

伴走型小規模事業者支援推進事業

# 經濟動向 調查報告書

<夏版>

令和元年度  
大和商工会議所



# 調査概要

## 1. 調査概要

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、経営発達支援計画として、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	令和元年7月5日～同月23日
調査対象	管内小規模事業者
調査方法	FAXにより回収
回答数	186件／総配布数1,144件(回答率:16.3%) (内訳)製造業:26、卸売業:10、小売業:14、建設業・運輸業:66、サービス業:62、その他:6、業種不明:2

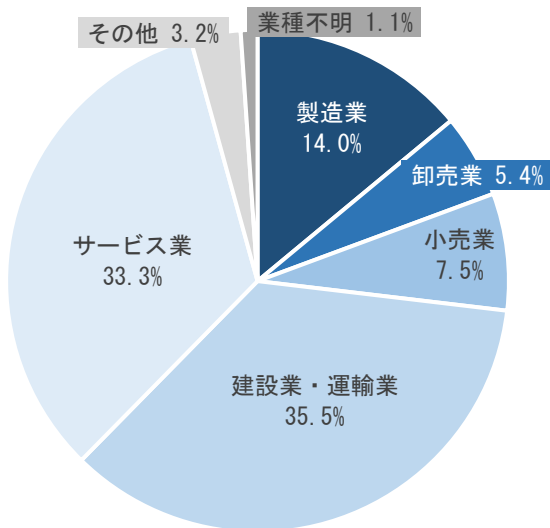
## 【目 次】

I	回答者の属性	3
1.	回答者の属性	3
II	単純集計	5
III	クロス集計	15
1.	景況感	16
(1)	景況感(業種ごと)	16
(2)	景況感の全国比較	19
2.	経営上の問題点	26
3.	販売促進	30
(1)	現在実施している販売促進(業種ごと)	30
(2)	売上拡大に十分な効果があった販売促進(業種ごと)	31
(1)	消費税率引上げの準備状況について(業種ごと)	33
(2)	販売価格への転嫁予定(業種ごと)	34
(3)	消費税率引上げの経営への影響(業種ごと)	34
4.	災害時の事業の継続について	35
(1)	災害時の事業継続の準備(業種ごと)	35
(2)	「事業継続力強化計画」作成の意向(業種ごと)	35
5.	働き方改革	36
(1)	「有給休暇取得の義務化」について(業種ごと)	36
(2)	「時間外労働の上限規制」について(業種ごと)	37
(3)	「時間外労働の上限規制」に対する対応内容(業種ごと)	37
6.	(参考) 商工会議所の活動	38
7.	総括	39
IV	参考資料(集計表、アンケート用紙)	42
1.	集計表	43
2.	アンケート用紙	50

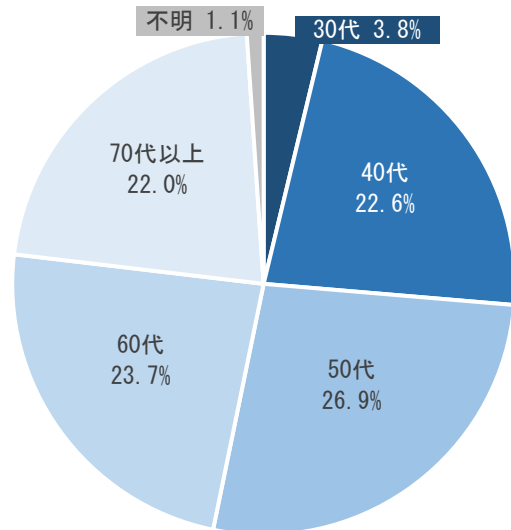
# I 回答者の属性

## 1. 回答者の属性

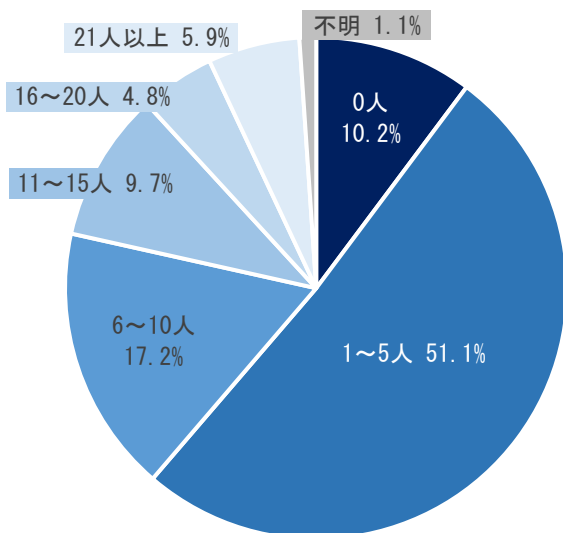
### (1) 業種



### (2) 代表者年齢



### (3) 従業員数



## 2. 回答者の属性（詳細）

### （1）業種

	全体	
	件数	%
製造業	26	14.0%
卸売業	10	5.4%
小売業	14	7.5%
建設業・運輸業	66	35.5%
建設業	60	32.3%
運輸業	6	3.2%
サービス業	62	33.3%
飲食サービス業	3	1.6%
情報通信業	2	1.1%
不動産・生活関連サービス業	20	10.8%
金融業	2	1.1%
専門・技術サービス業	19	10.2%
その他サービス業	16	8.6%
その他の業種	6	3.2%
業種不明	2	1.1%
合計	186	100.0%

### （2）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	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
製造業	26	100.0%	0	0.0%	1	3.8%	7	26.9%	4	15.4%	6	23.1%	7	26.9%	1	3.8%
卸売業	10	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	10.0%	4	40.0%	3	30.0%	2	20.0%	0	0.0%
小売業	14	100.0%	0	0.0%	2	14.3%	5	35.7%	5	35.7%	1	7.1%	1	7.1%	0	0.0%
建設業・運輸業	66	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	11	16.7%	17	25.8%	19	28.8%	19	28.8%	0	0.0%
建設業	60	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	11	18.3%	13	21.7%	18	30.0%	18	30.0%	0	0.0%
運輸業	6	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	66.7%	1	16.7%	1	16.7%	0	0.0%
サービス業	62	100.0%	0	0.0%	3	4.8%	17	27.4%	17	27.4%	15	24.2%	10	16.1%	0	0.0%
飲食サービス業	3	100.0%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%
情報通信業	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
不動産・生活関連サービス業	20	100.0%	0	0.0%	1	5.0%	3	15.0%	5	25.0%	5	25.0%	6	30.0%	0	0.0%
金融業	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
専門・技術サービス業	19	100.0%	0	0.0%	1	5.3%	4	21.1%	6	31.6%	6	31.6%	2	10.5%	0	0.0%
その他サービス業	16	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	8	50.0%	4	25.0%	3	18.8%	1	6.3%	0	0.0%
その他の業種	6	100.0%	0	0.0%	1	16.7%	1	16.7%	2	33.3%	0	0.0%	2	33.3%	0	0.0%
業種不明	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%
合計	186	100.0%	0	0.0%	7	3.8%	42	22.6%	50	26.9%	44	23.7%	41	22.0%	2	1.1%

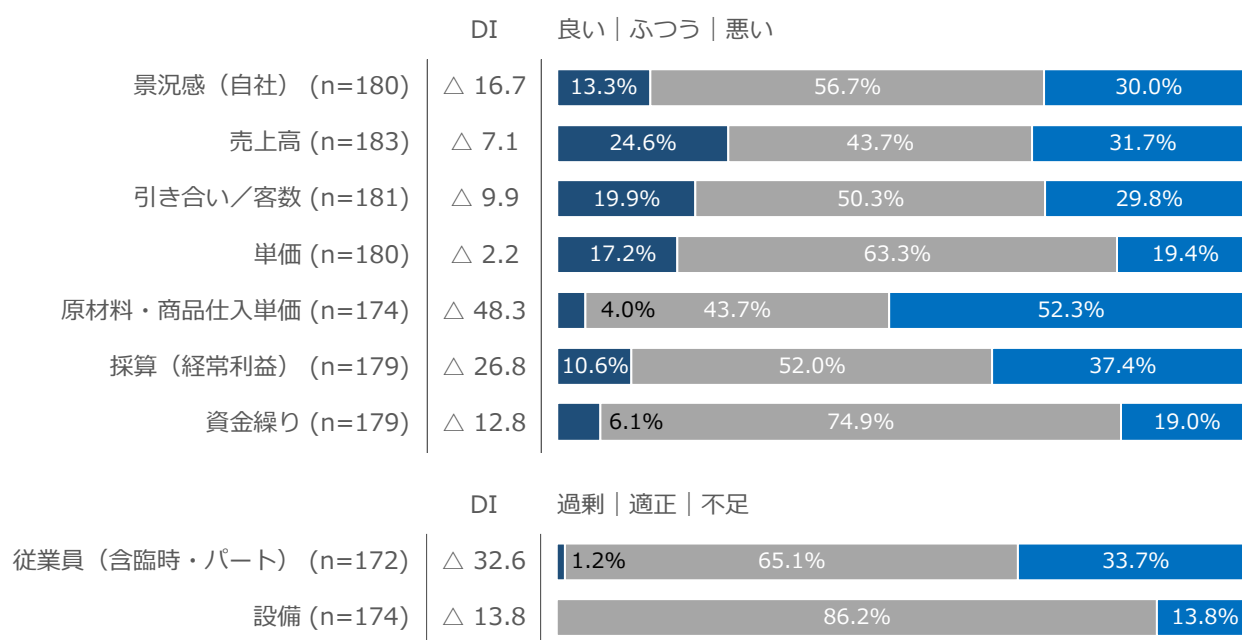
### （3）従業員数

	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	26	100.0%	1	3.8%	8	30.8%	5	19.2%	5	19.2%	5	19.2%	2	7.7%	0	0.0%
卸売業	10	100.0%	1	10.0%	8	80.0%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
小売業	14	100.0%	1	7.1%	8	57.1%	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	21.4%	1	7.1%
建設業・運輸業	66	100.0%	5	7.6%	26	39.4%	19	28.8%	9	13.6%	4	6.1%	3	4.5%	0	0.0%
建設業	60	100.0%	3	5.0%	25	41.7%	18	30.0%	8	13.3%	3	5.0%	3	5.0%	0	0.0%
運輸業	6	100.0%	2	33.3%	1	16.7%	1	16.7%	1	16.7%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%
サービス業	62	100.0%	11	17.7%	40	64.5%	7	11.3%	2	3.2%	0	0.0%	2	3.2%	0	0.0%
飲食サービス業	3	100.0%	0	0.0%	3	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
情報通信業	2	100.0%	1	50.0%	1	50.0%	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	20	100.0%	4	20.0%	10	50.0%	4	20.0%	1	5.0%	0	0.0%	1	5.0%	0	0.0%
金融業	2	100.0%	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
専門・技術サービス業	19	100.0%	3	15.8%	15	78.9%	1	5.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他サービス業	16	100.0%	3	18.8%	9	56.3%	2	12.5%	1	6.3%	0	0.0%	1	6.3%	0	0.0%
その他の業種	6	100.0%	0	0.0%	4	66.7%	0	0.0%	1	16.7%	0	0.0%	1	16.7%	0	0.0%
業種不明	2	100.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%
合計	186	100.0%	19	10.2%	95	51.1%	32	17.2%	18	9.7%	9	4.8%	11	5.9%	2	1.1%

- ・小規模事業者数 167 事業者（小規模事業者割合 80.8%）
- ・従業員基準により小規模事業者に該当しない事業者 11 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 8 事業者

## Ⅱ 単純集計

## 問1 昨年の今頃（2018年1月～6月頃）と比べた現在（2019年1月～6月頃）の経営環境等の状況



※各回答項目を以下のとおり、「良い」「ふつう」「悪い」と置き直してグラフを作成している。

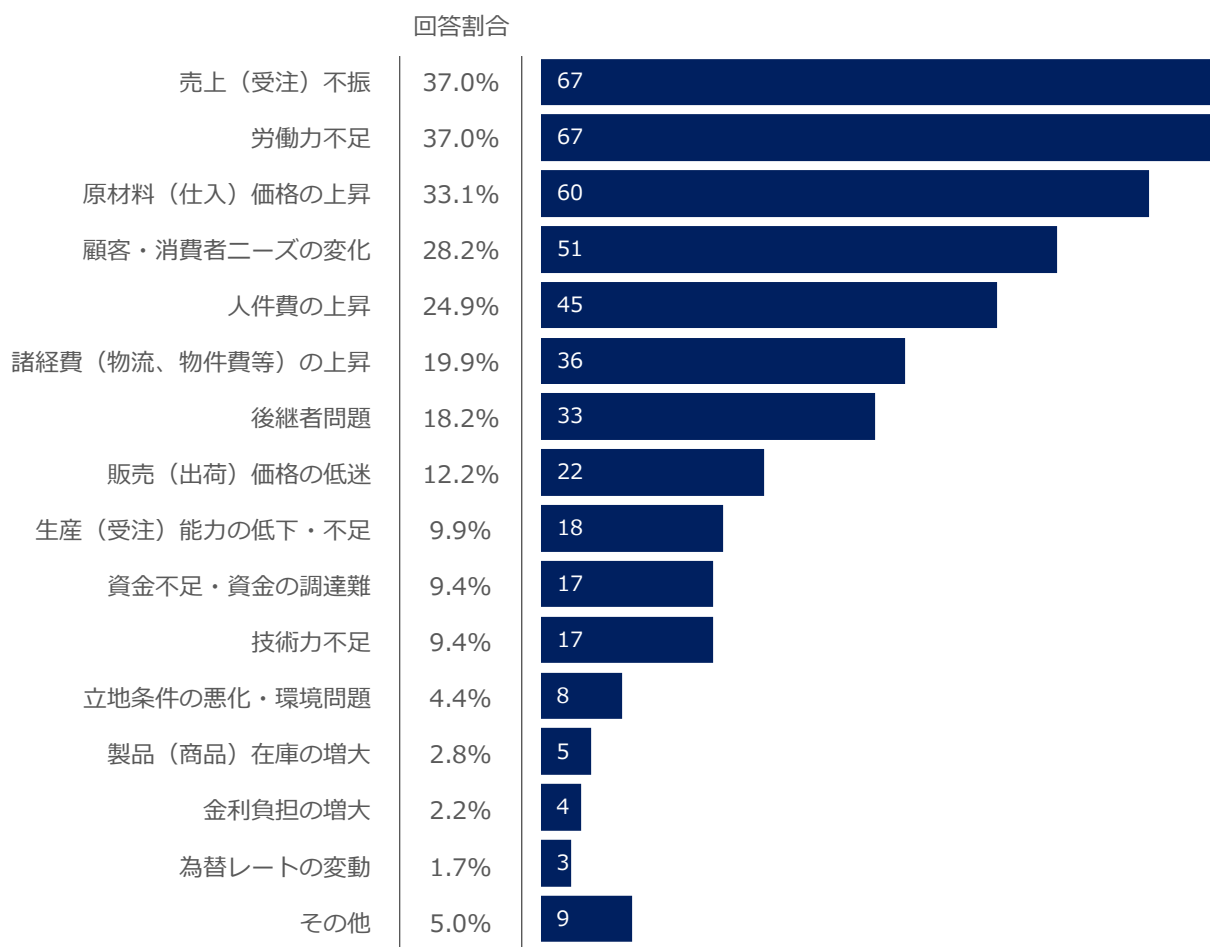
景況感（自社）	：	好転→良い、不変 →ふつう、悪化→悪い
売上高	：	増加→良い、不変 →ふつう、減少→悪い
引き合い／客数	：	増加→良い、不変 →ふつう、減少→悪い
単価	：	上昇→良い、不変 →ふつう、低下→悪い
原材料・商品仕入単価	：	低下→良い、不変 →ふつう、上昇→悪い
採算（経常利益）	：	好転→良い、不変 →ふつう、悪化→悪い
資金繰り	：	好転→良い、不変 →ふつう、悪化→悪い

※DI：ディフュージョン・インデックス（Diffusion Index）の略。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）を表す。

## 問2 問1の「景況感（自社）」判断の背景について感じていること

→P20～（2）景況感の全国比較 ①景況感DI ウ）産業別の特徴的なトピックス 参照

問3 現在の経営上の問題点（3つまで回答可）（n=181）



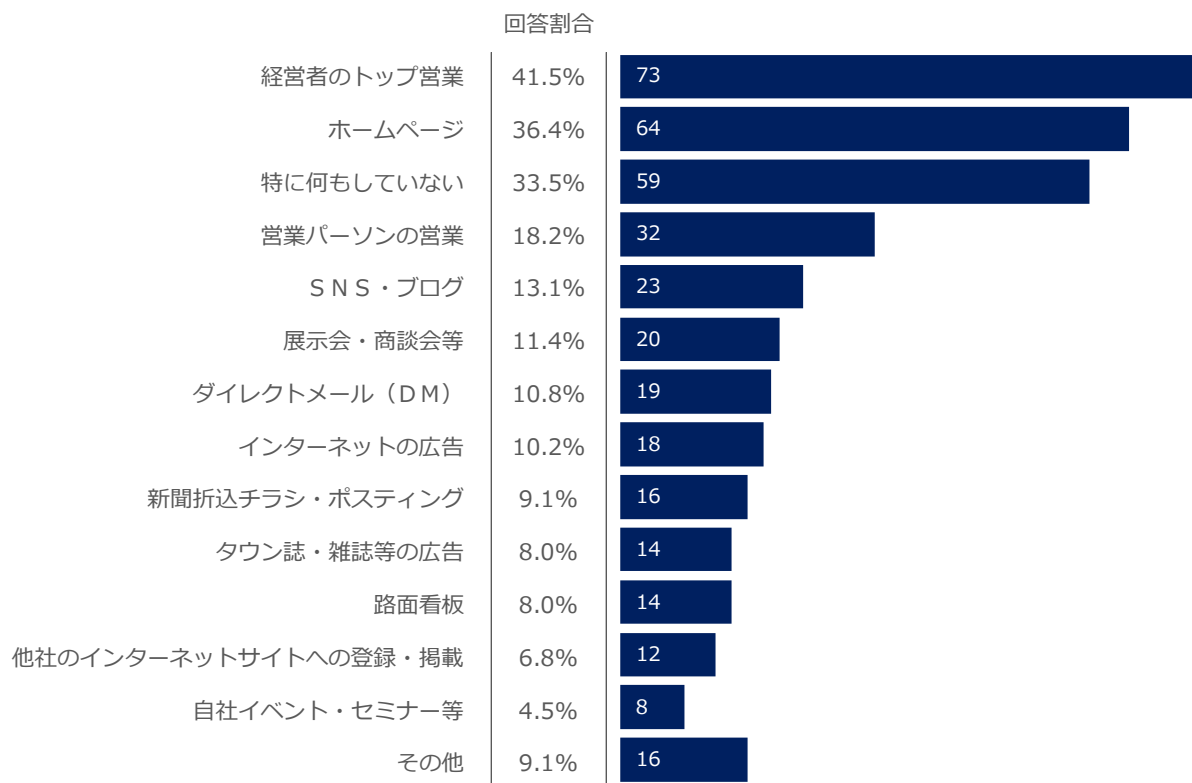
◆「その他」の内容

建設業	施工単価の低下
	受注単価の下落
飲食サービス業	家賃が高い
不動産業・生活関連サービス業	消費税増税
	賃料の値上げが難しい
その他サービス業	処分場の単価上昇
	集客



