

令和5年度

南さつま市商工会

経営発達支援計画事業

地域経済動向調査報告書

環境省 2018年「地域産業連関表」「地域経済計算」より抜粋

生産（付加価値額） (億円)

	1次産業	2次産業	3次産業	地域内生産額
南さつま市	51	221	746	1,018
南九州市	227	263	822	1,312
枕崎市	99	212	490	801
鹿児島県	2,660	11,756	41,967	56,383
福岡県	1,646	38,710	154,071	194,427
東京都	532	122,541	960,483	1,083,556

所得 (億円)

	雇用者（労働者）		その他（個人、企業等）		地域内所得額
	地域外から流入	地域内勤務者	地域外から流入	地域内勤務者	
南さつま市	7	589	444	429	1,469
南九州市	△ 4	657	153	655	1,461
枕崎市	6	414	79	387	886
鹿児島県	92	32,274	11,219	24,109	67,694
福岡県	26	107,770	15,826	86,657	210,279
東京都	△ 182,032	586,155	△ 197,426	497,402	704,099

※△は地区外への流出となります

地方では地区外企業の労働者が多いことから、流入の割合が多くなり、逆に都市部企業は地域外の労働者の雇用割合が高まる為、所得の流出割合が大きくなっている。

支出 (億円)

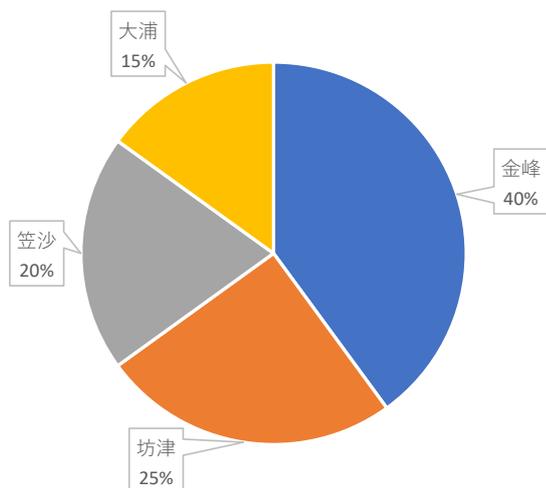
	民間消費額（住民）		民間投資額（設備投資等）		その他支出（輸出入等）		地域内消費額
	地域外から流入	地域内	地域外から流入	地域内	地域外から流入	地域内	
南さつま市	68	670	△ 98	172	△ 421	176	1,469
南九州市	34	694	△ 99	236	△ 83	382	1,460
枕崎市	△ 7	417	△ 48	129	△ 30	255	886
鹿児島県	142	32,852	△ 4,313	9,886	△ 7,141	13,644	67,694
福岡県	7,879	116,820	△ 4,032	39,043	△ 19,699	38,563	210,278
東京都	20,834	429,250	40,639	188,800	317,986	465,506	704,097

※△は地区外への流出となります

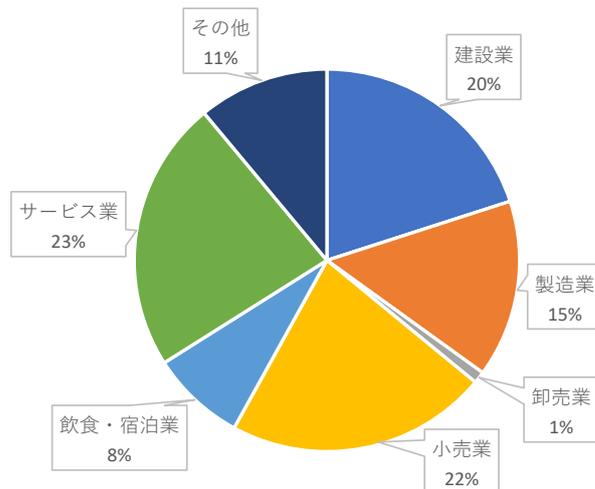
民間消費については、地方になると地区外からの流入の割合が高くなる傾向にある。観光やふるさと納税などの影響があるかと考えられる。

