

# 經濟動向 調查報告書

<夏版>

平成 30 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。以下「小規模支援法」という。)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)。

大和商工会議所では、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を支援するため、管轄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、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、事業者を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30年7月12日～8月31日
調査対象	市内小規模事業者 980社
調査方法	メール、FAX、巡回訪問等により調査回収
回答数・回収率	184件 18.8%

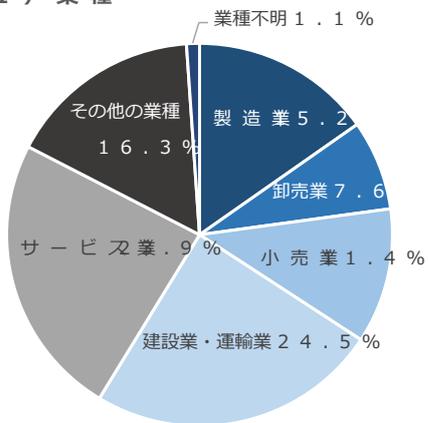
## 【目 次】

I	回答者の属性	
1.	回答者の属性	4
2.	回答者の属性（詳細）	4
II	単純集計	
III	クロス集計	
1.	景況感	21
	（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	28
3.	雇用の状況	31
	（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）当所と産業雇用安定センターとの連携協定による中小企業の人材確保支援の認知度 （業種ごと）	
4.	事業承継	33
	（1）事業承継の検討状況	
	（2）事業承継の相談先（従業員数ごと）	
5.	販路開拓	35
	（1）現在実施している販売促進・PR（業種ごと）	
	（2）売上の拡大効果があった販売促進・PR（業種ごと）	
	（3）インターネットを使った販売促進・PR（業種ごと）	
6.	事業計画（経営計画）	39
	（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.	主な平成29年度の補正予算の施策並びに平成30年度の当初予算の経済対策の活用	40
	（1）ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業（通称：ものづくり補助金）の認知度	
	（2）サービス等生産性向上IT導入支援事業（通称：IT導入補助金）の認知度	
	（3）小規模事業者支援パッケージ事業（通称：小規模事業者持続化補助金）の認知度	
	（4）軽減税率対策補助金（通称：レジ補助金）の認知度	
8.	総括	42
IV	参考資料（集計表、アンケート用紙）	
1.	集計表	46
2.	アンケート用紙	55

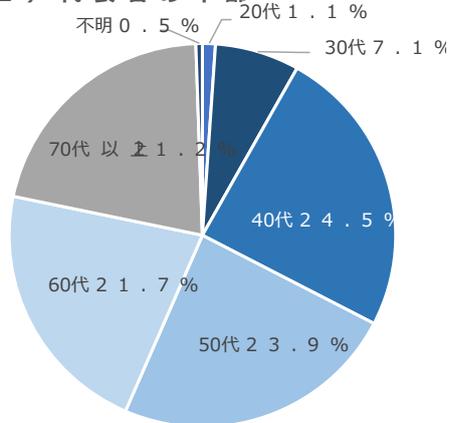
## I 回答者の属性

## 1. 回答者の属性

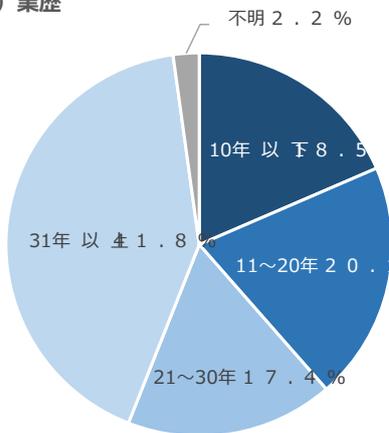
(1) 業種



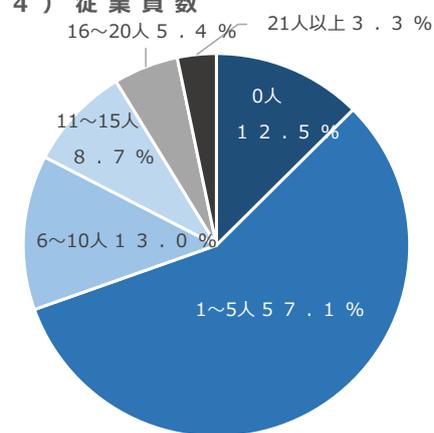
(2) 代表者の年齢



(3) 業歴



(4) 従業員数



## 2. 回答者の属性 (詳細)

(1) 業種

	全体	
	件数	%
製造業	28	15.2%
卸売業	14	7.6%
小売業	21	11.4%
建設業・運輸業	45	24.5%
建設業	43	23.4%
運輸業	2	1.1%
サービス業	44	23.9%
飲食サービス業	3	1.6%
情報通信業	3	1.6%
生活関連サービス業	11	6.0%
専門・技術サービス業	27	14.7%
その他の業種	30	16.3%
業種不明	2	1.1%
合計	184	100.0%

## (2) 代表者の年齢

	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	28	0.0%	2	7.1%	9	32.1%	6	21.4%	2	7.1%	9	32.1%	0	0.0%		
卸売業	14	7.1%	2	14.3%	2	14.3%	2	14.3%	5	35.7%	2	14.3%	0	0.0%		
小売業	21	0.0%	1	4.8%	6	28.6%	3	14.3%	9	42.9%	2	9.5%	0	0.0%		
建設業・運輸業	45	0.0%	1	2.2%	13	28.9%	12	26.7%	8	17.8%	11	24.4%	0	0.0%		
建設業	43	0.0%	1	2.3%	13	30.2%	11	25.6%	8	18.6%	10	23.3%	0	0.0%		
運輸業	2	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%		
サービス業	44	2.3%	5	11.4%	9	20.5%	11	25.0%	9	20.5%	9	20.5%	0	0.0%		
飲食サービス業	3	33.3%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%		
情報通信業	3	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%		
生活関連サービス業	11	0.0%	2	18.2%	3	27.3%	1	9.1%	3	27.3%	2	18.2%	0	0.0%		
専門・技術サービス業	27	0.0%	3	11.1%	4	14.8%	9	33.3%	4	14.8%	7	25.9%	0	0.0%		
その他の業種	30	0.0%	1	3.3%	6	20.0%	9	30.0%	7	23.3%	6	20.0%	1	3.3%		
業種不明	2	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%		
合計	184	1.1%	13	7.1%	45	24.5%	44	23.9%	40	21.7%	39	21.2%	1	0.5%		

## (3) 業歴

	全体		10年以下		11～20年		21～30年		31年以上		不明	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
製造業	28	3	10.7%	6	21.4%	5	17.9%	13	46.4%	1	3.6%	
卸売業	14	5	35.7%	3	21.4%	4	28.6%	2	14.3%	0	0.0%	
小売業	21	3	14.3%	3	14.3%	4	19.0%	11	52.4%	0	0.0%	
建設業・運輸業	45	4	8.9%	8	17.8%	9	20.0%	24	53.3%	0	0.0%	
建設業	43	4	9.3%	8	18.6%	9	20.9%	22	51.2%	0	0.0%	
運輸業	2	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	
サービス業	44	13	29.5%	10	22.7%	5	11.4%	13	29.5%	3	6.8%	
飲食サービス業	3	1	33.3%	0	0.0%	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%	
情報通信業	3	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	66.7%	0	0.0%	
生活関連サービス業	11	3	27.3%	3	27.3%	0	0.0%	4	36.4%	1	9.1%	
専門・技術サービス業	27	8	29.6%	7	25.9%	4	14.8%	6	22.2%	2	7.4%	
その他の業種	30	6	20.0%	7	23.3%	5	16.7%	12	40.0%	0	0.0%	
業種不明	2	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	
合計	184	34	18.5%	37	20.1%	32	17.4%	77	41.8%	4	2.2%	

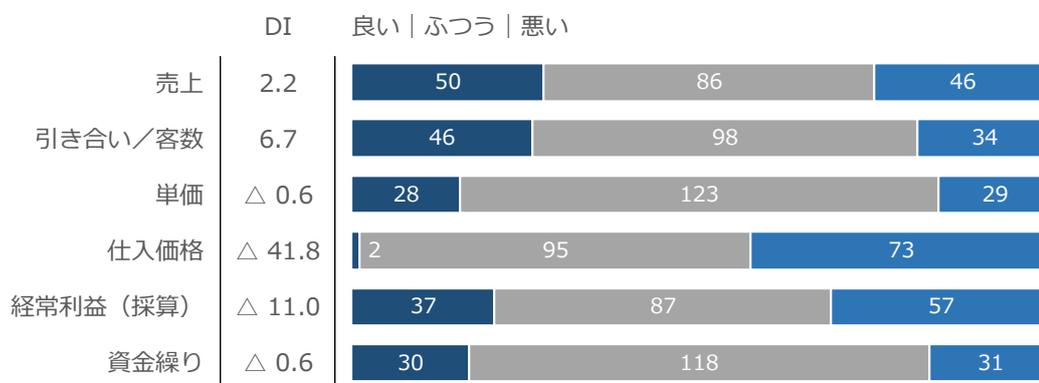
## (4) 従業員数

	全体		0人		1～5人		6～10人		11～15人		16～20人		21人以上	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
製造業	28	2	7.1%	11	39.3%	6	21.4%	5	17.9%	3	10.7%	1	3.6%	
卸売業	14	4	28.6%	9	64.3%	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
小売業	21	3	14.3%	15	71.4%	2	9.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	
建設業・運輸業	45	1	2.2%	23	51.1%	9	20.0%	5	11.1%	5	11.1%	2	4.4%	
建設業	43	1	2.3%	23	53.5%	9	20.9%	4	9.3%	4	9.3%	2	4.7%	
運輸業	2	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	1	50.0%	0	0.0%	
サービス業	44	7	15.9%	29	65.9%	3	6.8%	3	6.8%	0	0.0%	2	4.5%	
飲食サービス業	3	0	0.0%	1	33.3%	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	
情報通信業	3	1	33.3%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	
生活関連サービス業	11	1	9.1%	7	63.6%	0	0.0%	2	18.2%	0	0.0%	1	9.1%	
専門・技術サービス業	27	5	18.5%	21	77.8%	1	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
その他の業種	30	5	16.7%	18	60.0%	2	6.7%	3	10.0%	2	6.7%	0	0.0%	
業種不明	2	1	50.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
合計	184	23	12.5%	105	57.1%	24	13.0%	16	8.7%	10	5.4%	6	3.3%	

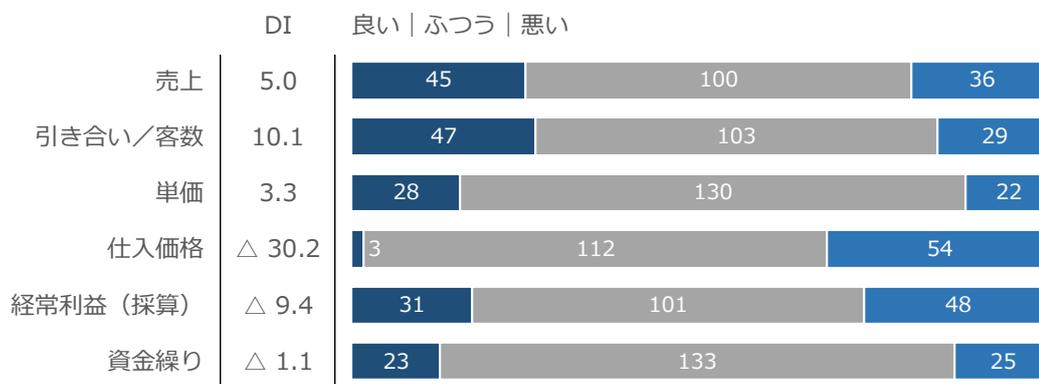
- ・ 小規模事業者数 164 事業者（小規模事業者割合 89.3%）
- ・ 従業員基準により小規模事業者に該当しない事業者 12 事業者
- ・ 業種又は従業員数が不明で小規模事業者に該当しない事業者 14 事業者

## Ⅱ 単純集計

問1 昨今の頃（平成29年4月～6月頃）と比べた現在（平成30年4月～6月頃）の経営環境等の状況



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



問3 現在の経営上の問題点（3つまで回答可）（n=177）

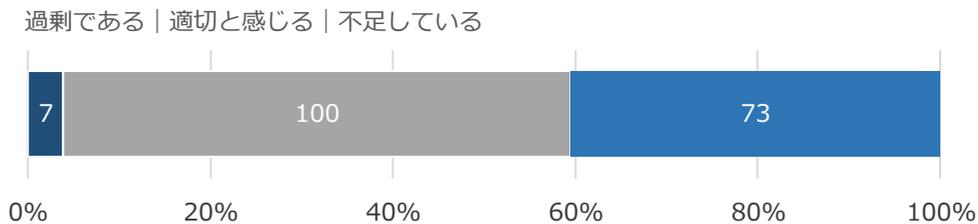


◆「その他」の内容

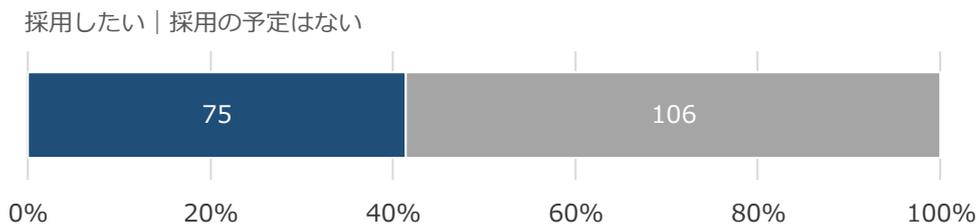
製造業	産業廃棄物処分費と輸送費の高騰
	建物の老朽化
建設業	新人育成
	厚生年金加入後の利益圧迫
	従業員の高齢化、仕事量の平均化が難しい
生活関連サービス業	情報媒体の変化
	経済低迷、住宅産業の低迷、土地建築費の高騰
専門・技術サービス業	潜在ニーズ顧客へPR、そして受注への取り込み手法
	2020年オリンピック問題
	従業員確保
その他の業種	営業力の不足
	顧客の高まるニーズへの対応

#### 問4 雇用の状況

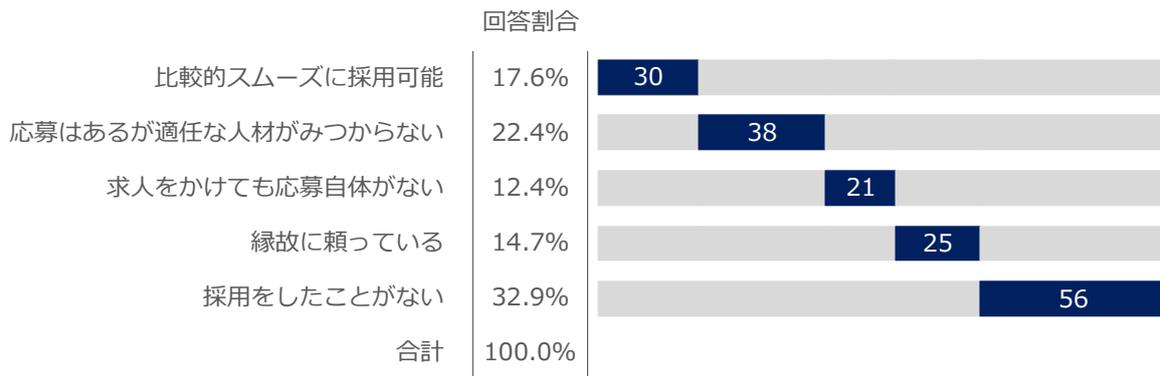
##### (1) 現在の人員の状況 (n=180)



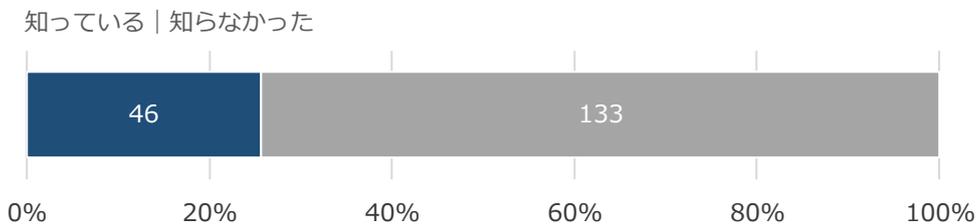
##### (2) 今後の採用の予定 (n=181)



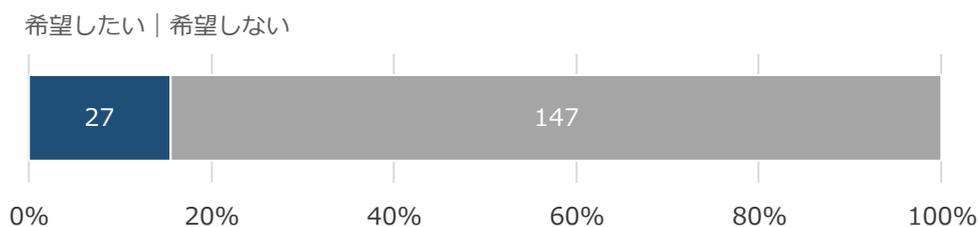
##### (3) 採用に関する状況 (n=170)



