

経営状況調査報告書【概要版】

令和3年度 飯能商工会議所

飯能市の地域経済を支える小規模事業者は、需要の低下、売上の減少、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。また、新型コロナウイルス感染症が、管内の事業者の経営に大きな影響を与えている。

そこで、飯能市の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。収集した情報は、事業者を提供するだけでなく、当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。

アンケート調査概要

調査時期 令和3年8月5日～令和3年11月30日

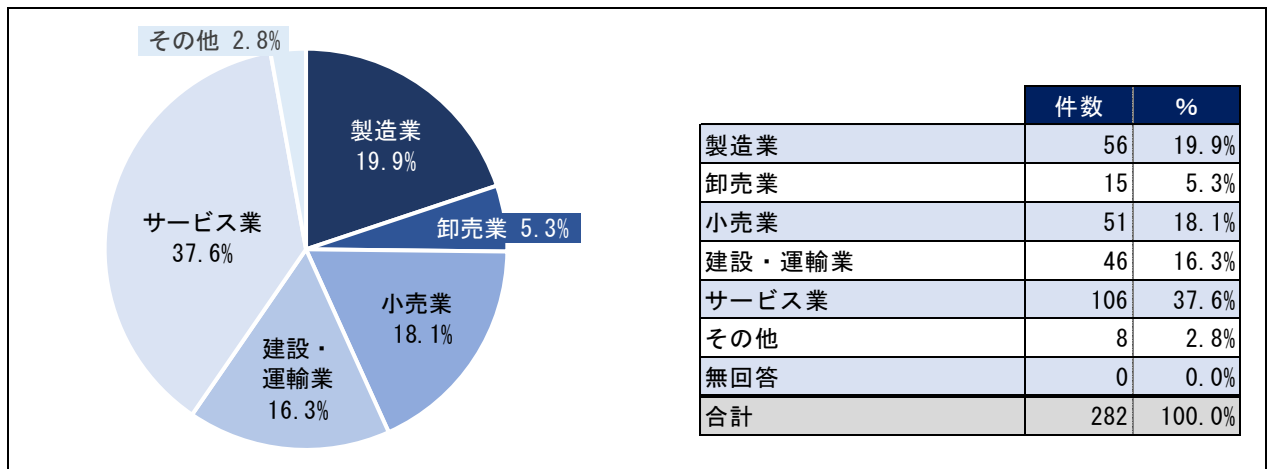
調査対象 管内中小企業

調査方法 郵送配布－郵送回収（紙アンケート）
WEB回収（WEBアンケート）

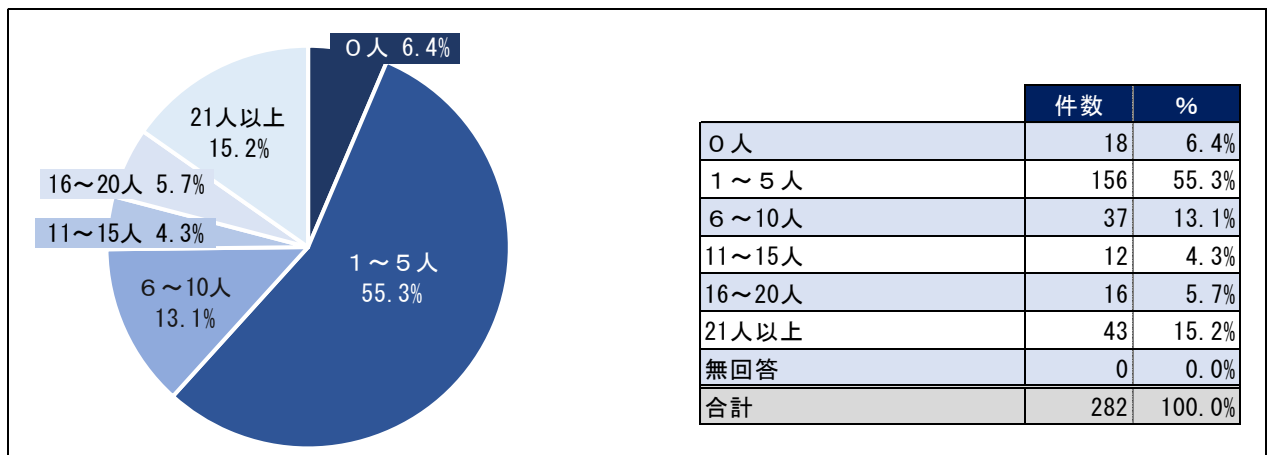
回答数・回収率 282票・18.6%

回答者の属性

業種



従業員数



※小規模事業者数 207事業者（小規模事業者割合73.4%）

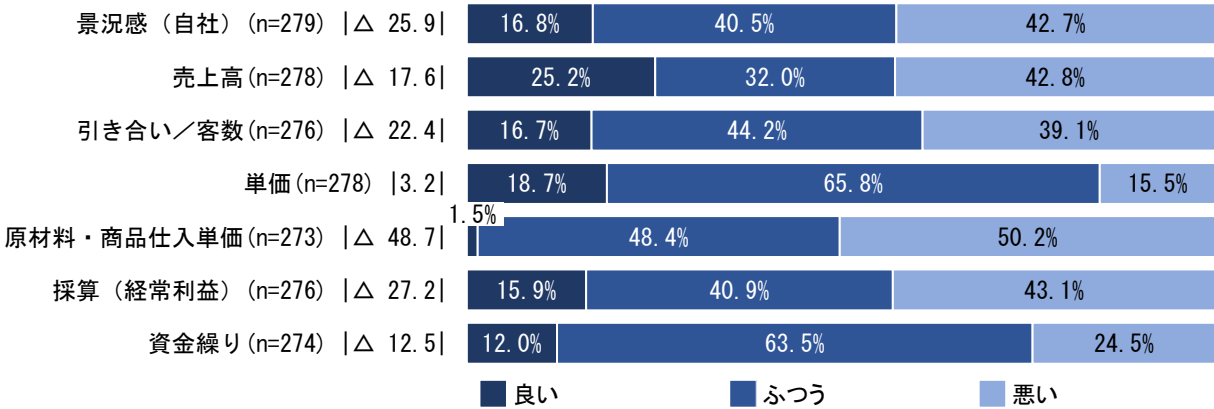
景況感

景況感をみると、景況感DIは△25.9ポイントとマイナス値になっている。景況感が「悪化」していると感じている事業者が多いことがわかる。

