

伝統工芸産業における経営環境変化を巡る意識・実態調査分析 ～九州地方の伝統工芸産地組合・事業者を対象とした質問紙調査より～

Awareness / Fact-finding Analysis on Changes in the Business Environment in the Traditional Craft Industry
— From Questionnaire Surveys Targeting Traditional Craft Production Associations and Producers in Kyushu —

大淵和憲

九州産業大学伝統みらい研究センター

Obuchi Kazunori

MIRAI Research Center for Traditional Crafts, Kyushu Sangyo University

Key words : traditional craft, COVID-19, website promotion, management philosophy, crowdfunding

要旨

本研究は、九州7県の伝統工芸産地組合・事業者を対象とした質問紙調査を通じ、様々な経営環境変化に対する意識や取組みの現状を把握する。その上で、基本属性等との関連性を分析し、産地存続という課題の解決に有効な要因の探索に繋げることを目的とする。

調査の結果、伝統工芸産地組合・事業者の多くが依然としてコロナ禍により経営面で悪影響を被っていた。その中で、創業以来の歴史が長く、産地組合に加入している事業者は、コロナ禍に対して前向きな取組みを進めている状況が見出された。また、若い経営者あるいは事業承継を経た次世代の経営者がリードする産地事業者が、ウェブサイト運営や、経営理念に基づく事業運営、クラウドファンディングの利活用等に対して、柔軟に受容し推進しようとする構図が浮き彫りとなった。伝統工芸産業において今後、事業承継が産地存続という課題に対して重要な役割を果たす可能性がある。

Summary

This study grasps the current state of awareness and efforts for various changes in the business environment through questionnaire surveys targeting traditional craft production associations and producers in the seven prefectures of Kyushu.

The purpose is to analyze the relationship with basic attributes, etc., and to search for factors that are effective in solving the problem of survival of the production area.

As a result of the surveys, many of the traditional craft production associations and producers are still adversely affected by the corona disaster. The author found that the producers that have a long history and are members of the production association are making positive efforts against the COVID-19. In addition, young managers or next-generation managers who have succeeded in business will lead the production area businesses, and will flexibly accept website management, business management based on the management philosophy, utilization of cloud funding, etc. In the traditional craft industry, business succession may play an important role in the issue of survival of the production area.

1. 緒言

1.1. 研究の背景

わが国の伝統工芸産業においては、コロナ禍以前から長期的な売上高及び生産量がそれぞれ減少傾向にあったことが、経済産業省ほか（2017）等の調査で示されてきた。その中で、2020年以降の新型コロナウイルス感染症拡大によって、自社店舗の休業や、

インバウンド需要減少にともなった売上高の激減、及び展示会や催事といった対面販売の機会消失等により、生産・流通・小売の各現場は多大な影響を受けている（株式会社和える 2020）。このため、伝統工芸産業においては、新たなマーケット開拓に必要な価値創造や産業全体の構造改革が急務となっているものと思われる。

筆者は、2020年度に九州7県の伝統工芸産地事業者を対象とした調査を行い、その分析結果から以下の状況を把握した。すなわち、コロナ禍で多くの事業者が経営的悪影響を被った一方、逆に商機として新たな取組みを進めた事業者も存在していた。また、ウェブサイトを紹介した新たな販売手法に関しては、ITリテラシーの理解や人材確保・育成等が進んでいない状況が見られた。さらに社会課題解決の観点では、女性の活躍促進等を従業員に呼び掛けている事業者は、経常利益が横ばいかあるいは増加している等の関係性を明らかにした（大淵 2021）。

一般に、企業が未曾有の事態に遭遇する際において、経営の拠り所として重要視されているものに経営理念がある。国内における経営理念研究の動向を論じた廣川ほか（2015）によると、経営理念に関しては、大企業・中小企業を問わず、1950年代後半以降これまで多くの研究が行われてきた。

社会経済生産性本部ほか（2004）では全国の上場・非上場企業合わせて3700社を対象に、経営理念の活用に関する大々的な調査が行われた。この調査の結果、社是社訓に含まれている内容で最も多かったのが「社会との共生（全回答比58.5%）」である一方で、重視されているものは「顧客志向（全回答比28.5%）」が最も多く、近年の企業における顧客志

向の高まりが、社是社訓の内容からも裏付けられたとしている。

横川（2010a、2010b）は上場・非上場企業を対象にアンケート調査を行い、理念の内容項目について分析を行っている。横川（2010a）では、上場企業1020社を対象に行った調査の結果、重視している経営理念の内容表現で最も平均値が高かったのが「社会との共生」であった。これが「顧客満足の上昇」よりも上回っている状況が、現代日本企業の在り方を象徴していると指摘している。また、横川（2010b）では、未上場企業1020社を対象に行った調査の結果、重視している経営理念の内容項目で最も平均値が高かったのが「顧客満足の上昇」で、大企業のそれとは異なっていた。この結果から、大企業の方が概して中小企業よりも地域社会へ強い影響力を有しているため、地域社会との良好な関係が求められ、それが経営理念に反映されていると推論している。しかし、これらの研究は一般企業を対象としており、伝統工芸産業の事業者がどのような経営理念を掲げて事業活動を行っているのかや、その実態を示す調査研究であるとは思われない。

また、経営理念に基づいて行う事業活動の内容と密接な関係を持つ概念として、「企業の社会的責任（CSR）」がある。中小企業の経営理念とCSRとの関係性をアンケート調査から分析した研究に藤野（2012a、2012b）がある。これらの中では、中小企業が経営理念に基づいて良い商品の提供や地域社会への貢献等を中心にCSRに取り組んでいる実態を把握した上で、時代の変遷とともに、地球環境・人権の保護や雇用創出等の項目についてもCSRとしての重要性を認識する企業が増えている可能性があるとしている。また

表 1.九州 7 県における国指定伝統的工芸品と主な産地組合一覧

県名	品目名	分類	主な産地組合(順不同)
	小石原焼	陶磁器	小石原焼陶器協同組合
	博多織	織物	博多織工業組合
	博多人形	人形	博多人形商工業協同組合
福岡県	久留米緋	織物	久留米緋協同組合
			久留米緋広川町協同組合
			久留米緋織卸商協同組合
	八女福島仏壇	仏壇・仏具	八女福島仏壇仏具協同組合
	上野焼	陶磁器	上野焼協同組合
八女提灯	その他	八女提灯協同組合	
佐賀県	伊万里・有田焼	陶磁器	佐賀県陶磁器工業協同組合 佐賀県陶磁器商業協同組合 伊万里陶磁器工業協同組合 伊万里鍋島焼協同組合 有田焼工業協同組合 有田焼卸地協同組合 肥前陶磁器商工業協同組合 肥前吉田焼窯元協同組合 肥前陶土工業協同組合
			唐津焼
長崎県	三川内焼	陶磁器	三川内陶磁器工業協同組合
	波佐見焼	陶磁器	波佐見陶磁器工業協同組合 波佐見焼振興会
	長崎べっ甲	その他	長崎べっ甲組合連合会
熊本県	小代焼	陶磁器	小代焼窯元の会
	天草陶磁器	陶磁器	天草陶磁振興協議会
	肥後象がん	金工品	肥後象がん振興会
	山鹿灯籠	その他	山鹿灯籠振興会
大分県	別府竹細工	木・竹工品	別府竹製品協同組合
宮崎県	本場大島紬	織物	都城絹織物事業協同組合
	都城大弓	木・竹工品	都城弓製造業協同組合
鹿児島県	本場大島紬	織物	本場大島紬織物協同組合
			本場奄美大島紬協同組合
	川辺仏壇	仏壇・仏具	鹿児島県川辺仏壇協同組合
薩摩焼	陶磁器	鹿児島県薩摩焼協同組合	

出所:筆者作成

伝統工芸産業では、全国 224 の産地組合宛にアンケート調査を行い、CSR に取り組む伝統工芸産地の実態を明らかにした研究に山本（2016）がある。この中では調査の結果、7 割超の産地組合等が「企業訪問・工場見学等の受け入れ」を実施していること、また約 6 割の産地組合等が「祭り等の地元行事への参加・協力」を行っているという実態を把握した上で、伝統工芸産業が地域の産業・歴史・文化を伝える役割を果たしていることを指摘している。しかし、これらの他は伝統工芸産業が取り組む CSR 活動の将来的意義・課題に関する研究は行われていないようである。

ところで、九州地区においては近年、クラウドファンディング（以下「CF」という。）の取り組みを積極的に進めている伝統工芸事業者が出現している。この CF はインターネットを通じた資金調達を実現するものであり、九州地方では久留米緋等の各産地でこの仕組みを活用する動きがある¹⁾。

CF に対する認知度や活用の現状については、全国の中小企業 10,000 社を対象に行われた調査として帝国データバンク（2019）がある。この調査は企業の成長力強化、生産性向上に資する多様な資金調達手法の活用状況や課題等を尋ねたものであり、実証分析研究からのアプローチでない。筆者の知る限り、伝統工芸産業における CF の利活用の実態や課題意識等についての調査に基づく実証研究は存在しないものとみられる。

以上を踏まえ、本研究では伝統工芸産地組合・事業者を対象とした質問紙調査を通じて、2021 年度におけるコロナ禍の影響やウェブサイト運営の現状と課題、経営理念に基づく経営実態、CF の活用状況等を把握する。その調査結果の単純集計からの傾向分

析を行う。そして、その傾向分析を通じて、基本属性等との関連性についてクロス集計表（分割表）による分析（カイ二乗分析）と残差分析を行い、産地存続という課題の解決に有効な要因の探索に繋げることを目的とした。

1.2. 研究方法

本研究の構成は以下の通りである。2. では、質問紙調査の実施内容と統計解析の方法について述べる。3. では、調査結果の単純集計を用い、産地組合と産地事業者の回答内容を、「コロナ禍」「ウェブサイト運営」「経営理念」「CF」の各々の観点から確認する。4. では、産地事業者の回答結果をクロス集計し、統計解析を行う。5. では考察を行う。統計解析から抽出された基本属性等との関連性を確認し、事業承継という概念に着目する重要性について述べ、6. で結論とする。

表 2. 回答産地組合の製造分野と所在県

組合調査				事業者調査			
項目	区分	回答産地 組合数	(%)	項目	区分	回答 事業者数	(%)
分野 (n=18)	陶磁器	13	(72.2)	分野 (n=128)	陶磁器	70	(54.7)
	織物	2	(11.1)		織物	32	(25.0)
	仏壇仏具	1	(5.6)		仏壇仏具	8	(6.3)
	その他	2	(11.1)		木竹品	5	(3.9)
					人形	1	(0.8)
				その他	12	(9.4)	
所在県 (n=18)	福岡県	4	(22.2)	所在県 (n=128)	福岡県	29	(22.7)
	佐賀県	8	(44.4)		佐賀県	36	(28.1)
	長崎県	2	(11.1)		長崎県	16	(12.5)
	熊本県	2	(11.1)		大分県	4	(3.1)
	鹿児島県	2	(11.1)		熊本県	10	(7.8)
				宮崎県	2	(1.6)	
				鹿児島県	31	(24.2)	

2. 質問紙調査

2.1. 対象者

産地組合を対象とした質問紙調査（以下「組合調査」という。）の対象者は、九州7県における国指定の伝統的工芸品の生産に関係する34産地組合とした。表1は該当する品目や主な産地組合の一覧である。

産地事業者を対象とした質問紙調査（以下「事業者調査」という。）の対象者は、九州7県における国指定の伝統的工芸品の生産に関係する808事業者（福岡県208、佐賀県237、長崎県111、熊本県49、大分県21、宮崎県5、鹿児島県177）とした。

2.2. 調査方法及び調査内容

2.2.1. 組合調査の構成

組合調査では、本研究用に作成した自記式質問紙を用いて、郵送による配布・回収で実施した。

設問は、産地組合におけるコロナ禍による経営への影響や対応状況及び意識的な受け止め、またウェブサイト維持・構築の役割を担う人材の有無及びウェブサイト運営の現状、さらに経営理念の有無や内容及び事業活動への反映状況、そしてCFの認知・利用状況や利用したい理由及び利用上の課題等の計19問であった。各設問のうち、ウェブサイト運営に関する項目は情報処理推進機構（2020）を、また経営理念及びCSRに関する項目は藤野（2012a）を、そしてCFに関する項目は帝国データバンク（2019）を参考に作成した。

2021年6月15日から7月31日の間で18通の質問紙が回収された（回収率52.9%）。回答産地組合の製造分野や所在県を表2に示した。

2.2.2. 事業者調査の構成

事業者調査は、本研究用に作成した自記式質問紙を用いて、クロネコDM便による配布と、郵送による回収で実施した。質問紙は、組合調査と同様にウェブサイト運営に関する項目は情報処理推進機構（2020）を、また経営理念及びCSRに関する項目は藤野（2012a）を、そしてCFに関する項目は帝国データバンク（2019）を参考に作成し、設問数は計19問であった。

2021年9月1日から10月7日の間で128通の質問紙が回収された（回収率15.84%）。回答産地事業者の製造分野や所在県を表2に示した。

2.3. データ集計と統計解析

2.3.1. 統計解析の方針

本研究では、コロナ禍やウェブサイト運営、経営理念の有無、CFの認知度・利用経験に関する質問について、組合調査と事業者調査それぞれの単純集計による比較分析を行った。

また、事業者調査に関しては、クロス集計を用いて設問同士の関連性を確認し、2変数間で統計的に有意な関連性があるかを分析するため、カイ二乗検定を用いた。統計的に有意であった場合には、どの要因の効果があつたかを明らかにするために残差分析を行った。残差分析の結果、標準正規分布に従うと調整済残差の絶対値が1.96以上であれば、5%水準で有意であるといえることができる。本研究では、調整済残差が1.96以上の要因に注目することにした。ただし、期待度数5未満のセルが20%以上認められ

表 3. 回答データ再集計の要領 (事業者調査)

設問	質問項目	回答法	質問紙において設定した選択肢	集計段階で新たに設定した回答群
問2	創業年数	数字 記入式	(数字を直接記入)	⇒ 「50年未満」 ⇒ 「50年以上」
			何代目の 経営者	数字 記入式
	企業形態	多岐 選択式		
			「有限会社」「株式会社」「その他」	⇒ 「株式・有限・合資会社」
	経営者の 年代	多岐 選択式	「10代」「20代」「30代」「40代」	⇒ 「40代以下」
			「50代」「60代」「70代」「80代以上」	⇒ 「50代以上」
	産地組合 加入状況	多岐 選択式	「組合に加入している」	⇒ 「加入している」
「かつて加入していたが今は入っていない」「入っていない」			⇒ 「加入していない」	
資本金又は 元入金の額	多岐 選択式	「100万円未満」「100万円以上300万円未満」 「300万円以上500万円未満」「500万円以上1,000万円未満」 「1,000万円以上3,000万円未満」「3,000万円以上1億円未満」 「1億円以上3億円未満」「3億円以上」	⇒ 「300万円以上」	
問3	全従事者数	数字 記入式	(数字を直接記入)	⇒ 「5人以下」 ⇒ 「6人以上」
問5	利益状況	多岐 選択式	「黒字」	⇒ 「黒字」
			「収支均衡」	⇒ 「収支均衡」
			「赤字」	⇒ 「赤字」
			「わからない」	⇒ 「(除外)」
問6	生産量変化 売上高変化 経常利益変化	多岐 選択式	「増加した」「ほぼ横ばい」	⇒ 「増加した又はほぼ横ばい」
			「減少した」	⇒ 「減少した」
			「明確な傾向なし」「わからない」	⇒ 「(除外)」
問7	コロナ禍における 経営への影響	多岐 選択式	「1. 現在すでにマイナスの影響が出ている」	⇒ 「すでにマイナスの影響が出ている」
			「2. 今後マイナスの影響が生じる可能性がある」「3. 現在マイナスの影響は 出ておらず、今後もマイナスの影響が生じる可能性はない」	⇒ 「まだマイナスの影響は出ていない」
			「4. 今後プラスの影響が生じる可能性がある」	
			「5. 現在すでにプラスの影響が出ている」	
			「6. わからない」「7. その他」	⇒ 「(除外)」
問9	ウェブサイト維持・ 構築の役割を 担う人材の有無	多岐 選択式	「いる」「外部に依頼している」	⇒ 「いる又は外部に依頼している」
			「いない」	⇒ 「いない」
			「その他」	⇒ 「(除外)」
問12	経営理念の有無	多岐 選択式	「1. 明文化された『経営理念』が存在する」	⇒ 「存在する」
			「2. 明文化されていない口伝の『経営理念』が存在する」	
			「3. 『経営理念』に類するものは存在しない」	⇒ 「存在しない」
			「4. その他」	⇒ 「(除外)」
問12 -2	経営理念の文言	文言 記入式	(文言・語句を直接記入) ※回答文言が以下10要素の含意に「あてはまる」「あてはまらない」かで集計。 ①組合員の幸福・団結・和の尊重 ②社会との共生(産地の振興) ③創造性・ ものづくり・挑戦・新規開発・オリジナリティの重視 ④勤勉・丁寧・真面目 ⑤顧客志向・顧客満足の向上 ⑥伝統を守る ⑦経済的利益の追求 ⑧地域社会への貢献 ⑨地球環境への配慮 ⑩その他(格言的文言等)	⇒ 「あてはまらない」
問14	クラウド ファンディング の認知状況	多岐 選択式	「1. クラウドファンディングについて全く聞いたことがない」	⇒ 「内容を知らない」
			「2. クラウドファンディングという言葉聞いたことがあるが、内容はわからない」	
			「3. クラウドファンディングについて内容を知っているが、利用してみたいとは 考えていない」	⇒ 「内容を知っている」
			「4. クラウドファンディングについて内容を知っており、利用してみたいと考えている」	
			「5. クラウドファンディングについて内容を知っており、利用したことがある」	
問19	今後の見通し	多岐 選択式	「1. 大変明るい状況にある」「2. まあ明るい状況にある」「3. 現状と変わらない」	⇒ 「明るい状況にある 又は現状と変わらない」
			「4. あまり明るい状況ではない」「5. 全く明るい状況ではない」	⇒ 「明るい状況ではない」
			「6. わからない」	⇒ 「わからない」

た場合や最小期待度数が 1 未満の要因が存在した場合はフィッシャーの正確確率検定を用いた²⁾。いずれも関連性が有意と認められたもの ($p < .05$) を提示した。さらに、2 変数の相関の強さを表すファイ係数 (ϕ) 及びクラメールの連関係数 (Cramer's V) を用いて、関連性の強さを示す効果量を確認した³⁾。

なお、統計解析ソフトは IBM SPSS ver.27 for Windows と R Version 3.6.0 を使用した。

2.3.2. データの再集計

事業者調査では多岐選択式等による回答の意味内容や分布を踏まえた上で、2 群又は 3 群にまとめた(表 3)。

また、組合・事業者調査共に、データ集計時に於いて 5 分法による選択肢を 3 分法に統合した。すなわち、「とてもあてはまる」と「ややあてはまる」を統合して「あてはまる」とし、「全くあてはまらない」と「余りあてはまらない」を統合して「あてはまらない」とした。

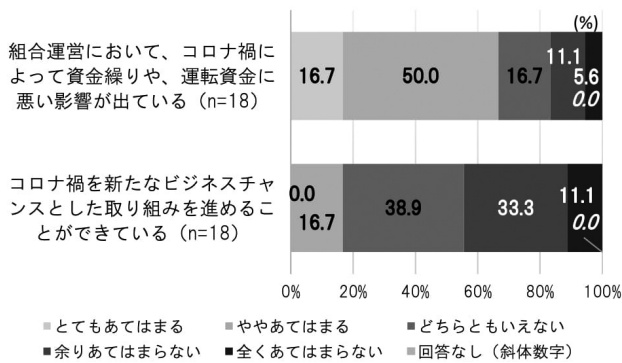


図1. 「コロナ禍に関する質問」回答内訳 (組合調査)

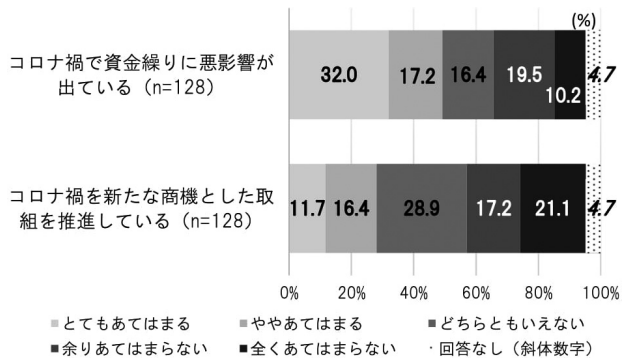


図2. 「コロナ禍に関する質問」回答内訳 (事業者調査)

3. 単純集計を用いた分析結果

3.1. コロナ禍における経営状況

まず、両調査のコロナ禍への対応に関する回答を比較分析した(図1、図2)。このうち、「コロナ禍によって資金繰りに悪影響が出ている」という項目では、組合調査では「あてはまる」が66.7%を占め、事業者調査の「あてはまる」も49.2%に上った。一方で、「コロナ禍を新たなビジネスチャンス・商機とした取り組みを進めている」という項目では、組合調査での「あてはまる」は16.7%に留まったが、事業者調査での「あてはまる」は28.1%に上った。

また、産地事業者に対しては、コロナ禍を受けての従業員雇用や商品価格に関する質問を行った(図3)。そこでの回答について、「コロナ禍でも従業員雇用を維持できている」という項目では「あてはまる」が46.1%、「コロナ禍でも従業員賃金支払いは維持できている」という項目では「あてはまる」が56.3%を占めた。一方で、「売上確保対策として商品価格を下げている」という項目は、「あてはまらない」が64.9%を占めた。