##### (4) 当所が「公益財団法人産業雇用安定センター 神奈川事務所」と連携協定を結び、大和市内の中小企業の人材確保を支援していることを知っていたか (n=179)

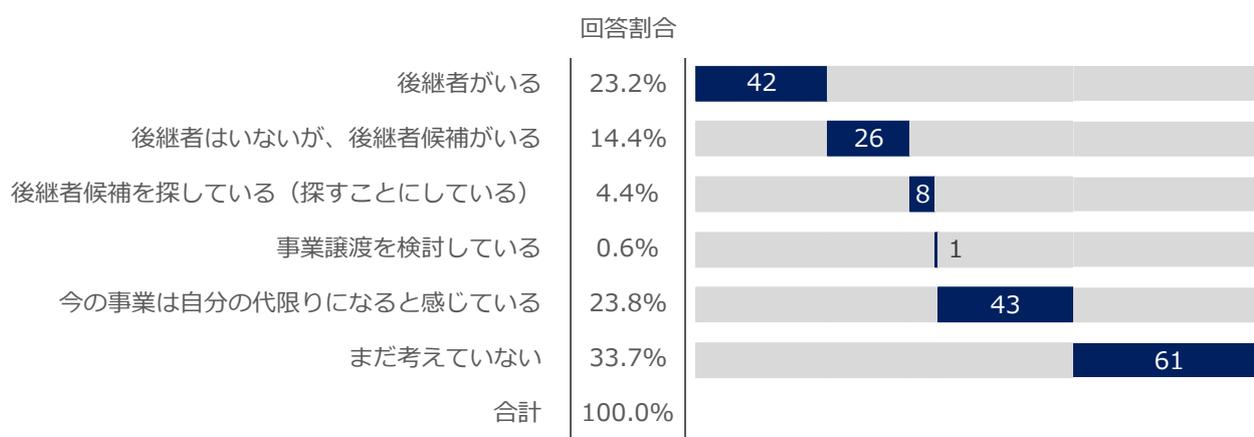


(5) 産業雇用安定センターの求人活用を希望するか (n=174)



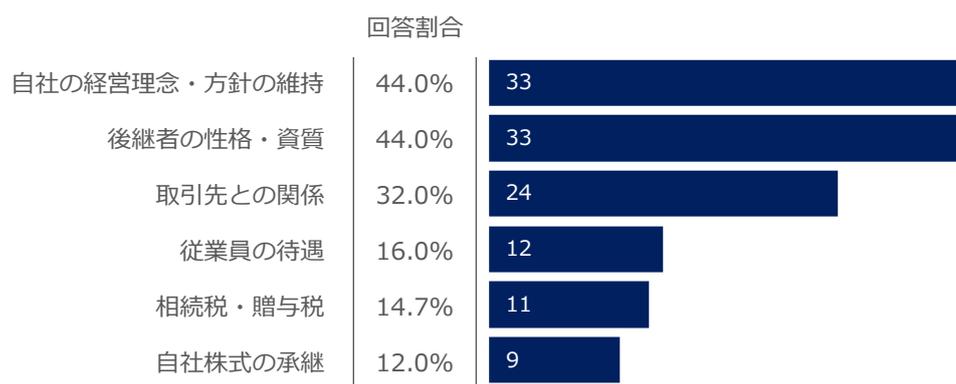
問5 事業承継

(1) 後継者の状況 (n=181)



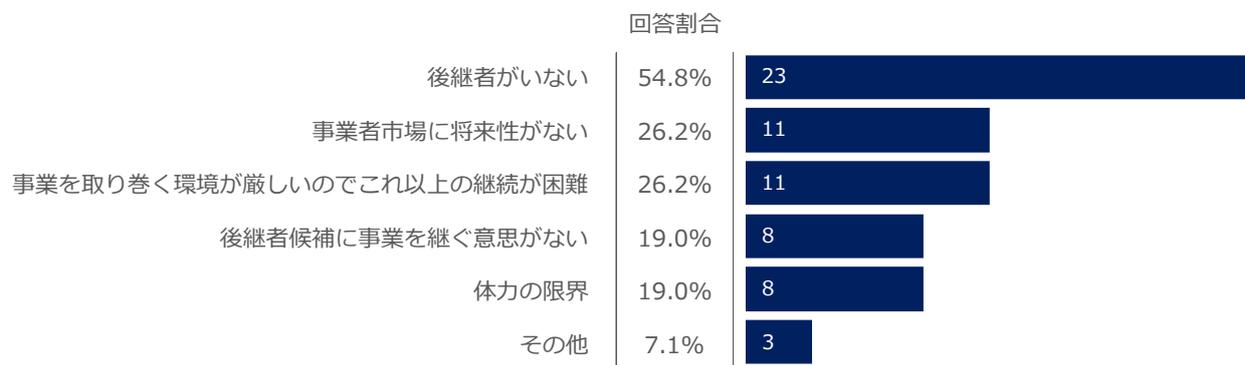
(2) 事業承継にあたっての課題 (2つまで回答可) (n=75)

※ (1) で「後継者がいる」「後継者はいないが、後継者候補がいる」「後継者候補を探している (探すことにしている)」を選択した方に質問



### (3) 今の事業は自分の代限りになる理由（2つまで回答可）（n=42）

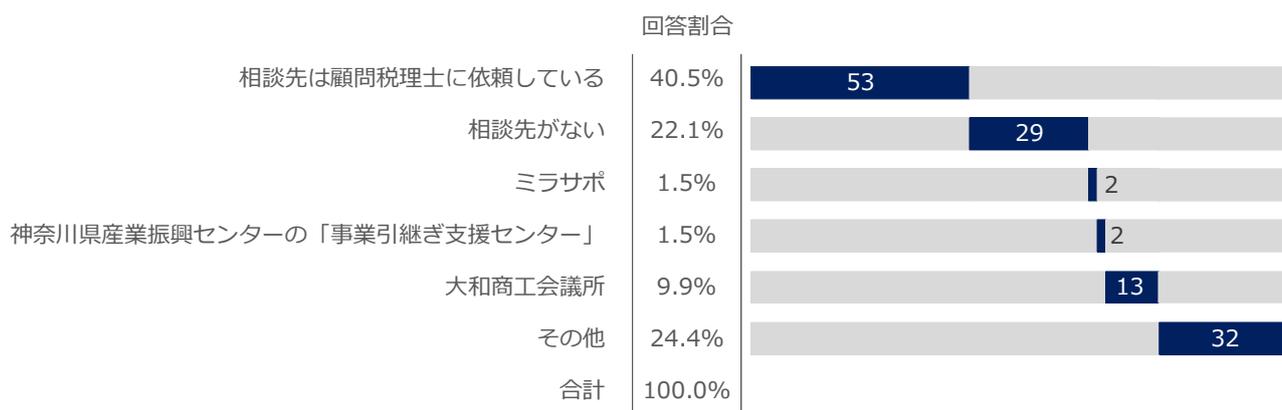
※（1）で「今の事業は自分の代限りになると感じている」を選択した方に質問



#### ◆「その他」の内容

小売業	継がせるほどの魅力がない
建設業	継がせる気がない
その他の業種	税金の問題

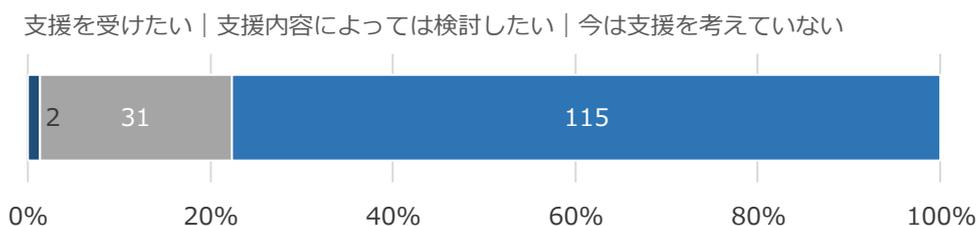
#### (4) 事業承継の相談先 (n=131)



#### ◆「その他」の内容

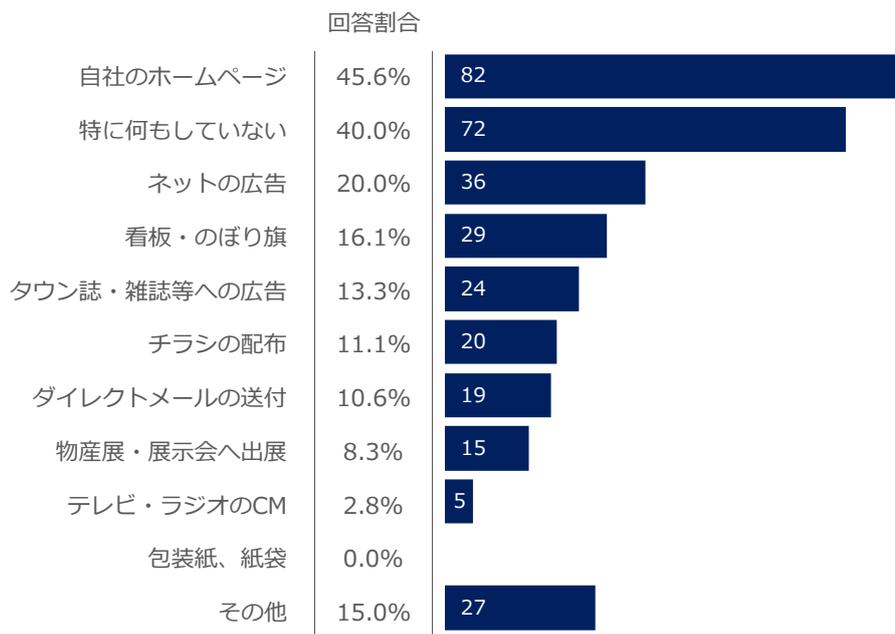
製造業	本社
	兼業を可として育成中
	考えていない (他 1 件同様の意見あり)
小売業	本社
	未定
建設業	同業他社
	取引先
	銀行・税理士
	この件を決定しなければならないときは、アンケート回答項目の方々へ相談すると思います
	考えていない (他 1 件同様の意見あり)
生活関連サービス業	本社
	親会社の意向
専門・技術サービス業	承継したばかりでまだ考えていない
その他の業種	同業の仲間
	士業の先生
	これからの状況に応じて自分で判断していきます
	考えていない (他 2 件同様の意見あり)

#### (5) (4) について、商工会議所に事業承継の支援を希望するか (n=148)



問6 販売促進・PR

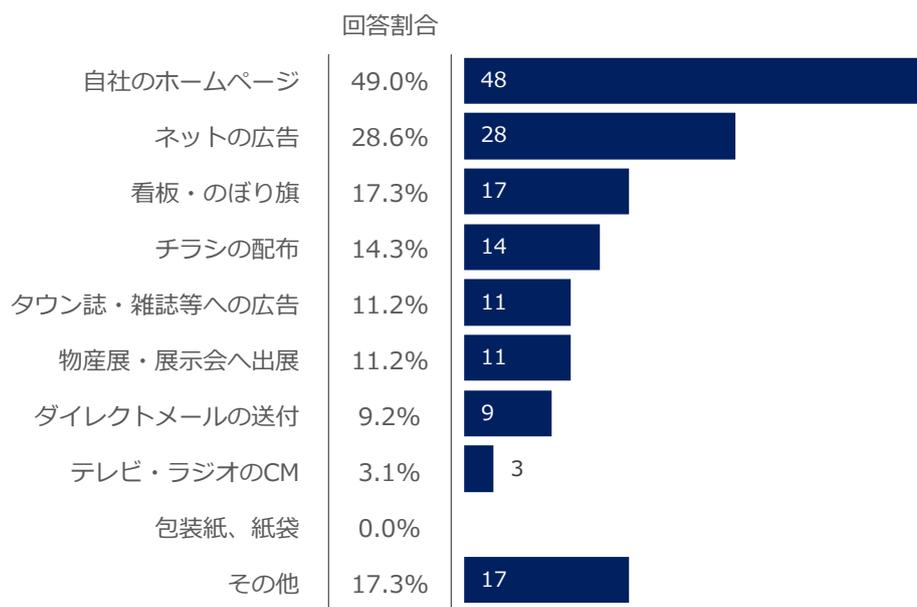
(1) 現在実施している販売促進・PR (3つまで回答可) (n=180)



◆「その他」の内容

製造業	販売商社の開発
卸売業	新規開拓・掘り起こし、紹介、交流会
小売業	新聞チラシ
	ポイントカード
	店の公式LINE
	営業年数による口コミ
建設業	郵便局にチラシをおいていただく
	現場の公開
	紹介
	お客様紹介サイトへ登録
	指名にて受注している
	依頼された仕事をより丁寧にすることに努めます
	OB客と年4回ほどイベントをする
生活関連サービス業	こくちーずへの掲載
	商工会議所イベントの参加
専門・技術サービス業	ブログ
	人脈の拡大・紹介等の充実
その他の業種	現地販売会開催など
	クーポン付ショッピングカードをお店に置かせてもらっている
	不動産仲介会社へ広告を依頼
	クライアントからの紹介のみ
業種不明	大和市民民便利帳への広告他

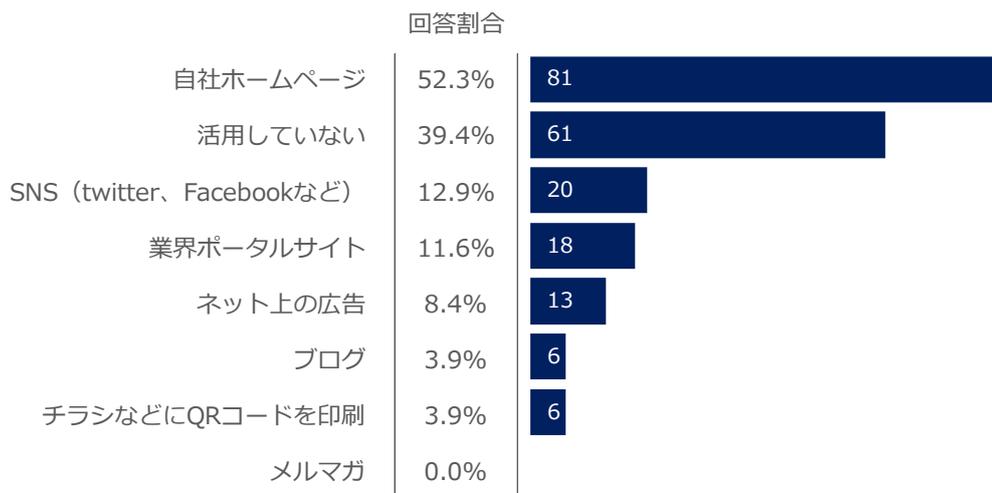
(2) (1) で選ばれたもののうち、売上の拡大に効果があったもの (3つまで回答可) (n=98)



◆「その他」の内容

卸売業	紹介
小売業	新聞チラシ
	ポイントカード
建設業	郵便局にチラシをおいていただく
	お客様紹介サイトへ登録
	依頼された仕事をより丁寧にするに努める
	OB客と年4回ほどイベントをする
生活関連サービス業	商工会議所イベントの参加
専門・技術サービス業	人脈の拡大・紹介等の充実
その他の業種	クーポン付ショップカードをお店に置かせてもらっている
業種不明	大和市市民便利帳への広告他

(3) インターネットを使った販売促進（2つまで回答可）（n=155）



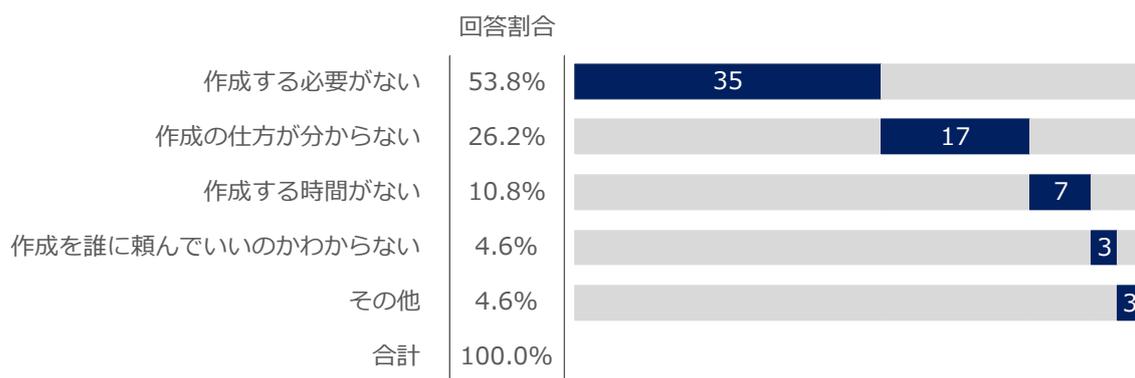
問7 事業計画（経営計画）

(1) 事業計画（経営計画）の作成の有無（n=182）



(2) 作成しない理由（n=65）

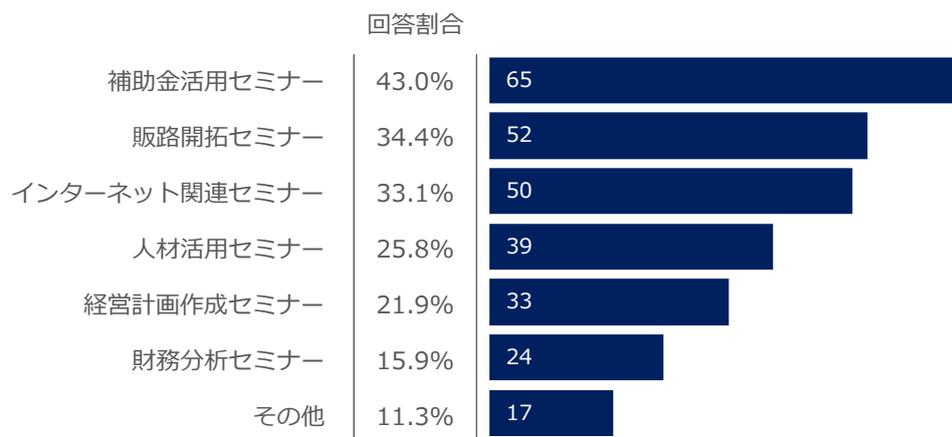
※（1）で「一度も作成したことがない」と答えた方に質問



◆「その他」の内容

生活関連サービス業	事業展開の方法を模索中の為
専門・技術サービス業	特に拡張を望んでいない
その他の業種	優先順位がつけられていない

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=151)



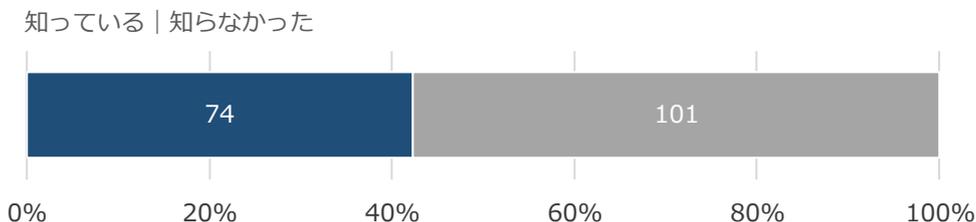
◆「その他」の内容

製造業	労務管理センター
	iPad の使い方等の活用方法
建設業	当社のグループ企業の紹介
	社員能力向上セミナー
	時間があれば参加を考えます
飲食サービス業	外国人採用やのれんわけ等の独立について
生活関連サービス業	交流イベント
その他の業種	相続対策など不動産業に関するセミナー
	女性会に加入してどのように自分の仕事に活用できるか?

