

永平寺町「町内産業振興に係る実態アンケート調査」

報告書

令和3年3月

福井県立大学地域経済研究所

永平寺町「町内産業振興に係る実態アンケート調査」調査要領

1. 調査目的

新型コロナウイルス感染症拡大の影響をはじめ、町内事業者の現況を把握して産業施策の立案等に役立たせるため。

2. 調査内容

町内事業者の現状を把握することを意図した「基本調査項目」と、天災等の急激な環境変化による町内事業者の実態を把握することを意図した「特別調査項目」の2つについて調査を行った。今回は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大（以下、「コロナ禍」という。）による影響を特別調査項目として設定した。

また、自由意見として「ビジネスマッチング」について意見を求め、具体的な希望内容としては「ビジネスマッチングに係るニーズ調査」で調査を行った。

3. 調査対象

永平寺町内で事業所等を有する企業及び個人事業主、736社

4. 調査方法

郵送及びインターネットによるアンケート

5. 調査期間

令和3年2月1日（月）～令和3年2月22日（月）

6. 回答状況

回答数 322社（回答率 43.8%）、有効回答数 311社（有効回答率 42.3%）

うち、郵送による有効回答数：265社

うち、インターネットによる有効回答数：46社

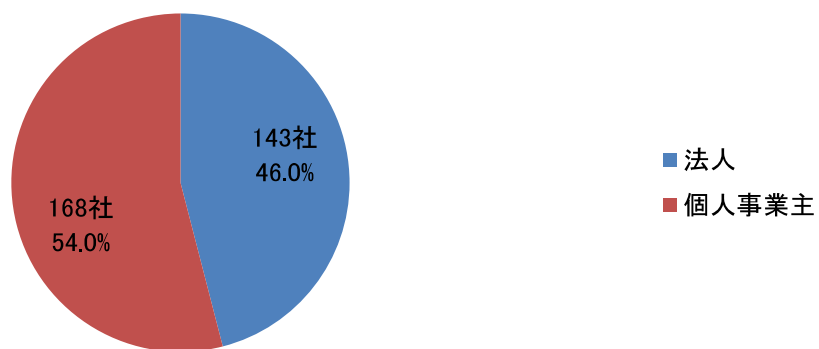
7. 備考

調査票は返送いただいたものの回答内容不明などの場合、無回答として処理
構成比「%」は各設問の「n」（回答数）をもとに算出

8. 回答者属性

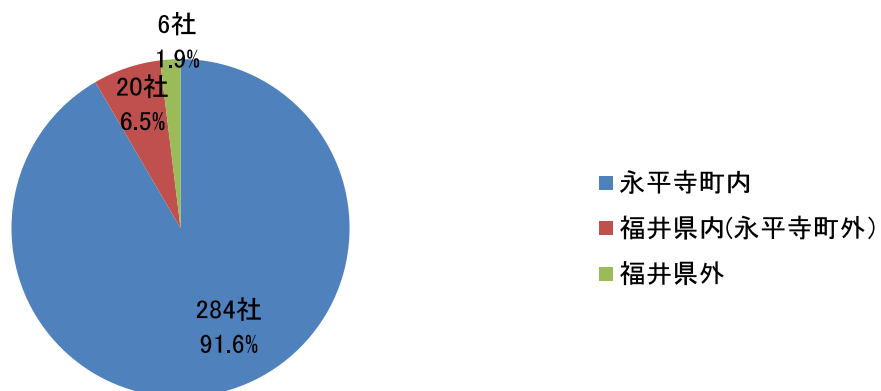
①法人・個人事業主の別

回答内容	件数	構成比
法人	143 社	46.0%
個人事業主	168 社	54.0%
合計	311 社	100.0%



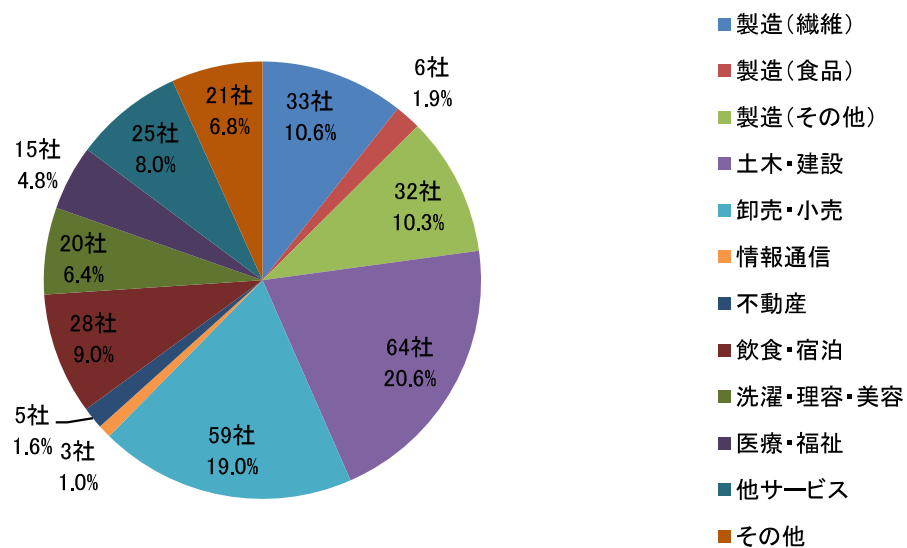
②本社所在地

回答内容	件数	構成比
永平寺町内	284 社	91.6%
福井県内 (永平寺町外)	20 社	6.5%
福井県外	6 社	1.9%
合計	310 社	100.0%



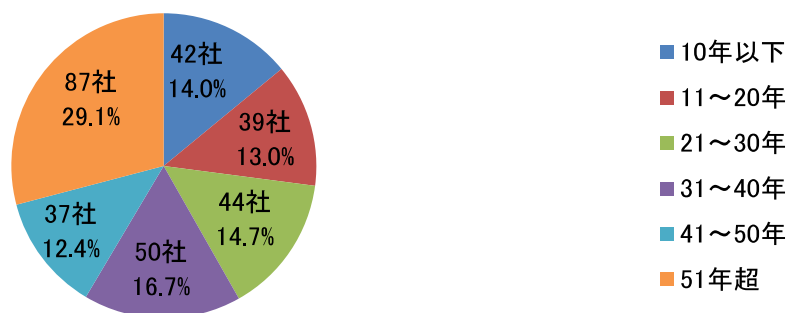
③主な業種

回答内容	件数	構成比
製造（繊維）	33社	10.6%
製造（食品）	6社	1.9%
製造（その他）	32社	10.3%
土木・建設	64社	20.6%
卸売・小売	59社	19.0%
情報通信	3社	1.0%
不動産	5社	1.6%
飲食・宿泊	28社	9.0%
洗濯・理容・美容	20社	6.4%
医療・福祉	15社	4.8%
他サービス	25社	8.0%
その他	21社	6.8%
合計	311社	100.0%



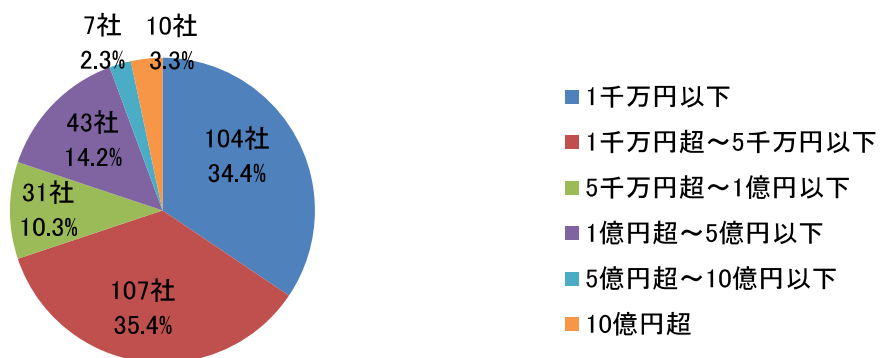
④業歴

回答内容	件数	構成比
10年以下	42社	14.0%
11年～20年	39社	13.0%
21年～30年	44社	14.7%
31年～40年	50社	16.7%
41年～50年	37社	12.4%
51年超	87社	29.1%
合計	299社	100.0%



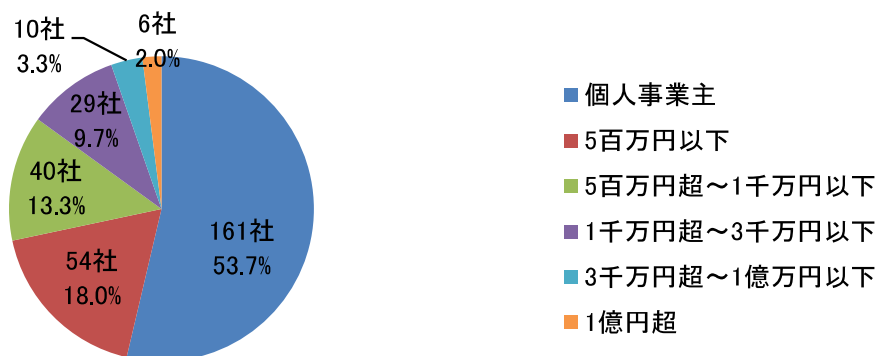
⑤年間売上

回答内容	件数	構成比
1千万円以下	104社	34.4%
1千万円超～5千万円以下	107社	35.4%
5千万円超～1億円以下	31社	10.3%
1億円超～5億円以下	43社	14.2%
5億円超～10億円以下	7社	2.3%
10億円超	10社	3.3%
合計	302社	100.0%



