

明和町商工会
明和町内 地域経済動向調査結果レポート

平成 30 年 2 月

明和町商工会

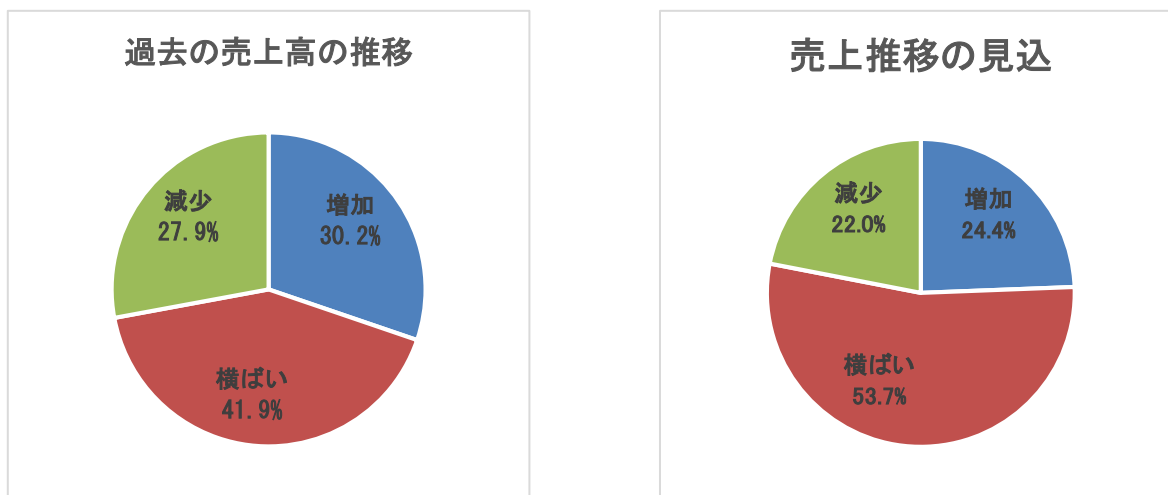
1. 調査概要

- 調査対象：町内小規模事業者
- 調査方法：調査票によるアンケート形式
- 調査期間：平成 29 年 9 月 1 日（金）～平成 30 年 1 月 31 日（水）
- 調査総数：50 件
- 回答数：50 件（回答率 100%）
- 回答者の業種内訳：製造 12 社、建設業 9 社、サービス業 13 社、小売業 6 社
卸売業 3 社、飲食業 7 社
- 回答者の営業形態：
法人 22 社（株式会社 7 社、有限会社 12 社、その他 1 社、不明 2 社）
個人事業 26 者
無回答 2 社

2. 売上の概況

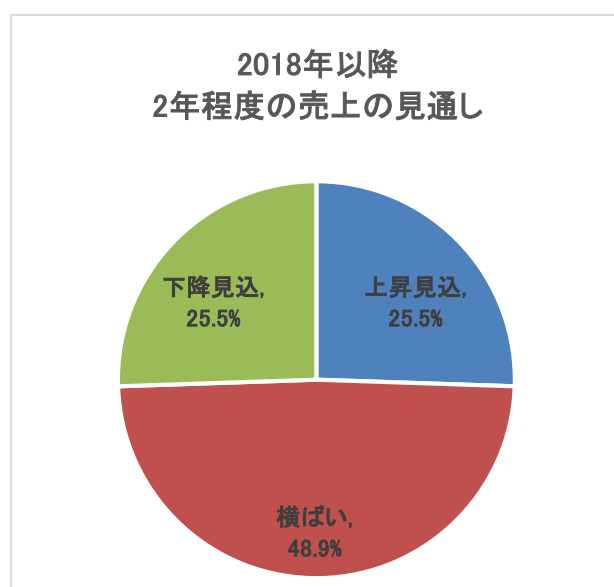
① 事業者の売上の推移

過去の売上の推移と来期の売上推移の見込を確認すると、過去は「増加」している事業者は30.2%存在し、減少している事業者を上回った。来期の売上推移の見込については、「減少」を見込んでいる事業者は22.0%となり、昨年の調査（減少見込42.9%）から大幅に割合が下がった。一方で過去も見込も「横ばい」とした事業者の割合が高まり、全国的な景気回復に合わせ売上が改善傾向にあるが、まだまだ先行きに不透明感があることがわかる。



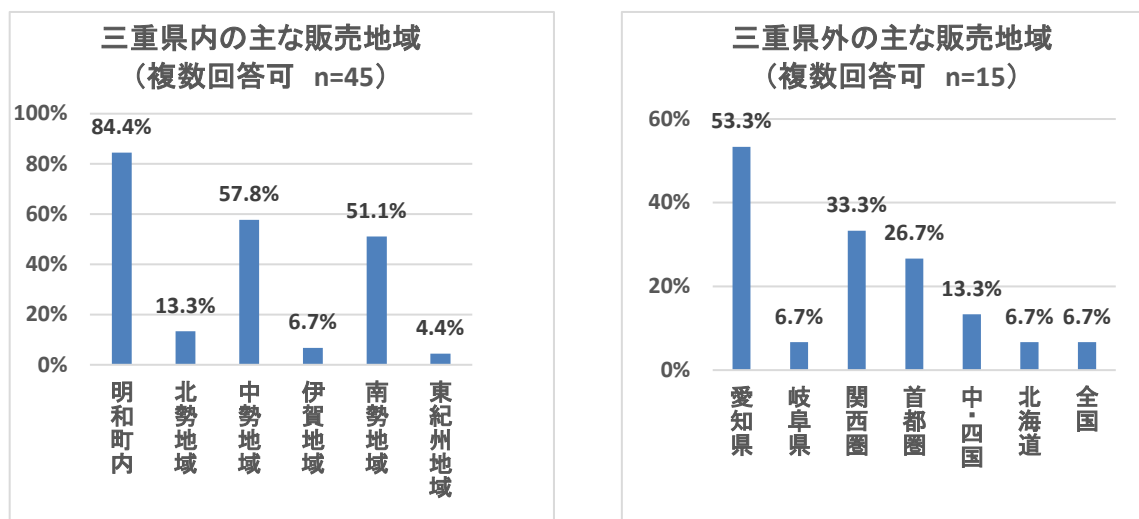
② 中期的な売上の見通し

2018年以降の売上見通しが「上昇見込」と回答した事業者は25.5%と昨年調査（11.1%）よりも改善した。「下降見込」と回答した事業者の割合も下がっており（昨年38.9%→今回25.5%）中期的にも、景気回復の影響からやや楽観視できている傾向がうかがえる。



