

明和町商工会
明和町内 地域経済動向調査結果レポート

令和2年2月

明和町商工会

1. 調査概要

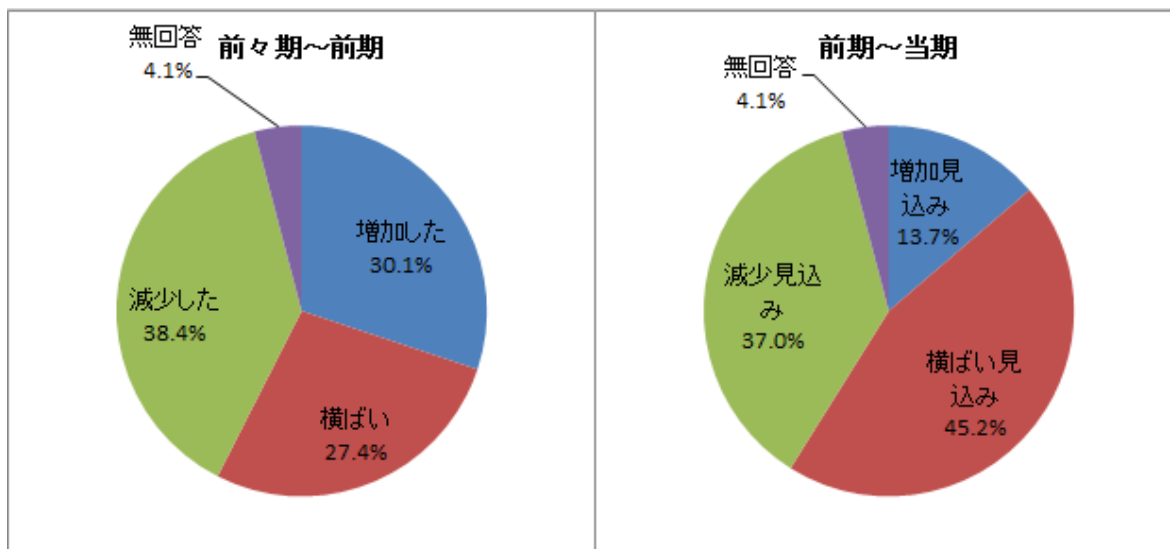
- 調査対象： 町内小規模事業者
- 調査方法： 調査票によるアンケート形式
- 調査期間： 令和2年1～2月
- 発送総数： 330件
- 回答数： 73件（回答率22.1%）

2. 売上の概況

① 事業者の売上の推移

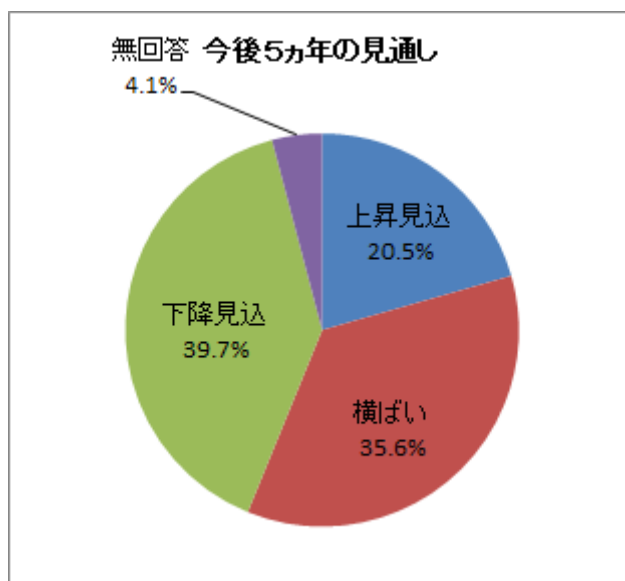
前々期～当期までの3期分の売上金額で回答が得られたデータから、前々期と前期、前期と当期の売上金額をそれぞれ比較し、過去の売上推移を確認する。

「前々期～前期」、「前期～当期」のいずれにおいても減少が増加を上回っているが、「前期～当期」と「前々期～前期」を比較すると、減少はほぼ変わらず、増加が減って横這いが増えていることが分かる。この変化から、前回調査に比べて売上の伸びが鈍化していることが分かる。



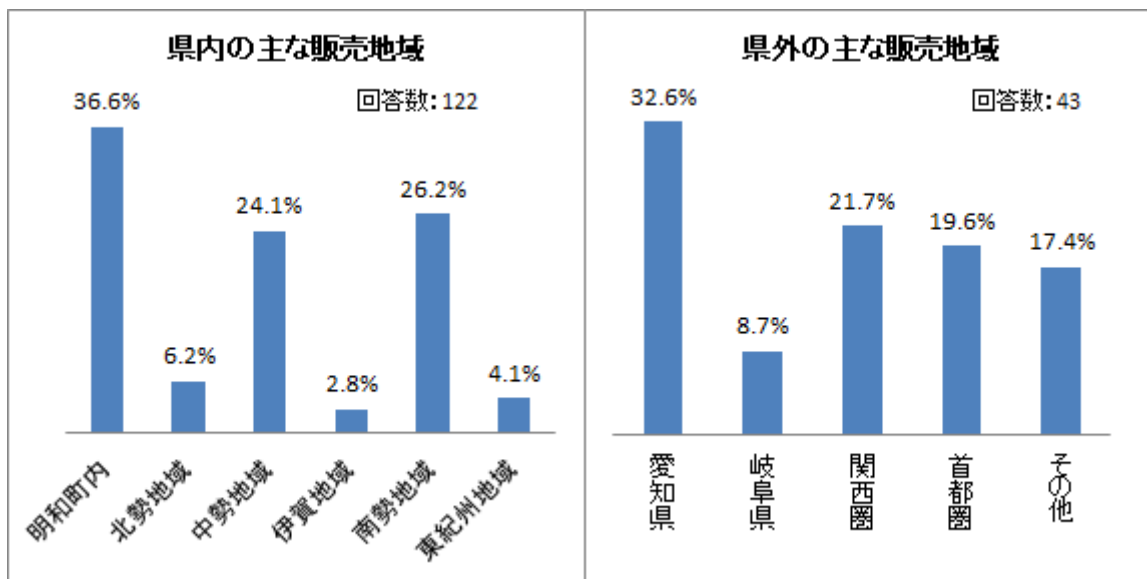
② 中期的な売上の見通し

今後5ヵ年の売上見通しが「上昇見込」と回答した事業者は20%。昨年調査の値(21.5%)よりも悪化した。「下降見込」と回答した事業者の割合も高くなっており(昨年29.4%→今回40%)厳しい見通しを持っている事業者が増えている傾向にある。