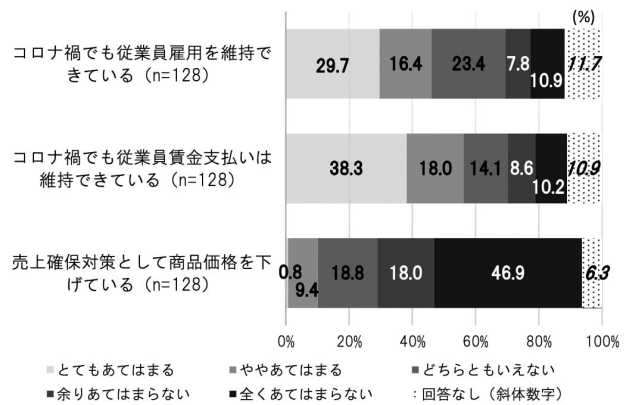


図3. 「コロナ禍における従業員・価格に関する質問」回答内訳 (事業者調査)

3.2. ウェブサイト運営・展開の現状

つぎに、両調査のウェブサイト運営・展開への対応に関する回答を比較分析した(図4、図5)。このうち、「ウェブサイト運営を担う人材育成が組織/事業所内では育成できない/困難である」という項目に対して、「あてはまる」が産地組合で77.8%に上ったが、産地事業者では39.0%であった。また、「組合員/事業所構成員のITリテラシーが不十分である」という項目では、「あてはまる」が産地組合で55.5%、産地事業者でも43.8%に上った。「ウェブサイト運営を担える人材が外部から獲得できない」という項目においては、「あてはまる」が産地組合で50.0%、産地事業者で32.1%となり、「あてはまらない」を上回っていた。

一方で、「販売・組織変革に対する組織/事業所内の抵抗感が強い」という項目に対し、産地組合では「あてはまらない」が16.7%に留まったが、産地事業者の「あてはまらない」は51.5%を占めた。

また、「ウェブサイト運営推進を行っているが成果があらがない」という項目には、産地組合の「あてはまらない」が33.3%、産地事業者の「あてはまらない」も32.1%に上った。

3.3. 経営理念の有無に関する現状分析

そのつぎに、両調査の経営理念の有無に関する回答を比較分析した(図6)。

このうち、「経営理念が存在しない」という回答は、組合調査では66.7%を占め、事業者調査でも46.1%(回答事業者の56.2%)に上った。

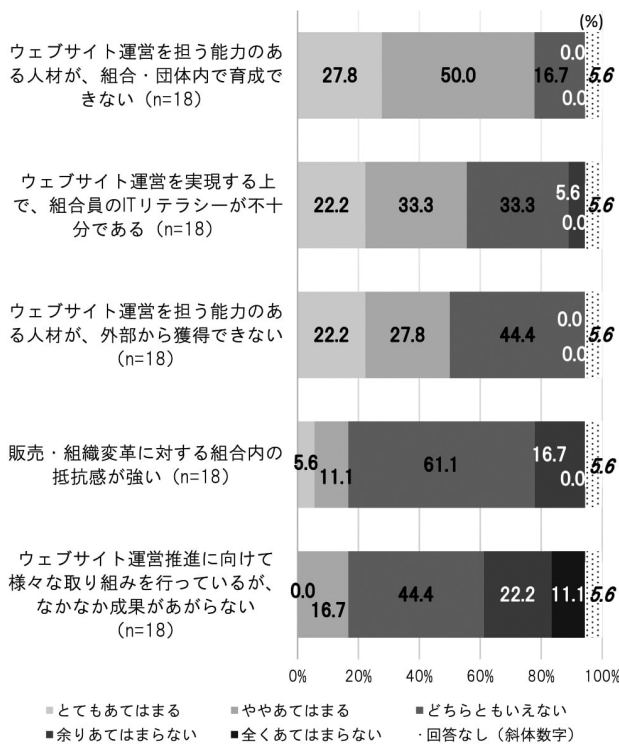


図4. 「ウェブサイト運営に関する質問」回答内訳 (組合調査)

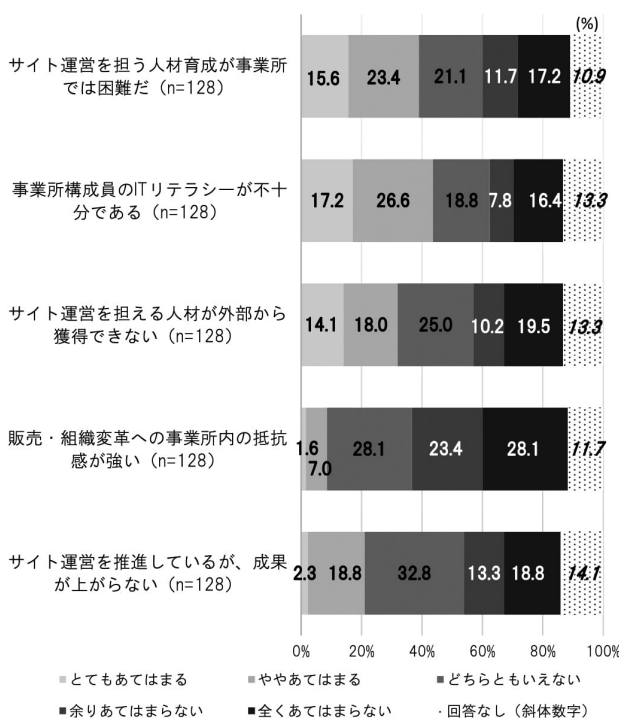


図5. 「ウェブサイト運営に関する質問」回答内訳 (事業者調査)

これに対し、「経営理念が存在する」は、組合調査においては6組合(33.3%)であったが、この内4組合は、組合定款第1条「目的」の部分に回答していた⁴⁾。

一方、産地事業者では35.9%(回答事業者中の43.8%)であった。その理念内容について、10の要

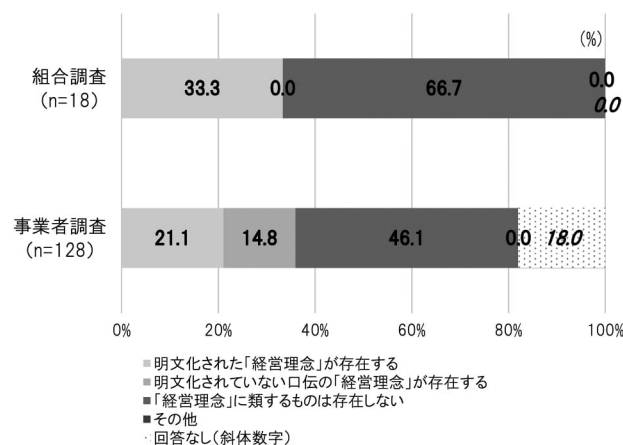


図6. 「経営理念の有無に関する質問」回答内訳

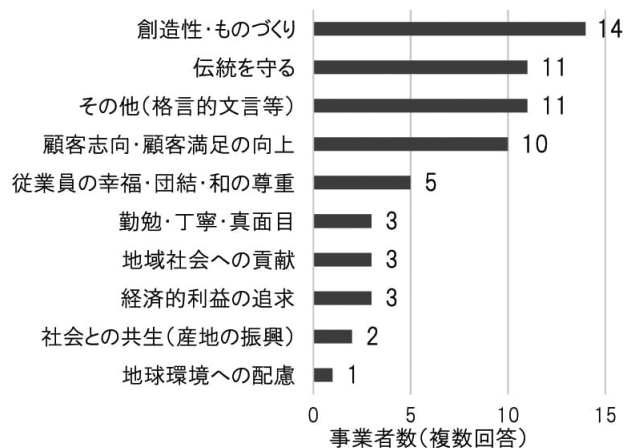


図7. 経営理念に含まれる文言内容の内訳 (事業者調査)

素に分類したものが図7である。このうち、「創造性・ものづくり」に類する文言を含む経営理念を持つ事業者は14事業者に上り、ついで「伝統を守る」に類する文言を含む事業者が11事業者、そして「顧客志向・顧客満足の向上」に類する文言を含む事業者が10事業者と続いた。

3.4. CFの認知度や利用経験に関する現状

さらに、両調査でCFの認知度や利用経験に関する回答を比較した(図8)。

まず組合調査では、14組合(77.7%)がCFについて「知っている」状況で、特に「利用したいと考えている」が6組合(33.3%)を占めた。しかし、利用経験があると回答した組合はなかった。

一方、事業者調査では、「内容を知っているが、利用は考えていない」が54事業所(42.2%)に上った。一方で「利用したことがある」が15事業者(11.7%)と1割程度存在していた。

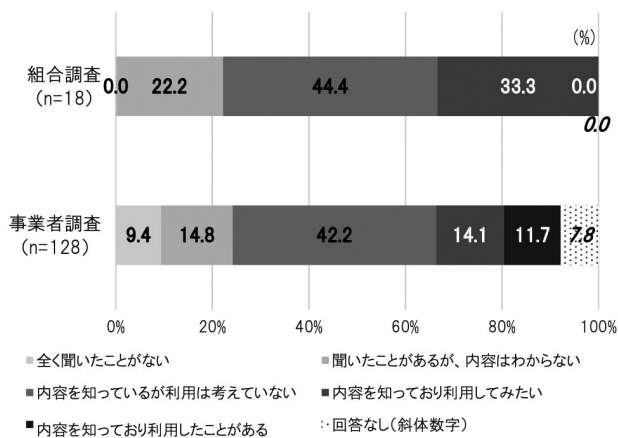


図8. 「CFの認知度・利用経験に関する質問」回答内訳

両調査ともCF利用の理由や課題について尋ねたが、事業者調査におけるCF利用の課題の回答内訳を図9に示した。このうち、「ITスキル等に自信がなく、対応が難しい」が33事業者と最も多く、ついで「必要金額が調達できるかわからない」が26事業者、そして「手続きが煩雑である」が23事業者と続いた。

4. クロス集計を用いた分析結果

4.1. コロナ禍における意識・実態分析

4.1.1. 「コロナ禍による経営への影響」要因間の関連性分析

「コロナ禍による経営への影響の有無」について、属性項目等とのクロス集計を行った結果、6項目(要因)との間に統計的に有意な関連性が認められた(表4)。

第一に「創業年数」との関連性である。すでにマイナスの影響が出ている事業者の中では、「50年以上」が統計的に有意で、まだマイナスの影響は出ていない事業者の中では、「50年未満」が有意であった($\chi^2(1) = 13.031, p < .01$)。

第二に「利益状況」との関連性である。すでにマイナスの影響が出ている事業者の中では、「赤字」が統計的に有意で、まだマイナスの影響は出ていない事業者の中では、「黒字」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

第三に「生産量変化」との関連性である。すでにマイナスの影響が出ている事業者の中では、「減少した」

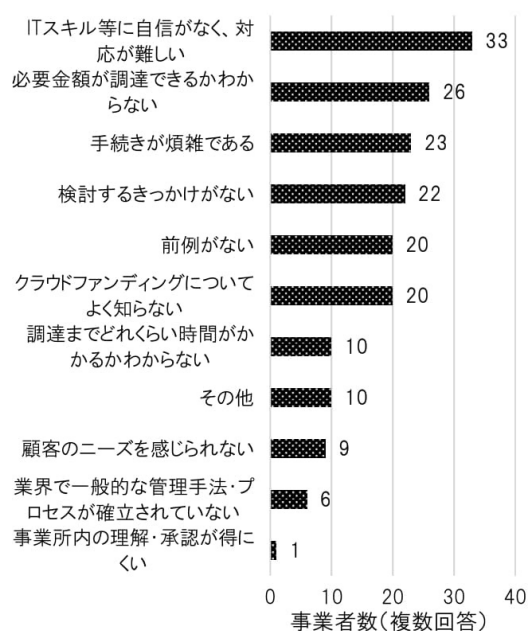


図9. 「CF利用の課題」回答内訳 (事業者調査)

が統計的に有意で、まだマイナスの影響は出ていない事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意であった($\chi^2(1) = 9.683, p < .01$)。

第四に「売上高変化」との関連性である。すでにマイナスの影響が出ている事業者の中では、「減少した」が統計的に有意で、まだマイナスの影響は出ていない事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

第五に「経常利益変化」との関連性である。すでにマイナスの影響が出ている事業者の中では、「減少した」が統計的に有意で、まだマイナスの影響は出ていない事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意であった($\chi^2(1) = 22.919, p < .01$)。

第六に「今後の見通し」との関連性である。すでにマイナスの影響が出ている事業者の中では、「明るい状況ではない」が統計的に有意で、まだマイナスの影響は出ていない事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 12.491, p < .01$)。

4.1.2. 「コロナ禍による資金繰り影響」要因間の関連性分析

表 4. コロナ禍による経営への影響別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	コロナ禍による経営への影響								p値	φ (又は Cramer's V)
			全体		すでにマイナスの影響が出ている				まだマイナスの影響は出ていない			
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差			
1	創業年数 (n=124)	50年未満	53 (42.7)	36 (35.3)	43.6	-3.61	17 (77.3)	9.4	<u>3.61</u>	.000 ^a	-.324	
		50年以上	71 (57.3)	66 (64.7)	58.4	<u>3.61</u>	5 (22.7)	12.6	-3.61			
2	利益状況 (n=122)	黒字	25 (20.5)	13 (13.0)	20.5	-4.37	12 (54.5)	4.5	<u>4.37</u>	.000 ^b	.449	
		収支均衡	22 (18.0)	16 (16.0)	18.0	-1.25	6 (27.3)	4.0	1.25			
		赤字	75 (61.5)	71 (71.0)	61.5	<u>4.61</u>	4 (18.2)	13.5	-4.61			
3	生産量変化 (n=109)	増加した又は ほぼ横ばい	32 (29.4)	20 (22.7)	25.8	-3.11	12 (57.1)	6.2	<u>3.11</u>	.002 ^a	-.298	
		減少した	77 (70.6)	68 (77.3)	62.2	<u>3.11</u>	9 (42.9)	14.8	-3.11			
4	売上高変化 (n=121)	増加した又は ほぼ横ばい	24 (19.8)	13 (13.0)	19.8	-4.11	11 (52.4)	4.2	<u>4.11</u>	.000 ^b	-.374	
		減少した	97 (80.2)	87 (87.0)	80.2	<u>4.11</u>	10 (47.6)	16.8	-4.11			
5	経常利益 変化 (n=118)	増加した又は ほぼ横ばい	30 (25.4)	16 (16.5)	24.7	-4.79	14 (66.7)	5.3	<u>4.79</u>	.000 ^a	-.441	
		減少した	88 (74.6)	81 (83.5)	72.3	<u>4.79</u>	7 (33.3)	15.7	-4.79			
6	今後の 見通し (n=117)	明るい状況にある 又は現状と変わらない	44 (37.6)	29 (30.2)	36.1	-3.53	15 (71.4)	7.9	<u>3.53</u>	.002 ^a	.327	
		明るい状況ではない	59 (50.4)	54 (56.3)	48.4	<u>2.69</u>	5 (23.8)	10.6	-2.69			
		わからない	14 (12.0)	13 (13.5)	11.5	1.12	1 (4.8)	2.5	-1.12			

p値のaはカイ二乗検定、bはフィッシャーの正確確率検定を示す。調整済残差が1.96以上のセルは灰色地とし、数値に下線を付した。(以下同じ)

表 5. コロナ禍による資金繰りへの影響別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	コロナ禍で資金繰りに悪影響が出ている									p値	Cramer's V			
			全体			あてはまる			どちらともいえない					あてはまらない		
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数			調整済 残差		
7	利益状況 (n=121)	黒字	26 (21.5)	4 (6.3)	13.5	-4.23	7 (33.3)	4.5	1.45	15 (40.5)	8.0	<u>3.39</u>	.000 ^b	.325		
		収支均衡	23 (19.0)	9 (14.3)	12.0	-1.38	4 (19.0)	4.0	0.01	10 (27.0)	7.0	1.49				
		赤字	72 (59.5)	50 (79.4)	37.5	<u>4.64</u>	10 (47.6)	12.5	-1.22	12 (32.4)	22.0	-4.03				
8	生産量 変化 (n=107)	増加した又は ほぼ横ばい	32 (29.9)	7 (13.7)	15.3	-3.49	7 (33.3)	6.3	0.38	18 (51.4)	10.5	<u>3.39</u>	.001 ^a	.365		
		減少した	75 (70.1)	44 (86.3)	35.7	<u>3.49</u>	14 (66.7)	14.7	-0.38	17 (48.6)	24.5	-3.39				
9	売上高 変化 (n=119)	増加した又は ほぼ横ばい	24 (20.2)	6 (9.7)	12.5	-2.97	4 (19.0)	4.2	-0.14	14 (38.9)	7.3	<u>3.35</u>	.002 ^a	.319		
		減少した	95 (79.8)	56 (90.3)	49.5	<u>2.97</u>	17 (81.0)	16.8	0.14	22 (61.1)	28.7	-3.35				
10	経常利益 変化 (n=117)	増加した又は ほぼ横ばい	32 (27.4)	9 (14.8)	16.7	-3.19	7 (33.3)	5.7	0.68	16 (45.7)	9.6	<u>2.91</u>	.004 ^a	.309		
		減少した	85 (72.6)	52 (85.2)	44.3	<u>3.19</u>	14 (66.7)	15.3	-0.68	19 (54.3)	25.4	-2.91				
11	今後の 見通し (n=117)	明るい状況にある 又は現状と変わらない	46 (39.3)	15 (25.0)	23.6	-3.25	10 (50.0)	7.9	1.07	21 (56.8)	14.5	<u>2.63</u>	.004 ^b	.250		
		明るい状況ではない	57 (48.7)	39 (65.0)	29.2	<u>3.62</u>	6 (30.0)	9.7	-1.84	12 (32.4)	18.0	-2.40				
		わからない	14 (12.0)	6 (10.0)	7.2	-0.67	4 (20.0)	2.4	1.22	4 (10.8)	4.4	-0.26				

「コロナ禍で資金繰りに悪影響が出ている」について、属性項目等とのクロス集計を行った結果、5項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表5)。

第一に「利益状況」との関連である。資金繰りに悪影響が出ている事業者の中では、「赤字」が統計的に有意で、悪影響が出ていない事業者の中では、「黒字」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

第二に「生産量変化」との関連性である。資金繰りに悪影響が出ている事業者の中では、「減少した」が統計的に有意で、悪影響が出ていない事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意で

あった ($\chi^2(2) = 14.221, p < .01$)。

第三に「売上高変化」との関連性である。資金繰りに悪影響が出ている事業者の中では、「減少した」が統計的に有意で、悪影響が出ていない事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 12.091, p < .01$)。

第四に「経常利益変化」との関連性である。資金繰りに悪影響が出ている事業者の中では、「減少した」が統計的に有意で、悪影響が出ていない事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 11.190, p < .01$)。

第五に「今後の見通し」との関連性である。資金

表 6. コロナ禍における従業員雇用の維持別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	コロナ禍でも従業員雇用を維持できている									p値	Cramer's V			
			全体			あてはまる			どちらともいえない					あてはまらない		
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数 調整済 残差	観測度数(%)	期待度数 調整済 残差	観測度数(%)	期待度数 調整済 残差	観測度数(%)	期待度数 調整済 残差			観測度数(%)	期待度数 調整済 残差	
12	何代目の 経営者 (n=108)	初代	22 (20.4)	4 (7.0)	11.6	-3.64	7 (25.0)	5.7	0.71	11 (47.8)	4.7	3.69	.000 ^a	.401		
		2代目以上	86 (79.6)	53 (93.0)	45.4	3.64	21 (75.0)	22.3	-0.71	12 (52.2)	18.3	-3.69				
13	企業形態 (n=113)	個人事業主	43 (38.1)	15 (25.4)	22.5	-2.89	11 (36.7)	11.4	-0.18	17 (70.8)	9.1	3.73	.001 ^a	.364		
		株式・有限 ・合資会社	70 (61.9)	44 (74.6)	36.5	2.89	19 (63.3)	18.6	0.18	7 (29.2)	14.9	-3.73				
14	産地組合 加入状況 (n=111)	加入している	98 (88.3)	59 (100.0)	52.1	4.09	21 (75.0)	24.7	-2.53	18 (75.0)	21.2	-2.29	.004 ^b	.388		
		加入していない	13 (11.7)	0 (0.0)	6.9	-4.09	7 (25.0)	3.3	2.53	6 (25.0)	2.8	2.29				
15	資本金又は 元入金の額 (n=108)	300万円未満	39 (36.1)	13 (22.8)	20.6	-3.04	12 (41.4)	10.5	0.69	14 (63.6)	7.9	3.01	.003 ^a	.333		
		300万円以上	69 (63.9)	44 (77.2)	36.4	3.04	17 (58.6)	18.5	-0.69	8 (36.4)	14.1	-3.01				
16	全従事者数 (n=113)	5人以下	61 (54.0)	25 (42.4)	31.8	-2.59	16 (53.3)	16.2	-0.08	20 (83.3)	13.0	3.25	.003 ^a	.319		
		6人以上	52 (46.0)	34 (57.6)	27.2	2.59	14 (46.7)	13.8	0.08	4 (16.7)	11.0	-3.25				
17	経常利益 変化 (n=109)	増加した又は ほぼ横ばい	32 (29.4)	23 (40.4)	16.7	2.64	6 (20.7)	8.5	-1.20	3 (13.0)	6.8	-1.93	.026 ^a	.259		
		減少した	77 (70.6)	34 (59.6)	40.3	-2.64	23 (79.3)	20.5	1.20	20 (87.0)	16.2	1.93				

