

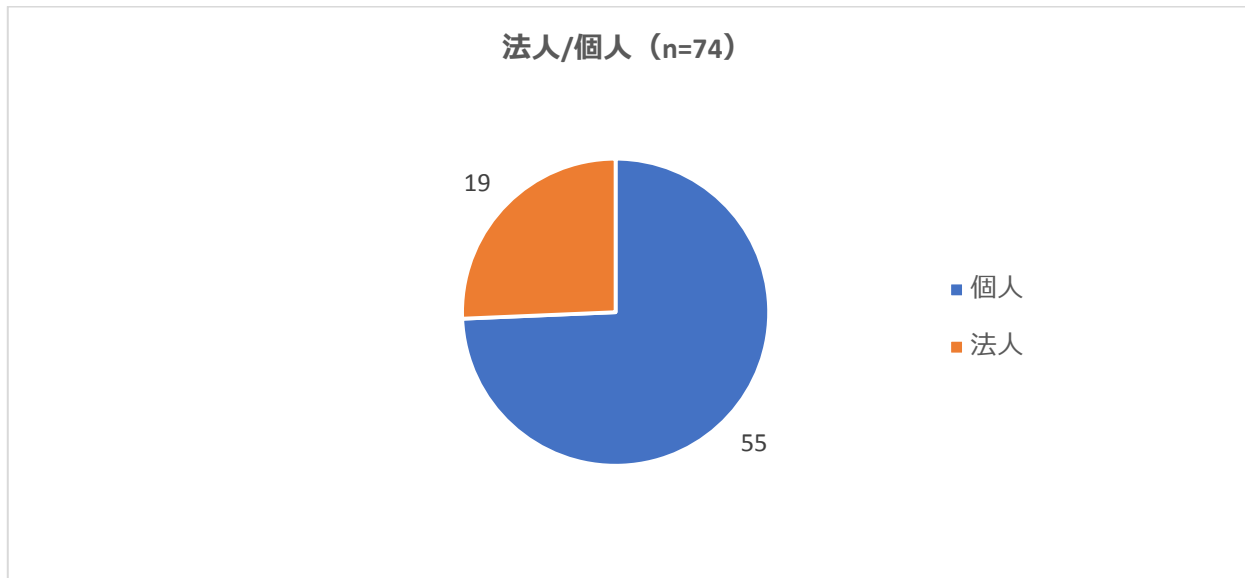
# 事業者アンケート集計結果

- ◆実施期間：平成 28 年 7 月 10 日～7 月 31 日
- ◆実施方法：商工会会員・非会員に対し、経営指導員が直接訪問し、配布・回収
- ◆配布数 152 事業者（非会員 8 事業者） 回収数 74 事業者 回収率 49%

