

# 令和5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2年度中小企業等危機克服チャレンジ補助金
- ・ 令和4年度中小企業デジタル化・業態転換等促進事業費補助金

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2年度中小企業等危機克服 チャレンジ補助金	令和4年度中小企業デジタル化・ 業態転換等促進事業費補助金
対象者	中小企業・小規模事業者	中小企業者・小規模事業者
対象事業	「非接触」「遠隔」を実現する新たなビジネスモデルへの挑戦や、デジタル化などの取組	デジタル技術を活用して業態転換や新サービス展開を行う取組
補助率	2 / 3	2 / 3
補助上限	200万円	1次募集：200万円 2次募集：300万円
採択件数	591件	155件

# アンケート結果 補助事業の効果

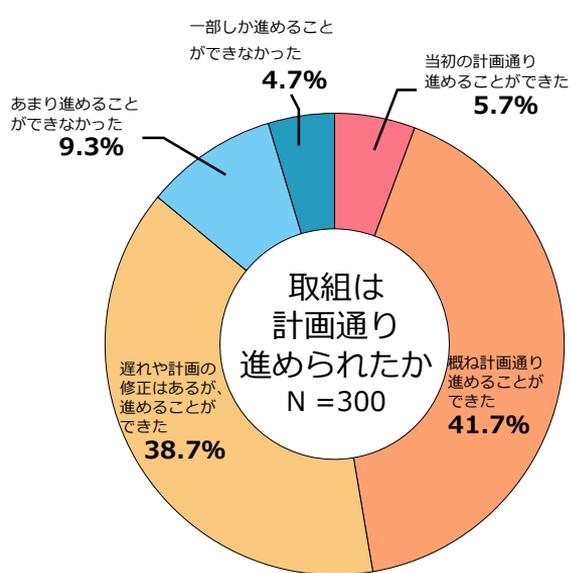


図2-1 取組において計画を達成した事業者の割合

**45%以上が**  
**取組は計画通り「進められた」と回答**

47.4%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、86.1%の事業者が取組を進められています。

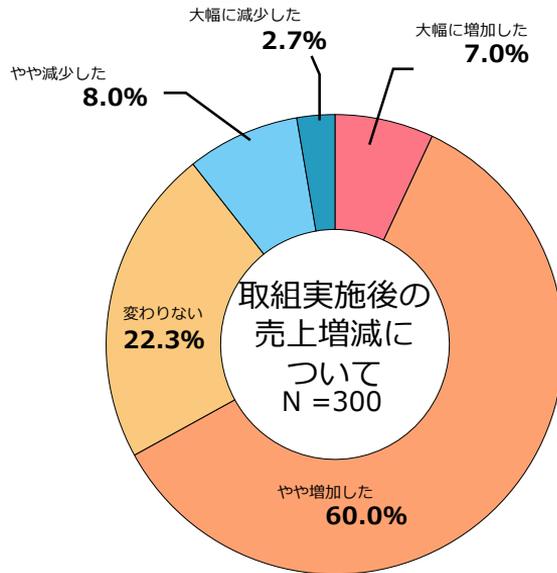


図2-2 取組実施後の売上増減の割合

**60%以上が「売上増加」と回答**

取組を実施した事業者の67.0%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10.7%に留まりました。

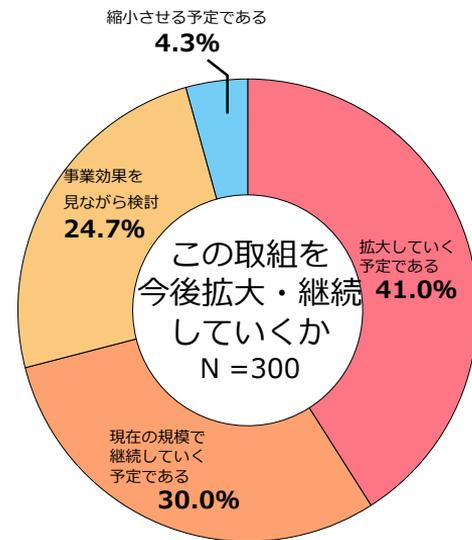


図2-3 今後の取組事業規模の見込別割合

**40%以上が**  
**「今後も拡大していく予定」と回答**

41.0%の事業者が今後も取組を拡大していく予定であり、30.0%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。

