

管内の地域経済を支える小規模事業者は、需要の低下、売上の減少、経営者の高齢化による事業承継等の問題に直面し、経営を持続的に行うための経営課題の解決が必要となっている。

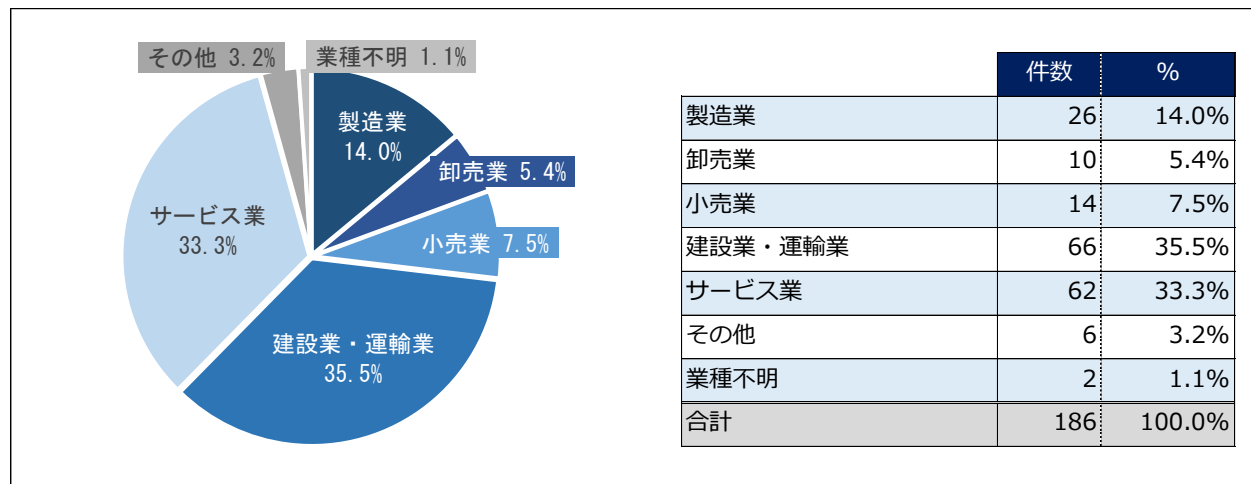
そこで、伴走型小規模事業者支援推進事業として、管内の事業者に景況感や経営上の問題点に関するアンケート調査を実施する。収集した情報は事業者仅提供するだけでなく、商工会議所としても事業者に対する効果的な支援策の立案に役立てるものである。

### アンケート調査概要

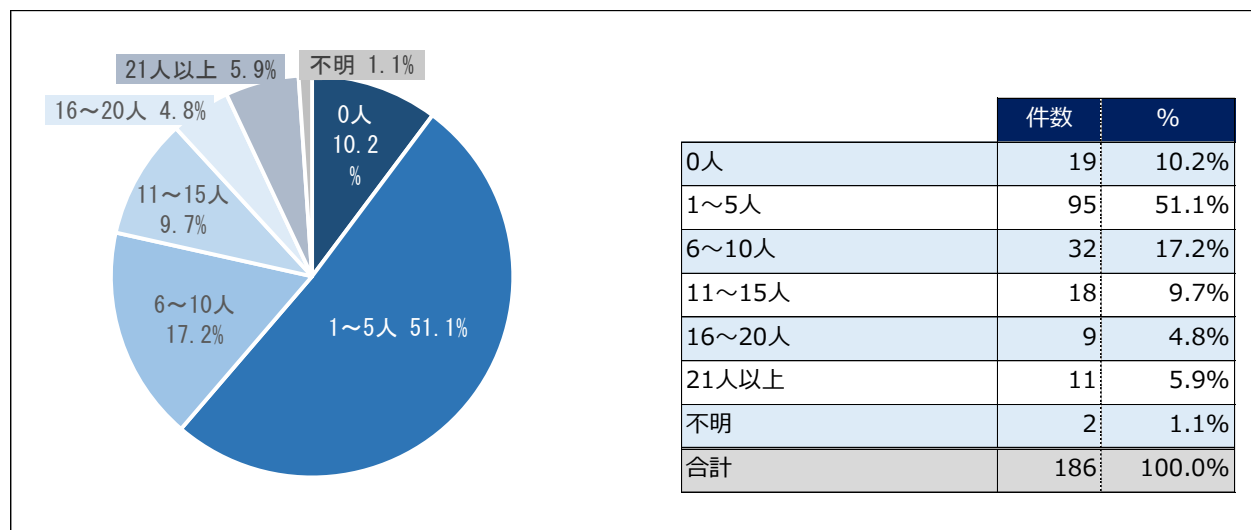
調査時期	令和元年7月5日～同月23日
調査対象	管内小規模事業者
調査方法	FAXにより回収
回答数・回収率	186件／総配布数1,144件（回答率：16.3%） (内訳)製造業:26、卸売業:10、小売業:14、建設業・運輸業:66、サービス業:62、その他:6、業種不明:2