③ 主な販売先について

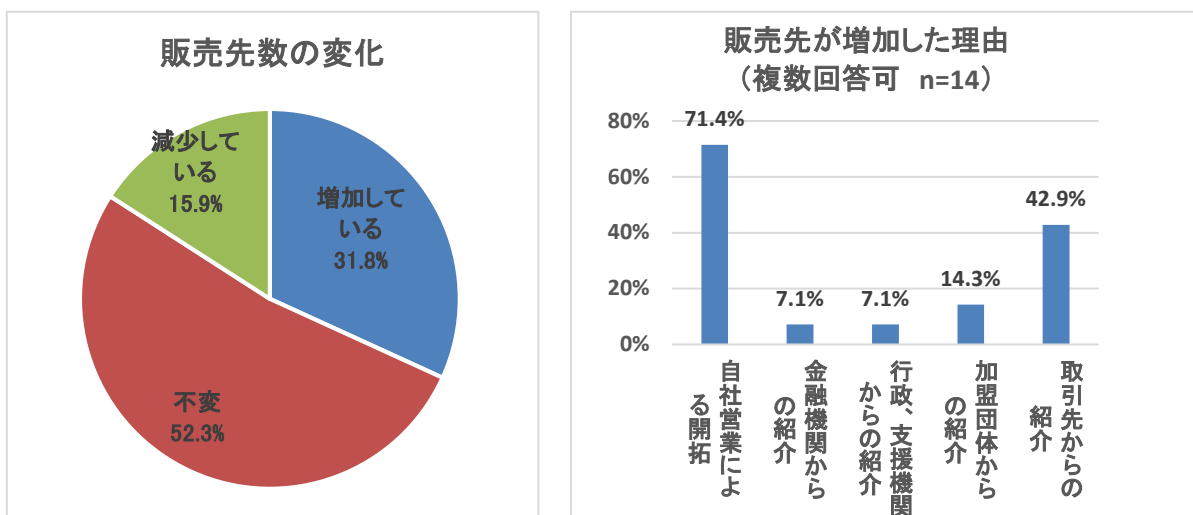
県内の販売先では、「明和町内」や「中勢・南勢地域」など近隣の販売先が多い。県外に販売している事業者数（15 事業者）は少なく、商圈の比較的狭い、地域需要志向型の事業者が多いと言える。



④ 販売先数の変化

販売先数の変化については、「増加している」と回答した事業者は 31.8%であり、「減少している」と回答した事業者は 15.9%である。昨年調査と比較すると（増加 21.1%、減少 15.9%）増加傾向にあるとの回答した事業者の割合が高まっている。売上の増加に合わせ、販売先数も増加していることが伺える。

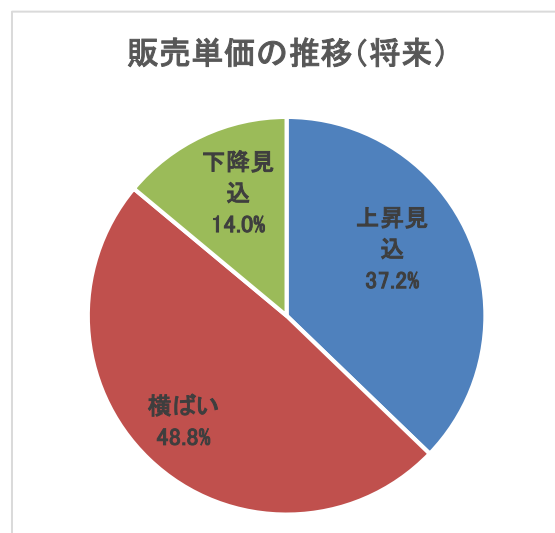
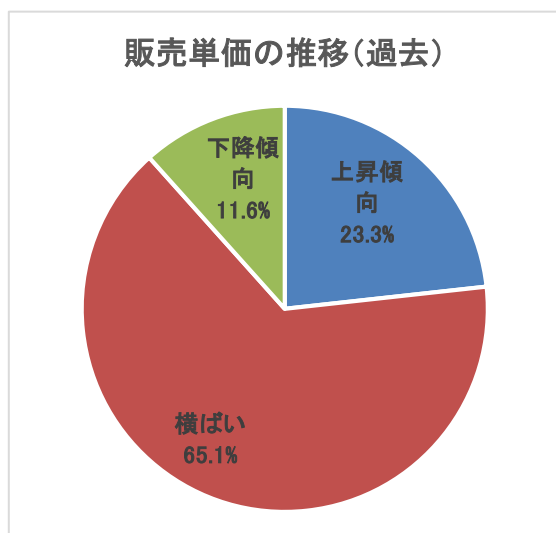
「増加している」と回答した事業者にその理由を尋ねたところ、「自社営業による開拓」が 71.4%を占め自社の主体的な取組が結果として表れていると言える。



⑤ 販売単価の変化

販売単価の変化について確認すると、過去の販売単価は「上昇した」と回答した事業者が23.3%（昨年35.3%）と昨年の調査から販売単価が「上昇した」と回答した事業者の割合が低下している。景気の回復により売上が上昇しているが、需要の拡大が主要因で、単価の上昇にまでは至っていないことがうかがえる。

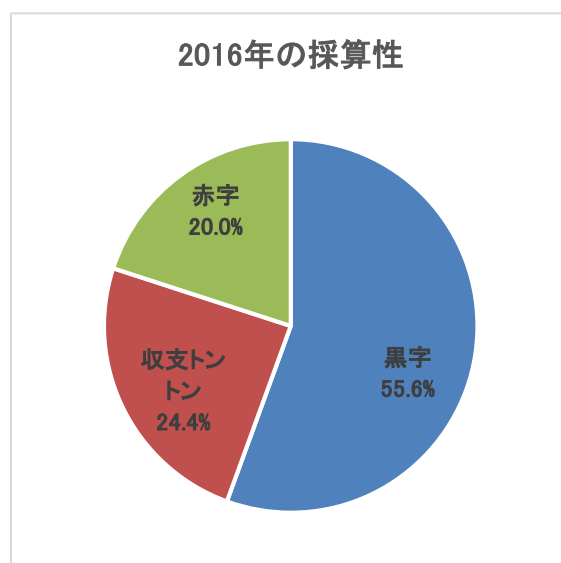
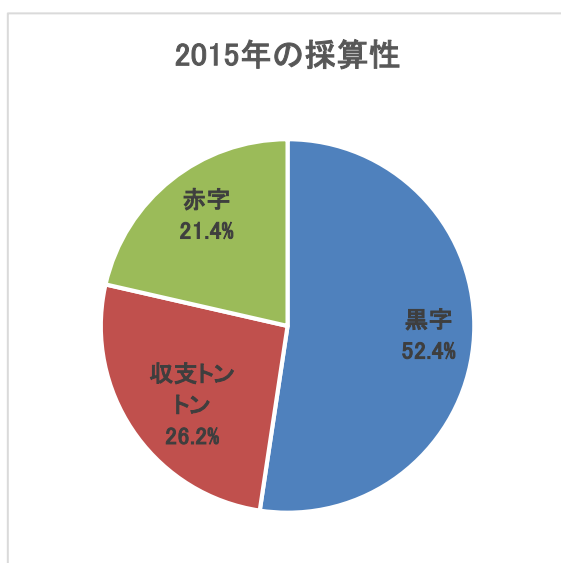
今後の見通しは、「上昇見込」と回答した事業者が37.2%であった。将来的には、単価も需要拡大に合わせて上昇すると見込んでいる事業者が増えていることがわかる。