また、売上高DIは△17.6ポイント、原材料・商品仕入単価DIが△48.7ポイントといずれもマイナス値となっており、この結果、採算（経常利益）DIも△27.2ポイントとマイナス値になっている。

新型コロナウイルス感染症による影響のなかで、売上高が減少し、さらに原材料・商品仕入単価が上昇しているため多くの事業者が利益を確保できていない状況が読み取れる。

DI



景況感の全国比較

全産業でみると、主要指標について、売上高DI、採算DI、資金繰りDIのすべてにおいて、飯能市の数値は全国値を上回っており、全国平均よりも景況感が良いといえる。

業種別にみると、製造業と小売業以外の業種では、売上高DI、採算DI、資金繰りDIのすべてにおいて、全国値よりも良くなっている。

■全国比較（業種別）

	売上高DI		採算DI		資金繰りDI	
	飯能市	全国	飯能市	全国	飯能市	全国
全産業	△ 17.6	△ 28.9	△ 27.2	△ 33.7	△ 12.5	△ 21.4
製造業	△ 10.7	△ 10.4	△ 34.6	△ 21.0	△ 18.2	△ 14.1
卸売業	13.3	△ 24.9	0.0	△ 25.3	6.7	△ 12.0
小売業	△ 47.1	△ 43.8	△ 47.1	△ 46.0	△ 25.5	△ 30.1
建設・運輸業	△ 13.6	△ 20.5	△ 16.3	△ 27.1	△ 2.4	△ 10.0
サービス業	△ 17.3	△ 35.9	△ 25.0	△ 38.6	△ 11.7	△ 26.8