### 回答者の属性

#### 業種



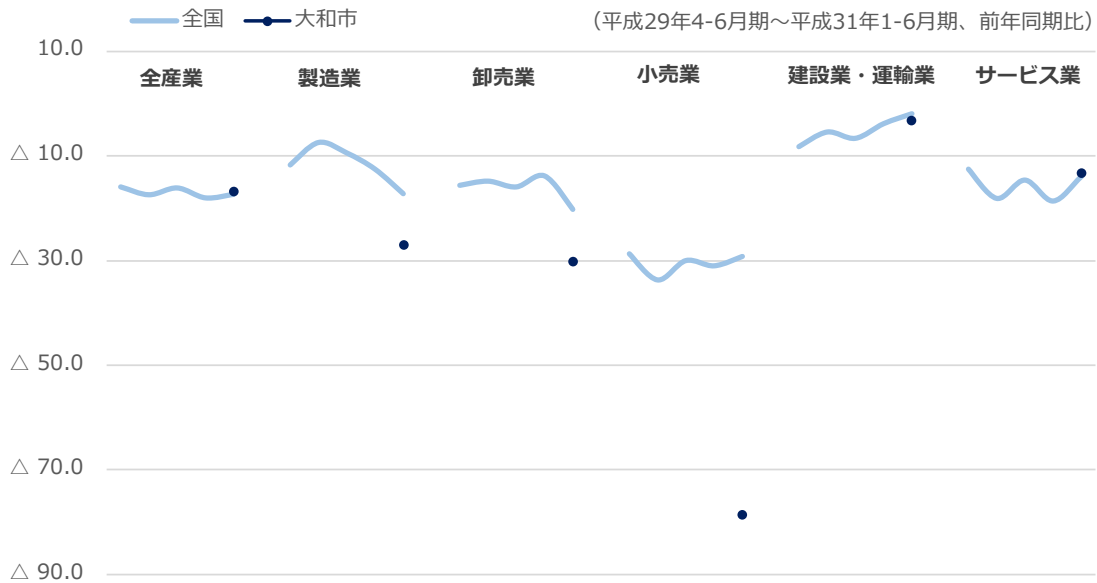
#### 従業員数



## 景況感D Iの推移

全産業の業況感D Iは△16.7である。

産業別に今期の数値を全国値と比較すると、建設業・運輸業、サービス業は全国値と同程度であるが、製造業、卸売業、小売業は全国値を下回っている。



※全国値は、中小企業庁「中小企業景況調査報告書」より引用

※業況D Iについて、当所では「景況感(自社)」、中小企業庁は「業況判断(自社)」を質問項目としている

## 売上高D Iの推移

全産業の売上高D Iは、前期△2.5から△7.1(前期差4.6ポイント減)と減少した。

産業別にみると、製造業で3.8(前期差18.2ポイント増)、卸売業で△10.0(前期差15.0ポイント増)、サービス業で△11.5(前期差3.8ポイント増)と増加。一方、小売業で△57.1(前期差66.2ポイント減)、建設業・運輸業で0.0(前期差20.0ポイント減)と減少した。