#### 問4 販売促進

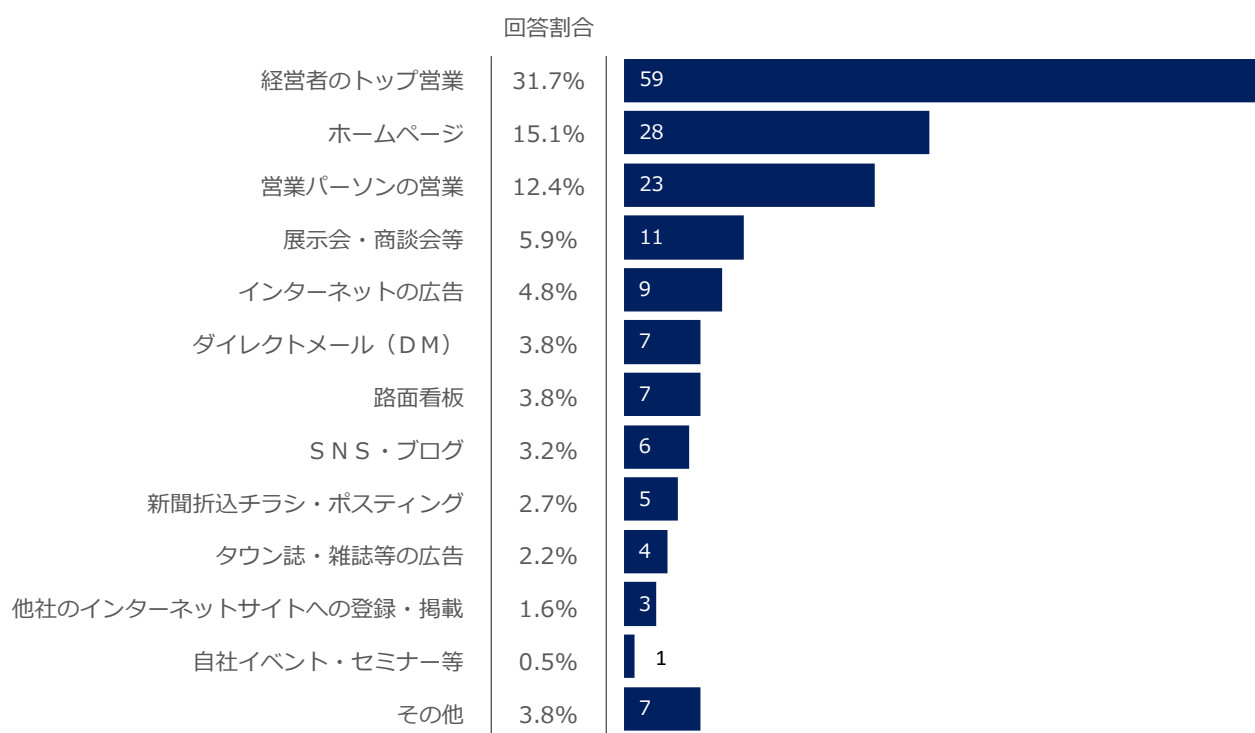
##### (1) 現在実施している販売促進（複数回答可）（n=176）



#### ◆「その他」の内容

卸売業	新規店の開拓と掘り起こし
建設業	地域貢献
	取引先との関係強化
	固定客、潜在客を大切にすること
	お客様よりの紹介
	指名受注
運輸業	同業者の会合へ出席の際、情報収集する
飲食サービス業	季節ごとのメニュー追加
不動産業・生活関連サービス業	季刊誌の発行
	地域の催事に協賛広告
その他の業種	店の窓に宣伝、電光看板

(2) (1) のうち、売上の拡大に十分な効果があったもの (3つまで回答可) (n=105)

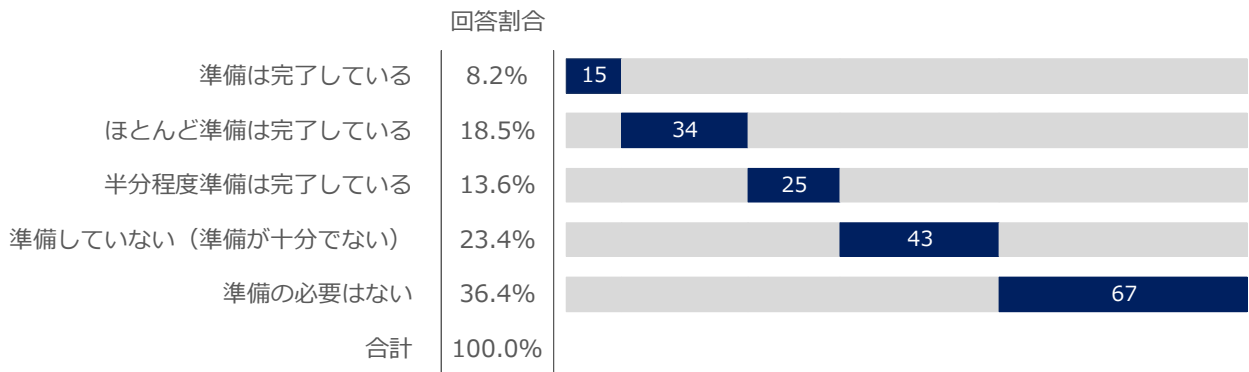


◆「その他」の内容

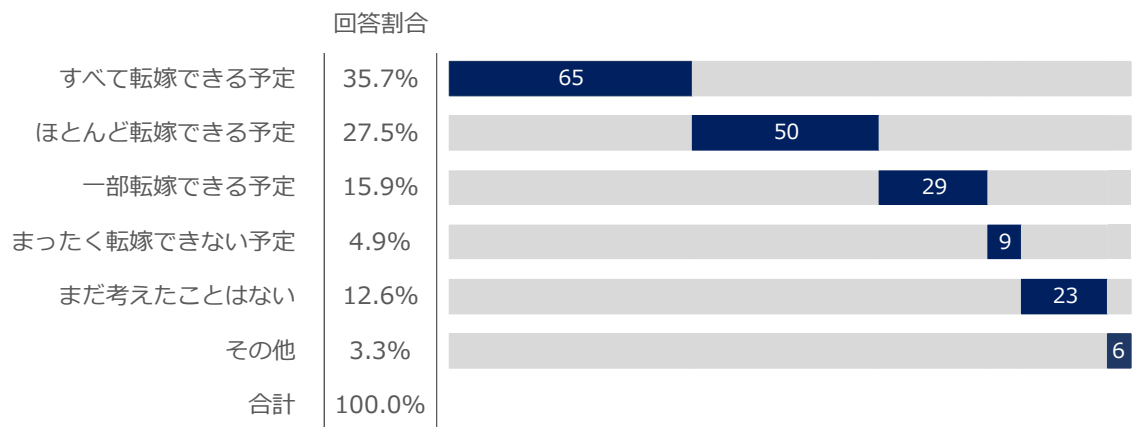
飲食サービス業	季節ごとのメニュー追加
不動産業・生活関連サービス業	季刊誌の発行

## 問5 消費税率引上げについて

### (1) 準備状況 (n=184)



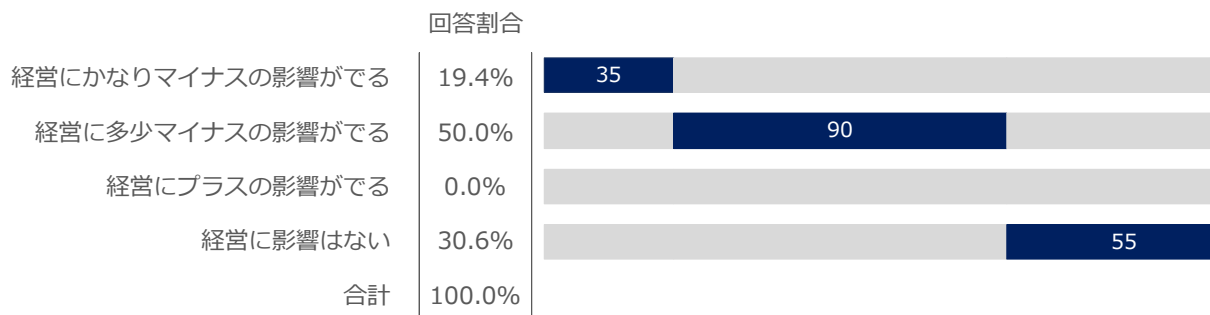
### (2) 販売価格への転嫁予定 (n=182)



#### ◆「その他」の内容

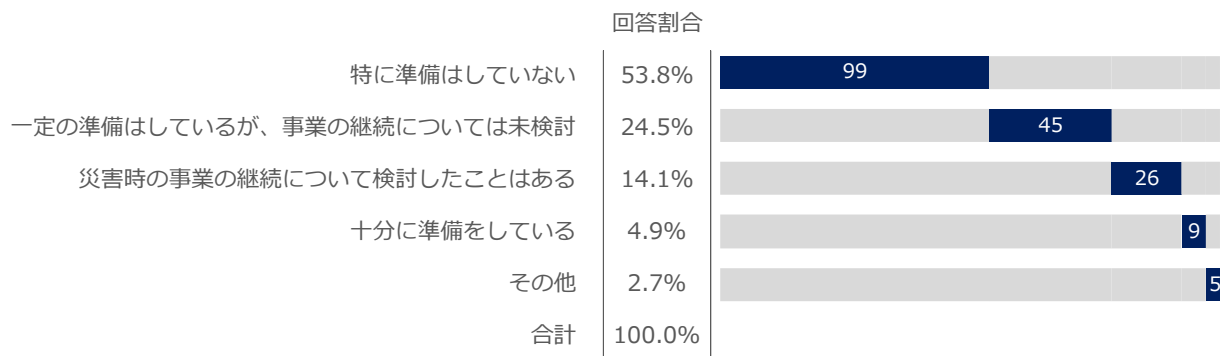
小売業	軽減税率対象
その他サービス業	転嫁出来る取引先思うが本社決済のため詳細は不明

### (3) 経営への影響 (n=180)



## 問6 災害時の事業継続

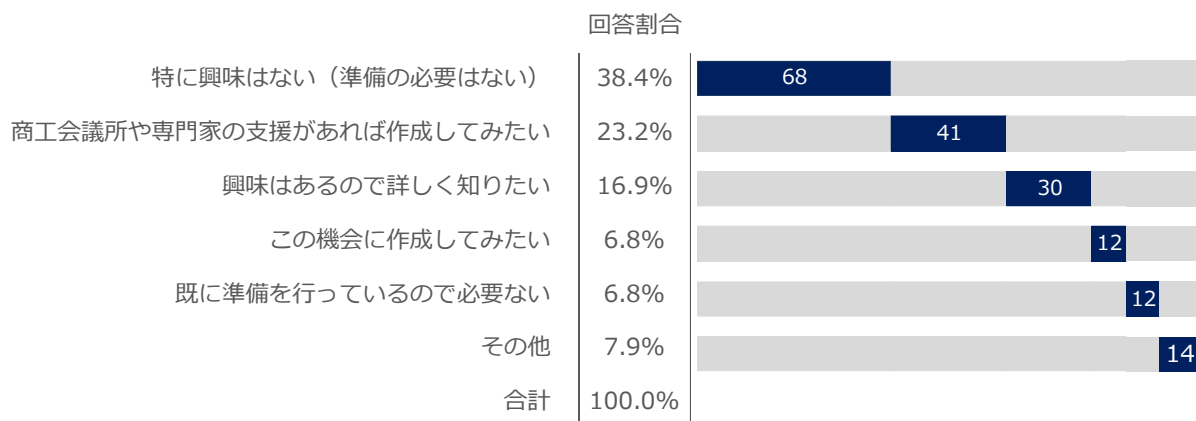
### (1) 災害時に事業を継続するための準備 (n=184)



#### ◆「その他」の内容

建設業	停電時でも電気自動車から電気の使用が可能
	県との災害協定を締結
専門・技術サービス業	建物・設備の大規模火災や壊滅的倒壊以外は問題ない
	防災グッズと停電時の対応は準備している

### (2) 「事業継続力強化計画」について (n=177)

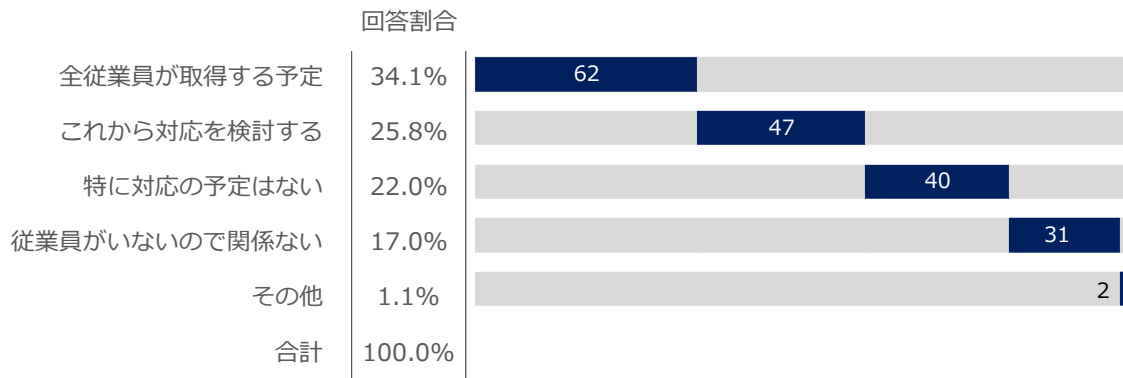


#### ◆「その他」の内容

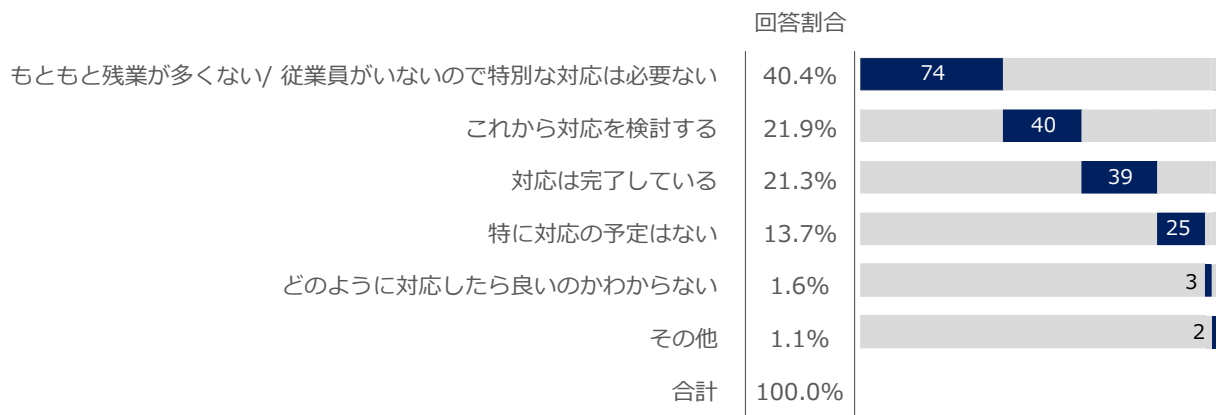
製造業	本社にて対応
	今のところ考えていない（他1件）
小売業	本部で作成している
	確認中
	時間に余裕が出来たら考えてみたい
建設業	内容を知らない
	県や市と業界との取り組みで十分対応している
運輸業	直面した現実に取り組むのみ
不動産業・生活関連サービス業	本社にて対応
その他サービス業	わからない
	本社の指示で準備しているので事業所としては必要ない

## 問7 働き方改革

### (1) 「有給休暇取得の義務化」について (n=182)



### (2) 「時間外労働の上限規制」について (n=183)

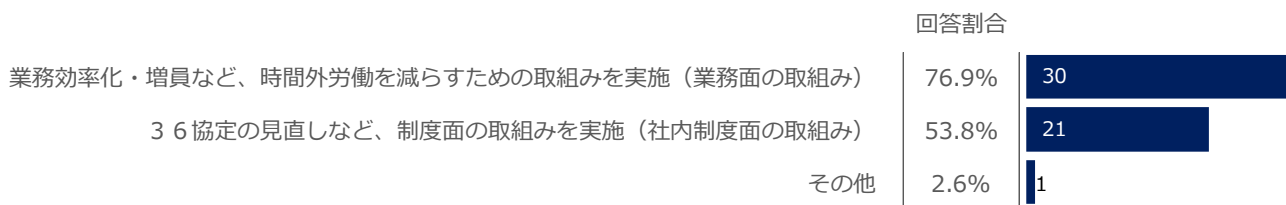


#### ◆「その他」の内容

建設業	建設業はまだ猶予あり
	対応できない

### (3) 対応した内容 (複数回答可)

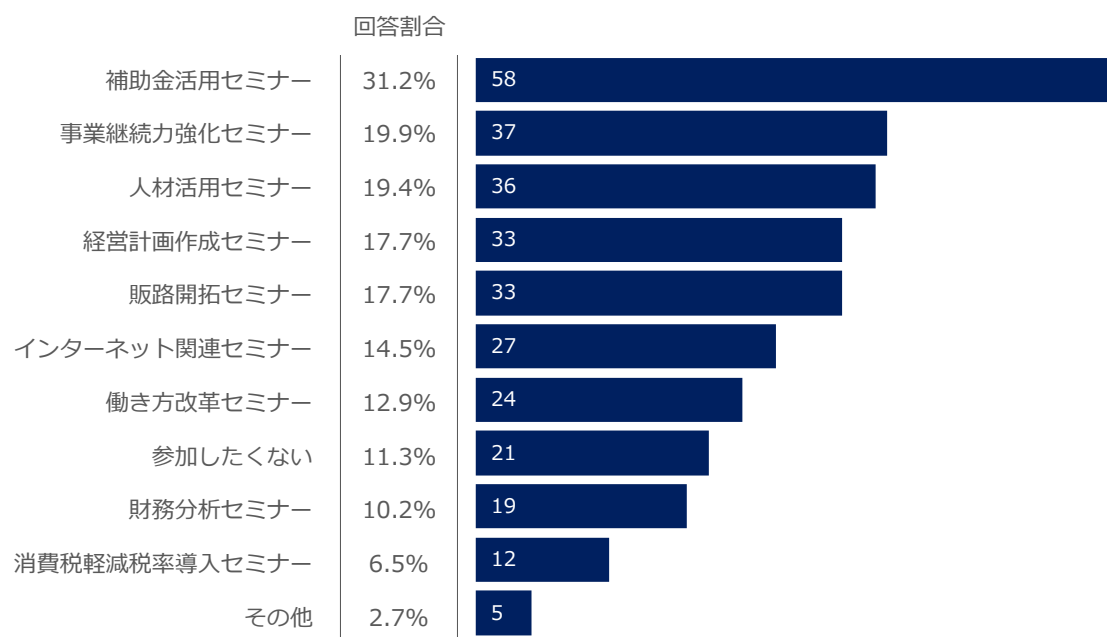
※ (2) で「対応は完了している」と答えた方 (n=39) に質問



#### ◆「その他」の内容

専門・技術サービス業	内業で残業時間を減らすため現場用の電子機器を購入した
------------	----------------------------

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=159)



