

# さいたま市地域経済動向調査

## 報 告 書

—2019年12月調査（2019年10～12月期）—

景況調査：実 績 2019年7～9月期

実 績 2019年10～12月期

見通し 2020年1～3月期

見通し 2020年4～6月期

特別調査：消費税法改正後の影響等について

令和2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 D I 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（消費税法改正後の影響等について）の概要	7
<b>III 景況調査</b>	12
1 各項目の動向	12
（1）景況	12
（2）在庫水準	14
（3）資金繰り	16
（4）雇用人員	18
（5）販売数量	20
（6）販売単価	22
（7）仕入価格（単価）	24
（8）売上高	26
（9）経常利益	28
（10）設備投資	30
（11）景気判断の背景・要因	32
（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	53
2 業種別の動向	62
（1）建設業	62
（2）製造業	63
（3）卸売業	64
（4）小売業	65
（5）飲食店	66
（6）不動産業	67
（7）サービス業	68

<b>IV 特別調査 消費税法改正後の影響等について</b>	69
1 消費税率の引上げを必要とする商品等の取り扱いの有無	69
2 消費税法改正による事業への影響について	70
(1) 影響の有無	70
(2) 影響の具体的内容	72
3 消費税の価格への転嫁について	75
(1) 消費税の価格への転嫁度	75
(2) 価格に転嫁できなかった理由	76
4 軽減税率について	78
(1) 軽減税率への対応状況	78
(2) 対応で困った事、トラブルになった事等の有無	79
(3) 対応で困った事、トラブルになった事等の内容	80
5 キャッシュレス決済の導入について	82
(1) 導入状況	82
(2) 利用状況	83
(3) 導入して良かった点	84
(4) 導入して悪かった点	86
6 今後の対応策について	88
<b>V 主要経済指標</b>	90
1 大型小売店舗販売額（前年同月比）	90
(1) 百貨店・スーパー計	90
(2) 百貨店	90
(3) スーパー	90
2 家計消費支出（二人以上世帯・前年同月比）	91
3 新設住宅着工戸数（着工戸数・前年同月比）	91
4 新車登録・届出台数（台数・前年同月比）	92
5 消費者物価指数（前月差）	92
6 鉱工業指数（前月比）	93
(1) 生産指数	93
(2) 出荷指数	93
(3) 在庫指数	93
7 企業倒産（負債金額・倒産件数）	94
8 有効求人倍率（前年同月差）	94
9 貸出金残高（前年同月比）	95
<b>VI 調査票</b>	96

# 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するとともに、市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] 2019年7～9月期（8月15日時点）  
[今期] 2019年10～12月期（11月15日時点）
  - 見通し判断 [来期] 2020年1～3月期  
[来々期] 2020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 「消費税法改正後の影響等について」
- 調査項目
  - ①消費税率の引上げを必要とする商品等の取り扱いの有無
  - ②消費税法改正による事業への影響について（影響の有無、影響の具体的内容）
  - ③消費税の価格への転嫁について（転嫁度、転嫁できなかった理由）
  - ④軽減税率について（令和元年10月1日時点における軽減税率への対応状況、対応で困った事・トラブルになった事等の有無とその内容）
  - ⑤キャッシュレス決済の導入について（導入状況、利用状況、導入して良かった点、導入して悪かった点）
  - ⑥消費税法の改正を受けて、今後必要だと思う対応策

#### 4 調査実施期間

■アンケート調査	…	2019年11月18日(月)～2019年12月10日(火)
■ヒアリング調査	…	2019年12月3日(火)～2019年12月18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	97	49.7
製造業	210	92	43.8
卸売業	220	70	31.8
小売業	220	87	39.5
飲食店	225	52	23.1
不動産業	220	81	36.8
サービス業	210	104	49.5
計	1,500	583	38.9

#### 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」 等	「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=2019年7月～9月、今期=2019年10月～12月、来期=2020年1月～3月、来々期=2020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、前期に持ち直しの動きが見られたものの、  
今期は下降し、先行きは慎重な見通し～

さいたま市内の景況は、今期（2019年10～12月期）は4.6ポイント下降した。「飲食店」「小売業」の景況が大幅に下降し、規模では「5人未満」で大幅なマイナスが続いた。先行きは、来期、来々期と下降していく見通しである。

消費税法改正による事業への影響について、実際に《影響があった》と回答した事業所は約5割で、事業に及ぼした影響で最も多いのは「駆け込み需要の反動等による売上減」の3割台半ば近く、次いで「価格への転嫁が困難」の3割近くである。

消費税を価格に《転嫁できた》事業所は8割近くである。また、転嫁できなかった理由で最も多いのは「顧客や消費者が価格に敏感」の4割台半ば超えである。

軽減税率が導入されて以降の対応において、従業員が困ったこと等があったと回答した事業所は3割台半ば近くで、その内容で最も多いのは「顧客への説明や対応に時間がかかってしまった」の2割台半ば超えである。

キャッシュレス決済を導入している事業所は、「小売業」で5割弱、「飲食店」で約4割で、利用する顧客が増えたとの回答は、「飲食店」で8割台半ば、「小売業」で5割台半ば近くである。

消費税法改正を受けての今後の対応策で最も多いのは「経費の削減」の3割台半ばで、次いで「販売価格の値上げ（価格への転嫁）」の2割台半ば近くが多い。

### 2 景況調査の概要

#### (1) 景況<sup>P12</sup> ～今期は下降し、来期、来々期と下降していく見通し～

今期（2019年10～12月期）のD Iは▲27.1となり、前期の▲22.5と比べて4.6ポイント下降した。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。先行きは、来期は▲28.6、来々期は▲29.7と下降していく見通しである。

業種別では、今期は製造業を除いて下降した。特に「飲食店」「小売業」が大幅に下降し、「飲食店」が▲56.3、「小売業」が▲40.0となった。先行きは、来期は「飲食店」「不動産業」を除いて下降、来々期は「小売業」「飲食店」を除いて下降する見通しである。また、規模別では、今期は前期と比べて「25～50人未満」を除いた規模で下降し、「5人未満」は大幅なマイナスが続いた。来期は「5～10人未満」を除いて下降、来々期は「50人以上」を除いて下降する見通しである。

#### (2) 事業所の動向

##### ① 売上高<sup>P26</sup>・経常利益<sup>P28</sup> ～売上高、経常利益とも、来期、来々期と下降していく見通し～

今期のD Iは、売上高が▲22.7、経常利益が▲27.2となり、前期と比べて、それぞれ4.5ポイント、4.4ポイント下降した。業種別では、売上高は「建設業」「製造業」を除いて下降、経常利益は「製造業」を除いて下降した。規模別では、売上高は「5～10人未満」の横ばいを除いて下降し、経常利益は「25～50人未満」を除いて下降した。先行きについては、売上高、経常利益とも、来期、来々期と下降していく見通しである。

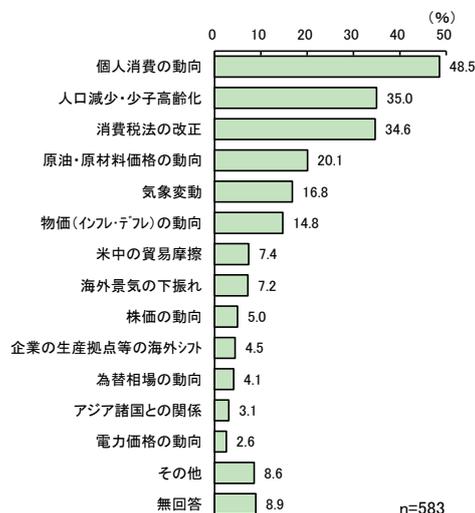
- ② 販売数量<sup>P20</sup>・販売単価<sup>P22</sup> ～今期は販売数量が下降したものの、販売単価はやや上昇～  
 今期のD Iは、販売数量が▲23.7、販売単価が▲5.4であった。前期と比べて、販売数量は5.2ポイント下降し、販売単価は0.9ポイント上昇した。先行きについては、販売数量は、来期、来々期と下降していく見通しで、販売単価は、来期は下降、来々期は上昇する見通しである。
- ③ 資金繰り<sup>P16</sup> ～業種では「飲食店」「小売業」、規模では「5人未満」で大幅なマイナスが続く～  
 今期のD Iは▲11.2で、前期と比べて2.0ポイント下降した。業種別では「飲食店」「小売業」、規模別では「5人未満」で大幅なマイナスが続いた。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。
- ④ 雇用人員<sup>P18</sup>・設備投資<sup>P30</sup> ～雇用人員、設備投資とも、来期、来々期と下降していく見通し～  
 雇用人員の今期のD Iは20.2で、前期と比べて0.6ポイント上昇した。全ての業種・規模がプラスで、特に業種では「建設業」、規模では《25人以上》で大幅なプラスが続いた。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。設備投資の今期のD Iは▲10.5で、前期と比べて1.4ポイント下降した。先行きは、来期、来々期と下降していく見通しである。
- ⑤ 仕入価格（単価）<sup>P24</sup>・在庫水準<sup>P14</sup> ～仕入価格の今期は下降、在庫水準はプラスが続く見通し～  
 仕入価格のD Iは▲20.1となり、前期と比べて3.2ポイント下降した。来期は上昇するものの、来々期は下降する見通しである。在庫水準の今期のD Iは2.3で、前期と比べて1.7ポイント上昇した。先行きは、来期、来々期と上昇し、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	▲22.5	▲27.1	▲28.6	▲29.7
在庫水準	0.6	2.3	3.4	4.0
資金繰り	▲9.2	▲11.2	▲11.8	▲13.0
雇用人員	19.6	20.2	19.7	18.2
販売数量	▲18.5	▲23.7	▲25.6	▲26.1
販売単価	▲6.3	▲5.4	▲7.5	▲7.1
仕入価格（単価）	▲16.9	▲20.1	▲15.6	▲16.5
売上高	▲18.2	▲22.7	▲24.4	▲25.4
経常利益	▲22.8	▲27.2	▲28.0	▲29.2
設備投資	▲9.1	▲10.5	▲11.8	▲14.8

- 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>P53</sup>  
 ～最も多いのは「個人消費の動向」の5割近く～

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をみると、最も多いのは「個人消費の動向」の5割近く（48.5%）で、以下、「人口減少・少子高齢化」（35.0%）、「消費税法の改正」（34.6%）、「原油・原材料価格の動向」（20.1%）、「気象変動」（16.8%）、「物価（インフレ・デフレ）の動向」（14.8%）などと続く。



■各項目の産業天気図

項目	2019年		2020年	
	7～9月期	10～12月期	1～3月期	4～6月期
景況				
	▲22.5	▲27.1	▲28.6	▲29.7
在庫水準				
	0.6	2.3	3.4	4.0
資金繰り				
	▲9.2	▲11.2	▲11.8	▲13.0
雇用人員				
	19.6	20.2	19.7	18.2
販売数量				
	▲18.5	▲23.7	▲25.6	▲26.1
販売単価				
	▲6.3	▲5.4	▲7.5	▲7.1
仕入価格 (単価)				
	▲16.9	▲20.1	▲15.6	▲16.5
売上高				
	▲18.2	▲22.7	▲24.4	▲25.4
経常利益				
	▲22.8	▲27.2	▲28.0	▲29.2
設備投資				
	▲9.1	▲10.5	▲11.8	▲14.8

◇DI\*と記号の関係

DI	← 30 ← 10 ← 10 → 30 →
記号	    

■業種別の産業天気図（2019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							
	▲12.1	▲26.6	▲27.2	▲40.0	▲56.3	▲21.5	▲21.2
在庫水準							
	5.8	0.0	▲4.4	1.2	▲3.4	18.6	1.4
資金繰り							
	6.0	▲12.9	▲2.2	▲31.5	▲38.3	▲7.9	▲4.5
雇用人員							
	33.7	11.1	22.5	14.8	25.5	4.0	28.2
販売数量							
	▲10.7	▲14.0	▲30.1	▲37.8	▲38.0	▲22.6	▲18.6
販売単価							
	▲1.3	▲2.7	1.5	▲8.6	▲12.0	▲21.9	1.7
仕入価格 （単価）							
	▲18.0	▲22.2	▲18.8	▲17.2	▲46.0	▲7.6	▲17.2
売上高							
	▲7.4	▲12.6	▲32.4	▲37.9	▲44.2	▲19.6	▲18.3
経常利益							
	▲15.4	▲21.0	▲32.8	▲42.0	▲47.1	▲23.1	▲20.7
設備投資							
	▲5.4	▲9.6	▲15.9	▲16.3	▲22.8	▲4.6	▲6.3

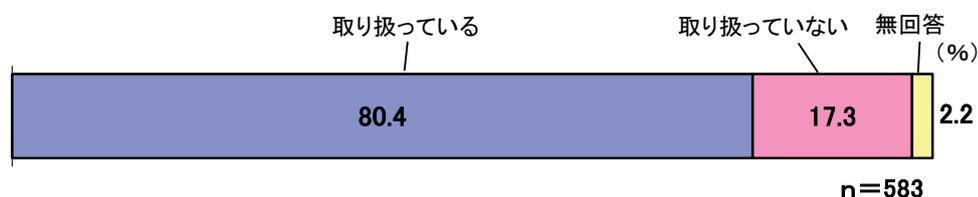
◇DI\*と記号の関係

DI	← 30	← 10	10 →	30 →
記号				

### 3 特別調査（消費税法改正後の影響等について）の概要

#### (1) 消費税率の引上げを必要とする商品等の取り扱いの有無 ～「取り扱っている」が約8割～

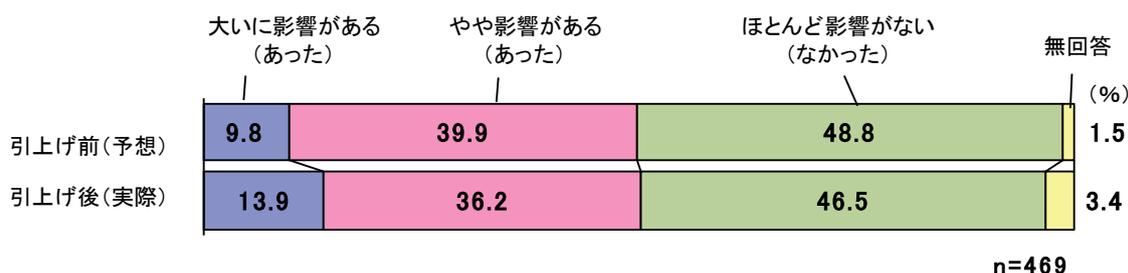
消費税率の引上げを必要とする商品を取り扱っているかを聞いたところ、「取り扱っている」が約8割（80.4%）、「取り扱っていない」が1割台半ば超え（17.3%）である。



#### (2) 消費税法改正による事業への影響について

##### ① 影響の有無 ～《影響がある（あった）》は【実際】の方が【予想】よりもやや多い～

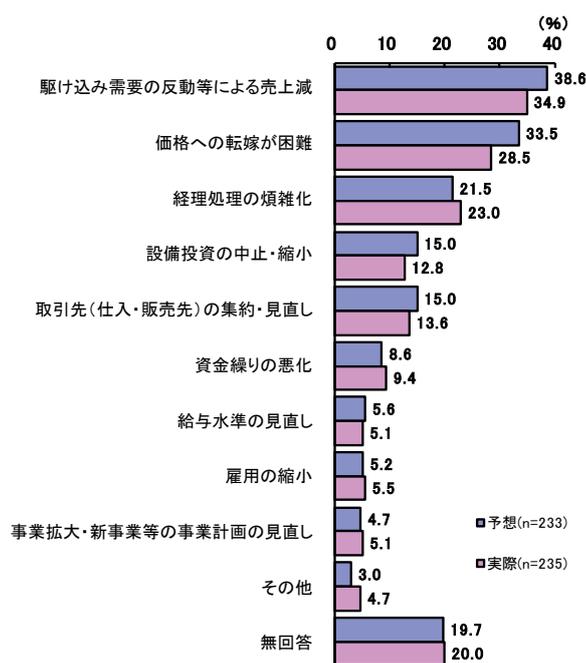
(1)の質問で「取り扱っている」と回答した事業所に、消費税法改正が事業に及ぼす影響を、引上げ前（予想）と引上げ後（実際）について聞いたところ、「大いに影響がある（あった）」と「やや影響がある（あった）」を合わせた《影響がある（あった）》は、【実際】（50.1%）の方が【予想】（49.7%）よりもやや多い。



##### ② 影響の具体的内容

##### ～「駆け込み需要の反動等による売上減」が【予想】【実際】ともに最も多い～

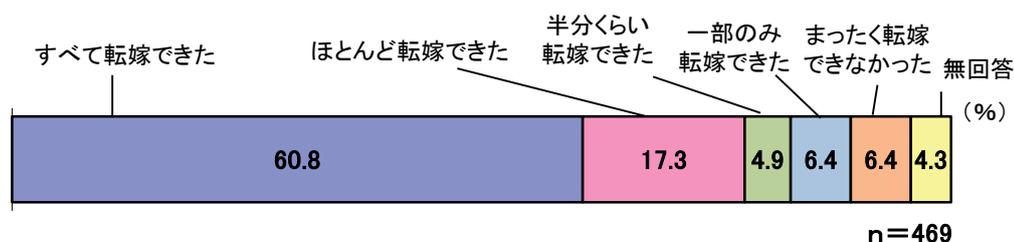
(2)①の質問で「大いに影響がある（あった）」「やや影響がある（あった）」と回答した事業所に、消費税法改正による事業への影響を聞いたところ、【予想】で最も多いのは「駆け込み需要の反動等による売上減」（38.6%）で、以下、「価格への転嫁が困難」（33.5%）、「経理処理の煩雑化」（21.5%）、「設備投資の中止・縮小」と「取引先（仕入・販売先）の集約・見直し」（15.0%）、「資金繰りの悪化」（8.6%）などの順で続く。【実際】の結果もほぼ同じ順位である。



### (3) 消費税の価格への転嫁について

#### ① 消費税の価格への転嫁度 ～「すべて転嫁できた」は約6割～

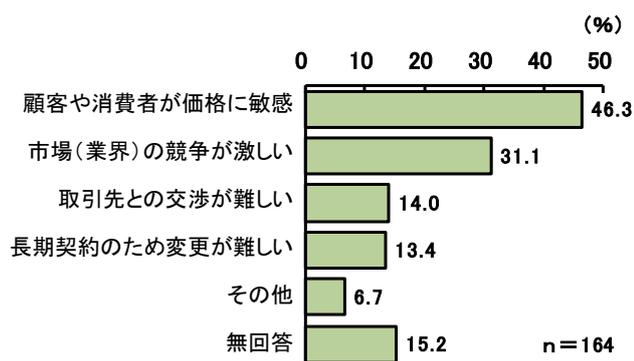
(1) の質問で「取り扱っている」と回答した事業所に、軽減税の価格への転嫁度を聞いたところ、「すべて転嫁できた」が約6割(60.8%)、「ほとんど転嫁できた」が1割台半ばを超え(17.3%)で、両者を合わせた《転嫁できた》は8割近く(78.1%)である。「半分くらい転嫁できた」は4.9%、「一部のみ転嫁できた」は6.4%、「まったく転嫁できなかった」は6.4%である。



#### ② 価格に転嫁できなかった理由

～最も多いのは「顧客や消費者が価格に敏感」の4割台半ばを超え～

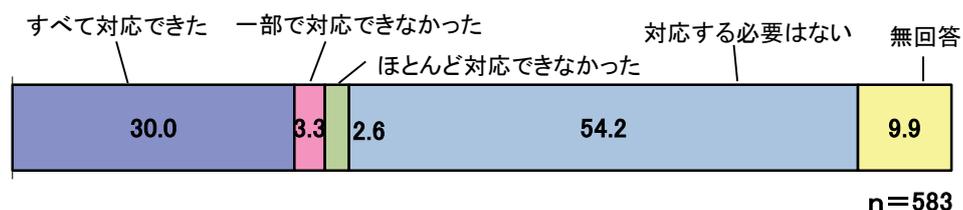
(3) ①の質問で「ほとんど転嫁できた」「半分くらい転嫁できた」「一部のみ転嫁できた」「まったく転嫁できなかった」のいずれかを選んだ事業所に、価格に転嫁できなかった理由を聞いたところ、最も多いのは「顧客や消費者が価格に敏感」の4割台半ばを超え(46.3%)で、次いで「市場(業界)の競争が激しい」の3割強(31.1%)が多い。以下、「取引先との交渉が難しい」(14.0%)、「長期契約のため変更が難しい」(13.4%)と続いている。



### (4) 軽減税率について

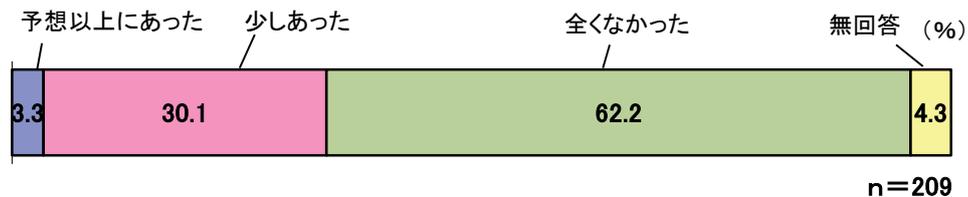
#### ① 軽減税率への対応状況 ～《対応できなかった》は5.9%～

消費税法改正時の令和元年10月1日における軽減税率への対応状況について聞いたところ、「すべて対応できた」が3割(30.0%)を占める。「一部で対応できなかった」が3.3%、「ほとんど対応できなかった」が2.6%で、両者を合わせた《対応できなかった》は5.9%である。「対応する必要はない」は5割台半ば近く(54.2%)である。



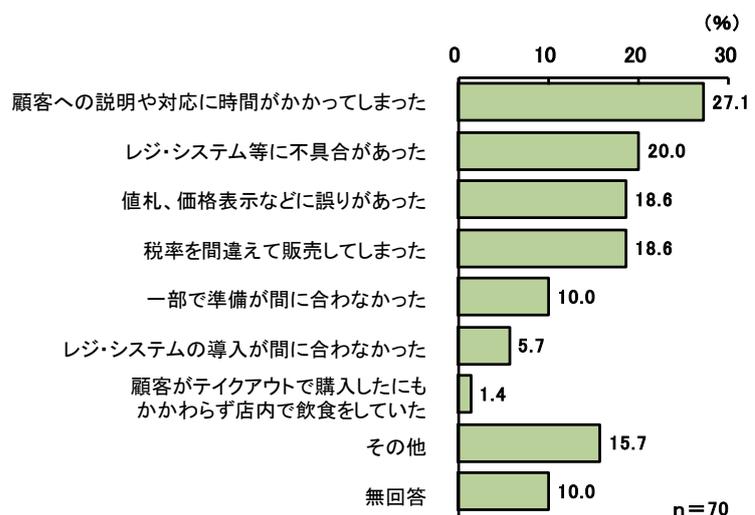
② 対応で困った事、トラブルになった事等の有無  
 ～《困った事があった》は3割台半ば近く～

(4) ①で「すべて対応できた」「一部で対応できなかった」「ほとんど対応できなかった」と回答した事業に、軽減税率が導入されて以降、軽減税率を巡り、従業員（店員）が困った事や顧客とトラブルになった事等があるかを聞いたところ、「予想以上にあった」が3.3%、「少しあった」が約3割(30.1%)で、両者を合わせた《困った事等があった》は3割台半ば近く（33.4%）である。「全くなかった」は6割強（62.2%）である。



③ 対応で困った事、トラブルになった事等の内容  
 ～最も多いのは「顧客への説明や対応に時間がかかってしまった」の2割台半ば超え～

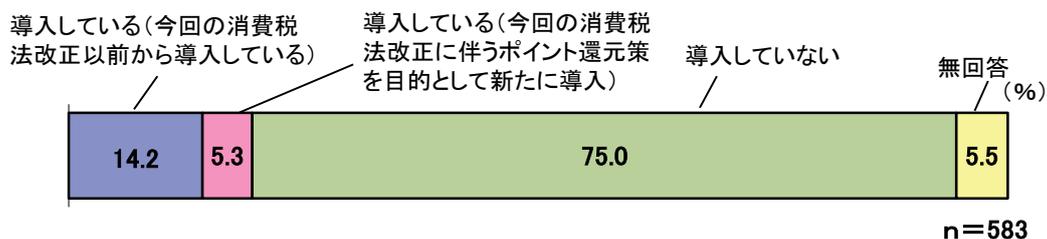
(4) ②の質問で「予想以上にあった」「少しあった」のいずれかを選んだ事業所に、従業員（店員）が困った事や顧客とトラブルになった事等の内容を聞いたところ、最も多いのは「顧客への説明や対応に時間がかかってしまった」の2割台半ば超え(27.1%)で、以下、「レジ・システム等に不具合があった」(20.0%)、「値札、価格表示などに誤りがあった」と「税率を間違えて販売してしまった」(18.6%)、「一部で準備が間に合わなかった」(10.0%)、「レジ・システムの導入が間に合わなかった」(5.7%)などが続いている。



(5) キャッシュレス決済の導入について

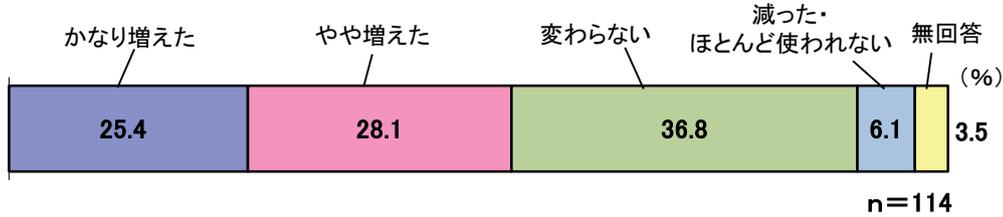
① 導入状況 ～《導入している》は2割弱～

キャッシュレス決済の導入状況について聞いたところ、「導入している（今回の消費税法改正以前から導入している）」が1割台半ば近く（14.2%）、「導入している（今回の消費税法改正に伴うポイント還元策を目的として新たに導入）」が5.3%で、両者を合わせた《導入している》は2割弱（19.5%）である。「導入していない」は7割台半ば（75.0%）である。



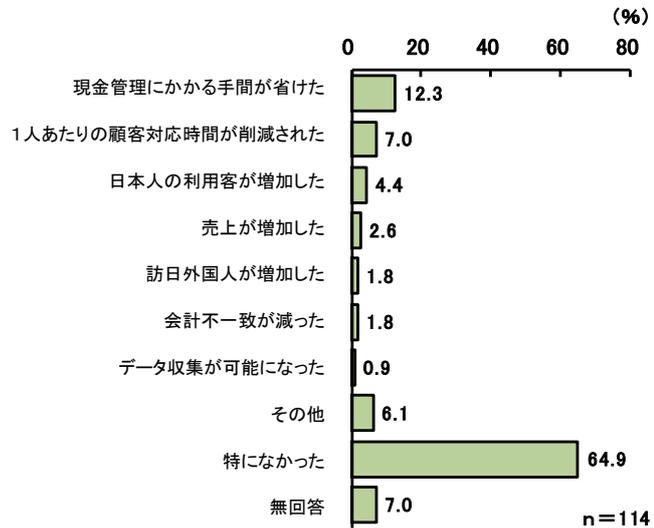
② 利用状況 ～《増えた》は5割台半ば近く～

(5) ①の質問で《導入している》と回答した事業所に、キャッシュレス決済を利用する顧客の増減について聞いたところ、「かなり増えた」が2割台半ば(25.4%)、「やや増えた」が3割近く(28.1%)で、両者を合わせた《増えた》は5割台半ば近く(53.5%)である。「変わらない」は3割台半ば超え(36.8%)、「減った・ほとんど使われない」は6.1%である。



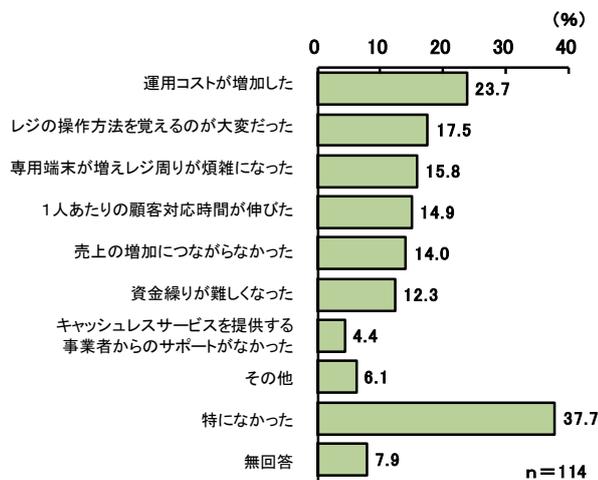
③ 導入して良かった点 ～最も多いのは「特になかった」の6割台半ば近くで、  
具体的項目では「現金管理にかかる手間が省けた」の1割強が多い～

(5) ①の質問で《導入している》と回答した事業所に、キャッシュレス決済を導入して良かった点を聞いたところ、最も多いのは「特になかった」の6割台半ば近く(64.9%)である。具体的項目で最も多いのは「現金管理にかかる手間が省けた」の1割強(12.3%)で、以下、「1人あたりの顧客対応時間が削減された」(7.0%)、「日本人の利用客が増加した」(4.4%)、「売上が増加した」(2.6%)などと続いている。



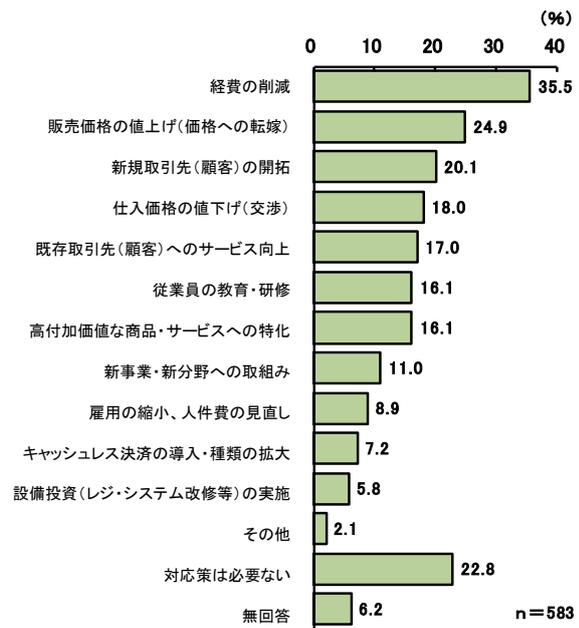
④ 導入して悪かった点 ～最も多いのは「特になかった」の3割台半ば超えで、  
具体的項目では「運用コストが増加した」の2割台半ば近くが多い～

(5) ①の質問で《導入している》と回答した事業所に、キャッシュレス決済を導入して悪かった点を聞いたところ、最も多いのは「特になかった」の3割台半ば超え(37.7%)である。具体的項目で最も多いのは「運用コストが増加した」の2割台半ば近く(23.7%)で、以下、「レジの操作方法を覚えるのが大変だった」(17.5%)、「専用端末が増えレジ周りが煩雑になった」(15.8%)、「1人あたりの顧客対応時間が伸びた」(14.9%)、「売上の増加につながらなかった」(14.0%)、「資金繰りが難しくなった」(12.3%)、「キャッシュレスサービスを提供する事業者からのサポートがなかった」(4.4%)、「その他」(6.1%)、「特になかった」(37.7%)、「無回答」(7.9%)などと続いている。



(6) 今後の対応策について ～最も多いのは「経費の削減」の3割台半ば～

今回の消費税法の改正を受けて、今後、どのような対応策が必要かについて聞いたところ、最も多いのは「経費の削減」の3割台半ば(35.5%)で、以下、「販売価格の値上げ(価格への転嫁)」(24.9%)、「新規取引先(顧客)の開拓」(20.1%)、「仕入価格の値下げ(交渉)」(18.0%)、「既存取引先(顧客)へのサービス向上」(17.0%)、「従業員の教育・研修」(16.1%)、「高付加価値な商品・サービスへの特化」(16.1%)、「新事業・新分野への取組み」(11.0%)、「雇用の縮小、人件費の見直し」(8.9%)、「キャッシュレス決済の導入・種類の拡大」(7.2%)、「設備投資(レジ・システム改修等)の実施」(5.8%)、「その他」(2.1%)、「対応策は必要ない」(22.8%)、「無回答」(6.2%)である。



# Ⅲ 景況調査

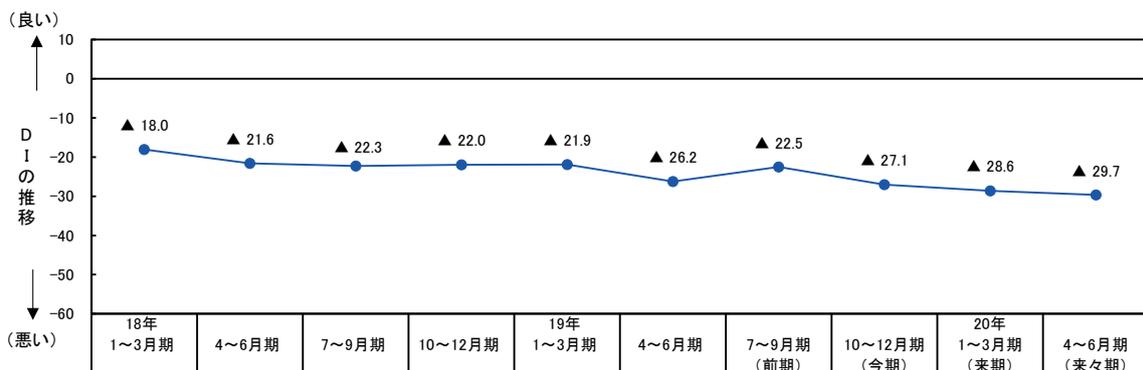
## 1 各項目の動向

### (1) 景況

#### ① 全体

今期のD Iは「悪い」が「良い」を上回り▲27.1となり、前期と比べて4.6ポイント下降した。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。

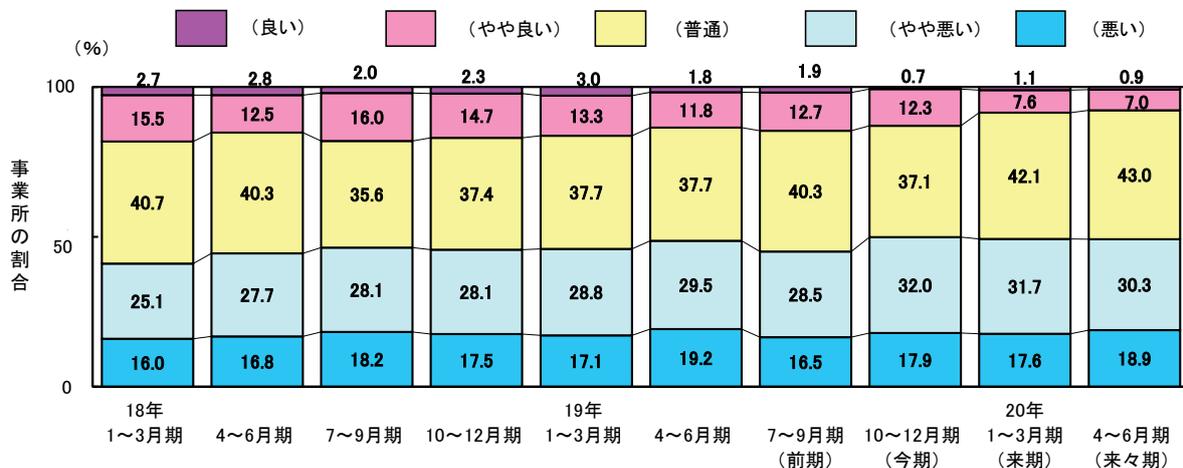
先行きをみると、来期は▲28.6、来々期は▲29.7と下降していく見通しである。



#### ■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》とみる事業所が5割弱(49.9%)、「良い」と「やや良い」をあわせた《良い》とみる事業所が1割台半ば近く(13.0%)、「普通」とみる事業所が3割台半ばを超え(37.1%)であった。前期と比べて、《悪い》の割合が増加し、《良い》「普通」の割合が減少した。

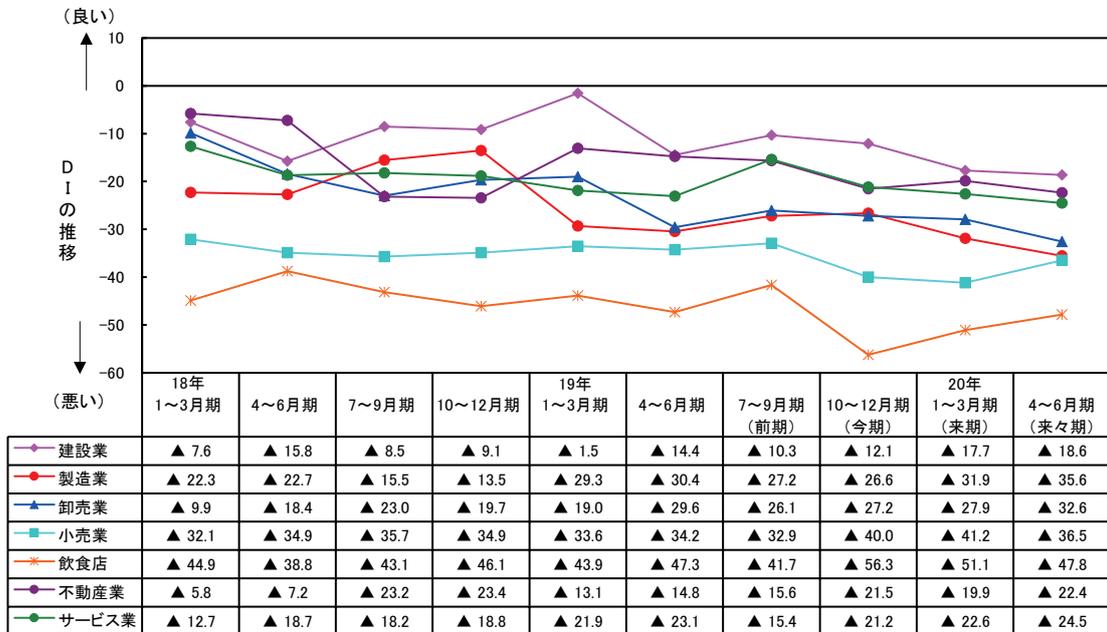
先行きをみると、来期、来々期とも「普通」が増加し、《良い》《悪い》が減少していく見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、前期と比べて「製造業」を除いた業種で下降した。特に「飲食店」「小売業」が大幅に下降し、「飲食店」が▲56.3、「小売業」が▲40.0となった。

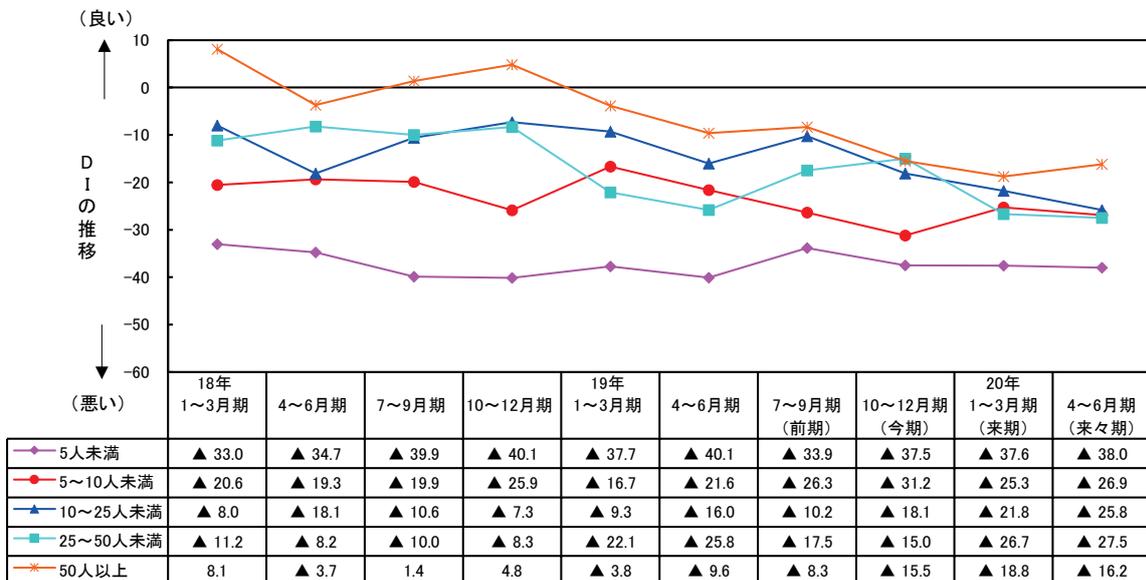
先行きをみると、来期は「飲食店」「不動産業」を除いて下降、来々期は「小売業」「飲食店」を除いて下降する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは、前期と比べて「25~50人未満」を除いた規模で下降した。「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「5~10人未満」を除いた規模で下降し、来々期は「50人以上」を除いた規模で下降する見通しである。

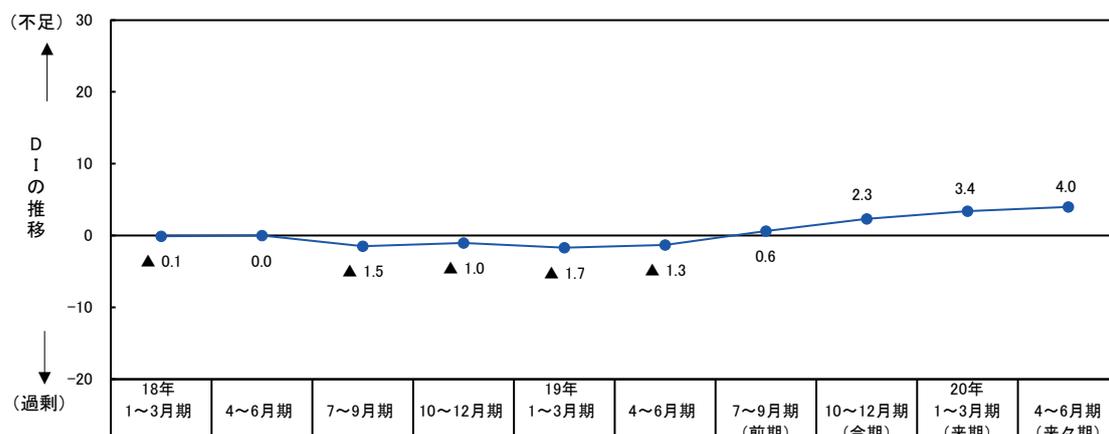


## (2) 在庫水準

### ① 全体

今期のD Iは「不足」が「過剰」を上回り 2.3 となり、前期と比べて 1.7 ポイント上昇した。前年同期と比べて、前期、今期とも上昇した。

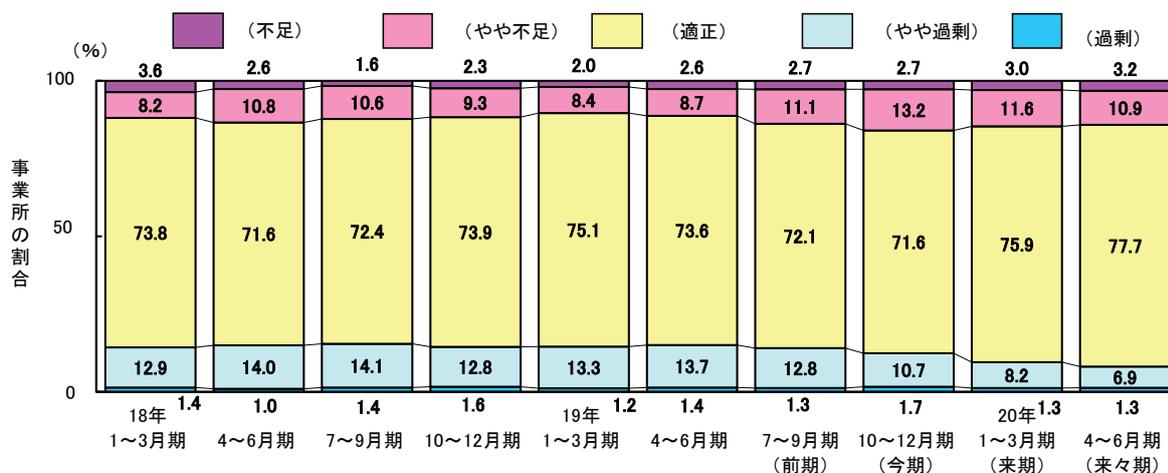
先行きをみると、来期は 3.4、来々期は 4.0 と上昇していく見通しである。



### ■事業所の割合

在庫について、今期は「適正」とみる事業所が 7 割強 (71.6%)、「過剰」と「やや過剰」をあわせた《過剰》とみる事業所が 1 割強 (12.4%)、「不足」と「やや不足」をあわせた《不足》とみる事業所が 1 割台半ば (15.9%) であった。前期と比べて、《不足》が増加し、「適正」《過剰》は減少した。

