

伴走型小規模事業者支援推進事業

経済動向

調査報告書

第2回（冬期）

平成29年度
大和商工会議所



調査概要

1. 事業の概要

平成26年6月に商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律(平成5年法律第51号)の一部が改正された。本改正により、小規模事業者の事業の持続的発展を支援するため、商工会及び商工会議所が、小規模事業者による事業計画の作成、およびその着実な実施を支援することや、地域活性化にもつながる展示会の開催等の面的な取組を促進するため、商工会及び商工会議所が作成する支援計画のうち、小規模事業者の技術の向上、新たな事業の分野の開拓その他の小規模事業者の経営の発達に特に資するものについての計画を、経済産業大臣が認定する仕組みが導入された(中小企業庁ホームページより引用)。

大和商工会議所は、平成29年3月、経済産業大臣による経営発達支援計画の認定を受け、この計画に基づいた地域の小規模事業者の事業の持続的発展に向けて、大和市内の企業の実態をしっかりと把握し、個々の企業の業績向上につながる支援を行うことが求められている。

2. 報告書作成目的

大和市の地域経済を支える小規模事業者は、需要の低下、売上の減少、経営者の高齢化による事業承継等の問題に直面しており、経営を持続的に行うための経営課題の解決が必要となっている。

そこで、伴走型小規模事業者支援推進事業として、大和市の事業者に景況感や経営上の問題点に関するアンケート調査を行う。収集した情報は、事業者に提供するだけでなく、商工会議所としても事業者に対する効果的な支援策の立案に役立てるものである。

◆「経済動向調査アンケート」概要

調査時期	平成29年11月27日(月)～12月28日(木)
調査対象	当所会員で主にメール登録者 636者
調査方法	電子メールにて調査票を送付し、電子メールにて回答を受信
回答数・回収率	105件・16.5%

【目 次】

I	回答者の属性	
1.	代表者年齢	4
2.	従業員数	4
II	単純集計	
III	クロス集計	
1.	景況感	17
	（1）業種別の景況感	
	（2）景況感の全国比較	
2.	経営上の問題点	25
3.	雇用の状況	30
	（1）現在の人員の充足度（業種ごと）	
	（2）今後の採用予定（業種ごと）	
	（3）採用に関する状況（業種ごと）	
4.	商品（製品）開発・新サービスの展開	32
	（1）新商品（製品）・新サービスの開発（販売）頻度	
	（2）新商品（製品）・新サービスの開発（販売）についての問題点	
	（3）商品（製品）・サービスの売れ筋分析	
	（4）商品（製品）・サービス情報の入手先	
	（5）顧客の声、意見の収集について	
5.	事業承継	38
	（1）事業承継の検討状況	
	（2）代表者の年齢と足元の売上の状況	
6.	事業計画（経営計画）	40
	（1）事業計画（経営計画）の作成の有無（業種ごと）	
	（2）事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上の状況	
7.	総括	41
IV	参考資料（集計表、アンケート票）	
1.	集計表	46
2.	アンケート票	52

I 回答者の属性

1. 代表者年齢

	全体		20代		30代		40代		50代		60代		70代以上		不明	
	件数	%	件数	%	件数	%										
製造業	10	9.5%	0	0.0%	1	12.5%	5	19.2%	1	3.6%	2	10.5%	1	5.0%	0	0.0%
卸売業	4	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.8%	2	7.1%	1	5.3%	0	0.0%	0	0.0%
小売業	16	15.2%	0	0.0%	2	25.0%	2	7.7%	3	10.7%	6	31.6%	3	15.0%	0	0.0%
建設業・運輸業	23	21.9%	0	0.0%	1	12.5%	7	26.9%	4	14.3%	4	21.1%	7	35.0%	0	0.0%
建設業	23	21.9%	0	0.0%	1	12.5%	7	26.9%	4	14.3%	4	21.1%	7	35.0%	0	0.0%
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
サービス業	43	41.0%	3	100.0%	4	50.0%	11	42.3%	13	46.4%	5	26.3%	6	30.0%	1	100.0%
飲食サービス業	9	8.6%	3	100.0%	1	12.5%	5	19.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
情報通信業	3	2.9%	0	0.0%	1	12.5%	1	3.8%	1	3.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
不動産・生活関連サービス業	13	12.4%	0	0.0%	1	12.5%	1	3.8%	4	14.3%	2	10.5%	4	20.0%	1	100.0%
専門・技術サービス業	15	14.3%	0	0.0%	1	12.5%	4	15.4%	5	17.9%	3	15.8%	2	10.0%	0	0.0%
金融業	3	2.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	10.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他の業種	8	7.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	17.9%	1	5.3%	2	10.0%	0	0.0%
業種不明	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.0%	0	0.0%
合計	105	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	26	100.0%	28	100.0%	19	100.0%	20	100.0%	1	100.0%

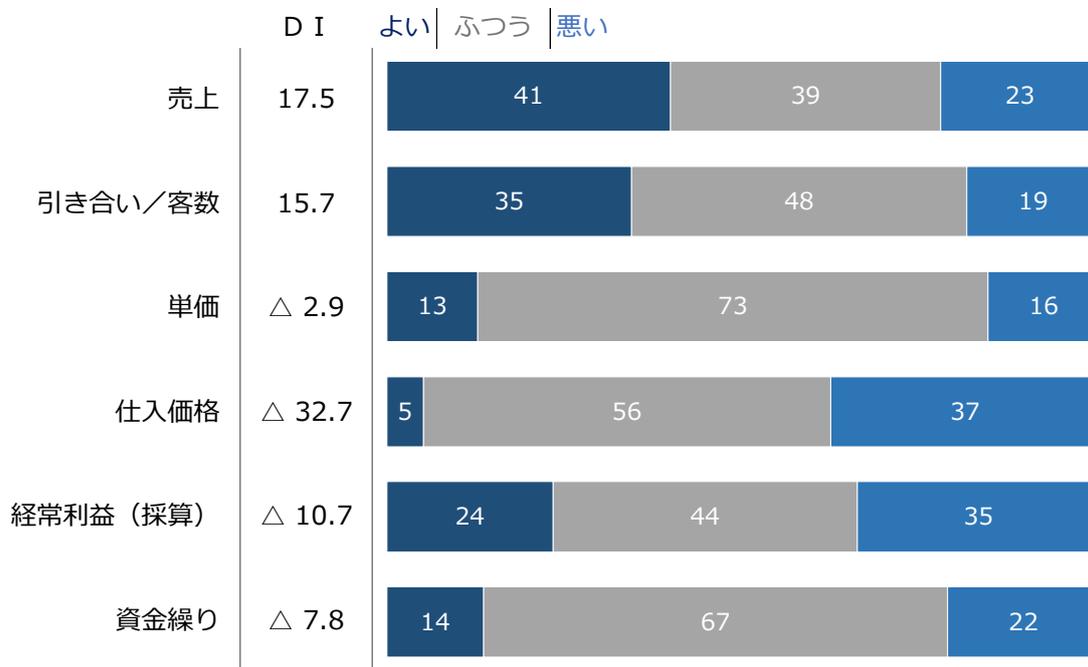
2. 従業員数

	全体		0人		1~5人		6~10人		11~15人		16~20人		21人以上		不明	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
製造業	10	9.5%	1	9.1%	5	7.7%	1	7.7%	1	11.1%	2	50.0%	0	0.0%	0	0.0%
卸売業	4	3.8%	0	0.0%	4	6.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
小売業	16	15.2%	0	0.0%	12	18.5%	3	23.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%
建設業・運輸業	23	21.9%	1	9.1%	7	10.8%	7	53.8%	4	44.4%	2	50.0%	1	100.0%	1	50.0%
建設業	23	21.9%	1	9.1%	7	10.8%	7	53.8%	4	44.4%	2	50.0%	1	100.0%	1	50.0%
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
サービス業	43	41.0%	8	72.7%	31	47.7%	2	15.4%	2	22.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
飲食サービス業	9	8.6%	0	0.0%	8	12.3%	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
情報通信業	3	2.9%	2	18.2%	1	1.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
不動産・生活関連サービス業	13	12.4%	0	0.0%	11	16.9%	1	7.7%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
専門・技術サービス業	15	14.3%	6	54.5%	8	12.3%	1	7.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
金融業	3	2.9%	0	0.0%	3	4.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他の業種	8	7.6%	1	9.1%	5	7.7%	0	0.0%	2	22.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
業種不明	1	1.0%	0	0.0%	1	1.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	105	100.0%	11	100.0%	65	100.0%	13	100.0%	9	100.0%	4	100.0%	1	100.0%	2	100.0%

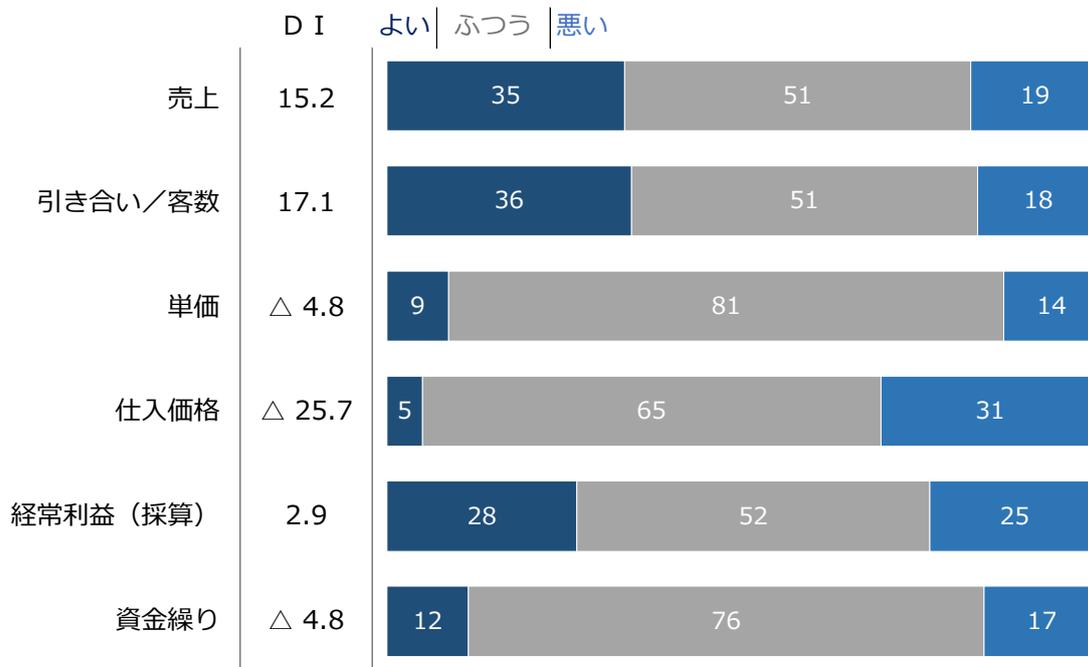
Ⅱ 単純集計

問1 昨年（平成28年10月～12月頃）と比べた現在（平成29年10月～12月頃）の経営環境等の状況

※D Iとは、ディフュージョン・インデックス（Diffusion Index）の略であり、各調査項目についての好転割合から悪化割合を差引いた値（景気動向指数）である。

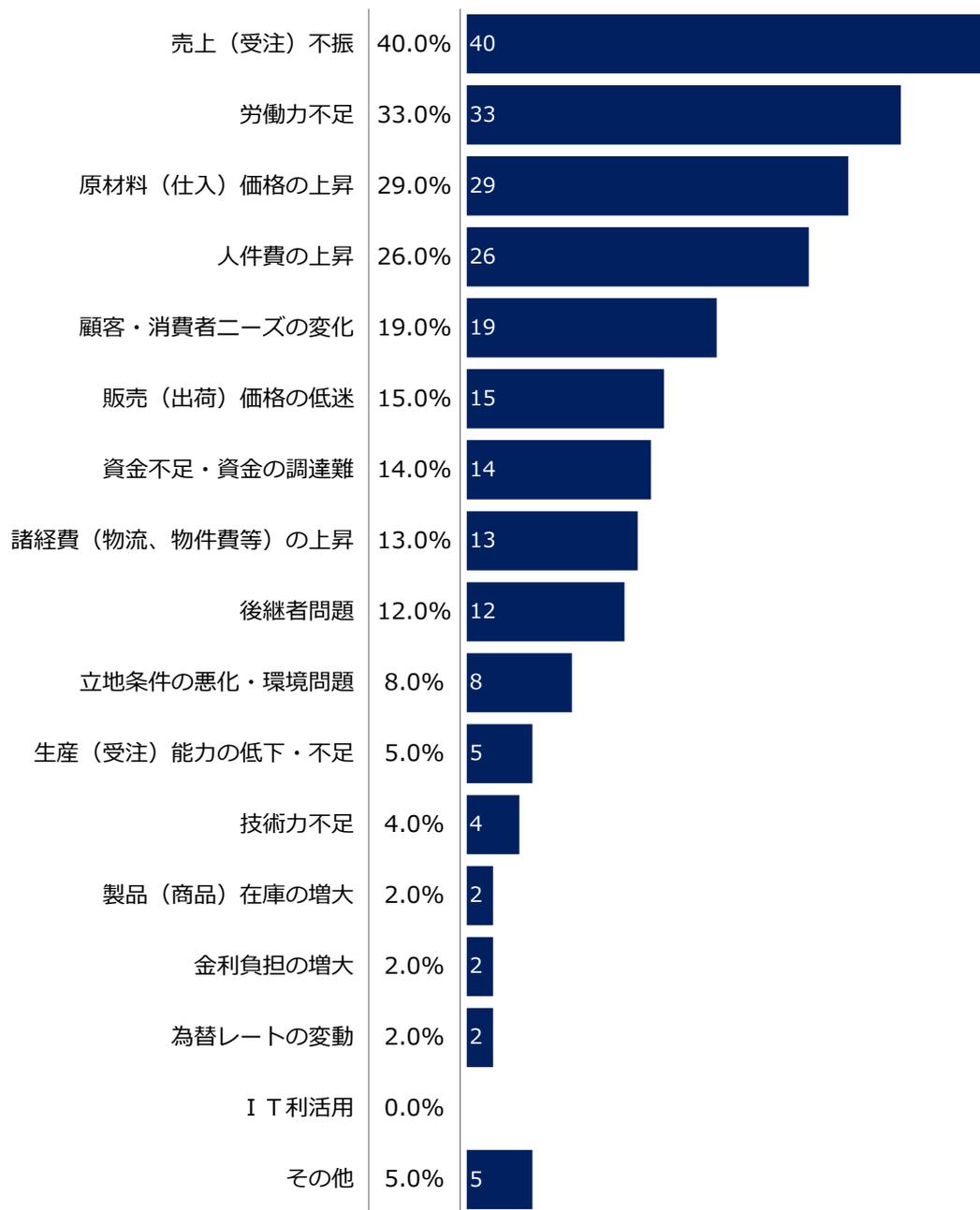


問2 現在（平成29年7月～12月頃）と比べた今後（平成30年1月～6月頃）の経営環境等の見通し



問3 経営上の問題点（3つまで回答可）（n=100）

(%)

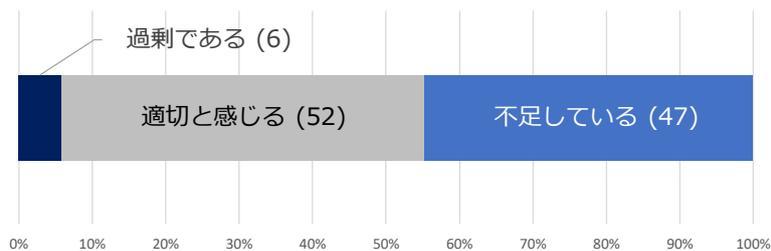


◆「その他」の内容(原文ママ)

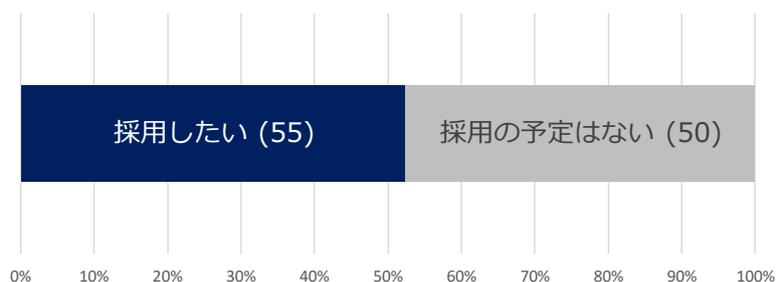
小売業	人材不足
専門・技術サービス業	法律変更による作業量の増加に伴う収入減
	ライバル店の増加
その他の業種	目まぐるしい法律改正
業種不明	通販に力を入れたい

