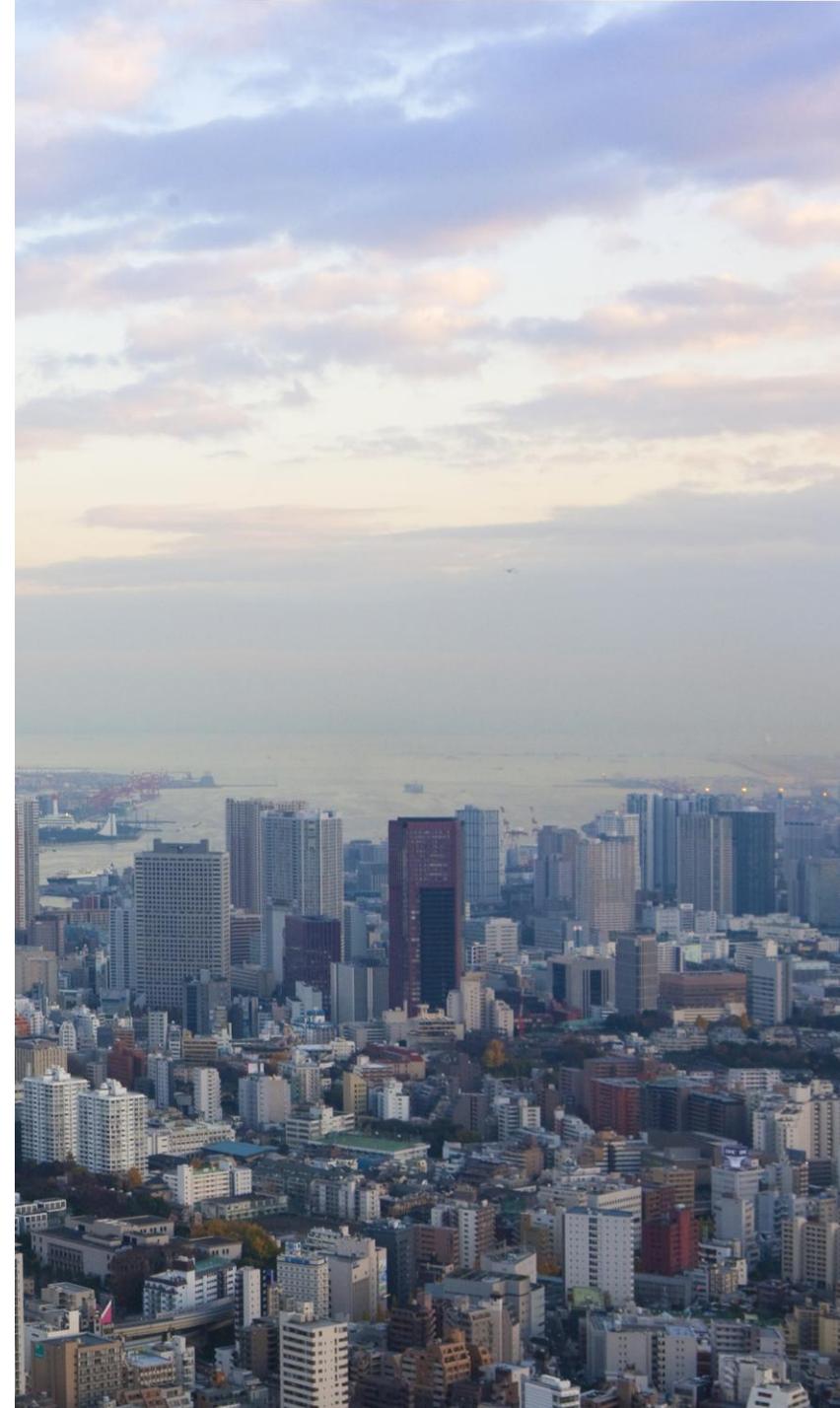


中小企業及びスタートアップ企業の課題等に関する調査 〈抜粋版〉

ASAKO サステナラボ[®]