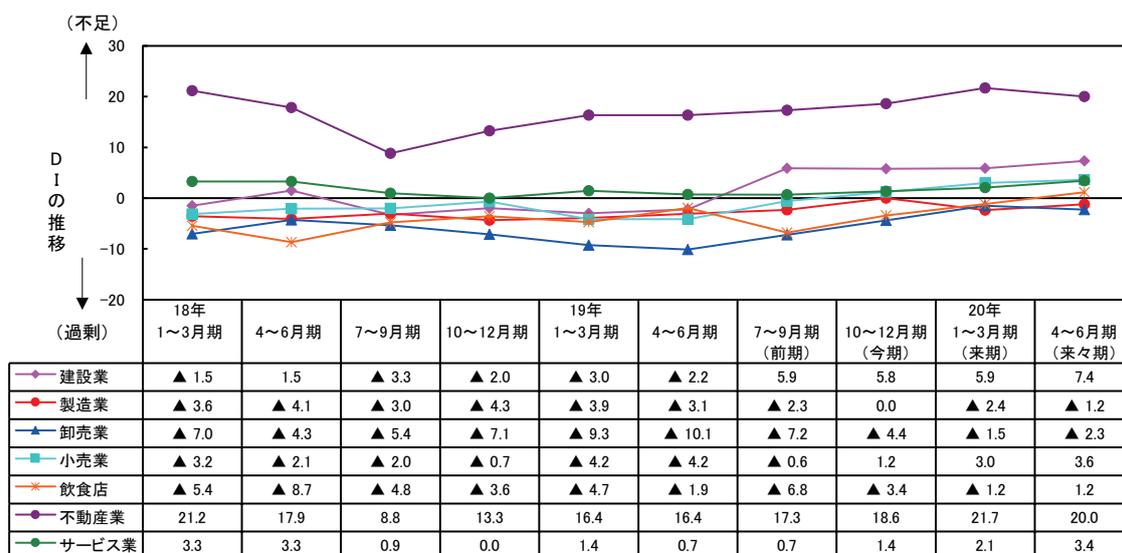
先行きをみると、来期、来々期と「適正」が増加し、《過剰》《不足》が減少していく見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、「建設業」「小売業」「不動産業」「サービス業」がプラス、「製造業」がゼロ、「卸売業」「飲食店」がマイナスであった。前期と比べて「建設業」を除いた業種は上昇した。「建設業」「不動産業」「サービス業」はプラスが続き、特に「不動産業」は大幅なプラスが続いた。「小売業」はプラスに転じた。

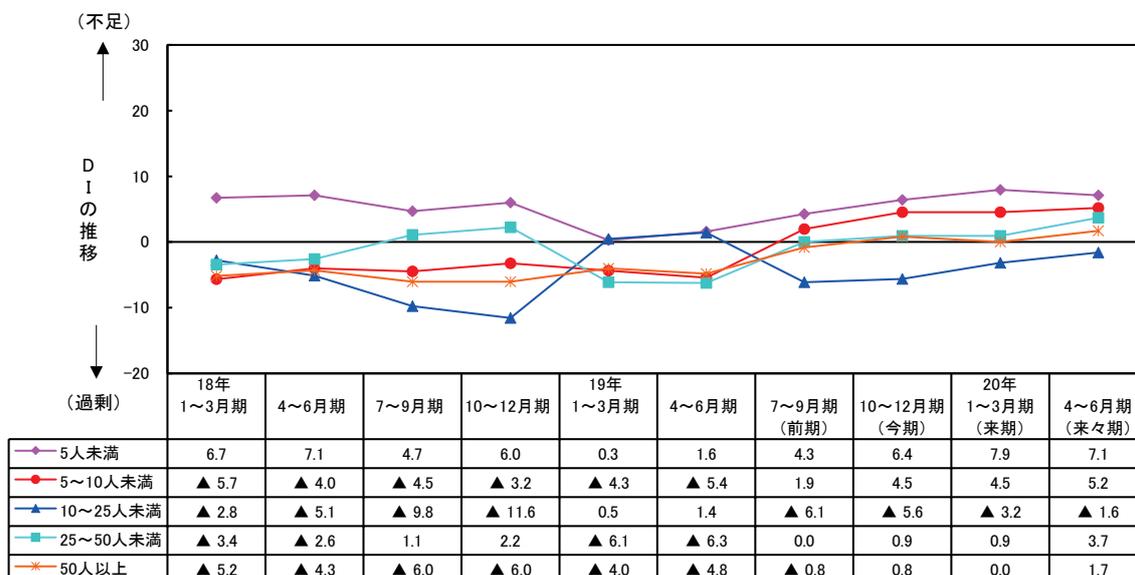
先行きをみると、来期は「製造業」を除いた業種で上昇、来々期は「卸売業」「不動産業」を除いた業種で上昇する見通しである。「建設業」「小売業」「不動産業」「サービス業」のプラスは、来期、来々期と続く見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは、「10~25人未満」はマイナス、それ以外の規模はプラスであった。前期と比べて全ての規模で上昇した。

先行きをみると、来期は「5人未満」「10~25人未満」で上昇し、来々期は「5人未満」を除いた規模で上昇する見通しである。来期、来々期と「5人未満」「5~10人未満」「25~50人未満」はプラスが続く見通しである。

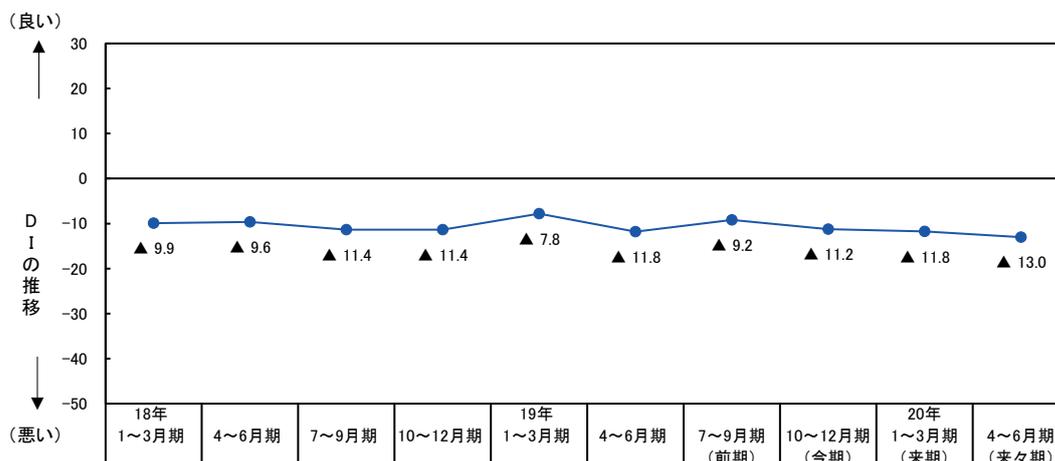


### (3) 資金繰り

#### ① 全体

今期のD Iは「悪い」が「良い」を上回り▲11.2となり、前期と比べて2.0ポイント下降した。前年同期と比べて、前期、今期とも上昇した。

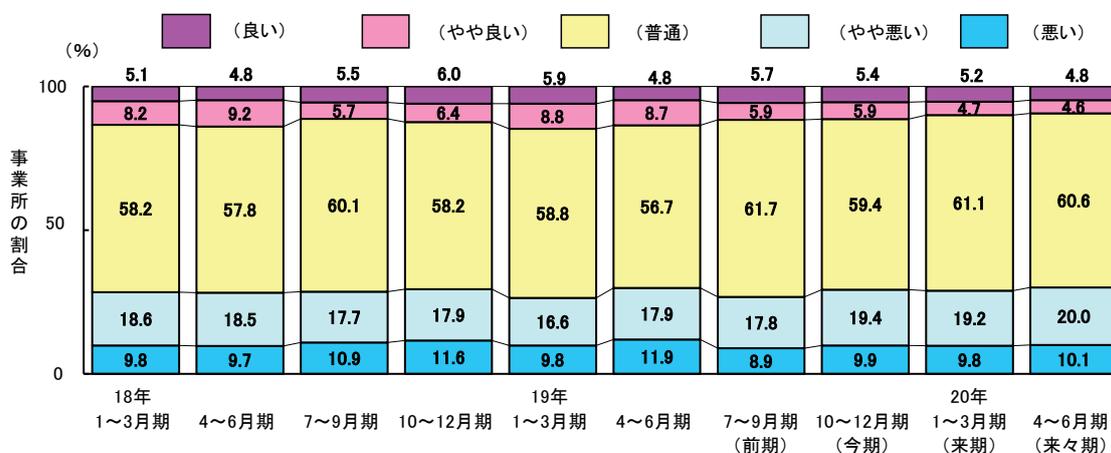
先行きをみると、来期は▲11.8、来々期は▲13.0と下降していく見通しである。



#### ■事業所の割合

資金繰りについて、今期は「普通」とみる事業所が6割弱 (59.4%)、「悪い」と「やや悪い」をあわせた《悪い》とみる事業所が3割弱 (29.3%)、「良い」と「やや良い」をあわせた《良い》とみる事業所が1割強 (11.3%)であった。前期と比べて、《悪い》が増加し、《良い》「普通」が減少した。

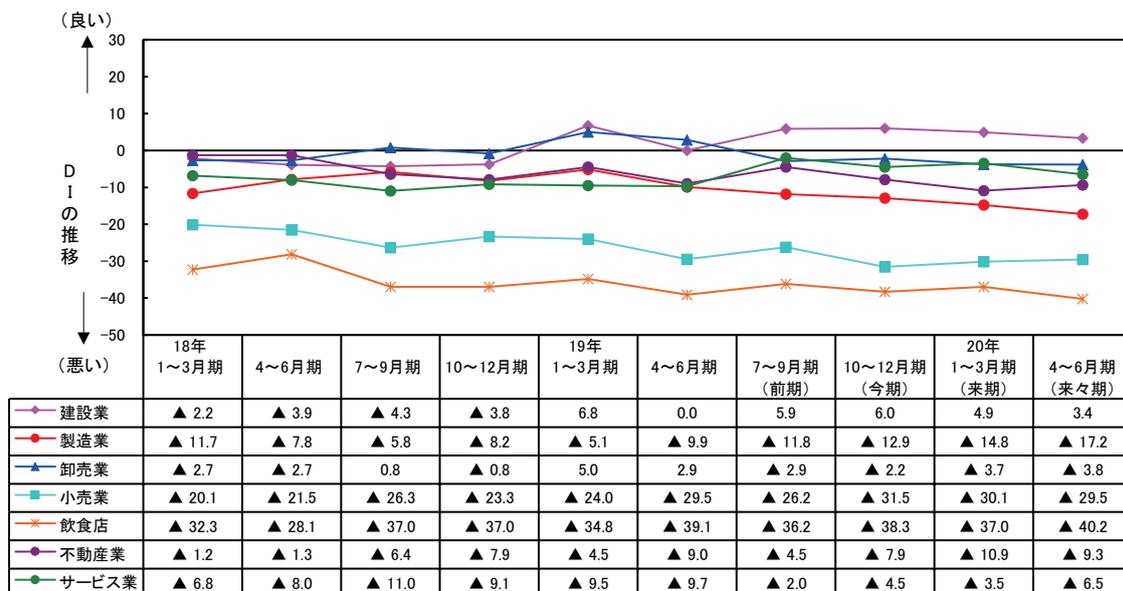
先行きをみると、来期は「普通」が増加し、《悪い》《良い》が減少する見通しである。来々期は《悪い》が増加し、「普通」《良い》が減少する見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは「建設業」がプラス、それ以外の業種はマイナスであった。特に「飲食店」「小売業」は大幅なマイナスが続いた。「建設業」はプラスが続いた。前期と比べて「建設業」「卸売業」を除いた業種で下降した。

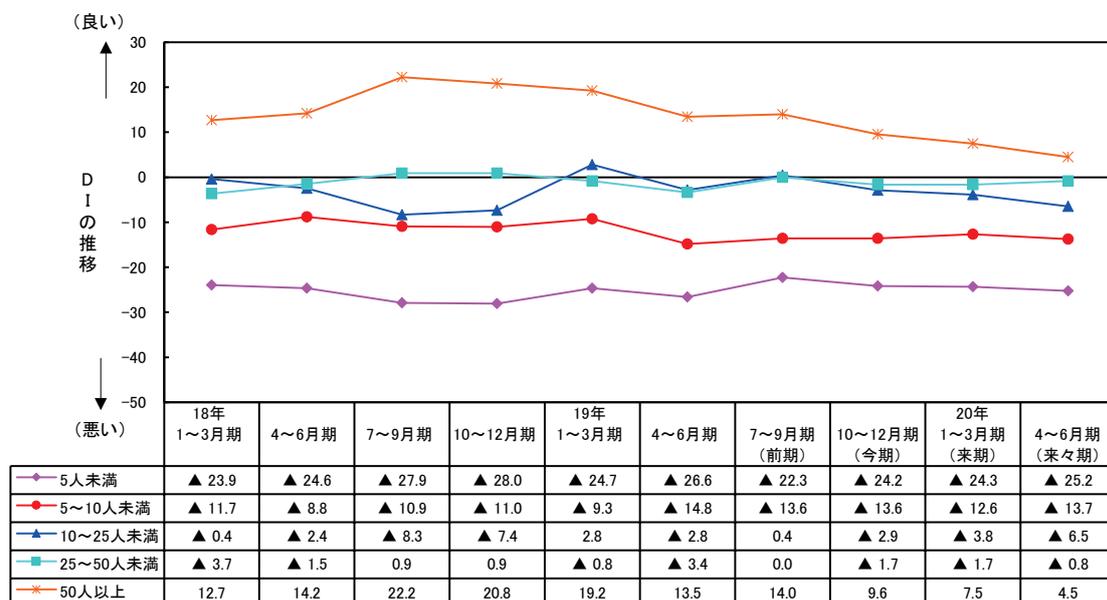
先行きをみると、来期は「建設業」「製造業」「卸売業」「不動産業」で下降、来々期は「建設業」「製造業」「卸売業」「飲食店」「サービス業」で下降する見通しである。来期、来々期と「建設業」のプラスが続く見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは、「50人未満」はマイナス、「50人以上」はプラスであった。「5人未満」の大幅なマイナスと「50人以上」のプラスが続いた。前期と比べて「5~10人未満」の横ばいを除いて下降した。

先行きをみると、来期は「5人未満」「10~25人未満」「50人以上」で下降、来々期は「25~50人未満」を除いた規模で下降する見通しである。「50人未満」のマイナス、「50人以上」のプラスは、来期、来々期と続く見通しである。

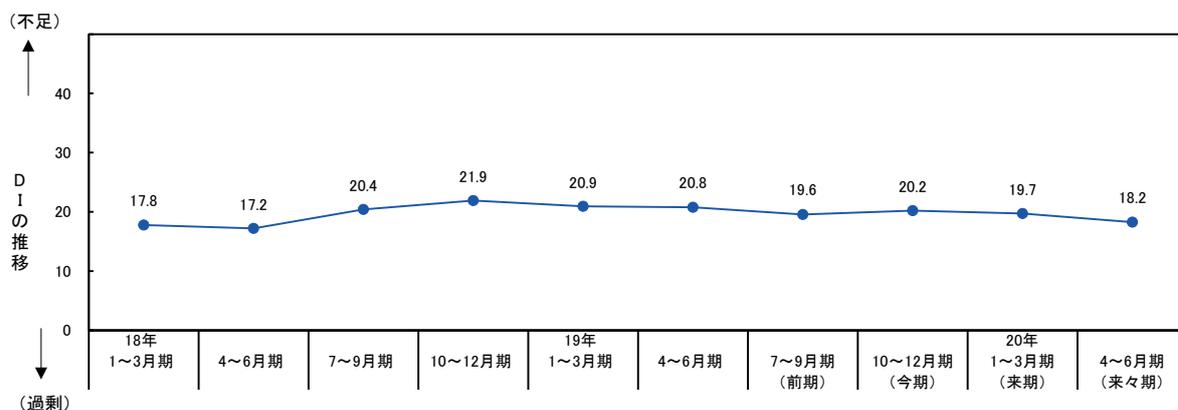


## (4) 雇用人員

### ① 全体

今期のD Iは「不足」が「過剰」を上回り 20.2 となり、前期と比べて 0.6 ポイント上昇した。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。

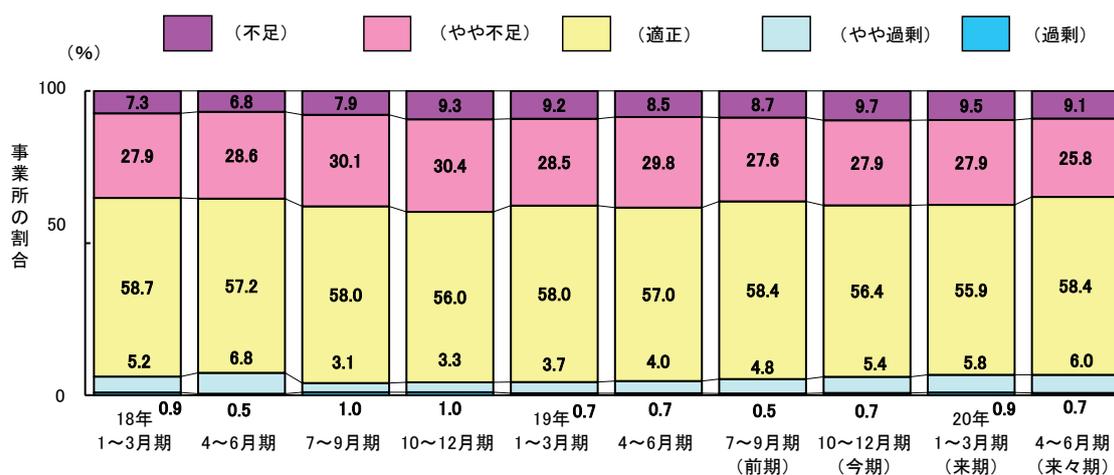
先行きをみると、来期は 19.7、来々期は 18.2 と下降していく見通しである。



### ■事業所の割合

雇用人員について、今期は「適正」とみる事業所が 5 割台半ばを超え (56.4%)、「不足」と「やや不足」をあわせた《不足》とみる事業所が 3 割台半ばを超え (37.6%)、「過剰」と「やや過剰」をあわせた《過剰》とみる事業所が 6.1%であった。前期と比べて、《不足》《過剰》が増加し、「適正」は減少した。

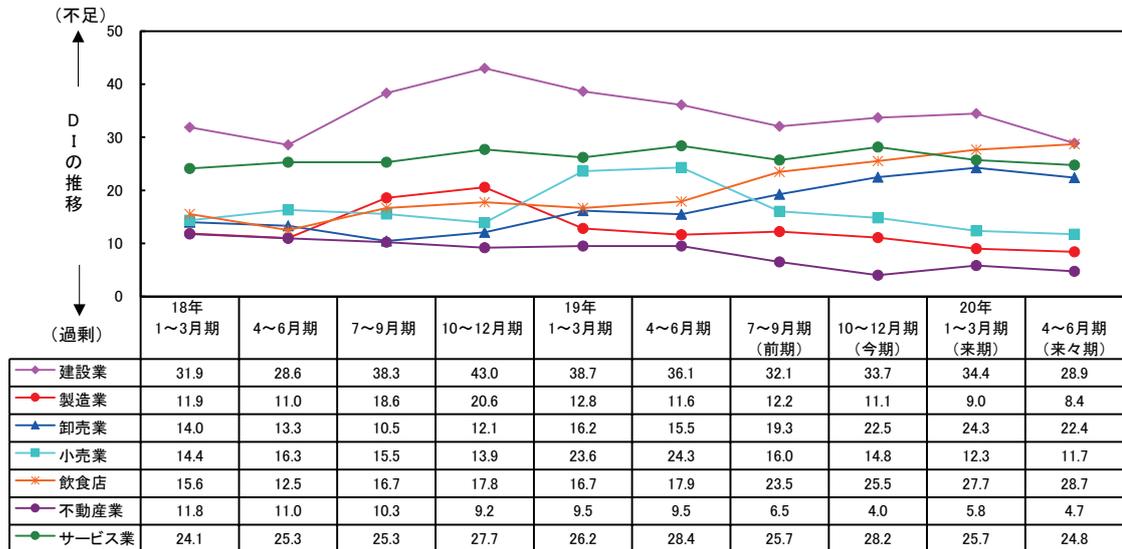
先行きをみると、来期は「適正」《不足》が減少、《過剰》が増加する見通しである。来々期は「適正」が増加、《不足》が減少、《過剰》が横ばいの見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、全ての業種がプラスであり、特に「建設業」は大幅なプラスが続いた。前期と比べて「建設業」「卸売業」「飲食店」「サービス業」で上昇した。

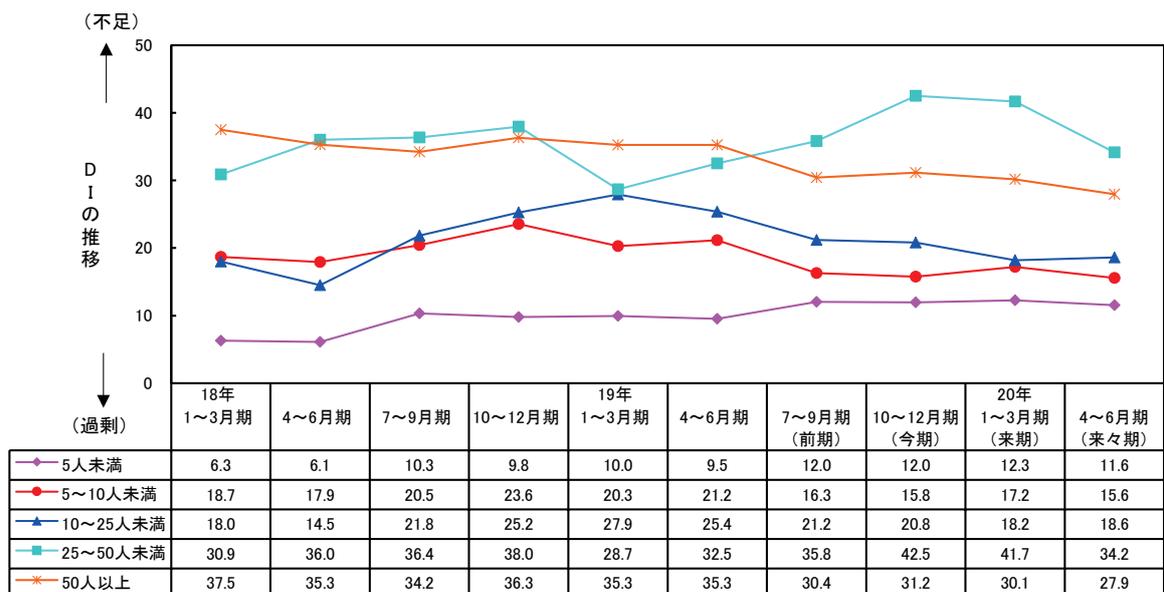
先行きをみると、来期、来々期と全ての業種でプラスが続く見通しである。来期は「建設業」「卸売業」「飲食店」「不動産業」で上昇するものの、来々期は「飲食店」を除いた業種は下降する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは、全ての規模がプラスで、特に《25人以上》は大幅なプラスであった。前期と比べて「5人未満」は横ばい、《5~25人未満》は下降、《25人以上》は上昇であった。

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り、引き続き《25人以上》の大幅なプラスが続く見通しである。

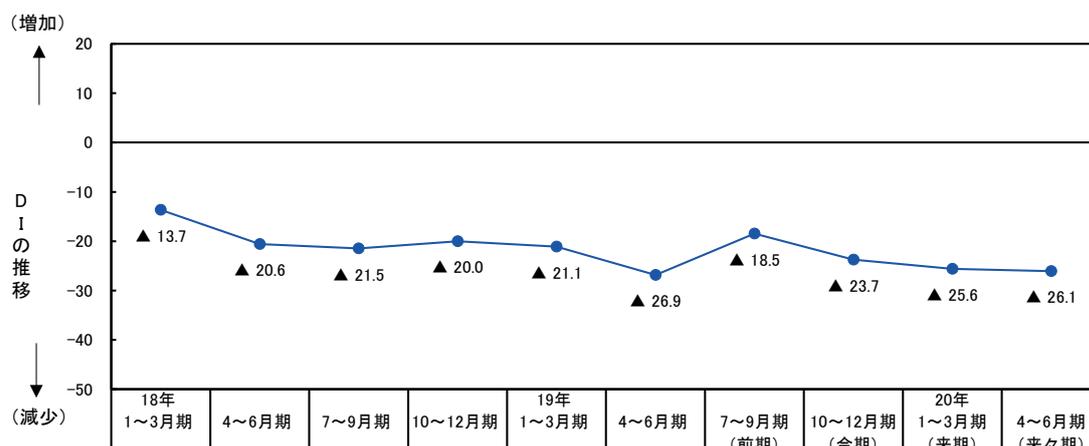


## (5) 販売数量

### ① 全体

今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲23.7となり、前期と比べて5.2ポイント下降した。前年同期と比べて、前期は上昇したものの、今期は下降した。

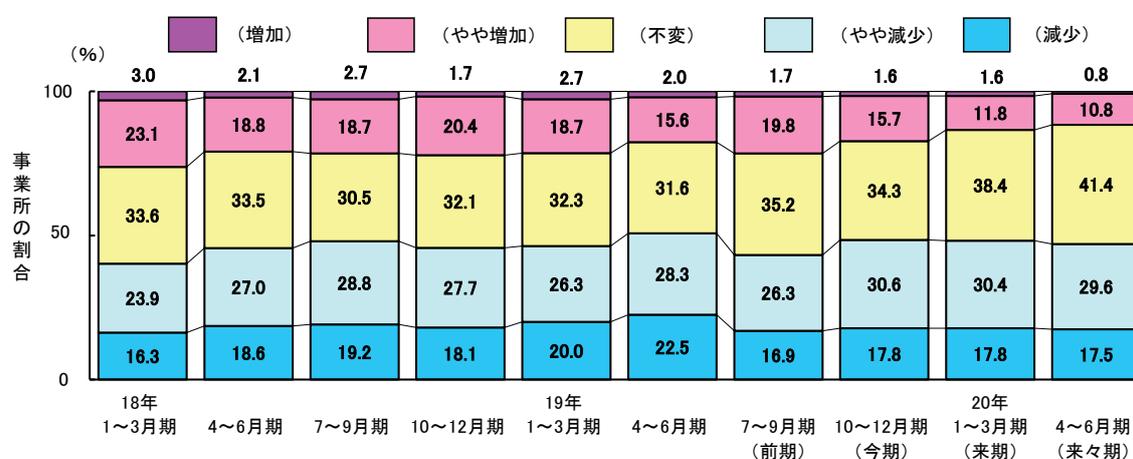
先行きをみると、来期は▲25.6、来々期は▲26.1と下降していく見通しである。



### ■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》とみる事業所が5割近く(48.4%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業所が1割台半ばを超え(17.3%)、「不変」とみる事業所が3割台半ば近く(34.3%)であった。前期と比べて、《減少》が増加し、「不変」《増加》が減少した。

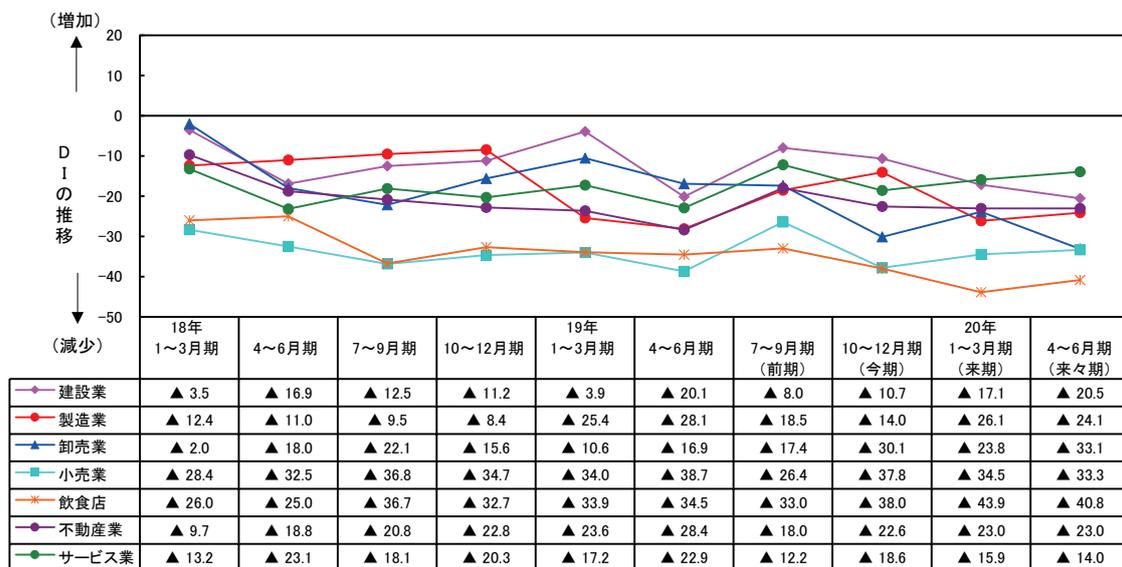
先行きをみると、来期は「不変」が増加し、《減少》《増加》が減少、来々期は《減少》《増加》が減少し、「不変」が増加する見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、全ての業種がマイナスで、前期と比べて「製造業」を除いた業種で下降した。「小売業」「飲食店」は大幅なマイナスが続いた。

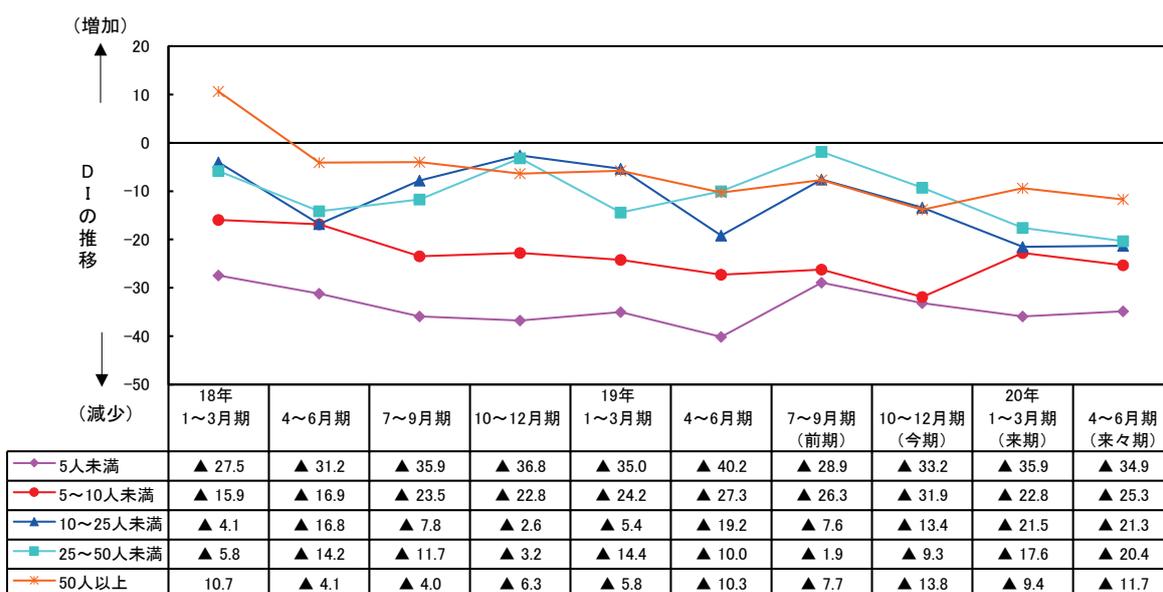
先行きをみると、来期は「建設業」「製造業」「飲食店」「不動産業」で下降し、来々期は「建設業」「卸売業」で下降、「製造業」「小売業」「飲食店」「サービス業」で上昇、「不動産業」で横ばいの見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは全ての規模がマイナスであった。前期と比べて全ての規模で下降した。《10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「5人未満」「10~50人未満」で下降、来々期は「5~10人未満」「25人以上」で下降する見通しである。

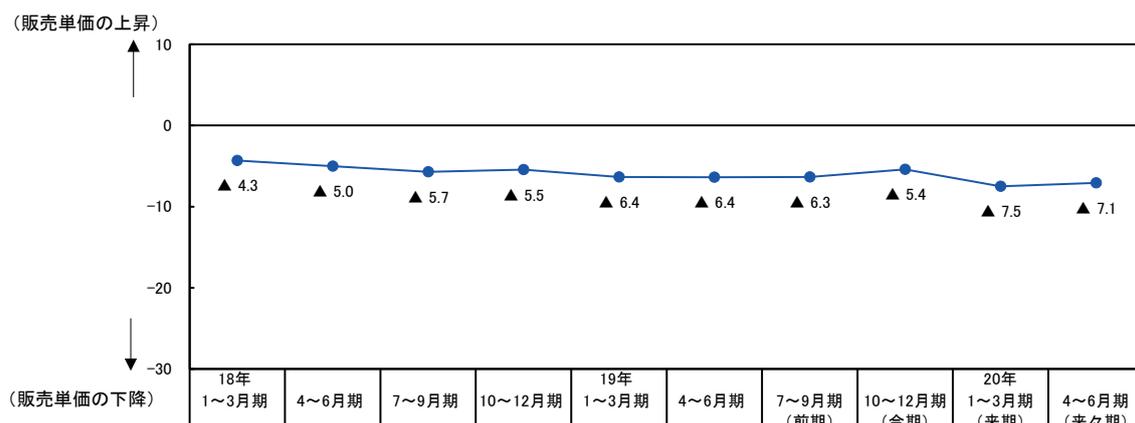


## (6) 販売単価

### ① 全体

今期のD Iは「下降」が「上昇」を上回り▲5.4となり、前期と比べて0.9ポイント上昇した。前年同期と比べて、前期は下降したものの、今期は上昇した。

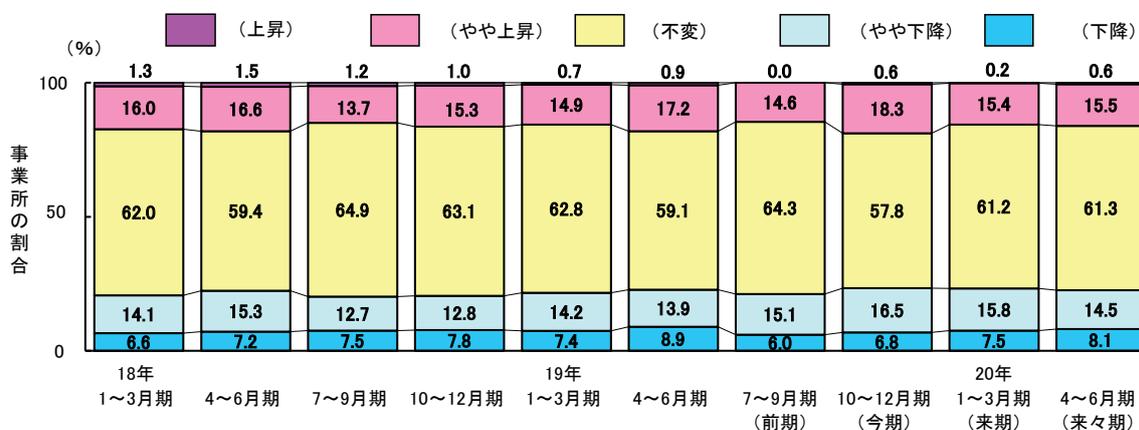
先行きをみると、来期は▲7.5と下降するものの、来々期は▲7.1と上昇する見通しである。



### ■事業所の割合

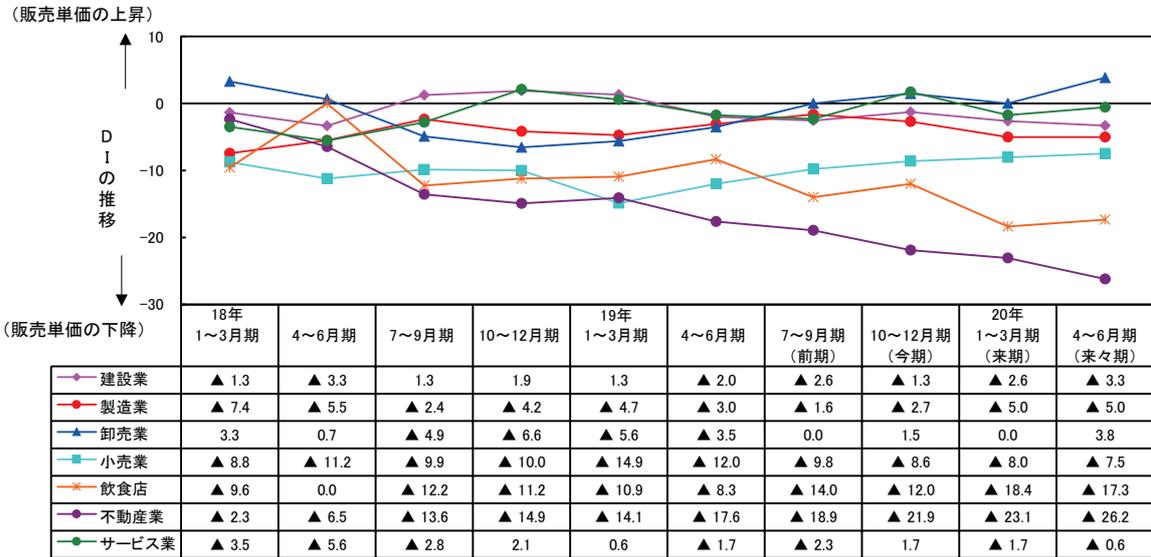
販売単価について、今期は「不変」とみる事業所が5割台半ばを超え(57.8%)、「下降」と「やや下降」をあわせた《下降》とみる事業所が2割台半ば近く(23.3%)、「上昇」と「やや上昇」をあわせた《上昇》とみる事業所が2割近く(18.9%)であった。前期と比べて、「不変」が減少し、《上昇》《下降》が増加した。

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



## ② 業種別

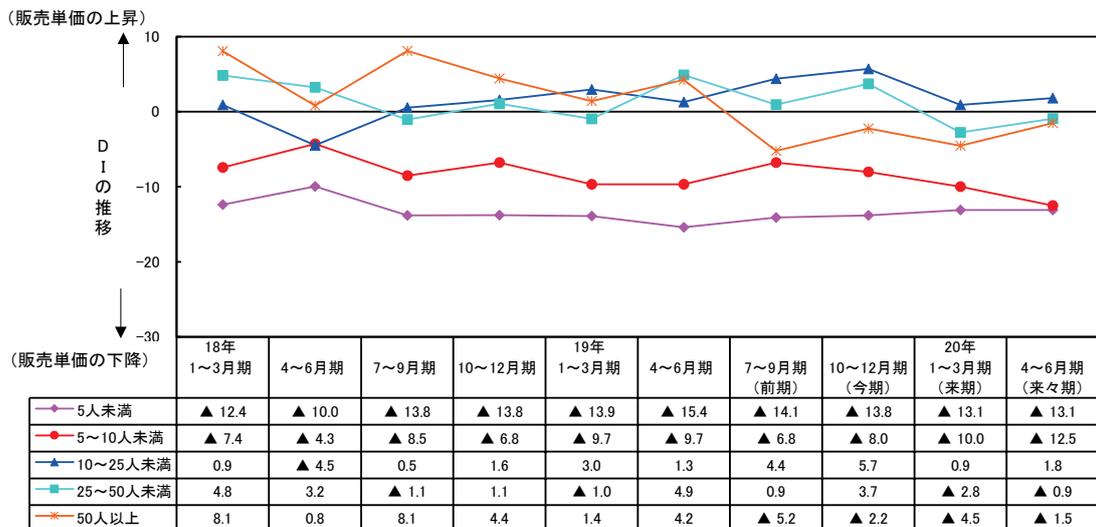
今期のD Iは、「卸売業」「サービス業」がプラス、それ以外の業種はマイナスであった。前期と比べて、「製造業」「不動産業」で下降したものの、それ以外の業種は上昇であった。先行きをみると、来期は「小売業」を除いた業種で下降し、来々期は「建設業」「製造業」「不動産業」を除いて上昇する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは《10人未満》「50人以上」がマイナス、《10~50人未満》がプラスであった。前期と比べて「5~10人未満」を除いた規模は上昇した。

先行きをみると、来期は「5人未満」は上昇し、それ以外の規模は下降する見通しである。来々期は「5人未満」は横ばい、「5~10人未満」は下降、それ以外の規模は上昇する見通しである。「10~25人未満」は、来期、来々期とプラスが続く見通しである。

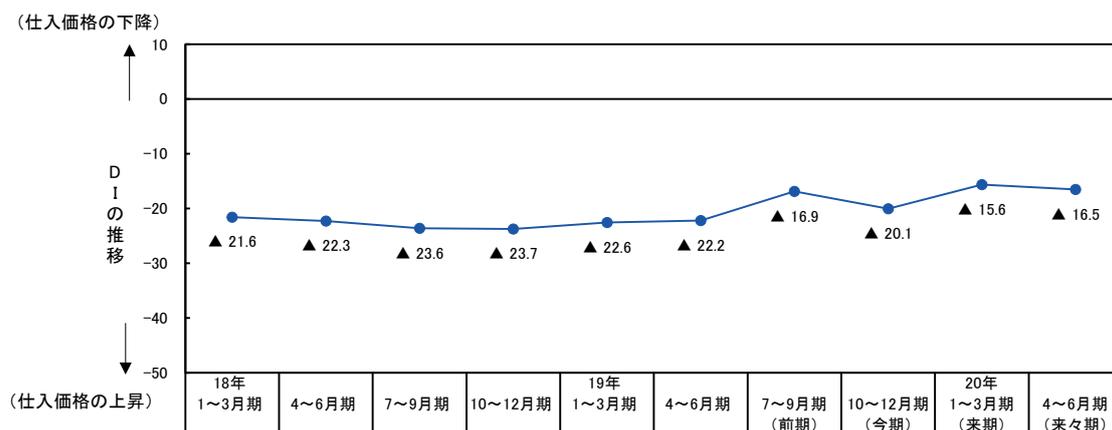


## (7) 仕入価格（単価）

### ① 全体

今期のD Iは「上昇」が「下降」を上回り▲20.1となり、前期と比べて3.2ポイント下降した。前年同期と比べて、前期、今期とも上昇した。

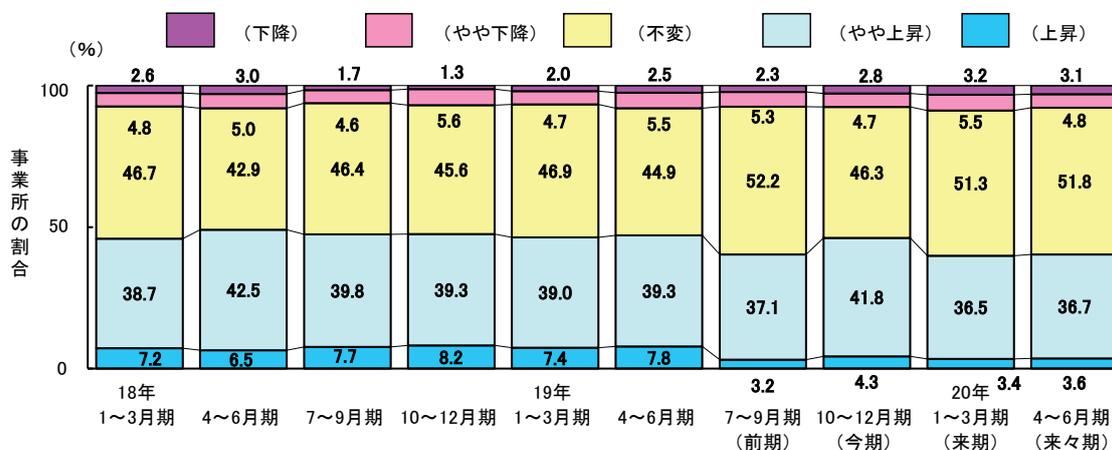
先行きをみると、来期は▲15.6と上昇するものの、来々期は▲16.5と下降する見通しである。



