

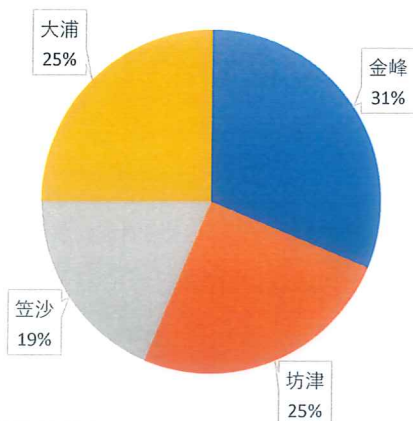
令和4年度

南さつま市商工会

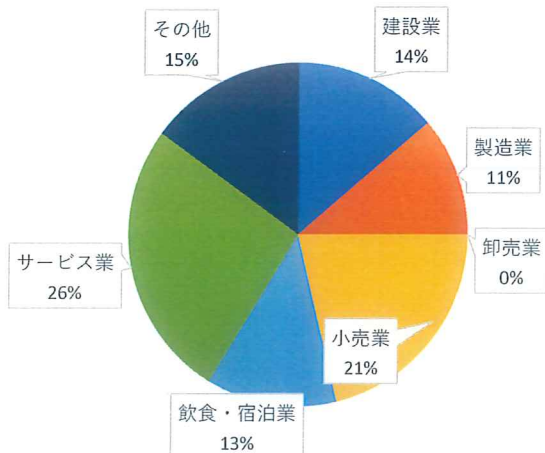
経営発達支援計画事業

地域経済動向調査報告書

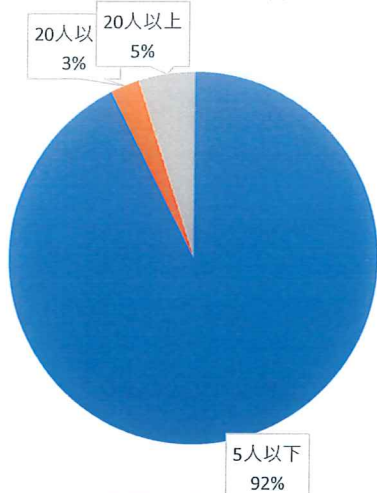
回答のあった事業所の地区別割合



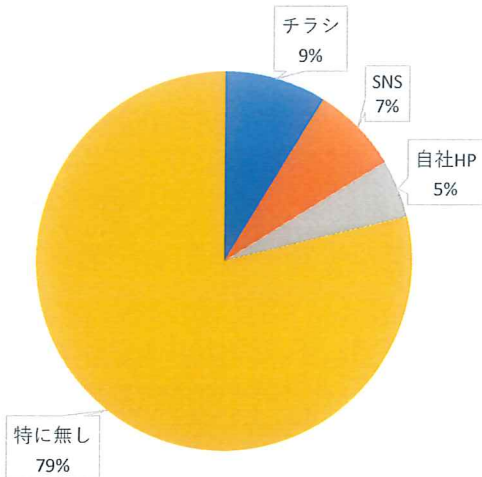
回答のあった事業所の業種別割合



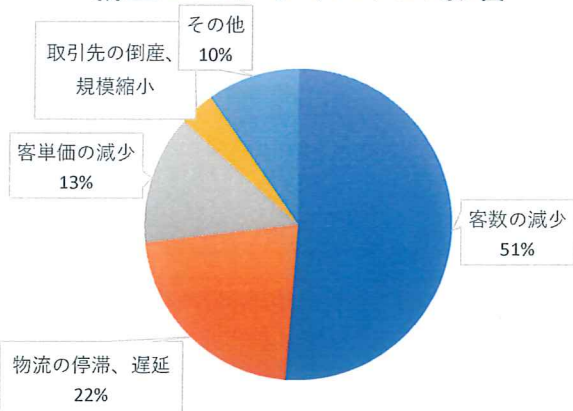
従業員の人数



情報発信・広報媒体



新型コロナウイルスの影響



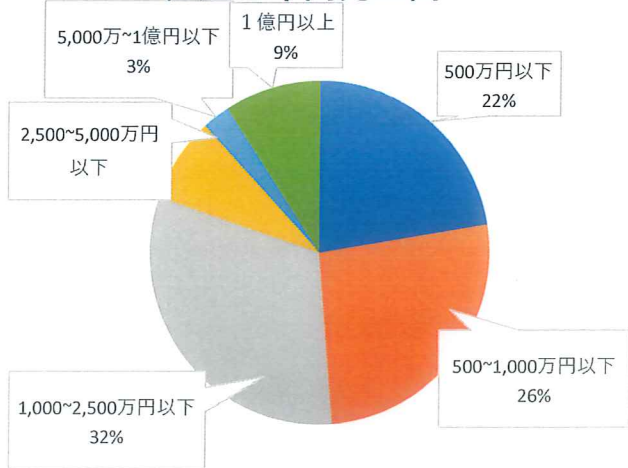
今回集計した事業者数は80社。

昨年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響が予想される小売業、飲食・宿泊業、サービス業を主として集計を実施した。

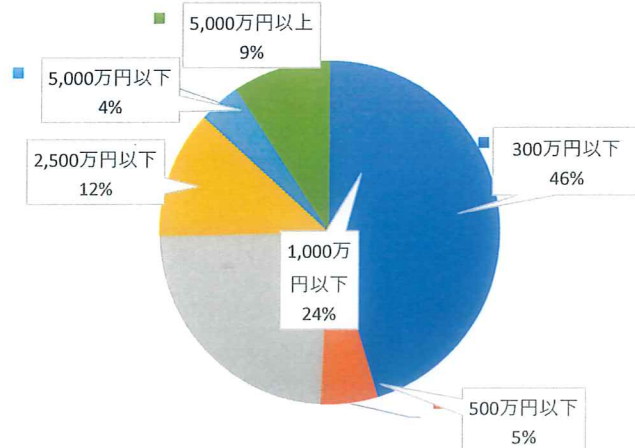
情報発信をしていない事業所が多く、令和3年時点では、鹿児島県に蔓延防止等重点措置（8/20～9/31）が発令されており、消費者への訴求力の観点から、今後支援を行っていく必要性を感じた結果となった。