問4 雇用の状況

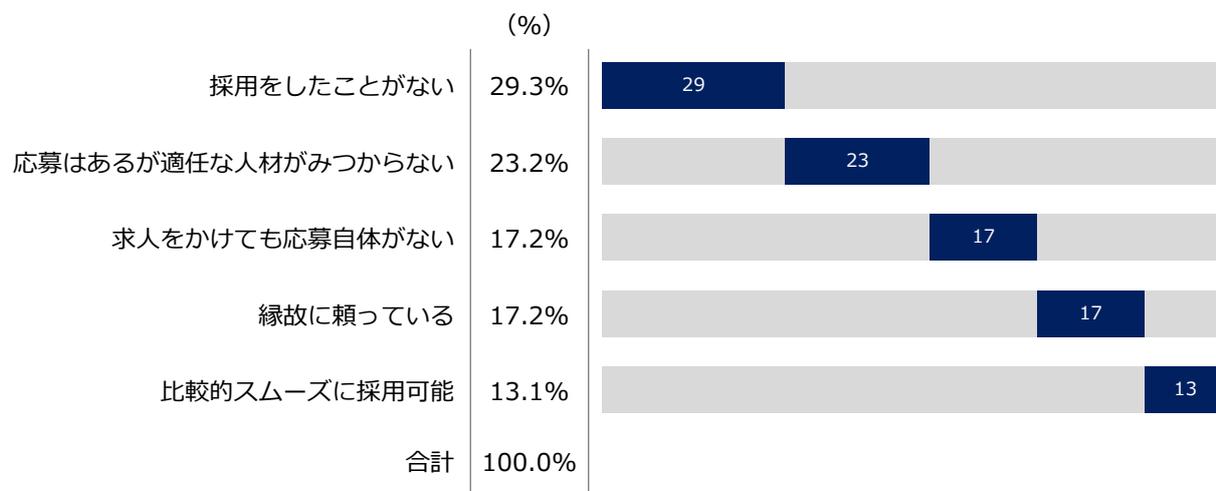
(1) 現在の人員の充足度 (n=105)



(2) 今後の採用予定 (n=105)

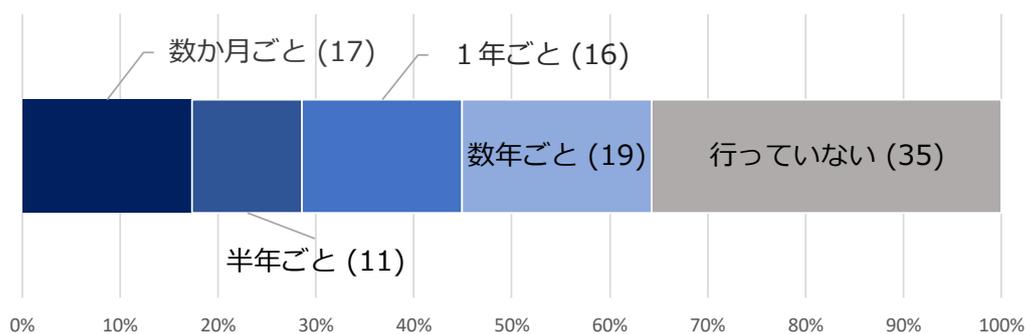


(3) 採用に関する状況 (n=99)

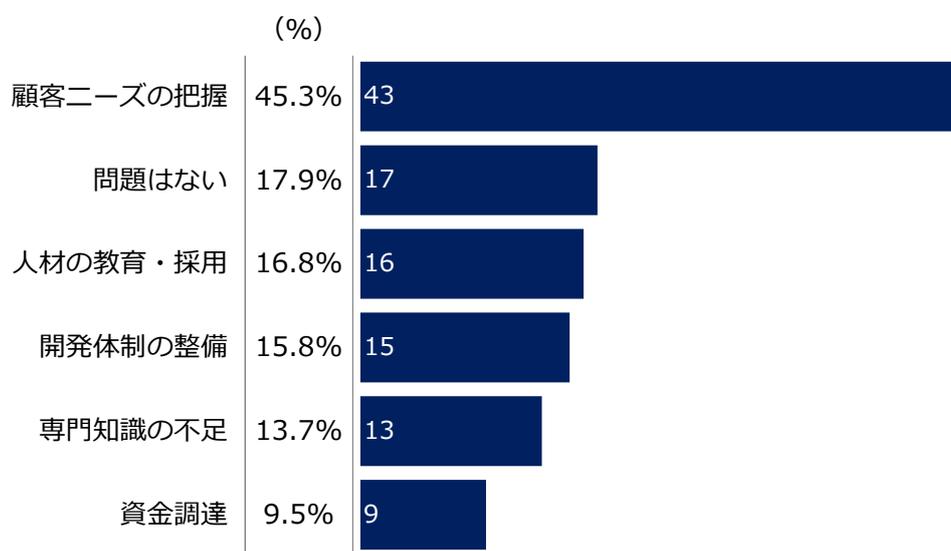


問5 商品（製品）開発・新サービスの展開

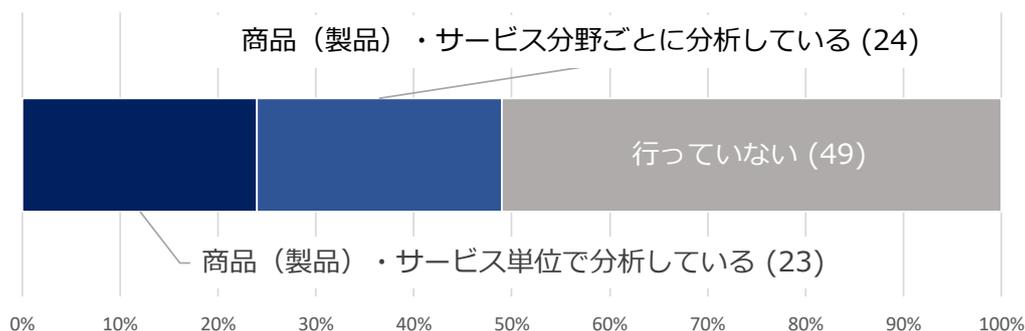
(1) 新商品（製品）・新サービスの開発（販売）頻度（n=98）



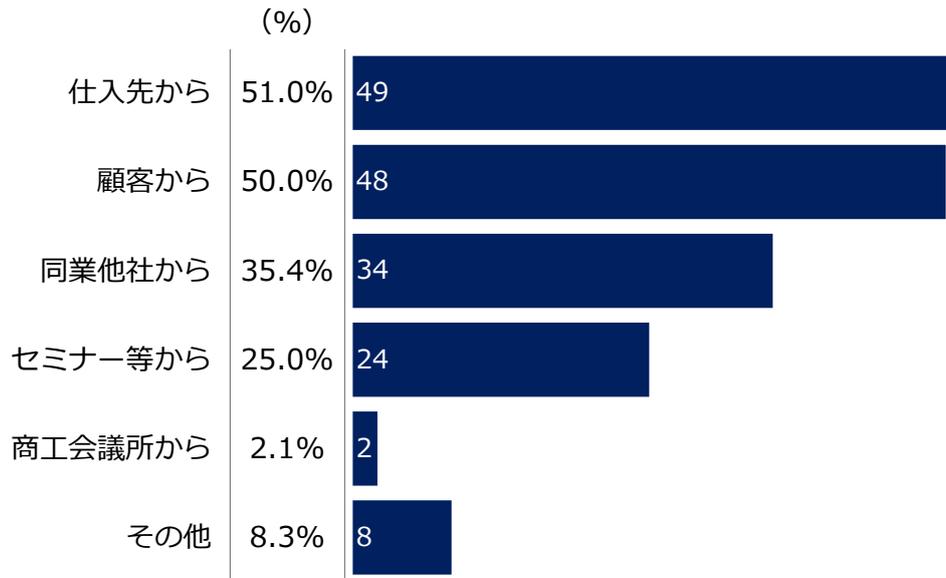
(2) 新商品（製品）・新サービスの開発（販売）についての問題点（2つまで回答可）（n=95）



(3) 商品（製品）・サービスの売れ筋分析について（n=96）



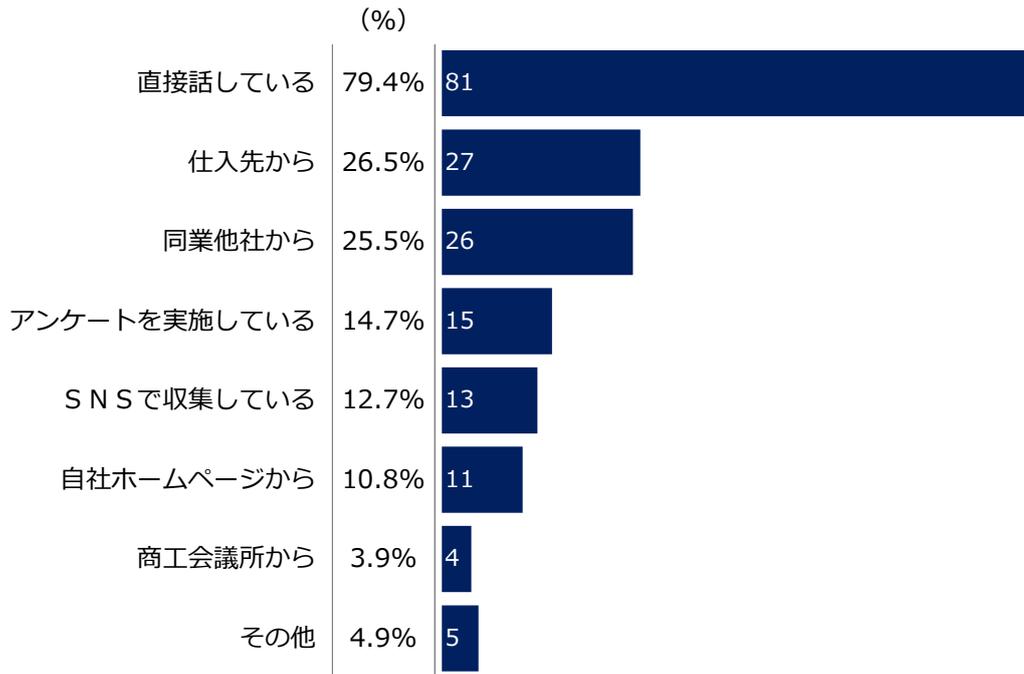
(4) 商品（製品）・サービス情報の入手先（2つまで回答可）（n=96）



◆「その他」の内容(原文ママ)

製造業	各種イベント・展示会等
卸売業	海外からの需要等 世界の動き及び動向
飲食サービス業	グルメ雑誌など
	従業員から
不動産業・生活関連サービス業	知人からの紹介
専門・技術サービス業	他業種から
	インターネットから
その他の業種	専門誌、各省庁より

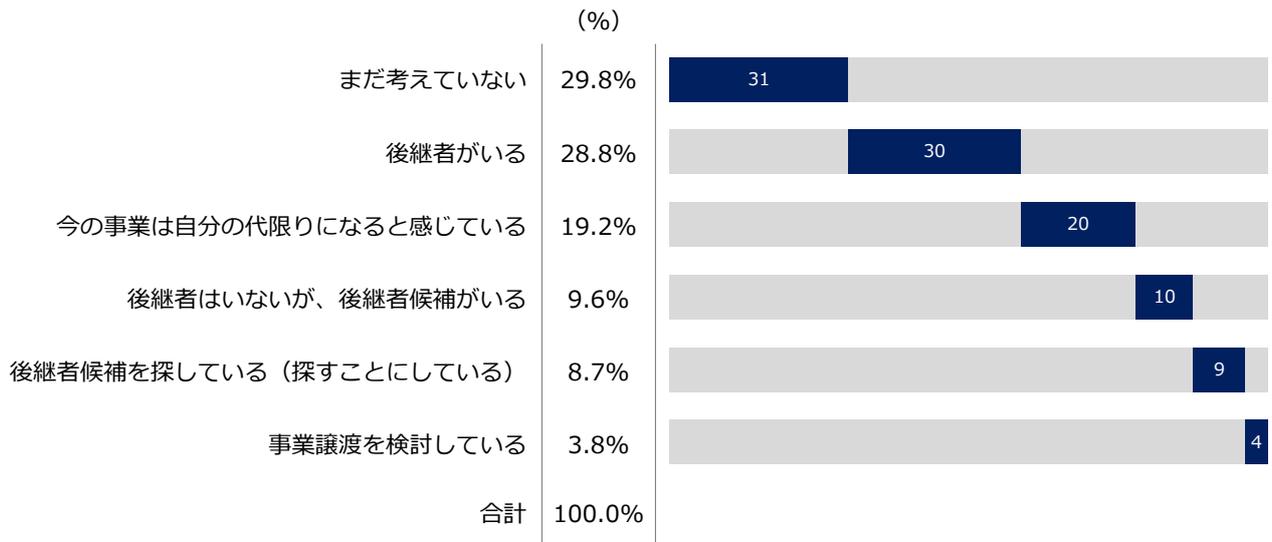
(5) 顧客の声、意見の収集について (2つまで回答可) (n=102)



◆「その他」の内容(原文ママ)

製造業	展示会
卸売業	展示会の開催時
	小売店から売れ筋など
専門・技術サービス業	メール
その他の業種	顧客及び各省庁のご担当者

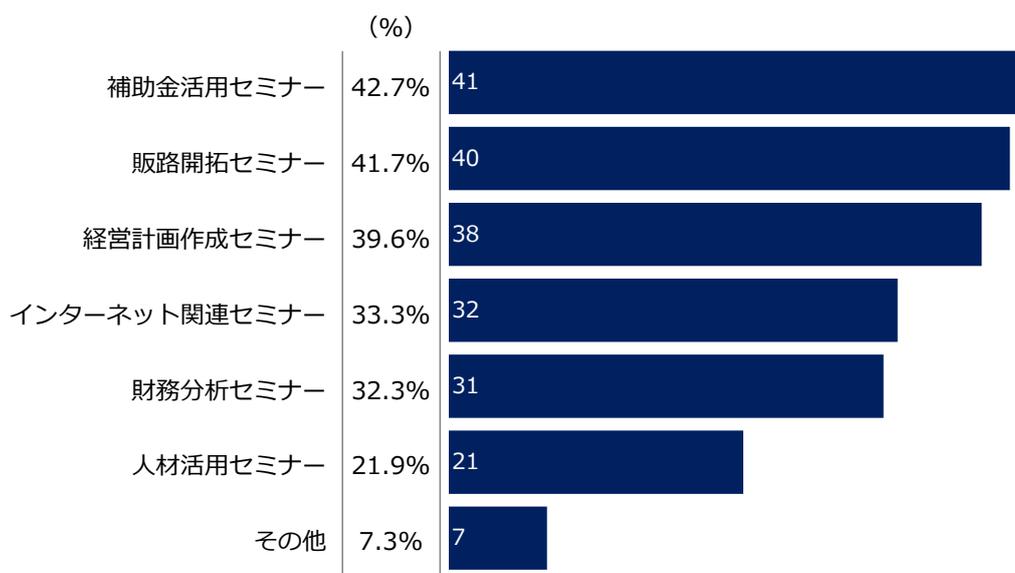
問6 後継者について (n=104)



問7 事業計画 (経営計画) の作成の有無 (n=104)



問8 今後、商工会議所がセミナーを開催する場合、どのセミナーに参加したいか
(3つまで回答可) (n=96)



◆「その他」の内容 (原文ママ)

製造業	労務セミナー
卸売業	リサーチ&マーケティング
建設業	小さい企業・会社を守るために知っておくべき法律やコツやポイント、世の中の動きなどを教えて下さるセミナー
飲食サービス業	パート・アルバイトスタッフの参加できる教育セミナー
業種不明	ネットの社会でネットに頼りがちですが、開拓セミナーに参加したトヨタの営業のように顧客の売り込みの基本的なお客の開拓が必要です

問9 その他、商工会議所へのご要望等（原文ママ）

<p>製造業</p>	<p>セミナーや交流会等、開催イベントにはできる限り参加させていただいております。ここ最近での交流会等では、各社の簡単な情報も明記されている為、目的に合った企業様との名刺交換から積極的な営業活動をさせていただいております。</p> <p>昨今では、異業種から健康・美容業界に新規参入される企業様も増えてきている中で、地元の特産物を生かした製品づくりに協力させていただけるプロジェクトにも参加できればと思っておりますので気軽にお声かけていただければ幸いです。</p>
<p>卸売業</p>	<p>大和市の今後の躍進するアイデア等 例：知名度を上げる、国内、海外へのwebでの交流など</p>
<p>飲食サービス業</p>	<p>いつもありがとうございます。飲食業全体とは思いますが、酒・野菜の仕入価格が上昇しております。（値上げ）利益率が大きく変わるほどではないですが、今まで提供できていた商品が提供できなくなるなどメニューに影響が出ております。場合によっては量を減らすこともありますが、今のところお客様にはなんとかご理解いただいている状況です。</p> <p>セミナーの回数を増加してほしい。できれば14時～17時くらいの時間。有料でもいいのでインターネット関連（デザイン・チラシ作成）。</p>
<p>不動産業・生活関連サービス業</p>	<p>アンケートについては、回答そのものを任意としていただけるとありがたいです。また、設問によっては回答を選びにくいものもあるので（その他）を設けるなどしていただけると助かります。</p>
<p>専門・技術サービス業</p>	<p>専門サービス業で、アンケートの質問事項が必ずしもマッチしていない傾向があります。</p> <p>いつも情報ありがとうございます。こちらの設備投資の都合で、2018年よりFAXを廃止することにいたしました。現時点でFAXでのご提案があるのは大和商工会議所さんからです。大変お手数ですが、メール添付にてご案内いただけると助かります。宜しく願いいたします。</p> <p>市民からの信頼等向上・市役所との対等な協力推進 各行政への要望活動の強化 その他</p>
<p>業種不明</p>	<p>以前より大和商工会議所が業者（会員等）に対して積極的に活動されている。又特に若い指導者の活力があるようです。大和の狭い地域での商工会議所として役割は大変ご苦労と思われれます。</p>

