

伴走型小規模事業者支援推進事業

経済動向 調査報告書

平成 29 年度
八戸商工会議所



調査概要

1. 事業の概要

平成26年6月に商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律(平成5年法律第51号)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)。

八戸商工会議所では、平成28年4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に向けて、八戸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

八戸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、労働力不足等の問題に直面しており、経営を持続的に行うための経営課題の解決が必要となっている。

そこで、伴走型小規模事業者支援推進事業として、八戸市の事業者に景況感や販売促進における顧客ニーズの把握方法、従業員不足への対応等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	平成30年1月19日～2月9日
調査対象	498社
調査方法	FAXによる回答
回答数・回収率	162件(32.5%)

【目 次】

I 回答者の属性

- 1. 代表者年代 5
- 2. 業歴 5
- 3. 従業員数 5

II 単純集計

III クロス集計

- 1. 景況感 13
 - (1) 業種別の景況感
 - (2) 景況感の全国比較
- 2. 顧客ニーズ 21
 - (1) 販売促進について顧客ニーズを把握している方法
 - (2) 顧客ニーズの把握と足元の売上高の状況
- 3. 従業員 23
 - (1) 従業員の状況
 - (2) 従業員不足への対策
- 4. 総括 25

IV 参考資料（集計表、アンケート票）

- 1. 集計表 27
- 2. アンケート票 29

I 回答者の属性

1. 代表者年代

	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	%
建設業	43	26.5%	0	0.0%	2	16.7%	8	27.6%	8	20.5%	16	28.6%	9	36.0%	0	0.0%
製造業	25	15.4%	0	0.0%	2	16.7%	2	6.9%	8	20.5%	7	12.5%	5	20.0%	1	100.0%
卸売業	13	8.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	10.3%	2	5.1%	6	10.7%	2	8.0%	0	0.0%
小売業	24	14.8%	0	0.0%	2	16.7%	3	10.3%	6	15.4%	8	14.3%	5	20.0%	0	0.0%
サービス業	50	30.9%	0	0.0%	6	50.0%	12	41.4%	14	35.9%	15	26.8%	3	12.0%	0	0.0%
その他の業種	7	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%	1	2.6%	4	7.1%	1	4.0%	0	0.0%
合計	162	100.0%	0	0.0%	12	100.0%	29	100.0%	39	100.0%	56	100.0%	25	100.0%	1	100.0%

2. 業歴

	全体		5年未満		5年～9年		10年～19年		20年～29年		30年以上		不明	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
建設業	43	26.5%	1	6.3%	3	17.6%	7	19.4%	6	40.0%	25	34.7%	1	16.7%
製造業	25	15.4%	1	6.3%	6	35.3%	1	2.8%	1	6.7%	14	19.4%	2	33.3%
卸売業	13	8.0%	1	6.3%	2	11.8%	2	5.6%	2	13.3%	6	8.3%	0	0.0%
小売業	24	14.8%	2	12.5%	0	0.0%	8	22.2%	2	13.3%	10	13.9%	2	33.3%
サービス業	50	30.9%	10	62.5%	5	29.4%	15	41.7%	4	26.7%	15	20.8%	1	16.7%
その他の業種	7	4.3%	1	6.3%	1	5.9%	3	8.3%	0	0.0%	2	2.8%	0	0.0%
合計	162	100.0%	16	100.0%	17	100.0%	36	100.0%	15	100.0%	72	100.0%	6	100.0%

3. 従業員数

	全体		0～5人		6～20人		21人以上		不明	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
建設業	43	26.5%	19	23.5%	20	33.9%	4	18.2%	0	0.0%
製造業	25	15.4%	7	8.6%	13	22.0%	5	22.7%	0	0.0%
卸売業	13	8.0%	6	7.4%	3	5.1%	4	18.2%	0	0.0%
小売業	24	14.8%	14	17.3%	6	10.2%	4	18.2%	0	0.0%
サービス業	50	30.9%	30	37.0%	15	25.4%	5	22.7%	0	0.0%
その他の業種	7	4.3%	5	6.2%	2	3.4%	0	0.0%	0	0.0%
合計	162	100.0%	81	100.0%	59	100.0%	22	100.0%	0	0.0%

※小規模事業者数 109 事業者（小規模事業者割合 67.3%）

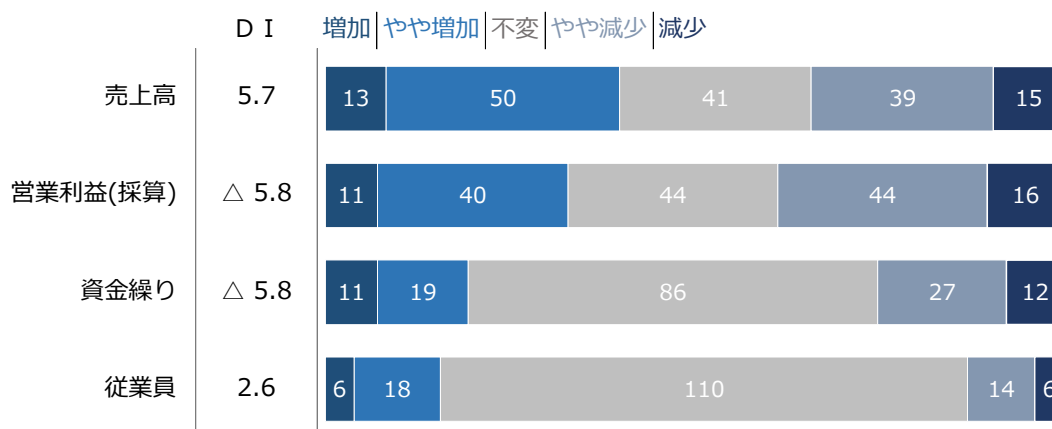
従業員基準により小規模事業者に該当しない事業者 46 事業者

従業員数が不明で小規模事業者に該当しない事業者 7 事業者

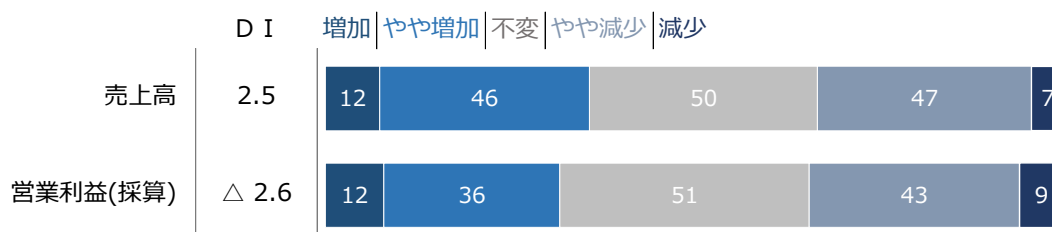
Ⅱ 単純集計

問1 前年下期（平成28年7月～12月期）と比べた今期下期（平成29年7月～12月期）の経営状況

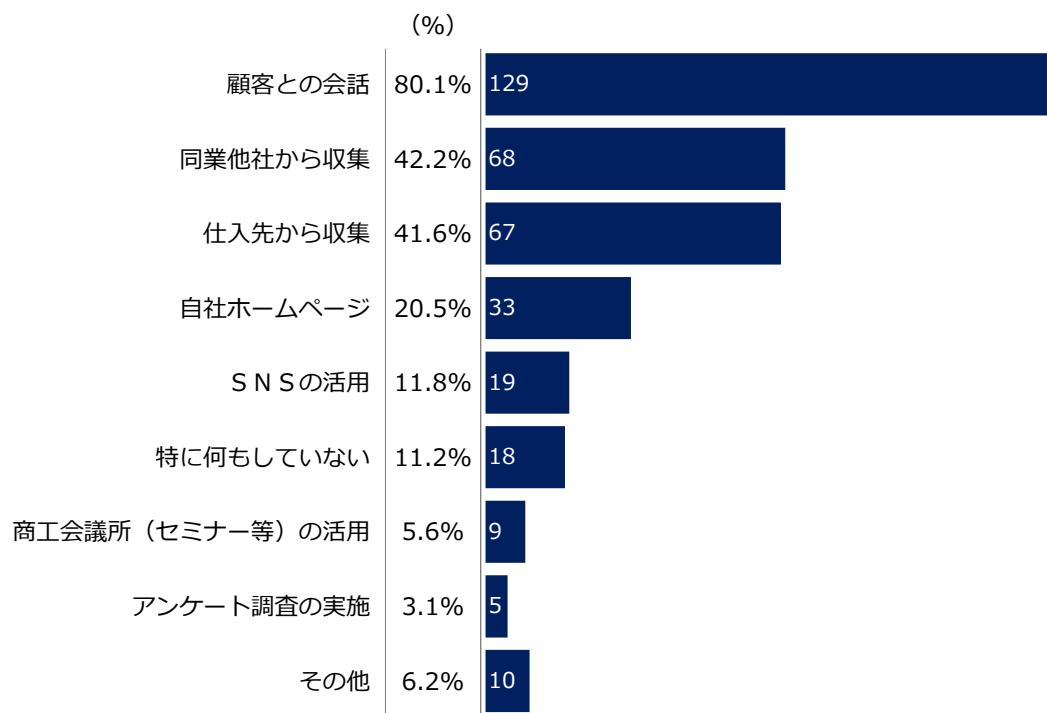
※D Iとは、ディフュージョン・インデックス（Diffusion Index）の略であり、各調査項目についての好転割合から悪化割合を差引いた値（景気動向指数）である。



