

第103回横浜市景況・経営動向調査（平成29年12月実施）（特別調査）

調査結果のまとめ

【仕入・納品・販売先および新商品・サービス開発について】

- ・年間の仕入金額に占める横浜市内企業間取引の割合は、62.3%が3割以下となっている。
- ・一方で、4割を超える企業が仕入れおよび納品・販売の最大の取引先が「横浜市内」にあると回答。
- ・『新商品やサービス開発のための活動について』取り組んでいると回答した企業は5割を超え、「今後取り組む意向がある」と合わせると63.7%になる。

【ポイント】

- 年間の仕入金額全体に対して、横浜市内企業から仕入れを行う比率は低い傾向にあり、市外企業との関係性が深くなっていることが伺えます。
- 仕入金額が最も大きい企業の所在地については、「横浜市内」が42.9%で最も多く、次いで「東京都内」が24.4%でした。また、納品・販売金額が最も大きい企業の所在地については、「横浜市内」が41.3%と最も多く、次いで「その他の国内」が24.8%、「東京都内」が21.0%でした。
- 現在、新商品やサービス開発のための活動に取り組んでいるかについては、「取り組んでいる」が51.2%で、「取り組んでおらず、取り組む予定もない」の31.5%を上回っています。

【調査対象】市内企業・市内に事業所を置く企業 1,000社（回収数：537社、回収率：53.7%、特別調査有効回答数：537社）

【調査時期】平成29年11月10日～12月8日（調査票回答及びヒアリング調査期間）

（注）通常調査の結果概要（自社業況BSI等）については、平成29年12月27日発表の内容をご参照ください。

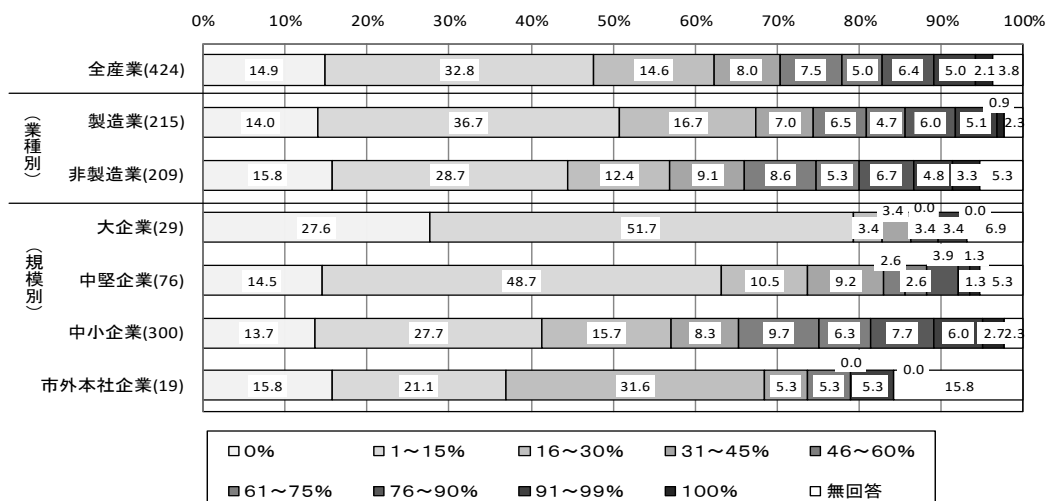
【特別調査の概要】

1. 仕入れおよび納品・販売について

◆1-（1）横浜市内企業からの仕入について

- 年間の仕入金額全体に対して横浜市内企業が占める大よその割合については、「1～15%」が32.8%で最も多く、次いで、「0%」が14.9%、「16～30%」が14.6%となっており、合わせると62.3%が「0～30%」と回答している。
- 規模別では、大企業のうち51.7%が「1～15%」と回答しており、市外からの仕入比率が多くなる傾向が伺える。

