

# さいたま市地域経済動向調査

## 報 告 書

—2018年12月調査（2018年10～12月期）—

景況調査：実 績 2018年7～9月期

実 績 2018年10～12月期

見通し 2019年1～3月期

見通し 2019年4～6月期

特別調査：「法定外福利厚生」と「キャッシュレス決済」

平成31年1月

さいたま市

# <目次>

<b>I 調査要領</b>	1
1 調査目的	1
2 調査方法	1
3 調査内容	1
4 調査実施期間	2
5 回収状況	2
6 DIの算出方法	2
7 報告書の見方	2
<b>II 調査結果の概要</b>	3
1 調査結果のまとめ	3
2 景況調査の概要	3
3 特別調査（「法定外福利厚生」と「キャッシュレス決済」）の概要	5
<b>III 景況調査</b>	10
1 各項目の動向	10
（1）景況	10
（2）在庫水準	12
（3）資金繰り	14
（4）雇用人員	16
（5）販売数量	18
（6）販売単価	20
（7）仕入価格（単価）	22
（8）売上高	24
（9）経常利益	26
（10）設備投資	28
（11）景気判断の背景・要因	30
（12）経営にマイナス面の影響が大きいと考えられる経済動向	51
2 業種別の動向	59
（1）建設業	59
（2）製造業	60
（3）卸売業	61
（4）小売業	62
（5）飲食店	63

(6) 不動産業 .....	64
(7) サービス業 .....	65

#### **IV 特別調査 「法定外福利厚生」と「キャッシュレス決済」** .....

1 法定外福利厚生 .....	66
(1) 法定外福利厚生の導入状況 .....	66
(2) 法定外福利厚生の導入形式 .....	67
(3) 法定外福利厚生を自社独自で実施している理由 .....	68
(4) 福利厚生代行サービスに要する費用 .....	69
(5) 従業員等の満足度の高いサービス .....	70
(6) 従業員等が不満を感じているサービス .....	72
(7) 法定外福利厚生を導入していない理由 .....	74
2 キャッシュレス決済 .....	75
(1) キャッシュレス決済の導入状況 .....	75
(2) キャッシュレス決済の支払い手段 .....	76
(3) 導入にあたって障害になること .....	80
(4) 行政に行って欲しい支援 .....	82

#### **V 主要経済指標** .....

1 大型小売店舗販売額（前年同月比） .....	84
(1) 百貨店・スーパー計 .....	84
(2) 百貨店 .....	84
(3) スーパー .....	84
2 家計消費支出（二人以上世帯・前月同月比） .....	85
3 新設住宅着工戸数（着工戸数・前年同月比） .....	85
4 新車登録・届出台数（台数・前年同月比） .....	86
5 消費者物価指数（前月差） .....	86
6 鉱工業指数（前月比） .....	87
(1) 生産指数 .....	87
(2) 出荷指数 .....	87
(3) 在庫指数 .....	87
7 企業倒産（負債金額・倒産件数） .....	88
8 有効求人倍率（前年同月差） .....	88
9 貸出金残高（前年同月比） .....	89

#### **VI 調査票** .....

90

# I 調査要領

## 1 調査目的

本調査は、さいたま市内における経済動向、企業経営動向を把握し、適切かつ効果的な施策を推進する基礎資料として活用するとともに、地域内企業の経営判断の参考資料として役立てていただくことを目的とする。

## 2 調査方法

- アンケート調査 … 市内の1,500事業所に対して調査票を郵送等で送付・回収
- ヒアリング調査 … 上記対象企業の中から14事業所（各業種2社）を抽出し、電話によるヒアリング調査を実施
- 主要経済指標の収集 … さいたま市、埼玉県等の主要経済指標を収集

## 3 調査内容

アンケートの内容は、経営動向や景気見通しに関する【景況調査】と、地域経済における特別な問題等となっている事柄等をテーマとする【特別調査】の2つに大きく分かれる。それぞれの調査の内容は下表で示したとおりである。なお、ヒアリング調査は、主に景況感判断の背景・要因等を把握することを目的として実施した。

### 【景況調査】

- 調査対象期間
  - 実績判断 [前期] 2018年7～9月期（8月15日時点）  
[今期] 2018年10～12月期（11月15日時点）
  - 見通し判断 [来期] 2019年1～3月期  
[来々期] 2019年4～6月期
- 調査項目
  - ①景気及び景気判断の背景・要因 ②在庫水準 ③資金繰り ④雇用人員
  - ⑤販売数量 ⑥販売単価 ⑦仕入価格（単価） ⑧売上高 ⑨経常利益 ⑩設備投資
  - ⑪経営にマイナス面の影響が大きいと考えられる経済動向

### 【特別調査】

- 主なテーマ 「法定外福利厚生」と「キャッシュレス決済」
- 調査項目
  - 【法定外福利厚生】 ①法定外福利厚生の導入状況 ②導入形式 ③自社独自で実施している理由 ④福利厚生代行サービスに要する費用 ⑤従業員等の満足度の高いサービス・不満を感じているサービス ⑥導入していない理由
  - 【キャッシュレス決済】 ①キャッシュレス決済の導入状況 ②支払い手段、③導入にあたって障害になること ④行政に行って欲しい支援

#### 4 調査実施期間

■アンケート調査	…	2018年11月19日(月)～2018年12月11日(火)
■ヒアリング調査	…	2018年12月5日(水)～2018年12月19日(水)

#### 5 回収状況

業 種	送付 事業所数	有効回答 事業所数	回収率 (%)
建設業	195	95	48.7
製造業	210	87	41.4
卸売業	220	62	28.2
小売業	220	79	35.9
飲食店	225	51	22.7
不動産業	220	83	37.7
サービス業	210	85	40.5
計	1,500	542	36.1

#### 6 DI\*の算出方法

景況調査では、景況等に対する5段階の判断に、それぞれ以下の点数を与え、これらを各回答区分の構成比(%)に乗じて、DIを算出している。ただし、「在庫水準」「雇用人員」「仕入価格(単価)」については、「過剰(上昇)」-1、「やや過剰(やや上昇)」-0.5、「適正(不変)」0、「やや不足(やや下降)」+0.5、「不足(下降)」+1として、DIを算出する。

評 価	「良い」 「増加」 等	「やや良い」 「やや増加」 等	「普通」 「不変」	「やや悪い」 「やや減少」 等	「悪い」 「減少」 等
点 数	+1	+0.5	0	-0.5	-1

\*DIとは、ディフュージョン・インデックス(Diffusion Index)の略である。

#### 7 報告書の見方

- ①景況調査では、項目ごとにDI値で集計した結果を掲載している。なお、前期=2018年7月～9月、今期=2018年10月～12月、来期=2019年1月～3月、来々期=2019年4月～6月としている。
- ②各図表では、回答者数を「n」として表示している。
- ③集計は、小数点第2位を四捨五入しているため、数値の合計が100%にならない場合がある。

## Ⅱ 調査結果の概要

### 1 調査結果のまとめ

～さいたま市内の景況は、規模により違いはあるものの、概ね横ばいとなっており、先行きは慎重な見通し～

さいたま市内の景況は、今期（2018年10～12月期）は0.3ポイント上昇したが、規模により違いはあるものの、概ね横ばいとなっており、先行きは慎重な見通しである。

経営にマイナス面の影響が大きいと考えられる経済動向で最も多いのは「個人消費の動向」の4割台半ば近くで、「人口減少・少子高齢化」の3割台半ば、「消費増税の影響」の3割台半ば近く、「原油・原材料価格の動向」の2割台半ば超えなどと続く。

法定外福利厚生を「導入している」と回答した事業所は3割台半ば近くで、うち「自社独自の制度を設けている」が7割弱、「福利厚生代行サービス会社を利用」が3割強である。

「自社独自の制度を設けている」理由で最も多いのは「コスト削減のため」の5割強である。また、導入していない理由で最も多いのは「必要性を感じない」の5割近くである。

キャッシュレス決済を「既に導入している」と回答した事業所が2割弱、「将来的に導入したい」と回答した事業所が約1割である。キャッシュレス決済の導入にあたっての障害で最も多いのは「決済手数料が高い」の5割台半ば超えで、行政に行って欲しい支援で最も多いのは「各種費用の助成」の4割台半ば超えである。

### 2 景況調査の概要

(1) 景況<sup>P10</sup> ～規模により違いはあるものの、概ね横ばいとなっており、先行きは慎重な見通し～

今期（2018年10～12月期）のD Iは▲22.0となり、前期の▲22.3と比べて0.3ポイントの上昇であった。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。先行きは、来期が▲21.9とわずかに上昇するが、来々期は▲24.1と下降する見通しである。

業種別では、今期は「製造業」「卸売業」「小売業」で上昇し、それ以外は下降した。依然として「飲食店」「小売業」の大幅なマイナスが続く。先行きは、来期は「建設業」「小売業」「飲食店」「不動産業」「サービス業」で上昇、来々期は「製造業」「飲食店」を除いて下降する見通しである。

規模別では、今期は《10人以上》で上昇し、「50人以上」はプラスであった。「5人未満」は大幅なマイナスが続いた。先行きは、来期は《25人未満》で上昇するが、来々期は全ての規模で下降する見通しである。

(2) 事業所の動向

① 売上高<sup>P24</sup>・経常利益<sup>P26</sup>

～今期は売上高、経常利益とも上昇、来期も上昇するが、来々期は下降する見通し～

今期のD Iは、売上高が▲16.0、経常利益が▲22.6となり、前期と比べて、それぞれ1.3ポイント、0.8ポイントマイナス幅が縮小した。業種別では、売上高、経常利益ともに「飲食店」「小売業」の大幅なマイナスが続いた。規模別では、売上高は「50人以上」がプラスであったが、経常利益は全ての規模でマイナスとなった。先行きについては、売上高、経常利益とも、来期は上昇するが、来々期は下降する見通しである。

② 販売数量<sup>P18</sup>・販売単価<sup>P20</sup> ～今期は販売数量、販売単価ともに上昇～

今期のD Iは、販売数量が▲20.0、販売単価が▲5.5となった。前期と比べて、販売数量が1.5ポイント、販売単価が0.2ポイント上昇した。先行きについては、販売数量、販売単価ともに、来期は上昇、来々期は下降する見通しである。

③ 資金繰り<sup>P14</sup> ～今期は横ばいで推移、「飲食店」「小売業」の大幅なマイナスが続く～

資金繰りの今期は▲11.4で、前期と比べて横ばいであった。業種別では「飲食店」「小売業」の大幅なマイナスが続いた。規模別では《25人未満》がマイナス、《25人以上》がプラスであった。先行きについては、来期はやや下降するが、来々期は上昇する見通しである。

④ 雇用人員<sup>P16</sup>・設備投資<sup>P28</sup> ～雇用人員の今期は上昇し、先行きもプラスが続く見通し～

雇用人員の今期は21.9で、前期と比べて1.5ポイント上昇した。業種別では「建設業」と「サービス業」、規模別では《25人以上》で不足感が強い。先行きについては、来期、来々期と下降するがプラスは続く見通しである。設備投資の今期は▲8.5で、前期と比べて0.6ポイント上昇した。先行きについては、来期、来々期と下降していく見通しである。

⑤ 仕入価格<sup>P22</sup>・在庫水準<sup>P12</sup>

～仕入価格、在庫水準ともに、来期、来々期と上昇していく見通し～

仕入価格は「上昇」が「下降」を上回り▲23.7となり、前期と比べて0.1ポイントマイナス幅が拡大した。先行きについては、来期、来々期と上昇していく見通しである。在庫水準の今期は▲1.0で、来期は上昇してプラスの不足に転じ、来々期もプラスが続く見通しである。

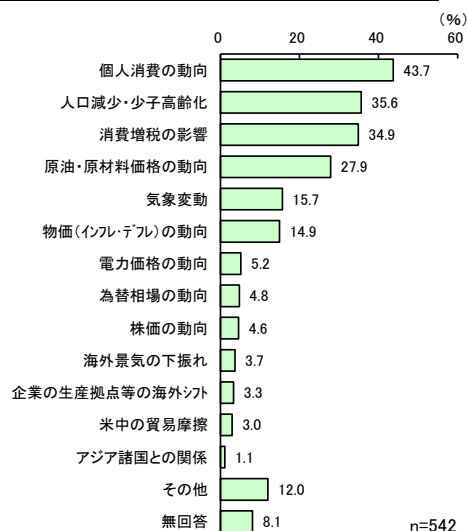
<今回調査の結果（D I値）>

項目	D I 値			
	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	7～9月期	10～12月期	1～3月期	4～6月期
景況	▲ 22.3	▲ 22.0	▲ 21.9	▲ 24.1
在庫水準	▲ 1.5	▲ 1.0	0.7	1.9
資金繰り	▲ 11.4	▲ 11.4	▲ 11.7	▲ 10.6
雇用人員	20.4	21.9	20.7	19.1
販売数量	▲ 21.5	▲ 20.0	▲ 19.4	▲ 23.7
販売単価	▲ 5.7	▲ 5.5	▲ 5.0	▲ 5.5
仕入価格	▲ 23.6	▲ 23.7	▲ 21.3	▲ 20.9
売上高	▲ 17.3	▲ 16.0	▲ 14.2	▲ 19.9
経常利益	▲ 23.4	▲ 22.6	▲ 20.2	▲ 24.5
設備投資	▲ 9.1	▲ 8.5	▲ 8.6	▲ 9.2

⑥ 経営にマイナス面の影響が大きいと考えられる経済動向<sup>P51</sup>

～最も多いのは「個人消費の動向」の4割台半ば近く～

経営にマイナス面の影響が大きいと考えられる経済動向は、「個人消費の動向」が4割台半ば近く（43.7%）で最も多く、以下、「人口減少・少子高齢化」（35.6%）、「消費税の影響」（34.9%）、「原油・原材料価格の動向」（27.9%）、「気象変動」（15.7%）、「物価（インフレ・デフレ）の動向」（14.9%）などと続く。

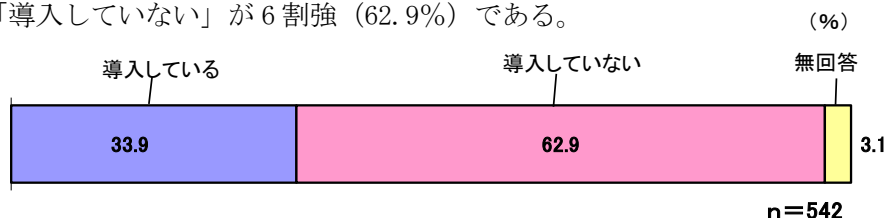


### 3 特別調査（「法定外福利厚生」と「キャッシュレス決済」）の概要

#### 3-1 法定外福利厚生

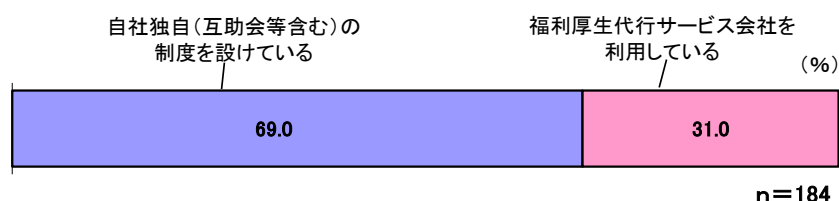
##### （1）法定外福利厚生の導入状況 ～「導入している」が3割台半ば近く～

法定外福利厚生を導入しているかについて聞いたところ、「導入している」が3割台半ば近く（33.9%）、「導入していない」が6割強（62.9%）である。



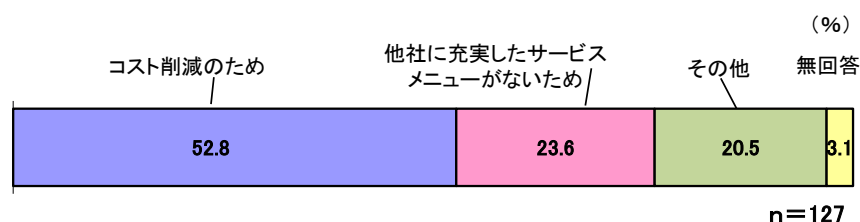
##### （2）法定外福利厚生の導入形式 ～「自社独自の制度を設けている」が7割弱～

（1）の質問で「導入している」と回答した事業所に、どのような形式で導入しているかを聞いたところ、「自社独自（互助会等含む）の制度を設けている」が7割弱（69.0%）、「福利厚生代行サービス会社を利用している」が3割強（31.0%）である。



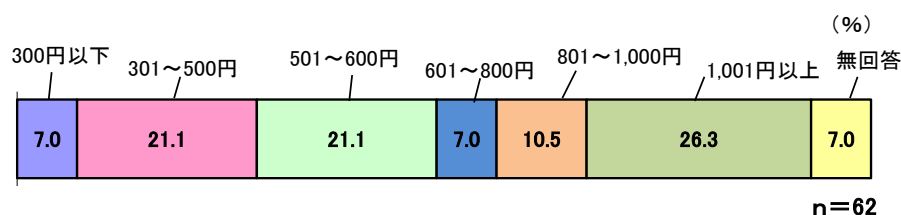
##### （3）自社独自で実施している理由 ～最も多いのは「コスト削減のため」の5割強～

（2）の質問で「自社独自（互助会等含む）の制度を設けている」と回答した事業所に、独自で実施している理由を聞いたところ、「コスト削減のため」が5割強（52.8%）、「他社に充実したサービスメニューがないため」が2割台半ば近く（23.6%）、「その他」が約2割（20.5%）である。



##### （4）福利厚生代行サービスに要する費用 ～「1,001円以上」が2割台半ばを超える～

（2）の質問で「福利厚生代行サービス会社を利用している」と回答した事業所に、福利厚生代行サービスに要する費用（従業員1人1ヶ月当たりの金額）を聞いたところ、最も多いのが「1,001円以上」の2割台半ばを超え（26.3%）で、以下、「301～500円」と「501～600円」（21.1%）、「801～1,000円」（10.5%）、「300円以下」と「601～800円」（7.0%）と続く。



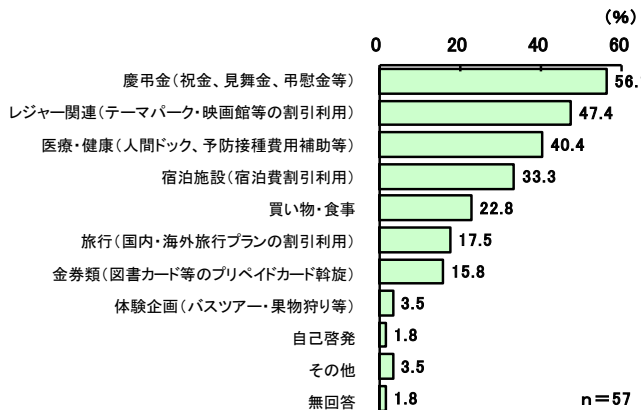


(5) 福利厚生代行で満足度の高いサービス、不満を感じているサービス  
 ～満足度の高いサービスは「慶弔金」で5割台半ばを超える～

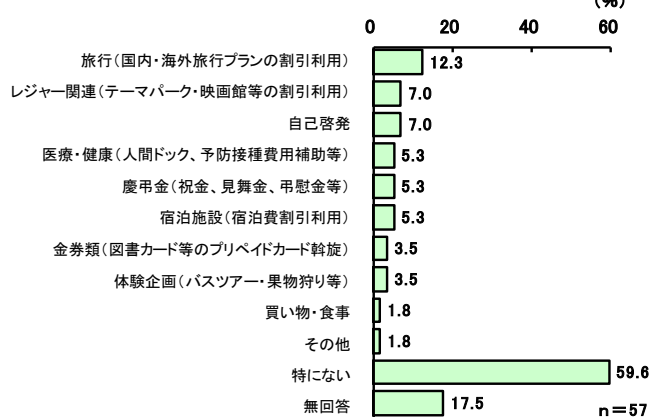
(2) の質問で「福利厚生代行サービス会社を利用している」と回答した事業所に、従業員等の満足度の高いサービスを聞いたところ、最も多いのは「慶弔金（祝金、見舞金、弔慰金等）」の5割台半ばを超え(56.1%)で、以下、「レジャー関連(テーマパーク・映画館等の割引利用)」(47.4%)、「医療・健康(人間ドック、予防接種費用補助等)」(40.4%)などと続く。

また、従業員等が不満を感じているサービスでは「特にない」が6割弱(59.6%)を占めて多く、サービス項目では「旅行(国内・海外旅行プランの割引利用)」(12.3%)が最も多い。

＜従業員の満足度の高いサービス＞

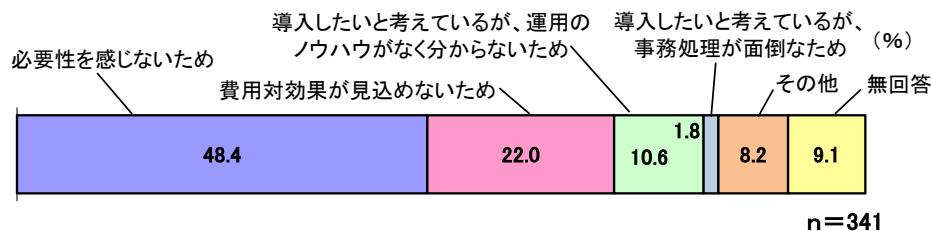


＜従業員が不満を感じているサービス＞



(6) 法定外福利厚生を導入しない理由 ～最も多いのは「必要性を感じない」の5割近く～

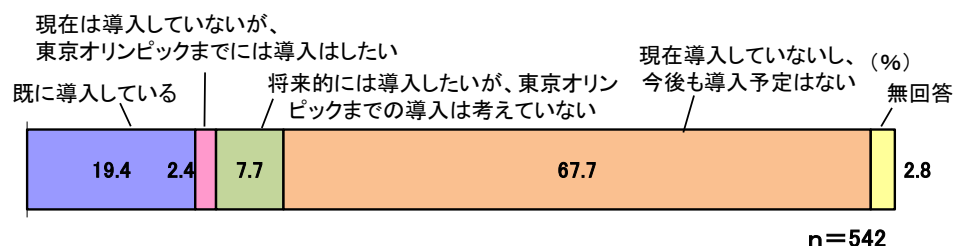
(1) の質問で「導入していない」と回答した事業所に、導入していない理由を聞いたところ、最も多いのが「必要性を感じない」の5割近く(48.4%)で、以下、「費用対効果が見込めないため」(22.0%)、「導入したいと考えているが、運用のノウハウがなく分からないため」(10.6%)、「導入したいと考えているが、事務処理が面倒なため」(8.2%)と続く。



3-2 キャッシュレス決済

(1) キャッシュレス決済の導入状況 ～「既に導入している」が2割弱～

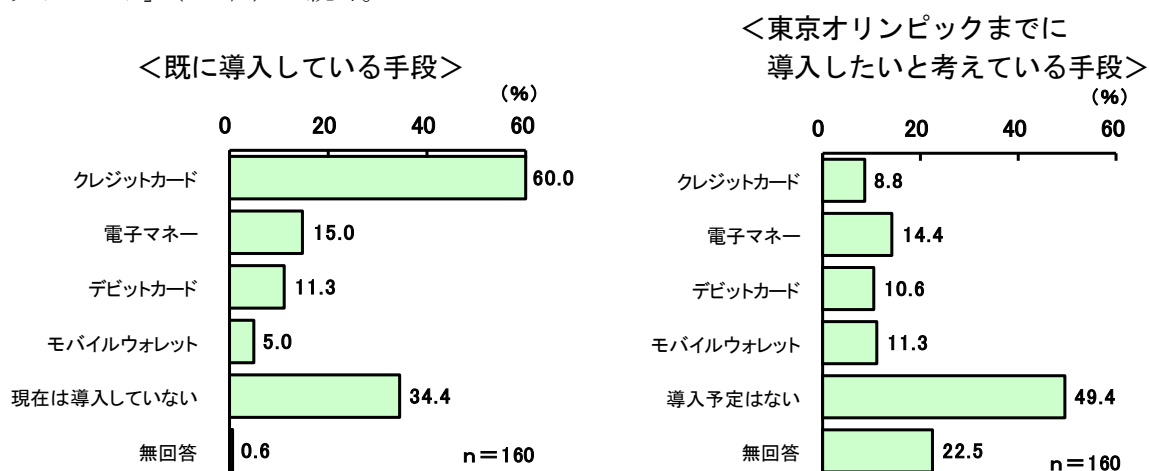
「キャッシュレス決済」の導入状況について聞いたところ、「既に導入している」が2割弱(19.4%)で、「現在は導入していないが、東京オリンピックまでには導入したい」(2.4%)、「将来的には導入したいが、東京オリンピックまでの導入は考えていない」(7.7%)は少ない。



## (2) キャッシュレス決済の支払い手段

～既に導入している手段で最も多いのは「クレジットカード」の6割～

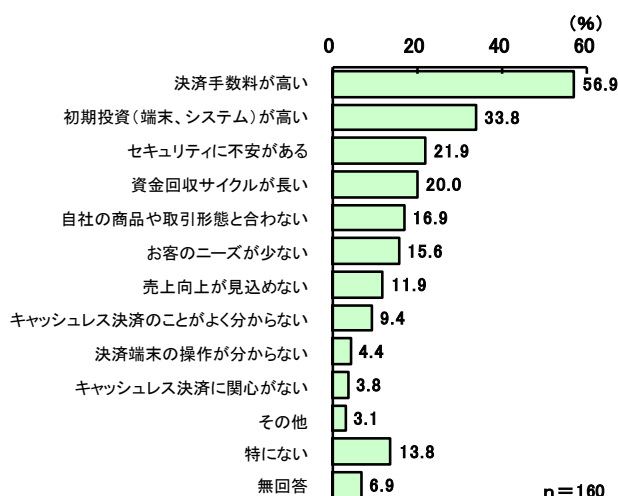
(1) で「既に導入している」あるいは「導入予定」と回答した事業所に、既に導入している手段を聞いたところ、最も多いのは「クレジットカード」の6割(60.0%)で、「電子マネー」(15.0%)、「デビットカード」(11.3%)、「モバイルウォレット」(5.0%)は少ない。また、東京オリンピックまでに導入したいと考えている手段で最も多いのは「電子マネー」の1割台半ば近く(14.4%)で、以下、「モバイルウォレット」(11.3%)、「デビットカード」(10.6%)、「クレジットカード」(8.8%)と続く。



## (3) 導入にあたって障害になること

～最も多いのは「決済手数料が高い」の5割台半ば超え～

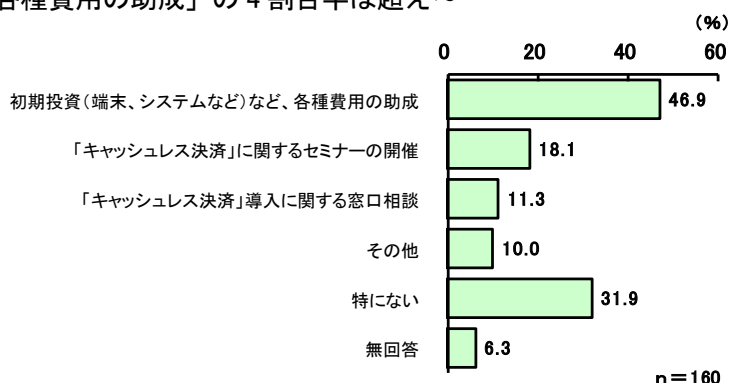
キャッシュレス決済の導入にあたって障害になることを聞いたところ、最も多いのは「決済手数料が高い」の5割台半ば超え(56.9%)で、以下、「初期投資(端末、システム)が高い」(33.8%)、「セキュリティに不安がある」(21.9%)、「資金回収サイクルが長い」(20.0%)、「自社の商品や取引形態と合わない」(16.9%)など続く。











































## (4) 行政に行って欲しい支援






～最も多いのは「初期投資など各種費用の助成」の4割台半ば超え～

キャッシュレス決済の導入にあたり、行政にどのような支援を行って欲しいかを聞いたところ、最も多いのが「初期投資(端末、システムなど)など、各種費用の助成」で、4割台半ばを超え(46.9%)ている。



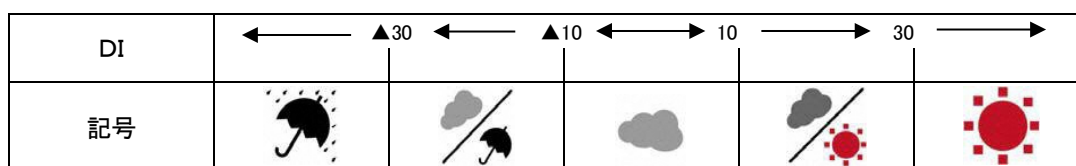
■各項目の産業天気図

項目	2018年		2019年	
	7～9月期	10～12月期	1～3月期	4～6月期
景況				
	▲22.3	▲22.0	▲21.9	▲24.1
在庫水準				
	▲1.5	▲1.0	0.7	1.9
資金繰り				
	▲11.4	▲11.4	▲11.7	▲10.6
雇用人員				
	20.4	21.9	20.7	19.1
販売数量				
	▲21.5	▲20.0	▲19.4	▲23.7
販売単価				
	▲5.7	▲5.5	▲5.0	▲5.5
仕入価格 (単価)				
	▲23.6	▲23.7	▲21.3	▲20.9
売上高				
	▲17.3	▲16.0	▲14.2	▲19.9
経常利益				
	▲23.4	▲22.6	▲20.2	▲24.5
設備投資				
	▲9.1	▲8.5	▲8.6	▲9.2

DI	←▲30	←▲10	↔10	→30	→
記号					

■業種別の産業天気図（2018年10～12月期）

業種	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店	不動産業	サービス業
景況							
	▲9.1	▲13.5	▲19.7	▲34.9	▲46.1	▲23.4	▲18.8
在庫水準							
	▲2.0	▲4.3	▲7.1	▲0.7	▲3.6	13.3	0.0
資金繰り							
	▲3.8	▲8.2	▲0.8	▲23.3	▲37.0	▲7.9	▲9.1
雇用人員							
	43.0	20.6	12.1	13.9	17.8	9.2	27.7
販売数量							
	▲11.2	▲8.4	▲15.6	▲34.7	▲32.7	▲22.8	▲20.3
販売単価							
	1.9	▲4.2	▲6.6	▲10.0	▲11.2	▲14.9	2.1
仕入価格 (単価)							
	▲28.4	▲28.8	▲14.8	▲23.0	▲34.7	▲12.7	▲20.6
売上高							
	▲4.8	▲4.1	▲12.9	▲27.9	▲38.2	▲15.6	▲18.9
経常利益							
	▲8.5	▲12.2	▲21.0	▲41.4	▲44.0	▲18.1	▲24.4
設備投資							
	▲8.1	▲5.6	▲12.3	▲7.6	▲21.7	0.7	▲10.6



# Ⅲ 景況調査

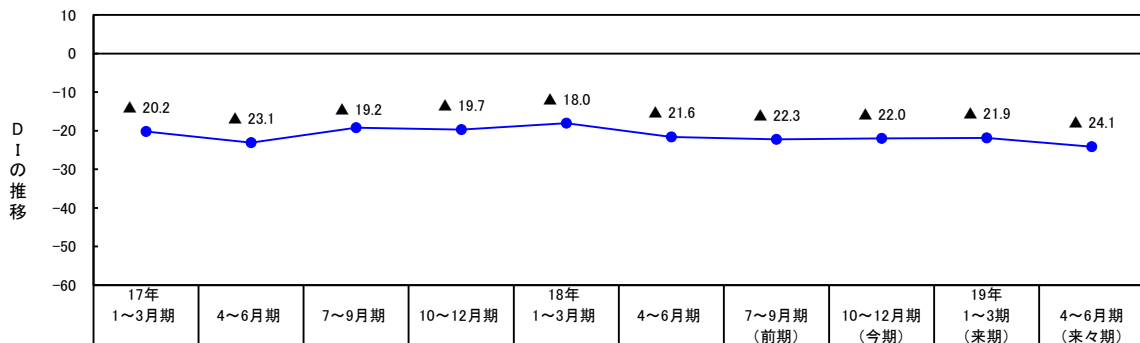
## 1 各項目の動向

### (1) 景況

#### ① 全体

今期の景況のD Iは「悪い」が「良い」を上回り▲22.0となり、前期と比べて0.3ポイントマイナス幅が縮小した。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。

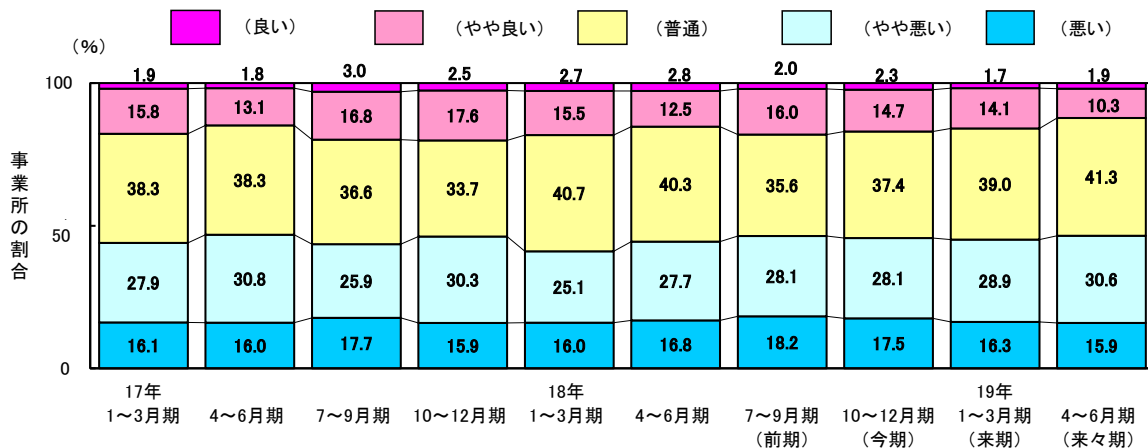
先行きをみると、来期は▲21.9とわずかに上昇するものの、来々期は▲24.1と下降する見通しである。



#### ■事業所の割合

景況について、今期は「悪い」と「やや悪い」をあわせた《悪い》とみる事業者が4割半ば(45.6%)、「良い」と「やや良い」をあわせた《良い》とみる事業者が1割台半ばを超え(17.0%)、「普通」とみる事業者が3割台半ばを超え(37.4%)であった。前期と比べて、「普通」の割合が増加し、《良い》《悪い》の割合が減少した。

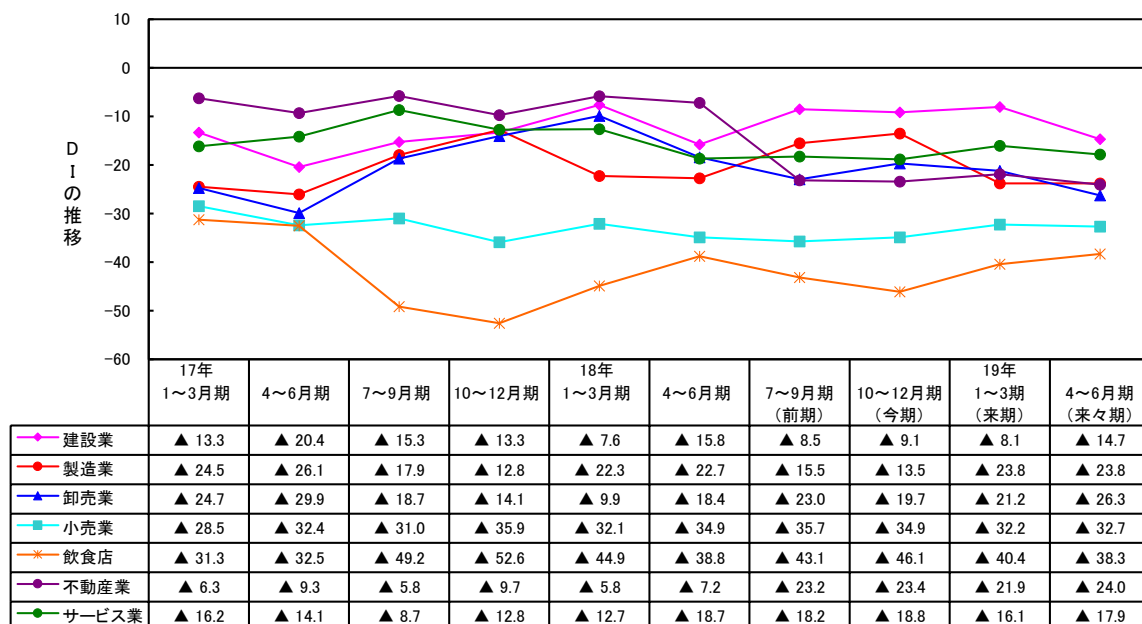
先行きをみると、来期、来々期と「普通」が増加し、《良い》が減少していく見通しである。《悪い》は来期が減少、来々期が増加する見通しである。



## ② 業種別

今期は、「製造業」「卸売業」「小売業」は上昇したものの、それ以外の業種は下降となった。「飲食店」「小売業」は依然として大幅なマイナスが続いている。

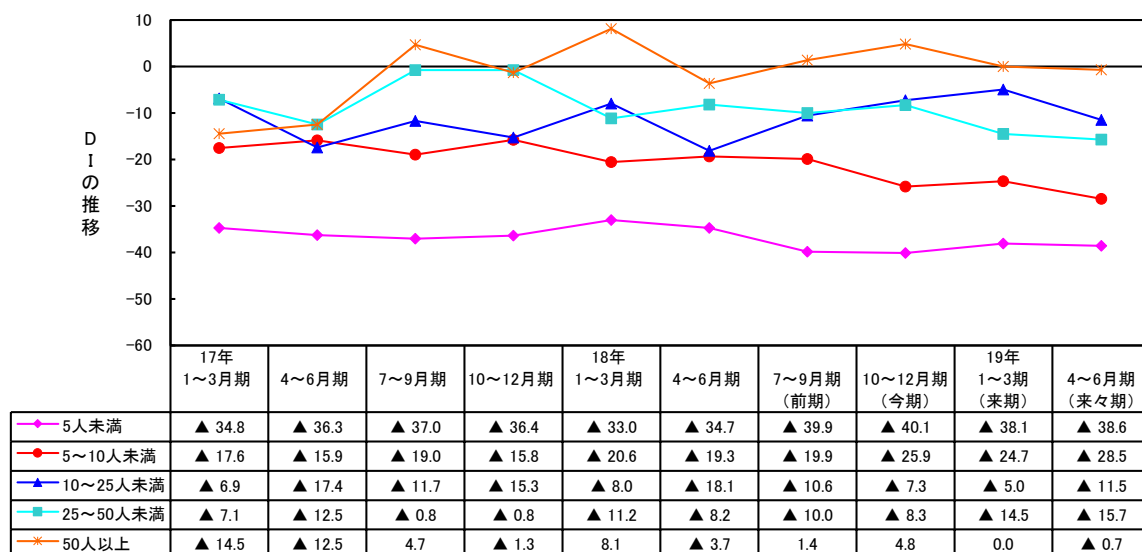
先行きをみると、来期は「建設業」「小売業」「飲食店」「不動産業」「サービス業」で上昇するものの、来々期は「製造業」「飲食店」を除いて下降する見通しである。



## ③ 規模別

今期は《10人以上》で上昇、「50人以上」はプラスであった。「5人未満」は大幅なマイナスが続いた。

先行きをみると、来期は《25人未満》で上昇するものの、来々期は全ての規模で下降する見通しである。

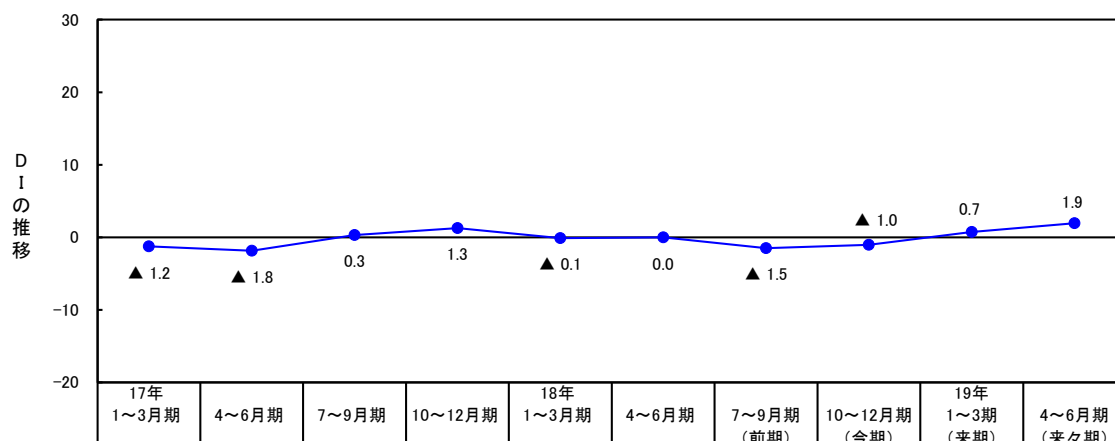


## (2) 在庫水準

### ① 全体

今期は「過剰」が「不足」を上回り▲1.0となり、前期と比べて0.5ポイントマイナス幅が縮小した。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。

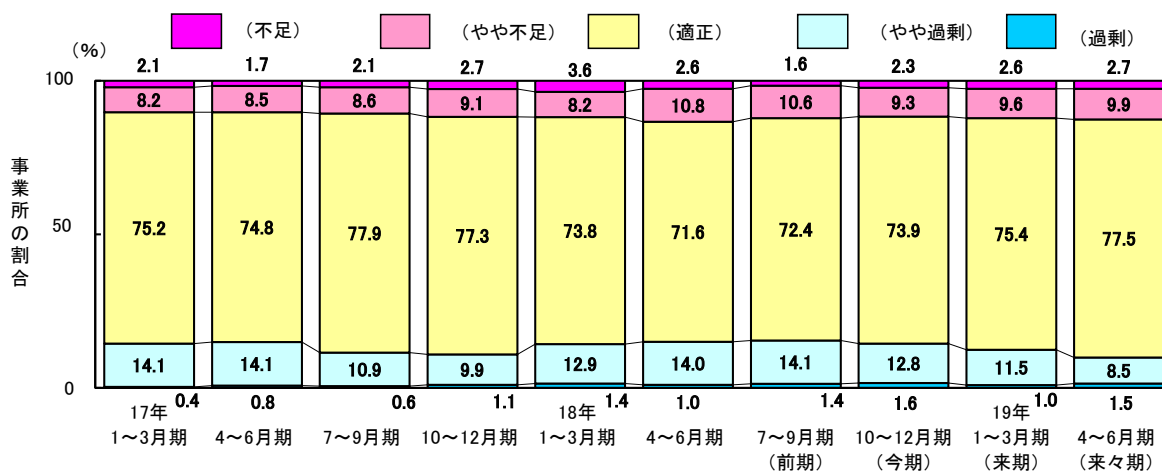
先行きをみると、来期は0.7、来々期は1.9と上昇し、プラスが続く見通しである。



### ■事業所の割合

在庫について、今期は「適正」とみる事業者が7割台半ば近く(73.9%)、「過剰」と「やや過剰」をあわせた《過剰》とみる事業者が1割台半ば近く(14.4%)、「不足」と「やや不足」をあわせた《不足》とみる事業者が1割強(11.6%)であった。前期と比べて、「適正」が増加し、《過剰》《不足》は減少した。

