

# 横須賀市中小企業景況レポート

第 1 号 (平成 25 年 1 月号)

## はじめに

本市では、「横須賀市中小企業振興基本条例」が平成 24 年 4 月から施行されました。

中小企業の支援策を充実させて行くには、課題を認識することが重要であり、その第一歩として、多くの事業者の景況感や生の声をお聞きする景況調査を実施することとしました。

このレポートは、市内企業の景況感と事業者の主な声を取りまとめ、横須賀市が編集発行した創刊号です。横須賀市では、提供されたデータや貴重なご意見等を中小企業施策にできる限り生かしてまいりたいと考えています。

なお、調査対象は、三浦藤沢信用金庫と湘南信用金庫が従来から行っている景況調査先のうちの市内企業に加え、横須賀市及び横須賀市産業振興財団がさらに追加調査しました。

## (1) このレポートの概要

- ① 発行（調査）回数：年間 4 回調査を行い、レポートとして発行します。  
今後は、第 2 号を 4 月・第 3 号を 7 月・第 4 号を 10 月に順次発行を予定しています。
- ② 調査項目：景況感を表す 5 項目を調査し、傾向等を記載します。加えて年 1 回特別調査を実施し、調査結果を掲載する予定です。
- ③ 調査対象：市内中小企業

## (2) 今回のレポートの概要

- ① 調査期間 平成 24 年 11 月 26 日～12 月 7 日（調査時点 12 月 1 日）
- ② 今回調査の対象期間 平成 24 年 10 月～12 月の期間を現在（今期）としています。
- ③ 調査回答数 景況感調査 209 社（うち市・財団調査 15 社）  
特別調査 149 社（うち市・財団調査 15 社）
- ④ 調査方法 (ア)、(イ) のいずれかによる  
(ア) 代表者または経営に携わる方を訪問、聞き取り方式  
(イ) 郵送配布提出方式
- ⑤ 景況感の集計 D I 値算出による。  
【D I 値・・・良い（多い）、変わらない（普通）、悪い（少ない）の回答のそれぞれが全体に占める構成比を求めます。次に、良い（多い）等の構成比（%）－悪い（少ない）等の構成比（%）を計算した結果です。】
- ⑥ 景況感や課題 状況を端的に表すコメントを掲載（個々の企業名は非公表）

## 1 DI 値調査の調査回答数について

今回の調査では、209社から景況感をお聞きしました。(表1参照) ただし、次期の景況感は、あまりに不透明で回答できないとする事業者があったため、207社となりました。

◎今期とは：景況感の現在（10月～12月）の実感です。（ただし一部見込みを含む場合あり）  
「7月～9月と比べ、現在の状況はどうですか。」と聞いた結果です。

◎次期とは：景況感の予測（1月～3月）です。  
「7月～9月と比べ、現在から概ね3か月後の状況（1月～3月）はどうですか。」と聞いた結果です。

調査企業の業種別内訳

表1 業種別回答実数

		合計	内訳				
			製造業	建設業	卸・小売業	不動産業	サービス業
調査回答 企業数	今期	209社	44社	38社	59社	19社	49社
	次期	207社	43社	38社	58社	19社	49社

## 2 DI 値 調査結果

### (1) 景況感の概要 <悪い>

全業種の景況DI値の集計は、7月～9月に比べ今期は△18Pで景況感は悪いといえます。このうち景況感が改善された業種は、建設業（10P）のみで、やや良いと回答しています。

他の4業種の景況はいずれもマイナスの数値で、一番悪い業種は、卸・小売業（△31P）です。続いて不動産業（△26P）、製造業とサービス業、（どちらも△21P）です。

次期予測は、全業種で△19Pと大きな変化はありませんが、不動産業（△26P⇒△11P）は、15P改善すると予測しています。反対に、建設業（10P⇒△3P）は、現在のやや良い状況から、次期予測では通常と変わらない状況に転じます。

