

「新規事業（新商品の開発、新サービス提供、
大幅な業務改善）に関するアンケート調査」
結果について

福岡商工会議所

調査概要

1.目的

新型コロナウイルス感染症を含め不確実性が高まる環境の中で、会員企業向けに新規事業についてアンケート調査を実施し、現状や要望を把握することにより、今後の支援施策の立案等の取組みにつなげることを目的とする

2.調査対象

当所会員企業（4,208社）

3.調査期間

2020年11月9日（月）～11月25日（水）

4.調査方法

調査票 （1）発送：郵送 （2）回収：郵送 or WEB or FAX

5.主な調査項目

- （1）事業の現状と課題
- （2）新規事業の取り組み状況
- （3）新規事業に関するご意見、ご要望

6.回答結果

回答数：1,073社 回答率：25.4%

【1】属性

「業種」、「企業区分（※）」について、1,073社より回答があった

Q1.主要な業種

✓ サービス業が最も多く、次に建設業、卸売業、製造業が多い。

Q1～3. 企業区分（※）

✓ 中小企業が72.1%と最も多く、次に小規模企業者が21.2%と多い。

※設問のQ1「業種」、Q2「資本金」、Q3「従業員数」より企業区分を算定

(N = 1073)

1.業種	回答企業数	比率(%)
サービス業	224	20.9%
建設業	181	16.9%
卸売業	153	14.3%
製造業	152	14.2%
小売業	101	9.4%
運輸業	57	5.3%
不動産業	32	3.0%
金融・保険業	14	1.3%
教育・学習支援業	12	1.1%
電気・ガス事業	7	0.7%
農林水産	0	0.0%
その他	137	12.8%
無回答	3	0.3%

単位：回答数・%

(N = 1073)

1～3.企業区分	回答企業数	比率(%)
大企業	46	4.3%
中小企業	774	72.1%
小規模企業者	228	21.2%
その他	25	2.3%

【2】 売上の状況

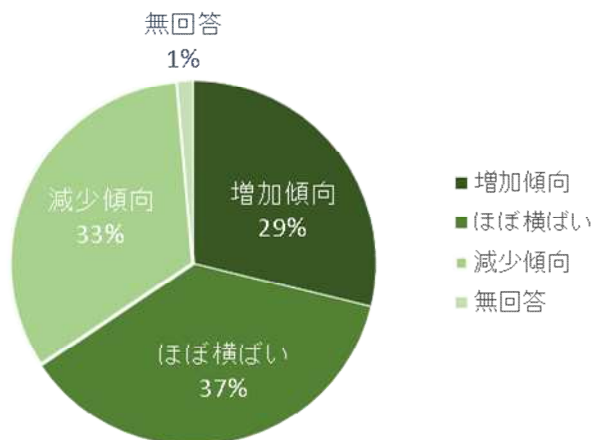
Q4売上の状況について、1,073社より回答があった

- ✓ 新型コロナウイルス感染症拡大前の売上の傾向は、「増加傾向（29%）」、「ほぼ横ばい（37%）」、「減少傾向（33%）」であり、増加傾向、減少傾向の比率は30%前後である。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症拡大後の影響は、「減少傾向」が66%を占め、新型コロナが大きな影響を与えていることが窺える。

単位：%

Q4-①：新型コロナウイルス感染症拡大前の状況（1つのみ回答）

(N = 1,073)

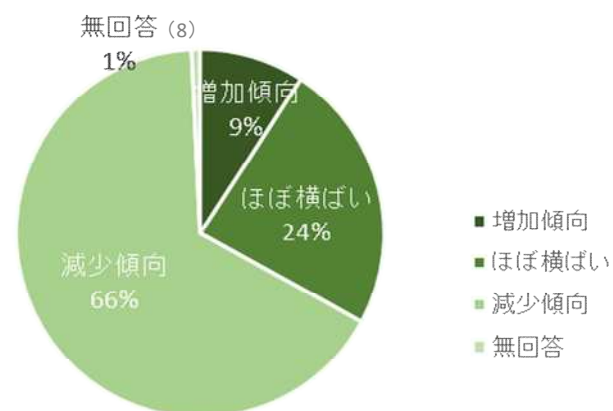


「①拡大前（2020年1月頃）」と「②3年前（2017年1月頃）」との売上比較

単位：%

Q4-②：新型コロナウイルス感染症拡大後の状況（1つのみ回答）

(N = 1,073)