## Q 取組を通じて、効果があったと思うもの(複数回答可)(N = 300)

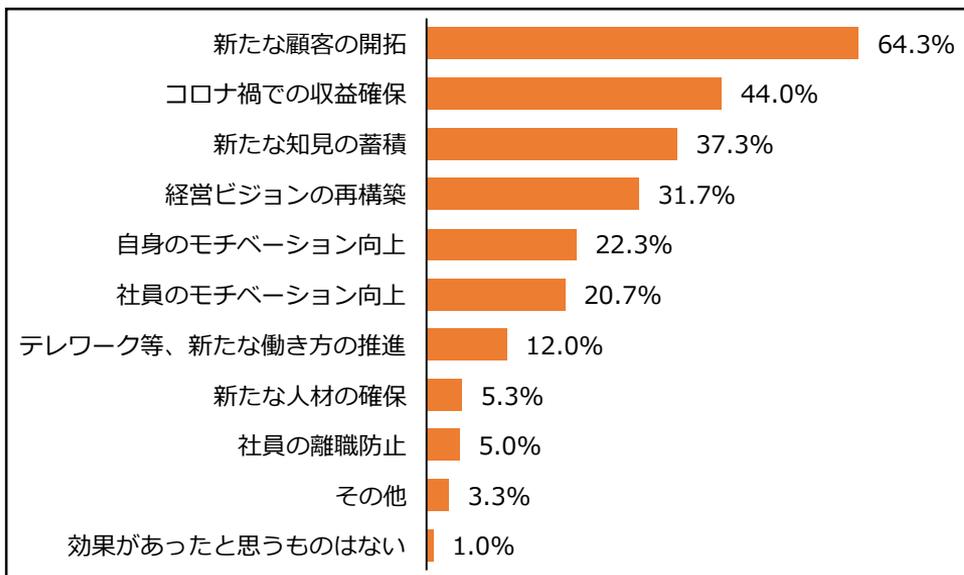


図3-1 取組を通じて効果があったと思う項目別割合  
※複数回答可能な為、合計は100%とまらない

### ○その他(自由記載)

- ・企業のブランディング
- ・B to Cの売上が上がったことによる、利益率の確保 など

表3-1 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	75.6%	18.7%	5.7%
コロナ禍での収益確保	81.1%	15.2%	3.8%
新たな知見の蓄積	64.3%	25.9%	9.8%
経営ビジョンの再構築	67.4%	18.9%	13.7%
自身のモチベーション向上	59.7%	23.9%	16.4%
社員のモチベーション向上	72.6%	19.4%	8.1%

図3-1により、取組の効果は、「収益確保」や「新たな顧客の開拓」に留まらず、「経営ビジョンの再構築」、「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「コロナ禍の収益確保」は、それぞれ全体の60%、40%以上あり、「新たな知見の蓄積」及び「経営ビジョンの再構築」についても、全体の約1/3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。

また、「自身/社員のモチベーション向上」にも一定の効果があり、表5-1により、「売上増」と相互に影響していることが確認できます。

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 = 300)

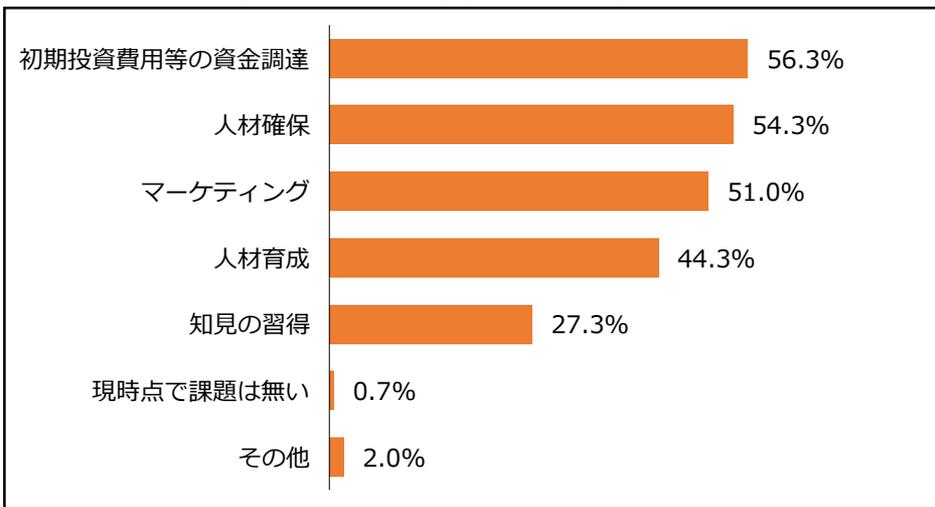


図4-1 今後、新サービス展開等を行う場合に課題となる事項の割合  
※複数回答可能な為、合計は100%とならない

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 = 300)