新型コロナウイルス感染症の影響は、令和2年と同様で客数の減少や物流の停滞といった影響が引き続き発生している。

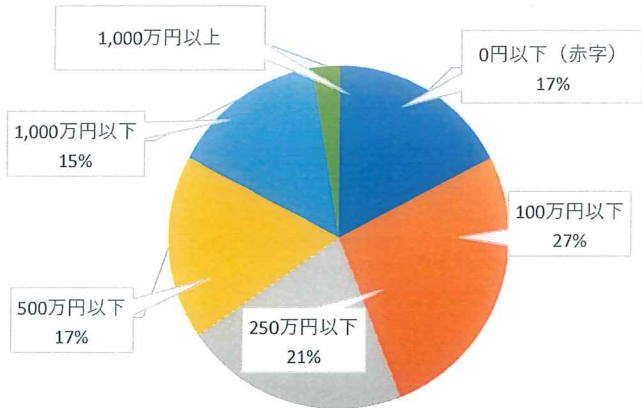
直近の年間売上高



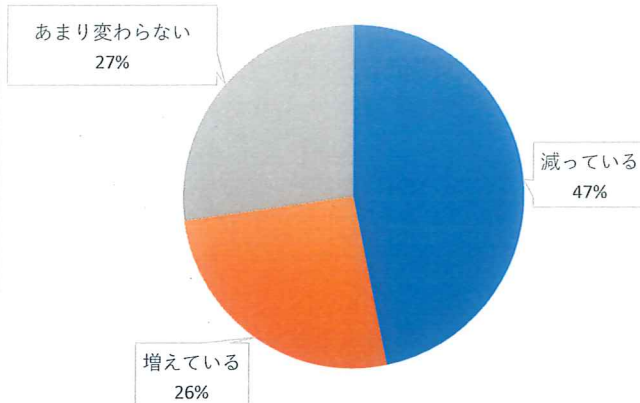
直近の仕入高、製造原価



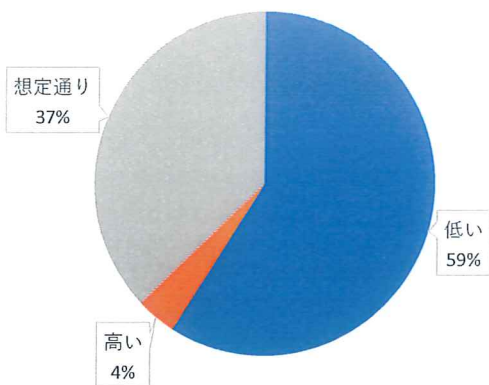
直近の経常利益



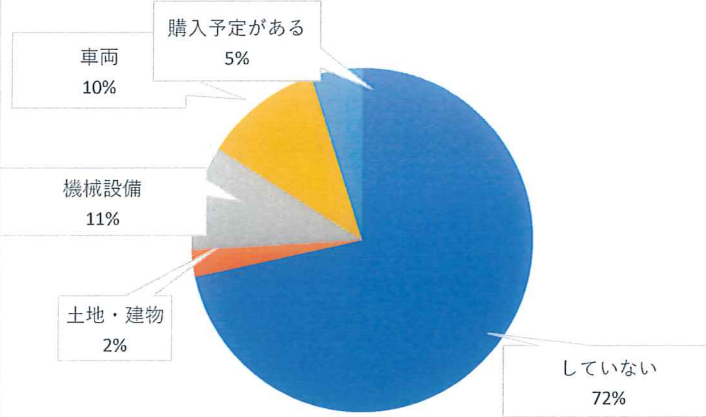
前期との売上高比較



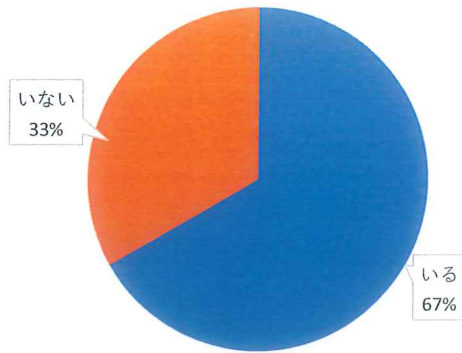
直近の年間粗利益について



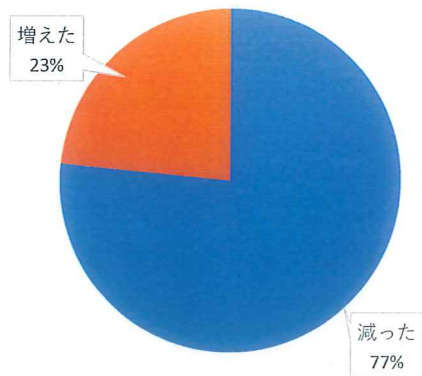
直近1年間で実施した設備投資



常連客や取引先の有無

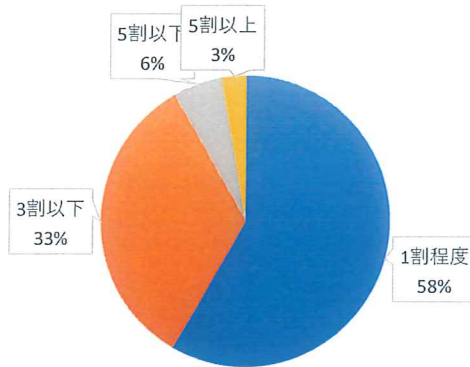


昨年比での常連客や取引先の数



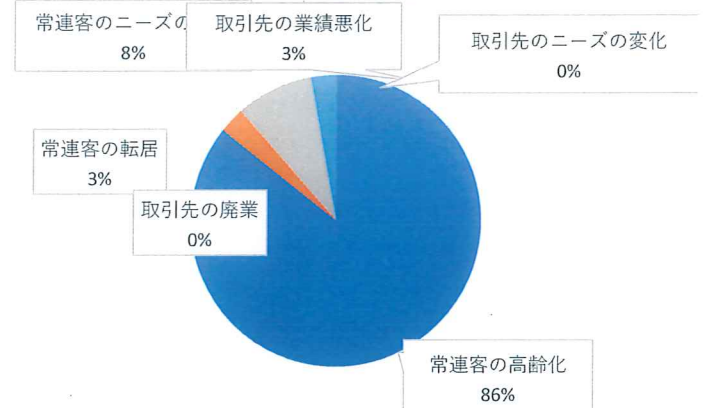
昨年比での常連客や取引先の数

「減った」割合



昨年比での常連客や取引先の数

「減った」要因

