

川崎市内中堅・中小企業経営実態調査レポート

～景況感について、IoT への取り組み状況について、消費税増税について～

目次

I. 調査要領と回答企業の概要	2 ページ
II. 景況感と事業方針について	3 ページ
1. 現在の受注・販売状況	
2. 今後（概ね半年後）の受注見通し	
3. 今後（概ね3年後）の事業方針	
III. IoT への取り組み状況について	6 ページ
1. IoT への取り組み状況について	
2. IoT への取り組みに期待する効果	
3. IoT に取り組む際に考えられる社内体制上の課題	
4. IoT に取り組む際に自治体に期待する支援策	
IV. 2019 年 10 月に予定されている消費税増税について	8 ページ
1. 増税による業績への影響見通しについて	
2. 増税に伴う価格転嫁について	
3. 設備投資計画の変更について	
V. 経営課題・その他	11 ページ
1. 現時点での経営課題	
2. 経営課題・その他に関する意見等	

※構成比等については、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100とならない場合があります。

I. 調査要領と回答企業の概要

【調査要領】

(1) 調査目的

市内企業が関心を持つ企業の経営課題や基本的動向を把握することを目的に実施した。

(2) 調査テーマ

- ・景況感と事業方針について
- ・IoT への取り組み状況について
- ・2019年10月に予定されている消費税増税について

(3) 調査方法

郵送によるアンケート方式

(返信用封筒による返送および FAX による返信)

(4) 調査時期

平成 31 年 2 月 18 日 (月)

～平成 31 年 3 月 15 日 (金)

(5) 調査の対象企業

公益財団法人川崎市産業振興財団がデータを保有する川崎市の中堅・中小企業

(製造業・製造業関連：1,732 社)

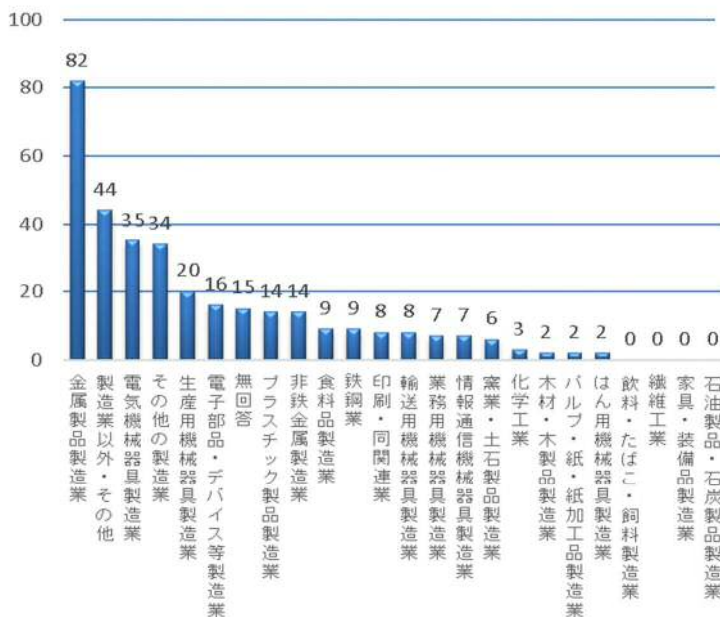
(6) 回答状況

有効回答企業数 (N) : 337 社

有効回答率：19.5%

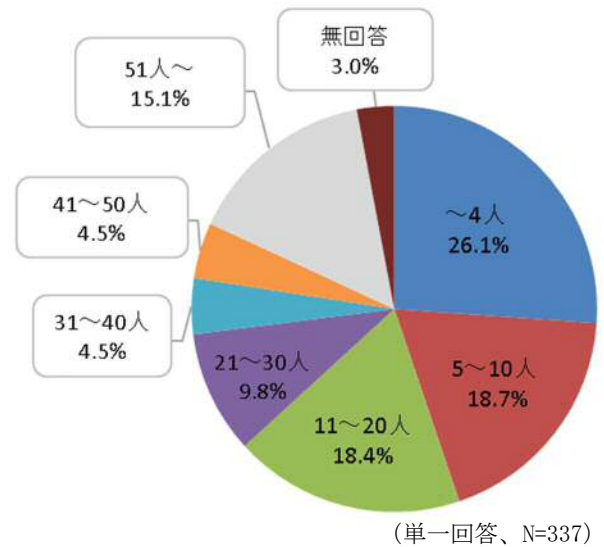
【回答企業の概要】

図 1 回答企業の業種内訳



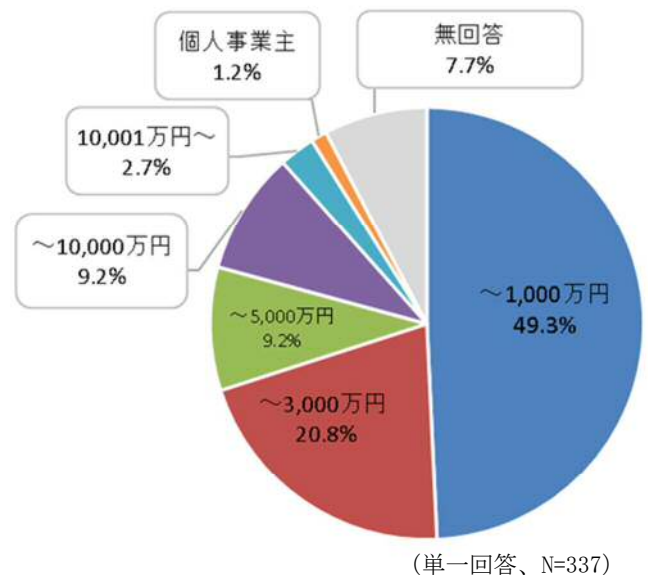
(原則として主業基準分類で集計、業種内訳は日本標準産業分類に基づく)