◆「その他」の内容

不動産・生活関連サービス業	機会があれば参加させていただきます
---------------	-------------------

問9 商工会議所への要望等

卸売業	<p>今後も異業種交流会を継続して行ってほしい。</p> <p>大和商工会議所にて、会員の人びとと今後大和市を、もっと良くする事など座談会などを話せる提案などしてほしい。</p>
小売業	<p>郵送で来たものの、FAXは必要ないと思います。</p>
建設業	<p>最近、このようなアンケートばかりが多いです。私共は景気の良い話を今聞きません。又聞こえて来ません。他の業種はどうなのでしょう？！ 今ががまん時なのでしょう？！</p> <p>どうにもならないと思いますが大手建設業の孫請に対する工事単価の見直し。安すぎて職人がやめてしまう</p> <p>労働不足が解消できない。来年度より契約が決定しているが、人員配置が難しくなっている。</p> <p>税務関係でいつもお世話になっております。年末調整、個人申告で終わりです。もう少しお願いします。</p> <p>求人に対する支援をもっとしてほしい。</p> <p>お世話になっています。</p> <p>いつも資料等ありがとうございます。参考にさせて頂いております、今後共よろしくお願い致します。</p> <p>現況で良いと思います。</p>
情報通信業	<p>いつも大変お世話になり、大変感謝しております。今回の補助もご支援により、無事に採択することができました。大変ありがとうございました。来月から事務所を構え、1名社員を雇用することになっております。変更手続き等ございましたら、ご教授いただければ幸いです。今後とも、よろしく申し上げます。</p>
専門・技術サービス業	<p>セミナー等の案内をいただくが、時間がとれず、参加できません。土、日の開催予定はありませんか。</p> <p>電子マネー対応して頂いてたすかります。</p>
その他サービス業	<p>何でも力になってもらえるならお願いしたいです。</p>

### Ⅲ クロス集計



## 1. 景況感

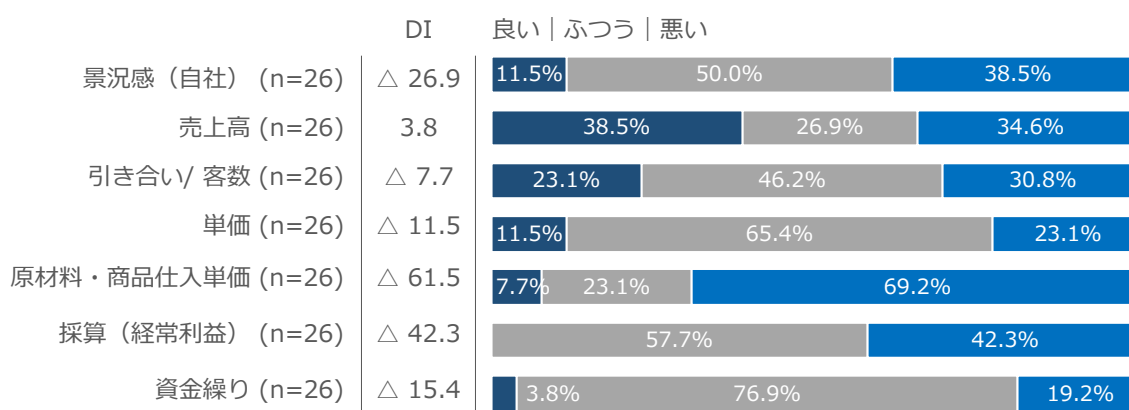
### (1) 景況感（業種ごと）

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）

景況感D Iは△26.9ポイントとなっており、経営環境が「悪化」していると感じている割合が高い。

売上高D Iは3.8ポイントとプラス値であり、売上が増加した事業者の割合が高い。一方、原材料・商品仕入単価D Iが△61.5ポイントと、原材料等の仕入価格が上昇している。この結果、経常利益（採算）D Iも△42.3ポイントとマイナス値になっている。

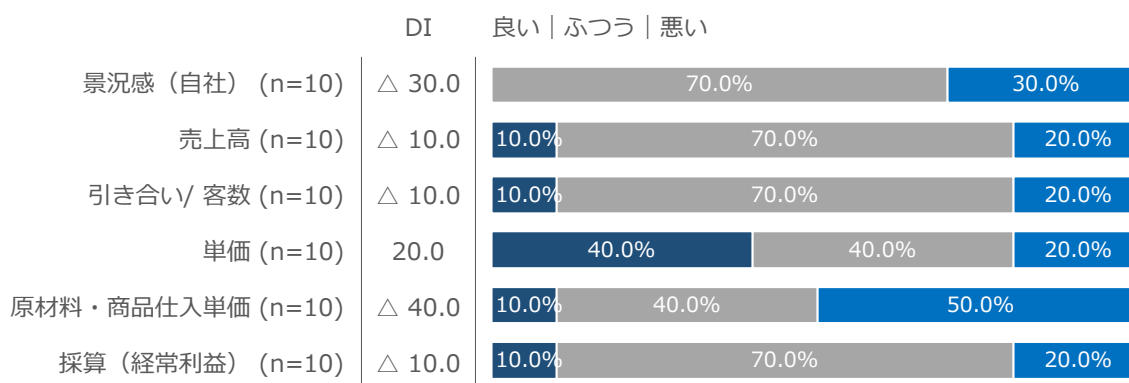


#### ②卸売業（前年同期比）

景況感D Iは△30.0ポイントとなっており、経営環境が「悪化」していると感じている割合が高い。

売上高D Iは△10.0ポイントとマイナス値であり、売上が減少した事業者の割合が高い。この要因をみると、販売単価は上昇しているものの、客数が減少していることが読み取れる。また、原材料・商品仕入単価D Iが△40.0ポイントと、商品等の仕入価格が上昇している。

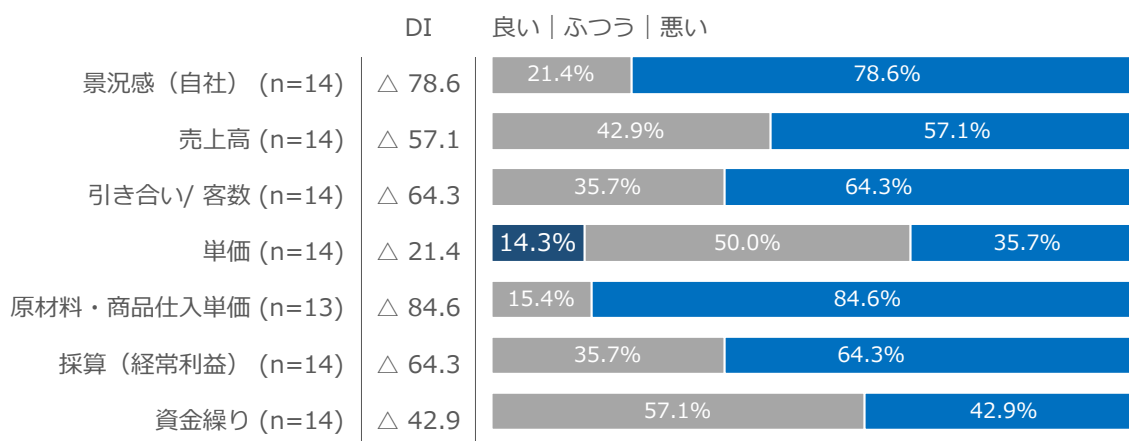
これらの結果、経常利益（採算）D Iも△10.0ポイントとマイナス値となっている。



### ③小売業（前年同期比）

景況感D Iは△78.6ポイントとなっており、経営環境が「悪化」していると感じている割合が高い。売上高D Iは△57.1ポイントとマイナス値であり、売上が減少した事業者の割合が高い。この要因として、特に客数の減少の影響が大きい。また、原材料・商品仕入単価D Iが△84.6ポイントと、商品等の仕入価格が上昇している。

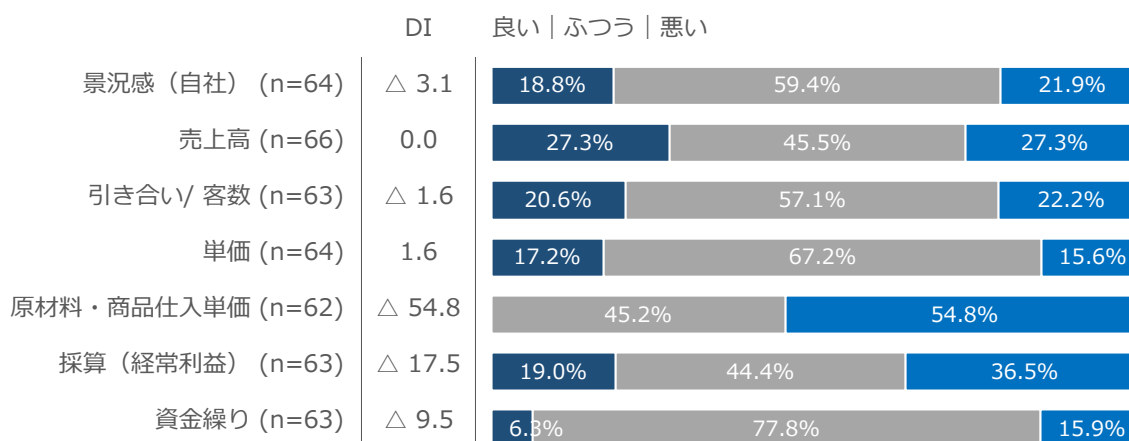
これらの結果、経常利益（採算）D Iも△64.3ポイントとマイナス値となっている。



### ④建設業・運輸業（前年同期比）

景況感D Iは△3.1ポイントとなっており、経営環境はほぼ「横ばい」と感じている割合が高い。

売上高D Iは0.0ポイントと横ばいであるが、原材料・商品仕入単価D Iが△17.5ポイントと、原材料等の仕入価格が上昇している。この結果、経常利益（採算）D Iも△17.5ポイントとマイナス値になっている。

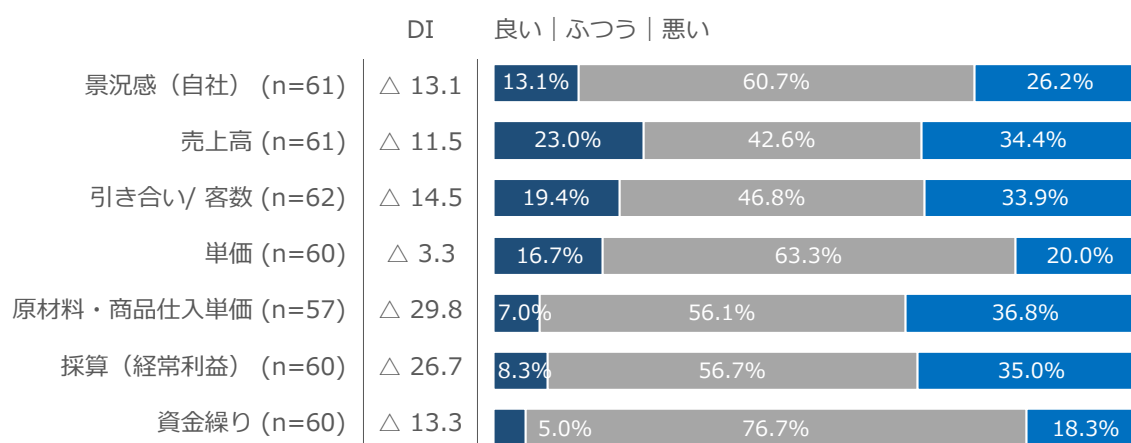


### ⑤サービス業（前年同期比）

景況感D Iは△13.1ポイントとなっており、経営環境が「悪化」していると感じている割合が高い。

売上高D Iは△11.5ポイントとマイナス値であり、売上が減少した事業者の割合が高い。この要因として、特に客数の減少の影響が大きい。また、原材料・商品仕入単価D Iが△29.8ポイントと、商品等の仕入価格が上昇している。

これらの結果、経常利益（採算）D Iも△26.7ポイントとマイナス値となっている。



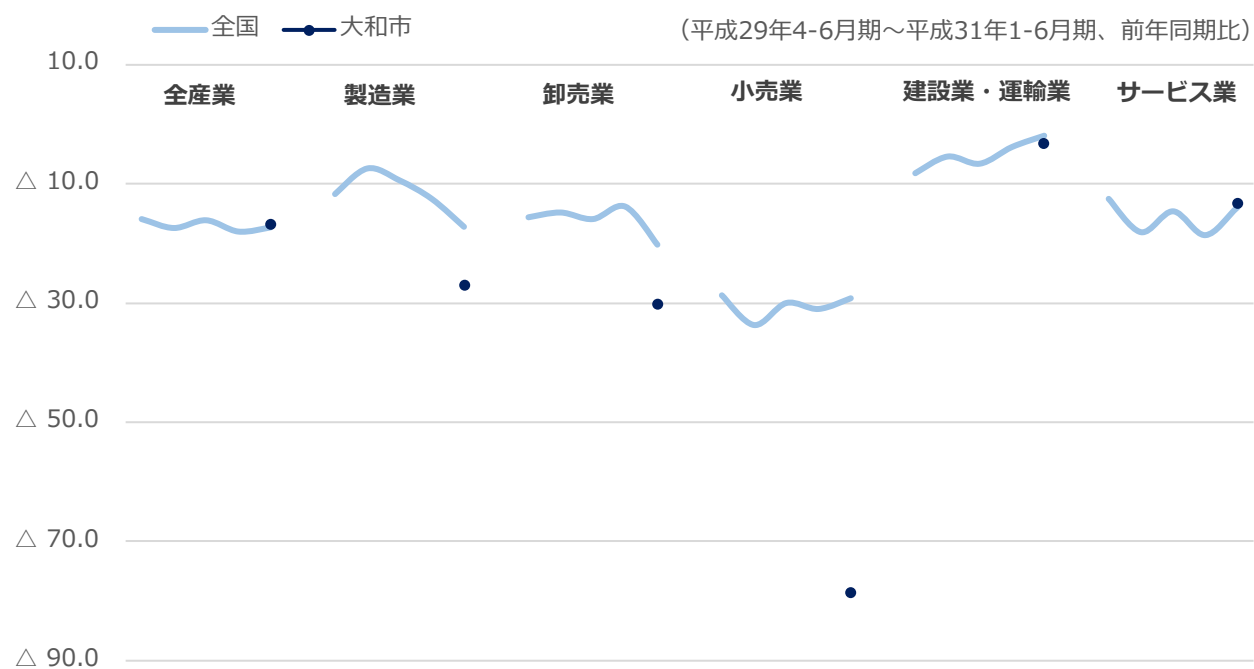
## (2) 景況感の全国比較

### ①業況感D I

#### ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の業況感D Iは△16.7である。

産業別に今期の数値を全国値と比較すると、建設業・運輸業、サービス業は全国値と同程度であるが、製造業、卸売業、小売業は全国値を下回っている。



#### イ) 業種別数値表

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
	△	-	△	-	△	-	△	-	△	-	△	-
H31.1～6期	△ 16.7	-	△ 26.9	-	△ 30.0	-	△ 78.6	-	△ 3.1	-	△ 13.1	-

ウ) 産業別の特徴的なトピックス

景況感の判断の背景にある、特徴的なトピックスは以下のとおりである。

製造業	
好転	ステンレス等の原材料高騰
不変	3.11 東日本大震災以降に増えた、免震・耐震関連の引き合いが落ち着いてきた。
	各種分析装置の板金部品の受注が少々増加
	来年が教科書の改訂年度となり、それに伴い教育関連の出版社の動向が活発化している。
	ここ数年、加工代を少しずつ上げさせていただいていますが、材料費、人件費、その他経営費の上昇により、経常利益が横ばいとなっている。
	材料の上昇
悪化	小規模の受注が減っている
	製造業全般で動きが低迷している
	全体的に仕事量が減っている
	売上減少に対し、仕入単価が上昇している
	引き合いが少ない
	仕入価格が高騰している

卸売業	
不変	青果卸売ですが、小規模のグループホームがお客様として増えています
	海外仕入れにて、円安又は現地のコストの上昇
	商品仕入単価が、多少値上がりしている
	増税を見越した発注増加
	仕入価格が上昇している
悪化	中国への古紙輸出が激減、輸出単価の暴落、それに伴う国内市況の悪化
	お客様の受注量減少、外注機会も減少。住宅防音事業の中で、内装建設がなくなった。住宅の間取りで和室の減少。内装建設の規格ユニット化

小売業	
不変	消費増税後の消費の低迷が気になる
	物流運送費が増加
悪化	商店街が閑散としている。来店客が減少。ネットは増加
	箱、袋、ラッピング用品の上昇、発送運賃、人件費の上昇。どこにでも（スーパー、ドラッグストアなど）花や、正月飾りなど置くようになった為による
	ネット販売の増加
	カード利用分割払いが増えている

