

太子町における小規模事業者の
景況調査報告（第2回）

平成29年7月～9月

平成29年12月

太子町商工会

目的：

大子町の小規模企業者の景況感を継続して調査することで、大子町における小規模企業者全体で景況感を共有することを目的とする。

方法：

製造業・建設業、小売・卸売業、サービス業（飲食店等を含む）からサンプルの小規模企業者を約 30 社選び、四半期ごとに景況感の聞き取り調査を行う。聞き取り方法は、直接面接もしくは電話にて行う。

調査期間は平成 29 年 1 月～平成 33 年 12 月までとし、半年ごとに景況感をまとめ、報告する。

対象事業者：

大子町にて事業を行っている小規模事業者

調査項目：

- ① 売上高、販売単価、粗利益、資金繰り、人材確保、景況感、風評被害について前年度同時期と比較した。
- ② 調査期間における設備投資の有無、および、今後の設備投資の予定を調査した。
- ③ 大子町で事業を行う上で、現在認識している課題・問題点を調査した。

調査属性

製造業（食品加工業を含む）	6社
建設関連業	6社
小売業（卸売業を含む）	9社
サービス業（飲食、観光含む）	10社

事業者の規模

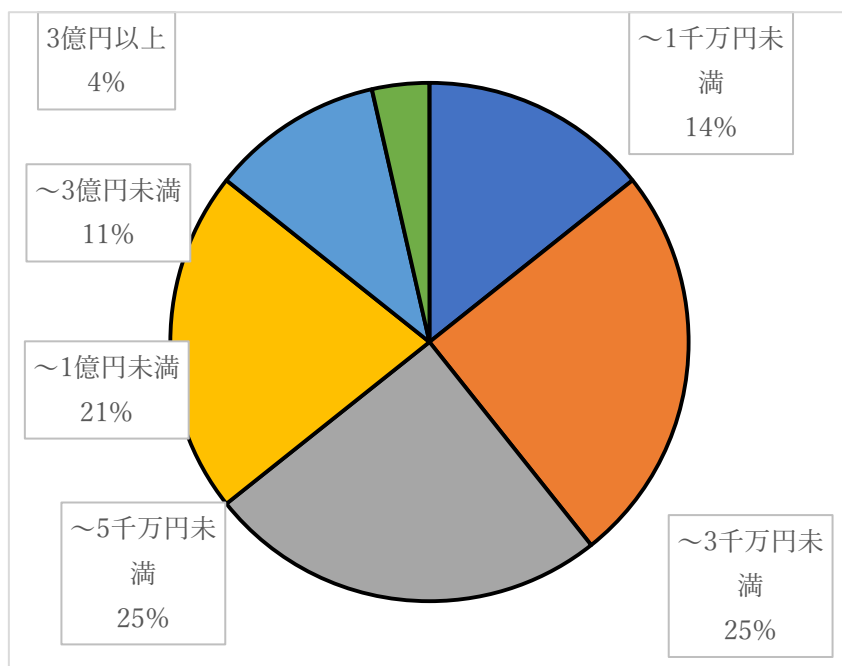


図1 売上規模による事業者の調査割合

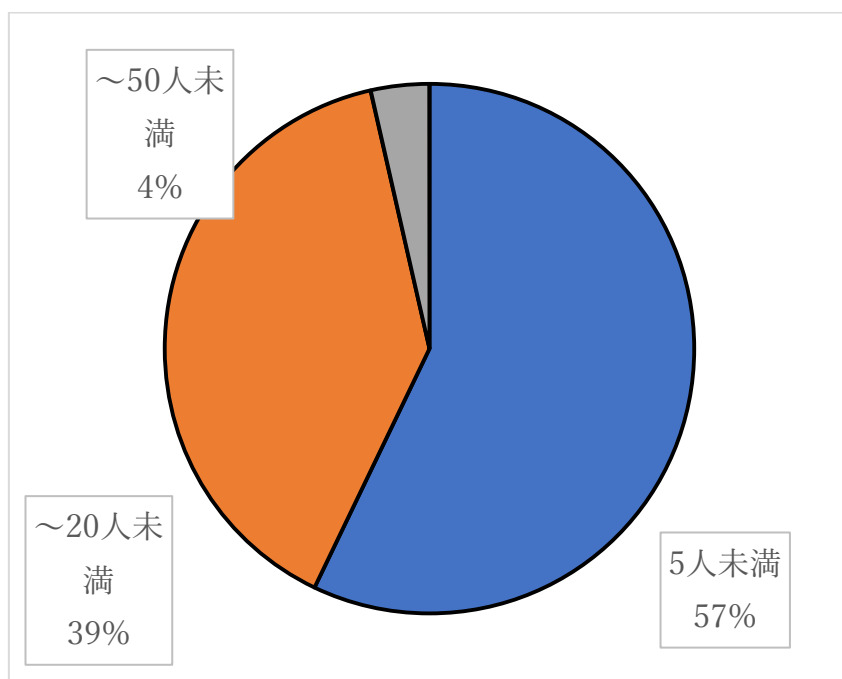


図2 従業員規模による事業者の割合

1. 景況感について

大子町の特徴の一つとして、3.11 東日本大震災による風評被害が懸念されますが、サービス業においては、風評被害が解消してきたと感じる事業者が増えています。また、足元では、粗利益、景況感、改善されている傾向にあります。