問2 今期下期（平成29年7月～12月期）と比べた来期上期（平成30年1月～6月期）の経営状況の予測



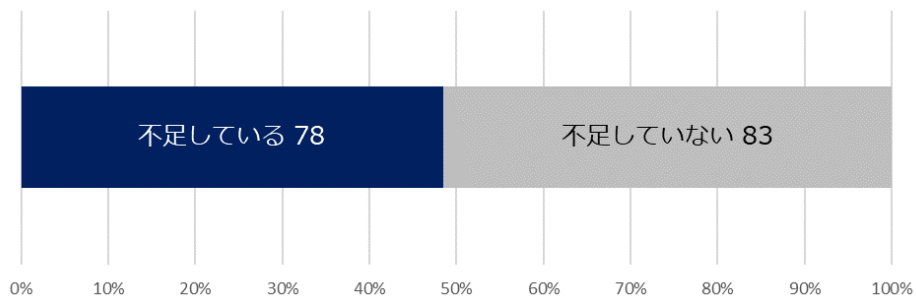
問3 販売促進における顧客ニーズの把握方法（複数回答可）（n=161）



◆「その他」の内容

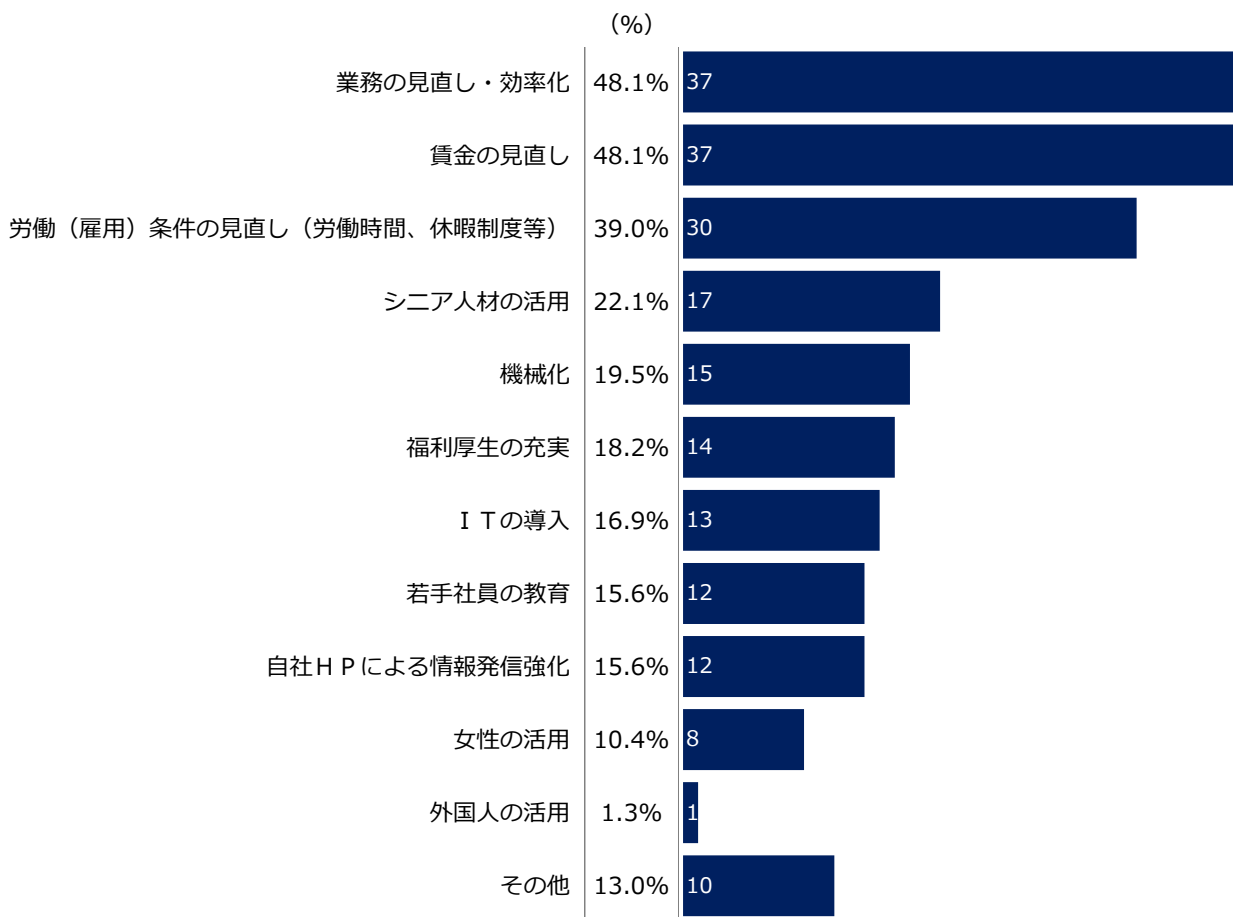
建設業	商社・ハウスメーカー
	業界新聞等
小売業	チラシ・ポスティング他
	コンサルタントから
	年4回合展実施
サービス業	チラシ活用
	セミナー等
	Web

問4 従業員の不足 (n=161)



問5 従業員不足への対策 (n=77)

※問4で「不足している」と回答した方に質問



◆「その他」の内容

建設業	職人不足
	マイナビへの登録
	ハローワーク等の活用
	外注
卸売業	廃業する他社より譲り受ける予定
小売業	技能の高い従業員の確保と人材育成（人数でなく質の面で）
サービス業	ハローワークの活用
	売上減少・人手は欲しいが賃金の支払いができない。にっちもさっちも行かない。すべての見直しもしたいが、何をどうすればいいか？アドバイス（カウンセラー）を受けているが…
	人材派遣

Ⅲ クロス集計

1. 景況感

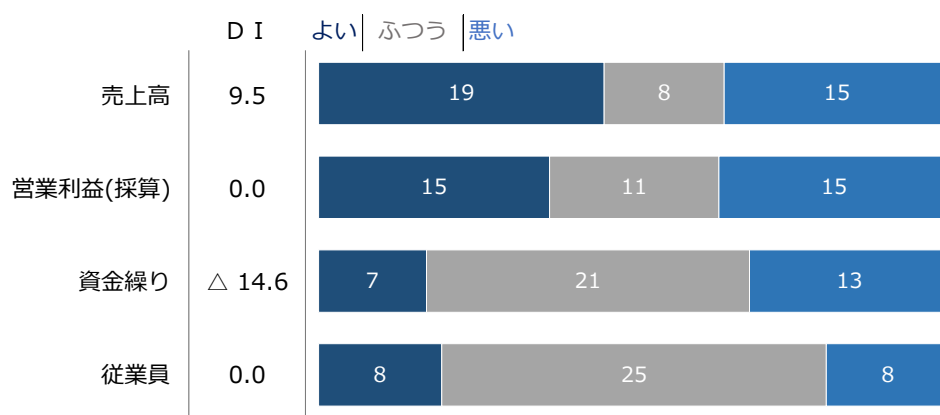
(1) 業種別の景況感

はじめに、八戸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。

なお、アンケートの「増加」および「やや増加」を『良い』、「不変」を『ふつう』、「減少」および「やや減少」を『悪い』と表している。

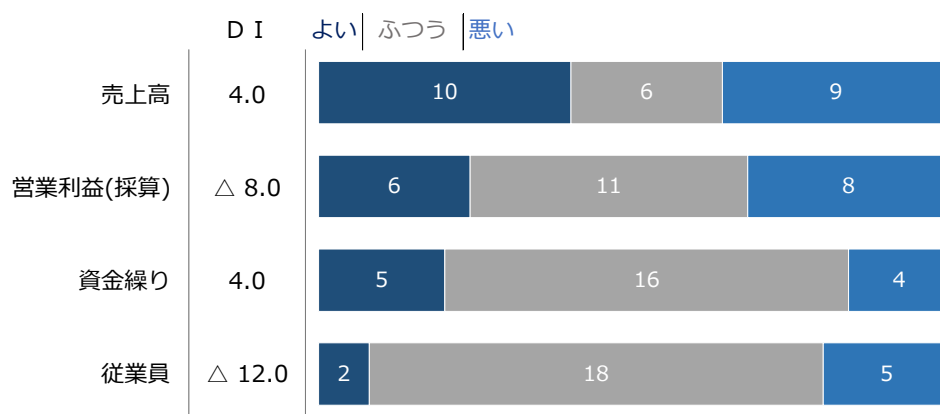
①建設業 (前年同期比)

