

平成29年度

取引状況実態調査報告書

公益財団法人東京都中小企業振興公社

目次

I 調査概要	2
II 回答企業の構成	
F 1 業種	3
F 2 従業員数	4
F 3 資本金	5
III 調査結果	
1 「下請代金支払遅延等防止法」の認知状況	6
2 通常取引における注文書等の書面の取り交わし状況	8
3 最近1年間の取引で起きたトラブル	10
4 今後、取引拡大を図る手段	12
5 展示会への出展頻度(年間)	14
6 今後1年以内に設備投資を行う予定があるか	16
7 海外拠点の設置状況	18
8 海外拠点の種類	20
9 海外拠点(国名・都市名)	21
10 東京都中小企業振興公社のホームページの閲覧目的	23
11 中小企業支援機関や行政機関等に対して将来希望する支援	24

クロス集計表

調査票

I 調査概要

1 調査の目的

この調査は、登録企業の取引条件と多目的な取引の実態、中小企業支援策への要望について調査し、都内中小企業の経営の安定化や経営基盤の強化に向けた有効な施策を企画・展開するうえで参考となる情報を得ることを目的として実施したものである。

なお、この調査は「下請代金支払遅延等防止法」とは関係しない。

2 調査対象

公社登録企業 4,000社

3 調査時期

平成29年12月31日現在

4 調査方法

- ・ 郵送によるアンケート調査
- ・ 巡回スタッフによる訪問留置調査

5 調査内容

別紙の調査様式による

6 アンケート回収状況

対象数	回答者	
	件数	比率
4,000	1,002	25.1%

※有効回答数：942件

※無効回答は、アンケートの郵送停止のみの回答など

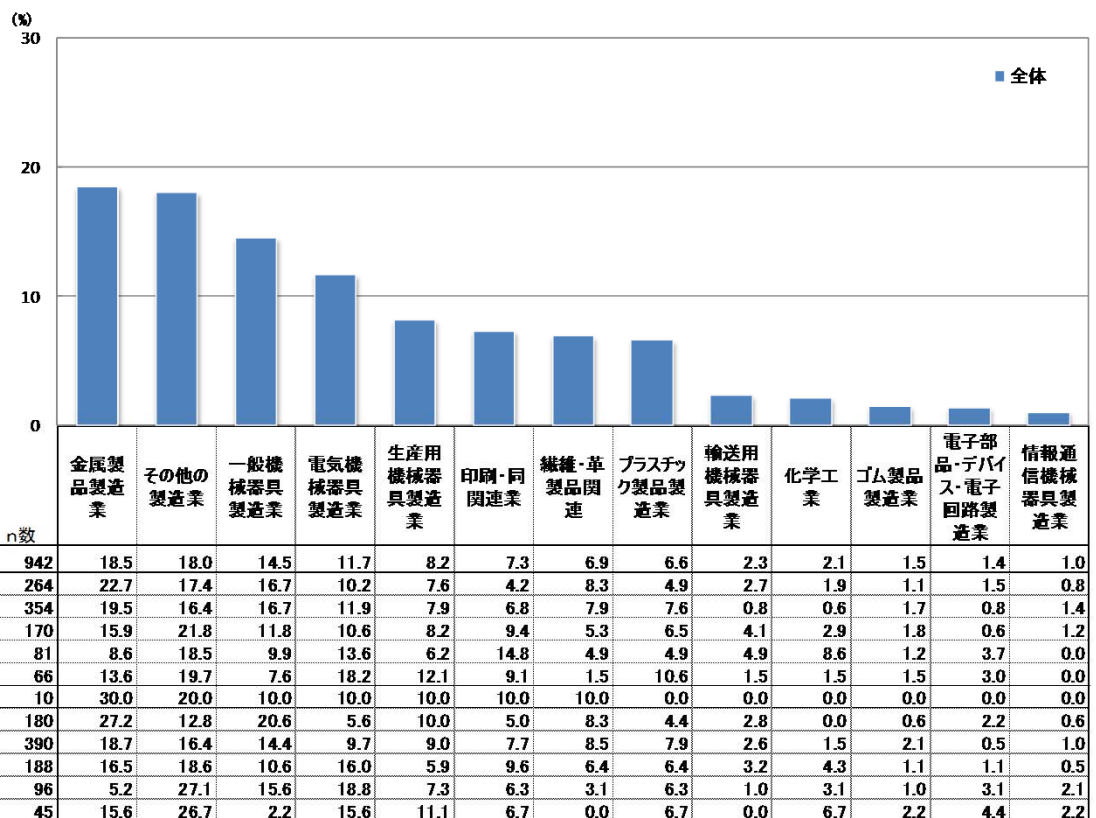
※集計結果は、原則として小数点第2位以下を四捨五入して表記しているため、合計が100%にならない場合がある。

※クロス集計のうち、表側のサンプル数が30未満の項目については誤差が大きいためコメントしていない。

II 回答企業の構成

F 1 業種

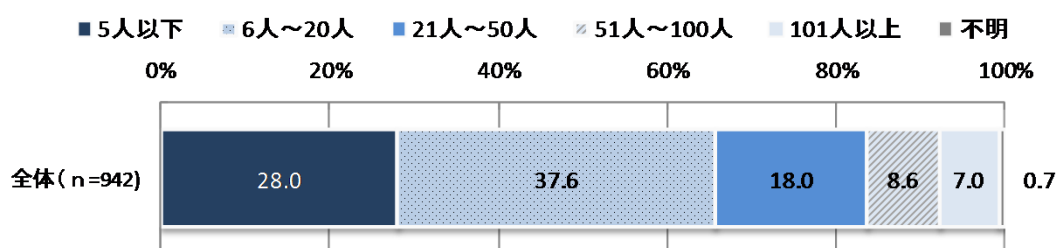
- 回答企業（942社）の業種構成は、「金属製品製造業」が18.5%、「その他の製造業」が18.0%、「一般機械器具製造業」が14.5%、「電気機械器具製造業」が11.7%となっており、これら4業種で全体の62.7%を占めている。
- 従業員数別でみると、従業員数が少ない企業は「金属製品製造業」の比率が高く、従業員数が多い企業は「電気機械器具製造業」の比率がやや高い傾向がある。
- 資本金別でみると、資本金が小さい企業では、「金属製品製造業」の比率が高い傾向がある。



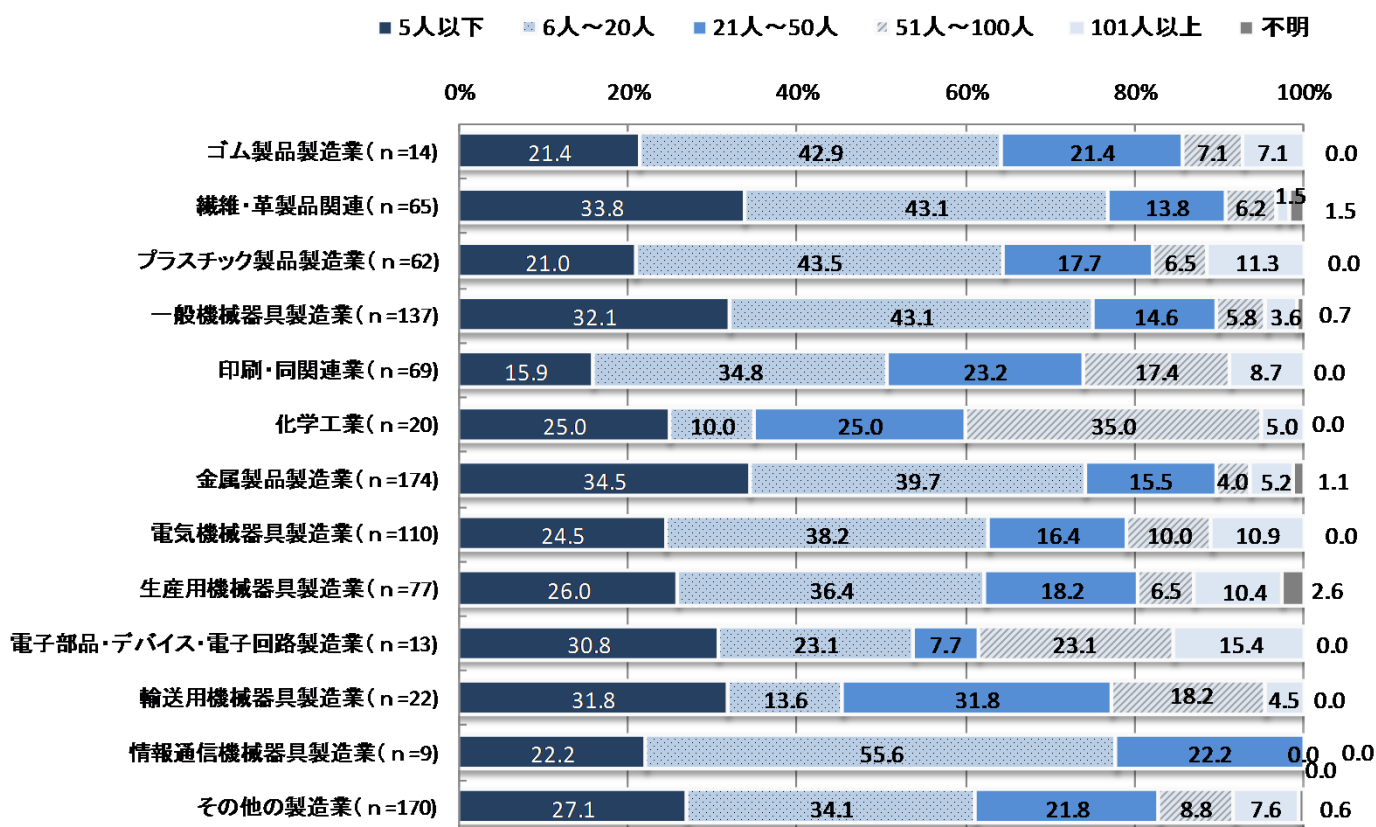
F 2 従業員数

- 回答企業（942社）の従業員数の構成は、「6人～20人」が37.6%と最も高い。次いで「5人以下」が28.0%で続いており、従業員数「20人以下」の企業が全体の65.6%を占める。
- 業種別でみると、従業員数「20人以下」の比率が高いのは繊維・革製品関連製造業（76.9%）、一般機械器具製造業（75.2%）、金属製品製造業（74.1%）などの業種となっている。