無料オンライン相談を申し込む



- 調査目的：中小企業のビジネス課題、主にマーケティング課題について調査・把握
 中小企業に勤めるビジネスマンの、ビジネスキーワードに関する意識について調査・把握
- 調査名：中小企業及びスタートアップ企業に関する調査
- 調査手法：インターネット
- 対象者：20～60代の男女、全国
 中小企業（注1）・スタートアップ企業（注2）を経営、又は勤務する
 経営層、マネジメント層、一般社員層 ※業種及び役職等による均等割付
- サンプル数：882ss ※実績
- 調査実施日：2022年6月30日～2022年7月4日
- 調査主体：朝日広告社 サステナラボ
- 調査委託先：楽天インサイト

サンプルの割付について（882ss）※実績

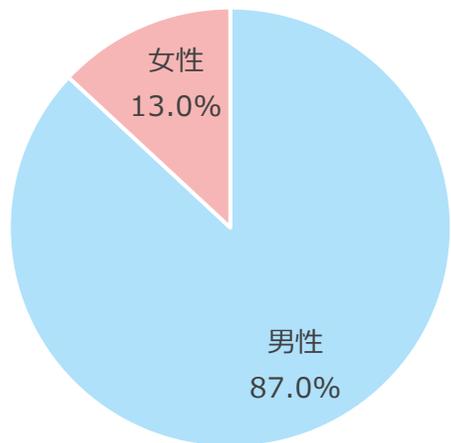
	製造	サービス	卸売	小売	スタートアップ
役員以上の経営層	50	50	50	50	82
部長以上の管理職	50	50	50	50	
部長未満の管理職	50	50	50	50	
一般社員	50	50	50	50	

注1：中小企業：各業種ごとに、中小企業庁の定義（従業員数）により設定

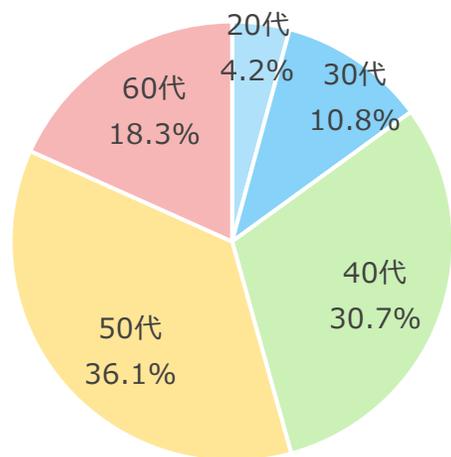
<https://www.chusho.meti.go.jp/soshiki/teigi.html>