## I. 回答者の属性

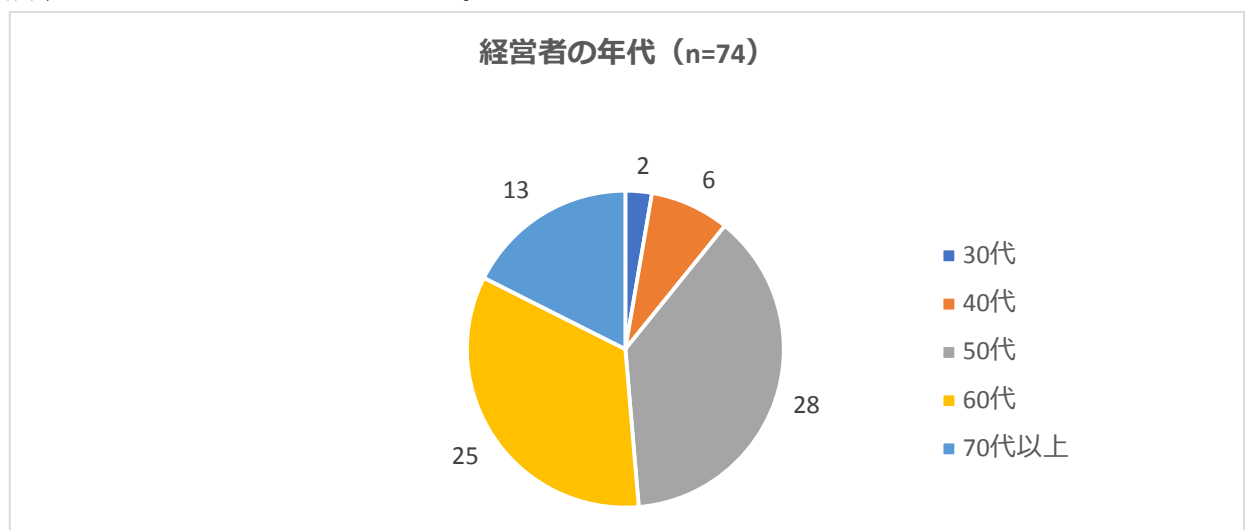
### 1. 法人/個人

全体の約 3/4 にあたる 55 事業者が、個人事業主と回答した。



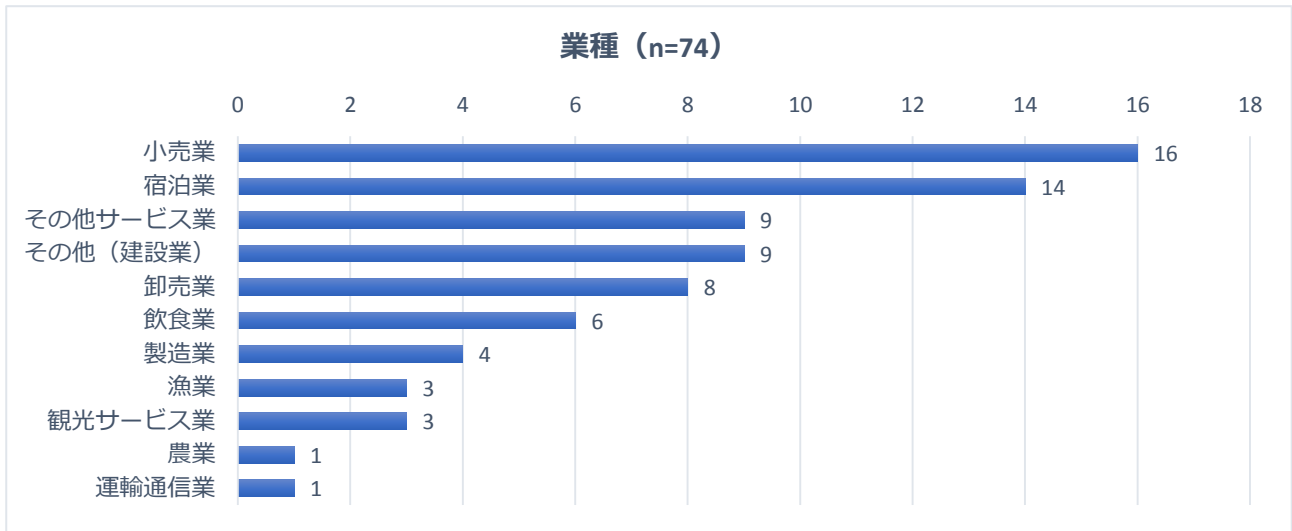
### 2. 経営者の年代

最も多いのは、50代の28事業者だが、60代以上の経営者が過半数（38事業者）を占めており、若干高齢化が進んでいることを示している。



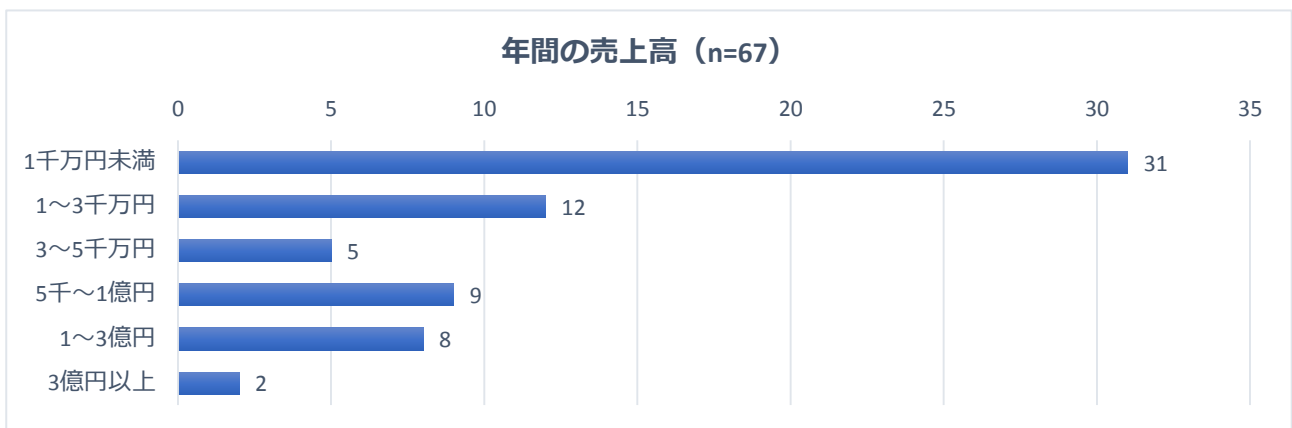
### 3. 業種

小売業（16 者）、宿泊業（14 者）の 2 業種で全体の 4 割を占めている。尚、その他の業種と回答した事業者は 9 者あったが、すべて建設業であった。

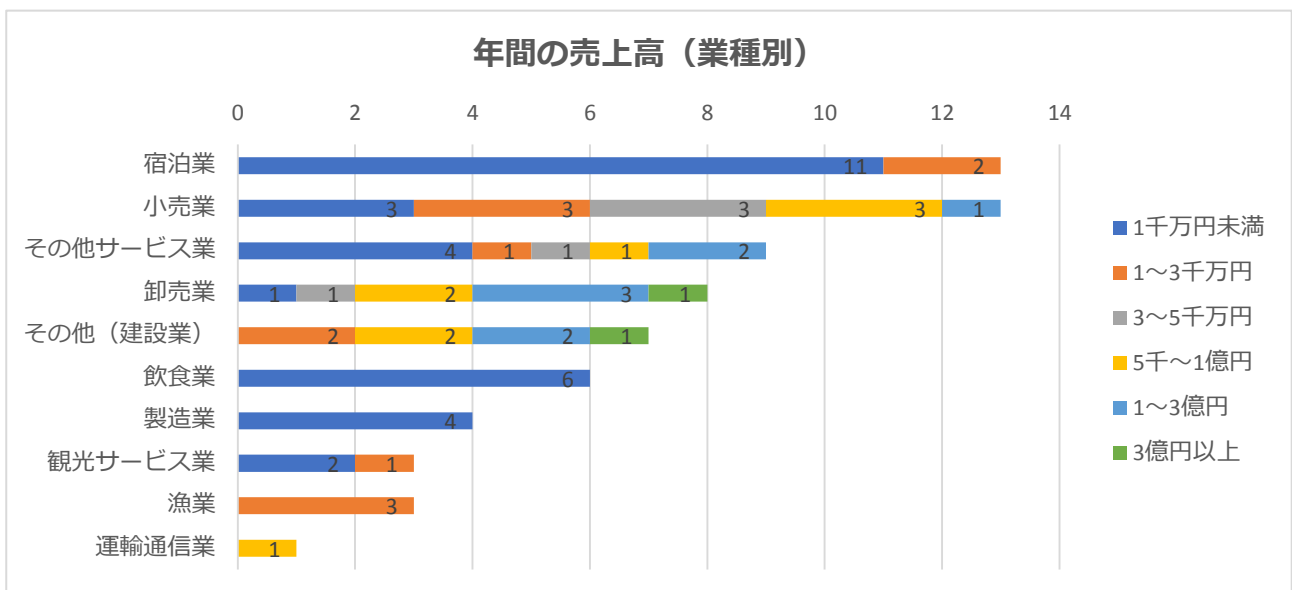


### 4. 年間の売上高

「1 千万円未満」の事業者が半数近く（31 者）を占め、比較小規模な事業者が多いことが分かる。

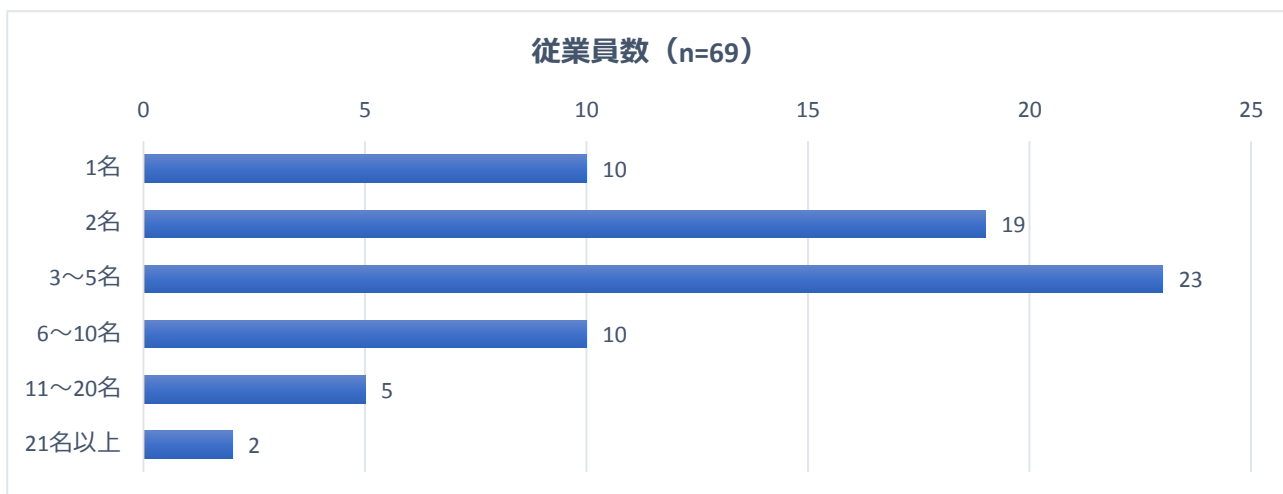


業種別に見ると「1 千万円未満」の小規模事業者は、宿泊業、飲食業に集中していることが分かる。

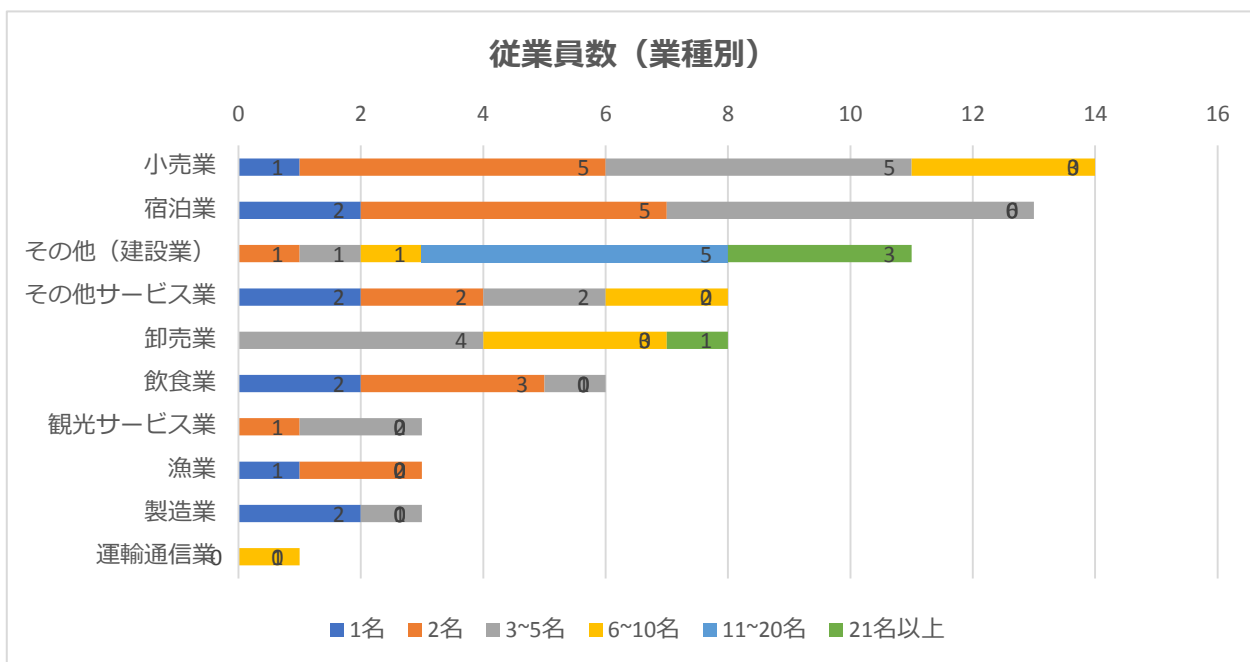


## 5. 従業員数

5名以下の小規模な事業者が全体の 3/4 (52 者) を占めているが、その中でも「3~5名」規模の事業者が、23 者で最も多い。個人事業主であっても数名は雇い入れてる事業者が多くいることが分かる。