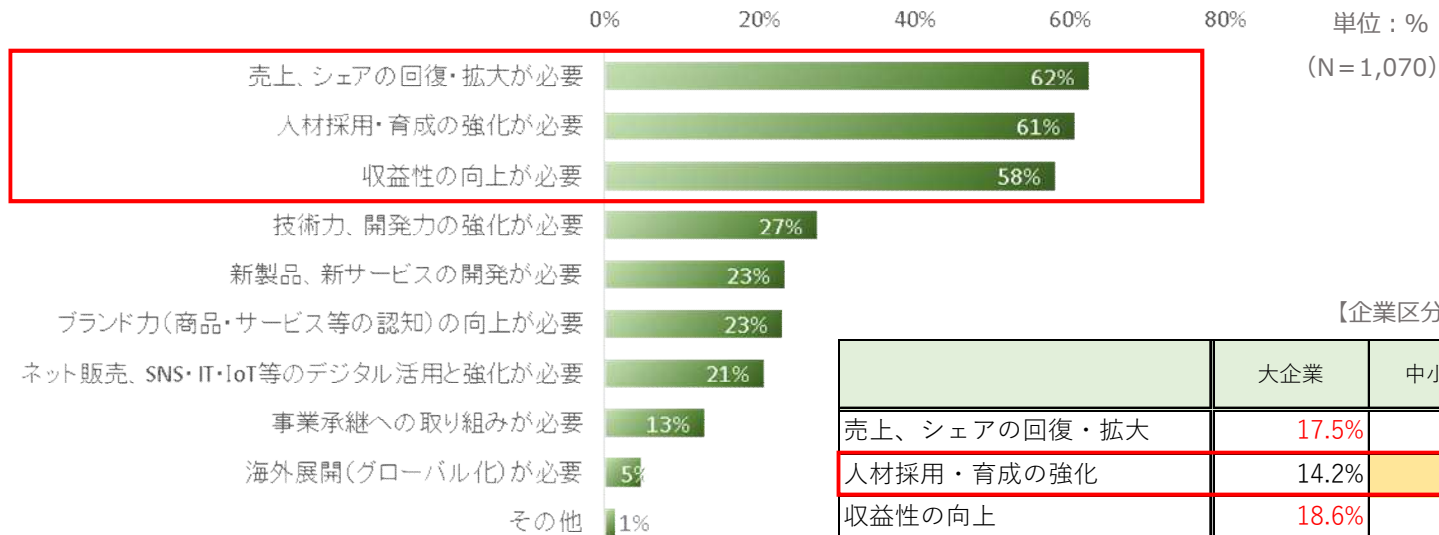


「①拡大後2020年上期」と「②前年同月比（2019年上期）」との売上比較

【3】現在の経営課題

Q5 現在の経営課題について1,070社より回答があった（複数回答）

- ✓ 「売上、シェアの回復・拡大が必要」、「人材採用・育成の強化が必要」、「収益性の向上が必要」が60%前後と上位を占めている。
- ✓ 企業区分別では、中小企業・小規模企業者は、大企業と比較して人材不足という問題に直面している。また、企業規模が大きくなるほど、「デジタル活用と強化」、「海外展開（グローバル化）」への意識が高い傾向にあります。



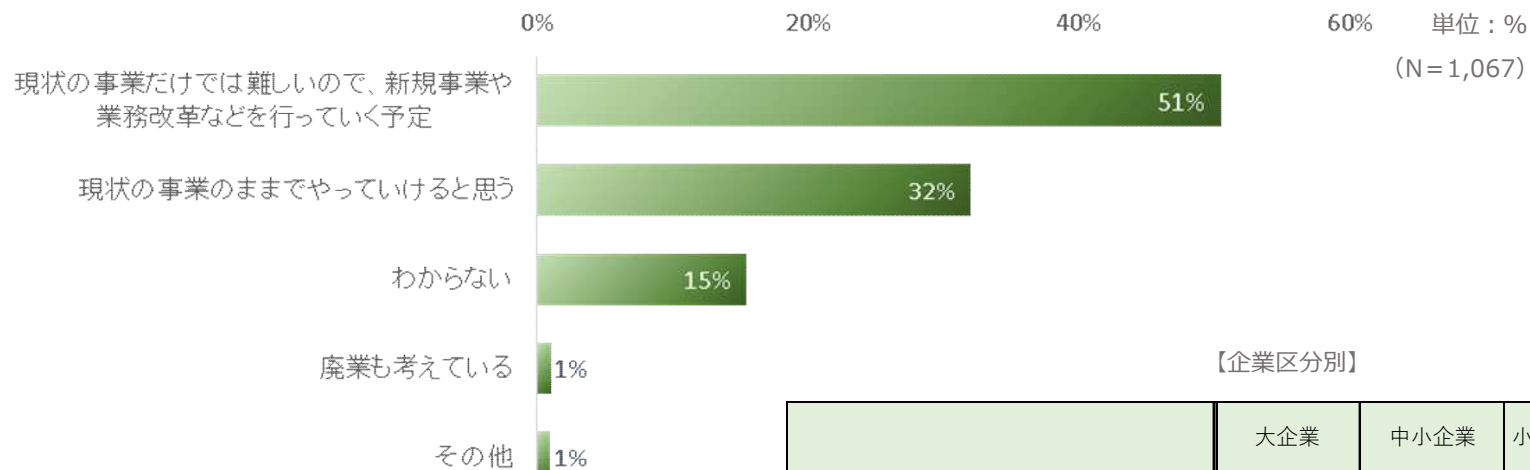
【企業区分別】

	大企業	中小企業	小規模企業者	その他
売上、シェアの回復・拡大	17.5%	20.6%	24.5%	21.8%
人材採用・育成の強化	14.2%	21.1%	20.6%	20.0%
収益性の向上	18.6%	20.0%	19.8%	10.9%
技術力、開発力の強化	8.2%	8.9%	11.7%	5.5%
新製品、新サービスの開発	12.6%	7.8%	6.8%	9.1%
ブランド力の向上	10.9%	8.0%	5.2%	16.4%
デジタル活用と強化	11.5%	7.1%	5.3%	7.3%
事業承継への取り組み	1.6%	4.4%	5.2%	5.5%
海外展開（グローバル化）	4.9%	1.7%	0.6%	0.0%
その他	0.0%	0.5%	0.3%	3.6%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

【4】 今後5年後の事業の見通し

Q6 今後5年後の事業の見通しについて1,067社より回答があった（1つのみ回答）

- ✓ 「現状の事業だけでは難しいので、新規事業や業務改革などを行っていく予定」が51%と最も多く次に「現状の事業のままでやっていけると思う」との回答が32%と続いた。
- ✓ 企業区分別では企業規模が大きくなるほど新規事業や業務改革への意識が高い。
また、中小企業、小規模企業者の3割は「現状の事業のままでやっていけると思う」という認識である。



【企業区分別】

	大企業	中小企業	小規模企業者	その他
現状の事業だけでは難しいので新規事業や業務改革などを行っていく予定	78%	51%	43%	43%
現状の事業のままでやっていけると思う	7%	33%	35%	24%
わからない	13%	14%	20%	24%
廃業も考えている	0%	1%	2%	5%
その他	2%	1%	0%	5%
総計	100%	100%	100%	100%