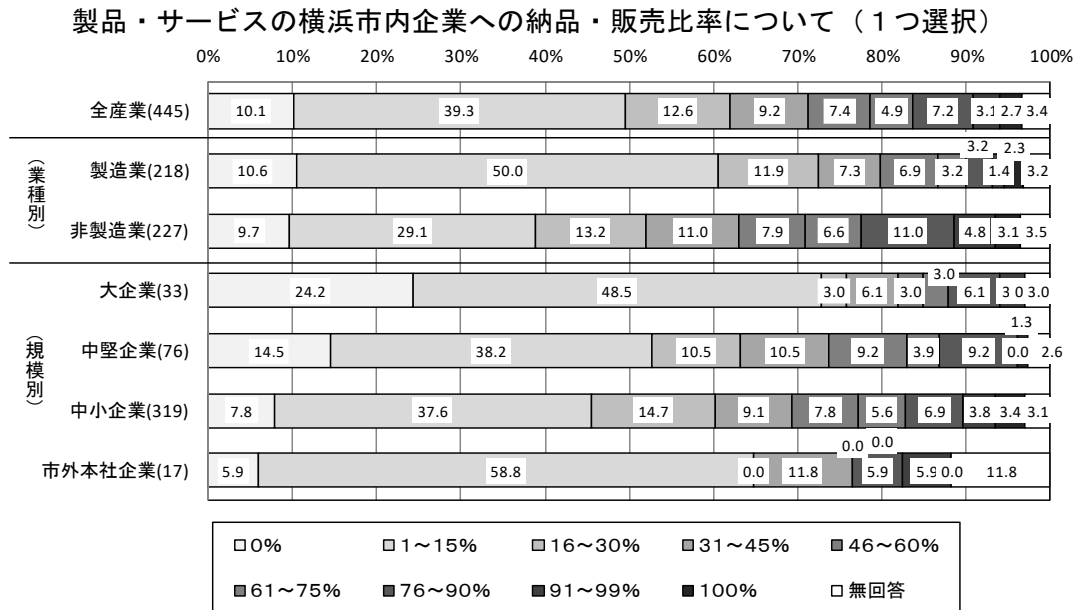
年間の仕入金額全体に対して横浜市内企業が占める大よその割合について（1つ選択）



裏面あり

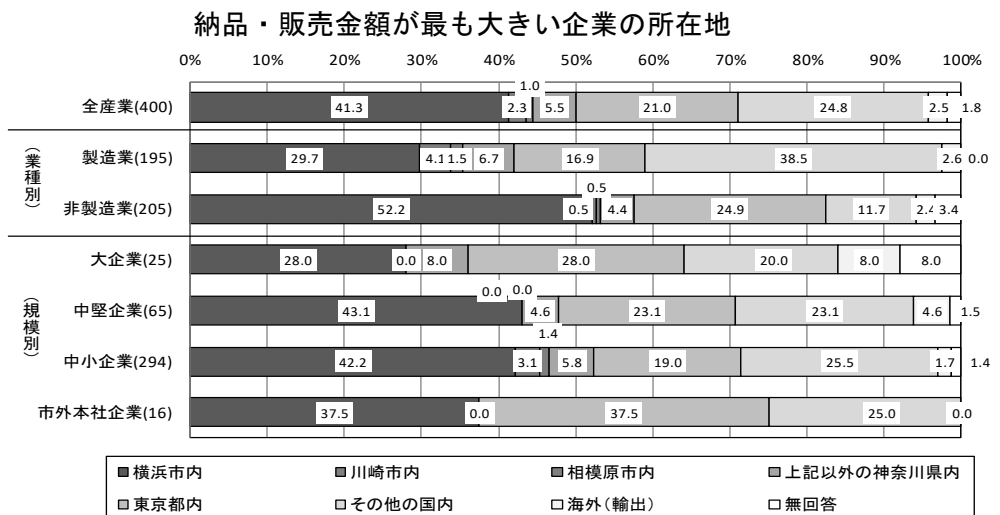
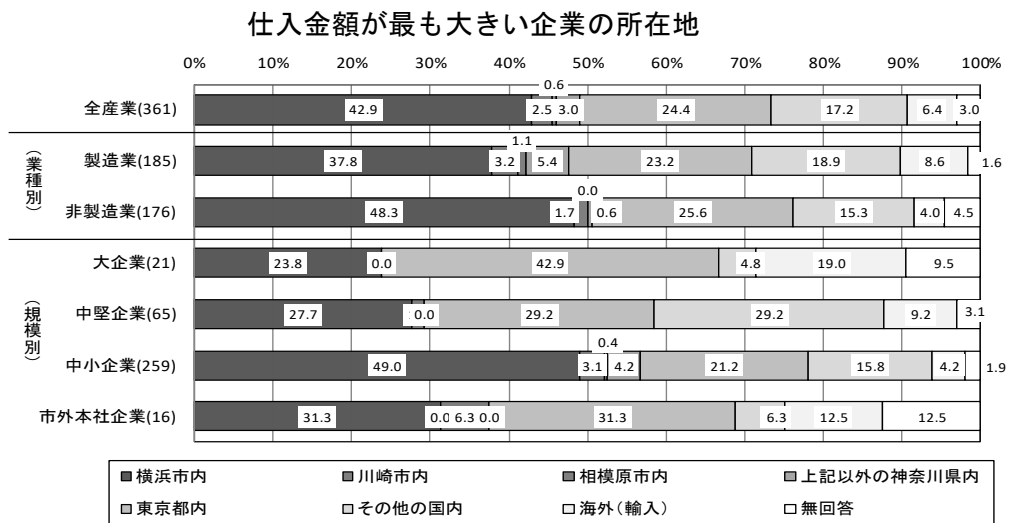
◆1- (2) 製品・サービスの横浜市内企業への納品・販売について