表1 平成29年1月～3月間のDI※1

	売上高	販売単価	粗利益	資金繰り	人材確保	景況感	風評被害
製造業 (食品加工含む)	▲ 16.7	▲ 16.7	▲ 16.7	0.0	0.0	▲ 33.3	▲ 16.7
建設関連業	▲ 16.7	▲ 33.3	▲ 33.3	▲ 33.3	▲ 16.7	▲ 16.7	0.0
小売業 (卸売業含む)	▲ 33.3	▲ 33.3	0.0	▲ 11.1	0.0	▲ 11.1	▲ 11.1
サービス業 (飲食、観光含む)	▲ 20.0	0.0	▲ 30.0	0.0	▲ 10.0	▲ 30.0	30.0
全業種計	▲ 22.6	▲ 19.4	▲ 19.4	▲ 9.7	▲ 6.5	▲ 22.6	3.2

表2 平成29年4月～6月間のDI※1

	売上高	販売単価	粗利益	資金繰り	人材確保	景況感	風評被害
製造業 (食品加工含む)	▲ 16.7	▲ 16.7	▲ 16.7	0.0	0.0	▲ 33.3	▲ 16.7
建設関連業	▲ 33.3	▲ 33.3	▲ 33.3	▲ 33.3	0.0	▲ 16.7	0.0
小売業 (卸売業含む)	▲ 33.3	▲ 33.3	0.0	▲ 22.2	0.0	0.0	▲ 11.1
サービス業 (飲食、観光含む)	▲ 20.0	0.0	▲ 20.0	0.0	▲ 10.0	▲ 30.0	30.0
全業種計	▲ 25.8	▲ 19.4	▲ 16.1	▲ 12.9	▲ 3.2	▲ 19.4	3.2

表3 平成29年7月～9月間のDI※1

	売上高	販売単価	粗利益	資金繰り	人材確保	景況感	風評被害
製造業 (食品加工含む)	16.7	▲ 33.3	▲ 33.3	0.0	▲ 16.7	50.0	0.0
建設関連業	0.0	16.7	0.0	0.0	▲ 16.7	33.3	0.0
小売業 (卸売業含む)	▲ 33.3	▲ 22.2	▲ 22.2	▲ 11.1	0.0	▲ 44.4	▲ 11.1
サービス業 (飲食、観光含む)	▲ 20.0	20.0	20.0	▲ 10.0	▲ 20.0	▲ 20.0	▲ 10.0
全業種計	▲ 12.9	▲ 3.2	▲ 6.5	▲ 6.5	▲ 12.9	▲ 3.2	▲ 6.5

※1 DI (Diffusion Index: 業況判断指数)

「景気が良い」と感じている企業の割合から、「景気が悪い」と感じている企業の割合を引いたものを%ポイントで表した景気判断指数の一つです。プラスは良くなった。マイナスは悪くなった。と、とらえることができます。

