

弘前商工会議所 御中

---

---

伴走型小規模支援事業者支援推進事業に係る  
アンケート調査  
報告書

---

---

令和2年2月



# 目次

I	調査概要	1
1.	調査目的	1
2.	調査対象	1
3.	有効回答件数・回収率	1
4.	調査方法	1
5.	調査期間	1
6.	調査実施機関	1
7.	注意事項	1
II	回答企業の概要	2
1.	業種	2
2.	売上高	3
3.	営業利益	4
4.	従業員規模	5
III	調査結果	6
1.	販路開拓支援について	6
問1	：販路開拓支援の取組状況	6
問2	：販路開拓の課題	8
2.	商品開発について	10
問3	：主力商品やサービス	10
問4	：新たな商品開発等の取組状況	11
問5	：商品開発に際しての課題	13
3.	経営上の課題について	15
問6	：経営上の課題	15
問7	：経営の引継ぎ	17
問8	：経営や商工会議所に関する意見、要望	19
4.	業況全般について	20
問9	：前年上半期と比較した上半期（2019年4月～9月）	21
問10	：上半期と比較した下半期（2019年10月～2020年3月）	26
問11	：設備投資	31
IV	調査票	33

# I 調査概要

## 1. 調査目的

貴商工会議所の管轄地域内の事業者のニーズ及び課題を把握することを本調査の目的とする。

## 2. 調査対象

弘前市内事業所 600 件

## 3. 有効回答件数・回収率

調査対象件数	600 件
有効回答数	70 件
回収率	11.7%

## 4. 調査方法

郵送アンケート調査

## 5. 調査期間

令和元年 12 月 18 日～令和 2 年 1 月 13 日

## 6. 調査実施機関

株式会社東京商工リサーチ 青森支店

## 7. 注意事項

- 「Ⅱ 回答企業の概要」のみ無回答を含めて集計しているが、「Ⅲ 調査結果」以降は無回答を除いて集計している。
- 図表中の「N」（Number of samples の略）は、設問に対する回答者の総数を示しており、回答者の構成比（%）を算出するための基数である。
- 回答が 2 つ以上ありうる（複数回答）場合、合計が 100%を超えることがある。クロス集計の結果については、集計表を参照されたい。
- 図表中の構成比率は、小数点第 2 位を四捨五入している関係で、必ずしも 100.0%とはならないことがある。
- 単一回答のグラフについては円グラフまたは帯グラフ、複数回答のグラフについては棒グラフとすることで視覚化を図り、一目で全体集計の結果を理解できるよう表示している。
- クロス集計において、「全体」との差が大きい場合は、セルを次のように色付けしている。

+10%	オレンジ
-10%	緑
+20%	ピンク
-20%	青

- サンプル数 5 件未満のものについては、原則としてコメントしない。各種数値は参考程度とされたい。

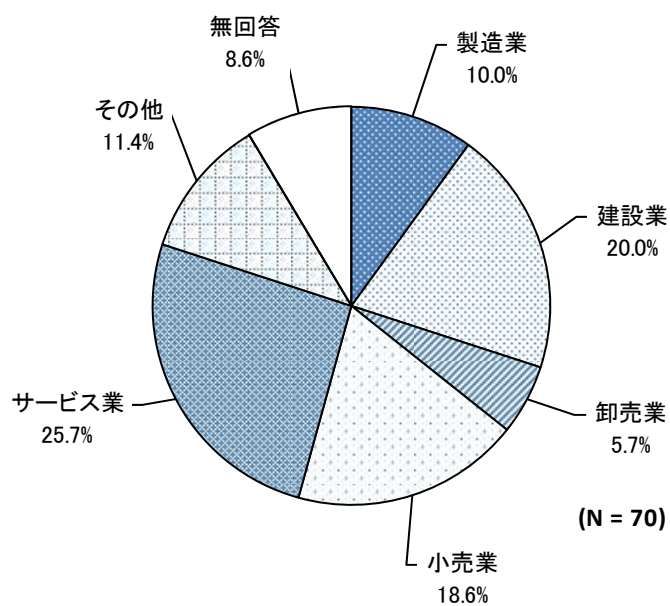
DI (Diffusion Index の略)

DI (ディーアイ) は、増加（又は「上昇」、「楽」など）したと答えた企業割合から、減少（または「下降」、「苦しい」など）したと答えた企業割合を差引いた数値のことで、不変部分を除いて増加したとする企業と減少したとする企業のどちらかの力が強いかを比べて時系列的に傾向をみようとするものである。

## Ⅱ 回答企業の概要

### 1. 業種

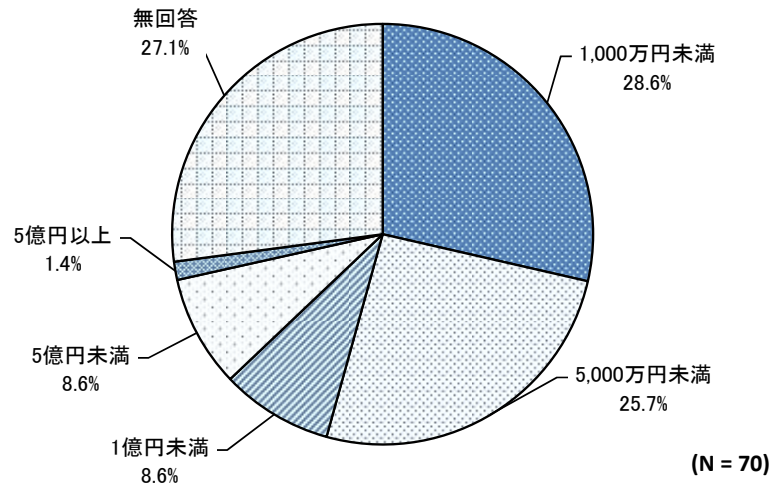
「サービス業」が25.7%と最も高く、次いで「建設業」が20.0%、「小売業」が18.6%と続いている。



調査数	業種						
	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業	その他	無回答
70	7	14	4	13	18	8	6
100.0	10.0	20.0	5.7	18.6	25.7	11.4	8.6

## 2. 売上高

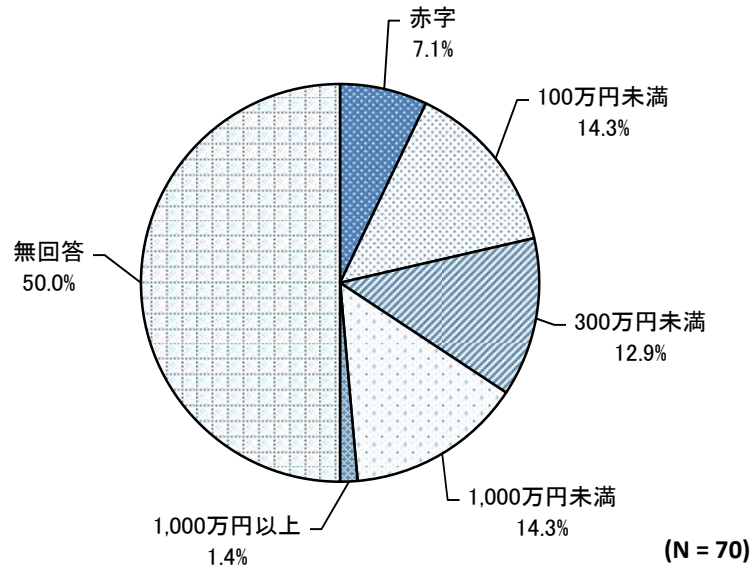
「1,000万円未満」が28.6%と最も高く、次いで「5,000万円未満」が25.7%、「1億円未満」と「5億円未満」がともに8.6%と続いている。



調査数	売上高					
	1,000万円未満	5,000万円未満	1億円未満	5億円未満	5億円以上	無回答
70	20	18	6	6	1	19
100.0	28.6	25.7	8.6	8.6	1.4	27.1

### 3. 営業利益

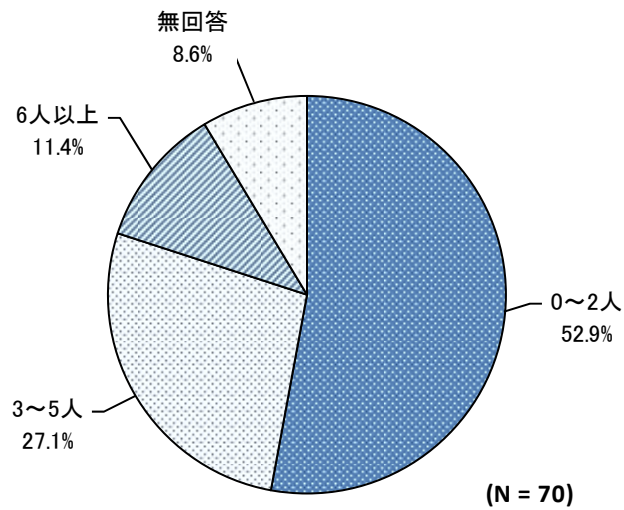
「100万円未満」と「1,000万円未満」がともに14.3%と最も高く、次いで「300万円未満」が12.9%、「赤字」が7.1%と続いている。



