

販路開拓に関する調査結果

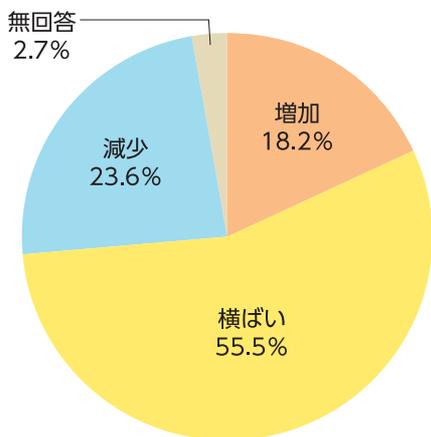


当研究所では、2020年度に「販路開拓に関するアンケート調査」を行いました。販売先数の増減、販売先が変化した主な理由、販路開拓の取組み内容、企業間連携の取組みと課題などをお聞きしました。本号では主な調査結果をお届けします。

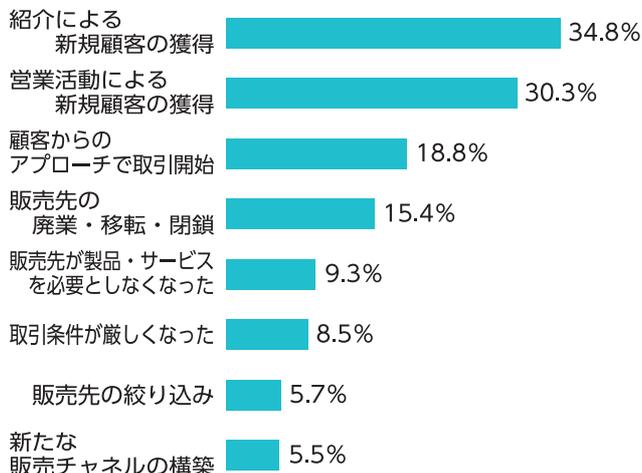
※詳細は当所(姫路経済研究所)ホームページをご覧ください。



直近3年間の販売先数の増減 (n=857)

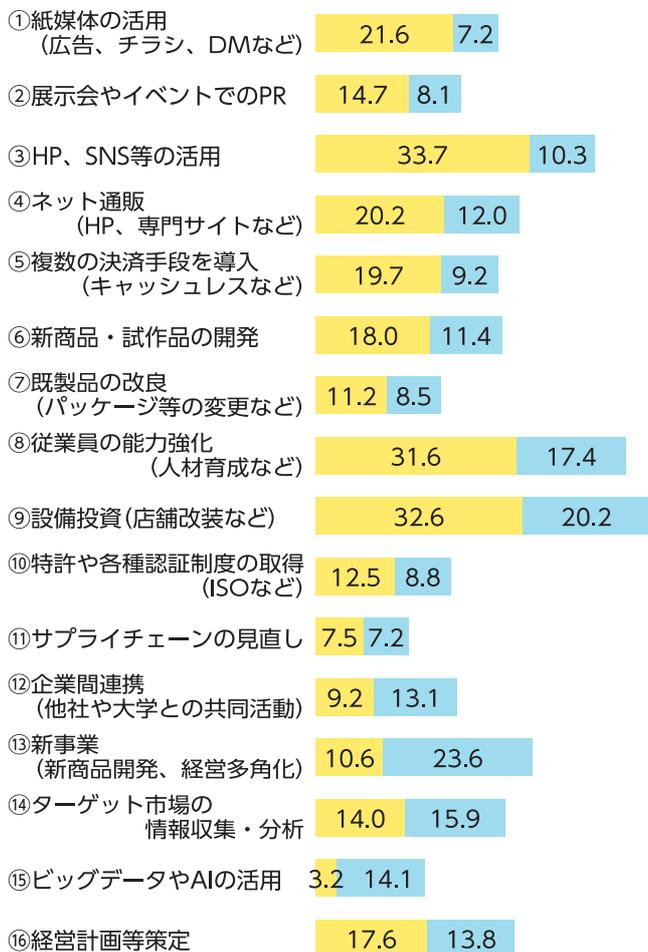


販売先が変化した主な理由 (n=857)



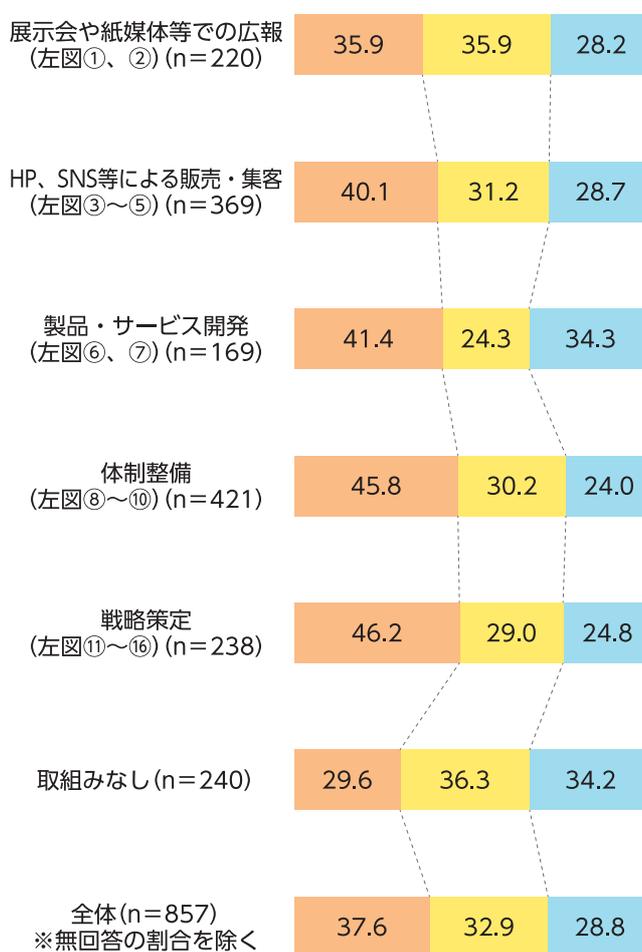
販路開拓への取組み「内容」 (n=857)

