

大 和 市 内
經 濟 動 向
調 查 報 告 書
(冬版)

令和2年度
大和商工会議所



【目 次】

I 調査概要	
1. 調査概要	1
2. 報告書作成目的	1
II 回答者の属性	
1. 回答者の属性	2
III 調査の結果	
1. 景況感	3
2. 経営上の問題点／課題	15
3. 新型コロナウイルス感染症の経営への影響	16
4. 生産性向上への取組	19
5. ITの導入・利用	24
6. 災害時の事業の継続	28
7. 事業承継	30
8. 商工会議所の活動	34
9. 総括	36
IV 参考資料	
1. 集計表	39
2. アンケート用紙	51

I 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。また、本年は新型コロナウイルス感染症が、管内の事業者の経営に大きな影響を与えている。

そこで、大和市の事業者に景況感や経営上の問題点に関するアンケート調査を行う。収集した情報は、事業者を提供するだけでなく、商工会議所としても事業者に対する効果的な支援策の立案に役立てる。

3. 調査の方法及び回収数

調査時期	令和2年11月17日～令和2年12月25日
調査対象	管内中小企業
調査方法	郵送配布 - メール・FAX・巡回訪問等による回収
配布数	1092票
回収数	155票
有効回収率	14.2%

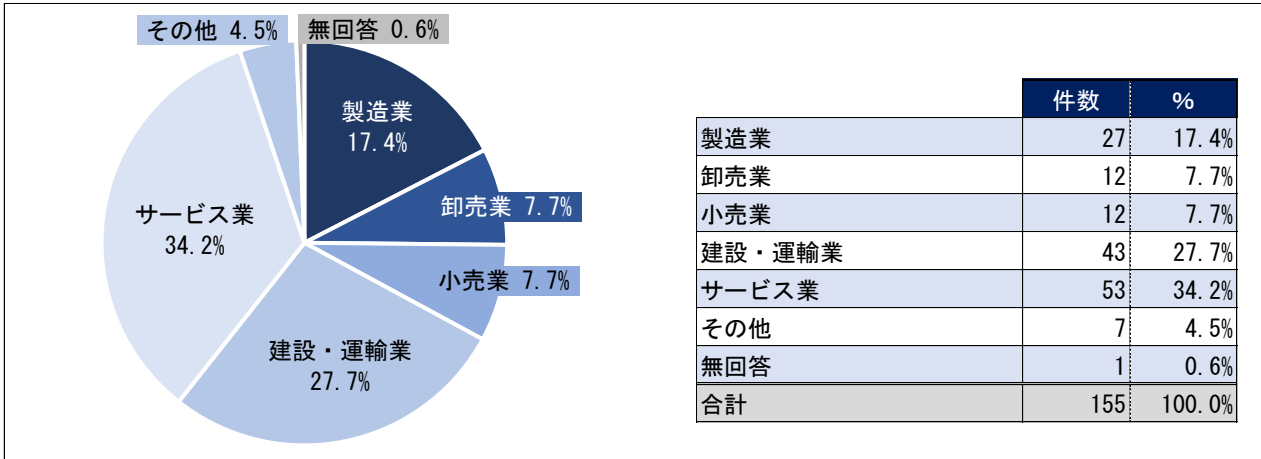
4. 本報告書の見方について

- (1) 比率はすべて百分率(%)で表し、小数点以下第2位を四捨五入して算出した。したがって合計が100%を上下する場合がある。
- (2) 基数となるべき実数(回収者数)は、“全体(n=〇〇)”として掲載し、各比率は回答者数を100.0%として算出した。なお、「n」はnumber of caseの略であり、設問の回答者数を示す。
- (3) 1人の回答者が2つ以上の回答を出してもよい設問では、各回答の合計比率が100.0%を超える場合がある。
- (4) 本文や図表中の選択肢表記は、語句を短縮・簡略化している場合がある。
- (5) 「 」は1つの選択肢を、『 』は複数の選択肢を合わせた表現を示している。

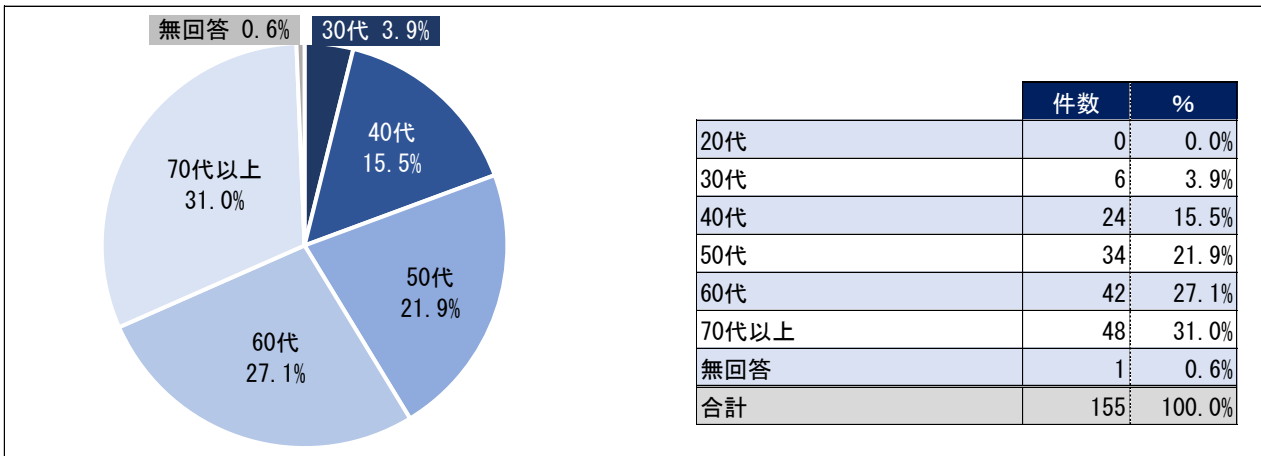
Ⅱ 回答者の属性

1. 回答者の属性

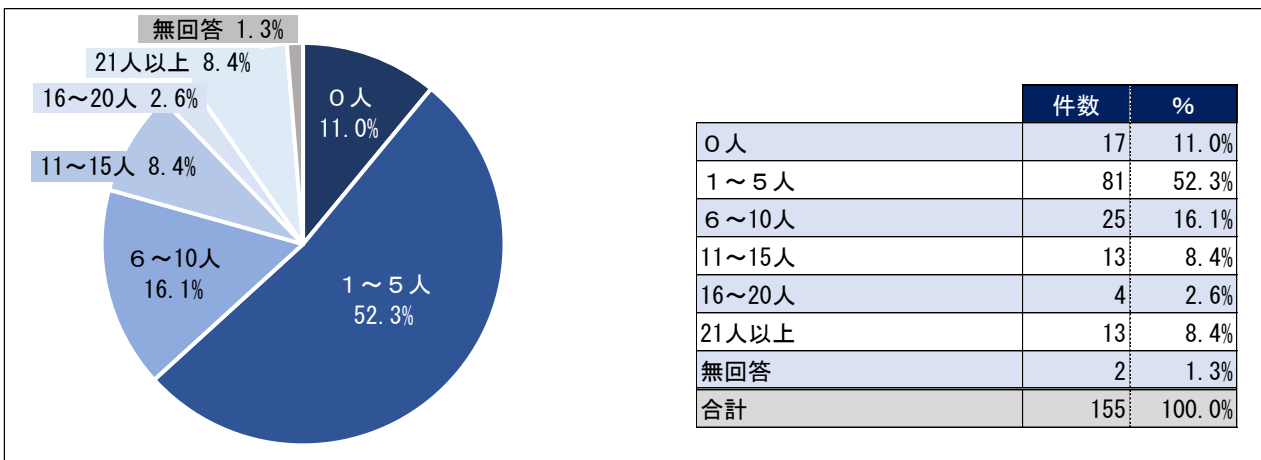
(1) 業種



(2) 代表者年齢



(3) 従業員数



- ・ 小規模事業者数 121 事業者（小規模事業者割合 78.1%）
- ・ 従業員基準により小規模事業者に該当しない事業者 24 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 10 事業者

Ⅲ 調査の結果

1. 景況感

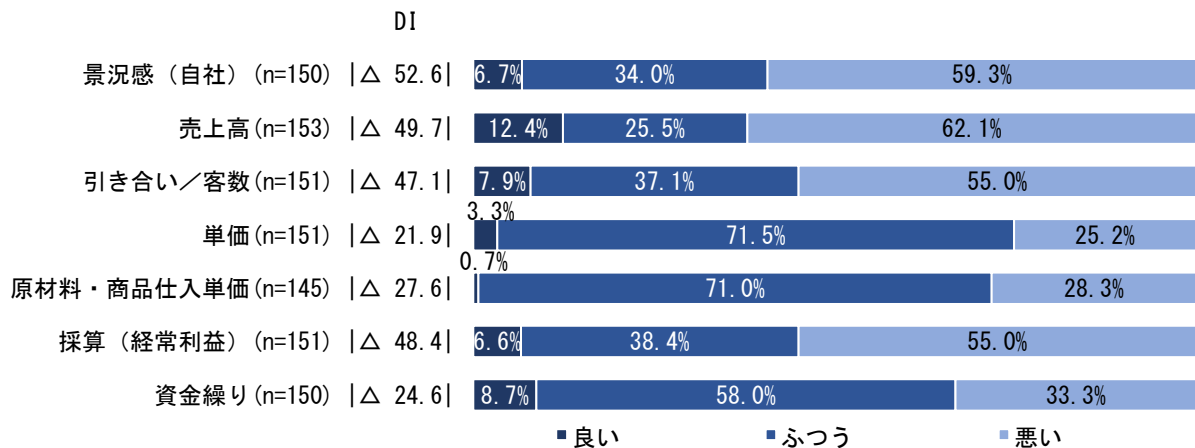
(1) 景況感

はじめに、大和市の事業者の景況感を分析する。分析においては、DIを使用する。DI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。

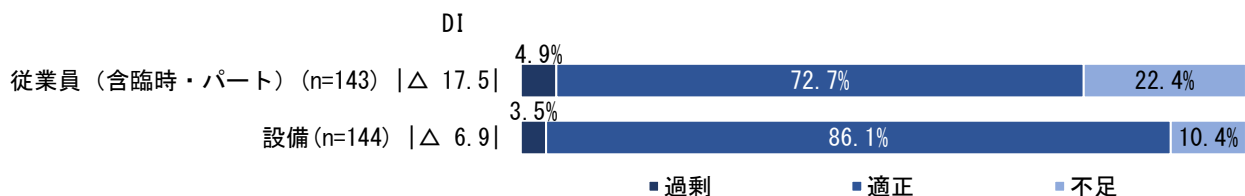
結果をみると、景況感DIが△52.6ポイントとマイナス値になっている。景況感が「悪化」していると感じている事業者が多いことがわかる。

また、売上高DIが△49.7ポイント、原材料・商品仕入単価DIが△27.6ポイントといずれもマイナス値となっている。この結果、採算 (経常利益) DIも△48.4ポイントとマイナス値となっている。

新型コロナウイルス感染症拡大のなかで、売上高が減少し、さらに原材料・商品仕入単価が上昇しているため多くの事業者が利益を確保できていない状況が読み取れる。



次に、従業員 (含臨時・パート) をみると、72.7%が適正と回答。多くの事業者が適正人員を確保できている。また、設備も86.1%が適正と回答している。



※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。

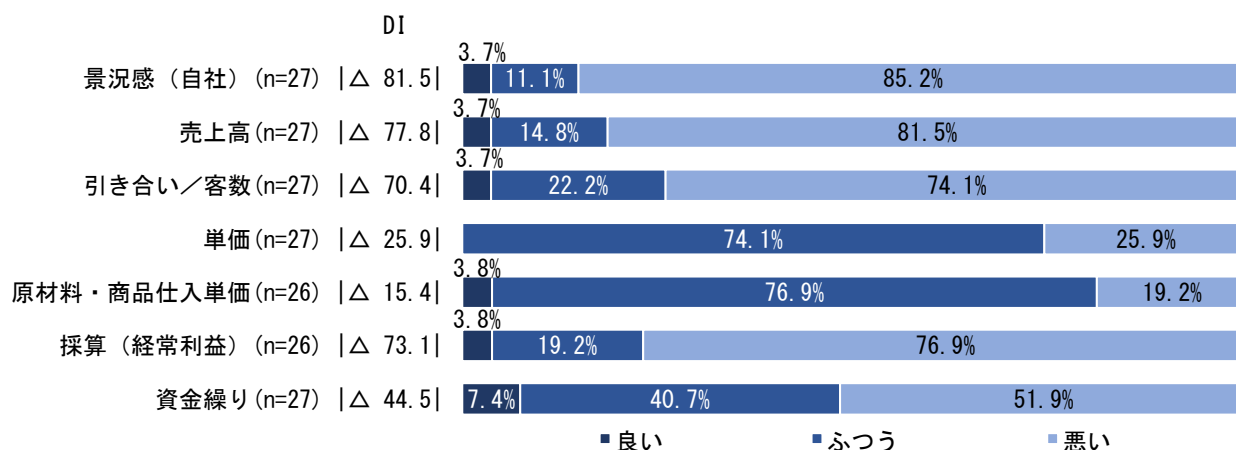
景況感 (自社)	: 好転→良い、不変 →ふつう、悪化→悪い
売上高	: 増加→良い、不変 →ふつう、減少→悪い
引き合い/客数	: 増加→良い、不変 →ふつう、減少→悪い
単価	: 上昇→良い、不変 →ふつう、低下→悪い
原材料・商品仕入単価	: 低下→良い、不変 →ふつう、上昇→悪い
採算 (経常利益)	: 好転→良い、不変 →ふつう、悪化→悪い
資金繰り	: 好転→良い、不変 →ふつう、悪化→悪い

(2) 景況感（業種別）

①製造業（前年同期比）

景況感D Iは△81.5ポイントであり、経営環境が「悪化」していると感じている割合が非常に高い。売上高D Iは△77.8ポイントと大幅なマイナス値であり、売上が減少した事業者が多くなっている。引き合い／客数D Iが△70.4ポイントとなっていることから、受注量が減少したことで売上が減少していることが読み取れる。

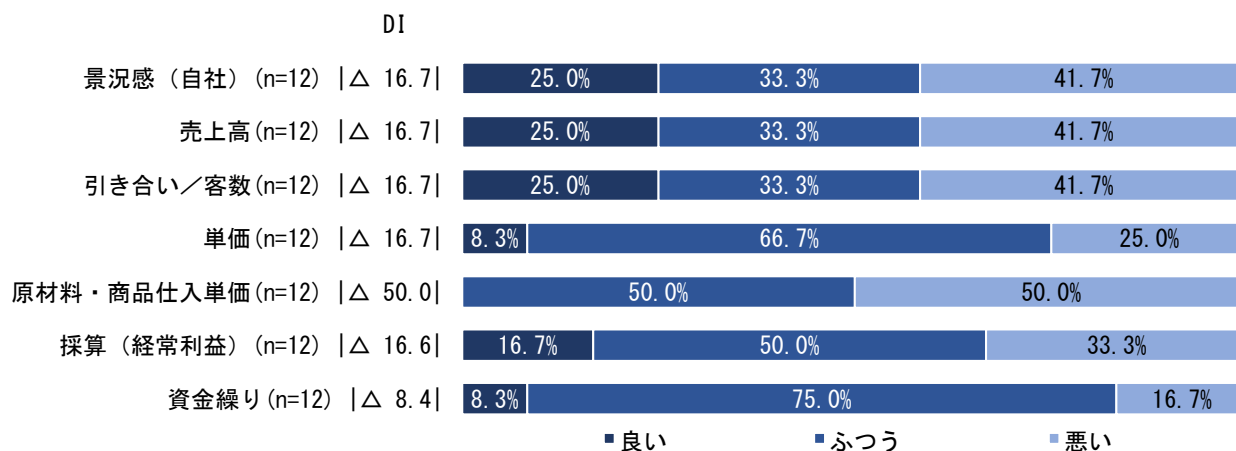
経常利益（採算）D Iは△73.1ポイントとすべての業種のなかで最も悪くなっている。



②卸売業（前年同期比）

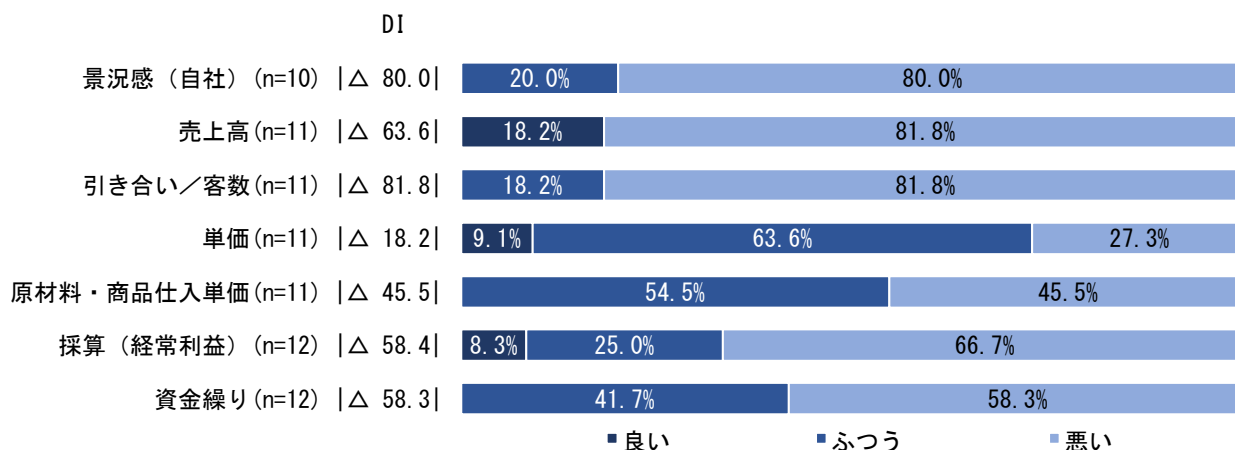
景況感D Iは△16.7ポイントであり、経営環境が「悪化」していると感じている割合が若干高い。売上高D Iは△16.7ポイントと若干のマイナス値であるが、原材料・商品仕入単価D Iが△50.0ポイントと、商品の仕入価格が上昇している状況である。