建設業・運輸業	
好転	公共事業増加（受注）、民間低下（引き合い）
	増税に伴い、リフォーム受注の集客が増えている
	仕事量は増えているが、単価は上がらない
	屋根のリフォーム工事の受注が増えている
	木材や住設機器、釘関係の値が上がっている。グループホーム等の受注が増えている
	受注件数が増えたので、売上・利益は、予想を上っている
	消費税率引上げを前に受注工事量が増加している
	単価の高い工事（大型工事）が多くなった
不変	生コンクリート・アスファルトの価格が高騰している。戸建住宅の造成工事の受注が増えている
	民間取引では価格を一部上げてもらっている。一方、「大和市」の業務において、入札等は最低制限価格が委託業務ではなく適正価格での受注ができない。道路業のおかれる状況はかなり厳しい
	増税後の不安
	年間施工数とほぼ同件数
	規制や制限が厳しくなってきた研修や学習しないと動けなくなってきた
	人材不足、働き方改革による労務費、材料高騰
	資材費が上昇している
悪化	老後 2,000 万円問題
	受注額が減少している
	建築の受注は増えているが、1 棟当たりの単価が上がらない
	原材料の不足により徐々に高騰している
	建設資材価格が上昇しているが、受注単価が上がらない
	全般に景気が良くないように感じます。年金問題から高齢者も腰の上がらないケースが出てきている

サービス業	
好転	従業員の人手不足が課題となっている
	単価アップ、客数は不変（新・旧の入れ替えあり）
	大型テナントの業績好調、空室ナシ
	受注増しかしコスト増。背景に能力を持った人手の不足
不変	仕入れが上手くいかない
	増税前だからか新築物件の着工が増えていた
	得意先に物流業者が多いので、引き合いは多くあるが、金額が変わらない。物流業者はコストダウンの標的にされてしまっているためと思われる
	一般のお客様の受注が減っている
	消耗品（用紙など）の価格が上がっている

サービス業（続き）	
不変	引き合多し、物件が少ない
	内装代、処分代の高騰
	自動車部品製造、飲食業等において、売上が減少傾向
悪化	東名高架下工事が始まってから急激に客足が減った
	問い合わせが少なくなっている
	葬儀単価が落ちている。1日葬が増えている

## ②売上高D I

### ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の売上高D Iは、前期△2.5から△7.1（前期差4.6ポイント減）と減少した。

産業別にみると、製造業で3.8（前期差18.2ポイント増）、卸売業で△10.0（前期差15.0ポイント増）、サービス業で△11.5（前期差3.8ポイント増）と増加。一方、小売業で△57.1（前期差66.2ポイント減）、建設業・運輸業で0.0（前期差20.0ポイント減）と減少した。

産業別に今期の数値を全国値と比較すると、製造業、卸売業、建設業・運輸業は全国値を上回り、サービス業は同程度、小売業は大きく下回っている。



### イ) 業種別数値表 (直近5半期)

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
H29.4～6期	4.0	-	26.7	-	40.0	-	△7.1	-	△5.6	-	0.0	-
H29.10～12期	17.5	↗	60.0	↗	50.0	↗	△6.7	↗	0.0	↗	11.9	↗
H30.4～6期	2.2	↘	7.1	↘	14.3	↘	△33.3	↘	4.4	↗	16.3	↗
H30.10～12期	△2.5	↘	△14.3	↘	△25.0	↘	9.1	↗	20.0	↗	△15.3	↘
H31.1～6期	△7.1	↘	3.8	↗	△10.0	↗	△57.1	↘	0.0	↘	△11.5	↗



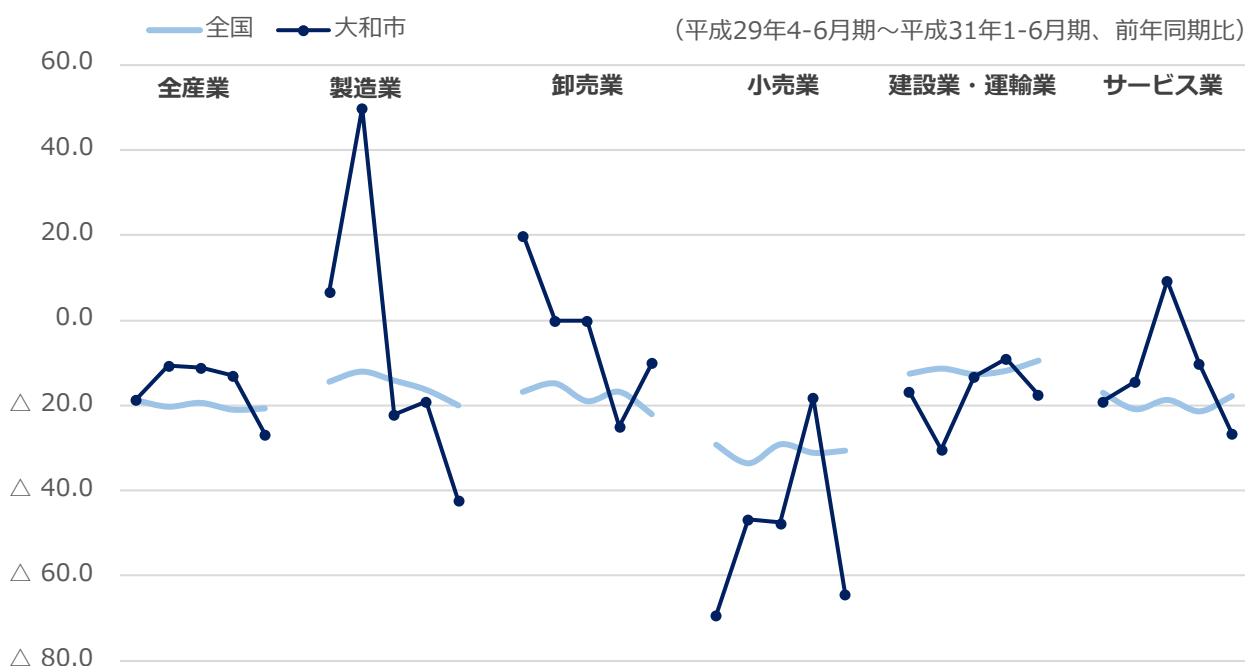
### ③採算（経常利益）D I

#### ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の採算（経常利益）D Iは、前期△13.0から△26.8（前期差 13.8ポイント減）と減少した。

産業別にみると、卸売業で△10.0（前期差 15.0ポイント増）と増加。一方、製造業で△42.3（前期差 23.3ポイント減）、小売業で△64.3（前期差 46.1ポイント減）、建設業・運輸業で△17.5（前期差 8.6ポイント減）、サービス業で△26.7（前期差 16.5ポイント減）と減少した。

産業別に今期の数値を全国値と比較すると、卸売業は全国値を上回っているものの、製造業、小売業、建設業・運輸業、サービス業は全国値を下回っている。



#### イ) 業種別数値表（直近5半期）

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
H29.4～6期	△ 18.6	-	6.7	-	20.0	-	△ 69.2	-	△ 16.7	-	△ 19.0	-
H29.10～12期	△ 10.7	↗	50.0	↗	0.0	↘	△ 46.7	↗	△ 30.4	↘	△ 14.3	↗
H30.4～6期	△ 11.0	↘	△ 22.2	↘	0.0	→	△ 47.6	↘	△ 13.3	↗	9.3	↗
H30.10～12期	△ 13.0	↘	△ 19.0	↗	△ 25.0	↘	△ 18.2	↗	△ 8.9	↗	△ 10.2	↘
H31.1～6期	△ 26.8	↘	△ 42.3	↘	△ 10.0	↗	△ 64.3	↘	△ 17.5	↘	△ 26.7	↘

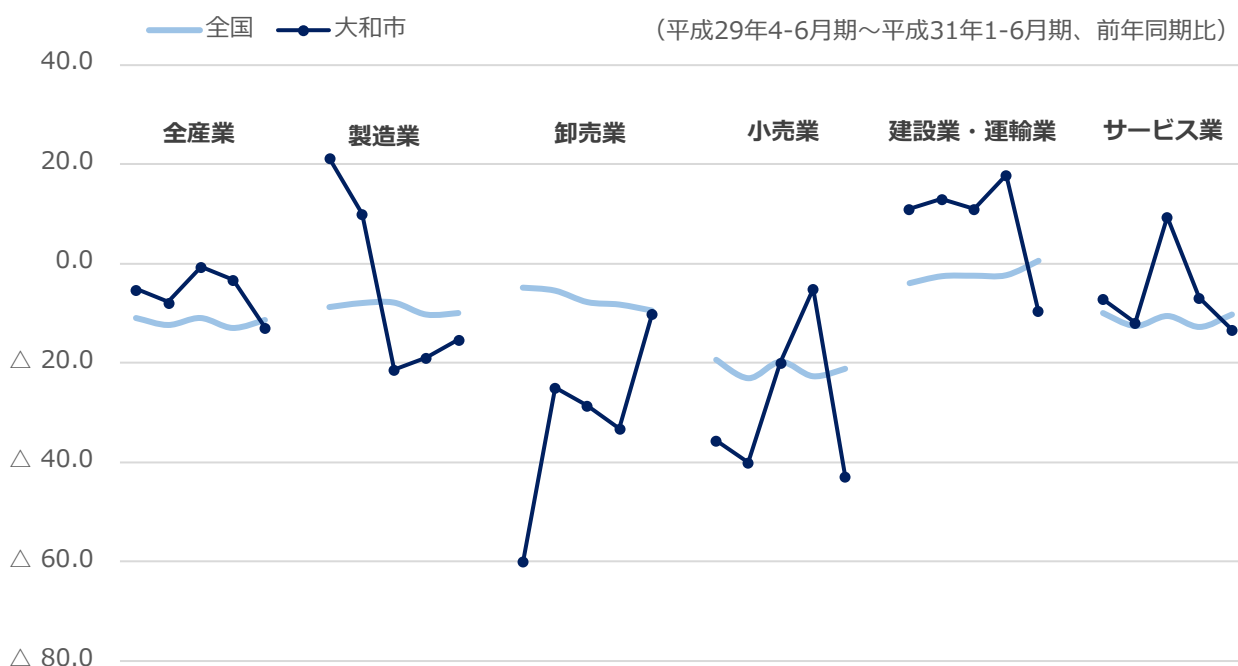
### ③資金繰りDI

#### ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の資金繰りDIは、前期△3.2から△12.8（前期差9.6ポイント減）と減少した。

産業別にみると、製造業で△15.4（前期差3.6ポイント増）、卸売業で△10.0（前期差23.3ポイント増）と増加。一方、小売業で△42.9（前期差37.9ポイント減）、建設業・運輸業で△9.5（前期差27.3ポイント減）、サービス業で△13.3（前期差6.4ポイント減）と減少した。

産業別に今期の数値を全国値と比較すると、卸売業は全国値と同程度であるものの、製造業、小売業、建設業・運輸業、サービス業は全国値を下回っている。



#### イ) 業種別数値表 (直近5半期)

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設業・運輸業		サービス業	
H29.4～6期	△ 5.2	-	21.4	-	△ 60.0	-	△ 35.7	-	11.1	-	△ 7.1	-
H29.10～12期	△ 7.8	↘	10.0	↘	△ 25.0	↗	△ 40.0	↘	13.0	↗	△ 11.9	↘
H30.4～6期	△ 0.6	↗	△ 21.4	↘	△ 28.6	↘	△ 20.0	↗	11.1	↘	9.5	↗
H30.10～12期	△ 3.2	↘	△ 19.0	↗	△ 33.3	↘	△ 5.0	↗	17.8	↗	△ 6.9	↘
H31.1～6期	△ 12.8	↘	△ 15.4	↗	△ 10.0	↗	△ 42.9	↘	△ 9.5	↘	△ 13.3	↘

## 2. 経営上の問題点

経営上の問題点について、業種ごとに分析する。

### (1) 経営上の問題点（業種ごと）

経営上の問題点をみる。

まず全産業をみると、「売上（受注）不振（37.0%）」「原材料（仕入）価格の上昇（33.1%）」「労働力不足（37.0%）」「顧客・消費者ニーズの変化（28.2%）」などの回答割合が高いことがわかる。

「売上（受注）不振」は特に小売業で回答割合が高い。「原材料（仕入）価格の上昇」は製造業、小売業、建設業・運輸業で回答割合が高い。「労働力不足」は建設業・運輸業で回答割合が高い。「顧客・消費者ニーズの変化」は卸売業、小売業、サービス業で回答割合が高いといった特徴がある。

	全産業 n=181	製造 n=26	卸売 n=10	小売 n=14	建設・運輸 n=65	サービス n=59
売上（受注）不振	37.0%	34.6%	40.0%	78.6%	30.8%	39.0%
販売（出荷）価格の低迷	12.2%	19.2%	30.0%	28.6%	6.2%	10.2%
原材料（仕入）価格の上昇	33.1%	46.2%	30.0%	42.9%	43.1%	16.9%
製品（商品）在庫の増大	2.8%	3.8%	30.0%	0.0%	0.0%	1.7%
人件費の上昇	24.9%	19.2%	20.0%	21.4%	29.2%	23.7%
労働力不足	37.0%	19.2%	10.0%	7.1%	63.1%	25.4%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	19.9%	19.2%	10.0%	21.4%	12.3%	28.8%
資金不足・資金の調達難	9.4%	15.4%	30.0%	0.0%	9.2%	6.8%
金利負担の増大	2.2%	0.0%	10.0%	0.0%	3.1%	0.0%
技術力不足	9.4%	26.9%	0.0%	0.0%	10.8%	3.4%
生産（受注）能力の低下・不足	9.9%	19.2%	0.0%	7.1%	9.2%	10.2%
後継者問題	18.2%	19.2%	10.0%	7.1%	24.6%	15.3%
顧客・消費者ニーズの変化	28.2%	11.5%	50.0%	42.9%	15.4%	42.4%
立地条件の悪化・環境問題	4.4%	7.7%	0.0%	7.1%	1.5%	6.8%
為替レートの変動	1.7%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	1.7%
その他	5.0%	3.8%	0.0%	0.0%	3.1%	10.2%

## (2) 経営上の問題点（経年推移）

次に、過去のアンケートと比べて経営上の問題点がどのように変化しているのかを確認する。

### ①製造業

今回の結果を、1年前のアンケート（平成30年夏に実施したアンケート）と比較する。

いずれのアンケートでも、「原材料（仕入）価格の上昇」や「売上（受注）不振」といった回答が多くなっており、回答の傾向は変わらない。一方、今回アンケートでは、「技術力不足（26.9%）」や「生産（受注）能力の低下・不足（19.2%）」といった項目の回答が増加している。引き合いはあるが技術面、生産面で対応ができないといった状況も読み取れる。

	H29夏 n=14	H29冬 n=10	H30夏 n=28	H30冬 n=20	今期 n=26
売上（受注）不振	28.6%	30.0%	39.3%	35.0%	34.6%
販売（出荷）価格の低迷	0.0%	20.0%	17.9%	5.0%	19.2%
原材料（仕入）価格の上昇	21.4%	30.0%	42.9%	40.0%	46.2%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	3.8%
人件費の上昇	28.6%	30.0%	28.6%	20.0%	19.2%
労働力不足	35.7%	40.0%	21.4%	30.0%	19.2%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	28.6%	0.0%	14.3%	30.0%	19.2%
資金不足・資金の調達難	28.6%	10.0%	21.4%	15.0%	15.4%
金利負担の増大	0.0%	30.0%	0.0%	5.0%	0.0%
技術力不足	14.3%	0.0%	21.4%	15.0%	26.9%
生産（受注）能力の低下・不足	14.3%	0.0%	7.1%	5.0%	19.2%
後継者問題	7.1%	0.0%	14.3%	25.0%	19.2%
顧客・消費者ニーズの変化	28.6%	0.0%	14.3%	10.0%	11.5%
立地条件の悪化・環境問題	7.1%	10.0%	7.1%	5.0%	7.7%
為替レートの変動	7.1%	0.0%	3.6%	0.0%	0.0%
IT利活用	0.0%	-	0.0%	-	-
その他	14.3%	0.0%	7.1%	5.0%	3.8%

## ②卸売業

今回アンケートでは1年前と比較して「製品（商品）在庫の増大（30.0%）」や「顧客・消費者ニーズの変化（50.0%）」といった回答が増えている。顧客ニーズへの対応ができず売上が増えないことで、在庫が積みあがっている状況が読み取れる。

	H29夏 n=5	H29冬 n=4	H30夏 n=13	H30冬 n=12	今期 n=10
売上（受注）不振	80.0%	25.0%	38.5%	58.3%	40.0%
販売（出荷）価格の低迷	0.0%	25.0%	30.8%	33.3%	30.0%
原材料（仕入）価格の上昇	0.0%	25.0%	30.8%	8.3%	30.0%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	25.0%	7.7%	8.3%	30.0%
人件費の上昇	20.0%	0.0%	15.4%	8.3%	20.0%
労働力不足	0.0%	25.0%	15.4%	25.0%	10.0%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	0.0%	0.0%	30.8%	33.3%	10.0%
資金不足・資金の調達難	80.0%	50.0%	30.8%	58.3%	30.0%
金利負担の増大	20.0%	25.0%	0.0%	16.7%	10.0%
技術力不足	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
生産（受注）能力の低下・不足	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%
後継者問題	0.0%	25.0%	0.0%	16.7%	10.0%
顧客・消費者ニーズの変化	40.0%	0.0%	30.8%	16.7%	50.0%
立地条件の悪化・環境問題	20.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
為替レートの変動	20.0%	0.0%	15.4%	8.3%	20.0%
IT活用	0.0%	-	23.1%	-	-
その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

## ③小売業

今回アンケートでは1年前と比較して「売上（受注）不振（78.6%）」や「原材料（仕入）価格の上昇（42.9%）」といった回答割合が増加している。売上面、仕入面の両方で利益を圧迫されている様子が読み取れる。