中小企業の方は、「最近の経済状況は急激に変化するため、予測しづらい」と話す方が多く、先行きに不透明感を感じている状況です。

回答から3頁表2のDI値を算出しました。

DI値の結果は、「プラス値が大きいほど景況感が良く（好況）、マイナス値が大きいほど景況感が悪い（不況）。」と言えます。

特に決まりはありませんが、このレポートは次の基準で記載しました。

【以下 DI 値のポイント→P 数値がマイナスの場合→△で表示】

○良い：15P以上  ○やや良い：6P～14P 

○変わらない（普通）：△5P～5P 

○やや悪い：△6P～△14P  ○悪い：△15P以下 

## (2) 各項目の概況

### ○売上額

〈悪い〉



今期の全業種の DI 値は $\Delta 15P$  で悪いと言えます。業種ごとにみると、建設業 (8P) がやや良い、製造業 ( $\Delta 11P$ ) がやや悪い、卸・小売業 ( $\Delta 22P$ ) と不動産業 ( $\Delta 26P$ ) とサービス業 ( $\Delta 25$ ) は、悪いと感じています。

次期については、全業種の集計 ( $\Delta 15P \Rightarrow \Delta 18P$ ) では 3P 悪化する予測です。とくに卸・小売業 ( $\Delta 22P \Rightarrow \Delta 35P$ ) が 13P、製造業 ( $\Delta 11P \Rightarrow \Delta 23P$ ) が 12P、建設業 ( $8P \Rightarrow \Delta 2P$ ) が 10P、悪化すると予測しています。反対に、不動産業 ( $\Delta 26P \Rightarrow \Delta 5P$ ) が 21P、サービス業 ( $\Delta 25P \Rightarrow \Delta 8P$ ) が 17P、改善すると予測しています。

業種によって、売上が減少し悪化する業種と、悪いからやや悪い状況に改善する業種の 2 種類に大別される状況が予測されます。

#### 【昨年度と比べた、売上額】

さらに、昨年の同時期と比べ、売上が、増加・変わらない (横ばい)・減少の 3 分類のいずれかを聞いたところ、209 社のうち 175 社から回答をいただきました。

(3 頁表 3 昨年同期と現在の売上比較)

売上額が増加した企業は 46 社、減少した企業は 76 社となりました。

今回の調査では、昨年の同時期と比べ、売上高が減少する企業が多くなっています。

### ○収益

〈悪い〉



今期の DI 値は $\Delta 26P$  で全項目で一番悪い数値です。売上額が $\Delta 15P$  であるにも関わらず、 $\Delta 26P$  と 11P かい離していることは、売上に比例して収益が上がっていないことが推測されます。

今期は、業種別では、建設業 ( $\Delta 8P$ ) がやや悪い、他の業種は全て悪いという結果です。

次期は、不動産業 ( $\Delta 32P \Rightarrow 5P$ ) が、大きく 37P 改善される予測です。

### ○雇用人員

〈悪い〉



今期の DI 値は $\Delta 17P$  で、人手不足感が強いと言えます。とくに建設業 ( $\Delta 42P$ ) は、人手不足感を最も強く感じています。

次期は、建設業 ( $\Delta 42P \Rightarrow \Delta 36P$ ) が若干解消に向かう見込みと予測していますが、他の業種では、不動産業 ( $\Delta 16P \Rightarrow \Delta 21P$ )、サービス業 ( $\Delta 14 \Rightarrow \Delta 20$ ) などがさらに DI 値を減少させ、変わらず人手不足感が強いと予測しています。

### ○資金繰り

〈悪い〉



今期は、卸・小売業 ( $\Delta 32P$ )、サービス業 ( $\Delta 18P$ )、製造業 ( $\Delta 11P$ )、建設業 ( $\Delta 10P$ ) の順で苦しいという景況感です。

次期は、卸・小売業は依然として厳しく ( $\Delta 32P \Rightarrow \Delta 31P$ )、他の業種をみても建設業 ( $\Delta 10P \Rightarrow \Delta 21P$ ) が 11P 悪化するなど、厳しい状況は変わらないと予測しています。