調査数	営業利益					
	赤字	100万円未満	300万円未満	1,000万円未満	1,000万円以上	無回答
70	5	10	9	10	1	35
100.0	7.1	14.3	12.9	14.3	1.4	50.0

## 4. 従業員規模

「0～2人」が52.9%と最も高く、次いで「3～5人」が27.1%、「6人以上」が11.4%と続いている。



調査数	従業員規模			
	0 ～ 2 人	3 ～ 5 人	6 人 以 上	無 回 答
70	37	19	8	6
100.0	52.9	27.1	11.4	8.6



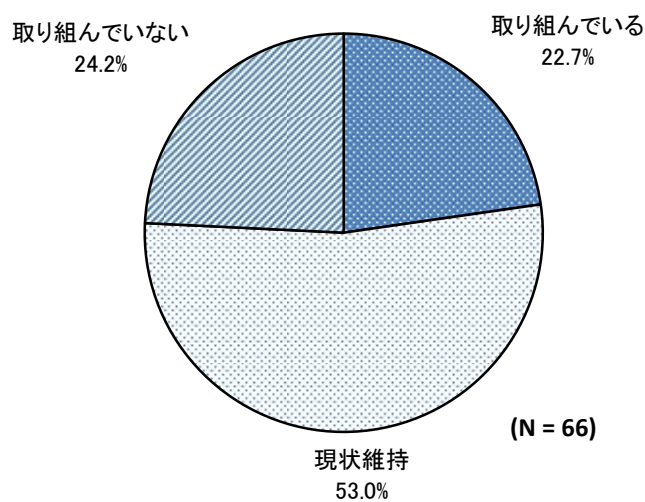
### Ⅲ 調査結果

---

#### 1. 販路開拓支援について

##### 問1：販路開拓支援の取組状況

販路開拓支援の取組状況について尋ねたところ、「現状維持」が53.0%と最も高く、次いで「取り組んでいない」が24.2%、「取り組んでいる」が22.7%となっている。



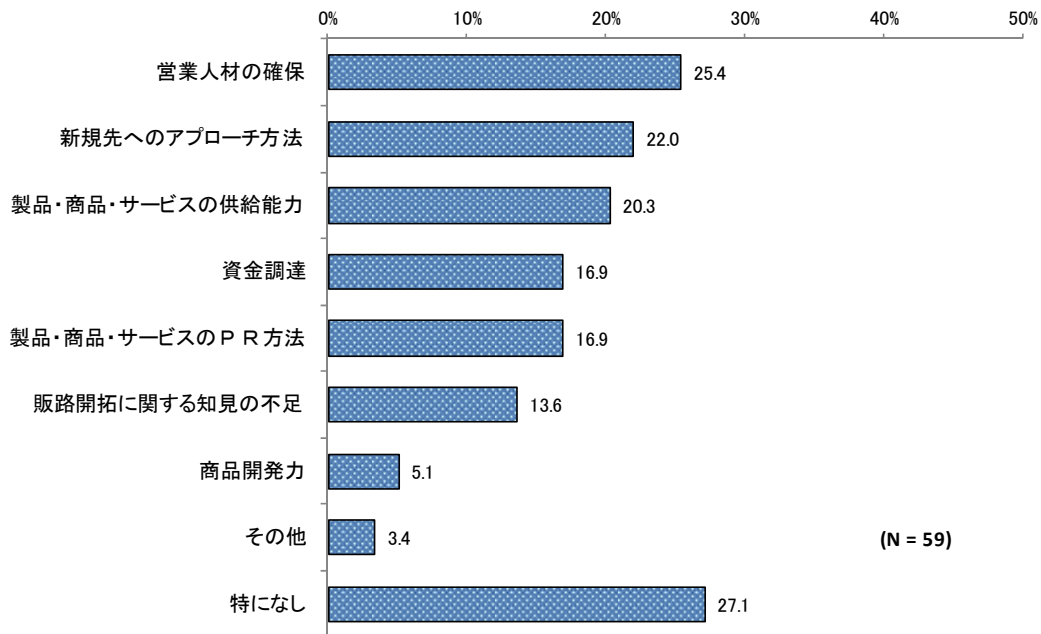
業種別にみると、＜製造業＞では「取り組んでいる」の割合が71.4%と他業種と比べて高く、＜建設業＞と＜サービス業＞では「現状維持」が約7割を占めている。

従業員規模別にみると、「取り組んでいる」の割合は規模が大きくなるにつれて高くなる傾向がみられる。一方、「現状維持」「取り組んでいない」は規模が小さくなるにつれて高くなっている。

		調査数 上段:件数 下段:%	販路開拓等に取り組んでいますか		
			取り組んでいる	現状維持	取り組んでいない
全体		66 100.0	15 22.7	35 53.0	16 24.2
業種	製造業	7 100.0	5 71.4	2 28.6	- -
	建設業	11 100.0	1 9.1	8 72.7	2 18.2
	卸売業	4 100.0	- -	2 50.0	2 50.0
	小売業	12 100.0	4 33.3	4 33.3	4 33.3
	サービス業	18 100.0	2 11.1	12 66.7	4 22.2
	その他	8 100.0	2 25.0	3 37.5	3 37.5
従業員規模	0～2人	37 100.0	5 13.5	22 59.5	10 27.0
	3～5人	18 100.0	6 33.3	10 55.6	2 11.1
	6人以上	6 100.0	3 50.0	3 50.0	- -

## 問2：販路開拓の課題

販路開拓の課題について尋ねたところ、「特になし」の27.1%を除くと、「営業人材の確保」が25.4%と最も高く、次いで「新規先へのアプローチ方法」が22.0%、「製品・商品・サービスの供給能力」が20.3%となっている。



### 【その他】

- 駐車場がない。
- 冬があるので。

業種別にみると、＜製造業＞で「新規先へのアプローチ方法」「製品・商品・サービスの供給能力」「製品・商品・サービスのPR方法」など複数の項目で他業種と比べて高くなっている。一方、＜サービス業＞では他業種と比べて「特になし」の割合がやや高く、「新規先へのアプローチ方法」「営業人材の確保」は低くなっている。

従業員規模別にみると、「新規先へのアプローチ方法」「営業人材の確保」の割合は規模が大きくなるにつれて高くなる傾向がみられる。一方、「特になし」は規模が小さくなるにつれて高くなっている。

	調査数	販路開拓に際しての課題等									
		新規先への アプローチ方 法	資金調達	商品開発力	製品・商品・ サービスの 供給能力	営業人材の 確保	製品・商品・ サービスのP R方法	販路開拓に 関する知見 の不足	その他	特になし	
全体	59 100.0	13 22.0	10 16.9	3 5.1	12 20.3	15 25.4	10 16.9	8 13.6	2 3.4	16 27.1	
業 種	製造業	7 100.0	5 71.4	2 28.6	1 14.3	3 42.9	3 42.9	3 42.9	2 28.6	- 14.3	
	建設業	9 100.0	-	2 22.2	-	2 22.2	4 44.4	-	1 11.1	1 11.1	3 33.3
	卸売業	4 100.0	2 50.0	1 25.0	-	1 25.0	1 25.0	-	-	-	-
	小売業	11 100.0	3 27.3	2 18.2	-	1 9.1	3 27.3	2 18.2	1 9.1	1 9.1	3 27.3
	サービス業	16 100.0	1 6.3	-	2 12.5	2 12.5	2 12.5	5 31.3	1 6.3	-	6 37.5
	その他	7 100.0	1 14.3	2 28.6	-	-	2 28.6	-	3 42.9	-	2 28.6
	従 業 員 規 模	0～2人	31 100.0	4 12.9	5 16.1	1 3.2	7 22.6	6 19.4	5 16.1	3 9.7	-
3～5人		17 100.0	5 29.4	3 17.6	1 5.9	2 11.8	5 29.4	3 17.6	4 23.5	1 5.9	3 17.6
6人以上		7 100.0	3 42.9	2 28.6	1 14.3	3 42.9	4 57.1	1 14.3	-	1 14.3	