【5】商品・サービスに関する「技術等の強み・競争優位性」と「技術・ノウハウの共有状況」

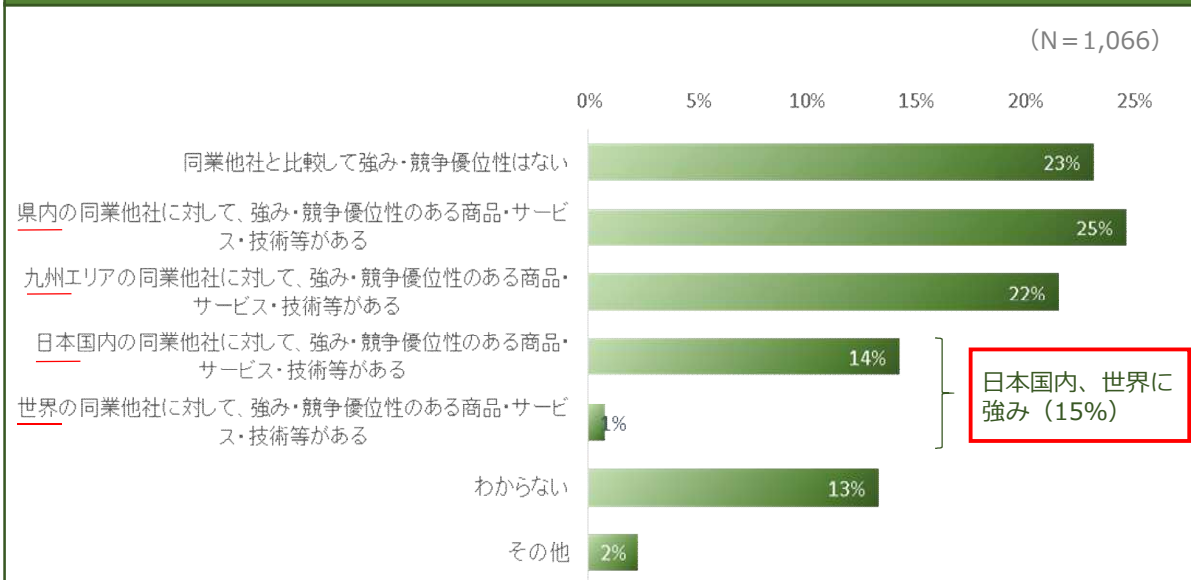
Q7商品・サービスに関する「技術等の強み・競争優位性」について1,066社より回答があった。

また「県内・九州・日本・世界の同業他社に対して強み、競争優位性がある」と答えられた653社の方にQ7-①で技術・ノウハウ等は特定の個人に依存しているか質問したところ653社より回答があった。

- ✓ 「県内の同業他社に対して強み、競争優位性がある」が25%と最も多く、次に「同業他社と比較して強み・競争優位はない」との回答が23%と続いた。
- ✓ 日本国内、世界の同業他社に対して強み、競争優位性があると回答した企業は15%になる。
- ✓ 「技術・ノウハウ等は組織として共有できている」が47%と最も多く、次に「技術・ノウハウ等の後継者や組織への移転を行っている最中である」との回答が28%続き、技術ノウハウの継承は進んでいる。

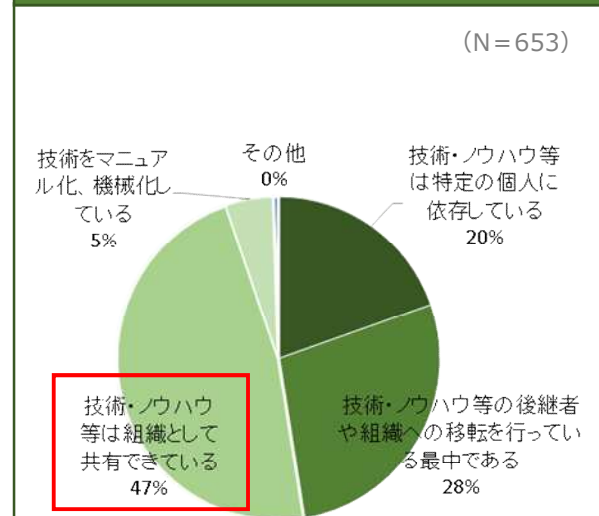
単位：％

Q7：「技術等の強み・競争優位性」（1つのみ回答）



単位：％

Q7-①：ノウハウ共有状況（複数回答）



【5-1】 「技術等の強み・競争優位性」と「技術・ノウハウの共有状況」の比較

- ✓ 商品・サービス・技術等において強み、競争優位性が高いほど、「③技術・ノウハウ等は組織として共有できている」、「④技術をマニュアル化、機械化している」と回答された比率が高く、継承が進んでいる。

→技術・ノウハウの共有状況

(N = 653)

単位：％

↓技術等の強み・競争優位性

	①技術・ノウハウ等は特定の個人に依存している	②技術・ノウハウ等の後継者や組織への移転を行っている最中である	③技術・ノウハウ等は組織として共有できている	④技術をマニュアル化、機械化している	⑤その他	合計
県内の同業他社に対して、強み・競争優位性のある商品・サービス・技術等がある	19.5%	31.5%	45.4%	③+④ 48.7%	3.3%	0.3%
九州エリアの同業他社に対して、強み・競争優位性のある商品・サービス・技術等がある	16.7%	28.6%	49.6%	54.3%	4.7%	0.4%
日本国内の同業他社に対して、強み・競争優位性のある商品・サービス・技術等がある	19.4%	22.8%	50.0%	57.2%	7.2%	0.6%
世界の同業他社に対して、強み・競争優位性のある商品・サービス・技術等がある	27.3%	9.1%	45.5%	63.6%	18.2%	0.0%
総計	18.6%	28.1%	48.0%	4.9%	0.4%	100.0%