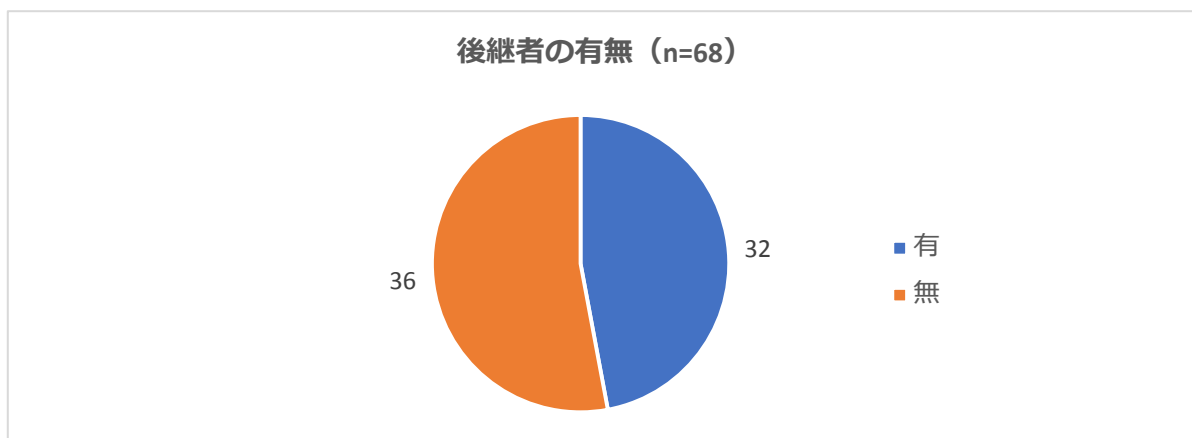


業種別に見ると、比較的規模の大きな事業者は、その他（建設業）に集中していることが分かる。

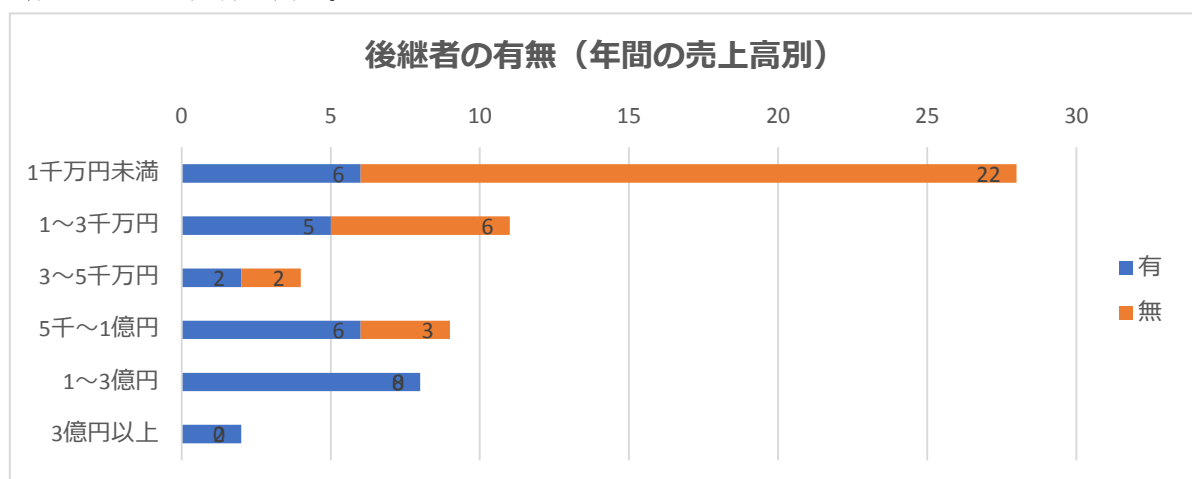


## 6. 後継者の有無

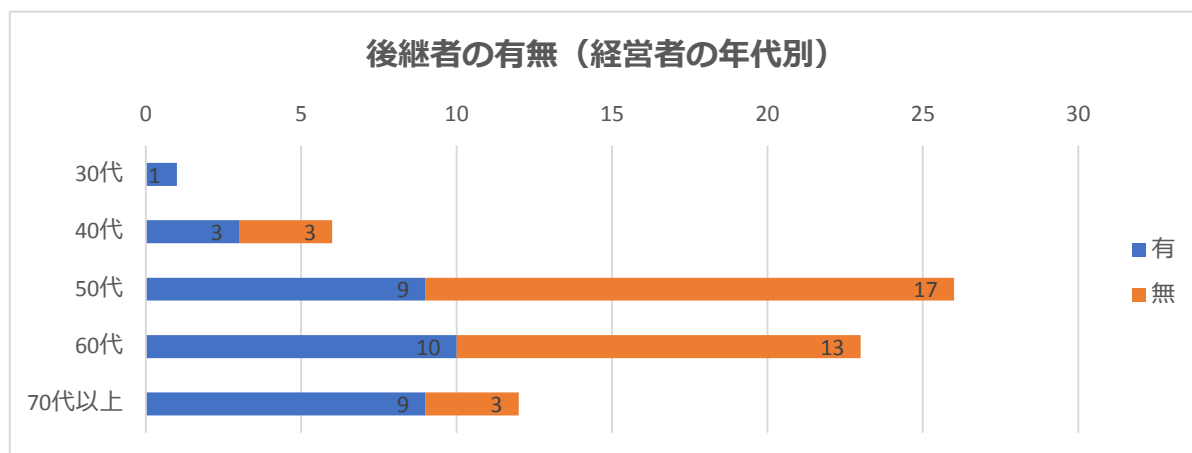
「後継者有り」と回答した事業者は 32 者で、約半数近くは後継者候補が存在することになる。他の島しょ地区と比較しても、若干良好な結果と言える。



年間売上高別に見ると、「1千万円未満」「1～3千万円」規模といった小規模な事業者の方が、後継者を有していない割合が高い。



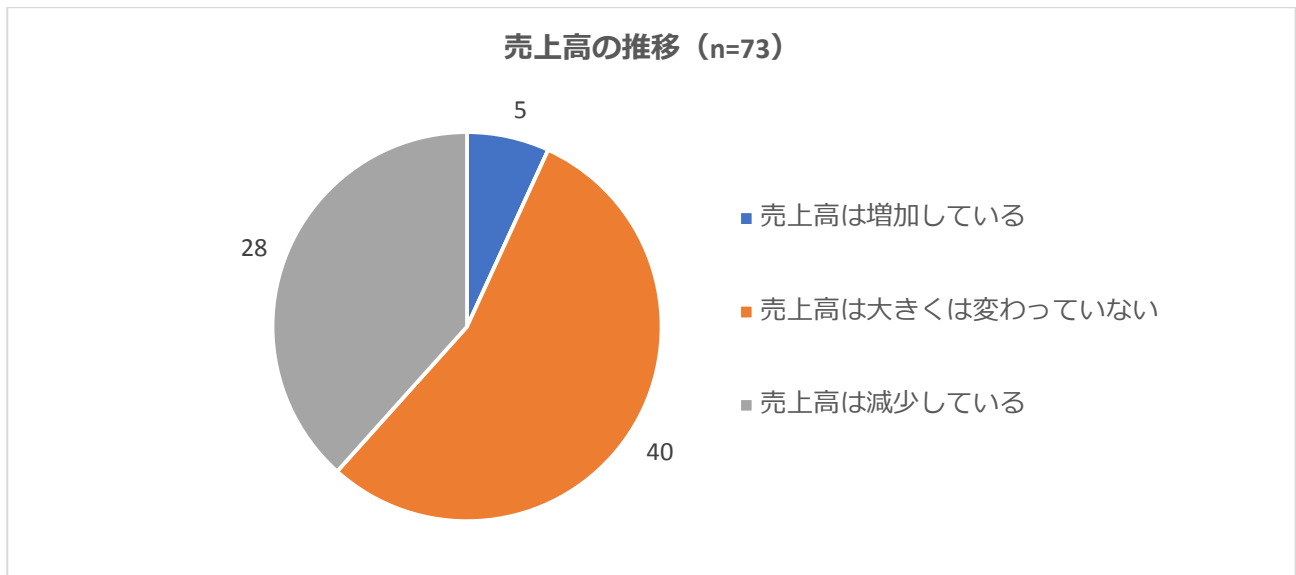
また経営者の年代別で見ると、意外ではあるが30代～40代の経営者の方が、後継者を有している割合が高い。また、70代以上の高齢者の経営者も後継者を有している割合が高いことが分かる。