従業員D Iは0.0ポイントであり、従業員は増加も減少もしていない。営業利益 (採算) D Iが売上高D Iよりも低くなっていることから、建築材料の価格高騰や経費の増加等があるものと考えられる。



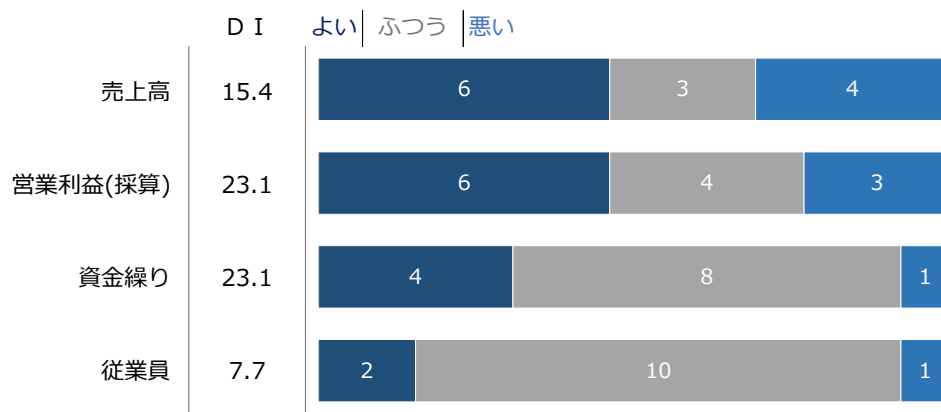
②製造業 (前年同期比)

売上高D Iは4.0ポイントとプラス値であるが、営業利益 (採算) D Iはマイナス値に転じている。昨年と比較して原油価格が上昇していることから、操業費の上昇などが考えられる。



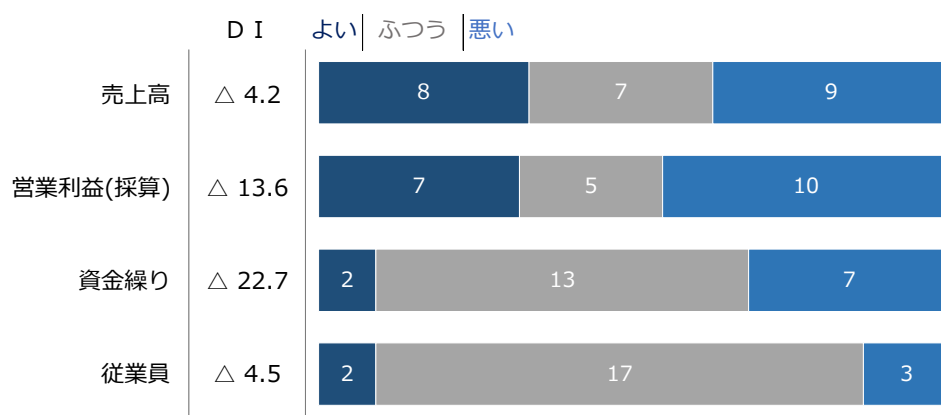
③卸売業（前年同期比）

売上高D Iが 15.4 ポイントとなっている。この数値は、すべての業種のなかでもっとも良い。また、営業利益（採算）D Iも 23.1 ポイントと良い数値になっている。利益が増えている事業者が多い業種となっている。



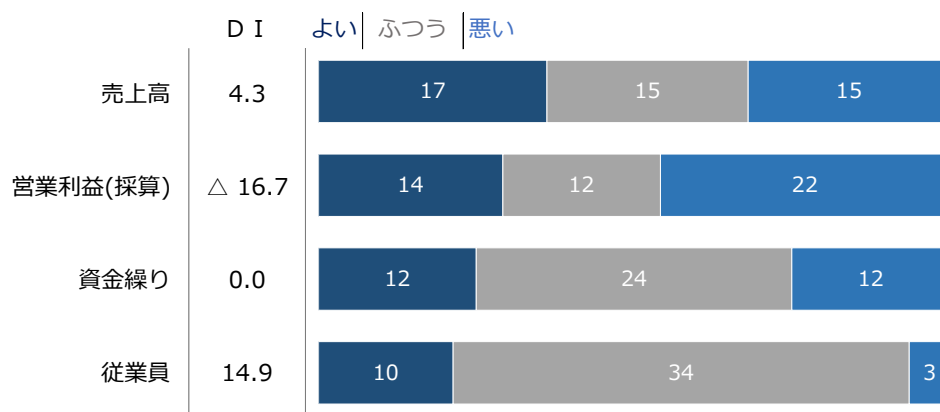
④小売業（前年同期比）

売上高D Iが△4.2 ポイント、営業利益（採算）D Iが△13.6 ポイントといずれもマイナス値になっている。他の業種と比較して、景況感は良くない。資金繰りD Iが△22.7 ポイントであることから、利益の低下が資金繰りにまで影響していることが伺える。



⑤サービス業（前年同期比）

売上高D Iは4.3ポイントとプラス値であるが、営業利益（採算）D Iはマイナス値に転じている。飲食業における野菜価格高騰などの仕入価格の上昇や、経費の増大が影響しているものと考えられる。また、従業員D Iが14.9ポイントとなっており、すべての業種の中でもっとも高い数値を示している。前年同期比で従業員が増加しているといえる。



(2) 景況感の全国比較

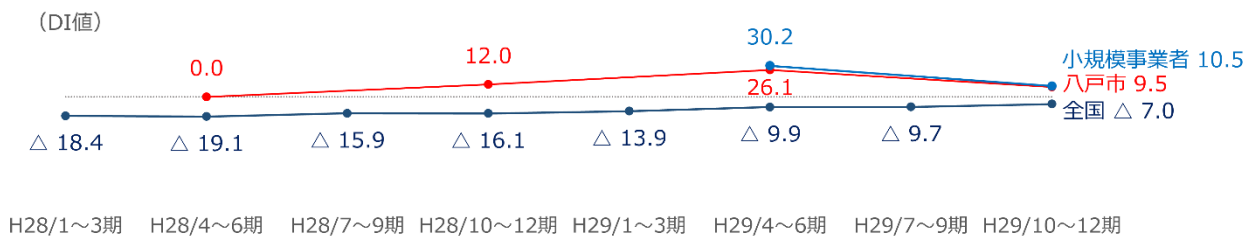
次に、業種別の景況感を全国値と比較する。全国値は、中小企業庁が四半期ごとに調査を実施している「中小企業景況調査」を利用する。グラフ中の「八戸市」は八戸市における各業種の全事業者、「小規模事業者」は各業種の小規模事業者の回答を集約した結果である。

なお、①全国値は四半期ごとに調査しているのに対し、八戸市のアンケートは半期ごとの調査である点、②調査対象に連続性がない点から、正確な比較ではない点に留意してほしい。

