

令和7年度 地域産業実態調査事業

# 中小企業組合制度認知度調査

## 実態調査報告書



静岡県中小企業団体中央会

## はじめに

県内中小企業を取り巻く環境は、少子高齢化の進展による生産年齢人口の減少と深刻な人手不足、エネルギー・原材料価格の高騰や物価上昇に伴う人件費の増加、さらには世界情勢の不透明化や自然災害の頻発といった多くの課題を抱えています。加えて、生成AIをはじめとするデジタル化・DXの急速な進展はビジネス環境にも大きな変化をもたらしており、県内企業においてもこれらの動きへの的確な対応が求められています。

このように、“変わることが必要とされる時代”の中で、力強く組織活動を継続し、さらに発展していくためには、付加価値の高い事業への挑戦、すなわち「稼ぐ力向上」に取り組むことが、これまで以上に重要であります。しかし、多くの事業者は、稼ぐ力向上の実現に必要な「資金」「人材」「情報」などの経営資源が十分とは言えず、あらゆる事業者にとって喫緊の課題である「稼ぐ力向上」にチャレンジしていくためには、事業者の連携組織である“中小企業組合”の有用性・価値に注目し、その可能性について検討していくことが必要不可欠であると考えます。

本調査は、静岡県内の中小企業者や、中小企業組合との関係を築く可能性のある団体・機関等に対し、中小企業組合制度の認知度調査を行うことにより、同制度がどの程度知られているか、名称が浸透しているか等を把握し、組合制度の周知と新規組合設立の一助とすることなどを目的とするものです。

今回の調査によって、組合制度の認知度の実態や組合設立支援ニーズを詳細に把握し、現状分析を行うことができました。本報告書が、組合制度の周知と新規組合設立の醸成につながり、県内組合および中小企業の振興発展、ひいては「稼ぐ力向上」を図るための一助となれば幸いです。

最後に、本調査実施にあたりまして、多大なご指導をいただきました一般財団法人静岡経済研究所大石真裕様をはじめ、アンケート調査にご協力いただきました中小企業者及び関係団体・機関各位に心より感謝申し上げますとともに、今後とも一層のご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

令和8年2月  
静岡県中小企業団体中央会

# 目次

I	調査の概要.....	1
1.	調査の目的.....	1
2.	アンケートの実施要領.....	1
3.	委員会の開催.....	1
4.	委員の構成.....	1
II	調査結果の概要（県内中小企業）.....	2
1.	アンケートの回答企業の属性.....	2
2.	中小企業組合への加入状況.....	3
3.	中小企業組合制度について.....	6
4.	組合制度のイメージ等.....	9
5.	組合・企業連携への関心度.....	15
6.	自由意見.....	19
III	調査結果の概要（中小企業組合との関係を築く可能性のある団体、機関等）.....	20
1.	アンケートの回答団体、機関等の属性.....	20
2.	中小企業組合制度について.....	21
3.	組合制度のイメージ等.....	23
4.	自由意見.....	26
IV	本調査結果に基づく提言.....	27
1.	長期時系列でみる静岡県の中小企業組合の設立状況.....	27
2.	中小企業組合の設立が伸び悩む背景.....	28
3.	アンケート調査結果にみる認知度向上のヒント.....	29
4.	認知度向上策の考察.....	30
V	参考資料.....	32
1.	アンケート調査票.....	32

# I 調査の概要

## 1. 調査の目的

本調査は、中小企業組合制度の認知度調査を行うことにより、同制度がどの程度知られているか、名称が浸透しているか等を把握し、組合制度の周知と新規組合設立の一助とすることなどを目的とする。

## 2. アンケートの実施要領

- (1) 調査時点 令和7年7月1日
- (2) 調査期間 令和7年7月1日～7月15日
- (3) 調査対象 ①県内中小企業：5,000社（無作為抽出）  
②中小企業組合との関係を築く可能性のある団体、  
機関等：80先
- (4) 回答者数 ①190社（回収率3.8%）  
②30先（回収率37.5%）
- (5) 調査方法 ・郵送による書面調査（回収はFAX、Webサイトによる）  
・Webサイトを活用したアンケート調査  
（メールによる協力依頼）

## 3. 委員会の開催

### 第1回

開催日 令和7年6月10日(火)  
会場 静岡県中小企業団体中央会 静岡事務所  
出席者 5人

### 第2回

開催日 令和7年12月22日(月)  
会場 静岡県中小企業団体中央会 静岡事務所  
出席者 5人

## 4. 委員会の構成

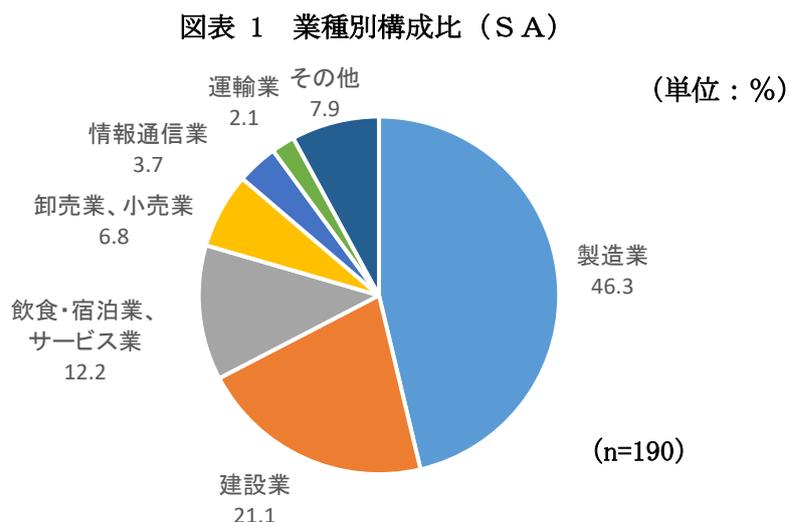
役割	氏名	所属等	役職等
アドバイザー	大石真裕	一般財団法人静岡経済研究所	主席研究員
委員	佐塚一弘	静岡県中小企業団体中央会	常務理事
委員	押尾昌俊	静岡県中小企業団体中央会	事業部 部長
事務局	秋山和明	静岡県中小企業団体中央会	情報対策課 主査
事務局	園田将也	静岡県中小企業団体中央会	情報対策課 主事

## II 調査結果の概要（県内中小企業）

### 1. アンケートの回答企業の属性

#### （1）業種

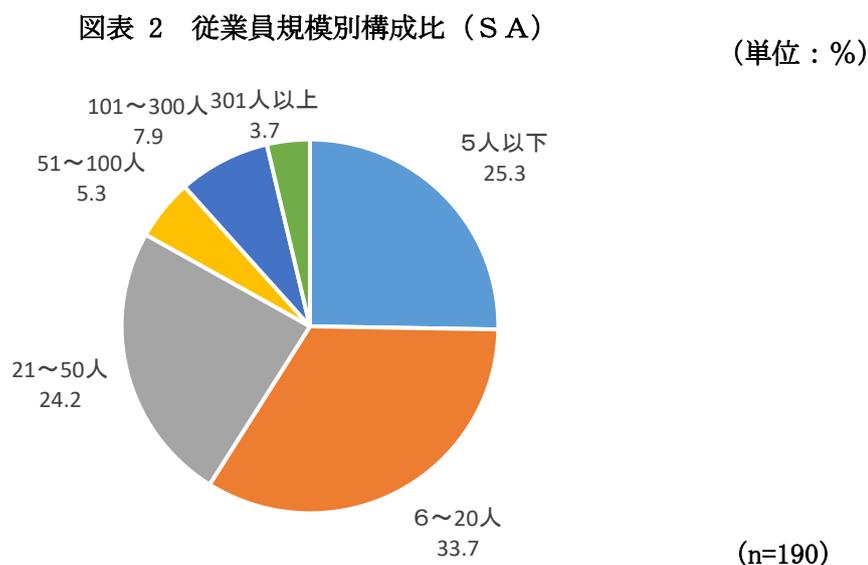
回答企業を業種別（図表 1）にみると、「製造業」の 46.3%が最も多く、次いで「建設業」の 21.1%、「飲食・宿泊業、サービス業」の 12.2%、「その他」の 7.9%、「卸売業、小売業」の 6.8%の順であった。



(注) nは有効回答者数、比率は小数第2位を四捨五入により算出。以下同じ

#### （2）従業員規模

回答企業を従業員規模別（図表 2）にみると、「6～20人」の 33.7%が最も多く、次いで「5人以下」の 25.3%、「21～50人」の 24.2%の順であった。

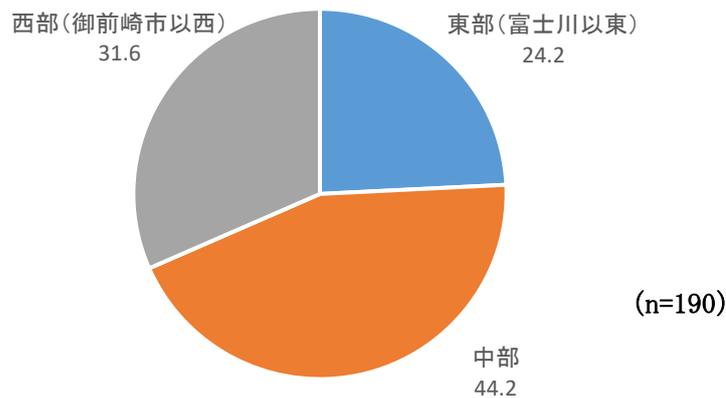


### (3) 所在地

回答企業を所在地別（図表 3）にみると、「中部」の 44.2%が最も多く、次いで「西部（御前崎以西）」の 31.6%、「東部（富士川以东）」の 24.2%の順であった。

図表 3 所在地別構成比（S A）

（単位：％）



## 2. 中小企業組合への加入状況

### (1) 組合への加入の有無

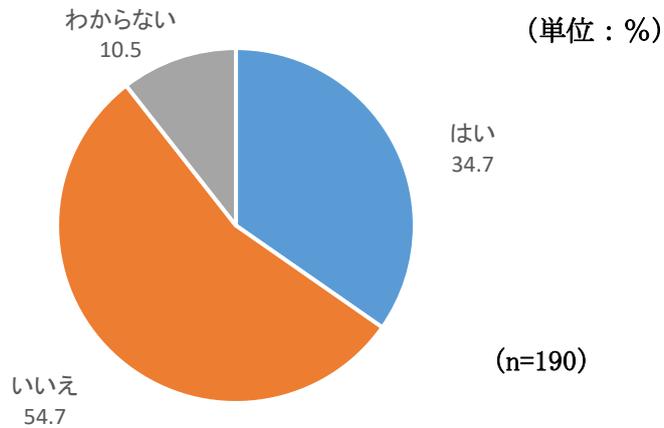
中小企業組合の加入状況（図表 4）をみると、「はい」が 34.7%と「いいえ」の 54.7%を下回った。

業種別（図表 5）にみると、半数近くを占める「製造業」の加入率は 37.5%と全体を上回るが、「飲食・宿泊業、サービス業」や「建設業」はそれぞれ 30.4%、32.5%と全体をやや下回った。またすべての業種において組合に加入していない割合が 5 割以上となった。

従業員規模別（図表 6）にみると、最も加入率が高かったのが「101～300 人」で 46.7%に達する一方、最も低かったのは「5 人以下」で 25.0%となっており、300 人以下の企業では「101～300 人」を頂点として、従業員規模に比例して組合加入率が高まる傾向が見られた。

所在地別（図表 7）にみると、「東部（富士川以东）」の加入率が 45.7%となる一方、「西部（御前崎以西）」は 38.3%であった。

図表 4 組合への加入の有無 (S A)



図表 5 業種別\_組合加入状況

	n	組合加入状況 (%)			
		はい	いいえ	わからない	
全体	190	34.7	54.7	10.5	
業種	製造業	88	37.5	50.0	12.5
	卸売業、小売業	13	23.1	61.5	15.4
	飲食・宿泊業、サービス業	23	30.4	60.9	8.7
	運輸業	4	50.0	50.0	0.0
	建設業	40	32.5	60.0	7.5
	情報通信業	7	28.6	57.1	14.3
	その他	15	40.0	53.3	6.7

図表 6 従業員規模別\_組合加入状況

	n	組合加入状況 (%)			
		はい	いいえ	わからない	
全体	190	34.7	54.7	10.5	
従業員数	5人以下	48	25.0	66.7	8.3
	6～20人	64	35.9	53.1	10.9
	21～50人	46	39.1	52.2	8.7
	51～100人	10	40.0	60.0	0.0
	101～300人	15	46.7	40.0	13.3
	301人以上	7	28.6	28.6	42.9

