

# 横浜市景況・経営動向調査 第103回（特別調査）

## 特別調査

「仕入・納品・販売先および新商品・サービス開発について」



# 横浜経済の動向(平成 29 年 12 月)

## 第 103 回横浜市景況・経営動向調査報告(特別調査)

横浜市経済局

### 【調査の概要】

1. 目的・内容：横浜市の経済・産業政策の効果的な展開に必要な企業動向・ニーズを早期かつ的確に把握するために、市内企業・市内に事業所をおく企業を対象にアンケート調査及びヒアリング調査を一連の「景況・経営動向調査」として、四半期毎に年 4 回(6 月、9 月、12 月、3 月)実施しています。
2. 調査対象：市内企業・市内に事業所をおく企業 1,000 社  
回収数 537 社(回収率：53.7%) (特別調査有効回答数：537 社)

	市内本社企業			市外本社企業	合 計
	大企業	中堅企業	中小企業		
製造業	15 (22)	14 (26)	190 (327)	9 (20)	228 (395)
非製造業	28 (52)	86 (160)	175 (349)	20 (44)	309 (605)
合 計	43 (74)	100 (186)	365 (676)	29 (64)	537 (1,000)

※ ( ) 内は調査対象企業数

※規模別の定義は以下の通りです。

大企業・・・横浜市に本社を置き、資本金が 10 億円以上の企業

中堅企業・・・横浜市に本社を置き、資本金が以下の基準に該当する企業

製造業や卸売業、小売業、サービス業以外の非製造業：3～10 億円未満

卸売業：1～10 億円未満

小売業、サービス業：5 千万～10 億円未満

中小企業・・・横浜市に本社を置き、資本金が上記の基準未満の企業

市外本社企業・・・横浜市以外に本社を置く市内事業所

3. 調査時期：平成 29 年 12 月実施

4. その他：図表中の構成比は小数点第 2 位を四捨五入し表記しており、表示上の構成比を合計しても 100%にならない場合があります。

### 目 次

調査結果の概要	4
特別調査結果 —仕入・納品・販売先および新商品・サービス開発について—	10
調査票	28

## 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63.2%となる。

#### 【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B S I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。

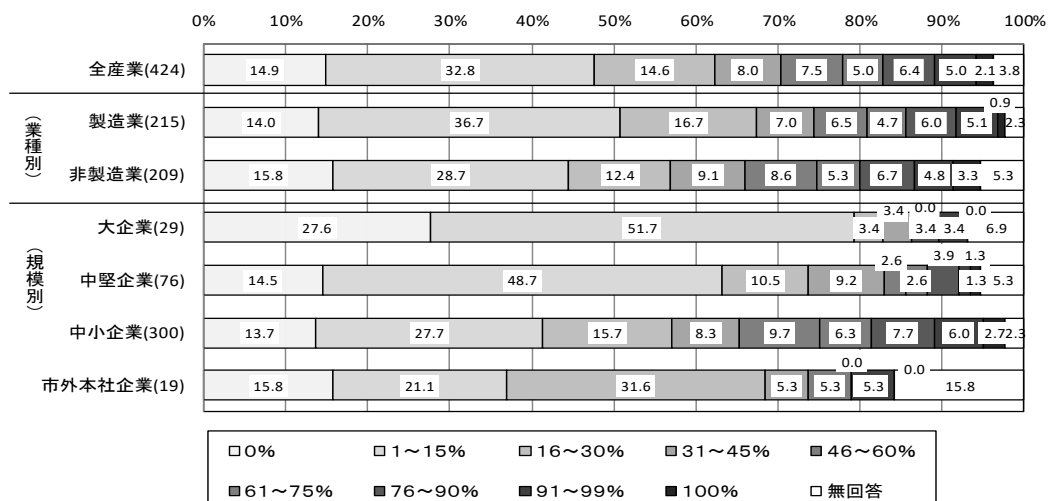
### 【特別調査の概要】

#### 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、市外からの仕入れ比率が多くなる傾向が伺える。

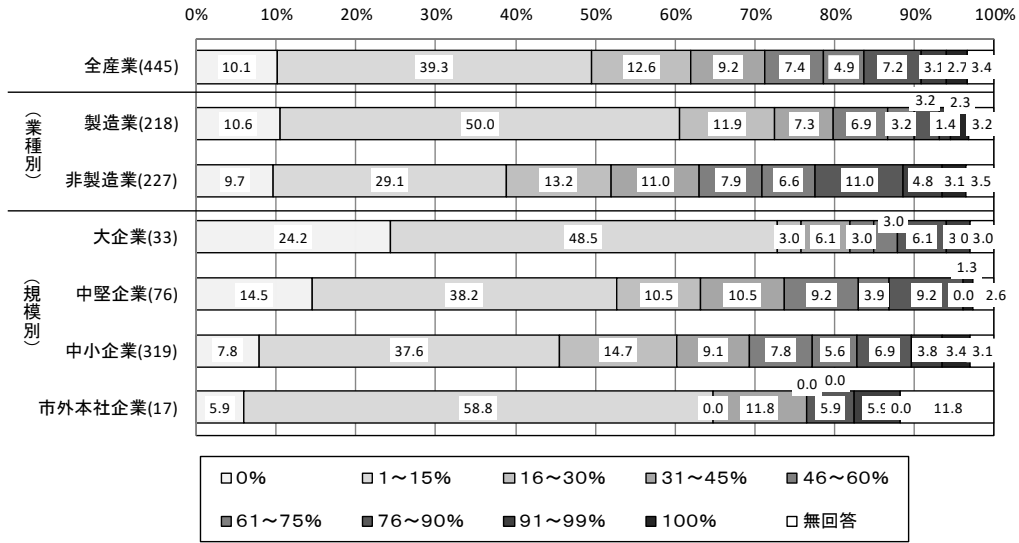
年間の仕入金額全体に対して横浜市内企業が占める大よその割合について（1つ選択）



◆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。

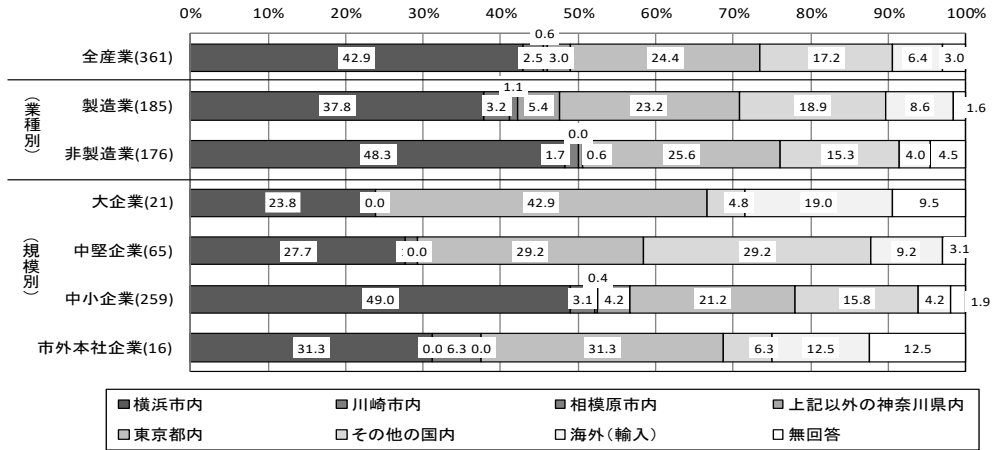
製品・サービスの横浜市内企業への納品・販売比率について（1つ選択）



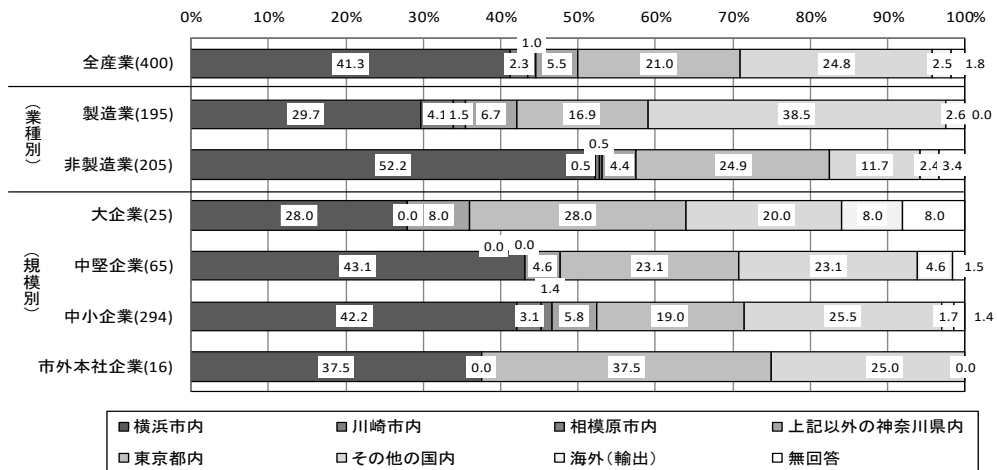
◆1- (3) 仕入金額および納品・販売金額が最も大きい企業の所在地

○ 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。

仕入金額が最も大きい企業の所在地



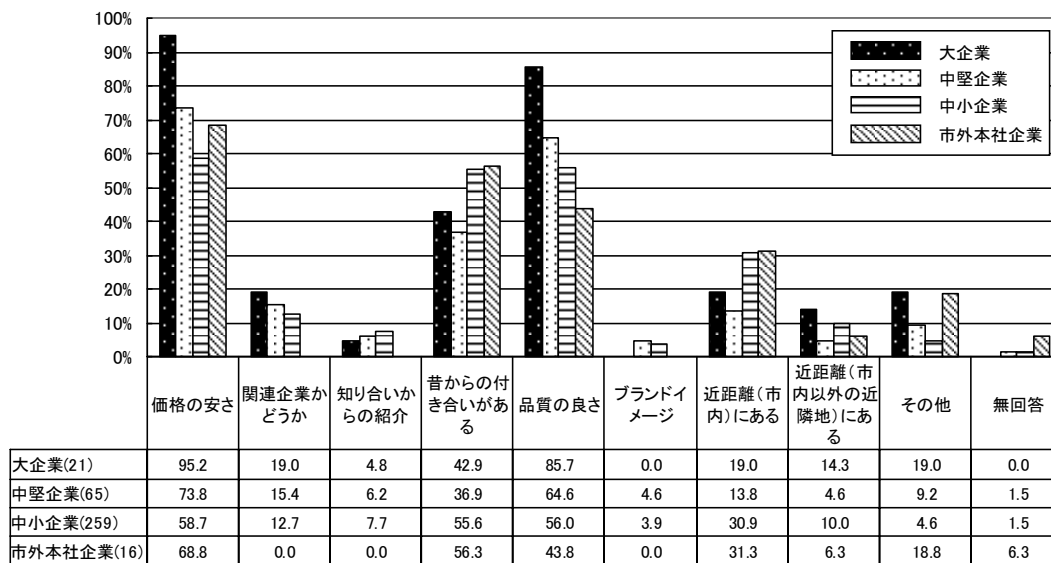
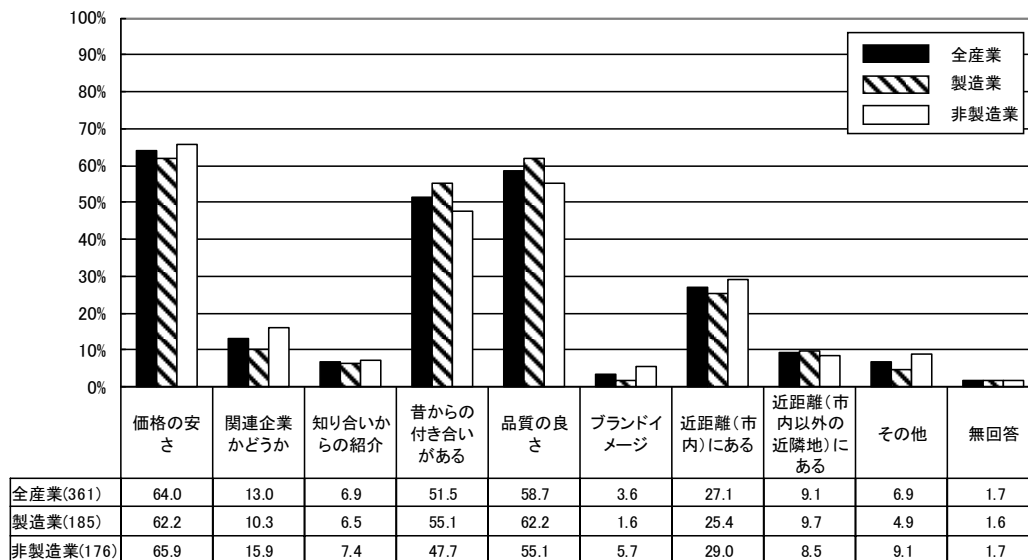
納品・販売金額が最も大きい企業の所在地



◆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位となっており、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