○ 製品・サービスの横浜市内企業への納品・販売比率については、「1～15%」が39.3%で最も多く、次いで「16～30%」が12.6%、「0%」が10.1%となっている。



◆1- (3) 仕入金額および納品・販売金額が最も大きい企業の所在地

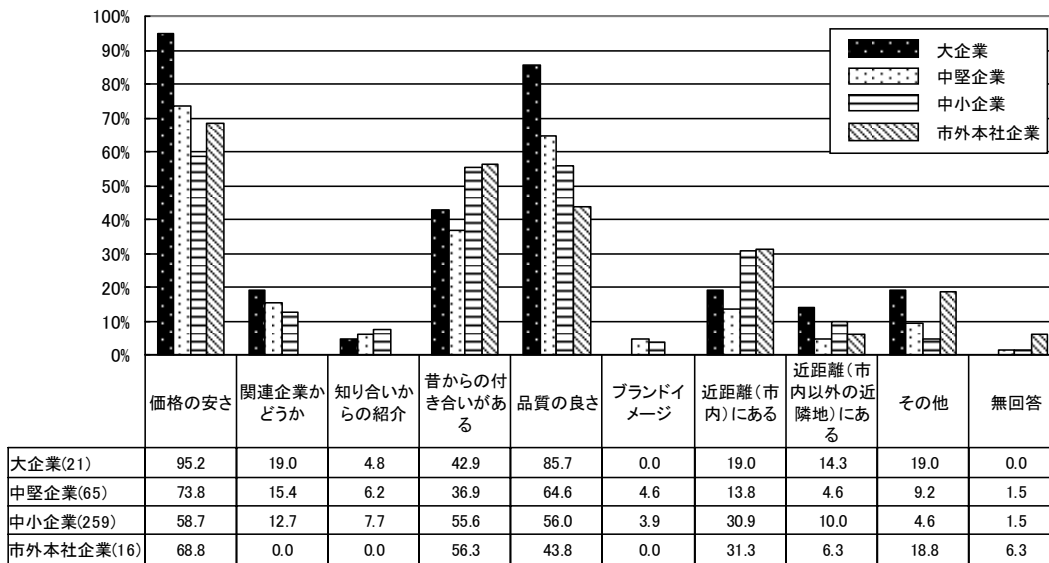
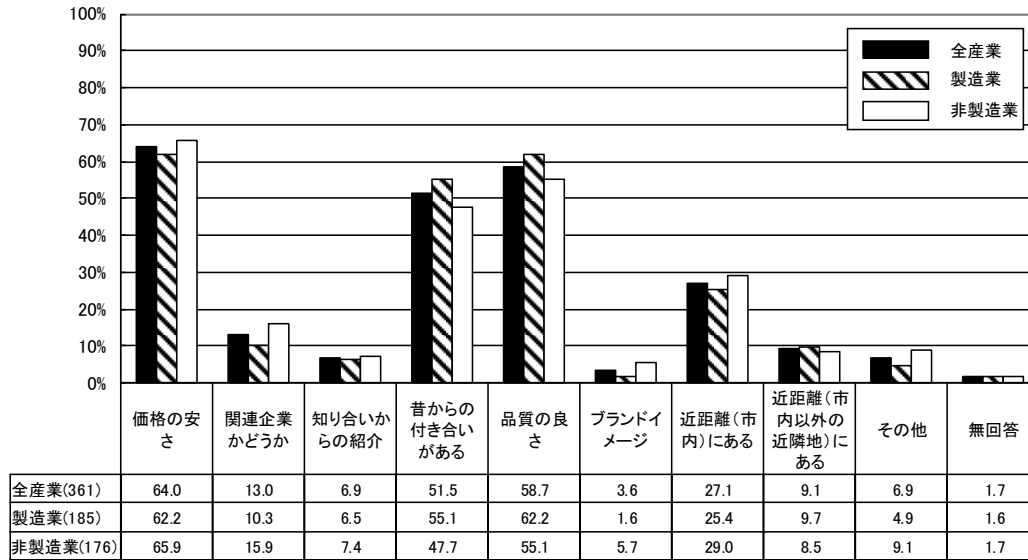
○ 仕入れ金額が最も大きい企業は「横浜市内」が42.9%で最も多い。また納品・販売金額が最も大きい企業の所在地も「横浜市内」が41.3%と最も多い。