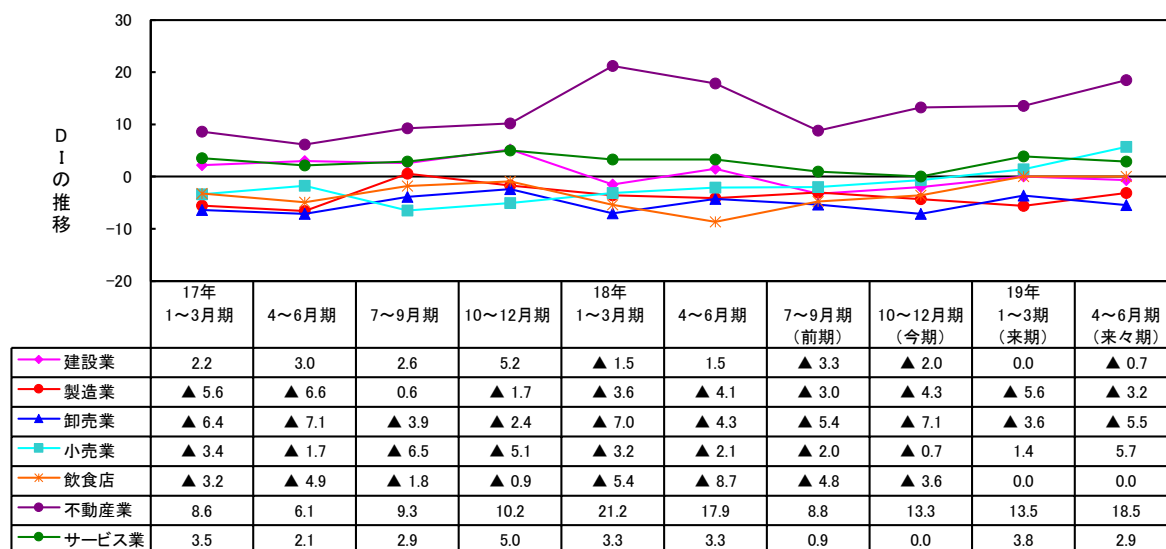
先行きをみると、来期、来々期と「適正」《不足》が増加し、《過剰》が減少していく見通しである。



## ② 業種別

今期は、「不動産業」がプラスの「不足」、サービス業がゼロ、それ以外の業種はマイナスの「過剰」であった。前期と比べて「建設業」「小売業」「飲食店」「不動産業」は上昇した。「不動産業」のプラスが続いた。

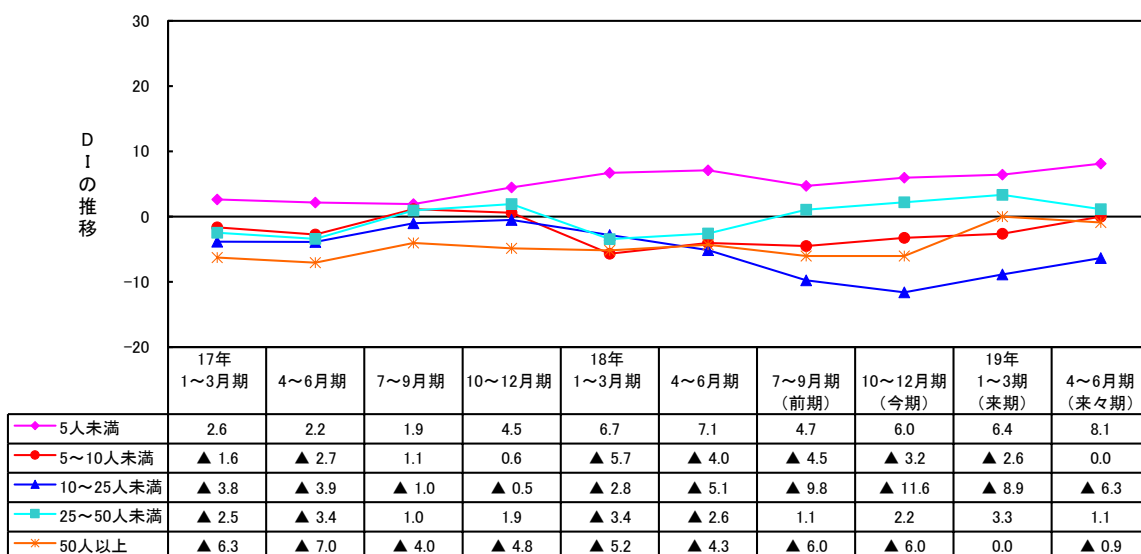
先行きをみると、来期は「製造業」は下降するものの、それ以外の業種は上昇し、「小売業」「不動産業」「サービス業」はプラスの「不足」となる見通しである。来々期は「建設業」「製造業」「卸売業」はマイナスの「過剰」、「飲食店」はゼロ、「小売業」「不動産業」「サービス業」はプラスの「不足」となる見通しである。



## ③ 規模別

今期は、「5人未満」「25~50人未満」はプラスの「不足」、《5~25人未満》「50人以上」はマイナスの「過剰」であった。前期と比べて《10人未満》「25~50人未満」で上昇した。

先行きをみると、来期、来々期と「5人未満」「25~50人未満」でプラスの「不足」、「10~25人未満」でマイナスの「過剰」が続く見通しである。



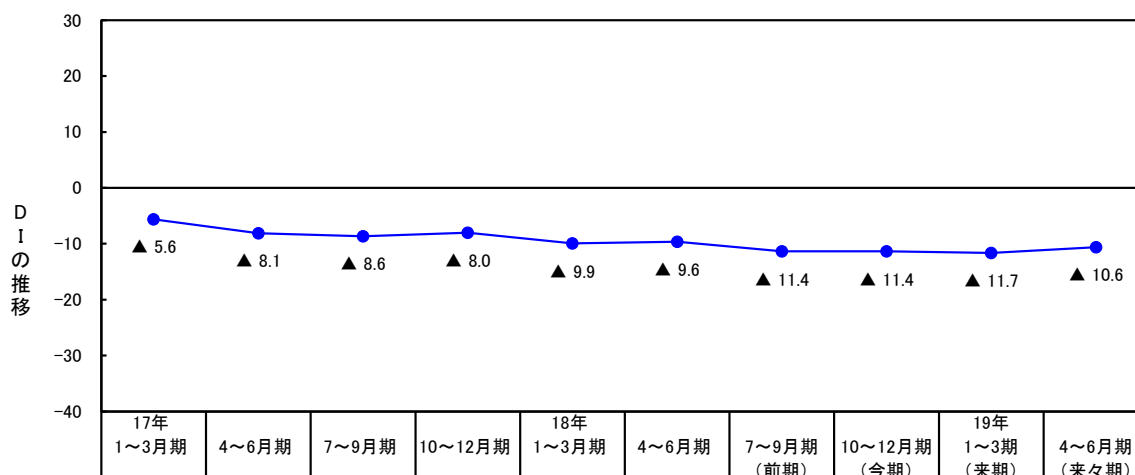


### (3) 資金繰り

#### ① 全体

今期は「悪い」が「良い」を上回り▲11.4となり、前期と比べて横ばいであった。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。

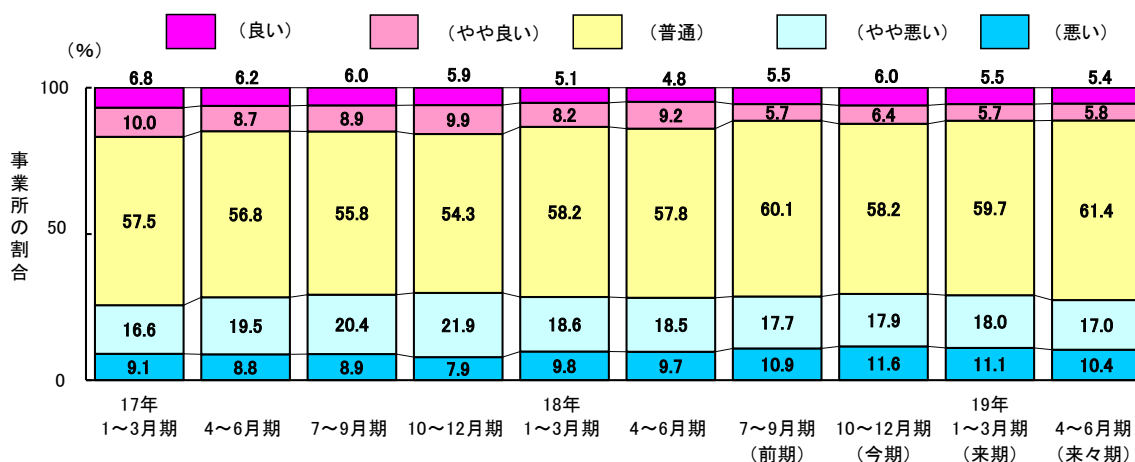
先行きをみると、来期は▲11.7とやや下降するものの、来々期は▲10.6と上昇する見通しである。



#### ■事業所の割合

資金繰りについて、今期は「普通」とみる事業者が6割近く(58.2%)、「悪い」と「やや悪い」をあわせた《悪い》とみる事業者が3割弱(29.5%)、「良い」と「やや良い」をあわせた《良い》とみる事業者が1割強(12.4%)であった。前期と比べて、《悪い》《良い》が増加し、「普通」が減少した。

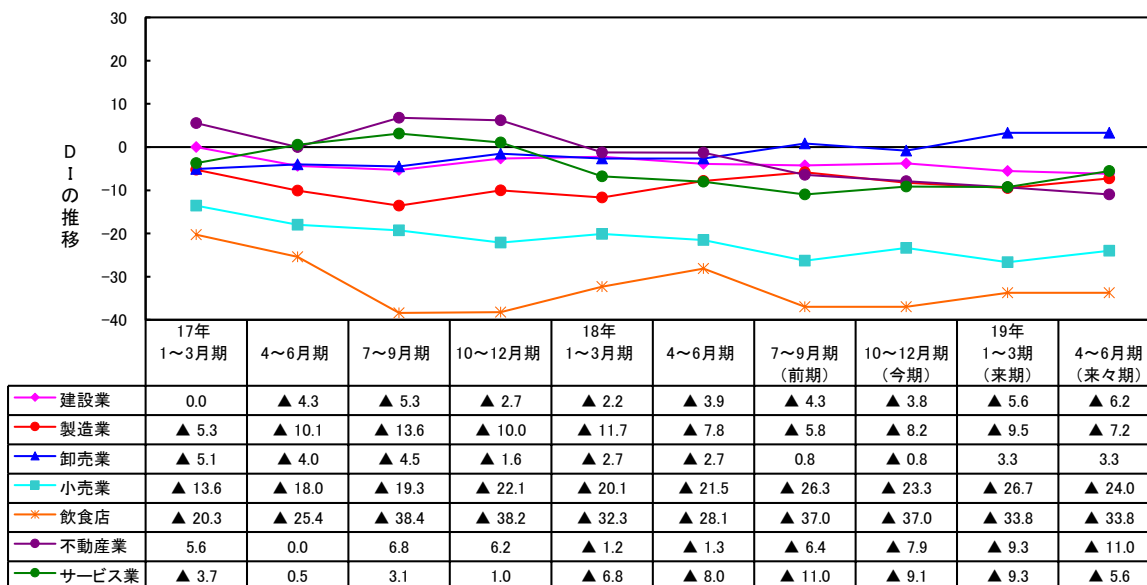
先行きをみると、来期、来々期と「普通」が増加し、《悪い》が減少していく見通しである。



## ② 業種別

今期はいずれの業種もマイナスで、「飲食店」と「小売業」は大きなマイナスが続いた。前期と比べて「建設業」「小売業」「サービス業」は上昇、「飲食店」は横ばい、「製造業」「卸売業」「不動産業」は下降した。

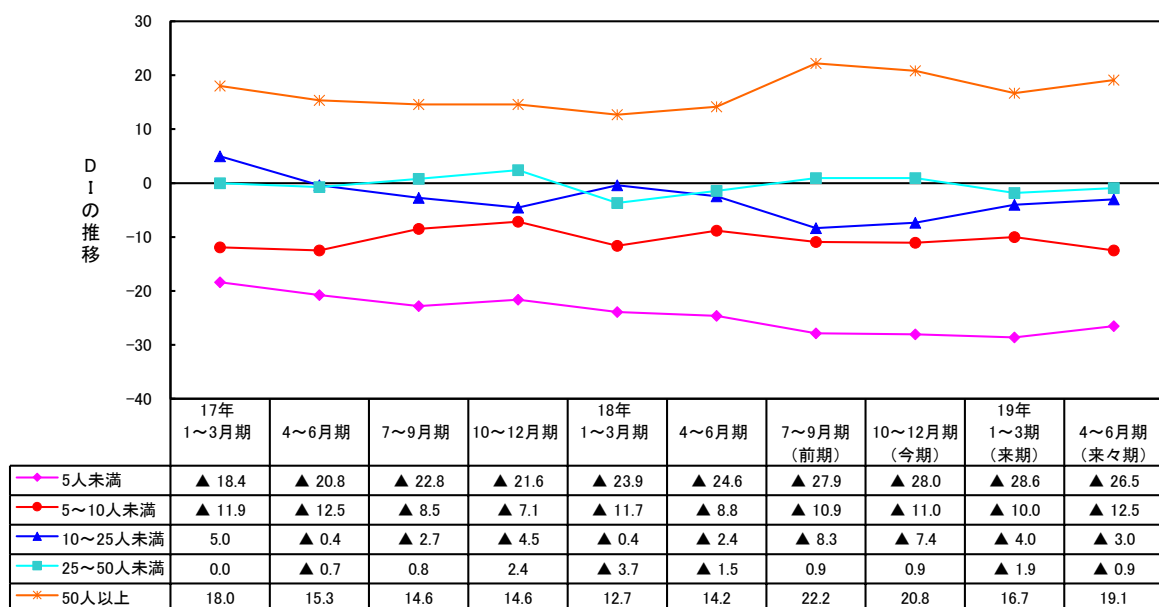
先行きをみると、来期は「卸売業」「飲食店」で上昇、来々期は「製造業」「小売業」「サービス業」で上昇する見通しである。「卸売業」のプラスが、来期、来々期と続く見通しである。



## ③ 規模別

今期は、「25人未満」はマイナス、「25人以上」はプラスであった。「5人未満」の大幅なマイナスが続いた。

先行きをみると、来期は「50人未満」でマイナスとなり、来々期もマイナスが続く見通しである。来期、来々期と「50人以上」のプラスが続く見通しである。

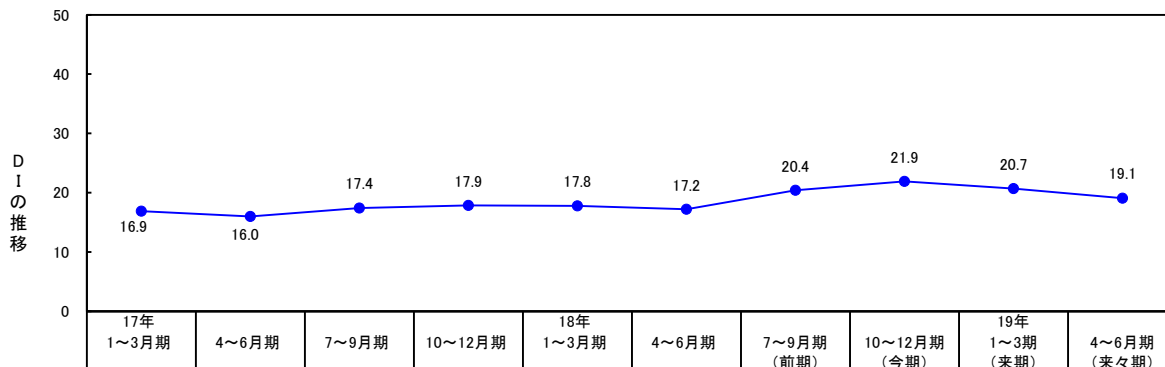


## (4) 雇用人員

### ① 全体

今期は「不足」が「過剰」を上回り 21.9 となり、前期と比べて 1.5 ポイントプラス幅が拡大した。前年同期と比べて、前期、今期とも上昇した。

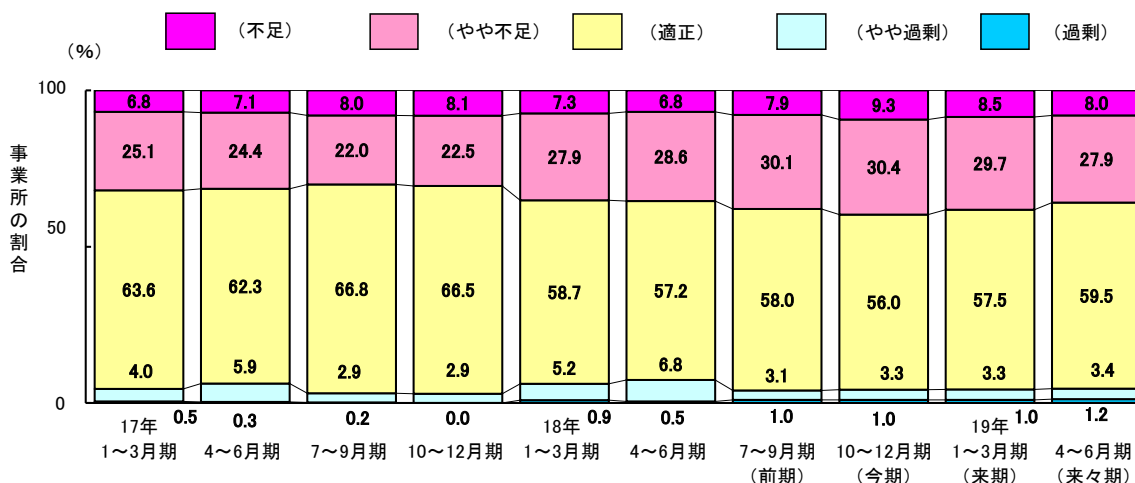
先行きをみると、来期は 20.7、来々期は 19.1 と下降していく見通しである。



### ■事業所の割合

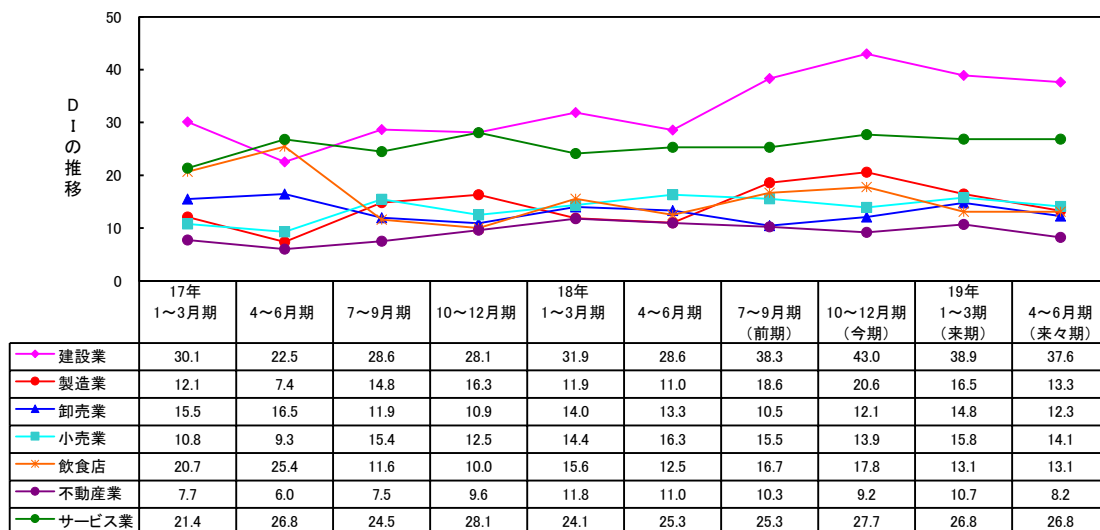
雇用人員について、今期は「適正」とみる事業者が 5 割台半ばを超え (56.0%)、「不足」と「やや不足」をあわせた《不足》とみる事業者が 4 割弱 (39.7%)、「過剰」と「やや過剰」をあわせた《過剰》とみる事業者が 4.3%であった。前期と比べて「適正」が減少し、《過剰》《不足》が増加した。

先行きをみると、来期、来々期と「適正」が増加し、「不足」が減少していく見通しである。



## ② 業種別

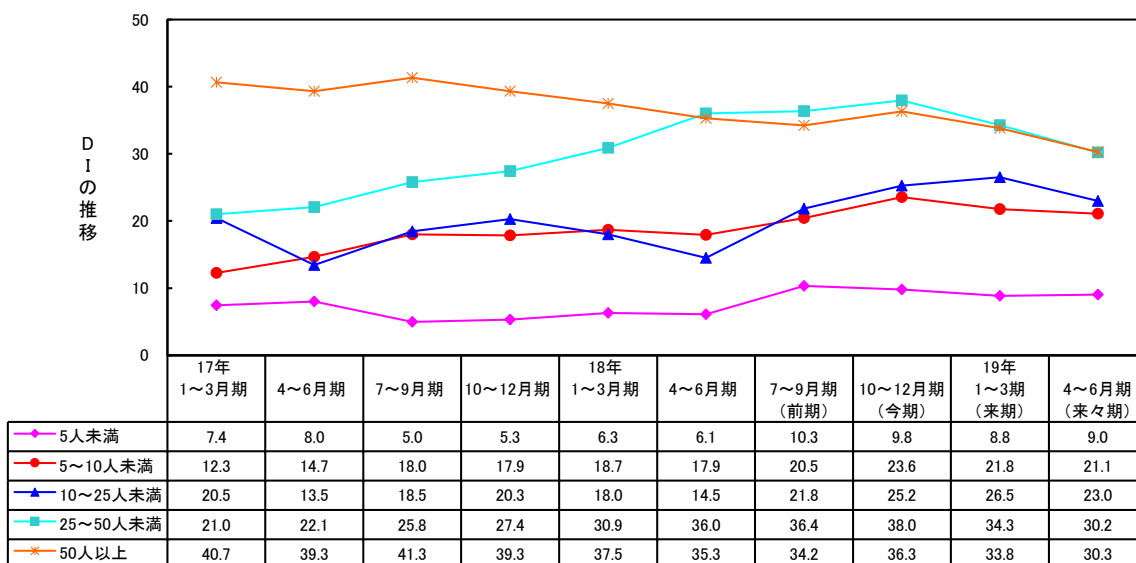
今期は、全ての業種がプラスの「不足」であり、とくに「建設業」のプラス幅は大きい。前期と比べて「建設業」「製造業」「卸売業」「飲食店」「サービス業」でプラス幅が拡大した。先行きをみると、来期、来々期と全ての業種でプラスが続く見通しである。「建設業」は来期、来々期と下降するものの、引き続き大幅なプラスが続く見通しである。



## ③ 規模別

今期は、全ての規模がプラスの「不足」であり、《25人以上》の大幅なプラスが続いた。前期と比べて「5人未満」で下降したものの、《5人以上》は上昇した。

先行きをみると、来期、来々期とも全ての規模でプラスが続く見通しである。《25人以上》は来期、来々期と下降するものの、引き続き大幅なプラスが続く見通しである。

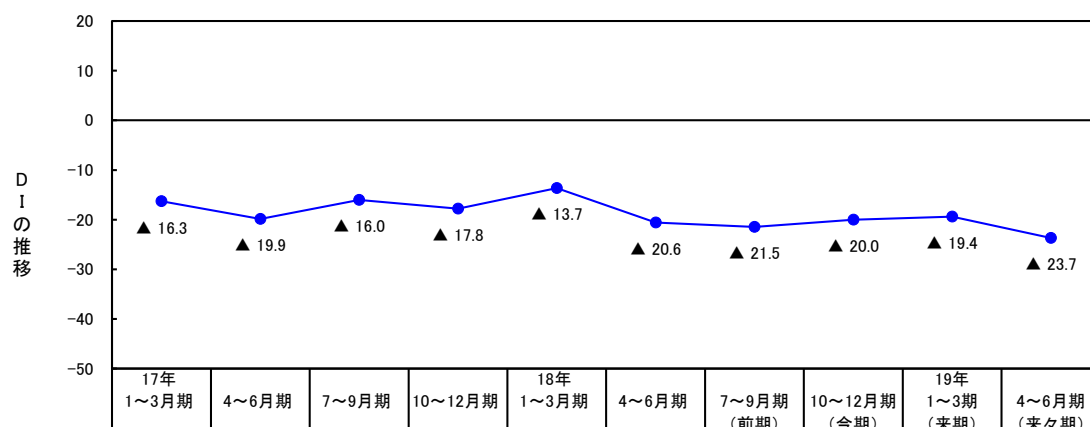


## (5) 販売数量

### ① 全体

今期は「減少」が「増加」を上回り▲20.0となり、前期と比べて1.5ポイントマイナス幅が縮小した。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。

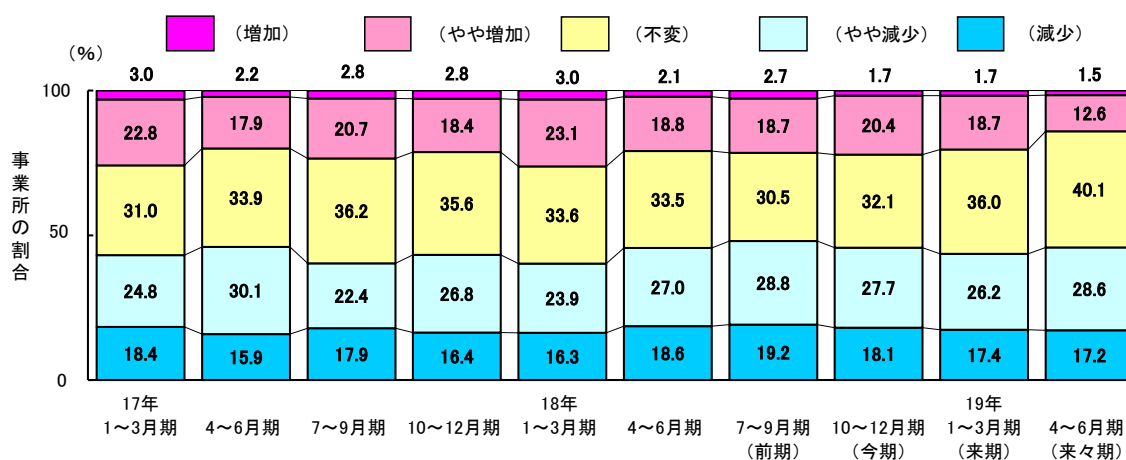
先行きをみると、来期は▲19.4と上昇するものの、来々期は▲23.7と下降する見通しである。



### ■事業所の割合

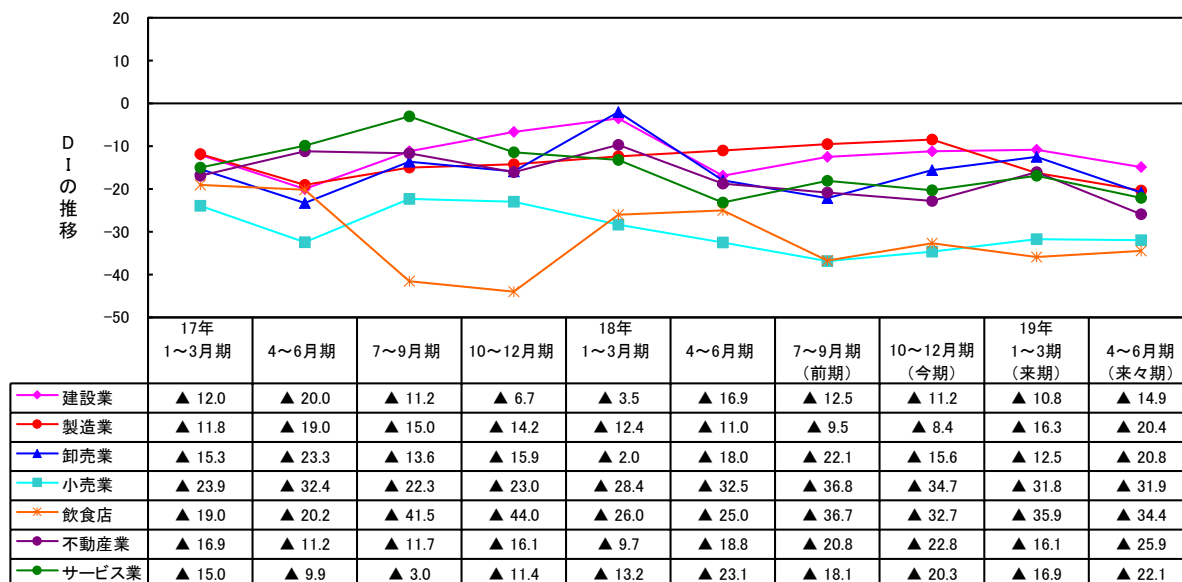
販売数量について、今期は「減少」と「やや減少」をあわせた《減少》とみる事業者が4割台半ば(45.8%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業者が2割強(22.1%)、「不変」とみる事業者が3割強(32.1%)であった。前期と比べて、「不変」《増加》が増加し、《減少》が減少した。

先行きをみると、来期は「不変」が増加し、《増加》《減少》が減少する見通しである。来々期は「不変」《減少》が増加し、《増加》が減少する見通しである。



## ② 業種別

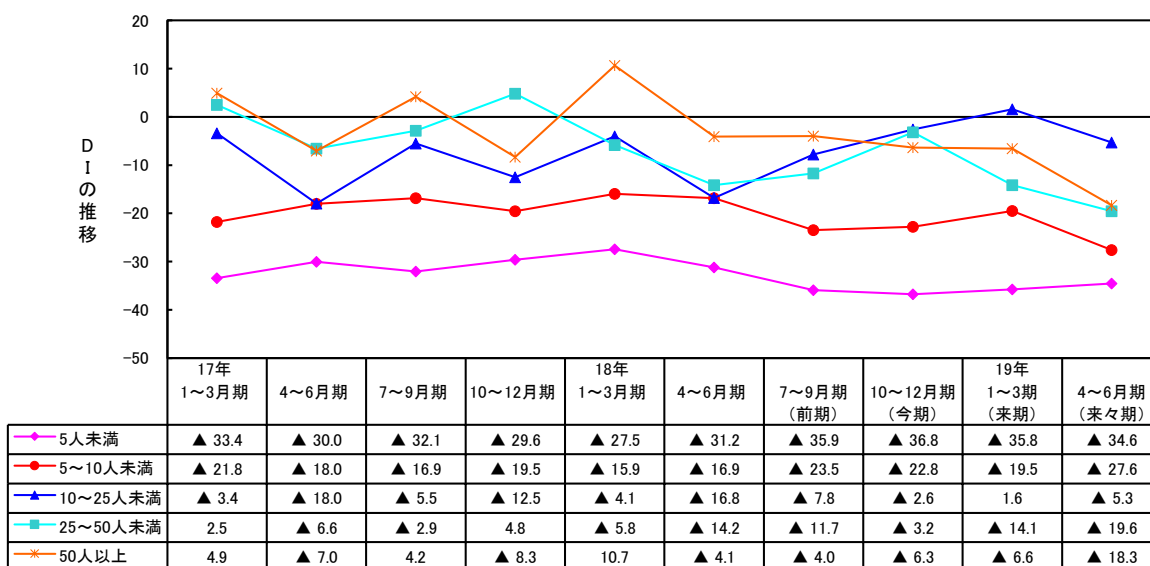
今期は、全ての業種がマイナスであった。前期と比べて「不動産業」「サービス業」は下降したものの、それ以外の業種は上昇した。「小売業」「飲食店」の大幅なマイナスが続いた。先行きをみると、来期は「建設業」「卸売業」「小売業」「不動産業」「サービス業」で上昇するものの、来々期は「飲食店」を除いて下降する見通しである。



## ③ 規模別

今期は全ての業種でマイナスであった。前期と比べて「5人未満」「50人以上」で下降、「5~50人未満」で上昇した。「5人未満」は大幅なマイナスが続いた。

先行きをみると、来期は《25人未満》で上昇する見通しである。来々期は「5人未満」は上昇するものの、「5人以上」は下降する見通しである。

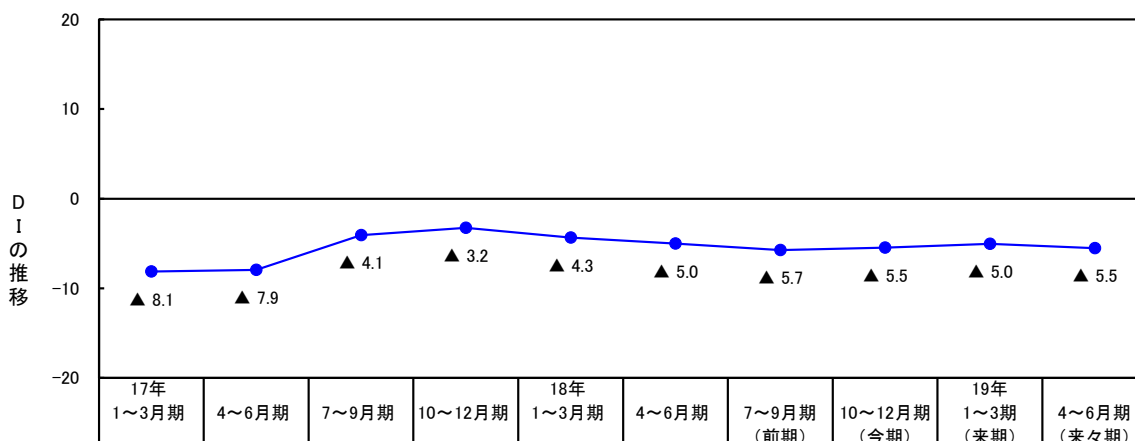


## (6) 販売単価

### ① 全体

今期は「下降」が「上昇」を上回り▲5.5となり、前期と比べて0.2ポイントマイナス幅が縮小した。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。

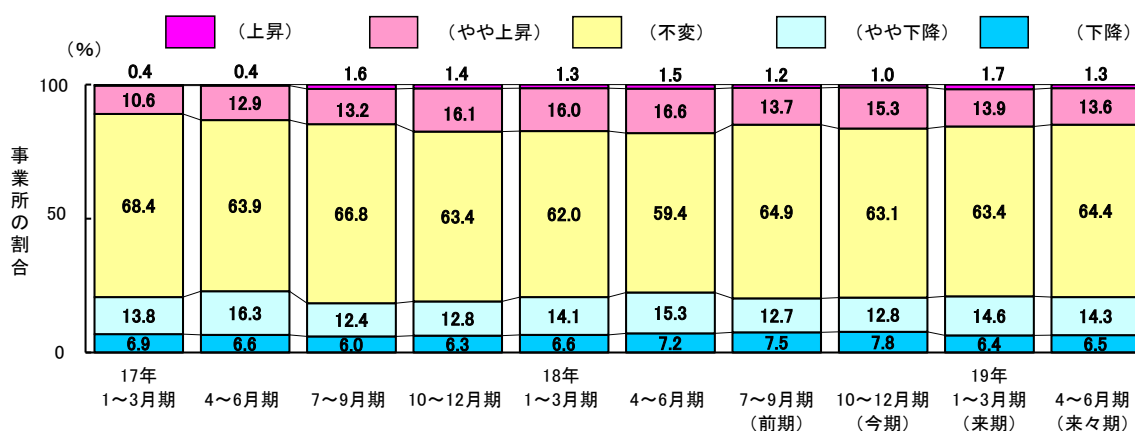
先行きをみると、来期は▲5.0と上昇するものの、来々期は▲5.5と下降する見通しである。



### ■事業所の割合

販売単価について、今期は「不変」とみる事業者が6割台半ば近く(63.1%)、「下降」と「やや下降」をあわせた《下降》とみる事業者が約2割(20.6%)、「上昇」と「やや上昇」をあわせた《上昇》とみる事業者が1割台半ばを超え(16.3%)であった。前期と比べて、《上昇》《下降》が増加し、「不変」が減少した。

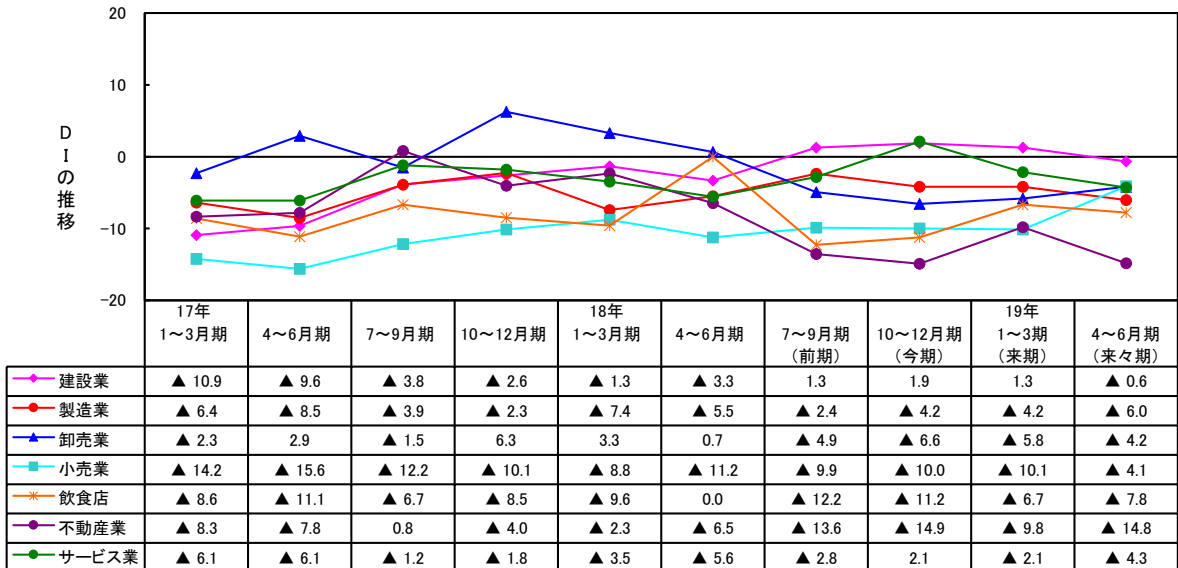
先行きをみると、来期は「不変」《下降》が増加し、《上昇》が減少する見通しである。来々期は「不変」が増加し、《上昇》《下降》が減少する見通しである。



## ② 業種別

今期は、「建設業」「サービス業」がプラス、それ以外の業種はマイナスであった。前期と比べて、「建設業」「飲食店」「サービス業」は上昇し、「サービス業」はプラスに転じた。「建設業」はプラスが続いた。

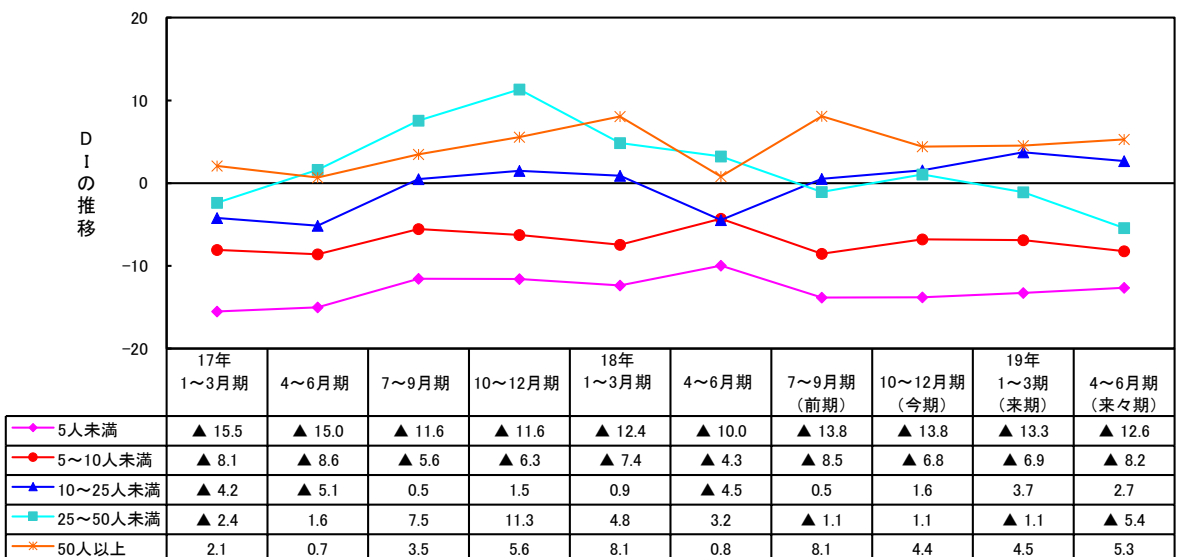
先行きをみると、来期は「卸売業」「飲食店」「不動産業」で上昇する見通しである。来々期は「建設業」「製造業」「飲食店」「不動産業」「サービス業」で下降し、全ての業種がマイナスとなる見通しである。



## ③ 規模別

今期は《10人未満》がマイナス、《10人以上》がプラスであった。前期と比べて「5人未満」は横ばい、「5~50人未満」は上昇、「50人以上」は下降であった。

先行きをみると、来期、来々期と《10人未満》のマイナス、「10~25人未満」「50人以上」のプラスが続く見通しである。「25~50人未満」は来期にマイナスに転じ、来々期もマイナスが続く見通しである。



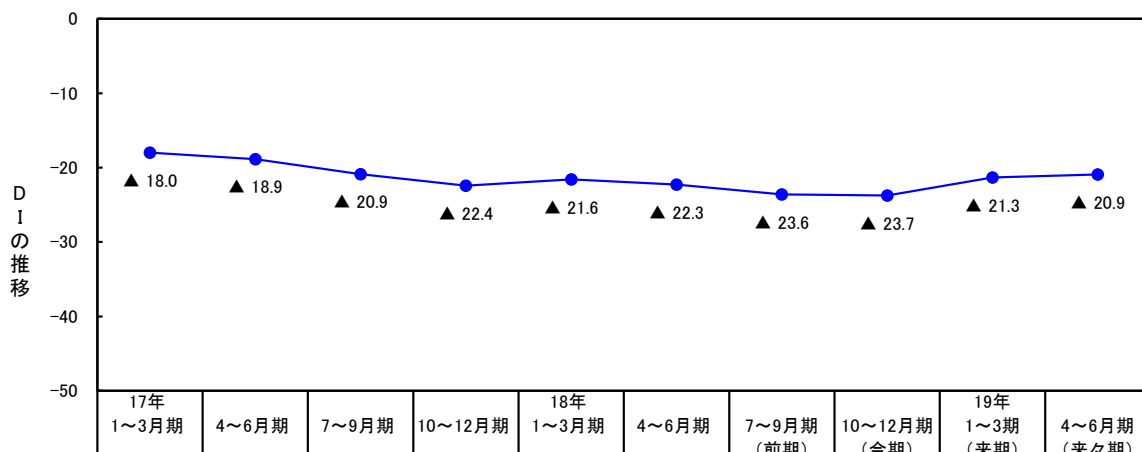


## (7) 仕入価格（単価）

### ① 全体

今期は「上昇」が「下降」を上回り▲23.7となり、前期と比べて0.1ポイントマイナス幅が拡大した。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。

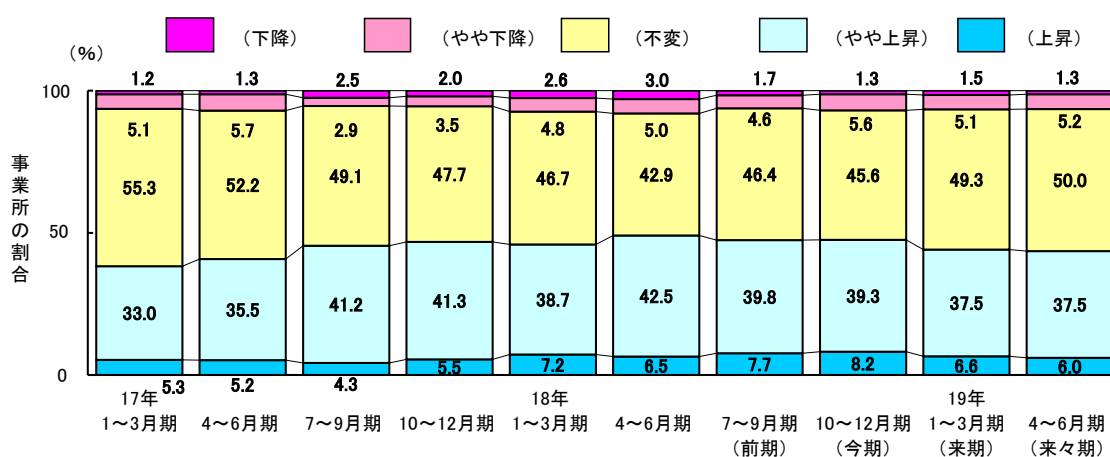
先行きをみると、来期は▲21.3、来々期は▲20.9と上昇していく見通しである。



