

伴走型小規模事業者支援推進事業

經濟動向 調查報告書

<冬版>

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11月29日～12月20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	171件／総配布数1,118件(回答率:15.3%) (内訳)製造業:36、卸売業:11、小売業:18、建設業・運輸業:47、サービス業:55、その他:2、業種不明:2

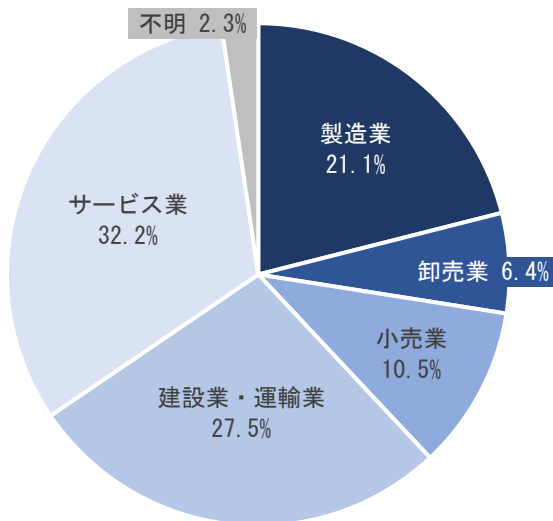
【目 次】

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	16
1.	景況感	17
(1)	景況感(業種ごと)	17
(2)	景況感の全国比較	20
2.	経営上の問題点	26
(1)	経営上の問題点(業種ごと)	26
(2)	経営上の問題点(業種ごと、経年推移)	27
3.	消費税率引上げについて	30
(1)	消費税率引上げの経営への影響について(業種ごと)	30
(2)	消費税率引上げのマイナスの影響についての具体的内容(業種ごと)	31
(3)	消費税率引上げ後の販売価格への転嫁状況(業種ごと)	31
(4)	消費税率引上げ分を販売価格に転嫁できない理由(複数回答可)	32
4.	生産性向上のための取組	33
(1)	生産性向上のために既に実施している取組(業種ごと)	33
(2)	今後強化したい取組(業種ごと)	35
5.	ITの導入・利用について	36
(1)	活用しているIT関連ツールやサービス(業種ごと)	36
(2)	活用しているIT関連ツールやサービス(代表者の年齢ごと)	36
(3)	活用しているIT関連ツールやサービスと足元の利益の状況	37
(4)	ITの導入・利用を進めようとする際の課題(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	49

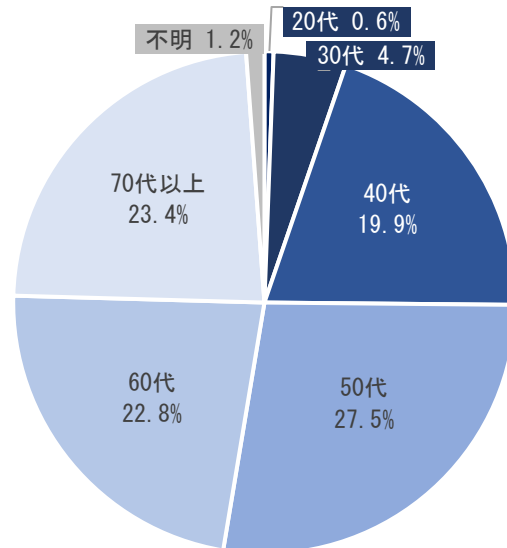
I 回答者の属性

1. 回答者の属性

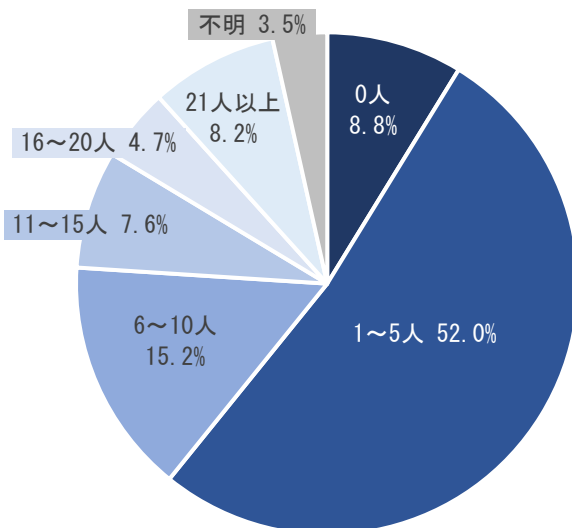
(1) 業種



(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	36	21.1%
卸売業	11	6.4%
小売業	18	10.5%
建設業・運輸業	47	27.5%
建設業	42	24.6%
運輸業	5	2.9%
サービス業	55	32.2%
飲食サービス業	2	1.2%
情報通信業	2	1.2%
不動産業・生活関連サービス業	15	8.8%
金融業	3	1.8%
専門・技術サービス業	19	11.1%
その他サービス業	14	8.2%
その他の業種	2	1.2%
業種不明	2	1.2%
合計	171	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	36	100.0%	0	0.0%	1	2.8%	10	27.8%	6	16.7%	7	19.4%	11	30.6%	1	2.8%
卸売業	11	100.0%	1	9.1%	0	0.0%	2	18.2%	3	27.3%	3	27.3%	2	18.2%	0	0.0%
小売業	18	100.0%	0	0.0%	1	5.6%	3	16.7%	7	38.9%	3	16.7%	4	22.2%	0	0.0%
建設業・運輸業	47	100.0%	0	0.0%	4	8.5%	11	23.4%	9	19.1%	8	17.0%	15	31.9%	0	0.0%
建設業	42	100.0%	0	0.0%	4	9.5%	9	21.4%	7	16.7%	8	19.0%	14	33.3%	0	0.0%
運輸業	5	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	40.0%	2	40.0%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%
サービス業	55	100.0%	0	0.0%	2	3.6%	8	14.5%	21	38.2%	16	29.1%	7	12.7%	1	1.8%
飲食サービス業	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	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%
不動産業・生活関連サービス業	15	100.0%	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	6	40.0%	6	40.0%	2	13.3%	0	0.0%
金融業	3	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%
専門・技術サービス業	19	100.0%	0	0.0%	1	5.3%	3	15.8%	8	42.1%	4	21.1%	3	15.8%	0	0.0%
その他サービス業	14	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	14.3%	5	35.7%	4	28.6%	2	14.3%	1	7.1%
その他の業種	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%
業種不明	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	171	100.0%	1	0.6%	8	4.7%	34	19.9%	47	27.5%	39	22.8%	40	23.4%	2	1.2%

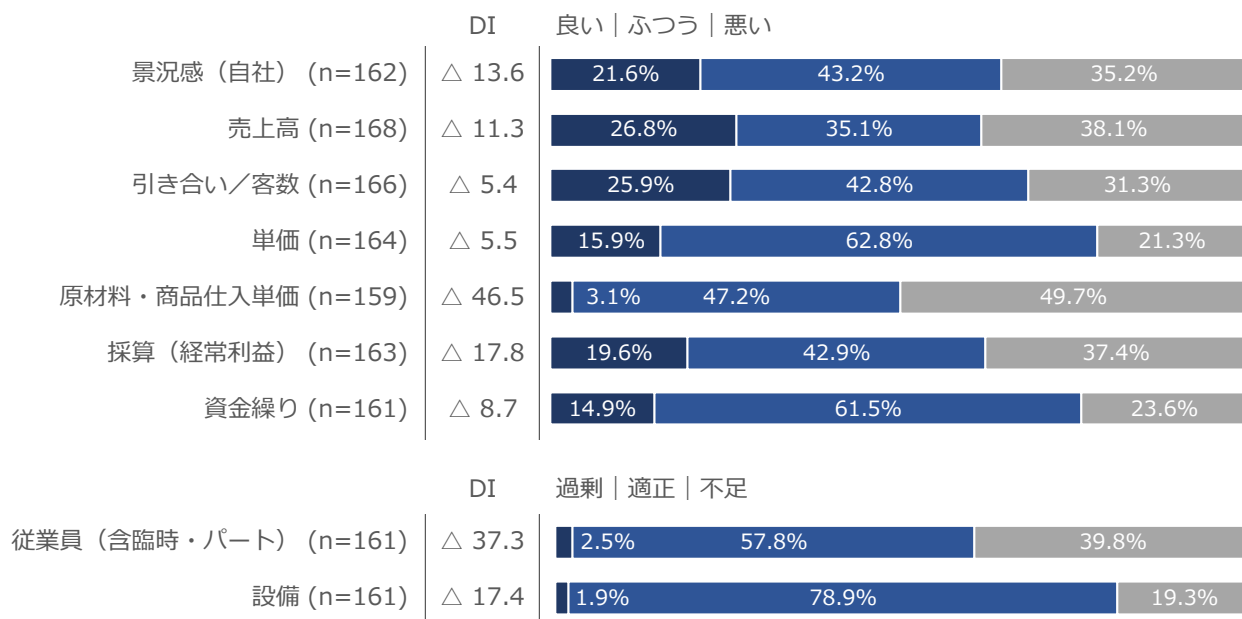
（3）従業員数

	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	36	100.0%	2	5.6%	15	41.7%	5	13.9%	6	16.7%	2	5.6%	3	8.3%	3	8.3%
卸売業	11	100.0%	1	9.1%	7	63.6%	0	0.0%	1	9.1%	0	0.0%	2	18.2%	0	0.0%
小売業	18	100.0%	1	5.6%	14	77.8%	2	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%	0	0.0%
建設業・運輸業	47	100.0%	0	0.0%	18	38.3%	14	29.8%	5	10.6%	4	8.5%	5	10.6%	1	2.1%
建設業	42	100.0%	0	0.0%	17	40.5%	13	31.0%	4	9.5%	3	7.1%	4	9.5%	1	2.4%
運輸業	5	100.0%	0	0.0%	1	20.0%	1	20.0%	1	20.0%	1	20.0%	1	20.0%	0	0.0%
サービス業	55	100.0%	11	20.0%	32	58.2%	5	9.1%	1	1.8%	2	3.6%	3	5.5%	1	1.8%
飲食サービス業	2	100.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
情報通信業	2	100.0%	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
不動産業・生活関連サービス業	15	100.0%	1	6.7%	10	66.7%	3	20.0%	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	0	0.0%
金融業	3	100.0%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%
専門・技術サービス業	19	100.0%	5	26.3%	12	63.2%	1	5.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%
その他サービス業	14	100.0%	5	35.7%	6	42.9%	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	14.3%	0	0.0%
その他の業種	2	100.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%
業種不明	2	100.0%	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	171	100.0%	15	8.8%	89	52.0%	26	15.2%	13	7.6%	8	4.7%	14	8.2%	6	3.5%

- ・ 小規模事業者数 137 事業者（小規模事業者割合 80.1%）
- ・ 従業員基準により小規模事業者に該当しない事業者 25 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 9 事業者

Ⅱ 単純集計

問1 昨年の今頃（2018年7月～12月頃）と比べた現在（2019年7月～12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。

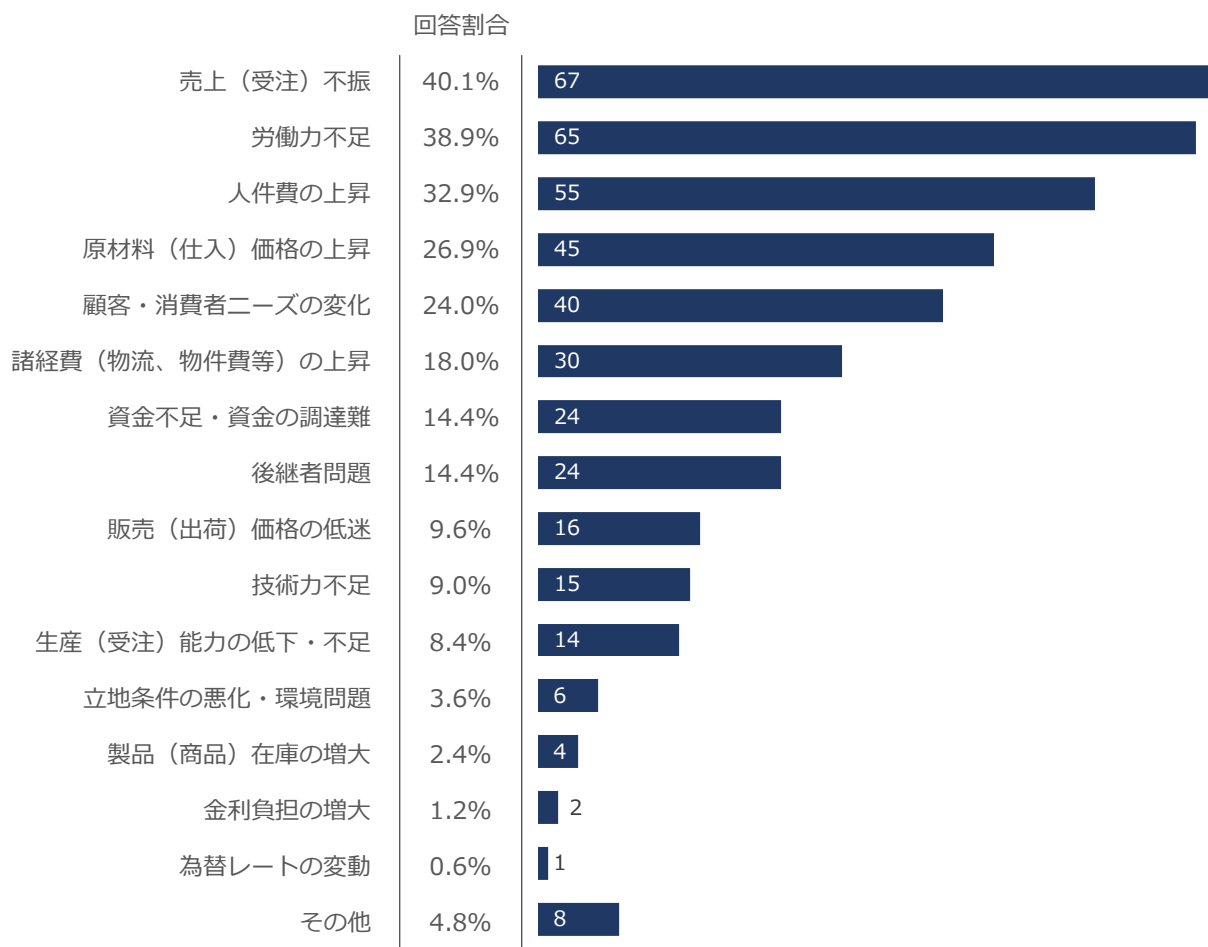
景況感（自社）	: 好転→良い、不変 →ふつう、悪化→悪い
売上高	: 増加→良い、不変 →ふつう、減少→悪い
引き合い／客数	: 増加→良い、不変 →ふつう、減少→悪い
単価	: 上昇→良い、不変 →ふつう、低下→悪い
原材料・商品仕入単価	: 低下→良い、不変 →ふつう、上昇→悪い
採算（経常利益）	: 好転→良い、不変 →ふつう、悪化→悪い
資金繰り	: 好転→良い、不変 →ふつう、悪化→悪い

※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

→P21～（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=167）

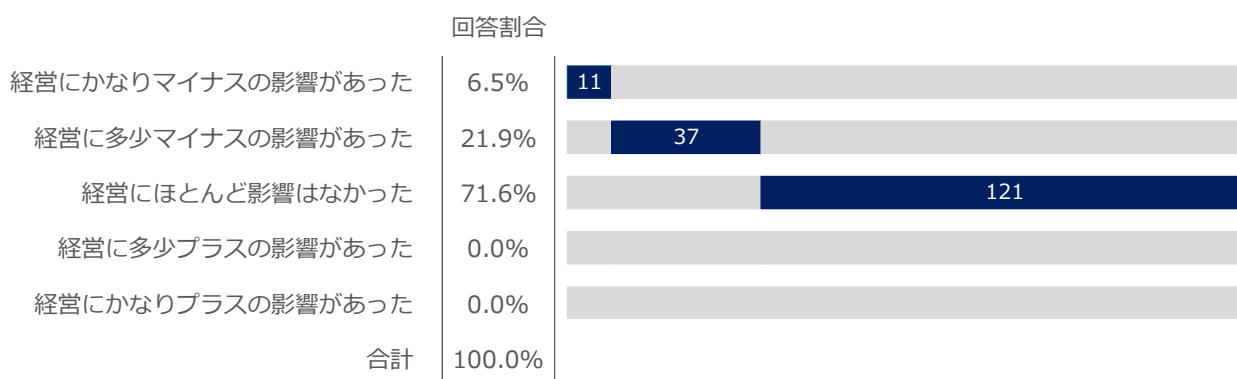


◆「その他」の内容

飲食サービス業	同業他店
不動産業・生活関連サービス業	家賃の下落、オーナーの高齢化、新築物件の乱立
金融業	労働時間の管理
専門・技術サービス業	予約が入らない
その他の業種	建物の老朽化
	台風の影響があった
	広告、認知が少ない