③ 主な販売先について

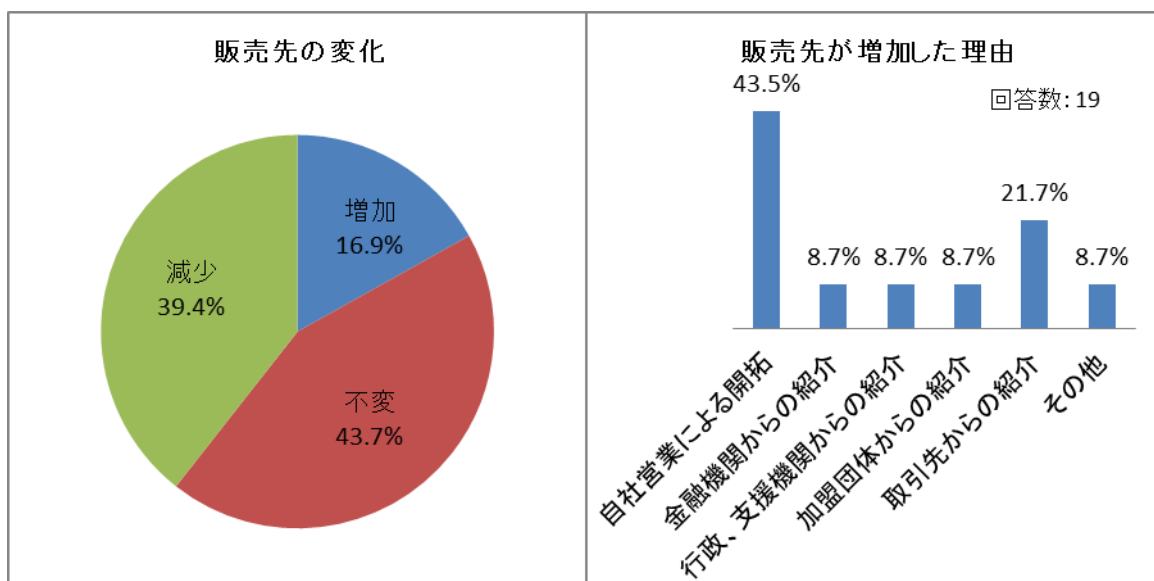
県内の販売先では、36.6%が「明和町内」を販売先としている。「中勢・南勢地域」と合わせると86.9%となり近隣の販売先が多いことが分かる。県外に販売しているのは43事業者で、その販売先としては愛知県がトップ、次いで関西圏となっている。また、数は多くないものの全国規模で販売している事業者もある。



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16.9%、「減少している」事業者は39.4%である。昨年調査（増加23.2%、減少37.6%）と比較すると、増加傾向が減り、減少傾向の割合が高まり、全体的なトレンドとして販売先数は減少傾向にあることが分かる。

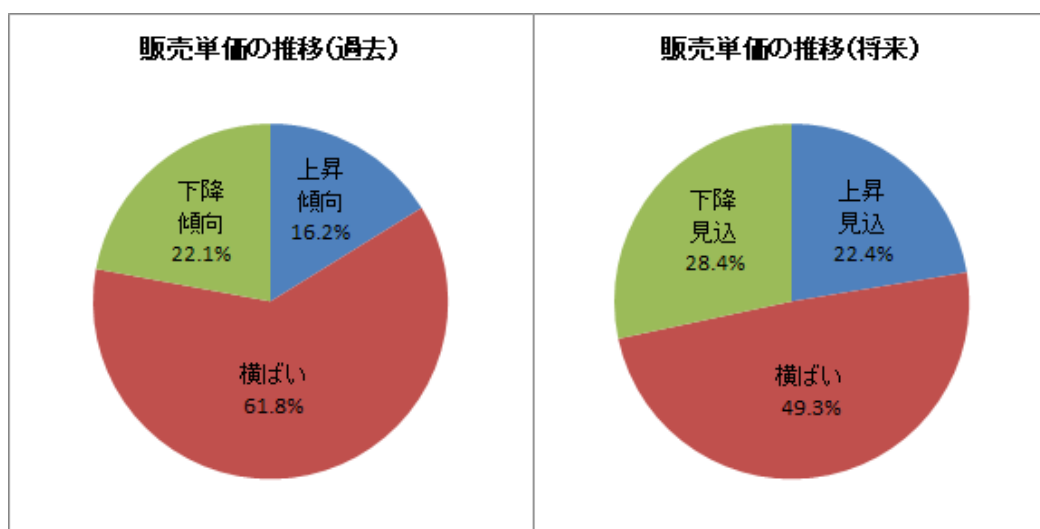
「増加している」と回答した事業者の増加理由は「自社営業による開拓」が43.5%で最多、次いで「取引先からの紹介」という結果になっている。



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「上昇傾向」と回答した事業者が16.2%と昨年(17.5%)と比較して「上昇」と回答した事業者の割合がやや低下している。一方で、「下降傾向」の事業者は22.1%(昨年24.1%)とその割合がやや低下していることがわかる。

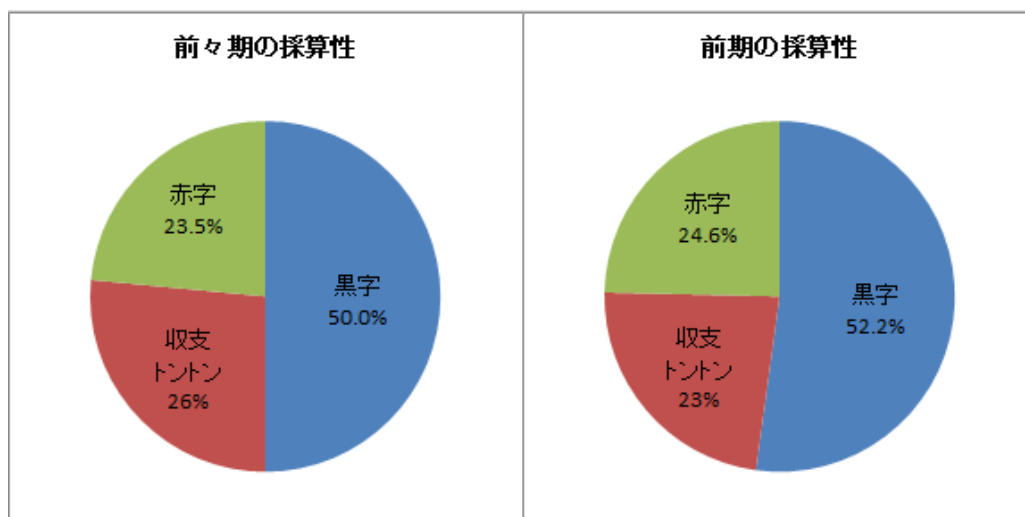
今後の見通しは、「下降見込」と回答した事業者が28.4%、「上昇見込」と回答した事業者が22.4%となっており、いずれも過去の販売単価の推移と比べて高くなっている。過去の販売単価の推移よりも横這いが減っているのは、経営者として業界情報や経験から今後のトレンドを見出そうとしている様子が見える。



3. 採算

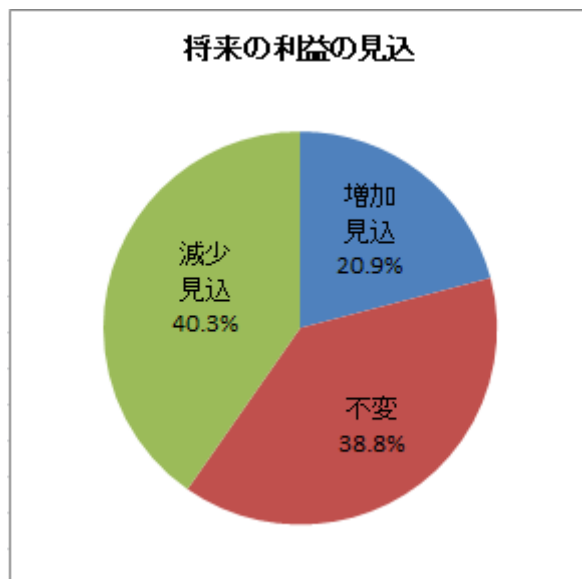
① 過去の採算性

過去の採算性を確認する。前々期から前期にかけて「黒字」と回答した事業者の割合が高くなっている。前回の調査においても、前々期から前期にかけて「黒字」と回答した企業の割合が上昇していたことから、継続して採算性が改善傾向にあることが見て取れる。