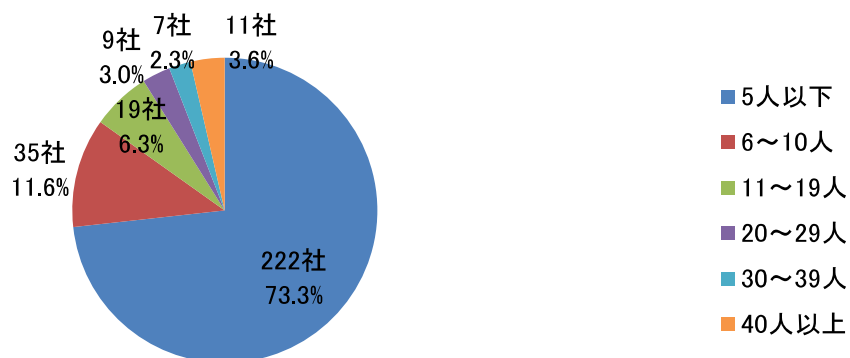
⑥資本金額

回答内容	件数	構成比
個人事業主	161社	53.7%
5百万円以下	54社	18.0%
5百万円超～1千万円以下	40社	13.3%
1千万円超～3千万円以下	29社	9.7%
3千万円超～1億円以下	10社	3.3%
1億円超	6社	2.0%
合計	300社	100.0%



⑦従業員数（パート・アルバイトを含む）

回答内容	件数	構成比
5人以下	222社	73.3%
6人～10人	35社	11.6%
11人～19人	19社	6.3%
20人～29人	9社	3.0%
30人～39人	7社	2.3%
40人以上	11社	3.6%
合計	303社	100.0%



法人・個人事業主別の主なクロス集計結果としては、以下の通りである。法人では製造や土木・建設といった設備投資型産業の占める割合が高い一方、個人事業主ではサービスの占める割合が高くなっている。

主な業種	法人	個人事業主
製造（繊維）	19社（13.3%）	14社（8.3%）
製造（食品）	5社（3.5%）	1社（0.6%）
製造（その他）	16社（11.2%）	16社（9.5%）
土木・建設	42社（29.4%）	22社（13.1%）
卸売・小売	27社（18.9%）	32社（19.0%）
情報通信	2社（1.4%）	1社（0.6%）
不動産	4社（2.8%）	1社（0.6%）
飲食・宿泊	7社（4.9%）	21社（12.5%）
洗濯・理容・美容	1社（0.7%）	19社（11.3%）
医療・福祉	8社（5.6%）	7社（4.2%）
他サービス	9社（6.3%）	16社（9.5%）
その他	3社（2.1%）	18社（10.7%）
合計	143社（100.0%）	168社（100.0%）

年間売上	法人	個人事業主
1千万円以下	12社（8.4%）	92社（54.8%）
1千万円超～ 5千万円以下	43社（30.1%）	64社（38.1%）
5千万円超～ 1億円 以下	23社（16.1%）	8社（4.8%）
1億円 超～ 5億円 以下	41社（28.7%）	2社（1.2%）
5億円 超～ 10億円 以下	7社（4.9%）	0社（0.0%）
10億円 超	10社（7.0%）	0社（0.0%）
未回答	7社（4.9%）	2件社（1.2%）
合計	143社（100.0%）	168社（100.0%）

調査結果の要約

I. 基本調査項目について

町内事業者における令和3年1月～6月の業況見通し（問1）については、初めて緊急事態宣言が発令された前年同期（令和2年1月～6月）と比較しても業況が悪いとする回答が過半数を占めた。また、ワクチン普及が期待される来期（令和3年7月～12月）においても、業況の見通しとしては「悪い」とする回答が過半数を占めている状況であり、悲観的な見通しが強い。

町内事業者が抱える経営上の課題（問2）については、「まあまあ課題である」「重大な課題である」との回答結果が多かった上位3項目は、「客数・販路拡大」「人材確保・育成」「経費削減」であった。ただし、もっとも優先度の高い課題（問3）として回答が多かった上位3項目は、「人材確保・育成」「客数・販路拡大」「事業承継」であり、「経費削減」の優先度は低くなった。特筆すべきこととしては、業況見通しが悪いにもかかわらず、「人材確保・育成」をもっとも優先度の高い課題に挙げられていることである。「人材確保・育成」の具体的な課題の内容をみると、主に土木・建設業者において従業員の高齢化に伴う若手人材への技能承継について課題を挙げる回答が多かった。

事業承継（問4）については、前項でも優先度の高い課題として挙げられていたが、回答者の実に35.3%が「自分の代での廃業を検討している」と回答した。また、法人・個人事業主別の回答結果としては、個人事業主の54.4%が「自分の代での廃業を検討している」と回答している。

令和3年中における設備投資・人材採用のそれぞれの予定（問5及び問6）については、「設備投資の予定あり」は17.4%に留まる一方で「人材採用の予定あり」は33.1%となっており、人材確保・育成に課題を抱える事業者を中心に採用を積極化していると考えられる。

II. 特別調査項目について

コロナ禍による影響（問7）として、「売上・受注の減少」の影響を受けている町内事業者は76.5%に及び、うち「深刻な影響を受けている」と回答した事業者は36.6%に達する。事業者の生命線である「資金繰り」への影響としては「深刻な影響を受けている」と「まあまあ影響を受けている」と回答した割合は、42.9%となっている。また、「従業員の雇用維持」については「深刻な影響を受けている」との回答割合は8.4%に留まるが、「まあまあ影響を受けている」と回答した割合は24.7%となっている。業種別では、製造（繊維）で「売上・受注の減少」について「深刻な影響を受けている」と回答した割合は83.9%に及び、全業種の中でも特に深刻と見られる。

コロナ禍での今後取り組みたい対策（問8）としては、「人件費以外の経費支払の削減」と「商品・サービスの新規開発や提供方法等の見直し」の回答割合が高くなっている。「賞与見直し等の人件費の削減」とより踏み込んだ経費削減については、「今後取り組みたい」

とした回答割合は20.9%となっている。同じく「資金繰り」についても、「今後取り組みたい」とした回答割合は30.0%となっている。また、業種別の動向としては、商品・サービスの新規開発や提供方法等の見直しについて「今後取り組みたい」とする事業者が数多く存在し、With コロナやAfter コロナに向けた新たな取り組みを模索している動きが見られる。

コロナ禍での支援（問9）としては、「今後利用したい」との回答割合がもっとも高かった支援は「減税・納税猶予」であった。業種別の求める支援としては、問7においてコロナ禍による売上・受注の減少への影響についてもっとも深刻であると回答した製造（繊維）において、「雇用関係の補助金・助成金・給付金」をすでに利用した事業者の割合が高くなっている。次に「制度融資等の資金繰り支援、利子補給」については、製造や土木・建設で利用済みの割合が高くなっている。最後に「減税・納税猶予」については、製造（繊維）において顕著に今後利用したいとの意向が高かった。製造（繊維）では、問7においてコロナ禍による売上・受注の減少をもっとも深刻な影響を受けているとする回答が高かっただけに、納税の負担が重くなっていると考えられる。

Ⅲ. ビジネスマッチングについて

今回の調査では自由意見として「ビジネスマッチング」の意見を求めたが、多様な業種でビジネスマッチングに係る期待する意見が挙がった。具体的には、他業種との交流を通じた新たなアイデアの獲得に対する期待について複数の事業者から同様の声が挙がっており、収益に直結する即実的なビジネスマッチングだけでなく、将来の成長の種となるきっかけとしてのビジネスマッチングを欲しているように考えられる。

Ⅳ. 本調査で得られた示唆・提言

本調査は、新型コロナウイルス感染症拡大の地域への影響や域内事業者の経営状況を把握し、今後、地域において施策を打つうえで効果的かつ即効力のある施策立案はどうあるべきか、こうした支援・取り組みに資するために実施されたものである。その結果、地域が従来から抱えていた課題がより鮮明となり、それら課題に対する対応策も若干見えてきた気がする。

例えば、「ビジネスマッチング」に関しては、地元の多様な業種で期待度が高く、公の支援施策としては新鮮であることや、かつ地元事業者からの期待度が高い分、注目も集まり、地域の新たな取り組みとして、やり方次第で十分な有効性を発揮することがうかがえたこと。また、産業構造面では、永平寺町の特徴として、地元の主要産業を製造業や土木・建設業が占め、福井県全体の産業構造の縮図的地域であることから、県全体の産業構造転換の動きをとらえながら、先行的な施策を立案し実行することで、その効果が見えてくること。また、事業承継問題については、本調査で「自分の代で廃業を検討している」事業所が個人事業主の54.4%を占めたことなどから早めの対応が必要となるが、顧客となる地域住民の高齢化も進んでいることから、事業承継だけに捉われず地域全体を対象とした取り組みが必要であること。まずは満足のいく収益が上げられない事業所へアプローチし、その改善を促

すことが求められるのではないか。人材確保に関しては、産業間における人材シェアなどの対策により人手不足の解消を図るとともに、こうしたワークシェアを通じてスマート農業などの将来成長が見込める分野へシフトすることで、結果として地域の産業構造の高度化につながるなど、課題と課題解決に向けての方向・方策が見えてきた感がある。