### ■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》とみる事業所が4割台半ばを超え(46.1%)、「不変」とみる事業所が4割台半ばを超え(46.3%)、「下降」と「やや下降」をあわせた《下降》とみる事業所が7.5%であった。前期と比べて、《上昇》が増加し、「不変」「下降」が減少した。

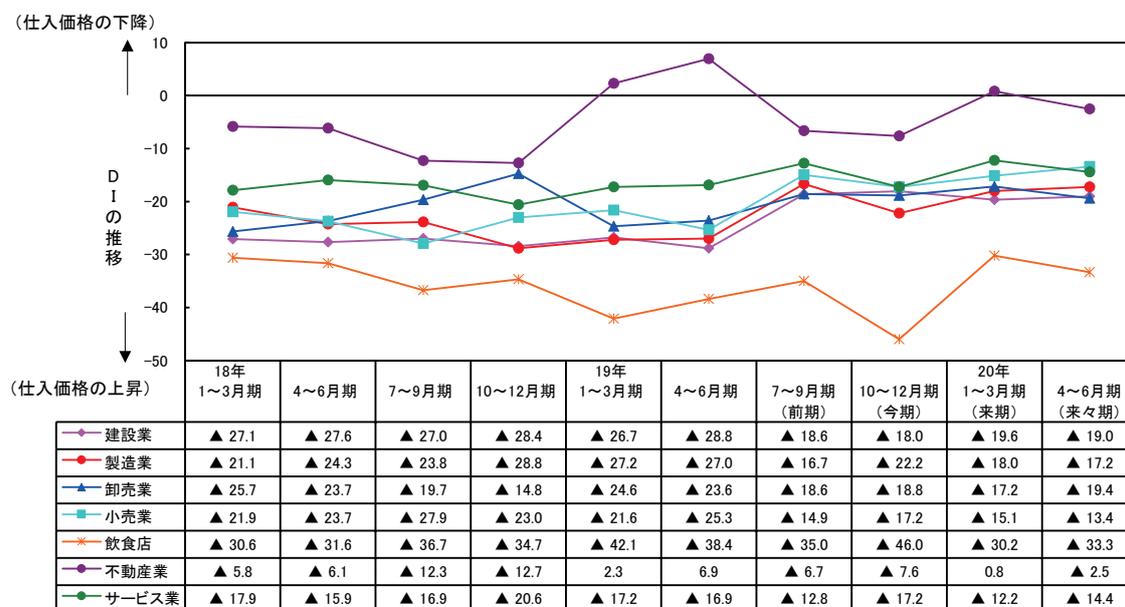
先行きをみると、来期は「不変」「下降」が増加し、《上昇》が減少する見通しである。来々期は「不変」「上昇」が増加し、《下降》が減少する見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、全ての業種がマイナスで、前期と比べて「建設業」を除いた業種は下降した。「飲食店」は大きく下降し、更に大きなマイナスとなった。

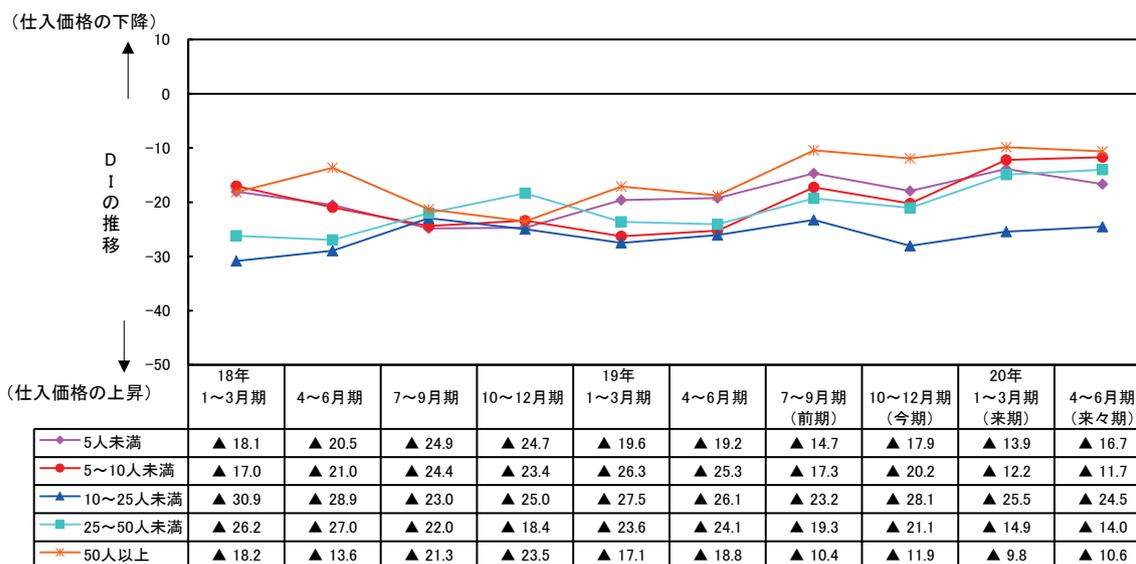
先行きをみると、来期は「建設業」を除いて上昇し、不動産業はプラスに転じる見通しである。来々期は「卸売業」「飲食店」「不動産業」「サービス業」で下降する見通しである。「飲食店」は来期は上昇するものの、大幅なマイナスが続く見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは、全ての規模がマイナスであり、前期と比べて全ての規模で下降した。

先行きをみると、来期は全ての規模で上昇、来々期は《5~50人未満》で上昇する見通しである。

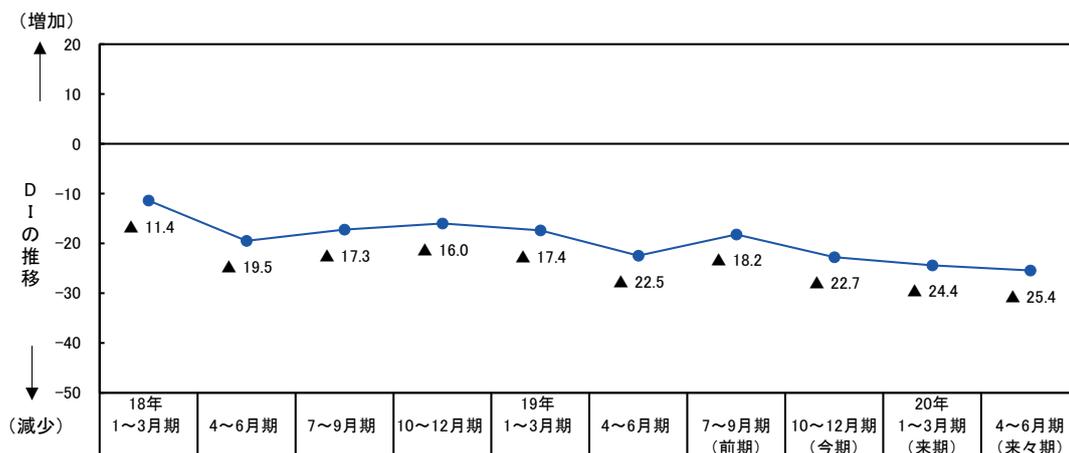


## (8) 売上高

### ① 全体

今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲22.7となり、前期と比べて4.5ポイント下降した。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。

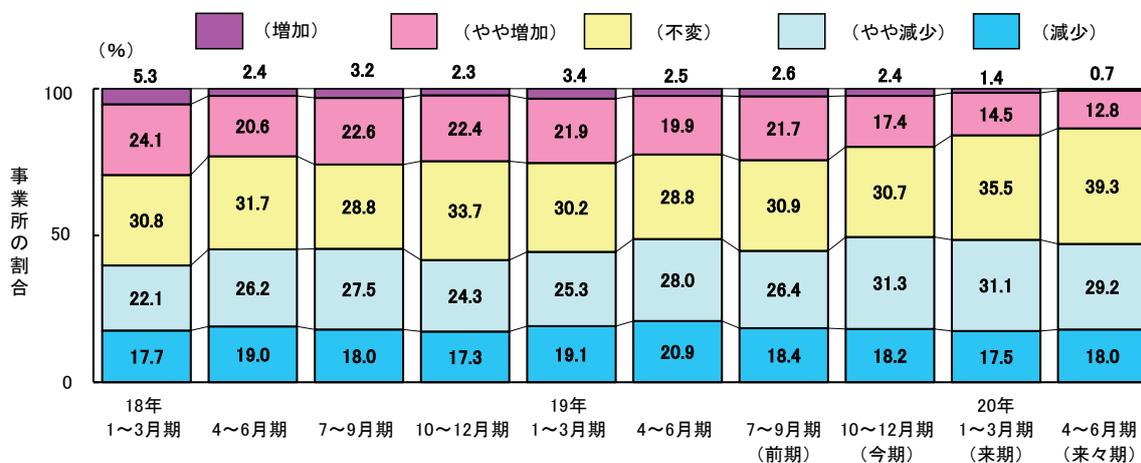
先行きをみると、来期は▲24.4、来々期は▲25.4と下降していく見通しである。



### ■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》とみる事業所が5割弱(49.5%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業所は2割弱(19.8%)、「不変」とみる事業所は約3割(30.7%)であった。前期と比べて、《減少》が増加し、「不変」《増加》が減少した。

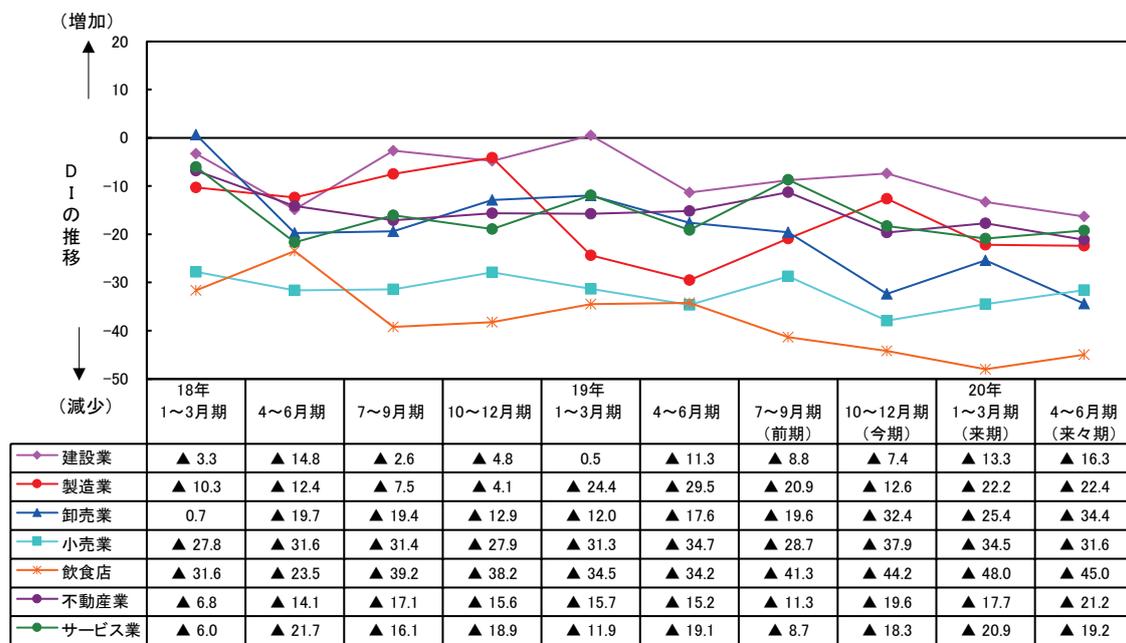
先行きをみると、来期、来々期と「不変」が増加し、《減少》《増加》が減少していく見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、全ての業種でマイナスとなり、前期と比べて「建設業」「製造業」を除いた業種は下降した。「小売業」「飲食店」は大幅なマイナスが続いた。

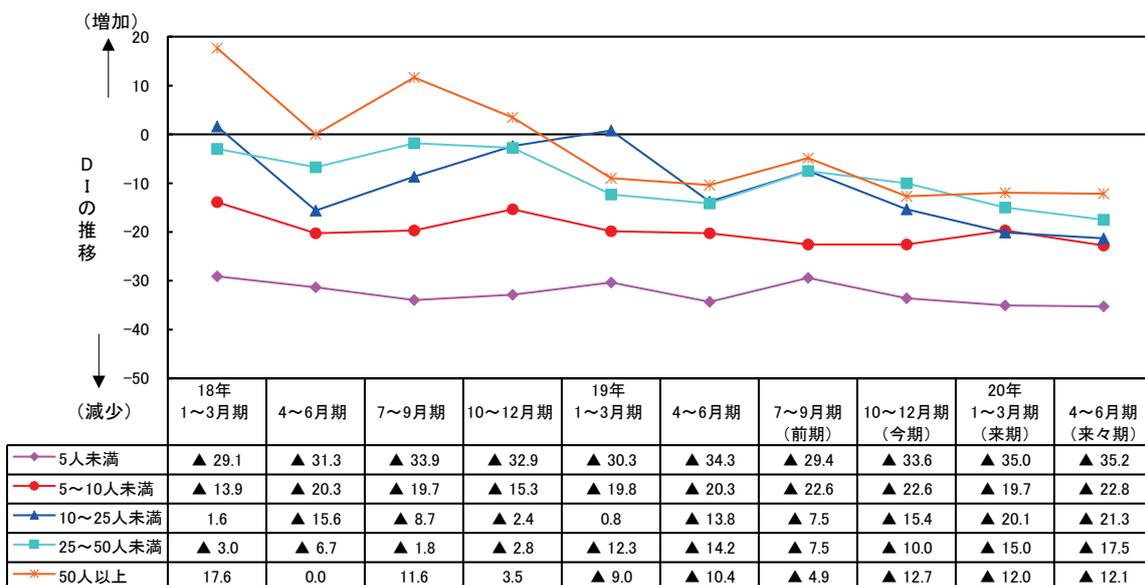
先行きをみると、来期は「建設業」「製造業」「飲食店」「サービス業」で下降、来々期は「建設業」「製造業」「卸売業」「不動産業」で下降する見通しである。「飲食店」は大幅なマイナスが続く見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは、全ての規模がマイナスであった。前期と比べて、「5~10人未満」は横ばいであったが、それ以外の規模は下降した。

先行きをみると、来期は「5人未満」「10~50人未満」で下降し、来々期は全ての規模で下降する見通しである。

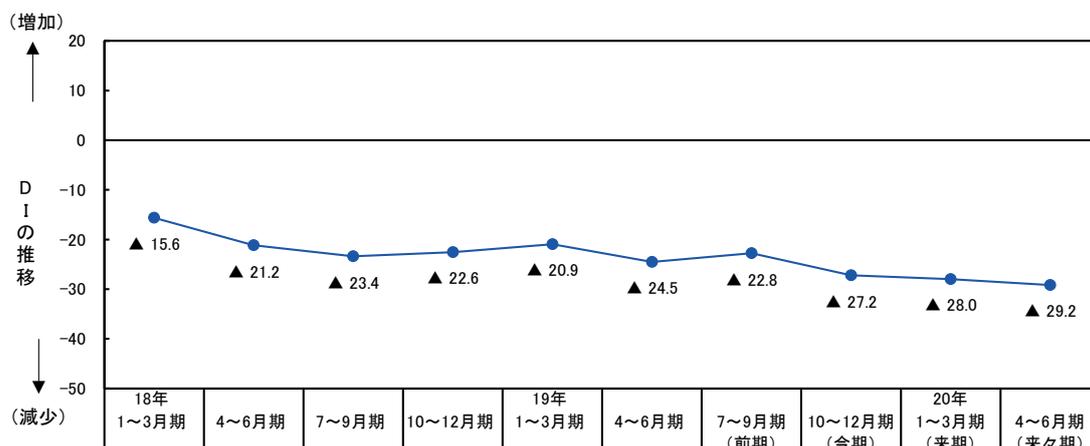


## (9) 経常利益

### ① 全体

今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲27.2となり、前期と比べて4.4ポイント下降した。前年同期と比べて、前期は上昇したものの、今期は下降した。

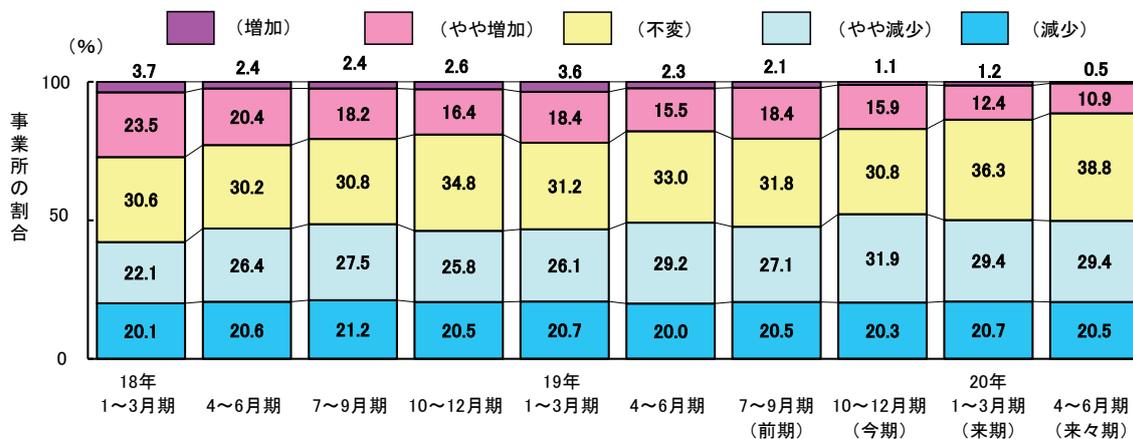
先行きをみると、来期は▲28.0、来々期は▲29.2と下降していく見通しである。



### ■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》とみる事業所が5割強(52.2%)、「不変」とみる事業所が約3割(30.8%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業所が1割台半ばを超え(17.0%)であった。前期と比べて、《減少》が増加し、《増加》「不変」が減少した。

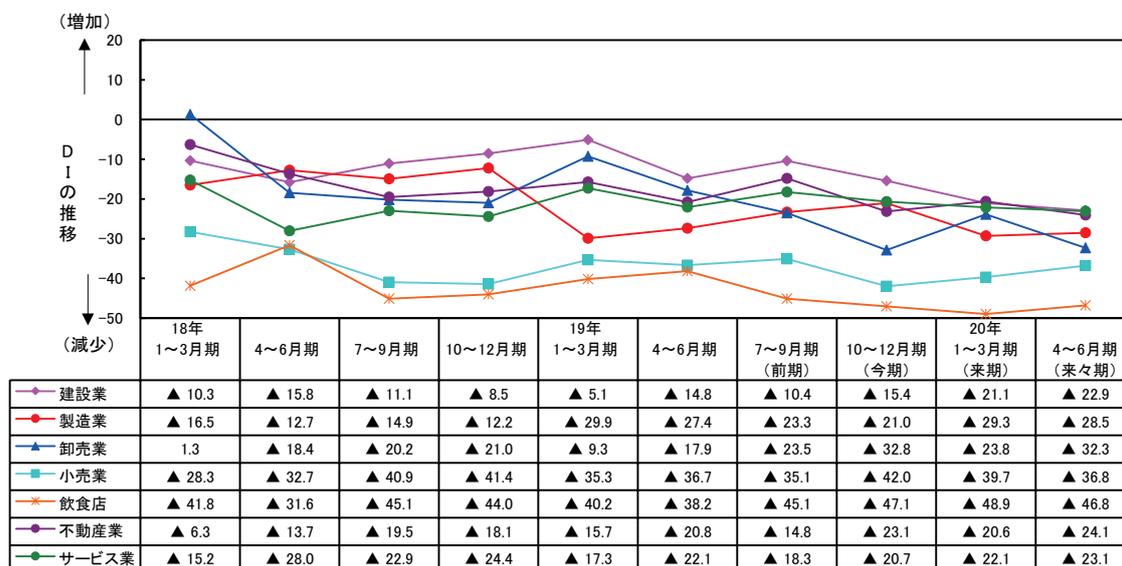
先行きをみると、来期、来々期と「不変」が増加し、《減少》《増加》が減少していく見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、全ての業種がマイナスであり、前期と比べて「製造業」を除いた業種は下降した。「小売業」「飲食店」は大幅なマイナスが続いた。

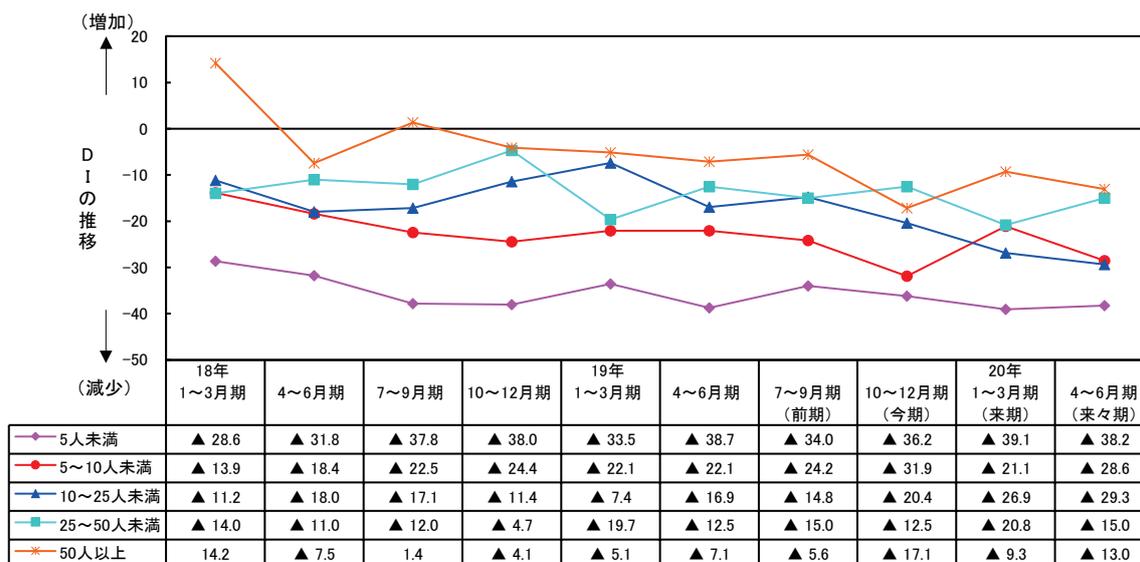
先行きをみると、来期は「建設業」「製造業」「飲食店」「サービス業」で下降する見通しである。来々期は「建設業」「卸売業」「不動産業」「サービス業」で下降する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは、全ての規模がマイナスであった。前期と比べて「25~50人未満」を除いた規模で下降した。「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「5人未満」「10~50人未満」で下降する見通しである。来々期は「5~25人未満」「50人以上」で下降する見通しである。

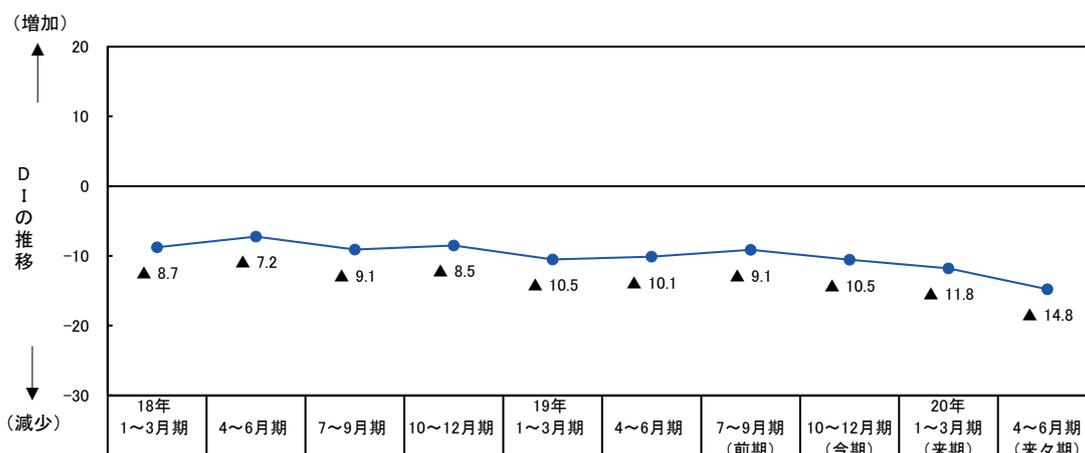


## (10) 設備投資

### ① 全体

今期のD Iは、「減少」が「増加」を上回り▲10.5となり、前期と比べて1.4ポイント下降した。前年同期と比べて、前期は横ばいで、今期は下降した。

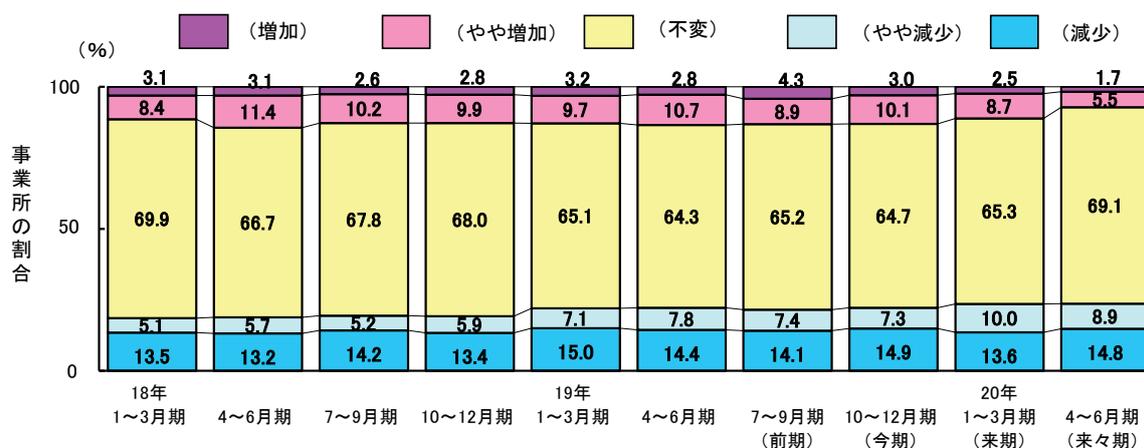
先行きをみると、来期は▲11.8、来々期は▲14.8と下降していく見通しである。



### ■事業所の割合

設備投資について、今期は「不変」とみる事業所が6割台半ば近く(64.7%)、「減少」と「やや減少」をあわせた《減少》とみる事業所が2割強(22.2%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業所が1割台半ば近く(13.1%)であった。前期と比べて《減少》が増加し、「不変」《増加》が減少した。

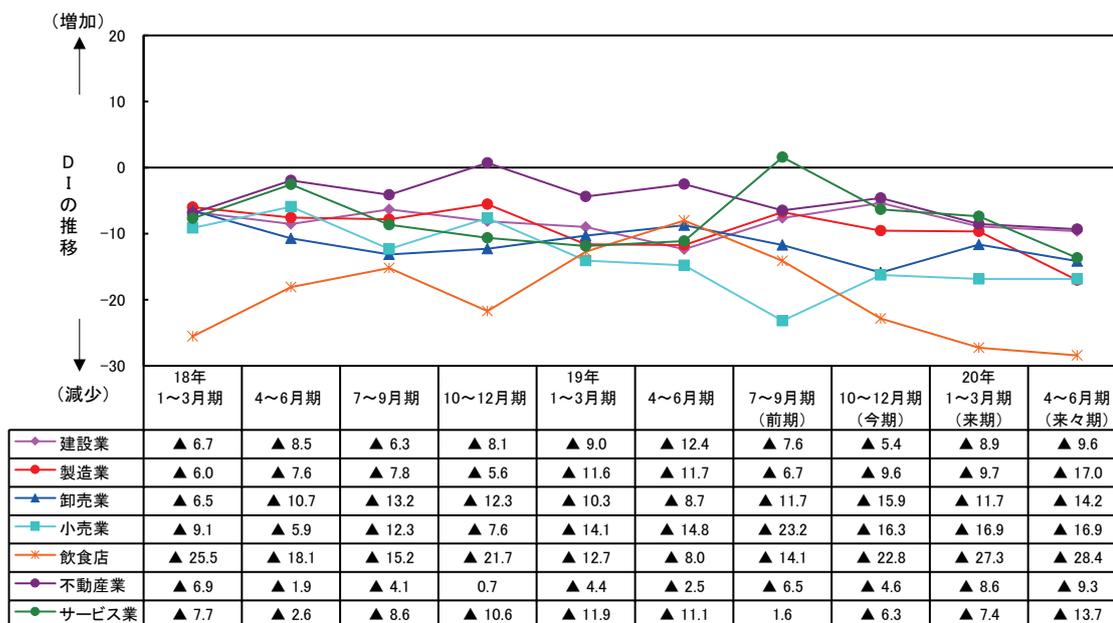
先行きをみると、来期、来々期と「不変」《減少》が増加し、《増加》が減少していく見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、全ての業種がマイナスであった。前期と比べて「製造業」「卸売業」「飲食店」「サービス業」は下降した。

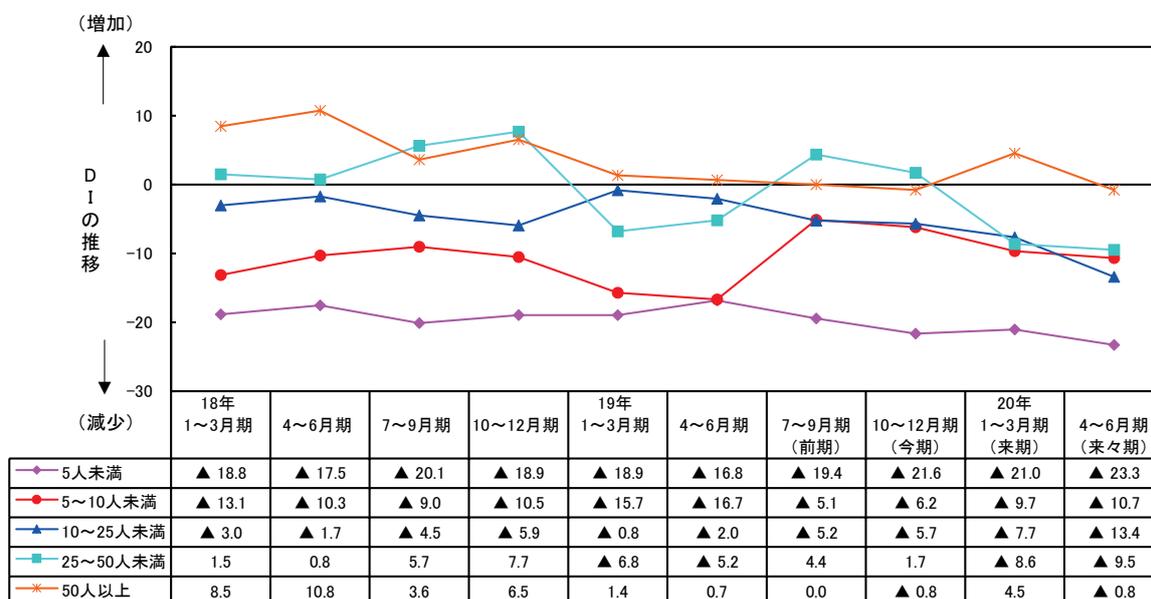
先行きをみると、来期は「卸売業」を除いた業種で下降、来々期は「小売業」の横ばいを除いた業種で下降する見通しである。来期、来々期と「飲食店」は下降し、大幅なマイナスが続く見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは、「25~50人未満」でプラス、それ以外の規模はマイナスであった。前期と比べて全ての規模で下降した。

先行きをみると、来期は《5~50人未満》で下降する見通しである。来々期は全ての規模で下降する見通しである。来期、来々期と、「5人未満」の大幅なマイナスが続く見通しである。



## (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
  - ・戸建住宅、新築建築が減少。問合せの減少、受注率の低下。
  - ・人件費の値上り、人手不足。個人住宅などの手直し工事などで金額が張らない。
  - ・天候不良や国内行事で工事ができない。工期の変更。
  - ・消費税法改正の特需の反動。
- ◆「普通」と回答した事業者
  - ・売上増だが人件費が上昇し、利益は横ばい。
  - ・需要の変動がない。物流施設整備が継続。
- ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・全般的に建設業は上昇気味。植栽工事に伴う樹木が多く必要。
  - ・受注件数、金額ともに安定。消費税率引上げ前の駆け込み需要等もあり順調。

#### <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「令和元年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	・戸建住宅、新築建築が減少しているため業績が悪い。	●
2	・電力会社の費用抑制による工事受注量の減少。	●
3	・消費税率引上げの影響による減少。	●
4	・住宅（集合・戸建）の着工件数減（不況、少子化）。	▲
5	・個人の住宅などの手直し工事などで金額が張らない。	▲
6	・問合せの減少と受注率の低下。	▲
7	・天候不良、国内行事など、工事が出来ない事が続いたため。	▲
8	・工期の変更が多かった（ずれ込む）。	▲
9	・人件費の値上り、人手不足。	▲
10	・消費税法改正の特需の反動あり。	▲
11	・公共工事受注の減。	□
12	・受注工事の着工延期があるが、受注状況に目立つ変化はなかった。	□
13	・物流施設整備が継続している。	□
14	・売上は伸びたが、人件費が上がったためか利益は横ばい。	□
15	・需要の変動がないため。	□
16	・全般的に建設業は上昇気味。	○
17	・顧客の新築状況により変化するが、現在順調に棟数を増やしている。また昨年度からの引き続きの防火設備点検も継続して受注できている。	○
18	・植栽工事に伴う樹木が多く必要。	○
19	・消費税率引上げ前の駆け込み需要等もあり順調。	○
20	・受注件数、金額ともに安定。	◎

## ② 見通し

### 〔見通しの概要〕

- ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・新築工事現場が少ない。需要低下が止まらない。公共工事の受注件数の減少。
  - ・オリンピックの期間以降の景気がどうなるか不安。
  - ・人手不足。雇い業者単価の上昇。
  - ・消費税率上げがきいてくる。消費税率上げの駆け込みによる見込み客の減少。
- ◆「普通」と回答した事業者
  - ・受注工事が減少気味と判断。分譲、賃貸マンション共に供給過剰に陥る。
  - ・国内景気が低調傾向の中での消費税率上げ。消費税率上げによる駆け込み需要の反動。
  - ・内部組織の改革や効率のアップを見込み、維持できると考える。
  - ・まだ仕事が継続していく感じがある。需要の変動が少ない。
- ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・来年度の受注確定分は相当数確保している。
  - ・引き続き植栽工事が続く。年度末に向けて好調。

### <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「令和2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	・新築工事現場が少ない見通し。	●
2	・年々悪くなるため、業績見直しが急務である。	●
3	・不況の影響で更に悪化。	●
4	・需要低下が止まらず、右肩下がりになっている。	▲
5	・個人消費及び公共工事の発注、受注件数の減少が予想される。	▲
6	・雇い業者単価の上昇。	▲
7	・人手不足。	▲
8	・オリンピックの期間以降の景気がどうなるか不安である。	▲
9	・消費税率上げがきいてくる。	▲
10	・消費税率上げの駆け込みにより、見込み客減少と人手不足による受注難。	▲
11	・今後、受注工事は減少気味と判断される。	□
12	・分譲、賃貸マンション共に供給過剰に陥る。	□
13	・国内景気低調傾向の中での消費税率上げ。国外不安要因（米・中の貿易対立、日韓対立等）の推移、台風被害の影響があり、特にオリンピック終了後の国内景気が心配。	□
14	・消費税率上げによる駆け込み需要の反動あり。	□
15	・内部組織の改革や効率のアップを見込み、維持できると考える。	□
16	・まだ仕事が継続していく感じがあるので、この状況で進んでいきそうである。	□
17	・需要の変動が少ない（小さい）と思われるため。	□
18	・来年度の受注確定分は相当数確保している。	○
19	・引き続き植栽工事が続くと思う。	○
20	・年度末に向けて好調。	◎

## <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「令和元年10～12月期」の判断、見通しは「令和2年4～6月期」の判断。以下同様。

### ◇工務店（実績□、見通し□）

- ・当社では、民間の住宅リフォーム事業を主としている。
- ・経営は、直近の売上はやや減少しているが、経常利益は変わらず堅調を維持している。リフォーム市場は需要が多いが、近年では人件費が高騰し、経費を圧迫している。これからは注視して働き方改革を進めなければならないと考えている。
- ・当社が手掛けている一般住宅のリフォーム分野は同業の競合他社が多く、極めて競争が激しい。その上、使用するリフォーム関連資材は価格競争にさらされ、ネットで各資材の値段が誰でも閲覧できるような時代になってきた。顧客自らが、原材料の値段をDIYなどの日曜大工の小売店で情報を仕入れ、「少し高いのではないか」と価格交渉を我々請負業者に迫ってくる発注側のお客さんがでてきている。
- ・市場環境としてはバブル期に建設された住宅が多く、30年から50年と老朽化が進んできている。特に台所、ふろ場などの水回りのリニューアルが必要となっている住宅が多い。
- ・雇用問題については、同業他社では今、外国人が多くなっているが、定着していない。外国人の国民性か、どうかかわからないが、日本で身に着けた技術を持って、やめていく外国人が多い。当社にとっては大きな損失である。様々な社員教育に研修などで費用をつぎ込んできたものの、その回収をしようとする段階になってやめていくからである。
- ・しかし日本人はなかなか雇用できない。女性の雇用についても考えてはいるが、なかなか難しい。社員として雇用するには職場環境の整備から始めなければならず、新たな設備投資がかかるためである。今のところ女性の感性を必要とするリニューアルに係る新規情報などは、住宅展示のショールームなどから得ている。

### ◇電気設備工事（実績□、見通し▲）

- ・当社は、電気設備工事の設計、施工並びに保守点検を行っている。
- ・一般の公共事業の電気設備分野を対象とし、ほとんどが入札事業で、比較的短期で安価なハコモノ（公共事業で建てられる官庁舎、公民館、学校等）を中心としている。
- ・公共事業のため、経営は毎年、予算の動向に左右される。先を見通せるものの、最近はやり過ぎ、利益とも減少傾向にある。
- ・経営環境としては、ここ数年、オリンピックの集中工事が進められ、公共工事の発注が遅れ気味で推移している。そのため、回復するのは今後数年かかると思われる。中長期的には公共施設の老朽化が叫ばれ、今は公共関連施設のリニューアル予算が組まれている。
- ・一方で、原材料費、人件費の高騰への対応が求められている。人材確保については、県の事業予算の動向を把握しながら、検討しているところである。具体的には、職安に依存してきた募集体制を見直し、従来の紙媒体を全面的に改め、ITを使ったネットサービスの利用に切り替えていきたいと考えている。

## 【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
  - ・主要取引先の一部事業撤退。取引先企業の経営縮小や節減。得意先の減少（廃業等）。
  - ・受注数量の減少。主要業界の売上が減少。印刷需要の減少と競争の激化。
  - ・人件費、物流費アップ。
  - ・海外（特に東南アジア）が悪い。米中貿易摩擦の影響。中国経済の景気減速。
  - ・気候の変化。台風によるサプライヤーの停止。
- ◆「普通」と回答した事業者
  - ・仕入単価や運賃の上昇。消費税法の改正。
  - ・月並の仕事量があった。
- ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・主力の光学業界向け部品が増加。学校空調設置需要による増加。
  - ・価格競争による顧客獲得。

#### <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	・主要取引先の一部事業撤退による売上減。	●
2	・取引先企業の経営縮小や節減が多くみられる。	●
3	・金融機関向けが大幅に減少している。	●
4	・人件費、物流費アップ。ネット販売により実店舗販売ダウン。	●
5	・仕入の価格の上昇と仕事量の減少。	●
6	・受注量の減少に伴う客単価の価格競争による悪影響。	●
7	・見積りして安くしても取れない。	●
8	・得意先の減少（廃業等）。	▲
9	・全体的な受注数量の減少。	▲
10	・主要業界（自動車、半導体関連）の売上が減少している。	▲
11	・印刷需要の減少と競争の激化は避けられない。	▲
12	・米中貿易による相場の不安定、スチール・アルミは春先から悪化。	▲
13	・海外（特に東南アジア）が悪い。	▲
14	・2019年度前半の景気は、客先の状況もほぼ計画通りで推移したのと特需があったために、非常に良い業績だったが、9月以降米中貿易摩擦の影響が出始め、中国経済の景気減速が新興国市場の需要減少を招いた。	▲
15	・気候の変化に左右された。	▲
16	・台風によるサプライヤーの停止。	▲
17	・オリンピックがあっても仕事量は変わらず。また、新規が来ても人手不足で対応しきれない。	□
18	・仕入単価や運賃の上昇により、全体的にあまり良くない。	□
19	・米中の貿易問題。	□
20	・消費税法の改正。	□
21	・月並の仕事量があった。	□
22	・主力の光学業界向け部品が増加。	○
23	・学校空調設置需要による増加。	○
24	・10月～1月は市場需要増につき良好。	○
25	・価格競争による顧客獲得。	○

## ② 見通し

### 〔見通しの概要〕

- ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・競争の激化が進む。廃業、倒産が相続している。受注数量の減少。業界が少し悪くなっている。
  - ・海外での生産拠点移動で減少。米中の貿易の長期化の様子。
  - ・下請けの単価は上がりそうもない。原料値上がりによる売単価上昇。
  - ・働き方改革等で就業時間の短縮による生産性の低下。
  - ・新規導入品目の生産開始の大幅な遅れ。親会社の受注減。
- ◆「普通」と回答した事業者
  - ・景気減速による設備投資の減速が顕著であり、当面大きな回復は見込めない。
  - ・人手不足。外注をうまく活用することにより安定。
  - ・今後も変わらず定期的にある見通し。年明けには通常業務に戻る予定。
- ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・今後は順調に生産に繋がるものと期待。今後も右肩上がりと思われる。
  - ・新規商材が動き出す。

### <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	・見通しは全く良くない。競争の激化が進むだろう。	●
2	・全体的な受注数量の減少。	●
3	・下請けの単価は上がりそうもなく見通しは最悪。	●
4	・廃業、倒産が相続している。	●
5	・景気が良いと実感できないことが最大の要因。働き方改革等で就業時間の短縮による生産性の低下による。	●
6	・業界が全体的に少し悪くなっている。	▲
7	・今後建設関連等の落込みが予想され、全般的には厳しい環境が続く見込み。	▲
8	・海外での生産拠点移動で減少。	▲
9	・米中の貿易の長期化の様子。	▲
10	・原料値上がりによる売単価上昇で、先行き不明。	▲
11	・新規導入品目の生産開始が大幅に遅れている。	▲
12	・親会社の受注減による。	▲
13	・自動車業界、電子部品業界等の景気減速による設備投資の減速が顕著であり、当面大きな回復は見込めないと思料。	□
14	・引き続き販売増、コスト削減に努めるが、2019年10月、2020年4月に薬価改定が実施されるため、好業績は望めない。	□
15	・良くなる兆しが見えてこない。	□
16	・人手不足のため、今現在がどこまで続くか分からない。	□
17	・赤字商品を辞めたりして、忙しすぎないように対応する。今後も忙しい、かつ、人手不足。	□
18	・外注をうまく活用し、予定を組み立てる、よって安定する。	□
19	・今後も変わらず定期的にある見通し。	□
20	・年明けには通常業務に戻る予定。	□
21	・今後は順調に生産に繋がるものと期待している。	○
22	・今後も右肩上がりと思われる。	○
23	・新規商材が動き出す。	○