【5-2】「技術等の強み・競争優位性」と「売上」の比較

✓ 商品・サービス・技術等において強み・競争優位性が高いほど、売上は「増加傾向」にある。

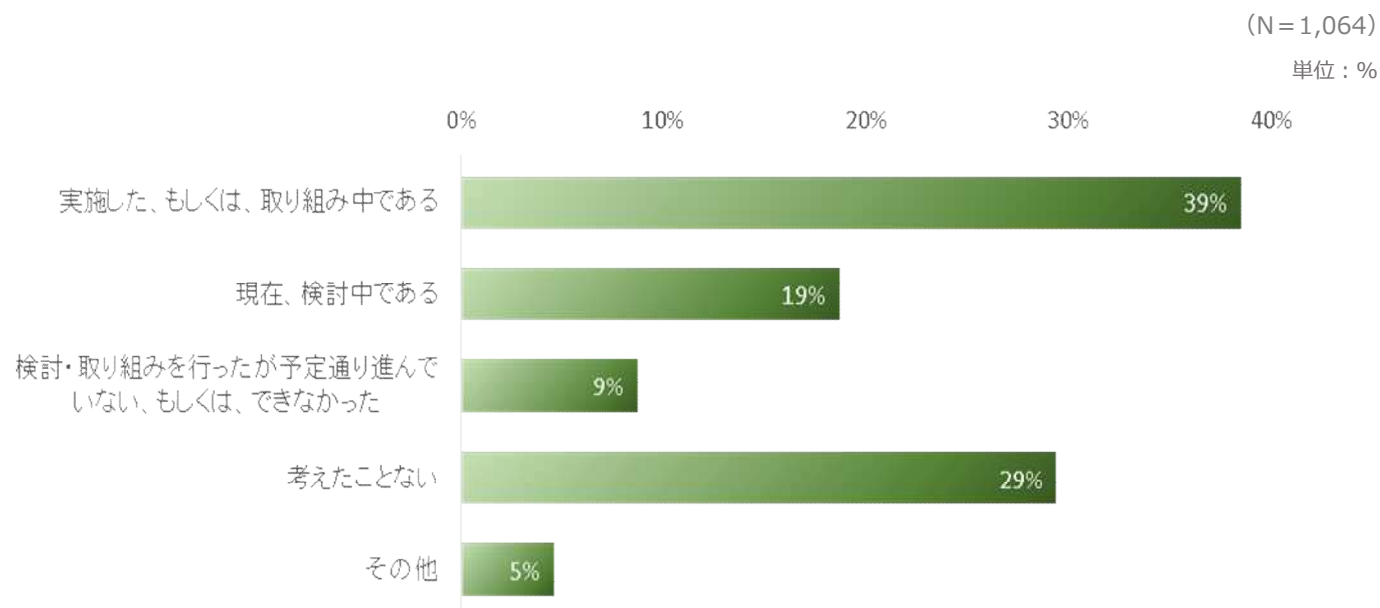
→新型コロナウイルス感染症が拡大前の売上状況
（「2020年1月頃」と「3年前（2017年1月頃）」との売上比較）

↓技術等の強み・競争優位性		増加傾向	ほぼ横ばい	減少傾向	総計	(N = 1052) 単位：%
	同業他社と比較して強み・競争優位性はない	18.7%	37.0%	44.3%	100.0%	
	<u>県内</u> の同業他社に対して、強み・競争優位性のある商品・サービス・技術等がある	32.7%	38.5%	28.8%	100.0%	
	<u>九州エリア</u> の同業他社に対して、強み・競争優位性のある商品・サービス・技術等がある	31.9%	38.9%	29.2%	100.0%	
	<u>日本国内</u> の同業他社に対して、強み・競争優位性のある商品・サービス・技術等がある	41.7%	27.8%	30.5%	100.0%	
	<u>世界</u> の同業他社に対して、強み・競争優位性のある商品・サービス・技術等がある	37.5%	37.5%	25.0%	100.0%	
	わからない	25.7%	40.7%	33.6%	100.0%	
	その他	20.8%	41.7%	37.5%	100.0%	

【6】新規事業（新商品の開発・新サービス提供、大幅な業務改善）の実施（過去3年以内）状況

Q8 新規事業の実施状況について、1,064社より回答があった（1つのみ回答）

- ✓ 「実施した、もしくは取組み中である」が39%と最も多い。
- ✓ 一方で「考えたこともない」と回答された企業も29%にのぼる。



【6-1】 「新規事業の実施状況」と「売上」の比較

- ✓ 売上が「増加傾向」と回答された方は、新規事業の取組みを実施している割合が高い。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症の拡大という未曾有の状況においても同様の傾向にある。

①新型コロナウイルス感染症が拡大前の売上状況

（「2020年1月頃」と「3年前（2017年1月頃）」との売上比較の推移）

（N = 1,051）

単位：％

→売上の状況

↓ 新規事業の実施状況		増加傾向	ほぼ横ばい	減少傾向
	実施した、もしくは、取組み中である	49.8%	32.7%	35.5%
	現在、検討中である	19.5%	18.1%	18.5%
	検討・取組みを行ったが予定通り進んでいない、もしくは、できなかった	7.5%	5.9%	13.1%
	考えたことない	19.5%	37.2%	29.0%
	その他	3.6%	6.1%	4.0%
	総計	100.0%	100.0%	100.0%

②新型コロナウイルス感染症が拡大後の売上状況

（「2020年4～9月」と「前年同月比（2019年4～9月）」との売上比較の推移）

（N = 1,058）

単位：％

→売上の状況

↓ 新規事業の実施状況		増加傾向	ほぼ横ばい	減少傾向
	実施した、もしくは、取組み中である	60.2%	33.1%	37.5%
	現在、検討中である	18.4%	16.5%	19.5%
	検討・取組みを行ったが予定通り進んでいない、もしくは、できなかった	2.0%	9.1%	9.5%
	考えたことない	18.4%	34.3%	29.3%
	その他	1.0%	7.1%	4.1%
	総計	100.0%	100.0%	100.0%