図 2 回答企業の従業員数内訳



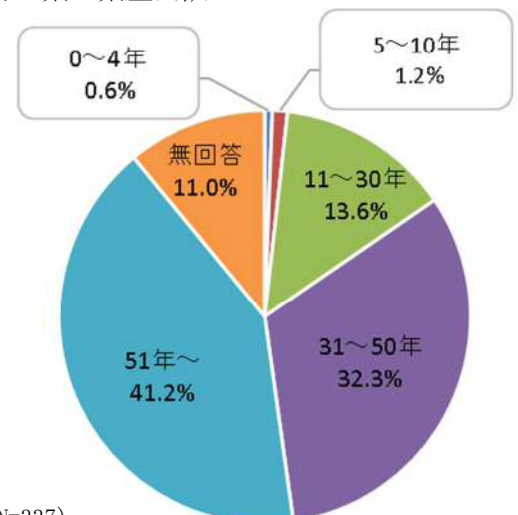
(単一回答、N=337)

図 3 回答企業の資本金内訳



(単一回答、N=337)

図 4 回答企業の業歴内訳



(単一回答、N=337)

II. 景況感と事業方針について

【総括】

現在の受注・販売状況については、前回調査（H30.9）、前々回調査（H30.2）に比べて、「増加」「緩やかに増加」の合計（以下「増加等」という。）が7.6%減少し、「減少」「緩やかに減少」の合計（以下「減少等」という。）が8.8%増加している。

半年後の受注見通しについても、「増加等」が減少し、「横ばい」「減少等」が増加しており、しばらくは景気減退傾向にあると予想される。

「減少等」の回答理由として、米中貿易摩擦、半導体分野の需要の落ち込みを挙げているケースが散見され、2018年秋以降の国際的要因の影響を市内企業も受けていると推察される。

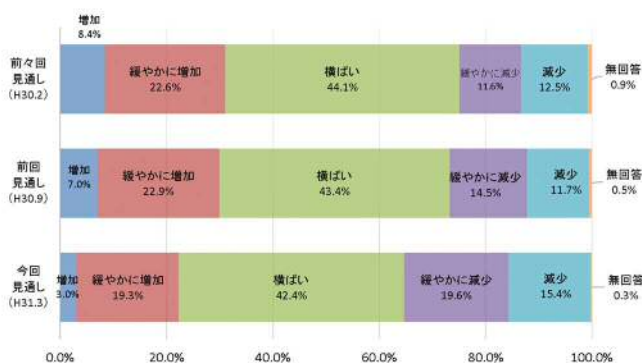
今後の事業方針については、前回調査に比べて「拡大を図る」と回答した企業が6.1%減少した一方で、「新たな展開を図る」と回答した企業が9.4%増加しており、長期的な景況感としては、現状打破のため従来とは異なるチャレンジに取り組もうとしている企業が増加しているといえる。

※下記各項目（ ）内は前回（H30.9）同トピック調査からの増減

1. 現在の受注・販売状況

現在の状況については、「増加等」が22.3%（▲7.6%）、「横ばい」が42.4%（▲0.9%）、「減少等」が35.0%（+8.8%）であった。全体的に「増加等」が減少し、「減少等」が増加しており、現在の景況感は減退傾向にあるといえる。（図5）

図5 景況感推移（現在の受注・販売状況）



※ 各年の調査時点と概ねその半年前との比較

このうち、「減少等」を選択した企業の主な理由は次のとおりであり、米中貿易摩擦や半導体分野の需要の落ち込みによる景気減退に関する意見等が見られた。

- 2018年秋頃から半導体関連の仕事が大幅に減ったことが大きな要因
- 米中貿易摩擦による市場停滞
- 資源、特に中国の動きの鈍化
- 売上比率の高い会社の受注が減少
- 得意先の受注の減少及び新規製品の受注がないため。
- 自動車整備機器の減少
- 既存顧客の内製化による注文減と市況悪化による注文減。
- 同業者で仕事の奪い合いのため。
- 派遣法改正により、派遣ができず社員を転籍させたため
- 公共事業の減少

一方、「増加等」を選択した企業の主な理由は下記のとおりであった。

- 顧客の設備投資の増加
- ライバル減少、アベノミクス、インバウンド需要増大。
- 新しい製品分野での顧客が増え始めたため。
- 建設業ではあるが、消費税(増税)の駆け込み需要が若干ある。
- 発注元の機械受注の増加
- 新事業の受注があるため。
- 取扱品（アセトン等）の海外受注増加
- ネット集客が順調のため。
- 従来の仕事を見直し効率化を図ったため。
- 景気回復、建設案件増加。