図表 7 所在地別\_組合加入状況

		n	組合加入状況 (%)		
			はい	いいえ	わからない
全体		190	34.7	54.7	10.5
所在地	東部	46	45.7	50.0	4.3
	中部	84	31.0	52.4	16.7
	西部	60	31.7	61.7	6.7

## (2) 組合に加入していない理由

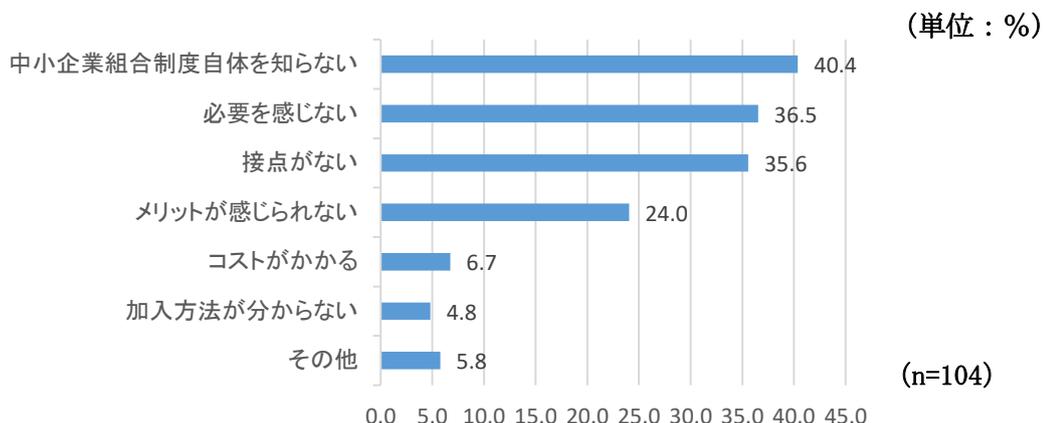
組合に加入していない理由(図表 8)をみると、「中小企業組合制度自体を知らない」の 40.4%が最も多く、次いで「必要を感じない」の 36.5%、「接点がない」の 35.6%の順であった。「その他」は 6 件あり、その内容としては、「親会社が加入」「他団体に所属しているから」というような回答があった。

業種別(図表 9)にみると、「卸売業、小売業」「飲食・宿泊業、サービス業」「運輸業」「情報通信業」の 4 つの業種において、「中小企業組合制度自体を知らない」という割合が 5 割以上となった。

従業員規模別(図表 10)にみると、「301 人以上」では「接点がない」が 100.0%と高い結果となった。また「101 人～300 人」「301 人以上」で「メリットが感じられない」が 5 割以上となり、従業員規模が大きくなると高い傾向が見られた。

所在地別(図表 11)にみると、「東部」では「接点がない」と「必要を感じない」が同率 39.1%と最も多かった。「中部」では「中小企業組合制度自体を知らない」と「必要を感じない」が同率 38.6%と最も多かった。「西部」では「中小企業組合制度自体を知らない」が 48.6%と半数近い結果となった。

図表 8 組合に加入していない理由 (MA)



図表 9 業種別\_組合に加入していない理由

	n	未加入理由 (%)							
		中小企業 組合制度 自体を知 らない	必要を感 じない	接点があ り	メリッ トが感 じられ ない	コストが かかる	加入方法 が分から ない	その他	
全体	104	40.4	36.5	35.6	24.0	6.7	4.8	5.8	
業 種	製造業	44	45.5	27.3	27.3	27.3	11.4	4.5	2.3
	卸売業、小売業	8	50.0	62.5	37.5	25.0	0.0	25.0	25.0
	飲食・宿泊業、サービス業	14	50.0	50.0	42.9	28.6	14.3	7.1	0.0
	運輸業	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業	24	29.2	37.5	45.8	16.7	0.0	0.0	4.2
	情報通信業	4	50.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	その他	8	0.0	50.0	37.5	25.0	0.0	0.0	25.0

図表 10 従業員規模別\_組合に加入していない理由

	n	未加入理由 (%)							
		中小企業 組合制度 自体を知 らない	必要を感 じない	接点があ り	メリッ トが感 じられ ない	コストが かかる	加入方法 が分から ない	その他	
全体	104	40.4	36.5	35.6	24.0	6.7	4.8	5.8	
従 業 員 数	5人以下	32	37.5	50.0	25.0	18.8	3.1	0.0	0.0
	6～20人	34	50.0	26.5	50.0	23.5	5.9	8.8	5.9
	21～50人	24	37.5	33.3	25.0	16.7	12.5	8.3	12.5
	51～100人	6	33.3	66.7	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
	101～300人	6	16.7	16.7	33.3	66.7	16.7	0.0	16.7
	301人以上	2	50.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0

図表 11 所在地別\_組合に加入していない理由

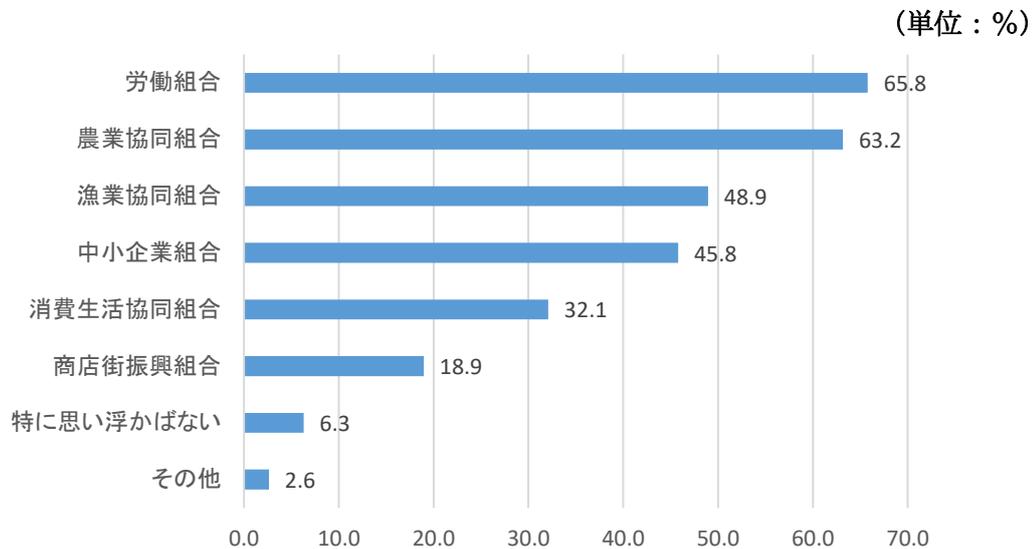
	n	未加入理由 (%)							
		中小企業 組合制度 自体を知 らない	必要を感 じない	接点があ り	メリッ トが感 じられ ない	コストが かかる	加入方法 が分から ない	その他	
全体	104	40.4	36.5	35.6	24.0	6.7	4.8	5.8	
所 在 地	東部	23	30.4	39.1	39.1	21.7	4.3	4.3	0.0
	中部	44	38.6	38.6	31.8	20.5	9.1	4.5	13.6
	西部	37	48.6	32.4	37.8	29.7	5.4	5.4	0.0

### 3. 中小企業組合制度について

#### (1) 「組合」と聞いて思い浮かべる団体

「組合」と聞いて思い浮かべる団体(図表 12)をみると、「中小企業組合」は45.8%と半数に迫るものの、全体では第4位となった。上位については、「労働組合」が65.8%、「農業協同組合」が63.2%、「漁業協同組合」が48.9%となった。

図表 12 「組合」と聞いて思い浮かべる団体 (MA)



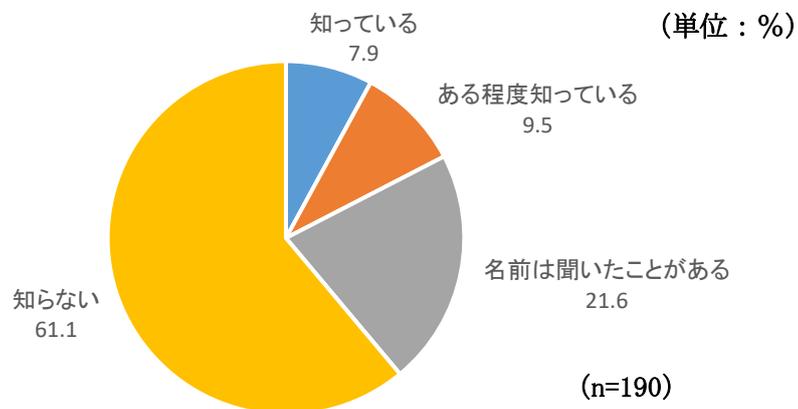
(n=190)

## (2) 中小企業組合制度の認知度

中小企業組合制度の認知度 (図表 13) についてみると、「知らない」の 61.1%が最も多く、次いで「名前は聞いたことがある」の 21.6%、「ある程度知っている」の 9.5%、「知っている」の 7.9%の順であった。

従業員規模別 (図表 14) にみると、「知っている」「ある程度知っている」の合計が、「21~50人」で 23.9%、「51~100人」では 30.0%となり、全体 (17.4%) を上回る結果となった。一方、「101~300人」では、「知らない」が 73.3%と7割を超え、「301人以上」では、「名前は聞いたことがある」が 57.1%と最も多かった。

図表 13 中小企業組合制度の認知度 (SA)



図表 14 従業員規模別\_中小企業組合制度の認知度

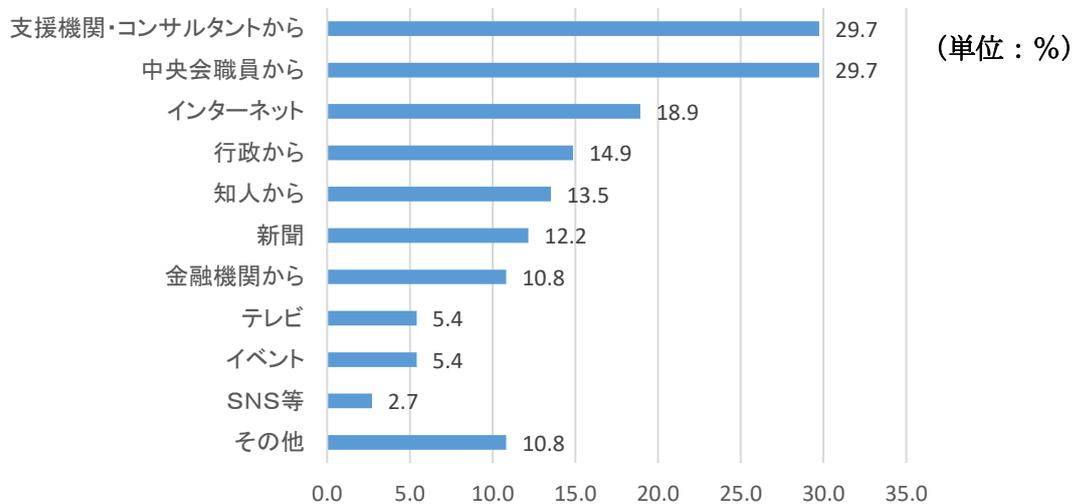
		n	組合制度の認知度 (%)			
			知っている	ある程度知っている	名前は聞いたことがある	知らない
全体		190	7.9	9.5	21.6	61.1
従業員数	5人以下	48	8.3	0.0	25.0	66.7
	6～20人	64	3.1	15.6	17.2	64.1
	21～50人	46	15.2	8.7	23.9	52.2
	51～100人	10	10.0	20.0	10.0	60.0
	101～300人	15	6.7	6.7	13.3	73.3
	301人以上	7	0.0	14.3	57.1	28.6

### (3) 中小企業組合制度の認知経路

前問で「知っている」、「ある程度知っている」、「名前は聞いたことがある」と回答した企業に、どこで聞いたか(図表 15)を訪ねると、「支援機関・コンサルタントから」及び「中央会職員から」の 29.7%が最も多く、以下「インターネット」の 18.9%、「行政から」の 14.9%などとなった。

「その他」の内容としては、「組合職員としての勤務実績あり」「一般知識として」「資格試験の勉強で」「保険会社の紹介から」というような回答があった。

図表 15 中小企業組合制度の認知経路 (MA)