### ■事業所の割合

仕入価格について、今期は「上昇」と「やや上昇」をあわせた《上昇》とみる事業者が4割半ばを超え（47.5%）、「不変」とみる事業者が4割台半ば（45.6%）、「下降」と「やや下降」をあわせた《下降》とみる事業者が6.9%であった。前期と比べて、「不変」が減少し、《下降》が増加した。

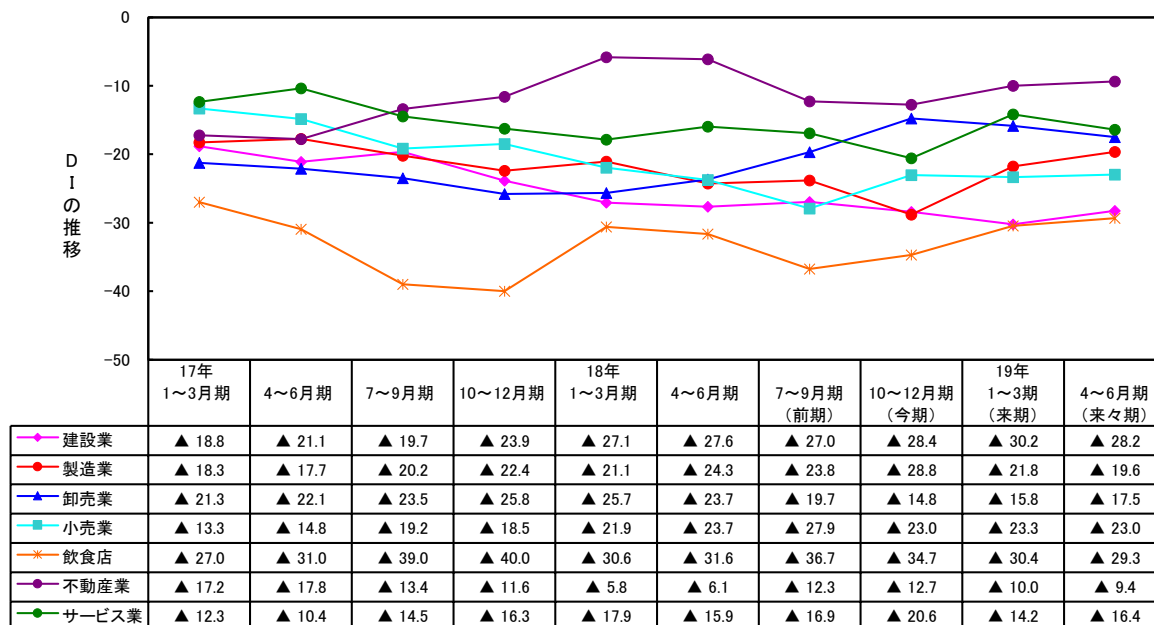
先行きをみると、来期、来々期と「不変」が増加し、《上昇》《下降》が減少していく見通しである。



## ② 業種別

今期は、全ての業種でマイナスであった。前期と比べて「卸売業」「小売業」「飲食店」はマイナス幅が縮小したもの、「建設業」「製造業」「不動産業」「サービス業」はマイナス幅が拡大した。「飲食店」は大幅なマイナスが続いた。

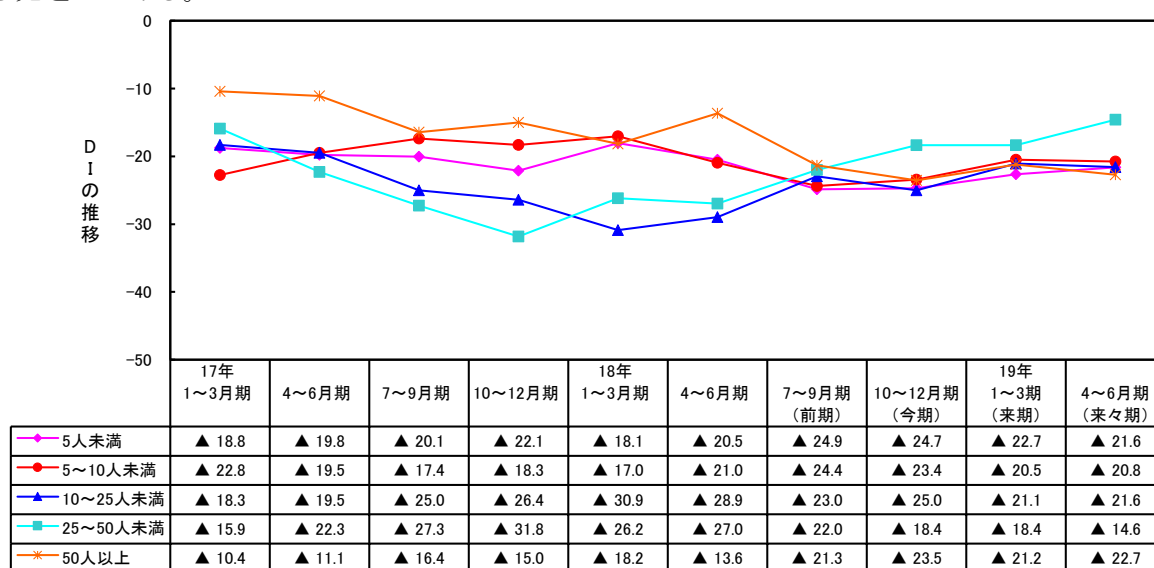
先行きをみると、来期は「製造業」「飲食店」「不動産業」「サービス業」、来々期は「建設業」「製造業」「小売業」「飲食店」「不動産業」で上昇し、マイナス幅が縮小する見通しである。



## ③ 規模別

今期は、全ての規模でマイナスであった。前期と比べて《10人未満》「25~50人未満」はマイナス幅が縮小し、「10~25人未満」「50人以上」はマイナス幅が拡大した。

先行きをみると、来期は「25~50人未満」で横ばい、それ以外の規模では上昇する見通しである。来々期は「5人未満」「25~50人未満」で上昇するものの、それ以外の規模で下降する見通しである。

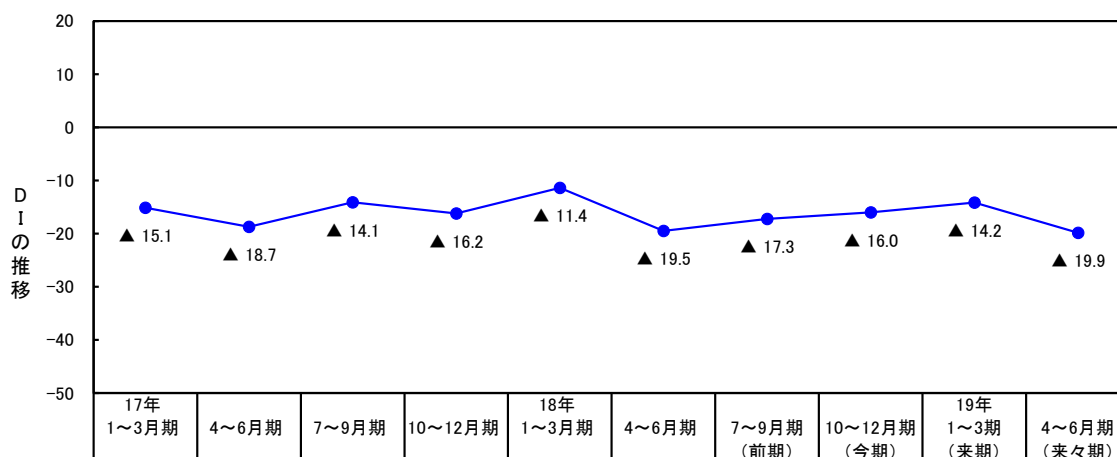


## (8) 売上高

### ① 全体

今期は「減少」が「増加」を上回り▲16.0となり、前期と比べて1.3ポイントマイナス幅が縮小した。前年同期と比べて、前期は下降したものの、今期は上昇となった。

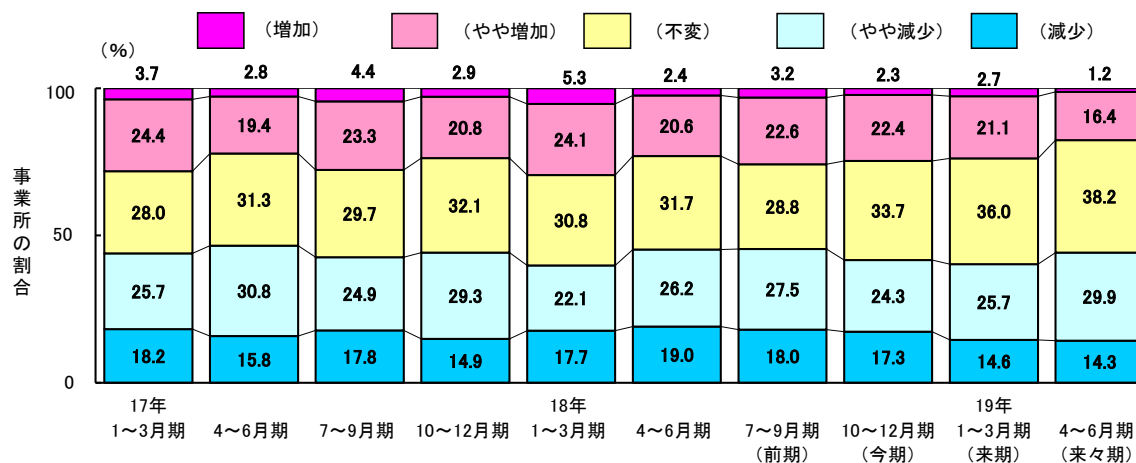
先行きをみると、来期は▲14.2と上昇するものの、来々期は▲19.9と下降する見通しである。



### ■事業所の割合

売上高について、今期は「減少」と「やや減少」をあわせた《減少》とみる事業者が4割強(41.6%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業者は2割台半ば近く(24.7%)、「不変」とみる事業者は3割台半ば近く(33.7%)であった。前期と比べて、「不変」が増加し、《減少》《増加》が減少した。

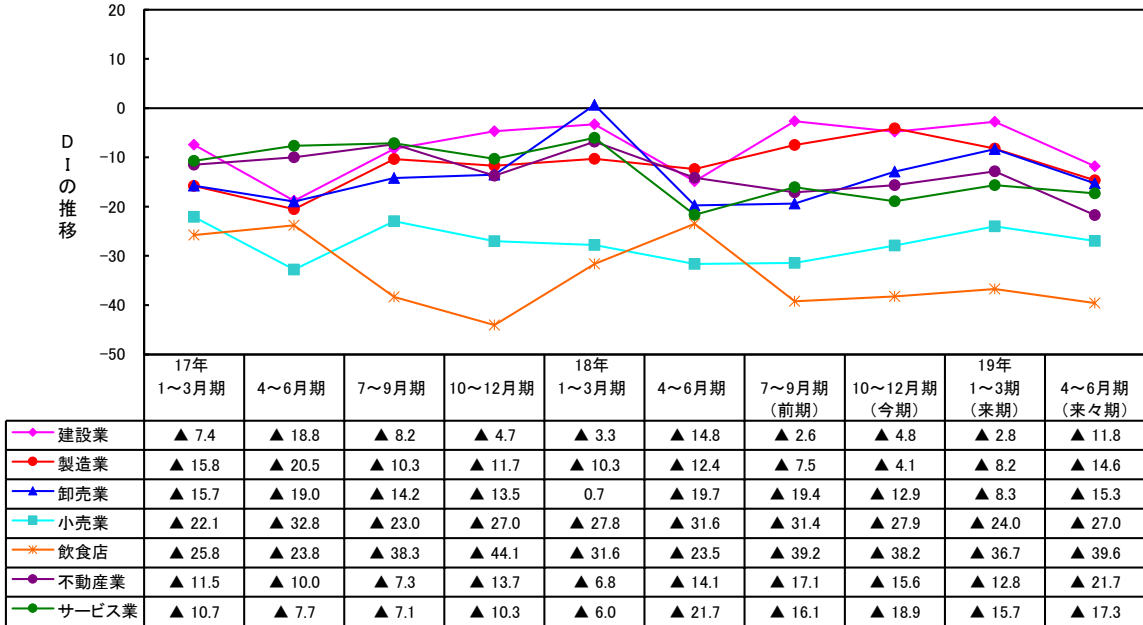
先行きをみると、来期は「不変」が増加し、《減少》《増加》が減少する見通しである。来々期は「不変」《減少》が増加し、《増加》が減少する見通しである。



## ② 業種別

今期は、全ての業種でマイナスであった。前期と比べて「製造業」「卸売業」「小売業」「飲食店」「不動産業」で上昇した。「飲食店」は大幅なマイナスが続いた。

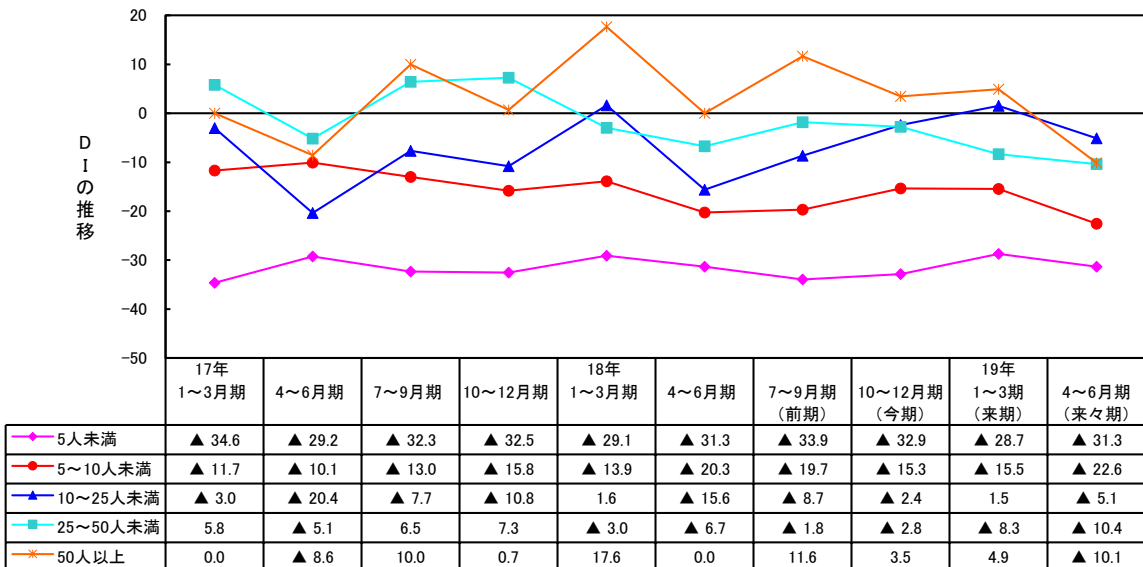
先行きをみると、来期は「製造業」は下降するものの、それ以外の業種は上昇する見通しである。来々期は全ての業種で下降する見通しである。



## ③ 規模別

今期は、「50人未満」でマイナス、「50人以上」でプラスであった。前期と比べて「25人未満」は上昇したものの、「25人以上」は下降となった。

先行きをみると、来期は「5人未満」「10~25人未満」「50人以上」で上昇する見通しである。来々期は全ての規模で下降し、「50人以上」はマイナスに転じる見通しである。

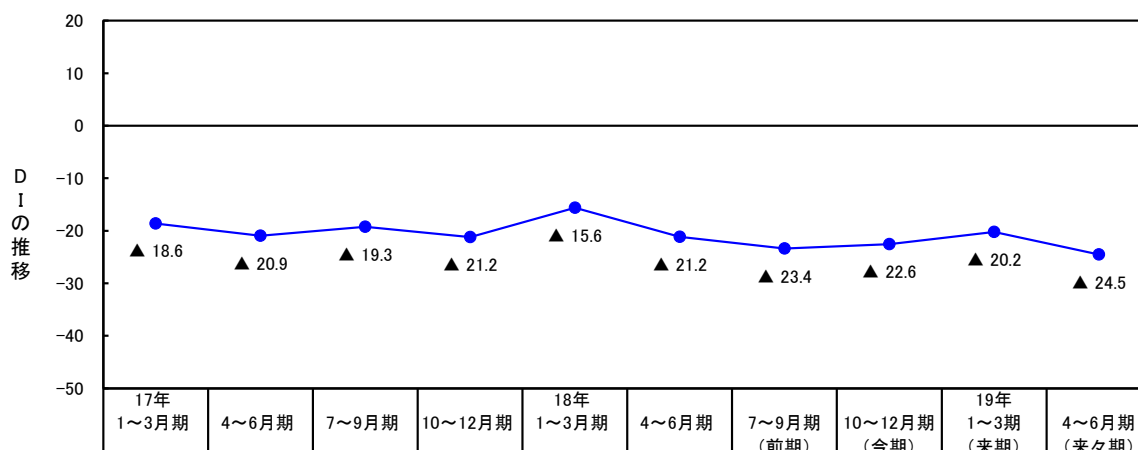


## (9) 経常利益

### ① 全体

今期は「減少」が「増加」を上回り▲22.6となり、前期と比べて0.8ポイントマイナス幅が縮小した。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。

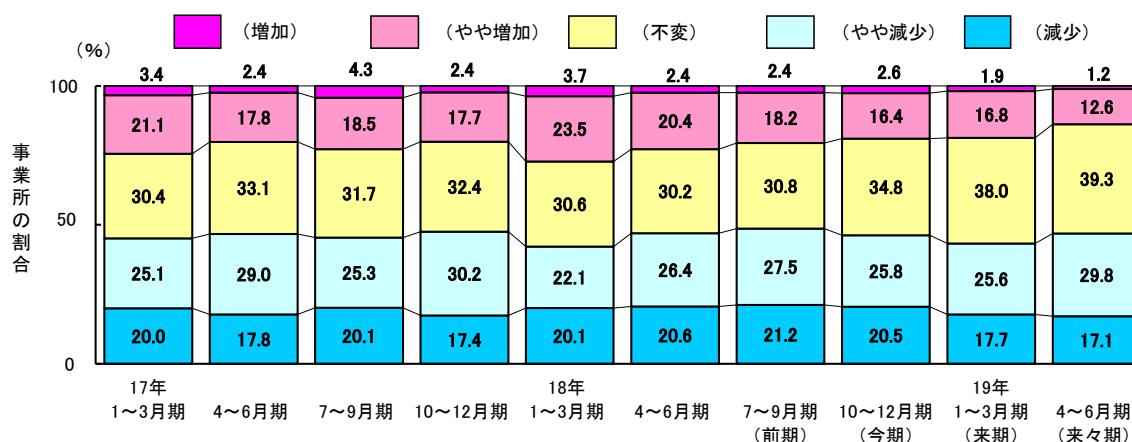
先行きをみると、来期は▲20.2と上昇するものの、来々期は▲24.5と下降する見通しである。



### ■事業所の割合

経常利益について、今期は「減少」と「やや減少」をあわせた《減少》とみる事業者が4割台半ばを超え(46.3%)、「不変」とみる事業者が3割台半ば近く(34.8%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業者が2割弱(19.0%)であった。前期と比べて、「不変」が増加し、《減少》《増加》が減少した。

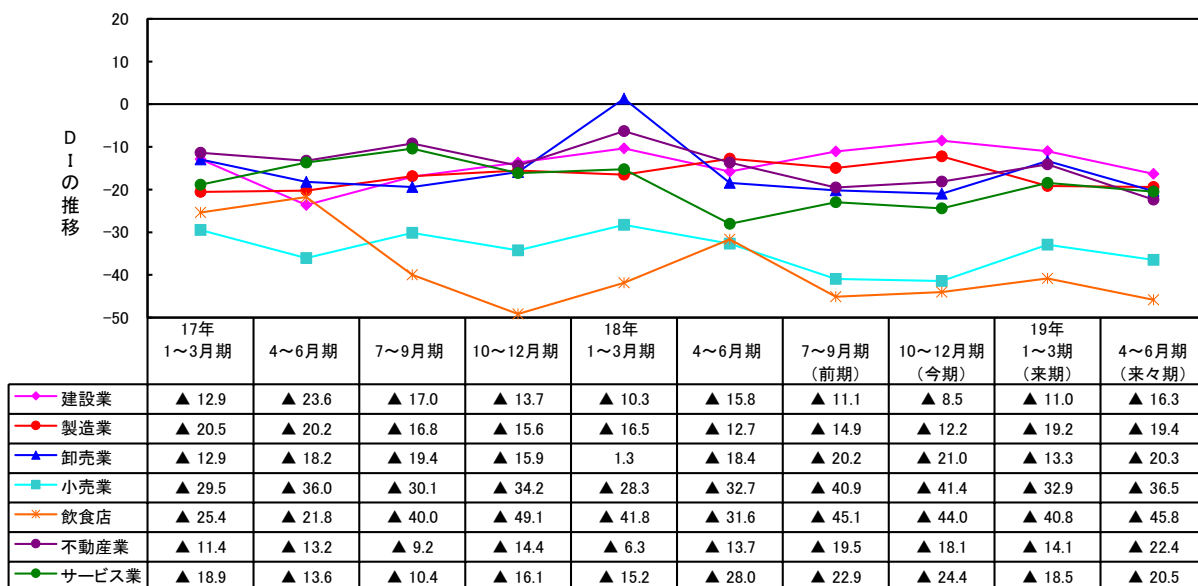
先行きをみると、来期は「不変」が増加し、《減少》《増加》が減少する見通しである。来々期は「不変」《減少》が増加し、《増加》が減少する見通しである。



## ① 業種別

今期は、全ての業種でマイナスであった。前期と比べて「建設業」「製造業」「飲食店」「不動産業」で上昇した。「飲食店」「小売業」は大幅なマイナスが続いた。

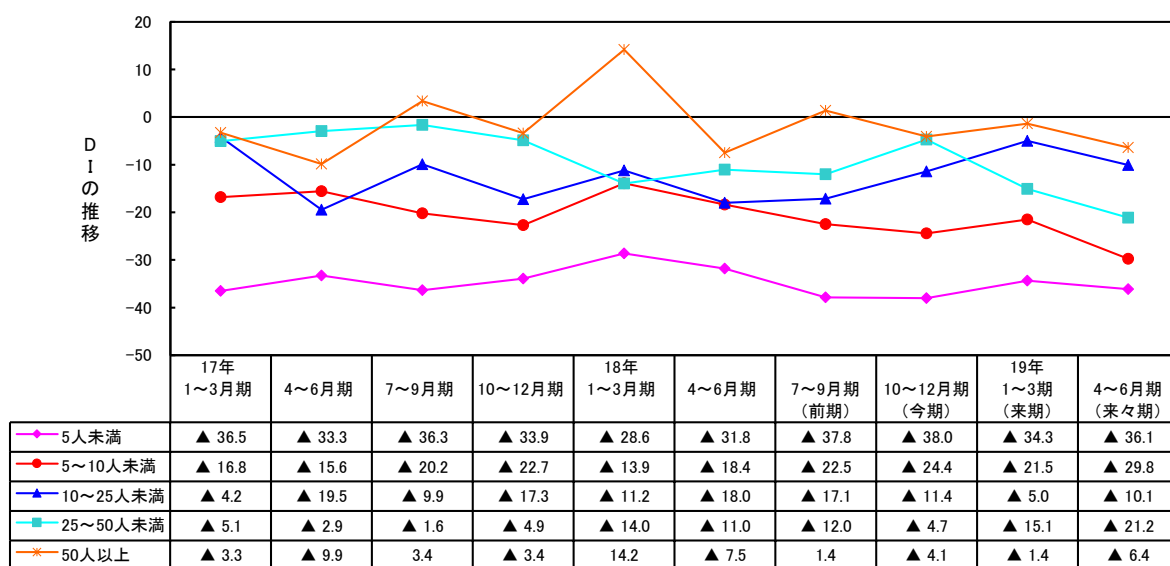
先行きをみると、来期は「卸売業」「小売業」「飲食店」「不動産業」「サービス業」で上昇する見通しである。来々期は全ての業種で下降する見通しである。



## ② 規模別

今期は、全ての規模でマイナスであった。前期と比べて《10~25人未満》は上昇したものの、《10人未満》「50人以上」は下降した。「5人未満」は大幅なマイナスが続いた。

先行きをみると、来期は「25~50人未満」は下降するものの、それ以外の規模は上昇する見通しである。来々期は全ての規模で下降する見通しである。

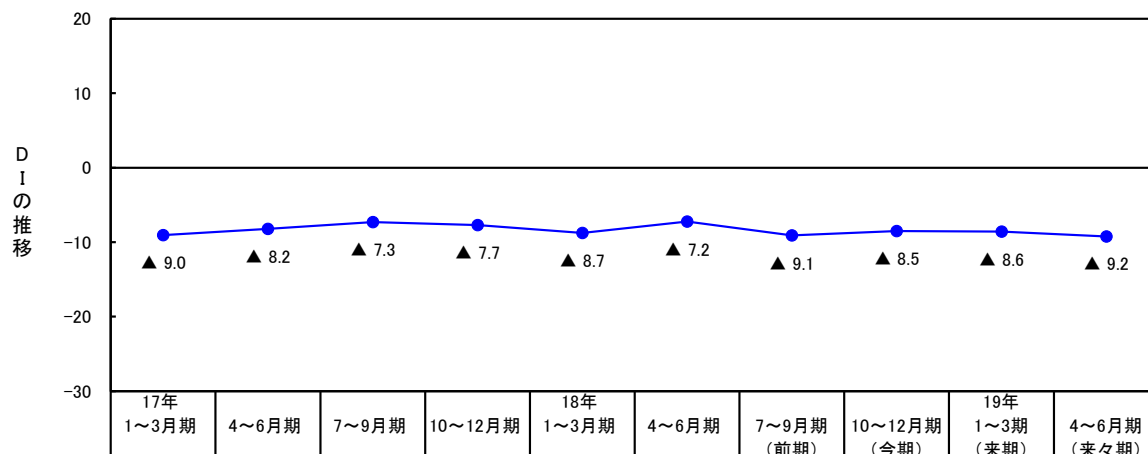


## (10) 設備投資

### ① 全体

今期は、「減少」が「増加」を上回り▲8.5となり、前期と比べて0.6ポイントマイナス幅が縮小した。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。

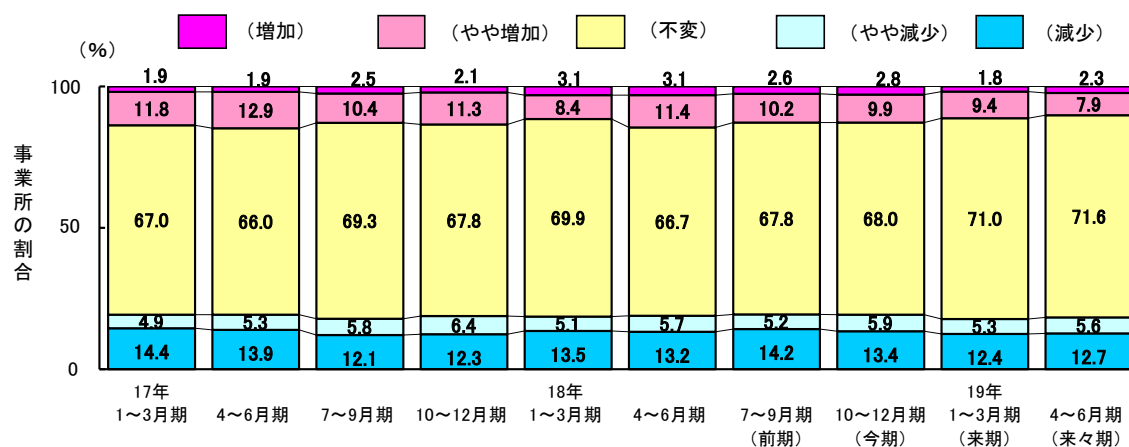
先行きをみると、来期は▲8.6、来々期は▲9.2と下降していく見通しである。



### ■事業所の割合

設備投資について、今期は「不変」とみる事業者が7割近く(68.0%)、「減少」と「やや減少」をあわせた《減少》とみる事業者が2割弱(19.3%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業者が1割強(12.7%)であった。前期と比べて大きな変化はないが、「不変」がやや増加し、《増加》《減少》がわずかに減少した。

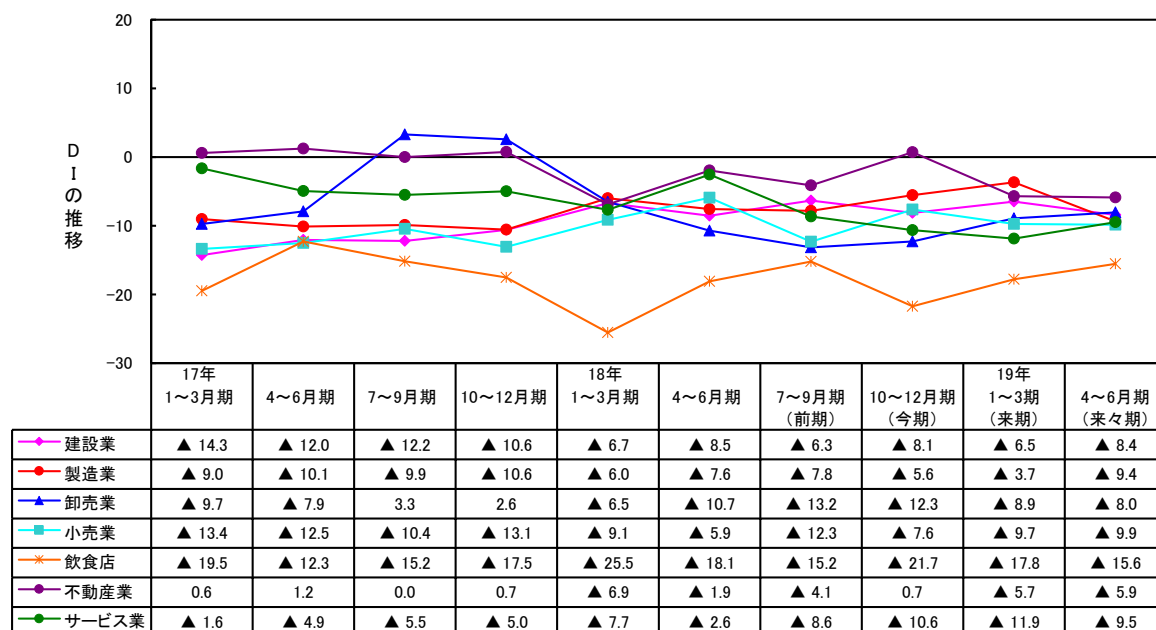
先行きをみると、来期は「不変」が増加し、《減少》《増加》が減少する見通しである。来々期は「不変」《減少》が増加し、《増加》が減少する見通しである。



## ② 業種別

今期は、「不動産業」がプラス、それ以外の業種はマイナスであった。前期と比べて「製造業」「卸売業」「小売業」「不動産業」が上昇した。「不動産業」は今期、プラスに転じた。

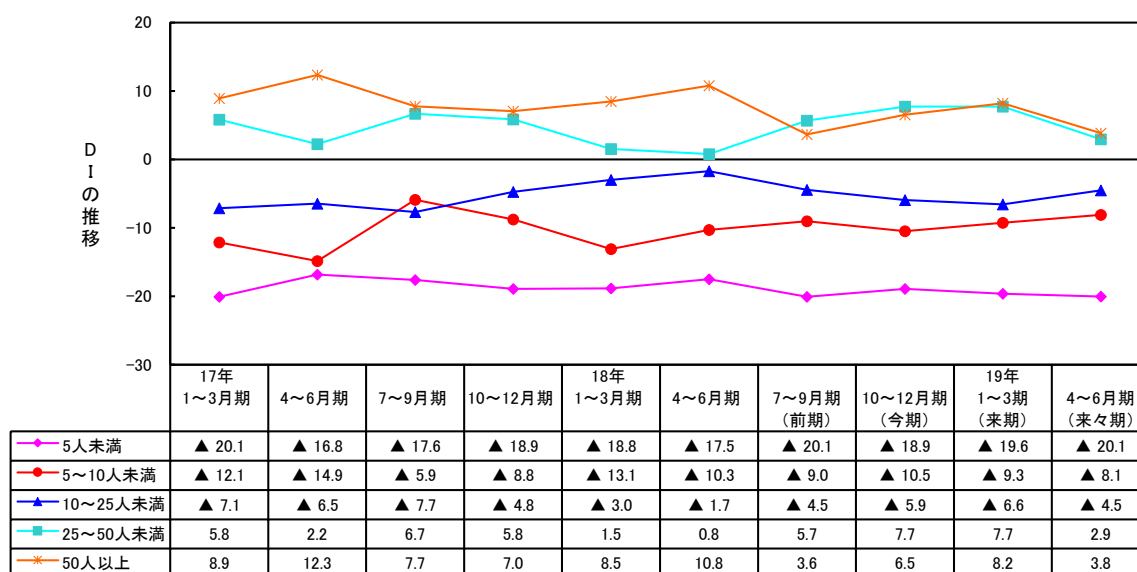
先行きをみると、来期は「建設業」「製造業」「卸売業」「飲食店」で上昇する見通しである。来々期は「卸売業」「飲食店」「サービス業」は上昇するものの、それ以外の業種は下降する見通しである。



## ③ 規模別

今期をみると、「25 人未満」はマイナス、「25 人以上」はプラスであった。前期と比べて「5 人未満」「25 人以上」は上昇、「5~25 人未満」は下降した。「25 人未満」のマイナスと「25 人以上」のプラスが続いた。

先行きをみると、「25 人未満」のマイナス、「25 人以上」のプラスが、来期、来々期と続く見通しである。





## (11) 景気判断の背景・要因

### 【建設業】

#### ① 実績

##### [実績の概要]

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・住宅着工件数の減少。賃貸住宅の大幅減少。受注先の減少。公共事業の発注減。
  - ・新築工事は全く無く、修繕工事と小さなリフォーム工事の受注が主。
  - ・単価下降。
  - ・人員不足により思うように受注をすることが出来ない。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・競争の激化による仕事の減少。
  - ・人材不足により仕事が取れない。
  - ・変化が見られない。売上すべて公共事業なので大きな変化はない。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・東京オリンピック関連を中心として首都圏で建設需要が伸びている。
  - ・公共工事の受注増。公共工事が活況で受注も順調。

#### <建設業における景気判断（実績）の背景・要因の具体的回答内容>

※下記は、アンケートにおける景気判断の背景・要因の主な回答結果をまとめたものである。  
 実績の景気判断はアンケートの「貴社（事業所）の景気」における「平成30年10～12月期」の判断。記号は、●悪い、▲やや悪い、□普通、○やや良い、◎良い。以下同様。

	景気判断（実績）の背景・要因（建設業）	景気判断
1	・新築工事は全く無く、修繕工事、小さなリフォーム工事の受注が主になってきている。	●
2	・公共事業の発注減による4割の売上減。	●
3	・住宅着工件数の減少。賃貸住宅の大幅減少。金融機関の厳正化。空室率、少子化。	▲
4	・仕事量が少ない（大型はあり）。単価下降。	▲
5	・公共工事の発注が少なく景気が下降。	▲
6	・受注先の減少。	▲
7	・従来は年間、数棟の新築工事があったが、最近は住宅メーカーにおかれている。	▲
8	・人員不足により思うように受注をすることが出来ない。	▲
9	・小企業には好景気の雰囲気はない。	▲
10	・売上すべて公共事業なので大きな変化はない。	□
11	・地道な営業プラス来年の消費税アップ予測に消費者が前発注している。	□
12	・人材不足により仕事が取れない。競争の激化による仕事の減少。	□
13	・前期と比較し、変化が見られないため。	□
14	・公共工事の受注増。	○
15	・東京オリンピック関連を中心に、首都圏では建設需要が伸びている。	○
16	・来年3月頃までは現場が空かない状況で、次の受注ができない程である。	○
17	・施工能力に相応した受注と適正な利益が確保されている。	○
18	・長期にわたる工事の受注があり、丁度完成して引渡しが増えた。	○
19	・公共工事が活況であり、受注も順調なので、好調な状況である。	◎

## ② 見通し

### 【見通しの概要】

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・ 仕事不足。今後も公共事業減の影響を受ける。
  - ・ 人員不足による仕事量の減少、受注減。職人の不足、高齢化。
  - ・ 景気は良くなってはいるが、波に乗り切れずに失速。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・ コストの上昇。仕事はあるが単価は上がっていない。
  - ・ 人手不足で受注高は横ばい。
  - ・ 消費増税が心配。消費税による駆け込み需要増える反面、その後の受注減少が怖い。
  - ・ 変化なし。全く分らない。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・ 新年度は新築物件等の予定がある。
  - ・ 仕掛り中の工事、先延ばしの工事がある。
  - ・ 現在の公共工事が活況、受注の順調といった状況が、しばらく続くと思われる。

### <建設業における景気判断（見通し）の背景・要因の具体的回答内容>

※見通しの景気判断はアンケートの「貴社（事業所）の景気」における「平成31年4～6月期」の判断。記号は、●悪い、▲やや悪い、□普通、○やや良い、◎良い。以下同様。

	景気判断（見通し）の背景・要因（建設業）	景気判断
1	・ 今後も公共事業減の影響を受けるため消費削減を目指す。	●
2	・ 材料・外注費ともに上昇、契約単価は下降後そのまま。	●
3	・ 人員不足。	●
4	・ 仕事不足。	▲
5	・ 景気は良くなってはいるが、波に乗り切れずに失速している。	▲
6	・ 人員不足による仕事量の減少。	▲
7	・ 人材不足により業績が伸びない可能性あり。	▲
8	・ 人手不足による受注減が見込まれる。	▲
9	・ 職人の不足、高齢化。	▲
10	・ 例年、年度末に工事量が増大し、4月～7月が減少する。毎年5月～9月までは減少傾向にある。	□
11	・ 人口減少により若年層の従業員が以前よりまして集まりにくい。よって作業効率が悪くなる。売上減になるのでは。	□
12	・ 人手不足により受注高は横ばい。	□
13	・ 消費税による駆け込み需要が増える反面、その後の受注減少が怖い。	□
14	・ 消費増税が心配。	□
15	・ 全く分らないのが現状の感想である。	□
16	・ 変化なし。	□
17	・ 新年度は新築物件等の予定があり、売上は伸びると思う。	○
18	・ 仕掛り中の工事、先延ばしの工事があるため、順調と思われる。	○
19	・ 前年並み。	○
20	・ 現在、公共工事が活況で受注も順調であるが、この状況がしばらく続くと思われるので、引き続き好調である見通し。	◎

## <建設業におけるヒアリング調査結果>

※下記は、さいたま市内の事業者に対する電話ヒアリング調査の結果をまとめたものである。景気判断はアンケートの「貴社（事業所）の景気」で、実績は「平成30年10～12月期」の判断、見通しは「平成31年4～6月期」の判断。以下同様。

### ◇総合建設業（実績□、見通し□）

- ・当社は総合建設業であり、業務の半分が土木関係、残りが建築業務一般である。得意分野は建物の外回り関係で、ガーデニング、庭造り、フェンス等の外構・エクステリアである。
- ・近年、当社の取引市場の裾野が拡大している。当社では、建設業許可について、塗装、鳶、管、屋根大工など16項目の許可を取得したことで客層が広がり、民間事業だけでなく、公共事業にも好影響を与えている。その結果、仕事先が非常に多種に及ぶようになってきた。
- ・経営については、ここにきて売上、収益ともに安定してきている。地元ゼネコンとの付き合いが長く、受注も計画的に推移している。
- ・建設業の労働市場をみると、建設関係の営業マン、技術者の流動化が進んでいる。ただ当社に限っては社員の出入りはない。仕事の受注は、営業担当を通してではなく、ホームページによるネット注文が増えているのが現状である。
- ・当社では人材の確保に力を入れている。現状では、人材は50～60歳台が中心で、品質の保持、工期の遅れがないように気を使っている。若年層の従業員が集まりにくくなっているが、ハローワークなどではなく、友人、知人など人脈を通した紹介などを重視している。

### ◇工務店（実績▲、見通し▲）

- ・当社は、これまで戸建て新築建設を中心に手がけてきたが、少子高齢化とともに新しい建設需要は減り、高齢世帯のリフォーム事業などが中心となってきた。
- ・一方、郊外の住宅市場では大手の住宅メーカーが伸びている。当社のような中小の住宅建設会社は資本力がないので、受注が難しくなっている。
- ・経営は減収減益で、扱い件数が減少気味で単価も下降している。また、セメント、コンクリート、アルミサッシなどの部材価格が高騰しており、収益を圧迫している。
- ・戸建てはかつて多かったが、今は減少している。高齢者が宅地に別棟を立てるといった戸建て建設の需要が一部にはあるが、規模そのものが縮小してきた。
- ・リフォーム事業は、主に台所の水回り、トイレ関係の故障等で、システムキッチンへの入れ替えなどが多い。高齢者では、住みやすくするためのバリアフリーの注文が多い。
- ・現在の経営者は70歳台であるが、後継者がいないので事業の継続は難しいと考えている。今の従業員に継続して就労してもらいたいので、自社独自の法定外福利厚生制度の導入で社員2名のゴルフ旅行、食事会等慰労会に力を入れている。今後の人材の確保に当たっては外国人、東南アジア系なども検討していかなければならないと考えている。

## 【製造業】

### ① 実績

#### [実績の概要]

- ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・取引先の廃業・倒産。取引先の受注減による売上減少。
  - ・受注不振。大手との取引がなくなった。他社との競争で売上の確保が困難。
  - ・原材料の高騰。運賃の上昇。仕入部品の値上げが多い。
  - ・人材不足。
- ◆「普通」と回答した事業者
  - ・固定客により安定した実績。市場が悪くなる中で価格を抑えることでシェアを確保。
  - ・昨年と変わらない。年度計画通り。景況感に変化は感じられない。
- ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・輸出製品の増加。
  - ・納入先の景気が良い。年度末にむけた駆け込み需要。
  - ・客先がグローバル企業のため、世界経済の動向に左右される。

#### <製造業における景気判断（実績）の背景・要因の具体的回答内容>

	景気判断（実績）の背景・要因（製造業）	景気判断
1	・受注不振、年々受注が細くなり利益が薄くなっている。	●
2	・大手の取引がなくなったため大幅売上減。	●
3	・取引先の廃業、倒産等による。	●
4	・他社との競争で売上の確保が困難。	●
5	・材料および副資材の値上げ。	●
6	・取引先の受注減による売上減少。	▲
7	・原材料が14年ぶりに高騰し、昨年の1.5倍から2倍になった。取引先の廃業などが増えた。	▲
8	・仕入部品の値上は多いが販売単価は上げられない。	▲
9	・運賃の上昇、売価の値上げ難、売上の伸び悩み。	▲
10	・消費低下の影響。人材不足。	▲
11	・昨年同期と比較すると明らかに落ち込んでいる。更に下降状態が続いている。	▲
12	・固定客により安定した実績。	□
13	・光熱費については原油価格により高騰。それ以外は適正。原料の値上げについては、購買先を増やし、値上げ幅を下げている。	□
14	・得意先からの信頼と高評価により、多少なりとも実績が積み上げられている気がする。	□
15	・漁船（国内）や大型船（国外）に製品を供給しており、市場が悪くなる中で価格を抑えることでシェアを取ってきた。	□
16	・昨年と変わらない。	□
17	・年度計画通り。	□
18	・景況感に変化は感じられない。	□
19	・輸出製品の増加。	○
20	・納入先の景気が良い（海外輸出）。大学官庁予算の締切に向け注文が増加。	○
21	・年度末にむけ駆け込み需要がある。	○
22	・原因はわからないが、企業の印刷依頼が増加した。	○
23	・客先がグローバル企業のため、世界経済の動向に左右される。そのため2018年10月までは生産量も多かった。	◎