問9 主な平成29年度の補正予算の施策並びに平成30年度の当初予算の経済対策の活用について

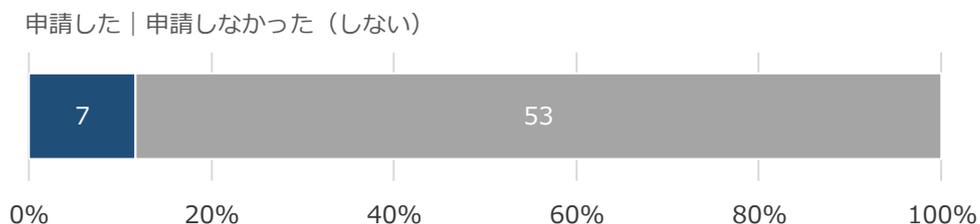
(1) ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業

① ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業を知っていたか (n=175)



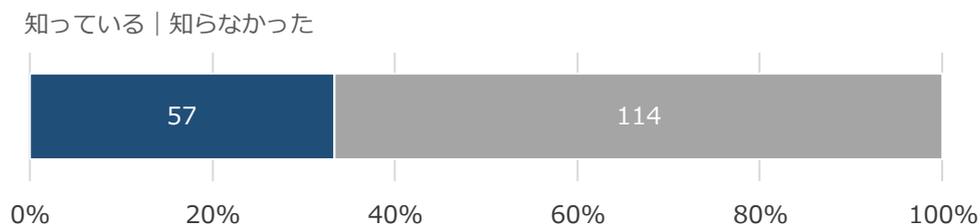
② ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業を申請したか (n=60)

※①で「知っている」と答えた方に質問



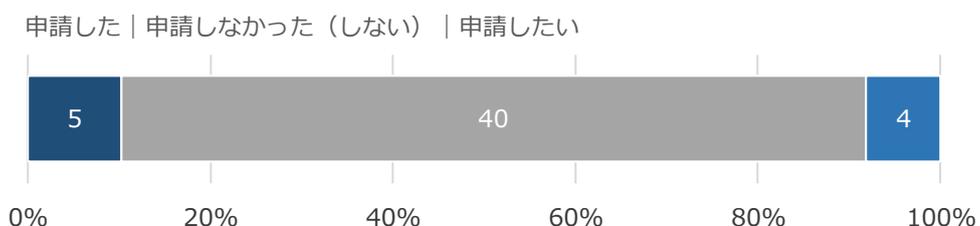
(2) サービス等生産性向上 IT 導入支援事業

① サービス等生産性向上 IT 導入支援事業を知っていたか (n=171)



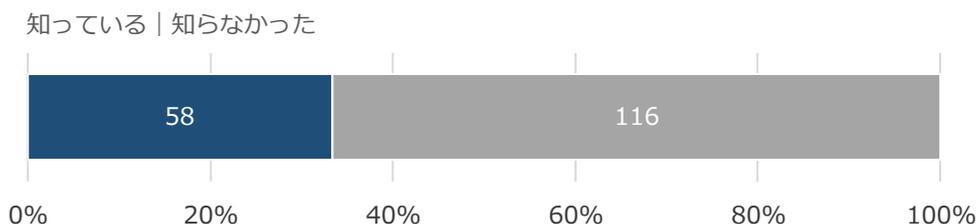
② サービス等生産性向上 IT 導入支援事業を申請したか (n=49)

※①で「知っている」と答えた方に質問



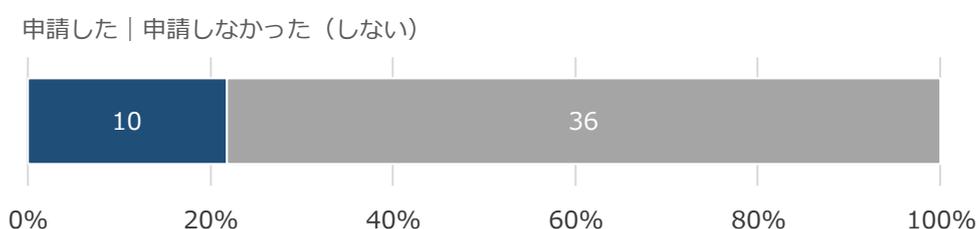
**(3) 小規模事業者支援パッケージ事業（通称：小規模事業者持続化補助金）**

①小規模事業者支援パッケージ事業（通称：小規模事業者持続化補助金）を知っていたか（n=174）



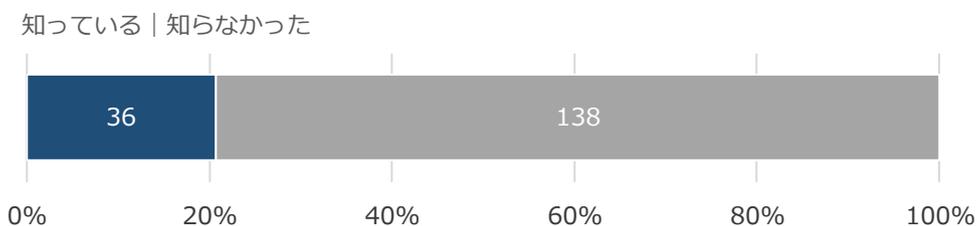
②小規模事業者支援パッケージ事業（通称：小規模事業者持続化補助金）を申請したか（n=46）

※①で「知っている」と答えた方に質問



**(4) 軽減税率対策補助金（通称：レジ補助金）**

①軽減税率対策補助金を知っていたか（n=174）



②軽減税率対策補助金を申請したか（n=30）

※①で「知っている」と答えた方に質問



**(5) その他の補助金活用があれば名称**

回答なし

問 10 商工会議所への要望等

<p><b>製造業</b></p>	<p>本社を大和から移してしまいましたが、困ったことがあると大和商工会議所さんなので、大変勝手を申しますが今後ともご指導のほどを宜しくお願いします。</p>
<p><b>飲食サービス業</b></p>	<p>商工会議所にて知人が興味ありそうなセミナー開催を私が知っていたので外食時に知人にセミナー参加を紹介しようと HP を検索したが過去のセミナーのみの掲載だったので、紹介できなかった。チラシ等で告知している場合、迅速な HP の更新が必要かと思います。</p>
<p><b>情報通信業</b></p>	<p>おかげさまで、平成 29 年度補正「ものづくり・商業・サービス経営力向上支援補助金」の採択と、「先端設備導入計画」の認定を受けることができました。今期は増収増益で決算を迎えられそうです。大和商工会議所へ入会して良かったです。今後ともご指導、ご鞭撻のほどをよろしく願いいたします。</p>
<p><b>専門・技術サービス業</b></p>	<p>補助金等の支援情報を具体的事例あげて、知らせて頂きたい。</p>
<p><b>その他の業種</b></p>	<p>受動喫煙対策</p>
	<p>気楽に相談できる雰囲気大切だと思います。 取引先が限られているため、独自の営業活動になってしまいます。</p>

### Ⅲ クロス集計

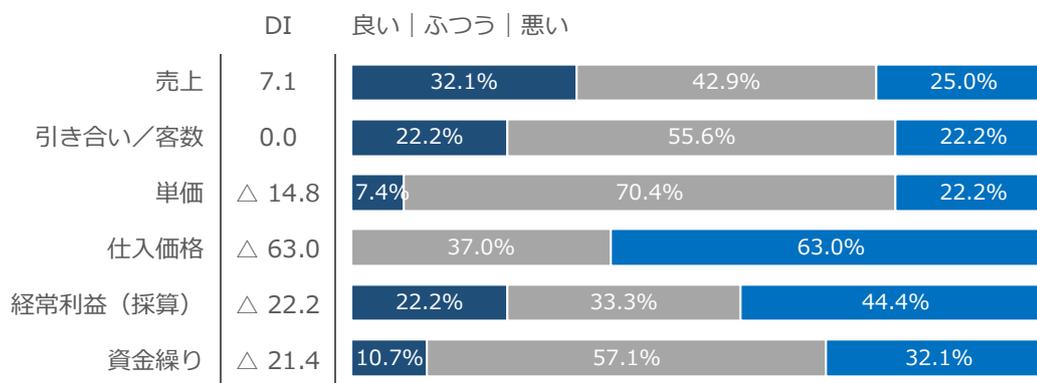
## 1. 景況感

### (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。

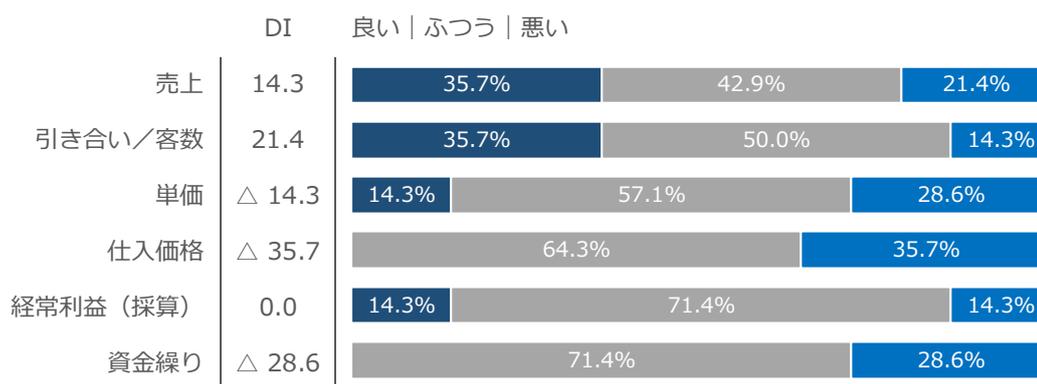
#### ①製造業 (前年同期比)

売上D Iが 7.1 ポイントとプラス値になっており、売上が増加した事業者の割合が高いことが読み取れる。一方、経常利益 (採算) D Iは $\Delta$ 22.2 ポイントとマイナス値であり、売上の増加が利益に結びついていない。仕入価格D Iが $\Delta$ 63.0 ポイントになっていることから、原材料価格の上昇がひとつの要因となっていることがわかる。



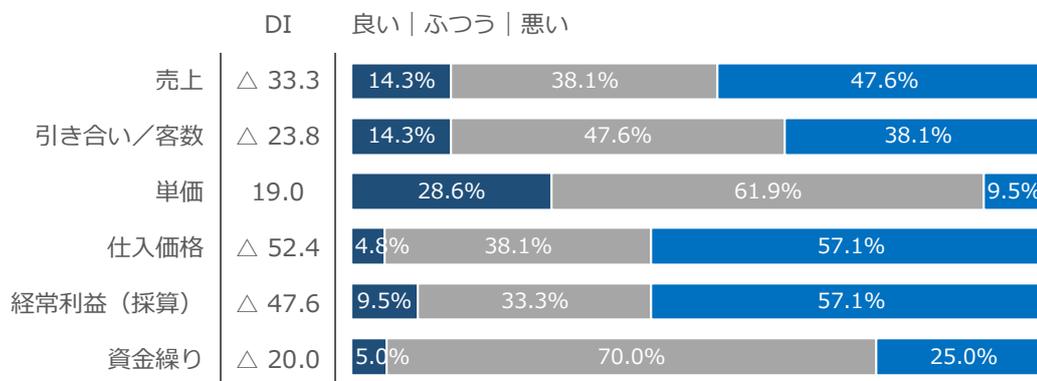
#### ②卸売業 (前年同期比)

売上D Iは 14.3 ポイントとプラス値であるものの、経常利益D Iが 0.0 ポイントと売上D Iよりも低い値になっている。ひとつの要因として、製造業同様、仕入価格の上昇 (仕入価格D I :  $\Delta$ 35.7 ポイント) が考えられる。



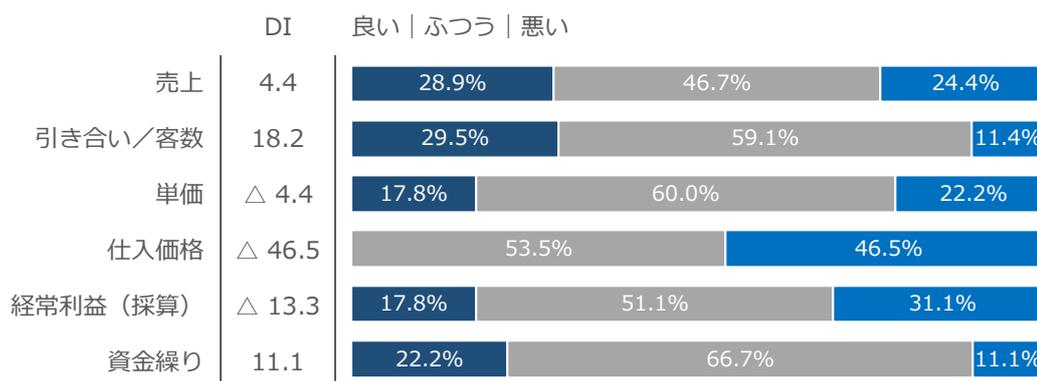
### ③小売業（前年同期比）

客数／引き合いの減少を受け、売上D Iが△33.3ポイントとマイナス値になっている。また、仕入価格D Iが△52.4ポイントとなっており、仕入価格が上昇していることがわかる。この結果、経常利益D Iが△47.6ポイントと、すべての業種の中でもっとも低くなっている。



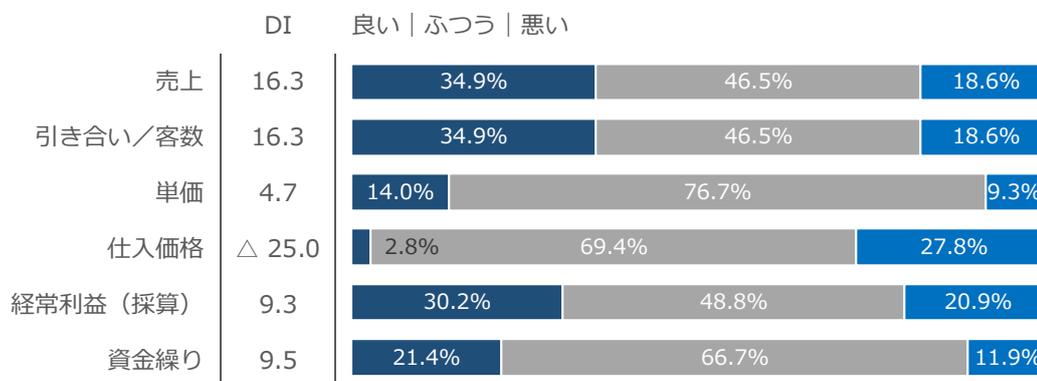
### ④建設業・運輸業（前年同期比）

売上D Iは4.4ポイントとプラス値であるものの、経常利益（採算）D Iが△13.3とマイナス値に転じている。ひとつの要因として、仕入価格の上昇（仕入価格D I：△46.5ポイント）が考えられる。



### ⑤サービス業（前年同期比）

売上D Iが16.3ポイントとすべての業種のなかでもっとも高い。また、経常利益（採算）D Iも9.3ポイントとプラス値であり、利益を確保できている事業者の割合が高いといえる。



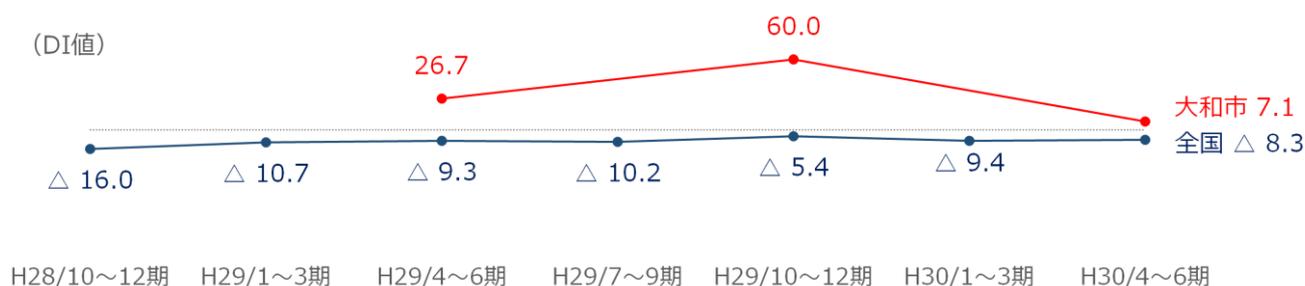
## (2) 景況感の全国比較

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。結果は、前回調査（平成29年10～12月期の景況感）、前々回調査（平成29年4～6月期の景況感）の調査結果と比較して分析する。