## <製造業におけるヒアリング調査結果>

### ◇液体移送ポンプの製作・製造（実績□、見通し□）

- ・当社は、液体移送ポンプの製作・製造を主業務とし、設置、販売、メンテナンス等を行っている。本社内には製作、加工のための工場も併設している。
- ・移送物としては油、インクなどが多い。当社の長所としては、注文先の工場の規模を考え、その規模にふさわしいポンプの能力を設定することができることがあげられる。また、製品の特長としては、ランニングコストが削減されること、静粛で空運転が可能ということなどがあげられる。人材については、技術者として50代、40代、30代の若手があり、技術が伝承されている。
- ・当社では、売上、利益とも比較的、堅調である。
- ・今後の経営方針としては、新規受注先、顧客の開発である。そのための情報を、液体を移送している工場向けの雑誌、紙媒体から入手している。ここ最近、国内の工場の海外移転が進んでいるため、当社の販売先は減少傾向にある。中長期的には事業の見通しは厳しい。

### ◇コム関連商品の加工製造（実績▲、見通し▲）

- ・当社は、ゴム主体の緩衝材としてのパッキング加工による製品を製造している。主な製品はゴム板、スポンジ塩ビ樹脂ウレタン布等である。
- ・経営は減収減益である。その原因は、国内では全般的な消費減、海外では特にメキシコ製品への新たなる米国の関税の措置がある。これにより当社の自動車製造製品に使うゴム関連商品が影響を受けた。
- ・当社では、ゴム関連商品の出荷の底打ち感が出て厳しい状況にある。重要な半導体関連、自動車業界の売上減少も厳しい見通しである。さらに建設関連でもオリンピック以降の需要減が予想される。
- ・こうした中で、研究開発に力を入れ、新しい分野、半導体製造装置、電子部品の復調などを期待し、新規取引先の開拓を行っていきたいと考えている。高付加価値の商品の開発については、目下、国の助成措置として経営力向上計画に焦点を合わせ、機械製品など減価償却の助成を受けられる施策に力を入れている。
- ・また先端設備を導入すると、3年間の固定資産税が免除される。これにも着目し、社内で設備の研究見直しに力を入れていく計画である。新規分野としては高齢化社会に向け、高付加価値商品の開発も行っていく予定である。

## 【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
  - ・ 高齢化で取引相手がやめる。販売先業界が良くない。既製家具業界の低落。
  - ・ 数量が伸びない。たくさん売れない。新車の販売台数が伸び悩んでいる。輸出関連不振の影響。
  - ・ 原材料価格の上昇。
  - ・ 台風の影響で市場が水没、営業できない日があった。天候に左右されやすく今年は特に悪い。
  - ・ 働き方改革による影響。
  - ・ 消費者の購買意欲が下降（節約上手）。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・ 企業の設備投資が減少。既存取引先の販売が頭打ち。製造業の稼働率の減少。
  - ・ 米中の貿易摩擦の影響。
  - ・ 仕入値の上昇。コスト増。消費税率引上げ以後、あまり良くない。
  - ・ 売上、利益等の大きな変化は見られない。例年通りの実績。

#### <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	・ 高齢化して取引相手もやめる。また、自分たちも体がもたない。悪くなる。	●
2	・ 取引先の理容店にお客さんが少ない。	●
3	・ 7～9月期は消費税増税前の駆け込みがあり前年実績をクリアした。10月は台風の影響と増税のため大きく実績が落ちた。	●
4	・ 事業の縮小。	●
5	・ 販売先業界が良くない。	▲
6	・ 既製家具業界の低落による。当社メイン得意先の不振により低迷している。	▲
7	・ ひな人形の時期ではないので商品の動きが少ない。年間を通じての人形の祝品としての用途が全然とっていいほど無いのが実状。	▲
8	・ 数量が伸びない。たくさん売れない。	▲
9	・ 新車の販売台数が伸び悩んでいる。	▲
10	・ 消費税率引上げの駆け込み需要の影響と思われる。	▲
11	・ 働き方改革による影響（仕入先、販売先とも）。輸出関連不振の影響。	▲
12	・ 台風19号の影響で市場水没、営業できない日あり。	▲
13	・ 天候に左右されやすく今年は特に悪いため。	▲
14	・ 7～9月原材料価格の安定、10～12月原材料価格上昇（台風、豚コレラなど）。	▲
15	・ 消費者の台所（食事）購買意欲は下降（節約上手となっている）。	▲
16	・ 企業（特に大企業）の設備投資が減少した。	□
17	・ 既存取引先の販売が頭打ちだが、新規顧客が少しずつ増えてきている。	□
18	・ 製造業の稼働率の減少。	□
19	・ 米中の貿易摩擦の影響。	□
20	・ LME ニッケル価格の上昇により仕入値が上がった。	□
21	・ 売場を変えたので新しい対応になった。物の売上は伸びたもののコストも増えている。	□
22	・ 消費税率引上げ以後、あまり良くない感じ。	□
23	・ 売上、利益等の大きな変化は見られない。	□
24	・ 例年通りの実績。	□

## ② 見通し

### 【見通しの概要】

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・販売先業界が良くない状態が続く。製造業の稼働率の減少が続く。
  - ・年明け3月頃よりオリンピックの影響で工事がストップする。
  - ・実績（売上、粗利）が厳しい状況が続いており、上向きに転ずる手段・方策が中々見えない。上向きになる要素が見当たらない。回復の兆しが見えず、期待も薄い。
  - ・米中の貿易摩擦の影響で不安定。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・売上、利益等の大きな変化は見られない。
  - ・オリンピック以降が心配。
  - ・不透明。明るさはない。楽観的に考えている。

### <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	・災害等の復旧工事費、一時的には忙しくなるが、年明け3月頃より、オリンピックの影響で工事がストップする。	●
2	・実績と同じようだと思う。	●
3	・消費税率の引上げ。	●
4	・民間企業の設備投資の意欲が旺盛でないので、受注が減少する見込み。	▲
5	・実績（売上、粗利）が厳しい状況が続いており、上向きに転ずる手段・方策が中々見えない。	▲
6	・販売先業界が良くない状態が続く。	▲
7	・製造業の稼働率の減少が続く。	▲
8	・何件か取引が終了した顧客がいるため。	▲
9	・動く商品の量が減って来ている。	▲
10	・上向きになる要素が見当たらない。	▲
11	・回復の兆しが見えず、期待も薄い。	▲
12	・米中の貿易摩擦の影響で不安定。	▲
13	・売上、利益等の大きな変化は見られない。	□
14	・オリンピック以降が心配。	□
15	・国土強靱化計画、防災、アイコンストラクション等の継続により持続的な成長を目指す。	□
16	・不透明。	□
17	・明るさはない。	□
18	・楽観的に考えている。	□

## <卸売業におけるヒアリング調査結果>

### ◇食肉卸売業（実績□、見通し○）

- ・当社は、総合食肉販売店である。食肉を市場から仕入れ、大半は民間の食肉需要者、中小小売店、居酒屋、学校関連の給食センター、各種福祉関連施設などに納入し、一部を直接消費者に販売している。
- ・経営は大変厳しく、今期の実績は売上げがやや増加したものの、経常利益は不変であった。一方で、直接消費者に販売する食肉は、消費税の部分が当社の小売店との交渉力が不足しているためか価格に転嫁できず、消費税相当部分を自社で負担することになった。
- ・景気見通しとしては大きな変化はない。
- ・経営上の課題として、消費税の導入がある。消費者に販売する一部の食肉について価格への転嫁が困難であった。また、卸売の食肉を公的施設へ納品する場合、当初の予算金額の範囲内で処理するという前提があり、当初の予算の総額を超えることは難しかった。
- ・また、キャッシュレス対応ができていないことも今後の課題である。何らかの端末の導入、設備投資など体制作りが必要である。食肉を売る場合の関連資材、トレー、包装ビニールなどは、消費者として資材などを購入する立場にあるので、カード支払いが今後必要である。資材の仕入れについては税金 10%を支払うことになるためである。今後の課題は商品の値上げ部分の価格交渉力をいかに打ち出すかである。

### ◇家具卸売業（実績▲、見通し□）

- ・当社は家具の卸売店である。仕入れは、これまでは基本的には北米材、ロシア産が主であったが、今はロシア産が減少し、北米産が大半となっている。また国産材としては、北海道の檜材、タモ材が増加しており、自社で製材加工を行っている。
- ・販売先は大手の家具店なので、信用力が強い販売取引先としては手堅い。
- ・経営は、ここ最近では増収・増益であったが、直近の数字では減収減益であり、見通しは厳しい。将来的には消費者の家具に対する見方が大きく変わるのではないかと考えているためである。
- ・これまではオーダーメイド家具が重視され、一生ものとしてタンス、家具調度品は嫁入り道具で大変高価なものとして消費者に受け入れられてきた。しかしここに来て値段重視で安価が求められ、住居の引っ越し等を前提に機能性などが重視されている。家の中の暮らしに余裕がなくなり、年代物の家具への関心がなくなってきた。さらに昨今、首都圏での住宅の値上がり基調が、一層その傾向に追い打ちをかけている。
- ・今後の見通しであるが、家具の製造、卸、小売といった従来のシステムが今後は見なおされ、ITの導入により、直接消費者がネットを通して家具加工メーカーなどと交渉するような、大きな構造変化が生ずるのではないかと考えている。
- ・当社は、今までは「オーダー家具」に対して望みを託してきたが、今後ともこの方針は継続していきたい。お客様探しから始め、そのお客様へのアプローチにはしっかりとした展示場、信用力が必要との認識である。まずお客様の生の声が飛び交う展示店づくりから始めていきたい。

## 【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
  - ・競合店の出店。大型店の競争激化。量販店の安売り。激安スーパーの影響。
  - ・仕入価格は上がっても販売価格は上げられない。
  - ・顧客の実店舗離れ（インターネット等での購入）。
  - ・10月の消費税率引上げの反動。10月消費税率引上げ前の駆け込み需要と後の落差が大きい。
  - ・天気（台風、大雨）。天候が悪い日が土日に多い。台風による営業中止。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・消費税率引上げ前からの仕入価格の上昇。人手不足と物流費コスト高。
  - ・顧客が固定している。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・顧客の数が少しずつ増加していて売上は安定。
  - ・消費税率引上げ後も売上・利益は上昇。消費税率引上げの駆け込みが火をつけ、商品購入意欲を掻き立てた。

#### ＜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	・コンビニストア、スーパーが出来すぎ。	●
2	・激安スーパーが出来てからずっと悪い。	●
3	・一人で来店され、ケーキ1個しか買わない人が増えた。	●
4	・10月の消費税率引上げ前の駆け込み需要と後の落差が大きい。	●
5	・仕入価格は上がっても、販売価格は上げられないため。	●
6	・商品が嗜好品のため買い控えが多い。	●
7	・天気（台風、大雨）、消費税率引上げ。	●
8	・競合店の出店、増税による反動。	▲
9	・大型店の競争激化、量販店の安売り。	▲
10	・10月の消費税率引上げの反動が見られる。	▲
11	・10月の消費税率引上げ前は良いが、やはり消費税率引上げ後は少し渋い。	▲
12	・お客様の実店舗離れ（インターネット等での購入）。	▲
13	・少子化による需要の減少。	▲
14	・天候が悪い日が土日に多く、売上が伸びせなかった。	▲
15	・台風による営業中止や販売の仕込みが十分にできていなかった。	▲
16	・商品ブームや新規商品取り扱い開始によって販売売上・点数伸びたものの、消費税率引上げ前から仕入価格の上昇が多く、利益に繋がらなかった。	□
17	・人手不足と物流費コスト高。	□
18	・業界的には若干の厳しさがあるが、販売車種は比較的好調であるため。	□
19	・お客様が固定しているため。	□
20	・顧客の数が少しずつ増加していて売上は安定。	○
21	・今年は台風や大雨による水害のため、野菜・果物の収穫が悪く、値段の変動が激しかった。そのため、青果の売上と利益が下がった。しかしグロッサリーのスポット品が多く集まったので、消費税率引上げ後も売上・利益は上がっている。	○
22	・消費税率引上げの駆け込みが火をつけ、商品購入意欲を掻き立てた。	○
23	・台風前後に異常に売れたため。	

## ② 見通し

### 〔見通しの概要〕

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・消費税率引上げの影響はでてくる。消費税率引上げで悪い。
  - ・競合によりダウン。移転するか閉店しかない。スーパーで何でも売るので小売店は全滅。
  - ・人件費の高騰。働き方改革による人員増加分を売上でカバーできない。
  - ・少子化による需要の減少。家族の平均人数は年々減少するため消費量が増加する事はない。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・消費税率引上げ後の回復を見通せない。もう少し消費税率引上げの後遺症が残る。
  - ・オリンピックまでは不変。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・客数は若干減少しているが、客単価は上昇して売上・利益は確保できている。
  - ・現在目立った要因は良悪ともにない。

### <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	・消費税率引上げ及び競合によりダウン。	●
2	・移転するか、閉店しかない。	●
3	・時代が変わった。家庭の使用量少なくなった。スーパーで何でも売るので小売店は全滅である。	●
4	・生活環境の変化（マンション建設多し、若い人が多くなった）、消費税増税。	●
5	・イトインの減少。	●
6	・消費税率引上げの影響はでてくるのではないか。	▲
7	・悪い、消費税率引上げ。	▲
8	・人件費の高騰、景気回復の鈍化。	▲
9	・働き方改革による人員増加分を売上でカバーできないため。	▲
10	・少子化による需要の減少。	▲
11	・家族の平均人数は年々減少しているため、消費量が増加する事はない。	▲
12	・お客様の仮想店舗での購入が増える。	▲
13	・前年とは同じようにならない。だんだんと悪くなるような気がする。	▲
14	・大型店の競争激化、量販店の安売りがもっと激しくなる。	□
15	・もう少し消費税率引上げの後遺症が残る。春くらいから良くなるか。	□
16	・消費税率引上げ後の回復を見通せず。	□
17	・従業員の確保、保険や税金等の他、借入の返済による資金繰りへの圧迫が加わり、たいへん厳しい状況である。良くなって欲しい。	□
18	・オリンピックまでは不変、以降は見通し暗い。	□
19	・雪もなく、天災もなく、仕込価格が安定して欲しい。	□
20	・景況、少し落ち着いて来るとのお客様の情報が多く聞かれるため。	□
21	・現状、客数は若干減少しているが、客単価が上がっているため、売上・利益は確保できている。近い将来的には客数も増える見込みなので、増税による影響は心配していない。	○
22	・現在目立った要因は良悪ともにない。	○
23	・毎年寒くなってくると売上が上がるため。	○

## <小売業におけるヒアリング調査結果>

### ◇ホテル等の設備品及び消耗品等の販売（実績▲、見通し□）

- ・当社は、シティホテル、旅館、民宿などの宿泊施設、レジャー関連施設などを対象に、宿泊者などが使う消耗品などを販売している。当社では、事業申請の業種は小売業で申請している。
- ・主な商品は、宿泊者が使う、歯ブラシ、シャンプー、リンス類の消耗品などである。最近ではシャンプー、リンスなどは詰め替えが多い。
- ・経営は、売上、利益とも、最近はやや減少している。ただ、オリンピック需要が期待され、新規の宿泊施設が建てられたことで、当社への製品の需要が高まったことは大きい。また消費税率引上げ前の駆け込み需要も大きかった。
- ・今後の対策としては、まず仕入価格についての交渉力のアップである。そのための人材育成が必要である。キャッシュレスについては、法人などが主な取引先の窓口であるため、決済は銀行などの一括振り込みが多い。高付加価値的な商品サービスとして、新規の独自の商品開発を検討しているところである。
- ・また、新事業、新分野として、病院などへの搬入を検討し試みてはいるものの、入札できていない。そのほか、各種研修、教習所などをアプローチしているところである。

### ◇ケーキ店（実績●、見通し●）

- ・当店はケーキ店で、駅から10分くらいのところに立地している。近くには公共施設等もあり人の往来が多い。
- ・当店ではチーズケーキの製造、販売を行っている。特に原材料の牛乳についてはこだわりを持っており、群馬、島根の牛乳を使用している。評判は非常に高く、特徴は乳牛の無農薬の飼料にこだわっていることにある。
- ・経営は減収減益であり、これからの経営方針について目下検討しているところである。
- ・キャッシュレスの導入によって、スマホ決済アプリやクレジットカードを使っているが、利用者は拡大しているので、経理処理の省力化により、事業規模の拡大を目指している。1つの方向は、小売から卸売に転換し、業態を変えて製造に特化し、取引先となる小売店舗を増やしていくといった案である。
- ・また、アルバイトの賃金アップによるコストアップが経営を難しくしている。女性の年間収入103万円の壁を考えると、この年収の壁を超えないようにするためには年間の労働日を縮小しなければならず、今のままでは事業の拡大は無理である。女性でフルタイムで働きたい人を雇用し、商品を増やし、会社として販路も拡大し、収益を確保することはできないかと、業態の改革を考えている。そのためには、製造に徹し、インスタ映えする付加価値の高いケーキを作り、卸としての中間マージンが十分とれるような価格設定をすれば、事業は回転していくのではないかと考えている。

## 【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
  - ・近隣に店が増加。競争の激化。チェーン店などが安売り。
  - ・消費税率上げによる外食費の節約、スーパー利用へ移行。消費税率上げの影響。外食10%はきつい。
  - ・人手不足と人件費の上昇。求人費の増加。
  - ・仕入全般に高いが、売値は上げられない。
  - ・お客様の財布のひもが堅い。増税の影響で客単価が減少。
  - ・商店街にもかかわらず人通りがない。
- ◆「普通」と回答した事業者
  - ・消費税率上げで悪い。
  - ・人手不足。
  - ・消費税法改正に合わせてキャッシュレス決済を導入し、一時的に来店客が増えた。

#### <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	・近隣に店が増加、また「中食」や「デリバリー」と競合していると、相変わらず「食費」を使わない傾向が続いている感。	●
2	・チェーン店などが安売りばかりした。こちらも対抗するのに大変である。消費税率上げでお客様の財布のひもも堅い。大変苦しい状況である。	●
3	・過剰な品物と店舗、人口の減少。それに追い打ちをかけ、諸経費税、人件費の値上げで零細企業はやりくり困っている。	●
4	・消費税率10%による外食費の節約、スーパー利用へ移行（立地的に、生活圏の色が強い地区なので）。	●
5	・10月以降、消費税率上げの影響か、客単価が明らかに減少している（前年比）。	●
6	・外食10%はきつい。	●
7	・来客数が減少のため売上もない。	●
8	・商店街（駅前）であるが、客足が悪く人通りもなく大変困っている。	●
9	・同業の競争の激化、および消費税率上げの影響がある。	▲
10	・消費税率上げと求人費増加に伴い悪くなっている。	▲
11	・消費税率上げによる買い控え。	▲
12	・人手不足と人件費の上昇で資金繰りが悪い。	▲
13	・仕入全般高く売値は上げられず。	▲
14	・各個人の客単価が落ちている。	▲
15	・消費税率上げで悪い。人手不足もある。	□
16	・貸店舗の家賃が変わらないのと、喫茶店の売上がまあまあというところか、少し減少か、不変というところか。	□
17	・10月の消費税法改正に合わせてキャッシュレス導入。一時的に来店客が増えた。	□

## ② 見通し

### 【見通しの概要】

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・消費税率引上げのため減少。外食 10% に対応するしかないと思うが、悪くなっていくと予想。
  - ・同業との競争の激化が続く。
  - ・倒産が増えていくような気がする。
  - ・外食にお金を使わない傾向が続く。客単価が落ちている状態が続く。
  - ・客の高齢化による来店数の減少。若者が店に来なくなった。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・赤字店舗の閉店、求人費等削減、利益の取れる新店舗を開店する予定。
  - ・周囲に新しい住宅が建築され人口が増加してきた。
  - ・先の事はわからない。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・タワーマンション等、人口増加による集客数アップ。

### <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	・消費税率引上げのため減少。	●
2	・外食 10% に対応し、変化していくしかないと思うが、悪くなっていくと予想する。	●
3	・外食にお金を使わない傾向は続き、来年 6 月の「消費者還元期間」終了後、さらなる悪化を予想している。	●
4	・最近、若者が店に来なくなってしまった。	●
5	・暗い。今はデフレで品物があるため見かけは良いが、倒産が増えていくような気がする。	●
6	・景気先行き不透明、消費税率 10% 引上げに伴い買い控え、我慢、倹約経済、上向き状態は全くない。	▲
7	・同業との競争の激化、および消費税率引上げの影響といった事情から、いつ抜けだせるかわからない。	▲
8	・10 月からポイントをあげているが、先行きはもっと悪くなるように思う。	▲
9	・スポーツ施設の修理改築が多く、スポーツ客が多い弊店に取って痛手。	▲
10	・客の高齢化による来店数の減少。	▲
11	・客単価が落ちているが、しばらくはこのままの状態が続くと思う。	▲
12	・赤字店舗の閉店、求人費等削減、利益の取れる新店舗を開店する予定。	□
13	・新年より下降が始まる。6 月前後で新たな政策の見通し。	□
14	・貸店舗の家賃が変わらない様子なので、不動産貸付の方は不変。喫茶店の方は近くにチェーン店の喫茶店が出来るので減少。	□
15	・周囲に新しい住宅が建築され人口が増加してきた。	□
16	・先の事はわからない。	□
17	・タワーマンション等、人口増加による集客数アップ。	○

## <飲食店におけるヒアリング調査結果>

### ◇和菓子店（実績●、見通し●）

- ・当店は和菓子の老舗店で、主にだんごの製造販売を行っている。そのほか、お菓子の販売も併せて行っている。
- ・経営は家族経営で、年老いた母親と娘が主たる従業員で、他にアルバイトが数名いる。このところ経営は厳しく、減収減益である。その原因は、コメ、小麦などの原材料の仕入単価の上昇であり、またアルバイトの人件費などの上昇である。
- ・当店の売りは、創業以来の手作り、無添加の団子づくりで、固定ファンが多い。しかし無添加のために日持ちが悪く、消費期限は翌日である。最近では地元のテレビでも放映され、お客様も増えた。
- ・今回の消費税法改正は何とかお客様にご理解いただき、価格転嫁することができた。しかしキャッシュレス決済は、年老いた母には難しく、導入をあきらめた。また単価 200 円から 300 円のものにつけるポイントは、かえって手間がかかり、手数料が高いと考えた。端末の導入、新たな設備投資、覚えきれない扱い方の複雑さ等が原因である。
- ・今後は地域の団子屋として規模の最適化を目指し、小規模でも手作りで、オーダーメイドの団子屋さんとしてやっていきたい。

### ◇飲食店（実績▲、見通し□）

- ・当店はパチンコ店内の利用者などを対象にしたコーヒーなどの飲食サービスの提供を行う店である。サービスはパチンコ玉、コインなどを通貨として交換し、飲食サービスを提供している。
- ・当店の経営をみると、売上、利益ともに減少気味である。令和元年は台風などの災害により、停電で当社の冷蔵庫が壊滅的な打撃を受け、冷凍、冷蔵品を破棄処分することになり大損害を受けた。しかし来期は、赤字店舗の整理閉店、雇用人員の削減などを行い、コストの削減を行う計画であり、来期の持ち直しを期待している。
- ・また中長期的には店のリストラを始める予定である。現在、店は 70 店舗程度あるが、同業他社は多く 100 社以上あり、これらとの競争は激しいことも影響している。
- ・業態の性格としてお客様へのキャッシュレスサービスは出来ない。今考えている新事業、新分野として、まったく異業種の事業を考え、別会社として立ち上げ、利益の取れる新店舗を計画中である。

## 【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
  - ・消費税率引上げからお客様の購買力が減少。消費税率引上げ分を価格転嫁しきれていない。
  - ・競争が厳しく寡占期に入った。大手不動産会社へ顧客が流れる。
  - ・土地の価格が上がりすぎて需要についていけない。仕入価格の上昇による販売価格の上昇。
  - ・賃貸住宅の賃料の下落が止まらない。
  - ・来店客が少なくなった。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・賃貸物件管理がメイン業務なので変動は殆どなし。貸倉庫及び賃貸住宅の入居率に変化なし。
  - ・優良物件が不足、資金面で苦戦。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・販売、仲介の順調な推移。
  - ・高額な物件の売買があった。大きな売買契約の仲介業務があった。

#### <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	・消費税率引上げからお客様の購買力が減少。	●
2	・消費税率引上げ後も新築物件が売れ残り、賃貸（新築）の価格が上がり建てる人が少ない。更新物件は価格が下がり、入居率は高止まりのため、物件が動かないため売上増につながらない。	●
3	・令和元年10月より、集客の落ち込みにより、見込み客の減少に伴い、売上の落ち込みが11月より表面化。やはり10月の消費税率引上げと金融機関の審査が厳しくなっている事が背景に、不動産の流通に影響がでていると思われる。	●
4	・仕入価格の上昇、大手不動産会社への顧客の流れ。	●
5	・土地の価格が上がりすぎて需要についていけない。	●
6	・今年は仕入販売（社有）ができず、仲介のみになったため、売上が悪かった。	●
7	・来店客が少なくなった。	●
8	・消費税率引上げ分を価格転嫁しきれていない。	▲
9	・消費税率引上げによりやや悪い。	▲
10	・競争が厳しく、寡占期に入った（客の取り合い）。	▲
11	・仕入価格の上昇による販売価格の上昇。	▲
12	・賃貸住宅の賃料の下落が止まらない。	▲
13	・銀行融資の影響をもろに受ける業種のため、停滞気味。	▲
14	・賃貸物件管理をメイン業務としているため変動は殆どなし。	□
15	・貸ビル業が主体であり、入替も数なく、収支が比較的に変わらず安定している状態にある。	□
16	・貸倉庫及び賃貸住宅の入居率に変化なし。	□
17	・優良物件が不足、資金面で苦戦。	□
18	・販売（売買）、仲介（売買）の順調な推移。	○
19	・相続に伴う土地売買仲介料の増加。	○
20	・管理が安定しているのと、大きな売買契約の仲介業務があったため。	○
21	・高額な物件の売買があったため。	◎

## ② 見通し

### 【見通しの概要】

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・更なる消費税率引き上げの影響。消費税率引き上げでもっと悪くなる。
  - ・土地の価格が上がりすぎて需要についていけない。不動産価格の下落で不動産市況が悪化。
  - ・近所に分譲住宅が工事中なので空室が増加すると思われる。
  - ・テナント入居希望者が少ない。今後も空室のままの可能性ある。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・競合激しく、在庫の仕入にやや苦戦のため、大きな上昇は望めない。
  - ・今後も入居率に変化は少ない。大きく変動することは考えにくい。
  - ・物件が不足する可能性がある。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・土地売買仲介料の増加の傾向が続く。引き続き県南中心に堅調。いま進めている案件がある。
  - ・現状通りにいけば良くなる（動きは悪くない）。

### <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	・更なる消費税率引き上げの影響。	●
2	・少子高齢化、消費税率引き上げでもっと悪くなる。	●
3	・土地の価格が上がりすぎて需要についていけない。	●
4	・不動産価格の下落により、不動産市況は悪化すると思われる。	●
5	・近所に相続による分譲住宅が数十戸工事中なので、空室が増加すると思われる。（賃料から所有へ）	●
6	・来年2月で退去するテナントが決定したため。	●
7	・10月以降、台風や消費税率引き上げの影響が鈍い。	▲
8	・テナント入居希望者が少ない。	▲
9	・今後も空室のままの可能性あり。	▲
10	・近隣店舗の客数減少、店舗の入れ替わりの早さ、新規店舗の既存店との質の違い等の環境がマイナスに働いている。	▲
11	・契約サイクルの長期化。	▲
12	・競合激しく、在庫の仕入にやや苦戦のため、大きな上昇は望めず。	□
13	・保有不動産の稼働状況は良いが収入は変化ないといった現状が、大きく変動することは考えにくい。	□
14	・今後も入居率に変化は少ないと思われる。	□
15	・見通し的にも変動がなさそうだから。	□
16	・貸ビル業が主体で入替も数なく、収支が比較的に変わらず安定している現状が保たれていくという見通しである。	□
17	・物件が不足する可能性あり。	□
18	・相続に伴う土地売買仲介料の増加の傾向が続く。	○
19	・引き続き県南中心に堅調である。	○
20	・いま進めている案件があるため。	○
21	・現状通りにいけば良くなる（動きは悪くない）。	○

## <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、親会社が建設関連の会社であるため、その建築物の売買、賃貸、維持管理を主たる業務としている。事業としては、マンション、アパートなどの集合住宅関連もあるが、一戸建ての取り扱い件数の方がやや多くなっている。
- ・経營業績は、現状では売上が減少、経常利益がやや減少といった感じで推移している。ただ来年の1～3月期は景気がやや持ち直し、元の状態に戻るとみている。その要因として、社内のリストラを推進し、人件費の削減で固定費を下げ、損益分岐点が下がったことによる部分が大きい。
- ・今後の事業計画の見直しでは空き室対策がある。ただ、老朽物件が多く修繕などを含め手間がかかりコスト高となる。また、投資用不動産については、最近銀行の不正融資などで一段と厳しさが増して、金融機関からも融資が受けにくい状況にある。当面は、今、在庫として抱えている物件の公開の在り方を見直したい。特に従来のチラシ、パンフレットの製作から、予算を「デジタル」化して、若いエンドユーザー向けに代えていきたい。
- ・また、既存の取り扱い物件には法人も多く、その代表者の世代交代がここにきて進みつつあるので、対応を迫られている。例えば、駐車場であったものを建物に転用するが、後継者がいないため事業を閉鎖する等の用途変更が多い。
- ・賃貸物件では商品の説明をより分かりやすく、PRする必要があると考えている。ユーザーのライフスタイルに合わせた部屋の活用のイメージを訴求するなどである。

### ◇不動産業（実績▲、見通し●）

- ・当社は、駅前の通行量の比較的多いところに立地している。周囲は集合住宅、戸建てなども多い。不動産会社として物件は個人が中心であるが法人も多い。方式は分譲よりも賃貸物件が多い。
- ・経営は売上、利益ともやや減少している。取り扱い総件数は変わらないものの、最近1件当たりの物件の単価が下降気味になってきたためである。今取り扱っている物件の大半は30年以上も前のバブル期に建てたものが多く、一部が老朽化し、水回りなどの修繕を施す必要があるものが少なくない。こうした物件の空き室が増えてきている。
- ・市場の環境としては、少子高齢化が進み、周辺の小規模宅地の高齢者が、税の優遇を活用した相続を行い、介護福祉などの施設に移り住む傾向が出てきている。高齢者にとっては自宅のリフォームか、自宅を売って有料老人ホームか、サービス付き高齢者住宅か、特別養護老人ホーム等かの選択を迫られている。なお、高齢者が売った後の建物には若者が移り住んでくる傾向が、最近高まってきている。
- ・これからはオリンピック関係が一巡し、マンション需要が減少となるが、当社の周辺では相続税対策として分譲住宅が建設され、新たな不動産需要を生み出す可能性がある。ただし目下のところ空き室は表面化していないが、これからは空き室率が増え、賃料の値下げ問題が起こってくる。今後の不動産需要は減少してくるものと思われる。

## 【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
  - ・ 近隣に同業店が開店。競合他社の開業。
  - ・ 人手不足。技術者不足。人件費の上昇。求人コストの上昇。後継者の退職で業務を縮小。
  - ・ 消費税率引上げで乗り控え状況（タクシー業）。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・ 消費税率引上げの影響。消費税率引上げに伴う販売価格の上昇で売上が低下。
  - ・ 天候不順。
  - ・ 従来業務が安定。景気に大きく左右される業態ではない。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・ ユーザーの増加。買い替え需要が多かった。
  - ・ ウィンドウズ7の終了により販売のきっかけが増加。主力以外の売上が堅調に推移。

#### <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	・ 近隣に同業店が開店のため売上減少。	●
2	・ メインクライアントの売上減。	●
3	・ 提供要員（技術者）不足に伴う売上減少。	●
4	・ 人材派遣業、極端な人手不足。	●
5	・ 最低賃金の上昇での賃上げで、パート従業員の作業時間短縮が多くなり、人手不足での求人コスト上昇、社員の登用で経営難状態。	●
6	・ 競合他社開業による。	▲
7	・ 人員不足により売上が保てない。	▲
8	・ 技術者が不足している。	▲
9	・ 消費税率引上げもあり、当社タクシー業のため、乗り控え状況になっている。	▲
10	・ 消費税率引上げ前の駆け込み需要もほぼ見られず想定を下回った。雨天が多く主要得意先の建設作業所の稼働数は少なかった。	▲
11	・ 後継者が退職したため、業務を縮小した。	▲
12	・ 人件費の上昇と雇用確保の難題が増加する。	□
13	・ 天候不順、消費税法改正の影響等が重なりやや厳しい。	□
14	・ 消費税率引上げ前は売上も前年を超えていたが、消費税率引上げに伴う販売価格の上昇に伴う値上げ後は売上の低下。	□
15	・ 従来業務が安定している。	□
16	・ 景気に大きく左右される業態ではない。	□
17	・ 9月より新事業を始めたため、まだ軌道に乗らず。	□
18	・ タクシー会社として、勤務シフトの変更により効率の良い生産性。事故における損害の減少。	○
19	・ ユーザーの増加。	○
20	・ 買い替え需要が多かった。	○
21	・ ウィンドウズ7の終了による販売のきっかけ増加。オリジナル商品の導入による粗利の確保。社員のモチベーション向上のための待遇改善。	○
22	・ 主力の事業から関連会社へ取引が拡大し、主力事業の減速をカバーする売上につながった。主力以外の売上も堅調に推移している。県の支援事業で採用した人材も徐々に成果を出し始め売上に貢献した。	○

## ② 見通し

### [見通しの概要]

- ◆ 「悪い」「やや悪い」と回答した事業者
  - ・個人消費の減少。客単価の落込み。顧客の高齢化による商品購入頻度の減少。
  - ・作業員の減少。人手不足が続く。人件費の上昇。医師の退職予定。
  - ・仕入価格の上昇。
  - ・オリンピック景気に陰りが見えている。オリンピックにおける自粛で売上利益が減少。
- ◆ 「普通」と回答した事業者
  - ・人員不足と組織変更の影響が残る。最低賃金の上昇に伴う経費負担増。
  - ・消費税率引上げの影響。消費税率引上げに伴う値上げで消費が低下。
  - ・例年どおり。状況が大きく変わる見込みはない。
- ◆ 「良い」「やや良い」と回答した事業者
  - ・今後も増加予測。実績が継続する。良い状態は続くと考える。

### <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	・2020年からは利益減少と思う（個人消費及び作業員減少）。	●
2	・人手不足と4月からの法改正。	●
3	・客単価の落込み。	●
4	・顧客の高齢化による商品購入頻度の減少。	●
5	・12月は毎年の事で売上はよいが、1月以降の見通しは悪い。	●
6	・さらなる競合他社開業予定あり。	▲
7	・人件費の上昇と雇用確保の難題が増加する。	▲
8	・医師の退職予定。	▲
9	・仕入価格の上昇。	▲
10	・タクシー、しばらくは乗り控え状況が続く。	▲
11	・オリンピック景気に陰りが見えている。今後は量より質がさらに求められる。	▲
12	・オリンピックでの入替自粛などで相当売上利益が減少と考えている。	▲
13	・人員不足と組織変更を大幅に行った影響が残る、通常通りに戻るのには3か月はかかるかとみている。	□
14	・最低賃金の上昇に伴い経費負担増、今年度は低迷する。	□
15	・消費税率引上げの影響が出てくるものと思われる。	□
16	・消費税率引上げに伴う値上げにより、消費の低下が懸念される。	□
17	・消費税率引上げの影響が見通せない。	□
18	・買い替え需要が少ない。	□
19	・これからもお客さんが多く来る事はないと思う。	□
20	・増加、減少の見込みもなく例年どおり。	□
21	・この状況が大きく変わる見込みはない。	□
22	・今後も増加予測。	○
23	・実績が継続する。伸びしろがまだある。	○
24	・オリンピック・パラリンピック案件の保守、旧システムのリプレイス等、明るいニュースがある反面、主力事業の関係会社から今後も継続して受注出来るかが不安要素（外車の販売も）となるが、良い状態は続くと考える。	○

## <サービス業におけるヒアリング調査結果>

### ◇クリーニング業（実績●、見通し○）

- ・当店は老舗のクリーニング店である。当店の設立当初の考え方として、顧客とは店頭での相対を重視し、手仕上げにこだわっている。サービスメニューとしては、洗い、加工、染み抜き等、多岐にわたっている。当店では、昨今のネットを使ったお客様との商品のやり取りにも力を入れている。
- ・最近の特徴として、お客様のニーズは「早く」よりも、「きれいな仕上がり」を重視していることがある。また保管に対するニーズも根強いものがあり、今後は有料化を検討していきたい。なお、当店の直近の実績を数字でみると、経営の売上実績は増加、経常利益も増加である。
- ・事業の見通しであるが、人口の減少が最も影響が大きい。しかし一人当たりのクリーニングへの支出は大きくは減らないのではないかとする人もいる。
- ・全般の傾向として、今後は多様化が進むかもしれない。衣料製品の低価格化が進行しており、500円程度のものを200円かけて何度もクリーニングに出すかどうか。若い人は昔のように衣類を大事にして何度も着ることはなく、使い捨てる傾向が出てくるかもしれない。
- ・一方で明るい材料もある。若い人を中心に、衣類以外でクリーニングを使う人も出始めている。スニーカー、リュックサックなどである。また高級ブランド品、シルク製品、防虫、カビ対策などへのニーズも根強くある。

### ◇情報通信業（実績○、見通し□）

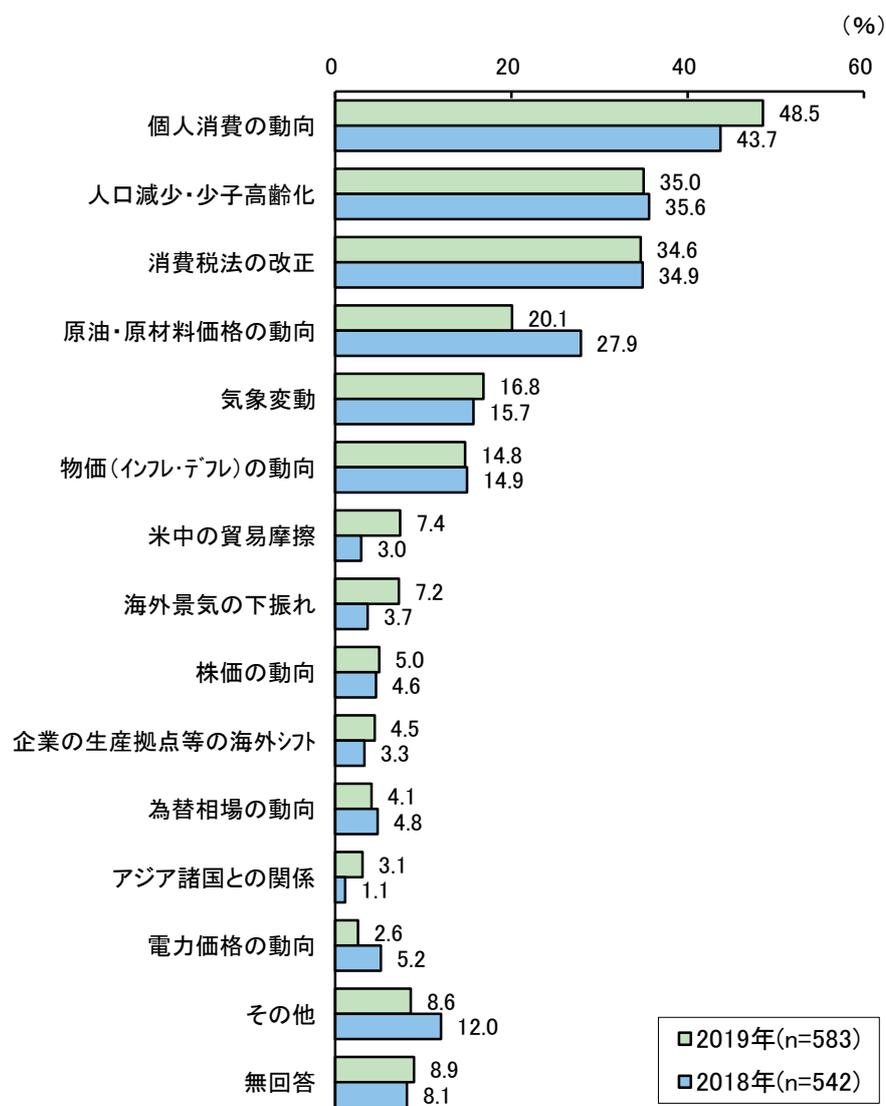
- ・当社は通信システム会社である。各種のオリジナルなソフトシステムを開発し、大手通信会社をはじめとして15,000社をユーザーとして持っている。なお、当社のサービスには、人材育成研修、システムによるサポート「アフターサービス」、各種の情報端末、ビジネス環境整備サービス（PCの保守メンテナンス）、防犯機器メンテサービスなどがある。経営実績としては、直近では売上、経常利益とも堅調である。
- ・当社では女性が多く、女性の働き方改革として、出勤、退社には制度面で各種規定を設け、就業時間などには柔軟に対応している。また保育所の設置はまだできていないが、勤務場所の近くに育児スペースを設置するなど女性の働き方を応援している。
- ・課題としては人員不足があるが、組織変更を行なったため、正常な軌道に戻るには少し時間がかかると思われる。また新しい分野として5Gの時代をにらんだ商品の開発も検討している。

## (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、最も多いのが「個人消費の動向」の5割近く（48.5%）で、以下、「人口減少・少子高齢化」（35.0%）、「消費税法の改正」（34.6%）、「原油・原材料価格の動向」（20.1%）、「気象変動」（16.8%）、「物価（インフレ・デフレ）の動向」（14.8%）、「米中の貿易摩擦」（7.4%）、「海外景気の下振れ」（7.2%）、「株価の動向」（5.0%）、「企業の生産拠点等の海外シフト」（4.5%）、「為替相場の動向」（4.1%）、「アジア諸国との関係」（3.1%）、「電力価格の動向」（2.6%）などと続いている。