経常利益（採算）D Iは△16.6ポイントとマイナス値であるものの、他の業種のなかでは最も良くなっている。



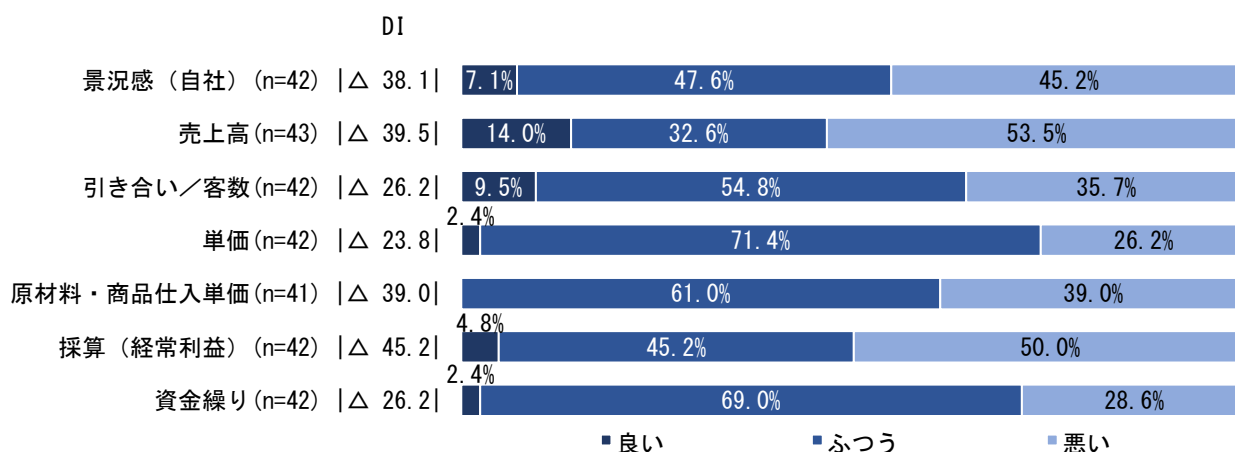
③小売業（前年同期比）

景況感D Iは△80.0ポイントであり、経営環境が「悪化」していると感じている割合が非常に高い。
 売上高D Iは△63.6ポイントとマイナス値であり、この要因として、特に引き合い／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△45.5ポイントと、商品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△58.4ポイントとマイナス値になっている。



④建設・運輸業（前年同期比）

景況感D Iは△38.1ポイントであり、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△39.5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。
 また、原材料・商品仕入単価D Iが△39.0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△45.2ポイントとマイナス値になっている。

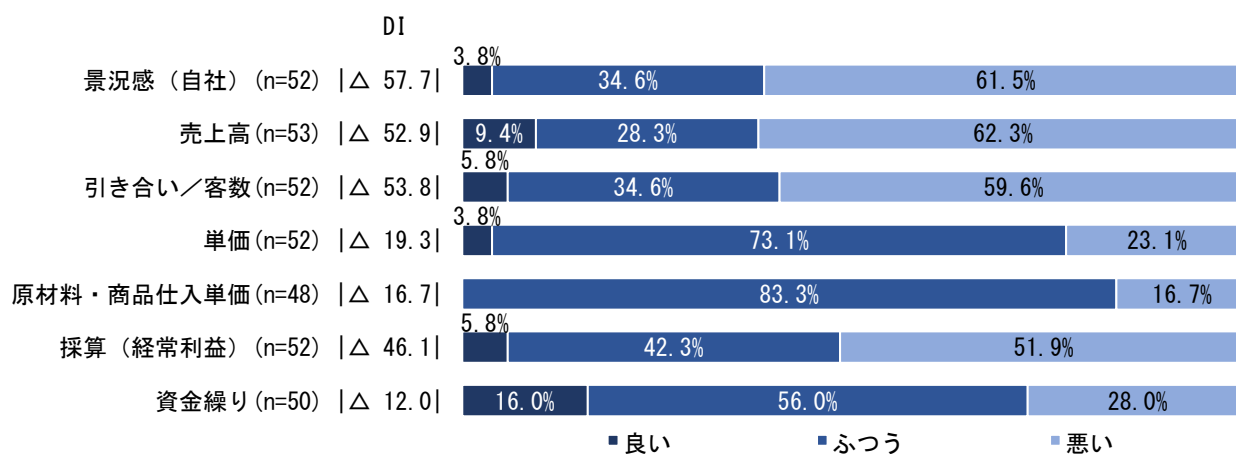


⑤サービス業（前年同期比）

景況感D Iは△57.7ポイントであり、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△52.9ポイントとマイナス値であり、この要因として、特に引き合い／客数減少の影響が大きい。

経常利益（採算）D Iは△46.1ポイントとマイナス値となっている。



(3) 景況感の全国比較

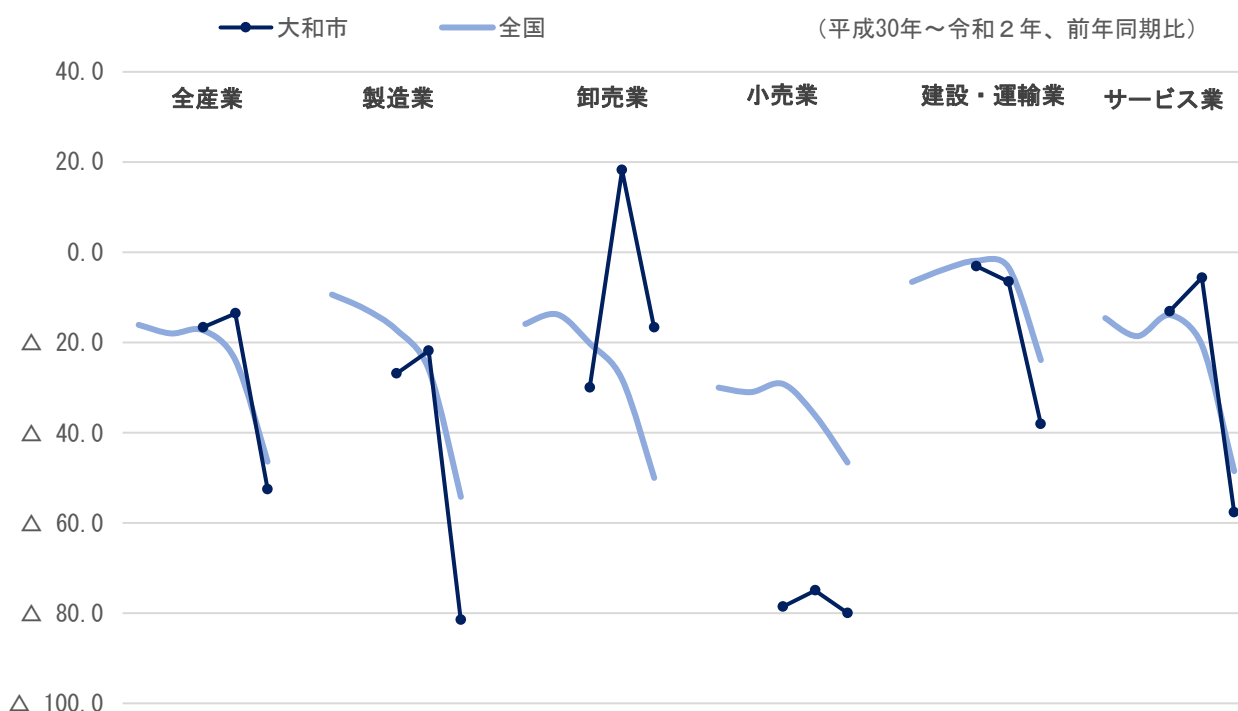
①景況感D I

ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の景況感D Iは、前期△13.6から△52.6（前期差 39.0 ポイント減）と悪化した。

産業別にみると、製造業で△81.5（前期差 59.6 ポイント減）、卸売業で△16.7（前期差 34.9 ポイント減）、小売業で△80.0（前期差 5.0 ポイント減）、建設・運輸業で△38.1（前期差 31.6 ポイント減）、サービス業で△57.7（前期差 52.0 ポイント減）と、すべての業種で悪化した。

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が、その他の業種では下回っている。



※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。

※令和2年夏は、大和商工会議所で調査を行っていないため全国比較を行っていない。

※建設・運輸業の全国値は、「建設業」の数値を採用している。

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	
令和元年夏	△ 16.7	-	△ 26.9	-	△ 30.0	-	△ 78.6	-	△ 3.1	-	△ 13.1	-
令和元年冬	△ 13.6	↑	△ 21.9	↑	18.2	↑	△ 75.0	↑	△ 6.5	↓	△ 5.7	↑
令和2年冬	△ 52.6	↓	△ 81.5	↓	△ 16.7	↓	△ 80.0	↓	△ 38.1	↓	△ 57.7	↓

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。

好転	
製造業	コロナ禍による感染症対策特需
卸売業	新型コロナ感染症予防のため、当社取り扱いの空間清浄器の販売は順調に推移しています
卸売業	新人のスタッフがほしい。男女共
建設業	個人様より依頼が増加している
建設業	受注単価が採算に届かぬ！
建設業	神奈川県企業庁水道局発注の仕事が増えている

不変	
製造業	現在のところ変わらずに来ていますが、10月からお得意先へのお客様の来店が少なくなっているため暮れに向かって売上の下降が予測されます
製造業	受注が減っている
卸売業	もともとネットでの販売が主だったので、思った以上にコロナの影響がない
卸売業	国内増、難しい。インドルート開拓中
卸売業	今後の売上推移の見通しが不明
小売業	昨年と変わらないので「不変」にしていますが、花卉業界全体で元気がない感じ
建設業	受注物件数は増加しているが単価が減少気味、トータルで昨年と同程度。さらなる受注物件数増も狙えるが物件をこなす従業員確保が一向に進まない
建設業	現在のところは新規顧客が増加し、対応に追われている
建設業	昨年と同じ顧客が確保できている。受注も同じ
建設業	地元の業者に活気が少ないため、地元中心から県内、県外へ仕事がシフトしている
建設業	特に変わりはありません
建設業	受注量は変わらない。一定の受注を確保できている
建設業	現在は昨年より少しプラスであるが、これから先が不透明である
建設業	建設業界のコロナの影響は来年と考えています
建設業	売上高は10%減ですが利益率が20%落ちている
建設業	コロナ前と同じ
情報通信業	新規受注の見込みが減少傾向にある
情報通信業	コロナでいつ仕事なくなるかわからない。不安である
不動産業・生活関連サービス業	退去しても早入居が多い。リフォームが早くできる（不動産などの借金が一切ないから月々の返済がない）

不動産業・生活関連サービス業	顧客筋が製造から運輸・その他に変化してきている
不動産業・生活関連サービス業	殺菌消毒の依頼は増えている
その他サービス業	顧客の多くが先行の見通しについて不安感を持っている
その他サービス業	新規顧客が減少している
その他の業種	飛沫防止アクリルガードの受注が増えている

悪化	
製造業	コロナ禍の影響で世界的に経済が停滞している
製造業	国内取引先の事業規模縮小による製品の終売による売上減。海外取引が新型コロナウイルスの影響により凍結状態であり見通しの立たない状況
製造業	技術の取得、従業員の拡充、設備投資の遅れが原因
製造業	コロナの影響
製造業	新型コロナの影響で医療現場での通常の医療行為が減っているために、医療機器の注文が減っている
製造業	取引先の仕事が減少していて、今現在受注がない
製造業	受注が減少している
製造業	客先が設備投資を抑える傾向があるため、注文が減少している
製造業	新規の話が少ない
製造業	引合い減少
製造業	材料費の高騰。引合い数の減少
製造業	コロナの影響で弊社ユーザー全体的に仕事が減っており、その分、弊社も良くない
製造業	集客、販促広告類の作業の減少
製造業	部品加工の仕事は減少している
卸売業	顧客企業の予算凍結が多くなっていること
卸売業	仕入単価が上がっているが卸に乗せられないため収益悪化している
卸売業	受注が減っている
小売業	特に野球用品、硬式野球ボールの売上が悪くなっています
小売業	食品スーパーとして4月、5月はコロナ禍が追い風となった。競争店の影響もあるが10月以降は価格に対して敏感になられてより生活防衛意識の高まりを感じる
小売業	高齢化による顧客の減少、大型店進出等
小売業	新型コロナウイルスにより酒類の消費傾向が変化している
建設業	建設発注士の処分費の高騰
建設業	交通系の客先が多いため景況感が悪化している
建設業	材料費の高騰
建設業	エンドユーザー様との直接契約形態によりコロナ禍での工期の延長。工事内容が小さくハウスメーカーの直接工事が多い為
建設業	下請けにて理由は判然としませんが、建築の遅れにより弊社の工事がで

	きず売上にならず利益の減少になっている
建設業	11月に入ってやや良くなってきた
建設業	個人住宅が主力なので景気が悪化しそうな気配により注文を控えているのかも
建設業	新型コロナウイルスにより現場がなくなったり遅れたりしている。石油系の材料が少し上がった
建設業	受注単価を上げることができない。仕入れ単価の上昇
運輸業	コロナの影響で仕事量が減っている
運輸業	荷主の受注が減少している
飲食サービス業	会社（企業）グループでの会食がまったくなくなってしまった。アベック、職人さん等が増加した
飲食サービス業	コロナ禍による売上の低迷
不動産業・生活関連サービス業	古いビルのため、老朽化した電気設備等の交換・修理が多くなり、採算が悪化している。また、賃貸している駐車場に空きが出ている
不動産業・生活関連サービス業	相場の先安観が否めないのが不安
不動産業・生活関連サービス業	売買はユーザー向けの中古住宅や土地、投資物件の動きが悪い。賃貸は全体的に引き合いが少ない
不動産業・生活関連サービス業	コロナの影響もあり事業形態が変わっている
不動産業・生活関連サービス業	一部の賃貸先に対して賃料を引き上げている
不動産業・生活関連サービス業	賃貸部門においては変わらない。駐輪場事業の客数減少。フットサルコート事業では利用者数、コートを制限している為売上減少
不動産業・生活関連サービス業	コロナで大手取引先との直接の面談ができず商談がスムーズに進まなかった（3月～8月くらいまで）
不動産業・生活関連サービス業	客数の減少。単価の減少
不動産業・生活関連サービス業	人の移動（引っ越し）の減少
不動産業・生活関連サービス業	コロナ禍の影響で会員減影響により休業及び営業時間短縮実施で賃料減免対応などにより賃料収入が減少している
不動産業・生活関連サービス業	一般のお客様が減少している
不動産業・生活関連サービス業	コロナ禍で外出を控えている方も多く、趣味の時間が取りにくいという現状です。ビル賃貸に関しては変化ありません
金融業	コロナの影響による保険内容の見直し、解約等
金融業	新規が減少している
専門・技術サービス業	2020年4月以降はコロナの影響により業務依頼が激減。材料、印刷、ネット料金等の経費単価は変わらず
専門・技術サービス業	新型コロナウイルスの感染拡大の影響で出口が見えず、もがいている状態です
専門・技術サービス業	お客様全体が高齢になりコロナ禍、外出を控え来店が減少
専門・技術サービス業	コロナウイルスの影響で来客数の減少により売上も減少している
専門・技術サービス業	テレワーク関連の引き合いが多い。製品の生産ストップなどが多い

専門・技術サービス業	コンサルティング業をしているが、クライアントが人と会うこと（自社にコンサルタントを招くこと）を敬遠している
専門・技術サービス業	飲食業の顧客の業績が悪化し顧問契約の解除が発生した
その他サービス業	コロナで取引が減少している
その他サービス業	コロナ禍の影響で会員減
その他サービス業	新規顧客の獲得が難航している
その他サービス業	売上が低下している
その他の業種	売上減少。仕入れ高騰。利益減少
その他の業種	4～8月は悪かったが9月より回復してきている。ただし、4～11月で比較するとマイナスです

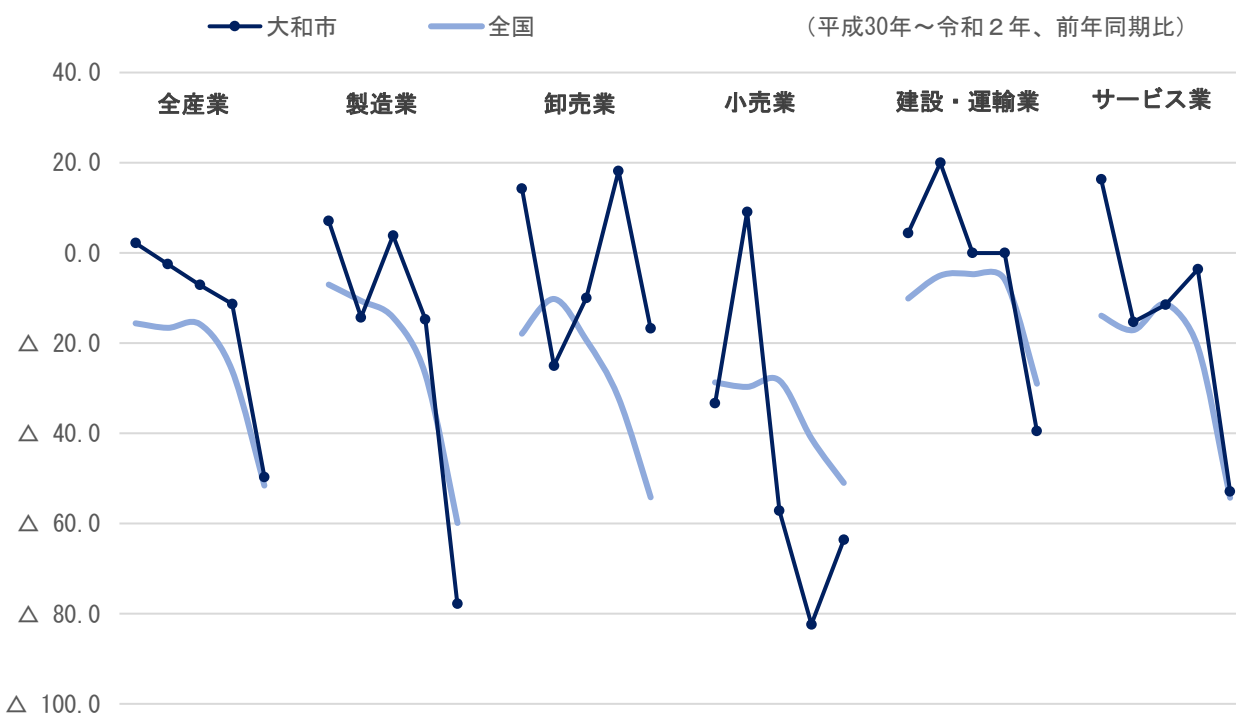
②売上高D I

ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の売上高D Iは、前期△11.3から△49.7（前期差38.4ポイント減）と悪化した。