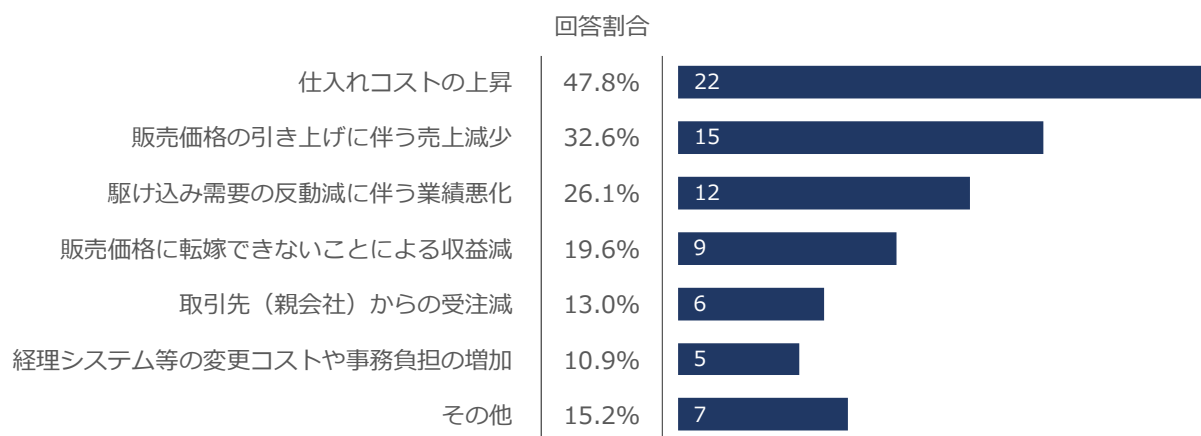
問4 消費税率引上げについて

(1) 消費増税への経営への影響 (n=169)



(2) マイナス影響の具体的な内容 (複数回答可、n=46)

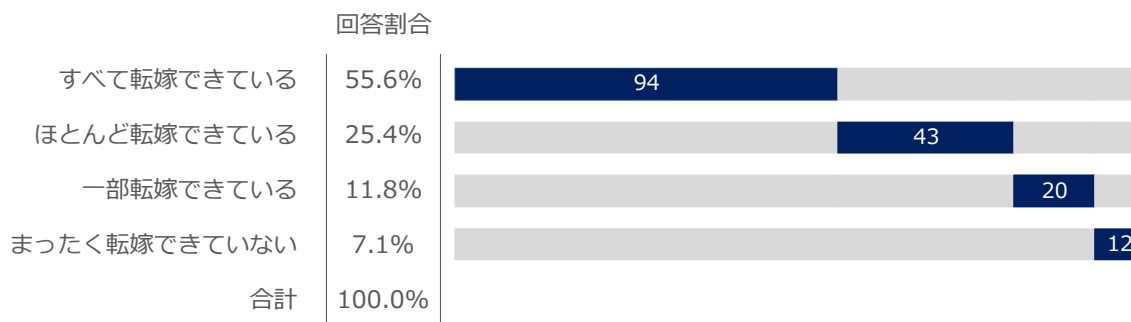
※ (1) で「かなりマイナス」「多少マイナス」と回答した方に質問



◆「その他」の内容

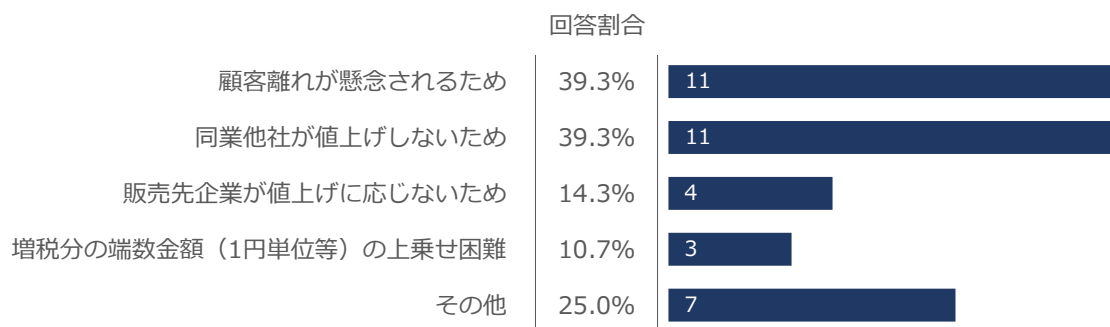
製造業	体調不良のため開店休業状態です
卸売業	国内における流通費の上昇
小売業	客単価の減少というより半減
専門・技術サービス業	お客様の支払い額は増加するので来店を躊躇する 顧客に年金生活者が多い為
その他の業種	家賃が下がる 購入数の減少 絵画を書く人が少なくなった

(3) 消費増税後の販売価格への転嫁状況 (n=169)



(4) 増税分を販売価格に転嫁できない理由 (複数回答可、n=28)

※ (3) で「一部転嫁できている」「まったく転嫁できていない」と回答した方に質問

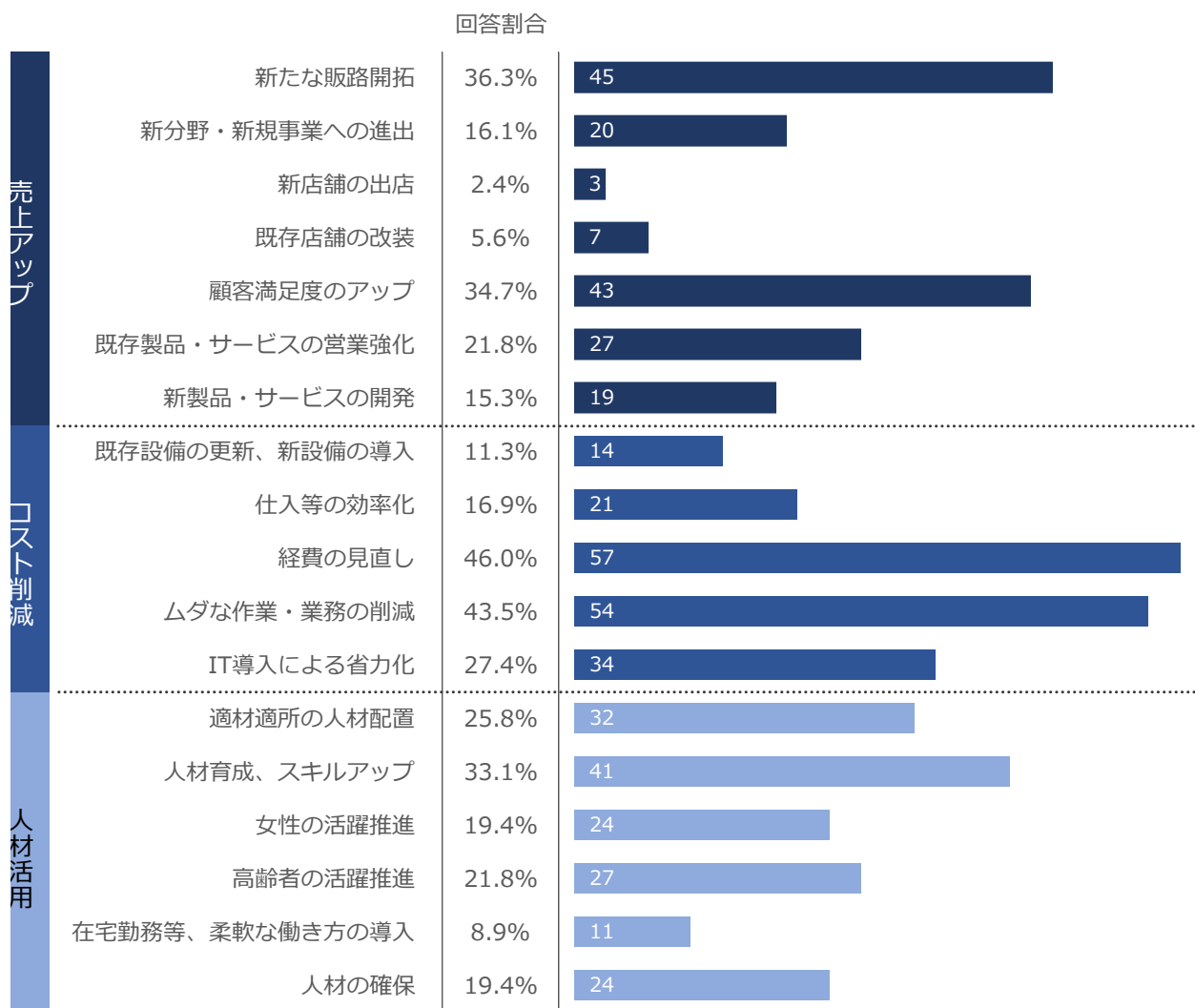


◆「その他」の内容

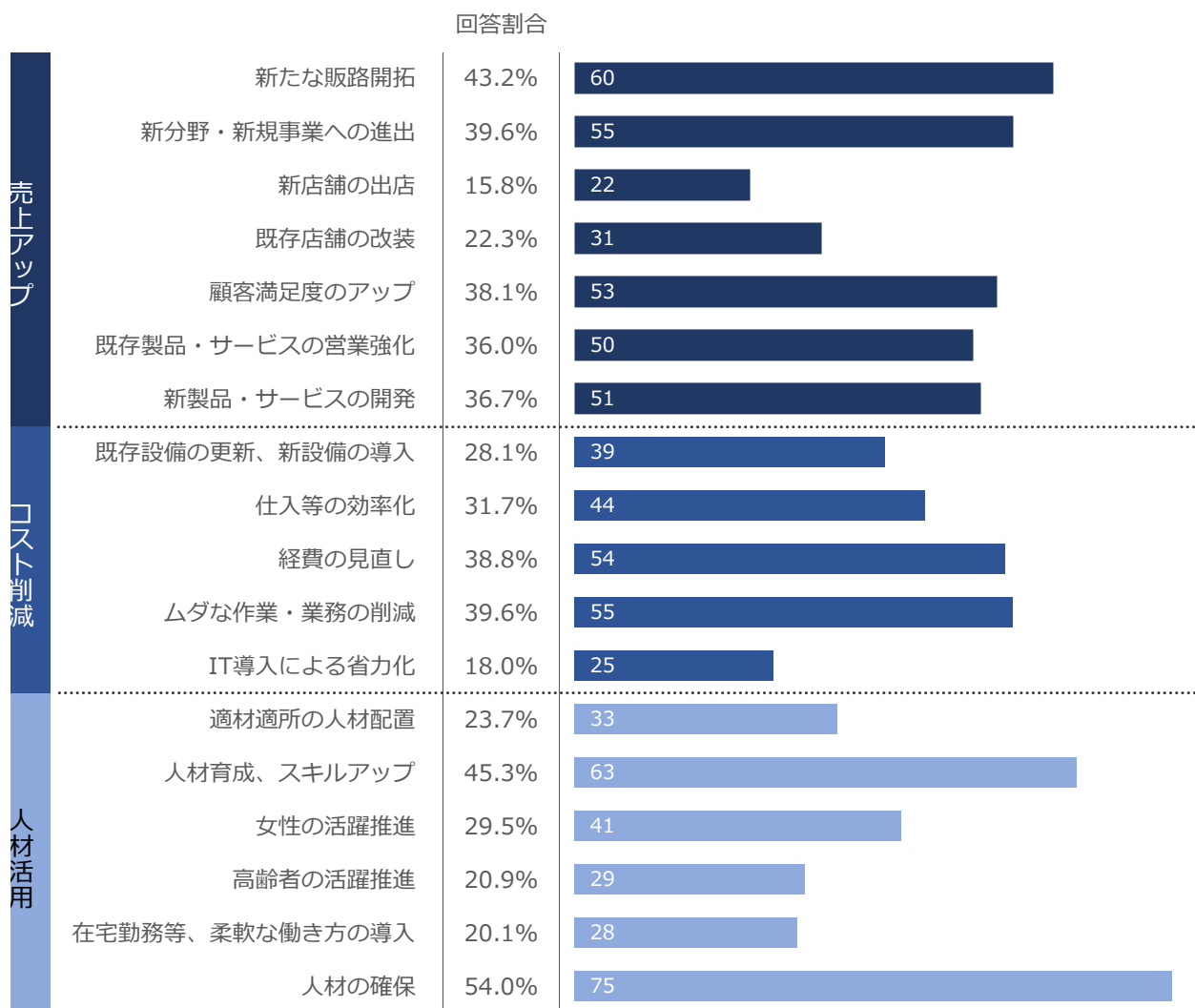
製造業	この程度なら資金に影響しません
建設業	2%を値引きで対応する事もある為
不動産業・生活関連サービス業	仕入先に応じて頂けてない
金融業	対象外
専門・技術サービス業	10月以前の見積を8%で行ったため、増税分の徴収は難しい
その他の業種	あまり気にしていません
	予算が決まっているため

問5 生産性向上のための取組

(1) 生産性向上のために既に実施している取組（複数回答可、n=124）



(2) 生産性向上のために今後強化したい取組（複数回答可、n=139）

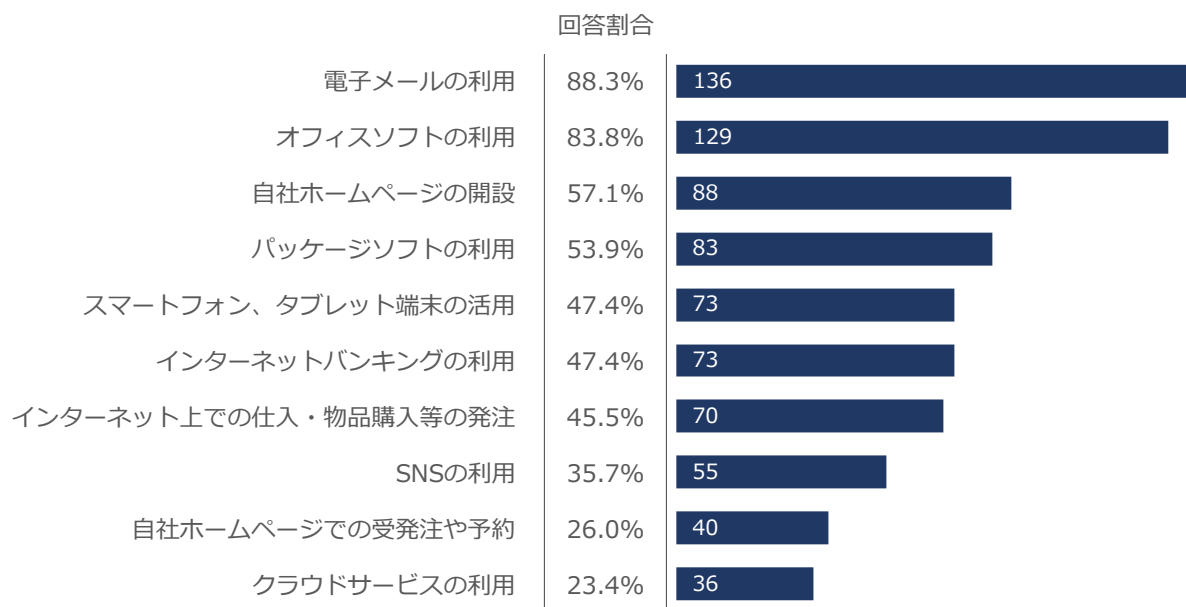


◆上記以外の回答

小売業	年間 11 回の駅前清掃を実施（内 2 回は大和市主催、清掃の日参加）
建設業	自社工場は冷凍設備業であり、特殊である
	人材の確保には力を入れているが、なかなか集まらない

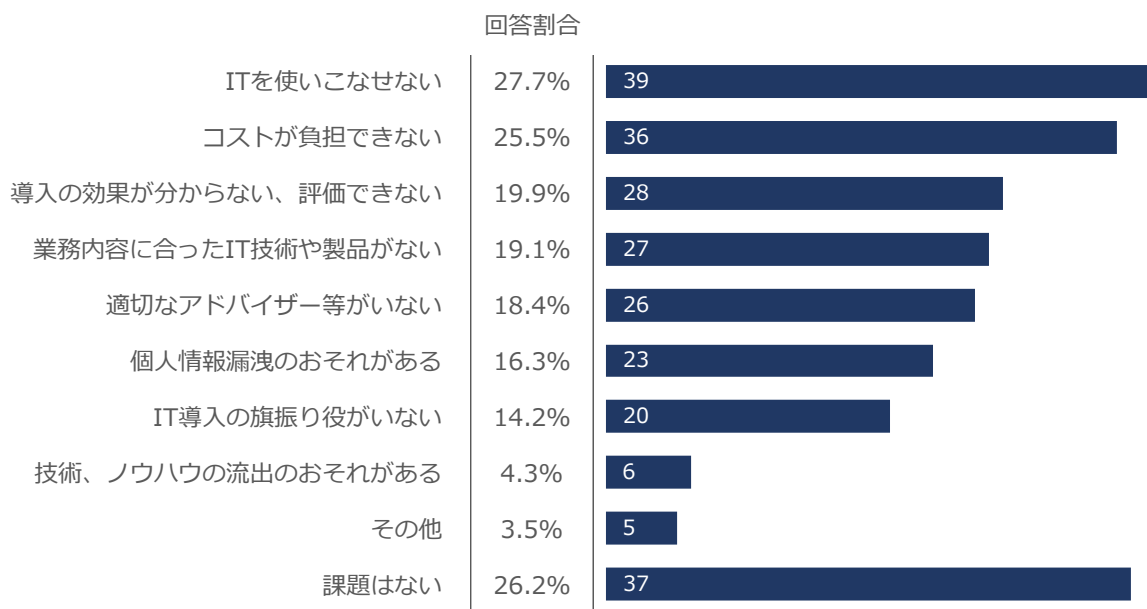
問6 ITの導入・利用

(1) 活用しているIT関連ツールやサービス（複数回答可、n=154）



※オフィスソフト……文書作成、表計算などのソフトなど パッケージソフト……会計ソフト、労務管理ソフトなど
 インターネットバンキング……残高確認、明細出力、振り込み、税金納付など
 クラウドサービス……クラウド会計、クラウド労務管理など