大子町における、業種別、項目別のD Iの推移を以下に示します。

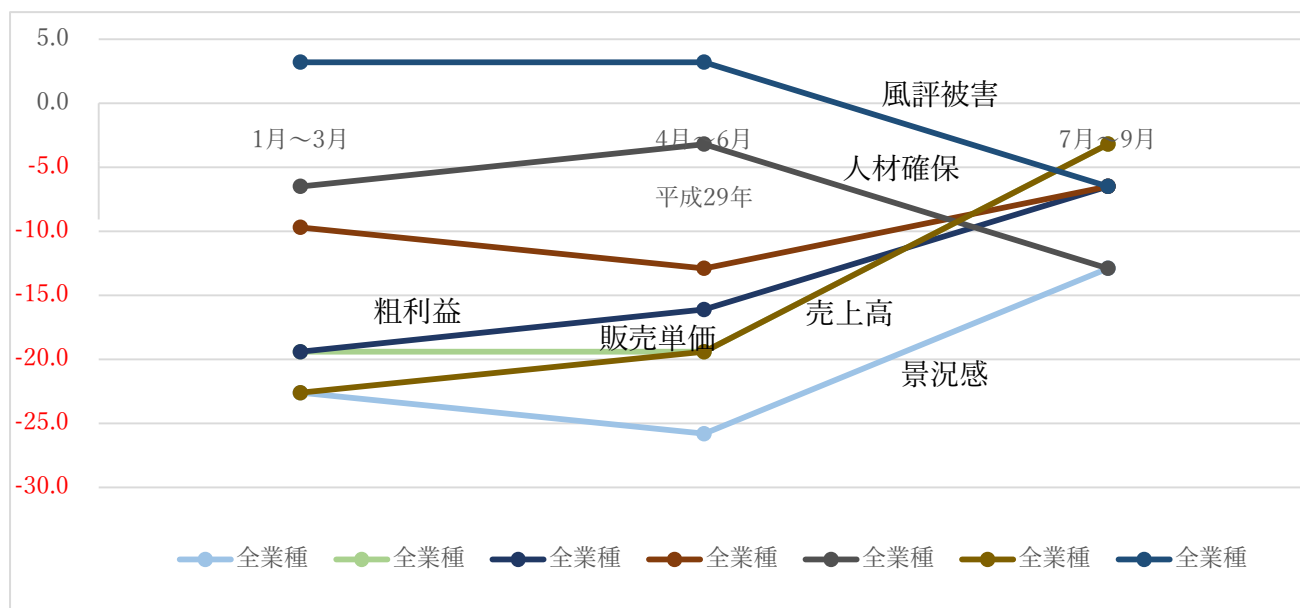


図1 大子町の全業種におけるD Iの推移

平成29年7月～9月においては、概ね好調であると読み取れます。ただし、人材の確保が全体的に難しくなっていることが伺えます。

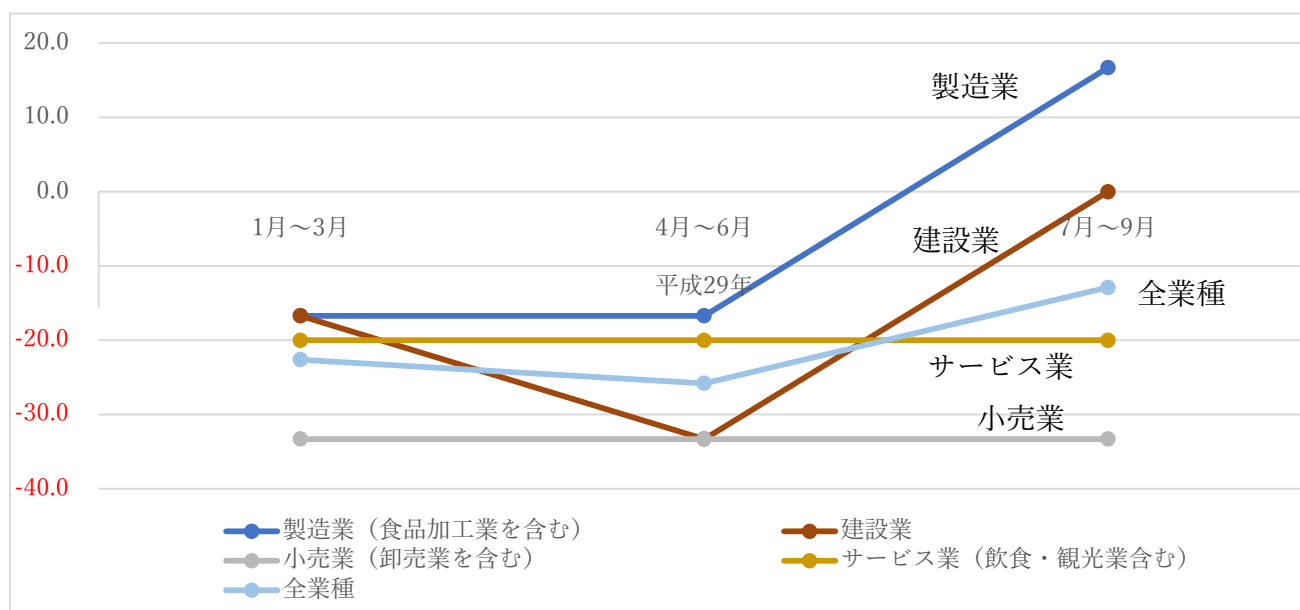


図2 大子町における業種別売上D Iの推移

製造業、建築業の足元では売上が伸びており全産業をけん引する形になっています。サービス業、小売業の業界では売上が特に上がったような傾向は見られません。ただし、製造業では別な点 (図3で述べます) で問題があります。

