

地域規模別にみた中小企業と地域のかかわりの実態

～「中小企業と地域のかかわりに関するアンケート」結果の概要～

I	調査の目的と実施要領	1
II	調査結果	
1	地域規模別の事業の概要	2
2	地域の経済状況と事業	3
3	地域における事業の状況	7
4	企業としてかかわる地域活動	8
III	まとめ	15

<お問い合わせ先>
日本政策金融公庫 総合研究所
小企業研究第一グループ
TEL 03-3270-1687
担当 笠原、桑本

I 調査の目的と実施要領

1 調査目的

人口も事業所数も減少傾向が続くわが国では、地域において中小企業が期待される役割は一層大きくなっている。しかし、多くの中小企業が経営者の高齢化とそれに伴う事業承継難、人手不足といった問題に直面しており、地域活動に参加する余裕が少なくなっていることも予想される。日本政策金融公庫総合研究所ではインターネットアンケートを実施し、中小企業と地域のかかわりについて地域規模別に調査した。

2 実施要領

- (1) 調査時点

2025年10月
- (2) 調査対象

全国の18歳から69歳までの人
- (3) 調査方法

インターネットによるアンケート（事前調査と詳細調査の2段階）
インターネット調査会社から登録モニターに電子メールで依頼し、ウェブサイト上の調査画面に回答者自身が回答を入力
① 事前調査 … 本調査の調査対象に該当するかどうか等を判別するための簡易なアンケート
② 詳細調査 … 調査対象の該当者（小企業・中小企業経営者）に対して行う詳細なアンケート
- (4) 回収数

① 事前調査 3万人
② 詳細調査 930人
- (5) 調査区分

主な事業所の郵便番号を尋ね、次のとおり分類した。

区分	対象	回収数	小企業	中小企業
			(従業員1～19人)	(従業員20～299人)
三大都市圏	東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、愛知県、岐阜県、三重県、大阪府、京都府、兵庫県、奈良県のうち、下記過疎地を除いたエリア	310 (100%)	250 (80.6%)	60 (19.4%)
三大都市圏以外の 政令指定都市	札幌市、仙台市、新潟市、静岡市、浜松市、岡山市、広島市、福岡市、北九州市、熊本市のうち、下記過疎地を除いたエリア	310 (100%)	286 (92.3%)	24 (7.7%)
地方	上記三大都市圏、三大都市圏以外の政令指定都市を除くエリア	310 (100%)	254 (81.9%)	56 (18.1%)
<参考> うち過疎地	「過疎地域の持続的発展の支援に関する特別措置法」に基づく全部過疎地域と、一部過疎・みなし過疎市町村の合併前の全部過疎エリア	58 (100%)	49 (84.5%)	9 (15.5%)

(注) 1 従業員には経営者本人を含む。
2 構成比は小数第2位を四捨五入して表示しているため、合計は100%にならない場合がある（以下同じ）。

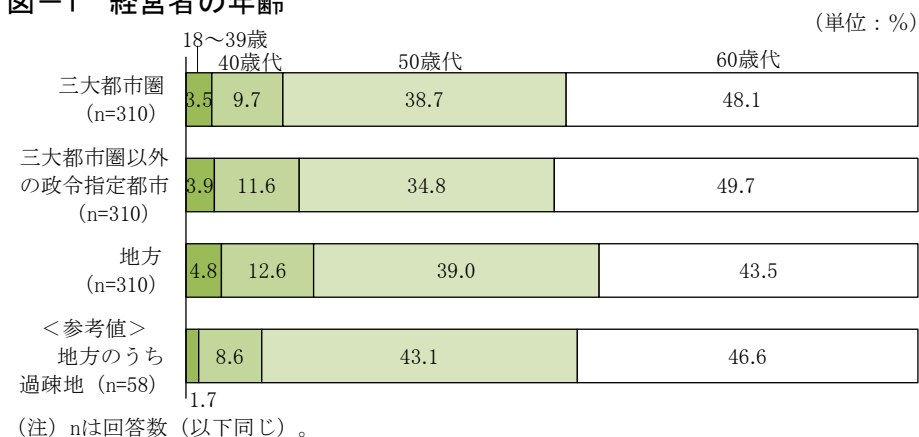
Ⅱ 調査結果

1 地域規模別の事業の概要

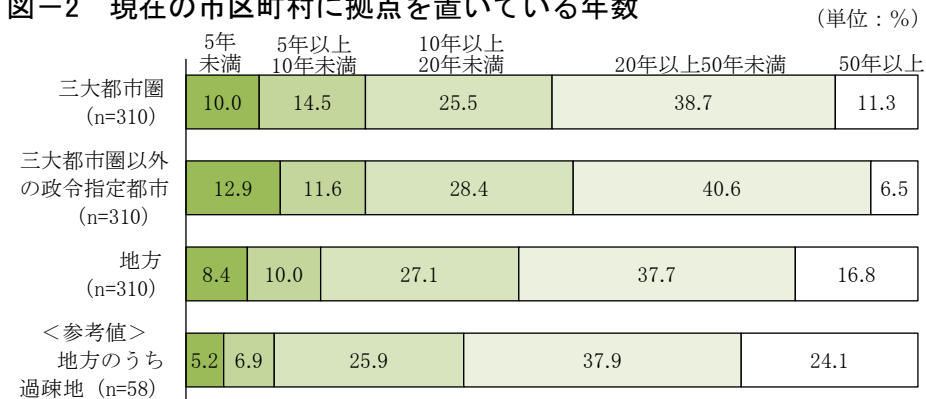
～いずれの地域においても、中小企業の経営者は60歳代が約半数を占める～

- 経営者の年齢は、三大都市圏、三大都市圏以外の政令指定都市、地方のいずれの地域においても「60歳代」（順に48.1%、49.7%、43.5%）の割合が最も高い（図－1）。
- 現在の市区町村に拠点を置いている年数は、いずれの地域においても「20年以上50年未満」の割合が最も高い（図－2）。
- 業種構成は、三大都市圏では「事業所向けサービス業」（19.4%）、政令指定都市と地方では「個人向けサービス業」（順に16.5%、16.5%）の割合が最も高い（表）。

図－1 経営者の年齢



図－2 現在の市区町村に拠点を置いている年数



(注) 1 事業所が複数ある場合は、主な事業所について尋ねた（以下同じ）。

2 事業を承継した場合は、承継以前を含めて尋ねている。

表 業種構成

(単位：%)

	三大都市圏 (n=310)	三大都市圏 以外の政令 指定都市 (n=310)	地方 (n=310)	<参考値> 地方のうち 過疎地 (n=58)
建設業	7.4	9.4	10.3	13.8
製造業	5.2	4.2	8.7	6.9
情報通信業	9.4	8.4	5.2	1.7
運輸業	5.2	3.2	2.9	6.9
卸売業	4.2	4.5	2.9	0.0
小売業	10.0	12.3	12.3	13.8
飲食店・宿泊業	4.5	3.5	6.1	5.2
医療・福祉	4.5	6.5	6.8	8.6
教育・学習支援業	6.1	7.1	3.9	3.4
個人向けサービス業	14.2	16.5	16.5	13.8
事業所向けサービス業	19.4	12.6	12.6	8.6
不動産業、物品賃貸業	7.4	8.1	4.8	5.2
その他	2.6	3.9	7.1	12.1
合計	100.0	100.0	100.0	100.0