Ⅲ クロス集計

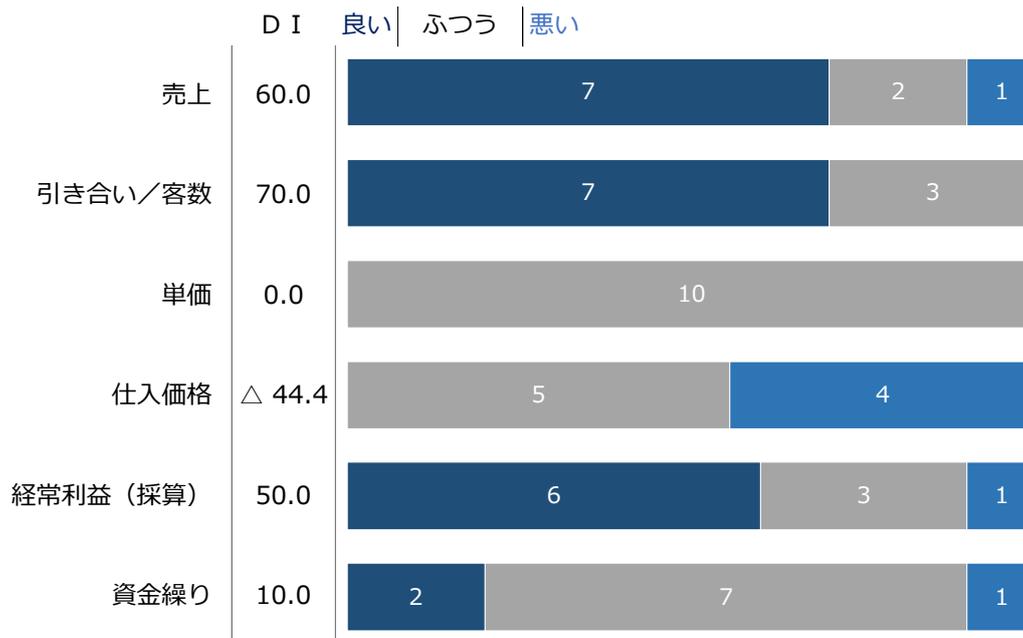
1. 景況感

(1) 業種別の景況感

はじめに、大和市の事業者の景況感を調査する。景況感の分析においては、D Iを使用する。D Iとは、ディフュージョン・インデックス (Diffusion Index) の略であり、各調査項目についての好転割合から悪化割合を差引いた値 (景気動向指数) である。

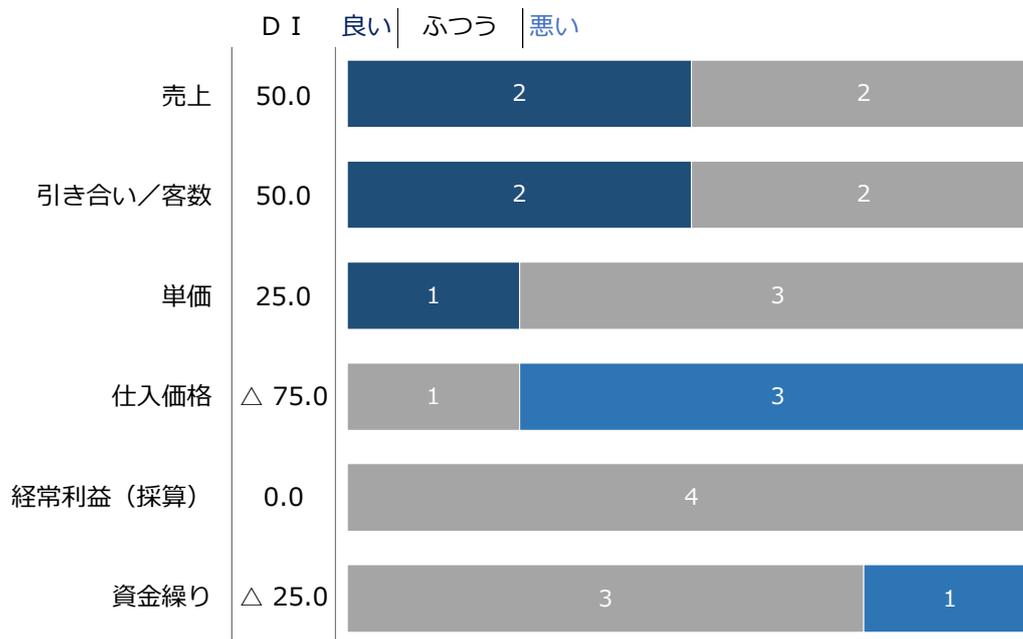
①製造業 (前年同期比)

売上D Iは 60.0 ポイントと高い数値を示している。仕入価格が上昇しているにもかかわらず単価が上がらない影響で、経常利益 (採算) D Iは 50.0 ポイントと、売上D Iよりも低い。



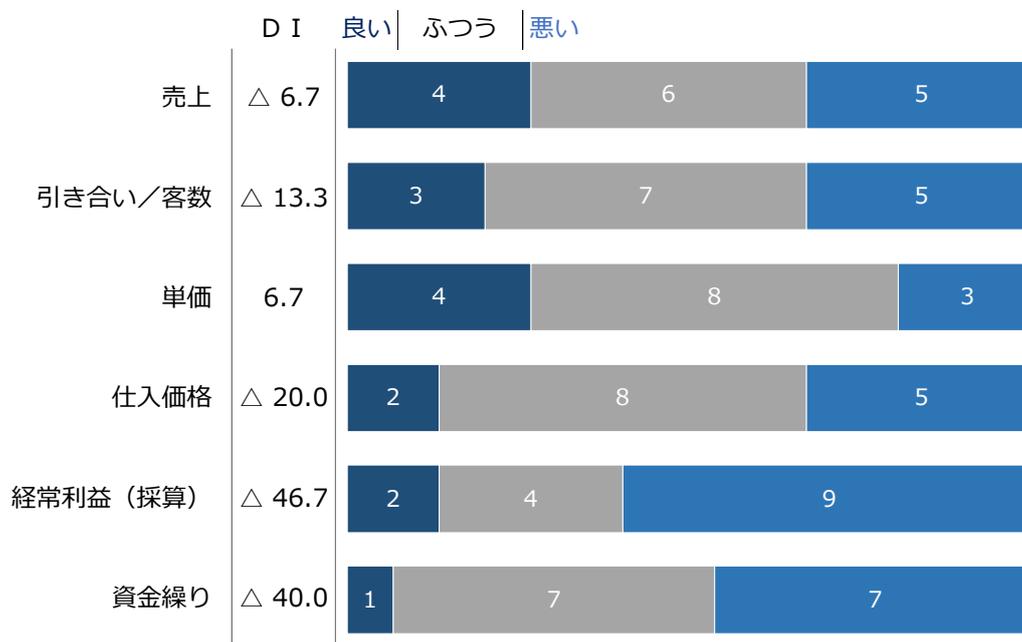
②卸売業 (前年同期比)

標本数が少なく正確な数値とはいえないが、引き合い/客数の増加により売上D Iが 50.0 ポイントとプラス値となっている。しかし、仕入価格の上昇により、経常利益 (採算) D Iは 0.0 ポイントに留まっている。



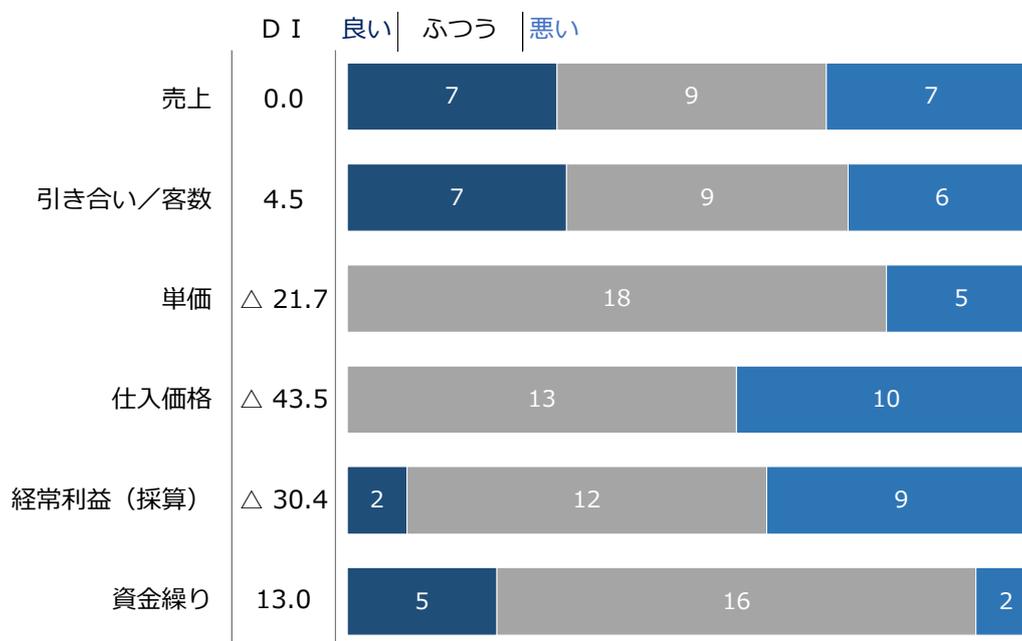
③小売業（前年同期比）

単価が上がっているものの、客数の減少や仕入価格の上昇により、売上D Iが△6.7ポイントとマイナスの数値となっている。その影響で、経常利益（採算）D Iが△46.7ポイントと、すべての業種のなかで最も低い値となっている。



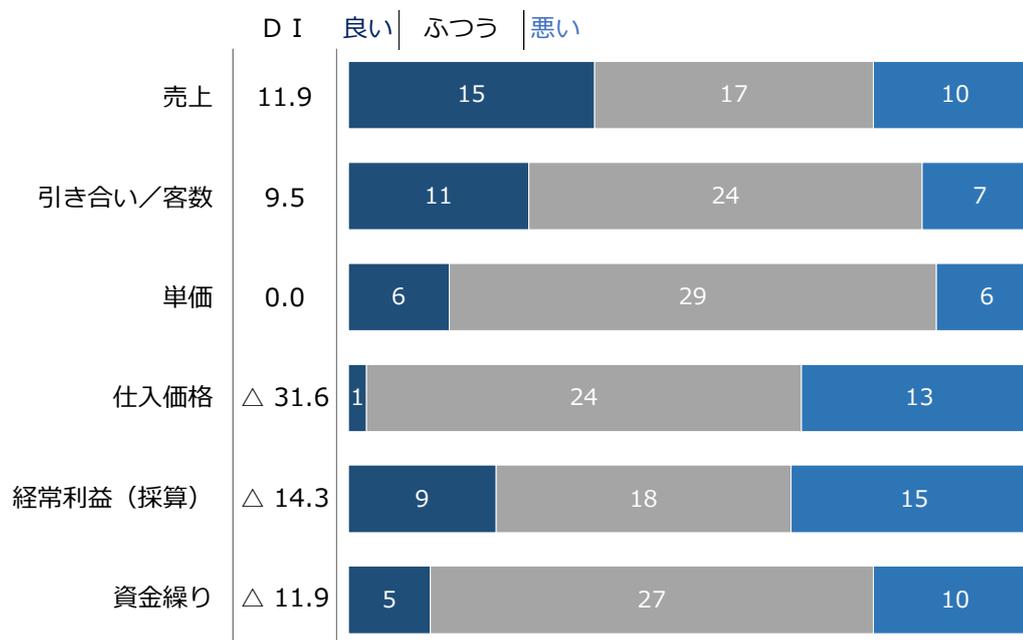
④建設業・運輸業（前年同期比）

売上D Iは0.0ポイントと、そこまで悪くはない。しかし、全国的な傾向同様、仕入価格高騰の影響を受けており、経常利益（採算）D Iが△30.4ポイントと、売上D Iに比べ大きくマイナスの値を示している。



⑤サービス業（前年同期比）

売上D Iが 11.9 ポイント、引き合い／客数D Iが 9.5 ポイントとよい値を示している。しかし、ほかの業種同様に仕入価格上昇の影響を受け、経常利益（採算）D Iが△14.3 ポイントと、前年同期比で利益が減少している事業者が多いといえる。



(2) 景況感の全国比較

次に、業種別の景況感を全国値と比較する。全国値は、中小企業庁が四半期ごとに調査を実施している「中小企業景況調査」を利用する。なお、グラフ中の「大和市」は大和市における各業種の数値となっている。

結果は、前回調査（平成28年4月～6月期と比べた平成29年4月～6月期の景況感）（平成29年7月～8月に調査実施）の調査結果と比較して分析する。

①製造業（前年同期比）

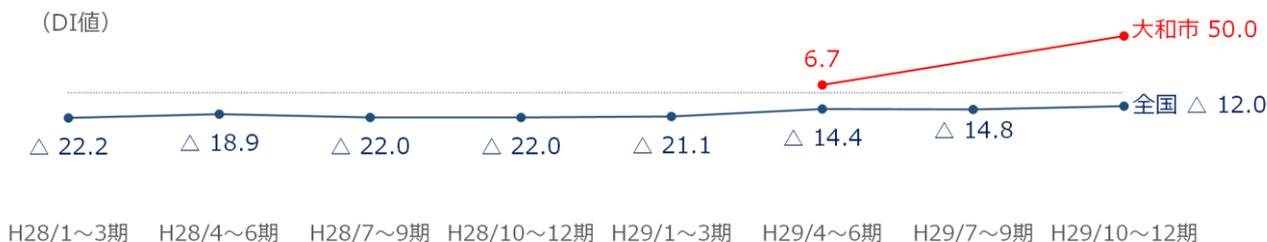
◆売上高DI

全国値の推移をみると直近4期は好転傾向にある。大和市のDI値は全国値よりも高い水準で推移しており、かつ、好転傾向にある。



◆採算（経常利益）DI

全国値の推移をみると直近期は好転傾向にある。大和市のDI値は全国値よりも高い水準で推移しており、かつ、好転傾向にある。



◆資金繰りDI

全国値の推移をみると直近期は好転傾向にある。大和市のDI値は全国値よりも高い水準で推移しているが、悪化傾向にある。



②卸売業（前年同期比）

※「大和市」の卸売業は標本数が少なく、正確な数値を算出できていない点に留意が必要である。

◆売上高 D I

全国値の推移をみると直近期は好転傾向にある。大和市の D I 値は全国値よりも高い水準で推移しており、かつ、好転傾向にある。



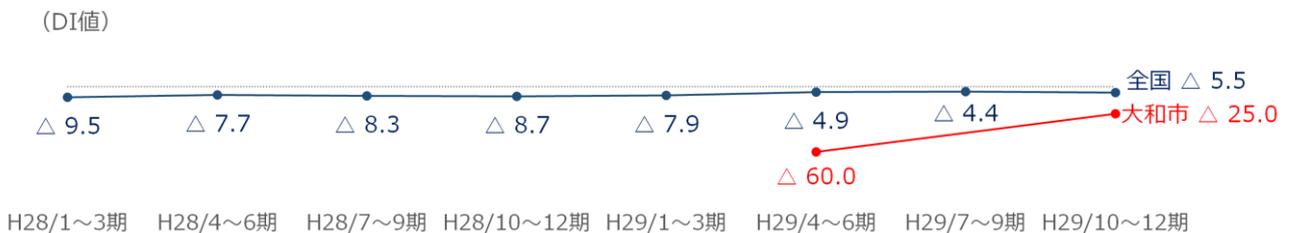
◆採算（経常利益） D I

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。大和市の D I 値は全国値よりも高い水準で推移しているが、悪化傾向にある。



◆資金繰り D I

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向に転じている。大和市の D I 値は全国値よりも低い水準で推移しているが、好転傾向にある。



③小売業（前年同期比）

◆売上高D I

全国値の推移をみると直近2期は悪化傾向にある。大和市のD I値は全国値よりも高い水準で推移しているが、悪化傾向にある。

(DI値)



◆採算（経常利益）D I

全国値の推移をみると直近2期は悪化傾向にある。大和市のD I値は全国値よりも低い水準で推移しているが、好転傾向にある。

(DI値)



◆資金繰りD I

全国値の推移をみると直近2期は悪化傾向にある。大和市のD I値は全国値よりも低い水準で推移しており、かつ、悪化傾向にある。

(DI値)



④建設業・運輸業（前年同期比）

◆売上高D I

全国値の推移をみると直近3期は好転傾向にある。大和市のD I値は全国値よりも高い水準で推移しており、かつ、好転傾向にある。

(DI値)



◆採算（経常利益）D I

全国値の推移をみると直近期は好転傾向にある。大和市のD I値は全国値よりも低い水準で推移しており、かつ、悪化傾向にある。

(DI値)



◆資金繰りD I

全国値の推移をみると直近期は好転傾向にある。大和市のD I値は全国値よりも高い水準で推移しており、かつ、好転傾向にある。

(DI値)



