

# 横浜市景況・経営動向調査 第126回（特別調査）

## 特別調査

「新技術・成長分野への取組状況調査」について

# 横浜経済の動向(令和5年9月)

## 第126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、市内企業を対象に「景況・経営動向調査」を、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 1,000社  
回収数736社(回収率:73.6%)

( )内は調査対象企業数

	市内本社企業				合計
	大企業	中堅企業	中小企業	うち小規模企業	
製造業	7 (16)	8 (16)	290 (382)	150 (193)	305 (414)
非製造業	34 (42)	106 (166)	291 (378)	95 (135)	431 (586)
合計	41 (58)	114 (182)	581 (760)	245 (328)	736 (1,000)

※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、資本金が上記中堅企業の基準未満の企業

小規模企業・・・中小企業のうち、常時雇用する従業員数が以下の基準に該当する企業

製造業：20人以下

卸売業、小売業、サービス業：5人以下

卸売業及び小売業、サービス業以外の非製造業：20人以下

業種の分類

・製造業(9分類)：食料品等、繊維・衣服等、印刷、石油・化学等、鉄鋼・金属等、一般機械、電機・精密等、輸送用機械、その他製造業

・非製造業(9分類)：建設業、運輸・倉庫業、卸売業、小売業、飲食店・宿泊業、不動産業、情報サービス業、対事業所サービス業、対個人サービス業

3. 調査時期:令和5年9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	2
特別調査結果 — 「新技術・成長分野への取組状況調査」について—	6
調査票	17

## 第 126回横浜市景況・経営動向調査（令和 5 年9月実施）（特別調査）

### —「生成AI」、「メタバース」、「宇宙ビジネス」への取組状況調査—

#### 調査結果のまとめ

- ・「生成AI」を活用・関心のある企業は、全産業で約63%、中小企業においても6割を超え。
- ・一方、「メタバース」を活用・関心のある企業は、全産業で約27%、「宇宙ビジネス」については、全産業で約16%となった。
- ・生成AIの活用内容は、「業務効率化(文書作成、要約など)」(78.8%) が最も関心が高く、次いで「データ分析(需要・販売予測、顧客分析など)」(47.9%) となった。

#### 【調査のポイント】

- 生成AI (ChatGPTほか) の活用状況について、全産業では「活用していないが、関心はある」(54.5%)が最も多く、次いで「活用しておらず、関心もない」(27.6%)、「活用している」(8.8%)となった。
- 生成AIの活用 (または関心のある) 内容について、全産業では「業務効率化 (文章作成、要約、翻訳、議事録作成など)」(78.8%)が最も多く、次いで「データ分析 (需要・販売予測、顧客分析、異常検知など)」(47.9%)、「コンテンツの作成支援 (画像・動画・音声など)」(27.0%) となった。
- メタバースを活用したビジネスの実施状況について、全産業では「実施しておらず、関心もない」(51.6%)が最も多く、次いで「実施していないが、関心はある」(25.8%)、「知らない・分からない」(16.7%) となった。
- 宇宙に関連したビジネスの実施状況について、全産業では「実施しておらず、関心もない」(58.6%)が最も多く、次いで「知らない・分からない」(17.9%)、「実施していないが、関心がある」(12.9%) となった。

【調査対象】 市内企業1,000 社 (回収数：736社、回収率：73.6%)

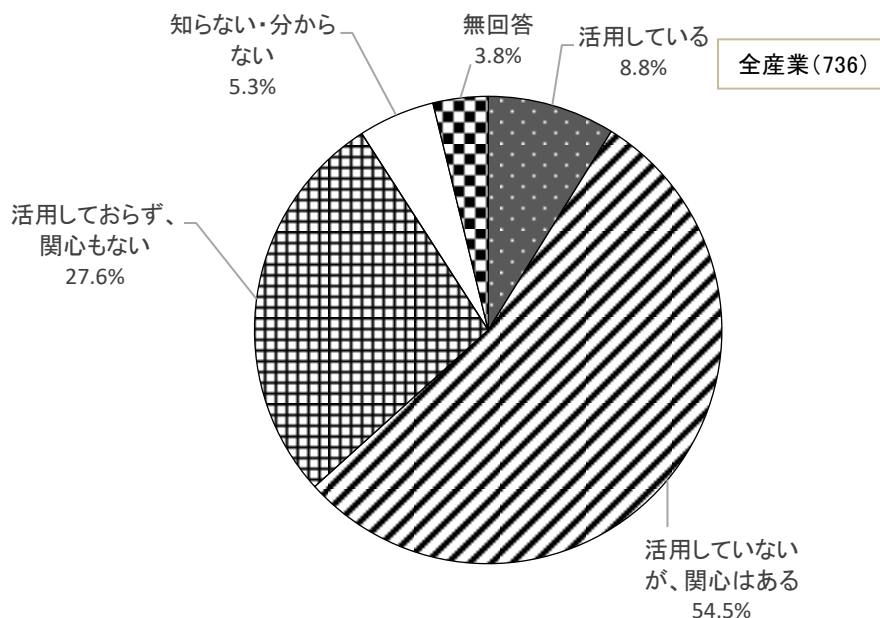
【調査時期】 令和 5 年 7 月 26 日～8 月 21 日

#### 特別調査の概要

##### 1 生成AI (ChatGPTほか) の活用状況について

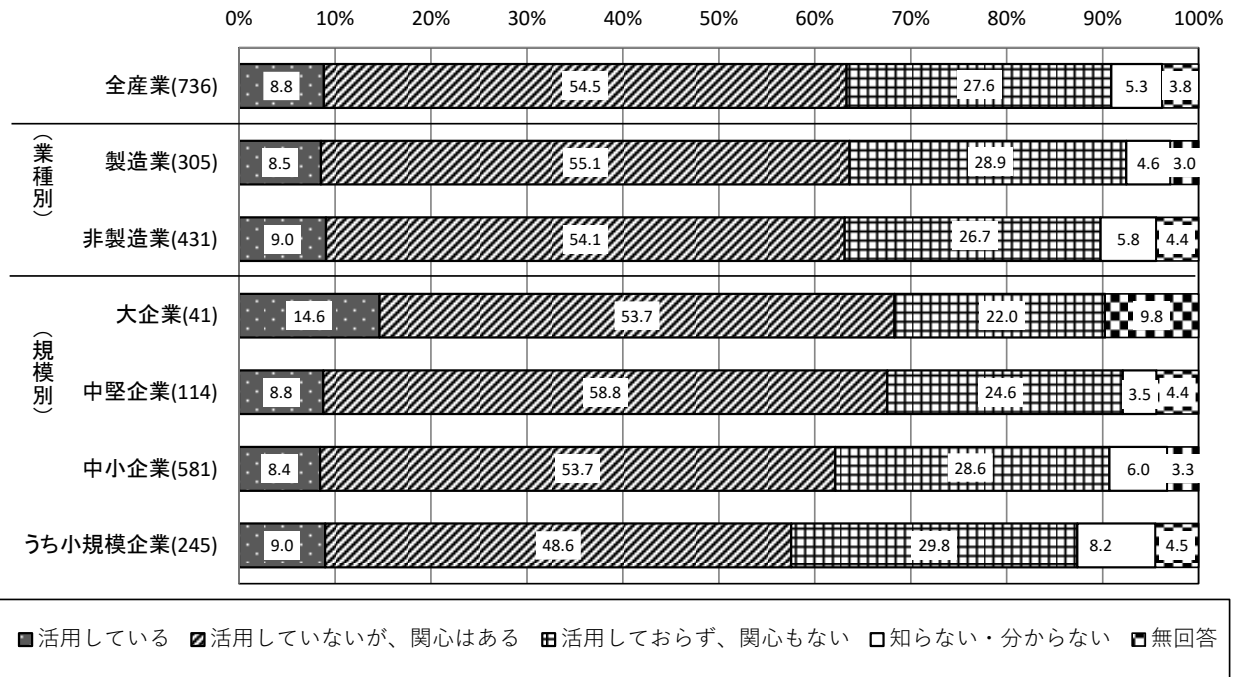
- 生成AI (ChatGPTほか) の活用状況について、全産業では「活用していないが、関心はある」(54.5%)が最も多く、次いで「活用しておらず、関心もない」(27.6%)、「活用している」(8.8%)となった。

図表1-1 生成AI(ChatGPTほか)の活用状況について (単一回答) 【全産業】



- 業種別にみても、「活用していないが、関心はある」が製造業（55.1%）、非製造業（54.1%）とも最も多く、次いで「活用しておらず、関心もない」が製造業（28.9%）、非製造業（26.7%）となった。
- 規模別にみると、「活用していないが、関心はある」は大企業が53.7%、中堅企業58.8%、中小企業53.7%、うち小規模企業48.6%となった。

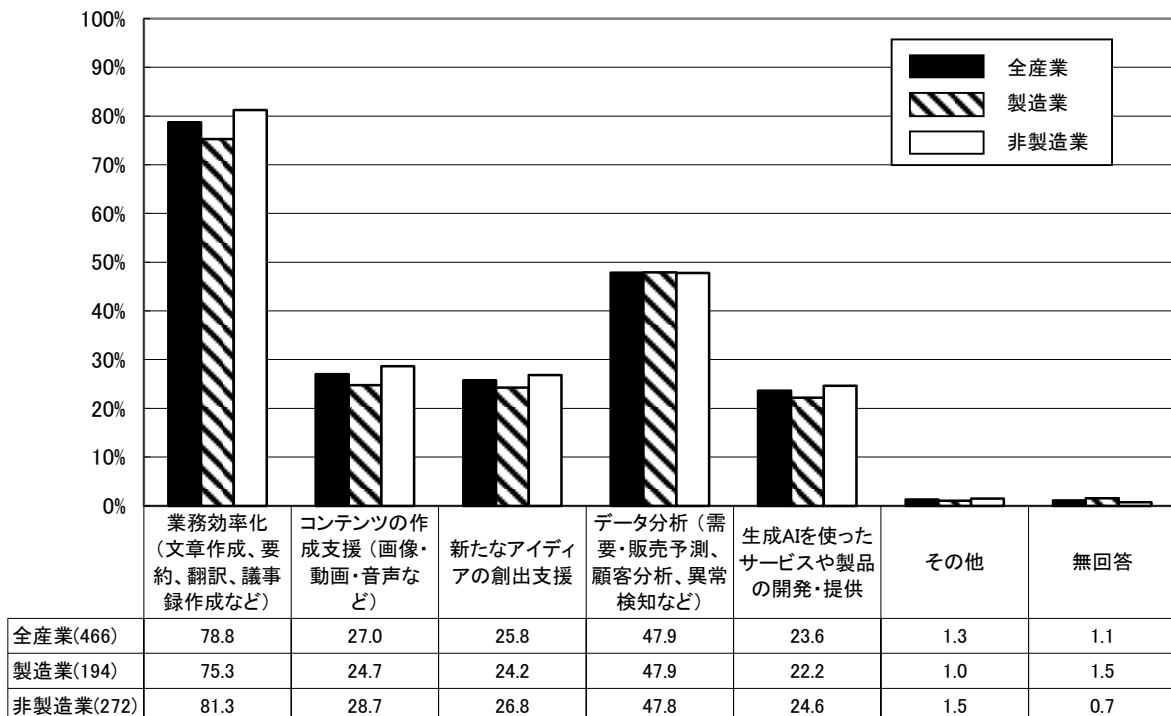
図表1-2 生成AI(ChatGPTほか)の活用状況について（単一回答）【全産業・業種別・規模別】



## 2 生成AIの活用（または関心のある）内容について

- 生成AIの活用（または関心のある）内容について、全産業では「業務効率化（文章作成、要約、翻訳、議事録作成など）」（78.8%）が最も多く、次いで「データ分析（需要・販売予測、顧客分析、異常検知など）」（47.9%）、「コンテンツの作成支援（画像・動画・音声など）」（27.0%）となった。
- 業種別にみても、「業務効率化（文章作成、要約、翻訳、議事録作成など）」が製造業（75.3%）、非製造業（81.3%）とも最も多く、次いで「データ分析（需要・販売予測、顧客分析、異常検知など）」は製造業（47.9%）、非製造業（47.8%）となった。