民間投資、その他輸出入については、地区外への流出割合が高くなる傾向にあり、地方で生産したものを都市部で購入していることが見て取れる。

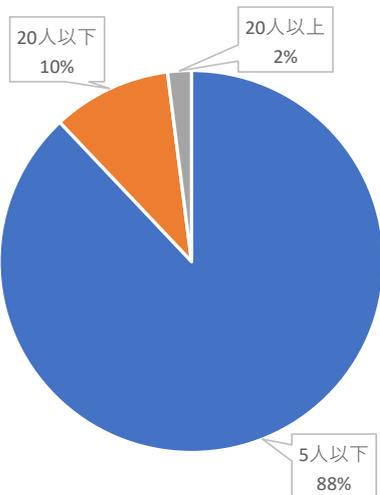
回答のあった事業所の地区別割合



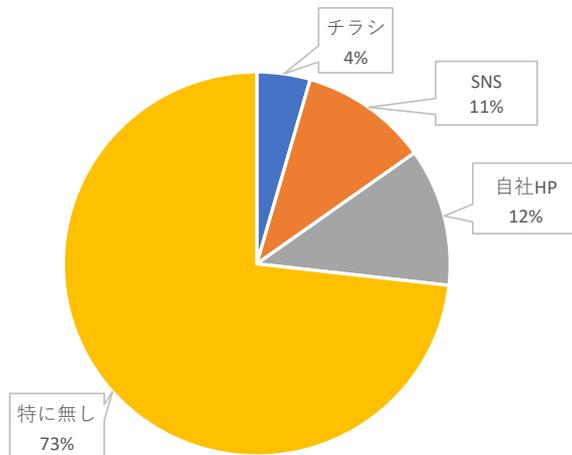
回答のあった事業所の業種別割合



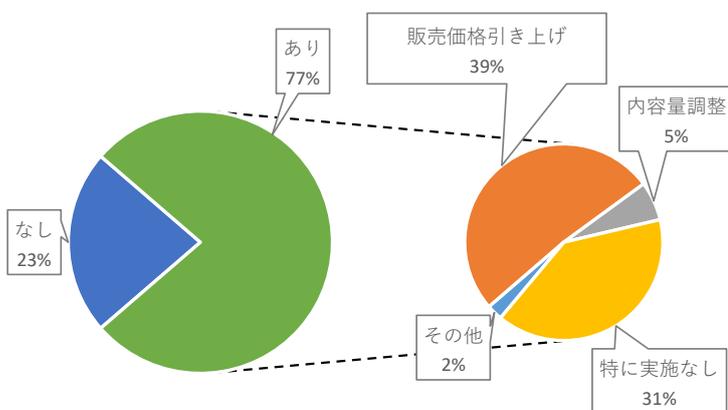
従業員の人数



情報発信・広報媒体



原油高、原材料高の影響・対策



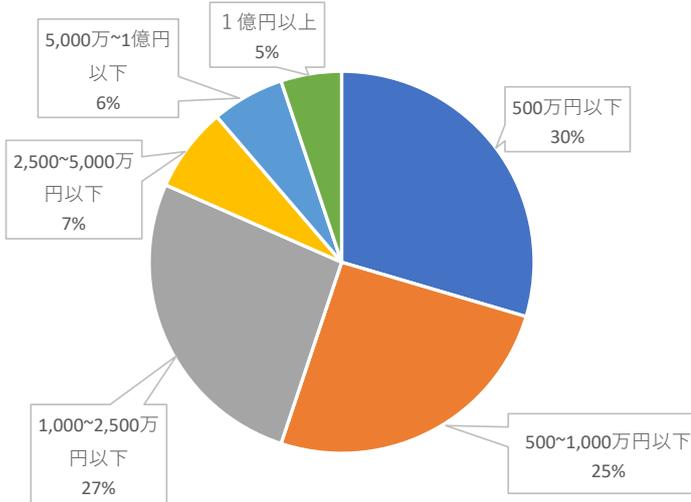
今回集計した事業者数は100社。

今回は長期に渡って続いている原油高や原材料費高騰の影響が予想される建設業、製造業、小売業、サービス業を主として集計を実施した。

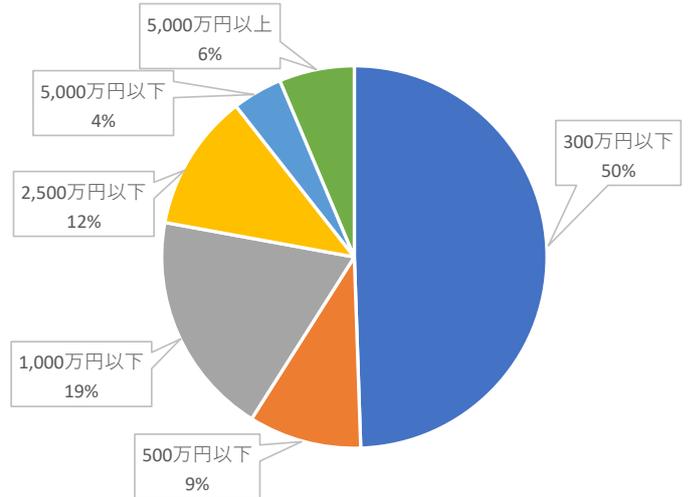
情報発信をしていない事業者は依然として多い。新規顧客を取り込むには積極的な情報発信が必要。特にLINEやInstagramをはじめとするSNSは若年層を中心に利用率が高い。これらを活用した情報発信等について支援を行っていく必要がある。

原油高、原材料高の影響を受けている事業者は7割を超えている。対応策としては販売価格の引き上げが約4割となっているが、対応を実施していない事業者も約3割に上る。高騰の終息について見通しが立たない現状、今後対応策についての支援も必要と思われる。