2. 今後（概ね半年後）の受注見通し

半年後の見通しについては、「増加等」が19.3%（▲11.6%）、「横ばい」が53.7%（+7.7%）、「減少等」が26.1%（+3.5%）であった。

現在の受注・販売状況と同じく「増加等」が減少し、本項目では「横ばい」、「減少等」の両方が増加しており、半年後の見通しも減退傾向にあると思われる。（図6）

図6 景況感推移（半年後の受注見通し）



※ 各年の調査時点と概ねその半年後との比較

「横ばい」、「減少等」を選択した企業の主な理由は次のとおり。

- 米中貿易摩擦の影響は、世界経済の減速を招くと考えているため。
- 取引先である半導体メーカーの生産調整のため。
- 世界経済の低迷
- 今後の設備投資が弱含みであるため。
- 人手不足で受注を断わっているため。
- 急激な景気回復は見込めないため。
- 設備投資の減少
- 中国経済の減速による影響は強く、先行きが不透明
- 仕事仲間の廃業や他社より受注が断られたケースがあるため。
- 顧客先のエンドユーザーに対する受注状況が減少見込みのため。
- 産業機械、建設機械等の受注が横ばいと思われるため。
- 集客は順調だが、世界経済は減速、受注は小口になると思われるため。
- 公共事業の減少

一方「増加等」を選択した企業の主な理由は下記のとおり。

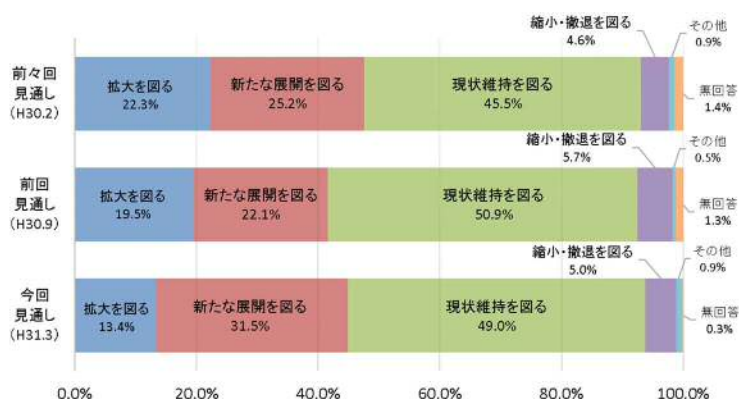
- 5G（次世代通信技術）の実用化に向け新製品の金型受注が増える。
- 例年、春から夏にかけては少し動きがある。
- ホームページをリニューアルし、営業に力を入れようと思っているため。
- 季節変動に左右されないよう他業種の開拓を予定しているため。
- 米中貿易問題の影響か、年明けから急激な設備投資の様子見がみられるが、一時的とみている。
- 協業による増収を図っている。
- 新製品（モデルチェンジ）投入効果を見込んでいるため。
- 新事業の受注があるため。
- 内需・外需ともに増加
- 取引先が成長中の企業であるため。

3. 今後（概ね3年後）の事業方針

今後の事業方針については、「拡大を図る」が13.4%（▲6.1%）、「新たな展開を図る」が31.5%（+9.4%）、「現状維持を図る」が49.0%（▲1.9%）、「縮小・撤退を図る」が5.0%（▲0.7%）であった。

「拡大を図る」が減少している一方で「新たな展開を図る」が10%程度増加しており、直近の3回の調査では、最も多い数値となった。これは従来とは異なる取り組みを始めようとしている企業が増加していると考えられる。（図7）

図7 今後の事業方針 今回（H31.3）



「新たな展開を図る」を選択した企業の主な理由は次のとおり。

- 現在の市場が縮小しているため、新たな市場への展開が不可欠。
- 自動車関連の受注拡大
- 新しい事へのチャレンジ
- 工程管理や製造方法について、新しい方法を導入する予定
- 重機業界への依存から脱却し、別業界へ販路を拓げる。
- 世代交代により、NC化（作業工程の機械化）を推進する。
- 自社製品及び受注品の増加を目指す。
- 顧客の新規開拓を図る。
- 新規事業を小さく開始し、海外事業を深化させていく。
- 国内販売の拡大
- 新製品の市場での採用
- 他事業者とのコラボレーションを行う。
- 不況時に新たな展開をしたい。投資をせずにキャッシュを貯めておく。
- M&A、設備の更新等
- 海外増加に伴い、現地代理店設置
- 現在金融機関向け製品の設計・製造をしているが、医療機器市場に参入したい
- 従来分野とは違う分野を強化、生産を行う準備を進めている。
- 物品製造販売だけでなくサービスも提供していく
- 社内若返りを図る。
- 公共事業の減少を受け、新製品の開発及び新規客先を開拓する。

Ⅲ. IoT への取り組み状況について

【総括】

IoT への取り組み状況について、いまだ「取り組む予定はない」と回答した市内企業が3割以上いるものの、毎年その比率は減少している。一方で、「本格的に取り組んでいる」、「取り組み始めている」企業が毎年増加していることから、市内企業のIoTへの意識は順調に高まっている。

IoT への取り組みにおいて最も期待する効果としては、「生産効率化」と回答する企業が6割にのぼっているが、IoTに取り組む際に考えられる社内体制上の課題について、「人材不足」と回答した企業が半数近くおり、自治体をはじめとした各支援機関による多面的なサポートが求められている。