(注) 「持ち帰り・配達飲食サービス業」は「小売業」に含む。

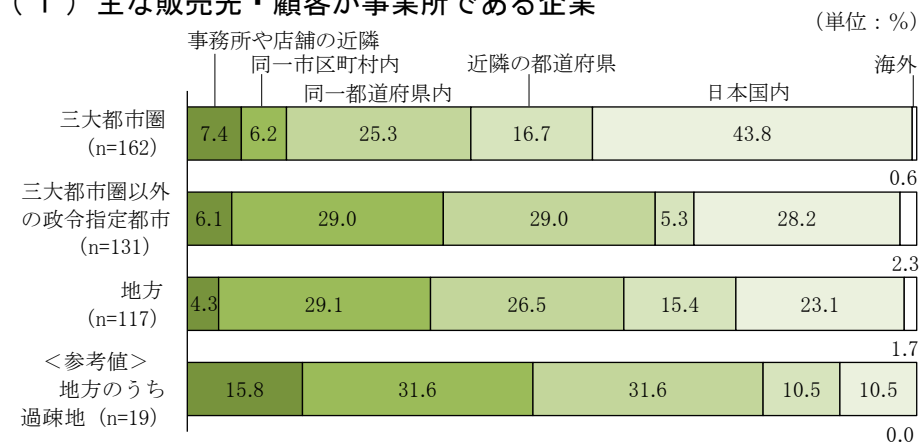
2 地域の経済状況と事業

～三大都市圏の中小企業は商圏が広く、従業員に占める地元住民の割合は低い～

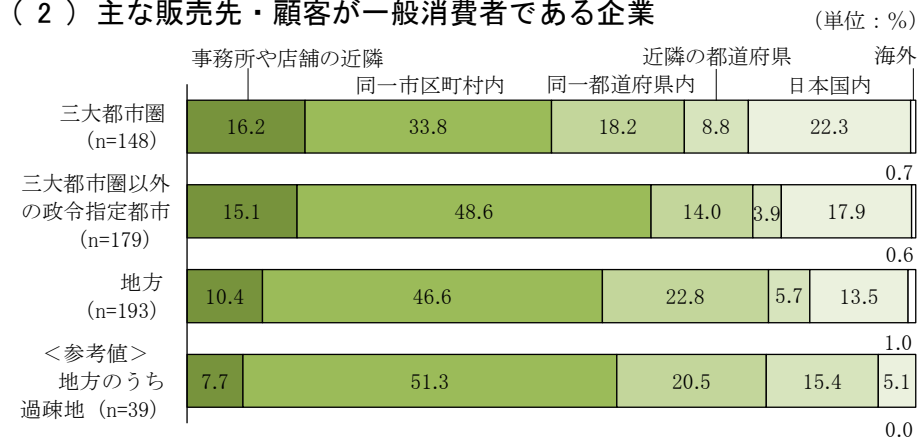
- 主な販売先・顧客が事業所である企業、一般消費者である企業ともに、商圏が「日本国内」（全域）である割合は三大都市圏（順に43.8%、22.3%）で、ほかの地域に比べて高い（図－3）。
- 従業員に占める地元住民の割合が「100%」である企業の割合は、政令指定都市（52.5%）で高く、三大都市圏（30.6%）で低い（図－4）。
- 従業員数の充足度については、いずれの地域においても半数以上の企業が「十分である」と回答している（図－5）。

図－3 商圏

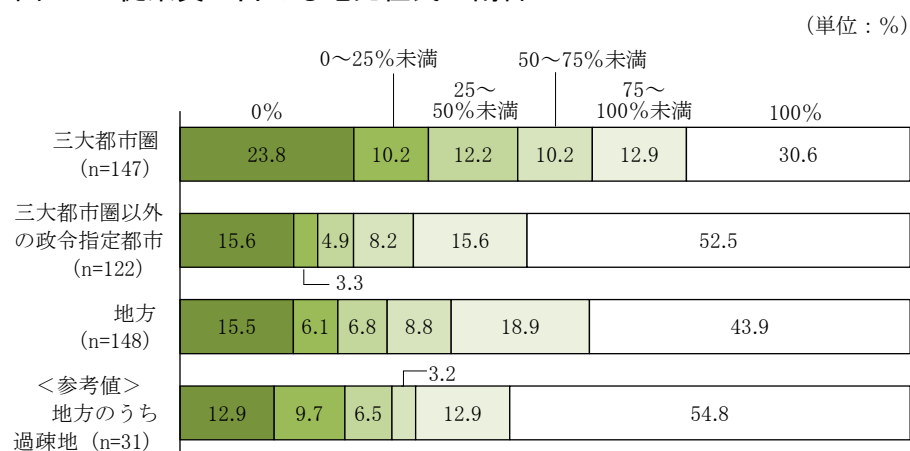
（１）主な販売先・顧客が事業所である企業



（２）主な販売先・顧客が一般消費者である企業



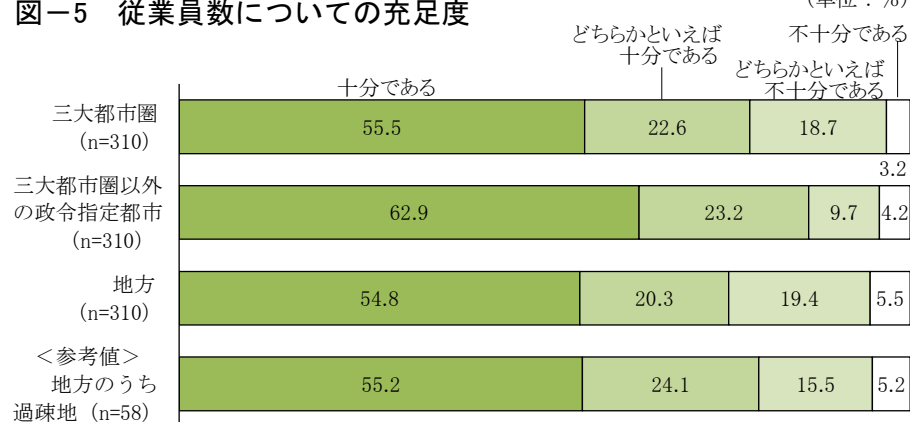
図－4 従業員に占める地元住民の割合



(注) 1 従業者数が2人以上と回答した企業に尋ねた。

2 地元は、現在の主な事業所がある市区町村内とする（以下同じ）。

図－5 従業員数についての充足度

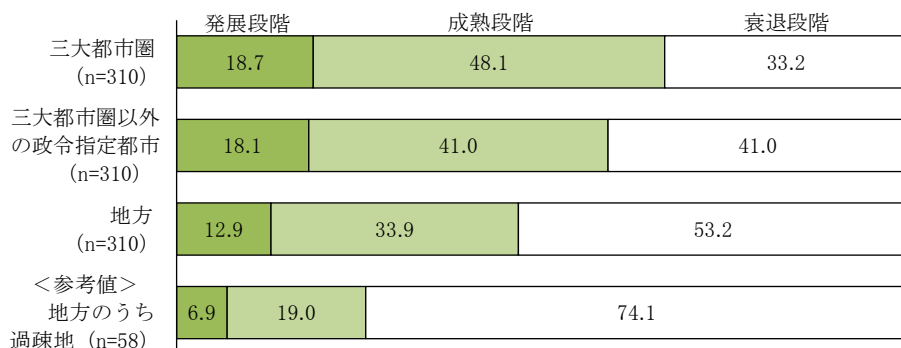


～地方では、地元経済の現状や将来に対して悲観的な企業が多い～

- 地元経済が「衰退段階」にあると回答した企業の割合は、地方（53.2%）で最も高い（図－6）。他方、「発展段階」または「成熟段階」にあると回答した企業の割合は、三大都市圏（順に18.7%、48.1%）で最も高い。
- 今後10年間に地元経済が「成長する」と考えている企業の割合は、三大都市圏（20.3%）で最も高く、「縮小する」と考えている企業の割合は、地方（48.7%）で最も高い（図－7）。
- 今後の事業拠点の意向については、いずれの地域においても「現在の地域にとどまりたい」と回答した企業の割合が6割以上を占める（図－8）。
- 事業承継の意向については、いずれの地域においても「継続にはこだわらない」と回答した企業の割合が4割以上を占める（図－9）。

