

佐賀市南商工会管内景気動向等調査

報告書

令和5年1月 佐賀市南商工会

1 調査の目的など

佐賀市南商工会において、管内の小規模事業者の景気動向などについて佐賀県商工会連合会が行った「令和3年度佐賀県経済動向調査」を独自に分析し、結果を管内事業者などに周知し今後の事業展開や事業計画策定などにおける参考資料として活用することを目的とする。

■調査の概要

佐賀県商工会連合会が行った「佐賀県経済動向調査」の調査項目、佐賀市南商工会での回答数は以下のとおりである。

■調査項目

◇企業の概要

- ・フェイスシート(企業形態・創業年など)

◇業績、今後の見通しなどについて

- ・業績
- ・今後の見通し
- ・金融関係
- ・設備関係
- ・価格関係
- ・販売関係
- ・取引先関係

◇経営上の課題、事業展開などについて

- ・IT関係
- ・インバウンド関係
- ・労働、雇用関係
- ・事業展開と継続
- ・リスクへの対応
- ・強みや課題の把握
- ・経営上の課題
- ・新型コロナウイルスに関すること

■回答数

佐賀市南商工会では130件の回答が得られている。業種別には以下のとおりである。

1.建設業	2.製造業	3.卸売業	4.小売業	5.サービス業	計
29	38	3	22	38	130

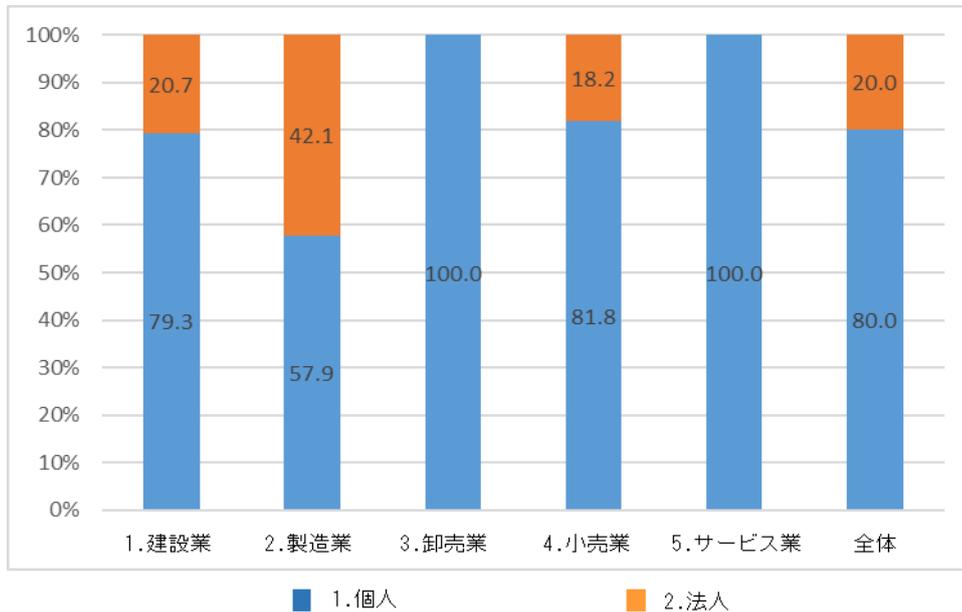
■分析

設問毎に業種別に集計を行い、分析を行った。

2. 経済動向調査分析(主な項目抜粋)

2-1 企業の概要について

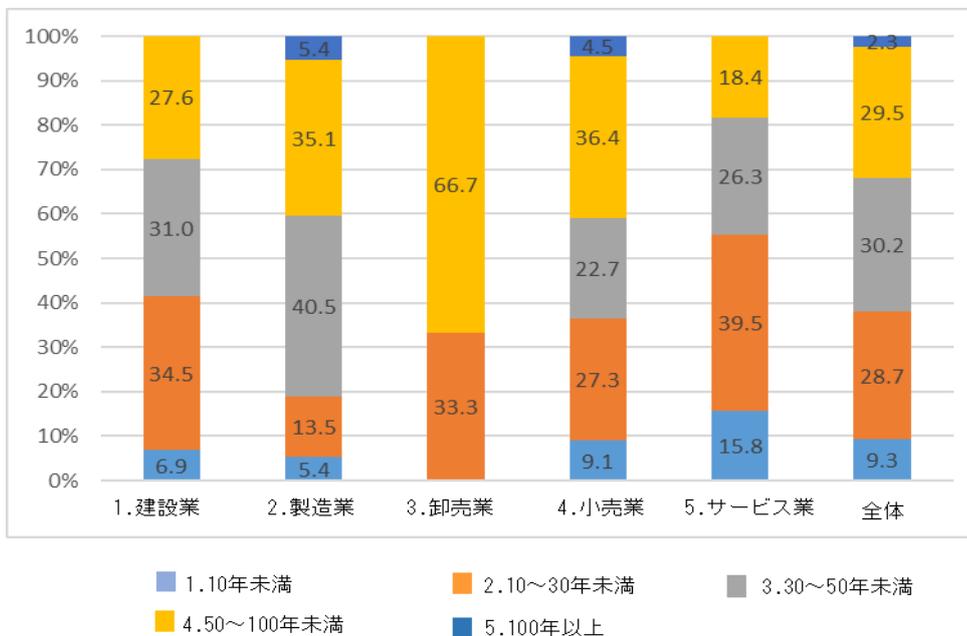
(1) 企業形態



・「企業形態」については、全体で20%が「法人」、80%が「個人」となっている。「法人」の比率が高いのは製造業である。

・卸売業、サービス業はすべて「個人」となっている。

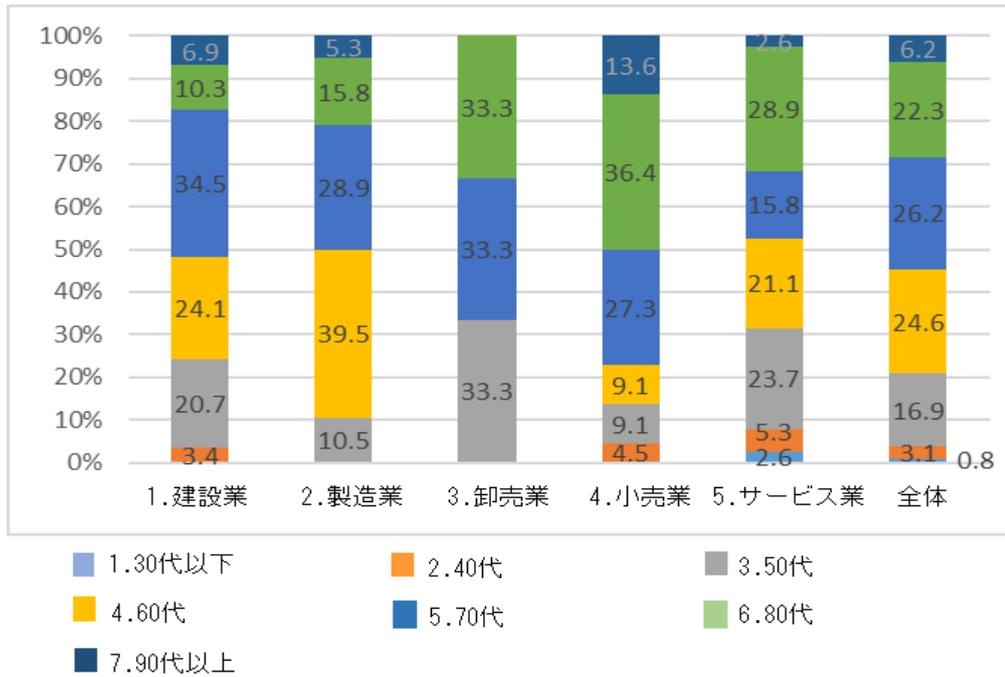
(2) 創業年



・「創業年数」では、全体で「10年未満」が9%、「10年~30年未満」、「10年~30年未満」「10年~30年未満」が約30%ずつ、「100年以上」が2%となっている。

・サービス業で「10年未満」の新しい事業所が多い。

(3) 代表者年齢

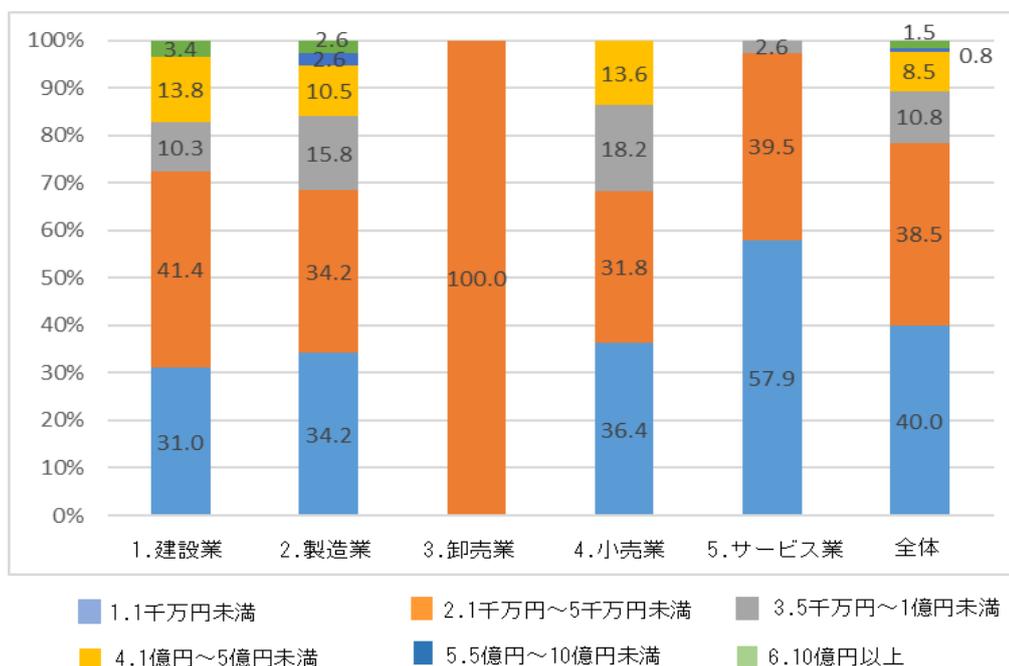


- ・「代表者年齢」は、全体で「50代」～「80代」が多くなっており、最も多いのは「70代」である。
- ・特に小売業で年齢が高くなっている。

2-2 業績・今後の見通しなどについて

(1) 収益性

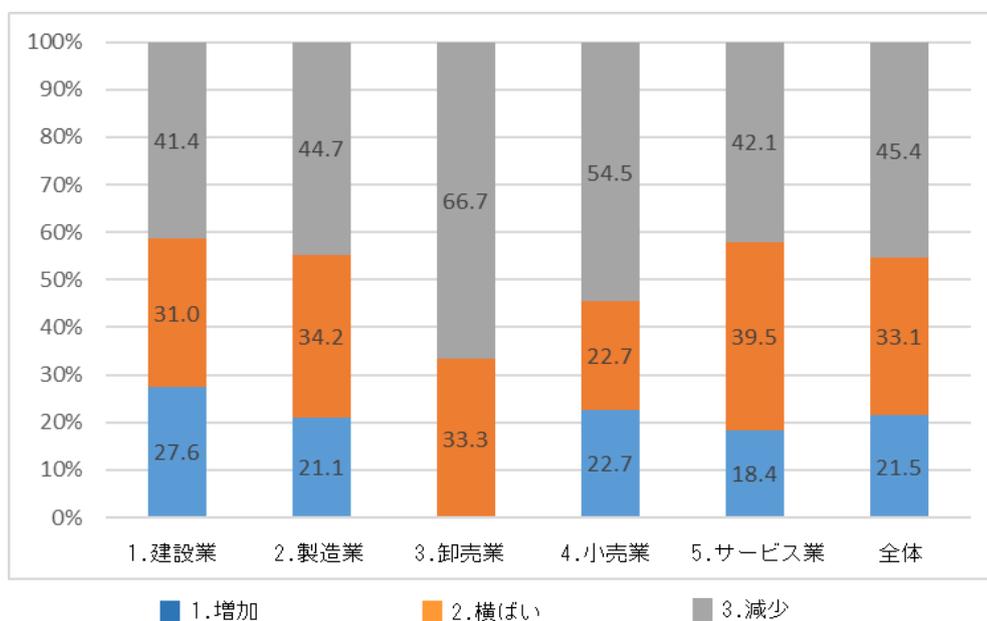
■売上高



・「売上高」では、全体で「1千万円未満」が40%、「1千万円～5千万円未満」が39%となっている。

・建設業、製造業で「10億円以上」となっているところもある。

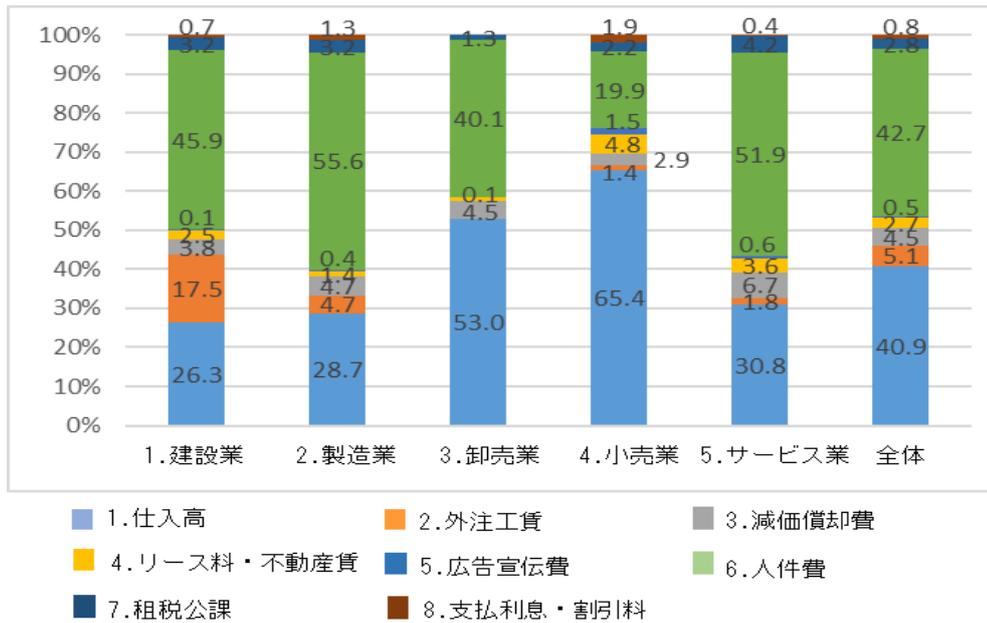
■売上高の前年決算比較



・「売上高の前年決算比較」では、全体で「減少」が45%で最も多く、次いで「横ばい」33%、「増加」22%となっている。

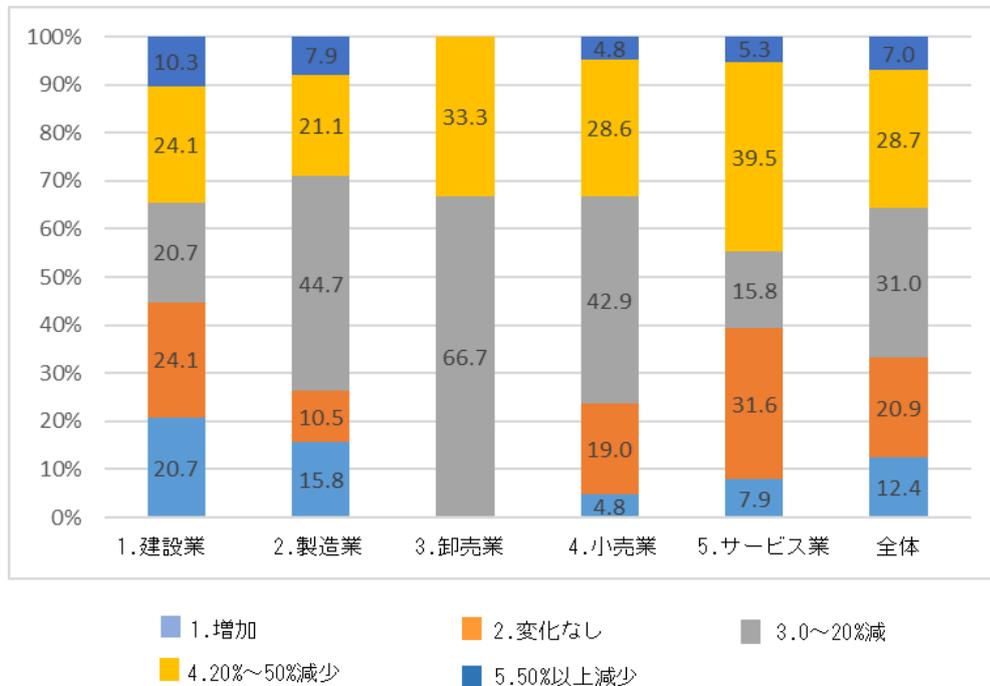
(2) 費用構造

■費用構造割合



- ・「費用構造割合」では、全体で「仕入高」が41%、人件費が42%で主を占める。
- ・卸売業、小売業で「仕入高」が、製造業、サービス業では「人件費」の割合が高くなっている。