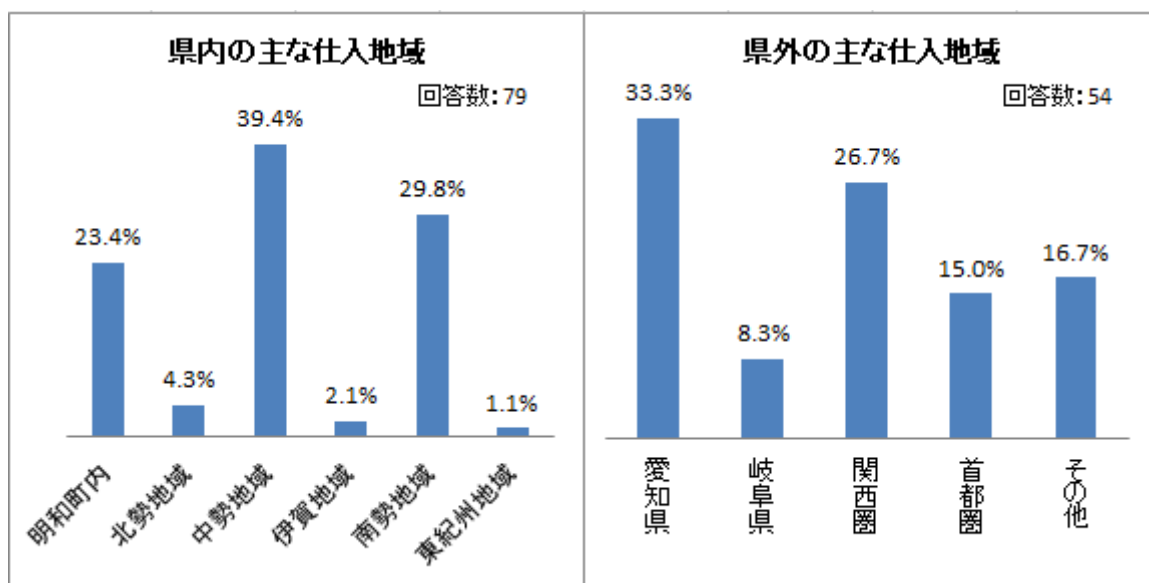
② 将来の利益の見込

将来の利益の見込は、「減少する見込み」と回答した事業者が 40.3%と「増加する見込」と回答した事業者を上回った。昨年調査（減少見込み 38.9%、増加見込み 20.0%）からそれぞれ少しずつ増加しており、今年度の調査だけで判断するのは早計だが、二極化の可能性のあることを付記させて頂きたい。



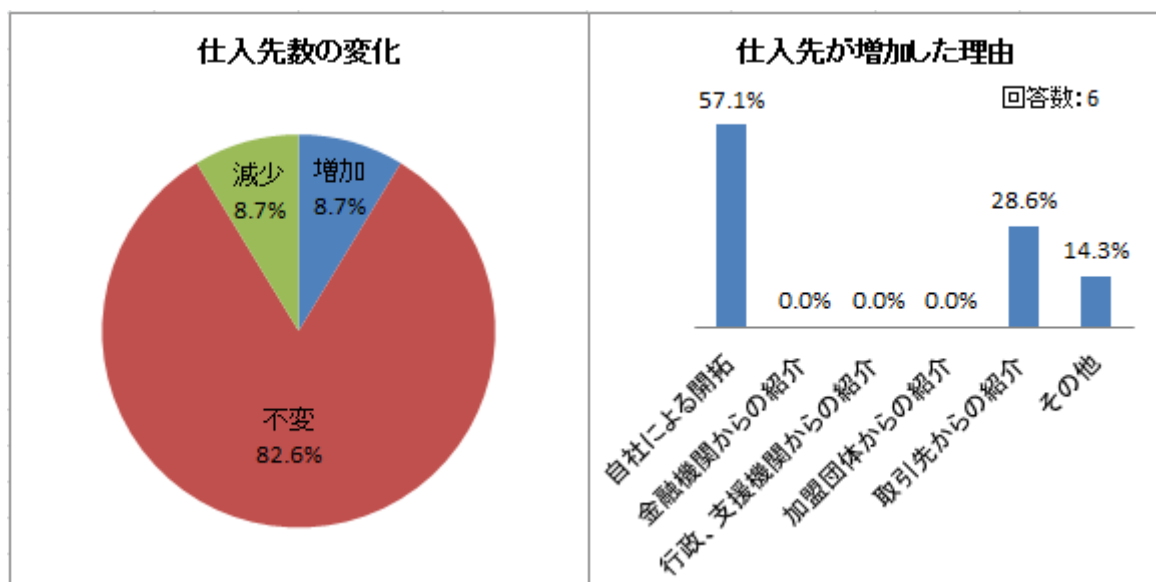
③ 仕入先について

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、以下「南勢地域」「明和町内」と続く。明和町内や南勢地域で調達できない部材を中勢地域から調達していることが推測される。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。また「その他」と回答している事業者の中には「海外」「インターネット」という回答も確認された。



④仕入先数の変化

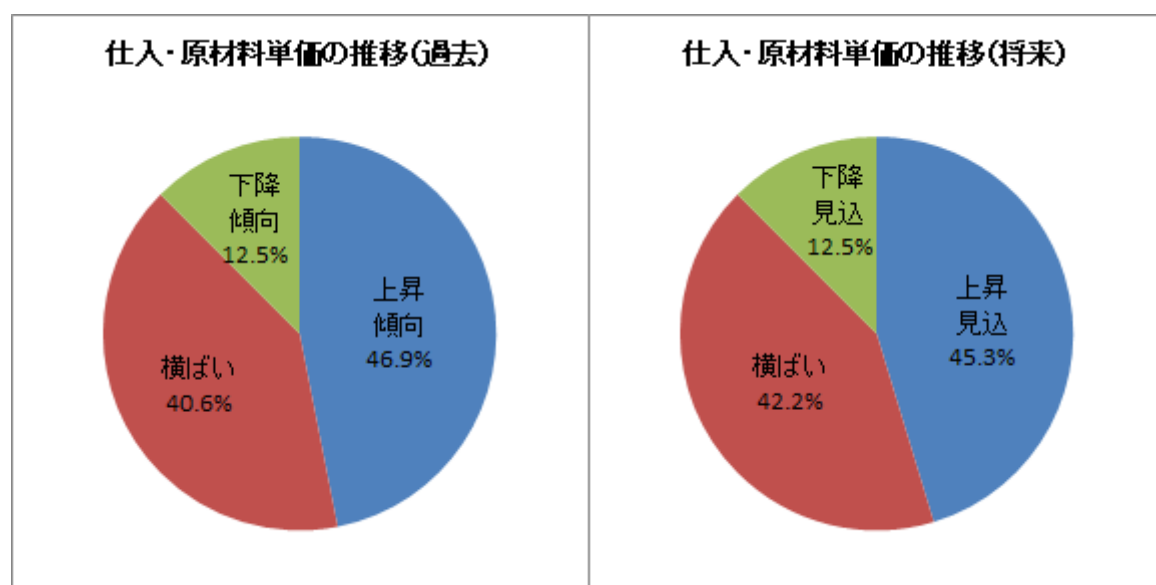
仕入先数の変化については約8割の事業者において「不変」と回答している。「増加」「減少」と回答した事業者はいずれも8.7%である。販売先に比べて仕入先は能動的に変化させていない様子がうかがえる。増加したと回答した事業者にその理由を確認すると、「自社による開拓」、次いで「取引先からの紹介」となっている。



