

【伴走型小規模事業者支援推進事業】

小規模事業者経済動向調査報告書

平成29年2月

能代商工会議所

目次

I	事業の概要	2
II	調査の目的	2
III	調査の実施時期	2
IV	調査対象者	2
V	調査内容	2
VI	調査方法	2
VII	調査結果	3
1	基本情報（回答者の属性）	3
2	景況状況	5
3	経営課題	6
4	商店街の課題	13
5	商工会議所の活動	14
VIII	調査分析	19
1	景況状況について	19
2	小規模事業者の経営状況	21
IX	総括	29
X	アンケート調査票	31

I 事業の概要

平成26年6月に商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律(平成5年法律第51号。以下「小規模支援法」という。)の一部が改正された。本改正により、小規模事業者の事業の持続的発展を支援するため、商工会及び商工会議所が、小規模事業者による事業計画の作成、およびその着実な実施を支援することや、地域活性化にもつなげる展示会の開催等の面的な取組を促進するため、商工会及び商工会議所が作成する支援計画のうち、小規模事業者の技術の向上、新たな事業の分野の開拓その他の小規模事業者の経営の発達に特に資するものについての計画を、経済産業大臣が認定する仕組みが導入された(中小企業庁ホームページより引用)。

上述より、商工会及び商工会議所は小規模支援法に基づく経営発達支援計画を作成し、小規模事業者に対し有効な支援策を実施するため、伴走型小規模事業者支援推進事業を実施する必要がある。具体的には【地域の経済動向調査に関すること】、【需要動向調査に関すること】、【経営状況の分析に関すること】、【事業計画策定支援に関すること】、【事業計画策定後の実施支援に関すること】、および【新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること】の事業を実施するものである。

能代商工会議所では、平成28年7月、経済産業大臣による経営発達支援計画の認定を受け、この計画に基づいた地域の小規模事業者の事業の持続的発展を支援するため、管轄市内の企業の実態をしっかりと把握し、個々の企業の業績向上につながる支援を行うことが求められている。

そこで、能代商工会議所では伴走型小規模事業者支援推進事業の指針にある【地域の経済動向調査に関すること】の事業をおこない、地域内における景況調査、小規模事業者の経営課題等を分析する。これにより、小規模事業者に対し地域の景況データの提供を行うとともに、商工会議所において効果的な支援に結び付ける。

なお、小規模事業者とは、製造業その他においては従業員20人以下、商業・サービス業においては従業員5人以下の事業者を指す。

II 調査の目的

能代市の地域経済を支える小規模事業者は、需要の低下、売り上げの減少、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、同市内の商店街で事業を行う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行う。この収集した情報を事業者に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。

III 調査の実施時期

平成28年11月。

IV 調査対象者

能代市内の商店街地域を中心とした事業者500社。

V 調査内容

実施アンケート票(31ページ)のとおり。

VI 調査方法

各自業所宛にアンケート票を郵送し、各事業所より返信封筒にて回収を行った。

Ⅶ 調査結果

アンケートの回収数は134枚であった。

なお、以下の調査分析の集計母数が134と異なるものがあるのは、未記入、または未選択の調査票があるためである。

1. 基本情報（回答者の属性）

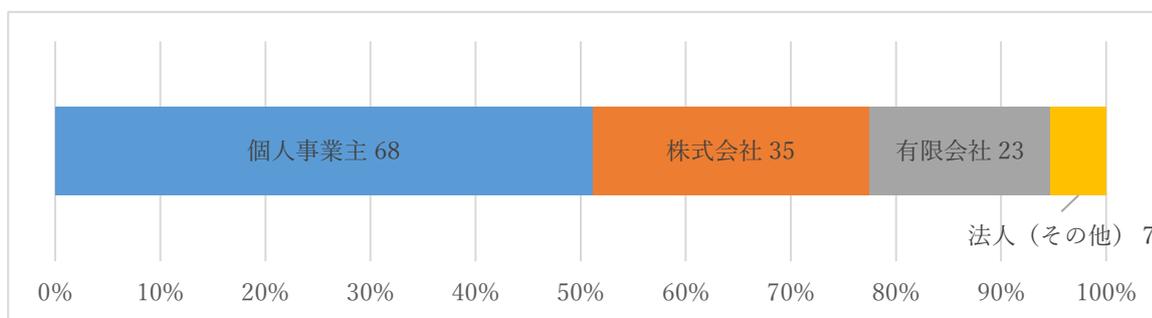
（1）事業所の形態

図表1 事業所の形態を示す。

有効回答アンケートは133。以下の割合である。個人事業主と法人が半々という割合であった。

- ・ 個人事業主 68 (51.1%)
- ・ 株式会社 35 (26.3%)
- ・ 有限会社 23 (17.3%)
- ・ 法人(その他) 7 (5.3%)

図表1 事業所の形態



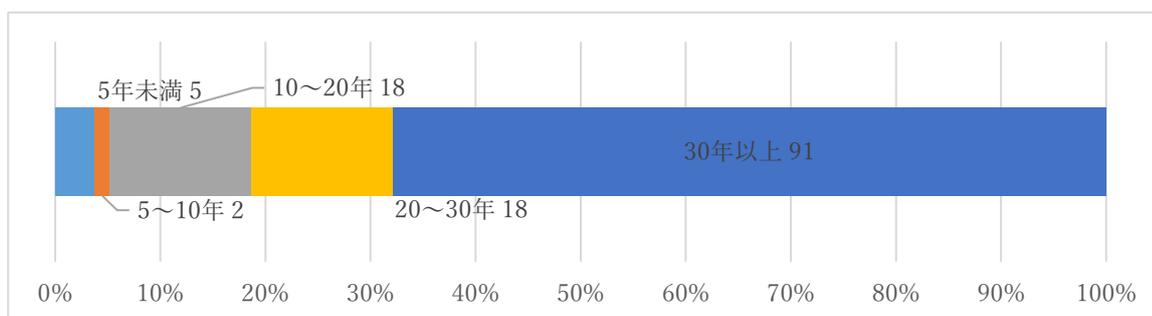
（2）業歴

次に、図表2 業歴を示す。

有効回答アンケートは134。結果は以下のとおりである。業歴20年以上が約8割（うち、30年以上が約7割）と、比較的業歴の長い事業所からの回答が多かった。

- ・ 5年未満 5 (3.8%)
- ・ 5年～10年未満 2 (1.5%)
- ・ 10年～20年未満 18 (13.4%)
- ・ 20年～30年未満 18 (13.4%)
- ・ 30年以上 91 (67.9%)

図表2 業歴



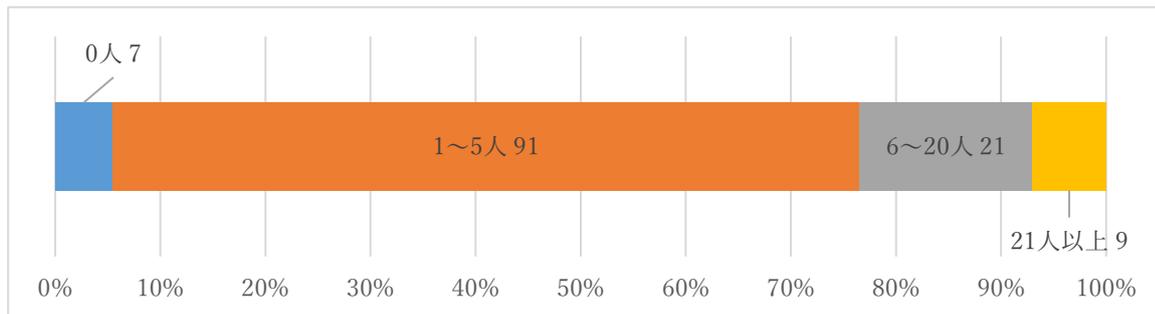
(3) 従業員数

次に、図表3 従業員数を示す。

有効回答アンケートは128。結果は以下のとおりである。5人以下の事業所が4分の3を占めている。

- ・ 0人 7 (5. 5%)
- ・ 1人～5人 91 (71. 1%)
- ・ 6人～20人 21 (16. 4%)
- ・ 21人以上 9 (7. 0%)

図表3 従業員数



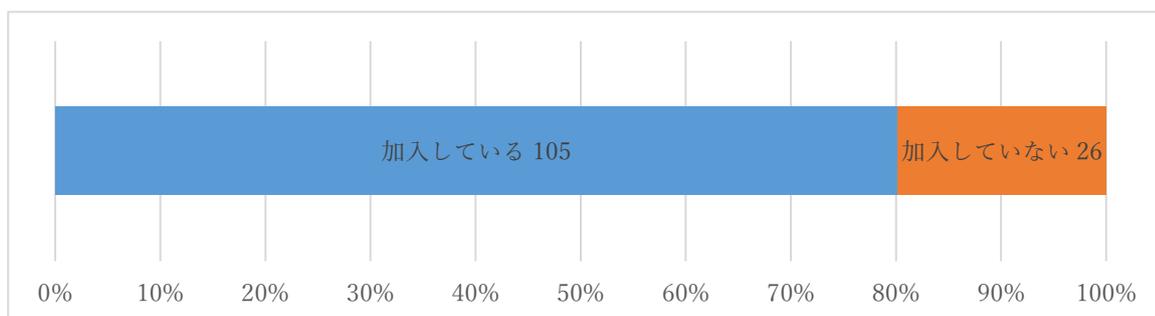
(4) 商工会議所の加入状況

次に、図表4 商工会議所の加入状況を示す。

有効回答アンケートは131。結果は以下のとおりである。「加入している」という回答が105件(80. 2%)を占めている。

- ・ 加入している 105 (80. 2%)
- ・ 加入していない 26 (19. 8%)

図表4 商工会議所の加入状況

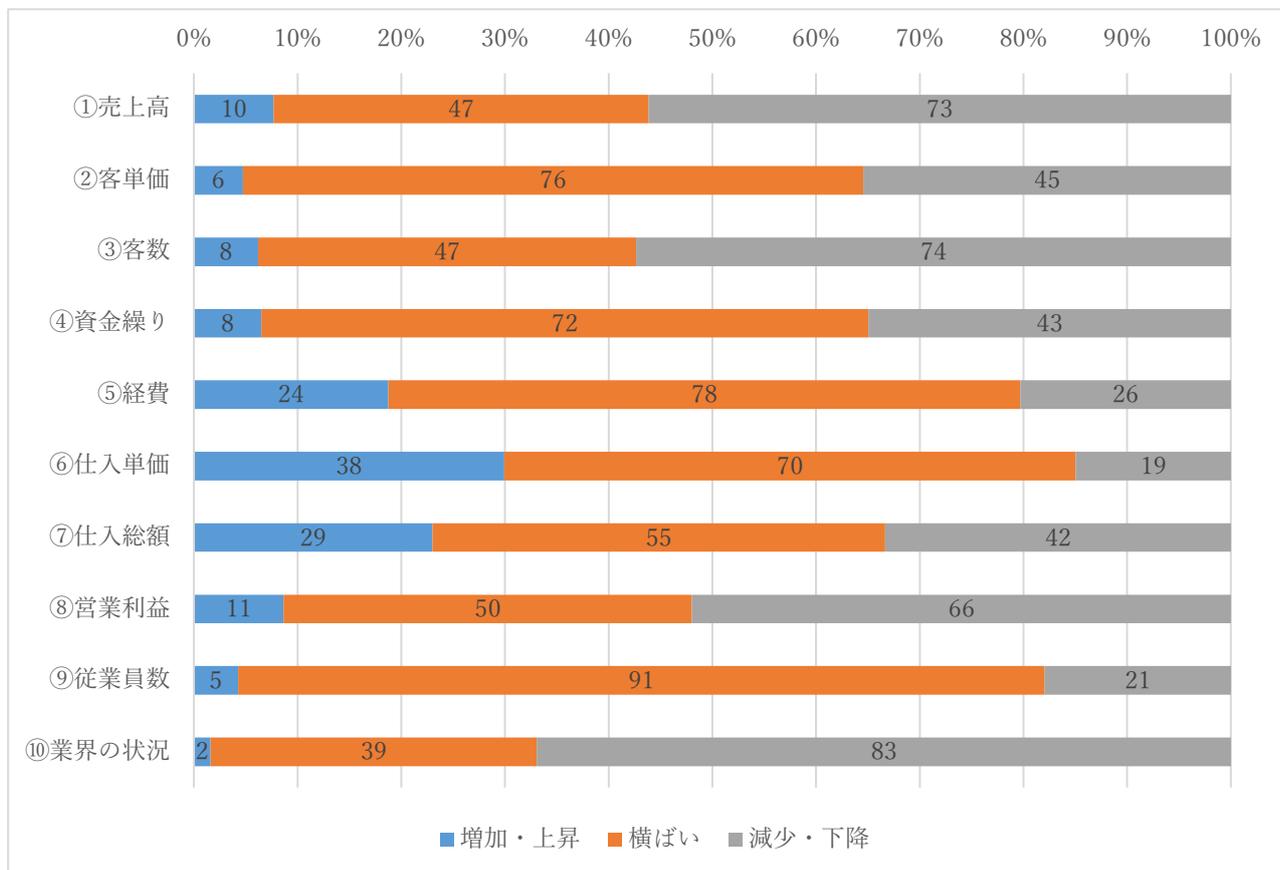


2. 景況状況

(1) 昨年の今頃（平成27年8月）と比べた現在の景況状況

次に、図表5 昨年の今頃（平成27年8月）と比べた現在の景況状況を示す。
主な分析結果はP19に掲載している。

図表5 昨年の今頃（平成27年8月）と比べた現在の景況状況



図表6 D・I

項目	増加・上昇	横ばい	減少・下降	D・I
①売上高	7.7%	36.2%	56.1%	Δ48.4
②客単価	4.7%	59.8%	35.5%	Δ30.8
③客数	6.2%	36.4%	57.4%	Δ51.2
④資金繰り	6.5%	58.5%	35.0%	Δ28.5
⑤経費	18.8%	60.9%	20.3%	Δ1.5
⑥仕入単価	29.9%	55.1%	15.0%	14.9
⑦仕入総額	23.0%	43.7%	33.3%	Δ10.3
⑧営業利益	8.6%	39.4%	52.0%	Δ43.4
⑨従業員数	4.3%	77.8%	17.9%	Δ13.6
⑩業界の状況	1.6%	31.5%	66.9%	Δ65.3