## ② 見通し

### 〔見通しの概要〕

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・業界全体が縮小傾向。受注減に歯止めがかからない。金融機関向けの受注見通しが不明・不安定。
  - ・アメリカと中国の貿易摩擦の影響。中国の影響により販売単価が下降。
  - ・材料費の値上げにより売上が減少。運賃等の上昇が懸念。
  - ・大企業の単価引き下げ傾向。
  - ・値上げによる消費の落ち込みを懸念。消費低下の影響。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・しばらくは価格改定もないと思うので。来夏まではなんとか現状維持。固定客により安定。
  - ・大きな変動要因なし。例年通りとすると普通となる見通し。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・海外輸出が好調。オリンピックの2020年までは大丈夫とみている。
  - ・大手グループの子会社となったため。

### <製造業における景気判断（見通し）の背景・要因の具体的回答内容>

	景気判断（見通し）の背景・要因（製造業）	景気判断
1	・業界全体が縮小にある。	●
2	・受注減に歯止めがかからないと予測。	●
3	・金融機関向けの受注見通しが、不明・不安定である。	●
4	・その他什器関連も下がっており今後の見通しが暗い。	●
5	・31年度は材料費の値上げにより、さらに売上が減少。	●
6	・アメリカと中国の貿易摩擦の影響が出てきており、中国経済の悪化の影響がどの位でるのか、注視しないとならない。またアメリカ経済の動向も気になるころである。	▲
7	・飲料製品の容器が缶からペットボトルになり売上高に影響。ペットボトルのリサイクルが、中国の影響により販売単価が下降。	▲
8	・売上は伸びると思われるが、運賃等が懸念される。	▲
9	・大企業の単価引き下げ傾向は変わらず、利益は見込めず。	▲
10	・来年1月から価格の値上げを予定しているが、消費の落ち込みを懸念。	▲
11	・消費低下の影響、人材不足。	▲
12	・来夏まではなんとか現状維持。10月以降は消費税の影響もあり全くわからない。	□
13	・固定客により安定との見通し。	□
14	・しばらくは価格改定もないと思うので横ばいぐらいだと思う。	□
15	・今後も材料の仕入価格の上昇傾向が続くか。	□
16	・見込みが無いため不変にしたが、元号改定による印刷物の修正依頼が増えそうな気がする。	□
17	・大きな変動要因なし。	□
18	・例年通りとすると普通となる見通し。	□
19	・光学はオリンピックの2020年までは大丈夫とみている。	○
20	・海外輸出が好調なので注文は増加傾向にある。	○
21	・受注あり。	○
22	・大手グループの子会社となったので、資金繰りが安定し、設備投資が増加する。	○

## <製造業におけるヒアリング調査結果>

### ◇ゴム製品製造（実績●、見通し▲）

- ・当社は大手自動車部品メーカーの完全下請け会社である。営業マンもいない。親会社からの年間の製造計画をもとに、定期的に受注連絡が来て、それをこなしている。
- ・製品は塩化ビニールのゴムキャップの製造が専門である。自社工場の4人の従業員が、設計、製造、加工を行う。価格、デザイン、材質、さらに納期などは、事前に発注元の親会社が定めており、当社ではその注文をこなすだけである。
- ・経営面では、売上高、経常利益とも、ここ数年不変で安定している。ただ、賃金の上昇、電気ガスの燃料代の上昇などのため、利益幅は圧縮されている。
- ・当社では技術者の確保、また将来の人材確保などが、大変重要になってきている。モノ作り職人については最近、親会社の考え方も変わってきた。かつては自動車などの機械部品メーカーはシェアの拡大が至上命題であり、生産拠点を海外に移転して、安い部品・製品の製造に力を入れていた。しかし最近は価格そのものを据え置いて、国内の下請け技術を生かし、部品の高品質化を目指す動きが一部に出てきた。
- ・当社は下請け会社であるが、高品質な部品への信頼を築いてきたという自負がある。その自負心の一端を今後とも担っていきけるか、それが大きな課題である。

### ◇ポンプの製造販売（実績□、見通し□）

- ・当社は産業用ポンプの製造販売を行っている。創業以来、各種の工場設備に必要なポンプの設計・製作を主として行ってきた。
- ・経営は過去の実績に支えられ、その間で得た顧客からの信頼が今大きくものをいうようになってきた。日々の努力のおかげで経営は安定し、売上、経常利益とも、好調である。
- ・当社の経営の要は、お客からの注文に対していかに迅速に対応するかであり、「ぐずぐず」して対応を遅らせることは厳禁で「スピード」を社是としている。通常、注文をいただき納期まで一か月程度かかるが、その間にお客様と徹底的に話し合い、ニーズにこたえ、納期を遅らせたことはない。また納期後はメンテナンスを行っている。お客様のポンプの使い方にもよるが、当社もリスクを負い、保証期間を1年くらいとしてメンテナンスを行っている。これが好評である。
- ・現在、技術者の中心は中高年者であるが、彼らは技術に対し、誇りを持っている。
- ・営業の一環として、優良顧客にはDM（ダイレクトメール）を送り、社員にはメンテナンスなどで訪問させている。顧客にはチラシなどを配り、できるだけ営業で訪問して様々な情報を取ってこさせている。明日の売上につながると考えるためである。
- ・現状では、生産体制の海外シフトはひと段落しており、国内で生産する動きとなっている。高齢になってきた熟練技術者の貴重なノウハウを、次世代にどう引き継ぐかが、大きな課題である。

## 【卸売業】

### ① 実績

#### 〔実績の概要〕

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・得意先の経費削減。客先の利益が上がらない。顧客の受注減少。顧客の購買意欲が感じられない。
  - ・人手不足。
  - ・経費の上昇。仕入原価の上昇。賃金の上昇。
  - ・天候不順による生鮮品の価格高騰。異常気象。猛暑・台風の影響。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・製造現場の縮小。従業員不足のため十分に仕事量をこなせない。労働時間が長い。
  - ・年内は継続で販売しているので品物の受注数は変わらない。
  - ・例年通りの売上状況。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・商品のニーズが増加。材料の相場が安かった。
  - ・世の中の景気に左右される。

#### ＜卸売業における景気判断（実績）の背景・要因の具体的回答内容＞

	景気判断（実績）の背景・要因（卸売業）	景気判断
1	・得意先の経費削減による売上減少。	●
2	・安価な品、当社の最も強い商品しか売れなくなった。幅広い品がまったく引き合もない状態。	●
3	・顧客の受注減少。	●
4	・中央市場としての役割低下（ターミナル化）。	●
5	・客先である土木建設業等が思ったほどの利益が上がらず、これにより設備投資等が減少傾向にあるため売上が上がらない。	▲
6	・お客様の購買意欲が感じられない。業界全体の傾向なのかも。	▲
7	・取引先の減少、仕入原価の上昇傾向だが売価は据え置き。	▲
8	・経常剰余は想定を上回っているが経費上昇が厳しい。	▲
9	・国の政策による古典的文化教育の減少。	▲
10	・人手不足、賃金上昇、保険料、顧客の買いが減。	▲
11	・天候不順による生鮮品の価格高騰。	▲
12	・7～9月期は台風等の異常気象により作物の数量が減少し、単価が上昇したが、10～12月期は暖冬により作物の数量が上昇し、単価が下降したため。	▲
13	・7月～9月は猛暑、台風などで最悪。	▲
14	・製造現場の縮小により売上が伸びなかった。	□
15	・従業員不足のため十分に仕事量をこなせない。	□
16	・年内は継続で販売している品物の受注数がほぼ変わらない。	□
17	・労働時間がどうしても長くなる。遠方の配達が多いため。	□
18	・例年通りの売上状況。	□
19	・蛍光灯からLED取替のニーズが増えている。	○
20	・夏場のエアコン販売が後押し。	○
21	・豚肉、鶏肉の相場が例年に比べて安かったため。	○
22	・常に潜在需要の展開を行い市場の拡大を図る。	○
23	・世の中の景気が良いと当社も良い。	○

## ② 見通し

### 〔見通しの概要〕

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・景気が悪い。心理的に不安。市場の悪化。業界情報。
  - ・中小の小売店舗の減少。小規模チェーン店の減少。流通の変化。
  - ・販売数量の右肩下がり进行を予想。販売品目の減少。良い見通しはたてられない。
  - ・仕入コストの上昇。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・年明け以降に相場が上がると予想。消費税アップ前、オリンピック特需のため。
  - ・受注に対し製造が追いつかない。
  - ・買物も慎重で先行き不透明。大きな変動はない。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・売上の上昇。建設需要が少し伸びる見通し。
  - ・デフレが続いて単価が下がり、更にコストダウンが可能。

### <卸売業における景気判断（見通し）の背景・要因の具体的回答内容>

	景気判断（見通し）の背景・要因（卸売業）	景気判断
1	・どこに、何を、いくらで売っていいか、わからなくなってきた、といったところ。心理的にとても不安なので見通しも悪い。	●
2	・景気が悪い。トリクルダウン（富める者が富めば、貧しい者にも自然に富が浸透するという考え方）はない。	●
3	・市場悪化。	●
4	・景気が悪く美容店に客いない。	●
5	・業界情報。	▲
6	・あまり良い見通しはたてられず、設備投資等をひかえていくようにする。	▲
7	・販売数量は右肩下がりとなると思われる。TPPなどの影響のため。	▲
8	・来年は継続で販売している品物の受注数が減少する。	▲
9	・稼働日数が少ない時期による影響。	▲
10	・流通の流れが変わった。	▲
11	・顧客が個人店か大型店に2極化され、小規模チェーン店が減ったこと。	▲
12	・中小の小売店舗の減少。	▲
13	・仕入れコストは海外、国内とも上昇している。売値は上げられない。	▲
14	・年明け以降、徐々に相場が上がってくるだろうと考えているため。	□
15	・消費税アップ前、オリンピック特需によるもの。	□
16	・これからも受注に対し製造が追いつかない状況が続くと思われる。	□
17	・買物も慎重で先行き不透明。	□
18	・大きな変動なし。	□
19	・今後も同様だと思う。	□
20	・東京における建設需要が少し伸びる見通し。	○
21	・売上上昇。	○
22	・デフレが続く良い方向である。単価が上がる要素ゼロ。更にコストダウンへ。	◎



## <卸売業におけるヒアリング調査結果>

### ◇食料品卸売業（実績▲、見通し▲）

- ・当社は食料品卸売業で、主に扱う商品は、生鮮食料品、冷凍食品、素材関係である。卸先としてはスーパー量販店などもあるが、大半は学校給食関係である。
- ・卸先が安定しているため経営面では安定しているが、学校は予算主義のため、金額が年間で定められている。そのため期の途中で仕入価格が上昇しても売上に反映できないので、その結果、減収減益となっている。
- ・コストをどうやって削減するかが課題である。コスト削減対策で、最大なのは食品ロス対策である。賞味期限、消費期限が切れて捨てられる食品が多いので、仕入れ数を調整して食品ロスを減らす。消費期限の見直し、安全性・リスクの検証、また需要予測による仕入れ量と生産量のミスマッチをなくす等が課題である。
- ・そのほか、売れ筋商品の絞り込みがある。例えば今検討しているのは、醤油について10品種仕入れているが、これを3割カットして7種類に減らすなどである。
- ・卸先の開発も課題である。例えば最近急成長しているドラッグストアの開発などである。
- ・人材については、海外からの人材も採用しなければ間に合わなくなっている。採用後に、外国人の「生活の仕方」、「休暇の使い方」などの研修制度を実施していくことを、行政側で検討して欲しい。

### ◇食料品卸売業（実績▲、見通し▲）

- ・当社は県の卸売市場で牛、豚の内臓の卸をしている。扱いトン数はここ数年、減少傾向にあり、売上、経常利益とも減少している。
- ・現在、市場の建て直し案が浮上しており、5年後には建て替えられる予定になっている。そのため当社では、現状の設備投資を控えており、新しい市場が再生された時に備えて設備投資の資金を蓄えている。
- ・今後の新しい商品開発のために、これから先の研究をしたいと考えている。今やありきたりの商品では消費者が購入しなくなっている。スペイン産の高級なイベリコ豚等の輸入が増え、国産の豚肉の消費はかなり減ってきた。
- ・そのためには、1つは物流施設の自動化、合理化でのコストの削減が必要である。いかに安く消費者に提供できるか。
- ・2つ目は、牛豚の内臓管理について、鮮度の保持、温度管理などが至上命題として挙げられている。他県の例であるが、市の卸売市場で、鮮魚の温度管理で味の品質保持に成果を上げているので、こうした事例に学びたいと考えている。
- ・3つ目は、新しい販売先として焼肉屋との連携がある。食べ方、料理の開発などを考えて開発提案していく。製品に付加価値をつけていきたい。

## 【小売業】

### ① 実績

#### [実績の概要]

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・ 同業他社との競争激化。大型スーパーの出店により顧客が分散。
  - ・ 仕入価格の上昇。宅配便等輸送コストの上昇。ドル安。
  - ・ 大手スーパーの撤退により人の流れが変わる。周りに商店がない。
  - ・ 暑さのため来客数減少。夏は天候が悪い日が多く客数が減少。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・ ネット等での購入が増えた。
  - ・ お客様が固定。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・ 新型車の発表・発売効果。売上増加傾向。
  - ・ 小売部門は平年並みだが、製造部門（工場）における業績が良い。

#### <小売業における景気判断（実績）の背景・要因の具体的回答内容>

	景気判断（実績）の背景・要因（小売業）	景気判断
1	・ 来店者数、客単価の減少。	●
2	・ 3年前より4店舗の大型スーパーが出店したため、顧客が分散化してしまっており町を廻らなくなっている。外商の法人についても会社で茶を購入せず、自販機にて個人対応となっているため廃業する店が多くなった。内需関係企業は業績が良くなく、社員、経費ともに削減しているため社員の表情も暗い。	●
3	・ 大手スーパーが撤退したことにより、商店街への人の流れが変わり売上が下降。	●
4	・ 周りに商店がなく、単独での小売なので客足がほとんどなくなってきている。	●
5	・ 55年と長い間、小売業を続けているが手作りの人（客数）が減少。	●
6	・ 暑さのため来客数減少。	●
7	・ 同業他社との競争激化。	▲
8	・ ドル安による影響が主。	▲
9	・ 仕入価格の上昇が予想以上に高かった。	▲
10	・ 宅配便のほか、輸送コストの急上昇で利益を出しにくい。	▲
11	・ 調剤報酬が下げられたため（平成30年4月より）。	▲
12	・ 利用人数の低下による供給高減少。	▲
13	・ 全体的な客数の減少と仕入先メーカーの商品欠品が原因。	▲
14	・ 夏は天候が悪い日が多く客数が減った。	▲
15	・ 人が少ない。天候によって左右する。	▲
16	・ 少子高齢化、ネット等での購入等。	□
17	・ お客様が固定しているため。	□
18	・ 前年から製造業を営む客先への販売は好調。ただし、建設業を営む先は陰りが見られる。	□
19	・ 新型車の発表・発売効果。	○
20	・ ハウスメーカーとの付き合いがあり、売上増加傾向。	○
21	・ 今年前半悪かったが後半はよい。	○
22	・ 製造部門（工場）における業績が良い（受注製品の独占的製造）。小売部門は平年並みで推移。	◎

## ② 見通し

### 〔見通しの概要〕

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・ 公共工事費の減少。眼鏡小売の不況。
  - ・ 施設の改修などのコスト増。水道光熱費等のコスト増。
  - ・ 消費増税が予定されている。消費税アップの影響。
  - ・ 少子化による需要減。出生人口の減少。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・ 安定した売上が今後も続く見通し。売上高が現状維持できると判断。
  - ・ しばらくはお客様の変動がない。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・ 大型店再開店により人通りが増加。
  - ・ 消費増税前の売上増が見込まれる。
  - ・ 出店計画がある。新店舗の出店。リニューアルオープンするため。

### <小売業における景気判断（見通し）の背景・要因の具体的回答内容>

	景気判断（見通し）の背景・要因（小売業）	景気判断
1	・ オリンピック等の出費が大きいのか、公共工事費の減少。	●
2	・ 眼鏡小売は不況。	●
3	・ 商店街への人の流れを呼び戻しができない限り、路面店の売上は望めない。	●
4	・ 時代のニーズにあわせて少し方向を変えていかななくては、難しくなっている。	●
5	・ これから小売店はどんどん閉店してゆく。	●
6	・ 新商品に対する反応が鈍化傾向にあり厳しい。	▲
7	・ 消費税アップによる影響もあるのではないかと。直前なものにもかかわらず不明瞭な点が多すぎる。(ポイント還元等)	▲
8	・ 消費増税が予定される中、厳しい状況が続くのでは。	▲
9	・ 施設の改修などがあり利益を圧迫する要素あり。	▲
10	・ 水道光熱費をはじめとしたコスト圧迫による利益減。	▲
11	・ 少子化による需要減。	▲
12	・ 少子化が進み、本はスマホに押され、タバコは禁煙でやめる人が多い。	▲
13	・ 出生人口の減少。	▲
14	・ 製造業を営む客先への販売好調は、来年一杯続く見通しのため。	□
15	・ 安定した売上を残しており、今後も同じくらいの売上を予想している。	□
16	・ 売上高が現状維持できるとして判断。	□
17	・ しばらくはお客様の変動がないと思われるため。	□
18	・ 大型店再開店で人通りが増加し、売上増が期待できる。	○
19	・ 10月以降の業績は前年比アップしているため、消費税増税（来年10月）までは順調に業績を伸ばすことができると予想している。	○
20	・ 消費税前のため売上増加が見込まれる。	○
21	・ 出店計画あり。新卒者2名入社予定などあり。現在の状況を進める。	○
22	・ 3月に新店舗（6店舗目）出店。	○
23	・ 来年になると5月にリニューアルオープンするため、忙しくなる見込み。消費税が上がるにつれ駆け込み需要となる予想。	◎

## <小売業におけるヒアリング調査結果>

### ◇自転車販売店（実績▲、見通し◎）

- ・当社は、駅から15分程度離れたところに立地した自転車の小売販売店である。家族経営であり従業員は雇ってはいない。
- ・販売品目は自転車本体以外に、ヘルメット、衣服、靴などの関連商品も販売している。ただ売上の大半は自転車の修理・修繕で、売上の半分以上を占める。
- ・経営は減収減益であるが、何とか食べていける程度は稼いでいるのが現状である。
- ・商売を始めて50年以上となり、店舗が古くなったので、来年の5月にリニューアルオープンする予定である。そのため設備投資を行う。修理・修繕などは現金収入となるため、資金繰りは比較的よい。毎年夏の終わり頃になると修理の依頼があり、繁忙期に入る。
- ・客層は、地域の小学校、中学校の児童生徒、またはその家族が多い。同業者と組合を作り、年に一回は学校に行き、通学自転車の講習会を開いている。その時は200台近くの自転車の走行安全の点検を行う。地域に根差した小売店として、事業をこれからも展開していきたいと考えている。
- ・最近、インターネットによる自転車の販売が増えている。当店としては地域に密着し、特に自治会、商会などとも連携して、事業を展開していく予定である。

### ◇牛乳販売店（実績○、見通し○）

- ・当社の本業は牛乳の販売であるが、訪問活動を生かして介護事業等も手掛けている。当社の従業員は65名で、そのうち社員は12名、残り53名が女性のパート、アルバイトである。
- ・経営実績は増収増益であるが、実は前年は減収減益であった。その理由は、本業の牛乳販売の売上が減少したことと、その他のコスト増の要因として、ショートステイの機能を持たせた事務所の改築・改装を行ったこと、事業所内の保育園の開設による新たな設備投資を行ったことが、大きく足を引っ張った。
- ・この背景には、当社のパートアルバイトの女性が子供などを預けて仕事ができるように環境を整えなければ、この事業は難しくなると考えたことがある。これまで親の面倒を見なければならぬとあって、会社をやめていった女性は多い。その結果、今では親の介護を抱える女性も新たに増えてきた。78才の女性も当社の介護関連の部署で働き、調理部門を担っている。
- ・今後の方針としては、今後ますます増える在宅介護をにらんで、介護系、在宅訪問系の事業に力を入れていきたい。
- ・牛乳の訪問販売の機能を生かして在宅の食育を支援していく。若いものにもこうした方針を伝え、現在勉強させているところである。

## 【飲食店】

### ① 実績

#### [実績の概要]

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・ 近隣にライバル店がオープン。
  - ・ 仕入価格の上昇。円安による輸入食材の高騰。
  - ・ 商店街の人通りがない。人の流れが悪い。商圏内の事業所の減少。
  - ・ 外食全体の下降。外食している人口が減少している感じ。
  - ・ 個人消費の冷え込み。消費意欲が感じられない。不景気。
  - ・ 週末の台風などの悪天候の影響。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・ 長期金利の上昇、融資条件の厳格化。
  - ・ 仕入価格の上昇。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・ 同業店の撤退。
  - ・ 客数、客単価上昇。法人の宴会が微増。

#### <飲食店における景気判断（実績）の背景・要因の具体的回答内容>

	景気判断（実績）の背景・要因（飲食店）	景気判断
1	・ 近隣にライバル店がオープンして客を持っていかれるのと、外食全体での下降を同業者から聞いている。	●
2	・ 9月の土日月の3連休が続いたこと等の影響もあるのか。商店街の人通りも全くない。	●
3	・ 円安による輸入食材、ワイン等の高騰。	●
4	・ 人の流れが悪くなっている。	●
5	・ 外食している人口が減少している感じで景気が良くない（高齢化）。	●
6	・ 顧客の単価、客数の変化に対応するため苦慮。	●
7	・ 週末の台風などの悪天候など、それに伴う仕入価格の上昇。	●
8	・ 不景気。	▲
9	・ 商圏内の事業所の減少。高齢化による購買金の減少による売上の減少。	▲
10	・ チェーン店やスーパーが増え、外食が減ったことに関係する。	▲
11	・ 個人消費の冷え込み。	▲
12	・ 消費意欲が感じられない。	▲
13	・ 外食する人が減ったような気がする。	▲
14	・ 店主が現役を行うことが困難になることによる。営業時間の短縮のほか人員不足。	▲
15	・ 人員不足等により定休日が増加。求人費が例年の3~5倍増加。	▲
16	・ 天候不順（夏が暑すぎて）で客の来店が減った。	▲
17	・ 長期金利の上昇、融資条件の厳格化。	□
18	・ 仕出し、宴会が中心。	□
19	・ 野菜等の仕入が高騰したため仕入価格が上がった。	□
20	・ 同業店の撤退。	○
21	・ 客数、客単価上昇。	○
22	・ 法人の宴会が微増。	○
23	・ 36年間継続して地域密着型経営を心掛けている。借店舗から自社店舗になった。	○

## ② 見通し

### 【見通しの概要】

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・消費増税の影響。消費増税で景気・個人消費が上向きになる材料がない。
  - ・人員不足・人材不足。来客の多い日は顧客をさばききれない。
  - ・お客様の財布の紐が固い。消費者は必要以上の買い物はせず、現金を貯めている。
  - ・病気で通院。高齢のため。経営者にやる気がない。
  - ・現在の状態は変わらないので見通しは悪い。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・気候に大きく影響されるが、景気そのものは安定状態と考える。
  - ・今を底と考えている。余りよくないと思う。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・個人の利用が多くなってきたと感じる。
  - ・後継者の入社で新しい顧客が増えている。

### <飲食店における景気判断（見通し）の背景・要因の具体的回答内容>

	景気判断（見通し）の背景・要因（飲食店）	景気判断
1	・消費増税、休日増で更に売上が下がると予想している。	●
2	・病気（腰や膝）で病院通いが多いので。	●
3	・夫婦二人で営業しているが、高齢のため今まで通りの営業しか出来ない。時間の短縮（それでも夜は12時まで）や、商店街の閉店が多く、その跡には住宅になっていく。	●
4	・経営者にやる気がない。	●
5	・人員不足が解消されても、能力的に厳しい人員雇用が見込まれるので販売数が増加しない。	▲
6	・お客様の財布の紐が固い。	▲
7	・来客の多い日と少ない日の差が多く、多い日はさばききれない。	▲
8	・ファミリー層が多い地域なのでなかなか難しい。	▲
9	・消費増税の影響。	▲
10	・来年の消費増税があり、景気・個人消費が上向きになる材料がない。	▲
11	・消費税アップによるデフレの増大。	▲
12	・将来、年号が変わり、10月より消費税10%になると、消費者は必要以上の買い物はしない。現金を貯めている。	▲
13	・状態は変わらず。見通し悪し。	▲
14	・実績への最大影響要因は気候。景気そのものは安定状態にあると考える。	□
15	・1件、1件の人数が減少していて、売上に影響されそう。	□
16	・今を底と考えている。	□
17	・余りよくないと思う。	□
18	・法人の動きは見えない（予測できない）が、個人の利用が多くなってきたと感じるため。	○
19	・2代目後継者が今年入社して新しいお客様が増えている。	◎

## <飲食店におけるヒアリング調査結果>

### ◇中華料理店（実績▲、見通し□）

- ・当店は商店街の一角に立地している中華料理店で、周りは住宅地が多い。当店は、店内の飲食サービスだけでなく、出前を行っている。40年くらい前は人口が増えて商店街も活気があり売上は多かったが、商圈内の事業所が減少し、今は空き店舗も発生するほどさびれてきている。
- ・経営は家族経営で、娘夫婦といっしょに店をやっている。店主は高齢となり、年齢とともに無理がきかなくなったので、これから先の店の行く末の判断は娘夫婦に一任している。
- ・経営は減収減益で非常に厳しい。その大きな原因は仕入単価の上昇である。国産野菜の高騰、輸入豚肉の高騰、チャーシュー等輸入加工品等の価格上昇である。
- ・ここ最近、消費者の嗜好の変化に十分についていけないと感じている。この40年間は顧客が「脂っこい」味に慣れていたが、その世代が高齢化し、来店の頻度が減少した。若い世代向けの味が十分に理解できていない。加えて若い世代はパスタなどの麺類、さらには和食等に関心を持ってきている。
- ・来年の消費増税により、店内飲食は10%になる。8%の軽率減税が適用されるのは持ち帰り、出前である。若い後継者は新しい店の業態開発に余念がないので期待している。

### ◇洋食店（実績●、見通し●）

- ・当店は駅より徒歩15分に立地するハンバーグステーキ店である。座席は40席程度で、こじんまりした雰囲気のお店である。
- ・経営は減収減益でかなり厳しい。その理由として、消費者の生活防衛から外食費の節減傾向が出てきたこと、当店のメニューの価格の値上げを行ったことがある。また、最近、競合店舗が近くに立地し、顧客をかなり奪われたことがあげられる。
- ・一方、コスト面では、アルバイト等の人手不足のために募集賃金を上げたので、人件費が上昇した。仕入れの原材料費については、天候不順などによるレタスなどの野菜、コメ、牛肉、豚肉等いずれも上昇してきた。こうした要因が経営の足を大きく引っ張っているのが現状である。
- ・今後は企業努力で乗り切らなければならないと考えている。まずはメニューサービスの充実があげられる。付加価値をどうつけるか。客が好きなハンバーグ、ステーキの具材を選択制にするなど、試行錯誤を続ける予定である。また、コスト削減のために初期投資（端末・システム）を行い、お客が席でタブレット端末を使って注文するシステムの導入を考えている。外食は、来年の消費税の導入で10パーセントにアップするが、増税時のポイント還元を期待している。
- ・今まで外食を牽引してきた団塊の世代も70歳台になり、減食傾向になっている。代わりに若い共働き世代が増えてきた。今後は特に若い女性客を取り込んでいきたい。これらの世代は中食の惣菜、弁当への支出が高い。これらは今後考えていきたい点である。

## 【不動産業】

### ① 実績

#### [実績の概要]

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・ 競合他社の増加。
  - ・ 土地売買の仲介で件数が減少。取引の減少。景気過熱感で手控え客が多く実績減。
  - ・ 不動産の相場が上昇。仕入単価は変わらず高値で推移。
  - ・ 空室率の上昇。テナントの空区画が解消されない。新しい入居者が決まらず空室が増。
  - ・ 人手不足により展開が困難。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・ 人手不足ではあるが人件費が抑えられた。
  - ・ 不動産の賃貸料に変動はない。自社ビルの管理を継続しているので安定。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・ 不動産仲介が好調。仲介手数料の増加。
  - ・ 安価な物件は客足が鈍く売上減であったが、駅近の高価な物件を仕入れたことで売却が好調。

#### <不動産業における景気判断（実績）の背景・要因の具体的回答内容>

	景気判断（実績）の背景・要因（不動産業）	景気判断
1	・ 不動産の相場が上昇、競合他社の増加。	●
2	・ 景気過熱感による投資抑制のため手控え客が多く実績減。	●
3	・ 収益不動産への融資が止まっているため、取引がまったく無い状況。	●
4	・ 土地売買の仲介を主にやっているが、件数が少なくなっている。	●
5	・ 人が動かない。入居も少ないが、退出も少ない。	●
6	・ 人手不足により展開が困難。	▲
7	・ 仕入単価は変わらず高値推移だが、売上単価は伸び悩み。不動産の供給過多と収益物件問題の影響にて、融資出口戦略が難しくなっている。	▲
8	・ 不動産価格の下落と取引の減少。	▲
9	・ 空室率の上昇が進行し、賃料収入を低下させている。	▲
10	・ テナント空区画が解消されない。	▲
11	・ 賃貸新築物件の引き渡しが減った。	▲
12	・ 人手不足ではあるが人件費が抑えられている。	□
13	・ 管理物件の退去数が時期外れに多いので、新しい入居者がなかなか決まらず、空室が増えている。	□
14	・ 自社ビル（主に飲食ビル）の管理を継続しているため、比較的变化は上下せず現在のところ運営している。	□
15	・ 仲介業は少ないが、管理業で安定している。	□
16	・ 不動産の賃貸料に変動はない。	□
17	・ 不動産仲介が好調である。	○
18	・ 土地売買に伴う仲介手数料の増加。	○
19	・ 土地の仕入を駅からバス便で広い安価な物件に絞っていたが、客足が鈍いことから、駅近の高価な物件を仕入れ、小さいながらも仕入→売却がスムーズになったことにより、前期の売上減少をカバーできた。	○



## ② 見通し

### 〔見通しの概要〕

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・実体経済に景気の上向き感はない。国内外の経済動向が不安。景気の先行きが不安。
  - ・販売不振の出口が見えない。空室率が低下する展望が開けない。
  - ・消費増税が控えているので更なる悪化。消費税アップで契約が減少。
  - ・少子化が急速に進んで契約が減少。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・銀行融資が得られない限り現状のまま。
  - ・不動産賃貸につき契約どおりである。今後の需給バランスに変化が感じられない。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・引き続き不動産仲介を中心として好調。
  - ・退去者に伴う原状回復費や仲介手数料等の売上増加が見込まれる。

### <不動産業における景気判断（見通し）の背景・要因の具体的回答内容>

	景気判断（見通し）の背景・要因（不動産業）	景気判断
1	・実体経済に景気の上向き感はない。	●
2	・消費増税が控えているので更なる悪化。	●
3	・国内外の経済動向が不安。	▲
4	・全体的に景気の先行き不安による見通しの悪化。	▲
5	・1～3月は繁忙期なので見通しは悪くないが、明けた4～6月は厳しい。	▲
6	・販売不振の出口が見えない。仕入れの見込みも出てこない。	▲
7	・店舗の縮小を検討。	▲
8	・平成31年春以降は、不動産仕入等を慎重になると思われ、準じて在庫を保有している企業が資金回収のため、価格下落を予想する。今の資金が動いている要因として、企業の資金であり、一般消費者が追いついていけなく感じる。	▲
9	・消費税アップ、少子化急速で契約が減少する。	▲
10	・空室率が低下する展望は開けず、見通しは厳しい。	▲
11	・銀行融資が得られない限り現状のままかと思う。	□
12	・開発区域のために契約期間において賃料の値上等が出来ないので、開発が始まるまでは現状からの変化はない。	□
13	・仕入価格の上昇に伴い仕入が大きく不足しそう。	□
14	・さまざまな方法で一定のコストをかけて価格を上昇させていく方法しかないと思う。	□
15	・今後の需給バランスに変化が感じられないこと、また、賃料も変化がないと思われる。	□
16	・不動産賃貸につき契約どおりである。	□
17	・引き続き不動産仲介を中心として好調。	○
18	・時期的に退去も入居も多いので、それに伴う原状回復費や仲介手数料等の売上増加が見込まれる。	○
19	・郊外の土地はダブついて来たので、人気の地域の仕入れが入札で売出しているケースが多くなっていて、なかなか仕入が難しくなっている。高くても買えた会社の勝利である。	◎

## <不動産業におけるヒアリング調査結果>

### ◇不動産業（実績▲、見通し▲）

- ・当社は不動産売買の代理・仲介業務を中心としている。賃貸物件の管理運営よりも、物件の売買による収益のほうがかなり多い。
- ・経営面は減収減益で、ここ数年、非常に苦しい段階に入っている。
- ・その理由は、仕入単価が高位に安定し、一件当たりの売上物件の単価が伸び悩んでいることがある。この背景には、土地建物（空き家物件を含め）の供給過剰、だぶつきが見られるからである。銀行は物件それ自体に魅力がないにもかかわらず、高収益モデルをPRし、買い手に物件を担保に資金を貸し付ける。特に、郊外の交通の便の悪い物件にまで拡大してきた。そのため空き家・空き室が埋められない状況が、一部に発生している。
- ・来年以降は不動産の仕入れが慎重になり、保有物件を逆に手放すなどで価格の下落が始まると考えている。これらは主として企業が保有している物件で、一般の消費者にはまだ手が届かない価格帯である。しかも個人の消費需要は消費増税もあり、引き締め気味で推移していくだろう。一般消費者は通信関係にお金がかかりすぎて、まだ不動産を買う余力がないと見ている。
- ・当社としては、当面、住宅、商業、オフィスなどの形態・用途は問わず、駅前の好立地で潜在的に付加価値の高い物件を確保したいと考えている。コンパクトシティの動きもある。

### ◇不動産業（実績○、見通し◎）

- ・当社は一般住宅の不動産売買を主としている。
- ・経営面は増収増益で順調である。駅前の高額物件の売買が成功したためである。
- ・駅から1~2キロ離れた郊外で、バス便を必要とする住宅地は、高齢化などで住宅を手放す人が増えてきている。昭和40年代に開発された土地区画整理事業で宅地開発された80~90坪くらいの土地では、2割くらいの空き家が発生している。広い戸建ての開発地区は土地が細分化され、住宅価格が低下している。一方で、駅近くの地区では人口の増加率が高い。
- ・このように郊外の土地は供給過剰になり、土地の買い手が見つからない状況であるが、外国人には土地を売りたいがらないという同業者は多い。権利譲渡などで日本の法律を十分理解してもらえるか不安なためである。これからは訴訟問題なども起こるかもしれないので、その前に監督官庁の国土交通省から国際的な土地の売買について、国別の標準マニュアルなどを作ってほしいと願っている。
- ・これからは、生産緑地の改定問題、少子高齢化による遺産相続問題、事業承継問題、株式の贈与税が高すぎる等の課題があると考えている。

## 【サービス業】

### ① 実績

#### [実績の概要]

- ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・同業者が増えた。低料金の店が近くにできて苦しい。
  - ・要員不足等で売上減少。人員不足で受注ができない。雇用不足で稼働台数減。
  - ・燃料価格の高騰。人件費の高騰。
  - ・暑さで客足がない。顧客が高齢化して来店できない。
- ◆「普通」と回答した事業者
  - ・大口取引の終了。
  - ・IT投資に関わる人手不足。仕事はあるが人員不足。
  - ・従来業務が安定。変動要因がなかった。一年を通し収入が変わらない。
- ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・取引先が固定したので安定。
  - ・受注の増加。入札で増額受注できた。需要増で売上が伸びた。

#### <サービス業における景気判断（実績）の背景・要因の具体的回答内容>

	景気判断（実績）の背景・要因（サービス業）	景気判断
1	・営業力と技術力が弱い。	●
2	・本業（理容業）が振るわない。長い間通ってくださった方々が亡くなり、若い世代の方はいらっしやらない。低料金の店が近くにできて苦しい。	●
3	・燃料価格高騰で販管費増による経常利益減。	●
4	・人件費の高騰。	●
5	・暑さのためか客足がぼったりだった。マイナスが出てしまったせいで、少しの黒字では戻れない状態。	●
6	・同業者が増えたため、売上が落ちている。	▲
7	・遊技機販売の低調のため（その他関連も含む）。	▲
8	・要員不足等による売上の減少傾向にあるため。	▲
9	・人員不足によるタイムリー受注（他社競合負け）に対応できず。	▲
10	・車の保有者が一家に2台、3台となってきた今、タクシーの利用を控える方が多い。また雇用不足による稼働台数減のため。	▲
11	・今まで来店できていた方が高齢で来店できなくなってきた。	▲
12	・過去3～4年での設備投資による集客率増。	□
13	・大口取引の終了と猛暑の影響で前期ほどの売上が得られない。	□
14	・IT投資に関わる人手不足（エンジニア）。	□
15	・仕事はあるが人員不足による供給力がない。	□
16	・従来業務が安定している。	□
17	・変動要因がなかった。	□
18	・一年を通し収入が変わらない。	□
19	・固定取引先の安定のため。	○
20	・土木工事現場の増加に伴う受注の増加。	○
21	・平成30年4月期の入札で増額受注。	◎
22	・ストック型の収益転換が進み売上が安定。外車販売・介護・データセンター向けの需要が増え売上が伸びた。	◎

## ② 見通し

### [見通しの概要]

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・ 需要構造の変化による販売量の減少。消費に足が向いて来ない。
  - ・ 人員不足。人材不足で求める技術者確保が難しい状況。運輸業に就く方が多いとは思えない。
  - ・ 顧客の高齢化。高齢でいつまで続けられるか分らない。
  - ・ 真っ暗。現状とあまり変わらない。見通しは最悪である。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・ 税金、賃金値上等で利益減少。
  - ・ 人員不足は続く。エンジニア調達コストが増大。
  - ・ 大きな変化はない見込み。大きな動き（見込み）はない。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・ 顧客のシステム投資意欲がまだまだ高い。新規案件が出始めている。大型案件が受注できそう。
  - ・ 人員の増強。

### <サービス業における景気判断（見通し）の背景・要因の具体的回答内容>

	景気判断（見通し）の背景・要因（サービス業）	景気判断
1	・ 真っ暗。個人店にやさしい時代になって欲しい。	●
2	・ 現状とあまり変わらず。	●
3	・ 高齢故にいつまで続けられるか分らない。体力も衰え、続けることは難。	●
4	・ 賃上げ効果は洗濯業にはプラス効果は出ない。見通しは最悪である。	▲
5	・ 人員不足。	▲
6	・ 景気も来年はピークアウトに向かうと思う。また人材不足で求める技術者確保が難しい状況である。	▲
7	・ 今後もなかなか運輸業に就く方が多いとは思えない。	▲
8	・ 需要構造の変化による主要品目の販売量の減少。	▲
9	・ 消費に足が向いて来ない。	▲
10	・ 飼い犬の減少（飼い主の高齢化による）。	▲
11	・ 税金、賃金値上等で利益減少。	□
12	・ オリンピック関連の案件と介護関連の案件次第。2019年4月以降は不透明。増税とオリンピック特需の終了。米国の景気が心配。2020年は厳しくなると予想。	□
13	・ 平成30年度は多少落ち込むが、平成31年度は若干増加の見通し。	□
14	・ 固定顧客が多い。	□
15	・ エンジニア調達コストの増大。	□
16	・ 人員不足は続くと考え、他業種への移行を検討中。	□
17	・ 今のところぼちぼちの見積もりが出ているので、固定の売上を増やしていく予定で、臨時の費用はないが、毎月の固定費用が増えている。	□
18	・ 大きな変化はない見込み。	□
19	・ 特段大きな動き（見込み）はない。	□
20	・ 顧客のシステム投資意欲がまだまだ高いため。	○
21	・ 新規案件が出始めているため。	○
22	・ 大型案件が受注できそう。	○
23	・ 人員（医師）増強。	○

## ＜サービス業におけるヒアリング調査結果＞

### ◇警備業（実績○、見通し○）

- ・当社は警備保障会社で、工事現場、建設現場などで交通誘導を行っている。従業員は高齢者が中心で、ほとんどが退職者、高齢者である。
- ・業務内容としては、7割くらいが大規模高層マンション、土木工事現場の建設資材積載トレーラーの誘導で、数週間の連続業務である。そのほか、年に数回、花火大会、祭り、コンサートなどの地域イベントの警備もある。
- ・経営について、実績は売上高が増加基調にある。経常利益が厳しい時はあるが、大きな落ち込みはない。
- ・受注は主として工事の着工情報を入手している。仕事の稼働日は数カ月くらい先までわかる程度で、それ以上先は確定したものはない。現在の全体の景況としては、オリンピック特需で、人材が不足している。警備業務において需要の平準化が望まれるが、予算消化などの関係で年度末などに需要が集中しているのも事実である。
- ・課題は高齢者の人材確保である。そのため公募広告としてチラシ制作を行い配布しているが、まったく効果はない。今のところ口コミ、紹介が中心である。
- ・人材教育において、法律に基づく交通誘導研修が不可欠となっている。高齢者が多いため、何度も交通安全委員会の研修を受けさせている。

### ◇運送業（実績●、見通し●）

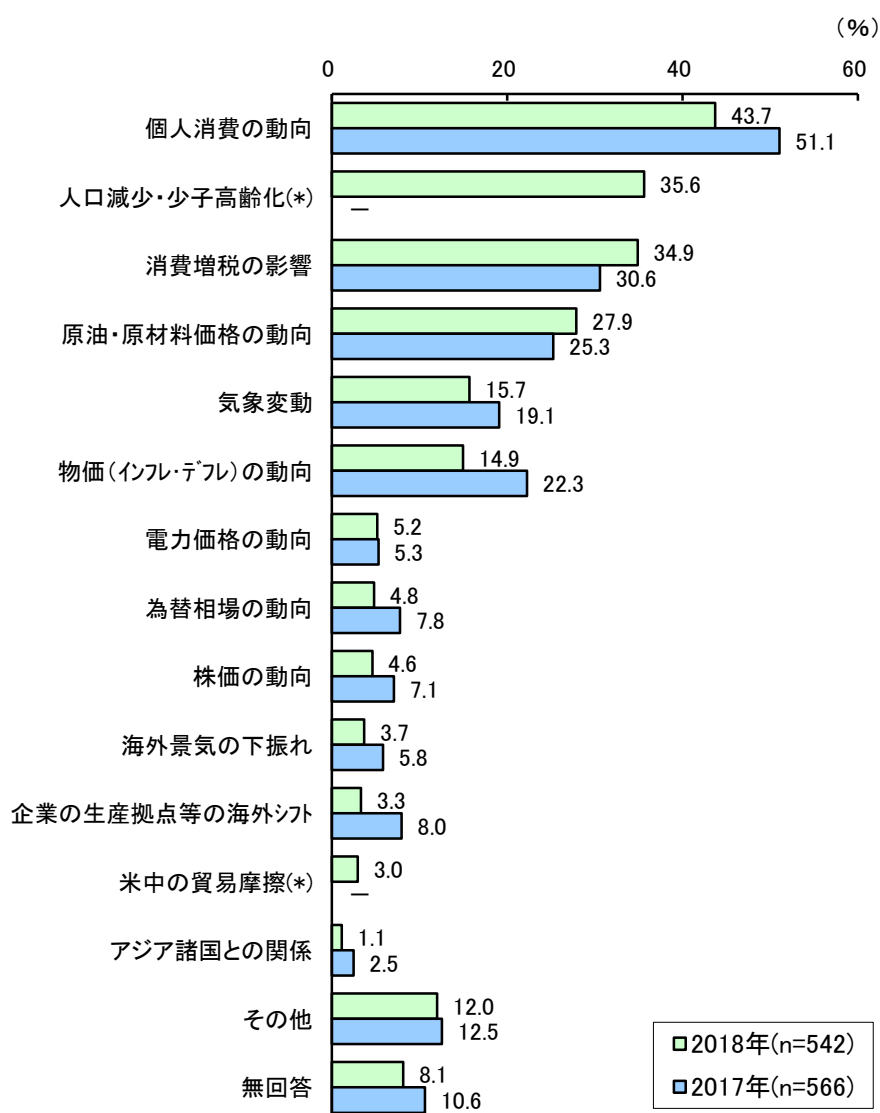
- ・当社は一般貨物の輸送サービス業である。荷主は特定の企業数社で、その運送対象エリアは主として埼玉県下である。特定荷物の積み合わせなどの宅配便とは異なり、きめ細かなルート、時間指定などはない。
- ・営業実績は売上高がここ数年増加してきたが、経常利益は減少している。経常利益が減少している大きな原因は人件費の高騰であり、それに燃料代の上昇が大きい。このコスト増をどうするかが、大きな課題である。
- ・その対策として、まずは荷主への価格交渉であるが、うまくいっていないのが現状である。そのほか、以下のような点に取り組んでいるものの、いずれもうまくいっていない。
- ・外部同業者への輸送の再委託、さらには荷主に対して少し運送量を抑えてもらうことが考えられる。具体的には、発注量を時間やエリアを見て、細かく抑制することを依頼する。
- ・社内のドライバー人事体制について、現在、ドライバーの引き留め策として、アルバイトの正社員化、また中高年社員の独立支援、高齢者ドライバーの退職年齢の延長化などを検討している。また、新規の運転手確保のための方策として、大型トラックの免許がなくても社内で研修させながら正社員として採用する等を検討している。