⑤サービス業（前年同期比）

◆売上高D I

全国値の推移をみると直近2期は悪化傾向にある。大和市のD I値は全国値よりも高い水準で推移しており、かつ、好転傾向にある。

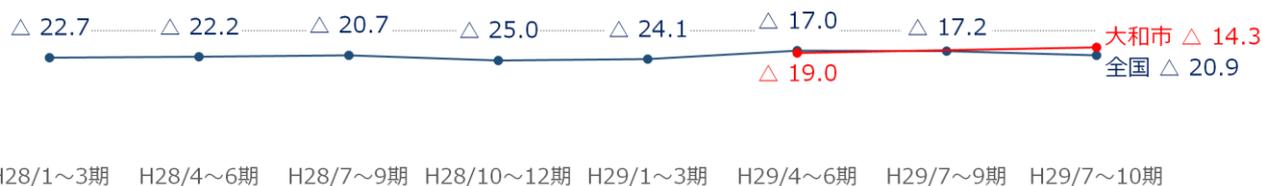
(DI値)



◆採算（経常利益）D I

全国値の推移をみると直近2期は悪化傾向にある。大和市のD I値は全国値と同水準で推移しており、好転傾向にある。

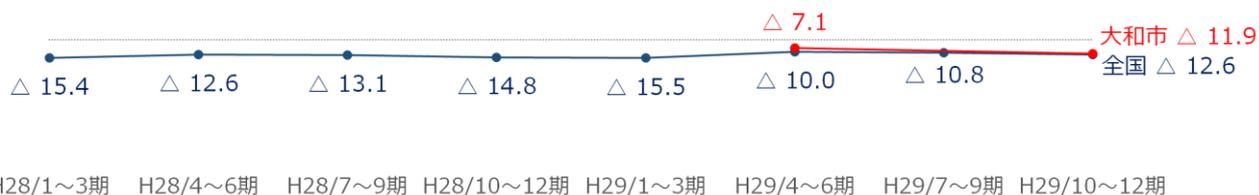
(DI値)



◆資金繰りD I

全国値の推移をみると直近2期は悪化傾向にある。大和市のD I値は全国値と同水準で推移しており、悪化傾向にある。

(DI値)



2. 経営上の問題点

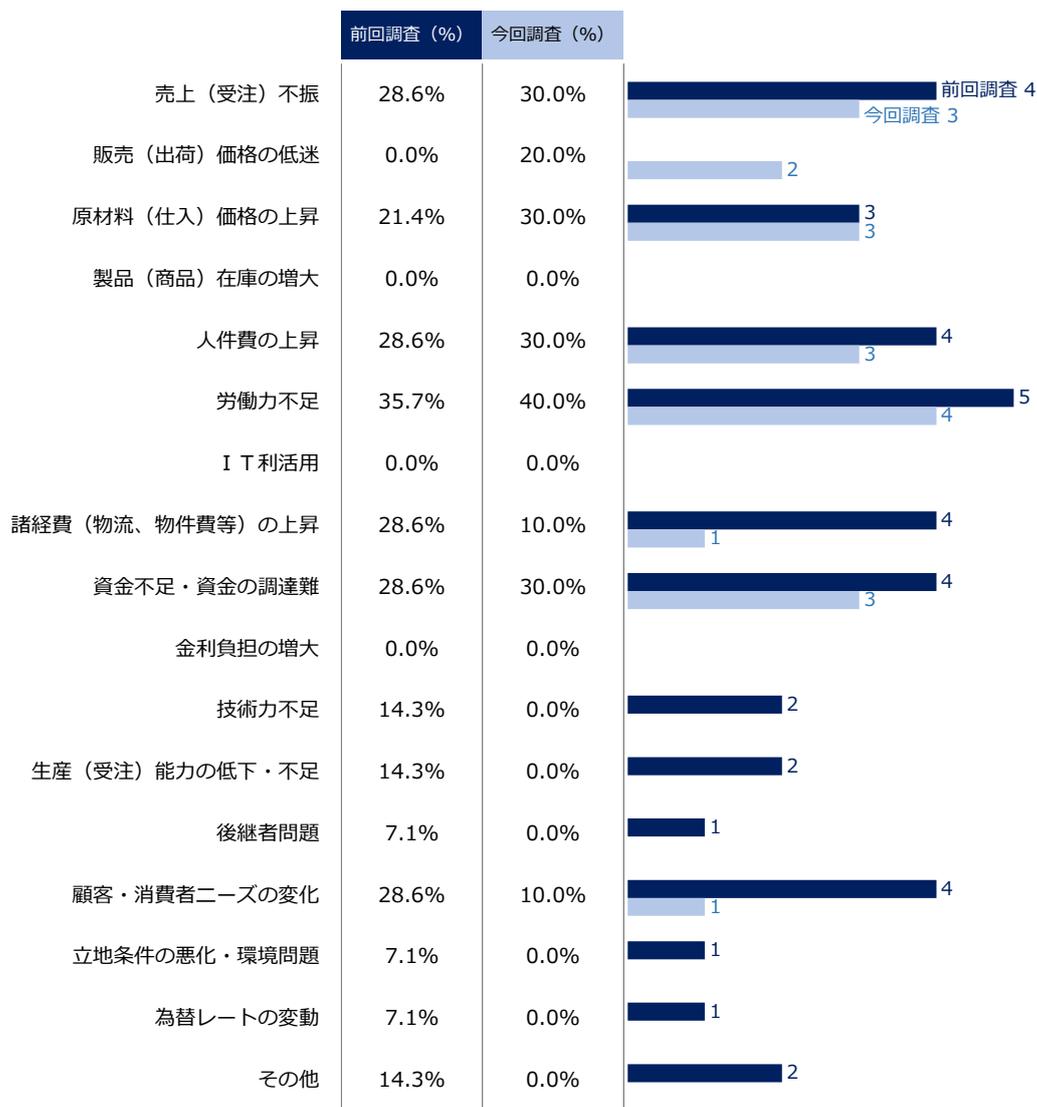
大和市の事業者が抱える経営上の問題点を、業種ごとに分析する。

なお、結果は、前回調査（平成 29 年 7 月～8 月に調査実施）と比較して分析を実施する。

①製造業（前回調査 n=14、今回調査 n=10）

前回調査から引き続き「労働力不足」との回答がもっとも多い。また、「売上（受注）不振」との回答も多いといえる。

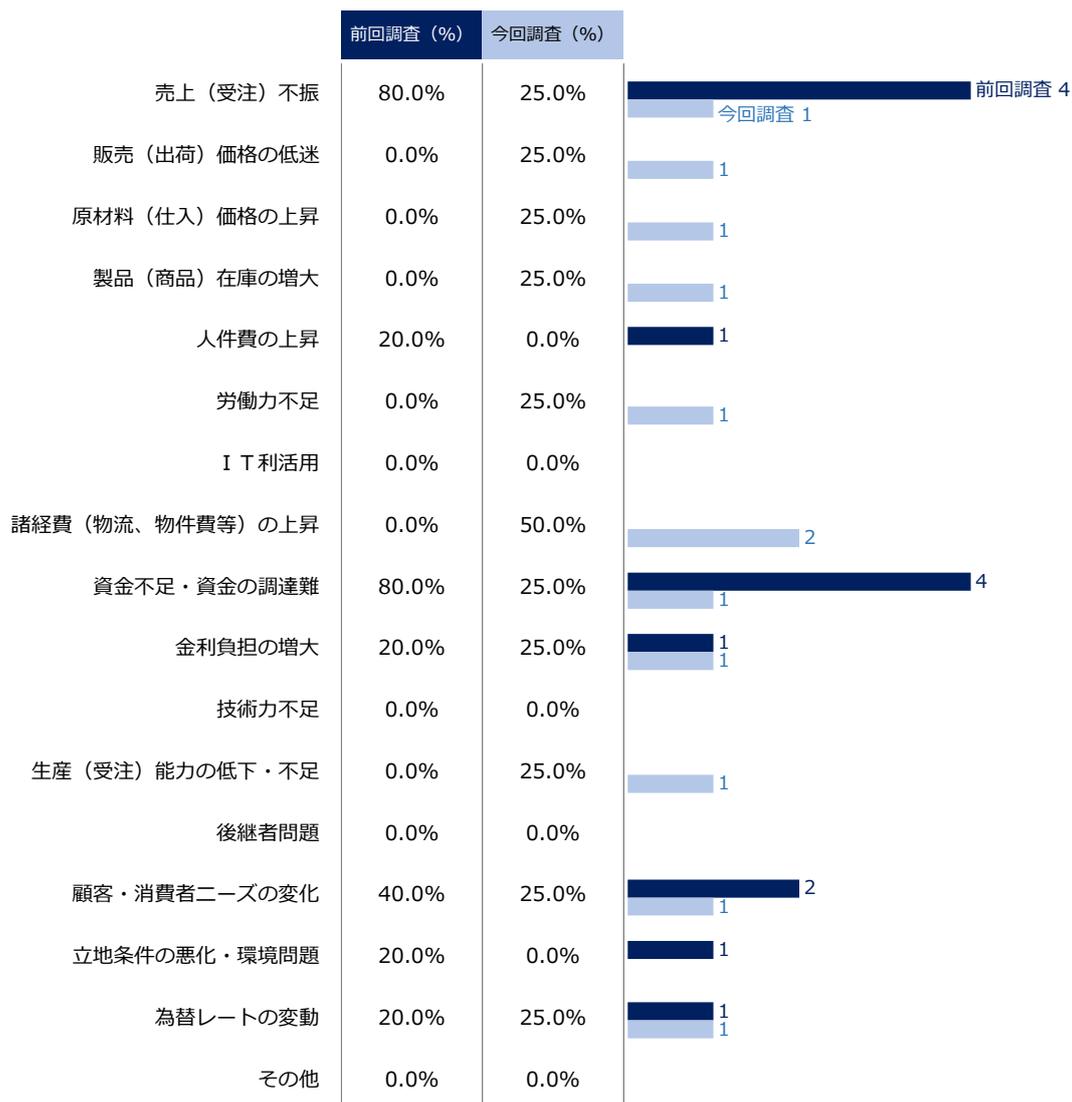
	前回調査		今回調査	
1	労働力不足	35.7%	労働力不足	40.0%
2	売上（受注）不振	28.6%	売上（受注）不振	30.0%
	人件費の上昇			
	諸経費（物流、物件費等）の上昇			
	資金不足・資金の調達難			
	顧客・消費者ニーズの変化			



②卸売業（前回調査 n=5、今回調査 n=4）

前回調査では「売上（受注）不振」「資金不足・資金の調達難」という回答が 80.0%を占めていたが、今回調査では、回答が比較的多様な問題点に分散されているといえる。

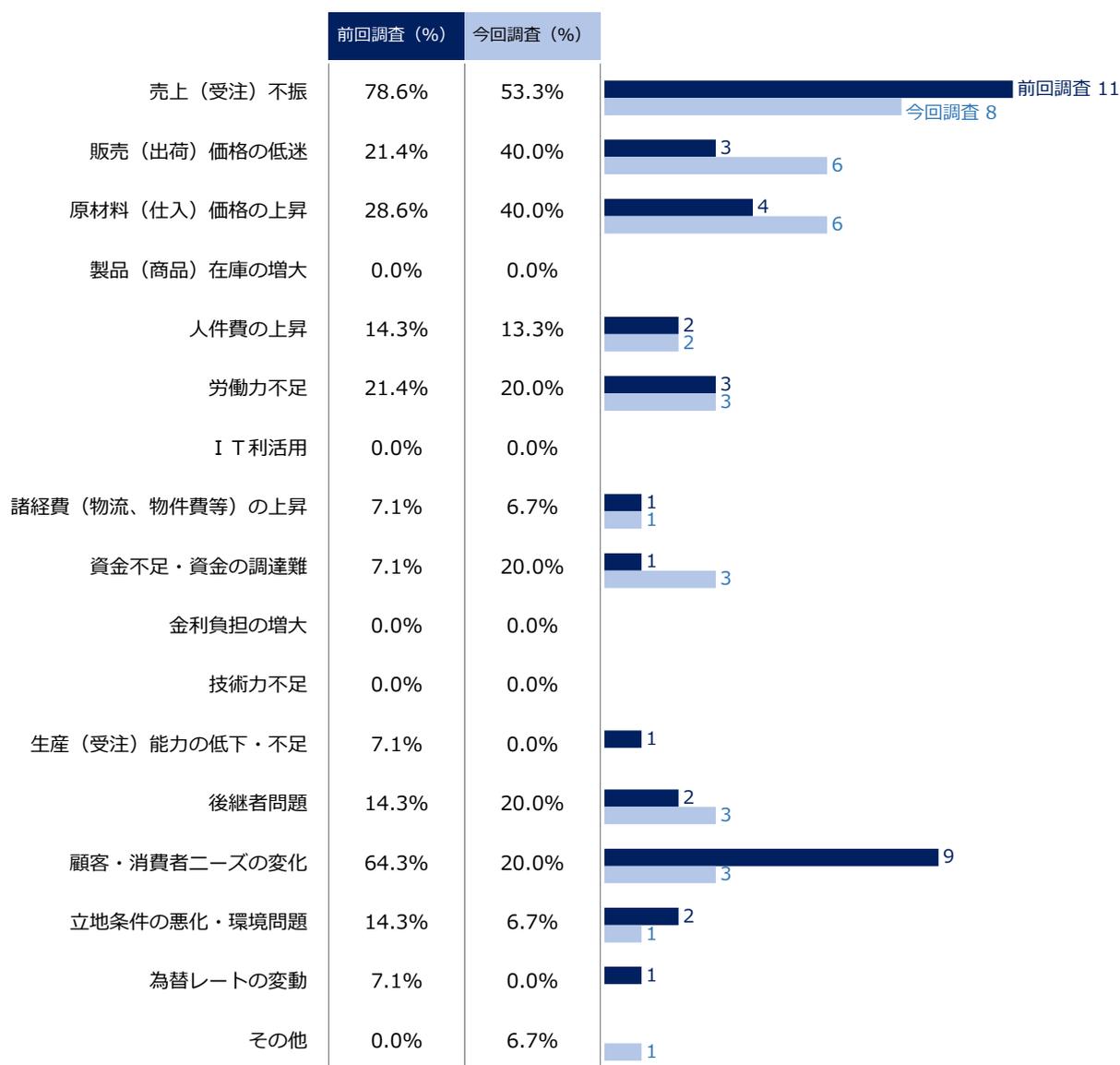
前回調査		今回調査		
1	売上（受注）不振	80.0%	諸経費（物流、物件費等）の上昇	50.0%
	資金不足・資金の調達難			
2	顧客・消費者ニーズの変化	40.0%	標本数が少ないため分析できない	



③小売業（前回調査 n=14、今回調査 n=15）

前回調査から引き続き「売上（受注）不振」と回答する事業者が多い。また、今回調査では、「販売（出荷）価格の低迷」や「原材料（仕入）価格の上昇」との回答も多いことから、販売価格が低迷しているにもかかわらず仕入価格が上昇しており、これによって利益の確保に窮している事業者が多いことが伺える。

	前回調査		今回調査	
1	売上（受注）不振	78.6%	売上（受注）不振	53.3%
2	顧客・消費者ニーズの変化	64.3%	販売（出荷）価格の低迷 原材料（仕入）価格の上昇	40.0%

