

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。

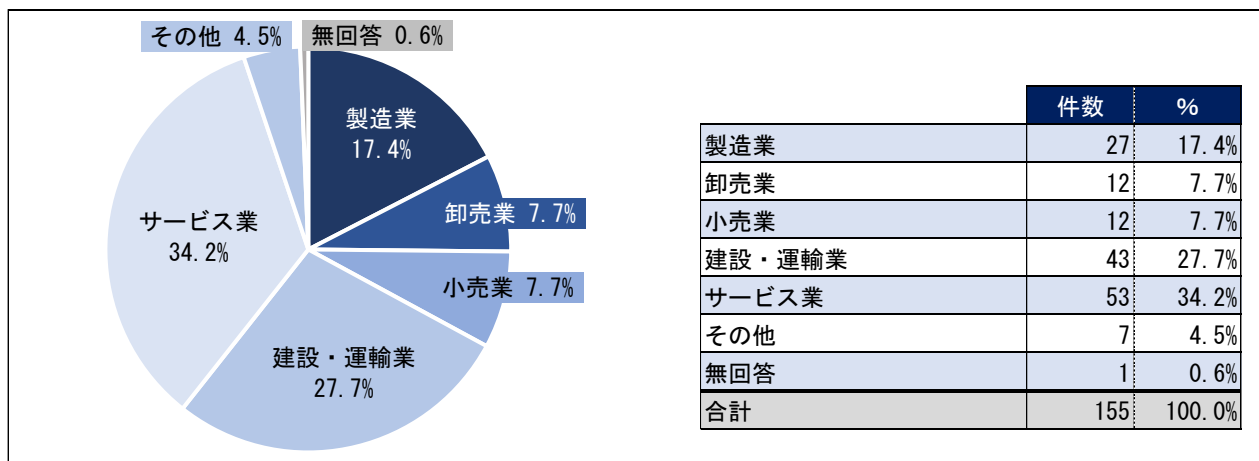
そこで、大和市の事業者の景況感や経営上の問題点に関するアンケート調査を行う。収集した情報は、事業者を提供するだけでなく、当所としても事業者に対する効果的な支援策の立案に役立てる。

アンケート調査概要

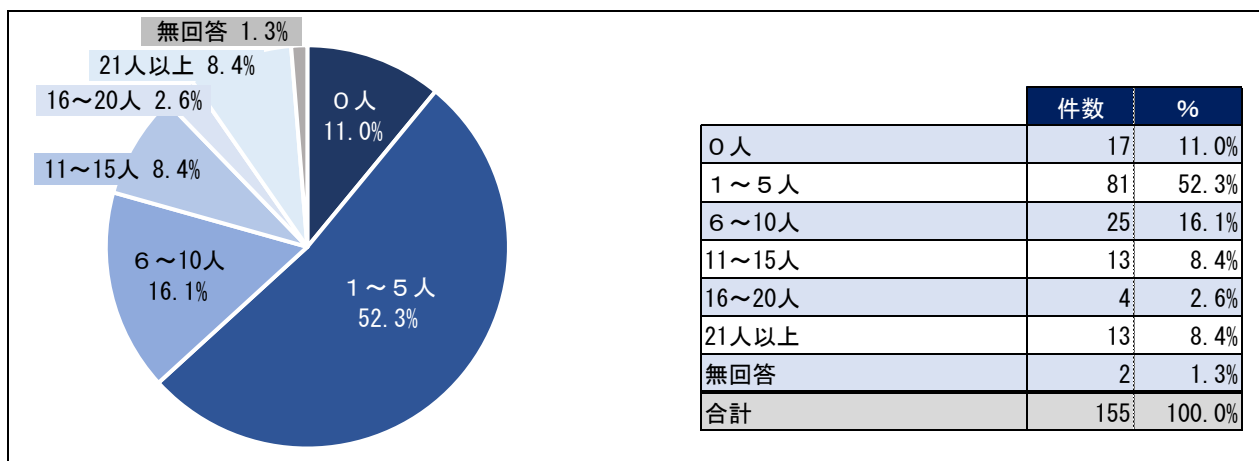
調査時期	令和2年11月17日～令和2年12月25日
調査対象	管内中小企業
調査方法	郵送配布 - メール・FAX・巡回訪問等による回収
回答数・回収率	155票・14.2%