3. 採算

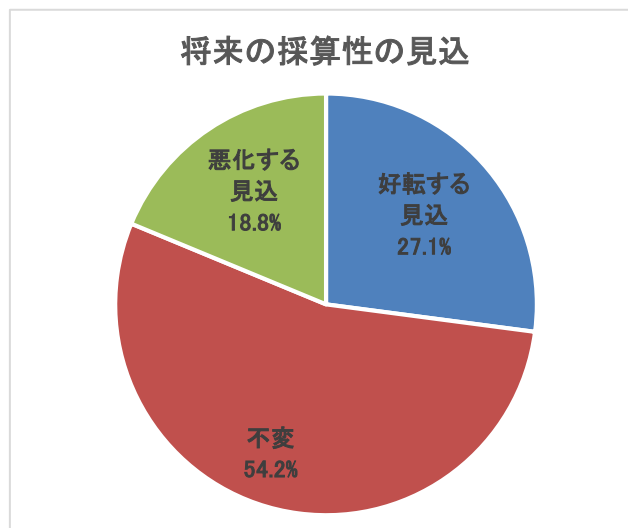
① 過去の採算性

過去の採算性を確認すると、「黒字」と回答した事業者が2015年から2016年にかけて増加している。2014年の採算性で「黒字」と回答した事業者の割合は34.3%であり、昨年から採算性についても改善傾向が続いていることがわかる。



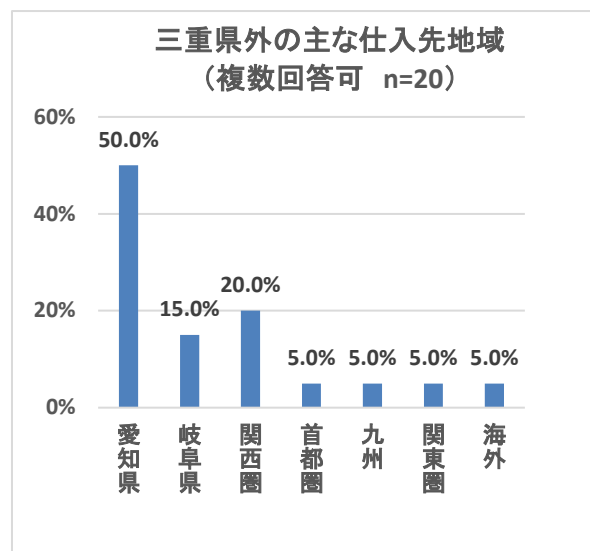
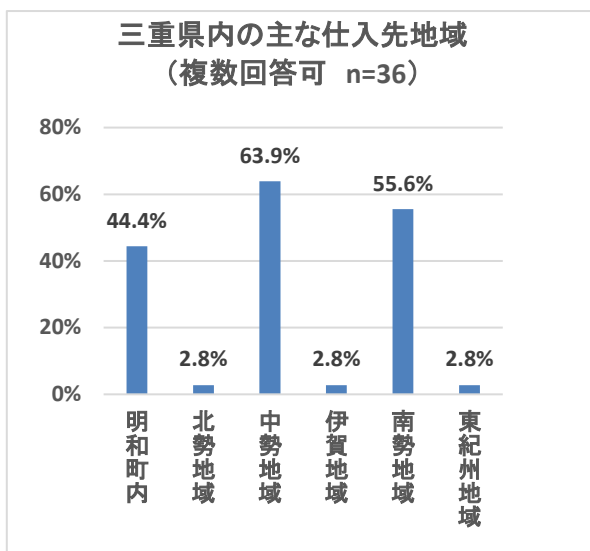
② 将来の採算性の見込

将来の採算性の見込は、「好転する見込み」と回答した事業者が27.1%と「悪化する見込」と回答した事業者を上回った。昨年調査（好転13.9%、悪化36.1%）から逆転しており売上の増加、販売単価の上昇、採算性の改善へと少しずつではあるが景気回復の影響が業績へ好影響を与えつつあることがわかる。