緑りに悪影響が出ている事業者の中では、「明るい状況ではない」が統計的に有意で、悪影響が出ていない事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

4.1.3. 「コロナ禍での従業員雇用状況」要因間の関連性分析

「コロナ禍でも従業員雇用を維持できている」について、属性項目等とのクロス集計を行った結果、6項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表6)。

第一に「何代目の経営者」との関連性である。雇用を維持できている事業者の中では、「2代目以上」が統計的に有意で、維持できていない事業者の中では、「初代」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 17.324, p < .01$)。

第二に「企業形態」との関連性である。雇用を維持できている事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、維持できていない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 14.957, p < .01$)。

第三に「産地組合加入状況」との関連性である。雇用を維持できている事業者の中では、「加入している」が統計的に有意で、維持できていない事業者の中では、「加入していない」が統計的に有意であった

(フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

第四に「資本金又は元入金の額」との関連性である。雇用を維持できている事業者の中では、「300万円以上」が統計的に有意で、維持できていない事業者の中では、「300万円未満」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 11.947, p < .01$)。

第五に「全従事者数」との関連性である。雇用を維持できている事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、維持できていない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 11.529, p < .01$)。

第六に「経常利益変化」との関連性である。雇用を維持できている事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 7.324, p < .05$)。

4.1.4. 「コロナ禍での賃金支払い状況」要因間の関連性分析

「コロナ禍でも従業員賃金支払いは維持できている」かについて、属性項目等とのクロス集計を行った結果、6項目との間に有意な関連が認められた(表7)。

第一に「何代目の経営者」との関連性である。賃金支払いを維持できている事業者の中では、「2代目以上」が統計的に有意で、維持できていない事業者の中では、「初代」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 20.653, p < .01$)。

表7. コロナ禍における従業員賃金支払いの維持別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	コロナ禍でも従業員賃金支払いは維持できている									p値	Cramer's V			
			全体			あてはまる			どちらともいえない					あてはまらない		
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数			調整済残差		
18	何代目の経営者 (n=109)	初代	23 (21.1)	5 (7.4)	14.3	-4.53	7 (41.2)	3.6	2.21	11 (45.8)	5.1	3.36	.000 ^a	.435		
		2代目以上	86 (78.9)	63 (92.6)	53.7	4.53	10 (58.8)	13.4	-2.21	13 (54.2)	18.9	-3.36				
19	企業形態 (n=114)	個人事業主	44 (38.6)	18 (25.0)	27.8	-3.90	9 (50.0)	6.9	1.08	17 (70.8)	9.3	3.65	.000 ^a	.388		
		株式・有限・合資会社	70 (61.4)	54 (75.0)	44.2	3.90	9 (50.0)	11.1	-1.08	7 (29.2)	14.7	-3.65				
20	産地組合加入状況 (n=112)	加入している	100 (89.3)	69 (97.2)	63.4	3.56	14 (82.4)	15.2	-1.00	17 (70.8)	21.4	-3.30	.001 ^b	.354		
		加入していない	12 (10.7)	2 (2.8)	7.6	-3.56	3 (17.6)	1.8	1.00	7 (29.2)	2.6	3.30				
21	資本金又は元入金の額 (n=109)	300万円未満	40 (36.7)	16 (22.9)	25.7	-4.02	10 (62.5)	5.9	2.32	14 (60.9)	8.4	2.71	.000 ^a	.385		
		300万円以上	69 (63.3)	54 (77.1)	44.3	4.02	6 (37.5)	10.1	-2.32	9 (39.1)	14.6	-2.71				
22	全従事者数 (n=114)	5人以下	62 (54.4)	30 (41.7)	39.2	-3.57	13 (72.2)	9.8	1.66	19 (79.2)	13.1	2.74	.002 ^a	.337		
		6人以上	52 (45.6)	42 (58.3)	32.8	3.57	5 (27.8)	8.2	-1.66	5 (20.8)	10.9	-2.74				
23	今後の見通し (n=109)	明るい状況にある又は現状と変わらない	44 (40.4)	36 (52.2)	27.9	3.30	4 (23.5)	6.9	-1.54	4 (17.4)	9.3	-2.53	.007 ^b	.248		
		明るい状況ではない	51 (46.8)	24 (34.8)	32.3	-3.30	12 (70.6)	8.0	2.14	15 (65.2)	10.8	1.99				
		わからない	14 (12.8)	9 (13.0)	8.9	0.08	1 (5.9)	2.2	-0.93	4 (17.4)	3.0	0.73				

表8. コロナ禍を新たな商機とした取組み推進の有無別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	コロナ禍を新たな商機とした取組みを推進している									p値	Cramer's V			
			全体			あてはまる			どちらともいえない					あてはまらない		
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数			調整済残差		
24	資本金又は元入金の額 (n=114)	300万円未満	46 (40.4)	9 (25.7)	14.1	-2.12	11 (32.4)	13.7	-1.13	26 (57.8)	18.2	3.06	.008 ^a	.292		
		300万円以上	68 (59.6)	26 (74.3)	20.9	2.12	23 (67.6)	20.3	1.13	19 (42.2)	26.8	-3.06				
25	今後の見通し (n=118)	明るい状況にある又は現状と変わらない	46 (39.0)	22 (62.9)	13.6	3.45	8 (21.6)	14.4	-2.61	16 (34.8)	17.9	-0.75	.001 ^b	.272		
		明るい状況ではない	57 (48.3)	8 (22.9)	16.9	-3.59	22 (59.5)	17.9	1.64	27 (58.7)	22.2	1.81				
		わからない	15 (12.7)	5 (14.3)	4.4	0.33	7 (18.9)	4.7	1.37	3 (6.5)	5.8	-1.61				

第二に「企業形態」との関連性である。賃金支払いを維持できている事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、維持できていない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 17.128, p < .01$)。

第三に「産地組合加入状況」との関連性である。賃金支払いを維持できている事業者の中では、「加入している」が統計的に有意で、維持できていない事業者の中では、「加入していない」が統計的に有意であった (フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

第四に「資本金又は元入金の額」との関連性である。賃金支払いを維持できている事業者の中では、「300万円以上」が統計的に有意で、維持できていない事業者の中では、「300万円未満」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 16.143, p < .01$)。

第五に「全従事者数」との関連性である。賃金支払いを維持できている事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、維持できていない事業者の中

では、「5人以下」の群が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 12.945, p < .01$)。

第六に「今後の見通し」との関連性である。賃金支払いを維持できている事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意で、維持できていない事業者の中では、「明るい状況ではない」が統計的に有意であった (フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

4.1.5. 「コロナ禍を商機とした取組み」要因間の関連性分析

「コロナ禍を新たな商機とした取組みを推進している」かについて、属性項目等とのクロス集計を行った結果、2項目との間に有意な関連性が認められた (表8)。

一つは「資本金又は元入金の額」との関連性である。取組みを推進している事業者の中では、「300万円以上」が統計的に有意で、推進していない事業者の中では、「300万円未満」が統計的に有意であった

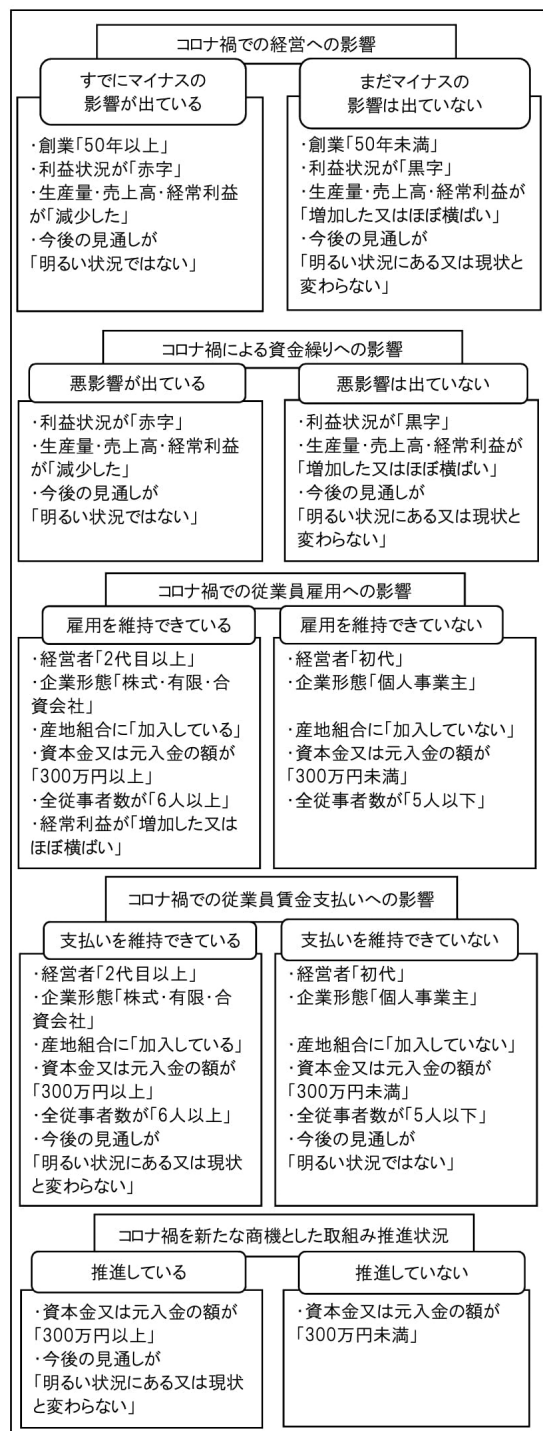


図 10. コロナ禍に関して抽出された関連性

($\chi^2(2) = 9.697, p < .01$)。

もう一つは「今後の見通し」との関連性である。取組みを推進している事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

4.1.6. コロナ禍における意識・実態分析の小括

以上の分析から抽出された、コロナ禍に関する各項目と属性項目等との関連性の概要を図 10 に示す。

4.2. ウェブサイト運営を巡る意識・実態分析

4.2.1. 「ウェブサイト担当人材の有無」要因間の関連性分析

「ウェブサイト維持・構築の役割を担う人材の有無」について、属性項目等とのクロス集計を行った結果、10項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表 9)。

第一に「何代目の経営者」との関連性である。人材がいる又は外部に依頼している事業者の中では、「2代目以上」が統計的に有意で、人材がいない事業者の中では、「初代」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 16.309, p < .01$)。

第二に「業態として製造を行っているか」との関連性である。人材がいる又は外部に依頼している事業者の中では、「製造を行っていない」が統計的に有意で、人材がいない事業者の中では、「製造を行っている」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 4.145, p < .05$)。

第三に「業態として卸・問屋を行っているか」との関連性である。人材がいる又は外部に依頼している事業者の中では、「卸・問屋を行っている」が統計的に有意で、人材がいない事業者の中では、「卸・問屋を行っていない」が統計的に有意であった ($\chi^2(1)$

表 9. ウェブサイト維持・構築の役割を担う人材の有無別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	ウェブサイト維持・構築の役割を担う人材の有無						p値	φ (又は Cramer's V)	
			全体		いる又は外部に依頼している		いない				
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数			調整済 残差
26	何代目の 経営者 (n=116)	初代	30 (25.9)	6 (10.0)	15.5	-4.04	24 (42.9)	14.5	4.04	.000 ^a	-.375
		2代目以上	86 (74.1)	54 (90.0)	44.5	4.04	32 (57.1)	41.5	-4.04		
27	業態: 製造 (n=121)	あてはまる	100 (82.6)	47 (75.8)	51.2	-2.04	53 (89.8)	48.8	2.04	.042 ^a	-.185
		あてはまらない	21 (17.4)	15 (24.2)	10.8	2.04	6 (10.2)	10.2	-2.04		
28	業態: 卸・問屋 (n=121)	あてはまる	45 (37.2)	30 (48.4)	23.1	2.61	15 (25.4)	21.9	-2.61	.009 ^a	.237
		あてはまらない	76 (62.8)	32 (51.6)	38.9	-2.61	44 (74.6)	37.1	2.61		
29	企業形態 (n=121)	個人事業主	52 (43.0)	11 (17.7)	26.6	-5.75	41 (69.5)	25.4	5.75	.000 ^a	-.523
		株式・有限・合資会社	69 (57.0)	51 (82.3)	35.4	5.75	18 (30.5)	33.6	-5.75		
30	経営者の 年代 (n=121)	40代以下	21 (17.4)	16 (25.8)	10.8	2.52	5 (8.5)	10.2	-2.52	.012 ^a	.229
		50代以上	100 (82.6)	46 (74.2)	51.2	-2.52	54 (91.5)	48.8	2.52		
31	産地組合 加入状況 (n=119)	加入している	104 (87.4)	59 (95.2)	54.2	2.66	45 (78.9)	49.8	-2.66	.008 ^a	.244
		加入していない	15 (12.6)	3 (4.8)	7.8	-2.66	12 (21.1)	7.2	2.66		
32	資本金又は 元入金の額 (n=114)	300万円未満	47 (41.2)	9 (15.3)	24.3	-5.84	38 (69.1)	22.7	5.84	.000 ^a	-.547
		300万円以上	67 (58.8)	50 (84.7)	34.7	5.84	17 (30.9)	32.3	-5.84		
33	全従事者数 (n=121)	5人以下	71 (58.7)	21 (33.9)	36.4	-5.68	50 (84.7)	34.6	5.68	.000 ^a	-.516
		6人以上	50 (41.3)	41 (66.1)	25.6	5.68	9 (15.3)	24.4	-5.68		
34	経常利益 変化 (n=115)	増加した又は ほぼ横ばい	31 (27.0)	23 (38.3)	16.2	2.87	8 (14.5)	14.8	-2.87	.004 ^a	.268
		減少した	84 (73.0)	37 (61.7)	43.8	-2.87	47 (85.5)	40.2	2.87		
35	今後の 見通し (n=115)	明るい状況にある 又は現状と変わらない	44 (38.3)	31 (50.0)	23.7	2.80	13 (24.5)	20.3	-2.80	.014 ^a	.273
		明るい状況ではない	56 (48.7)	23 (37.1)	30.2	-2.69	33 (62.3)	25.8	2.69		
		わからない	15 (13.0)	8 (12.9)	8.1	-0.05	7 (13.2)	6.9	0.05		

= 6.825, $p < .01$).

第四に「企業形態」との関連性である。人材がいる又は外部に依頼している事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、人材がいない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 33.036, p < .01$)。

第五に「経営者の年代」との関連性である。人材がいる又は外部に依頼している事業者の中では、「40代以下」が統計的に有意で、人材がいない事業者の中では、「50代以上」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 6.331, p < .05$)。

第六に「産地組合加入状況」との関連性である。人材がいる又は外部に依頼している事業者の中では、「加入している」が統計的に有意で、人材がいない事業者の中では、「加入していない」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 7.087, p < .01$)。

第七に「資本金又は元入金の額」との関連性である。人材がいる又は外部に依頼している事業者の中では、「300万円以上」が統計的に有意で、人材がいない事業者の中では、「300万円未満」が統計的に有意

であった ($\chi^2(1) = 34.049, p < .01$)。

第八に「全従事者数」との関連性である。人材がいる又は外部に依頼している事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、人材がいない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 32.271, p < .01$)。

第九に「経常利益変化」との関連性である。人材がいる又は外部に依頼している事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意で、人材がいない事業者の中では、「減少した」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 8.247, p < .01$)。

第十に「今後の見通し」との関連性である。人材がいる又は外部に依頼している事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意で、人材がいない事業者の中では、「明るい状況ではない」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 8.564, p < .05$)。

4.2.2. 「将来への危機感の浸透状況」要因間の関連性分析

「ウェブサイト展開の前提となる将来への危機感が、

表 10. ウェブサイト展開の前提となる将来への危機感の浸透状況別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリ	ウェブサイト展開の前提となる将来への危機感が、事業所全体になかなか浸透しない												p値	Cramer's V
			全体			あてはまる			どちらともいえない			あてはまらない				
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差				
36	業態：卸・問屋 (n=116)	あてはまる	45 (38.8)	4 (14.8)	10.5	-2.92	14 (35.9)	15.1	-0.46	27 (54.0)	19.4	2.93	.003 ^a	.315		
		あてはまらない	71 (61.2)	23 (85.2)	16.5	2.92	25 (64.1)	23.9	0.46	23 (46.0)	30.6	-2.93				
37	経営者の年代 (n=116)	40代以下	20 (17.2)	4 (14.8)	4.7	-0.38	2 (5.1)	6.7	-2.46	14 (28.0)	8.6	2.67	.017 ^a	.266		
		50代以上	96 (82.8)	23 (85.2)	22.3	0.38	37 (94.9)	32.3	2.46	36 (72.0)	41.4	-2.67				
38	生産量変化 (n=102)	増加した又はほぼ横ばい	31 (30.4)	3 (13.0)	7.0	-2.06	8 (25.0)	9.7	-0.80	20 (42.6)	14.3	2.47	.030 ^a	.262		
		減少した	71 (69.6)	20 (87.0)	16.0	2.06	24 (75.0)	22.3	0.80	27 (57.4)	32.7	-2.47				
39	売上高変化 (n=114)	増加した又はほぼ横ばい	25 (21.9)	2 (7.4)	5.9	-2.09	7 (18.4)	8.3	-0.64	16 (32.7)	10.7	2.40	.032 ^a	.246		
		減少した	89 (78.1)	25 (92.6)	21.1	2.09	31 (81.6)	29.7	0.64	33 (67.3)	38.3	-2.40				
40	経常利益変化 (n=113)	増加した又はほぼ横ばい	33 (29.2)	2 (7.4)	7.9	-2.86	8 (21.6)	10.8	-1.24	23 (46.9)	14.3	3.63	.001 ^a	.361		
		減少した	80 (70.8)	25 (92.6)	19.1	2.86	29 (78.4)	26.2	1.24	26 (53.1)	34.7	-3.63				
41	今後の見通し (n=112)	明るい状況にある又は現状と変わらない	46 (41.1)	5 (20.8)	9.9	-2.27	8 (20.5)	16.0	-3.23	33 (67.3)	20.1	4.98	.000 ^b	.339		
		明るい状況ではない	52 (46.4)	15 (62.5)	11.1	1.78	23 (59.0)	18.1	1.95	14 (28.6)	22.8	-3.34				
		わからない	14 (12.5)	4 (16.7)	3.0	0.70	8 (20.5)	4.9	1.87	2 (4.1)	6.1	-2.38				

事務所全体になかなか浸透しない」かについて、属性項目等とのクロス集計を行った結果、6項目との間に有意な関連性が認められた(表10)。

第一に「業態として卸・問屋を行っているか」との関連性である。「あてはまる(なかなか浸透しない)」事業者の中では、「卸・問屋を行っていない」が統計的に有意で、「あてはまらない(浸透している)」事業者の中では、「卸・問屋を行っている」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 11.545, p < .01$)。

第二に「経営者の年代」との関連性である。浸透状況についてどちらともいえない事業者の中では、「50代以上」が統計的に有意で、浸透している事業者の中では、「40代以下」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 8.178, p < .05$)。

第三に「生産量変化」との関連性である。なかなか浸透しない事業者の中では、「減少した」が統計的に有意で、浸透している事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 6.998, p < .05$)。

第四に「売上高変化」との関連性である。なかなか浸透しない事業者の中では、「減少した」が統計的に有意で、浸透している事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意であった

($\chi^2(2) = 6.890, p < .05$)。

第五に「経常利益変化」との関連性である。なかなか浸透しない事業者の中では、「減少した」が統計的に有意で、浸透している事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 14.687, p < .01$)。

第六に「今後の見通し」との関連性である。浸透している事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

4.2.3. 「販売・組織変革への抵抗感」要因間の関連性分析

「販売・組織変革への事業所内の抵抗感が強い」かについて、属性項目等とのクロス集計を行った結果、1項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表11)。

すなわち「利益状況」との関連性である。抵抗感についてどちらともいえない事業者の中では、「赤字」が統計的に有意で、抵抗感が強くない事業者の中では、「黒字」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

4.2.4. 「ITに対する理解度」要因間の関連性分析

「ウェブサイト運営を実現する上で、事業所構成

表 11. 販売・組織変革への抵抗感の強さ別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	販売・組織変革への事業所内の抵抗感が強い									p値	Cramer's V			
			全体			あてはまる			どちらともいえない					あてはまらない		
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数			調整済残差	観測度数(%)	期待度数
42	利益状況 (n=111)	黒字	25 (22.5)	2 (18.2)	2.5	-0.36	2 (5.9)	7.7	-2.79	21 (31.8)	14.9	<u>2.84</u>	.007 ^b	.242		
		収支均衡	21 (18.9)	1 (9.1)	2.1	-0.88	5 (14.7)	6.4	-0.75	15 (22.7)	12.5	1.24				
		赤字	65 (58.6)	8 (72.7)	6.4	1.01	27 (79.4)	19.9	<u>2.96</u>	30 (45.5)	38.6	-3.39				