	H29夏 n=14	H29冬 n=15	H30夏 n=21	H30冬 n=22	今期 n=14
売上（受注）不振	78.6%	53.3%	57.1%	36.4%	78.6%
販売（出荷）価格の低迷	21.4%	40.0%	28.6%	13.6%	28.6%
原材料（仕入）価格の上昇	28.6%	40.0%	14.3%	40.9%	42.9%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	0.0%
人件費の上昇	14.3%	13.3%	14.3%	31.8%	21.4%
労働力不足	21.4%	20.0%	23.8%	36.4%	7.1%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	7.1%	6.7%	9.5%	18.2%	21.4%
資金不足・資金の調達難	7.1%	20.0%	23.8%	9.1%	0.0%
金利負担の増大	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
技術力不足	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%
生産（受注）能力の低下・不足	7.1%	0.0%	0.0%	4.5%	7.1%
後継者問題	14.3%	20.0%	19.0%	13.6%	7.1%
顧客・消費者ニーズの変化	64.3%	20.0%	33.3%	18.2%	42.9%
立地条件の悪化・環境問題	14.3%	6.7%	9.5%	9.1%	7.1%
為替レートの変動	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
IT活用	0.0%	-	14.3%	-	-
その他	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%	0.0%

#### ④建設業・運輸業

今回アンケートでは1年前と比較して「原材料（仕入）価格の上昇（43.1%）」との回答が増加している。また、この割合は過去の調査のなかでもっとも高い。原材料価格の上昇が経営上、大きな課題となっていることが読み取れる。

	H29夏 n=17	H29冬 n=22	H30夏 n=45	H30冬 n=44	今期 n=65
売上（受注）不振	35.3%	27.3%	28.9%	20.5%	30.8%
販売（出荷）価格の低迷	0.0%	9.1%	6.7%	4.5%	6.2%
原材料（仕入）価格の上昇	23.5%	40.9%	17.8%	22.7%	43.1%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
人件費の上昇	47.1%	31.8%	37.8%	36.4%	29.2%
労働力不足	64.7%	54.5%	60.0%	70.5%	63.1%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	17.6%	22.7%	13.3%	11.4%	12.3%
資金不足・資金の調達難	11.8%	4.5%	6.7%	4.5%	9.2%
金利負担の増大	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%
技術力不足	5.9%	0.0%	17.8%	18.2%	10.8%
生産（受注）能力の低下・不足	0.0%	9.1%	15.6%	18.2%	9.2%
後継者問題	41.2%	18.2%	22.2%	27.3%	24.6%
顧客・消費者ニーズの変化	0.0%	13.6%	13.3%	11.4%	15.4%
立地条件の悪化・環境問題	5.9%	0.0%	2.2%	0.0%	1.5%
為替レートの変動	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%
IT活用	5.9%	0.0%	8.9%	-	-
その他	0.0%	0.0%	6.7%	6.8%	3.1%

#### ⑤サービス業

今回アンケートでは1年前と比較して「諸経費（物流、物件費等）の上昇（28.8%）」との回答割合が高い。物流費の高騰等の影響による利益の圧迫がみられることが読み取れる。

	H29夏 n=39	H29冬 n=40	H30夏 n=43	H30冬 n=55	今期 n=59
売上（受注）不振	43.6%	50.0%	34.9%	41.8%	39.0%
販売（出荷）価格の低迷	12.8%	10.0%	0.0%	10.9%	10.2%
原材料（仕入）価格の上昇	12.8%	22.5%	11.6%	12.7%	16.9%
製品（商品）在庫の増大	5.1%	2.5%	2.3%	1.8%	1.7%
人件費の上昇	30.8%	30.0%	25.6%	16.4%	23.7%
労働力不足	17.9%	22.5%	37.2%	36.4%	25.4%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	12.8%	10.0%	9.3%	25.5%	28.8%
資金不足・資金の調達難	15.4%	15.0%	7.0%	16.4%	6.8%
金利負担の増大	2.6%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%
技術力不足	10.3%	5.0%	7.0%	9.1%	3.4%
生産（受注）能力の低下・不足	7.7%	5.0%	9.3%	9.1%	10.2%
後継者問題	10.3%	10.0%	16.3%	16.4%	15.3%
顧客・消費者ニーズの変化	46.2%	25.0%	32.6%	41.8%	42.4%
立地条件の悪化・環境問題	2.6%	15.0%	0.0%	9.1%	6.8%
為替レートの変動	0.0%	2.5%	0.0%	1.8%	1.7%
IT活用	7.7%	0.0%	20.9%	-	-
その他	12.8%	5.0%	14.0%	5.5%	10.2%

### 3. 販売促進

販売促進について、業種ごとに分析する。

#### (1) 現在実施している販売促進（業種ごと）

全産業では、「経営者のトップ営業（41.5%）」や「ホームページ（36.4%）」の回答割合が高い。一方、「特に何もしていない」との回答も33.5%みられる。

業種別にみると、①製造業では「経営者のトップ営業（41.7%）」「ホームページ（37.5%）」との回答割合が高い、②卸売業では「経営者のトップ営業（70.0%）」「営業パーソンによる営業（60.0%）」に回答が集中している、③小売業では半数の事業者が「ホームページ」による販売促進を実施しているが、それ以外の方策では回答が分散している、④建設業・運輸業では「経営者のトップ営業（46.8%）」「ホームページ（29.0%）」に回答が集中しており、それ以外の回答はほとんどみられない、⑤サービス業では「ホームページ（45.0%）」「経営者のトップ営業（38.3%）」との回答が多いという特徴がみられる。

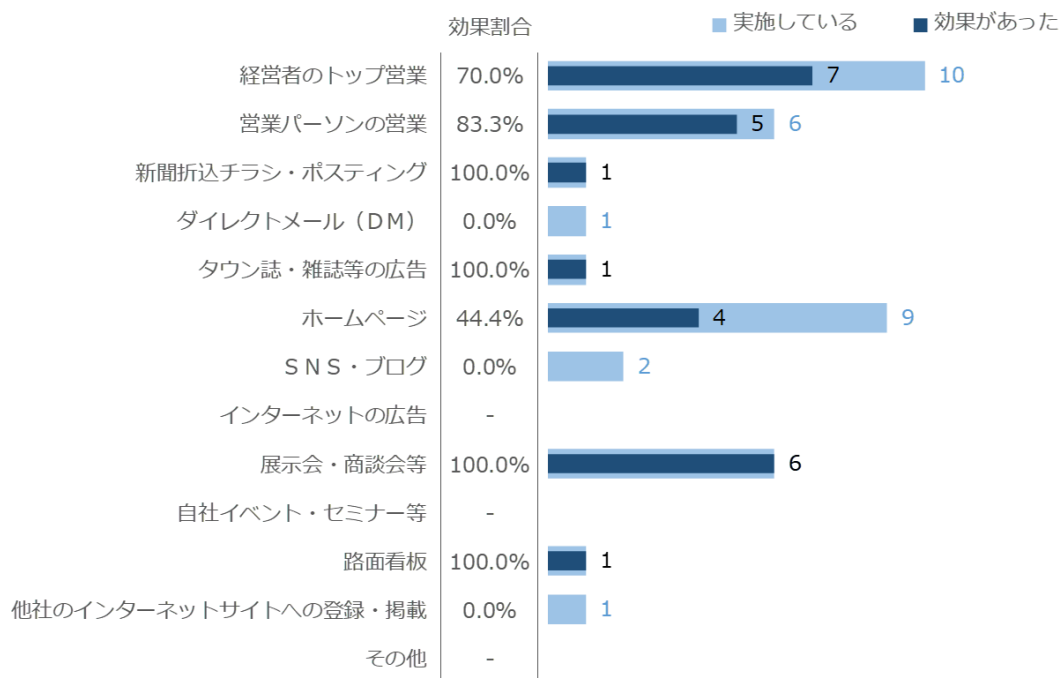
また、「特に何もしていない」との回答に着目すると、建設業・運輸業（37.1%）、サービス業（35.0%）、製造業（33.3%）の割合が高い。

	全産業 n=176	製造 n=24	卸売 n=10	小売 n=13	建設・運輸 n=62	サービス n=60
経営者のトップ営業	41.5%	41.7%	70.0%	15.4%	46.8%	38.3%
ホームページ	36.4%	37.5%	10.0%	53.8%	29.0%	45.0%
営業パーソンの営業	18.2%	25.0%	60.0%	7.7%	14.5%	11.7%
SNS・ブログ	13.1%	8.3%	10.0%	23.1%	8.1%	16.7%
展示会・商談会等	11.4%	25.0%	20.0%	15.4%	6.5%	8.3%
ダイレクトメール（DM）	10.8%	4.2%	10.0%	23.1%	6.5%	15.0%
インターネットの広告	10.2%	0.0%	20.0%	23.1%	3.2%	18.3%
新聞折込チラシ・ポスティング	9.1%	4.2%	0.0%	23.1%	3.2%	15.0%
タウン誌・雑誌等の広告	8.0%	4.2%	0.0%	7.7%	8.1%	10.0%
路面看板	8.0%	4.2%	10.0%	0.0%	3.2%	15.0%
他社のインターネットサイトへの登録・掲載	6.8%	4.2%	0.0%	0.0%	4.8%	13.3%
自社イベント・セミナー等	4.5%	0.0%	0.0%	7.7%	0.0%	8.3%
その他	9.1%	0.0%	10.0%	0.0%	14.5%	10.0%
特に何もしていない	33.5%	33.3%	10.0%	23.1%	37.1%	35.0%

## (2) 売上拡大に十分な効果があった販売促進（業種ごと）

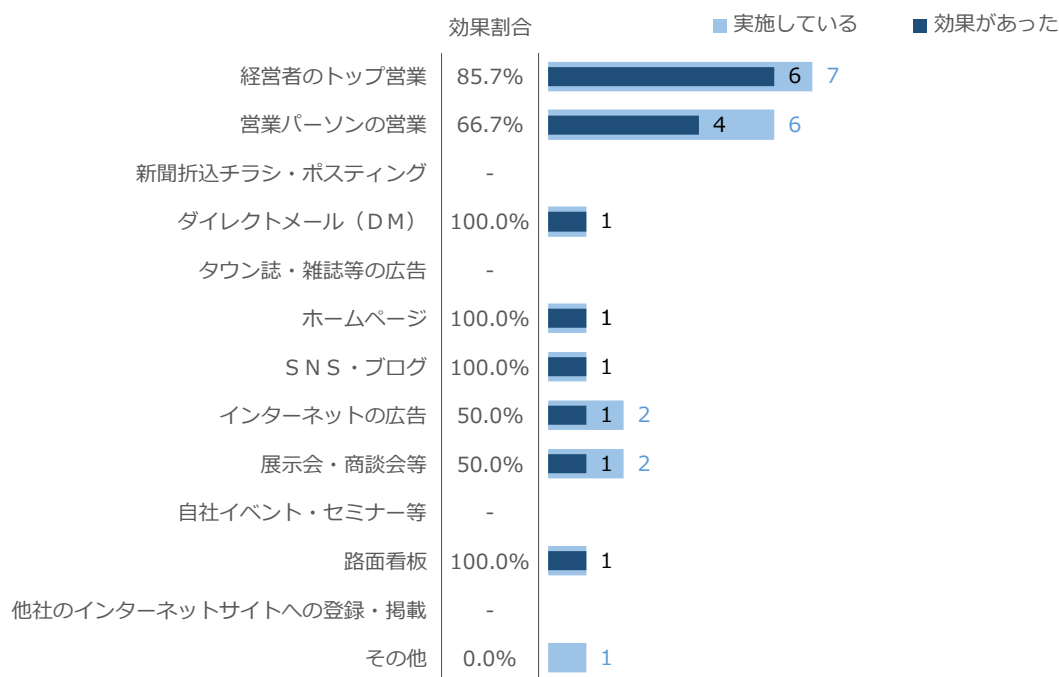
### ①製造業

前設問で回答数が多かった「経営者のトップ営業」をみると、実施10社に対し効果7社と、70.0%が十分な効果を感じている。一方、「ホームページ」は44.4%しか効果を感じていない。その他の販売促進では、「展示会・商談会等（100.0%）」「営業パーソンの営業（83.3%）」などの効果が高い。



### ②卸売業

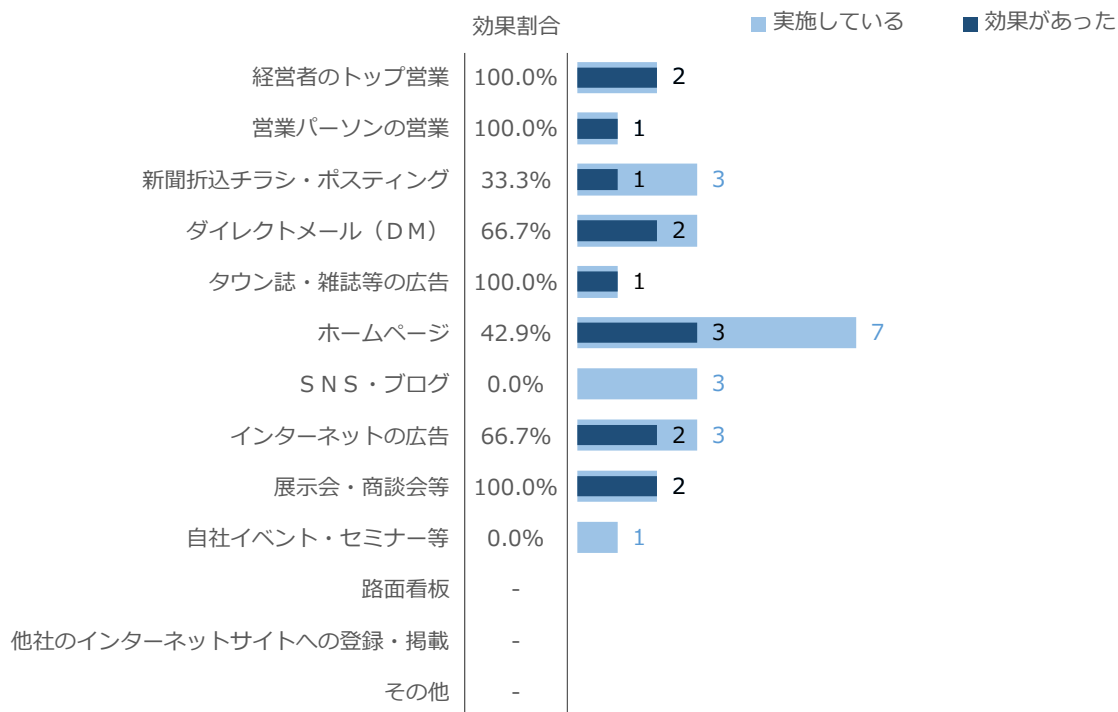
前設問で回答数が多かった「経営者のトップ営業」をみると、85.7%が十分な効果を感じている。また、「営業パーソンの営業（66.7%）」も効果が高い。人的営業が重要であることが読み取れるが、それ以外の販売促進でも、回答数は少ないものの効果がでている施策がみられる。人的営業以外の販売促進も検討の余地があることがわかる。





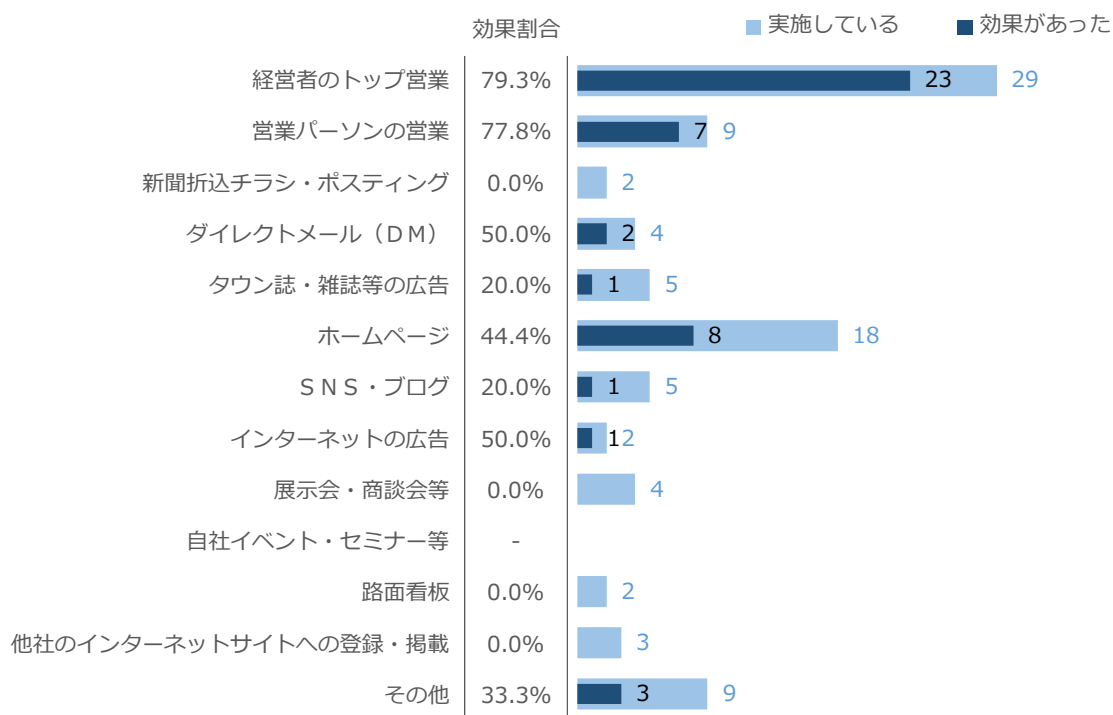
### ③小売業

前設問で回答数が多かった「ホームページ」をみると、42.9%しか効果を感じていない。一方、それ以外の販売促進では、「経営者のトップ営業（100.0%）」「ダイレクトメール（DM）（66.7%）」「インターネットの広告（66.7%）」「展示会・商談会（100.0%）」と効果が高くなっている。