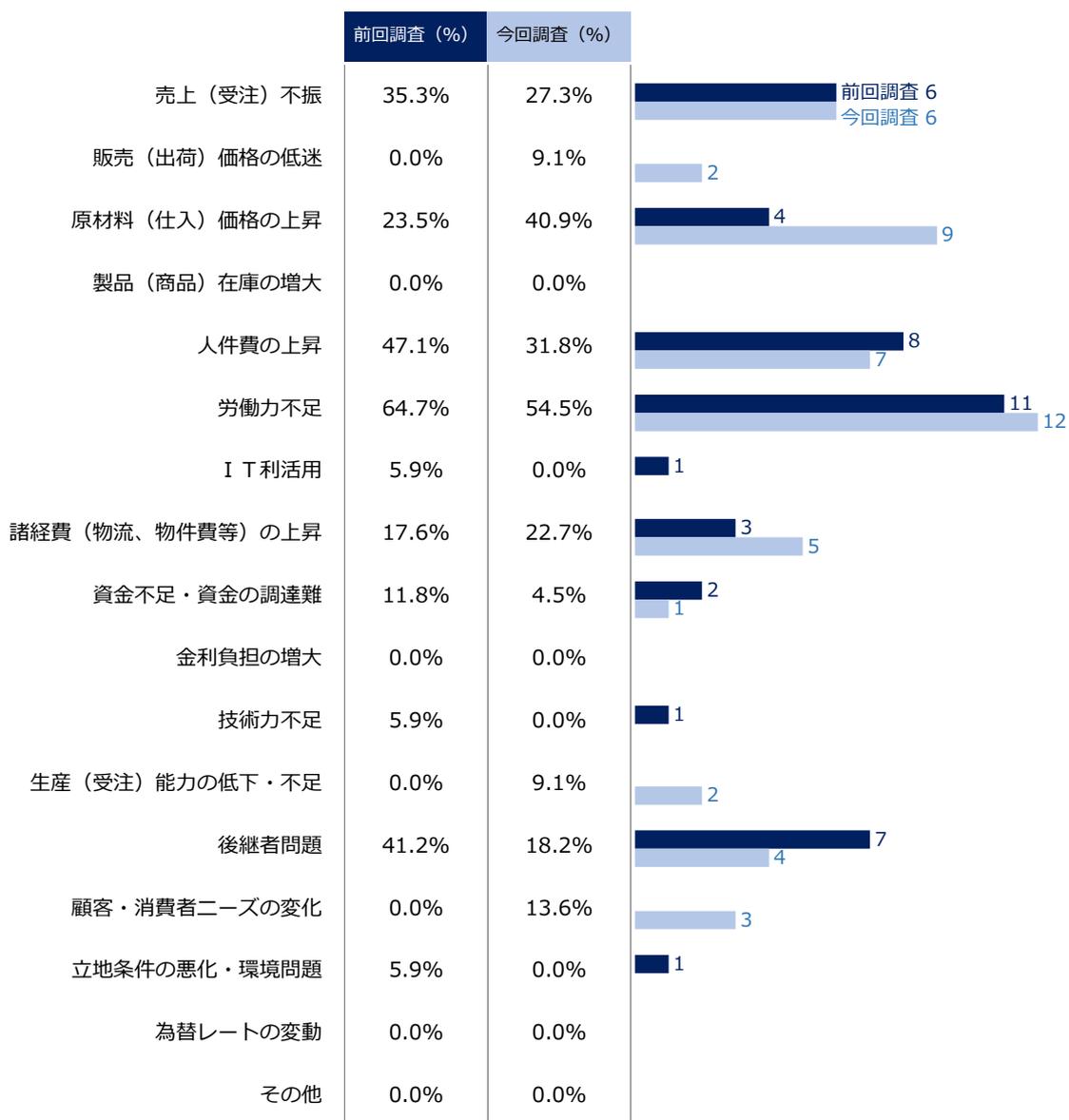


④建設業・運輸業（前回調査 n=17、今回調査 n=22）

一般的に、アベノミクス進展に伴う公共工事の増加や 2020 年の東京オリンピックの開催などにより、建設需要は増加している。そのなかで問題となっているのが人手不足である。大和市においても、前回調査から引き続き、「労働力不足」を経営上の問題点として認識している事業者が多い。

また、今回調査では「原材料（仕入）価格の上昇」を回答する事業者の割合が増加している。

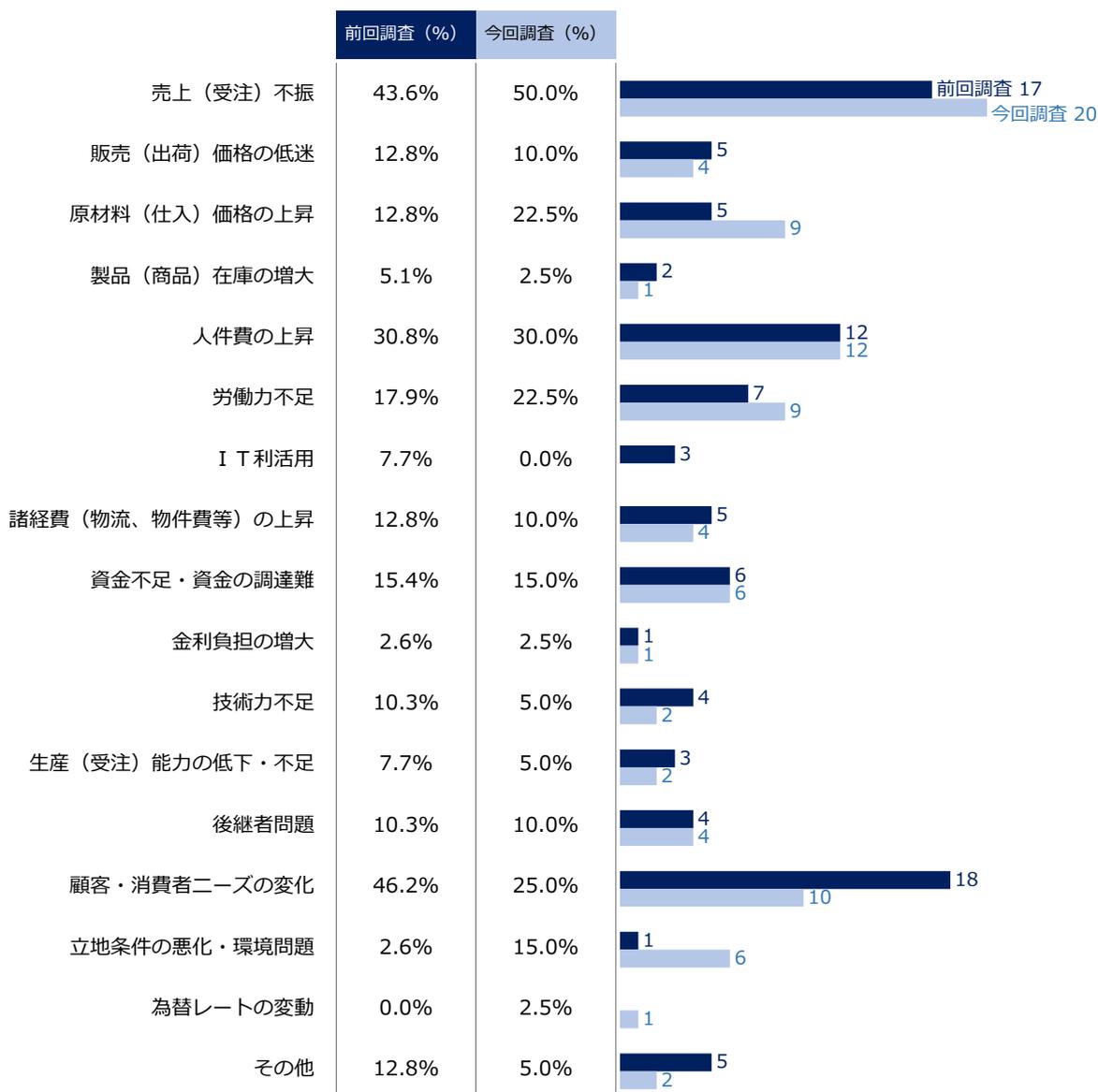
	前回調査		今回調査	
1	労働力不足	64.7%	労働力不足	54.5%
2	人件費の上昇	47.1%	原材料（仕入）価格の上昇	40.9%
3	後継者問題	41.2%	人件費の上昇	31.8%



⑤サービス業（前回調査 n = 39、今回調査 n = 40）

前回調査と類似した傾向にある。前回調査では、「顧客・消費者ニーズの変化」をあげた事業者が多かったが、今回調査ではこの回答が減少し、代わりに「原材料（仕入）価格の上昇」との回答が増加している。飲食店での野菜価格高騰などの影響が考えられる。

	前回調査		今回調査	
1	顧客・消費者ニーズの変化	46.2%	売上（受注）不振	50.0%
2	売上（受注）不振	43.6%	人件費の上昇	30.0%
3	人件費の上昇	30.8%	顧客・消費者ニーズの変化	25.0%

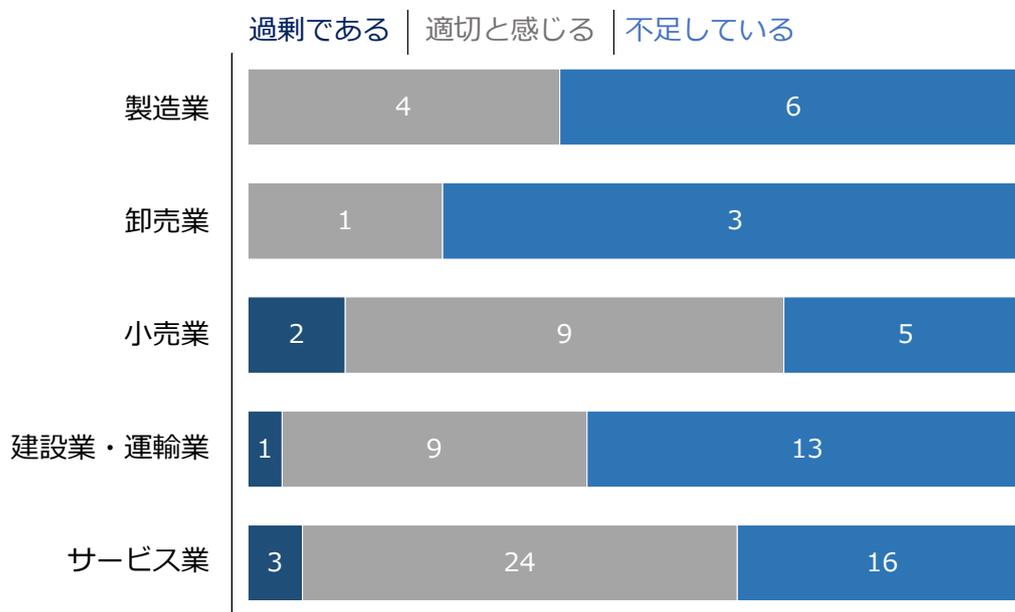


3. 雇用の状況

大和市の事業者の雇用の状況について、業種ごとにみていく。

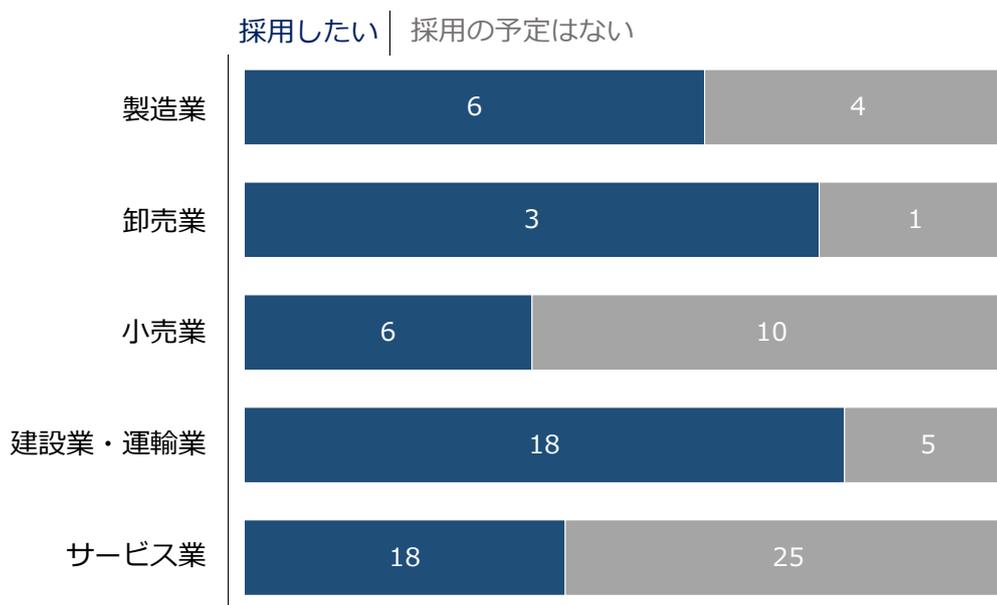
(1) 現在の人員の充足度（業種ごと）

人員が「過剰である」と回答した事業者は、いずれの業種においてもほとんどいない。
製造業、卸売業や建設業・運輸業において、「不足している」との回答割合が高くなっている。



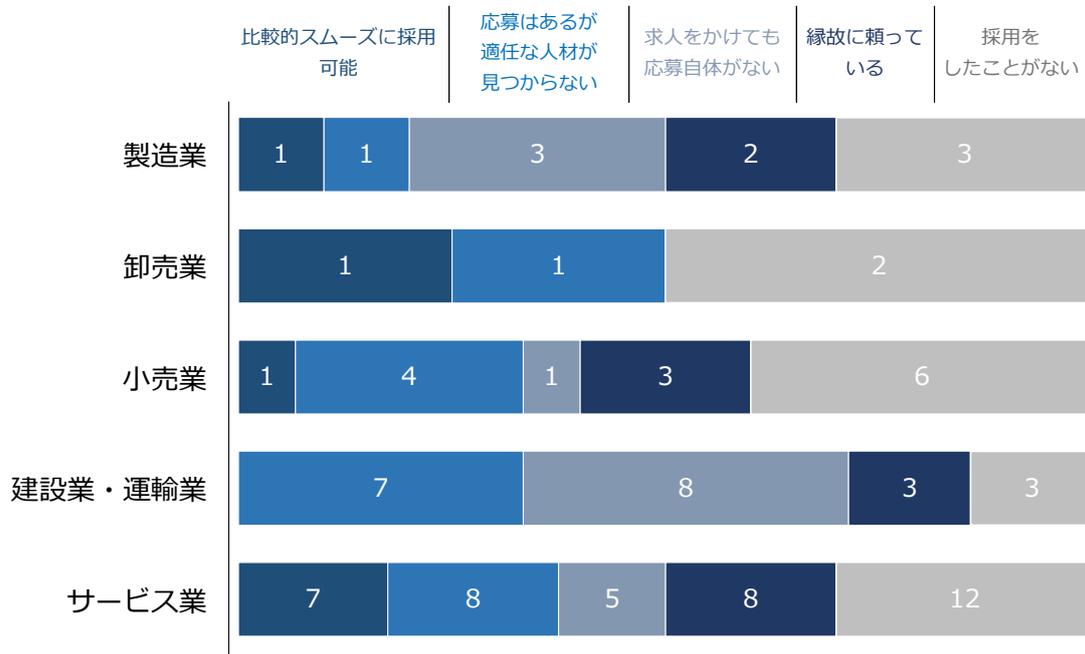
(2) 今後の採用の予定（業種ごと）

採用希望のある事業者は、(1)で「不足している」の割合が多かった製造業、卸売業や建設業・運輸業に多い。



(3) 採用に関する状況（業種ごと）

人手不足が深刻化している建設業・運輸業においては「応募があるが適任な人材が見つからない」「求人をかけても応募自体がない」とする割合の合計が71.4%にのぼっている。



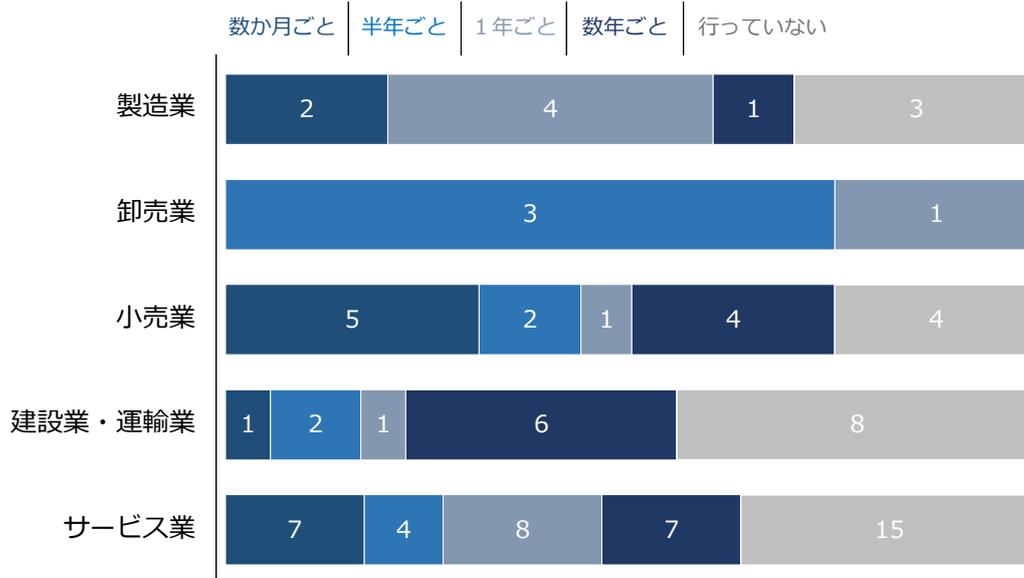
4. 商品（製品）開発・新サービスの展開

大和市の事業者の商品（製品）開発・新サービスの展開について、業種ごと、代表者の年齢ごとにみていく。

(1) 新商品（製品）・新サービスの開発（販売）頻度

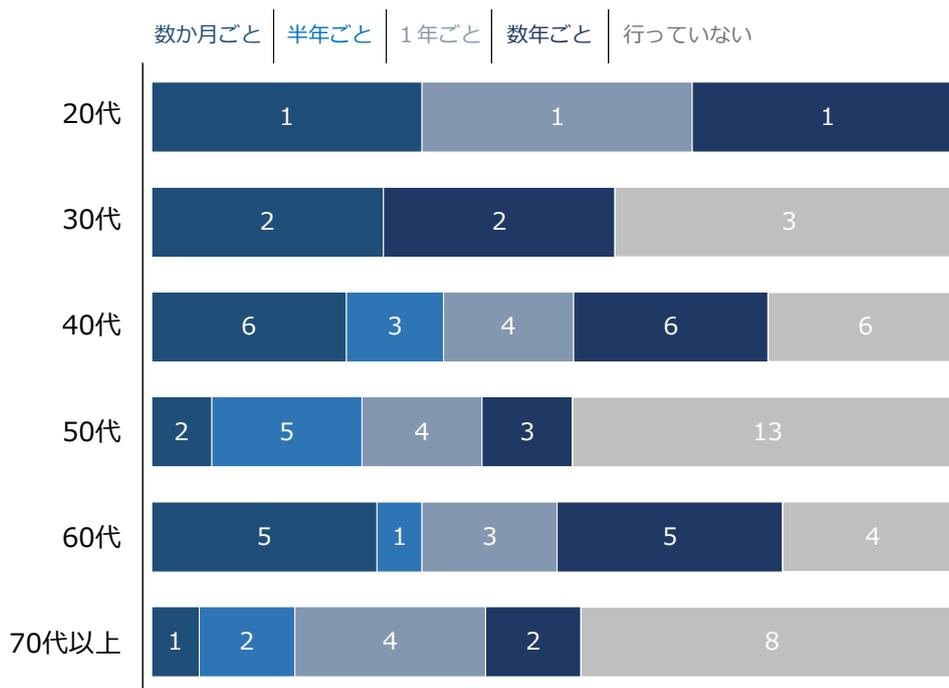
①業種ごと

小売業では商品（製品）開発・新サービスの開発（販売）を行っている事業者の割合が高い。一方、建設業・運輸業やサービス業では、「行っていない」と回答した事業者が多い。