④ 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ている。

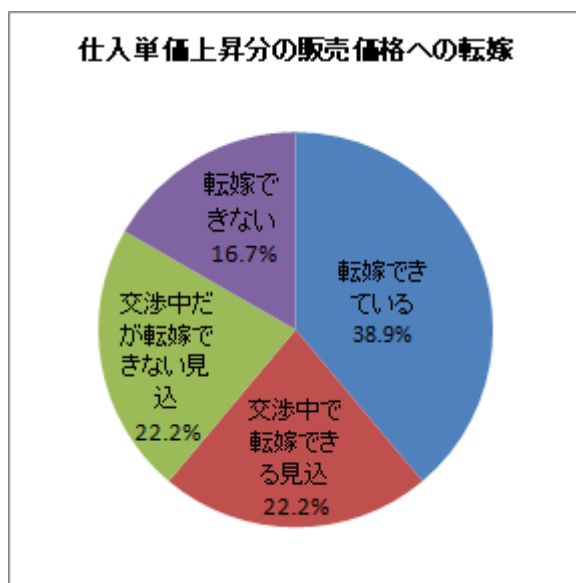
将来的にも「上昇見込」と回答した事業者の割合が高く、人件費の高騰や燃料費の高騰など、外部環境は変化しており今後更に原価は「上昇傾向」が続くと予想される。



⑤ 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「交渉中で転嫁できる見込」もしくは「転嫁できている」と回答した事業者が61.1%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16.7%存在している。

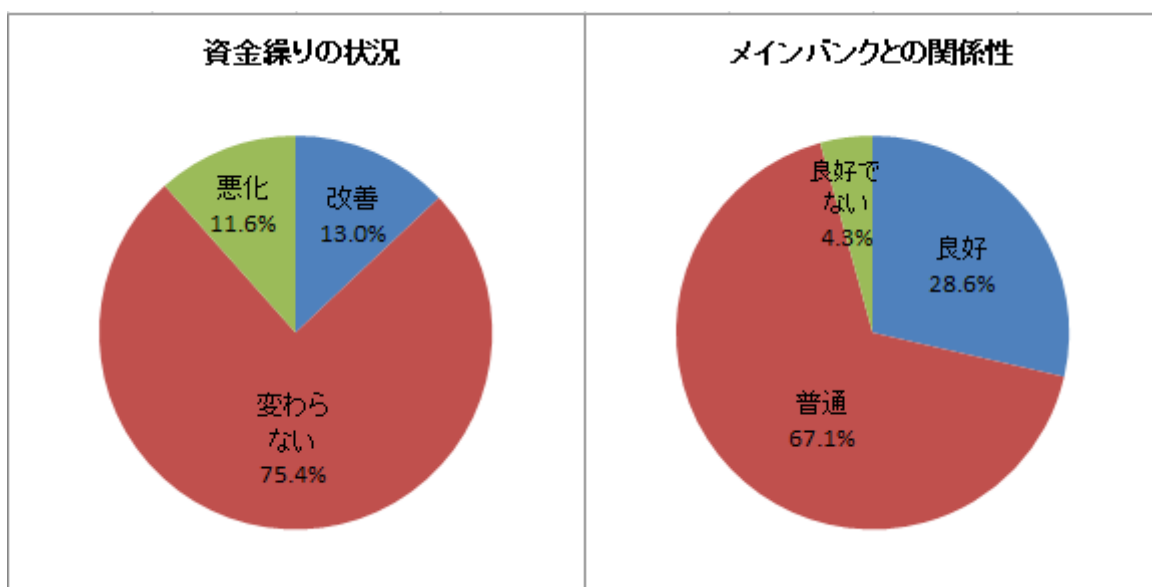
今後仕入単価は、引き続き上昇する傾向が見込まれ、また上昇幅が拡大する可能性も懸念される。昨年調査でも「転嫁できない」と回答した事業者が一定数存在しており、継続した支援が必要であると考えられる。



4. 資金繰り

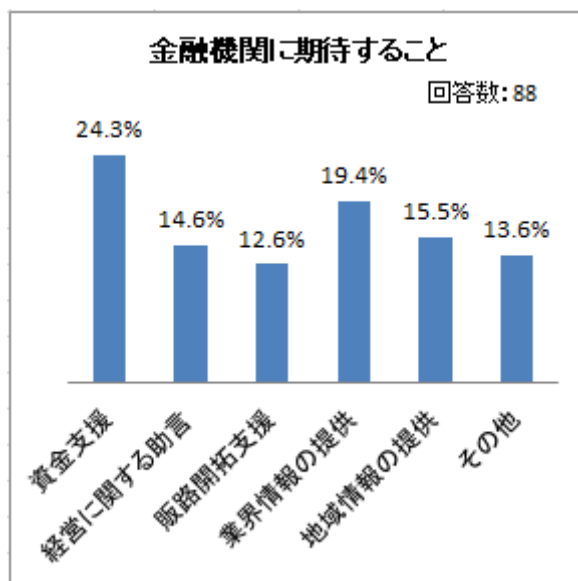
① 資金繰りと金融機関との関係性

資金繰りについては、「変わらない」と回答した事業者が75.4%を占めているが、「改善している」と回答した事業者も13.0%存在している。「悪化している」事業者の割合は11.6%と前年の11.9%とほぼ同水準である。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4.3%とごく一部あるものの、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