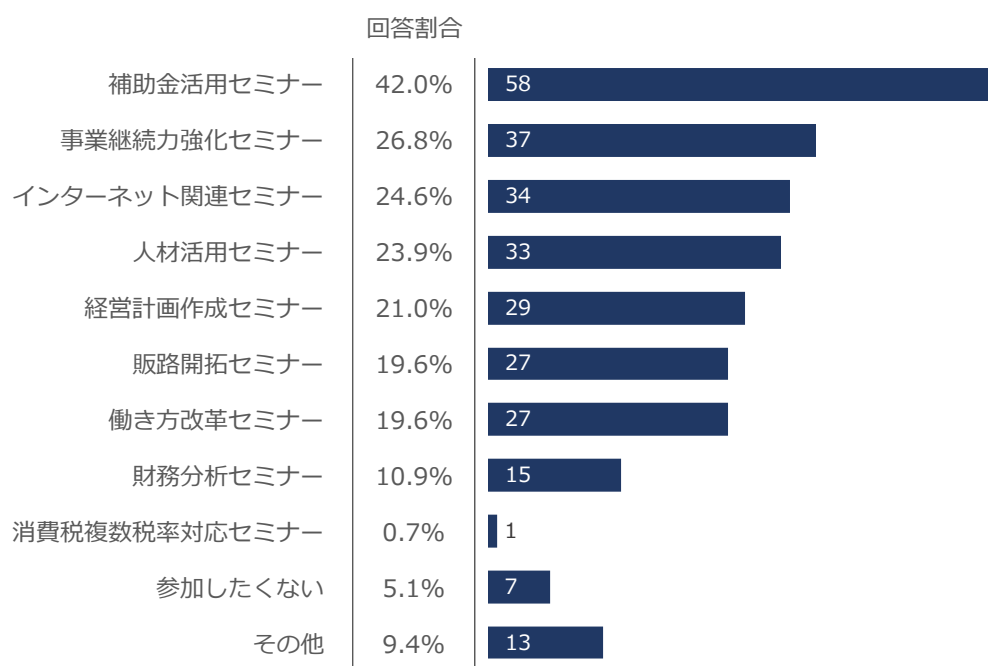
(2) ITの導入・利用を進めようとする際の課題について（複数回答可、n=141）



◆「その他」の回答

卸売業	現場にはデスクもなく IT の余地はない
小売業	保守の費用負担ができない。社内に IT 関連の人材がない
建設業	良い物があれば導入
専門・技術サービス業	現在の IT ツールで十分

問7 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=138)



◆「その他」の回答

製造業	人材育成にも繋がる脳科学等のスキルアップセミナー 時間が無い
卸売業	SDGs 関連
小売業	人的に参加できない
建設業	歴史や文化など 建設業に関連したセミナー もう HP ではなく、LINE や Facebook での販売だと思います。又、HP も一点もので下へスライドして見る様になってきています
不動産業・生活関連サービス業	相続等
専門・技術サービス業	郷土史に関するセミナー

問8 商工会議所への要望等

製造業	色々とサービスを利用して頂いており、大変助かっております。今後も事業発展につながる思考を凝らしたサービス等に期待しております
	開業時アドバイスいただいたことがとても為になり、その意味を今実感しています。今年は開業の年で庶務に追われなかなか利用できませんでしたが、来年は相談やセミナーの参加等、是非利用させていただきたいと思います
	大和商工会議所は土地柄のせいかな商業に力を入れているイメージがある。相模原市みたいにもっと工業にも力を入れて頂きたい（工業系に関するプロフェッショナルの人材が大和市には少ない？いないイメージがあります。）
	商工業者の為に御尽力頂き感謝致しております。今後共よろしくお願い致します
	特に無いです。今後も宜しくお願いします。
卸売業	大和市の情報など
	古紙、廃プラ、金属など、有価であればこそリサイクルシステムが維持されます。リサイクルシステムが維持できないくらい安価となったり、ゼロあるいは逆有償となった場合、巷に生ゴミも含めあふれるようになりますが、商工会議所としてのお考えは何かあるのでしょうか。市だけだととても心許ないと思うのですが
	再出発の際は、よろしくお願いいたします
小売業	会社を運営していて、問題が起こった時、困りはてている時、ふと見ると商工会議所がある！ 砂漠のオアシスになって頂けると助かります
	資金繰表やキャッシュフロー計算書の作成の仕方、収支計画の立て方、借入の際など提出する事業計画書の書き方などについて、プロの方に個別に指導いただいたり、相談させて頂けるサービスなどがあれば、ご教示いただきたいです
	補助金関連のお知らせをもっと積極的に頂ければ助かります
	喫煙場所の創設の啓発活動をお願いします
建設業	充分なセミナーが現在も実施されてると思う
	年代別に分かれた交流会を行ってほしいです
	自分の考える事・出来る事は直ぐに要望等してるし自分から動いているつもりです。商工会議所が何かをしてくれるのではなく自分から動くことが大事では何時もお世話になっています
	SNS を利用した販売、最新の HP
	セミナーを年に1回ではなく同じものを時期をずらして開催して欲しい。時期によっては参加したくても出来ないときがある為。すでに行っていましたら申し訳ありません
情報通信業	いつも大変お世話になっております。大和商工会議所様のご指導の結果、前期は増収増益となり、無事に納税することができました。感謝の気持ちでいっぱいです。今後とも、ご指導のほど宜しくお願いいたします。P.S. 神奈川県優良小規模企業表彰に選ばれそうです！

不動産業・生活関連サービス業	特にありませんが、大和商工会議所が地域の皆様にとって相談しやすい、愛される会社になってほしいと願っています
専門・技術サービス業	いつもお世話になっています。ありがとうございます
	都内や横浜などの商工会議所では、講演させて頂く機会を戴いていますが、大和では理解されていない。よって、地元が一番遅れている感が否めない。大和商工会議所側のFPに対する正しい知識と理解がほしい
	お客様の紹介もしてほしい
その他の業種	いつもありがとうございます
	その時代、状況にあったアドバイザーを含めた対応策が取れる組織になれる様に努めてもらいたい
	今まで色々有り難うございました。12月20日をもって閉めることになりましたので、大和商工会議所を退会させていただきます
	セミナーやイベントに参加して、勉強や宣伝広告なども考えるが、店舗を2人でやるほど売上げも上がっていないので、実質時間がとれない
	いつもありがとうございます！！

Ⅲ クロス集計

1. 景況感

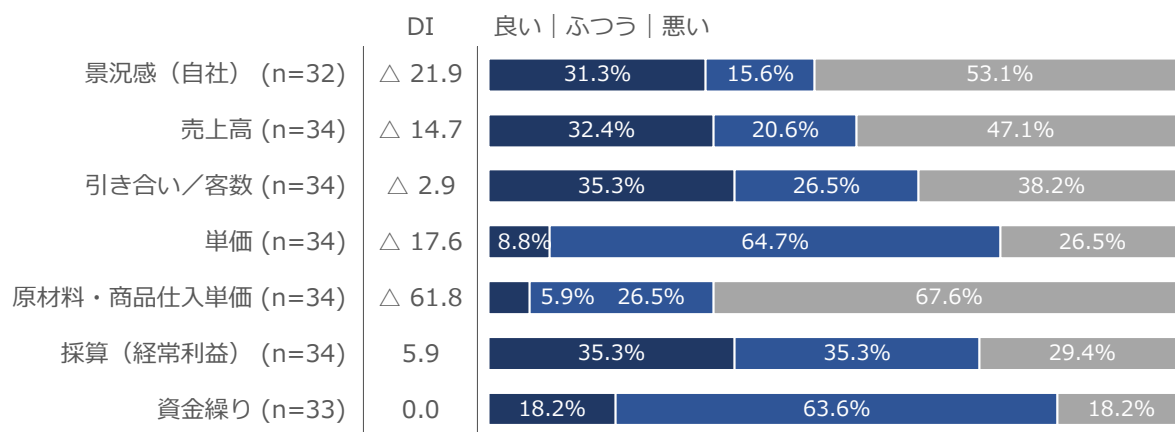
(1) 景況感（業種ごと）

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△21.9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。

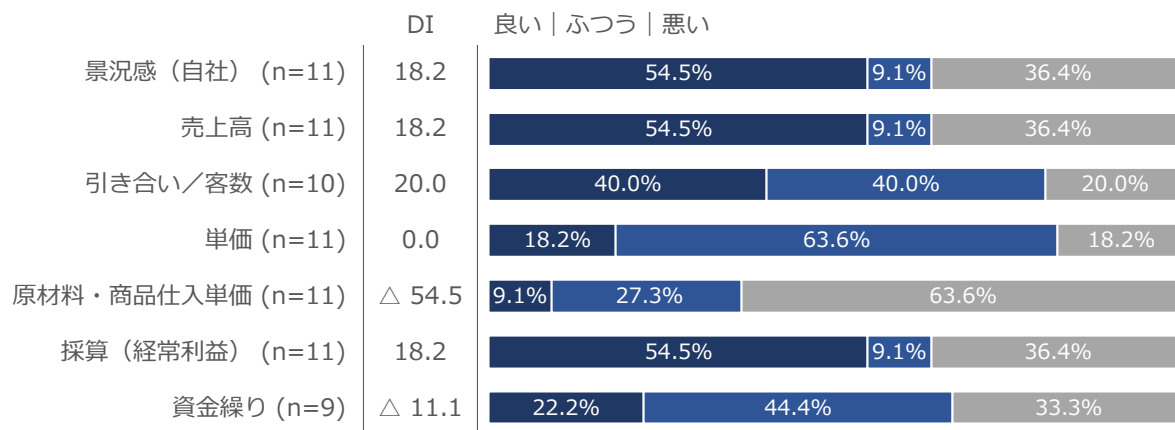
売上高D Iは△14.7ポイントとマイナス値であり、売上が減少した事業者の割合が高い。また、原材料・商品仕入単価D Iが△61.8ポイントと、原材料等の仕入価格が上昇している。一方、採算（経常利益）D Iは5.9ポイントとプラス値となっており、厳しい経営環境のなかで経営努力が伺える。



②卸売業（前年同期比）

景況感D Iは 18.2ポイントとなっており、経営環境が「好転」していると感じている割合が高い。

売上高D Iは 18.2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。この要因をみると、引き合い／客数の増加が読み取れる。一方、原材料・商品仕入単価D Iが△54.5ポイントと、商品等の仕入価格が上昇している。

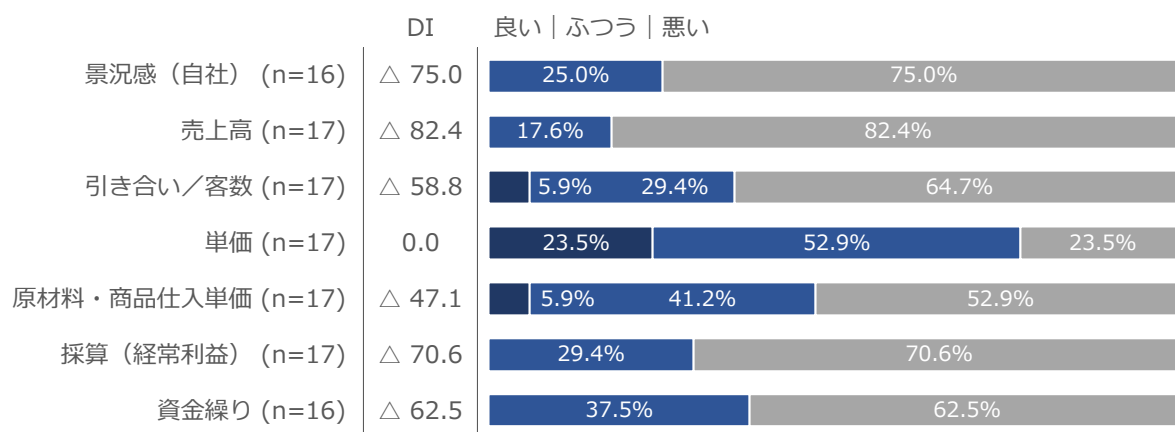


③小売業（前年同期比）

景況感D Iは△75.0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△82.4ポイントとマイナス値であり、多くの事業者の売上が減少している。この要因として、特に客数減少の影響が大きい。また、原材料・商品仕入単価D Iが△47.1ポイントと、商品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△70.6ポイントとマイナス値となっている。

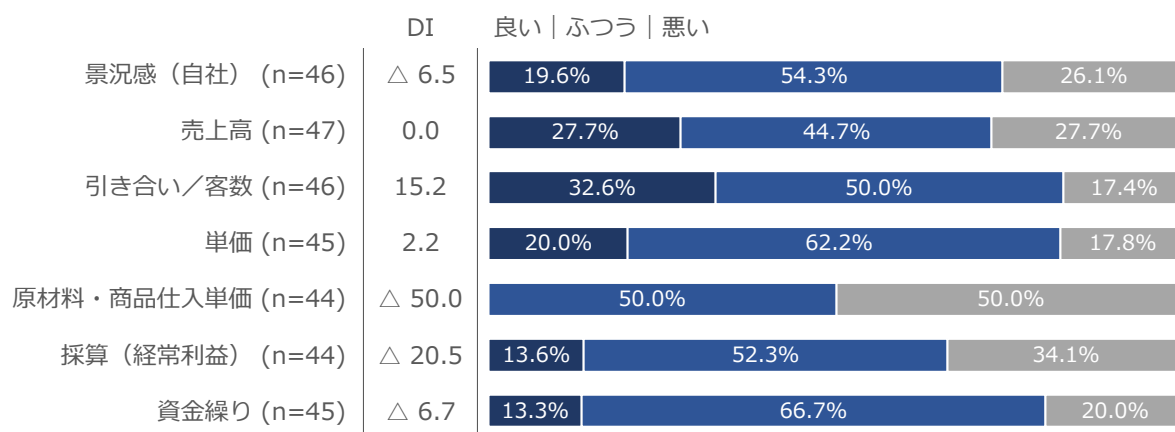


④建設業・運輸業（前年同期比）

景況感D Iは△6.5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△50.0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△20.5ポイントとマイナス値になっている。

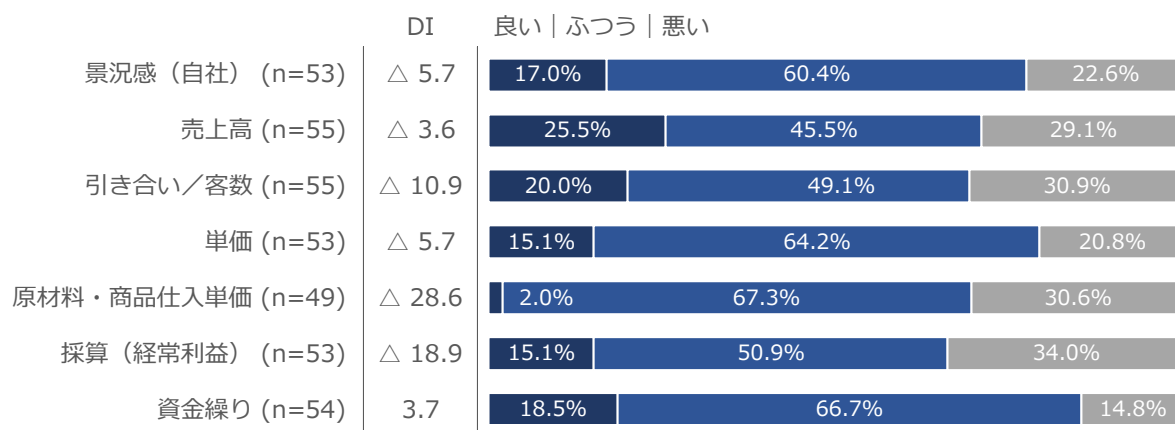


⑤サービス業（前年同期比）

景況感D Iは△5.7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△3.6ポイントとなっており、ほぼ横ばいの数値である。一方、原材料・商品仕入単価D Iが△28.6ポイントと、商品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△18.9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景況感D I

ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の景況感D Iは、前期△16.7から△13.6（前期差 3.1 ポイント増）と好転した。

産業別にみると、製造業で△21.9（前期差 5.0 ポイント増）、卸売業で 18.2（前期差 48.2 ポイント増）、小売業で△75.0（前期差 3.6 ポイント増）、サービス業で△5.7（前期差 7.4 ポイント増）と増加。一方、建設・運輸業で△6.5（前期差 3.4 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、製造業、卸売業、サービス業は全国値を上回り、小売業や建設・運輸業は下回っている。



※全国値は、中小企業庁『中小企業景況調査報告書』より引用。なお、中小企業景況調査は四半期ごとに調査しているのに対し、大和市のアンケートは半期ごとの調査であるため、正確な比較はできない点に留意が必要である。

イ) 業種別数値表

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
R1夏	△ 16.7	-	△ 26.9	-	△ 30.0	-	△ 78.6	-	△ 3.1	-	△ 13.1	-
R1冬	△ 13.6	↑	△ 21.9	↑	18.2	↑	△ 75.0	↑	△ 6.5	↓	△ 5.7	↑

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	ネット（HP）による新規開拓などで増加
	中国、台湾、インドネシアなど、昨年より展開している海外への特殊機器の販売事業が好転している
	仕入先（部品等）の紹介により新規取引が増え、売上増に繋がっている
悪化	全体的に仕事が薄い

卸売業	
好転	海外の材料の高騰
悪化	紙・板紙の生産数量が前年同月比で100%割れが続いていること。古紙原料、古紙製品価格が大幅に下がっていることなど

小売業	
悪化	売上げの悪化、顧客の減少等、経営環境は良く有りません
	スリランカの同時多発テロ等の影響で、売上や海外関連会社の工場の生産性が悪化。予想していた売上・配当が望めず、資金繰りが悪化。引き合いは増えているものの、受注から購買までの取り付けることができなかった。そこへ来て消費税増税。自社は輸出事業であるため、消費税は売価決定時に考慮に入れない（輸出後に還付を受ける前提の為）。増税はするものの還付を受ける時期は不変のため、今後のさらなる資金繰り悪化が懸念される
	新規の問い合わせ数が減少しており、景気が悪化しているように感じる
	国において、度重なる増税や改正健康増進法等を受け、全国の公共場所や官公庁、病院、学校の喫煙場所が撤去されています。地方自治体では国の法規制を上回る「受動喫煙防止条例」に「上乗せ条例」で規制されています。本来、嗜好品である「たばこ」を法令や条例で規制しております。因みに全国売上で二兆円を超えており、国に貢献しております。たばこ団体は国民と愛煙家が共存できる社会が望ましく「禁煙の増進」を図るのではなく「分煙環境の整備・推進」が極めて重要と考えております。愛煙家の方々が安心して喫煙できる場所の創設を希望します

建設業	
好転	民間での単価が上がっているところがありますが、地元の公共の価格が低すぎるので、受注できない為に市外に行かなければいけないのが残念です
	お客様に商品の価格差を理解していただけない
不変	入札による落札の運が良い。売上が増加しなくても利益が良い受注に当たった
	例年今頃は受注量が増える。従業員不足で例年以上にはできない

情報通信業	
好転	IT 導入助成金を活用した結果、新規の受注が増加した。2020 東京オリンピックを控え、世間のコンプライアンス意識が高まり、引き合いが増加した。人手不足を IT 導入による生産性向上の意識が世間で高まり受注の増加につながった

不動産業・生活関連サービス業	
不変	カルチャー、教育部門の客数が減っている

専門・技術サービス業	
好転	リピーター顧客が増加している
	新しいお客様が増えました
不変	受託される企業や個人の単価の下落、並びに広告宣伝費等の高騰

その他の業種	
好転	追加案件を受託した
不変	消費税増税に伴う価格高騰（切手、来客等）
	時代の変化（デフレ現象）への即応の是非が求められているが、その速度が年々早くなっているため要注意
	ギャラリー経営の為、世の中の景気に左右されます
	そんなに変わっていないが、何となく悪化（減少）な気がする

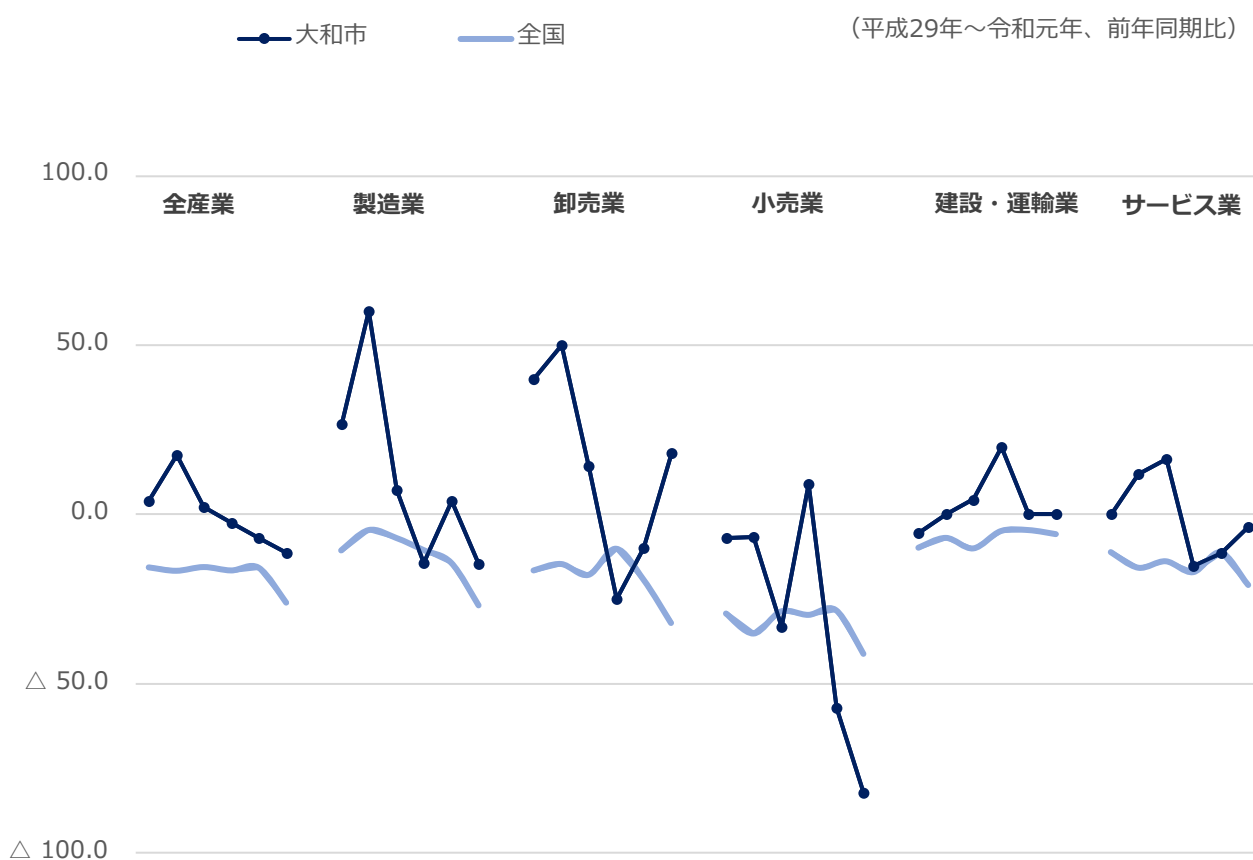
②売上高D I

ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の売上高D Iは、前期△7.1から△11.3（前期差4.2ポイント減）と悪化した。

産業別にみると、卸売業で△18.2（前期差28.2ポイント増）、サービス業で△3.6（前期差7.9ポイント増）と増加。建設・運輸業で0.0（前期差0.0ポイント）と横ばい。一方、製造業で△14.7（前期差18.5ポイント減）、小売業で△82.4（前期差25.3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・運輸業、サービス業は全国値を上回り、小売業は大きく下回っている。



イ) 業種別数値表 (経年)

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
H29夏	4.0	-	26.7	-	40.0	-	△ 7.1	-	△ 5.6	-	0.0	-
H29冬	17.5	↑	60.0	↑	50.0	↑	△ 6.7	↑	0.0	↑	11.9	↑
H30夏	2.2	↓	7.1	↓	14.3	↓	△ 33.3	↓	4.4	↑	16.3	↑
H30冬	△ 2.5	↓	△ 14.3	↓	△ 25.0	↓	9.1	↑	20.0	↑	△ 15.3	↓
R1夏	△ 7.1	↓	3.8	↑	△ 10.0	↑	△ 57.1	↓	0.0	↓	△ 11.5	↑
R1冬	△ 11.3	↓	△ 14.7	↓	18.2	↑	△ 82.4	↓	0.0	→	△ 3.6	↑

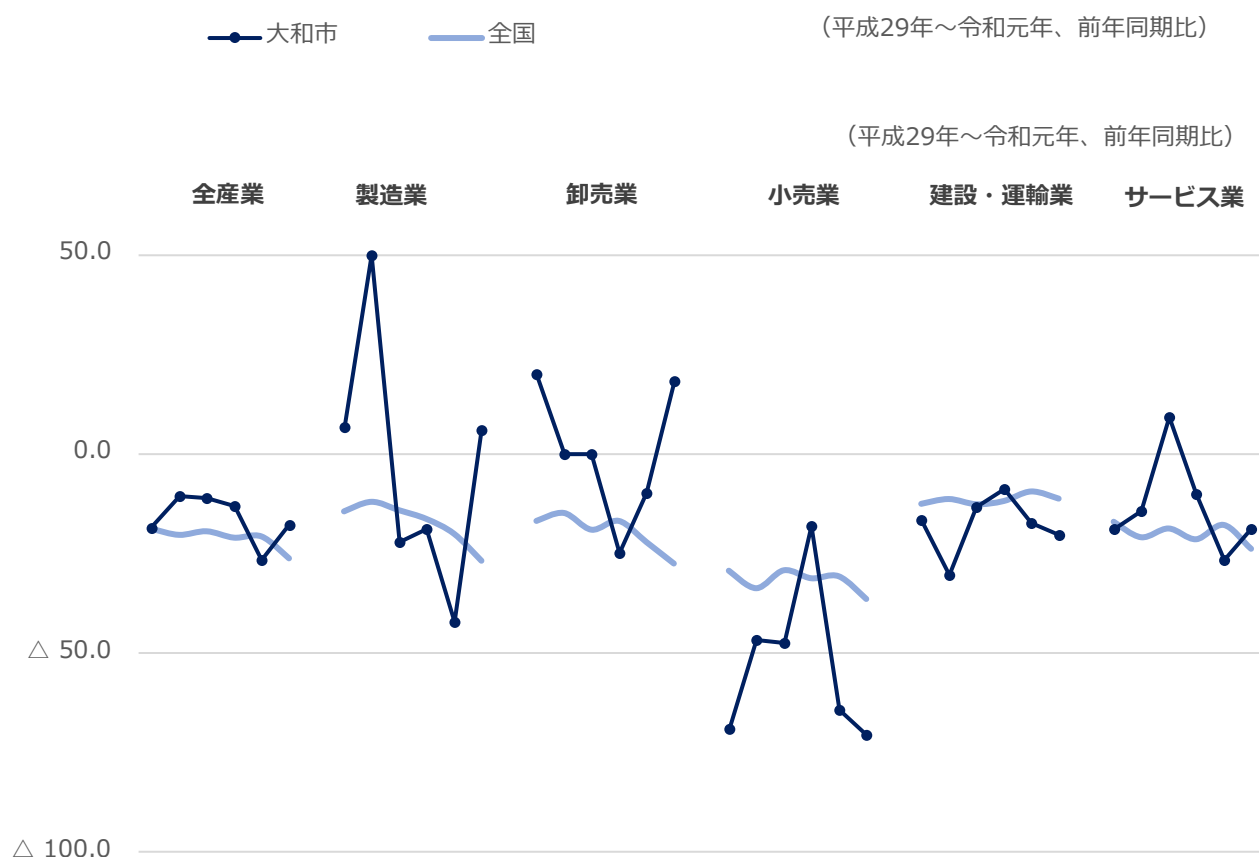
③採算（経常利益）D I

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△26.8から△17.8（前期差9.0ポイント増）と好転した。

産業別にみると、製造業で5.9（前期差48.2ポイント増）、卸売業で18.2（前期差28.2ポイント増）、サービス業で△18.9（前期差7.8ポイント増）と増加。一方、小売業で△70.6（前期差6.3ポイント減）、建設・運輸業で△20.5（前期差3.0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、サービス業は全国値を上回っているものの、小売業、建設業・運輸業は全国値を下回っている。



イ) 業種別数値表（経年）

	全産業	製造業	卸売業	小売業	建設・運輸業	サービス業						
H29夏	△ 18.6	-	6.7	-	20.0	-	△ 69.2	-	△ 16.7	-	△ 19.0	-
H29冬	△ 10.7	↑	50.0	↑	0.0	↓	△ 46.7	↑	△ 30.4	↓	△ 14.3	↑
H30夏	△ 11.0	↓	△ 22.2	↓	0.0	→	△ 47.6	↓	△ 13.3	↑	9.3	↑
H30冬	△ 13.0	↓	△ 19.0	↑	△ 25.0	↓	△ 18.2	↑	△ 8.9	↑	△ 10.2	↓
R1夏	△ 26.8	↓	△ 42.3	↓	△ 10.0	↑	△ 64.3	↓	△ 17.5	↓	△ 26.7	↓
R1冬	△ 17.8	↑	5.9	↑	18.2	↑	△ 70.6	↓	△ 20.5	↓	△ 18.9	↑

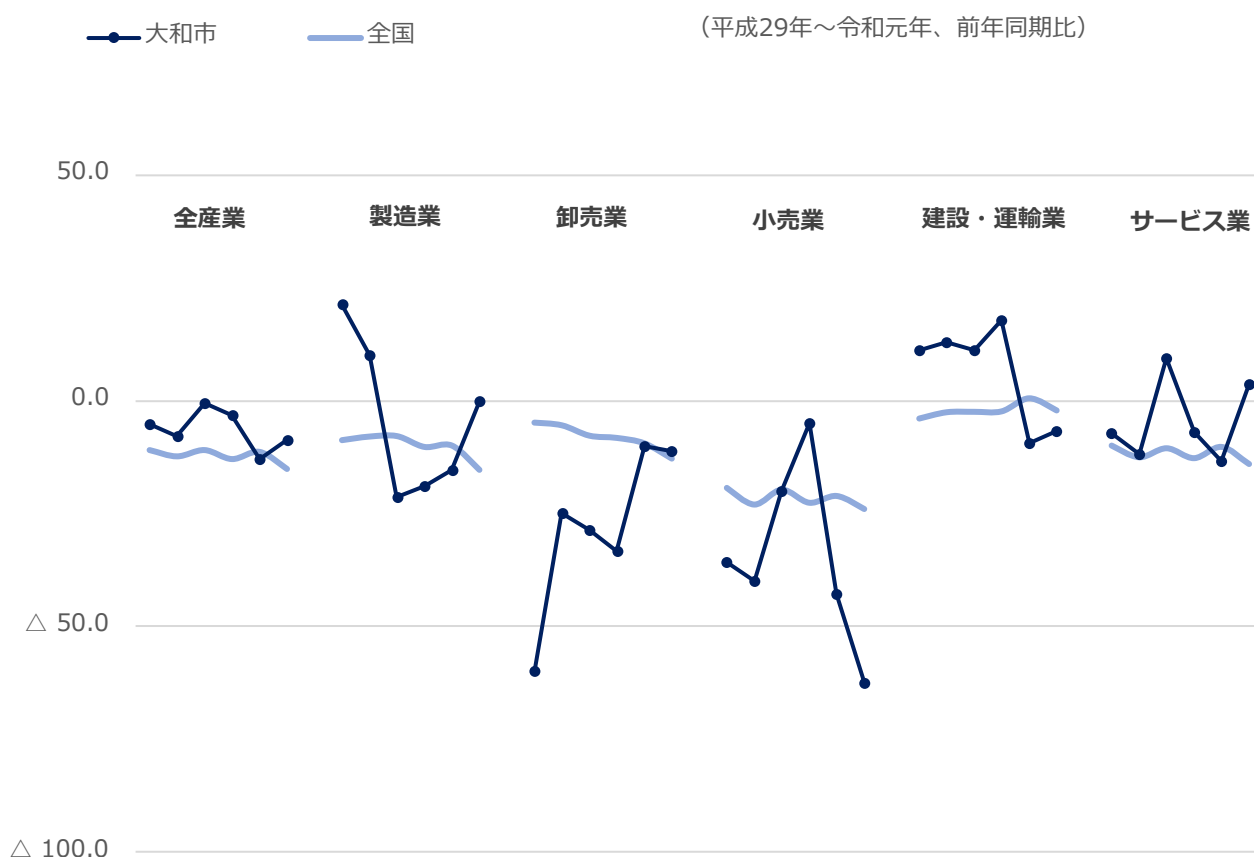
③資金繰りD I

ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の資金繰りD Iは、前期△12.8から△8.7（前期差4.1ポイント増）と好転した。