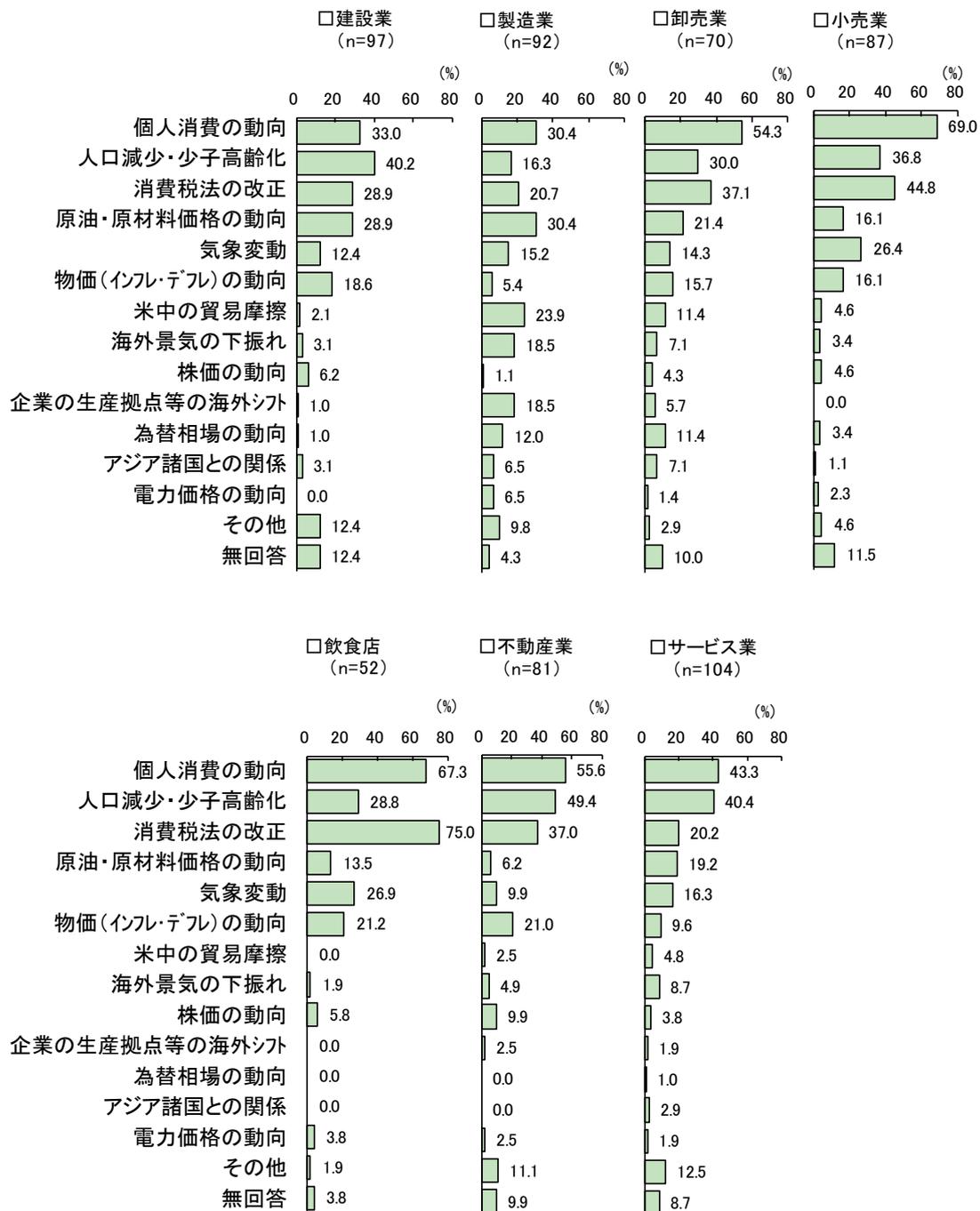
2019年調査（前年調査）と比べると、1位の「個人消費の動向」から6位の「物価（インフレ・デフレ）の動向」までは順位は変わらないが、7位に前年調査で12位であった「米中の貿易摩擦」が上昇し、8位に前年調査で10位であった「海外景気の下振れ」が上昇した。逆に、前年調査で7位の「電力価格の動向」が13位に後退し、前年調査で8位であった「為替相場の動向」が11位に後退した。



## ② 業種別

1位をみると、建設業は「人口減少・少子高齢化」で約4割(40.2%)を占める。製造業は「個人消費の動向」と「原油・原材料価格の動向」で約3割(30.4%)である。「卸売業」「小売業」「不動産業」「サービス業」は「個人消費の動向」で、特に「小売業」は7割弱(69.0%)と多くなっている。「飲食店」は「消費税法の改正」が7割台半ば(75.0%)と多く、「個人消費の動向」も6割台半ばを超えて多い(67.3%)。

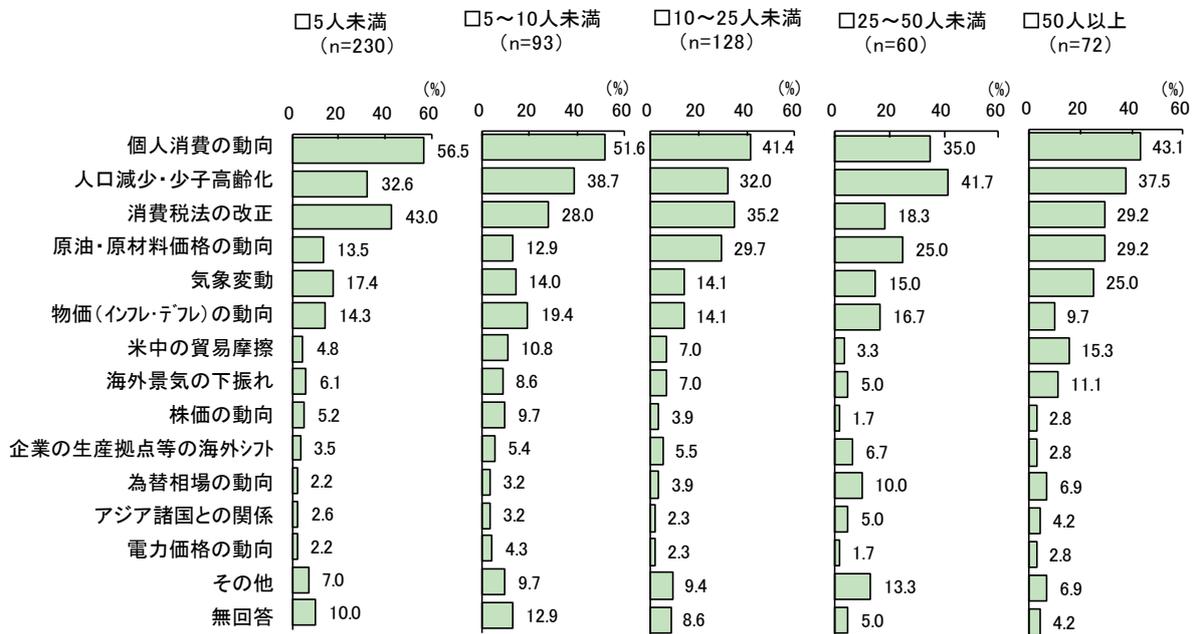
なお、「消費税法の改正」は、「小売業」で4割台半ば近く、「卸売業」「不動産業」で3割台半ばを超えて多い。また、「製造業」は「米中の貿易摩擦」(23.9%)、「海外景気の下振れ」と「企業の生産拠点等の海外シフト」(18.5%)といった海外動向をあげる事業者が、他の業種と比べて多い。



### ③ 規模別

1位をみると、《25人未満》「50人以上」は「個人消費の動向」で、《10人未満》では5割を超え、「10～25人未満」「50人以上」では4割を超えて多くなっている。「25～50人未満」の1位は「人口減少・少子高齢化」の4割強（41.7%）で、2位が「個人消費の動向」の3割台半ば（35.0%）である。

「個人消費の動向」と「人口減少・少子高齢化」は、いずれの規模も3割を超えて多い。また、「消費税法の改正」は、「5人未満」で4割台半ば近く（43.0%）を占めている。「50人以上」では、「米中の貿易摩擦」「海外景気の下振れ」「気象変動」が、他の規模と比べて多くなっている。



## <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

- ・株が高いと景気がよさそうで家でも建てるかという気になる。(建設業)
- ・先行投資ができず、需要減となる。(建設業)
- ・個人消費が左右されやすい。(製造業)
- ・購買意欲の低下。(小売業)
- ・節約、単価の低い物を求める風潮が強くなっているように感じる。(飲食店)
- ・不動産賃貸業のため、景気が良くなる事によって借り手が多くなるため。(不動産業)
- ・株価と不動産の相関性。(不動産業)
- ・法人の社宅需要に影響するため。(不動産業)
- ・ビジネス需要に直結するため。(サービス業)

### 2. 為替相場の動向

- ・材料が輸入品のため為替相場に左右される。(製造業)
- ・円高に振れると輸出が止まる。(製造業)
- ・客先が輸出型企業のため、円高になると業績が悪化する。(製造業)
- ・販売価格は変えられないのに、原価に直接影響するから。(卸売業)
- ・電線に使われている銅の価格変動に商品価格が大きく反応する。(卸売業)
- ・海外からの輸入に頼っているため。(小売業)
- ・仕入商品である LP ガスが円安に振れると輸入価格が高くなるため。(小売業)
- ・直接の影響はないが、顧客業績に影響があるため、結果的に影響を受ける。  
(サービス業)

### 3. 物価（インフレ・デフレ）の動向

- ・建設資材の価格の高騰。(建設業)
- ・デフレによる発注単価の下落。(建設業)
- ・部品価格上昇は生産コスト増大の要因となる。(製造業)
- ・個人消費が左右されやすい。(製造業)
- ・デフレ傾向にあり、良い物が売れない。(卸売業)
- ・物価下がる＝私たちの納入価が下がる＝売値も下がるので苦しい。(卸売業)
- ・原材料・包材などの価格の上昇。(小売業)
- ・物価によって客の動きが変わる。(小売業)
- ・仕入値が上がっても売値に反映できない。(飲食店)
- ・設備の価格が上昇している (飲食店)
- ・商業施設を運用しておりテナントの売上に直結するため。(不動産業)
- ・テナントの業種が飲食業態のため、物価の動向が外食等に影響を及ぼしやすいため。  
(不動産業)
- ・家賃が変動するため。(不動産業)
- ・物価と業界労務単価との関連が深い。(サービス業)

#### 4. 個人消費の動向

- ・消費意欲の減少により価格ダウン。(建設業)
- ・個人消費低下の傾向にあり、国内景気が低迷すれば建設業にも間接的な影響あり。  
(建設業)
- ・個人住宅などのリフォームなどが、家計出費の優先順位が低いため。(建設業)
- ・付加価値を控える傾向が、消費者の中で強くなっていると思われる。(製造業)
- ・業種が食品製造業のため、スーパー、外食産業等の景気の影響＝個人消費が直接影響。  
(製造業)
- ・個人の消費傾向のトレンドを掴むことが難しい。(製造業)
- ・節約ムードがある。(卸売業)
- ・消費者の家具観の変化。(卸売業)
- ・節約志向が見られる。飲酒習慣の変化。(小売業)
- ・消費マインドが上がらないと売上に繋がらない。(小売業)
- ・若い人が多く住むようになって、普段売れる物に変化した。(小売業)
- ・個人消費が宿泊、レジャー業界に影響大。(小売業)
- ・外食をしなくなった。(飲食店)
- ・贈答、手土産の習慣が少なく、自分のために1ケ、2ケと買う人が増えた。(飲食店)
- ・住宅需要の低下、収益物件の高騰。(不動産)
- ・全体的に費用を抑えたい意向が強い。(不動産)
- ・商業施設を運用しておりテナントの売上に直結するため。(不動産)
- ・将来への貯蓄傾向が高まっている。(不動産)
- ・イベント、催事での個人消費が落ちている。(サービス業)
- ・消費意欲が落ちると商材への関心も下がるため。(サービス業)
- ・クライアントに流通業が多い。(サービス業)

#### 5. 原油・原材料価格の動向

- ・原材料価格の上昇が材料単価の上昇につながり、利益の減少を招く。(建設業)
- ・アスファルト材料、運搬、重機に使用する燃料が上がる。(建設業)
- ・発電コストの上昇につながる。(建設業)
- ・経費及び利益に直結する項目であり、製品価格への転嫁が連動できないため。(製造業)
- ・原材料の価格が1.5倍に高騰。(製造業)
- ・取引先の収益に影響。結果として設備投資意欲へ影響。(製造業)
- ・原材料の仕入価格は利益に直結するため。(卸売業)
- ・羊毛相場が高値安定し、物流コスト等も高くなっている。(卸売業)
- ・ここが上がれば売値、消費者の買い控えに影響するのは当たり前。(小売業)
- ・光熱費が上がると仕入が上がってしまうため。(小売業)
- ・原材料価格は上がっても商品価格変更は常にはできない。(飲食店)
- ・酒の価格が上がった。(飲食店)
- ・建築費のアップによる販売価格の影響。(不動産業)
- ・当社は燃料費が全体の経費に対して占める割合が非常に高い。(サービス業)
- ・資材、交通、物流費の高騰。(サービス業)
- ・タクシー料金の変更はないが、燃料が高くなる事により利益率が低下する。  
(サービス業)

## 6. 電力価格の動向

- ・経費及び利益に直結する項目であり、製品価格への転嫁が連動できないため。(製造業)
- ・上昇するばかりで売上とは比例しない。(製造業)
- ・工場を有しているので電力価格の上昇はコスト増につながる。(製造業)
- ・光熱費が上がると仕入が上がってしまうため。(小売業)
- ・電力価格の値上りは一番密着しているから。(小売業)
- ・シンプルに単価の上昇。(飲食店)
- ・電気代が高くなった。(不動産業)
- ・パッケージエアコンに変更したため(冷暖房)。(サービス業)

## 7. 企業の生産拠点等の海外シフト

- ・海外に生産拠点を移すことで国内への調達が増える。(製造業)
- ・当社商品の販売先が、年々、海外拠点に移行するため。(製造業)
- ・顧客生産が海外工場にシフトしている。(製造業)
- ・海外へ注文が流れる(物価の違い)。(製造業)
- ・企業の設備投資が抑え気味になっている。(卸売業)
- ・下請事業に変動がある。(卸売業)
- ・工場の海外シフトで土地取引等が減少する。(不動産業)
- ・国内設備投資の減少傾向。(サービス業)

## 8. 海外景気の下振れ

- ・海外景気の下振れの影響により、国内の企業利益が減少し、今後さらに厳しくなるのでは。(建設業)
- ・グローバルな現在の経済は、日本だけでは考え難い。(製造業)
- ・自動車や半導体関連はいずれも海外マーケットを主要得意に持っており、海外景気の動向に左右される。(製造業)
- ・エンドユーザーは弊社製品を海外に販売する。(製造業)
- ・輸出製品関連の伸び悩み。(卸売業)
- ・インバウンドの顧客の購買意欲の減少。(小売業)
- ・海外取引のある顧客があるため。(不動産業)
- ・国内景気も下振れする可能性が高いから。(サービス業)
- ・中国市場の下振れにより、中古建機の価格が下がり、売却益に影響がでるため。  
(サービス業)
- ・海外大手データセンター向けのシステムを開発中。引き合いはあるが、納入までなかなか進まない。(サービス業)

## 9. アジア諸国との関係

- ・中国市場の悪化が大きい要因。(製造業)
- ・韓国向けの減少。(製造業)
- ・得意先が輸出するのに影響がある。(卸売業)
- ・安価の物品が多数入ってくるので。(小売業)
- ・海外貿易に関与しているため。(サービス業)
- ・韓国系アイドルイベントの減少。(サービス業)

## 10. 米中の貿易摩擦

- ・ 日本企業の業績悪化→国内の景気不況。(建設業)
- ・ 関係する商品がストップした。(製造業)
- ・ 中国向け部品の受注減。(製造業)
- ・ 関連して国内の設備投資にも影響している。(製造業)
- ・ 米中が貿易摩擦をおこせば海外市況がにぶる。(製造業)
- ・ 全体的に気持ちが上がり消費に連動している。(製造業)
- ・ 機械装置の中国への輸出が減少。(卸売業)
- ・ 企業の設備投資が抑え気味になっている要因として米中の貿易摩擦がある。(卸売業)
- ・ 親会社がアメリカへの売上へ大きく依存しているため。(卸売業)
- ・ 小麦粉やナッツ類の値上り。(小売業)
- ・ 国内の輸出入企業に影響を及ぼすことにより、国内全体の企業に反映しかねない。  
(不動産業)
- ・ 景気への影響が大きそうなので。(不動産業)
- ・ 海外貿易に関与しているため。(サービス業)
- ・ 外車の販促関係の予算が削減傾向にある(特にドイツ)。予定されていた開発の中止等、影響が出始めている。(サービス業)
- ・ 世界景気の基本となっている。(サービス業)

## 11. 消費税法の改正

- ・ 消費税率引上げによる購買意欲減少。(建設業)
- ・ 消費税率引上げ前に駆け込み需要があったが、増税後はなくなった。(建設業)
- ・ 住めるうちは無理に工事しなくてもいい。(建設業)
- ・ 民間工事は税込みでと値引きされることが多い。(建設業)
- ・ 税金が上がると買い控えが多くなる。(製造業)
- ・ 投資意欲の減少。(製造業)
- ・ 消費税率引上げによる仕入値の上昇。(製造業)
- ・ 当店では8%だが資材などは10%で支払い増。(卸売業)
- ・ 消費者のマインドが冷えている要素となっていると思う。(卸売業)
- ・ 消費税率引上げによる買い控え、軽減税率での混乱。(小売業)
- ・ 消費者にとっては税金という意識より、商品が値上げしたとする意識が強い。(小売業)
- ・ キャッシュレス決済による還元作業が終了した時の反動が心配。(小売業)
- ・ 値上げによる客離れ。(飲食店)
- ・ 8%になった時から売上は下がり続けているので。(飲食店)
- ・ 消費税率引上げ分を販売価格に転嫁できない店舗が多数ある。(飲食店)
- ・ 賃貸料に影響(減)。(不動産業)
- ・ 商業施設を運用しておりテナントの売上に直結するため。(不動産業)
- ・ 法人契約物件における2%増は借手側には痛い。(不動産業)
- ・ 消費税法の改正により、消費者の購買意欲の落ち込みで、贅沢品等を控える等、心理的に消費意欲が戻るのに時間がかかると思う。(不動産業)
- ・ やはり消費税率引上げは設備投資にはマイナスの影響が大きく、一時的には売上が減少するものと思われる。(サービス業)
- ・ 消費税率引上げに伴いタクシー乗客が減っているため。(サービス業)
- ・ 消費税法改正における顧客の今以上の内製化。(サービス業)

## 12. 人口減少・少子高齢化

- ・ 人員不足、人が集まらない、外注依存。(建設業)
- ・ 若い人が入社してこない。高齢者は現場に入れない。(建設業)
- ・ 高齢化、後継者がいない。家を直す必要がない。(建設業)
- ・ 人材不足、人件費高騰、国内消費減退。(製造業)
- ・ 社員の高齢化、後任の育成が困難。(製造業)
- ・ 人口減少は経済全般の縮小をもたらす。(製造業)
- ・ 採用にも苦労し、社員の高齢化も進み、今後の会社存続に不安。(卸売業)
- ・ 高齢者の会社の廃業、倒産が増えている。支払いも遅れている。(卸売業)
- ・ 消費志向が変わってきた。(卸売業)
- ・ 人口減少と少子高齢化により市場が委縮してきている。(卸売業)
- ・ 働き手が減少しているため、店舗運営に支障をきたす。(小売業)
- ・ お得意様が高齢化になり来店できない。(小売業)
- ・ 購入対象となる年齢層に偏りがみられるため(若年層の車離れ)。(小売業)
- ・ 少子高齢化による入店客の減少。(飲食店)
- ・ 客層の変化を肌で感じる。(飲食店)
- ・ 高齢化による嗜好の変化。(飲食店)
- ・ 住宅の需要減で不動産取引が減少する。(不動産業)
- ・ 人口減少、高齢化により、住宅の空き家が増え、賃貸物件の入居率も悪くなっている。  
(不動産業)
- ・ 住宅の戸数が余っている。空室増加。(不動産業)
- ・ 優秀な技術者の不足、将来不安。(サービス業)
- ・ ドライバー不足の深刻化。危険、低運賃(低賃金)では、やろうと思う人はいない。  
(サービス業)
- ・ 人手不足に伴い、人件費(外注単価)の高騰で利益が少なくなっている。(サービス業)
- ・ 少子化は消費者数の減少、当然最悪。(サービス業)

## 13. 気象変動

- ・ 豪雨や強風による施工中の工事被害。(建設業)
- ・ 工期にあわなくて苦労する。(建設業)
- ・ 天候に左右されるため(休みが多くなり仕事が減少)。(建設業)
- ・ 暖冬により秋冬物の販売期間が短い。(製造業)
- ・ 原料産地での災害、作物の高騰。(製造業)
- ・ 災害が多くなり事業が続けられるのか心配。(製造業)
- ・ 入荷状況の不安定化。(卸売業)
- ・ 弊社ユーザーが食品関係の工場が多いため。(卸売業)
- ・ 天気が悪いと販売が減る(売上が減る)。(小売業)
- ・ 台風の影響を受けて客足が遠のく。(小売業)
- ・ 台風や大雨による水害のため青果の価格変動が激しい。(小売業)
- ・ 農作物の不出来。(飲食店)
- ・ 台風等による停電により、冷凍、冷蔵品が全滅。(飲食店)
- ・ 今年は雨が多く入店客の減少。(飲食店)
- ・ 台風や大雨のため建物への被害が想定され、修繕費等に影響するため。(不動産業)
- ・ 天候不良や台風被害によりマインド低下。(不動産業)
- ・ 台風、大雪等による予約キャンセル、受注減。(サービス業)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・天候に左右され機材の貸出量に影響がでるため。(サービス業)</li> <li>・気象における利用者、顧客需要の差が大きい。異常気象などによる事故のリスク。 (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>・雇用人数が完全に不足している(労務)。(建設業)</li> <li>・職人不足による労務費の高騰と品質の低下。(建設業)</li> <li>・新卒、中途ともに採用が難しい状況にある。(建設業)</li> <li>・昨年入社した人材の育成が思うようにいかず、技術面が難航している。(製造業)</li> <li>・20～30代の採用に苦しんでいる(小売業)</li> <li>・若い人材が入ってこない。高齢化が進み慢性的人手不足が続いている。(サービス業)</li> </ul>
2. 働き方改革	<ul style="list-style-type: none"> <li>・働き方改革の影響で社員の労働観が変わりつつある。効率化とはいえ、生産性は低下する。(建設業)</li> <li>・働き方改革は、製造業である自社、特に職人としての技術職には難しい。(製造業)</li> <li>・働き方改革で給料が減少した方が多い。働き方改革で時間とお金の使い方が変わった。(飲食店)</li> </ul>
3. 競争激化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・同業者の増加による競争(公共工事)。(建設業)</li> <li>・大手企業の乱立。(建設業)</li> <li>・銀行業界の不動産介入、大手不動産業者の介入など。 (不動産業)</li> </ul>
4. 公共投資の減少	<ul style="list-style-type: none"> <li>・建築関連の公共投資が減少すれば経営に大きなマイナスとなる)。(建設業)</li> <li>・地方自治体やCATVの通信インフラへの投資が減ると、光ファイバー系のシステムの売上が落ちるため。(サービス業)</li> </ul>

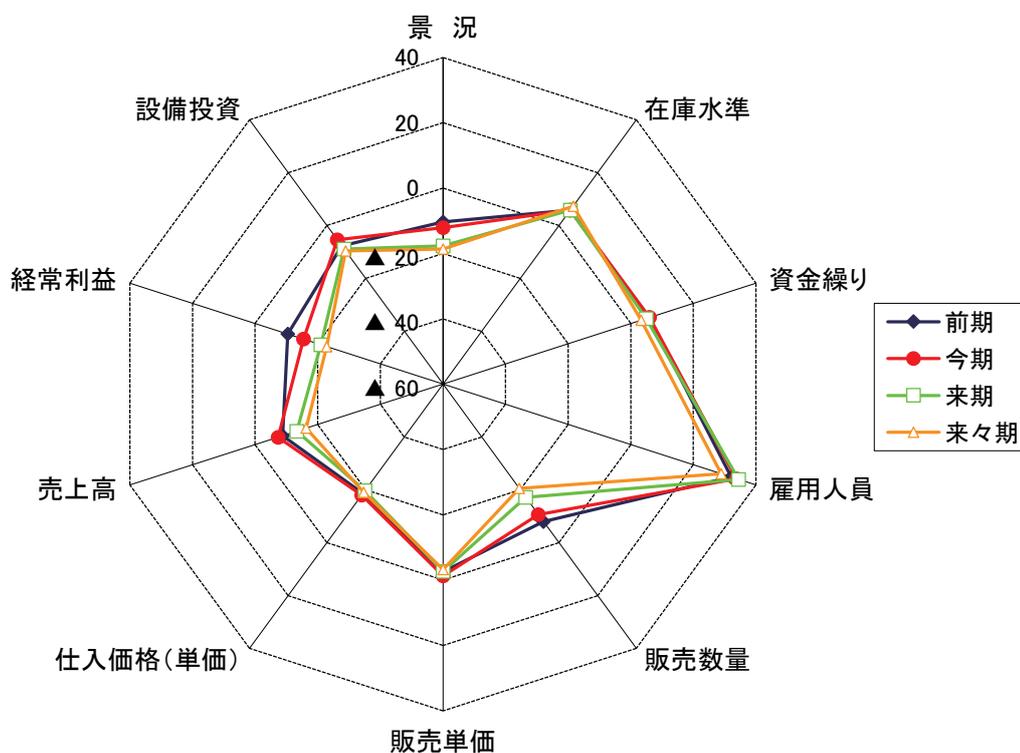
## 2 業種別の動向

### (1) 建設業

今期のD Iは、前期と比べて景況、販売数量、経常利益が下降し、販売単価、売上高は上昇となった。在庫水準、資金繰り、雇人員はプラスが続いた。仕入価格はやや上昇し、設備投資は上昇した。

先行きをみると、来期、来々期と景況、販売数量、販売単価、売上高、経常利益ともに下降していく見通しである。来期、来々期と在庫水準、資金繰り、雇人員のプラスは続くものの、資金繰りについては下降していく見通しである。来期、来々期と設備投資が下降していく見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2019年 7~9月期	10~12月期	2020年 1~3月期	4~6月期
景況	▲ 10.3	▲ 12.1	▲ 17.7	▲ 18.6
在庫水準	5.9	5.8	5.9	7.4
資金繰り	5.9	6.0	4.9	3.4
雇人員	32.1	33.7	34.4	28.9
販売数量	▲ 8.0	▲ 10.7	▲ 17.1	▲ 20.5
販売単価	▲ 2.6	▲ 1.3	▲ 2.6	▲ 3.3
仕入価格(単価)	▲ 18.6	▲ 18.0	▲ 19.6	▲ 19.0
売上高	▲ 8.8	▲ 7.4	▲ 13.3	▲ 16.3
経常利益	▲ 10.4	▲ 15.4	▲ 21.1	▲ 22.9
設備投資	▲ 7.6	▲ 5.4	▲ 8.9	▲ 9.6

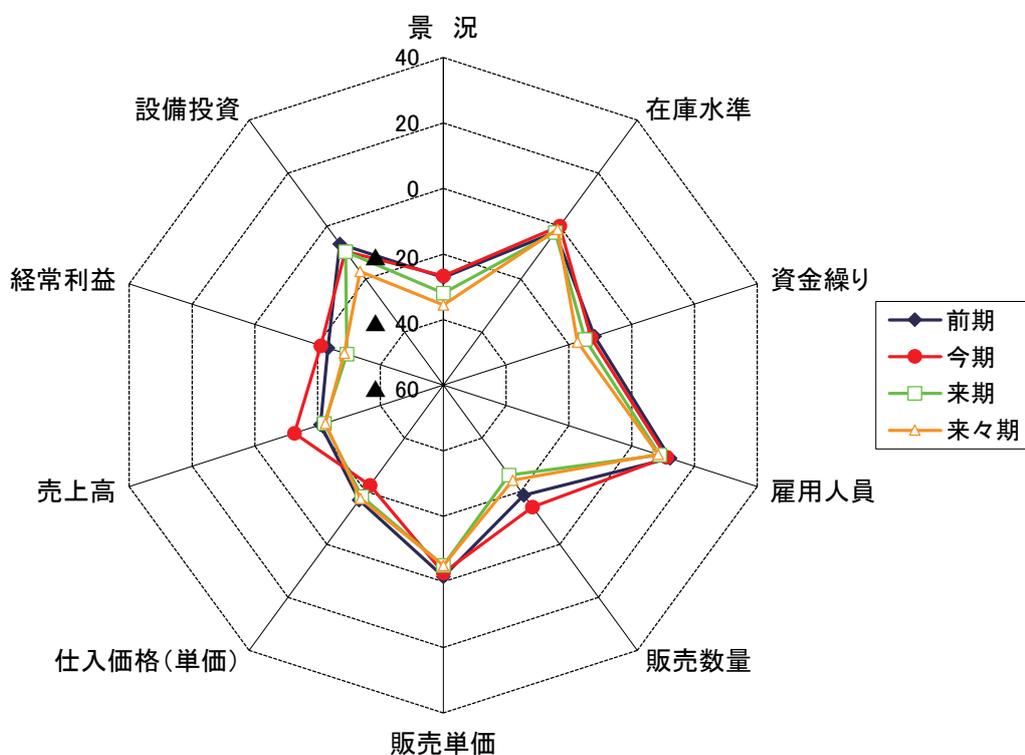


## (2) 製造業

今期のD Iは、前期と比べて販売単価は下降したものの、景況、販売数量、売上高、経常利益は上昇した。雇用人員はプラスが続いた。資金繰り、仕入価格、設備投資は下降した。

先行きをみると、来期は景況、販売数量、販売単価、売上高、経常利益ともに下降する見通しである。来々期は、販売数量、経常利益は上昇、販売単価は横ばいであるものの、景況、売上高は下降する見通しである。来期、来々期と雇用人員はプラスが続くものの、下降していく見通しである。来期、来々期と設備投資が下降していく見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2019年 7~9月期	10~12月期	2020年 1~3月期	4~6月期
景況	▲ 27.2	▲ 26.6	▲ 31.9	▲ 35.6
在庫水準	▲ 2.3	0.0	▲ 2.4	▲ 1.2
資金繰り	▲ 11.8	▲ 12.9	▲ 14.8	▲ 17.2
雇用人員	12.2	11.1	9.0	8.4
販売数量	▲ 18.5	▲ 14.0	▲ 26.1	▲ 24.1
販売単価	▲ 1.6	▲ 2.7	▲ 5.0	▲ 5.0
仕入価格(単価)	▲ 16.7	▲ 22.2	▲ 18.0	▲ 17.2
売上高	▲ 20.9	▲ 12.6	▲ 22.2	▲ 22.4
経常利益	▲ 23.3	▲ 21.0	▲ 29.3	▲ 28.5
設備投資	▲ 6.7	▲ 9.6	▲ 9.7	▲ 17.0

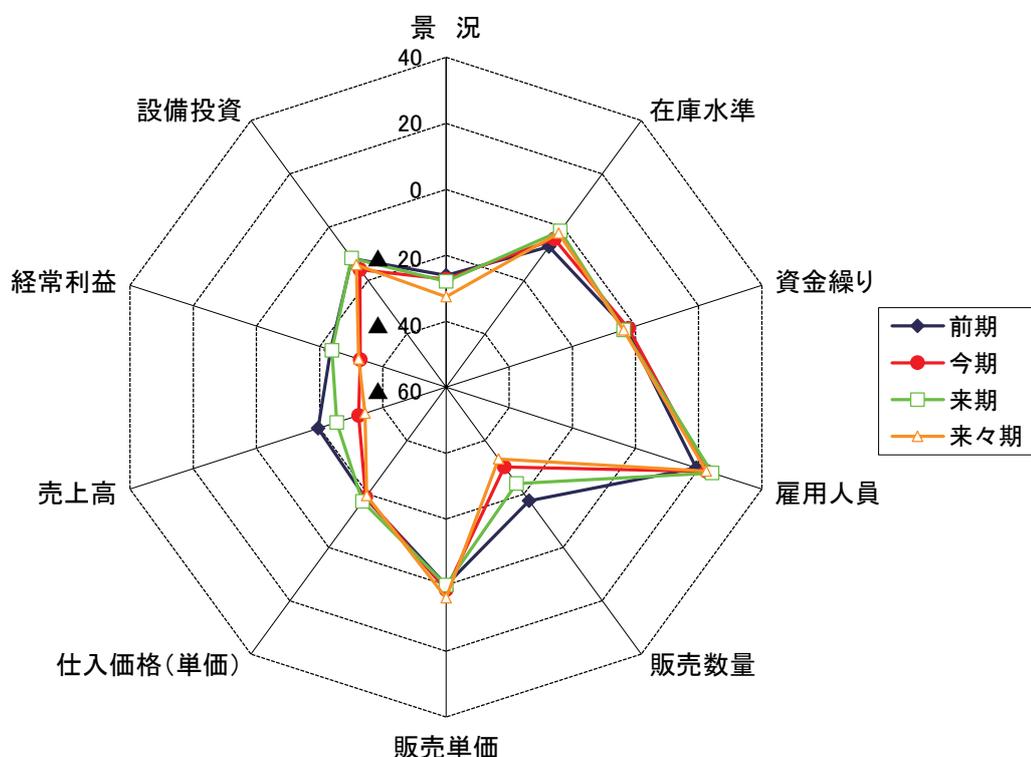


### (3) 卸売業

今期のD Iは、前期と比べて景況、販売数量、売上高、経常利益が下降し、販売単価が上昇した。在庫水準、資金繰り、雇用人員は上昇したものの、仕入価格、設備投資は下降した。雇用人員はプラスが続いた。

先行きをみると、来期は販売数量、売上高、経常利益は上昇するものの、景況、販売単価は下降する見通しである。来々期は景況、販売数量、売上高、経常利益が下降する見通しである。来期、来々期と雇用人員はプラスが続く見通しである。来々期は在庫水準、資金繰り、仕入価格、設備投資が下降する見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2019年 7~9月期	10~12月期	2020年 1~3月期	4~6月期
景況	▲ 26.1	▲ 27.2	▲ 27.9	▲ 32.6
在庫水準	▲ 7.2	▲ 4.4	▲ 1.5	▲ 2.3
資金繰り	▲ 2.9	▲ 2.2	▲ 3.7	▲ 3.8
雇用人員	19.3	22.5	24.3	22.4
販売数量	▲ 17.4	▲ 30.1	▲ 23.8	▲ 33.1
販売単価	0.0	1.5	0.0	3.8
仕入価格(単価)	▲ 18.6	▲ 18.8	▲ 17.2	▲ 19.4
売上高	▲ 19.6	▲ 32.4	▲ 25.4	▲ 34.4
経常利益	▲ 23.5	▲ 32.8	▲ 23.8	▲ 32.3
設備投資	▲ 11.7	▲ 15.9	▲ 11.7	▲ 14.2

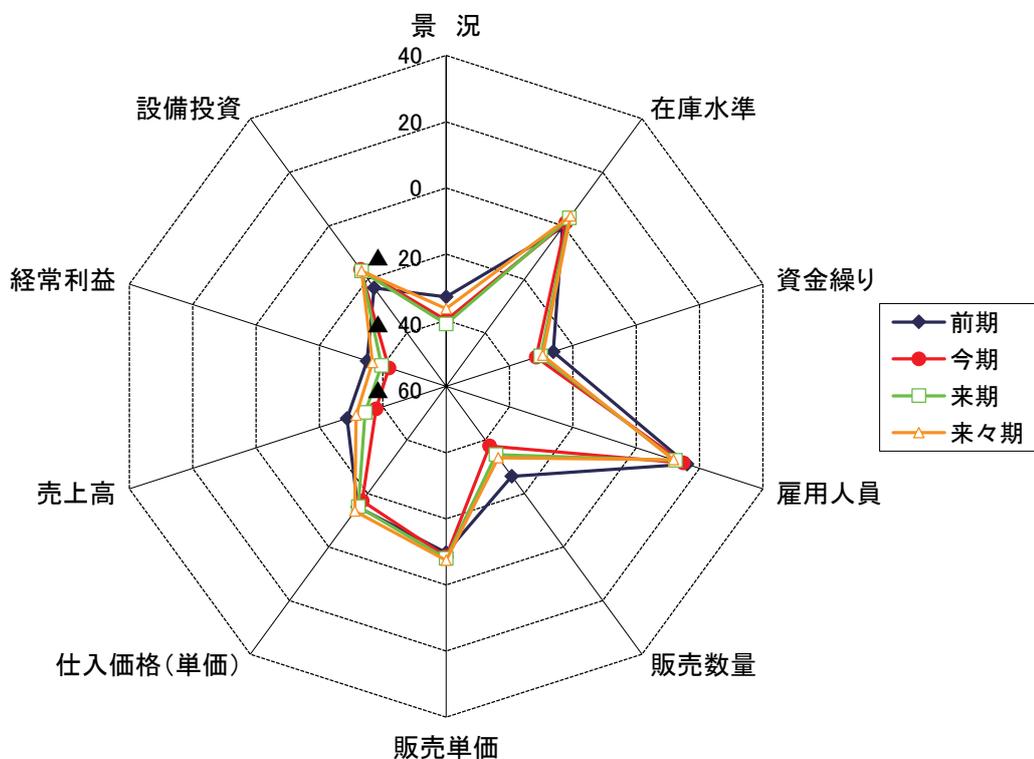


## (4) 小売業

今期のD Iは、前期と比べて景況、販売数量、売上高、経常利益が下降し、販売単価が上昇した。雇用人員はプラスが続いた。資金繰り、仕入価格は下降した。

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見通しで、景況は下降する見通しである。来々期は、景況、販売数量、販売単価、売上高、経常利益ともに上昇する見通しである。来期、来々期と雇用人員は下降するものの、プラスが続く見通しである。来期、来々期と在庫水準、資金繰り、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
	2019年 7~9月期	10~12月期	2020年 1~3月期	4~6月期
景況	▲ 32.9	▲ 40.0	▲ 41.2	▲ 36.5
在庫水準	▲ 0.6	1.2	3.0	3.6
資金繰り	▲ 26.2	▲ 31.5	▲ 30.1	▲ 29.5
雇用人員	16.0	14.8	12.3	11.7
販売数量	▲ 26.4	▲ 37.8	▲ 34.5	▲ 33.3
販売単価	▲ 9.8	▲ 8.6	▲ 8.0	▲ 7.5
仕入価格(単価)	▲ 14.9	▲ 17.2	▲ 15.1	▲ 13.4
売上高	▲ 28.7	▲ 37.9	▲ 34.5	▲ 31.6
経常利益	▲ 35.1	▲ 42.0	▲ 39.7	▲ 36.8
設備投資	▲ 23.2	▲ 16.3	▲ 16.9	▲ 16.9

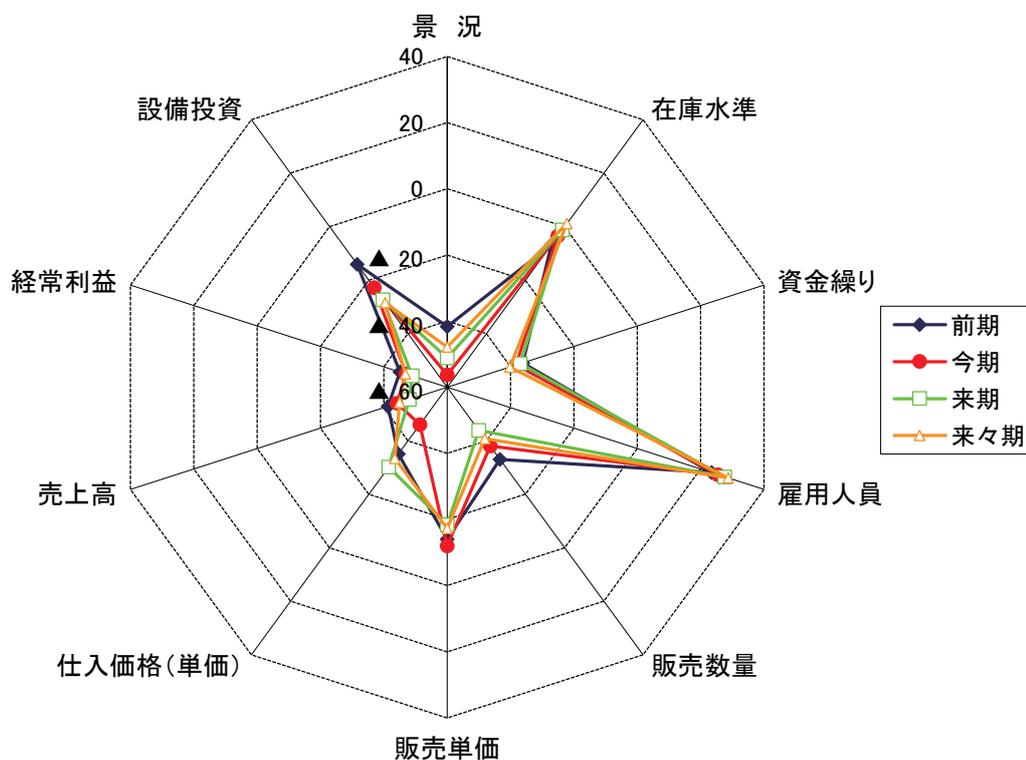


## (5) 飲食店

今期のD Iは、前期と比べて景況、販売数量、売上高、経常利益が下降し、販売単価が上昇した。資金繰り、仕入価格は下降し、大幅なマイナスが続いた。雇用人員はプラスが続いた。設備投資は下降した。

先行きは、来期は、販売数量、販売単価、売上高、経常利益が下降する見通しで、景況は上昇する見通しである。来々期は、景況、販売数量、販売単価、売上高、経常利益ともに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、雇用人員はプラスが続く見通しである。来期、来々期と、設備投資が下降していく見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2019年 7~9月期	10~12月期	2020年 1~3月期	4~6月期
景況	▲ 41.7	▲ 56.3	▲ 51.1	▲ 47.8
在庫水準	▲ 6.8	▲ 3.4	▲ 1.2	1.2
資金繰り	▲ 36.2	▲ 38.3	▲ 37.0	▲ 40.2
雇用人員	23.5	25.5	27.7	28.7
販売数量	▲ 33.0	▲ 38.0	▲ 43.9	▲ 40.8
販売単価	▲ 14.0	▲ 12.0	▲ 18.4	▲ 17.3
仕入価格(単価)	▲ 35.0	▲ 46.0	▲ 30.2	▲ 33.3
売上高	▲ 41.3	▲ 44.2	▲ 48.0	▲ 45.0
経常利益	▲ 45.1	▲ 47.1	▲ 48.9	▲ 46.8
設備投資	▲ 14.1	▲ 22.8	▲ 27.3	▲ 28.4

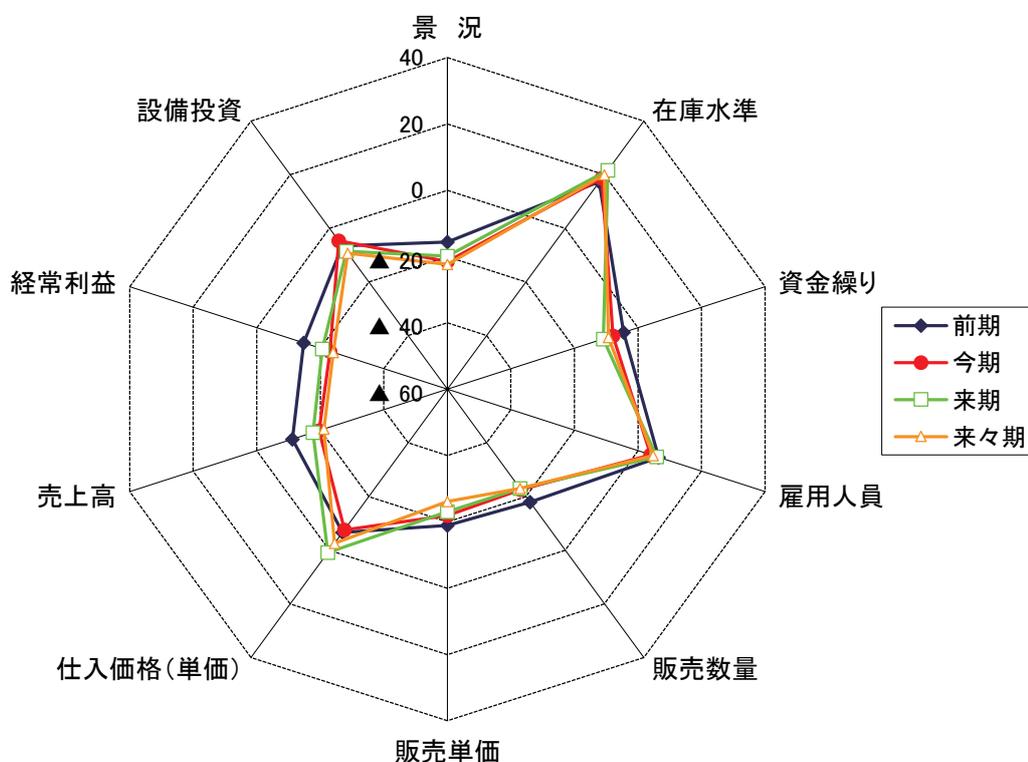


## (6) 不動産業

今期のD Iは、前期と比べて景況、販売数量、販売単価、売上高、経常利益ともに下降した。在庫水準、雇人員はプラスが続いた。資金繰り、仕入価格は下降した。

先行きをみると、来期は販売数量、販売単価は下降するものの、景況、売上高、経常利益は上昇の見通しである。来々期は、景況、販売単価、売上高、経常利益が下降し、販売数量が横ばいの見通しである。在庫水準、雇人員は引き続きプラスが続く見通しである。来期、来々期と、設備投資が下降していく見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2019年 7～9月期	10～12月期	2020年 1～3月期	4～6月期
景況	▲ 15.6	▲ 21.5	▲ 19.9	▲ 22.4
在庫水準	17.3	18.6	21.7	20.0
資金繰り	▲ 4.5	▲ 7.9	▲ 10.9	▲ 9.3
雇人員	6.5	4.0	5.8	4.7
販売数量	▲ 18.0	▲ 22.6	▲ 23.0	▲ 23.0
販売単価	▲ 18.9	▲ 21.9	▲ 23.1	▲ 26.2
仕入価格(単価)	▲ 6.7	▲ 7.6	0.8	▲ 2.5
売上高	▲ 11.3	▲ 19.6	▲ 17.7	▲ 21.2
経常利益	▲ 14.8	▲ 23.1	▲ 20.6	▲ 24.1
設備投資	▲ 6.5	▲ 4.6	▲ 8.6	▲ 9.3