## (12) 経営にマイナス面の影響が大きいと考えられる経済動向

### ① 全体

経営にマイナス面の影響が大きいと考えられる経済動向を聞いたところ、「個人消費の動向」が4割台半ば近く(43.7%)で最も多く、以下、「人口減少・少子高齢化」(35.6%)、「消費増税の影響」(34.9%)、「原油・原材料価格の動向」(27.9%)、「気象変動」(15.7%)、「物価(インフレ・デフレ)の動向」(14.9%)、「電力価格の動向」(5.2%)、「為替相場の動向」(4.8%)、「株価の動向」(4.6%)、「海外景気の下振れ」(3.7%)、「企業の生産拠点等の海外シフト」(3.3%)などと続いている。

2017年調査(前年調査)と比べると、1位の「個人消費の動向」は変わらないが、今回調査で新たに選択肢として加えた「人口減少・少子高齢化」が2位となった。また、3位の「消費増税の影響」、4位の「原油・原材料価格の動向」に次いで、「気象変動」が5位に上昇し、「物価(インフレ・デフレ)の動向」は6位となった。

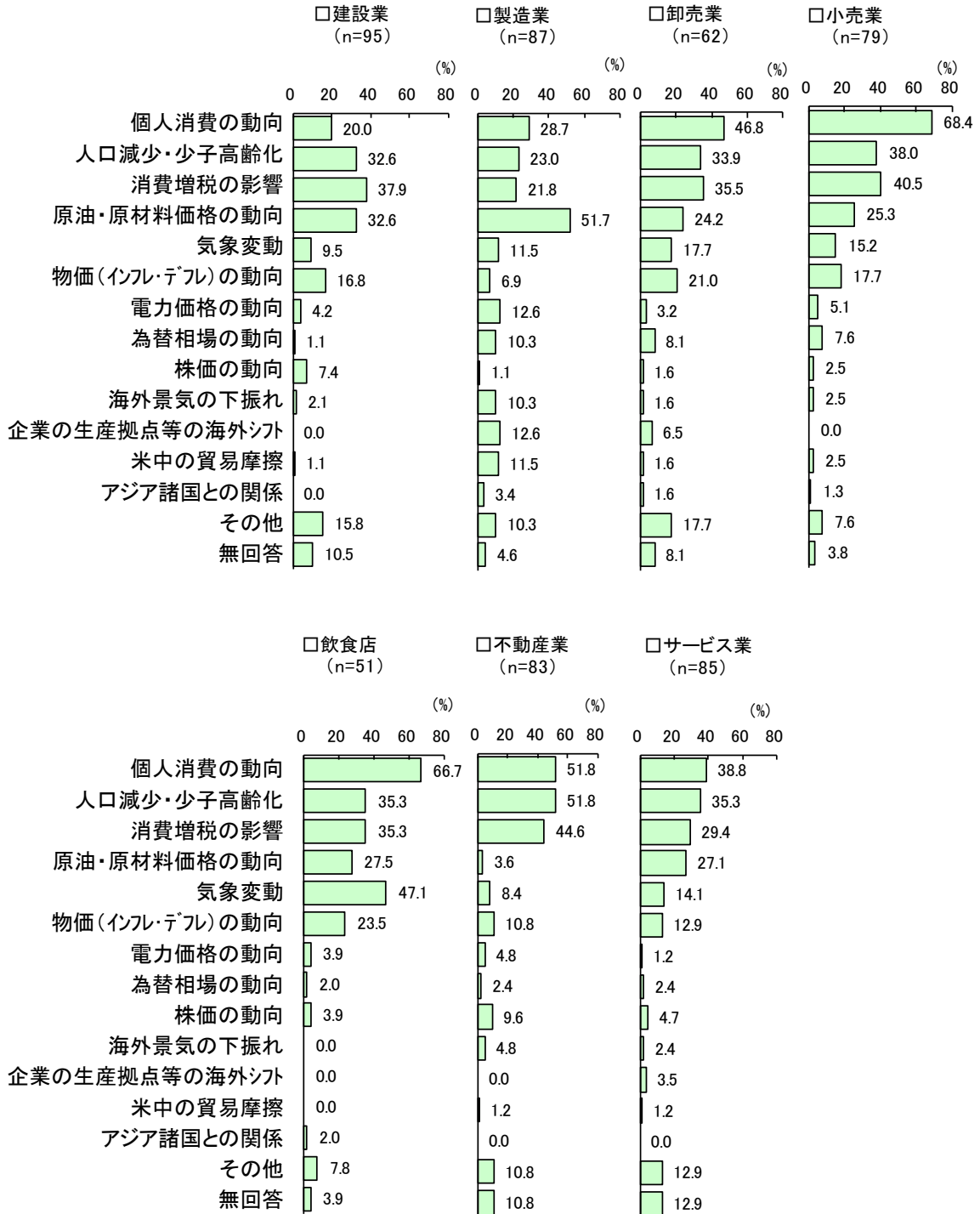


注：「人口減少・少子高齢化」「米中の貿易摩擦」は2017年調査では尋ねていない。

## ② 業種別

1位をみると、建設業は「消費増税の影響」で3割台半ばを超える(37.9%)。製造業は「原油・原材料価格の動向」で5割強(51.7%)を占める。卸売業、小売業、飲食店、サービス業は「個人消費の動向」で、特に小売業が7割近く(68.4%)、飲食店が6割台半ばを超えて(66.7%)多い。また、不動産業は「個人消費の動向」と「人口減少・少子高齢化」が同率1位で5割強(51.8%)を占める。

なお、「消費増税の影響」は不動産業(44.6%)と小売業(40.5%)で4割を超えて多い。「気象変動」は飲食店で4割台半ばを超えて多い(47.1%)。

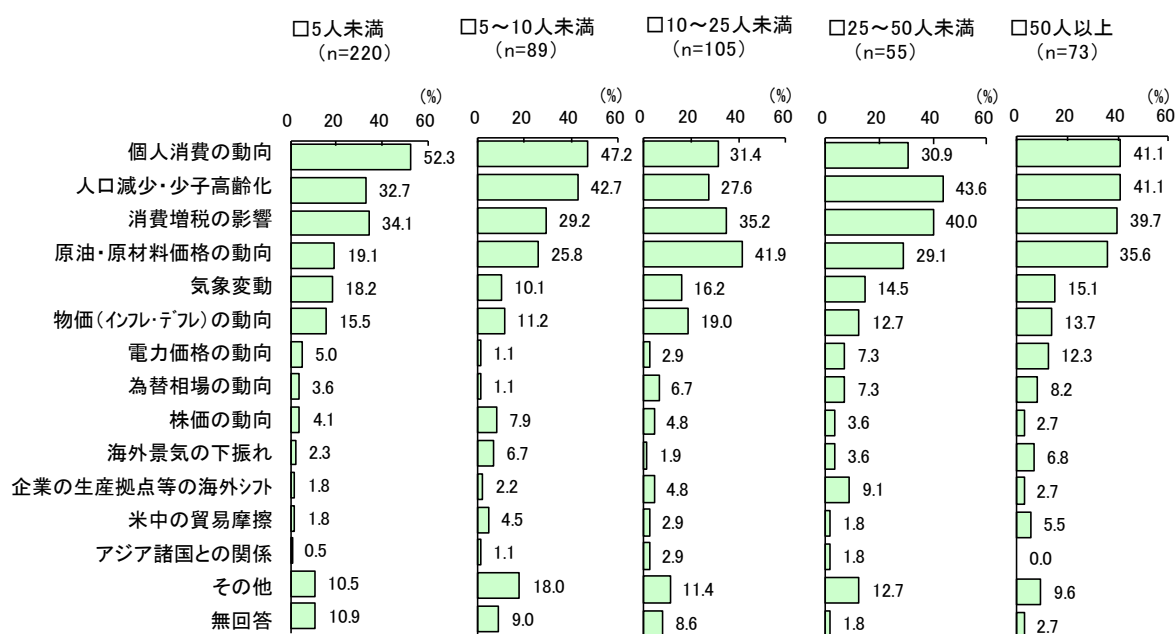


### ③ 規模別

1位をみると、5人未満と5～10人未満は「個人消費の動向」、10～25人未満は「原油・原材料価格の動向」、25～50人未満は「人口減少・少子高齢化」、50人以上は「個人消費の動向」と「人口減少・少子高齢化」が同率1位である。

2位をみると、5人未満、10～25人未満、25～50人未満は「消費増税の影響」、5～10人未満は「人口減少・少子高齢化」である。

なお、「個人消費の動向」、「人口減少・少子高齢化」、「消費増税の影響」、「原油・原材料価格の動向」は、いずれの規模も4位以内に入っている。





## <各項目の選定理由>

経営にマイナス面の影響が大きいと考えられる経済動向について、項目ごとにその主な選定理由を以下に列挙した。なお、( ) 内に回答事業者の業種を記載している。

### 1. 株価の動向

- ・不動産投資にも影響。(建設業)
- ・株価が下がると景気悪化感がある。(建設業)
- ・得意先の成長具合により設備投資が変動する。(製造業)
- ・上場企業が明るくなる(余裕が出る)。(卸売業)
- ・消費者への心理的な影響。(小売業)
- ・先行きの不安感。(飲食店)
- ・株価の動向が不動産市況へ影響するから。(不動産業)
- ・株価の上昇が見込める時にはマインドが上向く。(不動産業)
- ・不動産購入資金を株で保有している消費者も多く、株価が下がれば自己資金も減少する。(サービス業)
- ・株価により景気動向に左右されるため。(サービス業)

### 2. 為替相場の動向

- ・企業の利益、設備投資に影響。(建設業)
- ・原料の輸入価格に大きな影響があるから。(製造業)
- ・輸出製品と海外子会社からのロイヤリティ収入。(製造業)
- ・仕入元が海外生産であるため。(卸売業)
- ・仕入れがドルなので。(卸売業)
- ・メーカーが中国からの輸入のため卸価格に影響。(小売業)
- ・L P ガスなど輸入商材の売上比率高いため。(小売業)
- ・ワインが高い。(飲食店)

### 3. 物価(インフレ・デフレ)の動向

- ・仕入れ、材料の高騰。(建設業)
- ・顧客の設備投資の減少。(建設業)
- ・インフレにより機械等、材料費の高騰。(製造業)
- ・物価上昇は消費の低迷につながっていると判断する。(製造業)
- ・ここ10~15年で輸入原価が急上昇、国内物価が上がらないなら円が高くなる必要がある。(卸売業)
- ・物価上昇により、消費者の皆様、節約、無駄買をしないようだ。(卸売業)
- ・高価な物が売れる状況になっていない。(小売業)
- ・消費に影響。(小売業)
- ・仕入価格は上がるが、販売価格に反映できない。(飲食店)
- ・地価上昇局面でないと購買意欲が乏しくなるから。(不動産業)
- ・物価は少しずつ上昇傾向に感じられるが、そのため消費に慎重になっている感じがする。(不動産業)
- ・インフレ、デフレは社会の風潮が大きいので買い控えがおきやすい。インフレは逆だが、どちらもない方が取り組みは安定する。(サービス業)

#### 4. 個人消費の動向

- ・ 個人宅の注文が減少。(建設業)
- ・ 個人消費の落ち込みが影響する。(建設業)
- ・ 安く施工できる内容の広告等に左右される方がいる。(建設業)
- ・ 個人消費減少に伴う製造数量減少。(製造業)
- ・ 節約志向による客単価の下降。(製造業)
- ・ 個人消費が伸びないと売上増につながらない。(卸売業)
- ・ 商品の納入が量販店(スーパー)中心なので、個人の消費が大きく影響する。(卸売業)
- ・ 個人消費が冷え込むと価格低下=利益悪化を招く。(卸売業)
- ・ 個人消費が落ち込み、物が売れなくなる。(小売業)
- ・ 年金生活者の消費を抑える。物を買わない。老後に不安。(小売業)
- ・ インターネットでは安い方を選ぶ傾向にあり、それが更にシビアになった。(小売業)
- ・ サラリーマン等の給与が上がっていないため1人当たりの小遣いは少ない。(飲食店)
- ・ 個人消費力が下がれば外食の回数は低下。(飲食店)
- ・ 節約。贅沢はしない。無駄遣いしない。(飲食店)
- ・ 一戸建等個人消費が下がると販売に影響がでる。(不動産)
- ・ 個人(普通のサラリーマン)が買える額ではなくなった。若い人のサイフのひもが固い。要求が細かい。(不動産)
- ・ テナントの業況に直接影響する。(不動産)
- ・ 出費(アパート代)を抑えるために実家に戻るので解約になり空室が増える。(不動産)
- ・ 引越しを控える。(不動産)
- ・ どうしてもタクシーというものは贅沢品のため、乗り控えになる。(サービス業)
- ・ 若年は美容、中年以上は低料金の店。(サービス業)
- ・ 当社はBtoB(企業間取引)であるが、顧客企業が影響を受けるため。(サービス業)

#### 5. 原油・原材料価格の動向

- ・ 建設機械、車両の燃料に影響するため。(建設業)
- ・ 価材料費や燃料費の高騰につながる。(建設業)
- ・ 原材料価格の上昇に伴う工事価格への転嫁が不十分なため、利益率の低下が予想される。(建設業)
- ・ 材料費の高騰が販売価格にすぐに転嫁できない。(製造業)
- ・ 船の燃料が上がると運行コストが上がり、赤字になり新規の案件に影響する。(製造業)
- ・ 仕入れ値が上昇することが経営に一番大きな影響を与えるから。(製造業)
- ・ 仕入価格の上げ下げにより利益に大きな変動がある。(卸売業)
- ・ ポリ袋の価格が上昇する。(卸売業)
- ・ 原油が上がると取扱いメーカー等の商品の価格が上がる。(小売業)
- ・ 配送コストの上昇。(小売業)
- ・ 仕入価格に影響がでる(材料の値上げ)。(飲食店)
- ・ 光熱費が一番影響される。(飲食店)
- ・ 資材等の高騰等で原価アップに影響を及ぼす。(不動産業)
- ・ 紙(ダンボール)単価の上昇が響いている。(サービス業)
- ・ ガソリン価格が上昇すると経費を圧迫するが売上価格には反映しづらい。(サービス業)

## 6. 電力価格の動向

- ・電力会社からの工事受注が主であるため。(建設業)
- ・製造コストに影響する。(製造業)
- ・工場稼働のための電力消費に影響。(製造業)
- ・冷凍庫の電気代アップ。(卸売業)
- ・上昇に伴うコスト圧迫。(小売業)
- ・暑さのため電力を使う。電気代が高い。(飲食店)
- ・電気代の値上げ。(不動産業)
- ・経費が増える。(サービス業)

## 7. 企業の生産拠点等の海外シフト

- ・国内受注量が減少するため。(製造業)
- ・受注品が海外へシフト。(製造業)
- ・取引先が人件費の関係で海外に工場を持ち、材料・設備を現地で調達。(製造業)
- ・得意先の海外進出により設備の衰退。(製造業)
- ・液晶関係は生産拠点が海外シフト。(卸売業)
- ・国内の設備投資が減少している。(卸売業)
- ・開発拠点の海外シフトに伴う受注案件の減少。(サービス業)
- ・設備投資の減少。(サービス業)

## 8. 海外景気の下振れ

- ・客先がグローバル企業なので海外景気が悪くなると受注数量が減るため。(製造業)
- ・最終市場が海外のため。(製造業)
- ・親会社の受注減。(製造業)
- ・海外子会社から Royalty Fee を受取っているため。(製造業)
- ・インバウンドの客足減少。(小売業)
- ・輸出の多い客先を多く抱えるため。(小売業)
- ・取引先の取引相手が海外取引等している会社があるため。(不動産業)
- ・お金、人が動かない。(不動産業)
- ・大企業の業績悪化の影響が発注に及ぶため。(サービス業)
- ・IT設備投資の抑制。(サービス業)

## 9. アジア諸国との関係

- ・中国、韓国からの原料輸入。(製造業)
- ・取引先の海外進出。(製造業)
- ・ドルが高くなる/人民元切下げ。(卸売業)
- ・焼肉店なので韓国との力関係。(飲食店)

## 10. 米中の貿易摩擦

- ・世界経済に及ぼす影響が大きいから。(製造業)
- ・原材料の価格高騰。(製造業)
- ・海外動向によって部品入手が難しくなる(輸入品が多い)。(製造業)
- ・日本は海外(米中等)の影響を受けやすい。(卸売業)
- ・貿易の支援をしているため。(サービス業)

## 11. 消費増税の影響

- ・ 建築は金額が大きくなるので、消費増税の影響は大きい。(建設業)
- ・ 不動産投資に影響、国内全体への心理的影響。(建設業)
- ・ 駆け込み消費による需要の先食い。(建設業)
- ・ 民間工事は税込でと値引きされることが多いため、税率が上がれば値引きも高くなってしまう。(建設業)
- ・ 消費税が増加すると、買い控える傾向になり、売上に影響が出る。(製造業)
- ・ 5%→8%アップの時にかなり落ち込んだ。(製造業)
- ・ 現在は増税前で比較的景気が良いが、増税後の反動が考えられる。(製造業)
- ・ 消費の低下。軽減税率のわかりにくさ。(卸売業)
- ・ 消費増税分価格を値引かれる。(卸売業)
- ・ 消費増税によって買替サイクルが長くなり、単価に影響。(小売業)
- ・ 年金生活者の消費を抑える。物を買わない。老後に不安。(小売業)
- ・ 増税準備で費用がかかり、増税で反動が大きいと考えるため。(小売業)
- ・ 個人消費力が下がれば外食の回数は低下。(飲食店)
- ・ 消費増税で今以上に個人消費は冷え込む。(飲食店)
- ・ 入居者（賃貸部門）の減少が必至。(不動産業)
- ・ 地価と建物で、特に建物に影響。(不動産業)
- ・ 入居テナントの売上に影響。(不動産業)
- ・ 住宅購入の駆け込み需要の反動（税制で緩和される可能性もあり）。(不動産業)
- ・ 消費増税に伴う事務手続きの煩雑化によるコスト増。(サービス業)
- ・ レジおよびシステムの入替発注。(サービス業)
- ・ 増税による節約志向が売上に影響。(サービス業)

## 12. 人口減少・少子高齢化

- ・ 建設現場の人手不足による。仕事はあっても職人が不足、受注できない。(建設業)
- ・ 人手不足による受注減が見込まれて、売上高が上がらないと思われる。(建設業)
- ・ 住宅の空室率拡大。新規住宅減少。(建設業)
- ・ 物が溢れているのに人口は減り、さらに欲しいものがない。(製造業)
- ・ 人口減少による個人消費の減少、および労働力確保困難。(製造業)
- ・ 人気のない業界、採用活動に影響。(卸売業)
- ・ マーケットの縮小。(卸売業)
- ・ 子供達が少なく、お年寄り目が悪くて本を読まない。(小売業)
- ・ 年金生活者の消費を抑える。物を買わない。老後に不安。(小売業)
- ・ お客様の高齢化のため来店回数が減っている。(飲食店)
- ・ 年齢による嗜好の変化。(飲食店)
- ・ 若い家庭に節約傾向がある。(飲食店)
- ・ 人口減により新たな住宅（購入・賃貸とも）のニーズが減るから。(不動産業)
- ・ 空き家対策で新規分譲地の供給過剰が懸念される。(不動産業)
- ・ アミューズメントを楽しむ人口の減少。(サービス業)
- ・ 人的サービスにおける人手不足と人件費高騰。(サービス業)
- ・ 中小企業に人が集まらない。(サービス業)
- ・ 人口減少が洗濯物量減少の最大要因。(サービス業)

### 13. 気象変動

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 異常気象により現場中断等での工期の遅れ。(建設業)</li> <li>・ 悪天候が続くと工事の遅れが出る。(建設業)</li> <li>・ 商品販売量の低下。(製造業)</li> <li>・ 天候の不順による原材料の上昇等。(製造業)</li> <li>・ 気象により作物が多かったり少なかったり、価格の変動があるため。(卸売業)</li> <li>・ 顧客にレジャー施設が多いため。(卸売業)</li> <li>・ 天気が悪いと人が出てこない。(小売業)</li> <li>・ 急激な気象変動により通年売れる物が売れなくなる。猛暑・台風等。(小売業)</li> <li>・ 夏は暑すぎると自転車に乗らない。冬は寒すぎると乗らない。雨降ると乗らない。乗らないと修理もない。(小売業)</li> <li>・ 台風が吹いたり、雨が降ったり、雪が降ったりすると外食する人が大幅に低下する。(飲食店)</li> <li>・ 異常気象のため商品管理が非常に大変であった。(飲食店)</li> <li>・ 異常気象による生鮮食料品(材料)の高騰。(飲食店)</li> <li>・ 台風、大雪によるキャンセル。(サービス業)</li> <li>・ 気象変動によって売上増減が非常に大きい。(サービス業)</li> </ul>
--

### 14. その他

その他の内容とその選定理由について、主なものは以下のとおりである。

その他の内容	選定理由
1. 人手不足・ 人材不足	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人手不足による受注調整。(建設業)</li> <li>・ 数年後の担い手不足。(建設業)</li> <li>・ 若年労働人材の採用難と、社員の高齢化による適切な労働力が確保できない。(建設業)</li> <li>・ 人材不足、後継者問題。(製造業)</li> <li>・ 仕事が合っても人手不足だと増産できない。(卸売業)</li> <li>・ 若手の人材育成のため人件費の負担が大きくなっている。(卸売業)</li> <li>・ スタッフの不足。(飲食店)</li> <li>・ 人員不足により売上、利益が減少。(サービス業)</li> </ul>
2. ネット販売 の増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 便利なネット注文をする人が増えている。(卸売業)</li> <li>・ 何でもネットで買える現状、店舗販売は年々減少。(小売業)</li> <li>・ インターネット販売等大手への集中が大きい。(サービス業)</li> </ul>
3. 同業者との競合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ハウスメーカー、ホームセンターに顧客が移行している。(建設業)</li> <li>・ 新しくスーパーやディスカウント・スーパーが出来たため。(小売店)</li> </ul>

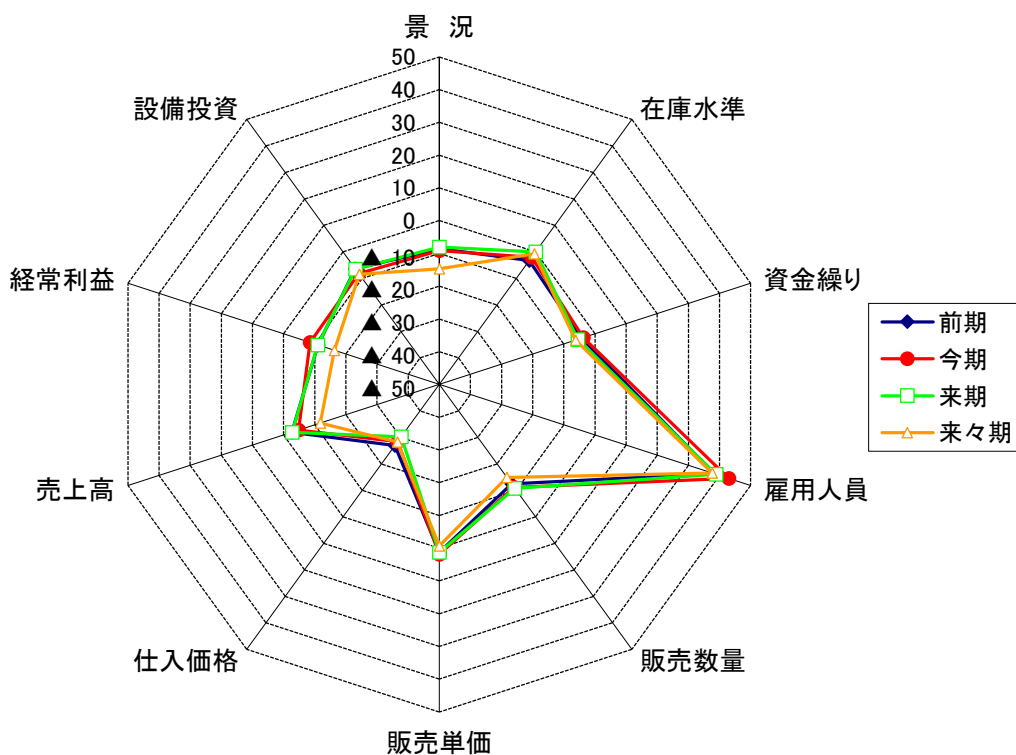
## 2 業種別の動向

### (1) 建設業

今期は、前期と比べて販売数量、販売単価、経常利益は上昇し、売上高、景況は下降した。雇用人員は大幅なプラスの不足が続いた。仕入価格、設備投資は下降し、在庫水準、資金繰りは上昇した。

先行きをみると、来期は、販売単価、経常利益は下降するが、販売数量、売上高、景況は上昇する見通しである。来々期は、販売数量、販売単価、売上高、経常利益、景況ともに悪化する見通しである。来期、来々期と雇用人員の不足が続く見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2018年 7～9月期	10～12月期	2019年 1～3月期	4～6月期
景況	▲ 8.5	▲ 9.1	▲ 8.1	▲ 14.7
在庫水準	▲ 3.3	▲ 2.0	0.0	▲ 0.7
資金繰り	▲ 4.3	▲ 3.8	▲ 5.6	▲ 6.2
雇用人員	38.3	43.0	38.9	37.6
販売数量	▲ 12.5	▲ 11.2	▲ 10.8	▲ 14.9
販売単価	1.3	1.9	1.3	▲ 0.6
仕入価格	▲ 27.0	▲ 28.4	▲ 30.2	▲ 28.2
売上高	▲ 2.6	▲ 4.8	▲ 2.8	▲ 11.8
経常利益	▲ 11.1	▲ 8.5	▲ 11.0	▲ 16.3
設備投資	▲ 6.3	▲ 8.1	▲ 6.5	▲ 8.4

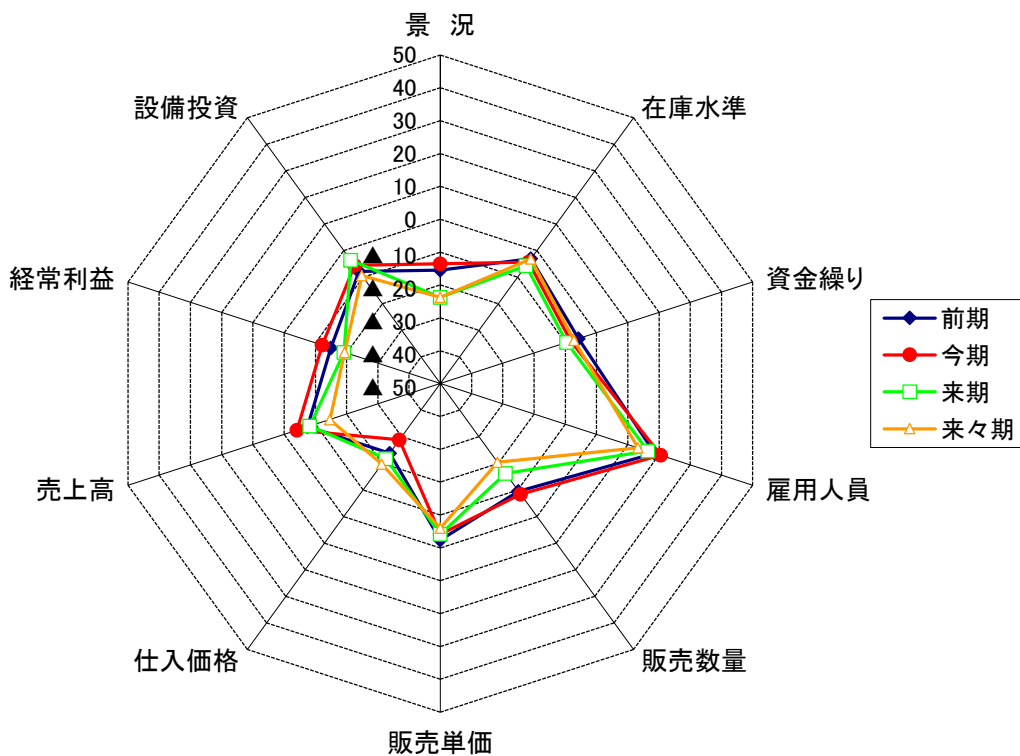


## (2) 製造業

今期は、前期と比べて販売単価は下降したが、販売数量、売上高、経常利益、景況は上昇した。雇用人員は上昇してプラスの不足が続いた。在庫水準、資金繰り、仕入価格は下降し、設備投資は上昇した。

先行きをみると、来期は、販売数量、売上高、経常利益、景況は悪化する見通しである。来々期は、販売数量、販売単価、売上高、経常利益ともに悪化し、景況は横ばいとなる見通しである。来期、来々期と雇用人員は下降するものの、プラスの不足が続く見通しである。来期、来々期と仕入価格は上昇していく見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2018年 7～9月期	10～12月期	2019年 1～3月期	4～6月期
景況	▲ 15.5	▲ 13.5	▲ 23.8	▲ 23.8
在庫水準	▲ 3.0	▲ 4.3	▲ 5.6	▲ 3.2
資金繰り	▲ 5.8	▲ 8.2	▲ 9.5	▲ 7.2
雇用人員	18.6	20.6	16.5	13.3
販売数量	▲ 9.5	▲ 8.4	▲ 16.3	▲ 20.4
販売単価	▲ 2.4	▲ 4.2	▲ 4.2	▲ 6.0
仕入価格	▲ 23.8	▲ 28.8	▲ 21.8	▲ 19.6
売上高	▲ 7.5	▲ 4.1	▲ 8.2	▲ 14.6
経常利益	▲ 14.9	▲ 12.2	▲ 19.2	▲ 19.4
設備投資	▲ 7.8	▲ 5.6	▲ 3.7	▲ 9.4

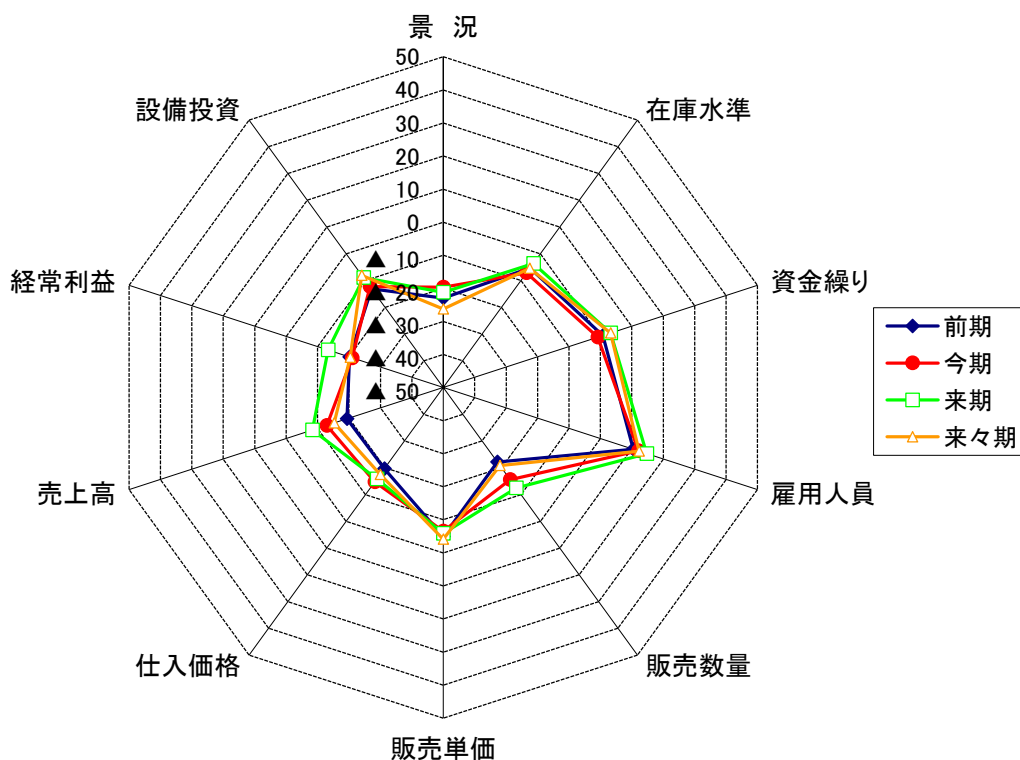


### (3) 卸売業

今期は、前期と比べて販売単価、経常利益は下降し、販売数量、売上高、景況は上昇した。在庫水準、資金繰りは下降したが、仕入価格は上昇した。雇用人員はプラスの不足が続いた。

先行きをみると、来期は販売数量、販売単価、売上高、経常利益が上昇するが、景況は悪化する見通しである。来々期は販売数量、売上高、経常利益が下降し、景況が悪化する見通しである。来期は資金繰りがプラスに転じ、来々期もプラスが続く見通しである。来期、来々期と雇用人員のプラスが続く見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2018年 7～9月期	10～12月期	2019年 1～3月期	4～6月期
景況	▲ 23.0	▲ 19.7	▲ 21.2	▲ 26.3
在庫水準	▲ 5.4	▲ 7.1	▲ 3.6	▲ 5.5
資金繰り	0.8	▲ 0.8	3.3	3.3
雇用人員	10.5	12.1	14.8	12.3
販売数量	▲ 22.1	▲ 15.6	▲ 12.5	▲ 20.8
販売単価	▲ 4.9	▲ 6.6	▲ 5.8	▲ 4.2
仕入価格	▲ 19.7	▲ 14.8	▲ 15.8	▲ 17.5
売上高	▲ 19.4	▲ 12.9	▲ 8.3	▲ 15.3
経常利益	▲ 20.2	▲ 21.0	▲ 13.3	▲ 20.3
設備投資	▲ 13.2	▲ 12.3	▲ 8.9	▲ 8.0



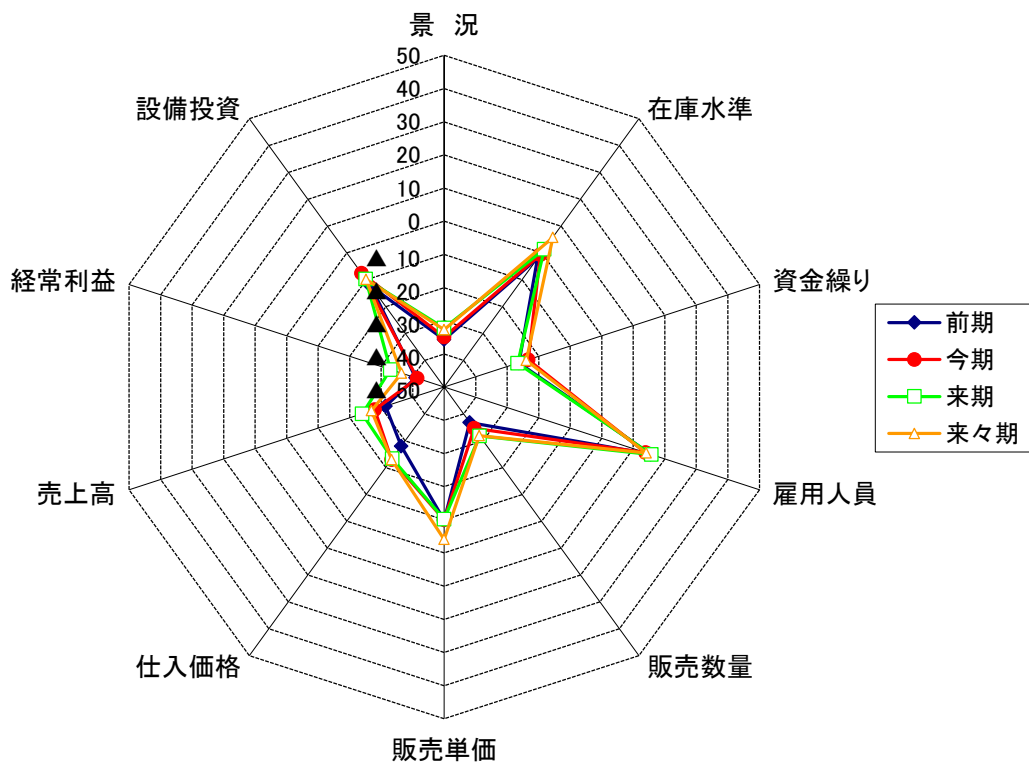


#### (4) 小売業

今期は、前期と比べて販売単価、経常利益は下降し、販売数量、売上高、景況は上昇した。雇用人員はプラスの不足が続いた。在庫水準、資金繰り、仕入価格、設備投資は上昇した。

先行きをみると、来期は販売数量、売上高、経常利益は上昇し、景況が改善する見通しである。来々期は、販売数量、売上高、経常利益が下降し、景況が悪化する見通しである。在庫水準は来期にプラスに転じ、来々期もプラスが続く見通しである。資金繰りのマイナス、雇用人員のプラスが続く見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2018年 7~9月期	10~12月期	2019年 1~3月期	4~6月期
景況	▲ 35.7	▲ 34.9	▲ 32.2	▲ 32.7
在庫水準	▲ 2.0	▲ 0.7	1.4	5.7
資金繰り	▲ 26.3	▲ 23.3	▲ 26.7	▲ 24.0
雇用人員	15.5	13.9	15.8	14.1
販売数量	▲ 36.8	▲ 34.7	▲ 31.8	▲ 31.9
販売単価	▲ 9.9	▲ 10.0	▲ 10.1	▲ 4.1
仕入価格	▲ 27.9	▲ 23.0	▲ 23.3	▲ 23.0
売上高	▲ 31.4	▲ 27.9	▲ 24.0	▲ 27.0
経常利益	▲ 40.9	▲ 41.4	▲ 32.9	▲ 36.5
設備投資	▲ 12.3	▲ 7.6	▲ 9.7	▲ 9.9

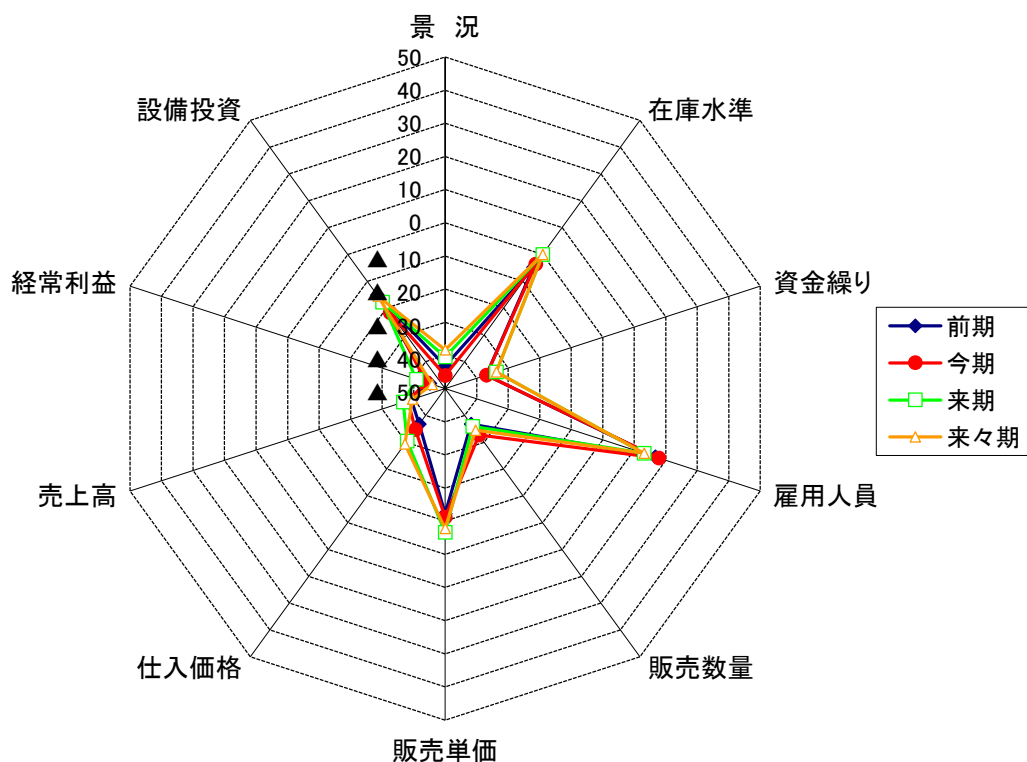


## (5) 飲食店

今期は、前期と比べて販売数量、販売単価、売上高、経常利益が上昇したが、景況は悪化した。資金繰りと仕入価格の大幅なマイナスが続いた。雇用人員はプラスの不足が続いた。

先行きは、来期は販売単価、売上高、経常利益が上昇し、景況は改善する見通しである。来々期は、販売単価、売上高、経常利益は下降するが、販売数量、景況は上昇する見通しである。資金繰り、仕入価格の大幅なマイナスが続き、雇用人員のプラスが続く見通しである。在庫水準は来期、来々期とゼロが続く見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2018年 7～9月期	10～12月期	2019年 1～3月期	4～6月期
景況	▲ 43.1	▲ 46.1	▲ 40.4	▲ 38.3
在庫水準	▲ 4.8	▲ 3.6	0.0	0.0
資金繰り	▲ 37.0	▲ 37.0	▲ 33.8	▲ 33.8
雇用人員	16.7	17.8	13.1	13.1
販売数量	▲ 36.7	▲ 32.7	▲ 35.9	▲ 34.4
販売単価	▲ 12.2	▲ 11.2	▲ 6.7	▲ 7.8
仕入価格	▲ 36.7	▲ 34.7	▲ 30.4	▲ 29.3
売上高	▲ 39.2	▲ 38.2	▲ 36.7	▲ 39.6
経常利益	▲ 45.1	▲ 44.0	▲ 40.8	▲ 45.8
設備投資	▲ 15.2	▲ 21.7	▲ 17.8	▲ 15.6