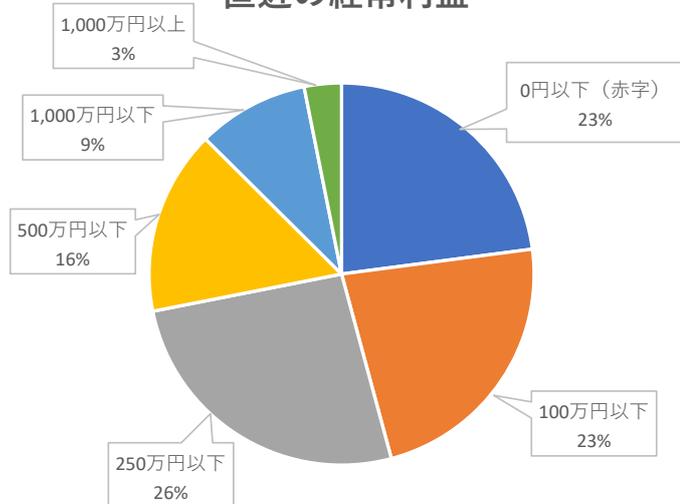
直近の年間売上高



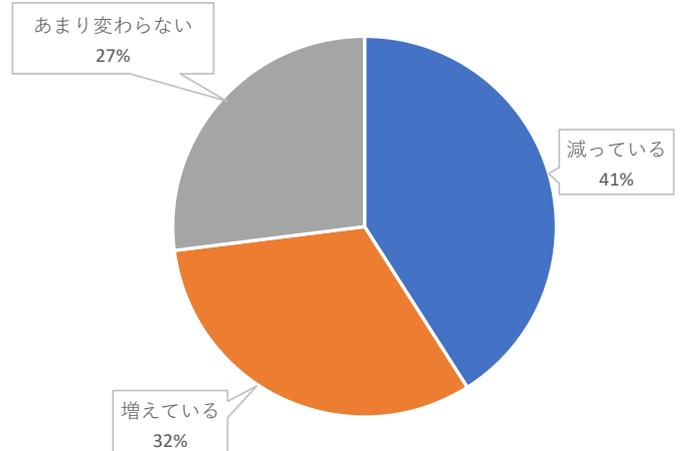
直近の仕入高、製造原価



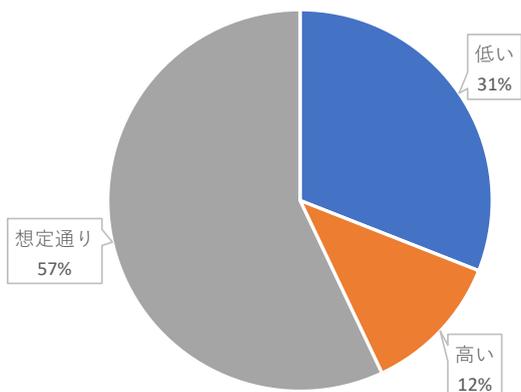
直近の経常利益



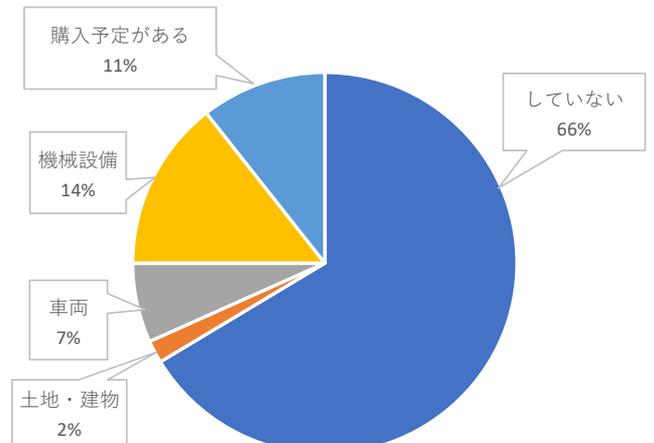
前期との売上高比較



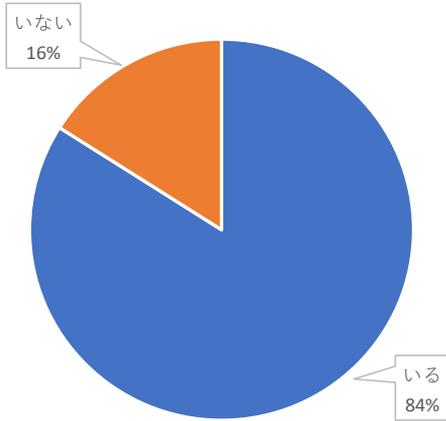
直近の年間粗利益について



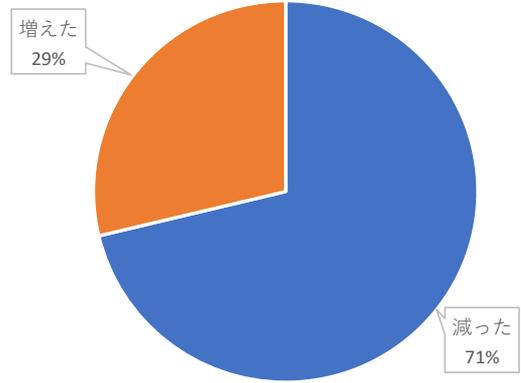
直近1年間で実施した設備投資



常連客や取引先の有無

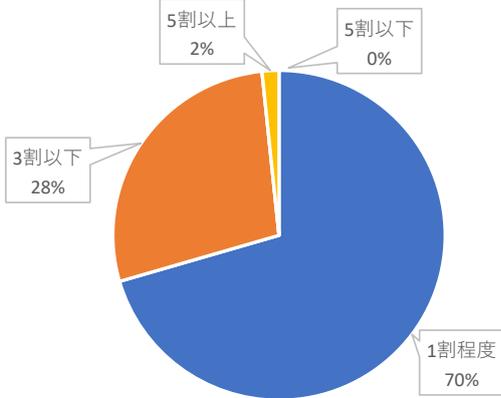


昨年比での常連客や取引先の数



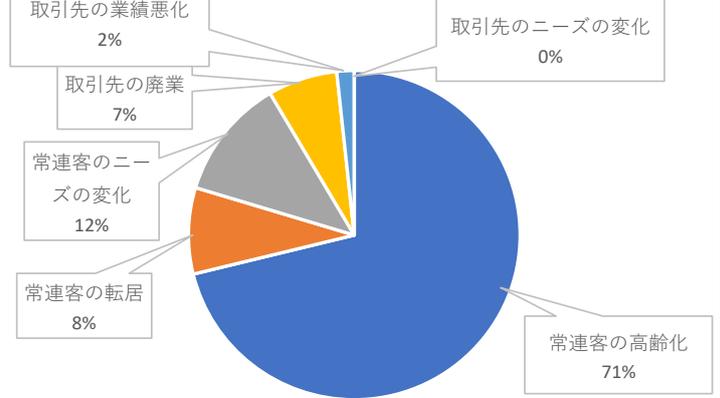
昨年比での常連客や取引先の数

「減った」割合



昨年比での常連客や取引先の数

「減った」要因

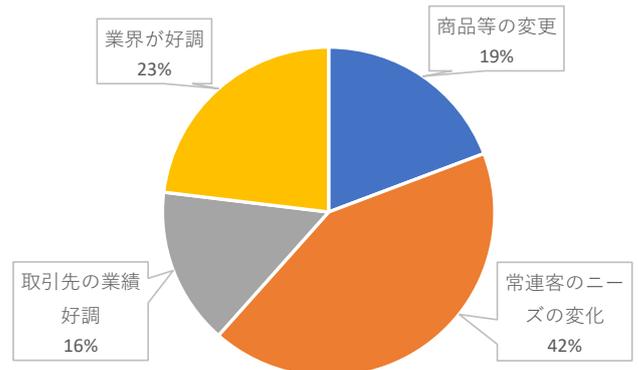


顧客減少の要因は大部分が常連客の高齢化である。地域に根付いた商売をしている事業が多いため、地域の高齢化による顧客の減少は経営に直結する非常に大きな問題である。商圏を拡大し新規顧客を取り込む等の取り組みが必要であるが、長期に渡ったコロナの影響や原材料費高騰等により、その体力もあまりない状況と推測される。

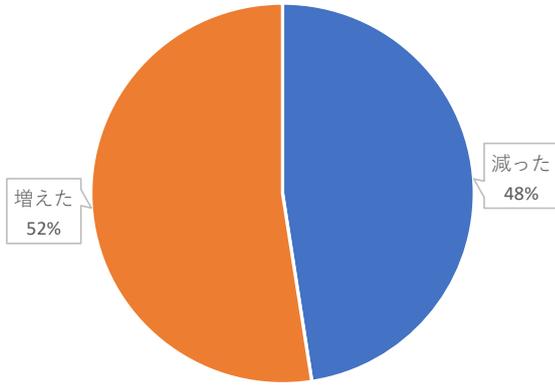
一方で、顧客増加の要因として、件数自体は少ないが、ニーズの変化に対応できたことをあげられる方が多いことから、常に変化を消費者のニーズをいかに早くつかみ、対応していくかが重要であることが分かる。

昨年比で常連客がや取引先の数

増えた要因



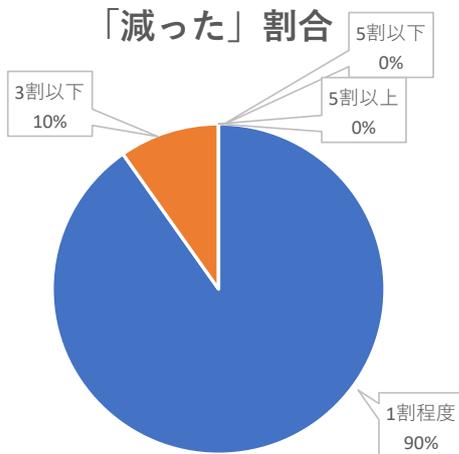
昨年比での取引発注額、客単価



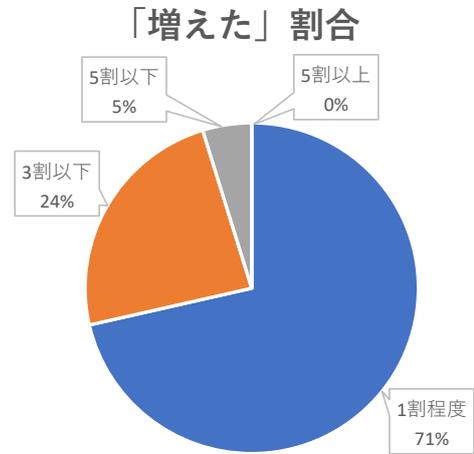
取引額、客単価については約20%が未回答であった。回答済みの割合では増えたと回答した事業者が減ったと回答した事業者をわずかに上回った。増えた割合、減った割合共に1割程度と回答した事業者が最も多かった。

顧客や取引先の要望の変化を感じている事業者は半数を超えている。過年度同様に「値段」という回答が多かったが、それに近い割合で「品質やサービス」との回答が4割近くとなり、事業者自身市場のニーズの変化を感じているようだ。