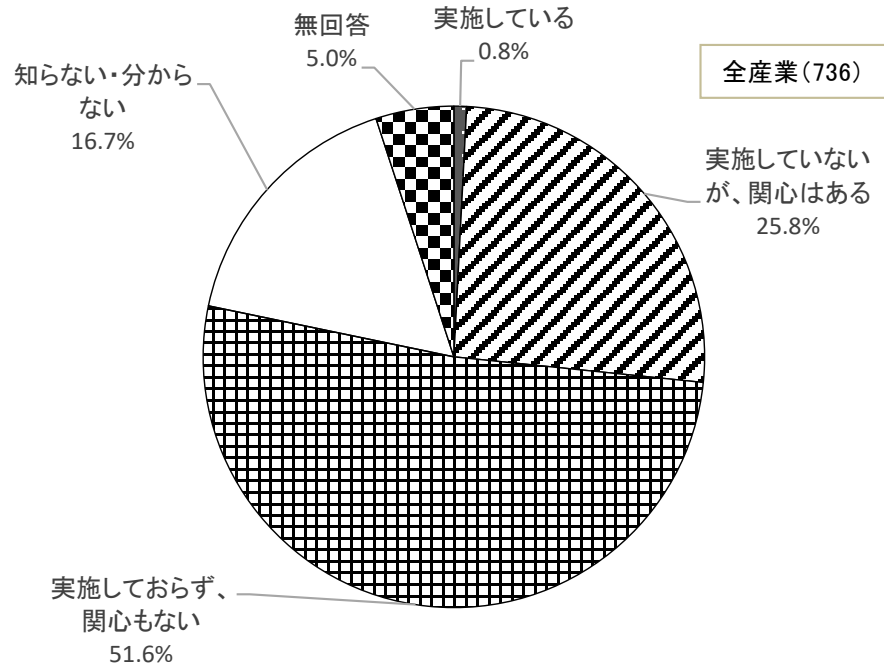
図表2-1 生成AIの活用(または関心のある)内容について（複数回答）【全産業・業種別】



### 3 メタバースを活用したビジネスの実施状況について

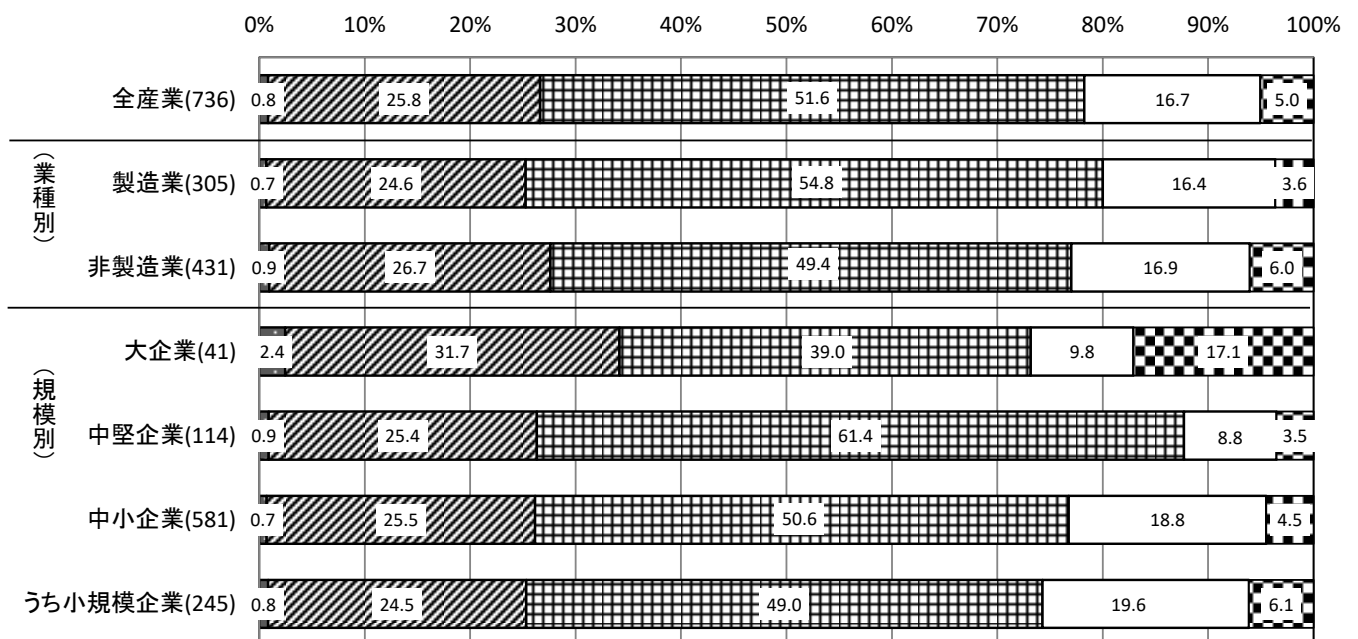
- メタバースを活用したビジネスの実施状況について、全産業では「実施しておらず、関心もない」(51.6%)が最も多く、次いで「実施していないが、関心はある」(25.8%)、「知らない・分からない」(16.7%)となった。

図表3-1 メタバースを活用したビジネスの実施状況について（単一回答）【全産業】



- 業種別にみても、「実施しておらず、関心もない」が製造業(54.8%)、非製造業(49.4%)とも最も多く、次いで「実施していないが、関心はある」が製造業(24.6%)、非製造業(26.7%)となった。
- 規模別にみても、「実施しておらず、関心もない」が大企業(39.0%)、中堅企業(61.4%)、中小企業(50.6%)、うち小規模企業(49.0%)で最も多く、次いで「実施していないが、関心はある」が大企業(31.7%)、中堅企業(25.4%)、中小企業(25.5%)、うち小規模企業(24.5%)となった。

図表3-2 メタバースを活用したビジネスの実施状況について（単一回答）【全産業・業種別・規模別】

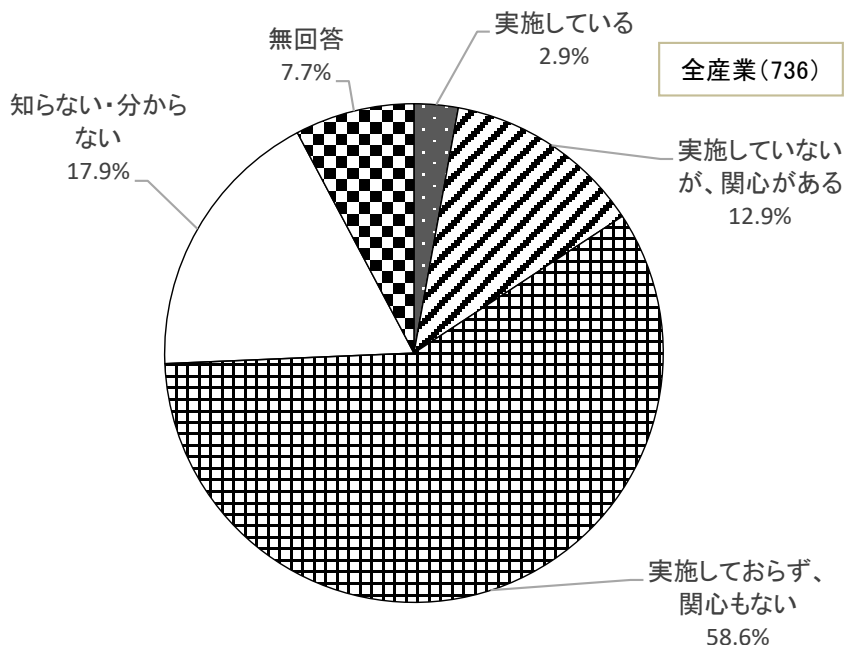


■実施している ■実施していないが、関心はある ■実施しておらず、関心もない □知らない・分からない ■無回答

#### 4 宇宙に関連したビジネスの実施状況について

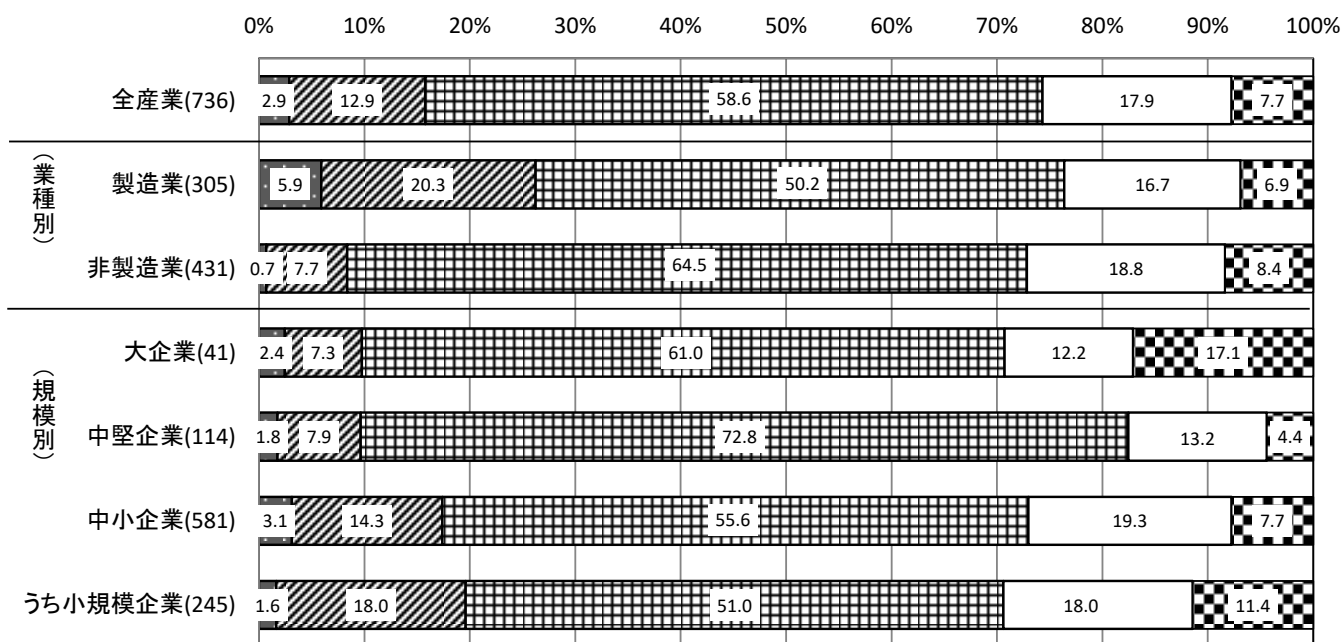
○ 宇宙に関連したビジネスの実施状況について、全産業では「実施しておらず、関心もない」(58.6%)が最も多く、次いで「知らない・分からない」(17.9%)、「実施していないが、関心がある」(12.9%)となった。

図表4-1 宇宙に関連したビジネスの実施状況について（単一回答）【全産業】



- 業種別にみると、「実施しておらず、関心もない」が製造業(50.2%)、非製造業(64.5%)とも最も多く、次いで製造業が「実施していないが、関心がある」(20.3%)、非製造業が「知らない・分からない」(18.8%)となった。
- 規模別にみると「実施しておらず、関心もない」は大企業61.0%、中堅企業72.8%、中小企業55.6%、うち小規模企業51.0%となった。