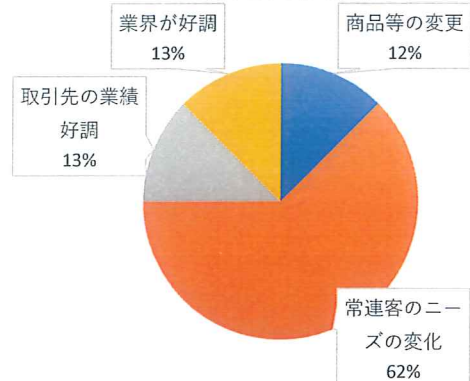


地域住民を顧客とする事業所は、商圏内の高齢化による顧客の減少が大きな影響を及ぼしている。取り扱い商品の変更や業種業態転換などを図る体力等もなく、甘んじて受け入れている事業所がほとんどであることが予想される。

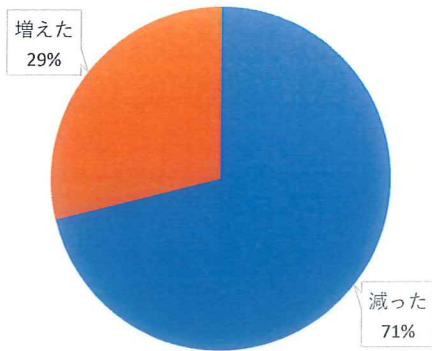
顧客増加の要因として、件数自体は少ないが、ニーズの変化に対応できたことをあげられる方が多いことから、消費者ニーズを早く把握し対応していくかが重要であることが分かる。

昨年比で常連客がや取引先の数

増えた要因



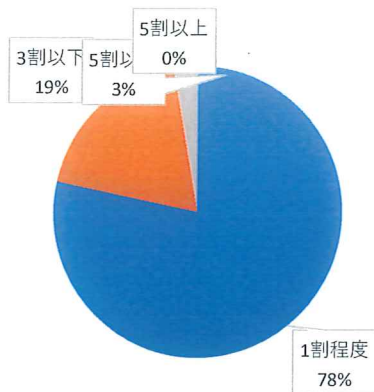
昨年比での取引発注額、客単価



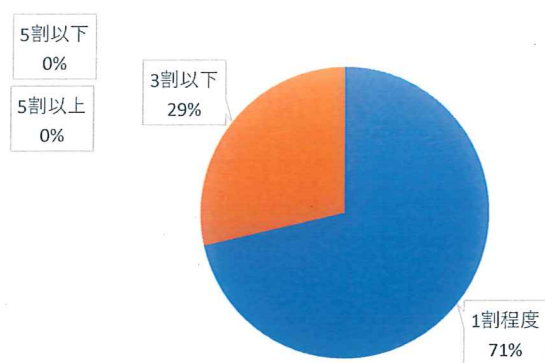
取引額、客単価については35%が未回答であった。回答済みの割合では減ったと回答した事業者が多かったが、約70%が1割程度と回答している。

顧客や取引先の要望の変化を感じている事業所は約30%であったが、そのほとんどが値段と回答しており、価格競争に巻き込まれないように、その値段にあった付加価値をどのように提供するのが重要であることが予想される。

