

中小企業経営者の実態

BLUE REPORT

FOR SOCIAL VALUE

全国と地方の中小企業経営実態比較

～経営課題、伴走支援の活用、中小企業支援に関する情報～

2026

特別号

2026年3月23日 フォーバル GDXリサーチ研究所 編集

GDX
GDXリサーチ研究所

サマリー・レポート概要

経営上の課題で最も多いのは
地方も、全国も「人手不足、人材の確保・育成」

外部の専門家の伴走支援活用経験がある企業は
地方は**32.6%**、全国は**57.2%**

※「現在受けている」、「過去に受けたことがあるが、現在は受けていない」の合計

中小企業支援に関する情報を分かりやすいと回答した企業は
地方は**19.6%**、全国は**13.9%**

※「非常に分かりやすい」、「分かりやすい」の合計

■ レポート概要

全国の中小企業

- 調査主体：フォーバル GDXリサーチ研究所
- 調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日
- 調査対象者：全国の中小企業経営者
- 調査方法：ウェブでのアンケートを実施し、回答を分析
- 有効回答数：1,570人

地方の中小企業

- 調査主体：フォーバル GDXリサーチ研究所
- 調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日
- 調査対象者：東京および政令指定都市を除く地域に所在する中小企業の経営者
- 調査方法：ウェブでのアンケートを実施し、回答を分析
- 有効回答数：300人

本レポートの調査結果をご利用いただく際は、
必ず【フォーバル GDXリサーチ研究所調べ】とご明記ください。

中小企業の次世代経営への対応戦略 < 1 >

近年、都市部への人口集中や地方における過疎化、経済縮小が進む中、地方創生に注目が集まっています。中でも地域内で雇用を生み出し、域内の経済を活性化する役割を担う中小企業の存在は、地方創生の中核的な役割を担う存在と言えるのではないのでしょうか。

一方で、中小企業が直面する様々な経営課題には全国共通のものもあれば、人手不足や地理的条件などにより、地方において深刻さが増すものもあるでしょう。地方の中小企業が直面する課題にはどのようなものがあり、「経営力」の醸成には何が必要なのでしょう。

当研究所では「ブルーレポート」において、中小企業の経営や経営力、採用に関する課題や取り組みによる効果（2026年1月号）、伴走支援の活用状況、中小企業支援に関する情報入手や認知・理解度、活用意向（同年2月号）などについて紹介しました^{*}。これらは全国を対象とした調査であり地域別の分類は行っていませんが、地方創生が注目される中、地方における中小企業の経営課題に注目した分析も必要だと考えています。

そこで本レポートでは、全国の中小企業経営者を対象に実施した調査結果と同様の調査設問を、東京および政令指定都市を除く地域に所在する中小企業の経営者を対象に新たに実施した調査結果の比較分析を試みました。なお、本レポートでは前者を「全国の中小企業」、後者を「地方の中小企業」と表記することにします。

※ブルーレポート

2026年1月号 https://gdx-research.com/wp-content/uploads/2025/12/bluereport_202601.pdf

同年2月号 https://gdx-research.com/wp-content/uploads/2026/01/bluereport_202602.pdf

■ 目次

1. 中小企業が抱える課題の比較	4
2. 伴走支援の活用の比較	11
3. 中小企業支援に関する情報についての比較	19
4. まとめ・あとがき	24

1. 中小企業が抱える課題の比較

1. 中小企業が抱える課題の比較

第1章では、中小企業が抱える課題を取り上げたい。経営上の課題、持続的な成長に向けて重要なこと、採用に関する課題などについて、

「地方の中小企業」と「全国の中小企業」の比較を試みた。

1-1. 経営上の課題

「地方の中小企業」の経営課題として最多となったのは、「人手不足、人材の確保・育成」（回答企業中・41.7%）であり、群を抜いていた。これは「全国の中小企業」においても最多であり（同・53.6%）、人材に関する課題は全国共通であることがわかる。

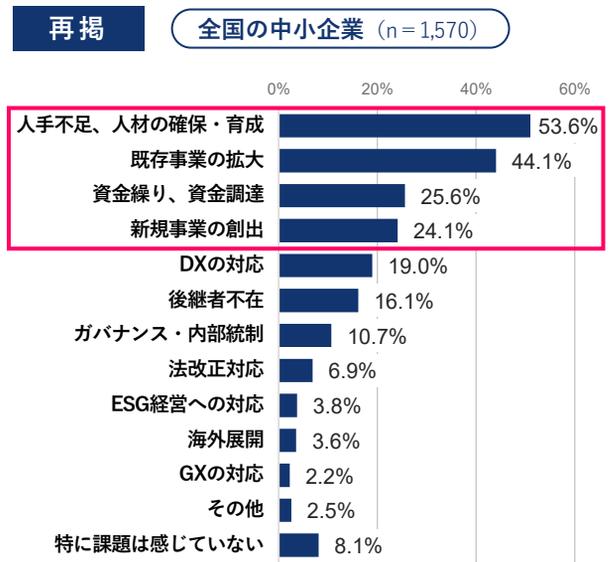
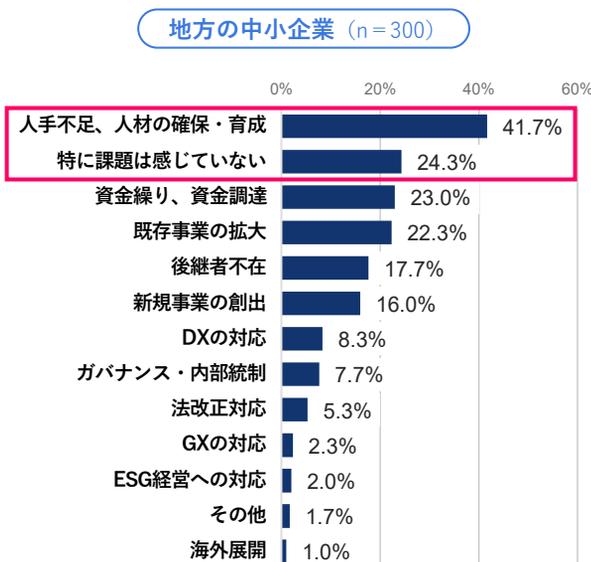
その他、地方と全国の双方で上位に挙げた「資金繰り、資金調達」や「既存事業の拡大」、「新規事業の創出」、「後継者不在」などの課題も、順位の差はあるものの共通した課題として認識されていると言えよう。

一方、顕著な差が見られたのは、地方で2番目

に多かった「特に課題は感じていない」（同・24.3%）であり、全国では8.1%にとどまっている。また上位となった課題の中でも「人材不足、人材の確保・育成」（地方41.7%／全国53.6%）、「既存事業の拡大」（地方22.3%／全国44.1%）などの結果において、地方での課題意識が低い結果となった。「DXの対応」に関しては、地方は8.3%にとどまっております、全国の19.0%と比較と大きな差が見られた。

これらの結果から、事業の規模や範囲の問題に加え、地方ではリスクマネジメントや業務改善への意識が相対的に低いことがうかがえる。

■ 経営上の課題 ※複数回答可



1. 中小企業が抱える課題の比較

1-2. 経営上の課題解決のための取り組み

では、経営上の課題解決に向けて、中小企業はどのようなことに取り組んでいるのか。前ページで経営上の課題があると回答した企業に対し、取り組む内容について聞いた。

「地方の中小企業」では「経費削減・財務体制の見直し」が最も多く、回答企業のうち実に78.0%が選択した。続けて多かったのは「新しい技術や設備の導入」（同・58.6%）、さらに「補助金・助成金の活用」（同・57.7%）と続いた。