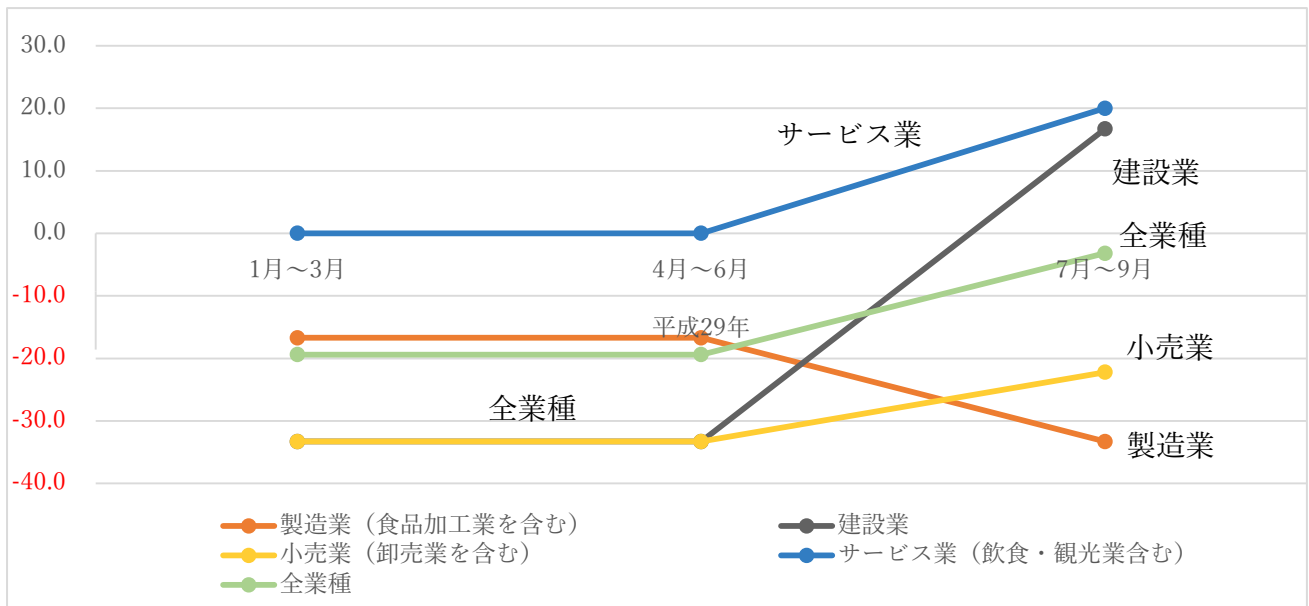


図3 大子町における業種別販売単価益DIの推移

図2では製造業が良いように思われますが、現実的には、販売単価（加工賃）の引き下げ要請があるようにも見られます。製造業では値下げによる増産が増えているのではないかと懸念されます。また、図2で伸びが感じられないサービス業、小売業ですが、単価の引き上げはできているようです。ただし、小売業では図4に見られる問題点があります。

