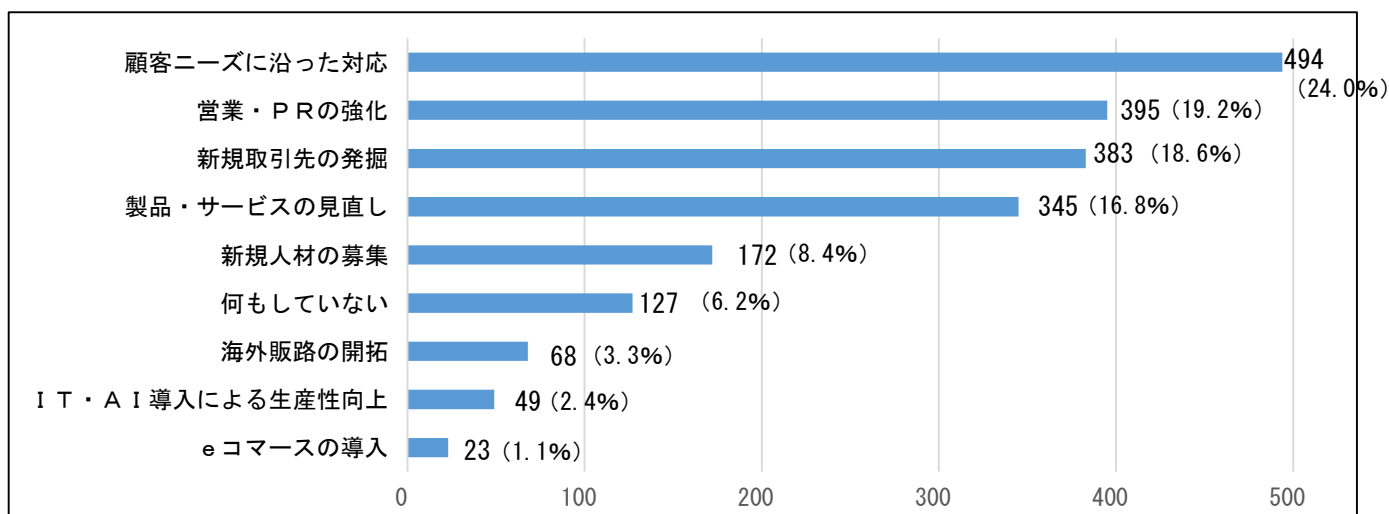
#### Q 2. 「横ばい」または「下がった」の理由は何だと思われますか(複数回答)。(n=698)

「顧客数・取引先数の減少」、「販売・受注単価の減少」が全体の5割弱を占める。



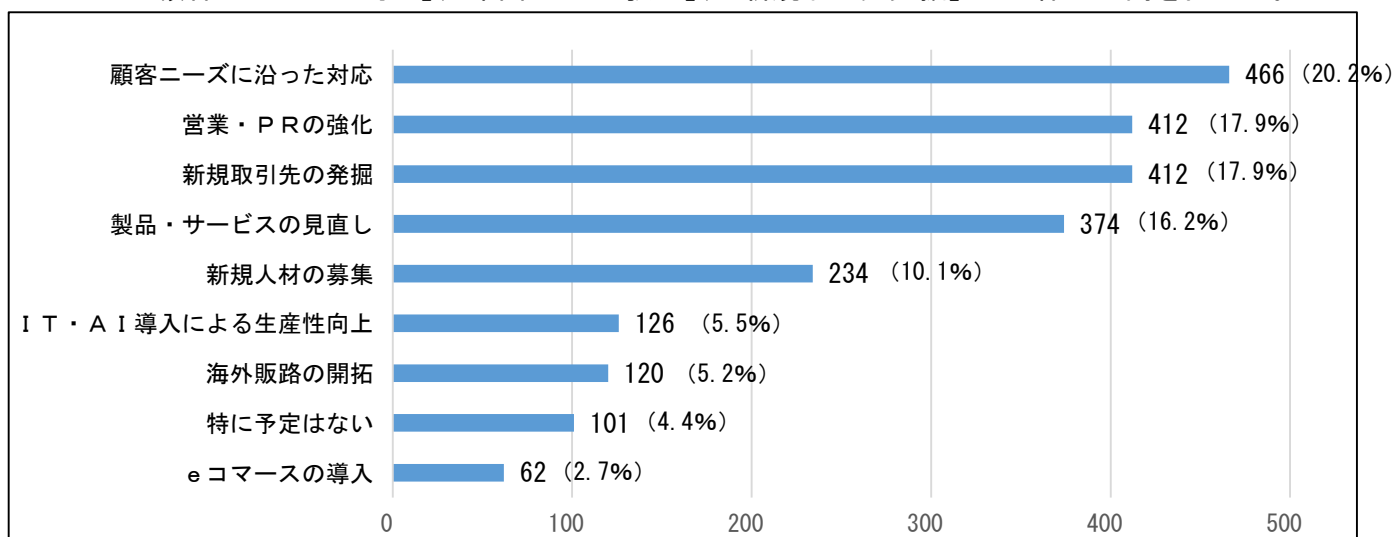
### Q 3. 売上拡大に向けた対策として何を実行していますか。(複数回答) (n=1,004)

「顧客ニーズへの対応」、「営業・PR強化」、「新規取引先発掘」で全体の6割を占める。



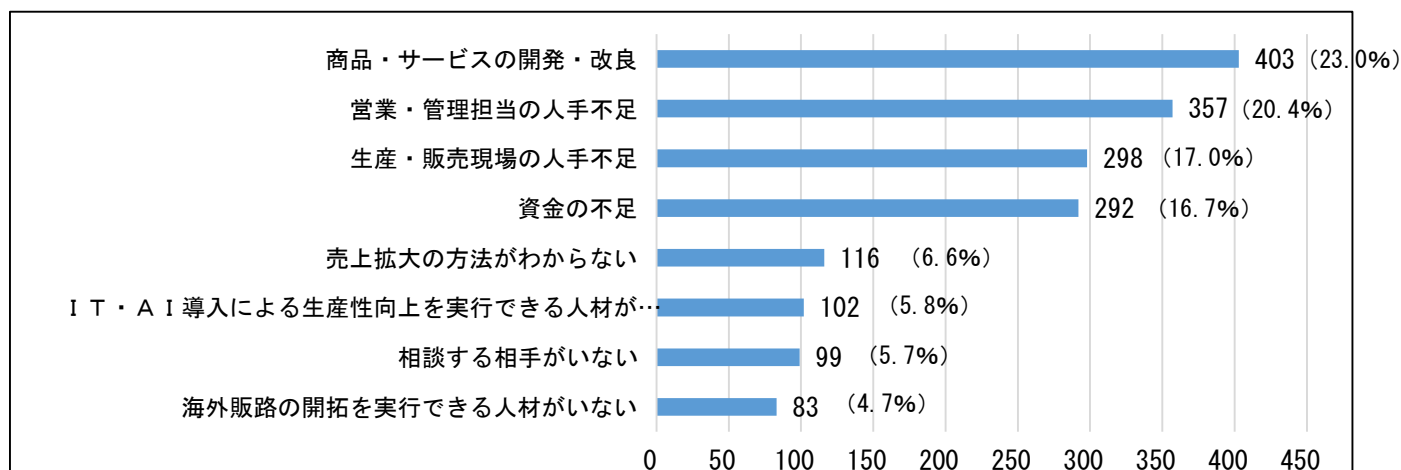
### Q 4. 売上拡大に向けた対策として今後、何を実行したいですか。(複数回答) (n=1,004)

「顧客ニーズへの対応」、「営業・PR強化」、「新規取引先発掘」で全体の6割を占める。



### Q 5. 売上拡大に取り組むにあたっての課題は何ですか。(複数回答) (n=1,004)

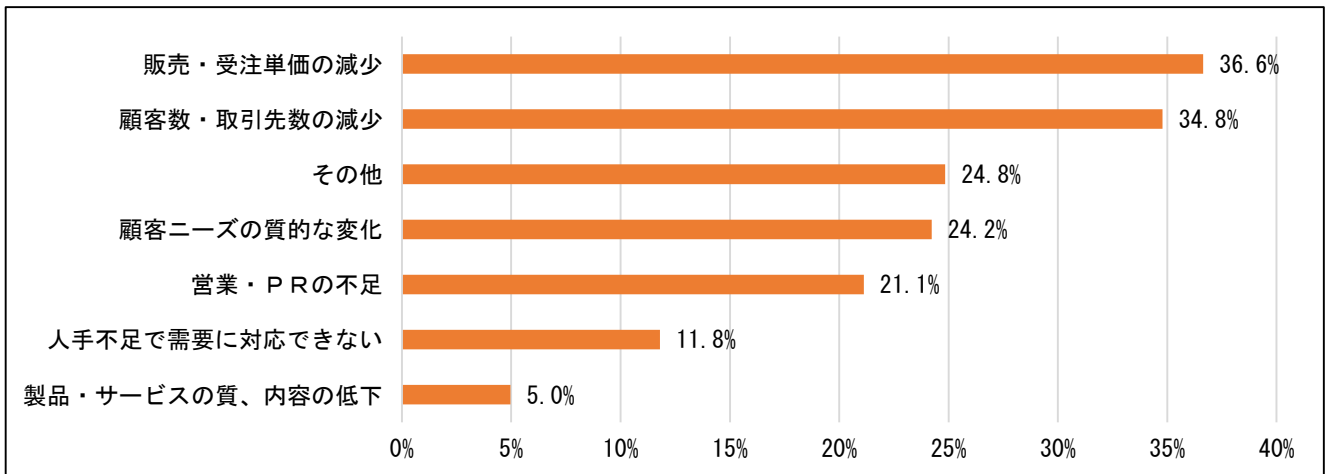
課題は「商品・サービスの開発・改良」、「営業・管理担当の人手不足」、「生産、販売現場の人手不足」、「資金の不足」が多くなっている。



