

平成30年度

# サービス向上に向けたアンケート調査報告書

---

2018年12月3日 深谷商工会議所

# 目次

1. 調査概要	2
2. アンケート調査結果【1.貴社の概要について】	
1-Q.1：事業所形態	3
1-Q.2：従業員数	4
1-Q.3：資本金	5
1-Q.4：業種	6
1-Q.5：入会歴	7
1-Q.6：貴社が今抱えている経営上の悩みについてお聞かせください（複数回答）	8
3. アンケート調査結果【2.深谷商工会議所について】	
2-Q.1：ご入会の動機は？	9
2-Q.2：商工会議所のイメージは？（複数回答）	10
2-Q.3：今までどのような当所事業・サービスを利用されましたか？（複数回答）	11
2-Q.3-A：事業・サービスを利用された方：利用されたサービスの満足度をお答えください	12
2-Q.3-B：事業・サービスを利用されなかった方：その理由は何故ですか？	13
2-Q.4：当所職員との接点（訪問や来所・お電話等）はありますか？（過去3年以内）	14
2-Q.5：当所の活動や事業・サービスをどのように知りましたか？（複数回答可）	15
2-Q.6：当所の広報誌は、どの程度読まれていますか？	16
2-Q.7：今後、当所に力を入れてほしい事業または期待するサービスは何ですか？（複数回答）	17
2-Q.8：商工会議所の活動をどのように感じていますか？	18
商工会議所へのご意見・ご要望を記入ください	19
業種別/経営上課題、業種別/事業・サービス利用状況、入会歴別/事業・サービス利用状況、業種別/職員接点状況、入会歴別/職員接点状況、業種別/事業・サービス要望状況、入会歴別/事業・サービス要望状況、業種別/活動満足度状況、入会歴別/活動満足度状況	22
4. まとめ	31
5. 結果検証と今後の取り組み	32

# 調査概要

---

## 調査目的

管内事業所を取り巻く経営環境や地域経済が抱える課題が変化していく中で、会員の皆様が求める価値も大きく変化し、当所の運営も質的転換を迫られていることから、これまでの当所事業内容について会員皆様のご意見をもとに検証を図るとともに、今後一層、活発かつ魅力あるサービスをご提供することを目的に実施する。

## 調査対象

2018年8月10日現在の会員事業所（2,046社）

## 調査手法

郵送法による自記式アンケート調査（返信封筒及びFAX返信）

## 調査期間

2018年8月15日（水）～2018年9月14日（金）

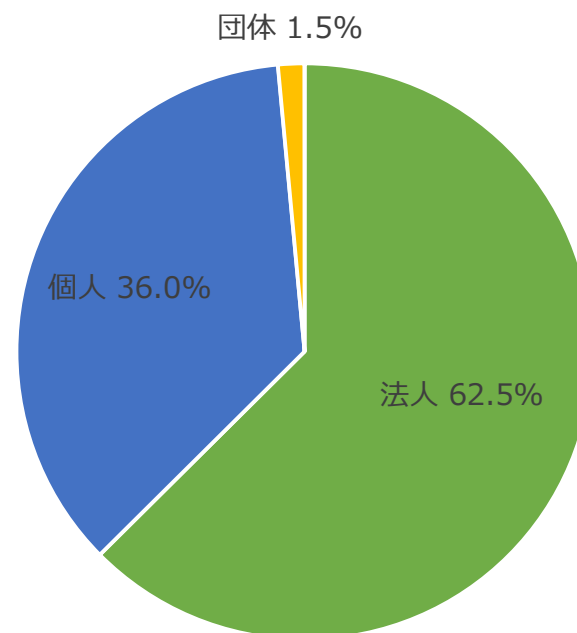
## 調査回収数・回収率

406件（社）/19.8%

## 1-Q.1：事業所形態

法人事業所からの回答が62.5%と多く、個人事業所が36.0%と回答が少なかった。

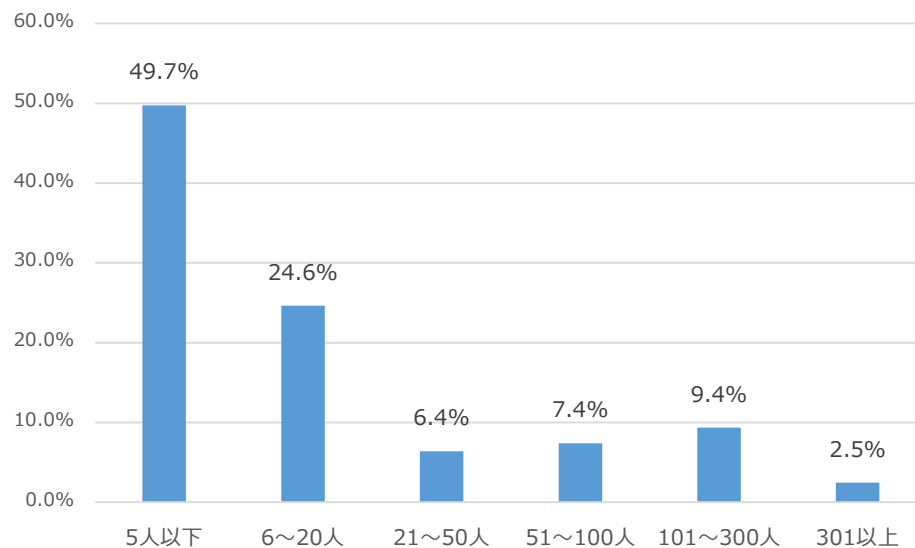
1-Q1	回答数	回答割合
法人	254	62.5%
個人	146	36.0%
団体	6	1.5%
総計	406	100.0%



## 1-Q.2 : 従業員数

従業員数では、“5人以下”が49.7%と一番多く、約半数の回答であった。次いで“6~20人”が24.6%であり、小規模事業者からの回答が74.3%との結果となった。特に法人小規模事業者の商工会議所への関心の高さが伺える。

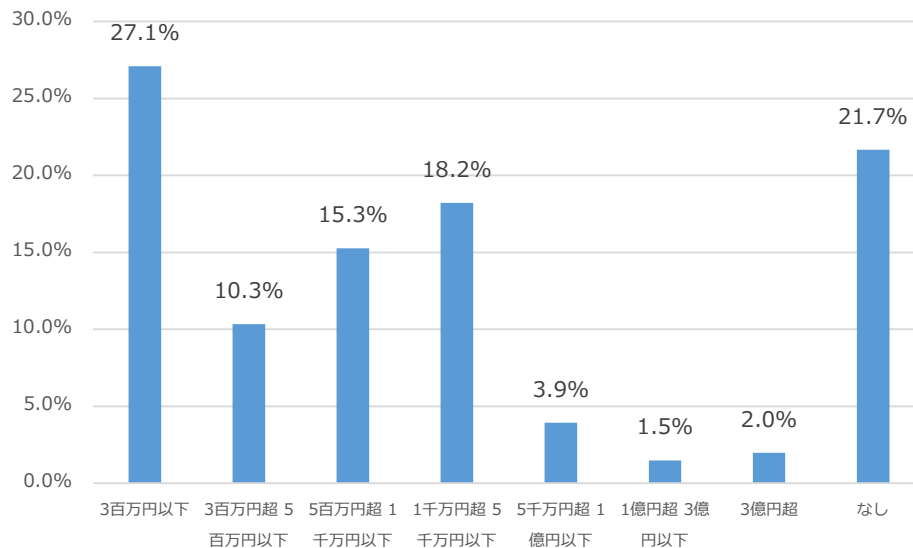
1-Q2	回答数	回答割合
5人以下	202	49.7%
6~20人	100	24.6%
21~50人	26	6.4%
51~100人	30	7.4%
101~300人	38	9.4%
301以上	10	2.5%
総計	406	100.0%



## 1-Q.3 : 資本金

回答事業所の資本金別では、“3百万円以下”が27.1%と一番多く、次いで“1千万円超5千万円以下”が18.2%、“5百万円超1千万円以下”が15.3%と続いた。

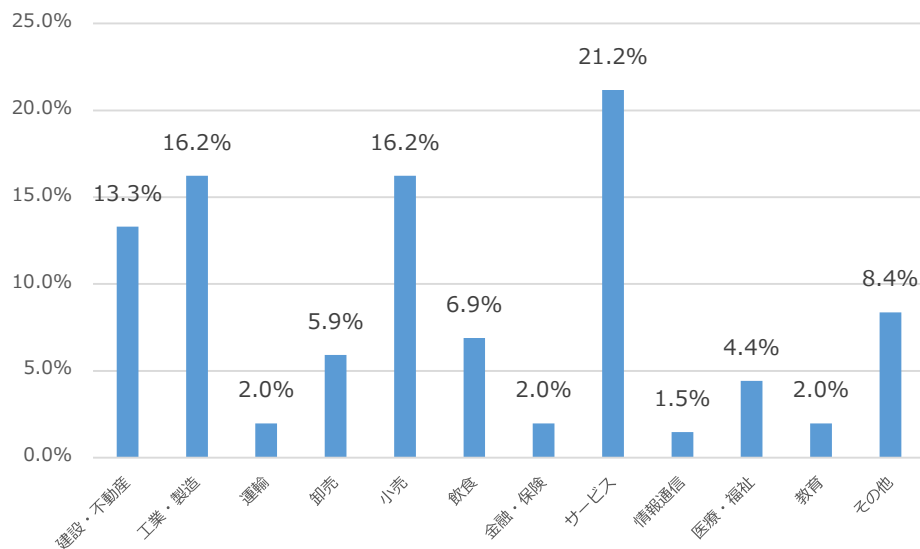
1-Q3	回答数	回答割合
3百万円以下	110	27.1%
3百万円超 5百万円以下	42	10.3%
5百万円超 1千万円以下	62	15.3%
1千万円超 5千万円以下	74	18.2%
5千万円超 1億円以下	16	3.9%
1億円超 3億円以下	6	1.5%
3億円超	8	2.0%
なし	88	21.7%
総計	406	100.0%



## 1-Q.4 : 業種

回答事業所の業種は、“サービス”が21.2%と一番多く、次いで“小売”、“工業・製造”が16.2%と多かった。“建設・不動産”が13.3%、“飲食”が6.9%の回答であり、少ない結果となった。