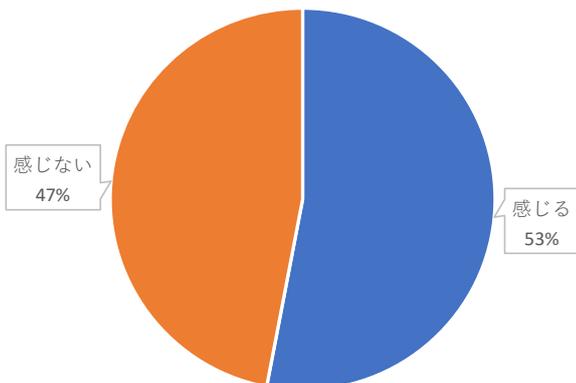
昨年比での取引発注額、客単価



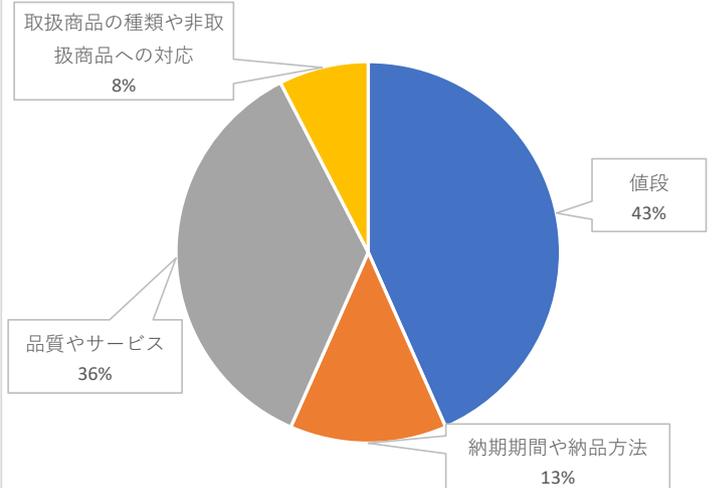
昨年比での取引発注額、客単価



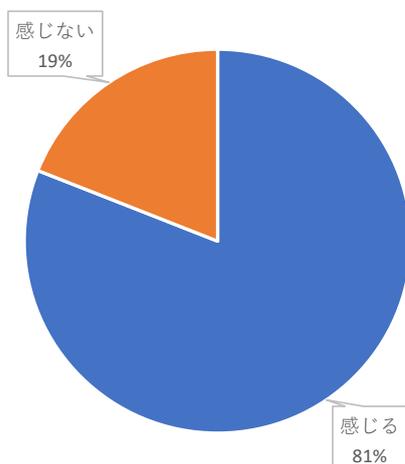
顧客や取引先の要望の変化



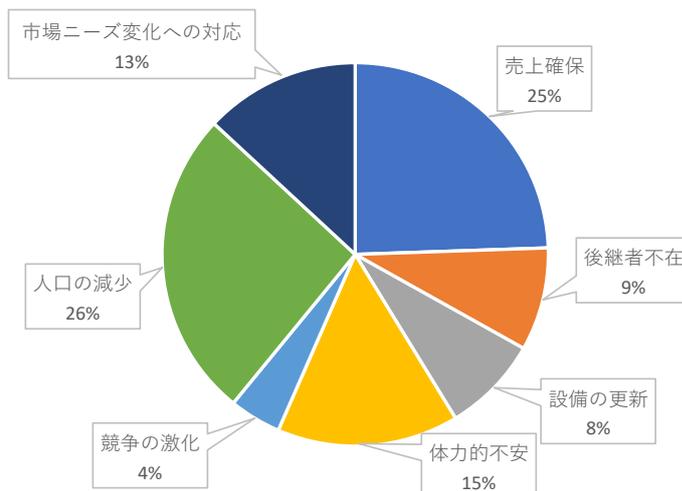
感じている要望の内容



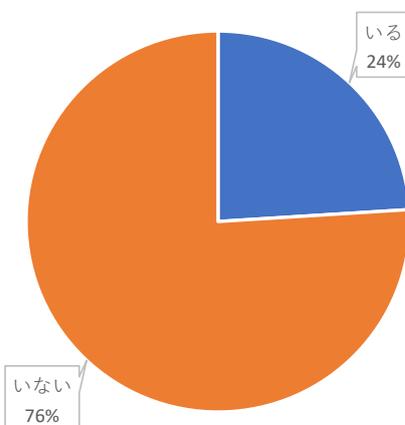
今後の事業継続に対しての不安



不安を感じている内容



後継者の有無

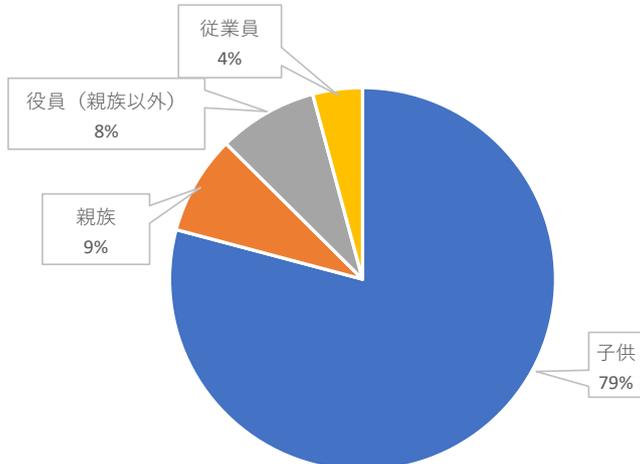


事業継続に不安と回答した事業者が約8割、要因で1番多かったのが売上確保となっており、人口減少を懸念しての結果と推察される。その他移り変わりの早い市場ニーズへの対応に不安を感じている事業者が増加傾向となっている。

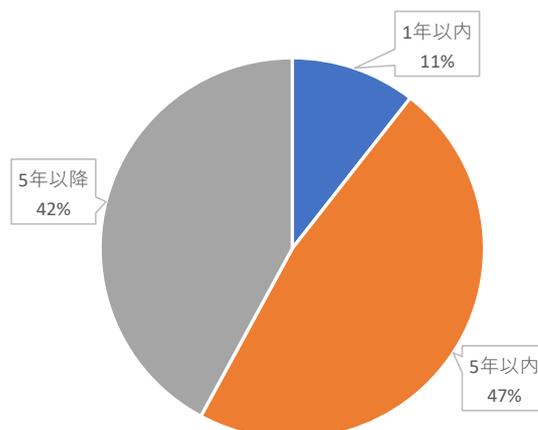
事業承継については、後継者がいないとの回答が3/4を占めた。黒字経営のままでの廃業等発生する可能性もあるため、第三者承継やM&Aも含め、事業承継に関する情報の発信、支援を積極的に行っていく必要がある。

また、後継者ありとの回答の中では子供への承継が約8割となった。1年以内を含めた、5年以内での承継を検討している事業者が6割近くに登っており、支援策等について情報提供を行うと共に、商工会としても支援体制を構築する必要がある。