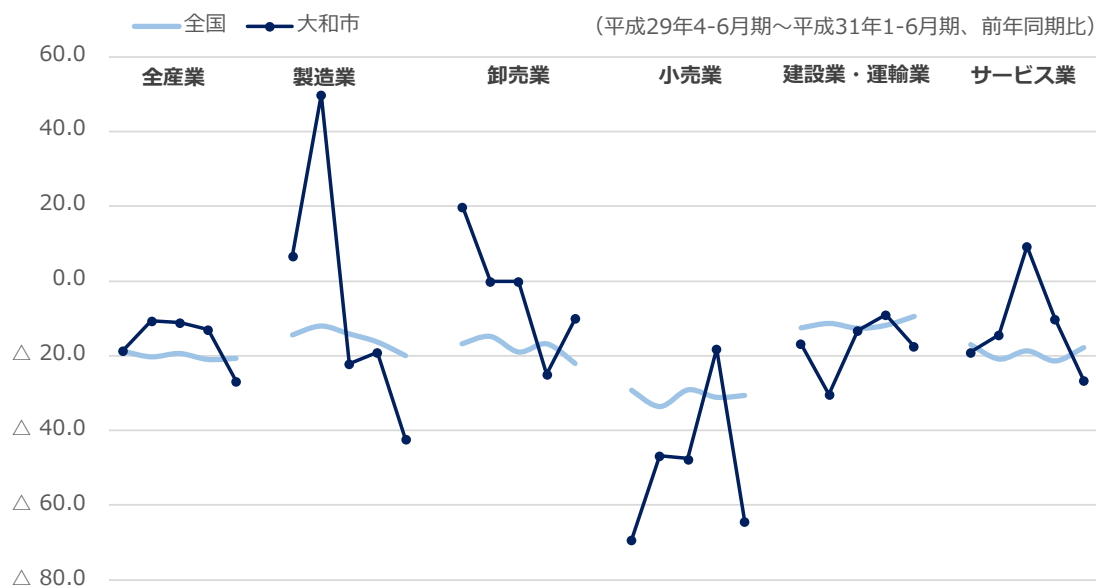
産業別に今期の数値を全国値と比較すると、製造業、卸売業、建設業・運輸業は全国値を上回り、サービス業は同程度、小売業は大きく下回っている。



## 採算（経常利益）D I の推移

全産業の採算（経常利益）D I は、前期△13.0から△26.8（前期差13.8ポイント減）と減少した。産業別にみると、卸売業で△10.0（前期差15.0ポイント増）と増加。一方、製造業で△42.3（前期差23.3ポイント減）、小売業で△64.3（前期差46.1ポイント減）、建設業・運輸業で△17.5（前期差8.6ポイント減）、サービス業で△26.7（前期差16.5ポイント減）と減少した。

産業別に今期の数値を全国値と比較すると、卸売業は全国値を上回っているものの、製造業、小売業、建設業・運輸業、サービス業は全国値を下回っている。



## 資金繰りD I の推移

全産業の資金繰りD I は、前期△3.2から△12.8（前期差9.6ポイント減）と減少した。

産業別にみると、製造業で△15.4（前期差3.6ポイント増）、卸売業で△10.0（前期差23.3ポイント増）と増加。一方、小売業で△42.9（前期差37.9ポイント減）、建設業・運輸業で△9.5（前期差27.3ポイント減）、サービス業で△13.3（前期差6.4ポイント減）と減少した。

産業別に今期の数値を全国値と比較すると、卸売業は全国値と同程度であるものの、製造業、小売業、建設業・運輸業、サービス業は全国値を下回っている。



## 経営上の問題点（全業種・直近5半期の推移）

回答の大きな傾向は各回の調査で変わらない。そのなかで、今回調査では、「原材料（仕入）価格の上昇」が33.1%と過去調査でもっとも高い水準となった。仕入価格等の上昇分を価格転嫁できるような高付加価値化や、仕入以外の部分でのコストカットなどが重要となると考えられる。