回答者の属性

業種



従業員数



景況感D I の推移

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。

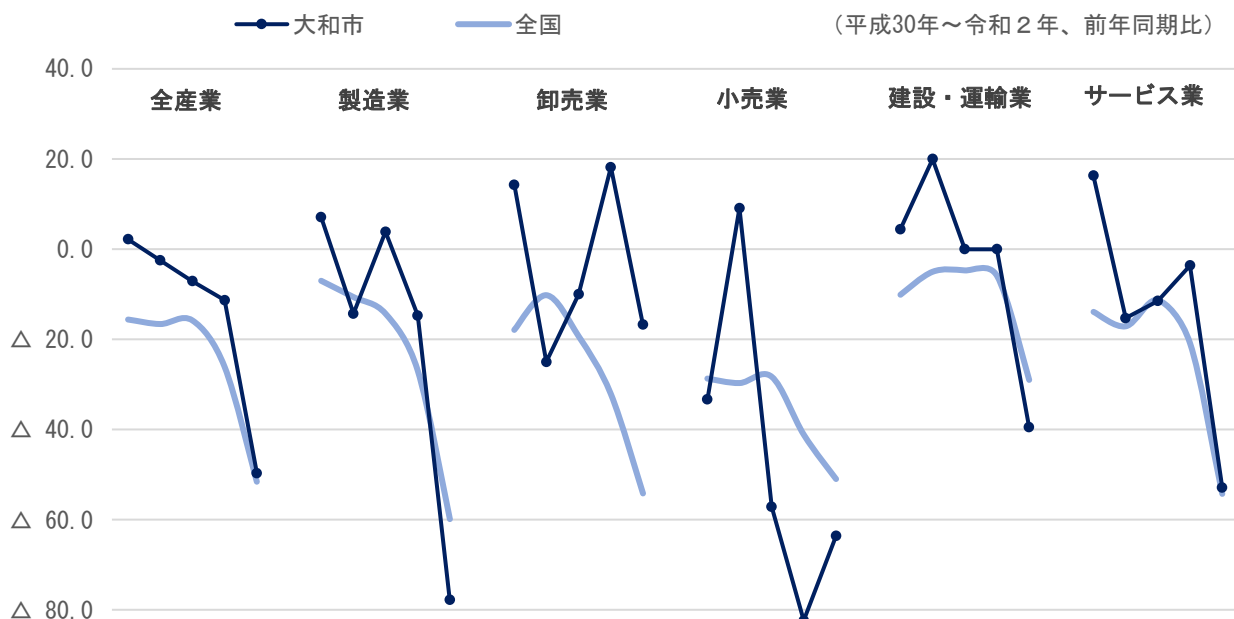


売上高D I の推移

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。



採算（経常利益）D I の推移

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。

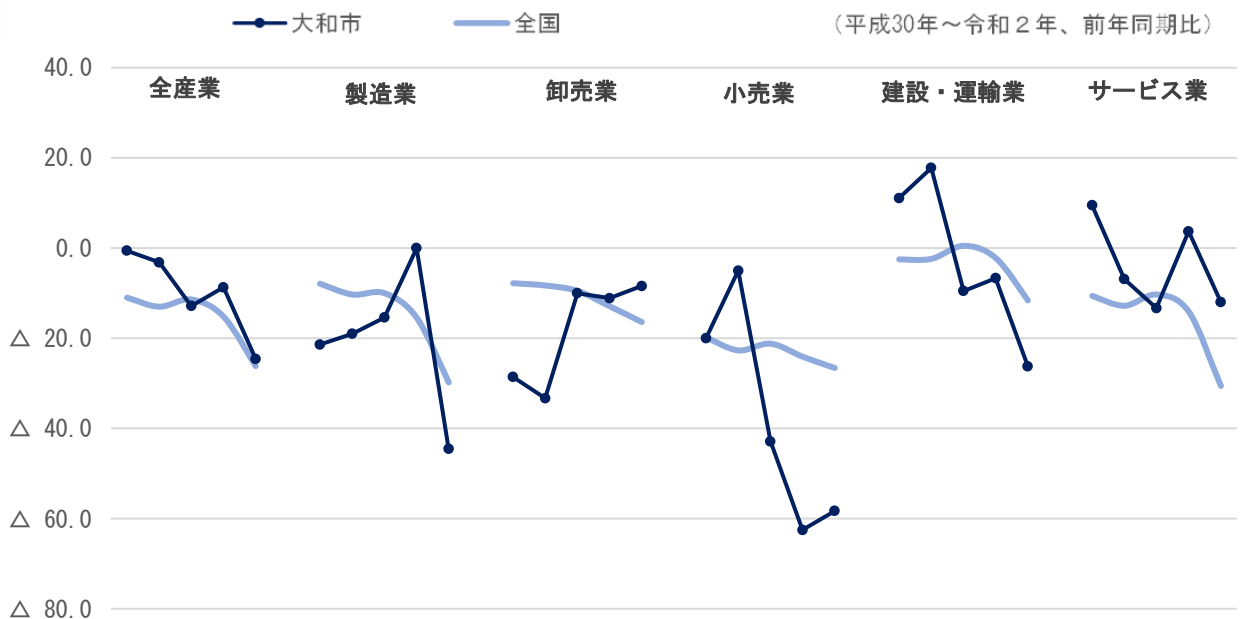


資金繰りD I の推移

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。



経営上の問題点／課題

経営上の問題点や課題は、「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。

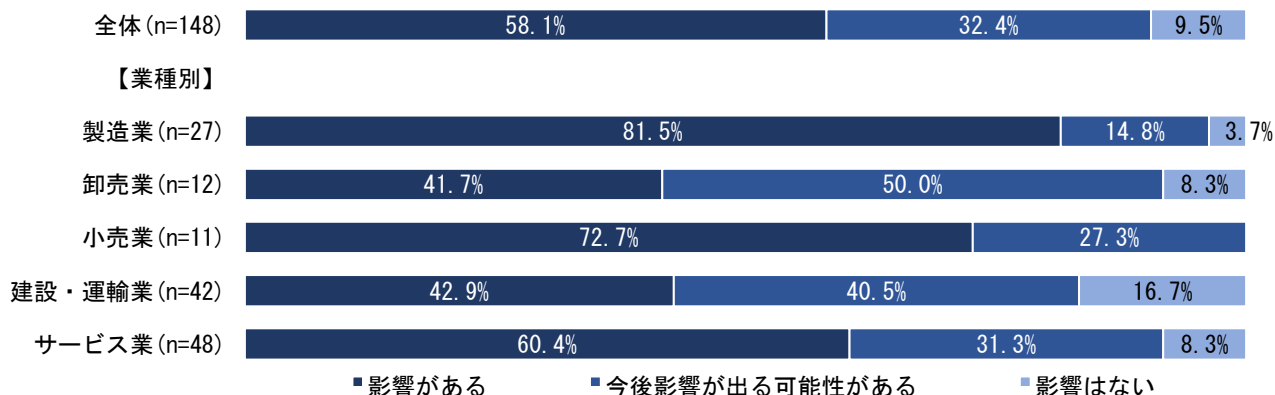
業種別では、小売業で「新製品・サービスの開発」（54.5%）、建設・運輸業で「人材・人員確保」（62.8%）が最も高くなっている。

	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%

新型コロナウイルス感染症の経営への影響

新型コロナウイルス感染症の経営への影響は、「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。



生産性向上への取組（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、前期（R1冬）と比較する。

売上アップの取組については、「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%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は、「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%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は、「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%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%

生産性向上への取組（今後強化したい取組）

生産性向上のために今後強化したい取組について、前期（R1冬）と比較する。

売上アップの取組については、「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%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は、「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%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は、「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%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%

現在活用しているIT関連ツールやサービス