表2 DI値調査結果（単位：ポイント）

	全業種		次期 — 今期	製造業		建設業		卸・小売業		不動産業		サービス業	
	今期	次期		今期	次期	今期	次期	今期	次期	今期	次期	今期	次期
景況(全産業)	景況全般について総合的な概況をお聞きました。												
良い(A)	19	15		18	16	34	26	20	12	21	26	6	4
変わらず	44	51		43	51	42	45	29	40	32	37	67	76
悪い(B)	37	34		39	33	24	29	51	48	47	37	27	20
DI値(A)－(B)	△18	△19		△1	△21	△17	10	△3	△31	△36	△26	△11	△21
売上額(全産業)	製造業については、生産品を出荷した額をお聞きました。												
好転(A)	21	16		25	14	29	24	22	12	16	21	10	16
変わらず	43	50		39	49	50	50	34	41	42	53	55	60
悪化(B)	36	34		36	37	21	26	44	47	42	26	35	24
DI値(A)－(B)	△15	△18		△3	△11	△23	8	△2	△22	△35	△26	△5	△25
収益(全産業)	売上から経費を引いた収益状況をお聞きました。												
増加(A)	16	15		18	14	24	18	15	9	26	37	4	14
変わらず	42	49		41	47	44	48	38	44	16	31	57	64
減少(B)	42	36		41	39	32	34	47	47	58	32	39	22
DI値(A)－(B)	△26	△21		5	△23	△25	△8	△16	△32	△38	△32	5	△35
雇用人員(全産業)	需要に対応できる労働状況をお聞きました。												
多い(A)	6	5		21	12	0	3	5	7	0	0	2	0
適正	71	69		53	60	58	58	78	72	84	79	82	80
少ない(B)	23	26		26	28	42	39	17	21	16	21	16	20
DI値(A)－(B)	△17	△21		△4	△5	△16	△42	△36	△12	△14	△16	△21	△14
資金繰り(全産業)	資金繰りが上手く行っているかを判断するためお聞きました。												
楽である(A)	7	6		9	7	8	8	5	3	11	11	6	6
さほど苦しくない	68	68		71	70	74	63	58	63	78	78	70	72
苦しい(B)	25	26		20	23	18	29	37	34	11	11	24	22
DI値(A)－(B)	△18	△20		△2	△11	△16	△10	△21	△32	△31	0	0	△18

表3 昨年同期と現在の売上比較（209社中175社が回答）

	企業数	全体175社に占める割合
昨年と比べ「売上額」が増加したと回答	46社	26.3%
昨年と比べ「変わらない」「横ばい」と回答	53社	30.3%
昨年と比べ「売上額」が減少したと回答	76社	43.4%

この集計もDI値で表すなら、(26.3%－43.4%)＝△17.1Pとなります。

### 3 業種別 調査結果データの集計

#### (1) 製造業

〈悪い〉



景況感は△21Pであり、項目別では、収益が△23Pで一番悪く、売上額は△11Pとやや悪い状況です。このことを裏づけするように、施設の老朽化による経費の増や、在庫の過多などの声が寄せられました。

一方、営業活動の強化で販路拡大するといった前向きな声が寄せられました。

次期景況感（△21P⇒△17P）は、4P改善する予測となっています。

#### ☆事業者の主な声☆

- ・短納期、小ロットの受注が多く、次期の見込みが立てられない状況である。
- ・施設、設備の老朽化により改修費用がかさんでいる。
- ・在庫を抱えているため資金繰りが厳しい。
- ・景気が悪くなるとはじめに削減され、回復しても最後となるレジャー関連事業なので、売上が上らず厳しい。消費税増税の前に駆け込み需要があると良い。
- ・営業活動を強化するが、すぐに結果に表れず、時間をかけて販路を拡大、売上回復に努めて行く。
- ・大手メーカーが海外に生産拠点を構えており、現地調達が可能業者へ発注をシフトさせていることが売上減少の要因となっている。海外拠点を確保すべく活動中である。