※DI値の高い方の背景をグレーにしている

上記のうち、小規模事業者のみを抽出したデータを確認する。

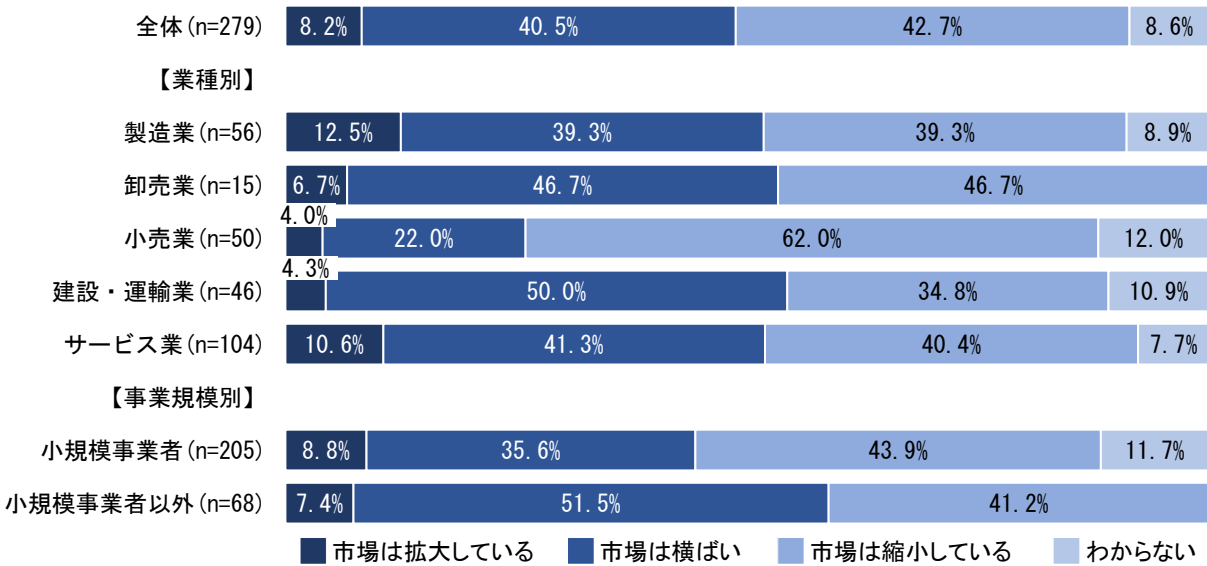
すべての指標において、上図よりも悪い数値となっており、小規模事業者の方が、昨今の経営環境の変化の影響をより受けていることがうかがえる。

■全国比較（小規模事業者・業種別）

	売上高DI		採算DI		資金繰りDI	
	飯能市	全国	飯能市	全国	飯能市	全国
全産業	△ 25.1	-	△ 33.1	-	△ 17.5	-
製造業	△ 19.5	△ 17.8	△ 37.5	△ 28.0	△ 22.5	△ 18.5
卸売業	△ 28.6	△ 36.1	△ 42.8	△ 36.1	△ 14.3	△ 20.2
小売業	△ 48.9	△ 45.5	△ 51.1	△ 47.0	△ 33.4	△ 31.0
建設・運輸業	△ 15.0	△ 21.1	△ 20.5	△ 27.6	△ 5.1	△ 11.7
サービス業	△ 20.3	△ 40.0	△ 27.2	△ 41.8	△ 13.3	△ 29.6