【全体】

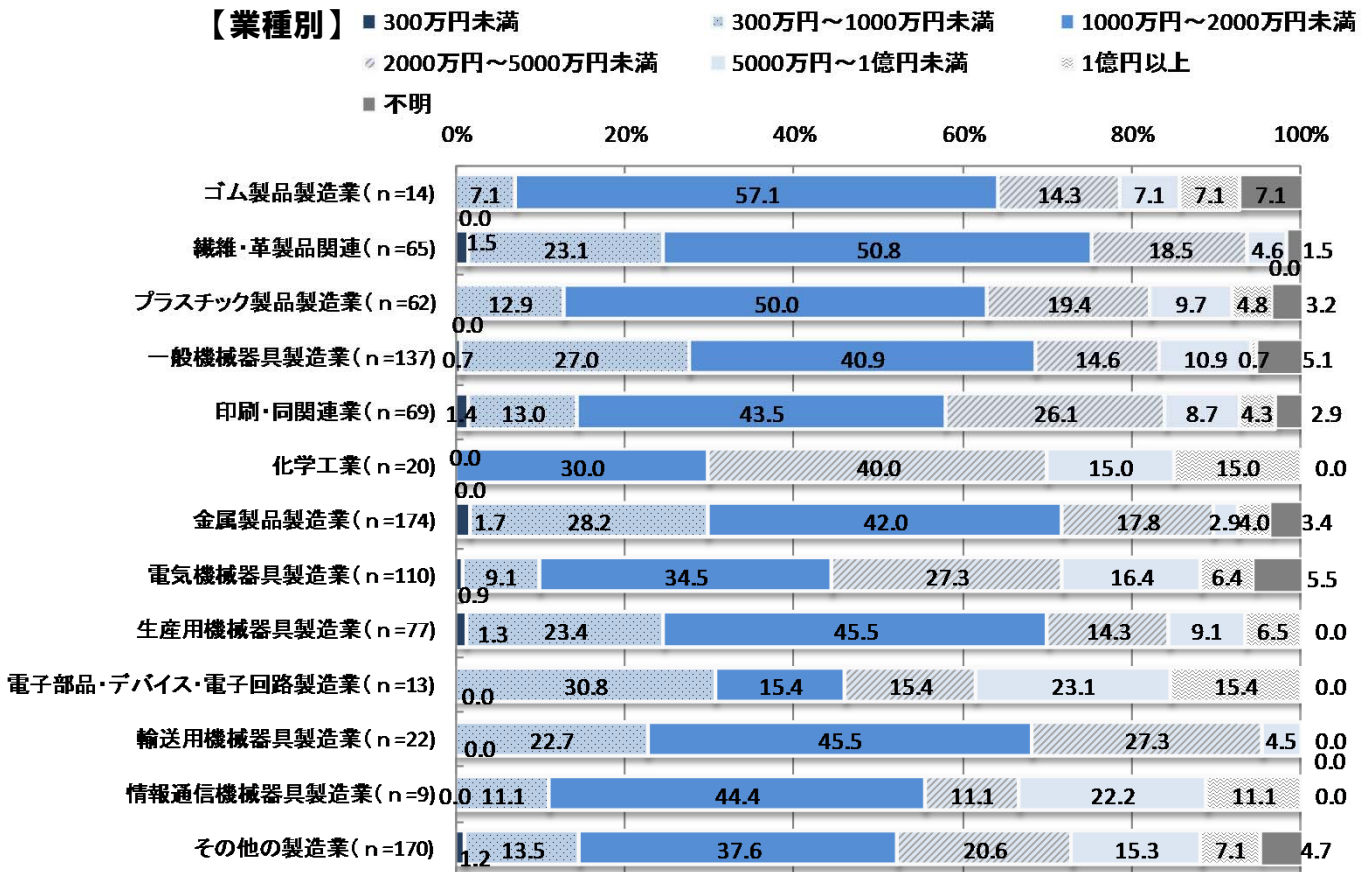
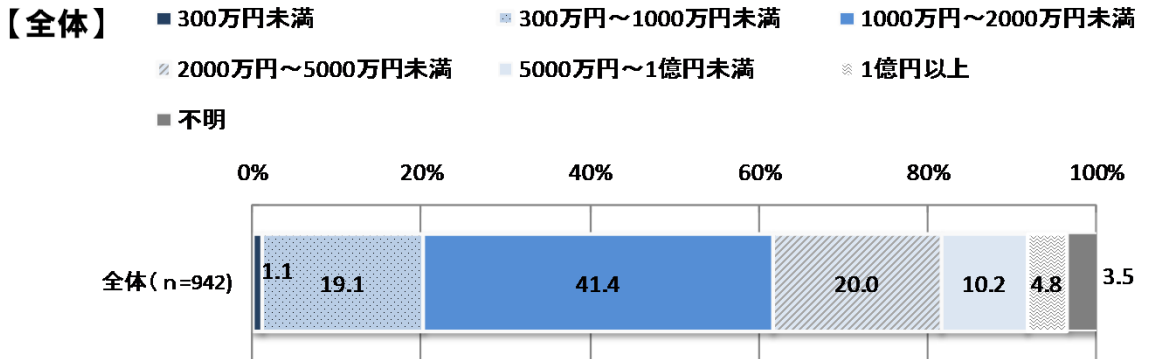


【業種別】



F 3 資本金

- 回答企業（942社）の資本金構成は、「1,000万円～2,000万円未満」が41.4%と最も高く、次いで「2,000万円～5,000万円未満」が20.0%、「300万円～1,000万円未満」が19.1%と続いている。「1,000万円以上」の比率は全体の76.3%。
- 業種別でみると、電気機械器具製造業とプラスチック製品製造業、印刷・同関連業は資本金「1,000万円以上」の比率がやや高く、金属製品製造業と一般機械器具製造業は「1,000万円未満」の比率が高い。

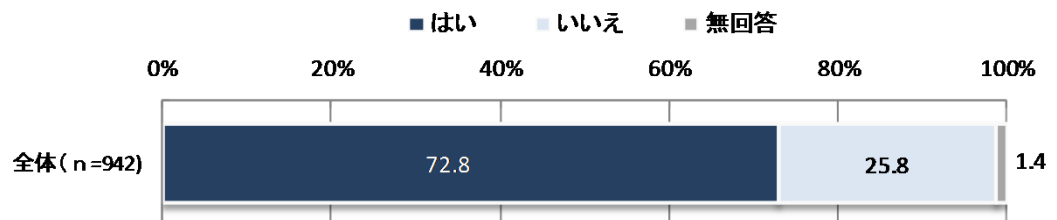


III 調査結果

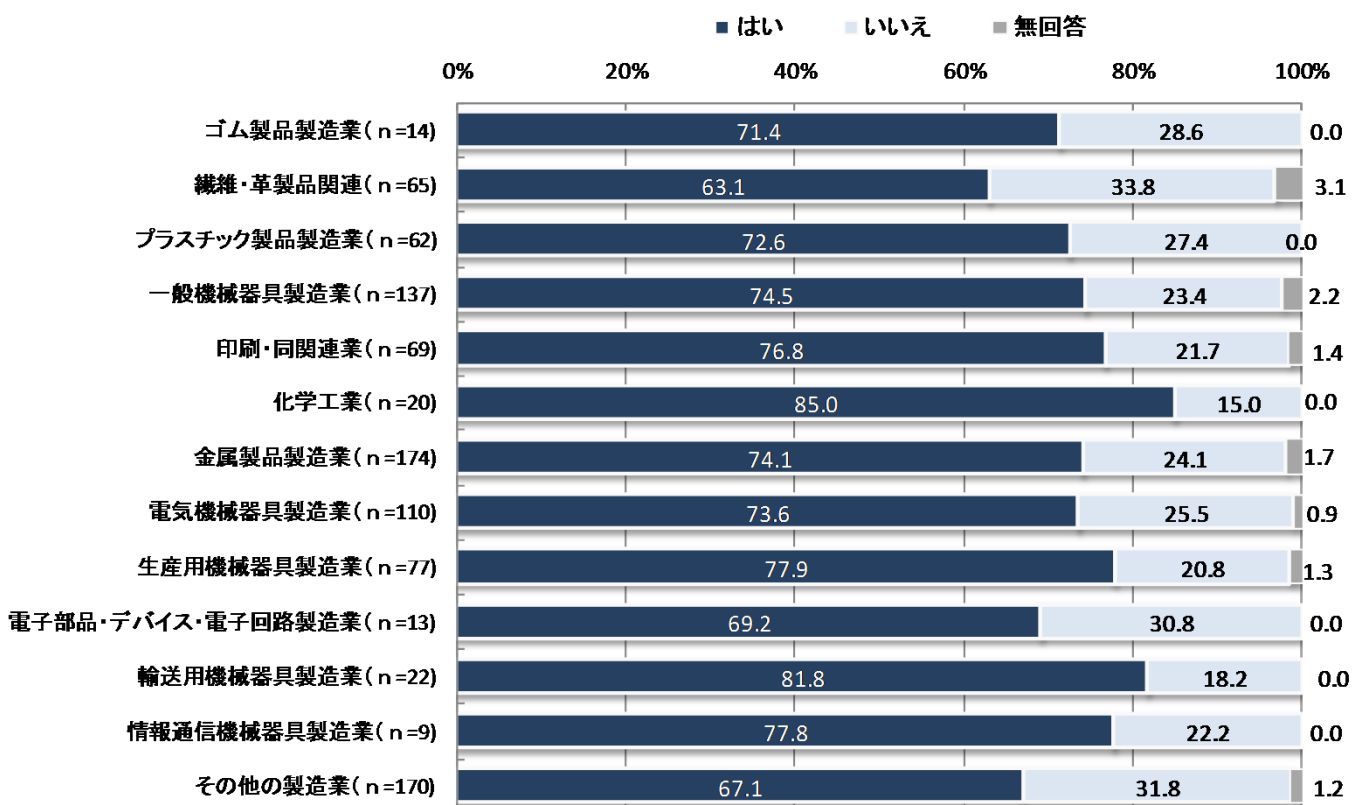
1 「下請代金支払遅延等防止法」の認知状況

- 「下請代金支払遅延等防止法」を知っているかを尋ねたところ、「はい」（知っている）が72.8%、「いいえ」（知らない）が25.8%となった。
- 業種別でみると、「はい」（知っている）の比率が繊維・革製品関連製造業では63.1%、その他の製造業では67.1%となっており、他の業種比較してやや低い。
- 従業員数別でみると、従業員数が5人以下の企業では「はい」（知っている）の比率が59.1%と全体と比較して10%以上低い。
- 資本金別でみると、資本金が1,000万円未満の企業の認知度が6割を下回っており、資本金が1,000万円以上の企業の認知度が7割以上であることと比較して、認知度が低い。