では、具体的に、永平寺町の施策として、いったい何が考えられるのか。この件に関しては、2020年夏に福井県立大学が実施した「福井県企業のコロナ禍での事業活動に関する緊急調査」を参考としたい。本調査によれば、今後の成長産業として企業が考える分野は、デジタル社会の到来を意識して、AI（人口知能）や運転支援・自動運転、IOTなどを挙げる例が多くみられた。しかし、その一方でスマートアグリ・農業ICT、予防医学、感染防護用の機能性繊維、防災・災害時通信ネットワーク、クオリティーの高い食品（加工）など命に係わる分野を成長産業と指摘する声も多く聞かれた。

フランスの経済学者・思想家のジャック・アタリは、2009年の著書「危機とサバイバル」の中でパンデミックの発生を予測し、今回の新型コロナウイルス感染症が、1929年の世界恐慌、2008年のリーマンショックよりも甚大な被害を及ぼすこと、そして、これを回避するために、世界の経済を全く新しい方向に設定しなおす必要があると述べている。世界は、爆弾や武器ではなく医療機器や病院、住宅、水、良質な食糧などの生産を長期的に行うべきであり、そのためには多くの産業で大規模な転換が求められることを示唆している。すなわち、人類が生きるために必要な食糧、医療、教育、文化、情報、イノベーションなどの提供を意識した産業、生きるために本当に必要なものの生産に集中することこそが今求められているということであろう。福井の産業で例を挙げれば、農産物・食品加工分野ではクオリティーの高い農産物や食品加工物の生産、製造業の分野ではウイルスをシャットアウトする住宅部材の生産や、繊維産業では防護服などの繊維衣料の生産ということになる。

コロナ禍での福井県の産業に目を転じると、既に、繊維産業では多くの企業でマスクの生産が始まっているほか、防護服の生産もみられる。和紙業界でも和紙を素材にマスクの生産が始まっている。また、眼鏡枠産業では7~8社の企業でチタン素材のフェイスシールドの生産、部品メーカーでも即効性があり長時間効き目がある抗ウイルスコート（抗菌剤）の開発や各種マスクピンなどの命を守る生産が始まっている。変わり身の早い福井県企業ならではの転換の速さといえよう。こうした地域産業の動きに対し、間髪を入れず支援の手を差し延べることも一方策であろう。その中で具体的な支援の在り方を考えると、新たな事業活動、ハイブリッド化を目指して「命を守る」(注¹) 製品開発・産業分野参入に向けて頑張る企業へのものづくり・技術の高度化支援や、そのための金融支援、製商品・技術・サービス開発にまつわる情報提供・相談業務のさらなる充実が必要であり、合わせて昨今のデジタル化に向けた企業行動にも着目した支援が必要と考える。ただ、この提示に関しては、冒頭述

注¹：「命を守る」産業分野とは、今回のコロナ感染症や自然災害などの発生を予測し、間接、直接的に人の身体を守る製品・サービス開発を指す。例えば、医療行為をはじめ、マスク、フェイスシールド、防護服、ドローンを使った監視システムなどの研究・開発を行う産業分野を指す。

べた効果的かつ即効力のある施策といえるかどうか、疑問が残るところである。なぜなら、この提示は長期的視点に立てば十分な有効性が認められるものの、即効性といった面から考えると、若干時間を要することが懸念されるからである。

そこで、いま考えられる最も効果的かつ即効力のある支援策、地元にもふさわしい支援策としては、本アンケート調査で明らかになった「ビジネスマッチング」による支援は考えられないか。今回の調査では多様な業種で「ビジネスマッチング」に期待する声が挙がっており、こうした地元事業者の声を無駄にしてはならない。地域では、今後の最重要施策の1つとして、異業種交流による新製品開発等のアイデア創出や販路拡大等のシナジー創出を目的とした「ビジネスマッチング」への期待が高まっているのである。公の立場だからこそできる取り組み、すなわち取引先等の垣根を超えた横断的な場をネット上のバーチャルな世界を通じて創出できないか。収益に直結するリアルな「ビジネスマッチング」だけではなく、異業種交流を通じてビジネスアイデアを生み出し、ニュービジネスへの転換のきっかけを創る、そんな「ビジネスマッチング」の支援を提唱したい。これまでは、金融機関や支援機関など限られたセクターによるマッチングに限定されがちだが、あえて公である行政が音頭を取って取り組むマッチングを期待したいところである。ただし、この施策は短期的な施策にとどまらず、人材、ビジネスノウハウ、技術・製品開発、新たな流通網構築など新鮮で多様な情報を提供するために、恒常的なブラッシュアップが必要となろう。常に更新し鮮度を保つ仕掛けを創らなければならない。

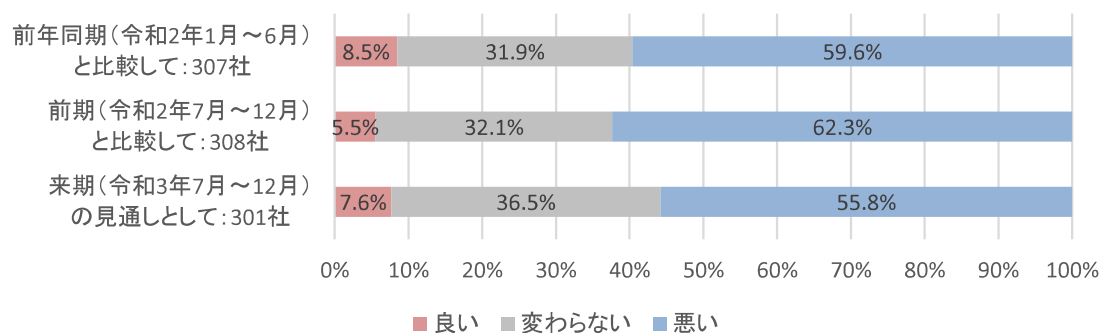
調査結果の詳細

I. 基本調査項目について

1. 令和3年1月～6月の業況

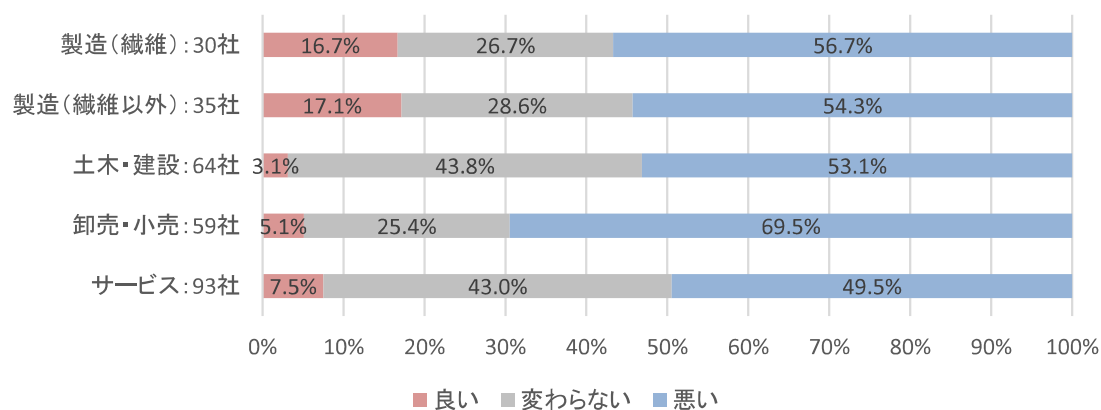
町内事業者における令和3年1月～6月の業況見通しについて、前期（令和2年7月～12月）、前年同期（令和2年1月～6月）及び来期（令和3年7月～12月）の3期比較により調査を行った。令和3年1月～6月は、2度目の緊急事態宣言が発令された時期であるが、初めて緊急事態宣言が発令された前年同期（令和2年1月～6月）と比較しても業況が悪いとする回答が過半数を占めており、事態の深刻さが増していると思われる。また、ワクチン普及が期待される来期（令和3年7月～12月）においても、業況の見通しとしては「悪い」とする回答が過半数を占めている状況であり、悲観的な見通しが強い。

問1. 貴社の令和3年1月～6月（半期）の業況について、総合的にどのようにお考えですか。



また、業種別の業況見通しとしては、来期（令和3年7月～12月）の見通しにおいて、製造（繊維）及び製造（繊維以外）において「良くなる」とする回答が他業種と比べて増えている一方で、他業種では来期の見通しも厳しいままとされている。