産業別にみると、製造業で0.0（前期差15.4ポイント増）、建設・運輸業で△6.7（前期差2.8ポイント増）、サービス業で3.7（前期差17.0ポイント増）と増加。一方、卸売業で△11.1（前期差1.1ポイント減）、小売業で△62.5（前期差19.6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、サービス業は全国値を上回っており、卸売業は全国値と同程度、小売業、建設・運輸業は全国値を下回っている。



イ) 業種別数値表（経年）

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
H29夏	△ 5.2	-	21.4	-	△ 60.0	-	△ 35.7	-	11.1	-	△ 7.1	-
H29冬	△ 7.8	↓	10.0	↓	△ 25.0	↑	△ 40.0	↓	13.0	↑	△ 11.9	↓
H30夏	△ 0.6	↑	△ 21.4	↓	△ 28.6	↓	△ 20.0	↑	11.1	↓	9.5	↑
H30冬	△ 3.2	↓	△ 19.0	↑	△ 33.3	↓	△ 5.0	↑	17.8	↑	△ 6.9	↓
R1夏	△ 12.8	↓	△ 15.4	↑	△ 10.0	↑	△ 42.9	↓	△ 9.5	↓	△ 13.3	↓
R1冬	△ 8.7	↑	0.0	↑	△ 11.1	↓	△ 62.5	↓	△ 6.7	↑	3.7	↑

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（40.1%）」「労働力不足（38.9%）」「人件費の上昇（32.9%）」などの回答割合が高いことがわかる。

業種別にみると、製造業では「原材料（仕入）価格の上昇（48.6%）」や「売上（受注）不振（45.7%）」の割合が高く、売上総利益が圧迫されていると考えられる。

卸売業では、「労働力不足（45.5%）」の割合が高い。また、「売上（受注）不振（27.3%）」の割合が他の業種と比較して低いことから、受注はあるものの、人手不足により対応できない様子が伺える。

小売業では、ほとんどの事業者が「売上（受注）不振（88.2%）」と回答している。

建設・運輸業では、「労働力不足（67.4%）」や「人件費の上昇（41.3%）」など、人材面の問題点が多い。

サービス業では、「売上（受注）不振（38.9%）」「人件費の上昇（35.2%）」「顧客・消費者ニーズの変化（35.2%）」「労働力不足（31.5%）」などの回答割合が高く、売上面や人材面の問題点が多くなっている。

	全産業 n=167	製造 n=35	卸売 n=11	小売 n=17	建設・運輸 n=46	サービス n=54
売上（受注）不振	40.1%	45.7%	27.3%	88.2%	23.9%	38.9%
販売（出荷）価格の低迷	9.6%	11.4%	36.4%	11.8%	4.3%	7.4%
原材料（仕入）価格の上昇	26.9%	48.6%	36.4%	17.6%	19.6%	18.5%
製品（商品）在庫の増大	2.4%	0.0%	18.2%	0.0%	0.0%	3.7%
人件費の上昇	32.9%	31.4%	18.2%	11.8%	41.3%	35.2%
労働力不足	38.9%	17.1%	45.5%	17.6%	67.4%	31.5%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	18.0%	14.3%	9.1%	17.6%	15.2%	25.9%
資金不足・資金の調達難	14.4%	11.4%	27.3%	23.5%	13.0%	13.0%
金利負担の増大	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%	1.9%
技術力不足	9.0%	14.3%	9.1%	0.0%	8.7%	9.3%
生産（受注）能力の低下・不足	8.4%	22.9%	0.0%	0.0%	4.3%	7.4%
後継者問題	14.4%	17.1%	0.0%	11.8%	19.6%	11.1%
顧客・消費者ニーズの変化	24.0%	20.0%	36.4%	35.3%	6.5%	35.2%
立地条件の悪化・環境問題	3.6%	5.7%	0.0%	5.9%	2.2%	3.7%
為替レートの変動	0.6%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	4.8%	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%	13.0%

(2) 経営上の問題点（業種ごと、経年推移）

過去の調査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。

なお、分析は主に、前年同期に実施したアンケート（平成30年冬に実施したアンケート）と比較してどのような変化があったかという視点で実施する。

①製造業

今回の結果を、1年前のアンケート（平成30年冬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、今回のアンケートでは、1年前と比較して、「人件費の上昇（31.4%）」や「生産（受注）能力の低下・不足（22.9%）」といった項目の回答割合が増加している。なお、これらの回答割合は、過去の調査のなかでもっとも高くなっていることも読み取れる。

	H29夏 n=14	H29冬 n=10	H30夏 n=28	H30冬 n=20	R1夏 n=26	今期 n=35
売上（受注）不振	28.6%	30.0%	39.3%	35.0%	34.6%	45.7%
販売（出荷）価格の低迷	0.0%	20.0%	17.9%	5.0%	19.2%	11.4%
原材料（仕入）価格の上昇	21.4%	30.0%	42.9%	40.0%	46.2%	48.6%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	3.8%	0.0%
人件費の上昇	28.6%	30.0%	28.6%	20.0%	19.2%	31.4%
労働力不足	35.7%	40.0%	21.4%	30.0%	19.2%	17.1%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	28.6%	0.0%	14.3%	30.0%	19.2%	14.3%
資金不足・資金の調達難	28.6%	10.0%	21.4%	15.0%	15.4%	11.4%
金利負担の増大	0.0%	30.0%	0.0%	5.0%	0.0%	0.0%
技術力不足	14.3%	0.0%	21.4%	15.0%	26.9%	14.3%
生産（受注）能力の低下・不足	14.3%	0.0%	7.1%	5.0%	19.2%	22.9%
後継者問題	7.1%	0.0%	14.3%	25.0%	19.2%	17.1%
顧客・消費者ニーズの変化	28.6%	0.0%	14.3%	10.0%	11.5%	20.0%
立地条件の悪化・環境問題	7.1%	10.0%	7.1%	5.0%	7.7%	5.7%
為替レートの変動	7.1%	0.0%	3.6%	0.0%	0.0%	0.0%
IT利活用	0.0%	0.0%	0.0%	-	-	-
その他	14.3%	0.0%	7.1%	5.0%	3.8%	2.9%

②卸売業

今回アンケートでは1年前と比較して「売上（受注）不振（27.3%）」の回答割合が大幅に減少している。一方、「労働力不足（45.5%）」の割合が増加し、人手不足が顕著になっている。

	H29夏 n=5	H29冬 n=4	H30夏 n=13	H30冬 n=12	R1夏 n=10	今期 n=11
売上（受注）不振	80.0%	25.0%	38.5%	58.3%	40.0%	27.3%
販売（出荷）価格の低迷	0.0%	25.0%	30.8%	33.3%	30.0%	36.4%
原材料（仕入）価格の上昇	0.0%	25.0%	30.8%	8.3%	30.0%	36.4%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	25.0%	7.7%	8.3%	30.0%	18.2%
人件費の上昇	20.0%	0.0%	15.4%	8.3%	20.0%	18.2%
労働力不足	0.0%	25.0%	15.4%	25.0%	10.0%	45.5%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	0.0%	0.0%	30.8%	33.3%	10.0%	9.1%
資金不足・資金の調達難	80.0%	50.0%	30.8%	58.3%	30.0%	27.3%
金利負担の増大	20.0%	25.0%	0.0%	16.7%	10.0%	0.0%
技術力不足	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%
生産（受注）能力の低下・不足	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%
後継者問題	0.0%	25.0%	0.0%	16.7%	10.0%	0.0%
顧客・消費者ニーズの変化	40.0%	0.0%	30.8%	16.7%	50.0%	36.4%
立地条件の悪化・環境問題	20.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
為替レートの変動	20.0%	0.0%	15.4%	8.3%	20.0%	9.1%
IT利活用	0.0%	25.0%	23.1%	-	-	-
その他	0.0%	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（88.2%）」や「顧客・消費者ニーズの変化（35.3%）」といった回答割合が増加している。売上面を問題点とする事業者が多いといえる。

	H29夏 n=14	H29冬 n=15	H30夏 n=21	H30冬 n=22	R1夏 n=14	今期 n=17
売上（受注）不振	78.6%	53.3%	57.1%	36.4%	78.6%	88.2%
販売（出荷）価格の低迷	21.4%	40.0%	28.6%	13.6%	28.6%	11.8%
原材料（仕入）価格の上昇	28.6%	40.0%	14.3%	40.9%	42.9%	17.6%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	0.0%	0.0%
人件費の上昇	14.3%	13.3%	14.3%	31.8%	21.4%	11.8%
労働力不足	21.4%	20.0%	23.8%	36.4%	7.1%	17.6%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	7.1%	6.7%	9.5%	18.2%	21.4%	17.6%
資金不足・資金の調達難	7.1%	20.0%	23.8%	9.1%	0.0%	23.5%
金利負担の増大	0.0%	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%	0.0%
生産（受注）能力の低下・不足	7.1%	0.0%	0.0%	4.5%	7.1%	0.0%
後継者問題	14.3%	20.0%	19.0%	13.6%	7.1%	11.8%
顧客・消費者ニーズの変化	64.3%	20.0%	33.3%	18.2%	42.9%	35.3%
立地条件の悪化・環境問題	14.3%	6.7%	9.5%	9.1%	7.1%	5.9%
為替レートの変動	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
IT利活用	0.0%	0.0%	14.3%	-	-	-
その他	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

④建設業・運輸業

今回アンケートでは1年前と同様「労働力不足（67.4%）」や「人件費の上昇（41.3%）」の回答割合が高い。人手不足への対応が難しいことが伺える。

	H29夏 n=17	H29冬 n=22	H30夏 n=45	H30冬 n=44	R1夏 n=65	今期 n=46
売上（受注）不振	35.3%	27.3%	28.9%	20.5%	30.8%	23.9%
販売（出荷）価格の低迷	0.0%	9.1%	6.7%	4.5%	6.2%	4.3%
原材料（仕入）価格の上昇	23.5%	40.9%	17.8%	22.7%	43.1%	19.6%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	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%	41.3%
労働力不足	64.7%	54.5%	60.0%	70.5%	63.1%	67.4%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	17.6%	22.7%	13.3%	11.4%	12.3%	15.2%
資金不足・資金の調達難	11.8%	4.5%	6.7%	4.5%	9.2%	13.0%
金利負担の増大	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	2.2%
技術力不足	5.9%	0.0%	17.8%	18.2%	10.8%	8.7%
生産（受注）能力の低下・不足	0.0%	9.1%	15.6%	18.2%	9.2%	4.3%
後継者問題	41.2%	18.2%	22.2%	27.3%	24.6%	19.6%
顧客・消費者ニーズの変化	0.0%	13.6%	13.3%	11.4%	15.4%	6.5%
立地条件の悪化・環境問題	5.9%	0.0%	2.2%	0.0%	1.5%	2.2%
為替レートの変動	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%
IT利活用	5.9%	0.0%	8.9%	-	-	-
その他	0.0%	0.0%	6.7%	6.8%	3.1%	0.0%

⑤サービス業

今回アンケートでは1年前と比較して「人件費の上昇（35.2%）」との回答割合が高くなっている。商品の高付加価値化や生産性向上が必要な事業者が多いといえる。

	H29夏 n=39	H29冬 n=40	H30夏 n=43	H30冬 n=55	R1夏 n=59	今期 n=54
売上（受注）不振	43.6%	50.0%	34.9%	41.8%	39.0%	38.9%
販売（出荷）価格の低迷	12.8%	10.0%	0.0%	10.9%	10.2%	7.4%
原材料（仕入）価格の上昇	12.8%	22.5%	11.6%	12.7%	16.9%	18.5%
製品（商品）在庫の増大	5.1%	2.5%	2.3%	1.8%	1.7%	3.7%
人件費の上昇	30.8%	30.0%	25.6%	16.4%	23.7%	35.2%
労働力不足	17.9%	22.5%	37.2%	36.4%	25.4%	31.5%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	12.8%	10.0%	9.3%	25.5%	28.8%	25.9%
資金不足・資金の調達難	15.4%	15.0%	7.0%	16.4%	6.8%	13.0%
金利負担の増大	2.6%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%
技術力不足	10.3%	5.0%	7.0%	9.1%	3.4%	9.3%
生産（受注）能力の低下・不足	7.7%	5.0%	9.3%	9.1%	10.2%	7.4%
後継者問題	10.3%	10.0%	16.3%	16.4%	15.3%	11.1%
顧客・消費者ニーズの変化	46.2%	25.0%	32.6%	41.8%	42.4%	35.2%
立地条件の悪化・環境問題	2.6%	15.0%	0.0%	9.1%	6.8%	3.7%
為替レートの変動	0.0%	2.5%	0.0%	1.8%	1.7%	0.0%
IT利活用	7.7%	0.0%	20.9%	-	-	-
その他	12.8%	5.0%	14.0%	5.5%	10.2%	13.0%

3. 消費税率引上げについて

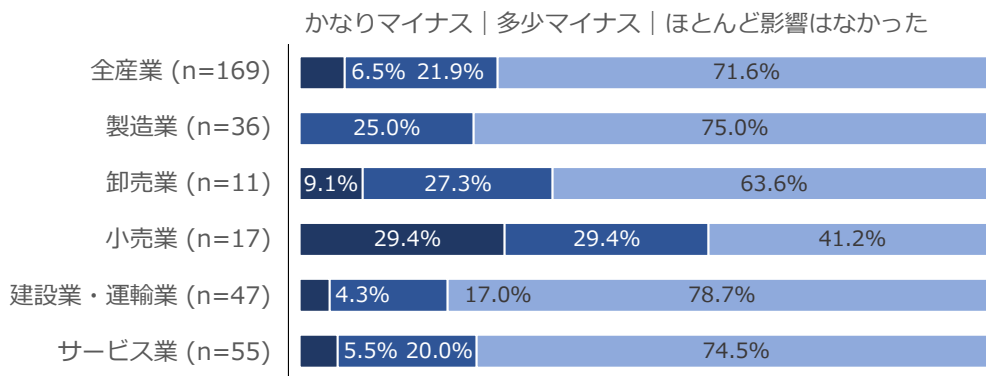
本年10月に実施された消費税率引上げについて、業種ごとに分析する。

(1) 消費税率引上げの経営への影響について（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、「経営にかなりマイナスの影響があった」が6.5%、「経営に多少マイナスの影響があった」が21.9%、「ほとんど影響はなかった」が71.6%となっている。ほとんど影響がない事業者が多いものの、合計で28.4%がマイナスの影響を受けていることが読み取れる。

業種別にみると、小売業において、マイナスの影響を受けた事業者の合計が58.8%と特に多くなっている。



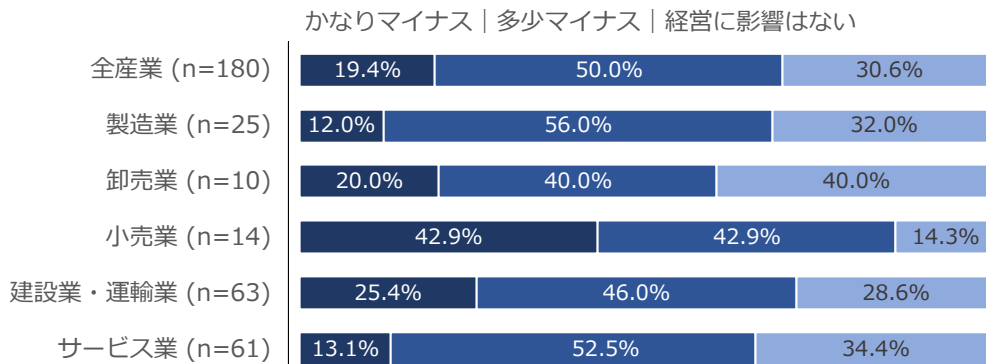
※回答がなかった項目……「経営にかなりプラスの影響があった」
「経営に多少プラスの影響があった」

(参考) 消費税率引上げへの経営への影響予測（R1年夏版調査より）

参考としてR1年夏版調査より、「消費税率引上げへの経営への影響予測」の回答をみる。

全産業をみると、合計で69.4%がマイナスの影響がでると予測していたことがわかる。

今回調査の結果をみると、事前に考えていたよりもマイナスの影響は少なかったことが読み取れる。



(2) 消費税率引上げのマイナスの影響についての具体的内容（業種ごと）

※（1）で「経営にかなりマイナスの影響」「経営に多少マイナスの影響」と回答した方に質問
消費税率引上げのマイナスの影響についての具体的な内容をみる。

全産業をみると、「仕入れコストの上昇（47.8%）」や「販売価格の引き上げに伴う売上減少（32.6%）」との回答が多くなっている。

業種別にみると、すべての業種で「仕入れコストの上昇」との回答割合が高い。また、「販売価格の引き上げに伴う売上減少」については、卸売業や小売業で回答割合が高くなっている。