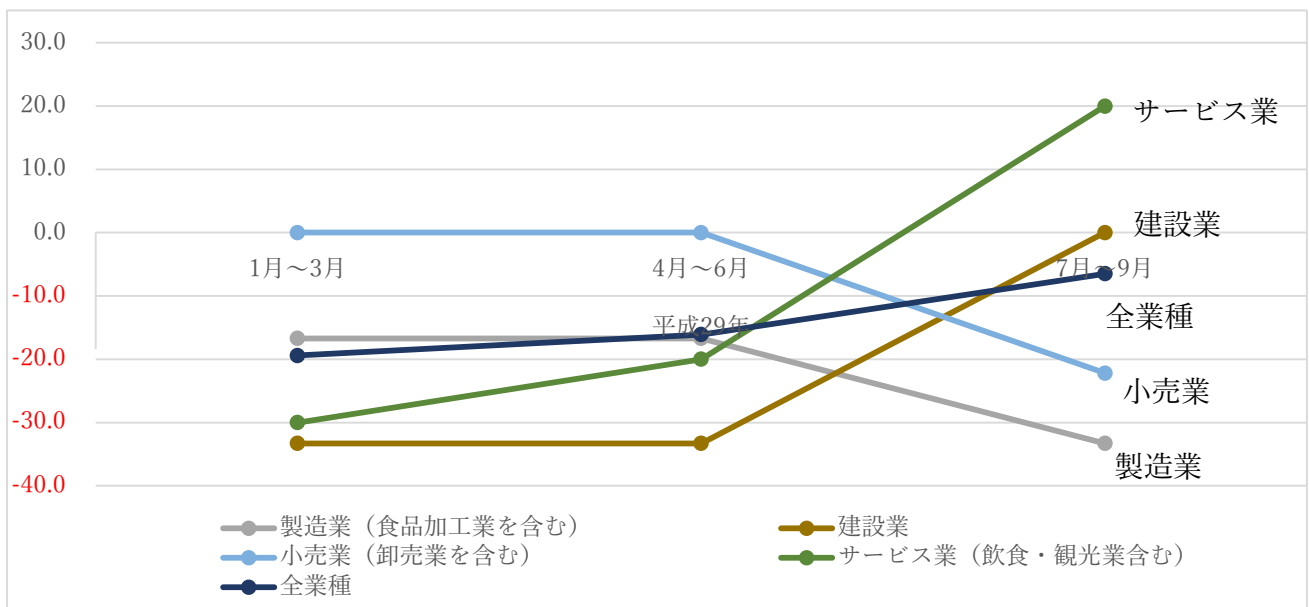


図4 大子町における業種別粗利益DIの推移

粗利益の傾向は、小売業と製造業が足元では苦しい状況になっています。製造業は、単価の引き下げ要請があり、小売業は仕入価格の高騰に対して販売価格の引き上げが十分にできていないことが推測できます。

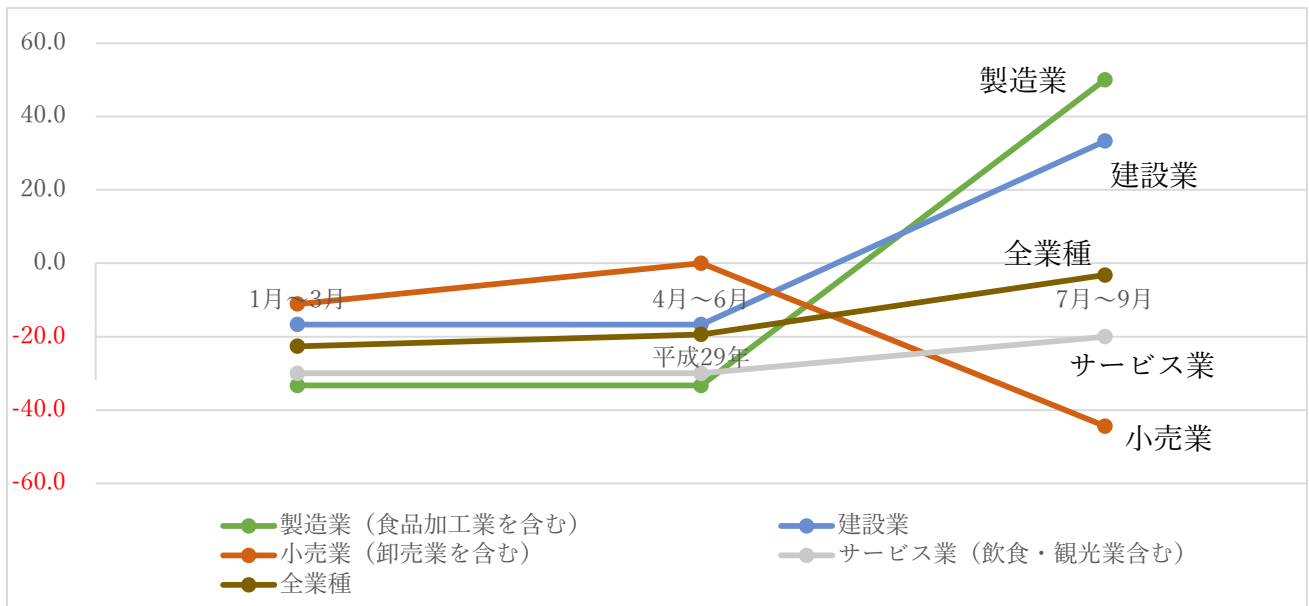


図5 大子町における景況感D I の推移

景気が良くなったかどうかを見る指標です。製造業者は景気が良くなったと感じる事業者が多くなっています。しかし、利益率の低下などがみられ、安心するには時期尚早でしょう。

対して小売業者の危機感は強いものが感じられます。人口の減少・高齢化などからくる近隣住民の消費活動の減少に対して、今までと異なる視点からの対応が必要になるかと思えます。