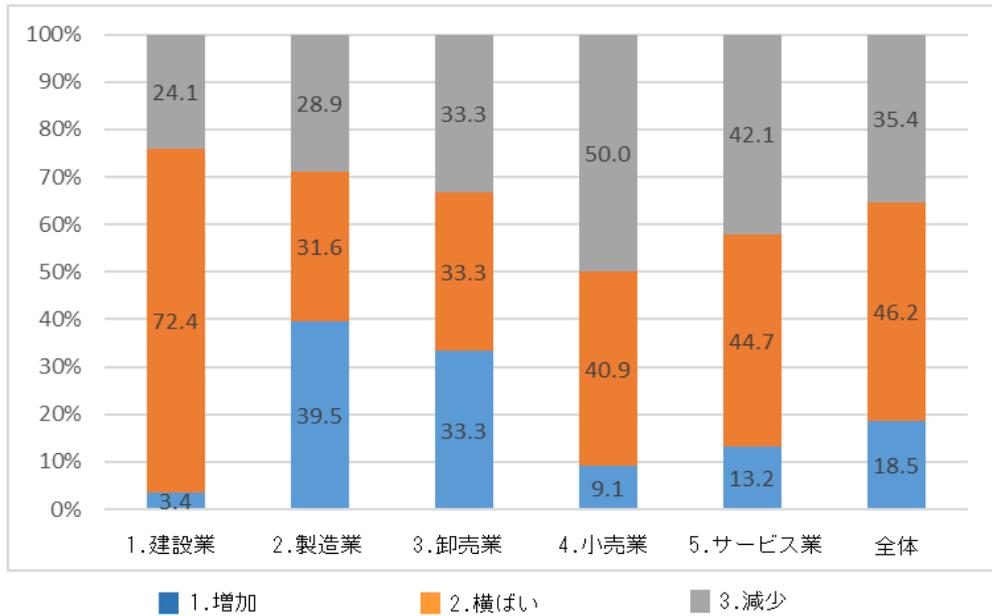
■新型コロナウイルス感染症流行前後での業績の変化



- ・「新型コロナウイルス感染症流行前後での業績の変化」では、全体で「0~20%減少」が31%で最も多い。次いで「20%~50%減少」、「変化なし」と続く。「増加」との回答も12%ある。
- ・卸売業、小売業で業績が悪化している割合が高い。

(3) 今後の見通し

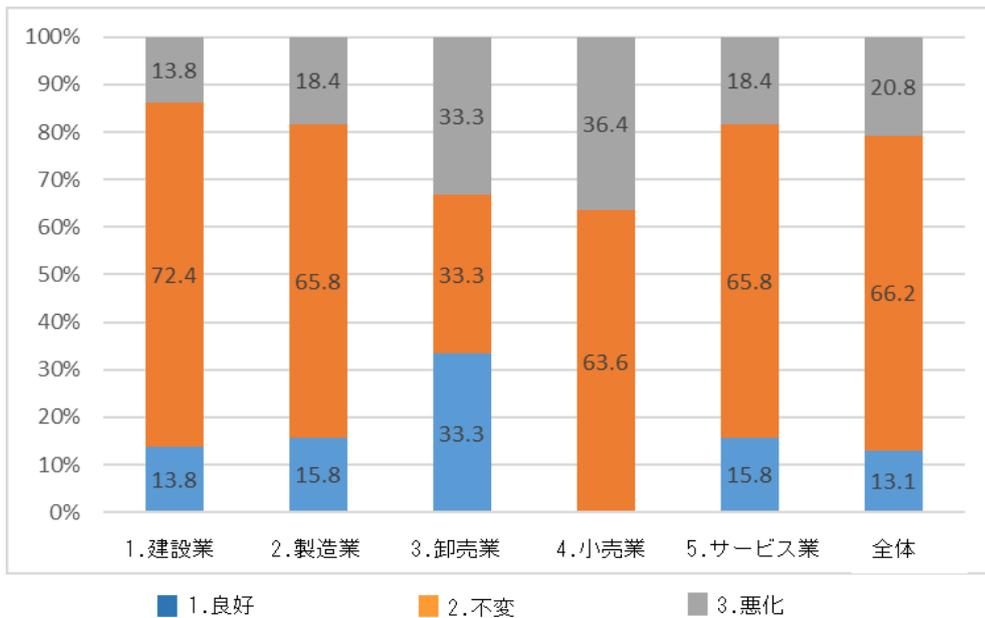
■ 今後 3～5 年の売上高



- 「今後 3～5 年の売上高」では、全体で「横ばい」が 46% で最も多く、次いで「減少」35%、「増加」19% となっている。
- 「減少」は小売業が、「増加」は製造業が最も割合が高くなっている。

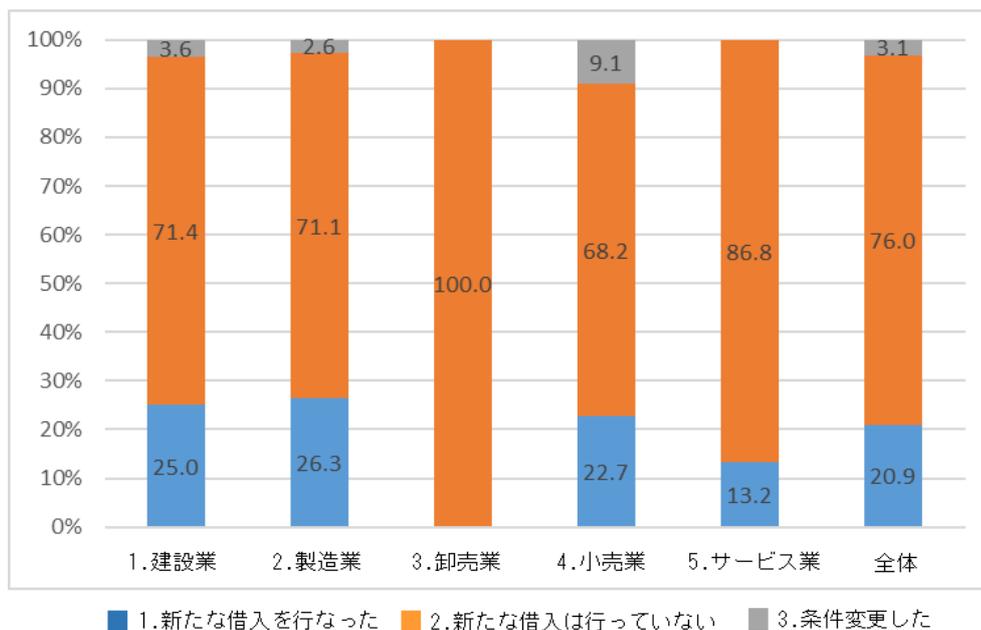
(4) 金融関係

■ 資金繰り



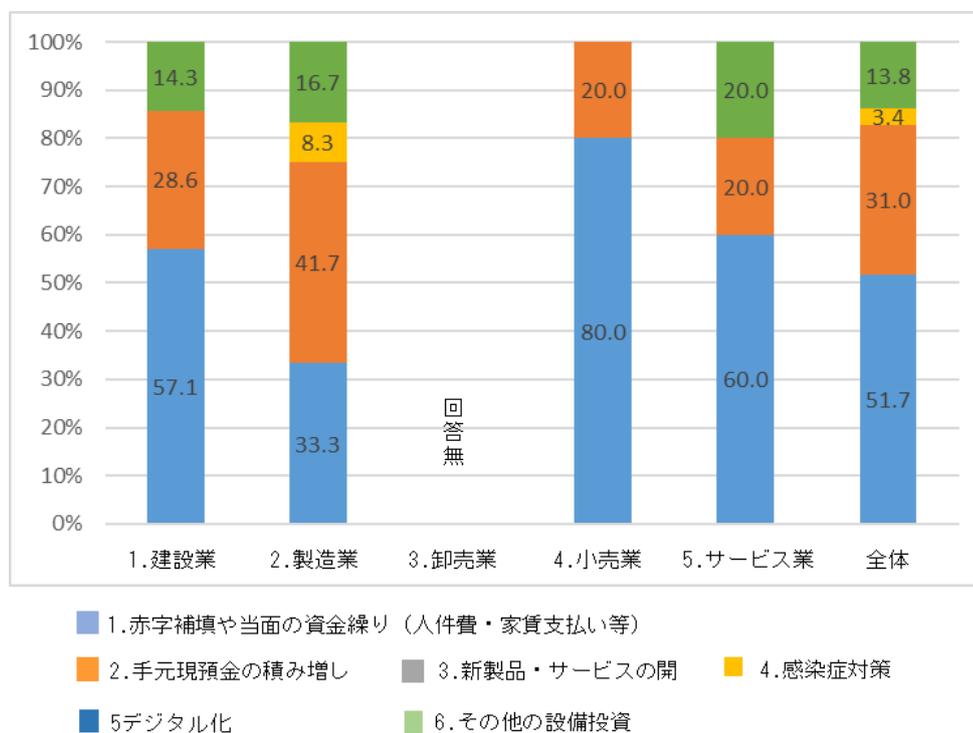
- 「創業年数」では、全体で「不変」が 66% で最も多くなっている。
- 小売業において「悪化」の割合が高い。

■借入状況



- 「借入状況」では、全体で「新たな借入は行っていない」が76%で最も多い。
- 建設業、製造業、小売業で、「新たな借入を行った」の事業所割合が高い。

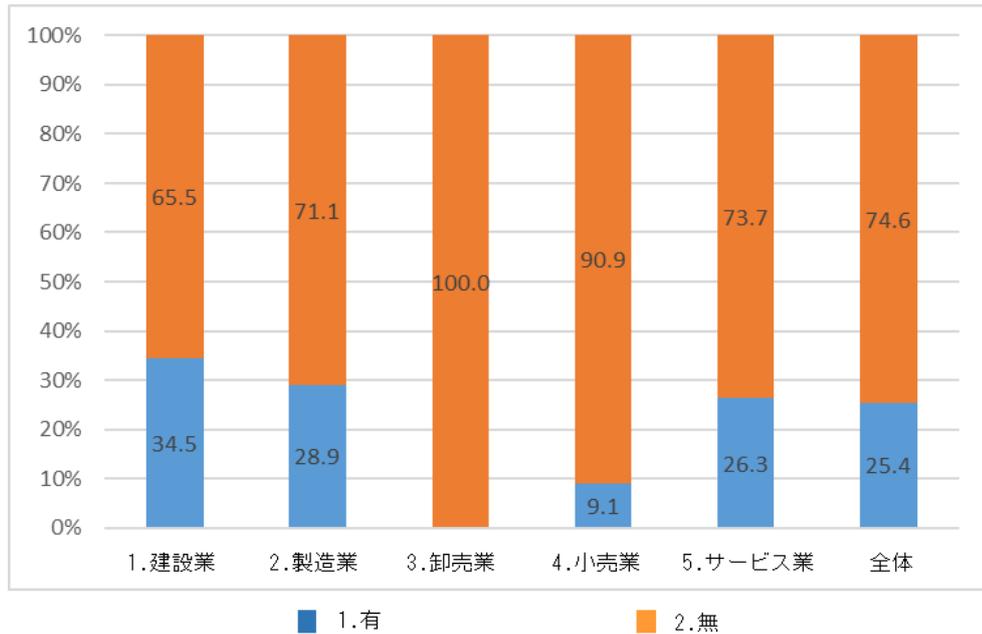
■借入を行った資金の使い道



- 「借入を行った資金の使い道」では、全体で「赤字補填や当面の資金繰り」が52%で最も多い。次いで「手元現預金の積み増し」と続く。
- 製造業では、「手元現預金の積み増し」の割合が高い。

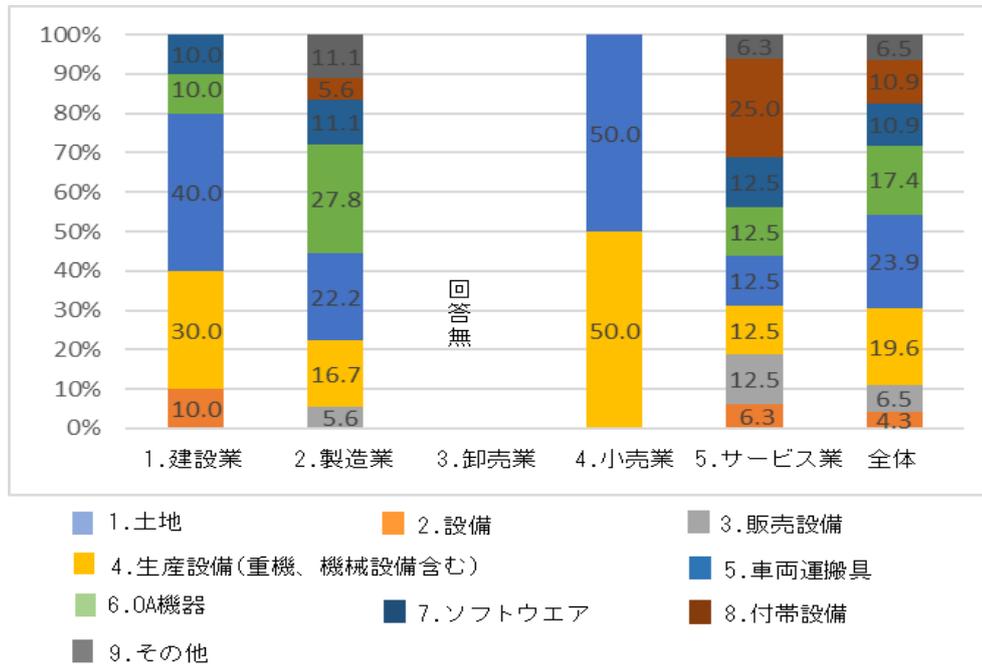
(5) 設備関係

■前期設備投資実績



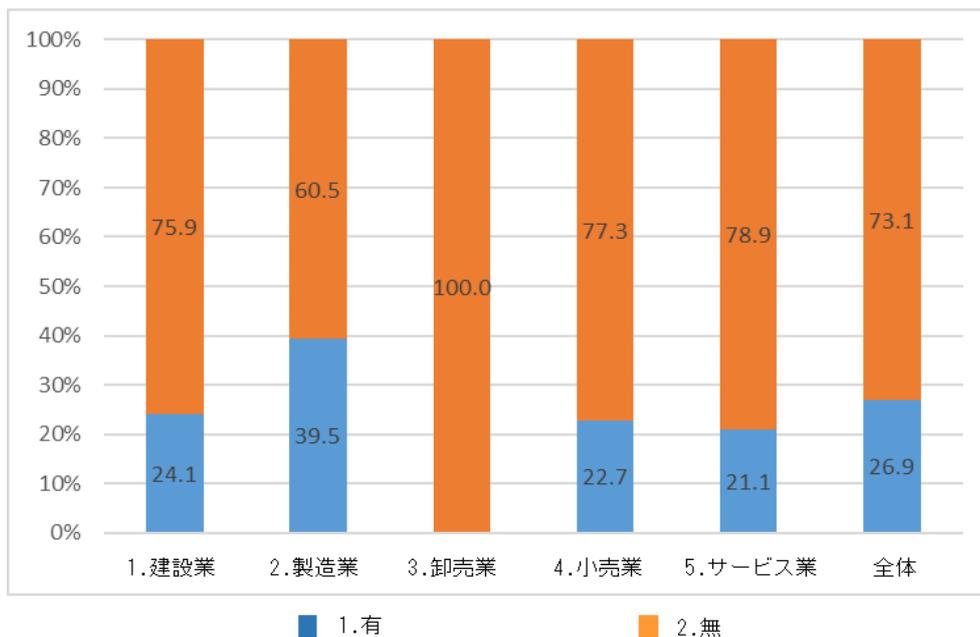
- ・「前期設備投資実績」では、全体で「有」が25%、「無」が75%となっている。
- ・建設業、製造業、サービス業で、「有」の割合が高い。