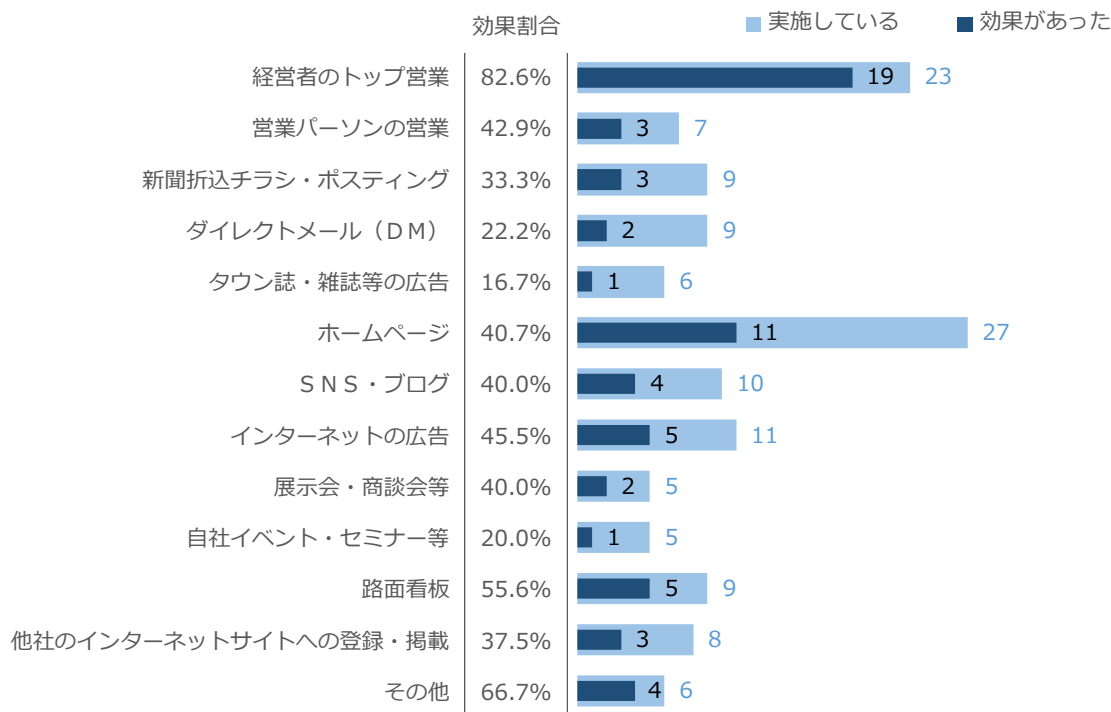
### ④建設業・運輸業

前設問で回答数が多かった「経営者のトップ営業」をみると、79.3%が十分な効果を感じている。また、「営業パーソンの営業（77.8%）」も効果が高い。一方、「ホームページ」は44.4%しか効果を感じていない。人的営業の重要性が読み取れる。



## ⑤サービス業

前設問で回答数が多かった「ホームページ」をみると、40.7%しか十分な効果を感じていない。ホームページの魅力向上など、さらなる工夫が必要であると考えられる。一方、「経営者のトップ営業」は82.6%と効果が高い。



## 4. 消費税率引上げについて

本年10月に実施された消費税率引上げについて、業種ごとに分析する。

### (1) 消費税率引上げの準備状況について（業種ごと）

消費税率引上げの準備状況についての回答をみる。

全産業をみると、「準備の必要はない」が36.4%でもっとも多く、「まだ準備していない（23.4%）」が続く。「準備は完了している」との回答は8.2%に留まっている。

値札の付け替えやレジの設定変更等で必ず準備が必要となる小売業に着目すると、「準備は完了している」との回答はなく、半数が準備中、半数が未準備となっている。

	全産業 n=184	製造 n=26	卸売 n=10	小売 n=14	建設・運輸 n=66	サービス n=61
準備は完了している	8.2%	3.8%	0.0%	0.0%	10.6%	9.8%
ほとんど準備は完了している	18.5%	7.7%	30.0%	21.4%	18.2%	19.7%
半分程度準備は完了している	13.6%	15.4%	0.0%	28.6%	9.1%	14.8%
まだ準備していない	23.4%	19.2%	30.0%	35.7%	28.8%	14.8%
準備の必要はない	36.4%	53.8%	40.0%	14.3%	33.3%	41.0%

## (2) 販売価格への転嫁予定（業種ごと）

販売価格への転嫁予定をみる。

全産業をみると、「すべて転嫁できる予定（35.7%）」や「ほとんど転嫁できる予定（27.5%）」との回答で6割超を占める。一方、「一部転嫁できる予定（15.9%）」「まったく転嫁できない予定（4.9%）」との回答もみられる。

業種別にみると、「一部転嫁できる予定」や「まったく転嫁できない予定」との回答合計はいずれの業種においても20%前後となっている。また、小売業では「ほとんど転嫁できる予定」との回答が他業種と比較して高い。現在198円（税込み）で販売している場合など、値上げをしづらい商品があるためであろうと考えられる。

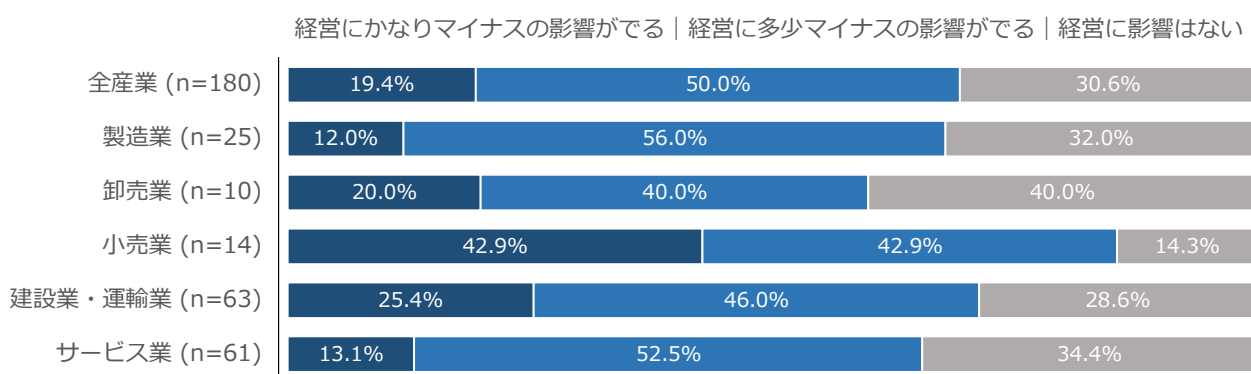
	全産業 n=182	製造 n=26	卸売 n=10	小売 n=14	建設・運輸 n=66	サービス n=59
すべて転嫁できる予定	35.7%	38.5%	40.0%	28.6%	39.4%	35.6%
ほとんど転嫁できる予定	27.5%	30.8%	30.0%	42.9%	25.8%	23.7%
一部転嫁できる予定	15.9%	7.7%	20.0%	7.1%	16.7%	18.6%
まったく転嫁できない予定	4.9%	11.5%	0.0%	7.1%	4.5%	3.4%
まだ考えたことはない	12.6%	11.5%	10.0%	7.1%	10.6%	13.6%
その他	3.3%	0.0%	0.0%	7.1%	3.0%	5.1%

## (3) 消費税率引上げの経営への影響（業種ごと）

消費税率引上げの経営への影響をみる。

全産業をみると、「経営に影響はない」との回答は30.6%に留まり、残りの約7割はマイナスの影響を想定している。

業種別にみると、小売業において「経営にかなりマイナスの影響がでる（42.9%）」との回答が特に多くなっている。



※回答がなかった項目……「経営にプラスの影響がでる」

#### 4. 災害時の事業の継続について

災害時の事業の継続について、業種ごとに分析する。

##### (1) 災害時の事業継続の準備（業種ごと）

災害時の事業継続の準備をみる。

全産業をみると、53.8%が「特に準備はしていない」と回答。

業種別にみると、すべての業種で「特に準備はしていない」との回答が半数前後となっている。特に、製造業では61.5%が準備をしていない状況となっている。

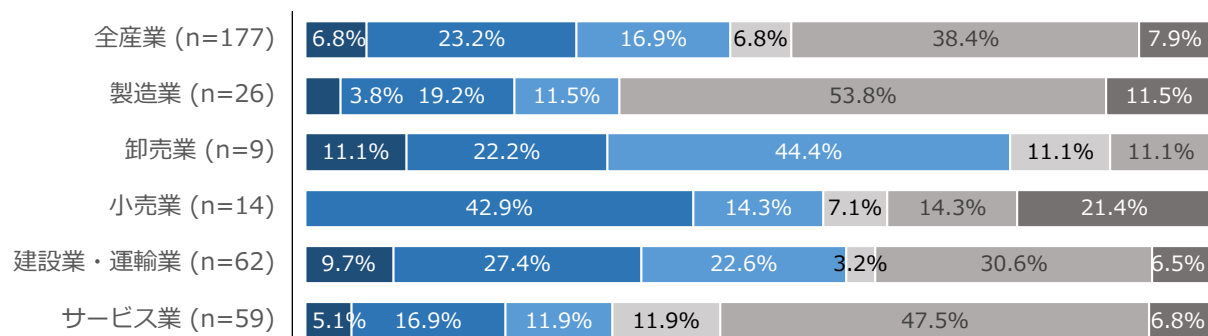
	全産業 n=184	製造 n=26	卸売 n=10	小売 n=14	建・運 n=65	サービス n=61
特に準備はしていない	53.8%	61.5%	50.0%	57.1%	49.2%	55.7%
一定の準備はしているが、事業継続については検討していない	24.5%	19.2%	20.0%	28.6%	33.8%	16.4%
災害時の事業の継続について検討したことはある	14.1%	19.2%	20.0%	7.1%	10.8%	14.8%
十分に準備をしている	4.9%	0.0%	10.0%	7.1%	3.1%	8.2%
その他	2.7%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	4.9%

##### (2) 「事業継続力強化計画」作成の意向（業種ごと）

「事業継続力強化計画」作成の意向をみる。

全業種をみると「特に興味はない（準備の必要はない）」が38.4%となっており、回答割合がもっとも高い。一方、「商工会議所や専門家の支援があれば作成してみたい」との回答が23.2%、「興味はあるので詳しく知りたい」との回答が16.9%あるなど、興味を持つ事業者も多いことが伺える。災害が多発する中で、事業継続力強化計画の興味関心が高まっていることがわかる。

業種別にみると、卸売業→建設業・運輸業→小売業→製造業→サービス業の順に興味関心が高くなっている。



- この機会に作成してみたい
- 商工会議所や専門家の支援があれば作成してみたい
- 興味はあるので詳しく知りたい
- 既に準備を行っているので必要ない
- 特に興味はない（準備の必要はない）
- その他

## 5. 働き方改革

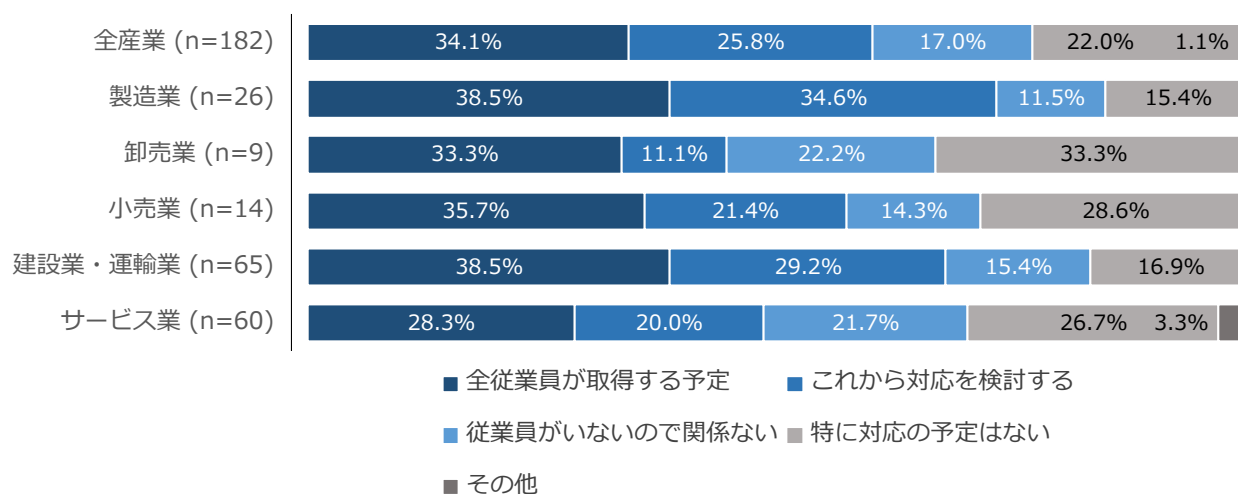
働き方改革について、業種ごとに分析する。

### (1) 「有給休暇取得の義務化」について（業種ごと）

「有給休暇取得の義務化」についての回答をみる。

全産業をみると、「全従業員が取得する予定」が 34.1%でもっとも多く、「これから対応を検討する」の 25.8%が続く。対応に前向きな様子が伺える。

業種別にみると、製造業や建設業・運輸業では対応が進んでいる一方、卸売業や小売業、サービス業で若干対応が遅れていることが読み取れる。

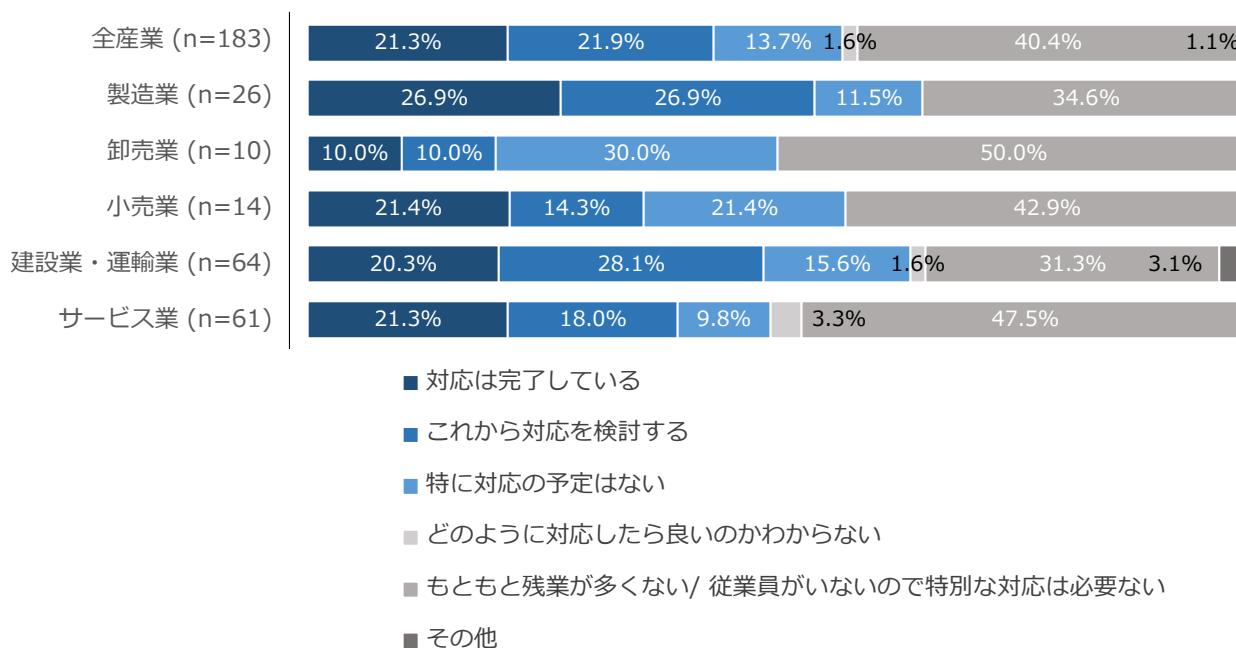


## (2) 「時間外労働の上限規制」について（業種ごと）

「時間外労働の上限規制」についての回答をみる。

全産業をみると、「対応は完了している」との回答は 21.3%に留まっている。しかし、「どのように対応したら良いのかわからない」との回答も 1.6%しかなく、ほとんどの事業者は「時間外労働の上限規制」への対応方法は考えていることがわかる。

業種別にみても、類似した傾向にあるといえる。



## (3) 「時間外労働の上限規制」に対する対応内容（業種ごと）

前項の「時間外労働の上限規制」に対する対応内容をみる。

全産業をみると、「業務面の取組み」が 57.7%、「社内制度面の取組み」が 40.4%である。業務効率化などの業務面での取組みを実施する事業者の方が多いたことが伺える。

	全産業 n=39	製造 n=7	卸売 n=1	小売 n=3	建設・運輸 n=14	サービス n=12
業務面の取組み	76.9%	57.1%	0.0%	66.7%	71.4%	100.0%
社内制度面の取組み	53.8%	57.1%	100.0%	66.7%	57.1%	41.7%

※ 「業務面の取組み」 ……業務効率化・増員など、時間外労働を減らすための取組み

「社内制度面の取組み」 ……36協定の見直しなど、制度面の取組み

## 6.（参考）商工会議所の活動

最後に、参考資料として、商工会議所がセミナーを開催する場合に参加したいセミナーの回答をみる。業種別の回答は下表を確認してほしい。

	全産業 n=186	製造 n=26	卸売 n=10	小売 n=14	建設・運輸 n=66	サービス n=62
補助金活用セミナー	31.2%	38.5%	30.0%	35.7%	25.8%	35.5%
事業継続力強化セミナー	19.9%	34.6%	10.0%	21.4%	18.2%	19.4%
人材活用セミナー	19.4%	26.9%	0.0%	7.1%	25.8%	16.1%
経営計画作成セミナー	17.7%	15.4%	60.0%	14.3%	16.7%	16.1%
販路開拓セミナー	17.7%	15.4%	40.0%	7.1%	15.2%	21.0%
インターネット関連セミナー	14.5%	15.4%	30.0%	14.3%	12.1%	16.1%
働き方改革セミナー	12.9%	7.7%	30.0%	14.3%	13.6%	11.3%
財務分析セミナー	10.2%	7.7%	20.0%	14.3%	9.1%	9.7%
消費税軽減税率導入セミナー	6.5%	0.0%	10.0%	7.1%	6.1%	9.7%
参加したくない	11.3%	15.4%	10.0%	7.1%	13.6%	9.7%
その他	2.7%	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%	6.5%
回答なし	14.5%	11.5%	10.0%	21.4%	12.1%	12.9%

## 7. 総括

### (1) 経営上の問題点について「原材料（仕入）価格の上昇」の回答割合が高い水準 →詳細は P26～

はじめに経営上の問題点の経年変化をみる。

回答の大きな傾向は各年の調査で変わらない。そのなかで、今回調査では、「原材料（仕入）価格の上昇」が33.1%と過去調査でもっとも高い水準となった。仕入価格等の上昇分を価格転嫁できるような高付加価値化や、仕入以外の部分でのコストカットなどが重要となると考えられる。