産業別にみると、小売業で△63.6（前期差18.8ポイント増）と好転。一方、製造業で△77.8（前期差63.1ポイント減）、卸売業で△16.7（前期差34.9ポイント減）、建設・運輸業で△39.5（前期差39.5ポイント減）、サービス業で△52.9（前期差49.3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、卸売業とサービス業は全国値を上回り、製造業と小売業、建設・運輸業は下回っている。



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	
平成30年夏	2.2	-	7.1	-	14.3	-	△33.3	-	4.4	-	16.3	-
平成30年冬	△2.5	↓	△14.3	↓	△25.0	↓	9.1	↑	20.0	↑	△15.3	↓
令和元年夏	△7.1	↓	3.8	↑	△10.0	↑	△57.1	↓	0.0	↓	△11.5	↑
令和元年冬	△11.3	↓	△14.7	↓	18.2	↑	△82.4	↓	0.0	→	△3.6	↑
令和2年冬	△49.7	↓	△77.8	↓	△16.7	↓	△63.6	↑	△39.5	↓	△52.9	↓

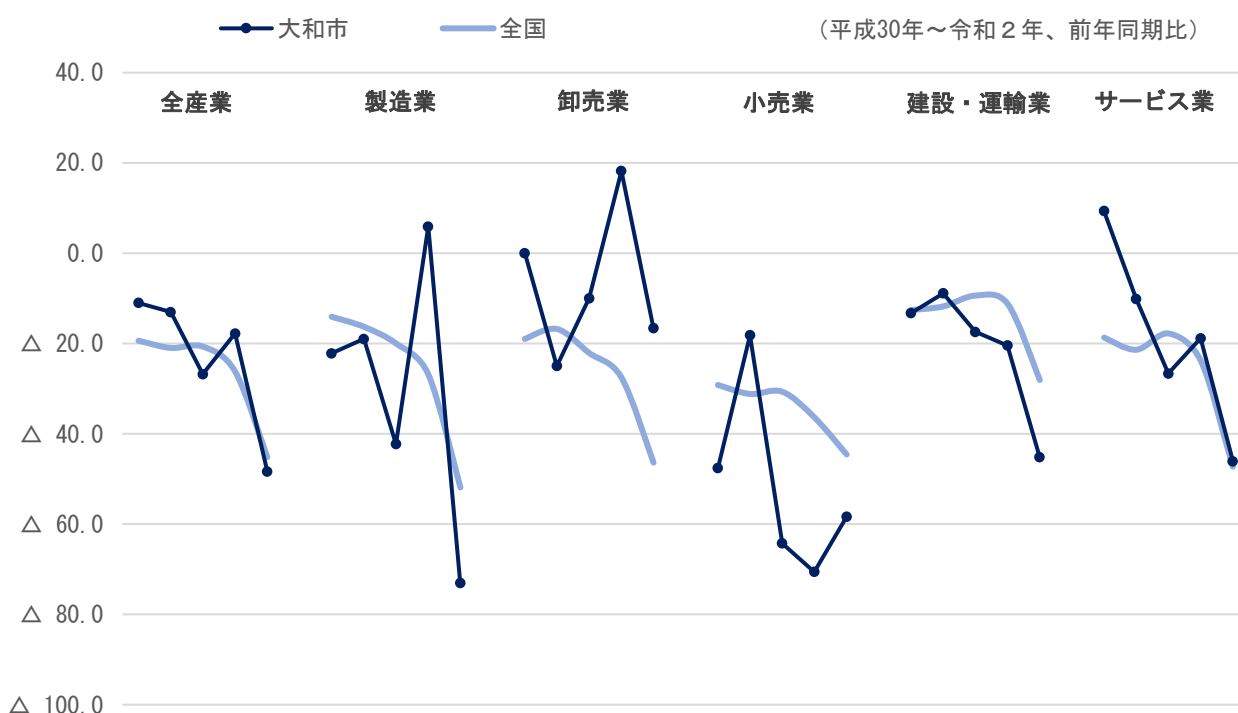
③採算（経常利益）D I

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△17.8から△48.4（前期差 30.6 ポイント減）と悪化した。

産業別にみると、小売業で△58.4（前期差 12.2 ポイント増）と増加。一方、製造業で△73.1（前期差 79 ポイント減）、卸売業で△16.6（前期差 34.8 ポイント減）、建設・運輸業で△45.2（前期差 24.7 ポイント減）、サービス業で△46.1（前期差 27.2 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、サービス業は全国値を上回っているものの、製造業、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	
平成30年夏	△ 11.0	-	△ 22.2	-	0.0	-	△ 47.6	-	△ 13.3	-	9.3	-
平成30年冬	△ 13.0	↓	△ 19.0	↑	△ 25.0	↓	△ 18.2	↑	△ 8.9	↑	△ 10.2	↓
令和元年夏	△ 26.8	↓	△ 42.3	↓	△ 10.0	↑	△ 64.3	↓	△ 17.5	↓	△ 26.7	↓
令和元年冬	△ 17.8	↑	5.9	↑	△ 18.2	↑	△ 70.6	↓	△ 20.5	↓	△ 18.9	↑
令和2年冬	△ 48.4	↓	△ 73.1	↓	△ 16.6	↓	△ 58.4	↑	△ 45.2	↓	△ 46.1	↓

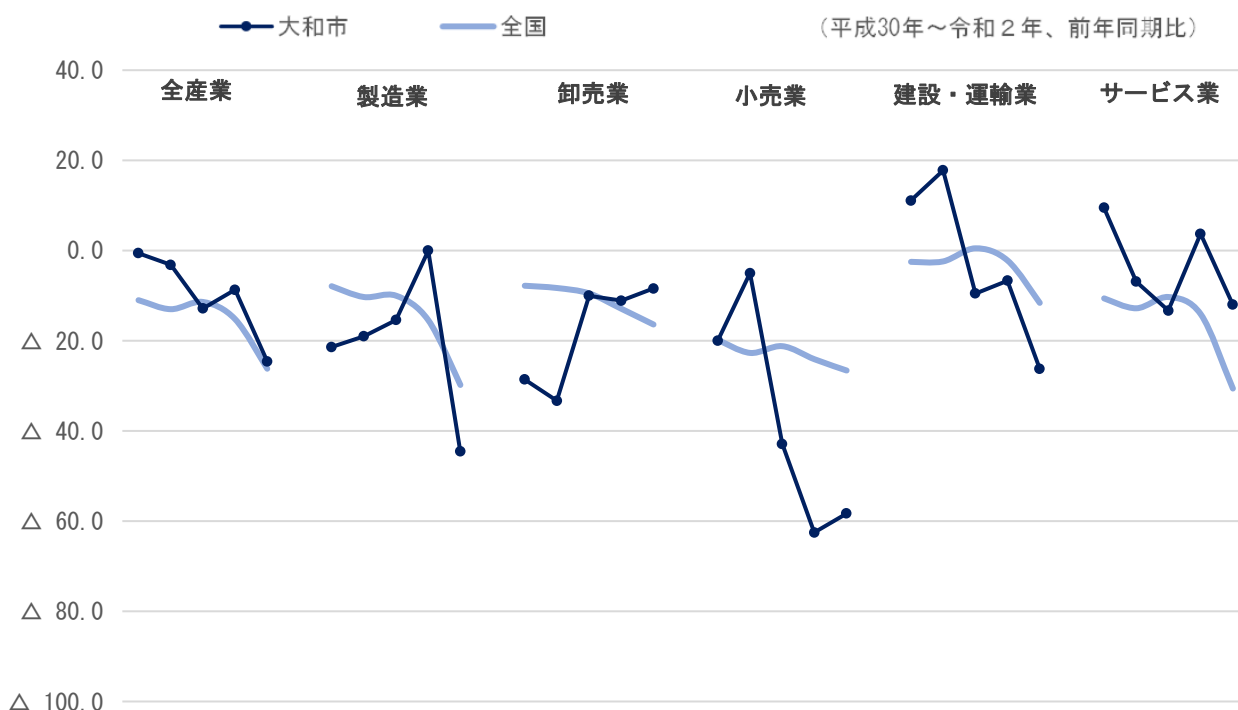
③資金繰りD I

ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の資金繰りD Iは、前期△8.7から△24.6（前期差 15.9 ポイント減）と悪化した。

産業別にみると、卸売業で△8.4（前期差 2.7 ポイント増）、小売業で△58.3（前期差 4.2 ポイント増）、と好転。一方、製造業で△44.5（前期差 44.5 ポイント減）、建設・運輸業で△26.2（前期差 19.5 ポイント減）、サービス業で△12.0（前期差 15.7 ポイント減）と悪化した。

産業別に今期の数値を全国値と比較すると、卸売業、サービス業は全国値を上回っており、製造業、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	
平成30年夏	△ 0.6	-	△ 21.4	-	△ 28.6	-	△ 20.0	-	11.1	-	9.5	-
平成30年冬	△ 3.2	↓	△ 19.0	↑	△ 33.3	↓	△ 5.0	↑	17.8	↑	△ 6.9	↓
令和元年夏	△ 12.8	↓	△ 15.4	↑	△ 10.0	↑	△ 42.9	↓	△ 9.5	↓	△ 13.3	↓
令和元年冬	△ 8.7	↑	0.0	↑	△ 11.1	↓	△ 62.5	↓	△ 6.7	↑	3.7	↑
令和2年冬	△ 24.6	↓	△ 44.5	↓	△ 8.4	↑	△ 58.3	↑	△ 26.2	↓	△ 12.0	↓

2. 経営上の問題点／課題

全体では、「販売促進・販路開拓、または営業活動」と「業務の効率化」がそれぞれ 50.0%と最も高く、「人材・人員確保」が 42.6%、「新型コロナウイルス感染症への対応」が 29.7%、「新製品・サービスの開発」が 29.1%と続いている。

業種別では、小売業で「新製品・サービスの開発」（54.5%）、建設・運輸業で「人材・人員確保」（62.8%）が最も高くなっている。

	全体 n=148	製造業 n=25	卸売業 n=12	小売業 n=11	建設・ 運輸業 n=43	サービス 業 n=50
販売促進・販路開拓、または営業活動	50.0%	60.0%	66.7%	45.5%	34.9%	58.0%
業務の効率化	50.0%	44.0%	25.0%	45.5%	58.1%	56.0%
人材・人員確保	42.6%	44.0%	25.0%	18.2%	62.8%	34.0%
新型コロナウイルス感染症への対応	29.7%	28.0%	8.3%	36.4%	25.6%	34.0%
新製品・サービスの開発	29.1%	32.0%	58.3%	54.5%	9.3%	30.0%
資金繰り対策	23.6%	32.0%	33.3%	18.2%	20.9%	22.0%
自社の強みの把握・活用	21.6%	12.0%	25.0%	27.3%	23.3%	24.0%
既存の製品・サービスの改善	19.6%	16.0%	16.7%	36.4%	11.6%	24.0%
原材料や商品の仕入単価の上昇	19.6%	16.0%	50.0%	27.3%	20.9%	12.0%
事業承継・廃業・M&A・人材育成	18.9%	12.0%	33.3%	9.1%	20.9%	18.0%
顧客ニーズの把握	18.2%	16.0%	16.7%	9.1%	11.6%	30.0%
建物・設備等の老朽化	16.9%	28.0%	25.0%	9.1%	14.0%	14.0%
ITの利活用（キャッシュレス対応等）	14.9%	0.0%	16.7%	27.3%	9.3%	24.0%
ブランディング	6.8%	4.0%	0.0%	18.2%	0.0%	14.0%
キャッシュレス対応	3.4%	4.0%	0.0%	9.1%	0.0%	6.0%
その他	4.1%	0.0%	8.3%	9.1%	2.3%	6.0%

◆「その他」の内容

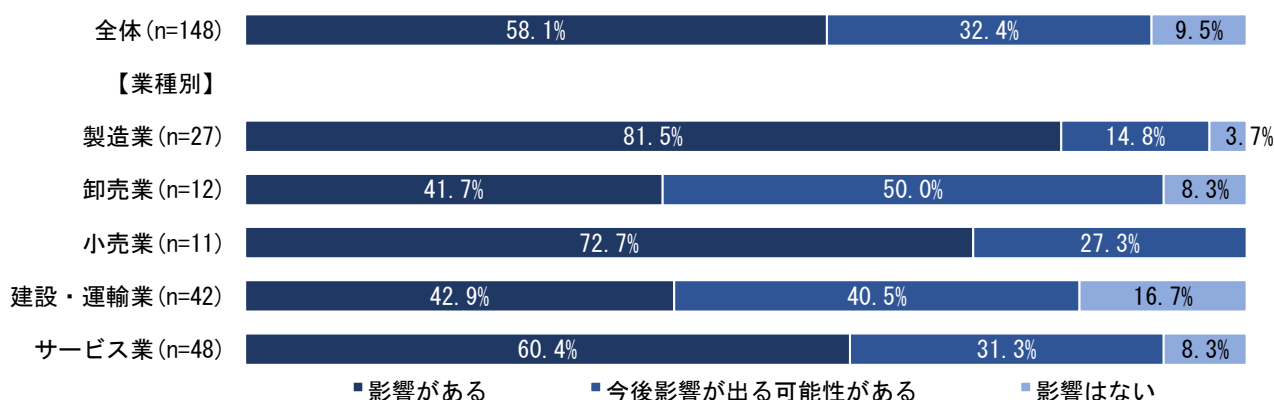
海外開拓（卸売業）／ 駐車場（小売業）／ 受注金額の減傾向（建設業）／ 自社物件の購入（不動産業・生活関連サービス業）／ 新規顧客の減少（不動産業・生活関連サービス業）

3. 新型コロナウイルス感染症の経営への影響

(1) 新型コロナウイルス感染症の経営への影響について（業種別）

全体では、「影響がある」が58.1%、「今後影響が出る可能性がある」が32.4%、「影響はない」が9.5%となっている。半数以上の事業者が「影響がある」と回答している。

業種別では「影響がある」は、製造業、小売業、サービス業で高くなっている。外出自粛等により小売業やサービス業で影響がでていることは容易に想像がつくが、それ以上に製造業で影響がでている点の特徴といえる。



(2) 影響の具体的内容（業種別）

※（1）で「影響がある」と回答した方に質問

全体では、「売上の減少」が81.6%と最も高く、「商談の延期・中止」が37.8%、「イベント、展示会の延期・中止」が21.4%、「資金繰りの悪化」が19.4%と続いている。

業種別では、小売業とサービス業で「営業時間（日数）の減少」が3割程度と高くなっている。

	全体 n=98	製造業 n=23	卸売業 n=6	小売業 n=9	建設・ 運輸業 n=22	サービス 業 n=34
売上の減少	81.6%	100.0%	50.0%	77.8%	81.8%	79.4%
商談の延期・中止	37.8%	47.8%	33.3%	33.3%	59.1%	23.5%
イベント、展示会の延期・中止	21.4%	13.0%	50.0%	33.3%	13.6%	20.6%
資金繰りの悪化	19.4%	21.7%	33.3%	11.1%	18.2%	20.6%
営業時間（日数）の減少	17.3%	4.3%	0.0%	33.3%	4.5%	32.4%
出張の延期・中止	12.2%	13.0%	33.3%	11.1%	0.0%	14.7%
取引先が事業停止や倒産した	10.2%	17.4%	0.0%	0.0%	4.5%	14.7%
材料や資材の仕入れが困難	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	2.9%
その他	8.2%	0.0%	0.0%	11.1%	9.1%	14.7%

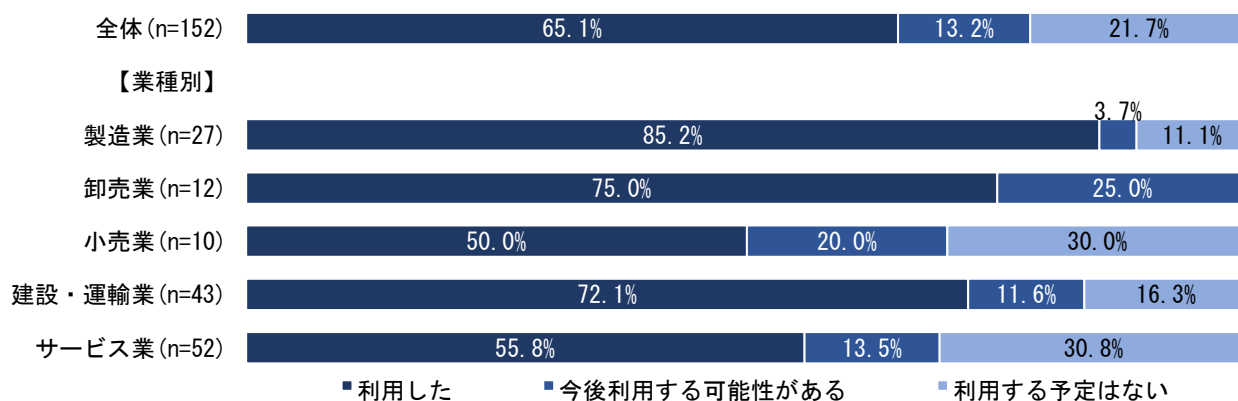
◆「その他」の内容

売上にしない無償の仕事が増加している（関与先様の支援策申請のための資料作り）（専門・技術サービス業） / 研修ができない（専門・技術サービス業）

(3) 新型コロナウイルスに関連した、国・県・市、金融機関の支援策の利用について（業種別）

全体では、「利用した」が65.1%、「今後利用する可能性がある」が13.2%、「利用する予定はない」が21.7%となっている。

業種別では「利用した」は、製造業が85.2%と特に高い。一方、小売業は50.0%と最も低くなっている。



(4) 利用した支援策（業種別）

※ (3) で「利用した」と回答した方に質問

全体では、「持続化給付金」が81.6%と最も高く、「家賃支援給付金」が28.6%、「民間金融機関の実質無利子・無担保融資」が27.6%、「日本政策金融公庫の実質無利子・無担保融資」が26.5%と続いている。