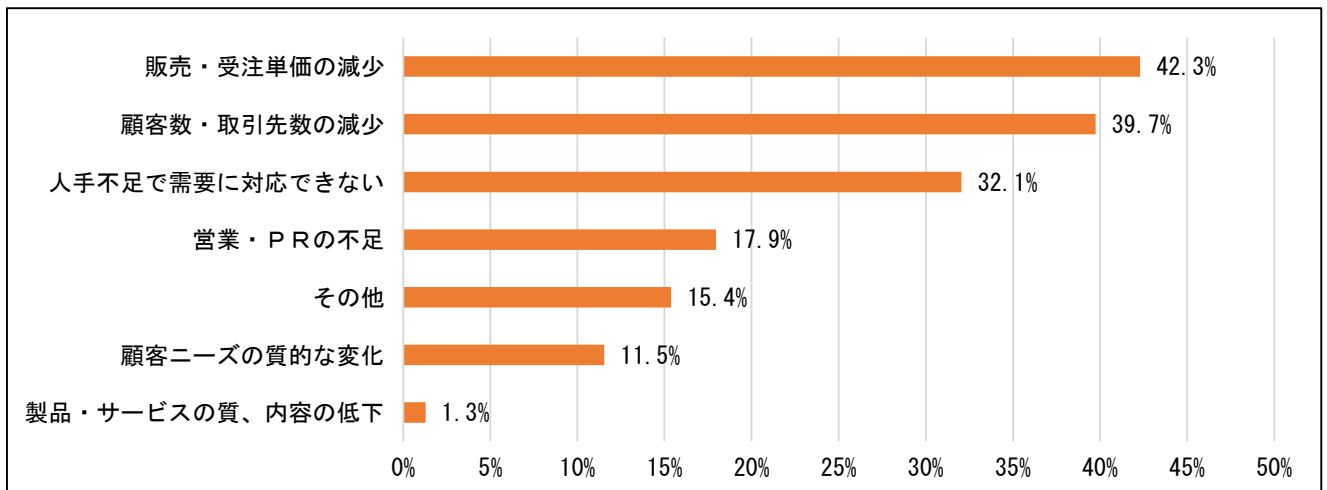
## 2. 業種別集計

### ①売上が伸びていない理由（Q2.「横ばい」または「下がった」の理由は何だと思われますか。）

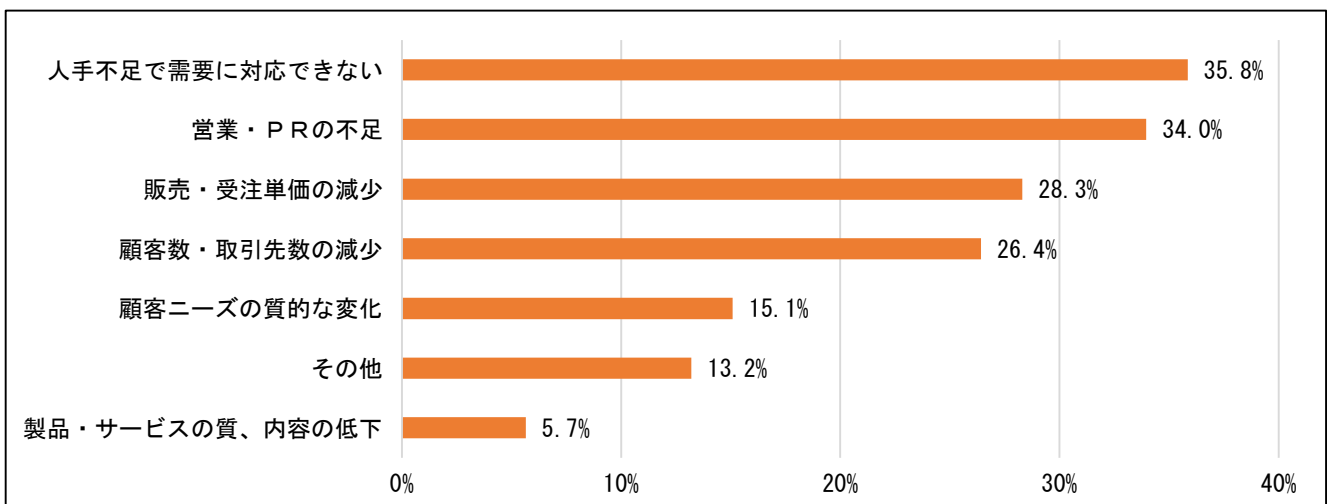
#### 1) 製造業



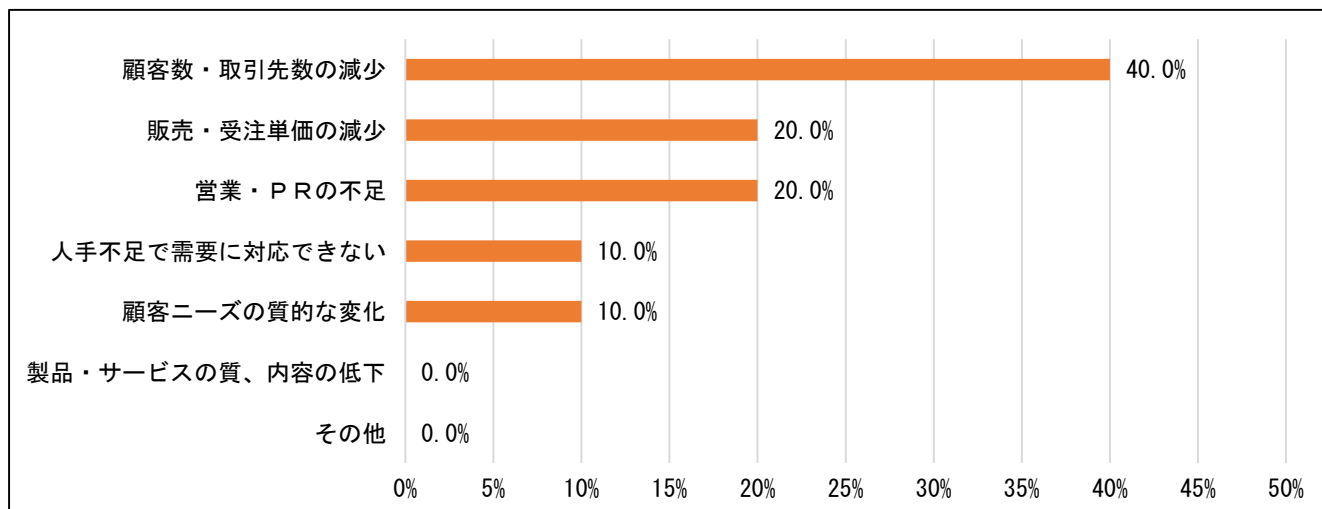
#### 2) 建設業



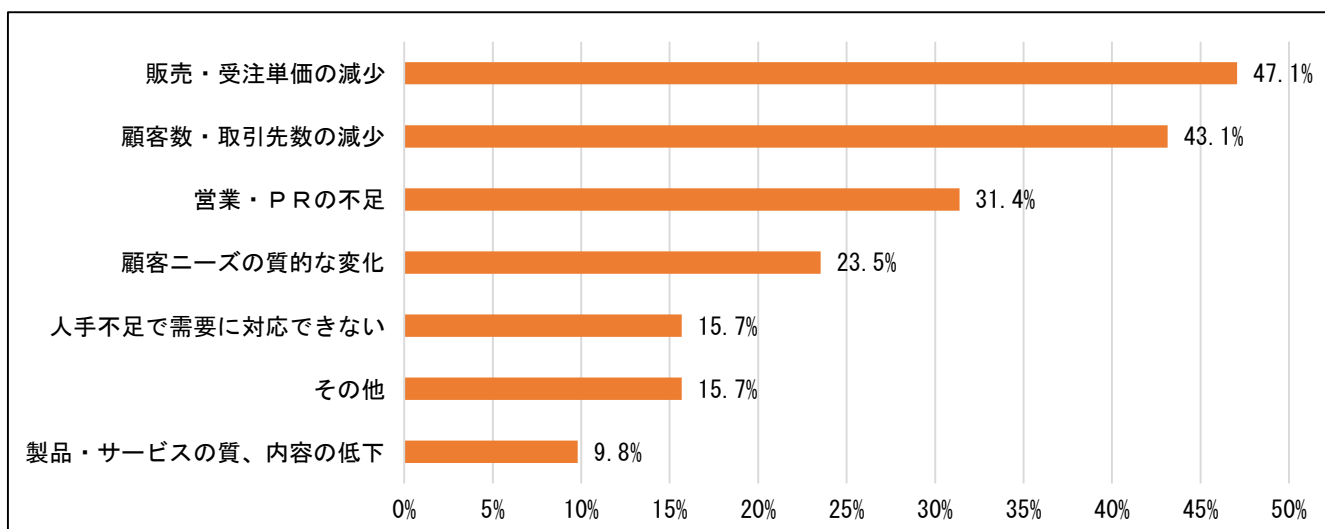
#### 3) 情報・通信業



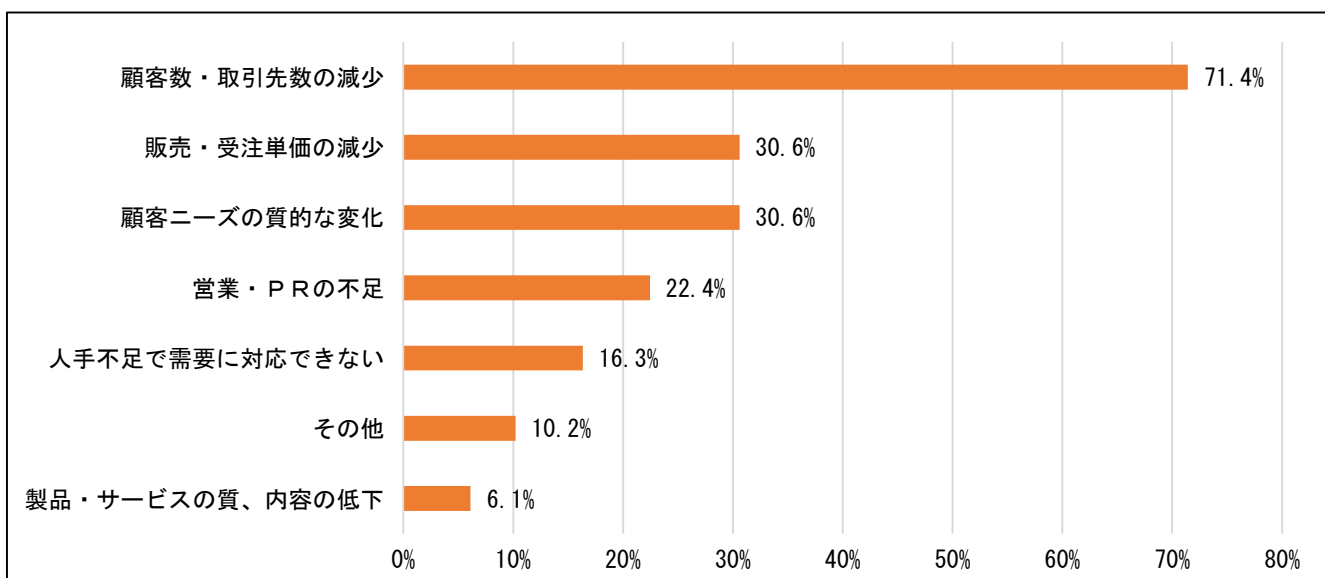
#### 4) 運輸業



#### 5) 卸売業

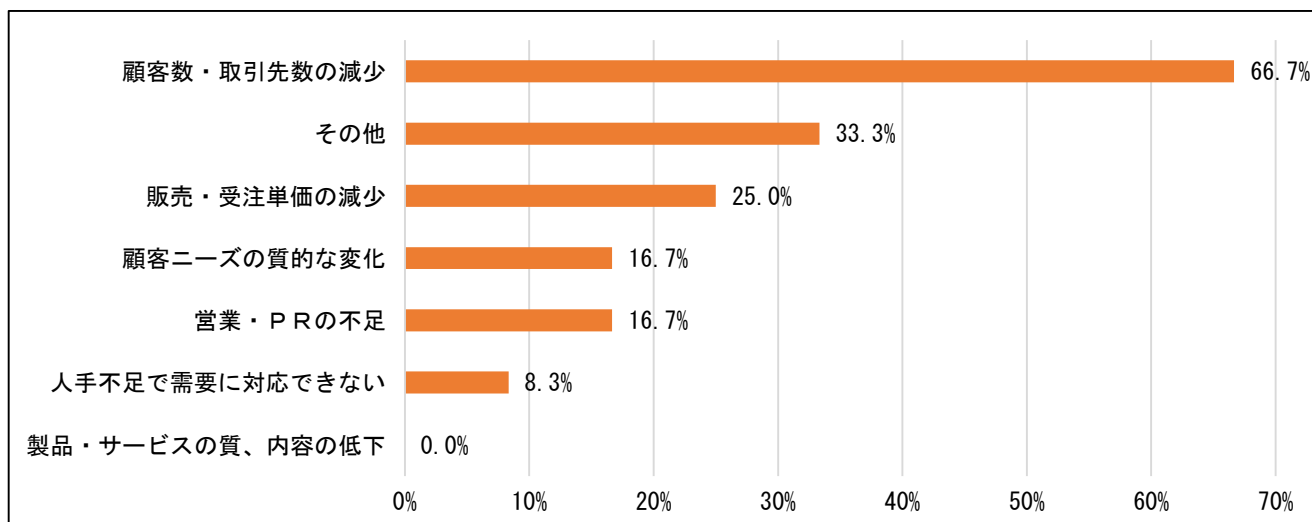