一方、「全国の中小企業」では「人材育成・組織改革」が最も多かった（同・31.0%）。次いで多かったのが地方で最多となった「経費削減・財務体制の見直し」（同・28.1%）、そして「外部の専門家への相談」（同・26.7%）の順

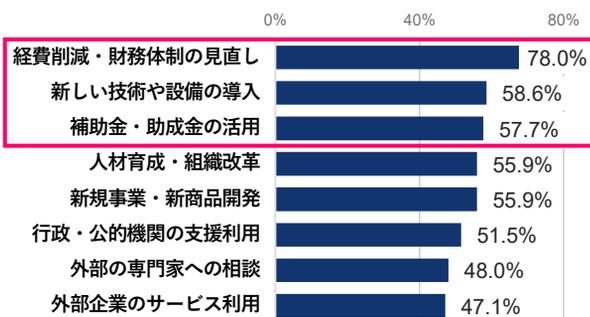
となった。

このように、地方と全国では経営上の課題解決への取り組み内容に違いが見られた。地方では、人材育成や外部リソースの活用よりも、経費削減や設備導入など、経営改善に直接つながる取り組みが優先される傾向が見られた。また、全国と比べると地方の方が、各施策に取り組む企業の割合が大きかった。このことから、地方において課題解決に積極的に取り組む姿勢が相対的に大きいということもできよう。

なお、本調査とブルーレポートでは調査対象企業の属性や回答数が異なるため、同一設問であっても数値に差が生じている可能性があり、本結果は傾向把握を目的とした参考値である。

■ 経営上の課題解決のための取り組み ※複数回答可

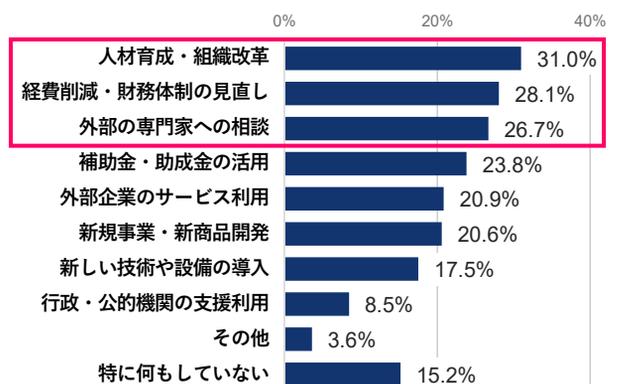
地方の中小企業 (n=227)



調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日

再掲

全国の中小企業 (n=1,443)



調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日

1. 中小企業が抱える課題の比較

1-3. 課題解決のための取り組みの効果

ここでは、課題解決のための取り組みの効果に関して、「地方の中小企業」と「全国の中小企業」の比較を試みる。前ページで紹介した、「地方の中小企業」による課題解決のための取り組みのうち、上位3つをここでは取り上げたい。またその効果については、「非常に効果があった」と「ある程度効果があった」の合計値で検証することにする。

まず、「経費削減・財務体制の見直し」については、地方で効果を感じた企業が41.3%、全国

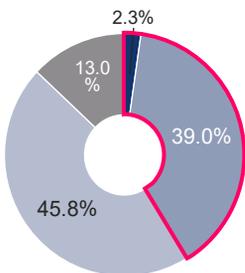
では62.2%であった。同様に、「新しい技術や設備の導入」は、地方が41.3%であるのに対し、全国が75.5%、「補助金・助成金の活用」では地方が43.5%、全国が75.9%であった。

このように、取り上げた3事例では、効果があったと感じる企業が地方では約4割であるのに対し、全国では6割、あるいは7割に達していることがわかった。地方では課題解決に向けた取り組みが全国より進められているものの、その成果を実感する企業の割合は相対的に低いと言える。

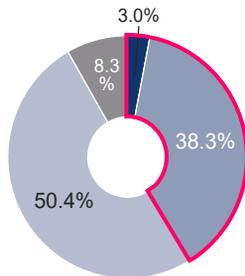
■ 課題解決のための取り組みの効果

地方の中小企業

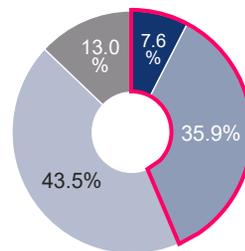
経費削減・財務体制の見直し (n=177)



新しい技術や設備の導入 (n=133)



補助金・助成金の活用 (n=131)



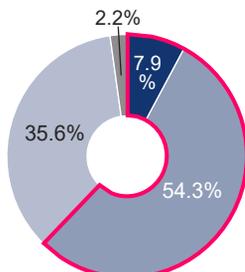
- 非常に効果があった
- ある程度効果があった
- あまり効果を感じていない
- 全く効果を感じていない

調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日

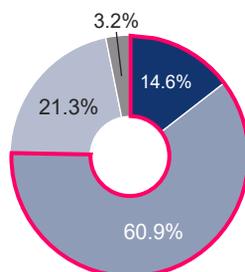
再掲

全国の中小企業

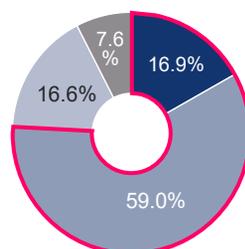
経費削減・財務体制の見直し (n=405)



新しい技術や設備の導入 (n=253)



補助金・助成金の活用 (n=344)



- 非常に効果があった
- ある程度効果があった
- あまり効果を感じていない
- 全く効果を感じていない

調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日 7

1. 中小企業が抱える課題の比較

1-4. 採用活動の状況

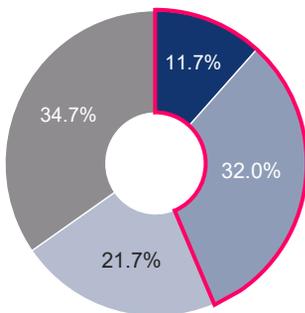
5ページで紹介したとおり、「地方の中小企業」と「全国の中小企業」の双方で「人手不足、人材の確保・育成」が経営上の課題としてトップになった。この結果を受け、ここでは中小企業の採用活動について、地方と全国の比較を通して検証してみたい。

「積極的に採用活動を行っている」と回答した企業は、全国の20.2%に対し、地方では11.7%であった。また、「人材が必要な時に採用活動を行っている」については、全国が33.2%、地方が32.0%と大きな差はなかった。採用活動に関しては、全国と比べると地方での活動がやや低い水準であることがわかる。また、採用活動における課題については、

「求めるスキルや経験を持つ人材が見つからない」「応募者が集まらない」「採用コストが高い」の3つが上位であり、これについては地方と全国で大きな差異はなかった。一方、地方で最多となったのは「人材は充足しており、特に採用活動の予定はない」であった(34.7%)。これは全国(23.0%)と比べても高かった。この結果からは現状維持を指向する企業が多いことや、中長期的な戦略性、課題解決への問題意識の低さなどがあることも推察される。地方では小規模事業者が相対的に多いことも、その結果に影響を及ぼしている可能性がある。

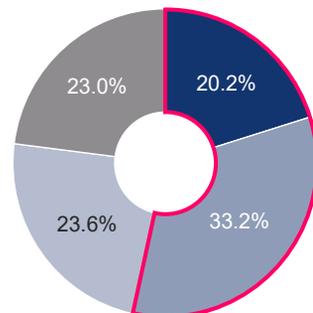
■ 採用活動の状況

地方の中小企業 (n=300)