◆1- (4) 仕入れ先を選ぶ基準について

- 仕入れ先を選ぶ基準については、「価格の安さ」「品質の良さ」「昔からの付き合いがある」が上位3位となり、近距離にあるか、または関連企業かどうかは優先度として低い。
- 製造業では、「価格の安さ」「品質の良さ」が共に62.2%であり、品質・価格双方の競争があることを伺わせる結果となっている。
- 中小企業では「価格の安さ」「品質の良さ」「昔からの付き合いがある」がともに同水準となっている。

仕入れ先を選ぶ基準について

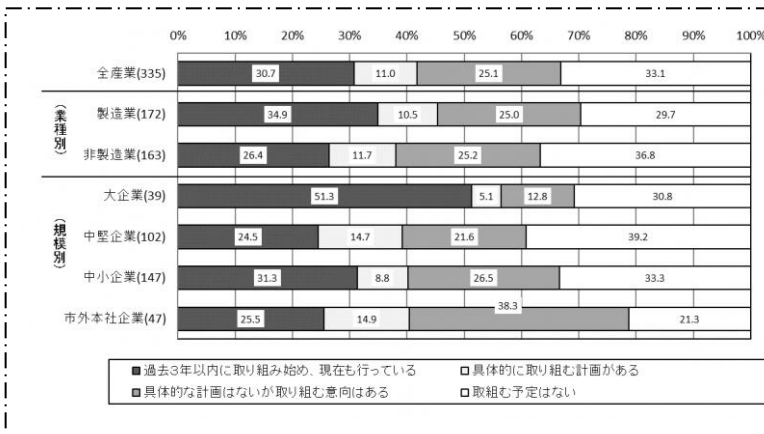
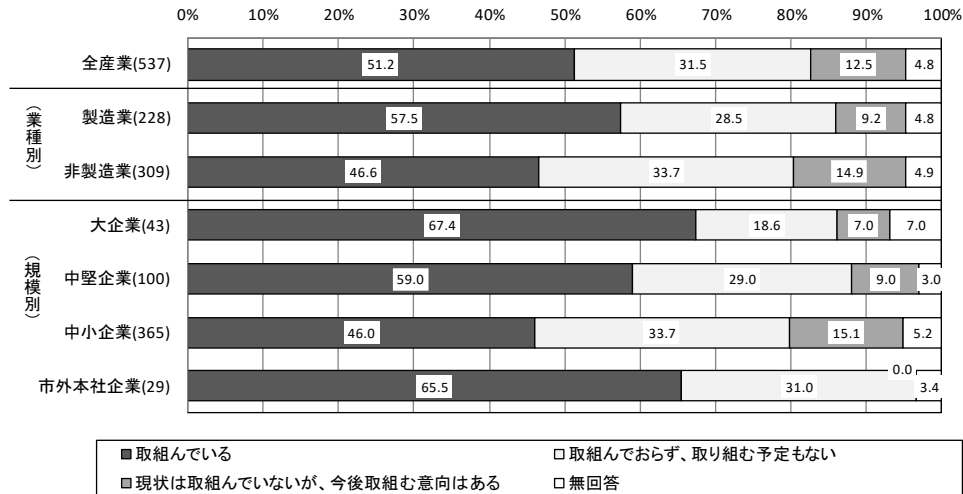