【6-2】「新規事業の実施状況」と「技術等の強み・競争優位性」の比較

- ✓ 商品・サービス・技術等において強み・競争優位性が高いほど、新規事業への取組みを実施している。

(N = 1059)

単位：％

→新規事業の実施状況

↓技術等の強み・競争優位性

	実施した、もしくは、 取り組み中である	現在、検討中である	検討・取り組みを行 ったが予定通り進 んでいない、もしくは、 できなかった	考えたことない	その他	総計
競争優位性はない	25.8%	13.9%	13.1%	42.2%	4.9%	100.0%
県内の同業他社に対して、強み・競争優位性のある商品・サービス・技術等がある	36.5%	26.5%	8.1%	24.2%	4.6%	100.0%
九州エリアの同業他社に対して、強み・競争優位性のある商品・サービス・技術等がある	47.8%	17.4%	8.3%	20.9%	5.7%	100.0%
日本国内の同業他社に対して、強み・競争優位性のある商品・サービス・技術等がある	61.8%	21.7%	5.3%	11.2%	0.0%	100.0%
世界の同業他社に対して、強み・競争優位性のある商品・サービス・技術等がある	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
わからない	22.0%	12.8%	7.8%	51.1%	6.4%	100.0%
その他	41.7%	12.5%	8.3%	25.0%	12.5%	100.0%

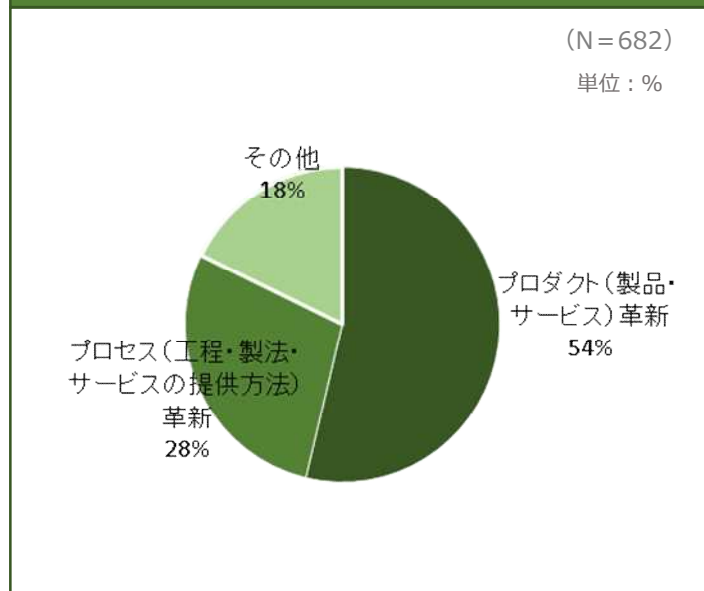
【7】新規事業の内容と取組み評価

新規事業の実施状況について、Q8で「実施した、もしくは取組み中である」「現在検討中である」「検討取組みを行ったが予定通り進んでいない、できなかった」と答えられた702社の方に、

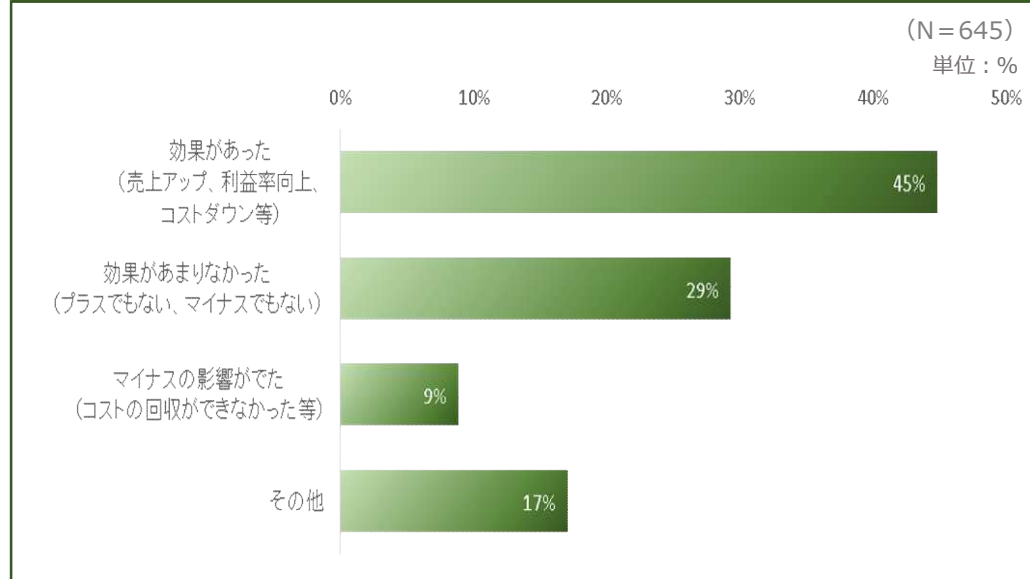
Q8-①で事業内容を質問したところ682社より回答があった。
また、Q8-②で取組みの評価を質問したところ645社より回答があった。

- ✓ 取組んだ事業の内容は「プロダクト革新」が54%、「プロセス革新」が28%を占める。
- ✓ 取組んだ評価としては「効果があった」が45%と最も多い一方で、「効果があまりなかった」が29%あった。