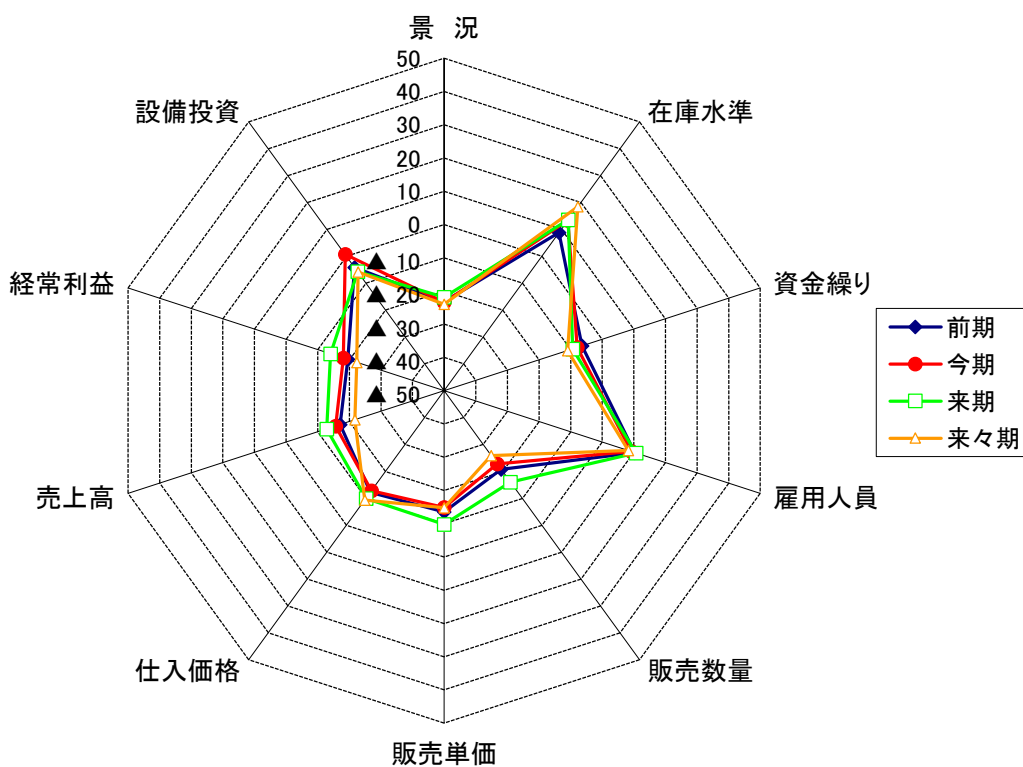


## (6) 不動産業

今期は、前期と比べて売上高、経常利益が上昇したが、販売数量、販売単価が下降し、景況はやや悪化した。在庫水準、雇用人員はプラスが続いた。設備投資は上昇してプラスに転じた。

先行きをみると、来期は販売数量、販売単価、売上高、経常利益、景況ともに上昇する見通しである。来々期は、販売数量、販売単価、売上高、経常利益、景況ともに下降する見通しである。設備投資の来期はマイナスに転じる見通しである。在庫水準、雇用人員はプラスが続く見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2018年 7~9月期	10~12月期	2019年 1~3月期	4~6月期
景況	▲ 23.2	▲ 23.4	▲ 21.9	▲ 24.0
在庫水準	8.8	13.3	13.5	18.5
資金繰り	▲ 6.4	▲ 7.9	▲ 9.3	▲ 11.0
雇用人員	10.3	9.2	10.7	8.2
販売数量	▲ 20.8	▲ 22.8	▲ 16.1	▲ 25.9
販売単価	▲ 13.6	▲ 14.9	▲ 9.8	▲ 14.8
仕入価格	▲ 12.3	▲ 12.7	▲ 10.0	▲ 9.4
売上高	▲ 17.1	▲ 15.6	▲ 12.8	▲ 21.7
経常利益	▲ 19.5	▲ 18.1	▲ 14.1	▲ 22.4
設備投資	▲ 4.1	0.7	▲ 5.7	▲ 5.9

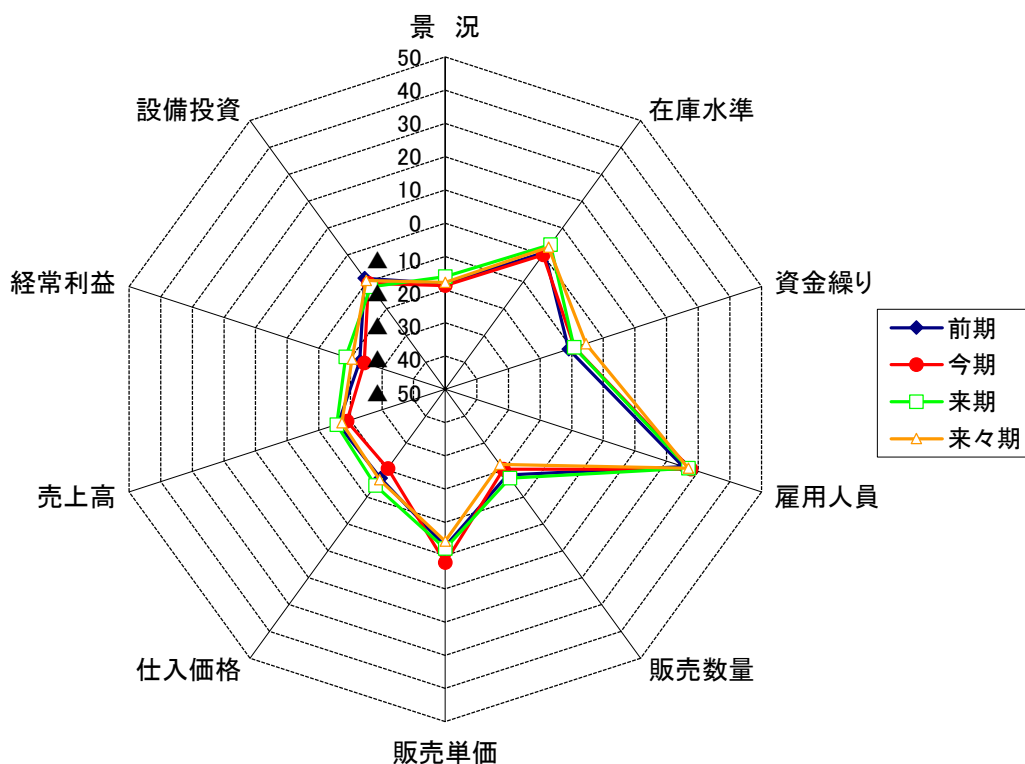


## (7) サービス業

今期は、前期と比べて販売単価は上昇したが、販売数量、売上高、経常利益、景況は下降した。在庫水準は下降してゼロとなり、雇用人員はプラスが続いた。仕入価格、設備投資は下降した。

先行きをみると、来期は販売数量、売上高、経常利益が上昇し、景況は改善する見通しである。来々期は販売数量、販売単価、売上高、経常利益、景況ともに下降する見通しである。在庫水準、雇用人員はプラスが続く見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2018年 7~9月期	10~12月期	2019年 1~3月期	4~6月期
景況	▲ 18.2	▲ 18.8	▲ 16.1	▲ 17.9
在庫水準	0.9	0.0	3.8	2.9
資金繰り	▲ 11.0	▲ 9.1	▲ 9.3	▲ 5.6
雇用人員	25.3	27.7	26.8	26.8
販売数量	▲ 18.1	▲ 20.3	▲ 16.9	▲ 22.1
販売単価	▲ 2.8	2.1	▲ 2.1	▲ 4.3
仕入価格	▲ 16.9	▲ 20.6	▲ 14.2	▲ 16.4
売上高	▲ 16.1	▲ 18.9	▲ 15.7	▲ 17.3
経常利益	▲ 22.9	▲ 24.4	▲ 18.5	▲ 20.5
設備投資	▲ 8.6	▲ 10.6	▲ 11.9	▲ 9.5



## IV 特別調査

### 「法定外福利厚生」と「キャッシュレス決済」

#### 1 法定外福利厚生

##### (1) 法定外福利厚生の導入状況

###### ① 全体

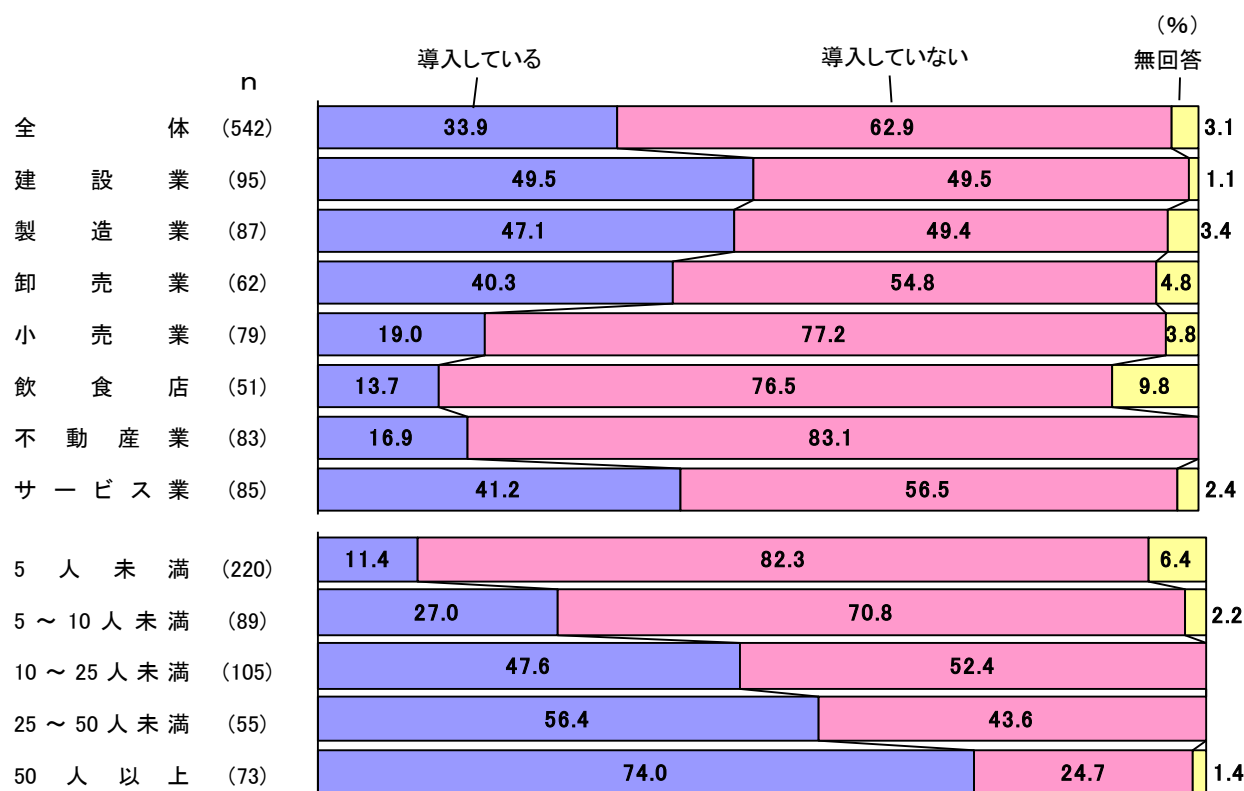
法定外福利厚生を導入しているかについて聞いたところ、「導入している」が3割台半ば近く(33.9%)、「導入していない」が6割強(62.9%)である。

###### ② 業種別

「導入している」は、建設業(49.5%)、製造業(47.1%)が多い一方、「導入していない」は、不動産業(83.1%)、小売業(77.2%)、飲食店(76.5%)が多い。

###### ③ 規模別

「導入している」は、「5人未満」で1割強(11.4%)と少ないが、規模が大きくなるにつれて増加し、「50人以上」では7割台半ば近く(74.0%)を占める。《25人未満》では「導入していない」の方が「導入している」よりも多いが、《25人以上》では逆に、「導入している」の方が「導入していない」よりも多い。



## (2) 法定外福利厚生を導入形式

### ① 全体

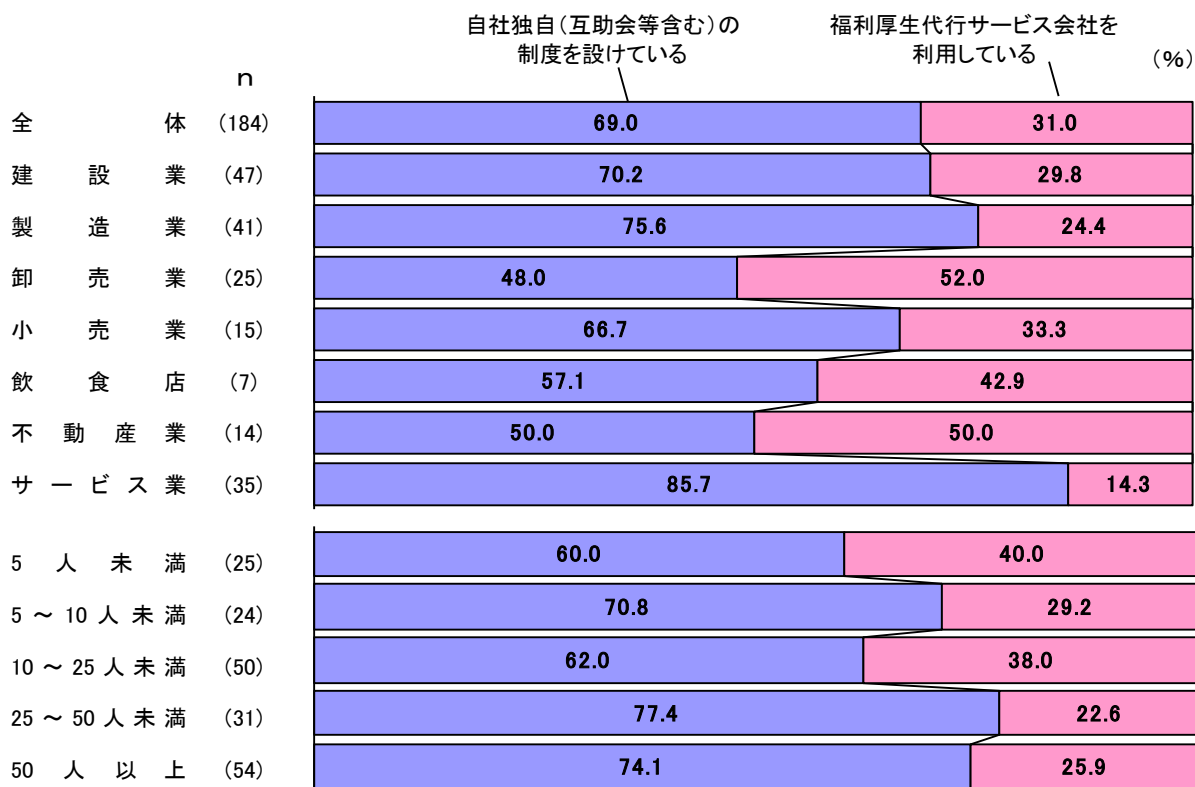
1 (1) の質問で「導入している」と回答した事業所 (n=184) に、どのような形式で導入しているかを聞いたところ、「自社独自 (互助会等含む) の制度を設けている」が 7 割弱 (69.0%)、「福利厚生代行サービス会社を利用している」が 3 割強 (31.0%) である。

### ② 業種別

「自社独自 (互助会等含む) の制度を設けている」は、サービス業 (85.7%)、製造業 (75.6%)、建設業 (70.2%) で多い。一方、「福利厚生代行サービス会社を利用している」は卸売業 (52.0%) で半数を超え、不動産業では「自社独自 (互助会等含む) の制度を設けている」と「福利厚生代行サービス会社を利用している」が半々である。

### ③ 規模別

いずれの規模も「自社独自 (互助会等含む) の制度を設けている」が多く、最も少ない「5 人未満」で 6 割 (60.0%)、最も多い「25~50 人未満」で 7 割台半ばを超え (77.4%) となっている。



注：上図は、「1 (1) 法定外福利厚生を導入状況」において、「導入している」を選択した 184 事業所についての回答である。

### (3) 法定外福利厚生を自社独自で実施している理由

#### ① 全体

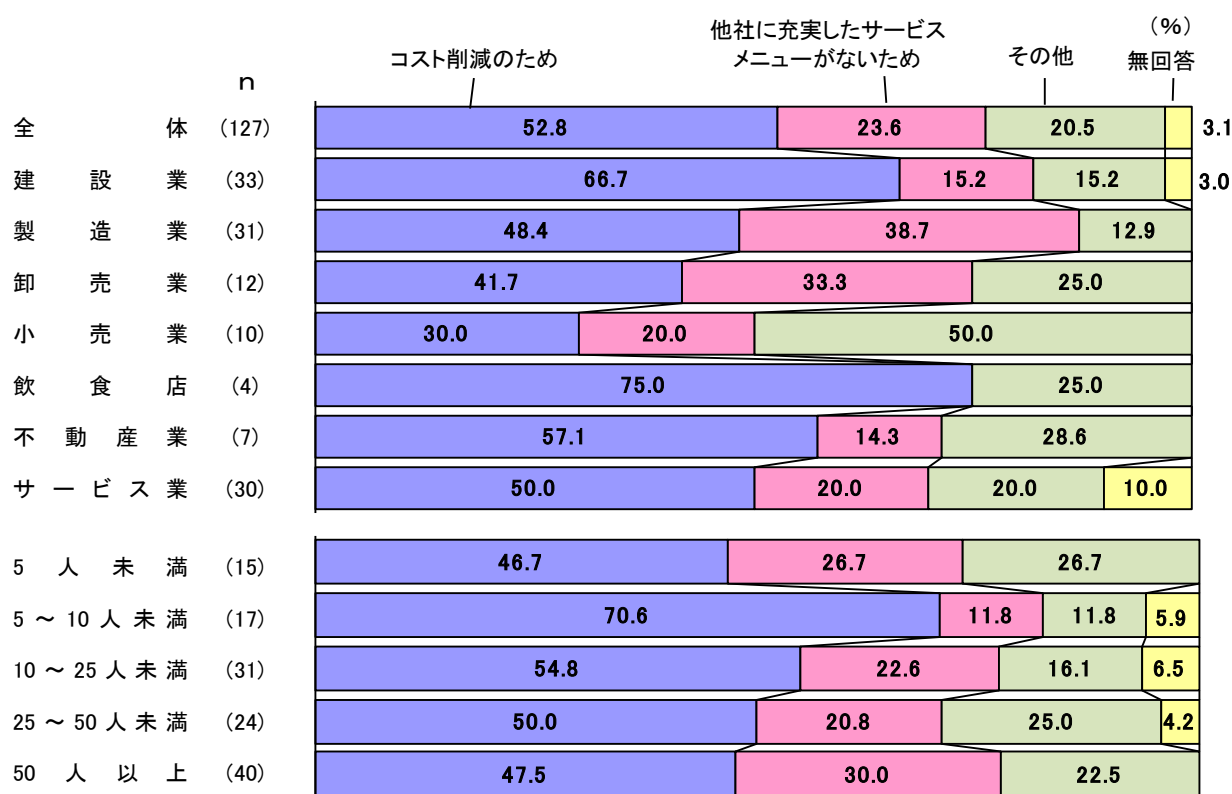
1(2)の質問で「自社独自(互助会等含む)の制度を設けている」と回答した事業所(n=127)に、独自で実施している理由を聞いたところ、「コスト削減のため」が5割強(52.8%)、「他社に充実したサービスメニューがないため」が2割台半ば近く(23.6%)、「その他」が約2割(20.5%)である。

#### ② 業種別

回答数(n)が10以上の業種についてみると、小売業は「その他」が最も多いが、それ以外の業種では「コスト削減のため」が最も多く、とくに建設業は6割台半ばを超えて(66.7%)多い。「他社に充実したサービスメニューがないため」は、製造業(38.7%)、卸売業(33.3%)で多くなっている。

#### ③ 規模別

いずれの規模も「コスト削減のため」が最も多く、とくに「5~10人未満」は約7割(70.6%)を占めて多い。



注：上図は、「1(2) 法定外福利厚生の導入形式」において、「自社独自(互助会等含む)の制度を設けている」を選択した127事業所についての回答である。

その他は、「社員が自主的に運営している」「社員が2人のため」「親睦交流など独自の取組みを実施するため」「親会社を中心としたグループ会社にて従来から運営」等。

## (4) 福利厚生代行サービスに要する費用

### ① 全体

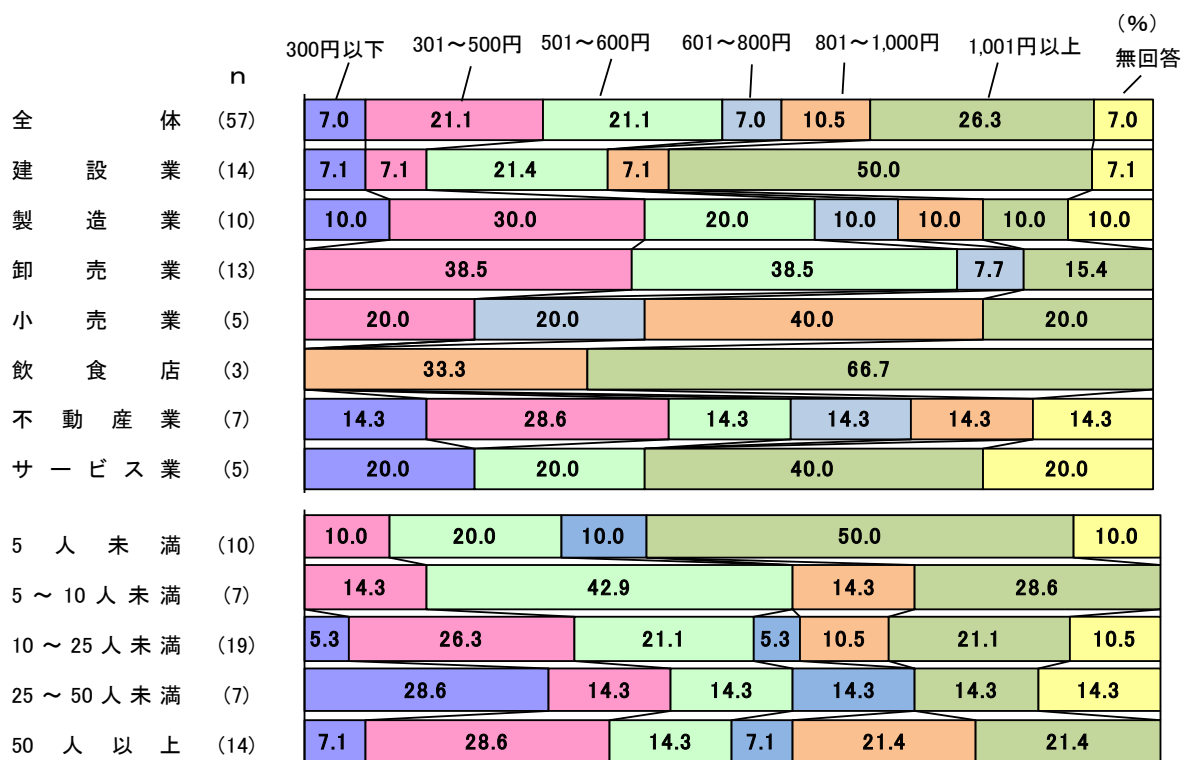
1 (2) の質問で「福利厚生代行サービス会社を利用している」と回答した事業所 (n=57) に、福利厚生代行サービスに要する費用 (従業員 1 人 1 ヶ月当たりの金額) を聞いたところ、最も多いのが「1,001 円以上」の 2 割台半ば超え (26.3%) で、次いで「301~500 円」と「501~600 円」の 2 割強 (21.1%)、「801~1,000 円」の約 1 割 (10.5%)、「300 円以下」と「601~800 円」の 7.0%と続いている。

### ② 業種別

回答数 (n) が 10 以上の業種についてみると、建設業は「1,001 円以上」が 5 割 (50.0%)、製造業は「301~500 円」が 3 割 (30.0%) で最も多い。卸売業は「301~500 円」と「501~600 円」が 4 割近く (38.5%) で最も多い。

### ③ 規模別

回答数 (n) が 10 以上の規模についてみると、「5 人未満」は「1,001 円以上」が 5 割 (50.0%) で最も多い。「10~25 人未満」と「50 人以上」は「301~500 円」が最も多く、それぞれ 2 割台半ば超え (26.3%)、3 割近く (28.6%) を占める。



注：上図は、「1 (2) 法定外福利厚生の導入形式」において、「福利厚生代行サービス会社を利用している」を選択した 57 事業所についての回答である。



## (5) 従業員等の満足度の高いサービス

### ① 全体

1(2)の質問で「福利厚生代行サービス会社を利用している」と回答した事業所(n=57)に、従業員等の満足度の高いサービスを聞いたところ、最も多いのは「慶弔金(祝金、見舞金、弔慰金等)」の5割台半ばを超え(56.1%)で、以下、「レジャー関連(テーマパーク・映画館等の割引利用)」(47.4%)、「医療・健康(人間ドック、予防接種費用補助等)」(40.4%)、「宿泊施設(宿泊費割引利用)」(33.3%)、「買い物・食事」(22.8%)、「旅行(国内・海外旅行プランの割引利用)」(17.5%)、「金券類(図書カード等のプリペイドカード斡旋)」(15.8%)などと続いている。

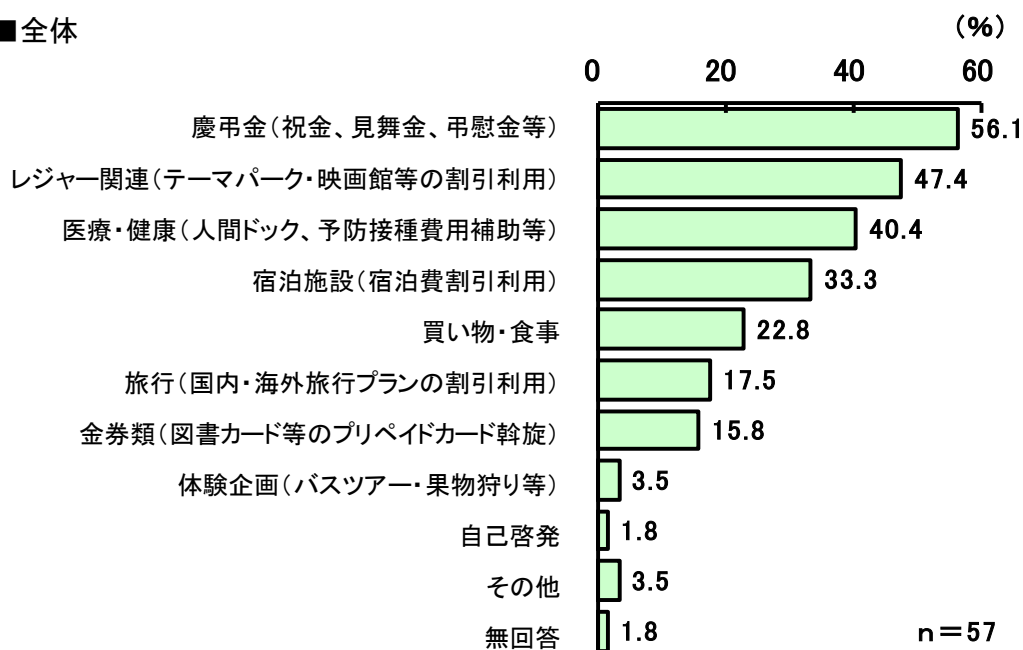
### ② 業種別

回答数(n)が10以上の業種についてみると、建設業は「慶弔金(祝金、見舞金、弔慰金等)」(64.3%)、製造業は「レジャー関連(テーマパーク・映画館等の割引利用)」(80.0%)、卸売業は「医療・健康(人間ドック、予防接種費用補助等)」(53.8%)が最も多くなっている。

### ③ 規模別

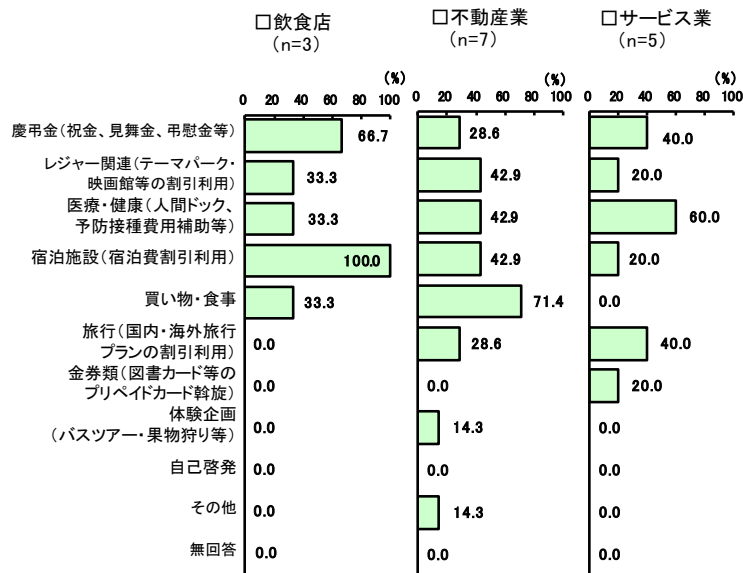
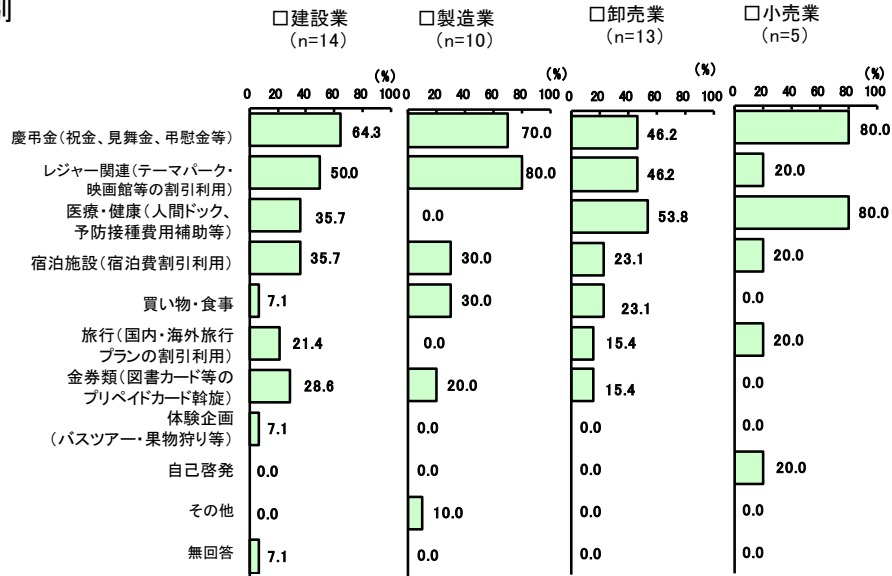
回答数(n)が10以上の規模についてみると、「5人未満」は「医療・健康(人間ドック、予防接種費用補助等)」(60.0%)、「10~25人未満」は「慶弔金(祝金、見舞金、弔慰金等)」(84.2%)、「50人以上」は「宿泊施設(宿泊費割引利用)」(57.1%)が最も多くなっている。

### ■全体

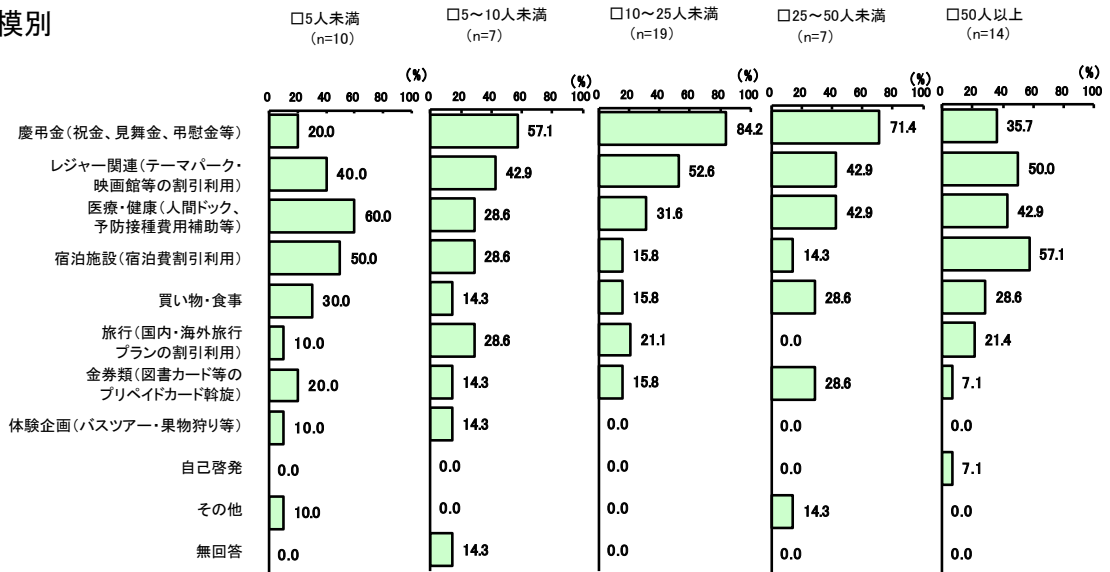


注：上図は、「1(2)法定外福利厚生の導入形式」において、「福利厚生代行サービス会社を利用している」を選択した57事業所についての回答である。

## 業種別



## 規模別



## (6) 従業員等が不満を感じているサービス

### ① 全体

1 (2) の質問で「福利厚生代行サービス会社を利用している」と回答した事業所 (n=57) に、従業員等が不満を感じているサービスを聞いたところ、「特にない」が6割弱 (59.6%) を占めて多くなっている。

「特にない」を除いたサービス項目はいずれも少ないが、最も多いのは「旅行 (国内・海外旅行プランの割引利用)」の1割強 (12.3%) で、以下、「レジャー関連 (テーマパーク・映画館等の割引利用)」と「自己啓発」(7.0%)、「医療・健康 (人間ドック、予防接種費用補助等)」と「慶弔金 (祝金、見舞金、弔慰金等)」と「宿泊施設 (宿泊費割引利用)」(5.3%) などと続いている。

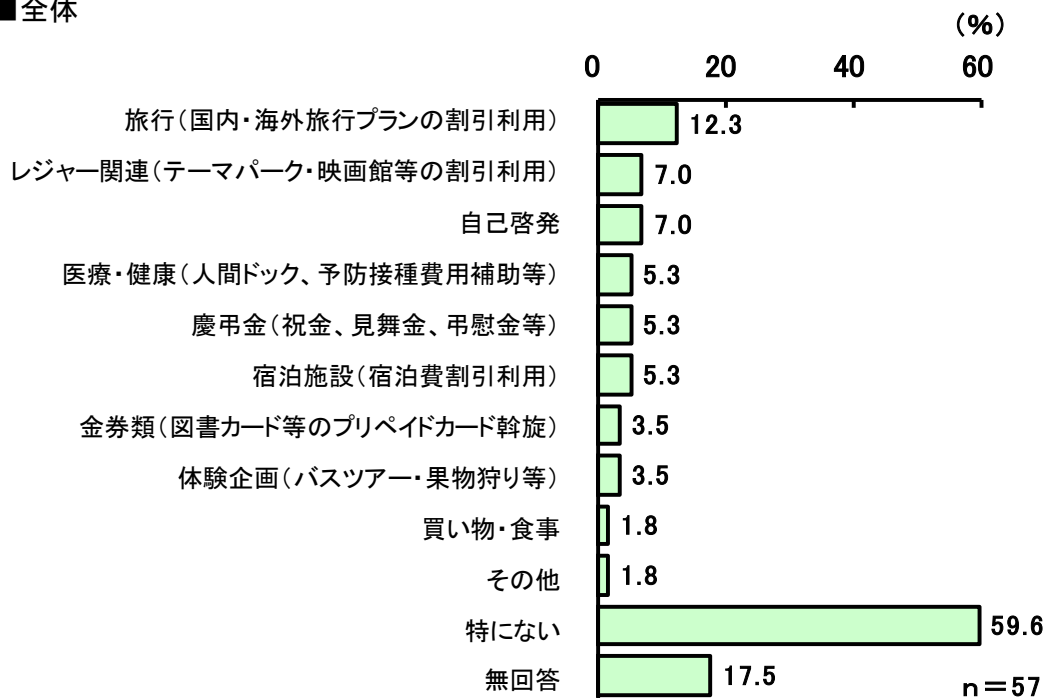
### ② 業種別

いずれの業種も「特にない」が最も多くなっている。

### ③ 規模別

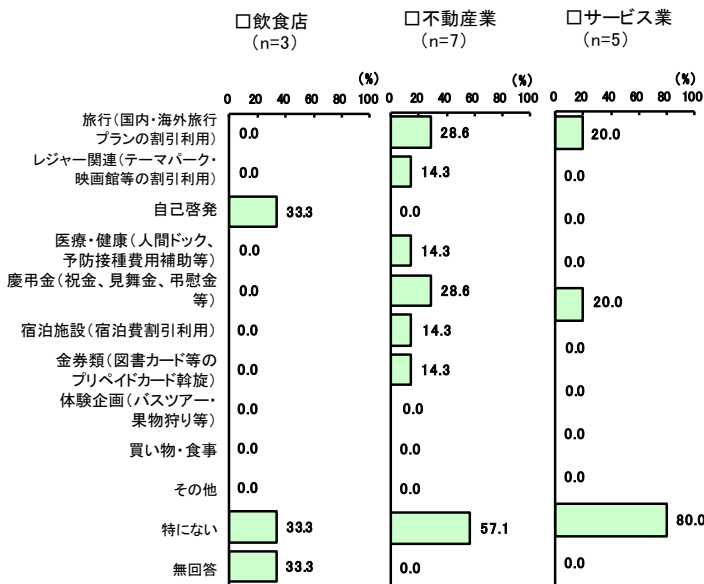
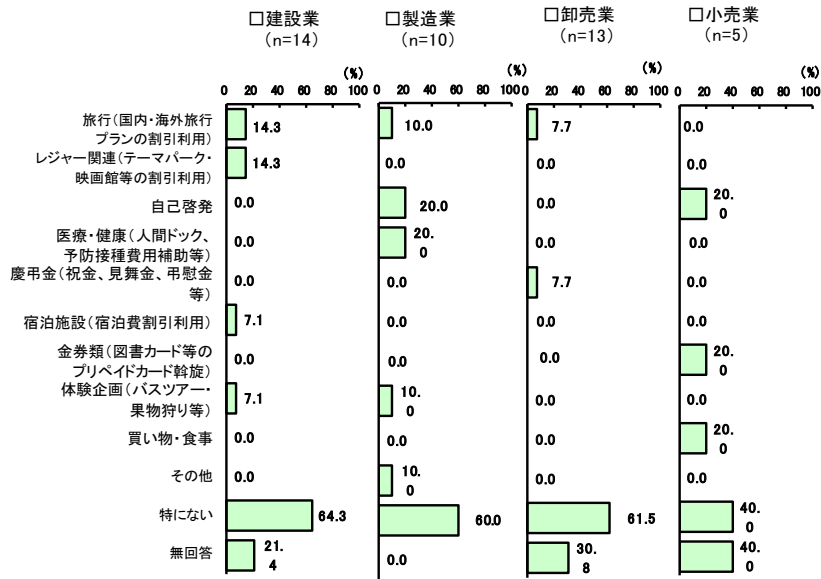
いずれの規模も「特にない」が最も多くなっている。

#### ■全体

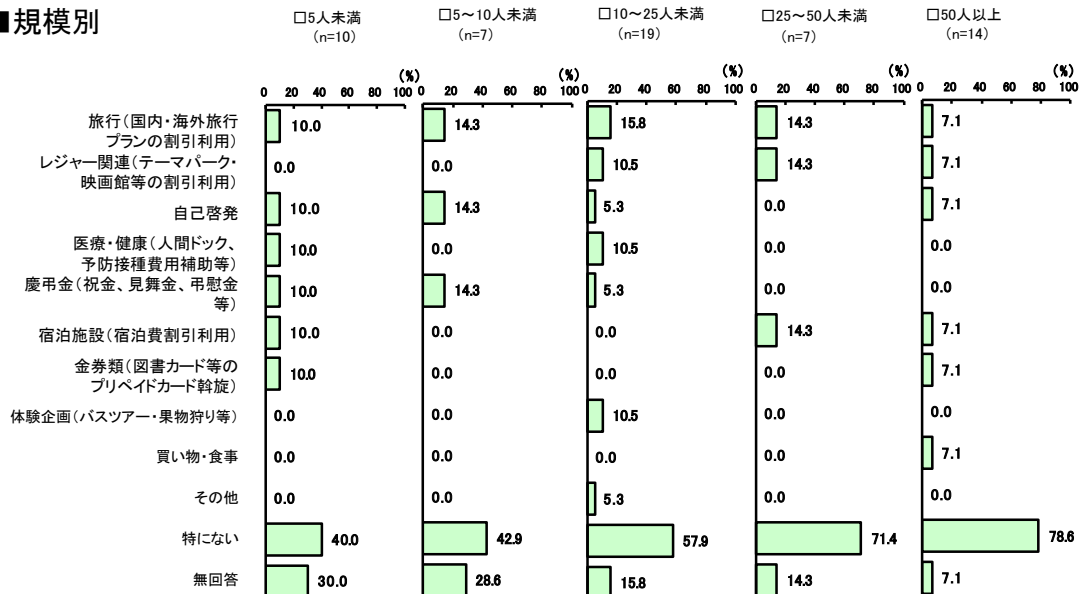


注：上図は、「1 (2) 法定外福利厚生の導入形式」において、「福利厚生代行サービス会社を利用している」を選択した 57 事業所についての回答である。

## 業種別



## 規模別



## (7) 法定外福利厚生を導入していない理由

### ① 全体

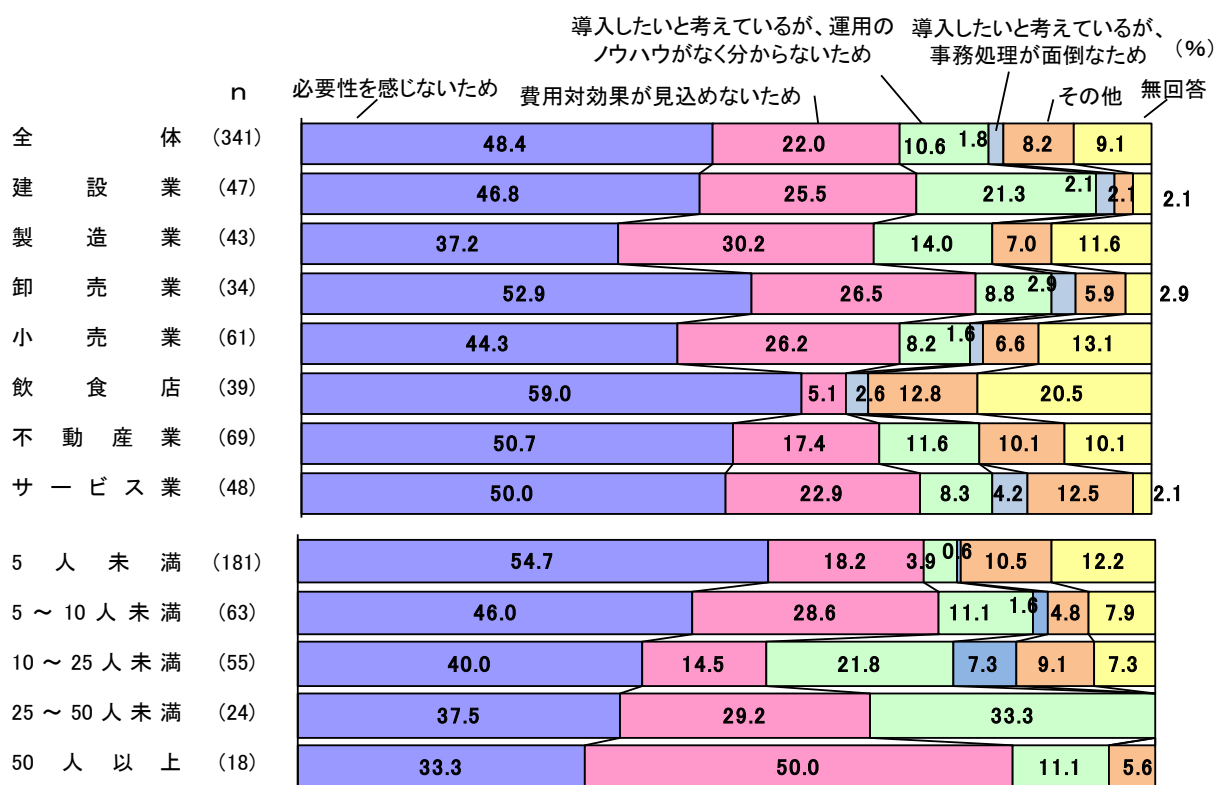
1 (1) の質問で「導入していない」と回答した事業所 (n=341) に、導入していない理由を聞いたところ、「必要性を感じない」が 5 割近く (48.4%)、「費用対効果が見込めないため」が 2 割強 (22.0%)、「導入したいと考えているが、運用のノウハウがなく分からないため」が約 1 割 (10.6%)、「導入したいと考えているが、事務処理が面倒なため」が 1.8% である。