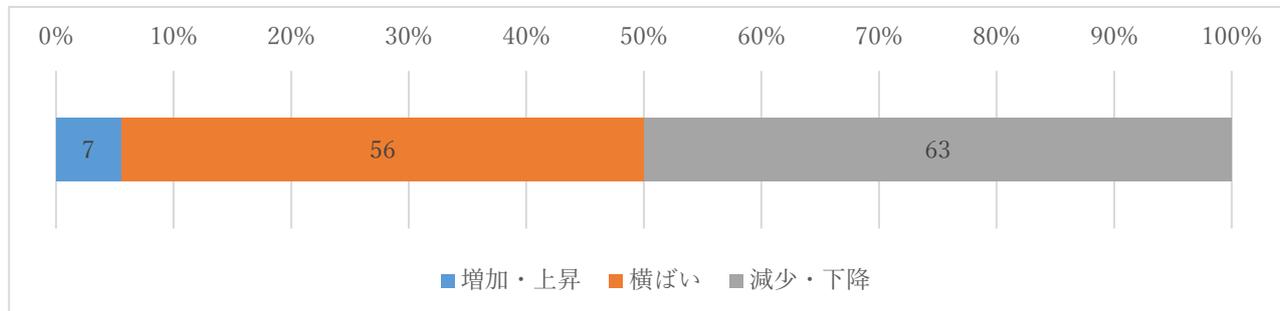
※本調査結果中の「D・I」は、ディフュージョン・インデックス (Diffusion Index) の略である。
各調査項目についての増加（増加・上昇）企業割合から減少（減少・下降）企業割合を差引いた値（景気動向指数）を示す。

(2) 売上高の見通し

次に、図表7 売上高の見通しを示す。

有効回答アンケートは126。「減少・下降」の回答割合が50.0%であり、今後も厳しい経営環境が継続することが読み取れる。

図表7 売上高の見通し



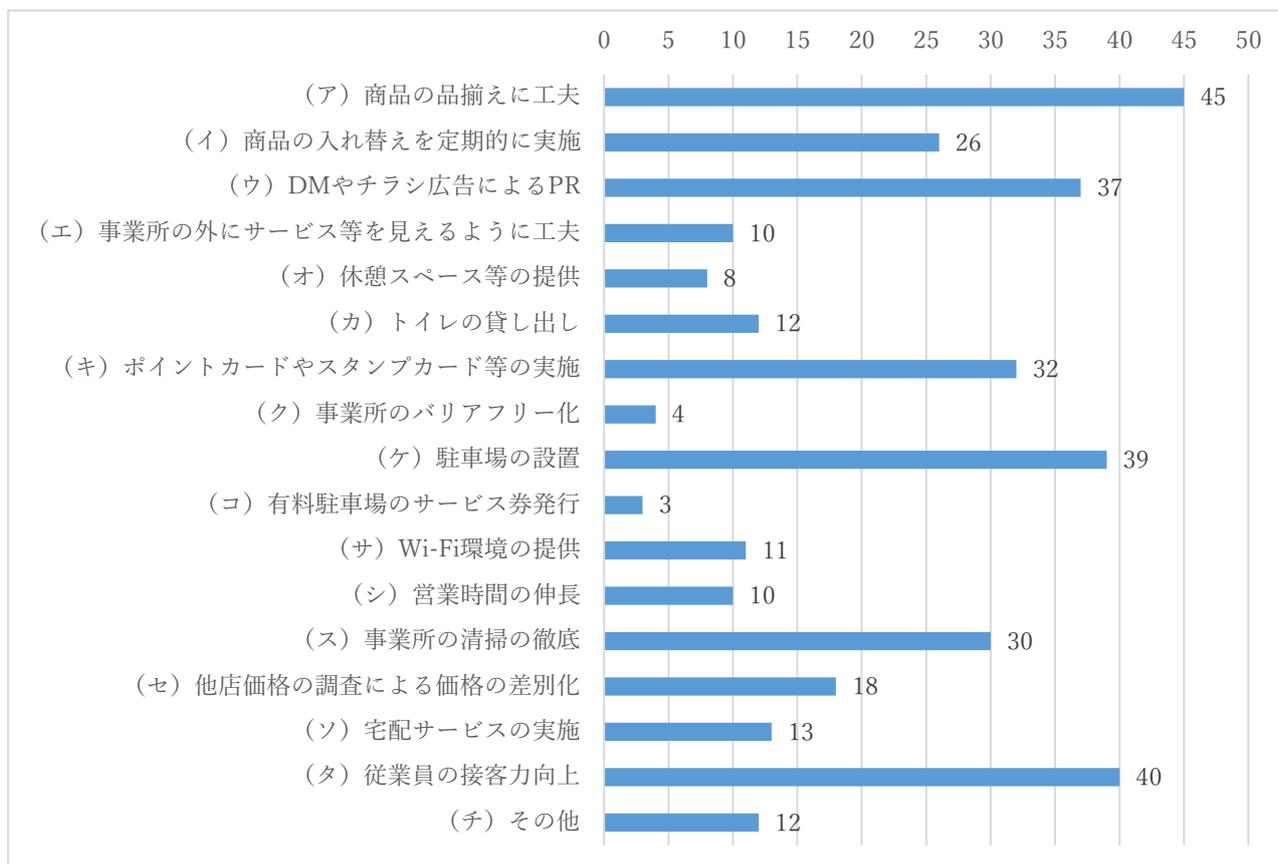
3. 経営課題

(1) 集客向上に向けて行っている取り組み

次に、図表8 集客向上に向けて行っている取り組みを示す。

有効回答アンケートは108。総回答数は350件（複数回答可）。回答割合が多い順に、「(ア) 商品の品揃えに工夫」が45（41.6%）、「(タ) 従業員の接客力向上」が40（37.0%）、「(ケ) 駐車場の設置」が39（36.1%）となっている。

図表8 集客向上に向けて行っている取り組み



図表9 集客向上に向けて行っている取り組み（その他の理由、一部抽出）

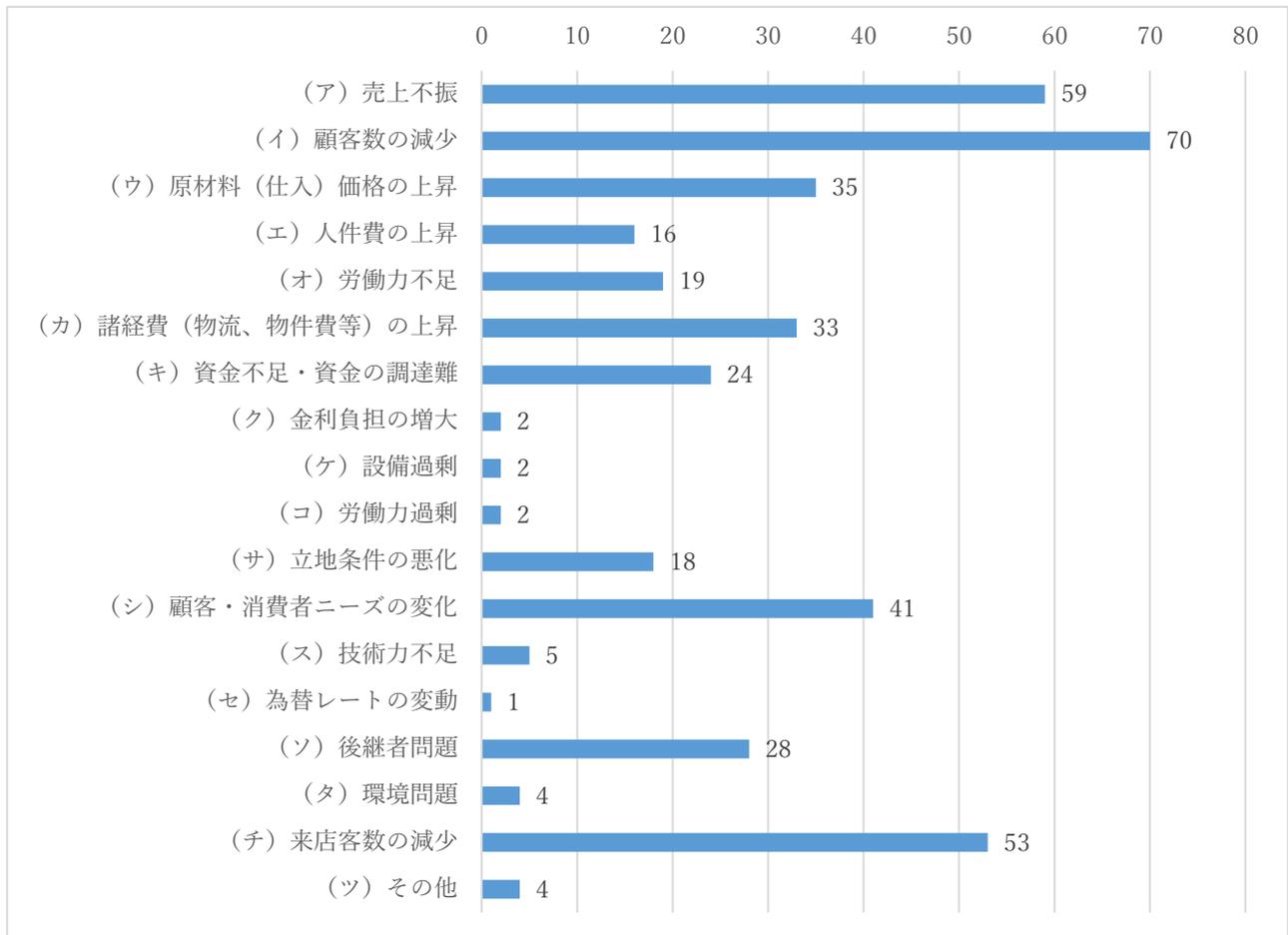
知識、アイデアで他店との差別化を図っている
ブログ・FB・ツイッターでの情報発信
オンリーワンサービスの実施
お客様への電話、メール、手紙等
インターネット広告

(2) 現在の経営上の問題点

次に、図表10 現在の経営上の問題点を示す。

有効回答アンケートは118。総回答数は416件（複数回答可）。回答割合が多い順に、「(イ) 顧客数の減少」が45（59.3%）、「(ア) 売上不振」が59（50.0%）、「(チ) 来店客数の減少」が53（44.9%）となっている。ここから、主な経営上の課題は“売上げ（顧客開拓）に関すること”であることが読み取れる。

図表10 現在の経営上の問題点



図表11 現在の経営上の問題点（その他の理由）

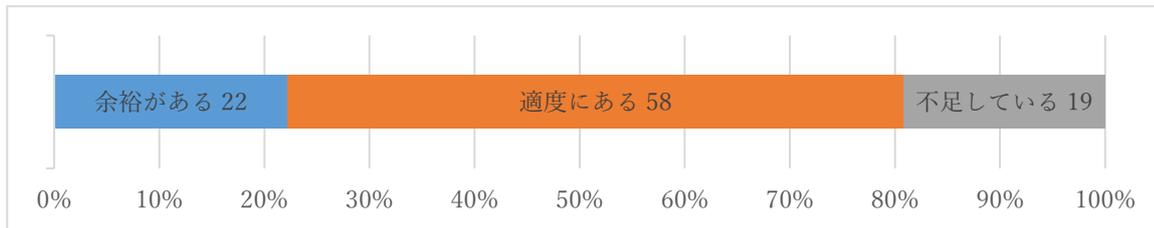
売上高の季節変動が大きい	設備老朽化に伴う更新・修理費の増大
金、土、イベント以外、夜に人がでない	人口の減少・高齢化

(3) 来店客用の駐車場について

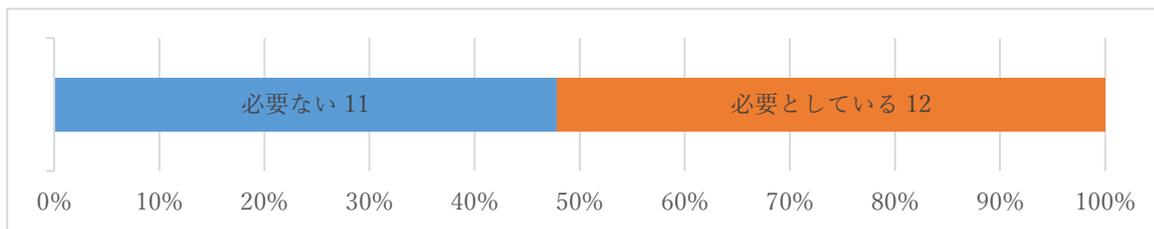
次に、図表 1 2 来店客用の駐車場について（駐車場がある場合）、図表 1 3 来店客用の駐車場について（駐車場がない場合）を示す。