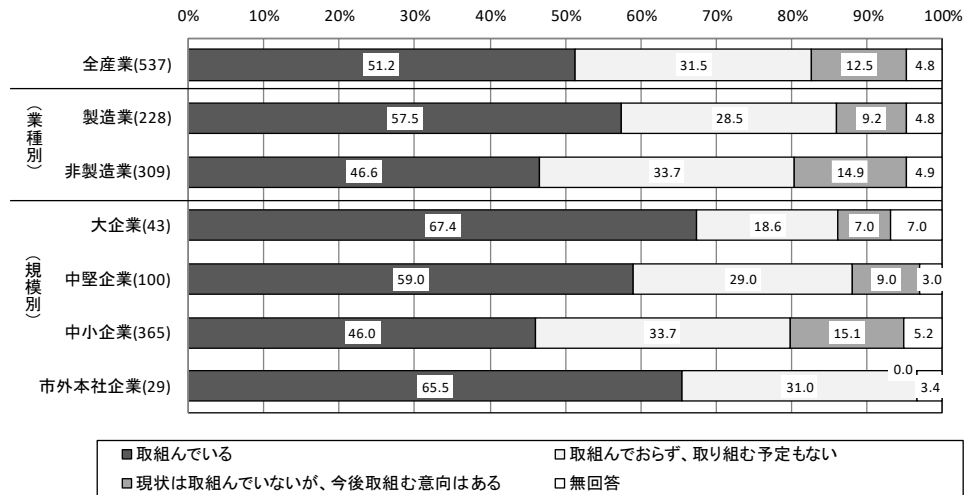


## 2. 新商品・サービス開発について

### ◆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。

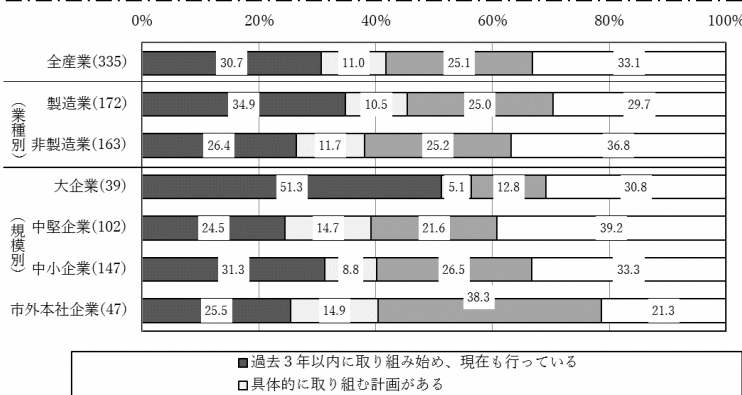
現在、新商品やサービス開発のための活動の取組んでいるかについて (1つ選択)



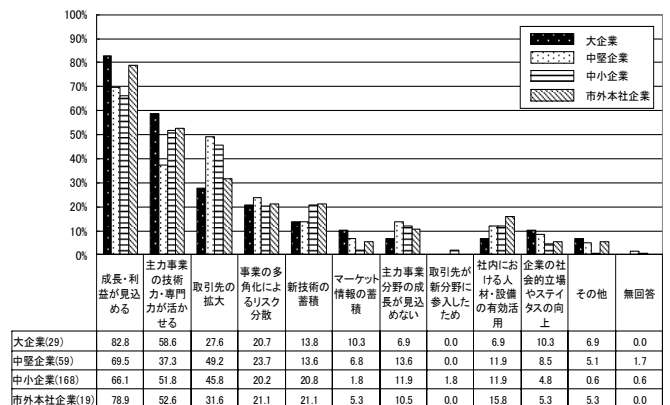
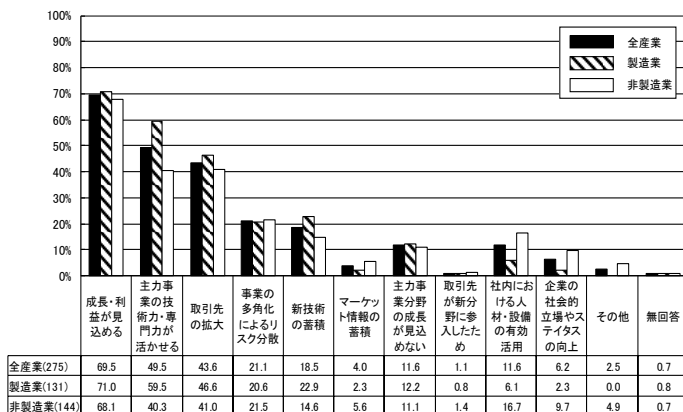
### 【参考】

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。



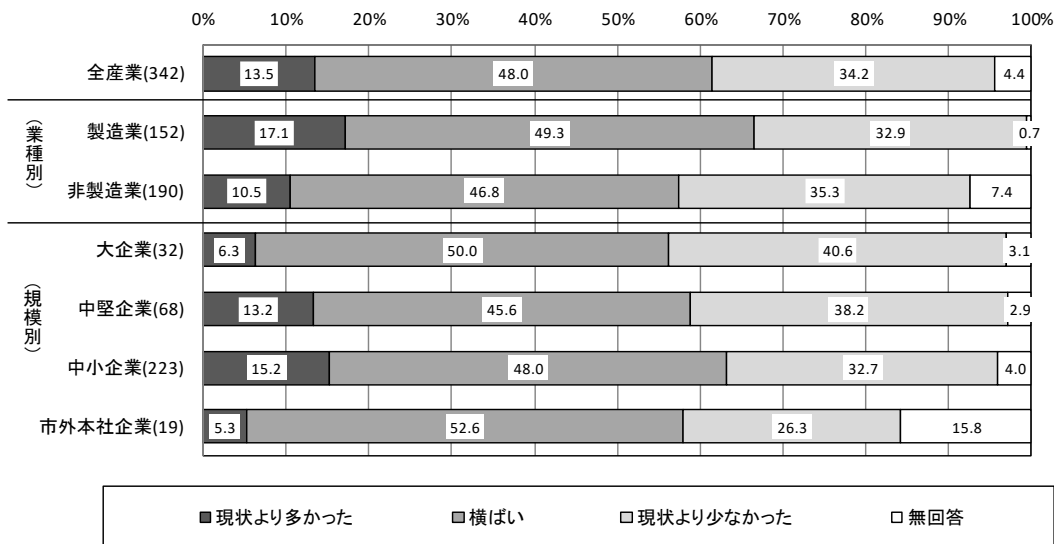
新商品やサービス開発に取り組む理由について(3つまで選択)



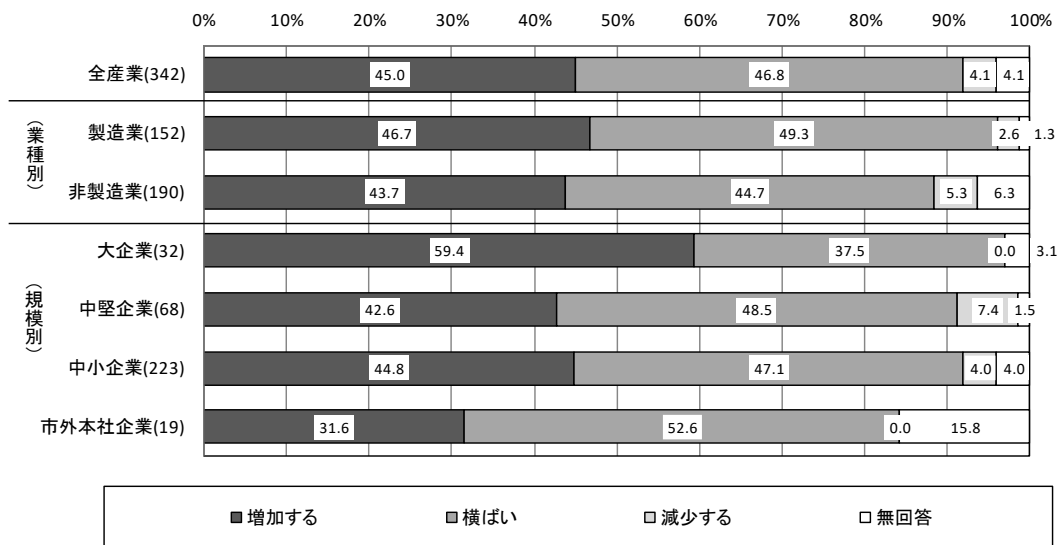
◆2- (2) 現状と比較した、過去および今後（予想）の新商品やサービス開発費用の増減について

- 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

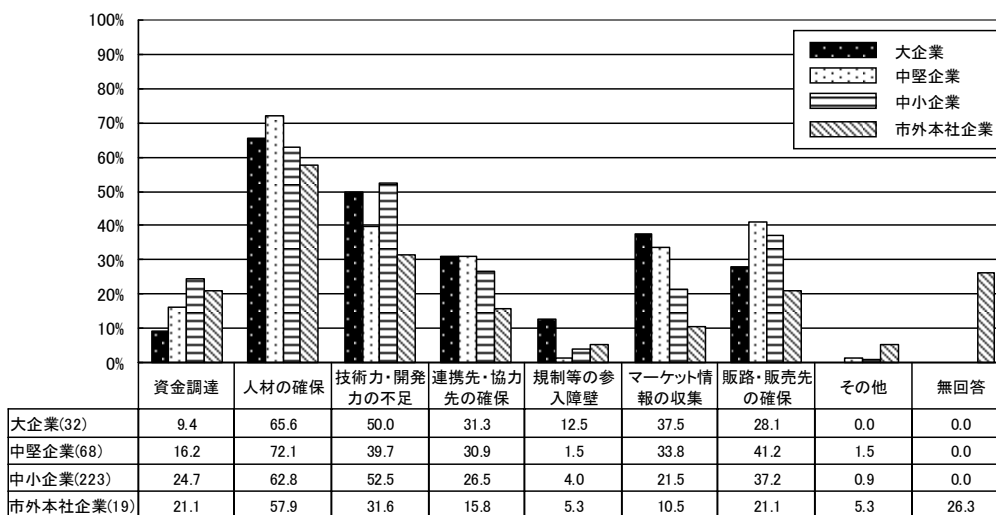
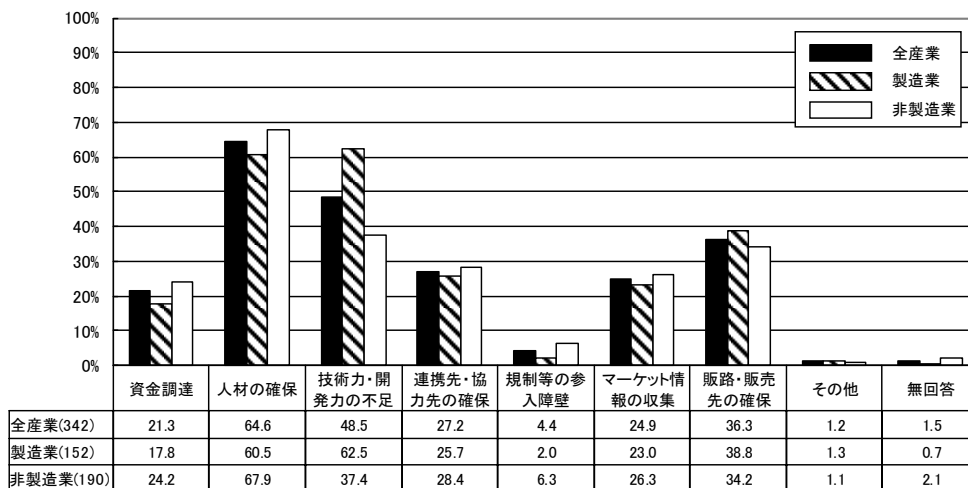




## ◆2- (3) 新商品やサービス開発に取り組む際の問題点について

- 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



—仕入・納品・販売先および新商品・サービス開発について—

1. 仕入れについて

1-(1) 【原材料等の横浜市内企業からの仕入比率について】

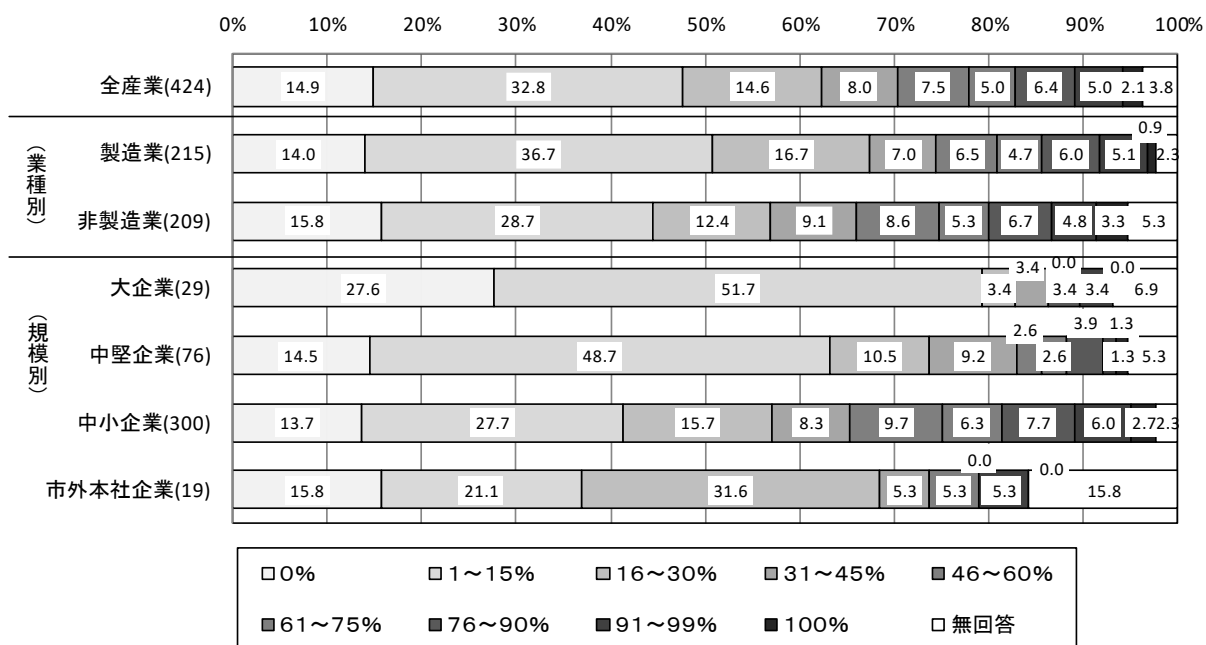
年間の仕入金額全体に対して横浜市内企業が占める大よその割合について、全産業で見ると「1～15%」が32.8%で最も多く、次いで、「0%」が14.9%、「16～30%」が14.6%となっている。