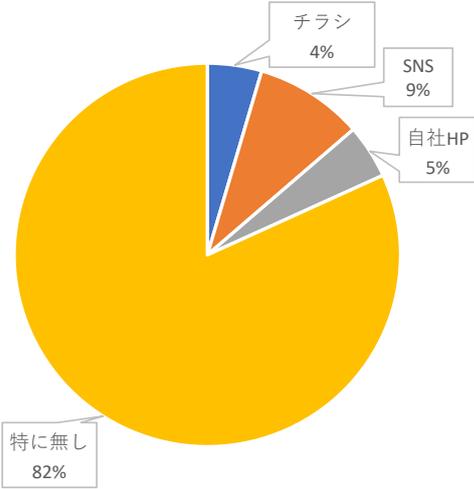
予定している後継者の続柄、役職



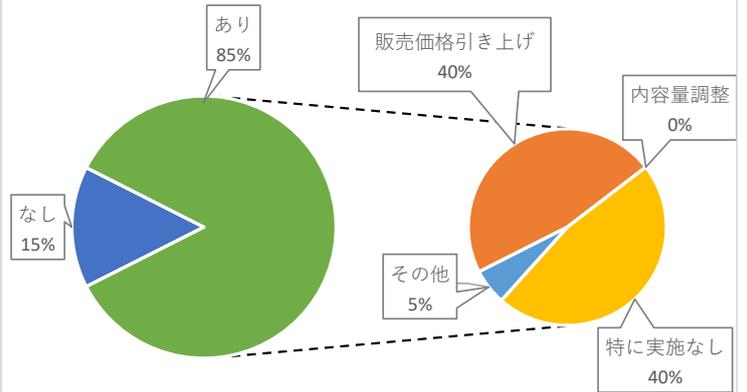
予定している事業承継時期



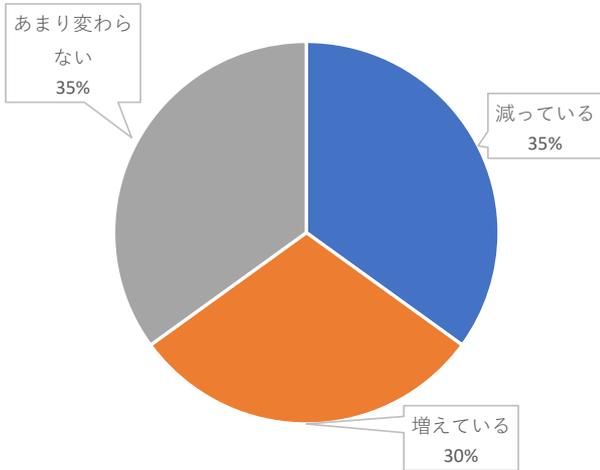
情報発信・広報の媒体



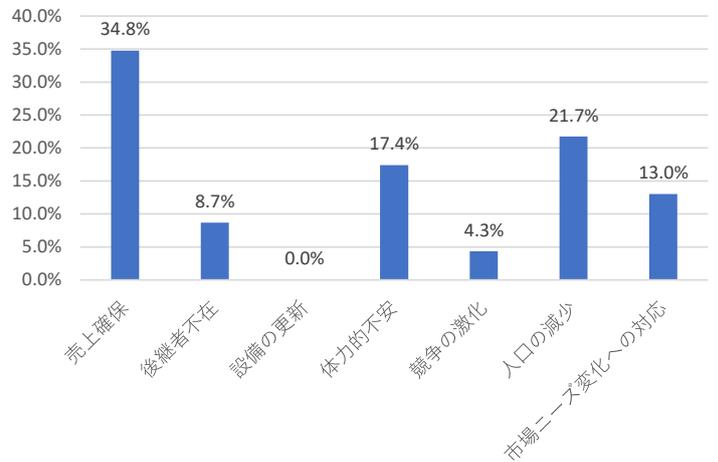
原油高、原材料高の影響・対策



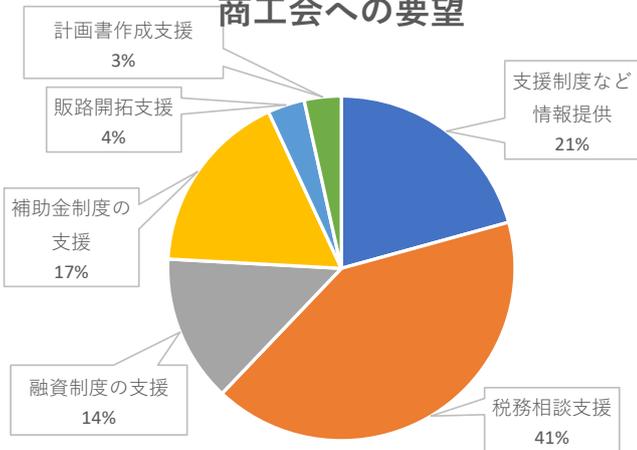
前年との売上比較



不安と感じる要素



商工会への要望



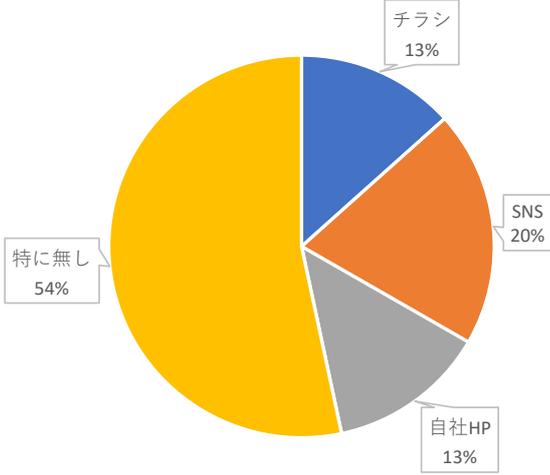
情報発信を行っていない事業所が、建設業では8割を超え、素晴らしい技術や強みがあっても、消費者が知りにくい状況となっている。

また8割を超える事業者で原油高等の影響があり、価格に引き上げで対応した事業者が約半数また同数の事業所が対応策を実施していない状況である。

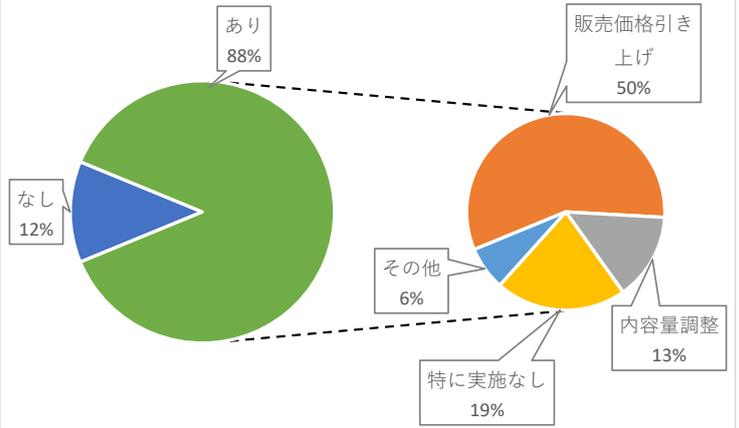
不安を感じる内容については、売上確保を上げる事業者が最も多く、次いで人口減少、体力的不安となっている。