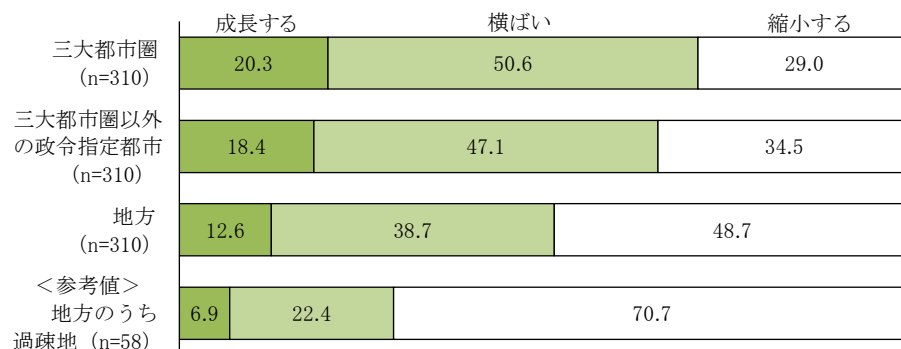
図－6 地元経済の状況

（単位：％）



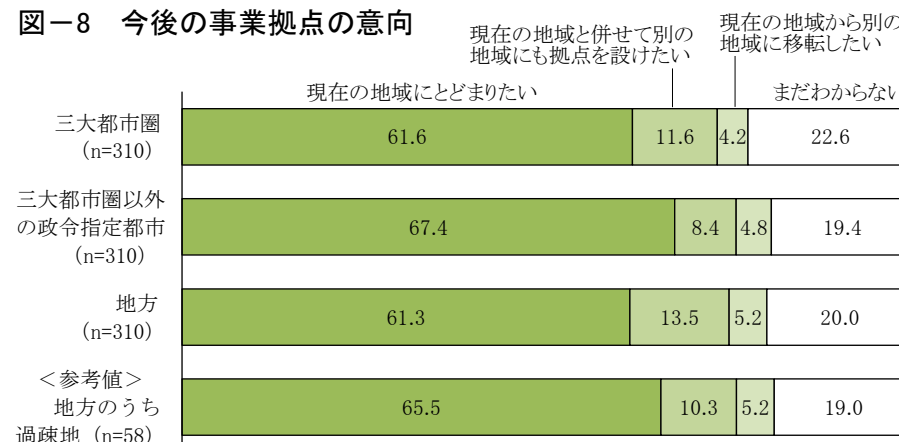
図－7 今後10年間の地元経済の成長見通し

（単位：％）



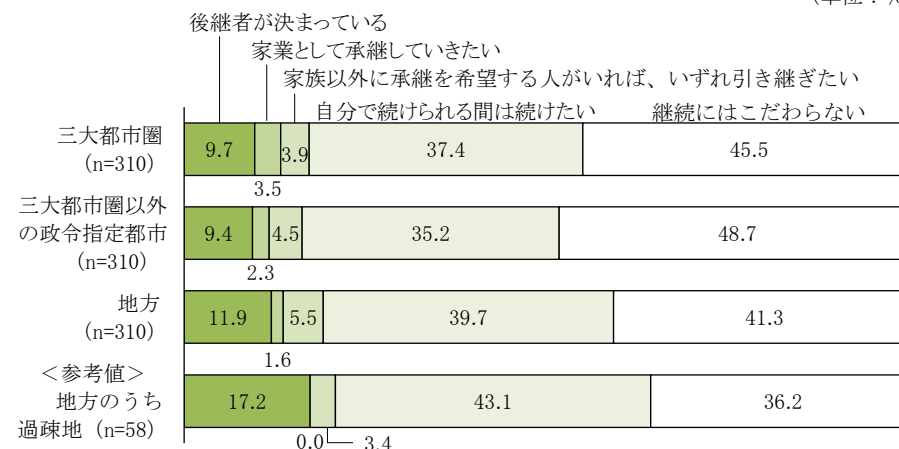
図－8 今後の事業拠点の意向

（単位：％）



図－9 後継者の有無と事業承継の意向

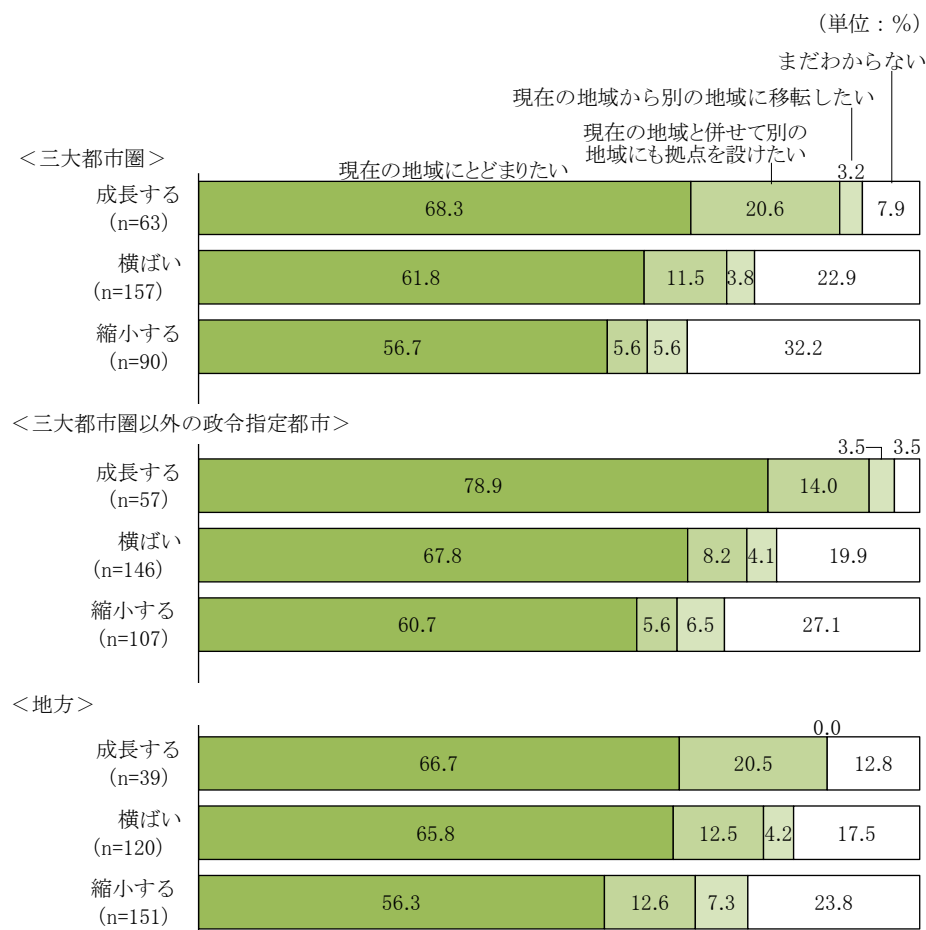
（単位：％）



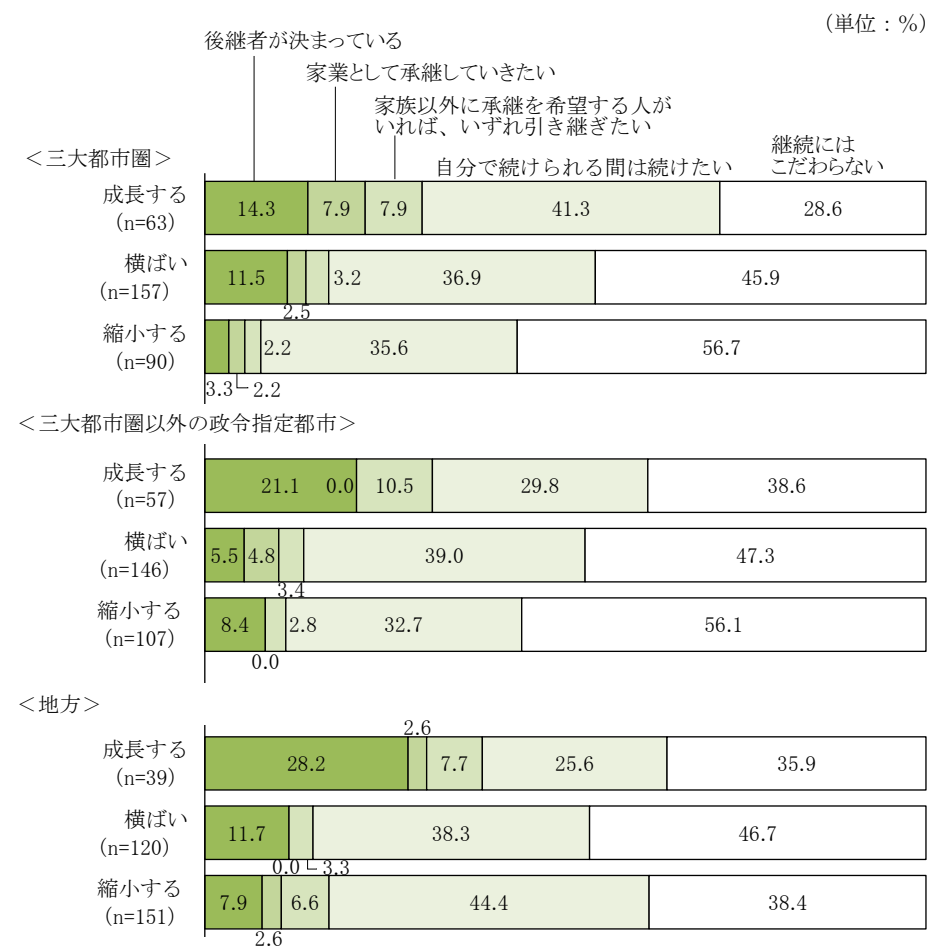
～地元経済の成長を見込む企業では、現在の地域にとどまる意向が強く、後継者が決まっている割合が比較的高い～

- 事業拠点について、「現在の地域にとどまりたい」との意向をもつ割合は、いずれの地域においても、今後10年間に地元経済が成長すると考えている企業では高く（三大都市圏68.3%、政令指定都市78.9%、地方66.7%）、縮小すると考えている企業では低い（同56.7%、60.7%、56.3%）（図－10）。
- 「後継者が決まっている」割合は、いずれの地域においても、今後10年間に地元経済が成長すると考えている企業では高く（三大都市圏14.3%、政令指定都市21.1%、地方28.2%）、縮小すると考えている企業では低い（同3.3%、8.4%、7.9%）（図－11）。「家業として承継していきたい」または「家族以外に承継を希望する人がいれば、いずれ引き継ぎたい」と考える企業の割合も、成長を見込む企業で高くなる傾向がみられる。

