

令和6年度 補助金取組事業者アンケート結果

アンケート対象事業

- ・ 令和3年度中小企業デジタル化・業態転換等促進事業費補助金
- ・ 令和5年度中小企業等新事業展開促進事業費補助金

静岡県経済産業部商工業局商工振興課

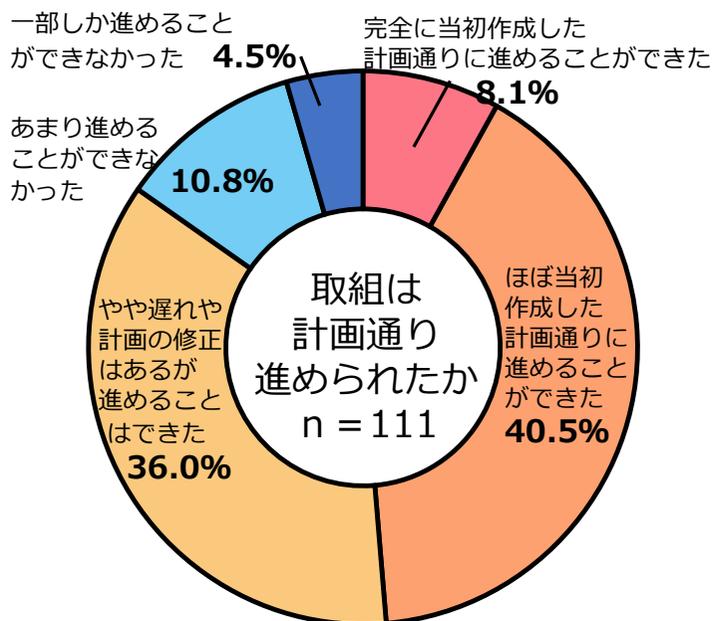
事業概要

| 区分 | 令和3年度 中小企業デジタル化・業態転換等促進事業費補助金 | 令和5年度 中小企業等新事業展開促進事業費補助金 |
|------|-------------------------------|--------------------------|
| 対象者 | 中小企業・小規模事業者 | 中小企業・小規模事業者 |
| 対象事業 | 新たなビジネスモデルへの挑戦やデジタル化等の取組 | 従来と異なる新サービスの展開や業態転換を行う取組 |
| 補助率 | 2 / 3 | 2 / 3 |
| 補助上限 | 200万円 | 300万円 |
| 採択件数 | 414件 | 77件 |