②代表者の年齢ごと

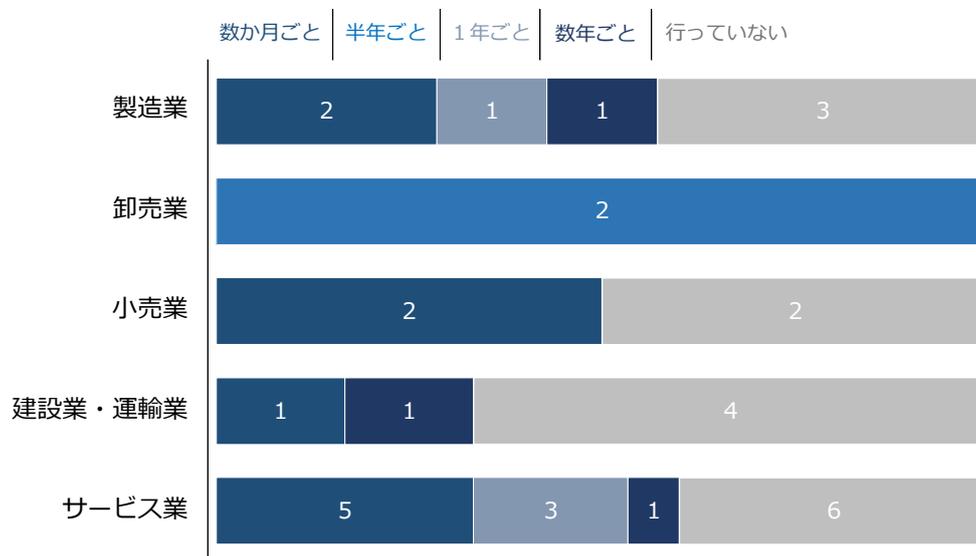
若干ではあるが、代表者の年齢が低いほど、新商品（製品）・新サービスの開発（販売）を行っている傾向にあるといえる。



③売上増加事業者

次に、前年同期比で売上が増加している事業者に着目し、新商品（製品）・新サービスの展開状況について分析する。

「行っていない」とする割合をみると、『①業種ごと』に比べて高い割合となっている。つまり、商品開発等を行ったからといって、必ずしも売上拡大に結びついている訳ではないといえる。

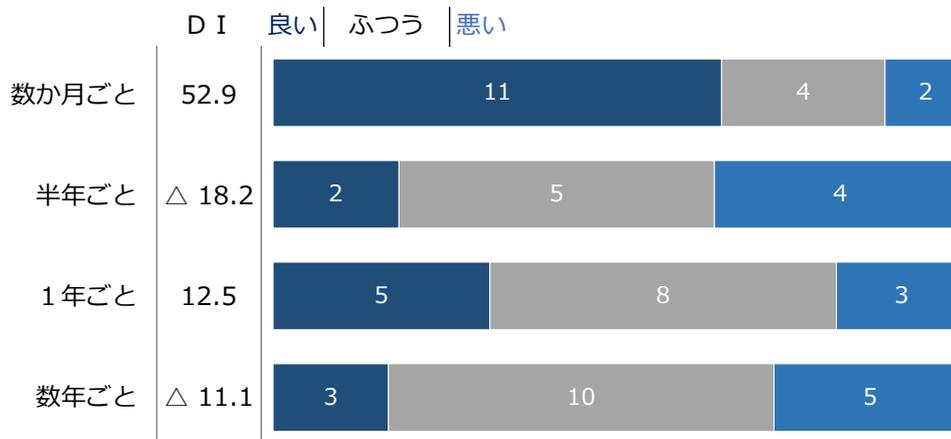


④新商品（製品）・新サービスの開発（販売）頻度と足元の売上の状況

参考として、新商品（製品）・新サービスの開発（販売）頻度と足元の売上（前年同期比）を分析する。グラフの「良い」は前年同期比で売上が増加、「ふつう」は売上が横ばい、「悪い」は売上が減少したことを示している。

新商品（製品）・新サービスの開発（販売）を行っている事業者に着目する。「数か月ごと」に開発を行っている事業者の売上D Iは52.9ポイントと非常に高くなっている。しかし、「半年ごと」「1年ごと」「数年ごと」では、開発期間と売上に相関関係はみられない。

推測ではあるが、小売業や飲食業などの店舗型ビジネスで、季節ごとに新サービスなどを開発・提供している事業者の売上が伸びているのではないかと考えられる。



(2) 新商品（製品）・新サービスの開発（販売）についての問題点

①業種ごと

業種にかかわらず「顧客ニーズの把握」と回答した事業者が多い。また、製造業では「開発体制の整備」、建設業・運輸業では「人材の教育・採用」が問題点として多くあがっている。

	製造業 n=8	卸売業 n=4	小売業 n=15	建設業・運輸業 n=20	サービス業 n=39
顧客ニーズの把握	50.0%	100.0%	60.0%	35.0%	41.0%
開発体制の整備	25.0%	0.0%	6.7%	15.0%	20.5%
人材の教育・採用	0.0%	0.0%	13.3%	35.0%	12.8%
資金調達	0.0%	25.0%	13.3%	15.0%	5.1%
専門知識の不足	0.0%	25.0%	20.0%	10.0%	12.8%
問題はない	25.0%	0.0%	6.7%	15.0%	23.1%

②新商品（製品）・新サービスの開発（販売）の有無による分類

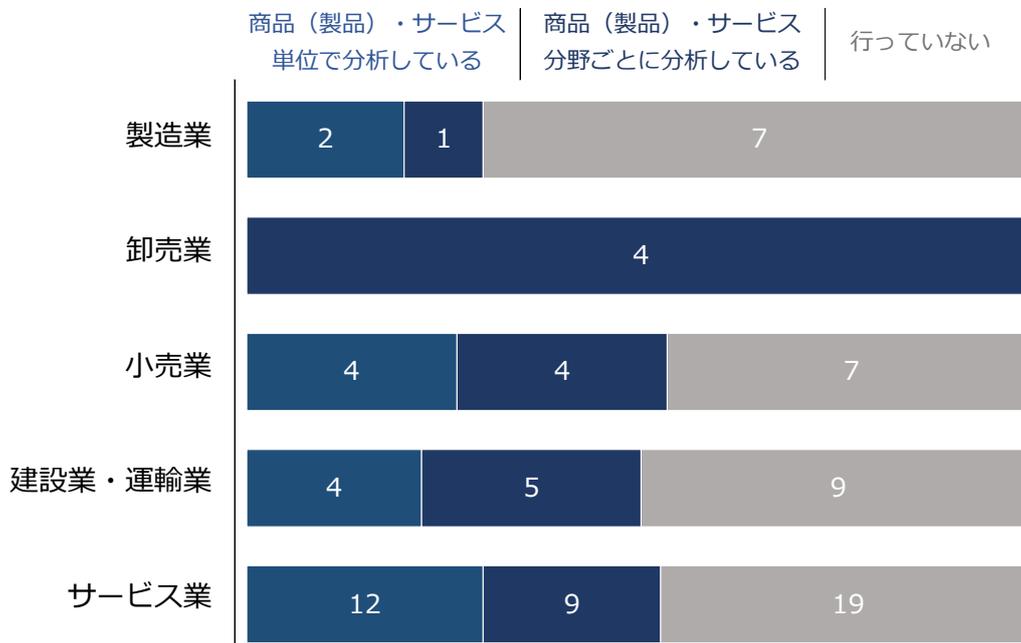
商品等の開発を実施している事業者は「顧客ニーズの把握」を問題点とする割合がもっとも多く、「開発体制の整備」「人材の教育・採用」「専門知識の不足」などの回答も多い。どのようにして顧客ニーズを把握し、商品等の開発につなげるかを課題としている事業者が多いことがわかる。

	行っている n=63	行っていない n=29
顧客ニーズの把握	58.7%	17.2%
開発体制の整備	15.9%	13.8%
人材の教育・採用	17.5%	13.8%
資金調達	11.1%	6.9%
専門知識の不足	17.5%	6.9%
問題はない	3.2%	48.3%

(3) 商品（製品）・サービスの売れ筋分析

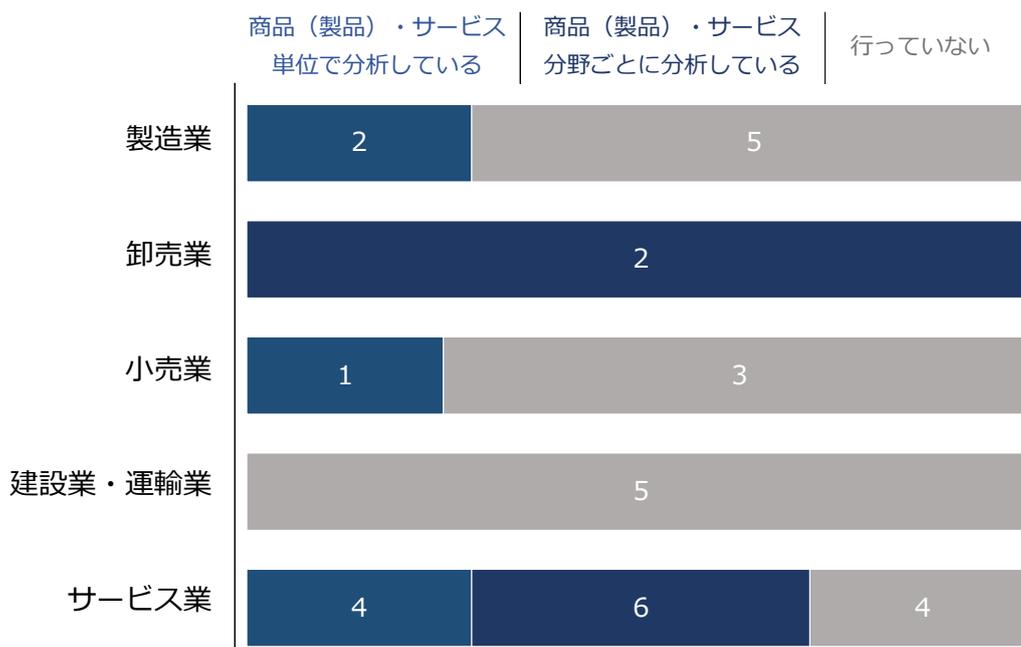
①業種ごと

小売業とサービス業では「商品（製品）・サービス単位で分析している」割合が高い。製造業と建設業・運輸業では商品（製品）・サービスの売れ筋分析を「行っていない」事業者が半数以上を占めている。



②売上増加事業者

前年同期比で売上が増加した事業者に着目する。ほとんどの業種において「行っていない」とする割合が『①業種ごと』に比べて高くなっており、商品等の売れ筋分析と売上増加に相関性は見られないといえる。しかし、サービス業においては、売上増加事業者の方が売れ筋分析を実施している割合がかなり高いことから、売れ筋分析が必要ではないかという仮説も成り立つ。



(4) 商品（製品）・サービス情報の入手先

①業種ごと

製造業や卸売業では「顧客から」、小売業や建設業・運輸業では「仕入先から」情報を収集している割合が高い。

	製造業 n=9	卸売業 n=4	小売業 n=14	建設業・運輸業 n=19	サービス業 n=41
仕入先から	55.6%	50.0%	78.6%	73.7%	36.6%
同業他社から	33.3%	25.0%	35.7%	26.3%	46.3%
顧客から	66.7%	75.0%	57.1%	36.8%	41.5%
商工会議所から	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	2.4%
セミナー等から	11.1%	0.0%	0.0%	21.1%	34.1%
その他	11.1%	25.0%	0.0%	0.0%	12.2%

②売上増加事業者

前年同期比で売上が増加した事業者に着目してみても、『①業種ごと』と同様の傾向になっている。

	製造業 n=6	卸売業 n=2	小売業 n=3	建設業・運輸業 n=5	サービス業 n=14
仕入先から	50.0%	50.0%	66.7%	100.0%	42.9%
同業他社から	33.3%	50.0%	66.7%	0.0%	50.0%
顧客から	66.7%	50.0%	66.7%	60.0%	35.7%
商工会議所から	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
セミナー等から	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%
その他	16.7%	50.0%	0.0%	0.0%	14.3%

(5) 顧客の声、意見の収集について

いずれの業種も「直接話している」との回答が多い。サービス業では「SNSで収集している」割合が高く、その他にもさまざまな方法で顧客の声、意見の収集を行っていることがわかる。

	製造業 n=10	卸売業 n=4	小売業 n=16	建設業・運輸業 n=22	サービス業 n=42
直接話している	80.0%	75.0%	87.5%	72.7%	78.6%
アンケートを実施している	20.0%	25.0%	6.3%	27.3%	11.9%
SNSで収集している	0.0%	0.0%	18.8%	0.0%	23.8%
自社ホームページから	40.0%	0.0%	18.8%	9.1%	2.4%
仕入先から	10.0%	25.0%	31.3%	36.4%	23.8%
同業他社から	30.0%	25.0%	18.8%	18.2%	31.0%
商工会議所から	0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	7.1%
その他	10.0%	50.0%	0.0%	0.0%	2.4%

5. 事業承継

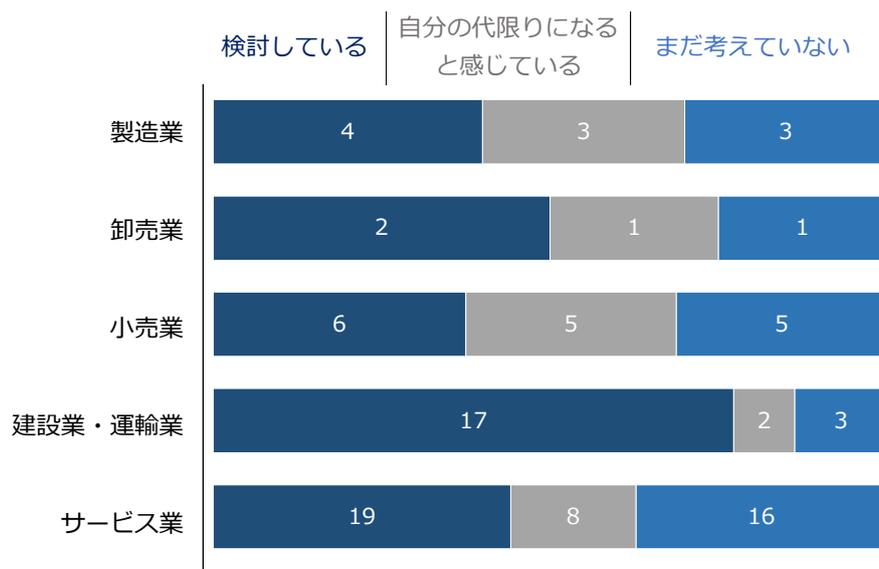
大和市の事業者の事業承継の状況について、業種ごと、代表者の年齢ごとにみていく。

(1) 事業承継の検討状況

①業種ごと

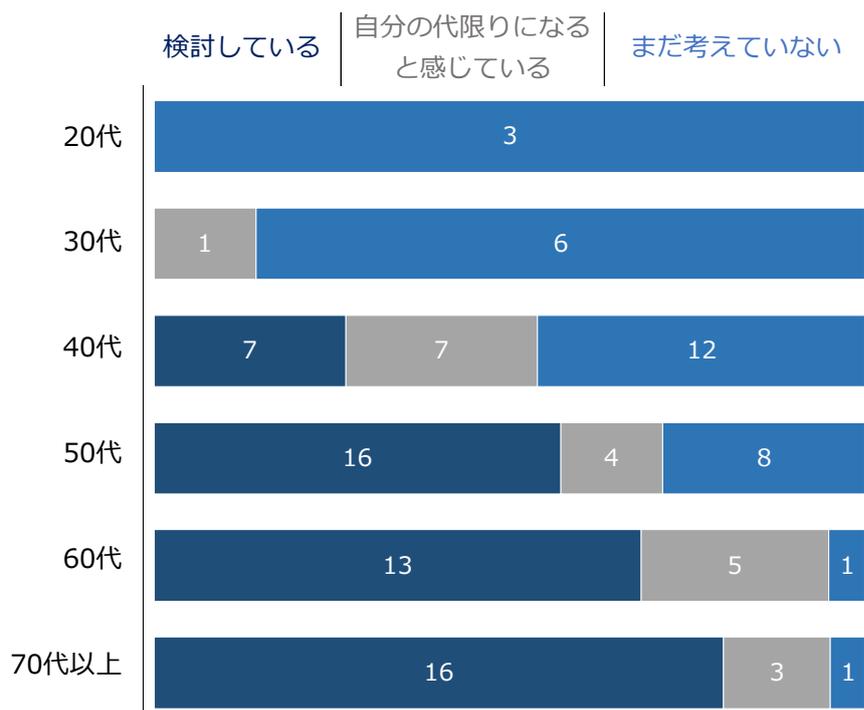
建設業・運輸業では検討している割合が高いのに対し、小売業やサービス業では検討されている割合が低い。