- 積極的に採用活動を行っている
- 採用活動はほとんど行っていない、休止している

再掲 全国の中小企業 (n=1,570)



- 人材が必要な時に採用活動を行っている
- 人材は充足しており、特に採用活動の予定はない

調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日

調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日

1. 中小企業が抱える課題の比較

1-5. 採用課題解決のための取り組み

8ページでは「採用活動の状況」に関する、地方と全国の違いについて紹介した。ここでは、採用活動に課題があると回答した企業に対し、その取り組みについて聞き、さらに「地方の中小企業」と「全国の中小企業」で比較を行った。

なお、この地方における「採用活動に課題があると回答した企業」とは、8ページにおける調査で「人材は充足しており、特に採用活動の予定はない」の回答者を除いた企業（300社中196社）のうち、「採用活動における課題」を問う設問で「課題はない」と回答した37社を除いた159社のことを指す。

地方の回答で多かったのは「職場環境や待遇の改善」、「社員からの紹介制度の導入」

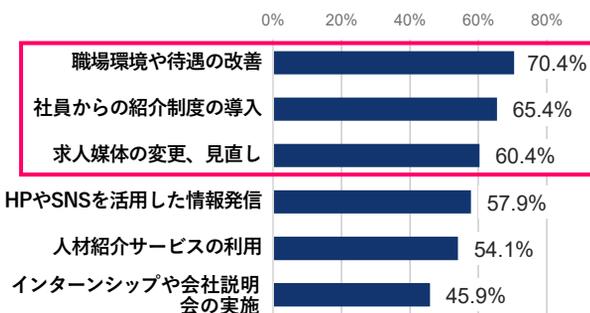
「求人媒体の変更、見直し」であった。地方と「全体」との比較においては、選択肢の順位の違いはあってもその手法に大きな違いは見られなかった。

ただ、その中で特に差異が目立ったのは「社員からの紹介制度の導入」である。全国では5番目に多い結果であったものが、地方では2番目に多かった。地方では採用市場以上に、社内の既存人材のネットワークを活用した採用活動に力を入れていることがわかる。

なお、本調査とブルーレポートでは調査対象や回答数が異なるため、同一設問であっても数値に差が生じる可能性があり、結果は傾向把握の参考値として掲載している。

■ 採用課題解決のための取り組み ※複数回答可

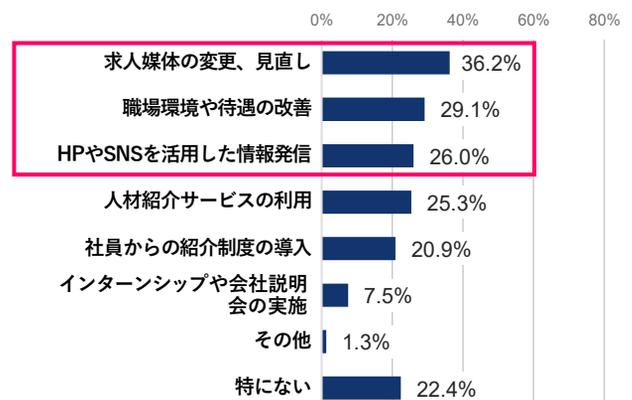
地方の中小企業 (n=159)



調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日

再掲

全国の中小企業 (n=1,010)



調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日

1. 中小企業が抱える課題の比較

1-6. 採用課題解決のための取り組みの効果

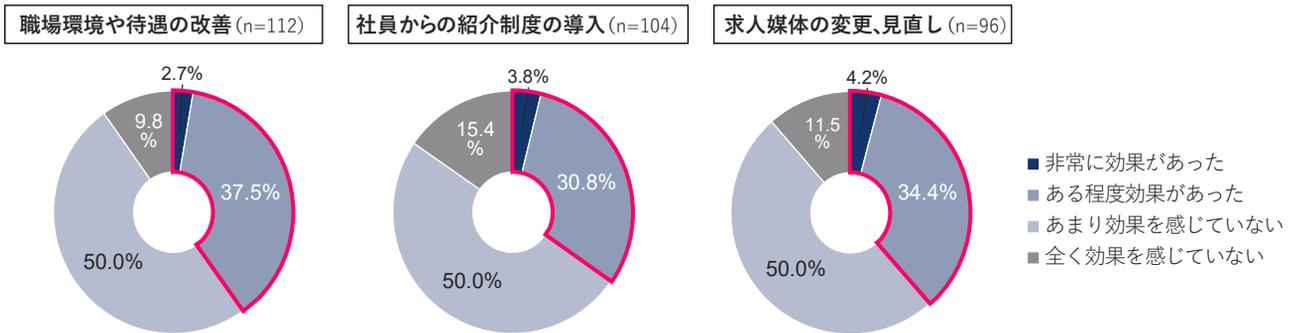
第1章の最後では、10ページで報告した「採用課題解決のための取り組み」について、その効果を地方と全国の比較とともに紹介する。なお、取り上げる3事例は地方の中小企業において取り組みの上位となったものとする。またその効果については、「非常に効果があった」と「ある程度効果があった」の合計値で検証することにする。

まず「職場環境や待遇の改善」については、地方では効果を感じている企業が40.2%であるのに対し、全国では58.1%であった。続く「社員からの紹介制

度の導入」では、地方の34.6%に対し全国が58.3%、「求人媒体の変更、見直し」では地方の38.6%に対し全国が50.5%と、いずれも地方では効果を実感する企業の割合が全国よりも少なくなった。これらの結果から、全国と比較した場合、地方における採用活動は、7ページの経営課題への取り組みに関する効果と同様に、相対的に低いことがわかった。施策の進め方に加え、地域の人材ポテンシャルや応募者に期待する職能の違いなども、成果の実感に影響している可能性がある。

■ 課題解決のための取り組みの効果

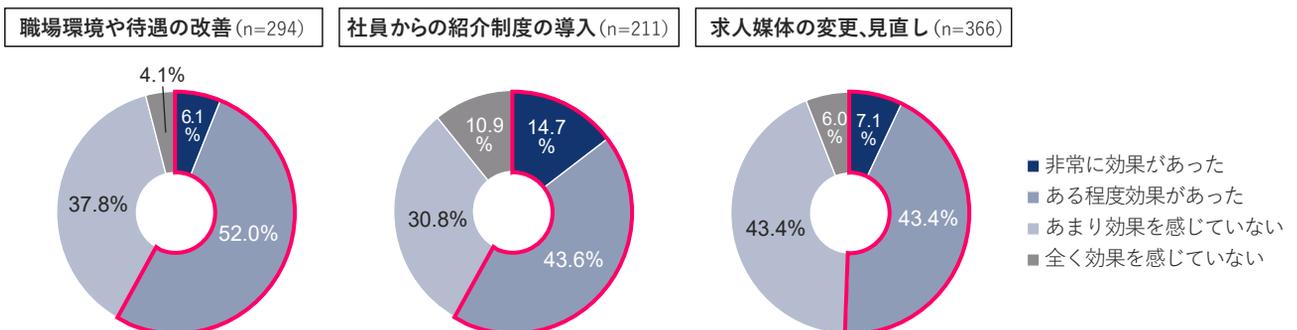
地方の中小企業



調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日

再掲

全国の中小企業



調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日 10

2. 伴走支援の活用の比較

2. 伴走支援の活用の比較

第2章では、外部の専門家や支援機関が企業の課題に寄り添い、計画策定から実行・検証までを共に走る形で支える「伴走支援」の活

用状況や満足度、その効果などについて、「全国の中小企業」と「地方の中小企業」の比較を行う。

2-1. 伴走支援の活用状況

まず、伴走支援の活用状況の調査結果を報告する。

「地方の中小企業」では、「受けたことがない」企業は67.4%であった。「現在受けている」(12.3%)と「過去に受けたことがあるが、現在は受けていない」(20.3%)を合わせ、活用経験がある企業は32.6%にとどまった。これは、「全国の中小企業」(57.2%)と比べて約25ポイント下回る結果となった。