現在活用しているIT関連ツールやサービスでは、「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。

この結果を、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）にわけて分析すると、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（前年同期比で利益が増加・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%

今後活用したいIT関連ツールやサービス

今後活用したいIT関連ツールやサービスでは、「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%

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。

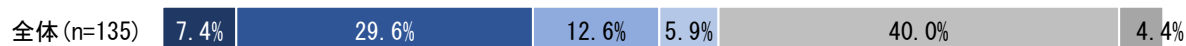
	全体 n=128	製造業 n=19	卸売業 n=10	小売業 n=9	建設・ 運輸業 n=39	サービス 業 n=45
ITを使いこなせない	32.8%	21.1%	30.0%	44.4%	28.2%	42.2%
適切なアドバイザー等がない	30.5%	31.6%	60.0%	33.3%	23.1%	28.9%
コストが負担できない	28.9%	36.8%	20.0%	44.4%	28.2%	26.7%
導入の効果が分からない、評価できない	27.3%	26.3%	40.0%	33.3%	28.2%	22.2%
個人情報漏洩のおそれがある	22.7%	10.5%	-	11.1%	20.5%	31.1%
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%

災害時の事業の継続

災害時に事業を継続するための準備では、「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。

「事業継続力強化計画」については、「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

事業承継

後継者については、「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%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。



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

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

全産業をみると、景況感DI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。

4. 生産性向上への注目が集まる

生産性向上への取組（実施している取組）の回答を、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。

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

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・横ばいの事業者の方が若干高くなっていることがわかる。

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。