業種別では、製造業は「1～15%」が36.7%で最も多く、非製造業でも「1～15%」が28.7%で最も多くなっている。

規模別では、大企業は「1～15%」が51.7%と5割を超えており、「0%」も27.6%と多くなっている。中堅企業は「1～15%」が48.7%、中小企業でも「1～15%」が27.7%で最も多くなっている。

市外本社企業では「16～30%」が31.6%と最も多く、次いで「1～15%」が21.1%となっている。

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



## 1-(2) 【横浜市内の仕入先企業数について】

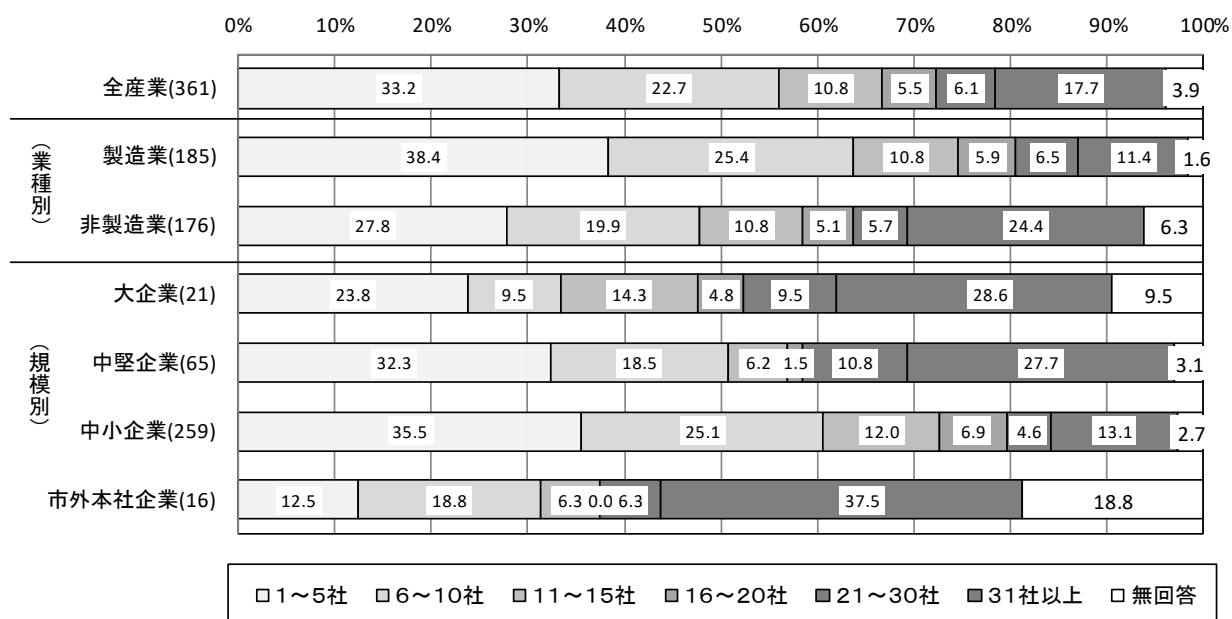
横浜市内の仕入先企業数について、全産業で見ると「1～5社」と回答した企業が33.2%と最も多く、次いで「6～10社」が22.7%となっている。一方で「31社以上」と回答した企業が17.7%と3番目に多くなっている。

業種別にみると、製造業では「1～5社」が38.4%と最も多く、次いで「6～10社」が25.4%となっている。非製造業では「1～5社」が27.8%で最も多かったが、次いで「31社以上」が24.4%であった。

規模別にみると、大企業は「31社以上」が28.6%最も多く、次いで「1～5社」が23.8%となっており、中堅企業は「1～5社」が32.3%で最も多く、次いで「31社以上」が27.7%となっている。中小企業は「1～5社」が35.5%と最も多く、次いで「6～10社」が25.1%となっている。

市外本社企業では「31社以上」が37.5%と最も多くなっている。

図表 1-(2) 横浜市内の仕入先企業数について（1つ選択）



### 1-(3) 【仕入先を選ぶ基準について】

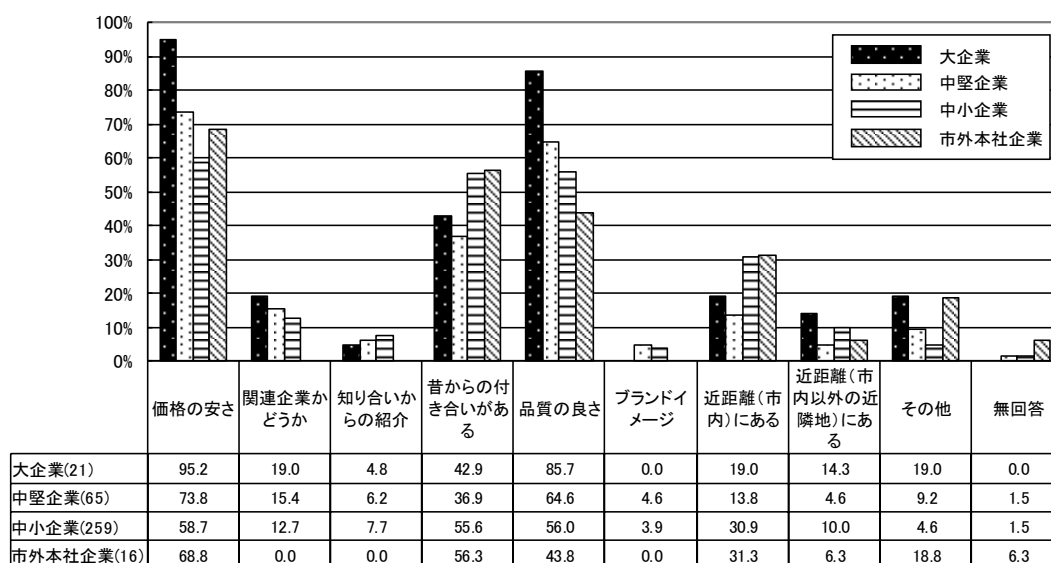
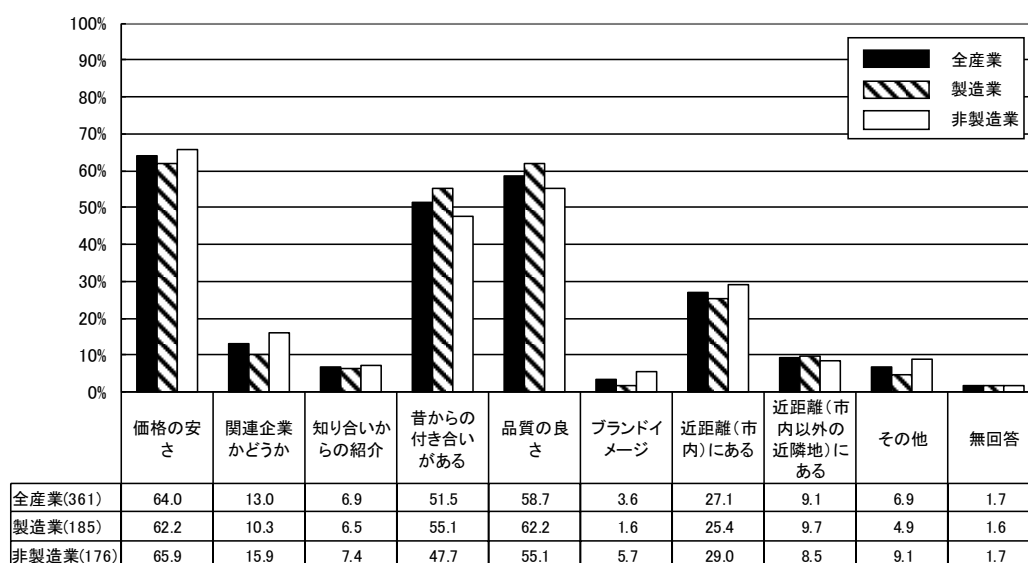
仕入れ先を選ぶ基準については、全産業でみると「価格の安さ」が64.0%で最も高く、次いで、「品質の良さ」が58.7%と高くなっている。また、「昔からの付き合いがある」も51.5%となっている。

業種別では、製造業は、「価格の安さ」「品質の良さ」がともに62.2%で最も高く、次いで「昔から付き合いがある」が55.1%となっている。非製造業でも「価格の安さ」(65.9%)、「品質の良さ」(55.1%)、「昔からの付き合いがある」(47.7%)の順で高くなっている。

規模別では、大企業は「価格の安さ」が95.2%と最も高く、次いで「品質の良さ」が85.7%と高くなっており、3番目に高い「昔からの付き合いがある」(42.9%)を大きく上回っている。中堅企業でも「価格の安さ」(73.8%)、「品質の良さ」(64.6%)の順で高くなっており、3番目に高い「昔からの付き合いがある」(36.9%)を大きく上回っている。これに対し、中小企業では「価格の安さ」(58.7%)、「品質の良さ」(56.0%)、「昔からの付き合いがある」(55.6%)がほぼ同じ割合で高くなっている。

市外本社企業では「価格の安さ」が68.8%と最も高くなっているが、次いで「昔からの付き合いがある」が56.3%となっており、「品質の良さ」の43.8%を上回っている。

図表 1-(3) 仕入先を選ぶ基準について（複数回答）



### 1-(4)-a 【仕入金額が最も大きい仕入先の所在地について】

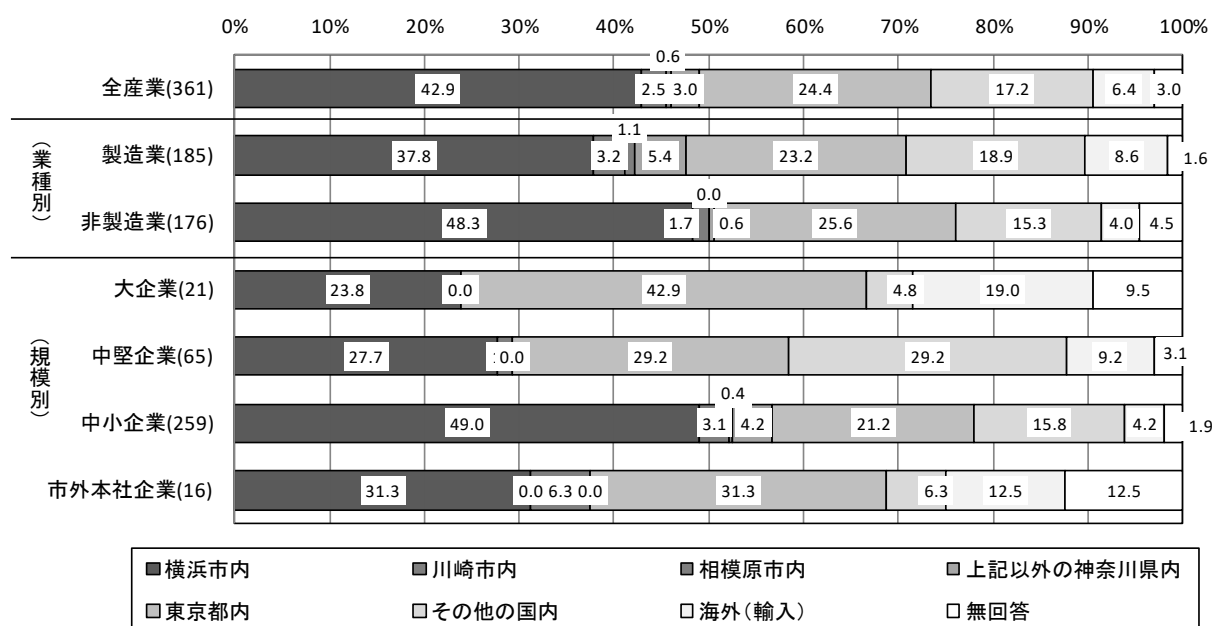
仕入金額が最も大きい企業の所在地について、全産業でみると「横浜市内」が42.9%で最も多く、次いで「東京都内」が24.4%と多くなっている。また、横浜市、川崎市、相模原市を含む「神奈川県内」では49.0%となっている。