有効回答アンケートは 1 2 2。「駐車場がある」とする回答が 9 9（8 1. 1%）、「駐車場がない」とする回答が 2 3（1 8. 9%）であった。

図表 1 2 来店客用の駐車場について（駐車場がある場合・n = 99）



図表 1 3 来店客用の駐車場について（駐車場がない場合・n = 23）

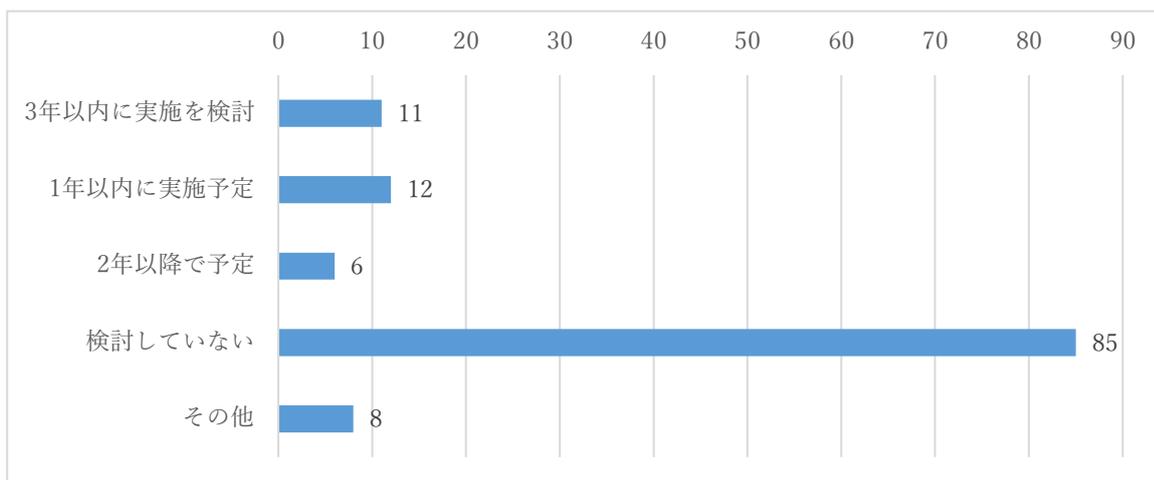


（4）今後の事務所・店舗等の修繕予定

次に、図表 1 4 今後の事務所・店舗等の修繕予定を示す。

有効回答アンケートは 1 2 2。「検討していない」との回答が 8 5（6 9. 7%）を占めた。また、「その他」の理由は、“既の実施済み”等の内容が多かった。

図表 1 4 今後の事務所・店舗等の修繕予定

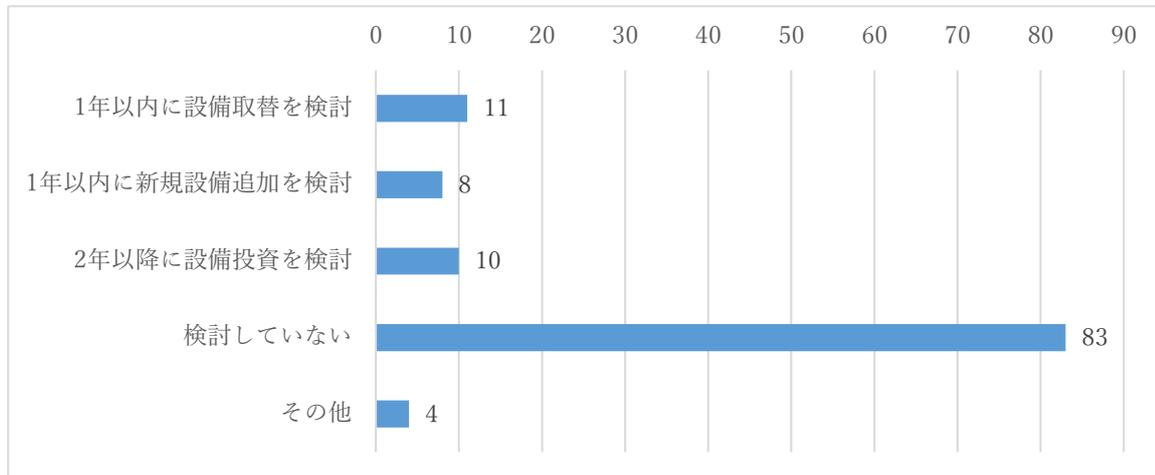


(5) 今後の事業所の設備投資予定

次に、図表15 今後の事業所の設備投資予定を示す。

有効回答アンケートは116。「検討していない」との回答が83（71.6%）を占めた。また、「その他」の理由は、“既に実施済み”等の内容が多かった。

図表15 今後の事業所の設備投資予定

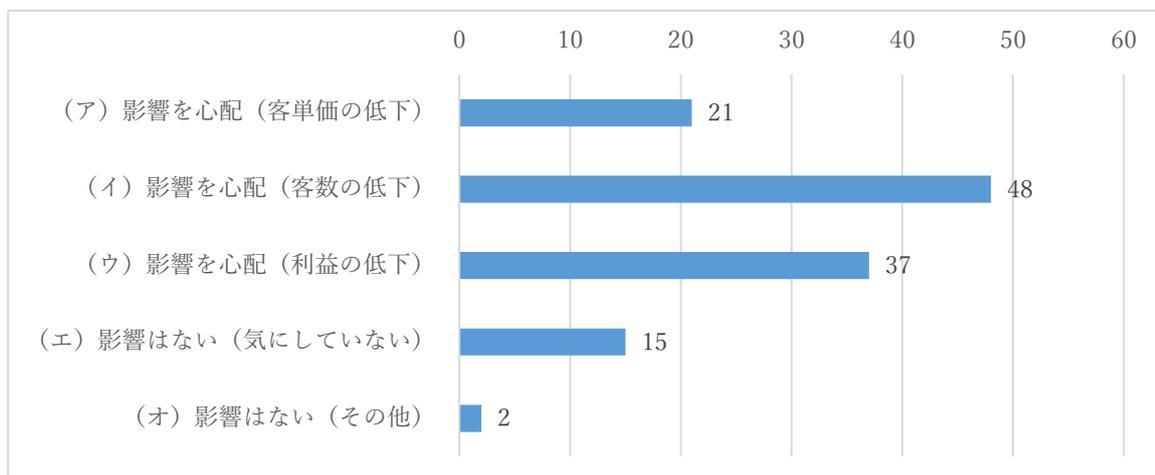


(6) 今後の消費税増税による影響

次に、図表16 今後の消費税増税による影響を示す。

有効回答アンケートは123。「影響を心配」との回答割合が106（86.2%）を占めており、消費税増税に対する不安感の強さが読み取れる。また、影響のなかでも「客数の低下」を懸念しているとの回答が最も多かった。

図表16 今後の消費税増税による影響

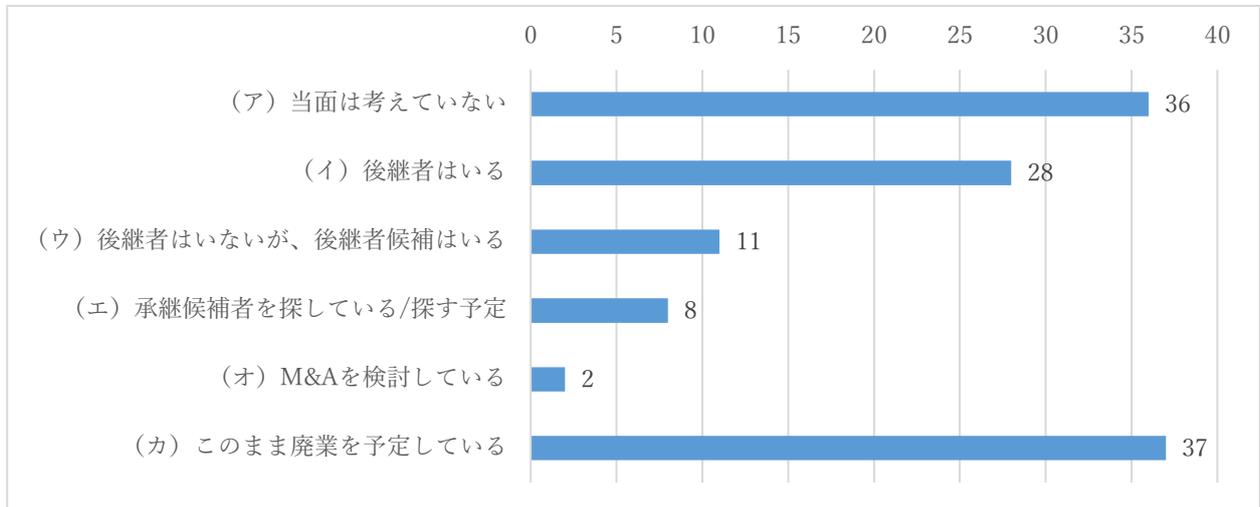


(7) 事業承継

次に、図表17 事業の承継についてを示す。

有効回答アンケートは122。「当面は考えていない」との回答が36（29.5%）であり、その他70.5%は何らかの事業承継問題に直面しているといえる。また、事業承継問題に直面している86事業所のうち、37事業所（43.0%）は「このまま廃業を予定している」と回答している。

図表17 事業の承継について

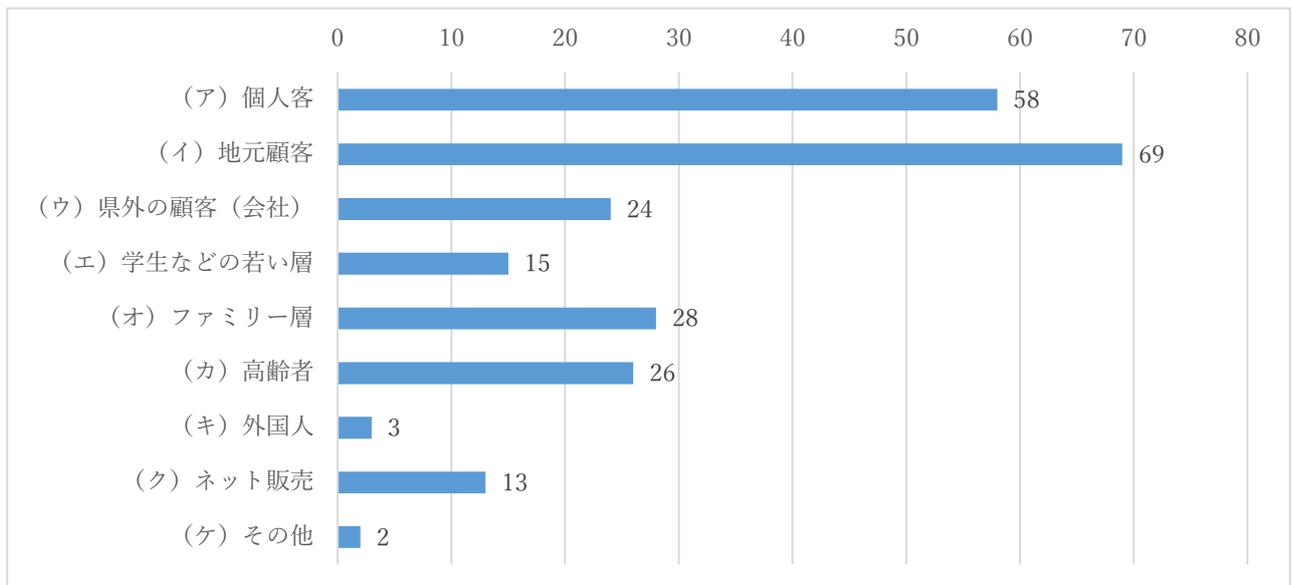


(8) 今後増やしていきたい顧客

次に、図表18 今後増やしていきたい顧客を示す。

有効回答アンケートは115。総回答数は238件（複数回答可）。回答割合が多い順に、「(イ) 地元顧客」が69（60.0%）、「(ア) 個人客」が58（50.4%）となっている。

図表18 今後増やしていきたい顧客

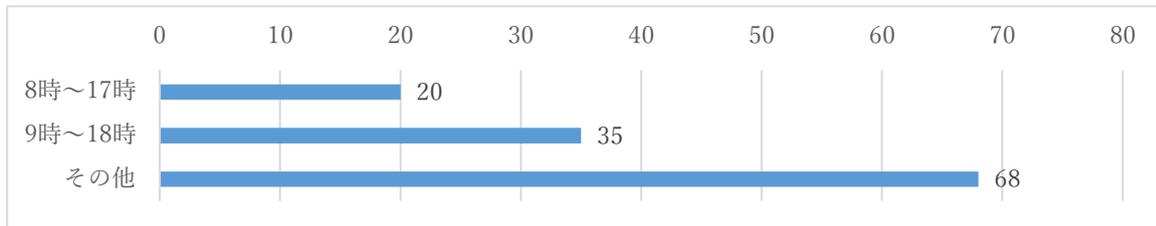


(9) 事業所の営業時間

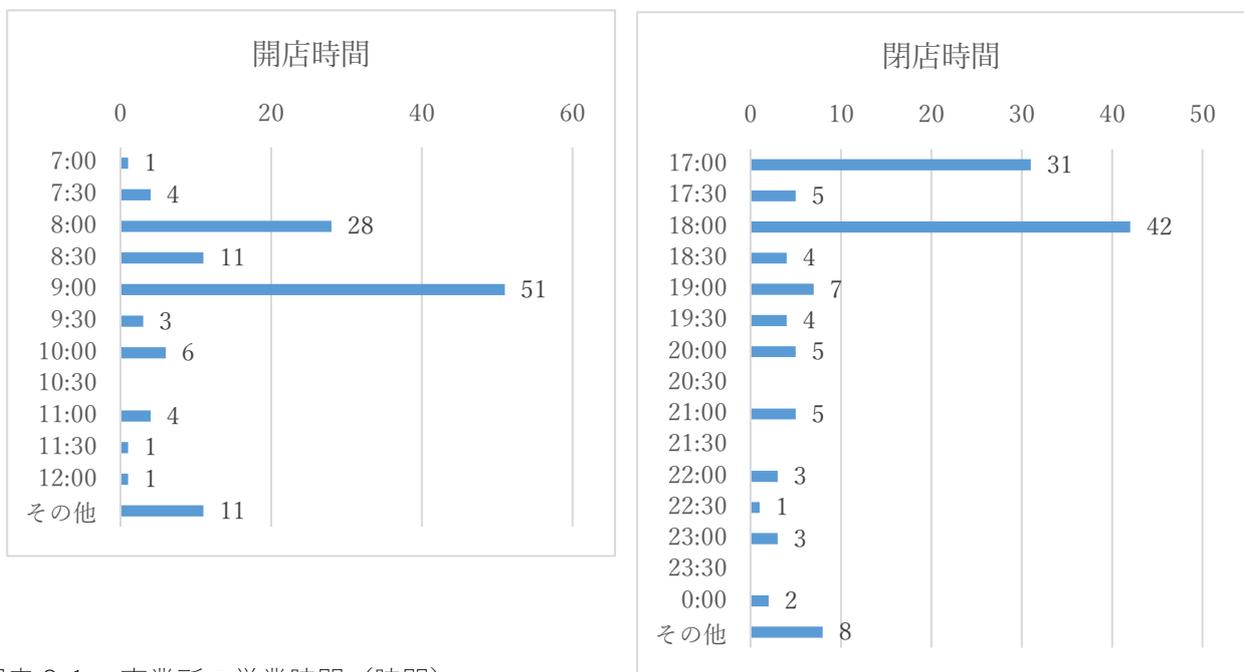
次に、図表19 事業所の営業時間（時刻）、図表20 事業所の営業時間（開店時間・閉店時間）、図表21 事業所の営業時間（時間）を示す。

