

## 新事業・新分野進出への取組について

(第 88 回京都市中小企業経営動向実態調査付帯調査)

市内中小企業の経営実態、経営動向などを把握するため、四半期ごとに実施しています「京都市中小企業経営動向実態調査」の付帯調査である「新事業・新分野進出への取組」の結果がまとまりましたので報告します。

### 京都市中小企業経営動向実態調査概要

- ・ 調査目的 京都市域中小企業の経営実態を把握し、経済行政に反映させる。
- ・ 調査時点 平成 20 年 9 月
- ・ 調査方法 郵送アンケート
- ・ 回収状況 製造業 380 社、非製造業 420 社、計 800 社に対しアンケートを送付。521 社が回答 (回収率 65.1%)。

#### 業種別回答企業数 (%)

項 目	企業数 (構成比)	項 目	企業数 (構成比)
製造業	247 ( 47.4 )	非製造業	274 ( 52.6 )
西陣	26 ( 5.0 )	卸売	61 ( 11.7 )
染色	29 ( 5.6 )	小売	68 ( 13.1 )
印刷	27 ( 5.2 )	情報通信	24 ( 4.6 )
窯業	22 ( 4.2 )	飲食・宿泊	29 ( 5.6 )
化学	20 ( 3.8 )	サービス	53 ( 10.2 )
金属	21 ( 4.0 )	建設	39 ( 7.5 )
機械	30 ( 5.8 )	不明	0 ( 0.0 )
その他の製造	72 ( 13.8 )	合 計	521 ( 100.0 )

#### ➤ 中小企業の定義

中小企業基本法に基づき、業種別に以下のとおりに設定している。

業種	従業員規模/資本金規模
製造業, その他の業種	300 人以下 又は 3 億円以下
卸売	100 人以下 又は 1 億円以下
小売	50 人以下 又は 5,000 万円以下
サービス (情報通信, 飲食・宿泊を含む)	100 人以下 又は 5,000 万円以下

★この広報資料の概要については、インターネットホームページでも御覧いただけます。

URL [http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/soshiki/7-1-1-0-0\\_6.html](http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/soshiki/7-1-1-0-0_6.html)

1	新事業・新分野進出への取組状況.....	3
2	新事業・新分野進出への取組方法.....	6
3	新事業・新分野進出に取り組む理由.....	8
4	新事業・新分野進出を計画しない理由.....	10

**注記：各項の表について**

- ・ 網掛けは、各選択肢の中で最も比率が高い選択肢を示す。
- ・ 「観光関連」とは、観光関係の売上げが25%以上の企業群を意味する。
- ・ 設問2～4については複数回答であるため、各回答の割合の合計が100%を超える場合がある。

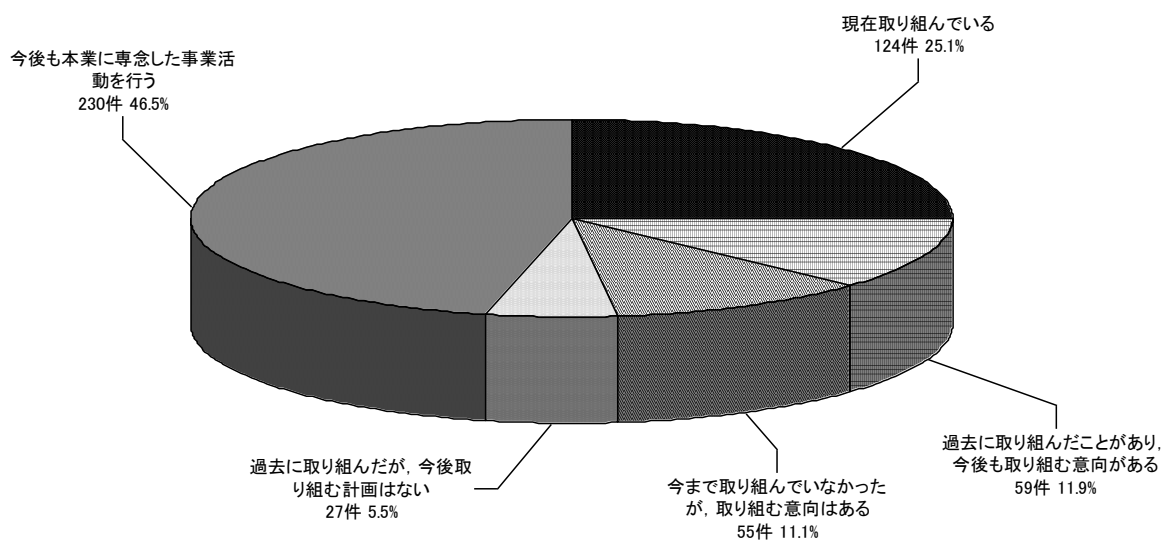
## 1 新事業・新分野進出への取組状況

### (1) 全体

各企業の新事業・新分野進出への取組状況について尋ねたところ、「今後も本業に専念した事業活動を行う」と回答した企業が最も多く、230社（46.5%）と全体の半数弱を占める結果となった。以下、「現在取り組んでいる」が124社（25.1%）、「過去に取り組んだことがあり、今後も取り組む意向がある」が59社（11.9%）、「今まで取り組んでいなかったが、取り組む意向はある」が55社（11.1%）、「過去に取り組んだが、今後取り組む計画はない」が27社（5.5%）となった。