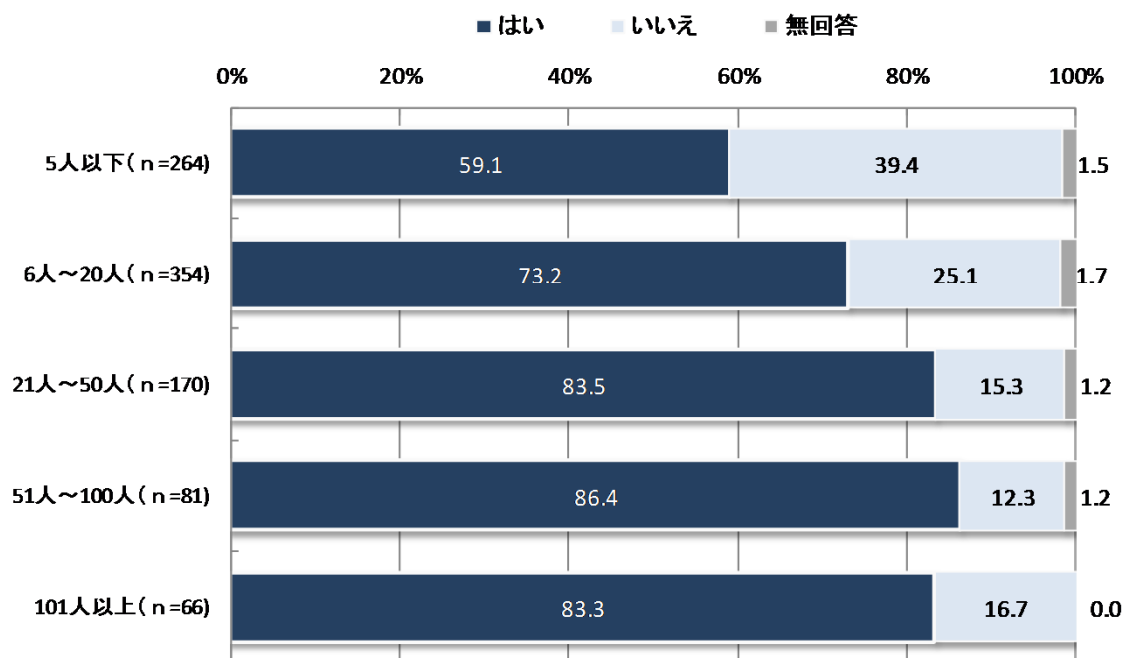
【全体】



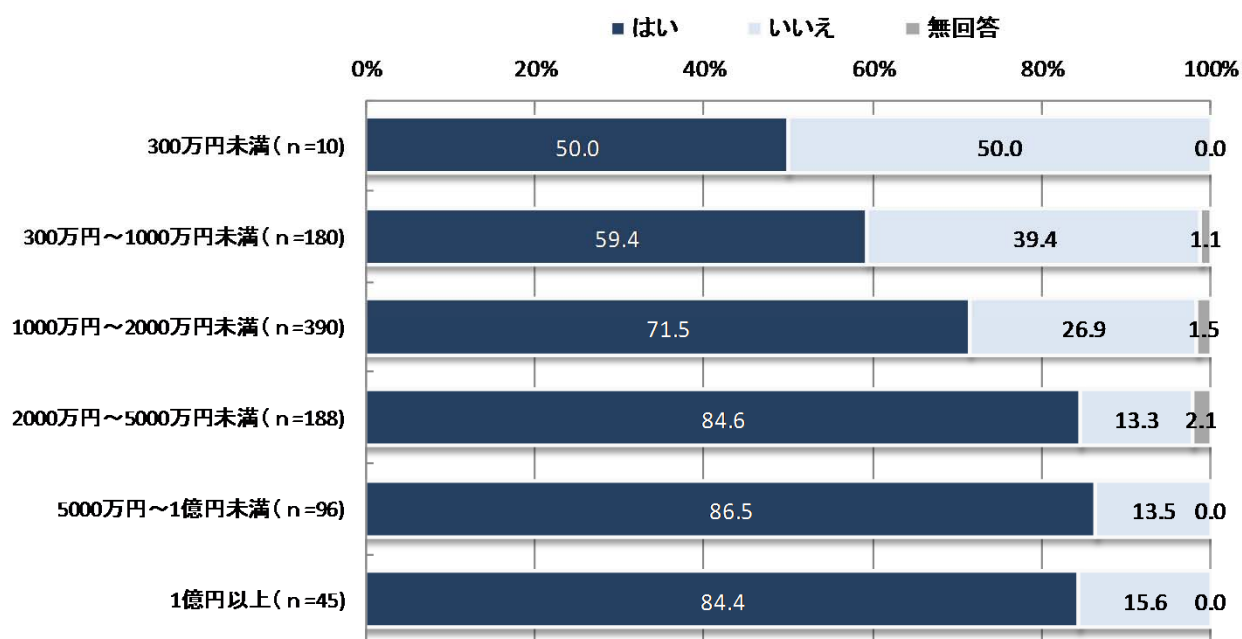
【業種別】



【従業員数別】



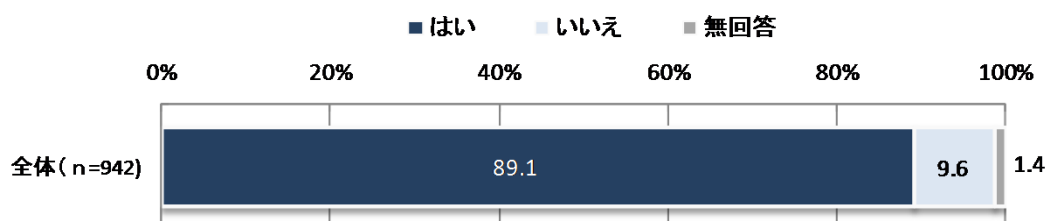
【資本金別】



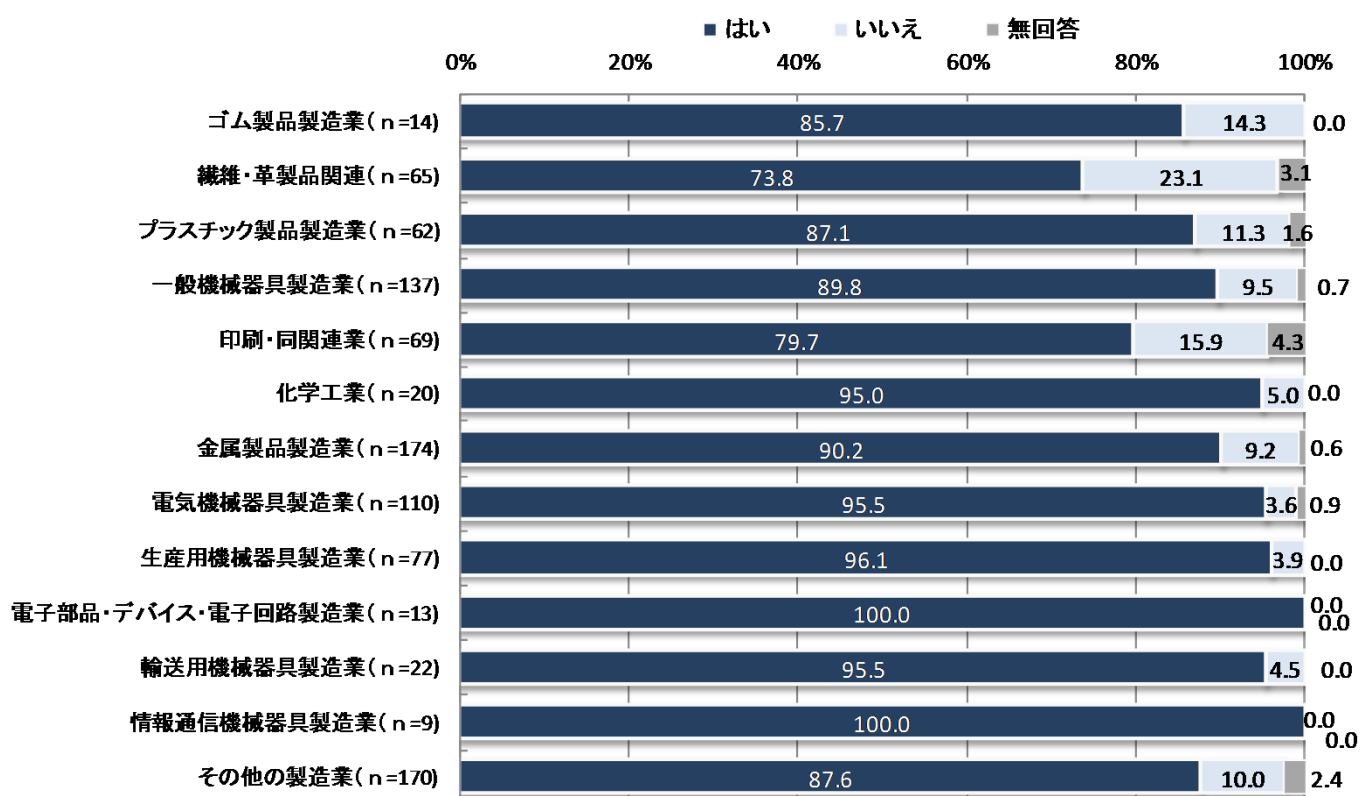
2 通常の取引における注文書等の書面の取り交わし状況

- 通常の取引で注文書等の書面を取り交わしているかを尋ねたところ、「はい」が89.1%、「いいえ」が9.6%となった。
- 業種別でみると、「はい」と回答した企業が繊維・革製品関連製造業では73.8%、印刷・同関連業では79.7%となっており、他の業種と比較して低い。
- 従業員数別では従業員数が少ない企業ほど「はい」と回答した企業の比率が低くなっている。
- 資本金別でみると、資本金が1,000万円未満の企業では「いいえ」の比率が1割を超えており、資本金が1,000万円以上の企業と比較して高い。