製造業では30.0%、小売業では31.3%の事業者が「自分の代限りになると感じている」と回答している。



②代表者の年齢ごと

「(事業承継を) まだ考えていない」という回答に着目すると、年齢があがるにつれ、その割合が減少していくことがわかる。

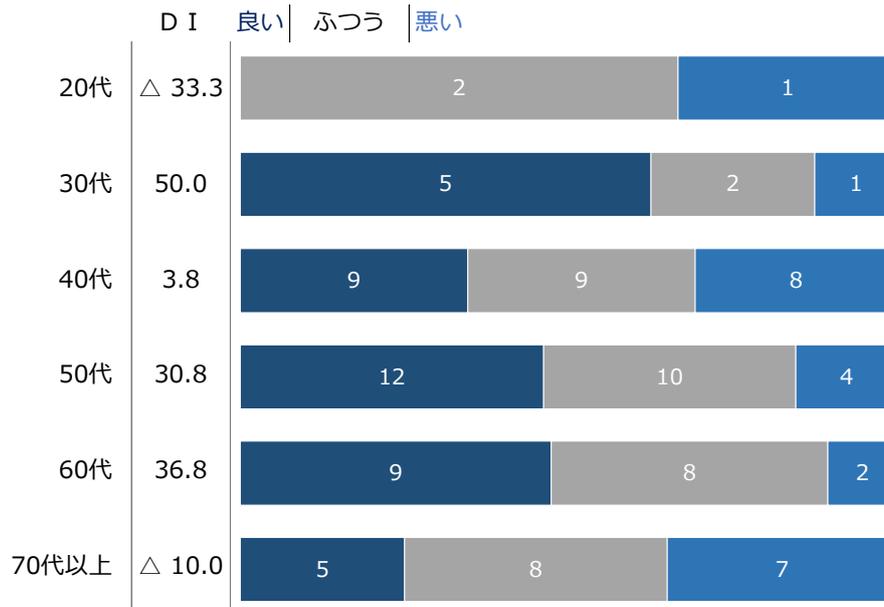


(2) 代表者の年齢と足元の売上の状況

参考として、代表者の年齢と足元の売上高（前年同期比）を分析する。グラフの「良い」は前年同期比で売上高が増加、「ふつう」は売上高が横ばい、「悪い」は売上高が減少したことを示している。

前年同期比で売上が増加した事業者の割合をみると、高い順に 30代 (62.5%) →60代 (47.4%) →50代 (46.2%) →40代 (34.6%) →70代以上 (25.0%) となる。ほかの年代に比べると、代表者が 70代以上では売上高が前年同期比で大きく減少していることがわかる。

この結果からも、事業承継による代表者の若返りの重要性がみてとれる。



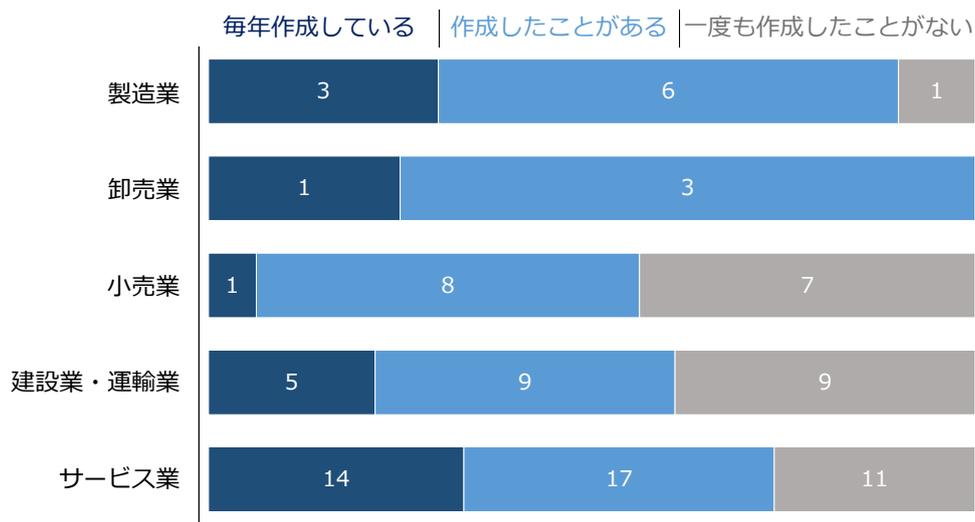
6. 事業計画（経営計画）

大和市の事業者の事業計画（経営計画）作成状況について、業種ごとにみていく。

（1）事業計画（経営計画）の作成の有無（業種ごと）

製造業や卸売業、サービス業では、ほとんどの事業者が事業計画（経営計画）の作成経験がある。また、製造業では30.0%、サービス業では33.3%の事業者が「毎年作成している」と回答している。

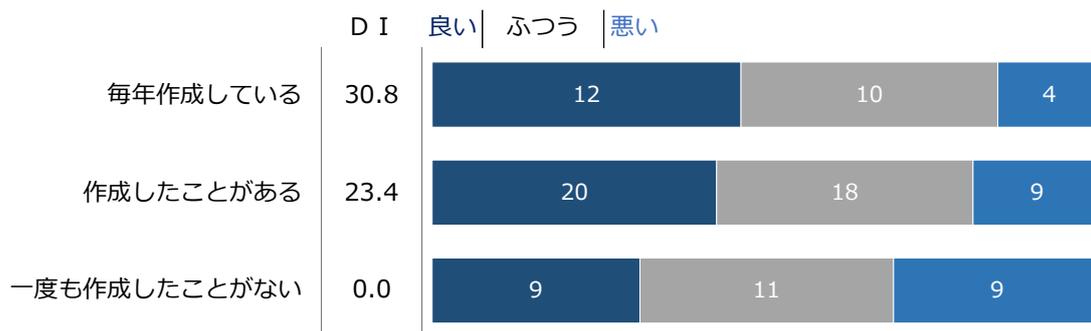
一方、小売業、建設業・運輸業では約4割の事業者が「一度も作成したことがない」。



（2）事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上の状況

事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上高（前年同期比）を分析する。

売上D Iをみると、「毎年作成している」→「作成したことがある」→「一度も作成したことがない」の順に高い値を示していることがわかる。

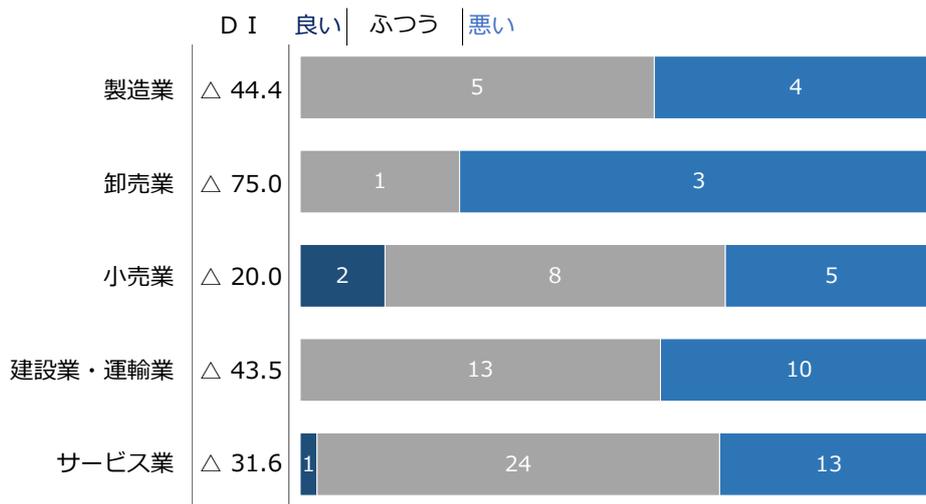


7. 総括

(1) 原材料（仕入）価格の高騰の影響が大きい

人件費や仕入価格・運送費の上昇、野菜価格の高騰などにより、事業者の費用負担が増加している。大和市の事業者の景況感をみても、仕入価格D Iはすべての業種でマイナス値となっている（図1）。また、経営上の問題点において「原材料（仕入）価格の上昇」と回答した事業者の割合をみると、すべての業種で前回調査時（平成29年7月～8月調査）よりも回答割合が増加していることがわかる（図2）。

◆図1 仕入価格D I（前年同期比、業種ごと）



◆図2 経営上の問題点（業種ごと）

原材料（仕入）価格の上昇	前回調査	今回調査
製造業	21.4%	30.0%
卸売業	0.0%	25.0%
小売業	28.6%	40.0%
建設業・運輸業	23.5%	40.9%
サービス業	12.8%	22.5%

一般的に考えれば、仕入単価が上昇した場合、この上昇分を販売単価に転嫁できれば良い。しかし、とりわけ中小企業においてはこの価格転嫁が難しい。そのため、利益の確保が困難になっている。

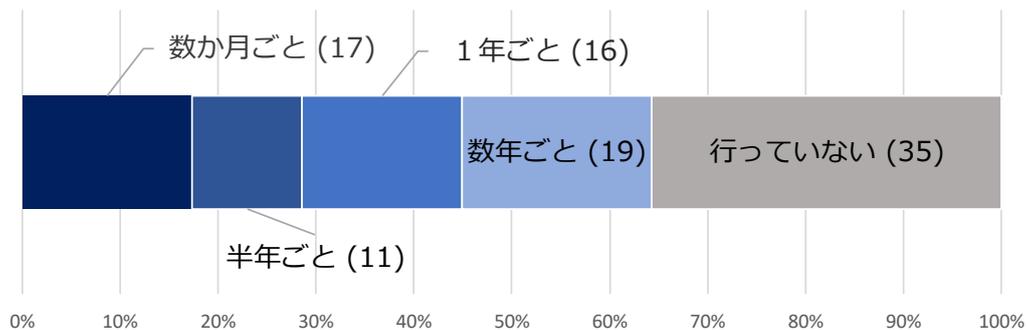
各業種の売上D Iと経常利益（採算）D Iの関係をみても、すべての業種で売上D Iよりも経常利益（採算）D Iが低くなっており、仕入価格の上昇が利益を圧迫する要因となっていることがわかる。

対前年同期比	売上D I	経常利益（採算）D I
製造業	60.0	50.0
卸売業	50.0	0.0
小売業	△6.7	△46.7
建設業・運輸業	0.0	△30.4
サービス業	11.9	△14.3

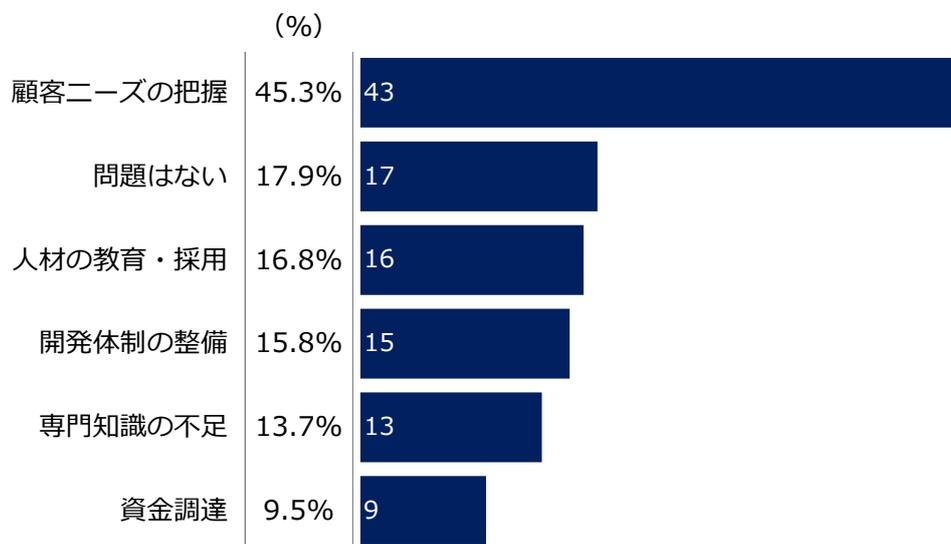
(2) 新商品（製品）・新サービスの開発（販売）等は実施されているものの効果が不十分

本アンケートでは新商品（製品）・新サービスの展開（以下、商品開発等）について、重点的にアンケート調査を実施している。そこで、商品開発等について分析を実施していきたい。

はじめに、商品開発等を実施している事業者の割合をみると、6割超の事業者が商品開発等を実施していることがわかる。また、半数近くの事業者が、1年以内という間隔で商品開発等を行っている。



次に商品開発等における問題点をみると、約半数の事業者が「顧客ニーズの把握」を問題点としていることがわかる。つまり、商品開発等においては、顧客ニーズ等を収集し、それを開発に活かしていきたいが、その顧客ニーズの把握が十分にできていない事業者が多いことが伺える。



少し視点を変えて、商品開発等を実施している事業者の売上が増加しているかどうかをみていきたい。商品開発等を「行っている」事業者と「行っていない」事業者の足元の売上高をみると、「行っていない」事業者の方が前年同期比で売上が増加している傾向にあることがわかる。

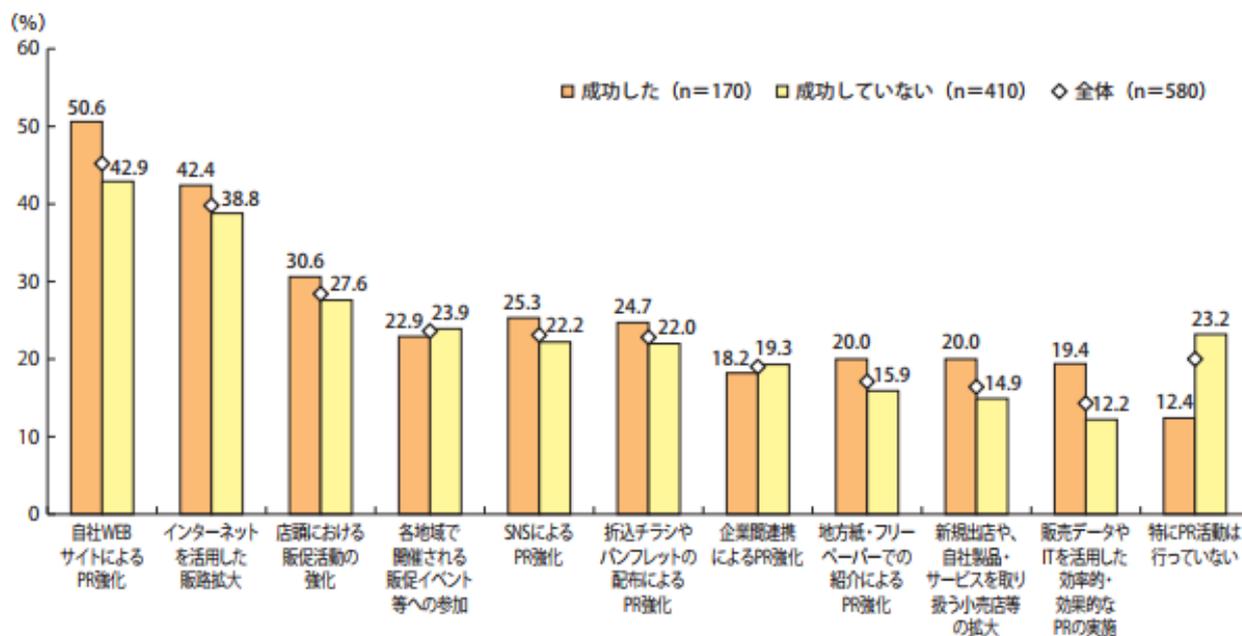
つまり、商品開発等が売上拡大に結びついていないと考えられる。

	D I	良い	ふつう	悪い
行っている	11.3	21	27	14
行っていない	36.4	18	9	6

それでは、商品開発等の効果を上げる方法を考えていきたい。「中小企業白書（2017年版）第2部 第3章 第3節 第2-3-18図 新事業展開の成否別に見た、一般消費者に向けたPR活動（情報戦略の立案・実行あり）」によると、新事業活動に「成功した」事業者は、PR活動に積極的であることがわかる。一方、グラフ中「特にPR活動は行っていない」という箇所をみると、PR活動に消極的な事業者は、新事業活動に「成功していない」割合が高くなっている。

商品開発等を行うだけでは効果は出づらく、その商品等を広くPRすることが必要であることが読み取れる。

第2-3-29図 新事業展開の成否別に見た、一般消費者に向けたPR活動（情報戦略の立案・実行あり）



資料：中小企業庁委託「中小企業の成長に向けた事業戦略等に関する調査」（2016年11月、（株）野村総合研究所）
 (注) 複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