■内容



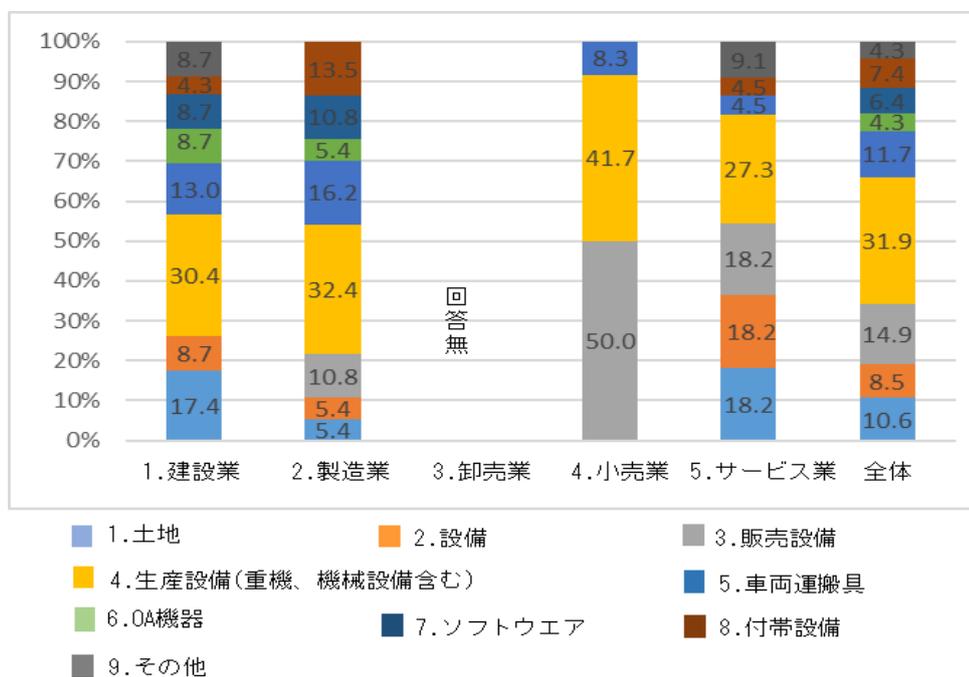
- ・「内容」は、全体で「車両運搬具」、「生産設備」、「OA 機器」の割合が高い。
- ・サービス業では、各内容に投資されている。

■ 今期以降の設備投資予定



- 「今期以降の設備投資予定」では、全体で「有」が27%、「無」が73%となっている。
- 製造業において、「有」の割合が高い。

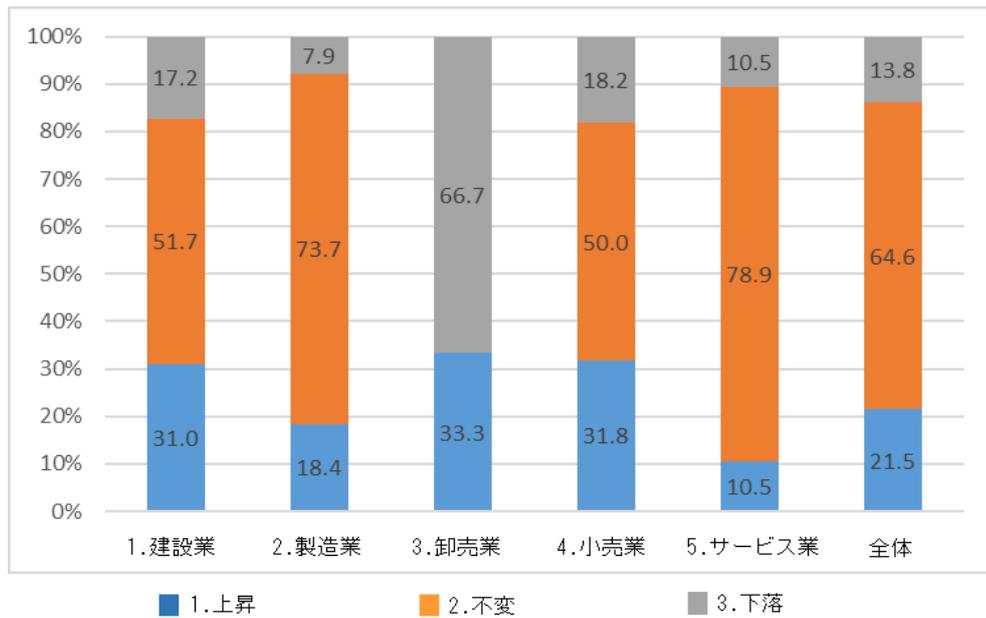
■ 内容



- 「内容」は、全体で「生産設備」が32%で最も多い。
- 卸売業を除き各業種で、「生産設備」の割合が最も高くなっている。

(6) 価格関係

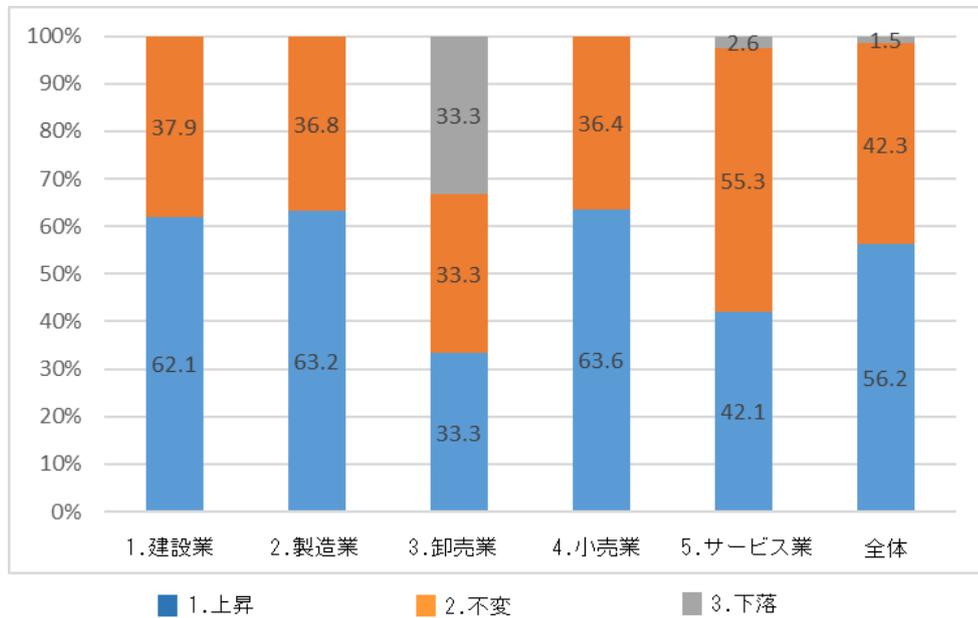
■販売価格(受注単価)



・「販売価格(受注単価)」では、全体で「不変」が65%で最も多く、次いで「上昇」、「下落」と続く。

・卸売業で「下落」の割合が高くなっている。

■仕入単価

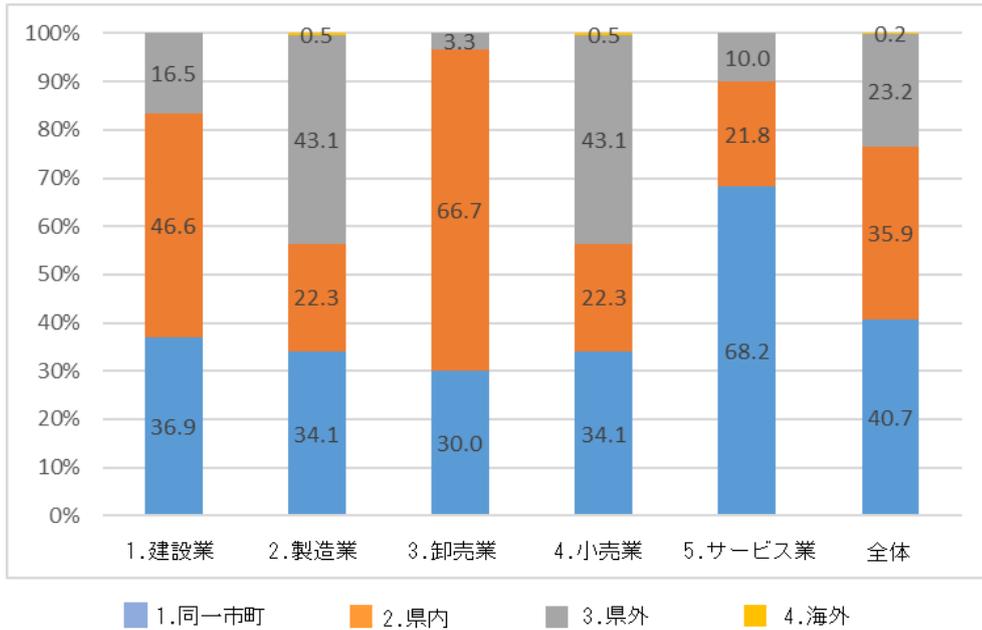


・「仕入単価」では、全体で「上昇」が56%で最も多くなっている。

・建設業、製造業、小売業で「上昇」の割合が高い。

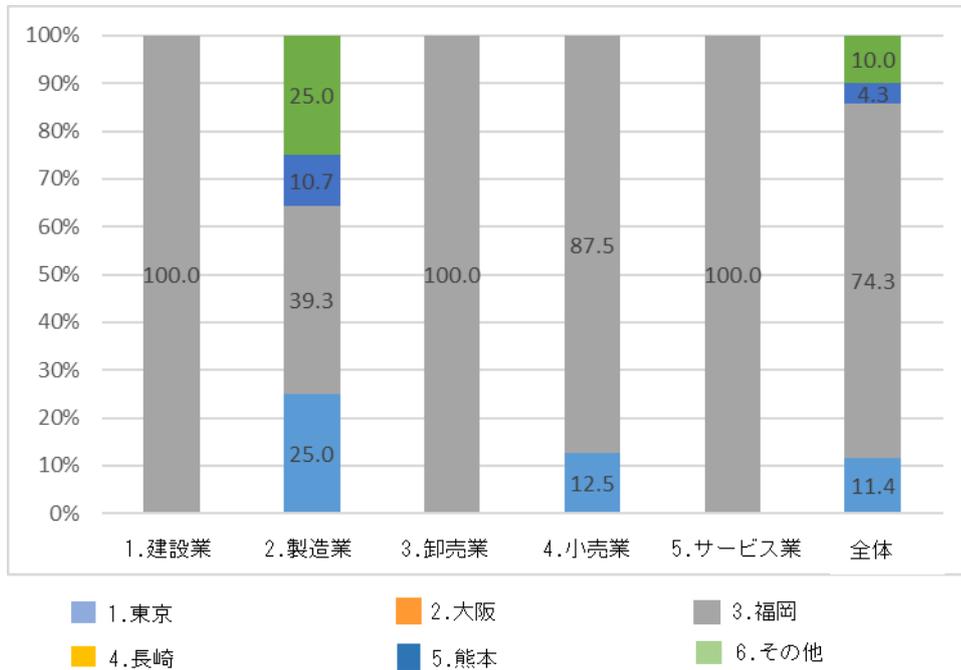
(7) 販売関係

■販売シェア



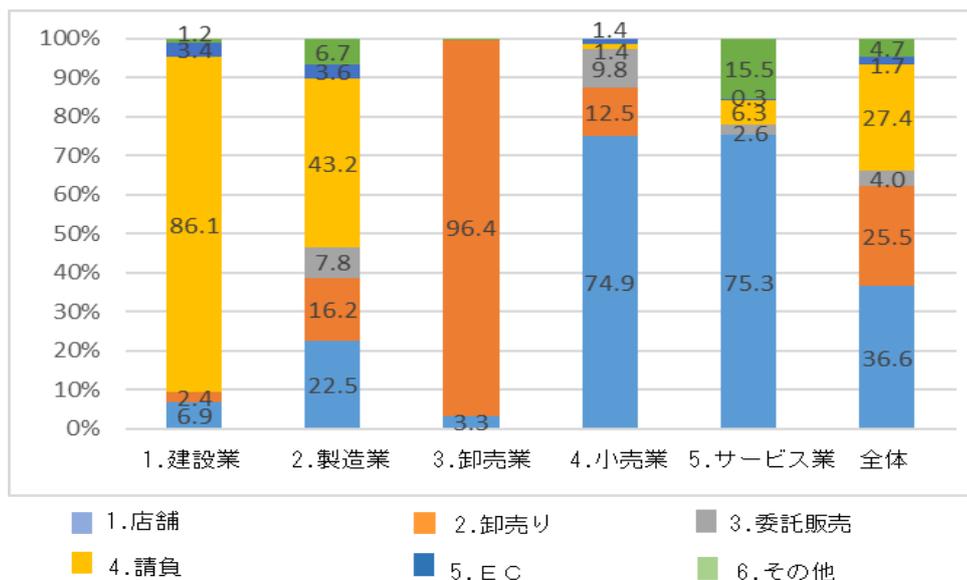
- 「販売シェア」では、全体で「同一市内」が41%で最も多く、次いで「県内」が36%と続く。
- 製造業、小売業は、「県外」の割合が最も高くなっている。