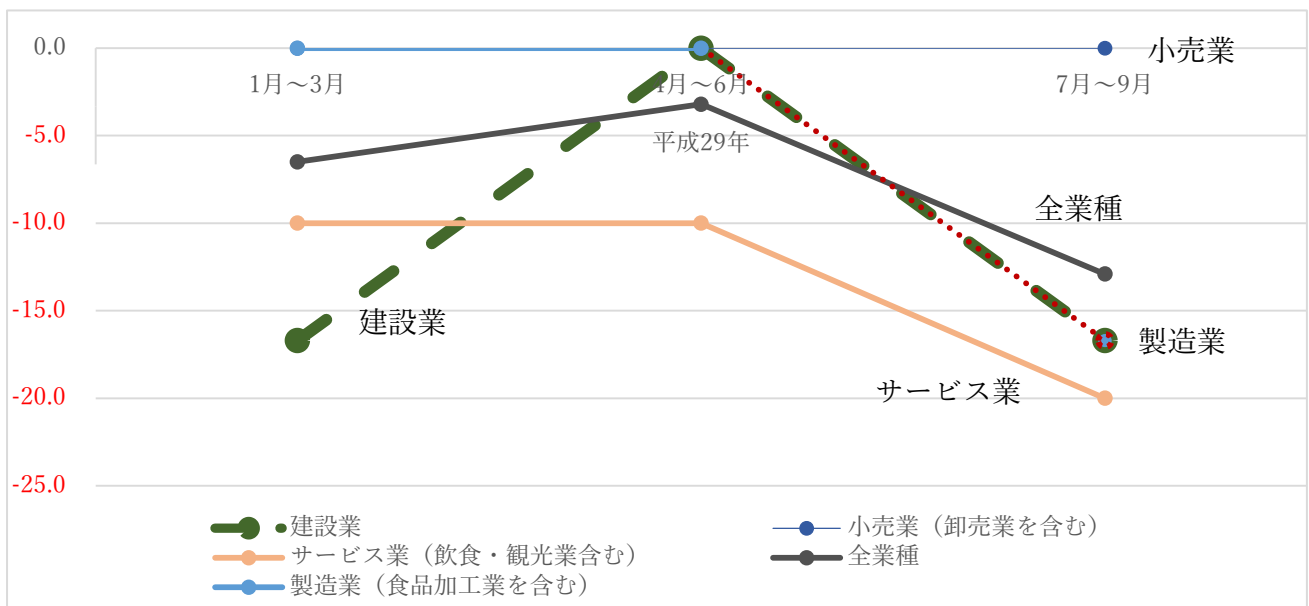


図6 大子町における人材確保D I の推移

全ての業種にいえることですが、人材の確保が難しくなっています。人口の減少、高齢化、若者の地元離れと言ってしまうのであればそれまででしょうが、魅力ある職場、仕事を生み出すことも事業者には必要なことなのかもしれません。

2. 設備投資に関して

この景況感調査を始めてから、今後設備投資を行う予定の事業者が増えています。何かしらのアクションを採ることで、ビジネスチャンスを感じている事業者がいることがうかがえます。