	全体 n=98	製造業 n=22	卸売業 n=9	小売業 n=5	建設・ 運輸業 n=31	サービ ス業 n=29
持続化給付金	81.6%	77.3%	100.0%	60.0%	83.9%	79.3%
家賃支援給付金	28.6%	36.4%	22.2%	40.0%	12.9%	41.4%
民間金融機関の実質無利子・無担保融資	27.6%	31.8%	11.1%	40.0%	29.0%	24.1%
日本政策金融公庫の実質無利子・無担保融資	26.5%	27.3%	33.3%	0.0%	12.9%	41.4%
雇用調整助成金	22.4%	18.2%	22.2%	0.0%	22.6%	31.0%
雇用維持給付金（市）	10.2%	4.5%	22.2%	0.0%	12.9%	10.3%
小規模事業者持続化補助金	6.1%	4.5%	0.0%	0.0%	3.2%	10.3%
神奈川県新型コロナウイルス感染症拡大防止協力金（第1弾）	6.1%	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	17.2%
新型コロナウイルス感染症拡大防止協力金（第2弾）	4.1%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	10.3%
神奈川県中小企業・小規模企業再起促進事業費補助金	4.1%	4.5%	0.0%	0.0%	6.5%	3.4%
神奈川県中小企業・小規模企業感染症対策事業費補助金	4.1%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	10.3%
小学校休業等対応助成金・支援金	2.0%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	3.4%
新型コロナウイルス感染症の影響に伴う国民健康保険税の減税	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.5%	0.0%
ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
IT導入補助金2020	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
働き方改革推進支援助成金	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(5) 新型コロナウイルス感染症の影響で発生した課題（業種別）

売上減少によって発生した課題をみると、全体では「経費の削減」が45.3%と最も高く、「新たな顧客の開拓」が42.3%、「従業員の雇用維持」が27.7%、「資金調達」が25.5%と続いている。経費を削減することで事業維持を図るだけでなく、新たな顧客を開拓したいと考える事業者が多いことがうかがえる。

事業活動の制限によって発生した課題をみると、全体では「従業員の感染防止策」が60.6%と最も高くなっている。業種別では、卸売業で「新たな広報・宣伝手段の検討」が45.5%と高くなっている。

		全体 n=137	製造業 n=23	卸売業 n=11	小売業 n=11	建設・ 運輸業 n=36	サービス 業 n=48
売上減少	経費の削減	45.3%	56.5%	27.3%	27.3%	38.9%	52.1%
	新たな顧客の開拓	42.3%	43.5%	45.5%	36.4%	33.3%	52.1%
	従業員の雇用維持	27.7%	39.1%	18.2%	9.1%	38.9%	25.0%
	資金調達	25.5%	34.8%	36.4%	18.2%	16.7%	29.2%
	事業内容の抜本的見直し	20.4%	8.7%	27.3%	27.3%	22.2%	20.8%
事業活動の制限	従業員の感染防止策	60.6%	69.6%	9.1%	36.4%	77.8%	56.3%
	(非接触型の) 新たな営業活動の実施	26.3%	34.8%	27.3%	27.3%	16.7%	29.2%
	新たな広報・宣伝手段の検討	24.8%	4.3%	45.5%	27.3%	13.9%	39.6%
	在宅勤務体制への対応	17.5%	8.7%	18.2%	9.1%	11.1%	27.1%
	(非接触型の) 新たな採用活動の実施	3.6%	0.0%	0.0%	9.1%	5.6%	4.2%
制限達成	代替品の確保	9.5%	13.0%	9.1%	0.0%	11.1%	8.3%
	自社での原材料の生産	2.2%	0.0%	9.1%	0.0%	2.8%	0.0%

4. 生産性向上への取組

(1) 生産性向上のために既に実施している取組

①経年比較

生産性向上のために既に実施している取組について、前期（R1 冬）と比較する。

■売上アップの取組について

今期をみると、「顧客満足度のアップ」が56.1%と最も高く、「新たな販路開拓」が42.6%、「既存製品・サービスの営業強化」が39.2%、「新製品・サービスの開発」が22.3%と続いている。前期（R1 冬）と比べて、すべての取組で回答割合が高まっており、新型コロナウイルス感染症の影響で多くの事業者が売上アップを志向していることが読み取れる。

■コスト削減の取組について

今期をみると、「経費の見直し」が60.1%と最も高く、「ムダな作業・業務の削減」が54.7%、「IT導入による省力化」が35.1%、「仕入等の効率化」が34.5%と続いている。前期（R1 冬）と比較して、回答の傾向は変わらないが回答割合は高まっている。

■人材の確保の取組について

今期をみると、「人材育成、スキルアップ」が45.9%と最も高く、「適材適所の人材配置」が39.2%、「人材の確保」が33.8%、「女性の活躍推進」が32.4%と続いている。前期（R1 冬）と比べると、「在宅勤務等、柔軟な働き方の導入」が24.3%と15.4ポイント上昇している。

		今期 n=148	R1冬 n=124
売上アップ	顧客満足度のアップ	56.1%	34.7%
	新たな販路開拓	42.6%	36.3%
	既存製品・サービスの営業強化	39.2%	21.8%
	新製品・サービスの開発	22.3%	15.3%
	新分野・新規事業への進出	16.9%	16.1%
	既存店舗の改装	8.1%	5.6%
	新店舗の出店	4.7%	2.4%
コスト削減	経費の見直し	60.1%	46.0%
	ムダな作業・業務の削減	54.7%	43.5%
	IT導入による省力化	35.1%	27.4%
	仕入等の効率化	34.5%	16.9%
	既存設備の更新、新設備の導入	28.4%	11.3%
人材の確保	人材育成、スキルアップ	45.9%	33.1%
	適材適所の人材配置	39.2%	25.8%
	人材の確保	33.8%	19.4%
	女性の活躍推進	32.4%	19.4%
	高齢者の活躍推進	29.1%	21.8%
	在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	24.3%	8.9%

②業種別

生産性向上のために既に実施している取組について、業種別の回答をみる。

■売上アップの取組について

卸売業では「新たな販路開拓」(75.0%)や「新製品・サービスの開発」(50.0%)が高い。

小売業では「顧客満足度のアップ」と「既存製品・サービスの営業強化」がそれぞれ36.4%と最も高くなっており、リピーターを増やす取組を実施している事業者が多いといえる。

それ以外の業種では、全体と類似した傾向となっている。

■コスト削減の取組について

小売業では「経費の見直し」(27.3%)や「ムダな作業・業務の削減」(27.3%)よりも、「IT導入による省力化」(36.4%)や「仕入等の効率化」(36.4%)が高くなっている。

■人材の確保の取組について

製造業、卸売業、建設・運輸業で「高齢者の活躍推進」が高くなっている。

また、建設・運輸業では「適材適所の人材配置」や「人材の確保」など、他の業種よりも多くの取組を実施していることが読み取れる。

	全体 n=148	製造業 n=26	卸売業 n=12	小売業 n=11	建設・ 運輸業 n=41	サービス 業 n=51	
売上アップ	顧客満足度のアップ	56.1%	53.8%	41.7%	36.4%	53.7%	66.7%
	新たな販路開拓	42.6%	50.0%	75.0%	18.2%	34.1%	45.1%
	既存製品・サービスの営業強化	39.2%	46.2%	33.3%	36.4%	26.8%	45.1%
	新製品・サービスの開発	22.3%	19.2%	50.0%	18.2%	17.1%	19.6%
	新分野・新規事業への進出	16.9%	11.5%	16.7%	18.2%	19.5%	13.7%
	既存店舗の改装	8.1%	3.8%	-	-	7.3%	15.7%
新店舗の出店	4.7%	-	16.7%	-	4.9%	5.9%	
コスト削減	経費の見直し	60.1%	57.7%	58.3%	27.3%	65.9%	62.7%
	ムダな作業・業務の削減	54.7%	50.0%	50.0%	27.3%	63.4%	56.9%
	IT導入による省力化	35.1%	23.1%	25.0%	36.4%	36.6%	41.2%
	仕入等の効率化	34.5%	38.5%	41.7%	36.4%	36.6%	27.5%
	既存設備の更新、新設備の導入	28.4%	30.8%	8.3%	9.1%	26.8%	37.3%
人材の確保	人材育成、スキルアップ	45.9%	50.0%	33.3%	18.2%	56.1%	47.1%
	適材適所の人材配置	39.2%	46.2%	16.7%	36.4%	51.2%	31.4%
	人材の確保	33.8%	30.8%	25.0%	18.2%	51.2%	29.4%
	女性の活躍推進	32.4%	15.4%	41.7%	18.2%	34.1%	39.2%
	高齢者の活躍推進	29.1%	34.6%	41.7%	9.1%	46.3%	11.8%
	在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	24.3%	23.1%	33.3%	9.1%	17.1%	29.4%

◆上記以外の回答

自営のためできることを少しずつ改善しています(製造業) / 不動産業の資格を取るために勉強している。今の管理業を充実させる。発展させるためと自社物(オーナー側)として生き残るため(不動産業・生活関連サービス業) / ズーム料理教室(参加型)やオンライン料理教室 YOUTUBE(不動産業・生活関連サービス業)

③利益の増減別

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

■売上アップの取組について

利益が増加・横ばいの事業者と、減少している事業者で取組の傾向は変わらない。

■コスト削減の取組について

利益が増加・横ばいの事業者と、減少している事業者で取組の傾向は変わらない。

■人材の確保の取組について

利益増加・横ばいの事業者は、「在宅勤務等、柔軟な働き方の導入」（27.7%）に取り組む割合が高くなっている。

		全体 n=148	増加・ 横ばい n=65	減少 n=79
売上アップ	顧客満足度のアップ	56.1%	53.8%	59.5%
	新たな販路開拓	42.6%	35.4%	49.4%
	既存製品・サービスの営業強化	39.2%	35.4%	43.0%
	新製品・サービスの開発	22.3%	21.5%	22.8%
	新分野・新規事業への進出	16.9%	9.2%	22.8%
	既存店舗の改装	8.1%	7.7%	7.6%
	新店舗の出店	4.7%	3.1%	5.1%
コスト削減	経費の見直し	60.1%	60.0%	59.5%
	ムダな作業・業務の削減	54.7%	50.8%	58.2%
	IT導入による省力化	35.1%	36.9%	34.2%
	仕入等の効率化	34.5%	33.8%	34.2%
	既存設備の更新、新設備の導入	28.4%	27.7%	29.1%
人材の確保	人材育成、スキルアップ	45.9%	47.7%	45.6%
	適材適所の人材配置	39.2%	38.5%	40.5%
	人材の確保	33.8%	32.3%	34.2%
	女性の活躍推進	32.4%	30.8%	32.9%
	高齢者の活躍推進	29.1%	26.2%	29.1%
	在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	24.3%	27.7%	19.0%

(2) 今後強化したい取組

①経年比較

■売上アップの取組について

今期をみると、「顧客満足度のアップ」が70.9%と最も高く、「新たな販路開拓」が68.2%、「新既存製品・サービスの営業強化」が57.4%、「新製品・サービスの開発」が43.2%と続いている。前期（R1冬）と比べると「顧客満足度のアップ」が32.8ポイント増加している。

■コスト削減の取組について

今期をみると、「経費の見直し」が72.3%と最も高く、「ムダな作業・業務の削減」が70.9%、「仕入等の効率化」53.4%、「IT導入による省力化」が50.7%と続いている。前期（R1冬）と比べると、全体的に回答割合が増えており、特に「経費の見直し」（33.5ポイント増）や「ムダな作業・業務の削減」（31.3ポイント増）、「IT導入による省力化」（32.7ポイント増）の回答割合が増加している。

■人材の確保の取組について

今期をみると、「人材育成、スキルアップ」が62.2%と最も高く、「人材の確保」が54.1%、「適材適所の人材配置」が50.0%、「女性の活躍推進」が45.9%と続いている。前期（R1冬）と比べると、全体的に回答割合が増えており、特に「人材育成、スキルアップ」（16.9ポイント増）や「適材適所の人材配置」（26.3ポイント増）の回答割合が増加している。

		今期 n=148	R1冬 n=139
売上アップ	顧客満足度のアップ	70.9%	38.1%
	新たな販路開拓	68.2%	43.2%
	既存製品・サービスの営業強化	57.4%	36.0%
	新製品・サービスの開発	43.2%	36.7%
	新分野・新規事業への進出	41.9%	39.6%
	既存店舗の改装	25.0%	22.3%
	新店舗の出店	13.5%	15.8%
コスト削減	経費の見直し	72.3%	38.8%
	ムダな作業・業務の削減	70.9%	39.6%
	仕入等の効率化	53.4%	31.7%
	IT導入による省力化	50.7%	18.0%
	既存設備の更新、新設備の導入	43.2%	28.1%
人材の確保	人材育成、スキルアップ	62.2%	45.3%
	人材の確保	54.1%	54.0%
	適材適所の人材配置	50.0%	23.7%
	女性の活躍推進	45.9%	29.5%
	高齢者の活躍推進	32.4%	20.9%
	在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	28.4%	20.1%

②業種別

■売上アップの取組について

卸売業ではすべての事業者が「新たな販路開拓」と回答している。また、他の業種に比べ「新店舗の出店」が41.7%と高くなっている。

■コスト削減の取組について

卸売業では「仕入等の効率化」が83.3%と高くなっている。

■人材の確保の取組について

小売業を除くすべての業種で「人材育成、スキルアップ」が最も高くなっている。

		全体 n=148	製造業 n=26	卸売業 n=12	小売業 n=11	建設・ 運輸業 n=41	サービス 業 n=51
売上アップ	顧客満足度のアップ	70.9%	69.2%	91.7%	72.7%	61.0%	74.5%
	新たな販路開拓	68.2%	69.2%	100.0%	72.7%	53.7%	68.6%
	既存製品・サービスの営業強化	57.4%	61.5%	91.7%	63.6%	39.0%	58.8%
	新製品・サービスの開発	43.2%	46.2%	66.7%	45.5%	22.0%	51.0%
	新分野・新規事業への進出	41.9%	34.6%	58.3%	54.5%	31.7%	43.1%
	既存店舗の改装	25.0%	11.5%	25.0%	36.4%	19.5%	35.3%
	新店舗の出店	13.5%	3.8%	41.7%	18.2%	14.6%	9.8%
コスト削減	経費の見直し	72.3%	80.8%	83.3%	63.6%	75.6%	64.7%
	ムダな作業・業務の削減	70.9%	69.2%	66.7%	63.6%	80.5%	66.7%
	仕入等の効率化	53.4%	65.4%	83.3%	63.6%	51.2%	39.2%
	IT導入による省力化	50.7%	46.2%	66.7%	54.5%	41.5%	52.9%
	既存設備の更新、新設備の導入	43.2%	46.2%	41.7%	45.5%	31.7%	51.0%
人材の確保	人材育成、スキルアップ	62.2%	65.4%	83.3%	36.4%	61.0%	62.7%
	人材の確保	54.1%	50.0%	58.3%	36.4%	61.0%	49.0%
	適材適所の人材配置	50.0%	57.7%	50.0%	36.4%	56.1%	43.1%
	女性の活躍推進	45.9%	19.2%	66.7%	45.5%	46.3%	52.9%
	高齢者の活躍推進	32.4%	38.5%	50.0%	27.3%	36.6%	23.5%
	在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	28.4%	19.2%	25.0%	36.4%	24.4%	31.4%

5. ITの導入・利用

(1) 現在活用している IT 関連ツールやサービス

①業種別

全体では、「電子メールの利用」が 89.6%と最も高く、「オフィスソフトの利用」が 79.9%、「自社ホームページの開設」が 64.6%、「インターネットバンキングの利用」が 52.8%と続いている。また、新型コロナウイルス感染症の影響で活用が広まった「WEB 会議システム」も 41.7%となっており、一般的になっていることが読み取れる。

	全体 n=144	製造業 n=23	卸売業 n=12	小売業 n=10	建設・ 運輸業 n=41	サービス 業 n=50
電子メールの利用	89.6%	95.7%	83.3%	90.0%	87.8%	88.0%
オフィスソフトの利用	79.9%	91.3%	66.7%	100.0%	75.6%	74.0%
自社ホームページの開設	64.6%	65.2%	58.3%	70.0%	53.7%	70.0%
インターネットバンキングの利用	52.8%	69.6%	50.0%	70.0%	48.8%	44.0%
パッケージソフトの利用	52.1%	69.6%	50.0%	50.0%	48.8%	50.0%
スマートフォン、タブレット端末の活用	44.4%	34.8%	50.0%	30.0%	46.3%	46.0%
インターネット上での仕入・物品購入等の発注	42.4%	47.8%	41.7%	40.0%	41.5%	38.0%
WEB会議システム	41.7%	52.2%	58.3%	50.0%	22.0%	46.0%
SNSの利用	32.6%	13.0%	25.0%	40.0%	31.7%	40.0%
自社ホームページでの受発注や予約	22.9%	13.0%	33.3%	30.0%	14.6%	24.0%
クラウドサービスの利用	19.4%	13.0%	0.0%	10.0%	19.5%	28.0%

※選択肢のカッコ内を省略している（以下同）。なお、アンケート票の選択肢は以下のとおりである

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
11. WEB 会議システム（Zoom、Google Meet 等）

②代表者の年齢別

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、「WEB 会議システム」は 30代で 66.7%と高く、70代以上で 32.5%と大きな差がみられる。

	全体 n=144	30代 n=23	40代 n=12	50代 n=10	60代 n=41	70代以上 n=50
電子メールの利用	89.6%	83.3%	91.7%	97.0%	87.5%	87.5%
オフィスソフトの利用	79.9%	83.3%	83.3%	78.8%	82.5%	77.5%
自社ホームページの開設	64.6%	50.0%	66.7%	78.8%	50.0%	70.0%
インターネットバンキングの利用	52.8%	66.7%	50.0%	60.6%	57.5%	40.0%
パッケージソフトの利用	52.1%	33.3%	62.5%	54.5%	47.5%	52.5%
スマートフォン、タブレット端末の活用	44.4%	50.0%	41.7%	60.6%	35.0%	42.5%
インターネット上での仕入・物品購入等の発注	42.4%	33.3%	41.7%	51.5%	35.0%	42.5%
WEB会議システム	41.7%	66.7%	45.8%	48.5%	40.0%	32.5%
SNSの利用	32.6%	33.3%	41.7%	45.5%	22.5%	27.5%
自社ホームページでの受発注や予約	22.9%	33.3%	16.7%	33.3%	22.5%	17.5%
クラウドサービスの利用	19.4%	33.3%	16.7%	27.3%	20.0%	12.5%

③利益の増減別

利益に直結するような「自社ホームページの開設」、「インターネット上での仕入・物品購入等の発注」、「自社ホームページでの受発注や予約」は、利益増加・横ばいの事業者の方が高くなっていることがわかる。