表 12. ウェブサイト運営を実現する上で、事業所構成員のITリテラシーが十分か否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	ウェブサイト運営を実現する上で、事業所構成員のITリテラシーが不十分である									p値	Cramer's V			
			全体			あてはまる			どちらともいえない					あてはまらない		
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数			調整済残差	観測度数(%)	期待度数
43	業態：製造 (n=111)	あてはまる	91 (82.0)	48 (85.7)	45.9	1.03	22 (91.7)	19.7	1.39	21 (67.7)	25.4	-2.43	.043 ^a	.238		
		あてはまらない	20 (18.0)	8 (14.3)	10.1	-1.03	2 (8.3)	4.3	-1.39	10 (32.3)	5.6	<u>2.43</u>				
44	業態：卸・問屋 (n=111)	あてはまる	45 (40.5)	16 (28.6)	22.7	-2.59	8 (33.3)	9.7	-0.81	21 (67.7)	12.6	<u>3.63</u>	.001 ^a	.347		
		あてはまらない	66 (59.5)	40 (71.4)	33.3	<u>2.59</u>	16 (66.7)	14.3	0.81	10 (32.3)	18.4	-3.63				
45	経常利益変化 (n=108)	増加した又はほぼ横ばい	30 (27.8)	11 (20.4)	15.0	-1.72	5 (21.7)	6.4	-0.73	14 (45.2)	8.6	<u>2.56</u>	.038 ^a	.247		
		減少した	78 (72.2)	43 (79.6)	39.0	1.72	18 (78.3)	16.6	0.73	17 (54.8)	22.4	-2.56				

表 13. サイト運営を担える人材が育成できているか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	サイト運営を担える人材が育成できない									p値	Cramer's V			
			全体			あてはまる			どちらともいえない					あてはまらない		
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数			調整済残差	観測度数(%)	期待度数
46	業態：卸・問屋 (n=114)	あてはまる	45 (39.5)	13 (26.0)	19.7	-2.60	8 (29.6)	10.7	-1.20	24 (64.9)	14.6	<u>3.84</u>	.001 ^a	.361		
		あてはまらない	69 (60.5)	37 (74.0)	30.3	<u>2.60</u>	19 (70.4)	16.3	1.20	13 (35.1)	22.4	-3.84				
47	売上高変化 (n=113)	増加した又はほぼ横ばい	25 (22.1)	6 (12.2)	10.8	-2.21	6 (22.2)	6.0	0.01	13 (35.1)	8.2	<u>2.32</u>	.041 ^a	.238		
		減少した	88 (77.9)	43 (87.8)	38.2	<u>2.21</u>	21 (77.8)	21.0	-0.01	24 (64.9)	28.8	-2.32				
48	経常利益変化 (n=111)	増加した又はほぼ横ばい	33 (29.7)	9 (18.4)	14.6	-2.33	8 (32.0)	7.4	0.28	16 (43.2)	11.0	<u>2.20</u>	.042 ^a	.239		
		減少した	78 (70.3)	40 (81.6)	34.4	<u>2.33</u>	17 (68.0)	17.6	-0.28	21 (56.8)	26.0	-2.20				

員のITリテラシーが不十分である」かについて、属性項目等とのクロス集計を行った結果、3項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表12)。

第一に「業態として製造を行っているか」との関連性である。ITリテラシーが不十分ではないとする事業者の中では、「製造を行っていない」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 6.308, p < .05$)。

第二に「業態として卸・問屋を行っているか」との関連性である。ITリテラシーが不十分ではないとする事業者の中では、「卸・問屋を行っている」が統計的に有意で、不十分であるとする事業者の中では、「卸・問屋を行っていない」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 13.361, p < .01$)。

第三に「経常利益変化」との関連性である。IT

リテラシーが不十分ではないとする事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 6.564, p < .05$)。

4.2.5. 「ウェブ担当人材の育成状況」要因間の関連性分析

「サイト運営を担える人材が育成できない」かについて、属性項目等とのクロス集計を行った結果、3項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表13)。

第一に「業態として卸・問屋を行っているか」との関連性である。人材が育成できているとする事業者の中では、「卸・問屋を行っている」が統計的に有意で、育成できていないとする事業者の中では、「卸・問屋を行っていない」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 14.879, p < .01$)。

表 14. サイト運営を担える人材を外部から獲得できているか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	サイト運営を担える人材を外部から獲得できない									ρ値	Cramer's V			
			全体			あてはまる			どちらともいえない					あてはまらない		
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数			調整済残差	観測度数(%)	期待度数
49	業態：卸・問屋 (n=111)	あてはまる	45 (40.5)	12 (29.3)	16.6	-1.85	9 (28.1)	13.0	-1.70	24 (63.2)	15.4	3.50	.002 ^a	.332		
		あてはまらない	66 (59.5)	29 (70.7)	24.4	1.85	23 (71.9)	19.0	1.70	14 (36.8)	22.6	-3.50				

表 15. ウェブサイト運営推進によって事業所内の相互理解促進や団結力強化につながっているか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	ウェブサイト運営推進によって、事業所内の相互理解促進や団結力強化につながっている									ρ値	Cramer's V			
			全体			あてはまる			どちらともいえない					あてはまらない		
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数			調整済残差	観測度数(%)	期待度数
50	資本金又は元入金金額 (n=104)	300万円未満	35 (33.7)	2 (10.0)	6.7	-2.49	11 (27.5)	13.5	-1.05	22 (50.0)	14.8	3.02	.004 ^a	.325		
		300万円以上	69 (66.3)	18 (90.0)	13.3	2.49	29 (72.5)	26.5	1.05	22 (50.0)	29.2	-3.02				

表 16. ウェブサイト運営推進に向けて様々な取り組みを行っている中で成果があがっているか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	ウェブサイト運営推進に向けて様々な取り組みを行っているが、なかなか成果があがらない									ρ値	Cramer's V			
			全体			あてはまる			どちらともいえない					あてはまらない		
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数			調整済残差	観測度数(%)	期待度数
51	業態：卸・問屋 (n=110)	あてはまる	45 (40.9)	7 (25.9)	11.0	-1.82	15 (35.7)	17.2	-0.87	23 (56.1)	16.8	2.50	.032 ^a	.250		
		あてはまらない	65 (59.1)	20 (74.1)	16.0	1.82	27 (64.3)	24.8	0.87	18 (43.9)	24.2	-2.50				

第二に「売上高変化」との関連性である。人材が育成できているとする事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意で、育成できていないとする事業者の中では、「減少した」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 6.411, p < .05$)。

第三に「経常利益変化」との関連性である。人材が育成できているとする事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意で、育成できていないとする事業者の中では、「減少した」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 6.324, p < .05$)。

4.2.6. 「ウェブ担当人材の獲得状況」要因間の関連性分析

「サイト運営を担える人材を外部から獲得できない」かについて、属性項目等とのクロス集計を行った結果、1項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表14)。

すなわち「業態として卸・問屋を行っているか」との関連性である。人材を外部から獲得できているとする事業者の中では、「卸・問屋を行っている」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 12.272, p$

$< .01$)。

4.2.7. 「ウェブ運営が事業所内の相互理解促進や団結力強化につながっているか否か」要因間の関連性分析

「ウェブサイト運営推進によって事業所内の相互理解促進や団結力強化につながっている」について、属性項目等とのクロス集計を行った結果、1項目との間に有意な関連性が認められた(表15)。

すなわち「資本金又は元入金金額」との関連性である。つながっているとする事業者の中では、「300万円以上」が統計的に有意で、つながっていないとする事業者の中では、「300万円未満」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 10.956, p < .01$)。

4.2.8. 「ウェブ推進取り組みの成果状況」要因間の関連性分析

「ウェブサイト運営推進に向けて様々な取り組みを行っているが、なかなか成果があがらない」かについて、属性項目等とのクロス集計を行った結果、1項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表16)。

すなわち「業態として卸・問屋を行っているか」との関連性である。成果があがっているとする事業者の中では、「卸・問屋を行っている」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 6.889, p < .05$)。

4.2.9. ウェブ運営を巡る意識・実態分析の小括

以上の分析から得られたウェブサイト運営に関する各項目と属性項目等との関連性の概要を図11に示す。

4.3. 経営理念を巡る意識・実態分析

4.3.1. 「経営理念の有無」要因間の関連性分析

「経営理念の有無」について、属性項目等とのクロス集計を行った結果、7項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表17)。

第一に「業態として製造を行っているか」との関連性である。経営理念が存在する事業者の中では、「製造を行っていない」が統計的に有意で、経営理念が存在しない事業者の中では、「製造を行っている」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 6.884, p < .01$)。

第二に「業態として卸・問屋を行っているか」との関連性である。経営理念が存在する事業者の中では、「卸・問屋を行っている」が統計的に有意で、経営理念が存在しない事業者の中では、「卸・問屋を行っていない」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 4.263, p < .05$)。

第三に「企業形態」との関連性である。経営理念が存在する事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、経営理念が存在しない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 9.829, p < .01$)。

第四に「経営者の年代」との関連性である。経

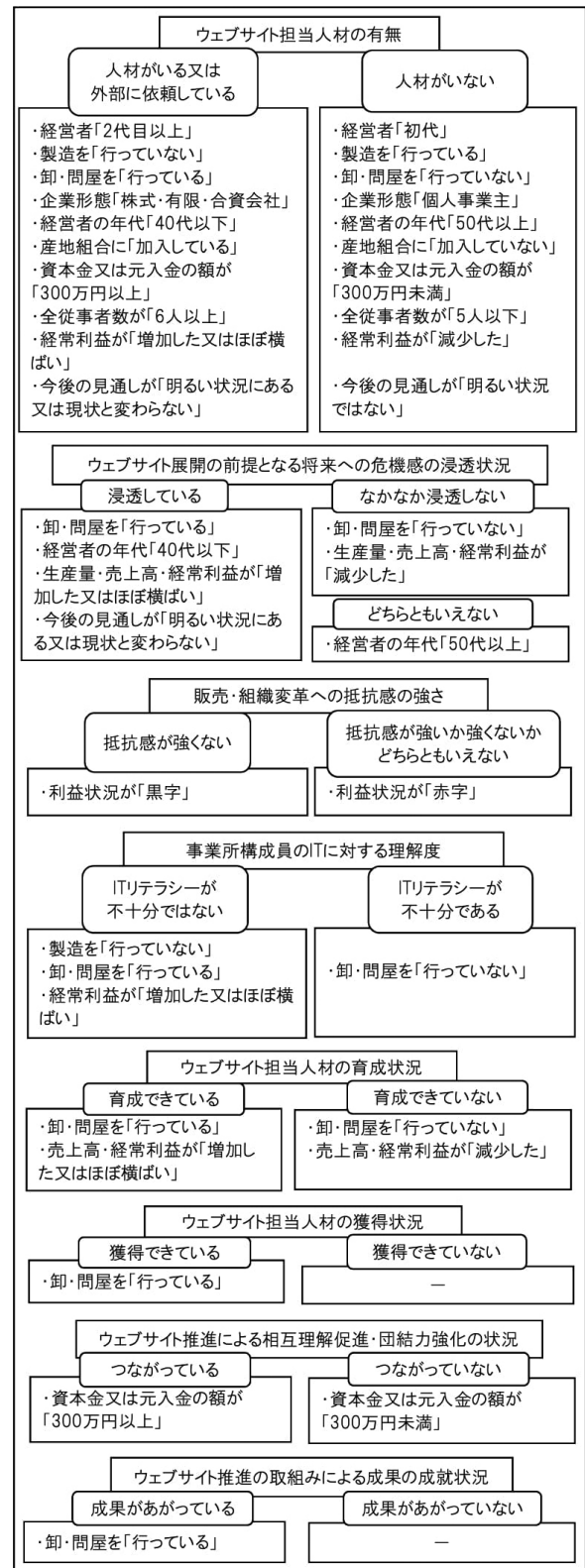


図11. ウェブサイト運営に関して抽出された関連性

表 17. 経営理念の有無別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	全体		経営理念の有無						p値	φ (又は Cramer's V)
					存在する			存在しない				
			観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数		
52	業態: 製造 (n=105)	あてはまる	85 (81.0)	32 (69.6)	37.2	-2.62	53 (89.8)	47.8	2.62	.009 ^a	-.256	
		あてはまらない	20 (19.0)	14 (30.4)	8.8	2.62	6 (10.2)	11.2	-2.62			
53	業態: 卸・問屋 (n=105)	あてはまる	43 (41.0)	24 (52.2)	18.8	2.06	19 (32.2)	24.2	-2.06	.039 ^a	.201	
		あてはまらない	62 (59.0)	22 (47.8)	27.2	-2.06	40 (67.8)	34.8	2.06			
54	企業形態 (n=105)	個人事業主	43 (41.0)	11 (23.9)	18.8	-3.14	32 (54.2)	24.2	3.14	.002 ^a	-.306	
		株式・有限・合資会社	62 (59.0)	35 (76.1)	27.2	3.14	27 (45.8)	34.8	-3.14			
55	経営者の 年代 (n=105)	40代以下	21 (20.0)	15 (32.6)	9.2	2.85	6 (10.2)	11.8	-2.85	.004 ^a	.278	
		50代以上	84 (80.0)	31 (67.4)	36.8	-2.85	53 (89.8)	47.2	2.85			
56	資本金又は 元入金の額 (n=98)	300万円未満	38 (38.8)	11 (23.9)	17.8	-2.84	27 (51.9)	20.2	2.84	.005 ^a	-.287	
		300万円以上	60 (61.2)	35 (76.1)	28.2	2.84	25 (48.1)	31.8	-2.84			
57	全従事者数 (n=105)	5人以下	57 (54.3)	17 (37.0)	25.0	-3.15	40 (67.8)	32.0	3.15	.002 ^a	-.307	
		6人以上	48 (45.7)	29 (63.0)	21.0	3.15	19 (32.2)	27.0	-3.15			
58	今後の 見通し (n=102)	明るい状況にある 又は現状と変わらない	41 (40.2)	29 (63.0)	18.5	4.27	12 (21.4)	22.5	-4.27	.000 ^a	.428	
		明るい状況ではない	50 (49.0)	15 (32.6)	22.5	-3.00	35 (62.5)	27.5	3.00			
		わからない	11 (10.8)	2 (4.3)	5.0	-1.90	9 (16.1)	6.0	1.90			

表 18. パンフレットやホームページ等における経営理念の公表状況別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	全体		パンフレットやホームページ等で「経営理念」を公表している						p値	φ (又は Cramer's V)
					あてはまる			あてはまらない				
			観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数		
59	資本金又は 元入金の額 (n=119)	300万円未満	48 (40.3)	3 (16.7)	7.3	-2.22	45 (44.6)	40.7	2.22	.026 ^a	-.204	
		300万円以上	71 (59.7)	15 (83.3)	10.7	2.22	56 (55.4)	60.3	-2.22			
60	全従事者数 (n=127)	5人以下	75 (59.1)	6 (33.3)	10.6	-2.40	69 (63.3)	64.4	2.40	.017 ^a	-.213	
		6人以上	52 (40.9)	12 (66.7)	7.4	2.40	40 (36.7)	44.6	-2.40			
61	今後の 見通し (n=120)	明るい状況にある 又は現状と変わらない	46 (38.3)	13 (72.2)	6.9	3.21	33 (32.4)	39.1	-3.21	.004 ^a	.302	
		明るい状況ではない	59 (49.2)	3 (16.7)	8.9	-2.99	56 (54.9)	50.2	2.99			
		わからない	15 (12.5)	2 (11.1)	2.3	-0.19	13 (12.7)	12.8	0.19			

営理念が存在する事業者の中では、「40代以下」が統計的に有意で、経営理念が存在しない事業者の中では、「50代以上」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 8.134, p < .01$)。

第五に「資本金又は元入金」の額」との関連性である。経営理念が存在する事業者の中では、「300万円以上」が統計的に有意で、経営理念が存在しない事業者の中では、「300万円未満」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 8.066, p < .01$)。

第六に「全従事者数」との関連性である。経営理念が存在する事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、経営理念が存在しない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 9.906, p < .01$)。

第七に「今後の見通し」との関連性である。経

営理念が存在する事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意で、経営理念が存在しない事業者の中では、「明るい状況ではない」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 18.703, p < .01$)。

4.3.2. 「パンフレットやホームページ等における経営理念の公表状況」要因間の関連性分析

「パンフレットやホームページ等で経営理念を公表している」かについて、属性項目等とのクロス集計を行った結果、3項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表18)。

第一に「資本金又は元入金」の額」との関連性である。公表している事業者の中では、「300万円以上」が統計的に有意で、公表していない事業者の中では、「300万円未満」が統計的に有意であった

表 19. 経営理念の精神に則った事業実施の有無別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	全体		活動方針・計画への具体的反映はないが、「経営理念」の精神に則った事業を行っている						p値	φ (又は Cramer's V)
					あてはまる			あてはまらない				
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差			
62	企業形態 (n=127)	個人事業主	55 (43.3)	8 (24.2)	14.3	-2.57	47 (50.0)	40.7	2.57	.010 ^a	-.228	
		株式・有限・合資会社	72 (56.7)	25 (75.8)	18.7	2.57	47 (50.0)	53.3	-2.57			
63	経営者の 年代 (n=128)	40代以下	22 (17.2)	11 (33.3)	5.7	2.85	11 (11.6)	16.3	-2.85	.004 ^a	.252	
		50代以上	106 (82.8)	22 (66.7)	27.3	-2.85	84 (88.4)	78.7	2.85			
64	今後の 見通し (n=120)	明るい状況にある 又は現状と変わらない	46 (38.3)	19 (57.6)	12.7	2.67	27 (31.0)	33.4	-2.67	.021 ^a	.253	
		明るい状況ではない	59 (49.2)	10 (30.3)	16.2	-2.55	49 (56.3)	42.8	2.55			
		わからない	15 (12.5)	4 (12.1)	4.1	-0.08	11 (12.6)	10.9	0.08			

($\chi^2(1) = 4.937, p < .05$)。

第二に「全従事者数」との関連性である。公表している事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、公表していない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 5.738, p < .05$)。

第三に「今後の見通し」との関連性である。公表している事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意で、公表していない事業者の中では、「明るい状況ではない」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 10.926, p < .01$)。

4.3.3. 「経営理念に則った事業実施」要因間の関連性分析

「活動方針・計画への具体的反映はないが、経営理念の精神に則った事業を行っている」かについて、属性項目等とのクロス集計を行ったところ、3項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表 19)。

第一に「企業形態」との関連性である。経営理念に則った事業を行っている事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、則った事業を行っていない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった($\chi^2(1) = 6.600, p < .05$)。

第二に「経営者の年代」との関連性である。経営理念に則った事業を行っている事業者の中では、「40代以下」が統計的に有意で、則った事業を行っていない事業者の中では、「50代以上」が統計的

に有意であった ($\chi^2(1) = 8.144, p < .01$)。

第三に「今後の見通し」との関連性である。経営理念に則った事業を行っている事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意で、則った事業を行っていない事業者の中では、「明るい状況ではない」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 7.696, p < .05$)。

4.3.4. 「経営理念に基づく方針立案」要因間の関連性分析

「経営理念に基づいて、生産・販売や品質管理等に関する各種の活動方針を立てている」かについて、属性項目等とのクロス集計を行ったところ、6項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表 20)。

第一に「企業形態」との関連性である。経営理念に基づいた方針を立てている事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、基づいた方針を立てていない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった($\chi^2(1) = 8.554, p < .01$)。

第二に「経営者の年代」との関連性である。経営理念に基づいた方針を立てている事業者の中では、「40代以下」が統計的に有意で、基づいた方針を立てていない事業者の中では、「50代以上」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

第三に「産地組合加入状況」との関連性である。経営理念に基づいた方針を立てている事業者の中

表 20. 経営理念に基づいて各種活動方針を立てているか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	「経営理念」に基づいて、生産・販売や品質管理等に関する各種の活動方針を立てている									p値	φ (又は Cramer's V)	
			全体			あてはまる			あてはまらない					
			観測度数	(%)		観測度数	(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数	(%)			期待 度数
65	企業形態 (n=127)	個人事業主	55	(43.3)	4	(16.7)	10.4	-2.92	51	(49.5)	44.6	2.92	.003 ^a	-.260
		株式・有限・合資会社	72	(56.7)	20	(83.3)	13.6	2.92	52	(50.5)	58.4	-2.92		
66	経営者の 年代 (n=128)	40代以下	22	(17.2)	10	(41.7)	4.1	3.53	12	(11.5)	17.9	-3.53	.000 ^b	.312
		50代以上	106	(82.8)	14	(58.3)	19.9	-3.53	92	(88.5)	86.1	3.53		
67	産地組合 加入状況 (n=125)	加入している	109	(87.2)	24	(100.0)	20.9	2.09	85	(84.2)	88.1	-2.09	.040 ^b	.187
		加入していない	16	(12.8)	0	(0.0)	3.1	-2.09	16	(15.8)	12.9	2.09		
68	資本金又は 元入金の額 (n=119)	300万円未満	48	(40.3)	3	(12.5)	9.7	-3.11	45	(47.4)	38.3	3.11	.002 ^a	-.285
		300万円以上	71	(59.7)	21	(87.5)	14.3	3.11	50	(52.6)	56.7	-3.11		
69	全従事者数 (n=127)	5人以下	75	(59.1)	6	(25.0)	14.2	-3.77	69	(67.0)	50.8	3.77	.000 ^a	-.334
		6人以上	52	(40.9)	18	(75.0)	9.8	3.77	34	(33.0)	42.2	-3.77		
70	今後の 見通し (n=120)	明るい状況にある 又は現状と変わらない	46	(38.3)	15	(62.5)	9.2	2.72	31	(32.3)	36.8	-2.72	.010 ^a	.276
		明るい状況ではない	59	(49.2)	9	(37.5)	11.8	-1.28	50	(52.1)	47.2	1.28		
		わからない	15	(12.5)	0	(0.0)	3.0	-2.07	15	(15.6)	12.0	2.07		