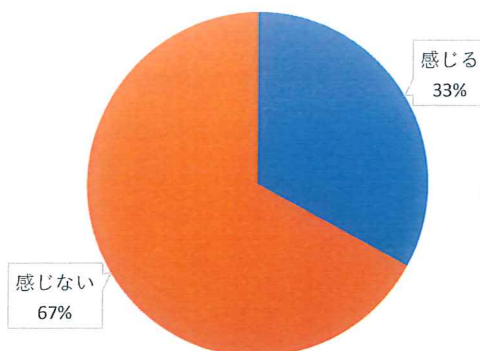
昨年比での取引発注額、客単価 「減った」割合



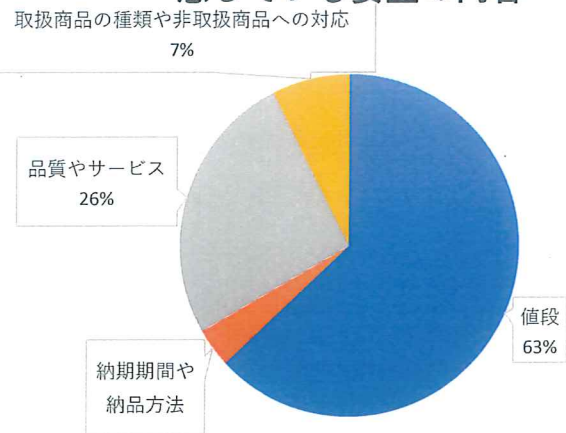
昨年比での取引発注額、客単価 「増えた」割合



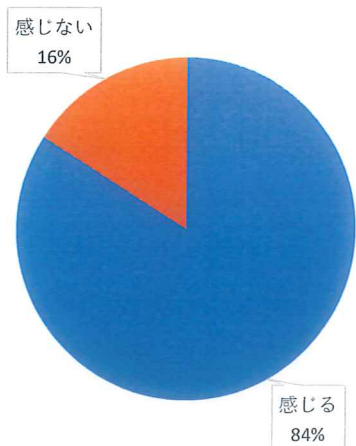
顧客や取引先の要望の変化



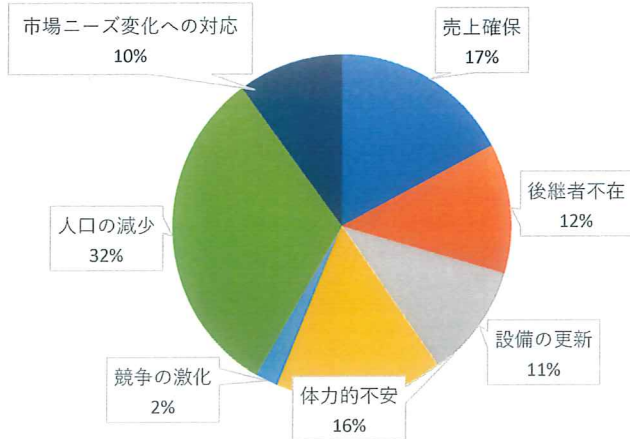
感じている要望の内容



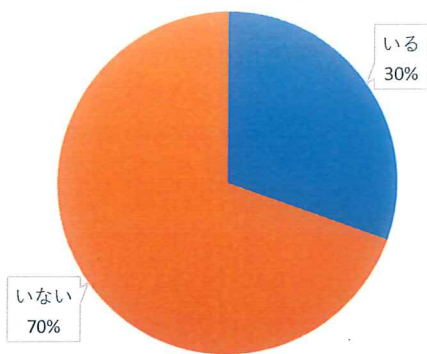
今後の事業継続に対しての不安



不安を感じている内容



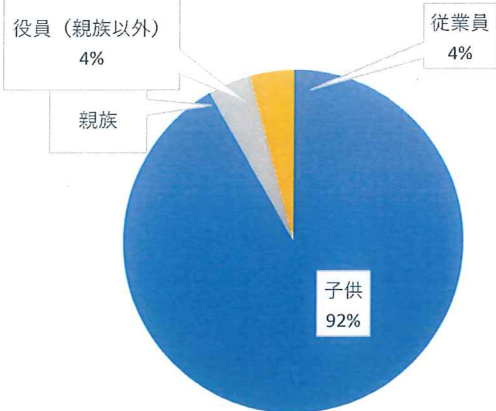
後継者の有無



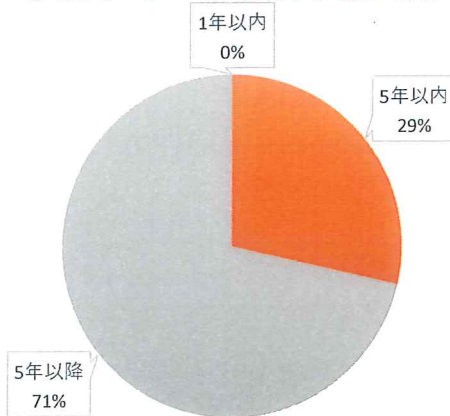
不安と回答した要因で1番多かったのが人口の減少となっているが、複数回答する事業所が多く、不安の要因は、経営環境（業界、業種業態、経営者の年齢など）などの複雑な背景があると推測できる。

後継者がいる方が30%と少なく、親族内承継に限らず、第三者承継やM&Aなどの事業承継を検証していく必要がある。経営者の年齢にもよるが、承継時期としても5年以上先と回答する方が多い事から、後継者はいるが明確にいつ承継すると決まっている事業所は少ないことが予想される。