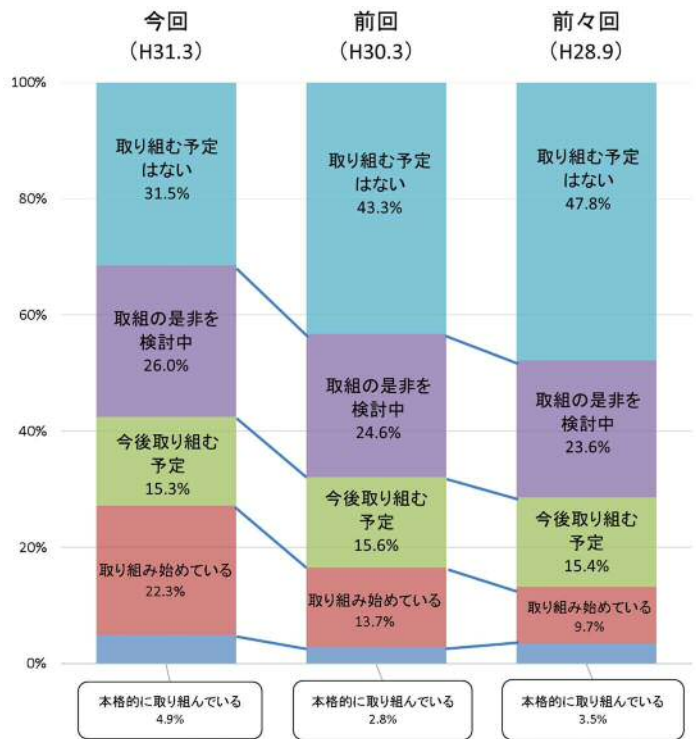
※下記各項目（ ）内は前回（H30.2）同トピック調査からの増減

1. IoT への取り組み状況について

IoT への取り組み状況については、「本格的に取り組んでいる」が4.9%（+2.1%）、「取り組み始めている」が22.3%（+8.6%）、「取り組む予定はない」が31.5%（▲11.8%）であった。

前回調査から1年が経過したが、「本格的に取り組んでいる」、「取り組み始めている」企業の合計が27.2%と、全体の1/4を超えており、前回調査の16.5%から10%以上増加している。一方、「取り組む予定はない」と回答した企業は10%以上減少しており、市内企業のIoTへの意識が一層高まっていることがわかった。（図8）

図8 IoT への取り組み状況（3年間の推移）

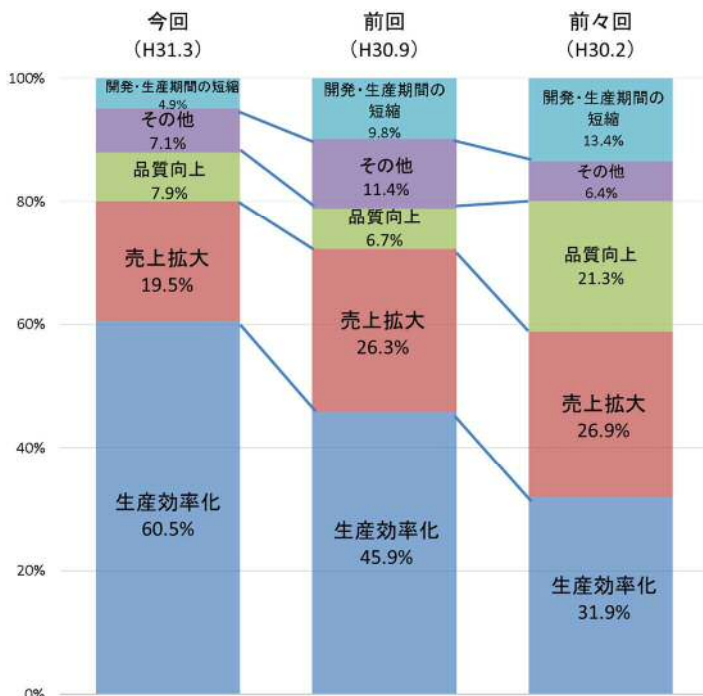


2. IoT への取り組みにおいて期待する効果

IoT への取り組みにおいて最も期待する効果として「生産性の効率化」と回答した企業が 60.5% (+14.6%) と最も多く、「売上拡大」が 19.5% (▲6.8%) であった。

生産効率化への効果を期待する企業が 6 割以上であり、毎年この回答が増加している。市内企業において、IoT による生産効率化の効果に対する認識が広まっていると考えられる。(図 9)