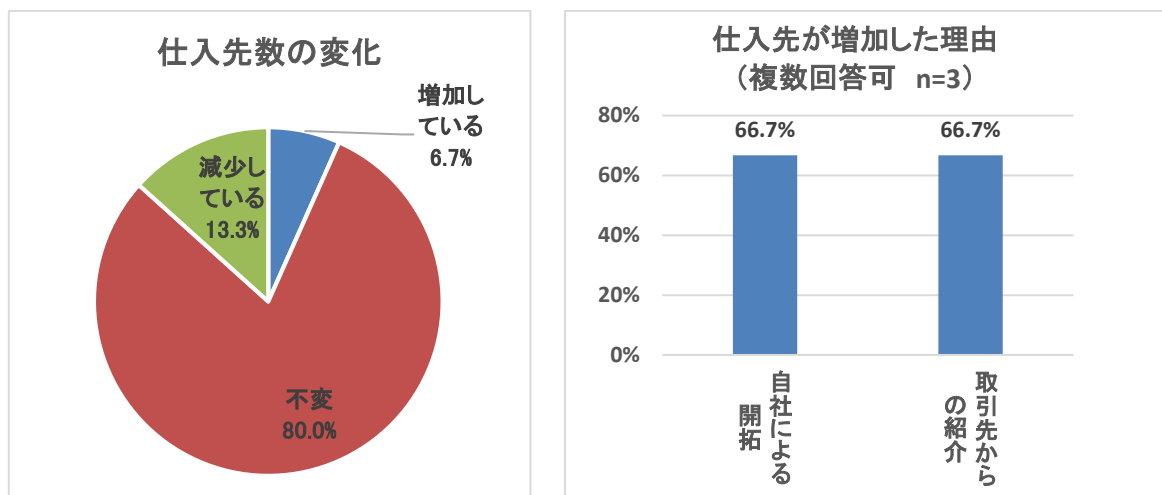
③ 仕入先について

仕入先については、県内では「中勢地域」から仕入れを行っている事業者の割合が最も高く、県外では「愛知県」から仕入れをしている事業者の割合が最も高い。



④ 仕入先数の変化

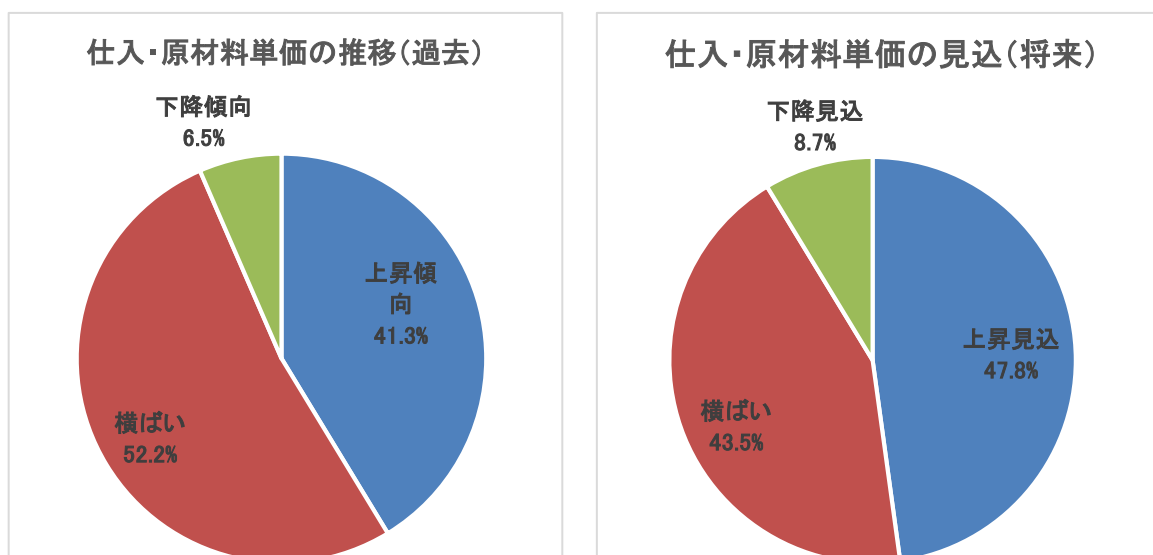
仕入先数の変化について「増加している」と回答した事業者は6.7%と少ない。増加したと回答した企業にその理由を確認すると、「自社による開拓」と「取引先からの紹介」である。仕入先については、新陳代謝があまり進んでいない状況がうかがえる。



⑤ 仕入・原材料単価の推移と見込

事業者の仕入・原材料単価の推移と見込について確認すると、「上昇傾向」と回答した事業者が「下降傾向」と回答した事業者を大きく上回った。

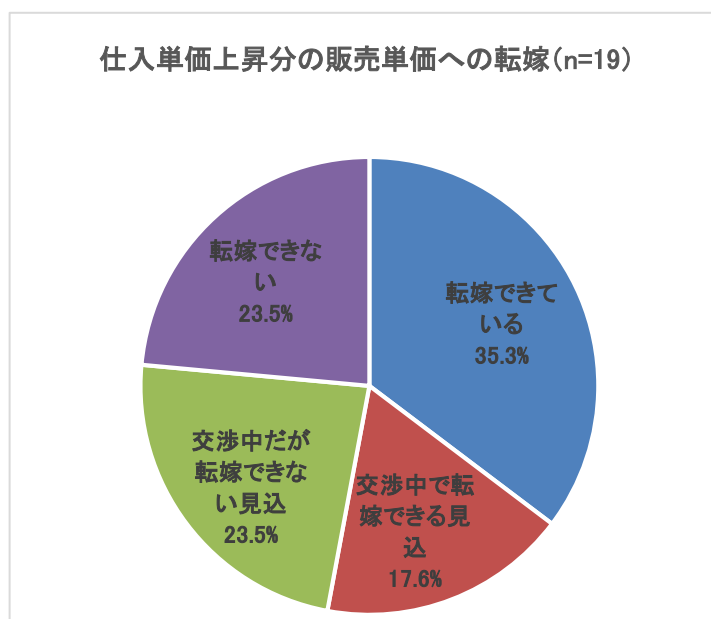
将来的な仕入・原材料見単価の見込について確認すると「上昇見込」と回答した事業者の割合が高い。人件費の高騰や燃料費の高騰など、外部環境は変化しており今後更に原価は「上昇傾向」が続くと予想される。



⑥ 仕入単価上昇分の価格転嫁

仕入単価の上昇が価格に転嫁できているかを確認すると「交渉中で価格転嫁できる」もしくは「転嫁できている」と回答した事業者が52.9%存在する。一方で価格が「転嫁できない」と回答した事業者が23.5%存在している。

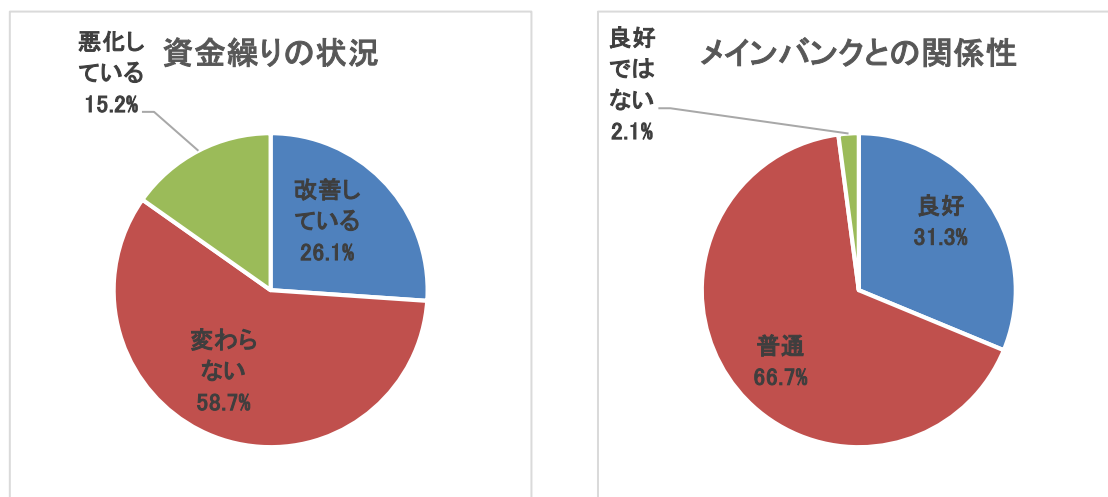
景気回復の中で、今後仕入単価は上昇幅が拡大する可能性も懸念され、「転嫁できない」事業者については、適正取引に向けた施策等の情報提供を含め、適切な支援が必要である。