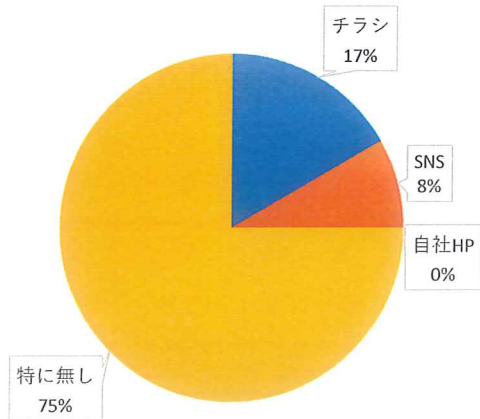
予定している後継者の続柄、役職



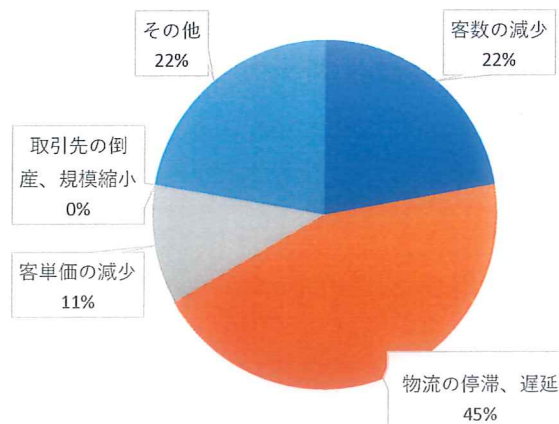
予定している事業承継時期



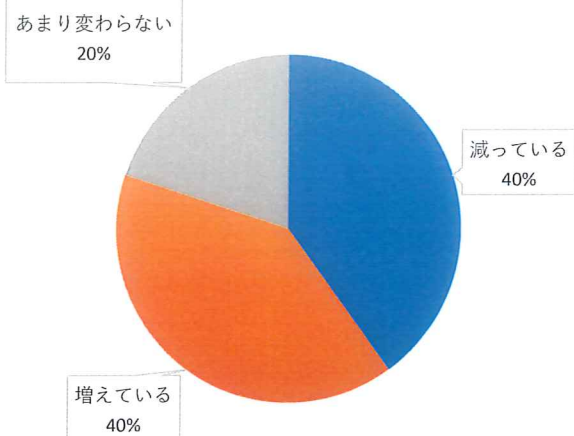
情報発信・広報の媒体



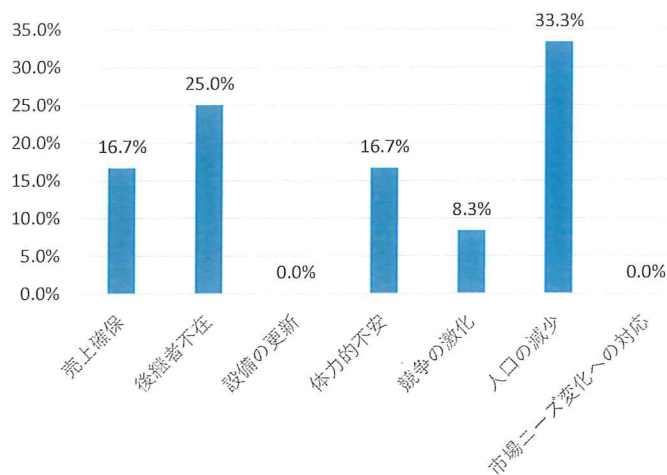
コロナの影響



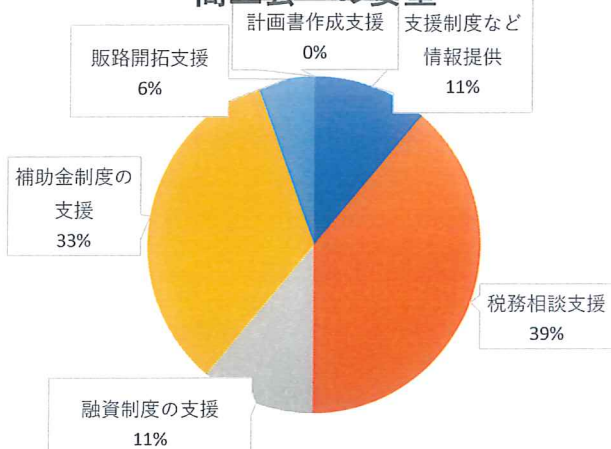
前年との売上比較



不安と感ずる要素



商工会への要望



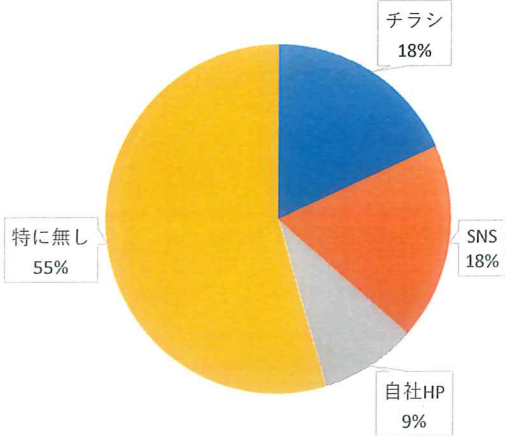
情報発信を行っていない事業所が、建設業では75%と多く、素晴らしい強みがあっても、消費者が知りにくい。

コロナの影響があった建設業の内容は、物流の停滞が最も多かった。

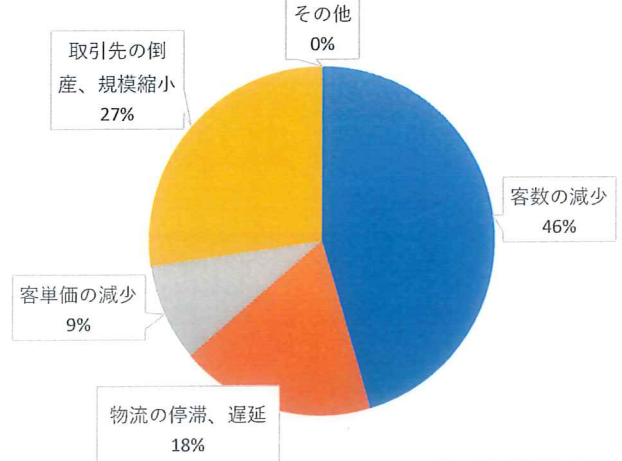
不安を感じる内容については、人口の減少が最も多かったが、後継者不在、売上確保、体力的不安など複数の不安を持っていることがわかる。