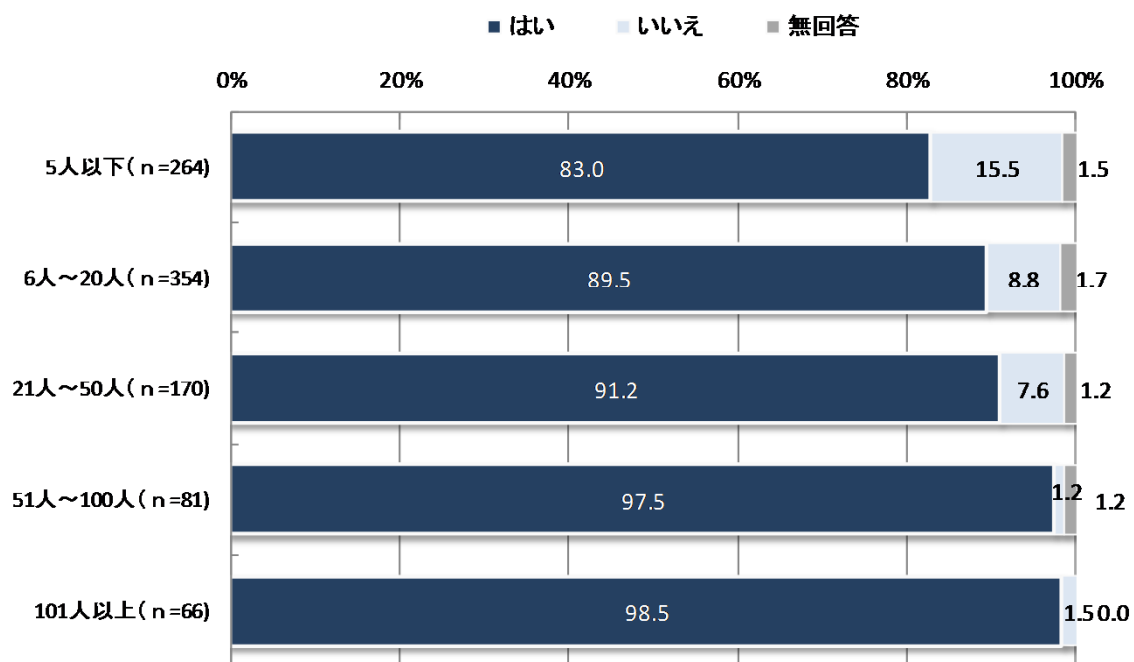
【全体】



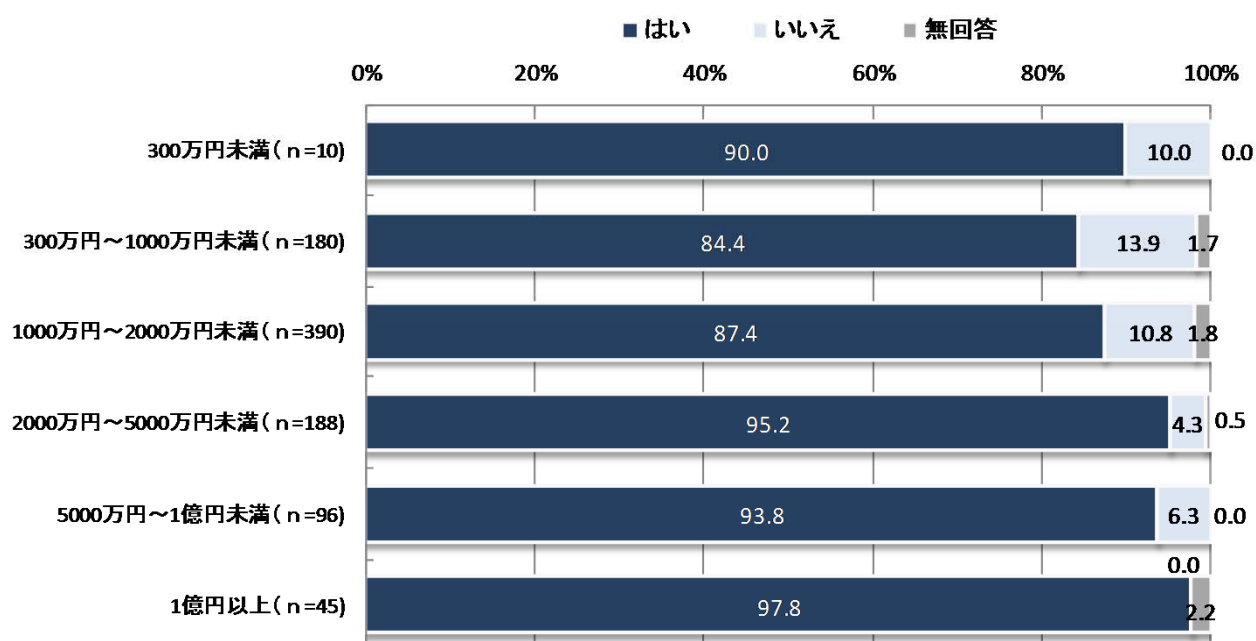
【業種別】



【従業員数別】

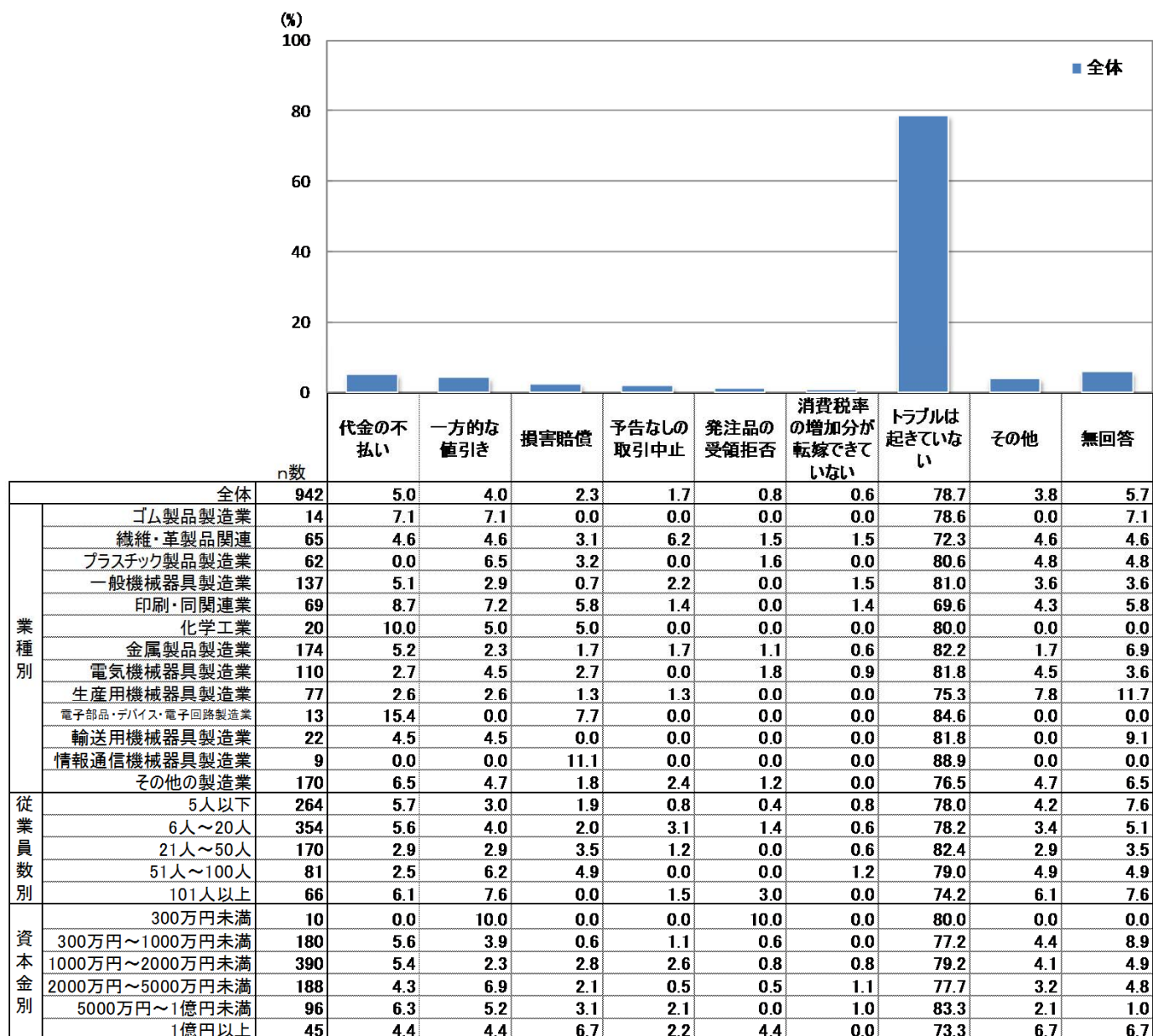


【資本金別】



3 最近1年間の取引で起きたトラブル

- 最近1年間の取引で起きたトラブルがどのようなものかを尋ねたところ、「トラブルは起きていない」が78.7%。無回答を除くと全体の15.6%が最近1年以内にトラブルが「あった」と回答している。
- トラブルの内容としては、「代金の不払い」（5.0%）、「一方的な値引き」（4.0%）、「損害賠償」（2.3%）など。
- 業種別でみると、トラブルが「あった」比率が高いのは、印刷・同関連業（24.6%）、繊維・革製品関連製造業（23.1%）などとなっている。
- 従業員数別でみると、従業員数が多い企業ほどトラブルの内容が「一方的な値引き」であることが多い傾向がある。
- 資本金別でみると、1億円以上の大きな企業ではトラブルが「あった」と回答する企業が20.0%とやや高く、トラブルの内容は「損害賠償」が6.7%で最も高い。



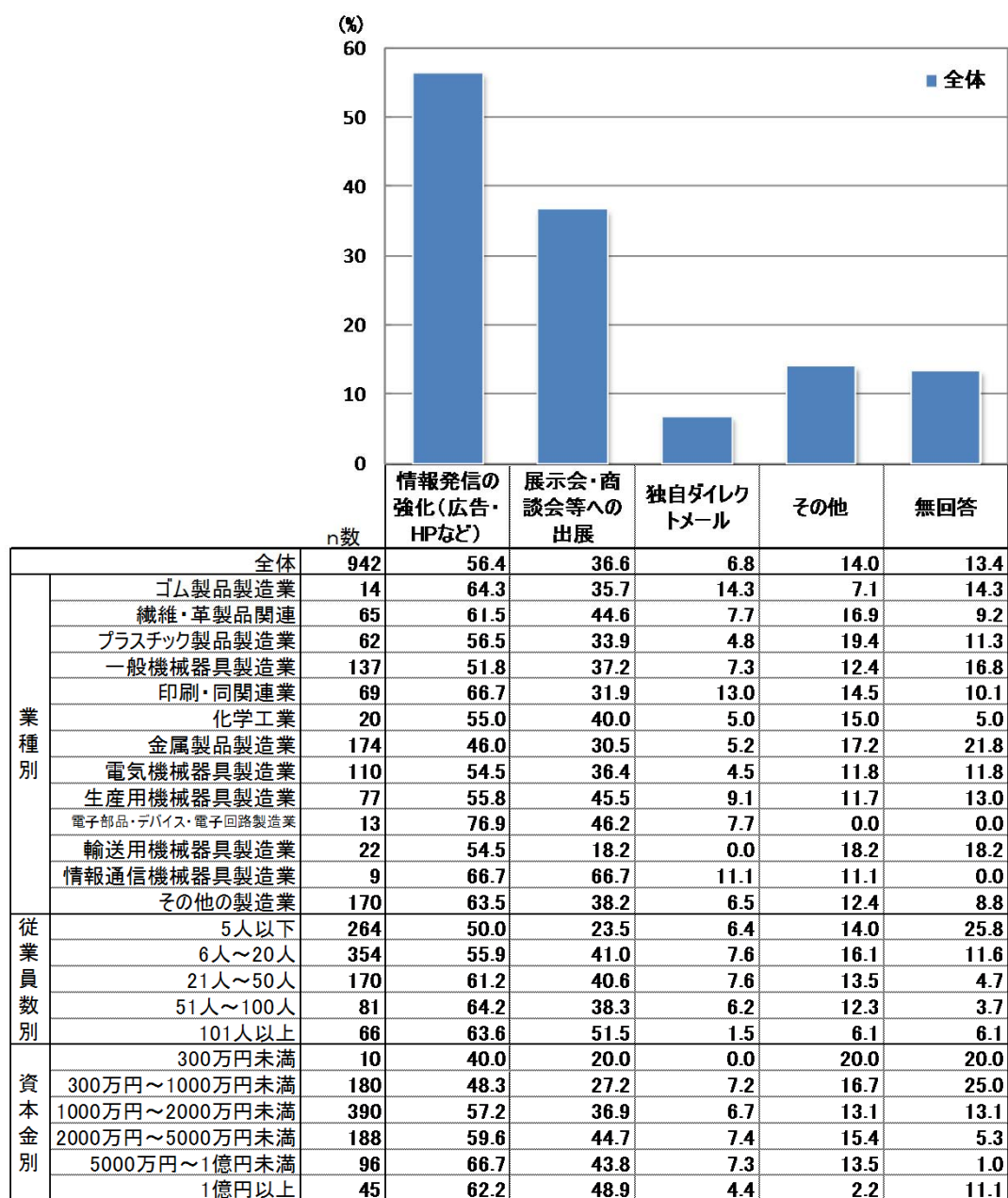
3 最近1年間の取引で起きたトラブル

【その他の回答内容】

- ・自己破産(2件)
- ・代金支払い遅延(2件)
- ・LOT数減少(ex.20コ/LOT→2コ/LOT)でも単価変更しないで発注してくる
- ・やり直し
- ・一方的な取引中止
- ・開発医療機器の承認
- ・客先多忙の為、詳細が不明瞭な仕様書しかもらえず、また納期が優先となっていた為、その仕様で業務を進め、客先の意図していないものを納めた。やり直しのための費用が発生したが、客先側もこちらが提示したものによる損害が発生している為、やり直しの費用を請求することが困難となった。
- ・急に製品の仕様変更や、競合品とコンペになって、急に取引内容が変わる
- ・見積金額と違う数量での発注
- ・債務整理による代金の不払い(手形不渡り)
- ・手形を現金払いにするからと言われ、値引きしろと言われた
- ・振込手数料の相殺や30日以上支払いサイトなど
- ・製品の質、製造マニュアル以上の品質管理の要求
- ・正当なる取引による受注①得意先の工場の棚まで運搬させられる(工場内)②市場価格あるいは予約価格マイナス〇〇円での取引③資材高騰による仕入れ価格を販売価格に反映させて頂けない等々
- ・先方のデータミス起因による印刷・製本のやり直し、全額負担するように言われている。
- ・損害約6千万円(年間)
- ・代金の一部未払い
- ・単価が安い
- ・値上をなかなか認めない
- ・注文書が遅い
- ・度重なる納期変更、在庫の強要
- ・倒産による未回収
- ・得意先の倒産
- ・納期を遅らせてほしいと言われ相談もなく一方的に納品日を決められてしまった
- ・納期前倒し要請
- ・納品済みの品物の単価の折り合いがつかず伝票を入れられない(5か月分)
- ・発注品の度重なる変更、(あきれほど)発注後のキャンセル
- ・弊社の設備を日程指定で予約しておきそのまま連絡なし→今後一切の取引を辞退した
- ・預り金型が返却できないで困っている
- ・了承していない返品
- ・工賃がまだ頂けないで困っています

4 今後、取引拡大を図る手段

- 今後、取引拡大を図る手段としてどのようなものを考えているかを尋ねたところ、「情報発信の強化（広告・HPなど）」が56.4%、「展示会・商談会等への出展」が36.6%となった。
- 「その他」の内容としては、「拡大を考えていない」「営業の強化」などの意見が挙げられている。
- 従業員数別で見ると従業員数が多い企業ほど、また資本金別で見ると資本金が大きい企業ほど、「情報発信の強化」「展示会・商談会等への出展」の比率が高い傾向がみられる。



4 今後、取引拡大を図る手段

【その他の回答内容】

- ・考えていない(6件)
- ・特になし(6件)
- ・営業の強化(4件)
- ・電話営業(3件)
- ・営業(2件)
- ・拡大する予定なし(2件)
- ・個別営業(2件)
- ・M&A
- ・お得意先との直接情報交換
- ・カタログ製作
- ・こまかなニーズに対する対応
- ・セミナーなど
- ・ものづくり補助金活用のおすすめ
- ・営業、開発力の強化
- ・営業活動
- ・営業手法より実績を重視している
- ・営業推進
- ・営業部門の訪問による拡販活動
- ・営業力
- ・営業力の強化
- ・縁故
- ・何も行っていない
- ・何をやっても売上増しに繋がらない
- ・拡大を考えている
- ・技術力PR
- ・教育活動
- ・業界との交流
- ・業種転換
- ・業容拡大
- ・計画無
- ・検討中
- ・現行取引先への営業強化及び現行取引先担当者等の紹介を通じての新規取引先開拓
- ・現在の取引先との連携強化
- ・現状維持
- ・顧客からの紹介、代理店依頼
- ・顧客との関係強化
- ・顧客との信頼関係強化
- ・顧客訪問
- ・交流会
- ・工場拡張
- ・講習会やセミナーに参加し自社をPRしていく。
- ・四季報等の活用など
- ・自社の技術力の向上
- ・自社の生産能力の強化
- ・取引拡大はしない
- ・取引先からの紹介
- ・取引先との技術交流
- ・取引先の紹介
- ・受注の拡大よりも、その都度、受注の限界もあり、既存の取引先との信頼関係を大事にしていきたい
- ・出店
- ・紹介活動
- ・情報収集→対面営業
- ・信頼のある方からの紹介
- ・新規営業の強化
- ・新規開拓営業実施
- ・新製品の開発
- ・新製品を報道機関に告知
- ・人員の確保
- ・製品開発
- ・設備の充実、従業員教育
- ・設備投資他
- ・他社からの紹介
- ・他社にない技術、製品、商品を持つ
- ・代理店に委託
- ・知己を頼っての会社訪問
- ・地方の企業の営業強化
- ・展示会への参観
- ・同業社との協力
- ・同業者との会合
- ・同業者との情報交換など
- ・得意先等の紹介
- ・難しい(製造業)
- ・米国ワシントン州との連携
- ・別業態への参入
- ・無理に拡大しない