図 9 IoT への取り組みに最も期待する効果

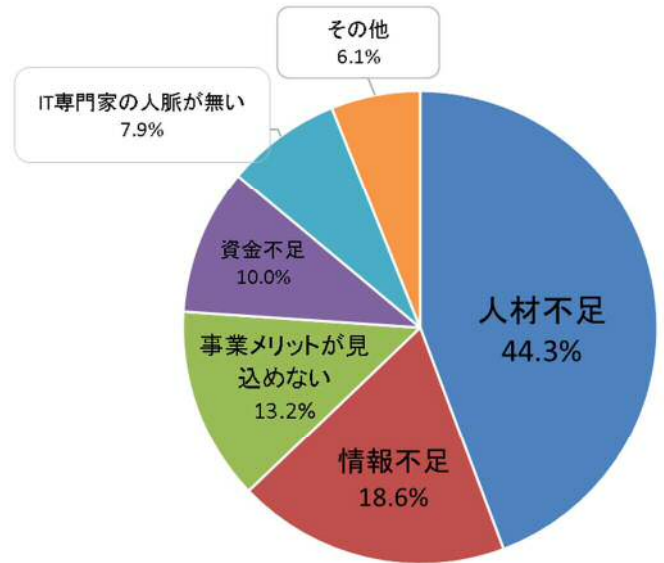


3. IoT に取り組む際に考えられる社内体制上の課題

IoT に取り組む際に考えられる社内体制上の課題については、「人材不足」と回答した企業が 44.3% と最も多く、「情報不足」が 18.6%、「事業メリットが見込めない」が 13.2% と続いた。

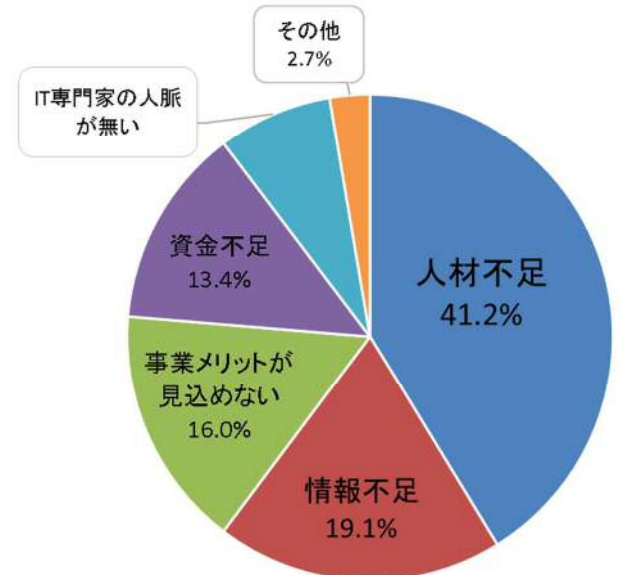
前回と同じく「人材不足」の回答が最も多く、IoT に関心はあっても知識・ノウハウ不足によって、思うように取り組めていない状態であると推察される。(図 10、図 11)

図 10 IoT に取り組む際に考えられる社内体制上の課題 今回 (H31.3)



(単一回答、N=280 無回答を除く)

図 11 IoT に取り組む際に考えられる社内体制上の課題 前回 (H30.9)



(単一回答、N=262 無回答を除く)

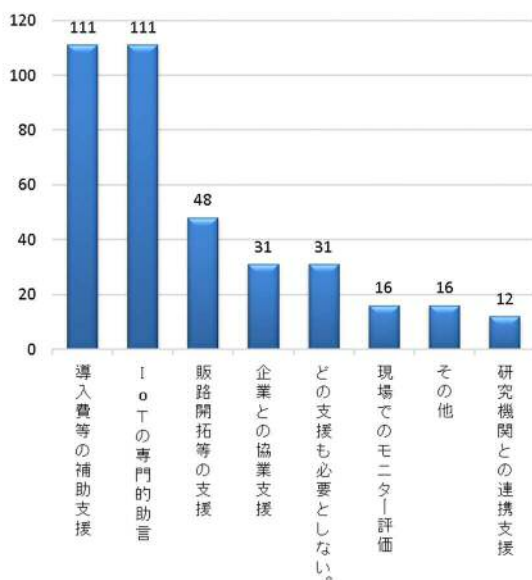
4. IoT に取り組む際に自治体に期待する支援策

IoT に取り組む際の自治体に期待する支援策の上位 4 項目は「導入経費等の補助支援」が 111 件 (+33 件)、「IoT の専門的助言」111 件 (+56 件)、「販路開拓等の支援」48 件 (▲7 件)、「企業との協業支援」31 件 (▲1 件) であった。

前回調査と同様に、「導入経費等の補助支援」、「IoT の専門的助言」と回答した企業が多かった。特に「IoT の専門的助言」は、前回調査に比べて

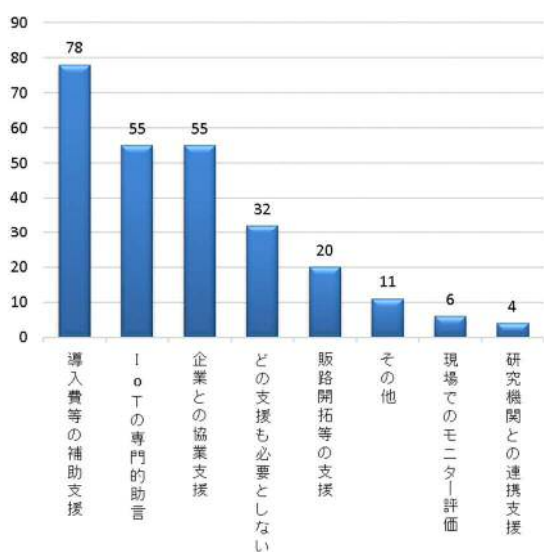
約2倍に増加しており、IoT導入に関する具体的な取り組み方法を検討する企業が増加していると考えられる。(図12、13)