業種別においては、製造業は「横浜市内」(37.8%)、「東京都内」(23.2%)の順に多く、非製造業でも「横浜市内」(48.3%)、「東京都内」(25.6%)の順で多くなっている。

規模別にみると、大企業は「東京都内」が42.9%と最も多く、次いで「横浜市内」が23.8%となっている。中堅企業は「東京都内」と「その他の国内」がともに29.2%で最も多くなっており、次いで「横浜市内」が27.7%となっている。一方、中小企業は「横浜市内」が49.0%と最も多く、次いで「東京都内」が21.2%となっているが、横浜市、川崎市、相模原市を含む「神奈川県内」では56.7%と最も多くなっており、神奈川県内の企業との取引を優先する傾向がうかがえる。

市外本社企業においては「横浜市内」(31.3%)と「東京都内」(31.3%)が同じ割合で多くなっている。

図表 1-(4)-a 仕入金額が最も大きい企業の所在地について



### 1-(4)-b【仕入金額が2番目に大きい仕入先の所在地について】

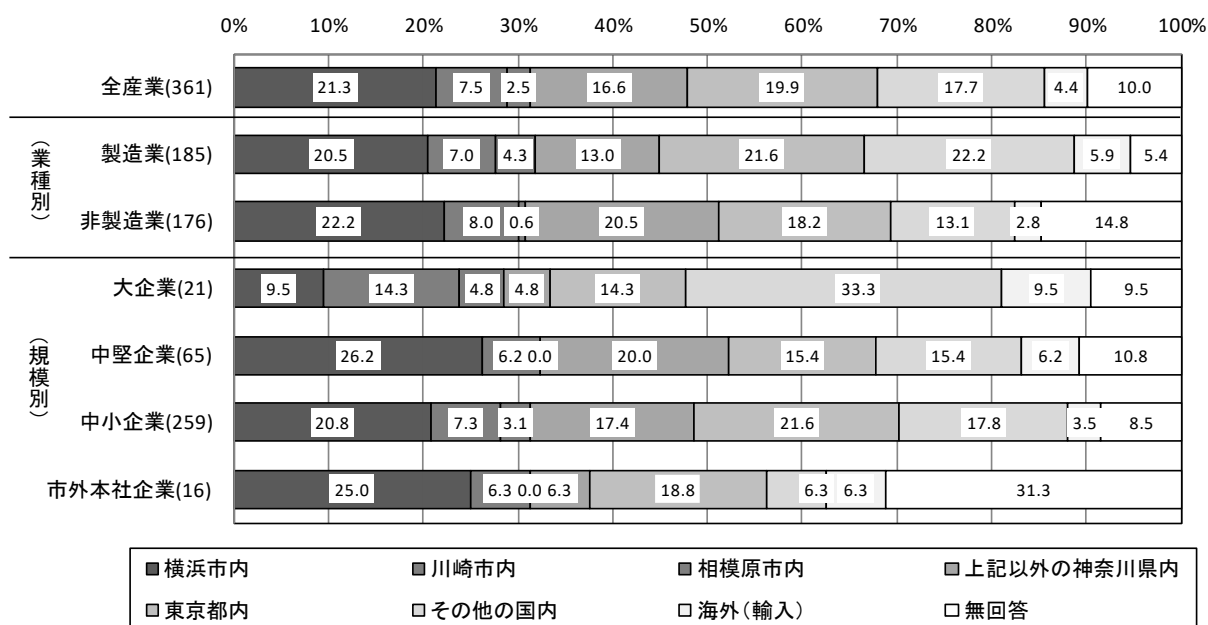
仕入金額が2番目に大きい企業の所在地について、全産業では「横浜市内」が21.3%で最も多く、次いで「東京都内」が19.9%、「その他の国内」が17.7%となっている。また、「横浜市、川崎市、相模原市以外の神奈川県内」が16.6%となっている。

業種別においては、製造業は「その他の国内」(22.2%)、「東京都内」(21.6%)の順で多く、非製造業では「横浜市内」(22.2%)、「横浜市、川崎市、相模原市以外の神奈川県内」(20.5%)の順で多くなっている。

規模別にみると、大企業は「その他の国内」が33.3%と最も多く、次いで「川崎市内」「東京都内」がともに14.3%となっている。中堅企業は「横浜市内」が26.2%と最も多く、次いで「横浜市、川崎市、相模原市以外の神奈川県内」が20.0%で多くなっている。また横浜市、川崎市、相模原市を含む「神奈川県内」では52.4%と50%を超えている。中小企業は「東京都内」が21.6%と最も多く、次いで「横浜市内」が20.8%で多くなっている。

市外本社企業においては「横浜市内」が25.0%と最も多く、次いで「東京都内」が18.8%となっている。

図表 1-(4)-b 仕入金額が2番目に大きい企業の所在地について



### 1-(4)-c 【仕入金額が3番目に大きい仕入先の所在地について】

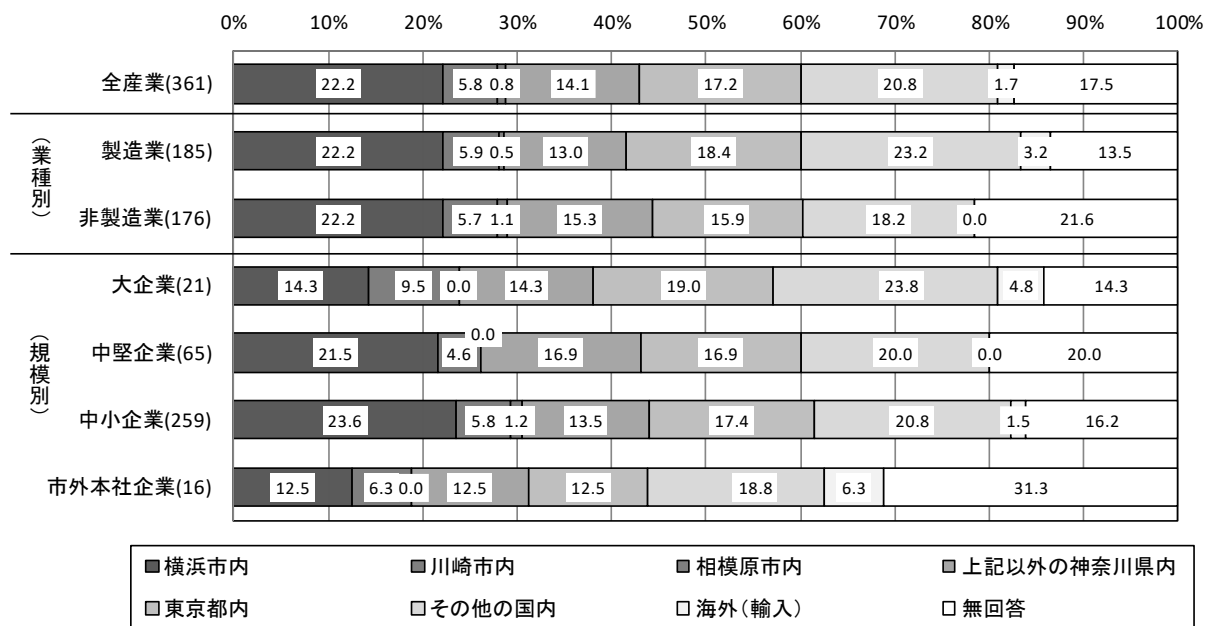
仕入金額が3番目に大きい企業の所在地については、全産業では「横浜市内」が22.2%で最も多く、次いで「その他の国内」が20.8%、「東京都内」が17.2%となっている。

業種別においては、製造業は「その他国内」(23.2%)、「横浜市内」(22.2%)の順で多く、非製造業では「横浜市内」(22.2%)、「その他の国内」(18.2%)の順で多くなっている。

規模別にみると、大企業は「その他の国内」(23.8%)、「東京都内」(19.0%)の順に多くなっている。中堅企業は「横浜市内」(21.5%)、「その他国内」(20.0%)とほぼ同水準で多く、中小企業は「横浜市内」(23.6%)、「その他の国内」(20.8%)の順に多くなっている。

市外本社企業においては「その他国内」が18.8%と最も多く、次いで「横浜市内」「横浜市、川崎市、相模原市以外の神奈川県内」「東京都内」がそれぞれ12.5%であった。

図表 1-(4)-c 仕入金額が3番目に大きい企業の所在地について



#### 1-(4)-d 【仕入先所在地 1～3位の割合について】

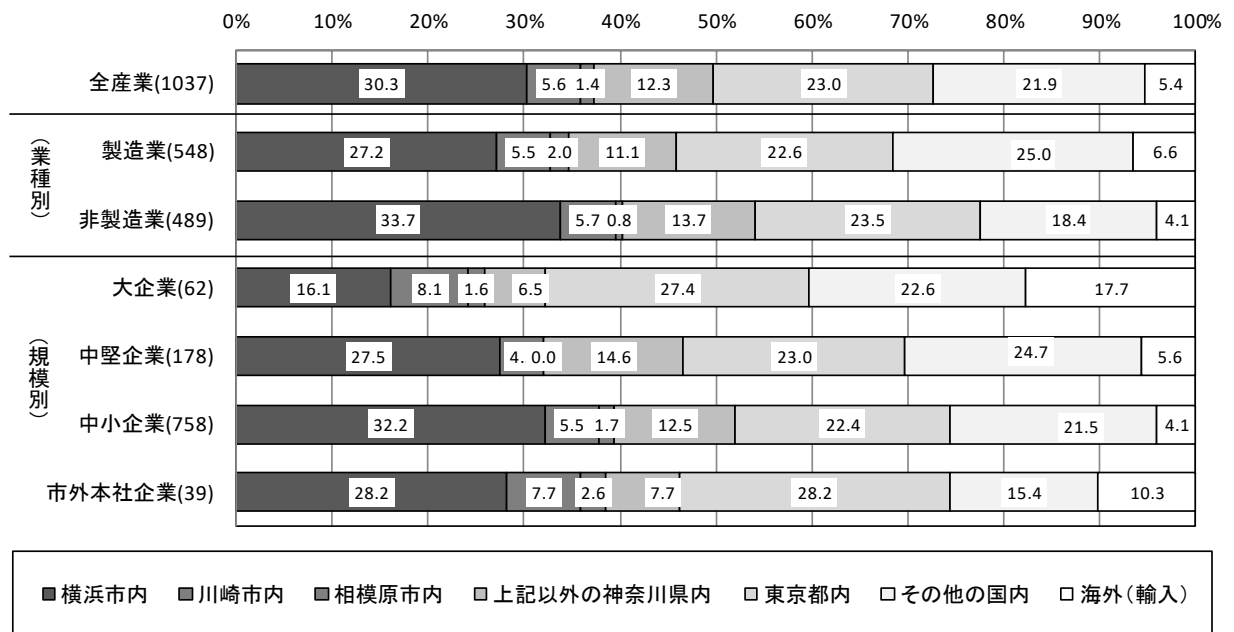
仕入先所在地の1～3位の割合については、全産業では「横浜市内」(30.3%)、「東京都内」(23.0%)、「その他の国内」(21.9%)の順で多くなっている。

業種別においては、製造業は「横浜市内」(27.2%)、「その他の国内」(25.0%)の順で多く、非製造業では「横浜市内」(33.7%)、「東京都内」(23.5%)の順で多くなっている。

規模別にみると、大企業は「東京都内」(27.4%)、「その他の国内」(22.6%)の順に多くなっている。中堅企業は「横浜市内」(27.5%)、「その他の国内」(24.7%)の順で多く、中小企業は「横浜市内」(32.2%)、「東京都内」(22.4%)の順に多くなっている。

市外本社企業においては「横浜市内」、「東京都内」(28.2%)が同率で最も多く、次いで「その他の国内」(15.4%)、「海外(輸入)」(10.3%)の順で多かった。

図表 1-(4)-d 仕入先所在地 1～3位の割合



※地域ごとの1～3位の合計を回答総数で割った数字を使用



## 2. 製品・サービスの納品・販売先について

### 2-(1) 【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】

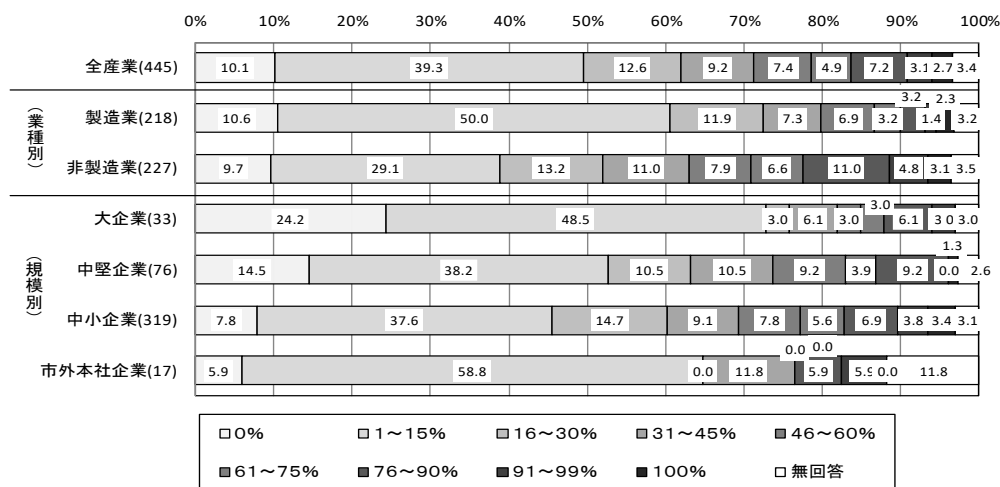
製品・サービスの横浜市内企業への納品・販売比率について、全産業で見ると「1～15%」が39.3%で最も高く、次いで「16～30%」が12.6%、「0%」が10.1%と続いている。