Q8-①：新規事業の内容（複数回答）



Q8-②：取組みの評価（1つのみ回答）



(注) プロダクト（製品・サービス）革新
プロセス（工程・製法・サービスの提供方法）革新

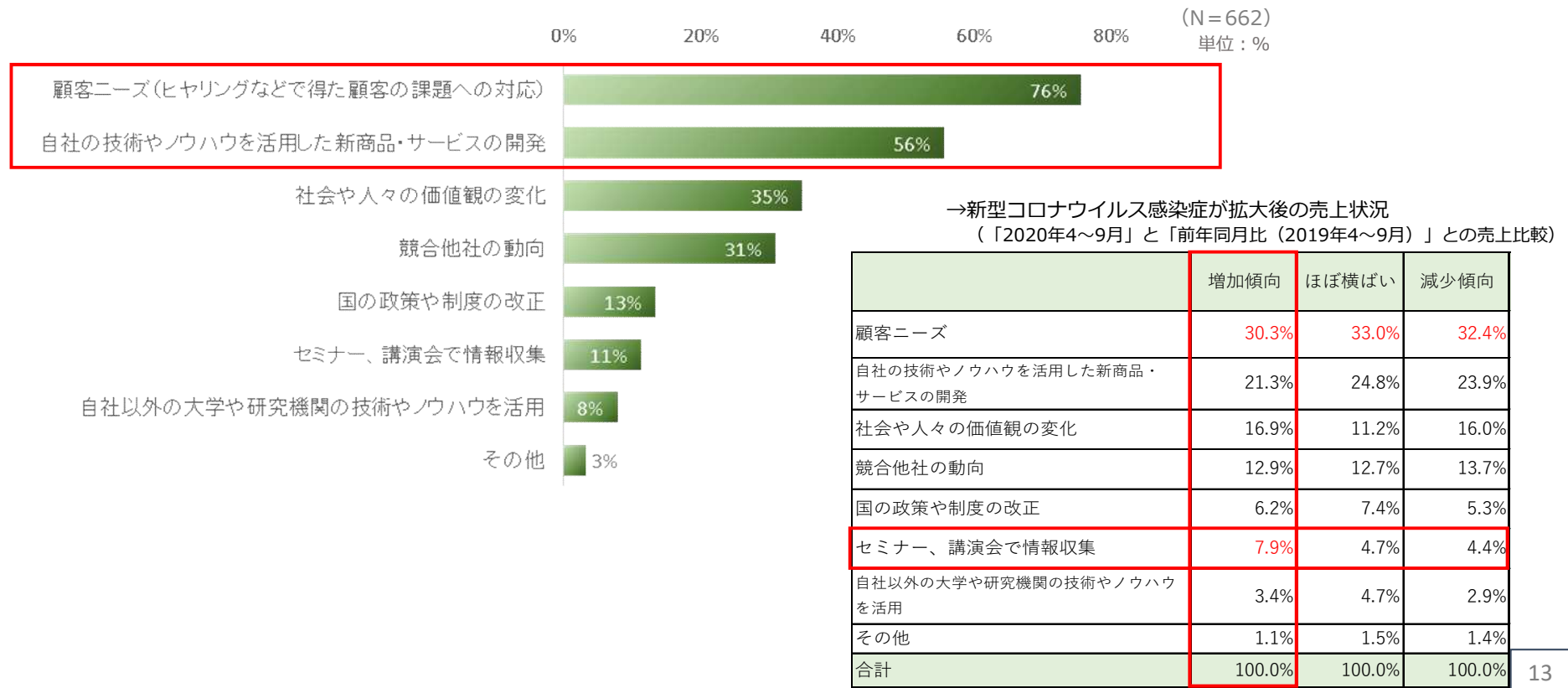
→新製品、新サービスの開発によって差別化を実現し競争優位を達成すること
→製造方法や工程やサービスの改良によって費用を削減し競争優位を達成すること

【8】新規事業のアイデアの発想

新規事業の実施状況について、Q8で「実施した、もしくは取組み中である」「現在検討中である」「検討取組みを行ったが予定通り進んでいない、できなかった」と答えられた702社の方に、

Q8-③ 新規事業のアイデアを発想する際に重視することについて、662社より回答があった（複数回答）

- ✓ 「顧客ニーズ（ヒアリングなどで得た顧客の課題への対応）」が76%と最も多く、次に「自社の技術やノウハウを活用した新商品・サービスの開発」との回答が56%と続き、日ごろの営業活動を重視していることが窺える。
- ✓ 売上（コロナ拡大後Q4-②）が増加傾向と回答された方は、セミナー、講演会での情報収集等の日ごろの営業活動以外からの発想を重視する割合が高い。