アンケート結果 補助事業の効果

令和3年度中小企業デジタル化・業態転換等促進事業費補助金

<取組において計画を達成した事業者の割合>



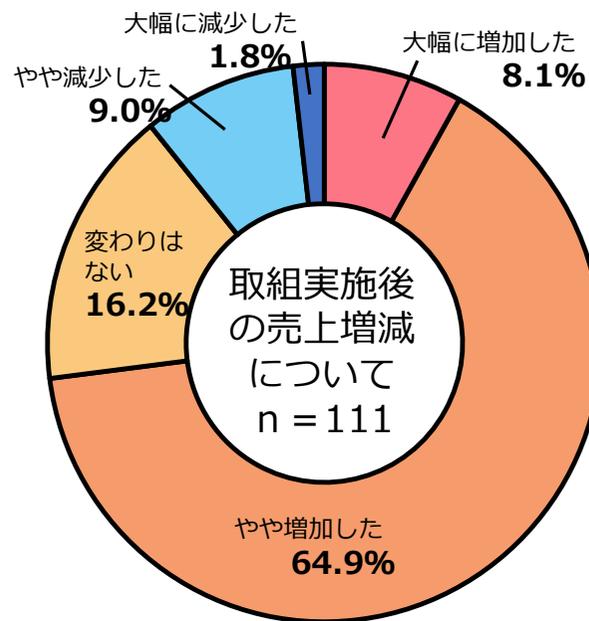
半数近くが

取組は計画通り「進められた」と回答

48.6%の事業者が計画通りに進められたと回答がありました。計画の遅れや修正を含めると、84.6%の事業者が取組を進めることができています。

※端数(小数点第2位以下)を四捨五入しているため、合計は100%とならない

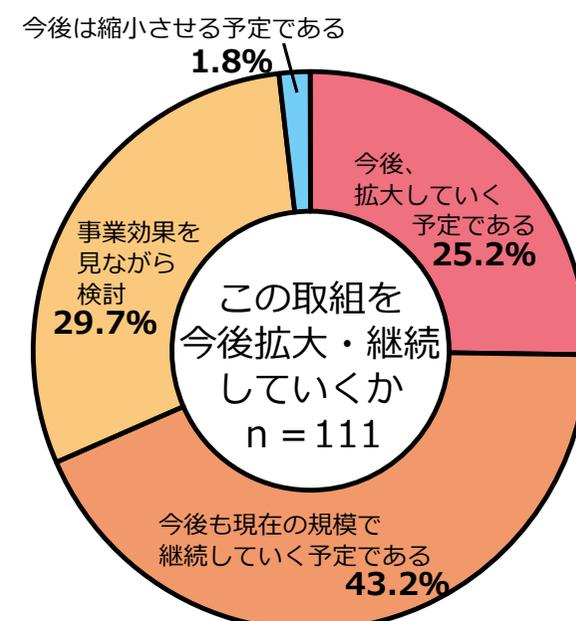
<取組実施後の売上増減の割合>



70%以上が「売上増加」と回答

取組を実施した事業者の73.0%が「売上が増加した」としており、「売上が減少した」とする事業者は10.8%でした。

<今後の取組事業規模の見込別割合>



25%以上が

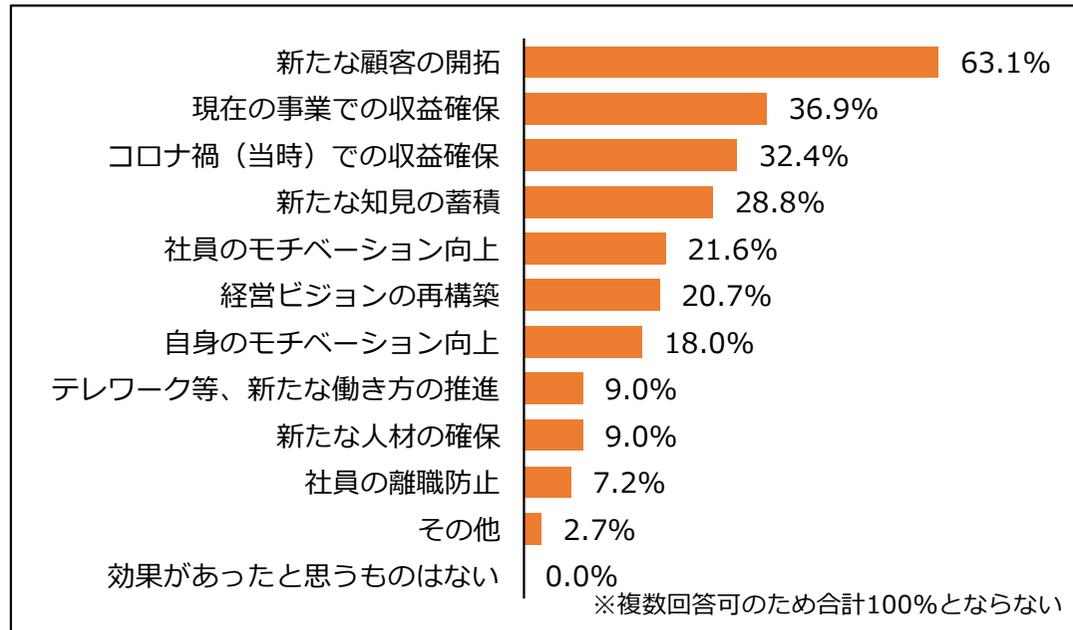
「今後も拡大していく予定」と回答

25.2%の事業者が今後も取組を拡大していく予定であり、43.2%の事業者が今後も現在の規模で継続していく予定としています。

アンケート結果 補助事業の効果

Q 取組を通じて効果があったと思うもの（複数回答可）（n = 111）

<取組を通じて効果があったと思う項目別割合>



取組の効果は「新たな顧客の開拓」や「現在の事業での収益確保」に留まらず、「新たな知見の蓄積」など多岐にわたる

「新たな顧客の開拓」及び「現在の事業での収益確保」は、それぞれ全体の63.1%、36.9%あり、「新たな知見の蓄積」についても、約3割の事業者が効果があったと回答しており、取組事業の効果が多岐にわたることが分かります。

<主な取組の効果別の売上増減割合>

| 主な取組の効果 | 売上増 | 変わりはない | 売上減 |
|----------------|-------|--------|-------|
| 新たな顧客の開拓 | 80.0% | 14.3% | 5.7% |
| 現在の事業での収益確保 | 85.0% | 5.0% | 10.0% |
| コロナ禍(当時)での収益確保 | 77.8% | 8.3% | 13.9% |
| 新たな知見の蓄積 | 71.0% | 22.6% | 6.5% |
| 社員のモチベーション向上 | 73.9% | 13.0% | 13.0% |
| 経営ビジョンの再構築 | 78.3% | 17.4% | 4.3% |