	H29夏 n=94	H29冬 n=100	H30夏 n=177	H30冬 n=154	今期 n=181
売上（受注）不振	46.8%	40.0%	36.7%	35.7%	37.0%
販売（出荷）価格の低迷	8.5%	15.0%	12.4%	10.4%	12.2%
原材料（仕入）価格の上昇	18.1%	29.0%	21.5%	22.7%	33.1%
製品（商品）在庫の増大	2.1%	2.0%	1.7%	3.2%	2.8%
人件費の上昇	29.8%	26.0%	26.0%	24.0%	24.9%
労働力不足	28.7%	33.0%	35.6%	44.2%	37.0%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	13.8%	13.0%	14.7%	21.4%	19.9%
資金不足・資金の調達難	18.1%	14.0%	12.4%	14.9%	9.4%
金利負担の増大	2.1%	2.0%	0.6%	1.9%	2.2%
技術力不足	7.4%	4.0%	10.7%	11.0%	9.4%
生産（受注）能力の低下・不足	7.4%	5.0%	7.3%	10.4%	9.9%
後継者問題	16.0%	12.0%	16.4%	20.1%	18.2%
顧客・消費者ニーズの変化	38.3%	19.0%	27.1%	23.4%	28.2%
立地条件の悪化・環境問題	6.4%	8.0%	4.5%	5.2%	4.4%
為替レートの変動	3.2%	2.0%	1.7%	1.9%	1.7%
IT利活用	5.3%	0.0%	12.4%	-	-
その他	8.5%	5.0%	6.8%	4.5%	5.0%

## 経営上の問題点（業種別・上位5位・直近5半期の推移）

### 製造業

今回調査では1年前と比較して「人件費の上昇（19.2%）」との回答割合が減少している。その他は、大きな違いはみられない。

	H29夏 n=14	H29冬 n=10	H30夏 n=28	H30冬 n=20	今期 n=26
原材料（仕入）価格の上昇	21.4%	30.0%	42.9%	40.0%	46.2%
売上（受注）不振	28.6%	30.0%	39.3%	35.0%	34.6%
技術力不足	14.3%	0.0%	21.4%	15.0%	26.9%
販売（出荷）価格の低迷	0.0%	20.0%	17.9%	5.0%	19.2%
人件費の上昇	28.6%	30.0%	28.6%	20.0%	19.2%

### 卸売業

今回調査では1年前と比較して「顧客・消費者ニーズの変化（50.0%）」や「製品（商品）在庫の増大（30.0%）」といった回答が増えている。顧客ニーズへの対応ができず売上が増えないことで、在庫が積みあがっている状況が読み取れる。

	H29夏 n=5	H29冬 n=4	H30夏 n=13	H30冬 n=12	今期 n=10
顧客・消費者ニーズの変化	40.0%	0.0%	30.8%	16.7%	50.0%
売上（受注）不振	80.0%	25.0%	38.5%	58.3%	40.0%
販売（出荷）価格の低迷	0.0%	25.0%	30.8%	33.3%	30.0%
原材料（仕入）価格の上昇	0.0%	25.0%	30.8%	8.3%	30.0%
製品（商品）在庫の増大	0.0%	25.0%	7.7%	8.3%	30.0%

## 小売業

今回調査では1年前と比較して「売上（受注）不振（78.6%）」や「原材料（仕入）価格の上昇（42.9%）」といった回答割合が増加している。売上面、仕入面の両方で利益を圧迫されている様子が読み取れる。

	H29夏 n=14	H29冬 n=15	H30夏 n=21	H30冬 n=22	今期 n=14
売上（受注）不振	78.6%	53.3%	57.1%	36.4%	78.6%
原材料（仕入）価格の上昇	28.6%	40.0%	14.3%	40.9%	42.9%
顧客・消費者ニーズの変化	64.3%	20.0%	33.3%	18.2%	42.9%
販売（出荷）価格の低迷	21.4%	40.0%	28.6%	13.6%	28.6%
人件費の上昇	14.3%	13.3%	14.3%	31.8%	21.4%

## 建設業・運輸業

今回調査では1年前と比較して「原材料（仕入）価格の上昇（43.1%）」との回答が増加している。また、この割合は過去の調査のなかでもっとも高い。原材料価格の上昇が経営上、大きな課題となっていることが読み取れる。