問1. 貴社の来期（令和3年7月～12月）の見通しについて、総合的にどのようにお考えですか（業種別）。

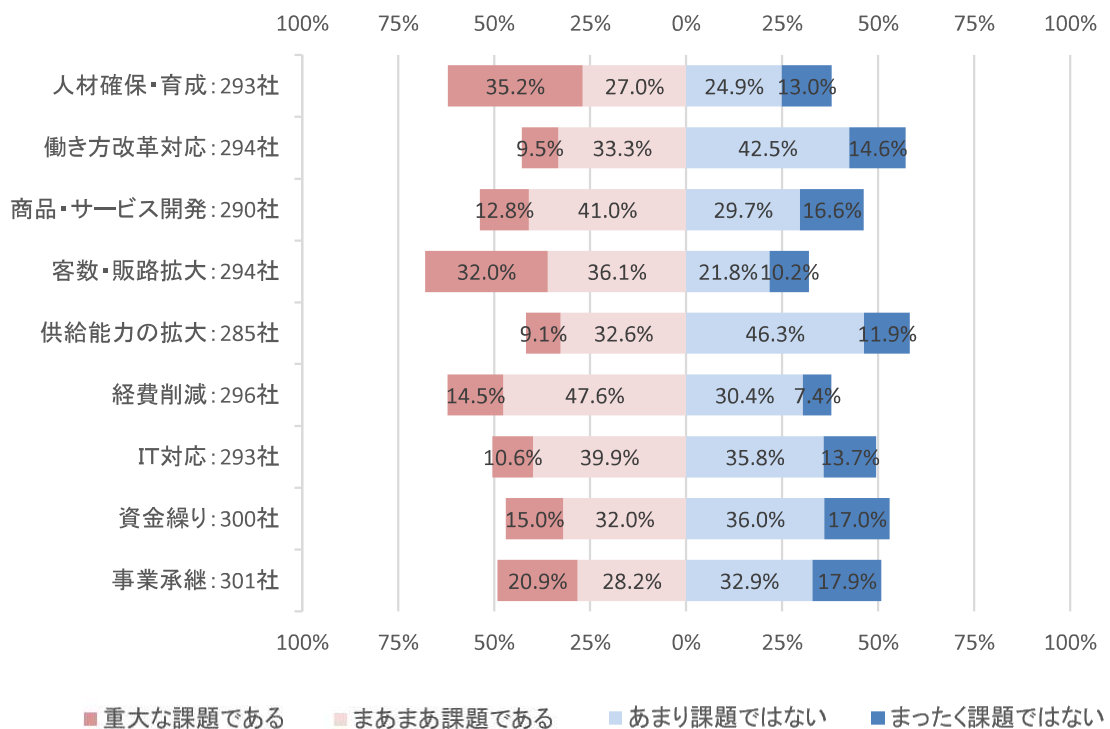


2. 経営の優先課題

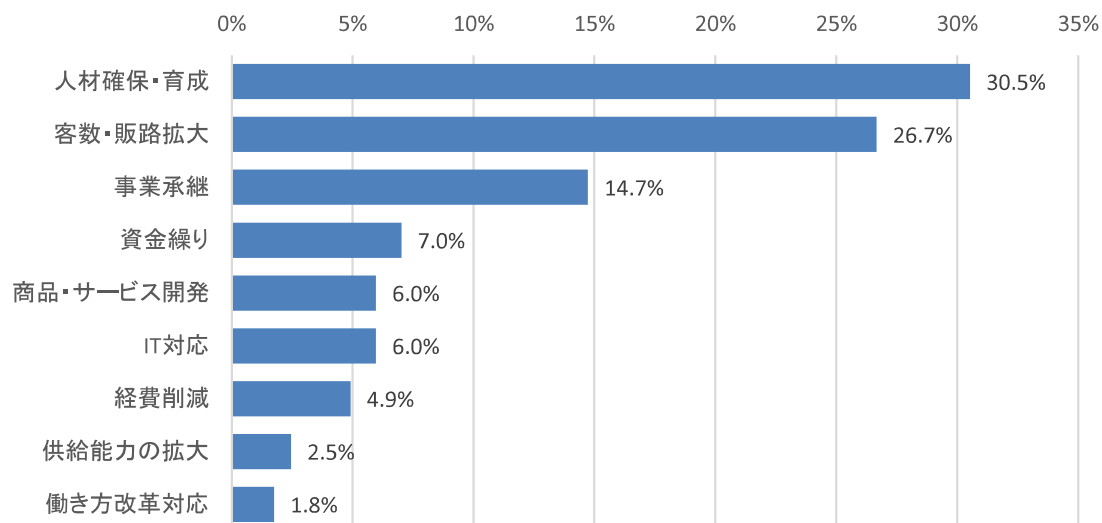
町内事業者が抱える経営上の課題（問2）について、「まあまあ課題である」「重大な課題である」との回答結果が多かった上位3項目は、「客数・販路拡大」「人材確保・育成」「経費削減」であった。コロナ禍による売上の減少に対して、新たな販路拡大による攻勢策と経費削減による防衛策の両面を意識した回答と考えられる。ただし、問2のうちもっとも優先度の高い課題（問3）として回答が多かった上位3項目は、「人材確保・育成」「客数・販路拡大」「事業承継」であり、「経費削減」の優先度は低くなった。経費削減は、あくまでコロナ禍対応の次善策との位置づけとして考えていると見られる。

本項で特筆すべきこととしては、業況見通しが悪いにもかかわらず、「人材確保・育成」をもっとも優先度の高い課題に挙げられていることである。「人材確保・育成」の具体的な課題の内容をみると、主に土木・建設業者において従業員の高齢化に伴う若手人材への技能承継について課題を挙げる回答が多かった。以上から、事業を存続させるための客数・販路拡大や経費削減といった収益上の取り組みも必要だが、それ以上に、事業を継続させるための若手人材の採用・育成による従業員の円滑な世代交代を行うことが急務と考えている事業者が多いことが推察される。

問2. 貴社の経営上の課題についてお尋ねします。



問3. 問2のうち、もっとも優先度の高い課題を1つ選択し具体的な内容をご記入ください。(回答 285 社)

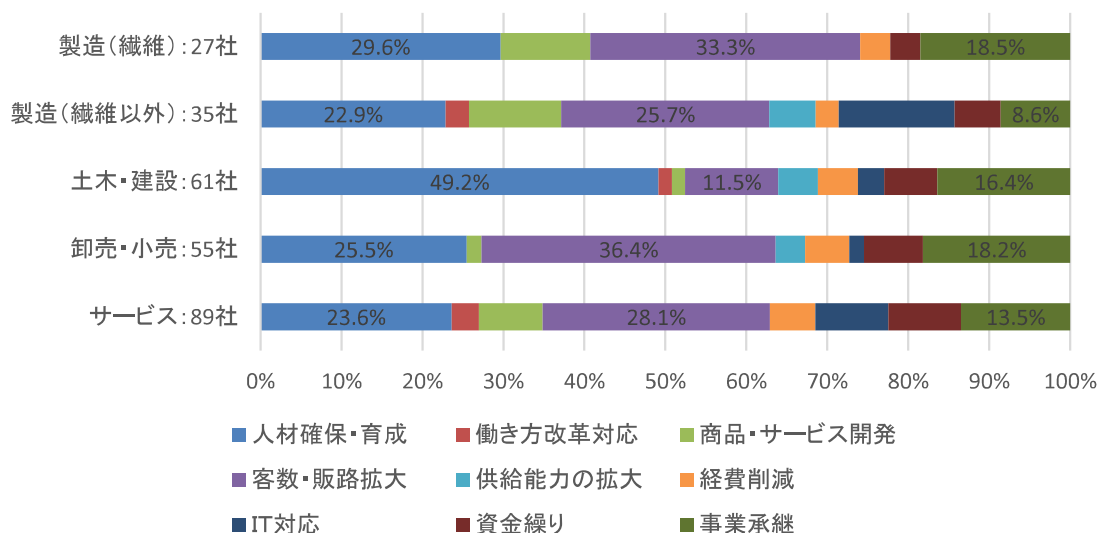


「人材確保・育成」における課題の具体的な内容（一部抜粋）

業種	具体的な内容
製造（繊維）	日本人には全く来てもらえず外国人に頼るが、外国人も来るまでに6～8か月かかり、業績見通し等を考えて取らねばいけないため苦勞する。
製造（食品）	人財は企業の宝なり。なので、育てるのが難しいし、良い人財に選んで頂けるようにする事が地道なので、難しいです。
土木・建設	従業員の高齢化が進み、技術の継承が進まない。
土木・建設	従業員及び下請で高齢者が多くなってきている。
土木・建設	若い担い手がない。この業種は経験を積むことが重要です。すぐ結果を求める子にはなかなか理解され難いので、この問題が解消されない。
土木・建設	経験年数が本人のスキルに直結するので、人材育成に時間がかかる。
土木・建設	求人を出しても若い人が入ってこない。従業員の高齢化が進んでいる。事業拡大したいが、人材不足のため出来ない。
土木・建設	仕事内容を理解できる人を育てるのは難しい。
土木・建設	若い人材の確保と定着、育成は毎年の課題。
卸売・小売	人材を育成するには時間もかかるため、入社前から当社によりマッチした人材の確保できる仕組みや入社後の研修制度等の課題は山積み。
卸売・小売	忙しい時とそうでない時の差が激しいので、人材確保は難しい。
他サービス	運送業界の人材不足に加え、運転手の高齢化が深刻である。
他サービス	資格取得支援と経験年数(3年)の支援による資金繰り
他サービス	お客は増えているが、従業員のレベルを上げないとサービスが行き届かないと感じる

また、業種別のもっとも優先度の高い課題としては、土木・建設にて「人材確保・育成」がもっとも挙げられたが、他業種では「客数・販路拡大」が「人材確保・育成」をやや上回る結果となっている。