図－10 今後の事業拠点の意向
（今後10年間の地元経済の成長見通し別）



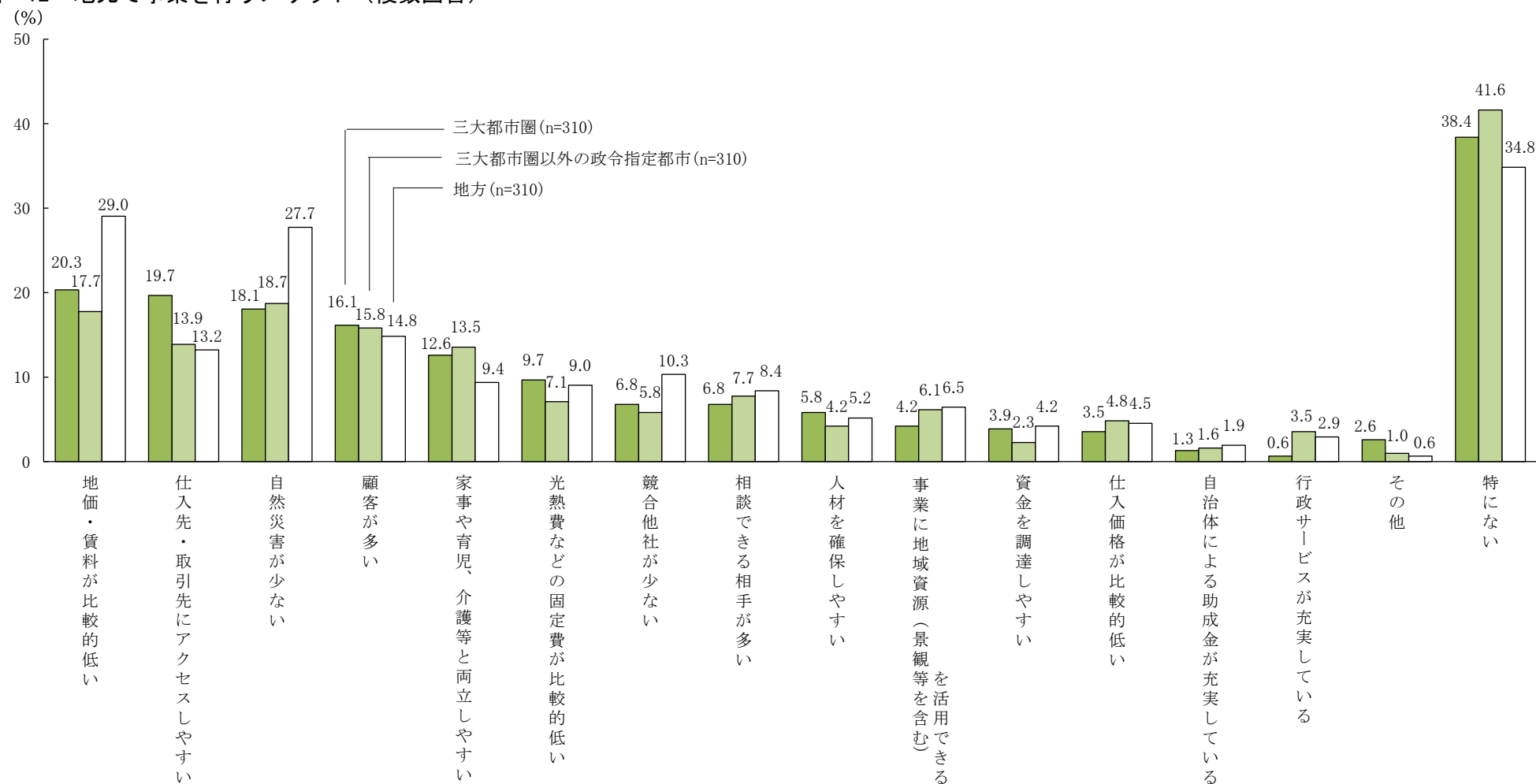
図－11 後継者の有無と承継の意向
（今後10年間の地元経済の成長見通し別）



～地元で事業を行うメリットは、三大都市圏では取引先へのアクセスのしやすさ、地方では地価・賃料の安さや自然災害の少なさが相対的に高い～

○ 地元で事業を行うメリットについては、いずれの地域においても「特になし」（三大都市圏38.4%、政令指定都市41.6%、地方34.8%）と回答した企業の割合が最も高い（図－12）。メリットを挙げた企業の回答をみると、三大都市圏では「仕入先・取引先にアクセスしやすい」（同19.7%、13.9%、13.2%）、政令指定都市では「家事や育児、介護等と両立しやすい」（同12.6%、13.5%、9.4%）、地方では「地価・賃料が比較的低い」（同20.3%、17.7%、29.0%）や「自然災害が少ない」（同18.1%、18.7%、27.7%）の割合が、ほかの地域に比べて高い（図－12）。

図－12 地元で事業を行うメリット（複数回答）

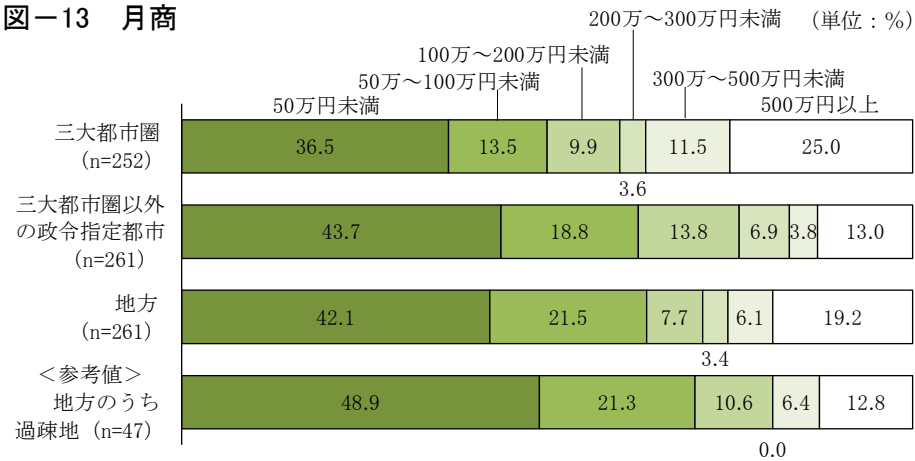


3 地域における事業の状況

～地元での事業のしやすさに対する満足度は、地方より三大都市圏の方が高い～

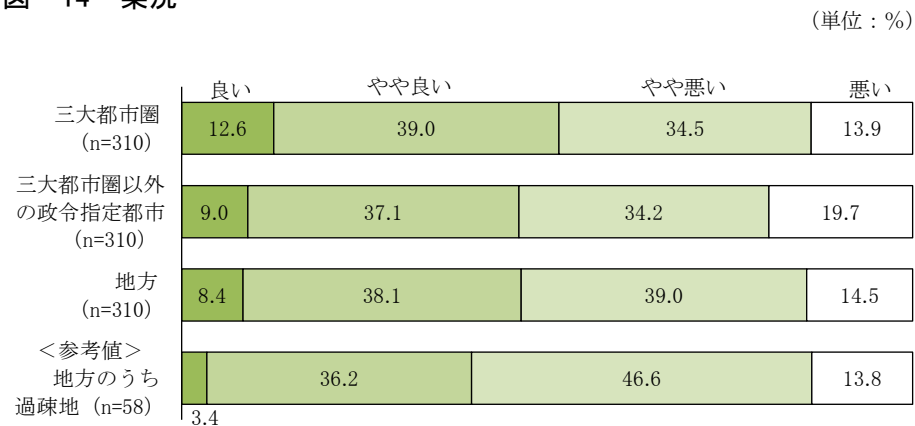
- 月商をみると、いずれの地域においても「50万円未満」の割合が最も高い（図－13）。「500万円以上」の割合は、三大都市圏（25.0％）が、政令指定都市（13.0％）や地方（19.2％）を上回っている。
- 業況は、「良い」または「やや良い」の割合が三大都市圏で51.6％と、政令指定都市（46.1％）や地方（46.5％）を上回っている（図－14）。
- 地元での事業のしやすさに「かなり満足」または「やや満足」している割合は、三大都市圏（57.4％）で高く、地方（46.1％）で低い（図－15）。
- 事業における総合的な満足度は、いずれの地域においても「かなり満足」「やや満足」の割合が合わせて過半となっている（図－16）。