業種別にみると、製造業は「1～15%」が50.0%と最も高く、「16～30%」(11.9%)、「0%」(10.6%)の順になった。非製造業は「1～15%」が29.1%で最も高く、次いで「16～30%」が13.2%であったが、「31～45%」と「76～90%」がともに11.0%で市内企業への納品・販売比率が高い結果になった。

規模別にみると、大企業は「1～15%」が48.5%、「0%」が24.2%と「0～15%」で70.0%を超える結果になった。中堅企業は「1～15%」(38.2%)、「0%」(14.5%)の順となり、中小企業では「1～15%」(37.6%)、「16～30%」(14.7%)の順に高かった。

市外本社企業では、「1～15%」が58.8%、「31～45%」が11.8%の順で高かった。

図表 2-(1) 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（1つ選択）



### 2-(2) 【横浜市内での納品・販売先企業数について】

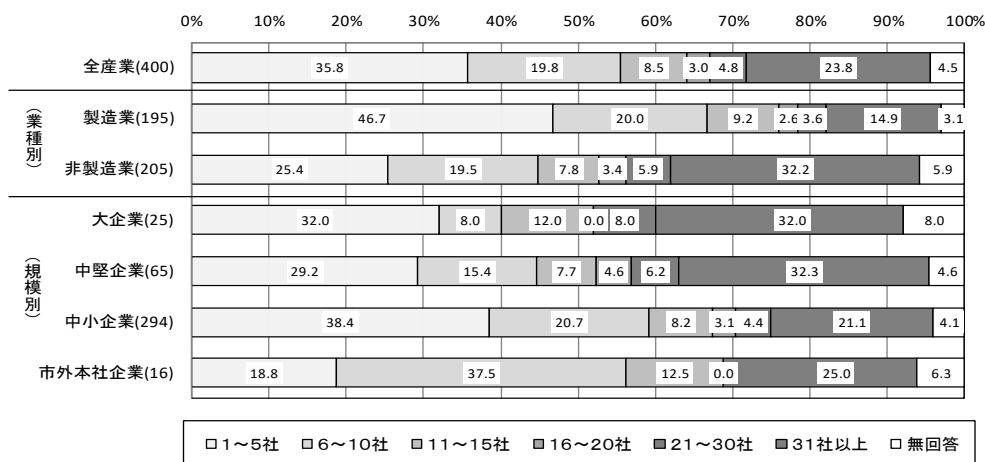
横浜市内での納品・販売先企業数について、全産業で見ると「1～5社」が35.8%と最も多く、次いで「31社以上」が23.8%が多かった。

業種別では、製造業は「1～5社」が46.7%と最も多く、次いで「6～10社」が20.0%であった。非製造業では「31社以上」が32.2%と最も多く、次いで「1～5社」が25.4%となった。

規模別では、大企業は「1～5社」と「31社以上」がそれぞれ32.0%と最も多かった。中堅企業では「31社以上」が32.3%と最も多く、中小企業では「1～5社」が38.4%で最も多かった。

市外本社企業においては、「6～10社」が37.5%と最も多く、次いで「31社以上」が25.0%が多かった。

図表 2-(2) 横浜市内での納品・販売先企業数について（1つ選択）



## 2-(3)-a 【納品・販売金額が最も大きい納品・販売先の所在地について】

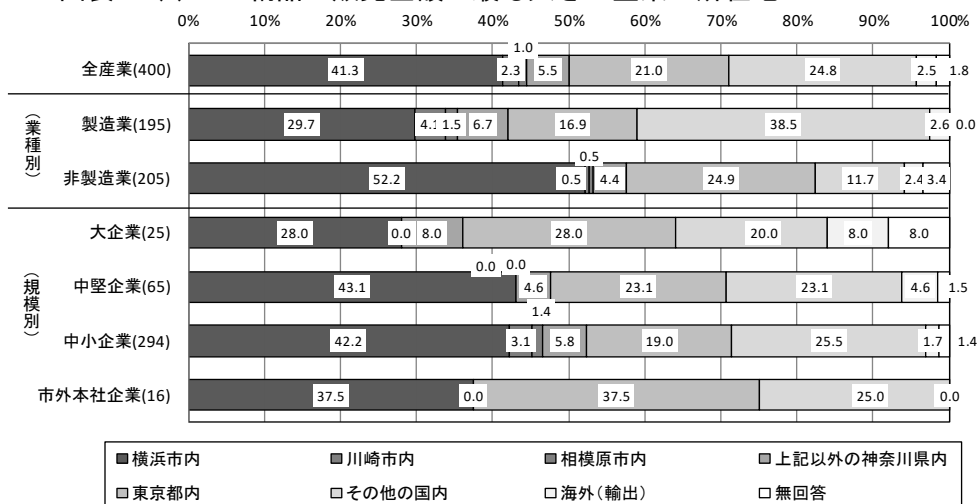
納品・販売金額が最も大きい企業の所在地について、全産業でみると「横浜市内」が41.3%と最も多く、次いで「その他の国内」が24.8%、「東京都内」が21.0%となっている。

業種別では、製造業は「その他の国内」が38.5%と最も多く、次いで「横浜市内」が29.7%が多かった。非製造業は「横浜市内」が52.2%と最も多く50%を超えている。次いで「東京都内」が24.9%となっている。

規模別では、大企業は「横浜市内」と「東京都内」がそれぞれ28.0%と最も多かった。中堅企業では「横浜市内」が43.1%と最も多く、次いで「東京都内」と「その他の国内」がそれぞれ23.1%であった。中小企業では「横浜市内」が42.2%で最も多く、次いで「その他の国内」が25.5%が多かった。

市外本社企業においては、「横浜市内」と「東京都内」がそれぞれ37.5%と同水準で最も多かった。

図表 2-(3)-a 納品・販売金額が最も大きい企業の所在地について



## 2-(3)-b 【納品・販売金額が2番目に大きい納品・販売先の所在地について】

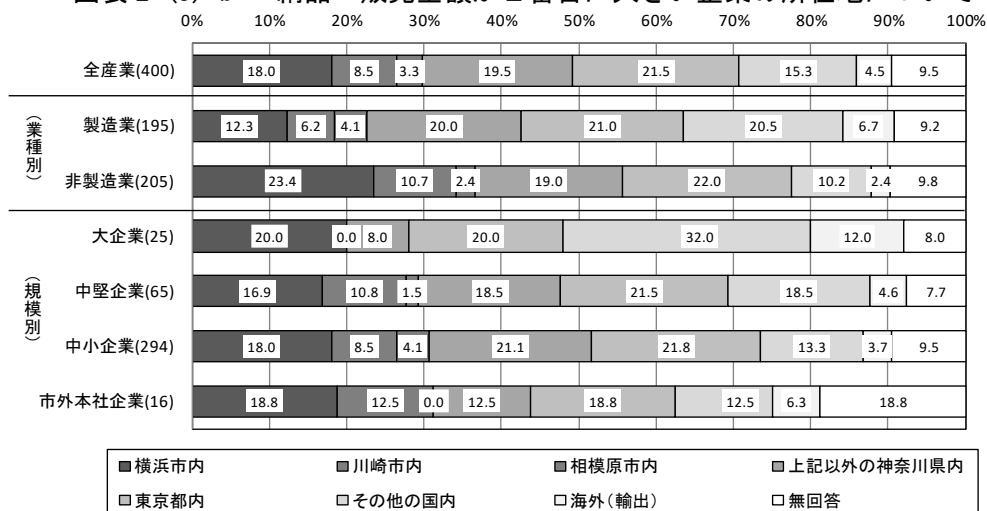
納品・販売金額が2番目に大きい企業の所在地について、全産業でみると「東京都内」が21.5%と最も多く、次いで「横浜市・川崎市・相模原市以外の神奈川県内」が19.5%、「横浜市内」が18.0%となっている。

業種別では、製造業は「東京都内」が21.0%と最も多く、次いで「横浜市・川崎市・相模原市以外の神奈川県内」が20.5%と多かった。非製造業は「横浜市内」が23.4%と最も多く、次いで「東京都内」が22.0%となっている。

規模別では、大企業は「その他の国内」が32.0%と最も多く、「横浜市内」、「東京都内」がそれぞれ20.0%となっている。中堅企業では「東京都内」が21.5%と最も多く、次いで「横浜市・川崎市・相模原市以外の神奈川県内」、「その他の国内」が同じ割合で18.5%となっている。中小企業では「東京都内」が21.8%で最も多く、次いで「横浜市・川崎市・相模原市以外の神奈川県内」が21.1%であった。

市外本社企業においては、「横浜市内」と「東京都内」が18.8%と同水準で最も多かった。

図表 2-(3)-b 納品・販売金額が2番目に大きい企業の所在地について



## 2-(3)-c 【納品・販売が3番目に大きい納品・販売先の所在地について】

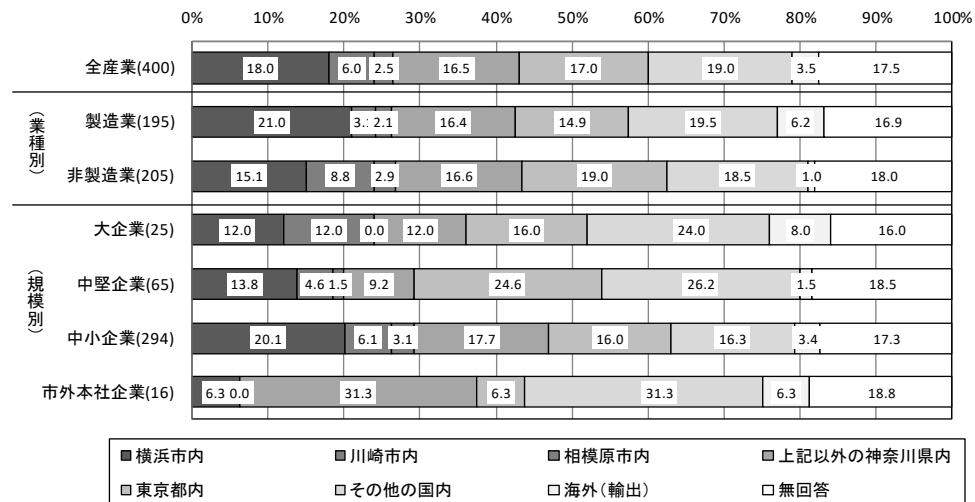
納品・販売金額が3番目に大きい企業の所在地について、全産業でみると「その他の国内」が19.0%と最も多く、次いで「横浜市内」が18.0%、「東京都内」が17.0%となっている。

業種別では、製造業は「横浜市内」が21.0%と最も多く、次いで「その他の国内」が19.5%が多かった。非製造業は「東京都内」が19.0%と最も多く、次いで「その他の国内」が18.5%となっている。

規模別では、大企業は「その他の国内」が24.0%と最も多く、「東京都内」が16.0%となっている。中堅企業は「その他の国内」が26.2%と最も多く、次いで「東京都内」が24.6%となっている。中小企業では「横浜市内」が20.1%で最も多く、次いで「横浜市・川崎市・相模原市以外の神奈川県内」が17.7%と多かった。