では、「加入している」が統計的に有意で、基づいた方針を立てていない事業者の中では、「加入していない」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .05$)。

第四に「資本金又は元入金金額」との関連性である。経営理念に基づいた方針を立てている事業者の中では、「300万円以上」が統計的に有意で、基づいた方針を立てていない事業者の中では、「300万円未満」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 9.679, p < .01$)。

第五に「全従事者数」との関連性である。経営理念に基づいた方針を立てている事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、基づいた方針を立てていない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 14.193, p < .01$)。

第六に「今後の見通し」との関連性である。経営理念に基づいた方針を立てている事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意で、基づいた方針を立てていない事業者の中では、「わからない」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 9.151, p < .05$)。

4.3.5. 「経営理念に基づく中長期計画策定」要因間の関連性分析

「経営理念に基づいて、年度間の、あるいは中・長期的な経営計画を策定している」について、属

性項目等とのクロス集計から、5項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表 21)。

第一に「企業形態」との関連性である。経営理念に基づいた計画を策定している事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、基づいた計画を策定していない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 7.076, p < .01$)。

第二に「経営者の年代」との関連性である。経営理念に基づいた計画を策定している事業者の中では、「40代以下」が統計的に有意で、基づいた計画を策定していない事業者の中では、「50代以上」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .05$)。

第三に「資本金又は元入金金額」との関連性である。経営理念に基づいた計画を策定している事業者の中では、「300万円以上」が統計的に有意で、基づいた計画を策定していない事業者の中では、「300万円未満」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 5.952, p < .05$)。

第四に「全従事者数」との関連性である。経営理念に基づいた計画を策定している事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、基づいた計画を策定していない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 16.409, p < .01$)。

表 21. 経営理念に基づいて年度間あるいは中長期的な経営計画を策定しているか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	「経営理念」に基づいて、年度間の、 あるいは中・長期的な経営計画を策定している						p値	φ (又は Cramer's V)	
			全体		あてはまる		あてはまらない				
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数			調整済 残差
71	企業形態 (n=127)	個人事業主	55 (43.3)	2 (12.5)	6.9	-2.66	53 (47.7)	48.1	2.66	.008 ^a	-.236
		株式・有限・合資会社	72 (56.7)	14 (87.5)	9.1	2.66	58 (52.3)	62.9	-2.66		
72	経営者の 年代 (n=128)	40代以下	22 (17.2)	6 (37.5)	2.8	2.30	16 (14.3)	19.3	-2.30	.033 ^b	.203
		50代以上	106 (82.8)	10 (82.8)	13.3	-2.30	96 (85.7)	92.8	2.30		
73	資本金又は 元入金 の額 (n=119)	300万円未満	48 (40.3)	2 (12.5)	6.5	-2.44	46 (44.7)	41.5	2.44	.015 ^a	-.224
		300万円以上	71 (59.7)	14 (87.5)	9.5	2.44	57 (55.3)	61.5	-2.44		
74	全従事者数 (n=127)	5人以下	75 (59.1)	2 (12.5)	9.4	-4.05	73 (65.8)	65.6	4.05	.000 ^a	-.359
		6人以上	52 (40.9)	14 (87.5)	6.6	4.05	38 (34.2)	45.4	-4.05		
75	今後の 見通し (n=120)	明るい状況にある 又は現状と変わらない	46 (38.3)	13 (81.3)	6.1	3.79	33 (31.7)	39.9	-3.79	.001 ^a	.348
		明るい状況ではない	59 (49.2)	2 (12.5)	7.9	-3.15	57 (54.8)	51.1	3.15		
		わからない	15 (12.5)	1 (6.3)	2.0	-0.81	14 (13.5)	13.0	0.81		

表 22. 経営理念に「伝統を守る」に類する文言を含むか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	「伝統を守る」に類する文言						p値	φ (又は Cramer's V)	
			全体		含む		含まない				
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数			調整済 残差
76	全従事者数 (n=125)	5人以下	74 (59.2)	3 (27.3)	6.5	-2.26	71 (62.3)	67.5	2.26	.049 ^b	-.202
		6人以上	51 (40.8)	8 (72.7)	4.5	2.26	43 (37.7)	46.5	-2.26		
77	今後の 見通し (n=118)	明るい状況にある 又は現状と変わらない	46 (39.0)	10 (90.9)	4.3	3.71	36 (33.6)	41.7	-3.71	.000 ^b	.342
		明るい状況ではない	58 (49.2)	1 (9.1)	5.4	-2.79	57 (53.3)	52.6	2.79		
		わからない	14 (11.9)	0 (0.0)	1.3	-1.28	14 (13.1)	12.7	1.28		

表 23. 経営理念に「創造性・ものづくり」に類する文言を含むか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	「創造性・ものづくり」に類する文言						p値	φ	
			全体		含む		含まない				
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数			調整済 残差
78	全従事者数 (n=127)	5人以下	75 (59.1)	4 (28.6)	8.3	-2.46	71 (62.8)	66.7	2.46	.014 ^a	-.218
		6人以上	52 (40.9)	10 (71.4)	5.7	2.46	42 (37.2)	46.3	-2.46		

第五に「今後の見通し」との関連性である。経営理念に基づいた計画を策定している事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意で、基づいた計画を策定していない事業者の中では、「明るい状況ではない」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 14.496, p < .01$)。

4.3.6. 経営理念に含まれる文言に関する分析

経営理念の文言について、10項目に分類した上でのクロス集計による分析を行った。

このうち、「経営理念に『伝統を守る』に類する文言を含む」かについて、属性項目等とのクロス集計分析を行ったところ、2項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表22)。

第一に「全従事者数」との関連性である。「伝

統を守る」に類する文言を含む事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、含まない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .05$)。

第二に「今後の見通し」との関連性である。「伝統を守る」に類する文言を含む事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意で、含まない事業者の中では、「明るい状況ではない」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

また、「経営理念に『創造性・ものづくり』に類する文言を含むか否か」かについて、属性項目等とのクロス集計から、1項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表23)。

表 24. 「雇用を創出すること」が 10 年前よりも重要性が高まっていると位置付けているか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	雇用を創出すること											ρ値	Cramer's V	
			全体			あてはまる			どちらともいえない			あてはまらない				
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)			期待度数
79	企業形態 (n=116)	個人事業主	48 (41.4)	15 (27.8)	22.3	-2.78	23 (46.0)	20.7	0.88	10 (83.3)	5.0	<u>3.12</u>	.001 ^a	.338		
		株式・有限・合資会社	68 (58.6)	39 (72.2)	31.7	<u>2.78</u>	27 (54.0)	29.3	-0.88	2 (16.7)	7.0	-3.12				
80	全従事者数 (n=116)	5人以下	66 (56.9)	22 (40.7)	30.7	-3.28	33 (66.0)	28.4	1.72	11 (91.7)	6.8	<u>2.57</u>	.001 ^a	.339		
		6人以上	50 (43.1)	32 (59.3)	23.3	<u>3.28</u>	17 (34.0)	21.6	-1.72	1 (8.3)	5.2	-2.57				

表 25. 「事業所内のメンバーに利益を還元すること」が 10 年前よりも重要性が高まっていると位置付けているか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	事業所内のメンバーに利益を還元すること											ρ値	Cramer's V	
			全体			あてはまる			どちらともいえない			あてはまらない				
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)			期待度数
81	企業形態 (n=113)	個人事業主	45 (39.8)	20 (28.6)	27.9	-3.12	16 (53.3)	11.9	1.76	9 (69.2)	5.2	<u>2.30</u>	.005 ^a	.307		
		株式・有限・合資会社	68 (60.2)	50 (71.4)	42.1	<u>3.12</u>	14 (46.7)	18.1	-1.76	4 (30.8)	7.8	-2.30				
82	全従事者数 (n=113)	5人以下	62 (54.9)	30 (42.9)	38.4	-3.27	20 (66.7)	16.5	1.52	12 (92.3)	7.1	<u>2.88</u>	.001 ^a	.341		
		6人以上	51 (45.1)	40 (57.1)	31.6	<u>3.27</u>	10 (33.3)	13.5	-1.52	1 (7.7)	5.9	-2.88				

すなわち「創造性・ものづくり」に類する文言を含む事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、文言を含まない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 6.047, p < .05$)。

4.3.7. 10年前よりも重要性が高まっていると位置付けている項目に関する分析

問 13 で 12 の事柄に関して 10 年前よりも重要性が高まっていると位置付けているかどうかを尋ね、クロス集計による分析を行った。

このうち、「『雇用を創出すること』が 10 年前よりも重要性が高まっていると位置付けている」かについて、属性項目等とのクロス集計から、2 項目との間に統計的に有意な関連性が認められた (表 24)。

第一に「企業形態」との関連性である。10 年前よりも重要性が高まっていると位置付けている事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、位置付けていない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 13.266, p < .01$)。

第二に「全従事者数」との関連性である。10 年前よりも重要性が高まっていると位置付けている事

業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、位置付けていない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 13.352, p < .01$)。

また、「『事業所内のメンバーに利益を還元すること』が 10 年前よりも重要性が高まっていると位置付けている」かについて、属性項目等とのクロス集計から、2 項目との間に統計的に有意な関連性が認められた (表 25)。

第一に「企業形態」との関連性である。10 年前よりも重要性が高まっていると位置付けている事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、位置付けていない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 10.674, p < .01$)。

第二に「全従事者数」との関連性である。10 年前よりも重要性が高まっていると位置付けている事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、位置付けていない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 13.123, p < .01$)。

4.3.8. 経営理念を巡る意識・実態分析の小括

以上の分析から抽出された、経営理念に関する各項目と属性項目等との関連性の概要を図 12 に

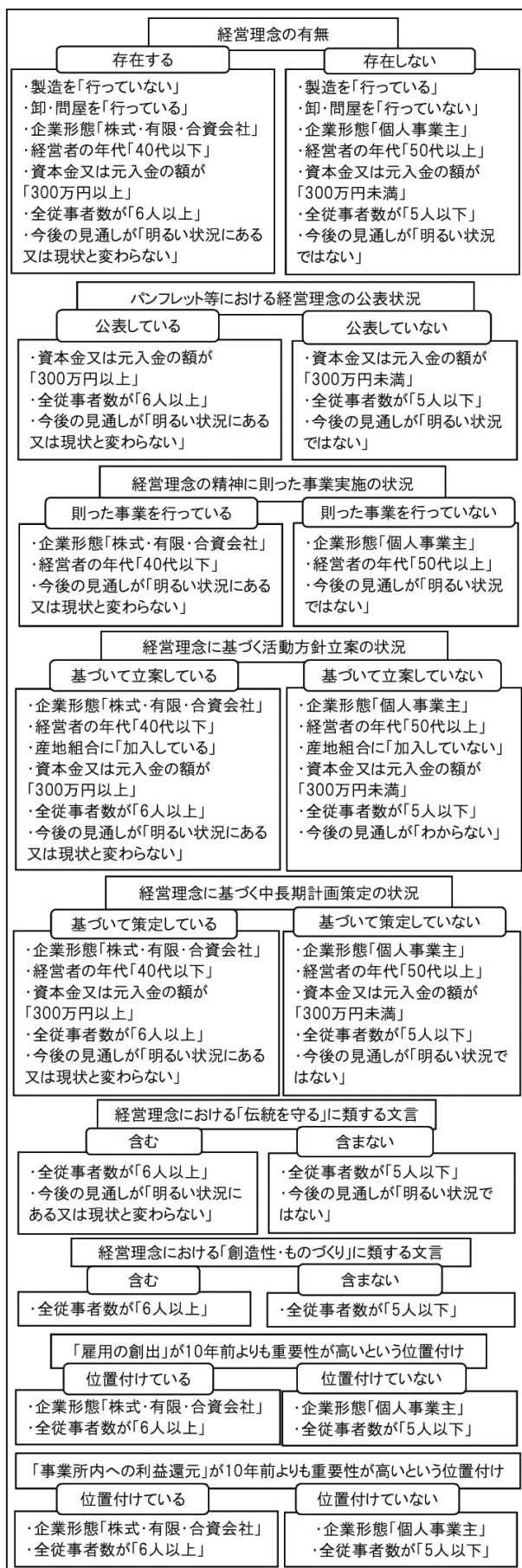


図 12. 経営理念に関して抽出された関連性

示す。

4.4. CFを巡る実態や意識に関する分析

4.4.1. 「CFの認知状況」要因間の関連性分析

「CFの認知状況」について、属性項目等とのクロス集計による分析から、6項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表26)。

第一に「企業形態」との関連性である。CFの内容を知っている事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、知らない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった($\chi^2(1) = 7.133, p < .01$)。

第二に「経営者の年代」との関連性である。CFの内容を知っている事業者の中では、「40代以下」が統計的に有意で、知らない事業者の中では、「50代以上」が統計的に有意であった($\chi^2(1) = 5.625, p < .05$)。

第三に「資本金又は元入金の額」との関連性である。CFの内容を知っている事業者の中では、「300万円以上」が統計的に有意で、知らない事業者の中では、「300万円未満」が統計的に有意であった($\chi^2(1) = 7.548, p < .01$)。

第四に「全従事者数」との関連性である。CFの内容を知っている事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、知らない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった($\chi^2(1) = 5.689, p < .05$)。

第五に「利益状況」との関連性である。CFの内容を知っている事業者の中では、「黒字」が統計的に有意で、知らない事業者の中では、「赤字」が統計的に有意であった($\chi^2(2) = 6.687, p < .05$)。

第六に「今後の見通し」との関連性である。CF

表 26. CF の認知状況別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	クラウドファンディングの認知状況							p値	φ (又は Cramer's V)
			全体	内容を知っている			内容を知らない				
				観測度数(%)	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数		
83	企業形態 (n=118)	個人事業主	52 (44.1)	32 (36.8)	38.3	-2.67	20 (64.5)	13.7	<u>2.67</u>	.008 ^a	-.246
		株式・有限・合資会社	66 (55.9)	55 (63.2)	48.7	<u>2.67</u>	11 (35.5)	17.3	-2.67		
84	経営者の 年代 (n=118)	40代以下	20 (16.9)	19 (21.8)	14.7	<u>2.37</u>	1 (3.2)	5.3	-2.37	.018 ^a	.218
		50代以上	98 (83.1)	68 (78.2)	72.3	-2.37	30 (96.8)	25.7	<u>2.37</u>		
85	資本金又は 元入金の額 (n=111)	300万円未満	45 (40.5)	27 (32.9)	33.2	-2.75	18 (62.1)	11.8	<u>2.75</u>	.006 ^a	-.261
		300万円以上	66 (59.5)	55 (67.1)	48.8	<u>2.75</u>	11 (37.9)	17.2	-2.75		
86	全従事者数 (n=118)	5人以下	66 (55.9)	43 (49.4)	48.7	-2.39	23 (74.2)	17.3	<u>2.39</u>	.017 ^a	-.220
		6人以上	52 (44.1)	44 (50.6)	38.3	<u>2.39</u>	8 (25.8)	13.7	-2.39		
87	利益状況 (n=115)	黒字	26 (22.6)	24 (27.9)	19.4	<u>2.34</u>	2 (6.9)	6.6	-2.34	.035 ^a	.241
		収支均衡	23 (20.0)	18 (20.9)	17.2	0.43	5 (17.2)	5.8	-0.43		
		赤字	66 (57.4)	44 (51.2)	49.4	-2.33	22 (75.9)	16.6	<u>2.33</u>		
88	今後の 見通し (n=113)	明るい状況にある 又は現状と変わらない	44 (38.9)	40 (47.1)	33.1	<u>3.08</u>	4 (14.3)	10.9	-3.08	.007 ^a	.296
		明るい状況ではない	55 (48.7)	35 (41.2)	41.4	-2.78	20 (71.4)	13.6	<u>2.78</u>		
		わからない	14 (12.4)	10 (11.8)	10.5	-0.35	4 (14.3)	3.5	0.35		

表 27. CF 利用の理由に「テストマーケティングになるため」を挙げるか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	テストマーケティングになるため							p値	φ (又は Cramer's V)
			全体	あてはまる			あてはまらない				
				観測度数(%)	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数		
89	何代目の 経営者 (n=122)	初代	32 (26.2)	2 (8.0)	6.6	-2.32	30 (30.9)	25.4	<u>2.32</u>	.020 ^a	-.210
		2代目以上	90 (73.8)	23 (92.0)	18.4	<u>2.32</u>	67 (69.1)	71.6	-2.32		
90	企業形態 (n=127)	個人事業主	55 (43.3)	4 (15.4)	11.3	-3.22	51 (50.5)	43.7	<u>3.22</u>	.001 ^a	-.286
		株式・有限・合資会社	72 (56.7)	22 (84.6)	14.7	<u>3.22</u>	50 (49.5)	57.3	-3.22		
91	資本金又は 元入金の額 (n=119)	300万円未満	48 (40.3)	2 (8.0)	10.1	-3.71	46 (48.9)	37.9	<u>3.71</u>	.000 ^a	-.340
		300万円以上	71 (59.7)	23 (92.0)	14.9	<u>3.71</u>	48 (51.1)	56.1	-3.71		
92	全従事者数 (n=127)	5人以下	75 (59.1)	7 (26.9)	15.4	-3.74	68 (67.3)	59.6	<u>3.74</u>	.000 ^a	-.332
		6人以上	52 (40.9)	19 (73.1)	10.6	<u>3.74</u>	33 (32.7)	41.4	-3.74		
93	今後の 見通し (n=120)	明るい状況にある 又は現状と変わらない	46 (38.3)	13 (50.0)	10.0	1.38	33 (35.1)	36.0	-1.38	.024 ^a	.250
		明るい状況ではない	59 (49.2)	7 (26.9)	12.8	-2.56	52 (55.3)	46.2	<u>2.56</u>		
		わからない	15 (12.5)	6 (23.1)	3.3	1.84	9 (9.6)	11.8	-1.84		

の内容を知っている事業者の中では、「明るい状況にある又は現状と変わらない」が統計的に有意で、知らない事業者の中では、「明るい状況ではない」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 9.878, p < .01$)。

4.4.2. CF 利用の理由に関する分析

CF を利用してみた (してみたい) 理由について、13 肢の複数選択による回答内容についてクロス集計による分析を行った。

このうち、「CF を利用してみたい理由に『テストマーケティングになるため』を挙げる」かについて、属性項目等とのクロス集計から、5 項目との間に統計的に有意な関連性が認められた (表 27)。

第一に「何代目の経営者」との関連性である。「テストマーケティングになるため」を理由に挙げる事業者の中では、「2 代目以上」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「初代」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 5.400, p < .05$)。

第二に「企業形態」との関連性である。「テストマーケティングになるため」を理由に挙げる事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 10.382, p < .01$)。

第三に「資本金又は元入金の額」との関連性で

表 28. CF 利用の理由に「広告・販売促進になるため」を挙げるか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	全体		広告・販売促進になるため						p値	φ (又は Cramer's V)
			観測度数(%)	あてはまる			あてはまらない					
				観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差	観測度数(%)	期待 度数	調整済 残差			
94	何代目の 経営者 (n=122)	初代	32 (26.2)	0 (0.0)	6.3	-3.26	32 (32.7)	25.7	<u>3.26</u>	.000 ^b	-.295	
		2代目以上	90 (73.8)	24 (100.0)	17.7	<u>3.26</u>	66 (67.3)	72.3	-3.26			
95	企業形態 (n=127)	個人事業主	55 (43.3)	2 (8.0)	10.8	-3.98	53 (52.0)	44.2	<u>3.98</u>	.000 ^a	-.353	
		株式・有限・合資会社	72 (56.7)	23 (92.0)	14.2	<u>3.98</u>	49 (48.0)	57.8	-3.98			
96	資本金又は 元入金の額 (n=119)	300万円未満	48 (40.3)	1 (4.2)	9.7	-4.04	47 (49.5)	38.3	<u>4.04</u>	.000 ^a	-.371	
		300万円以上	71 (59.7)	23 (95.8)	14.3	<u>4.04</u>	48 (50.5)	56.7	-4.04			
97	全従事者数 (n=127)	5人以下	75 (59.1)	6 (24.0)	14.8	-3.98	69 (67.6)	60.2	<u>3.98</u>	.000 ^a	-.353	
		6人以上	52 (40.9)	19 (76.0)	10.2	<u>3.98</u>	33 (32.4)	41.8	-3.98			
98	今後の 見通し (n=120)	明るい状況にある 又は現状と変わらない	46 (38.3)	12 (48.0)	9.6	1.12	34 (35.8)	36.4	-1.12	.030 ^a	.241	
		明るい状況ではない	59 (49.2)	7 (28.0)	12.3	-2.38	52 (54.7)	46.7	<u>2.38</u>			
		わからない	15 (12.5)	6 (24.0)	3.1	1.95	9 (9.5)	11.9	-1.95			

ある。「テストマーケティングになるため」を理由に挙げる事業者の中では、「300万円以上」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「300万円未満」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 13.751, p < .01$)。

第四に「全従事者数」との関連性である。「テストマーケティングになるため」を理由に挙げる事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 13.960, p < .01$)。

第五に「今後の見通し」との関連性である。「テストマーケティングになるため」を理由に挙げない事業者の中では、「明るい状況ではない」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 7.489, p < .05$)。

つぎに「CF利用の理由に『広告・販売促進になるため』を挙げる」かについて、属性項目等とのクロス集計から、5項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表28)。