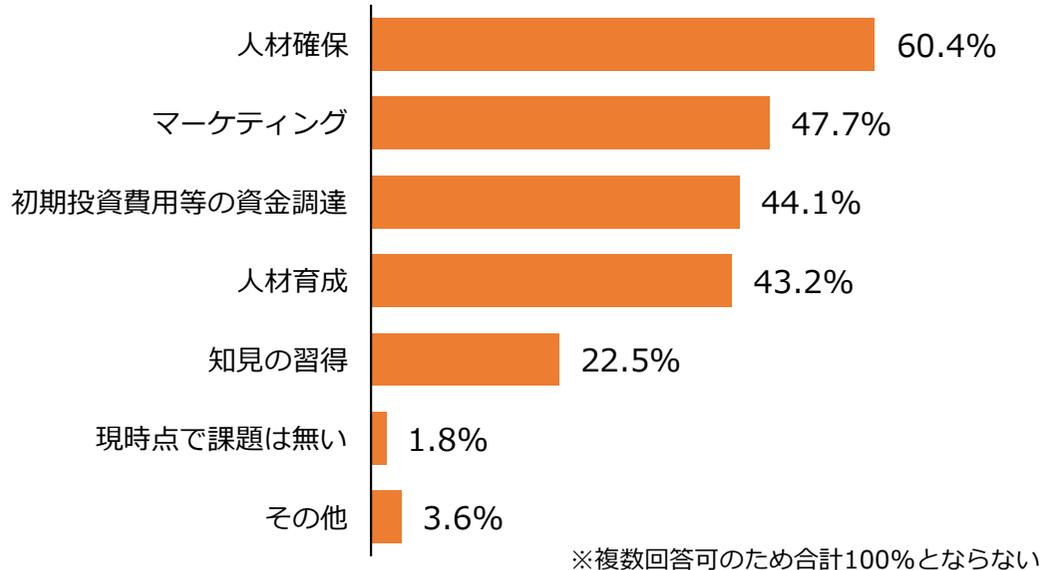
取組のうち「現在の事業での収益確保」が85%の割合で売上増につながっている

また、「現在の事業での収益確保」も一定の効果があり、取組の効果として「売上増」と回答している割合が85.0%と、相互に影響していることが確認できます。

アンケート結果 今後の課題

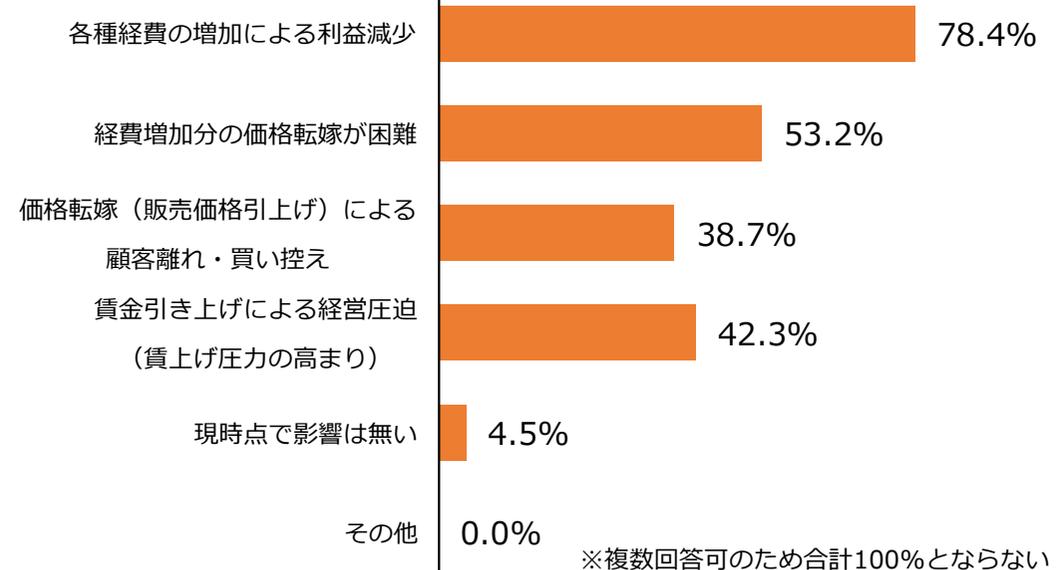
Q 今後、新たなサービス展開等を行う場合に課題となる事項(複数回答可)(n = 111)

<今後、新サービス展開等を行う場合に課題となる事項の割合>



Q 円安等を背景にした物価高騰に伴う影響(複数回答可)(n = 111)

<円安等を背景にした物価高騰に伴う影響別の割合>



事業者の約6割が、人材確保が課題と回答

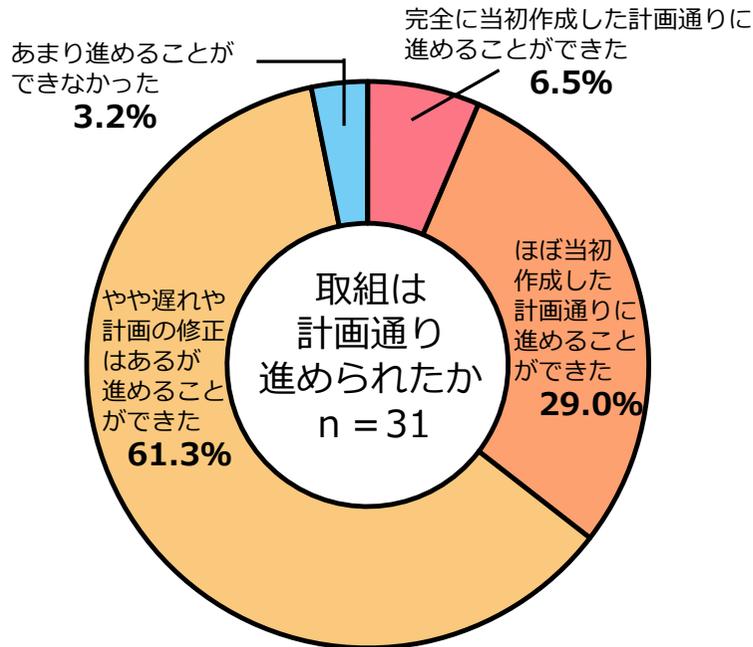
60.4%の事業者が人材確保に課題があると回答し、さらに、半数近くの事業者がマーケティングの課題を抱えています。