4. 資金繰り

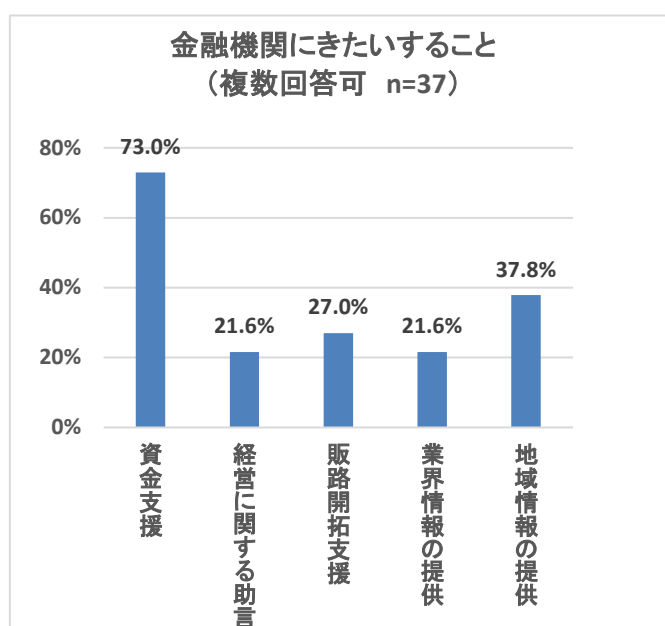
① 資金繰りと金融機関との関係性

資金繰りについては、「改善している」と回答した事業者の割合が26.1%で昨年調査13.9%から上昇している。売上の増加により資金繰りも改善してきていることがうかがえる。メインバンクとの関係性は、「良好ではない」と回答した事業者がごく一部みられるが、9割以上の事業者が問題なく関係性を維持できている。



② 金融機関に期待すること

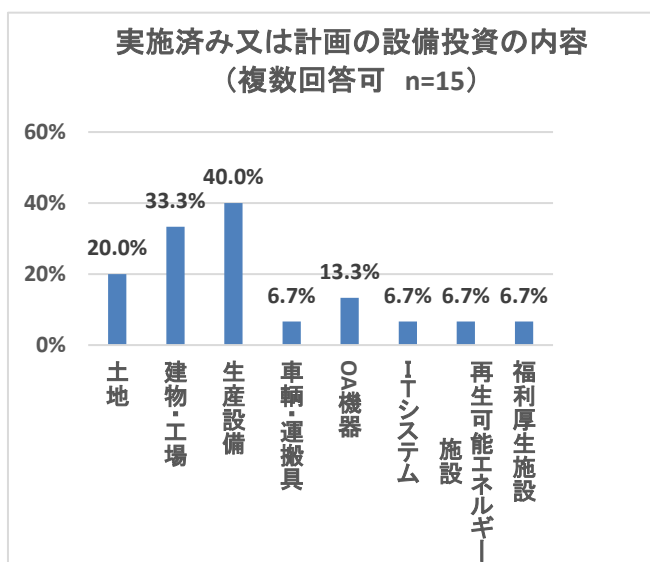
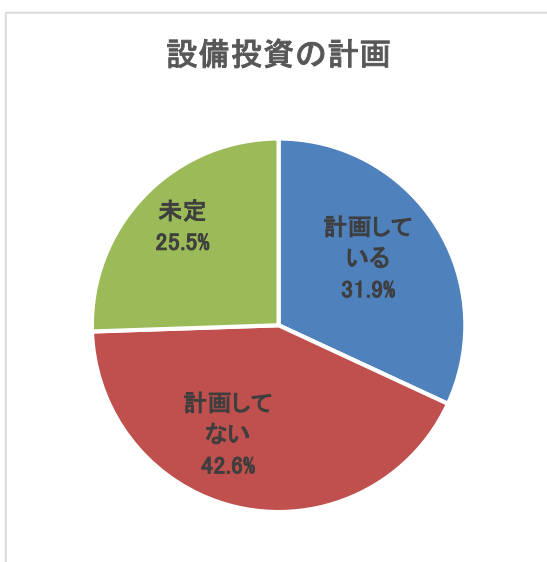
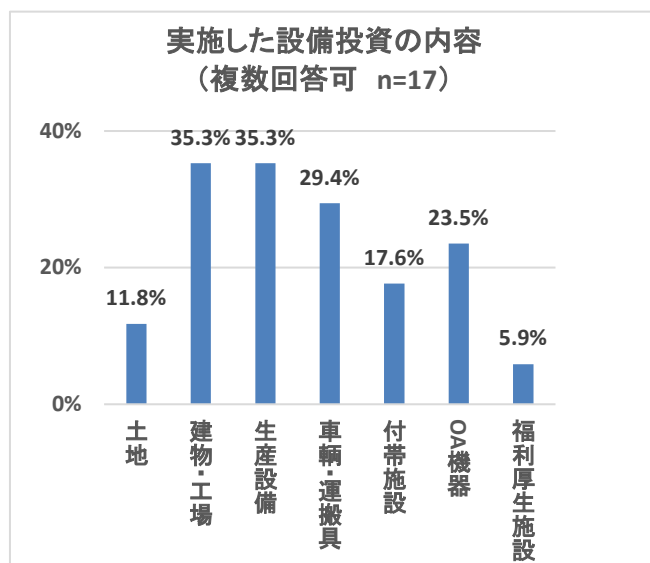
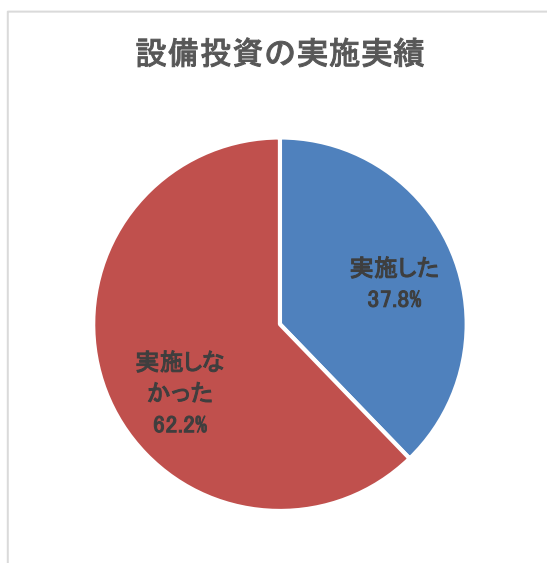
事業者が金融機関に期待する支援等について確認したところ、「資金支援」と回答した事業者の割合が著しく高かった。「情報提供」、「経営助言」、「販路開拓支援」など金融機関の本分である資金的な支援以外にも、事業者それぞれの経営課題解決のため様々な支援を期待していることが分かった。