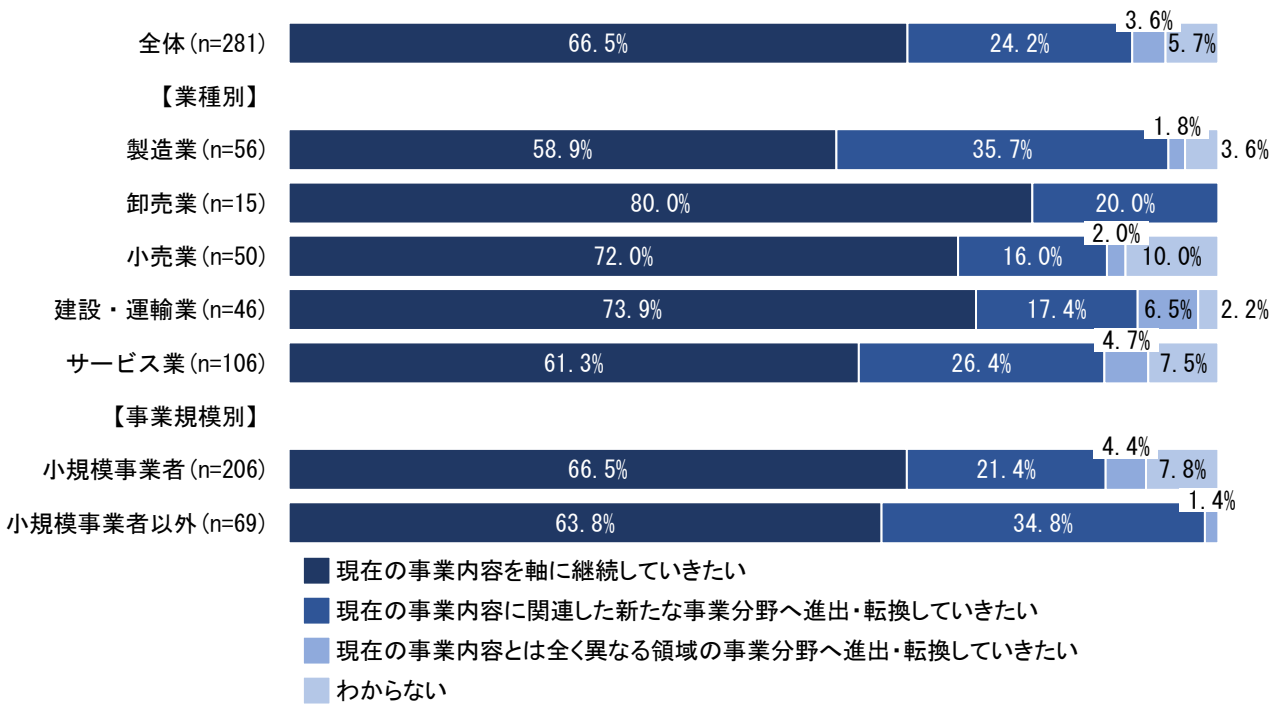
主要事業の現在の市場環境

主要事業の現在の市場環境をみると、「市場は縮小している」が42.7%と最も高く、「市場は横ばい」が40.5%、「わからない」が8.6%と続いている。
業種別では、小売業で「市場は縮小している」が62.0%と最も高くなっている。



今後の事業展開

今後の事業展開についてみると、「現在の事業内容を軸に継続していきたい」が66.5%と最も高く、「現在の事業内容に関連した新たな事業分野へ進出・転換していきたい」が24.2%、「わからない」が5.7%と続いている。「現在の事業内容に関連した新たな事業分野へ進出・転換していきたい」と「現在の事業内容とは全く異なる領域の事業分野へ進出・転換していきたい」を合わせた『新たな事業分野へ進出・転換していきたい』は27.8%となっている。
業種別では、製造業で『新たな事業分野へ進出・転換していきたい』が37.5%と高くなっている。

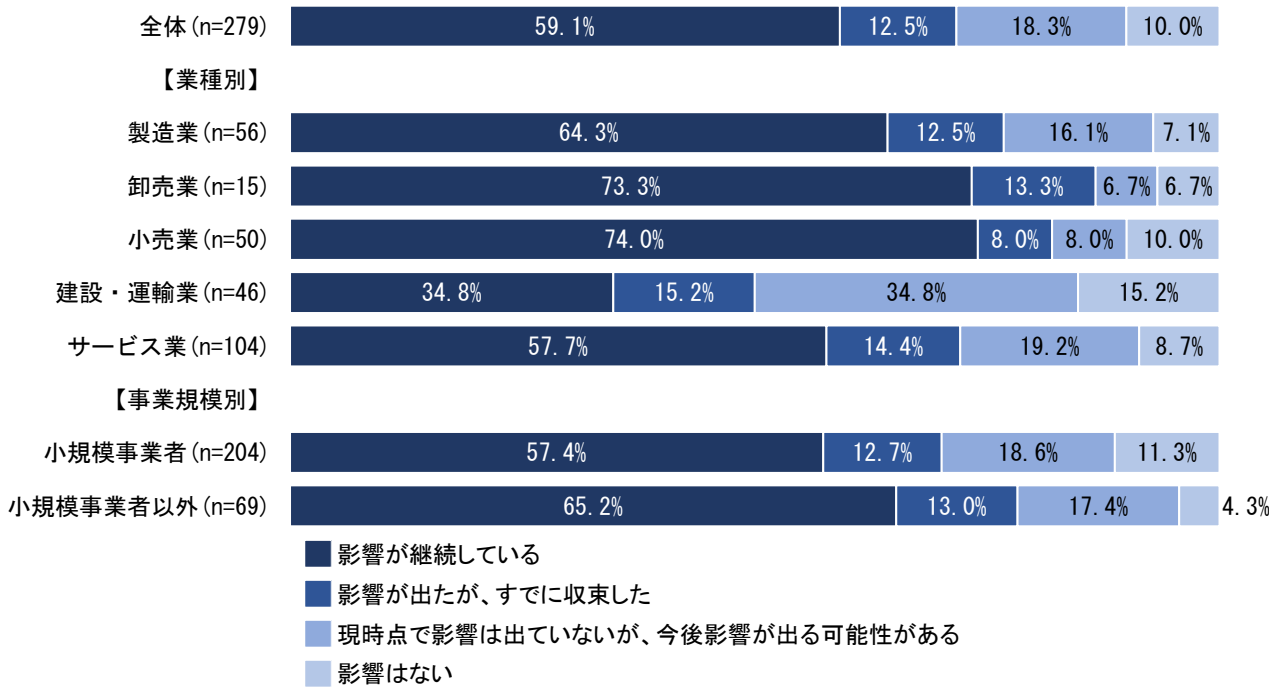


新型コロナウイルス感染症について

新型コロナウイルス感染症の経営への影響についてみると、「影響が継続している」が59.1%と最も高く、「現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある」が18.3%、「影響が出たが、すでに収束した」が12.5%と続いている。