	H29夏 n=17	H29冬 n=22	H30夏 n=45	H30冬 n=44	今期 n=65
労働力不足	64.7%	54.5%	60.0%	70.5%	63.1%
原材料（仕入）価格の上昇	23.5%	40.9%	17.8%	22.7%	43.1%
売上（受注）不振	35.3%	27.3%	28.9%	20.5%	30.8%
人件費の上昇	47.1%	31.8%	37.8%	36.4%	29.2%
後継者問題	41.2%	18.2%	22.2%	27.3%	24.6%

## サービス業

今回調査では1年前と比較して「諸経費（物流、物件費等）の上昇（28.8%）」との回答割合が増加している。物流費の高騰等の影響による利益の圧迫がみられることが読み取れる。

	H29夏 n=39	H29冬 n=40	H30夏 n=43	H30冬 n=55	今期 n=59
顧客・消費者ニーズの変化	46.2%	25.0%	32.6%	41.8%	42.4%
売上（受注）不振	43.6%	50.0%	34.9%	41.8%	39.0%
諸経費（物流、物件費等）の上昇	12.8%	10.0%	9.3%	25.5%	28.8%
労働力不足	17.9%	22.5%	37.2%	36.4%	25.4%
人件費の上昇	30.8%	30.0%	25.6%	16.4%	23.7%

# 販売促進

## 現在実施している販売促進（業種別）

全産業では、「経営者のトップ営業（41.5%）」や「ホームページ（36.4%）」の回答割合が高い。一方、「特に何もしていない」との回答も33.5%みられる。

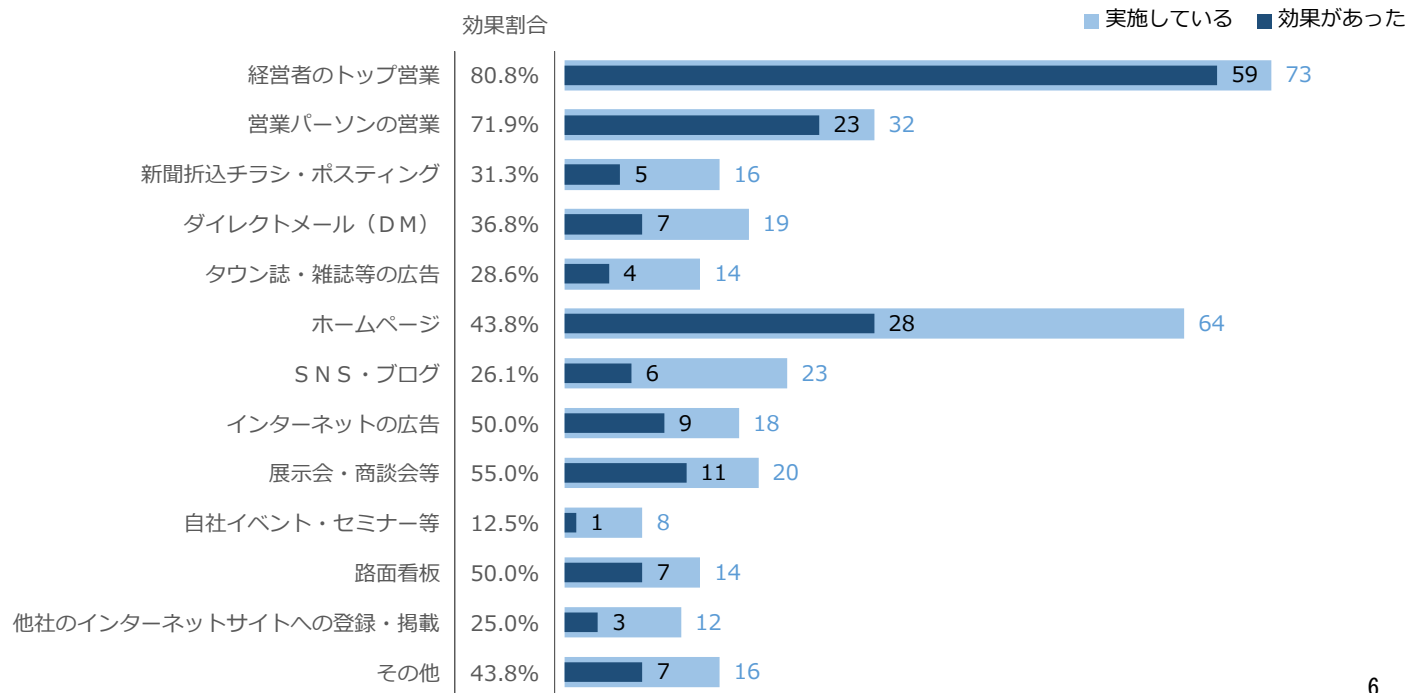
業種別にみると、①製造業では「経営者のトップ営業（41.7%）」「ホームページ（37.5%）」との回答割合が高い、②卸売業では「経営者のトップ営業（70.0%）」「営業パーソンによる営業（60.0%）」に回答が集中している、③小売業では半数の事業者が「ホームページ」による販売促進を実施しているが、それ以外の方策では回答が分散している、④建設業・運輸業では「経営者のトップ営業（46.8%）」「ホームページ（29.0%）」に回答が集中しており、それ以外の回答はほとんどみられない、⑤サービス業では「ホームページ（45.0%）」「経営者のトップ営業（38.3%）」との回答が多いという特徴がみられる。