商工会への要望では、税務相談や補助金制度の支援など実務的な支援を求めており、そのような支援をきっかけに本質的な支援を行う必要があるのではないかと考えられる。

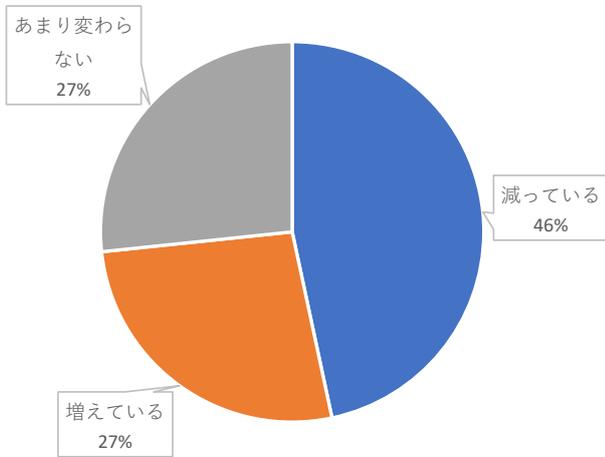
情報発信・広報の媒体



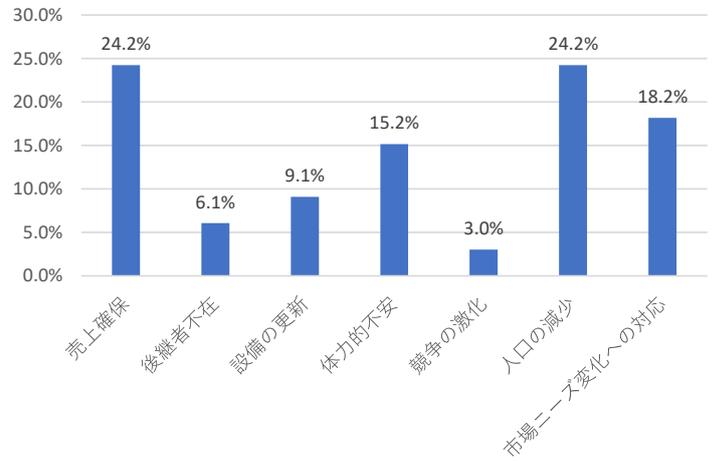
原油高、原材料高の影響・対策



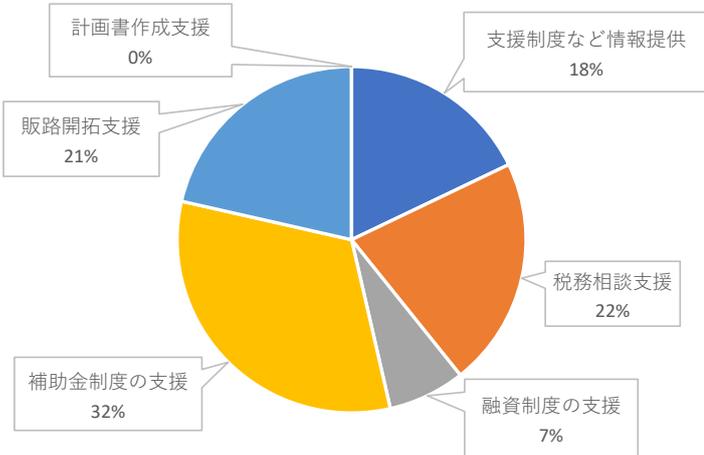
前年との売上比較



不安と感ずる内容

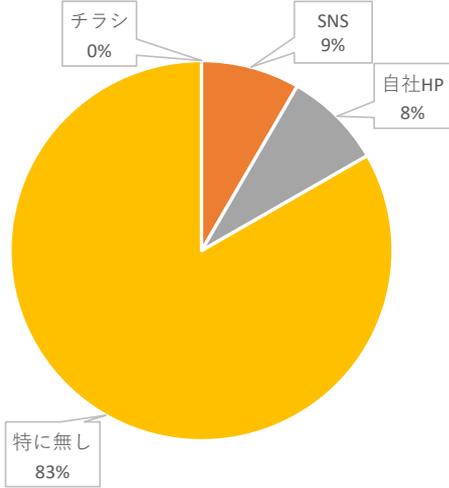


商工会への要望

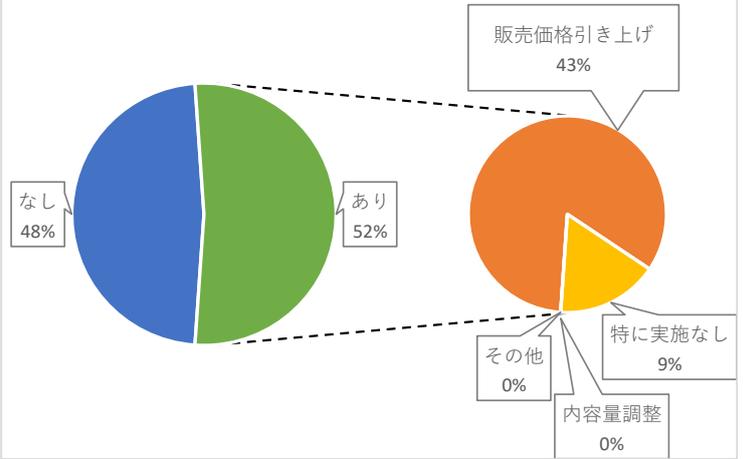


半数以上の事業所が情報発信をしておらず、新規を含む消費者に対して自社商品のアピールが届きにくい状況となっている。原油高等に対してはほかの業種と比べて対策を取った事業者の割合が特に多く、何らかの対策を取った事業所が約9割、その中で販売価格の引き上げを行った事業者が最も多かった。不安を感じている理由では、売上確保、人口の減少が最も多く、市場ニーズ変化への対応が続いている。移り変わりの早い市場ニーズにどう対応すればよいか、事業者が苦慮する様子もうかがえる。商工会への要望では、補助金制度の支援、支援制度の情報提供、販路開拓支援併せて7割を超える。前向きな事業所を積極的に支援するためにも、各事業所のニーズの把握、それに応じた支援を行っていく必要があると考えられる。