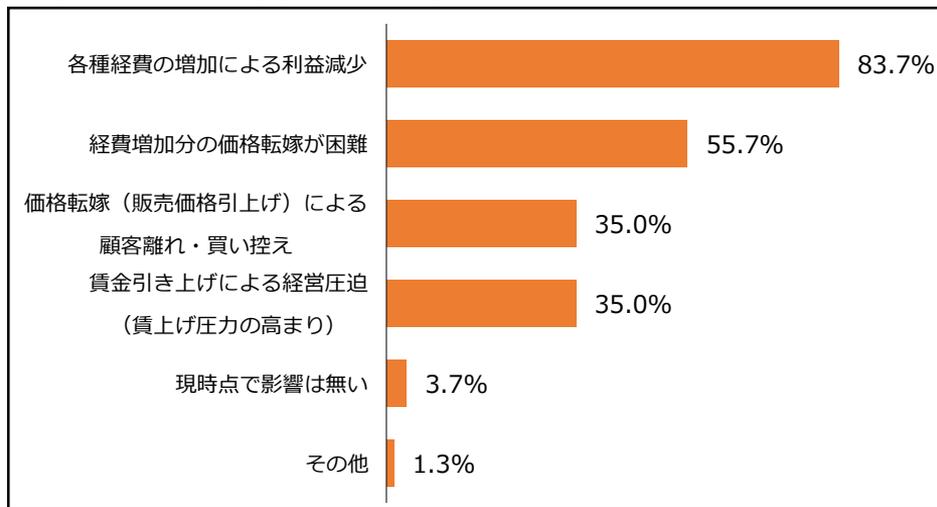


図4-2 円安等を背景にした物価高騰に伴う影響別の割合  
※複数回答可能な為、合計は100%とならない

## 事業者の約半数が、初期投資等に要する資金調達、人材の確保、マーケティングが課題と回答

56.3%の事業者が資金調達に課題があると回答し、さらに、約半数の事業者が人材・マーケティングの課題を抱えていることから、新サービス展開等の十分な計画や機会があっても、資金・人材不足等により事業の実施に踏み込めないことが分かります。したがって、資金面での補助のみではなく、人材の確保/育成、マーケティングの伴走支援も行う必要があると言えます。

また、55.7%の事業者は物価高騰による経費増加分の価格転嫁が困難であり、83.7%の事業者の利益が減少しています。

# アンケート結果 補助事業の効果

令和4年度中小企業等デジタル化・業態転換等促進事業費補助金

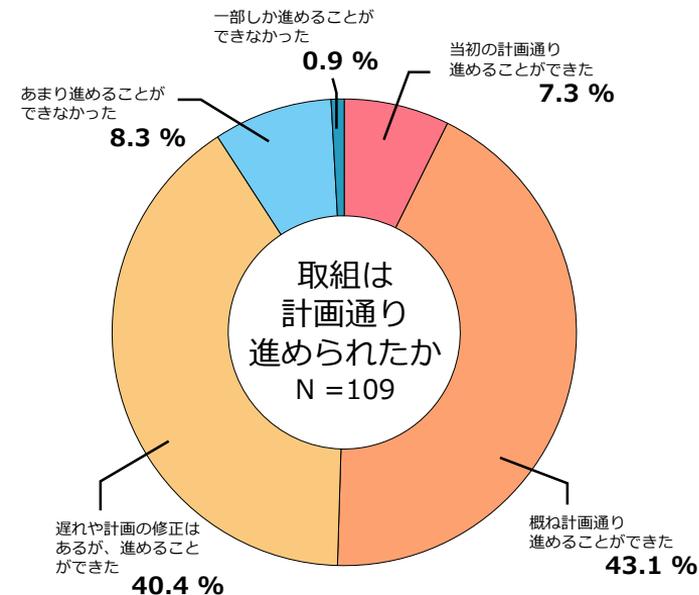


図4-1 取組において計画を達成した事業者の割合

**50%以上が  
取組は計画通り「進められた」と回答**

50.1%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、90.5%の事業者が取組を進められています。