注2：スタートアップ企業：設立より5年未満、且つ従業員数6人以上100人以下のソフトウェア企業又はインターネットサービス企業

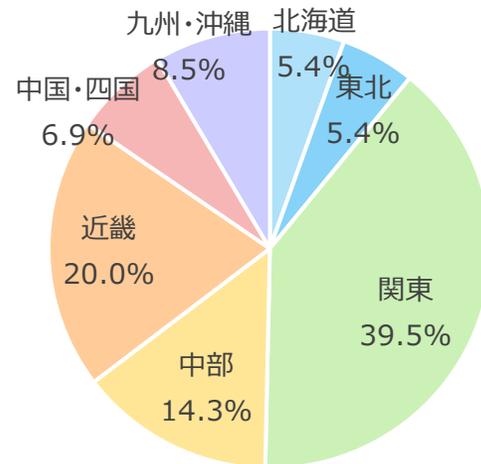
性別



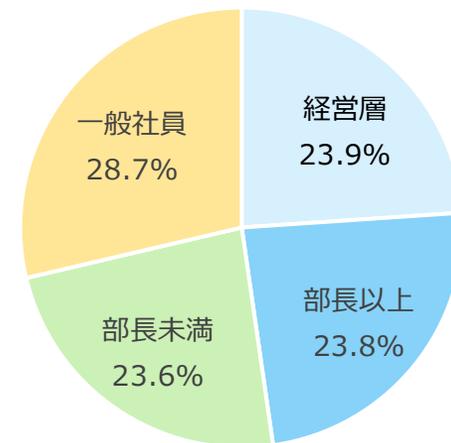
年代



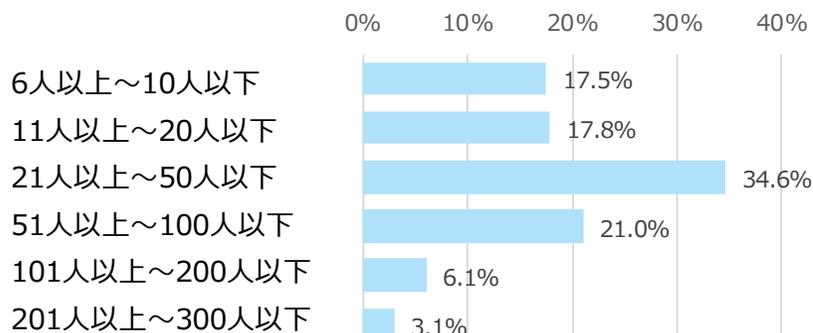
居住地域



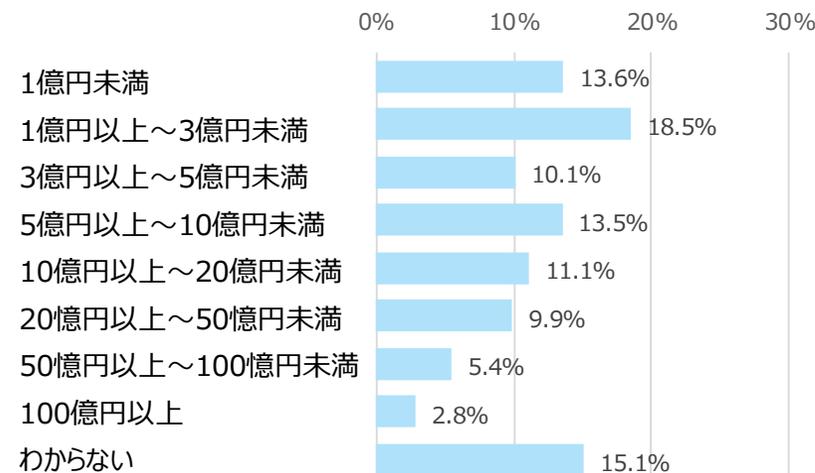
役職



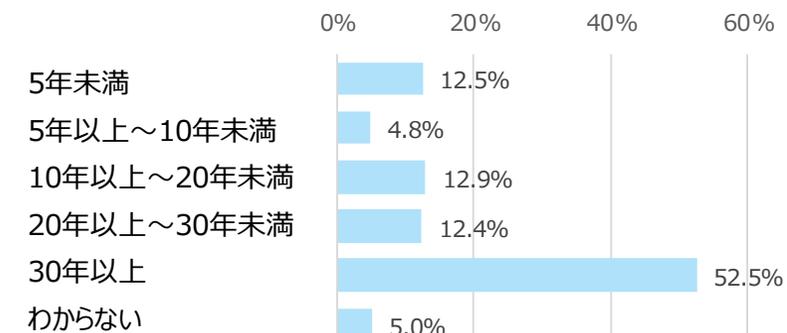
従業員数



売上規模



会社設立来年数



■ 業務を推進していく上での課題

- ✓ 「新規顧客の獲得」が4割を超えて最も多く、「商品・サービスの新規開発」、「デジタルスキルの向上」などが2割半ばで続いている。課題と感じている項目は、平均で3つ程度。
- ✓ 『中小企業』は、『スタートアップ』に比べて、より多くの項目を課題と感じており、特に『卸売』は、他業種と比べて課題と感じている項目が多い。
- ✓ 中小企業の『経営層』では、「商品・サービスの新規開発」、『部長未満』では、「顧客・ターゲットの理解」が「新規顧客の獲得」に次ぐ課題と感じられている。