	全体 n=144	増加・横ばい n=65	利益減少 n=75
電子メールの利用	89.6%	86.2%	92.0%
オフィスソフトの利用	79.9%	70.8%	88.0%
自社ホームページの開設	64.6%	66.2%	61.3%
インターネットバンキングの利用	52.8%	55.4%	53.3%
パッケージソフトの利用	52.1%	53.8%	52.0%
スマートフォン、タブレット端末の活用	44.4%	46.2%	42.7%
インターネット上での仕入・物品購入等の発注	42.4%	43.1%	41.3%
WEB会議システム	41.7%	40.0%	44.0%
SNSの利用	32.6%	27.7%	36.0%
自社ホームページでの受発注や予約	22.9%	24.6%	22.7%
クラウドサービスの利用	19.4%	20.0%	18.7%

(2) 今後活用したい IT 関連ツールやサービス

①業種別

全体では、「スマートフォン、タブレット端末の活用」が 33.7%と最も高く、「自社ホームページでの受発注や予約」が 29.2%、「電子メールの利用」が 25.8%、「インターネットバンキングの利用」が 24.7%と続いている。

業種別では、製造業で「電子メールの利用」や「オフィスソフトの利用」がそれぞれ 41.7%と最も高くなっている。また、小売業や建設・運輸業では「自社ホームページでの受発注や予約」が最も高くなっている。

	全体 n=89	製造業 n=12	卸売業 n=10	小売業 n=5	建設・ 運輸業 n=24	サービス 業 n=35
スマートフォン、タブレット端末の活用	33.7%	33.3%	30.0%	40.0%	25.0%	40.0%
自社ホームページでの受発注や予約	29.2%	8.3%	30.0%	60.0%	37.5%	22.9%
電子メールの利用	25.8%	41.7%	40.0%	0.0%	25.0%	17.1%
インターネットバンキングの利用	24.7%	33.3%	30.0%	0.0%	20.8%	22.9%
SNSの利用	23.6%	8.3%	30.0%	0.0%	20.8%	31.4%
クラウドサービスの利用	22.5%	16.7%	40.0%	0.0%	20.8%	20.0%
WEB会議システム	22.5%	33.3%	10.0%	20.0%	25.0%	17.1%
パッケージソフトの利用	21.3%	33.3%	20.0%	0.0%	25.0%	14.3%
自社ホームページの開設	21.3%	25.0%	20.0%	40.0%	16.7%	20.0%
オフィスソフトの利用	20.2%	41.7%	40.0%	0.0%	20.8%	5.7%
インターネット上での仕入・物品購入等の発注	20.2%	33.3%	20.0%	20.0%	20.8%	11.4%

②代表者の年齢別

一般的に IT の活用が不十分である 60 代や 70 代以上をみると、60 代では「スマートフォン、タブレット端末の活用」、70 代以上では「電子メールの利用」や「WEB 会議システム」が最も高くなっている。

	全体 n=89	30代 n=12	40代 n=10	50代 n=5	60代 n=24	70代以上 n=35
スマートフォン、タブレット端末の活用	33.7%	50.0%	40.0%	26.3%	45.5%	21.7%
自社ホームページでの受発注や予約	29.2%	25.0%	30.0%	42.1%	27.3%	17.4%
電子メールの利用	25.8%	25.0%	20.0%	31.6%	22.7%	30.4%
インターネットバンキングの利用	24.7%	50.0%	20.0%	31.6%	22.7%	21.7%
SNSの利用	23.6%	25.0%	30.0%	10.5%	31.8%	21.7%
クラウドサービスの利用	22.5%	25.0%	35.0%	10.5%	18.2%	26.1%
WEB会議システム	22.5%	25.0%	15.0%	26.3%	18.2%	30.4%
パッケージソフトの利用	21.3%	25.0%	25.0%	15.8%	27.3%	17.4%
自社ホームページの開設	21.3%	50.0%	30.0%	5.3%	31.8%	13.0%
オフィスソフトの利用	20.2%	25.0%	20.0%	15.8%	22.7%	21.7%
インターネット上での仕入・物品購入等の発注	20.2%	25.0%	20.0%	26.3%	13.6%	17.4%

(3) ITの導入・利用を進めようとする際の課題（業種別）

全体では、「ITを使いこなせない」が32.8%と最も高く、「適切なアドバイザー等がない」が30.5%、「コストが負担できない」が28.9%、「導入の効果が分からない、評価できない」が27.3%と続いている。

業種別では、製造業で「コストが負担できない」と「業務内容に合ったIT技術や製品がない」がそれぞれ36.8%と最も高くなっている。また、卸売業では「適切なアドバイザー等がない」が60.0%と最も高くなっている。

	全体 n=128	製造業 n=19	卸売業 n=10	小売業 n=9	建設・ 運輸業 n=39	サービス 業 n=45
ITを使いこなせない	32.8%	21.1%	30.0%	44.4%	28.2%	42.2%
適切なアドバイザー等がない	30.5%	31.6%	60.0%	33.3%	23.1%	28.9%
コストが負担できない	28.9%	36.8%	20.0%	44.4%	28.2%	26.7%
導入の効果が分からない、評価できない	27.3%	26.3%	40.0%	33.3%	28.2%	22.2%
個人情報漏洩のおそれがある	22.7%	10.5%	-	11.1%	20.5%	31.1%
業務内容に合ったIT技術や製品がない	17.2%	36.8%	30.0%	22.2%	12.8%	11.1%
IT導入の旗振り役がない	10.9%	21.1%	10.0%	22.2%	10.3%	6.7%
技術、ノウハウの流出のおそれがある	9.4%	-	10.0%	33.3%	7.7%	8.9%
その他	5.5%	15.8%	10.0%	11.1%	2.6%	2.2%
課題はない	18.8%	15.8%	10.0%	22.2%	17.9%	20.0%

◆「その他」の回答

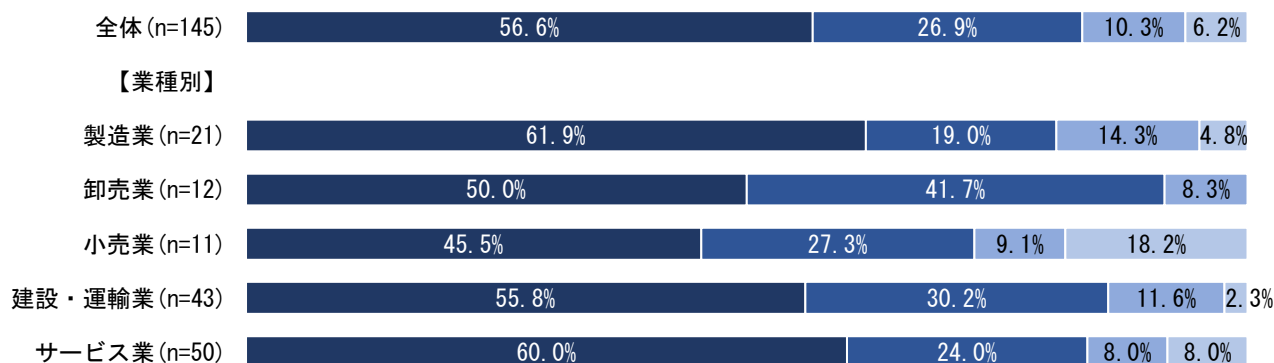
自社開発に時間がかかる（製造業） / ITで解決しない（製造業） / 現状での大きなメリットがない（製造業） / 全て本社主導です（小売業） / 業務連携（建設業）

6. 災害時の事業の継続

(1) 災害時に事業を継続するための準備（業種別）

全体では、「特に準備はしていない」が56.6%と最も高く、「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」が26.9%、「災害時の事業の継続について検討したことはある」が10.3%、「十分に準備をしている」が6.2%と続いている。

半数以上の事業者が、災害時に事業を継続するための準備をしていないことが読み取れる。

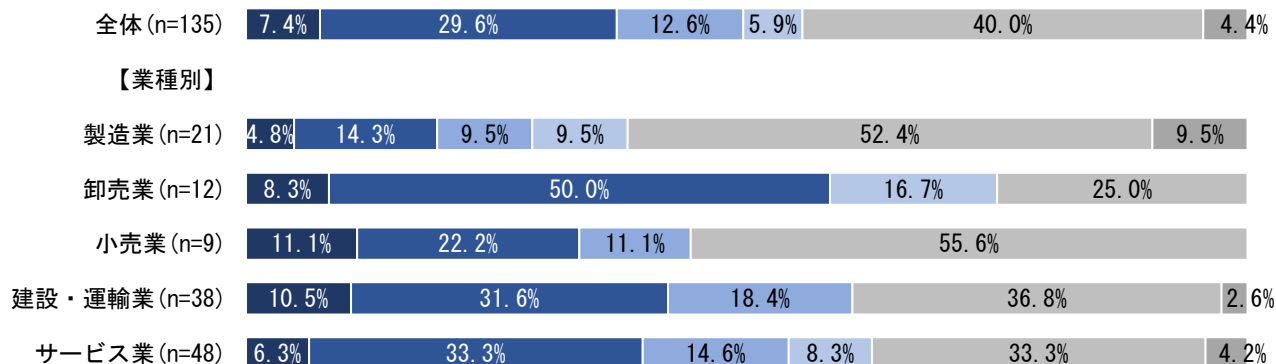


- 特に準備はしていない
- 防災グッズを社内に準備するなど一定の準備はしているが、事業の継続については検討していない
- 災害時の事業の継続について検討したことはある
- 十分に準備をしている
- その他

(2) 「事業継続力強化計画」について（業種別）

全体では、「特に興味はない（準備の必要はない）」が40.0%と最も高く、「商工会議所や専門家の支援があれば作成してみたい」が29.6%、「興味はあるので詳しく知りたい」が12.6%、「この機会に作成してみたい」が7.4%、「既に準備を行っているので必要ない」が5.9%と続いている。

半数以上の事業者が「事業継続力強化計画」について興味を持っていることが読み取れる。



- 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

◆ 「その他」の回答

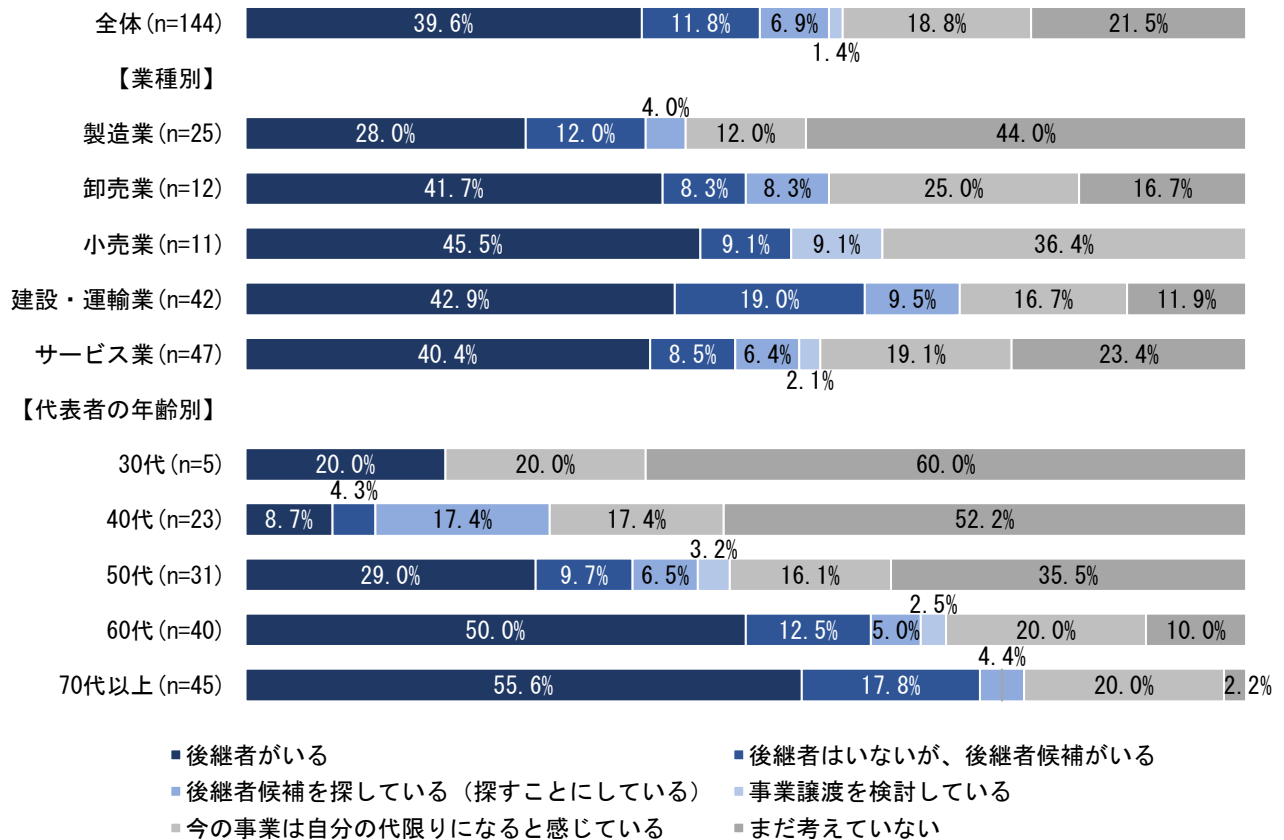
専門店の高齢化もあり未定（製造業） / 落ち着いたら（製造業） / 内容を知らない（建設業） / 準備に充当できる時間的余裕がない（専門・技術サービス業） / わからない（その他の業種）

7. 事業承継

(1) 後継者について（業種別・代表者の年齢別）

全体では、「後継者がいる」が39.6%と最も高く、「まだ考えていない」が21.5%、「今の事業は自分の代限りになると感じている」が18.8%、「後継者はいないが、後継者候補がいる」が11.8%、「後継者候補を探している（探すことにしている）」が6.9%、「事業譲渡を検討している」が1.4%と続いている。「後継者がいる」と「後継者はいないが、後継者候補がいる」を合わせた『後継者（候補）がいる』は51.4%となっている。

業種別では、小売業で「今の事業は自分の代限りになると感じている」が36.4%と高くなっている。代表者の年齢別では『後継者（候補）がいる』は、代表者の年齢が上がるほど高くなる傾向にある（一部年代を除く）。



(2) 事業承継にあたっての課題（業種別）

全体では、「自社の経営理念・方針の維持」が41.3%と最も高く、「取引先との関係」が40.0%、「後継者の性格・資質」が26.7%、「自社株式の承継」が24.0%と続いている。

業種別では、製造業と卸売業では「取引先との関係」が、小売業では「相続税・贈与税」がそれぞれ最も高くなっている。

	全体 n=75	製造業 n=10	卸売業 n=7	小売業 n=5	建設・ 運輸業 n=26	サービス 業 n=24
自社の経営理念・方針の維持	41.3%	50.0%	42.9%	0.0%	42.3%	41.7%
取引先との関係	40.0%	70.0%	71.4%	20.0%	30.8%	33.3%
後継者の性格・資質	26.7%	40.0%	42.9%	0.0%	23.1%	25.0%
自社株式の承継	24.0%	0.0%	14.3%	40.0%	38.5%	16.7%
相続税・贈与税	17.3%	0.0%	0.0%	60.0%	19.2%	20.8%
従業員の待遇	9.3%	0.0%	0.0%	20.0%	7.7%	12.5%

(3) 今の事業は自分の代限りになる理由（業種別）

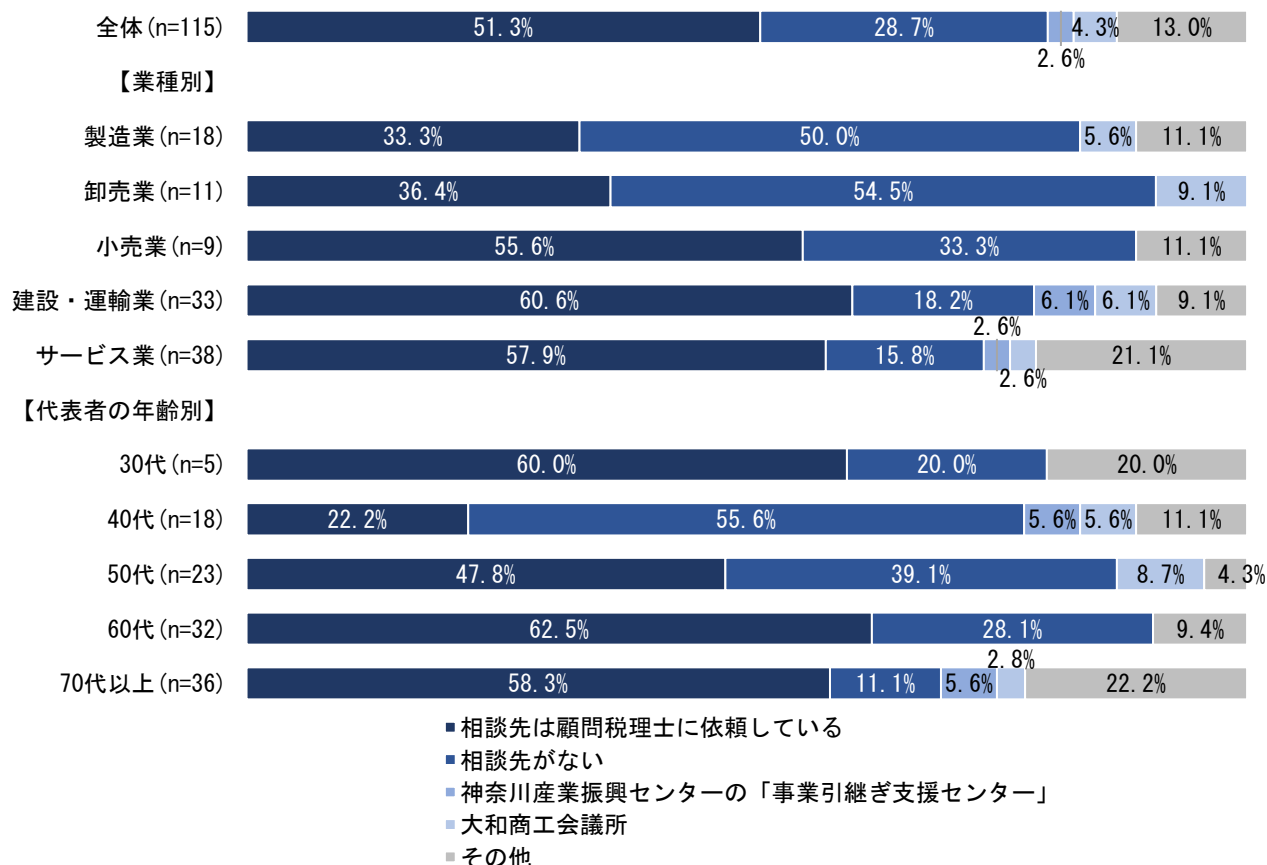
全体では、「後継者がいない」が54.2%と最も高く、「事業を取り巻く環境が厳しいのでこれ以上の継続が困難」が29.2%、「体力の限界」が25.0%、「後継者候補に事業を継ぐ意思がない」と「事業や市場に将来性がない」がそれぞれ20.8%と続いている。