また、物価高騰に伴う各種経費の増加により78.4%の事業者が利益が減少し、53.2%の事業者が経費増加分の価格転嫁が困難であると回答しています。

アンケート結果 補助事業の効果

令和5年度中小企業等新事業展開促進事業費補助金

<取組において計画を達成した事業者の割合>

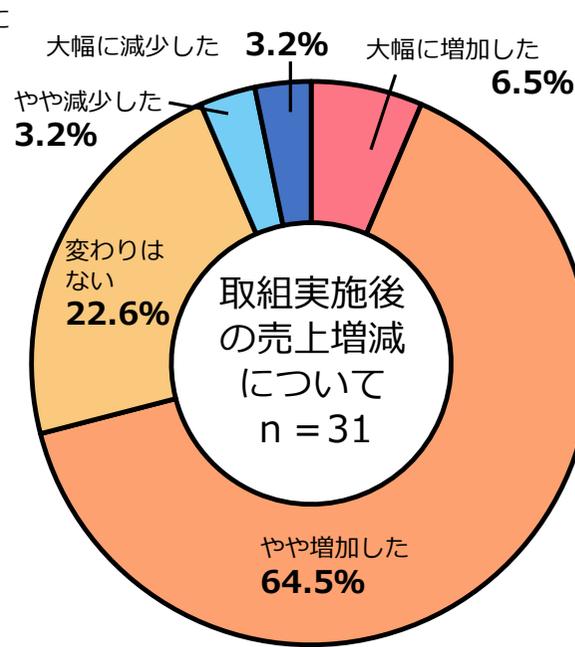


1/3以上が

取組は「計画通り進められた」と回答

35.5%の事業者が計画通りに進められたと回答がありました。計画の遅れや修正を含めると、96.8%の事業者が取組を進めることができています。

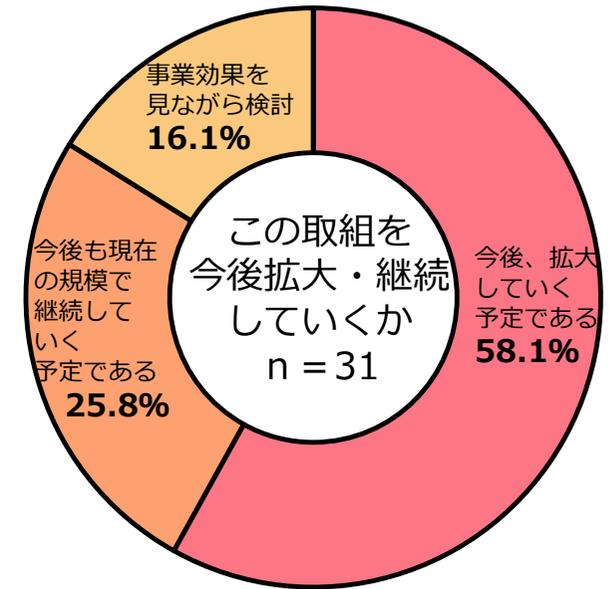
<取組実施後の売上増減の割合>



70%以上が「売上増加」と回答

取組を実施した事業者の71.0%が「売上が増加した」としており、「売上が減少した」とする事業者は6.4%でした。

<今後の取組事業規模の見込別割合>



約6割が

「今後も拡大していく予定」と回答

58.1%の事業者が今後も取組を拡大していく予定であり、25.8%の事業者が今後も現在の規模で継続していく予定としています。

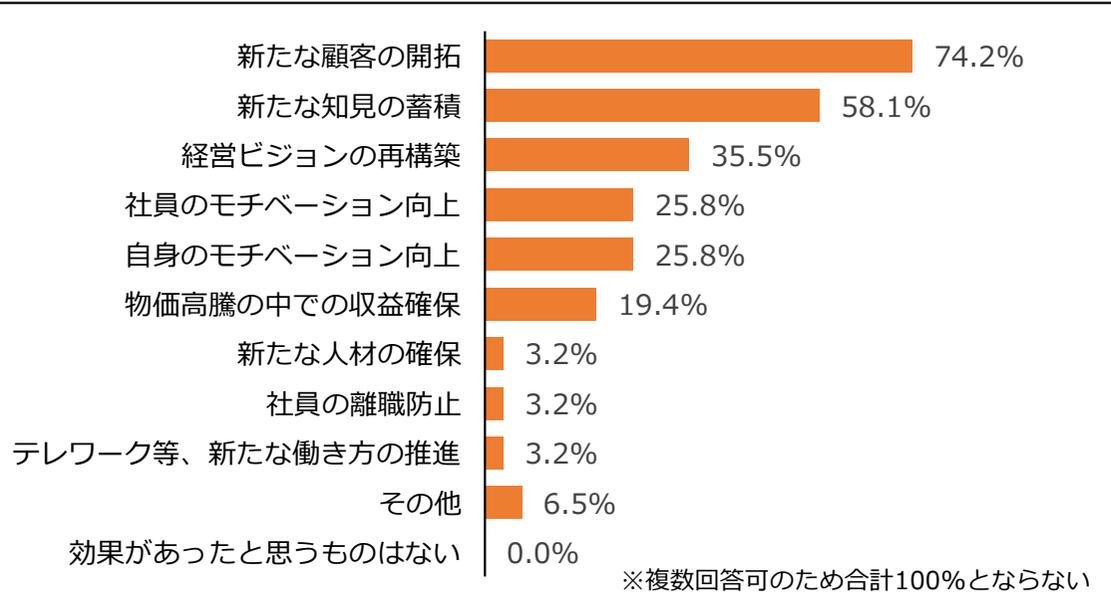
※端数(小数点第2位以下)を四捨五入しているため、合計は100%とならない