業種別では、卸売業と小売業で「影響が継続している」が7割超と高くなっている。また、建設・運輸業では、3社に1社が「現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある」としており、今後の不安を感じていることが読み取れる。

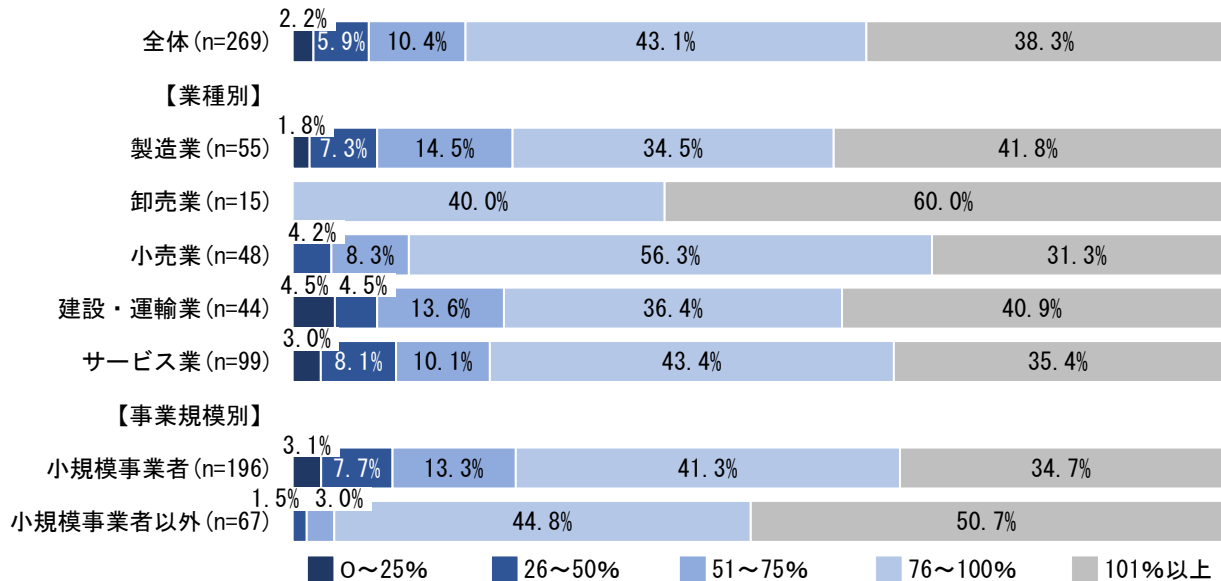
事業規模別では「影響が継続している」は、小規模事業者以外（65.2%）が小規模事業者（57.4%）を7.8ポイント上回っている。



前年同期（2020年6月）の売上高との比較をみると、「0～25%」が2.2%、「26～50%」が5.9%、「51～75%」が10.4%、「76～100%」が43.1%、「101%以上」が38.3%となっている。約6割の事業者が前年の売上高の水準より低くなっていることがわかる。

業種別では、卸売業で「101%以上」が60.0%と最も高くなっている。

事業規模別では「101%以上」は、小規模事業者以外（50.7%）が小規模事業者（34.7%）を16.0ポイント上回っており、小規模事業者は、約7割の事業者が前年の売上高の水準より低くなっていることがわかる。



現在の経営課題についてみると、「既存の商圈・顧客・販路との関係強化」が44.5%と最も高く、「新たな商圈・顧客・販路の開拓」が43.4%、「人材確保」が32.4%と続いている。

業種別では、製造業、卸売業、サービス業で「新たな商圈・顧客・販路の開拓」が、小売業で「既存の商圈・顧客・販路との関係強化」が、建設・運輸業で「人材確保」がそれぞれ最も高くなっている。

事業規模別では「既存の商圈・顧客・販路との関係強化」は、小規模事業者（49.7%）が小規模事業者以外（30.9%）を18.8ポイント上回っている。一方、「ITの利活用」は、小規模事業者（15.1%）が小規模事業者以外（22.1%）を7.0ポイント下回っている。