全体的には、半数強が新規事業等を行わず本業に専念した活動に終始しており、新事業・新分野進出に『取り組んでいる』又は、『取り組む意向がある』と回答する企業は全体の48%で、何らかの取組を行っているのはその内の半数強（全体の約1/4）という結果となった。

・ 図1. 貴社の新事業・新分野進出への取組状況について



(2) 業種別

業種別に見ると、化学、機械を除くすべての業種で「今後も本業に専念した事業活動を行う」の比率が高い結果となった。また、化学、機械、情報通信の3業種とも、「現在取り組んでいる」の比率が最も高くなっている。

「現在取り組んでいる」と回答した比率が最も高い業種は化学で、半数以上の55.0%が新事業・新分野進出への取組を行っている。以下、情報通信(41.7%)、機械(40.0%)、金属(30.0%)の順となった。

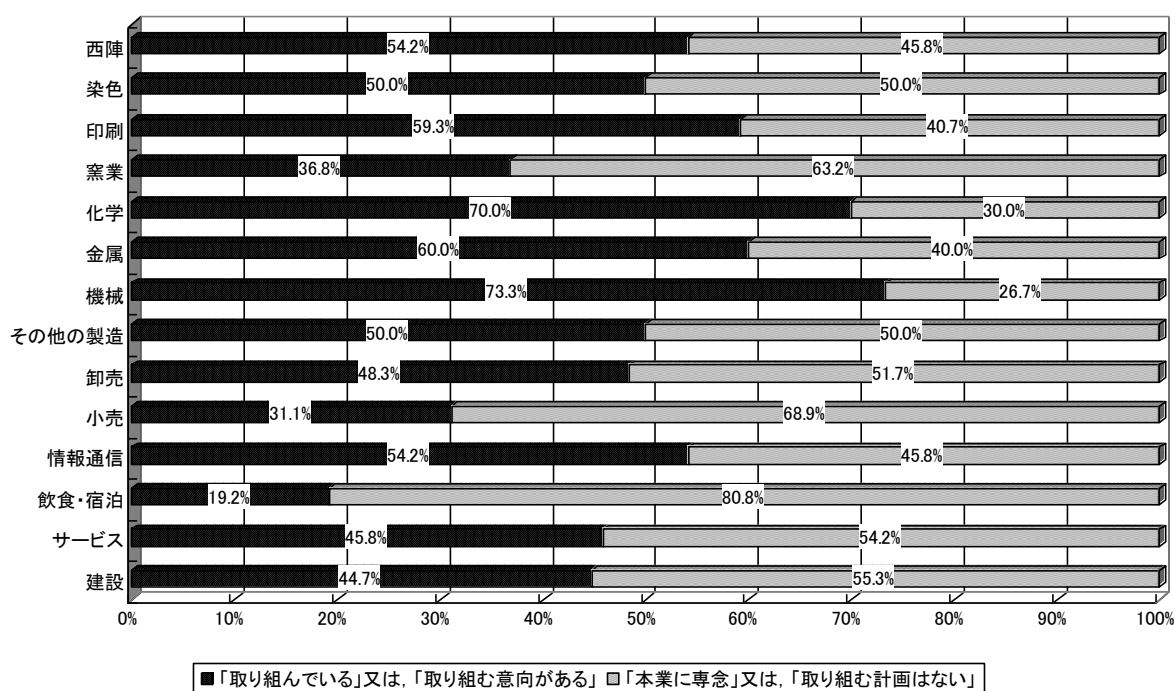
「今後も本業に専念した事業活動を行う」と回答した比率が高い業種は飲食・宿泊で、7割以上の73.1%が本業のみで、新たな事業展開を考えていない。以下、窯業(63.2%)、小売(54.1%)、建設(52.6%)の順となっている。

新事業・新分野進出への取組状況について『「取り組んでいる」又は、「取り組む意向がある』』と『「本業に専念」又は、「取り組む計画はない』』に2分すると、機械、化学などの製造業では、比較的取組がなされているか取り組む意向を持っており、飲食・宿泊などの非製造業では、本業に専念する傾向が見られる。