第一に「何代目の経営者」との関連性である。「広告・販売促進になるため」を理由に挙げる事業者の中では、「2代目以上」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「初代」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

第二に「企業形態」との関連性である。「広告・

販売促進になるため」を理由に挙げる事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 15.804, p < .01$)。

第三に「資本金又は元入金の額」との関連性である。「広告・販売促進になるため」を理由に挙げる事業者の中では、「300万円以上」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「300万円未満」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 16.342, p < .01$)。

第四に「全従事者数」との関連性である。「広告・販売促進になるため」を理由に挙げる事業者の中では、「6人以上」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「5人以下」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 15.819, p < .01$)。

第五に「今後の見通し」との関連性である。「広告・販売促進になるため」を理由に挙げない事業者の中では、「明るい状況ではない」が統計的に有意であった ($\chi^2(2) = 6.988, p < .05$)。

続いて、「CF利用の理由に『どのようなものなのか試しに利用してみたかった(してみたい)ため』を挙げる」かについて、属性項目等とのクロス集計の分析から、3項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表29)。

表 29. CF 利用の理由に「どのようなものなのか試しに利用してみたかった(してみたい) ため」を挙げるか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	全体		どのようなものなのか試しに利用してみたかった(してみたい)ため						p値	φ
			観測度数(%)	あてはまる			あてはまらない					
				観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差			
99	生産量変化 (n=112)	増加した又はほぼ横ばい	34 (30.4)	7 (58.3)	3.6	<u>2.23</u>	27 (27.0)	30.4	-2.23	.042 ^b	.211	
		減少した	78 (69.6)	5 (41.7)	8.4	-2.23	73 (73.0)	69.6	<u>2.23</u>			
100	売上高変化 (n=124)	増加した又はほぼ横ばい	26 (21.0)	6 (46.2)	2.7	<u>2.36</u>	20 (18.0)	23.3	-2.36	.029 ^b	.212	
		減少した	98 (79.0)	7 (53.8)	10.3	-2.36	91 (82.0)	87.7	<u>2.36</u>			
101	経常利益変化 (n=121)	増加した又はほぼ横ばい	33 (27.3)	8 (61.5)	3.5	<u>2.94</u>	25 (23.1)	29.5	-2.94	.007 ^b	.267	
		減少した	88 (72.7)	5 (38.5)	9.5	-2.94	83 (76.9)	78.5	<u>2.94</u>			

表 30. CF 利用の理由に「実績ではなく、製品やプロジェクトの良し悪しで判断してもらえるため」を挙げるか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	全体		実績ではなく、製品やプロジェクトの良し悪しで判断してもらえるため						p値	φ
			観測度数(%)	あてはまる			あてはまらない					
				観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差			
102	企業形態 (n=127)	個人事業主	55 (43.3)	1 (10.0)	4.3	-2.21	54 (46.2)	50.7	<u>2.21</u>	.042 ^b	-.197	
		株式・有限・合資会社	72 (56.7)	9 (90.0)	5.7	<u>2.21</u>	63 (53.8)	66.3	-2.21			
103	全従事者数 (n=127)	5人以下	75 (59.1)	2 (20.0)	5.9	-2.62	73 (62.4)	69.1	<u>2.62</u>	.015 ^b	-.232	
		6人以上	52 (40.9)	8 (80.0)	4.1	<u>2.62</u>	44 (37.6)	47.9	-2.62			

第一に「生産量変化」との関連性である。「試しに利用してみたかった(してみたい) ため」を理由に挙げる事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「減少した」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .05$)。

第二に「売上高変化」との関連性である。「試しに利用してみたかった(してみたい) ため」を理由に挙げる事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「減少した」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .05$)。

第三に「経常利益変化」との関連性である。「試しに利用してみたかった(してみたい) ため」を理由に挙げる事業者の中では、「増加した又はほぼ横ばい」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「減少した」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .01$)。

さらに、「CF 利用の理由に『実績ではなく、製品やプロジェクトの良し悪しで判断してもらえるため』を挙げる」かについて、属性項目等とのクロス集計

の分析を行ったところ、2 項目との間に有意な関連性が認められた(表 30)。

第一に「企業形態」との関連性である。「製品やプロジェクトの良し悪しで判断してもらえるため」を理由に挙げる事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .05$)。

第二に「全従事者数」との関連性である。「製品やプロジェクトの良し悪しで判断してもらえるため」を理由に挙げる事業者の中では、「6 人以上」が統計的に有意で、理由に挙げない事業者の中では、「5 人以下」が統計的に有意であった(フィッシャーの正確確率検定で $p < .05$)。

そして、「CF の利用理由に『固定客やファンを獲得できるため』を挙げる」かについて、属性項目等とのクロス集計の分析から、1 項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表 31)。

すなわち「何代目の経営者」との関連性である。「固定客やファンを獲得できるため」を理由に挙げる事業者の中では、「2 代目以上」が統計的に有意

表 31. CF 利用の理由に「固定客やファンを獲得できるため」を挙げるか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	固定客やファンを獲得できるため									p値	φ
			全体			あてはまる			あてはまらない				
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差				
104	何代目の経営者 (n=122)	初代	32 (26.2)	0 (0.0)	3.4	-2.27	32 (29.4)	28.6	<u>2.27</u>	.020 ^b	-.206		
		2代目以上	90 (73.8)	13 (100.0)	9.6	<u>2.27</u>	77 (70.6)	80.4	-2.27				

表 32. CF 利用の課題に「必要金額が調達できるかわからない」を挙げるか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	必要金額が調達できるかわからない									p値	φ
			全体			あてはまる			あてはまらない				
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差				
105	業態: 卸・問屋 (n=128)	あてはまる	47 (36.7)	14 (53.8)	9.5	<u>2.03</u>	33 (32.4)	37.5	-2.03	.042 ^a	.179		
		あてはまらない	81 (63.3)	12 (46.2)	16.5	-2.03	69 (67.6)	64.5	<u>2.03</u>				
106	企業形態 (n=127)	個人事業主	55 (43.3)	6 (23.1)	11.3	-2.33	49 (48.5)	43.7	<u>2.33</u>	.020 ^a	-.207		
		株式・有限 ・合資会社	72 (56.7)	20 (76.9)	14.7	<u>2.33</u>	52 (51.5)	57.3	-2.33				

表 33. CF 利用の課題に「CF についてよく知らない」を挙げるか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	CF についてよく知らない									p値	φ
			全体			あてはまる			あてはまらない				
			観測度数(%)	観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)	期待度数	調整済残差				
107	創業年数 (n=128)	50年未満	54 (42.2)	13 (65.0)	8.4	<u>2.25</u>	41 (38.0)	45.6	-2.25	.025 ^a	.199		
		50年以上	74 (57.8)	7 (35.0)	11.6	-2.25	67 (62.0)	62.4	<u>2.25</u>				
108	何代目の 経営者 (n=122)	初代	32 (26.2)	9 (45.0)	5.2	<u>2.09</u>	23 (22.5)	26.8	-2.09	.037 ^a	.189		
		2代目以上	90 (73.8)	11 (55.0)	14.8	-2.09	79 (77.5)	75.2	<u>2.09</u>				

で、理由に挙げない事業者の中では、「初代」が統計的に有意であった（フィッシャーの正確確率検定で $p < .05$ ）。

4.4.3. CF 利用の課題に関する分析

CF を利用する上での課題について、10 肢の複数選択による回答内容についてクロス集計の分析を行った。

まず、「CF 利用の課題に『必要金額が調達できるかわからない』を挙げる」かについて、属性項目等とのクロス集計の分析から、2 項目との間に統計的に有意な関連性が認められた（表 32）。

第一に「業態として卸・問屋を行っているか」との関連性である。「必要金額が調達できるかわからない」を課題に挙げる事業者の中では、「卸・問屋を行っていない」が統計的に有意で、課題に挙げない事業者の中では、「卸・問屋を行っている」が

統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 4.119, p < .05$)。

第二に「企業形態」との関連性である。「必要金額が調達できるかわからない」を課題に挙げる事業者の中では、「株式・有限・合資会社」が統計的に有意で、課題に挙げない事業者の中では、「個人事業主」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 5.450, p < .05$)。

つぎに、「CF を利用する上での課題に『CF についてよく知らない』を挙げる」かについて、属性項目等とのクロス集計の分析から、2 項目との間に統計的に有意な関連性が認められた（表 33）。

第一に「創業年数」との関連性である。「CF についてよく知らない」を課題に挙げる事業者の中では、「50 年未満」が統計的に有意で、課題に挙げない事業者の中では、「50 年以上」が統計的に有意であった ($\chi^2(1) = 5.058, p < .05$)。

表 34. CF 利用の課題に「手続きが煩雑である」を挙げるか否か別によるクロス集計表

通番	項目	カテゴリー	全体		手続きが煩雑である			p値	φ		
			観測度数(%)	あてはまる		あてはまらない					
				観測度数(%)	期待度数	調整済残差	観測度数(%)			期待度数	調整済残差
109	資本金又は元入金の額 (n=119)	300万円未満	48 (40.3)	4 (19.0)	8.5	-2.19	44 (44.9)	39.5	2.19	.028 ^a	-.201
		300万円以上	71 (59.7)	17 (81.0)	12.5	2.19	54 (55.1)	58.5	-2.19		

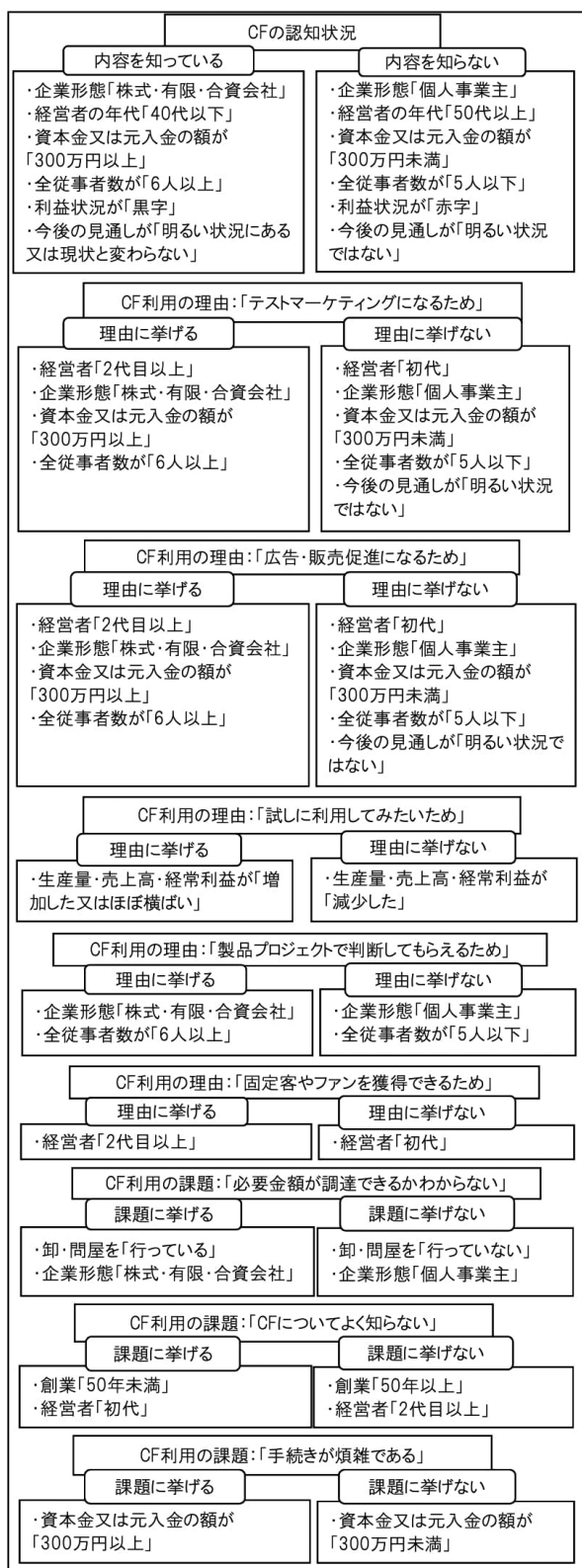


図 13. CF に関して抽出された関連性

第二に「何代目の経営者」との関連性である。CF 利用上の課題に「CF についてよく知らない」を挙げる事業者の中では、「初代」が統計的に有意で、課題に挙げない事業者の中では、「2 代目以上」が統計的に有意であった($\chi^2(1) = 4.356, p < .05$)。

そして、「CF を利用する上での課題に『手続きが煩雑である』を挙げる」かについて、属性項目等とのクロス集計の分析から、1 項目との間に統計的に有意な関連性が認められた(表 34)。

すなわち「資本金又は元入金の額」との関連性である。「手続きが煩雑である」を課題に挙げる事業者は、「300 万円以上」が統計的に有意で、課題に挙げない事業者の中では、「300 万円未満」が統計的に有意であった($\chi^2(1) = 4.802, p < .05$)。

4.4.4. CF を巡る意識・実態分析の小括

以上の分析から抽出された、CF に関する各項目と属性項目等との関連性の概要を図 13 に示す。

5. 考察

以上の分析結果より、産地がコロナ禍で被った影響や産地が取組むウェブサイト運営・推進に関する特徴、さらに経営理念や CF に関する意識や現状に関して抽出された関連性について、考察を以下に示す。

5.1. コロナ禍に対する意識・実態の特徴

まず、組合調査と事業者調査の単純集計結果からの考察である。回答があった産地組合・事業者の過半数がコロナ禍により経営面で悪影響を被っていることがわかった。その中で、この逆境を新たな商機と捉えた回答は、産地組合より事業者の割合が高かった。これらの結果は、昨年度(2020 年度)

調査と同じ傾向であり⁵⁾、一部の事業者において、コロナ禍を契機とした新商品開発等に取り組むことができていたとする状況が示唆された。

つぎに、労働・雇用環境の面では、このコロナ禍の中で、回答があった産地事業者の過半数が伝統工芸従事者の雇用や賃金支払いを維持している一方、維持できていない事業者が2割程度存在している状況にあった。

そのつぎに、販売面においては、売上確保のため商品価格の値下げを行っていないと回答した事業者の割合が高く、商品価値の維持に努めている状況が示された。これらも昨年度調査と同傾向であった。

さらに、事業者調査のクロス集計を用いた分析結果からの考察である。コロナ禍に関する様々な影響については図10で関連性を列挙したが、これらの中で経営上の悪影響を被っている状況が、利益状況が赤字であったり、また生産量・売上高・経常利益が減少していたりする事業者に多いという関連性は、蓋然性が高いと考えられる。一方で、「マイナスの影響が出ている」という状況が創業50年以上の事業者が多いのに対し、「まだマイナスの影響は出ていない」という状況が創業50年未満の事業者が多いという関連性や、「従業員雇用・賃金支払いが維持できている」という状況が、2代目以上の経営者の事業者や産地組合に加入している事業者で多いのに対し、「維持できていない」という状況が、初代の経営者の事業者や産地組合に非加入の事業者が多いという関連性が存在した。これらは因果関係の解明にまで至っていないが、「創業以来の歴史が長く、産地連携を保つシステムとしての

産地組合を活用している事業者」に、コロナ禍という未曾有の事象に対して対抗できる素地が備わっている、という特徴が存在している可能性がある。

5.2. ウェブサイト運営に関する意識・実態の特徴

まず、組合調査と事業者調査の単純集計結果からの考察である。産地組合においては、ウェブサイト担当人材の育成や獲得が困難な状況にあること、さらに組合員のITリテラシーの不十分さ等の“壁”が依然として存在していた。一方で産地事業者では、ウェブ人材の育成獲得に関して困難ではないとしていたりIT理解を進めていたりする状況が窺える結果であった。

つぎに、事業者調査のクロス集計を用いた分析結果からの考察である。ウェブサイト運営に関する様々な状況については図11で関連性を列挙した。このうち、ウェブ担当人材がいる状況は、企業形態が会社組織であったり、資本金や従業員数が多大であったりする事業者であるという関連性は、蓋然性が高いと考えられる。

一方で、「ウェブ人材がいる又は外部に依頼している」や「将来への危機感が浸透している」という状況が、経営者が40代以下の事業者に多いのに対し、「ウェブ人材がいない」や「危機感がなかなか浸透しない」という状況が、経営者が50代以上の事業所で多いという関連性があつたり、「事業所構成員のITに対する理解が浸透している」「ウェブ人材の育成・獲得ができている」等の状況が、卸・問屋業務を行っている事業者で多い関連性があつたりした。因果関係の解明にまで至らないものの、「若い経営者あるいは事業承継を経た次世代の経営者がリードする事業者」に、

ウェブサイト運営という新たなデジタル化時代における産業インフラに柔軟に対応できる素地が備わっている、という特徴が存在している可能性がある。

5.3. 経営理念に関する意識・実態の特徴

まず、組合調査と事業者調査の単純集計結果からの考察である。産地組合では、経営理念が存在する組合が回答組合中の3分の1に留まっていたのに対し、産地事業者においては、回答事業者の4割余りで経営理念が存在すると回答していた。その経営理念の文言内容は多岐にわたったが、「創造性・ものづくり」や「伝統を守る」等、伝統工芸産業であるが故の字句が含まれている事業者が多く見られたのが特徴的であった。

つぎに、事業者調査のクロス集計を用いた分析結果からの考察である。経営理念に関する様々な現状については図12でその関連性を列挙した。中でも、「経営理念を有している」や「パンフレット等で公表している」及び「理念に基づく活動方針を立案／中長期計画を策定している」という状況が、経営者が40代以下の事業者が多いのに対し、「経営理念が存在しない」や「パンフレット等で公表していない」及び「理念に基づく活動方針を立案／中長期計画を策定していない」という状況が、経営者が50代以上の事業者が多いという関連性があった。ここでも、「若い経営者あるいは事業承継を経た次世代の経営者がリードする事業者」に、事業者内の意思統一を図る上で経営理念を有効に活用できる素地がある、という特徴がある可能性がある。

5.4. CFに関する意識・実態の特徴

まず、組合調査と事業者調査の単純集計結果か

らの考察である。産地組合では、実に8割弱の回答組合が、また産地事業者でも7割以上の回答事業者が、CFについて認知している状況が明らかとなった。しかし、回答組合及び回答事業者で「実際に利用してみたい」と「利用したことがある」の合計はそれぞれ三分の一程度に留まっていた。

つぎに、事業者調査のクロス集計を用いた分析結果からの考察である。CFに関する様々な状況については図13で関連性を列挙した。「CFの内容を知っている」や「CF利用の理由として『テストマーケティングになるため』や『広告・販売促進になるため』を挙げる」等の状況が、経営者が40代以下の事業者や、経営者が2代目以上である事業者が多いという関連性がみられた。また、CF利用の課題意識としては、事業者調査の単純集計では「ITスキル等に自信がなく、対応が難しい」が最も多かったが、クロス集計を用いた分析では、「CFについてよく知らない」という状況が、創業50年以上あるいは経営者が2代目以上の事業者が多いという関連性がみられた。ここでも、「若い経営者あるいは事業承継を経た次世代の経営者がリードする事業者」に、新たな販売スキームとしてのCFを有効に活用できる素地がある可能性がある。今後、因果関係の分析や、「経営者の年代」と「何代目の経営者か」という属性項目同士の多重比較等も含めた分析が必要である。

5.5. 多様な経営環境変化（コロナ禍・ウェブサイト運営・経営理念・CF）を巡る意識・実態の総括

以上、九州7県の伝統工芸産地を対象に、様々な経営環境変化に関する現状とそこから見出される関連性に着目した分析と考察を行った。

とりわけ、「創業以来の歴史が長く、産地連携を保つシステムとしての産地組合を活用している事業者」がコロナ禍に対しても前向きな取組みを進めている状況が見出されたほか、「若い経営者あるいは事業承継を経た次世代の経営者がリードする事業者」においては、ウェブサイト運営や経営理念に基づく事業運営、さらにCFに対し柔軟に対応している様相が窺えた。

伝統工芸産地が存続するためには、後継者に事業を承継することが必然的に求められる。今後、後継者育成や事業承継に向けた取組み状況に関する調査をさらに進め、どのようにすれば未曾有の事態や新しい販売手法に対応できる能力が醸成され、産地の課題解決に有効であり得るか、その検証が必要であると考えます。

6. 結論と今後の課題

九州7県の伝統工芸産地組合・事業者の多くが依然としてコロナ禍により経営面で悪影響を被っている中、創業以来の歴史が長く、産地組合に加入している事業者がコロナ禍に対して前向きな取組みを進めている状況が調査結果から見出された。また、ウェブサイト運営や、経営理念に基づく事業運営及びCFの利活用等に対して、若い経営者あるいは事業承継を経た次世代の経営者がリードする産地事業者が、柔軟に受容し推進しようとする構図が分析から明らかとなった。伝統工芸産業における事業承継の取組みが、産地存続という課題に対して有効である可能性があり、今後その要因分析や実効性のある取組みの探索が求められる。

ところで、本研究の今後の課題として、各県ごと

あるいは産業別ごとのサンプル数を増やし、伝統工芸産業における経営環境変化を巡る意識・実態調査の比較分析を行うことと、持続的経営の可能性を確認するために、数量化I類等を用いた因果分析を行うことを考えていきたい。そして本研究の調査から、伝統工芸事業者において「経営者の年齢が若いこと」や「企業規模が比較的大きいこと」及び「産地組合に加入していること」等の要因が、伝統工芸の経営にプラスの影響を及ぼしているという仮説設定に向けた探索的分析につながったと考える。これらの要因が伝統工芸産業の存続・生き残りにどのくらい不可欠なものであるか、さらに分析を進めて行く所存である。