アンケート結果 補助事業の効果

令和5年度中小企業等新事業展開促進事業費補助金

Q 取組を通じて効果があったと思うもの（複数回答可）（n = 31）

<取組を通じて効果があったと思う項目別割合>



取組の効果は、「新たな顧客の開拓」や「新たな知見の蓄積」に留まらず、「経営ビジョンの再構築」など多岐にわたる

「新たな顧客の開拓」及び「新たな知見の蓄積」は、それぞれ全体の74.2%、58.1%あり、「経営ビジョンの再構築」についても、35.5%の事業者が効果があったとしており、取組事業の効果が多岐にわたることが分かります。

<主な取組の効果別の売上増減割合>

| 主な取組の効果 | 売上増 | 変わりはない | 売上減 |
|--------------|--------|--------|-------|
| 新たな顧客の開拓 | 73.9% | 17.4% | 8.7% |
| 経営ビジョンの再構築 | 72.7% | 18.2% | 9.1% |
| 新たな知見の蓄積 | 72.2% | 16.7% | 11.1% |
| 物価高騰の中での収益確保 | 100.0% | 0.0% | 0.0% |
| 自身のモチベーション向上 | 87.5% | 0.0% | 12.5% |
| 社員のモチベーション向上 | 75.0% | 0.0% | 25.0% |