・表1. 貴社の新事業・新分野進出への取組状況について (業種別)

	全体	製造業										非製造業						観光
		西陣	染色	印刷	窯業	化学	金属	機械	その他の製造	計	卸売	小売	情報通信	飲食・宿泊	サービス	建設	計	
現在取り組んでいる	124 25.1%	5 20.8%	8 28.6%	7 25.9%	3 15.8%	11 55.0%	6 30.0%	12 40.0%	20 28.6%	72 30.3%	10 16.7%	11 18.0%	10 41.7%	3 11.5%	11 22.9%	7 18.4%	52 20.2%	10 25.6%
過去に取り組んだことがあり、今後 も取り組む意向がある	59 11.9%	5 20.8%	3 10.7%	4 14.8%	1 5.3%	2 10.0%	4 20.0%	5 16.7%	9 12.9%	33 13.9%	9 15.0%	4 6.6%	3 12.5%	1 3.8%	4 8.3%	5 13.2%	26 10.1%	5 12.8%
今まで取り組んでいなかったが、取 り組む意向はある	55 11.1%	3 12.5%	3 10.7%	5 18.5%	3 15.8%	1 5.0%	2 10.0%	5 16.7%	6 8.6%	28 11.8%	10 16.7%	4 6.6%	0 0.0%	1 3.8%	7 14.6%	5 13.2%	27 10.5%	5 12.8%
過去に取り組んだが、今後取組 む計画はない	27 5.5%	1 4.2%	1 3.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.0%	2 6.7%	4 5.7%	9 3.8%	2 3.3%	9 14.8%	1 4.2%	2 7.7%	3 6.3%	1 2.6%	18 7.0%	2 5.1%
今後も本業に専念した事業活動を行 う	230 46.5%	10 41.7%	13 46.4%	11 40.7%	12 63.2%	6 30.0%	7 35.0%	6 20.0%	31 44.3%	96 40.3%	29 48.3%	33 54.1%	10 41.7%	19 73.1%	23 47.9%	20 52.6%	134 52.1%	17 43.6%
(回答企業数)	495	24	28	27	19	20	20	30	70	238	60	61	24	26	48	38	257	39
無回答	26	2	1	0	3	0	1	0	2	9	1	7	0	3	5	1	17	5

・図2. 貴社の新事業・新分野進出への取組状況について (業種別)



(3) 従業員規模別

従業員規模別に見ると、すべての規模で「今後も本業に専念した事業活動を行う」の比率が高くなっており、規模が小さくなるほどその比率が高くなる傾向にある。

また、「現在取り組んでいる」の回答比率について見てみると、「今後も本業に専念した事業活動を行う」とは逆で、従業員規模が大きくなるに従って回答比率は増加している。規模の大きいところほど新事業・新分野進出への取組意向の高まる傾向が強いようである。

・表2. 貴社の新事業・新分野進出への取組状況について (従業員規模別)

	全体	0~4人	5~9人	10~19人	20~29人	30~49人	50~99人	100人以上	不明
現在取り組んでいる	124 25.1%	11 14.7%	15 18.1%	29 27.9%	12 20.0%	24 33.8%	21 33.3%	12 31.6%	0 0.0%
過去に取り組んだことがあり、今後も取り組む意向がある	59 11.9%	5 6.7%	12 14.5%	12 11.5%	7 11.7%	9 12.7%	5 7.9%	9 23.7%	0 0.0%
今まで取り組んでいなかったが、取り組む意向はある	55 11.1%	5 6.7%	11 13.3%	15 14.4%	9 15.0%	8 11.3%	7 11.1%	0 0.0%	0 0.0%
過去に取り組んだが、今後取り組む計画はない	27 5.5%	8 10.7%	5 6.0%	6 5.8%	1 1.7%	4 5.6%	1 1.6%	2 5.3%	0 0.0%
今後も本業に専念した事業活動を行う	230 46.5%	46 61.3%	40 48.2%	42 40.4%	31 51.7%	26 36.6%	29 46.0%	15 39.5%	1 100.0%
(回答企業数)	495	75	83	104	60	71	63	38	1
無回答	26	10	6	2	5	0	2	1	0