有効回答アンケートは122。結果は下図のとおりである。

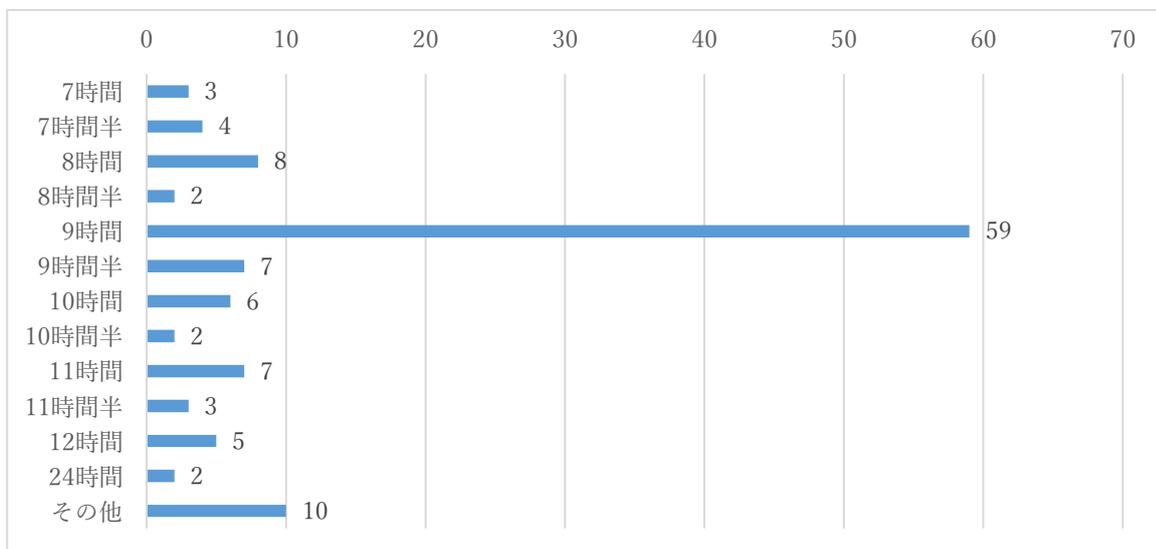
図表19 事業所の営業時間（時刻）



図表20 事業所の営業時間（開店時間・閉店時間）



図表21 事業所の営業時間（時間）

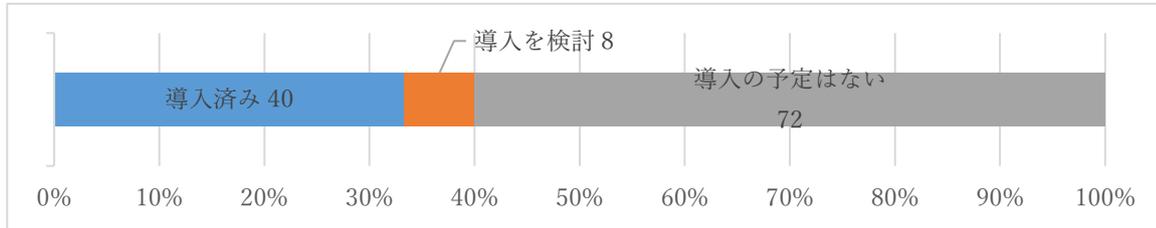


(10) クレジットカード決済

次に、図表 2 2 クジットカード決済の導入状況を示す。
有効回答アンケートは 1 2 0。結果は以下のとおりである。

- ・ 導入済みである 4 0 (3 3 . 3 %)
- ・ 導入を検討している 8 (6 . 7 %)
- ・ 導入の予定はない 7 2 (6 0 . 0 %)

図表 2 2 クレジットカード決済の導入状況

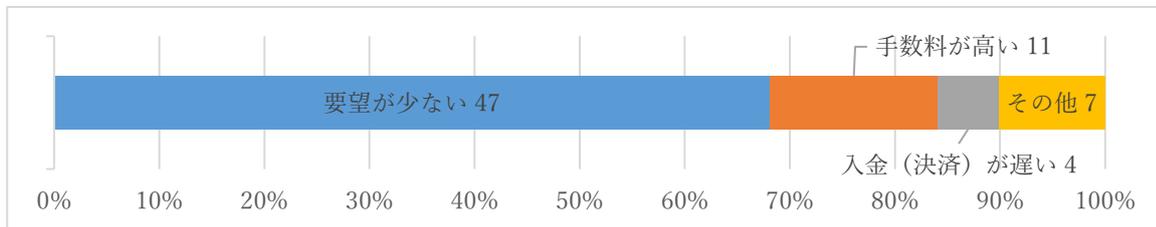


また、図表 2 3 クレジットカード決済を導入しない理由を示す。なお、本理由は図表 2 2 クレジットカード決済の導入状況において「導入の予定はない」と回答した方に尋ねている。

有効回答アンケートは 6 9。結果は以下のとおりである。

- ・ 要望が少ない 4 7 (6 8 . 1 %)
- ・ 手数料が高い 1 1 (1 5 . 9 %)
- ・ 入金 (決済) が遅い 4 (5 . 8 %)
- ・ その他 7 (1 0 . 2 %)

図表 2 3 クレジットカード決済を導入しない理由 (n = 6 9)



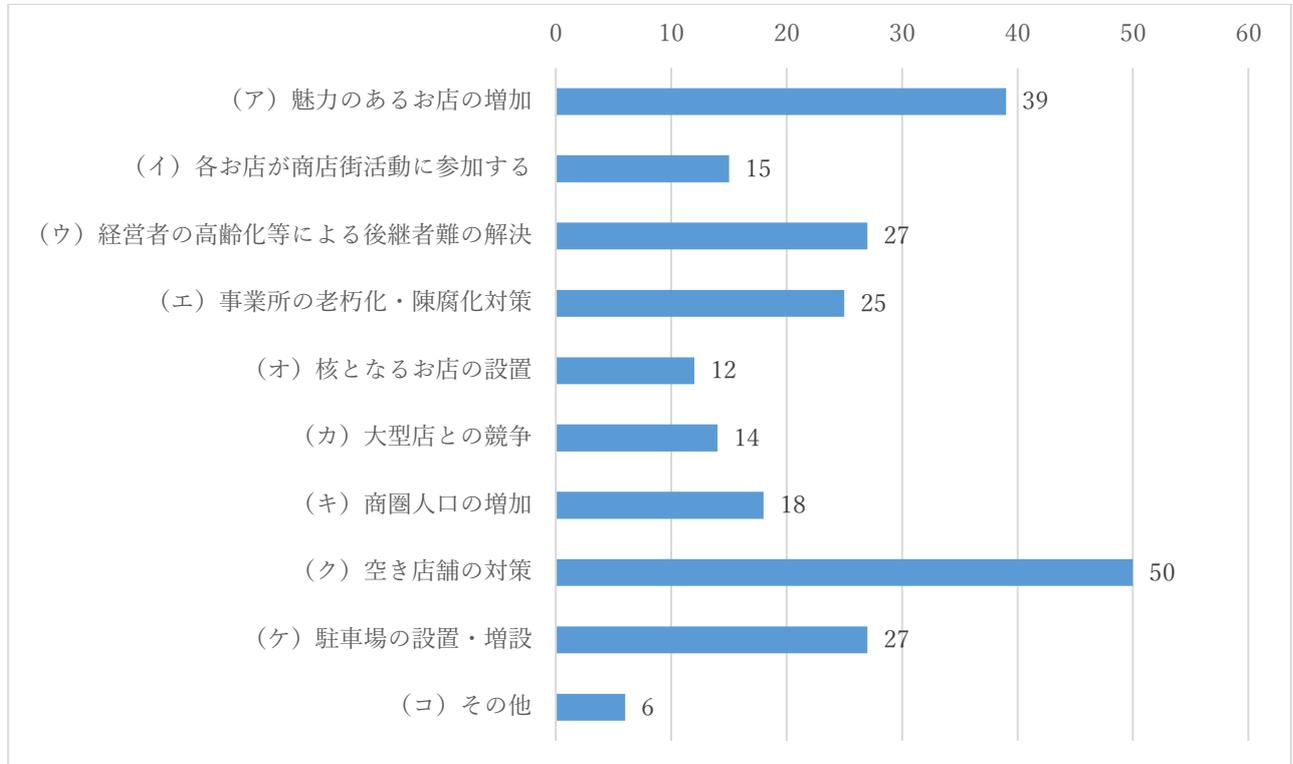
4. 商店街の課題

(1) 商店街の課題

次に、図表2-4 商店街の課題を示す。

有効回答アンケートは81。総回答数は233件（複数回答可）。回答割合が多い順に、「(ク) 空き店舗の対策」が50（61.7%）、「(ア) 魅力あるお店の増加」が39（48.1%）となっている。

図表2-4 商店街の課題



図表2-5 商店街の課題（その他の理由・原文ママ）

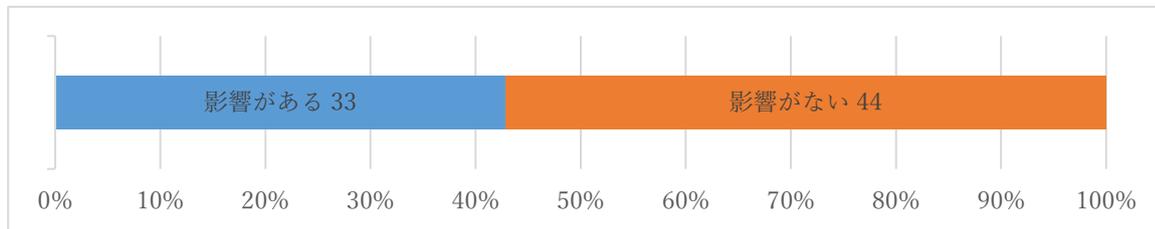
喫茶店等の座って休める場所が少ない（お祭りで県外・市外から来た方によく言われます）。
商店街と行政＋商工会議所の商業活動と流通等への対応不足。少し遅すぎたかも？です。
来街者の増加
企業努力の低下
市内の店が減少して老人の買い物がとても不便。郊外型（イオン）などはいらない。
消費の低迷

(2) 商店街における空き店舗の影響

次に、図表 2 6 商店街における空き店舗の影響を示す。
有効回答アンケートは 77。結果は以下のとおりである。

- ・ 空き店舗があるから影響がある 33 (33.3%)
- ・ 空き店舗があっても影響はない 44 (56.7%)

図表 2 6 商店街における空き店舗の影響



また、図表 2 7 商店街に空き店舗があることによる影響についての理由を示す。なお、本理由は図表 2 6 商店街における空き店舗の影響において「空き店舗があるから影響がある」と回答した方に尋ねている。

図表 2 7 商店街に空き店舗があることによる影響についての理由 (その他の理由・原文ママ)

集客面	人通りがない (少ない) 同意見6件
	空き店舗により人の流れが分断される 同意見3件
	消費者の買い物意欲が減少される
	集客に影響。街の魅力がない
消費者心理	商店街のイメージが悪い 同意見2件
	商店街らしくない!
	寂れてすさんだ状態になり活気が感じられない
	特になが街の活気がないといわれるので活気のない街の印象となっている
	活気がない
	シャッターが目立ち寂れた印象だけが強い
	閑散としたイメージ。店舗前に雑草多い。
	街全体が寂しい。美観上困る。
	商店街が疲弊して見える
	空き店舗が1店でもあることで景観がよくない。客が少ないというイメージになっている
消費者は空き店舗の連鎖を思うから買い物に行ってもどうせ買うことができなってしまうようです	
今日は休業の店が多いねと来店者によく言われる	
ご意見	くずれかけていて、とても見た目が悪い。しかしけが人が出てから、行政の皆様動くんでしょうね
	見た目が寂しい。建物自体の傷みが激しく危ないところもある
	空き店舗、以前に良くない。町に人が歩いているのか、いつ見てもまったくない。市でも県でも何もできないので国でやってもらい仕事の場所もないので全員出て行く。早くなんとかしなければならぬ。今からでも! 働く場を作って若者をこの町で住んで能代を支えて生活できるようにせつに願う。でない町に税金を納める人もいなくなる。早く取り組んで欲しい! 簡単ではないかもしれないがこの町を思うならば一日早く!!
その他	人口減による顧客の減少
	協同組合の同一店舗においては空店舗スペースは店舗全体のイメージダウン
	空店舗対策営業されても顧客が少なくなっているのではなかなか厳しい状況。影響あるともないとも言えない常態が現状です。
	飲食店が閉店したままで食事をしたくともできない為店内でゆっくりと過ごすことができなくなっている
隣、近所、空き店舗のためと思います	

(3) 事業所が所在する商店街の環境について行政にご要望等

次に、図表28 商店街の環境について行政にご要望等を示す。

図表28 商店街の環境について行政にご要望等（原文ママ）

商店街の設備面	時間帯でも一日数時間駐車できるようにしたらいくらか活性化につながるのではないのでしょうか
	駐車帯があると車を停めてもゆっくりできるので考えて欲しい
	再開発の実施。空店舗対策。駐車場の整備
	駐車できるようにしてほしい
	駐車スペースがない
	無料の駐車場があれば人の流れが増えて経済も活性化すると思う
	駐車スペースを店舗の前か近くにもうけてほしい（青森市はそういうスペースがあると聞きました）。街灯を増やしてほしい。
空き店舗	廃屋（店舗）危険な建物の解体、撤去に補助を
	老朽化して醜い古店舗は撤去してほしい
	空店舗の解体、10年前から要望しても解決しない。天空の七夕は商店街に散らない。大変な出費をしても市は関係ないのか
	けが人が出る前に処分してほしい
	空店舗の老朽化が目立つ。借りたいとも思わない
	空き店舗を解体し大きな空地を作り再開発を含む区画整理を行って欲しい
	空き店舗の相談にのってほしい
イベント	空き店舗の有効活用。魅力ある飲食店、ファーストフード、コンビニを増やしてほしい
	市の空き家条例は現状のままであれば将来の能代市び活性化対策にならない。空き家のレッテル貼りではなく強制代執行も含めた予算措置をする覚悟がないと空文化する。現在空分化状態である。新しい所・建物に人はある丸。商工会議所は市をリードしてほしい
	畠町商店街で農産物の市（トラックでの市）日中に大々的にやれないか
	中心市街地に存在する空き家、空店舗、空地を市が買い上げ家を建てる人に無償にて提供、街なか人口の増加をはかる。あちらこちらにできる道の駅を中心市街地でできないか。いわゆる『街の駅』。産業フェア、商業フェア、農業フェア、漁業フェアなどなど年4,5回できないか
	人口は減少しているのに住宅や商店街が広域化している。コンパクト化はどうなったんだろうか？
	郊外に商業圏を広げる傾向にあるが人口の減少などを考えると既存の商店街の充実を図ってコンパクトにしていったほうが現実と合っているのではと思う
	コンパクトシティ
その他	コンパクトシティ 商店街に面する道路がどこも広すぎて車で素通りの素通りと思える。もっとコンパクトで人が多く集まっている通りを目指すべき。他県から来た人が能代に初めて来たときここは砂漠と表現していたのにびっくりしたことがあった。ハードな面がよくなってもソフトがよくないので集客にはなっていない。木都の能代を目指すなら残すべきふるさととはなにか今一度考えてみたいと思います
	飲食業ですが柳町以外の店舗にもう少し手厚い援助をお願いします！
	旧北高跡地の早期解決
	北商の移動にともない周りの商店の空店舗が増え人の流れが一変してしまいました。リゾートしらかみで立ち寄った方が駅前に『休憩できる喫茶店などないのか？』と聞かれることがあります。駅前の開発によって集客力が増やすことができると望んでおります
	畠町商店街の防火区画と駐禁の見直しをしてほしい
	カラス等の糞尿に困っている
	景気が上昇しないのに仕入値、人件費が上がり大変苦しい
協同組合ではあるが解散による近所の高齢者の買い物難民が出るのは確実である。旧市内は市での把握・対策も必要と思う	
能代の行政に期待はしない	
もうない	