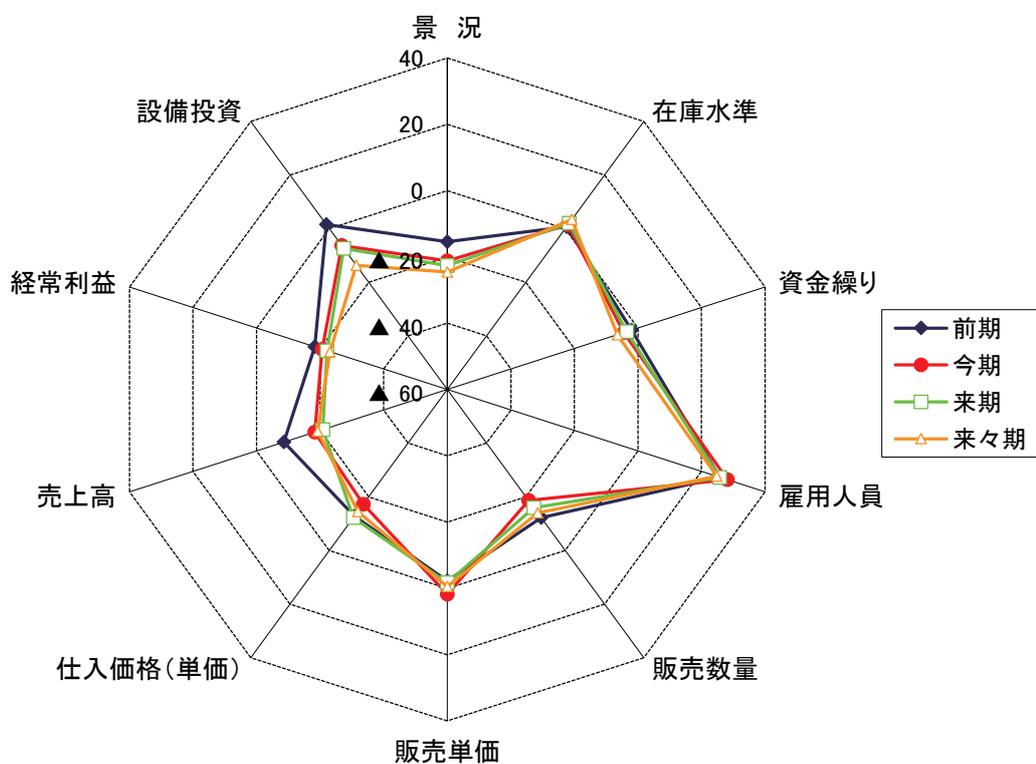


## (7) サービス業

今期のD Iは、前期と比べて景況、販売数量、売上高、経常利益は下降したものの、販売単価は上昇した。在庫水準、雇用人員はプラスが続いた。資金繰り、仕入価格、設備投資は下降した。

先行きをみると、来期は景況、販売単価、売上高、経常利益が下降し、販売数量が上昇する見通しである。来々期は景況、経常利益が下降し、販売数量、販売単価、売上高が上昇する見通しである。在庫水準、雇用人員はプラスが続く見通しである。来期、来々期と設備投資が下降していく見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2019年 7～9月期	10～12月期	2020年 1～3月期	4～6月期
景況	▲ 15.4	▲ 21.2	▲ 22.6	▲ 24.5
在庫水準	0.7	1.4	2.1	3.4
資金繰り	▲ 2.0	▲ 4.5	▲ 3.5	▲ 6.5
雇用人員	25.7	28.2	25.7	24.8
販売数量	▲ 12.2	▲ 18.6	▲ 15.9	▲ 14.0
販売単価	▲ 2.3	1.7	▲ 1.7	▲ 0.6
仕入価格(単価)	▲ 12.8	▲ 17.2	▲ 12.2	▲ 14.4
売上高	▲ 8.7	▲ 18.3	▲ 20.9	▲ 19.2
経常利益	▲ 18.3	▲ 20.7	▲ 22.1	▲ 23.1
設備投資	1.6	▲ 6.3	▲ 7.4	▲ 13.7



# IV 特別調査

## 消費税法改正後の影響等について

※ 特別調査における各設問は、消費税法改正（令和元年10月1日に実施）後の状況を尋ねたものである。

### 1 消費税率の引上げを必要とする商品等の取り扱いの有無

#### ① 全体

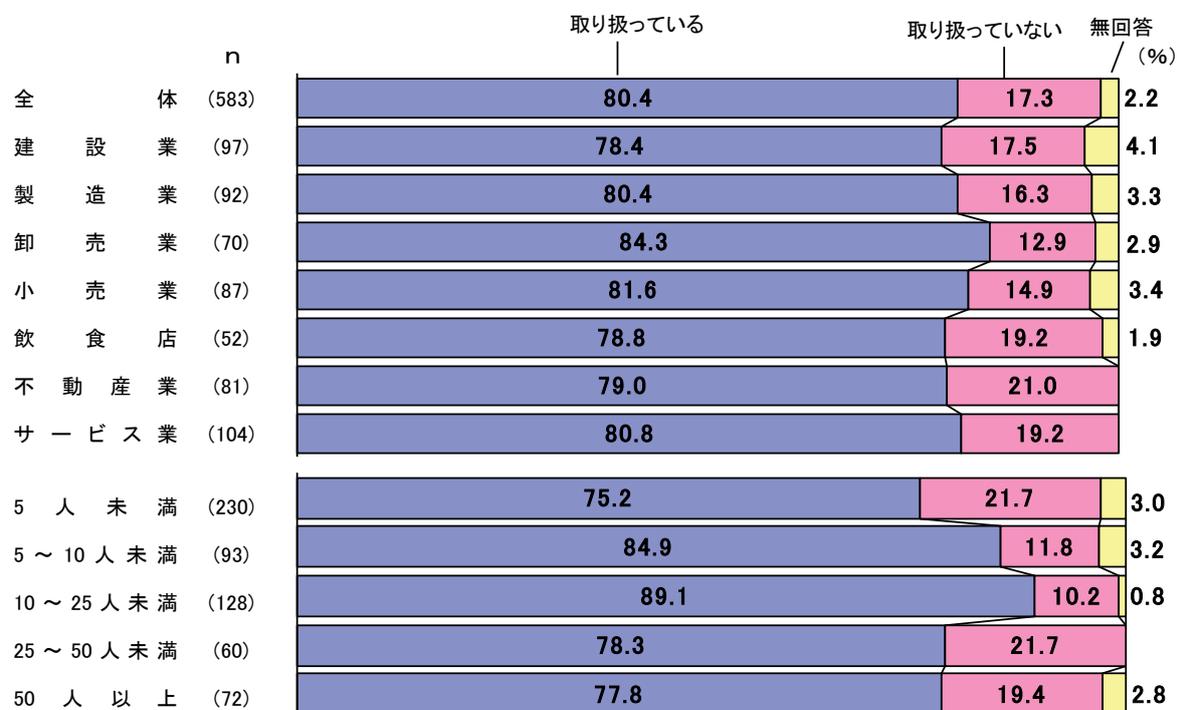
消費税率の引上げを必要とする商品を取り扱っているかを聞いたところ、「取り扱っている」が約8割（80.4%）、「取り扱っていない」が1割台半ば超え（17.3%）である。

#### ② 業種別

「取り扱っている」は、最も多い「卸売業」で8割台半ば近く（84.3%）、最も少ない「建設業」で8割近く（78.4%）であり、どの業種も8割前後を占めている。

#### ③ 規模別

「取り扱っている」で最も多いのは「10～25人未満」の9割弱（89.1%）、次いで「5～10人未満」の8割台半ば近く（84.9%）である。最も少ないのは「5人未満」の7割台半ば（75.2%）である。



## 2 消費税法改正による事業への影響について

### (1) 影響の有無

#### ① 全体

1の質問で「取り扱っている」と回答した事業所(n=469)に、消費税法改正(令和元年10月1日に実施)が事業に及ぼす影響を、引上げ前(予想)と引上げ後(実際)について聞いたところ、【予想】では「大いに影響がある」が1割弱(9.8%)、「やや影響がある」が4割弱(39.9%)で、両者を合わせた《影響がある》は5割弱(49.7%)を占める。「ほとんど影響がない」は5割近く(48.8%)である。

【実際】では、「大いに影響があった」が1割台半ば近く(13.9%)、「やや影響があった」が3割台半ば超え(36.2%)で、両者を合わせた《影響があった》は約5割(50.1%)を占める。「ほとんど影響がなかった」は4割台半ば超え(46.5%)である。

《影響がある(あった)》は、【実際】(50.1%)の方が【予想】(49.7%)よりもやや多い。

#### ② 業種別

【予想】では、「飲食店」「小売業」で《影響がある》が高いが、【実際】でも同様の結果である。《影響がある(あった)》は【予想】では「建設業」、【実際】では「製造業」の割合が最も低い。

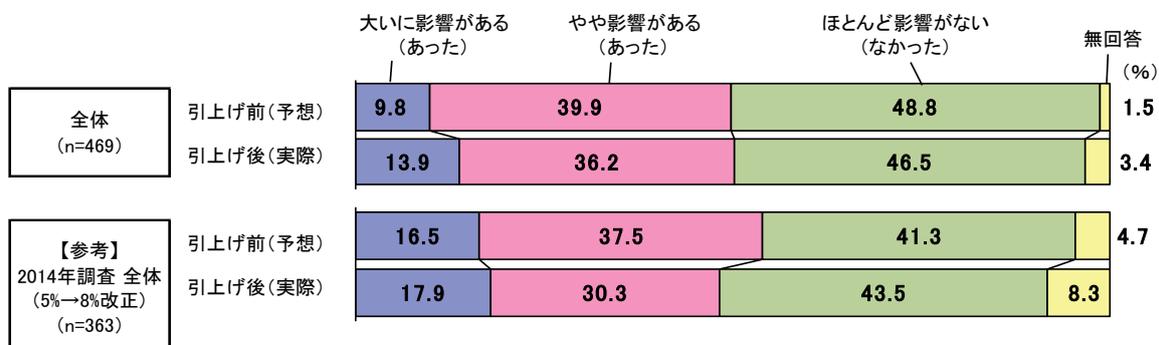
なお、《影響がある(あった)》の割合は、「製造業」「サービス業」では【実際】の方が【予測】よりも低い、それ以外の業種では【実際】の方が【予想】よりも高い。

#### ③ 規模別

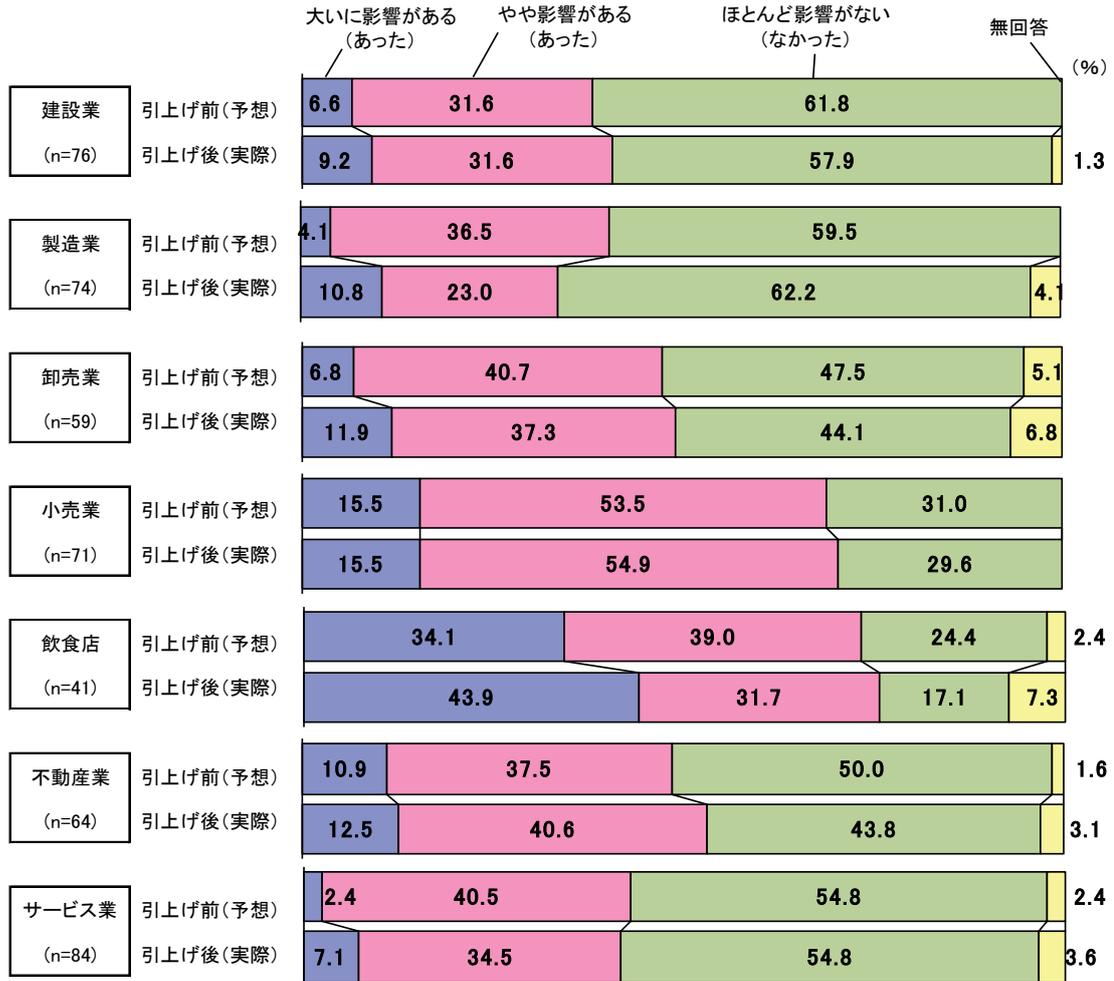
【予想】では《影響がある》の割合が最も高いのは「25～50人未満」の5割台半ば(55.3%)である。【実際】では、《影響があった》が最も高いのは「5人未満」の5割台半ば超え(57.8%)である。《影響がある(あった)》は、【予想】【実際】ともに「5～10人未満」が最も少ない。

なお、《影響がある(あった)》の割合は、「5人未満」は【実際】の方が【予測】よりも高い。「5～10人未満」は【実際】と【予想】が同じ、《10人以上》は【実際】の方が【予想】よりも低い。

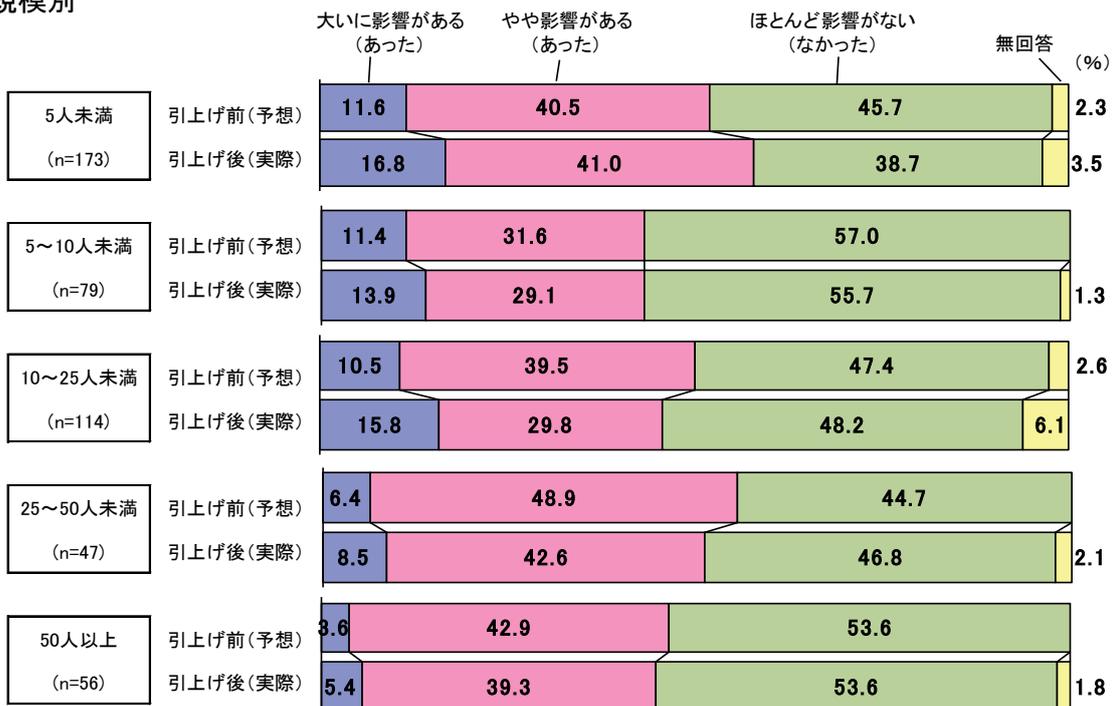
#### ■全体



## ■業種別



## ■規模別



## (2) 影響の具体的内容

### ① 全体

2 (1) の質問で「大いに影響がある(あった)」「やや影響がある(あった)」と回答した事業所【予想】n=233、【実際】n=235)に、消費税法改正による事業への影響の具体的内容を聞いたところ、【予想】で最も多いのは「駆け込み需要の反動等による売上減」(38.6%)で、以下、「価格への転嫁が困難」(33.5%)、「経理処理の煩雑化」(21.5%)、「設備投資の中止・縮小」と「取引先(仕入・販売先)の集約・見直し」(15.0%)、「資金繰りの悪化」(8.6%)などと続いている。【実際】の結果もほぼ同じ順位である。

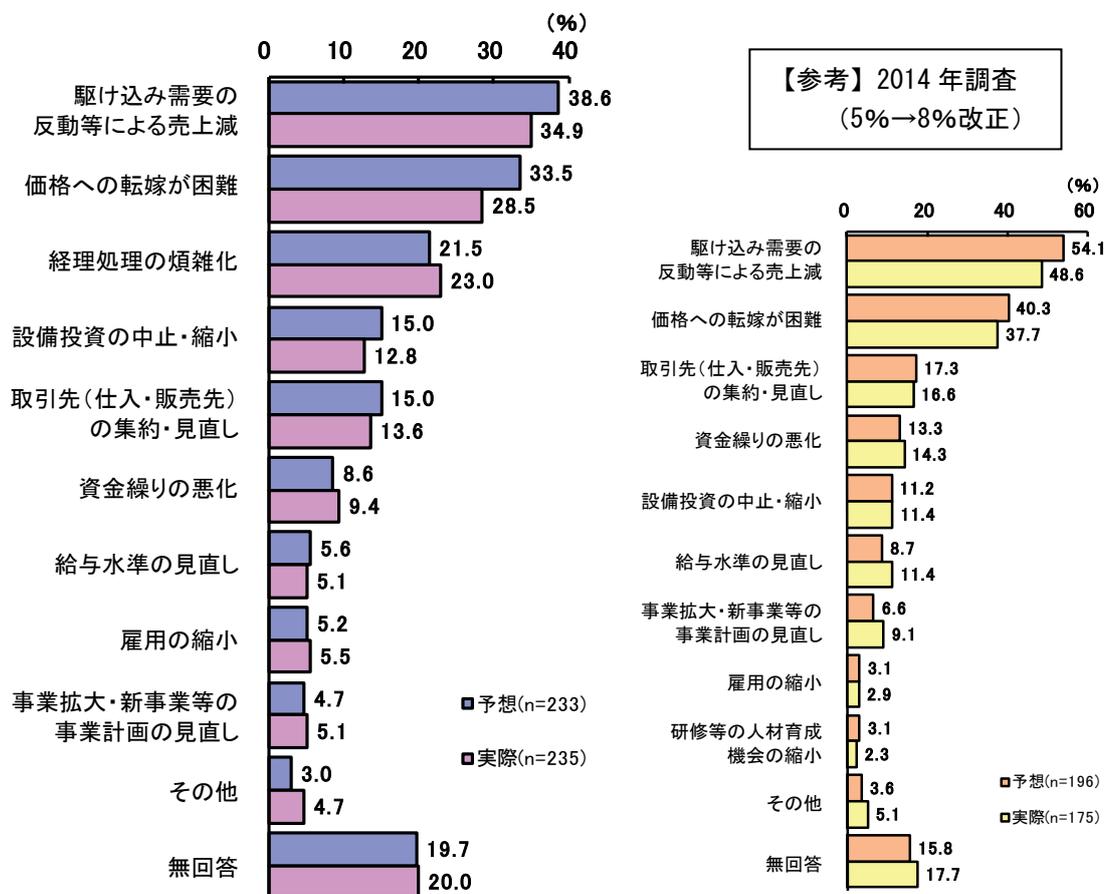
### ② 業種別

【実際】では、「建設業」「製造業」「卸売業」「小売業」「サービス業」は「駆け込み需要の反動等による売上減」が最も多く、「飲食店」「不動産業」は「価格への転嫁が困難」が最も多い。また「卸売業」の1位は、【予想】では「価格への転嫁が困難」であるが、【実際】では「駆け込み需要の反動等による売上減」である。

### ③ 規模別

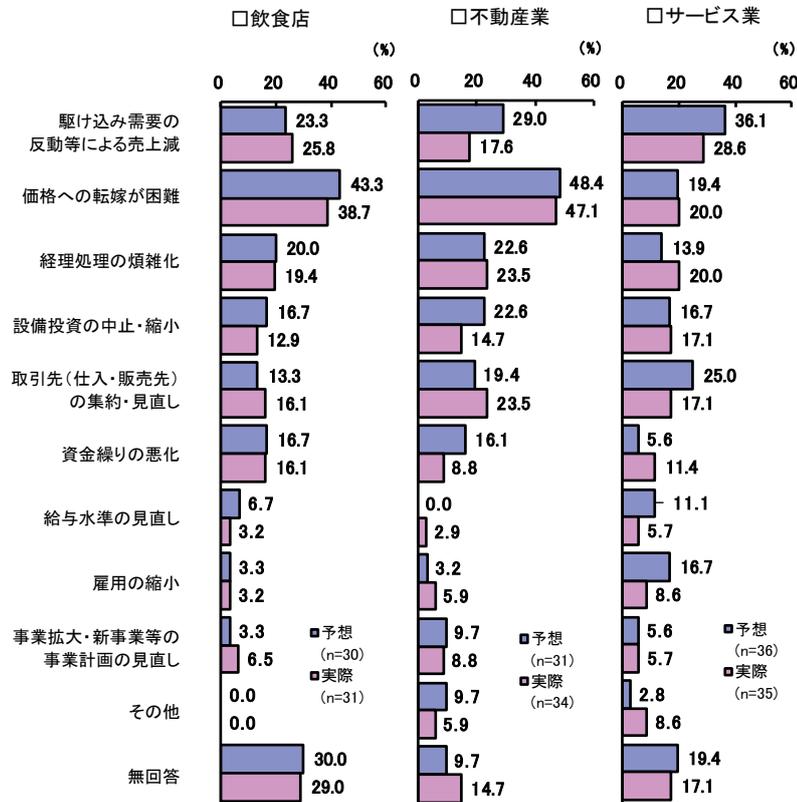
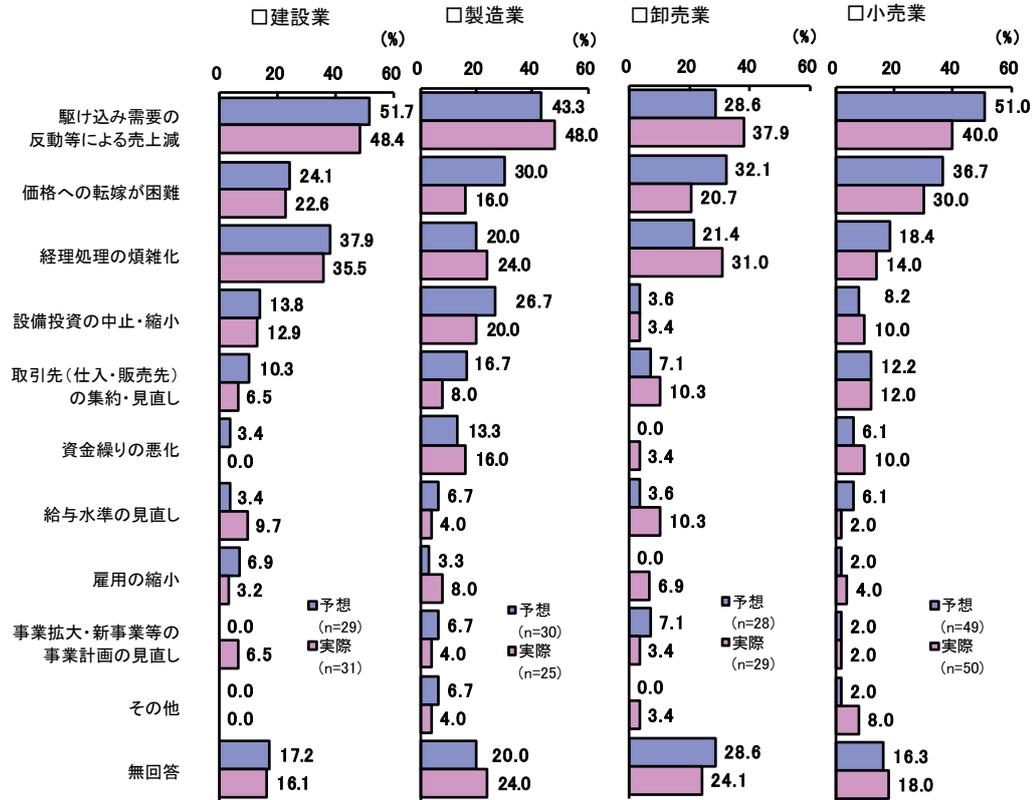
【予想】【実際】ともに、「5人未満」は「価格への転嫁が困難」が最も多く、「5人以上」は「駆け込み需要の反動等による売上減」が最も多くなっている。

#### ■全体

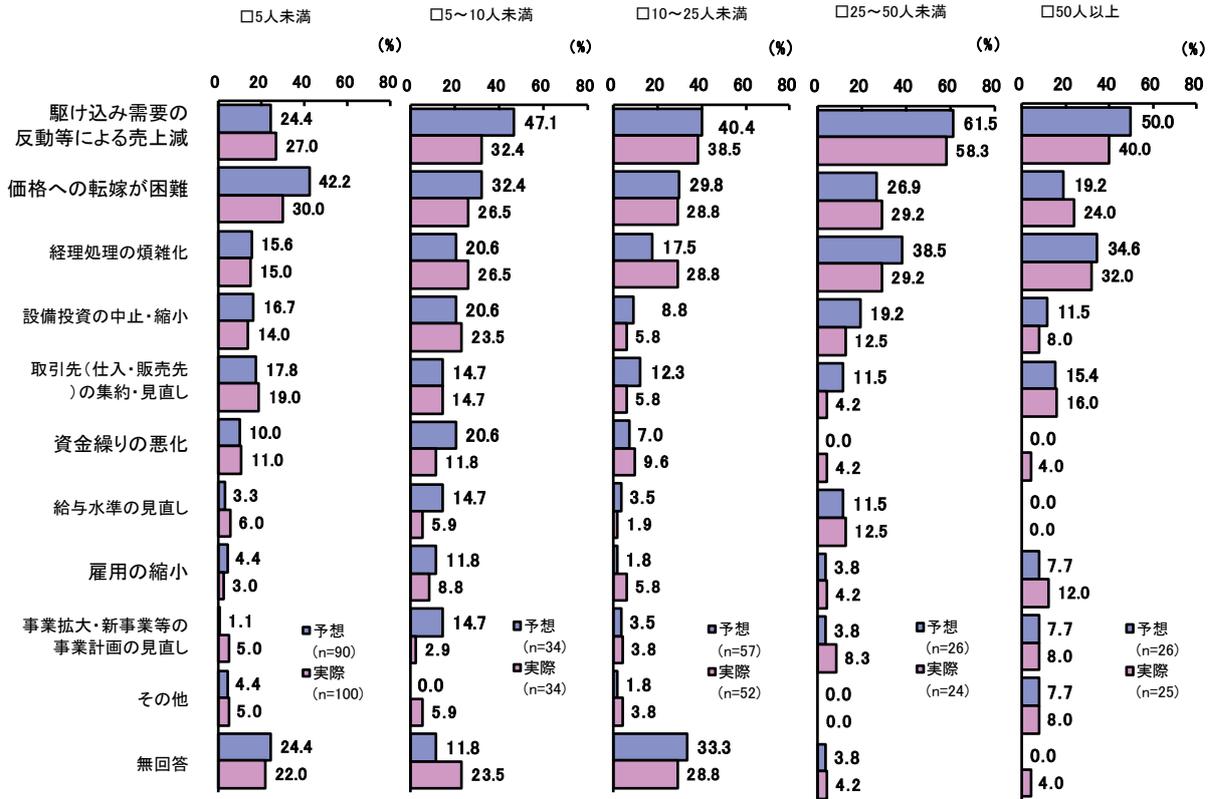


注：その他は、「全体の雰囲気の悪化」「消費気分の落込み」等。

■業種別



## ■規模別



### 3 消費税の価格への転嫁について

#### (1) 消費税の価格への転嫁度

##### ① 全体

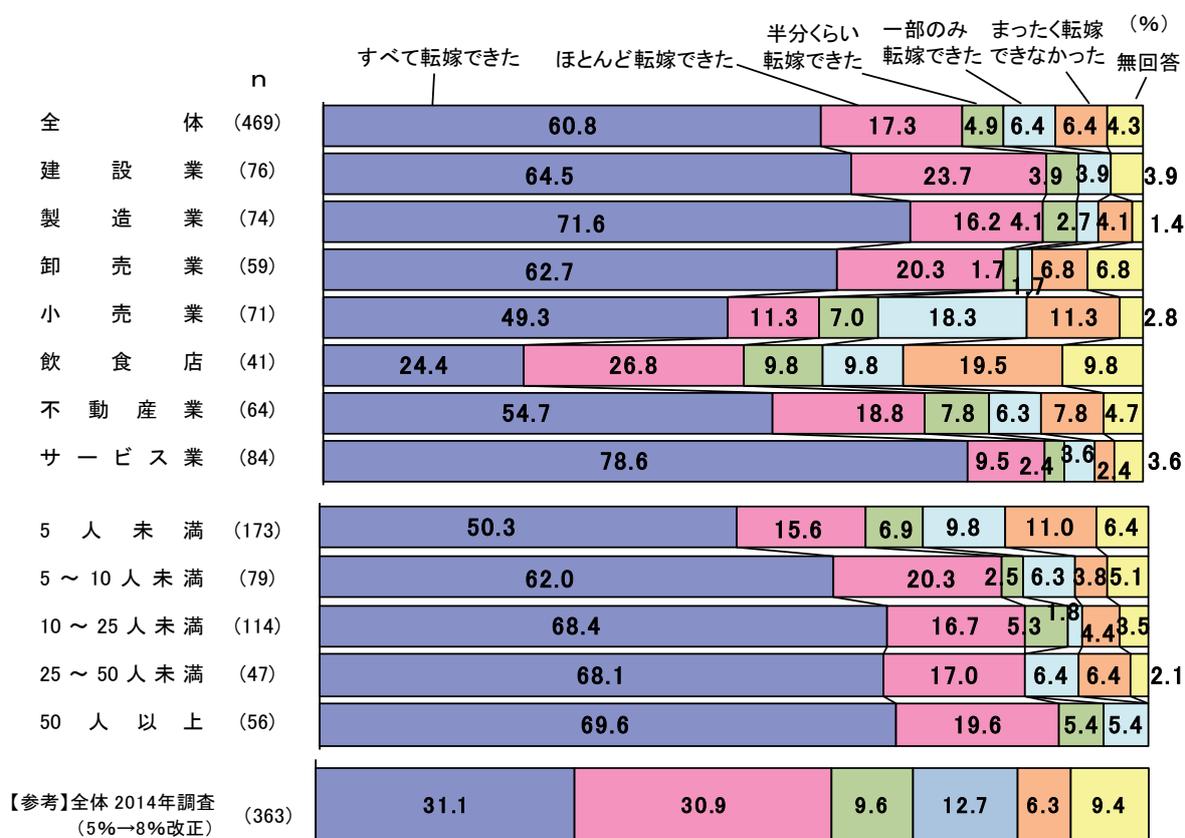
1の質問で「取り扱っている」と回答した事業所 (n=469) に、消費税の価格への転嫁度を聞いたところ、「すべて転嫁できた」が約6割 (60.8%)、「ほとんど転嫁できた」が1割台半ばを超え (17.3%) で、両者を合わせた《転嫁できた》は8割近く (78.1%) である。「半分くらい転嫁できた」は4.9%、「一部のみ転嫁できた」は6.4%、「まったく転嫁できなかった」は6.4%である。

##### ② 業種別

《転嫁できた》は「飲食店」で5割強 (51.2%)、「小売業」で約6割 (60.6%) と低く、それ以外の業種はいずれも7割を超えている。逆に「まったく転嫁できなかった」は「飲食店」で2割弱 (19.5%)、「小売業」で1割強 (11.3%) と多い。

##### ③ 規模別

《転嫁できた》は、「5人未満」では6割台半ば (65.9%) と少ないが、「5人以上」では8割を超えており、「5～10人未満」で8割強 (82.3%)、「10～25人未満」「25～50人未満」で8割台半ば (85.1%)、「50人以上」で9割弱 (89.2%) を占める。



## (2) 価格に転嫁できなかった理由

### ① 全体

3(1)の質問で「ほとんど転嫁できた」「半分くらい転嫁できた」「一部のみ転嫁できた」「まったく転嫁できなかった」のいずれかを選んだ事業所(n=164)に、価格に転嫁できなかった理由を聞いたところ、最も多いのは「顧客や消費者が価格に敏感」の4割台半ばを超え(46.3%)で、次いで多いのが「市場(業界)の競争が激しい」の3割強(31.1%)である。以下、「取引先との交渉が難しい」(14.0%)、「長期契約のため変更が難しい」(13.4%)と続いている。

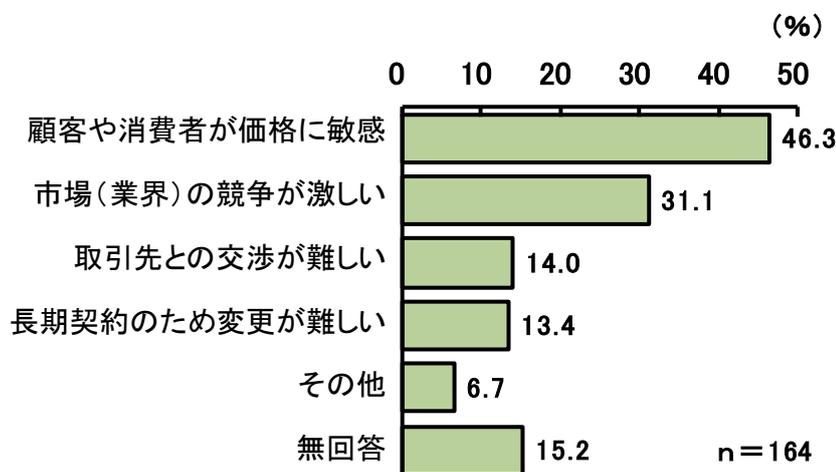
### ② 業種別

1位をみると、「建設業」「小売業」「飲食店」「不動産業」「サービス業」は「顧客や消費者が価格に敏感」で、特に「飲食店」は6割台半ばを超え(66.7%)、「小売業」は6割台半ば近く(64.7%)と多くなっている。「製造業」は「取引先との交渉が難しい」、「卸売業」は「顧客や消費者が価格に敏感」「市場(業界)の競争が激しい」「取引先との交渉が難しい」が同率1位である。2位は、「卸売業」を除き、いずれの業種も「市場(業界)の競争が激しい」である。

### ③ 規模別

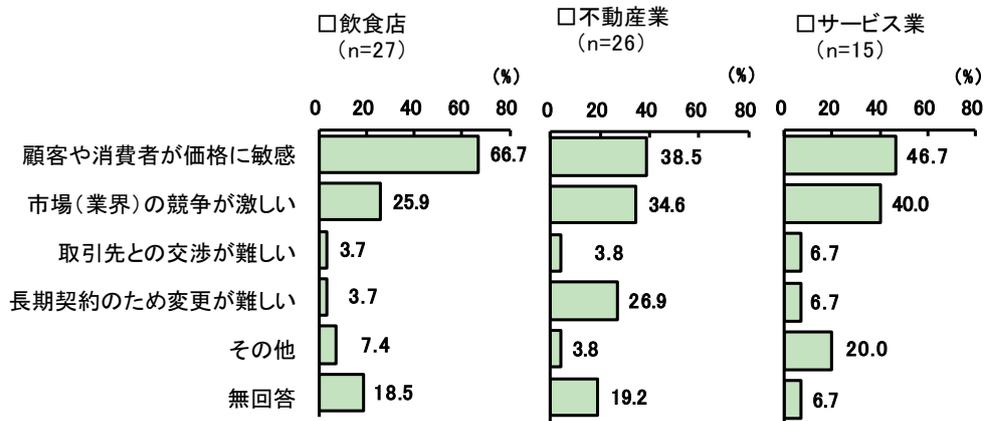
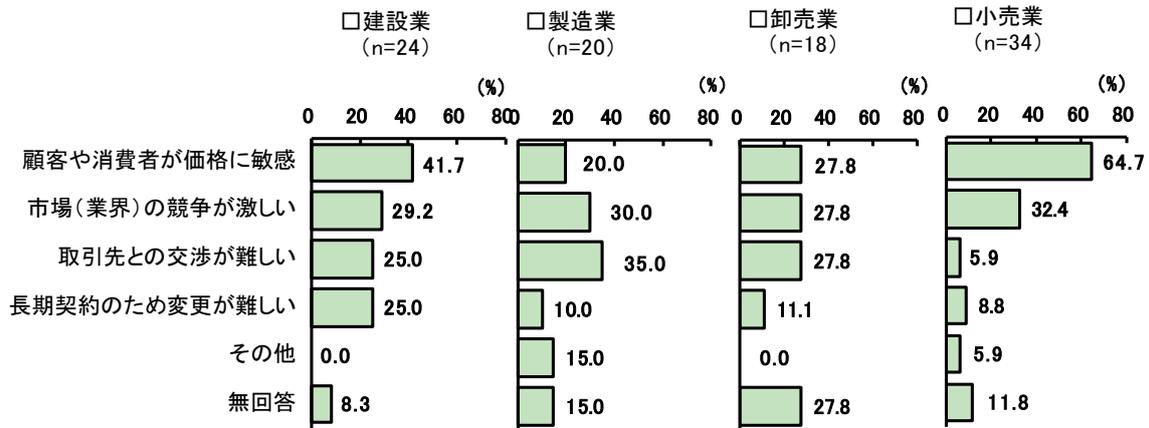
1位をみると、「10~25人未満」は「市場(業界)の競争が激しい」で、それ以外の規模は「顧客や消費者が価格に敏感」であり、「5~10人未満」(53.8%)、「25~50人未満」(57.1%)は5割を超える。

#### ■全体

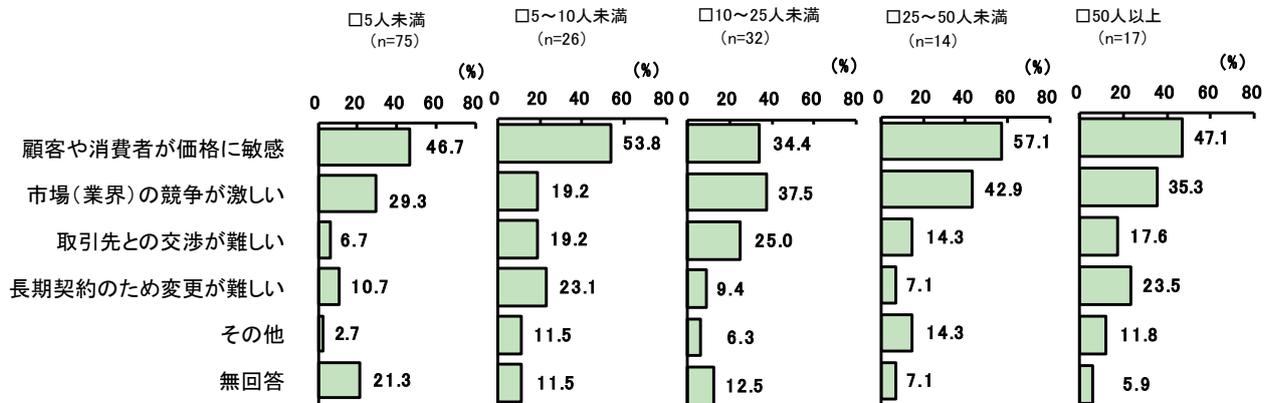


注：その他は、「税込みの契約が多少ある」「端数を切り捨てにした品がある」「顧客が旧価格で自動振替している」「経営者が多忙過ぎて価格改定の時間がとれない」「事務所経費(電気代など)を転嫁していくのは難しい」等