## 2 新事業・新分野進出への取組方法

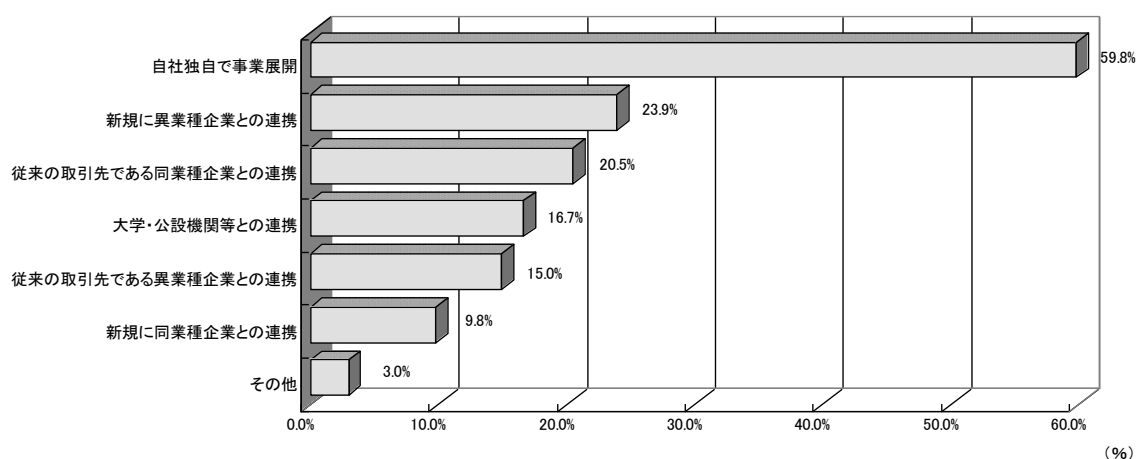
### (1) 全体

前述の設問において、「現在取り組んでいる」又は「過去に取り組んだことがあり、今後も取り組む意向がある」又は「今まで取り組んでいなかったが、取り組む意向はある」と回答した企業に、新事業・新分野進出への取組方法について複数回答可で尋ねたところ、「自社独自で事業展開」が140社（59.8%）と飛び抜けて高くなった。全体の6割が「自社独自で事業展開」を選択しており、新事業・新分野進出への取組方法としては自社内での取組としているところが多いようである。

その他の取組方法としては、「新規に異業種企業との連携」が56社（23.9%）、「従来の取引先である同業種企業との連携」が48社（20.5%）と続いているが、いずれも3割以下の比率となっている。

新事業・新分野進出への取組方法は、半数以上が自社内のみで取り組むが、連携する場合、同業種であれば従来の取引先を選択し、異業種であれば新規に連携する企業を探し求める傾向がある。

・図3. 新事業・新分野進出への取組方法について



### (2) 業種別

業種別に見ると、14業種中12業種で「自社独自で事業展開」と回答した比率が最も高くなっている。非製造業では、全業種で「自社独自で事業展開」の比率が高くなっており、製造業では、西陣、印刷で「新規に異業種企業との連携」の比率が最も高くなっている。窯業では同比率で「従来の取引先である異業種企業との連携」が高く、化学では「大学・公設機関等との連携」が同比率で高くなっている。

・表3. 新事業・新分野進出への取組方法について (業種別)

	全体	製造業										非製造業						観光
		西陣	染色	印刷	窯業	化学	金属	機械	その他の製造	計	卸売	小売	情報通信	飲食・宿泊	サービス	建設	計	
自社独自で事業展開	140 59.8%	6 46.2%	10 71.4%	6 37.5%	2 33.3%	8 57.1%	7 58.3%	13 61.9%	27 77.1%	79 60.3%	18 64.3%	11 61.1%	9 69.2%	3 60.0%	13 59.1%	7 41.2%	61 59.2%	11 55.0%
従来の取引先である異業種企業との連携	35 15.0%	1 7.7%	2 14.3%	5 31.3%	2 33.3%	1 7.1%	1 8.3%	7 33.3%	0 0.0%	19 14.5%	4 14.3%	4 22.2%	2 15.4%	0 0.0%	4 18.2%	2 11.8%	16 15.5%	2 10.0%
従来の取引先である同業種企業との連携	48 20.5%	0 0.0%	0 0.0%	4 25.0%	1 16.7%	3 21.4%	1 8.3%	3 14.3%	4 11.4%	16 12.2%	11 39.3%	6 33.3%	5 38.5%	1 20.0%	5 22.7%	4 23.5%	32 31.1%	2 10.0%
新規に異業種企業との連携	56 23.9%	8 61.5%	4 28.6%	7 43.8%	1 16.7%	3 21.4%	4 33.3%	4 19.0%	8 22.9%	39 29.8%	5 17.9%	1 5.6%	2 15.4%	1 20.0%	3 13.6%	5 29.4%	17 16.5%	7 35.0%
新規に同業種企業との連携	23 9.8%	1 7.7%	1 7.1%	3 18.8%	1 16.7%	0 0.0%	2 16.7%	2 9.5%	2 5.7%	12 9.2%	2 7.1%	2 11.1%	1 7.7%	1 20.0%	4 18.2%	1 5.9%	11 10.7%	2 10.0%
大学・公設機関等との連携	39 16.7%	2 15.4%	0 0.0%	4 25.0%	0 0.0%	8 57.1%	0 0.0%	6 28.6%	5 14.3%	25 19.1%	2 7.1%	1 5.6%	3 23.1%	0 0.0%	5 22.7%	3 17.6%	14 13.6%	4 20.0%
その他	7 3.0%	1 7.7%	0 0.0%	1 6.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.8%	1 2.9%	4 3.1%	1 3.6%	0 0.0%	1 7.7%	0 0.0%	1 4.5%	0 0.0%	3 2.9%	1 5.0%
(回答企業数)	234	13	14	16	6	14	12	21	35	131	28	18	13	5	22	17	103	20
無回答	4	0	0	0	1	0	0	1	0	2	1	1	0	0	0	0	2	0