加えて、製造業、建設業・運輸業では、「駆け込み需要の反動減に伴う業績悪化」との回答も多くなっている。

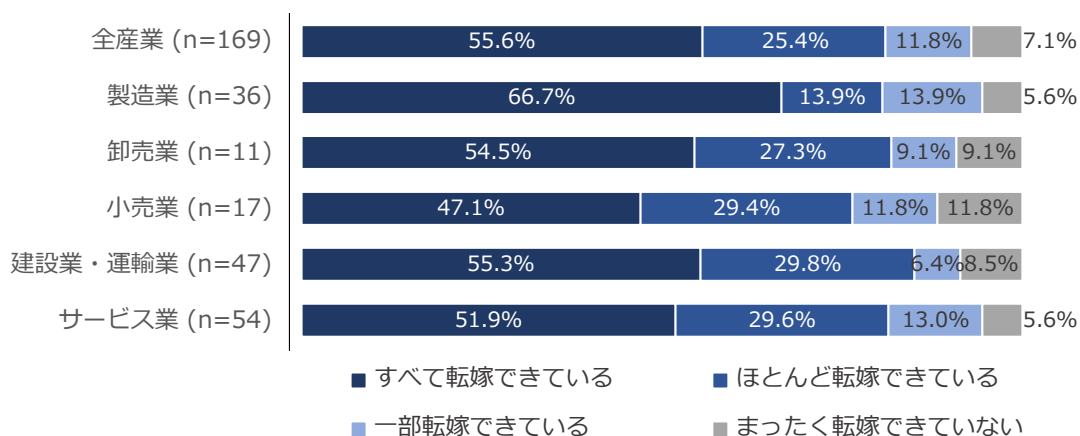
	全産業 n=46	製造 n=9	卸売 n=4	小売 n=9	建・運 n=9	サービス n=14
仕入れコストの上昇	47.8%	44.4%	50.0%	55.6%	55.6%	42.9%
販売価格の引き上げに伴う売上減少	32.6%	11.1%	75.0%	66.7%	11.1%	21.4%
駆け込み需要の反動減に伴う業績悪化	26.1%	44.4%	25.0%	22.2%	33.3%	14.3%
販売価格に転嫁できないことによる収益減	19.6%	22.2%	0.0%	33.3%	22.2%	14.3%
取引先（親会社）からの受注減	13.0%	33.3%	0.0%	11.1%	22.2%	0.0%
経理システム等の変更コストや事務負担の増加	10.9%	11.1%	0.0%	0.0%	11.1%	21.4%
その他	15.2%	0.0%	25.0%	11.1%	0.0%	35.7%

(3) 消費税率引上げ後の販売価格への転嫁状況（業種ごと）

消費税率引上げ後の販売価格への転嫁状況についての回答をみる。

全産業をみると、「すべて転嫁できている」が55.6%、「ほとんど転嫁できている」が25.4%。合計で81.0%が販売価格に転嫁できている（経営への影響が少ない）ことがわかる。一方、残りの19.0%は一部、もしくは全部について価格転嫁できていないといえる。

業種別にみても、おおよその傾向は変わらない結果となっている。



(参考) 消費税率引上げの価格への転嫁予定 (R1 年夏版調査より)

参考として R1 年夏版調査より、「消費税率引上げの販売価格への転嫁予定」の回答をみる。

全産業をみると、「すべて転嫁できる予定」が 35.7%、「ほとんど転嫁できる予定」が 27.5%。合計で 63.2%が販売価格に転嫁できる（経営への影響が少ない）と予定していた。

今回調査の結果をみると、事前に考えていたよりも転嫁状況は良いと考えられる。

	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%

(4) 消費税率引上げ分を販売価格に転嫁できない理由 (複数回答可)

※ (3) で「一部転嫁できている」「まったく転嫁できていない」と回答した方に質問

消費税率引上げ分を販売価格に転嫁できない理由についての回答をみる。

全産業をみると、「顧客離れが懸念されるため」や「同業他社が値上げしないため」が 39.3%でもっとも多くなっている。

	全産業 n=28	製造 n=6	卸売 n=2	小売 n=3	建・運 n=6	サービス n=9
顧客離れが懸念されるため	39.3%	50.0%	50.0%	100.0%	16.7%	22.2%
同業他社が値上げしないため	39.3%	33.3%	100.0%	0.0%	50.0%	33.3%
販売先企業が値上げに応じないため	14.3%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%
増税分の端数金額 (1円単位等) の上乗せ困難	10.7%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	11.1%
その他	25.0%	16.7%	0.0%	0.0%	16.7%	55.6%

4. 生産性向上のための取組

生産性向上のための取組について、業種ごとに分析する。

(1) 生産性向上のために既に実施している取組（業種ごと）

①既に実施している取組

生産性向上のために既に実施している取組についての回答をみる。

■生産性向上のための売上アップの取組について

全産業をみると、「新たな販路開拓（36.3%）」「顧客満足度のアップ（34.7%）」の回答割合が高くなっている。業種別にみても、この2つの取組を実施している割合が高い。

■生産性向上のためのコスト削減の取組について

全産業をみると、「経費の見直し（46.0%）」「ムダな作業・業務の削減（43.5%）」の回答割合が高い。業種別にみると、建設・運輸業では「適材適所の人材配置（41.7%）」、サービス業では「IT導入による省力化（34.2%）」に取組む事業者が多くなっている。

■生産性向上のための人材活用の取組について

全産業をみると、「人材育成、スキルアップ（33.1%）」の回答割合が高い。特に製造業や建設・運輸業などの人手不足が顕著な業界において本回答の割合が高くなっている。

その他、製造業や卸売業では「高齢者の活躍推進（33.3%）」、小売業では「女性の活躍推進（33.3%）」などを進めている様子が伺える。

		全産業 n=124	製造業 n=27	卸売業 n=9	小売業 n=12	建設・運輸 n=36	サービス業 n=38
売上アップ	新たな販路開拓	36.3%	44.4%	44.4%	25.0%	38.9%	28.9%
	新分野・新規事業への進出	16.1%	14.8%	11.1%	16.7%	11.1%	23.7%
	新店舗の出店	2.4%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	2.6%
	既存店舗の改装	5.6%	7.4%	0.0%	0.0%	5.6%	7.9%
	顧客満足度のアップ	34.7%	29.6%	0.0%	33.3%	47.2%	34.2%
	既存製品・サービスの営業強化	21.8%	25.9%	11.1%	8.3%	22.2%	23.7%
コスト削減	新製品・サービスの開発	15.3%	22.2%	22.2%	16.7%	8.3%	13.2%
	既存設備の更新、新設備の導入	11.3%	18.5%	11.1%	8.3%	11.1%	7.9%
	仕入等の効率化	16.9%	22.2%	22.2%	16.7%	13.9%	10.5%
	経費の見直し	46.0%	51.9%	44.4%	33.3%	41.7%	47.4%
	ムダな作業・業務の削減	43.5%	44.4%	44.4%	25.0%	50.0%	39.5%
	IT導入による省力化	27.4%	25.9%	11.1%	25.0%	25.0%	34.2%
人材活用	適材適所の人材配置	25.8%	14.8%	11.1%	16.7%	41.7%	21.1%
	人材育成、スキルアップ	33.1%	40.7%	11.1%	8.3%	41.7%	28.9%
	女性の活躍推進	19.4%	11.1%	11.1%	33.3%	13.9%	26.3%
	高齢者の活躍推進	21.8%	33.3%	33.3%	25.0%	22.2%	7.9%
	在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	8.9%	7.4%	22.2%	8.3%	5.6%	7.9%
	人材の確保	19.4%	14.8%	11.1%	25.0%	27.8%	10.5%

②実施している取組と足元の利益状況

参考として、本結果を、前年同期比で採算（経常利益）が増加している事業者と、横ばい・減少の事業者に分類して分析する。

■生産性向上のための売上アップの取組について

利益増加事業者は、「新たな販路開拓（48.1%）」や「顧客満足度のアップ（44.4%）」に取組む割合が高くなっている。

■生産性向上のためのコスト削減の取組について

利益増加事業者は、「ムダな作業・業務の削減（51.9%）」に取組む割合が高い。一方、「経費の見直し（40.7%）」に取組む割合は低くなっている。

また、全体的な割合は高くないが、「IT導入による省力化（33.3%）」に取組む事業者も多くなっている。

■生産性向上のための人材活用の取組について

利益増加事業者は、「人材育成、スキルアップ（37.0%）」や「女性の活躍推進（25.9%）」に取組む割合が高くなっている。

また、全体的な割合は高くないが、「在宅勤務等、柔軟な働き方の導入（14.8%）」に取組む事業者も多くなっている。

		全体 n=124	利益増加 n=27	利益横ばい・減少 n=91
売上アップ	新たな販路開拓	36.3%	48.1%	35.2%
	新分野・新規事業への進出	16.1%	11.1%	17.6%
	新店舗の出店	2.4%	0.0%	3.3%
	既存店舗の改装	5.6%	14.8%	3.3%
	顧客満足度のアップ	34.7%	44.4%	30.8%
	既存製品・サービスの営業強化	21.8%	25.9%	22.0%
	新製品・サービスの開発	15.3%	14.8%	16.5%
コスト削減	既存設備の更新、新設備の導入	11.3%	18.5%	9.9%
	仕入等の効率化	16.9%	18.5%	17.6%
	経費の見直し	46.0%	40.7%	47.3%
	ムダな作業・業務の削減	43.5%	51.9%	42.9%
	IT導入による省力化	27.4%	33.3%	25.3%
	適材適所の人材配置	25.8%	29.6%	24.2%
	人材育成、スキルアップ	33.1%	37.0%	30.8%
人材活用	女性の活躍推進	19.4%	25.9%	15.4%
	高齢者の活躍推進	21.8%	7.4%	26.4%
	在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	8.9%	14.8%	7.7%
	人材の確保	19.4%	11.1%	22.0%

(2) 今後強化したい取組（業種ごと）

生産性向上のために今後強化したい取組についての回答をみる。

■生産性向上のための売上アップの取組について

全産業をみると、「新たな販路開拓（48.4%）」「新分野・新規事業への進出（44.4%）」「顧客満足度のアップ（42.7%）」「新製品・サービスの開発（41.1%）」「既存製品・サービスの営業強化（40.3%）」など幅広く回答が分散している。特に、『(1) 生産性向上のために既に実施している取組』では回答割合が低かった、「新分野・新規事業への進出」や「新製品・サービスの開発」などの回答割合が高いのが特徴といえる。

■生産性向上のためのコスト削減の取組について

全産業をみると、「ムダな作業・業務の削減（44.4%）」「経費の見直し（43.5%）」の回答割合が高い。『(1) 生産性向上のために既に実施している取組』と類似した傾向となっている。

■生産性向上のための人材活用の取組について

全産業をみると、「人材の確保（60.5%）」や「人材育成、スキルアップ（50.8%）」の回答割合が特に高い。人材を確保・育成することで、生産性を向上させたいという考えが読み取れる。

	全産業 n=139	製造業 n=28	卸売業 n=11	小売業 n=12	建設・運輸 n=38	サービス業 n=46	
売上アップ	新たな販路開拓	48.4%	51.9%	44.4%	50.0%	41.7%	50.0%
	新分野・新規事業への進出	44.4%	40.7%	88.9%	33.3%	41.7%	36.8%
	新店舗の出店	17.7%	11.1%	55.6%	0.0%	13.9%	18.4%
	既存店舗の改装	25.0%	11.1%	66.7%	16.7%	8.3%	39.5%
	顧客満足度のアップ	42.7%	37.0%	44.4%	58.3%	22.2%	57.9%
	既存製品・サービスの営業強化	40.3%	33.3%	44.4%	41.7%	30.6%	50.0%
コスト削減	新製品・サービスの開発	41.1%	55.6%	88.9%	41.7%	22.2%	34.2%
	既存設備の更新、新設備の導入	31.5%	33.3%	55.6%	8.3%	30.6%	26.3%
	仕入等の効率化	35.5%	29.6%	44.4%	50.0%	38.9%	28.9%
	経費の見直し	43.5%	48.1%	44.4%	33.3%	41.7%	44.7%
	ムダな作業・業務の削減	44.4%	51.9%	22.2%	41.7%	38.9%	50.0%
	IT導入による省力化	20.2%	11.1%	55.6%	0.0%	22.2%	18.4%
人材活用	適材適所の人材配置	26.6%	25.9%	55.6%	25.0%	19.4%	26.3%
	人材育成、スキルアップ	50.8%	40.7%	66.7%	50.0%	41.7%	63.2%
	女性の活躍推進	33.1%	18.5%	66.7%	16.7%	38.9%	31.6%
	高齢者の活躍推進	23.4%	18.5%	55.6%	16.7%	25.0%	15.8%
	在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	22.6%	18.5%	44.4%	8.3%	25.0%	18.4%
人材の確保	60.5%	55.6%	55.6%	25.0%	69.4%	65.8%	

5. ITの導入・利用について

ITの導入・利用について、業種ごとに分析する。

(1) 活用しているIT関連ツールやサービス（業種ごと）

活用しているIT関連ツールやサービスについての回答をみる。

いずれの業種においても、「電子メールの利用」や「オフィスソフト」の利用は一般的になっていることがわかる。また、「自社ホームページの開設」についても、半数超の事業者が行っている。

いずれの事業者も、必要に応じてIT関連ツール等を活用できていることが読み取れる。

	全産業 n=154	製造 n=32	卸売 n=11	小売 n=14	建設・運輸 n=42	サービス n=52
電子メールの利用	88.3%	96.9%	90.9%	85.7%	83.3%	86.5%
オフィスソフトの利用	83.8%	87.5%	72.7%	78.6%	78.6%	88.5%
自社ホームページの開設	57.1%	46.9%	36.4%	64.3%	52.4%	69.2%
パッケージソフトの利用	53.9%	59.4%	45.5%	42.9%	52.4%	53.8%
スマートフォン、タブレット端末の活用	47.4%	37.5%	27.3%	71.4%	47.6%	51.9%
インターネットバンキングの利用	47.4%	56.3%	36.4%	64.3%	42.9%	42.3%
インターネット上での仕入・物品購入等の発注	45.5%	53.1%	27.3%	64.3%	33.3%	48.1%
SNSの利用	35.7%	18.8%	9.1%	57.1%	38.1%	44.2%
自社ホームページでの受発注や予約	26.0%	25.0%	18.2%	42.9%	14.3%	32.7%
クラウドサービスの利用	23.4%	6.3%	9.1%	21.4%	21.4%	38.5%

(2) 活用しているIT関連ツールやサービス（代表者の年齢ごと）

活用しているIT関連ツールやサービスを代表者の年齢ごとにみる。

多くの項目で、代表者の年齢によって、顕著な違いはみられない。ただし、近年、普及が著しい「スマートフォン、タブレット端末の活用」や「SNSの利用」においては、代表者の年齢があがるほど利用率が下がる傾向がみえる。

スマートフォン・タブレット端末を活用した業務効率化や、SNSを使った販売促進は近年では一般的になりつつある。これらのIT関連ツール等についても、使えそうなものがあれば活用していきたいところである。

	全体 n=154	20代 n=1	30代 n=8	40代 n=33	50代 n=43	60代 n=37	70代以上 n=30
電子メールの利用	88.3%	100.0%	87.5%	90.9%	90.7%	91.9%	76.7%
オフィスソフトの利用	83.8%	100.0%	87.5%	69.7%	90.7%	94.6%	73.3%
パッケージソフトの利用	53.9%	0.0%	75.0%	51.5%	53.5%	56.8%	50.0%
クラウドサービスの利用	23.4%	100.0%	25.0%	24.2%	32.6%	16.2%	16.7%
スマートフォン、タブレット端末の活用	47.4%	0.0%	50.0%	57.6%	53.5%	40.5%	40.0%
SNSの利用	35.7%	0.0%	50.0%	54.5%	41.9%	29.7%	13.3%
自社ホームページの開設	57.1%	100.0%	62.5%	63.6%	62.8%	54.1%	46.7%
自社ホームページでの受発注や予約	26.0%	0.0%	50.0%	21.2%	32.6%	16.2%	30.0%
インターネット上での仕入・物品購入等の発注	45.5%	100.0%	62.5%	42.4%	51.2%	48.6%	33.3%
インターネットバンキングの利用	47.4%	100.0%	62.5%	51.5%	53.5%	43.2%	36.7%

(3) 活用しているIT関連ツールやサービスと足元の利益の状況

前年同期比で採算（経常利益）が増加している事業者と、横ばい・減少の事業者に分類して分析する。

利益増加事業者の活用が進んでいる項目（10%以上利用率が高い項目）をみると、「パッケージソフトの利用」や「自社ホームページでの受発注や予約」などがあげられる。これらは、いずれも相応の投資が必要になる項目であろうと考えられる。