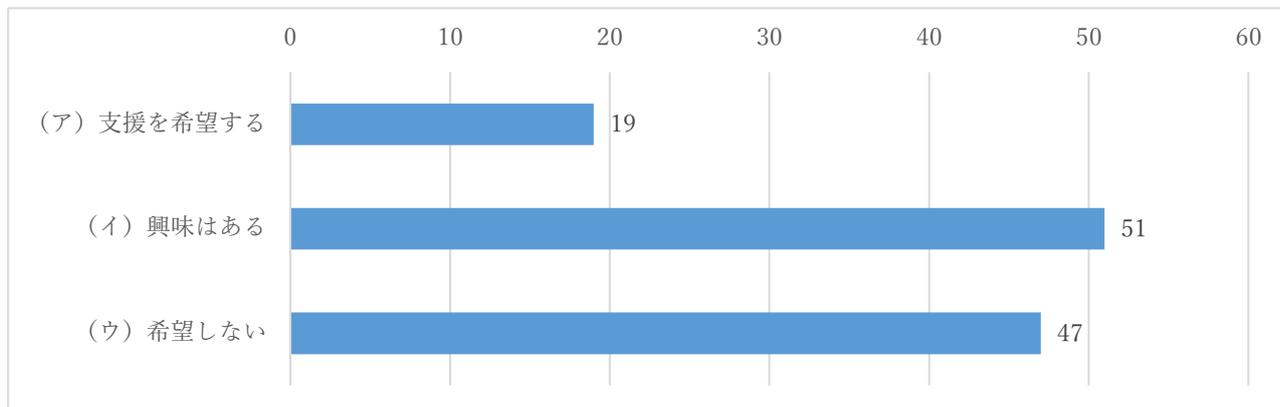
5. 商工会議所の活動

(1) 商工会議所の支援（販売促進等）に対する興味

次に、図表29 商工会議所の支援（販売促進等）に対する興味を示す。

有効回答アンケートは117。「(ア) 支援を希望する」、「(イ) 興味はある」の回答合計が70（59.9%）と、高い関心が伺える。

図表29 商工会議所の支援（販売促進等）に対する興味

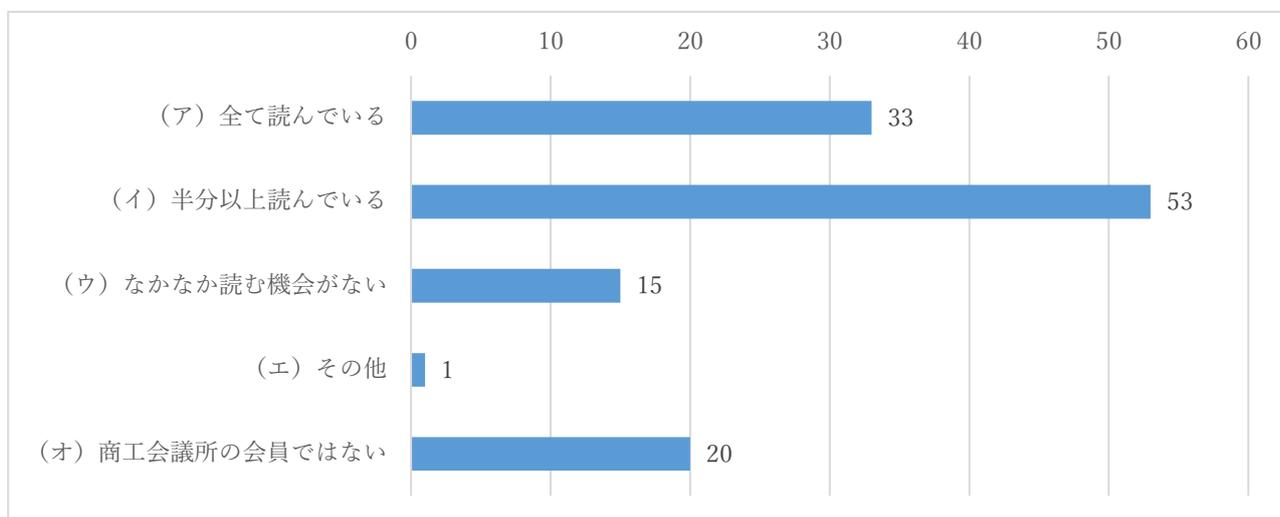


(2) 商工会議所の会報『はなまなす』について

次に、図表4 商工会議所の会報『はなまなす』についてを示す。

有効回答アンケートは122。「(ア) 全て読んでいる」、「(イ) 半分以上読んでいる」の回答合計が86（70.5%）となっており、多くの事業所に読まれていることがわかる。

図表30 商工会議所の会報『はなまなす』について

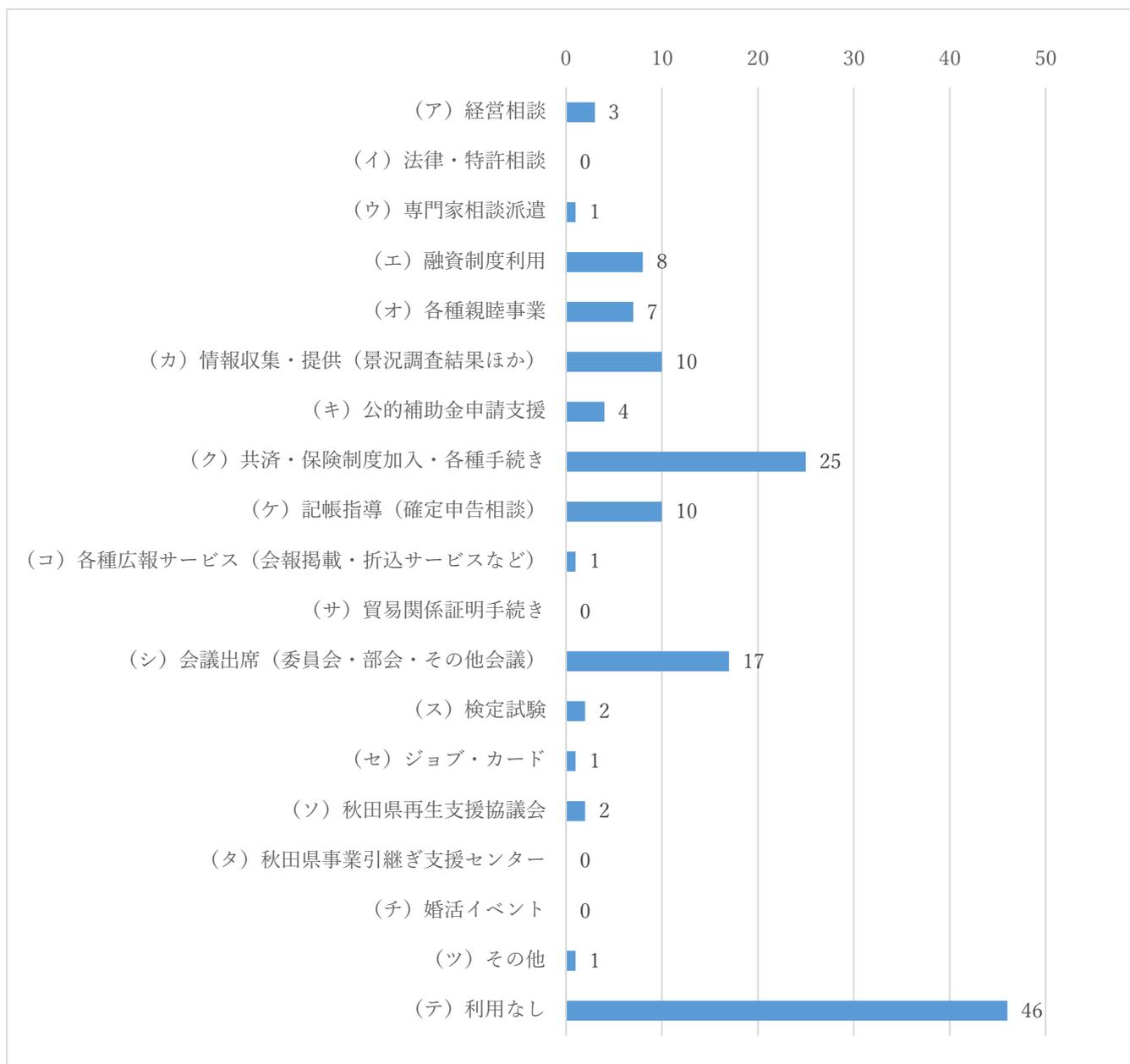


(3) 直近1年間に利用した商工会議所の事業・サービス

次に、図表3-1 直近1年間に利用した商工会議所の事業・サービスを示す。

有効回答アンケートは109。総回答数は138件（複数回答可）。「(テ) 利用なし」との回答が46（42.2%）と最大回答であった。利用事業・サービスでは、回答割合が多い順に、「(ク) 共済・保険制度加入・各種手続き」が25（39.7%）、「(シ) 会議出席」が17（27.0%）となっている。

図表3-1 直近1年間に利用した商工会議所の事業・サービス



(4) 商工会議所に対するご要望等

最後に、図表32 商工会議所に対するご要望等を示す。

図表32 商工会議所に対するご要望等（原文ママ）

イ ベ ン ト	花火、天空の不夜城（七夕）には力を入れていることがわかりますがそのほかのことは」あまりわからないことが多い
	天空の七夕とかに問いも要望もない。費用とか効用とか反省も問いもない（活性化とか）
	商工会議所イベントごと等の総括がありましたら次回への取り組み等の情報提供をFAXで会員へ流してほしい。少子高齢化、若者の都会への労働力移動によって将来の能代、秋田県は各自自治体の破綻が懸念されます。商工会議所と会員が英知結集の時とっております
	もっと考えを目線を下げてみてください。人を相手にする仕事はみな大変な思いをしている。以前から厳しい状況なのに何一つ進まない。しっかりとやることやってから「天空の七夕」をやったらよかったと思う。それどころでないというのがわかっていない。危機感がない。この厳しい中、若者はかわいそう。若者には夢と希望を持ってもらえるように能代に住んでしっかりと生活をしてもらいたい。何としてもこれからは若者に能代を支えてもらうしかないのだからもっと良い知恵があるはず！
提 言	企業版ふるさと納税の導入へ向けて市に対して要望
	若者が働ける大企業が欲しいものです。 経営団体としてレゾンデートルを高めることが必要。そのためにも経済に関する製作集団として行政に対してなおいっそう政策提言するべきであり内部の部会、委員会活動を重要視するべきと考える
経 営 相 談	商店街の成功事例、賑わいある商店街の紹介。こうやったら売上がアップした、どん底から復活した商店等の情報を流してほしい
そ の 他	開店もうすぐ10年になりますがこの先が見えません。明るい能代になるように頑張ってください！！
	顧客を大切に情報収集をしてほしい
	商工会議所は協力要請はしてくるが要請された側への協力はありません。他への協力も考えたほうが良いのではないのでしょうか
	会議所自体の必要に疑問を感じる。天空がメイン？よくわかりませんね
	会頭が市長をやればよくなる。今の市長はだめ。私利私欲でだめ。二ツ井は北秋田市にやればいい。いらんなあ～
長い間協力してきましたがそろそろ辞退したいと思います	

Ⅷ 調査分析

1. 景況状況について

(1) 能代市の商店街の景況状況について秋田県の状況と比較

初めに、今回、アンケート調査を行った能代市の商店街における景況状況が他地域と比較してどのような状態かを分析する。比較対象は、秋田県商工会議所連合会が実施する『秋田県内中小企業景況調査結果（平成28年7～9月期）』とする。

前述した図表6 D・Iについて主要指標のみを抽出したものが図表33 D・I（一部抽出）である。

図表33 D・I（一部抽出）

項目	増加・上昇	横ばい	減少・下降	D・I
⑩業界の状況	1.6%	31.5%	66.9%	△65.3
①売上高	7.7%	36.2%	56.1%	△48.4
④資金繰り	6.5%	58.5%	35.0%	△28.5
⑧営業利益	8.6%	39.4%	52.0%	△43.4

次に、『秋田県内中小企業景況調査結果（平成28年7～9月期）』より、同様の結果部分を抽出すると図表34 D・I（秋田県内）となる。このなかで、今回は、卸売業、小売業、サービス業部分を比較対象として使用する。

図表34 D・I（秋田県内）

業種	項目	業況			売上額・完成工事額			資金繰り			受注残(未消化工事高)			採算(経常利益)			従業員(含む臨時)		
		好転	不変	悪化	増加	不変	減少	好転	不変	悪化	増加	不変	減少	好転	不変	悪化	過剰	適正	不足
全産業	実数	17	92	63	37	58	78	12	116	45	13	31	22	22	84	67	15	118	40
	%	9.9	53.5	36.6	21.4	33.5	45.1	6.9	67.1	26.0	19.7	47.0	33.3	12.7	48.6	38.7	8.7	68.2	23.1
	D I	▲26.7			▲23.7			▲19.1			▲13.6			▲26.0			▲14.4		
建設業	実数	5	18	10	9	11	14	1	29	4	7	12	15	5	18	11	2	20	12
	%	15.2	54.5	30.3	26.5	32.4	41.2	2.9	85.3	11.8	20.6	35.3	44.1	14.7	52.9	32.4	5.9	58.8	35.3
	D I	▲15.1			▲14.7			▲8.9			▲23.5			▲17.7			▲29.4		
製造業	実数	7	18	7	8	12	12	5	21	6	6	19	7	8	17	7	3	26	3
	%	21.9	56.3	21.9	25.0	37.5	37.5	15.6	65.6	18.8	18.8	59.4	21.9	25.0	53.1	21.9	9.4	81.3	9.4
	D I	0.0			▲12.5			▲3.2			▲3.1			3.1			0.0		
卸売業	実数	2	23	13	9	15	14	0	26	12				2	19	17	3	29	6
	%	5.3	60.5	34.2	23.7	39.5	36.8	0.0	68.4	31.6				5.3	50.0	44.7	7.9	76.3	15.8
	D I	▲28.9			▲13.1			▲31.6						▲39.4			▲7.9		
小売業	実数	1	13	20	3	10	21	1	16	17				1	13	20	4	23	7
	%	2.9	38.2	58.8	8.8	29.4	61.8	2.9	47.1	50.0				2.9	38.2	58.8	11.8	67.6	20.6
	D I	▲55.9			▲53.0			▲47.1						▲55.9			▲8.8		
サービス業	実数	2	20	13	8	10	17	5	24	6				6	17	12	3	20	12
	%	5.7	57.1	37.1	22.9	28.6	48.6	14.3	68.6	17.1				17.1	48.6	34.3	8.6	57.1	34.3
	D I	▲31.4			▲25.7			▲2.8						▲17.2			▲25.7		