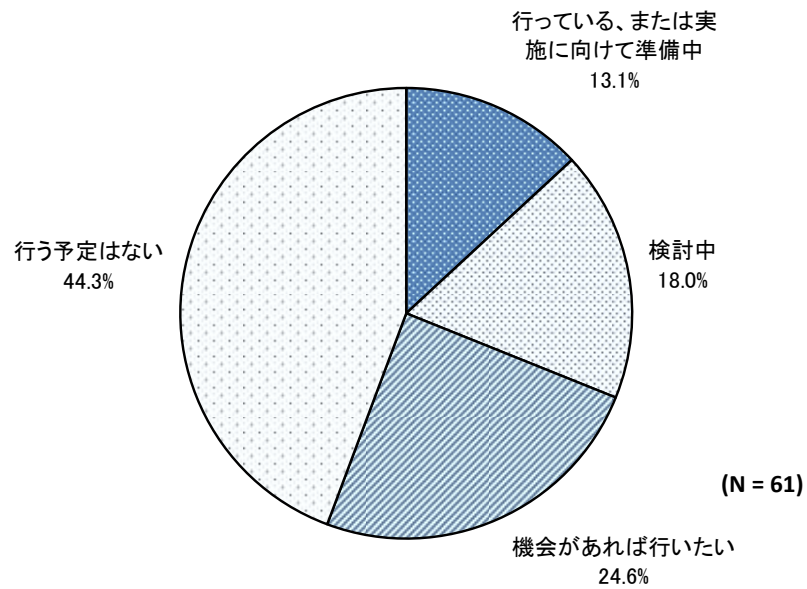
## 2. 商品開発について

### 問3：主力商品やサービス

- 手作りの惣菜・弁当
- 建築資材、農業資材の販売
- 軽自動車販売
- りんご菓子
- モートル修理、コンプレッサー販売修理など
- ホテル、結婚式場、レストランなどへの人材派遣・イベントの総合的な企画
- 貯水槽清掃、ねずみ・こん虫防除、白アリ駆除
- 畳
- カメラ部品等の筒形状の内径、外径への塗装。シルク印刷、PAD印刷、部品等の目視検査
- 駄菓子
- 米穀加工、卸売、小売
- ネイル技術の提供
- 各種撮影業務
- 杉材の開発
- 黒にんにくの2次加工品
- フランス料理
- 特製海山彦そば
- 中古車
- 業務用食材
- 社交ダンス、健康アドバイス
- ホームページ制作、WEBシステム
- カラリング、パーマ
- 引越作業、チャーター配送
- 再生資源回収販売、分別収集等
- 津軽塗
- 木製パレット、木杭、丸太杭
- 家電商品販売
- 農業資材の商品及び配達
- 農業生産法人、米、りんご
- 竹（原竹・ブラ）造園資材
- せんべい
- 業務用ソフトウェアの販売、保守
- 墓石販売、記念碑の建設、不動産業
- 電気工事
- 自動車整備

#### 問4：新たな商品開発等の取組状況

新たな商品開発等の取組状況について尋ねたところ、「行う予定はない」が44.3%と最も高く、次いで「機会があれば行いたい」が24.6%、「検討中」が18.0%、「行っている、または実施に向けて準備中」が13.1%となっている。



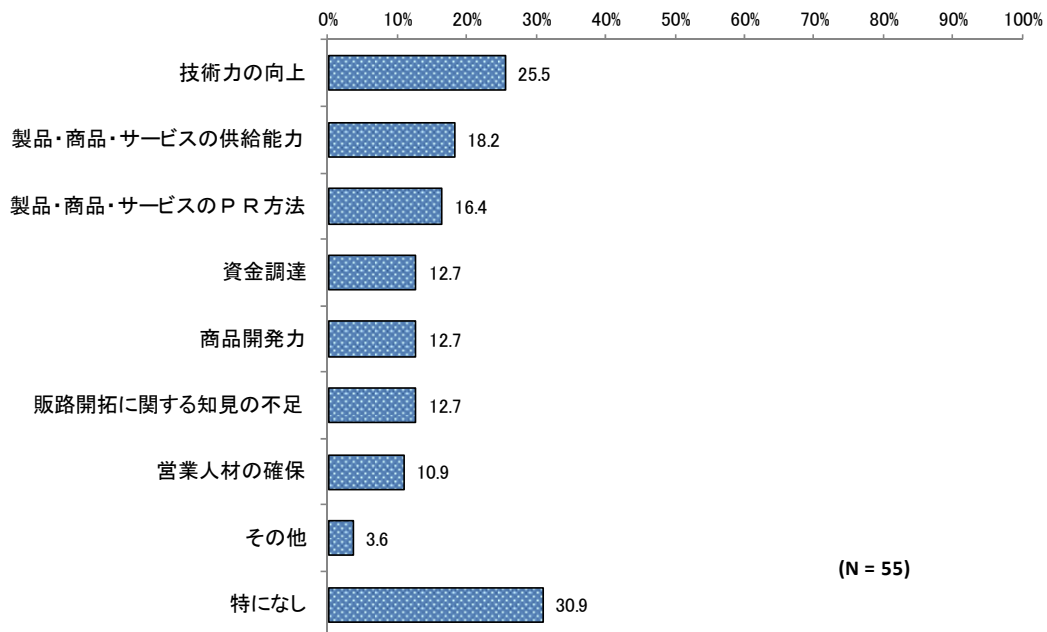
業種別にみると、＜製造業＞では「行っている、または実施に向けて準備中」の割合が他業種と比べて高く、約 4 割を占めている。一方、＜建設業＞＜サービス業＞では「行う予定はない」が 5 割以上を占めており、業種により傾向の差がみられる。

従業員規模別にみると、「行う予定はない」の割合は規模が小さくなるにつれて高くなっている。

		調査数 上段: 件数 下段: %	新たな商品開発等を行っていますか			
			行っている、 または実施 に向けて準備 中	検討中	機会があれば 行いたい	行う予定は ない
全体		61 100.0	8 13.1	11 18.0	15 24.6	27 44.3
業種	製造業	7 100.0	3 42.9	1 14.3	3 42.9	- -
	建設業	9 100.0	1 11.1	1 11.1	2 22.2	5 55.6
	卸売業	4 100.0	- -	- -	1 25.0	3 75.0
	小売業	12 100.0	1 8.3	3 25.0	2 16.7	6 50.0
	サービス業	16 100.0	2 12.5	1 6.3	4 25.0	9 56.3
	その他	7 100.0	1 14.3	2 28.6	2 28.6	2 28.6
従業員規模	0～2人	34 100.0	- -	6 17.6	8 23.5	20 58.8
	3～5人	16 100.0	7 43.8	- -	4 25.0	5 31.3
	6人以上	6 100.0	1 16.7	3 50.0	2 33.3	- -

## 問5：商品開発に際しての課題

商品開発に際しての課題について尋ねたところ、「特になし」の 30.9%を除くと、「技術力の向上」が 25.5%と最も高く、次いで「製品・商品・サービスの供給能力」が 18.2%、「製品・商品・サービスのPR方法」が 16.4%となっている。