	全体 (n=272)	製造 (n=55)	卸売 (n=14)	小売 (n=48)	建設・運輸 (n=44)	サービス (n=104)
既存の商圈・顧客・販路との関係強化	44.5%	38.2%	64.3%	66.7%	47.7%	34.6%
新たな商圈・顧客・販路の開拓	43.4%	45.5%	85.7%	35.4%	38.6%	43.3%
人材確保	32.4%	27.3%	28.6%	4.2%	63.6%	32.7%
業務の効率化	25.0%	32.7%	35.7%	12.5%	25.0%	26.0%
自社の強みの把握・活用	21.7%	14.5%	28.6%	22.9%	22.7%	23.1%
製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上	19.5%	16.4%	21.4%	33.3%	13.6%	18.3%
既存の製品・サービスの改善	16.9%	14.5%	0.0%	31.3%	9.1%	18.3%
新製品・サービスの開発	16.5%	30.9%	0.0%	20.8%	4.5%	15.4%
ITの利活用	16.5%	23.6%	7.1%	20.8%	20.5%	10.6%
商圈・顧客ニーズの把握	13.6%	7.3%	21.4%	18.8%	6.8%	16.3%
事業承継・廃業・M&A	12.1%	12.7%	0.0%	20.8%	11.4%	8.7%
運転・設備資金の確保	11.8%	12.7%	7.1%	10.4%	11.4%	11.5%
新型コロナウイルス感染症対策・対応	8.5%	5.5%	0.0%	6.3%	4.5%	14.4%
その他	2.9%	1.8%	0.0%	4.2%	6.8%	1.9%

	全体 (n=272)	小規模 (n=199)	小規模以外 (n=68)
既存の商圈・顧客・販路との関係強化	44.5%	49.7%	30.9%
新たな商圈・顧客・販路の開拓	43.4%	46.7%	36.8%
人材確保	32.4%	27.1%	44.1%
業務の効率化	25.0%	19.6%	41.2%
自社の強みの把握・活用	21.7%	20.6%	25.0%
製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上	19.5%	20.1%	19.1%
既存の製品・サービスの改善	16.9%	17.6%	16.2%
新製品・サービスの開発	16.5%	17.1%	16.2%
ITの利活用	16.5%	15.1%	22.1%
商圈・顧客ニーズの把握	13.6%	15.6%	7.4%
事業承継・廃業・M&A	12.1%	14.6%	2.9%
運転・設備資金の確保	11.8%	13.1%	5.9%
新型コロナウイルス感染症対策・対応	8.5%	5.5%	17.6%
その他	2.9%	4.0%	0.0%

今後のデジタル化推進

既に取り組んでいるデジタル関連サービスをみると、「ホームページ開設・更新」が72.4%と最も高く、「インターネットバンキング」が52.8%、「キャッシュレス機器」が35.0%と続いている。
業種別では、小売業で「キャッシュレス機器」が60.5%と最も高くなっている。
事業規模別では「ホームページ開設・更新」と「パッケージソフト、クラウドシステム導入（office含む）」は、小規模事業者以外が小規模事業者をそれぞれ20ポイント超上回っている。

	全体 (n=214)	製造 (n=42)	卸売 (n=11)	小売 (n=38)	建設・運輸 (n=35)	サービス (n=82)
ホームページ開設・更新	72.4%	85.7%	72.7%	55.3%	62.9%	75.6%
インターネットバンキング	52.8%	52.4%	72.7%	23.7%	68.6%	54.9%
キャッシュレス機器	35.0%	14.3%	36.4%	60.5%	14.3%	42.7%
SNSの活用	33.2%	23.8%	27.3%	44.7%	14.3%	39.0%
パッケージソフト、クラウドシステム導入	29.4%	33.3%	54.5%	23.7%	22.9%	28.0%
自社ECサイト開設	11.2%	11.9%	9.1%	23.7%	2.9%	8.5%
グループウェアの活用	9.8%	11.9%	18.2%	2.6%	2.9%	12.2%
大手ECモール出店	3.3%	4.8%	18.2%	7.9%	0.0%	0.0%
クラウドファンディング	1.4%	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%
その他	1.9%	2.4%	0.0%	2.6%	2.9%	1.2%

	全体 (n=214)	小規模 (n=144)	小規模以外 (n=66)
ホームページ開設・更新	72.4%	65.3%	86.4%
インターネットバンキング	52.8%	47.9%	62.1%
キャッシュレス機器	35.0%	36.8%	31.8%
SNSの活用	33.2%	32.6%	33.3%
パッケージソフト、クラウドシステム導入	29.4%	21.5%	47.0%
自社ECサイト開設	11.2%	9.7%	15.2%
グループウェアの活用	9.8%	4.9%	21.2%
大手ECモール出店	3.3%	3.5%	3.0%
クラウドファンディング	1.4%	0.7%	3.0%
その他	1.9%	2.8%	0.0%