#### 6) 小売業

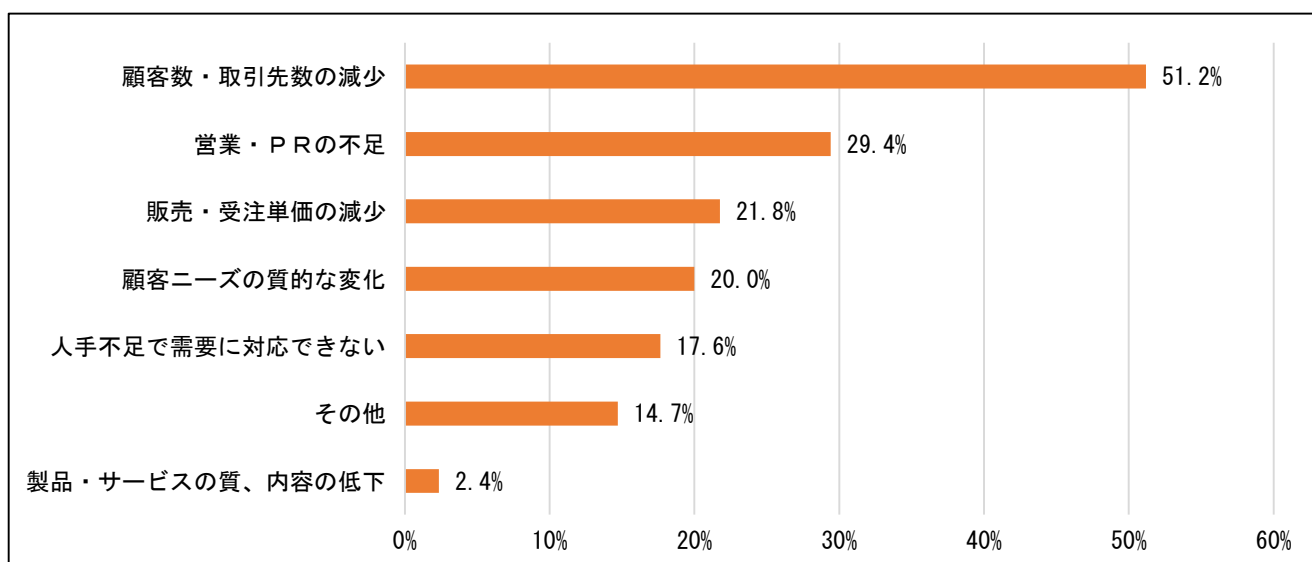




## 7) 飲食店・宿泊業

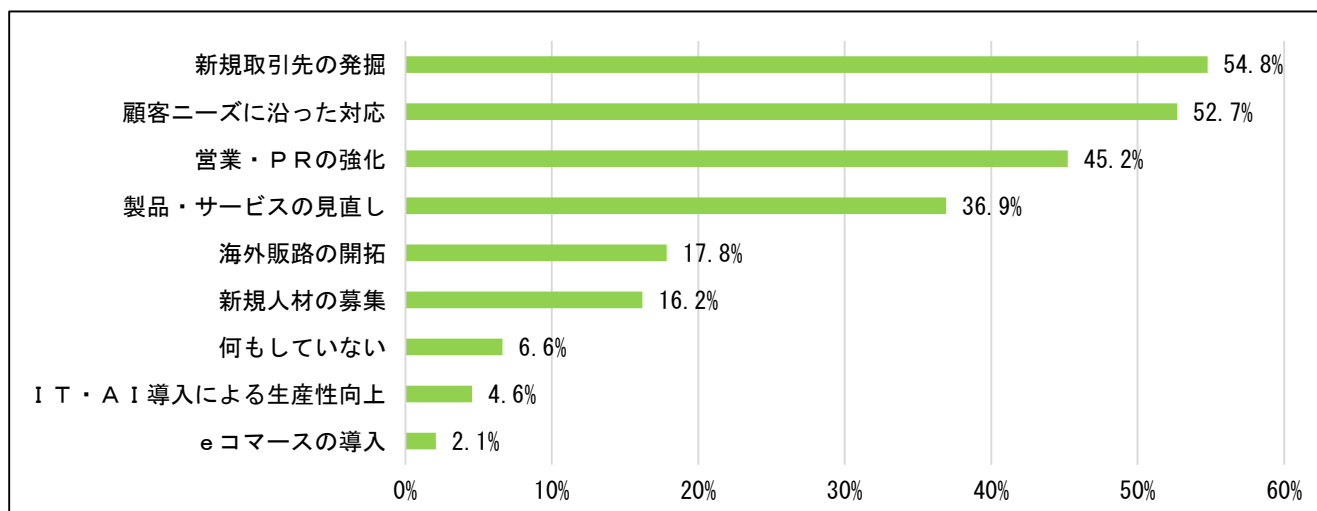


## 8) サービス業

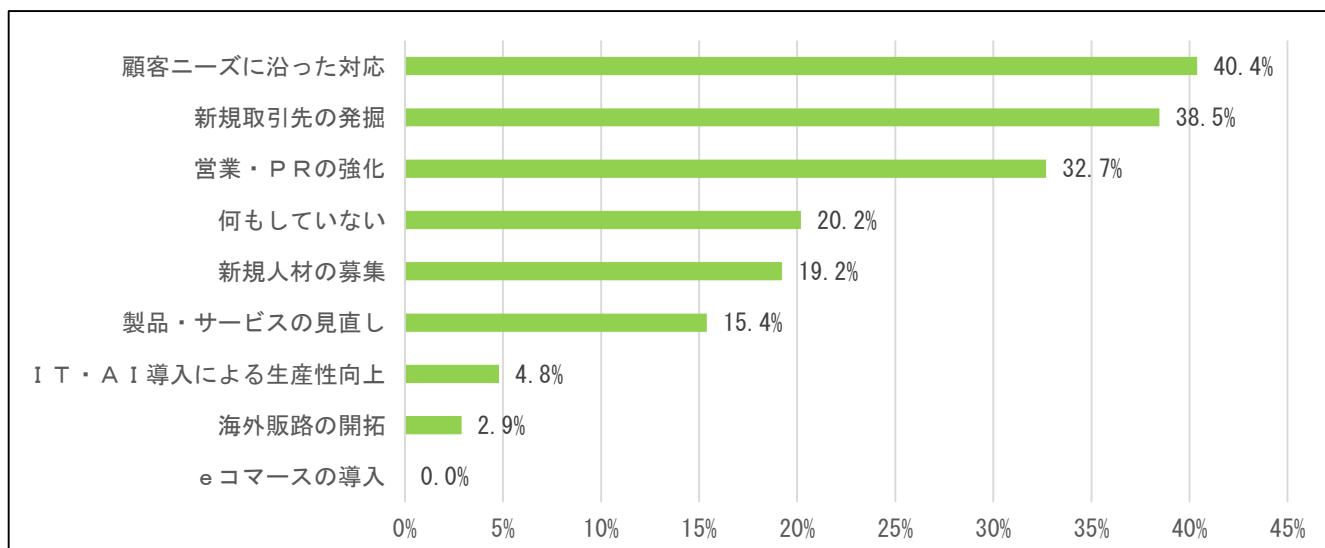


## ②売上拡大に向けた対策 (Q3. 売上拡大に向けた対策として何を実行していますか。)

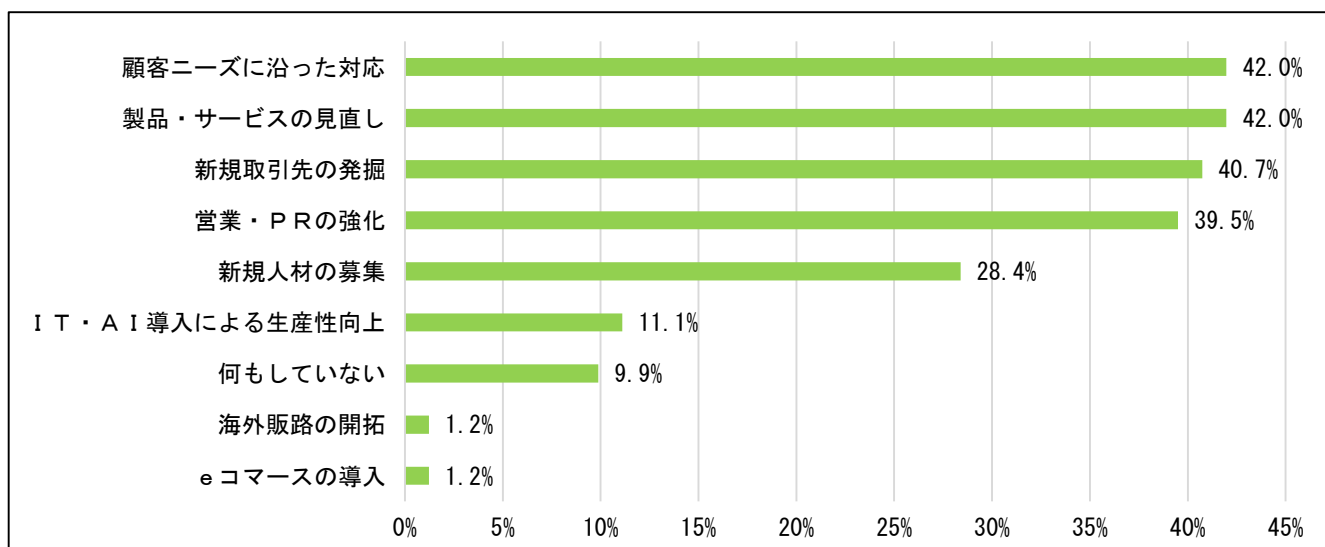
### 1) 製造業



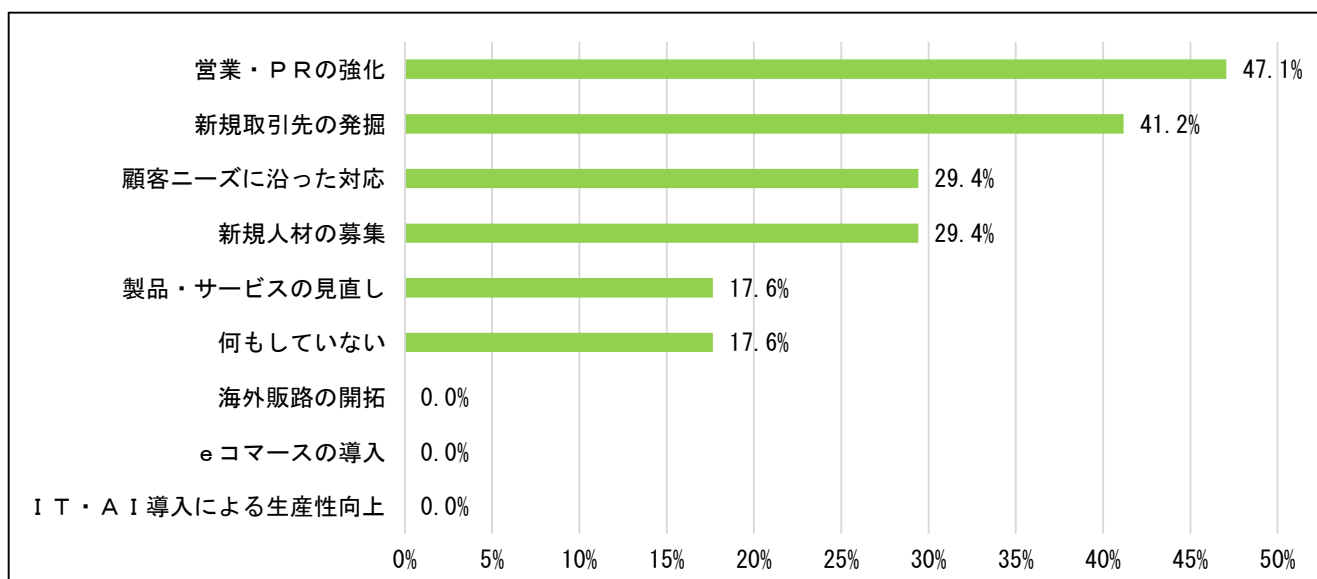