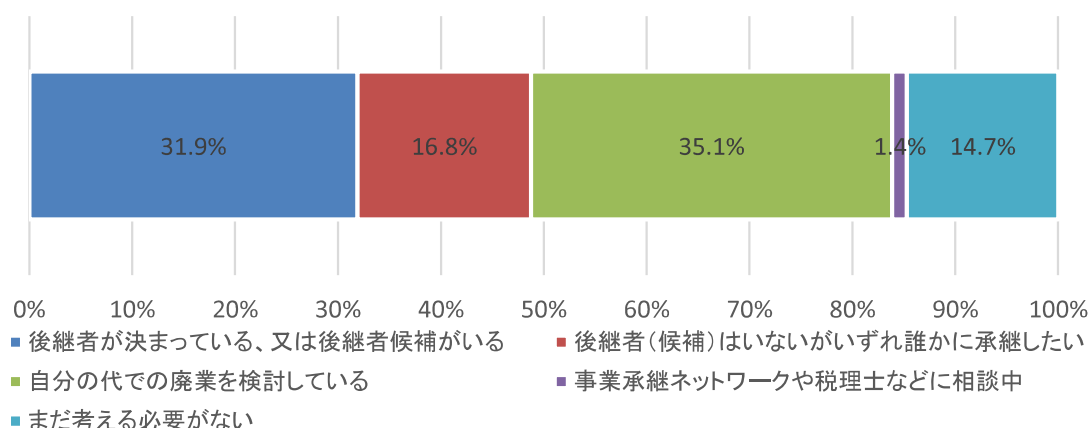
問3. 問2のうち、もっとも優先度の高い課題を1つ選択し、具体的な内容をご記入ください（業種別）



3. 事業承継の現状

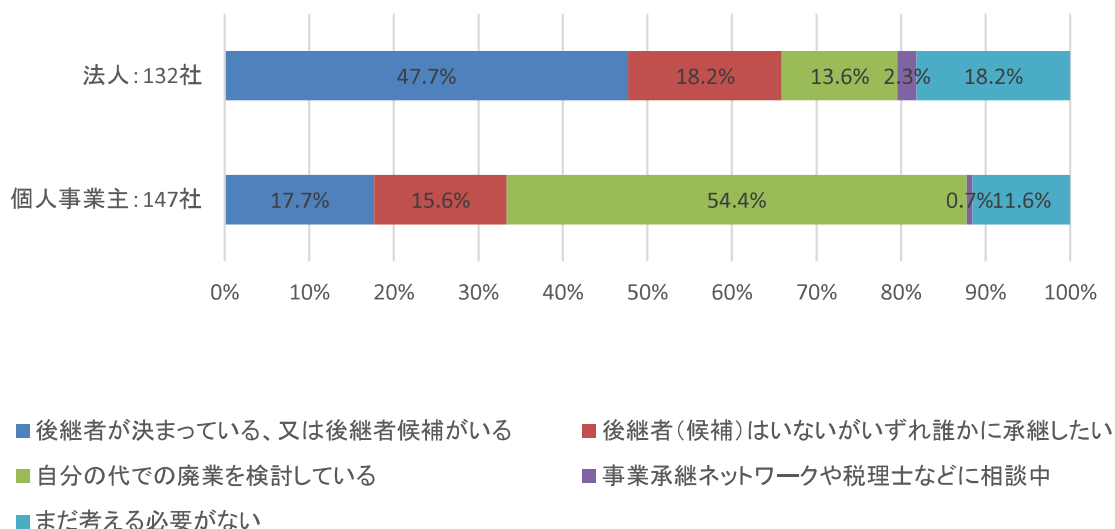
事業承継については前項でも優先度の高い課題として挙げられていたが、回答者の実に35.1%が「自分の代での廃業を検討している」と回答しており、町内産業の持続性に大きな影を落としている。一方で、「事業承継ネットワークや税理士などに相談中」とした回答は1.4%に留まる結果となっており、廃業の検討についても相談を終えた上での検討なのか、あるいは相談せずに事業者単独で検討しているだけなのかを精査した上で、事業承継の支援の在り方等について検討する必要があると考えられる。

問4. 貴社の事業承継の現状についてお尋ねします。(回答 279 社)



また、法人・個人事業主別の回答結果としては、個人事業主の 54.4%が「自分の代での廃業を検討している」と回答している。個人事業主には、地域密着型サービスを生業としている事業者が多く、事業者自身の高齢化だけでなく、顧客層となる地域住民の高齢化に伴う顧客数の減少という影響もあると考えられる。

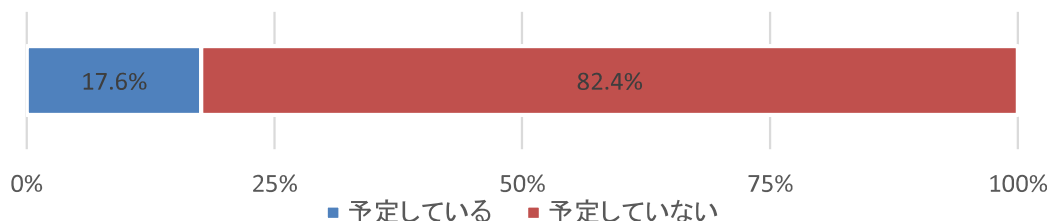
問 4. 貴社の事業承継の現状についてお尋ねします（法人・個人事業主別）。



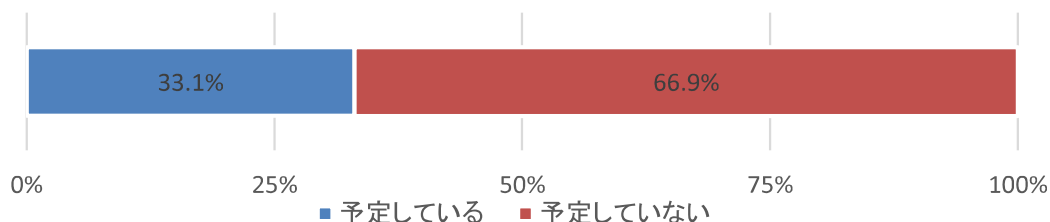
4. 設備投資・人材採用の予定

令和3年中における設備投資・人材採用のそれぞれの予定については、「設備投資の予定あり」は 17.6%に留まる一方で「人材採用の予定あり」は 33.1%となっており、人材確保・育成に課題を抱える事業者を中心に採用を積極化していると考えられる。

