

平成30年（1～3月）あさひかわ商工会
小規模事業者景況調査報告書（第9号）

●北海道経済概況の推移（経済産業省北海道経済産業局）

	平成30年1月	2月	3月
総括判断	持ち直している	持ち直している	持ち直している
生産活動	一進一退の動きとなっている	持ち直しの動きがみられる	持ち直しの動きがみられるものの、一部に弱い動き
個人消費	持ち直している	持ち直している	持ち直している
観光	改善している	改善している	改善している
公共工事	増加している	減少に転じている	増加に転じている
住宅建設	持ち直している	弱含みとなっている	弱含みとなっている
民間設備投資	増加している	増加している	増加している
雇用動向	改善している	改善している	改善している
企業倒産	件数は減少、負債総額は増加	件数、負債総額とも増加	件数、負債総額とも減少

●道北経済概況の推移（財務省北海道財務局旭川財務事務所）

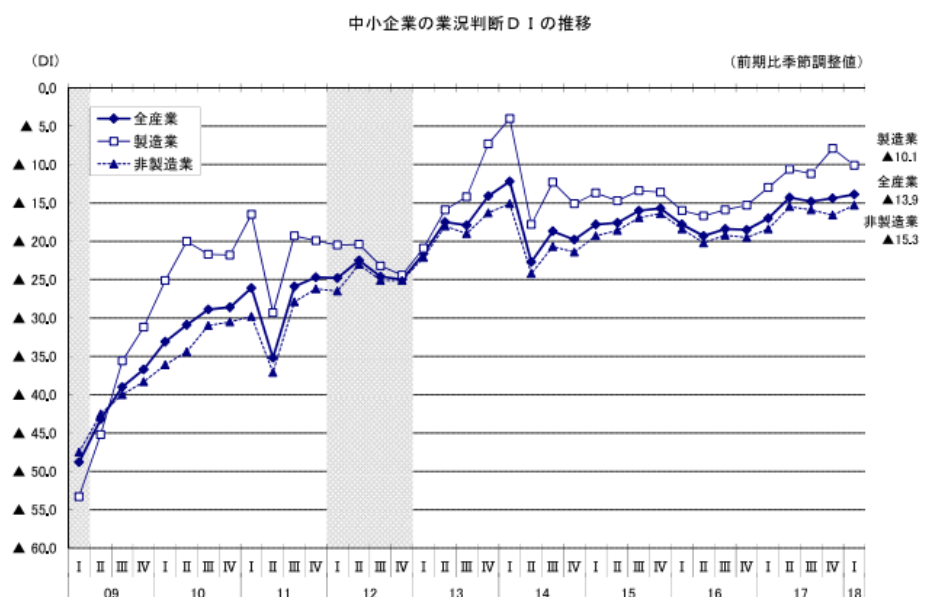
	平成29年11月	平成30年2月
総括判断	一部に弱さがみられるものの、持ち直している	一部に弱さがみられるものの、持ち直している
個人消費	緩やかに持ち直しつつある	緩やかに持ち直しつつある
観光	緩やかに持ち直している	緩やかに持ち直している
公共事業	前年並みとなっている	前年を上回る
住宅建設	緩やかに持ち直しつつある	持ち直しの動きに足踏みがみられる
雇用情勢	改善している	改善している

●中小企業景況調査（独立行政法人 中小企業基盤整備機構）

全産業の業況判断DIは、（前期△14.4）△13.9（前期差0.5ポイント増）となり、2期連続してマイナス幅が縮小した。

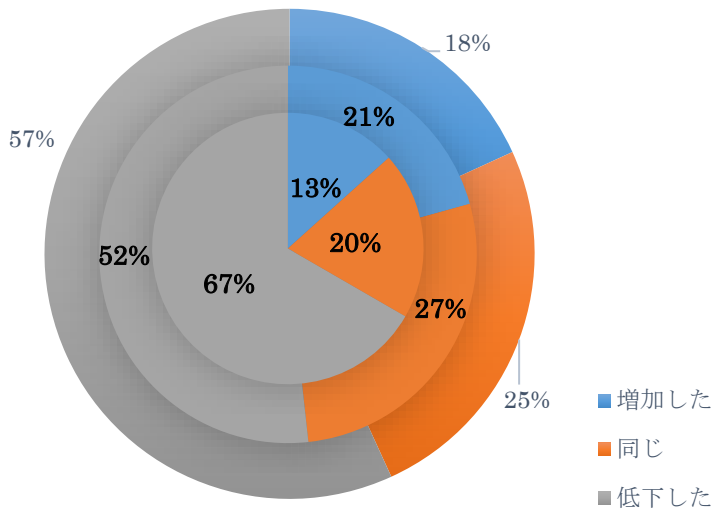
製造業の業況判断DIは、（前期△7.9）△10.1（前期差2.2ポイント減）と2期ぶりにマイナス幅が拡大した。

非製造業の業況判断DIは、（前期△16.6）△15.3（前期差1.3ポイント増）と3期ぶりにマイナス幅が縮小した。



●あさひかわ商工会では、地域内小規模事業者の「景況確認と経営問題の把握」についての調査を平成30年1月1日～3月31日までの期間実施し、その概要を以下のとおりまとめました。