### 【その他】

- 人材不足
- 消費者ニーズのリサーチ



業種別にみると、＜製造業＞では「商品開発力」「製品・商品・サービスのPR方法」など複数の項目で他業種と比べて高くなっている。

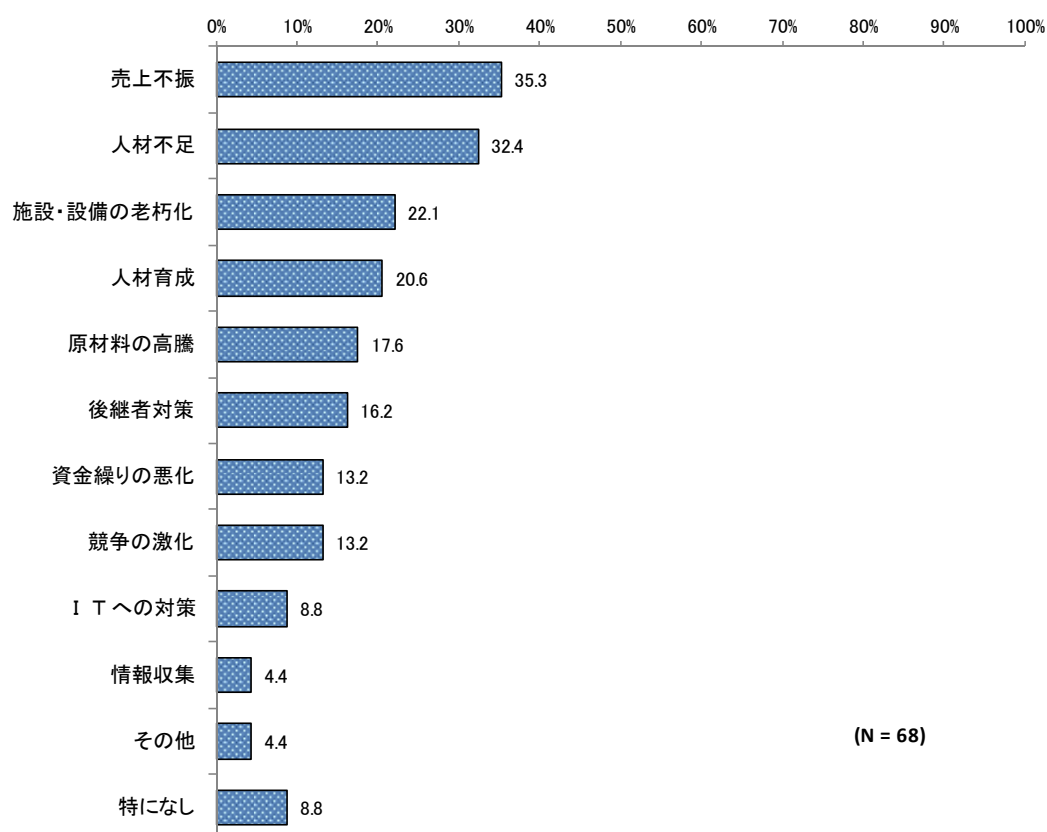
従業員規模別にみると、「製品・商品・サービスの供給能力」「製品・商品・サービスのPR方法」は規模が大きくなるにつれて高くなっている。

	上段:件数 下段:%	調査数	商品開発に際しての課題等								
			技術力の向上	資金調達	商品開発力	製品・商品・サービスの供給能力	営業人材の確保	製品・商品・サービスのPR方法	販路開拓に関する知見の不足	その他	特になし
全体		55	14	7	7	10	6	9	7	2	17
		100.0	25.5	12.7	12.7	18.2	10.9	16.4	12.7	3.6	30.9
業種	製造業	7	3	1	3	2	-	3	1	1	2
		100.0	42.9	14.3	42.9	28.6	-	42.9	14.3	14.3	28.6
	建設業	8	1	2	-	-	2	-	-	-	4
		100.0	12.5	25.0	-	-	25.0	-	-	-	50.0
	卸売業	3	-	-	1	-	1	-	1	-	-
		100.0	-	-	33.3	-	33.3	-	33.3	-	-
	小売業	10	-	2	-	2	2	2	2	-	3
	100.0	-	20.0	-	20.0	20.0	20.0	20.0	-	30.0	
サービス業	14	6	-	3	2	-	4	-	-	4	
	100.0	42.9	-	21.4	14.3	-	28.6	-	-	28.6	
その他	7	3	1	-	1	1	-	2	-	2	
	100.0	42.9	14.3	-	14.3	14.3	-	28.6	-	28.6	
従業員規模	0～2人	29	5	4	2	5	5	4	4	1	10
		100.0	17.2	13.8	6.9	17.2	17.2	13.8	13.8	3.4	34.5
	3～5人	15	6	1	1	3	1	3	2	1	5
	100.0	40.0	6.7	6.7	20.0	6.7	20.0	13.3	6.7	33.3	
6人以上	6	2	2	3	2	-	2	-	-	-	
	100.0	33.3	33.3	50.0	33.3	-	33.3	-	-	-	

### 3. 経営上の課題について

#### 問6：経営上の課題

経営上の課題について尋ねたところ、「売上不振」が35.3%と最も高く、次いで「人材不足」が32.4%、「施設・設備の老朽化」が22.1%、「人材育成」が20.6%となっている。



#### 【その他】

- デジタル化による市場縮小。
- 規模の拡大：製造及び営業。
- 増税による伸び悩み。

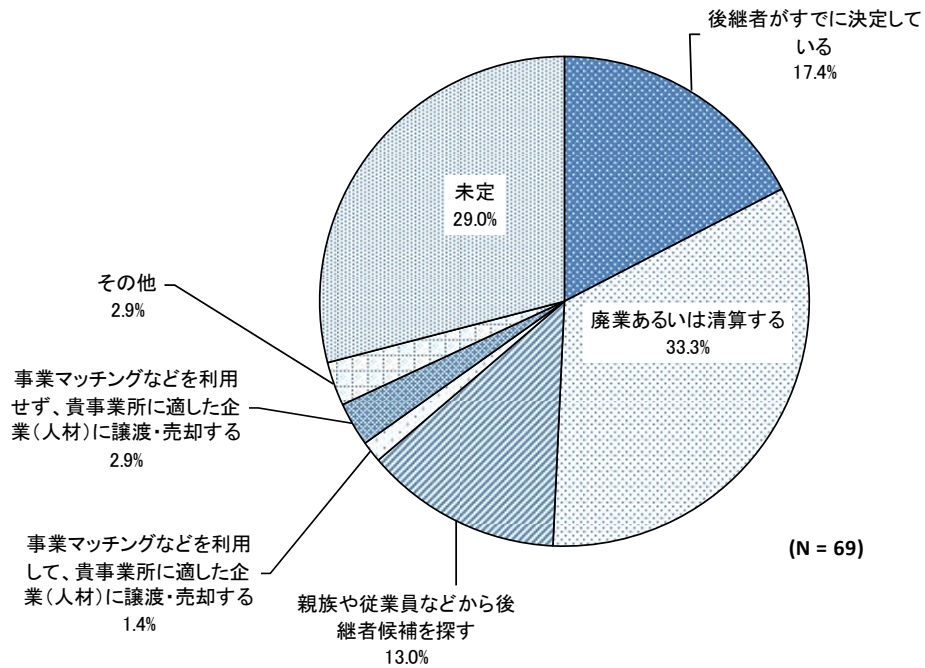
業種別にみると、＜製造業＞では「人材不足」「人材育成」の割合がいずれも５割以上と他業種と比べて特に高くなっている。一方、＜小売業＞では「売上不振」が他業種と比べて高く、約６割を占めている。

従業員規模別にみると、「人材育成」の割合は規模が大きくなるにつれて高くなる傾向がみられる。一方、「売上不振」はいずれの規模でも約３割を占めている。

	調査数	現在直面している経営上の課題													
		売上不振	施設・設備の老朽化	原材料の高騰	資金繰りの悪化	人材不足	人材育成	後継者対策	情報収集	ITへの対策	競争の激化	その他	特になし		
全体	68 100.0	24 35.3	15 22.1	12 17.6	9 13.2	22 32.4	14 20.6	11 16.2	3 4.4	6 8.8	9 13.2	3 4.4	6 8.8		
業種	製造業	7 100.0	2 28.6	1 14.3	2 28.6	1 14.3	4 57.1	4 57.1	1 14.3	2 28.6	1 14.3	1 14.3	-	-	
	建設業	12 100.0	2 16.7	2 16.7	3 25.0	1 8.3	6 50.0	3 25.0	1 8.3	1 8.3	1 8.3	-	-	1 8.3	
	卸売業	4 100.0	2 50.0	1 25.0	3 75.0	1 25.0	-	-	2 50.0	-	2 50.0	2 50.0	-	-	
	小売業	13 100.0	8 61.5	5 38.5	1 7.7	4 30.8	2 15.4	-	1 7.7	-	-	3 23.1	-	1 7.7	
	サービス業	18 100.0	6 33.3	3 16.7	2 11.1	-	5 27.8	4 22.2	2 11.1	-	1 5.6	2 11.1	2 11.1	2 11.1	
	その他	8 100.0	3 37.5	-	-	1 12.5	2 25.0	2 25.0	2 25.0	-	1 12.5	-	-	-	1 12.5
	従業員規模	37 100.0	11 29.7	10 27.0	5 13.5	5 13.5	10 27.0	2 5.4	8 21.6	1 2.7	3 8.1	7 18.9	3 8.1	4 10.8	
	19 100.0	7 36.8	5 26.3	4 21.1	2 10.5	9 47.4	6 31.6	2 10.5	2 10.5	1 5.3	-	-	1 5.3		
	7 100.0	2 28.6	-	2 28.6	2 28.6	3 42.9	6 85.7	1 14.3	-	1 14.3	2 28.6	-	-		

## 問7：経営の引継ぎ

経営の引継ぎについて尋ねたところ、「廃業あるいは清算する」が33.3%と最も高く、次いで「未定」が29.0%、「後継者がすでに決定している」が17.4%、「親族や従業員などから後継者候補を探す」が13.0%と続いている。