自社にとって本当に必要なIT関連ツール等を見つけだし、IT投資を行うことで利益の増加を実現している事業者が多いことが読み取れる。

	全体 n=154	利益増加 n=29	利益横ばい・減少 n=120
電子メールの利用	88.3%	100.0%	85.8%
オフィスソフトの利用	83.8%	86.2%	82.5%
パッケージソフトの利用	53.9%	69.0%	48.3%
クラウドサービスの利用	23.4%	24.1%	21.7%
スマートフォン、タブレット端末の活用	47.4%	51.7%	46.7%
SNSの利用	35.7%	34.5%	35.8%
自社ホームページの開設	57.1%	44.8%	60.0%
自社ホームページでの受発注や予約	26.0%	34.5%	23.3%
インターネット上での仕入・物品購入等の発注	45.5%	44.8%	45.0%
インターネットバンキングの利用	47.4%	51.7%	47.5%

(4) ITの導入・利用を進めようとする際の課題（業種ごと）

ITの導入・利用を進めようとする際の課題についての回答をみる。

全産業をみると、「ITを使いこなせない(27.7%)」がもっとも多く、「コストが負担できない(25.5%)」が続く。また、「課題はない」との回答も26.2%みられる。

業種別にみると、特に卸売業や小売業でITの導入・利用への課題が多いことが読み取れる。一方他の業種では、あまり目立った課題はみられない。

	全産業 n=141	製造 n=30	卸売 n=11	小売 n=13	建設・運輸 n=38	サービス n=46
ITを使いこなせない	27.7%	13.3%	45.5%	30.8%	31.6%	26.1%
コストが負担できない	25.5%	20.0%	45.5%	53.8%	10.5%	28.3%
導入の効果が分からない、評価できない	19.9%	10.0%	18.2%	46.2%	21.1%	17.4%
業務内容に合ったIT技術や製品がない	19.1%	26.7%	45.5%	7.7%	18.4%	10.9%
適切なアドバイザー等がない	18.4%	20.0%	9.1%	30.8%	21.1%	15.2%
個人情報漏洩のおそれがある	16.3%	6.7%	27.3%	15.4%	7.9%	26.1%
IT導入の旗振り役がない	14.2%	16.7%	18.2%	15.4%	15.8%	8.7%
技術、ノウハウの流出のおそれがある	4.3%	3.3%	9.1%	0.0%	5.3%	4.3%
その他	3.5%	3.3%	9.1%	7.7%	2.6%	2.2%
課題はない	26.2%	40.0%	0.0%	15.4%	28.9%	26.1%

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。近年の自然災害の頻発を受け、製造業を中心に「事業継続力強化セミナー」のニーズが高まっていることが伺える。

	全産業 n=171	製造 n=36	卸売 n=11	小売 n=18	建設・運輸 n=47	サービス n=55
補助金活用セミナー	33.9%	38.9%	27.3%	27.8%	34.0%	34.5%
事業継続力強化セミナー	21.6%	33.3%	9.1%	5.6%	14.9%	25.5%
インターネット関連セミナー	19.9%	11.1%	45.5%	16.7%	25.5%	16.4%
人材活用セミナー	19.3%	5.6%	9.1%	0.0%	29.8%	27.3%
経営計画作成セミナー	17.0%	16.7%	27.3%	22.2%	17.0%	14.5%
販路開拓セミナー	15.8%	16.7%	36.4%	27.8%	10.6%	12.7%
働き方改革セミナー	15.8%	13.9%	18.2%	0.0%	23.4%	12.7%
財務分析セミナー	8.8%	8.3%	9.1%	5.6%	8.5%	10.9%
参加したくない	4.1%	5.6%	0.0%	0.0%	2.1%	7.3%
消費税複数税率対応セミナー	0.6%	0.0%	0.0%	5.6%	0.0%	0.0%
その他	7.6%	5.6%	9.1%	5.6%	6.4%	9.1%
回答なし	19.3%	19.4%	18.2%	44.4%	17.0%	12.7%

7. 総括

(1) 景況感は好転傾向 →詳細は P20

はじめてに、景況感D Iの数値をみる。

景況感D Iを前回調査（R1 夏調査）と比較すると、製造業、卸売業、小売業、サービス業において数値が好転している。つまり、前回調査時と比較して、前年同期比で景況感が好転したとする事業者の割合が増えているといえる。

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
R1夏	△ 16.7	-	△ 26.9	-	△ 30.0	-	△ 78.6	-	△ 3.1	-	△ 13.1	-
R1冬	△ 13.6	↑	△ 21.9	↑	18.2	↑	△ 75.0	↑	△ 6.5	↓	△ 5.7	↑

(2) 「人件費の上昇」を経営上の問題点とする割合が高まる →詳細は P26～

次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ず、「売上（受注）不振」や「労働力不足」の割合が高い。そのなかで、今回調査では、「人件費の上昇」が32.9%となっており、過去でもっとも高い水準となっている。

景況感の好転を受け、新たな受注のために従業員等を増やすこともあるだろう。一方、これにより人件費が上昇しており、これが経営上の問題点となっていることが伺える。

	H29夏 n=94	H29冬 n=100	H30夏 n=177	H30冬 n=154	R1夏 n=181	今期 n=167
売上（受注）不振	46.8%	40.0%	36.7%	35.7%	37.0%	40.1%
顧客・消費者ニーズの変化	38.3%	19.0%	27.1%	23.4%	28.2%	24.0%
人件費の上昇	29.8%	26.0%	26.0%	24.0%	24.9%	32.9%
労働力不足	28.7%	33.0%	35.6%	44.2%	37.0%	38.9%
原材料（仕入）価格の上昇	18.1%	29.0%	21.5%	22.7%	33.1%	26.9%
資金不足・資金の調達難	18.1%	14.0%	12.4%	14.9%	9.4%	14.4%
後継者問題	16.0%	12.0%	16.4%	20.1%	18.2%	14.4%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	13.8%	13.0%	14.7%	21.4%	19.9%	18.0%
販売（出荷）価格の低迷	8.5%	15.0%	12.4%	10.4%	12.2%	9.6%
技術力不足	7.4%	4.0%	10.7%	11.0%	9.4%	9.0%
生産（受注）能力の低下・不足	7.4%	5.0%	7.3%	10.4%	9.9%	8.4%
立地条件の悪化・環境問題	6.4%	8.0%	4.5%	5.2%	4.4%	3.6%
IT利活用	5.3%	0.0%	12.4%	-	-	-
為替レートの変動	3.2%	2.0%	1.7%	1.9%	1.7%	0.6%
製品（商品）在庫の増大	2.1%	2.0%	1.7%	3.2%	2.8%	2.4%
金利負担の増大	2.1%	2.0%	0.6%	1.9%	2.2%	1.2%
その他	8.5%	5.0%	6.8%	4.5%	5.0%	4.8%

(3) (参考) 最低賃金は10年前と比較して28.1%増

参考として、神奈川県最低賃金の推移をみる。

現在の最低賃金は1,011円。10年前の789円と比較すると28.1%増加しているといえる。つまり、10年前と同様の利益を維持するためには、10年前と比較して3割程度の生産性を向上させる必要があると考えられる。



厚生労働省 神奈川労働局 HP「神奈川県の最低賃金金額改正一覧」

(4) 利益が増加している事業者はムダな作業・業務を削減することで生産性向上 →詳細は P34

生産性向上のために実施している取組について、利益増加事業者（前年同期比で利益が増加している事業者）とそれ以外（前年同期比で利益が横ばい・減少している事業者）にわけて分析する。

利益増加事業者は、「ムダな作業・業務の削減」や「IT導入等による省力化」に取組む割合が高い。また、全体的な割合は高くないが、「在宅勤務等、柔軟な働き方の導入」への取組も行っている。

生産性向上のためにムダな作業を削減させることが重要であることはいままでもない。これを継続的に実施することで、利益を生み出していることが伺える。

		全体 n=124	利益増加 n=27	利益横ばい・減少 n=91
売上アップ	新たな販路開拓	36.3%	48.1%	35.2%
	新分野・新規事業への進出	16.1%	11.1%	17.6%
	新店舗の出店	2.4%	0.0%	3.3%
	既存店舗の改装	5.6%	14.8%	3.3%
	顧客満足度のアップ	34.7%	44.4%	30.8%
	既存製品・サービスの営業強化	21.8%	25.9%	22.0%
	新製品・サービスの開発	15.3%	14.8%	16.5%
コスト削減	既存設備の更新、新設備の導入	11.3%	18.5%	9.9%
	仕入等の効率化	16.9%	18.5%	17.6%
	経費の見直し	46.0%	40.7%	47.3%
	ムダな作業・業務の削減	43.5%	51.9%	42.9%
	IT導入による省力化	27.4%	33.3%	25.3%
人材活用	適材適所の人材配置	25.8%	29.6%	24.2%
	人材育成、スキルアップ	33.1%	37.0%	30.8%
	女性の活躍推進	19.4%	25.9%	15.4%
	高齢者の活躍推進	21.8%	7.4%	26.4%
	在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	8.9%	14.8%	7.7%
	人材の確保	19.4%	11.1%	22.0%

(5) 利益が増加している事業者は IT 関連ツールに投資 →詳細は P37

活用している IT 関連ツールについて、利益増加事業者（前年同期比で利益が増加している事業者）とそれ以外（前年同期比で利益が横ばい・減少している事業者）にわけて分析する。

現在、「電子メールの利用」や「オフィスソフトの利用」は一般的になっている。利益増加事業者をみると、そこから一歩踏み出し、「パッケージソフトの利用」や「自社ホームページでの受発注や予約」などにも投資を実施していることが読み取れる。

自社にとって本当に必要な IT 関連ツールをみつけだし、IT 投資を行うことで生産性を向上させ、利益の増加を実現しているといえる。

	全体 n=154	利益増加 n=29	利益横ばい・減少 n=120
電子メールの利用	88.3%	100.0%	85.8%
オフィスソフトの利用	83.8%	86.2%	82.5%
パッケージソフトの利用	53.9%	69.0%	48.3%
クラウドサービスの利用	23.4%	24.1%	21.7%
スマートフォン、タブレット端末の活用	47.4%	51.7%	46.7%
SNSの利用	35.7%	34.5%	35.8%
自社ホームページの開設	57.1%	44.8%	60.0%
自社ホームページでの受発注や予約	26.0%	34.5%	23.3%
インターネット上での仕入・物品購入等の発注	45.5%	44.8%	45.0%
インターネットバンキングの利用	47.4%	51.7%	47.5%

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7月～12月頃)と比べた現在(2019年7～12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	35	21.6%	10	31.3%	6	54.5%	0	0.0%	9	19.6%	9	17.0%
不変	70	43.2%	5	15.6%	1	9.1%	4	25.0%	25	54.3%	32	60.4%
悪化	57	35.2%	17	53.1%	4	36.4%	12	75.0%	12	26.1%	12	22.6%
DI	△ 13.6		△ 21.9		18.2		△ 75.0		△ 6.5		△ 5.7	
合計	162	100.0%	32	100.0%	11	100.0%	16	100.0%	46	100.0%	53	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	26.8%	11	32.4%	6	54.5%	0	0.0%	13	27.7%	14	25.5%
不変	59	35.1%	7	20.6%	1	9.1%	3	17.6%	21	44.7%	25	45.5%
減少	64	38.1%	16	47.1%	4	36.4%	14	82.4%	13	27.7%	16	29.1%
DI	△ 11.3		△ 14.7		18.2		△ 82.4		0.0		△ 3.6	
合計	168	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	17	100.0%	47	100.0%	55	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	43	25.9%	12	35.3%	4	40.0%	1	5.9%	15	32.6%	11	20.0%
不変	71	42.8%	9	26.5%	4	40.0%	5	29.4%	23	50.0%	27	49.1%
減少	52	31.3%	13	38.2%	2	20.0%	11	64.7%	8	17.4%	17	30.9%
DI	△ 5.4		△ 2.9		20.0		△ 58.8		15.2		△ 10.9	
合計	166	100.0%	34	100.0%	10	100.0%	17	100.0%	46	100.0%	55	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	26	15.9%	3	8.8%	2	18.2%	4	23.5%	9	20.0%	8	15.1%
不変	103	62.8%	22	64.7%	7	63.6%	9	52.9%	28	62.2%	34	64.2%
低下	35	21.3%	9	26.5%	2	18.2%	4	23.5%	8	17.8%	11	20.8%
DI	△ 5.5		△ 17.6		0.0		0.0		2.2		△ 5.7	
合計	164	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	17	100.0%	45	100.0%	53	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	5	3.1%	2	5.9%	1	9.1%	1	5.9%	0	0.0%	1	2.0%
不変	75	47.2%	9	26.5%	3	27.3%	7	41.2%	22	50.0%	33	67.3%
上昇	79	49.7%	23	67.6%	7	63.6%	9	52.9%	22	50.0%	15	30.6%
DI	△ 46.5		△ 61.8		△ 54.5		△ 47.1		△ 50.0		△ 28.6	
合計	159	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	17	100.0%	44	100.0%	49	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	32	19.6%	12	35.3%	6	54.5%	0	0.0%	6	13.6%	8	15.1%
不変	70	42.9%	12	35.3%	1	9.1%	5	29.4%	23	52.3%	27	50.9%
悪化	61	37.4%	10	29.4%	4	36.4%	12	70.6%	15	34.1%	18	34.0%
DI	△ 17.8		5.9		18.2		△ 70.6		△ 20.5		△ 18.9	
合計	163	100.0%	34	100.0%	11	100.0%	17	100.0%	44	100.0%	53	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	24	14.9%	6	18.2%	2	22.2%	0	0.0%	6	13.3%	10	18.5%
不変	99	61.5%	21	63.6%	4	44.4%	6	37.5%	30	66.7%	36	66.7%
悪化	38	23.6%	6	18.2%	3	33.3%	10	62.5%	9	20.0%	8	14.8%
DI	△ 8.7		0.0		△ 11.1		△ 62.5		△ 6.7		3.7	
合計	161	100.0%	33	100.0%	9	100.0%	16	100.0%	45	100.0%	54	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	4	2.5%	2	6.1%	0	0.0%	1	5.9%	1	2.2%	0	0.0%
適正	93	57.8%	22	66.7%	7	63.6%	10	58.8%	15	32.6%	38	76.0%
不足	64	39.8%	9	27.3%	4	36.4%	6	35.3%	30	65.2%	12	24.0%
DI	△ 37.3		△ 21.2		△ 36.4		△ 29.4		△ 63.0		△ 24.0	
合計	161	100.0%	33	100.0%	11	100.0%	17	100.0%	46	100.0%	50	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	3	1.9%	1	3.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.0%
適正	127	78.9%	24	72.7%	7	63.6%	16	94.1%	33	71.7%	44	88.0%
不足	31	19.3%	8	24.2%	4	36.4%	1	5.9%	13	28.3%	5	10.0%
DI	△ 17.4		△ 21.2		△ 36.4		△ 5.9		△ 28.3		△ 8.0	
合計	161	100.0%	33	100.0%	11	100.0%	17	100.0%	46	100.0%	50	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=167		n=35		n=11		n=17		n=46		n=54	
	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	40.1%	16	45.7%	3	27.3%	15	88.2%	11	23.9%	21	38.9%
販売(出荷)価格の低迷	16	9.6%	4	11.4%	4	36.4%	2	11.8%	2	4.3%	4	7.4%
原材料(仕入)価格の上昇	45	26.9%	17	48.6%	4	36.4%	3	17.6%	9	19.6%	10	18.5%
製品(商品)在庫の増大	4	2.4%	0	0.0%	2	18.2%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.7%
人件費の上昇	55	32.9%	11	31.4%	2	18.2%	2	11.8%	19	41.3%	19	35.2%
労働力不足	65	38.9%	6	17.1%	5	45.5%	3	17.6%	31	67.4%	17	31.5%
諸経費(物流、物件費等)の上昇	30	18.0%	5	14.3%	1	9.1%	3	17.6%	7	15.2%	14	25.9%
資金不足・資金の調達難	24	14.4%	4	11.4%	3	27.3%	4	23.5%	6	13.0%	7	13.0%
金利負担の増大	2	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	1	1.9%
技術力不足	15	9.0%	5	14.3%	1	9.1%	0	0.0%	4	8.7%	5	9.3%
生産(受注)能力の低下・不足	14	8.4%	8	22.9%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.3%	4	7.4%
後継者問題	24	14.4%	6	17.1%	0	0.0%	2	11.8%	9	19.6%	6	11.1%
顧客・消費者ニーズの変化	40	24.0%	7	20.0%	4	36.4%	6	35.3%	3	6.5%	19	35.2%
立地条件の悪化・環境問題	6	3.6%	2	5.7%	0	0.0%	1	5.9%	1	2.2%	2	3.7%
為替レートの変動	1	0.6%	0	0.0%	1	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	8	4.8%	1	2.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	7	13.0%