出典：秋田県商工会議所連合会『秋田県内中小企業景況調査結果（平成28年7～9月期）』

図表33および図表34を比較すると図表35 D・I比較のとおりとなる。

図表 3.3 D・I比較

項目	能代市商店街 D・I	秋田県 卸売業D・I	秋田県 小売業D・I	秋田県 サービス業D・I
業界の状況	△65.3	△28.9	△55.9	△31.4
売上高	△48.4	△13.1	△53.0	△25.7
資金繰り	△28.5	△31.6	△47.1	△2.8
営業利益	△43.4	△39.4	△55.9	△17.2

※業界の状況について、能代市アンケートの「業界の状況」と秋田県の「業況」を比較している。業況は業界や企業ごとの景気の状態という意味があるので厳密には比較できないが、ここでは比較対象としている。

※営業利益について、能代市アンケートの「営業利益」と秋田県の「採算（経常利益）」を比較している。

<分析結果>

[業界の状況]

業界の状況について、能代市の商店街については秋田県のいずれの業種よりも悪い数値となっている。「集客効果」には個店の集客効果と、商店街の集客効果があるが、このうち商店街の集客効果が機能しておらず、経営環境としては良くないことが読み取れる。

[売上高]

厳しい業界の状況のなかで、売上高については「秋田県小売業D・I」に比較して良い数値となっている。しかし、これは今回のアンケートが小売業のみを対象としている場合における結果である。今回のアンケート対象には小売業だけでなく、卸売業やサービス業等も含まれていることを考えると、秋田県の数値と比較して良い数値とは考えられず、良くて同等程度と分析できる。

[資金繰り][営業利益]

売上高D・I同様、「秋田県小売業D・I」と比較すれば良い数値、「秋田県卸売業D・I」「秋田県サービス業D・I」と比較すれば悪い数値である。

営業利益の悪化が資金調達を困難にし、資金繰りに窮するという一般的な流れの中で、能代市の商店街の事業所については、営業利益が悪化しているものの、資金繰りに窮するところまで達していないという状況が読み取れる。ただし、今後も営業利益が悪化し続ければ、資金繰りに窮することは容易に推測できる。

2. 小規模事業者の経営状況

本調査の目的は小規模事業者の経営状況を分析することである。そこで、ここでは、アンケート集計を行った項目について、小規模事業者部分を抽出し、その経営状態を明確にする。なお、ここで小規模事業者とは従業員0人～5人の事業者を指す。

全体のアンケート回収数134に対して、小規模事業者数は98（71.0%）である。

(1) D・I

初めにD・Iについて図表34（全体と小規模事業者の比較）を示す。

「経費」「仕入単価」については小規模事業者の方が良い数値であり、その事業の機動性から経営状況に応じてコストカットができていることがわかる。一方、その他の項目については全体に比べ悪い数値となっている。

これにより、小規模事業者はより悪い業界状況に晒されており、売上高の減少に対しコストカットで対応しているものの、それでもなお、営業利益が減少していることが読み取れる。

図表34 D・I（全体と小規模事業者の比較）

項目	D・I（全体）	D・I（小規模事業者）
①売上高	△48.4	△53.1
②客単価	△30.8	△32.2
③客数	△51.2	△53.7
④資金繰り	△28.5	△31.1
⑤経費	△1.5	△11.7
⑥仕入単価	14.9	7.5
⑦仕入総額	△10.3	△20.4
⑧営業利益	△43.4	△48.9
⑨従業員数	△13.6	△11.9
⑩業界の状況	△65.3	△67.7

※「経費」「仕入単価」は数値が小さいほうが良い。その他の項目は数値が大きいほうが良い

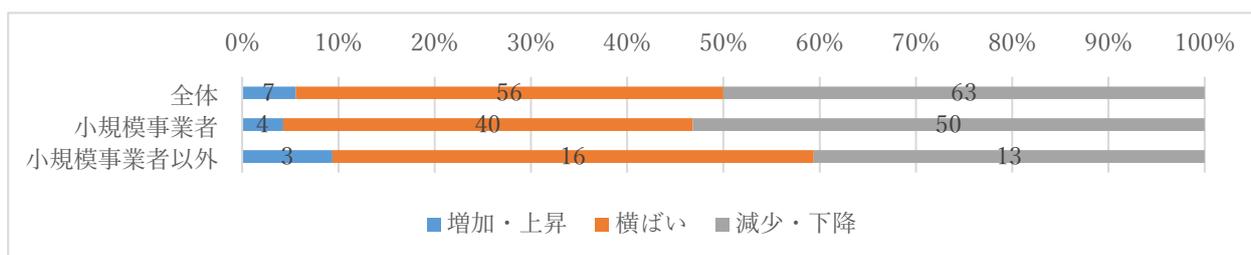
※「仕入総額」は数値の大小が良い・悪いとは判断できない

※良い数値を青色、悪い数値を赤色で表す

(2) 現在と比べて今後3ヵ月の売上高見通し

同様に、売上高について、現在と比べて今後3ヵ月の見通しを分析する。小規模事業者と小規模事業者以外を比較すると、小規模事業者の方が「増加・上昇」の割合が低く、「減少・下降」の割合が高くなっている。

図表35 売上高の見通し



(3) 集客向上に向けて行っている取り組み

次に、集客に向けて行っている取り組みを分析する。

回答割合における上位5つは図表36のとおりである。

[商品の品揃えに工夫]

小規模事業者の22.4%が実施しているのに対し、小規模事業者以外は46.9%が実施している。集客のために、小規模事業者は他店との差別化や専門店化を含め、さらなる工夫が必要である。

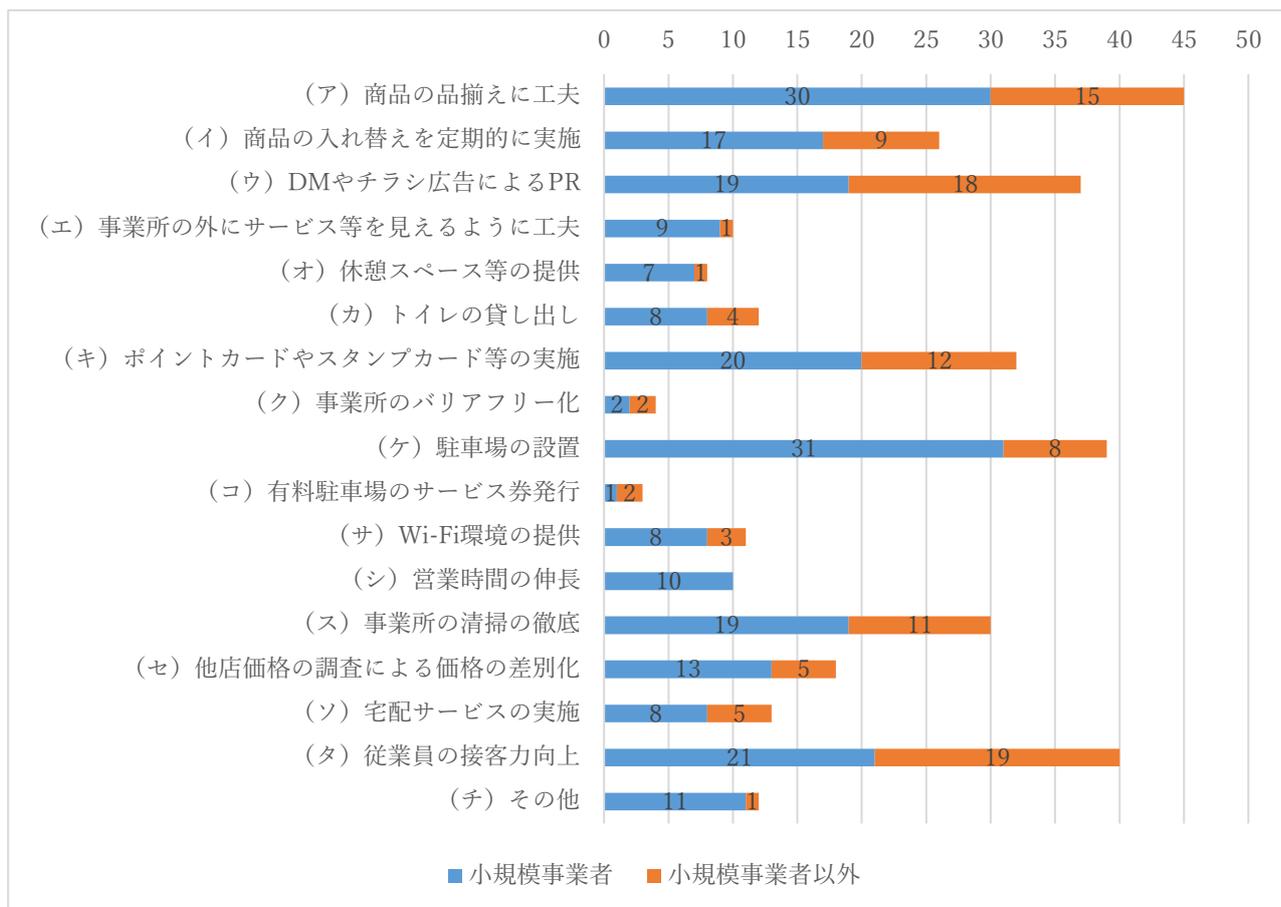
[DMやチラシ広告によるPR]

小規模事業者の25.0%が実施しているのに対し、小規模事業者以外は56.3%が実施している。集客のために広告宣伝は欠かせないものであり、この点においてより効果的な実施が必要である。

図表36 集客向上に向けて行っている取り組み（上位5つ）

	全体 (n=108)	小規模事業者 (n=76)	小規模事業者以外 (n=32)
1	商品の品揃えに工夫	駐車場の設置 (40.8%)	従業員の接客力向上 (59.4%)
2	従業員の接客力向上	商品の品揃えに工夫 (22.4%)	DMやチラシ広告によるPR (56.3%)
3	駐車場の設置	従業員の接客力向上 (27.7%)	商品の品揃えに工夫 (46.9%)
4	DMやチラシ広告によるPR	DMやチラシ広告によるPR (25.0%)	ポイントカード等の実施 (37.5%)
5	ポイントカード等の実施	事業所の清掃の徹底 (25.0%)	事業所の清掃の徹底 (34.4%)

図表37 集客向上に向けて行っている取り組み



(4) 現在の経営上の問題点

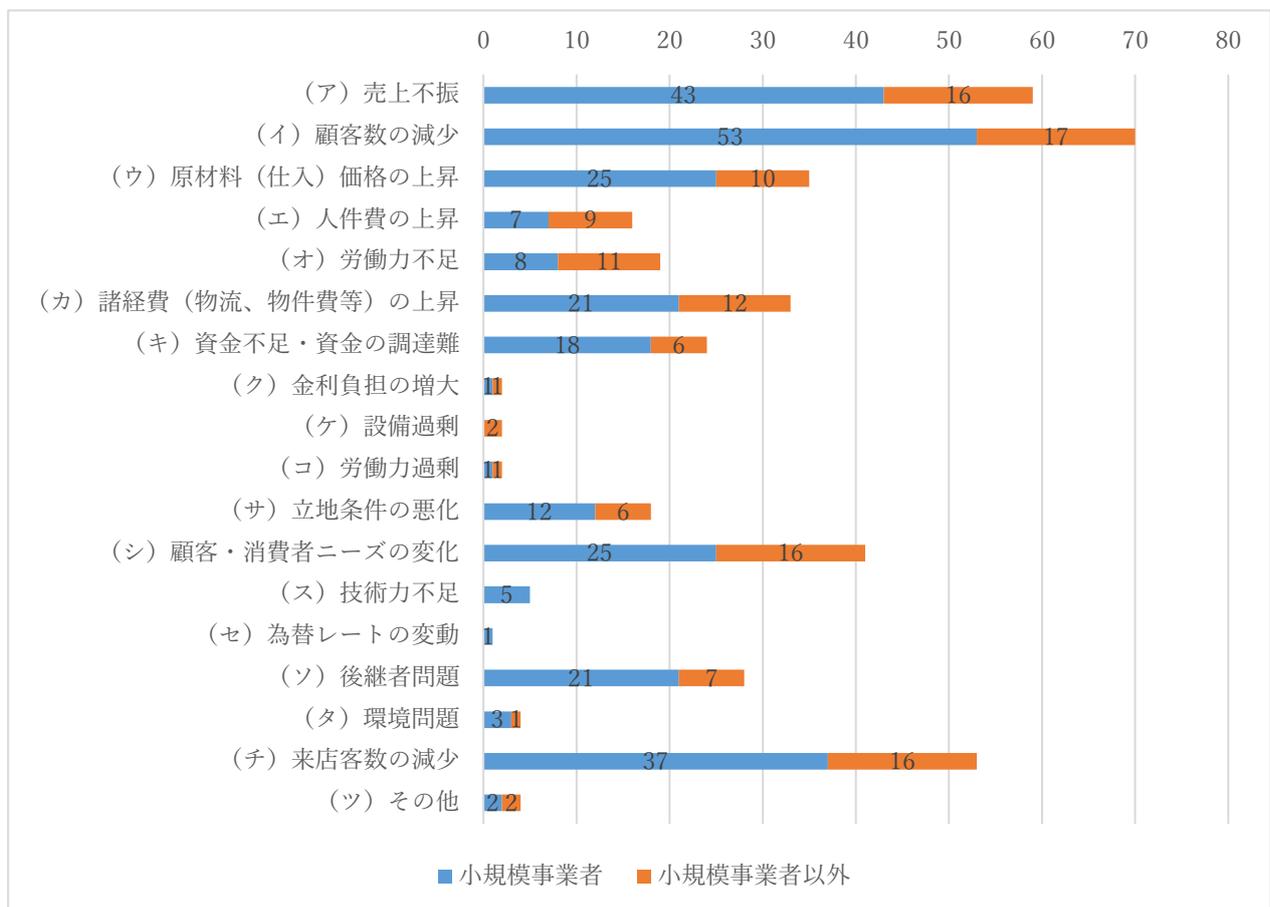
次に、現在の経営上の問題点を分析する。

回答割合における上位5つは図表38のとおりである。小規模事業者、小規模事業者以外において現在抱える経営上の問題点は同様であることがわかる。

図表38 現在の経営上の問題点（上位5つ）

	全体（n=118）	小規模事業者（n=86）	小規模事業者以外（n=32）
1	顧客数の減少	顧客数の減少	顧客数の減少
2	売上不振	売上不振	売上不振
3	来店客数の減少	来店客数の減少	来店客数の減少
4	顧客・消費者ニーズの変化	顧客・消費者ニーズの変化	顧客・消費者ニーズの変化
5	諸経費の上昇	諸経費の上昇	諸経費の上昇