①建設業

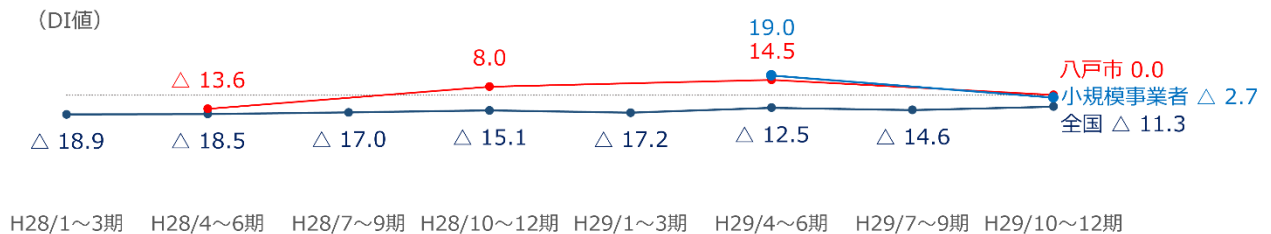
◆売上高DI

八戸市全体の数値は前回調査と比較して悪化傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりも高くなっている。小規模事業者の数値はさらに高い。



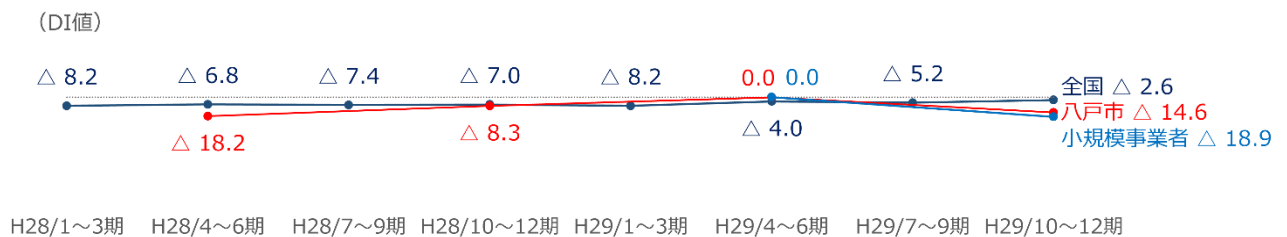
◆営業利益（採算）DI

八戸市全体の数値は前回調査と比較して悪化傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりも高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体よりも低い。



◆資金繰りDI

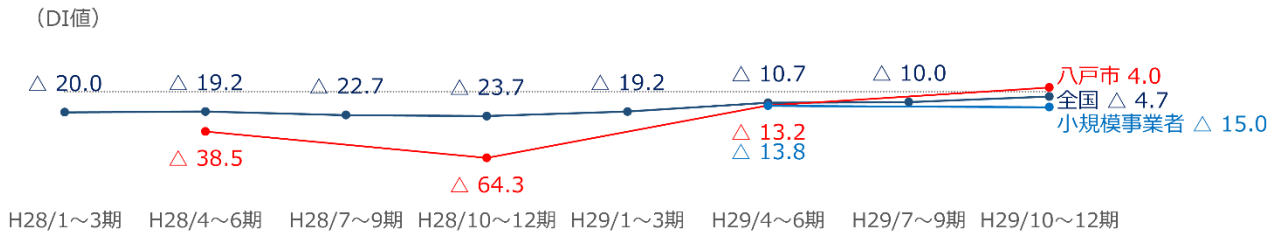
八戸市全体の数値は前回調査と比較して悪化傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりも低くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体よりも低い。



②製造業

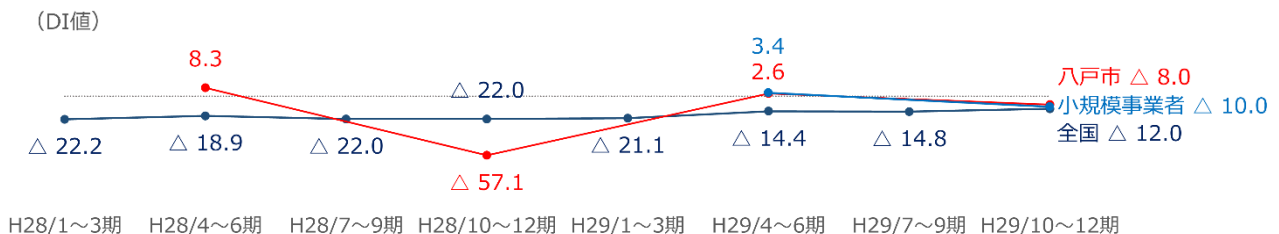
◆売上高DI

八戸市全体の数値は前回調査と比較して好転傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりも高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体、全国値よりも低い。



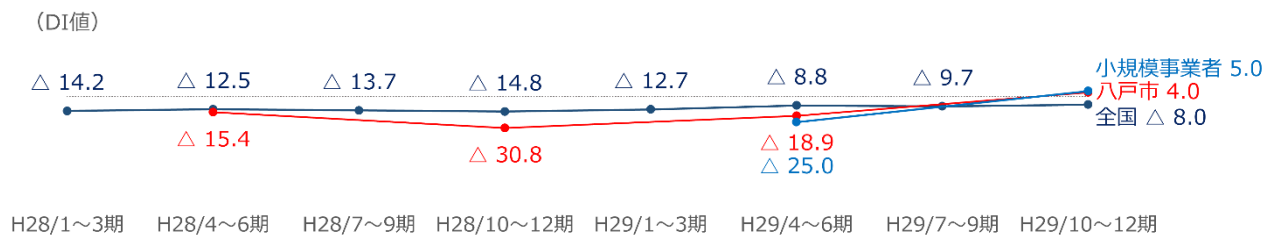
◆営業利益（採算）DI

八戸市全体の数値は前回調査と比較して悪化傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりも高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体よりも低い。



◆資金繰りDI

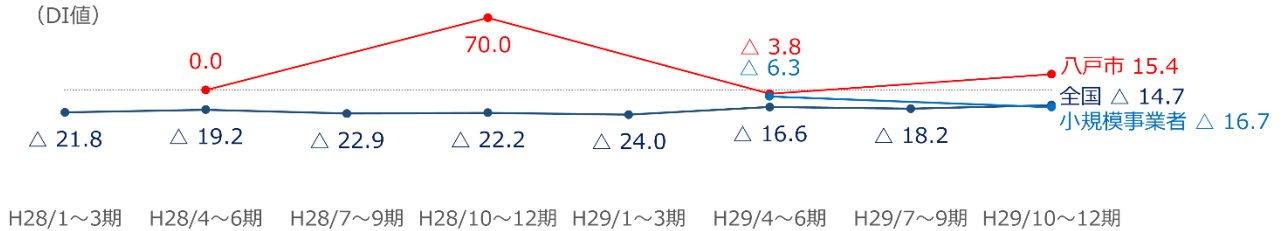
八戸市全体の数値は前回調査と比較して好転傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりも高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体よりもさらに高い。



③卸売業

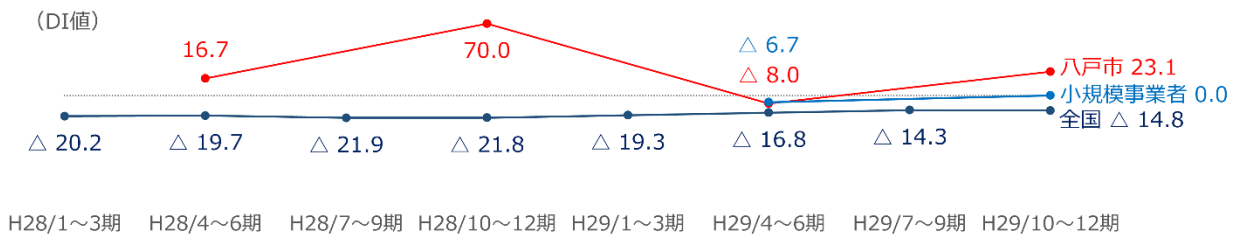
◆売上高DI

八戸市全体の数値は前回調査と比較して好転傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりもかなり高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体、全国値より低い。



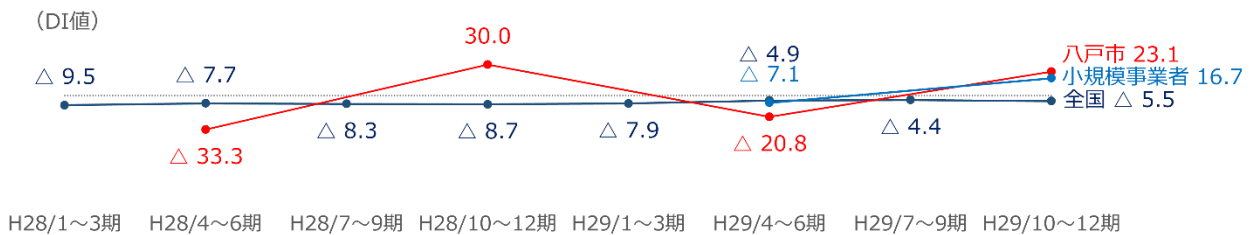
◆営業利益（採算）DI

八戸市全体の数値は前回調査と比較して好転傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりもかなり高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体よりも低い。