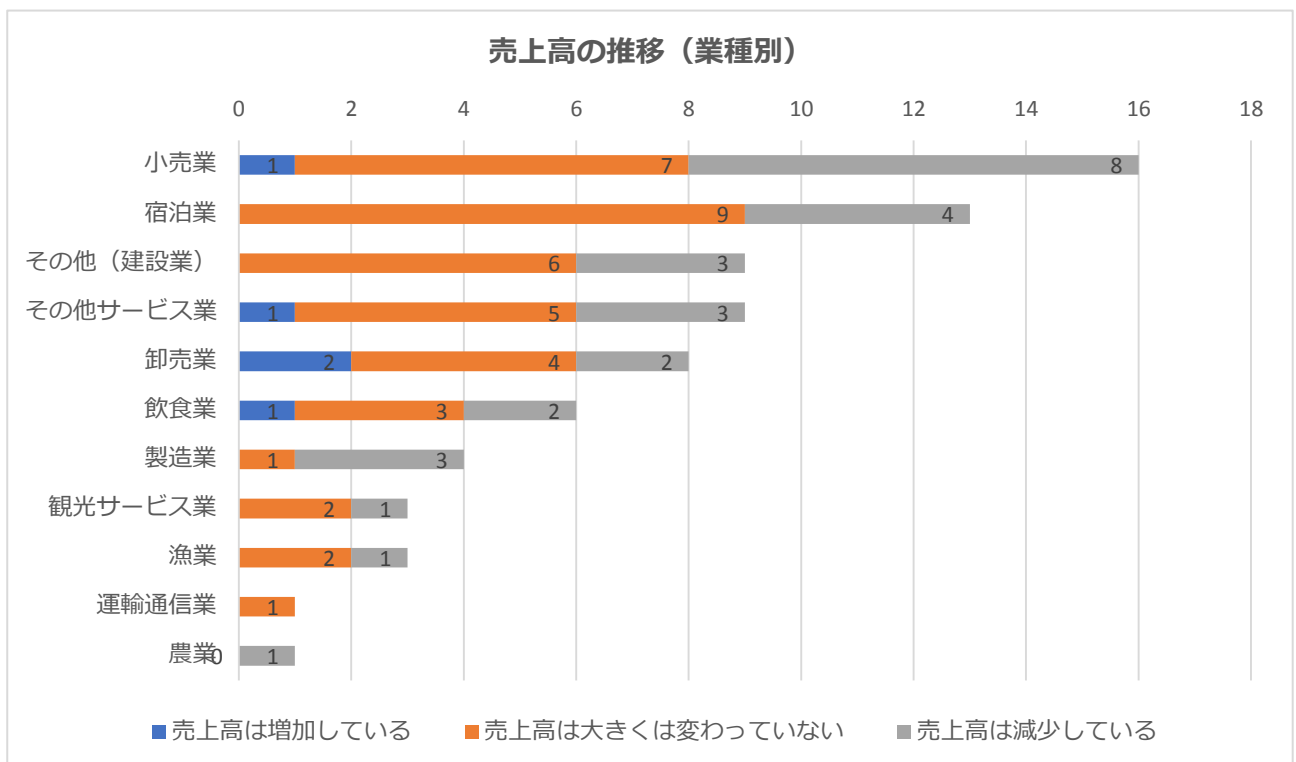
## II. 本文の集計結果

### 1. 売上高の推移

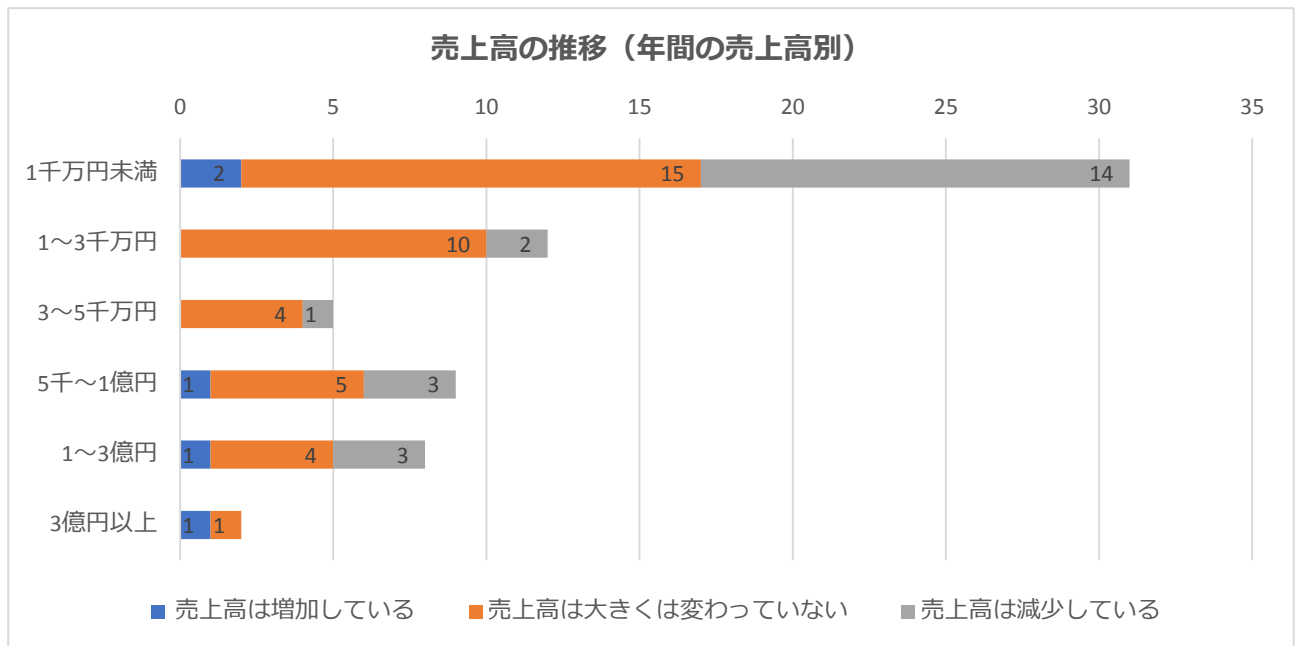
「売上高に大きな変化がない」と回答した事業者は40者と全体の50%を超えるが、「増加している」と回答した事業者は5者（約7%）、「減少している」と回答した事業者は28者（約38%）で、経営状況はあまり良くないことが伺える。



業種別で見ると、売上高が減少している事業者は、どの業種にも一定の割合で存在するが、小売業、製造業の経営状況が比較的悪いことが分かる。売上高が増加した事業者は、小売業、その他サービス業、卸売業、飲食業にそれぞれ1～2者存在する。