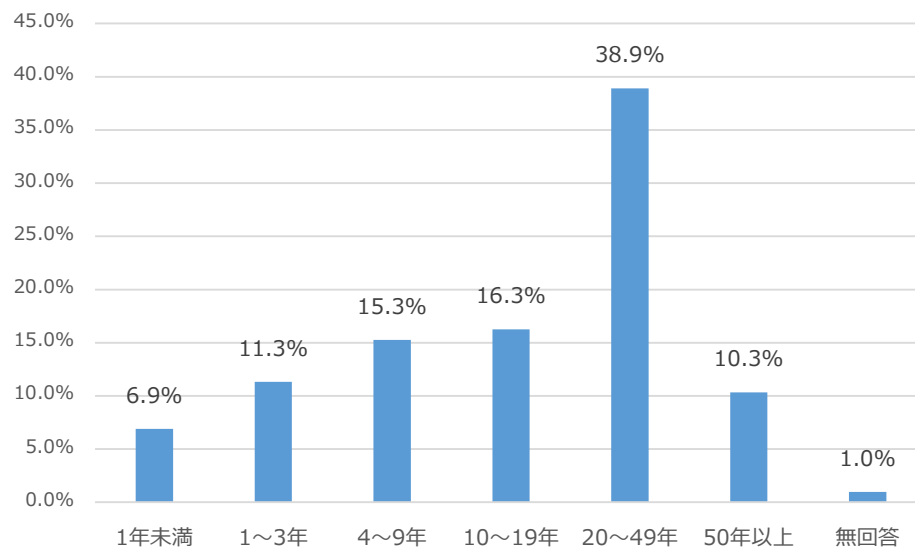
1-Q4	回答数	回答割合
建設・不動産	54	13.3%
工業・製造	66	16.2%
運輸	8	2.0%
卸売	24	5.9%
小売	66	16.2%
飲食	28	6.9%
金融・保険	8	2.0%
サービス	86	21.2%
情報通信	6	1.5%
医療・福祉	18	4.4%
教育	8	2.0%
その他	34	8.4%
総計	406	100.0%



## 1-Q.5：入会歴

会員の入会歴は、“20～49年”と回答した事業所が38.9%で一番多く、次いで、“10～19年”が16.3%、4～9年が15.3%と多かった。概ね入会歴が長いほど、商工会議所への関心が高く、期待感の大きさが感じられる結果であった。

1-Q5	回答数	回答割合
1年未満	28	6.9%
1～3年	46	11.3%
4～9年	62	15.3%
10～19年	66	16.3%
20～49年	158	38.9%
50年以上	42	10.3%
無回答	4	1.0%
総計	406	100.0%

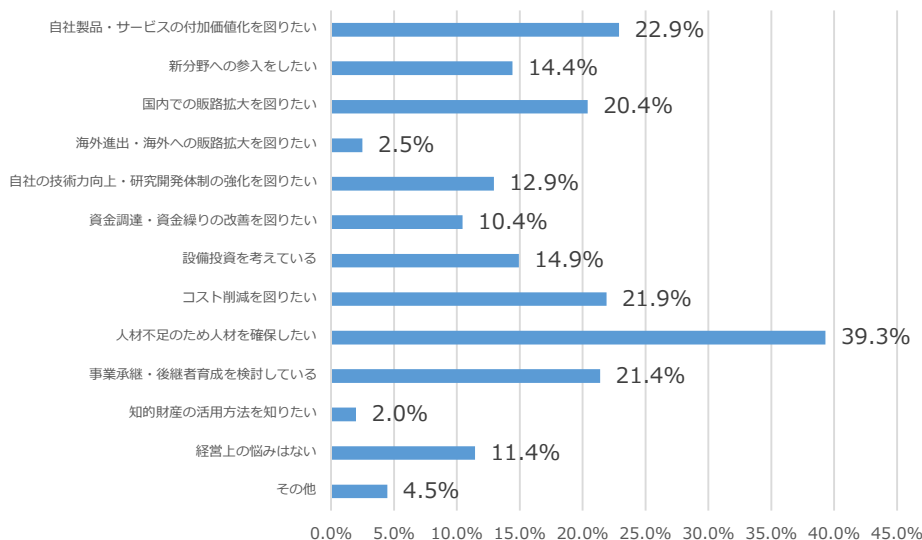




# 問1-Q.6：貴社が今抱えている経営上の悩みについてお聞かせください (複数回答)

回答事業所における「経営上の悩み」は、“人材不足のため人材を確保したい”が39.3%と一番多く、次いで“自社製品・サービスの付加価値化を図りたい”が22.9%、“コスト削減を図りたい”が21.9%、“事業承継・後継者育成を検討している”が21.4%、“国内での販路拡大を図りたい”が20.4%と回答が多い結果となった。商工会議所としても結果を踏まえ、課題解決に向けた取組みが必要である。

1-Q6	回答数	回答割合
自社製品・サービスの付加価値化を図りたい	92	22.9%
新分野への参入をしたい	58	14.4%
国内での販路拡大を図りたい	82	20.4%
海外進出・海外への販路拡大を図りたい	10	2.5%
自社の技術力向上・研究開発体制の強化を図りたい	52	12.9%
資金調達・資金繰りの改善を図りたい	42	10.4%
設備投資を考えている	60	14.9%
コスト削減を図りたい	88	21.9%
人材不足のため人材を確保したい	158	39.3%
事業承継・後継者育成を検討している	86	21.4%
知的財産の活用方法を知りたい	8	2.0%
経営上の悩みはない	46	11.4%
その他	18	4.5%
回答-事業所数	402	



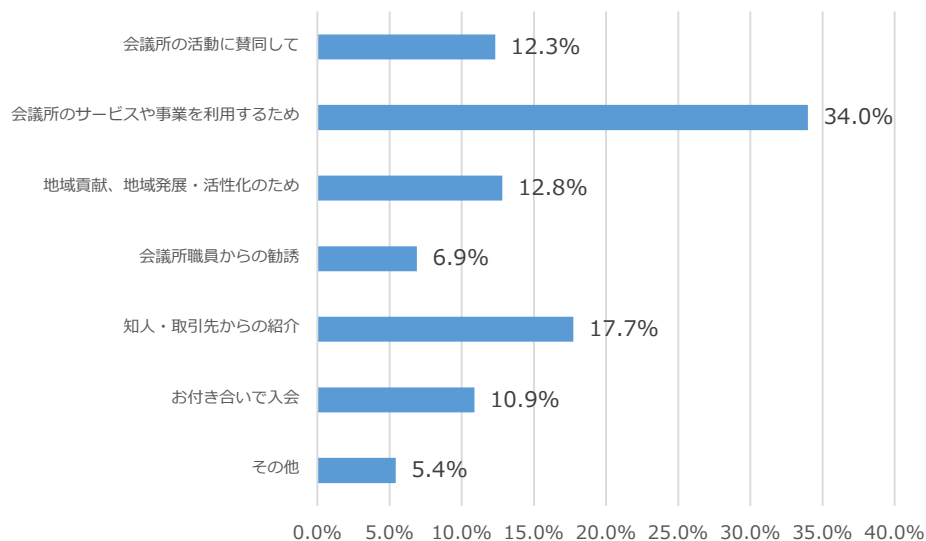
## 【その他の回答】

体力がある限り廃業しない、「個別無料専門相談」の相談員への道、製造元の確保、後継者なし、倉庫建物建替の可否、節税したい、利益を出したい、工場移転・拡張、小売業（お店）をやめたい、ローンが来年完済になるのでやめようと思っている

## 2-Q.1：ご入会の動機は？

入会動機で一番多かった回答は、“会議所のサービスや事業を利用するため”（前回調査2割回答）が34.0%であった。次いで“知人・取引先からの紹介”が17.7%、“地域貢献、地域発展・活性化のため”が12.8%との結果であった。“お付き合いで入会”と回答している事業所が一割（前回調査4割回答）に減少していることも注目される。商工会議所事業活動への期待感が伺える結果であった。

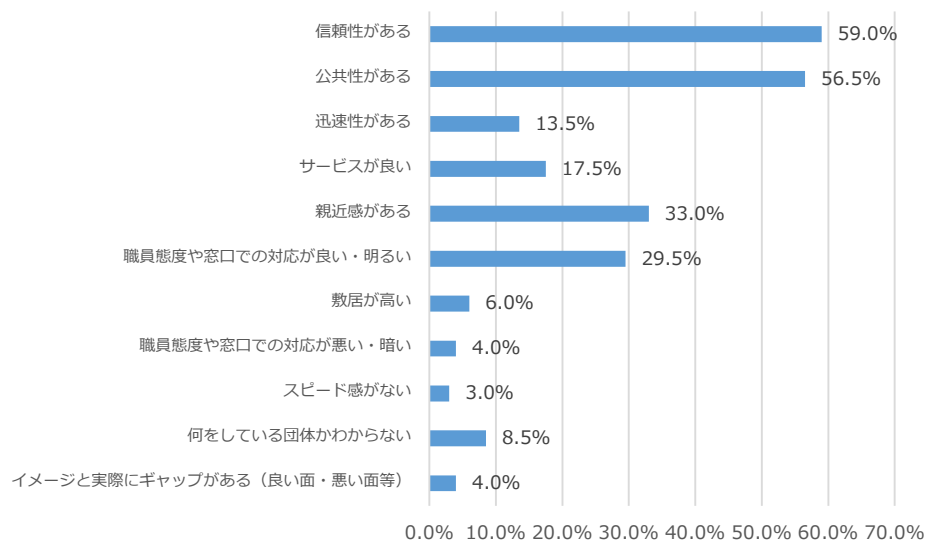
2-Q1	回答数	回答割合
会議所の活動に賛同して	50	12.3%
会議所のサービスや事業を利用するため	138	34.0%
地域貢献、地域発展・活性化のため	52	12.8%
会議所職員からの勧誘	28	6.9%
知人・取引先からの紹介	72	17.7%
お付き合いで入会	44	10.9%
その他	22	5.4%
総計	406	100.0%



## 2-Q.2：商工会議所のイメージは？（複数回答可）

“信頼性がある”との回答が59.0%と一番多く、次いで“公共性がある”が56.5%と多かった。「安心・安全」のイメージを持たれている。“親近感がある”が33.0%、“職員態度や窓口での対応が良い・明るい”との回答も29.5%の回答があり、「親切・丁寧」への取組み効果も感じられる。しかし、依然として“敷居が高い”・“何をしているかわからない”などの回答もあることから、改善に向けた取組みが早急に必要である。