◆資金繰りDI

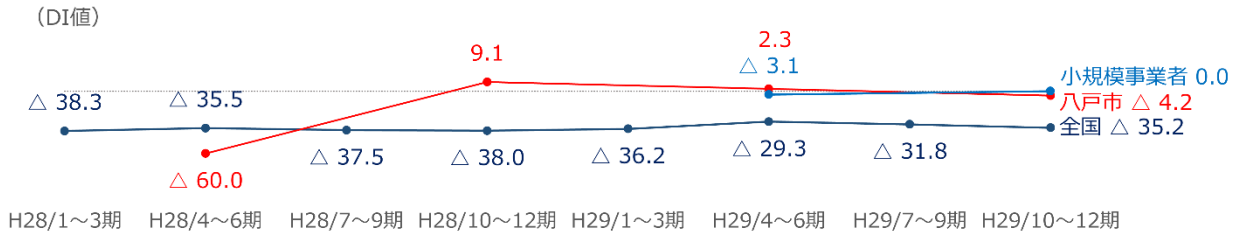
八戸市全体の数値は前回調査と比較して好転傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりもかなり高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体よりも低い。



④小売業

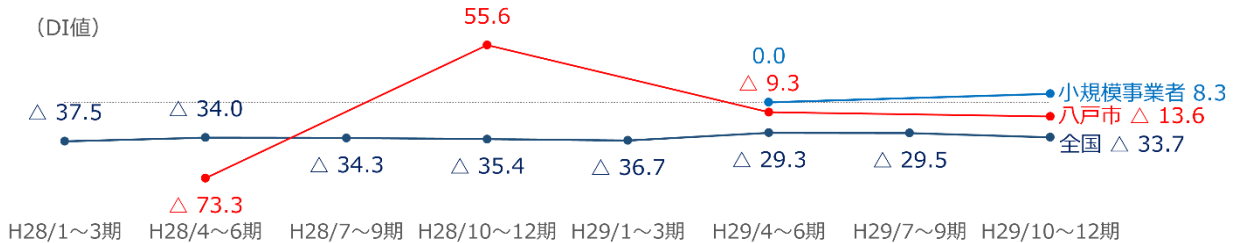
◆売上高DI

八戸市全体の数値は前回調査と比較して悪化傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりもかなり高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体よりもさらに高い。



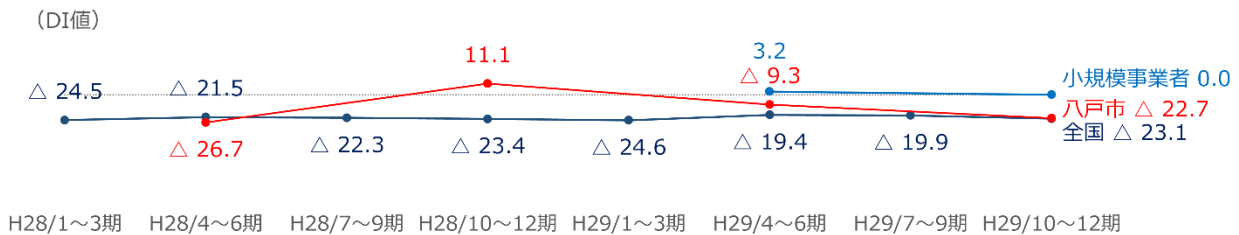
◆営業利益（採算）DI

八戸市全体の数値は前回調査と比較して悪化傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりもかなり高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体よりもさらに高い。



◆資金繰りDI

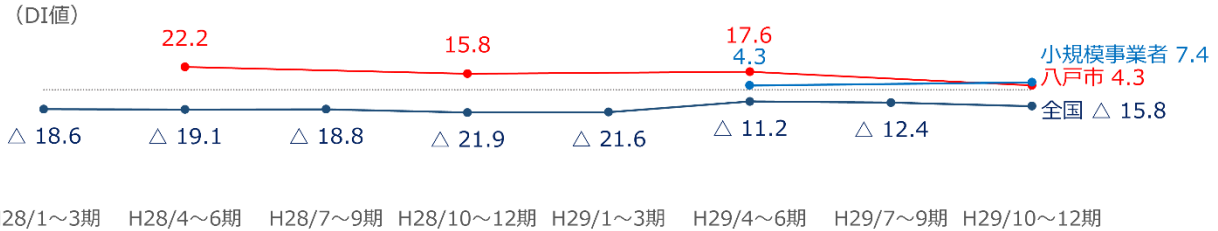
八戸市全体の数値は前回調査と比較して悪化傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりもやや高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体よりもさらに高い。



⑤サービス業

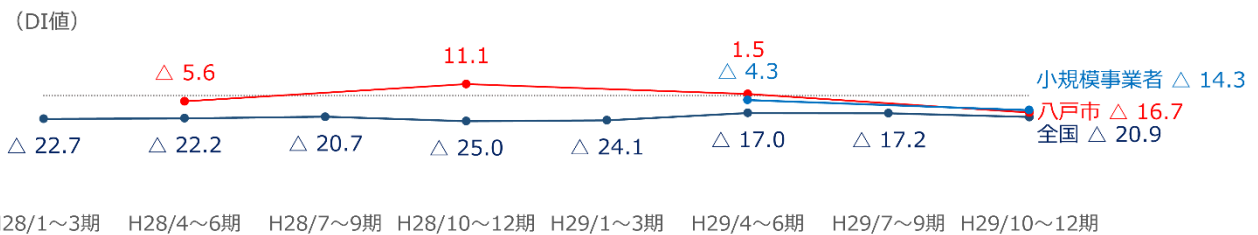
◆売上高DI

八戸市全体の数値は前回調査と比較して悪化傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりもかなり高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体よりもさらに高い。



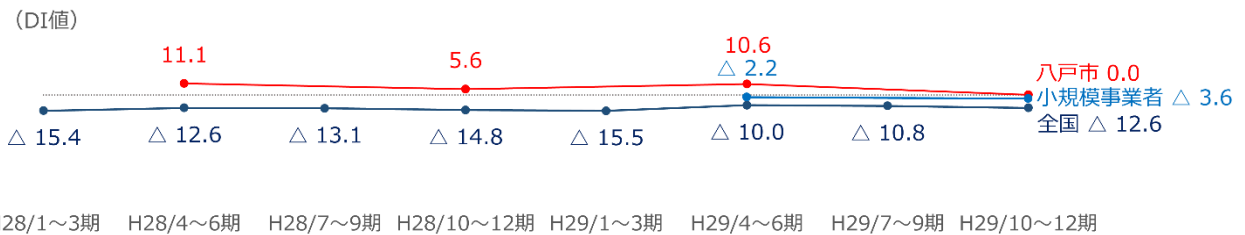
◆営業利益（採算）DI

八戸市全体の数値は前回調査と比較して悪化傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりもやや高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体よりもさらに高い。



◆資金繰りDI

八戸市全体の数値は前回調査と比較して悪化傾向にある。今回調査の結果をみると、八戸市全体の数値は全国値よりも高くなっている。小規模事業者の数値は八戸市全体よりもやや低い。



2. 販売促進における顧客ニーズの把握方法

販売促進における顧客ニーズの把握方法を、業種ごと、規模ごと、代表者の年齢ごとに分析する。

(1) 販売促進における顧客ニーズの把握方法

①業種ごと

いずれの業種も類似した傾向を示している。卸売業や小売業において、「仕入先」からの情報収集が多くなっている。また、製造業では、約2割の事業者が「特に何もしていない」と回答している。