(3) 従業員規模別

従業員規模別に見ると、すべての規模で「自社独自で事業展開」の比率が最も高くなっており、規模が大きくなるほど比率も高くなっている。

0～4人の規模では、「従来の取引先である同業種企業との連携」と「新規に異業種企業との連携」が、同比率で高くなっている。

新事業・新分野進出への取組方法としては、従業員数をある程度確保して組織化されている企業の方が「自社独自で事業展開」しやすい傾向にある。

・表4. 新事業・新分野進出への取組方法について (従業員規模別)

	全体	0～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100人以上	不明
自社独自で事業展開	140 59.8%	7 35.0%	20 52.6%	31 58.5%	17 60.7%	22 53.7%	27 81.8%	16 76.2%	0 -
従来の取引先である異業種企業との連携	35 15.0%	5 25.0%	2 5.3%	10 18.9%	2 7.1%	10 24.4%	4 12.1%	2 9.5%	0 -
従来の取引先である同業種企業との連携	48 20.5%	7 35.0%	5 13.2%	13 24.5%	3 10.7%	11 26.8%	7 21.2%	2 9.5%	0 -
新規に異業種企業との連携	56 23.9%	7 35.0%	14 36.8%	7 13.2%	9 32.1%	11 26.8%	6 18.2%	2 9.5%	0 -
新規に同業種企業との連携	23 9.8%	6 30.0%	0 0.0%	7 13.2%	3 10.7%	3 7.3%	3 9.1%	1 4.8%	0 -
大学・公設機関等との連携	39 16.7%	1 5.0%	5 13.2%	9 17.0%	4 14.3%	10 24.4%	4 12.1%	6 28.6%	0 -
その他	7 3.0%	1 5.0%	3 7.9%	1 1.9%	0 0.0%	1 2.4%	0 0.0%	1 4.8%	0 -
(回答企業数)	234	20	38	53	28	41	33	21	0
無回答	4	1	0	3	0	0	0	0	0

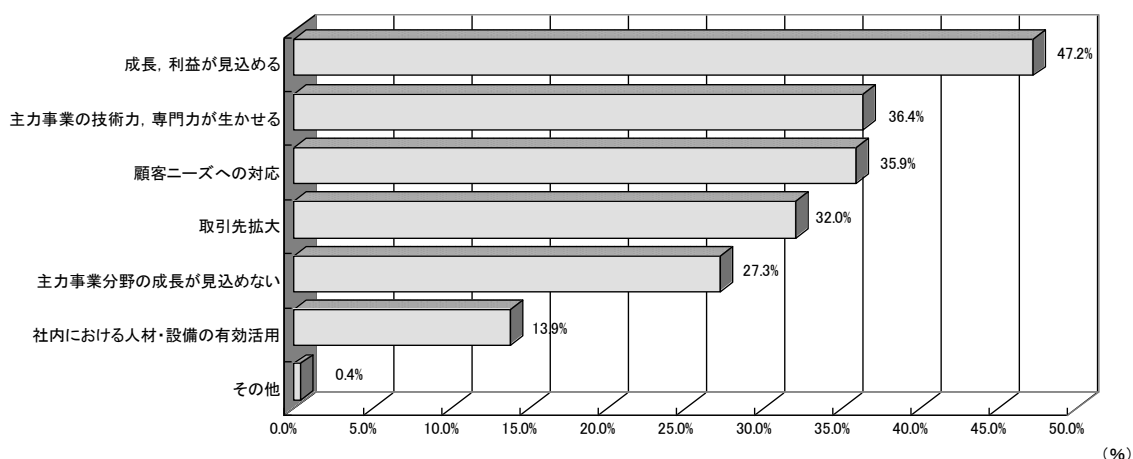
### 3 新事業・新分野進出に取り組む理由

#### (1) 全体

新事業・新分野進出に取り組む理由について複数回答可で尋ねたところ、「成長，利益が見込める」との回答が 109 社（47.2%）で最も比率が高くなった。以下、「主力事業の技術力，専門力が生かせる」が 84 社（36.4%），「顧客ニーズへの対応」が 83 社（35.9%）の順となった。