※「その他」では具体的な意見はありませんでした。

業種別にみると、＜製造業＞では「未定」の割合が57.1%と他業種と比べて高くなっている。一方、＜サービス業＞では「未定」は16.7%と他業種と比べて低くなっているが、「廃業あるいは清算する」がやや高く、50.0%となっている。

従業員規模別にみると、「後継者がすでに決定している」「未定」は規模が大きくなるにつれて高くなる傾向がみられた。一方、「廃業あるいは清算する」は規模が小さくなるにつれて高くなっている。

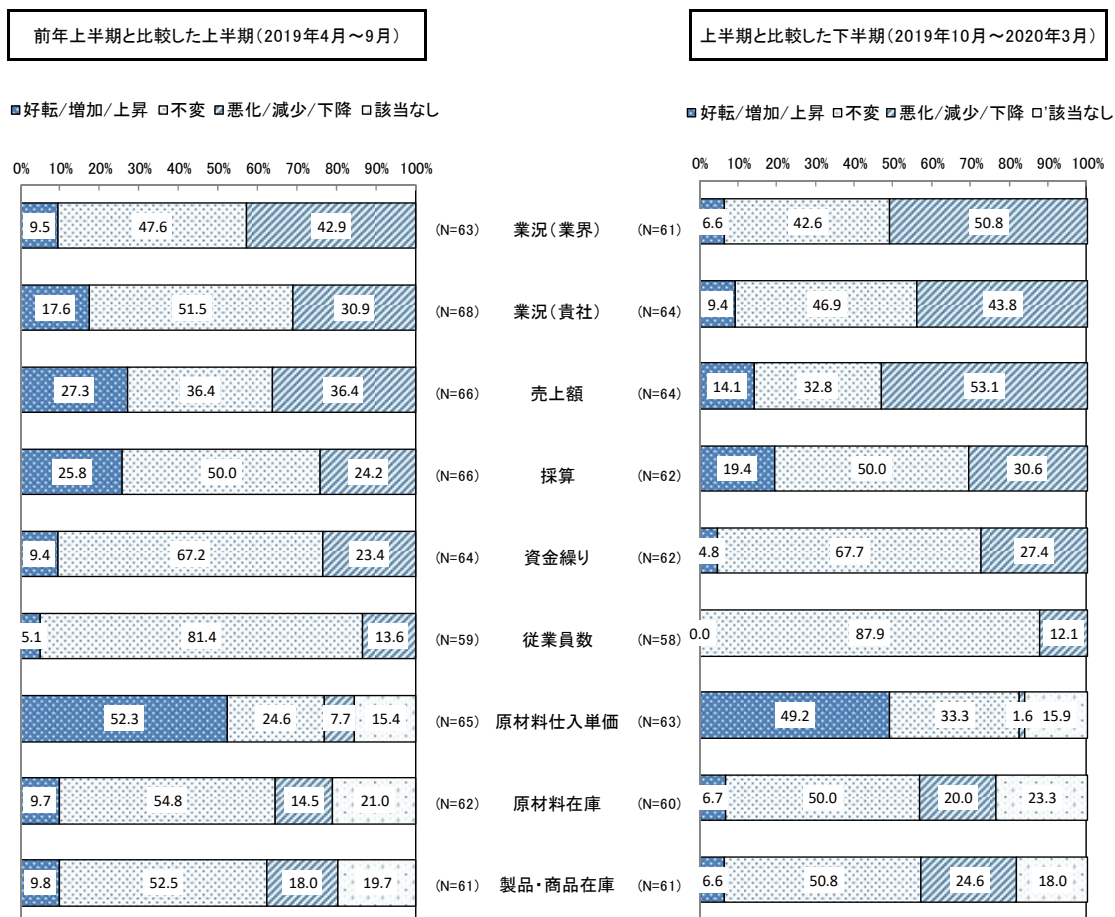
	調査数	将来、貴事業所をどうされる予定ですか							
		後継者がすでに決定している	廃業あるいは清算する	親族や従業員などから後継者候補を探す	事業マッチングなどを利用して、貴事業所に適した企業(人材)に譲渡・売却する	事業マッチングなどを利用せず、貴事業所に適した企業(人材)に譲渡・売却する	その他	未定	
全体	69 100.0	12 17.4	23 33.3	9 13.0	1 1.4	2 2.9	2 2.9	20 29.0	
業種	製造業	7 100.0	2 28.6	-	1 14.3	-	-	-	4 57.1
	建設業	13 100.0	3 23.1	4 30.8	2 15.4	-	-	-	4 30.8
	卸売業	4 100.0	-	3 75.0	-	-	-	-	1 25.0
	小売業	13 100.0	3 23.1	4 30.8	3 23.1	-	-	-	3 23.1
	サービス業	18 100.0	4 22.2	9 50.0	-	-	1 5.6	1 5.6	3 16.7
	その他	8 100.0	-	2 25.0	2 25.0	-	1 12.5	-	3 37.5
	従業員規模	0～2人	37 100.0	2 5.4	16 43.2	6 16.2	1 2.7	1 2.7	2 5.4
3～5人		19 100.0	6 31.6	3 15.8	2 10.5	-	1 5.3	-	7 36.8
6人以上		7 100.0	4 57.1	-	-	-	-	-	3 42.9

#### **問8：経営や商工会議所に関する意見、要望**

- 工業系製造業でシルク印刷、PAD印刷、塗装などを仕事としているが、同系の情報に乏しく困っている。販路開拓のサポートなどがあれば助かる。
- 以前は担当の方が回って来て話したり、電話をしていたりしたが、担当の方が辞めてからその様な事がなくなり、情報交換や相談をしにくくなった。
- 一部会員様の会議所の感じで一体感を感じない。せめて会員が属する部会（業種）に特化した会議結果の内容や行事内容の結果報告が書面にてあれば嬉しい。
- 従業員の技術力を向上させることを目的とした制度や援助などの情報がありましたら教えて欲しい。
- 当社の事業内容を他社・他事業所へPR、紹介してほしい。

## 4. 業況全般について

業況をはじめとする 10 項目について尋ねたところ、上半期では前期と比較したときの「悪化/減少」が「好転/増加」を上回っているが、下半期の見通しではさらに「悪化/減少」を占める割合は高く、「好転/増加」は低くなっており、厳しい業況感がうかがえる。また、「原材料仕入単価」は上半期、下半期の見通しともに「上昇」が約 5 割を占めており、経営状況を圧迫していることが示唆される。



## 問9：前年上半期と比較した上半期（2019年4月～9月）

### （1）業況（業界）

#### DI値は全体でマイナス

業種別では、建設業ではプラスとなったが、これ以外の業種ではマイナスとなった

全体の業況DI（業況が「好転」とした企業割合－「悪化」とした企業割合）は▲33.4となった。業種別の業況DIをみると、建設業では9.1とプラスとなったが、これ以外の業種ではマイナスとなり、特にその他で▲62.5、小売業で▲50.0と大きく低迷している。

		(%)				DI値
		N	好転	不変	悪化	
全	体	63	9.5	47.6	42.9	▲ 33.4
業 種	製造業	7	14.3	28.6	57.1	▲ 42.8
	建設業	11	27.3	54.5	18.2	9.1
	卸売業	4	25.0	25.0	50.0	▲ 25.0
	小売業	12	0.0	50.0	50.0	▲ 50.0
	サービス業	15	6.7	53.3	40.0	▲ 33.3
	その他	8	0.0	37.5	62.5	▲ 62.5

### （2）業況（貴社）

#### DI値は全体でマイナス

業種別では、建設業ではプラスとなったが、製造業で0.0、これ以外の業種ではマイナスとなった

全体の業況DIは▲13.3となった。業種別の業況DIをみると、建設業では30.8とプラスとなったが、製造業で0.0、これ以外の業種ではマイナスとなり、特にその他で▲50.0、サービス業で▲22.2と大きく低迷している。

		(%)				DI値
		N	好転	不変	悪化	
全	体	68	17.6	51.5	30.9	▲ 13.3
業 種	製造業	7	28.6	42.9	28.6	0.0
	建設業	13	38.5	53.8	7.7	30.8
	卸売業	4	0.0	50.0	50.0	▲ 50.0
	小売業	12	16.7	50.0	33.3	▲ 16.6
	サービス業	18	11.1	55.6	33.3	▲ 22.2
	その他	8	12.5	25.0	62.5	▲ 50.0



(3) 売上額

DI値は全体でマイナス

業種別では、製造業、建設業ではプラスとなったが、小売業、サービス業、その他でマイナスとなった

全体の売上額DI（売上額が「増加」とした企業割合－「減少」とした企業割合）は▲9.1となった。業種別の売上額DIをみると、製造業、建設業ではプラスとなり増加傾向にあるが、これ以外の業種ではマイナスとなり、特にその他で▲62.5、サービス業で▲23.6と大きく低迷している。