問 5. 設備投資（機械装置・土地建物など）の予定についてお尋ねします。（回答 278 社）



問 6. 人材採用（パート・アルバイト含む）の予定についてお尋ねします。（回答 275 社）

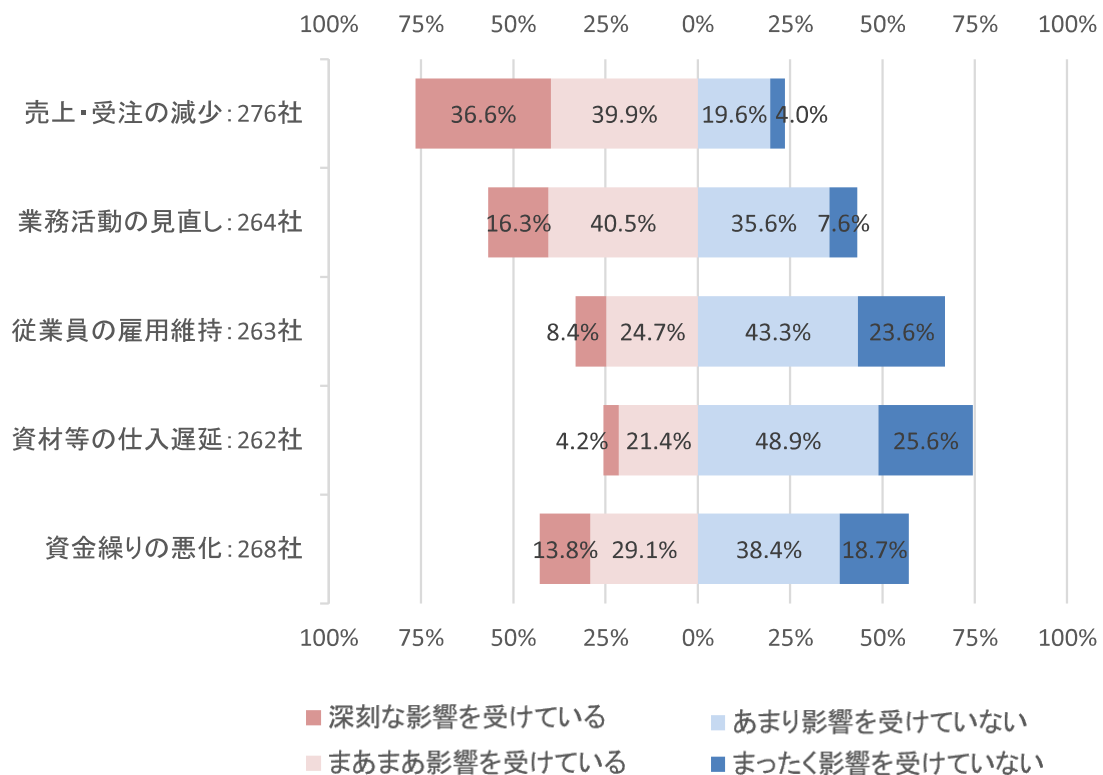


II. 特別調査項目について

1. コロナ禍による影響

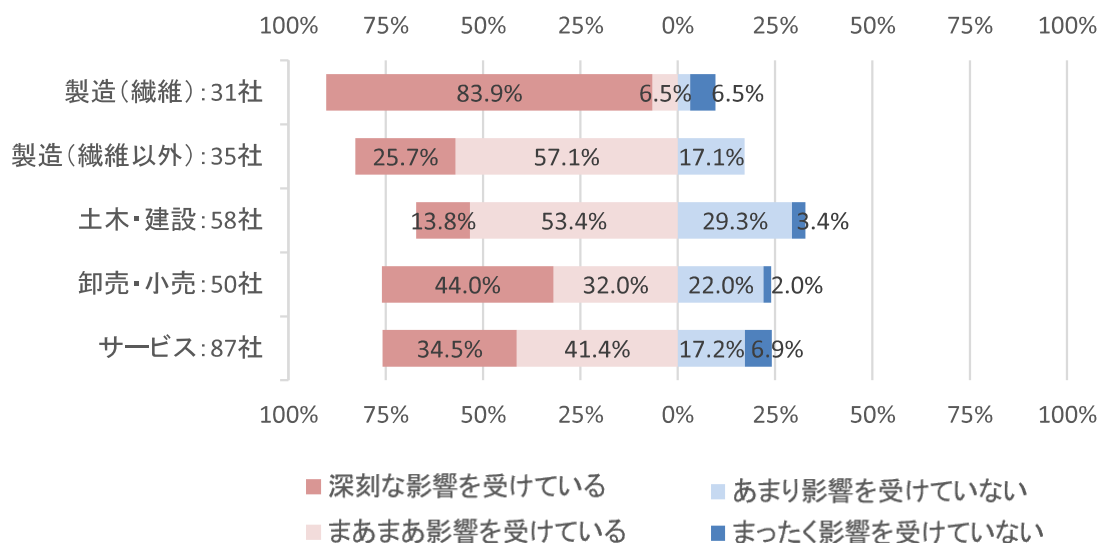
コロナ禍による影響として、「売上・受注の減少」の影響を受けている町内事業者は76.5%に及び、うち「深刻な影響を受けている」と回答した町内事業者は36.6%に達する。事業者の生命線である「資金繰り」への影響としては「深刻な影響を受けている」と「まあまあ影響を受けている」と回答した割合は、42.9%となっている。また、「従業員の雇用維持」については「深刻な影響を受けている」との回答割合は8.4%に留まるが、「まあまあ影響を受けている」と回答した割合は24.7%となっており、業況の回復がなければ町内の雇用創出に今後深刻な影響が出ることが予想される。問3のもっとも優先度の高い課題として「人材確保・育成」を挙げた事業者も多いことから、事業継続のために人材を欲する事業者と人材の余剰を抱える事業者とで二極化していると考えられる。

問7. コロナ禍による影響についてお尋ねします。



業種別では、製造（繊維）で「売上・受注の減少」について「深刻な影響を受けている」と回答した割合は83.9%に及び、全業種の中でも特に深刻と見られる。

問7. コロナ禍による影響についてお尋ねします～売上・受注の減少～（業種別）。

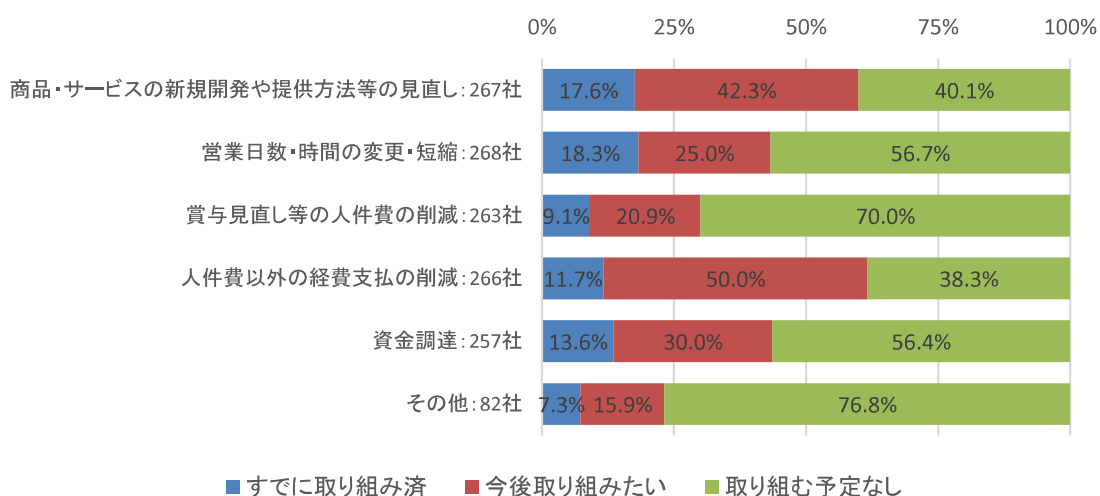


2. コロナ禍での対策

「商品・サービスの新規開発や提供方法の見直し」など、業種によっては対策として馴染まない設問もあったが、いずれの対策においても「すでに取り組み済」と回答した割合は20.0%未満に留まっている。今後取り組みたい対策としては、「人件費以外の経費支払の削減」と「商品・サービスの新規開発や提供方法等の見直し」の回答割合が高くなっている。

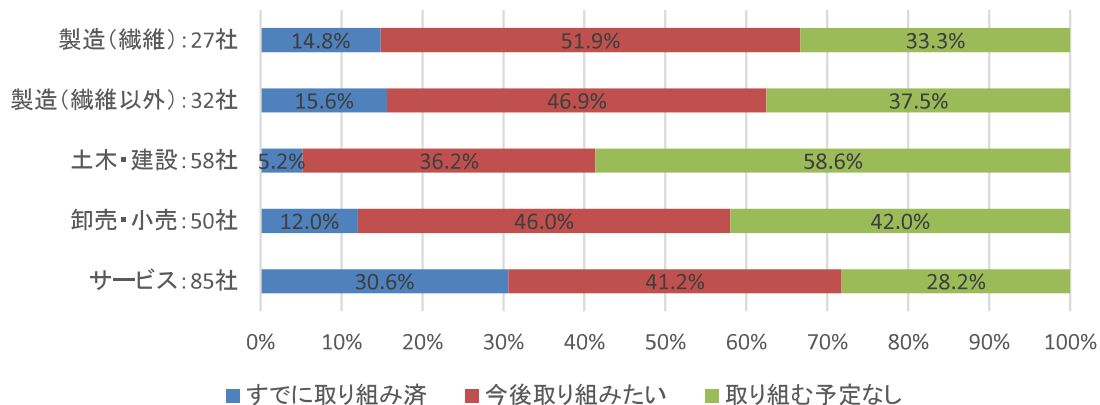
「賞与見直し等の人件費の削減」と、より踏み込んだ経費削減について「すでに取り組み済」とした回答割合は9.1%に留まるが、「今後取り組みたい」とした回答割合は20.9%あり、町内事業者の窮状が伺える。同じく町内事業者の窮状を伺える「資金繰り」についても、「すでに取り組み済」とした回答割合は13.6%であるが、「今後取り組みたい」とした回答割合は30.0%となっている。

問8. コロナ禍での対策についてお尋ねします。



また、業種別の動向としては、商品・サービスの新規開発や提供方法等の見直しについて「今後取り組みたい」とする事業者が数多く存在し、With コロナやAfter コロナに向けた新たな取り組みを模索している動きが見られる。

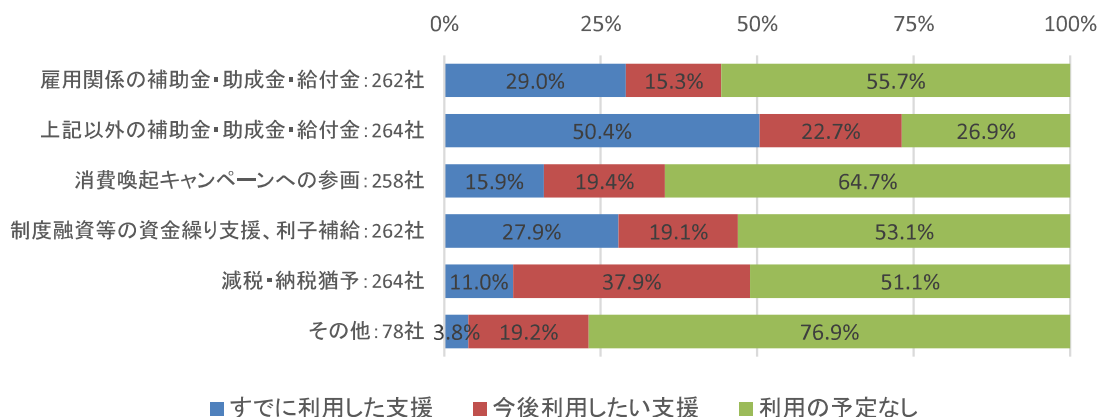
問 8. コロナ禍での対策についてお尋ねします～商品・サービスの新規開発や提供方法等の見直し～