	H29夏 n=94	H29冬 n=100	H30夏 n=177	H30冬 n=154	今期 n=181
売上（受注）不振	46.8%	40.0%	36.7%	35.7%	37.0%
販売（出荷）価格の低迷	8.5%	15.0%	12.4%	10.4%	12.2%
原材料（仕入）価格の上昇	18.1%	29.0%	21.5%	22.7%	33.1%
製品（商品）在庫の増大	2.1%	2.0%	1.7%	3.2%	2.8%
人件費の上昇	29.8%	26.0%	26.0%	24.0%	24.9%
労働力不足	28.7%	33.0%	35.6%	44.2%	37.0%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	13.8%	13.0%	14.7%	21.4%	19.9%
資金不足・資金の調達難	18.1%	14.0%	12.4%	14.9%	9.4%
金利負担の増大	2.1%	2.0%	0.6%	1.9%	2.2%
技術力不足	7.4%	4.0%	10.7%	11.0%	9.4%
生産（受注）能力の低下・不足	7.4%	5.0%	7.3%	10.4%	9.9%
後継者問題	16.0%	12.0%	16.4%	20.1%	18.2%
顧客・消費者ニーズの変化	38.3%	19.0%	27.1%	23.4%	28.2%
立地条件の悪化・環境問題	6.4%	8.0%	4.5%	5.2%	4.4%
為替レートの変動	3.2%	2.0%	1.7%	1.9%	1.7%
IT利活用	5.3%	0.0%	12.4%	-	-
その他	8.5%	5.0%	6.8%	4.5%	5.0%

上記、経営上の問題点の他にも、現在、消費税率の引上げ、災害への対応、働き方改革など、経営を取り巻く環境は大きく変化している。これらの対応状況についてもまとめていきたい。

### (2) 消費税率引上げへの準備について4社に1社は未準備 →詳細は P33～

まず、最初に対応すべきは令和元年10月に実施される消費税率引上げである。

全産業をみると、「まだ準備していない」との回答が23.4%。4社に1社が未準備であることが読み取れる。なお、値札の付け替えやレジの設定変更等で必ず準備が必要となる小売業をみると、特に未準備の割合が高く、35.7%が「まだ準備していない」と回答している。

	全産業 n=184	製造 n=26	卸売 n=10	小売 n=14	建設・運輸 n=66	サービス n=61
準備は完了している	8.2%	3.8%	0.0%	0.0%	10.6%	9.8%
ほとんど準備は完了している	18.5%	7.7%	30.0%	21.4%	18.2%	19.7%
半分程度準備は完了している	13.6%	15.4%	0.0%	28.6%	9.1%	14.8%
まだ準備していない	23.4%	19.2%	30.0%	35.7%	28.8%	14.8%
準備の必要はない	36.4%	53.8%	40.0%	14.3%	33.3%	41.0%



### (3) 自然災害への対応について 53.8%が未準備 →詳細は P35～

次に自然災害時にも事業継続するための準備の状況を見る。

2016年の「熊本地震」、昨年の「平成30年7月豪雨（西日本豪雨）」、そして本年6月の「新潟・山形地震」と、近年大規模災害が頻発している。また、関東においても大型台風が直撃している。事業者は、自然災害等が発生した際でも事業を継続できるよう、防災・減災への事前準備を進める必要がある。

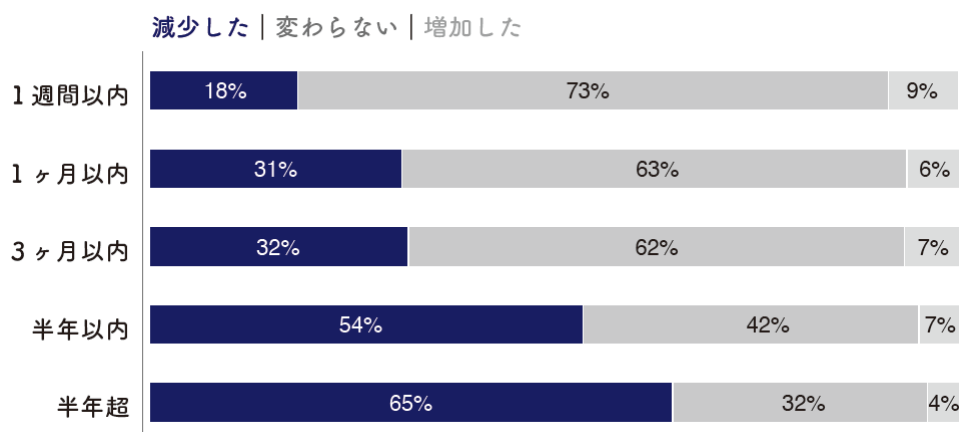
全産業をみると、「特に準備はしていない」が53.8%となっており、半数超の事業者が準備をしていないことが読み取れる。また、業種別にみると、特に製造業で未準備の割合が高いことがわかる。

	全産業 n=184	製造 n=26	卸売 n=10	小売 n=14	建・運 n=65	サービス n=61
特に準備はしていない	53.8%	61.5%	50.0%	57.1%	49.2%	55.7%
一定の準備はしているが、事業継続については検討していない	24.5%	19.2%	20.0%	28.6%	33.8%	16.4%
災害時の事業の継続について検討したことはある	14.1%	19.2%	20.0%	7.1%	10.8%	14.8%
十分に準備をしている	4.9%	0.0%	10.0%	7.1%	3.1%	8.2%
その他	2.7%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	4.9%

自然災害への事前準備の大きなメリットとして、被災から復旧までの期間の短縮がある。2016年4月に起きた「熊本地震」では、災害への事前対策を行っていなかった企業の復旧期間は、十分に対策を講じていた企業に比べ、3倍にもなったという資料もある。

復旧が遅れると、取引先の信用を失うことになり、復旧後も受注量が減少してしまう恐れがある。以下の「災害に被災してから営業を停止した期間と取引先数の増減割合」を示した資料をみてほしい。この資料によれば、営業停止期間がわずか1ヶ月以内で、31%の企業が、取引先数が「減少した」と答えている。また、営業停止期間が長くなればなるほど、取引先数が減少する可能性も高まっている。

取引先維持のためにも自然災害への事前準備の重要性が読み取れる。



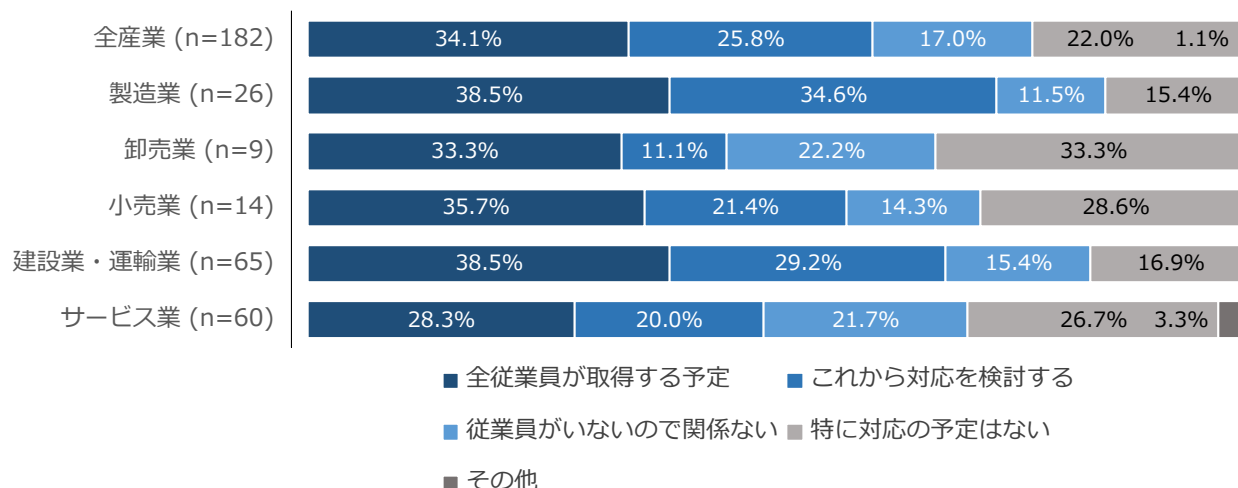
出典：中小企業白書 2019 年版「被災による営業停止期間別に見た、被災3か月後における被災前と比較した取引先数の推移」より再編

#### (4) 働き方改革への準備も徐々に進んでいる

##### ①今年から始まった制度：「有給休暇取得の義務化」 →詳細は P36

本年4月より「有給休暇取得の義務化」が始まった（中小企業も例外ではない）。年10日以上有給休暇の権利がある従業員について、最低5日以上の有給休暇取得を義務化している。

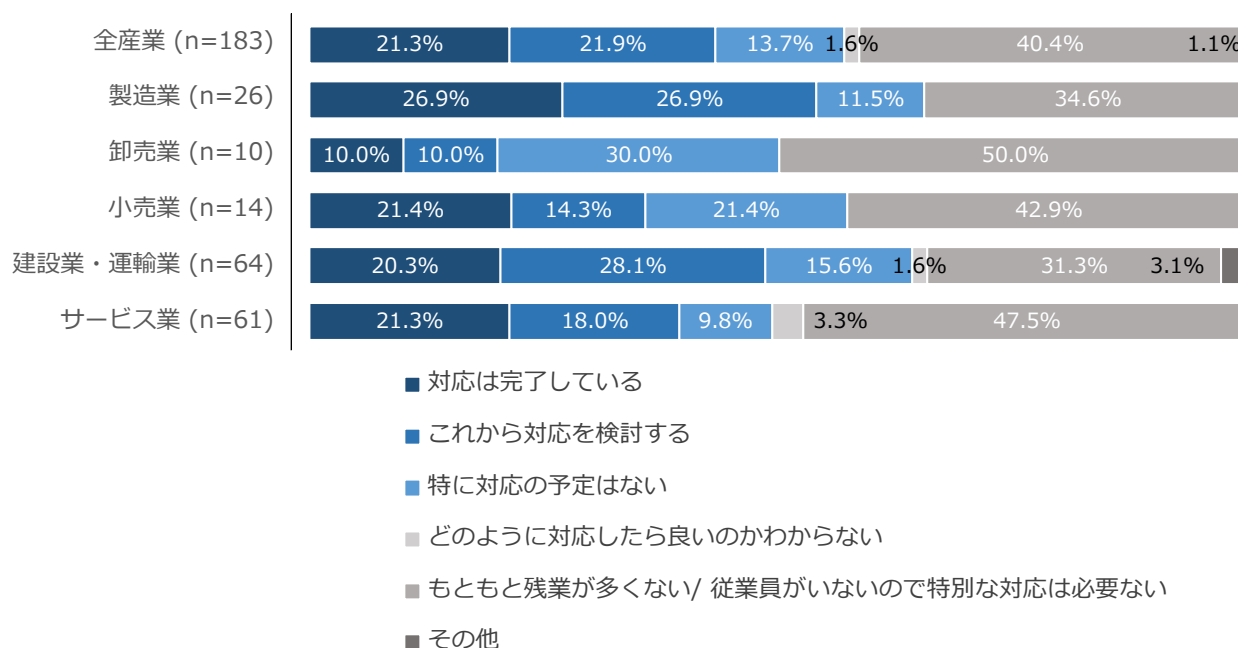
「有給休暇取得の義務化」への対応状況をみると、全産業では「特に対応の予定はない」との回答割合は22.0%である。業種別にみると、製造業や建設業・運輸業では対応済みもしくは対応予定との回答割合が高いことがわかる。



##### ②来年始まる制度：「時間外労働の上限規制」 →詳細は P37

次に、来年4月より始まる「時間外労働の上限規制」についてみる。

全産業をみると、「どのように対応したら良いのかわからない」との回答は1.6%しかみられない。ほとんどの事業者は、対応済みかどうかは別として、何をすべきかを理解していることが読み取れる。



## IV 参考資料（集計表、アンケート用紙）

## 1. 集計表

### 問1 昨年の今頃(2018年1月～6月頃)と比べた現在(2019年1～6月頃)の経営環境等の状況

【景況感(自社)】	全産業		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	%
好転	24	13.1%	3	11.5%	0	0.0%	0	0.0%	12	18.2%	8	13.1%
不変	102	55.7%	13	50.0%	7	70.0%	3	21.4%	38	57.6%	37	60.7%
悪化	54	29.5%	10	38.5%	3	30.0%	11	78.6%	14	21.2%	16	26.2%
DI	△ 16.4		△ 26.9		△ 30.0		△ 78.6		△ 3.0		△ 13.1	
合計	180	98.4%	26	100.0%	10	100.0%	14	100.0%	64	97.0%	61	100.0%

【売上高】	全産業		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	%
増加	45	24.6%	10	38.5%	1	10.0%	0	0.0%	18	27.3%	14	23.0%
不変	80	43.7%	7	26.9%	7	70.0%	6	42.9%	30	45.5%	26	42.6%
減少	58	31.7%	9	34.6%	2	20.0%	8	57.1%	18	27.3%	21	34.4%
DI	△ 7.1		3.8		△ 10.0		△ 57.1		0.0		△ 11.5	
合計	183	100.0%	26	100.0%	10	100.0%	14	100.0%	66	100.0%	61	100.0%

【引き合い/客数】	全産業		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	%
増加	36	19.9%	6	23.1%	1	10.0%	0	0.0%	13	20.6%	12	19.4%
不変	91	50.3%	12	46.2%	7	70.0%	5	35.7%	36	57.1%	29	46.8%
減少	54	29.8%	8	30.8%	2	20.0%	9	64.3%	14	22.2%	21	33.9%
DI	△ 9.9		△ 7.7		△ 10.0		△ 64.3		△ 1.6		△ 14.5	
合計	181	100.0%	26	100.0%	10	100.0%	14	100.0%	63	100.0%	62	100.0%

【単価】	全産業		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	%
上昇	31	17.2%	3	11.5%	4	40.0%	2	14.3%	11	17.2%	10	16.7%
不変	114	63.3%	17	65.4%	4	40.0%	7	50.0%	43	67.2%	38	63.3%
低下	35	19.4%	6	23.1%	2	20.0%	5	35.7%	10	15.6%	12	20.0%
DI	△ 2.2		△ 11.5		20.0		△ 21.4		1.6		△ 3.3	
合計	180	100.0%	26	100.0%	10	100.0%	14	100.0%	64	100.0%	60	100.0%

【原材料・商品仕入 単価】	全産業		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	%
低下	7	4.0%	2	7.7%	1	10.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	7.0%
不変	76	43.7%	6	23.1%	4	40.0%	2	15.4%	28	45.2%	32	56.1%
上昇	91	52.3%	18	69.2%	5	50.0%	11	84.6%	34	54.8%	21	36.8%
DI	△ 48.3		△ 61.5		△ 40.0		△ 84.6		△ 54.8		△ 29.8	
合計	174	100.0%	26	100.0%	10	100.0%	13	100.0%	62	100.0%	57	100.0%

【採算 (経常利益)】	全産業		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	%
好転	19	10.6%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	12	19.0%	5	8.3%
不変	93	52.0%	15	57.7%	7	70.0%	5	35.7%	28	44.4%	34	56.7%
悪化	67	37.4%	11	42.3%	2	20.0%	9	64.3%	23	36.5%	21	35.0%
DI	△ 26.8		△ 42.3		△ 10.0		△ 64.3		△ 17.5		△ 26.7	
合計	179	100.0%	26	100.0%	10	100.0%	14	100.0%	63	100.0%	60	100.0%

【資金繰り】	全産業		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	%
好転	11	6.1%	1	3.8%	1	10.0%	0	0.0%	4	6.3%	3	5.0%
不変	134	74.9%	20	76.9%	7	70.0%	8	57.1%	49	77.8%	46	76.7%
悪化	34	19.0%	5	19.2%	2	20.0%	6	42.9%	10	15.9%	11	18.3%
DI	△ 12.8		△ 15.4		△ 10.0		△ 42.9		△ 9.5		△ 13.3	
合計	179	100.0%	26	100.0%	10	100.0%	14	100.0%	63	100.0%	60	100.0%

【従業員】	全産業		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	2	1.2%	1	4.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.6%	0	0.0%
適正	112	65.1%	16	64.0%	7	70.0%	12	92.3%	29	46.8%	44	77.2%
不足	58	33.7%	8	32.0%	3	30.0%	1	7.7%	32	51.6%	13	22.8%
DI	△ 32.6		△ 28.0		△ 30.0		△ 7.7		△ 50.0		△ 22.8	
合計	172	100.0%	25	100.0%	10	100.0%	13	100.0%	62	100.0%	57	100.0%

【設備】	全産業		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	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
適正	150	86.2%	19	73.1%	7	70.0%	12	85.7%	57	93.4%	51	87.9%
不足	24	13.8%	7	26.9%	3	30.0%	2	14.3%	4	6.6%	7	12.1%
DI	△ 13.8		△ 26.9		△ 30.0		△ 14.3		△ 6.6		△ 12.1	
合計	174	100.0%	26	100.0%	10	100.0%	14	100.0%	61	100.0%	58	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=181		n=26		n=10		n=14		n=65		n=59	
	全産業	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	67	37.0%	9	34.6%	4	40.0%	11	78.6%	20	30.8%	23	39.0%
販売(出荷)価格の低迷	22	12.2%	5	19.2%	3	30.0%	4	28.6%	4	6.2%	6	10.2%
原材料(仕入)価格の上昇	60	33.1%	12	46.2%	3	30.0%	6	42.9%	28	43.1%	10	16.9%
製品(商品)在庫の増大	5	2.8%	1	3.8%	3	30.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.7%
人件費の上昇	45	24.9%	5	19.2%	2	20.0%	3	21.4%	19	29.2%	14	23.7%
労働力不足	67	37.0%	5	19.2%	1	10.0%	1	7.1%	41	63.1%	15	25.4%
諸経費(物流、物件費等)の上昇	36	19.9%	5	19.2%	1	10.0%	3	21.4%	8	12.3%	17	28.8%
資金不足・資金の調達難	17	9.4%	4	15.4%	3	30.0%	0	0.0%	6	9.2%	4	6.8%
金利負担の増大	4	2.2%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	2	3.1%	0	0.0%
技術力不足	17	9.4%	7	26.9%	0	0.0%	0	0.0%	7	10.8%	2	3.4%
生産(受注)能力の低下・不足	18	9.9%	5	19.2%	0	0.0%	1	7.1%	6	9.2%	6	10.2%
後継者問題	33	18.2%	5	19.2%	1	10.0%	1	7.1%	16	24.6%	9	15.3%
顧客・消費者ニーズの変化	51	28.2%	3	11.5%	5	50.0%	6	42.9%	10	15.4%	25	42.4%
立地条件の悪化・環境問題	8	4.4%	2	7.7%	0	0.0%	1	7.1%	1	1.5%	4	6.8%
為替レートの変動	3	1.7%	0	0.0%	2	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.7%
その他	9	5.0%	1	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.1%	6	10.2%