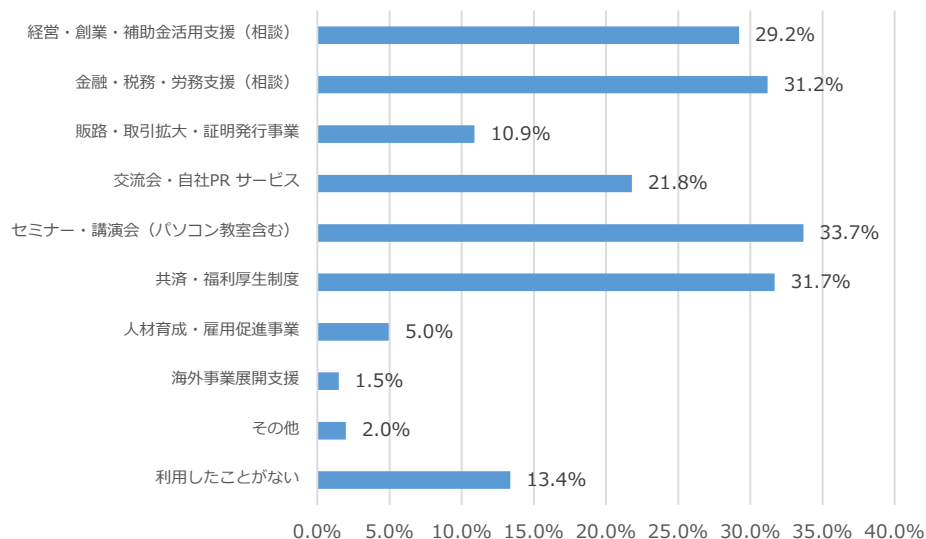
2-Q2	回答数	回答割合
信頼性がある	236	59.0%
公共性がある	226	56.5%
迅速性がある	54	13.5%
サービスが良い	70	17.5%
親近感がある	132	33.0%
職員態度や窓口での対応が良い・明るい	118	29.5%
敷居が高い	24	6.0%
職員態度や窓口での対応が悪い・暗い	16	4.0%
スピード感がない	12	3.0%
何をしている団体かわからない	34	8.5%
イメージと実際にギャップがある（良い面・悪い面等）	16	4.0%
回答-事業所数	400	



## 問2-Q.3：今までどのような当所事業・サービスを利用されましたか？ (複数回答)

利用した事業の回答では、“セミナー・講演会”が33.7%と一番多く、次いで“共済・福利厚生制度”が31.7%、“金融・税務・労務支援”が31.2%、“経営・創業・補助金活用支援”が29.2%と回答が多かった。前回の調査では共済やイベント参加などに回答が多かったが今回では経営に関する情報提供や経営相談・支援など経営発展に直結する事業活動への利用回答が多かった。

2-Q3	回答数	回答割合
経営・創業・補助金活用支援 (相談)	118	29.2%
金融・税務・労務支援(相談)	126	31.2%
販路・取引拡大・証明発行事業	44	10.9%
交流会・自社PR サービス	88	21.8%
セミナー・講演会(パソコン教室含む)	136	33.7%
共済・福利厚生制度	128	31.7%
人材育成・雇用促進事業	20	5.0%
海外事業展開支援	6	1.5%
その他	8	2.0%
利用したことがない	54	13.4%
<b>回答-事業所数</b>	<b>404</b>	



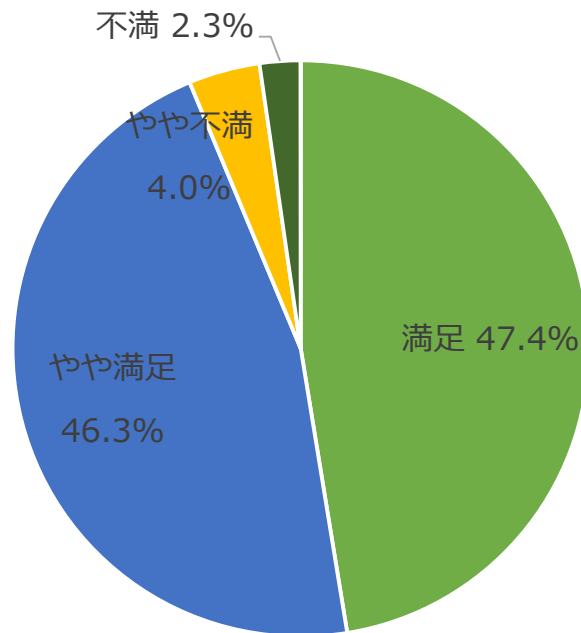
### 【その他の回答】

ホームページ作成、青色申告相談会、イベント、事業計画書作成

## 2-Q.3-A：事業・サービスを利用された方： 利用されたサービスの満足度をお答えください

“満足”と47.4%、“やや満足”と46.3%が回答しており、全体の93.7%の事業所が概ね「満足」と回答した結果であった。前回調査結果で「満足」と回答した事業所が40.9%であったことを考えると、事業所への貢献度が高められた結果とも考えられる。しかし、“やや不満”、“不満”と回答した事業所もあることから、さらに事業活動の活性化が望まれる。

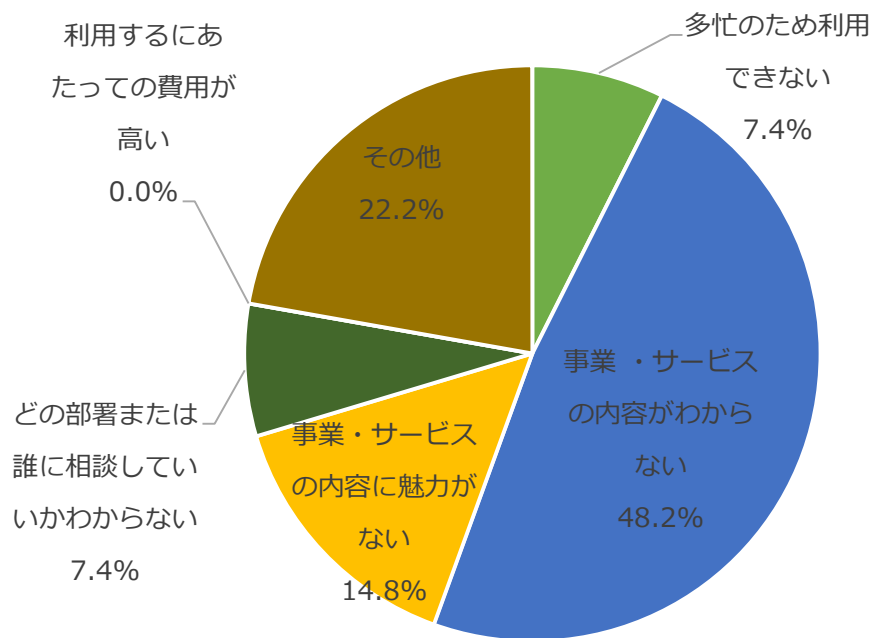
2-Q3-A	回答数	回答割合
満足	166	47.4%
やや満足	162	46.3%
やや不満	14	4.0%
不満	8	2.3%
総計	350	100.0%



## 2-Q.3-B：事業・サービスを利用されたことがない方： その理由は何故ですか？

事業・サービスを利用しないと回答（13.4%）した事業所で、利用しない理由として一番多かったのが“事業・サービス内容がわからない”で48.2%であった。次いで、“事業・サービスの内容に魅力がない”が14.8%と多かった。指導員等による巡回活動や広報誌の充実、事業活用ガイドブック作成等により事業活動の見える化に努めるとともに事業活動の見直しや改善も検討する必要がある。

2-3-B	回答数	回答割合
多忙のため利用できない	4	7.4%
事業・サービス内容がわからない	26	48.2%
事業・サービスの内容に魅力がない	8	14.8%
どの部署または誰に相談していかかわからない	4	7.4%
利用するにあたっての費用が高い	0	0.0%
その他	12	22.2%
総計(2-Q3:利用したことない)	54	100.0%



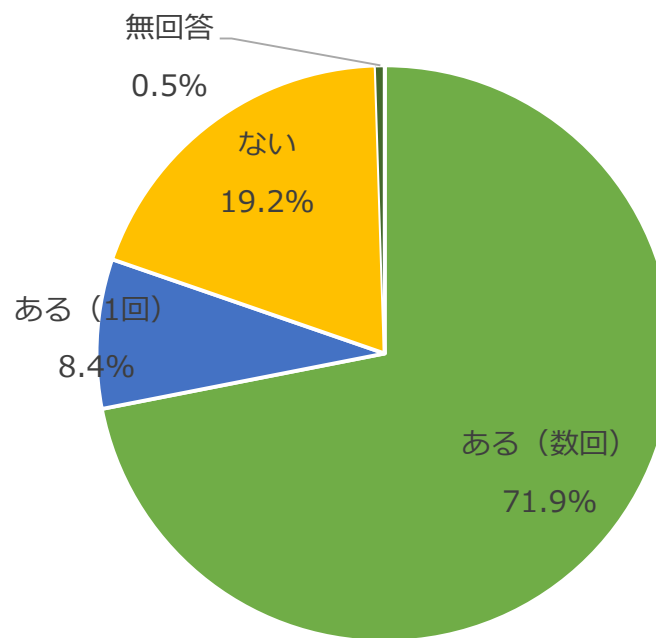
### 【その他の回答】

利用価値がない、日程が合わなかった、入会したばかり、今後の事としています、商工会にも入会しています、特に利用することがない

## 2-Q.4：当所職員との接点（訪問や来所・お電話等）はありますか？ （過去3年以内）

職員との接点では、“ある（数回）”71.9%と一番多く、“ある（1回）”8.4%であった。また、接点が“ない”19.2%と約2割の回答があり、単発支援の改善と接点のない事業所への訪問活動を強化し、伴走型体制づくりを促進する必要がある。

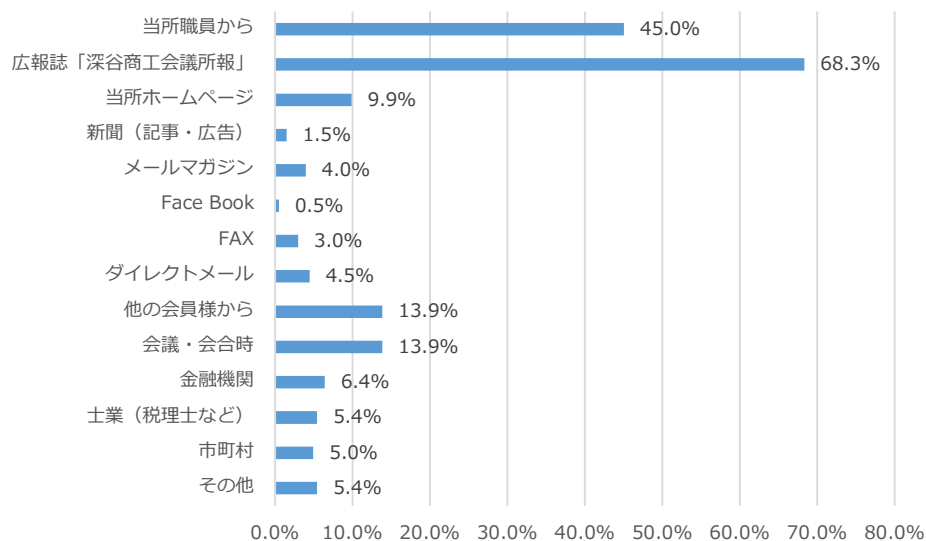
2-Q4	回答数	回答割合
ある（数回）	292	71.9%
ある（1回）	34	8.4%
ない	78	19.2%
無回答	2	0.5%
総計	406	100.0%