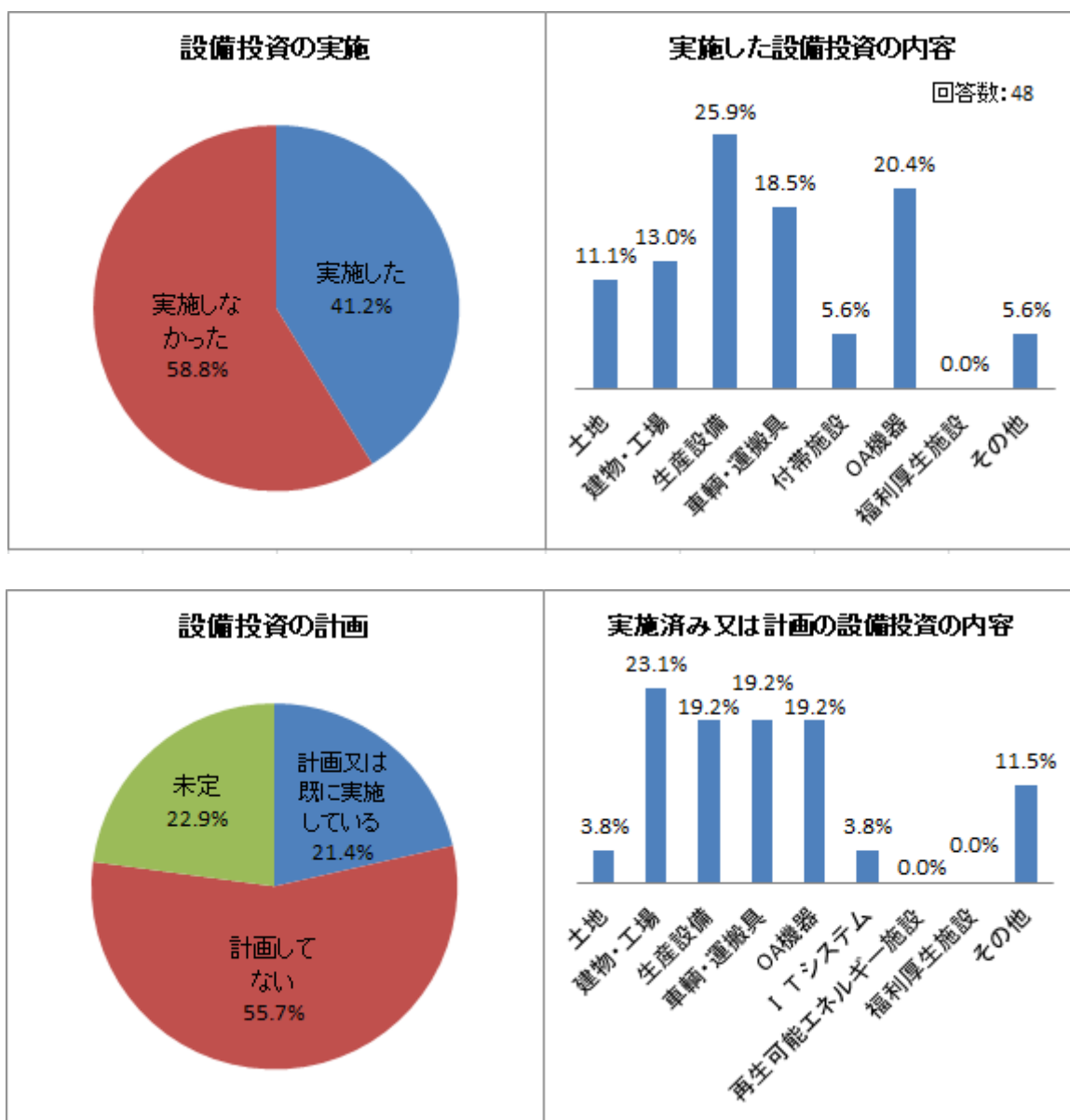
事業者が金融機関に期待する支援等について確認したところ、「資金支援」と回答した事業者の割合が最も高い。「情報提供」、「経営助言」、「販路開拓支援」など金融機関の本分である資金的な支援以外にも、事業者それぞれの経営課題解決のため様々な支援を期待していることが分かった。



③ 設備投資

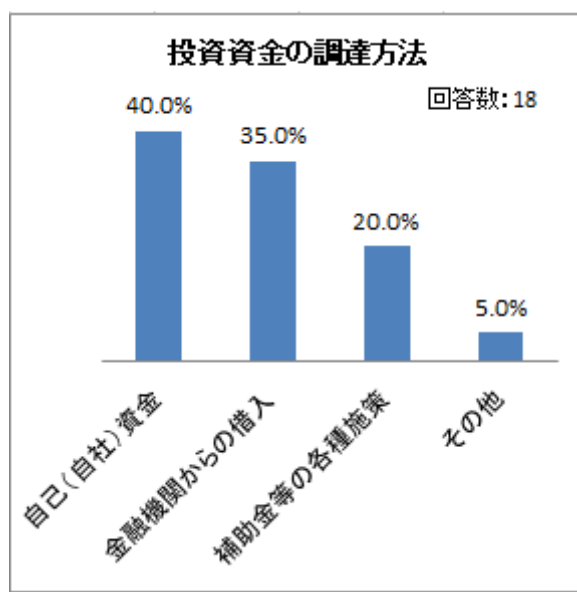
設備投資を「実施した」事業者は41.2%あり、投資内容は「生産設備」「OA機器」とへの投資割合が高くなっており、働き方改革から生産現場とオフィスの双方での生産性向上に取り組んでいる様子がうかがえる。

将来の投資を「計画（または今期実施済み）している」事業者の割合は21.4%と、昨年調査（26.4%）よりも低い値となっている。計画（または今期実施済み）の設備投資の内容を見ると、「建物・工場」の割合が高くなっている。バブル崩壊から30年が経ち、バブル期に建設した工場等の立替サイクルに差し掛かっているのではないかと推測される。



④ 投資資金の調達方法

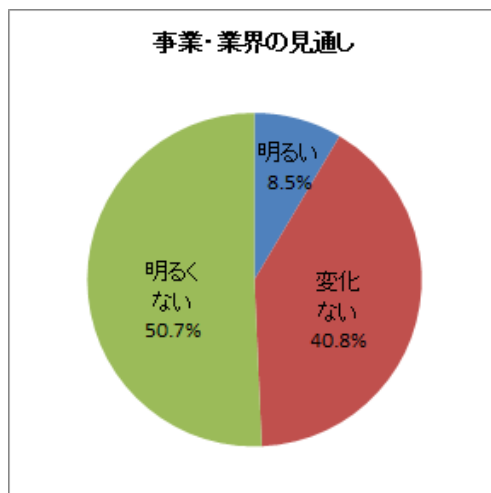
設備投資資金の調達方法については、「自己（自社）資金」を計画している事業者が40.0%、「金融機関からの借入」を計画している事業者が35.0%となっている。一定の借入需要があることから、融資申込時の事業計画作成など適切な借入支援が必要であると言える。「補助金などの各種施策」の利用を検討している事業者の割合も17.9%あるものの、情報発信等により事業者の資金負担を軽減することができる余地が十分にあると考えられる。