■県外で最も販売が多い都道府県



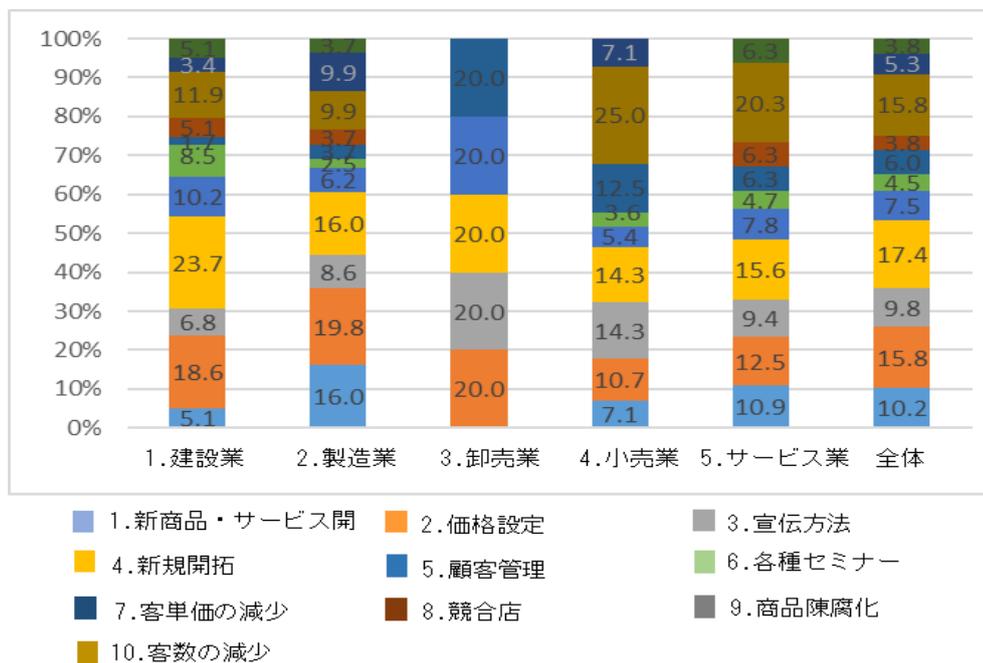
- 「県外で最も販売が多い都道府県」では、全体で「福岡」が74%で最も多くなっている。
- 製造業は、「東京」など全国への販売割合が高くなっている。

■販売形態



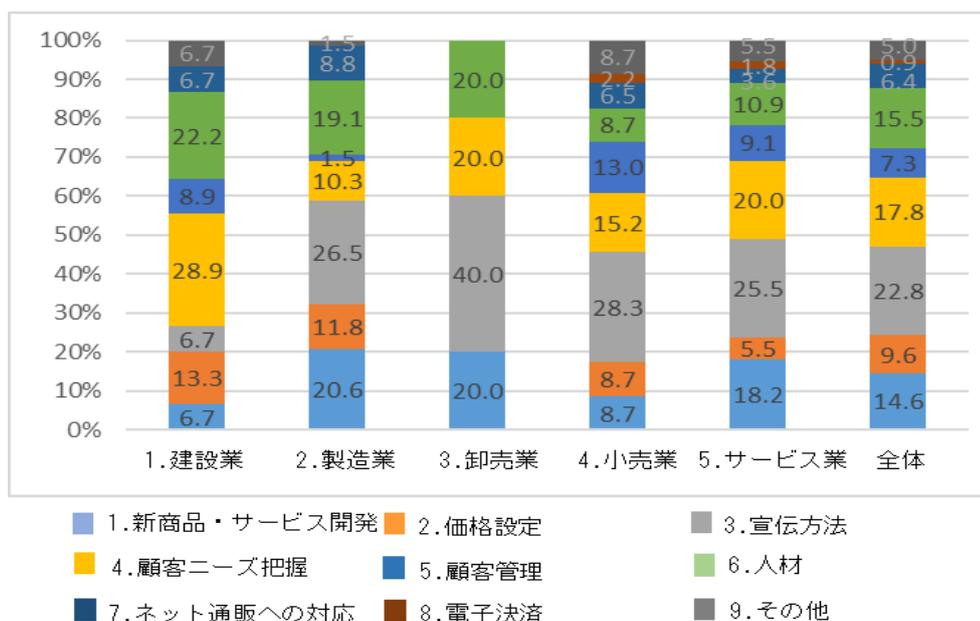
・「販売形態」は、業種に異なり、建設業、製造業では「請負」、卸売業では「卸売り」、小売業、サービス業では「店舗」が最も多くなっている。

■課題



・「課題」は、全体で「新規開拓」が17%で最も多く、次いで「価格設定」、「客数の減少」と続く。

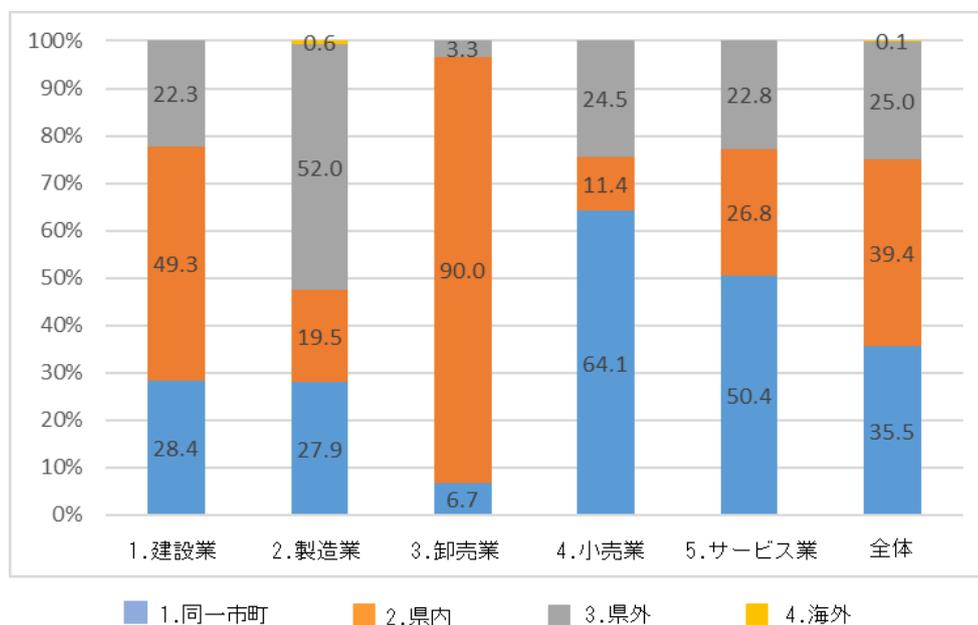
■新規顧客開拓に最も必要だと考えるもの



・「新規顧客開拓に最も必要だと考えるもの」では、全体で「宣伝方法」が23%で最も多く、次いで「顧客ニーズの把握」、「新商品・サービス開発」と続く。

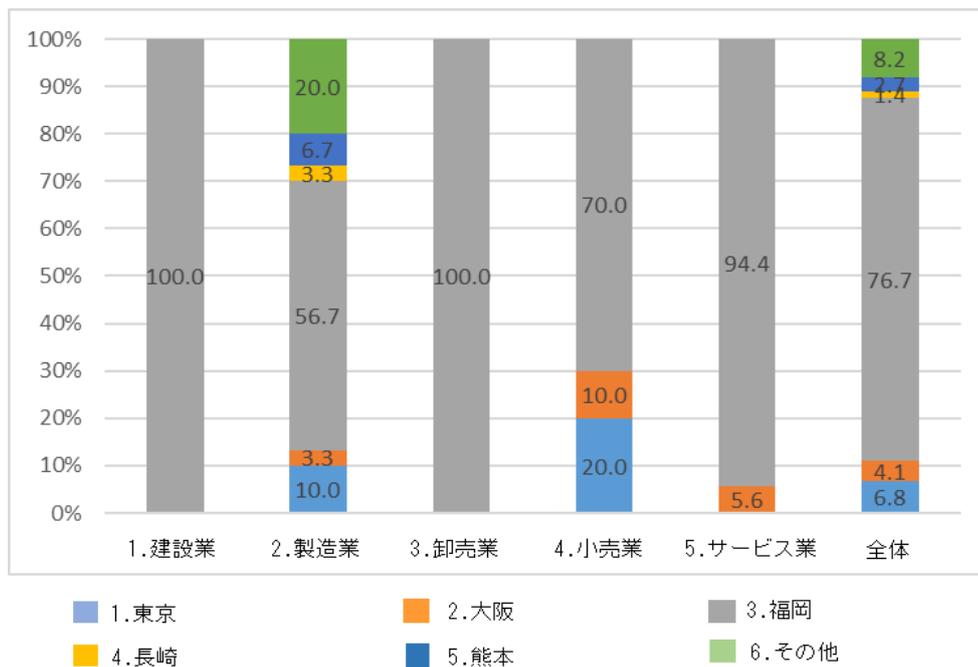
(8) 取引先関係

■取引シェア



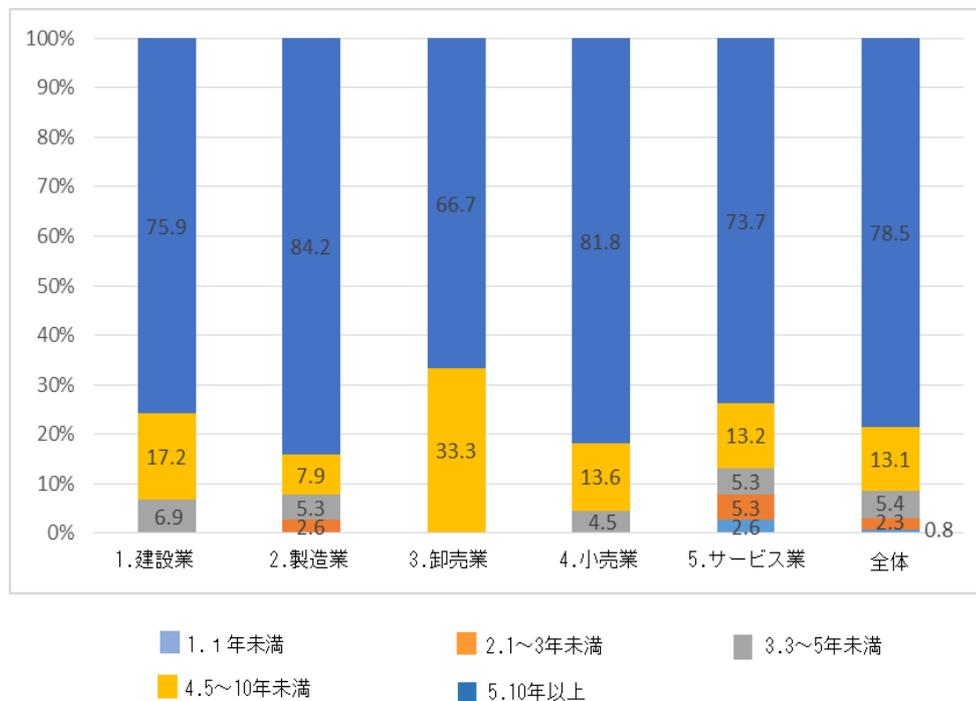
・「取引シェア」では、全体で「県内」が39%で最も多く、次いで「同一市町」、「県外」と続く。
 ・建設業、卸売業では「県内」、製造業では「県外」、小売業、サービス業では「同一市町」が最も割合が高くなっている。

■ 県外で最も取引が多い都道府県



- ・「県外で最も取引が多い都道府県」では、全体で「福岡」が77%で最も多い。
- ・製造業では、「東京」など全国からの割合が高くなっている。

■ 主要仕入先との取引年数

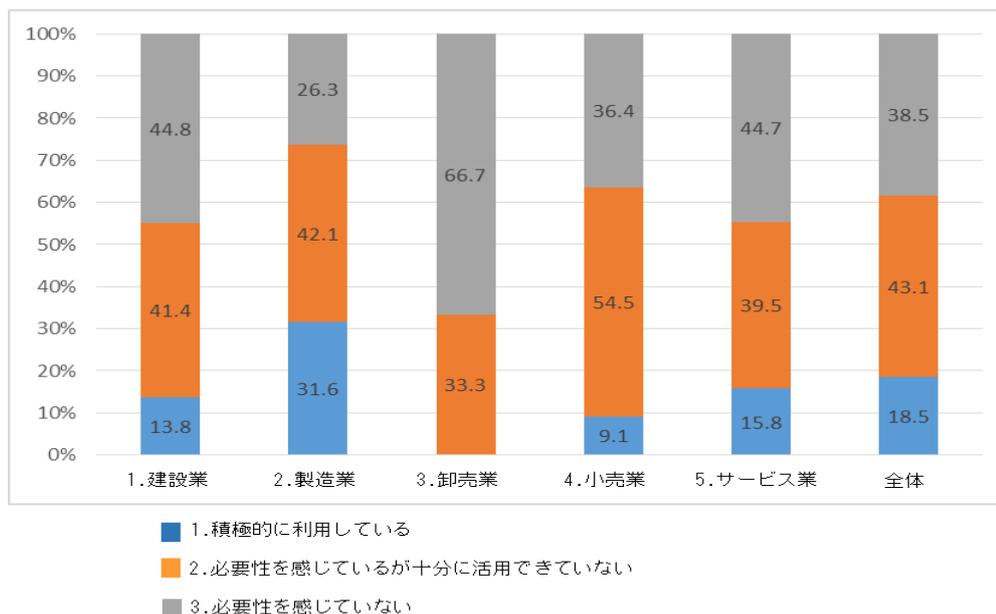


- ・「主要仕入先との取引年数」では、全体で「10年以上」が79%で最も多く、次いで「5～10年未満」と続く。
- ・サービス業では「1年未満」、「1～3年未満」も回答されている。

2-3 経営上の課題・事業展開などについて

(1) IT関係

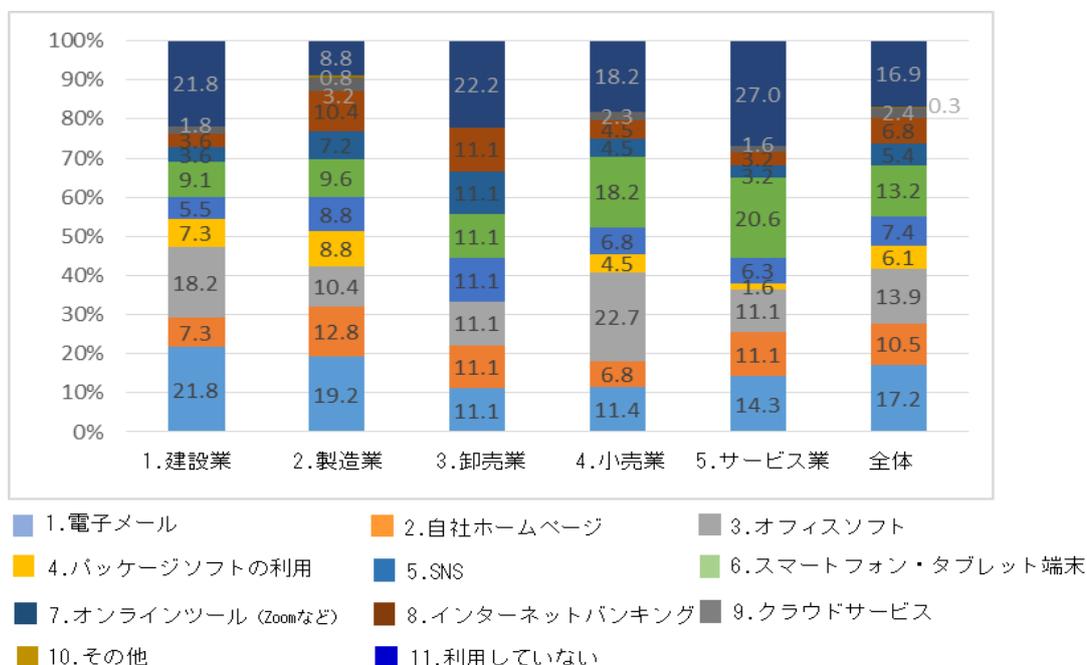
■ 日常業務へのIT活用



・「日常業務へのIT活用」では、全体で「必要性を感じているが十分に活用できていない」が43%で最も多く、次いで「必要性を感じていない」と続く。「積極的に利用している」は19%にとどまっている。