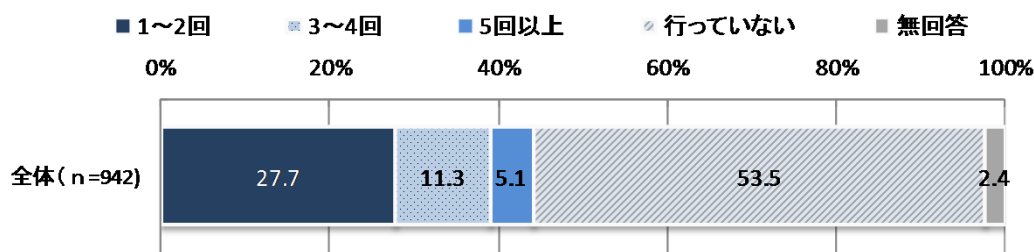
5 展示会への出展頻度（年間）

■展示会への出展は年間どのくらいの頻度で行っているかを尋ねたところ、「行っていない」が53.5%。「1～2回」が27.7%、「3～4回」が11.3%、「5回以上」が5.1%となった。

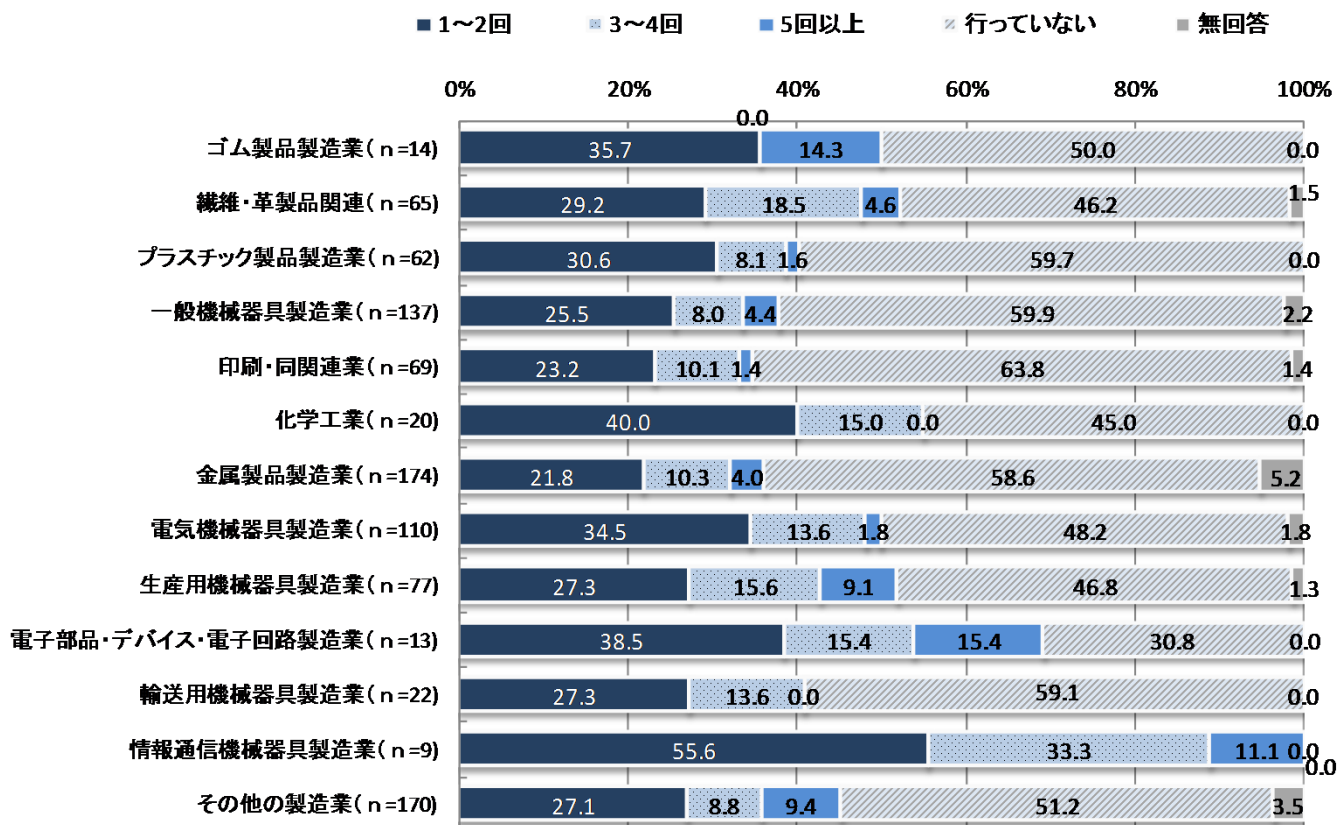
■業種別でみると「行っていない」企業の比率が「印刷・同関連業」（63.8%）、「一般機械器具製造業」（59.9%）、「プラスチック製品製造業」（59.7%）などの業種で高くなっている。一方、繊維・革製品関連製造業や生産用機械器具製造業、電気機械器具製造業は年に「1回以上」展示会に出展する企業の比率が高くなっている。