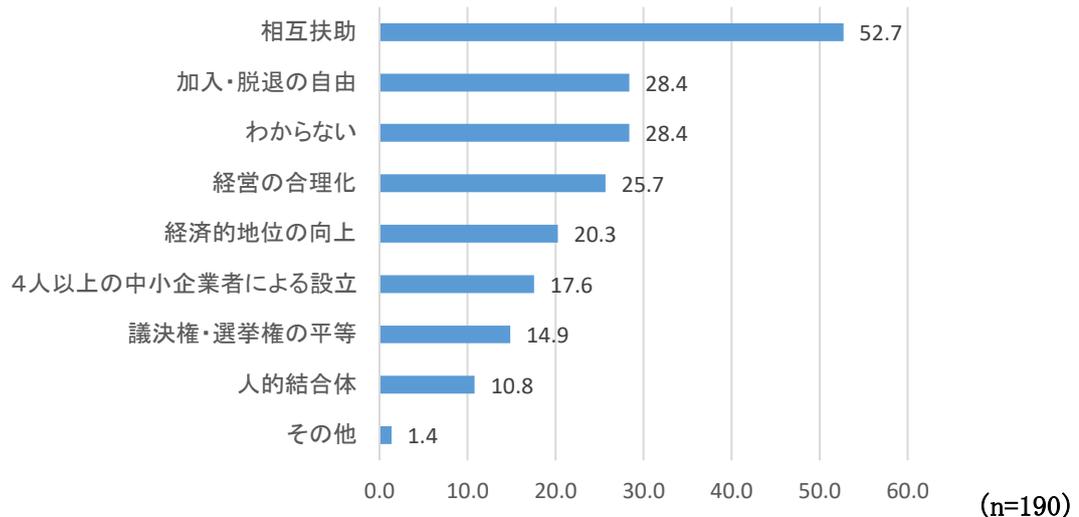


(n=74)

#### (4) 中小企業組合制度の特徴の認知度

中小企業組合制度の特徴として認識されている事柄(図表 16)をみると、「相互扶助」の52.7%が最も多く、次いで「加入・脱退の自由」及び「わからない」の28.4%、「経営の合理化」の25.7%、「経済的地位の向上」の20.3%が上位5項目となった。

図表 16 中小企業組合制度の特徴の認知度 (MA) (単位：%)



### 4. 組合制度のイメージ等

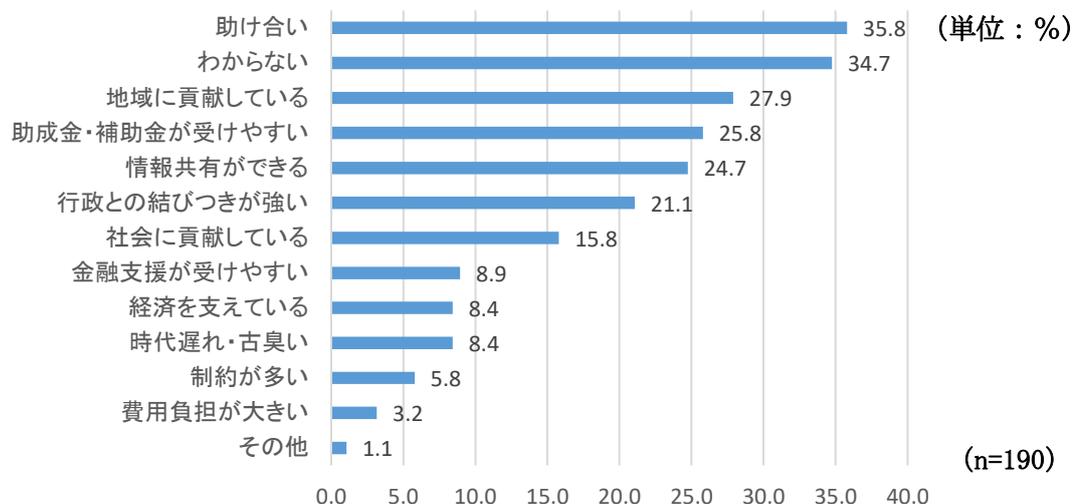
#### (1) 中小企業組合に対するイメージ

中小企業組合に対するイメージ(図表 17)をみると、「助け合い」の35.8%が最も多く、次いで「わからない」の34.7%、「地域に貢献している」の27.9%、「助成金・補助金が受けやすい」の25.8%、「情報共有ができる」の24.7%が上位5項目となった。

従業員規模別(図表 18)にみると、「301人以上」では、すべての回答者が中小企業組合に「助け合い」のイメージを持っていることが明らかとなった。21~300人では「助成金・補助金が受けやすい」「情報共有ができる」の割合が相対的に高かった。「5人以下」では、「わからない」が58.3%であり、他の従業員規模に比べ倍近い割合であった。また、従業員規模に比例して「金融支援が受けやすい」の割合が高くなる傾向がある結果となった。

組合加入状況別(図表 19)にみると、組合に加入している企業では、「助け合い」が47.0%と最も多かった。また組合に加入していない企業では、「わからない」が50.0%と他の項目に比べ特に多い結果となり、組合に加入していなければイメージが湧きにくいという結果となった。

図表 17 中小企業組合に対するイメージ (MA)



図表 18 従業員規模別\_中小企業組合に対するイメージ

	n	組合のイメージ (%)						
		助け合い	わからない	地域に貢献している	助成金・補助金が受けやすい	情報共有ができる	行政との結びつきが強い	社会に貢献している
全体	190	35.8	34.7	27.9	25.8	24.7	21.1	15.8
従業員数								
5人以下	48	18.8	58.3	12.5	12.5	6.3	10.4	6.3
6~20人	64	39.1	29.7	28.1	21.9	26.6	25.0	18.8
21~50人	46	32.6	26.1	34.8	39.1	34.8	21.7	21.7
51~100人	10	50.0	30.0	20.0	40.0	30.0	50.0	20.0
101~300人	15	46.7	26.7	53.3	33.3	40.0	13.3	13.3
301人以上	7	100.0	0.0	42.9	28.6	28.6	28.6	14.3

	n	組合のイメージ (%)						
		金融支援が受けやすい	経済を支えている	時代遅れ・古臭い	制約が多い	費用負担が大きい	その他	
全体	190	8.9	8.4	8.4	5.8	3.2	1.1	
従業員数								
5人以下	48	6.3	4.2	4.2	6.3	0.0	4.2	
6~20人	64	7.8	10.9	12.5	4.7	4.7	0.0	
21~50人	46	8.7	8.7	4.3	6.5	4.3	0.0	
51~100人	10	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	0.0	
101~300人	15	13.3	13.3	6.7	6.7	0.0	0.0	
301人以上	7	28.6	14.3	28.6	0.0	0.0	0.0	

図表 19 組合加入状況別\_中小企業組合に対するイメージ

		n	組合のイメージ (%)						
			助け合い	わからない	地域に貢献している	助成金・補助金が受けやすい	情報共有ができる	行政との結びつきが強い	社会に貢献している
全体		190	35.8	34.7	27.9	25.8	24.7	21.1	15.8
組合加入状況	はい	66	47.0	12.1	45.5	43.9	43.9	30.3	25.8
	いいえ	104	28.8	50.0	14.4	14.4	13.5	15.4	5.8
	わからない	20	35.0	30.0	40.0	25.0	20.0	20.0	35.0

		n	組合のイメージ (%)					
			金融支援が受けやすい	経済を支えている	時代遅れ・古臭い	制約が多い	費用負担が大きい	その他
全体		190	8.9	8.4	8.4	5.8	3.2	1.1
組合加入状況	はい	66	10.6	13.6	10.6	4.5	4.5	0.0
	いいえ	104	6.7	4.8	6.7	6.7	2.9	1.9
	わからない	20	15.0	10.0	10.0	5.0	0.0	0.0

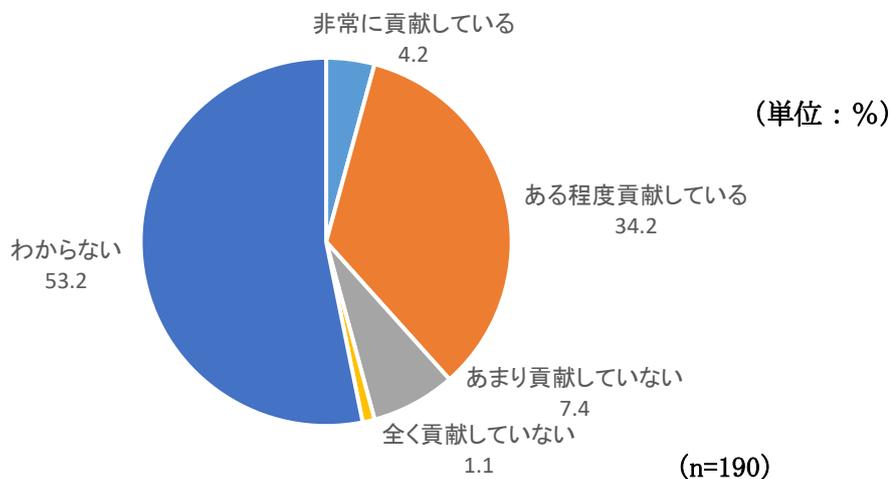
## (2) 組合制度の貢献度

中小企業経営や地域経済への組合制度の貢献度(図表 20)をみると、「わからない」が 53.2%と 5 割を超え最も多かったが、「ある程度貢献している」が 34.2%、「非常に貢献している」が 4.2%となり、合わせて約 4 割が組合制度は中小企業経営や地域経済の発展に貢献していると捉えている。

従業員規模別(図表 21)にみると、従業員規模に比例して貢献しているとの認識が高まっている。

組合加入状況別(図表 22)にみると、組合に加入している企業では、「ある程度貢献している」が 50.0%と最も多かった。また組合に加入していない企業では、「わからない」が 69.2%と 7 割近い結果となった。

図表 20 組合制度の貢献度 (S A)



図表 21 従業員規模別\_組合制度の貢献度

		n	組合制度の貢献度 (%)					
			非常に貢献している	ある程度貢献している	あまり貢献していない	全く貢献していない	わからない	その他
全体		190	4.2	34.2	7.4	1.1	53.2	0.0
従業員数	5人以下	48	2.1	20.8	8.3	2.1	66.7	0.0
	6～20人	64	1.6	31.3	12.5	0.0	54.7	0.0
	21～50人	46	4.3	41.3	4.3	2.2	47.8	0.0
	51～100人	10	10.0	50.0	0.0	0.0	40.0	0.0
	101～300人	15	13.3	46.7	0.0	0.0	40.0	0.0
	301人以上	7	14.3	57.1	0.0	0.0	28.6	0.0

図表 22 組合加入状況別\_組合制度の貢献度

		n	地域経済への貢献 (%)					
			非常に貢献している	ある程度貢献している	あまり貢献していない	全く貢献していない	わからない	その他
全体		190	4.2	34.2	7.4	1.1	53.2	0.0
組合加入状況	はい	66	9.1	50.0	9.1	1.5	30.3	0.0
	いいえ	104	1.0	22.1	6.7	1.0	69.2	0.0
	わからない	20	5.0	45.0	5.0	0.0	45.0	0.0

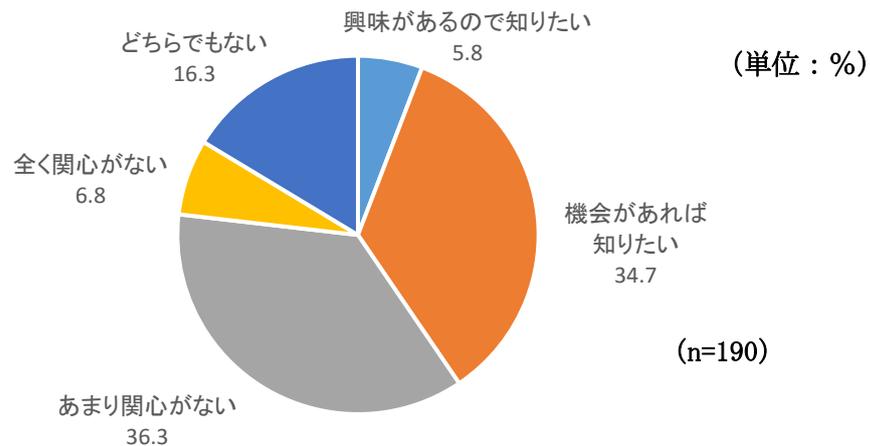
### (3) 情報入手希望

組合制度や活動に関する情報の入手希望（図表 23）をみると、「あまり関心がない」（36.3%）と「機会があれば知りたい」（34.7%）が拮抗する結果となった。

従業員規模別（図表 24）にみると、「5人以下」と「301人以上」で「あまり関心がない」「全く関心がない」の合計がそれぞれ 60.4%、57.1%と高い結果となったが、「21～50人」「51～100人」「101～300人」で「興味があるので知りたい」「機会があれば知りたい」の合計がそれぞれ 45.6%、50.0%、46.7%となり、21～300人では5割程度が情報を希望していることが分かった。