図表4-2 宇宙に関連したビジネスの実施状況について（単一回答）【全産業・業種別・規模別】



■ 実施している ■ 実施していないが、関心がある ■ 実施しておらず、関心もない □ 知らない・分からない ■ 無回答

—新技術・成長分野への取組状況調査—

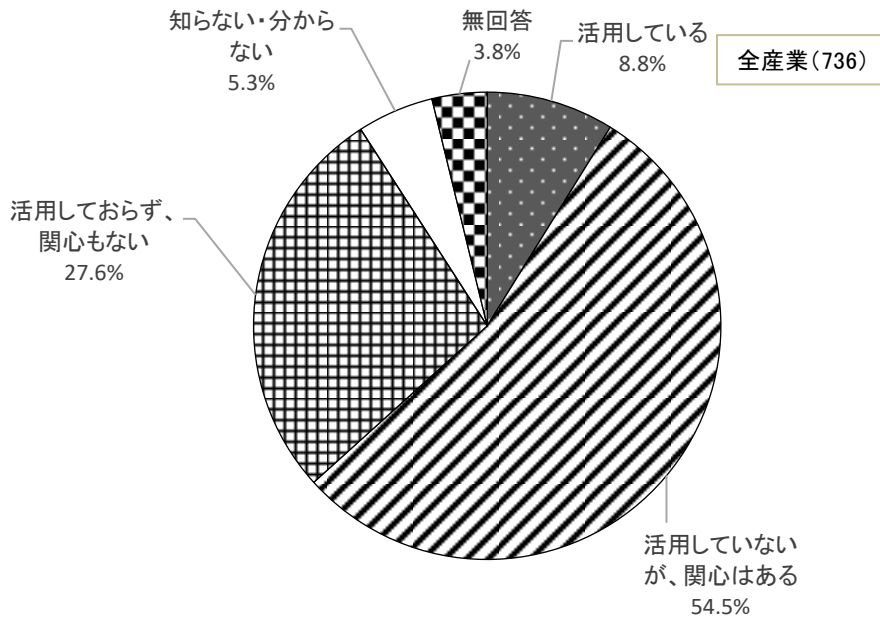
1 生成AI(ChatGPTほか)の活用状況について

生成AI (ChatGPTほか) の活用状況について、全産業では「活用していないが、関心はある」(54.5%)が最も多く、次いで「活用しておらず、関心もない」(27.6%)、「活用している」(8.8%)となった。

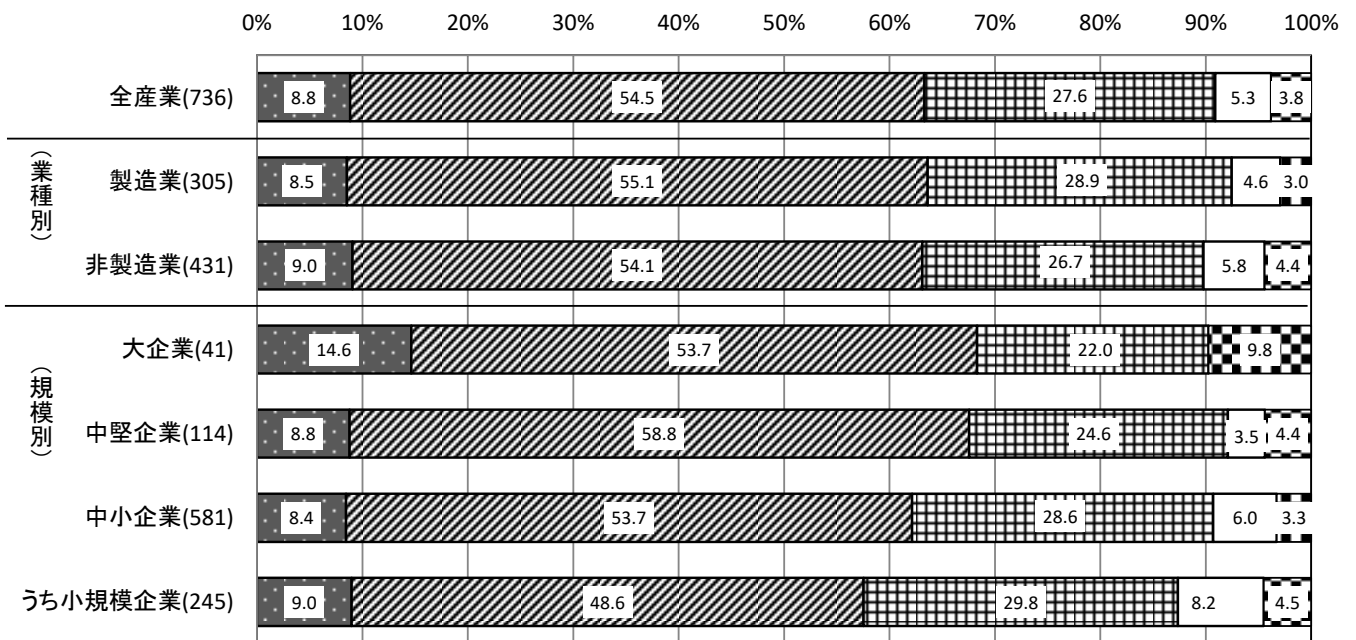
業種別にみても、「活用していないが、関心はある」が製造業(55.1%)、非製造業(54.1%)とも最も多く、次いで「活用しておらず、関心もない」が製造業(28.9%)、非製造業(26.7%)となった。

規模別にみると、「活用していないが、関心はある」は大企業が53.7%、中堅企業58.8%、中小企業53.7%、うち小規模企業48.6%となった。

図表1-1 生成AI(ChatGPTほか)の活用状況について(単一回答)【全産業】



図表1-2 生成AI(ChatGPTほか)の活用状況について(単一回答)【全産業・業種別・規模別】



■ 活用している   ■ 活用していないが、関心はある   ■ 活用しておらず、関心もない   □ 知らない・分からない   ■ 無回答

<問1で「1. 活用している」「2. 活用していないが、関心はある」を選択された場合>

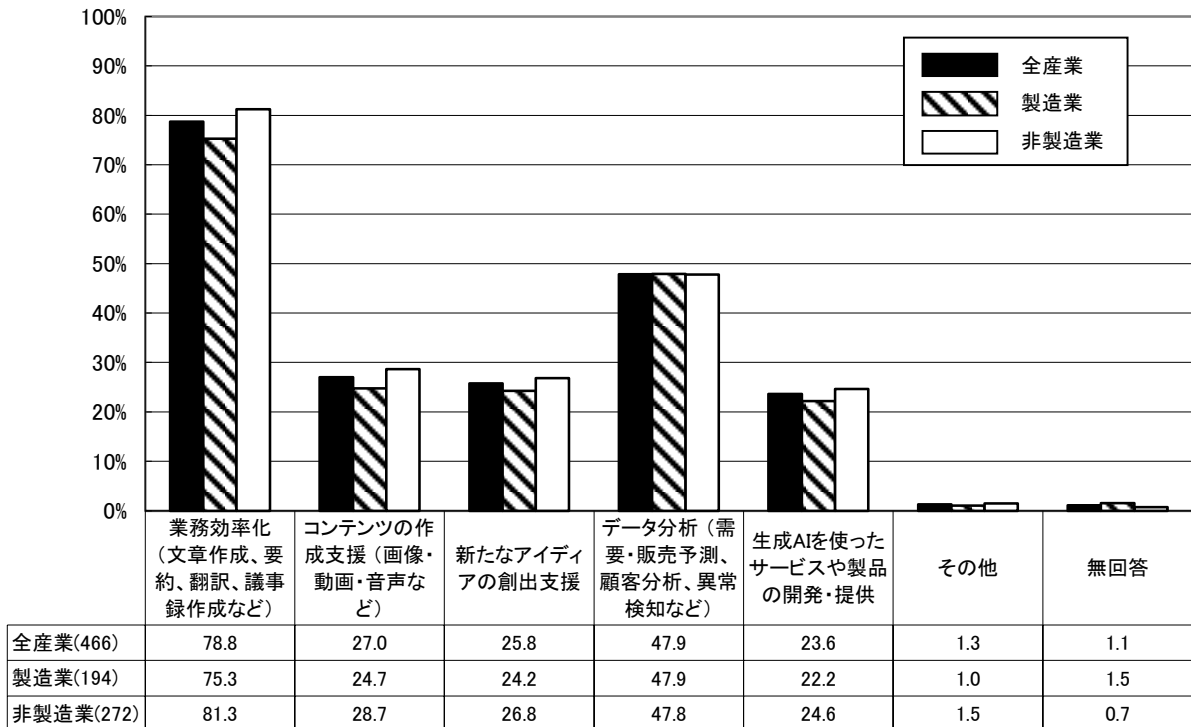
## 2 生成AIの活用(または関心のある)内容について

生成AIの活用(または関心のある)内容について、全産業では「業務効率化(文章作成、要約、翻訳、議事録作成など)」(78.8%)が最も多く、次いで「データ分析(需要・販売予測、顧客分析、異常検知など)」(47.9%)、「コンテンツの作成支援(画像・動画・音声など)」(27.0%)となった。

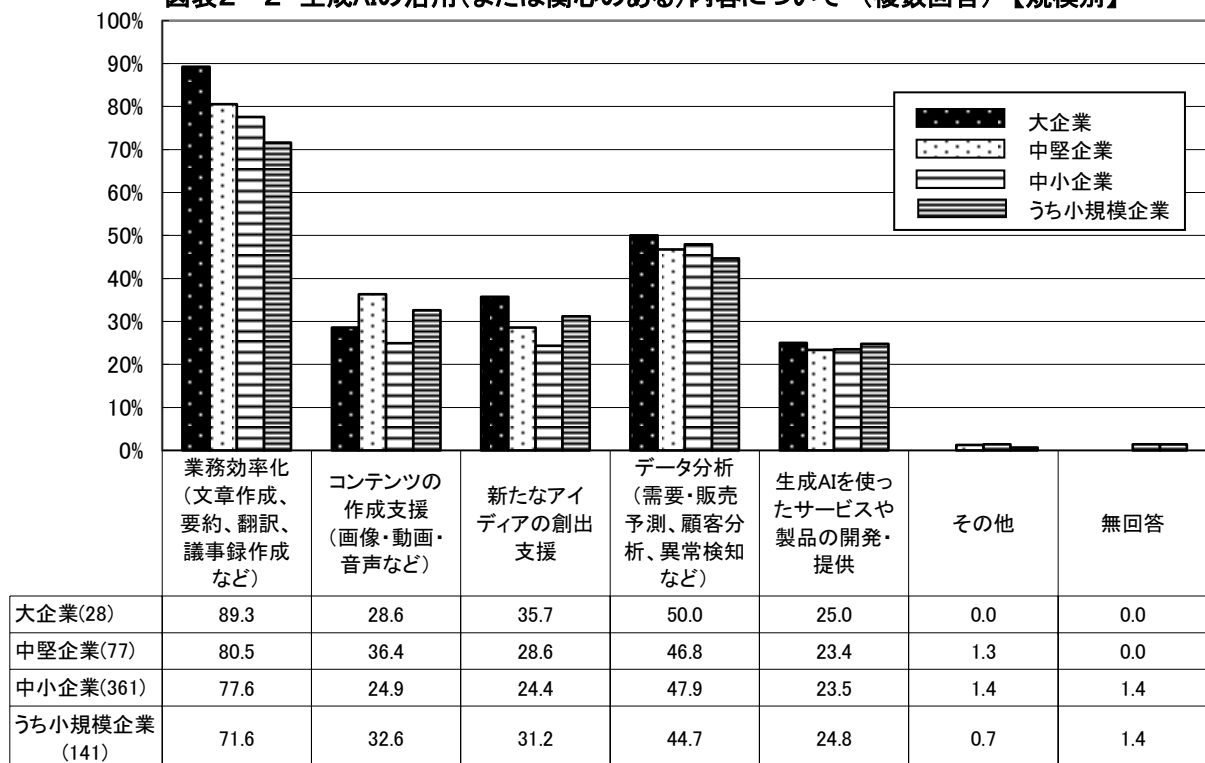
業種別にみても、「業務効率化(文章作成、要約、翻訳、議事録作成など)」が製造業(75.3%)、非製造業(81.3%)とも最も多く、次いで「データ分析(需要・販売予測、顧客分析、異常検知など)」は製造業(47.9%)、非製造業(47.8%)となった。

規模別にみると、「業務効率化(文章作成、要約、翻訳、議事録作成など)」は大企業が89.3%、中堅企業80.5%、中小企業77.6%、うち小規模企業71.6%となった。