それぞれの事業者が、景気回復を感じているために設備導入を考える事業者の割合がふえているのではないかと思います。

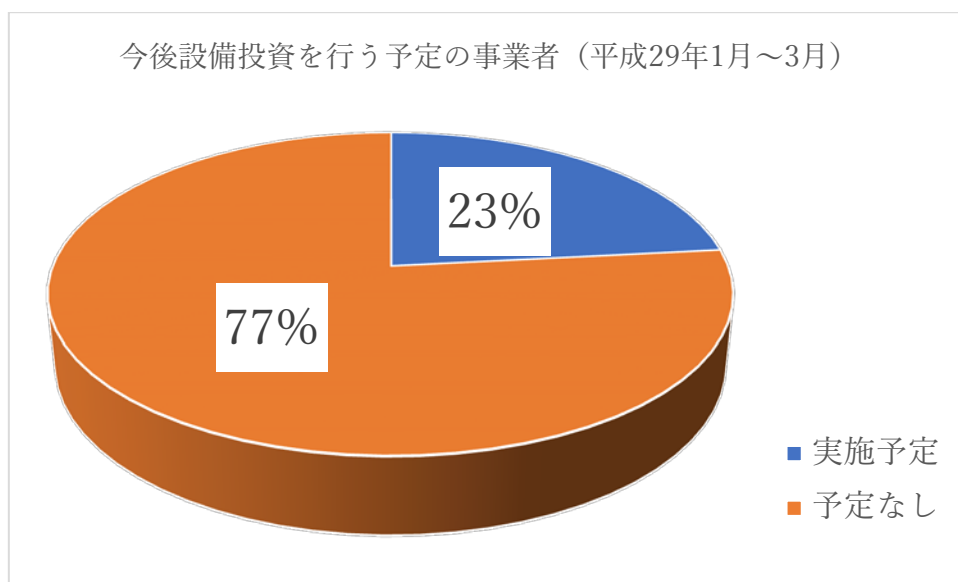


図7 今後設備投資を行う予定のある事業者の割合（平成29年1月～3月）

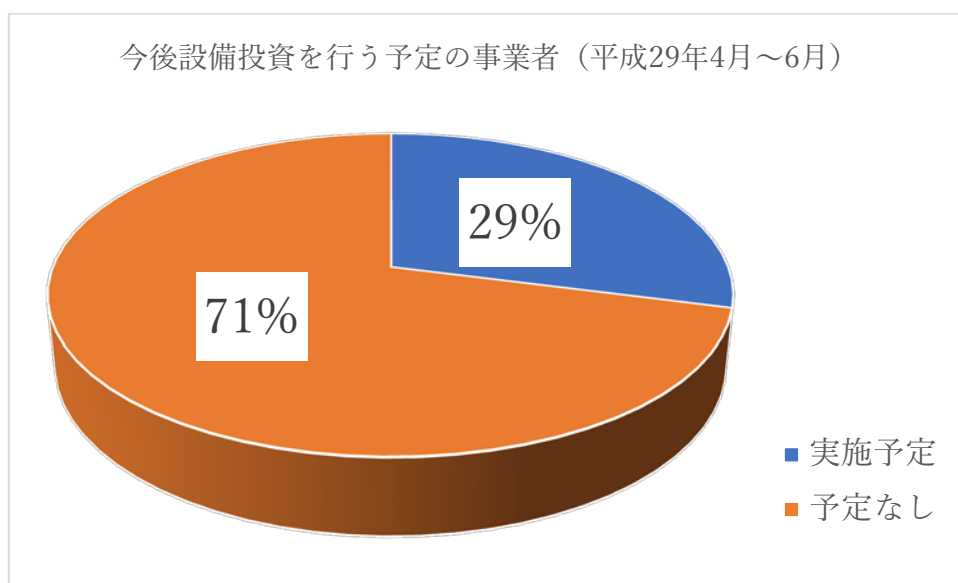


図8 今後設備投資を行う予定のある事業者の割合（平成29年4月～6月）

今後設備投資を行う予定の事業者（平成29年7月～9月）

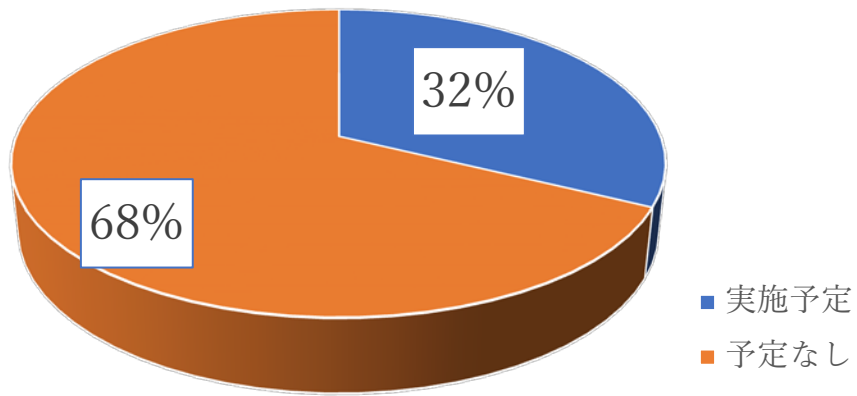


図9 今後設備投資を行う予定のある事業者の割合（平成29年7月～9月）

3. 小規模事業者の課題意識について

小規模事業者の課題意識は図 11 のようになりました。参考に図 10 として前回の資料を載せます。ここにきて少し意識の変化がでてきました。最も重視する課題は「需要の停滞・売上の伸び悩み」と変わりますが、「従業員の確保難」という課題が本格化してきています。