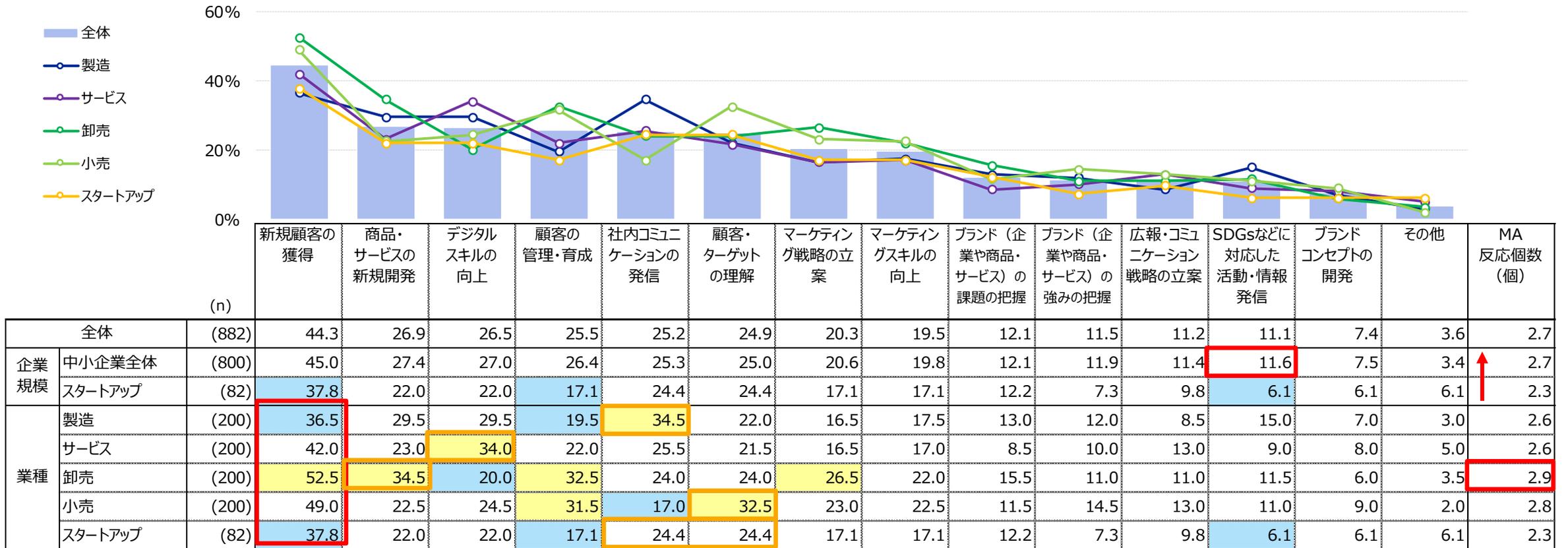
■ 「最も優先度の高い課題」に対する具体的な内容

- ✓ 『新規顧客の獲得』に対しては、「企業存続のため」「売上拡大のため」が主な理由。
- ✓ 『商品・サービスの新規開発』に対しては、「価値観・市場環境の変化などに対応した商品開発の必要性」、『デジタルスキルの向上』に対しては、「市場のDXニーズに応じるため」といった理由が目立つ。
- ✓ 「最も優先度の高い課題」以外で課題だと思うこととして多かったのは、「人材育成」で、「人材育成」と関連性の高い「人材確保」に関連する回答も多くみられた。
- ✓ 「コミュニケーション不足の解消」と「DX推進」も業務推進における課題として重要視されている。

業務を推進していく上での課題①

- ✓ 全体では「新規顧客の獲得」(44.3%)が最も高く、「商品・サービスの新規開発」(26.9%)、「デジタルスキルの向上」(26.5%)などが続く。平均2.7個の課題を感じている。
- ✓ 企業規模別では、『中小企業』は『スタートアップ』に比べて「新規顧客の獲得」をはじめ多くの項目でスコアが高く、課題と感じている事項が多い。
- ✓ 業種別では、『製造』で「社内コミュニケーションの発信」が、『サービス』で「デジタルスキルの向上」が、『小売』で「顧客の管理・育成」「顧客・ターゲットの理解」が「新規顧客の獲得」に次いで高い。『卸売』は他業種比べて多くの項目でスコアが高く、課題と感じている事項が多い。

Q1_1. あなたが普段の業務を推進していく上で、課題だと感じていることは何ですか。以下の項目より当てはまるものすべてお選びください。(MA)