### ① 製造業

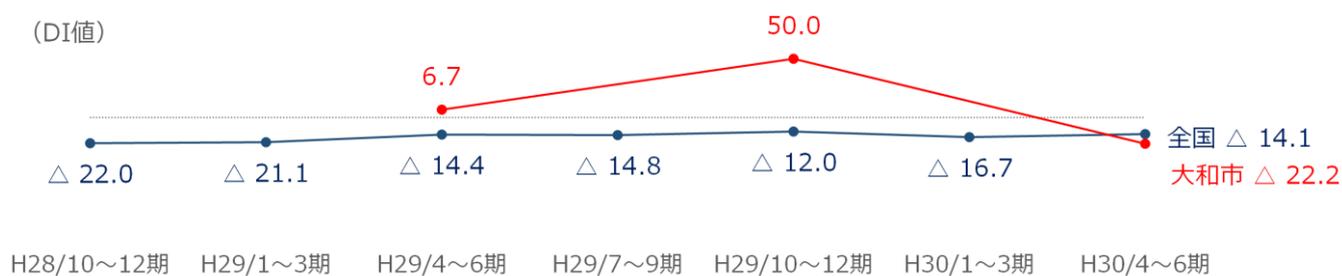
#### ◆ 売上高DI

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値は前回調査の60.0ポイントから今回調査の7.1ポイントへ大幅に悪化している。



#### ◆ 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値は前回調査の50.0ポイントから今回調査の△22.2ポイントへ大幅に悪化している。



#### ◆ 資金繰りDI

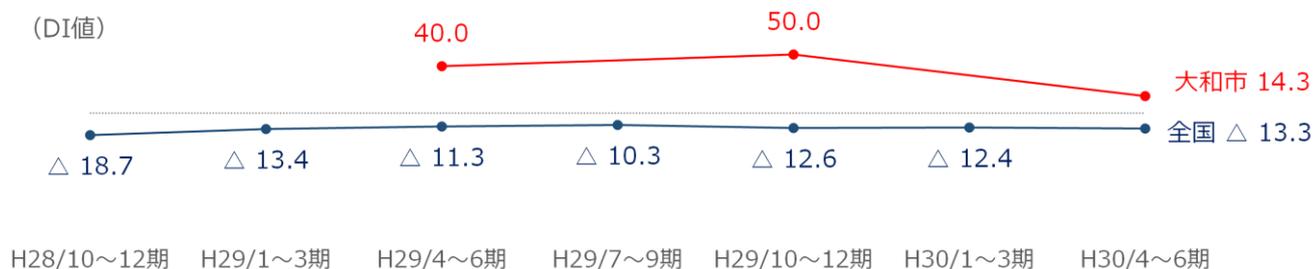
全国値の推移をみると直近期は好転傾向にある。大和市のDI値は前々回調査の21.4ポイントから、前回調査の10.0ポイント、今回調査の△21.4ポイントへ継続して悪化傾向にある。



## ②卸売業

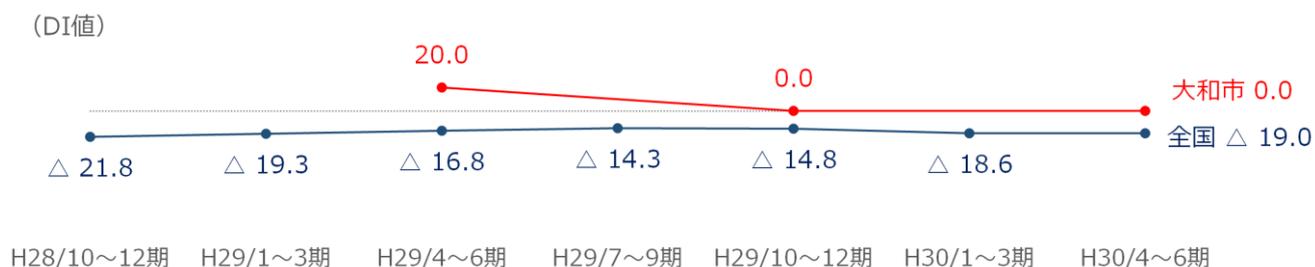
### ◆売上高D I

全国値の推移をみると直近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、前回調査の50.0ポイントから今回調査の14.3ポイントへ大幅に悪化している。



### ◆採算（経常利益）D I

全国値の推移をみると直近3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。



### ◆資金繰りD I

全国値の推移をみると直近3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、前回調査の△25.0ポイントから今回調査の△28.6ポイントへ悪化している。



### ③小売業

#### ◆売上高D I

全国値の推移をみると直近期は悪化傾向にある。大和市のD I 値は前回調査の△6.7ポイントから今回調査の△33.3ポイントへ大幅に悪化している。

(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おり、かつ、前回調査の△46.7ポイントから今回調査の△47.6ポイントへ悪化している。

(DI値)



#### ◆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、前回調査の△40.0ポイントから今回調査の△20.0ポイントへ大幅に好転している。

(DI値)



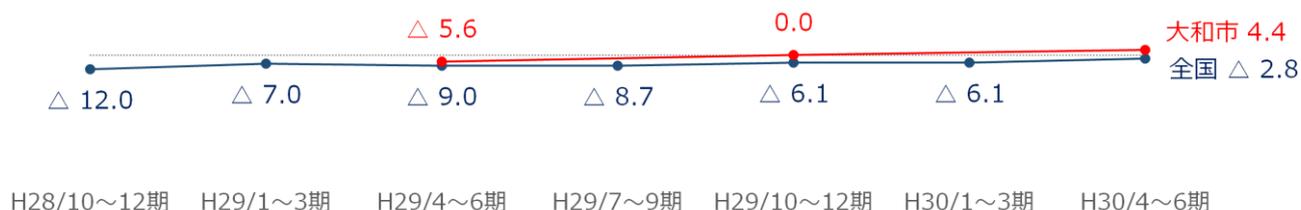
#### ④建設業・運輸業

※全国値は「建設業」のものを掲載している

##### ◆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、前回調査の0.0ポイントから今回調査の4.4ポイントへ好転している。

(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いるが、前回調査の△30.4ポイントから今回調査の△13.3ポイントへ好転している。

(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いるが、前回調査の13.0ポイントから今回調査の11.1ポイントへ悪化している。

(DI値)



## ⑤サービス業

### ◆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、前回調査の 11.9 ポイントから今回調査の 16.3 ポイントへ好転している。

(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転じている。大和市のD I 値は前回調査の△14.3 ポイントから今回調査の 9.3 ポイントへ好転している。

(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転じている。大和市のD I 値は前回調査の△11.9 ポイントから今回調査の 9.5 ポイントへ大幅に好転している。

(DI値)



## 2. 経営上の問題点

大和市の事業者の経営上の問題点を分析する。なお、分析は、前回調査（平成 29 年 10～12 月期）、前々回調査（平成 29 年 4～6 月期）と比較して実施する。

### ①製造業

今回調査をみると、「原材料（仕入）価格の上昇」「売上（受注）不振」の割合が高い。これらの割合は、前々回調査、前回調査と徐々に割合が増加している。

	H29年4～6月期 n=14	H29年10～12月期 n=10	今回調査 n=28
売上（受注）不振	28.6%	30.0%	39.3%
販売（出荷）価格の低迷	0.0%	20.0%	17.9%
原材料（仕入）価格の上昇	21.4%	30.0%	42.9%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	0.0%	0.0%
人件費の上昇	28.6%	30.0%	28.6%
労働力不足	35.7%	40.0%	21.4%
IT利活用	0.0%	0.0%	0.0%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	28.6%	10.0%	14.3%
資金不足・資金の調達難	28.6%	30.0%	21.4%
金利負担の増大	0.0%	0.0%	0.0%
技術力不足	14.3%	0.0%	21.4%
生産（受注）能力の低下・不足	14.3%	0.0%	7.1%
後継者問題	7.1%	0.0%	14.3%
顧客・消費者ニーズの変化	28.6%	10.0%	14.3%
立地条件の悪化・環境問題	7.1%	0.0%	7.1%
為替レートの変動	7.1%	0.0%	3.6%
その他	14.3%	0.0%	7.1%

### ②卸売業 ※前回調査、前々回調査の回答数が少ないため比較分析は行わない

「売上（受注）不振」の割合がもっとも高いが、「販売（出荷）価格の低迷」「原材料（仕入）価格の上昇」「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」の割合も高くなっており、事業者ごとにさまざまな問題点を抱えているといえる。

	H29年4～6月期 n=5	H29年10～12月期 n=4	今回調査 n=13
売上（受注）不振	80.0%	25.0%	38.5%
販売（出荷）価格の低迷	0.0%	25.0%	30.8%
原材料（仕入）価格の上昇	0.0%	25.0%	30.8%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	25.0%	7.7%
人件費の上昇	20.0%	0.0%	15.4%
労働力不足	0.0%	25.0%	15.4%
IT利活用	0.0%	0.0%	23.1%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	0.0%	50.0%	30.8%
資金不足・資金の調達難	80.0%	25.0%	30.8%
金利負担の増大	20.0%	25.0%	0.0%
技術力不足	0.0%	0.0%	0.0%
生産（受注）能力の低下・不足	0.0%	25.0%	0.0%
後継者問題	0.0%	0.0%	0.0%
顧客・消費者ニーズの変化	40.0%	25.0%	30.8%
立地条件の悪化・環境問題	20.0%	0.0%	0.0%
為替レートの変動	20.0%	25.0%	15.4%
その他	0.0%	0.0%	0.0%

### ③小売業

今回調査をみると、「売上（受注）不振」「顧客・消費者ニーズの変化」の割合が高い。しかし、1年前（平成29年4～6月期）と比較すると、これらの割合は減少している。一方、1年前と比較して「資金不足・資金の調達難」の回答割合が増加している。

	H29年4～6月期 n=14	H29年10～12月期 n=15	今回調査 n=21
売上（受注）不振	78.6%	53.3%	57.1%
販売（出荷）価格の低迷	21.4%	40.0%	28.6%
原材料（仕入）価格の上昇	28.6%	40.0%	14.3%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	0.0%	0.0%
人件費の上昇	14.3%	13.3%	14.3%
労働力不足	21.4%	20.0%	23.8%
IT利活用	0.0%	0.0%	14.3%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	7.1%	6.7%	9.5%
資金不足・資金の調達難	7.1%	20.0%	23.8%
金利負担の増大	0.0%	0.0%	0.0%
技術力不足	0.0%	0.0%	4.8%
生産（受注）能力の低下・不足	7.1%	0.0%	0.0%
後継者問題	14.3%	20.0%	19.0%
顧客・消費者ニーズの変化	64.3%	20.0%	33.3%
立地条件の悪化・環境問題	14.3%	6.7%	9.5%
為替レートの変動	7.1%	0.0%	0.0%
その他	0.0%	6.7%	0.0%

#### ④建設業・運輸業

今回調査をみると、「労働力不足」「人件費の上昇」「売上（受注）不振」の割合が高い。これらの割合は、前々回調査、前回調査でも同様に高く、近年の共通課題となっていることがわかる。

	H29年4～6月期 n=17	H29年10～12月期 n=22	今回調査 n=45
売上（受注）不振	35.3%	27.3%	28.9%
販売（出荷）価格の低迷	0.0%	9.1%	6.7%
原材料（仕入）価格の上昇	23.5%	40.9%	17.8%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	0.0%	0.0%
人件費の上昇	47.1%	31.8%	37.8%
労働力不足	64.7%	54.5%	60.0%
IT利活用	5.9%	0.0%	8.9%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	17.6%	22.7%	13.3%
資金不足・資金の調達難	11.8%	4.5%	6.7%
金利負担の増大	0.0%	0.0%	0.0%
技術力不足	5.9%	0.0%	17.8%
生産（受注）能力の低下・不足	0.0%	9.1%	15.6%
後継者問題	41.2%	18.2%	22.2%
顧客・消費者ニーズの変化	0.0%	13.6%	13.3%
立地条件の悪化・環境問題	5.9%	0.0%	2.2%
為替レートの変動	0.0%	0.0%	0.0%
その他	0.0%	0.0%	6.7%

#### ⑤サービス業

今回調査をみると、「労働力不足」「売上（受注）不振」「顧客・消費者ニーズの変化」の割合が高い。「労働者不足」をみると、前々回調査、前回調査と徐々に割合が増加している。

	H29年4～6月期 n=39	H29年10～12月期 n=40	今回調査 n=43
売上（受注）不振	43.6%	50.0%	34.9%
販売（出荷）価格の低迷	12.8%	10.0%	0.0%
原材料（仕入）価格の上昇	12.8%	22.5%	11.6%
製品（商品）在庫の増大	5.1%	2.5%	2.3%
人件費の上昇	30.8%	30.0%	25.6%
労働力不足	17.9%	22.5%	37.2%
IT利活用	7.7%	0.0%	20.9%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	12.8%	10.0%	9.3%
資金不足・資金の調達難	15.4%	15.0%	7.0%
金利負担の増大	2.6%	2.5%	0.0%
技術力不足	10.3%	5.0%	7.0%
生産（受注）能力の低下・不足	7.7%	5.0%	9.3%
後継者問題	10.3%	10.0%	16.3%
顧客・消費者ニーズの変化	46.2%	25.0%	32.6%
立地条件の悪化・環境問題	2.6%	15.0%	0.0%
為替レートの変動	0.0%	2.5%	0.0%
その他	12.8%	5.0%	14.0%

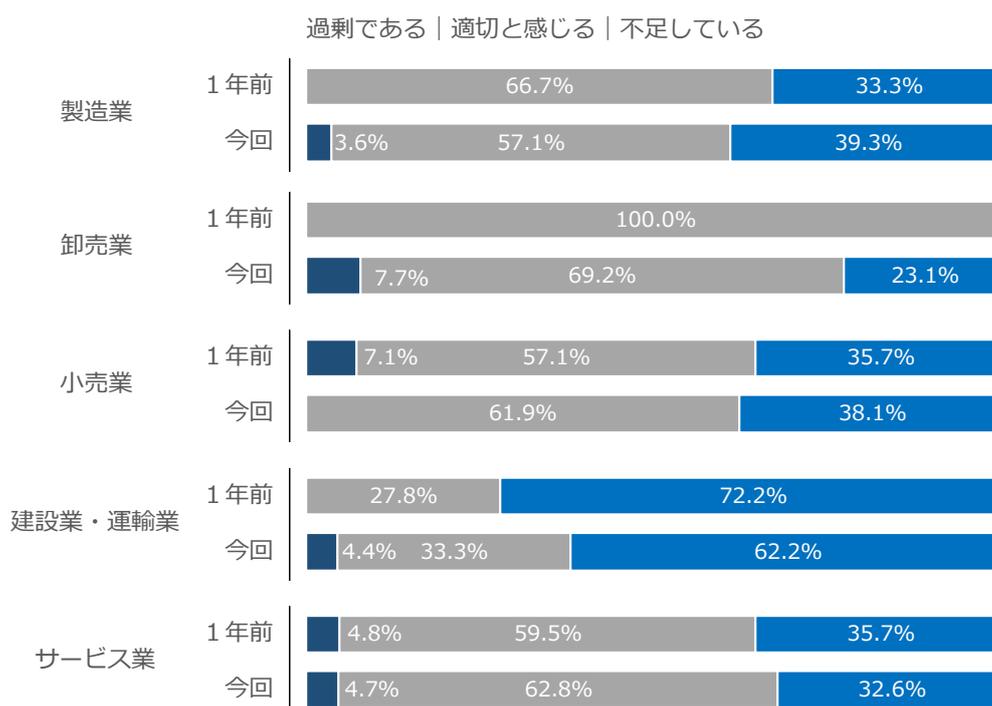
### 3. 雇用の状況

大和市の事業者の雇用の状況を分析する。

#### (1) 現在の人員の充足度（業種ごと）

「(人員が) 不足している」割合をみると、建設業・運輸業が 62.2%ともっとも高い。また、製造業、小売業、サービス業でも3割超の事業者が人手不足と感じている。

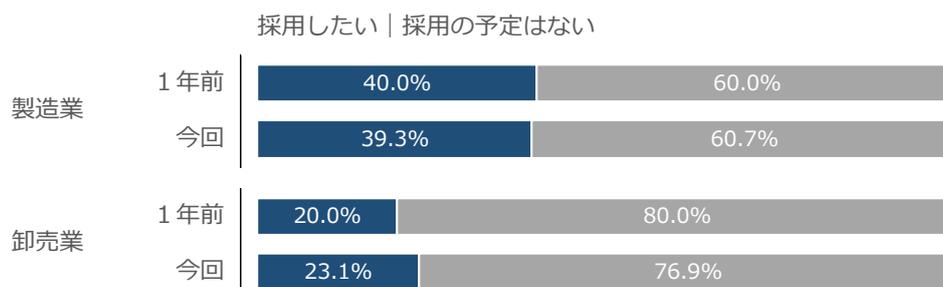
1年前（平成 29 年 4～6 月期）と比較すると、建設業・運輸業、サービス業で割合が低下しているが、その他の業種では不足感が上昇している。