また、「特に何もしていない」との回答に着目すると、建設業・運輸業（37.1%）、サービス業（35.0%）、製造業（33.3%）の割合が高い。

	全産業 n=176	製造 n=24	卸売 n=10	小売 n=13	建設・運輸 n=62	サービス n=60
経営者のトップ営業	41.5%	41.7%	70.0%	15.4%	46.8%	38.3%
ホームページ	36.4%	37.5%	10.0%	53.8%	29.0%	45.0%
営業パーソンの営業	18.2%	25.0%	60.0%	7.7%	14.5%	11.7%
SNS・ブログ	13.1%	8.3%	10.0%	23.1%	8.1%	16.7%
展示会・商談会等	11.4%	25.0%	20.0%	15.4%	6.5%	8.3%
ダイレクトメール（DM）	10.8%	4.2%	10.0%	23.1%	6.5%	15.0%
インターネットの広告	10.2%	0.0%	20.0%	23.1%	3.2%	18.3%
新聞折込チラシ・ポスティング	9.1%	4.2%	0.0%	23.1%	3.2%	15.0%
タウン誌・雑誌等の広告	8.0%	4.2%	0.0%	7.7%	8.1%	10.0%
路面看板	8.0%	4.2%	10.0%	0.0%	3.2%	15.0%
他社のインターネットサイトへの登録・掲載	6.8%	4.2%	0.0%	0.0%	4.8%	13.3%
自社イベント・セミナー等	4.5%	0.0%	0.0%	7.7%	0.0%	8.3%
その他	9.1%	0.0%	10.0%	0.0%	14.5%	10.0%
特に何もしていない	33.5%	33.3%	10.0%	23.1%	37.1%	35.0%

## 効果があった販売促進（全業種）

上記の販売促進のうち、効果があった販売促進をみる。全産業では、「経営者のトップ営業」において実施73社中、59社が効果を感じている。経営者による営業の重要性が読み取れる。その他に効果がみられるのは「営業パーソンによる営業」や「展示会・商談会等」となっている。



# 消費税率引上げへの準備について

本年10月に実施される消費税率引上げへの準備状況を見る。全産業をみると、「まだ準備していない」との回答が23.4%。4社に1社が未準備であることが読み取れる。なお、値札の付け替えやレジの設定変更等で必ず準備が必要となる小売業をみると、特に未準備の割合が高く、35.7%が「まだ準備していない」と回答している。

	全産業 n=184	製造 n=26	卸売 n=10	小売 n=14	建設・運輸 n=66	サービス n=61
準備は完了している	8.2%	3.8%	0.0%	0.0%	10.6%	9.8%
ほとんど準備は完了している	18.5%	7.7%	30.0%	21.4%	18.2%	19.7%
半分程度準備は完了している	13.6%	15.4%	0.0%	28.6%	9.1%	14.8%
まだ準備していない	23.4%	19.2%	30.0%	35.7%	28.8%	14.8%
準備の必要はない	36.4%	53.8%	40.0%	14.3%	33.3%	41.0%