所在地別（図表 25）にみると、「西部（御前崎以西）」で「あまり関心がない」「全く関心がない」の合計が 46.6%と他の地区に比べて最も高かった。また「東部（富士川以东）」で「興味があるので知りたい」「機会があれば知りたい」の合計が 47.8%と東部地区の企業で情報入手希望が多いことが分かった。

図表 23 情報入手希望（SA）



図表 24 従業員規模別\_情報入手希望

	n	情報入手希望 (%)					
		興味があるので知りたい	機会があれば知りたい	あまり関心がない	全く関心がない	どちらでもない	
全体	190	5.8	34.7	36.3	6.8	16.3	
従業員数	5人以下	48	6.3	27.1	45.8	14.6	6.3
	6～20人	64	1.6	39.1	35.9	4.7	18.8
	21～50人	46	13.0	32.6	21.7	6.5	26.1
	51～100人	10	0.0	50.0	40.0	0.0	10.0
	101～300人	15	0.0	46.7	40.0	0.0	13.3
	301人以上	7	14.3	14.3	57.1	0.0	14.3

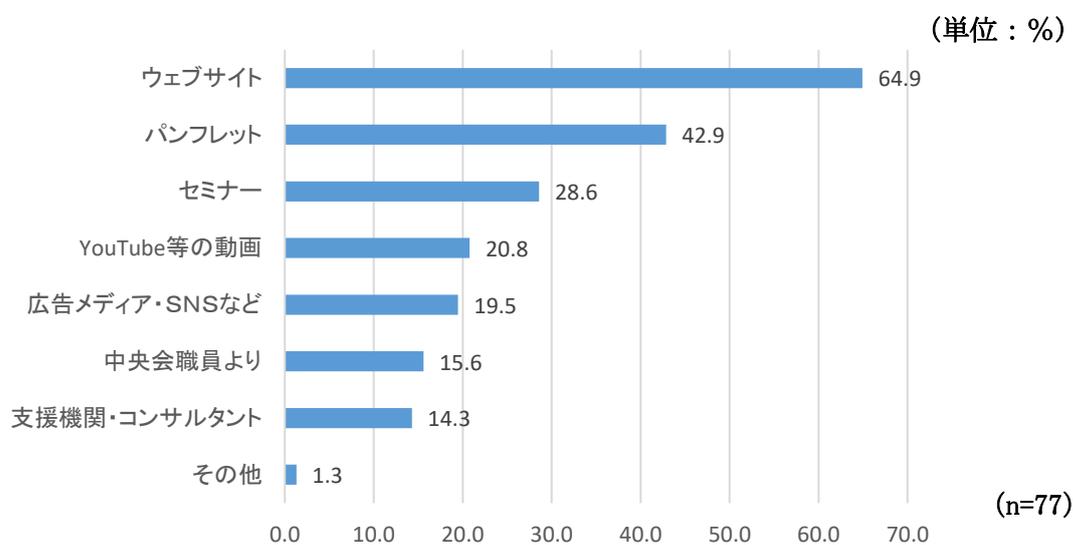
図表 25 所在地別\_情報入手希望

	n	情報入手希望 (%)				
		興味がある ので知りたい	機会があれば 知りたい	あまり関 心がない	全く関心 がない	どちらで もない
全体	190	5.8	34.7	36.3	6.8	16.3
所 在 地						
東部	46	8.7	39.1	21.7	13.0	17.4
中部	84	7.1	31.0	39.3	6.0	16.7
西部	60	1.7	36.7	43.3	3.3	15.0

#### (4) 組合制度に関する情報の入手方法

前問で「興味があるので知りたい」または「機会があれば知りたい」と回答した方が希望する組合制度に関する情報の入手方法(図表 26)をみると、「ウェブサイト」が64.9%と最多で、「パンフレット」の42.9%、「セミナー」の28.6%が続いた。

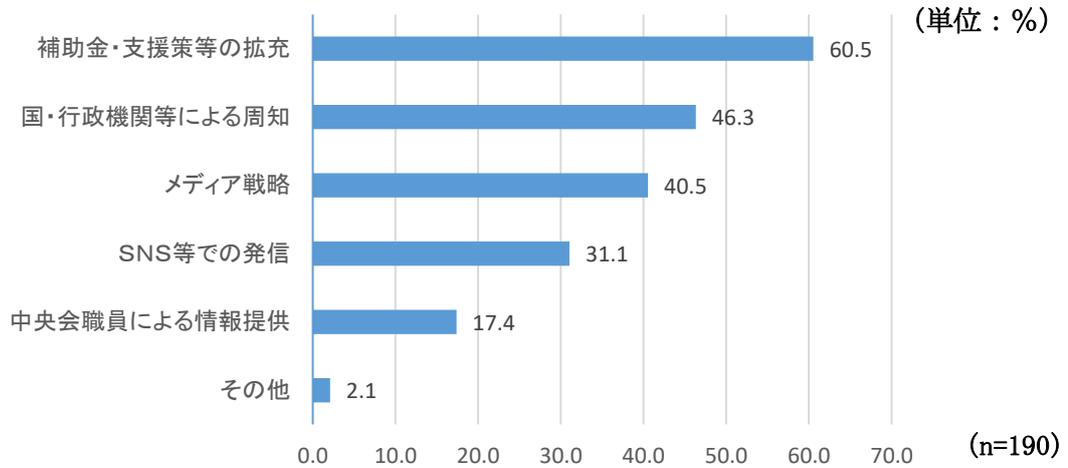
図表 26 組合制度に関する情報の入手方法 (MA)



#### (5) 認知度向上施策

組合制度の認知度向上のために有効と思う施策(図表 27)をみると、「補助金・支援策等の拡充」の60.5%が最も多く、次いで「国・行政機関等による周知」の46.3%、「メディア戦略」の40.5%の順となった。

図表 27 認知度向上施策 (MA)



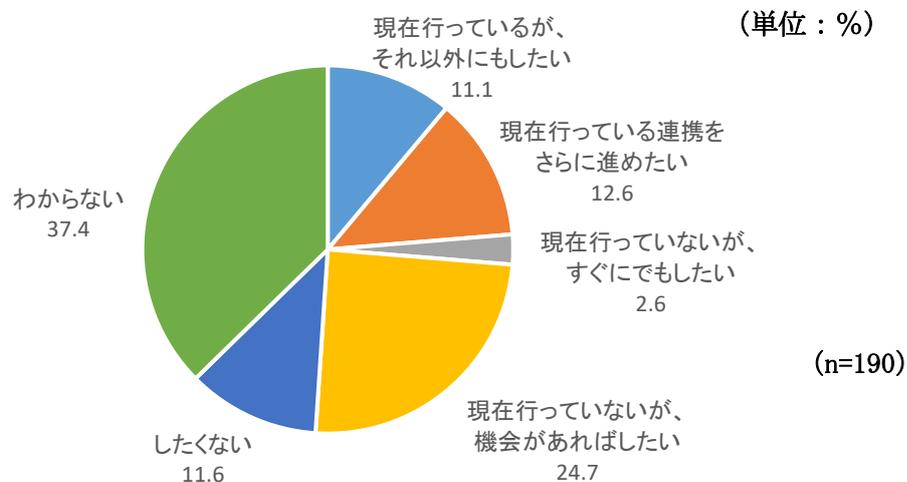
## 5. 組合・企業連携への関心度

### (1) 他企業との連携希望

他企業との連携希望 (図表 28) をみると、「わからない」の 37.4% が最も多く、次いで「現在行っていないが、機会があればほしい」の 24.7%、「現在行っている連携をさらに進めたい」の 12.6% の順であった。

従業員規模別 (図表 29) にみると、「51~100 人」で「現在行っている連携をさらに進めたい」が 30.0% と他の従業員規模に比べ最も高く、連携に対しての前向きな姿勢が見られた。さらに「101~300 人」で「現在行っていないが、機会があればほしい」が 46.7% と半数弱を占め、連携への興味関心が高いことがうかがえた。

図表 28 他企業との連携希望 (SA)



図表 29 従業員規模別\_他企業との連携希望

	n	他企業との連携希望 (%)					
		現在行っているが、それ以外にもしたい	現在行っている連携をさらに進めたい	現在行っていないが、すぐにでもしたい	現在行っていないが、機会があればしたい	したくない	わからない
全体	190	11.1	12.6	2.6	24.7	11.6	37.4
従業員数	5人以下	48	12.5	0.0	4.2	25.0	39.6
	6～20人	64	7.8	14.1	3.1	25.0	37.5
	21～50人	46	13.0	19.6	2.2	21.7	34.8
	51～100人	10	10.0	30.0	0.0	20.0	40.0
	101～300人	15	13.3	13.3	0.0	46.7	20.0
	301人以上	7	14.3	14.3	0.0	0.0	71.4

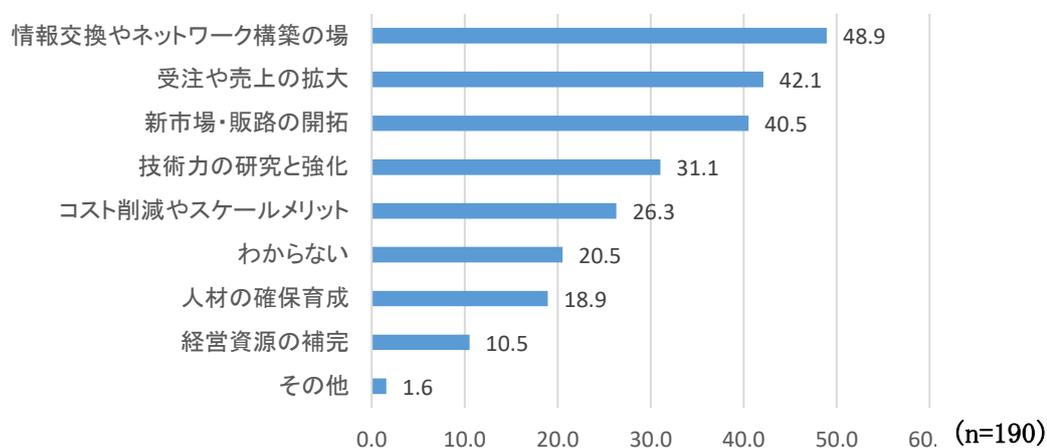
## (2) 企業連携のメリット

企業連携のメリット（図表 30）をどう考えているかをみると、「情報交換やネットワーク構築の場」の48.9%が最も多く、次いで「受注や売上の拡大」の42.1%、「新市場・販路の開拓」の40.5%、「技術力の研究と強化」の31.1%、「コスト削減やスケールメリット」の26.3%の順となった。

従業員規模別（図表 31）にみると、「51～100人」で「情報交換やネットワーク構築の場」が90.0%と全体を大きく上回り、単に経済的な利益だけを重視していないことが分かる。そのほか、「6～20人」「21～50人」で「受注や売上の拡大」（各46.9%、47.8%）や「新市場・販路の開拓」（各54.7%、45.7%）が、「301人以上」では「人材の確保育成」（57.1%）が他の階層に比べて高い結果となった。そして、300人以下の企業では「コスト削減やスケールメリット」の割合が、従業員規模に比例して増加していく傾向がみられた。

図表 30 企業連携のメリット (MA)

(単位：%)



図表 31 従業員規模別\_企業連携のメリット

	n	企業連携の連携メリット (%)					
		情報交換 やネット ワーク構 築の場	受注や売 上の拡大	新市場・ 販路の開 拓	技術力の 研究と強 化	コスト削 減やス ケールメ リット	
全体	190	48.9	42.1	40.5	31.1	26.3	
従業員 数	5人以下	48	33.3	39.6	25.0	27.1	12.5
	6～20人	64	45.3	46.9	54.7	34.4	28.1
	21～50人	46	60.9	47.8	45.7	34.8	32.6
	51～100人	10	90.0	30.0	30.0	40.0	40.0
	101～300人	15	40.0	26.7	33.3	26.7	46.7
	301人以上	7	71.4	28.6	14.3	0.0	0.0