図表2-1 生成AIの活用(または関心のある)内容について(複数回答)【全産業・業種別】



図表2-2 生成AIの活用(または関心のある)内容について(複数回答)【規模別】





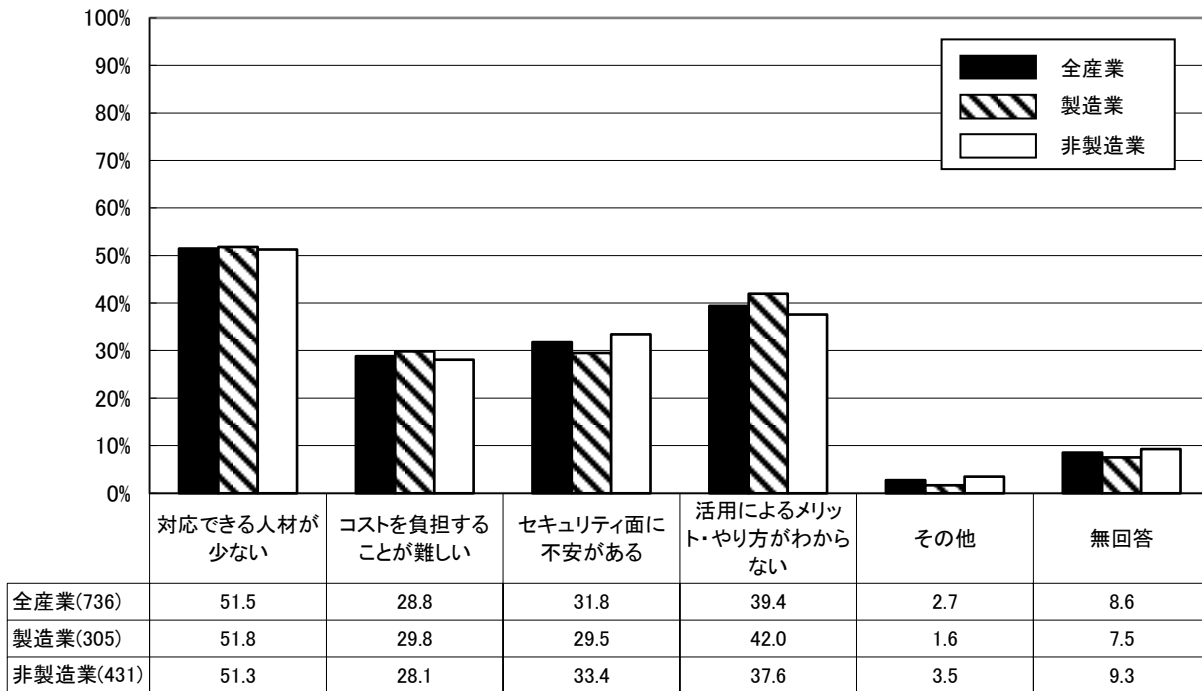
### 3 生成AIの活用において、課題と考えることについて

生成AIの活用において、課題と考えることについて、全産業では「対応できる人材が少ない」(51.5%)が最も多く、次いで「活用によるメリット・やり方がわからない」(39.4%)、「セキュリティ面に不安がある」(31.8%)となった。

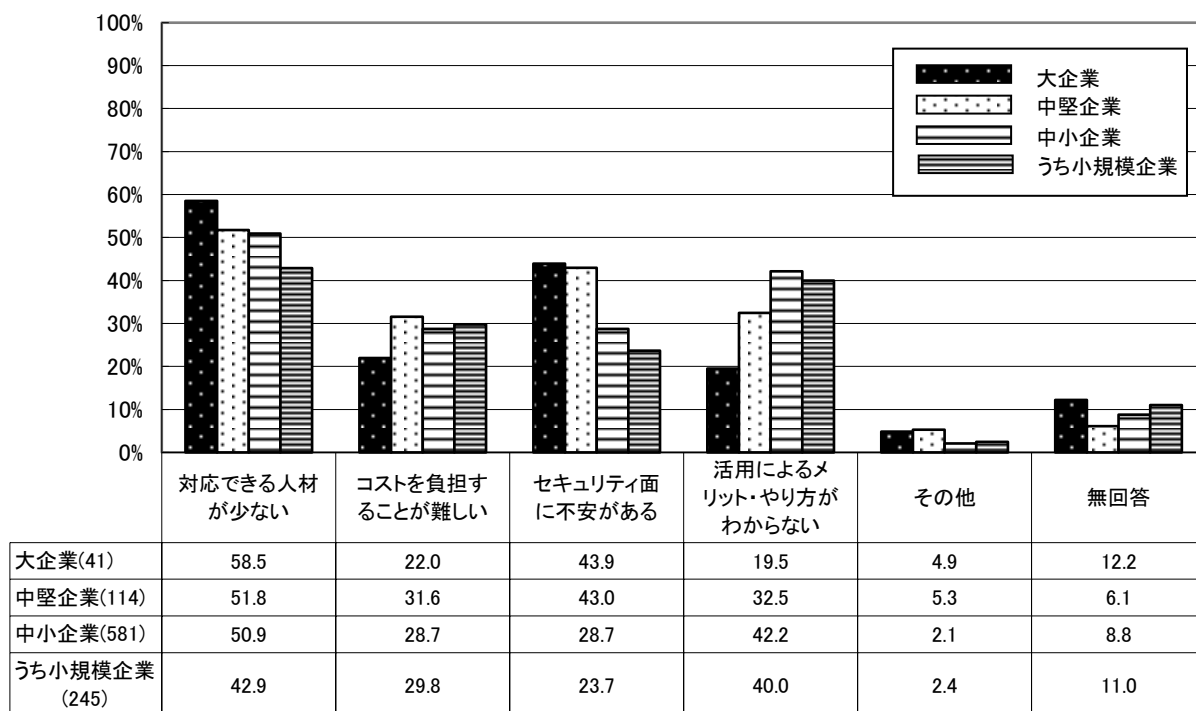
業種別にみても、「対応できる人材が少ない」が製造業(51.8%)、非製造業(51.3%)とも最も多く、次いで「活用によるメリット・やり方がわからない」が製造業(42.0%)、非製造業(37.6%)となった。

規模別にみると、「対応できる人材が少ない」は大企業が58.5%、中堅企業51.8%、中小企業50.9%、うち小規模企業42.9%となった。

図表3-1 生成AIの活用において、課題と考えることについて（複数回答）【全産業・業種別】



図表3-2 生成AIの活用において、課題と考えることについて（複数回答）【規模別】



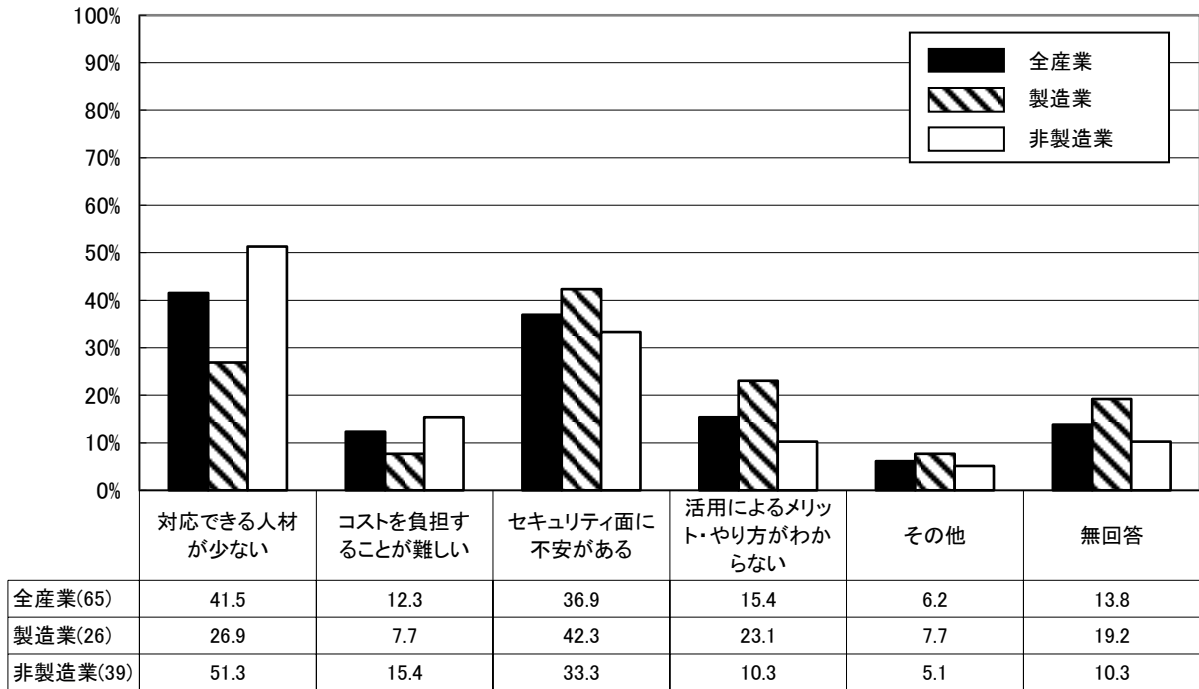
### 3-1 生成AIの活用において、課題と考えることについて【活用している企業】

生成AIを既に活用している企業において、課題と考えることについて、全産業では「対応できる人材が少ない」(41.5%)が最も多く、次いで「セキュリティ面に不安がある」(36.9%)、「活用によるメリット・やり方がわからない」(15.4%)となった。

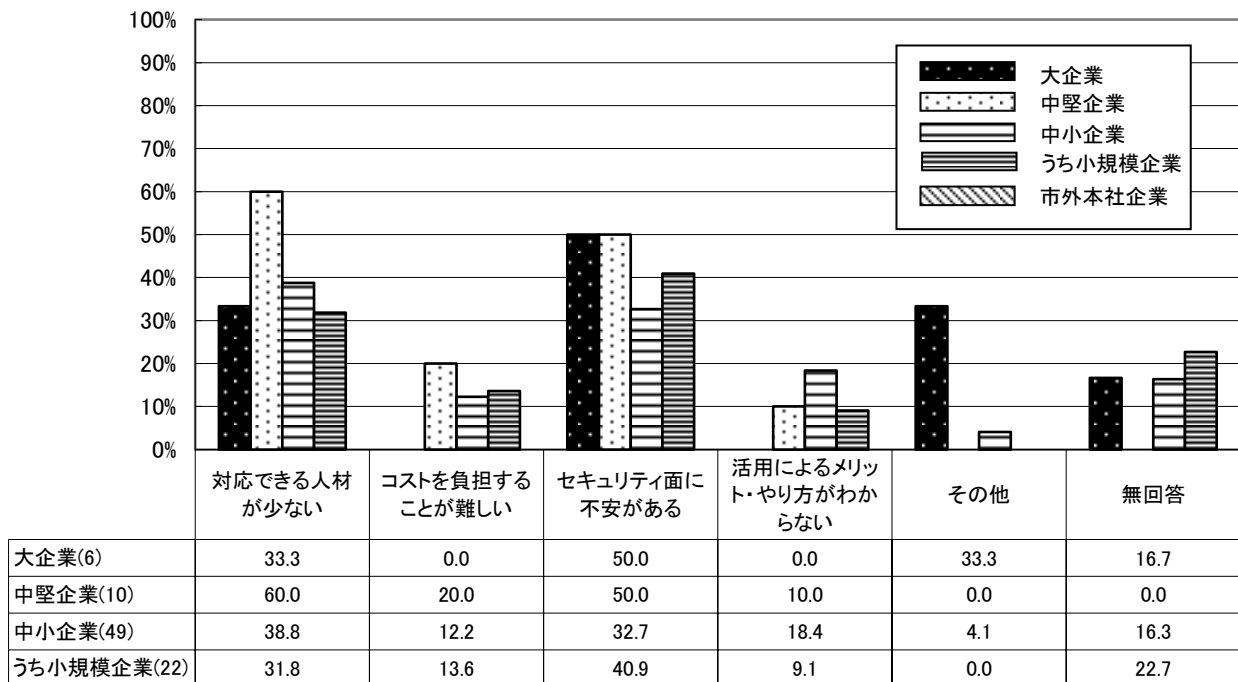
業種別にみると、「セキュリティ面に不安がある」が製造業(42.3%)で最も多く、「対応できる人材が少ない」が非製造業(51.3%)で最も多かった。

規模別にみると、「セキュリティ面に不安がある」が大企業(50.0%)、中小企業のうち小規模企業(40.9%)で最も多く、「対応できる人材が少ない」が中堅企業(60.0%)、小規模企業を除く中小企業(38.8%)で最も多かった。