全業種の売上高DI値



全業種 DI △39

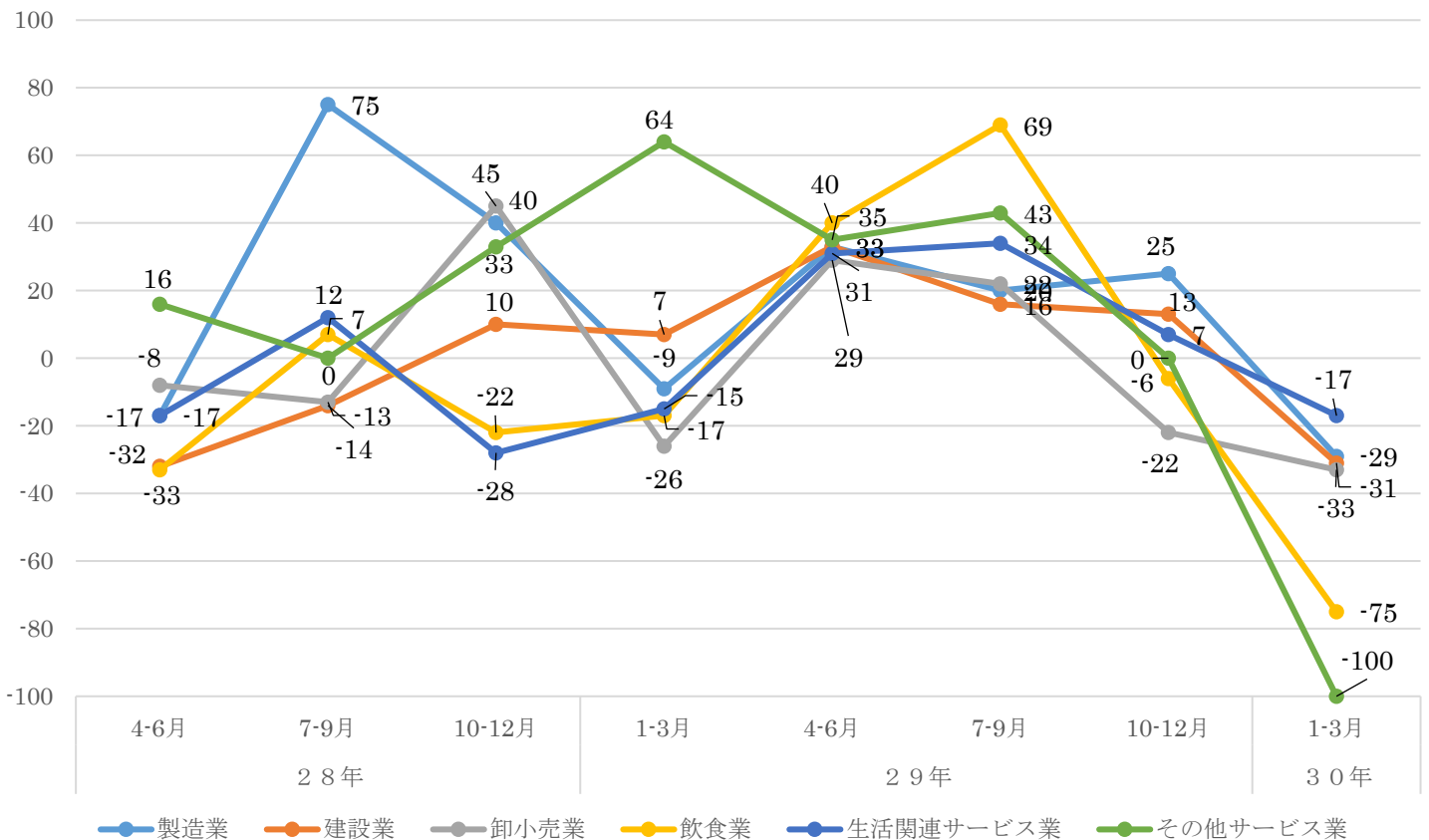
業種	件数
個人事業所	41件
法人事業所	3件
合計	44件

業種	件数
製造業	7件
建設業	16件
卸小売業	6件
飲食業	8件
生活関連サービス業	6件
その他サービス業	1件
合計	44件

大円：全事業所、中円：事業計画書未作成、小円：事業計画書作成済

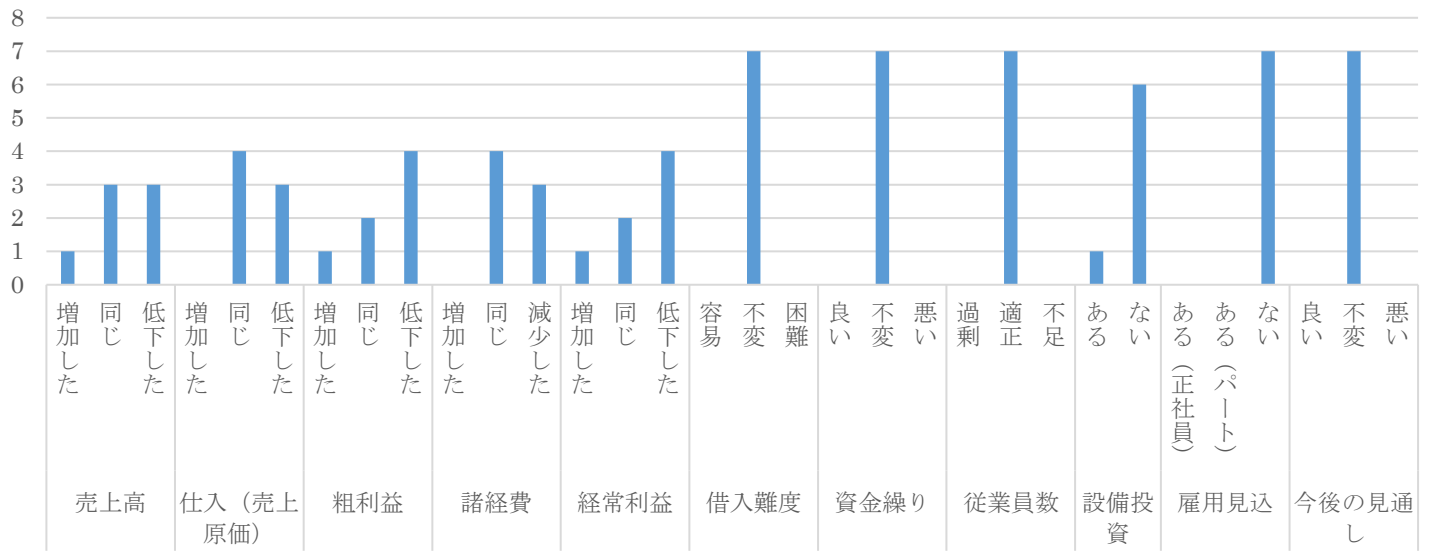
全業種（大円）の売上高DI値は、△39と前回調査より△43ポイントであった。業種別には、製造業が前回調査時+25ポイントから△29ポイントへと△49ポイント減少した。建設業は、△31ポイント（△44ポイントの減少）、卸小売業は、△33ポイント（△11ポイントの減少）、飲食業は、△75ポイント（△69ポイントの減少）、生活関連サービス業は、△17ポイント（△24ポイントの減少）、その他サービス業は、△100ポイント（△100ポイントの減少）となった。