	建設業 n=42	製造業 n=25	卸売業 n=13	小売業 n=24	サービス業 n=50
顧客との会話	69.0%	80.0%	84.6%	91.7%	84.0%
アンケート調査の実施	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.0%
S N Sの活用	7.1%	16.0%	7.7%	20.8%	8.0%
自社ホームページ	11.9%	16.0%	7.7%	29.2%	26.0%
仕入先から収集	33.3%	36.0%	61.5%	62.5%	42.0%
同業他社から収集	45.2%	48.0%	46.2%	37.5%	36.0%
商工会議所（セミナー等）の活用	0.0%	8.0%	0.0%	4.2%	12.0%
特に何もしていない	19.0%	8.0%	7.7%	4.2%	12.0%
その他	7.1%	0.0%	0.0%	12.5%	8.0%

②規模ごと

「特に何もしていない」との回答をみると、小規模事業者は14.8%、小規模事業者以外は4.3%となっている。比較的規模の大きな事業者の方が、販売促進において顧客ニーズを収集しているといえる。

	小規模事業者 n=108	小規模事業者以外 n=46
顧客との会話	75.0%	93.5%
アンケート調査の実施	0.9%	6.5%
S N Sの活用	9.3%	15.2%
自社ホームページ	15.7%	28.3%
仕入先から収集	43.5%	43.5%
同業他社から収集	41.7%	41.3%
商工会議所（セミナー等）の活用	5.6%	6.5%
特に何もしていない	14.8%	4.3%
その他	7.4%	4.3%

③代表者の年齢ごと

代表者が30代、40代の事業者は顧客ニーズの把握方法について、「自社ホームページ」を活用する割合が高い。また、30代では「SNSの活用」をも行われている。

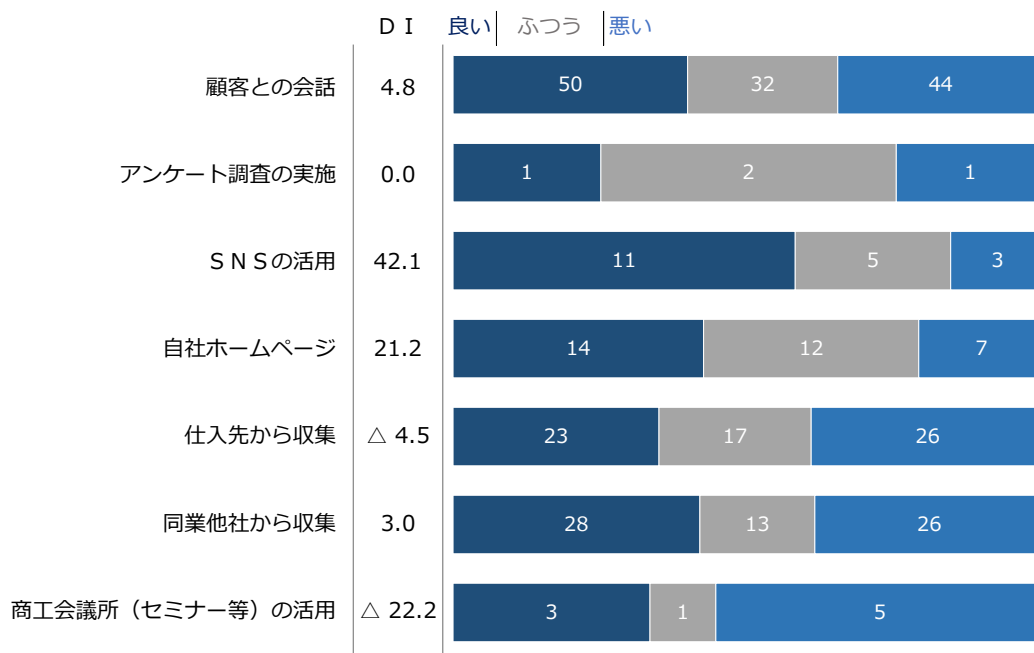
比較的若い経営者ほど、インターネットを活用しているといえる。

	30代 n=12	40代 n=29	50代 n=38	60代 n=56	70代以上 n=25
顧客との会話	91.7%	69.0%	84.2%	78.6%	88.0%
アンケート調査の実施	0.0%	6.9%	5.3%	1.8%	0.0%
SNSの活用	33.3%	17.2%	18.4%	3.6%	4.0%
自社ホームページ	25.0%	41.4%	15.8%	16.1%	12.0%
仕入先から収集	25.0%	37.9%	31.6%	48.2%	56.0%
同業他社から収集	33.3%	55.2%	34.2%	35.7%	60.0%
商工会議所（セミナー等）の活用	0.0%	6.9%	2.6%	8.9%	4.0%
特に何もしていない	8.3%	6.9%	15.8%	14.3%	0.0%
その他	8.3%	3.4%	5.3%	5.4%	12.0%

（2）販売促進における顧客ニーズの把握方法と足元の売上高の状況

参考として、販売促進における顧客ニーズの把握方法と足元の売上高（前年同期比）を分析する。グラフの「良い」は前年同期比で売上高が増加、「ふつう」は売上高が横ばい、「悪い」は売上高が減少したことを示している。

売上高D Iをみると、「SNSの活用」や「自社ホームページ」など、インターネットを活用した情報収集を実施している事業者の売上が増加している傾向にあることがわかる。



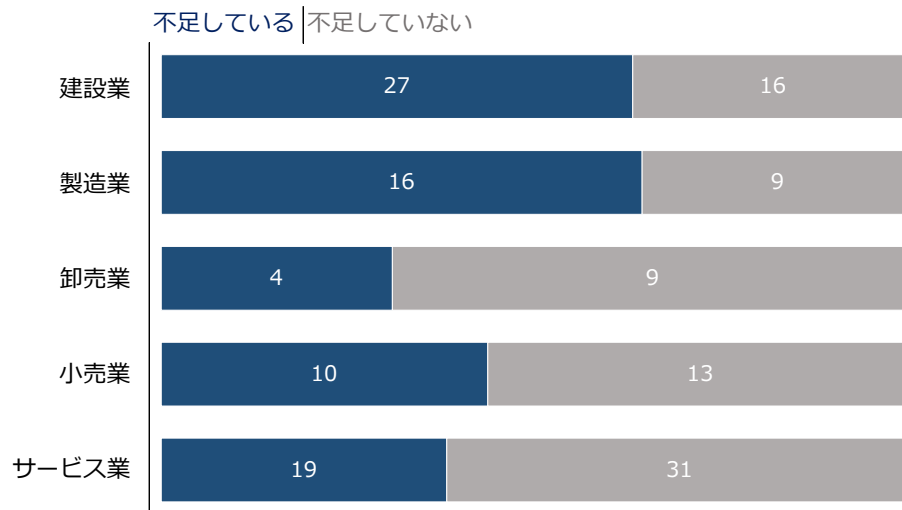
3. 従業員

従業員の状況を、業種ごと、規模ごとに分析する。

(1) 従業員の状況

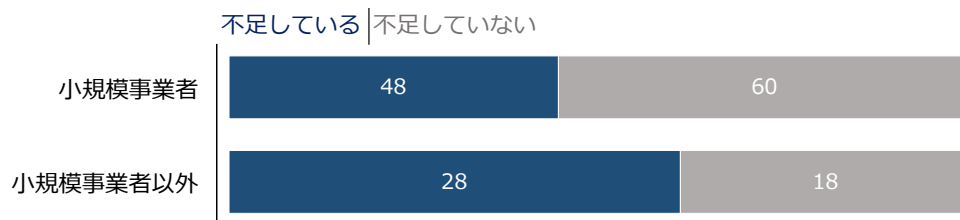
①業種ごと

建設業や製造業において6割超の事業者が、従業員が「不足している」と回答している。



②規模ごと

比較的規模の大きな事業者の方が、従業員の不足感が強いといえる。



(2) 従業員不足への対策

①業種ごと

業種にかかわらず、「業務の見直し・効率化」「賃金の見直し」「労働（雇用）条件の見直し」との回答が多い。

製造業では、6割超の事業者が「機械化」をあげている。また、小売業では、「ITの導入」「女性の活用」との回答も多くなっている。

	建設業 n=26	製造業 n=16	卸売業 n=4	小売業 n=10	サービス業 n=19
業務の見直し・効率化	50.0%	56.3%	50.0%	60.0%	31.6%
機械化	7.7%	62.5%	25.0%	10.0%	5.3%
ITの導入	11.5%	0.0%	25.0%	40.0%	21.1%
賃金の見直し	57.7%	31.3%	75.0%	50.0%	42.1%
福利厚生 の 充実	15.4%	0.0%	25.0%	30.0%	31.6%
若手社員の教育	19.2%	0.0%	0.0%	30.0%	21.1%
シニア人材の活用	26.9%	18.8%	25.0%	20.0%	21.1%
女性の活用	3.8%	0.0%	0.0%	40.0%	15.8%
外国人の活用	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%
労働（雇用）条件の見直し	53.8%	12.5%	50.0%	50.0%	36.8%
自社HPによる情報発信強化	19.2%	12.5%	25.0%	20.0%	10.5%
その他	15.4%	0.0%	25.0%	10.0%	21.1%