新事業・新分野進出に取り組む理由としては，全体の半数弱が「成長，利益が見込める」としており，自社の成長への期待や利益増大を主な理由としている。

・図 4. 新事業・新分野進出に取り組む理由について



#### (2) 業種別

業種別に見ると，14 業種中 10 業種で「成長，利益が見込める」の比率が高くなっている。

非製造業では，全業種で「成長，利益が見込める」の比率が高くなっている。ただし，卸売では同比率で「主力事業分野の成長が見込めない」と「顧客ニーズへの対応」が高くなっており，サービスでは同比率で「顧客ニーズへの対応」と「取引先拡大」が，建設では同比率で「顧客ニーズへの対応」が高くなっている。

製造業では，非製造業とは異なり業種による差異が大きく，西陣では「主力事業分野の成長が見込めない」の比率が最も高く，窯業では「顧客ニーズへの対応」，金属では「取引先拡大」，その他の製造では「主力事業の技術力，専門力が生かせる」の比率が最も高くなっている。染色，印刷においては，「成長，利益が見込める」と同比率で「主力事業の技術力，専門力が生かせる」が高くなっている。



・表5. 新事業・新分野進出に取り組む理由について (業種別)

	全体	製造業										非製造業						観光
		西陣	染色	印刷	窯業	化学	金属	機械	その他の製造	計	卸売	小売	情報通信	飲食・宿泊	サービス	建設	計	
成長、利益が見込める	109 47.2%	2 15.4%	5 41.7%	9 60.0%	2 28.6%	8 57.1%	3 25.0%	13 61.9%	14 40.0%	56 43.4%	12 41.4%	9 52.9%	11 84.6%	3 60.0%	11 50.0%	7 43.8%	53 52.0%	7 35.0%
主力事業の技術力、専門力が生かせる	84 36.4%	4 30.8%	5 41.7%	9 60.0%	2 28.6%	3 21.4%	5 41.7%	12 57.1%	15 42.9%	55 42.6%	8 27.6%	6 35.3%	6 46.2%	0 0.0%	3 13.6%	6 37.5%	29 28.4%	4 20.0%
主力事業分野の成長が見込めない	63 27.3%	6 46.2%	4 33.3%	5 33.3%	1 14.3%	7 50.0%	3 25.0%	3 14.3%	8 22.9%	37 28.7%	12 41.4%	2 11.8%	1 7.7%	1 20.0%	4 18.2%	6 37.5%	26 25.5%	3 15.0%
顧客ニーズへの対応	83 35.9%	5 38.5%	2 16.7%	6 40.0%	4 57.1%	4 28.6%	3 25.0%	4 19.0%	14 40.0%	42 32.6%	12 41.4%	6 35.3%	4 30.8%	1 20.0%	11 50.0%	7 43.8%	41 40.2%	10 50.0%
社内における人材・設備の有効活用	32 13.9%	2 15.4%	3 25.0%	3 20.0%	1 7.1%	1 25.0%	3 9.5%	2 14.3%	5 15.5%	20 13.8%	4 17.6%	3 0.0%	0 0.0%	1 9.1%	2 12.5%	2 11.8%	12 11.8%	2 10.0%
取引先拡大	74 32.0%	3 23.1%	3 25.0%	4 26.7%	3 42.9%	3 21.4%	8 66.7%	9 42.9%	12 34.3%	45 34.9%	9 31.0%	2 11.8%	4 30.8%	0 0.0%	11 50.0%	3 18.8%	29 28.4%	3 15.0%
その他	1 0.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.9%	1 0.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
(回答企業数)	231	13	12	15	7	14	12	21	35	129	29	17	13	5	22	16	102	20
無回答	7	0	2	1	0	0	0	1	0	4	0	2	0	0	0	1	3	0

(3) 従業員規模別

従業員規模別に見ると、10～19人以上の規模で「成長、利益が見込める」の比率が最も高くなった。5～9人の規模では「主力事業分野の成長が見込めない」の比率が最も高く、0～4人の規模では「顧客ニーズへの対応」の比率が最も高い結果となった。

従業員規模が大きくなるほど、「成長、利益が見込める」ことを理由に新事業・新分野進出に取り組んでおり、規模が小さいほど顧客ニーズなどの外部対応を理由に取り組んでいる。

・表6. 新事業・新分野進出に取り組む理由について (従業員規模別)