※全体で降順ソート

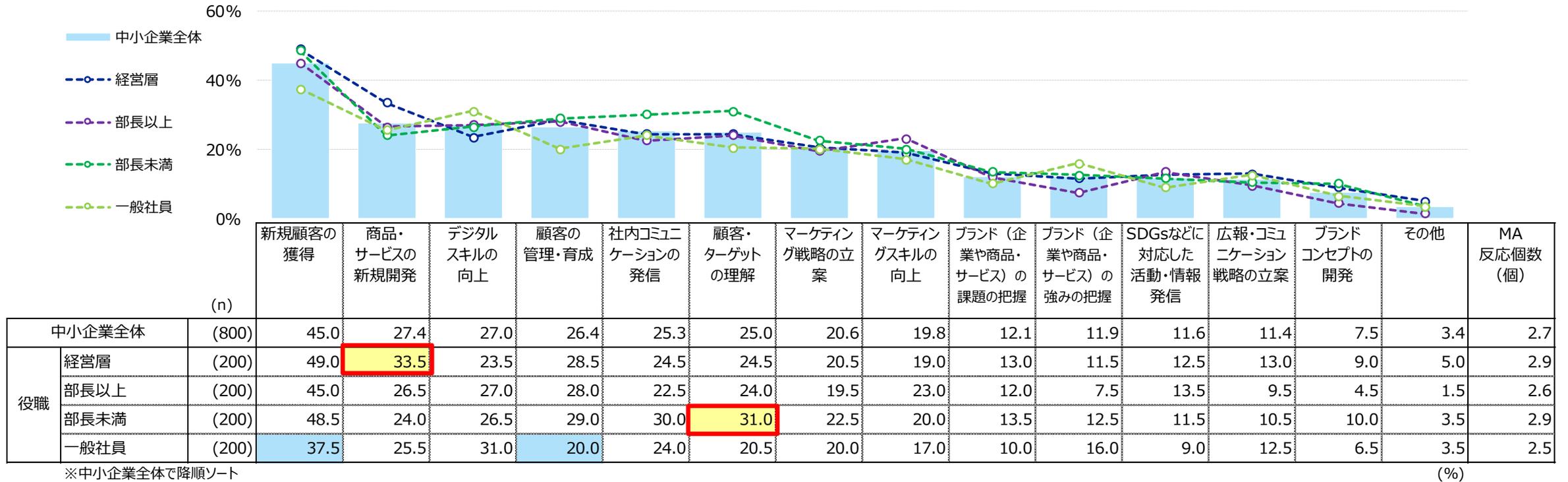
(%)

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

業務を推進していく上での課題②

- ✓ 中小企業全体では「新規顧客の獲得」（45.0%）が最も高く、「商品・サービスの新規開発」（27.4%）、「デジタルスキルの向上」（27.0%）などが続く。平均2.7個の課題を感じている。
- ✓ 役職別では、『経営層』で「商品・サービスの新規開発」が、『部長未満』は「顧客・ターゲットの理解」が高く、「新規顧客の獲得」に次ぐ課題。