②規模ごと

事業者の規模にかかわらず、同様の傾向を示している。

比較的規模の大きな事業者の方が、「シニア人材の活用」や「女性の活用」などの回答割合が高く、多様な人材を受け入れることで労働力不足を解消していることが読み取れる。

	小規模事業者 n=47	小規模事業者以外 n=28
業務の見直し・効率化	40.4%	60.7%
機械化	23.4%	14.3%
ITの導入	8.5%	28.6%
賃金の見直し	46.8%	50.0%
福利厚生 の 充実	17.0%	21.4%
若手社員の教育	12.8%	21.4%
シニア人材の活用	19.1%	28.6%
女性の活用	8.5%	14.3%
外国人の活用	2.1%	0.0%
労働（雇用）条件の見直し	36.2%	46.4%
自社HPによる情報発信強化	17.0%	14.3%
その他	17.0%	7.1%

4. 総括

本アンケートの結果について、業種別にまとめ、総括とする。

〔建設業〕

前回調査よりも、売上高D I、営業利益（採算）D Iとも悪化している。また、営業利益（採算）D Iが売上高D Iよりも低くなっていることから、建築材料の価格高騰や経費の増加等があるものと考えられる。

従業員の状況をみると、62.8%の事業者が「不足している」と回答。「業務の見直し・効率化」を図るだけでなく、「賃金の見直し」や「労働（雇用）条件の見直し」により労働環境を向上させ、採用活動に挑んでいる。

〔製造業〕

前回調査よりも売上高D Iは好転しているが、営業利益（採算）D Iは悪化している。原油価格等があがっていることから、操業費などが上昇しているものと考えられる。

また、建設業同様、従業員が「不足している」と回答する事業者が多い。従業員不足への対応としては、「業務の見直し・効率化」や「機械化」などの回答が多いことから、採用活動を強化するのではなく、生産性向上により対応していきたいと考える事業者が多いといえる。

〔卸売業〕

前回調査よりも、売上高D I、営業利益（採算）D Iとも好転している。ただし、売上高D Iと営業利益（採算）D Iについて、事業者の規模ごとにみると、小規模事業者の数値は非常に低くなっている。全体としては経営環境が良いが、小規模事業者に限定すれば経営環境は良くないといえる。

〔小売業〕

前回調査よりも、売上高D I、営業利益（採算）D Iとも悪化している。D I値についても、売上高D I（△4.2ポイント）、営業利益（採算）D I（△13.6ポイント）とも、他の業種と比較して低い数値になっている。資金繰りD Iが△22.7ポイントであることから、利益の低下が資金繰りにまで影響していることが伺える。

また、従業員不足への対応として、「ITの導入」「女性の活用」との回答が多くなっている。ITの導入に関しては、軽減税率対策補助金やIT補助金などの補助金もある。有効活用し、効果的な取り組みを実施したい。

〔サービス業〕

前回調査よりも、売上高D I、営業利益（採算）D Iとも悪化している。また、営業利益D I（△16.7ポイント）が売上高D I（4.3ポイント）よりも大幅に低くなっている。サービス業のなかに含まれる「飲食業」では、全国的に野菜価格等の高騰により仕入価格が上昇している。売上が減少しているだけでなく、原価もあがっていることから、利益の確保が難しい業種であるといえる。

IV 参考資料（集計表、アンケート票）

1. 集計表

問1 前年下期(平成28年7月～12月期)と比較した今期下期(平成29年7月～12月期)の経営状況

【売上高】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		建設業		製造業		卸売業		小売業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	63	39.9%	40	38.1%	20	43.5%	19	45.2%	10	40.0%	6	46.2%	8	33.3%	17	36.2%
普通	41	25.9%	27	25.7%	12	26.1%	8	19.0%	6	24.0%	3	23.1%	7	29.2%	15	31.9%
悪い	54	34.2%	38	36.2%	14	30.4%	15	35.7%	9	36.0%	4	30.8%	9	37.5%	15	31.9%
D I	5.7		1.9		13.0		9.5		4.0		15.4		△ 4.2		4.3	
合計	158	100.0%	105	100.0%	46	100.0%	42	100.0%	25	100.0%	13	100.0%	24	100.0%	47	100.0%
【営業利益(採算)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		建設業		製造業		卸売業		小売業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	51	32.9%	33	32.0%	15	32.6%	15	36.6%	6	24.0%	6	46.2%	7	31.8%	14	29.2%
普通	44	28.4%	31	30.1%	12	26.1%	11	26.8%	11	44.0%	4	30.8%	5	22.7%	12	25.0%
悪い	60	38.7%	39	37.9%	19	41.3%	15	36.6%	8	32.0%	3	23.1%	10	45.5%	22	45.8%
D I	△ 5.8		△ 5.8		△ 8.7		0.0		△ 8.0		23.1		△ 13.6		△ 16.7	
合計	155	100.0%	103	100.0%	46	100.0%	41	100.0%	25	100.0%	13	100.0%	22	100.0%	48	100.0%
【資金繰り】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		建設業		製造業		卸売業		小売業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	30	19.4%	18	17.5%	12	26.1%	7	17.1%	5	20.0%	4	30.8%	2	9.1%	12	25.0%
普通	86	55.5%	61	59.2%	21	45.7%	21	51.2%	16	64.0%	8	61.5%	13	59.1%	24	50.0%
悪い	39	25.2%	24	23.3%	13	28.3%	13	31.7%	4	16.0%	1	7.7%	7	31.8%	12	25.0%
D I	△ 5.8		△ 5.8		△ 2.2		△ 14.6		4.0		23.1		△ 22.7		0.0	
合計	155	100.0%	103	100.0%	46	100.0%	41	100.0%	25	100.0%	13	100.0%	22	100.0%	48	100.0%
【従業員】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		建設業		製造業		卸売業		小売業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	24	15.6%	11	10.7%	13	28.9%	8	19.5%	2	8.0%	2	15.4%	2	9.1%	10	21.3%
普通	110	71.4%	78	75.7%	26	57.8%	25	61.0%	18	72.0%	10	76.9%	17	77.3%	34	72.3%
悪い	20	13.0%	14	13.6%	6	13.3%	8	19.5%	5	20.0%	1	7.7%	3	13.6%	3	6.4%
D I	2.6		△ 2.9		15.6		0.0		△ 12.0		7.7		△ 4.5		14.9	
合計	154	100.0%	103	100.0%	45	100.0%	41	100.0%	25	100.0%	13	100.0%	22	100.0%	47	100.0%

問2 今期上期(平成29年1月～6月期間)と比較した今期下期(平成29年7月～12月期)の予測

【売上高】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		建設業		製造業		卸売業		小売業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	58	35.8%	29	26.6%	26	56.5%	12	27.9%	5	20.0%	5	38.5%	12	50.0%	21	42.0%
普通	50	30.9%	38	34.9%	9	19.6%	14	32.6%	8	32.0%	2	15.4%	6	25.0%	17	34.0%
悪い	54	33.3%	42	38.5%	11	23.9%	17	39.5%	12	48.0%	6	46.2%	6	25.0%	12	24.0%
D I	2.5		△ 11.9		32.6		△ 11.6		△ 28.0		△ 7.7		25.0		18.0	
合計	162	100.0%	109	100.0%	46	100.0%	43	100.0%	25	100.0%	13	100.0%	24	100.0%	50	100.0%
【営業利益(採算)】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		建設業		製造業		卸売業		小売業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
よい	48	31.8%	24	24.2%	21	45.7%	8	20.0%	5	20.0%	5	38.5%	9	45.0%	18	38.3%
普通	51	33.8%	37	37.4%	12	26.1%	16	40.0%	9	36.0%	2	15.4%	6	30.0%	16	34.0%
悪い	52	34.4%	38	38.4%	13	28.3%	16	40.0%	11	44.0%	6	46.2%	5	25.0%	13	27.7%
D I	△ 2.6		△ 14.1		17.4		△ 20.0		△ 24.0		△ 7.7		20.0		10.6	
合計	151	100.0%	99	100.0%	46	100.0%	40	100.0%	25	100.0%	13	100.0%	20	100.0%	47	100.0%