謝辞

アンケート調査の回答にご協力頂いた九州地区の伝統工芸産地の各組合・団体や事業者の皆様には大変お世話になりました。また、本稿作成に当たっては、匿名の査読者から貴重なコメントを頂きました。ここに記して感謝の意を表します。

(注)

- 1) 参考文献の朝日新聞(筑後版, 2017)及び毎日新聞(福岡地方版, 2019)を参照。
- 2) 参考文献の藤井(2010) 50-52頁を参照。
- 3) 参考文献の永吉(2016) 97頁を参照。これらの係数は0から1までの値をとり、1に近づくほど2つの質的変数間の関連が強いことを意味する。サンプルサイズに左右されない標準化された効果の大きさを示す指標で、0.1～0.2程度で弱い関連、0.2～0.4程度で中間的な関連、0.4～0.6程度でやや強い関連、0.6以上で強い関連とされる。
- 4) 中小企業の組織化を推進・支援している全国中小企業団体中央会による文例と同一である。参考文献の全国中小企業団体中央会(2007) 1頁を参照。
- 5) 参考文献の大淵(2021) 34頁を参照。

(参考文献)

- [1] 朝日新聞 (筑後版, 2017) 「久留米餅と日本酒、セットで広川のデザイナーが酒袋開発 4合瓶にぴったり」2017年3月8日付朝刊35頁.
- [2] 大淵和憲 (2021) 「九州地方における伝統工芸産地組合・事業者の実態調査分析～社会課題解決・コロナ禍・ウェブサイト運営を中心に～」『九州産業大学伝統みらい研究センター論集』九州産業大学伝統みらい研究センター編集委員会, 4号, 31-48頁.
- [3] 株式会社和える (2020) 「伝統産業従事者新型コロナウイルス影響調査」<https://a-eru.co.jp/wp-content/uploads/2020/05/aeruresearch0522.pdf>, 2022年1月10日閲覧.
- [4] 経済産業省・三菱UFJリサーチ & コンサルティング (2017) 「平成28年度伝統的工芸品産業支援事業 (伝統的工芸品関連事業者の自立化に向けた調査) 報告書」https://www.data.go.jp/data/dataset/meti_20171206_0034, 2022年1月10日閲覧.
- [5] 社会経済生産性本部・早稲田大学企業倫理研究所 (2004) 「ミッション・社是社訓の活用についての調査～経営活動の透明性・ステークホルダーの信頼を求めて～」<https://www.jpc-net.jp/research/assets/pdf/R413attached.pdf>, 2022年1月10日閲覧.
- [6] 情報処理推進機構 (2020) 「デジタル・トランスフォーメーション推進人材の機能と役割のあり方に関する調査」<https://www.ipa.go.jp/files/000073700.pdf>, 2022年1月10日閲覧.
- [7] 全国中小企業団体中央会 (2007) 「事業協同組合定款参考例」<https://www.chuokai.or.jp/hotinfo/teikanrei0703.pdf>, 2022年1月10日閲覧.
- [8] 帝国データバンク (2019) 『『経営診断ツールの認知・活用状況及び、決済・資金調達の実態に関する調査』調査報告書』https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/H30FY/000332.pdf, 2022年1月10日閲覧.
- [9] 永吉希久子 (2016) 『行動科学の統計学 社会調査のデータ分析』共立出版.
- [10] 廣川佳子・芳賀繁 (2015) 「国内における経営理念研究の動向」『立教大学心理学研究』立教大学文学部心理学科, 57号, 73-86頁.
- [11] 藤井良宜 (2010) 『カテゴリカルデータ解析』共立出版.
- [12] 藤野洋 (2012a) 「中小企業の社会的責任 (CSR) に関する調査 (概要)」『商工金融』商工総合研究所, 8月号, 22-64頁.
- [13] 藤野洋 (2012b) 『『企業の社会的責任 (CSR)』に関する研究—中小企業への適用についての考察— (抄録)』『商工金融』商工総合研究所, 9月号, 20-85頁.
- [14] 毎日新聞 (福岡地方版, 2019) 「FFGがCFサービス開始 第1弾は久留米餅モンベなど4商品」2019年11月22日付20頁.
- [15] 山本篤民 (2016) 「伝統的工芸品産業の産地中小企業におけるCSR」『商学集志』日本大学商学部, 86巻2号, 121-136頁.
- [16] 横川雅人 (2010a) 「現代日本企業の経営理念～『経営理念の上場企業実態調査』を踏まえて～」『産研論集』関西学院大学, 37号, 125-137頁.
- [17] 横川雅人 (2010b) 「続」現代日本企業の経営理念～未上場企業への『経営理念実態調査アンケート』をもとにして～」『経営戦略研究』関西学院大学, 4号, 5-27頁.

付属資料 1. Fisher の正確確率検定で入力した R の実行コマンドと出力結果

<pre><クロス表通番2> > x <-matrix(c(13,12,16,6,71,4), ncol=3, byrow=TRUE) > fisher.test(x) Fisher's Exact Test for Count Data data: x p-value = 2.014e-10 alternative hypothesis: two.sided</pre>	<pre><クロス表通番23> > x <-matrix(c(36,4,4,24,12,15,9,1,4), ncol=3, byrow=TRUE) > fisher.test(x) Fisher's Exact Test for Count Data data: x p-value = 0.006794 alternative hypothesis: two.sided</pre>
<pre><クロス表通番7> > x <-matrix(c(4,7,15,9,4,10,50,10,12), ncol=3, byrow=TRUE) > fisher.test(x) Fisher's Exact Test for Count Data data: x p-value = 1.172e-05 alternative hypothesis: two.sided</pre>	<pre><クロス表通番25> > x <-matrix(c(22,8,16,8,22,27,5,7,3), ncol=3, byrow=TRUE) > fisher.test(x) Fisher's Exact Test for Count Data data: x p-value = 0.0009987 alternative hypothesis: two.sided</pre>
<pre><クロス表通番11> > x <-matrix(c(15,10,21,39,6,12,6,4,4), ncol=3, byrow=TRUE) > fisher.test(x) Fisher's Exact Test for Count Data data: x p-value = 0.004037 alternative hypothesis: two.sided</pre>	<pre><クロス表通番41> > x <-matrix(c(5,8,33,15,23,14,4,8,2), ncol=3, byrow=TRUE) > fisher.test(x) Fisher's Exact Test for Count Data data: x p-value = 1.74e-05 alternative hypothesis: two.sided</pre>
<pre><クロス表通番14> > x <-matrix(c(59,21,18,0,7,6), ncol=2, byrow=TRUE) > fisher.test(x) Fisher's Exact Test for Count Data data: x p-value = 0.003981 alternative hypothesis: two.sided</pre>	<pre><クロス表通番42> > x <-matrix(c(2,2,21,1,5,15,8,27,30), ncol=3, byrow=TRUE) > fisher.test(x) Fisher's Exact Test for Count Data data: x p-value = 0.007061 alternative hypothesis: two.sided</pre>
<pre><クロス表通番20> > x <-matrix(c(69,14,17,2,3,7), ncol=2, byrow=TRUE) > fisher.test(x) Fisher's Exact Test for Count Data data: x p-value = 0.001029 alternative hypothesis: two.sided</pre>	<pre><クロス表通番77> > x <-matrix(c(10,36,1,57,0,14), ncol=3, byrow=TRUE) > fisher.test(x) Fisher's Exact Test for Count Data data: x p-value < 2.2e-16 alternative hypothesis: two.sided</pre>

付属資料 2. 質問項目と回答の度数分布表及び記述統計量一覧 (組合調査)

	度数	割合(%)
問1. 貴組合・団体が取り扱う伝統的工芸品の分野を教えてください。(〇は一つ)		
1. 織物	2	(11.1)
3. 陶磁器	13	(72.2)
10. 仏壇/仏具	1	(5.6)
15. その他	2	(11.1)
問2. 貴組合・団体の加盟社(者)数について教えてください。		
10社以下	3	(16.7)
11社~30社	8	(44.4)
31社~50社	3	(16.7)
51社以上	3	(16.7)
(回答なし)	1	(5.6)
問3. 貴組合・団体の加盟社(者)全体の従事者数とその内訳をわかる範囲で教えてください。(数字を記入)		
(全従事者数)20人以下	1	(5.6)
(全従事者数)21~50人	2	(11.1)
(全従事者数)51~100人	3	(16.7)
(全従事者数)101人以上	5	(27.8)
(回答なし)	7	(38.9)
問3. 貴組合・団体の加盟社(者)全体の従事者数とその内訳をわかる範囲で教えてください。(数字を記入)		
(男性従事者数)20人以下	2	(11.1)
(男性従事者数)21~50人	3	(16.7)
(男性従事者数)51~100人	2	(11.1)
(男性従事者数)101人以上	1	(5.6)
(回答なし)	10	(55.6)
問3. 貴組合・団体の加盟社(者)全体の従事者数とその内訳をわかる範囲で教えてください。(数字を記入)		
(女性従事者数)20人以下	4	(22.2)
(女性従事者数)21~50人	2	(11.1)
(女性従事者数)51~100人	1	(5.6)
(女性従事者数)101人以上	1	(5.6)
(回答なし)	10	(55.6)
問4. 貴組合・団体の事務局の構成員数とその内訳を教えてください。(数字を記入)		
(全構成員数)0人	0	(0.0)
(全構成員数)1人	5	(27.8)
(全構成員数)2~3人	6	(33.3)
(全構成員数)4~5人	5	(27.8)
(全構成員数)6人以上	1	(5.6)
(回答なし)	1	(5.6)
問4. 貴組合・団体の事務局の構成員数とその内訳を教えてください。(数字を記入)		
(専属職員数)0人	1	(5.6)
(専属職員数)1人	3	(16.7)
(専属職員数)2~3人	5	(27.8)
(専属職員数)4~5人	5	(27.8)
(専属職員数)6人以上	1	(5.6)
(回答なし)	3	(16.7)

	度数	割合(%)
問5. 貴組合・団体の2020(令和2)年度の利益状況について教えてください。(〇は一つ)		
1. 黒字	8	(44.4)
2. 収支均衡	2	(11.1)
3. 赤字	6	(33.3)
4. わからない	1	(5.6)
(回答なし)	1	(5.6)
問6. 貴組合・団体の売上高の変化(2018年期と2020年期の比較)について最も近いものをお答えください。(〇は一つ)		
1. 増加した	1	(5.6)
2. ほぼ横ばい	4	(22.2)
3. 減少した	11	(61.1)
4. わからない	1	(5.6)
(回答なし)	1	(5.6)
問7. 貴組合・団体の経常利益の変化(2018年期と2020年期の比較)について最も近いものをお答えください。(〇は一つ)		
1. 増加した	1	(5.6)
2. ほぼ横ばい	4	(22.2)
3. 減少した	11	(61.1)
4. わからない	1	(5.6)
(回答なし)	1	(5.6)
問8. 貴組合・団体の2020(令和2)年度の収入構成について教えてください。(数字を記入)[事業収入]		
20%未満	4	(22.2)
20%以上40%未満	0	(0.0)
40%以上60%未満	5	(27.8)
60%以上80%未満	4	(22.2)
80%以上	0	(0.0)
(回答なし)	5	(27.8)
問8. 貴組合・団体の2020(令和2)年度の収入構成について教えてください。(数字を記入)[補助金収入]		
20%未満	9	(50.0)
20%以上40%未満	1	(5.6)
40%以上60%未満	2	(11.1)
60%以上80%未満	1	(5.6)
80%以上	0	(0.0)
(回答なし)	5	(27.8)
問8. 貴組合・団体の2020(令和2)年度の収入構成について教えてください。(数字を記入)[組合費収入]		
20%未満	9	(50.0)
20%以上40%未満	3	(16.7)
40%以上60%未満	1	(5.6)
60%以上80%未満	0	(0.0)
80%以上	0	(0.0)
(回答なし)	5	(27.8)
問8. 貴組合・団体の2020(令和2)年度の収入構成について教えてください。(数字を記入)[その他]		
20%未満	8	(44.4)
20%以上40%未満	4	(22.2)
40%以上60%未満	0	(0.0)
60%以上80%未満	1	(5.6)
80%以上	0	(0.0)
(回答なし)	5	(27.8)

問9. 貴組合・団体として、運営方針・体制の現状・受け止めを教えてください。(〇は一つずつ) (1.全くあてはまらない、2.余りあてはまらない、3.どちらともいえない、4.ややあてはまる、5.とてもあてはまる)	有効n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
①組合員・団体メンバー間の団結は強い。	17	3.65	0.606	2	4
②組合員が利益を出せているか把握している。	18	3.06	0.938	1	4
③組合員に仕事の融通を図る仕組みを整えている。	18	3.11	0.963	1	4
④組合としての強みを把握できている。	18	3.44	0.705	2	4
⑤組合としての強みを外部にアピールできている。	18	3.22	0.808	2	4
⑥原材料仕入れの最適ルートを維持できている。	18	2.89	1.231	1	5
⑦原材料仕入れの最適ルートを随時見直している。	18	2.56	1.149	1	4
⑧後継者育成の仕組みを維持できている。	18	2.67	0.907	1	4
⑨後継者候補の受入れ、独立支援を推進している。	17	2.53	0.943	1	4
⑩インバウンド需要に関する調査を行っている。	18	1.72	0.752	1	3
⑪他産地・品目と連携した情報共有を行っている。	18	2.33	0.907	1	4
⑫大学・研究機関と共同市場調査を実施している。	18	2.11	1.367	1	4
⑬組合・団体のウェブサイト整備に力を入れている。	18	2.78	1.437	1	5
問10. 貴組合・団体として、下記産地支援に対する印象や意向はいかがですか。(〇は一つずつ) (1.全くあてはまらない、2.余りあてはまらない、3.どちらともいえない、4.ややあてはまる、5.とてもあてはまる)	有効n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
①国の伝統的工芸品に指定されて以来、産地の状況は総合的に見て良くなったと感じる。	18	3.00	1.029	1	5
②伝産法に基づく支援策は必要不可欠だと感じる。	18	4.22	0.647	3	5
③国の支援姿勢は積極的だ。	18	3.44	0.984	1	5
④県の支援姿勢は積極的だ。	18	3.78	0.943	1	5
⑤市町村の支援姿勢は積極的だ。	18	3.83	1.098	1	5
⑥国・自治体の事業補助金を増額してほしい。	18	3.83	0.707	3	5
⑦国・自治体と事業計画等の相談機会がほしい。	18	3.28	0.669	2	4
⑧国・自治体に他産地の事業情報を提供してほしい。	18	3.50	0.618	3	5
⑨国・自治体に出向者等の人的援助をしてほしい。	18	3.11	0.900	1	5
⑩国・自治体は市場調査を積極的に行ってほしい。	18	3.44	0.922	1	5
⑪国・自治体にインバウンド情報を提供してほしい。	18	3.22	0.943	1	4
⑫インバウンド需要の低下を実感している。	18	3.17	1.505	1	5
⑬各種公的補助金の申請・獲得に力を入れている。	18	3.61	0.979	2	5
⑭補助金申請や報告手続きは煩雑で負担感がある。	18	4.22	0.647	3	5
⑮公的補助金より、民間やNPOの支援が実効的だ。	18	2.78	0.647	1	4
問11. 貴組合・団体として、貴組合・団体として、新型コロナウイルス(以下「コロナ」と表記します)の感染拡大防止等に関する対応状況・受け止めについて教えてください。(〇は一つずつ) (1.全くあてはまらない、2.余りあてはまらない、3.どちらともいえない、4.ややあてはまる、5.とてもあてはまる)	有効n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
①組合員に対して、コロナ関連の公的支援策活用の情報提供に力を入れている。	18	4.00	0.907	1	5
②組合の運営において、コロナ関連の公的支援策を有効に利用できている。	18	3.83	1.150	1	5
③コロナ関連の公的支援策について関心はあるが、情報を把握できていない。	18	2.39	0.608	2	4
④組合運営において、コロナ禍によって資金繰りや、運転資金に悪い影響が出ている。	18	3.61	1.092	1	5
⑤組合員がコロナ禍によって資金繰りや経営に困窮している状況を把握している。	18	3.56	0.784	2	5
⑥コロナ禍を新たなビジネスチャンスとした取り組みを進めることができている。	18	2.61	0.916	1	4
問12. 貴組合・団体にはウェブサイト維持・構築の役割を担う人材がいらっしゃいますか。(〇は一つ)	度数	割合(%)			
1. いる	2	(11.1)			
2. いない	9	(50.0)			
3. 外部に依頼している	4	(22.2)			
4. その他	1	(5.6)			
(回答なし)	2	(11.1)			
また、貴組合・団体のウェブサイト運営・ネット販売の現状について教えてください。(〇は一つずつ) (1.全くあてはまらない、2.余りあてはまらない、3.どちらともいえない、4.ややあてはまる、5.とてもあてはまる)	有効n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
①ウェブサイト展開の前提となる将来への危機感が、組合・団体全体になかなか浸透しない。	17	3.47	0.800	2	5
②販売・組織変革に対する組合内の抵抗感が強い。	17	3.06	0.748	2	5
③ウェブサイト運営を担う能力のある人材が、組合・団体内で育成できない。	17	4.12	0.697	3	5
④ウェブサイト運営を実現する上で、組合員のITリテラシーが不十分である。	17	3.76	0.903	2	5
⑤ウェブサイト運営を担う能力のある人材が、外部から獲得できない。	17	3.76	0.831	3	5
⑥他の産地や研究機関との連携を実現したいが、適切な連携先が見つからない。	17	2.88	0.600	2	4
⑦ウェブサイト運営推進によって、組合員の相互理解促進や団結力強化につながっている。	17	2.59	1.004	1	4
⑧ウェブサイト運営推進に向けて様々な取り組みを行っているが、なかなか成果があがらない。	17	2.71	0.920	1	4

問13. 貴組合・団体には明文化された「経営理念」(社是・社訓・ミッション・信条・行動指針・モットー等に類するもの)が存在しますか。(〇は一つ)	度数	割合(%)			
1. 明文化された「経営理念」が存在する。	6	(33.3)			
2. 明文化されていない口伝の「経営理念」が存在する。	0	(0.0)			
3. 「経営理念」に類するものは存在しない。	12	(66.7)			
4. その他 (回答なし)	0 2	(0.0) (11.1)			
問13-2. 貴組合・団体に存在する「経営理念」を教えてください。(自由記述) [文言内の字句を内容表現別に分類。複数項目に及ぶものはそれぞれにカウント。]	度数 (複数回答)				
(分類①)組合員の幸福・団結・和の尊重	5				
(分類②)社会との共生(産地の振興)	0				
(分類③)創造性・ものづくり・挑戦・新規開発・オリジナリティの重視	1				
(分類④)勤勉・丁寧・真面目	0				
(分類⑤)顧客志向・顧客満足の向上	1				
(分類⑥)伝統を守る	1				
(分類⑦)経済的利益の追求	4				
(分類⑧)地域社会への貢献	0				
(分類⑨)地球環境への配慮	0				
(分類⑩)その他(格言的文言等)	0				
問13-3. 貴組合・団体では、以下のような「経営理念」を念頭においた事業活動を実施していますか。あてはまるものがあれば教えてください。(〇はいくつでも)	度数 (複数回答)				
1. 「経営理念」は観念的・精神的なものであり、実際の経営には反映していない。	0				
2. 組合・団体のパンフレットやホームページ等で「経営理念」を公表している。	1				
3. 活動方針・計画への具体的反映はないが、「経営理念」の精神に則った事業を行っている。	2				
4. 「経営理念」に基づいて、生産・販売や品質管理等に関する各種の活動方針を立てている。	3				
5. 「経営理念」に基づいて、年度間の、あるいは中・長期的な経営計画を策定している。	3				
6. その他()	0				
問14. 貴組合・団体として、以下に挙げている事柄について「10年前よりも重要性が高まっている」と位置付けているものがおありでしょうか。その受け止めについて教えてください。(〇は一つずつ) (1. 全くあてはまらない、2. 余りあてはまらない、3. どちらともいえない、4. ややあてはまる、5. ともあてはまる)	有効n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
①より良い製品、サービスを提供すること。	15	4.27	0.458	4	5
②産地周辺の地域社会の発展に寄与すること。	16	3.81	0.655	3	5
③法令を遵守し、倫理的行動をとること。	16	4.00	0.632	3	5
④新たな技術や知識を生み出すこと。	16	4.06	0.443	3	5
⑤収益をあげ、税金を納めること。	16	3.31	0.602	2	4
⑥地球環境の保護に貢献すること。	16	3.25	0.775	2	4
⑦人権を尊重・保護すること。	16	3.44	0.814	2	5
⑧人体に有害な製品、サービスを提供しないこと。	16	4.06	0.854	2	5
⑨雇用を創出すること。	17	3.24	1.147	1	5
⑩寄付や公益的活動を通じて社会に貢献すること。	16	3.06	0.929	1	4
⑪組合員・団体メンバーに利益を還元すること。	16	3.69	0.704	3	5
⑫世界各地の貧困や紛争解決に貢献すること。	16	2.31	0.873	1	4
問15. 貴組合・団体のクラウドファンディングの認知・利用状況について教えてください。(〇は一つ)	度数	割合(%)			
1. クラウドファンディングについて全く聞いたことがない(今回の調査で初めて認識した)。	0	(0.0)			
2. クラウドファンディングという言葉聞いたことがあるが、内容はわからない。	4	(22.2)			
3. クラウドファンディングについて内容を知っているが、利用してみたいと考えていない。	8	(44.4)			
4. クラウドファンディングについて内容を知っており、利用してみたいと考えている。	6	(33.3)			
5. クラウドファンディングについて内容を知っており、利用したことがある。	0	(0.0)			