		(%)				DI値
		N	増加	不変	減少	
全	体	66	27.3	36.4	36.4	▲ 9.1
業 種	製造業	7	57.1	14.3	28.6	28.5
	建設業	13	46.2	46.2	7.7	38.5
	卸売業	3	0.0	0.0	100.0	▲ 100.0
	小売業	12	25.0	41.7	33.3	▲ 8.3
	サービス業	17	17.6	41.2	41.2	▲ 23.6
	その他	8	12.5	12.5	75.0	▲ 62.5

(4) 採算

DI値は全体でプラス

業種別では、製造業、建設業、小売業ではプラスとなったが、サービス業、その他でマイナスとなった

全体の採算DI（採算が「黒字」とした企業割合－「赤字」とした企業割合）は1.6となった。業種別の採算DIをみると、製造業で28.6、建設業で30.8、小売業で8.3とプラスとなったが、これ以外の業種ではマイナスとなっている。

		(%)				DI値
		N	黒字	損得なし	赤字	
全	体	66	25.8	50.0	24.2	1.6
業 種	製造業	7	42.9	42.9	14.3	28.6
	建設業	13	30.8	69.2	0.0	30.8
	卸売業	3	0.0	66.7	33.3	▲ 33.3
	小売業	12	33.3	41.7	25.0	8.3
	サービス業	17	23.5	47.1	29.4	▲ 5.9
	その他	8	12.5	25.0	62.5	▲ 50.0

(5) 資金繰り

**DI値は全体でマイナス**

**業種別では、サービス業で0.0、これ以外の業種ではマイナスとなった**

全体の資金繰り DI（資金繰りが「好転」とした企業割合－「悪化」とした企業割合）は▲14.0となった。業種別の資金繰りDIをみると、サービス業で0.0となったが、これ以外の業種ではマイナスとなり、特にその他では▲42.9と苦戦している。

		(%)				DI値
		N	好転	不変	悪化	
全	体	64	9.4	67.2	23.4	▲ 14.0
業 種	製造業	7	14.3	57.1	28.6	▲ 14.3
	建設業	12	8.3	75.0	16.7	▲ 8.4
	卸売業	4	0.0	50.0	50.0	▲ 50.0
	小売業	12	8.3	75.0	16.7	▲ 8.4
	サービス業	16	18.8	62.5	18.8	0.0
	その他	7	0.0	57.1	42.9	▲ 42.9

(6) 従業員数

**DI値は全体でマイナス**

**業種別では、その他で0.0、製造業、建設業、小売業、サービス業ではマイナスとなった**

全体の従業員数 DI（従業員数が「増加」とした企業割合－「減少」とした企業割合）は▲8.5となった。業種別の従業員数DIをみると、卸売業、その他で0.0となったが、これ以外の業種では減少傾向にあり、特に製造業では▲28.6と大幅な減少となっている。

		(%)				DI値
		N	増加	不変	減少	
全	体	59	5.1	81.4	13.6	▲ 8.5
業 種	製造業	7	14.3	42.9	42.9	▲ 28.6
	建設業	11	9.1	72.7	18.2	▲ 9.1
	卸売業	3	0.0	100.0	0.0	0.0
	小売業	12	0.0	91.7	8.3	▲ 8.3
	サービス業	14	7.1	78.6	14.3	▲ 7.2
	その他	6	0.0	100.0	0.0	0.0

(7) 原材料仕入単価

**DI値は全体でプラス**

**業種別でも、すべての業種でプラスとなった**

全体の原材料仕入単価DI（原材料仕入単価が「上昇」とした企業割合－「低下」とした企業割合）は44.6と、全体的に上昇傾向にある。業種別の原材料仕入単価DIをみても、すべての業種で上昇傾向となっており、特に建設業では69.2とその傾向が強い。

		(%)					DI値
		N	上昇	不変	低下	該当なし	
全	体	65	52.3	24.6	7.7	15.4	44.6
業	製造業	7	57.1	28.6	14.3	0.0	42.8
	建設業	13	69.2	23.1	0.0	7.7	69.2
	卸売業	4	75.0	0.0	0.0	25.0	75.0
	小売業	12	41.7	41.7	8.3	8.3	33.4
	サービス業	15	46.7	20.0	13.3	20.0	33.4
	その他	8	50.0	12.5	12.5	25.0	37.5

(8) 原材料在庫

**DI値は全体でマイナス**

**業種別では、製造業ではプラスとなったが、小売業およびサービス業では0.0、建設業、その他ではマイナスとなった**

全体の原材料在庫DI（原材料在庫が「増加」とした企業割合－「減少」とした企業割合）は▲4.8となった。業種別の原材料在庫DIをみると、製造業では14.3と増加傾向にあり、小売業、サービス業では0.0となった。一方、建設業、その他では減少傾向となっている。

		(%)					DI値
		N	増加	不変	減少	該当なし	
全	体	62	9.7	54.8	14.5	21.0	▲ 4.8
業	製造業	7	14.3	85.7	0.0	0.0	14.3
	建設業	12	8.3	41.7	25.0	25.0	▲ 16.7
	卸売業	4	25.0	0.0	50.0	25.0	▲ 25.0
	小売業	12	8.3	75.0	8.3	8.3	0.0
	サービス業	14	14.3	50.0	14.3	21.4	0.0
	その他	7	0.0	42.9	14.3	42.9	▲ 14.3

(9) 製品・商品在庫

**DI値は全体でマイナス**

**業種別では、製造業、サービス業ではプラスとなったが、建設業、小売業、その他ではマイナスとなった**

全体の製品・商品在庫DI（製品・商品在庫が「増加」とした企業割合－「減少」とした企業割合）は▲8.2となった。業種別の製品・商品在庫DIをみると、製造業で14.3、サービス業で7.1と増加傾向にある。一方で、これ以外の業種では減少傾向にあり、特にその他で▲33.3、小売業で▲16.7とその傾向が強い。

		(%)					DI値
		N	増加	不変	減少	該当なし	
全	体	61	9.8	52.5	18.0	19.7	▲ 8.2
業 種	製造業	7	28.6	57.1	14.3	0.0	14.3
	建設業	12	0.0	41.7	8.3	50.0	▲ 8.3
	卸売業	4	25.0	0.0	75.0	0.0	▲ 50.0
	小売業	12	0.0	83.3	16.7	0.0	▲ 16.7
	サービス業	14	21.4	50.0	14.3	14.3	7.1
	その他	6	0.0	33.3	33.3	33.3	▲ 33.3

## 問 10：上半期と比較した下半期（2019年10月～2020年3月）

### （1）業況見通し（業界）

#### DI値は全体でマイナス

#### 業種別でも、すべての業種でマイナスの見通しとなった

全体の業況見通しDI（業況見通しが「好転」とした企業割合－「悪化」とした企業割合）は▲44.2となった。業種別の業況見通しDIをみると、すべての業種でマイナスとなっており、特に製造業で▲85.7、その他で▲71.4と大きく低迷する見通しとなっている。

		(%)				DI値
		N	好転	不変	悪化	
全	体	61	6.6	42.6	50.8	▲ 44.2
業 種	製造業	7	0.0	14.3	85.7	▲ 85.7
	建設業	12	16.7	41.7	41.7	▲ 25.0
	卸売業	4	25.0	25.0	50.0	▲ 25.0
	小売業	11	0.0	54.5	45.5	▲ 45.5
	サービス業	14	7.1	50.0	42.9	▲ 35.8
	その他	7	0.0	28.6	71.4	▲ 71.4

### （2）業況見通し（貴社）

#### DI値は全体でマイナス

#### 業種別では、建設業で0.0、これ以外の業種ではマイナスの見通しとなった

全体の業況見通しDI（業況見通しが「好転」とした企業割合－「悪化」とした企業割合）は▲34.4となった。業種別の業況見通しDIをみると、建設業で0.0となったが、これ以外の業種ではマイナスとなり、特に製造業で▲57.1と大きく低迷する見通しとなっている。

		(%)				DI値
		N	好転	不変	悪化	
全	体	64	9.4	46.9	43.8	▲ 34.4
業 種	製造業	7	0.0	42.9	57.1	▲ 57.1
	建設業	12	25.0	50.0	25.0	0.0
	卸売業	4	0.0	50.0	50.0	▲ 50.0
	小売業	12	8.3	50.0	41.7	▲ 33.4
	サービス業	16	6.3	43.8	50.0	▲ 43.7
	その他	7	14.3	28.6	57.1	▲ 42.8