## 問4 販売促進

### (1)実施している販売促進

【実施している販売促進】	n=176		n=24		n=10		n=13		n=62		n=60	
	全産業		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	%
経営者のトップ営業	73	41.5%	10	41.7%	7	70.0%	2	15.4%	29	46.8%	23	38.3%
営業パーソンの営業	32	18.2%	6	25.0%	6	60.0%	1	7.7%	9	14.5%	7	11.7%
新聞折込チラシ・ポスティング	16	9.1%	1	4.2%	0	0.0%	3	23.1%	2	3.2%	9	15.0%
ダイレクトメール（DM）	19	10.8%	1	4.2%	1	10.0%	3	23.1%	4	6.5%	9	15.0%
タウン誌・雑誌等の広告	14	8.0%	1	4.2%	0	0.0%	1	7.7%	5	8.1%	6	10.0%
ホームページ	64	36.4%	9	37.5%	1	10.0%	7	53.8%	18	29.0%	27	45.0%
SNS・ブログ	23	13.1%	2	8.3%	1	10.0%	3	23.1%	5	8.1%	10	16.7%
インターネットの広告	18	10.2%	0	0.0%	2	20.0%	3	23.1%	2	3.2%	11	18.3%
展示会・商談会等	20	11.4%	6	25.0%	2	20.0%	2	15.4%	4	6.5%	5	8.3%
自社イベント・セミナー等	8	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.7%	0	0.0%	5	8.3%
路面看板	14	8.0%	1	4.2%	1	10.0%	0	0.0%	2	3.2%	9	15.0%
他社のインターネットサイトへの 登録・掲載	12	6.8%	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	3	4.8%	8	13.3%
その他	16	9.1%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	9	14.5%	6	10.0%
特に何もしていない	59	33.5%	8	33.3%	1	10.0%	3	23.1%	23	37.1%	21	35.0%

(2)(1)のうち、売上の拡大に効果があったもの(上位3つまで)

【売上拡大への効果】	n=105		n=16		n=7		n=9		n=33		n=37	
	全産業		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	%
経営者のトップ営業	59	56.2%	7	43.8%	6	85.7%	2	22.2%	23	69.7%	19	51.4%
営業パーソンの営業	23	21.9%	5	31.3%	4	57.1%	1	11.1%	7	21.2%	3	8.1%
新聞折込チラシ・ポスティング	5	4.8%	1	6.3%	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	3	8.1%
ダイレクトメール(DM)	7	6.7%	0	0.0%	1	14.3%	2	22.2%	2	6.1%	2	5.4%
タウン誌・雑誌等の広告	4	3.8%	1	6.3%	0	0.0%	1	11.1%	1	3.0%	1	2.7%
ホームページ	28	26.7%	4	25.0%	1	14.3%	3	33.3%	8	24.2%	11	29.7%
SNS・ブログ	6	5.7%	0	0.0%	1	14.3%	0	0.0%	1	3.0%	4	10.8%
インターネットの広告	9	8.6%	0	0.0%	1	14.3%	2	22.2%	1	3.0%	5	13.5%
展示会・商談会等	11	10.5%	6	37.5%	1	14.3%	2	22.2%	0	0.0%	2	5.4%
自社イベント・セミナー等	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.7%
路面看板	7	6.7%	1	6.3%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	5	13.5%
他社のインターネットサイトへの登録・掲載	3	2.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	8.1%
その他	7	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	9.1%	4	10.8%

問5 消費税率の引上げ

(1)準備状況

【消費税率引上げへの準備状況】	全産業		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	%
準備は完了している	15	8.2%	1	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	7	10.6%	6	9.8%
ほとんど準備は完了している	34	18.5%	2	7.7%	3	30.0%	3	21.4%	12	18.2%	12	19.7%
半分程度準備は完了している	25	13.6%	4	15.4%	0	0.0%	4	28.6%	6	9.1%	9	14.8%
準備していない(準備が十分でない)	43	23.4%	5	19.2%	3	30.0%	5	35.7%	19	28.8%	9	14.8%
準備の必要はない	67	36.4%	14	53.8%	4	40.0%	2	14.3%	22	33.3%	25	41.0%
合計	184	100.0%	26	100.0%	10	100.0%	14	100.0%	66	100.0%	61	100.0%

## (2) 販売価格への転嫁予定

【販売価格への転嫁予定】	全産業		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	%
すべて転嫁できる予定	65	35.7%	10	38.5%	4	40.0%	4	28.6%	26	39.4%	21	35.6%
ほとんど転嫁できる予定	50	27.5%	8	30.8%	3	30.0%	6	42.9%	17	25.8%	14	23.7%
一部転嫁できる予定	29	15.9%	2	7.7%	2	20.0%	1	7.1%	11	16.7%	11	18.6%
まったく転嫁できない予定	9	4.9%	3	11.5%	0	0.0%	1	7.1%	3	4.5%	2	3.4%
まだ考えたことはない	23	12.6%	3	11.5%	1	10.0%	1	7.1%	7	10.6%	8	13.6%
その他	6	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.1%	2	3.0%	3	5.1%
合計	182	100.0%	26	100.0%	10	100.0%	14	100.0%	66	100.0%	59	100.0%

## (3) 経営への影響

【消費税率引上げの経営への影響】	全産業		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	%
経営にかなりマイナスの影響がでる	35	19.4%	3	12.0%	2	20.0%	6	42.9%	16	25.4%	8	13.1%
経営に多少マイナスの影響がでる	90	50.0%	14	56.0%	4	40.0%	6	42.9%	29	46.0%	32	52.5%
経営にプラスの影響がでる	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
経営に影響はない	55	30.6%	8	32.0%	4	40.0%	2	14.3%	18	28.6%	21	34.4%
合計	180	100.0%	25	100.0%	10	100.0%	14	100.0%	63	100.0%	61	100.0%

## 問6 災害時の事業の継続について

### (1) 準備状況

【災害時に事業を継続するための準備】	全産業		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	%
特に準備はしていない	99	53.8%	16	61.5%	5	50.0%	8	57.1%	32	49.2%	34	55.7%
防災グッズを社内に準備するなど一定の準備はしているが、事業の継続については検討していない	45	24.5%	5	19.2%	2	20.0%	4	28.6%	22	33.8%	10	16.4%
災害時の事業の継続について検討したことはある	26	14.1%	5	19.2%	2	20.0%	1	7.1%	7	10.8%	9	14.8%
十分に準備をしている	9	4.9%	0	0.0%	1	10.0%	1	7.1%	2	3.1%	5	8.2%
その他	5	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.1%	3	4.9%
合計	184	100.0%	26	100.0%	10	100.0%	14	100.0%	65	100.0%	61	100.0%



## (2)「事業継続力強化計画」について

【「事業継続力強化計画」 について】	全産業		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	%
この機会に作成してみたい	12	6.8%	1	3.8%	1	11.1%	0	0.0%	6	9.7%	3	5.1%
商工会議所や専門家の支援があれば 作成してみたい	41	23.2%	5	19.2%	2	22.2%	6	42.9%	17	27.4%	10	16.9%
興味はあるので詳しく知りたい	30	16.9%	3	11.5%	4	44.4%	2	14.3%	14	22.6%	7	11.9%
既に準備を行っているので必要ない	12	6.8%	0	0.0%	1	11.1%	1	7.1%	2	3.2%	7	11.9%
特に興味はない (準備の必要はない)	68	38.4%	14	53.8%	1	11.1%	2	14.3%	19	30.6%	28	47.5%
その他	14	7.9%	3	11.5%	0	0.0%	3	21.4%	4	6.5%	4	6.8%
合計	177	100.0%	26	100.0%	9	100.0%	14	100.0%	62	100.0%	59	100.0%

## 問7 働き方改革

### (1)「有給休暇取得の義務化」対応状況

【「有給休暇取得の義務化」 について】	全産業		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	%
全従業員が取得する予定	62	34.1%	10	38.5%	3	33.3%	5	35.7%	25	38.5%	17	28.3%
これから対応を検討する	47	25.8%	9	34.6%	1	11.1%	3	21.4%	19	29.2%	12	20.0%
従業員がいないので関係ない	31	17.0%	3	11.5%	2	22.2%	2	14.3%	10	15.4%	13	21.7%
特に対応の予定はない	40	22.0%	4	15.4%	3	33.3%	4	28.6%	11	16.9%	16	26.7%
その他	2	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.3%
合計	182	100.0%	26	100.0%	9	100.0%	14	100.0%	65	100.0%	60	100.0%

### (2)「時間外労働の上限規制」対応状況

【「時間外労働の上限規制」 について】	全産業		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	%
対応は完了している	39	21.3%	7	26.9%	1	10.0%	3	21.4%	13	20.3%	13	21.3%
これから対応を検討する	40	21.9%	7	26.9%	1	10.0%	2	14.3%	18	28.1%	11	18.0%
特に対応の予定はない	25	13.7%	3	11.5%	3	30.0%	3	21.4%	10	15.6%	6	9.8%
どのように対応したら良いのか わからない	3	1.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.6%	2	3.3%
もともと残業が多くない/従業員が いないので特別な対応は必要ない	74	40.4%	9	34.6%	5	50.0%	6	42.9%	20	31.3%	29	47.5%
その他	2	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.1%	0	0.0%
合計	183	100.0%	26	100.0%	10	100.0%	14	100.0%	64	100.0%	61	100.0%

(3)「時間外労働の上限規制」に対応した内容

【対応した内容】	全産業		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	%
業務効率化・増員など、時間外労働を減らすための取組みを実施（業務面の取組み）	30	57.7%	4	50.0%	0	0.0%	2	50.0%	10	55.6%	12	66.7%
36協定の見直しなど、制度面の取組みを実施（社内制度面の取組み）	21	40.4%	4	50.0%	1	100.0%	2	50.0%	8	44.4%	5	27.8%
その他	1	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%
合計	52	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	4	100.0%	18	100.0%	18	100.0%

問8 今後、大和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=186		n=26		n=10		n=14		n=66		n=62	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
経営計画作成セミナー	33	17.7%	4	15.4%	6	60.0%	2	14.3%	11	16.7%	10	16.1%
財務分析セミナー	19	10.2%	2	7.7%	2	20.0%	2	14.3%	6	9.1%	6	9.7%
人材活用セミナー	36	19.4%	7	26.9%	0	0.0%	1	7.1%	17	25.8%	10	16.1%
販路開拓セミナー	33	17.7%	4	15.4%	4	40.0%	1	7.1%	10	15.2%	13	21.0%
インターネット関連セミナー	27	14.5%	4	15.4%	3	30.0%	2	14.3%	8	12.1%	10	16.1%
補助金活用セミナー	58	31.2%	10	38.5%	3	30.0%	5	35.7%	17	25.8%	22	35.5%
消費税軽減税率導入セミナー	12	6.5%	0	0.0%	1	10.0%	1	7.1%	4	6.1%	6	9.7%
働き方改革セミナー	24	12.9%	2	7.7%	3	30.0%	2	14.3%	9	13.6%	7	11.3%
事業継続力強化セミナー	37	19.9%	9	34.6%	1	10.0%	3	21.4%	12	18.2%	12	19.4%
参加したくない	21	11.3%	4	15.4%	1	10.0%	1	7.1%	9	13.6%	6	9.7%
その他	5	2.7%	1	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	6.5%
回答なし	27	14.5%	3	11.5%	1	10.0%	3	21.4%	8	12.1%	8	12.9%

## 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（夏版）

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	卸売業 運輸業 不動産業・生活関連サービス業 その他サービス業	小売業 飲食サービス業 金融業 その他の業種 ( )			
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、該当するもの1つに○を付けてください。

		よい ←	→ わるい		
昨年の今頃 (2018年1月~6月頃) と比べた 貴社の現状 (2019年1月~6月頃)	景況感(自社)	好転	不変	悪化	
	売上高	増加	不変	減少	
	引き合い/客数	増加	不変	減少	
	単価	上昇	不変	低下	
	原材料・商品仕入単価	低下	不変	上昇	
	採算(経常利益)	好転	不変	悪化	
	資金繰り	好転	不変	悪化	
			わるい ←	よい →	わるい
	従業員(含臨時・パート)	過剰	適正	不足	
	設備	過剰	適正	不足	

問2 問1の「景況感(自社)」判断の背景について、貴社が感じていることをご記入ください。

例:「○○の受注が増えている」「観光客が増加している」「△△の価格が高騰している」等

[ ]

問3 貴社の現在の経営上の問題点について、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. 売上（受注）不振        | 2. 販売（出荷）価格の低迷                  |
| 3. 原材料（仕入）価格の上昇    | 4. 製品（商品）在庫の増大                  |
| 5. 人件費の上昇          | 6. 労働力不足                        |
| 7. 諸経費（物流、物件費等）の上昇 | 8. 資金不足・資金の調達難                  |
| 9. 金利負担の増大         | 10. 技術力不足                       |
| 11. 生産（受注）能力の低下・不足 | 12. 後継者問題                       |
| 13. 顧客・消費者ニーズの変化   | 14. 立地条件の悪化・環境問題                |
| 15. 為替レートの変動       | 16. その他（ <input type="text"/> ） |

問4 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について、該当する番号すべてを選んで○を付けてください。

- |  |                  |                |
|--|------------------|----------------|
| 1. 特に何もしていない                                 | 2. 経営者のトップ営業     | 3. 営業パーソンの営業   |
| 4. 新聞折込チラシ・ポスティング                            | 5. ダイレクトメール（DM）  | 6. タウン誌・雑誌等の広告 |
| 7. ホームページ                                    | 8. SNS・ブログ       | 9. インターネットの広告  |
| 10. 展示会・商談会等                                 | 11. 自社イベント・セミナー等 | 12. 路面看板       |
| 13. 業界ポータルサイトやグルメ関連サイトなど他社のインターネットサイトへの登録・掲載 |                  |                |
| 14. その他（ <input type="text"/> ）              |                  |                |

(2) (1)で選ばれたもののうち、売上の拡大に十分な効果があったものについて、該当する番号上位3つまでに○を付けてください。※必ずしも3つとも選択する必要はありません。

- |  |                  |                |
|--|------------------|----------------|
| 1. 経営者のトップ営業                                 | 2. 営業パーソンの営業     |                |
| 3. 新聞折込チラシ・ポスティング                            | 4. ダイレクトメール（DM）  | 5. タウン誌・雑誌等の広告 |
| 6. ホームページ                                    | 7. SNS・ブログ       | 8. インターネットの広告  |
| 9. 展示会・商談会等                                  | 10. 自社イベント・セミナー等 | 11. 路面看板       |
| 12. 業界ポータルサイトやグルメ関連サイトなど他社のインターネットサイトへの登録・掲載 |                  |                |
| 13. その他（ <input type="text"/> ）              |                  |                |

問5 本年10月に実施される消費税率引上げについて、お聞きします。

(1) 消費税率引上げへの準備状況について、該当する番号を1つを選んで○を付けてください。

- |                      |                  |                  |
|----------------------|------------------|------------------|
| 1. 準備は完了している         | 2. ほとんど準備は完了している | 3. 半分程度準備は完了している |
| 4. 準備していない（準備が十分でない） | 5. 準備の必要はない      |                  |

(2) 消費税率引上げ後の販売価格への転嫁予定について、該当する番号を1つを選んで○を付けてください。

- |                 |                |                                |
|-----------------|----------------|--------------------------------|
| 1. すべて転嫁できる予定   | 2. ほとんど転嫁できる予定 | 3. 一部転嫁できる予定                   |
| 4. まったく転嫁できない予定 | 5. まだ考えたことはない  | 6. その他（ <input type="text"/> ） |

(3) 消費税率上げの経営への影響について、該当する番号を1つ選んで○を付けてください。

1. 経営にかなりマイナスの影響がでる
2. 経営に多少マイナスの影響がでる
3. 経営にプラスの影響がでる
5. 経営に影響はない

問6 災害時の事業の継続について、お聞きします。

2016年の「熊本地震」、昨年の「平成30年7月豪雨（西日本豪雨）」、そして本年6月の「新潟・山形地震」と、近年大規模災害が頻発しています。事業者は、自然災害等が発生した際でも事業を継続できるよう、防災・減災への事前準備を進める必要があります。

(1) 災害時に事業を継続するための準備について、該当する番号を1つ選んで○を付けてください。

1. 特に準備はしていない
2. 防災グッズを社内に準備するなど一定の準備はしているが、事業の継続については検討していない
3. 災害時の事業の継続について検討したことはある
- 4.十分に準備をしている
5. その他（ )

(2) このような自然災害等の頻発を受け、国は「事業者が作成する災害時の対策や事業継続のための準備等を記載した計画書（事業継続力強化計画）」の認定制度を開始。「事業継続力強化計画」は中小企業でも簡単に作成できるだけでなく、認定を受けると各種支援策を受けられます。

「事業継続力強化計画」について、該当する番号を1つ選んで○を付けてください。

1. この機会に作成してみたい
2. 商工会議所や専門家の支援があれば作成してみたい
3. 興味はあるので詳しく知りたい
4. 既に準備を行っているので必要ない
5. 特に興味はない（準備の必要はない）
6. その他（ )

問7 働き方改革について、お聞きします。

(1) 本年4月より「有給休暇取得の義務化※」が始まりました（中小企業も例外ではありません）。

「有給休暇取得の義務化」について、該当する番号を1つ選んで○を付けてください。

※年10日以上有給休暇の権利がある従業員について、最低5日以上有給休暇取得を義務化

1. 全従業員が取得する予定
2. これから対応を検討する
3. 従業員がいないので関係ない
4. 特に対応の予定はない
5. その他（ )

(2) 来年4月より「時間外労働の上限規制※」の中小企業への適用が始まります。

「時間外労働の上限規制」について、該当する番号1つを選んで○を付けてください。

※時間外労働の上限が原則として月45時間・年360時間に制限される

1. 対応は完了している
2. これから対応を検討する
3. 特に対応の予定はない
4. どのように対応したら良いのかわからない
4. もともと残業が多くない/従業員がいないので特別な対応は必要ない
5. その他 ( )

(3) (2)で「対応は完了している」と答えた方にお聞きします。

対応した内容について、該当する番号すべてを選んで○を付けてください。

1. 業務効率化・増員など、時間外労働を減らすための取組みを実施（業務面の取組み）
2. 36協定の見直しなど、制度面の取組みを実施（社内制度面の取組み）
3. 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. 消費税軽減税率導入セミナー | 8. 働き方改革セミナー     | 9. 事業継続力強化セミナー |
| 10. 参加したくない      | 10. その他 ( )      |                |

問9 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。