図表39 現在の経営上の問題点

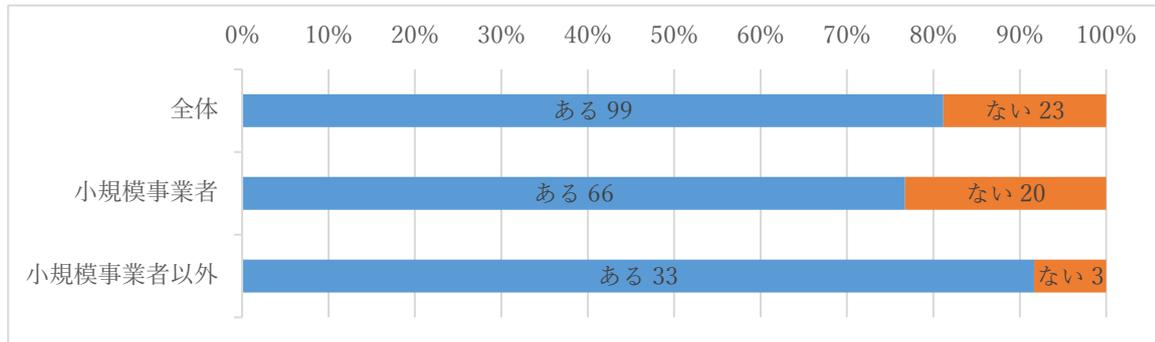


(5) 来店客用の駐車場について

次に、来店客用の駐車場の有無について分析する。

小規模事業者以外の91.7%に駐車場があるのに対し、小規模事業者は76.7%しか駐車場がない結果となった。駐車場がないことによる機会損失は、小規模事業者により影響があることを読み取れる。

図表40 来店客用の駐車場の有無

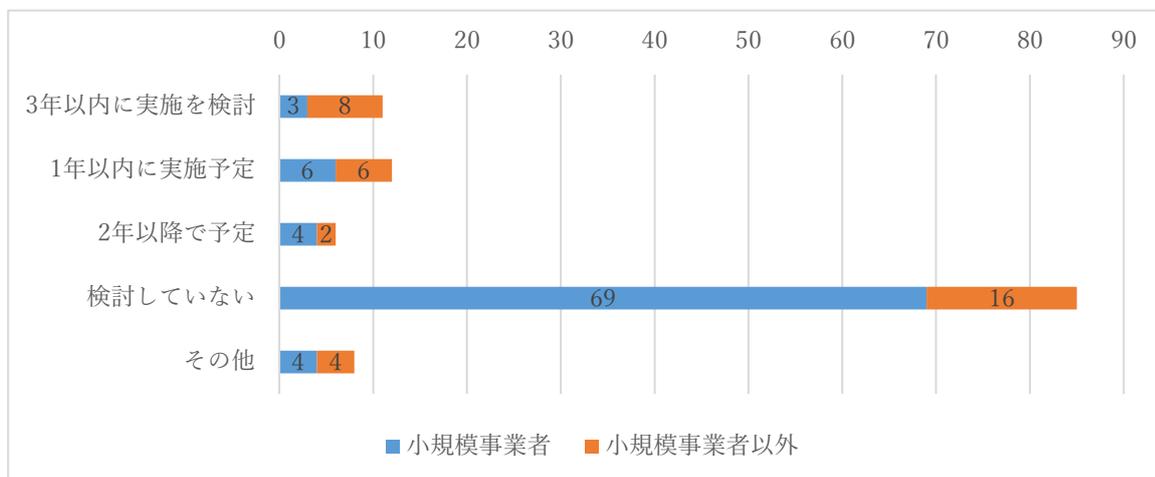


(6) 今後の事務所・店舗等の修繕予定

次に、今後の事務所・店舗等の修繕予定を分析する。

小規模事業者は「検討していない」との回答が69(80.2%)であり、小規模事業者以外の回答16(44.4%)に比べ著しく低い結果となった。

図表41 今後の事務所・店舗等の修繕予定

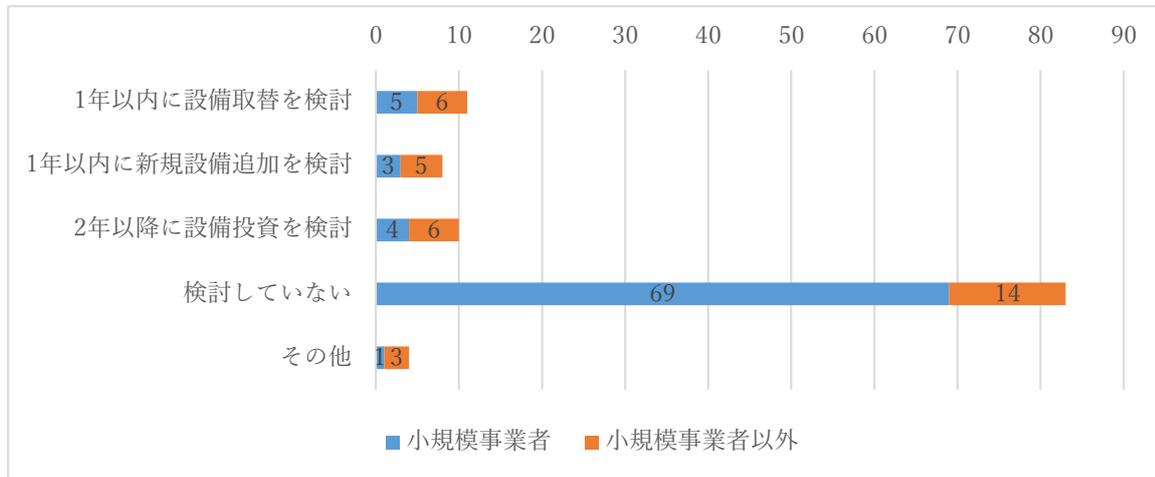


(7) 今後の事業所の設備投資予定

次に、今後の事務所・店舗等の修繕予定を分析する。

小規模事業者は「検討していない」との回答が69（84.1%）であり、小規模事業者以外の回答14（41.2%）に比べ著しく低い結果となった。

図表4-2 今後の事業所の設備投資予定

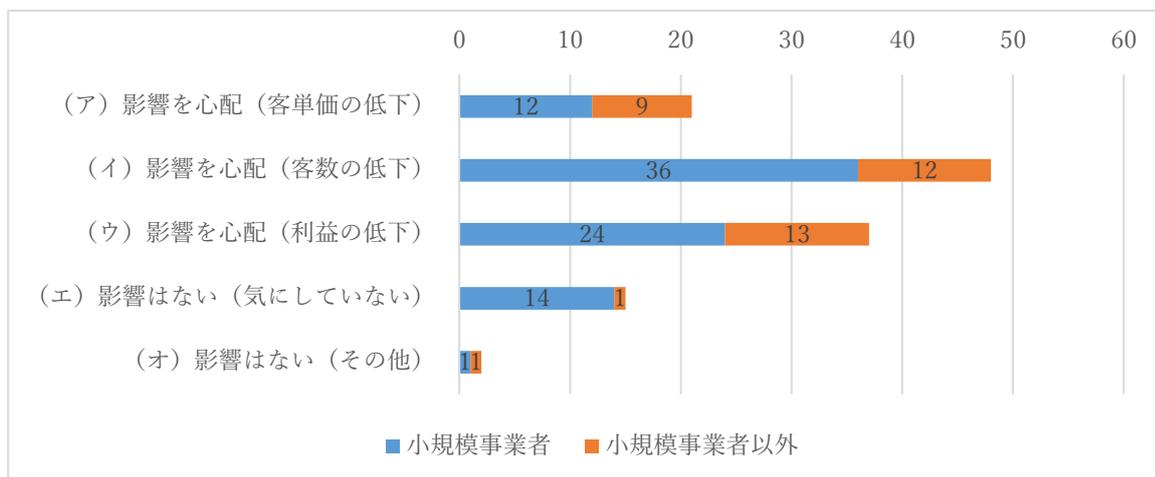


(8) 今後の消費税増税による影響

次に、今後の消費税増税による影響を分析する。

小規模事業者は「影響を心配」との回答が72（82.8%）であり、小規模事業者以外の回答34（94.4%）に比べ低い。この結果から、小規模事業者の方が、消費税増税に対する影響を受けづらいものと考えられる。

図表4-3 今後の消費税増税による影響



(9) 事業承継

次に、事業の承継について分析する。

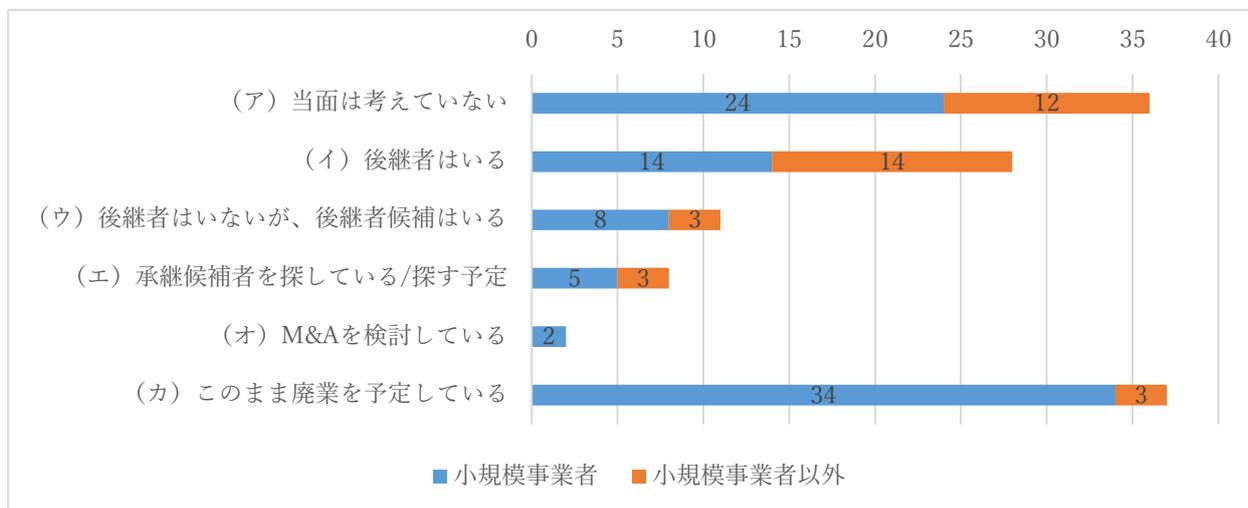
回答割合における上位5つは図表4-4のとおりである。小規模事業者は約4割が「このまま廃業」と回答している。一方、小規模事業者以外は事業承継問題をほとんど抱えていない（準備済である）ことが読み取れる。

以上より、事業承継については、小規模事業者を中心に解決策を講じる必要がある問題であることがわかる。

図表4-4 現在の経営上の問題点（上位3つ）

	全体（n=122）	小規模事業者（n=87）	小規模事業者以外（n=35）
1	このまま廃業を予定	このまま廃業を予定（39.1%）	後継者はある（40.0%）
2	当面は考えていない	当面は考えていない（27.6%）	当面は考えていない（34.3%）
3	後継者はある	後継者はある（16.1%）	—

図表4-5 事業の承継について



(10) 今後増やしていきたい顧客

次に、今後増やしていきたい顧客について分析する。

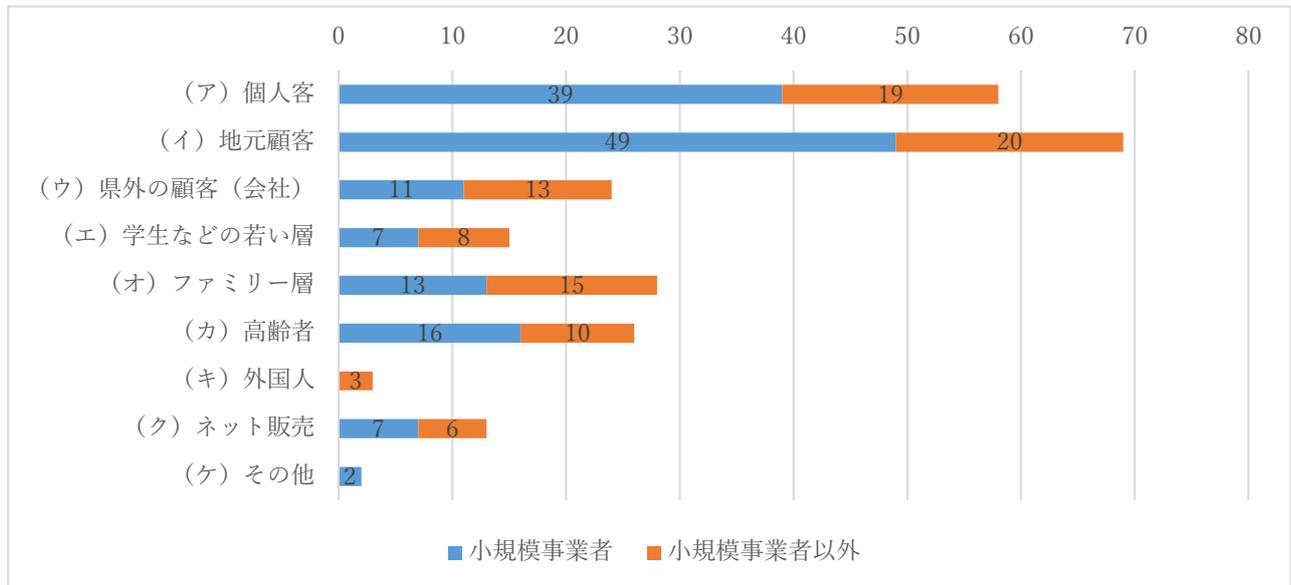
回答割合における上位5つは図表46のとおりである。小規模事業者、小規模事業者以外ともに、「地元顧客」「個人客」を重視している傾向は変わらない。一方、小規模事業者以外は、「地元顧客」「個人客」のほかに「ファミリー層」「県外の顧客（会社）」なども顧客として増やしていきたいと志向している割合が高いのに対し、小規模事業者はその割合が低い点の特徴である。