(3) 売上額見通し

**DI値は全体でマイナス**

**業種別では、建設業で0.0、これ以外の業種ではマイナスの見通しとなった**

全体の売上額見通しDI（売上額見通しが「増加」とした企業割合－「減少」とした企業割合）は▲39.0となった。業種別の売上額見通しDIをみると、建設業で0.0となったが、これ以外の業種ではマイナスとなり、特にサービス業で▲58.8と大きく低迷する見通しとなっている。

		(%)				DI値
		N	増加	不変	減少	
全	体	64	14.1	32.8	53.1	▲ 39.0
業 種	製造業	7	14.3	28.6	57.1	▲ 42.8
	建設業	12	33.3	33.3	33.3	0.0
	卸売業	3	0.0	0.0	100.0	▲ 100.0
	小売業	12	16.7	33.3	50.0	▲ 33.3
	サービス業	17	5.9	29.4	64.7	▲ 58.8
	その他	7	14.3	28.6	57.1	▲ 42.8

(4) 採算見通し

**DI値は全体でマイナス**

**業種別では、建設業ではプラスとなったが、小売業で0.0、製造業、サービス業、その他ではマイナスの見通しとなった**

全体の採算見通しDI（採算見通しが「黒字」とした企業割合－「赤字」とした企業割合）は▲11.2となった。業種別の採算DIをみると、建設業で25.0とプラス、小売業で0.0となったが、これ以外の業種ではマイナスとなり、特にその他で▲42.8、サービス業で▲33.4と苦戦する見通しとなっている。

		(%)				DI値
		N	黒字	損得なし	赤字	
全	体	62	19.4	50.0	30.6	▲ 11.2
業 種	製造業	7	28.6	28.6	42.9	▲ 14.3
	建設業	12	25.0	75.0	0.0	25.0
	卸売業	3	33.3	0.0	66.7	▲ 33.4
	小売業	12	16.7	66.7	16.7	0.0
	サービス業	15	13.3	40.0	46.7	▲ 33.4
	その他	7	14.3	28.6	57.1	▲ 42.8

(5) 資金繰り見通し

**DI値は全体でマイナス**

**業種別でも、すべての業種でマイナスの見通しとなった**

全体の資金繰り見通しDI（資金繰り見通しが「好転」とした企業割合－「悪化」とした企業割合）は▲22.6 となった。業種別の資金繰りDIをみると、すべての業種でマイナスとなっており、特にその他で▲50.0と苦戦する見通しとなっている。

		(%)				DI値
		N	好転	不変	悪化	
全	体	62	4.8	67.7	27.4	▲ 22.6
業 種	製造業	7	14.3	42.9	42.9	▲ 28.6
	建設業	13	0.0	76.9	23.1	▲ 23.1
	卸売業	4	0.0	50.0	50.0	▲ 50.0
	小売業	11	0.0	81.8	18.2	▲ 18.2
	サービス業	15	13.3	66.7	20.0	▲ 6.7
	その他	6	0.0	50.0	50.0	▲ 50.0

(6) 従業員数見通し

**DI値は全体でマイナス**

**業種別では、その他で0.0、これ以外の業種ではマイナスの見通しとなった**

全体の従業員数見通しDI（従業員数見通しが「増加」とした企業割合－「減少」とした企業割合）は▲12.1 となった。業種別の従業員数見通しDIをみると、その他で0.0となったが、これ以外の業種では減少する見通しとなっている。

		(%)				DI値
		N	増加	不変	減少	
全	体	58	0.0	87.9	12.1	▲ 12.1
業 種	製造業	7	0.0	85.7	14.3	▲ 14.3
	建設業	11	0.0	90.9	9.1	▲ 9.1
	卸売業	3	0.0	66.7	33.3	▲ 33.3
	小売業	12	0.0	91.7	8.3	▲ 8.3
	サービス業	14	0.0	78.6	21.4	▲ 21.4
	その他	5	0.0	100.0	0.0	0.0

(7) 原材料仕入単価見通し

**DI値は全体でプラス**

**業種別でも、すべての業種でプラスの見通しとなった**

全体の原材料仕入単価見通しDI(原材料仕入単価が「上昇」とした企業割合－「低下」とした企業割合)は47.6と、全体的に上昇傾向にある。業種別の原材料仕入単価見通しDIをみても、すべての業種で上昇傾向となっており、特に建設業では75.0とその傾向が強い見通しとなっている。

		(%)					DI値
		N	上昇	不変	低下	該当なし	
全	体	63	49.2	33.3	1.6	15.9	47.6
業	製造業	7	28.6	71.4	0.0	0.0	28.6
	建設業	12	75.0	16.7	0.0	8.3	75.0
	卸売業	4	75.0	0.0	0.0	25.0	75.0
	小売業	12	41.7	50.0	0.0	8.3	41.7
	サービス業	15	46.7	26.7	6.7	20.0	40.0
	その他	7	57.1	14.3	0.0	28.6	57.1

(8) 原材料在庫見通し

**DI値は全体でマイナス**

**業種別では、小売業で0.0、これ以外の業種ではマイナスの見通しとなった**

全体の原材料在庫見通しDI(原材料在庫見通しが「増加」とした企業割合－「減少」とした企業割合)は▲13.3となった。業種別の原材料在庫見通しDIをみると、小売業では0.0となったが、これ以外の業種では減少する見通しとなっている。

		(%)					DI値
		N	増加	不変	減少	該当なし	
全	体	60	6.7	50.0	20.0	23.3	▲ 13.3
業	製造業	7	0.0	85.7	14.3	0.0	▲ 14.3
	建設業	11	9.1	27.3	27.3	36.4	▲ 18.2
	卸売業	4	25.0	0.0	50.0	25.0	▲ 25.0
	小売業	11	9.1	72.7	9.1	9.1	0.0
	サービス業	14	7.1	42.9	28.6	21.4	▲ 21.5
	その他	7	0.0	42.9	14.3	42.9	▲ 14.3



(9) 製品・商品在庫見直し

**DI値は全体でマイナス**

**業種別では、製造業で0.0、これ以外の業種ではマイナスの見直しとなった**

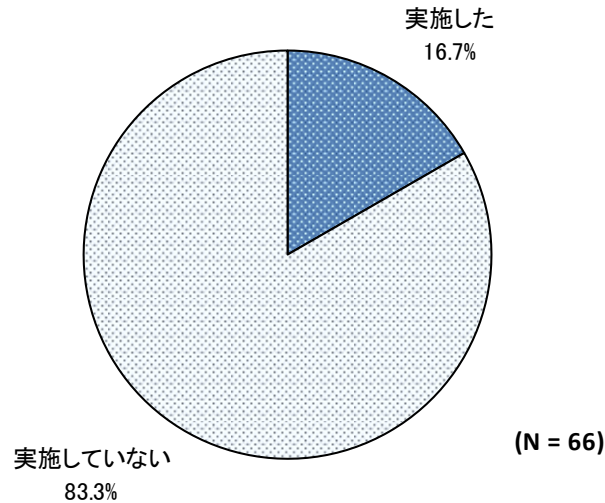
全体の製品・商品在庫見直しDI（製品・商品在庫見直しが「増加」とした企業割合－「減少」とした企業割合）は▲18.0となった。業種別の製品・商品在庫見直しDIをみると、製造業では0.0となったが、これ以外の業種では減少する見直しとなっている。

		(%)					DI値
		N	増加	不変	減少	該当なし	
全	体	61	6.6	50.8	24.6	18.0	▲ 18.0
業 種	製造業	7	14.3	71.4	14.3	0.0	0.0
	建設業	12	0.0	41.7	16.7	41.7	▲ 16.7
	卸売業	4	25.0	0.0	75.0	0.0	▲ 50.0
	小売業	12	0.0	75.0	25.0	0.0	▲ 25.0
	サービス業	14	14.3	42.9	28.6	14.3	▲ 14.3
	その他	6	0.0	33.3	33.3	33.3	▲ 33.3

## 問 11：設備投資

(1) 上半期（2019年4月～9月）

設備投資について尋ねたところ、「実施していない」が83.3%、「実施した」が16.7%となっている。



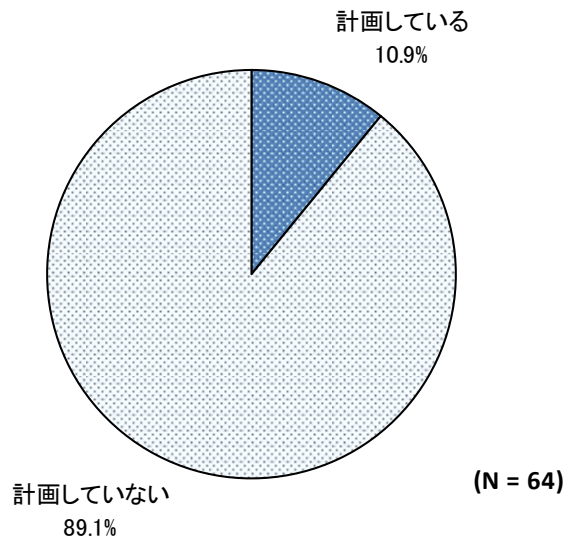
業種別にみると、＜製造業＞は他業種と比べると「実施した」の割合が高く、全体を26.2ポイント上回っている。一方、＜建設業＞＜小売業＞では「実施していない」がいずれも91.7%を占めている。