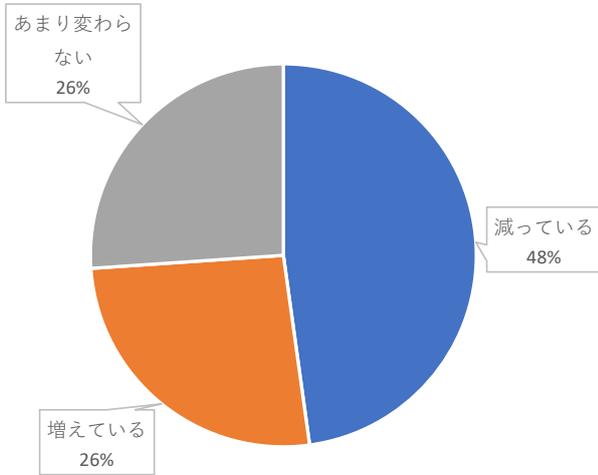
情報発信・広報の媒体



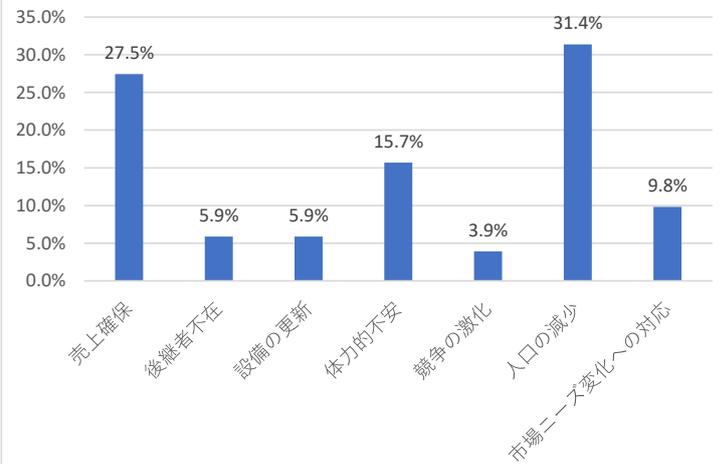
原油高、原材料高の影響と対策



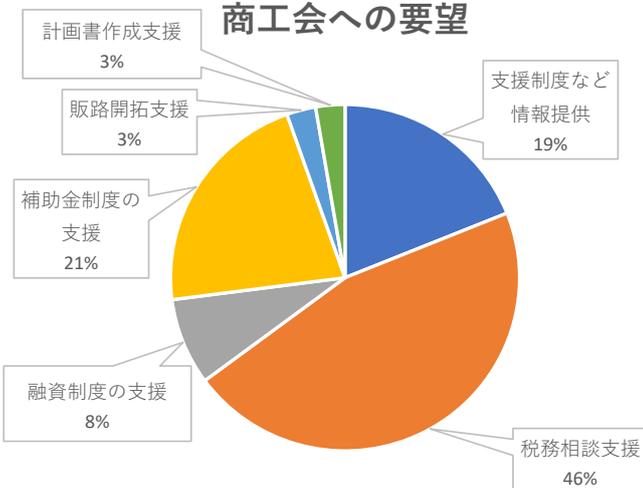
前年との売上比較



不安を感じている内容



商工会への要望



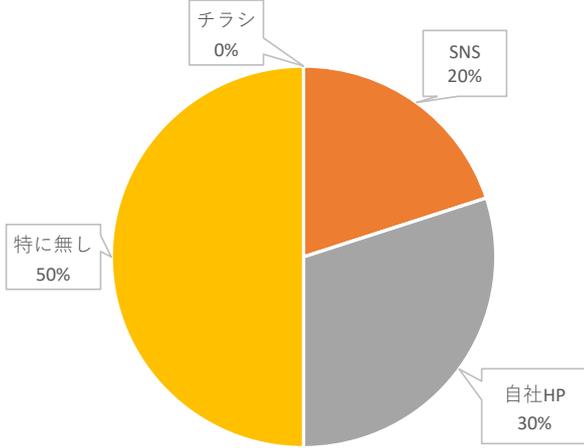
情報発信については、地域住民を対象にしていることから、情報発信をしていない事業所が約80%あった。

原油高等の対策は約半数が対策を取っており、その中では販売価格の引き上げが約80%と最も多かった。

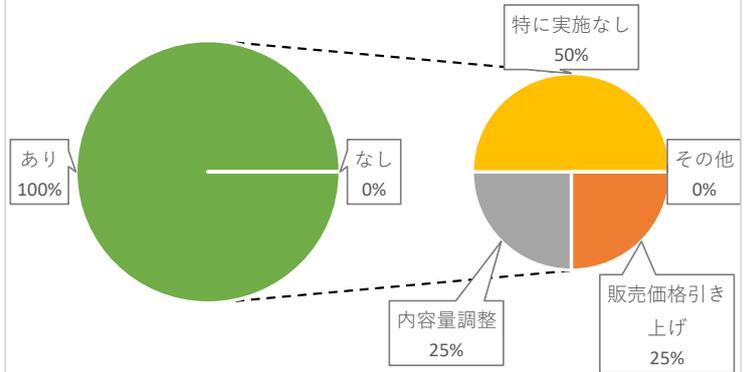
不安を感じている理由では、人口の減少が最も多く、売上確保が続く。地域住民相手の事業者が多く、人口減少は顧客の減少にも繋がり、売上確保とも関係する。オンライン販売を含めた商圏外へのアプローチが必要ではと考える。

商工会への要望では、税務相談支援が約半数となり、次いで補助金の支援や支援制度の情報提供となっている。補助金等各種制度を活用しながら事業を継続していきたいという意思を持っている事業所が一定数いることがうかがえる。