	全体 n=24	製造業 n=2	卸売業 n=3	小売業 n=4	建設・ 運輸業 n=7	サービス 業 n=7
後継者がいない	54.2%	0.0%	100.0%	50.0%	71.4%	28.6%
事業を取り巻く環境が厳しいのでこれ以上の継続が困難	29.2%	100.0%	0.0%	50.0%	28.6%	14.3%
体力の限界	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	14.3%	42.9%
後継者候補に事業を継ぐ意思がない	20.8%	50.0%	0.0%	0.0%	14.3%	42.9%
事業や市場に将来性がない	20.8%	0.0%	33.3%	50.0%	14.3%	14.3%
その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(4) 事業承継についての相談先（業種別・代表者の年齢別）

全体では、「相談先は顧問税理士に依頼している」が51.3%と最も高く、「相談先がない」が28.7%、「大和商工会議所」が4.3%と続いている。3割近くの事業者が、事業承継についての相談先を持っていないことがわかる。

業種別では「相談先がない」は、製造業で50.0%、卸売業で54.5%と半数以上となっている。



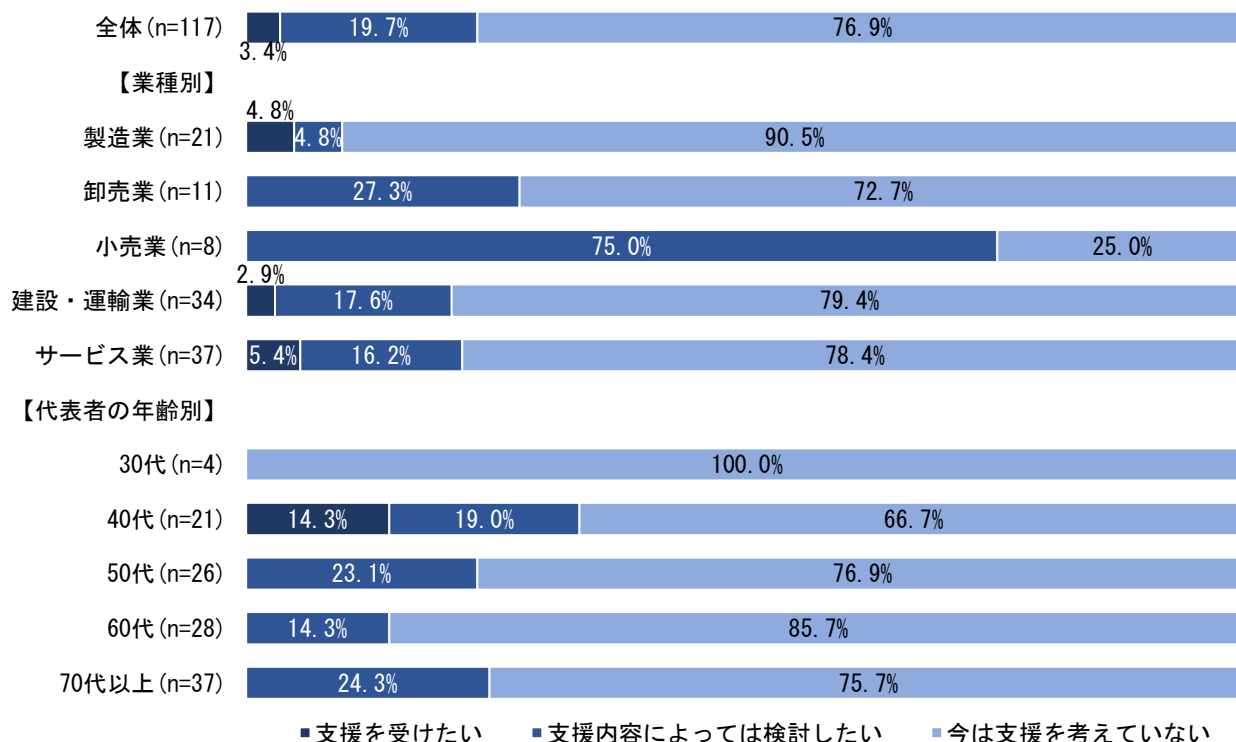
◆「その他」の回答

代表者がまだ40代のため、相談はしていない（製造業） / 現時点では考えていません（小売業） / 既に継承している（建設業） / 今はまだ相談する段階ではない（不動産業・生活関連サービス業） / 準備していない（専門・技術サービス業） / 自己判断（その他サービス業） / 大和市（その他の業種）

(5) 商工会議所に事業承継の支援を希望するか（業種別）

全体では、「支援を受けたい」が3.4%、「支援内容によっては検討したい」が19.7%、「今は支援を考えていない」が76.9%となっている。

業種別では、小売業で「支援内容によっては検討したい」が75.0%と高くなっている。



8. 商工会議所の活動

(1) 参加したいセミナー（業種別）

全体では、「補助金活用セミナー」が43.7%と最も高く、「IT導入関連セミナー」が27.2%、「事業継続力強化セミナー」が25.2%、「事業計画策定セミナー」が22.3%と続いている。

	全体 n=103	製造業 n=16	卸売業 n=9	小売業 n=9	建設・ 運輸業 n=29	サービス 業 n=36
補助金活用セミナー	43.7%	37.5%	44.4%	33.3%	41.4%	47.2%
IT導入関連セミナー	27.2%	18.8%	44.4%	33.3%	31.0%	22.2%
事業継続力強化セミナー	25.2%	25.0%	44.4%	0.0%	37.9%	16.7%
事業計画作成セミナー	22.3%	18.8%	33.3%	22.2%	27.6%	19.4%
販路開拓セミナー	22.3%	31.3%	33.3%	33.3%	3.4%	30.6%
事業承継セミナー	17.5%	6.3%	33.3%	11.1%	24.1%	13.9%
財務分析セミナー	16.5%	12.5%	22.2%	22.2%	17.2%	13.9%
働き方改革セミナー	15.5%	18.8%	0.0%	22.2%	17.2%	13.9%
人材活用セミナー	14.6%	25.0%	11.1%	11.1%	17.2%	11.1%
その他	2.9%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%

◆「その他」の回答

市内高齢者のデータバンク（製造業） / オンライン関係セミナー（不動産業・生活関連サービス業）
/ 大和市の歴史に関するセミナー（専門・技術サービス業）

(2) ご要望等

業種	回答
製造業	いつも大変お世話になっており、ありがとうございます。今後ともよろしく願いいたします
製造業	特にありませんが、新型コロナウイルス感染が終息して社会が通常に戻ることを切に願っています
卸売業	いつもお世話になりまして有難うございます
小売業	規制改革の努力を行っていただきたい
建設業	同年代での交流があると良いと思います。異業種であって同世代だと話も合うのではないかと。世の中の変化をどう感じているのかまた、どう対応しているのか会話してみたい
建設業	細やかな企画が最近多くなり会議所に信頼を寄せ始めていますよ
建設業	パソコン教室などでお世話になっております。今後とも宜しく願いいたします
建設業	当社は若手人材の確保が喫緊の課題なので中小企業が集まって就活イベントのようなものを企画して頂けたらと思います

建設業	アンケートの間が多すぎてゆっくり対応（お答えが）できない。人材の投資ができない。ショールーム的な場所を確保したい。物件の候補あり。そのときに相談に乗って頂きたい
建設業	問 14 などは私ではなく、後継者に行かせたほうが良いと思う
建設業	いつも頼りにしております
建設業	FAX ではなくメールにしてほしい
飲食サービス業	80 歳まであと 11 ヶ月。病気しなければ 1～2 年続けようと思っている。この場所で和食をしたい職人さんがいますが。早く渡したいと思いますが自分はどうするか？家がありますが、妻との年金 1 ヶ月 11 万円では……。創業 1970 年 50 年間頑張ってきたから区切りをつけるときかも
情報通信業	いつもご支援いただき誠にありがとうございます。今後とも何卒よろしく願いいたします
不動産業・生活関連サービス業	平日昼間の開催が多いので夜の時間で開催してもらえると参加しやすい
不動産業・生活関連サービス業	WEB 会議システムを導入してほしい
不動産業・生活関連サービス業	視点を変えた見解その他を聞きたい。他の地区、地方の各企業の活動方法が知りたい
専門・技術サービス業	関与先がたくさん助けて頂いており感謝しております。地域のイベント（桜ヶ丘朝市）が大変良く励みになりました。やまと商店会どっとこむのみなおしを頂きたいです。（廃業している会員様のページが残っていましたので）。もし、通信料の節約になりますときは弊社へのご連絡はメールにさせていただけますと嬉しく思います。アンケートはワードのメール添付ですと助かります
専門・技術サービス業	いつもお世話になっております
専門・技術サービス業	現在 Web やホームページなどを活用したピーアールを検討しています。しかしながら IT スキルがないため、具体化できていません。先日「動画を活用したピーアールの勉強会」案内があり、応募しましたが定員オーバーで落選しました。今後出来ればホームページ作成や活用などの勉強会を開催性いただけたらありがたいです。
その他サービス業	ありがとうございます
その他サービス業	このようなアンケートはメールなど IT で行いたい
-	企業が育つ大和で欲しい

9. 総括

本アンケートは、新型コロナウイルス感染症の影響下にて実施された。

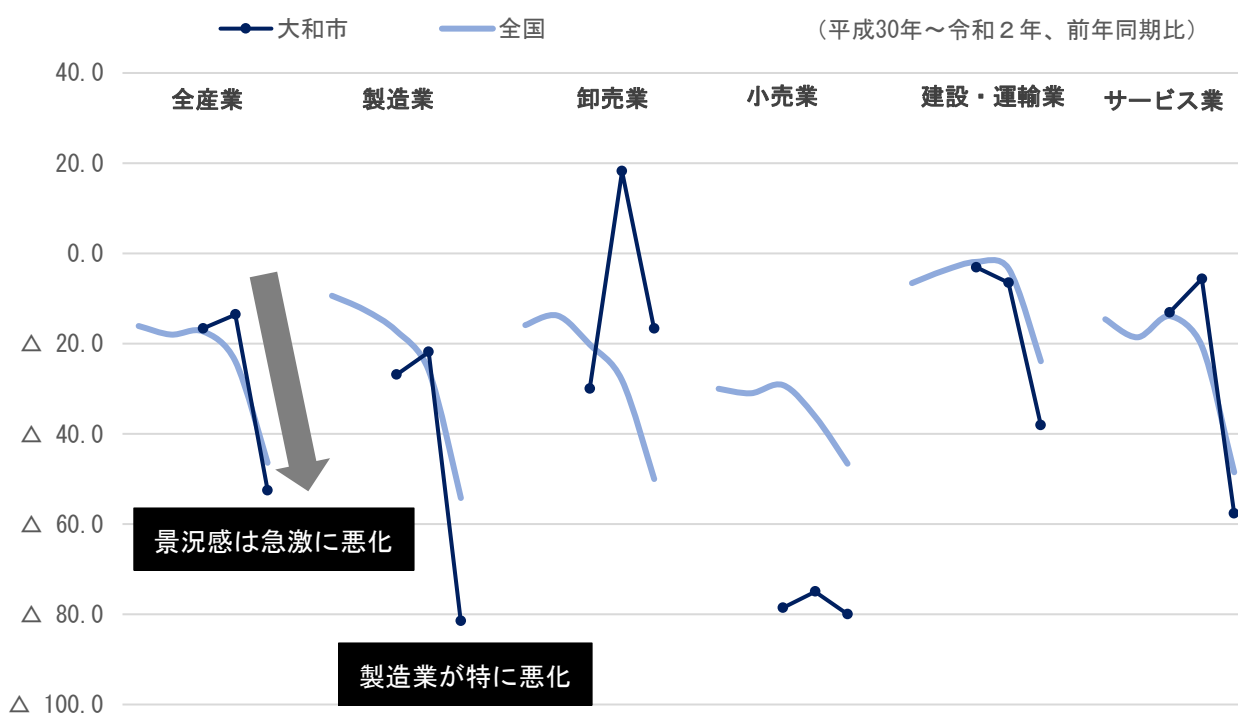
そこで、新型コロナウイルスによる影響を中心に総括をまとめ、今の管内事業者の状況や、それに伴い必要とされている支援を明確化させる。

(1) 景況感は急激に悪化

はじめに、景況感D Iを確認する。

下記グラフの全産業をみると、景況感D Iは急激に悪化していることがわかる。

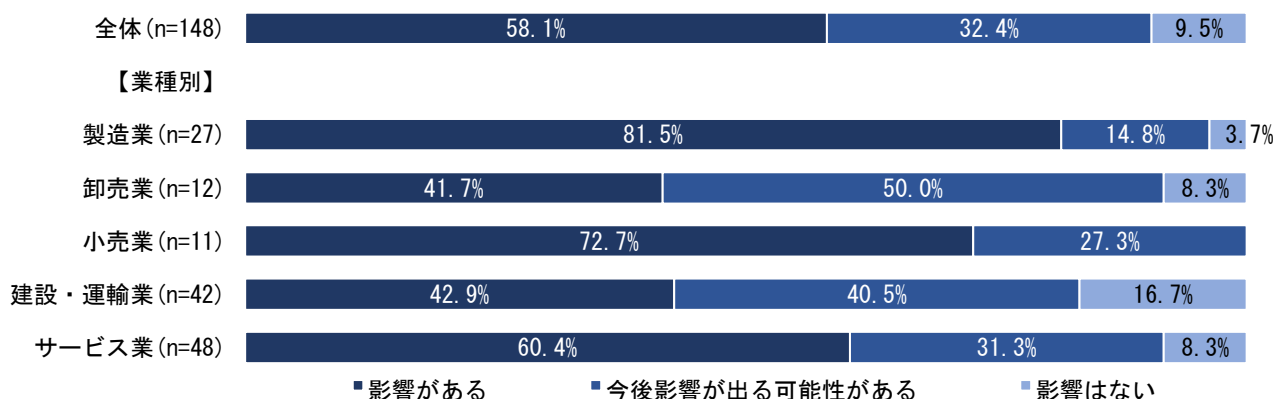
業種別にみても、すべての業種で昨年調査時よりも悪化している。特に、製造業は悪化割合が大きく、さらに全国値と比較しても景況感が悪い状況となっている。



(2) 約6割の事業者が新型コロナウイルス感染症の影響を受けている

新型コロナウイルス感染症の経営への影響をみると、「影響がある」が58.1%となっている。

業種別では、製造業でこの割合が81.5%となっている。



(3) 半数の事業者が「販売促進・販路開拓、または営業活動」や「業務の効率化」を課題に

経営上の問題点/課題をみると、「販売促進・販路開拓、または営業活動」と「業務の効率化」がそれぞれ50.0%と最も高くなっている。

なお、平時であれば「業務の効率化」が5割にのぼることは一般的に考えられない。景況感が悪いなかで、業務効率化により事業を維持させたいと考えている事業者が多いと推測できる。

	全体 n=148	製造業 n=25	卸売業 n=12	小売業 n=11	建設・ 運輸業 n=43	サービス 業 n=50
販売促進・販路開拓、または営業活動	50.0%	60.0%	66.7%	45.5%	34.9%	58.0%
業務の効率化	50.0%	44.0%	25.0%	45.5%	58.1%	56.0%
人材・人員確保	42.6%	44.0%	25.0%	18.2%	62.8%	34.0%
新型コロナウイルス感染症への対応	29.7%	28.0%	8.3%	36.4%	25.6%	34.0%
新製品・サービスの開発	29.1%	32.0%	58.3%	54.5%	9.3%	30.0%
資金繰り対策	23.6%	32.0%	33.3%	18.2%	20.9%	22.0%
自社の強みの把握・活用	21.6%	12.0%	25.0%	27.3%	23.3%	24.0%
既存の製品・サービスの改善	19.6%	16.0%	16.7%	36.4%	11.6%	24.0%
原材料や商品の仕入単価の上昇	19.6%	16.0%	50.0%	27.3%	20.9%	12.0%
事業承継・廃業・M&A・人材育成	18.9%	12.0%	33.3%	9.1%	20.9%	18.0%
顧客ニーズの把握	18.2%	16.0%	16.7%	9.1%	11.6%	30.0%
建物・設備等の老朽化	16.9%	28.0%	25.0%	9.1%	14.0%	14.0%
ITの利活用（キャッシュレス対応等）	14.9%	0.0%	16.7%	27.3%	9.3%	24.0%
ブランディング	6.8%	4.0%	0.0%	18.2%	0.0%	14.0%
キャッシュレス対応	3.4%	4.0%	0.0%	9.1%	0.0%	6.0%
その他	4.1%	0.0%	8.3%	9.1%	2.3%	6.0%

(4) 生産性向上への注目が集まる

前項では、管内の多くの事業者が「業務の効率化」を課題として挙げていることがわかった。そこで、次に、生産性向上への取組（実施している取組）の回答をみる。

分析のために、昨年の回答と比較すると、今期（今回のアンケート）ではすべての項目でR1冬（前回のアンケート）よりも回答割合が高まっていることがわかる。

このなかで差が15ポイント以上のものを探すと、「顧客満足度のアップ」、「既存製品・サービスの営業強化」、「仕入等の効率化」、「既存設備の更新、新設備の導入」、「在宅勤務等、柔軟な働き方の導入」となっており、基本的にはコロナ禍においても、既存のビジネスの延長線上で生産性を向上させている（経営力を向上させている）事業者が多いことが読み取れる。

	今期 n=148	R1冬 n=124	
売上アップ	顧客満足度のアップ	56.1%	34.7%
	新たな販路開拓	42.6%	36.3%
	既存製品・サービスの営業強化	39.2%	21.8%
	新製品・サービスの開発	22.3%	15.3%
	新分野・新規事業への進出	16.9%	16.1%
	既存店舗の改装	8.1%	5.6%
コスト削減	新店舗の出店	4.7%	2.4%
	経費の見直し	60.1%	46.0%
	ムダな作業・業務の削減	54.7%	43.5%
	IT導入による省力化	35.1%	27.4%
	仕入等の効率化	34.5%	16.9%
人材の確保	既存設備の更新、新設備の導入	28.4%	11.3%
	人材育成、スキルアップ	45.9%	33.1%
	適材適所の人材配置	39.2%	25.8%
	人材の確保	33.8%	19.4%
	女性の活躍推進	32.4%	19.4%
在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	高齢者の活躍推進	29.1%	21.8%
	在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	24.3%	8.9%