### ② 業種別

いずれの業種も「必要性を感じない」が最も多く、特に飲食店 (59.0%)、卸売業 (52.9%)、不動産業 (50.7%) は 5 割を超えている。「費用対効果が見込めないため」は製造業で約 3 割 (30.2%) を占めている。

### ③ 規模別

「必要性を感じない」は「5 人未満」で 5 割台半ば近く (54.7%) と多く、規模が大きくなるにつれて減少し、「50 人以上」では 3 割台半ば近く (33.3%) を占める。なお、「50 人以上」は「費用対効果が見込めないため」が 5 割 (50.0%) を占めて最も多くなっている。



注：上図は、「1 (1) 法定外福利厚生導入状況」において、「導入していない」を選択した 341 事業所についての回答である。

その他は、「資金面で余裕がない」「基本的に賃金アップの方が求められている」「家族経営のため」「個人事業なので必要としない」「雇用人数が少数のため」等。

## 2 キャッシュレス決済

### (1) キャッシュレス決済の導入状況

#### ① 全体

「キャッシュレス決済」の導入状況について聞いたところ、「既に導入している」が2割弱(19.4%)である。「現在は導入していないが、東京オリンピックまでには導入したい」が2.4%、「将来的には導入したいが、東京オリンピックまでの導入は考えていない」が7.7%で、両者を合わせた《将来的に導入したい》は約1割(10.1%)である。

なお、「現在導入していないし、今後も導入予定はない」は6割台半ばを超えて(67.7%)いる。

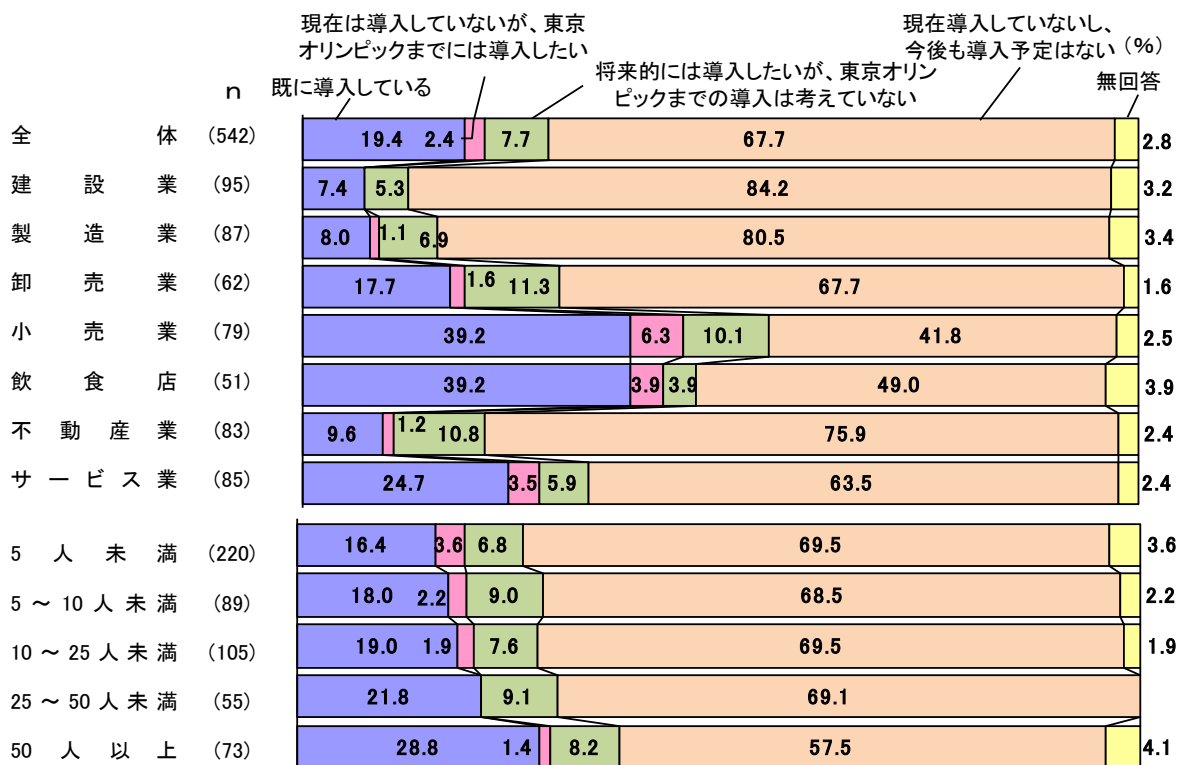
#### ② 業種別

「既に導入している」は、小売業と飲食店で4割弱(39.2%)と多く、次いでサービス業の2割台半ば近く(24.7%)、卸売業の1割台半ば超え(17.7%)である。不動産(9.6%)、製造業(8.0%)、建設業(7.4%)は1割にも満たず少ない。

なお、小売業は、「現在は導入していないが、東京オリンピックまでには導入したい」が6.3%、「将来的には導入したいが、東京オリンピックまでの導入は考えていない」が約1割(10.1%)で、これに「既に導入している」を合わせた《既に導入・導入予定》は5割台半ば(55.6%)を占める。

#### ③ 規模別

「既に導入している」は、「5人未満」で1割台半ばを超え(16.4%)、規模が大きくなるにつれて増加し、「50人以上」で3割近く(28.8%)を占める。



## (2) キャッシュレス決済の支払い手段

2 (1) の質問で「既に導入している」「現在は導入していないが、東京オリンピックまでには導入したい」「将来的には導入したいが、東京オリンピックまでの導入は考えていない」のいずれかを選んだ事業所 (n=160) に、キャッシュレス決済の支払い手段について聞いた。

### 2) - 1 既に導入している手段

#### ① 全体

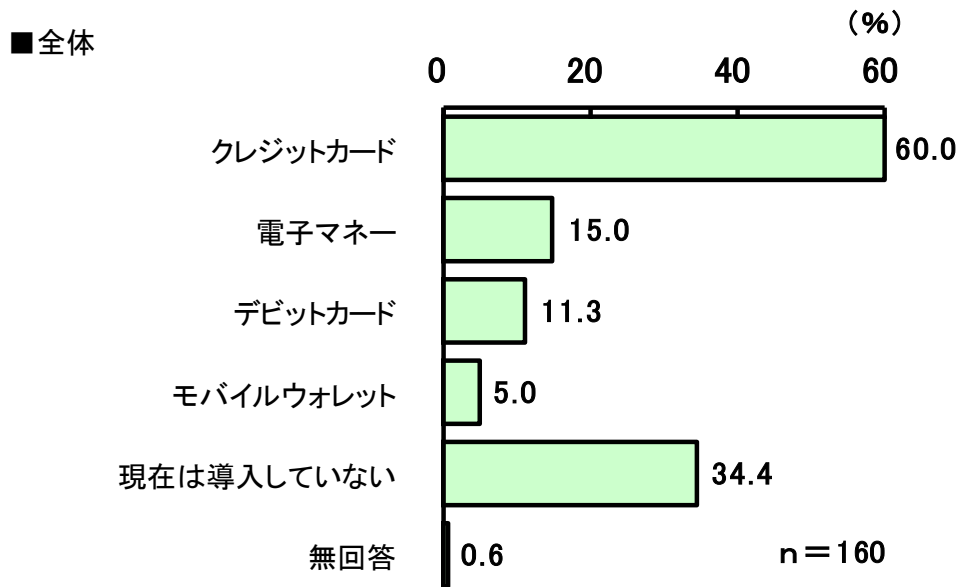
既に導入している手段で、最も多いのは「クレジットカード」の6割(60.0%)で、以下、「電子マネー」の1割台半ば(15.0%)、「デビットカード」の1割強(11.3%)、「モバイルウォレット」の5.0%と続いている。「現在は導入していない」は3割台半ば近く(34.4%)を占める。

#### ② 業種別

「クレジットカード」は、飲食店(79.2%)、サービス業(72.4%)、小売業(63.6%)、卸売業(57.9%)で5割を超えている。なお、小売店は、「電子マネー」が約2割(20.5%)、「デビットカード」2割台半ば(25.0%)、「モバイルウォレット」が1割強(11.4%)であり、他の業種と比べて多様な決済手段が導入されている。

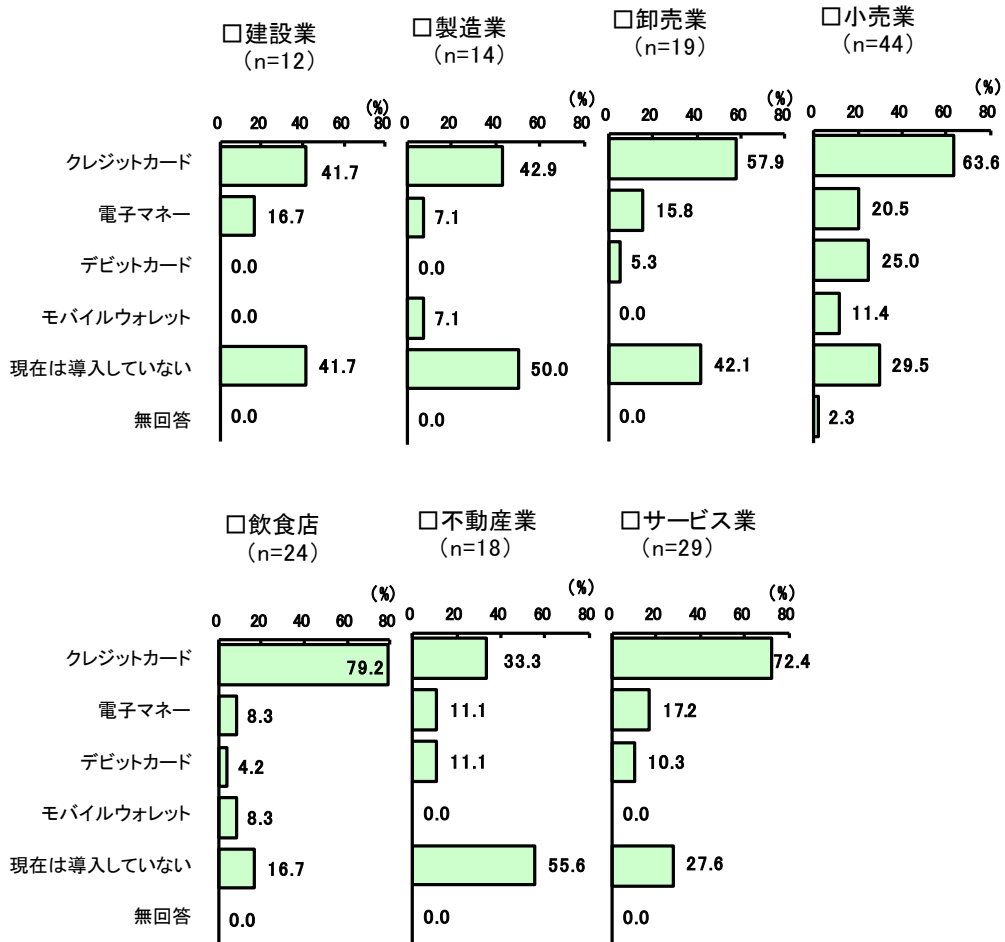
#### ③ 規模別

いずれの規模においても「クレジットカード」が5割を超えており、「25～50人未満」で約7割(70.6%)、「50人以上」で6割台半ば近く(64.3%)を占める。なお、「10～25人未満」と「50人以上」は「電子マネー」、「5～10人未満」と「25～50人未満」は「デビットカード」が相対的に多い。

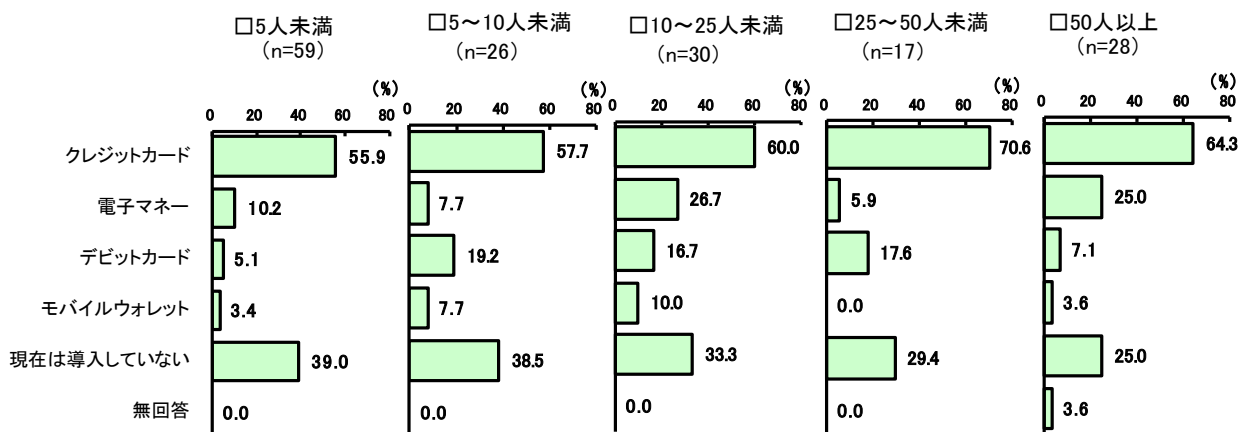


注：上図は、「2 (1) キャッシュレス決済の導入状況」において、「既に導入している」、「現在は導入していないが、東京オリンピックまでには導入したい」、「将来的には導入したいが、東京オリンピックまでの導入は考えていない」のいずれかを選択した160事業所についての回答である。

■業種別



■規模別





## 2) - 2 東京オリンピックまでに導入したいと考えている手段

### ① 全体

東京オリンピックまでに導入したいと考えている手段では、最も多いのは「電子マネー」の1割台半ば近く（14.4%）で、以下、「モバイルウォレット」の1割強（11.3%）、「デビットカード」の約1割（10.6%）、「クレジットカード」の8.8%である。「導入予定はない」は5割弱（49.4%）である。

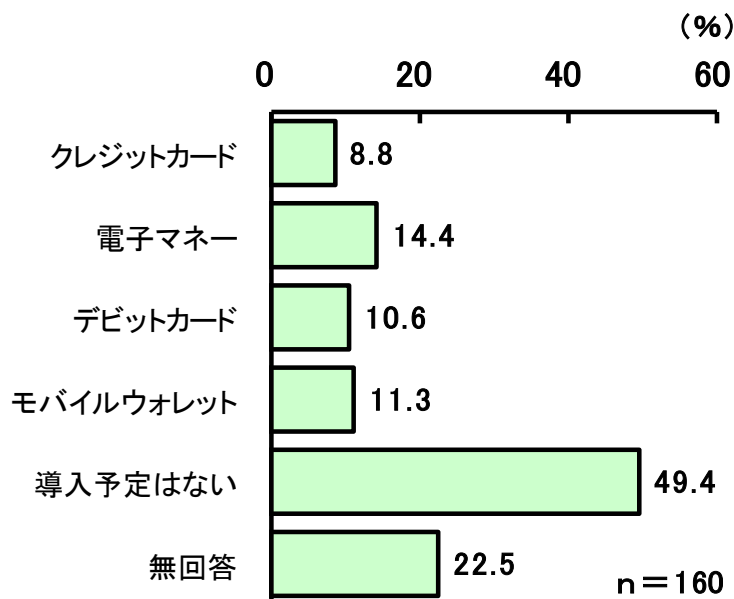
### ② 業種別

サービス業では「電子マネー」が約2割（20.7%）、小売業では「電子マネー」と「モバイルウォレット」が2割近く（18.2%）、卸売業では「デビットカード」が2割強（21.1%）と多い。

### ③ 規模別

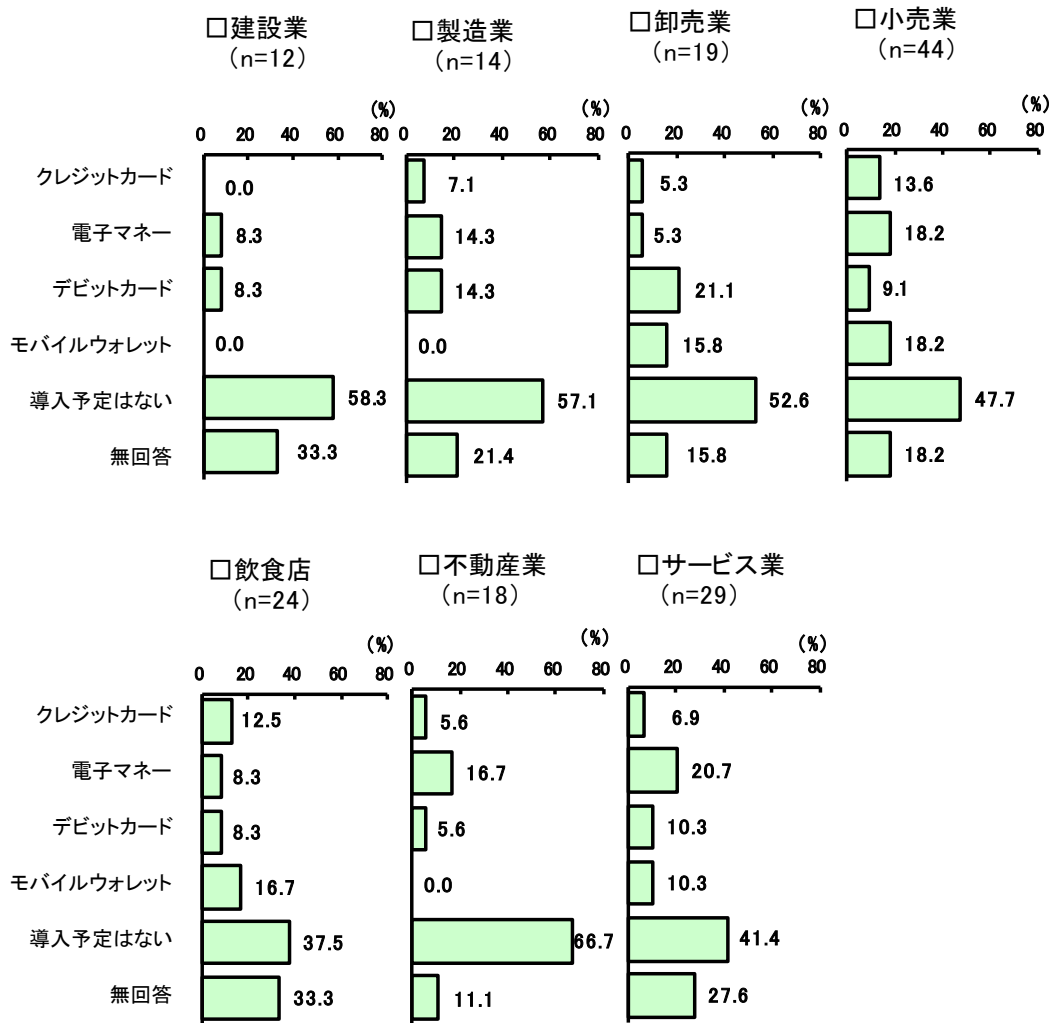
50人以上では「電子マネー」「デビットカード」「モバイルウォレット」が1割台半ば近く（14.3%）、「25～50人未満」では「電子マネー」が2割台半ば近く（23.5%）、「モバイルウォレット」が1割台半ばを超え（17.6%）ている。「5人未満」では「導入予定がない」が5割台半ばを超えて（57.6%）多い。

### ■全体

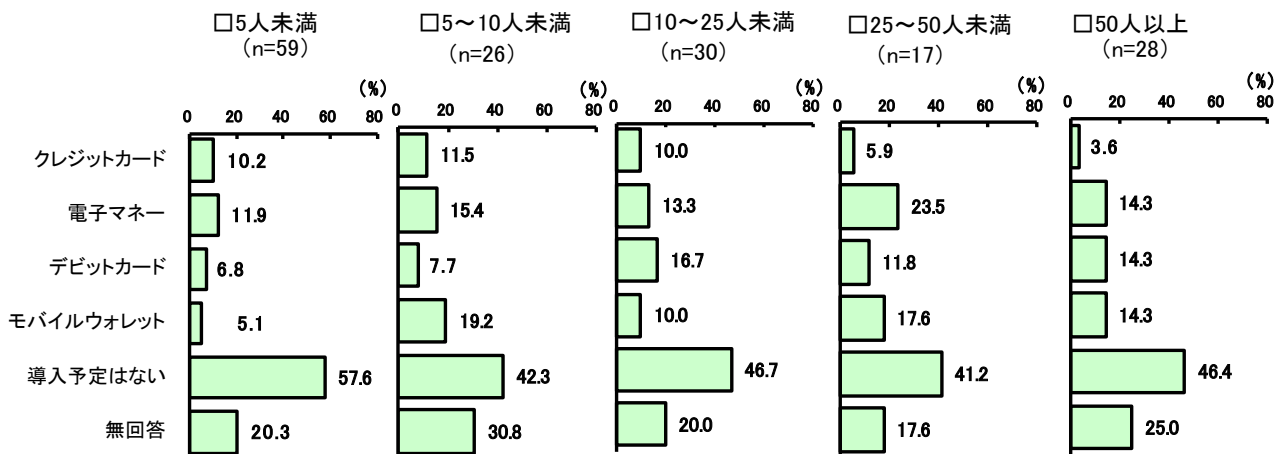


注：上図は、「2（1）キャッシュレス決済の導入状況」において、「既に導入している」、「現在は導入していないが、東京オリンピックまでには導入したい」、「将来的には導入したいが、東京オリンピックまでの導入は考えていない」のいずれかを選択した160事業所についての回答である。

■業種別



■規模別



### (3) 導入にあたって障害になること

#### ① 全体

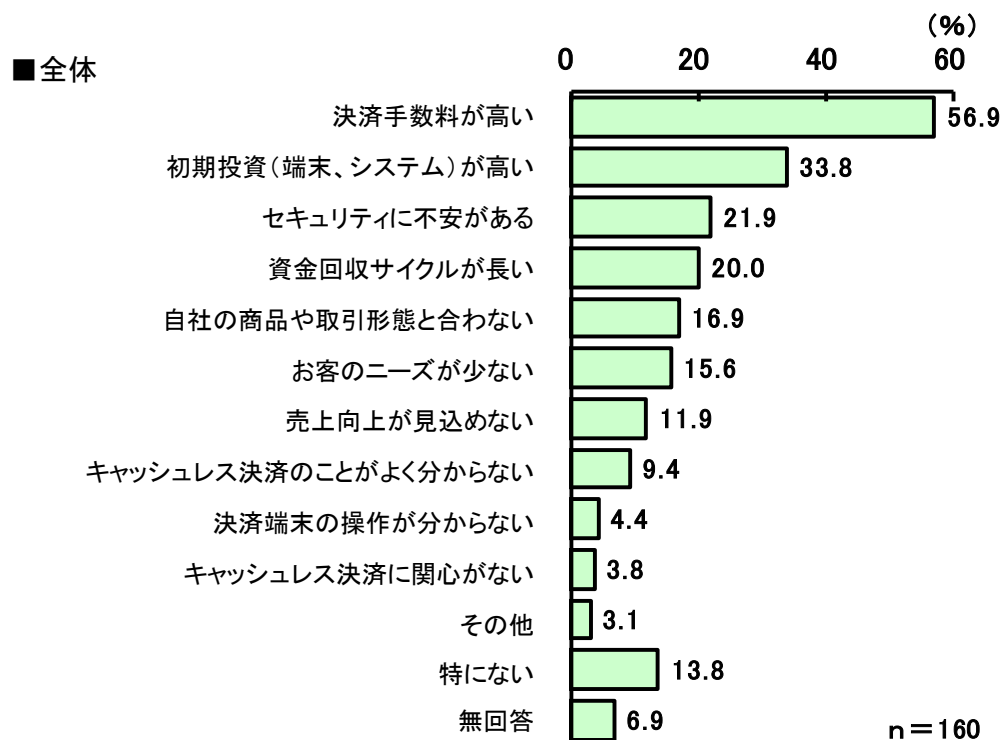
キャッシュレス決済の導入にあたって障害になることを聞いたところ、最も多いのは「決済手数料が高い」の5割台半ば超え(56.9%)で、以下、「初期投資(端末、システム)が高い」(33.8%)、「セキュリティに不安がある」(21.9%)、「資金回収サイクルが長い」(20.0%)、「自社の商品や取引形態と合わない」(16.9%)、「お客のニーズが少ない」(15.6%)、「売上向上が見込めない」(11.9%)などと続いている。なお、「特にない」は1割台半ば近く(13.8%)である。

#### ② 業種別

1位をみると、建設業は「セキュリティに不安がある」と「自社の商品や取引形態と合わない」、製造業は「決済手数料が高い」と「セキュリティに不安がある」、卸売業、小売業、飲食店、不動産業、サービス業は「決済手数料が高い」である。

#### ③ 規模別

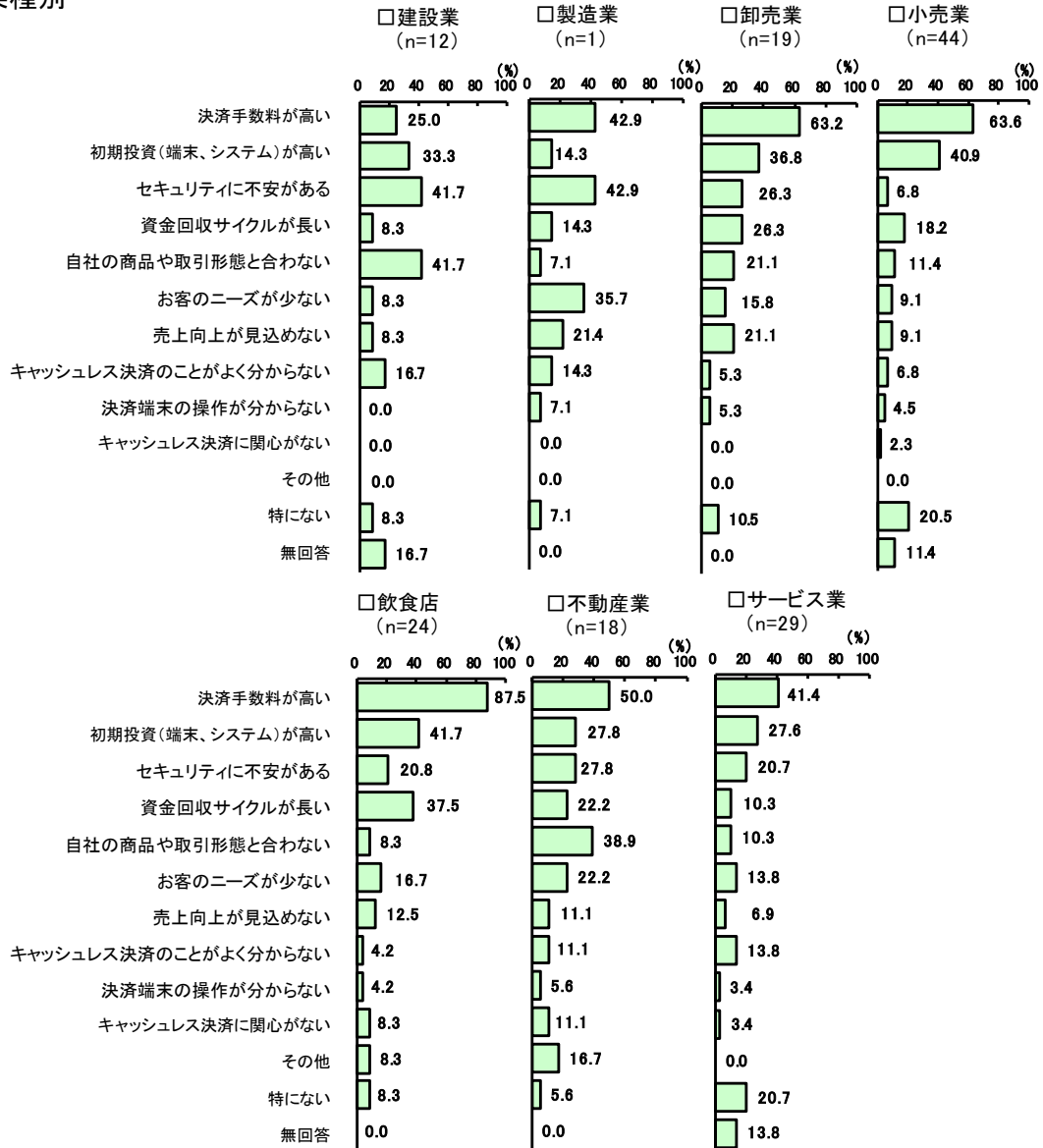
いずれの規模も1位は「決済手数料が高い」である。第2位は、「25~50人未満」は「自社の商品や取引形態と合わない」であるが、それ以外の規模は「初期投資(端末、システム)が高い」である。



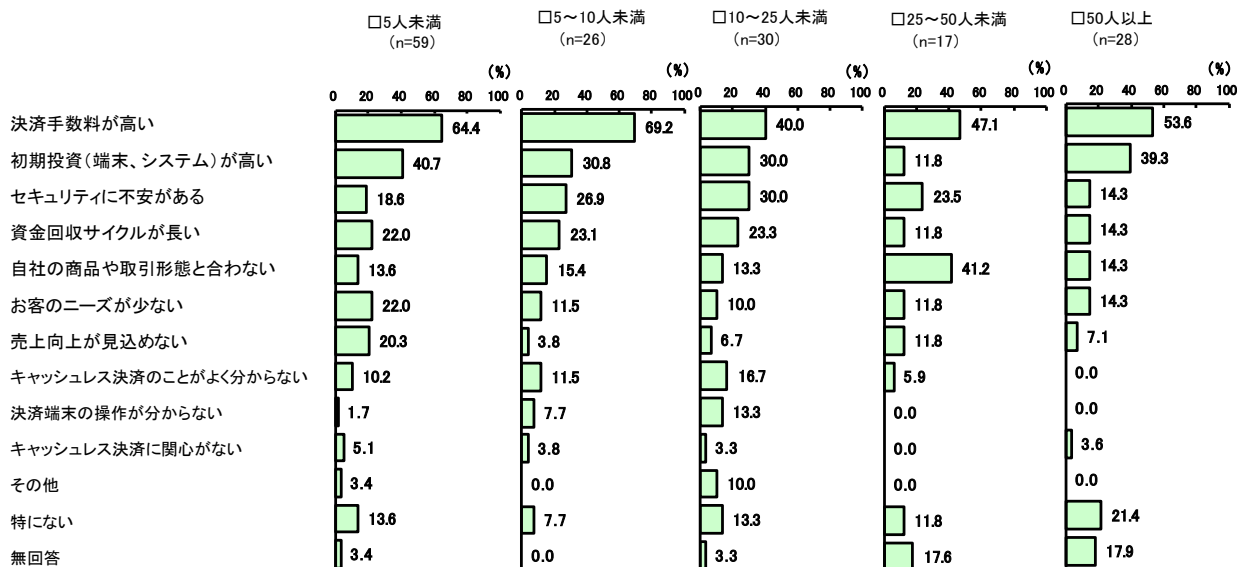
注：上図は、「2(1)キャッシュレス決済の導入状況」において、「既に導入している」、「現在は導入していないが、東京オリンピックまでには導入したい」、「将来的には導入したいが、東京オリンピックまでの導入は考えていない」のいずれかを選択した160事業所についての回答である。

その他は、「QRコード決済については会社が多すぎて面倒」「賃貸不動産管理における集金は預り金であり売上ではないので、手数料は赤字となってしまう」等。

## ■業種別



## ■規模別



## (4) 行政に行って欲しい支援

### ① 全体

キャッシュレス決済の導入にあたり、行政にどのような支援を行って欲しいかを聞いたところ、最も多いのが「初期投資（端末、システムなど）など、各種費用の助成」の4割台半ばを超え（46.9%）で、次いで「「キャッシュレス決済」に関するセミナーの開催」の2割近く（18.1%）、「「キャッシュレス決済」導入に関する窓口相談」の1割強（11.3%）である。「特にない」は3割強（31.9%）である。

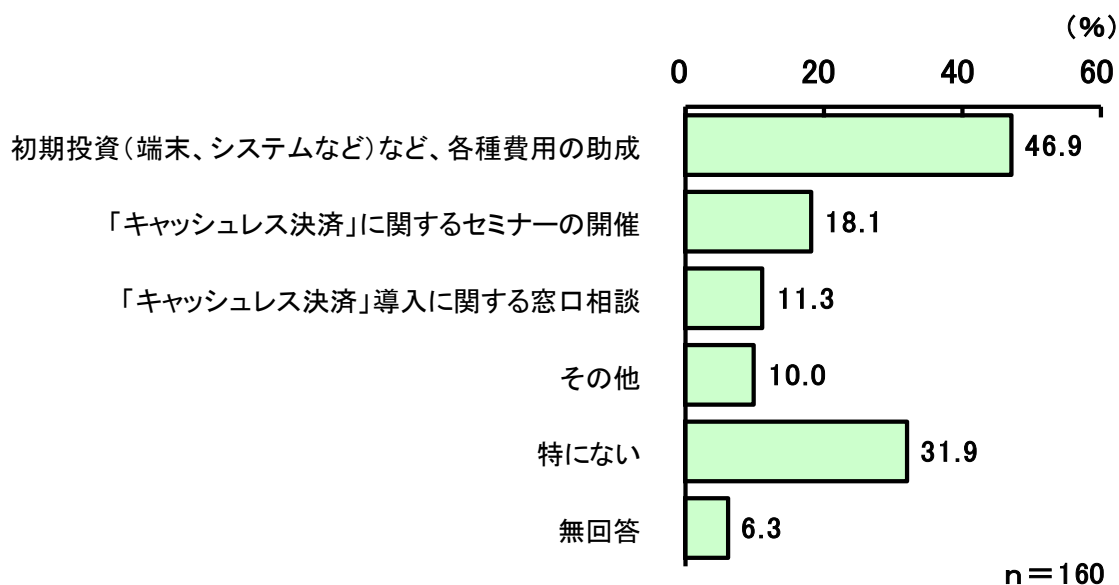
### ② 業種別

不動産業の1位は「特にない」、2位は「初期投資（端末、システムなど）など、各種費用の助成」であるが、それ以外の業種では「初期投資（端末、システムなど）など、各種費用の助成」が1位である。

### ③ 規模別

いずれの規模も1位は「初期投資（端末、システムなど）など、各種費用の助成」である。

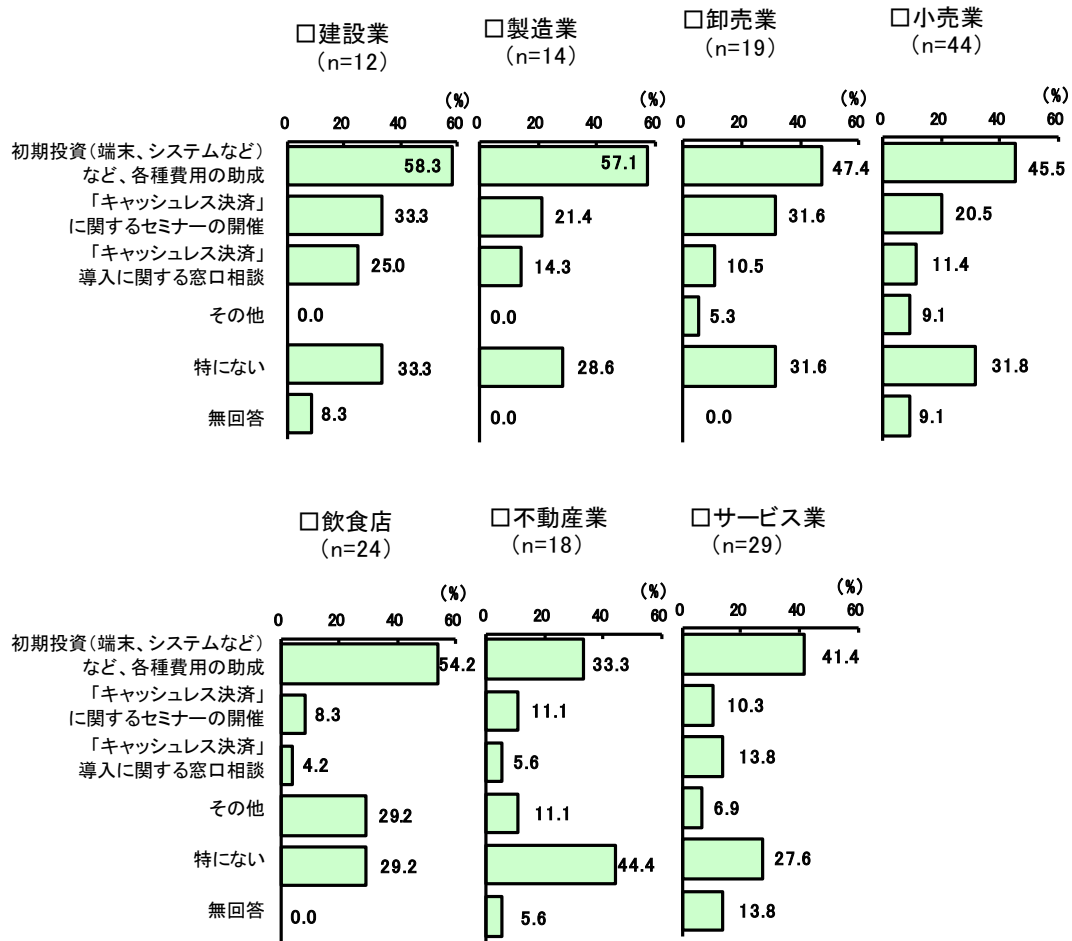
#### ■全体



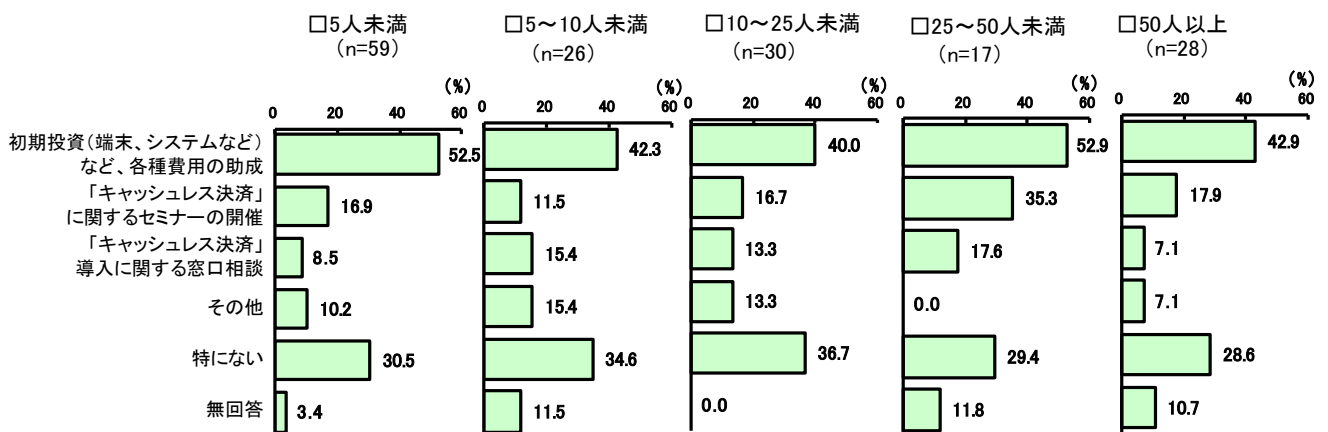
注：上図は、「2（1）キャッシュレス決済の導入状況」において、「既に導入している」、「現在は導入していないが、東京オリンピックまでには導入したい」、「将来的には導入したいが、東京オリンピックまでの導入は考えていない」のいずれかを選択した160事業所についての回答である。

その他は、「決済手数料の優遇措置」「手数料一律」「決済手数料が高いので無料だといい」「年配の人にも簡単にカードを使用できるように教えてあげて欲しい」「セキュリティの強化」「自己破産が増加しそうなので、その場合のことを法的に決めて欲しい」等。