# 自然災害への対応について

## 災害時の事業継続の準備

自然災害時にも事業継続するための準備の状況を見る。

2016年の「熊本地震」、昨年の「平成30年7月豪雨（西日本豪雨）」、そして本年6月の「新潟・山形地震」と近年大規模災害が頻発している。また、関東においても大型台風が直撃している。事業者は、自然災害等が発生した際でも事業を継続できるよう、防災・減災への事前準備を進める必要がある。

全産業をみると、「特に準備はしていない」が53.8%となっており、半数超の事業者が準備をしていないことが読み取れる。また、業種別にみると、特に製造業で未準備の割合が高いことがわかる。

	全産業 n=184	製造 n=26	卸売 n=10	小売 n=14	建・運 n=65	サービス n=61
特に準備はしていない	53.8%	61.5%	50.0%	57.1%	49.2%	55.7%
一定の準備はしているが、事業継続については検討していない	24.5%	19.2%	20.0%	28.6%	33.8%	16.4%
災害時の事業の継続について検討したことはある	14.1%	19.2%	20.0%	7.1%	10.8%	14.8%
十分に準備をしている	4.9%	0.0%	10.0%	7.1%	3.1%	8.2%
その他	2.7%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	4.9%

## 「事業継続力強化計画」作成の意向（業種ごと）

「事業継続力強化計画」作成の意向を見る。

全業種をみると「特に興味はない（準備の必要はない）」が38.4%となっており、回答割合が最も高い。一方、「商工会議所や専門家の支援があれば作成してみたい」との回答が23.2%、「興味はあるので詳しく知りたい」との回答が16.9%あるなど、興味を持つ事業者も多いことが伺える。災害が多発する中で、事業継続力強化計画の興味関心が高まっていることがわかる。

業種別にみると、卸売業→建設業・運輸業→小売業→製造業→サービス業の順に興味関心が高くなっている。

- この機会に作成してみたい
- 既に準備を行っているので必要ない
- 商工会議所や専門家の支援があれば作成してみたい
- 特に興味はない（準備の必要はない）
- 興味はあるので詳しく知りたい
- その他

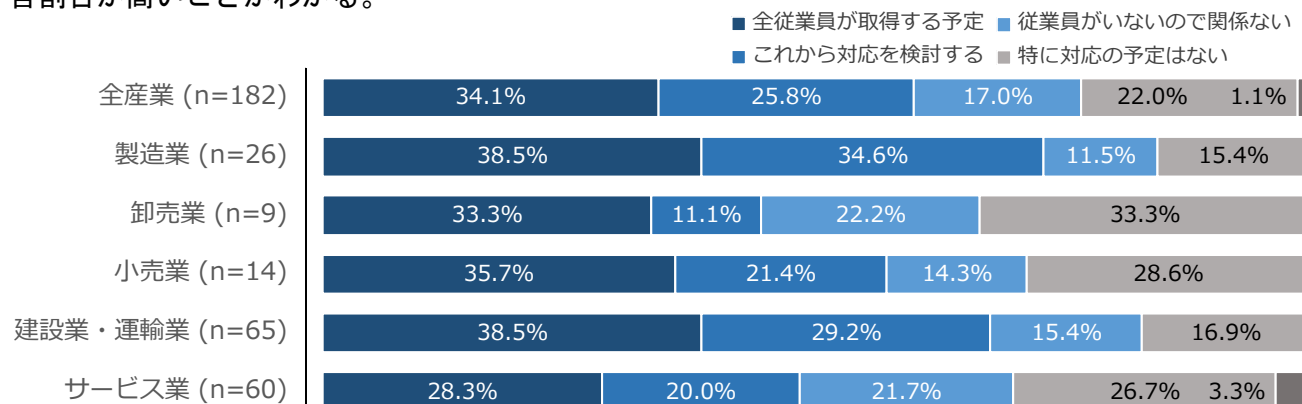
全産業 (n=177)	6.8%	23.2%	16.9%	6.8%	38.4%	7.9%
製造業 (n=26)	3.8%	19.2%	11.5%	53.8%	11.5%	
卸売業 (n=9)	11.1%	22.2%	44.4%	11.1%	11.1%	
小売業 (n=14)	42.9%	14.3%	7.1%	14.3%	21.4%	
建設業・運輸業 (n=62)	9.7%	27.4%	22.6%	3.2%	30.6%	6.5%
サービス業 (n=59)	5.1%	16.9%	11.9%	11.9%	47.5%	6.8%