(5) IT を活用している事業者の方が利益体質となっている

生産性向上のためには、IT の活用が有効であることは言うまでもない。そこで、現在活用している IT 関連ツールやサービスについて、利益増加・横ばい事業者（前年同期比で利益が増加・横ばいの事業者）と利益減少事業者（前年同期比で利益が減少している事業者）にわけて分析する。

利益の向上（生産性向上）に直結するような「自社ホームページの開設」、「インターネット上での仕入・物品購入等の発注」、「自社ホームページでの受発注や予約」の回答割合に着目すると、3項目とも利益増加・横ばい事業者の方が若干高くなっていることがわかる。

	全体 n=144	増加・横ばい n=65	利益減少 n=75
電子メールの利用	89.6%	86.2%	92.0%
オフィスソフトの利用	79.9%	70.8%	88.0%
自社ホームページの開設	64.6%	66.2%	61.3%
インターネットバンキングの利用	52.8%	55.4%	53.3%
パッケージソフトの利用	52.1%	53.8%	52.0%
スマートフォン、タブレット端末の活用	44.4%	46.2%	42.7%
インターネット上での仕入・物品購入等の発注	42.4%	43.1%	41.3%
WEB会議システム	41.7%	40.0%	44.0%
SNSの利用	32.6%	27.7%	36.0%
自社ホームページでの受発注や予約	22.9%	24.6%	22.7%
クラウドサービスの利用	19.4%	20.0%	18.7%

なお、IT の導入・利用を進めようとする際の課題をみると、「適切なアドバイザー等がない」(30.5%) が2番目に多い回答となっている。商工会議所に対しては、この課題解決に向けた支援が求められるところであろうと考えられる。

	全体 n=128	製造業 n=19	卸売業 n=10	小売業 n=9	建設・運輸業 n=39	サービス業 n=45
ITを使いこなせない	32.8%	21.1%	30.0%	44.4%	28.2%	42.2%
適切なアドバイザー等がない	30.5%	31.6%	60.0%	33.3%	23.1%	28.9%
コストが負担できない	28.9%	36.8%	20.0%	44.4%	28.2%	26.7%
導入の効果が分からない、評価できない	27.3%	26.3%	40.0%	33.3%	28.2%	22.2%
個人情報漏洩のおそれがある	22.7%	10.5%	-	11.1%	20.5%	31.1%
業務内容に合ったIT技術や製品がない	17.2%	36.8%	30.0%	22.2%	12.8%	11.1%
IT導入の旗振り役がない	10.9%	21.1%	10.0%	22.2%	10.3%	6.7%
技術、ノウハウの流出のおそれがある	9.4%	-	10.0%	33.3%	7.7%	8.9%
その他	5.5%	15.8%	10.0%	11.1%	2.6%	2.2%
課題はない	18.8%	15.8%	10.0%	22.2%	17.9%	20.0%

IV 参考資料

1. 集計表

【問 1 現在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・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
好転	10	6.7%	1	3.7%	3	25.0%	0	0.0%	3	7.1%	2	3.8%
不変	51	34.0%	3	11.1%	4	33.3%	2	20.0%	20	47.6%	18	34.6%
悪化	89	59.3%	23	85.2%	5	41.7%	8	80.0%	19	45.2%	32	61.5%
DI	△ 52.6		△ 81.5		△ 16.7		△ 80.0		△ 38.1		△ 57.7	
合計	150	100.0%	27	100.0%	12	100.0%	10	100.0%	42	100.0%	52	100.0%

【問 1 現在の経営環境等の状況 売上高】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
増加	19	12.4%	1	3.7%	3	25.0%	2	18.2%	6	14.0%	5	9.4%
不変	39	25.5%	4	14.8%	4	33.3%	0	0.0%	14	32.6%	15	28.3%
減少	95	62.1%	22	81.5%	5	41.7%	9	81.8%	23	53.5%	33	62.3%
DI	△ 49.7		△ 77.8		△ 16.7		△ 63.6		△ 39.5		△ 52.9	
合計	153	100.0%	27	100.0%	12	100.0%	11	100.0%	43	100.0%	53	100.0%

【問 1 現在の経営環境等の状況 引き合い／客数】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
増加	12	7.9%	1	3.7%	3	25.0%	0	0.0%	4	9.5%	3	5.8%
不変	56	37.1%	6	22.2%	4	33.3%	2	18.2%	23	54.8%	18	34.6%
減少	83	55.0%	20	74.1%	5	41.7%	9	81.8%	15	35.7%	31	59.6%
DI	△ 47.1		△ 70.4		△ 16.7		△ 81.8		△ 26.2		△ 53.8	
合計	151	100.0%	27	100.0%	12	100.0%	11	100.0%	42	100.0%	52	100.0%

【問 1 現在の経営環境等の状況 単価】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
上昇	5	3.3%	0	0.0%	1	8.3%	1	9.1%	1	2.4%	2	3.8%
不変	108	71.5%	20	74.1%	8	66.7%	7	63.6%	30	71.4%	38	73.1%
低下	38	25.2%	7	25.9%	3	25.0%	3	27.3%	11	26.2%	12	23.1%
DI	△ 21.9		△ 25.9		△ 16.7		△ 18.2		△ 23.8		△ 19.3	
合計	151	100.0%	27	100.0%	12	100.0%	11	100.0%	42	100.0%	52	100.0%

【問 1 現在の経営環境等の状況 原材料・商品仕入単価】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
低下	1	0.7%	1	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
不変	103	71.0%	20	76.9%	6	50.0%	6	54.5%	25	61.0%	40	83.3%
上昇	41	28.3%	5	19.2%	6	50.0%	5	45.5%	16	39.0%	8	16.7%
DI	△ 27.6		△ 15.4		△ 50.0		△ 45.5		△ 39.0		△ 16.7	
合計	145	100.0%	26	100.0%	12	100.0%	11	100.0%	41	100.0%	48	100.0%

【問 1 現在の経営環境等の状況 採算（経常利益）】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
好転	10	6.6%	1	3.8%	2	16.7%	1	8.3%	2	4.8%	3	5.8%
不変	58	38.4%	5	19.2%	6	50.0%	3	25.0%	19	45.2%	22	42.3%
悪化	83	55.0%	20	76.9%	4	33.3%	8	66.7%	21	50.0%	27	51.9%
DI	△ 48.4		△ 73.1		△ 16.6		△ 58.4		△ 45.2		△ 46.1	
合計	151	100.0%	26	100.0%	12	100.0%	12	100.0%	42	100.0%	52	100.0%

【問 1 現在の経営環境等の状況 資金繰り】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
好転	13	8.7%	2	7.4%	1	8.3%	0	0.0%	1	2.4%	8	16.0%
不変	87	58.0%	11	40.7%	9	75.0%	5	41.7%	29	69.0%	28	56.0%
悪化	50	33.3%	14	51.9%	2	16.7%	7	58.3%	12	28.6%	14	28.0%
DI	△ 24.6		△ 44.5		△ 8.4		△ 58.3		△ 26.2		△ 12.0	
合計	150	100.0%	27	100.0%	12	100.0%	12	100.0%	42	100.0%	50	100.0%

【問 1 現在の経営環境等の状況 従業員（含臨時・パート）】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
過剰	7	4.9%	1	4.0%	0	0.0%	1	9.1%	1	2.4%	4	8.5%
適正	104	72.7%	19	76.0%	9	81.8%	8	72.7%	27	64.3%	35	74.5%
不足	32	22.4%	5	20.0%	2	18.2%	2	18.2%	14	33.3%	8	17.0%
DI	△ 17.5		△ 16.0		△ 18.2		△ 9.1		△ 30.9		△ 8.5	
合計	143	100.0%	25	100.0%	11	100.0%	11	100.0%	42	100.0%	47	100.0%

【問 1 現在の経営環境等の状況 設備】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
過剰	5	3.5%	3	11.5%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	1	2.1%
適正	124	86.1%	20	76.9%	8	72.7%	8	80.0%	38	88.4%	44	93.6%
不足	15	10.4%	3	11.5%	3	27.3%	1	10.0%	5	11.6%	2	4.3%
DI	△ 6.9		0.0		△ 27.3		0.0		△ 11.6		△ 2.2	
合計	144	100.0%	26	100.0%	11	100.0%	10	100.0%	43	100.0%	47	100.0%

【問3 現在の経営上の問題点／課題】

	全産業 n=148		製造業 n=25		卸売業 n=12		小売業 n=11		建設・ 運輸業 n=43		サービス業 n=50	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
販売促進・販路開拓、または営業活動	74	50.0%	15	60.0%	8	66.7%	5	45.5%	15	34.9%	29	58.0%
人材・人員確保	63	42.6%	11	44.0%	3	25.0%	2	18.2%	27	62.8%	17	34.0%
自社の強みの把握・活用	32	21.6%	3	12.0%	3	25.0%	3	27.3%	10	23.3%	12	24.0%
業務の効率化	74	50.0%	11	44.0%	3	25.0%	5	45.5%	25	58.1%	28	56.0%
既存の製品・サービスの改善	29	19.6%	4	16.0%	2	16.7%	4	36.4%	5	11.6%	12	24.0%
新製品・サービスの開発	43	29.1%	8	32.0%	7	58.3%	6	54.5%	4	9.3%	15	30.0%
建物・設備等の老朽化	25	16.9%	7	28.0%	3	25.0%	1	9.1%	6	14.0%	7	14.0%
原材料や商品の仕入単価の上昇	29	19.6%	4	16.0%	6	50.0%	3	27.3%	9	20.9%	6	12.0%
事業承継・廃業・M&A・人材育成	28	18.9%	3	12.0%	4	33.3%	1	9.1%	9	20.9%	9	18.0%
ITの利活用（キャッシュレス対応等）	22	14.9%	0	0.0%	2	16.7%	3	27.3%	4	9.3%	12	24.0%
ブランディング	10	6.8%	1	4.0%	0	0.0%	2	18.2%	0	0.0%	7	14.0%
顧客ニーズの把握	27	18.2%	4	16.0%	2	16.7%	1	9.1%	5	11.6%	15	30.0%
資金繰り対策	35	23.6%	8	32.0%	4	33.3%	2	18.2%	9	20.9%	11	22.0%
キャッシュレス対応	5	3.4%	1	4.0%	0	0.0%	1	9.1%	0	0.0%	3	6.0%
新型コロナウイルス感染症への対応	44	29.7%	7	28.0%	1	8.3%	4	36.4%	11	25.6%	17	34.0%
その他	6	4.1%	0	0.0%	1	8.3%	1	9.1%	1	2.3%	3	6.0%

【問4 新型コロナウイルス感染症の経営への影響について】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・ 運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
影響がある	86	58.1%	22	81.5%	5	41.7%	8	72.7%	18	42.9%	29	60.4%
今後影響が出る可能性がある	48	32.4%	4	14.8%	6	50.0%	3	27.3%	17	40.5%	15	31.3%
影響はない	14	9.5%	1	3.7%	1	8.3%	0	0.0%	7	16.7%	4	8.3%
合計	148	100.0%	27	100.0%	12	100.0%	11	100.0%	42	100.0%	48	100.0%

【問5 どんな影響か】

	全産業 n=98		製造業 n=23		卸売業 n=6		小売業 n=9		建設・ 運輸業 n=22		サービス業 n=34	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
売上の減少	80	81.6%	23	100.0%	3	50.0%	7	77.8%	18	81.8%	27	79.4%
営業時間（日数）の減少	17	17.3%	1	4.3%	0	0.0%	3	33.3%	1	4.5%	11	32.4%
材料や資材の仕入れが困難	3	3.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.1%	1	2.9%
資金繰りの悪化	19	19.4%	5	21.7%	2	33.3%	1	11.1%	4	18.2%	7	20.6%
取引先が事業停止や倒産した	10	10.2%	4	17.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.5%	5	14.7%
イベント、展示会の延期・中止	21	21.4%	3	13.0%	3	50.0%	3	33.3%	3	13.6%	7	20.6%
商談の延期・中止	37	37.8%	11	47.8%	2	33.3%	3	33.3%	13	59.1%	8	23.5%
出張の延期・中止	12	12.2%	3	13.0%	2	33.3%	1	11.1%	0	0.0%	5	14.7%
その他	8	8.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%	2	9.1%	5	14.7%

【問6 新型コロナウイルスに関連した、国・県・市、金融機関の支援策の利用】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・ 運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
利用した	99	65.1%	23	85.2%	9	75.0%	5	50.0%	31	72.1%	29	55.8%
今後利用する可能性がある	20	13.2%	1	3.7%	3	25.0%	2	20.0%	5	11.6%	7	13.5%
利用する予定はない	33	21.7%	3	11.1%	0	0.0%	3	30.0%	7	16.3%	16	30.8%
合計	152	100.0%	27	100.0%	12	100.0%	10	100.0%	43	100.0%	52	100.0%

【問7 利用した支援策】

	全産業 n=98		製造業 n=22		卸売業 n=9		小売業 n=5		建設・ 運輸業 n=31		サービス業 n=29	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
持続化給付金	80	81.6%	17	77.3%	9	100.0%	3	60.0%	26	83.9%	23	79.3%
家賃支援給付金	28	28.6%	8	36.4%	2	22.2%	2	40.0%	4	12.9%	12	41.4%
雇用維持給付金（市）	10	10.2%	1	4.5%	2	22.2%	0	0.0%	4	12.9%	3	10.3%
雇用調整助成金	22	22.4%	4	18.2%	2	22.2%	0	0.0%	7	22.6%	9	31.0%
小学校休業等対応助成金・ 支援金	2	2.0%	1	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%
小規模事業者持続化補助金	6	6.1%	1	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.2%	3	10.3%
神奈川県新型コロナウイルス 感染症拡大防止協力金 （第1弾）	6	6.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.2%	5	17.2%
新型コロナウイルス感染症 拡大防止協力金（第2弾）	4	4.1%	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	10.3%
新型コロナウイルス感染症 の影響に伴う国民健康保険 税の減税	2	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.5%	0	0.0%
神奈川県中小企業・小規模 企業再起促進事業費補助金	4	4.1%	1	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.5%	1	3.4%
神奈川県中小企業・小規模 企業感染症対策事業費補助 金	4	4.1%	1	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	10.3%
ものづくり・商業・サービ ス生産性向上促進補助金	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
IT導入補助金2020	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
働き方改革推進支援助成金	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
日本政策金融公庫の実質無 利子・無担保融資	26	26.5%	6	27.3%	3	33.3%	0	0.0%	4	12.9%	12	41.4%
民間金融機関の実質無利 子・無担保融資	27	27.6%	7	31.8%	1	11.1%	2	40.0%	9	29.0%	7	24.1%

【問8 新型コロナウイルス感染症の影響で発生した課題】

	全産業 n=137		製造業 n=23		卸売業 n=11		小売業 n=11		建設・ 運輸業 n=36		サービス業 n=48	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
	事業内容の抜本的見直し	28	20.4%	2	8.7%	3	27.3%	3	27.3%	8	22.2%	10
新たな顧客の開拓	58	42.3%	10	43.5%	5	45.5%	4	36.4%	12	33.3%	25	52.1%
経費の削減	62	45.3%	13	56.5%	3	27.3%	3	27.3%	14	38.9%	25	52.1%
従業員の雇用維持	38	27.7%	9	39.1%	2	18.2%	1	9.1%	14	38.9%	12	25.0%
資金調達	35	25.5%	8	34.8%	4	36.4%	2	18.2%	6	16.7%	14	29.2%
従業員の感染防止策	83	60.6%	16	69.6%	1	9.1%	4	36.4%	28	77.8%	27	56.3%
在宅勤務体制への対応	24	17.5%	2	8.7%	2	18.2%	1	9.1%	4	11.1%	13	27.1%
(非接触型の) 新たな営業活動の実施	36	26.3%	8	34.8%	3	27.3%	3	27.3%	6	16.7%	14	29.2%
(非接触型の) 新たな採用活動の実施	5	3.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	9.1%	2	5.6%	2	4.2%
新たな広報・宣伝手段の検討	34	24.8%	1	4.3%	5	45.5%	3	27.3%	5	13.9%	19	39.6%
代替品の確保	13	9.5%	3	13.0%	1	9.1%	0	0.0%	4	11.1%	4	8.3%
自社での原材料の生産	3	2.2%	0	0.0%	1	9.1%	0	0.0%	1	2.8%	0	0.0%

【問9 生産性向上のために既の実施している取組】

	全産業 n=148		製造業 n=26		卸売業 n=12		小売業 n=11		建設・ 運輸業 n=41		サービス業 n=51	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
	新たな販路開拓	63	42.6%	13	50.0%	9	75.0%	2	18.2%	14	34.1%	23
新分野・新規事業への進出	25	16.9%	3	11.5%	2	16.7%	2	18.2%	8	19.5%	7	13.7%
新店舗の出店	7	4.7%	0	0.0%	2	16.7%	0	0.0%	2	4.9%	3	5.9%
既存店舗の改装	12	8.1%	1	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	3	7.3%	8	15.7%
顧客満足度のアップ	83	56.1%	14	53.8%	5	41.7%	4	36.4%	22	53.7%	34	66.7%
既存製品・サービスの営業強化	58	39.2%	12	46.2%	4	33.3%	4	36.4%	11	26.8%	23	45.1%
新製品・サービスの開発	33	22.3%	5	19.2%	6	50.0%	2	18.2%	7	17.1%	10	19.6%
既存設備の更新、新設備の導入	42	28.4%	8	30.8%	1	8.3%	1	9.1%	11	26.8%	19	37.3%
仕入等の効率化	51	34.5%	10	38.5%	5	41.7%	4	36.4%	15	36.6%	14	27.5%
経費の見直し	89	60.1%	15	57.7%	7	58.3%	3	27.3%	27	65.9%	32	62.7%
ムダな作業・業務の削減	81	54.7%	13	50.0%	6	50.0%	3	27.3%	26	63.4%	29	56.9%
IT導入による省力化	52	35.1%	6	23.1%	3	25.0%	4	36.4%	15	36.6%	21	41.2%
適材適所の人材配置	58	39.2%	12	46.2%	2	16.7%	4	36.4%	21	51.2%	16	31.4%
人材育成、スキルアップ	68	45.9%	13	50.0%	4	33.3%	2	18.2%	23	56.1%	24	47.1%
女性の活躍推進	48	32.4%	4	15.4%	5	41.7%	2	18.2%	14	34.1%	20	39.2%
高齢者の活躍推進	43	29.1%	9	34.6%	5	41.7%	1	9.1%	19	46.3%	6	11.8%
在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	36	24.3%	6	23.1%	4	33.3%	1	9.1%	7	17.1%	15	29.4%
人材の確保	50	33.8%	8	30.8%	3	25.0%	2	18.2%	21	51.2%	15	29.4%