## 2-Q.5：当所の活動や事業・サービスをどのように知りましたか？ (複数回答可)

“広報誌「商工会議所報」”から事業・サービスを知る事業所が68.3%と約7割が回答している。次いで、“職員から”が45.0%、“他の会員から”、“会議・会合時”が13.9%と回答が多かった。結果により、今後「所報」の充実に努めるとともに、職員により事業・サービスの見える化を積極的に推進する必要がある。

2-Q5	回答数	回答割合
当所職員から	182	45.0%
広報誌「深谷商工会議所報」	276	68.3%
当所ホームページ	40	9.9%
新聞（記事・広告）	6	1.5%
メールマガジン	16	4.0%
Face Book	2	0.5%
FAX	12	3.0%
ダイレクトメール	18	4.5%
他の会員様から	56	13.9%
会議・会合時	56	13.9%
金融機関	26	6.4%
士業（税理士など）	22	5.4%
市町村	20	5.0%
その他	22	5.4%
回答-事業所数	404	

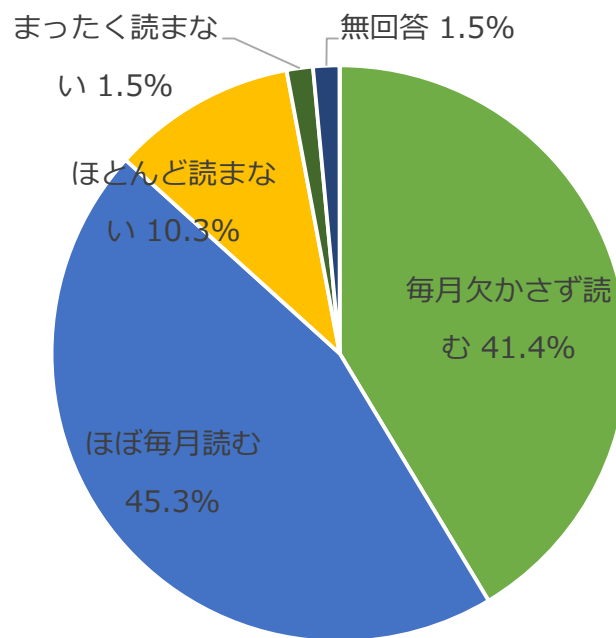




## 2-Q.6：当所の広報誌は、どの程度読まれていますか？

広報誌について、“毎月欠かさず読む”41.4%、“ほぼ毎月読む”45.3%と「読む」と回答した事業所は86.7%であった。但し、1割以上の事業所が“ほとんど読まない”・“まったく読まない”と回答しており、会員全員に商工会議所の活動を伝えるツールとして、送付方法や読んでもらうための工夫が必要であると考えます。

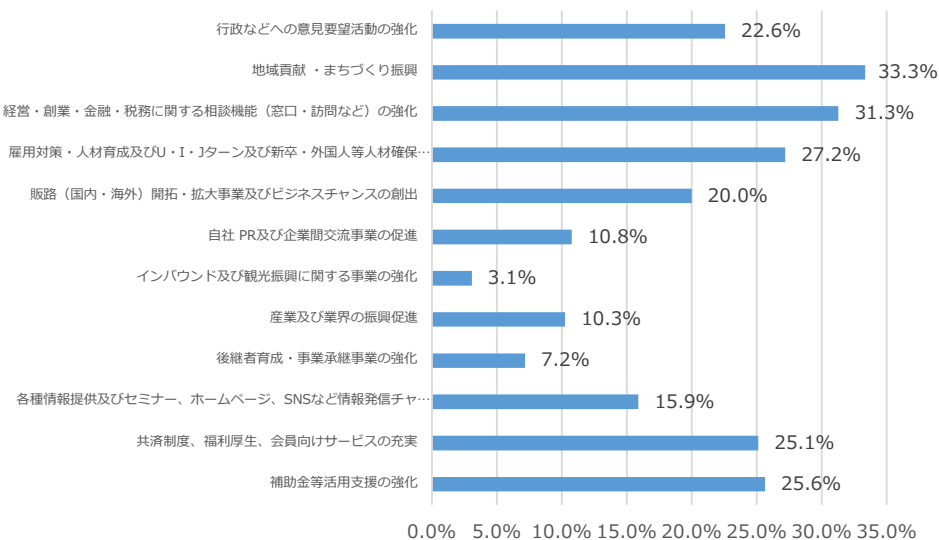
2-Q6	回答数	回答割合
毎月欠かさず読む	168	41.4%
ほぼ毎月読む	184	45.3%
ほとんど読まない	42	10.3%
まったく読まない	6	1.5%
無回答	6	1.5%
総計	406	100.0%



## 2-Q.7：今後、当所に力を入れてほしい事業または期待するサービスは何ですか？（複数回答）

今後期待する事業活動について、一番多かった回答は“地域貢献・まちづくり振興”で33.3%であった。次いで、“経営・創業・金融・税務に関する相談機能の強化”が31.3%、“雇用対策・人材育成”27.2%、“補助金等活用支援の強化”が25.6%と多かった。要望の高い事業活動について、今後、積極的に取り組んでいくことはもちろんのこと、回答数は少なかったが、インバウンド観光支援や後継者育成・事業承継事業の強化についても会員事業所への支援活動を行う必要がある。

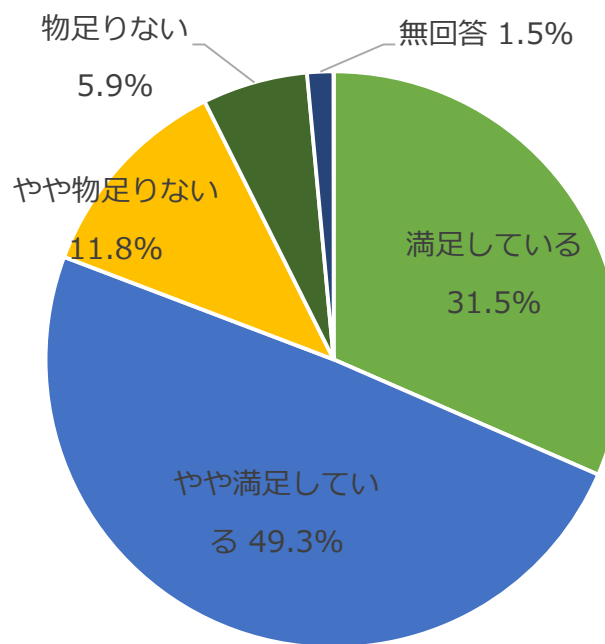
2-Q7	回答数	回答割合
行政などへの意見要望活動の強化	88	22.6%
地域貢献・まちづくり振興	130	33.3%
経営・創業・金融・税務に関する相談機能（窓口・訪問など）の強化	122	31.3%
雇用対策・人材育成及びU・I・Jターン及び新卒・外国人等人材確保の推進	106	27.2%
販路（国内・海外）開拓・拡大事業及びビジネスチャンスの創出	78	20.0%
自社 PR及び企業間交流事業の促進	42	10.8%
インバウンド及び観光振興に関する事業の強化	12	3.1%
産業及び業界の振興促進	40	10.3%
後継者育成・事業承継事業の強化	28	7.2%
各種情報提供及びセミナー、ホームページ、SNSなど情報発信チャンネルの強化	62	15.9%
共済制度、福利厚生、会員向けサービスの充実	98	25.1%
補助金等活用支援の強化	100	25.6%
回答-事業所数	390	



## 2-Q.8：商工会議所の活動をどのように感じていますか？

商工会議所活動について、“満足している”との回答が31.5%、“やや満足している”が49.3%と一番多かった。“やや物足りない”11.8%、“物足りない”5.9%と「物足りない」と回答している事業所が17.7%であった。今後、顧客満足度を高めるために、「何ができるか」をあらゆる方向から考え、新たな商工会議所活動を目指していくことが必要である。

2-Q8	回答数	回答割合
満足している	128	31.5%
やや満足している	200	49.3%
やや物足りない	48	11.8%
物足りない	24	5.9%
無回答	6	1.5%
総計	406	100.0%



## 商工会議所へのご意見・ご要望を記入ください（1）

- 旧中山道沿いの商店街のみならず、やる気のある商店主を核として多くの活性化する商店街を創出するしくみ（しかけ）をつくってほしい
- 入っている意味がない。会費をかえせ。何もやってくれない。できることならぬけたい。何か実のあることをやってほしい
- いつもご苦労様です。地域のため、自営業者さんたちのため、頑張っている姿に感銘を受けています。これからも宜しくお願いします
- 何をどのように具体的に活用できるか分からない事が多い感じがします。訪問までしなくても個別に業種に合った事、活用できそうな物の案内等があるとうれしいです
- 現在東京都中小企業振興公社で非常勤で都内中小企業の技術・製品開発と事業化の支援や相談にのっています。深谷商工会議所の「技術相談」は埼工大が担当していますが、実務経験の多い技術士にも門戸を開放して頂きたいと、入会@2009以来ずっと感じております
- 人事・労務等でお困りの事業者様がいらっしゃれば、積極的にお手伝い致します
- 特にありません。満足しています
- あまり身近に感じない
- 担当の職員さんには手厚い支援を頂いてます
- 頑張ってください
- 日頃より大変お世話になっております。今後ともよろしくお願ひいたします
- 一部の優良事業所との馴れ合い団体にしか見えない。余計な動きはするなと言いたい
- 会費口数の統一、口数減額受付
- 今後、色々ご相談させていただきたいと思っていますので宜しくご指導の程、お願ひ致します
- 販促のセミナーをたくさんやって欲しい
- 商工会議所の活用方法・メリットなど、どんどん伝えてほしい



## 商工会議所へのご意見・ご要望を記入ください（2）

- 何かとお世話になり助かっています。ありがとうございます
- カレー焼きそば加盟について相談に伺った折（何度か）その都度、親切に相談に乗って頂き、ありがとうございました。カレー焼きそばも何とか頑張っております。今後とも宜しくお願い致します
- 職員の方々が親切に対応していただけている
- 充実したセミナーの開催回数を増やして下さい。1年に1回ではなく、3回位（予算がきついですか？）
- 商工会議所の職員（1人の）の方の対応が横柄で気分の悪い思いをしました。他の方は、良いのですが・・・それ以降信用がありません
- 入会したばかりなので勉強に行きたいと思います
- 今後とも宜しく申し上げます
- いつも大変有意義にお付き合いさせて頂いております。今後ともご指導の程よろしくお願ひ申し上げます
- 私自身や仲間が活動協力を申し入れているが前向きな話がほとんどない。商工会議所の存在感を高めるために、もっと積極的な取組みが欲しい
- 地元の店を回遊したくなるような企画を望みます
- これからのご活躍を期待しています
- 多少、貴所へ入りづらい感があります。第一声は、笑顔のあいさつで印象が決まると思います
- 来店された際は、必ず声をかけてください。忙しくて、来たことがわからないときもあるので「商工会です」と、お願いします。今回のアンケート用紙（パンフレット）はお金かけすぎではないでしょうか？回答率は上がるかもしれませんが
- YEG活動、補助金取得支援など職員の皆様には大変お世話になり、感謝しております。今後ともよろしくお願ひ申し上げます