図－13 月商

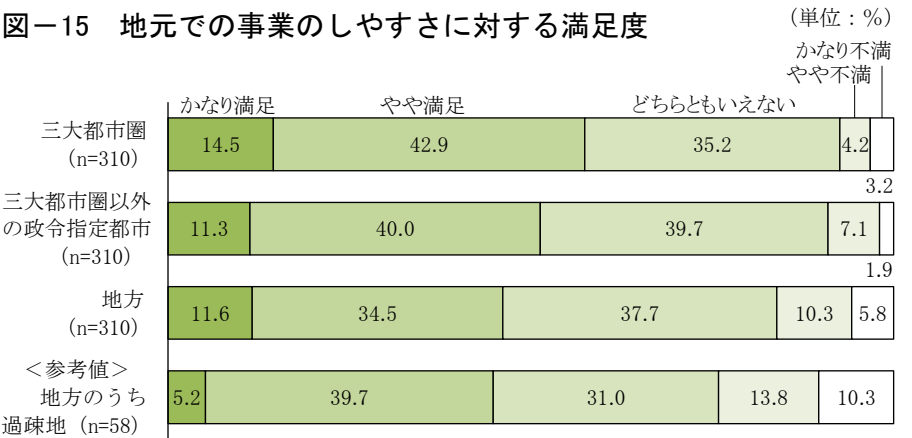


（注）「わからない」「答えたくない」と回答した企業を除いて集計した。

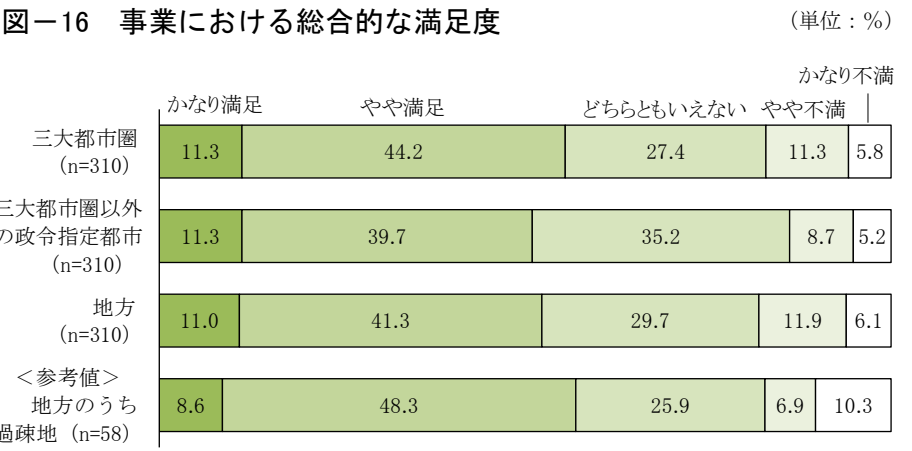
図－14 業況



図－15 地元での事業のしやすさに対する満足度



図－16 事業における総合的な満足度

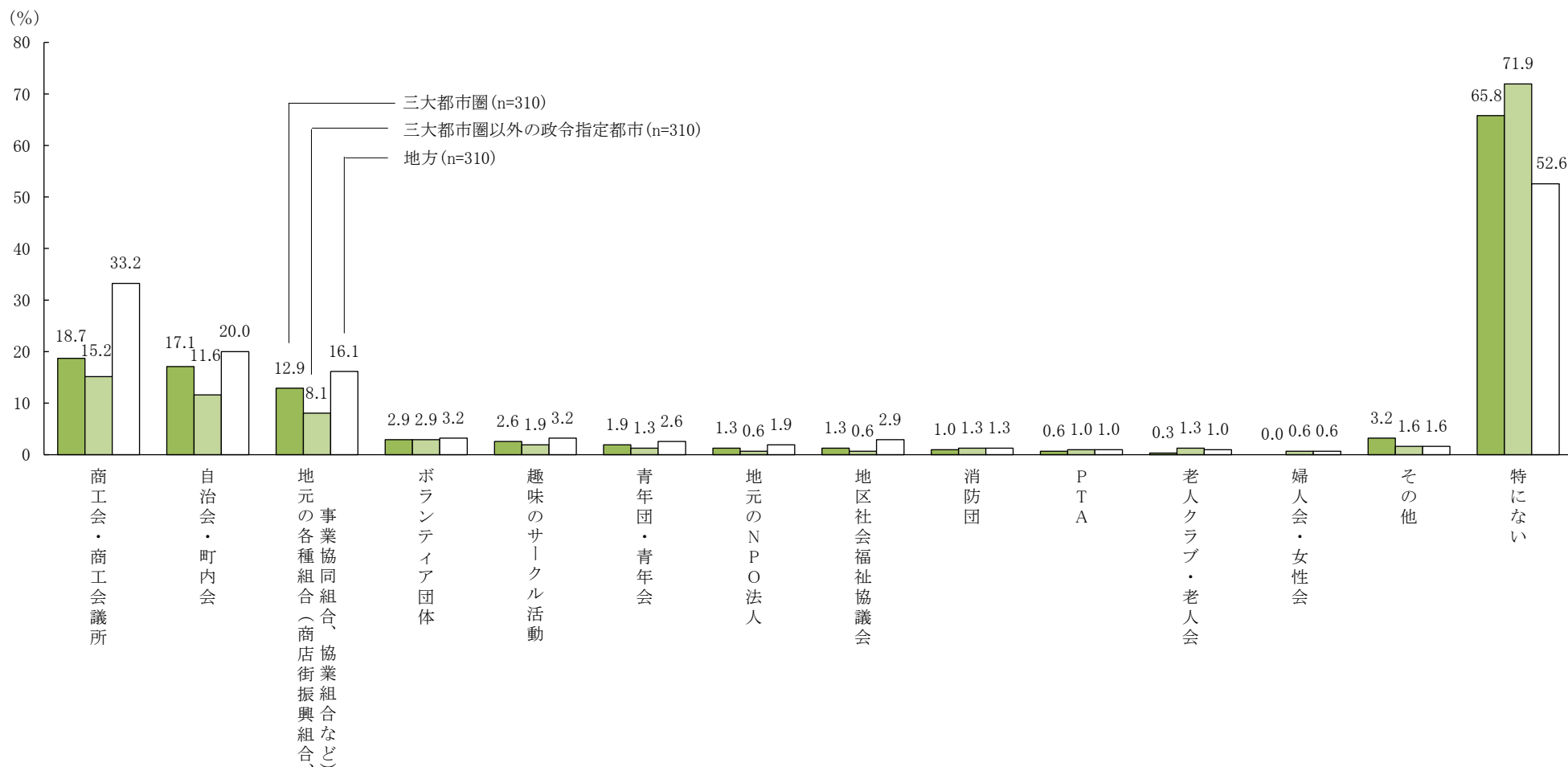


4 企業としてかかわる地域活動

～地方では、地元の団体に加入している企業の割合が相対的に高い～

○ 企業として加入している地元の団体を尋ねたところ、いずれの地域においても「特にない」（三大都市圏65.8%、政令指定都市71.9%、地方52.6%）と回答した企業の割合が最も高い（図－17）。加入している団体では、いずれの地域においても「商工会・商工会議所」（同18.7%、15.2%、33.2%）の割合が最も高く、次いで「自治会・町内会」（同17.1%、11.6%、20.0%）、「地元の各種組合（商店街振興組合、事業協同組合、協業組合など）」（同12.9%、8.1%、16.1%）の順となっている。いずれの団体でも、加入している割合は三大都市圏より地方で高い傾向にある。

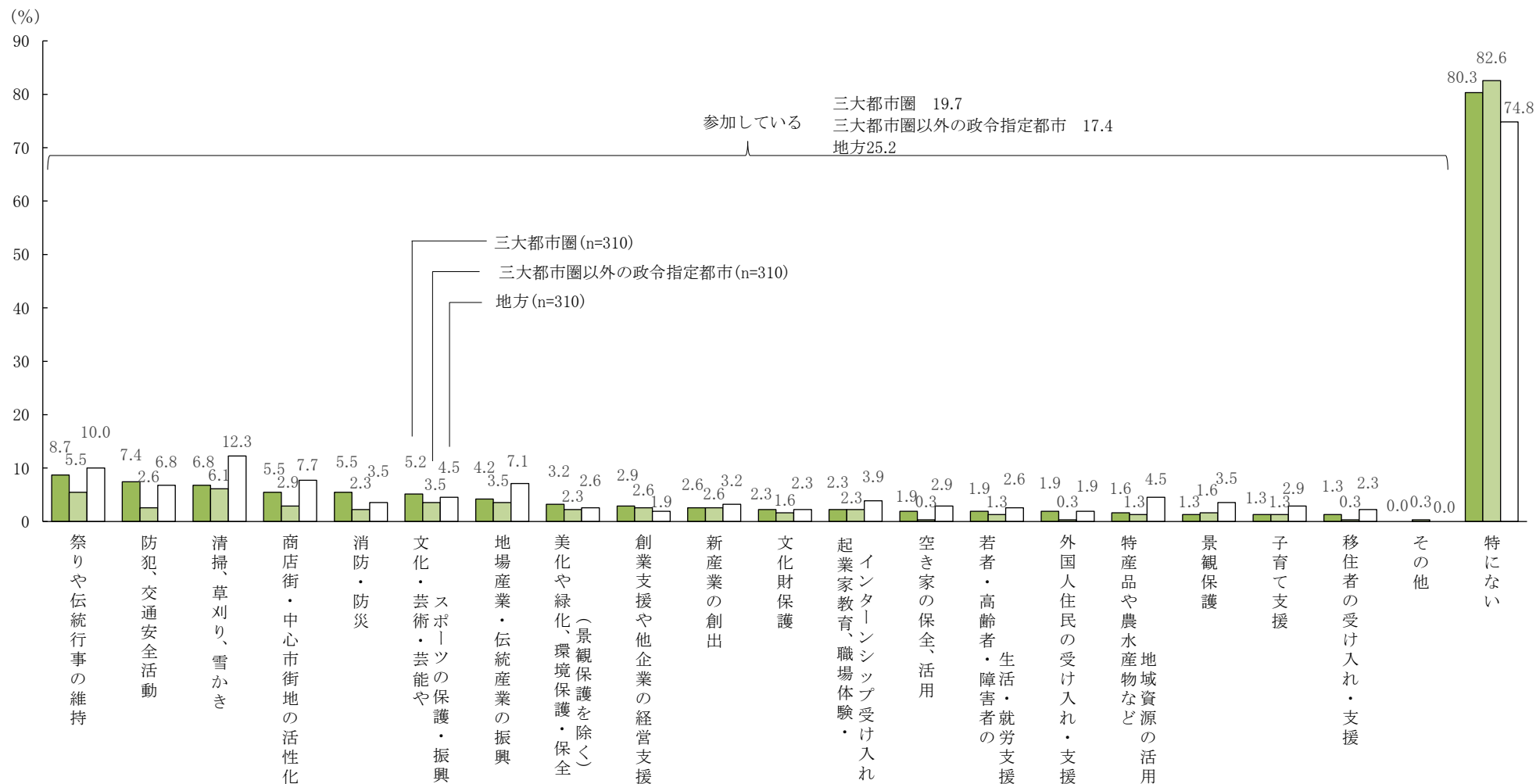
図－17 企業として加入している地元の団体（複数回答）



～地元の活動に参加している企業の割合は、いずれの地域でも高くはない～

○ 企業として参加している地元の活動を尋ねたところ、いずれの地域においても「特にない」（三大都市圏80.3%、政令指定都市82.6%、地方74.8%）の割合が8割前後を占めている（図－18）。参加している活動のなかでは、「祭りや伝統行事の維持」（同8.7%、5.5%、10.0%）、「防犯、交通安全活動」（同7.4%、2.6%、6.8%）、「清掃、草刈り、雪かき」（同6.8%、6.1%、12.3%）の割合がやや高い。三大都市圏では「消防・防災」（同5.5%、2.3%、3.5%）、地方では「清掃、草刈り、雪かき」の割合が、ほかの地域に比べてやや高い。