5. 事業見通しと経営課題

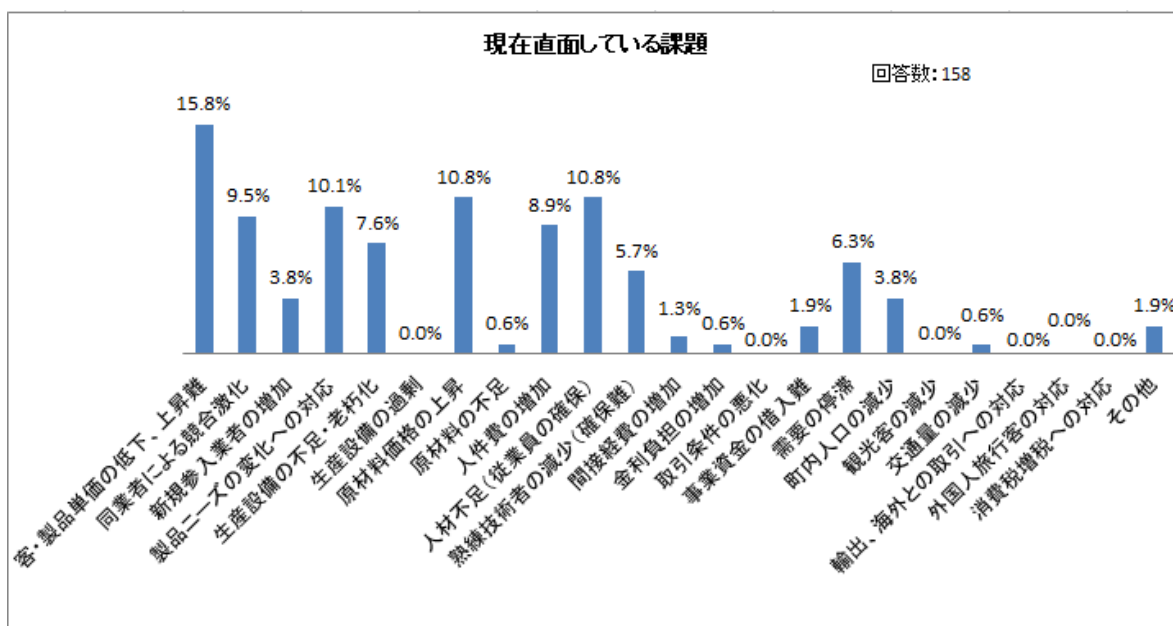
① 事業・業界の見通し

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8.5%（昨年調査13.2%）と減少している。「明るくない」と回答した事業者が50.7%と昨年（44.8%）から増加していることから、将来的な見通しは不透明感が増していると感じている事業者が多いと推察される。



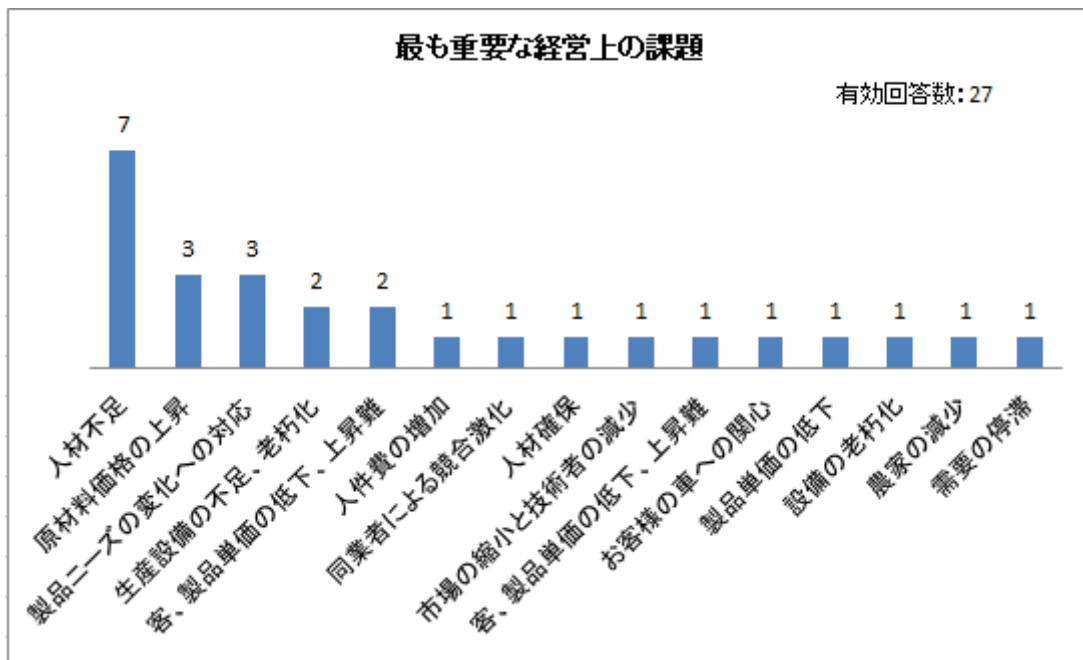
② 直面する課題

事業者が直面している課題を確認すると、「客・製品単価の低下・上昇難」を課題にあげる事業者の割合が15.8%で最も高かった。次に「人材不足」「原材料価格の上昇」が続き、依然として採用難の状況が続いていることがうかがえる。「製品に一寸変化への対応」「同業者による競合激化」を課題にあげる事業者もそれぞれ一定数存在しており、全体的に回答のばらつきが目立つ。画一的な支援ではなく、事業者の現状や課題に応じた個別支援が必要であることが分かる。



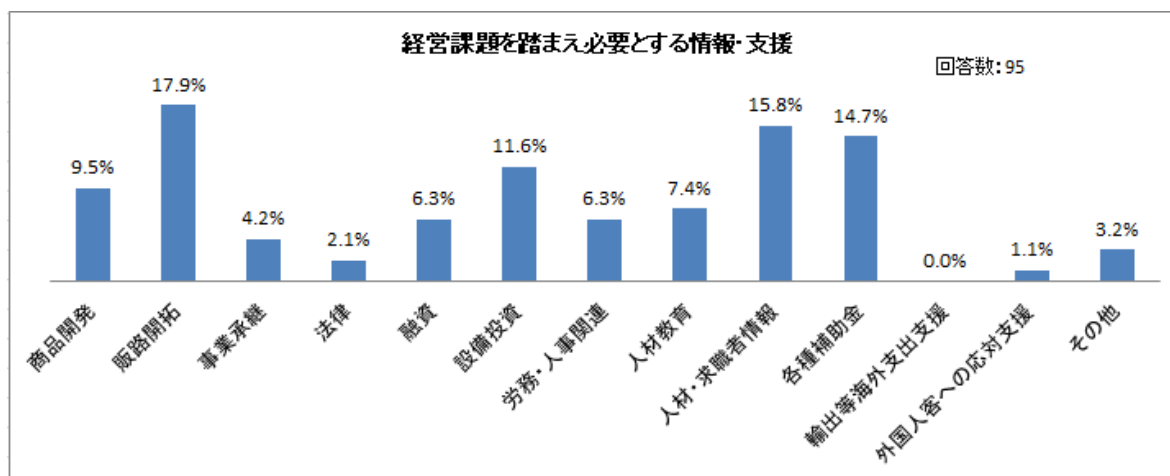
③ 最も重要度の高い課題

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」と回答した事業者数が突出して多くなっている。昨年調査でもトップは人材不足であったので、昨年に続いて採用難の状況にあることがうかがえる。