【問9 生産性向上のために今後強化したい取組】

	全産業 n=148		製造業 n=26		卸売業 n=12		小売業 n=11		建設・ 運輸業 n=41		サービス業 n=51	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
新たな販路開拓	101	68.2%	18	69.2%	12	100.0%	8	72.7%	22	53.7%	35	68.6%
新分野・新規事業への進出	62	41.9%	9	34.6%	7	58.3%	6	54.5%	13	31.7%	22	43.1%
新店舗の出店	20	13.5%	1	3.8%	5	41.7%	2	18.2%	6	14.6%	5	9.8%
既存店舗の改装	37	25.0%	3	11.5%	3	25.0%	4	36.4%	8	19.5%	18	35.3%
顧客満足度のアップ	105	70.9%	18	69.2%	11	91.7%	8	72.7%	25	61.0%	38	74.5%
既存製品・サービスの営業強化	85	57.4%	16	61.5%	11	91.7%	7	63.6%	16	39.0%	30	58.8%
新製品・サービスの開発	64	43.2%	12	46.2%	8	66.7%	5	45.5%	9	22.0%	26	51.0%
既存設備の更新、新設備の導入	64	43.2%	12	46.2%	5	41.7%	5	45.5%	13	31.7%	26	51.0%
仕入等の効率化	79	53.4%	17	65.4%	10	83.3%	7	63.6%	21	51.2%	20	39.2%
経費の見直し	107	72.3%	21	80.8%	10	83.3%	7	63.6%	31	75.6%	33	64.7%
ムダな作業・業務の削減	105	70.9%	18	69.2%	8	66.7%	7	63.6%	33	80.5%	34	66.7%
IT導入による省力化	75	50.7%	12	46.2%	8	66.7%	6	54.5%	17	41.5%	27	52.9%
適材適所の人材配置	74	50.0%	15	57.7%	6	50.0%	4	36.4%	23	56.1%	22	43.1%
人材育成、スキルアップ	92	62.2%	17	65.4%	10	83.3%	4	36.4%	25	61.0%	32	62.7%
女性の活躍推進	68	45.9%	5	19.2%	8	66.7%	5	45.5%	19	46.3%	27	52.9%
高齢者の活躍推進	48	32.4%	10	38.5%	6	50.0%	3	27.3%	15	36.6%	12	23.5%
在宅勤務等、柔軟な働き方の導入	42	28.4%	5	19.2%	3	25.0%	4	36.4%	10	24.4%	16	31.4%
人材の確保	80	54.1%	13	50.0%	7	58.3%	4	36.4%	25	61.0%	25	49.0%

【問10（1）01 現在活用しているIT関連ツールやサービス】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	n=144		n=23		n=12		n=10		n=41		n=50	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
電子メールの利用	129	89.6%	22	95.7%	10	83.3%	9	90.0%	36	87.8%	44	88.0%
オフィスソフト（文書作成、表計算など）の利用	115	79.9%	21	91.3%	8	66.7%	10	100.0%	31	75.6%	37	74.0%
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	75	52.1%	16	69.6%	6	50.0%	5	50.0%	20	48.8%	25	50.0%
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	28	19.4%	3	13.0%	0	0.0%	1	10.0%	8	19.5%	14	28.0%
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）	64	44.4%	8	34.8%	6	50.0%	3	30.0%	19	46.3%	23	46.0%
SNSの利用	47	32.6%	3	13.0%	3	25.0%	4	40.0%	13	31.7%	20	40.0%
自社ホームページの開設	93	64.6%	15	65.2%	7	58.3%	7	70.0%	22	53.7%	35	70.0%
自社ホームページでの受発注や予約	33	22.9%	3	13.0%	4	33.3%	3	30.0%	6	14.6%	12	24.0%
インターネット上での仕入・物品購入等の発注	61	42.4%	11	47.8%	5	41.7%	4	40.0%	17	41.5%	19	38.0%
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	76	52.8%	16	69.6%	6	50.0%	7	70.0%	20	48.8%	22	44.0%
WEB会議システム（Zoom、GoogleMeet等）	60	41.7%	12	52.2%	7	58.3%	5	50.0%	9	22.0%	23	46.0%

【問10（1）02 今後活用したいIT関連ツールやサービス】

	全産業 n=89		製造業 n=12		卸売業 n=10		小売業 n=5		建設・ 運輸業 n=24		サービス業 n=35	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
電子メールの利用	23	25.8%	5	41.7%	4	40.0%	0	0.0%	6	25.0%	6	17.1%
オフィスソフト（文書作成、表計算など）の利用	18	20.2%	5	41.7%	4	40.0%	0	0.0%	5	20.8%	2	5.7%
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	19	21.3%	4	33.3%	2	20.0%	0	0.0%	6	25.0%	5	14.3%
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	20	22.5%	2	16.7%	4	40.0%	0	0.0%	5	20.8%	7	20.0%
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）	30	33.7%	4	33.3%	3	30.0%	2	40.0%	6	25.0%	14	40.0%
SNSの利用	21	23.6%	1	8.3%	3	30.0%	0	0.0%	5	20.8%	11	31.4%
自社ホームページの開設	19	21.3%	3	25.0%	2	20.0%	2	40.0%	4	16.7%	7	20.0%
自社ホームページでの受発注や予約	26	29.2%	1	8.3%	3	30.0%	3	60.0%	9	37.5%	8	22.9%
インターネット上での仕入・物品購入等の発注	18	20.2%	4	33.3%	2	20.0%	1	20.0%	5	20.8%	4	11.4%
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	22	24.7%	4	33.3%	3	30.0%	0	0.0%	5	20.8%	8	22.9%
WEB会議システム（Zoom、GoogleMeet等）	20	22.5%	4	33.3%	1	10.0%	1	20.0%	6	25.0%	6	17.1%

【問10（2） ITの導入・利用を進めようとする際の課題】

	全産業 n=128		製造業 n=19		卸売業 n=10		小売業 n=9		建設・ 運輸業 n=39		サービス業 n=45	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
コストが負担できない	37	28.9%	7	36.8%	2	20.0%	4	44.4%	11	28.2%	12	26.7%
導入の効果が分からない、評価できない	35	27.3%	5	26.3%	4	40.0%	3	33.3%	11	28.2%	10	22.2%
業務内容に合ったIT技術や製品がない	22	17.2%	7	36.8%	3	30.0%	2	22.2%	5	12.8%	5	11.1%
IT導入の旗振り役がいらない	14	10.9%	4	21.1%	1	10.0%	2	22.2%	4	10.3%	3	6.7%
ITを使いこなせない	42	32.8%	4	21.1%	3	30.0%	4	44.4%	11	28.2%	19	42.2%
技術、ノウハウの流出のおそれがある	12	9.4%	0	0.0%	1	10.0%	3	33.3%	3	7.7%	4	8.9%
個人情報漏洩のおそれがある	29	22.7%	2	10.5%	0	0.0%	1	11.1%	8	20.5%	14	31.1%
適切なアドバイザー等がいらない	39	30.5%	6	31.6%	6	60.0%	3	33.3%	9	23.1%	13	28.9%
その他	7	5.5%	3	15.8%	1	10.0%	1	11.1%	1	2.6%	1	2.2%
課題はない	24	18.8%	3	15.8%	1	10.0%	2	22.2%	7	17.9%	9	20.0%

【問11 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・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	82	56.6%	13	61.9%	6	50.0%	5	45.5%	24	55.8%	30	60.0%
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	39	26.9%	4	19.0%	5	41.7%	3	27.3%	13	30.2%	12	24.0%
災害時の事業の継続について検討したことはある	15	10.3%	3	14.3%	1	8.3%	1	9.1%	5	11.6%	4	8.0%
十分に準備をしている	9	6.2%	1	4.8%	0	0.0%	2	18.2%	1	2.3%	4	8.0%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	145	100.0%	21	100.0%	12	100.0%	11	100.0%	43	100.0%	50	100.0%

【問12 「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・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	10	7.4%	1	4.8%	1	8.3%	1	11.1%	4	10.5%	3	6.3%
商工会議所や専門家の支援があれば作成してみたい	40	29.6%	3	14.3%	6	50.0%	2	22.2%	12	31.6%	16	33.3%
興味はあるので詳しく知りたい	17	12.6%	2	9.5%	0	0.0%	1	11.1%	7	18.4%	7	14.6%
既に準備を行っているので必要ない	8	5.9%	2	9.5%	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	4	8.3%
特に興味はない（準備の必要はない）	54	40.0%	11	52.4%	3	25.0%	5	55.6%	14	36.8%	16	33.3%
その他	6	4.4%	2	9.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.6%	2	4.2%
合計	135	100.0%	21	100.0%	12	100.0%	9	100.0%	38	100.0%	48	100.0%

【問13（1） 後継者について】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
後継者がいる	57	39.6%	7	28.0%	5	41.7%	5	45.5%	18	42.9%	19	40.4%
後継者はいないが、後継者候補がいる	17	11.8%	3	12.0%	1	8.3%	1	9.1%	8	19.0%	4	8.5%
後継者候補を探している（探すことにしている）	10	6.9%	1	4.0%	1	8.3%	0	0.0%	4	9.5%	3	6.4%
事業譲渡を検討している	2	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	9.1%	0	0.0%	1	2.1%
今の事業は自分の代限りになると感じている	27	18.8%	3	12.0%	3	25.0%	4	36.4%	7	16.7%	9	19.1%
まだ考えていない	31	21.5%	11	44.0%	2	16.7%	0	0.0%	5	11.9%	11	23.4%
合計	144	100.0%	25	100.0%	12	100.0%	11	100.0%	42	100.0%	47	100.0%

【問13（2） 事業承継にあたっての課題】

	全産業 n=75		製造業 n=10		卸売業 n=7		小売業 n=5		建設・ 運輸業 n=26		サービス業 n=24	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
	自社の経営理念・方針の維持	31	41.3%	5	50.0%	3	42.9%	0	0.0%	11	42.3%	10
自社株式の承継	18	24.0%	0	0.0%	1	14.3%	2	40.0%	10	38.5%	4	16.7%
相続税・贈与税	13	17.3%	0	0.0%	0	0.0%	3	60.0%	5	19.2%	5	20.8%
取引先との関係	30	40.0%	7	70.0%	5	71.4%	1	20.0%	8	30.8%	8	33.3%
従業員の待遇	7	9.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	2	7.7%	3	12.5%
後継者の性格・資質	20	26.7%	4	40.0%	3	42.9%	0	0.0%	6	23.1%	6	25.0%

【問13（3） 今の事業は自分の代限りになる理由】

	全産業 n=24		製造業 n=2		卸売業 n=3		小売業 n=4		建設・ 運輸業 n=7		サービス業 n=7	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
	後継者がいない	13	54.2%	0	0.0%	3	100.0%	2	50.0%	5	71.4%	2
後継者候補に事業を継ぐ意思がない	5	20.8%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	3	42.9%
体力の限界	6	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%	1	14.3%	3	42.9%
事業や市場に将来性がない	5	20.8%	0	0.0%	1	33.3%	2	50.0%	1	14.3%	1	14.3%
事業を取り巻く環境が厳しいのでこれ以上の継続が困難	7	29.2%	2	100.0%	0	0.0%	2	50.0%	2	28.6%	1	14.3%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

【問13（4） 事業承継の相談先】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・ 運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
	相談先は顧問税理士に依頼している	59	51.3%	6	33.3%	4	36.4%	5	55.6%	20	60.6%	22
相談先がない	33	28.7%	9	50.0%	6	54.5%	3	33.3%	6	18.2%	6	15.8%
神奈川産業振興センターの「事業引継ぎ支援センター」	3	2.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.1%	1	2.6%
大和商工会議所	5	4.3%	1	5.6%	1	9.1%	0	0.0%	2	6.1%	1	2.6%
その他	15	13.0%	2	11.1%	0	0.0%	1	11.1%	3	9.1%	8	21.1%
合計	115	100.0%	18	100.0%	11	100.0%	9	100.0%	33	100.0%	38	100.0%

【問13（5） 商工会議所に事業承継の支援を希望するか】

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
支援を受けたい	4	3.4%	1	4.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%	2	5.4%
支援内容によっては検討したい	23	19.7%	1	4.8%	3	27.3%	6	75.0%	6	17.6%	6	16.2%
今は支援を考えていない	90	76.9%	19	90.5%	8	72.7%	2	25.0%	27	79.4%	29	78.4%
合計	117	100.0%	21	100.0%	11	100.0%	8	100.0%	34	100.0%	37	100.0%

【問14 参加したいセミナー】

	全産業 n=103		製造業 n=16		卸売業 n=9		小売業 n=9		建設・運輸業 n=29		サービス業 n=36	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
事業計画作成セミナー	23	22.3%	3	18.8%	3	33.3%	2	22.2%	8	27.6%	7	19.4%
財務分析セミナー	17	16.5%	2	12.5%	2	22.2%	2	22.2%	5	17.2%	5	13.9%
人材活用セミナー	15	14.6%	4	25.0%	1	11.1%	1	11.1%	5	17.2%	4	11.1%
販路開拓セミナー	23	22.3%	5	31.3%	3	33.3%	3	33.3%	1	3.4%	11	30.6%
IT導入関連セミナー	28	27.2%	3	18.8%	4	44.4%	3	33.3%	9	31.0%	8	22.2%
補助金活用セミナー	45	43.7%	6	37.5%	4	44.4%	3	33.3%	12	41.4%	17	47.2%
事業承継セミナー	18	17.5%	1	6.3%	3	33.3%	1	11.1%	7	24.1%	5	13.9%
働き方改革セミナー	16	15.5%	3	18.8%	0	0.0%	2	22.2%	5	17.2%	5	13.9%
事業継続力強化セミナー	26	25.2%	4	25.0%	4	44.4%	0	0.0%	11	37.9%	6	16.7%
その他	3	2.9%	1	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.6%

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)	A. 製造業 B. 卸売業 C. 小売業 D. 建設業 E. 運輸業 F. 飲食サービス業 G. 情報通信業 H. 不動産業・生活関連サービス業 I. 金融業 J. 専門・技術サービス業 K. その他サービス業 L. その他の業種 ()
従業員数	A. 0人 B. 1~5人 C. 6~10人 D. 11~15人 E. 16~20人 F. 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。

景況感

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 (2019年4月~11月頃) と比べた 貴社の現状 (2020年4月~11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 ←	→ 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8 新型コロナウイルス感染症の影響で発生した課題について、該当番号すべてに○を付けてください。

売上減少によって発生した課題
1. 事業内容の抜本的見直し 2. 新たな顧客の開拓 3. 経費の削減 4. 従業員の雇用維持 5. 資金調達
事業活動の制限によって発生した課題
6. 従業員の感染防止策 7. 在宅勤務体制への対応 8. (非接触型の) 新たな営業活動の実施 9. (非接触型の) 新たな採用活動の実施 10. 新たな広報・宣伝手段の検討
原材料等の調達制限によって発生した課題
11. 代替品の確保 12. 自社での原材料の生産

生産性向上への取組み

問9 生産性向上のために以下の取組を実施していますか。また、今後(も)強化したいですか。それぞれ1つに○を付けてください。

		現在		今後	
		実施 している	実施 していない	強化 したい	強化 したくない
記入例			○	○	
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 ()					

ITの導入・利用について

問10 貴社におけるITの導入・利用について、お聞きします。

(1) 現在活用している 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
11. WEB会議システム（Zoom、Google Meet等）

(1) -2 今後活用したい 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
11. WEB会議システム（Zoom、Google Meet等）

(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

災害時の事業の継続

近年、大規模災害の頻発や感染症被害が拡大しています。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。

問11 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1つに○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（ ）

問 1 2 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）」の認定制度を開始しております。

「事業継続力強化計画」は手引きを活用する事により、専門知識が無い方でも作成することができ、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1つに○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（ |

事業承継について

帝国データバンクの「全国社長年齢分析（2020年）」によると、中小企業の経営者の年齢は60代以上が過半数です。つまり、経営者が高齢となるそれらの中小企業では、事業承継が喫緊の課題となっています。しかし、その課題を解決できず、問題として抱えている中小企業の経営者が多く存在するのが現状です。

問 1 3 事業承継について、お聞きします。

(1)後継者について、該当する番号を1つ選んで○を付けてください。

- | | |
|---------------------------|----------------------|
| 1. 後継者がある | 2. 後継者はいないが、後継者候補がいる |
| 3. 後継者候補を探している（探すことにしている） | 4. 事業譲渡を検討している |
| 5. 今の事業は自分の代限りになると感じている | 6. まだ考えていない |

(2)問 1 3 (1) で 1. 2. もしくは 3. に○を付けた方にお聞きします。

事業承継にあたっての課題について、該当する番号上位2つまでに○を付けてください。

- | | | |
|------------------|------------|--------------|
| 1. 自社の経営理念・方針の維持 | 2. 自社株式の承継 | 3. 相続税・贈与税 |
| 4. 取引先との関係 | 5. 従業員の待遇 | 6. 後継者の性格・資質 |

(3)問 1 3 (1) で 5. に○を付けた方にお聞きします。

今の事業は自分の代限りになる理由について、該当する番号上位2つまでに○を付けてください。

- | | | |
|-----------------|------------------------------|----------|
| 1. 後継者がいない | 2. 後継者候補に事業を継ぐ意思がない | 3. 体力の限界 |
| 4. 事業や市場に将来性がない | 5. 事業を取り巻く環境が厳しいのでこれ以上の継続が困難 | |
| 6. その他（ | | ） |

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

- | | |
|---|-----------|
| 1. 相談先は顧問税理士に依頼している | 2. 相談先がない |
| 3. 神奈川産業振興センターの「事業引継ぎ支援センター」
（後継者が不在の場合でもM&A、親族内・親族外承継については無料にて相談可能） | |
| 4. 大和商工会議所 | 5. その他（ |

(5)問 1 3 (4) について 商工会議所に事業承継の支援を希望するかお聞きします。

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

大和商工会議所の活動

**問14 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. 事業計画作成セミナー | 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. IT導入関連セミナー | 6. 補助金活用セミナー |
| 7. 事業承継セミナー | 8. 働き方改革セミナー | 9. 事業継続力強化セミナー |
| 10. その他（ | | ） |

問15 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。