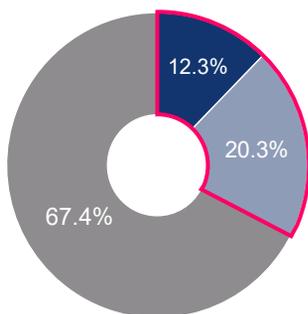
地方の中小企業では外部専門家との接点が全国の中小企業と比較した場合に相対的に少なく、伴走支援の活用が進んでいない状況が示

唆される。加えて、地方では「現在受けている」(12.3%)よりも「過去に受けたことがあるが、現在は受けていない」(20.3%)の割合が高く、伴走支援が継続的な活用に結びついていない状況もうかがえる。

また、「地方の中小企業」においては、外部支援を活用せず、自社内で施策や経営改善を進めている企業も存在していると考えられる。こうした支援活用の姿勢の違いが、課題解決に向けた取り組みの進め方にも影響している可能性がある。

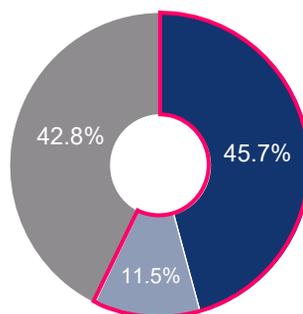
■ 伴走支援の活用状況

地方の中小企業 (n=98)



再掲

全国の中小企業 (n=1,570)



■ 現在受けている ■ 過去に受けたことがあるが、現在は受けていない ■ 受けたことはない

調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日

調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日

2. 伴走支援の活用の比較

2-2. 伴走支援を受けている機関

では、「地方の中小企業」はどのような機関から伴走支援を受けているのか。

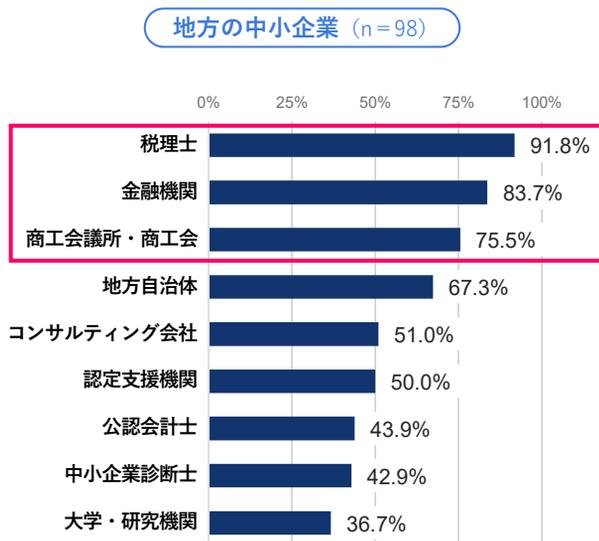
「税理士」が91.8%と最も多く、次いで「金融機関」(83.7%)「商工会議所・商工会」(75.5%)と続き、「コンサルティング会社」は51.0%で5位であった。一方、「全国の中小企業」の場合は、「税理士」や「金融機関」も上位にあがったものの、最も多かったのは、「コンサルティング会社」の57.7%であり、地方とは順位に違いがみられた。

このことから地方では、専門のコンサルティング会社よりも、税理士や金融機関、商工会議所・商工会、地方自治体など、従来から継

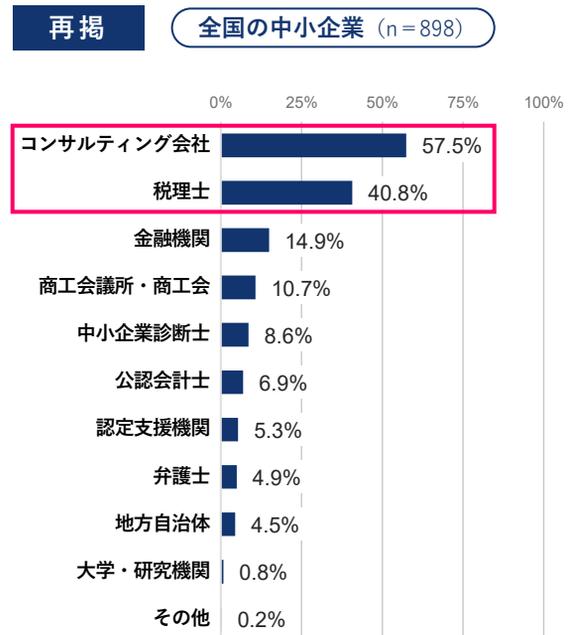
続的な関係を築いている支援機関が伴走支援を担っている可能性が示唆される。これらの支援機関は、財務・税務・資金調達等の日常的な経営課題に関与しているため、経営者にとって相談しやすく、伴走支援の役割も担いやすいと考えられる。

なお、本設問は伴走支援を受けた経験のある企業を対象とした複数回答形式であり、「地方の中小企業」における回答母数は「全国の中小企業」と比較して少ない。そのため、回答割合は支援機関の利用傾向を示すものとして参考にする必要がある。

■ 伴走支援を受けている機関 ※複数回答可



調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日



2. 伴走支援の活用の比較

2-3. 伴走支援の満足度

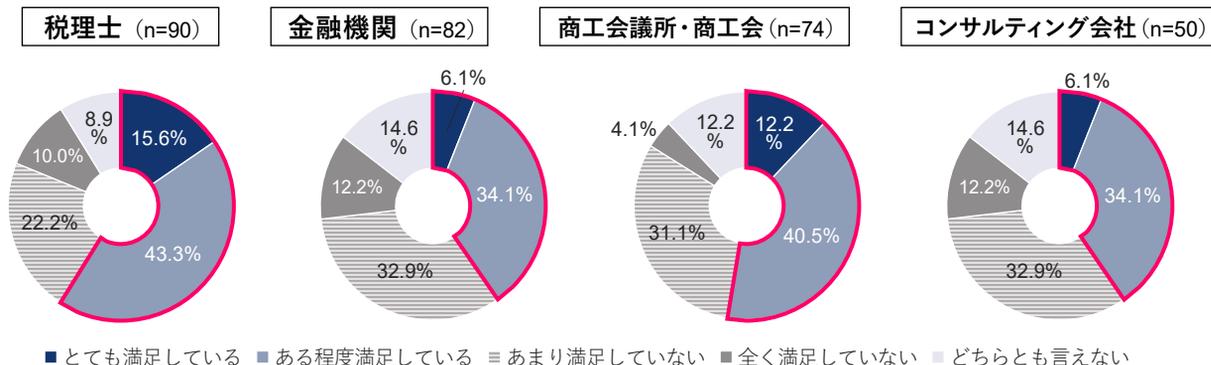
次に、伴走支援の満足度を「地方の中小企業」と「全国の中小企業」で比較する。比較対象は、「地方の中小企業」が伴走支援を受けている機関として回答した上位3機関（税理士、金融機関、商工会議所・商工会）に、「全国の中小企業」との順位の差が大きかったコンサルティング会社を加えた4機関とした。