市外本社企業においては、「横浜市・川崎市・相模原市以外の神奈川県内」と「川崎市内」が31.3%と同水準で最も多かった。

図表 2-(3)-c 納品・販売金額が3番目に大きい企業の所在地について



## 2-(3)-d 【納品・販売先所在地 1～3位の割合について】

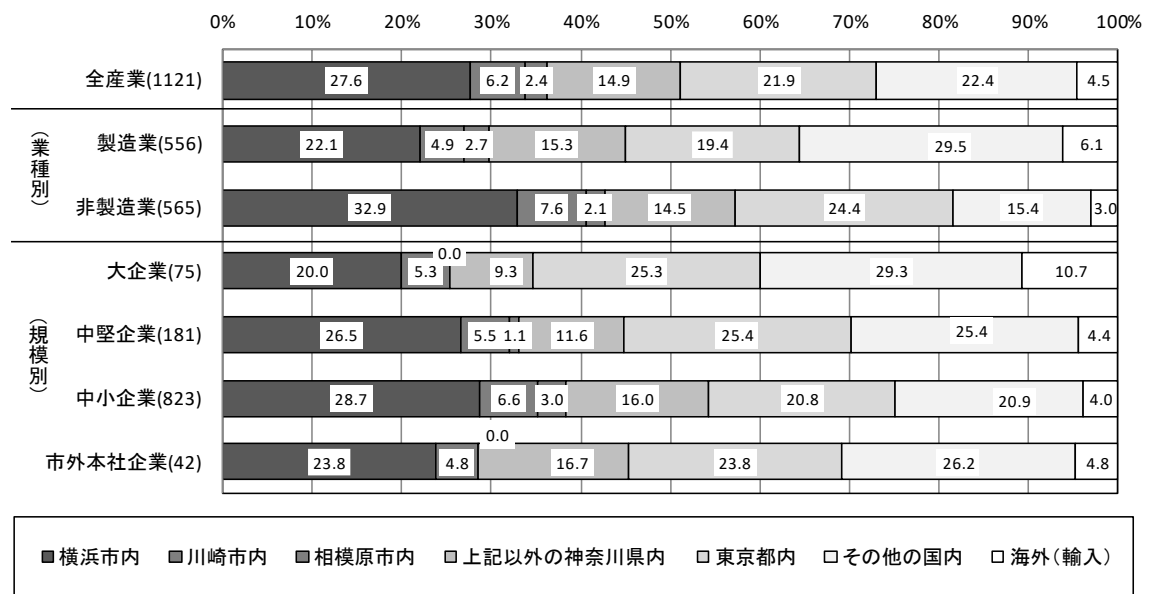
納品・販売先所在地の1～3位の割合については、全産業では「横浜市内」(27.6%)、「その他の国内」(22.4%)、「東京都内」(21.9%)の順で多くなっている。

業種別においては、製造業は「その他の国内」(29.5%)、「横浜市内」(22.1%)の順で多く、非製造業では「横浜市内」(32.9%)、「東京都内」(24.4%)の順で多くなっている。

規模別にみると、大企業は「その他の国内」(29.3%)、「東京都内」(25.3%)の順に多くなっている。中堅企業は「横浜市内」(26.5%)が最も多く、次いで「東京都内」、「その他の国内」(25.4%)が同率で多く、中小企業は「横浜市内」(28.7%)、「その他の国内」(20.9%)の順に多くなっている。

市外本社企業においては「その他の国内」(26.2%)が最も多く、次いで「横浜市内」、「東京都内」(23.8%)が同率、「横浜市・川崎市・相模原市以外の神奈川県内」(16.7%)が続いた。

図表 2-(3)-d 納品・販売先所在地 1～3位の割合



※地域ごとの1～3位の合計を回答総数で割った数字を使用

### 3. 新商品・サービス開発について

#### 3-1) 【新商品やサービス開発のための活動について】

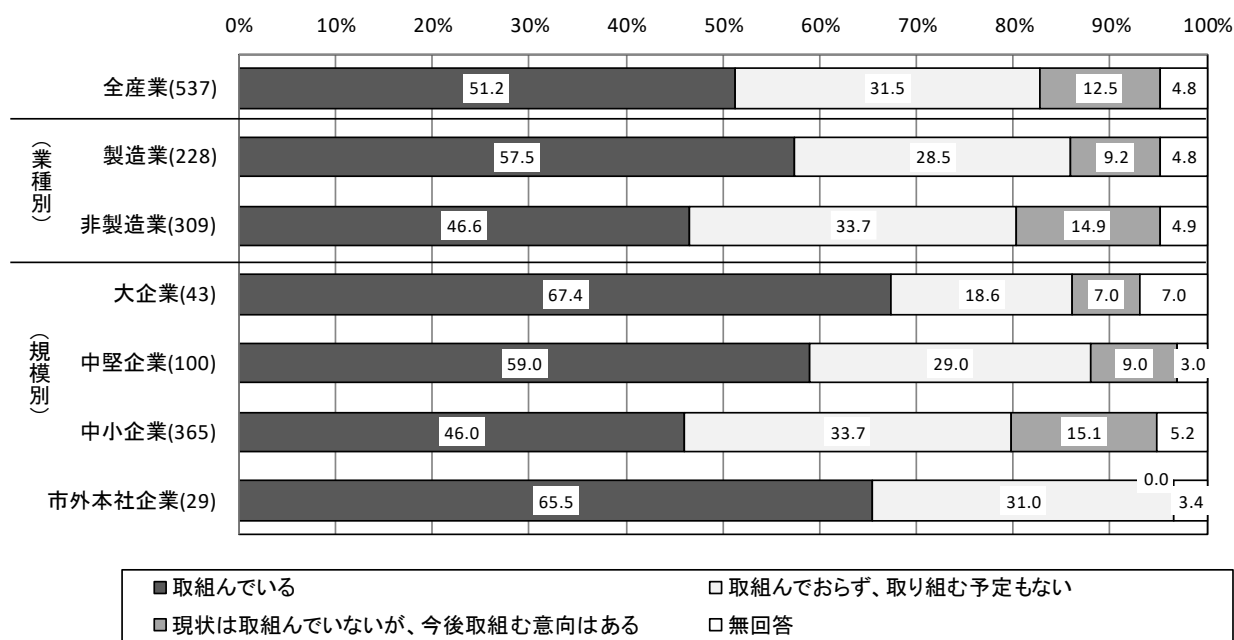
現在、新商品やサービス開発のための活動に取り組んでいるかについて、全産業で見ると「取り組んでいる」が51.2%で、「取り組んでおらず、取り組む予定もない」の31.5%を上回っている。また「現状は取り組んでいないが、今後取り組む意向はある」が12.5%となっており、「取り組んでいる・今後取り組む意向はある」を合わせると63.7%となっている。

業種別でも、製造業、非製造業とも「取り組んでいる」が「取り組んでおらず、取り組む予定もない」を上回っている。

規模別においても、大企業、中堅企業、中小企業とも「取り組んでいる」が「取り組んでおらず、取り組む予定もない」を上回っているが、特に大企業では「取り組んでいる」が67.4%と最も高くなっている。

市外本社企業も「取り組んでいる」が65.5%と「取り組んでおらず、取り組む予定もない」の31.0%を上回っている。

図表 3-1) 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 (1つ選択)



### 3-(2) 【新商品やサービス開発に取り組む理由について】

新商品やサービス開発に取り組む理由について、全産業で見ると「成長・利益が見込める」が69.5%と最も高く、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%の順に高くなっている。

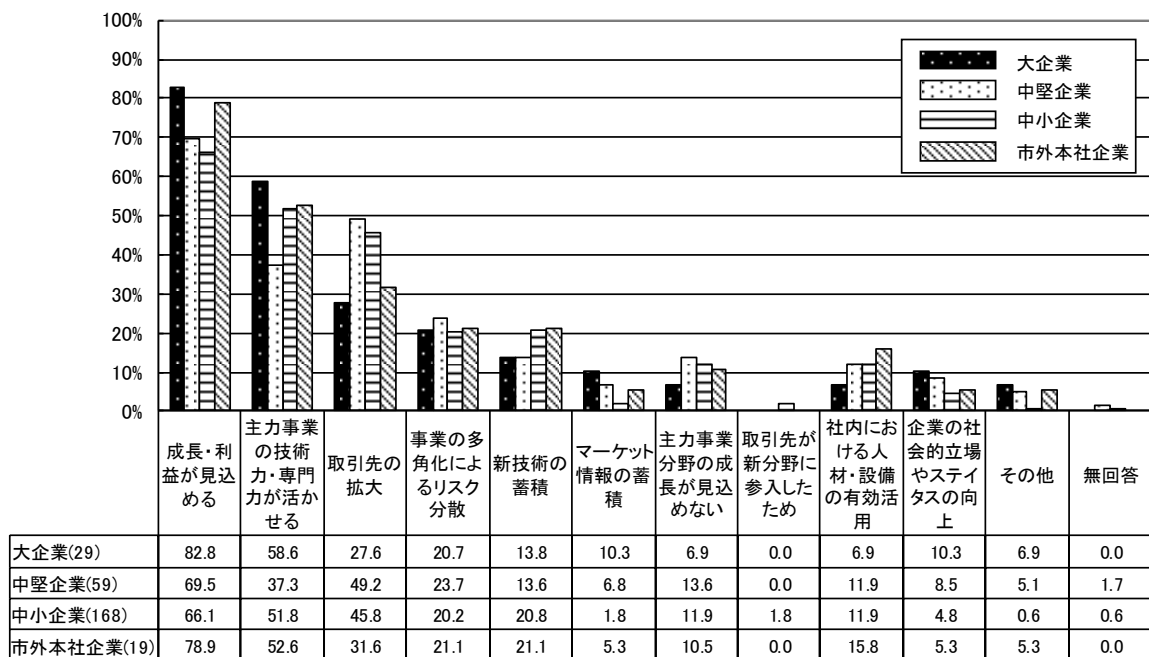
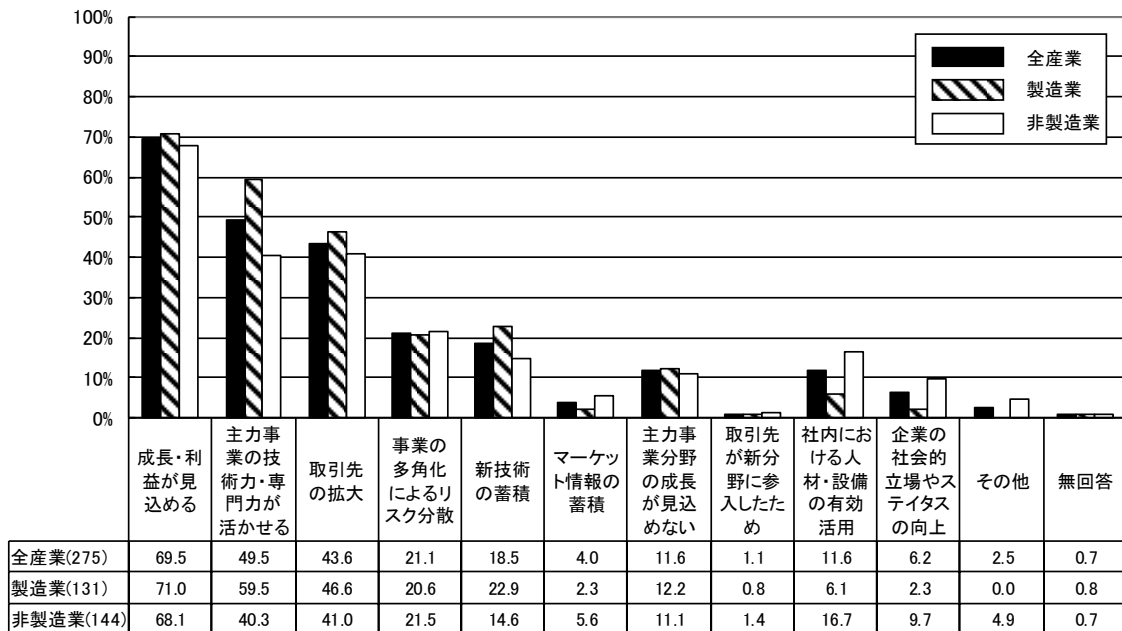
業種別は、製造業では「成長・利益が見込める」が71.0%と最も高く、次いで「主力事業の技術力・専門力が活かせる」(59.5%)、「取引先の拡大」(46.6%)の順に高くなっている。非製造業では「成長・利益が見込める」が68.1%

と最も高くなっているが「取引先の拡大」(41.0%)が、「主力事業の技術力・専門力が活かせる」(40.3%)をわずかに上回っている。

規模別においては、「成長・利益が見込める」が大企業、中堅企業、中小企業とも最も高くなっており、大企業では82.8%と最も高くなっている。また、大企業と中小企業では、次いで「主力事業の技術力・専門力が活かせる」「取引先の拡大」の順に高くなっているが、中堅企業では「取引先の拡大」(49.2%)が「主力事業の技術力・専門力が活かせる」(37.3%)を上回っている。

市外本社企業でも「成長・利益が見込める」が78.9%とも高く、次いで「主力事業の技術力・専門力が活かせる」が52.6%、「取引先の拡大」が31.6%となっている。

図表 3-(2) 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)