Q1_1. あなたが普段の業務を推進していく上で、課題だと感じていることは何ですか。以下の項目より当てはまるものすべてお選びください。（MA）



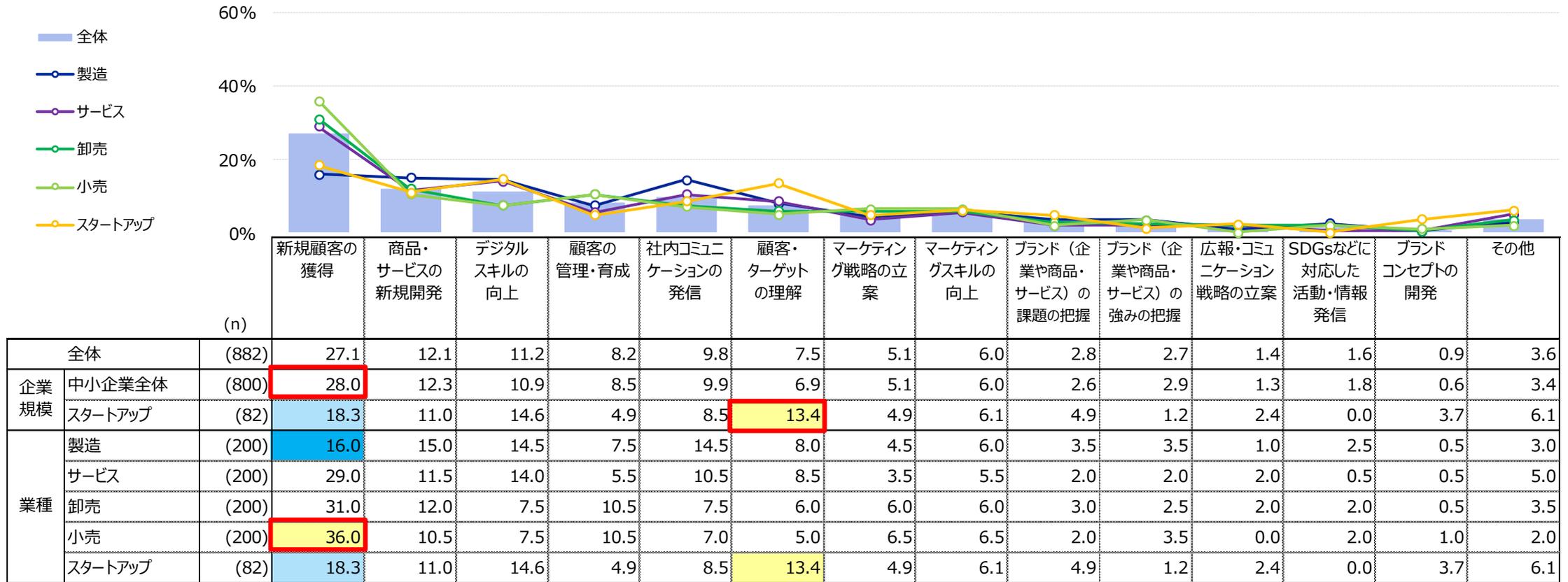
※中小企業全体ベース（スタートアップを除く）

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

業務を推進していく上で最も優先度の高い課題①

- ✓ 全体では「新規顧客の獲得」(27.1%)が最も高く、「商品・サービスの新規開発」(12.1%)、「デジタルスキルの向上」(11.2%)などが続き、複数回答と傾向は類似する。
- ✓ 企業規模別では、『中小企業』で「新規顧客の獲得」が、『スタートアップ』で「顧客・ターゲットの理解」がそれぞれに比べて高い。
- ✓ 業種別では、『小売』で「新規顧客の獲得」が他業種に比べて高い。

Q1_2. あなたが普段の業務を推進していく上で、課題だと感じていることの中で最も優先度の高い課題をひとつお選びください。(SA)



※全体(いくつでも)で降順ソート

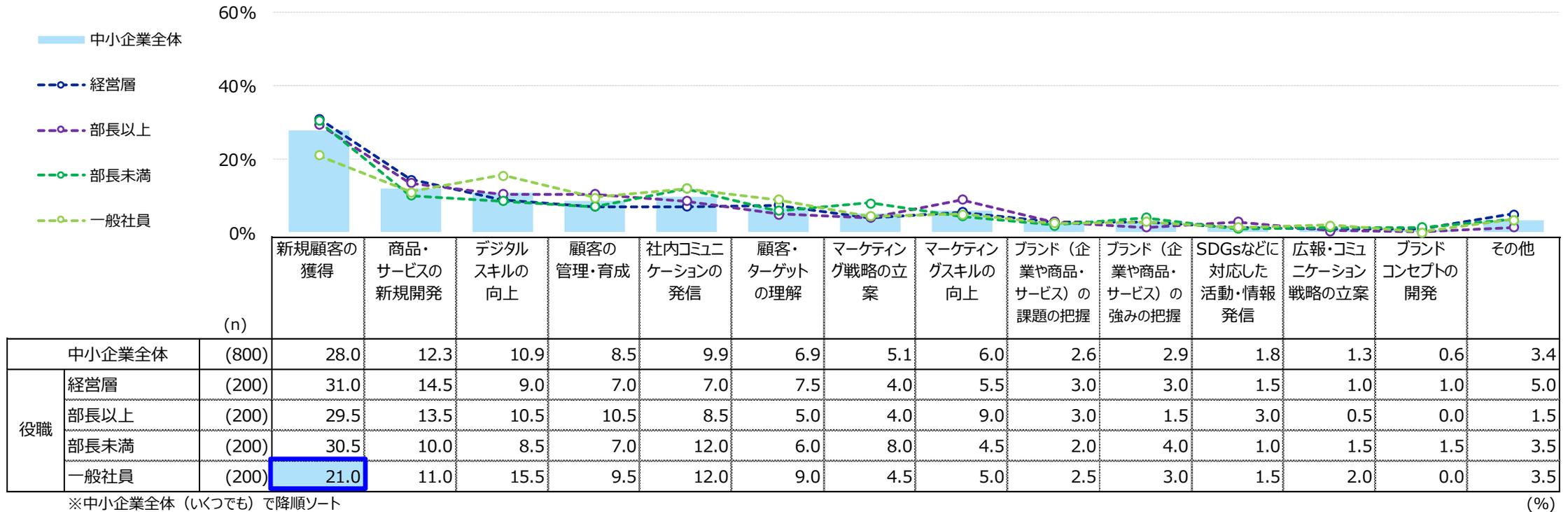
(%)