問3 販売促進における顧客ニーズの把握方法(複数回答可)

【顧客ニーズの把握】	n = 161		n = 108		n = 46		n = 42		n = 25		n = 13		n = 24		n = 50	
	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		建設業		製造業		卸売業		小売業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
顧客との会話	129	80.1%	81	75.0%	43	93.5%	29	69.0%	20	80.0%	11	84.6%	22	91.7%	42	84.0%
アンケート調査の実施	5	3.1%	1	0.9%	3	6.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	8.0%
SNSの活用	19	11.8%	10	9.3%	7	15.2%	3	7.1%	4	16.0%	1	7.7%	5	20.8%	4	8.0%
自社ホームページ	33	20.5%	17	15.7%	13	28.3%	5	11.9%	4	16.0%	1	7.7%	7	29.2%	13	26.0%
仕入先から収集	67	41.6%	47	43.5%	20	43.5%	14	33.3%	9	36.0%	8	61.5%	15	62.5%	21	42.0%
同業他社から収集	68	42.2%	45	41.7%	19	41.3%	19	45.2%	12	48.0%	6	46.2%	9	37.5%	18	36.0%
商工会議所(セミナー等)の活用	9	5.6%	6	5.6%	3	6.5%	0	0.0%	2	8.0%	0	0.0%	1	4.2%	6	12.0%
特に何もしていない	18	11.2%	16	14.8%	2	4.3%	8	19.0%	2	8.0%	1	7.7%	1	4.2%	6	12.0%
その他	10	6.2%	8	7.4%	2	4.3%	3	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	12.5%	4	8.0%

問4 従業員の不足

【従業員の不足】	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		建設業		製造業		卸売業		小売業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
不足している	78	48.4%	48	44.4%	28	60.9%	27	62.8%	16	64.0%	4	30.8%	10	43.5%	19	38.0%
不足していない	83	51.6%	60	55.6%	18	39.1%	16	37.2%	9	36.0%	9	69.2%	13	56.5%	31	62.0%
合計	161	100.0%	108	100.0%	46	100.0%	43	100.0%	25	100.0%	13	100.0%	23	100.0%	50	100.0%

問5 従業員不足への対応(複数回答可)

【求める支援】	n = 77		n = 47		n = 28		n = 26		n = 16		n = 4		n = 10		n = 19	
	全体		小規模事業者		小規模事業者以外		建設業		製造業		卸売業		小売業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
業務の見直し・効率化	37	48.1%	19	40.4%	17	60.7%	13	50.0%	9	56.3%	2	50.0%	6	60.0%	6	31.6%
機械化	15	19.5%	11	23.4%	4	14.3%	2	7.7%	10	62.5%	1	25.0%	1	10.0%	1	5.3%
ITの導入	13	16.9%	4	8.5%	8	28.6%	3	11.5%	0	0.0%	1	25.0%	4	40.0%	4	21.1%
賃金の見直し	37	48.1%	22	46.8%	14	50.0%	15	57.7%	5	31.3%	3	75.0%	5	50.0%	8	42.1%
福利厚生充実	14	18.2%	8	17.0%	6	21.4%	4	15.4%	0	0.0%	1	25.0%	3	30.0%	6	31.6%
若手社員の教育	12	15.6%	6	12.8%	6	21.4%	5	19.2%	0	0.0%	0	0.0%	3	30.0%	4	21.1%
シニア人材の活用	17	22.1%	9	19.1%	8	28.6%	7	26.9%	3	18.8%	1	25.0%	2	20.0%	4	21.1%
女性の活用	8	10.4%	4	8.5%	4	14.3%	1	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	4	40.0%	3	15.8%
外国人の活用	1	1.3%	1	2.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%
労働(雇用)条件の見直し(労働時間、休暇制度等)	30	39.0%	17	36.2%	13	46.4%	14	53.8%	2	12.5%	2	50.0%	5	50.0%	7	36.8%
自社HPによる情報発信強化	12	15.6%	8	17.0%	4	14.3%	5	19.2%	2	12.5%	1	25.0%	2	20.0%	2	10.5%
その他	10	13.0%	8	17.0%	2	7.1%	4	15.4%	0	0.0%	1	25.0%	1	10.0%	4	21.1%

2. アンケート票

◇送信先（経営支援1課）⇒FAX：46-2810

提出期限：2月9日（金）

◆ ◆ ◆ ◆ ◆ 調 査 票 ◆ ◆ ◆ ◆ ◆

【企業情報について】

事業所名		代表者名	
所在地			
代表者年代	<input type="checkbox"/> 20代 ・ <input type="checkbox"/> 30代 ・ <input type="checkbox"/> 40代 ・ <input type="checkbox"/> 50代 ・ <input type="checkbox"/> 60代 ・ <input type="checkbox"/> 70代		
主な業種	<input type="checkbox"/> ① 建設業 <input type="checkbox"/> ② 製造業 <input type="checkbox"/> ③ 卸売業 <input type="checkbox"/> ④ 小売業 <input type="checkbox"/> ⑤ サービス業 <input type="checkbox"/> ⑥ その他		
従業員数（役員除く）	正社員 _____名、	パート、アルバイト	_____名
業 歴	<input type="checkbox"/> ① 5年未満 <input type="checkbox"/> ② 5年～10年 <input type="checkbox"/> ③ 10年～20年 <input type="checkbox"/> ④ 20年～30年 <input type="checkbox"/> ⑤ 30年以上		

【経営状況について】

※前年下期と今期下期を比較して

平成29年7月～12月期 実績 （平成28年7月～12月期と比較して）

売上高	<input type="checkbox"/> ① 増加	<input type="checkbox"/> ② やや増加	<input type="checkbox"/> ③ 不変	<input type="checkbox"/> ④ やや減少	<input type="checkbox"/> ⑤ 減少
営業利益(採算)	<input type="checkbox"/> ① 増加	<input type="checkbox"/> ② やや増加	<input type="checkbox"/> ③ 不変	<input type="checkbox"/> ④ やや減少	<input type="checkbox"/> ⑤ 減少
資金繰り	<input type="checkbox"/> ① 増加	<input type="checkbox"/> ② やや増加	<input type="checkbox"/> ③ 不変	<input type="checkbox"/> ④ やや減少	<input type="checkbox"/> ⑤ 減少
従業員	<input type="checkbox"/> ① 増加	<input type="checkbox"/> ② やや増加	<input type="checkbox"/> ③ 不変	<input type="checkbox"/> ④ やや減少	<input type="checkbox"/> ⑤ 減少

※今期下期と来期上期を比較して

平成30年1月～6月期の予測（平成29年7月～12月期と比較して）

売上高	<input type="checkbox"/> ① 増加	<input type="checkbox"/> ② やや増加	<input type="checkbox"/> ③ 不変	<input type="checkbox"/> ④ やや減少	<input type="checkbox"/> ⑤ 減少
営業利益(採算)	<input type="checkbox"/> ① 増加	<input type="checkbox"/> ② やや増加	<input type="checkbox"/> ③ 不変	<input type="checkbox"/> ④ やや減少	<input type="checkbox"/> ⑤ 減少

●販売促進についてお聞きます。どのような方法で顧客ニーズを把握していますか？（複数回答可）

- ①顧客との会話 ②アンケート調査の実施 ③SNSの活用
 ④自社ホームページ ⑤仕入先から収集 ⑥同業他社から収集
 ⑦商工会議所(セミナー等)の活用 ⑧特に何もしていない ⑨その他（ ）

●従業員の不足について教えてください。

- ①不足している ②不足していない

●従業員が不足していると回答した方にお聞きます。どのような対策をしていますか？（複数回答可）

- ①業務の見直し・効率化 ②機械化 ③ITの導入
 ④賃金の見直し ⑤福利厚生 of 充実 ⑥若手社員の教育
 ⑦シニア人材の活用 ⑧女性の活用 ⑨外国人の活用
 ⑩労働（雇用）条件の見直し（労働時間、休暇制度等） ⑪自社HPによる情報発信強化
 ⑫その他（ ）

○ご回答ありがとうございました。