③ 設備投資

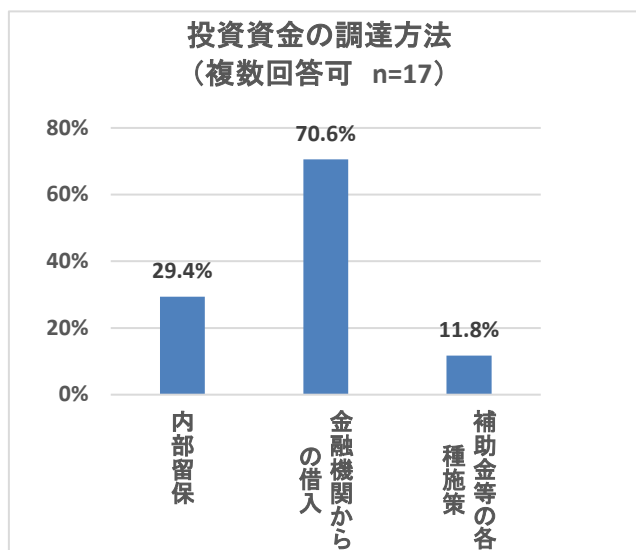
設備投資を「実施した」事業者は37.8%あり、投資内容は「建物・工場」と「生産設備」に投資していることがわかる。昨年調査から実施企業の割合（昨年42.1%）は低下しているものの、投資内容が工場や設備など売上に直結するもの（昨年はOA機器が最上位）に変化してきている。これも景気回復による需要の拡大が影響していると思われ、改善が進んでいることがわかる。

将来の投資を「計画（または今期実施済み）している」の事業者の割合は31.9%あり、昨年調査（26.3%）よりも若干割合が高まった。



④ 投資資金の調達方法

設備投資資金の調達方法については、70.6%の事業者が「金融機関からの借入」を計画しており、借入の際の事業計画作成など適切な借入支援が必要であると言える。一方で「補助金などの各種施策」の利用を検討している事業者は割合としては少なく、投資にあたり補助金などの利用が可能である旨の情報発信により事業者の資金負担を軽減することができる可能性がある。

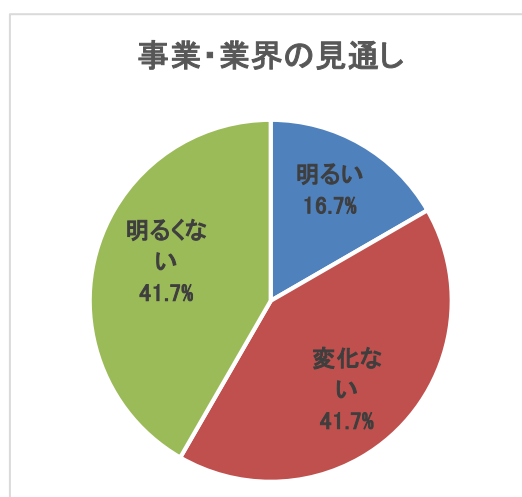


5. 事業見通しと経営課題

① 事業・業界の見通し

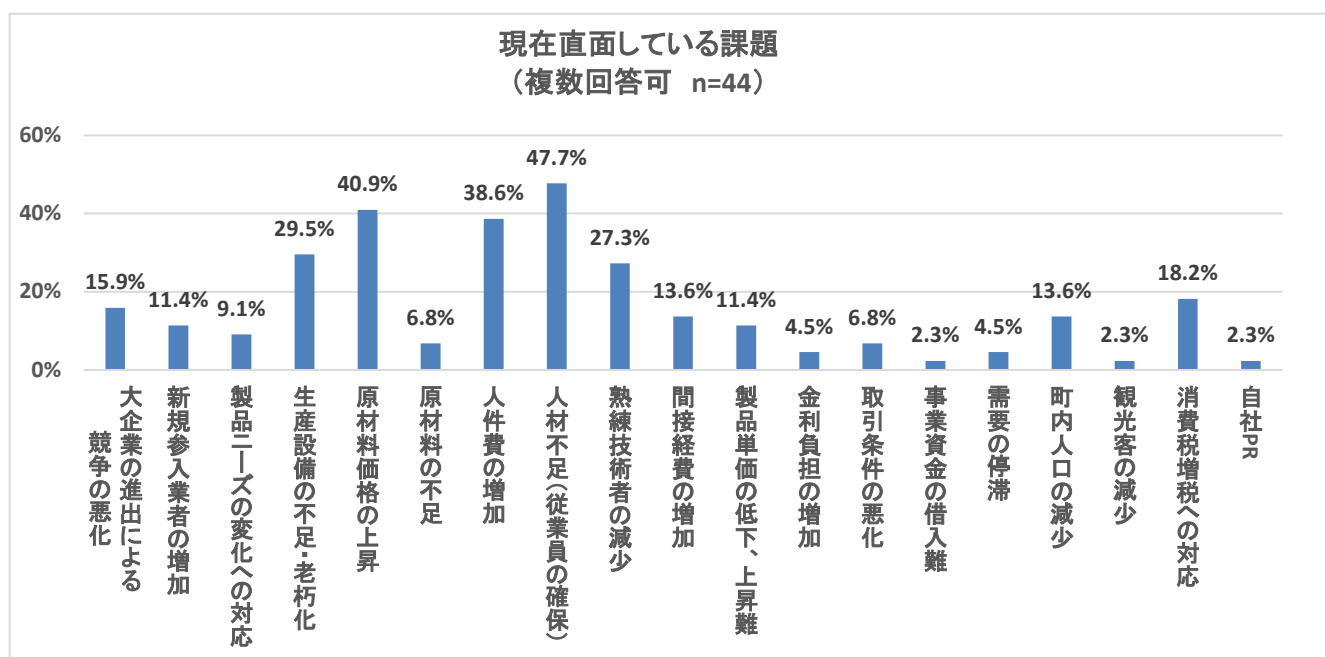
事業者の既存事業・業界の見通しについて確認したところ、「明るい」と回答した事業者は16.7%（昨年調査5.3%）と割合が高まった。売上の増加や採算性の改善によりやや事業の見通しが明るくなっていると思われる。