業種別売上高DI値の推移

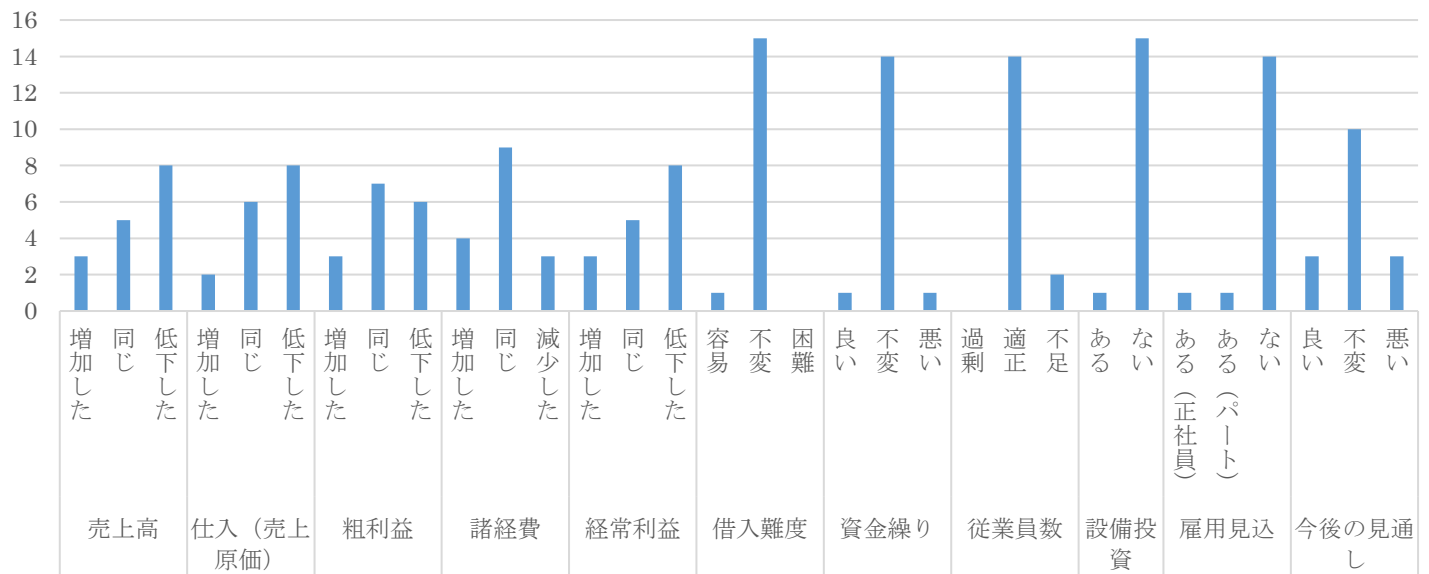


売上高DI = 売上増加企業割合 - 売上減少企業割合

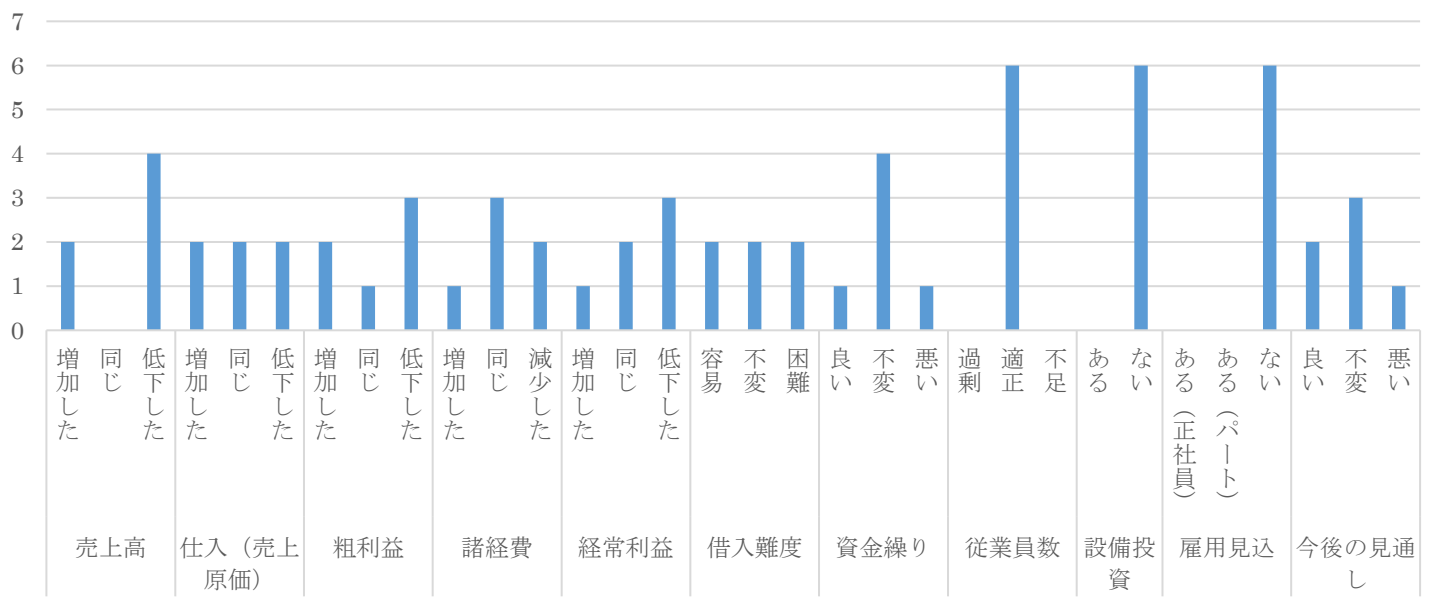
製 造 業



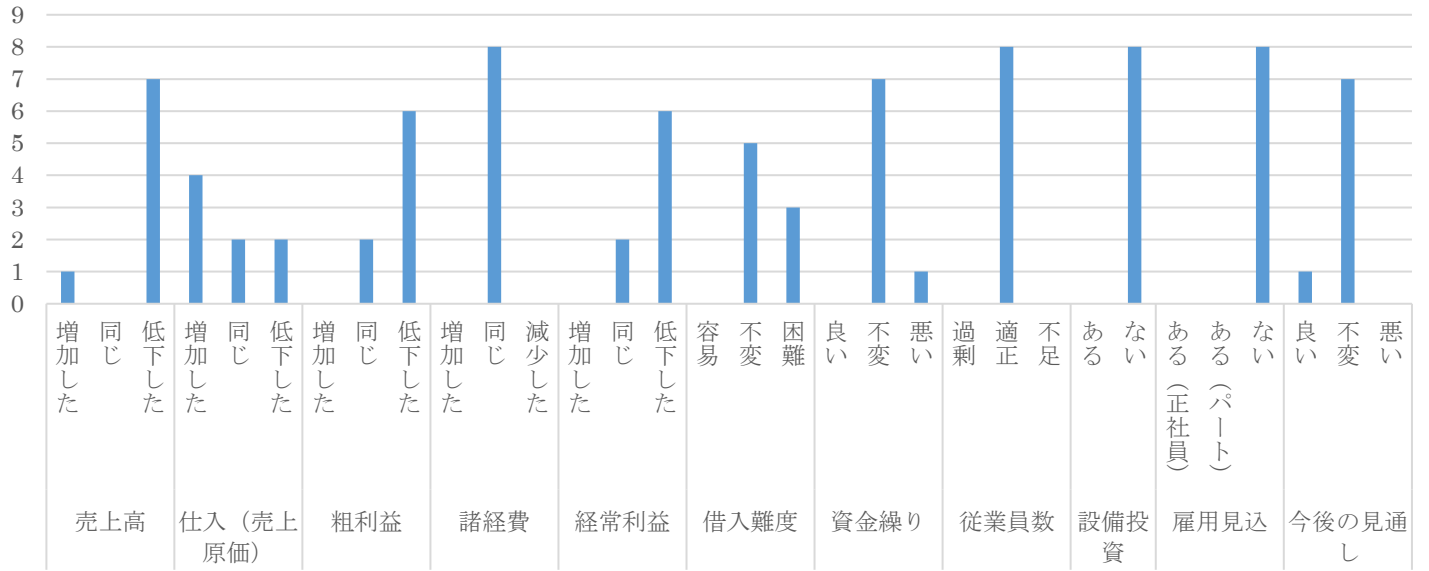
建 設 業



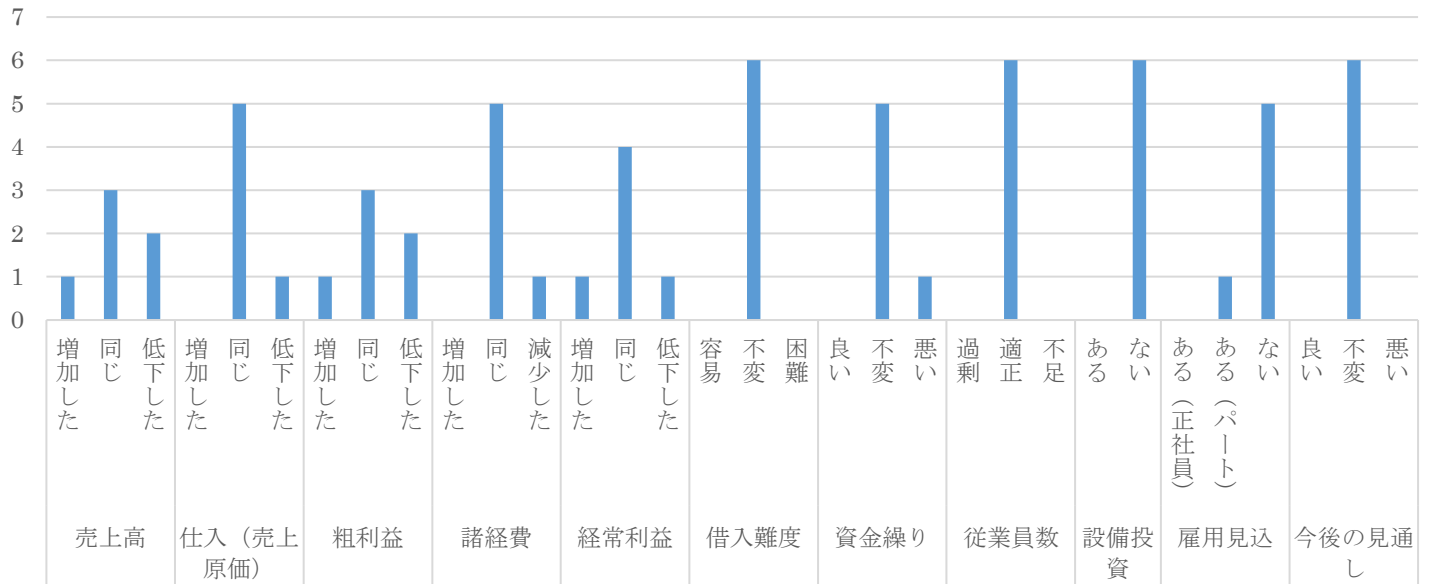