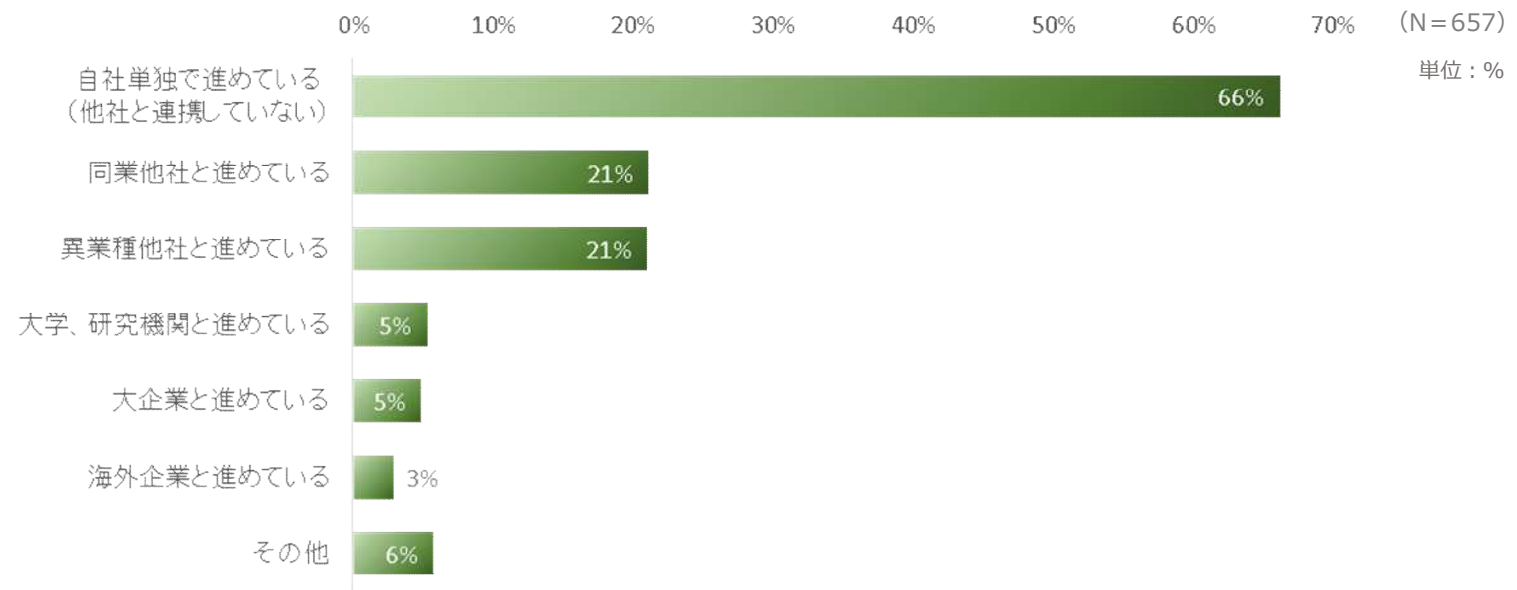


【9】新規事業に関する連携

新規事業の実施状況について、Q8で「実施した、もしくは取組み中である」「現在検討中である」「検討取組みを行ったが予定通り進んでいない、できなかった」と答えられた702社の方に、

Q8-④ 新規事業に関する連携について、657社より回答があった（複数回答）

- ✓ 「自社単独で進めている」が66%と最も多く、次に「同業他社と進めている」、「異業種他社と進めている」との回答が21%と続く。
- ✓ 「大学、研究機関と進めている」、「大企業と進めている」が5%、「海外企業と進めている」が3%である。

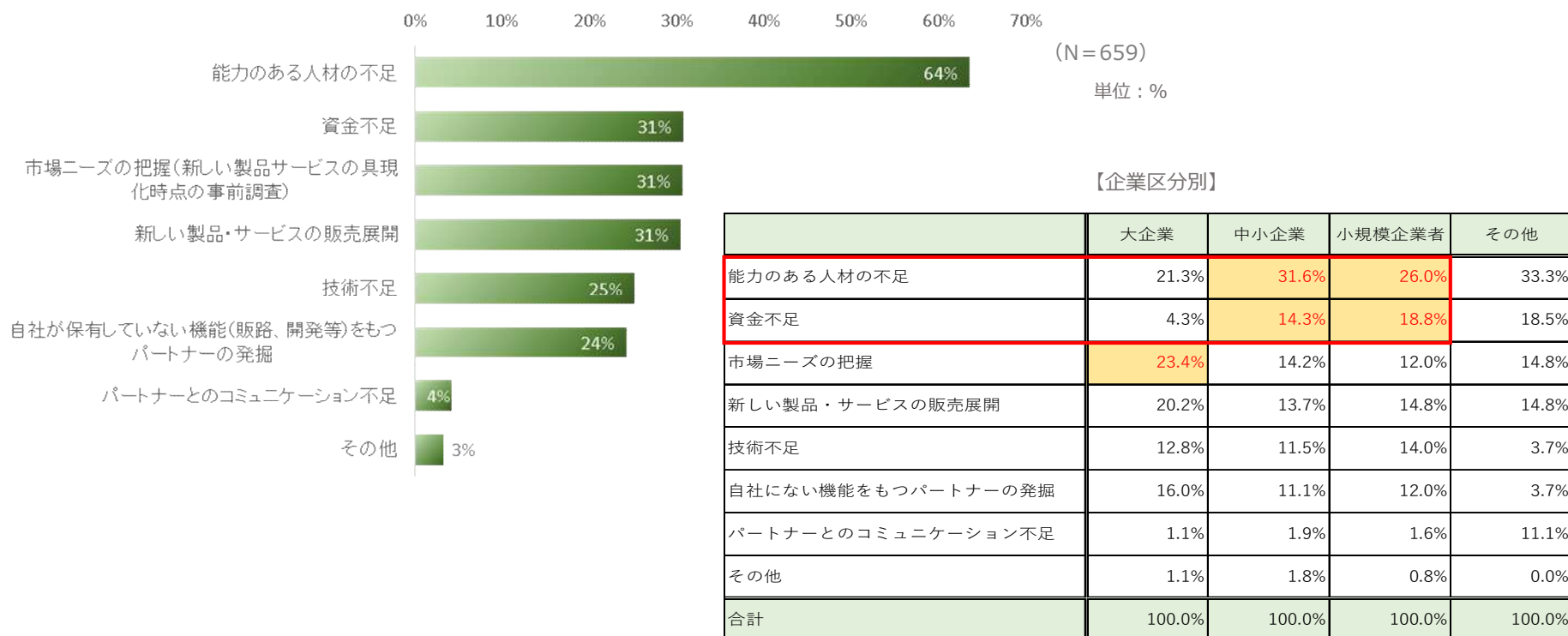


【10】新規事業を実施する上での障害

新規事業の実施状況について、Q8で「実施した、もしくは取組み中である」「現在検討中である」「検討取組みを行ったが予定通り進んでいない、できなかった」と答えられた702社の方に、