#### (2) 建設業

〈やや良い〉



景況感は10Pであり、他の4業種が全てマイナス（△）の景況感であるなか、唯一プラス（やや良い）の景況感です。売上は8Pとなっており、消費税増税前による駆け込み需要ではないかという声や増税後は需要が落ち込むことを心配する声が寄せられました。比較的、堅実に売上を確保している声が多い一方、人手不足や資金繰りに悩む声が寄せられました。

次期景況感（10P⇒△3P）は、13P悪化する予測となっています。

#### ☆事業者の主な声☆

- ・消費税増税を前にした駆け込み需要の色合いが強い。
- ・増税後は落ち込みが予想され、主軸事業以外の事業戦略を考える必要がある。
- ・従業員を増やし売上が大幅増となった。営業担当者を採用し受注は好調である。今後は更に営業力を強化し、利益率の高い受注を確保できるよう体制を整えたい。
- ・新規雇用の従業員が長く続かず人手不足の状態である。
- ・中間金が無い発注先もあるため資金繰りに苦慮しているが、新規取引先との交渉が進んでおり、折り合えば大きな売上増を期待できる。

### (3) 卸・小売業 <悪い> ↓

景況感は△31P であり、全5業種のうち一番悪い状況です。収益・資金繰りとも△32P で厳しい業績の企業が多いと考えられます。大型店指向によって小型店では対抗できない、値下げ圧力や人件費の高騰によって経営の悪化を招いている、営業を強化し努力して行こうとする声が寄せられました。

今後も急激な消費拡大が見込まれないと感じているためか、次期景況感(△31P⇒△36P)は、さらに厳しさを増す予測となっています。

#### ☆事業者の主な声☆

- ・ディスカウントショップ・スーパー等の酒類販売の新規参入があり、小型店ではなかなか太刀打ち出来ない。
- ・中堅スーパーを営むが、大型スーパーに対し、品揃えと価格で対抗することが厳しい。
- ・スーパーや大手企業の値下げ圧力が強すぎるような気がする。
- ・毎年上がる最低賃金で人件費がますます上昇。経営悪化の原因の大きなひとつで困る。
- ・得意先への営業や新規顧客獲得を目指し、営業力を強化し売上増加を目指す。

### (4) 不動産業 <悪い> ↓

景況感△26P であり、ある程度需要はあるものの土地の仕入難により供給不足となっているという声や、優良物件を確保し売上が伸びたいとする声が寄せられました。

次期は物件の動きが激しい時期でもあり、景況感(△26P⇒△11P)は、15P 改善する予測となっています。

#### ☆事業者の主な声☆

- ・横須賀地区は、住宅購入の需要はあるが、土地の仕入れが難しく、供給不足の状態が続いている。
- ・不況により顧客の消費意欲は低迷している。優良物件の確保に努め売上の増を目指す。
- ・東日本大震災以降、海岸に近い物件が敬遠される傾向が今も続いており、仕入には苦慮している。
- ・一昨年は大震災の影響で停滞したが、1～3月は物件の動きが一番活発になる時期であり、前年比5%以上の増加を見込む。

### (5) サービス業 <悪い> ↓

景況感△21P であり、景気悪化や価格の競争によって客数が減少しているといった声や、今後は収益確保のため、経費削減や他社との差別化を図って行く等の声が寄せられました。

次期景況感(△21P⇒△16P)は、5P 改善する予測となっています。

#### ☆事業者の主な声☆

- ・時期的に売上の伸びる時期ではあるが景気の影響で利用客が減少している。
- ・忘年会間近のシーズンだが、低価格店舗が増え客足は遠のいている。新たな宿泊プランを検討する。
- ・例年通り年末・年始にかけて利用客増加を見込むが、安価な理容店への顧客流失が懸念される。
- ・人件費や仕入れ、原材料費以外の経費削減に努め、競合他社との差別化を図っていく。
- ・インターネットの宣伝によりネット予約が堅調である。効果がでてきている。