しかし、「明るくない」と回答した事業者は41.7%と昨年（60.5%）から低下しているものの割合は高く、将来的な見通しは不透明感がある。



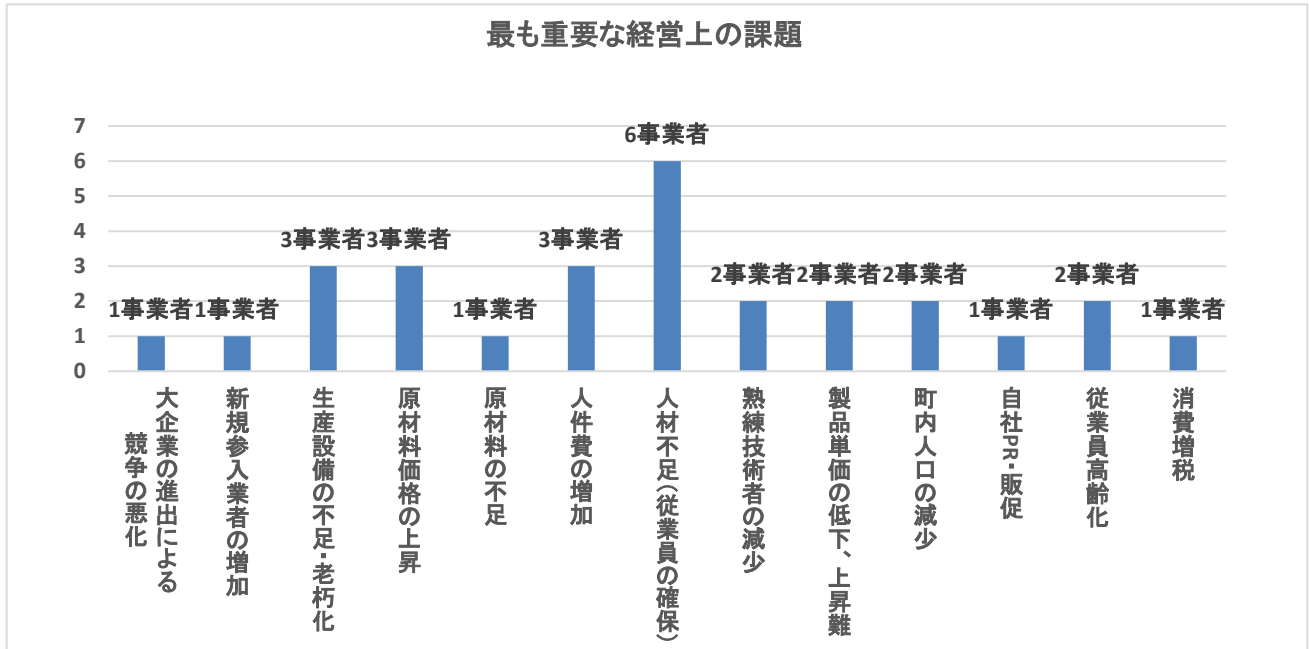
② 直面する課題

業績・景況感が回復傾向にあるなか、事業者が直面している課題を分析した。「人材不足」を課題にあげる事業者47.7%と最も高い割合であり、昨年（37.8%）から更に上昇した。販売面（製品ニーズの変化、大手・新規参入との競争）の課題よりも、生産・販売体制（人材・設備）などに課題が変化してきていることがうかがえる。業績回復の制約条件が市場から社内体制へと変化してきていると考えられる。



③ 最も重要度の高い課題

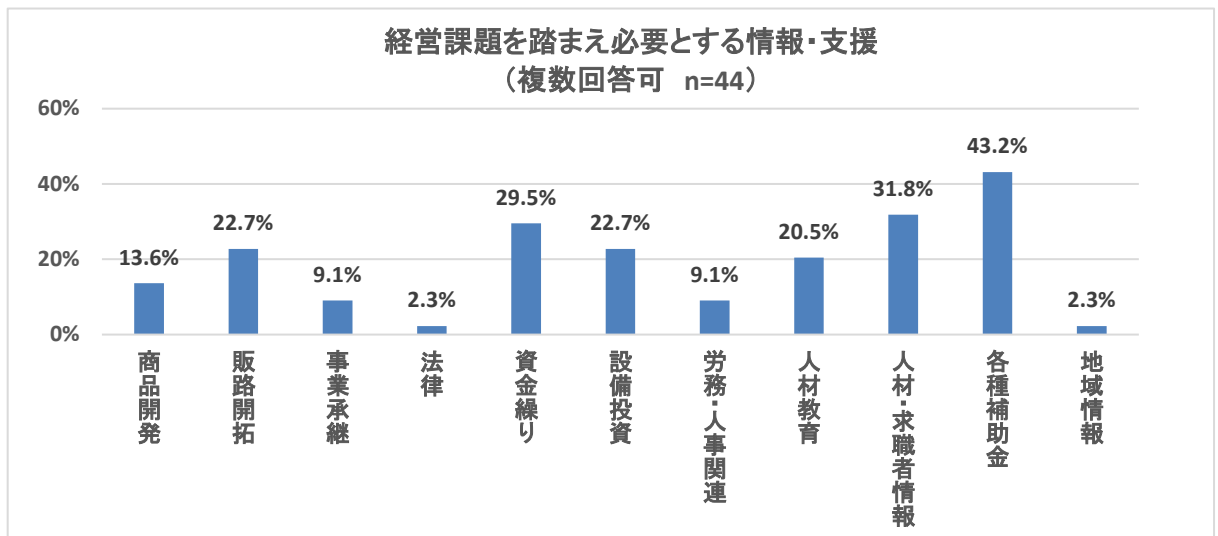
直面する経営課題の中で最も重要度が高い課題を確認すると、「人材不足」との回答が最も多くあった。昨年では、重要度の低かった「生産設備の不足、老朽化」を上げる事業者も増え、人材と合わせ如何に生産量や販売量を伸ばすかを重要課題として取り組んでいることがうかがえる。