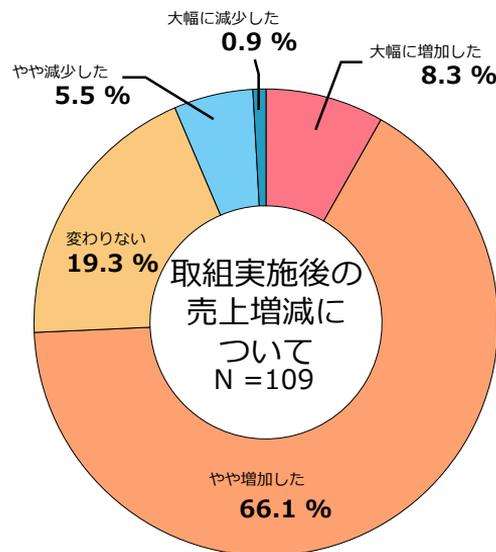


図4-2 取組実施後の売上増減の割合

**70%以上が「売上増加」と回答**

取組を実施した事業者の74.4%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%に留まりました。

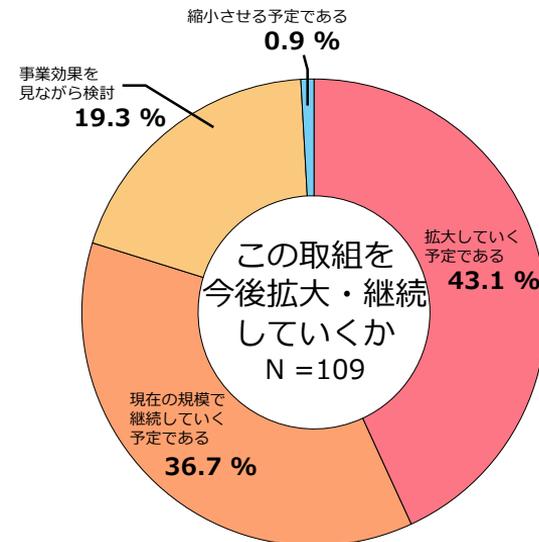


図4-3 今後の取組事業規模の見込別割合

**40%以上が  
「今後も拡大していく予定」と回答**

43.1%の事業者が今後も取組を拡大していく予定であり、36.7%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。

## Q 取組を通じて、効果があったと思うもの(複数回答可)(N = 109)

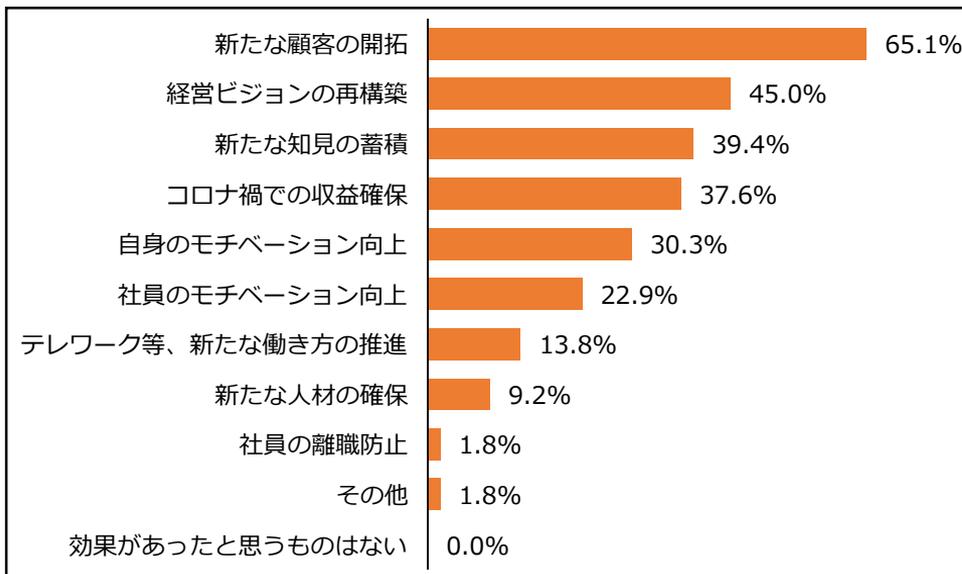


図5-1 取組を通じて効果があったと思う項目別割合  
※複数回答可能な為、合計は100%とまらない

### ○その他(自由記載)

- ・対外的なPR、メディア露出が増えた
- ・パートナー企業の開拓にも繋がった

表5-1 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	78.9%	12.7%	8.5%
経営ビジョンの再構築	73.5%	20.4%	6.1%
新たな知見の蓄積	65.1%	25.6%	9.3%
コロナ禍での収益確保	87.8%	9.8%	2.4%
自身のモチベーション向上	72.7%	21.2%	6.1%
社員のモチベーション向上	60.0%	28.0%	12.0%