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。

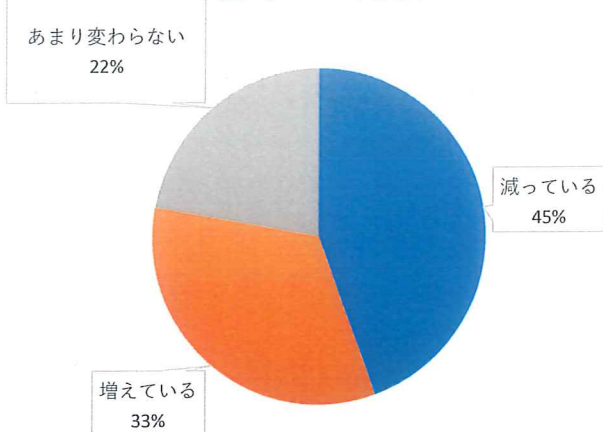
情報発信・広報の媒体



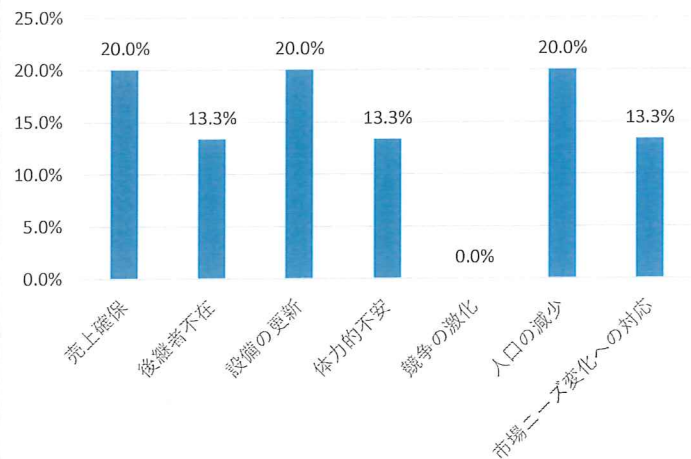
コロナの影響



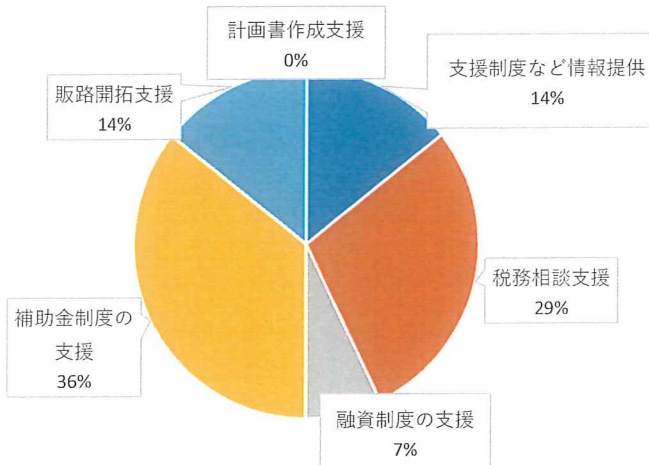
前年との比較



不安と感ずる内容



商工会への要望

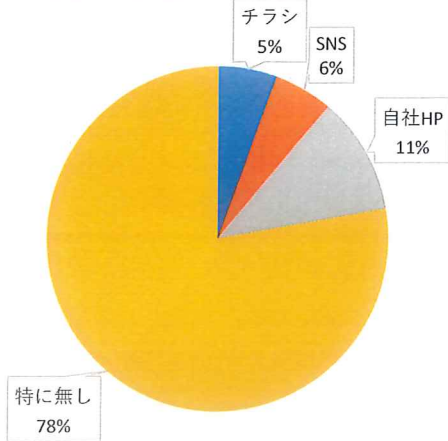


半数以上の事業所が情報発信をしておらず、新商品を開発しても認知されるまで時間がかかる状況だと分かった。

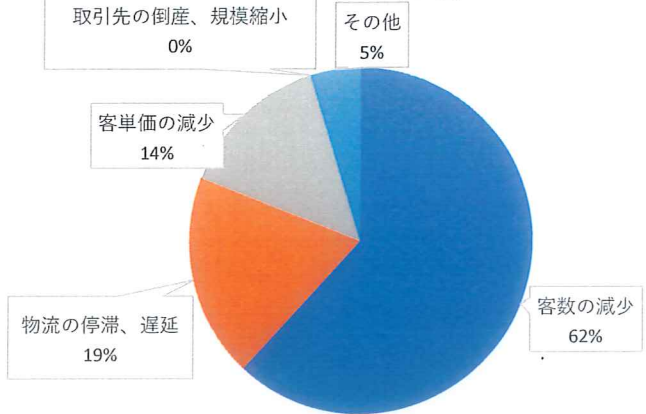
コロナの影響では、客数の減少が最も多かったが、取引先の倒産規模縮小も約30%あり、新規取引先の開拓などの支援が必要。不安を感じている理由では、売上確保、設備の更新、人口の減少が最も多く、後継者不在等も一定数あった。このことから、売上確保や後継者不在による設備更新に躊躇しているとも言える。

商工会への要望では、補助金制度の支援や税務相談支援が多かったが、情報提供や販路開拓支援を希望する事業所もあり、前向きな事業所を積極的に支援するためにも、そのニーズを把握し事業所個々にあった支援を行う必要があると考えられる。