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

業務を推進していく上で最も優先度の高い課題②

- ✓ 中小企業全体では「新規顧客の獲得」(28.0%)が最も高く、「商品・サービスの新規開発」(12.3%)、「デジタルスキルの向上」(10.9%)などが続き、複数回答と傾向は類似する。
- ✓ 役職別では、『一般社員』で「新規顧客の獲得」が低い。

Q1_2. あなたが普段の業務を推進していく上で、課題だと感じていることの中で最も優先度の高い課題をひとつお選びください。(SA)



※中小企業全体ベース(スタートアップを除く)

* ■は全体+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下

■【新規顧客の獲得】の課題に…



(アサコー・データドリブン・スタジオ)

「ASAKO Data Driven STUDIO™」は、データを起点として新しいターゲットを発見し、最適なコミュニケーション施策を実行して顧客を育成していくソリューション。目先のCV、CPAを追うのではなく、少し先の顧客を探して育てることにより、新しい市場が創出でき、売上の頭打ちを打破します。

複数のペルソナ・ユーザー
行動シナリオを策定



データドリブんな
施策展開



成果獲得&PDCA

■【顧客ターゲットの理解】&【社内コミュニケーションの発信】の課題に…

ASAKO Persona FOCUS™

(アサコー・ペルソナ・フォーカス)

ASAKO保有データベースやASAKO独自ツールを基にワークショップ手法でターゲット設定・ペルソナデザイン支援を行います。貴社人員も巻き込んだワークショップで、社内コミュニケーションの活性化に貢献します。

■【商品・サービスの新規開発】の課題に…

ASAKO Business-Idea SPRINT™

(アサコー・ビジネスアイデア・スプリント)

デスクトップリサーチ等により、想定される業界周辺の公開情報を収集し、市場機会・課題を把握。ワークショップによる共創手法、ASAKO独自ツールを基にビジネスアイデアの開発を支援するソリューションです。

■【デジタルスキルの向上】の課題に…

SCRATCH ACCELERATION for BIZ

(スクラッチ・アクセラレーション・フォー・ビズ)

デジタルスキルとプロジェクトマネメント力の向上、プロジェクトの具現化までの実践にも対応したソリューション

- プログラミングの初期などを学ぶ「テクノロジーキャンプ」
- プロジェクト推進のための設計知識や工数理解
- テクノロジー×事業の可能性も体感いただけます。

以上の調査結果以外の分析レポートやマーケティング課題を解決するソリューションもご用意しております。

一人一人の“よりよく生きる”を考える研究チーム“サステナラボ”を設置。 貴社のサステナブル活動をサポートします。

サステナラボは、サステナブルな社会実現のために、
「一人ひとりの“よりよく生きる”を考える」をテーマに活動、企業支援を推進する研究チームです。
調査の実施・情報発信、またナレッジを活かしたソリューションの開発、
協力パートナーや企業との共創プロジェクトの支援も行っています。

サステナラボ[®]

調査
ナレッジ開発

ソリューション
開発・提供

共創・連携
プロジェクト

無料オンライン相談を申し込む