図表3-1-1 生成AIの活用において、課題と考えることについて【活用している企業】  
(複数回答)【全産業・業種別】



図表3-1-2 生成AIの活用において、課題と考えることについて【活用している企業】  
(複数回答)【規模別】



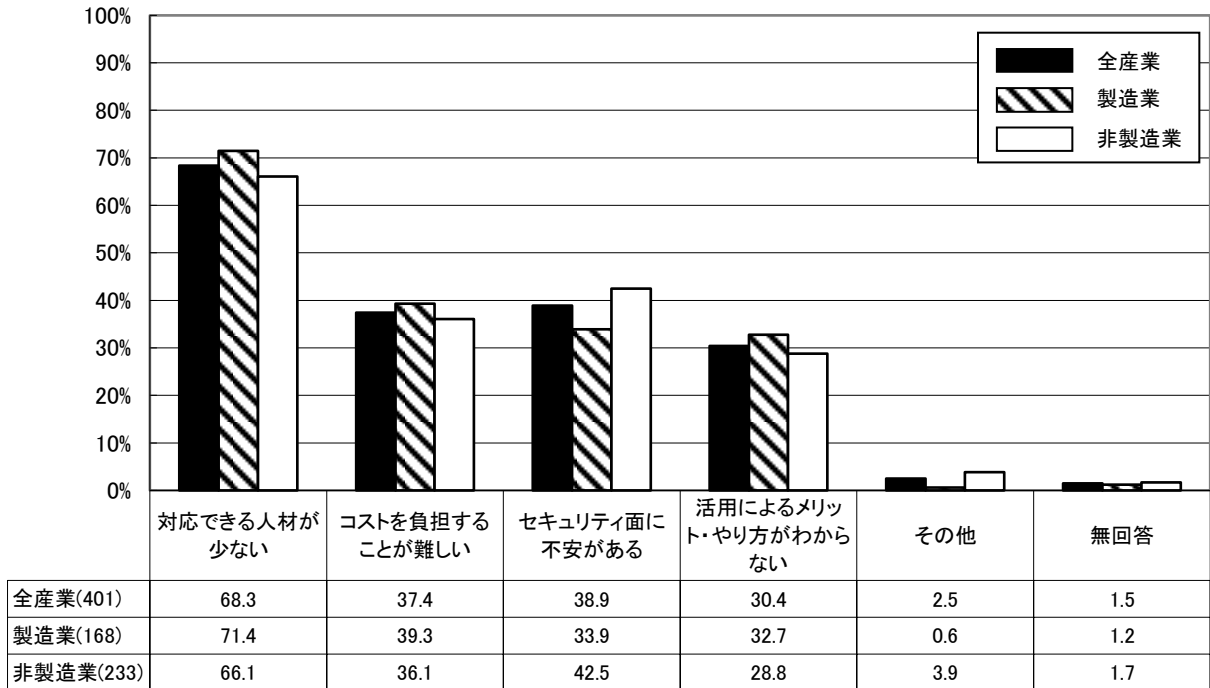
### 3-2 生成AIの活用において、課題と考えることについて【活用していないが、関心はある企業】

生成AIを活用していないが、関心はある企業において、全産業では「対応できる人材が少ない」（68.3%）が最も多く、次いで「セキュリティ面に不安がある」（38.9%）、「コストを負担することが難しい」（37.4%）となった。

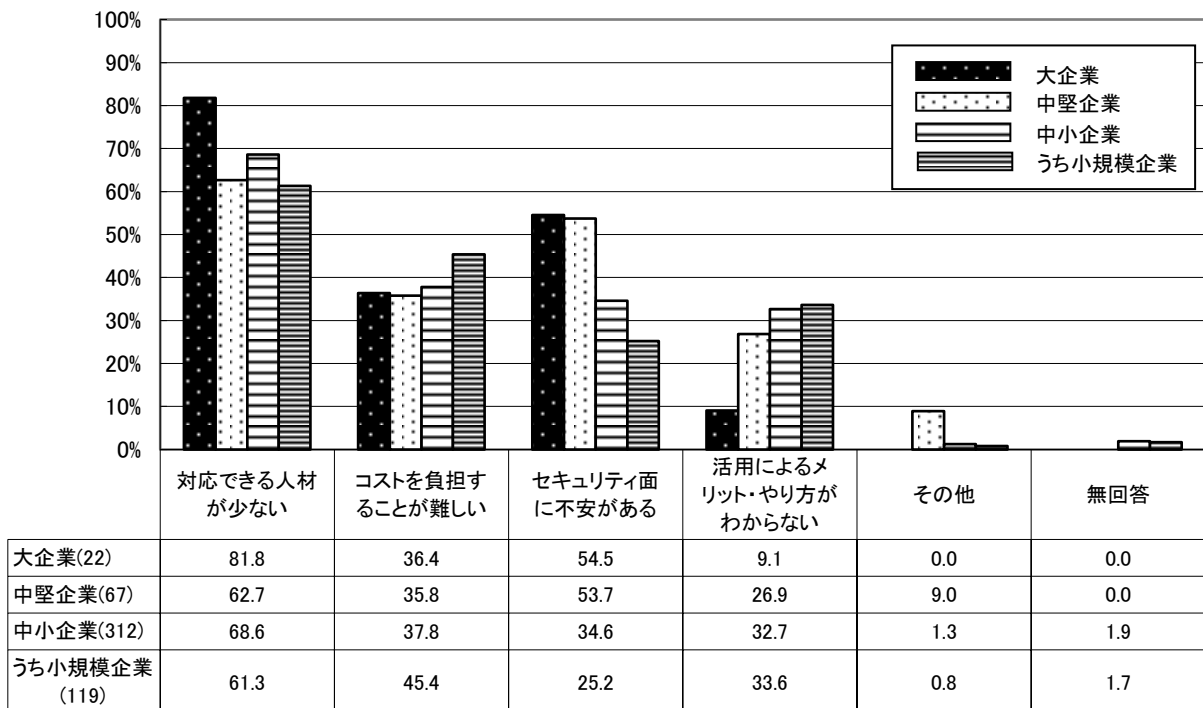
業種別にみると、「対応できる人材が少ない」が製造業（71.4%）、非製造業（66.1%）とも最も多く、次いで製造業が「コストを負担することが難しい」（39.3%）、非製造業が「セキュリティ面に不安がある」（42.5%）となった。

規模別にみると、「対応できる人材が少ない」は大企業が81.8%、中堅企業62.7%、中小企業68.6%、うち小規模企業61.3%となった。

図表3-2-1 生成AIの活用において、課題と考えることについて【活用していないが、関心はある企業】  
（複数回答）【全産業・業種別】



図表3-2-2 生成AIの活用において、課題と考えることについて【活用していないが、関心はある企業】  
（複数回答）【規模別】



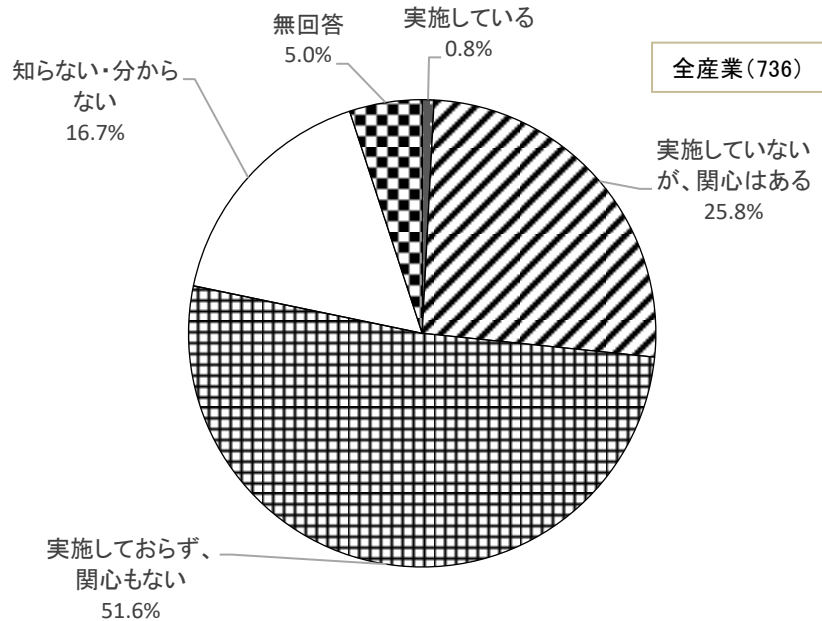
#### 4 メタバースを活用したビジネスの実施状況について

メタバースを活用したビジネスの実施状況について、全産業では「実施しておらず、関心もない」(51.6%)が最も多く、次いで「実施していないが、関心はある」(25.8%)、「知らない・分からない」(16.7%)となった。

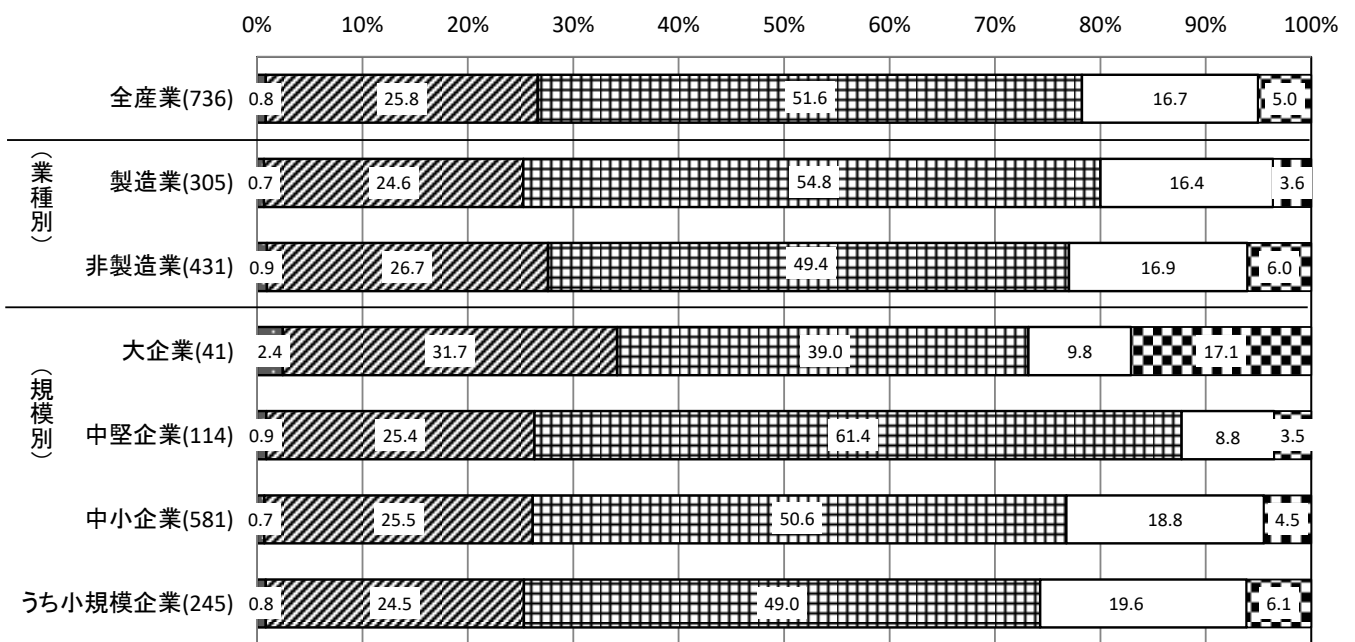
業種別にみても、「実施しておらず、関心もない」が製造業(54.8%)、非製造業(49.4%)とも最も多く、次いで「実施していないが、関心はある」が製造業(24.6%)、非製造業(26.7%)となった。

規模別にみても、「実施しておらず、関心もない」が大企業(39.0%)、中堅企業(61.4%)、中小企業(50.6%)、うち小規模企業(49.0%)で最も多く、次いで「実施していないが、関心はある」が大企業(31.7%)、中堅企業(25.4%)、中小企業(25.5%)、うち小規模企業(24.5%)となった。