従業員規模別では、「実施した」の割合は規模が大きくなるにつれて高くなる傾向がみられる。

	調査数	上半期の設備投資		
		実施した	実施していない	
全体	66 100.0	11 16.7	55 83.3	
業種	製造業	7 100.0	3 42.9	4 57.1
	建設業	12 100.0	1 8.3	11 91.7
	卸売業	4 100.0	1 25.0	3 75.0
	小売業	12 100.0	1 8.3	11 91.7
	サービス業	18 100.0	3 16.7	15 83.3
	その他	7 100.0	1 14.3	6 85.7
	従業員規模	0～2人	35 100.0	3 8.6
3～5人		19 100.0	4 21.1	15 78.9
6人以上		7 100.0	3 42.9	4 57.1

(2) 下半期 (2019年10月~2020年3月)

設備投資計画について尋ねたところ、「計画していない」が89.1%、「計画している」が10.9%となっている。



業種別にみると、＜製造業＞は他業種と比べて「計画している」の割合が高く、全体を17.7ポイント上回っている。一方、＜小売業＞＜サービス業＞では「計画している」の回答はなかった。

従業員規模別では、「計画している」の割合は規模が大きくなるにつれて高くなる傾向がみられる。

		調査数	下半期の設備投資	
			計画している	計画していない
全体		64 100.0	7 10.9	57 89.1
業種	製造業	7 100.0	2 28.6	5 71.4
	建設業	10 100.0	2 20.0	8 80.0
	卸売業	4 100.0	-	4 100.0
	小売業	12 100.0	-	12 100.0
	サービス業	18 100.0	-	18 100.0
	その他	7 100.0	1 14.3	6 85.7
	従業員規模	0~2人	34 100.0	2 5.9
3~5人		18 100.0	2 11.1	16 88.9
6人以上		7 100.0	3 42.9	4 57.1

# IV 調査票

弘前商工会議所伴走型小規模事業者支援事業

## 経営課題に関するアンケート調査票

### 1 貴社の概要

■ 貴社の概要についてご回答ください。

社名			
所在地			
記入担当者	所属・役職		氏名
	電話番号		
業種	1. 製造業                      2. 建設業                      3. 卸売業                      4. 小売業 5. サービス業                6. その他 (                      )		
売上高	(千円)	営業利益	(千円)
従業員数	(人) ※パート・アルバイト等を含む		

### 2 販路開拓支援について

問1 貴社では、販路開拓等に取り組んでいますか。次の中から最も近いものを1つ選んでください。

- |            |         |             |
|------------|---------|-------------|
| 1. 取り組んでいる | 2. 現状維持 | 3. 取り組んでいない |
|------------|---------|-------------|

問2 販路開拓に際しての課題等があれば、ご回答ください（複数回答可）。

- |                                 |                   |                  |                    |
|---------------------------------|-------------------|------------------|--------------------|
| 1. 新規先へのアプローチ方法                 | 2. 資金調達           | 3. 商品開発力         | 4. 製品・商品・サービスの供給能力 |
| 5. 営業人材の確保                      | 6. 製品・商品・サービスのPR法 | 7. 販路開拓に関する知見の不足 |                    |
| 8. その他 (                      ) | 9. 特になし           |                  |                    |

### 3 商品開発について

問3 貴社の主力商品やサービスは何ですか。

--

問4 貴社では、新たな商品開発等を行っていますか。次の中から最も近いものを1つ選んでください。

- |                       |            |
|-----------------------|------------|
| 1. 行っている、または実施に向けて準備中 | 2. 検討中     |
| 3. 機会があれば行いたい         | 4. 行う予定はない |

問5 商品開発に際しての課題等があれば、ご回答ください（複数回答可）。

- |                                 |                    |                  |                    |
|---------------------------------|--------------------|------------------|--------------------|
| 1. 技術力の向上                       | 2. 資金調達            | 3. 商品開発力         | 4. 製品・商品・サービスの供給能力 |
| 5. 営業人材の確保                      | 6. 製品・商品・サービスのPR方法 | 7. 販路開拓に関する知見の不足 |                    |
| 8. その他 (                      ) | 9. 特になし            |                  |                    |

### 4 経営上の課題について

問6 現在直面している経営上の課題があれば、ご回答ください（複数回答可）。

- |           |              |                                  |            |
|-----------|--------------|----------------------------------|------------|
| 1. 売上不振   | 2. 施設・設備の老朽化 | 3. 原材料の高騰                        | 4. 資金繰りの悪化 |
| 5. 人材不足   | 6. 人材育成      | 7. 後継者対策                         | 8. 情報収集    |
| 9. ITへの対策 | 10. 競争の激化    | 11. その他 (                      ) | 12. 特になし   |

弘前商工会議所伴走型小規模事業者支援事業

問7 経営の引き継ぎについてお尋ねします。将来、貴事業所をどうされる予定ですか。  
次の中から最も近いものを1つ選んでください。

- |  |               |
|--|---------------|
| 1. 後継者がすでに決定している                         | 2. 廃業あるいは清算する |
| 3. 親族や従業員などから後継者候補を探す                    |               |
| 4. 事業マッチングなどを利用して、貴事業所に適した企業（人材）に譲渡・売却する |               |
| 5. 事業マッチングなどを利用せず、貴事業所に適した企業（人材）に譲渡・売却する |               |
| 6. その他（ ）                                | 7. 未定         |

問8 その他、経営や商工会議所に対するご意見、ご要望等がございましたらご回答ください。

--

問9 上半期（2019年4～9月）の貴社の状況は、前年上半期（2018年4～9月）と比較していかがでしょうか。下記項目についてそれぞれ該当する番号に○を1つお付けください。

各項目	今期の実績			
業況(業界)	1. 好転	2. 不変	3. 悪化	
業況(貴社)	1. 好転	2. 不変	3. 悪化	
売上額	1. 増加	2. 不変	3. 減少	
採算	1. 黒字	2. 損得なし	3. 赤字	
資金繰り	1. 好転	2. 不変	3. 悪化	
従業員数 ※パート・アルバイトを含む	1. 増加	2. 不変	3. 減少	
原材料仕入単価	1. 上昇	2. 不変	3. 低下	4. 該当なし
原材料在庫	1. 増加	2. 不変	3. 減少	4. 該当なし
製品・商品在庫	1. 増加	2. 不変	3. 減少	4. 該当なし

問10 下半期（2019年10～翌年3月）の貴社の状況は、上半期（2019年4～9月）と比較してどう予想されますか。下記項目についてそれぞれ該当する番号に○を1つお付けください。

各項目	来期の予想			
業況(業界)	1. 好転	2. 不変	3. 悪化	
業況(貴社)	1. 好転	2. 不変	3. 悪化	
売上額	1. 増加	2. 不変	3. 減少	
採算	1. 黒字	2. 損得なし	3. 赤字	
資金繰り	1. 好転	2. 不変	3. 悪化	
従業員数 ※パート・アルバイトを含む	1. 増加	2. 不変	3. 減少	
原材料仕入単価	1. 上昇	2. 不変	3. 低下	4. 該当なし
原材料在庫	1. 増加	2. 不変	3. 減少	4. 該当なし
製品・商品在庫	1. 増加	2. 不変	3. 減少	4. 該当なし

問11 貴社の上半期（2019年4～9月）および下半期（2019年10～翌年3月）の設備投資について、それぞれ該当する番号に○を1つお付けください。

各項目	選択肢	
上半期(2019年4～9月)の設備投資	1. 実施した	2. 実施していない
下半期(2019年10～翌年3月)の設備投資	1. 計画している	2. 計画していない

お忙しい中、ご協力ありがとうございました。

お手数ですが、**2020年1月8日(水)までに**同封の返信用封筒による郵送(切手不要)、または FAX(017-777-6399)にて返信いただきますよう、よろしくお願いいたします。

---

弘前商工会議所  
伴走型小規模支援事業者支援推進事業に係る  
アンケート調査  
- 報告書 -

発行：令和2年2月

作成者： 東京商工リサーチ

---