■従業員数別でみると従業員数が少ない企業ほど、資本金別でみると資本金が小さい企業ほど展示会への出展を「行っていない」比率が高い傾向が見られる。

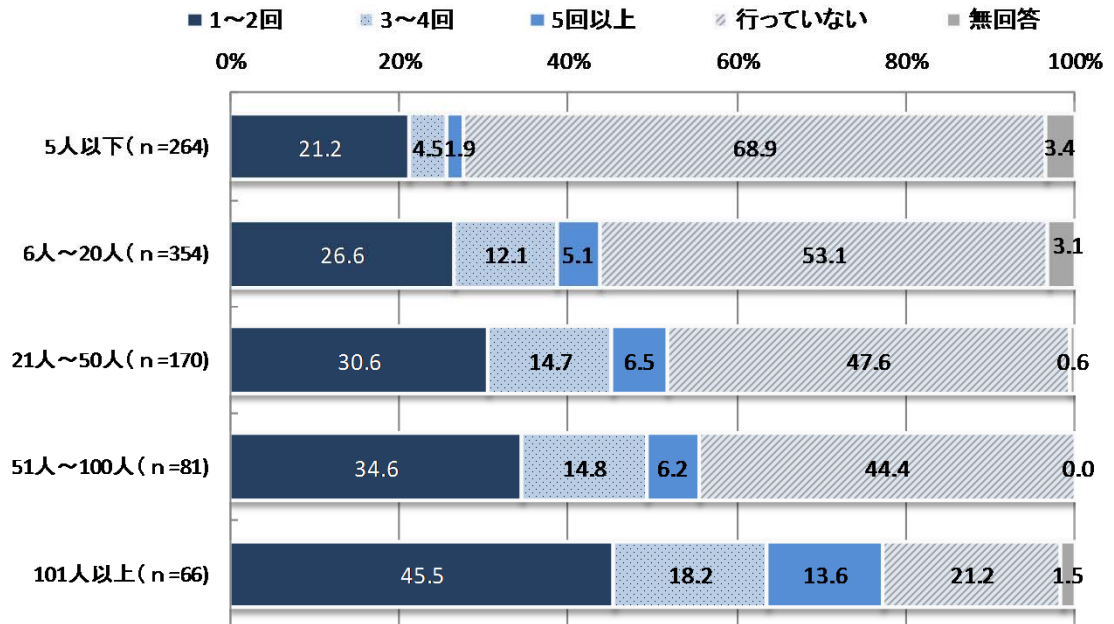
【全体】



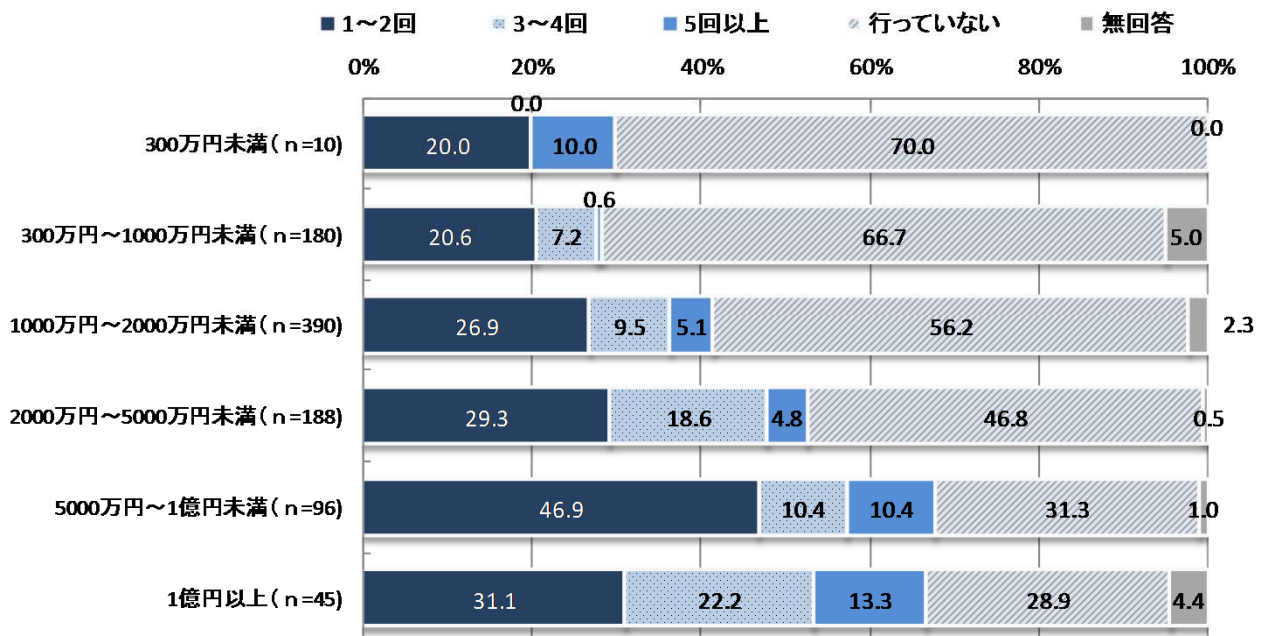
【業種別】



【従業員数別】



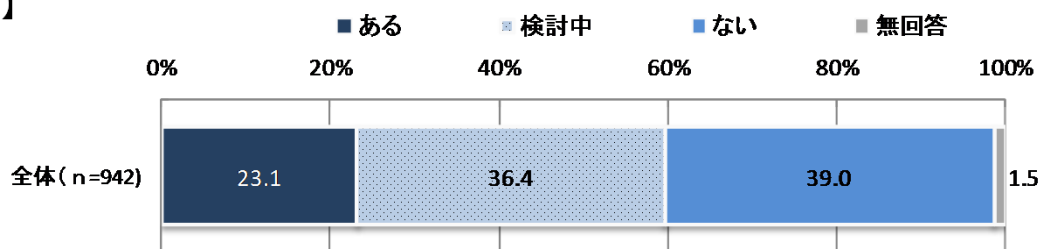
【資本金別】



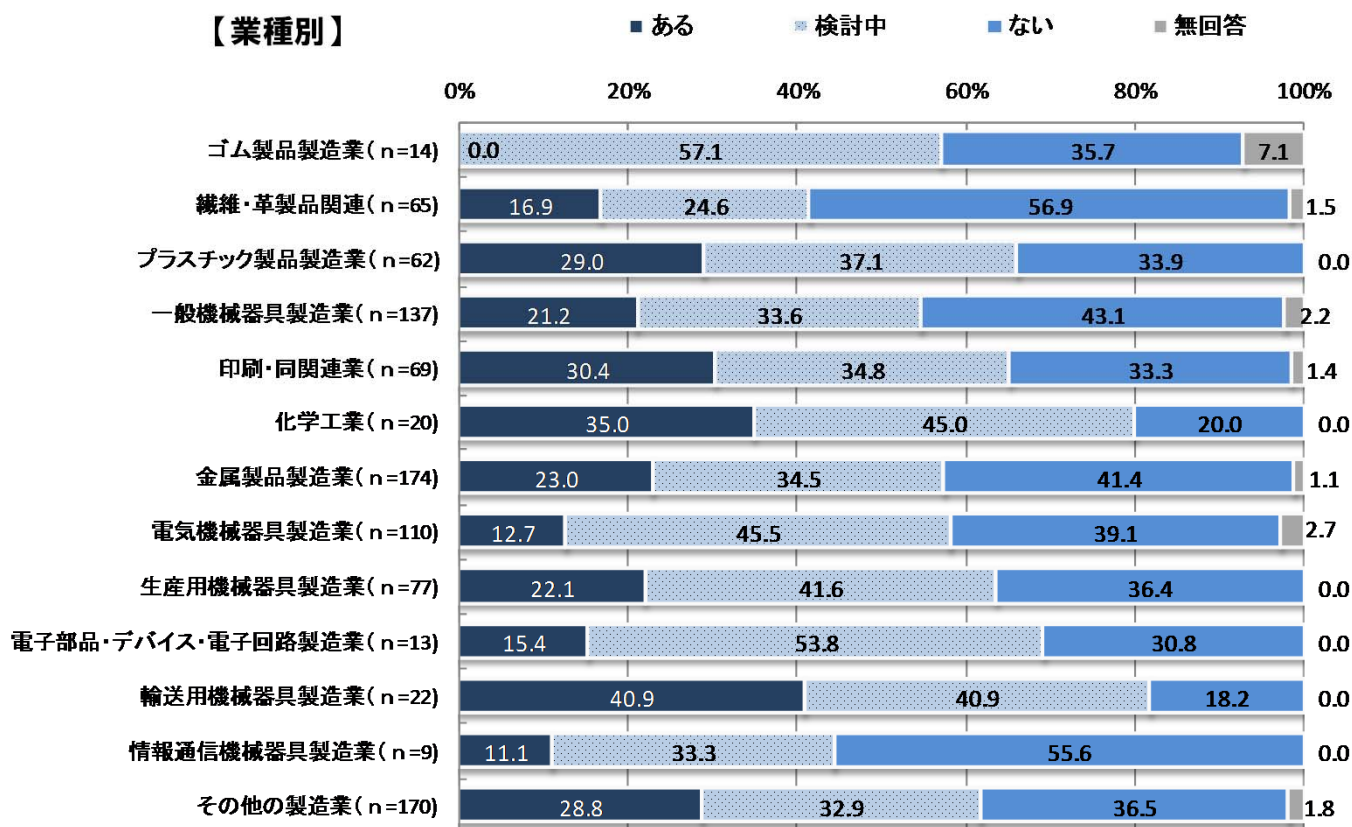
6 今後1年以内に設備投資を行う予定があるか

- 今後1年以内に設備投資を行う予定があるかを尋ねたところ、「ある」が23.1%、「検討中」が36.4%、「ない」が39.0%となった。
- 業種別でみると、「印刷・同関連業」、「プラスチック製品製造業」などの業種で「ある」比率が高い。
- 従業員数別でみると、従業員数が多い企業の「ある」比率が高い。
- 資本金別でみると資本金が大きくなるにつれて「ない」の比率が減少し、1年以内の設備投資を視野に入れている企業（「ある」または「検討中」）の比率が増加する傾向がみられる。

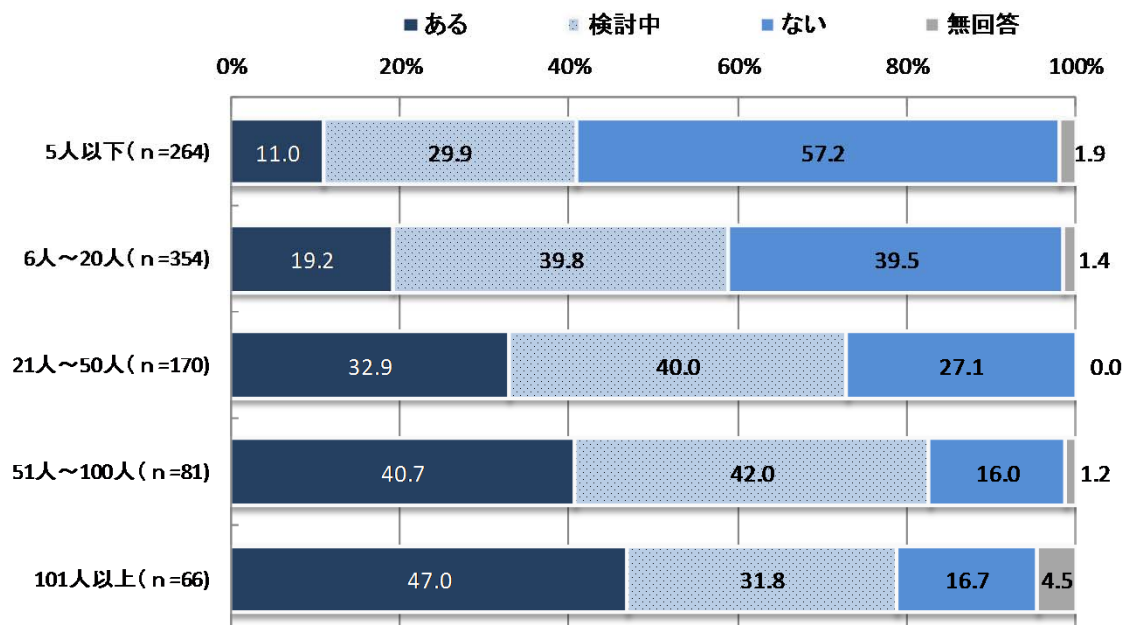
【全体】



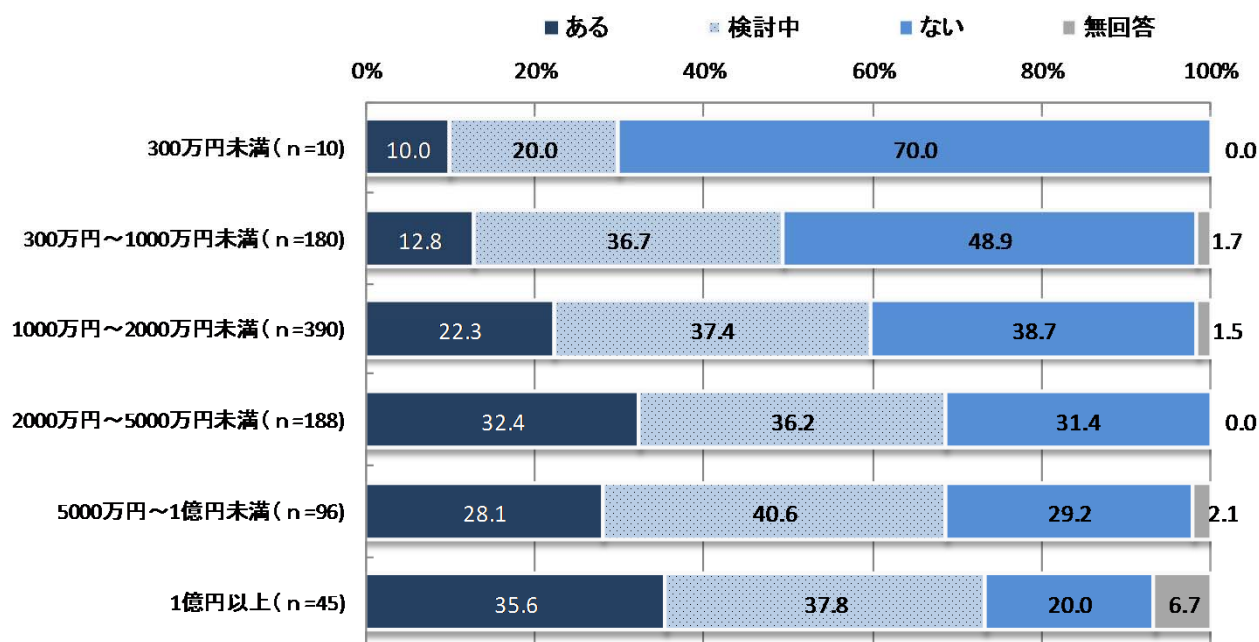
【業種別】



【従業員数別】



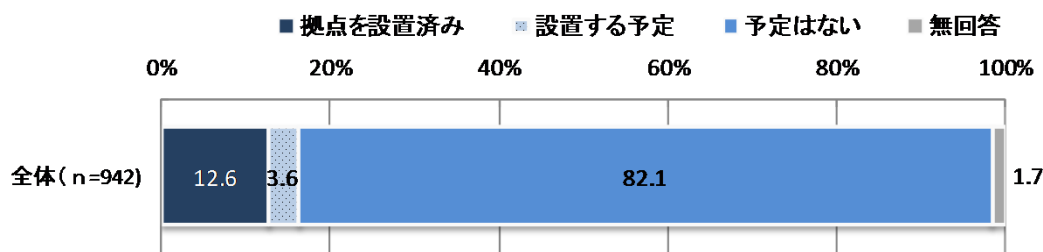
【資本金別】



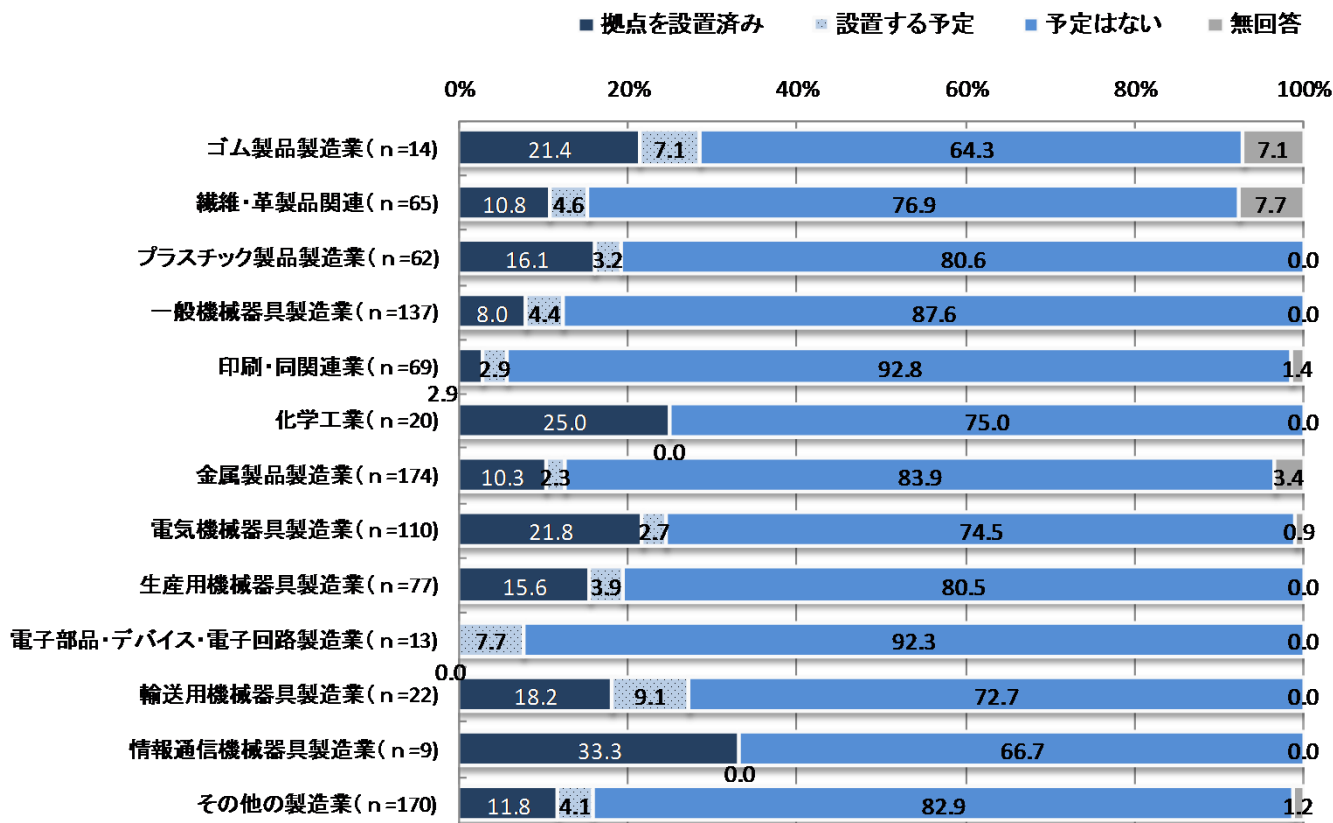
7 海外拠点の設置状況

- 現在、海外に拠点を設置しているかを尋ねたところ、「拠点を設置済み」が12.6%、「設置する予定」が3.6%、「予定はない」が82.1%となった。
- 業種別でみると、「拠点を設置済み」の比率が高いのは、電気機械器具製造業（21.8%）、プラスチック製品製造業（16.1%）、生産用機械器具製造業（15.6%）など。
- 従業員数別でみると従業員数が多い企業ほど、資本金別でみると資本金が大きい企業ほど、「拠点を設置済み」の比率が高い傾向がみられる。