## 2) 建設業



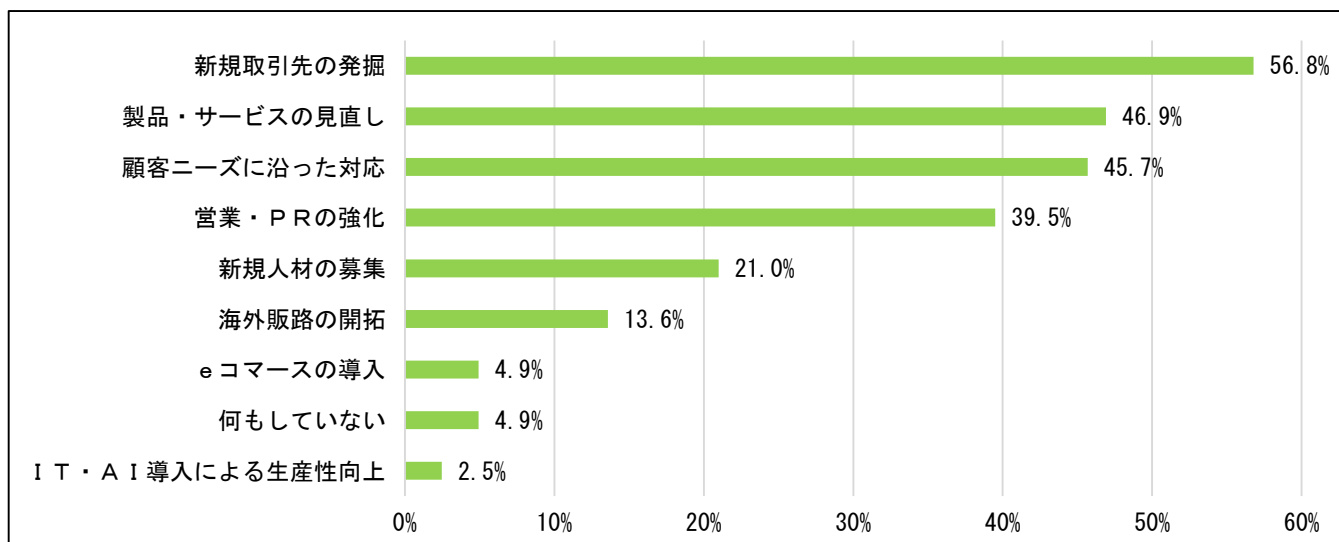
## 3) 情報・通信業



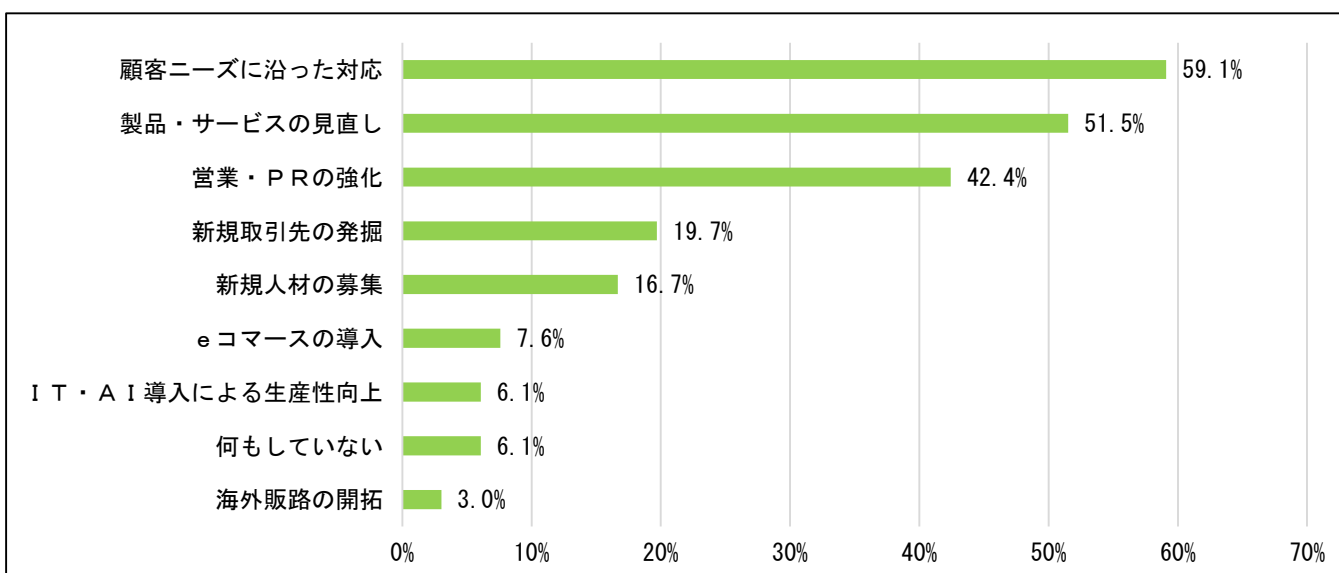
## 4) 運輸業



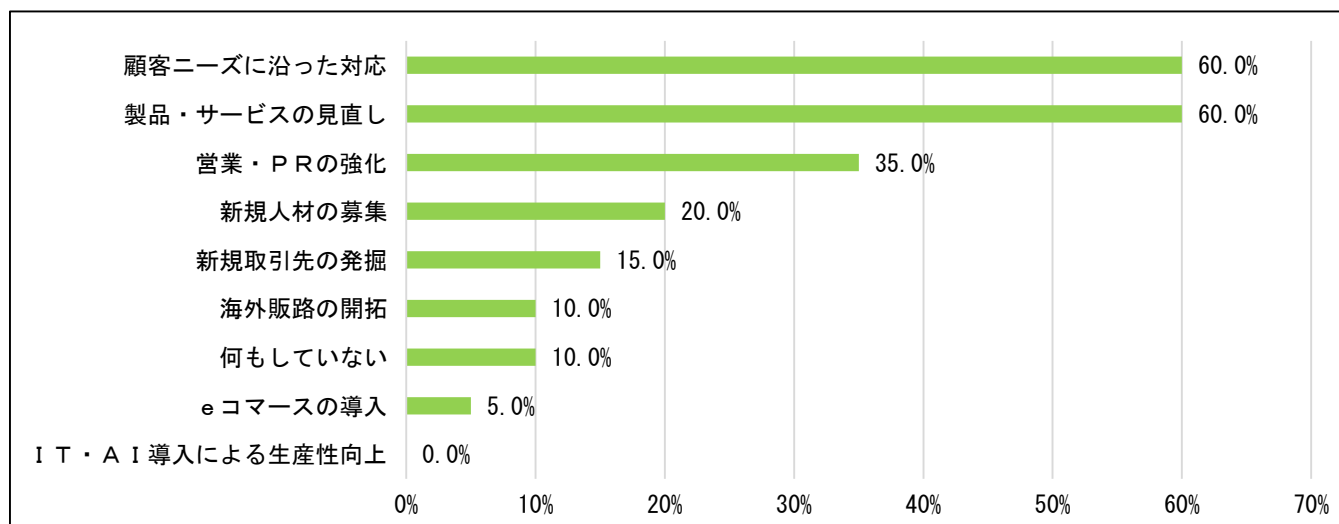
## 5) 卸売業



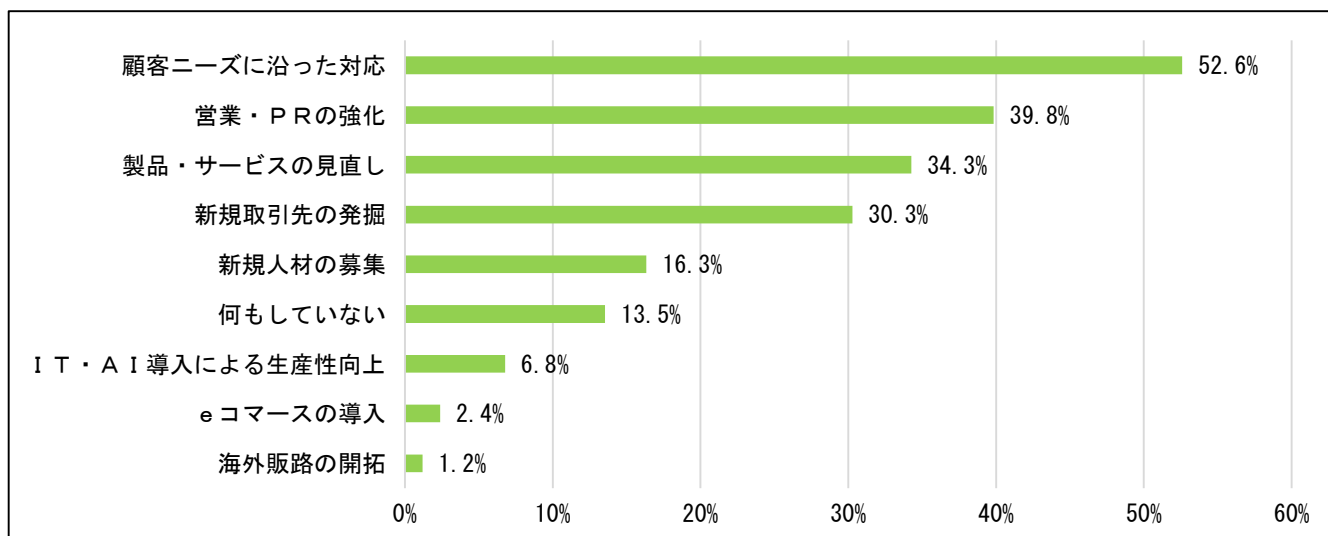
## 6) 小売業



## 7) 飲食店・宿泊業

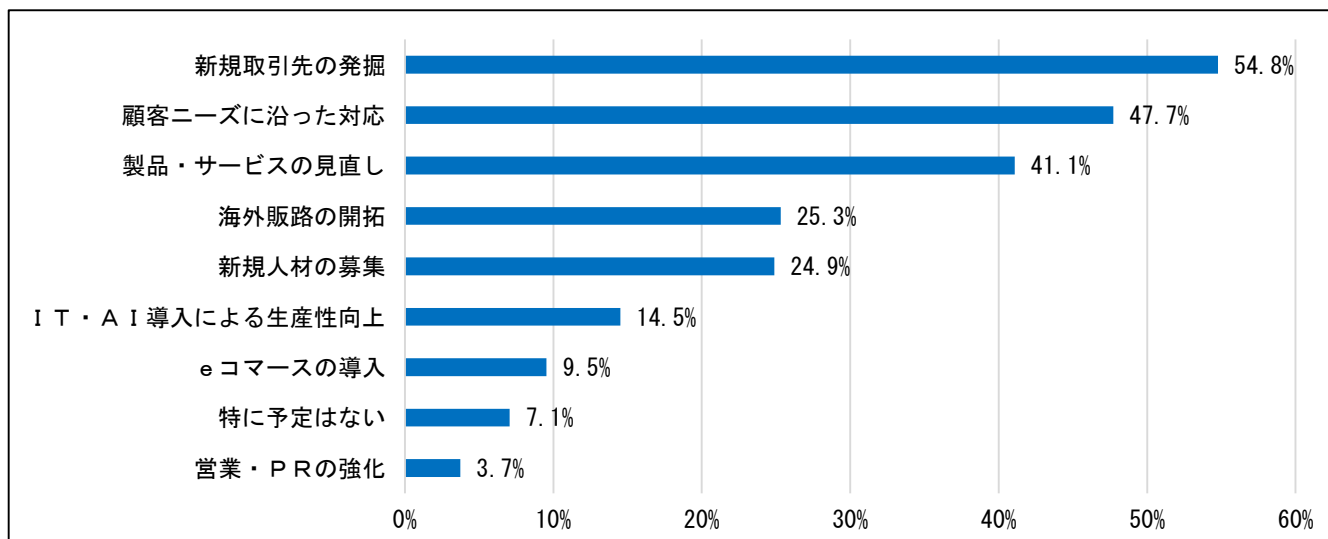


## 8) サービス業

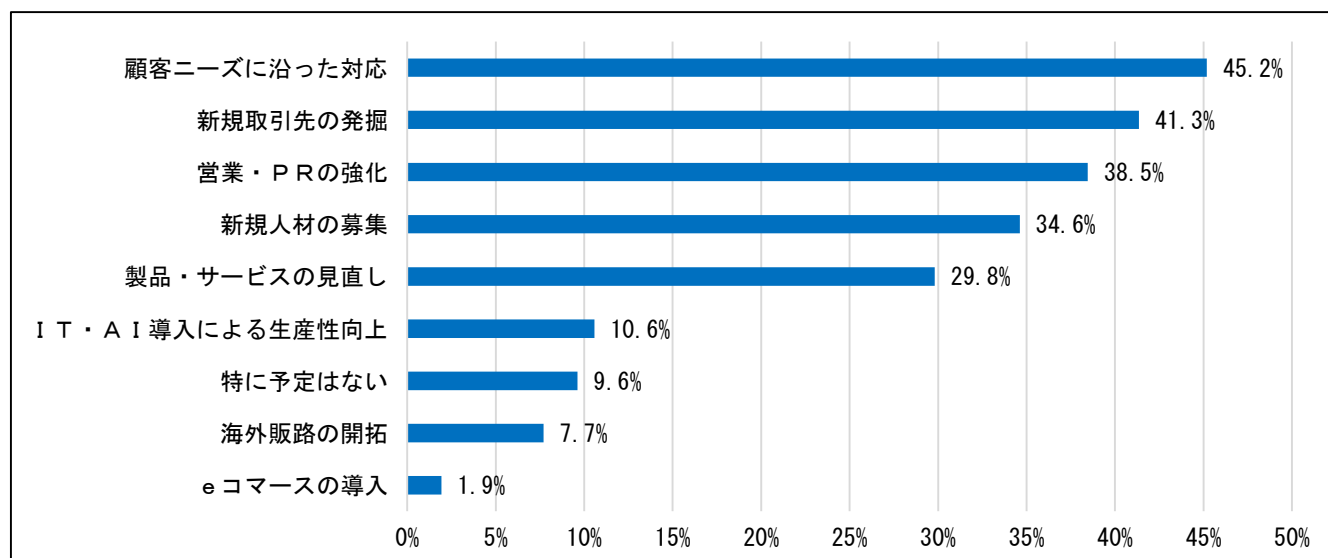