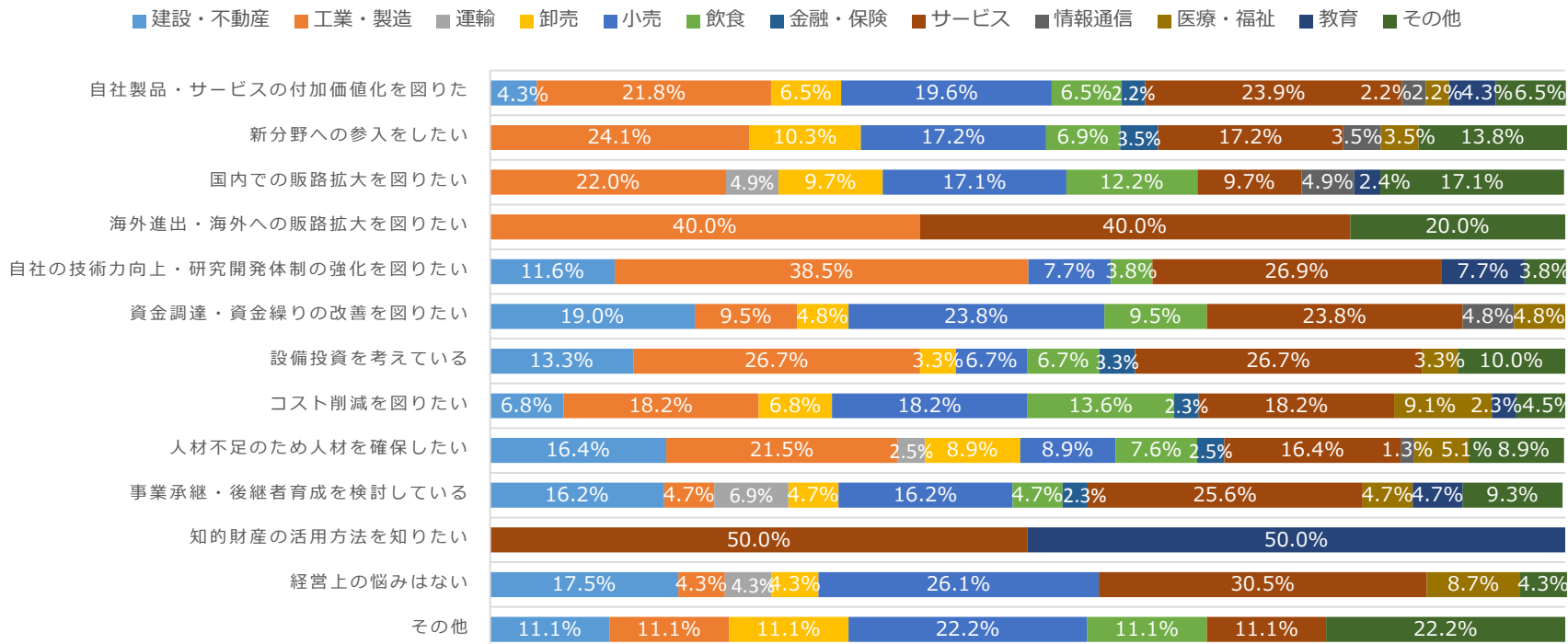
## 商工会議所へのご意見・ご要望を記入ください（3）

- 2・3箇所回答できない所がありますが、店をやめたい気持ちがあるのですみません
- いつもお世話になっております。個人事業をやっている者ですが、今現代の（ネット・パソコン）世の中の流れについて行けません。セミナー・講演会・イベントを増やして欲しいです。落ち込むばかりです
- 小規模の会社にも、もう少し力を入れてほしい
- ここ3年くらいは2-Q2（商工会議所のイメージは？）の問いは③（迅速性がある）・④（サービスが良い）です。以前はいったい何だったのでしょうか？
- 個人経営だから相手にもされていない感じ
- どんな良いサービスがあっても、最後は「人」だと思います。親切に丁寧に対応してくれる人に相談したいと思います。以前、不快に感じた方がいました。私は今の担当職員さんが親切だから、商工会議所を利用しています
- いつも親切にしてください、ありがとうございます。これからも、どうぞよろしくお願い致します
- 補助金申請支援は大変ありがたい。また販促ツールの紹介などで自社のことを気にかけてくれていることがかわる。今後も経営支援を受けつづけたい
- 有益な情報提供が定期的にあるため、ありがたいです。相談ごとにも迅速に対応いただけるので、とても感謝しています。経営者として足りない部分を補ってくれる大切なパートナーとして認識しています
- 商店街への協力をいただき、大変助かっていますが、当店以外の店舗への訪問時に聞いた情報などを商店街全体で共有したいです
- 事業への参加・協力はできるだけやっていますが、その他当店に有益な情報提供をお願いしたい
- サービスはたくさんあるが、細かな内容がわからないので説明してほしい
- いつもありがとうございます。職員とお会いする機会が少ない気がします



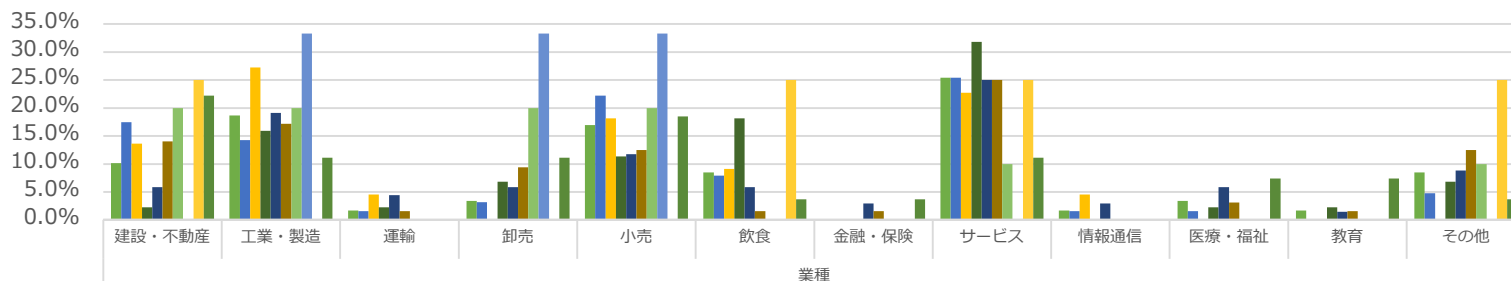
# ●業種別/経営上課題

1-Q6経営上課題でもっとも多く回答のあった“人材不足のため人材を確保したい（39.3%）”では、“工業・製造”が21.5%と回答、次いで“建設・不動産”・“サービス”が16.5%であった。また、ほぼ全業種が回答している。また、次に回答の多かった“自社製品・サービスの付加価値化を図りたい（22.9%）”は、“サービス”が23.9%、“工業・製造”が21.7%、“小売”が19.6%と多かった。3番目に多かった“コスト削減を図りたい”は“工業・製造”・“小売”・“サービス”が18.2%と回答、全業種で課題となっている。



## ●業種別/事業・サービス利用状況

業種別の「事業・サービス利用状況」については、“建設・不動産”は“人材育成・雇用促進事業”の利用がもっとも多く、“工業・製造”では“海外事業展開支援”・“販路・取引拡大・証明発行事業”が多かった。“飲食”・“サービス”では“交流会・自社PRサービス”の利用が多かった。

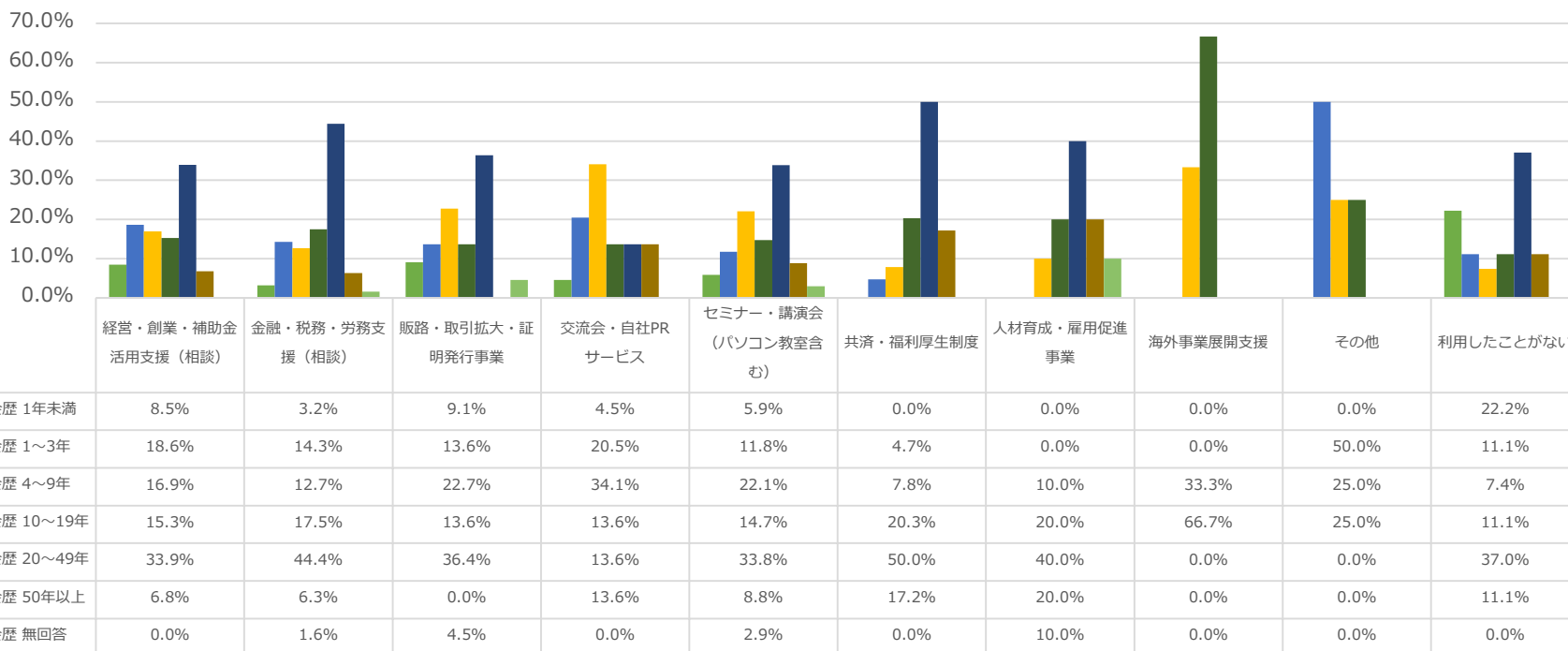


	建設・不動産	工業・製造	運輸	卸売	小売	飲食	金融・保険	サービス	情報通信	医療・福祉	教育	その他
■ 経営・創業・補助金活用支援（相談）	10.2%	18.6%	1.7%	3.4%	16.9%	8.5%	0.0%	25.4%	1.7%	3.4%	1.7%	8.5%
■ 金融・税務・労務支援（相談）	17.5%	14.3%	1.6%	3.2%	22.2%	7.9%	0.0%	25.4%	1.6%	1.6%	0.0%	4.8%
■ 販路・取引拡大・証明発行事業	13.6%	27.3%	4.5%	0.0%	18.2%	9.1%	0.0%	22.7%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%
■ 交流会・自社PR サービス	2.3%	15.9%	2.3%	6.8%	11.4%	18.2%	0.0%	31.8%	0.0%	2.3%	2.3%	6.8%
■ セミナー・講演会（パソコン教室含む）	5.9%	19.1%	4.4%	5.9%	11.8%	5.9%	2.9%	25.0%	2.9%	5.9%	1.5%	8.8%
■ 共済・福利厚生制度	14.1%	17.2%	1.6%	9.4%	12.5%	1.6%	1.6%	25.0%	0.0%	3.1%	1.6%	12.5%
■ 人材育成・雇用促進事業	20.0%	20.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%
■ 海外事業展開支援	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
■ その他	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
■ 利用したことがない	22.2%	11.1%	0.0%	11.1%	18.5%	3.7%	3.7%	11.1%	0.0%	7.4%	7.4%	3.7%