その結果、地方は全国に比べて満足度（「とても満足している」、「ある程度満足している」の合計）が全体的に低い傾向がみられた。「地方の中小企業」で最も利用が多い「税理士」でも5割台

にとどまり、その他の支援機関の満足度も5割未満と、「全国の中小企業」を全てにおいて下回った。特に全国では伴走支援を受けている機関の1位であるコンサルティング会社に対する満足度は地方で36.4%にとどまり、両者の差が大きく、利用割合も4機関の中で最も低かった。背景として、地方は全国に比べコンサルティング会社が少ないこと、税理士、地域金融機関、商工会議所・商工会等の身近な支援主体を通じた支援が中心であることから、支援の関与度や質に差が生じているものと考えられる。

■ 伴走支援の満足度

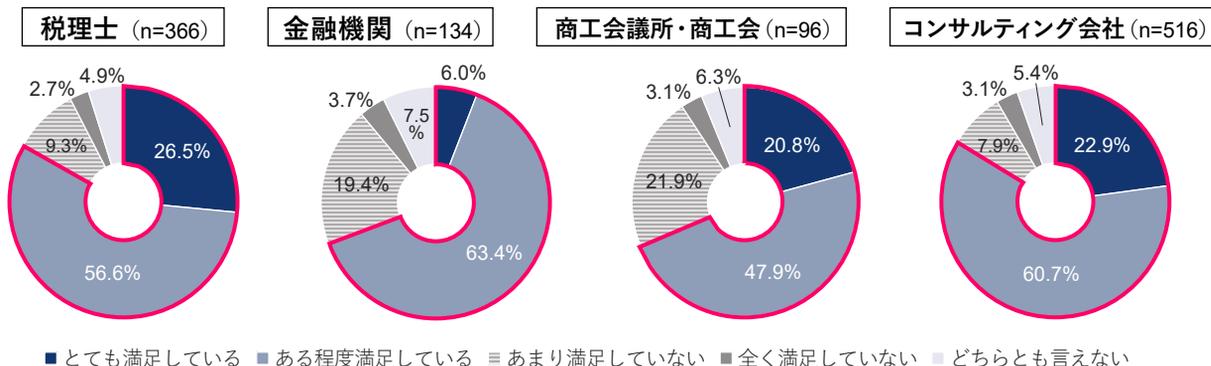
地方の中小企業



調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日

再掲

全国の中小企業



調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日 14

2. 伴走支援の活用の比較

2-4. 伴走支援活用の効果

次に、伴走支援の活用目的ごとの効果を見てみたい（グラフは次ページに掲載）。

「地方の中小企業」では、「とても効果が出ている」、「ある程度効果が出ている」の合計で見ると、経営データの可視化（51.8%）が最も高く、次いで「コミュニケーション能力の向上」（49.2%）、「責任感・決断力の向上」（46.0%）と続いた。

「経営データの可視化」は全国・地方を問わず効果を実感する割合が高く、地域差が小さい項目であった。経営情報の整理や可視化は、企業規模や立地に関わらず有効な支援テーマであることがうかがえる。

「地方の中小企業」では、「コミュニケーション能力の向上」や「責任感・決断力の向上」など、組織内の関係性や個々の能力に関する項目で効果を実感する割合が比較的高いことが確認された。これに対し、「全国の中小企業」では

経営基盤の高度化やDX推進などの組織運営や経営に関する構造的なテーマが上位に挙がる傾向がある。「全国の中小企業」で2位だった

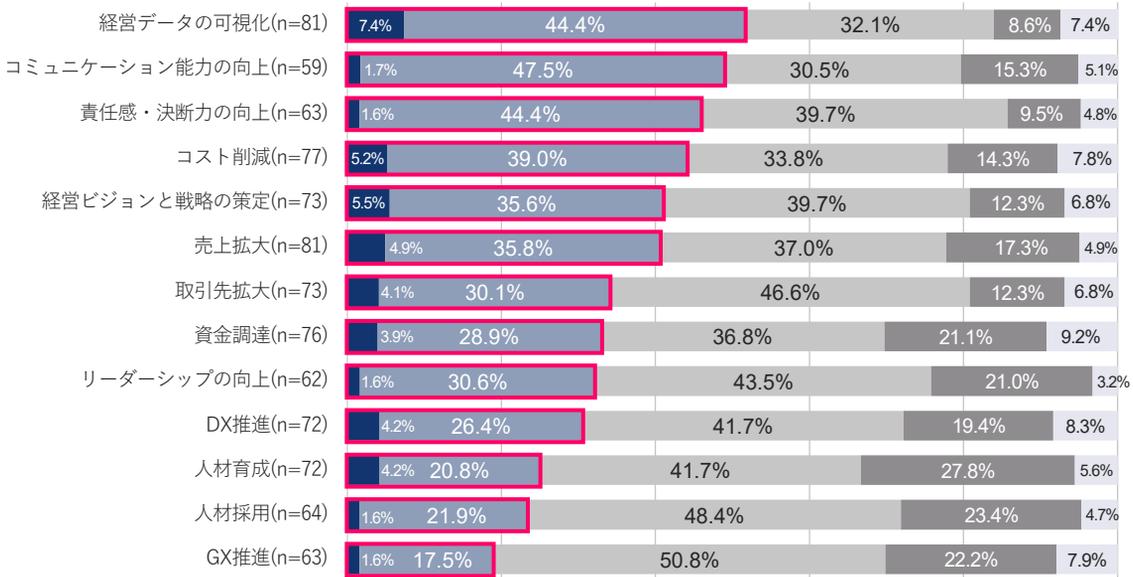
「DX支援」は「地方の中小企業」では30.6%と低い結果であったことから、伴走支援の効果は一様ではなく、地域によって、特徴や成果に差がでることがわかった。

また、前項で示したとおり、地方では支援主体が税理士、地域金融機関、商工会議所・商工会等の身近な機関に頼る一方、コンサルティング会社の活用は相対的に少ない。これらの機関は財務や資金調達など日常的な経営課題に関する支援を担うことが多く、コンサルティング会社はDX推進や経営戦略など経営全体に関わるテーマを扱う傾向がある。こうした支援主体の違いが、優先される支援テーマや効果の表れ方の違いにつながっている可能性がある。