問16. 貴組合・団体がクラウドファンディングを利用してみたい(してみたい)理由についてお答えください。(〇は いくつでも)	度数 (複数回答)		
1. どのようなものなのか試しに利用してみなかった(してみたい)ため。	1		
2. 金融機関では借りられないと思った(思う)ため。	1		
3. 金融機関に断られたため。	0		
4. 実績ではなく、製品やプロジェクトの良し悪しで判断してもらえるため。	3		
5. 担保や保証人が要らないため。	1		
6. 金利や手数料が安いため。	1		
7. テストマーケティングになるため。	5		
8. 広告・販売促進になるため。	5		
9. 固定客やファンを獲得できるため。	3		
10. 新製品や新規事業の開発を続けるかどうかの判断材料になるため。	4		
11. 組合や組合員(加盟事業者)の信用・信頼が高まるため。	1		
12. 組合員や従業員の士気が上がるため。	2		
13. 新たな出会いやビジネスチャンスが生まれるため。	7		
14. その他()	0		
問17. 貴組合・団体が利用されたクラウドファンディングの形式と調達した1回あたりの最大金額について教えて ください。(記入はいくつでも、利用経験なしの場合は「0」とご記入ください。)	度数	最小値 (千円)	最大値 (千円)
1. 寄付型 : ()円(利用した会社)	0	0	0
2. 購入型 : ()円(利用した会社)	0	0	0
3. 投資型 : ()円(利用した会社)	0	0	0
4. その他 : ()円(利用した会社)	0	0	0
5. わからない : ()円(利用した会社)	0	0	0
問18. 貴組合・団体におけるクラウドファンディングを利用する上での課題としてあてはまるものをお答えください。 (〇はいくつでも)	度数 (複数回答)		
1. 必要金額が調達できるかわからない。	4		
2. 調達までどれくらい時間がかかるかわからない。	2		
3. 手続きが煩雑である。	4		
4. ITスキル等に自信がなく、対応が難しい。	5		
5. 顧客のニーズを感じられない。	0		
6. 前例がない。	3		
7. 業界で一般的な管理手法・プロセスが確立されていない。	3		
8. 組合・団体内部の理解・承認が得にくい。	4		
9. クラウドファンディングについてよく知らない。	4		
10. 検討するきっかけがない。	3		
11. その他()	1		
問19. 貴組合・団体として、現在特に推進している事柄や解決すべき課題があれば教えてください。(自由記述・略)			

付属資料3. 質問項目と回答の度数分布表及び記述統計量一覧(事業者調査)

問1. 貴事業所が製造・取扱を行っている伝統的工芸品名を教えてください。(〇はいくつでも)	度数 (複数回答)	
1. 小石原焼	9	
2. 博多織	7	
3. 博多人形	2	
4. 久留米餅	8	
5. 八女福島仏壇	2	
6. 上野焼	1	
7. 八女提灯	3	
8. 伊万里・有田焼	36	
9. 唐津焼	6	
10. 三川内焼	8	
11. 波佐見焼	23	
12. 長崎べっ甲	2	
13. 小代焼	4	
14. 天草陶磁器	4	
15. 肥後象がん	3	
16. 山鹿灯笼	1	
17. 別府竹細工	3	
18. 都城大弓	2	
19. 本場大島紬	18	
20. 川辺仏壇	6	
21. 薩摩焼	7	
22. その他	5	
	度数	割合(%)
問2. 貴事業所の概要について教えてください。(創業年数・数字を記入)		
10年未満	3	(2.3)
10年以上20年未満	9	(7.0)
20年以上30年未満	8	(6.3)
30年以上50年未満	34	(26.6)
50年以上75年未満	34	(26.6)
75年以上100年未満	11	(8.6)
100年以上	16	(12.5)
不明	13	(10.2)
問2. 貴事業所の概要について教えてください。(何代目の経営者・数字を記入)		
初代	32	(25.0)
2～3代	68	(53.1)
4～5代	16	(12.5)
6～10代	5	(3.9)
11代以上	1	(0.8)
不明	6	(4.7)
問2. 貴事業所の概要について教えてください。(経営者性別・〇は一つ)		
男性	111	(86.7)
女性	14	(10.9)
(回答なし)	3	(2.3)
問2. 貴事業所の概要について教えてください。(業務形態・〇は一つ)		
製造のみ	39	(30.5)
卸のみ	7	(5.5)
小売のみ	2	(1.6)
製造・卸	7	(5.5)
製造・小売	37	(28.9)
卸・小売	11	(8.6)
製造・卸・小売	22	(17.2)
その他	2	(1.6)
(回答なし)	1	(0.8)

	度数	割合(%)
問2. 貴事業所の概要について教えてください。(企業形態・〇は一つ)		
個人事業主	55	(43.0)
有限会社	36	(28.1)
株式会社	35	(27.3)
その他	1	(0.8)
(回答なし)	1	(0.8)
問2. 貴事業所の概要について教えてください。(経営者の年代・〇は一つ)		
10代	0	(0.0)
20代	0	(0.0)
30代	4	(3.1)
40代	17	(13.3)
50代	35	(27.3)
60代	40	(31.3)
70代	24	(18.8)
80才以上	7	(5.5)
(回答なし)	1	(0.8)
問2. 貴事業所の概要について教えてください。(産地組合加入状況・〇は一つ)		
組合に加入している	109	(85.2)
かつて加入していたが今は入っていない	5	(3.9)
入っていない	11	(8.6)
(回答なし)	3	(2.3)
問2. 貴事業所の概要について教えてください。(資本金又は元入金額・〇は一つ)		
100万円未満	31	(24.2)
100万円以上300万円未満	17	(13.3)
300万円以上500万円未満	16	(12.5)
500万円以上1,000万円未満	23	(18.0)
1,000万円以上3,000万円未満	27	(21.1)
3,000万円以上1億円未満	5	(3.9)
1億円以上3億円未満	0	(0.0)
3億円以上	0	(0.0)
(回答なし)	9	(7.0)
問3. 貴事業所の構成員数とその内訳をわかる範囲で教えてください。(全従事者数・数字を記入)		
5人以下	75	(58.6)
6～10人	17	(13.3)
11～30人	30	(23.4)
31～50人	3	(2.3)
51人以上	2	(1.6)
(回答なし)	1	(0.8)
問3. 貴事業所の構成員数とその内訳をわかる範囲で教えてください。(男性従事者数・数字を記入)		
0人	10	(7.8)
1～5人	96	(75.0)
6～10人	15	(11.7)
11～30人	4	(3.1)
31人以上	0	(0.0)
(回答なし)	3	(2.3)
問3. 貴事業所の構成員数とその内訳をわかる範囲で教えてください。(女性従事者数・数字を記入)		
0人	21	(16.4)
1～5人	67	(52.3)
6～10人	19	(14.8)
11～30人	15	(11.7)
31人以上	3	(2.3)
(回答なし)	3	(2.3)

	度数	割合(%)
問5. 貴事業所の2020(令和2)年度の利益状況について教えてください。(〇は一つ)		
1. 黒字	26	(20.3)
2. 収支均衡	23	(18.0)
3. 赤字	75	(58.6)
4. わからない	2	(1.6)
(回答なし)	2	(1.6)
問6. 貴事業所の変化(2018年と2020年比較)で最も近いものを教えてください。(生産量変化・〇は一つ)		
増加した	7	(5.5)
ほぼ横ばい	27	(21.1)
減少した	78	(60.9)
明確な傾向なし	0	(0.0)
わからない	0	(0.0)
(回答なし)	16	(12.5)

	度数	割合(%)
問6. 貴事業所の変化(2018年と2020年比較)で最も近いものを教えてください。(売上高変化・〇は一つ)		
増加した	9	(7.0)
ほぼ横ばい	17	(13.3)
減少した	98	(76.6)
明確な傾向なし	0	(0.0)
わからない	0	(0.0)
(回答なし)	4	(3.1)
問6. 貴事業所の変化(2018年と2020年比較)で最も近いものを教えてください。(経常利益変化・〇は一つ)		
増加した	12	(9.4)
ほぼ横ばい	21	(16.4)
減少した	88	(68.8)
明確な傾向なし	1	(0.8)
わからない	1	(0.8)
(回答なし)	5	(3.9)

問7. 貴事業所の新型コロナウイルス感染症による経営への影響を教えてください。(〇は一つ)	度数	割合(%)			
1. 現在すでにマイナスの影響が出ている。	102	(79.7)			
2. 今後マイナスの影響が生じる可能性がある。	12	(9.4)			
3. 現在マイナスの影響は出しておらず、今後もマイナスの影響が生じる可能性はない。	5	(3.9)			
4. 今後プラスの影響が生じる可能性がある。	1	(0.8)			
5. 現在すでにプラスの影響が出ている。	4	(3.1)			
6. わからない	3	(2.3)			
(回答なし)	1	(0.8)			
問8. 貴事業所の新型コロナウイルスへの対応・受け止めについて教えてください。(〇は一つずつ) (1.全くあてはまらない、2.余りあてはまらない、3.どちらともいえない、4.ややあてはまる、5.とてもあてはまる)	有効n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
①コロナ関連公的支援策の情報把握は困難である。	122	2.80	1.057	1	5
②コロナ禍で資金繰りに悪影響が出ている。	122	3.43	1.408	1	5
③コロナ禍を新たな商機とした取組を推進している。	122	2.80	1.304	1	5
④産地組合のコロナ関連支援策情報が役立っている。	120	2.82	1.209	1	5
⑤国のコロナ関連支援策情報が役立っている。	121	3.02	1.225	1	5
⑥県のコロナ関連支援策情報が役立っている。	123	3.10	1.134	1	5
⑦市町村のコロナ関連支援策情報が役立っている。	122	3.15	1.169	1	5
⑧商工会のコロナ関連支援策情報が役立っている。	120	3.18	1.195	1	5
⑨コロナ禍でも従業員雇用を維持できている。	113	3.52	1.363	1	5
⑩コロナ禍でも従業員賃金支払いは維持できている。	114	3.74	1.396	1	5
⑪売上確保対策として商品価格を下げている。	120	1.93	1.086	1	5
問9. 貴事業所にはウェブサイト維持・構築の役割を担う人材がいらっしゃいますか。(〇は一つ)	度数	割合(%)			
1. いる	41	(32.0)			
2. いない	59	(46.1)			
3. 外部に依頼している	21	(16.4)			
4. その他	0	(0.0)			
(回答なし)	7	(5.5)			
問9. また、貴事業所のウェブサイト運営・ネット販売の現状について教えてください。(〇は一つずつ) (1.全くあてはまらない、2.余りあてはまらない、3.どちらともいえない、4.ややあてはまる、5.とてもあてはまる)	有効n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
①ウェブサイト展開の前提となる将来への危機感が、事業所全体になかなか浸透しない。	116	2.59	1.209	1	5
②販売・組織変革への事業所内の抵抗感が強い。	113	2.21	1.039	1	5
③サイト運営を担う人材育成が事業所では困難だ。	114	3.10	1.370	1	5
④ウェブサイト運営を実現する上で、事業所構成員のITリテラシーが不十分である。	111	3.23	1.381	1	5
⑤サイト運営を担える人材が外部から獲得できない。	111	2.96	1.375	1	5
⑥ウェブサイト運営推進によって、事業所内の相互理解促進や団結力強化につながっている。	110	2.53	1.123	1	5
⑦ウェブサイト運営推進に向けて様々な取り組みを行っているが、なかなか成果があがらない。	110	2.68	1.125	1	5

問10. 貴事業所として、下記の産地支援に対する印象や意向はいかがですか。(〇は一つずつ) (1.全くあてはまらない、2.余りあてはまらない、3.どちらともいえない、4.ややあてはまる、5.とてもあてはまる)	有効n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
①国の伝統的工芸品に指定されて以来、産地の状況は総合的に見て良くなったと感じる。	123	2.58	1.167	1	5
②伝産法に基づく支援策は必要不可欠だと感じる。	122	3.75	1.159	1	5
③国の支援姿勢は積極的だ。	120	2.73	0.925	1	5
④県の支援姿勢は積極的だ。	119	3.11	1.048	1	5
⑤市町村の支援姿勢は積極的だ。	119	3.13	1.127	1	5
⑥国・自治体の事業補助金を増額してほしい。	117	3.92	1.131	1	5
⑦国・自治体と事業計画等の相談機会がほしい。	119	3.49	1.088	1	5
⑧国・自治体に他産地の事業情報を提供してほしい。	117	3.48	1.088	1	5
⑨国・自治体に市場調査を積極的に行ってほしい。	118	3.61	1.177	1	5
⑩国・自治体にインバウンド情報を提供してほしい。	114	3.39	1.148	1	5
⑪インバウンド需要の低下を実感している。	115	3.65	1.163	1	5
⑫各種公的補助金の申請・獲得に力を入れている。	117	3.21	1.156	1	5
⑬補助金申請や報告手続きは煩雑で負担感がある。	117	3.98	0.965	1	5
⑭公的補助金より、民間やNPOの支援が実効的だ。	118	2.88	0.849	1	5
問11. 貴事業所として、下記の産地組合活動に対する印象を教えてください。(〇は一つずつ) (1.全くあてはまらない、2.余りあてはまらない、3.どちらともいえない、4.ややあてはまる、5.とてもあてはまる)	有効n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
①組合員・団体メンバー間の団結は強い。	120	3.11	1.106	1	5
②事業者各々の利益状況を把握している。	120	2.32	0.996	1	5
③事業者に対して仕事の融通を図る仕組みの整備に力を入れている。	120	2.47	1.045	1	4
④組合としての強みを把握できている。	119	2.80	1.078	1	5
⑤組合の強みを外部にアピールできている。	119	2.67	1.009	1	5
⑥産品ラインナップの見直し・改善を推進している。	117	2.80	1.002	1	5
⑦原材料の仕入れの見直し・改善を推進している。	115	2.77	1.001	1	5
⑧後継者育成の仕組みを維持できていると感じる。	118	2.58	1.128	1	5
⑨後継者候補受入れ、独立支援に力を入れている。	116	2.41	1.038	1	5
⑩インバウンドの調査に力を入れていると感じる。	113	2.00	0.835	1	3
⑪他産地と連携した情報共有に力を入れている。	118	2.36	0.993	1	5
⑫他品目と連携した情報共有に力を入れている。	116	2.29	0.951	1	4
⑬大学・研究機関との市場調査に力を入れている。	116	2.10	0.964	1	5
⑭産地組合に加入する意義・利点を実感できない。	117	2.95	1.007	1	5
問12. 貴事業所には明文化された「経営理念」(社是・社訓・ミッション・信条・行動指針・モットー等に類するもの)が存在しますか。(〇は一つ)	度数	割合(%)			
1. 明文化された「経営理念」が存在する。	27	(21.1)			
2. 明文化されていない口伝の「経営理念」が存在する。	19	(14.8)			
3. 「経営理念」に類するものは存在しない。	59	(46.1)			
4. その他 (回答なし)	0 23	(0.0) (18.0)			
問12-2. 貴事業所には明文化された「経営理念」を教えてください。(文言を記入) [文言内の字句を内容表現別に分類。複数項目に及ぶものはそれぞれにカウント。]	度数 (複数回答)				
(分類①) 組合員の幸福・団結・和の尊重	5				
(分類②) 社会との共生(産地の振興)	2				
(分類③) 創造性・ものづくり・挑戦・新規開発・オリジナリティの重視	14				
(分類④) 勤勉・丁寧・真面目	3				
(分類⑤) 顧客志向・顧客満足への向上	10				
(分類⑥) 伝統を守る	11				
(分類⑦) 経済的利益の追求	3				
(分類⑧) 地域社会への貢献	3				
(分類⑨) 地球環境への配慮	1				
(分類⑩) その他(格言的文言等)	11				
問12-3. 貴事業所では、以下のような「経営理念」を念頭においた事業活動を実施していますか。あてはまるものがあれば教えてください。(〇はいくつでも)	度数 (複数回答)				
1. 「経営理念」は観念的・精神的なものであり、実際の経営には反映していない。	6				
2. 事業所のパンフレットやホームページ等で「経営理念」を公表している。	18				
3. 活動方針・計画への具体的反映はないが、「経営理念」の精神に則った事業を行っている。	33				
4. 「経営理念」に基づいて、生産・販売や品質管理等に関する各種の活動方針を立てている。	24				
5. 「経営理念」に基づいて、年度間の、あるいは中・長期的な経営計画を策定している。	16				
6. その他	2				

有効n	平均値	標準偏差	最小値	最大値	
問13. 貴事業所として、以下に挙げている事柄について「10年前よりも重要性が高まっている」と位置付けているものがありますか。その受け止めについて教えてください。(○は一つずつ) (1.全くあてはまらない、2.余りあてはまらない、3.どちらともいえない、4.ややあてはまる、5.とてもあてはまる)					
①より良い製品、サービスを提供すること。	117	4.50	0.665	2	5
②産地周辺の地域社会の発展に寄与すること。	118	3.84	0.943	1	5
③法令を遵守し、倫理的行動をとること。	117	4.09	0.915	1	5
④新たな技術や知識を生み出すこと。	119	4.19	0.762	2	5
⑤収益をあげ、税金を納めること。	118	3.69	0.956	1	5
⑥地球環境の保護に貢献すること。	117	3.72	0.964	1	5
⑦人権を尊重・保護すること。	118	3.90	0.861	1	5
⑧人体に有害な製品、サービスを提供しないこと。	116	4.28	1.011	1	5
⑨雇用を創出すること。	116	3.47	0.991	1	5
⑩寄付や公益的活動を通じて社会に貢献すること。	116	3.44	1.007	1	5
⑪事業所内のメンバーに利益を還元すること。	113	3.67	1.056	1	5
⑫世界各地の貧困や紛争解決に貢献すること。	116	2.75	1.037	1	5
問14. 貴事業所のクラウドファンディングの認知・利用状況について教えてください。(○は一つ)					
1. クラウドファンディングについて全く聞いたことがない(今回の調査で初めて認識した)。	度数	割合(%)			
2. クラウドファンディングという言葉聞いたことがあるが、内容はわからない。	12	(9.4)			
3. クラウドファンディングについて内容を知っているが、利用してみたいとは思っていない。	19	(14.8)			
4. クラウドファンディングについて内容を知っており、利用してみたいと考えている。	54	(42.2)			
5. クラウドファンディングについて内容を知っており、利用したことがある。	18	(14.1)			
(回答なし)	15	(11.7)			
	10	(7.8)			
問15. 貴事業所がクラウドファンディングを利用してみたい(してみたい)理由についてお答えください。(○はいくつでも)					
1. どのようなものなのか試しに利用してみたかった(してみたい)ため。	度数	(複数回答)			
2. 金融機関では借りられないと思った(思う)ため。	13				
3. 金融機関に断られたため。	2				
4. 実績ではなく、製品やプロジェクトの良し悪しで判断してもらえるため。	0				
5. 担保や保証人が要らないため。	10				
6. 金利や手数料が安いため。	1				
7. テストマーケティングになるため。	2				
8. 広告・販売促進になるため。	26				
9. 固定客やファンを獲得できるため。	25				
10. 新製品や新規事業の開発を続けるかどうかの判断材料になるため。	14				
11. 事業所の信用・信頼が高まるため。	19				
12. 事業所内の士気が上がるため。	3				
13. 新たな出会いやビジネスチャンスが生まれるため。	3				
14. その他	25				
	4				
問16. 貴事業所が利用されたクラウドファンディングの形式と調達した1回あたりの最大金額について教えてください。(記入はいくつでも、利用経験なしの場合は「0」とご記入ください。)					
1. 寄付型 : ()円(利用した会社)	度数	最小値(千円)	最大値(千円)	〔※利用社名:略〕	
2. 購入型 : ()円(利用した会社)	1	2,000	2,000		
3. 投資型 : ()円(利用した会社)	10	300	4,000		
4. その他 : ()円(利用した会社)	1	3,000	3,000		
5. わからない : ()円(利用した会社)	0	0	0		
	0	0	0		

問17. 貴事業所におけるクラウドファンディングを利用する上での課題としてあてはまるものをお答えください。 (〇はいくつでも)	度数 (複数回答)	
1. 必要金額が調達できるかわからない。	26	
2. 調達までどれくらい時間がかかるかわからない。	10	
3. 手続きが煩雑である。	23	
4. ITスキル等に自信がなく、対応が難しい。	33	
5. 顧客のニーズを感じられない。	9	
6. 前例がない。	20	
7. 業界で一般的な管理手法・プロセスが確立されていない。	6	
8. 事業所内の理解・承認が得にくい。	1	
9. クラウドファンディングについてよく知らない。	20	
10. 検討するきっかけがない。	22	
11. その他	10	
問18. 貴事業所として、現在特に推進している事柄や解決すべき課題があれば教えてください。(自由記述・略)		
問19. 貴事業所の今後の見通しについて、どのようにお考えですか。(〇は一つ)	度数	割合(%)
1. 大変明るい状況にある。	1	(0.8)
2. まあ明るい状況にある。	27	(21.1)
3. 現状と変わらない。	18	(14.1)
4. あまり明るい状況ではない。	36	(28.1)
5. 全く明るい状況ではない。	23	(18.0)
6. わからない。	15	(11.7)
(回答なし)	8	(6.3)