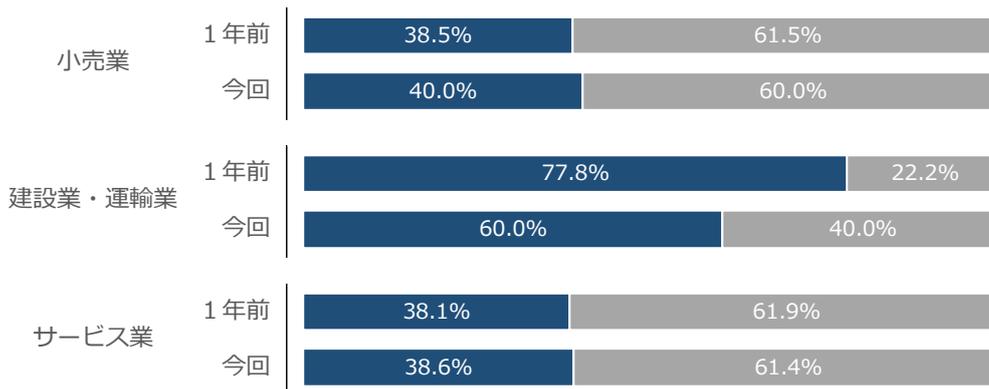


#### (2) 今後の採用予定（業種ごと）

製造業 39.3%、卸売業 23.1%、小売業 40.0%、建設業・運輸業 60.0%、サービス業 38.6%が「採用したい」と回答。各業種において高い割合で、採用希望があることが読み取れる。

1年前（平成 29 年 4～6 月期）と比較すると、建設業・運輸業において採用希望割合が低下しているものの、その他の業種では、1年前と同程度の採用希望が継続しているといえる。

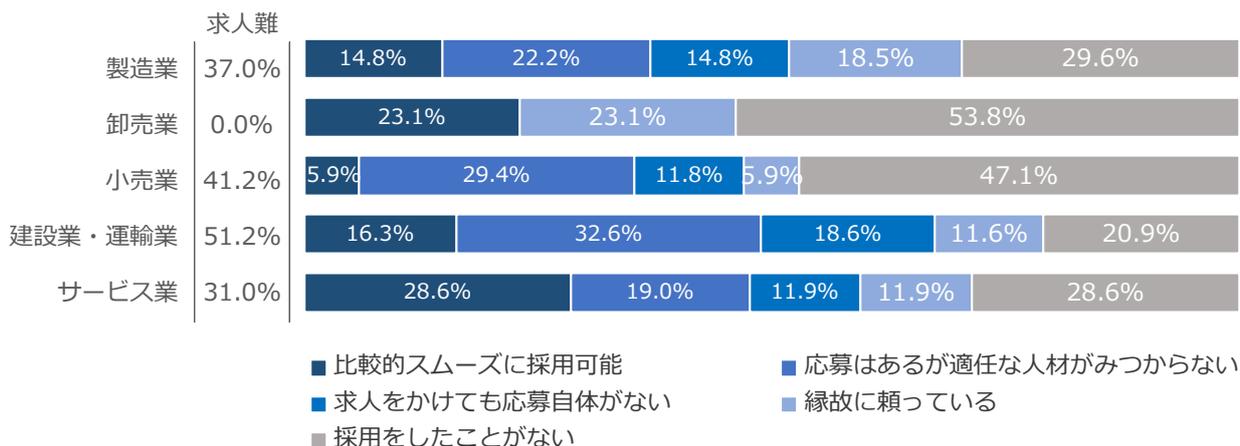




### (3) 採用に関する状況（業種ごと）

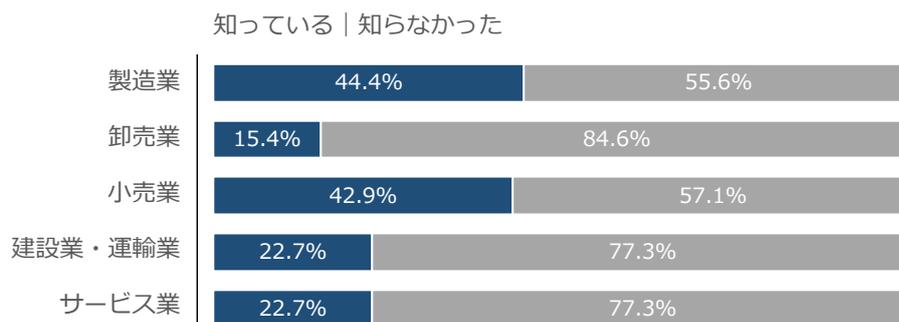
「比較的スムーズに採用可能」の割合をみると、サービス業の28.6%がもっとも高く、卸売業の23.1%が続く。その他の業種では20%以下となっており、スムーズな採用ができる状況にはないといえる。

「応募は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」の合計割合を『求人難』としてまとめると、建設業・運輸業51.2%、小売業41.2%、製造業37.0%、サービス業31.0%となっている。



### (4) 当所と産業雇用安定センターとの連携協定による中小企業の人材確保支援の認知度（業種ごと）

認知度は製造業、小売業で高い割合を示している。一方、人手不足が顕著な建設業・運輸業では22.7%の認知度しかないことがわかる。



## 4. 事業承継

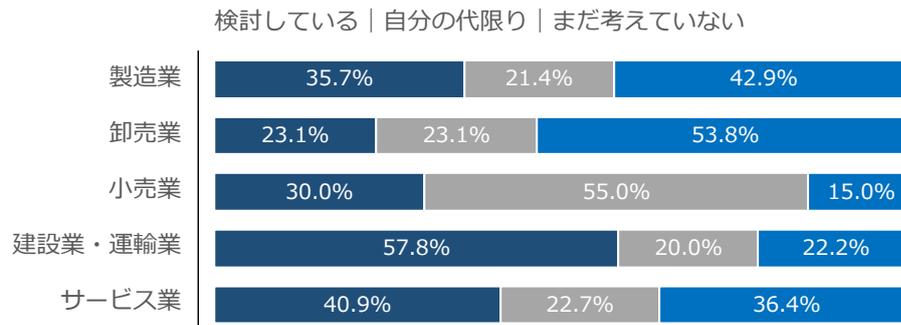
大和市の事業者の事業承継の検討状況を分析する。

### (1) 事業承継の検討状況

#### ①業種ごと

建設業・運輸業では、事業承継を「検討している」割合が半数を超えている。

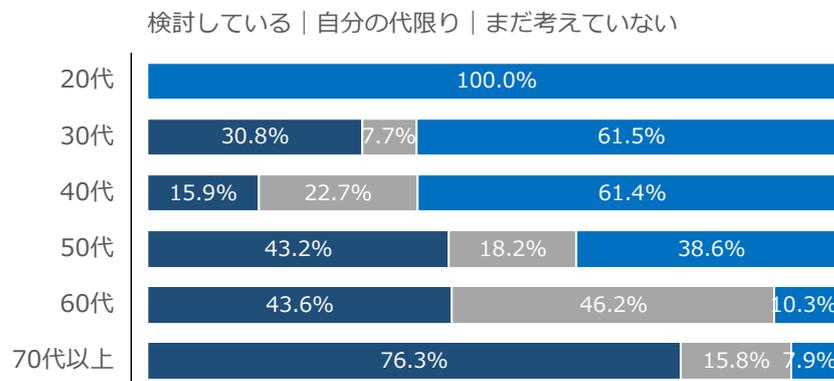
一方、小売業では「自分の代限り」の割合が半数超にものぼっている点の特徴である。



※アンケート回答「後継者がいる」「後継者はいないが、後継者候補がいる」「後継者候補を探している（探すことにしている）」「事業譲渡を検討している」を『検討している』に集約している。

#### ②代表者の年齢ごと

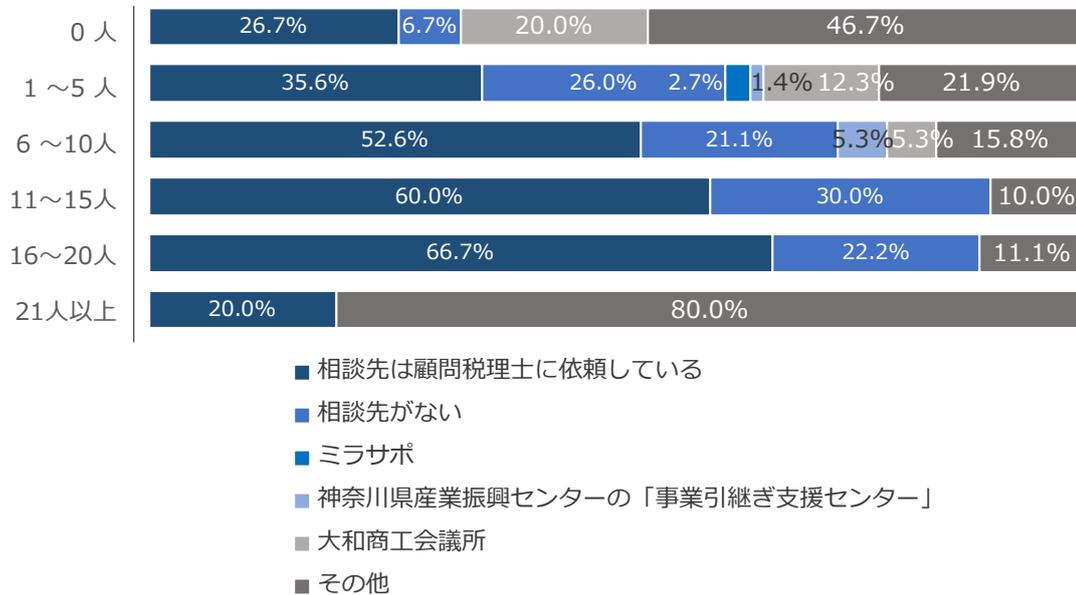
年齢があがるにつれ、「検討している」割合が高くなり、70代以上では「まだ考えていない」と回答した事業者は7.9%と非常に少ない。60代では「廃業を予定している」事業者が46.2%にものぼっている。



## (2) 事業承継の相談先（従業員数ごと）

従業員規模が大きくなるほど、「顧問税理士」の割合が増加する傾向がみえる。従業員規模が0人や1～5人の場合は、「大和商工会議所」も活用されている割合も高くなっている。

「相談先がない」に着目すると、従業員1～20人の事業者で2～3割の回答がある。



## 5. 販路開拓

大和市の事業者の販売促進の実施状況を分析する。

### (1) 現在実施している販売促進・PR（業種ごと）

主に対企業取引（BtoB取引）を行う製造業、卸売業、建設業・運輸業では、「特に何もしていない」事業者の割合が半数前後を占める。一方、対消費者取引（BtoC取引）を行う小売業、サービス業はこの割合が若干低くなっている。

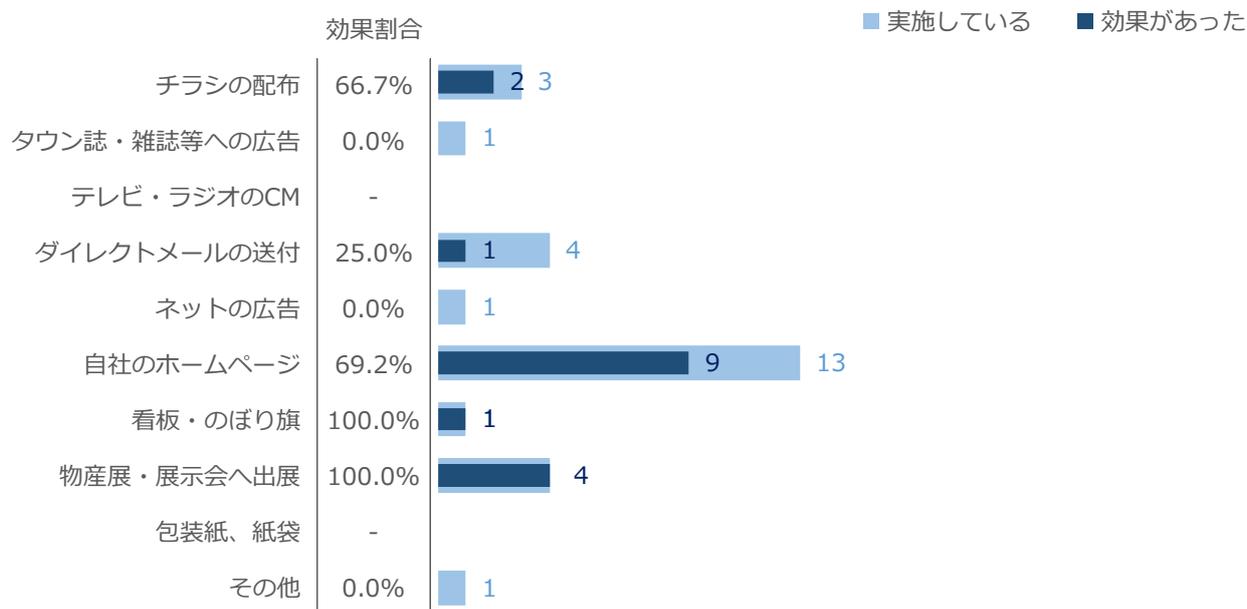
具体的な販売促進では、いずれの業種においても「自社のホームページ」の割合がもっとも高くなっている。卸売業やサービス業では、さらに「ネットの広告」も実施される割合が高い。

	製造業 n=27	卸売業 n=14	小売業 n=21	建設業・運輸業 n=43	サービス業 n=44
チラシの配布	11.1%	7.1%	14.3%	4.7%	13.6%
タウン誌・雑誌等への広告	3.7%	14.3%	9.5%	18.6%	20.5%
テレビ・ラジオのCM	0.0%	0.0%	4.8%	4.7%	2.3%
ダイレクトメールの送付	14.8%	14.3%	9.5%	4.7%	6.8%
ネットの広告	3.7%	28.6%	19.0%	9.3%	34.1%
自社のホームページ	48.1%	42.9%	38.1%	37.2%	45.5%
看板・のぼり旗	3.7%	7.1%	23.8%	14.0%	25.0%
物産展・展示会へ出展	14.8%	21.4%	14.3%	2.3%	9.1%
包装紙、紙袋	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
特に何もしていない	48.1%	42.9%	23.8%	53.5%	34.1%
その他	3.7%	7.1%	19.0%	20.9%	15.9%