図12 IoTに取り組む際に自治体に期待する必要な支援策 今回(H31.3)



(複数回答、N=376)

図13 IoTに取り組む際に自治体に期待する必要な支援策 前回(H30.2)



(複数回答、N=261)

IV. 2019年10月に予定されている消費税増税について

【総括】

今回の調査では、前回増税時の調査(H25.3)に比べ、増税による悪影響を懸念する企業が増加した。その一方で、「増税に伴う価格転嫁が可能」と回答した企業は前回増税時の調査より増加しており、前回に比べ、より円滑に増税に対応しようとしている企業が増えていると考えられる。

また、設備投資計画について「前倒しした」、「前倒しを検討」、「前倒しをしない」企業の割合が増加している一方で、「投資予定なし」の割合が10%以上減少しており、前回増税時よりも市内企業の投資意欲は増加傾向にある。

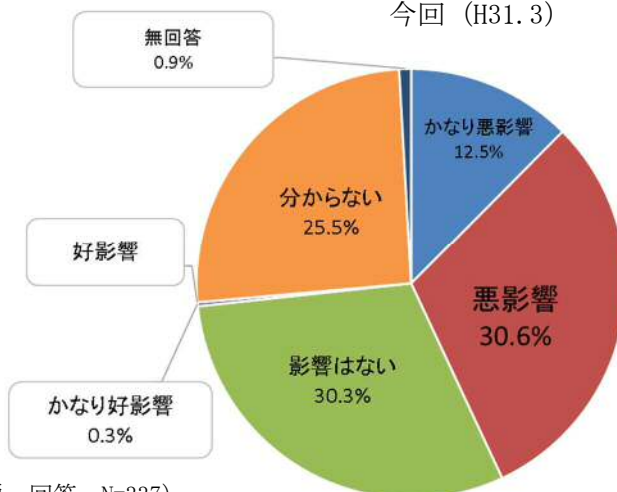
※下記各項目()内は前回(H25.3)同トピック調査からの増減

1. 増税による業績への影響見通しについて

増税による業績への影響見通しについては、「かなり悪影響」と回答した企業は12.5%(+5.5%)であり、「悪影響」が30.6%(+3.7%)、「影響はない」30.3%(▲10.6%)、「好影響」は回答なし、「かなり好影響」は0.3%(+0.3%)、「わからない」は25.5%(+0.8%)であった。

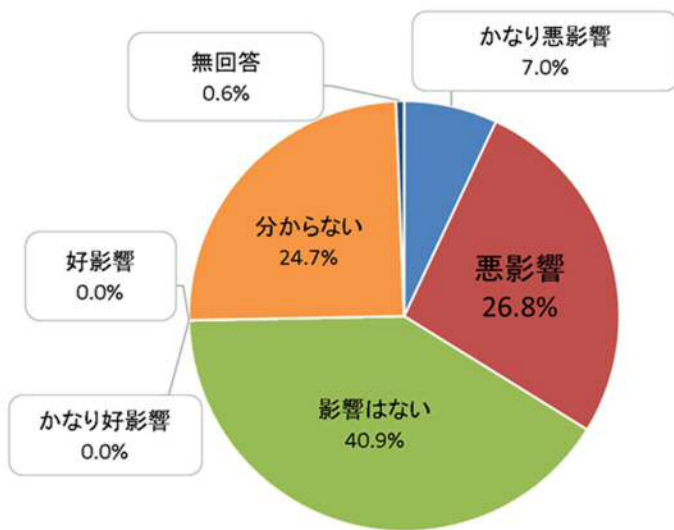
前回増税時と比べると「影響はない」と回答した企業が10%以上減少した半面、「かなり悪影響」、「悪影響」の合計は10%程度増加しており、市内企業は前回の増税時よりも、今回の増税をより懸念していると思われる。(図14、図15)

図14 増税による業績への影響見通しについて 今回(H31.3)



(単一回答、N=337)

図 15 増税による業績への影響見通しについて
前回 (H25.3)



(単一回答、N=328)

また、「悪影響」と回答した企業の具体的内容は次のとおり（一部抜粋）。

- 消費税に対する抵抗感はいくつかの企業や個人が持っており、8%→10%と消費税が2ケタになると購入を控える動きが大きくなる。
- 税率が一桁であるのと、二桁であるのでは消費者の実感が違う。
- 発注の減少が見込まれる。
- 増税後、過去は必ず不況になった。
- 買い控え、原価割れ、便乗値上げの懸念あり。
- 原材料の値上げ等、コスト増加の分が相見積りに反映できるか不安。
- 2020年のオリンピック後に不況があった場合を不安視している。
- 納付計算が煩雑になる。資金繰りも懸念している。
- 資材の高騰もあり、懸念している。
- 原価にかかるコストの値上げが予想され、それが製品の原単価に転嫁できないと思う。更に営業経費が消費税増税により増加するため、負担が二重になる。
- 売上げは横ばい予想だが、税負担のみが増える。
- ただでさえ値崩れしているマーケットがさらに悪化する。
- 経済の実態はかなり悪いため、この消費税増税でさらなる消費の落ち込みが予想される。