2. 伴走支援の活用の比較

■ 伴走支援活用の効果

地方の中小企業

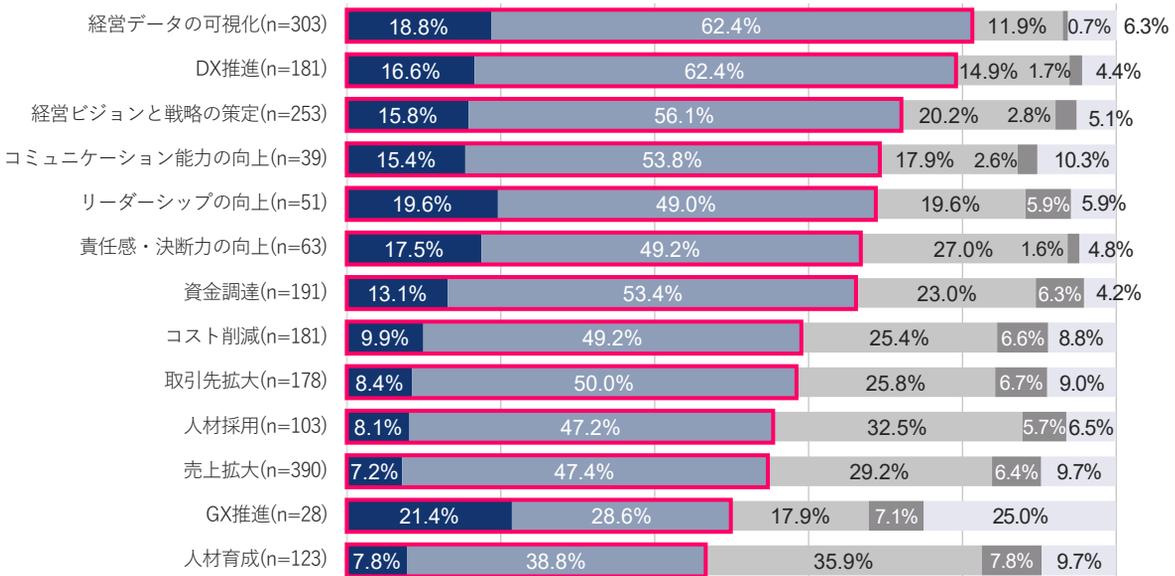


■とても効果が出ている ■ある程度効果が出ている ■あまり効果は出していない ■全く効果は出していない ■分からない

調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日

再掲

全国の中小企業



■とても効果が出ている ■ある程度効果が出ている ■あまり効果は出っていない ■全く効果は出っていない ■分からない

調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日 16

2. 伴走支援の活用の比較

2-5. 伴走支援を受けていなかった場合の経営課題の変化

「伴走支援の活用状況」を問う設問において、「現在受けている」または「過去に受けたことがあるが、現在は受けていない」と回答した経営者に対し、もし伴走支援を受けていなかったら、現在抱えている経営課題はどのように変化していたと思うかを聞いた。

「地方の中小企業」では「変化はないと思う」が62.2%と最も多く、「伴走支援を受けなかったら悪化していたと思う」は20.4%であった。

「全国の中小企業」は「伴走支援を受けなかったら悪化していたと思う」が53.3%と過半数を占め、「変化はないと思う」(37.8%)と「伴走支援を受けなくても改善していたと思う」

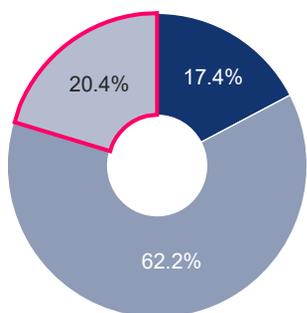
(5.7%)の合計を上回った。

この比較から、地方では、伴走支援の有無が経営課題の悪化の抑制に直結したという実感が全国ほど強くなく、「支援がなくても状況は変わらなかった」と捉える企業が多い傾向がみられた。

これまでの伴走支援の活用状況、満足度、効果の実感の地域差を踏まえると、地方は、伴走支援を経営課題の改善に向けた大きな契機と捉える企業は相対的に少なく、あくまで経営の一部の役割を担う役割として受け止められている可能性がある。

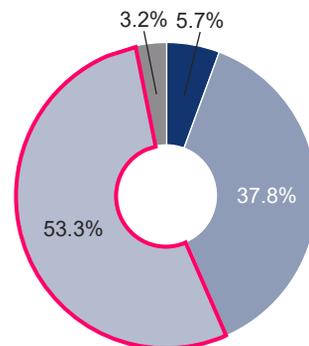
■ 伴走支援を受けていなかった場合の経営課題の変化

地方の中小企業 (n=98)



再掲

全国の中小企業 (n=898)



■ 伴走支援を受けなくても改善していたと思う ■ 変化はないと思う ■ 伴走支援を受けなかったら悪化していたと思う ■ その他

調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日

調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日

2. 伴走支援の活用の比較

2-6. どのような伴走支援が効果的か

では、どのような伴走支援ならば、企業は効果的だと感じるのだろうか。第2章の最後に、伴走支援の活用経験の有無を問わず、経営課題の解決に向けて「効果的だと思う伴走支援の内容」について聞いた。

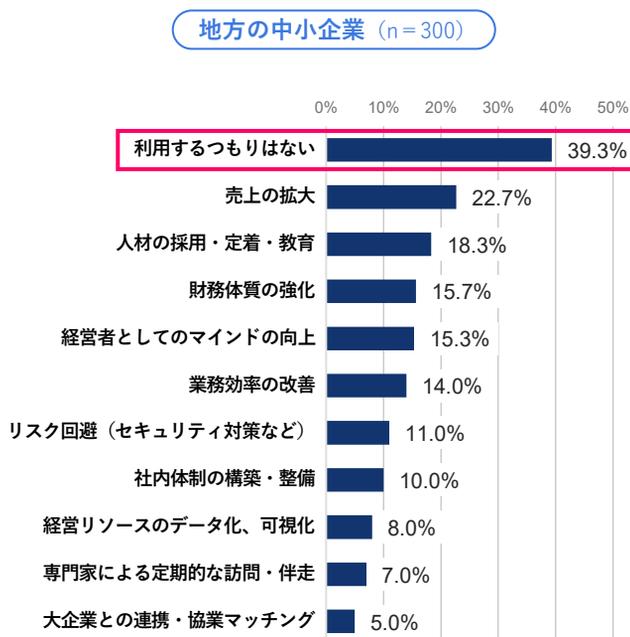
「地方の中小企業」では「利用するつもりはない」が39.3%と最多となり、他項目と比べても突出していた。次いで、「売上の拡大」(22.7%)、「人材の採用・定着・教育」(18.3%)「財務体質の強化」(15.7%)と続いた。一方、「全国の中小企業」において最も多かったのは、「売上拡大」の46.5%、次に「人材の採用・定着・教育」の29.4%であった。

「地方の中小企業」において「利用するつもりはない」と回答した企業の内訳を見ると、その約9割が伴走支援を受けたことがなく、未経験の企業はそのまま利用意向を持たない傾向が見られた。

同条件の調査における「全国の中小企業」では、「利用するつもりはない」の割合は14.7%と低く、伴走支援を受けたことがない企業においても、売上拡大や人材支援などのテーマに対する潜在的な期待が見られた。

地方においては、伴走支援に対する認知や有用性に対する認識に全国との差があることが推察される。

■ どのような伴走支援があれば効果的か



3. 中小企業支援に関する 情報についての比較

3. 中小企業支援に関する情報についての比較

中小企業向けの支援には、外部の専門家による伴走支援の他に、政府や行政機関による支援もある。第3章ではこれら政府や行政機関による、中小企業向けの支援の情報について、その入手先や認知状況、活用意向などに関する

調査結果を「全国の中小企業」と「地方の中小企業」で比較を通して報告する。

なお、本レポートでの中小企業支援に関する情報は、主に補助金・助成金等を指す。

3-1. 中小企業支援に関する情報について

まず、中小企業向けの支援に関する情報について、「地方の中小企業」に情報収集の姿勢を聞いた。

「地方の中小企業」で最も多かったのは「情報収集はしていない」の33.7%、さらに、「情報が入ってきたら目を通す」(31.0%)、「必要に応じて探している」(29.0%)と続いた。