図表4-1 メタバースを活用したビジネスの実施状況について (単一回答) 【全産業】



図表4-2 メタバースを活用したビジネスの実施状況について (単一回答) 【全産業・業種別・規模別】



■実施している ■実施していないが、関心はある ■実施しておらず、関心もない □知らない・分からない ■無回答

<問4で「1. 実施している」「2. 実施していないが、関心はある」を選択された場合>

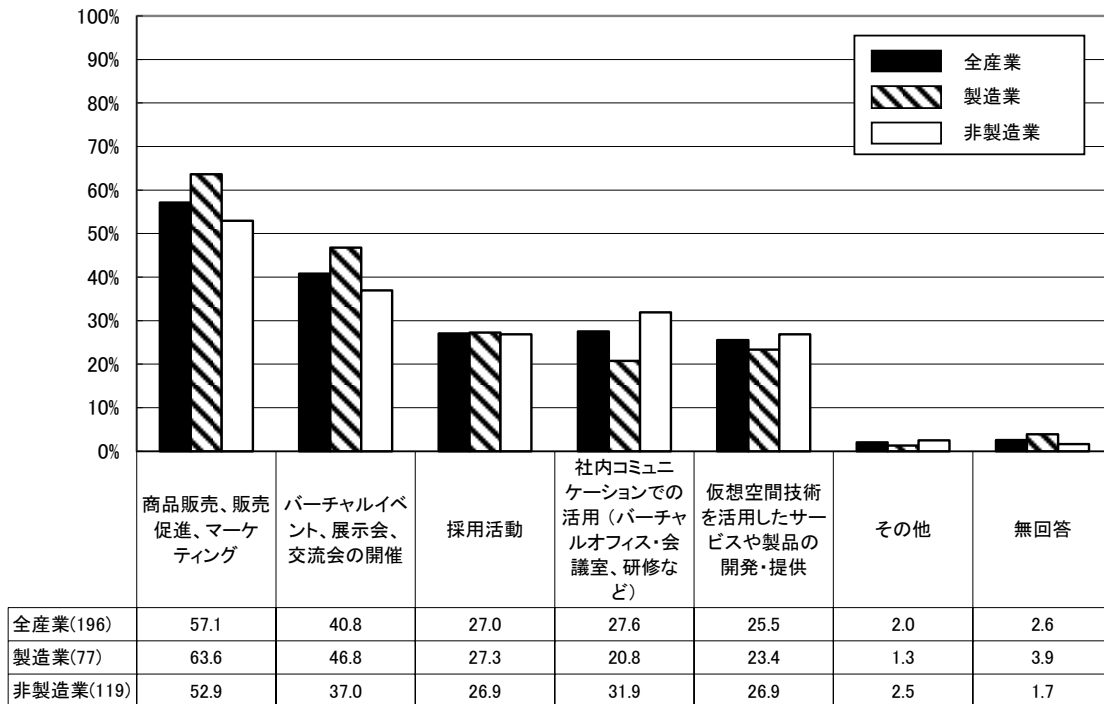
**5 メタバースを活用したビジネスの実施(または関心のある)内容について**

メタバースを活用したビジネスの実施(または関心のある)内容について、全産業では「商品販売、販売促進、マーケティング」(57.1%)が最も多く、次いで「バーチャルイベント、展示会、交流会の開催」(40.8%)、「社内コミュニケーションでの活用(バーチャルオフィス・会議室、研修など)」(27.6%)となった。

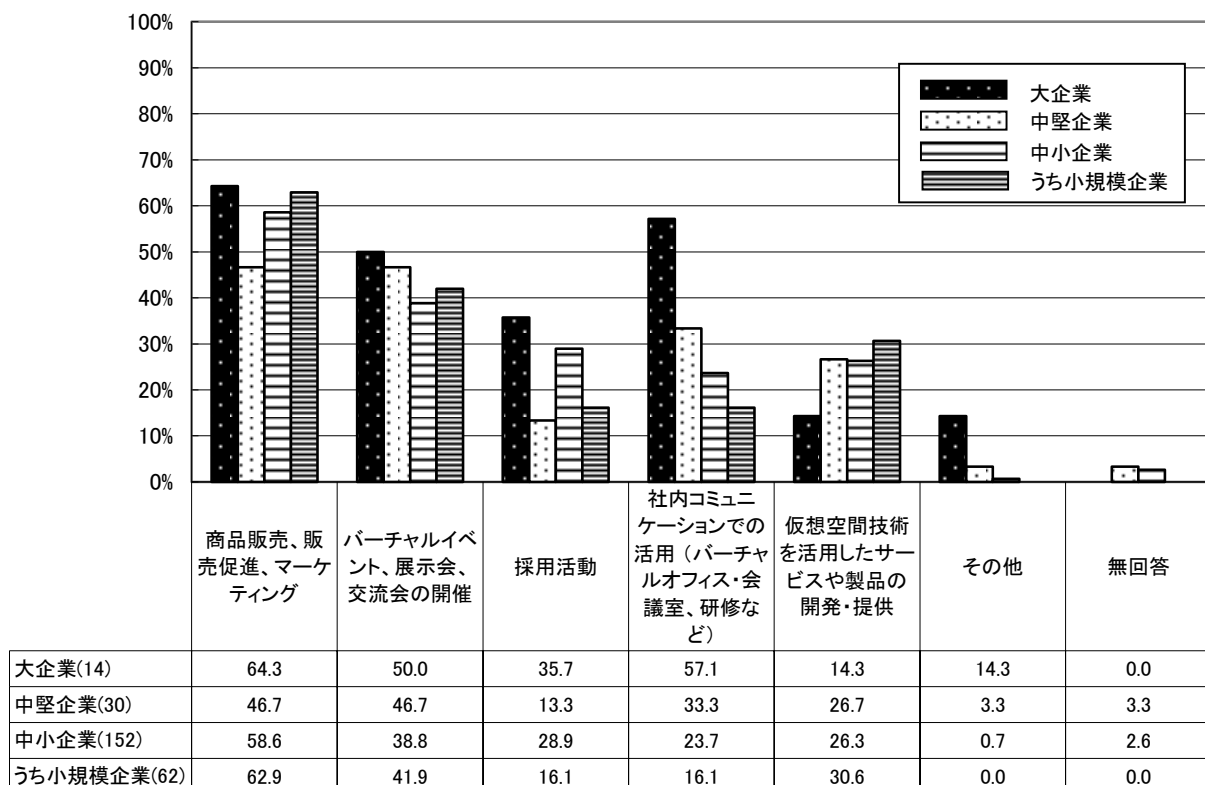
業種別にみても、「商品販売、販売促進、マーケティング」が製造業(63.6%)、非製造業(52.9%)とも最も多く、次いで「バーチャルイベント、展示会、交流会の開催」が製造業(46.8%)、非製造業(37.0%)となった。

規模別にみると、「商品販売、販売促進、マーケティング」が大企業(64.3%)、中小企業(58.6%)、うち小規模企業(62.9%)で最も多く、中堅企業は「商品販売、販売促進、マーケティング」、「バーチャルイベント、展示会、交流会の開催」が同率(46.7%)で最も多くなった。

**図表5-1 メタバースを活用したビジネスの実施(または関心のある)内容について (複数回答)【全産業・業種別】**



**図表5-2 メタバースを活用したビジネスの実施(または関心のある)内容について (複数回答)【規模別】**



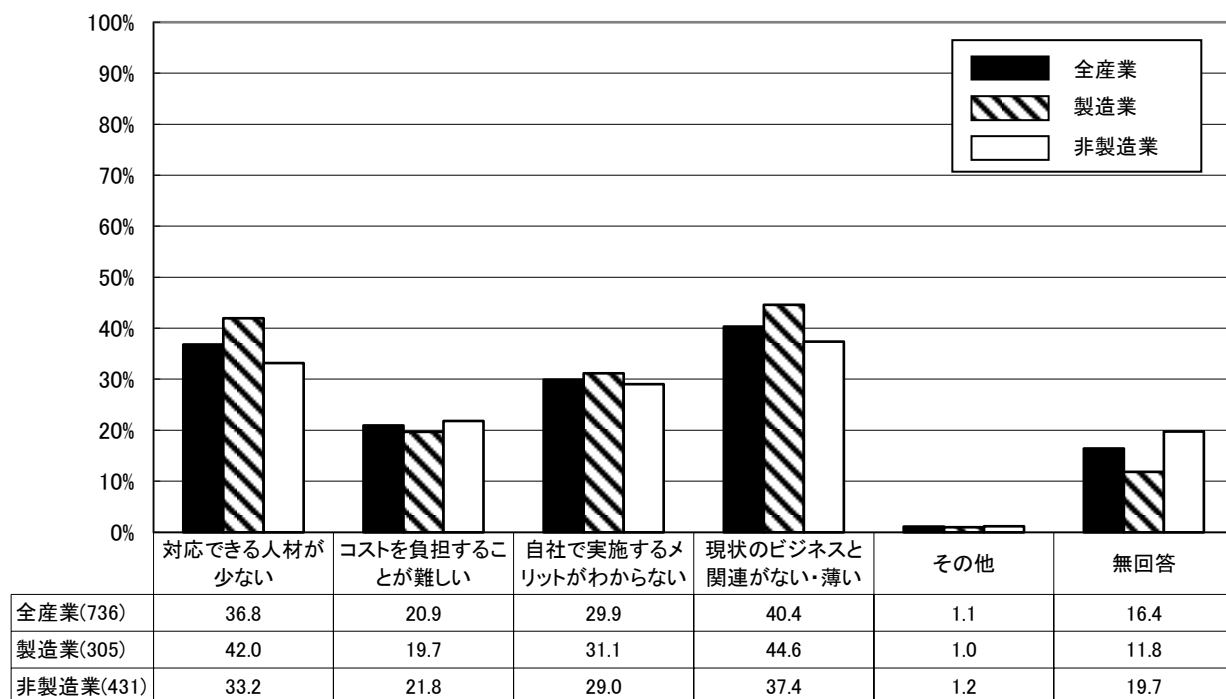
## 6 メタバースを活用したビジネスの実施において、課題と考えることについて

メタバースを活用したビジネスの実施において、課題と考えることについて、全産業では「現状のビジネスと関連がない・薄い」(40.4%)が最も多く、次いで「対応できる人材が少ない」(36.8%)、「自社で実施するメリットがわからない」(29.9%)となった。

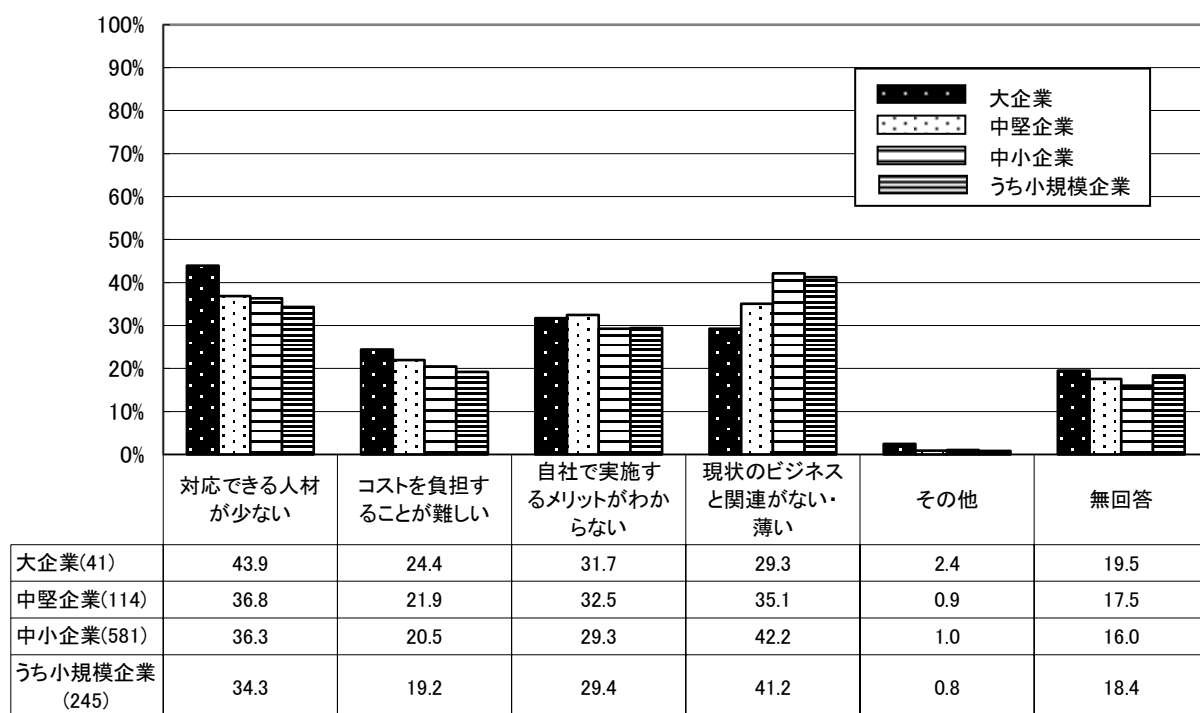
業種別にみても、「現状のビジネスと関連がない・薄い」が製造業(44.6%)、非製造業(37.4%)とも最も多く、次いで「対応できる人材が少ない」が製造業(42.0%)、非製造業(33.2%)となった。