## ③売上拡大に向けた今後の対策 (Q4. 売上拡大に向けた対策として今後、何を実行したいですか。)

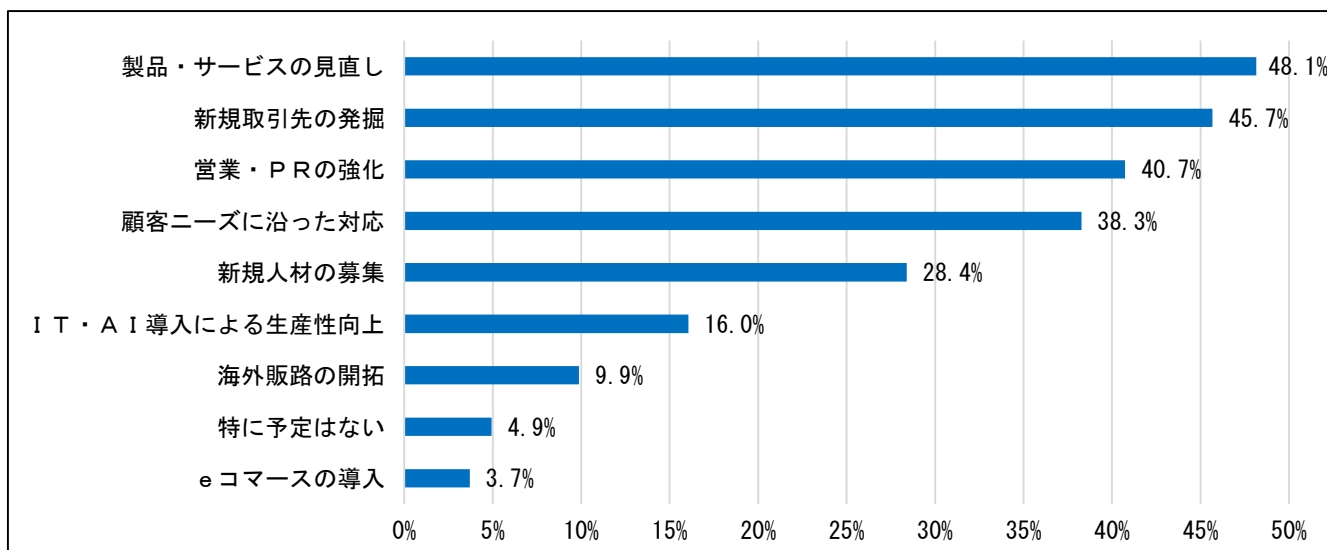
### 1) 製造業



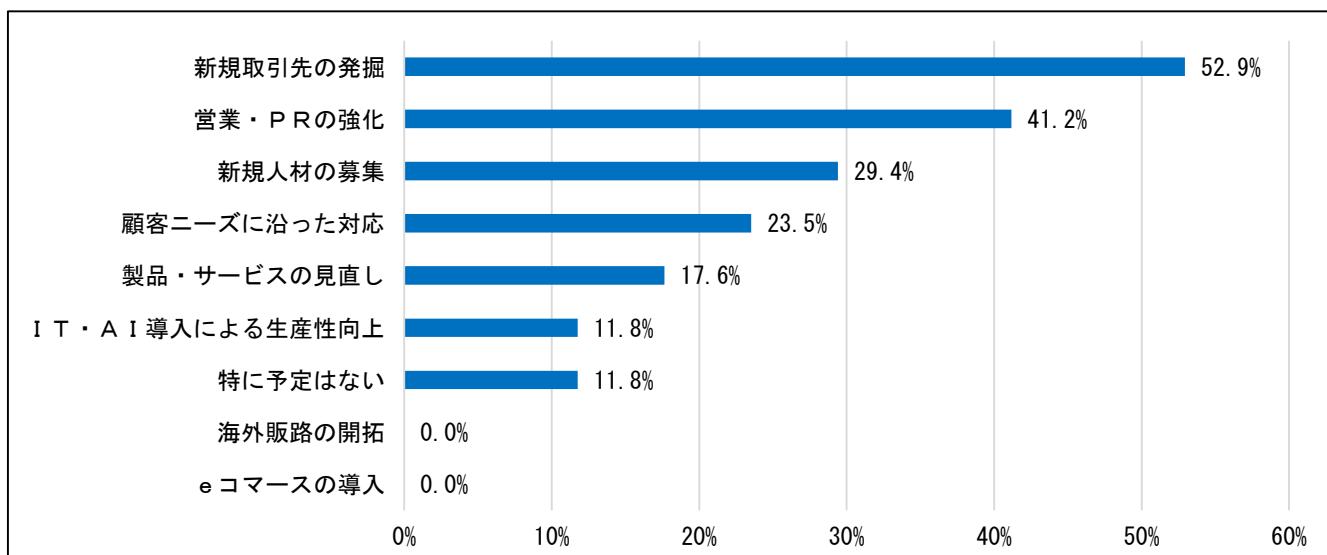
### 2) 建設業



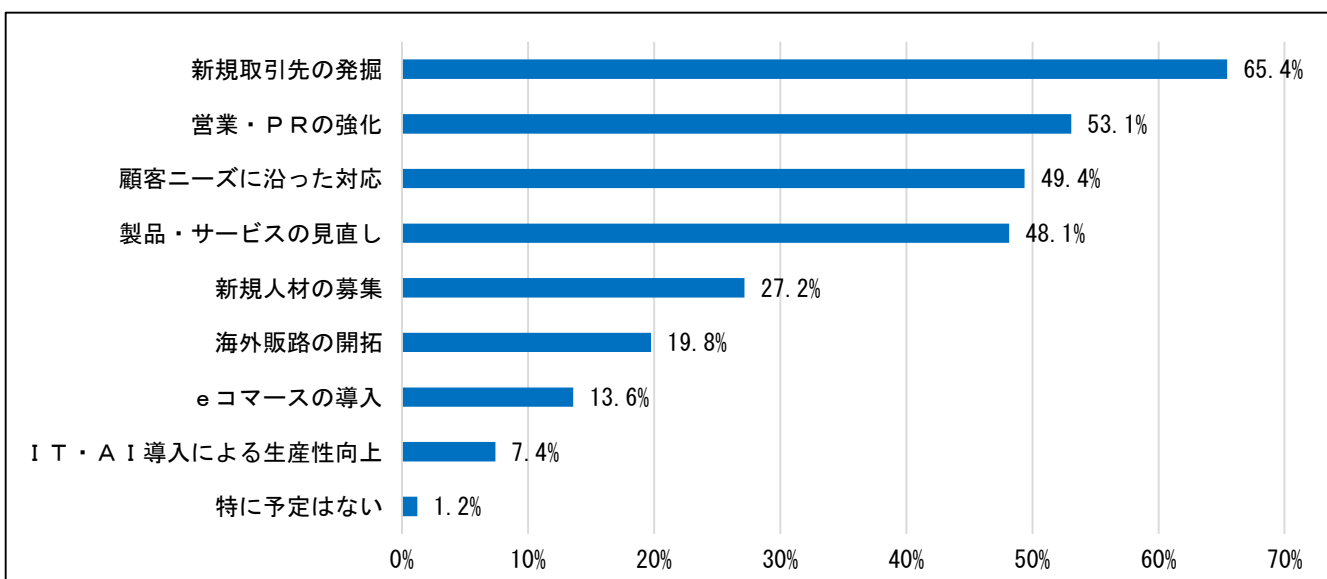
### 3) 情報・通信業



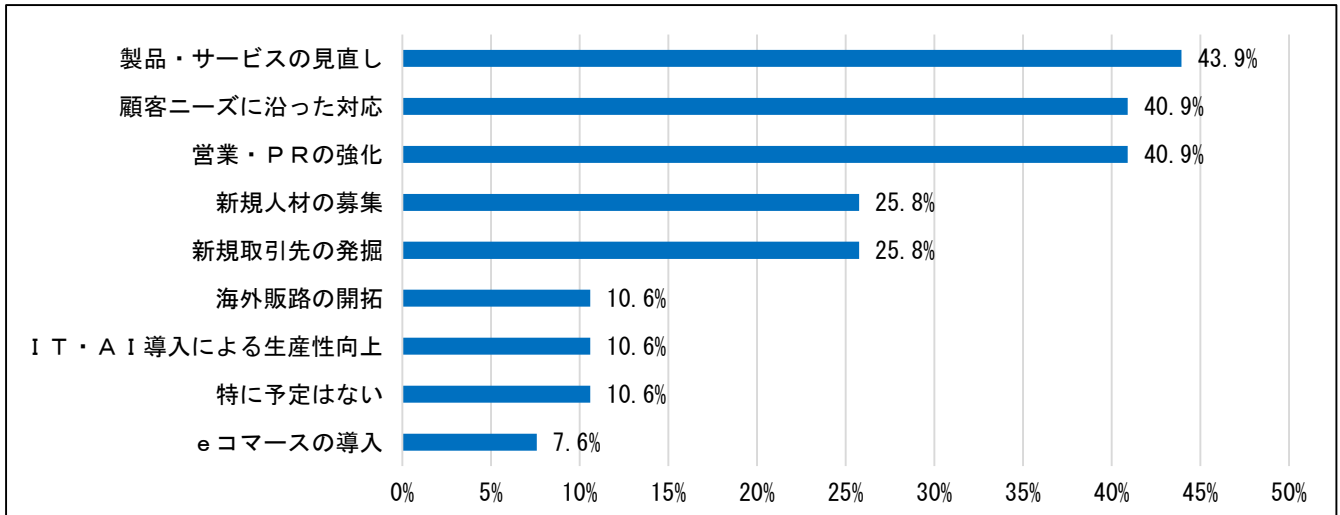
### 4) 運輸業



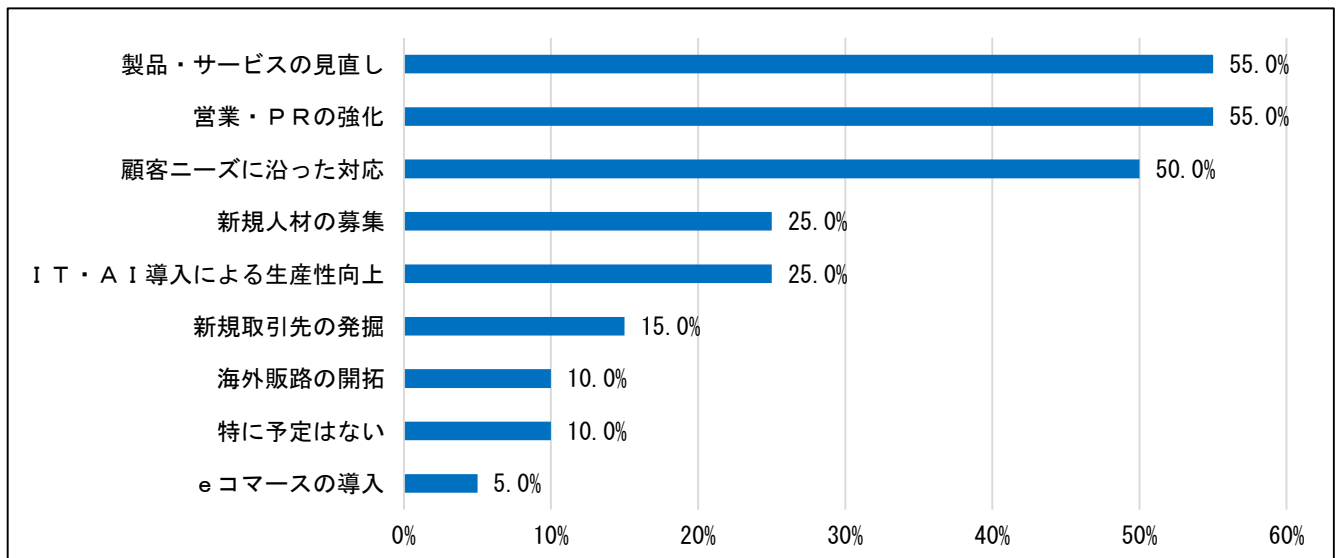
### 5) 卸売業



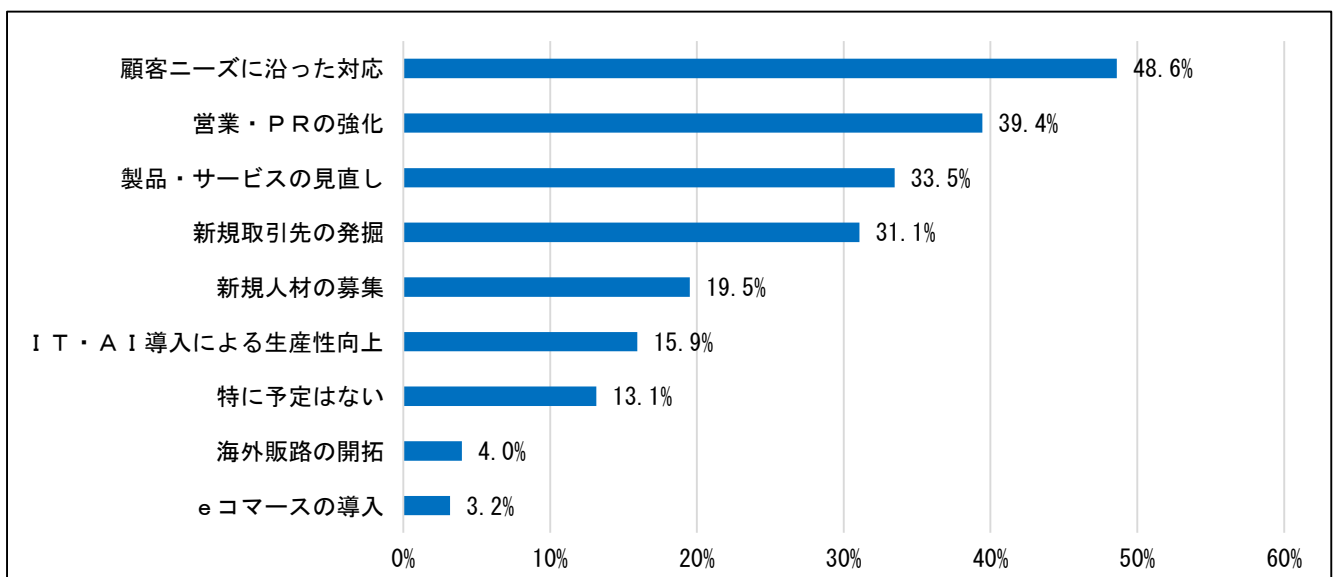