### (2) 売上の拡大効果があった販売促進・PR（業種ごと）

#### ①製造業

「物産展・展示会へ出展」や「自社のホームページ」の効果が高いといえる。特に、「物産展・展示会へ出展」はすべての事業者が効果を実感している。



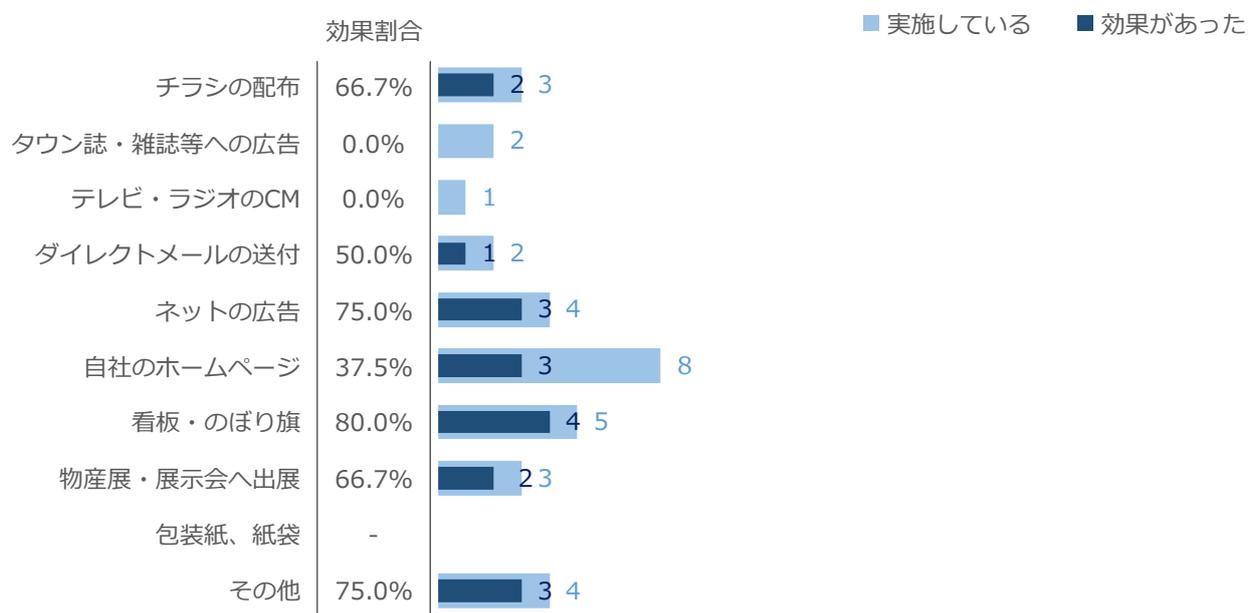
## ②卸売業

「タウン誌・雑誌等への広告」「ネットの広告」「物産展・展示会へ出展」などの効果が高いことが読み取れる。



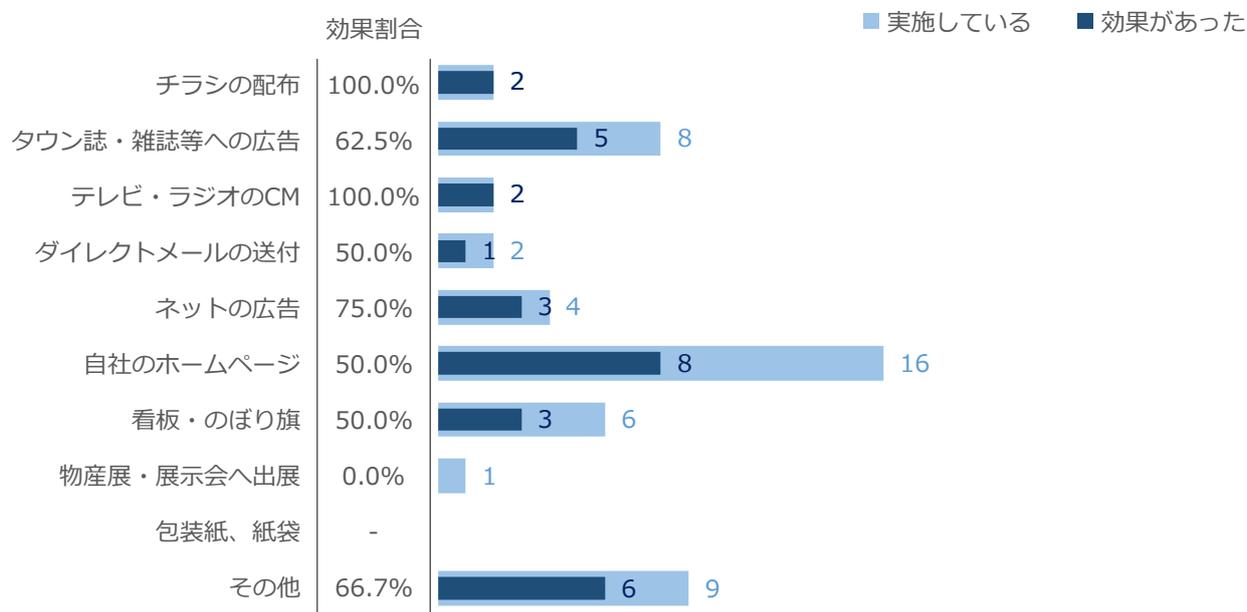
## ③小売業

「看板・のぼり旗」「ネットの広告」「チラシの配布」「物産展・展示会へ出展」などの効果が高い。



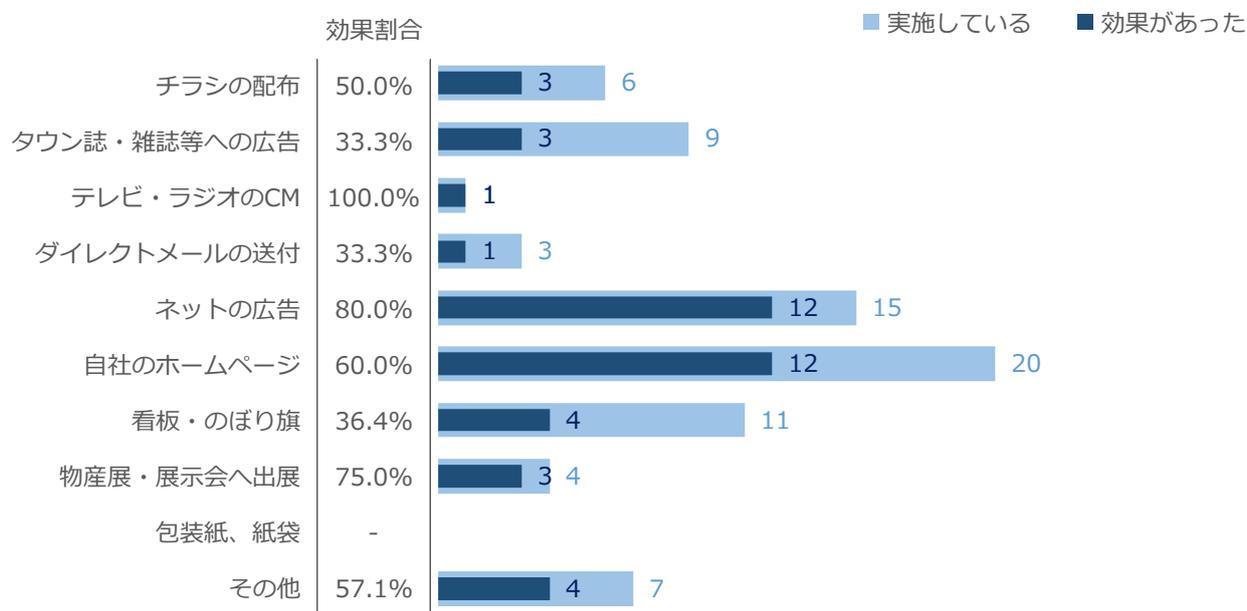
#### ④建設業・運輸業

「ネットの広告」「タウン誌・雑誌等への広告」が高い効果を得ている。また、実施者の数は少ないが、「チラシの配布」「テレビ・ラジオのCM」は実施したすべての事業者が効果を感じている。



#### ⑤サービス業

「ネットの広告」の効果が高い。また、実施者の数は少ないものの、「物産展・展示会への出展」は高い効果が得られている。



### (3) インターネットを使った販売促進・PR

#### ①業種ごと

販路開拓への取組みのうち、インターネットを使った販売促進・PRについて、業種ごとにみていく。いずれの業種でも「自社ホームページ」がもっとも多い回答であったが、小売業やサービス業については「SNS」を販売促進に活用している事業者も多い。

一方、「活用していない」事業者は卸売業と建設業・運輸業で多かった。

	製造業 n=21	卸売業 n=14	小売業 n=17	建設業・運輸業 n=34	サービス業 n=40
自社ホームページ	51.9%	28.6%	52.9%	50.0%	45.0%
業界ポータルサイト	0.0%	14.3%	0.0%	5.9%	15.0%
ネット上の広告	4.8%	28.6%	11.8%	5.9%	7.5%
SNS (twitter、Facebookなど)	4.8%	14.3%	29.4%	5.9%	17.5%
ブログ	0.0%	0.0%	5.9%	8.8%	2.5%
メルマガ	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
チラシなどにQRコードを印刷	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	10.0%
活用していない	38.1%	50.0%	29.4%	50.0%	40.0%

#### ②インターネットを使った販売促進活用の有無と足元の売上高・経常利益（採算）

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。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。

インターネットを使った販売促進を「活用している」事業者の売上高DIをみると、15.0ポイントとなっている。これは、「活用していない」事業者の△4.9ポイントよりも高いことがわかる。

##### インターネットを使った販売促進の有無と足元の売上高



同様に、経常利益（採算）も分析する。インターネットを使った販売促進を「活用している」事業者の経常利益（採算）DIは0.0ポイントと、「活用していない」事業者の△11.5ポイントよりも高い。インターネットを使った販売促進の有無が利益にも影響していることが読み取れる。

##### インターネットを使った販売促進の有無と足元の経常利益（採算）



## 6. 事業計画（経営計画）

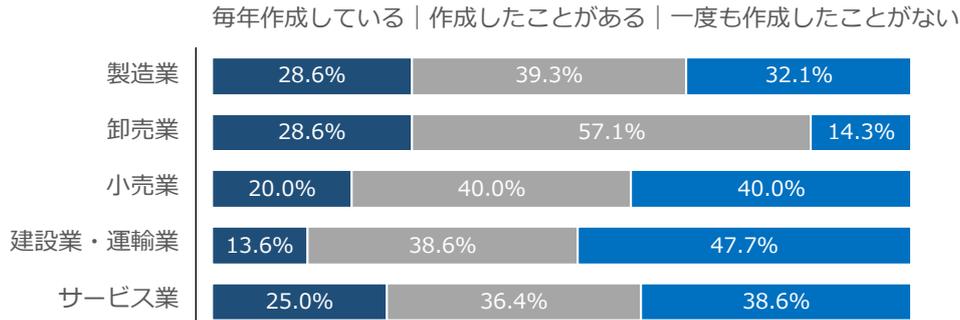
大和市の事業者の事業計画（経営計画）の作成状況を分析する。

### （1）事業計画（経営計画）の作成の有無（業種ごと）

#### ①事業計画（経営計画）の作成の有無（業種ごと）

すべての業種で、半数超の事業者は事業計画（経営計画）の作成経験があることが読み取れる。

「一度も作成したことがない」に着目すると、建設業・運輸業でもっとも割合が高く、小売業、サービス業と続く。

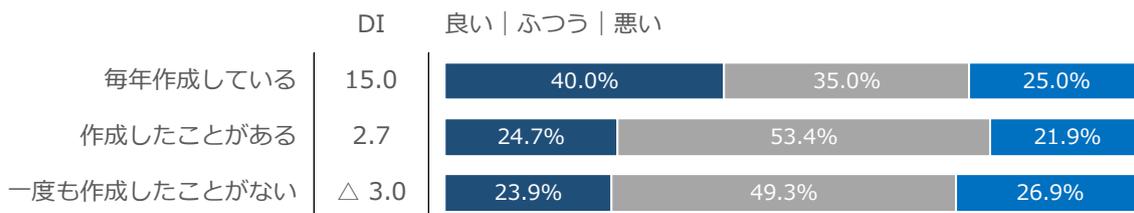


### （2）事業計画（経営計画）の作成の有無と足元の売上の状況

#### ①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。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。

事業計画（経営計画）を作成している事業者の方が、前年同期比で、売上が増加していることが読み取れる。なかでも、「毎年作成している」事業者の40.0%は売上が増加していると回答している。

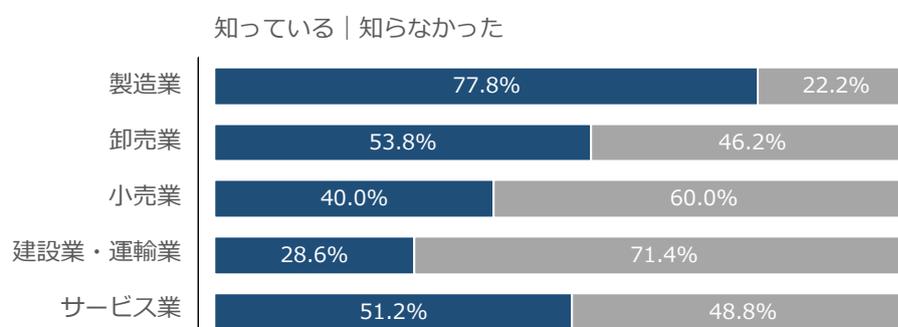


## 7. 主な平成 29 年度の補正予算の施策並びに平成 30 年度の当初予算の経済対策の活用

大和市の事業者の補助金等の認知度を分析する。

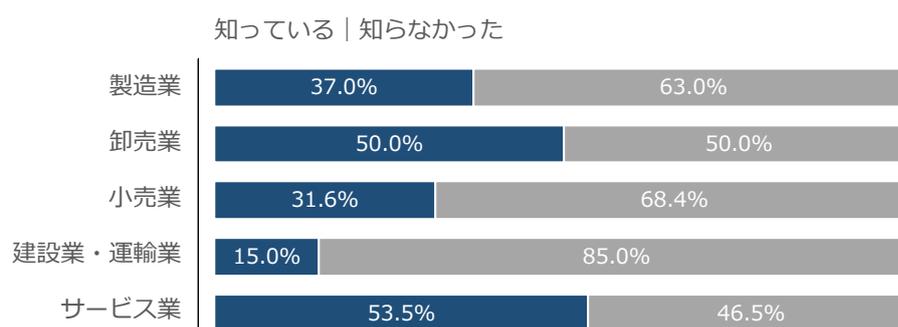
### (1) ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業（通称：ものづくり補助金）の認知度

主な利用対象である製造業の認知度は 77.8%と極めて高い。十分な認知度が図れているといえる。



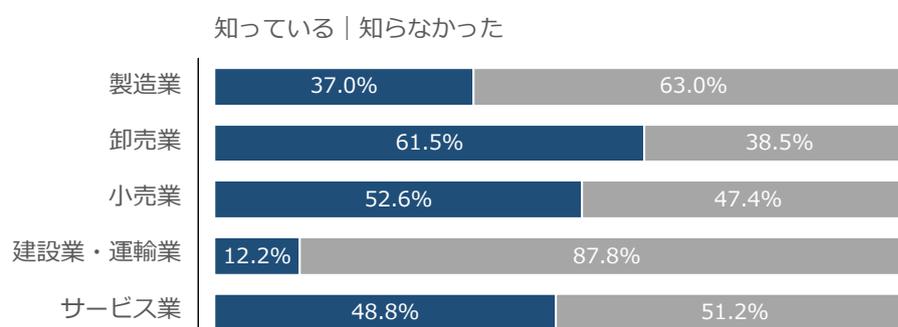
### (2) サービス等生産性向上 IT 導入支援事業（通称：IT 導入補助金）の認知度

卸売業やサービス業では半数程度の事業者が認知している。しかし、その他の業種では、認知度が低くなっている。すべての業種が対象である補助金であるが、業種ごとに認知度のバラツキがみられる。



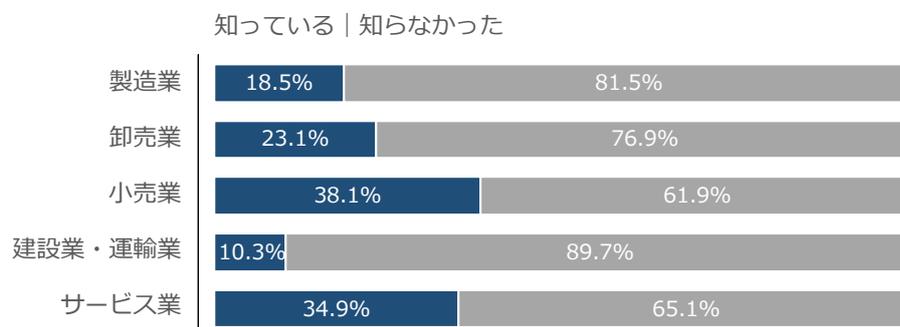
### (3) 小規模事業者支援パッケージ事業（通称：小規模事業者持続化補助金）の認知度

IT 導入補助金と同様の傾向にある。



#### (4) 軽減税率対策補助金（通称：レジ補助金）の認知度

主な利用対象である小売業の認知度が38.1%となっている。2019年10月から軽減税率が導入される場合、準備が不十分な事業者が相当数いると推測できる。



## 8. 総括

### (1) 現状認識

はじめに、各業種の売上D Iをみる。小売業は△33.3ポイントとなっており、前年同期比で売上が減少している事業者の割合が多いものの、その他の業種ではプラス値を示しており、売上増加事業者の割合が多いことが読み取れる。一方、売上D Iと経常利益（採算）D Iを比較すると、すべての業種で売上D I > 経常利益（採算）D Iとなっている。つまり、売上の増加が利益の増加に繋がっていないといえる。

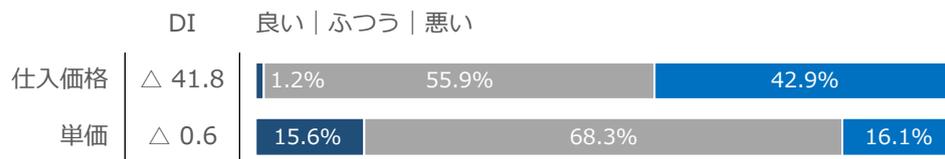
売上D I		経常利益（採算）D I	
製造業	7.1	製造業	△22.2
卸売業	14.3	卸売業	0.0
小売業	△33.3	小売業	△47.6
建設業・運輸業	4.4	建設業・運輸業	△13.3
サービス業	16.3	サービス業	9.3

### (2) 課題

#### ①売上単価と仕入単価

(1)の原因を分析する。仕入価格をみると、42.9%の事業者が「悪い（＝仕入価格が上昇）」と回答している。仕入価格が上昇した場合、その分を売上価格に転嫁できれば、利益は維持できるであろう。しかし、(売上)単価をみると、15.6%の事業者しか「良い（＝売上単価が上昇）」としておらず、仕入価格の上昇を売上価格に転嫁できていないことがわかる。

中小企業にとって値上げが難しい場合も多い。このような場合、一般的には、仕入以外の経費の削減が課題となってくる。

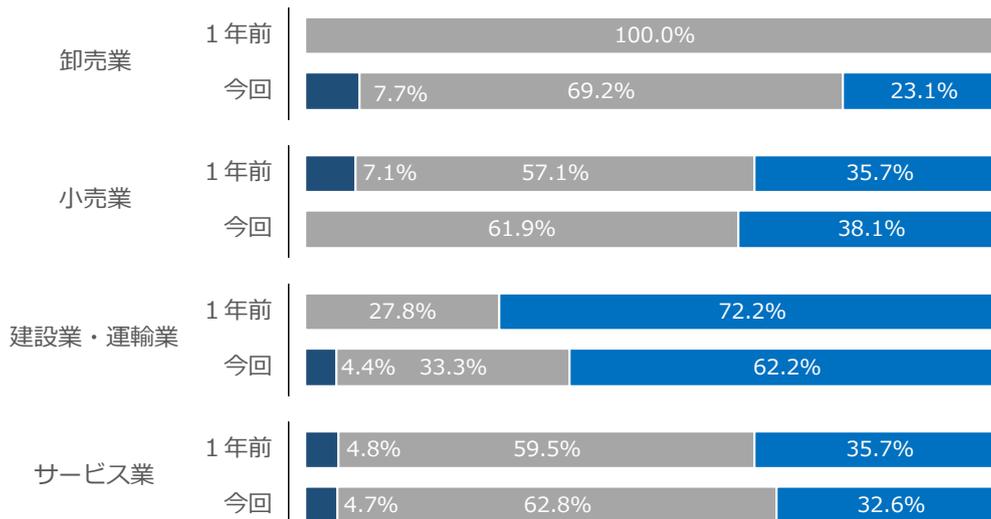


#### ②人手不足

もうひとつの課題は「人手不足」である。人材の充足度をみると、すべての業種で「過剰である」との回答はほとんどみられず、「不足している」の割合が目立つ。1年前（平成29年4～6月期）と比較すると、製造業、卸売業、小売業で不足感を感じる割合が高くなっている。また、建設業・運輸業は1年前と比較すれば不足感を感じる割合は低下しているものの、それでも62.2%の事業者が「不足している」と回答。高い水準で不足感が維持されている。