規模別にみると、「対応できる人材が少ない」が大企業(43.9%)、中堅企業(36.8%)で最も多く、「現状のビジネスと関連がない・薄い」が中小企業(42.2%)、うち小規模企業(41.2%)で最も多くなった。

図表6-1 メタバースを活用したビジネスの実施において、課題と考えることについて（複数回答）【全産業・業種別】



図表6-2 メタバースを活用したビジネスの実施において、課題と考えることについて（複数回答）【規模別】



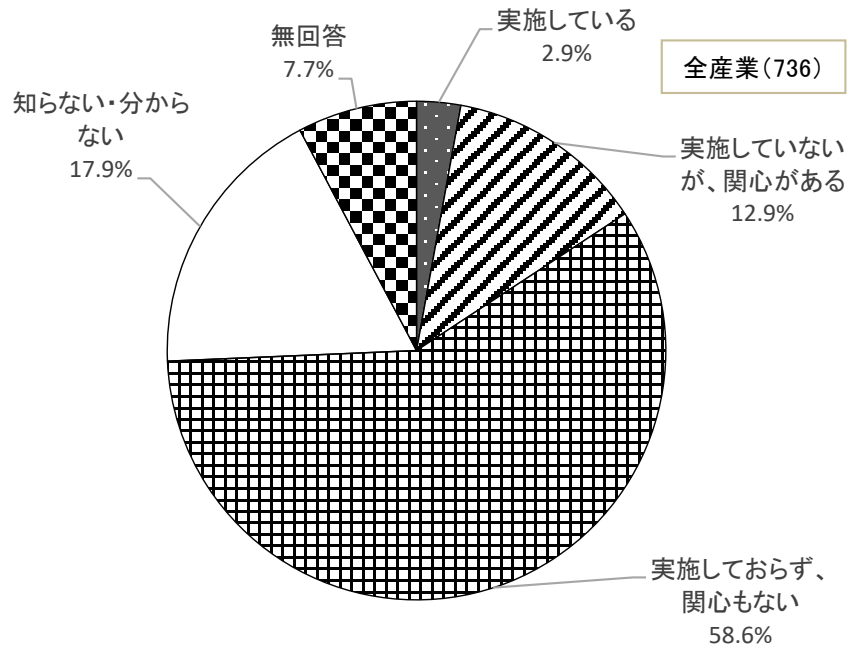
## 7 宇宙に関連したビジネスの実施状況について

宇宙に関連したビジネスの実施状況について、全産業では「実施しておらず、関心もない」(58.6%)が最も多く、次いで「知らない・分からない」(17.9%)、「実施していないが、関心がある」(12.9%)となった。

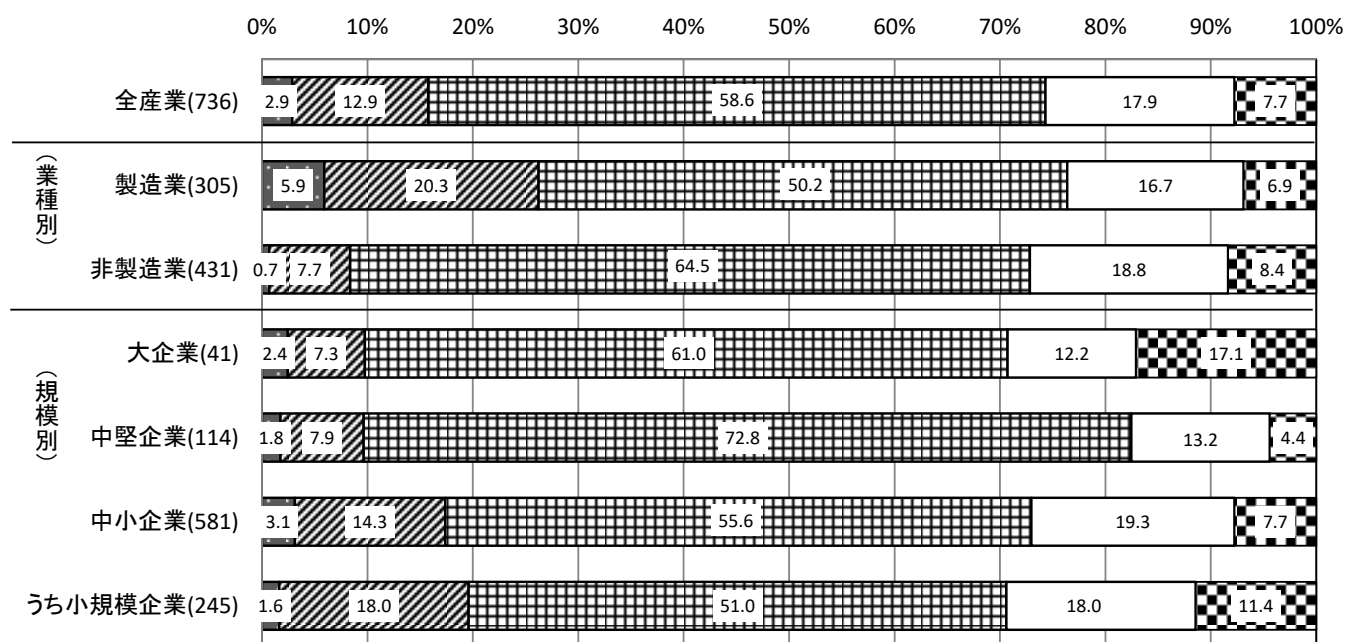
業種別にみると、「実施しておらず、関心もない」が製造業(50.2%)、非製造業(64.5%)とも最も多く、次いで製造業が「実施していないが、関心がある」(20.3%)、非製造業が「知らない・分からない」(18.8%)となった。

規模別にみると「実施しておらず、関心もない」は大企業61.0%、中堅企業72.8%、中小企業55.6%、うち小規模企業51.0%となった。

図表7-1 宇宙に関連したビジネスの実施状況について（単一回答）【全産業】



図表7-2 宇宙に関連したビジネスの実施状況について（単一回答）【全産業・業種別・規模別】



■ 実施している   ■ 実施していないが、関心がある   ■ 実施しておらず、関心もない   □ 知らない・分からない   ■ 無回答

<問7で「1. 実施している」「2. 実施していないが、関心はある」を選択された場合>

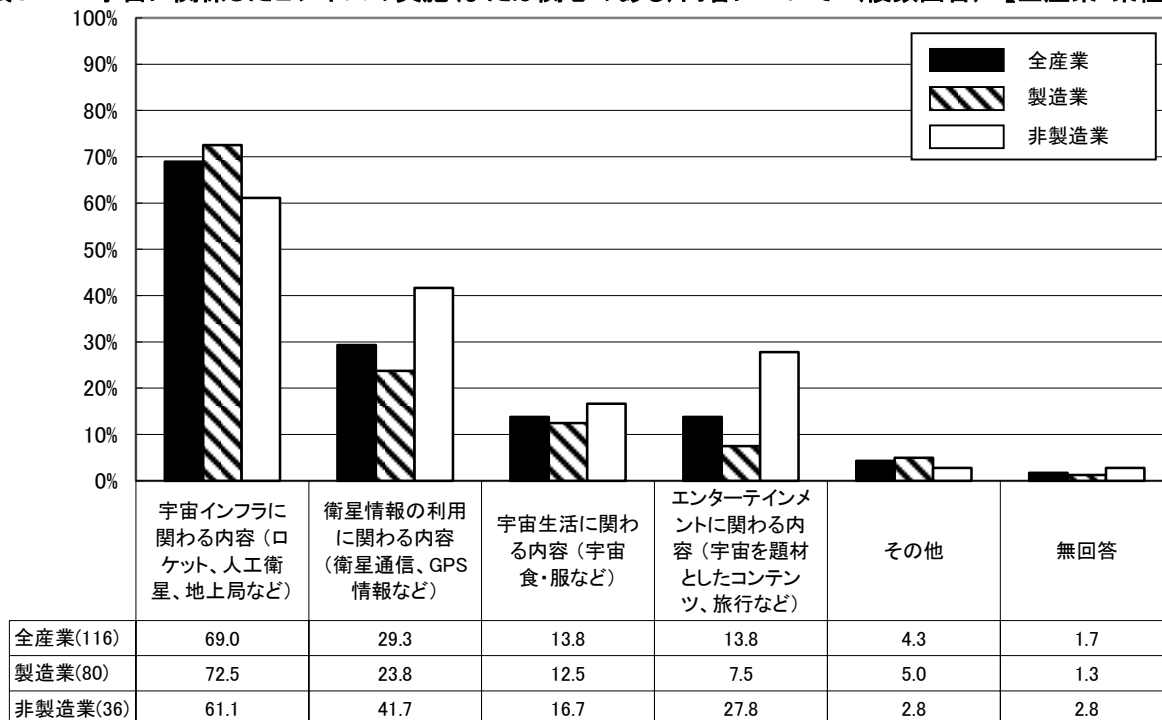
## 8 宇宙に関係したビジネスの実施(または関心のある)内容について

宇宙に関係したビジネスの実施(または関心のある)内容について、全産業では「宇宙インフラに関わる内容(ロケット、人工衛星、地上局など)」(69.0%)が最も多く、次いで「衛星情報の利用に関わる内容(衛星通信、GPS情報など)」(29.3%)、「宇宙生活に関わる内容(宇宙食・服など)」、「エンターテインメントに関わる内容(宇宙を題材としたコンテンツ、旅行など)」が同率(13.8%)となった。

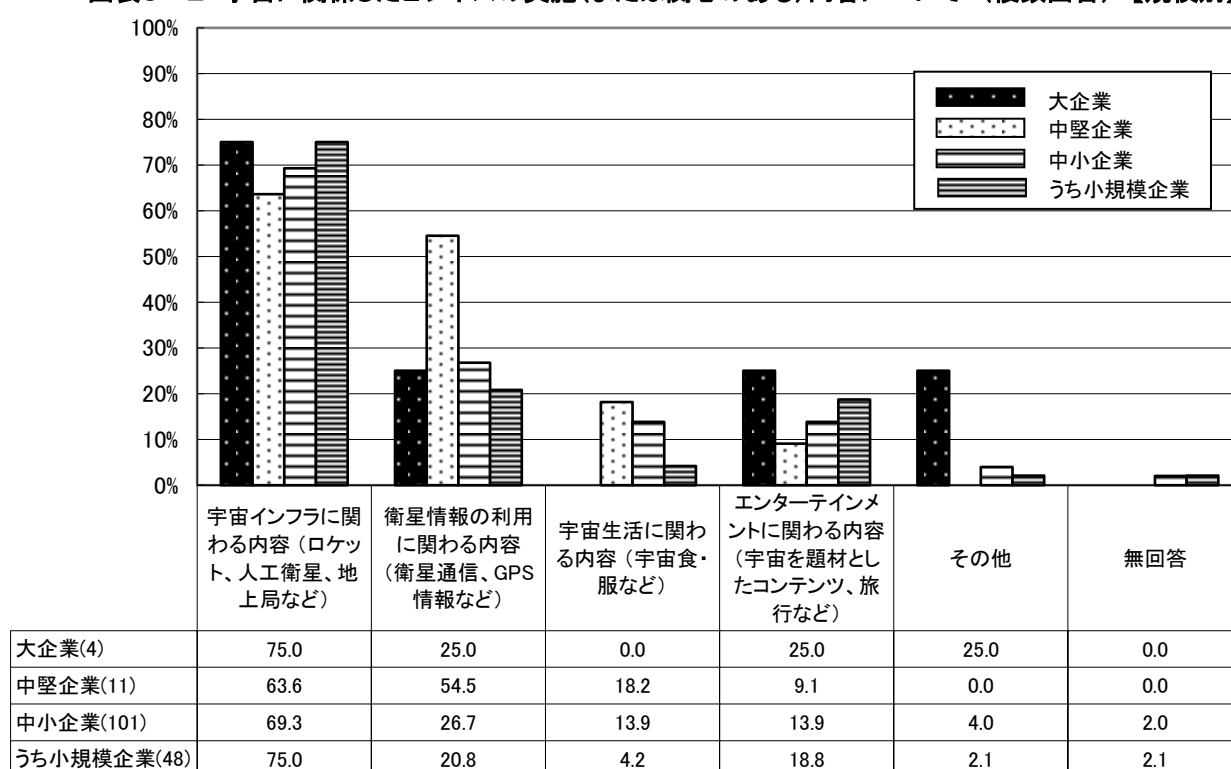
業種別にみても、「宇宙インフラに関わる内容(ロケット、人工衛星、地上局など)」が製造業(72.5%)、非製造業(61.1%)とも最も多く、次いで「衛星情報の利用に関わる内容(衛星通信、GPS情報など)」が製造業(23.8%)、非製造業(41.7%)となった。