■ 効果を感じる・継続したい (黄色) ■ 新たに取組みたい (%) (水色)



販路開拓への取組み「内容」と直近業績との関係 (n=857)

■ 黒字 (オレンジ) ■ 収支均衡 (黄色) ■ 赤字 (%) (水色)



ご協力いただいた皆さまに厚くお礼申し上げます。今後も引き続き、ご協力いただきますようお願い申し上げます。

調査概要

(回答率)

調査事業所数	回答事業所数	回答率
5,716	857	15.0%

(規模別構成比)

規模	事業所数	構成比
小規模	499	58.2%
中規模	314	36.6%
大規模	44	5.1%

(業種別構成比)

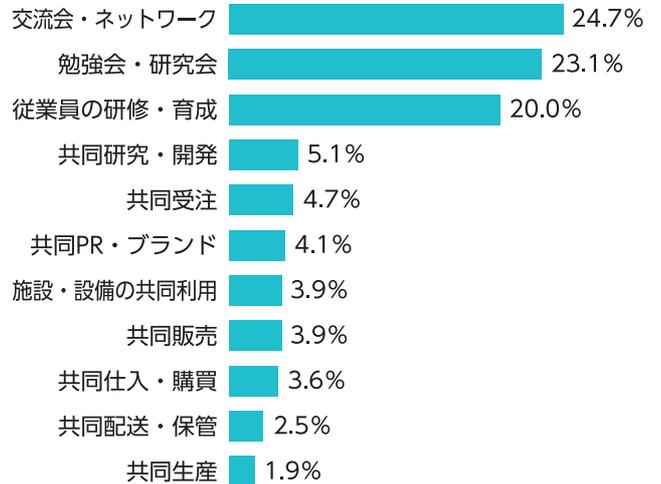
業種	事業所数	構成比
建設業	156	18.2%
製造業	196	22.9%
卸売業	95	11.1%
小売業	95	11.1%
サービス業	166	19.4%
その他	149	17.4%
合計	857	100.0%



販路開拓に向けた企業間連携の取組み内容

(n=857)

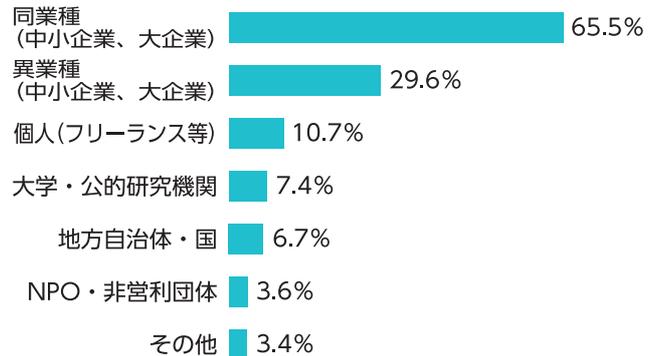
取組み内容	件数	回答率
交流会・ネットワーク	212	24.7%
勉強会・研究会	198	23.1%
従業員の研修・育成	171	20.0%
共同研究・開発	44	5.1%
共同受注	40	4.7%
共同PR・ブランド	35	4.1%
施設・設備の共同利用	33	3.9%
共同販売	33	3.9%
共同仕入・購買	31	3.6%
共同配送・保管	21	2.5%
共同生産	16	1.9%



企業間連携の相手先

(n=551)

相手先	件数	回答率
同業種(中小企業、大企業)	361	65.5%
異業種(中小企業、大企業)	163	29.6%
個人(フリーランス等)	59	10.7%
大学・公的研究機関	41	7.4%
地方自治体・国	37	6.7%
NPO・非営利団体	20	3.6%
その他	19	3.4%



企業間連携にあたっての課題

(n=857)

課題	件数	回答率
効果が不透明	189	22.1%
専門人材の不足	135	15.8%
連携相手の探し方がわからない	84	9.8%
自社技術・ノウハウの開発・向上を優先	83	9.7%
連携先以外への情報・技術流出の懸念	71	8.3%
成果が出るまでに時間がかかる	69	8.1%
予算確保が困難	67	7.8%
調整役の企業がない	65	7.6%
連携先との契約・知的財産交渉が困難	39	4.6%
その他	36	4.2%