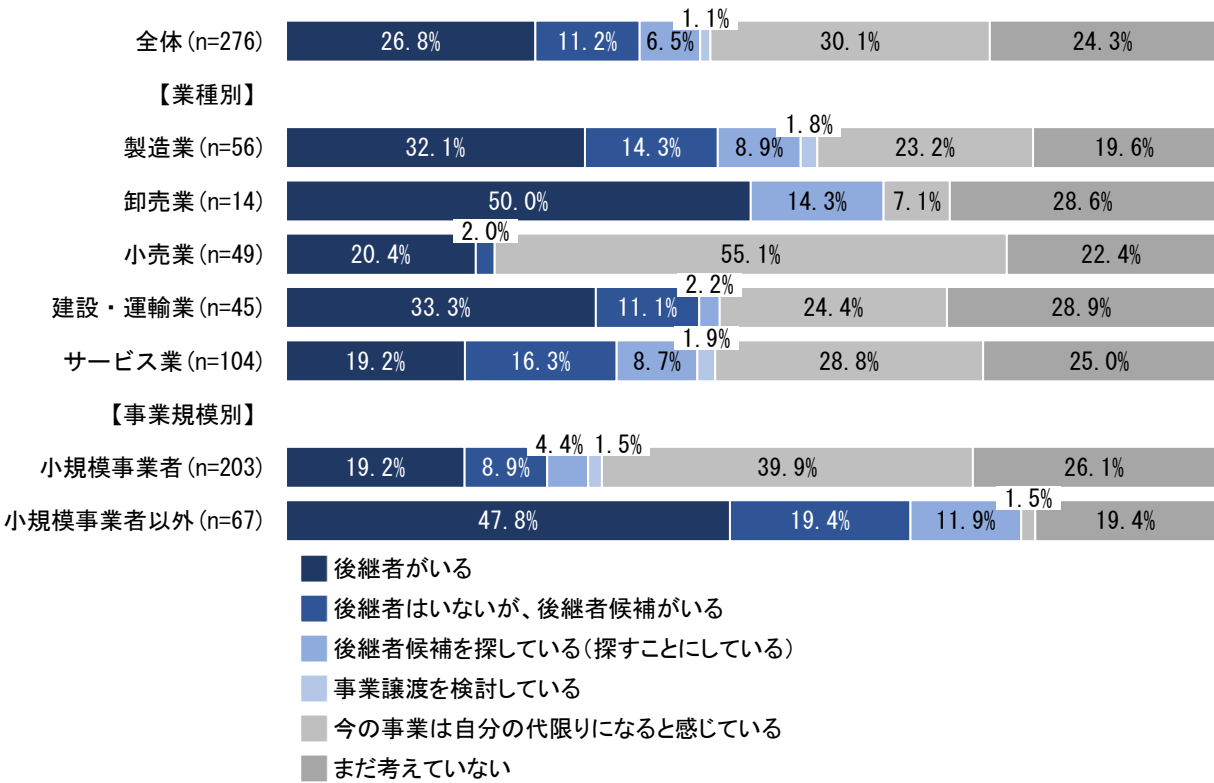
取組みを検討しているデジタル関連サービスをみると、「ホームページ開設・更新」が36.5%と最も高く、「SNSの活用」が34.3%、「パッケージソフト、クラウドシステム導入（office含む）」が13.1%と続いている。
事業規模別では「ホームページ開設・更新」は、小規模事業者（41.2%）が小規模事業者以外（22.9%）を18.3ポイント上回っている。

	全体 (n=137)	小規模 (n=102)	小規模以外 (n=35)
ホームページ開設・更新	36.5%	41.2%	22.9%
SNSの活用	34.3%	34.3%	34.3%
パッケージソフト、クラウドシステム導入	13.1%	7.8%	28.6%
自社ECサイト開設	12.4%	11.8%	14.3%
キャッシュレス機器	11.7%	11.8%	11.4%
クラウドファンディング	10.2%	9.8%	11.4%
インターネットバンキング	8.0%	8.8%	5.7%
グループウェアの活用	7.3%	3.9%	17.1%
大手ECモール出店	6.6%	6.9%	5.7%
その他	8.8%	7.8%	11.4%

事業承継

事業承継における後継者の状況をみると、「今の事業は自分の代限りになると感じている」が30.1%と最も高く、「後継者がいる」が26.8%、「まだ考えていない」が24.3%と続いている。「後継者がいる」と「後継者はいないが、後継者候補がいる」を合わせた『後継者（候補）がいる』は38.0%となっている。