IV 参考資料（集計表、アンケート票）

1. 集計表

問1 昨年の今頃(平成28年10月~12月頃)と比べた現在(平成29年10月~12月)の経営環境等の状況

【売上】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	41	39.8%	7	70.0%	2	50.0%	4	26.7%	7	30.4%	15	35.7%
普通	39	37.9%	2	20.0%	2	50.0%	6	40.0%	9	39.1%	17	40.5%
悪い	23	22.3%	1	10.0%	0	0.0%	5	33.3%	7	30.4%	10	23.8%
D I	17.5		60.0		50.0		△ 6.7		0.0		11.9	
合計	103	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	15	100.0%	23	100.0%	42	100.0%

【引き合い/客数】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	35	34.3%	7	70.0%	2	50.0%	3	20.0%	7	31.8%	11	26.2%
普通	48	47.1%	3	30.0%	2	50.0%	7	46.7%	9	40.9%	24	57.1%
悪い	19	18.6%	0	0.0%	0	0.0%	5	33.3%	6	27.3%	7	16.7%
D I	15.7		70.0		50.0		△ 13.3		4.5		9.5	
合計	102	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	15	100.0%	22	100.0%	42	100.0%

【単価】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	13	12.7%	0	0.0%	1	25.0%	4	26.7%	0	0.0%	6	14.6%
普通	73	71.6%	10	100.0%	3	75.0%	8	53.3%	18	78.3%	29	70.7%
悪い	16	15.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	20.0%	5	21.7%	6	14.6%
D I	△ 2.9		0.0		25.0		6.7		△ 21.7		0.0	
合計	102	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	15	100.0%	23	100.0%	41	100.0%

【仕入価格】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	5	5.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	13.3%	0	0.0%	1	2.6%
普通	56	57.1%	5	55.6%	1	25.0%	8	53.3%	13	56.5%	24	63.2%
悪い	37	37.8%	4	44.4%	3	75.0%	5	33.3%	10	43.5%	13	34.2%
D I	△ 32.7		△ 44.4		△ 75.0		△ 20.0		△ 43.5		△ 31.6	
合計	98	100.0%	9	100.0%	4	100.0%	15	100.0%	23	100.0%	38	100.0%

【経常利益(採算)】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	24	23.3%	6	60.0%	0	0.0%	2	13.3%	2	8.7%	9	21.4%
普通	44	42.7%	3	30.0%	4	100.0%	4	26.7%	12	52.2%	18	42.9%
悪い	35	34.0%	1	10.0%	0	0.0%	9	60.0%	9	39.1%	15	35.7%
D I	△ 10.7		50.0		0.0		△ 46.7		△ 30.4		△ 14.3	
合計	103	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	15	100.0%	23	100.0%	42	100.0%

【資金繰り】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	14	13.6%	2	20.0%	0	0.0%	1	6.7%	5	21.7%	5	11.9%
普通	67	65.0%	7	70.0%	3	75.0%	7	46.7%	16	69.6%	27	64.3%
悪い	22	21.4%	1	10.0%	1	25.0%	7	46.7%	2	8.7%	10	23.8%
D I	△ 7.8		10.0		△ 25.0		△ 40.0		13.0		△ 11.9	
合計	103	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	15	100.0%	23	100.0%	42	100.0%

問2 現在(平成29年7月~12月頃)と比べた今後(平成30年1月~6月頃)の経営環境等の見通し

【売上】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	35	33.3%	3	30.0%	3	75.0%	3	18.8%	10	43.5%	14	32.6%
普通	51	48.6%	6	60.0%	1	25.0%	7	43.8%	9	39.1%	22	51.2%
悪い	19	18.1%	1	10.0%	0	0.0%	6	37.5%	4	17.4%	7	16.3%
D I	15.2		20.0		75.0		△ 18.8		26.1		16.3	
合計	105	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	16	100.0%	23	100.0%	43	100.0%

【引き合い/客数】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	36	34.3%	4	40.0%	4	100.0%	5	31.3%	8	34.8%	13	30.2%
普通	51	48.6%	6	60.0%	0	0.0%	4	25.0%	11	47.8%	24	55.8%
悪い	18	17.1%	0	0.0%	0	0.0%	7	43.8%	4	17.4%	6	14.0%
D I	17.1		40.0		100.0		△ 12.5		17.4		16.3	
合計	105	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	16	100.0%	23	100.0%	43	100.0%

【単価】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	9	8.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	18.8%	3	13.0%	2	4.8%
普通	81	77.9%	8	80.0%	3	75.0%	11	68.8%	18	78.3%	34	81.0%
悪い	14	13.5%	2	20.0%	1	25.0%	2	12.5%	2	8.7%	6	14.3%
D I	△ 4.8		△ 20.0		△ 25.0		6.3		4.3		△ 9.5	
合計	104	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	16	100.0%	23	100.0%	42	100.0%

【仕入価格】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	5	5.0%	1	10.0%	0	0.0%	1	6.3%	0	0.0%	3	7.7%
普通	65	64.4%	5	50.0%	2	50.0%	9	56.3%	14	60.9%	28	71.8%
悪い	31	30.7%	4	40.0%	2	50.0%	6	37.5%	9	39.1%	8	20.5%
D I	△ 25.7		△ 30.0		△ 50.0		△ 31.3		△ 39.1		△ 12.8	
合計	101	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	16	100.0%	23	100.0%	39	100.0%

【経常利益(採算)】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	28	26.7%	3	30.0%	2	50.0%	4	25.0%	5	21.7%	12	27.9%
普通	52	49.5%	5	50.0%	2	50.0%	4	25.0%	14	60.9%	22	51.2%
悪い	25	23.8%	2	20.0%	0	0.0%	8	50.0%	4	17.4%	9	20.9%
D I	2.9		10.0		50.0		△ 25.0		4.3		7.0	
合計	105	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	16	100.0%	23	100.0%	43	100.0%

【資金繰り】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	12	11.4%	1	10.0%	0	0.0%	1	6.3%	4	17.4%	5	11.6%
普通	76	72.4%	9	90.0%	4	100.0%	7	43.8%	19	82.6%	30	69.8%
悪い	17	16.2%	0	0.0%	0	0.0%	8	50.0%	0	0.0%	8	18.6%
D I	△ 4.8		10.0		0.0		△ 43.8		17.4		△ 7.0	
合計	105	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	16	100.0%	23	100.0%	43	100.0%

問3 現在の経営上の問題点(3つまで回答可)

【経営上の問題点】	n = 100		n = 10		n = 4		n = 15		n = 22		n = 40	
	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
売上(受注)不振	40	40.0%	3	30.0%	1	25.0%	8	53.3%	6	27.3%	20	50.0%
販売(出荷)価格の低迷	15	15.0%	2	20.0%	1	25.0%	6	40.0%	2	9.1%	4	10.0%
原材料(仕入)価格の上昇	29	29.0%	3	30.0%	1	25.0%	6	40.0%	9	40.9%	9	22.5%
製品(商品)在庫の増大	2	2.0%	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.5%
人件費の上昇	26	26.0%	3	30.0%	0	0.0%	2	13.3%	7	31.8%	12	30.0%
労働力不足	33	33.0%	4	40.0%	1	25.0%	3	20.0%	12	54.5%	9	22.5%
IT利活用	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
諸経費(物流、物件費等)の上昇	13	13.0%	1	10.0%	2	50.0%	1	6.7%	5	22.7%	4	10.0%
資金不足・資金の調達難	14	14.0%	3	30.0%	1	25.0%	3	20.0%	1	4.5%	6	15.0%
金利負担の増大	2	2.0%	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.5%
技術力不足	4	4.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.0%
生産(受注)能力の低下・不足	5	5.0%	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%	2	9.1%	2	5.0%
後継者問題	12	12.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	20.0%	4	18.2%	4	10.0%
顧客・消費者ニーズの変化	19	19.0%	1	10.0%	1	25.0%	3	20.0%	3	13.6%	10	25.0%
立地条件の悪化・環境問題	8	8.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	6	15.0%
為替レートの変動	2	2.0%	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.5%
その他	5	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	2	5.0%

問4 雇用の状況

(1)現在の人員の充足度

【現在の人員の充足度】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
過剰である	6	5.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	12.5%	1	4.3%	3	7.0%
適切と感じる	52	49.5%	4	40.0%	1	25.0%	9	56.3%	9	39.1%	24	55.8%
不足と感じる	47	44.8%	6	60.0%	3	75.0%	5	31.3%	13	56.5%	16	37.2%
合計	105	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	16	100.0%	23	100.0%	43	100.0%

(2)今後の採用予定

(3) 採用に関する状況

【採用に関する状況】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
比較的スムーズに採用可能	13	13.1%	1	10.0%	1	25.0%	1	6.7%	0	0.0%	7	17.5%
応募はあるが適任な人材が見つからない	23	23.2%	1	10.0%	1	25.0%	4	26.7%	7	33.3%	8	20.0%
求人をかけても応募自体がない	17	17.2%	3	30.0%	0	0.0%	1	6.7%	8	38.1%	5	12.5%
縁故に頼っている	17	17.2%	2	20.0%	0	0.0%	3	20.0%	3	14.3%	8	20.0%
採用をしたことがない	29	29.3%	3	30.0%	2	50.0%	6	40.0%	3	14.3%	12	30.0%
合計	99	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	15	100.0%	21	100.0%	40	100.0%

問5 商品(製品)開発・新サービスの展開

(1) 新商品(製品)・新サービスの開発(販売)の頻度

【開発(販売)の頻度】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
数か月ごと	17	17.3%	2	20.0%	0	0.0%	5	31.3%	1	5.6%	7	17.1%
半年ごと	11	11.2%	0	0.0%	3	75.0%	2	12.5%	2	11.1%	4	9.8%
1年ごと	16	16.3%	4	40.0%	1	25.0%	1	6.3%	1	5.6%	8	19.5%
数年ごと	19	19.4%	1	10.0%	0	0.0%	4	25.0%	6	33.3%	7	17.1%
行っていない	35	35.7%	3	30.0%	0	0.0%	4	25.0%	8	44.4%	15	36.6%
合計	98	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	16	100.0%	18	100.0%	41	100.0%

(2) 新商品(製品)・新サービスの開発(販売)についての問題点(2つまで回答可)

【開発(販売)についての問題点】	n = 95		n = 8		n = 4		n = 15		n = 20		n = 39	
	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
顧客ニーズの把握	43	45.3%	4	50.0%	4	100.0%	9	60.0%	7	35.0%	16	41.0%
開発体制の整備	15	15.8%	2	25.0%	0	0.0%	1	6.7%	3	15.0%	8	20.5%
人材の教育・採用	16	16.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	13.3%	7	35.0%	5	12.8%
資金調達	9	9.5%	0	0.0%	1	25.0%	2	13.3%	3	15.0%	2	5.1%
専門知識の不足	13	13.7%	0	0.0%	1	25.0%	3	20.0%	2	10.0%	5	12.8%
問題はない	17	17.9%	2	25.0%	0	0.0%	1	6.7%	3	15.0%	9	23.1%

(3) 商品(製品)・サービスの売れ筋分析

【売れ筋分析】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
商品(製品)・サービス単位で分析している	23	24.0%	2	20.0%	0	0.0%	4	26.7%	4	22.2%	12	30.0%
商品(製品)・サービス分野ごとに分析している	24	25.0%	1	10.0%	4	100.0%	4	26.7%	5	27.8%	9	22.5%
行っていない	49	51.0%	7	70.0%	0	0.0%	7	46.7%	9	50.0%	19	47.5%
合計	96	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	15	100.0%	18	100.0%	40	100.0%

(4) 商品(製品)・サービス情報の入手先(2つまで回答可)

【情報の入手先】	n = 96		n = 9		n = 4		n = 14		n = 19		n = 41	
	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
仕入先から	49	51.0%	5	55.6%	2	50.0%	11	78.6%	14	73.7%	15	36.6%
同業他社から	34	35.4%	3	33.3%	1	25.0%	5	35.7%	5	26.3%	19	46.3%
顧客から	48	50.0%	6	66.7%	3	75.0%	8	57.1%	7	36.8%	17	41.5%
商工会議所から	2	2.1%	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.4%
セミナー等から	24	25.0%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	4	21.1%	14	34.1%
その他	8	8.3%	1	11.1%	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	12.2%

(5) 顧客の声、意見の収集(2つまで回答可)

【声、意見の収集】	n = 102		n = 10		n = 4		n = 16		n = 22		n = 42	
	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
直接話している	81	79.4%	8	80.0%	3	75.0%	14	87.5%	16	72.7%	33	78.6%
アンケートを実施している	15	14.7%	2	20.0%	1	25.0%	1	6.3%	6	27.3%	5	11.9%
SNSで収集している	13	12.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	18.8%	0	0.0%	10	23.8%
自社ホームページから	11	10.8%	4	40.0%	0	0.0%	3	18.8%	2	9.1%	1	2.4%
仕入先から	27	26.5%	1	10.0%	1	25.0%	5	31.3%	8	36.4%	10	23.8%
同業他社から	26	25.5%	3	30.0%	1	25.0%	3	18.8%	4	18.2%	13	31.0%
商工会議所から	4	3.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.5%	3	7.1%
その他	5	4.9%	1	10.0%	2	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.4%

問6 後継者について

【後継者について】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
	後継者がいる	30	28.8%	2	20.0%	0	0.0%	2	12.5%	13	59.1%	10
後継者はいないが、 後継者候補がいる	10	9.6%	2	20.0%	2	50.0%	2	12.5%	1	4.5%	2	4.7%
後継者候補を探している (探すことにしている)	9	8.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	13.6%	5	11.6%
事業譲渡を検討している	4	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	12.5%	0	0.0%	2	4.7%
今の事業は自分の代限り になると感じている	20	19.2%	3	30.0%	1	25.0%	5	31.3%	2	9.1%	8	18.6%
まだ考えていない	31	29.8%	3	30.0%	1	25.0%	5	31.3%	3	13.6%	16	37.2%
合計	104	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	16	100.0%	22	100.0%	43	100.0%

問7 事業計画(経営計画)の作成の有無

【作成の有無】	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
	毎年作成している	26	25.0%	3	30.0%	1	25.0%	1	6.3%	5	21.7%	14
作成したことがある	49	47.1%	6	60.0%	3	75.0%	8	50.0%	9	39.1%	17	40.5%
一度も作成したことがない	29	27.9%	1	10.0%	0	0.0%	7	43.8%	9	39.1%	11	26.2%
合計	104	100.0%	10	100.0%	4	100.0%	16	100.0%	23	100.0%	42	100.0%

問8 今後商工会議所がセミナーを開催する場合、どのセミナーに参加したいか(3つまで回答可)

【参加したいセミナー】	n = 96		n = 10		n = 4		n = 12		n = 20		n = 42	
	全体		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
経営計画作成セミナー	38	39.6%	1	10.0%	1	25.0%	7	58.3%	9	45.0%	18	42.9%
財務分析セミナー	31	32.3%	3	30.0%	1	25.0%	3	25.0%	9	45.0%	12	28.6%
人材活用セミナー	21	21.9%	1	10.0%	1	25.0%	1	8.3%	6	30.0%	10	23.8%
販路開拓セミナー	40	41.7%	4	40.0%	2	50.0%	6	50.0%	6	30.0%	21	50.0%
インターネット関連 セミナー	32	33.3%	3	30.0%	2	50.0%	7	58.3%	6	30.0%	12	28.6%
補助金活用セミナー	41	42.7%	6	60.0%	2	50.0%	5	41.7%	6	30.0%	18	42.9%
その他	7	7.3%	2	20.0%	1	25.0%	0	0.0%	1	5.0%	2	4.8%

2. アンケート票

FAX 046-264-0391 メールアドレス ymtkeiei@yamatocci.or.jp

大和市内経済動向調査アンケート票

大和商工会議所

貴社（事業所）の概要についてご記入、もしくは該当するもの1つに○を付けてください。

会社名						
代表者名						
代表者年齢	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
業種 (主たる業種1つに○を付けてください)	製造業 建設業 情報通信業 専門・技術サービス業 その他の業種 (卸売業 運輸業 不動産業・生活関連サービス業	小売業 飲食サービス業 金融業			
従業員数	0人 11~15人	1~5人 16~20人	6~10人 21人以上	※役員は除きます。専従者、および常用パート・アルバイトを含みます。		

問1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況について、該当する番号1つに○を付けてください。

		よい ←————→ わるい		
昨年の今頃 (平成28年10月~12月頃) と比べた 貴社の現状 (平成29年10月~12月頃)	売上	増加	横ばい	減少
	引き合い/客数	増加	横ばい	減少
	単価	上昇	不変	低下
	仕入価格	低下	不変	上昇
	経常利益(採算)	増加	横ばい	減少
	資金繰り	好調	不変	不調

問2 現在と比べた今後の経営環境等の見通しについて、該当する番号1つに○を付けてください。

		よい ←————→ わるい		
直近 (平成29年7月~12月頃) と比べた 貴社の今後の見通し (平成30年1月~6月頃)	売上	増加	横ばい	減少
	引き合い/客数	増加	横ばい	減少
	単価	上昇	不変	低下
	仕入価格	低下	不変	上昇
	経常利益(採算)	増加	横ばい	減少
	資金繰り	好調	不変	不調