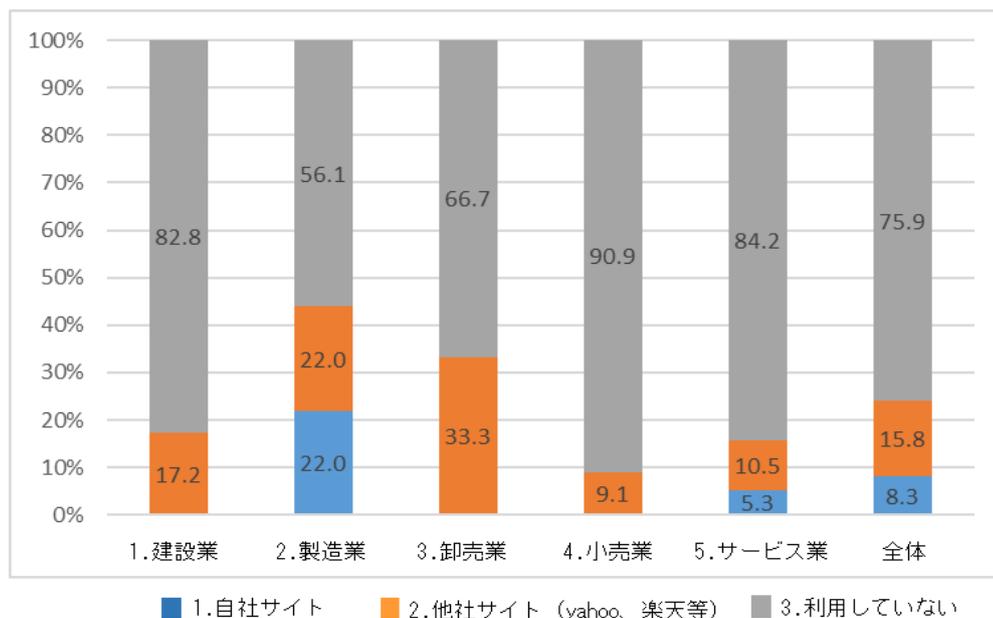
・製造業において「積極的に利用している」の割合が高い。

■ ITツール・サービスの利用状況



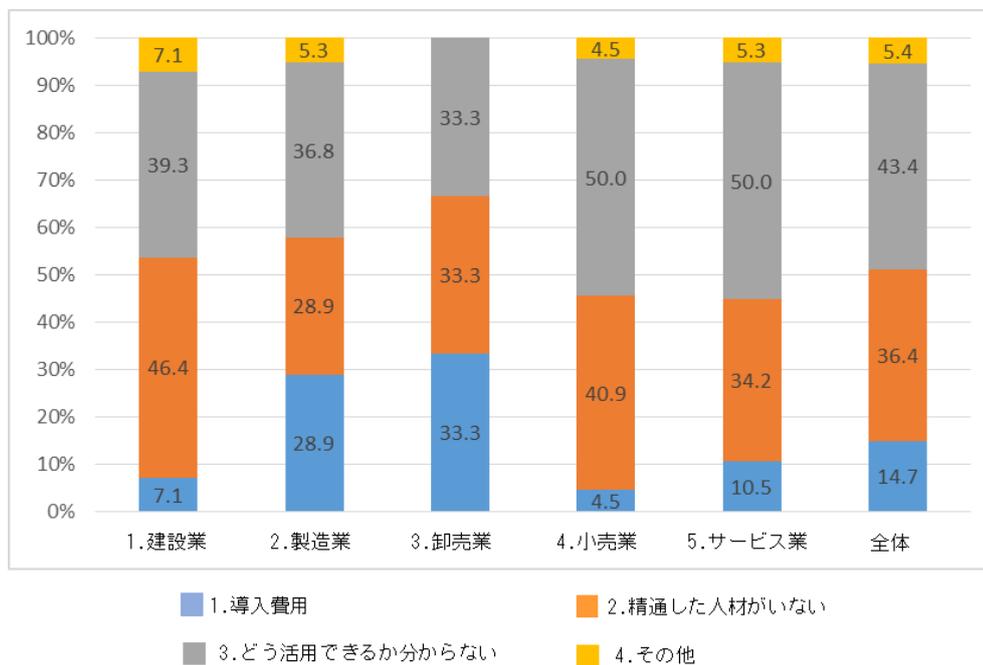
・「ITツール・サービスの利用状況」では、全体で「電子メール」、「オフィスソフト」などの利用が多くなっている。一方で「利用していない」との回答も17%と多い。

■ ネット通販で利用しているモール



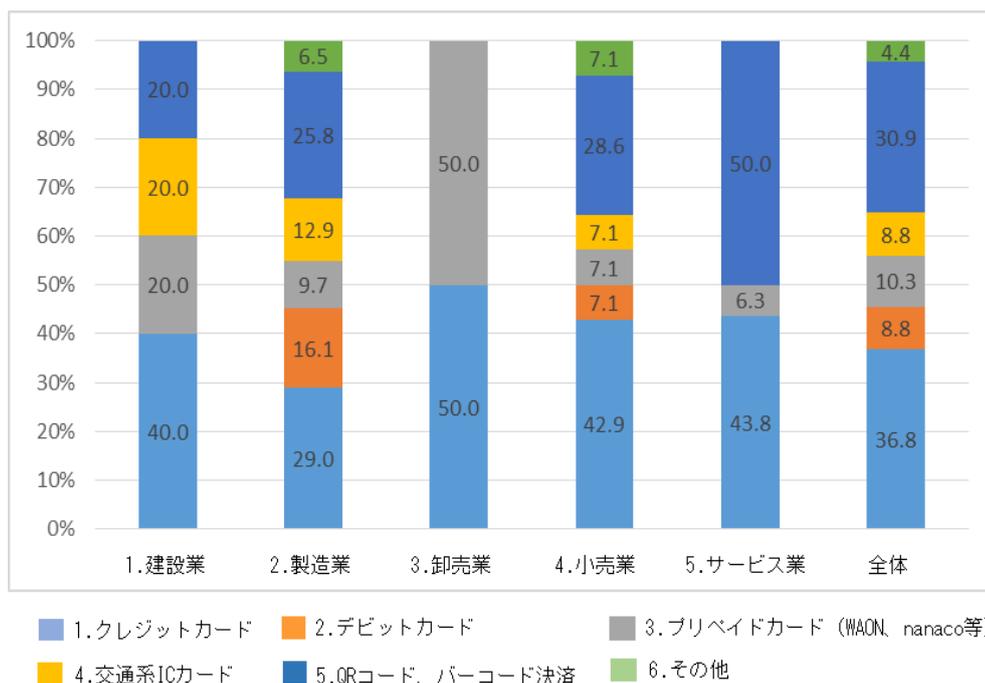
- ・「ネット通販で利用しているモール」では、全体で「利用していない」が76%で最も多くなっている。利用されている方は「他社サイト」が多い。
- ・製造業で「自社サイト」の割合が高い。

■ ITを導入するにあたっての課題



- ・「ITを導入するにあたっての課題」では、全体で「どう活用できるかわからない」が44%で最も多くなっている。次いで「精通した人材がない」、「導入費用」と続く。
- ・製造業、卸売業で「導入費用」の割合が高い。

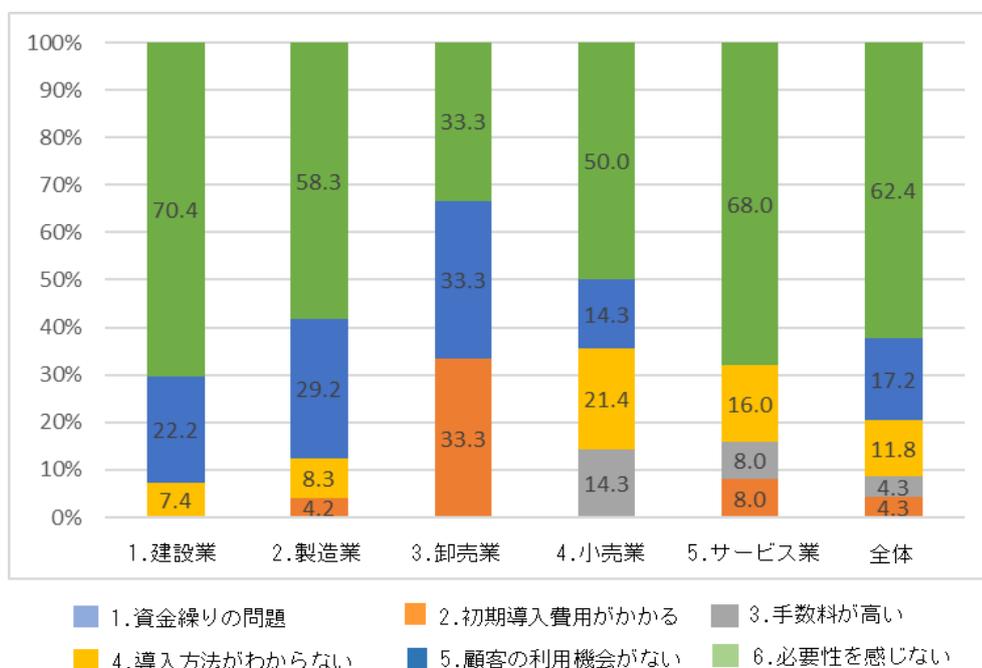
■導入している電子決済



・「導入している電子決済」では、全体で「クレジットカード」、「QRコード、バーコード決済」が多い。

・サービス業において「QRコード、バーコード決済」の割合が高い。

■導入しない理由

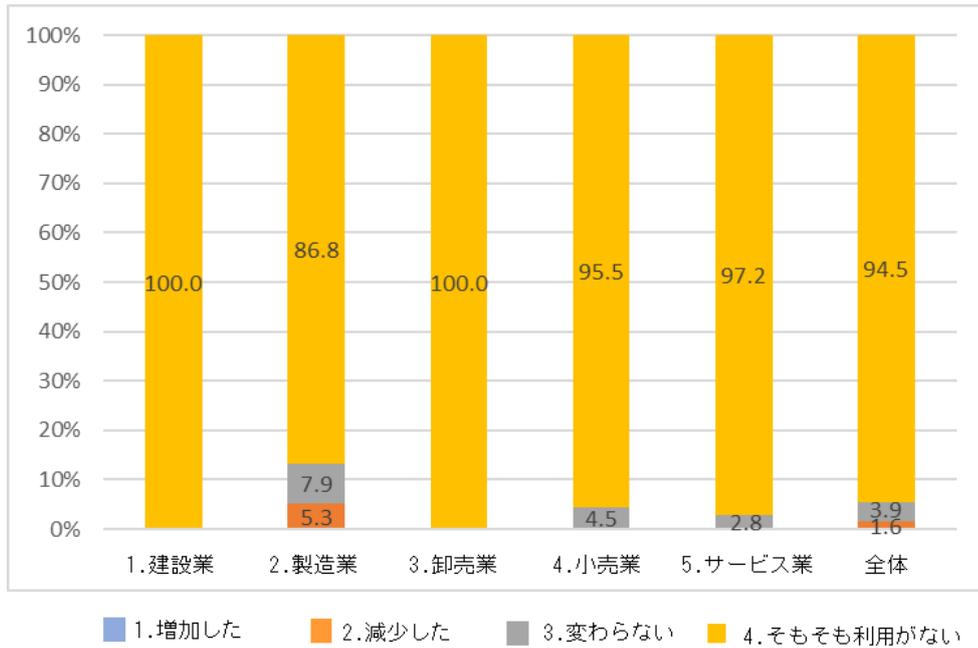


・「導入しない理由」では、全体で「必要性を感じない」が62%で最も多く、次いで「顧客の利用機会がない」、「導入方法がわからない」と続く。

・小売業では「手数料が高い」との割合も高い。

(2) インバウンド関係

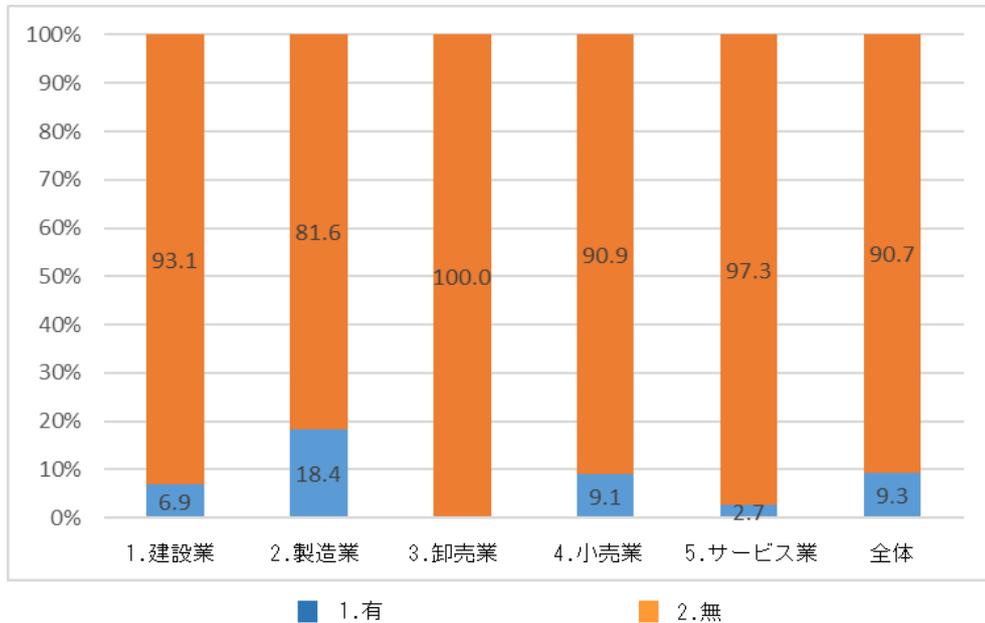
■インバウンドの利用状況



- ・「インバウンドの利用状況」では、全体で「そもそも利用がない」が95%となっている。
- ・製造業で「変わらない」、「減少した」、小売業、サービス業で「変わらない」との回答が行われている。