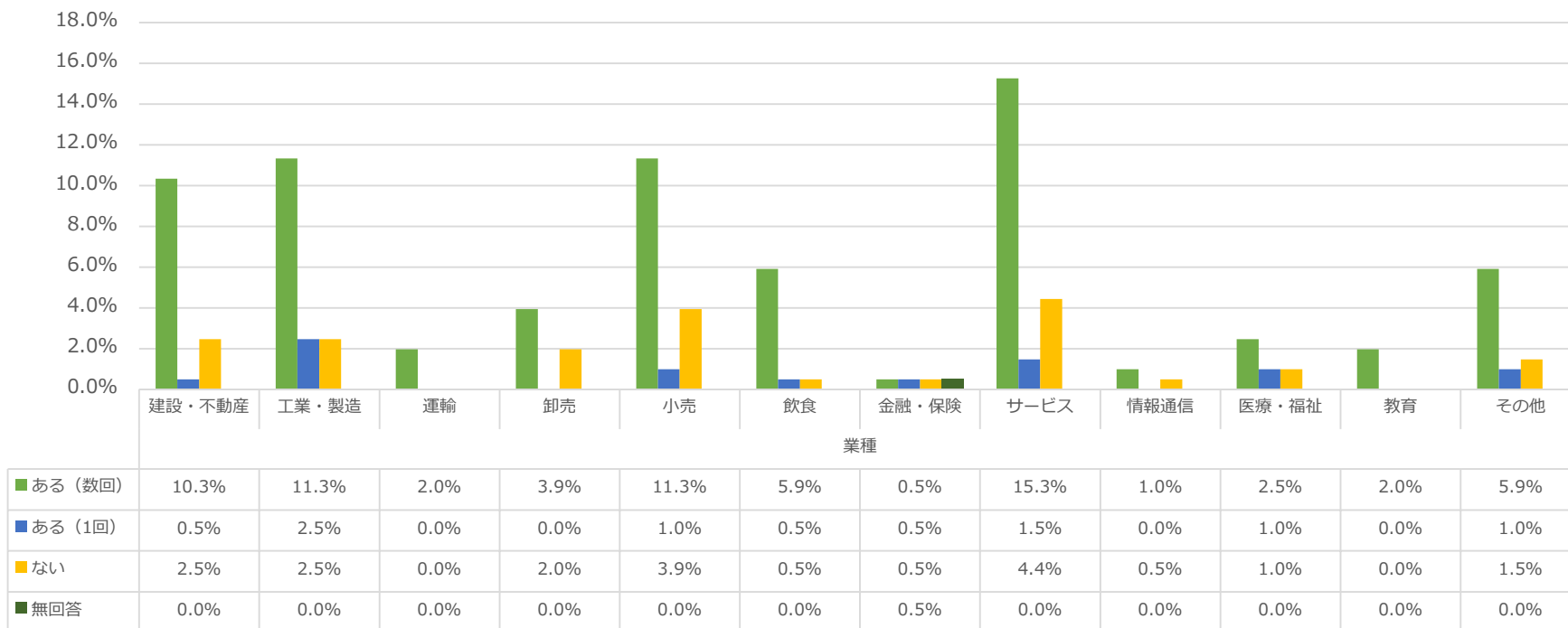
## ● 入会歴別/事業・サービス利用状況

入会歴別の「事業・サービス利用状況」では、入会歴が長い事業所は“共済・福利厚生制度”や“セミナー・講演会”の利用が多く、入会歴が短い事業所は、“経営・創業・補助金活用支援”・“金融・税務・労務支援”の活用が目立つ。入会歴にかかわらず、全体的には“販路・取引拡大支援”・“交流会・自社PRサービス”の利用が多い結果となった。



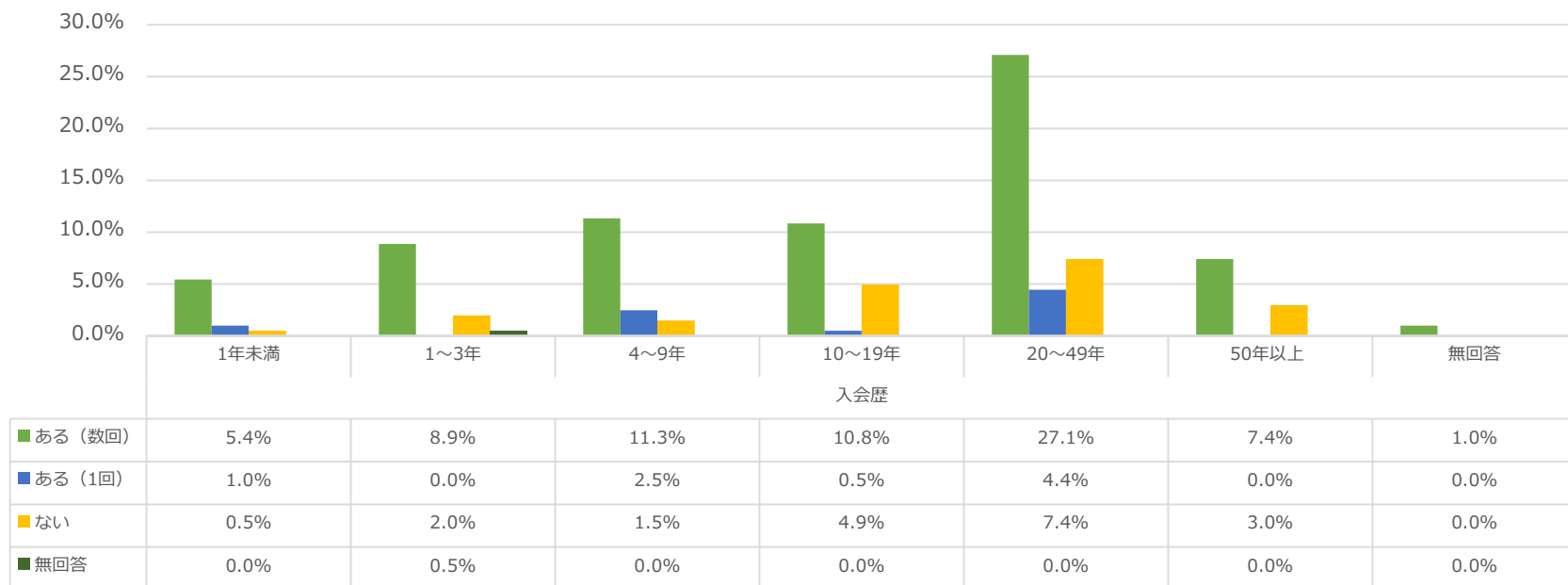
## ● 業種別/職員接点状況

職員との接点状況は、接触が「ある」事業所で多い業種は、“サービス”、次いで“工業・製造”、“小売”・“建設・不動産”の順となった。商工会議所の組織形態から見ても妥当な結果であると考えられる。また、接触の「ない」業種についても、同様の結果となっている。



## ● 入会歴別/職員接点状況

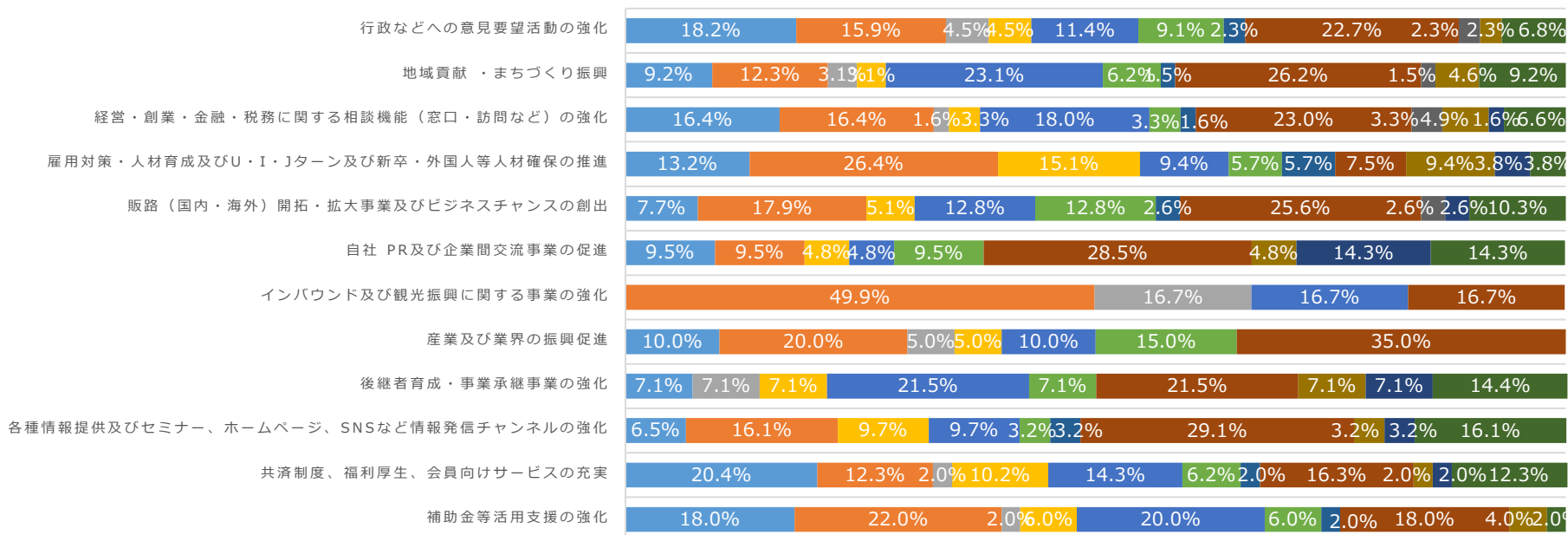
入会歴による職員接点状況は、概ね入会歴が長い程、接触が「ある」事業所が多かったが、「ない」と回答しているのが“入会歴10年~50年以上”の事業所である。結果から長い間、職員と接触していないことも考えられるため、早急な対応策が必要である。