## ■業種別



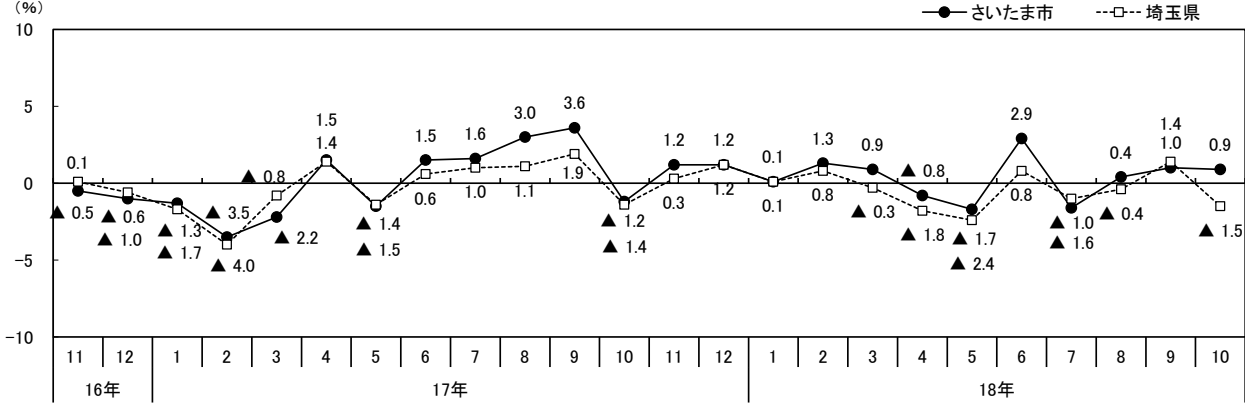
## ■規模別



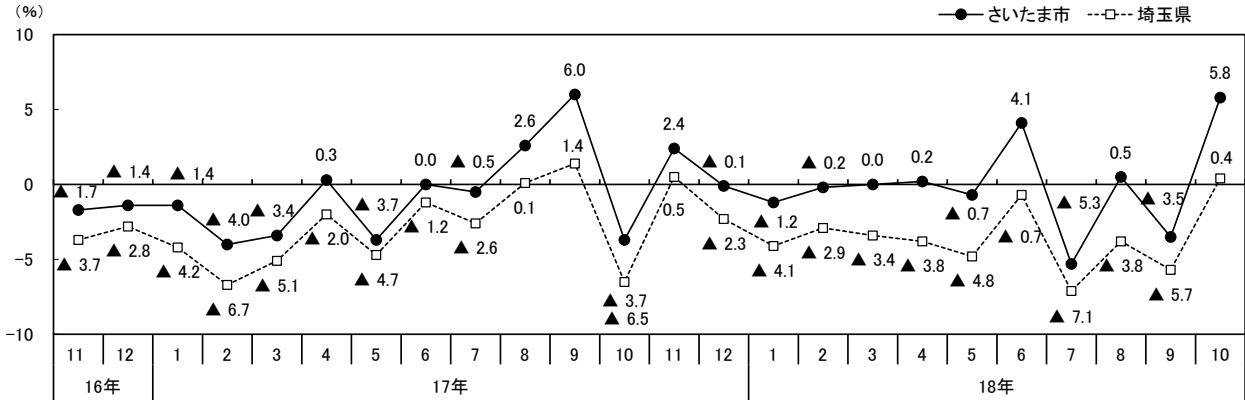
# V 主要経済指標

## 1 大型小売店舗販売額（前年同月比）

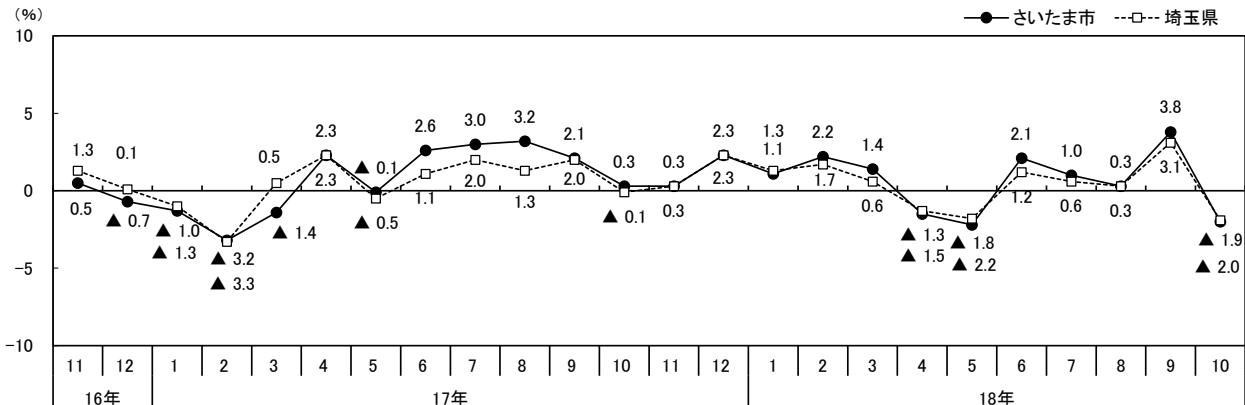
### (1) 百貨店・スーパー計



### (2) 百貨店

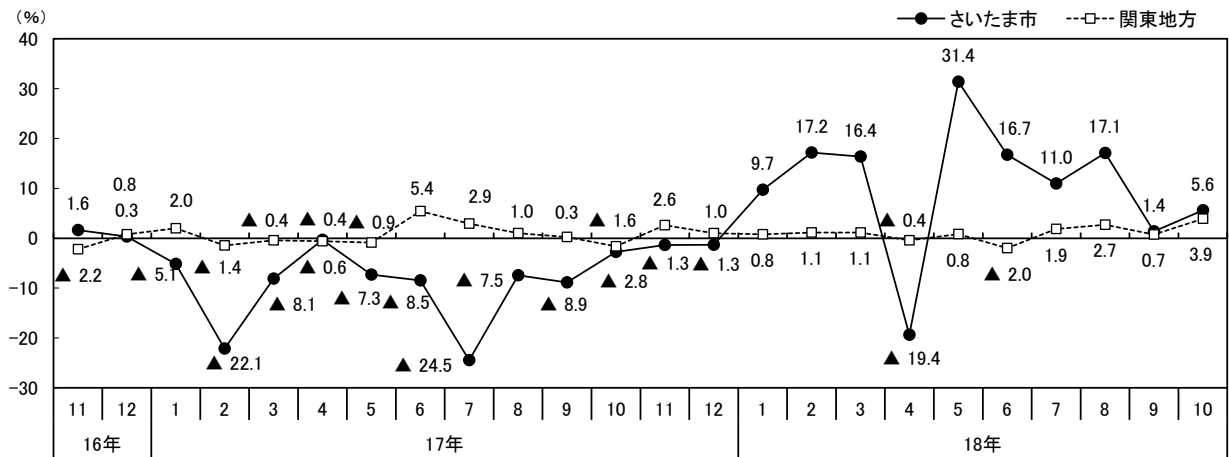


### (3) スーパー



※既存店、資料：経済産業省「商業動態統計(月報)」

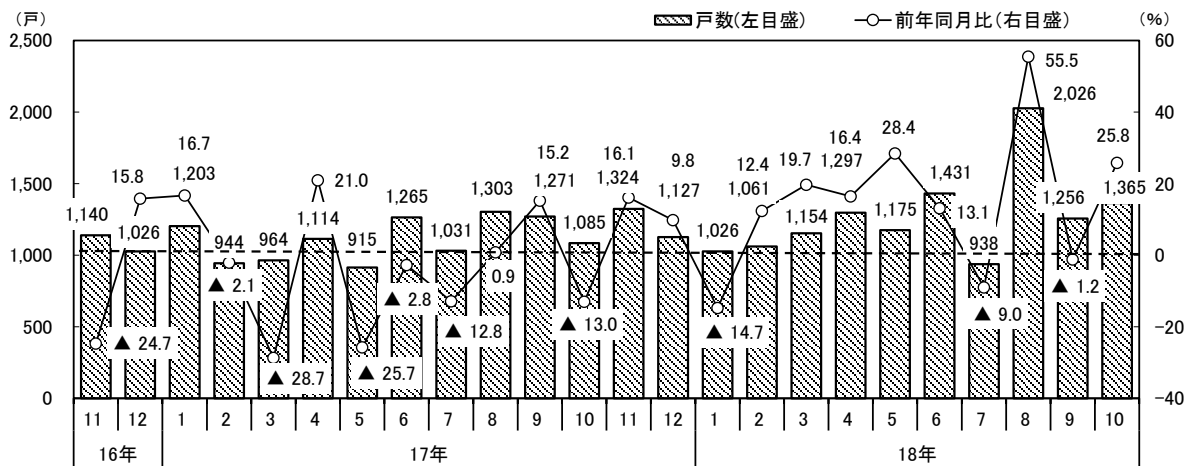
## 2 家計消費支出（二人以上世帯・前年同月比）



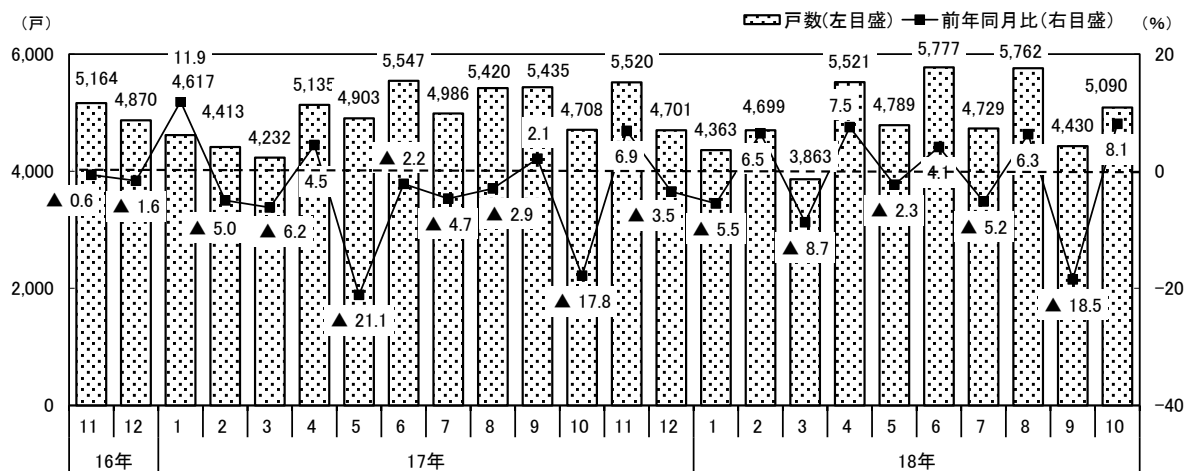
資料：総務省「家計調査報告(月次結果)」

## 3 新設住宅着工戸数（着工戸数・前年同月比）

### 【さいたま市】



### 【埼玉県】

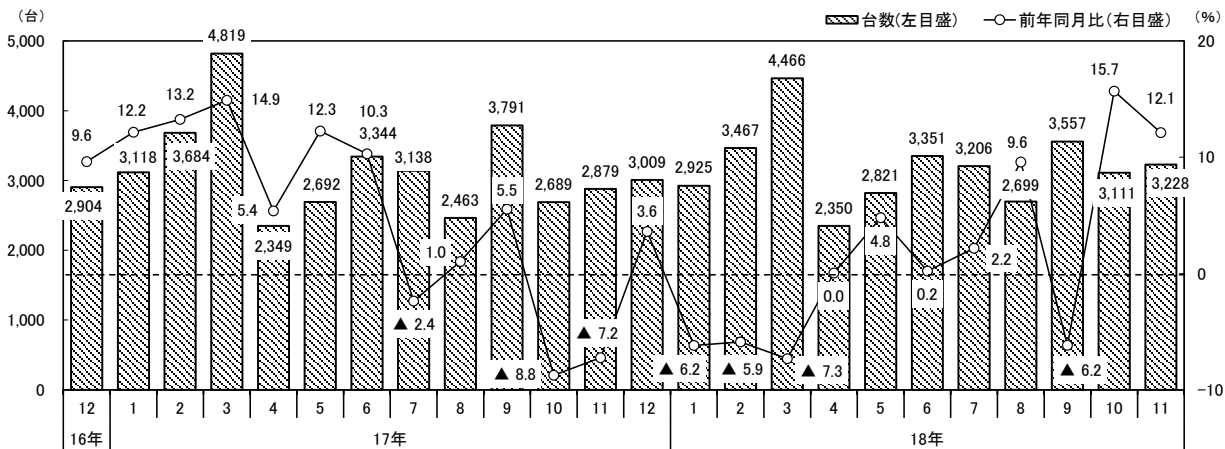


資料：国土交通省「住宅着工統計調査(月報)」

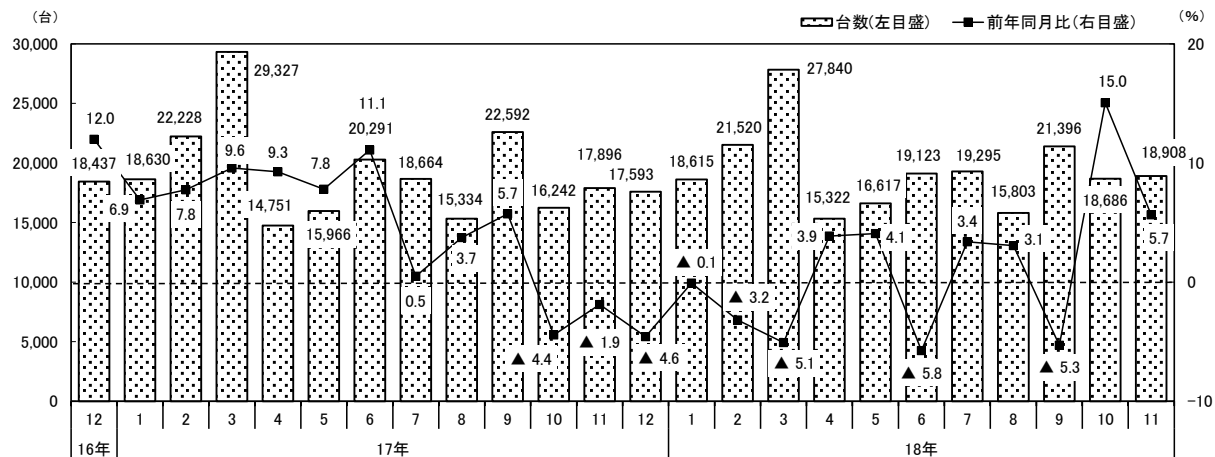


#### 4 新車登録・届出台数（台数・前年同月比）

##### 【さいたま市】

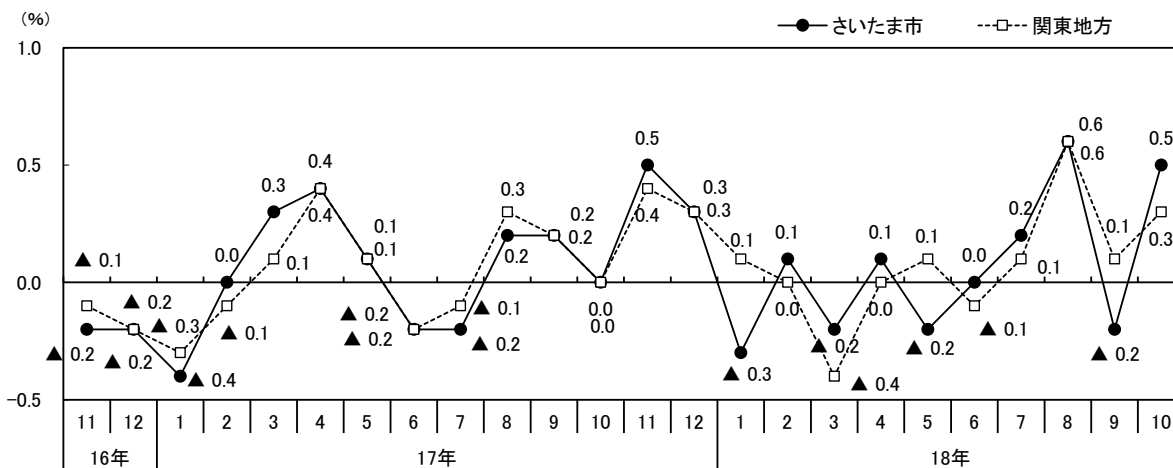


##### 【埼玉県】



資料：(一社) 自販連 埼玉県支部「車種別・市郡別新車登録・届出状況(月次)」  
(普通、小型、軽自動車の各乗用車の値を利用)

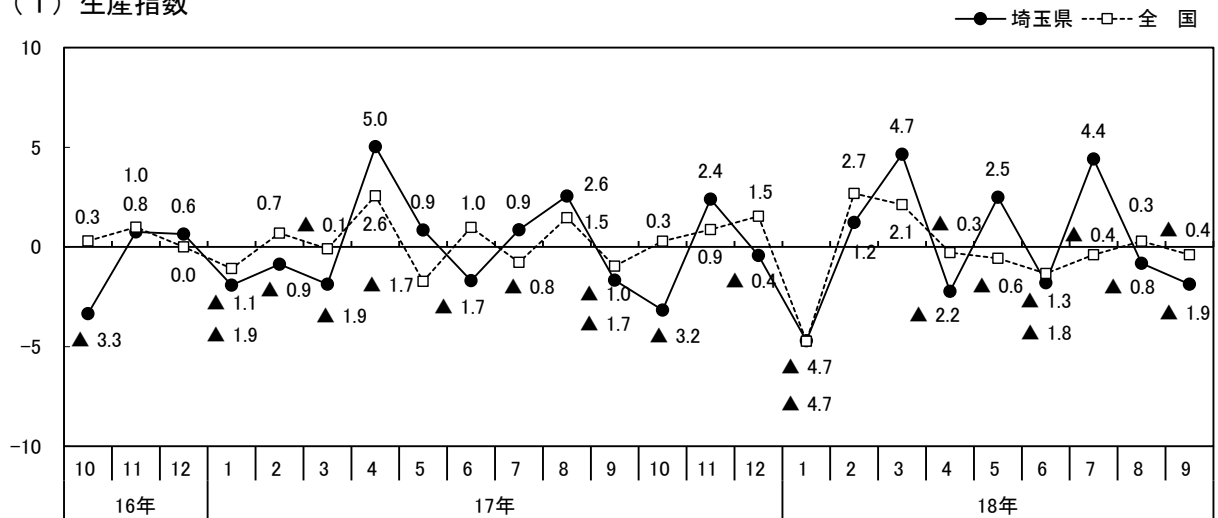
#### 5 消費者物価指数（前月差）



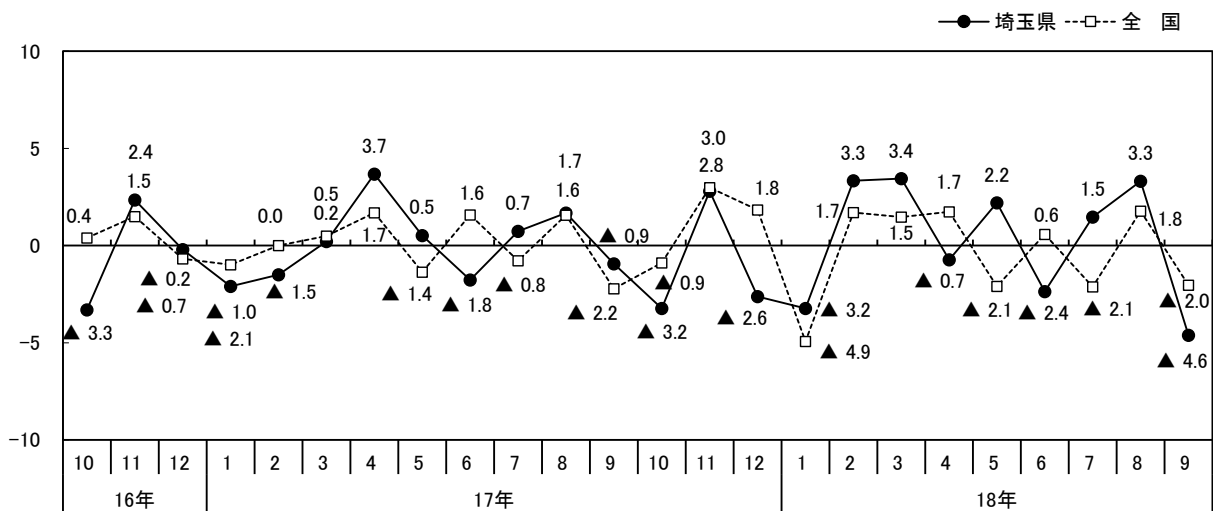
資料：総務省統計局「消費者物価指数(月報)」

## 6 鉱工業指数（前月比）

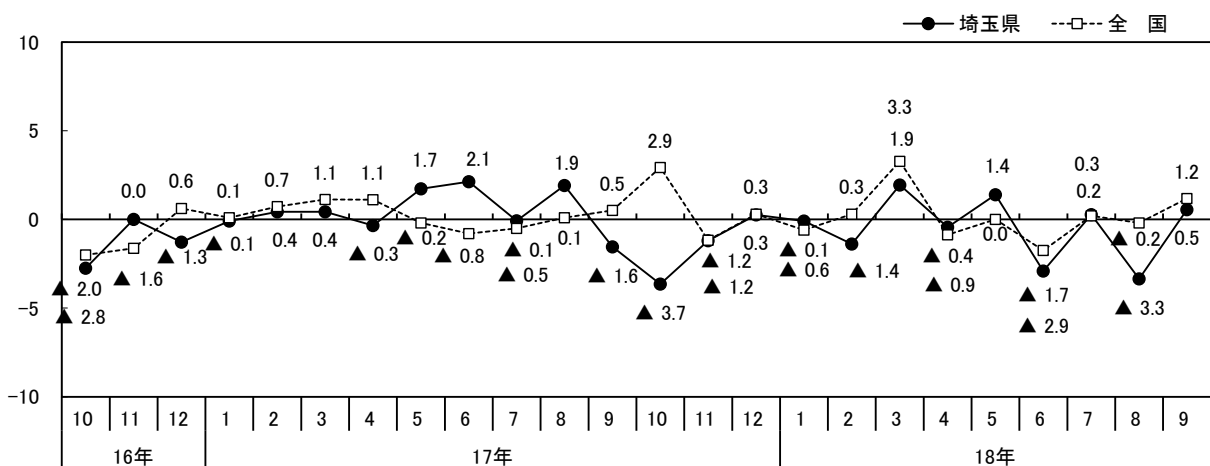
### (1) 生産指数



### (2) 出荷指数



### (3) 在庫指数

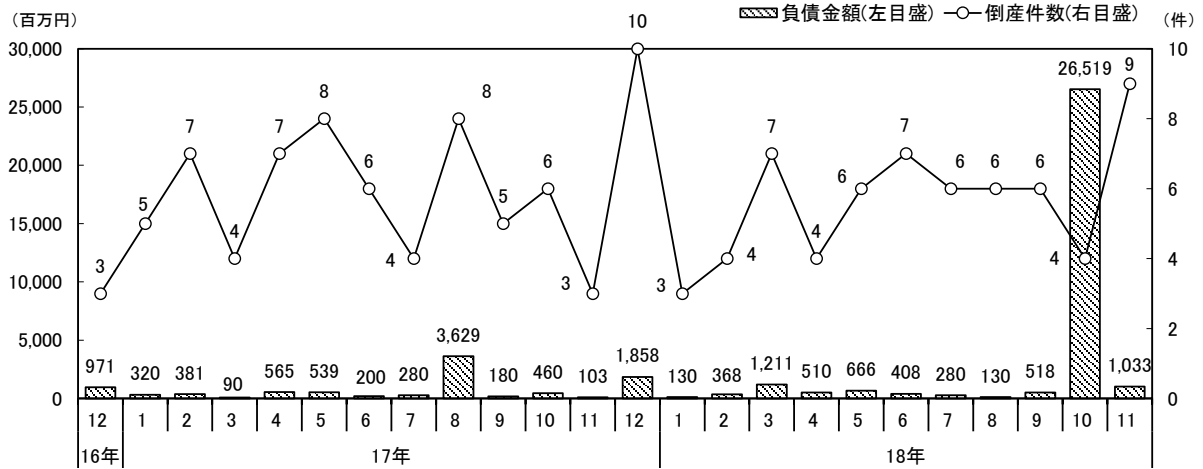


※各指数は季節調整済

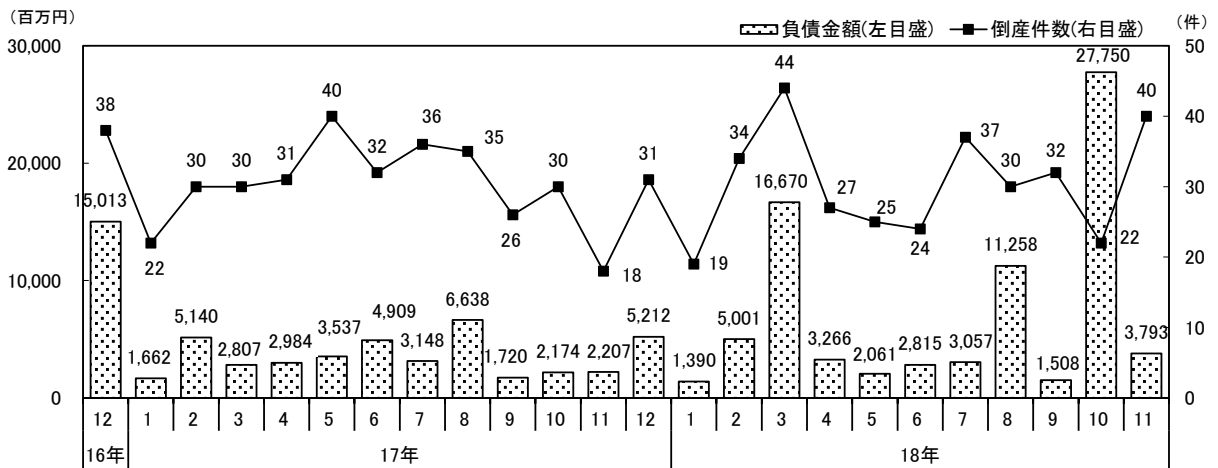
資料：経済産業省・埼玉県「鉱工業指数(月次)」

## 7 企業倒産（負債金額・倒産件数）

### 【さいたま市】

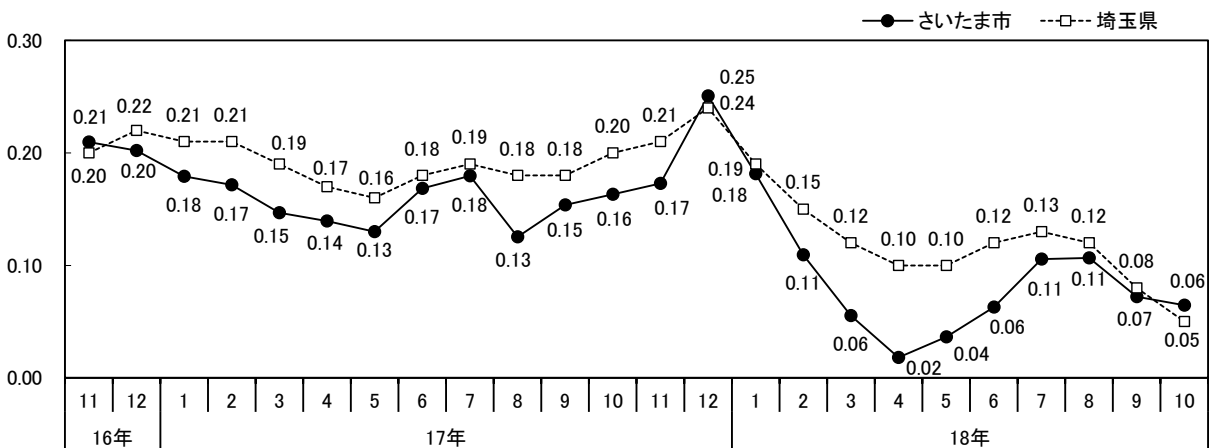


### 【埼玉県】



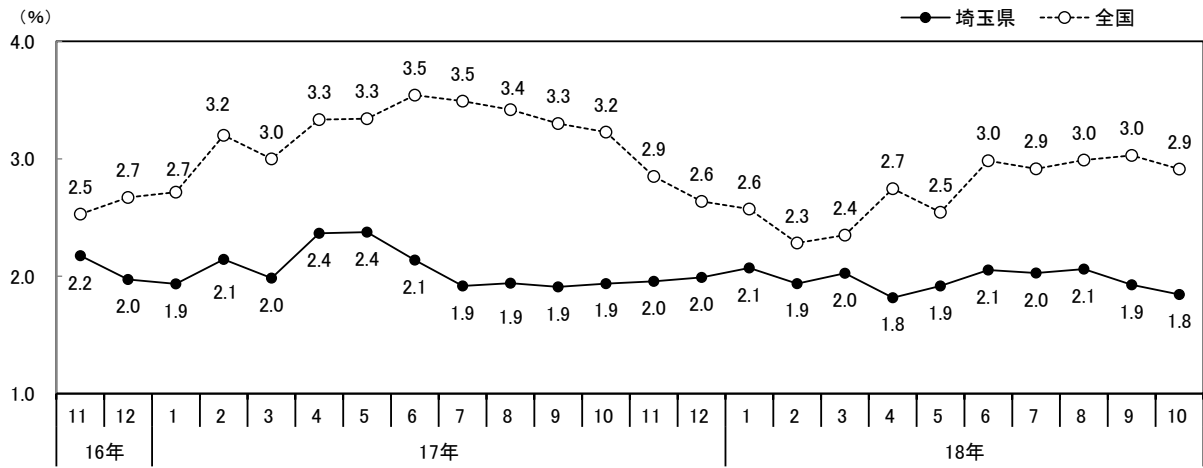
資料：東京商工リサーチ 「全国企業倒産状況(月報)」

## 8 有効求人倍率（前年同月差）



資料：厚生労働省埼玉労働局「求人・求職統計 公共職業安定所別職業紹介状況(月次)」  
 （さいたま市は大宮所と浦和所の求職・求人数を基に作成）

## 9 貸出金残高（前年同月比）



資料：日本銀行 「預金・貸出関連統計 都道府県別貸出金データ(月次)」

## VI 調査票

# さいたま市地域経済動向調査 (平成30年度・後期)

### ご協力をお願い

時下ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

さて、本調査は、市内事業所の皆様の景況感等をアンケートにより調査し、その結果を公表することで経営判断の参考資料にさせていただくとともに、適切かつ効果的な本市の施策を推進するための基礎資料とすることを目的に年2回実施するものです。対象者は、市内事業所の皆様の中から、業種別に一定数の方を選出させていただきます。

ご多忙のところ誠に恐縮ですが、本調査の趣旨をご理解いただき、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

なお、調査票は統計的に処理し、調査の目的以外に調査データを使用したり、調査票をお送りした事業所名やご回答いただいた事業所名を公表したりすることはありません。また、調査票にご記入いただいた個人情報についても、調査目的以外には一切使用いたしません。

今回の調査結果については、平成31年1月下旬頃に、さいたま市ホームページ(<http://www.city.saitama.jp/>)等で公表する予定です。

【掲載ページ】 [さいたま市のトップページ](#)>[事業者向けの情報](#)>[環境・産業・企業立地](#)>[産業支援](#)>[計画・データ](#)>[さいたま市地域経済動向調査の結果を公表します。](#)



平成30年11月

さいたま市長 清水 勇人

◎この度の調査につきましては、「一般社団法人日本リサーチ総合研究所」に調査票回収、集計分析を委託しております。委託業者には守秘義務が課せられております。

◎業種により、貴社(事業所)にあてはまらない設問があれば、お答えいただける設問のみご記入をお願いいたします。

◎本調査票の回答欄に直接ご記入の上、**平成30年12月3日(月)まで**に、同封の返信用封筒(切手不要)にてご返答くださいますよう、お願いいたします。

◎なお、FAXで回答いただく場合は、同封の別用紙をお使いください。

**FAX 03-5216-7316** (用紙は2枚ありますのでご注意ください)

◎調査の趣旨、内容に関するご質問は、お手数ですが下記までお問い合わせください。

### お問い合わせ先

調査の趣旨については・・・

さいたま市経済局商工観光部

経済政策課 高橋・新井

TEL: 048-829-1363

FAX: 048-829-1944

調査票の内容・記入方法については・・・

一般社団法人日本リサーチ総合研究所

調査研究部 桜井・松村

TEL: 03-5216-7314

FAX: 03-5216-7316

最初に、貴社（事業所）の住所、社名、ご記入者名などをご記入ください。

左側の社名等については、普段お使いのゴム印等を押していただいて結構です。右側もご記入ください。

住 所		ご記入者	
社 名		部 課 名	
代表者名		役 職	
電話番号		お 名 前	

\* ご記入された個人情報については、本調査以外には一切使用いたしません。

問1 貴社（事業所）の概要についておうかがいします。

1-1 貴社（事業所）の主たる業種（○は1つ） ⇒

1 建設業	3 卸売業	5 飲食店	7 サービス業
2 製造業	4 小売業	6 不動産業	

〔 2業種以上に該当する場合は、売上が最も大きい業種1つに○を付けてください。 〕

1-2 従業員数（○は1つ） ⇒

1 5人未満	3 10～25人未満	5 50人以上
2 5～10人未満	4 25～50人未満	

〔 役員、パート・アルバイトを含めてください。 〕

以下の問2～問5について、次の要領でご回答ください。

\* 貴社（事業所）が本店・本社の場合は全事業所を通じての回答を、支店・支社等の場合は、貴事業所関係分のみの回答を、①実績と②見通しのそれぞれについてご記入ください。

\* 通常、季節的に変動する場合は、その季節変動を除いてご回答ください。

【記入例】

2-1 売上高

		平成30年7～9月期（8月15日時点）					平成30年10～12月期（11月15日時点）				
①実績	⇒	増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少
		平成31年1～3月期					平成31年4～6月期				
②見通し	⇒	増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

それぞれ該当する欄1つに○を付けてください。

\*問2～3は、「(3ヶ月前と比べた)実績」及び「先行きの変化」についてのご判断をご記入ください。

問2 貴社(事業所)の「売上高」、「経常利益」、「設備投資」についておうかがいします。

①実績及び②今後の見通しのそれぞれについて、該当する欄に○を付けてください。該当しない場合は未記入で結構です。

### 2-1 売上高

①実績	⇒	平成30年7～9月期(8月15日時点)					平成30年10～12月期(11月15日時点)				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少
②見通し	⇒	平成31年1～3月期					平成31年4～6月期				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

### 2-2 経常利益

①実績	⇒	平成30年7～9月期(8月15日時点)					平成30年10～12月期(11月15日時点)				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少
②見通し	⇒	平成31年1～3月期					平成31年4～6月期				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

### 2-3 設備投資

①実績	⇒	平成30年7～9月期(8月15日時点)					平成30年10～12月期(11月15日時点)				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少
②見通し	⇒	平成31年1～3月期					平成31年4～6月期				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

問3 貴社(事業所)における「販売数量」、「販売単価」、「仕入価格(単価)」についておうかがいします。

①実績及び②今後の見通しのそれぞれについて、該当する欄に○を付けてください。該当しない場合は未記入で結構です。

### 3-1 販売数量

①実績	⇒	平成30年7～9月期(8月15日時点)					平成30年10～12月期(11月15日時点)				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少
②見通し	⇒	平成31年1～3月期					平成31年4～6月期				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

### 3-2 販売単価

①実績	⇒	平成30年7～9月期（8月15日時点）					平成30年10～12月期（11月15日時点）				
		上昇	やや 上昇	不変	やや 下降	下降	上昇	やや 上昇	不変	やや 下降	下降
②見通し	⇒	平成31年1～3月期					平成31年4～6月期				
		上昇	やや 上昇	不変	やや 下降	下降	上昇	やや 上昇	不変	やや 下降	下降

### 3-3 仕入価格（単価）

①実績	⇒	平成30年7～9月期（8月15日時点）					平成30年10～12月期（11月15日時点）				
		上昇	やや 上昇	不変	やや 下降	下降	上昇	やや 上昇	不変	やや 下降	下降
②見通し	⇒	平成31年1～3月期					平成31年4～6月期				
		上昇	やや 上昇	不変	やや 下降	下降	上昇	やや 上昇	不変	やや 下降	下降

\*問4～5は、3ヶ月前と比べての変化ではなく、「該当期間の実績」及び「先行きの状況」について、貴社（事業所）のご判断に最も近いものをご記入ください。

問4 貴社（事業所）における「製（商）品在庫水準」、「資金繰り」、「雇用人員」についておうかがいします。

①実績及び②今後の見通しのそれぞれについて、該当する欄に○を付けてください。該当しない場合は未記入で結構です。

#### 4-1 製（商）品在庫水準

①実績	⇒	平成30年7～9月期（8月15日時点）					平成30年10～12月期（11月15日時点）				
		過剰	やや 過剰	適正	やや 不足	不足	過剰	やや 過剰	適正	やや 不足	不足
②見通し	⇒	平成31年1～3月期					平成31年4～6月期				
		過剰	やや 過剰	適正	やや 不足	不足	過剰	やや 過剰	適正	やや 不足	不足

#### 4-2 資金繰り

①実績	⇒	平成30年7～9月期（8月15日時点）					平成30年10～12月期（11月15日時点）				
		良い	やや 良い	普通	やや 悪い	悪い	良い	やや 良い	普通	やや 悪い	悪い
②見通し	⇒	平成31年1～3月期					平成31年4～6月期				
		良い	やや 良い	普通	やや 悪い	悪い	良い	やや 良い	普通	やや 悪い	悪い

#### 4-3 雇用人員

①実績	⇒	平成30年7～9月期（8月15日時点）					平成30年10～12月期（11月15日時点）				
		過剰	やや 過剰	適正	やや 不足	不足	過剰	やや 過剰	適正	やや 不足	不足
②見通し	⇒	平成31年1～3月期					平成31年4～6月期				
		過剰	やや 過剰	適正	やや 不足	不足	過剰	やや 過剰	適正	やや 不足	不足



問5 「貴社（事業所）の景気」についておうかがいします。

①実績及び②今後の見通しのそれぞれについて、該当する欄に○を付けてください。該当しない場合は未記入で結構です。

5-1 貴社（事業所）の景気

①実績	⇒	平成30年7～9月期（8月15日時点）					平成30年10～12月期（11月15日時点）				
		良い	やや 良い	普通	やや 悪い	悪い	良い	やや 良い	普通	やや 悪い	悪い
②見通し	⇒	平成31年1～3月期					平成31年4～6月期				
		良い	やや 良い	普通	やや 悪い	悪い	良い	やや 良い	普通	やや 悪い	悪い

5-2 前記5-1の「貴社（事業所）の景気」判断について、その背景や要因について教えてください。  
（【実績】と【見通し】のそれぞれごとにご記入ください。）

【実績】
【見通し】

問6 以下の経済動向で、貴社（事業所）の経営にマイナス面の影響が特に大きいと考えられる事柄の番号を3つまで選りOを付けてください。

1 株価の動向	6 電力価格の動向	11 消費増税の影響
2 為替相場の動向	7 企業の生産拠点等の海外シフト	12 人口減少・少子高齢化
3 物価（インフレ・デフレ）の動向	8 海外景気の下振れ	13 気象変動
4 個人消費の動向	9 アジア諸国との関係	14 その他（具体的に）
5 原油・原材料価格の動向	10 米中の貿易摩擦	（                                    ）

6-1 前記の問6でOをつけた項目について、それぞれの項目ごとに選定理由を教えてください。  
（左に問6の選択肢の番号を書き、右に選定理由をお書きください。）

（選択肢の番号）	⇒	（選定理由）
	⇒	
	⇒	
	⇒	

\*問7～問7-6では、貴社（事業所）における「法定外福利厚生（※）」の導入状況についておうかがいします。

（※）「法定外福利厚生」とは、法律で義務づけられた法定福利以外に、企業が任意で提供する福利厚生サービスを指します。（主なものとしては、慶弔・災害時の現金給付や、レジャー施設・運動施設・宿泊施設利用料金の補助などです。）

問7 貴社（事業所）では、法定外福利厚生を導入していますか。（○は1つ）

- 1 導入している →（問7-1へお進みください）
- 2 導入していない →（問7-6へお進みください）

→ 問7-1 【問7で「1」を選んだ方】 どのような形式で導入していますか。（○は1つ）

- 1 自社独自（互助会等含む）の制度を設けている →（問7-2へお進みください）
- 2 福利厚生代行サービス会社を利用している →（問7-3へお進みください）

→ 問7-2 【問7-1で「1」を選んだ方】 自社独自で実施している理由は何ですか。（○は1つ）

- 1 コスト削減のため
- 2 他社に充実したサービスメニューがないため
- 3 その他（具体的に )

（→問7-2を回答された方は、問8へお進みください）

→ 問7-3 【問7-1で「2」を選んだ方】

福利厚生代行サービスに要する費用は、従業員1人1ヶ月当たりいくらですか。（○は1つ）

- |            |            |              |
|------------|------------|--------------|
| 1 300円以下   | 3 501～600円 | 5 801～1,000円 |
| 2 301～500円 | 4 601～800円 | 6 1,001円以上   |

問7-4 【問7-1で「2」を選んだ方】

従業員等の満足度の高いサービスはどの項目ですか。（○は3つまで）

- 1 医療・健康（人間ドック、予防接種費用補助等）
- 2 慶弔金（祝金、見舞金、弔慰金等）
- 3 旅行（国内・海外旅行プランの割引利用）
- 4 宿泊施設（宿泊費割引利用）
- 5 レジャー関連（テーマパーク・映画館等の割引利用）
- 6 金券類（図書カード等のプリペイドカード斡旋）
- 7 体験企画（バスツアー・果物狩り等）
- 8 買い物・食事
- 9 自己啓発
- 10 その他（具体的に )

問7-5 【問7-1で「2」を選んだ方】

従業員等が不満を感じているサービスはどの項目ですか。(○は3つまで)

- |    |                          |   |
|----|--------------------------|---|
| 1  | 医療・健康（人間ドック、予防接種費用補助等）   |   |
| 2  | 慶弔金（祝金、見舞金、弔慰金等）         |   |
| 3  | 旅行（国内・海外旅行プランの割引利用）      |   |
| 4  | 宿泊施設（宿泊費割引利用）            |   |
| 5  | レジャー関連（テーマパーク・映画館等の割引利用） |   |
| 6  | 金券類（図書カード等のプリペイドカード斡旋）   |   |
| 7  | 体験企画（バスツアー・果物狩り等）        |   |
| 8  | 買い物・食事                   |   |
| 9  | 自己啓発                     |   |
| 10 | その他（具体的に                 | ) |
| 11 | 特にない                     |   |

(→問7-5を回答された方は、問8へお進みください)

問7-6 【問7で「2」を選んだ方】 導入していない理由は何ですか。(○は1つ)

- |   |                                |   |
|---|--------------------------------|---|
| 1 | 必要性を感じないため                     |   |
| 2 | 費用対効果が見込めないため                  |   |
| 3 | 導入したいと考えているが、運用のノウハウがなく分からないため |   |
| 4 | 導入したいと考えているが、事務処理が面倒なため        |   |
| 5 | その他（具体的に                       | ) |

\*問8～問8-3では、貴社（事業所）における「キャッシュレス決済」の導入状況についておうかがいします。

近年、物理的な現金（紙幣・硬貨）を使用しない取引手段として、「キャッシュレス決済」が注目されています。また、東京2020オリンピック・パラリンピック（以下「東京オリンピック」）の開催により、訪日外国人客が多く訪れる中で、諸外国で普及しているキャッシュレス決済を導入することにより、多くの消費活動が見込まれます。

なお、問8～問8-3では、キャッシュレスの決済手段として、「クレジットカード」、「デビットカード」、「電子マネー」、「モバイルウォレット」の4つを対象とし、金券・チケット類、金融機関口座への振込み、インターネット等を利用した電子商取引は除きます。

問8 貴社（事業所）では、現在、「キャッシュレス決済」を導入していますか。（〇は1つ）

- |   |                                  |                                  |
|---|----------------------------------|----------------------------------|
| 1 | 既に導入している                         |                                  |
| 2 | 現在は導入していないが、東京オリンピックまでには導入したい    |                                  |
| 3 | 将来的には導入したいが、東京オリンピックまでの導入は考えていない |                                  |
|   |                                  | →（「1」「2」「3」を選択した方は、問8-1へお進みください） |
| 4 | 現在導入していないし、今後も導入予定はない            | →（アンケートは終わりです）                   |

【以下の質問は、問8で「1」「2」「3」を選んだ方のみお答えください】

問8-1 「キャッシュレス決済」の支払い手段についておうかがいします。

（1）既に導入している手段は何ですか。（〇はいくつでも）

- |   |          |   |           |   |            |
|---|----------|---|-----------|---|------------|
| 1 | クレジットカード | 3 | 電子マネー     | 5 | 現在は導入していない |
| 2 | デビットカード  | 4 | モバイルウォレット |   |            |

（2）東京オリンピックまでに導入したいと考えている手段は何ですか。（〇はいくつでも）

- |   |          |   |           |   |         |
|---|----------|---|-----------|---|---------|
| 1 | クレジットカード | 3 | 電子マネー     | 5 | 導入予定はない |
| 2 | デビットカード  | 4 | モバイルウォレット |   |         |

問8-2 「キャッシュレス決済」の導入にあたって障害になることは何ですか。（〇はいくつでも）

- |   |                  |    |                     |
|---|------------------|----|---------------------|
| 1 | 初期投資（端末、システム）が高い | 8  | キャッシュレス決済のことがよく分らない |
| 2 | 決済手数料が高い         | 9  | 決済端末の操作が分らない        |
| 3 | 資金回収サイクルが長い      | 10 | キャッシュレス決済に関心がない     |
| 4 | 自社の商品や取引形態と合わない  | 11 | その他                 |
| 5 | 売上向上が見込めない       |    | （具体的に               |
| 6 | お客のニーズが少ない       |    | ）                   |
| 7 | セキュリティに不安がある     | 12 | 特にな                 |

問8-3 「キャッシュレス決済」の導入にあたって行政にどのような支援を行って欲しいとお考えですか。

（〇はいくつでも）

- |   |                           |       |
|---|---------------------------|-------|
| 1 | 「キャッシュレス決済」に関するセミナーの開催    |       |
| 2 | 「キャッシュレス決済」導入に関する窓口相談     |       |
| 3 | 初期投資（端末、システムなど）など、各種費用の助成 |       |
| 4 | その他                       | （具体的に |
|   |                           |       |
| 5 | 特にな                       | ）     |

■ ■ ご協力ありがとうございました ■ ■



# さいたま市地域経済動向調査報告書

—2018年12月調査（2018年10～12月期）—

[発行] 2019年1月

さいたま市 経済局 商工観光部 経済政策課

〒330-9588

さいたま市浦和区常盤6丁目4番4号

TEL 048(829)1363(直通)

FAX 048(829)1944