本アンケートでは、採用がスムーズにいかない点も明らかになっており、人手不足に対し、積極的な採用だけでは対応できないといえる。





### (3) 対応策

#### ①生産性向上

「仕入以外の経費の削減」や「人手不足への対応」という課題に対し、共通した対応策といえば『生産性向上』であろう。

『生産性向上』。それはつまり、「従業員1人あたりの成果を向上させる」ことと同義である。従業員一人ひとりが今よりも成果をあげられれば、利益の確保が可能であることは想像に難くない。

以下に、『生産性向上』による具体例を挙げてみたい。

#### 労働生産性とは

$$\text{生産性} = \text{産出} \div \text{投入}$$



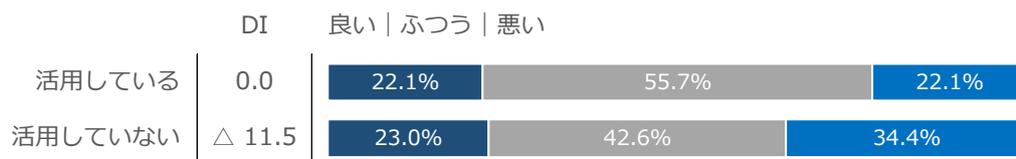
(労働) 生産性は、左図の計算式で求めることができる。生産性を上げるためには、分母の「労働投入量」を下げるか、分子の「労働による成果」を上げる、もしくはその両方を実施すれば良い。

#### ア) 労働による成果を上げることによる生産性向上

同じ労働投入量でより多くの成果が上げられれば、生産性が向上したことになる。

たとえばブランド力強化による商品の付加価値向上、IT（ホームページ等）の活用による新規顧客層への展開、顧客満足度の向上などが実現すれば、成果（付加価値）を上げることができる。

本アンケートにおいても、インターネットを使った販売促進について分析している。インターネットを使った販売促進を「活用している」事業者の経常利益（採算）DIは0.0ポイントとなっており、「活用していない」事業者の△11.5ポイントと比較して良い結果になっている。



参考) 労働による成果を上げることによる生産性向上に使える補助金

- サービス等生産性向上 IT 導入支援事業 (通称: IT 導入補助金)
- 小規模事業者支援パッケージ事業 (通称: 小規模事業者持続化補助金)

## イ) 労働投入量を下げることによる生産性向上

労働による成果 (分子) が同じだとしても、その成果を得るための労働投入量が下がれば、生産性は向上する。

たとえば、設備投資や IT の利活用による業務効率化、従業員のモチベーションアップによる作業効率化などが実現すれば、労働投入量を下げることができる。

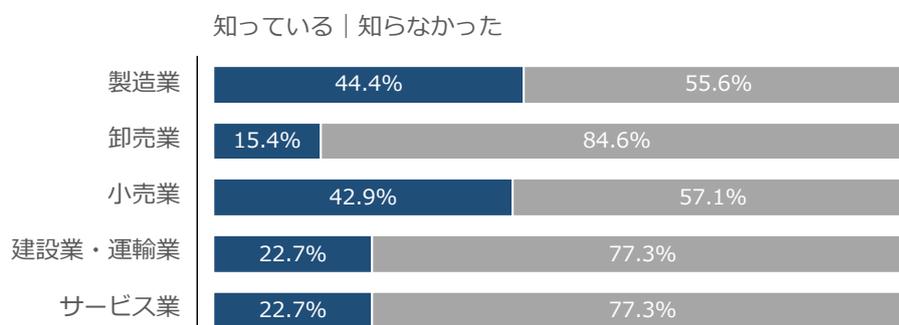
参考) 労働投入量を下げることによる生産性向上に使える補助金

- ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業 (通称: ものづくり補助金)
- サービス等生産性向上 IT 導入支援事業 (通称: IT 導入補助金)
- 小規模事業者支援パッケージ事業 (通称: 小規模事業者持続化補助金)
- 軽減税率対策補助金 (通称: レジ補助金)

## ②人材確保

当所は、産業雇用安定センターと連携協定を締結し、人材確保を希望する事業所に、同センターの「出向・移籍支援事業」を斡旋している。これにより、中高年・ミドル人材の円滑な人材移動を促進し、会員企業における人材確保を支援することなどを目指している。

現在、本事業の認知度は製造業、小売業では高いものの、それ以外の業種では高くない。中高年・ミドル人材の雇用は中小企業にとって、人材の持つノウハウを活用できる点でメリットも多い。今後、人材確保のひとつのツールとして活用していきたい。



## IV 参考資料（集計表、アンケート用紙）

## 1. 集計表

### 問1 前年同期(平成29年4月～6月頃)と比べた現在(平成30年4月～6月頃)の経営環境等の状況

【景況感(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	50	27.5%	9	32.1%	5	35.7%	3	14.3%	13	28.9%	15	34.9%
普通	86	47.3%	12	42.9%	6	42.9%	8	38.1%	21	46.7%	20	46.5%
悪い	46	25.3%	7	25.0%	3	21.4%	10	47.6%	11	24.4%	8	18.6%
D I	2.2		7.1		14.3		△ 33.3		4.4		16.3	
合計	182	100.0%	28	100.0%	14	100.0%	21	100.0%	45	100.0%	43	100.0%

【景況感(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	46	25.8%	6	22.2%	5	35.7%	3	14.3%	13	29.5%	15	34.9%
普通	98	55.1%	15	55.6%	7	50.0%	10	47.6%	26	59.1%	20	46.5%
悪い	34	19.1%	6	22.2%	2	14.3%	8	38.1%	5	11.4%	8	18.6%
D I	6.7		0.0		21.4		△ 23.8		18.2		16.3	
合計	178	100.0%	27	100.0%	14	100.0%	21	100.0%	44	100.0%	43	100.0%

【景況感(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	28	15.6%	2	7.4%	2	14.3%	6	28.6%	8	17.8%	6	14.0%
普通	123	68.3%	19	70.4%	8	57.1%	13	61.9%	27	60.0%	33	76.7%
悪い	29	16.1%	6	22.2%	4	28.6%	2	9.5%	10	22.2%	4	9.3%
D I	△ 0.6		△ 14.8		△ 14.3		19.0		△ 4.4		4.7	
合計	180	100.0%	27	100.0%	14	100.0%	21	100.0%	45	100.0%	43	100.0%

【景況感(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	2	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%	1	2.8%
普通	95	55.9%	10	37.0%	9	64.3%	8	38.1%	23	53.5%	25	69.4%
悪い	73	42.9%	17	63.0%	5	35.7%	12	57.1%	20	46.5%	10	27.8%
D I	△ 41.8		△ 63.0		△ 35.7		△ 52.4		△ 46.5		△ 25.0	
合計	170	100.0%	27	100.0%	14	100.0%	21	100.0%	43	100.0%	36	100.0%

【景況感(経常利益)】	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	37	20.4%	6	22.2%	2	14.3%	2	9.5%	8	17.8%	13	30.2%
普通	87	48.1%	9	33.3%	10	71.4%	7	33.3%	23	51.1%	21	48.8%
悪い	57	31.5%	12	44.4%	2	14.3%	12	57.1%	14	31.1%	9	20.9%
D I	△ 11.0		△ 22.2		0.0		△ 47.6		△ 13.3		9.3	
合計	181	100.0%	27	100.0%	14	100.0%	21	100.0%	45	100.0%	43	100.0%

【景況感(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	30	16.8%	3	10.7%	0	0.0%	1	5.0%	10	22.2%	9	21.4%
普通	118	65.9%	16	57.1%	10	71.4%	14	70.0%	30	66.7%	28	66.7%
悪い	31	17.3%	9	32.1%	4	28.6%	5	25.0%	5	11.1%	5	11.9%
D I	△ 0.6		△ 21.4		△ 28.6		△ 20.0		11.1		9.5	
合計	179	100.0%	28	100.0%	14	100.0%	20	100.0%	45	100.0%	42	100.0%

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

【景況感(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	45	24.9%	6	21.4%	5	35.7%	3	14.3%	11	24.4%	10	23.8%
普通	100	55.2%	12	42.9%	8	57.1%	10	47.6%	30	66.7%	24	57.1%
悪い	36	19.9%	10	35.7%	1	7.1%	8	38.1%	4	8.9%	8	19.0%
D I	5.0		△ 14.3		28.6		△ 23.8		15.6		4.8	
合計	181	100.0%	28	100.0%	14	100.0%	21	100.0%	45	100.0%	42	100.0%

【景況感(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	47	26.3%	8	29.6%	6	42.9%	3	14.3%	11	25.0%	12	27.9%
普通	103	57.5%	15	55.6%	7	50.0%	8	38.1%	30	68.2%	23	53.5%
悪い	29	16.2%	4	14.8%	1	7.1%	10	47.6%	3	6.8%	8	18.6%
D I	10.1		14.8		35.7		△ 33.3		18.2		9.3	
合計	179	100.0%	27	100.0%	14	100.0%	21	100.0%	44	100.0%	43	100.0%

【景況感(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	28	15.6%	5	18.5%	3	21.4%	4	19.0%	7	15.6%	4	9.3%
普通	130	72.2%	18	66.7%	8	57.1%	12	57.1%	31	68.9%	37	86.0%
悪い	22	12.2%	4	14.8%	3	21.4%	5	23.8%	7	15.6%	2	4.7%
D I	3.3		3.7		0.0		△ 4.8		0.0		4.7	
合計	180	100.0%	27	100.0%	14	100.0%	21	100.0%	45	100.0%	43	100.0%

【景況感(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	3	1.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	10.0%	0	0.0%	1	2.7%
普通	112	66.3%	14	53.8%	9	64.3%	11	55.0%	26	60.5%	29	78.4%
悪い	54	32.0%	12	46.2%	5	35.7%	7	35.0%	17	39.5%	7	18.9%
D I	△ 30.2		△ 46.2		△ 35.7		△ 25.0		△ 39.5		△ 16.2	
合計	169	100.0%	26	100.0%	14	100.0%	20	100.0%	43	100.0%	37	100.0%

【景況感(経常利益)】	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	31	17.2%	5	18.5%	2	14.3%	2	9.5%	5	11.1%	12	27.9%
普通	101	56.1%	15	55.6%	8	57.1%	6	28.6%	31	68.9%	22	51.2%
悪い	48	26.7%	7	25.9%	4	28.6%	13	61.9%	9	20.0%	9	20.9%
D I	△ 9.4		△ 7.4		△ 14.3		△ 52.4		△ 8.9		7.0	
合計	180	100.0%	27	100.0%	14	100.0%	21	100.0%	45	100.0%	43	100.0%

【景況感(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	23	12.7%	4	14.3%	0	0.0%	2	10.0%	5	11.1%	5	11.6%
普通	133	73.5%	17	60.7%	11	78.6%	12	60.0%	37	82.2%	34	79.1%
悪い	25	13.8%	7	25.0%	3	21.4%	6	30.0%	3	6.7%	4	9.3%
D I	△ 1.1		△ 10.7		△ 21.4		△ 20.0		4.4		2.3	
合計	181	100.0%	28	100.0%	14	100.0%	20	100.0%	45	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 = 177		n = 28		n = 13		n = 21		n = 45		n = 43	
	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	65	36.7%	11	39.3%	5	38.5%	12	57.1%	13	28.9%	15	34.9%
販売(出荷)価格の低迷	22	12.4%	5	17.9%	4	30.8%	6	28.6%	3	6.7%	0	0.0%
原材料(仕入)価格の上昇	38	21.5%	12	42.9%	4	30.8%	3	14.3%	8	17.8%	5	11.6%
製品(商品)在庫の増大	3	1.7%	0	0.0%	1	7.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.3%
人件費の上昇	46	26.0%	8	28.6%	2	15.4%	3	14.3%	17	37.8%	11	25.6%
労働力不足	63	35.6%	6	21.4%	2	15.4%	5	23.8%	27	60.0%	16	37.2%
諸経費の上昇	22	12.4%	0	0.0%	3	23.1%	3	14.3%	4	8.9%	9	20.9%
資金不足・資金の調達難	26	14.7%	4	14.3%	4	30.8%	2	9.5%	6	13.3%	4	9.3%
金利負担の増大	22	12.4%	6	21.4%	4	30.8%	5	23.8%	3	6.7%	3	7.0%
技術力不足	1	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
生産(受注)能力の低下・不足	19	10.7%	6	21.4%	0	0.0%	1	4.8%	8	17.8%	3	7.0%
後継者問題	13	7.3%	2	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	7	15.6%	4	9.3%
顧客・消費者ニーズの変化	29	16.4%	4	14.3%	0	0.0%	4	19.0%	10	22.2%	7	16.3%
立地条件の悪化・環境問題	48	27.1%	4	14.3%	4	30.8%	7	33.3%	6	13.3%	14	32.6%
為替レートの変動	8	4.5%	2	7.1%	0	0.0%	2	9.5%	1	2.2%	0	0.0%
IT利活用	3	1.7%	1	3.6%	2	15.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	12	6.8%	2	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	6.7%	6	14.0%

### 問4 雇用の状況

#### (1)現在の人員の充足度

【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	7	3.9%	1	3.6%	1	7.7%	0	0.0%	2	4.4%	2	4.7%
適切と感じる	100	55.6%	16	57.1%	9	69.2%	13	61.9%	15	33.3%	27	62.8%
不足している	73	40.6%	11	39.3%	3	23.1%	8	38.1%	28	62.2%	14	32.6%
合計	180	100.0%	28	100.0%	13	100.0%	21	100.0%	45	100.0%	43	100.0%

#### (2)今後の採用予定

【今後の採用予定】	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	%
採用したい	75	41.4%	11	39.3%	3	23.1%	8	40.0%	27	60.0%	17	38.6%
採用の予定はない	106	58.6%	17	60.7%	10	76.9%	12	60.0%	18	40.0%	27	61.4%
合計	181	100.0%	28	100.0%	13	100.0%	20	100.0%	45	100.0%	44	100.0%

#### (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	30	17.6%	4	14.8%	3	23.1%	1	5.9%	7	16.3%	12	28.6%
応募はあるが適任な人材が見つからない	38	22.4%	6	22.2%	0	0.0%	5	29.4%	14	32.6%	8	19.0%
求人をかけても応募自体がない	21	12.4%	4	14.8%	0	0.0%	2	11.8%	8	18.6%	5	11.9%
縁故に頼っている	25	14.7%	5	18.5%	3	23.1%	1	5.9%	5	11.6%	5	11.9%
採用をしたことがない	56	32.9%	8	29.6%	7	53.8%	8	47.1%	9	20.9%	12	28.6%
合計	170	100.0%	27	100.0%	13	100.0%	17	100.0%	43	100.0%	42	100.0%

(4) 当所が「公益財団法人産業雇用安定センター 神奈川事務所」と連携協定を結び、大和市内の中小企業の人材確保を支援していることを知っていたか

【人材確保支援の認知度】	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	%
知っていた	46	25.7%	12	44.4%	2	15.4%	9	42.9%	10	22.7%	10	22.7%
知らなかった	133	74.3%	15	55.6%	11	84.6%	12	57.1%	34	77.3%	34	77.3%
合計	179	100.0%	27	100.0%	13	100.0%	21	100.0%	44	100.0%	44	100.0%

(5) 産業雇用安定センターの求人活用を希望するか

【産業雇用安定センターの求人活用】	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	%
希望したい	27	15.5%	6	23.1%	1	7.7%	0	0.0%	14	33.3%	2	4.9%
希望しない	147	84.5%	20	76.9%	12	92.3%	20	100.0%	28	66.7%	39	95.1%
合計	174	100.0%	26	100.0%	13	100.0%	20	100.0%	42	100.0%	41	100.0%

問5 事業承継

(1) 後継者の状況

【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	%
後継者がある	42	23.2%	5	17.9%	1	7.7%	1	5.0%	15	33.3%	10	22.7%
後継者はいないが、後継者候補がある	26	14.4%	3	10.7%	2	15.4%	4	20.0%	8	17.8%	5	11.4%
後継者候補を探している (探すことにしている)	8	4.4%	2	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	6.7%	3	6.8%
事業譲渡を検討している	1	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.0%	0	0.0%	0	0.0%
今の事業は自分の代限りになると感じている	43	23.8%	6	21.4%	3	23.1%	11	55.0%	9	20.0%	10	22.7%
まだ考えていない	61	33.7%	12	42.9%	7	53.8%	3	15.0%	10	22.2%	16	36.4%
合計	181	100.0%	28	100.0%	13	100.0%	20	100.0%	45	100.0%	44	100.0%

(2) 事業承継にあたっての課題(2つまで回答可)

【事業承継にあたっての課題】	n = 75		n = 10		n = 3		n = 5		n = 25		n = 18	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
自社の経営理念・方針の維持	33	44.0%	4	40.0%	1	33.3%	4	80.0%	10	40.0%	9	50.0%
自社株式の承継	9	12.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	20.0%	2	11.1%
相続税・贈与税	11	14.7%	1	10.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	8.0%	4	22.2%
取引先との関係	24	32.0%	2	20.0%	2	66.7%	0	0.0%	10	40.0%	7	38.9%
従業員の待遇	12	16.0%	0	0.0%	1	33.3%	1	20.0%	4	16.0%	3	16.7%
後継者の性格・資質	33	44.0%	8	80.0%	1	33.3%	1	20.0%	11	44.0%	6	33.3%