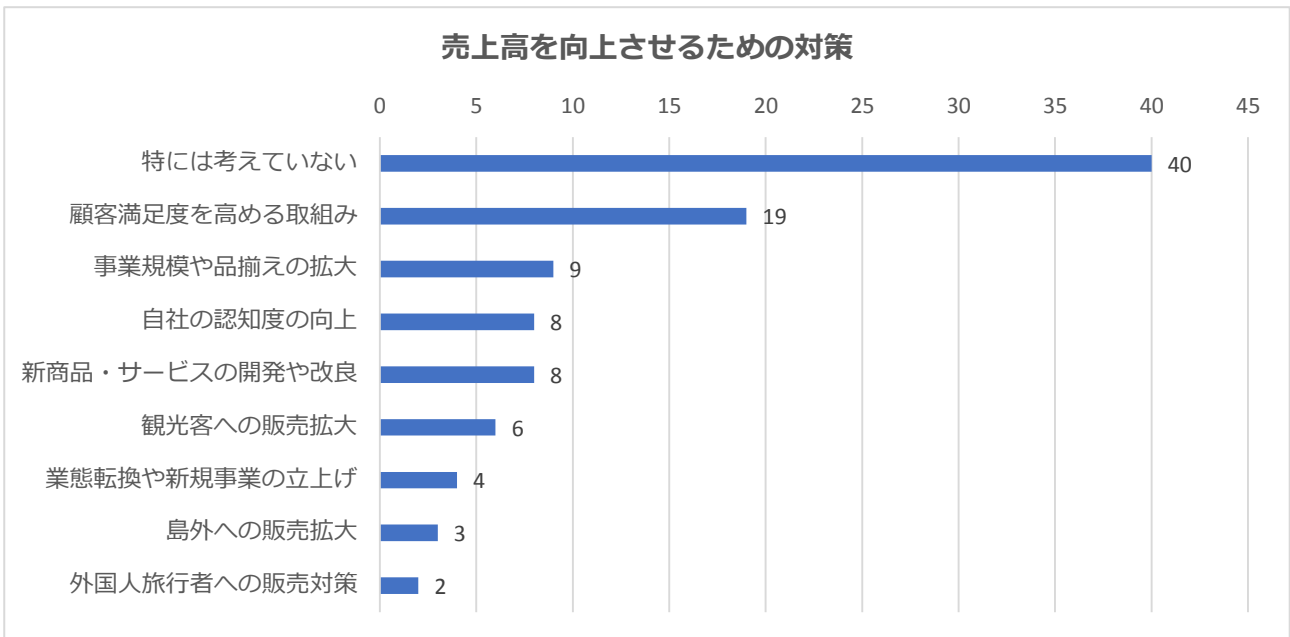


また、年間売上高別に見ると、1千万円未満の小規模な事業者での経営状況が比較的悪いことが伺える。

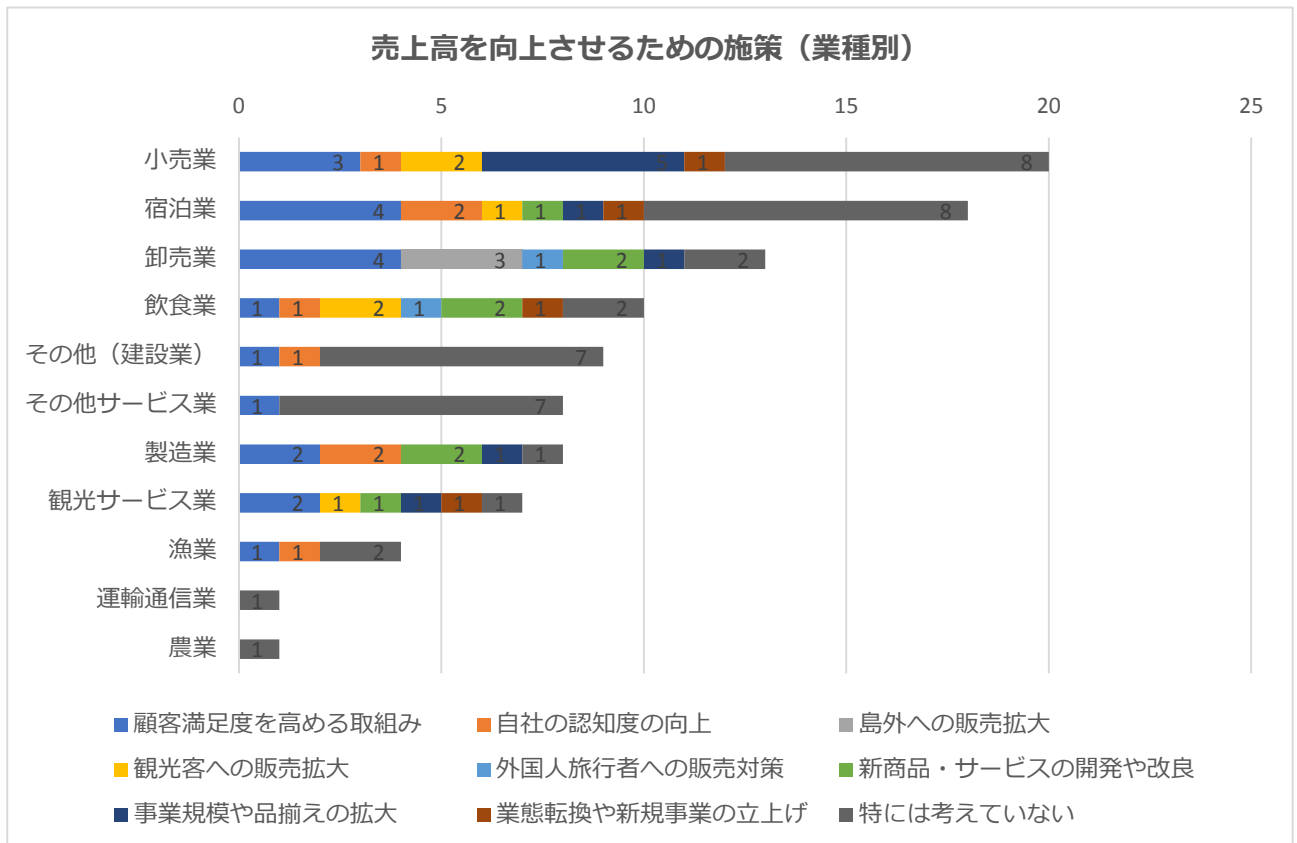


## 2. 売上高を向上させるための対策

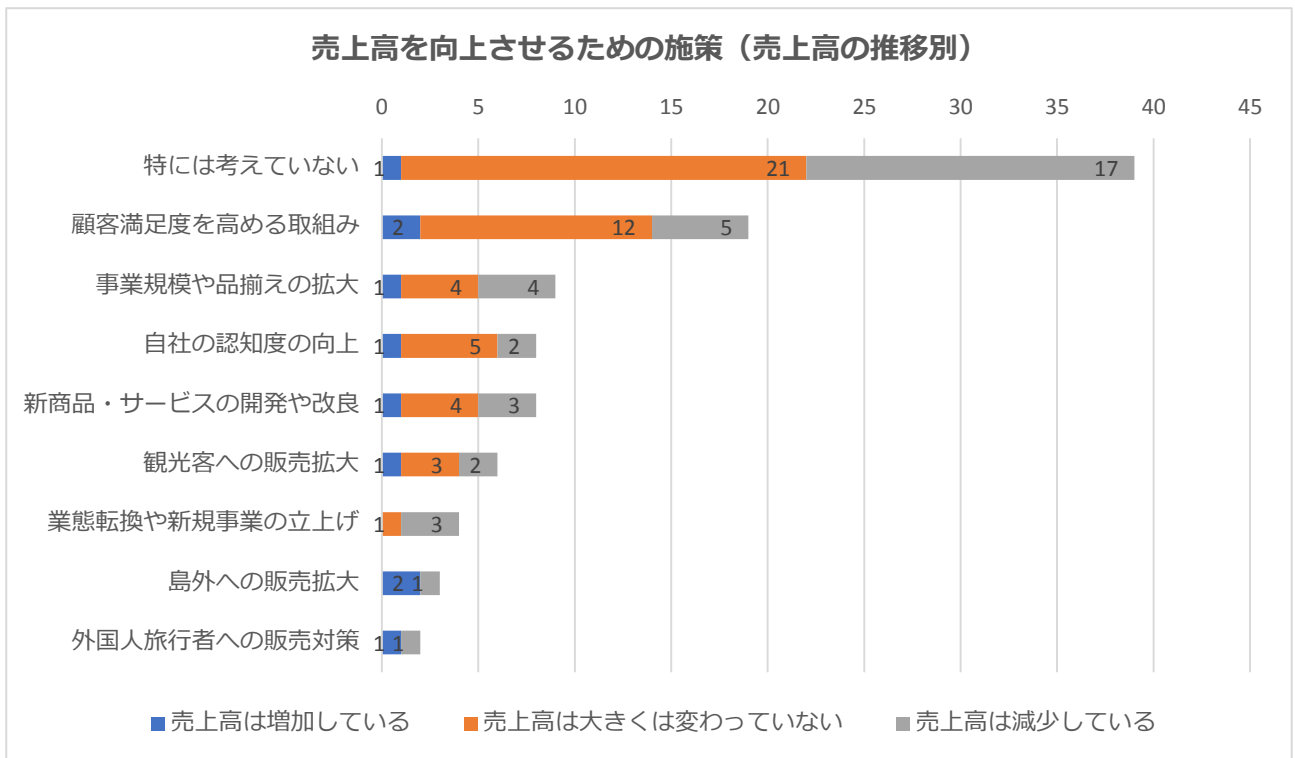
「特には考えていない」との回答が40者と最も多く、次に「満足度を高める取組み」が19者となっている。全体的に売上を向上させる対策には関心が薄いことが伺える。



業種別に見ると、「特に考えていない」と回答した事業者は、小売業（8者）、宿泊業（8者）で多くの割合を占め、「顧客満足度を高める取組み」と回答した事業も、小売業（2者）、宿泊業（3者）、卸売業（3者）が多くを占めており、同一業種内でも意識の違いが伺える。