## 6) 小売業



## 7) 飲食店・宿泊業

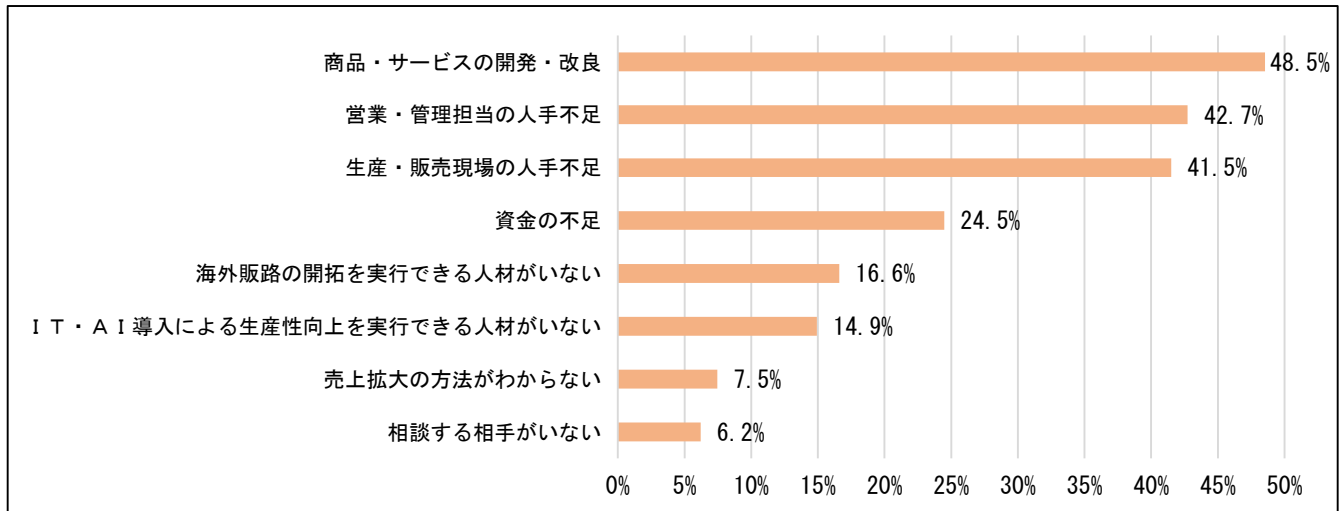


## 8) サービス業

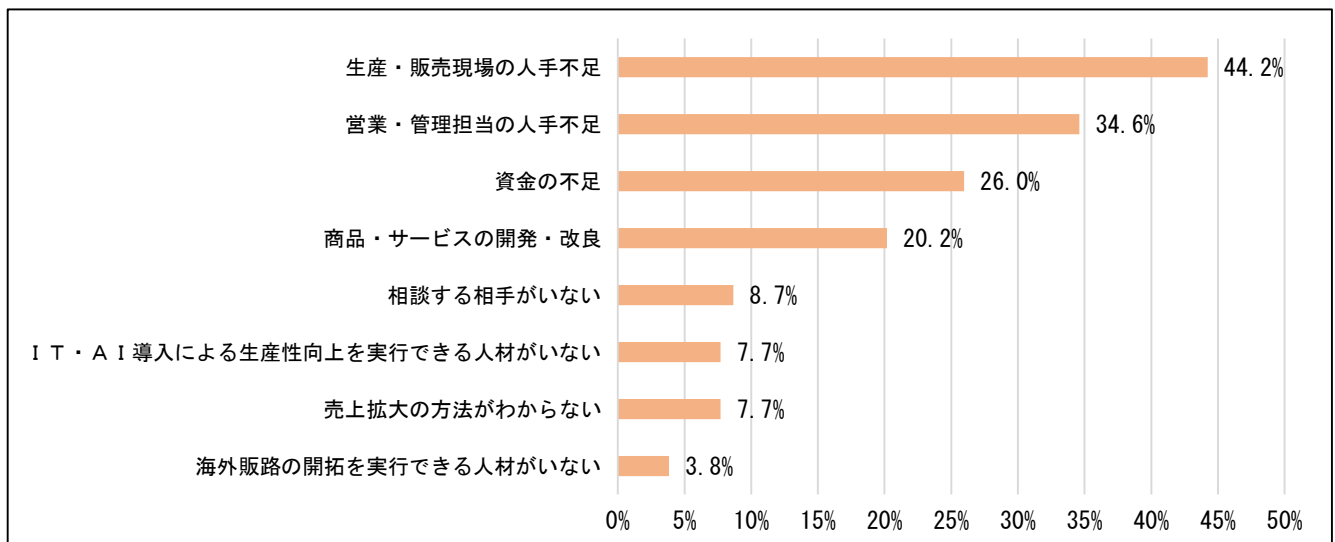


④売上拡大に向けた課題（Q5. 売上拡大に取り組むにあたっての課題は何ですか。）

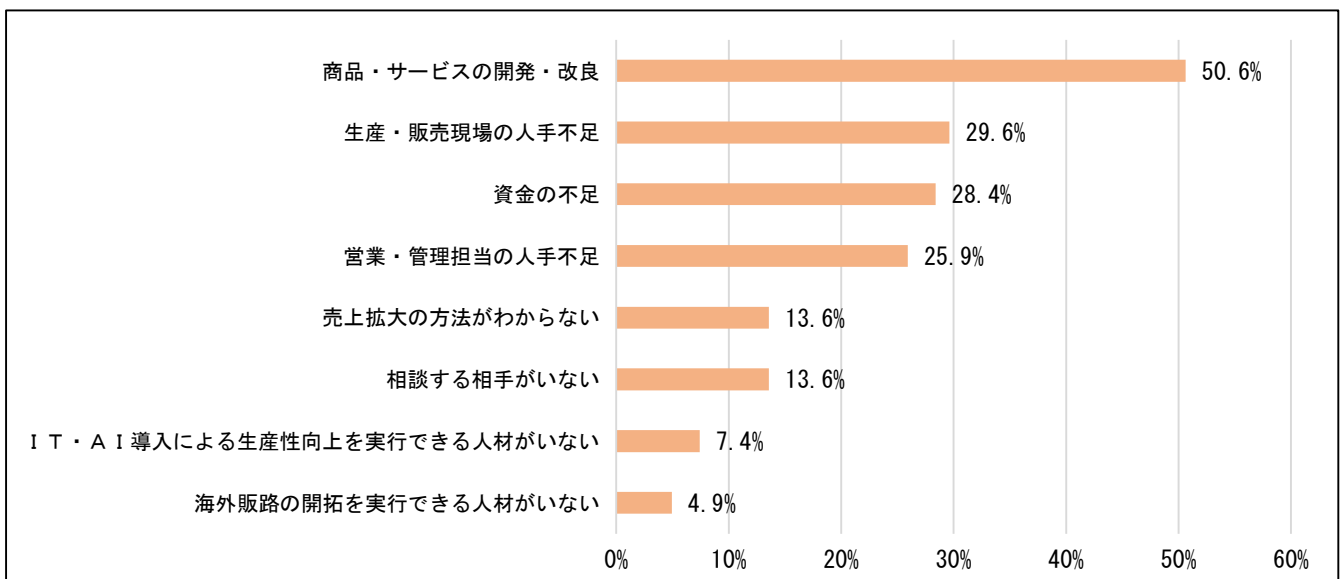
1) 製造業



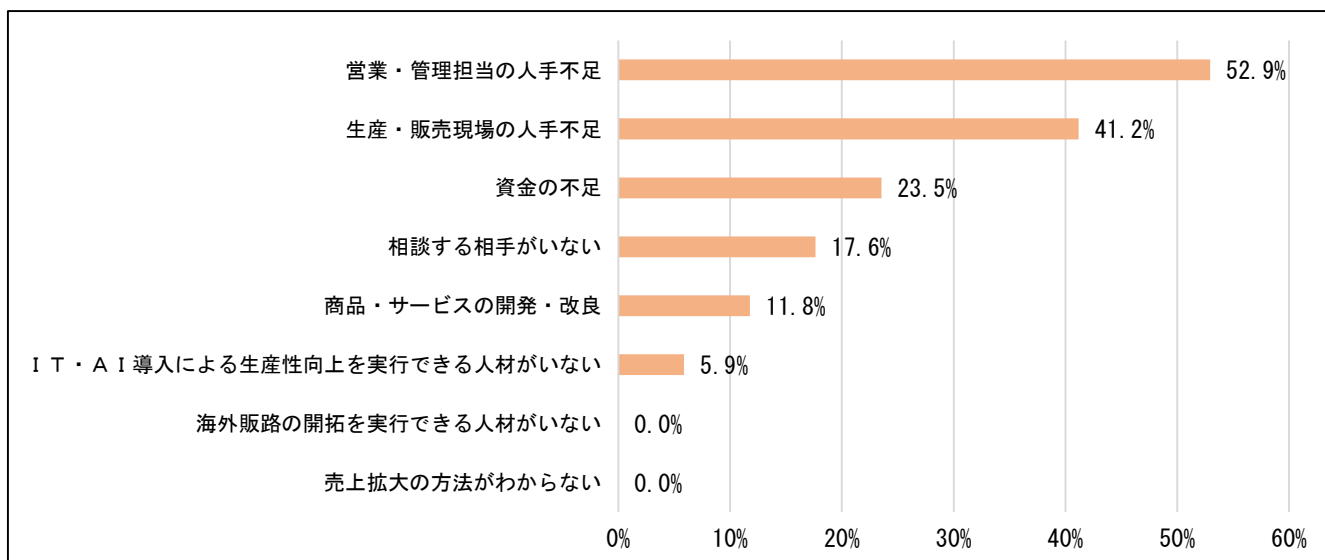
2) 建設業



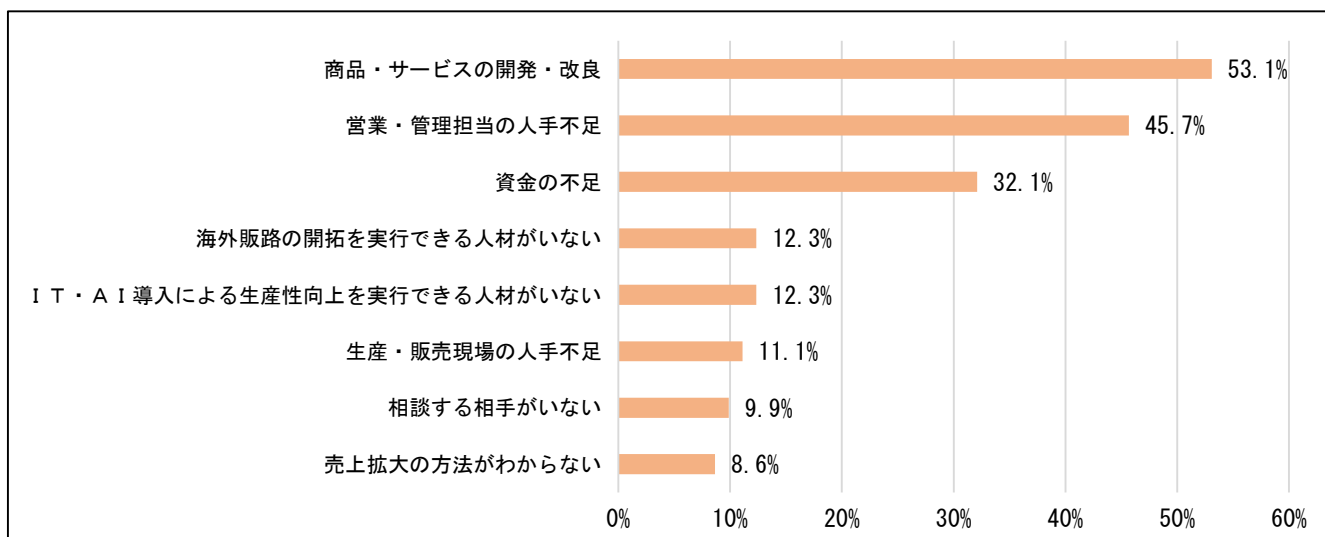
3) 情報・通信業