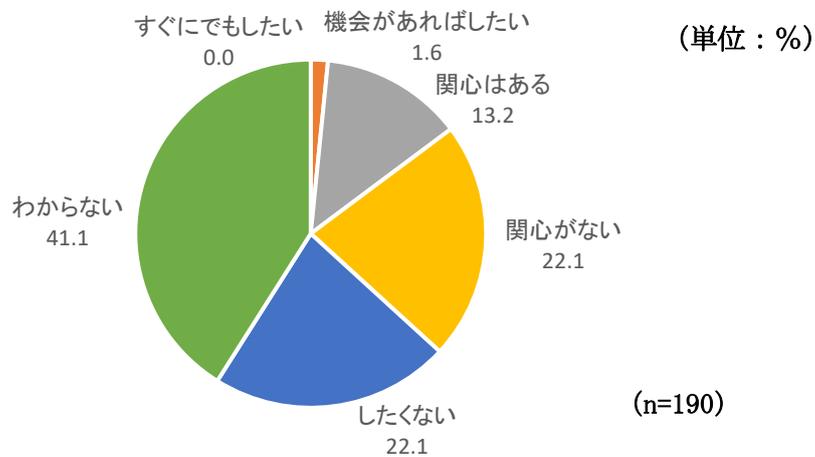
	n	企業連携の連携メリット (%)				
		わからな い	人材の確 保育成	経営資源 の補完	その他	
全体	190	20.5	18.9	10.5	1.6	
従業員 数	5人以下	48	33.3	14.6	4.2	2.1
	6～20人	64	20.3	17.2	14.1	1.6
	21～50人	46	17.4	15.2	13.0	2.2
	51～100人	10	0.0	10.0	0.0	0.0
	101～300人	15	6.7	40.0	20.0	0.0
	301人以上	7	14.3	57.1	0.0	0.0

### (3) 組合設立希望

組合設立希望 (図表 32) をみると、「わからない」が 41.1% で最も多い。一方、「関心がない」(22.1%)、「したくない」(22.1%) といった否定派は合わせて 44.2% を占め、「機会があればしたい」(1.6%)、「関心はある」(13.2%) といった前向きな意見は 14.8% となった。

業種別 (図表 33) にみると、どの業種においても「すぐにでもしたい」という回答は得られなかったものの、「運輸業」と「飲食・宿泊業、サービス業」で「関心はある」がそれぞれ 50.0%、30.4% と組合設立の関心が高いという結果となった。

図表 32 組合設立希望 (S A)



図表 33 業種別\_組合設立希望

	n	組合設立希望 (%)						
		すぐにでもしたい	機会があればしたい	関心はある	関心がない	したくない	わからない	
全体	190	0.0	1.6	13.2	22.1	22.1	41.1	
業種	製造業	88	0.0	1.1	11.4	22.7	18.2	46.6
	卸売業、小売業	13	0.0	7.7	0.0	23.1	7.7	61.5
	飲食・宿泊業、サービス業	23	0.0	4.3	30.4	21.7	26.1	17.4
	運輸業	4	0.0	0.0	50.0	0.0	25.0	25.0
	建設業	40	0.0	0.0	12.5	20.0	32.5	35.0
	情報通信業	7	0.0	0.0	0.0	28.6	14.3	57.1
	その他	15	0.0	0.0	6.7	26.7	26.7	40.0

## 6. 自由意見

最後に、自由意見（中小企業組合制度に関するご意見・ご要望、どういったことで企業連携をしてみたいか、関心のある事業分野、中央会へのご意見等）を問うたところ、以下のような回答が得られた。

（ほぼ原文のまま掲載）

- ・商工会や市、県が深く関与して業務内容の監査をするとともに金銭や人的な補助をしたほうが良いと思う。
- ・同業（建具業組合）は存在は知っているが、新参の弊社にはデメリットが多い（顧客の獲得時に同組合他社の顧客と取引して良い顔をされないなど）と聞いている。別業種との組合となると浜松という自動車関連企業が多い土地柄的に関連性が無さ過ぎてそもそもの繋がりも無く、メリットも発生し難い。
- ・自社の弱みを解消したい。
- ・組合設立に4名以上とかの決まりごとは国で定められていることでしょうか。今の時代に組合という組織の存続価値や意味を国が本気で考えることが必要だと思います。どこの団体も昭和にできたやり方を持続し、継続や存続でいるため、会員数が減り問題となっていると思います。団体に所属しているから安心や情報が早くて豊富など、価値を出すレベルアップが必要ではないかと思っています。
- ・中央会職員と会う機会が少ない
- ・他の地域でも同様の取り組みを行っておりますので、一度情報交換を兼ねて打ち合わせの機会をいただければと思います。
- ・今のところ必要性を感じません。

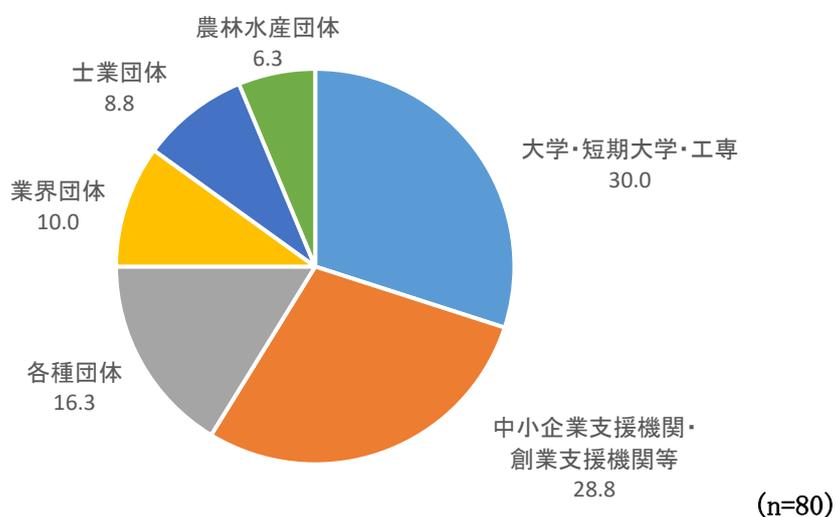
### III 調査結果の概要（中小企業組合との関係を築く可能性のある団体、機関等）

#### 1. アンケートの回答団体、機関等の属性

回答団体、機関等の属性（図表 34）をみると、「大学・短期大学・工専」の 30.0%が最も多く、次いで「中小企業支援機関・創業支援機関等」の 28.8%、「各種団体」の 16.3%の順であった。

図表 34 アンケートの回答団体、機関等の属性（SA）

（単位：％）

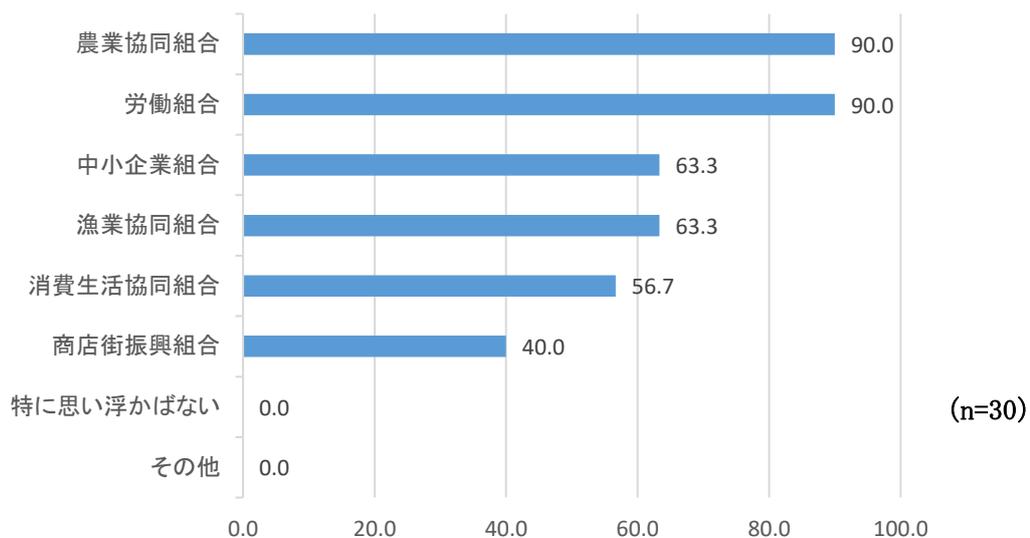


## 2. 中小企業組合制度について

### (1) 「組合」と聞いて思い浮かべる団体

「組合」と聞いて思い浮かべる団体（図表 35）をみると、「農業協同組合」及び「労働組合」の90.0%が最も多く、次いで「中小企業組合」及び「漁業協同組合」の63.3%、「消費生活協同組合」の56.7%の順であった。

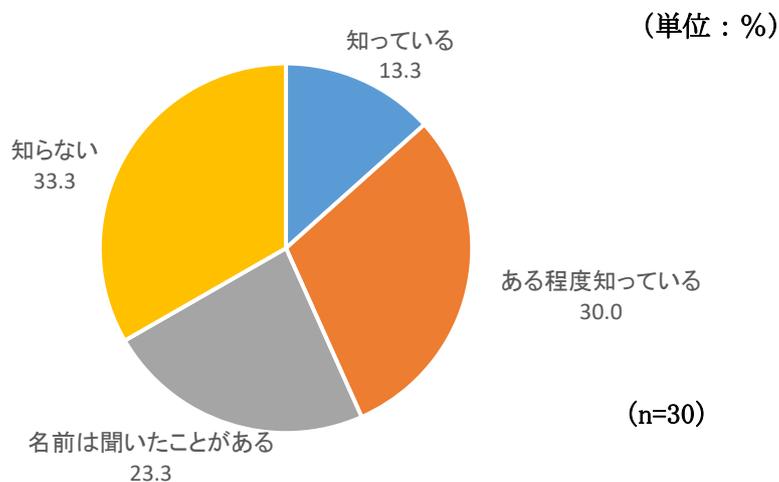
図表 35 「組合」と聞いて思い浮かべる団体（MA）（単位：%）



### (2) 中小企業組合制度の認知度

中小企業組合制度の認知度（図表 36）についてみると、「知らない」の33.3%が最も多く、次いで「ある程度知っている」の30.0%、「名前は聞いたことがある」の23.3%、「知っている」の13.3%の順であった。

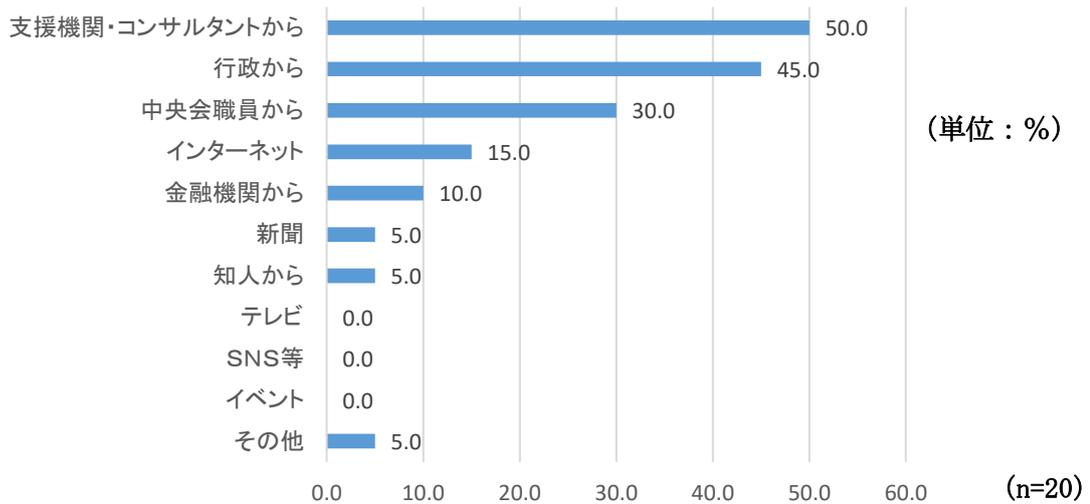
図表 36 中小企業組合制度の認知度（SA）



### (3) 中小企業組合制度の認知経路

中小企業組合制度の認知経路（図表 37）をみると、「支援機関・コンサルタントから」の 50.0%が最も多く、次いで「行政から」の 45.0%、「中央会職員から」の 30.0%、「インターネット」の 15.0%、「金融機関から」の 10.0%が上位 5 項目となった。