卸小売業



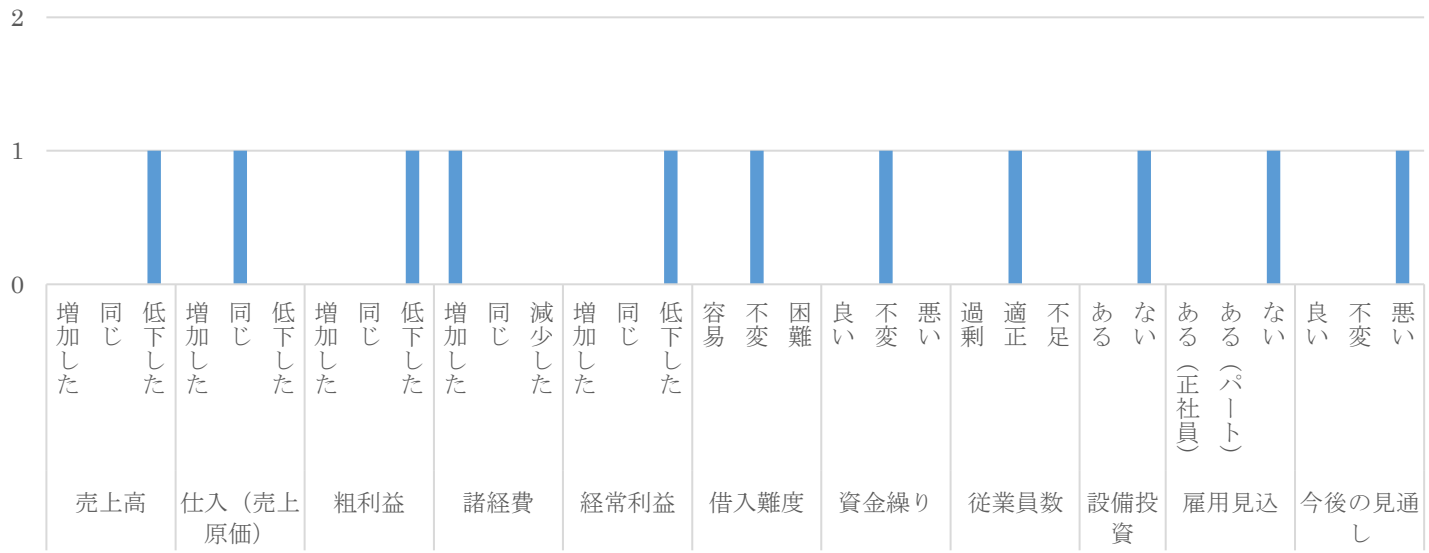
飲 食 業



生活関連サービス業

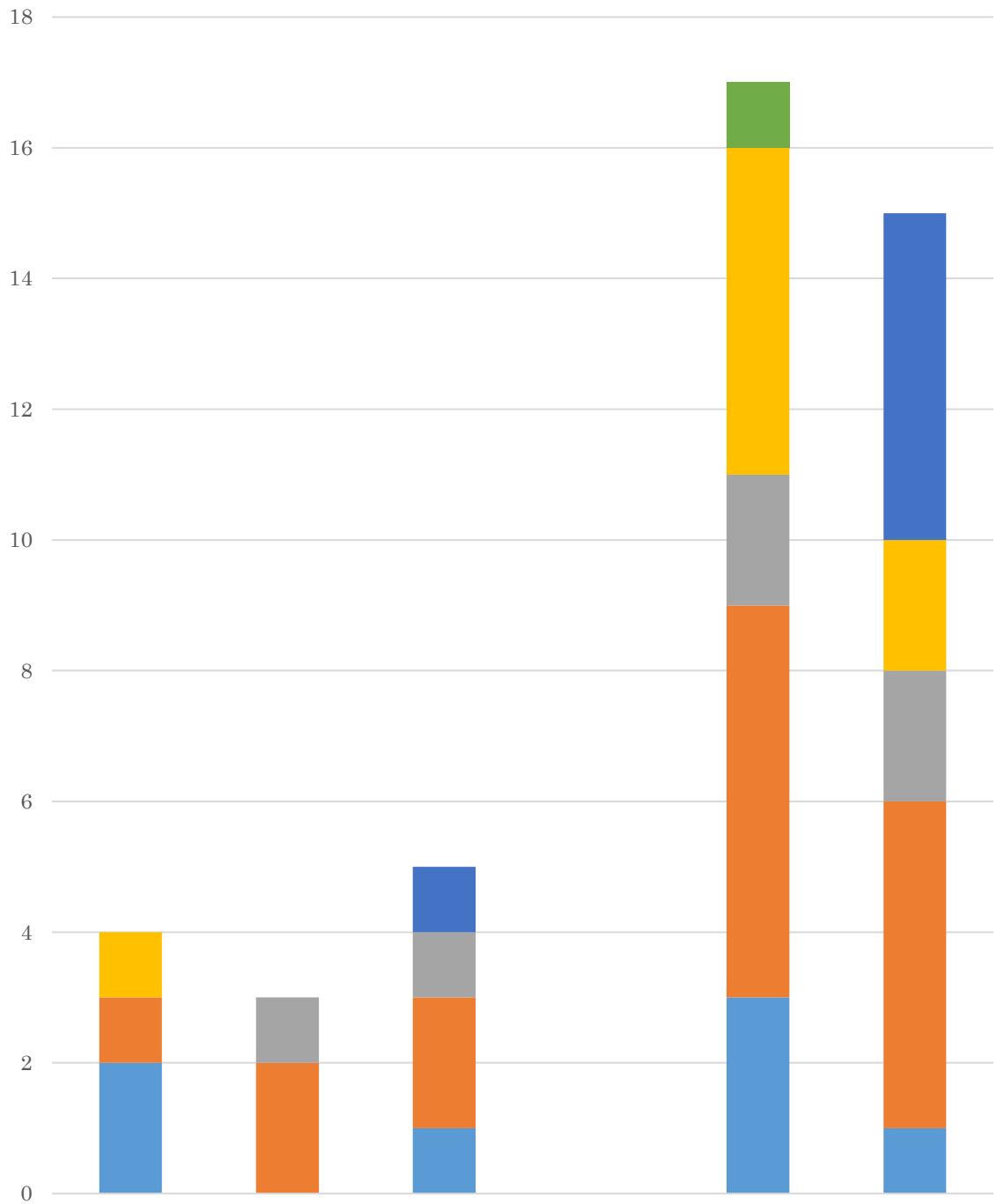


その他サービス業



事業承継の予定

■ 製造業 ■ 建設業 ■ 卸小売業 ■ 飲食業 ■ 生活関連サービス業 ■ その他サービス業



後継者が決まっており、その後継者に事業を承継する。