#### 4 【特別調査（年1回）】 現在の問題や課題

##### ☆調査方法

訪問した事業者から、現在の経営上の問題や課題を1～3番の順位を決めて回答をいただきました。

また、問題や課題に挙げた理由（背景）をお聞きしました。

〈質問〉貴社にとって現在の経営上の問題（課題）は何ですか。

- |                        |                          |
|------------------------|--------------------------|
| 1 大企業や大型店の進出           | 10 販売（製品・サービス含）単価の低下・上昇難 |
| 2 新規参入業者の増加            | 11 金利負担の増加               |
| 3 ニーズの変化への対応           | 12 取引条件の悪化               |
| 4 施設や設備の不足・老朽化         | 13 事業資金の借入難              |
| 5 施設や設備の過剰             | 14 代金の回収難                |
| 6 在庫の過剰                | 15 従業員の確保難               |
| 7 人件費の増加               | 16 経験者の確保難               |
| 8 仕入れや原材料費の経費増加        | 17 官公需要の停滞               |
| 9 人件費や仕入れ・原材料費以外の経費の増加 | 18 民間需要の停滞               |
|                        | 19 その他（ ）                |

〈回答〉

1番の問題(課題)	2番目の問題(課題)	3番目の問題(課題)

##### ☆回答企業数と業種別内訳

	合計	内 訳				
		製造業	建設業	卸・小売業	不動産業	サービス業
調査回答企業数	149社	42社	22社	42社	12社	31社

＝調査結果＝ 全業種の問題 【回答社数 149社】

	1番の問題	2番目の問題	3番目の問題
1位	・民間需要の停滞 (33社)	・販売(製品・サービス含)単価の低下・上昇難 (20社)	・販売(製品・サービス含)単価の低下・上昇難 (12社)
2位	・販売(製品・サービス含)単価の低下・上昇難 (17社)	・従業員の確保難 (12社)	・民間需要の停滞 (11社)
3位	・ニーズの変化への対応 (16社)	・施設や設備の不足・老朽化 ・仕入れや原材料費の経費増加 (各11社)	・ニーズの変化への対応 ・従業員の確保難 (各9社)

**(1)製造業の問題 【回答社数 42社】**

	1番の問題	2番目の問題	3番目の問題
1位	・民間需要の停滞 (12社)	・施設や設備の不足・老朽化 (7社)	・民間需要の停滞 (7社)
2位	・施設や設備の不足・老朽化 ・仕入れや原材料費の経費増加	・仕入れや原材料費の経費増加 ・販売(製品・サービス含)単価の低下・上昇難 (各5社)	・施設や設備の不足・老朽化 ・仕入れや原材料費の経費増加 ・人件費や仕入れ・原材料費以外の経費の増加
3位	・販売(製品・サービス含)単価の低下・上昇難 (各4社)		・販売(製品・サービス含)単価の低下・上昇難 ・経験者の確保難 (各3社)

☆事業者の主な声☆

- ・円高による為替の問題で親会社の受注が取れていない。そのため、船舶関係の仕事が来ない。徐々に取引単価の低下が見られている。
- ・リーマンショックで、予定されていた取引先の受注が減少している。
- ・原発の定期検査がストップしているため、取引先からの受注がなくなっている影響が大きい。従業員に関しては、多能工までに育てられるような若年層が少なくなっている。
- ・販売単価の低下は、他店との競争が原因としてある。お客様も見積を数社から取り、安い店へと流れてしまう。
- ・受注獲得にはコストダウンを要求される。収益向上には付加価値のある製品の生産性を向上させることが必要である。
- ・取引先の不振により受注額が減少していることに加えて、中国へ生産委託する取引先も出てきてしまい受注が厳しくなっている。
- ・一昨年の震災の影響により、仕入れ業者を変更せざるを得なくなり、仕入れ単価交渉の苦労を強いられている。
- ・電気代が上がり消耗品、ガスといった経費が高騰、一方で受取代金は低下しダブルで苦しい。
- ・施設・設備の老朽化により修理代がかさむため更新したいが、現在の状況では踏み切れない。
- ・若い人は屋外での仕事が続かない。結果、若い人を確保できず従業員が高齢化している。