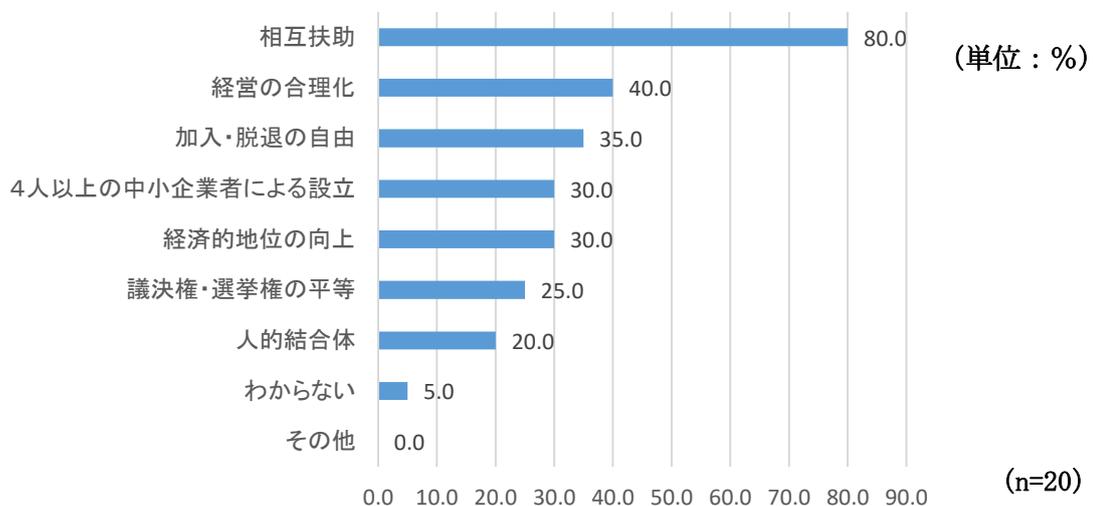
図表 37 中小企業組合制度の認知経路 (MA)



### (4) 中小企業組合制度の特徴の認知度

中小企業組合制度の特徴の認知度（図表 38）をみると、「相互扶助」の 80.0%が最も多く、次いで「経営の合理化」の 40.0%、「加入・脱退の自由」の 35.0%、「4人以上の中小企業者による設立」及び「経済的地位の向上」の 30.0%が上位 5 項目となった。

図表 38 中小企業組合制度の特徴の認知度 (MA)



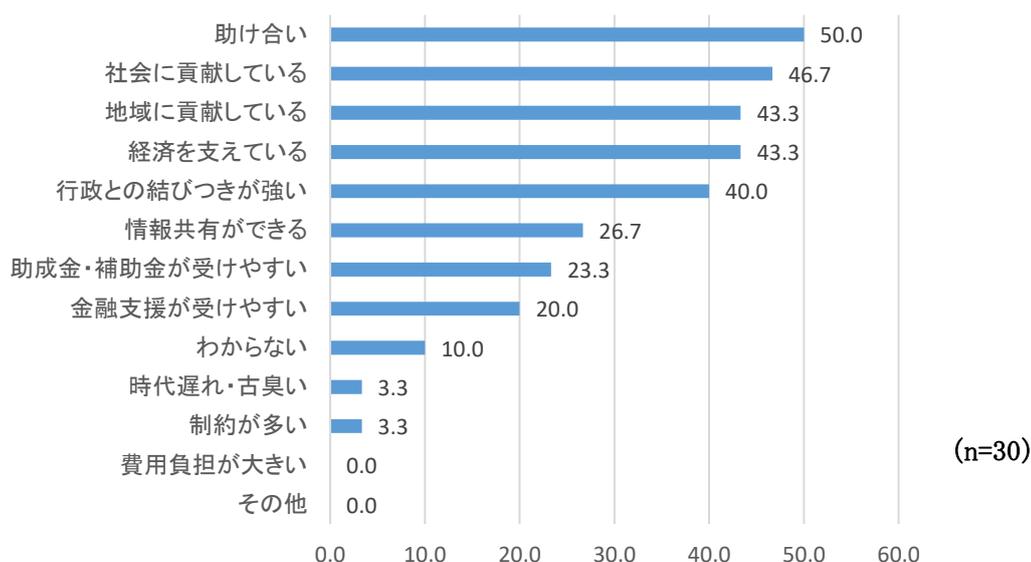
### 3. 組合制度のイメージ等

#### (1) 中小企業組合に対するイメージ

中小企業組合に対するイメージ(図表 39)をみると、「助け合い」の50.0%が最も多く、次いで「社会に貢献している」の46.7%、「地域に貢献している」及び「経済を支えている」の43.3%、「行政との結びつきが強い」の40.0%が上位5項目となった。

図表 39 中小企業組合に対するイメージ (MA)

(単位：%)

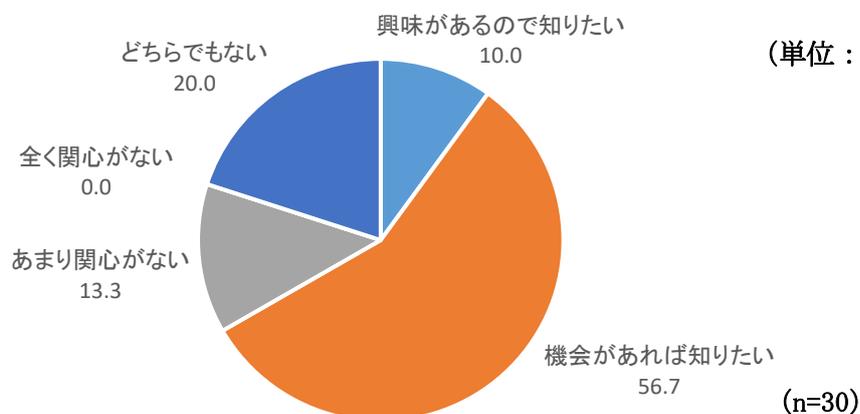


#### (2) 情報入手希望

情報入手希望(図表 40)をみると、「機会があれば知りたい」の56.7%が最も多く、次いで「どちらでもない」の20.0%、「あまり関心がない」の13.3%の順となった。

図表 40 情報入手希望 (SA)

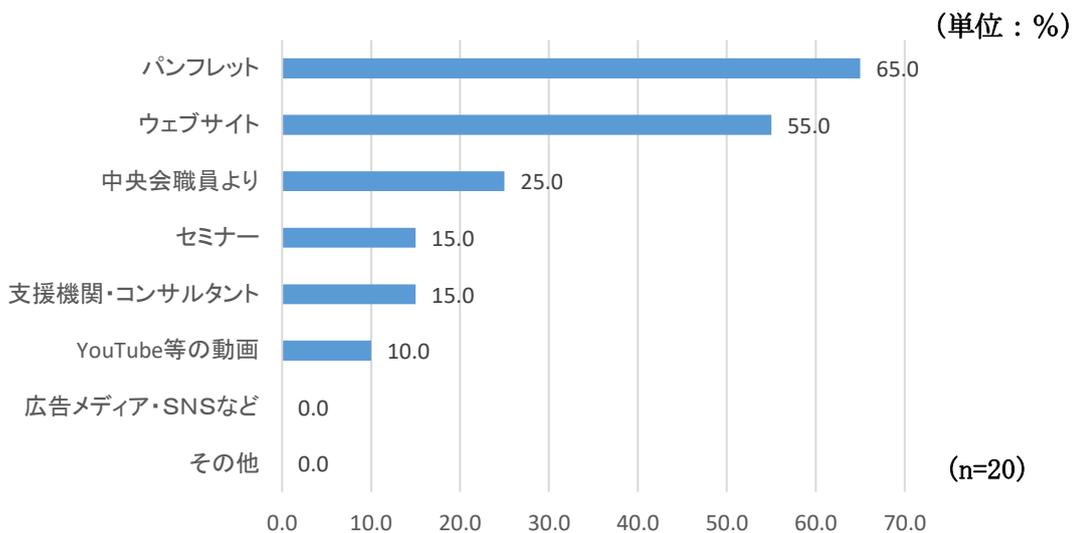
(単位：%)



### (3) 組合制度に関する情報の入手方法

組合制度に関する情報の入手方法(図表 41)をみると、「パンフレット」が65.0%と最多で、「ウェブサイト」の55.0%、「中央会職員より」の25.0%が続いた。

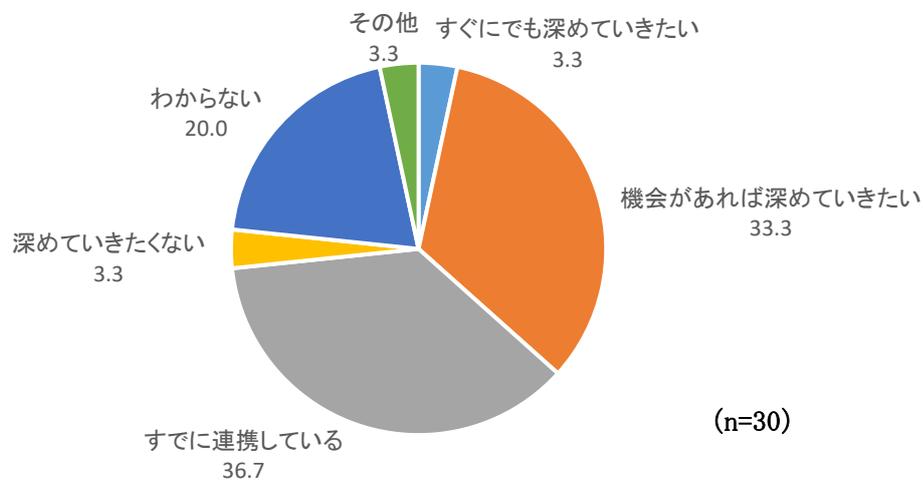
図表 41 組合制度に関する情報の入手方法 (MA)



### (4) 中央会との連携希望

中央会との連携希望(図表 42)をみると、「すでに連携している」の36.7%が最も多く、次いで「機会があれば深めていきたい」の33.3%、「わからない」の20.0%の順であった。

図表 42 中央会との連携希望 (SA) (単位：%)

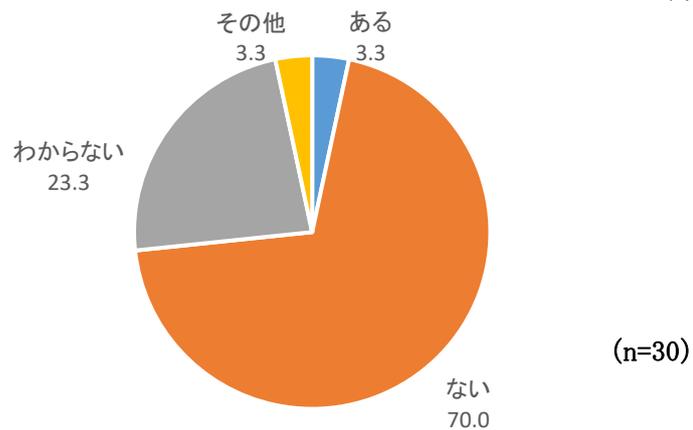


### (5) 任意グループの有無

各団体・機関の構成員の中で任意に活動しているグループがあるか（図表 43）の問いに対して、「ない」が70.0%と「ある」の3.3%を大幅に上回った。また、「わからない」と回答した先も23.3%あるという結果になった。