後継者は決まっていないが、後継者候補はある。

後継者は決まっておらず、候補者もないが、事業は継続したい。

後継者がいないため、M&Aによる売却を考えている。

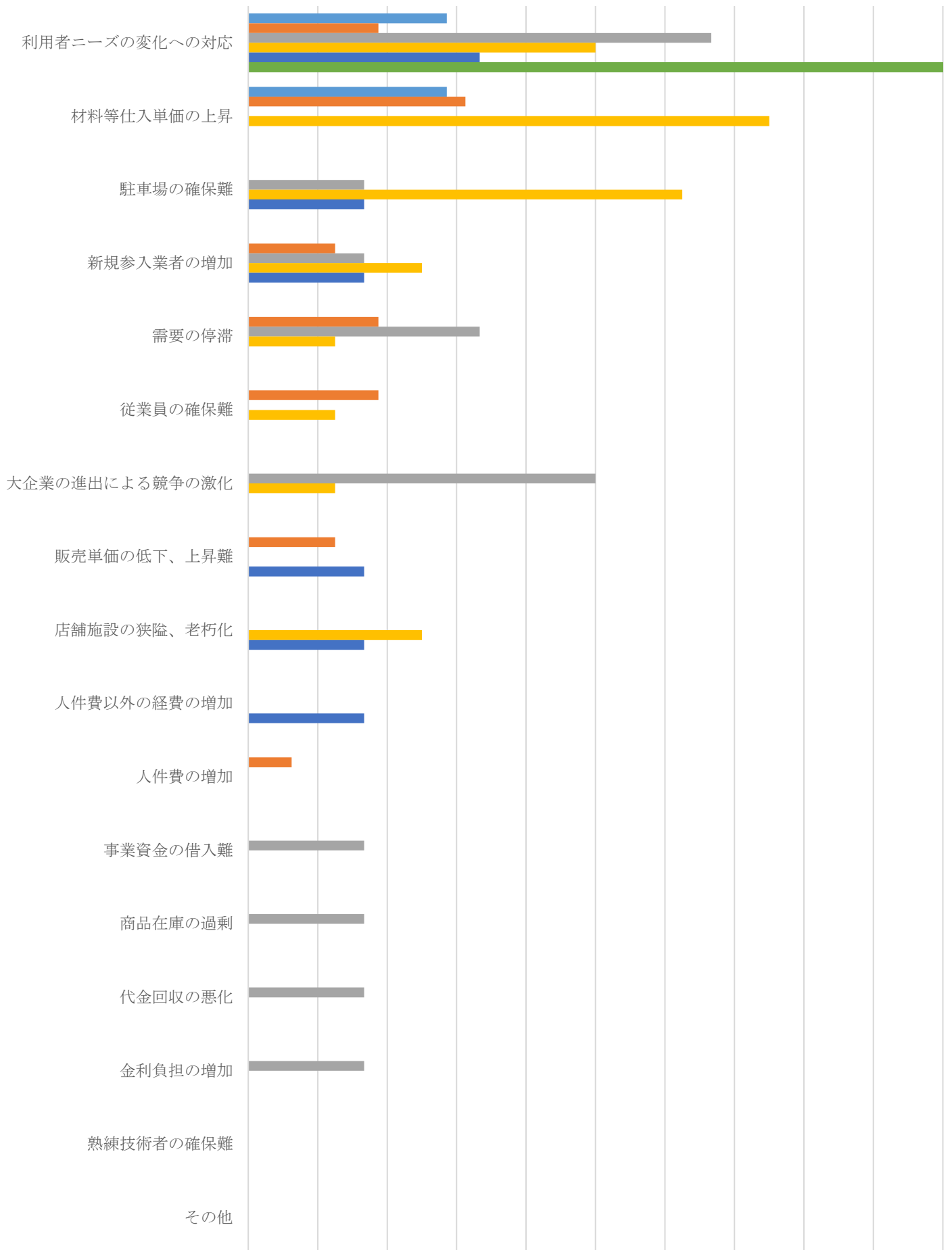
現在の事業を継続するつもりはない。

代表者がまだ若いので、後継者を決める必要がない。

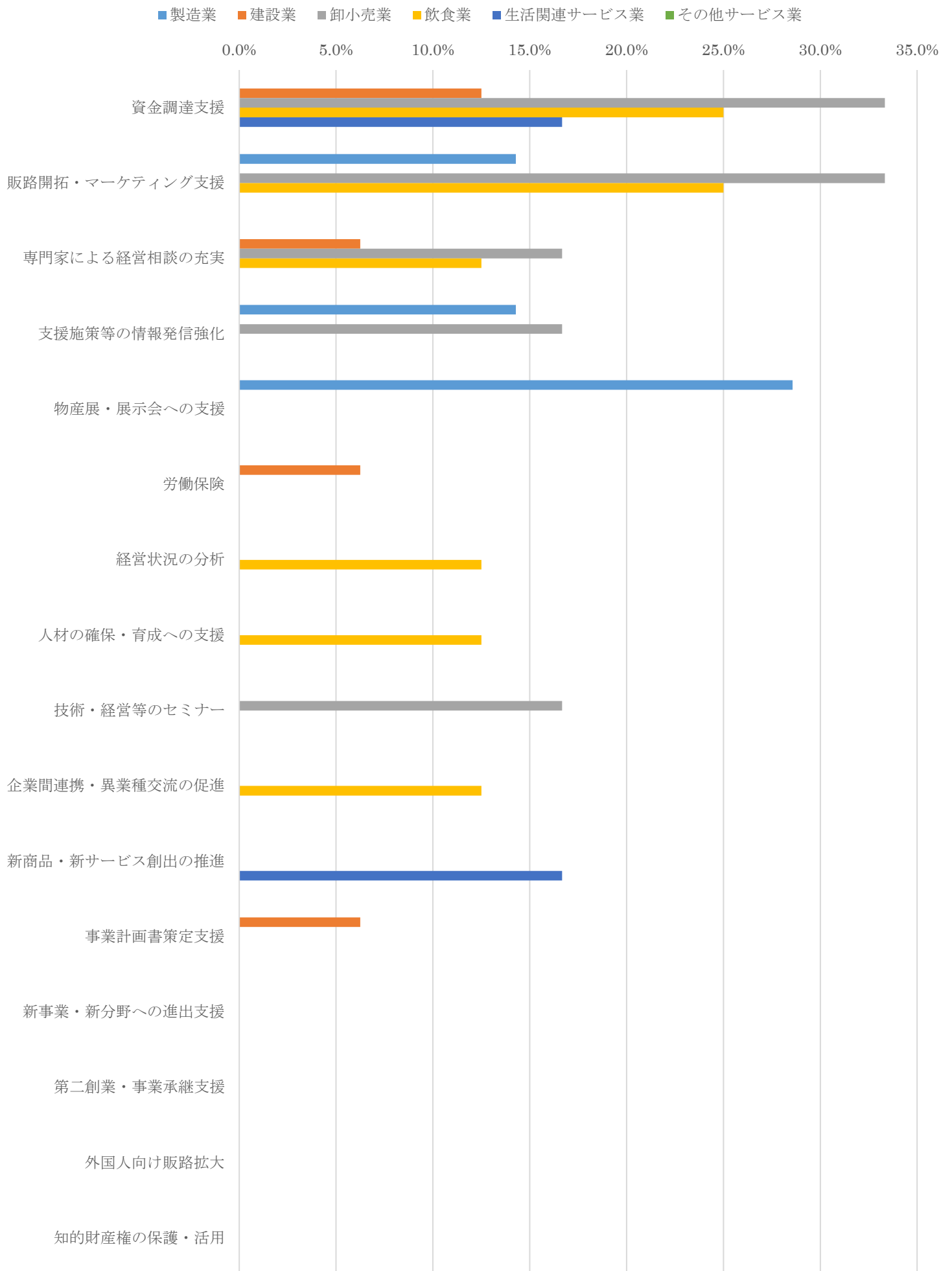
経営上の問題点