**(2)建設業の問題 【回答社数 22社】**

	1番の問題	2番目の問題	3番目の問題
1位	・官公需要の停滞 (5社)	・従業員の確保難 (5社)	・新規参入業者の増加
2位	・民間需要の停滞 (4社)	・販売(製品・サービス含)単価の低下・上昇難 (3社)	・ニーズの変化への対応 (各2社)
3位	・経験者の確保難 (3社)	・経験者の確保難 ・民間需要の停滞 (各2社)	・人件費の増加 ・仕入れや原材料費の経費増加 ・販売(製品・サービス含)単価の低下・上昇難 ・取引条件の悪化 ・従業員の確保難 ・経験者の確保難 ・官公需要の停滞 (各1社)

☆事業者の主な声☆

- ・公共工事の停滞と粗利益が減っていることが問題である。
- ・公共工事の縮小と小口化による受注額減少、現場監督等の人手不足、材料費高騰による利益率の減少といった問題がある。
- ・売上の減少および請負単価が下落している。
- ・従業員の確保に困っている。入っても長く続かず、技術が身に付かない。
- ・住宅着工戸数の急増（消費税増税前の駆け込み需要）によって技術職（職人）が不足している。
- ・人材確保が上手く進まず、受注機会を失うケースが起こりつつある。
- ・求人をかけても希望者が来ない。入社しても続かない。

(3)卸・小売業の問題【回答社数 12社】

	1番の問題	2番目の問題	3番目の問題
1位	・大企業や大型店の進出 ・民間需要の停滞 (各 10 社)	・販売(製品・サービス含)単価の低下・上昇難 (8社)	・販売(製品・サービス含)単価の低下・上昇難 (7社)
2位		・ニーズの変化への対応 (5社)	・大企業や大型店の進出 (4社)
3位	・販売(製品・サービス含)単価の低下・上昇難 (4社)	・従業員の確保難 (4社)	・ニーズの変化への対応 ・人件費の増加 (各3社)

☆事業者の主な声☆

- ・大型店舗には小型店舗では、なかなか太刀打ち出来ない。
- ・中規模スーパーだと、品揃え、仕入単価、販売価格と、大型スーパーに及ばず、売上が鈍化している。
- ・景気の影響と、地域の高齢化に伴って、消費全体量は減少し続けている。その中で大型店との競合の影響で、既存小売店は苦戦している。
- ・得意先が施設への入所などで転居し、後に住む人がいない。結果として固定客の減少と商店街周辺の人口が高齢化している。
- ・価格競争の激化により、販売価格がやや下降傾向にある。また、取引先の倒産、廃業などで取引先が減少しており、代金の回収が困難な取引先もある。
- ・競合店の価格を見ながら、値付けをするので適正な利幅が取れない。
- ・東京・横浜からの業者が低価格の商品を取引先に提示するので、それに伴い自社の商品も値段を下げざるをえなくなっている。
- ・インターネット販売の値段が余りに低く競争にならない。努力しても利益につながらない。
- ・販売価格の下落は、需要の落ち込みが大きく影響している。
- ・お客様1人当たりの単価が低下している。全体的な消費の低価格指向がある。
- ・お茶に対する消費者の価値観が変化しており、上質な商品から安価なものを求めるようになった。
- ・顧客のニーズが多様化しており、プライスゾーンや各種商材について、これから対応していくのが難しいが、うまくニーズをとらえれば、反対に大きなチャンスも望めそうである。