図表 43 任意グループの有無（S A）

（単位：％）



### (6) 組合になりそうなグループの有無

前問で「ある」と回答した先に、組合になりそうかを尋ねたところ、「なりそうなグループはない」という回答であった。

#### 4. 自由意見

最後に、自由意見（中小企業組合制度に関するご意見、中央会へのご要望等）を問うたところ、有効な回答は見受けられなかった。

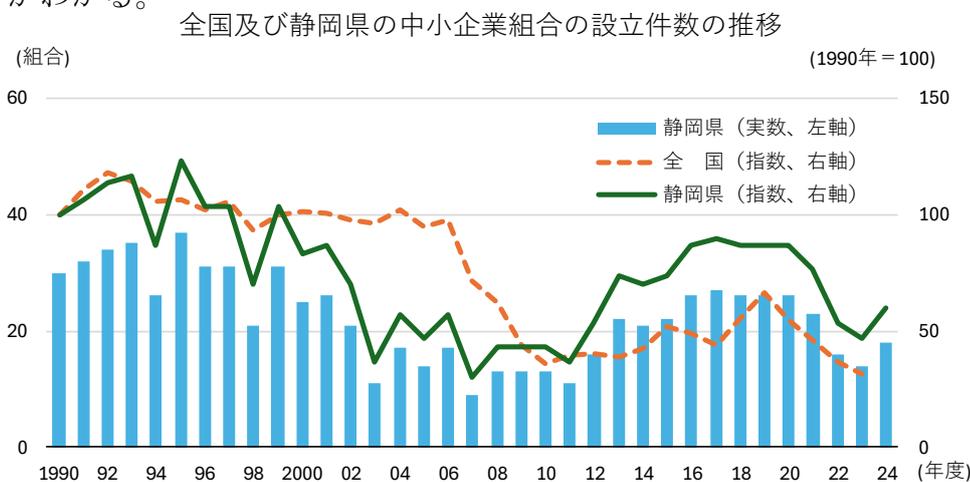
## IV 本調査結果に基づく提言

### 1. 長期時系列でみる静岡県の中小企業組合の設立状況

最初に、1990年以降の静岡県における中小企業組合の設立件数を概観すると、90年代は概ね30組合台で推移していたが、ITバブルが崩壊した2000年以降は右肩下がりの減少が続き、2007年度には9組合とボトムを迎えた。リーマンショックも重なり2011年度までは10組合台前半が続いたものの、2010年代後半には25組合を超える水準にまで回復した。コロナ禍による経済活動の停滞から2022年度以降は再び減少するが、足元の2024年度には、企業幹部と接点の多い中小企業診断士など士業関係者への訪問回数を増やし、ニーズの掘り起こしを進めたことが奏功し、18組合へと増加している。都道府県別の新設数では、全国1桁順位を堅持する静岡県だが、時系列でみると90年代の水準には届かない状況となっている。

次に、組合の設立目的をみると、1990年代は共同受注が主目的であった。それが2010年頃には異業種連携が目立つようになり、2015年度には共同購買9組合、共同受注4組合のほか、コミュニティビジネスとしての機能を持った企業組合5組合、技能実習4組合と多様化していく。その後、2020年度には共同購買15組合、技能実習15組合、2024年度には共同購買12組合、技能実習9組合となっている。

以上を整理すると、かつては共同受注事業による新販路・新市場開拓を目的とする組合設立が主流であったが、外国人技能実習生の受入れを主目的とする設立が増え始め、近年では、地域振興や社会貢献、地域コミュニティ形成など、組合員の地元を軸とした取組み（特定地域づくり事業協同組合、企業組合）がみられるようになってきている。このように、時々の社会・経済・経営環境に対応して、共同事業の目的も変化を遂げてきたことがわかる。



資料：静岡県中小企業団体中央会「静岡県の組合設立白書」

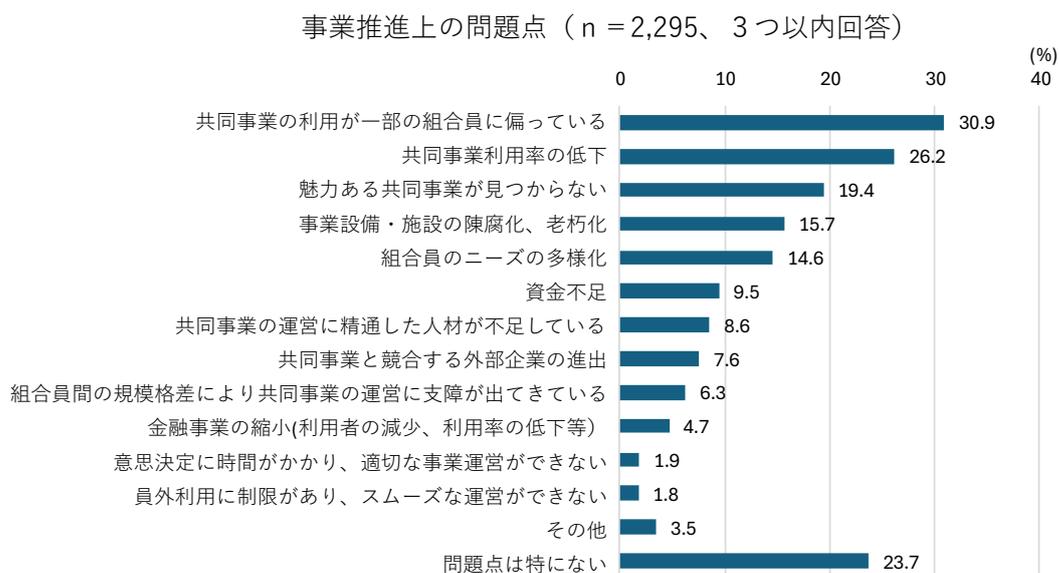
## 2. 中小企業組合の設立が伸び悩む背景

中小企業組合の設立数が伸び悩む背景には何があるのだろうか。まず第1に、ベースとなる事業所数の減少が考えられる。静岡県の民営事業所数は、1996年の213,480事業所をピークになだらかに減少し、2021年には173,201事業所となり、25年間で▲40,279事業所、▲18.9%（年平均▲0.8%）も減少している。

第2に、中小企業政策の転換がある。1999年の中小企業基本法改正により、政策思想は、“業界全体の生産性向上”から“多様で活力ある中小企業群の創出”へと転換が図られ、基本方針の1つに「経営の革新及び創出の促進」が掲げられた。これに伴い中小企業の組織化政策は、それまでの協同組合を主とするものから中小企業以外の組織も含めた「LLP」や「新連携」、「農商工連携」など異分野との連携を含むものへと変化していく。

連携の考え方は、2000年代初頭の「産業クラスター計画」（経済産業省）や「知的クラスター創生事業」（文部科学省）にも生かされており、直近では、スタートアップなど外部のリソースを活用する「オープンイノベーション」、ステークホルダーと協働しながら事業を行う「共創」などの切り口で推奨されており、今日まで連綿と続いている。

そして、第3に、組合自体の魅力低下も危惧される。「組合実態調査報告書2025年版」（株式会社商工組合中央金庫、一般財団法人商工総合研究所）によれば、事業推進上の問題点として、「共同事業利用率の低下」（26.2%）が2番目に多く挙げられ、「魅力ある共同事業が見つからない」（19.4%）が3番目に多い。そのためか、5年前と比べた組合員数の増減は、「減少した」（55.4%）が過半数を占め、「増加した」（11.9%）を大きく上回る結果となっている。



資料：商工組合中央金庫、商工総合研究所「組合実態調査報告書2025年版」

### 3. アンケート調査結果にみる認知度向上のヒント

今回実施した「【中小企業者向け】中小企業組合制度認知度調査」をおさらいすると、中小企業組合に加入していない企業は、190社中104社と過半数（54.7%）を占めた。未加入の理由については、「中小企業組合制度自体を知らない」が40.4%で最も多く、以下、「必要を感じない」36.5%、「接点がない」35.6%となった。

そして、中小企業組合制度の“知名度”（「知っている」＋「ある程度知っている」＋「名前は聞いたことがある」の合計）は39.0%（74社）であった。認知経路については、最も多かったのが「支援機関・コンサルタントから」と「中央会職員から」で29.7%に上り、次いで「インターネット」が18.9%となった。

このうち、名前だけでなく制度の内容まで知っている回答者（「知っている」＋「ある程度知っている」の合計、33社）をみると、「中央会職員から」が42.4%で最も多く、「支援機関・コンサルタントから」36.4%がこれに続く。知名度では3位だった「インターネット」は9.1%で、「行政から」、「金融機関から」（ともに12.1%）よりも低く、「新聞」9.1%と同率で6位となる。

一方で、「名前は聞いたことがある」回答者（41社）の認知経路は、「インターネット」が26.8%でトップとなり、「支援機関から」24.4%や「中央会職員から」19.5%を上回っている。

以上のアンケート調査結果から、県内中小企業者の組合認知度を高めるためのヒントとして、以下の点が指摘できる。

- (1) 「必要を感じない」という理由による組合未加入者を説得、翻意させるのは容易ではないが、「中小企業組合制度自体を知らない」、「接点がない」ことを理由とする未加入者については、アプローチ次第で組合に対する関心を高め、新設を検討するといった次のステップに進む道が開ける
- (2) 認知度向上には、中央会職員や支援機関が企業と接点を持つことが重要だが、知名度を高めるにはインターネットが有用なツールであり、対象や目的に応じて媒体を使い分けることが効果的

## 4. 認知度向上策の考察

組合設立に至るプロセスは、マーケティング的視点で捉えると、「認知」、「理解」、「行動」の段階を経ていく。具体的には、中小企業組合の存在を知り（認知）、内容や特長も知ることで興味・関心を持ち（理解）、実際に設立に向けた行動を起こす（行動）という流れとなる。そこで、本アンケート調査結果を踏まえて、中小企業組合の認知度向上や新設促進に資すると思われる方策を考察した。

### (1)認知フェーズ

存在を知ってもらう初期の認知フェーズにおいては、インターネットの有効性がアンケート調査でも明らかとなった。そこで、短時間で視聴者の理解を促し、記憶に残りやすいよう、YouTube チャンネルでの動画配信やインフォグラフィック動画\*などを使い、活動事例や組合制度を紹介することが考えられる。

その際には、

- ①事業内容、活動実績など単なる事実の羅列ではなく、体験談やエピソードを交えた物語形式で伝えるストーリーテリングの手法によって、視聴者の記憶に残りやすくすることで、共感や感動を呼び、行動を促す
- ②SNSと組み合わせたクロスプロモーションで認知度を全方位から高め、SNSでの拡散も狙う
- ③テレビ、新聞、書籍などメディアにも展開するなど留意する必要があるだろう。

※インフォグラフィックは「Information (情報)」と「Graphics (画像)」を組み合わせた造語で、グラフ・イラスト・アイコン・アニメーションを使って視覚的に表現した動画

### (2)理解フェーズ

組合制度の内容や特長を伝える段階においては、中央会職員や支援機関の出番となる。そのため、県内の支援機関や金融機関、士業団体との相互研修会、情報連絡会を開催するなど、企業支援を旨とする関連機関・団体との連携を強化することが肝要となる。

中央会より直接勧誘する場合は、スタートアップ、ベンチャー企業などが1つのターゲットではないか。若手経営者ほど組合制度を知らなかったり、知っていても「組合＝古い仕組み」と認識されていたり、経営課題解決にどう役立つのか理解が及んでいないケースが想定されるが、

ミドルステージ（成長・拡大期）を迎えようとする有望株への浸透をぜひとも図ってもらいたいものである。さらには、若者への周知を図るべく、大学等で出前講座、冠講座を開講するなど、未来への種まきを行うことも意義あることと思われる。

これらの取組みに際しては、組合設立のメリットは何か、他の連携形態と比べた組合の強み・差別化ポイントは何かを、予め明確にしておくことが重要といえる。

### (3)行動フェーズ

中小企業組合への興味・関心を高めた企業が、組合設立に関する疑問や困りごとを気軽に確認・相談できるよう、組合設立サポートデスクのオンライン化やA I相談（Chatbot 形式）の導入など、相談業務のさらなるデジタル化を進め、アクセスしやすい中央会となっていくことが望まれる。

さらには、組合設立を促すインセンティブの充実を図ることはできないだろうか。アンケート調査結果でも、最も有効と思われる組合制度の認知度向上策として支持されていたように、たとえば、中小企業組合が対象となる支援策（仕入・販売・協働・共創先等のマッチング支援、補助金・助成金、低利融資、制度融資など）の新設・拡充を静岡県や信用保証協会、金融機関等に働きかけ、実現するなど、組合の魅力・メリットの底上げが図られることを期待したい。

中央会では、2024～28年度の5か年計画において「中小企業の『稼ぐ力向上』に有効な共同事業ビジネスモデルの構築・普及・活用」を最終目標に掲げるなか、共同事業の重点分野に「人材確保・育成」、「カーボンニュートラル・省エネ」、「地域課題解決」、「売上拡大・生産性向上・業務効率化」の4項目を据えて、支援に取り組まれている。

こうして生み出された共同事業の新しいビジネスモデルを、一方通行的な広報活動で終わらせることなく、「5W3H」を意識しながら企業と対話し、興味・関心を高めるマーケティングコミュニケーションの取組みを通じて、多くの企業に組合の意義や価値の理解を促し、ひいては中央会との長期的な信頼関係を築いていかれることが重要ではないだろうか。

中小企業組合の認知度向上への取組みが、組合設立数の増加という形となって現れ、より多くの中小企業が稼ぐ力を高めていかれる一助となることをご祈念申し上げ、結びとしたい。