■ 製造業 ■ 建設業 ■ 卸小売業 ■ 飲食業 ■ 生活関連サービス業 ■ その他サービス業

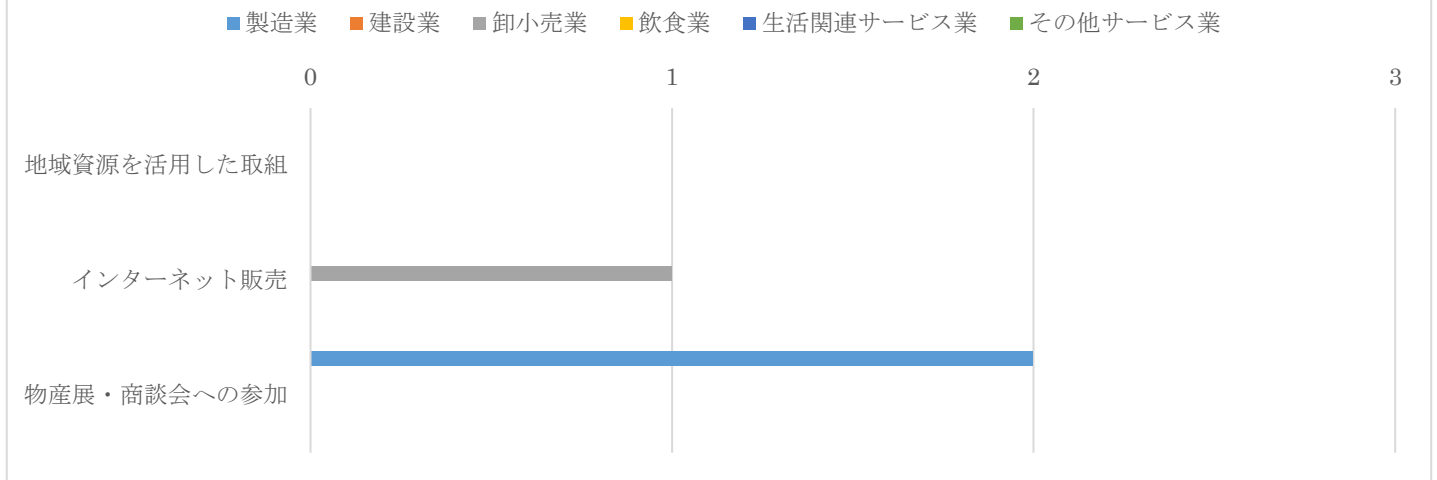
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0% 50.0% 60.0% 70.0% 80.0% 90.0% 100.0%



商工会への要望



自社で取り組んでいる事業