2. 新商品・サービス開発について

◆2- (1) 新商品やサービス開発のための活動について

- 現在、新商品やサービス開発のための活動に取り組んでいるかについては、「取り組んでいる」が51.2%で、「取り組んでおらず、取り組む予定もない」の31.5%を上回っている。また「現状は取り組んでいないが、今後取り組む意向はある」が12.5%で、「取り組んでいる・今後取り組む意向はある」を合わせると63.7%となっている。
- 新商品やサービス開発に取り組む理由については、「成長・利益が見込める」が69.5%と最も多く、次いで「主力事業の技術力・専門力が活かせる」が49.5%、「取引先の拡大」が43.6%の順になっている。

現在、新商品やサービス開発のための活動の取り組んでいるかについて（1つ選択）

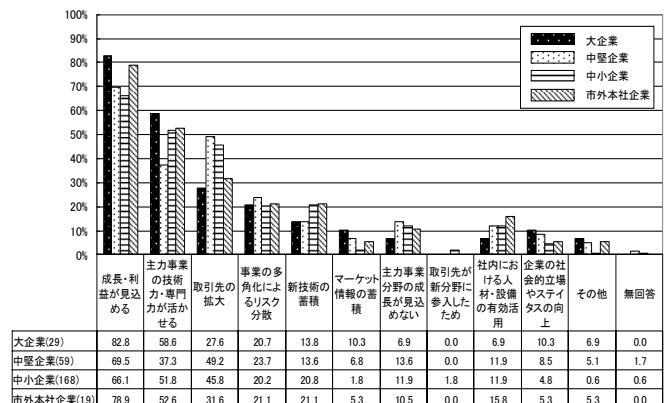
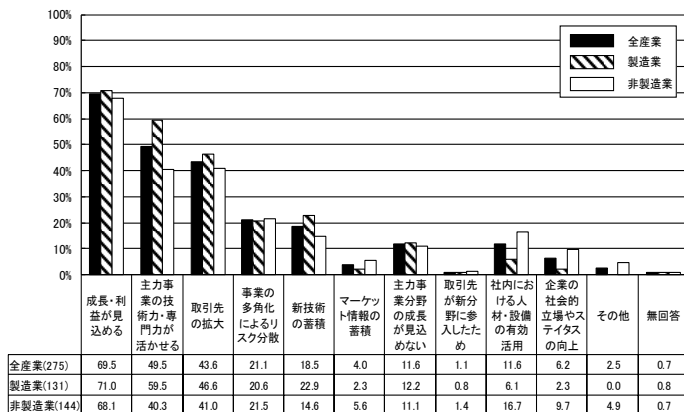