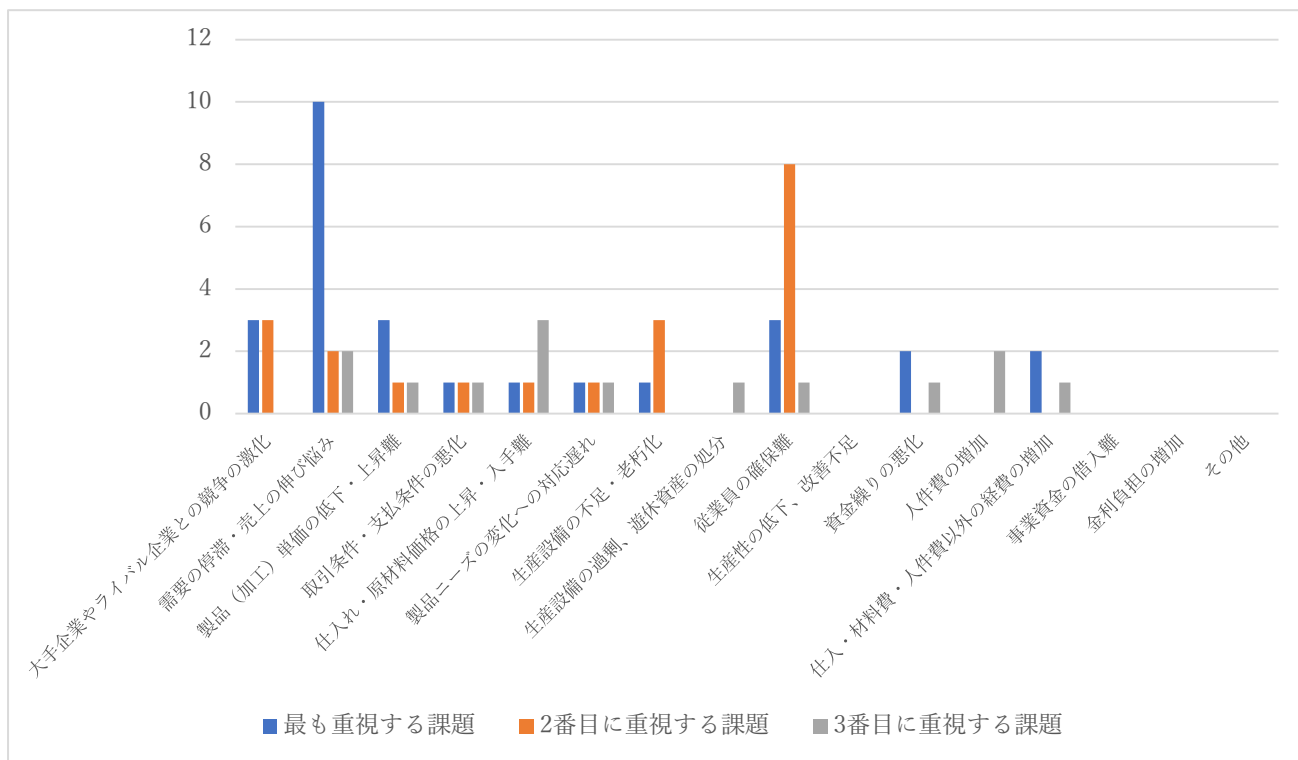


図 10 大子町における小規模事業者の課題意識 (平成 29 年 4 月～6 月)

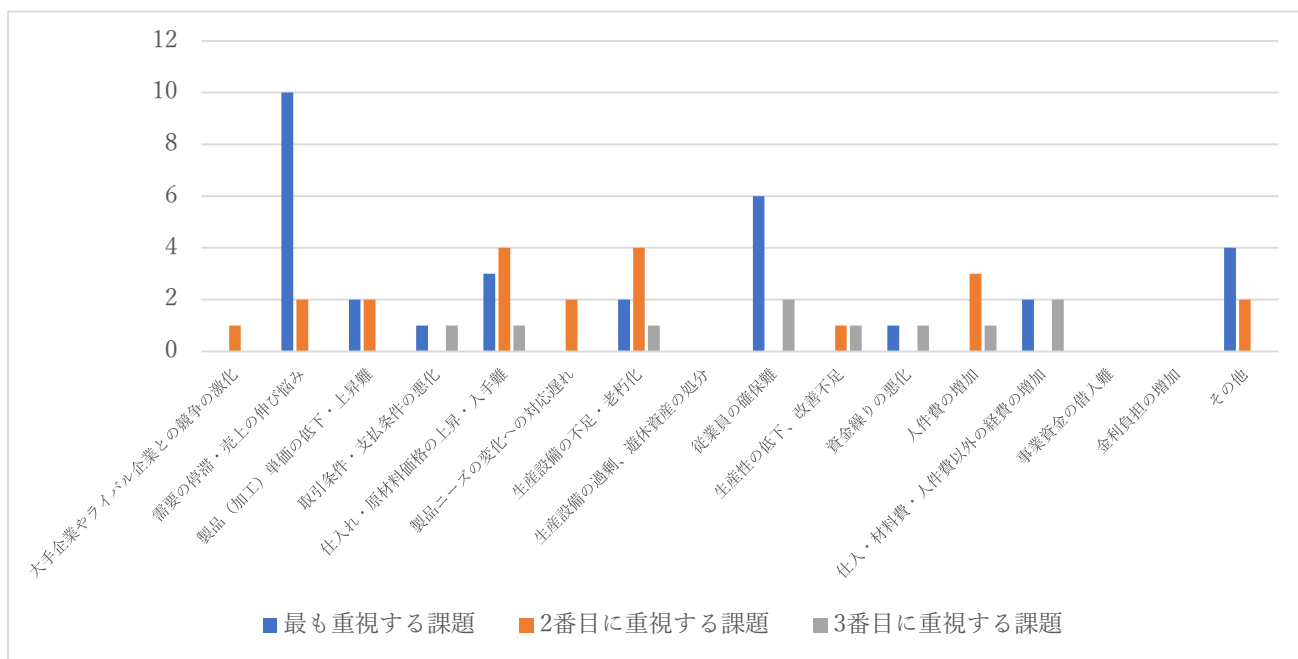


図 11 大子町における小規模事業者の課題意識 (平成 29 年 7 月～9 月)