図5-1により、取組の効果は、「経営ビジョンの再構築」や「新たな顧客の開拓」に留まらず、「収益増加」、「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「経営ビジョンの再構築」は、それぞれ全体の60%、40%以上あり、「新たな知見の蓄積」及び「コロナ禍での収益確保」についても、全体の1/3以上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。

また、「自身/社員のモチベーション向上」にも一定の効果があり、表5-1により、「売上増」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

令和4年度中小企業等デジタル化・業態転換等促進事業費補助金

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 = 109)

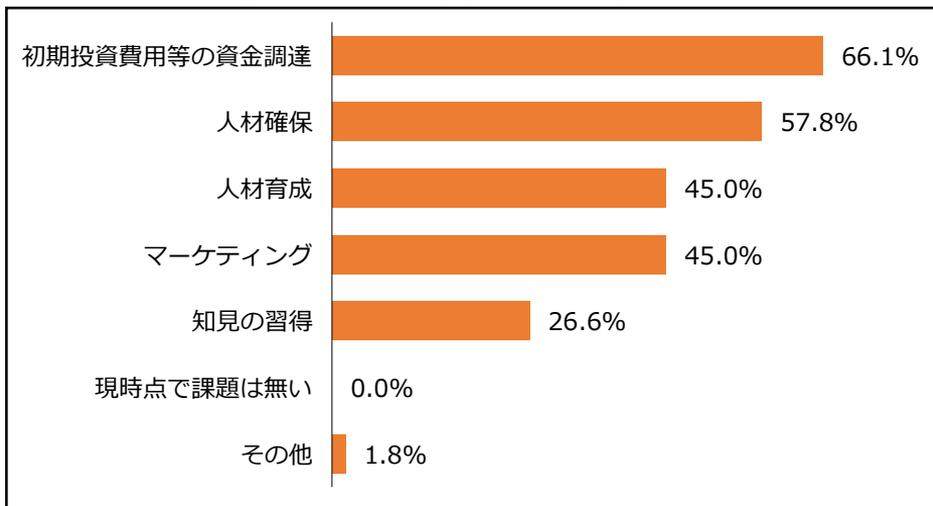


図6-1 今後、新サービス展開等を行う場合に課題となる事項の割合  
※複数回答可能な為、合計は100%とならない

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 = 109)

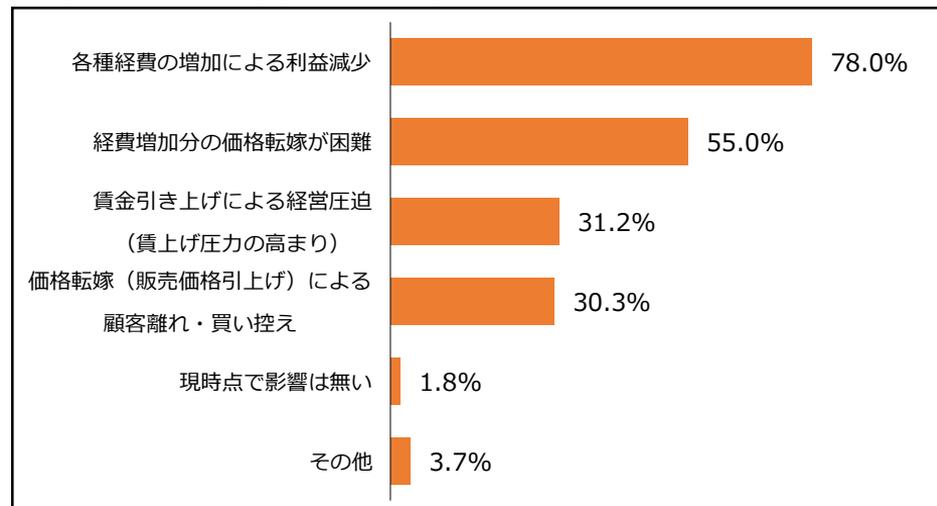


図6-2 円安等を背景にした物価高騰に伴う影響別の割合  
※複数回答可能な為、合計は100%とならない

## 事業者の約半数が、初期投資等に要する資金調達、人材の確保／育成が課題と回答

66.1%の事業者が資金調達に課題があると回答し、さらに、約半数の事業者が人材に係る課題を抱えていることから、新サービス展開等の十分な計画や機会があっても、資金・人材不足により事業の実施に踏み込めないことが分かります。したがって、資金面での補助のみではなく、人材の確保／育成の支援も併せて行う必要があると言えます。

また、55%の事業者は物価高騰による経費増加分の価格転嫁が困難であり、価格転嫁ができないことなどにより、78%の事業者の利益が減少しています。