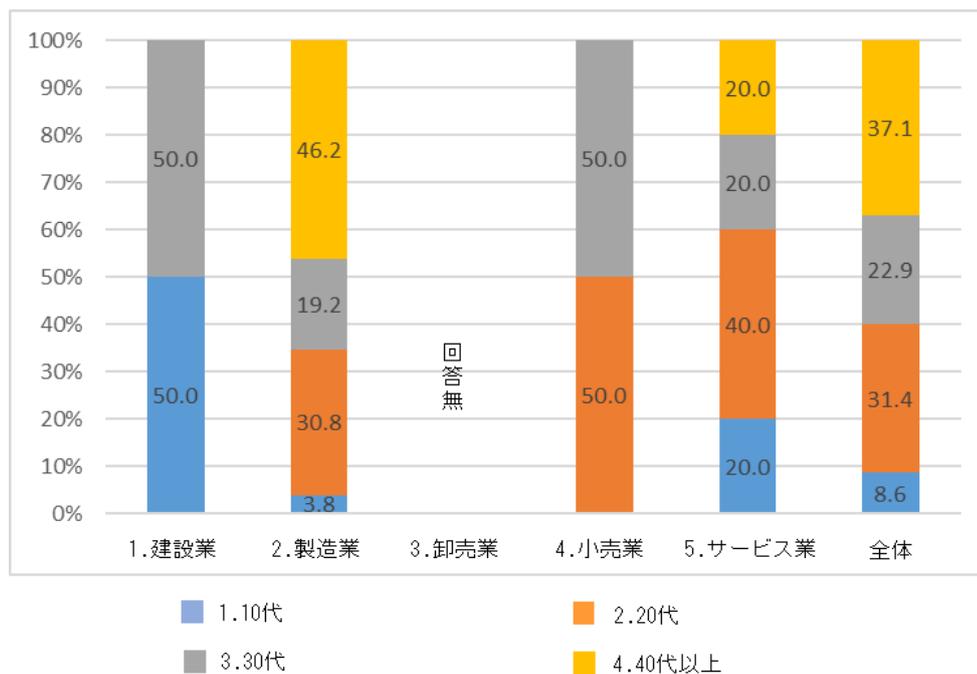
(3) 労働・雇用関係

■採用実績



- ・「採用実績」では、全体で「無」が91%となっている。
- ・採用された中では製造業が「有」18%で最も多くなっている。

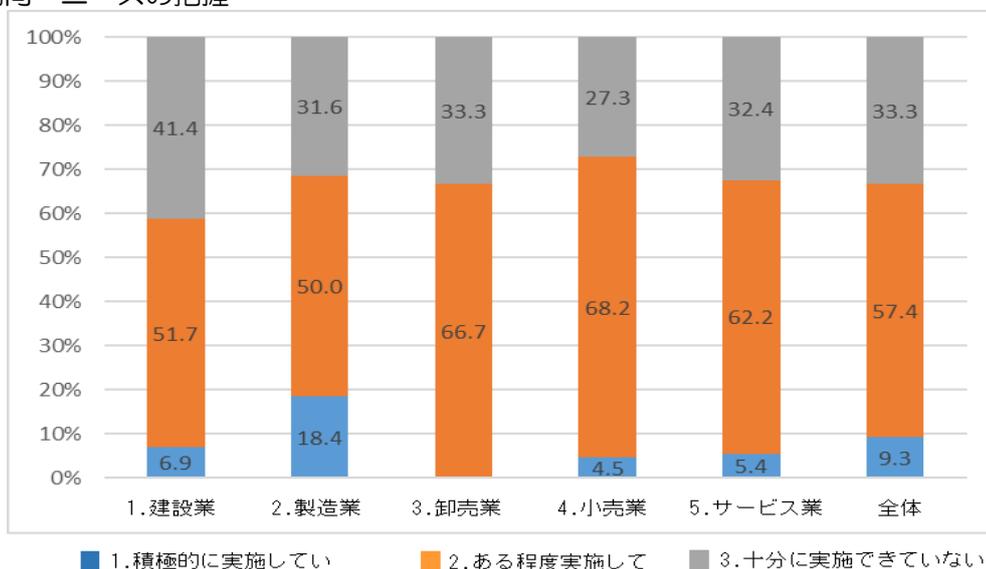
■採用者の年代



- 「採用者の年代」では、全体で「40代以上」が最も多くなっている。
- 特に製造業において「40代以上」の割合が高い。

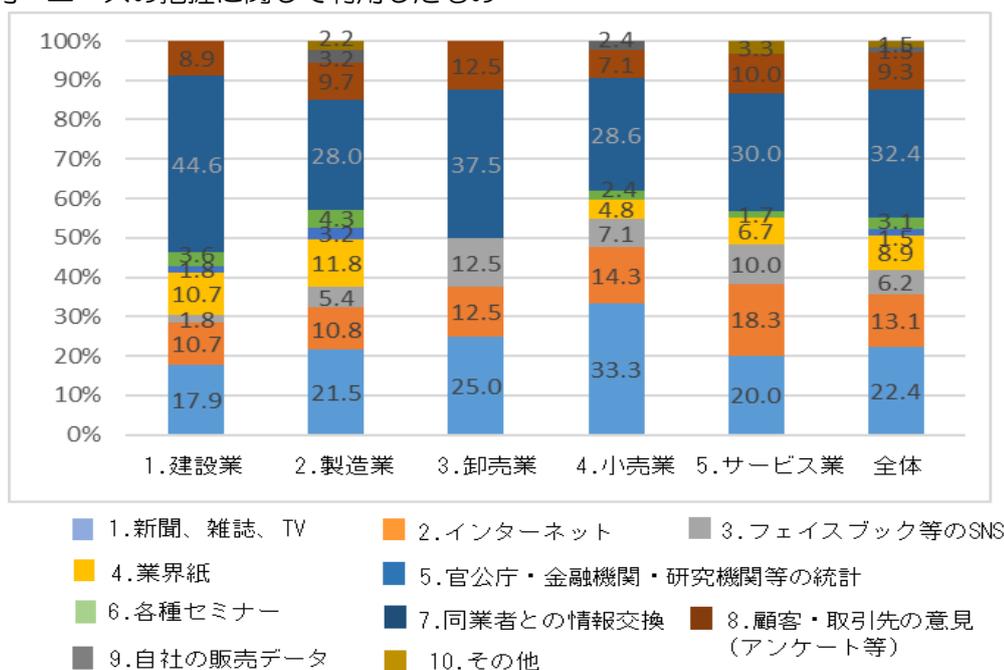
(4) 事業展開と継続

■市場の動向・ニーズの把握



- 「市場の動向・ニーズの把握」については、各業種とも「ある程度実施している」が最も回答が多い。
- 最も「積極的に実施しているの」は製造業で、「十分に実施できていない」は建設業が多くなっている。
- 卸売業は直接エンドユーザーと接する機会も乏しいため「積極的に実施している」との回答はゼロである。

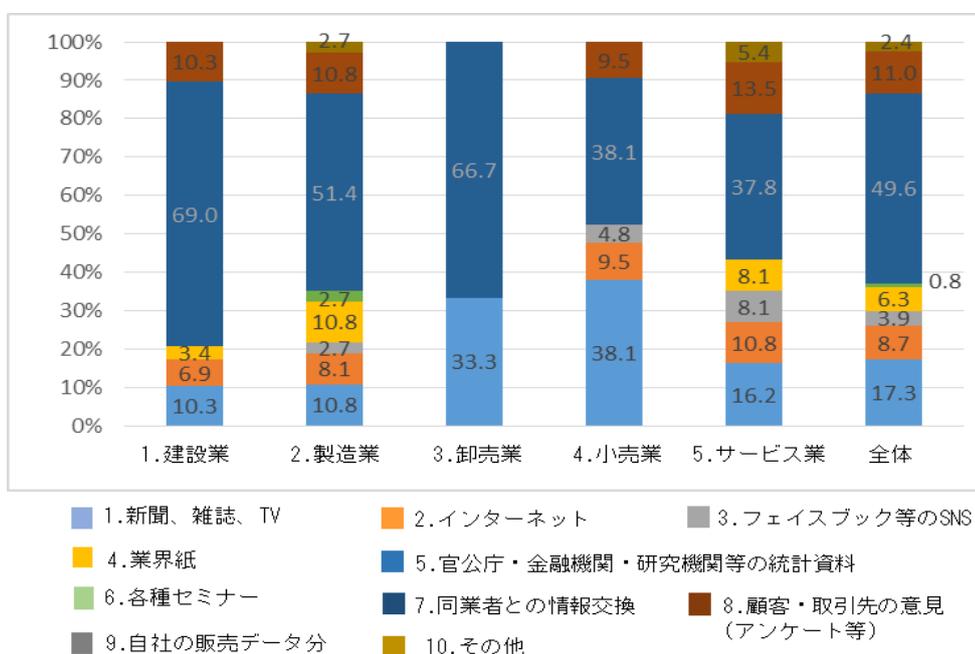
■市場の動向・ニーズの把握に関して利用したもの



・「市場の動向・ニーズの把握に関して利用したもの」については、各業種とも「同業者の情報交換」が最も回答が多い。

・小売業はエンドユーザーと接する機会も多いため、傾向などを把握するため「新聞・雑誌・TV」の利用が多く、サービス業は「インターネット」の利用が多くなっている。

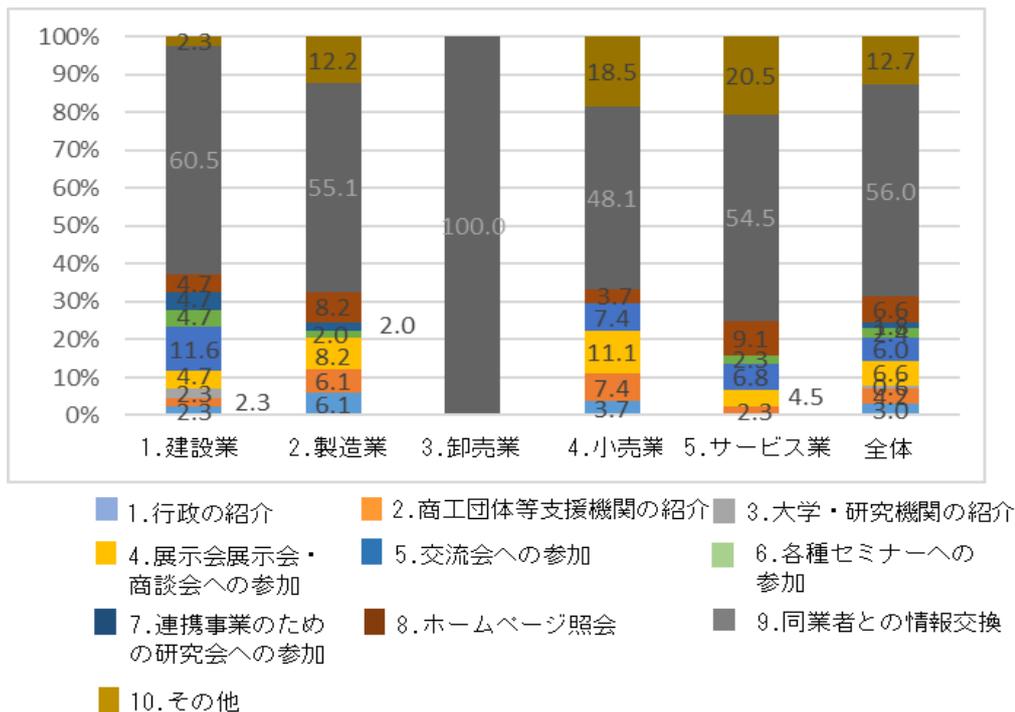
■市場の動向・ニーズの把握に関して利用したもので最も重要だったもの



・「市場の動向・ニーズの把握に関して利用したもので最も重要だったもの」では、各業種とも「同業者の情報交換」が最も回答が多い。

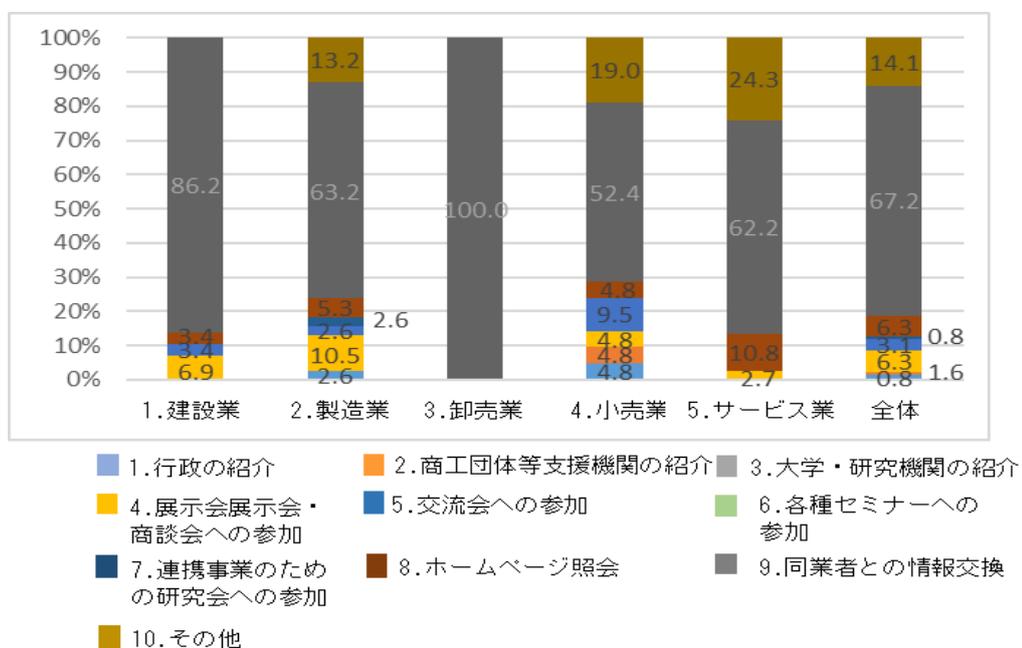
・卸売業、小売業は「新聞・雑誌・TV」との回答が多くなっている。

■新規取引先の開拓



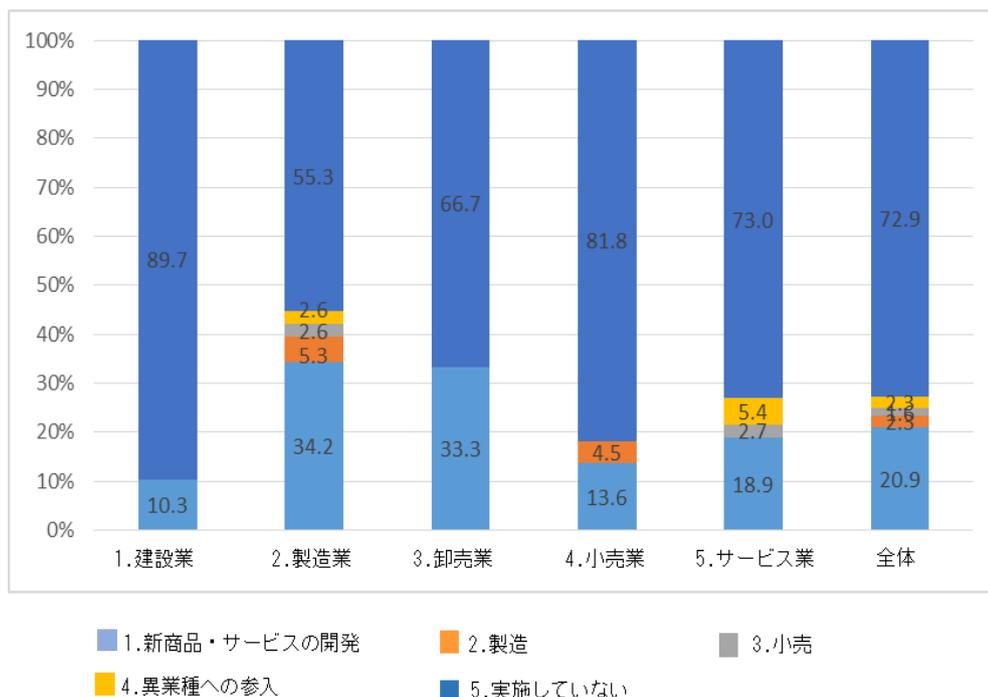
- ・「新規取引先の開拓」では、全体で「同業者との意見交換」が56%で最も多い。
- ・各業種とも「同業者との意見交換」が最も高くなっている。

■新規取引先の開拓で最も重要だったもの



- ・「新規取引先の開拓で最も重要だったもの」でも、全体で「同業者との意見交換」が67%で最も多い。
- ・各業種とも「同業者との意見交換」が最も高くなっている。