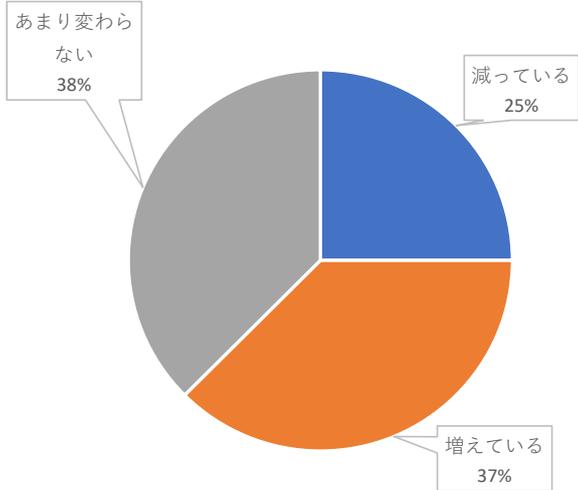
情報発信・広報の媒体



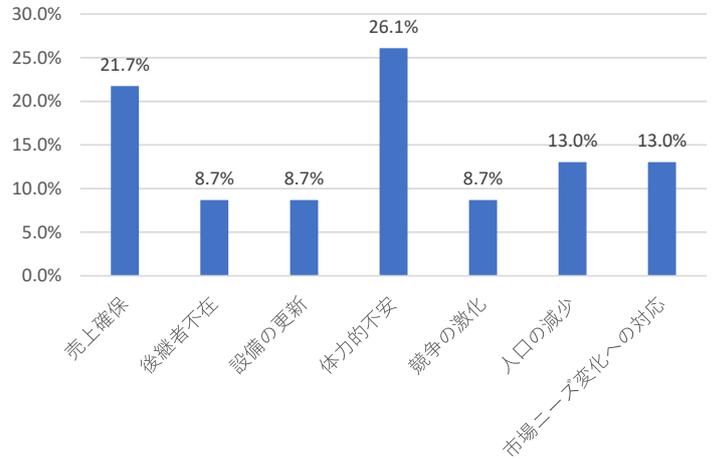
原油高、原材料高の影響・対策



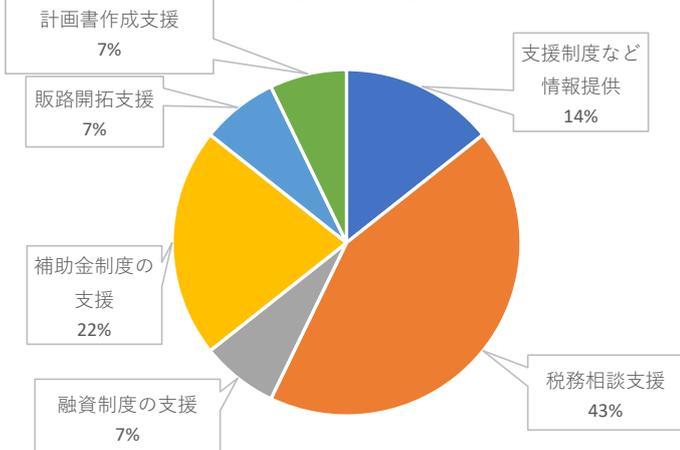
前年との売上比較



不安を感じている内容



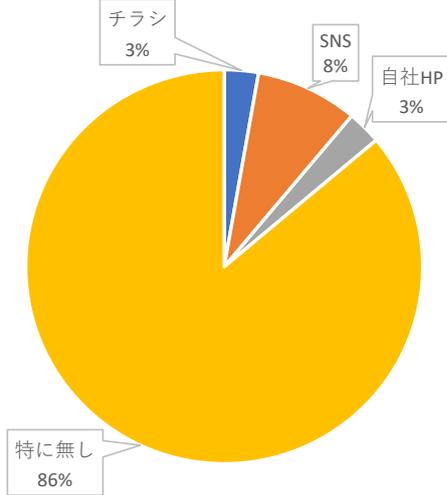
商工会への要望



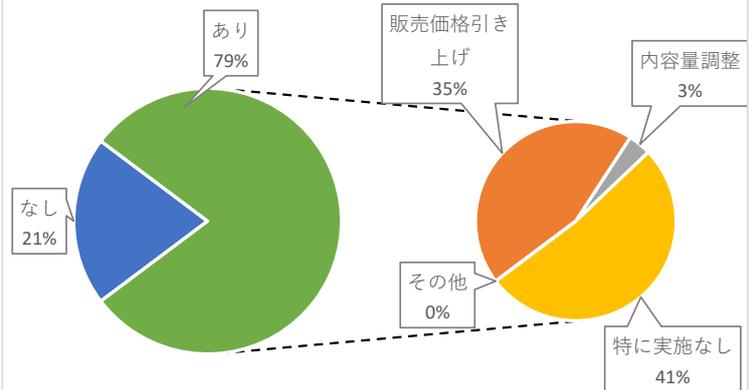
他業種と比較して情報発信をしている事業者の割合が多い。原材料費等の高騰が経営に与える影響が大きい業種であり、回答いただいた全事業者が影響ありと回答、一方で価格転嫁等対応を行っていない事業者が半数に及ぶ。不安を感じている内容については、体力的不安を上げた事業者が最も多かった。少人数で経営している事業所が多く、誰か欠けると営業できない、という事業所もある。

商工会への要望では、税務相談支援が最も多く、補助金制度支援、情報提供が続く。消費税の軽減税率導入やインボイス制度開始など、税制関係の改正が続いたこともあり、事業者にとって不利益にならないよう、細やかな状況把握や情報提供に努める必要がある。

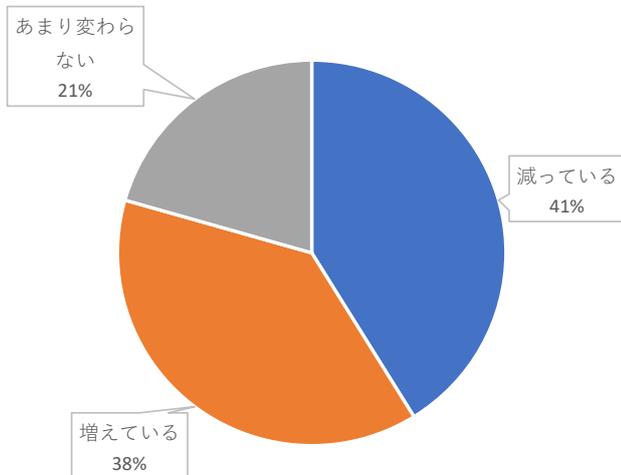
情報発信・広報の媒体



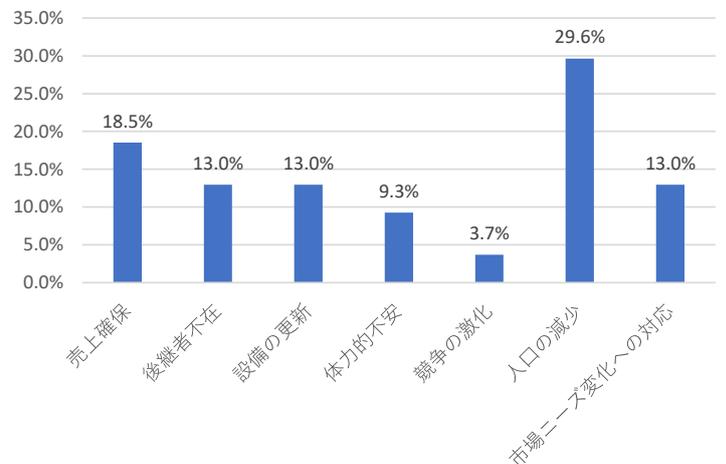
原油高、原材料高の影響・対策



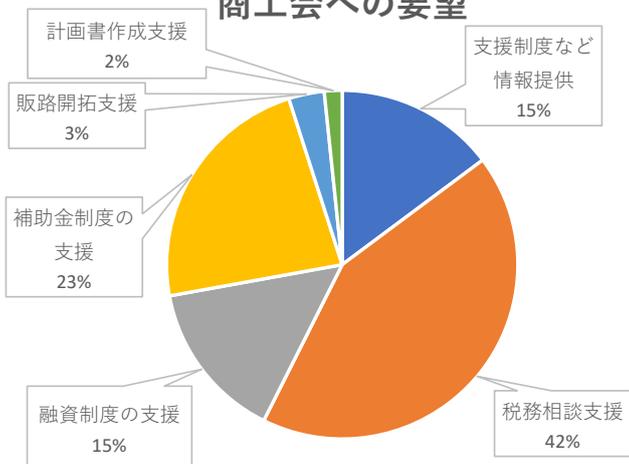
前年との売上比較



不安を感じている内容



商工会への要望



回答者が最も多い業種であった。情報発信をしている事業所は全体の14%と非常に少ないことが分かった。

原油高等の影響は、80%が影響ありと回答しているが、一方でその半数以上が特に対応策を取っていない。

不安を感じている内容については、人口減少が最も多かった。業種的に地元の固定客がついている事業者が多い事が予想され、競争・競合について心配する必要がない反面、人口減少に伴う顧客の減少は切実な問題と思われる。

商工会への要望として、税務相談支援が最も多く、次いで補助金制度の支援となっている。インボイス対応をはじめとする税務支援や持続化補助金をはじめとした各種補助金申請支援についてニーズがあると思われる。速やかな情報提供や支援体制の構築が必要と思われる。