#### (4)不動産業の問題【回答社数 12社】

	1番の問題	2番目の問題	3番目の問題
1位	・ニーズの変化への対応 (5社)	・販売(製品・サービス含)単価の低下・ 上昇難 (2社)	・取引条件の悪化 ・民間需要の停滞 (各2社)
2位	・販売(製品・サービス含)単価の 低下・上昇難 ・その他 (各2社)	・大企業や大型店の進出 ・ニーズの変化への対応 ・施設や設備の過剰・金利負担の増加 ・取引条件の悪化・その他 (各1社)	・ニーズの変化への対応
3位			・事業資金の借入難・従業員の確保難 ・経験者の確保難 (各1社)

##### ☆事業者の主な声☆

- ・価格の設定とユーザーの希望とのバランスが難しい。
- ・物件価格が停滞しており、需要も少ない。
- ・インターネット、広告、看板、店舗展開も含め、集客手段の多様化で経費がかかり過ぎる。
- ・安定した売上の確保と安定した収益を上げる経営をめざしているが景気低迷の折、生き残り策を模索中である。

#### (5)サービス業の問題【回答社数 31社】

	1番の問題	2番目の問題	3番目の問題
1位	・販売(製品・サービス含)単価の 低下・上昇難 (7社)	・新規参入業者の増加 ・仕入れや原材料費の経費増加 (各5社)	・従業員の確保難 (5社)
2位	・民間需要の停滞 (6社)		・施設や設備の不足・老朽化 (3社)
3位	・ニーズの変化への対応 (5社)	・ニーズの変化への対応 ・人件費の増加 (各3社)	・仕入れや原材料費の経費増加 ・人件費の増加 (各2社)

##### ☆事業者の主な声☆

- ・同業社との競合を考えると単価は抑制までで上げられない。
- ・競争激化によって販売単価の低下がある。
- ・同業他社の値下げ合戦もあって、仕事量が減っている。得意先の業況も良くないので売掛金回収難になっている。
- ・東日本大震災による物資不足で原価価格は高騰している。
- ・電装品の品質が良くなり、修理が減少している。
- ・高齢化に伴う固定客の減少。格安理容店の増加で厳しい。
- ・消費者の意識が変化している。それに合わせた業態に変化しなければ売上に結びつかない。
- ・毎年、パートタイマーの時給アップにより利幅が薄くなる。
- ・若年者不在による働き手不足が問題である。
- ・20歳代の従業員確保が難しくなっている。

## 5 市へのご意見・ご要望【年1回調査】

### (1) 製造業からのご意見・ご要望

#### ア. 製造業の振興に関するもの

- ・ 中小企業対策の充実。
- ・ I S Oやその他ライセンス等で、更新費用がかなりかかるので、更新についても補助制度がある  
とよい。
- ・ 市内で自社工場を持ちたい（工場の移転）ので、良い条件の産業用地を紹介して欲しい。
- ・ 消費者の購買意欲が向上するような政策を期待している。
- ・ 社員を多く雇用する企業の誘致を行ってもらい、地元産業（企業）の育成の方に舵取りをして欲  
しい。
- ・ 既存設備の老朽化に伴い、工場新設を検討中である。税制面での優遇を期待している。
- ・ 金利の負担等、利子補給等の政策を打ち出して欲しい。

#### イ. 上記以外のもの

- ・ 地域発信をして欲しい（市のブランド力を高める施策、自衛隊との連携等）。
- ・ 色々な業種の具体的な情報が欲しい。
- ・ 輸送コストを下げ競争力を高めるため、横浜横須賀道路の利用料金を下げて欲しい。
- ・ 公共工事の入札システムと工事管理体制を見直し、極力受注業者の手間を省くシステムを実施し  
て欲しい。工事利益に適正な管理費を認めて欲しい。
- ・ 地域経済の活性化、雇用の維持、人件費の維持をしている企業への助成を検討して欲しい。