### 3-(3) 【販売費及び一般管理費に占める新商品やサービス開発費の割合について】

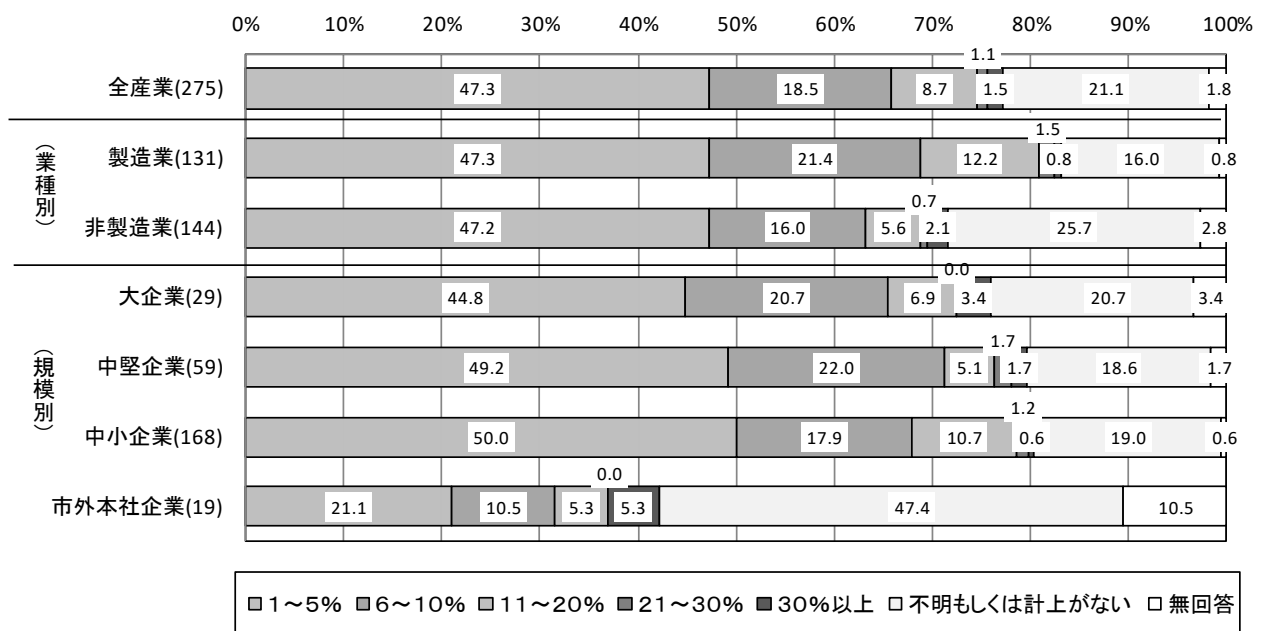
販売費及び一般管理費に占める新商品やサービス開発費の割合について、全産業でみると「1～5%」が47.3%で最も高く、次いで「6～10%」が18.5%であった。また、「不明もしくは計上がない」が21.1%であった。

業種別においても、製造業、非製造業とも「1～5%」が最も高く、次いで「6～10%」が高くなっている。また一方で、「不明もしくは計上がない」が製造業で16.0%、非製造業で25.7%となっている。

規模別でも、大企業、中堅企業、中小企業で「1～5%」が最も高く、次いで「6～10%」が高くなっており、「不明もしくは計上がない」は20.0%前後となっている。

市外本社企業では「1～5%」(21.1%)、「6～10%」(10.5%)と比べて「不明もしくは計上がない」が47.4%と最も高くなっている。

図表 3-(3) 販売費及び一般管理費に占める新商品やサービス開発費の割合について（1つ選択）



### 3-(4) 【新商品やサービスの開発にあたっての事業体制について】

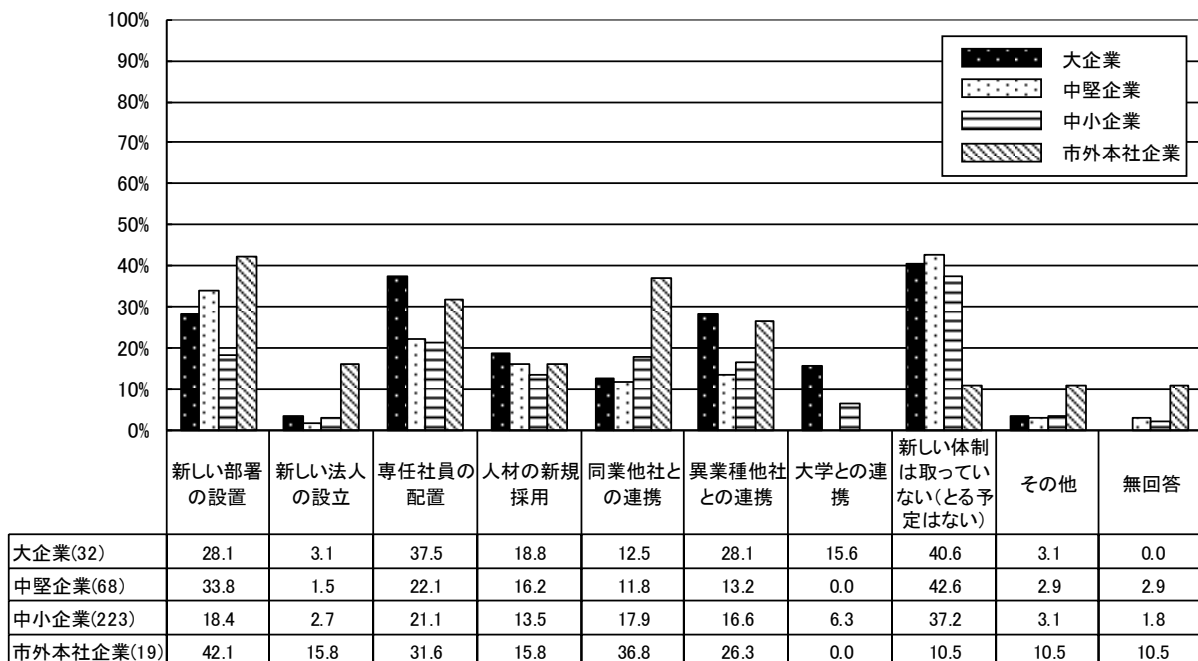
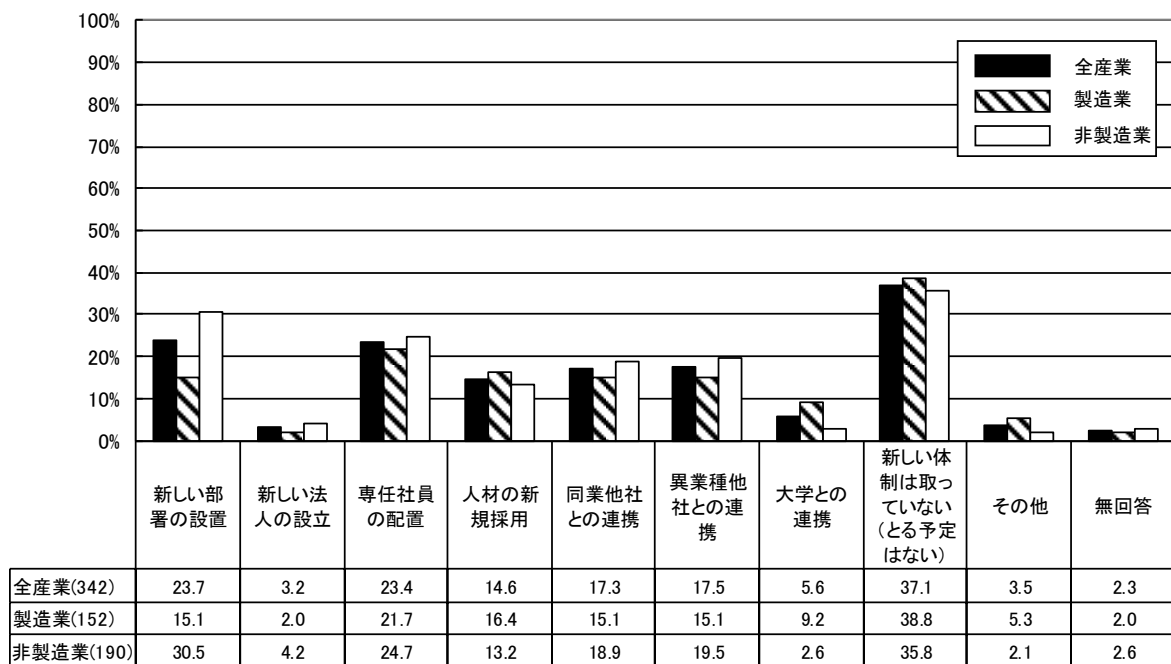
新商品やサービスの開発にあたってはどのような事業体制を取ったかについて、全産業でみると「新しい体制は取っていない（とる予定はない）」が 37.1%で最も多く、次いで「新しい部署の設置」（23.7%）、「専任社員の配置」（23.4%）の順に高くなっている。

業種別では、製造業は「新しい体制は取っていない（とる予定はない）」が 38.8%で最も多く、次いで「専任社員の配置」（21.7%）が多かった。非製造業では「新しい体制は取っていない（とる予定はない）」（35.8%）、が最も多く、次いで「新しい部署の設置」が 30.5%となっている。

規模別では、大企業は「新しい体制は取っていない（とる予定はない）」（40.6%）、「専任社員の配置」（37.5%）の順に多く、中堅企業は「新しい体制は取っていない（とる予定はない）」（42.6%）、「新しい部署の設置」（33.8%）の順に多かった。中小企業は「新しい体制は取っていない（とる予定はない）」（37.2%）、「専任社員の配置」（21.1%）となっている。

市外本社企業では「新しい部署の設置」が 42.1%で最も多かったが、「同業他社との連携」も 36.8%と多かった。

図表 3-(4) 新商品やサービスの開発にあたってはどのような事業体制を取ったかについて（複数回答）





### 3-(5)-a 【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】

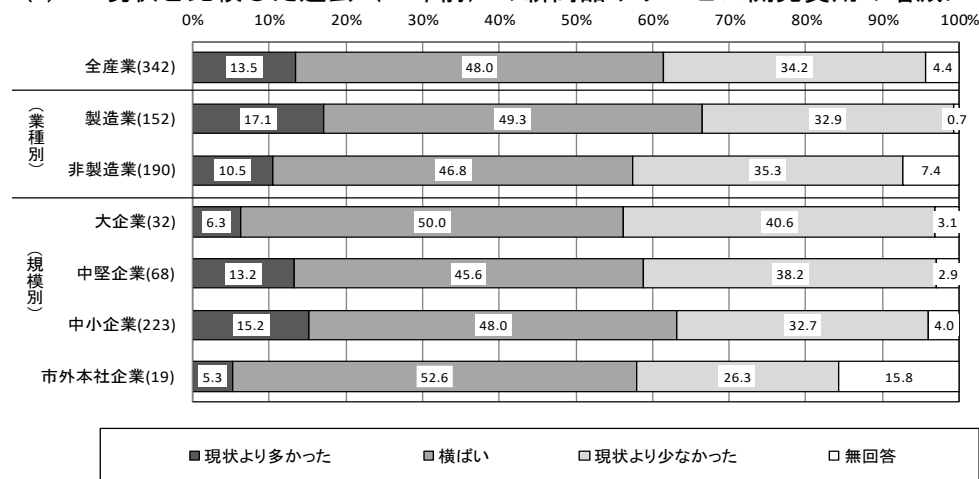
現状と比較した過去（5年前）のサービス開発費用の増減について、全産業でみると「横ばい」が48.0%と最も多く、次いで「現状より少なかった」が34.2%であった。「現状より多かった」は13.5%となった。

業種別では、製造業は「横ばい」が49.3%と最も多く、次いで「現状より少なかった」が32.9%であった。非製造業でも「横ばい」が46.8%と最も多く、次いで「現状より少なかった」が35.3%であった。一方で、製造業は「現状より多かった」が17.1%と非製造業の10.5%より多く、非製造業と比べると開発費用がやや減少傾向にあることがうがえる。

規模別においても同様の結果であったが、大企業においては「現状より少なかった」が40.6%で中堅企業の38.2%、中小企業の32.7%より多く、また「現状より多かった」が6.3%で中堅企業の13.2%、中小企業の15.2%より少なくなっている。よって大企業では5年前より開発費用が増加傾向であることが伺える。

市外本社企業では「現状より多かった」が5.3%で少なくなっており開発費用はやや増加傾向である。

図表 3-(5)-a 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



### 3-(5)-b 【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】

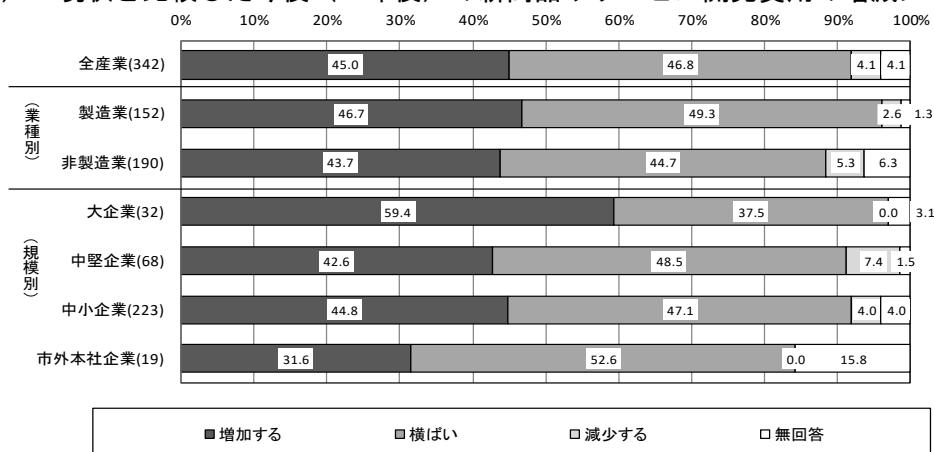
現状と比較した今後（5年後）のサービス開発費用の増減について、全産業でみると「横ばい」が46.8%で、「増加する」が45.0%であった。9割を超える企業で現状並みもしくは現状より増加すると回答している。