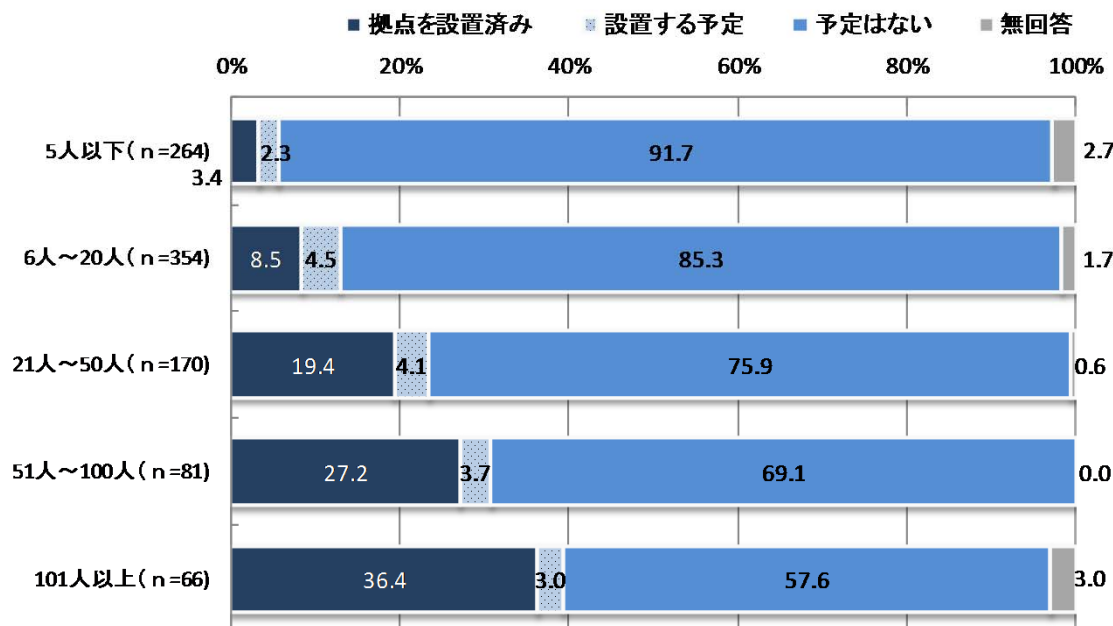
【全体】



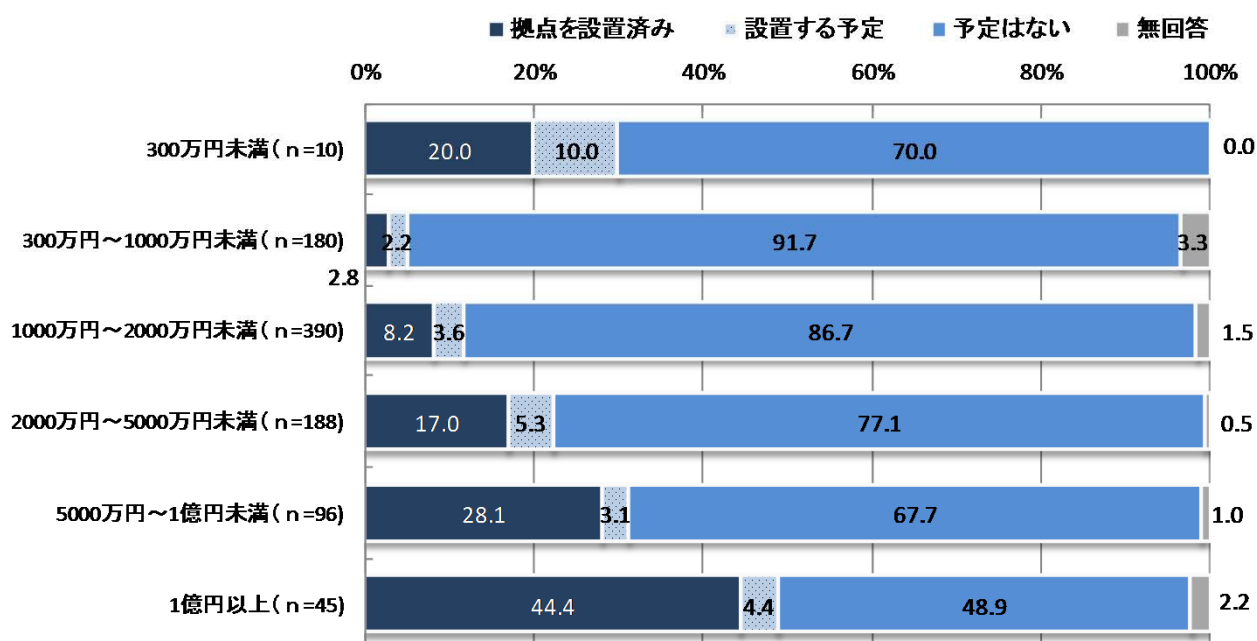
【業種別】



【従業員数別】

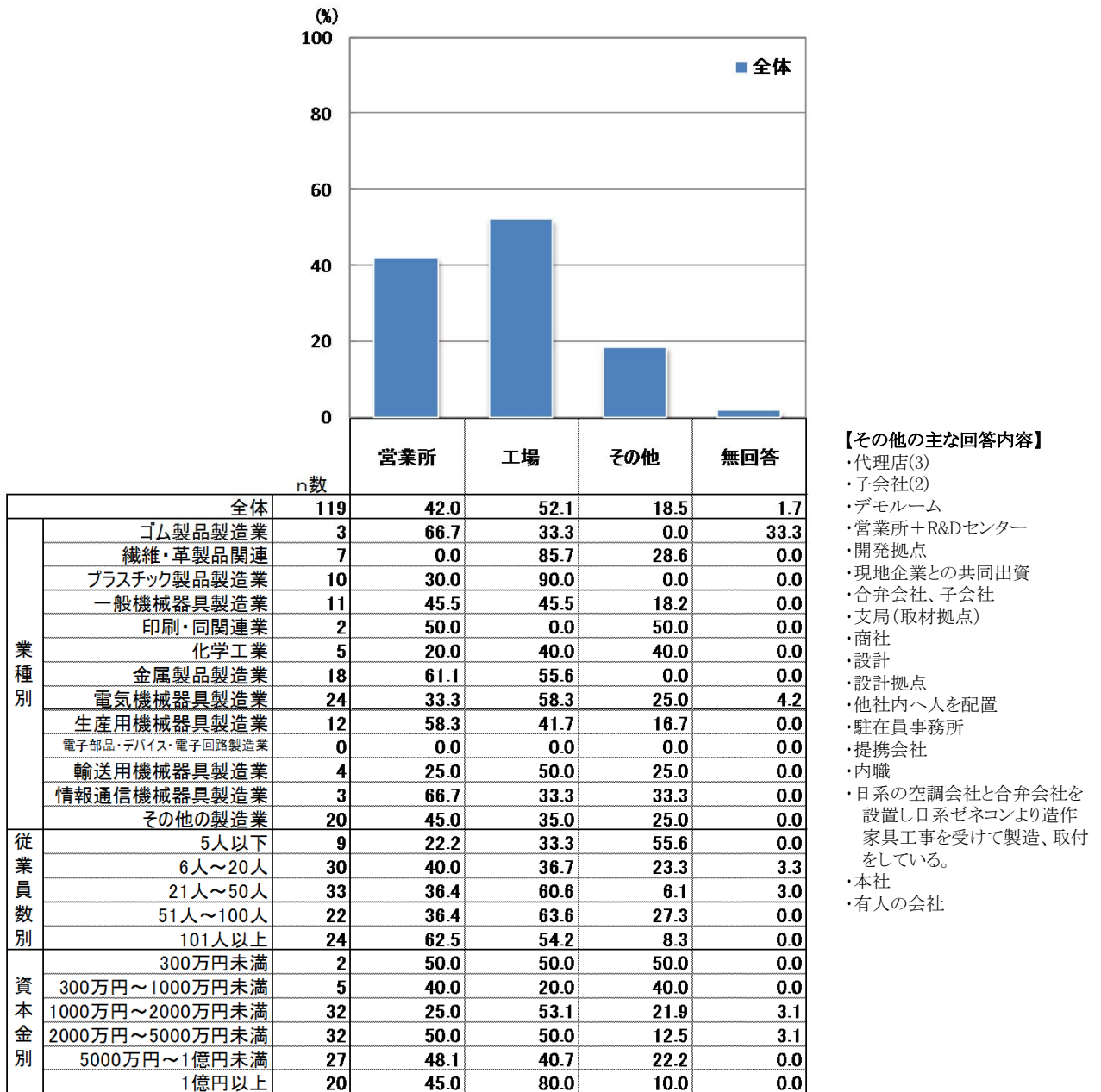


【資本金別】



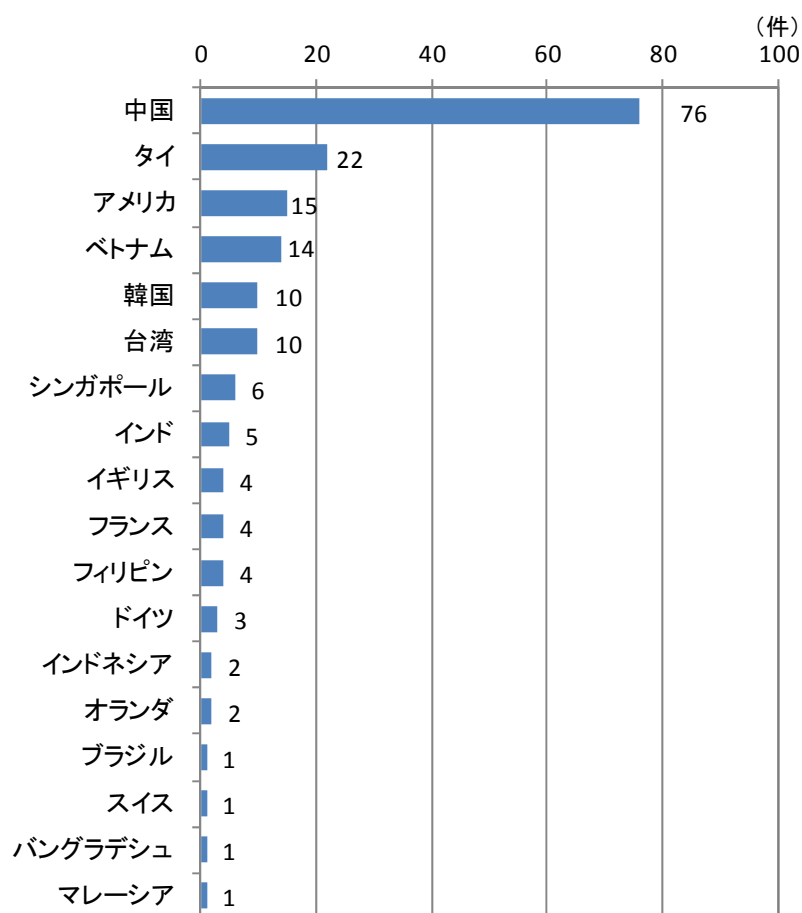
8 海外拠点の種類

- 海外拠点を「設置済み」と回答した企業（119社）に、拠点の種類を尋ねたところ、「工場」が52.1%、「営業所」が42.0%を占めている。「その他」の内容としては、「代理店」「子会社」などが挙げられている。



9 海外拠点（国名・都市名）

- 海外拠点を「すでに設置済み」と回答した企業（119社）に、拠点の国名と都市名を自由回答形式で尋ねた。
- 国では「中国」が突出している。以下、「タイ」、「アメリカ（米国）」、「ベトナム」、「韓国」、「台湾」などが続いている。
- 都市名で多いのは、中国では上海が突出して多く、蘇州、香港、大連、東莞市などが続く。タイではバンコク、アメリカではロサンゼルス、ベトナムではホーチミン、ハノイなどが多い。



9 海外拠点（国名・都市名）

国	都市名	件数
中国		76
	上海	23
	蘇州	6
	香港	5
	大連	5
	東莞市	5
	広州	4
	深圳	4
	広東省	2
	北京	2
	景德鎮	1
	呼和浩特	1
	呉江	1
	杭州	1
	江蘇省	1
	黒竜江省	1
	深州	1
	青島	1
	太倉市	1
	中山	1
	鄭州	1
寧波	1	
瀋陽	1	
-	7	
タイ		22
	バンコク	9
	サムットプラカーン	3
	プラーチンブリ	2
	アマタナコン	1
	アユタヤ	1
	チョンブリ	1
	ナワナコン(パトゥムタニ)	1
	ノンケー	1
	ノンダブリ	1
-	2	
アメリカ		15
	ロサンゼルス	4
	カリフォルニア	2
	グレートシアトル	1
	ケンタッキー	1
	サンディエゴ	1
	サンフランシスコ(シリコンバレー)	1
	シカゴ	1
	トーランス	1
	-	3
ベトナム		14
	ホーチミン	5
	ハノイ	4
	ダナン市	1
	ドンナイ省	1
	ハイホン	1
	ロンドウック	1
-	1	