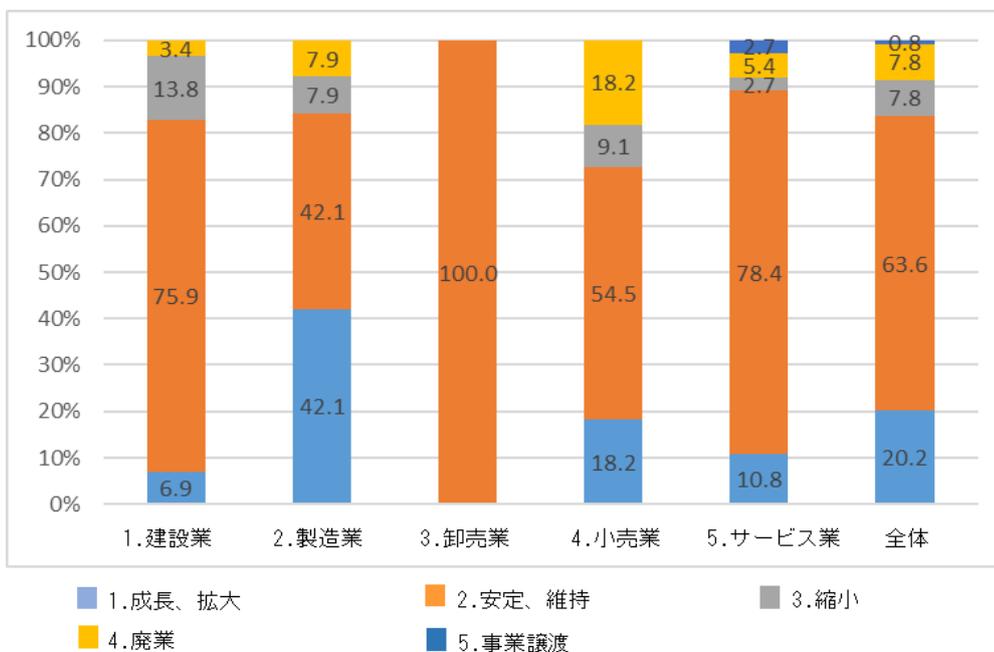
■新たな取り組みへの対応として実施・検討しているもの



・「新たな取り組みへの対応として実施・検討しているもの」では、全体で「実施していない」が73%で最も多くなっている。実施検討しているものでは、「新商品・サービスの開発」が21%で最も多い。

・製造業、サービス業で、実施検討している割合が高い。

■今後の事業展開の方針

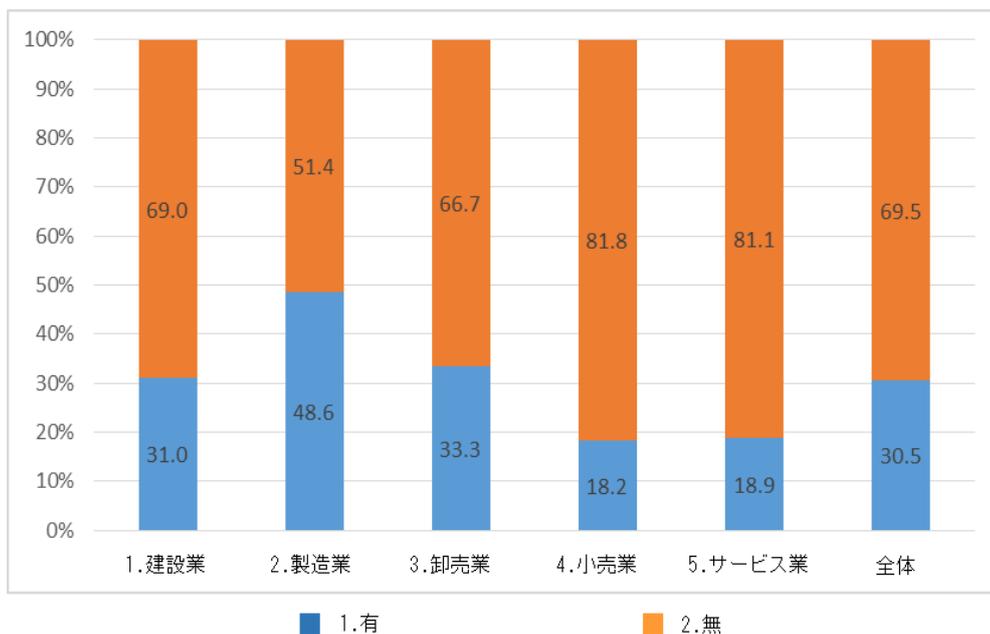


・「今後の事業展開の方針」では、全体で「安定・維持」が64%で最も多く、次いで「成長・拡大」が20%となっている。

・製造業で「成長・拡大」の回答割合も高い。

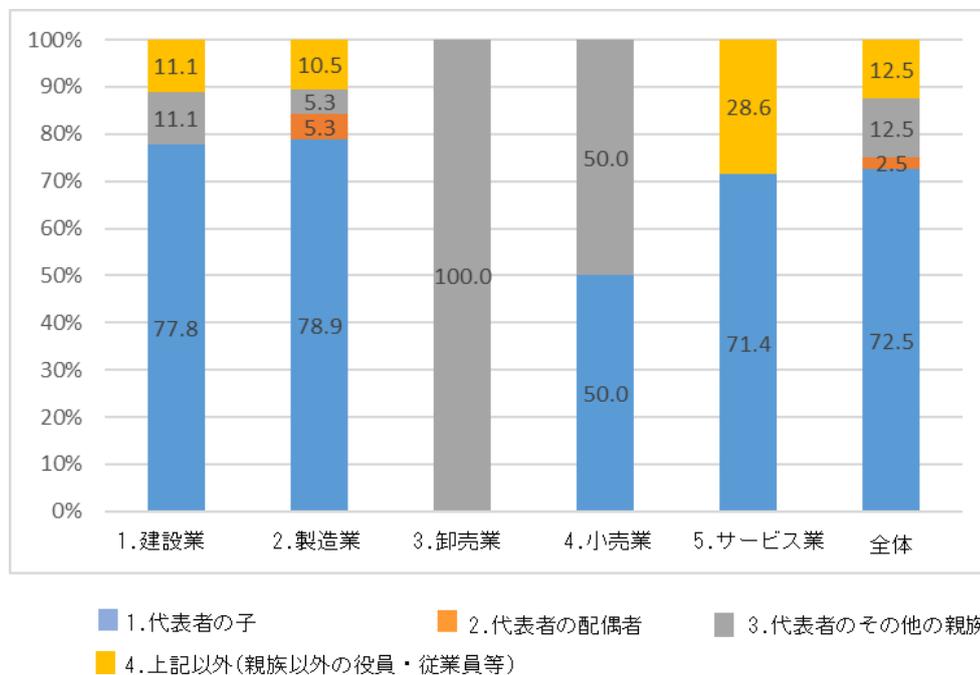
■事業承継

◇後継者の有無



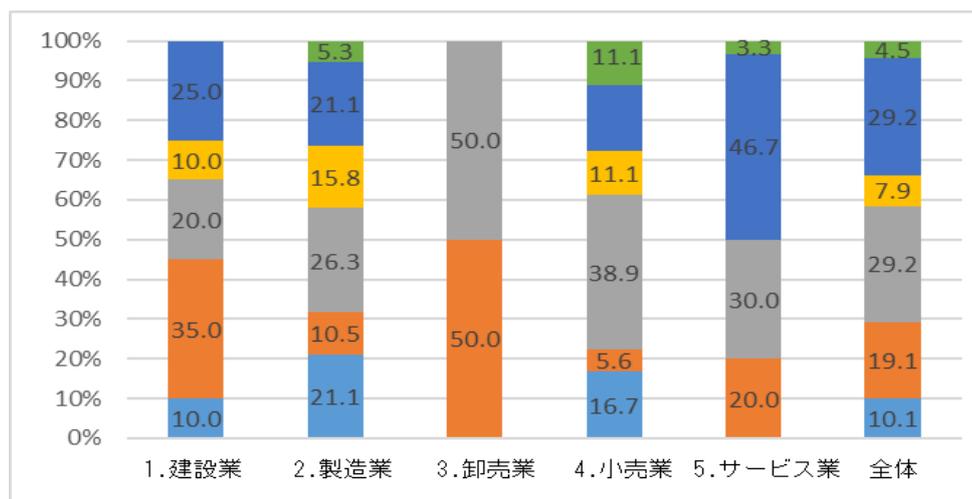
- ・「後継者の有無」では、全体で「無」が70%、「有」が30%となっている。
- ・製造業で「有」との回答割合が高くなっている。

■「有」と回答された方の後継者の属性



- ・「有」と回答された方の後継者の属性」では、全体で「代表者の子」が73%で最も多く、次いで「代表者のその他の親族」と続く。

■「無」と回答され方の理由

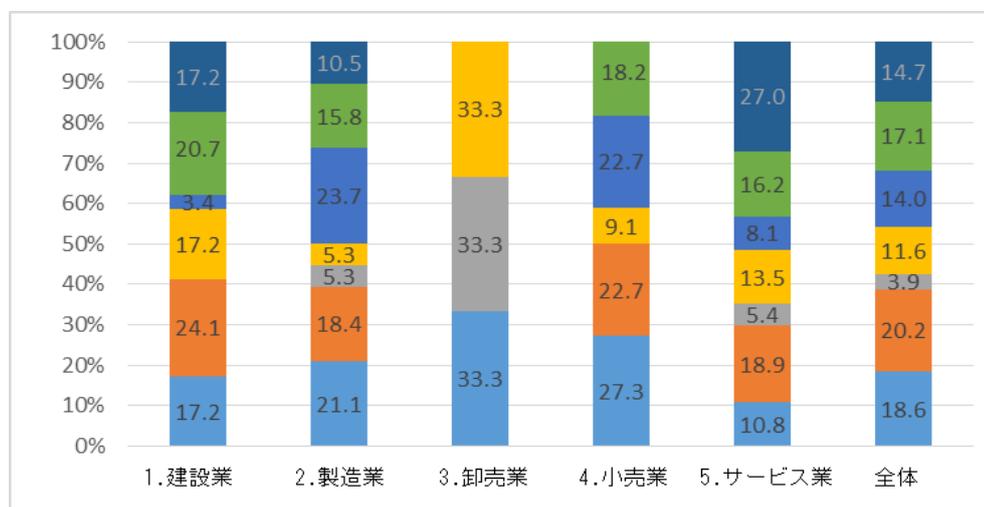


- 1. 代表者に継がせる意思が無い
- 2. 子供・親族や従業員に次ぐ意思が無い
- 3. 適当な候補者がいない
- 4. 後継者を選別中
- 5. まだ事業承継について考えたことがない
- 6. その他

・「無」と回答され方の理由」では、全体で「適当な後継者がいない」、「まだ事業承継について考えたことがない」が29%ずつで最も多くなっている。

・創業年月が比較的短い事業所が多いサービス業では、「まだ事業承継について考えたことがない」の回答割合が高くなっている。

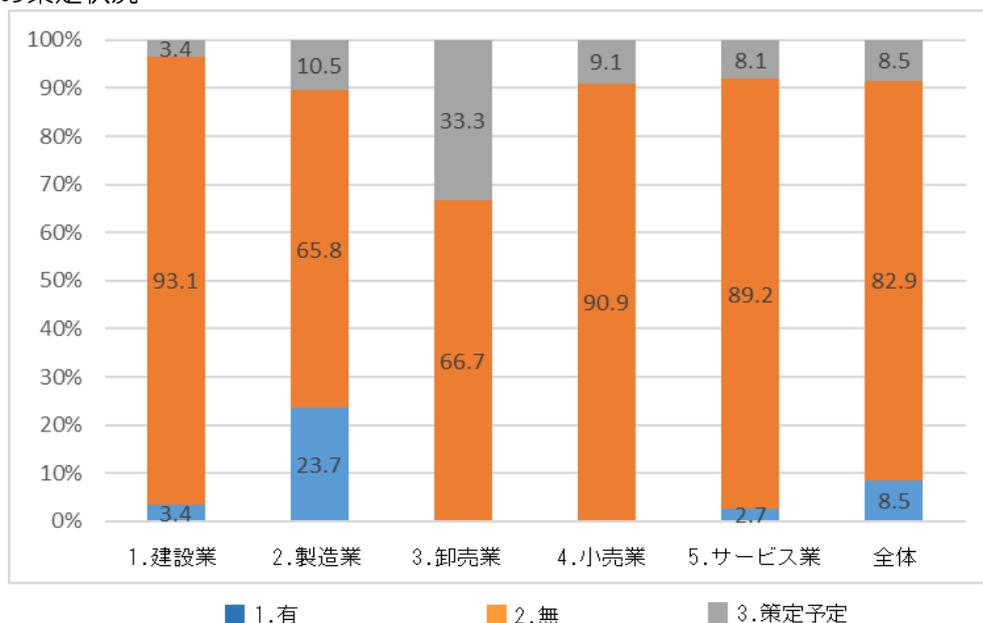
■事業承継を推進するために必要と感じるもの



- 1. 税制(相続税, 贈与税)
- 2. 補助金
- 3. 融資
- 4. 後継者マッチング支援
- 5. 専門家による指導
- 6. 情報提供, セミナー
- 7. その他

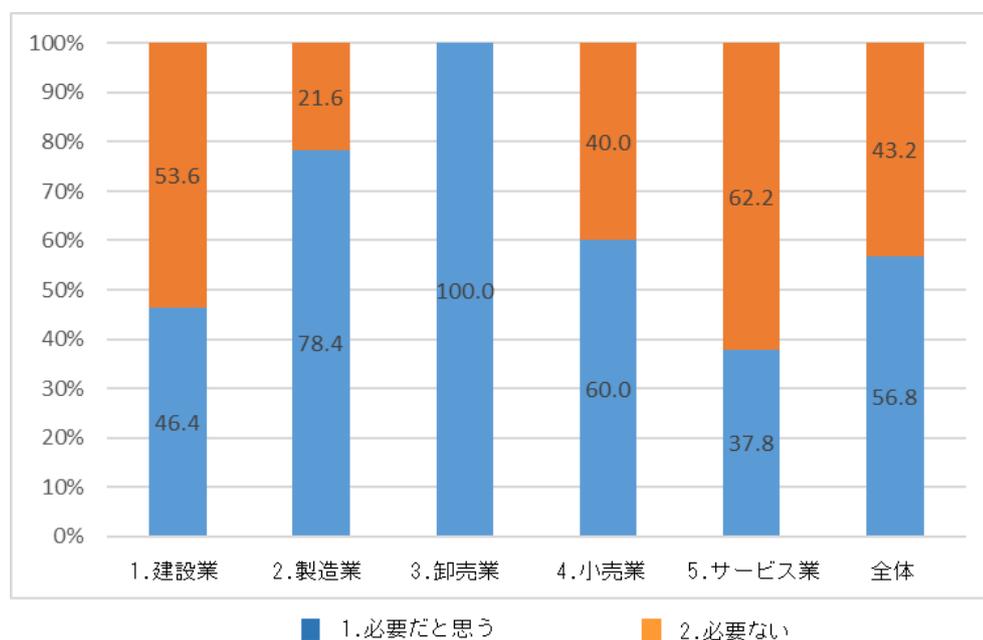
・「事業承継を推進するために必要と感じるもの」では、全体で「補助金」、「税制(相続税、贈与税)」、「情報提供、セミナー」の回答割合が高い。