業種別では、製造業は「横ばい」が49.3%、「増加する」が46.7%で96.0%の企業が現状並みもしくは現状より増加すると回答している。非製造業でも「横ばい」が44.7%、「増加する」が43.7%で88.4%の企業が現状並みもしくは現状より増加すると回答している。

規模別においても同様の結果であったが、大企業では「増加する」が59.4%と最も多く、「横ばい」が37.5%で96.9%の企業が現状並みもしくは現状より増加すると回答している。中堅企業では91.1%の企業が、中小企業では91.9%の企業が現状並みもしくは現状より増加すると回答している。

市外本社企業では「横ばい」が52.6%、「増加する」が31.6%で84.2%の企業が現状並みもしくは現状より増加すると回答している。

図表 3-(5)-b 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



### 3-(6) 【新商品やサービス開発に取り組む際の問題点について】

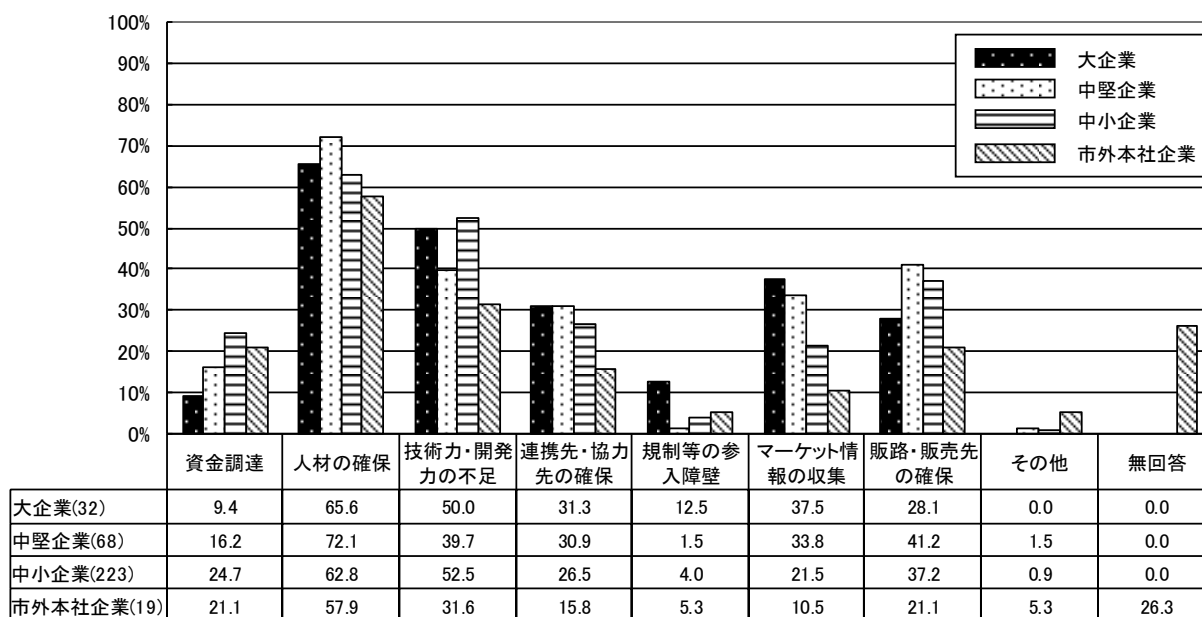
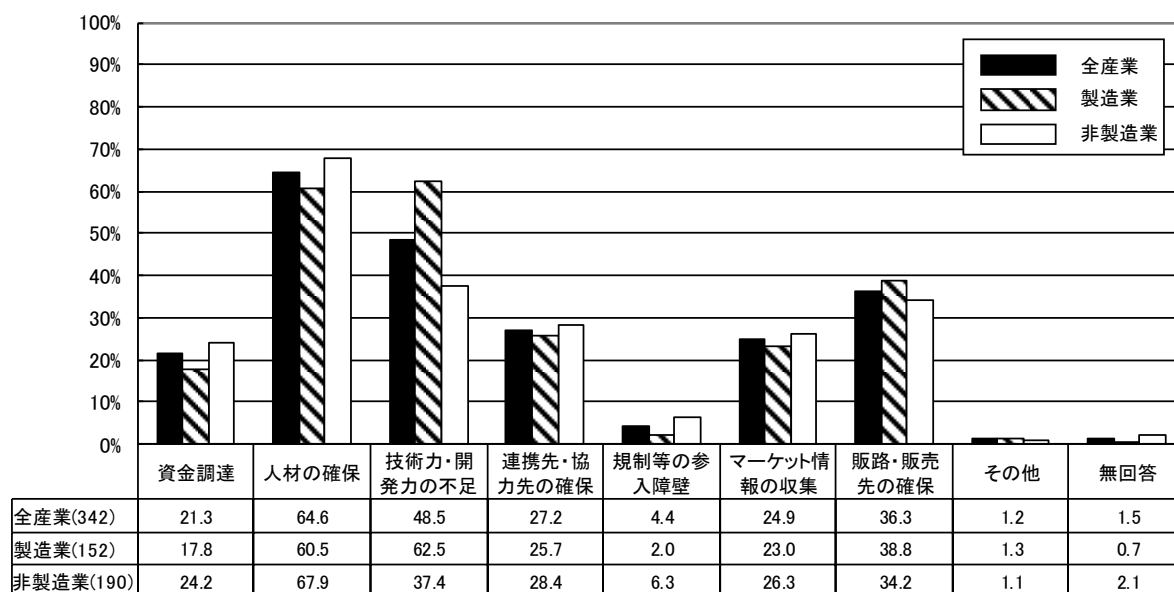
新商品やサービス開発に取り組む際の問題点について、全産業でみると「人材の確保」が64.6%で最も多く、次いで「技術力・開発力の不足」が48.5%で多かった。また「販路・販売先の確保」が36.3%であった。

業種別では、製造業は「技術力・開発力の不足」が62.5%で最も多く、次いで「人材の確保」が60.5%であった。非製造業では「人材の確保」が67.9%で最も多く、「技術力・開発力の不足」(37.4%)、「販路・販売先の確保」(34.2%)がほぼ同じ割合であった。

規模別においては、大企業は「人材の確保」が65.6%で最も多く、次いで「技術力・開発力の不足」が50.0%であった。中堅企業は「人材の確保」が72.1%で最も多く、7割を超えている。次いで「販路・販売先の確保」41.2%であった。中小企業は「人材の確保」が62.8%で最も多く、次いで「技術力・開発力の不足」が52.5%であった。

市外本社企業でも同様に「人材の確保」が57.9%で最も多く、次いで「技術力・開発力の不足」が31.6%であった。

図表 3-(6) 新商品やサービス開発に取り組む際の問題点について（3つ選択）



### 3-(7) 【新商品やサービス開発のための活動に取り組まない理由について】

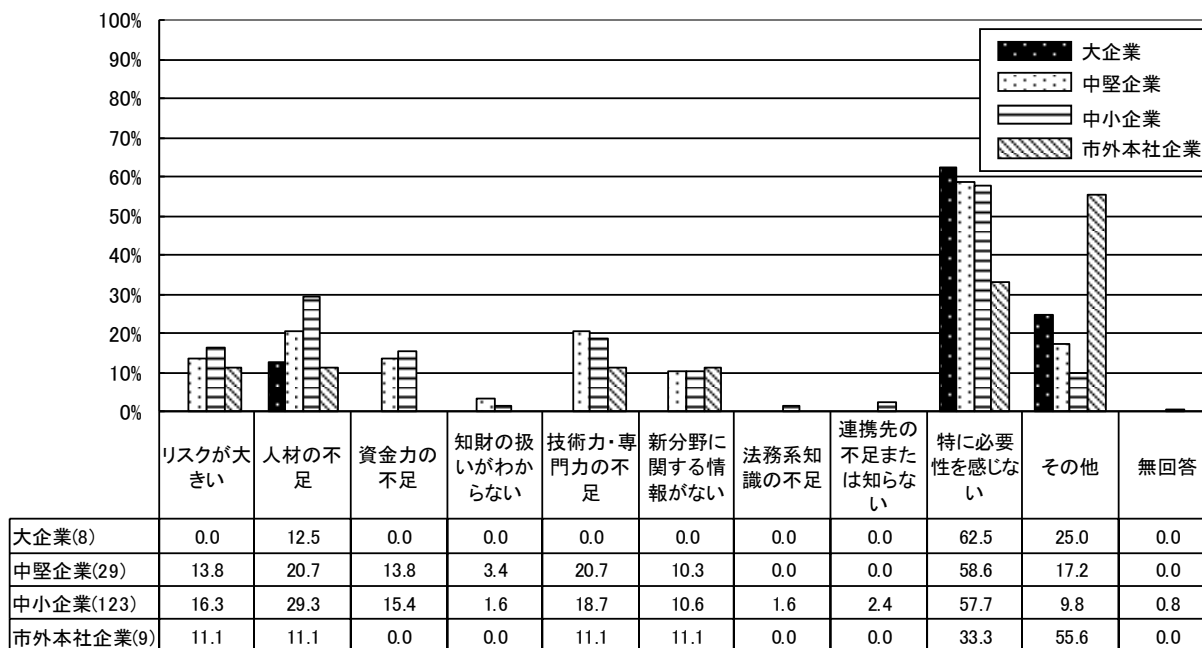
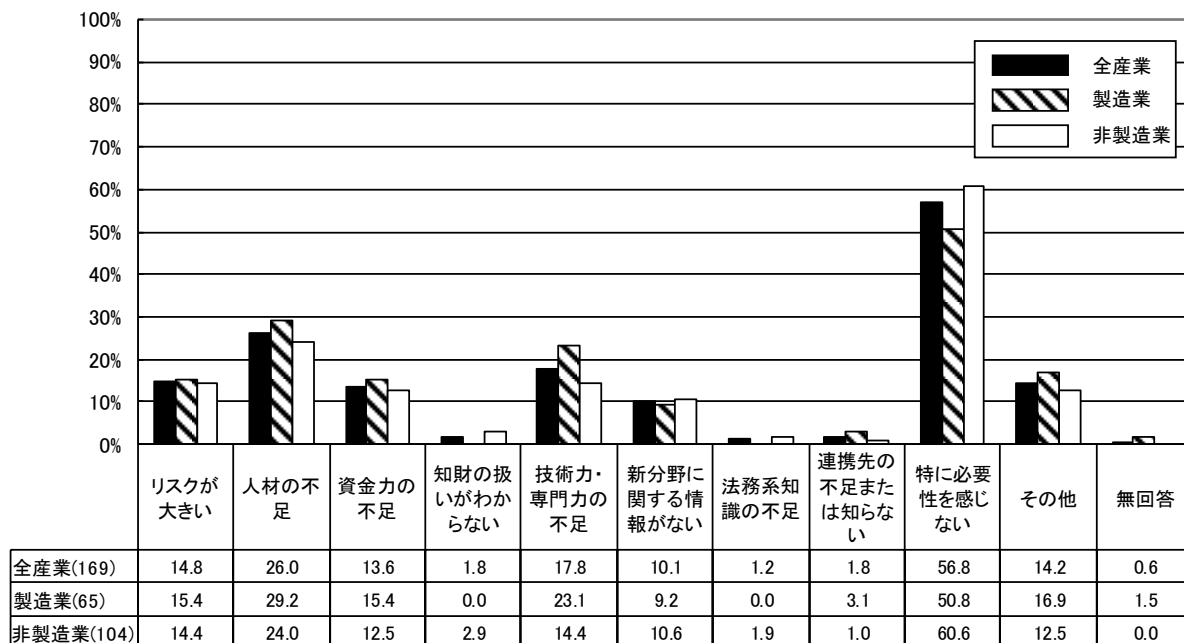
新商品やサービス開発のための活動に取り組んでおらず、取り組む予定もないと回答した企業における開発に取り組まない理由について、全産業でみると「特に必要性を感じない」が 56.8%で最も多く、次いで「人材の不足」が 26.0%で多かった。

業種別では、製造業は「特に必要性を感じない」が 50.8%で最も多く、次いで「人材の不足」が 29.2%で多かった。非製造業でも「特に必要性を感じない」が 60.6%で最も多く、次いで「人材の不足」が 24.0%で多かった。

規模別では、大企業は「特に必要性を感じない」が 62.5%で最も多く、次いで「人材の不足」が 12.5%で多かった。中堅企業は「特に必要性を感じない」が 58.6%で最も多く、次いで「人材の不足」と「技術力・専門力の不足」が 20.7%と同割合であった。中小企業は「特に必要性を感じない」が 57.7%で最も多く、次いで「人材の不足」が 29.3%で多かった。

市外本社企業でも同様に「特に必要性を感じない」が 33.3%と最も多かった。

図表 3-(7) 新商品やサービス開発のための活動に取り組まない理由について（3つ選択）







## 第 103 回横浜市景況・経営動向調査（特別調査）

発行：横浜市経済局政策調整部経済企画課  
〒231-0017 横浜市中区港町 1-1  
電話：045-671-2566 FAX：045-661-0692

調査機関：株式会社帝国データバンク 横浜支店  
〒231-0007 横浜市中区弁天通 4-51  
電話：045-641-0232 FAX：045-641-2555