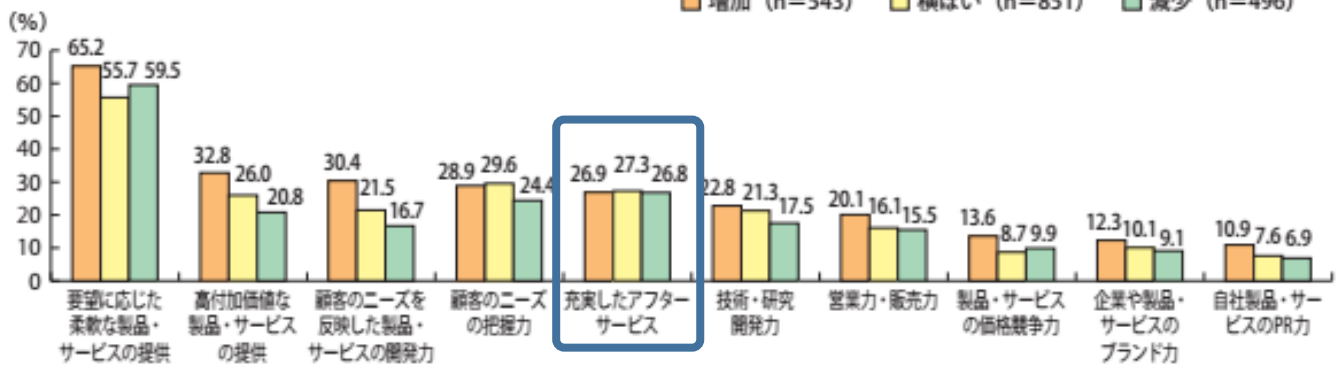
●売上拡大に向けた取組（小規模企業白書）

①小規模事業者の強み

小規模事業者が考える自身の強みを見つめる。図は、商圏別及び売上高傾向別に強みを見たものである。「要望に応じた柔軟な製品・サービスの提供」は、商圏範囲にかかわらず、自社の強みであるとする小規模事業者が多いことが見て取れる。次に、商圏別の違いを見てみると、同一市町村内が商圏である事業者は、他の事業者と比較して、「充実したアフターサービス」が高い回答割合にある。他方で、同一都道府県及びその他国内全域が商圏である事業者は、同一市町村の事業者と比較して「技術・研究開発力」が高い傾向にある。商圏が狭い企業ほど地域密着型の事業者であることから、その地域の顧客の要望に応じていくことやきめ細かなアフターサービスに注力することで、顧客を獲得する傾向にあることが推察される。

第2-3-10図 商圏別・直近の売上高傾向別に見た、自社の強み

(1) 同一市町村



(2) 同一都道府県