### (2) 建設業からのご意見・ご要望

#### ア. 建設業の振興に関するもの

- ・ 公共工事の安定発注と事務の簡素化を希望する。
- ・ 工事発注等は地元企業を優先して欲しい。
- ・ 公共事業を増加して欲しい。
- ・ 入札物件の発注時期を平準化して欲しい。
- ・ 入札の最低制限価格を上げて欲しい。市内・準市内業者向けの最低制限価格を市内業者向けと同  
じ様に固定して欲しい。
- ・ 増税が行われた場合でも消費意欲が低下しないような施策を行って欲しい。

#### イ. 上記以外のもの

- ・ 書類や事務手続に時間がかかるため簡素化して欲しい。

### (3) 卸・小売業からのご意見・ご要望

#### ア. 卸・小売業の振興に関するもの

- ・ 市内企業が一致団結して活性化する枠組みを先導して欲しい。
- ・ 中小企業・商店街単位での地域活性をもっと考えて欲しい。
- ・ 地域及び商店街について、さらなる活性化に取り組んで欲しい。

- ・個人消費を刺激するような景気対策を考えて欲しい。
- ・不景気により外食が減ると私たちの業種は低迷するので、経済を刺激し景気を回復して欲しい。
- ・家賃等の補助があると立地条件を見直しやすくなる。
- ・他の店と経営状況など、ひざを交えて話し合う場が欲しい。
- ・入札などの取引は地元優先の度合を大きくして欲しい。
- ・商店街の活性化やインターネット販売に向けた案内をして欲しい。

#### イ. 上記以外のもの

- ・公共工事発注は市中の業者を利用して欲しい。
- ・市・地域の地盤を支える市民としての地域企業を育てて欲しい。
- ・事業所における、ごみ処理費用の負担軽減を望む。
- ・渋滞の解消、災害に強い街作りを進めて欲しい。
- ・駐車禁止が路面店の経営を悪化させている。

### (4)不動産業からのご意見・ご要望

- ・企業誘致（雇用と人口増）をして人口減を食い止めて欲しい。
- ・企業誘致で人口減少から増加に転じて欲しい。子育て支援等の積極的な政策を行って欲しい。
- ・人々は東京圏の横須賀は横浜の隣なのにかかなり遠く位置していると感じている。東京からのアクセス（京急・JR等）を強くPR。また三浦半島の温暖地、風光明媚さを更に強調して欲しい。

### (5)サービス業からのご意見・ご要望

#### ア. サービス業の振興に関するもの

- ・事業資金融資額の枠を拡げて欲しい。
- ・公共性の高い事業に関する固定資産税の減税をして欲しい。
- ・ベース内の仕事をベース内の企業でなく、市内業者にさせて欲しい。
- ・官公需要をもっと増やして欲しい。
- ・特に地元、中小企業への活性化の為、普段では出来ない様なおもいきった支援策を行って欲しい。  
このままでは中小企業は衰退するばかりで、横須賀市も衰退してしまう。

#### イ. 上記以外のもの

- ・観光客等人を集められるイベント等を開催し地域活性化につなげて欲しい。
- ・企業が市内で成り立つよう、企業誘致、人口増加、若年層の定着を考えて欲しい。
- ・元気な町でないと魅力がなく、企業も人も集まらない。
- ・とにかく企業誘致と人口増加、若者達の定着を目指して欲しい。
- ・人口は一朝一夕に増やす事は難しいがサービス業にとっては死活問題である。市の活性化の為に大学や企業等の誘致など行って欲しい。
- ・都心との行き来を容易にするため、横浜横須賀道路の値下げ。本町山中線（県）の無料化を図って欲しい。

この調査にご協力いただいた事業者の皆さまに感謝申し上げます。  
平成 25 年 1 月

○編集・発行 横須賀市経済部経済企画課  
〒238-8550 横須賀市小川町 11 番地  
電話 046-822-9523

○調査機関 三浦藤沢信用金庫、湘南信用金庫、  
財団法人横須賀市産業振興財団、横須賀市経済部