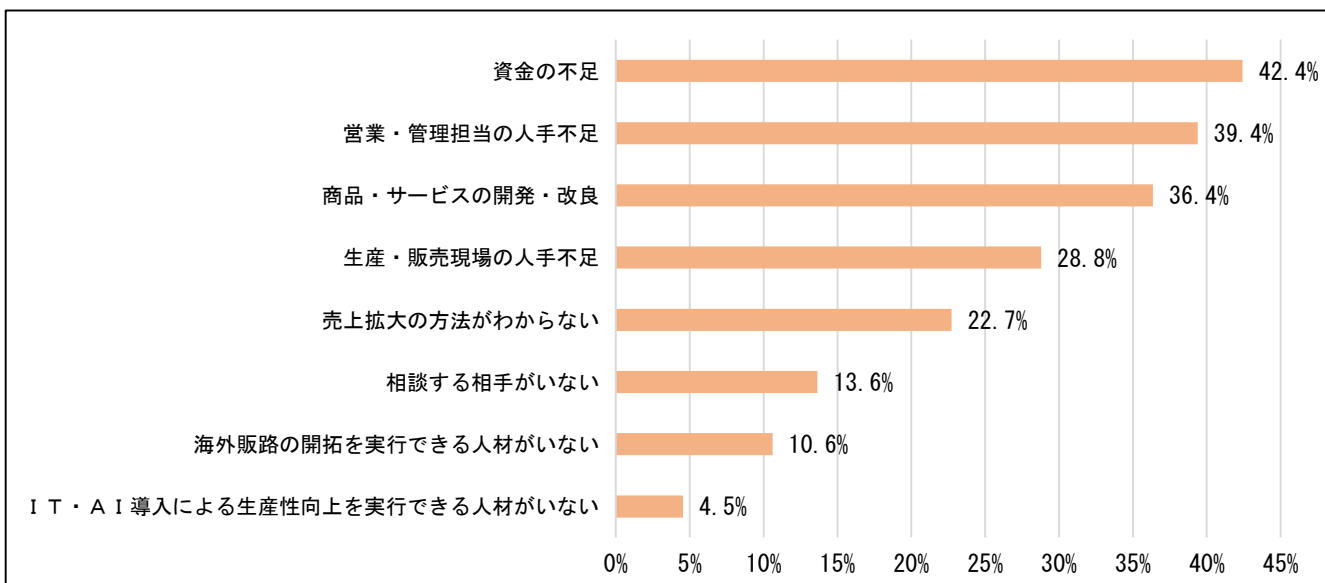
#### 4) 運輸業



#### 5) 卸売業

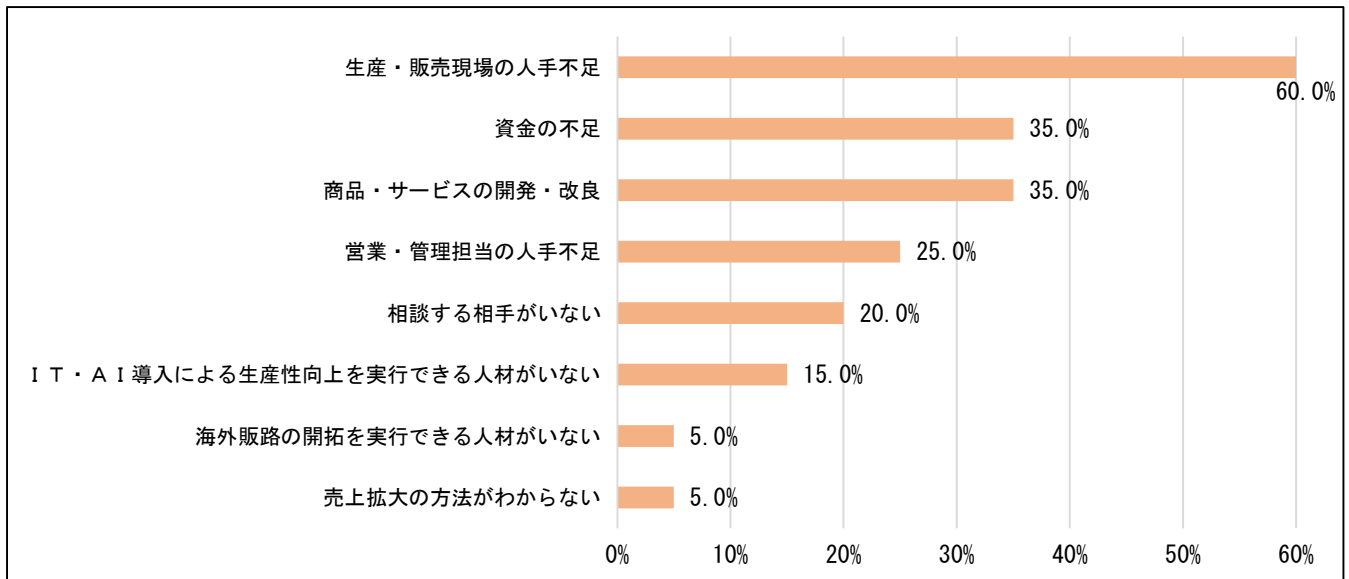


#### 6) 小売業

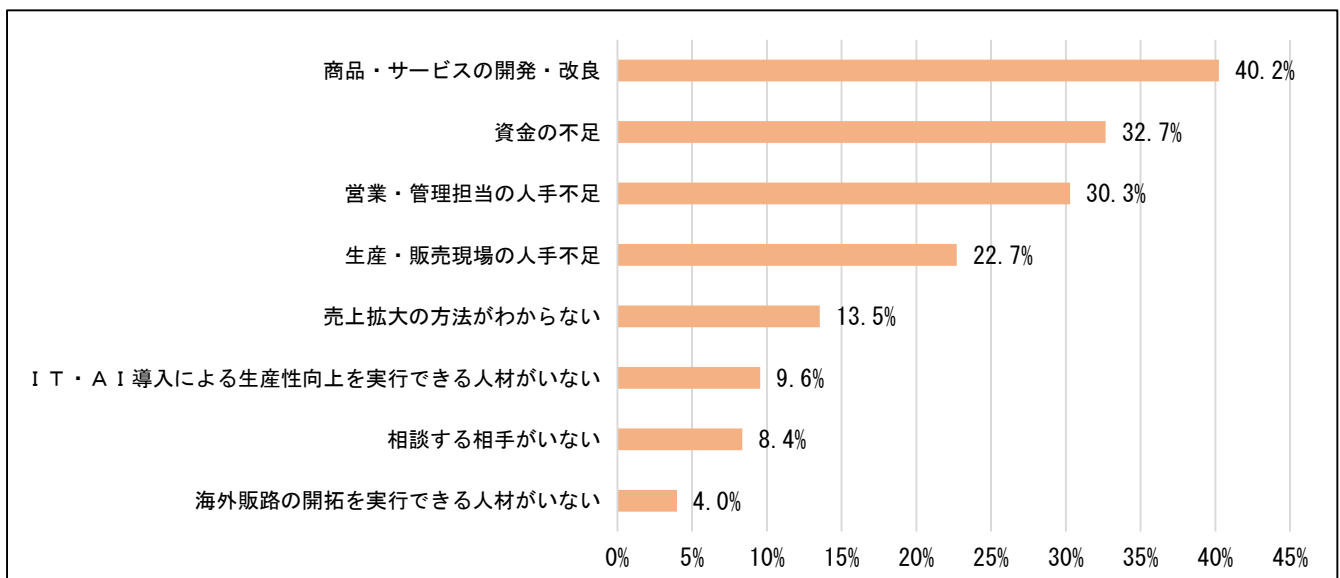




## 7) 飲食店・宿泊業

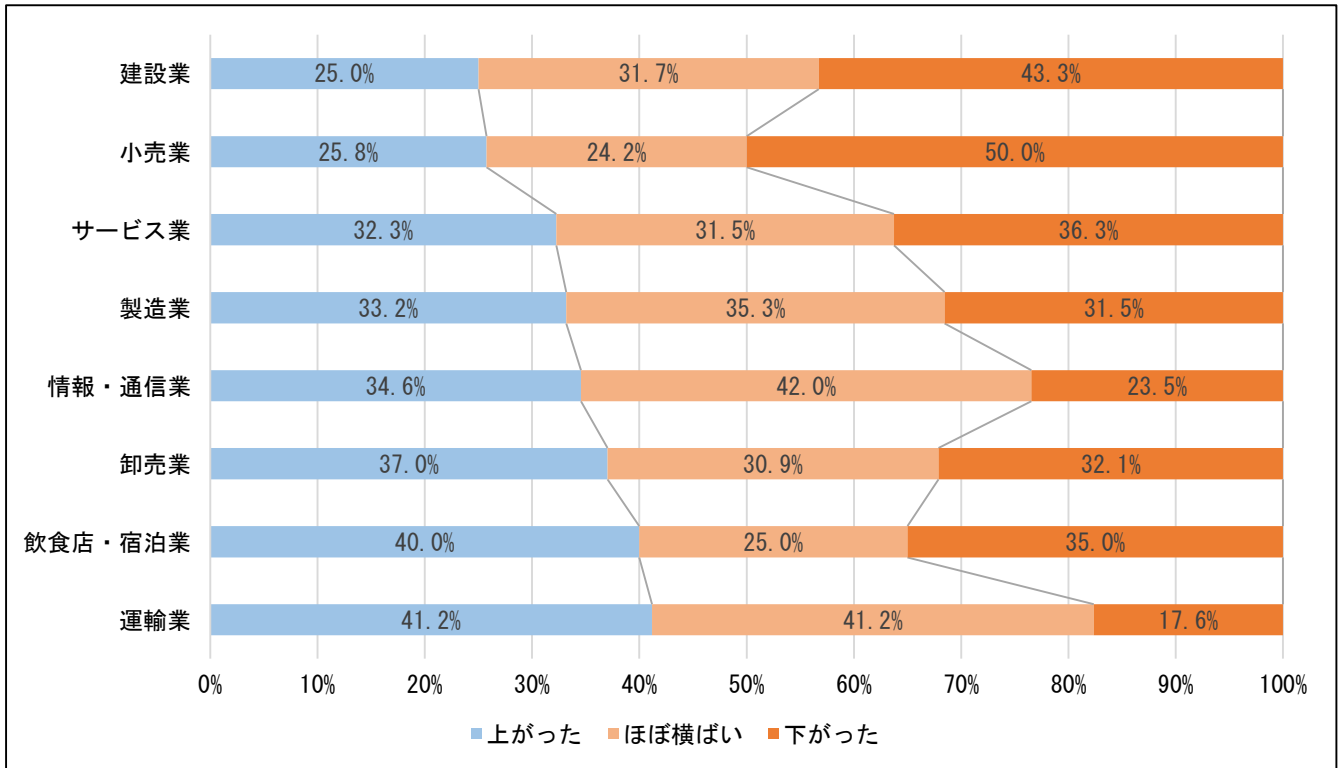


## 8) サービス業



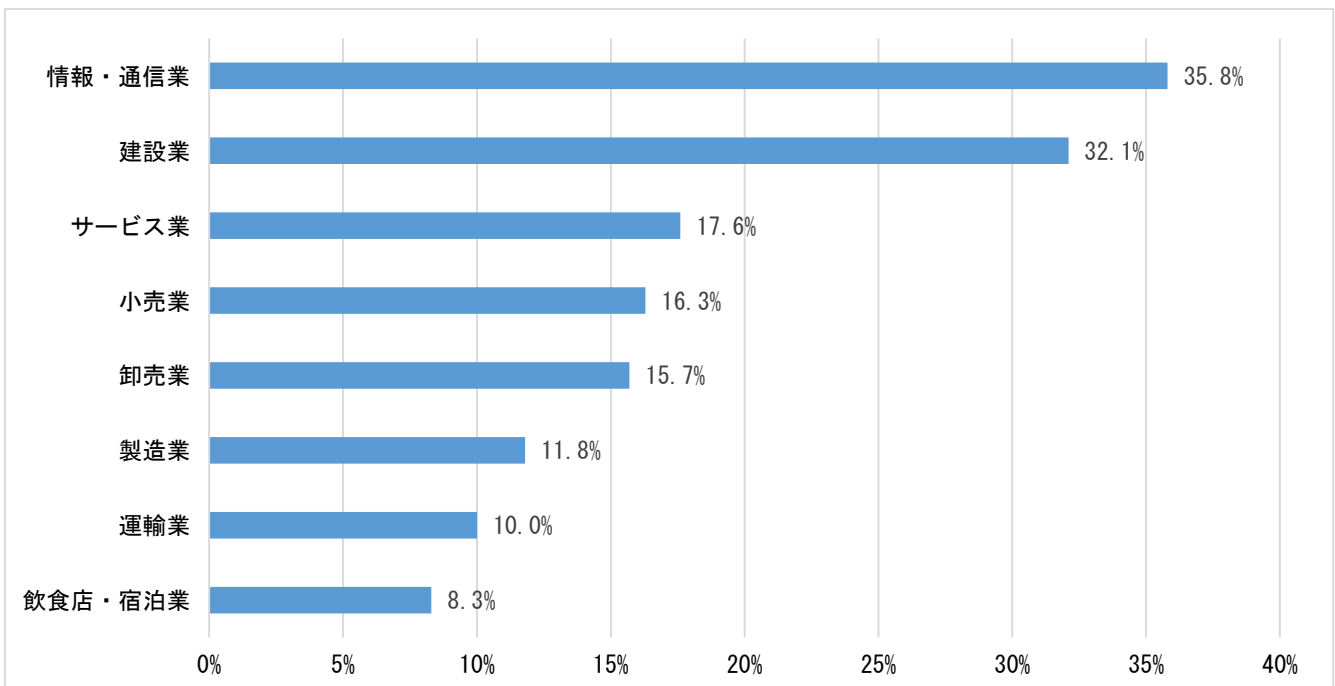
### 3. 業種別比較

#### ① 1年前との売上比較（Q1. 現在の売上は1年前と比べていかがですか。）



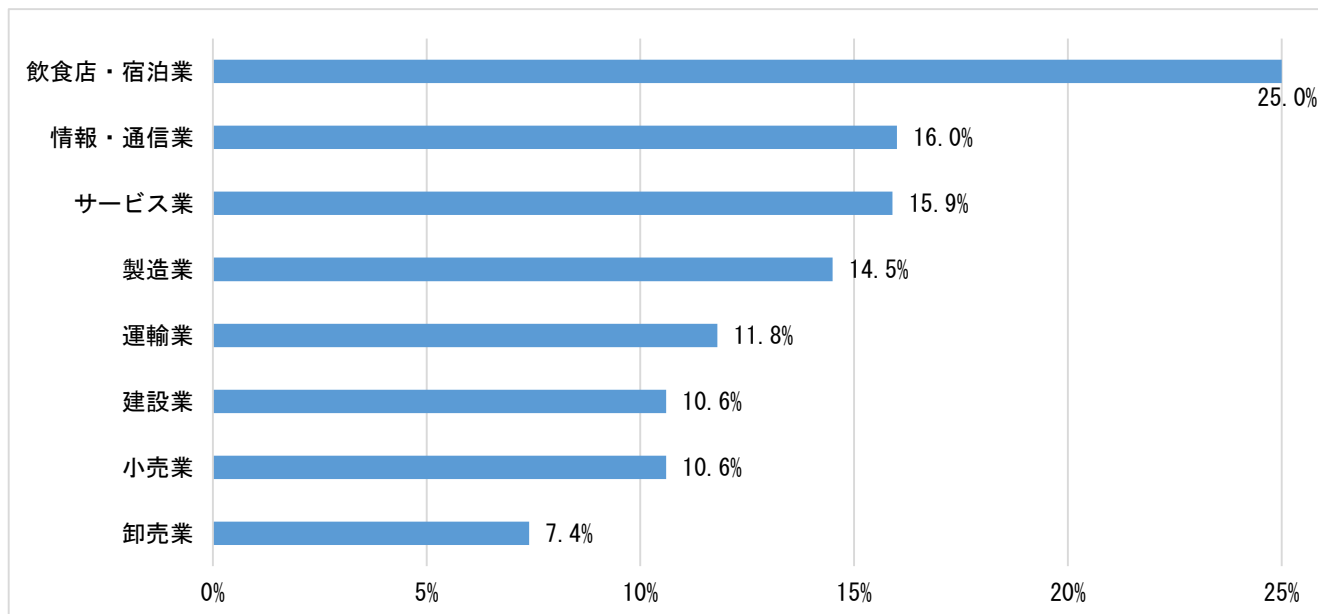