# ●業種別/事業・サービス要望状況

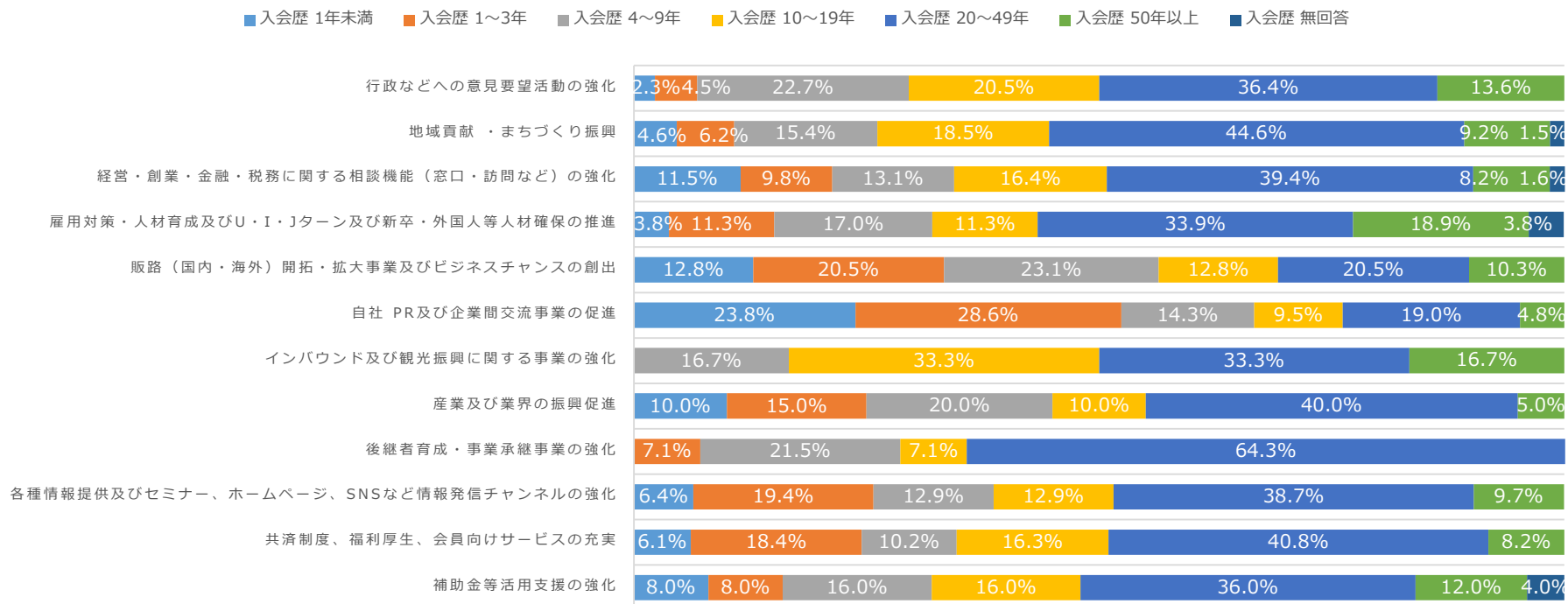
業種別の事業・サービス要望状況は、全業種の回答で一番多かった“地域貢献・まちづくり振興(33.3%)”は、特に“サービス”26.2%と“小売”23.1%の要望が多かった。次いで、“経営・創業・金融・税務に関する相談機能の強化(31.3%)”は、“サービス”・“小売”・“工業・製造”・“建設・不動産”など多くの業種が要望している。“雇用対策・人材育成(27.2%)”では、“工業・製造”26.4%と特に多かった。また、“補助金等活用支援の強化(25.6%)”は“工業・製造”・“小売”・“サービス”など全業種からの要望が多く、今後は要望に沿った支援が望まれる。

■建設・不動産 ■工業・製造 ■運輸 ■卸売 ■小売 ■飲食 ■金融・保険 ■サービス ■情報通信 ■医療・福祉 ■教育 ■その他



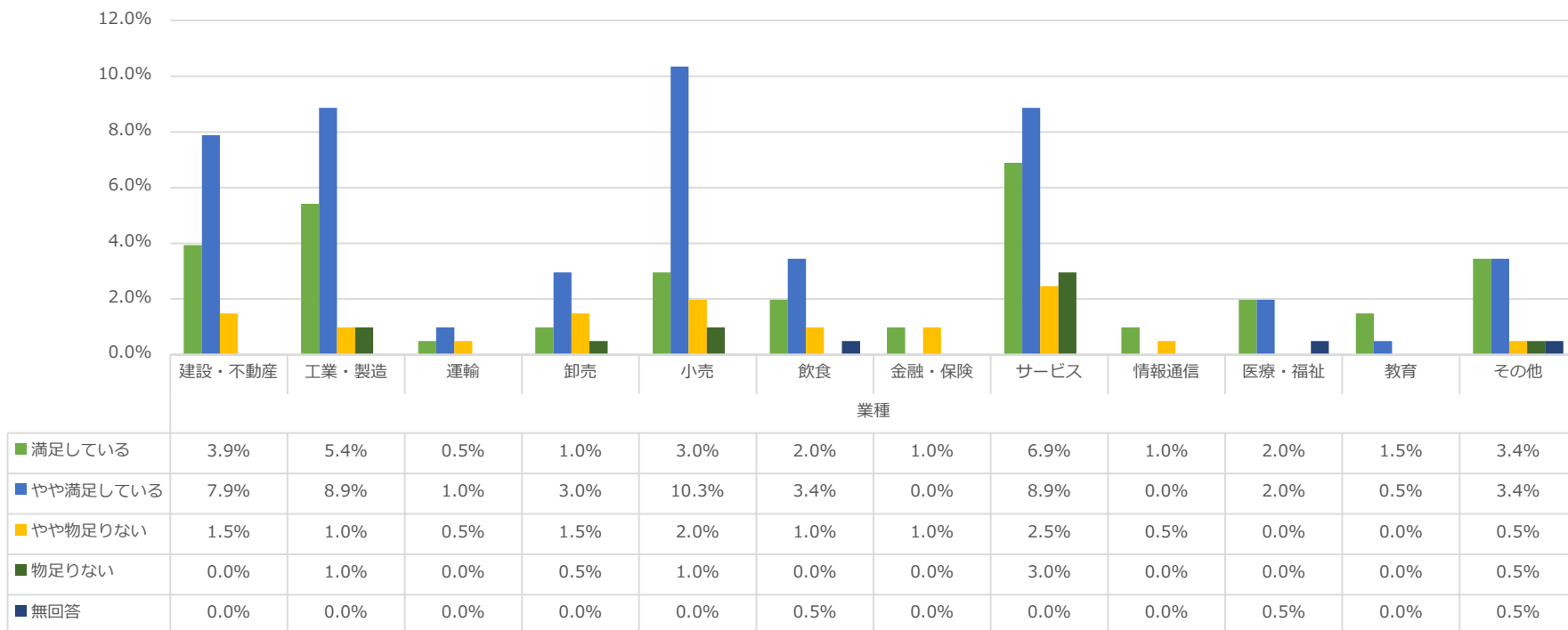
# ● 入会歴別/事業・サービス要望状況

事業・サービス要望の入会歴別では、入会歴3年未満の事業所は“自社PR及び企業間交流事業の促進”の要望が52.4%と多く、入会歴10年未満では、“自社PR等”及び“販路開拓・拡大事業等”の要望が多くなっており、経営に直結する支援を望んでいる。入会歴10年以上の事業所は、活動全体への要望が多く、特に“観光振興”・“地域貢献・まちづくり振興”・“行政などへの意見要望活動の強化”など、地域全体への振興活動への要望が多いことから、商工会議所活動への理解が高まっていることが考えられる。



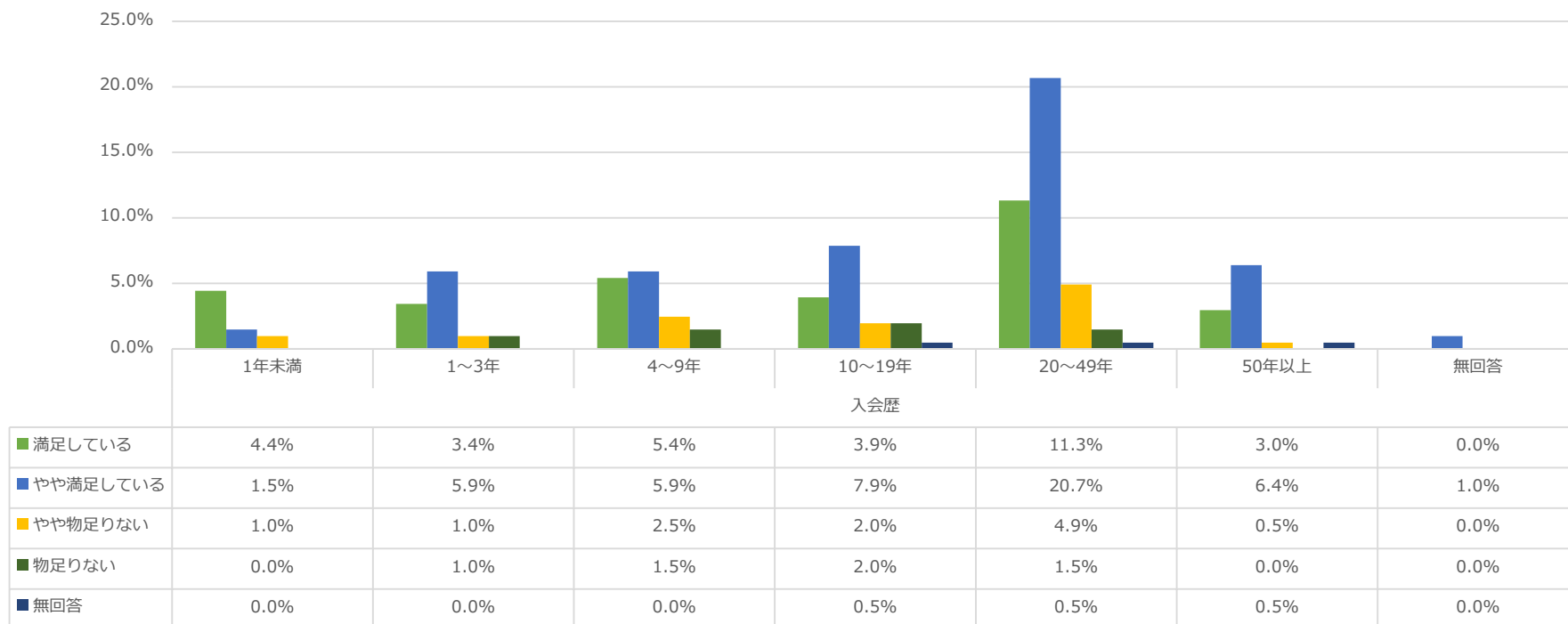
## ●業種別/活動満足度状況

活動満足度状況の業種別では、全業種で「満足している・やや満足している（80.8%）」の回答がある中、特に“サービス”15.8%、“工業・製造”14.3%、“小売”13.3%が多かった。また、「物足りない・やや物足りない」への回答は少なかったものの、ほぼ全業種で同じ回答率となっている。