# 働き方改革への準備

## 有給休暇取得の義務化（業種ごと）

本年4月より「有給休暇取得の義務化」が始まった（中小企業も例外ではない）。年10日以上有給休暇の権利がある従業員について、最低5日以上の有給休暇取得を義務化している。

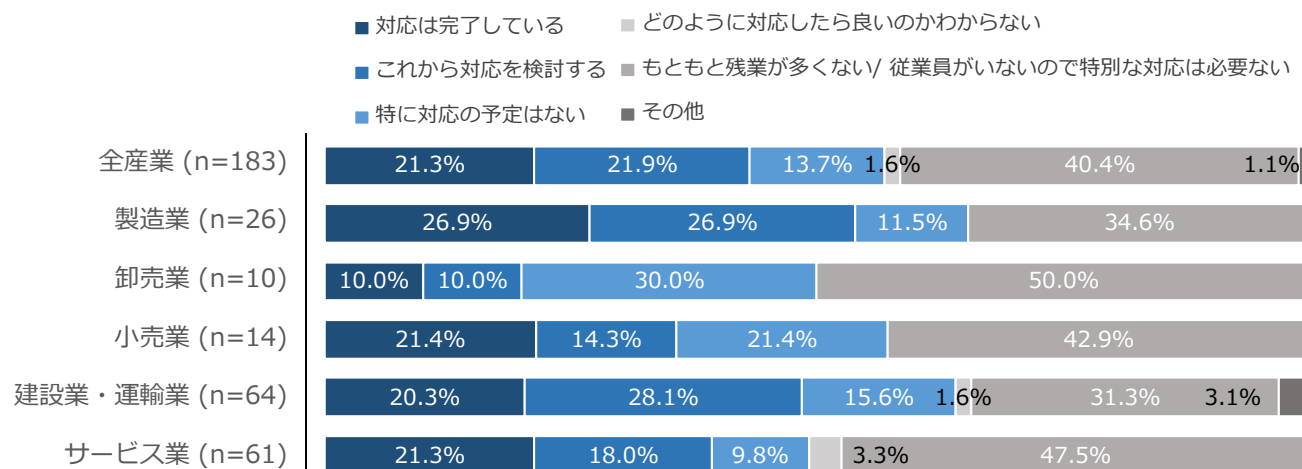
「有給休暇取得の義務化」への対応状況をみると、全産業では「特に対応の予定はない」との回答割合は22.0%である。業種別にみると、製造業や建設業・運輸業では対応済みもしくは対応予定との回答割合が高いことがわかる。



## 時間外労働の上限規制（業種ごと）

来年4月より始まる「時間外労働の上限規制」についてみる。

全産業をみると、「どのように対応したら良いのかわからない」との回答は1.6%しかみられない。ほとんどの事業者は、対応済みかどうかは別として、何をすべきかを理解していることが読み取れる。



## 総括

### 1. 経営上の問題点

経営上の問題点をみると、今回調査では、「原材料（仕入）価格の上昇」との回答が33.1%と過去調査でもっとも高い水準となった。仕入価格等の上昇分を価格転嫁できるような高付加価値化や、仕入以外の部分でのコストカットなどが重要となると考えられる。

### 2. 経営を取り巻く環境の変化への対応が必要

上記、経営上の問題点の他にも、経営を取り巻く環境は大きく変化しており、経営者はこれらの課題にも対処しなければならない。そのなかでも、本調査で質問項目となっている「消費税率の引上げ」「働き方改革」「災害への対応」は早急に対応が必要であろう。

それぞれの回答をみると、未だ十分な対応状況とはいえない。自社にとって対応が必要かどうかを改めて確認してほしい。