3. コロナ禍での支援

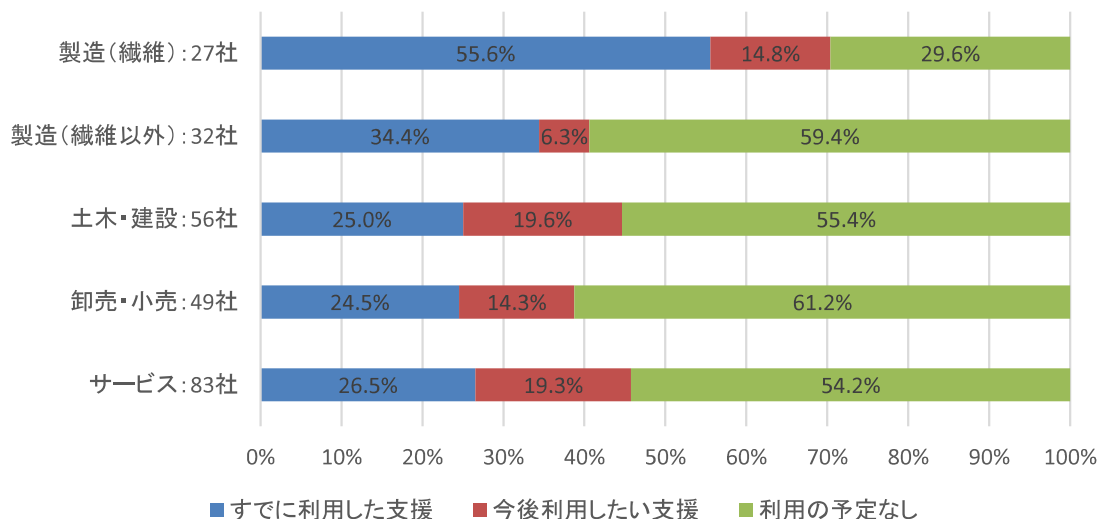
コロナ禍での支援として、「雇用関係の補助金・助成金・給付金」について「利用の予定なし」と回答した割合は55.7%に及び、「上記以外の補助金・助成金・給付金」とは大きな差が出ている。家族経営のため、雇用関係の補助金・助成金・給付金の対象から外れている場合や、土木・建設業などといったコロナ禍の影響が比較的小さく雇用調整を要しなかった場合等の影響によるものと考えられる。また、「今後利用したい」との回答割合がもっとも高かった支援は「減税・納税猶予」であった。

問 9. コロナ禍での支援についてお尋ねします。



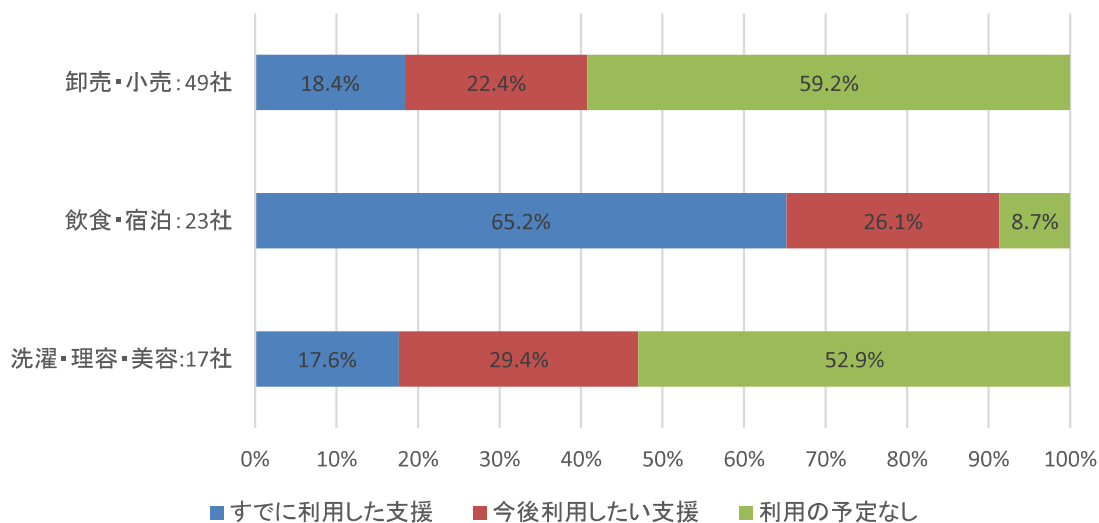
業種別の求める支援としては、問7においてコロナ禍による売上・受注の減少への影響についてもっとも深刻であると回答した製造（繊維）において、「雇用関係の補助金・助成金・給付金」をすでに利用した事業者の割合が高くなっている。

問9. コロナ禍での支援についてお尋ねします～雇用関係の補助金・助成金・給付金～



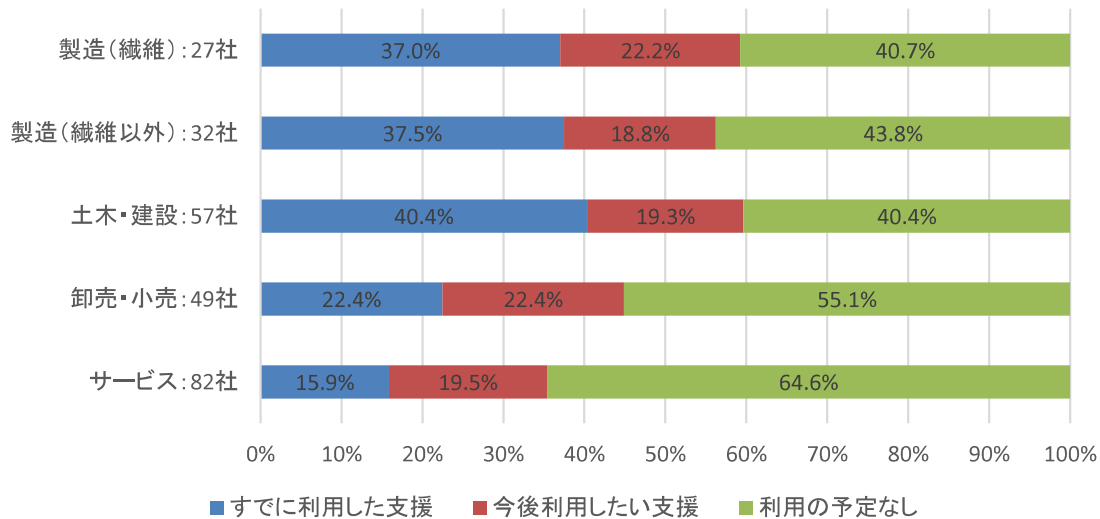
また、「消費喚起キャンペーンへの参画」については、同業種の中でも個人向けの事業もあれば法人向けの事業もあり一概には言えないが、主な対象業種の中でも飲食・宿泊で「すでに利用した支援」と回答した割合が高くなっている。

問9. コロナ禍での支援についてお尋ねします～消費喚起キャンペーンへの参画～



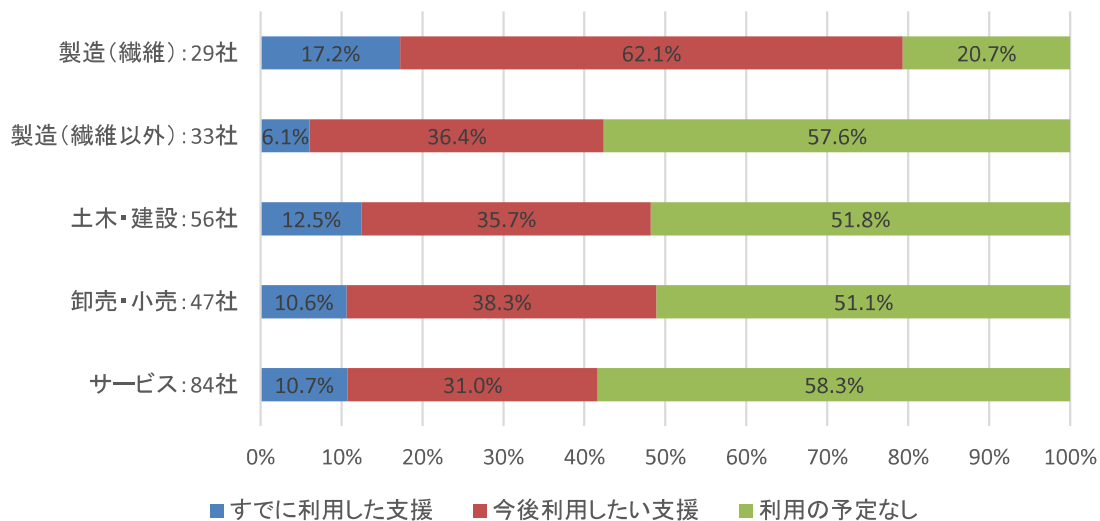
次に「制度融資等の資金繰り支援、利子補給」については、製造業や土木・建設業で利用済みの割合が高くなっている。

問 9. コロナ禍での支援についてお尋ねします～制度融資等の資金繰り支援、利子補給～



最後に「減税・納税猶予」については、製造業（繊維）において顕著に今後利用したいとの意向が高かった。製造業（繊維）では、問7においてコロナ禍による売上・受注の減少をもっとも深刻な影響を受けているとする回答が高かっただけに、納税の負担が重くなっていると考えられる。