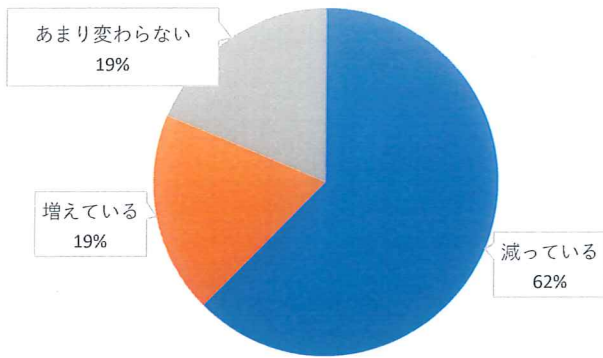
情報発信・広報の媒体



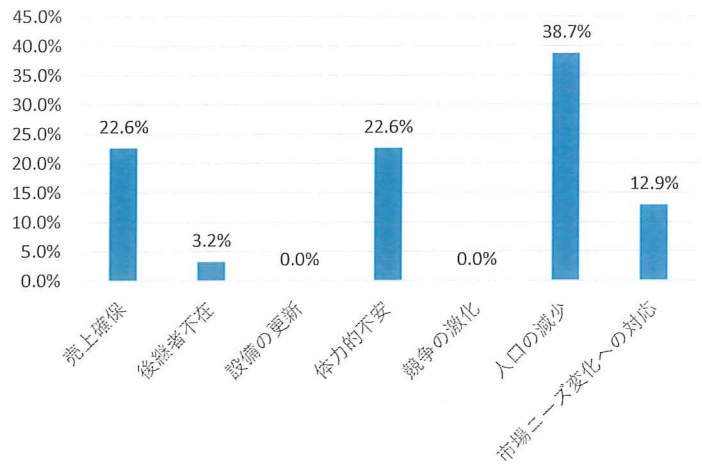
コロナの影響



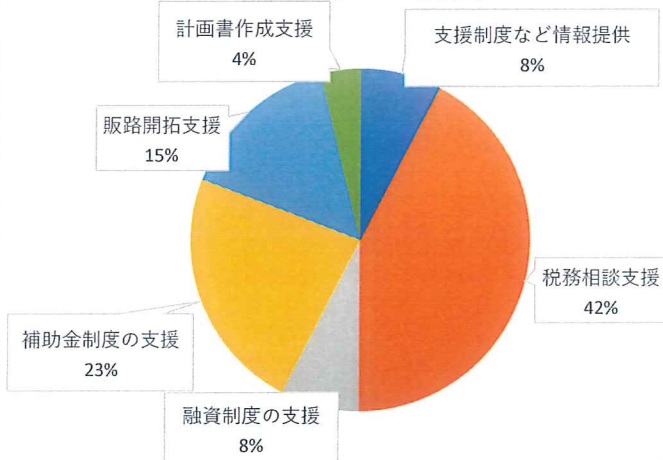
前年との比較



不安を感じている内容



商工会への要望



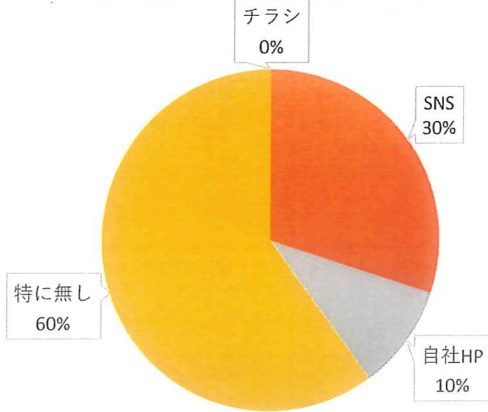
情報発信については、地域住民を対象にしていることから、情報発信をしていない事業所が約80%あった。

コロナの影響で最も多かったのは、客数の減少であった。冠婚葬祭やお土産等で利用されている事業所が想定される。

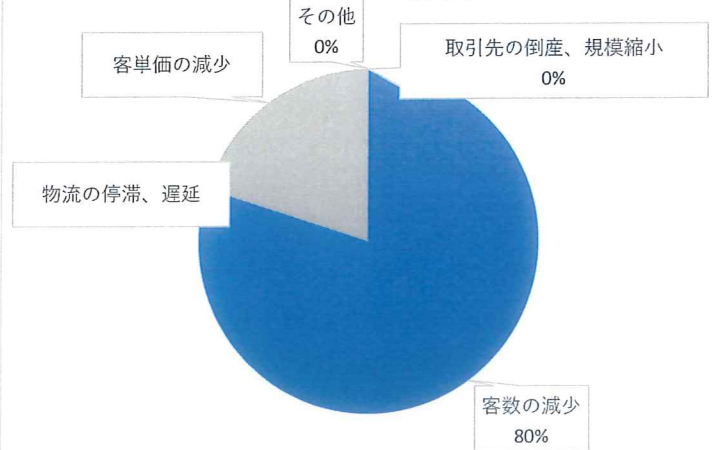
不安を感じている理由では、人口の減少が最も多かった。地域住民を顧客としている過疎地域の事業所が多い事が予想される。また、体力的な不安や売上確保と回答する事業所も一定数おり、過疎地域では買い物難民地域が広がる恐れがある。

商工会への要望では、税務相談支援約40%と最も多く、補助金の支援や販路開拓となっている。補助金や販路開拓支援を受けてでも事業を継続したいという意思をもっている事業所が一定数いることが考えられる。