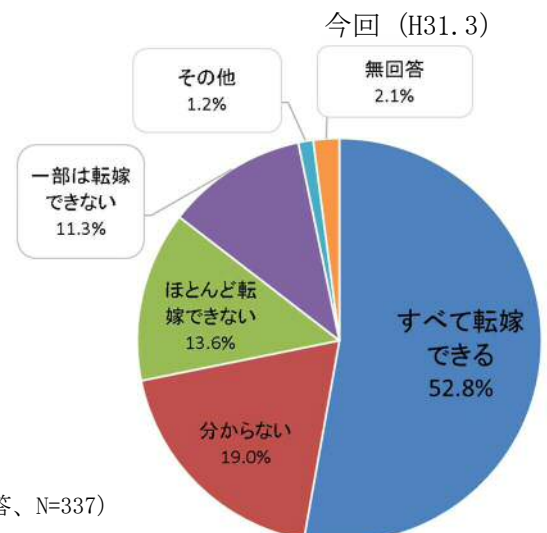
- 取引先のコストダウンの要請により、値上げに踏み切れない。
- 親会社の売上減少が予想される。
- 設備投資が減り、建設需要が落ちる。
- 外食回数が減り、売上が下がる。
- 包装資材は単価が安い。消費税増税により高価になるため使用されなくなる。
- 消費税増税分を自社で吸収するのは難しい。（購入品、設備投資等）
- 一時的にキャッシングが少なくなるため。
- システム変更等に伴う経費増大
- 輸出品があり、消費税分は後もどしになるため。
- 店頭価格競争で税込価格を以前から導入しており、今から変更するのは困難

2. 増税に伴う価格転嫁について

増税に伴う価格転嫁については「すべて転嫁できる」が最も多く、52.8% (+8.3%)、「分からない」が19.0% (+5.6%)、「ほとんど転嫁できない」13.6% (▲8.6%)、「一部は転嫁できない」38社：11.3% (▲6.4%)であった。

「すべて転嫁できる」を選択した企業が半数を超え、「ほとんど転嫁できない」、「一部は転嫁できない」と回答した企業が前回増税時の調査に比べて減少していることから、価格転嫁の円滑な実施を行おうとしている市内企業が増えていると考えられる。（図16、17）

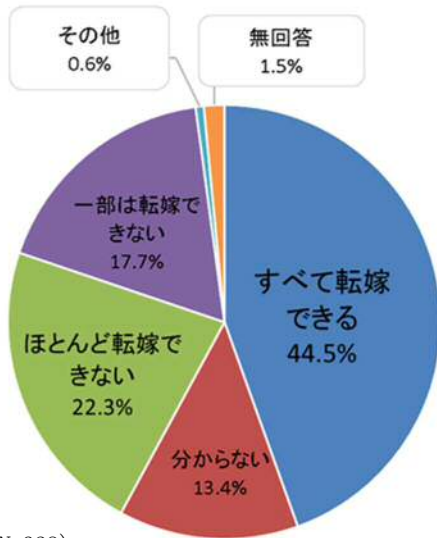
図 16 増税に伴う価格転嫁について



(単一回答、N=337)

図 17 増税に伴う価格転嫁について

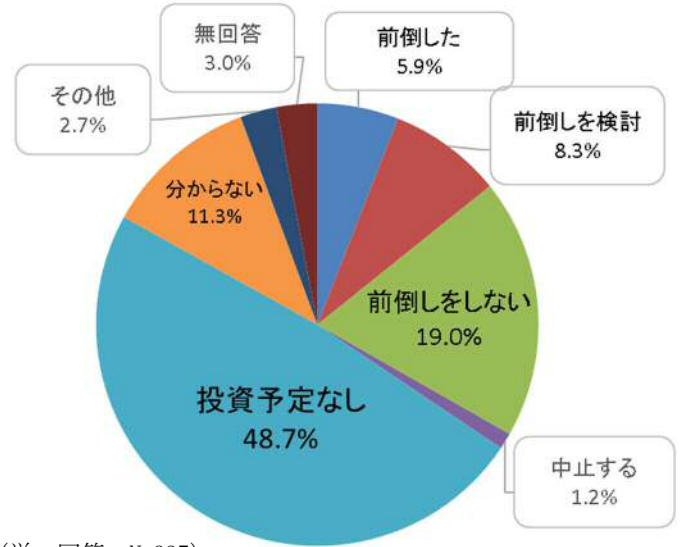
前回 (H25.3)



(単一回答、N=328)

図 18 増税に伴う設備投資計画の変更について

今回 (H31.3)



(単一回答、N=337)

また、「転嫁できない」と回答した理由は次のとおり（一部抜粋）

- 取引先が認めないのが通例となっている。
- 増税は取引先に対して同業他社への切り替えの機会を与えるため。
- 増税前後に仕入れた物の転嫁ができなくなるため。
- 強硬な値引き交渉があることが予想される。
- 他社同等品の価格比較があるため。