	全体	0～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100人以上	不明
成長、利益が見込める	109 47.2%	3 15.0%	11 28.9%	31 58.5%	13 48.1%	19 46.3%	18 56.3%	14 70.0%	0 -
主力事業の技術力、専門力が生かせる	84 36.4%	6 30.0%	12 31.6%	15 28.3%	8 29.6%	18 43.9%	17 53.1%	8 40.0%	0 -
主力事業分野の成長が見込めない	63 27.3%	4 20.0%	15 39.5%	15 28.3%	9 33.3%	7 17.1%	7 21.9%	6 30.0%	0 -
顧客ニーズへの対応	83 35.9%	10 50.0%	13 34.2%	18 34.0%	8 29.6%	15 36.6%	10 31.3%	9 45.0%	0 -
社内における人材・設備の有効活用	32 13.9%	4 20.0%	6 15.8%	8 15.1%	2 7.4%	6 14.6%	4 12.5%	2 10.0%	0 -
取引先拡大	74 32.0%	7 35.0%	8 21.1%	16 30.2%	8 29.6%	15 36.6%	13 40.6%	7 35.0%	0 -
その他	1 0.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 -
(回答企業数)	231	20	38	53	27	41	32	20	0
無回答	7	1	0	3	1	0	1	1	0

## 4 新事業・新分野進出を計画しない理由

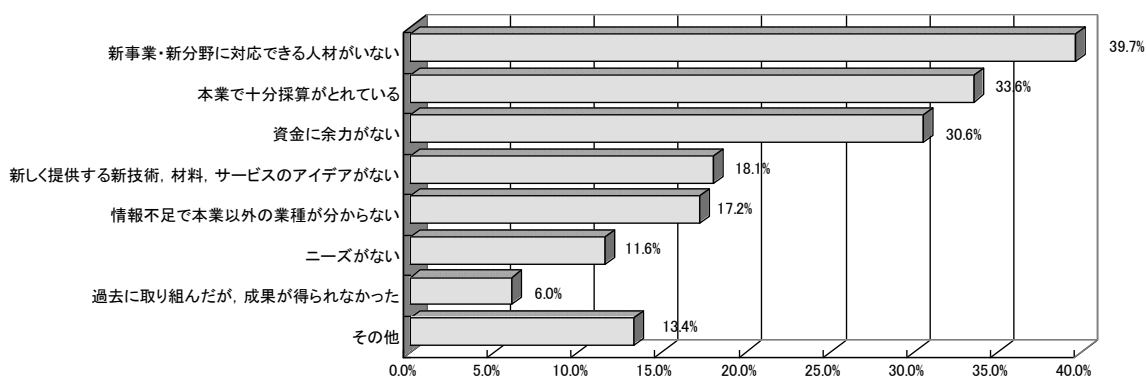
### (1) 全体

新事業・新分野進出への取組状況についての設問で、「過去に取り組んだが、今後取り組む計画はない」と「今後も本業に専念した事業活動を行う」を選択した企業に、新事業・新分野進出を計画しない理由を複数回答可で尋ねたところ、「新事業・新分野進出に対応できる人材がない」が92社（39.7%）で最も比率が高くなった。以下、「本業で十分採算がとれている」が78社（33.6%）、「資金に余力がない」が71社（30.6%）と続いている。

新事業・新分野進出を計画しない企業は、対応人員の不足が4割弱、資金の余力不足が約3割、本業での採算確保が出来ているが3割強と選択回答している。全体の約3~4割がそれぞれ「ヒト」、「カネ」の不足や本業での十分な採算確保を理由に、新たに何か事業等を興す必要はないと考えている傾向が見られる。

その他の意見を見てみると、意見の記載のあった28社中19社が「本業に注力する」との回答をしており、7社が「現状、新規展開の時期ではない」と様子を伺っている状態である。

・図5. 新事業・新分野進出を計画しない理由について



(96)

## (2) 業種別

業種別に見ると、14業種中8業種で「新事業・新分野進出に対応できる人材がいない」の比率が高くなっている。

「本業で十分採算がとれている」の比率が高い業種は、印刷、その他の製造、情報通信で、特に印刷では87.5%とかなり比率が高くなっている。

「資金に余力がない」の比率が高い業種は、染色、窯業、機械、小売、サービスの5業種となった。

・表7. 新事業・新分野進出を計画しない理由について (業種別)