問4 消費税率引上げ

(1)消費増税への経営への影響について

【消費増税の経営への影響】	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あった	11	6.5%	0	0.0%	1	9.1%	5	29.4%	2	4.3%	3	5.5%
経営に多少マイナスの影響があった	37	21.9%	9	25.0%	3	27.3%	5	29.4%	8	17.0%	11	20.0%
経営にほとんど影響はなかった	121	71.6%	27	75.0%	7	63.6%	7	41.2%	37	78.7%	41	74.5%
経営に多少プラスの影響があった	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
経営にかなりプラスの影響があった	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	169	100.0%	36	100.0%	11	100.0%	17	100.0%	47	100.0%	55	100.0%

(2)マイナス影響の具体的内容

※(1)で「かなりマイナス」「多少マイナス」と回答した方に質問(複数回答可)

【マイナス影響の具体的内容】	n=46 全産業		n=9 製造業		n=4 卸売業		n=9 小売業		n=9 建設業・運輸業		n=14 サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
販売価格の引き上げに伴う売上減少	15	32.6%	1	11.1%	3	75.0%	6	66.7%	1	11.1%	3	21.4%
取引先(親会社)からの受注減	6	13.0%	3	33.3%	0	0.0%	1	11.1%	2	22.2%	0	0.0%
仕入れコストの上昇	22	47.8%	4	44.4%	2	50.0%	5	55.6%	5	55.6%	6	42.9%
駆け込み需要の反動減に伴う業績悪化	12	26.1%	4	44.4%	1	25.0%	2	22.2%	3	33.3%	2	14.3%
販売価格に転嫁できないことによる収益減	9	19.6%	2	22.2%	0	0.0%	3	33.3%	2	22.2%	2	14.3%
経理システム等の変更コストや事務負担の増加	5	10.9%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%	3	21.4%
その他	7	15.2%	0	0.0%	1	25.0%	1	11.1%	0	0.0%	5	35.7%

(3)消費増税後の販売価格への転嫁状況

【消費増税後の販売価格への転嫁状況】	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	%
すべて転嫁できている	94	55.6%	24	66.7%	6	54.5%	8	47.1%	26	55.3%	28	51.9%
ほとんど転嫁できている	43	25.4%	5	13.9%	3	27.3%	5	29.4%	14	29.8%	16	29.6%
一部転嫁できている	20	11.8%	5	13.9%	1	9.1%	2	11.8%	3	6.4%	7	13.0%
まったく転嫁できていない	12	7.1%	2	5.6%	1	9.1%	2	11.8%	4	8.5%	3	5.6%
合計	169	100.0%	36	100.0%	11	100.0%	17	100.0%	47	100.0%	54	100.0%

(4)消費増税分を販売価格に転嫁できない理由

※(3)で、「一部転嫁できている」「まったく転嫁できていない」と答えた方に質問(複数回答可)

【増税分を販売価格に転嫁できない理由】	n=28		n=6		n=2		n=3		n=6		n=9	
	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	%
顧客離れが懸念されるため	11	39.3%	3	50.0%	1	50.0%	3	100.0%	1	16.7%	2	22.2%
同業他社が値上げしないため	11	39.3%	2	33.3%	2	100.0%	0	0.0%	3	50.0%	3	33.3%
販売先企業が値上げに応じないため	4	14.3%	2	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	33.3%	0	0.0%
増税分の端数金額(1円単位等)の上乗せ困難	3	10.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	1	11.1%
その他	7	25.0%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	5	55.6%

問5 生産性向上のための取組

(1)既に実施している取組(複数回答可)

【生産性向上のために実施している取組】	n=124		n=27		n=9		n=12		n=36		n=38	
	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	%
新たな販路開拓	45	36.3%	12	44.4%	4	44.4%	3	25.0%	14	38.9%	11	28.9%
新分野・新規事業への進出	20	16.1%	4	14.8%	1	11.1%	2	16.7%	4	11.1%	9	23.7%
新店舗の出店	3	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	0	0.0%	1	2.6%
既存店舗の改装	7	5.6%	2	7.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.6%	3	7.9%
顧客満足度のアップ	43	34.7%	8	29.6%	0	0.0%	4	33.3%	17	47.2%	13	34.2%
既存製品・サービスの営業強化	27	21.8%	7	25.9%	1	11.1%	1	8.3%	8	22.2%	9	23.7%
新製品・サービスの開発	19	15.3%	6	22.2%	2	22.2%	2	16.7%	3	8.3%	5	13.2%
既存設備の更新、新設備の導入	14	11.3%	5	18.5%	1	11.1%	1	8.3%	4	11.1%	3	7.9%
仕入等の効率化	21	16.9%	6	22.2%	2	22.2%	2	16.7%	5	13.9%	4	10.5%
経費の見直し	57	46.0%	14	51.9%	4	44.4%	4	33.3%	15	41.7%	18	47.4%
ムダな作業・業務の削減	54	43.5%	12	44.4%	4	44.4%	3	25.0%	18	50.0%	15	39.5%
IT導入による省力化	34	27.4%	7	25.9%	1	11.1%	3	25.0%	9	25.0%	13	34.2%
適材適所の人材配置	32	25.8%	4	14.8%	1	11.1%	2	16.7%	15	41.7%	8	21.1%
人材育成、スキルアップ	41	33.1%	11	40.7%	1	11.1%	1	8.3%	15	41.7%	11	28.9%
女性の活躍推進	24	19.4%	3	11.1%	1	11.1%	4	33.3%	5	13.9%	10	26.3%
高齢者の活躍推進	27	21.8%	9	33.3%	3	33.3%	3	25.0%	8	22.2%	3	7.9%
在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	11	8.9%	2	7.4%	2	22.2%	1	8.3%	2	5.6%	3	7.9%
人材の確保	24	19.4%	4	14.8%	1	11.1%	3	25.0%	10	27.8%	4	10.5%

(2) 今後強化したい取組(複数回答可)

【生産性向上のために 今後強化したい取組】	n=139		n=28		n=11		n=12		n=38		n=46	
	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	%
新たな販路開拓	60	43.2%	14	50.0%	4	36.4%	6	50.0%	15	39.5%	19	41.3%
新分野・新規事業への進出	55	39.6%	11	39.3%	8	72.7%	4	33.3%	15	39.5%	14	30.4%
新店舗の出店	22	15.8%	3	10.7%	5	45.5%	0	0.0%	5	13.2%	7	15.2%
既存店舗の改装	31	22.3%	3	10.7%	6	54.5%	2	16.7%	3	7.9%	15	32.6%
顧客満足度のアップ	53	38.1%	10	35.7%	4	36.4%	7	58.3%	8	21.1%	22	47.8%
既存製品・サービスの営業強化	50	36.0%	9	32.1%	4	36.4%	5	41.7%	11	28.9%	19	41.3%
新製品・サービスの開発	51	36.7%	15	53.6%	8	72.7%	5	41.7%	8	21.1%	13	28.3%
既存設備の更新、新設備の導入	39	28.1%	9	32.1%	5	45.5%	1	8.3%	11	28.9%	10	21.7%
仕入等の効率化	44	31.7%	8	28.6%	4	36.4%	6	50.0%	14	36.8%	11	23.9%
経費の見直し	54	38.8%	13	46.4%	4	36.4%	4	33.3%	15	39.5%	17	37.0%
ムダな作業・業務の削減	55	39.6%	14	50.0%	2	18.2%	5	41.7%	14	36.8%	19	41.3%
IT導入による省力化	25	18.0%	3	10.7%	5	45.5%	0	0.0%	8	21.1%	7	15.2%
適材適所の人材配置	33	23.7%	7	25.0%	5	45.5%	3	25.0%	7	18.4%	10	21.7%
人材育成、スキルアップ	63	45.3%	11	39.3%	6	54.5%	6	50.0%	15	39.5%	24	52.2%
女性の活躍推進	41	29.5%	5	17.9%	6	54.5%	2	16.7%	14	36.8%	12	26.1%
高齢者の活躍推進	29	20.9%	5	17.9%	5	45.5%	2	16.7%	9	23.7%	6	13.0%
在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	28	20.1%	5	17.9%	4	36.4%	1	8.3%	9	23.7%	7	15.2%
人材の確保	75	54.0%	15	53.6%	5	45.5%	3	25.0%	25	65.8%	25	54.3%

問7 ITの導入・利用について

(1) 活用しているIT関連ツールやサービス(複数回答可)

【活用しているIT関連ツールや サービス】	n=154		n=32		n=11		n=14		n=42		n=52	
	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	%
電子メールの利用	136	88.3%	31	96.9%	10	90.9%	12	85.7%	35	83.3%	45	86.5%
オフィスソフトの利用	129	83.8%	28	87.5%	8	72.7%	11	78.6%	33	78.6%	46	88.5%
パッケージソフトの利用	83	53.9%	19	59.4%	5	45.5%	6	42.9%	22	52.4%	28	53.8%
クラウドサービスの利用	36	23.4%	2	6.3%	1	9.1%	3	21.4%	9	21.4%	20	38.5%
スマートフォン、 タブレット端末の活用	73	47.4%	12	37.5%	3	27.3%	10	71.4%	20	47.6%	27	51.9%
SNSの利用	55	35.7%	6	18.8%	1	9.1%	8	57.1%	16	38.1%	23	44.2%
自社ホームページの開設	88	57.1%	15	46.9%	4	36.4%	9	64.3%	22	52.4%	36	69.2%
自社ホームページでの受発注や予約	40	26.0%	8	25.0%	2	18.2%	6	42.9%	6	14.3%	17	32.7%
インターネット上での仕入・ 物品購入等の発注	70	45.5%	17	53.1%	3	27.3%	9	64.3%	14	33.3%	25	48.1%
インターネットバンキングの利用	73	47.4%	18	56.3%	4	36.4%	9	64.3%	18	42.9%	22	42.3%

(2)ITの導入・利用を進めようとする際の課題

【ITの導入・利用を進めようとする際の課題】	n=141		n=30		n=11		n=13		n=38		n=46	
	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	%
コストが負担できない	36	25.5%	6	20.0%	5	45.5%	7	53.8%	4	10.5%	13	28.3%
導入の効果が分からない、評価できない	28	19.9%	3	10.0%	2	18.2%	6	46.2%	8	21.1%	8	17.4%
業務内容に合ったIT技術や製品がない	27	19.1%	8	26.7%	5	45.5%	1	7.7%	7	18.4%	5	10.9%
IT導入の旗振り役がない	20	14.2%	5	16.7%	2	18.2%	2	15.4%	6	15.8%	4	8.7%
ITを使いこなせない	39	27.7%	4	13.3%	5	45.5%	4	30.8%	12	31.6%	12	26.1%
技術、ノウハウの流出のおそれがある	6	4.3%	1	3.3%	1	9.1%	0	0.0%	2	5.3%	2	4.3%
個人情報漏洩のおそれがある	23	16.3%	2	6.7%	3	27.3%	2	15.4%	3	7.9%	12	26.1%
適切なアドバイザー等がない	26	18.4%	6	20.0%	1	9.1%	4	30.8%	8	21.1%	7	15.2%
その他	5	3.5%	1	3.3%	1	9.1%	1	7.7%	1	2.6%	1	2.2%
課題はない	37	26.2%	12	40.0%	0	0.0%	2	15.4%	11	28.9%	12	26.1%

問7 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=171		n=36		n=11		n=18		n=47		n=55	
	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	%
経営計画作成セミナー	29	17.0%	6	16.7%	3	27.3%	4	22.2%	8	17.0%	8	14.5%
財務分析セミナー	15	8.8%	3	8.3%	1	9.1%	1	5.6%	4	8.5%	6	10.9%
人材活用セミナー	33	19.3%	2	5.6%	1	9.1%	0	0.0%	14	29.8%	15	27.3%
販路開拓セミナー	27	15.8%	6	16.7%	4	36.4%	5	27.8%	5	10.6%	7	12.7%
インターネット関連セミナー	34	19.9%	4	11.1%	5	45.5%	3	16.7%	12	25.5%	9	16.4%
補助金活用セミナー	58	33.9%	14	38.9%	3	27.3%	5	27.8%	16	34.0%	19	34.5%
消費税複数税率対応セミナー	1	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%	0	0.0%	0	0.0%
働き方改革セミナー	27	15.8%	5	13.9%	2	18.2%	0	0.0%	11	23.4%	7	12.7%
事業継続力強化セミナー	37	21.6%	12	33.3%	1	9.1%	1	5.6%	7	14.9%	14	25.5%
参加したくない	7	4.1%	2	5.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.1%	4	7.3%
その他	13	7.6%	2	5.6%	1	9.1%	1	5.6%	3	6.4%	5	9.1%
回答なし	33	19.3%	7	19.4%	2	18.2%	8	44.4%	8	17.0%	7	12.7%

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（冬版）

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	卸売業	小売業			
	建設業	運輸業	飲食サービス業			
	情報通信業	不動産業・生活関連サービス業	金融業			
	専門・技術サービス業	その他サービス業	その他の業種			
	()					
従業員数	0人	1～5人	6～10人			
	11～15人	16～20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せん。					

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7月～12月頃) と比べた 貴社の現状 (2019年7月～12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:「〇〇の受注が増えている」「新規顧客が増加している」「△△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（ ） | |

問4 消費税率引上げについて、お聞きします。

(1) 消費増税の経営への影響について、該当する番号を1つを選んで○を付けてください。

- | | | |
|----------------------|---------------------|-------|
| 1. 経営にかなりマイナスの影響があった | 2. 経営に多少マイナスの影響があった | ⇒(2)へ |
| 3. 経営にほとんど影響はなかった | 4. 経営に多少プラスの影響があった | ⇒(3)へ |
| 5. 経営にかなりプラスの影響があった | | |

(2) (1)で1.または2.と答えた方に、お聞きします。

マイナス影響の具体的内容として、該当する番号すべてを選んで○を付けてください。

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| 1. 販売価格の引き上げに伴う売上減少 | 2. 取引先（親会社）からの受注減 |
| 3. 仕入れコストの上昇 | 4. 駆け込み需要の反動減に伴う業績悪化 |
| 5. 販売価格に転嫁できないことによる収益減 | 6. 経理システム等の変更コストや事務負担の増加 |
| 7. その他（ ） | |

(3) 全員の方に、お聞きします。

消費増税後の販売価格への転嫁状況について、該当する番号を1つを選んで○を付けてください。

- | | | |
|---------------|-----------------|-------|
| 1. すべて転嫁できている | 2. ほとんど転嫁できている | ⇒問5へ |
| 3. 一部転嫁できている | 4. まったく転嫁できていない | ⇒(4)へ |

(4) (3)で3.または4.と答えた方に、お聞きします。

消費増税分を販売価格に転嫁できない理由は何ですか。該当する番号すべてを選んで○を付けてください。

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| 1. 顧客離れが懸念されるため | 2. 同業他社が値上げしないため |
| 3. 販売先企業が値上げに応じないため | 4. 増税分の端数金額(1円単位等)の上乗せ困難 |
| 5. その他（ ） | |

問5 生産性向上のために実施している取組、今後強化したい取組について、該当する項目ごとに選んで○を付けてください。

		既に実施している	今後強化したい
売上アップ	1. 新たな販路開拓		
	2. 新分野・新規事業への進出		
	3. 新店舗の出店		
	4. 既存店舗の改装		
	5. 顧客満足度のアップ		
	6. 既存製品・サービスの営業強化		
	7. 新製品・サービスの開発		
コスト削減	8. 既存設備の更新、新設備の導入		
	9. 仕入等の効率化		
	10. 経費の見直し		
	11. ムダな作業・業務の削減		
	12. IT導入による省力化		
人材活用	13. 適材適所の人材配置		
	14. 人材育成、スキルアップ		
	15. 女性の活躍推進		
	16. 高齢者の活躍推進		
	17. 在宅勤務等、柔軟な働き方の導入		
	18. 人材の確保		
19. その他 ()			

問6 貴社における IT の導入・利用について、お聞きします。

(1) 活用している IT 関連ツールやサービスについて、該当する番号すべてを選んで○を付けてください。

1. 電子メールの利用
2. オフィスソフト（文書作成、表計算など）の利用
3. パッケージソフト（会計ソフト、労務管理ソフトなど）の利用
4. クラウドサービス（クラウド会計、クラウド労務管理など）の利用
5. スマートフォン、タブレット端末の活用（社内システムとの連携）
6. SNS の利用
7. 自社ホームページの開設
8. 自社ホームページでの受発注や予約
9. インターネット上での仕入・物品購入等の発注
10. インターネットバンキング（残高確認、明細出力、振込、税金納付など）の利用

(2) IT の導入・利用を進めようとする際の課題について、該当する番号すべてを選んで○を付けてください。

1. コストが負担できない
2. 導入の効果が分からない、評価できない
3. 業務内容に合った IT 技術や製品がない
4. IT 導入の旗振り役がない
5. IT を使いこなせない
6. 技術、ノウハウの流出のおそれがある
7. 個人情報漏洩のおそれがある
8. 適切なアドバイザー等がない
9. その他（ ）
10. 課題はない

問7 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. 消費税複数税率対応セミナー
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
11. その他（ ）

問8 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。