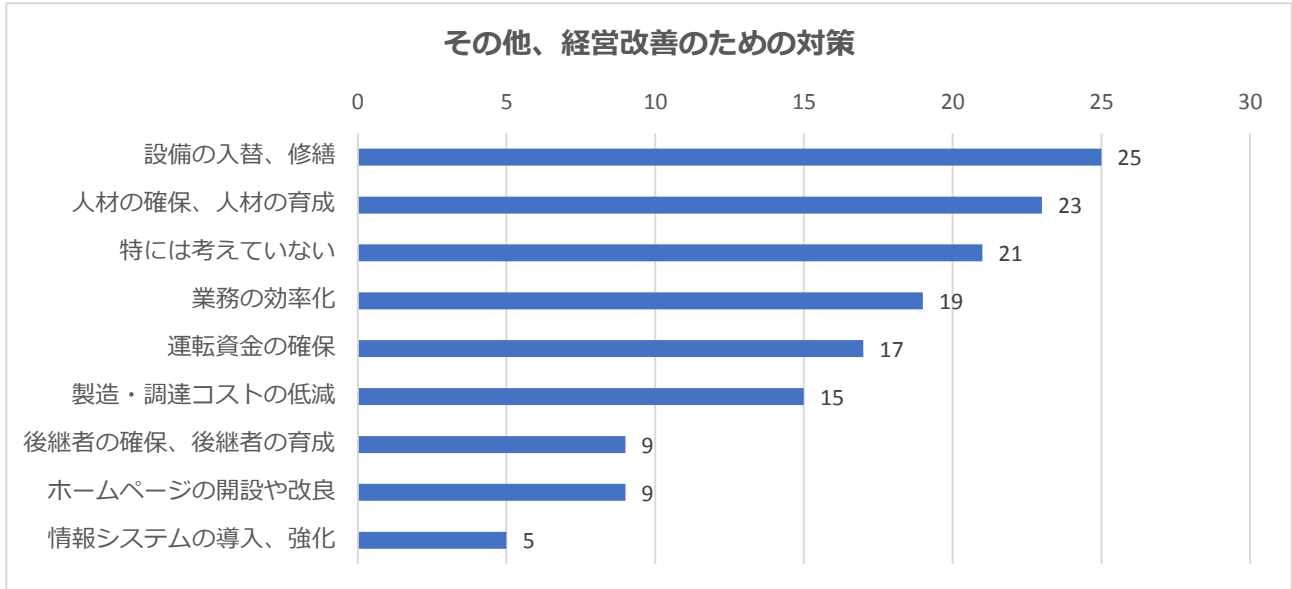
売上高の推移別に見てみると、「売上高は減少している」と回答しているにもかかわらず「特には考えていない」と回答した事業者が多く（17者）、危機感が薄いことが伺える。



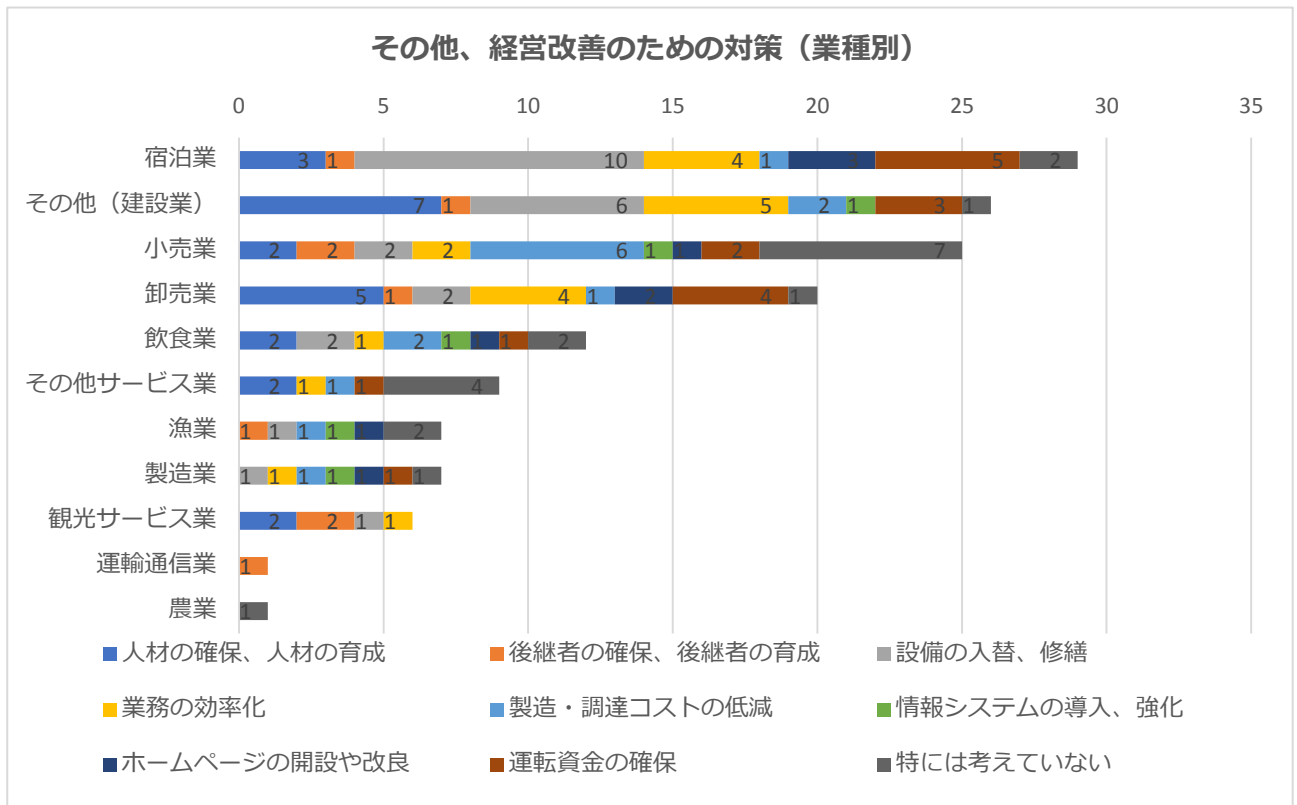


### 3. その他、経営改善のための対策

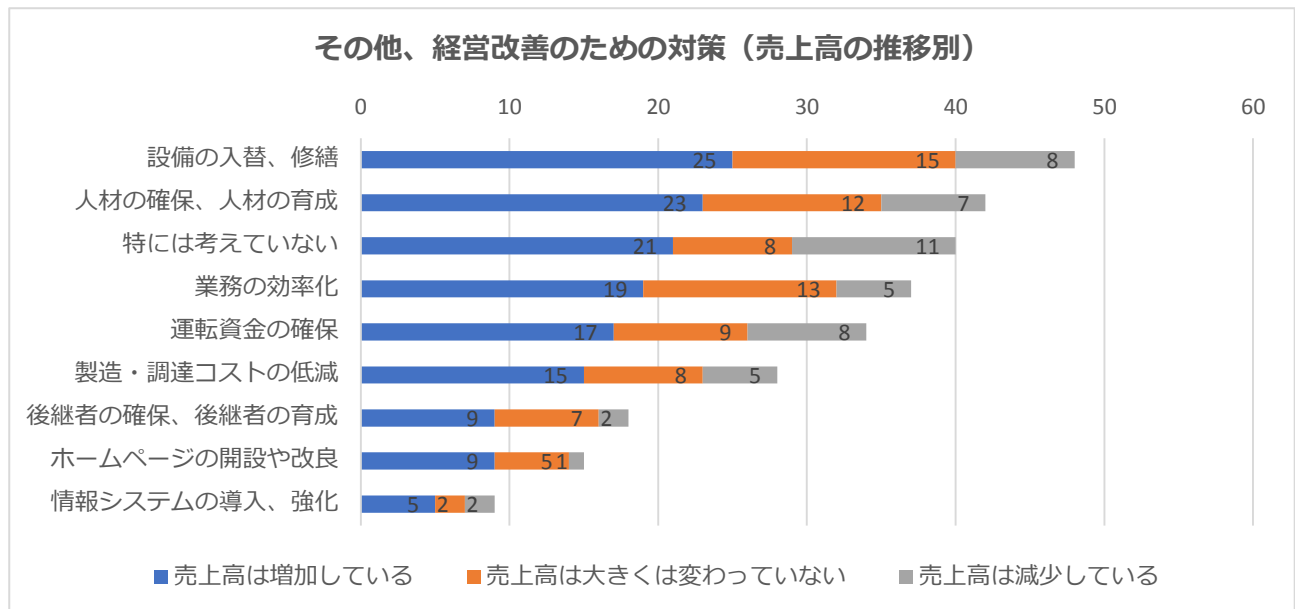
経営改善のための対策としては「設備の入替、修繕」(25 者)、「人材の確保、人材の育成」(23 者)が上位に入っている。「特に考えていない」(21 者)も、3位と上位に入っているが、「売上高を向上させるための対策」と比較するとその割合は少ない。



業種別に見ると、「人材の確保、育成」の占める割合が高いのは、建設業、卸売業、その他サービス業で、「設備の入替、修繕」が占める割合が高いのが、宿泊業、建設業となっている。「特に考えていない」は、その他サービス業、小売業で、比較的多数を占める