#### ② 売上が伸びていない理由（Q2. 「横ばい」または「下がった」の理由は何だと思われますか。）

・「人手不足で需要に対応できない」



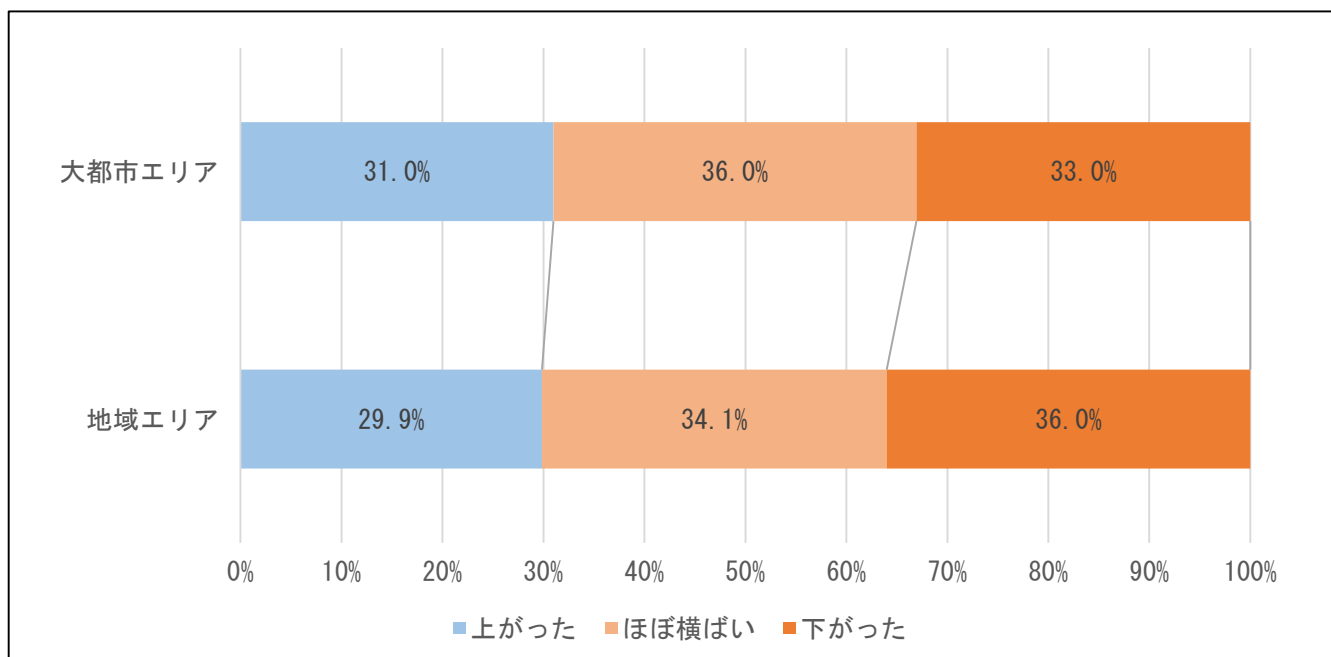
③売上拡大に向けた今後の対策（Q4. 売上拡大に向けた対策として今後、何を実行したいですか。）

・「IT・AI導入による生産性向上」



4. 大都市エリア・地域エリア比較

・1年前との売上比較（Q1. 現在の売上は1年前と比べていかがですか。）



(注)

大都市エリアは、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県。  
 地域エリアは、大都市エリア以外の道県。