### (3)今の事業が自分の代限りになる理由(2つまで回答可)

【自分の代限りになる理由】	n = 42		n = 6		n = 3		n = 11		n = 8		n = 10	
	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	%
後継者がいない	23	54.8%	2	33.3%	1	33.3%	6	54.5%	5	62.5%	8	80.0%
後継者候補に事業を継ぐ意思がない	8	19.0%	2	33.3%	1	33.3%	2	18.2%	0	0.0%	1	10.0%
体力の限界	8	19.0%	0	0.0%	1	33.3%	2	18.2%	3	37.5%	2	20.0%
事業者市場に将来性がない	11	26.2%	1	16.7%	1	33.3%	3	27.3%	3	37.5%	2	20.0%
事業を取り巻く環境が厳しいのでこれ以上の継続が困難	11	26.2%	2	33.3%	1	33.3%	3	27.3%	2	25.0%	0	0.0%
その他	3	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	9.1%	1	12.5%	0	0.0%

### (4)事業承継の相談先

【事業承継の相談先】	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	%
相談先は顧問税理士に依頼している	53	40.5%	8	44.4%	4	40.0%	5	33.3%	22	56.4%	5	18.5%
相談先がない	29	22.1%	2	11.1%	3	30.0%	4	26.7%	11	28.2%	7	25.9%
ミラサポ	2	1.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	1	3.7%
神奈川県産業振興センターの「事業引継ぎ支援センター」	2	1.5%	1	5.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
大和商工会議所	13	9.9%	3	16.7%	1	10.0%	1	6.7%	2	5.1%	4	14.8%
その他	32	24.4%	4	22.2%	2	20.0%	4	26.7%	4	10.3%	10	37.0%
合計	131	100.0%	18	100.0%	10	100.0%	15	100.0%	39	100.0%	27	100.0%

### (5)事業承継の支援希望について

【事業承継の支援】	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	%
支援を受けたい	2	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%	0	0.0%	1	2.8%
支援内容によっては検討したい	31	20.9%	5	23.8%	2	18.2%	2	11.1%	8	21.6%	7	19.4%
今は支援を考えていない	115	77.7%	16	76.2%	9	81.8%	15	83.3%	29	78.4%	28	77.8%
合計	148	100.0%	21	100.0%	11	100.0%	18	100.0%	37	100.0%	36	100.0%

## 問6 販売促進

### (1) 現在実施している販売促進・PR(3つまで回答可)

【現在実施している販売促進】	n = 180		n = 27		n = 14		n = 21		n = 43		n = 44	
	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	%
チラシの配布	20	11.1%	3	11.1%	1	7.1%	3	14.3%	2	4.7%	6	13.6%
タウン誌・雑誌等への広告	24	13.3%	1	3.7%	2	14.3%	2	9.5%	8	18.6%	9	20.5%
テレビ・ラジオのCM	5	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	2	4.7%	1	2.3%
ダイレクトメールの送付	19	10.6%	4	14.8%	2	14.3%	2	9.5%	2	4.7%	3	6.8%
ネットの広告	36	20.0%	1	3.7%	4	28.6%	4	19.0%	4	9.3%	15	34.1%
自社のホームページ	82	45.6%	13	48.1%	6	42.9%	8	38.1%	16	37.2%	20	45.5%
看板・のぼり旗	29	16.1%	1	3.7%	1	7.1%	5	23.8%	6	14.0%	11	25.0%
物産展・展示会へ出展	15	8.3%	4	14.8%	3	21.4%	3	14.3%	1	2.3%	4	9.1%
包装紙、紙袋	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
特に何もしていない	72	40.0%	13	48.1%	6	42.9%	5	23.8%	23	53.5%	15	34.1%
その他	27	15.0%	1	3.7%	1	7.1%	4	19.0%	9	20.9%	7	15.9%

### (2) 売上の拡大について効果のあったもの(3つまで回答可)

【売上拡大に効果のあったもの】	n = 98		n = 13		n = 8		n = 13		n = 18		n = 27	
	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	%
チラシの配布	14	14.3%	2	15.4%	1	12.5%	2	15.4%	2	11.1%	3	11.1%
タウン誌・雑誌等への広告	11	11.2%	0	0.0%	2	25.0%	0	0.0%	5	27.8%	3	11.1%
テレビ・ラジオのCM	3	3.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	11.1%	1	3.7%
ダイレクトメールの送付	9	9.2%	1	7.7%	1	12.5%	1	7.7%	1	5.6%	1	3.7%
ネットの広告	28	28.6%	0	0.0%	3	37.5%	3	23.1%	3	16.7%	12	44.4%
自社のホームページ	48	49.0%	9	69.2%	3	37.5%	3	23.1%	8	44.4%	12	44.4%
看板・のぼり旗	17	17.3%	1	7.7%	1	12.5%	4	30.8%	3	16.7%	4	14.8%
物産展・展示会へ出展	11	11.2%	4	30.8%	2	25.0%	2	15.4%	0	0.0%	3	11.1%
包装紙、紙袋	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	17	17.3%	0	0.0%	1	12.5%	3	23.1%	6	33.3%	4	14.8%

### (3) インターネットを使った販売促進(2つまで回答可)

【インターネットを使った販売促進】	n = 155		n = 21		n = 14		n = 17		n = 34		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	%
自社ホームページ	81	52.3%	13	61.9%	4	28.6%	9	52.9%	17	50.0%	18	45.0%
業界ポータルサイト	18	11.6%	0	0.0%	2	14.3%	0	0.0%	2	5.9%	6	15.0%
ネット上の広告	13	8.4%	1	4.8%	4	28.6%	2	11.8%	2	5.9%	3	7.5%
SNS (twitter、Facebookなど)	20	12.9%	1	4.8%	2	14.3%	5	29.4%	2	5.9%	7	17.5%
ブログ	6	3.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.9%	3	8.8%	1	2.5%
メルマガ	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
チラシなどにQRコードを印刷	6	3.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%	4	10.0%
活用していない	61	39.4%	8	38.1%	7	50.0%	5	29.4%	17	50.0%	16	40.0%

## 問7 事業計画(経営計画)の作成

### (1) 事業計画(経営計画)の作成の有無

【事業計画作成の有無】	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	41	22.5%	8	28.6%	4	28.6%	4	20.0%	6	13.6%	11	25.0%
作成したことがある	73	40.1%	11	39.3%	8	57.1%	8	40.0%	17	38.6%	16	36.4%
一度も作成したことがない	68	37.4%	9	32.1%	2	14.3%	8	40.0%	21	47.7%	17	38.6%
合計	182	100.0%	28	100.0%	14	100.0%	20	100.0%	44	100.0%	44	100.0%

### (2) 作成しない理由

【作成しない理由】	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	%
作成する必要がない	35	53.8%	2	28.6%	1	50.0%	2	25.0%	11	55.0%	10	58.8%
作成する時間がない	7	10.8%	1	14.3%	1	50.0%	1	12.5%	1	5.0%	3	17.6%
作成の仕方が分からない	17	26.2%	4	57.1%	0	0.0%	4	50.0%	7	35.0%	1	5.9%
作成を誰に頼んでいいのか分からない	3	4.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%	1	5.0%	0	0.0%
その他	3	4.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	17.6%
合計	65	100.0%	7	100.0%	2	100.0%	8	100.0%	20	100.0%	17	100.0%

## 問8 商工会議所の開催するセミナーで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】	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	33	21.9%	5	20.8%	2	15.4%	2	14.3%	12	30.8%	9	25.0%
財務分析セミナー	24	15.9%	2	8.3%	1	7.7%	3	21.4%	8	20.5%	6	16.7%
人材活用セミナー	39	25.8%	8	33.3%	2	15.4%	1	7.1%	17	43.6%	6	16.7%
販路開拓セミナー	52	34.4%	9	37.5%	8	61.5%	6	42.9%	10	25.6%	13	36.1%
インターネット関連セミナー	50	33.1%	6	25.0%	6	46.2%	8	57.1%	11	28.2%	10	27.8%
補助金活用セミナー	65	43.0%	9	37.5%	6	46.2%	6	42.9%	17	43.6%	16	44.4%
その他	17	11.3%	2	8.3%	1	7.7%	2	14.3%	4	10.3%	6	16.7%

問9 当所予算の経済対策の活用

①ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業

(1)ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業を知っていたか

【知っていたか】	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	%
知っている	74	42.3%	21	77.8%	7	53.8%	8	40.0%	12	28.6%	22	51.2%
知らなかった	101	57.7%	6	22.2%	6	46.2%	12	60.0%	30	71.4%	21	48.8%
合計	175	100.0%	27	100.0%	13	100.0%	20	100.0%	42	100.0%	43	100.0%

(2)ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業を申請したか

【申請状況】	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	%
申請した	7	11.7%	3	16.7%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	15.0%
申請しなかった	53	88.3%	15	83.3%	5	83.3%	6	100.0%	7	100.0%	17	85.0%
合計	60	100.0%	18	100.0%	6	100.0%	6	100.0%	7	100.0%	20	100.0%

②サービス等生産性向上 IT 導入支援事業

(1)サービス等生産性向上 IT 導入支援事業を知っていたか

【知っていたか】	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	%
知っている	57	33.3%	10	37.0%	6	50.0%	6	31.6%	6	15.0%	23	53.5%
知らなかった	114	66.7%	17	63.0%	6	50.0%	13	68.4%	34	85.0%	20	46.5%
合計	171	100.0%	27	100.0%	12	100.0%	19	100.0%	40	100.0%	43	100.0%

(2)サービス等生産性向上 IT 導入支援事業を申請したか

【申請状況】	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	%
申請した	5	10.2%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%	2	9.5%
申請しなかった(しない)	40	81.6%	8	88.9%	5	100.0%	4	80.0%	3	75.0%	17	81.0%
申請したい	4	8.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%	2	9.5%
合計	49	100.0%	9	100.0%	5	100.0%	5	100.0%	4	100.0%	21	100.0%

③小規模事業者支援パッケージ事業(通称:小規模事業者持続化補助金)

(1)小規模事業者持続化補助金を知っていたか

【知っていたか】	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	%
知っている	58	33.3%	10	37.0%	8	61.5%	10	52.6%	5	12.2%	21	48.8%
知らなかった	116	66.7%	17	63.0%	5	38.5%	9	47.4%	36	87.8%	22	51.2%
合計	174	100.0%	27	100.0%	13	100.0%	19	100.0%	41	100.0%	43	100.0%

(2)小規模事業者持続化補助金を申請したか

【申請状況】	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	%
申請した	10	21.7%	1	12.5%	2	28.6%	3	42.9%	1	25.0%	3	17.6%
申請しなかった	36	78.3%	7	87.5%	5	71.4%	4	57.1%	3	75.0%	14	82.4%
合計	46	100.0%	8	100.0%	7	100.0%	7	100.0%	4	100.0%	17	100.0%

#### ④軽減税率対策補助金(通称:レジ補助金)

##### (1)レジ補助金を知っていたか

【知っていたか】	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	%
知っている	36	20.7%	5	18.5%	3	23.1%	8	38.1%	4	10.3%	15	34.9%
知らなかった	138	79.3%	22	81.5%	10	76.9%	13	61.9%	35	89.7%	28	65.1%
合計	174	100.0%	27	100.0%	13	100.0%	21	100.0%	39	100.0%	43	100.0%

##### (2)レジ補助金を申請したか

【申請状況】	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	%
申請した	3	10.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	28.6%	0	0.0%	1	7.7%
申請しなかった(しない)	25	83.3%	4	100.0%	3	100.0%	4	57.1%	2	100.0%	12	92.3%
申請したい	2	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%
合計	30	100.0%	4	100.0%	3	100.0%	7	100.0%	2	100.0%	13	100.0%

## 2. アンケート用紙

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
業歴	10年以下	11年～20年以下	21年～30年以下	31年以上		
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 その他の業種 ( )	卸売業 運輸業 生活関連サービス業	小売業 飲食サービス業 専門・技術サービス業			
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 昨今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
昨今の今頃 (平成29年4月～6月頃) と比べた 貴社の現状 (平成30年4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

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30年1月～6月頃) と比べた 貴社の今後の見通し (平成30年7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



4. 事業や市場に将来性がない 5. 事業を取り巻く環境が厳しいのでこれ以上の継続が困難  
6. その他 ( )

**(4) 事業承継の相談先についてお聞きします。該当する内容について番号に○を付けてください。**

1. 相談先は顧問税理士に依頼している 2. 相談先がない  
3. ミラサポ（事業承継の相談を専門家派遣年間5回まで無料）  
4. 神奈川県産業振興センターの「事業引継ぎ支援センター」（後継者が不在の場合でも M&A、  
親族内・親族外承継については無料にて相談可能）  
5. 大和商工会議所  
6. その他 ( )

**(5) 問5(4)について 商工会議所に事業承継の支援を希望するかお聞きします**

1. 支援を受けたい 2. 支援内容によっては検討したい 3. 今は支援を考えていない

**問6 販売促進について、お聞きします。**

**(1) 現在実施している販売促進・PRについて、該当する番号上位3つまでを選んで○を付けてください。**

1. チラシの配布 2. タウン誌・雑誌等への広告 3. テレビ・ラジオのCM  
4. ダイレクトメールの送付 5. ネットの広告 6. 自社のホームページ  
7. 看板・のぼり旗 8. 物産展・展示会へ出展 9. 包装紙、紙袋  
10. 特に何もしていない 11. その他 ( )

**(2) (1)で選ばれたもののうち、売上の拡大について効果があったものについて、該当する番号上位3つまでを選んで○を付けてください。**

1. チラシの配布 2. タウン誌・雑誌等への広告 3. テレビ・ラジオのCM  
4. ダイレクトメールの送付 5. ネットの広告 6. 自社のホームページ  
7. 看板・のぼり旗 8. 物産展・展示会へ出展 9. 包装紙、紙袋  
10. その他 ( )

**(3) インターネットを使った販売促進について、該当する番号上位2つまでを選んで○を付けてください**

1. 自社ホームページ 2. 業界ポータルサイト 3. ネット上の広告  
4. SNS (twitter、Facebook など) 5. ブログ 6. メルマガ  
7. チラシなどにQRコードを印刷 8. 活用していない

**問7 事業計画（経営計画）の作成について、該当する番号を1つを選んで○を付けてください。**

**(1) 事業計画（経営計画）の作成の有無はいかがですか。**

1. 毎年作成している 2. 作成したことがある 3. 一度も作成したことがない

**(2) 問7(1)で3.に○を付けた方にお聞きします。作成しない理由を1つを選んで○を付けてください。**

1. 作成する必要がある 2. 作成する時間がない  
3. 作成の仕方が分からない 4. 作成を誰に頼んでいいのか分からない  
5. その他 ( )

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について、該当する番号上位3つまでを選んで○を付けてください。

- |               |                  |              |
|---------------|------------------|--------------|
| 1. 経営計画作成セミナー | 2. 財務分析セミナー      | 3. 人材活用セミナー  |
| 4. 販路開拓セミナー   | 5. インターネット関連セミナー | 6. 補助金活用セミナー |
| 7. その他 ( )    |                  |              |

問9 主な平成29年度の補正予算の施策並びに平成30年度の当所予算の経済対策の活用についてお聞きします。

①ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業

経営力向上に資する革新的サービス開発・試作品開発・生産プロセスの改善を行うための中小企業等の設備投資等の一部を補助

〔補助率 1/2 補助上限額 1000万円、小規模型 補助率 2/3 補助上限額 500万円〕

- |             |   |
|-------------|---|
| 1. 知っている    | 2. 知らなかった                               |
| 1. 知っている方 → | ア) 申請した                      イ) 申請しなかった |

②サービス等生産性向上IT導入支援事業

中小企業等の生産性向上を実現するため、バックオフィス業務等の効率化や新たな顧客獲得等の付加価値向上（売上向上）に資するIT導入支援

〔ITツール（ソフトウェア・サービス等）が対象 補助率 1/2 補助上限 50万円 下限 15万円〕

- |             |  |
|-------------|--|
| 1. 知っている    | 2. 知らなかった                                  |
| 1. 知っている方 → | ア) 申請した      イ) 申請しなかった（しない）      ウ) 申請したい |

③小規模支援者支援パッケージ事業（通称：小規模事業者持続化補助金）

小規模事業者が将来の事業承継を見据え、ビジネスプランに基づいた経営を推進していくため、商工会議所と一体となって経営計画を作成し、販路開拓に取り組む費用の支援

〔補助率 2/3 補助上限額 50万（賃上げ・海外展開等 100万円）〕

- |             |  |
|-------------|--|
| 1. 知っている    | 2. 知らなかった                                    |
| 1. 知っている方 → | ア) 申請した                      イ) 申請しなかった（しない） |

④軽減税率対策補助金（通称：レジ補助金）

消費税軽減税率制度（複数税率）への対応が必要となる中小企業・小規模事業者等が複数税率対応レジの導入や受発注システムの改修などを行うにあたって、その経費の一部を補助

〔補助額上限 レジ1台あたり20万 複数台上限200万〕

- |             |  |
|-------------|--|
| 1. 知っている    | 2. 知らなかった                                  |
| 1. 知っている方 → | ア) 申請した      イ) 申請しなかった（しない）      ウ) 申請したい |

⑤その他の補助金活用があれば名称 ( )

問10 その他、商工会議所にご要望等があればご自由にご記入ください。

( )

ご協力ありがとうございました。