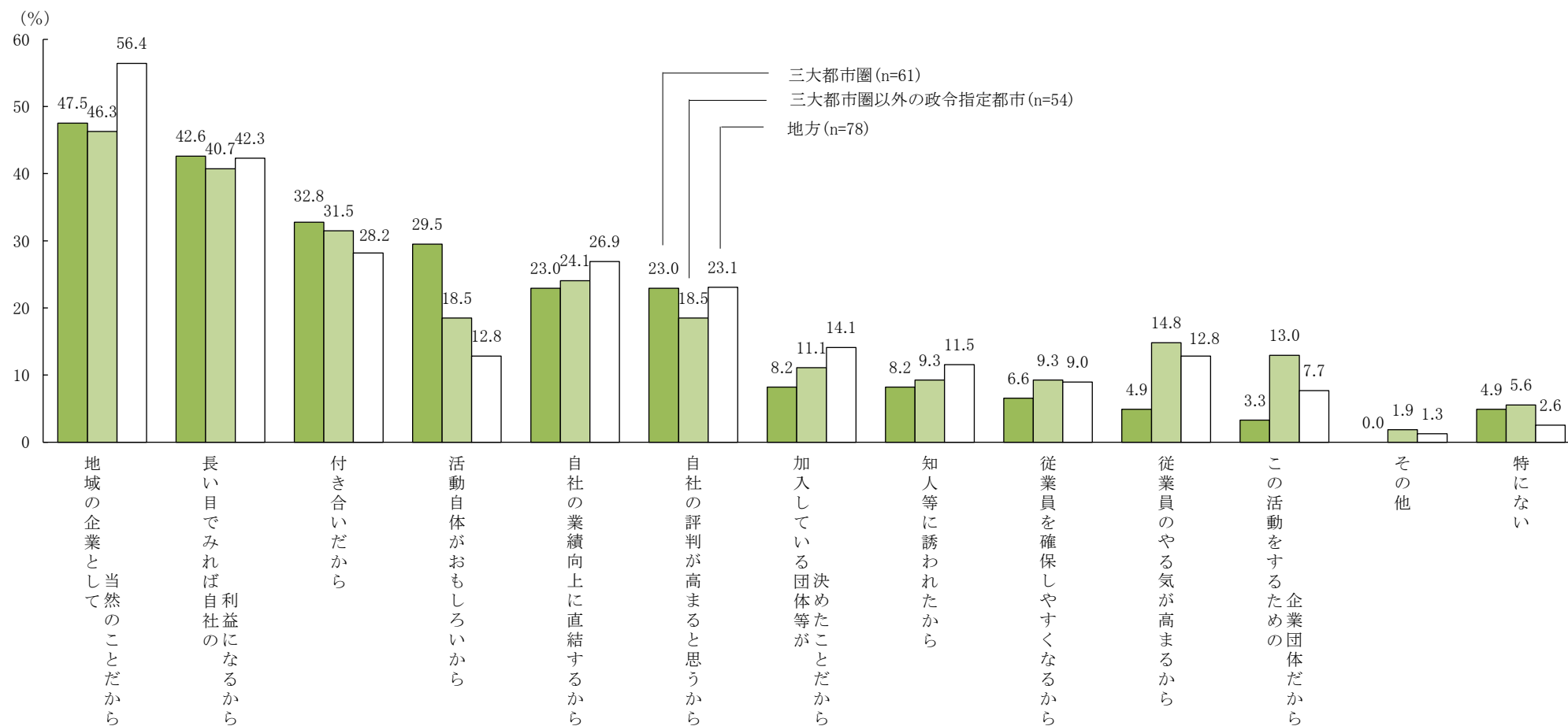
図－18 企業として参加している地元の活動（複数回答）



～地元の活動に参加する理由は、「地域の企業として当然のことだから」～

○ 企業が地元の活動に参加する理由を尋ねたところ、いずれの地域においても「地域の企業として当然のことだから」（三大都市圏47.5%、政令指定都市46.3%、地方56.4%）の割合が最も高くなっている（図－19）。三大都市圏では「活動自体がおもしろいから」（同29.5%、18.5%、12.8%）、政令指定都市では「従業員のやる気が高まるから」（同4.9%、14.8%、12.8%）や「この活動をするための企業団体だから」（同3.3%、13.0%、7.7%）、地方では「地域の企業として当然のことだから」の割合が、ほかの地域に比べて高い。

図－19 地元の活動に参加する理由（複数回答）

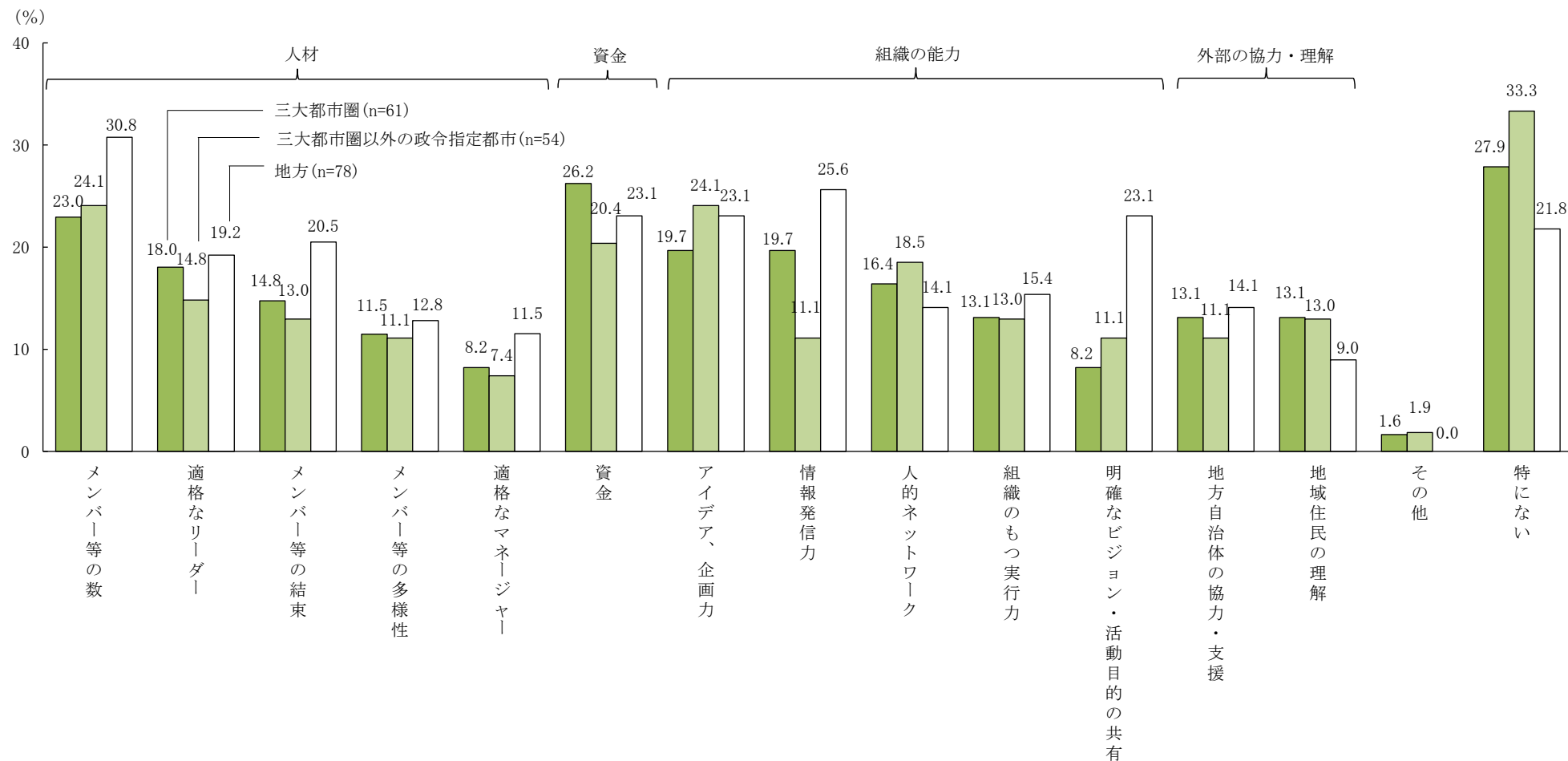


（注）図－18において「特にない」と回答した企業以外に対して、最も力を入れている活動について尋ねたもの（図－20、26も同じ）。

～地元の活動において不足しているのは「資金」「メンバー等の数」「アイデア、企画力」～

○ 地元の活動に参加するうえで不足しているものを尋ねたところ、「資金」（三大都市圏26.2%、政令指定都市20.4%、地方23.1%）、「メンバー等の数」（同23.0%、24.1%、30.8%）、「アイデア、企画力」（同19.7%、24.1%、23.1%）などが多く挙がっている（図－20）。地域別にみると、三大都市圏では「資金」、政令指定都市では「人的ネットワーク」、地方では「明確なビジョン・活動目的の共有」などの割合が、ほかの地域に比べて高い。