Q8-⑤ 新規事業を実施する上での障害について、659社より回答があった（複数回答）

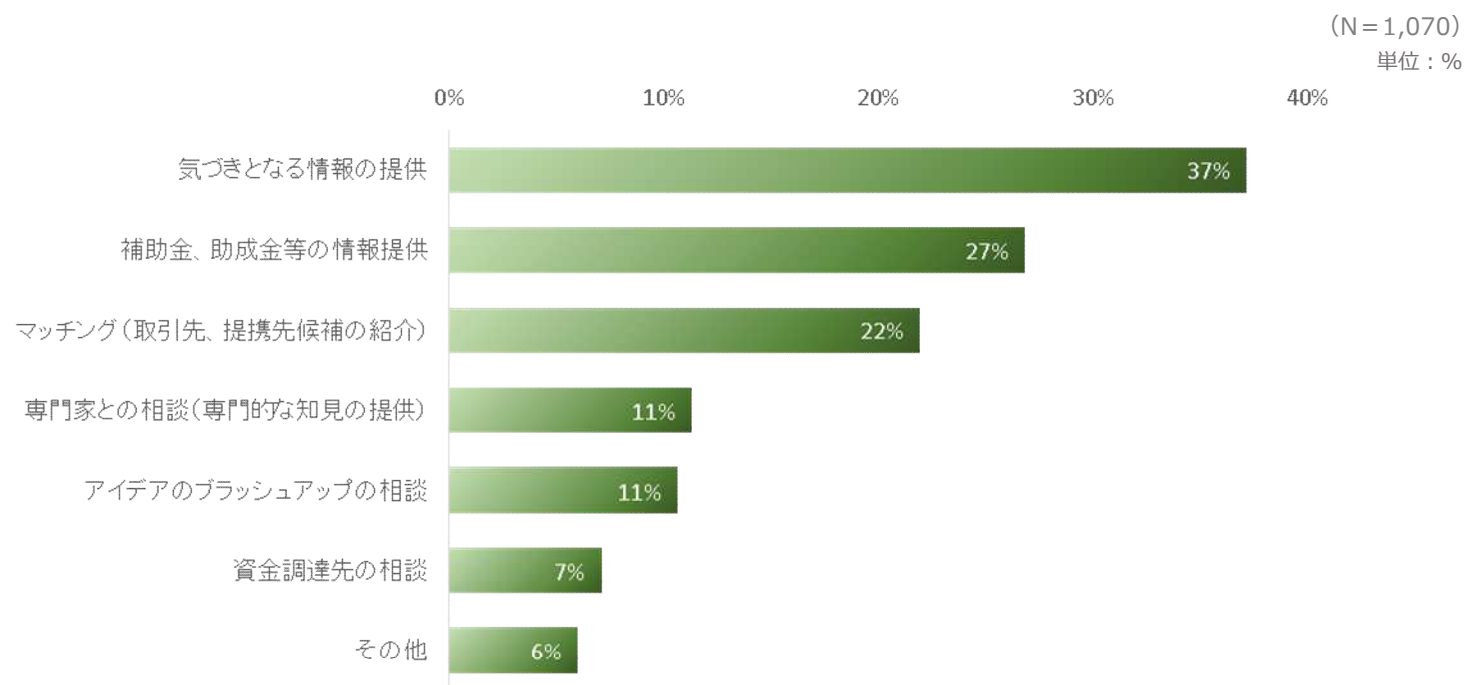
- ✓ 「能力のある人材の不足」が64%と最も多く、次に「資金不足」、「市場ニーズの把握」、「新しい製品・サービスの販売展開」、「技術不足」、「自社が保有していない機能を持つパートナーの発掘」が同程度で並び、新規事業を展開するには各フェーズにおいて障害がある。
- ✓ 中小企業、小規模企業者は大企業と比較し、人材と資金不足が障害となる割合が高い。



【11】新規事業に関する当所への要望

Q9 新規事業に関する当所への要望について、1,070社より回答があった（複数回答）

- ✓ 「気づきとなる情報の提供」が37%と最も多く、次に「補助金、助成金等の情報提供」が27%、「マッチング（取引先、提携先候補の紹介）」との回答が22%と続く。



【12】新規事業に関してのご意見、ご要望

Q10 自由記載のご意見、ご要望について37社より意見があった

【全体】

- ・新しい価値観、関係性で取組める環境に変わっていける土壌作りをお願いします。
- ・セミナー、講習会、異業種交流等があれば積極的に参加しますのでご紹介下さい。
- ・新しいサービスを告知（PR）する場所を提供して欲しい。
- ・会議所内にコワーキングスペースを作り、学生・ベンチャー企業・企業が自由に交流できる場を作って欲しい。
さらに産学官連携や資金調達などを相談できる相談員やメンターとなる企業（会議所議員など）をつなぐワンストップシステムが欲しい。

【資金・人材・マッチング】

- ・新しい事をするにはどうしても資金が必要です。金融庁からの指示どおりに地銀などに融資を積極的に実施して欲しい。
この特別なご時世ですので、前に出るためにも支援して欲しい。
- ・新規事業にはお金がかかるので、資金の調達方法、助成金・補助金などの情報が欲しい。
- ・マッチング人材の確保に苦労しています。
- ・他社の取り組み事例紹介、大学など学術機関との連携のあっせんなどを希望します。
- ・人材育成のための整備を行って欲しい。幅広く企業との人材マッチングをはじめ、必要とする技術に関して、企業のリアルな情報を提供してもらいたい。
- ・自社内に人材がいないので新規事業は難しい。

【その他】

- ・本業部分ではコロナ禍の影響を受けたが、コロナ関連商品の開発製造に一早く着手しまして売上げ増加しました。
すべてをコロナ禍であきらめない事だと思います。
- ・新規事業の成功の可否はアイデアよりもやり抜く勇気と意志。
- ・まず周辺事業から検討して本業以外の柱も作りたい。
- ・コロナの影響もあって新規事業への着手より時代にマッチしなくなった既存事業の廃止や縮減を心がけている。
- ・他に目を移すよりもこれまでの事業を見直したり向上させたりする方が有意に思えます。