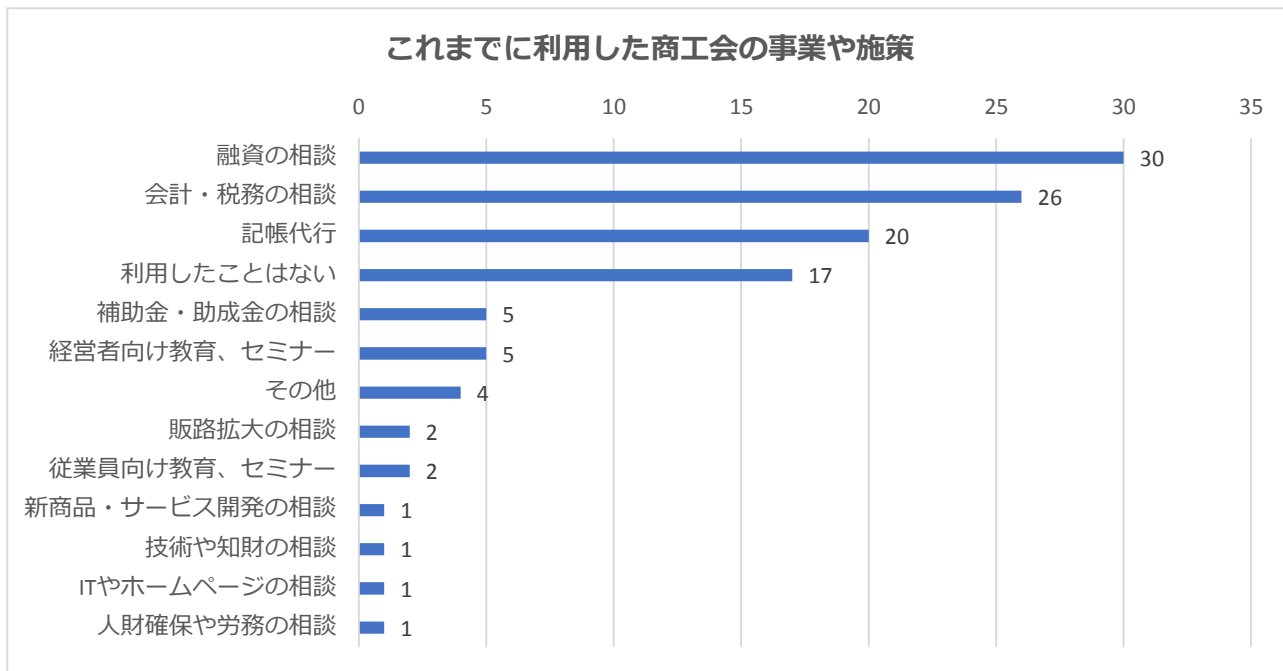


売上高の推移別に見ると、「売上高は増加している」と回答した事業の方が、「設備の入替、修繕」「人材の確保、人材の育成」といった改善策を検討している割合が高く、「売上高が減少している」と回答した事業者は、検討している改善対策も少ないことが伺える。



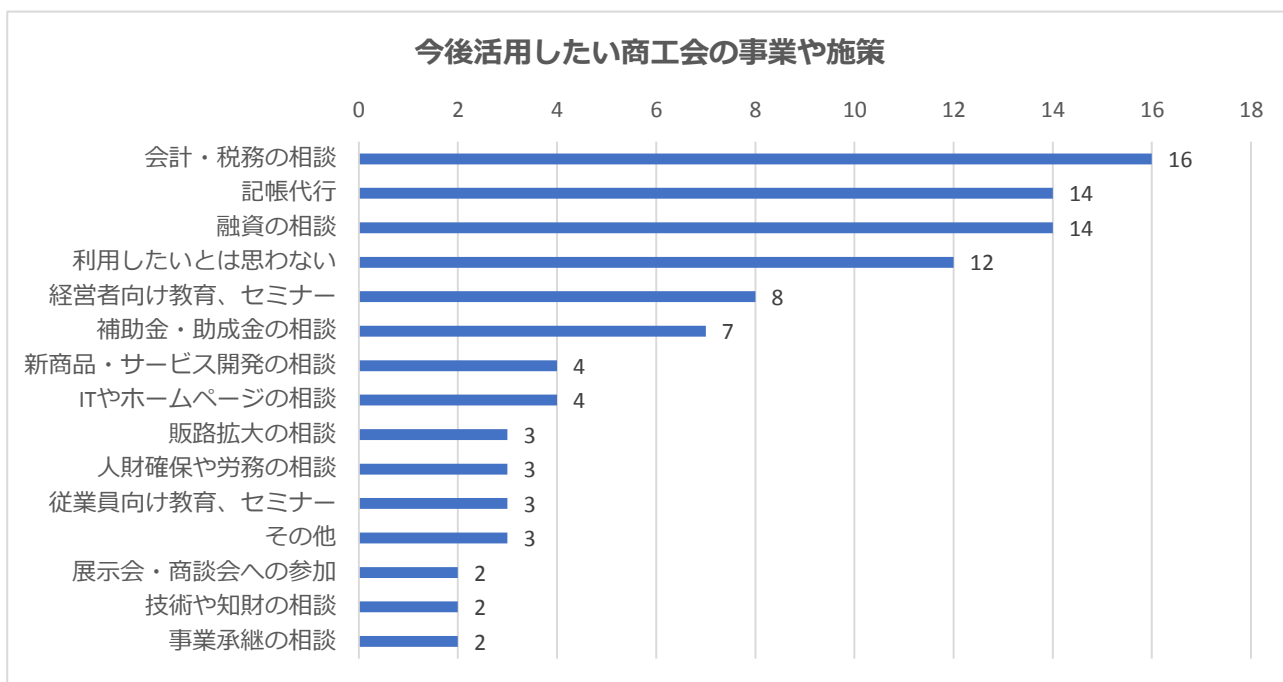
#### 4. これまでに利用した商工会の事業や施策

「融資の相談」(30者)、「会計・税務の相談」(26者)、「記帳代行」(20者)といった、商工会ではおなじみの支援事業が1位から3位を占めており、「利用したことはない」(17者)も4位と上位に入っている。



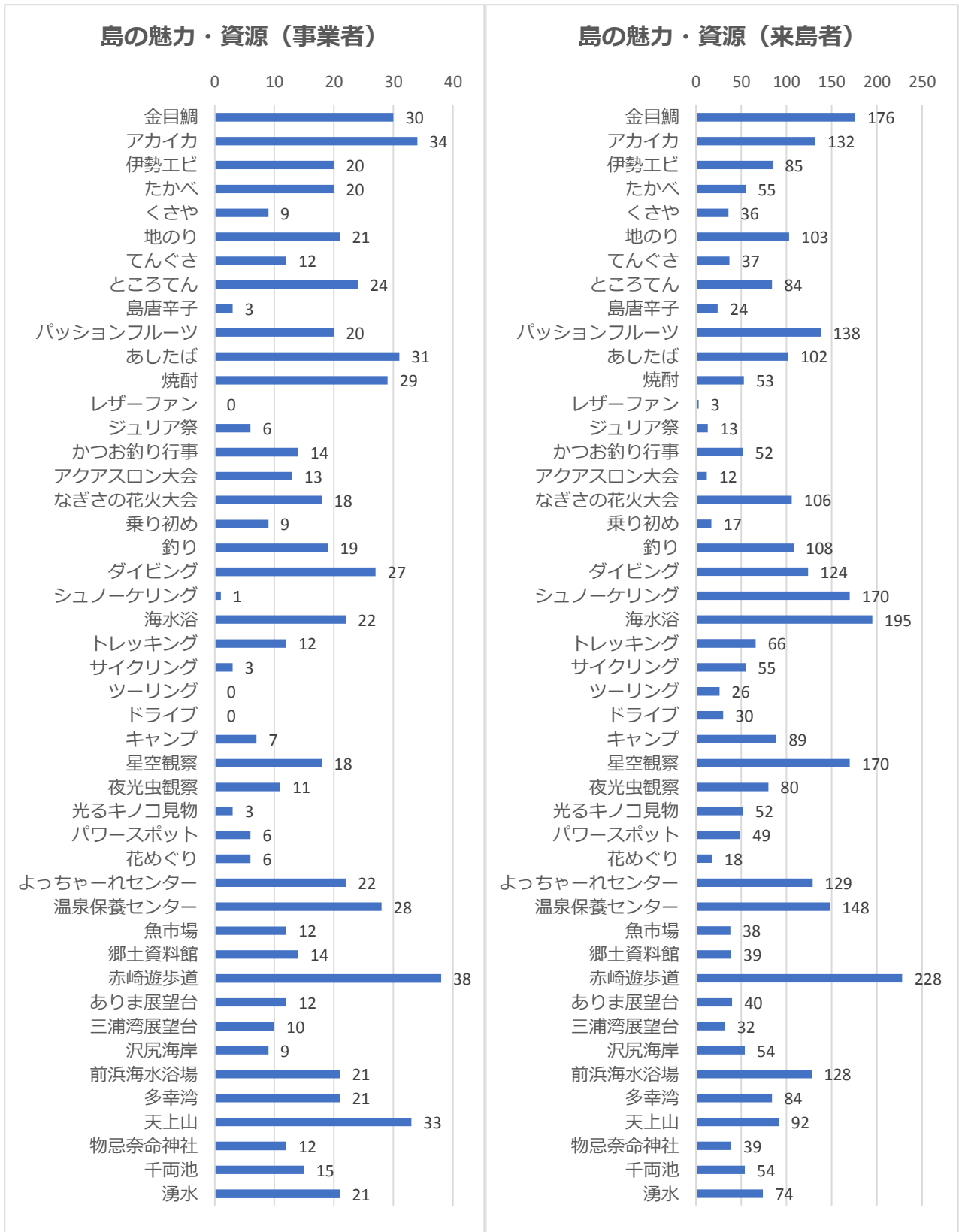
#### 5. 今後活用したい商工会の事業や施策

今後活用したい事業や施策についても、「会計・税務の相談」(16者)、「記帳代行」(14者)「融資の相談」(14者)、「利用したいとは思わない」(12者)と、これまでに利用した事業や施策と同じような顔触れになっている。これは、商工会で活用できる事業や施策が、利用者の認識の中で固定化されていることも予想され、(商工会の) 取組み内容の周知が求められるのではないかと考えられる。