問 9. コロナ禍での支援についてお尋ねします～減税・納税猶予～



Ⅲ. ビジネスマッチングについて

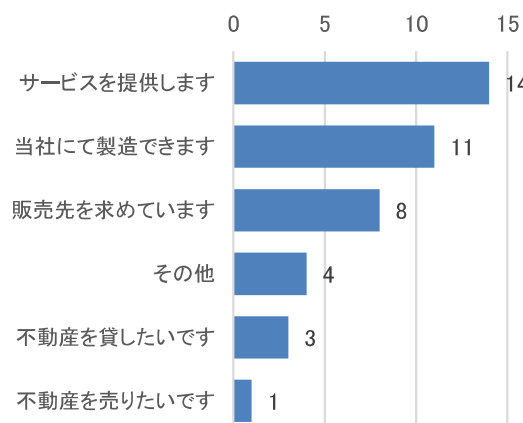
今回の調査では自由意見として「ビジネスマッチング」の意見を求めたが、多様な業種でビジネスマッチングに係る期待する意見が挙げられた。具体的には、他業種との交流を通じた新たなアイディアの獲得に対する期待について複数の事業者から同様の声が上がっており、収益に直結する即実的なビジネスマッチングだけでなく、将来の成長の種となるきっかけとしてのビジネスマッチングを欲しているように考えられる。

問 10. 永平寺町では、事業者同士のニーズをマッチングし、新たな付加価値の創出等に繋げる支援を考えています。ビジネスマッチングについて、期待することがあればご記入ください。

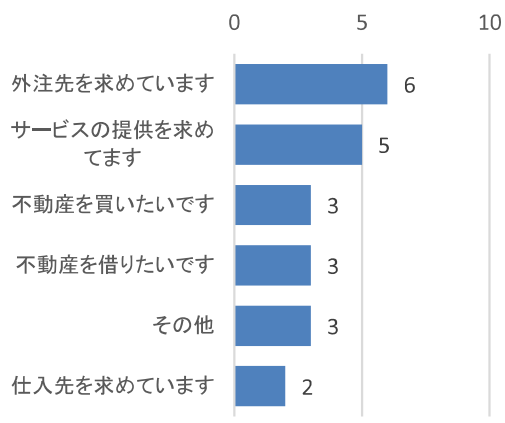
業種	内容（一部抜粋）
製造（繊維）	アドバイザーにも入ってもらい、実行的な取組みが必要と考えます。
製造（繊維）	色んなアイディアを提案して欲しい
製造（その他）	ビジネスマッチングは同業種ではなく、異業種との交流を希望する。
土木・建設	他業種の方々がどのような物、商品望んでいるか多く知りたい。
土木・建設	他業種と協力し、お互いの得意分野で新しいサービスを創造できると良いと思う。また、人員の貸し借りなど労働力のシェアなどができると良いと思います。
土木・建設	マッチングにつきましては、町内の企業の紹介などの冊子などがあると分かりやすくお互いマッチングのヒントになると思います。
卸売・小売	物づくりの得意な所と、販売の得意な所のマッチングを考えて欲しい。
情報通信	従来を超えた発想
飲食・宿泊	異業種で相乗効果の出るアイディアあふれる意見を提案して欲しい。
飲食・宿泊	行政がコンサル、銀行などと一体となって応援して頂けると有り難い。

また、本調査と合わせて実施した「ビジネスマッチングに係るニーズ調査」では、以下のような具体的なマッチング希望が挙げられた。

【売りニーズ】



【買いニーズ】



IV. 本調査で得られた示唆・提言

本調査は、新型コロナウイルス感染症拡大の地域への影響や域内事業者の経営状況を把握し、今後、地域において施策を打つうえで効果的かつ即効力のある施策立案はどうあるべきか、こうした支援・取り組みに資するために実施されたものである。その結果、地域が従来から抱えていた課題がより鮮明となり、それら課題に対する対応策も若干見えてきた気がする。

例えば、「ビジネスマッチング」に関しては、地元の多様な業種で期待度が高く、公の支援施策としては新鮮であることや、かつ地元事業者からの期待度が高い分、注目も集まり、地域の新たな取り組みとして、やり方次第で十分な有効性を発揮することがうかがえたこと。また、産業構造面では、永平寺町の特徴として、地元の主要産業を製造業や土木・建設業が占め、福井県全体の産業構造の縮図的地域であることから、県全体の産業構造転換の動きをとらえながら、先行的な施策を立案し実行することで、その効果が見えてくること。また、事業承継問題については、本調査で「自分の代で廃業を検討している」事業所が個人事業主の 54.4%を占めたことなどから早めの対応が必要となるが、顧客となる地域住民の高齢化も進んでいることから、事業承継だけに捉われず地域全体を対象とした取り組みが必要であること。まずは満足のいく収益が上げられない事業所へアプローチし、その改善を促すことが求められるのではないか。人材確保に関しては、産業間における人材シェアなどの対策により人手不足の解消を図るとともに、こうしたワークシェアを通じてスマート農業などの将来成長が見込める分野へシフトすることで、結果として地域の産業構造の高度化につながるなど、課題と課題解決に向けての方向・方策が見えてきた感がある。

では、具体的に、永平寺町の施策として、いったい何が考えられるのか。この件に関しては、2020年夏に福井県立大学が実施した「福井県企業のコロナ禍での事業活動に関する緊急調査」を参考としたい。本調査によれば、今後の成長産業として企業が考える分野は、デジタル社会の到来を意識して、AI（人工知能）や運転支援・自動運転、IOTなどを挙げる例が多くみられた。しかし、その一方でスマートアグリ・農業 ICT、予防医学、感染防護用の機能性繊維、防災・災害時通信ネットワーク、クオリティーの高い食品（加工）など命に係わる分野を成長産業と指摘する声も多く聞かれた。

フランスの経済学者・思想家のジャック・アタリは、2009年の著書「危機とサバイバル」の中でパンデミックの発生を予測し、今回の新型コロナウイルス感染症が、1929年の世界恐慌、2008年のリーマンショックよりも甚大な被害を及ぼすこと、そして、これを回避するために、世界の経済を全く新しい方向に設定しなおす必要があると述べている。世界は、爆弾や武器ではなく医療機器や病院、住宅、水、良質な食糧などの生産を長期的に行うべきであり、そのためには多くの産業で大規模な転換が求められることを示唆している。すなわち、人類が生きるために必要な食糧、医療、教育、文化、情報、イノベーションなどの提供を意識した産業、生きるために本当に必要なものの生産に集中することこそが今求められているということであろう。福井の産業で例を挙げれば、農産物・食品加工分野ではクオリティーの高い農産物や食品加工物の生産、製造業の分野ではウイルスをシャットアウトす

る住宅部材の生産や、繊維産業では防護服などの繊維衣料の生産ということになる。

コロナ禍での福井県の産業に目を転じると、既に、繊維産業では多くの企業でマスクの生産が始まっているほか、防護服の生産もみられる。和紙業界でも和紙を素材にマスクの生産が始まっている。また、眼鏡枠産業では7~8社の企業でチタン素材のフェイスシールドの生産、部品メーカーでも即効性があり長時間効き目がある抗ウイルスコート（抗菌剤）の開発や各種マスクピンなどの命を守る生産が始まっている。変わり身の早い福井県企業ならではの転換の速さといえよう。こうした地域産業の動きに対し、間髪を入れず支援の手を差し延べることも一方策であろう。その中で具体的な支援の在り方を考えると、新たな事業活動、ハイブリッド化を目指して「命を守る」（注²）製品開発・産業分野参入に向けて頑張る企業へのものづくり・技術の高度化支援や、そのための金融支援、製商品・技術・サービス開発にまつわる情報提供・相談業務のさらなる充実が必要であり、合わせて昨今のデジタル化に向けた企業行動にも着目した支援が必要と考える。ただ、この提示に関しては、冒頭述べた効果的かつ即効力のある施策といえるかどうか、疑問の残るところである。なぜなら、この提示は長期的視点に立てば十分な有効性が認められるものの、即効性といった面から考えると、若干時間を要することが懸念されるからである。

そこで、いま考えられる最も効果的かつ即効力のある支援策、地元にもふさわしい支援策としては、本アンケート調査で明らかになった「ビジネスマッチング」による支援は考えられないか。今回の調査では多様な業種で「ビジネスマッチング」に期待する声が挙がっており、こうした地元事業者の声を無駄にしてはならない。地域では、今後の最重要施策の1つとして、異業種交流による新製品開発等のアイデア創出や販路拡大等のシナジー創出を目的とした「ビジネスマッチング」への期待が高まっているのである。公の立場だからこそできる取り組み、すなわち取引先等の垣根を超えた横断的な場をネット上のバーチャルな世界を通じて創出できないか。収益に直結するリアルな「ビジネスマッチング」だけではなく、異業種交流を通じてビジネスアイデアを生み出し、ニュービジネスへの転換のきっかけを創る、そんな「ビジネスマッチング」の支援を提唱したい。これまでは、金融機関や支援機関など限られたセクターによるマッチングに限定されがちだが、あえて公である行政が音頭を取って取り組むマッチングを期待したいところである。ただし、この施策は短期的な施策にとどまらず、人材、ビジネスノウハウ、技術・製品開発、新たな流通網構築など新鮮で多様な情報を提供するために、恒常的なブラッシュアップが必要となろう。常に更新し鮮度を保つ仕掛けを創らなければならない。

注²：「命を守る」産業分野とは、今回のコロナ感染症や自然災害などの発生を予測し、間接、直接的に人の身体を守る製品・サービス開発を指す。例えば、医療行為をはじめ、マスク、フェイスシールド、防護服、ドローンを使った監視システムなどの研究・開発を行う産業分野を指す。