「積極的に情報を探している」は6.3%と、「全国の中小企業」(12.6%)の半数という結

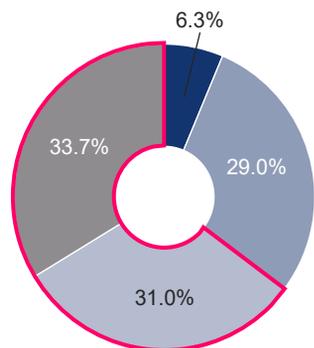
果となった。

地方では「情報収集はしていない」と「情報が入ってきたら目を通す」を合計すると約6割となり、全国に比べて中小企業向け支援に関する情報収集が受動的な傾向があった。

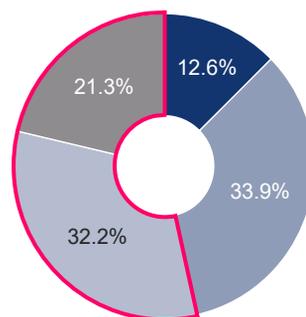
情報収集の姿勢の違いが、制度の認知や理解の広がりに影響を与えている可能性があり、そのことが各種制度の活用状況にも一定の影響を及ぼしていると考えられる。

■ 中小企業支援に関する情報について

地方の中小企業 (n=300)



再掲 全国の中小企業 (n=1,570)



■ 積極的に情報を探している ■ 必要に応じて探している ■ 情報が入ってきたら目を通す ■ 情報収集はしていない

調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日

調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日

3. 中小企業支援に関する情報についての比較

3-2. 中小企業支援に関する情報の分かりやすさ

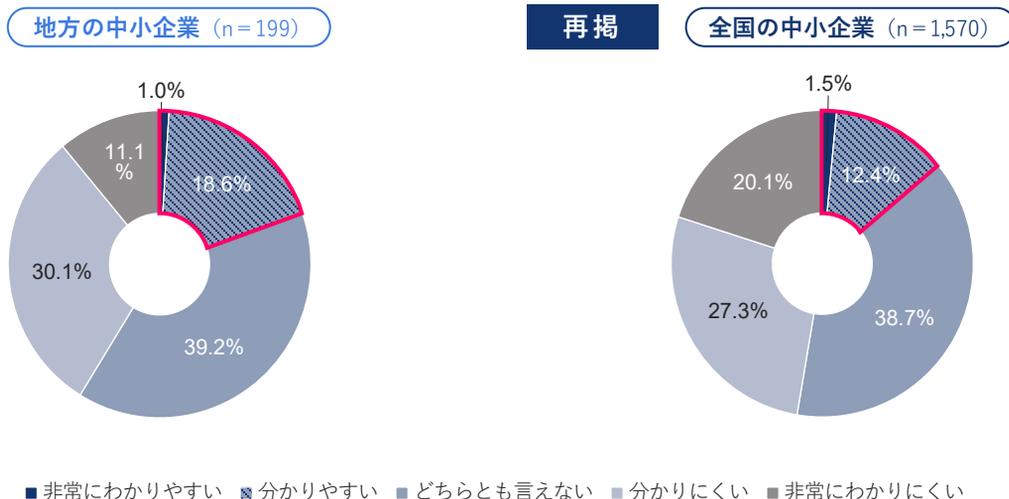
次に、中小企業支援に関する情報（補助金・助成金等）の分かりやすさについて聞いた。

「地方の中小企業」では、「非常に分かりやすい」と回答した企業はわずか1.0%であり、「分かりやすい」の18.6%と合わせても19.6%にとどまった。「全国の中小企業」も、「非常に分かりやすい」（1.5%）と、「分かりやすい」（12.4%）を合わせても15%を下回る回答であった。中小企業支援に関する情報の分かりやすさについては地方と全国の間

に大きな差は見られず、全国共通の認識といえるだろう。

地方においては、これまでの調査結果から「情報への接触の少なさ」と「情報の分かりにくさ」が重なり、支援制度の活用に至るまでのハードルが全国よりも高くなっている可能性がある。国や自治体は制度の充実に加え、情報の伝わり方や理解のしやすさへの配慮をする必要もあるだろう。

■ 中小企業支援に関する情報の分かりやすさ



調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日

調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日

3. 中小企業支援に関する情報についての比較

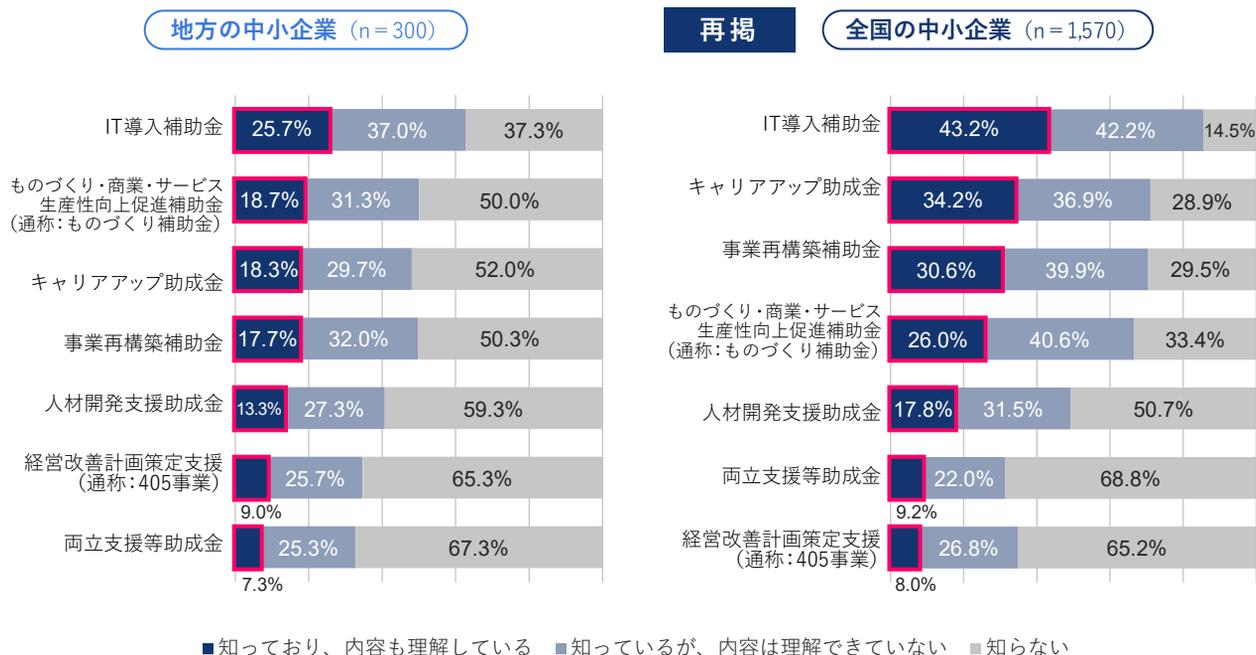
3-3. 中小企業支援に関する認知度・理解度

ここでは、中小企業支援の情報に関する認知・理解の状況について調査を行った結果を報告する。調査では、毎年度中小企業に提供されている補助金を4つ、助成金を3つ抽出した。「地方の中小企業」において、「知っており、内容も理解している」の回答割合が最も高かったのは「IT導入補助金」で23.7%であった。ただ、全国の42.2%と比較すると約半分の認知・理解度であった。その他の制度も3割未満であり、制度を理解している企業が少ないことが

分かる。また、「知っているが、内容は理解できていない」層は全国のほうがやや高いものの、全国・地方とも概ね3割前後で大きな差はない。

地方は「知らない」の割合が全体的に高く、認知不足が活用機会の損失につながる可能性がある。地方に限らず、制度の認知拡大と理解度の向上につなげるための支援の充実が課題である。