## ■業種別



## ■規模別



## 4 軽減税率について

### (1) 軽減税率への対応状況

#### ① 全体

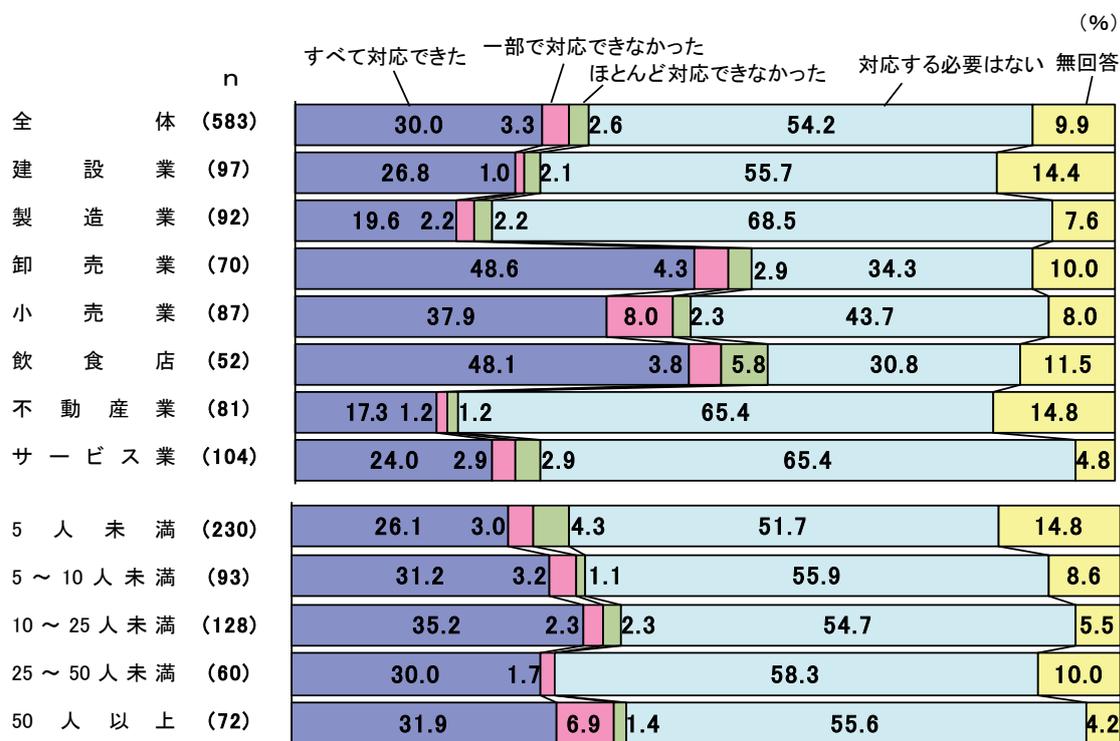
消費税法改正時の令和元年10月1日における軽減税率への対応状況について聞いたところ、「すべて対応できた」が3割(30.0%)を占める。「一部で対応できなかった」が3.3%、「ほとんど対応できなかった」が2.6%で、両者を合わせた《対応できなかった》は5.9%である。「対応する必要はない」は5割台半ば近く(54.2%)である。

#### ② 業種別

「すべて対応できた」が多いのは「卸売業」(48.6%)と「飲食店」(48.1%)の5割近くで、次いで多いのが「小売業」の3割台半ば超え(37.9%)である。《対応できなかった》は「小売業」で約1割(10.3%)、「飲食店」で1割弱(9.6%)と多くなっている。

#### ③ 規模別

「すべて対応できた」が最も多いのが「10~25人未満」の3割台半ば(35.2%)で、最も少ないのは「5人未満」の2割台半ば超え(26.1%)である。《対応できなかった》で多いのは「50人以上」の1割近く(8.3%)で、次いで「5人未満」の7.3%が多い。



## (2) 対応で困った事、トラブルになった事等の有無

### ① 全体

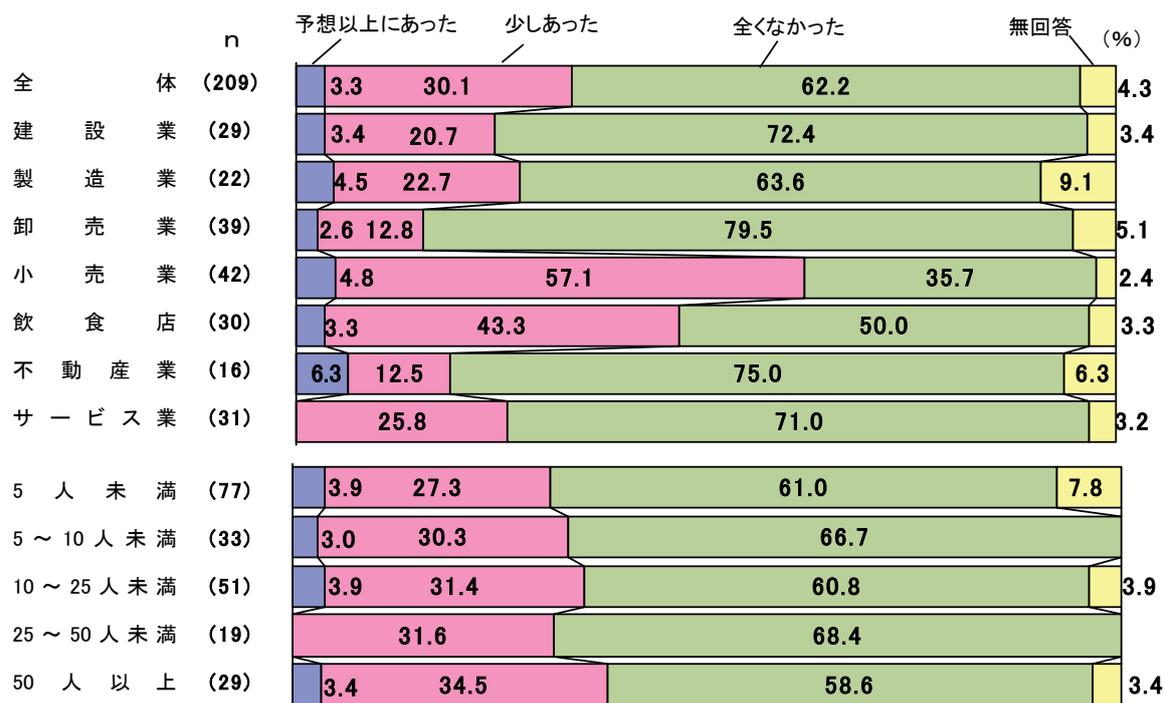
4(1)で「すべて対応できた」「一部で対応できなかった」「ほとんど対応できなかった」と回答した事業所(n=209)に、軽減税率が導入されて以降、軽減税率を巡り、従業員(店員)が困った事や顧客とトラブルになった事等があるかを聞いたところ、「予想以上にあった」が3.3%、「少しあった」が約3割(30.1%)で、両者を合わせた《困った事等があった》は3割台半ば近く(33.4%)である。「全くなかった」は6割強(62.2%)である。

### ② 業種別

《困った事等があった》は、「小売業」で6割強(61.9%)、「飲食店」で4割台半ばを超え(46.6%)と多く、「卸売業」は1割台半ば(15.4%)と少ない。

### ③ 規模別

《困った事等があった》は、いずれの規模も3割台であり、最も多い「50人以上」で3割台半ばを超え(37.9%)、最も少ない「5人未満」で3割強(31.2%)である。



### (3) 対応で困った事、トラブルになった事等の内容

#### ① 全体

4 (2) の質問で「予想以上にあった」「少しあった」のいずれかを選んだ事業所 (n=70) に、従業員 (店員) が困った事や顧客とトラブルになった事等の内容を聞いたところ、最も多いのは「顧客への説明や対応に時間がかかってしまった」の2割台半ば超え (27.1%) で、以下、「レジ・システム等に不具合があった」 (20.0%)、「値札、価格表示などに誤りがあった」と「税率を間違えて販売してしまった」 (18.6%)、「一部で準備が間に合わなかった」 (10.0%)、「レジ・システムの導入が間に合わなかった」 (5.7%) などと続いている。

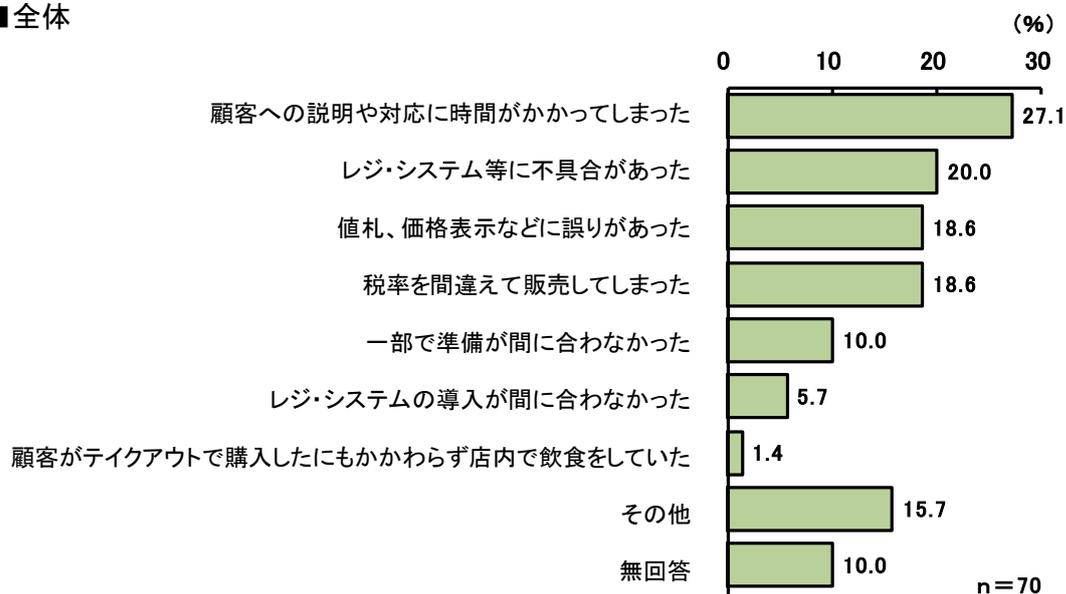
#### ② 業種別

回答数 (n) が10以上の業種についてみると、「小売業」で最も多いのは「レジ・システム等に不具合があった」の3割台半ば近く (34.6%)、次いで「値札、価格表示などに誤りがあった」の2割台半ば超え (26.9%) である。「飲食店」で最も多いのは、「レジ・システム等に不具合があった」と「税率を間違えて販売してしまった」の3割台半ば (35.7%) である。

#### ③ 規模別

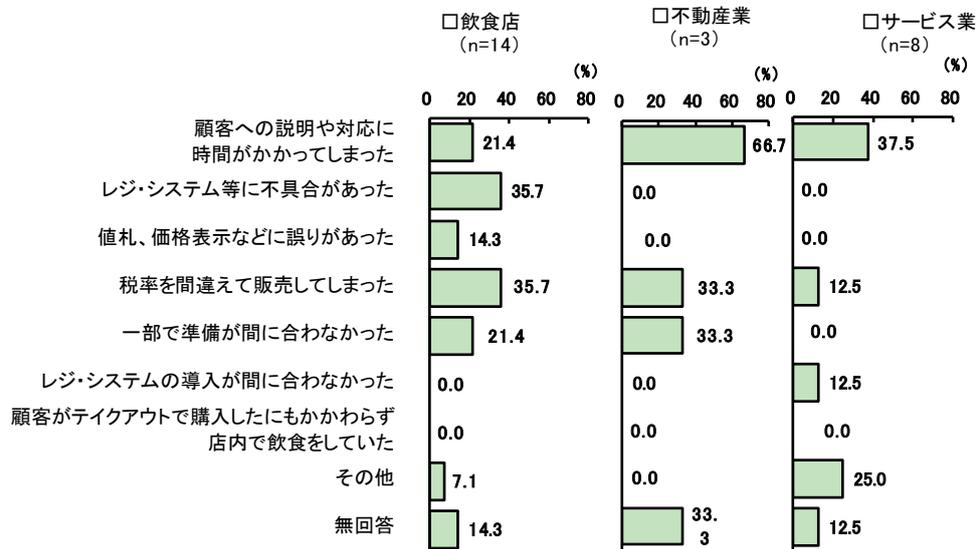
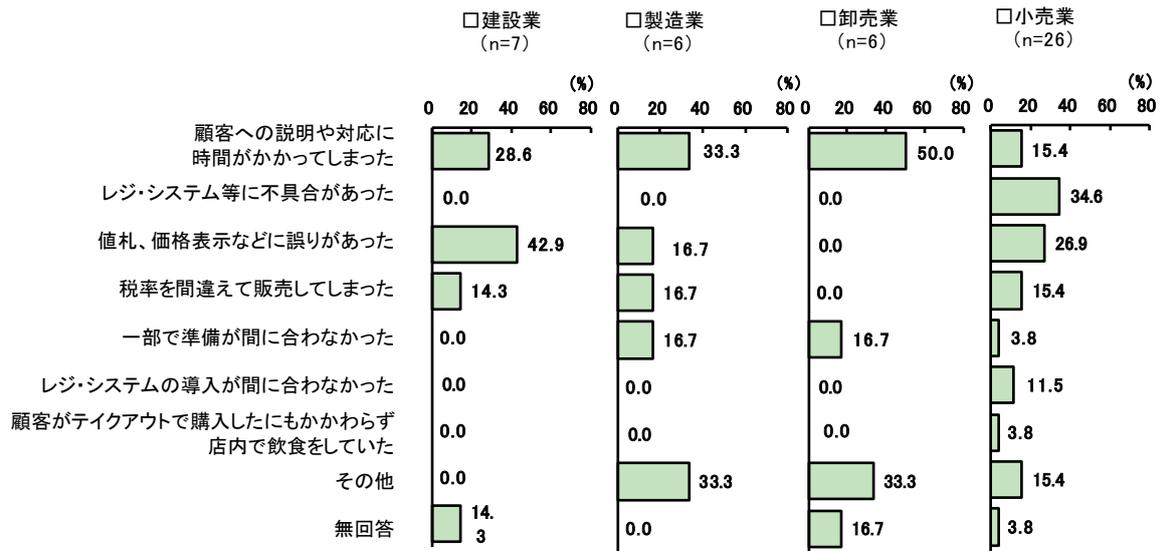
回答数 (n) が10以上の規模についてみると、「5人未満」で最も多いのは「値札、価格表示などに誤りがあった」の3割台半ば近く (33.3%) である。「5～10人未満」と「10～25人未満」で最も多いのは「顧客への説明や対応に時間がかかってしまった」 (それぞれ45.5%、38.9%) である。

#### ■全体

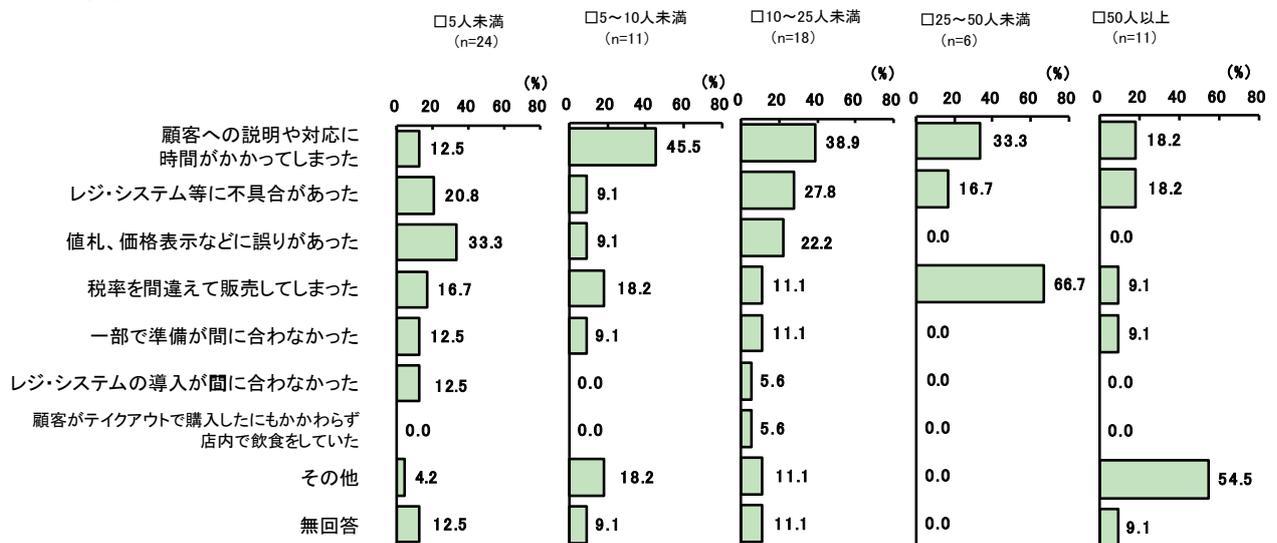


注：その他は、「税率を誤っての経理システム処理」「経理処理面」「従業員の一部に理解度の足りない面があった」「客が理解をしていない」等。

## 業種別



## 規模別



## 5 キャッシュレス決済の導入について

### (1) 導入状況

#### ① 全体

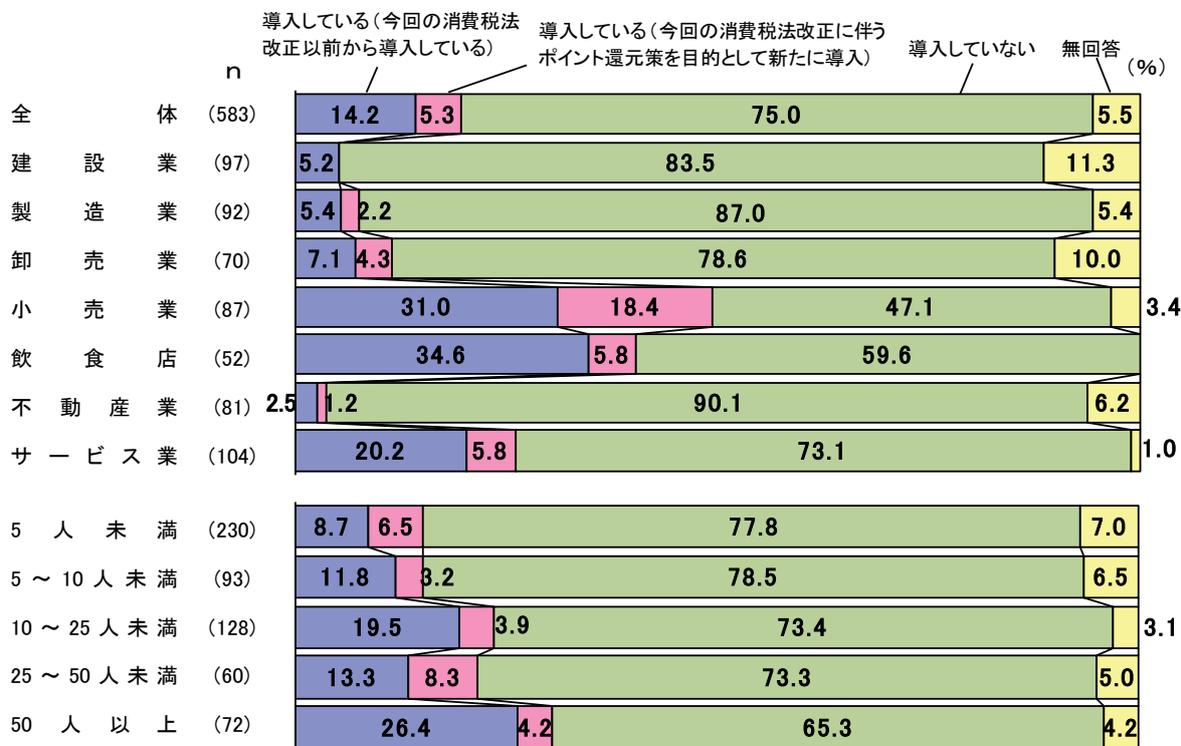
キャッシュレス決済の導入状況について聞いたところ、「導入している（今回の消費税法改正以前から導入している）」が1割台半ば近く（14.2%）、「導入している（今回の消費税法改正に伴うポイント還元策を目的として新たに導入）」が5.3%で、両者を合わせた《導入している》は2割弱（19.5%）である。「導入していない」は7割台半ば（75.0%）である。

#### ② 業種別

《導入している》で最も多いのは「小売業」の5割弱（49.4%）、次いで「飲食店」の約4割（40.4%）、「サービス業」の2割台半ば超え（26.0%）などと続いている。それ以外の業種は「導入していない」が多く、「不動産業」で約9割（90.1%）、「製造業」で8割台半ば超え（87.0%）、「建設業」で8割台半ば近く（83.5%）、「卸売業」で8割近く（78.6%）を占めている。

#### ③ 規模別

《導入している》で最も多いのは「50人以上」の約3割（30.6%）、次いで「10～25人未満」の2割台半ば近く（23.4%）で、最も少ないのは「5人未満」の1割台半ば（15.2%）である。「導入していない」は、《50人未満》で7割台、「50人以上」で6割台半ばとなっている。



## (2) 利用状況

### ① 全体

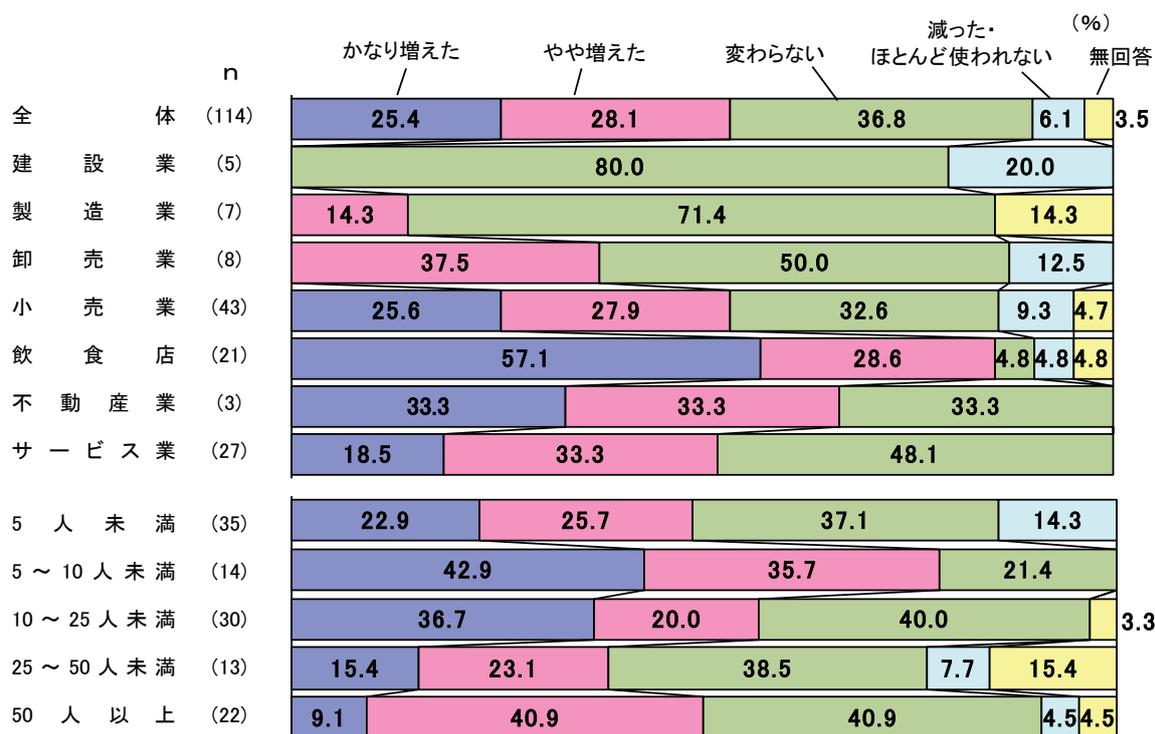
5 (1) の質問で「導入している（今回の消費税法改正以前から導入している）」「導入している（今回の消費税法改正に伴うポイント還元策を目的として新たに導入）」のいずれかを選んだ事業所 (n=114) に、キャッシュレス決済を利用する顧客の増減について聞いたところ、「かなり増えた」が2割台半ば (25.4%)、「やや増えた」が3割近く (28.1%) で、両者を合わせた《増えた》は5割台半ば近く (53.5%) である。「変わらない」は3割台半ば超え (36.8%)、「減った・ほとんど使われない」は6.1%である。

### ② 業種別

回答数 (n) が10以上の業種についてみると、《増えた》が最も多いのは「飲食店」で8割台半ば (85.7%) を占める。「小売業」は5割台半ば近く (53.5%)、「サービス業」は5割強 (51.8%) である。

### ③ 規模別

《増えた》が最も多いのは「5～10人未満」の8割近く (78.6%)、次いで「10～25人未満」の5割台半ば超え (56.7%) である。最も少ないのは「25～50人未満」の4割近く (38.5%) である。



### (3) 導入して良かった点

#### ① 全体

5 (1) の質問で「導入している（今回の消費税法改正以前から導入している）」「導入している（今回の消費税法改正に伴うポイント還元策を目的として新たに導入）」のいずれかを選んだ事業所 (n=114) に、キャッシュレス決済を導入して良かった点を聞いたところ、最も多いのは「特になかった」の6割台半ば近く(64.9%)である。具体的項目で最も多いのは「現金管理にかかる手間が省けた」の1割強(12.3%)で、以下、「1人あたりの顧客対応時間が削減された」(7.0%)、「日本人の利用客が増加した」(4.4%)、「売上が増加した」(2.6%)、「訪日外国人が増加した」と「会計不一致が減った」(1.8%)などと続いている。

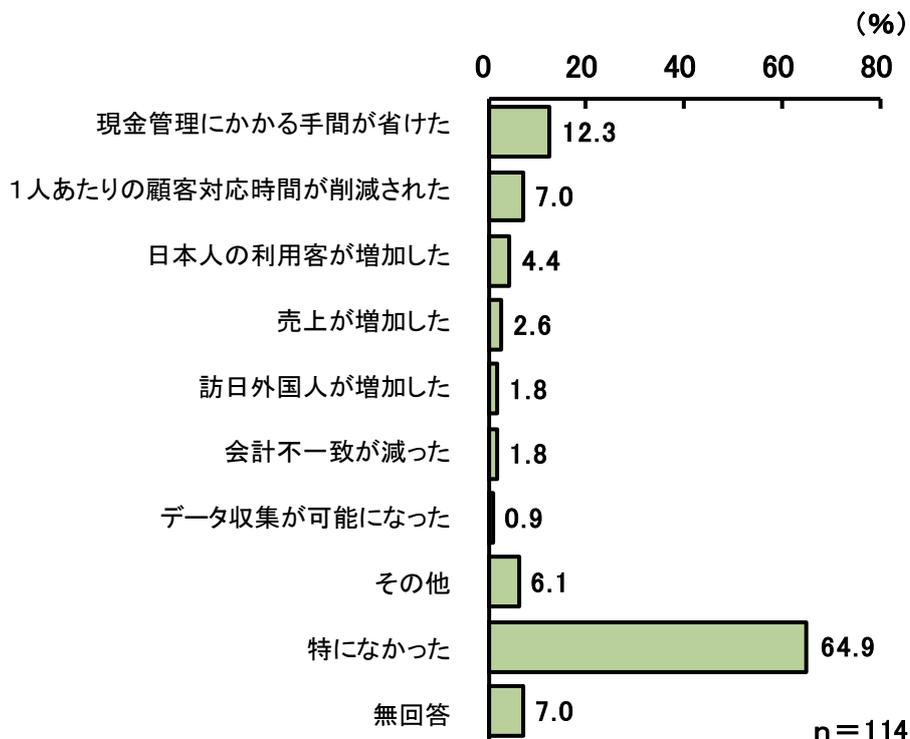
#### ② 業種別

回答数(n)が10以上の業種についてみると、「小売業」「飲食店」「サービス業」のいずれも「特になかった」が6割を超えて多くなっている。具体的項目で最も多いのは、「小売業」、「サービス業」では「現金管理にかかる手間が省けた」である。

#### ③ 規模別

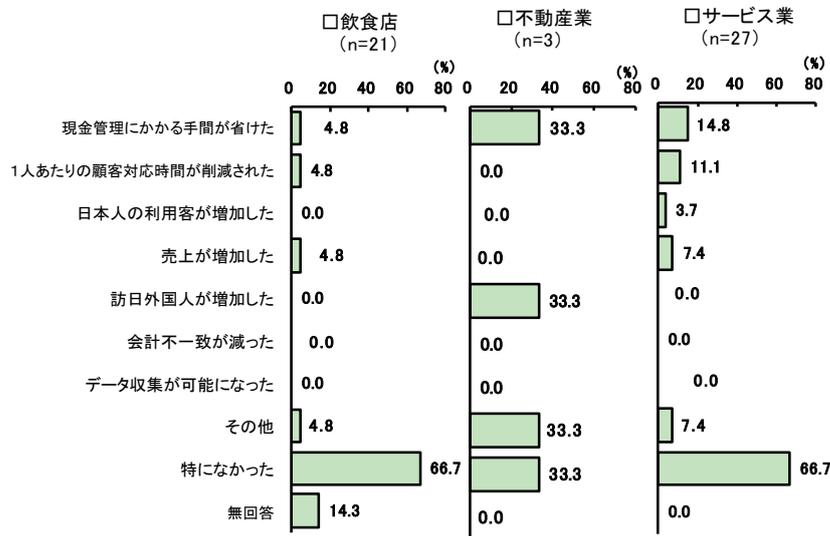
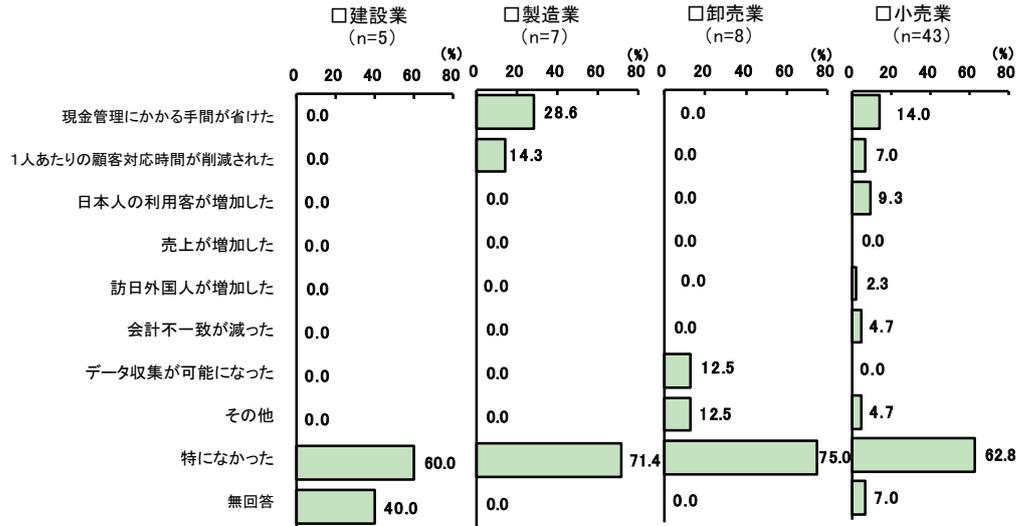
いずれの規模も最も多いのは「特になかった」である。具体的項目で最も多いのは、「5人未満」では「1人あたりの顧客対応時間が削減された」である。それ以外の規模では「現金管理にかかる手間が省けた」であり、「50人以上」では2割台半ばを超える(27.3%)。

#### ■全体

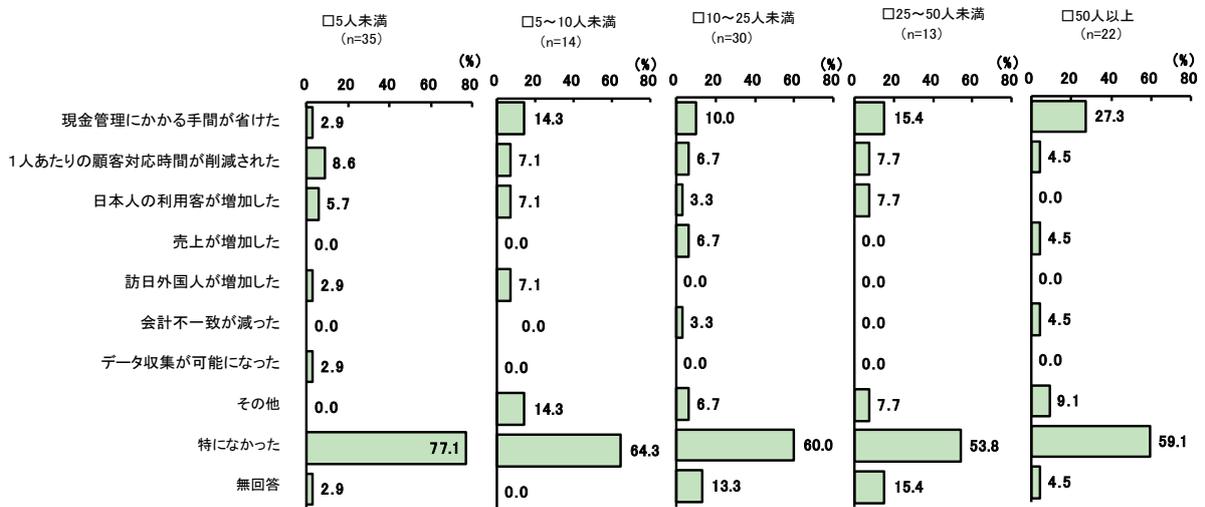


注：その他は、「顧客の利便性が向上した」「在日外国人の客が増えた」「わからないが、今まで利用されていないお客が利用してくれているかも」等。

## ■業種別



## ■規模別



## (4) 導入して悪かった点

### ① 全体

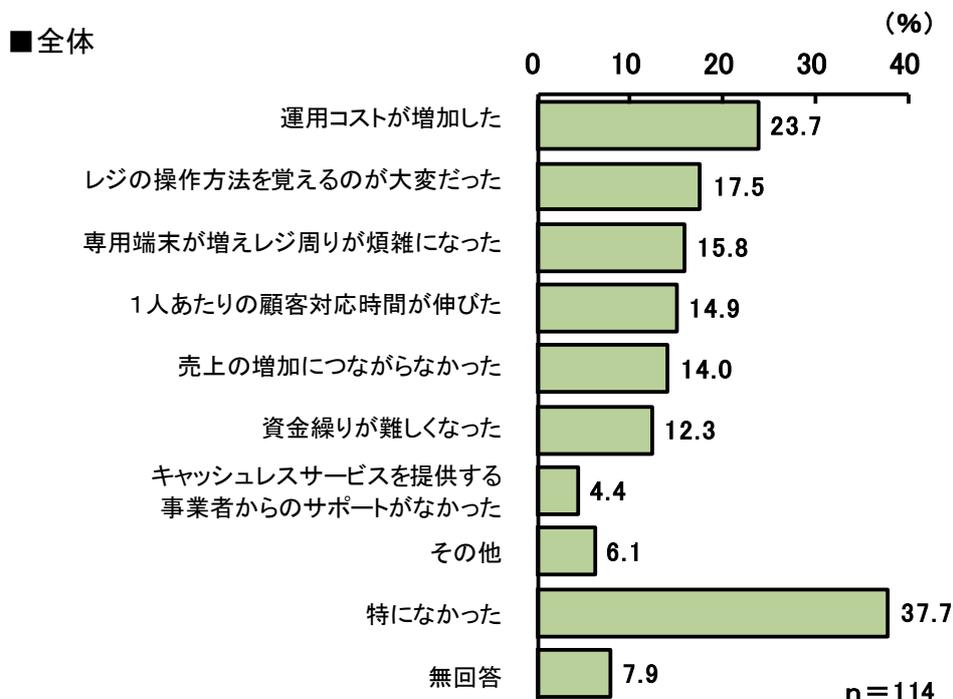
5 (1) の質問で「導入している (今回の消費税法改正以前から導入している)」「導入している (今回の消費税法改正に伴うポイント還元策を目的として新たに導入)」のいずれかを選んだ事業所 (n=114) に、キャッシュレス決済を導入して悪かった点を聞いたところ、最も多いのは「特になかった」の3割台半ば超え (37.7%) である。具体的項目で最も多いのは「運用コストが増加した」の2割台半ば近く (23.7%) で、以下、「レジの操作方法を覚えるのが大変だった」(17.5%)、「専用端末が増えレジ周りが煩雑になった」(15.8%)、「1人あたりの顧客対応時間が伸びた」(14.9%)、「売上の増加につながらなかった」(14.0%)、「資金繰りが難しくなった」(12.3%) 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、「小売業」「サービス業」については「特になかった」が最も多く、「運用コストが増加した」、「レジの操作方法を覚えるのが大変だった」の順で多い (「サービス業」は「レジの操作方法を覚えるのが大変だった」と「専用端末が増えレジ周りが煩雑になった」が同率)。「飲食店」では「レジの操作方法を覚えるのが大変だった」と「1人あたりの顧客対応時間が伸びた」が同率1位で、「専用端末が増えレジ周りが煩雑になった」と「売上の増加につながらなかった」が次いでいる。

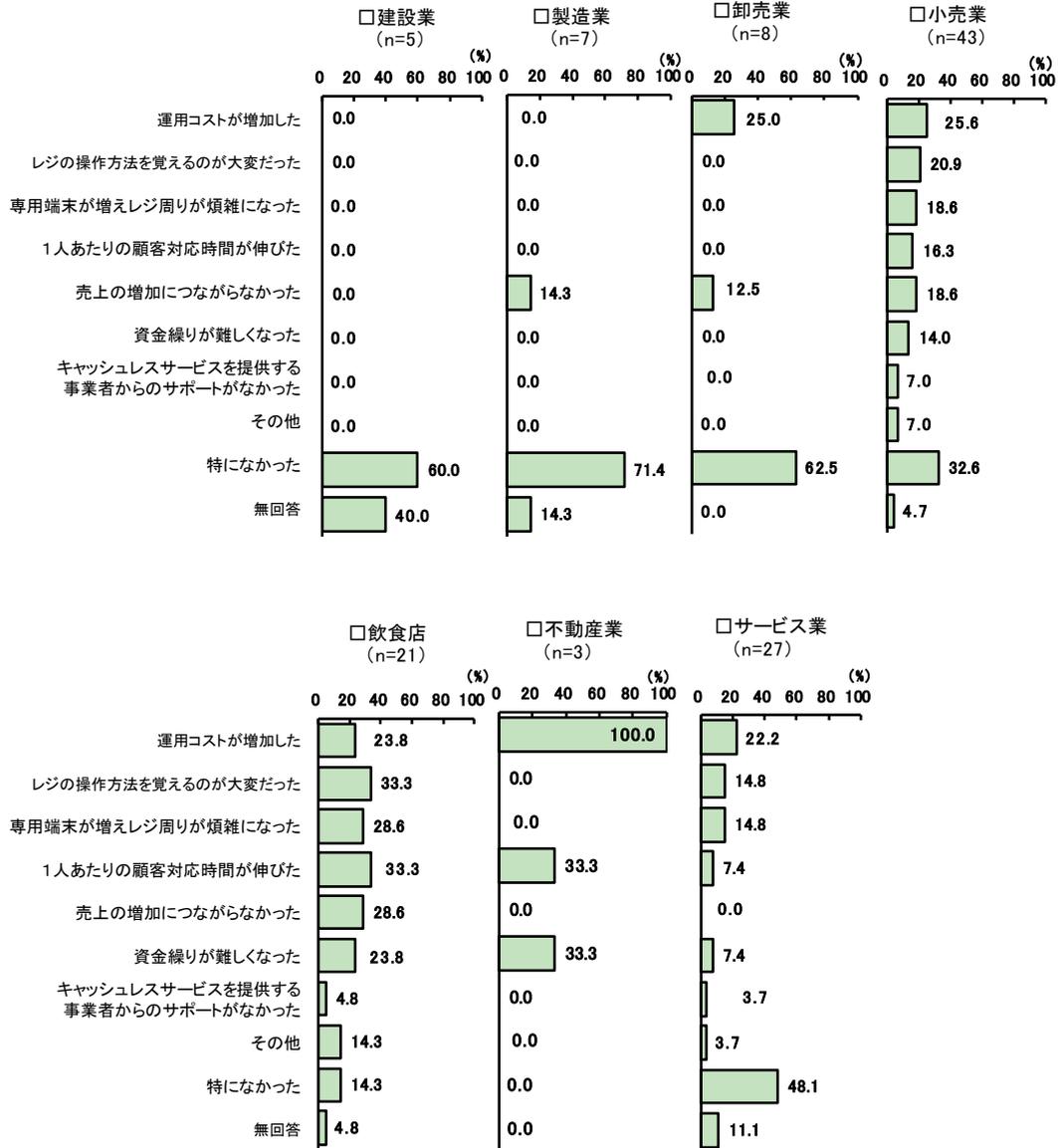
### ③ 規模別

1位をみると、「5人未満」は「運用コストが増加した」と「特になかった」が同率1位、「5~10人未満」は「運用コストが増加した」「専用端末が増えレジ周りが煩雑になった」「資金繰りが難しくなった」が同率1位である。《10人以上》の1位は「特になかった」であり、「25~50人未満」「50人以上」では5割を超えて多くなっている。

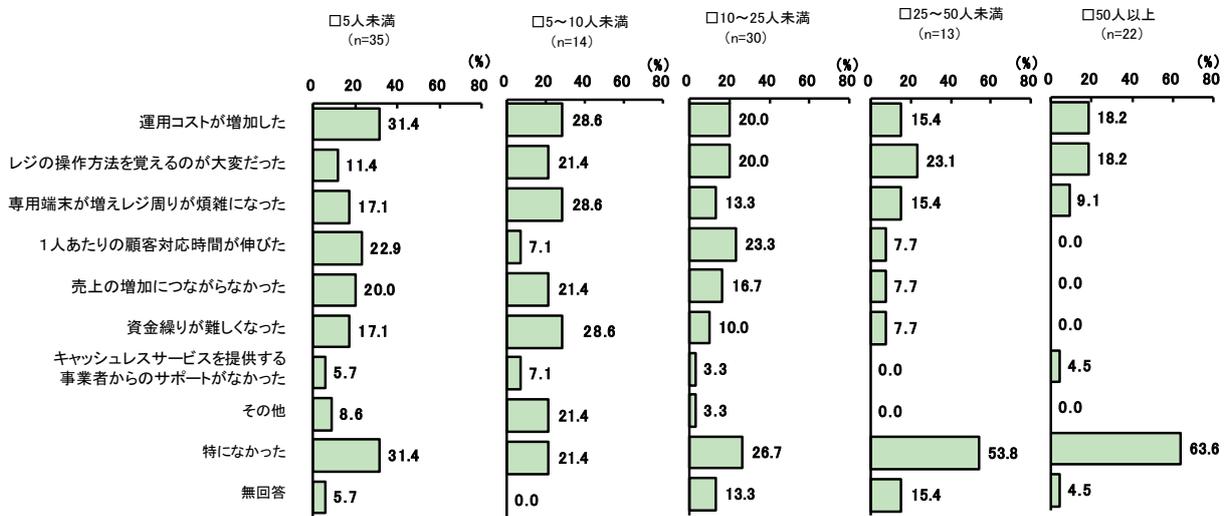


注：その他は、「カード会社の対応が遅い」「決済確認ミスが何件かあった」等。

## ■業種別



## ■規模別



## 6 今後の対応策について

### ① 全体

今回の消費税法の改正を受けて、今後、どのような対応策が必要かについて聞いたところ、最も多いのは「経費の削減」の3割台半ば（35.5%）で、以下、「販売価格の値上げ（価格への転嫁）」（24.9%）、「新規取引先（顧客）の開拓」（20.1%）、「仕入価格の値下げ（交渉）」（18.0%）、「既存取引先（顧客）へのサービス向上」（17.0%）、「従業員の教育・研修」と「高付加価値な商品・サービスへの特化」（16.1%）、「新事業・新分野への取組み」（11.0%）などと続いている。「対応策は必要ない」は2割強（22.8%）である。