一般財団法人静岡経済研究所 主席研究員 大石真裕



## II 中小企業組合制度について

問3 「組合」と聞いて思い浮かべる団体は何ですか。 【いくつでも〇】

- |                        |            |                 |
|------------------------|------------|-----------------|
| 1. 中小企業組合（事業協同組合・企業組合） | 2. 商店街振興組合 | 3. 農業協同組合（農協）   |
| 4. 漁業協同組合（漁協）          | 5. 労働組合    | 6. 消費生活協同組合（生協） |
| 7. 特に思い浮かばない           | 8. その他（    | ）               |

問4 「中小企業等協同組合法」に基づく中小企業組合制度をご存知ですか。 【1つに〇】

- |                      |                    |
|----------------------|--------------------|
| 1. 知っている → 問5へ       | 2. ある程度知っている → 問5へ |
| 3. 名前は聞いたことがある → 問5へ | 4. 知らない → 問7へ      |

問5（問4で「知っている」「ある程度知っている」「名前は聞いたことがある」と回答した方）  
中小企業組合制度をどこで聞いたことがありますか。 【いくつでも〇】

- |             |                   |            |           |         |
|-------------|-------------------|------------|-----------|---------|
| 1. テレビ      | 2. 新聞             | 3. インターネット | 4. SNS等   | 5. イベント |
| 6. 知人から     | 7. 支援機関・コンサルタントから | 8. 行政から    | 9. 金融機関から |         |
| 10. 中央会職員から | 11. その他（          |            |           | ）       |

問6 中小企業組合制度の特徴について知っている内容は何ですか。 【いくつでも〇】

- |                    |             |               |          |
|--------------------|-------------|---------------|----------|
| 1. 相互扶助            | 2. 加入・脱退の自由 | 3. 議決権・選挙権の平等 | 4. 人的結合体 |
| 5. 4人以上の中小企業者による設立 | 6. 経済的地位の向上 | 7. 経営の合理化     |          |
| 8. わからない           | 9. その他（     |               | ）        |

## III 組合制度のイメージ等

問7 中小企業組合に対するイメージを教えてください。 【いくつでも〇】

- |                |                  |               |
|----------------|------------------|---------------|
| 1. 地域に貢献している   | 2. 社会に貢献している     | 3. 経済を支えている   |
| 4. 助け合い        | 5. 助成金・補助金が受けやすい | 6. 金融支援が受けやすい |
| 7. 行政との結びつきが強い | 8. 情報共有ができる      | 9. 時代遅れ・古臭い   |
| 10. 費用負担が大きい   | 11. 制約が多い        | 12. わからない     |
| 13. その他（       |                  | ）             |

問8 組合制度が中小企業経営や地域経済の発展に貢献していると思いますか。 【1つに〇】

- |              |               |               |   |
|--------------|---------------|---------------|---|
| 1. 非常に貢献している | 2. ある程度貢献している | 3. あまり貢献していない |   |
| 4. 全く貢献してない  | 5. わからない      | 6. その他（       | ） |

問9 中小企業組合制度や活動に関する情報を得たいと思いますか。 【1つに〇】

- |                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| 1. 興味があるので知りたい → 問10へ | 2. 機会があれば知りたい → 問10へ |
| 3. あまり関心がない → 問11へ    | 4. 全く関心がない → 問11へ    |
| 5. どちらでもない → 問11へ     |                      |

問10（問9で「興味があるので知りたい」「機会があれば知りたい」と回答した方）組合制度に関する情報をどのような方法で得たいですか。 【いくつでも〇】

- |                 |                |                 |
|-----------------|----------------|-----------------|
| 1. ウェブサイト       | 2. セミナー        | 3. パンフレット       |
| 4. 広告メディア・SNSなど | 5. YouTube等の動画 | 6. 支援機関・コンサルタント |
| 7. 中央会職員より      | 8. その他（        | ）               |

問11 組合制度の認知度向上のためには、どのような施策が有効だと思いますか。 【いくつでも〇】

- |                 |             |   |
|-----------------|-------------|---|
| 1. 国・行政機関等による周知 | 2. メディア戦略   |   |
| 3. 補助金・支援策等の拡充  | 4. SNS等での発信 |   |
| 5. 中央会職員による情報提供 | 6. その他（     | ） |

#### IV 組合・企業連携への関心度

問12 今後新たに、何らかの形で他企業との連携をしてみたいですか。 【1つに〇】

- |                       |                        |
|-----------------------|------------------------|
| 1. 現在行っているが、それ以外にもしたい | 2. 現在行っている連携をさらに進めたい   |
| 3. 現在行っていないが、すぐにでもしたい | 4. 現在行っていないが、機会があればしたい |
| 5. したくない              | 6. わからない               |

問13 企業連携することでどのようなメリットがあると思いますか。 【いくつでも〇】

- |                   |                    |
|-------------------|--------------------|
| 1. コスト削減やスケールメリット | 2. 受注や売上の拡大        |
| 3. 技術力の研究と強化      | 4. 情報交換やネットワーク構築の場 |
| 5. 新市場・販路の開拓      | 6. 人材の確保育成         |
| 7. 経営資源の補完        | 8. わからない           |
| 9. その他 ( )        |                    |

問14 企業連携の一つとして中小企業組合(\*)を設立してみたいですか。 【1つに〇】

(\*) 4人以上の中小企業者で設立可能な組織。主に事業協同組合や企業組合等を指す。

- |             |              |          |
|-------------|--------------|----------|
| 1. すぐにでもしたい | 2. 機会があればしたい | 3. 関心はある |
| 4. 関心がない    | 5. したくない     | 6. わからない |

※自由意見(中小企業組合制度に関するご意見、どういったことで企業連携をしてみたいか、関心のある事業分野、中央会へのご要望等がありましたら、ご記入下さい)

◆中央会は、「連携組織を通じて、中小企業・小規模事業者の振興・発展に寄与する」という基本理念のもと、中小企業の組織化、運営支援をはじめとしたさまざまな事業に取り組んでおります。今回の調査にて、組合設立にご興味を持たれましたら、下記二次元コードより組合設立概要をご覧ください、ぜひ中央会までお問い合わせください。



組合設立概要 (YouTube)



中央会 HP



中央会 Facebook

以上で調査は終了です。ご協力頂きありがとうございました。

<お問い合わせ>静岡県中小企業団体中央会 事業部 情報対策課 秋山/園田
TEL : 054 (254) 1511 FAX : 054 (255) 0673

以上

**【関係団体・機関等向け】 中小企業組合制度認知度調査**

本調査は、中小企業組合との関係を築く可能性のある団体、機関等における中小企業組合制度（\*）の認知度調査を行うことにより、同制度がどの程度知られているか、名称が浸透しているか等を把握し、組合制度の周知と新規組合設立の一助とすることなどを目的に、静岡県中小企業団体中央会が実施するものです。調査へのご理解・ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

なお、知り得た情報については上記目的以外に使用いたしません。



(Google フォーム)

【以下の①・②のいずれかの方法でご回答下さい】

- ① 調査票に記入し、FAX(054-255-0673)にて送信。
- ② 右記二次元コードを読み込み、Google フォームより回答。

●貴団体・貴機関に関する事項をご記入下さい。

調査時点 : 令和7年7月1日

貴団体・貴機関名			
ご回答者名		役職	
電話番号		メール	

**I 中小企業組合制度について**

問1 「組合」と聞いて思い浮かべる団体は何ですか。 【いくつでも○】

1. 中小企業組合（事業協同組合・企業組合）	2. 商店街振興組合	3. 農業協同組合（農協）
4. 漁業協同組合（漁協）	5. 労働組合	6. 消費生活協同組合（生協）
7. 特に思い浮かばない	8. その他（	）

問2 「中小企業等協同組合法」に基づく中小企業組合制度をご存知ですか。 【1つに○】

1. 知っている → 問3へ	2. ある程度知っている → 問3へ
3. 名前は聞いたことがある → 問3へ	4. 知らない → 問5へ

問3 （問2で「知っている」「ある程度知っている」「名前は聞いたことがある」と回答した方）  
 中小企業組合制度をどこで聞いたことがありますか。 【いくつでも○】

1. テレビ	2. 新聞	3. インターネット	4. SNS等	5. イベント
6. 知人から	7. 支援機関・コンサルタントから	8. 行政から	9. 金融機関から	
10. 中央会職員から	11. その他（	）		

問4 中小企業組合制度の特徴について知っている内容は何ですか。 【いくつでも○】

1. 相互扶助	2. 加入・脱退の自由	3. 議決権・選挙権の平等	4. 人的結合体
5. 4人以上の中小企業者による設立	6. 経済的地位の向上	7. 経営の合理化	
8. わからない	9. その他（	）	

\*中小企業組合制度とは…

中小企業の事業者や個人事業主などが組織化し、共同購買事業、共同生産・加工事業、共同研究開発、共同販売事業、金融事業などの共同事業を通じて、技術・情報・人材等個々では不足する経営資源の相互補完を図るための制度です。この制度を活用して組織化されたものが「中小企業組合」であり、主なものとして事業協同組合や企業組合等が挙げられます。

## II 組合制度のイメージ等

問5 中小企業組合に対するイメージを教えてください。 【いくつでも〇】

- |                |                  |               |
|----------------|------------------|---------------|
| 1. 地域に貢献している   | 2. 社会に貢献している     | 3. 経済を支えている   |
| 4. 助け合い        | 5. 助成金・補助金が受けやすい | 6. 金融支援が受けやすい |
| 7. 行政との結びつきが強い | 8. 情報共有ができる      | 9. 時代遅れ・古臭い   |
| 10. 費用負担が大きい   | 11. 制約が多い        | 12. わからない     |
| 13. その他 ( )    |                  |               |

問6 中小企業組合制度や活動に関する情報を得たいと思いますか。 【1つに〇】

- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| 1. 興味があるので知りたい → 問7へ | 2. 機会があれば知りたい → 問7へ |
| 3. あまり関心がない → 問8へ    | 4. 全く関心がない → 問8へ    |
| 5. どちらでもない → 問8へ     |                     |

問7 (問6で「興味があるので知りたい」「機会があれば知りたい」と回答した方) 組合制度に関する情報をどのような方法で得たいですか。 【いくつでも〇】

- |                  |                 |                 |
|------------------|-----------------|-----------------|
| 1. ウェブサイト        | 2. セミナー         | 3. パンフレット       |
| 4. 広告メディア・SNS など | 5. YouTube 等の動画 | 6. 支援機関・コンサルタント |
| 7. 中央会職員より       | 8. その他 ( )      |                 |

問8 中央会と連携を深めていきたいですか。 【1つに〇】

- |                |                  |              |
|----------------|------------------|--------------|
| 1. すぐにも深めていきたい | 2. 機会があれば深めていきたい | 3. すでに連携している |
| 4. 深めていきたくない   | 5. わからない         | 6. その他 ( )   |

問9 貴団体・貴機関の構成員の中に任意で活動しているグループはありますか。 【1つに〇】

- |                        |                    |
|------------------------|--------------------|
| 1. ある (グループ名: ) → 問10へ | 2. ない → 自由意見へ      |
| 3. わからない → 自由意見へ       | 4. その他 ( ) → 自由意見へ |

問10 (問9で「ある」と回答した方) 貴団体・貴機関の任意で活動しているグループの中に組合になりそうなグループはありますか。 【1つに〇】

- |                             |                    |            |
|-----------------------------|--------------------|------------|
| 1. 組合になりそうなグループがあり具体的に相談したい | 2. 組合になりそうなグループはある |            |
| 3. 組合になりそうなグループはない          | 4. わからない           | 5. その他 ( ) |

※自由意見 (中小企業組合制度に関するご意見、中央会へのご要望等がありましたら、ご記入下さい)

◆中央会は、「連携組織を通じて、中小企業・小規模事業者の振興・発展に寄与する」という基本理念のもと、中小企業の組織化、運営支援をはじめとしたさまざまな事業に取り組んでおります。今回の調査にて、組合設立にご興味を持たれましたら、下記二次元コードより組合設立概要をご覧ください、ぜひ中央会までお問い合わせください。



組合設立概要 (YouTube)



中央会ホームページ



中央会 Facebook

以上で調査は終了です。ご協力頂きありがとうございました。

<お問い合わせ>静岡県中小企業団体中央会 事業部 情報対策課 秋山/園田
TEL : 054 (254) 1511 FAX : 054 (255) 0673

以上







静岡県中小企業団体中央会