■ 中小企業支援に関する認知度・理解度



調査期間：2025年12月23日～2025年12月24日

調査期間：2025年11月11日～2025年12月12日

3. 中小企業支援に関する情報についての比較

3-4. 中小企業支援に関する活用意向

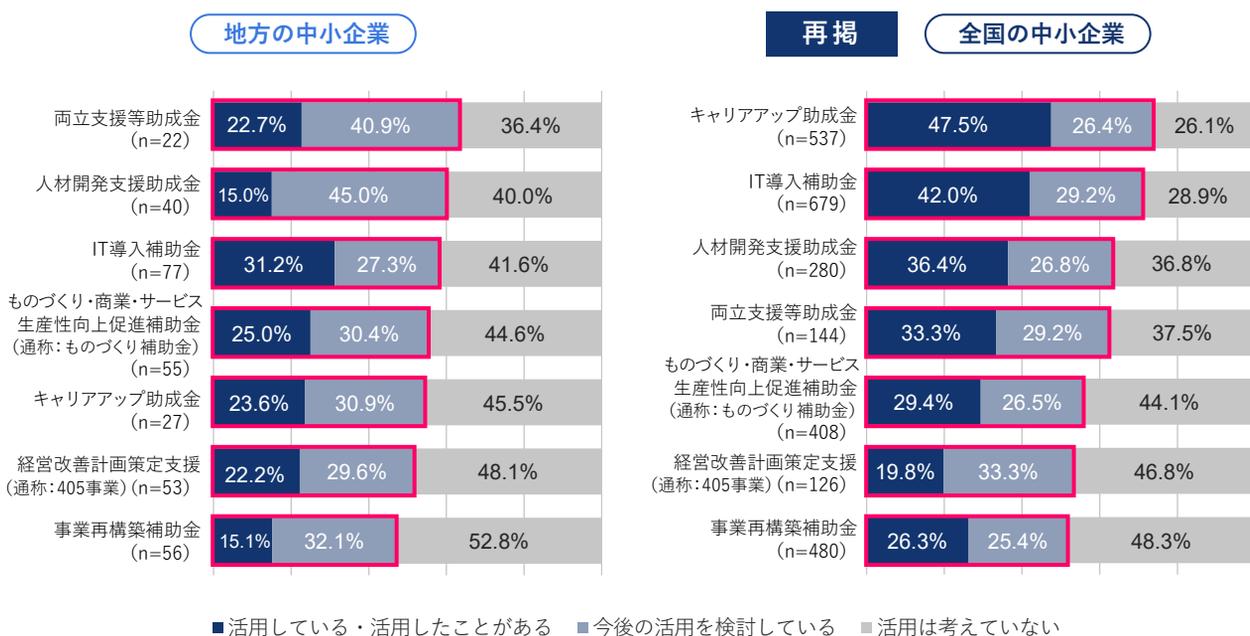
最後に、前ページで各補助金・助成金について「知っており、内容も理解している」と回答した企業に対し、当該補助金・助成金の活用意向について聞いた。

「地方の中小企業」では、前設問で認知・理解度が高かった「IT導入補助金」(31.2%)と「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」(25.0%)は「活用している・活用したことがある」の割合が他よりも高かった。「全国の中小企業」も同様で、前設問において上位に位置づけられた「IT導入補助金」「キャリアアップ助成金」の活用率は高い結果となった。これらのことより、認知・理解度と活用状況は概ね相関があることがわかった。

一方、前設問では低い順位であった「両立支援等助成金」や「人材開発支援助成金」は、「今後の活用を検討している」割合(ともに40%超)が高かった。これらは、内容を理解している層にとっては活用意向が高い可能性が示唆される。さらに、地方、全国ともに「活用している・活用したことがある」と「今後の活用を検討している」の合計を見ると、制度の種類や地域差、制度ごとの順位の違いはあるものの、「内容を理解している」企業に限れば活用意向は概ね半数を超えている。

制度活用の鍵は、制度の認知にとどまらず、制度の内容の理解を深め、実際の活用結びつけるための支援環境の整備が重要である。

■ 中小企業支援に関する認知度・理解度



4. まとめ・あとがき

4. まとめ・あとがき

○ 「地方の中小企業」に向け、多様な支援メニューに関する情報提供を

本レポートは、全国の中小企業経営者を対象に実施したブルーレポートの調査結果をベースに、東京および政令指定都市を除く地域の中小企業との比較分析を行ったものである。「全国調査」と地方を区分することで、地方における中小企業の経営実態を明らかにすることが目的である。また、比較分析を行う際のテーマは経営や採用に関する課題、伴走支援の活用実態、中小企業支援に関する情報とした。

第1章では、経営や採用に関する課題を取り上げた。経営課題については、地方全国ともに「人手不足、人材の確保・育成」が最多となり、その他、上位には「既存事業の拡大」や「資金繰り、資金調達」などが並んだ。これらの経営課題の解決に向けた取り組みについては、全国と比較すると地方の方が効果を実感する企業の割合が小さかった。第1章では特に深掘りした採用課題についても、その取り組みの効果は地方で小さい結果となった。

続く第2章では、伴走支援の活用状況やその満足度、効果などについて、地方と全国での比較検証を行った。地方では伴走支援を受けたことがある企業が約3割で、全国の6割弱の状況と比べると相対的に少ないことがわかった。興味深いのは、伴走支援を受けている機関が、地方では税理士や金融機関、商工会議所・商工会など地域をベースに活動する機関が中心であるのに対し、全国ではコンサルティング会社が最多となったことである。地方では地域で身近な専門家による支援が中心であることがわかる。また各種支援に対する満足

度も全国と比較すると相対的に低かった。

第3章では、中小企業支援に関する情報（補助金・助成金等）の入手姿勢や認知・理解度、活用意向などについて聞いた。入手姿勢は全国と比較すると地方では受動的な傾向が見られた。認知・理解度に関しては、地方と全国で大きな違いは見られなかったものの、活用意向は全国の方が全体的に高い傾向が見られた。本レポートの調査分析を通して、地方と全国で経営や採用に関する課題やその対策については共通する側面が多いものの、その効果や満足度などは全国と比較すると地方の方が低いケースが多いこと、また伴走支援を受ける機関や、中小企業向けの支援に関する情報の入手姿勢などについても地方と全国で違いがあることがわかった。

これらの結果から、地方の中小企業は全国と比較すると、経営課題や各種支援に関する情報収集の姿勢や、多様な経営支援の手法についての理解などで後れを取っていることが推察される。また、業務効率化や採用活動など短期的な視点での経営改善に注目し、中長期的な視点での経営改革に向けた取り組みが進んでいない可能性がある。従来の慣習からの脱却が進まない地方の中小企業向けには、情報へのアクセス環境を改善するとともに、中小企業と経営課題ごとの支援メニューをつなぐマッチング機能の拡充が急がれる。加えて、業務特化型の支援とともに、広く経営全体の視点で改善提案が可能な「伴走支援」の活用を、地方でも広げることが重要だろう。

フォーバルGDXリサーチ研究所 所長 平良 学

1992年、株式会社フォーバルに入社。九州支店での赤字経営の立て直し、コンサルティング事業の新規立ち上げを経て、2022年に新たに発足した中立の独立機関「フォーバル GDXリサーチ研究所」の初代所長に就任。中小企業経営の実態をまとめた白書「ブルーレポート」の発刊、独自・共同研究の実施、全国の中小企業経営者に向けたGDXやESGの講演、毎回数百人を超える中小企業経営者向けのイベントなどを通じて、中小企業のGDXを世に発信。「中小企業の持続可能な発展を支える研究機関としてなくてはならない存在」を目指し活動している。