事業規模別では「今の事業は自分の代限りになると感じている」は、小規模事業者（39.9%）が小規模事業者以外（1.5%）を38.4ポイント上回っている。



なお、経営課題の対策について今後新たな取組を検討していない理由をみると、小規模事業者の25.0%が「後継者がいない」と回答している。小規模事業者における後継者不在は、現在の経営課題の解決においても支障となっている（後継者がいないため経営課題を解決する新たな取組を実施する意欲がない状況を作り出している）ことが読み取れる。

	全体 (n=100)	小規模 (n=88)	小規模以外 (n=11)
現状維持に精一杯である	46.0%	46.6%	45.5%
新型コロナウイルス感染症の拡大に不安	27.0%	22.7%	63.6%
後継者がいない	23.0%	25.0%	0.0%
人材不足	21.0%	21.6%	9.1%
資金不足	18.0%	19.3%	9.1%
現状に満足している	17.0%	17.0%	18.2%
どのように考えたらよいか、分からない	14.0%	14.8%	9.1%
どこへ相談したらよいか、分からない	3.0%	2.3%	9.1%
その他	5.0%	5.7%	0.0%

本アンケートは、新型コロナウイルス感染症の影響下にて実施された。

その影響を考慮しつつ総括をまとめ、今の管内事業者の状況や、それに伴い必要とされている支援を明確化させる。

1. 景況感は全国よりも良いものの全体として悪化傾向

景況感DIをみると、単価DI以外のすべてのDI値が悪化している。原材料・商品仕入単価DIで特に悪化割合が高く、新型コロナウイルス感染症の影響から、主要材料の急激な価格上昇や入手が困難になりつつある状況がうかがえる。

全国比較を業種別にみると、製造業と小売業以外の業種では、売上高DI、採算DI、資金繰りDIのすべてにおいて、全国値よりも良くなっている。

2. 4社に1社は新たな事業分野に進出・転換を希望している

事業の将来性をみると、「市場は縮小している」が42.7%と最も高く、「市場は横ばい」が40.5%、「わからない」が8.6%と続いている。業種別では、小売業で「市場は縮小している」が62.0%と、半数以上になっている。

今後の事業展開については、「現在の事業内容に関連した新たな事業分野へ進出・転換していきたい」と「現在の事業内容とは全く異なる領域の事業分野へ進出・転換していきたい」を合わせた『新たな事業分野へ進出・転換していきたい』が27.8%となっている。

3. 約6割の事業者が新型コロナウイルス感染症の影響が継続している

新型コロナウイルス感染症の経営への影響をみると、「影響が継続している」が59.1%と最も高く、「現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある」が18.3%、「影響が出たが、すでに収束した」が12.5%と続いている。

前年同期（2020年6月）の売上高との比較をみると、「0～100%」が61.6%と、6割以上の事業者が前年の売上高の水準より低くなっている。コロナ禍以前から比較して減少しているだけでなく、前年6月と比較しても減少している事業者が多いことがわかる。

4. 4割以上の事業者が「新たな商圈・顧客・販路の開拓」を課題に

経営上の問題点/課題をみると、「既存の商圈・顧客・販路との関係強化」が44.5%と最も高く、「新たな商圈・顧客・販路の開拓」が43.4%、「人材確保」が32.4%と続いている。

業種別では、製造業、卸売業、サービス業で「新たな商圈・顧客・販路の開拓」、小売業で「既存の商圈・顧客・販路との関係強化」、建設・運輸業で「人材確保」がそれぞれ最も高くなっている。新型コロナウイルス感染症が、それぞれの業種に異なる影響を与えていることがわかる。

5. 小規模事業者の4割以上が「ホームページ開設・更新」を検討

既に取り組んでいるデジタル関連サービスをみると、「ホームページ開設・更新」が72.4%と最も高く、「インターネットバンキング」が52.8%、「キャッシュレス機器」が35.0%と続いている。

取組みを検討しているデジタル関連サービスについては、「ホームページ開設・更新」が36.5%と最も高く、「SNSの活用」が34.3%、「パッケージソフト、クラウドシステム導入（office含む）」が13.1%と続いている。事業規模別では「ホームページ開設・更新」は、小規模事業者（41.2%）が小規模事業者以外（22.9%）を18.3ポイント上回っている。

6. 小規模事業者の約4割が「自分の代限り」と考えている

事業承継における後継者の状況をみると、「今の事業は自分の代限りになると感じている」が30.1%と最も高く、「後継者がいる」が26.8%、「まだ考えていない」が24.3%と続いている。「後継者がいる」と「後継者はいないが、後継者候補がいる」を合わせた『後継者（候補）がいる』は38.0%となっている。事業規模別では「今の事業は自分の代限りになると感じている」は、小規模事業者（39.9%）が小規模事業者以外（1.5%）を38.4ポイント上回っている。