④ 課題解決に必要な支援

事業者が経営課題解決に必要なと感じている情報・支援について確認すると、最も割合が高いのは「各種補助金」、次いで「人材・求職者情報」であった。

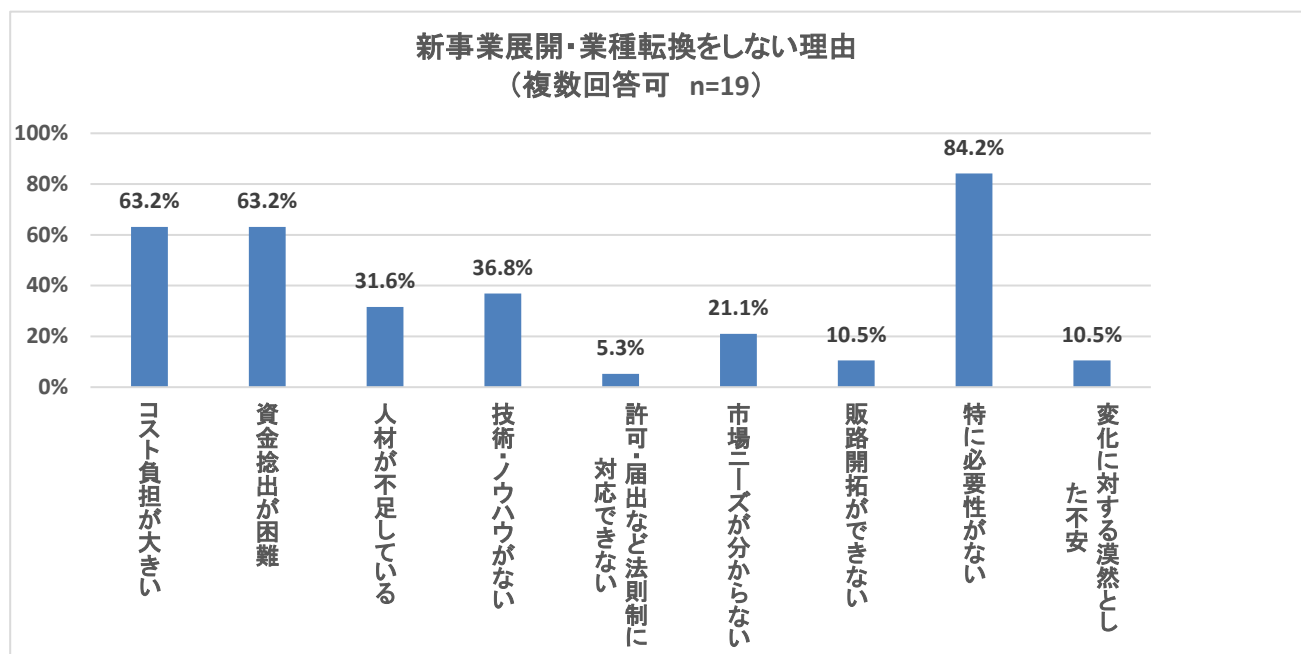
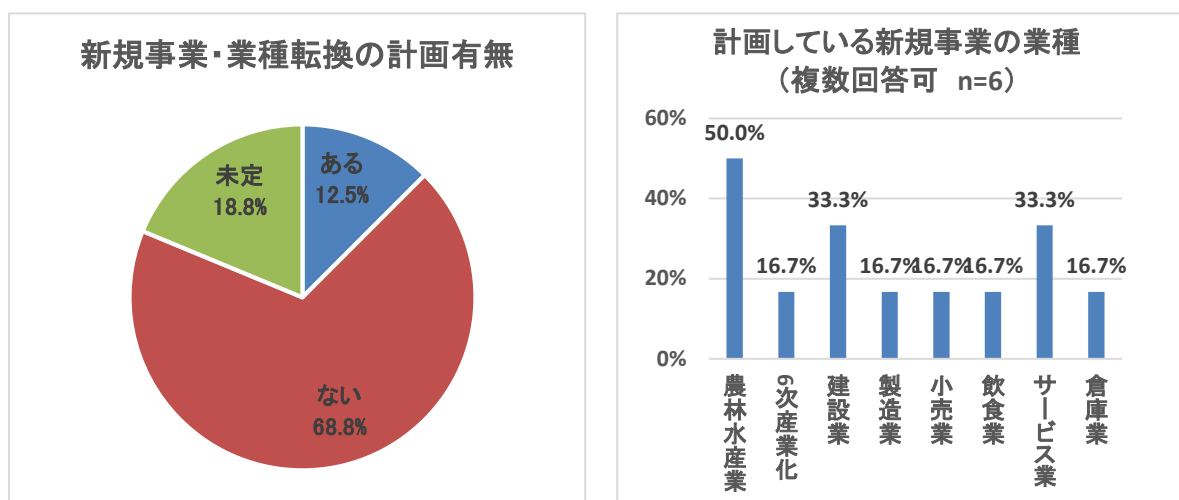
「人材・求職者情報」については、急激に上昇しており人材不足が事業者の喫緊の課題であることがわかる。



6. 第二創業について

既存事業に先行きの不透明感を感じている事業者がある中で、その打開策の一つである第二創業について事業者の意識を調査した。第二創業について計画があるとした事業者は12.5%で一部の事業者だけであった。新規事業を行わない理由を確認すると「コスト負担」や「資金捻出」などリスクを警戒している回答が多くめられた。新規事業への進出、業種転換については抵抗感が高いといえる。その一方で、「必要性がない」と回答がもっとも高く不要と考えている事業者が多い。

新規事業への進出・業種転換の計画があると回答した事業者にその事業の業種を確認したところ、進出事業については、「農林水産業」が5割と高かった。



7. 事業承継について

事業者の事業承継に対する意識について調査を行った。今回の調査では、比較的年齢の若い事業者が多く40代以下（45.5%）の割合が高い。そのため後継者については、未定と回答する事業者の割合が高まることを考慮する必要がある。

事業承継をしないと回答した事業者が27.1%にのぼり、昨年（36.6%）よりも低下した。事業承継しない理由を確認すると、「適切な事業者がない」が60.0%と高い割合を占めている。事業継続を検討する条件についても、引き継ぐ意志のある親族・従業員や後継者の採用など後継者が確保できれば事業を次世代へ承継していく意志のある事業者が多く、『後継者の確保』が今後の事業継続にあたる重要課題となっていることがわかる。