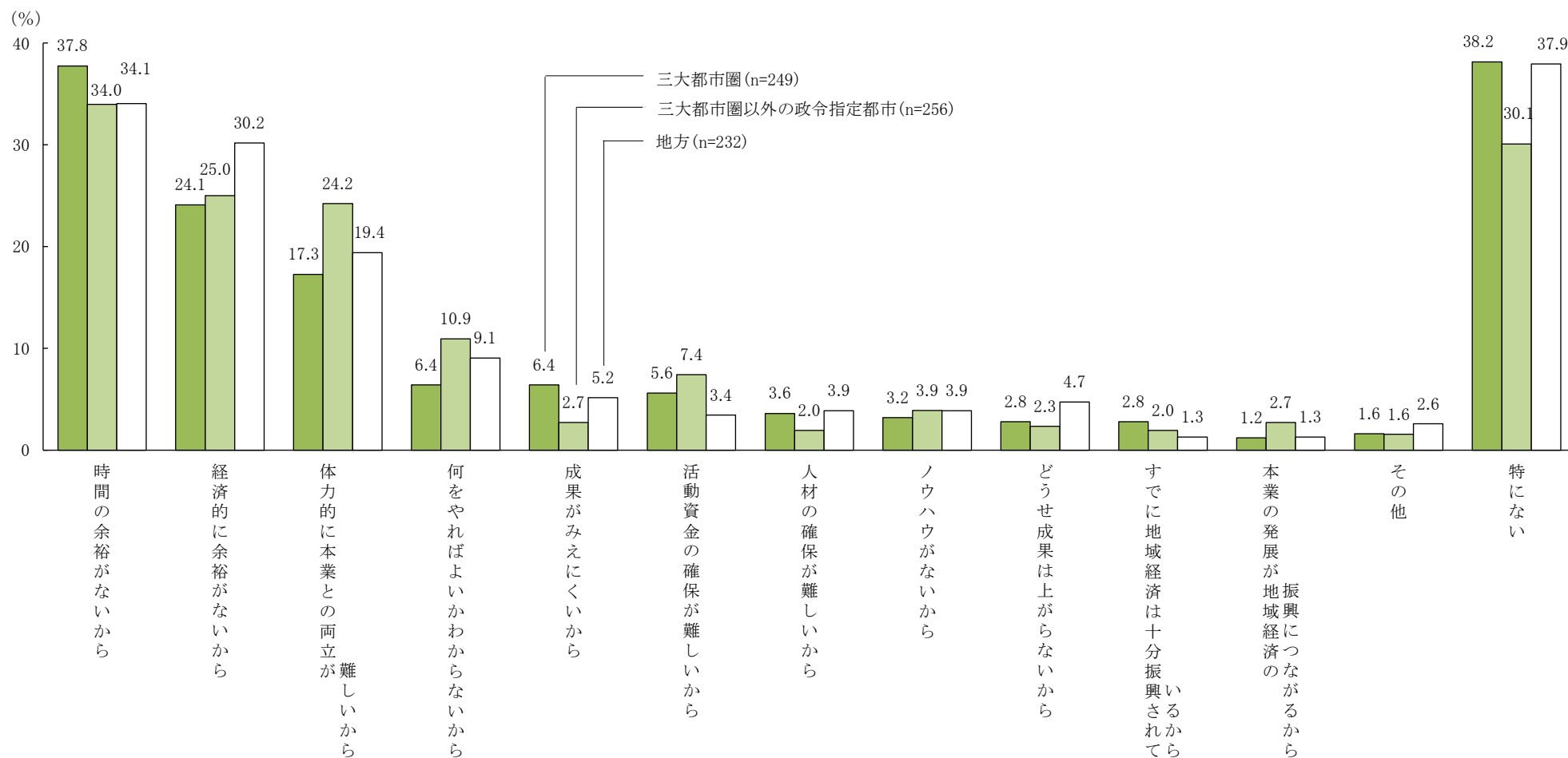
図－20 地元の活動に参加するうえで不足しているもの（複数回答）



～時間や経済的、体力的に余裕がないことが、地元の活動に参加しない理由～

○ 地元の活動に参加しない理由を尋ねたところ、いずれの地域においても「時間の余裕がないから」（三大都市圏37.8%、政令指定都市34.0%、地方34.1%）の割合が高く、「経済的に余裕がないから」（同24.1%、25.0%、30.2%）、「体力的に本業との両立が難しいから」（同17.3%、24.2%、19.4%）が続く（図－21）。

図－21 地元の活動に参加しない理由（複数回答）



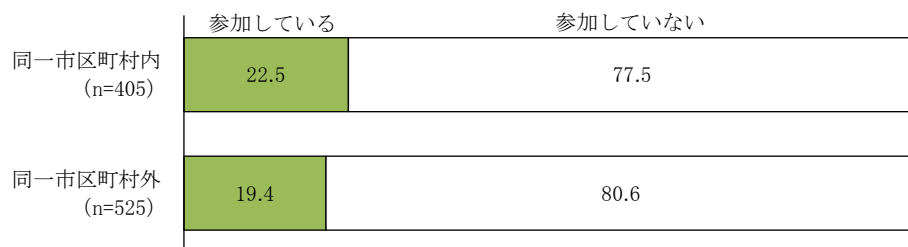
（注）図－18において「特にない」と回答した企業に尋ねたもの。

～地元で拠点を置いている年数が長い、後継者が決まっている、地元経済が成長すると見込む企業は、地元の活動への参加割合が高い～

- 地元の活動に「参加している」企業の割合は、商圏が同一市区町村内である企業（22.5%）の方が、同一市区町村外である企業（19.4%）よりも高い（図－22）。
- 地元の活動に「参加している」割合は、現在の市区町村に拠点を置いている年数が長いほど高い傾向にある（図－23）。
- 後継者が決まっている企業の55.2%が、地元の活動に「参加している」（図－24）。一方、事業の継続にはこだわらない企業では、「参加している」割合が11.4%と低い。
- 今後10年間に地元経済が成長すると考えている企業では、地元の活動に「参加している」割合が33.3%と比較的高い（図－25）。

図－22 地元の活動への参加有無（商圏別）

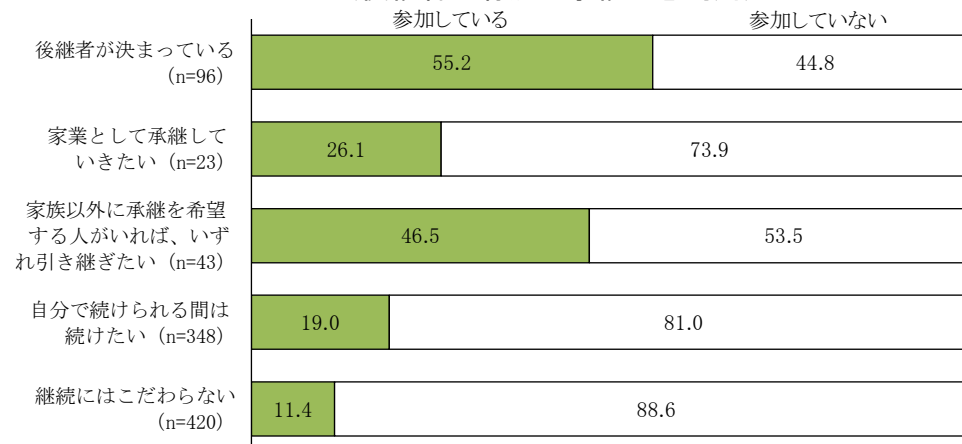
（単位：％）



図－24 地元の活動への参加有無

（後継者の有無と承継の意向別）

（単位：％）



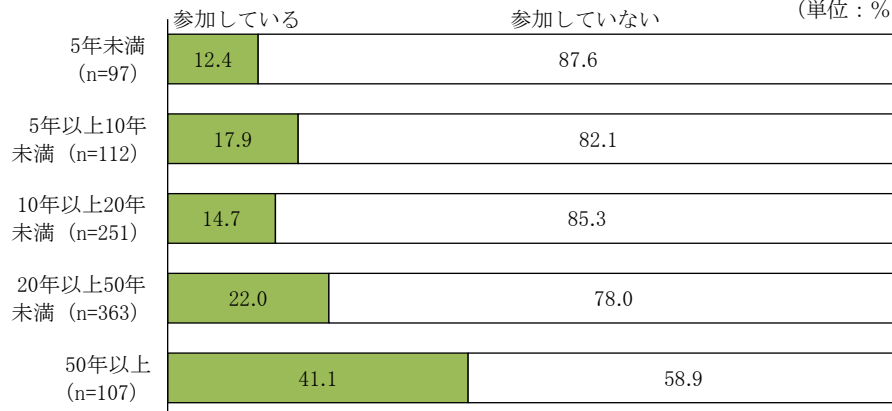
（注）1 図－3で商圏が「事務所や店舗の近隣」「同じ市区町村内」と回答した企業を「同一市区町村内」、それ以外を「同一市区町村外」とした。