## ● 入会歴別/活動満足度状況

入会歴別の活動満足度で、「満足している・やや満足している（80.8%）」への回答が一番多かったのは、“入会歴が20年～49年”32.0%であった。次いで“10～19年”11.8%・“4～9年”11.3%であり、入会歴の長い事業所ほど、活動への満足度が高い結果となった。



# まとめ

今回の回答数は406件（全会員の約20%）であり、主に法人小規模事業者で入会歴が10年以上の事業所の回答が多かったが、商工会議所のもっとも重要なアンケート調査と考えると回答率が低いと思われ、調査手法や時期など、見直し・再検討が必要である。また、会員事業所全体の商工会議所に対する関心を高めるための取組みが必要である。

事業所における「経営上の悩み」では、「人材不足のため人材を確保したい」・「自社製品・サービスの付加価値化を図りたい」・「コスト削減」「国内販路拡大」を図りたいとの回答が多く、これらの課題・解決に向けた、新たな事業活動の展開・既存事業活動の見直しを図るなど、商工会議所の取組みは急務である。

また、前回の調査では、「お付き合いで入会」している事業所が多かったが、今回の調査では「サービスや事業を利用するため」の回答が多かったことから、本来の商工会議所活動への参画が図れ、より良い事業・サービスの提供・充実への期待が感じられる。

「信頼性」「公共性」による、“安心・安全”な商工会議所を維持し、“親切・丁寧”を心がけるとともに、「敷居が高い」「何をしている団体かわからない」等のマイナスイメージを払拭するための取組みが必要である。

事業・サービスを利用された事業所においては、高い「満足度」を得られているが、「事業を利用していない」事業者も多くいることから、事業・サービスの見える化への取組みが望まれている。また、職員との接点が「ない」事業所も多いことから、経営指導員等を中心とした巡回活動等における接点強化による商工会議所事業活動の見える化を図る必要がある。

今後は、期待する事業・サービスで挙げられた内容をもとに、平成31年度以降の事業計画策定に反映させることで、会員事業所の要望にそった事業活動を展開していき、商工会議所活動への満足度（顧客満足度）を高めていくことが望まれる。





# 結果検証と今後の取組み（方向性）

項目		現状・検証	今後の取組み（方向性）
1 貴社 の 概 要 に つ い て	1-Q.1 事業所形態	<ul style="list-style-type: none"> <li>●法人が多い</li> <li>●個人が少ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●中小企業者（小規模事業者除く）、個人事業者に対し、商工会議所活動 への参画及び関心を高める取組みを実施</li> <li>●巡回活動の充実（事業所との接触強化）</li> <li>●新たな事業活動の展開・提供</li> </ul>
	1-Q.2 従業員数	<ul style="list-style-type: none"> <li>●20人以下が多い</li> <li>●21人以上が少ない</li> </ul>	
	1-Q.3 資本金	<ul style="list-style-type: none"> <li>●なし・3百万以下が多い</li> <li>●3百万以上が少ない</li> </ul>	
	1-Q.4 業種	<ul style="list-style-type: none"> <li>●サービス、小売、工業・製造が多い</li> <li>●飲食、卸売、運輸、情報通信、医療・福祉、教育が少ない</li> </ul>	
	1-Q.5 入会歴	<ul style="list-style-type: none"> <li>●5年以上50年未満が多い</li> <li>●50年以上、3年未満が少ない</li> </ul>	
	1-Q.6 貴社が今抱えている経営上の悩みについてお聞かせください（複数回答）	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「人材不足のため人材を確保したい」、</li> <li>●「自社製品・サービスの付加価値化を図りたい」、</li> <li>●「コスト削減を図りたい」、</li> <li>●「事業承継・後継者育成を検討したい」、</li> <li>●「国内での販路拡大を図りたい」が多い</li> </ul>	

# 結果検証と今後の取組み（方向性）

	項目	現状・検証	今後の取組み（方向性）
	2-Q.1 ご入会の動機は？	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「会議所のサービスや事業を利用するため」、「知人・取引先からの紹介」が多い</li> <li>●「職員からの勧誘」、「お付き合いで入会」が少ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●会員ニーズに沿った事業・サービスの提供（見直し含む）</li> <li>●職員による非会員事業所への訪問及び非会員事業所に対する事業活動の紹介</li> </ul>
	2-Q.2 商工会議所のイメージは？（複数回答）	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「信頼性がある」、「公共性がある」、「親近感がある」が多い</li> <li>●「何をしているかわからない」、「敷居が高い」の回答（14.5%）に注目</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●安心・安全、親切・丁寧、明るい事務所を目指した接客の推進</li> <li>●職員の資質向上（接客・電話対応の強化）</li> </ul>
	2-Q.3 今までどのような当所事業・サービスを利用されましたか？（複数回答）	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「セミナー講習会」、「共済・福利厚生制度」、「金融・税務・労務支援」、「経営・創業・補助金活用支援」が多い</li> <li>●「交流会・自社PRサービス」、「販路・取引拡大」、「人材育成・雇用促進事業」が少ない</li> <li>●「利用したことがない」の回答（13.4%）に注目</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業・サービス活用促進のため事業活動の見える化・巡回活動等による事業活動の見える化</li> <li>●広報誌等を活用した事業活動の見える化</li> <li>●関係支援機関等と連携した事業活動の見える化</li> <li>●会議・会合等による事業活動の見える化</li> </ul>
2 深 合 商 工 会 議 所 に つ い て	2-Q.3-A 事業・サービスを利用された方にお伺いします。利用されたサービスの満足度をお答えください。	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「満足」、「やや満足」が多い</li> <li>●「やや不満」、「不満」が少ない</li> </ul>	●成果・効果を意識した事業活動の提供
	2-Q.3-B 利用されたことのない方にお伺いします。その理由は何故ですか？	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「事業内容がわからない」、「事業・サービスの内容に魅力がない」が多い</li> </ul>	●事業・サービス活用促進のため事業活動の見える化
	2-Q.4 当所職員との接点（訪問や来所、お電話等）はありますか？※過去3年以内	<ul style="list-style-type: none"> <li>●接点「ある」（数回）が多い</li> <li>●接点「ない」の回答（19.2%）に注目</li> </ul>	●経営指導員等を中心とした巡回活動の強化
	2-Q.5 当所の活動や事業・サービスをどのように知りましたか？（複数回答）	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「広報誌：所報」、「職員から」が多い</li> <li>●「ホームページ」、「会議・会合時」の回答に注目</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●広報活動の改善・見直し</li> <li>●ホームページ等による効率かつ効果的な情報提供の検討</li> <li>●会議・会合等による広報活動の促進</li> </ul>
	2-Q.6 当所の広報誌は、どの程度読まれていますか？	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「毎月かかさず読む」、「ほぼ毎月読む」が多い</li> <li>●「ほとんど読まない」、「まったく読まない」の回答（11.3%）に注目</li> </ul>	●広報活動の改善・見直し
	2-Q.7 今後、当所に力を入れてほしい事業または期待するサービスは何ですか？（複数回答）	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「地域貢献・まちづくり振興」、「経営・創業・金融・税務に関する相談機能の強化」、「雇用対策・人材育成等」、「補助金等活用支援の強化」が多い</li> </ul>	●会員ニーズ、国・県・市等の施策に沿った事業活動の展開
	2-Q.8 商工会議所の活動をどのように感じていますか？	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「満足している」、「やや満足している」が多い</li> <li>●「やや物足りない」、「物足りない」の回答（17.7%）に注目</li> </ul>	●成果・効果を意識した事業活動の提供

# 結果検証と今後の取組み（方向性）

項目	現状・検証	今後の取組み（方向性）
商工会議所へのご意見・ご要望	<ul style="list-style-type: none"> <li>●やる気のある店主を核に商店街の活性化（創出）</li> <li>●地元店への回遊企画立案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●中心市街地（商店街）等の活性化事業の強化と市内購買促進に向けて事業活動を展開</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●販促セミナーの充実</li> <li>●セミナーの開催回数を増やしてほしい</li> <li>●セミナー・講演会・イベントを増やしてほしい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域の実情や経済・政治情勢等を踏まえ、充実したセミナー・講習会等を展開する</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●小規模会社の支援にもう少し力を入れてほしい</li> <li>●個人経営は相手にされていない感じ</li> <li>●一部の優良事業所の支援団体なのか</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●経営発達支援計画に基づき、積極的に小規模事業者支援を実施する</li> <li>●事業活動へ参加環境づくりと活動の見える化を図る</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●入っている意味がない、実のある支援を</li> <li>●サービスはたくさんあるが内容がわからない</li> <li>●商工会議所の活用方法・メリットを伝えてほしい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業活動の見える化を図る</li> <li>・巡回活動の強化</li> <li>・広報活動の充実（HP改善含む）</li> <li>・活用ガイドブック等の作成 など</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●有益な情報提供が定期的にほしい</li> <li>●活用の仕方がわからない（案内がほしい）</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●職員の対応が横柄だった</li> <li>●商工会議所事務所は入りづらい、笑顔で挨拶</li> <li>●身近に感じない</li> <li>●職員の対応に不快を感じた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●職員の資質向上（接客・電話対応の強化）</li> <li>・接客マニュアルの作成</li> <li>・スキルアップのための勉強会の開催・参加</li> <li>・事務所内の整理整頓</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●技術相談支援の強化、地域専門家の活用</li> <li>●活動協力を申し入れているが前向きな話がない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●専門家等との連携強化</li> <li>・専門性の高い相談業務における専門家派遣</li> <li>・個別無料相談の拡充</li> <li>・地域専門家との連携強化</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●アンケート調査の費用かけすぎ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●経済的かつ効率的な支出の実施</li> </ul>

- 巡回活動及び広報活動の強化等による事業活動の見える化及び情報提供の充実
- 経営計画推進による販売促進と生産性向上のための支援事業の強化
- 人材育成・人材確保支援事業の強化
- 職員の資質向上の取組み推進（提案力強化とリーダーシップの発揮）