■ 経営計画の策定状況



- 「経営計画の策定状況」では、全体で「無」が83%、「有」、「策定予定」が9%ずつとなっている。
- 製造業において、「有」の回答割合が高い。

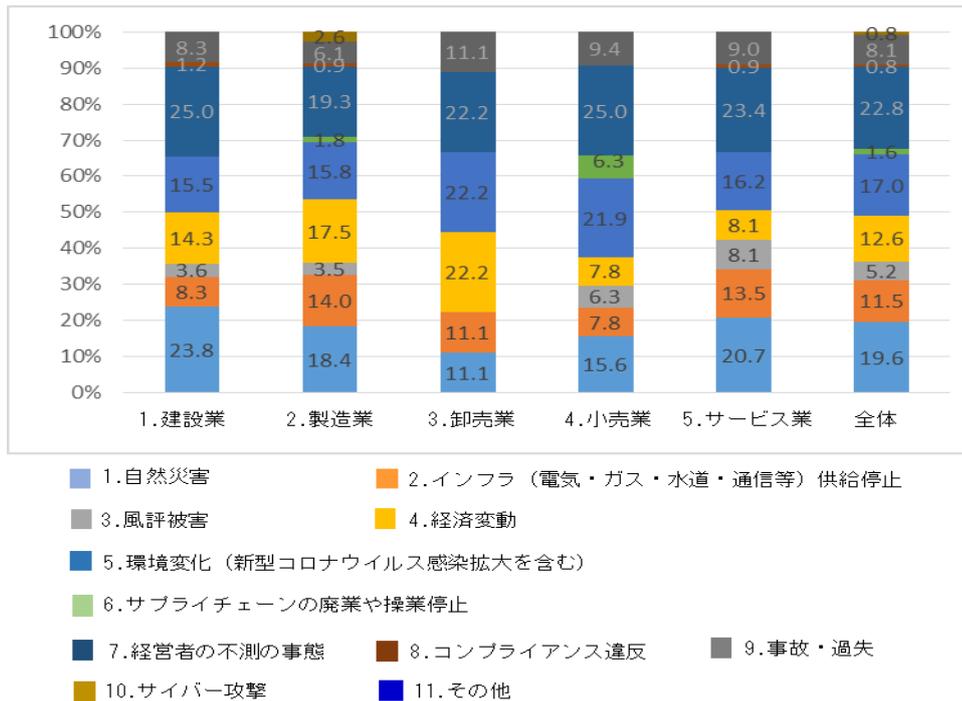
■ 経営計画の必要性



- 「経営計画の必要性」では、全体で「必要だと思う」が57%となっている。
- 製造業、卸売業で「必要だと思う」の回答割合が高い。

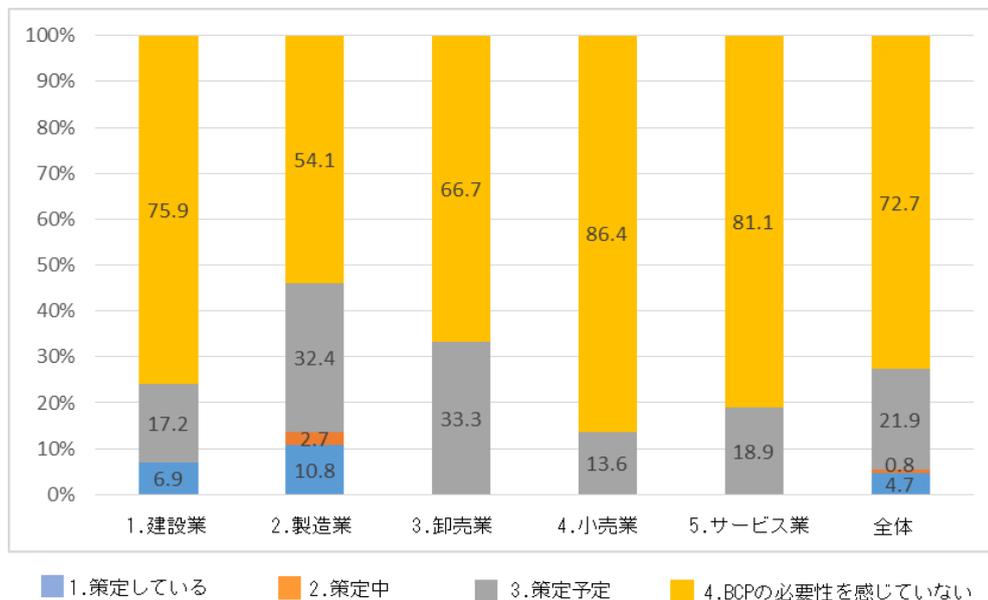
(5) リスクへの対応

■自社で想定されるリスクの中で対策が必要だと感じるもの



・「自社で想定されるリスクの中で対策が必要だと感じるもの」では、全体で「経営者の不測の事態」が22%で最も多く、次いで「自然災害」、「環境変化(新型コロナウイルス感染拡大を含む)」と続く。

■BCP(事業継続計画)の策定状況

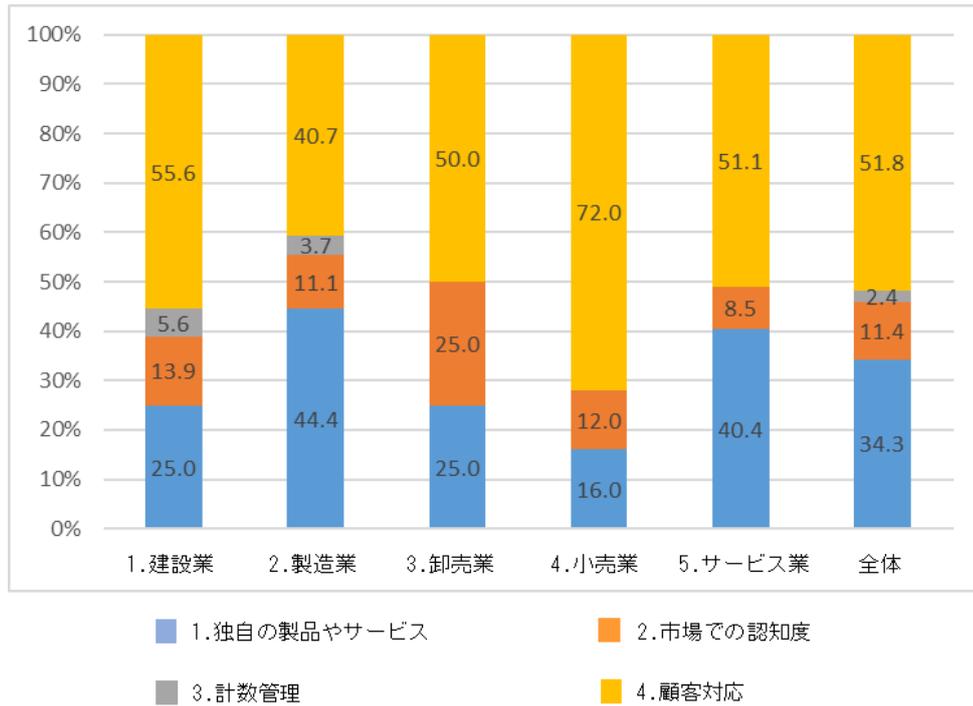


・「BCP(事業継続計画)の策定状況」では、全体で「策定している」が5%、「策定中」が1%、「策定予定」が22%で、「BCPの必要性を感じていない」が73%となっている。

・製造業は工場を停止させることが難しいことなどもあり、「策定している」、「策定中」、「策定予定」の割合が高い。

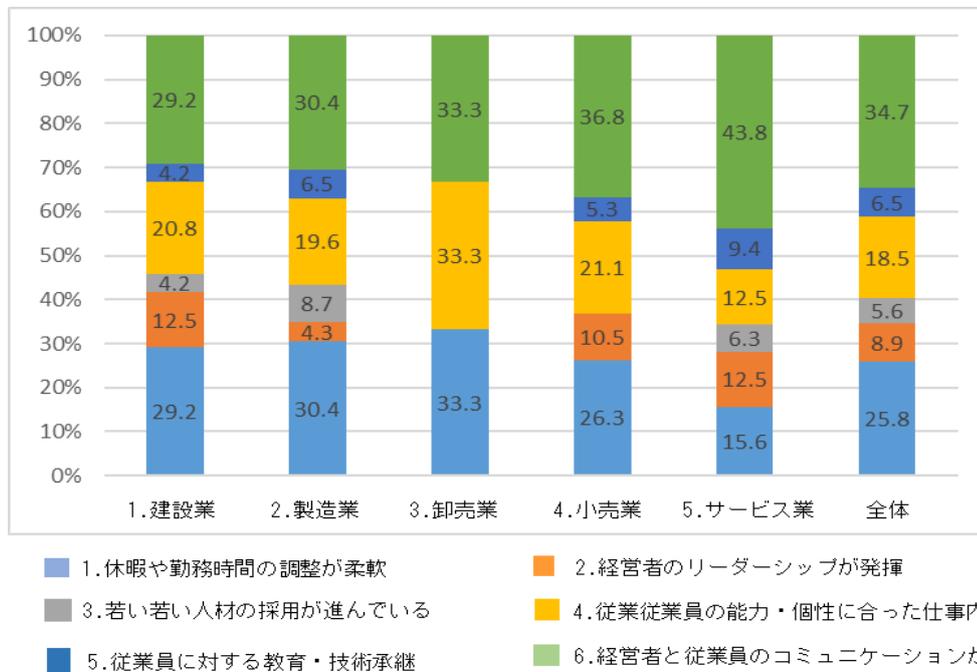
(6) 強みや課題の把握

■事業内容に関する強みと考えられるもの



- ・「事業内容に関する強みと考えられるもの」では、全体で「顧客対応」が51%で最も多く、次いで「独自の製品やサービス」と続く。
- ・製造業で「独自の製品やサービス」が、小売業で「顧客対応」の割合が高い。

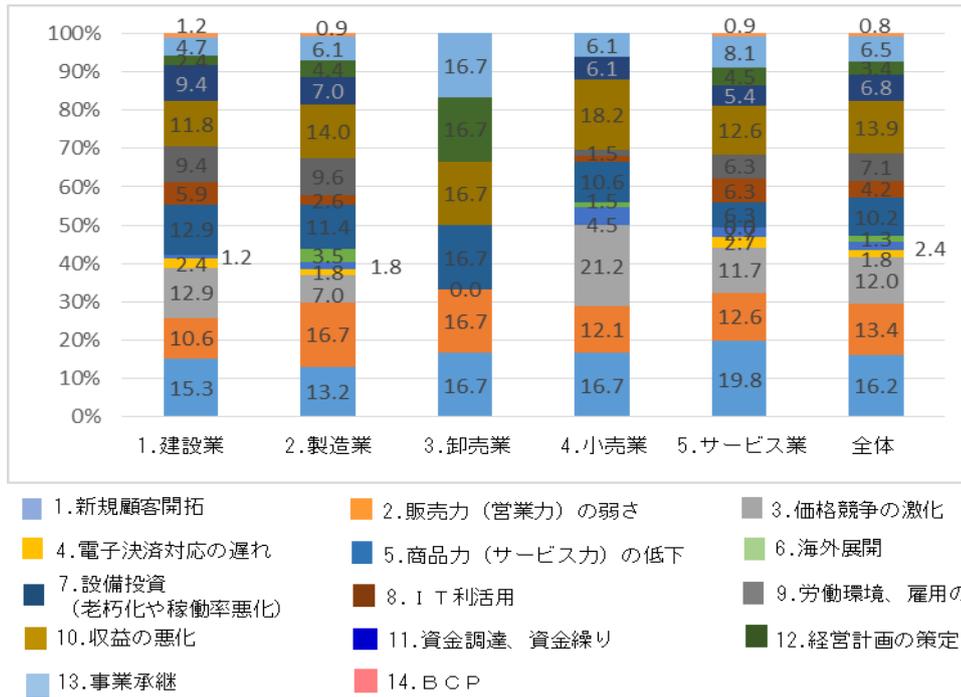
■労務管理に関する強みと考えられるもの



- ・「労務管理に関する強みと考えられるもの」では、全体で「経営者と従業員のコミュニケーションが円滑」が35%で最も多く、次いで「休暇や勤務時間の調整が柔軟」と続く。

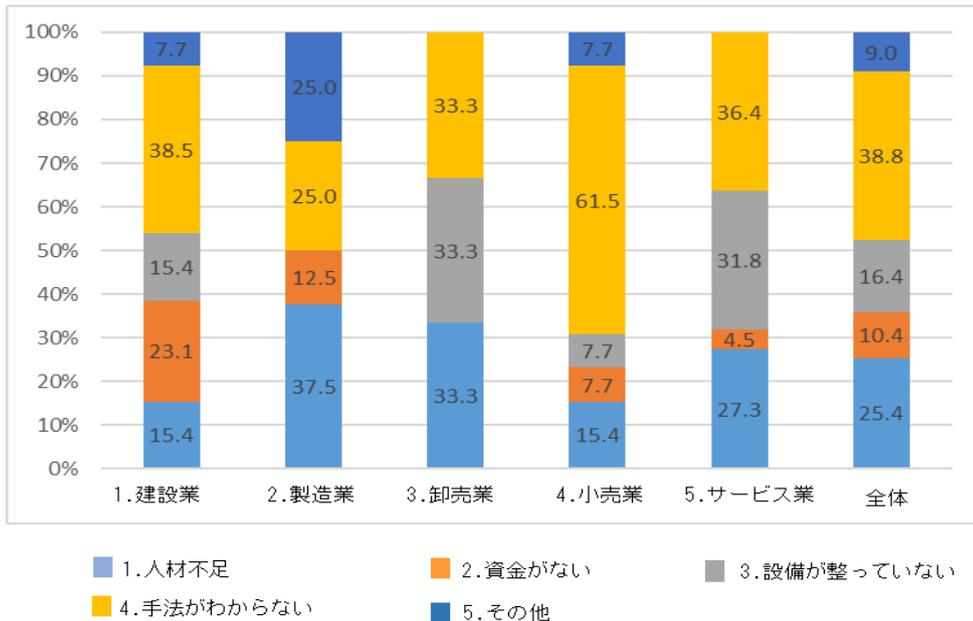
(7) 経営上の課題

■ 経営上の喫緊の課題



・「経営上の喫緊の課題」では、全体で「新規顧客開拓」が16%で最も多く、次いで「収益の悪化」、「販売力(営業力)の弱さ」と続く。

■ 新規顧客開拓が課題である理由

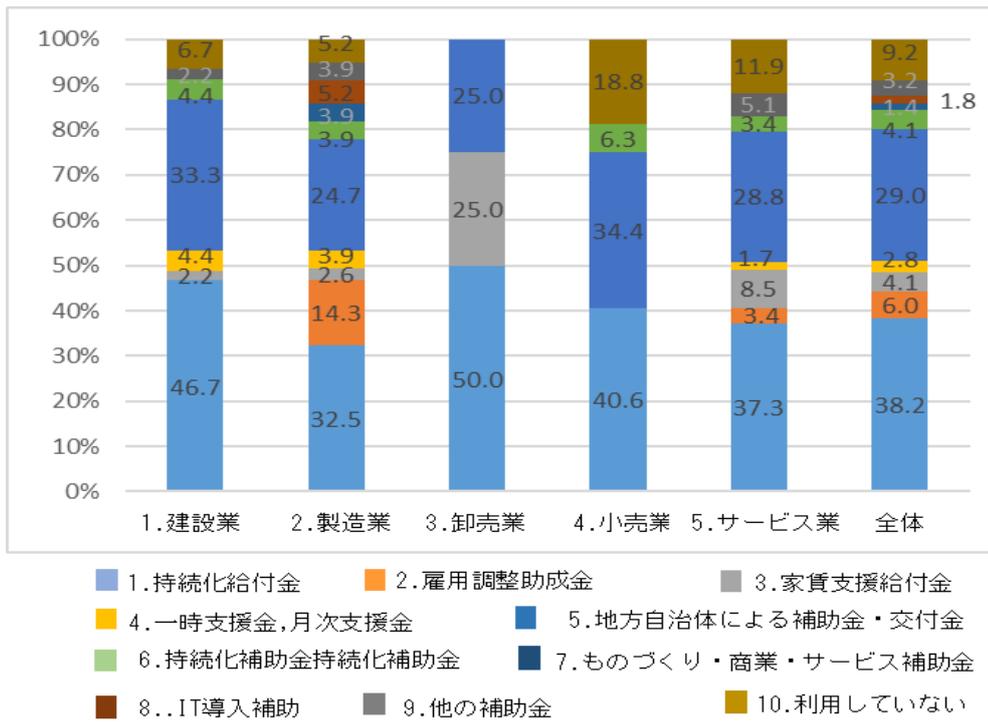


・「新規顧客開拓が課題である理由」では、全体で「手法がわからない」が39%で最も多く、次いで「人材不足」と続く。

・製造業で「人材不足」が、小売業で「手法がわからない」とする回答割合が高い。

(8) 新型コロナウイルスに関すること

■ 国の給付金支援策の利用状況



・「国の給付金支援策の利用状況」では、全体で「持続化給付金」、「地方自治体による補助金・給付金」の利用が高い。