④ 課題解決に必要な支援

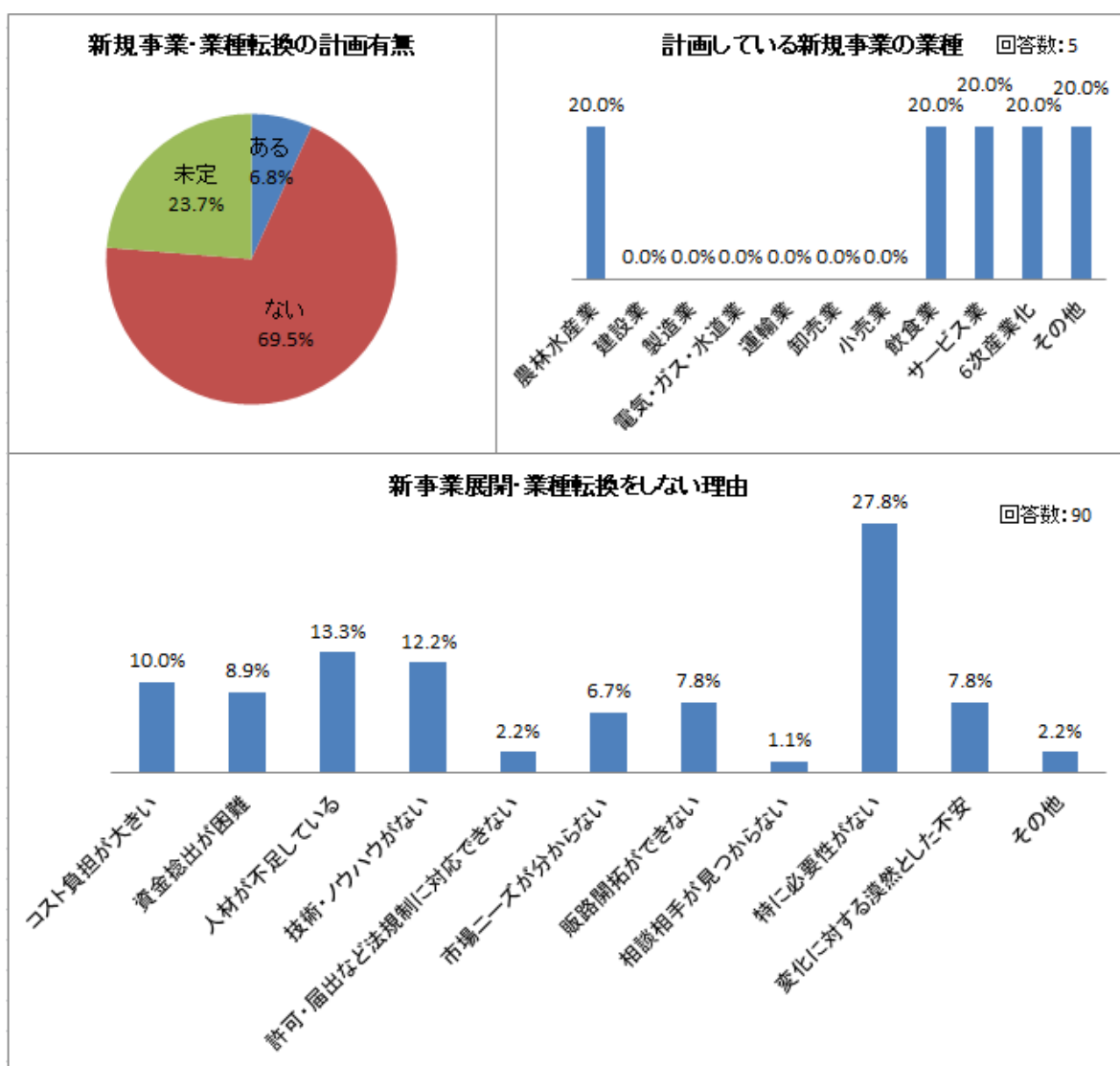
事業者が経営課題解決に必要なと感じている情報・支援について確認すると、最も割合が高いのは「販路開拓」、次いで「人材・求職者情報」「各種補助金」となっている。この結果から、事業者独自では解決できることは自助努力で取り組んでおり、独力では解決が図り難い課題に関する支援を求めていることがよく分かる。



6. 第二創業について

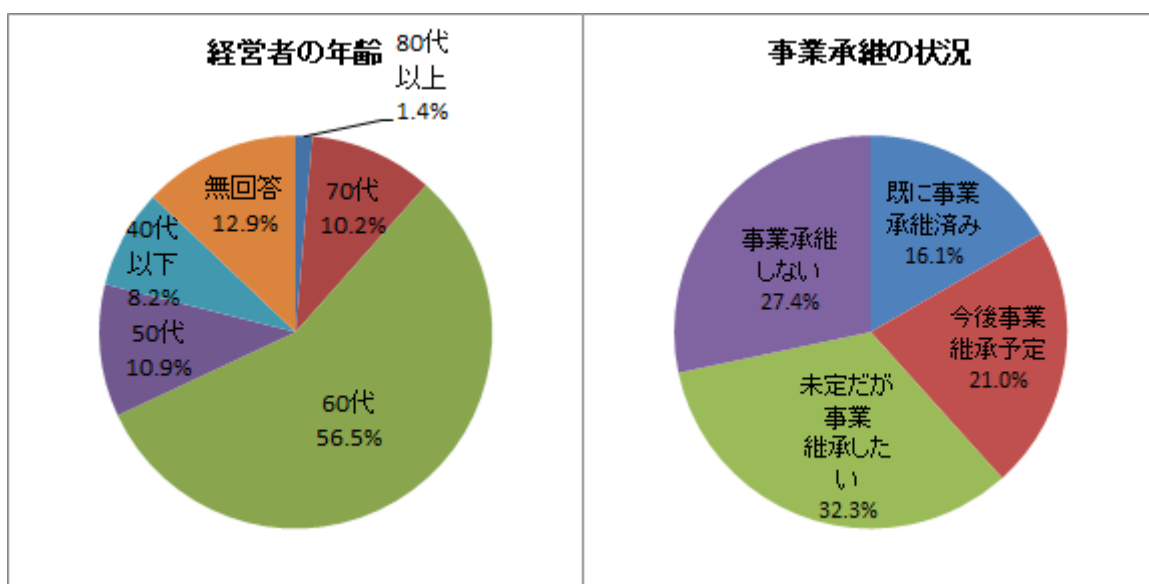
既存事業に先行きの不透明感を感じている事業者がある中で、その打開策の一つである第二創業について事業者の意識を調査した。第二創業について計画があるとした事業者は6.8%にとどまり、約7割の事業者が計画は「ない」と回答している。新規事業を行わない理由を確認すると「特に必要性がない」の回答割合が最も高く不要と考えている事業者が多いことがうかがえる。一方で「人材不足」をあげている事業者も13.3%あり、ここでも人材不足が課題となっていることがわかる。

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は少数だったが、その事業の業種を確認したところ、農林水産業、飲食業、サービス業、6次産業化、その他と多岐にわたり、ここでも個別支援が必要であることが分かる。