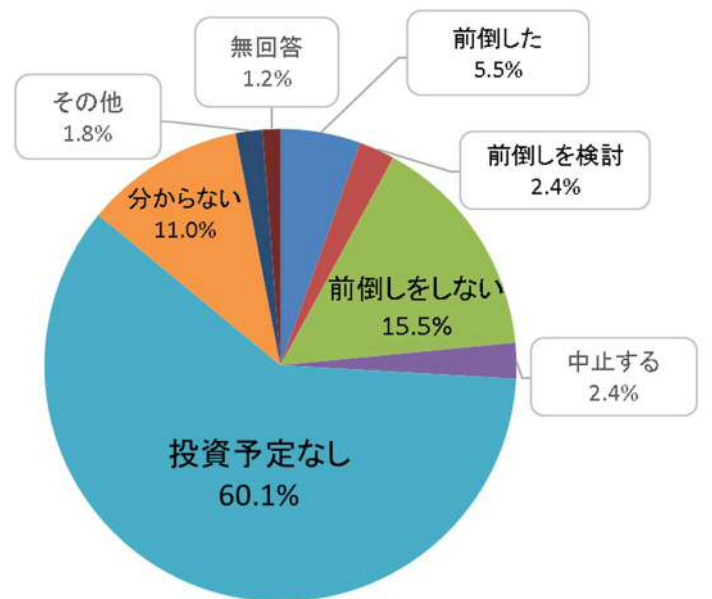
3. 増税に伴う設備投資計画の変更について

消費税増税に伴う設備投資計画の変更については「前倒しをした」を選択した企業が 5.9% (+0.4%)、「前倒しを検討」が 8.3% (+5.9%)、「前倒しをしない」が 19.0% (+3.4%)、「投資予定なし」が 48.7% (▲11.4%)、「分からない」が 11.3% (+0.3%) であった。

「前倒しをした」や「前倒しをしない」を選択した企業が微増した一方で、「投資予定なし」の企業が 10%以上減少しており、前回の増税時に比べて、設備投資を検討している企業は増加している。(図 18、19)

図 19 増税に伴う設備投資計画の変更について

前回 (H25.3)



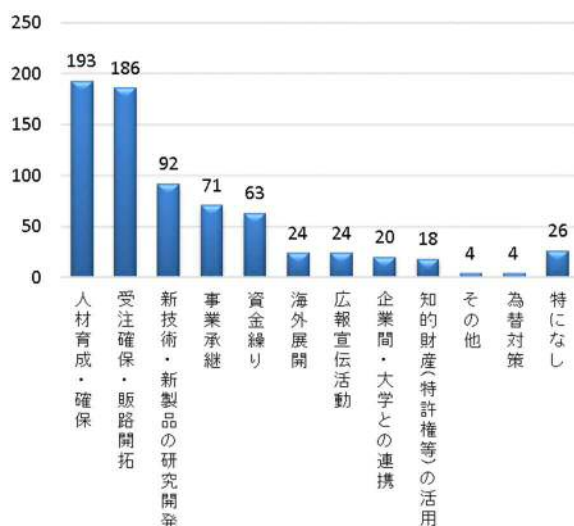
(単一回答、N=328)

V. 経営課題・その他

1. 現時点での経営課題

「人材育成・確保」が193件と最も多く、「受注確保・販路開拓」186件、「新技術・新製品の研究開発」92件、「事業承継」71件、「資金繰り」63件と続き、この5項目がほとんどである。なお、この傾向は前回調査時と大差ない。(図20)

図20 現時点での経営課題 今回(H31.3)



(複数回答、N=725)

2. 経営課題・その他に関する意見等

(自由回答・一部抜粋)

【事業・経営方針に関するもの】

- 米中貿易摩擦の影響が、今後日本の中小ものづくり企業に対する負の影響となるのが最大のリスクである。当社への影響も計り知れないものがある。
- ものづくりの現場では協力工場の廃業によって製造が出来ない品物が増えてきている。社内で製造できる物もあるが、製造できない物もあり、将来のものづくりに不安を感じる。
- 政治的なこともあり、景気が悪化する予感あり。
- 中小企業の製造業が川崎市内で事業を営んでいくには、非常に厳しい状況になっていると思う。人材の確保、地価の高騰など問題が多く他県または他市への移転検討が急務となっている。

【自治体施策に関するもの】

- 補助金のアドバイスやIoT、AIの情報、アドバイスが欲しい。
- デザイナーとのマッチングや自社のことを理解できる環境や機会を頂けると、自社の方向性や強い部分を周りに伝えることができると考える。
- 企業間連携に関心がある。
- Society5.0 (IoTを活用した新たな情報社会)へのデジタル・トランスフォーメーション (IoTによる変革)の道筋を、行政が中心となって推進するのが良いのではないだろうか。メディカル、ヘルス、ビジネス、ライフ、交通、農業、工場など分野別に、利用者と作り手と学識者など集めて行ってほしい。
- 今後、ロボットを中心とした分野に進出する場合、長期間の利用に耐えられるかどうかを試験、実験する場所が市内に無いので、是非インフラの整備をお願いしたい。
- 食品製造に関する川崎市の認証制度がほしい。
- PRに費用がかかるため、市や県での自由出展場所が欲しい。
- 中小下請けを育てる懐の大きさを期待したい。
- 経営者が自ら改善策を立案し、行動せねばと反省している。各分野の集客の方法と、外から見える改善策を教えてください。
- 特許取得時等の税控除等の考慮を希望する。
- 工場立地に関する支援をお願いしたい。