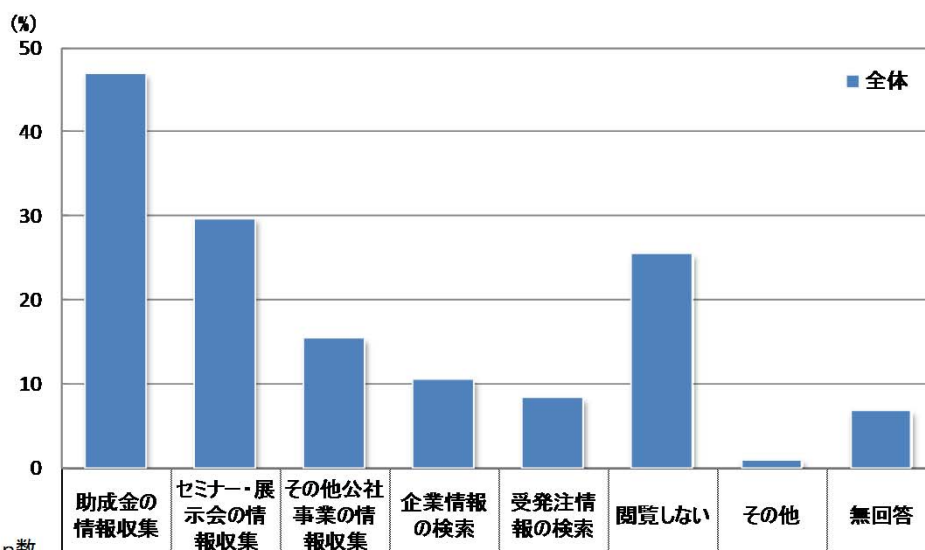
国	都市名	件数
韓国		10
	ソウル	2
	ハソン	1
	京畿道	1
	江南	1
	仁川	1
-	4	
台湾		10
	台北	4
	桃園	2
	高尾市	1
	台中	1
	中歴	1
板橋	1	
シンガポール		6
	ジュロン	1
	シンガポール	1
-	4	
インド		5
	アニメダバード	1
	デリー	1
	ニムラフ	1
	ニューデリー	1
-	1	
イギリス		4
	ロンドン	2
-	2	
フランス		4
	パリ	2
-	2	
フィリピン		4
	セブ	2
	バギオ	1
マニラ	1	
ドイツ		3
	ベルリン	1
-	2	
インドネシア		2
	カラワン	1
チビトン	1	
オランダ	アムステルダム	2
ブラジル	-	1
スイス	ローザンヌ	1
バングラデシュ	-	1
マレーシア	ビルツル	1

10 東京都中小企業振興公社のホームページの閲覧目的

- 東京都中小企業振興公社のホームページをどのような目的で閲覧するかを尋ねたところ「閲覧しない」が25.5%で、「無回答」(6.8%)を除くと、67.7%が閲覧している。
- 閲覧目的は、「助成金の情報収集」(46.9%)が最も高く、「セミナー・展示会の情報収集」(29.7%)、「その他公社事業の情報収集」(15.4%)、「企業情報の検索」(10.5%)の順が続いている。
- 従業員数別でみると、従業員数が5人以下の企業では「閲覧しない」比率が34.1%と高く、101人以上の企業(12.1%)と差が大きい。
- 資本金別でみると、資本金が1,000万円未満の企業は「受発注情報の検索」の比率が高く、資本金が1,000万円以上の企業は「セミナー・展示会の情報収集」、「その他公社事業の情報収集」の比率が高くなっている。

【その他の主な回答内容】

- ・目的は少ないのでさほど見ない
- ・担当者からアドバイスを頂いた時など
- ・経営相談
- ・試作関係の情報を知りたい
- ・掲載企業のものづくり製品と生み出す発想、及び情報
- ・閲覧していなかったが今後閲覧しようと思う
- ・記事項目による生産環境などの動向



業種別	n数	割合 (%)							
		助成金の情報収集	セミナー・展示会の情報収集	その他公社事業の情報収集	企業情報の検索	受発注情報の検索	閲覧しない	その他	無回答
全体	942	46.9	29.7	15.4	10.5	8.3	25.5	1.0	6.8
ゴム製品製造業	14	42.9	28.6	21.4	14.3	0.0	28.6	0.0	0.0
繊維・革製品関連	65	29.2	29.2	12.3	9.2	3.1	30.8	3.1	12.3
プラスチック製品製造業	62	50.0	32.3	8.1	9.7	12.9	21.0	1.6	11.3
一般機械器具製造業	137	46.7	22.6	12.4	10.9	8.0	27.0	0.0	9.5
印刷・同関連業	69	56.5	31.9	15.9	8.7	7.2	24.6	0.0	5.8
化学工業	20	45.0	45.0	10.0	5.0	0.0	30.0	0.0	0.0
金属製品製造業	174	44.3	25.3	13.2	9.2	10.3	29.3	1.7	8.0
電気機械器具製造業	110	49.1	33.6	20.9	15.5	10.0	19.1	0.0	5.5
生産用機械器具製造業	77	50.6	35.1	22.1	15.6	7.8	16.9	1.3	5.2
電子部品・デバイス・電子回路製造業	13	61.5	46.2	30.8	0.0	30.8	15.4	0.0	0.0
輸送用機械器具製造業	22	54.5	31.8	13.6	9.1	4.5	22.7	0.0	0.0
情報通信機械器具製造業	9	88.9	11.1	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0
その他の製造業	170	44.7	31.2	15.9	8.8	6.5	30.0	1.2	4.7
従業員数別									
5人以下	264	26.9	23.1	16.3	11.4	12.1	34.1	2.3	11.0
6人～20人	354	54.2	27.7	15.0	12.4	7.3	22.9	0.6	5.6
21人～50人	170	58.8	40.0	17.1	8.8	5.9	20.0	0.0	3.5
51人～100人	81	45.7	32.1	8.6	7.4	4.9	29.6	0.0	2.5
101人以上	66	63.6	40.9	19.7	6.1	7.6	12.1	1.5	6.1
資本金別									
300万円未満	10	40.0	20.0	10.0	0.0	20.0	20.0	0.0	20.0
300万円～1000万円未満	180	33.9	20.0	9.4	15.0	14.4	30.6	1.1	13.9
1000万円～2000万円未満	390	47.2	29.7	17.4	10.5	7.4	27.7	1.0	5.4
2000万円～5000万円未満	188	60.6	37.2	17.0	7.4	4.3	17.6	0.5	3.7
5000万円～1億円未満	96	53.1	38.5	17.7	7.3	7.3	17.7	1.0	4.2
1億円以上	45	46.7	35.6	20.0	6.7	4.4	24.4	0.0	4.4

1 1 中小企業支援機関や行政機関等に対して将来希望する支援

- ・①助成金などのコンサルの派遣②ホームページの作り方などの支援。
- ・AIの時代が目前にせまっているのでAIの働ける、働き所であるビッグデータの解析、分析を可能とするIOTによるデータの取得、蓄積に対する情報提供、支援等の積極検討が急務であると思います。
- ・いつも身近な存在であって欲しいと思うし、具体的にもっと踏み込んだ内容であるありがたい。
- ・インターネットセキュリティの助成金拡大を希望します。
- ・インターンシップによる人材確保や設備補助金への注力。
- ・きめ細かいアドバイス。具体的なアドバイス。当社に合う必要な情報。
- ・パートナー企業(共創企業)の紹介をより充実して頂ければと思います。
- ・ビジネスサポートデスクにお世話になり、経営革新計画、ものづくり補助金の認承や、HPの活用のアドバイスを頂きました。このようなサービスは継続して頂きたいです。
- ・ビジネスマッチングの機会を作る。助成金。展示会出展の補助、製造業の施策や試験の支援。
- ・やはり中小企業なので大手がいる中で助成金を惜しみなく充実して頂いて企業活動を元気なものにしていただきたい。大手にはないものを探している企業、リスト、その他「相互がコンタクト」を取りやすい「場」を提供いただけると大変うれしい。
- ・リース事業の継続。
- ・安定したマッチングなどの企業紹介(マッチング会ではなく1対1での。密になりやすいと感じている為そういうのが助かります)。
- ・医療機器研究開発企業同士との連携、情報交換、都政における医療問題、特に超高齢化社会化における問題により、進化した情報が求められており、意見が検討されるべきと考える。
- ・営業のバックアップ支援を希望します。
- ・下請法のセミナーの開催を増やしてほしい。
- ・会社のブランディング化の方法。
- ・海外進出に向けての、支援制度や情報等を頂きたいです。
- ・海外販売活動に対して助成金や支援。
- ・企業間の契約書が増加している昨今、ガイドラインを設けて欲しい。
- ・企業相談会(商談)、中小零細企業の交流会。
- ・技術開発に対する助成金の強化、技術パートナーとして検索機能強化と支援。
- ・型通りの支援だけでなく、企業に寄り添い細かいニーズに応える支援をお願いできればと思います。
- ・経営改善等の継続的な支援・金融支援を金融機関に周知してもらいたい。
- ・研究開発資金の支援をお願いしたい。具体的には分析機器等の保守・維持費用の助成金とか。高度な機器は維持が難しくなっている。しかし、新製品開発に不可欠である。
- ・現在の最大の課題は、人材の確保です。まだまだ学生さんは大手志向が強く、我々中小企業は、確保が難しいです。マッチングの場を増やして頂くことを希望します。
- ・海外進出の足掛かりとなる展示会出展費用の助成金、外国語の堪能な人材の斡旋等の支援。
- ・現状は完成ありきの助成金ですが完成しないかもしれない基礎研究もあつたら良いのでは？
- ・公的機関としての積極的なビジネスマッチングマーケットの展開。安全性の高い新規顧客開拓のサポートをお願いしたいです。

1 1 中小企業支援機関や行政機関等に対して将来希望する支援

- ・更なる大手企業や中小企業とのマッチングやプライベートセミナー。又、OBの方を更に活用した個別ニーズ情報の提示。東京以外の地域でのマッチング回数を増やして頂ければと思います。
- ・高額な設備投資への助成の拡大。
- ・産官学や企業協業の情報発信やコーディネートを希望します。
- ・支援施策がどういったものがあるのか、また現在の施策の条件がわかりやすいものになって欲しい。
- ・事業継承に向けた長期のプランづくり(人材育成も含めて)。
- ・事業承継の意思がある中小企業の多くが今後も生き残れるように更なる支援をお願いいたします。
- ・事業推進にあたり必要なプロモーションに係る費用面での助成や支援を希望します。
- ・取引先の紹介、研究者の紹介。
- ・手続が簡易な助成金、ピンポイントではなく広く使用可能な助成金等をもっと増やしてほしい。
- ・助成金などの種々の企業支援策について、利用の方法や活用の方法についてのアドバイス業務、特に支援策の対象や内容を具体的にわかる窓口の設置をしてほしい。(例、古い設備の更新についての助成の有無等)。
- ・助成金の拡充のほか、販路拡大支援(取引先の紹介)施策を強化してほしい。
- ・助成金の拡充を希望します。主に雇用拡大のための助成金。
- ・助成金等で設備導入の時、設置場所の基礎工事も助成対象としていただけると、設備も入れやすくなり、中小企業としては助かります。助成事業を使いやすくしてもらえると、今後も設備に投資ができるので、ぜひご検討をお願いします。
- ・助成金等の書類要領の指導やセミナー。
- ・商談会等の開催、異業種の交流会、取引拡大へのチャンスを広げていただくイベントに期待しております。
- ・小企業へもっと細かな業種分けをしてもらい同業種の情報交換の場をネット上で行ってもらいたい。
- ・情報をなかなか発信できない小さな街工場、零細企業の情報が取れるような仕組み、各地商工会議所の企業会員の情報を集約したWebサイトなどあれば良いと思います。
- ・新技術、新製品等の情報提供。
- ・新技術開発支援等を希望します。
- ・製造業における若年層の確保。
- ・全国の受発注情報の検索が出来る様になるとありがたいです。
- ・全国規模の企業紹介。
- ・大手企業等、販路拡大に向けたマッチングイベントや紹介等を更に進めていただきたい。
- ・今後はM&Aや業務IT化での効率化など促進しないと生き残れないと思います。特にITは知らないことが多く啓発活動を希望します。
- ・中小企業の情報発信などの支援。
- ・中小企業同士異業種交流会情報交換等の催しを希望します。
- ・伝統工芸に力を入れてもらいたい。助成金など。
- ・販売先拡大を目標としたマッチングの機会を設けて欲しい。