7. 事業承継について

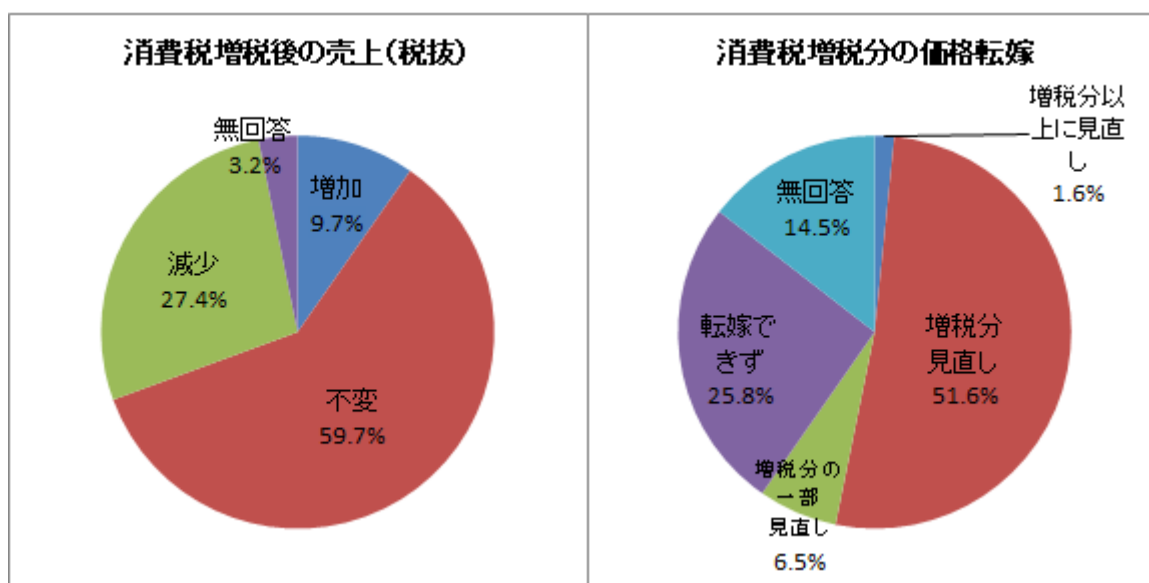
事業者の事業承継に対する意識について調査を行った。今回の調査では経営者の年齢60代以上が半数を占めており、事業承継が必要な時期にある事業者が一定数、存在しているものと推察される。「既に事業承継済み」「今後事業承継予定」の合計は37.1%となり、事業承継がある程度は進んでいる実態がみとれる。一方、事業承継をしないと回答した事業者も27.4%も存在している。事業承継したいが未定と回答した事業者も32.3%あり、これら事業者の承継が進まないと地域内の事業所数が急速に減少する可能性がある。社員や取引先への承継やM&Aといった多様な事業承継の選択肢を紹介し、伴走型で支援する必要性が高いものと考えられる。



8. 消費税増税の影響

令和元年10月に消費税増税があったので、その影響を確認した。

消費税増税後の売上高（税抜）の影響については、概ね1割の事業者が増加、6割の事業者が不変、3割の事業者が減少と回答している。増加については消費税増税の影響ではないと考えられるので、全く別の外部要因か、あるいは消費税増税のタイミングでそれまで長く据え置いてきた価格を増税分以上に値上げしたか、あるいは消費税増税対策の販売促進施策が実ったものと推測できる。消費税増税分を価格転嫁できていないという回答と売上減少という回答の間には一定の相関関係が見られたので、客数や買上点数は変わっていないが増税分を転嫁できていないので税抜売上高が減少した、あるいは客数・買上点数も減少し増税分だけ単価も減少したという現象が起こっているものと拝察されるので、増税分を価格転嫁できていない事業所を中心に価格転嫁に関する支援が必要だと考える。

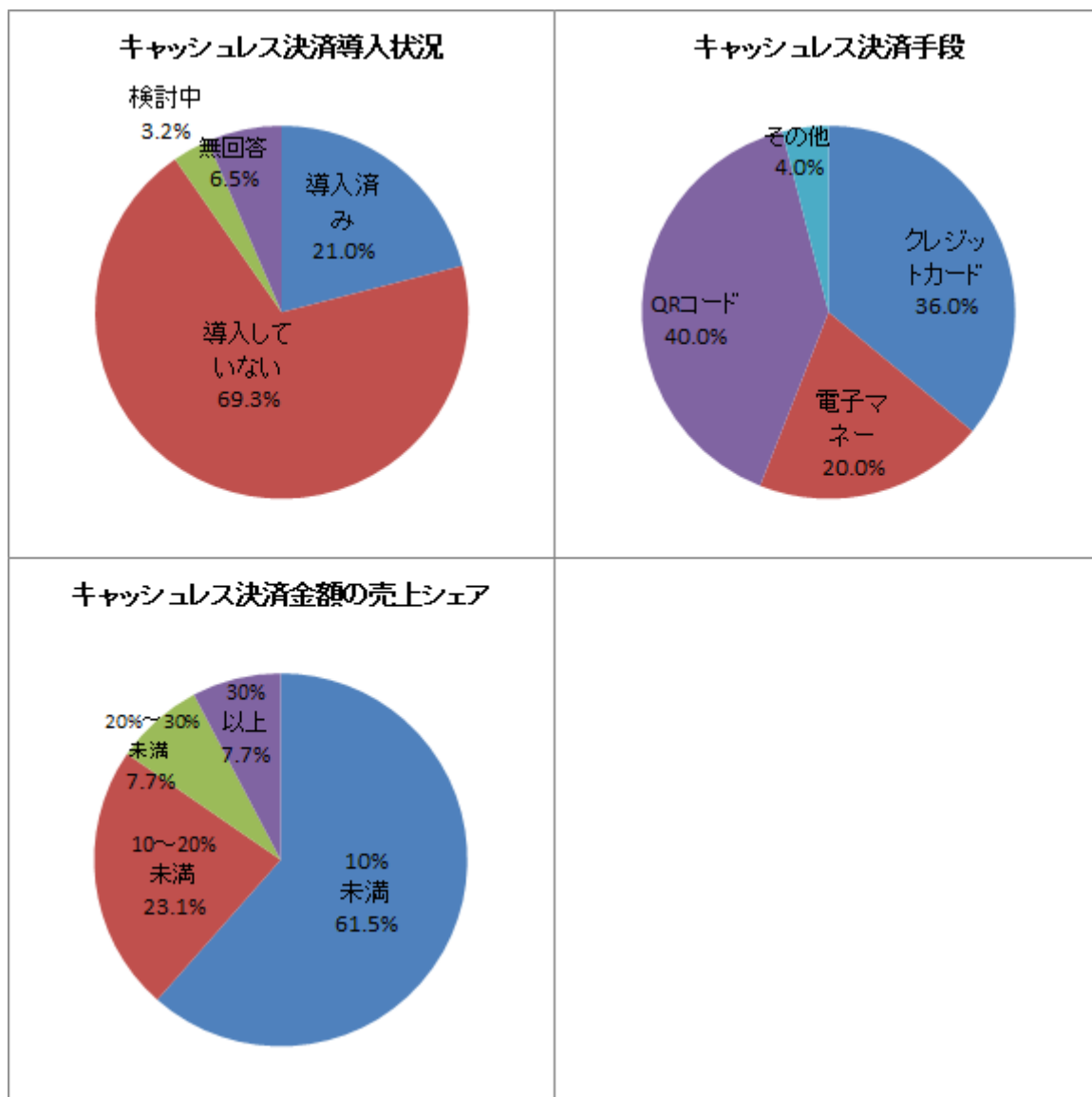


9. キャッシュレス決済について

キャッシュレス決済への対応状況について確認した。

キャッシュレス決済を導入している事業者は21.0%に留まり、検討中を加えても24.2%と比較対象はないものの低い印象を受ける。キャッシュレス導入が進まない背景としては、キャッシュレス決済の売上高シェアに関して、10%未満と回答している事業者が61.5%と圧倒的に多く、「キャッシュレスを導入したら売上が伸びた」「若い新規顧客が増えた」「客単価が増えた」などの成功事例が少ないためではないかと思われる。このままでは、ポイント還元が終了して消費者の利用率が下がり、事業者視点でもキャッシュレス決済会社の手数料ばかりが目立つようになってくると導入状況が後退する可能性もあると考える。

キャッシュレス決済手段としては、QRコードなどスマホ決済が40.0%と最多で、次いでクレジットカード36.0%、電子マネー20.0%と続き、デビットカードと回答した事業者はいなかった。



以上