小規模事業者においても、既存顧客以外の新たな顧客層の開拓が必要であることが読み取れる。

図表46 今後増やしていきたい顧客（上位3つ）

	全体（n=115）	小規模事業者（n=80）	小規模事業者以外（n=35）
1	地元顧客	地元顧客（61.3%）	地元顧客（57.1%）
2	個人客	個人客（48.8%）	個人客（54.2%）
3	ファミリー層	高齢者（20.0%）	ファミリー層（42.9%）
4	高齢者	ファミリー層（16.3%）	県外の顧客（会社）（37.1%）
5	県外の顧客（会社）	県外の顧客（会社）（13.8%）	高齢者（28.6%）

図表47 今後増やしていきたい顧客

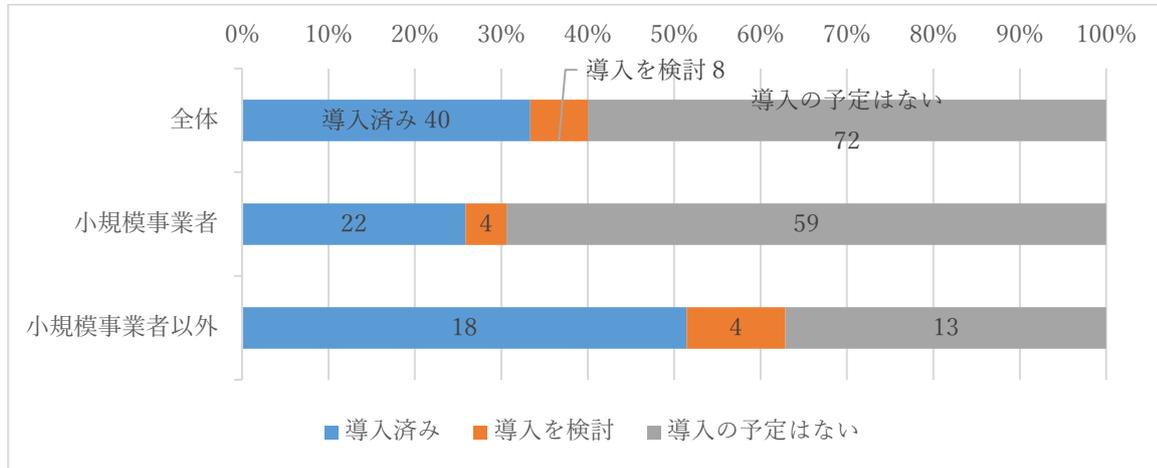


(11) クレジットカード決済の導入状況

次に、今後増やしていきたい顧客について分析する。

回答割合における上位5つは図表46のとおりである。「導入の予定はない」という回答が小規模事業者59（69.4%）、小規模事業者以外が13（37.1%）であった。小規模事業者の方が、クレジットカード決済の導入に消極的であることが読み取れる。

図表48 クレジットカード決済の導入状況



IX 総括

最後に、小規模事業者の経営状況について総括を行う。

D・I 調査による秋田県との比較により、小規模事業者に限らず、能代市の商店街という経営環境は厳しい状態であることがわかった。

図表 4 9 D・I（能代市商店街と秋田県の比較）一部引用

項目	能代市商店街 D・I	秋田県 卸売業D・I	秋田県 小売業D・I	秋田県 サービス業D・I
業界の状況	△65.3	△28.9	△55.9	△31.4

その中で、小規模事業者に特化して分析する。すると、能代市全体（能代市商店街全体）のなかで、小規模事業者を取り巻く環境は、さらに厳しい状態であることがわかる。

図表 5 0 D・I（全体と小規模事業者の比較）一部引用

項目	D・I（能代市全体）	D・I（小規模事業者）
業界の状況	△65.3	△67.7

この経営環境は今後良くなるであろうか。この命題に答えるため、商店街における主要顧客である地元住民の推移＝能代市の人口の推移をみってみる。国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口によれば、2015年に約5.5万人であった人口が、年々減少し、2040年には約3.5万人となるとしている。

つまり、商店街における顧客の自然増は見込むことができず、何も対策を打たなければ、現状よりも良い経営環境になるとはいえないことがわかる。

図表 5 1 能代市の人口推移



【出典】
総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【注記】
2010年までは「国勢調査」のデータに基づく実績値。2015年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータに基づく推計値。
総人口については、年齢不詳は除いている。

出典：Resas（人口マップ→人口構成→人口推移）

このような厳しい経営環境のなかでどのような手を打つべきであろうか。
この点について、アンケートにより判明した点を列挙する。

■商品の品揃えを工夫して魅力的な店づくり（P 2 2 参照）

小規模事業者の22.4%に対し、小規模事業者以外は46.9%が商品の品揃えを工夫していると回答があった。小規模事業者は、その限られた経営資源を有効活用するため、商品の品揃えを工夫し、魅力的な店づくりを行わなければならない。

■DMやチラシ広告によるPR（P 2 2 参照）

小規模業者の25.0%に対し、小規模事業者以外は56.3%がDMやチラシ広告によるPRを行っているという回答があった。集客に向けた取り組みを行わなければ顧客が増加することはない。小規模事業者はより、DMやチラシ広告などの集客ツールを検討したい。

■店舗改装や設備投資（P 2 5～2 5）

小規模事業者は、小規模事業者以外に比べ店舗改装や設備投資に対して消極的であるということがわかった。店舗改装というお金が掛かるから難しいと考えるかもしれない。ただし、店舗内の壁紙を変えるだけでも改装である。事業とは投資の連続であり、投資をやめたときその事業の発展はストップする。顧客満足が上がるような改装や設備投資をぜひ、検討してみたい。

■既存顧客以外の新たな顧客を発掘する（P 2 7 参照）

前ページで示したとおり、能代市の人口は今後継続的に減少していく。そのなかで、既存顧客のみをターゲットとすれば、当然に売上高は減少し続ける。つまり、既存顧客以外の新たな顧客を発掘しなければならないということになる。アンケート結果より、小規模事業者に比べて小規模事業者以外の方が新たな顧客の発掘に積極的であると回答があった。小規模事業者においても、自社の商品・サービス等を販売できる新たなターゲットがいなか再度検討してみたい。

■クレジットカード決済の導入は必要？（P 2 8 参照）

消費者のニーズは変化している。そのひとつがクレジットカード決済であろう。本アンケートでは、小規模事業者の方が、小規模事業者以外よりも断然クレジットカード決済の導入に消極的であることがわかった。当然、業種によりクレジットカード決済を導入するかどうかの判断は異なるであろう。ただし、一定のニーズがあるのも明白である。未導入の事業者は、一度、導入しないことによる機会損失がないか検討してみたい。

X アンケート調査票

アンケート票（経済動向調査）

能代商工会議所

事業所の概要についてご記入ください

事業所の形態 （該当するもの1つに○をつけてください）	1. 個人事業主 3. 法人（有限会社）	2. 法人（株式会社） 4. 法人（その他の会社）	5. 団体
業歴 （該当するもの1つに○をつけてください）	1. 5年未満 3. 10年～20年未満	2. 5年～10年未満 4. 20年～30年未満	5. 30年以上
従業員数	_____人 ※専従者、および常用パート・アルバイトを含みます。	商工会議所への加入について （該当するもの1つに○をつけてください）	1. 加入している 2. 加入していない

問1 前年同時期と比べて、現在の経営環境等の状況を、該当するものを1つ選んで○を付けてください。

		増加・上昇	横ばい	減少・下降
昨年の今頃 （平成27年8月～10月頃）と 比べた貴社の現状 （平成28年8月～10月頃）	売上高	1	2	3
	客単価	1	2	3
	客数	1	2	3
	資金繰り	1	2	3
	経費	1	2	3
	仕入単価	1	2	3
	仕入総額	1	2	3
	営業利益	1	2	3
	従業員数	1	2	3
	業界の状況	1	2	3

問2 現在と比べて、今後約3か月の売上高の見通しを、該当するものを1つ選んで○を付けてください。

（ア）増加・上昇 （イ）横ばい （ウ）減少・下降

問3 集客向上に向けて行っている取り組みについて、該当するものすべてを選んで○を付けてください。

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| (ア) 商品の品揃えに工夫 | (イ) 商品の入れ替えを定期的実施 |
| (ウ) DMやチラシ広告によるPR | (エ) 事業所の外にサービス等を見えるように工夫 |
| (オ) 休憩スペース等の提供 | (カ) トイレの貸し出し |
| (キ) ポイントカードやスタンプカード等の実施 | (ク) 事業所のバリアフリー化 |
| (ケ) 駐車場の設置 | (コ) 有料駐車場のサービス券発行 |
| (サ) Wi-Fi環境の提供 | (シ) 営業時間の伸長 |
| (ス) 事業所の清掃の徹底 | (セ) 他店価格調査による価格の差別化 |
| (ソ) 宅配サービスの実施 | (タ) 従業員の接客力向上 |
| (チ) その他 () | |

問4 現在の経営上の問題点について、該当するものすべてを選んで○を付けてください。

- | | |
|------------------|---------------------|
| (ア) 売上不振 | (イ) 顧客数の減少 |
| (ウ) 原材料(仕入)価格の上昇 | (エ) 人件費の上昇 |
| (オ) 労働力不足 | (カ) 諸経費(物流、物件費等)の上昇 |
| (キ) 資金不足・資金の調達難 | (ク) 金利負担の増大 |
| (ケ) 設備過剰 | (コ) 労働力過剰 |
| (サ) 立地条件の悪化 | (シ) 顧客・消費者ニーズの変化 |
| (ス) 技術力不足 | (セ) 為替レートの変動 |
| (ソ) 後継者問題 | (タ) 環境問題 |
| (チ) 来店客数の減少 | |
| (ツ) その他 () | |

問5 来店客用の駐車場について、該当するものを1つを選んで○を付けてください。

- | | | |
|-----------------------|-------------|------------|
| ・駐車場がある場合 ⇒ (ア) 余裕がある | (イ) 適度にある | (ウ) 不足している |
| ・駐車場がない場合 ⇒ (エ) 必要ない | (オ) 必要としている | |

問6 今後の事務所・店舗等の修繕について、該当するものを1つを選んで○を付けてください。

- | | |
|----------------|---------------|
| (ア) 3年以内に実施を検討 | (イ) 1年以内に実施予定 |
| (ウ) 2年以降で検討 | (エ) 検討していない |
| (オ) その他 () | |

問7 事業所の設備投資について、該当するものを1つを選んで○を付けてください。

- | | |
|------------------------------|-----------------|
| ・1年以内の設備投資を検討 ⇒ (ア) 設備の取換を検討 | (イ) 新しく追加で設備を検討 |
| ・1年以内に設備投資はない ⇒ (ウ) 2年以降に検討 | (エ) 検討していない |
| (オ) その他 () | |

問8 今後の消費税の増税による影響について、該当するものを1つ選んで○を付けてください。

- ・影響を心配 ⇒ (ア) 客単価の低下 (イ) 客数の低下 (ウ) 利益の低下
- ・影響はない ⇒ (エ) 気にしていない (オ) その他 ()

問9 事業の承継について、該当するものを1つ選んで○を付けてください。

- (ア) 当面は考えていない (イ) 後継者はいる
- (ウ) 後継者はいないが、後継者候補はいる (エ) 承継候補者を探している (探すことにしている)
- (オ) M&Aを検討している (カ) このまま廃業を予定している

問10 今後増やしていきたい顧客について、該当するものをすべて選んで○を付けてください。

- (ア) 個人客 (イ) 地元顧客 (ウ) 県外の顧客 (会社)
- (エ) 学生など若い層 (オ) ファミリー層 (カ) 高齢者
- (キ) 外国人 (ク) ネット販売 (ケ) その他
- ()

問11 事業所の営業時間について、該当するものをすべて選んで○を付けてください。

- (ア) 8時～17時 (イ) 9時～18時 (ウ) その他 (~)

問12 クレジットカード決済について、該当するものを1つ選んで○を付けてください。

- (ア) 導入済である (イ) 導入を検討している (ウ) 導入の予定はない

問12-2 問12でウを選択された方にお伺いいたします。

導入しない理由について、該当するものを1つ選んで○を付けてください。

- (ア) 要望が少ないため (イ) 手数料が高いため (ウ) 入金 (決済) が遅いため
- (エ) その他 ()

問13～問17は、事業所が商店街にある方のみお聞きします。
事業所が商店街にない場合は、問16にお進みください。

問13 商店街の課題について、該当するものをすべて選んで○を付けてください。

- (ア) 魅力のあるお店の増加 (イ) 各お店が商店街活動へ参加する
- (ウ) 経営者の高齢化等による後継者難の解決 (エ) 事業所の老朽化・陳腐化対策
- (オ) 核となるお店の設置 (カ) 大型店との競争
- (キ) 商圈人口の増加 (ク) 空き店舗の対策
- (ケ) 駐車場の設置・増設
- (コ) その他 ()

問14 商店街の中で空き店舗による影響はありますか。

・空き店舗があるから影響がある ⇒ その理由をご記入ください

・空き店舗があっても影響はない

問15 事業所が所在する商店街の環境について行政にご要望等があればご記入ください

問16 商工会議所からの支援（販売促進等）について、該当するものを1つ選んで○を付けてください。

(ア) 支援を希望する (イ) 興味はある (ウ) 希望しない

問17 商工会議所からの会報「はなまなす」について、該当するものを1つ選んで○を付けてください。

(ア) 全て読んでいる (イ) 半分以上読んでいる (ウ) なかなか読む機会がない
(エ) その他 () (オ) 当所会員ではない

問18 商工会議所の事業・サービスについて、最近1年間に利用したものすべてに○を付けてください。

(ア) 経営相談 (イ) 法律・特許相談 (ウ) 専門家相談派遣
(エ) 融資制度利用 (オ) 各種親睦事業 (カ) 情報収集・提供（景況調査結果ほか）
(キ) 公的補助金申請支援 (ク) 共済・保険制度加入・各種手続き
(ケ) 記帳指導（確定申告相談）(コ) 各種広報支援サービス（会報掲載・折込サービスなど）
(サ) 貿易関係証明手続き (シ) 会議出席（委員会・部会・その他会議）
(ス) 検定試験 (セ) ジョブ・カード (ソ) 秋田県再生支援協議会
(タ) 秋田県事業引継ぎ支援センター (チ) 婚活イベント
(ツ) その他 () (テ) 利用なし

問19 商工会議所にご要望等があればご記入ください（下の枠外に書かれても構いません）。

ご協力ありがとうございました。