取組のうち「物価高騰の中での収益確保」が100%の割合で売上増につながっている

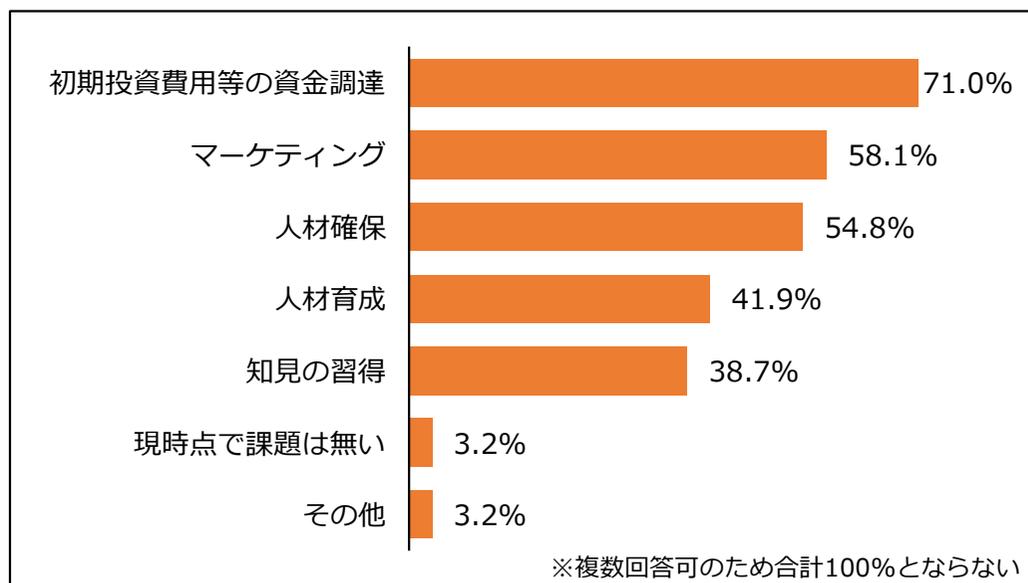
また、「物価高騰の中での収益確保」にも売上増の割合が100%と効果があり、「売上増」に影響していることが確認できます。

アンケート結果 今後の課題

令和5年度中小企業等新事業展開促進事業費補助金

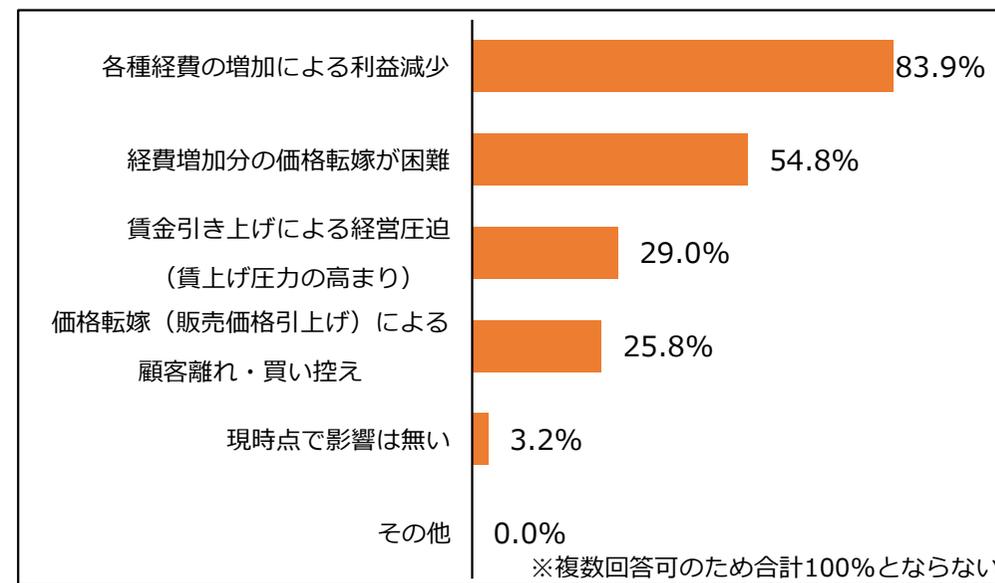
Q 今後、新たなサービス展開等を行う場合に課題となる事項(複数回答可)(n = 31)

＜今後、新サービス展開等を行う場合に課題となる事項の割合＞



Q 円安等を背景にした物価高騰に伴う影響(複数回答可)(n = 31)

＜円安等を背景にした物価高騰に伴う影響別の割合＞



事業者の約7割が、初期投資等に要する資金調達が課題と回答

71.0%の事業者が資金調達に課題があると回答し、さらに、58.1%の事業者がマーケティングに係る課題を抱えています。

また、物価高騰に伴う各種経費の増加により83.9%の事業者が利益が減少し、54.8%の事業者が経費増加分の価格転嫁が困難であると回答しています。