	全体	製造業									非製造業							観光
		西陣	染色	印刷	窯業	化学	金属	機械	その他の製造	計	卸売	小売	情報通信	飲食・宿泊	サービス	建設	計	
本業で十分採算がとれている	78 33.6%	1 10.0%	3 23.1%	7 87.5%	3 25.0%	3 50.0%	3 37.5%	2 28.6%	13 44.8%	35 37.6%	6 20.7%	14 35.9%	6 54.5%	6 33.3%	6 26.1%	5 26.3%	43 30.9%	7 41.2%
新事業・新分野に対応できる人材がいない	92 39.7%	5 50.0%	6 46.2%	1 12.5%	1 8.3%	4 66.7%	6 75.0%	3 42.9%	10 34.5%	36 38.7%	13 44.8%	12 30.8%	4 36.4%	10 55.6%	9 39.1%	8 42.1%	56 40.3%	4 23.5%
資金に余力がない	71 30.6%	1 10.0%	6 46.2%	0 0.0%	4 33.3%	1 16.7%	2 25.0%	3 42.9%	5 17.2%	22 23.7%	9 31.0%	16 41.0%	1 9.1%	8 44.4%	10 43.5%	5 26.3%	49 35.3%	4 23.5%
情報不足で本業以外の業種が分からない	40 17.2%	4 40.0%	3 23.1%	1 12.5%	3 25.0%	0 0.0%	2 25.0%	1 14.3%	3 10.3%	17 18.3%	6 20.7%	5 12.8%	0 0.0%	5 27.8%	5 21.7%	2 10.5%	23 16.5%	2 11.8%
ニーズがない	27 11.6%	0 0.0%	4 30.8%	0 0.0%	2 16.7%	0 0.0%	0 0.0%	2 28.6%	3 10.3%	11 11.8%	4 13.8%	7 17.9%	2 18.2%	2 11.1%	0 0.0%	1 5.3%	16 11.5%	2 11.8%
新しく提供する新技術、材料、サービスのアイデアがない	42 18.1%	1 10.0%	2 15.4%	0 0.0%	2 16.7%	0 0.0%	2 25.0%	2 28.6%	3 10.3%	12 12.9%	11 37.9%	4 10.3%	3 27.3%	1 5.6%	9 39.1%	2 10.5%	30 21.6%	1 5.9%
過去に取り組んだが、成果が得られなかった	14 6.0%	1 10.0%	2 15.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 14.3%	2 6.9%	6 6.5%	2 6.9%	3 7.7%	2 18.2%	0 0.0%	1 4.3%	0 0.0%	8 5.8%	0 0.0%
その他	31 13.4%	1 10.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 25.0%	1 16.7%	2 25.0%	0 0.0%	6 20.7%	13 14.0%	3 10.3%	7 17.9%	0 0.0%	3 16.7%	1 4.3%	4 21.1%	18 12.9%	4 23.5%
(回答企業数)	232	10	13	8	12	6	8	7	29	93	29	39	11	18	23	19	139	17
無回答	25	1	1	3	0	0	0	1	6	12	2	3	0	3	3	2	13	2

## (3) 従業員規模別

従業員規模別に見ると、規模が大きくなるほど「本業で十分採算がとれている」の比率が高くなっており、逆に、規模が小さくなるほど「資金に余力がない」の比率が高くなっている。

「新事業・新分野進出に対応できる人材がいない」では、規模にそれほど関係が見られない。

・表 8. 新事業・新分野進出を計画しない理由について (従業員規模別)

	全 体	0～4 人	5～9 人	10～19 人	20～29 人	30～49 人	50～99 人	100人 以上	不明
本業で十分採算がとれている	78 33.6%	14 27.5%	11 28.2%	7 16.7%	12 41.4%	9 32.1%	15 53.6%	10 71.4%	0 0.0%
新事業・新分野に対応できる人材 がない	92 39.7%	18 35.3%	16 41.0%	22 52.4%	12 41.4%	10 35.7%	8 28.6%	5 35.7%	1 100.0%
資金に余力がない	71 30.6%	19 37.3%	20 51.3%	16 38.1%	8 27.6%	6 21.4%	2 7.1%	0 0.0%	0 0.0%
情報不足で本業以外の業種が分 からない	40 17.2%	8 15.7%	9 23.1%	11 26.2%	7 24.1%	3 10.7%	2 7.1%	0 0.0%	0 0.0%
ニーズがない	27 11.6%	8 15.7%	4 10.3%	7 16.7%	2 6.9%	4 14.3%	2 7.1%	0 0.0%	0 0.0%
新しく提供する新技術, 材料, サー ビスのアイデアがない	42 18.1%	5 9.8%	9 23.1%	10 23.8%	8 27.6%	6 21.4%	3 10.7%	1 7.1%	0 0.0%
過去に取り組んだが, 成果が得ら れなかった	14 6.0%	2 3.9%	3 7.7%	6 14.3%	0 0.0%	1 3.6%	1 3.6%	1 7.1%	0 0.0%
その他	31 13.4%	8 15.7%	4 10.3%	2 4.8%	4 13.8%	3 10.7%	7 25.0%	3 21.4%	0 0.0%
(回答企業数)	232	51	39	42	29	28	28	14	1
無回答	25	3	6	6	3	2	2	3	0