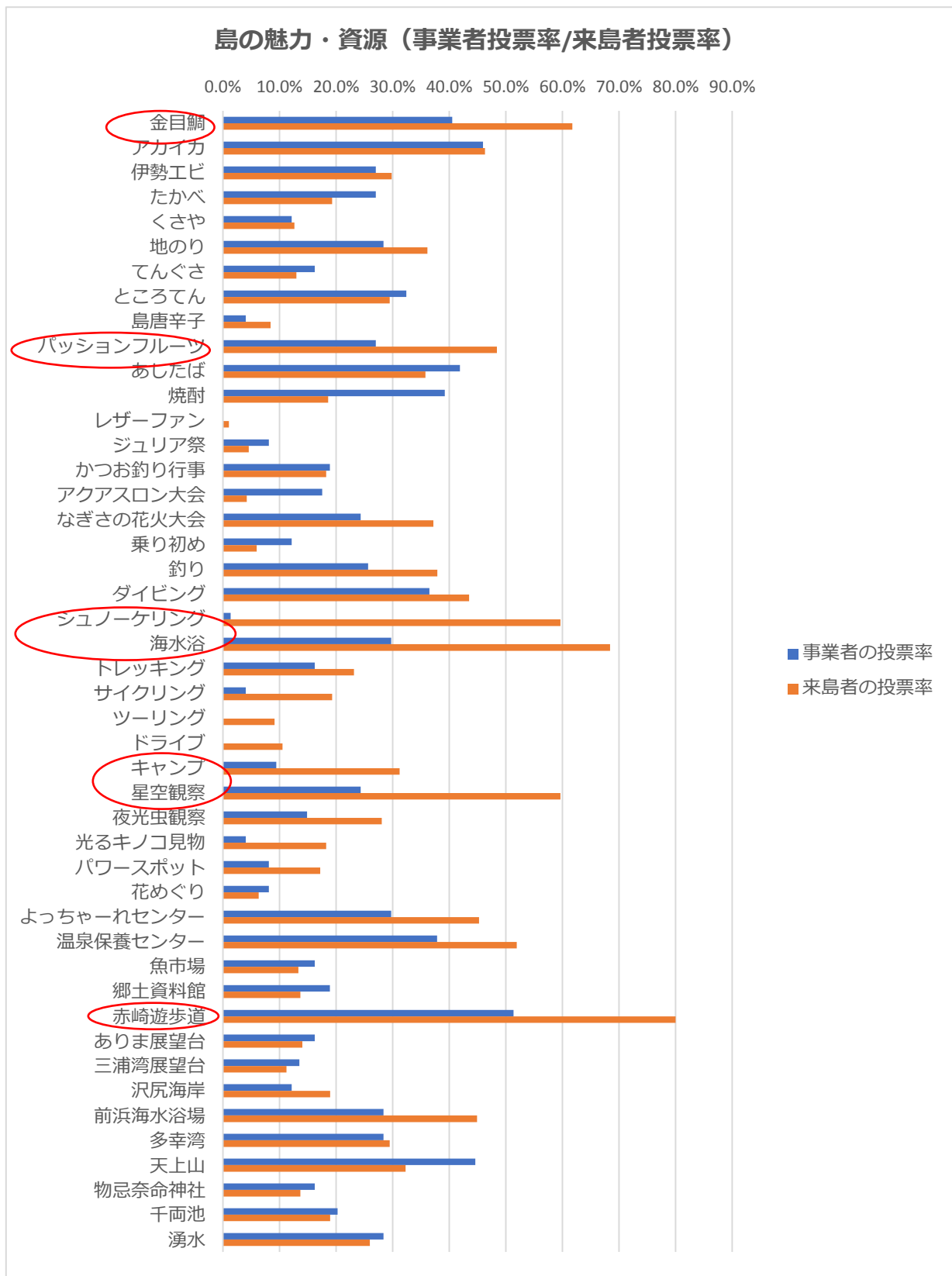


## 6. 今後活用したい島の魅力・資源

事業者が活用したい島の魅力・資源と考えているのは、「赤崎遊歩道」「アカイカ」「天上山」「あしたば」「金目鯛」の順に投票数の多い結果となった。



一方、投票数をアンケートの回収数全体で除したものを投票率とし、事業者分と来島者分を比較したものが下のグラフであるが、「赤崎遊歩道」「海水浴」「シュノーケリング」など海のレジャーに関するものや「星空観察」などは、事業者以上に来島者が魅力であると感じていることが分かる。



## 【アンケート結果まとめ】

### (1) 事業者の経営状況と認識

事業者全体の経営状況は、30%近くが「売上高が減少している」一方で、「増加している」と回答した事業者は7%程度であり、決して良い状況とは言えない。

しかし事業者の認識として、「売上高を向上させるための対策」において、他を引き離して最も多く回答されたのは「特に考えていない」であり、売上高を向上させることへの関心の低さが伺えた。一方で、「その他、経営改善のための対策」においては、「設備の入替・修繕」「人材の確保、人材の育成」といった改善策を対策として挙げている事業者が多く存在し、「売上高の向上」よりは、関心が高いことが伺えた。現状を維持するにも、努力は必要であるとの認識が垣間見える。ただ、何らかの経営改善のための対策が必要とした回答者も、比較的、経営状況が良い事業者が多く、「状況が悪いから改善しよう」ではなく「余裕があるから投資しよう」という傾向が高いということが伺えた。

### (2) 活用していくべき島の魅力・資源と事業者との関わり

来島者向けのアンケート結果から鑑みると、神津島への観光は、(普段の旅行と比較し)「自然の観光スポット」「人とのふれあい」を重視して来島し、満足度も高いという結果となった。「赤崎遊歩道」「海水浴」「シュノーケリング」「星空観察」など、海と自然に関するスポット・アクティビティを島の事業者以上に「島の魅力」として挙げている。

一方、「島にあったら良いと思うサービスやアクティビティ」という問いには、「移動手段(バス)」に関することが最も多く記載されてはいたが、「移動手段(レンタサイクル)」「飲食店」「(海での)アクティビティ」「ガイド」などに関する要望や事業者が少ないという意見が多く寄せられており、ビジネス機会が少なからず存在することが伺える。一部のサービスは、既に島内でも存在するサービスではあるが、その存在を知られていないとも考えられ、情報提供の充実も課題ではないか。また観光サービスに携わる事業者の数が足りていないことも事実であり、事業の創出も課題である。

来島者の大半は、口コミをもとに来島してきており、今後の来島者を増やす上では、如何に満足度を高めて帰って頂くかは重要な課題である。(もともと満足度は高いが)今あるニーズとのギャップ埋めることで、より高い満足度の向上と、結果として口コミの拡大につながるのではないか。

### (3) 商工会が求められる役割

商工会で活用した(い)事業・施策として、「会計・税務の相談」「記帳代行」「融資の相談」といった偏った内容に集中するのは、商工会の役割や支援の内容について、事業者十分に周知できていないことが考えられる。今後は、どんな支援が可能なのか、具体的例などを交え周知することが必要であり、(活用の)イメージをし易くすることが活用の拡大につながるのではないか。

また島全体の課題として、「来島者への情報提供の充実」や「新規事業(主に観光者向け)の創出」が挙げられることもアンケートの結果から見えてきた。既存の事業者含む島民および島外の専門家や支援者を、適宜コーディネートし、観光客のニーズとのギャップを埋めるための仕組み作りを行うことが、今後最も求められる役割ではないか。