【参考】

第48回景況調査（2004年3月実施）との比較

新商品やサービス開発の活動について「取り組んでいる」と答えた割合は、2004年に比べて約20ポイント上回り、開発活動について活発化している様子が伺える。

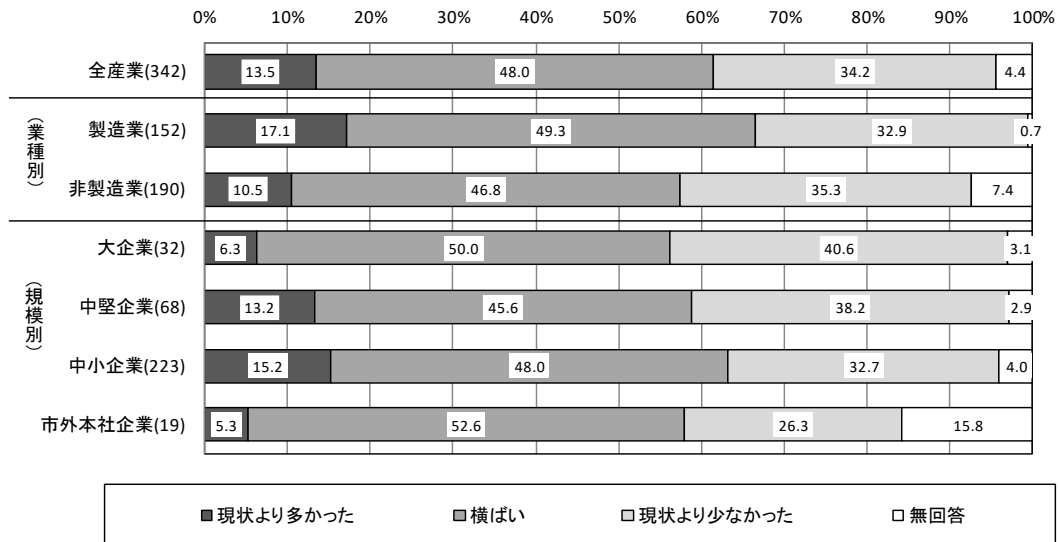
新商品やサービス開発に取り組む理由について（3つまで選択）



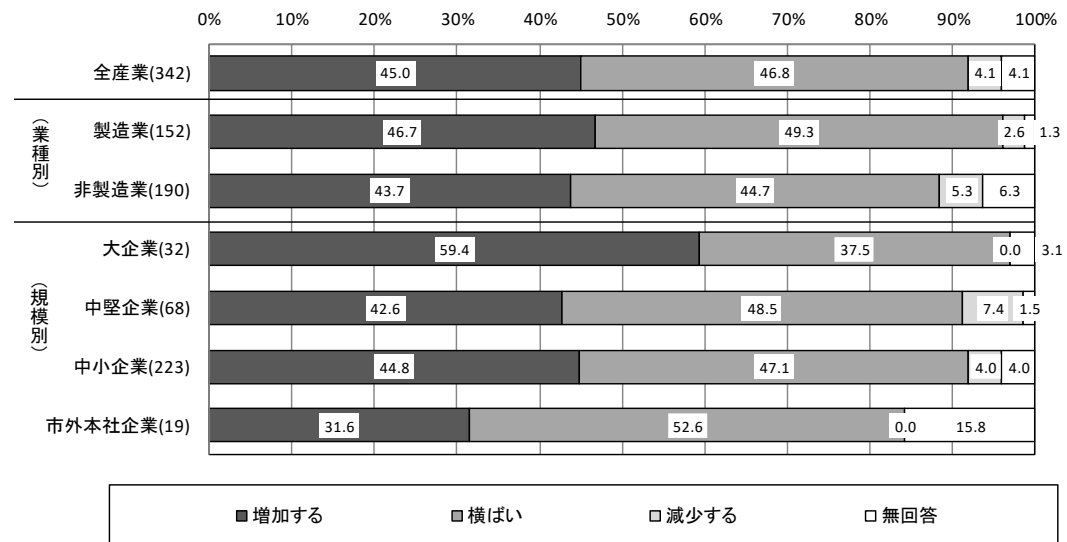
◆2- (2) 現状と比較した、過去および今後（予想）の新商品やサービス開発費用の増減について

- 現状と比較した過去（5年前）のサービス開発費用の増減については、「横ばい」が48.0%と最も多く、次いで「現状より少なかった」が34.2%であった。「現状より多かった」は13.5%となった。
- 現状と比較した今後（5年後）のサービス開発費用の増減については、「横ばい」が46.8%で、「増加する」が45.0%であった。9割を超える企業で現状並みもしくは現状より増加すると回答している。