規模別にみると「宇宙インフラに関わる内容(ロケット、人工衛星、地上局など)」は大企業75.0%、中堅企業63.6%、中小企業69.3%、うち小規模企業75.0%となった。

図表8-1 宇宙に関係したビジネスの実施(または関心のある)内容について(複数回答)【全産業・業種別】



図表8-2 宇宙に関係したビジネスの実施(または関心のある)内容について(複数回答)【規模別】





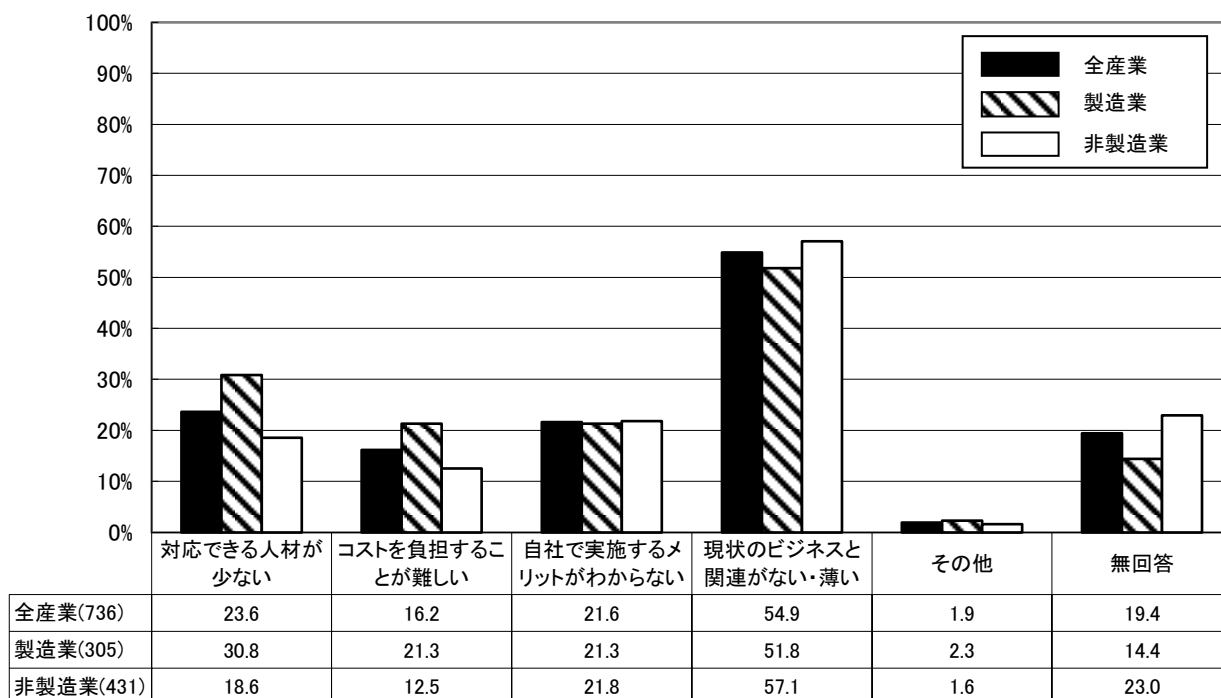
## 9 宇宙に関係したビジネスの実施にあたり、課題と考えることについて

宇宙に関係したビジネスの実施にあたり、課題と考えることについて、全産業では「現状のビジネスと関連がない・薄い」(54.9%)が最も多く、次いで「対応できる人材が少ない」(23.6%)、「自社で実施するメリットがわからない」(21.6%)となった。

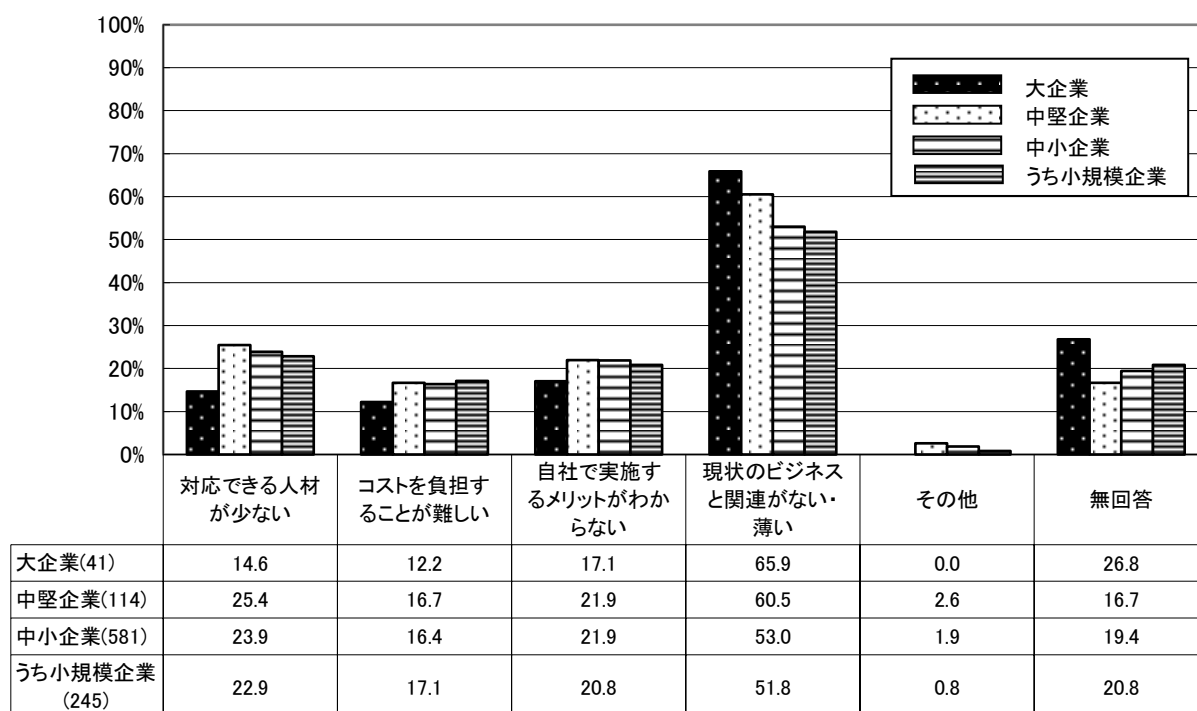
業種別にみると、「現状のビジネスと関連がない・薄い」が製造業(51.8%)、非製造業(57.1%)とも最も多く、次いで製造業が「対応できる人材が少ない」(30.8%)、非製造業が「自社で実施するメリットがわからない」(21.8%)となった。

規模別にみると、「現状のビジネスと関連がない・薄い」は大企業65.9%、中堅企業60.5%、中小企業53.0%、うち小規模企業51.8%となった。

図表9-1 宇宙に関係したビジネスの実施にあたり、課題と考えることについて（複数回答）【全産業・業種別】



図表9-2 宇宙に関係したビジネスの実施にあたり、課題と考えることについて（複数回答）【規模別】



## 特別調査 新技術・成長分野への取組状況調査\_設問内容

### Q1 生成AI(ChatGPTほか)の活用状況について、選択してください。(単一回答)

※生成AIとは、コンピュータが学習したデータを元に、新しいデータや情報を作成できる人工知能のこと。Open AI社(米)が開発したChatGPTの登場で注目が集まっている。

- |                  |                   |
|------------------|-------------------|
| 1. 活用している        | 2. 活用していないが、関心はある |
| 3. 活用しておらず、関心もない | 4. 知らない・分からない     |

(Q1で「1. 活用している」「2. 活用していないが、関心はある」を選択した方のみ)

### Q2 生成AIの活用(または関心のある)内容について選択してください。(複数回答可)

- |                              |                               |
|------------------------------|-------------------------------|
| 1. 業務効率化(文章作成、要約、翻訳、議事録作成など) | 2. コンテンツの作成支援(画像・動画・音声など)     |
| 3. 新たなアイデアの創出支援              | 4. データ分析(需要・販売予測、顧客分析、異常検知など) |
| 5. 生成AIを使ったサービスや製品の開発・提供     | 6. その他( )                     |

### Q3 生成AIの活用において、課題と考えることについて、選択してください。(複数回答可)

- |                  |                        |
|------------------|------------------------|
| 1. 対応できる人材が少ない   | 2. コストを負担することが難しい      |
| 3. セキュリティ面に不安がある | 4. 活用によるメリット・やり方がわからない |
| 5. その他( )        |                        |

### Q4 メタバースを活用したビジネスの実施状況について、選択してください。(単一回答)

※メタバースとは、インターネット上につくられた3次元の仮想空間。ユーザーはアバターと呼ばれる分身を操作して、仮想空間内でコミュニケーションや経済活動を行うことができるもの。

- |                  |                   |
|------------------|-------------------|
| 1. 実施している        | 2. 実施していないが、関心はある |
| 3. 実施しておらず、関心もない | 4. 知らない・分からない     |

(Q4で「1. 実施している」「2. 実施していないが、関心はある」を選択した方のみ)

### Q5 メタバースを活用したビジネスの実施(または関心のある)内容について、選択してください。(複数回答可)

- |  |
|--|
| 1. 商品販売、販売促進、マーケティング                   |
| 2. バーチャルイベント、展示会、交流会の開催                |
| 3. 採用活動                                |
| 4. 社内コミュニケーションでの活用(バーチャルオフィス・会議室、研修など) |
| 5. 仮想空間技術を活用したサービスや製品の開発・提供            |
| 6. その他( )                              |

### Q6 メタバースを活用したビジネスの実施において、課題と考えることについて、選択してください。(複数回答可)

- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| 1. 対応できる人材が少ない       | 2. コストを負担することが難しい   |
| 3. 自社で実施するメリットがわからない | 4. 現状のビジネスと関連がない・薄い |
| 5. その他( )            |                     |

### Q7 宇宙に関係したビジネスの実施状況について、選択してください。(単一回答)

※宇宙に関係したビジネスとは、人工衛星やロケット、地上設備などの宇宙インフラや部品供給関連、人口衛星を活用したサービスなど、宇宙に関連したビジネス全般のこと。

- |                  |                   |
|------------------|-------------------|
| 1. 実施している        | 2. 実施していないが、関心がある |
| 3. 実施しておらず、関心もない | 4. 知らない・分からない     |

(Q7で「1. 実施している」「2. 実施していないが、関心はある」を選択した方のみ)

### Q8 宇宙に関係したビジネスの実施(または関心のある)内容について、選択してください。(複数回答可)

- |   |
|---|
| 1. 宇宙インフラに関わる内容(ロケット、人工衛星、地上局など)        |
| 2. 衛星情報の利用に関わる内容(衛星通信、GPS情報など)          |
| 3. 宇宙生活に関わる内容(宇宙食・服など)                  |
| 4. エンターテインメントに関わる内容(宇宙を題材としたコンテンツ、旅行など) |
| 5. その他( )                               |

### Q9 宇宙に関係したビジネスの実施にあたり、課題と考えることについて、選択してください。(複数回答可)

- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| 1. 対応できる人材が少ない       | 2. コストを負担することが難しい   |
| 3. 自社で実施するメリットがわからない | 4. 現状のビジネスと関連がない・薄い |
| 5. その他( )            |                     |

## 第 126 回横浜市景況・経営動向調査（特別調査）

◎報告書掲載 URL

<https://www.city.yokohama.lg.jp/business/kigyoshien/tokei-chosa/keikyou.html>

発行：横浜市経済局政策調整部企画調整課  
〒231-0005 横浜市中区本町 6 丁目 50 番地の 10  
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 丁目 51 番地  
電話：045-641-0232 FAX：045-641-2555