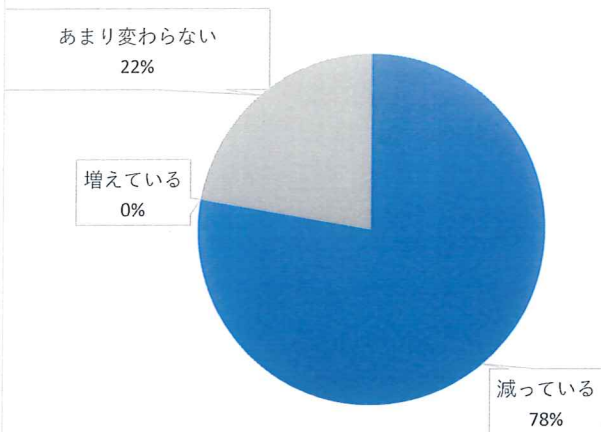
情報発信・広報の媒体



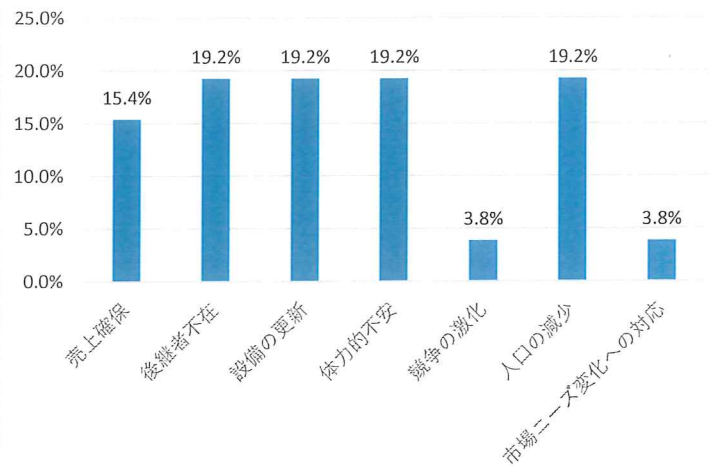
コロナの影響



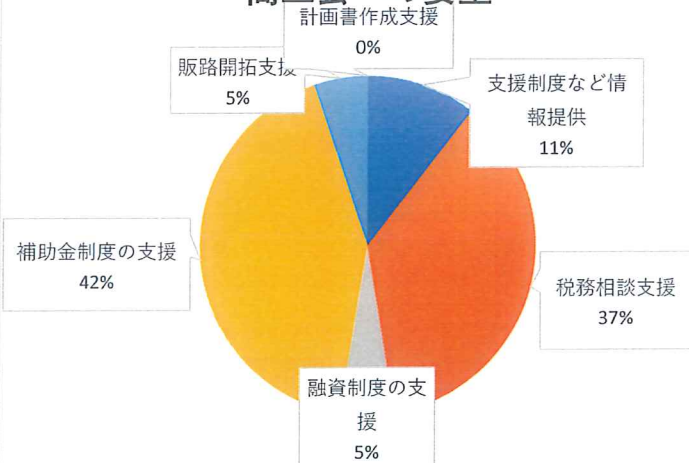
前年との比較



不安を感じている内容

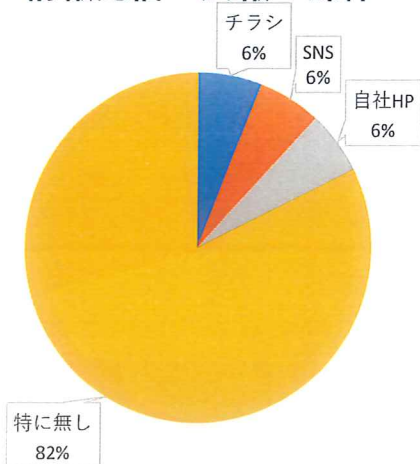


商工会への要望

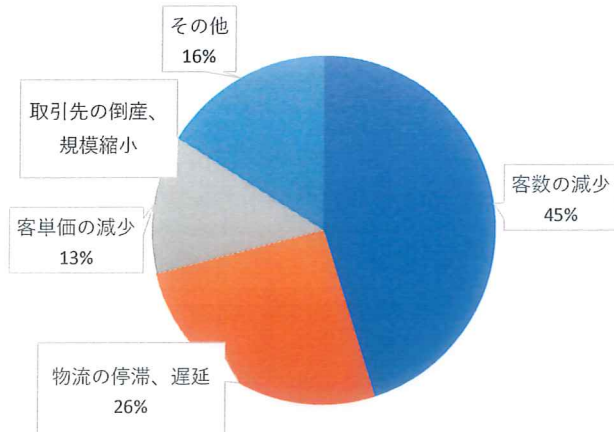


飲食宿泊業でも情報発信をしていない事業所が多いが、他の業種と比べてSNSを活用している割合が一定数いる。コロナの影響は、客数の減少が圧倒的に多く、今後どうやって固定客や新規客を取り戻すかが重要であることが分かる。不安を感じている内容については、後継者不在、設備更新、体力的不安、人口の減少、売上確保と複数の要因によって不安と感じている。また売上が減っていると回答した割合が他の業種と比べて最も多く、売上が回復に向けた支援が重要だと予想される。商工会への要望では、補助金制度の支援が最も多く、資金繰りが不安定であると予想される。現金商売の飲食宿泊業が資金繰りで悩みを持つということは、売上の減少が大きく外部からの資金調達を行ったことも考えられ、返済等の支援ニーズが予想される。

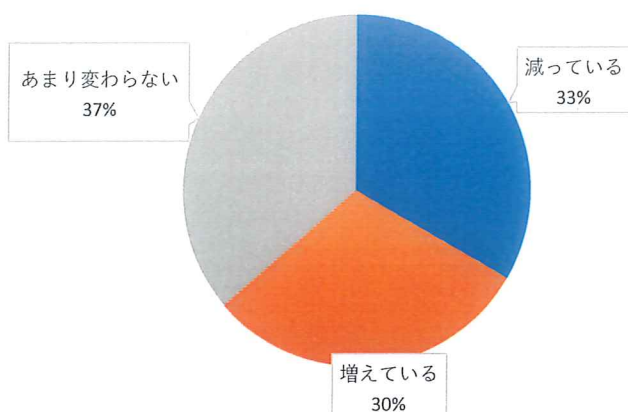
情報発信・広報の媒体



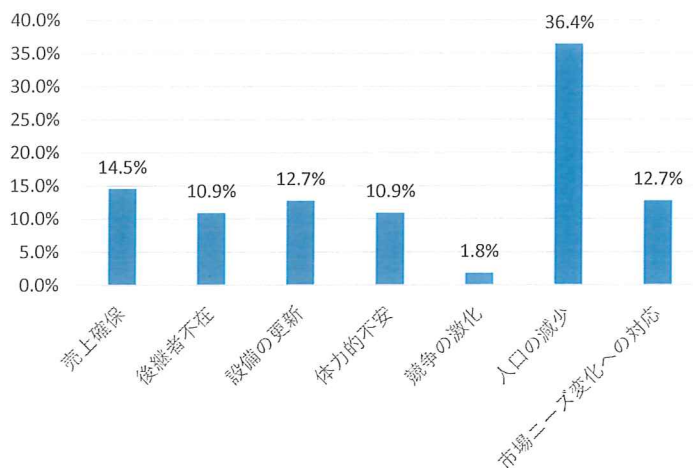
コロナの影響



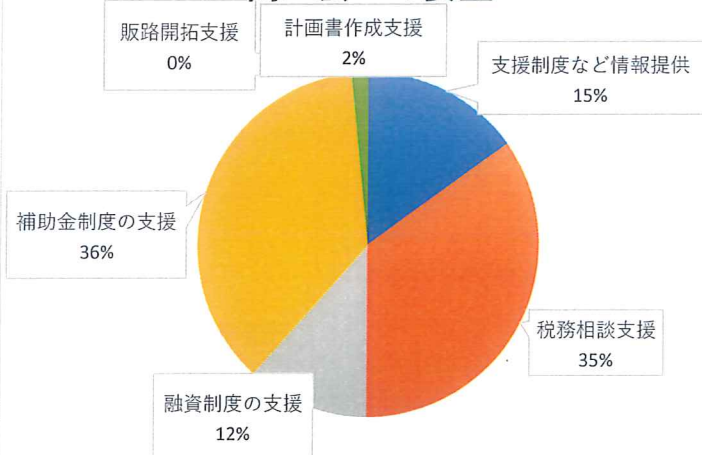
前年との比較



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ほぼいないということが分かった。

コロナの影響は、客数の減少が最も多かったが、物流の停滞も一定数おり、自動車整備業など影響があったと予想される。

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が複数回答する事業所も多く、個々の経営環境が大きく影響していると予想できる。

商工会への要望として、補助金の支援と税務相談が最も多く、融資制度の支援を含め資金繰りや、税制改正やインボイス対応など法改正への対応に関する支援ニーズが予想できる。