2 図－18で企業として参加している地元の活動が「特にない」と回答した企業を「参加していない」、それ以外の企業を「参加している」とした（以下同じ）。

図－23 地元の活動への参加有無

（現在の市区町村に拠点を置いている年数別）

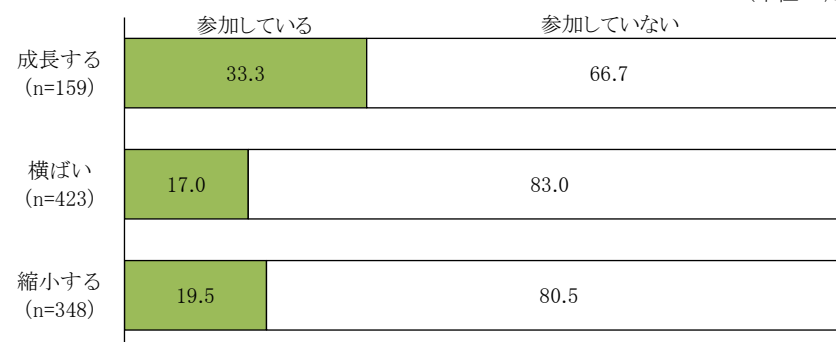
（単位：％）



図－25 地元の活動への参加有無

（今後10年間の地元経済の成長見通し別）

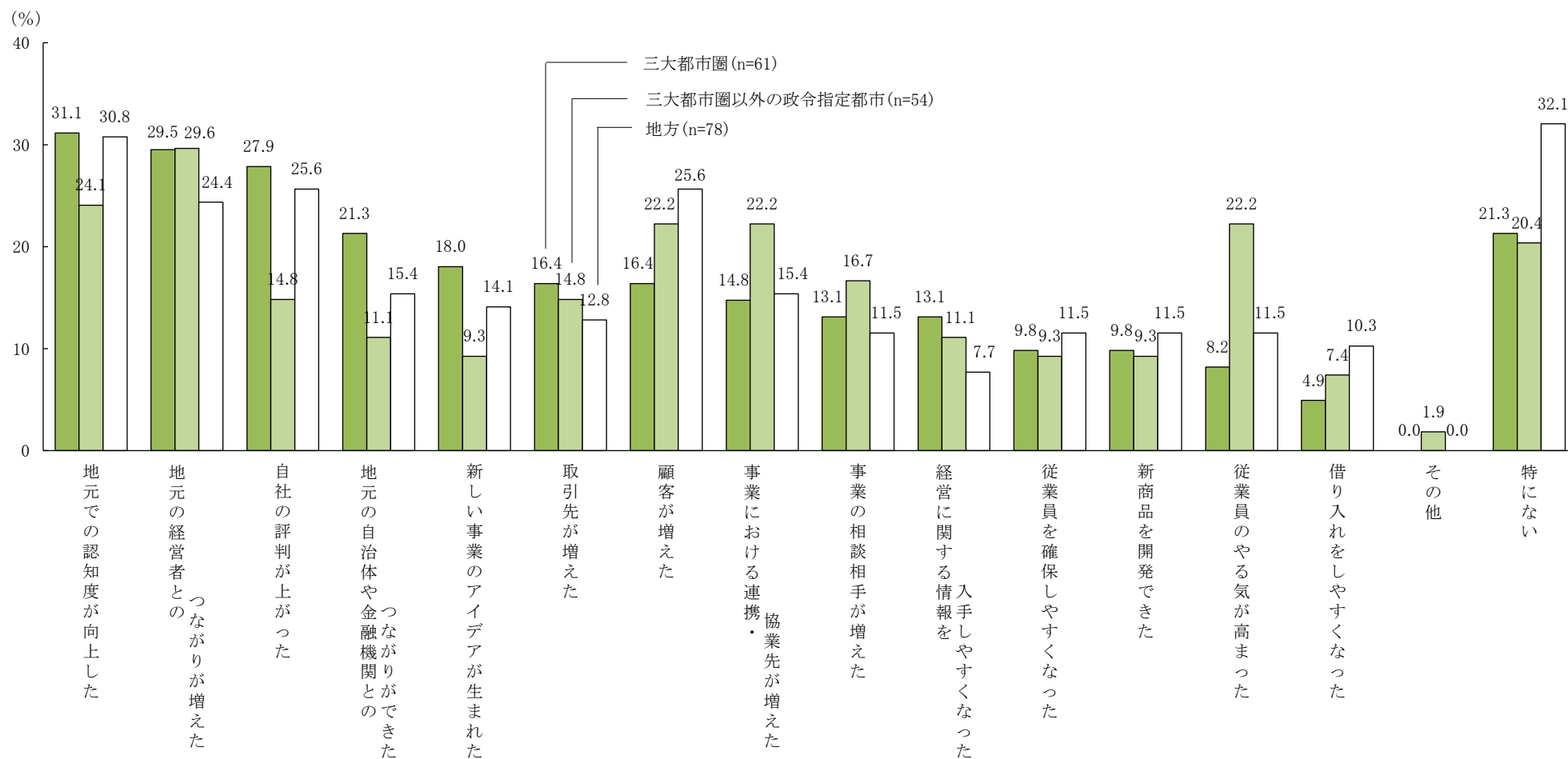
（単位：％）



～地元の活動に参加して良かったことは、「地元での認知度が向上した」「地元の経営者とのつながりが増えた」～

○ 地元の活動に参加して良かったことを尋ねたところ、「地元での認知度が向上した」（三大都市圏31.1%、政令指定都市24.1%、地方30.8%）、「地元の経営者とのつながりが増えた」（同29.5%、29.6%、24.4%）と回答した企業の割合が高い（図－26）。三大都市圏では「地元の自治体や金融機関とのつながりができた」（同21.3%、11.1%、15.4%）、政令指定都市では「従業員のやる気が高まった」（同8.2%、22.2%、11.5%）、地方では「顧客が増えた」（同16.4%、22.2%、25.6%）が、ほかの地域に比べて高い。

図－26 地元の活動に参加して良かったこと（複数回答）



Ⅲ まとめ

○ 地方の中小企業は、地元経済に対して悲観的な傾向が強い (pp.4-5)

地元経済が「衰退段階」と考える企業の割合は、地方(53.2%)で三大都市圏(33.2%)や政令指定都市(41.0%)に比べて高い(図-6)。今後10年間についても、「縮小する」と考える企業の割合が地方で最も高い(三大都市圏29.0%、政令指定都市34.5%、地方48.7%)(図-7)。今後10年間に地元経済が「縮小する」と考える企業は、「成長する」と考える企業に比べて、現在の地域にとどまる意向や事業承継の意向が弱い(図-10、11)。

○ 地方で事業を行うメリットは、地価・賃料の安さや自然災害の少なさ (p.6)

地元で事業を行うメリットとして、地方では「地価・賃料が比較的安い」(三大都市圏20.3%、政令指定都市17.7%、地方29.0%)や「自然災害が少ない」(同18.1%、18.7%、27.7%)の回答割合が、ほかの地域に比べて高い(図-12)。

○ 地元での事業のしやすさに対する満足度は三大都市圏でやや高いが、事業における満足度に地域差はみられない (p.7)

業況は、三大都市圏でほかの地域に比べてやや良い(図-14)。地元での事業のしやすさに対する満足度も、地方より三大都市圏の方が高い(図-15)。一方、事業における総合的な満足度は、いずれの地域においても「かなり満足」「やや満足」が合わせて過半となっている(図-16)。

○ 参加している地元の活動は、三大都市圏では「消防・防災」、地方では「清掃、草刈り、雪かき」の割合が相対的に高い (p.9、p.10、p.12)

地元の活動に参加していない企業の割合は、三大都市圏で80.3%、政令指定都市で82.6%、地方で74.8%と高い(図-18)。参加している活動としては、三大都市圏では「消防・防災」、地方では「清掃、草刈り、雪かき」の割合が、ほかの地域に比べて高い。

参加する理由としては、「地域の企業として当然のことだから」との回答割合が、いずれの地域でも最も高い(図-19)。一方、参加しない理由としては、「時間の余裕がないから」「経済的に余裕がないから」「体力的に本業との両立が難しいから」の回答がいずれの地域でも多くみられた(図-21)。

○ 地元になく拠点を持っている企業、後継者が決まっている企業、地元経済の成長を見込む企業では、地元の活動に参加する割合が高い (p.13)

現在の市区町村に拠点を置いている年数が長いほど、地元の活動への参加割合は高くなる傾向がみられる(図-23)。後継者が決まっている企業では、半数以上が地元の活動に参加しており、事業承継の意向をもつ企業も参加割合が比較的高い(図-24)。地元経済が成長すると考える企業では、横ばいや縮小を見込む企業に比べて、地元の活動に参加する割合が高い(図-25)。

○ 地元の活動に参加して良かったことは「地元での認知度が向上した」「地元の経営者とのつながりが増えた」 (p.14)

地元の活動に参加して良かったこととしては、「地元での認知度が向上した」(三大都市圏31.1%、政令指定都市24.1%、地方30.8%)や「地元の経営者とのつながりが増えた」(同29.5%、29.6%、24.4%)の割合が高い(図-26)。