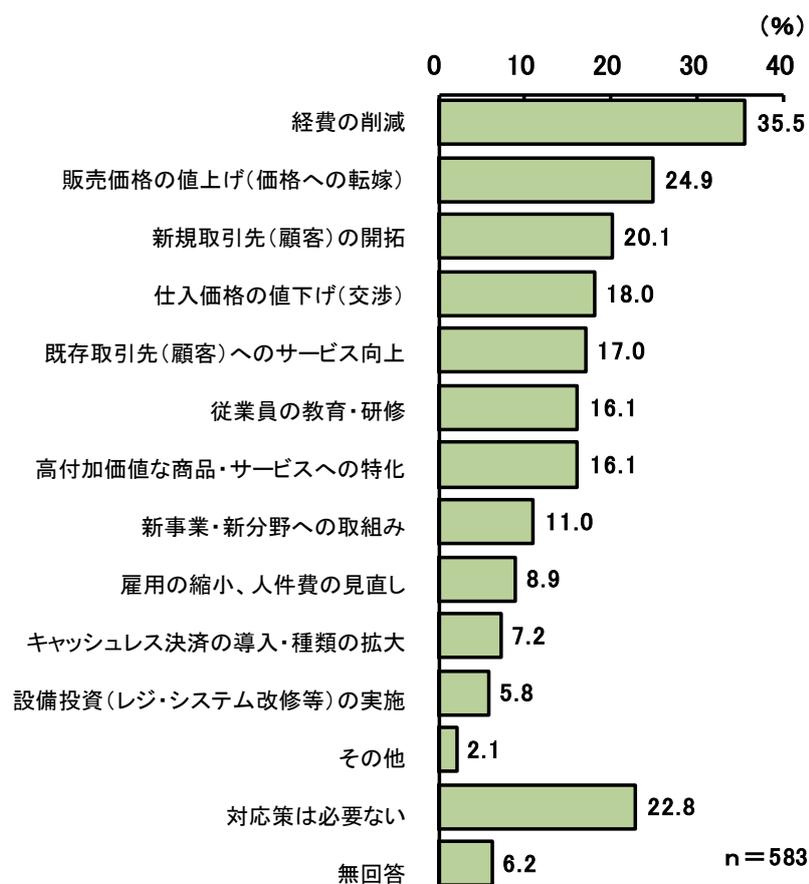
### ② 業種別

1位をみると、「建設業」は「対応策は必要ない」、「飲食店」は「販売価格の値上げ（価格への転嫁）」、それ以外の業種は「経費の削減」である。

### ③ 規模別

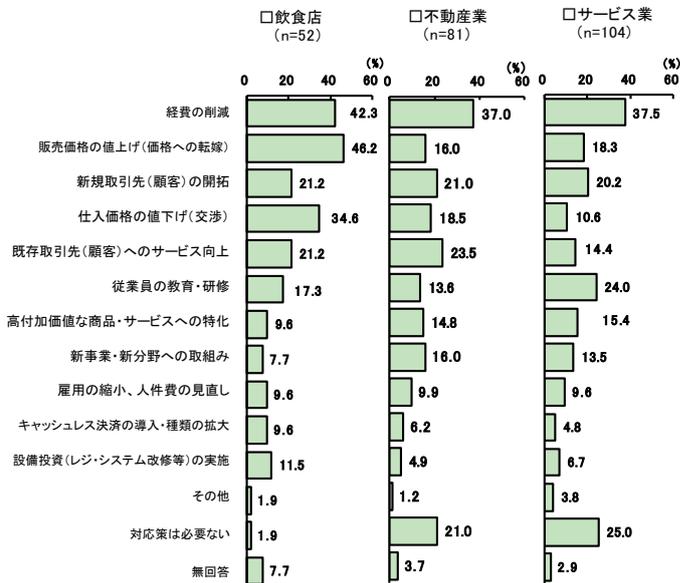
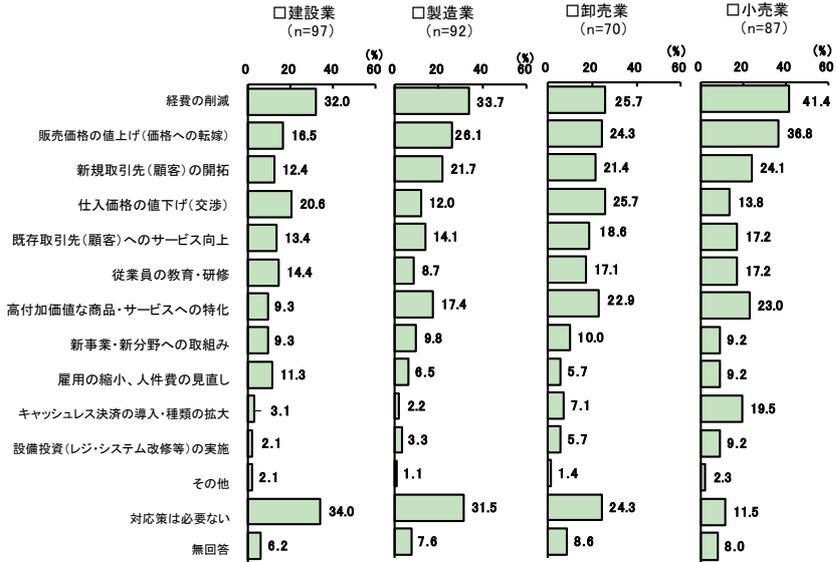
1位をみると、いずれの規模も「経費の削減」が最も多い（「50人以上」は「対応策は必要ない」が同率1位）。なお、「販売価格の値上げ（価格への転嫁）」は「5人未満」、「新規取引先（顧客）の開拓」は「5～10人未満」、「従業員の教育・研修」は「50人以上」で多くなっている。

### ■全体

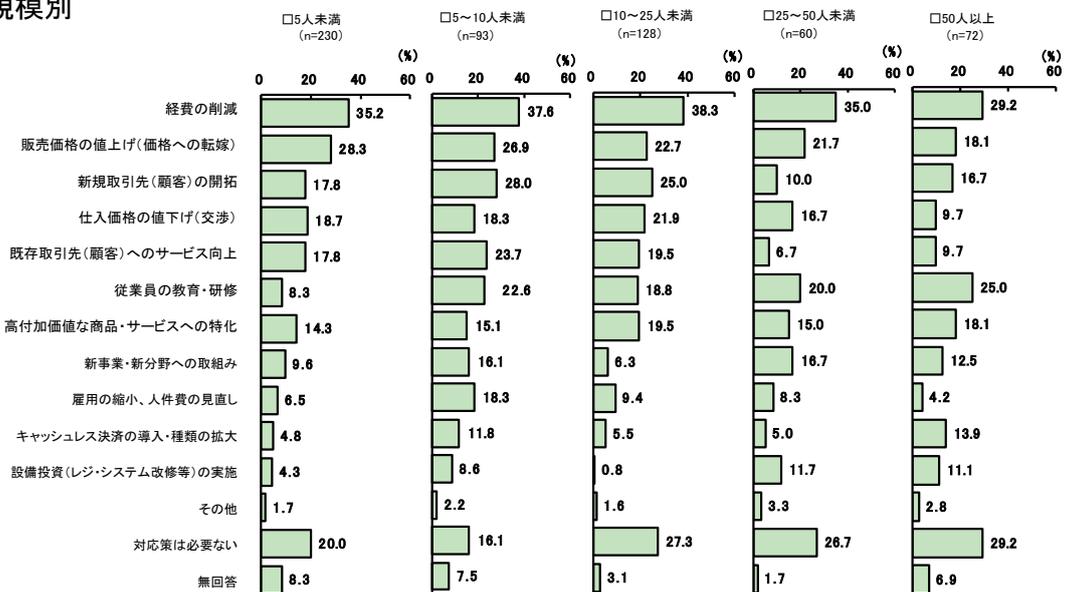


注：「納税にそなえ積立をしていく」「低価格商品も開拓する」「経理的対応」等。

## 業種別



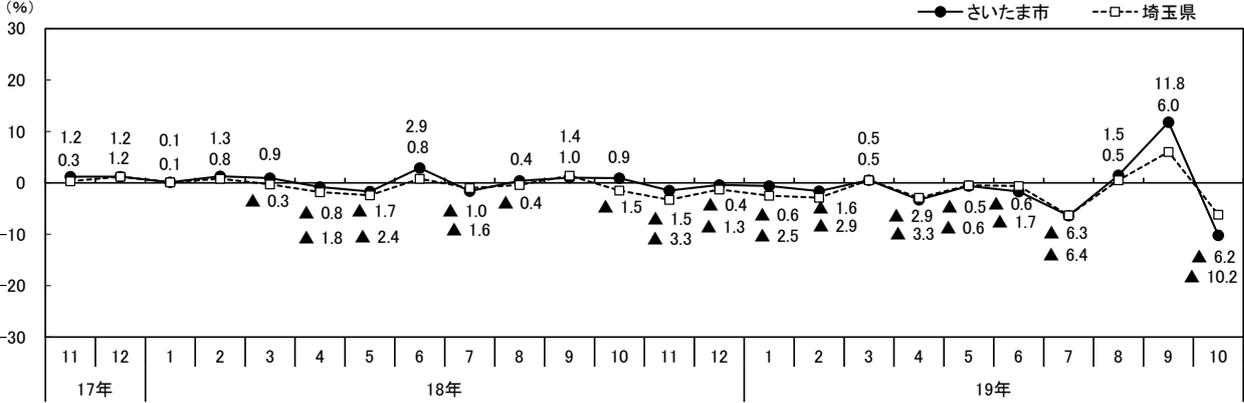
## 規模別



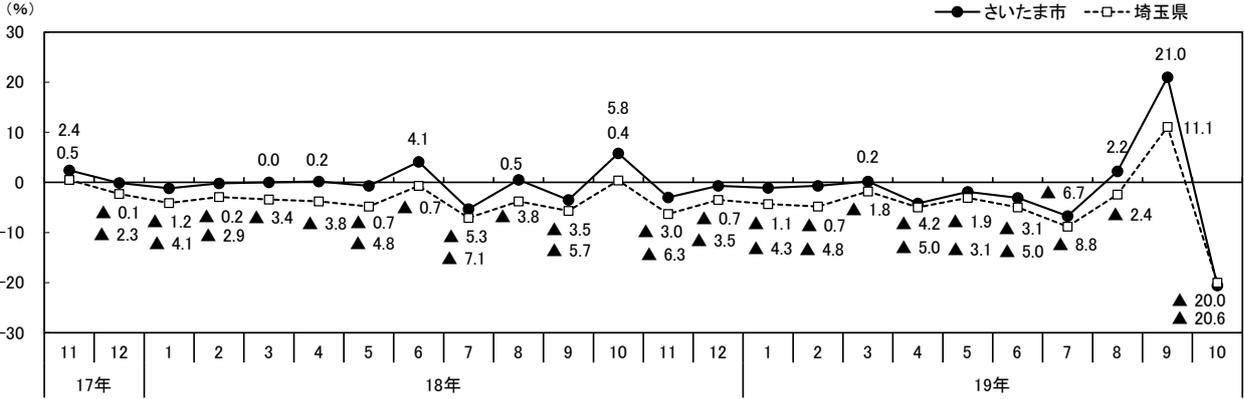
# V 主要経済指標

## 1 大型小売店舗販売額（前年同月比）

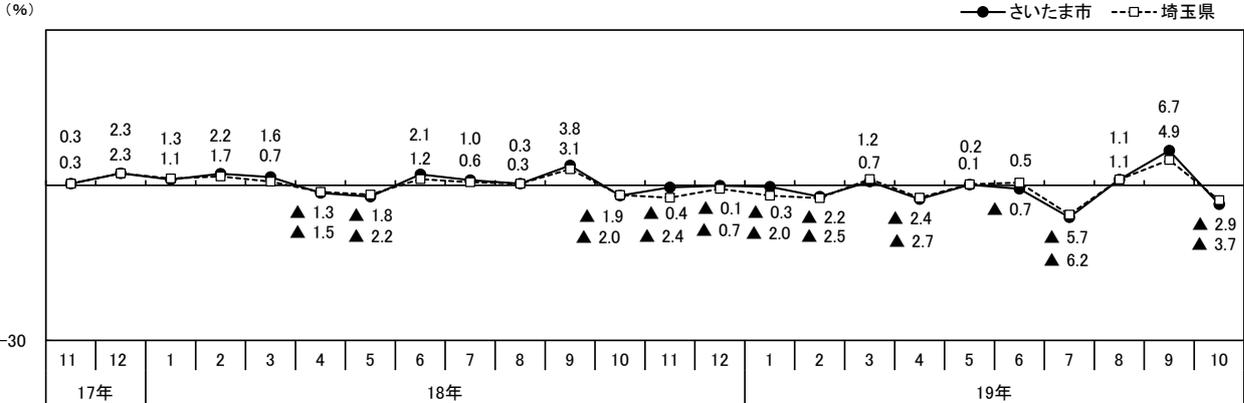
### (1) 百貨店・スーパー計



### (2) 百貨店

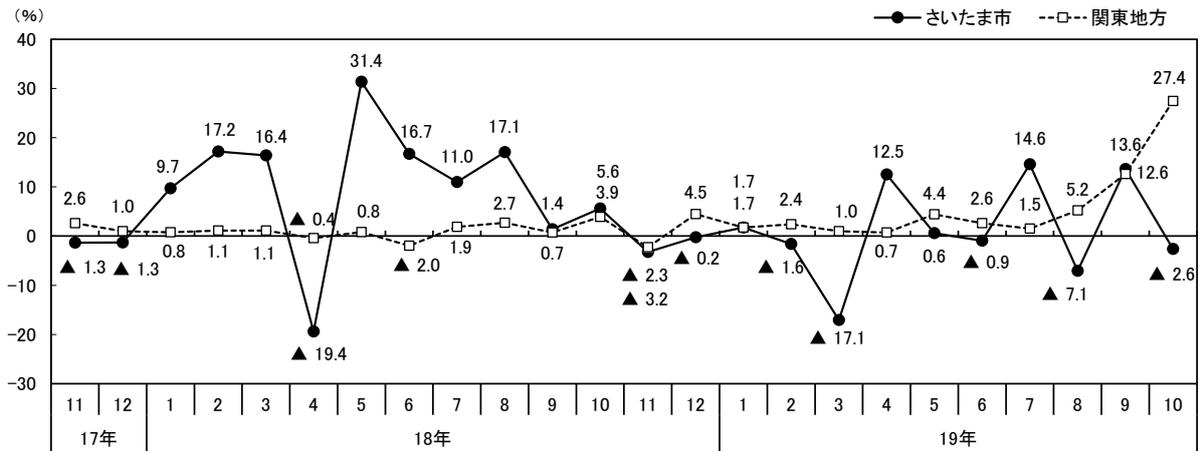


### (3) スーパー



※既存店、資料：経済産業省「商業動態統計(月報)」

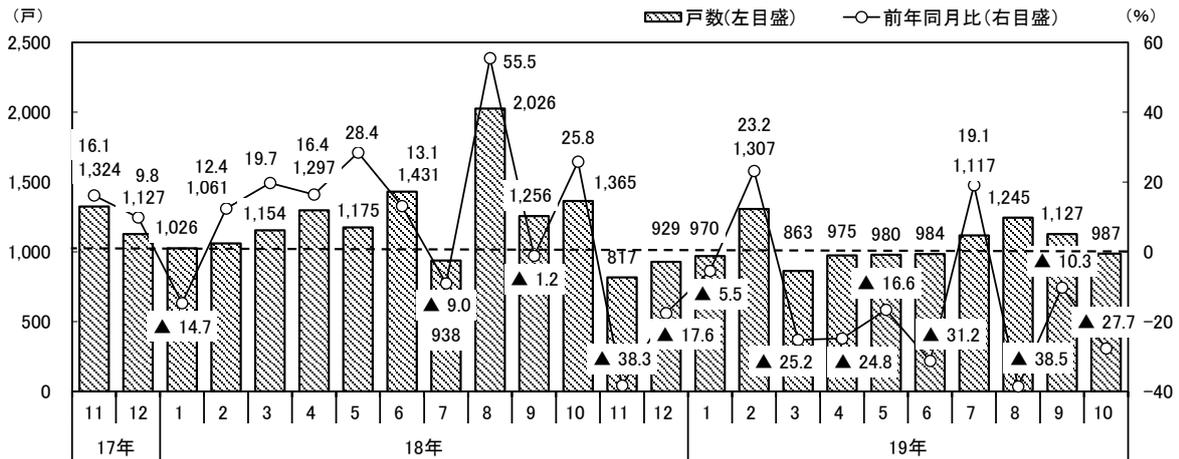
## 2 家計消費支出（二人以上世帯・前年同月比）



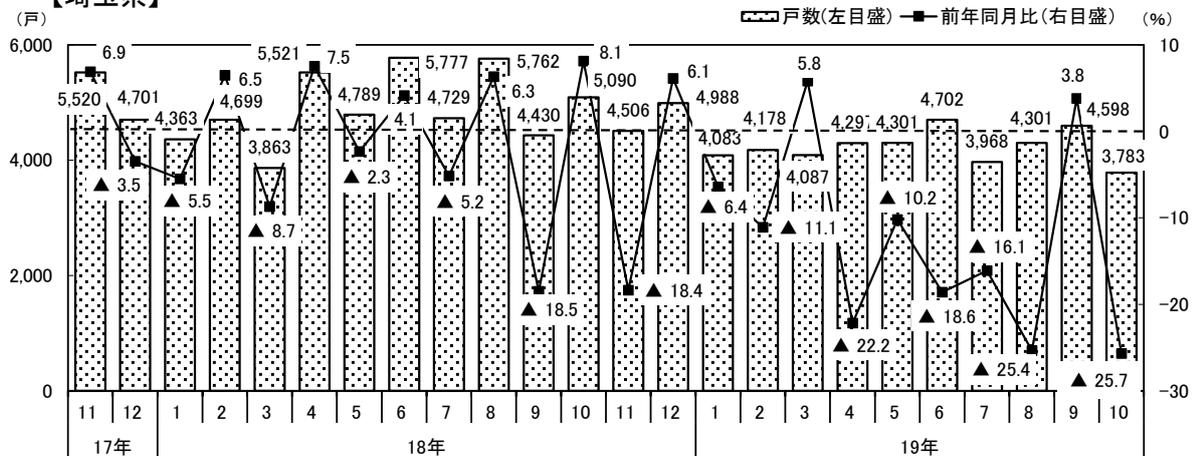
資料：総務省「家計調査報告(月次結果)」

## 3 新設住宅着工戸数（着工戸数・前年同月比）

### 【さいたま市】



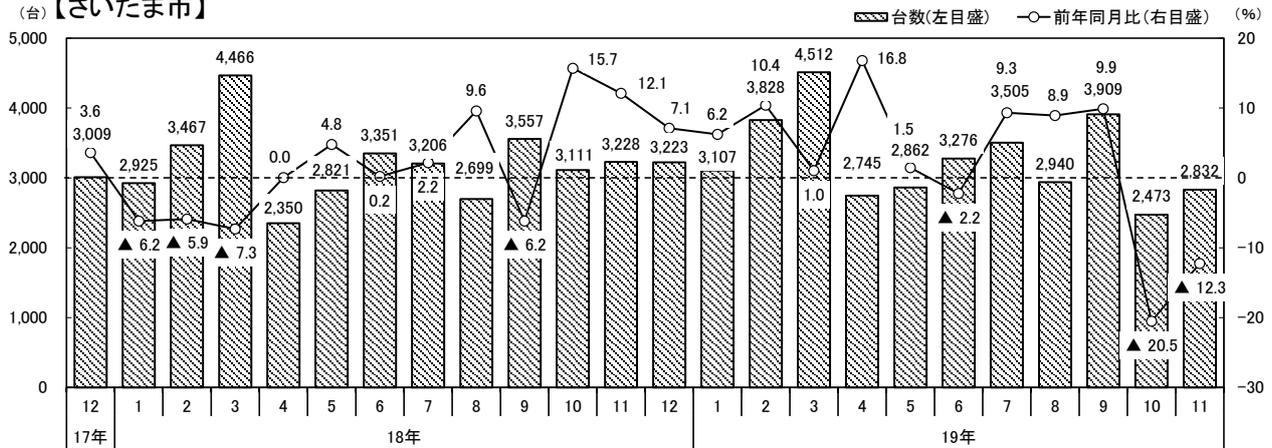
### 【埼玉県】



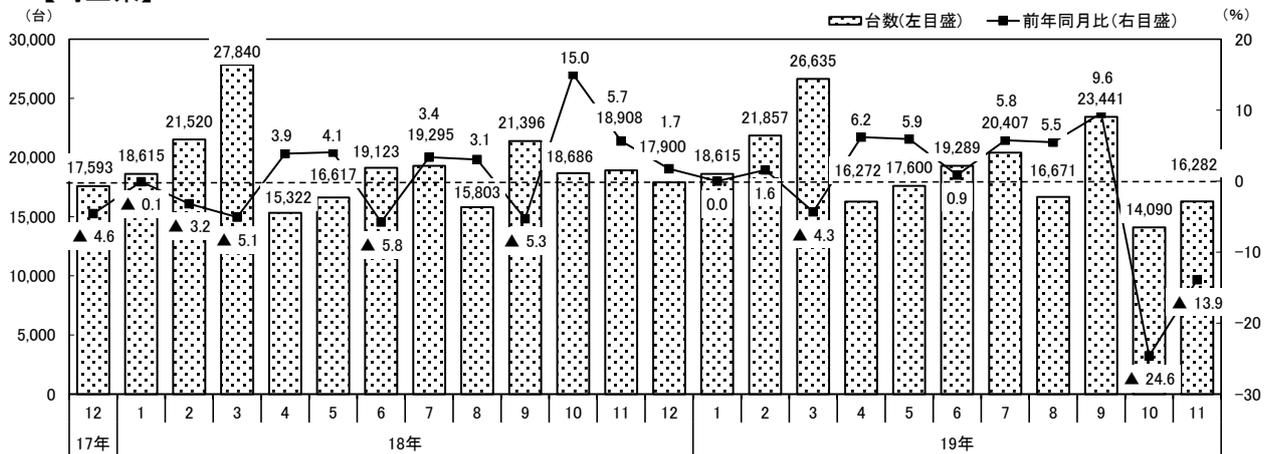
資料：国土交通省「住宅着工統計調査(月報)」

#### 4 新車登録・届出台数（台数・前年同月比）

【さいたま市】

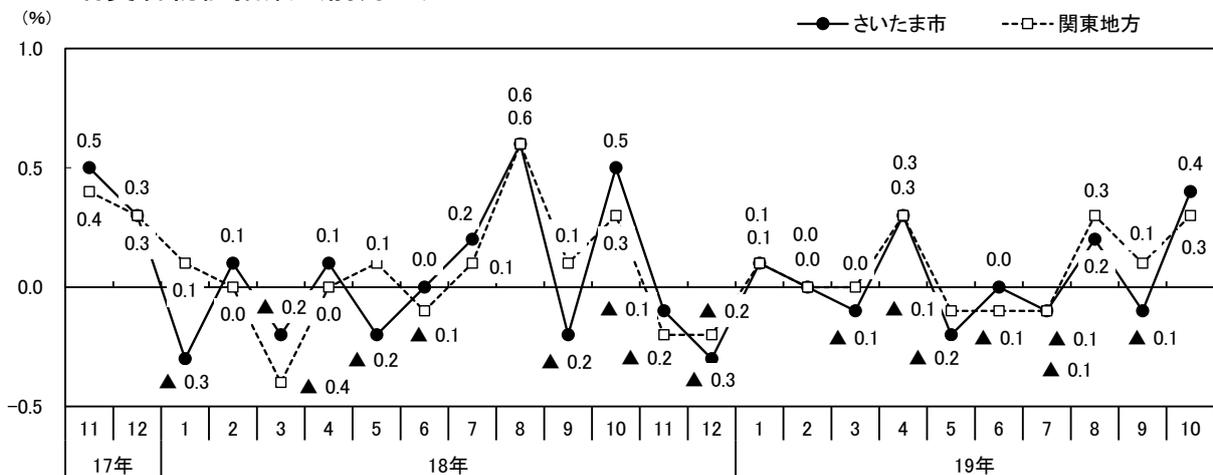


【埼玉県】



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)

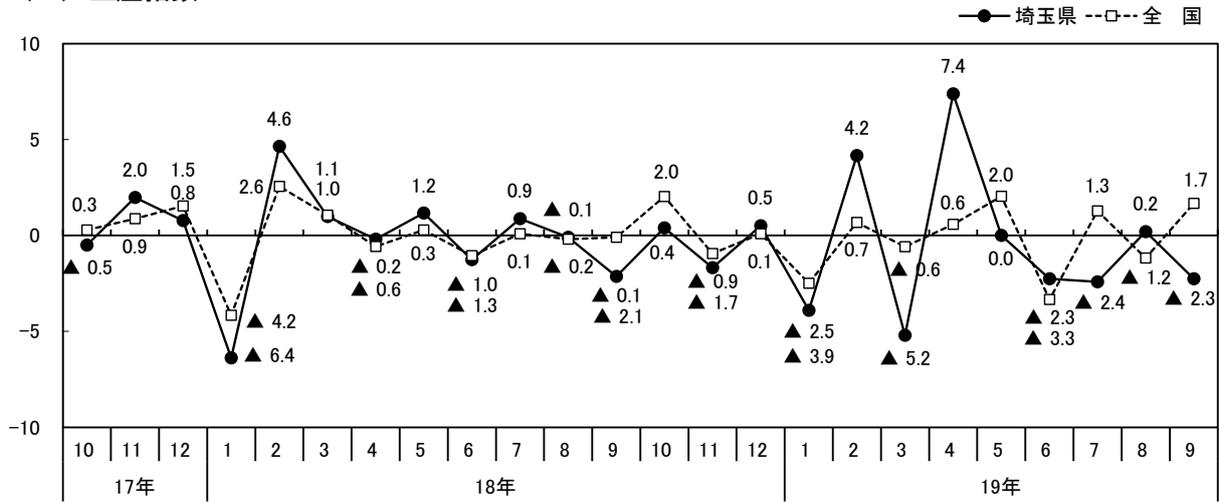
#### 5 消費者物価指数（前月差）



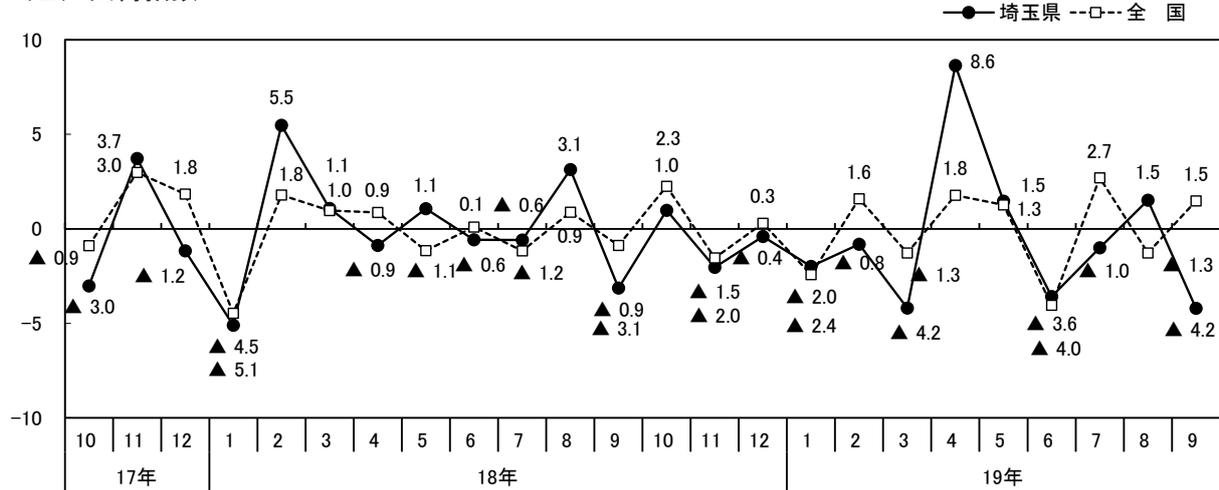
資料：総務省統計局「消費者物価指数(月報)」

## 6 鉱工業指数（前月比）

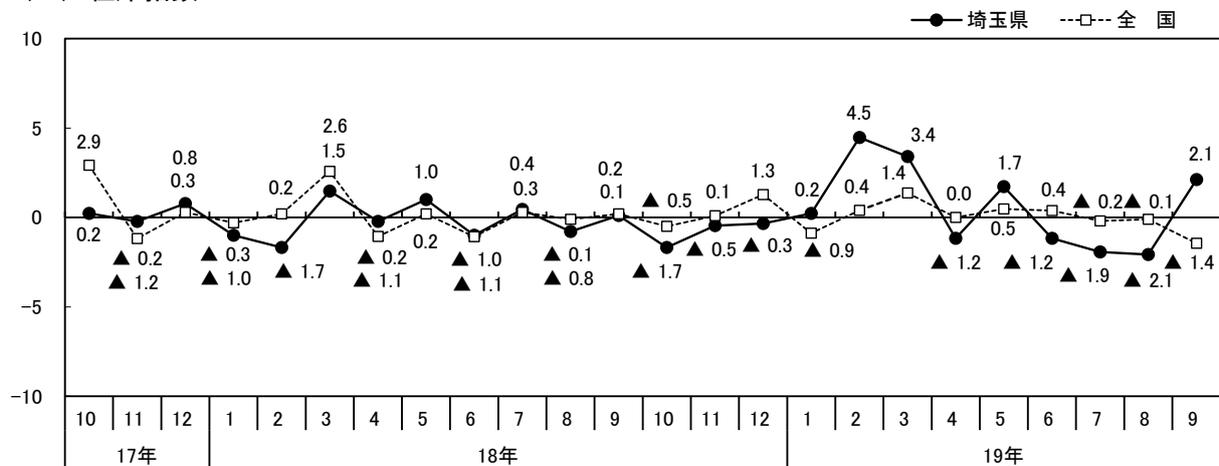
### (1) 生産指数



### (2) 出荷指数



### (3) 在庫指数

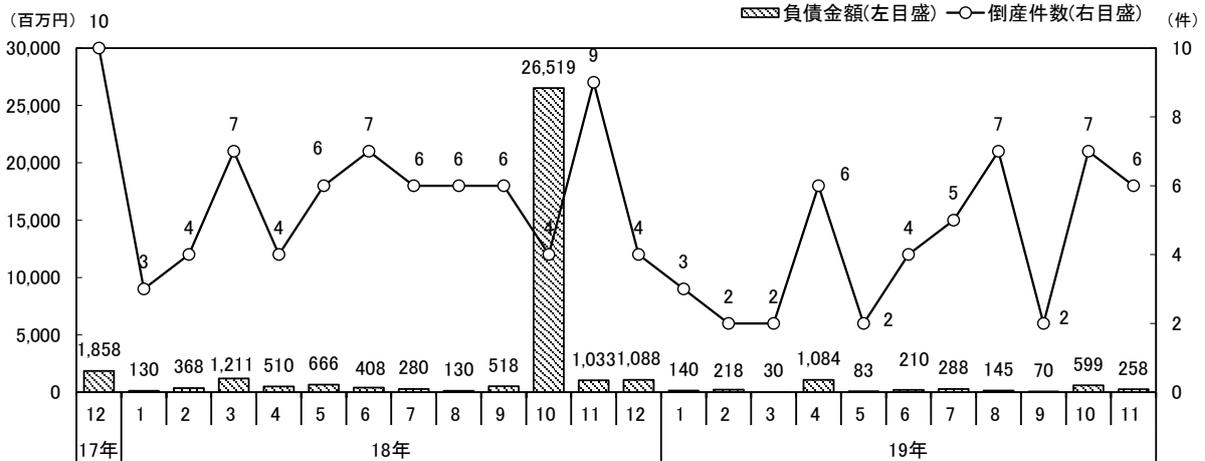


※各指数は季節調整済

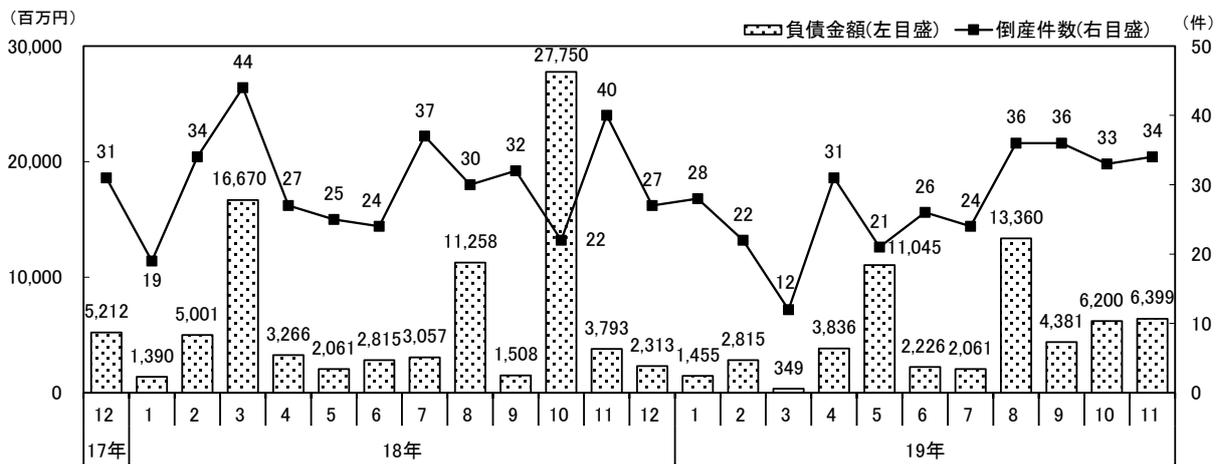
資料：経済産業省・埼玉県「鉱工業指数(月次)」

## 7 企業倒産（負債金額・倒産件数）

### 【さいたま市】

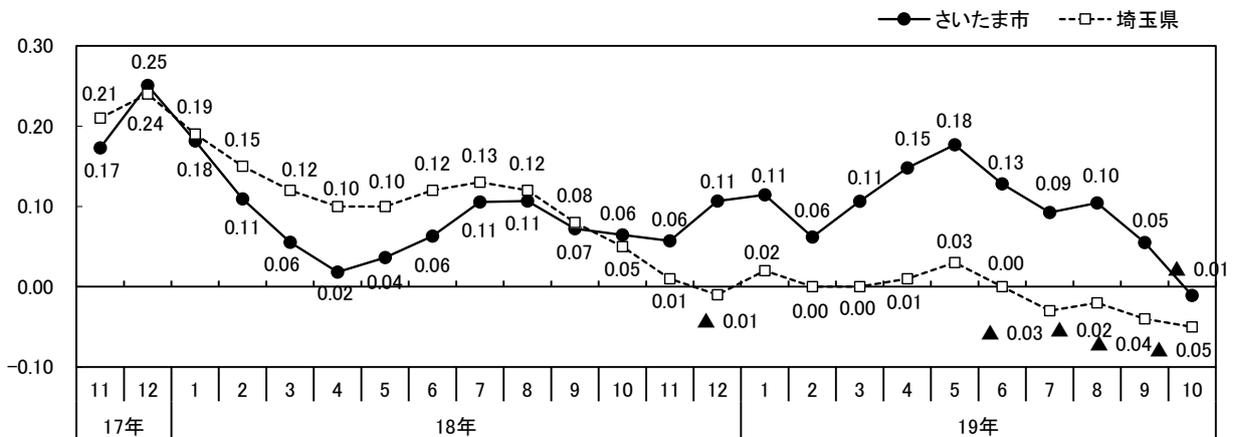


### 【埼玉県】



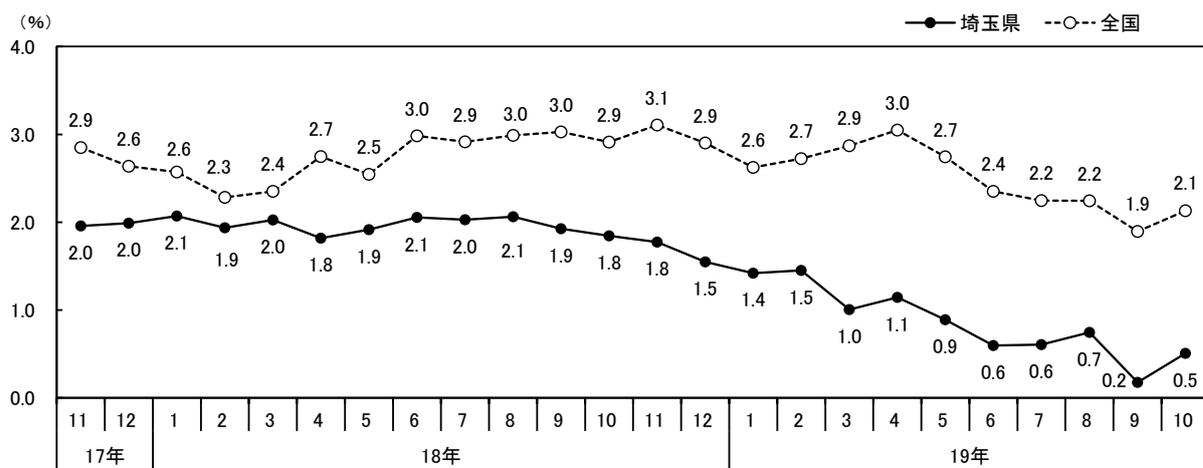
資料：東京商工リサーチ「全国企業倒産状況(月報)」

## 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 (令和元年度・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、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、令和2年1月下旬頃に、さいたま市ホームページ(<https://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。](#)



令和元年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、**令和元年11月29日(金)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・葩島(はいじま)

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

		平成元年7～9月期（8月15日時点）					令和元年10月期～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
		令和2年1～3月期					令和2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	⇒	令和元年7～9月期(8月15日時点)					令和元年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	⇒	令和2年1～3月期					令和2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	⇒	令和元年7～9月期(8月15日時点)					令和元年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	⇒	令和2年1～3月期					令和2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	⇒	令和元年7～9月期(8月15日時点)					令和元年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	⇒	令和2年1～3月期					令和2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	⇒	令和元年7～9月期(8月15日時点)					令和元年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	⇒	令和2年1～3月期					令和2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	⇒	令和元年7～9月期（8月15日時点）					令和元年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	⇒	令和2年1～3月期					令和2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	⇒	令和元年7～9月期（8月15日時点）					令和元年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	⇒	令和2年1～3月期					令和2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	⇒	令和元年7～9月期（8月15日時点）					令和元年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	⇒	令和2年1～3月期					令和2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	⇒	令和元年7～9月期（8月15日時点）					令和元年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	⇒	令和2年1～3月期					令和2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	⇒	令和元年7～9月期（8月15日時点）					令和元年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	⇒	令和2年1～3月期					令和2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7～問13では、令和元年10月1日に実施された消費税法改正の影響等についておうかがいします。】

問7 貴社（事業所）では、消費税率の引上げを必要とする商品等を取り扱っていますか。（○は1つ）

1 取り扱っている	2 取り扱っていない（→問11へお進みください）
-----------	--------------------------

問8 貴社（事業所）の消費税法改正による事業への影響についておうかがいします。  
引上げ前の予想と引上げ後の実際の影響について、それぞれ○を1つ付けてください。

8-1 引上げ前（予想）

1 大いに影響がある	2 やや影響がある	3 ほとんど影響がない
------------	-----------	-------------

8-2 引上げ後（実際）

1 大いに影響があった	2 やや影響があった	3 ほとんど影響がなかった
-------------	------------	---------------

【問8で「1」「2」と回答した方におうかがいします。】

問9 貴社（事業所）の消費税法改正による事業への具体的な影響についておうかがいします。  
引上げ前の予想（9-1）と引上げ後の実際の影響（9-2）について、下記の【選択肢】の中からそれぞれ3つまで選んで番号をご記入ください。

<b>【選択肢】</b>	
1. 駆け込み需要の反動等による売上減	6. 取引先（仕入・販売先）の集約・見直し
2. 価格への転嫁が困難	7. 事業拡大・新事業等の事業計画の見直し
3. 経理処理の煩雑化	8. 雇用の縮小
4. 資金繰りの悪化	9. 給与水準の見直し
5. 設備投資の中止・縮小	10. その他

9-1 引上げ前（予想） ※下欄に該当する項目番号をご記入ください。

回答欄			
			（「10 その他」の場合の具体的な内容をご記入ください。）

9-2 引上げ後（実際） ※下欄に該当する項目番号をご記入ください。

回答欄			
			（「10 その他」の場合の具体的な内容をご記入ください。）

問10 消費税の価格への転嫁度についておうかがいします。あてはまるものに○を1つ付けてください。

1 すべて転嫁できた (→問11へお進みください)	2 ほとんど転嫁できた	4 一部のみ転嫁できた
	3 半分くらい転嫁できた	5 まったく転嫁できなかった

【問10へで「2」「3」「4」「5」と回答した方におうかがいします。】

→10-1 価格転嫁できなかった理由についてお答えください。(○はいくつでも)

1 市場(業界)の競争が激しい	4 長期契約のため変更が難しい
2 取引先との交渉が難しい	5 その他
3 顧客や消費者が価格に敏感	(具体的に )

問11 令和元年10月1日の消費税法の改正では、「酒類及び外食を除く飲食料品」と「週2回以上発行される新聞」を対象に消費税の軽減税率制度が導入されました。10月1日の消費税法改正時において、貴社(事業所)の軽減税率への対応は、どのような状況にありましたか。(○は1つ)

1 すべて対応できた	4 対応する必要はない (→問12へお進みください)
2 一部で対応できなかった	
3 ほとんど対応できなかった	

【問11で「1」「2」「3」と回答した方におうかがいします。】

→11-1 軽減税率が導入されて以降、軽減税率制度を巡り、従業員(店員)が困った事や顧客とトラブルになった事等がありましたか。(○は1つ)

1 予想以上にあった	2 少しあった	3 全くなかった
------------	---------	----------

【11-1で「1」「2」と回答した方におうかがいします。】

→11-2 その内容について、具体的にお答えください。(○はいくつでも)

1 値札、価格表示などに誤りがあった	6 顧客への説明や対応に時間がかかってしまった
2 レジ・システム等に不具合があった	7 顧客がテイクアウトで購入したにもかかわらず店内で飲食をしていた
3 レジ・システムの導入が間に合わなかった	8 その他
4 一部で準備が間に合わなかった	(具体的に )
5 税率を間違えて販売してしまった	

問12 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。（○は1つ）

- |  |
|--|
| 1 導入している（今回の消費税法改正以前から導入している）            |
| 2 導入している（今回の消費税法改正に伴うポイント還元策を目的として新たに導入） |
| 3 導入していない（→問13へお進みください）                  |

【問12で「1」「2」と回答した方におうかがいします。】

→12-1 令和元年10月1日の消費税法の改正以降、キャッシュレス決済を利用する顧客は増えましたか。（○は1つ）

- |          |                 |
|----------|-----------------|
| 1 かなり増えた | 3 変わらない         |
| 2 やや増えた  | 4 減った・ほとんど使われない |

12-2 キャッシュレス決済を導入して、①良かった点、②悪かった点を教えてください。

① 良かった点（○はいくつでも）

- |                      |                |
|----------------------|----------------|
| 1 売上が増加した            | 6 会計不一致が減った    |
| 2 日本人の利用客が増加した       | 7 データ収集が可能になった |
| 3 訪日外国人が増加した         | 8 その他          |
| 4 1人あたりの顧客対応時間が削減された | (具体的に )        |
| 5 現金管理にかかる手間が省けた     | 9 特になかった       |

② 悪かった点（○はいくつでも）

- |                      |                                       |
|----------------------|---------------------------------------|
| 1 売上の増加につながらなかった     | 6 資金繰りが難しくなった                         |
| 2 運用コストが増加した         | 7 キャッシュレスサービスを提供する<br>事業者からのサポートがなかった |
| 3 1人あたりの顧客対応時間が伸びた   | 8 その他（具体的に )                          |
| 4 専用端末が増えレジ周りが煩雑になった | 9 特になかった                              |
| 5 レジの操作方法を覚えるのが大変だった |                                       |

問13 貴社（事業所）では、今回の消費税法の改正を受けて、今後、どのような対応策が必要だと思いませんか。あてはまるものにいくつでも○を付けてください。

- |                      |                       |
|----------------------|-----------------------|
| 1 販売価格の値上げ（価格への転嫁）   | 8 設備投資（レジ・システム改修等）の実施 |
| 2 経費の削減              | 9 従業員の教育・研修           |
| 3 雇用の縮小、人件費の見直し      | 10 高付加価値な商品・サービスへの特化  |
| 4 仕入価格の値下げ（交渉）       | 11 新事業・新分野への取り組み      |
| 5 既存取引先（顧客）へのサービス向上  | 12 その他                |
| 6 新規取引先（顧客）の開拓       | (具体的に )               |
| 7 キャッシュレス決済の導入・種類の拡大 | 13 対応策は必要ない           |

■ ■ 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

—2019年12月調査（2019年10～12月期）—

[発行] 2020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