現状と比較した過去（5年前）の新商品やサービス開発費用の増減について



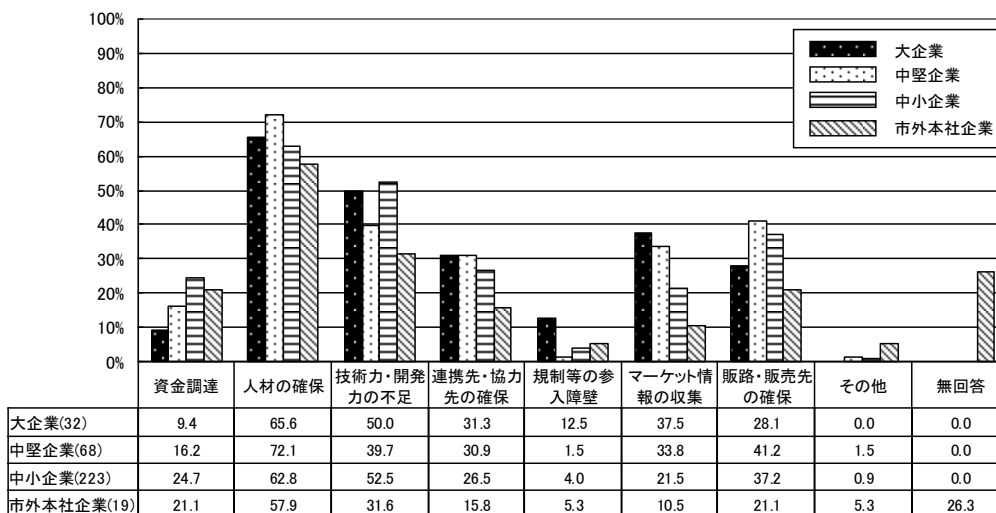
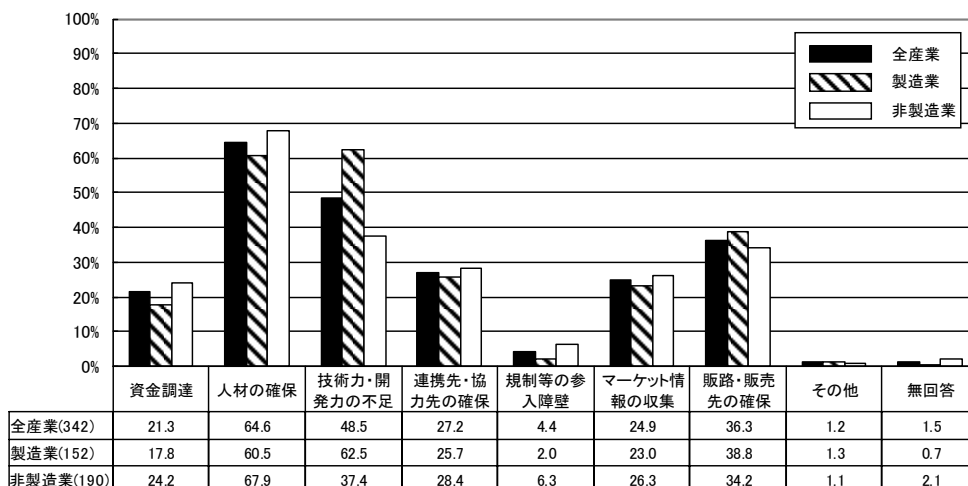
現状と比較した今後（5年後）の新商品やサービス開発費用の増減について



◆2- (3) 新商品やサービス開発に取り組む際の問題点について

- 開発に取り組む際の問題点については、製造業では「技術力・開発力の不足」、非製造業では「人材の確保」がトップとなっている。
- 規模別では、いずれも「人材の確保」がトップとなっており、資金リソースよりも人的リソースの不足が多く挙げられる傾向にある。

新商品やサービス開発に取り組む際の問題点について



◎報告書掲載 URL <http://www.city.yokohama.lg.jp/keizai/happyou/keikyoureport.html> (掲載予定日：2月5日)

お問合せ先		
経済局経済企画課長	高橋 功	Tel 045-671-2565