

小規模事業者景況調査報告書（第12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10月	11月	12月
総括判断	持ち直しているものの、足下に北海道胆振東部地震の影響がみられる	北海道胆振東部地震の影響により、一部に弱さがみられる	北海道胆振東部地震の影響から回復している
生産活動	弱含みとなっている	急激に低下している	回復している
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	悪化している	緩やかに改善している
公共工事	減少している	減少している	減少している
住宅建設	弱まっている	弱まっている	弱まっている
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、負債総額とも減少	件数、負債総額とも減少	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）

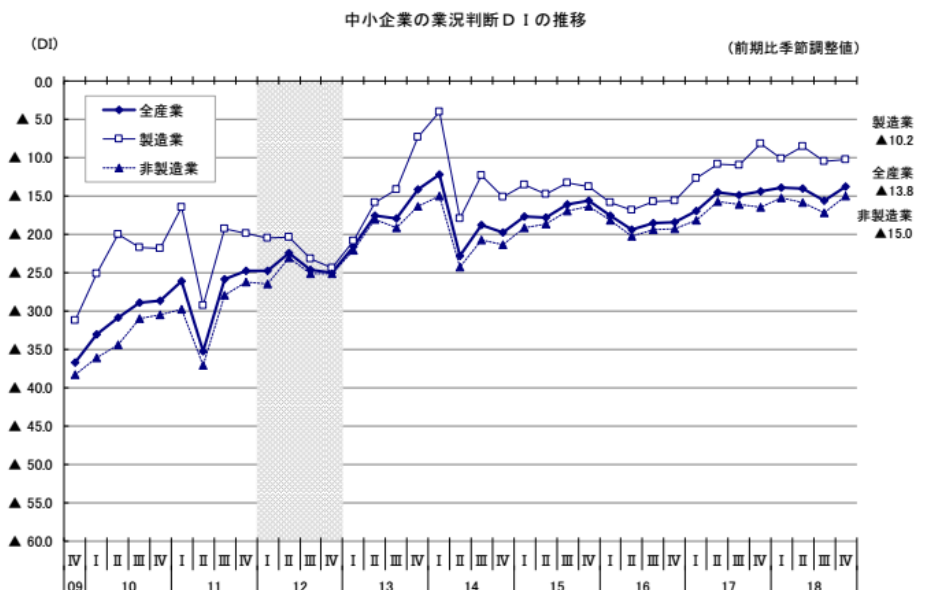
	平成30年8月	平成30年11月
総括判断	一部に弱さがみられるものの、持ち直している	持ち直しのテンポが緩やかになっている
個人消費	緩やかに持ち直しつつある	緩やかに持ち直しつつある
観光	緩やかに持ち直している	持ち直しのテンポが緩やかになっている
公共事業	前年を上回る	前年を下回る
住宅建設	緩やかに持ち直しつつある	持ち直しのテンポが緩やかになっている
雇用情勢	改善している	改善している

●中小企業景況調査（独立行政法人 中小企業基盤整備機構）

2018年10-12月期の全産業の業況判断DIは、（前期▲15.6→）▲13.8（前期差1.8ポイント増）となり、3期ぶりにマイナス幅が縮小した。

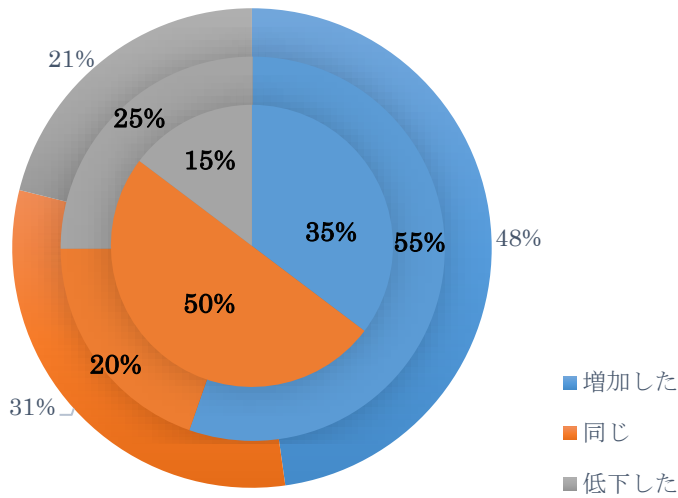
製造業の業況判断DIは、（前期▲10.5→）▲10.2（前期差0.3ポイント増）と2期ぶりにマイナス幅が縮小した。

非製造業の業況判断DIは、（前期▲17.2→）▲15.0（前期差2.2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10月1日～12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 +27

個人事業所	65件
法人事業所	25件
合計	90件

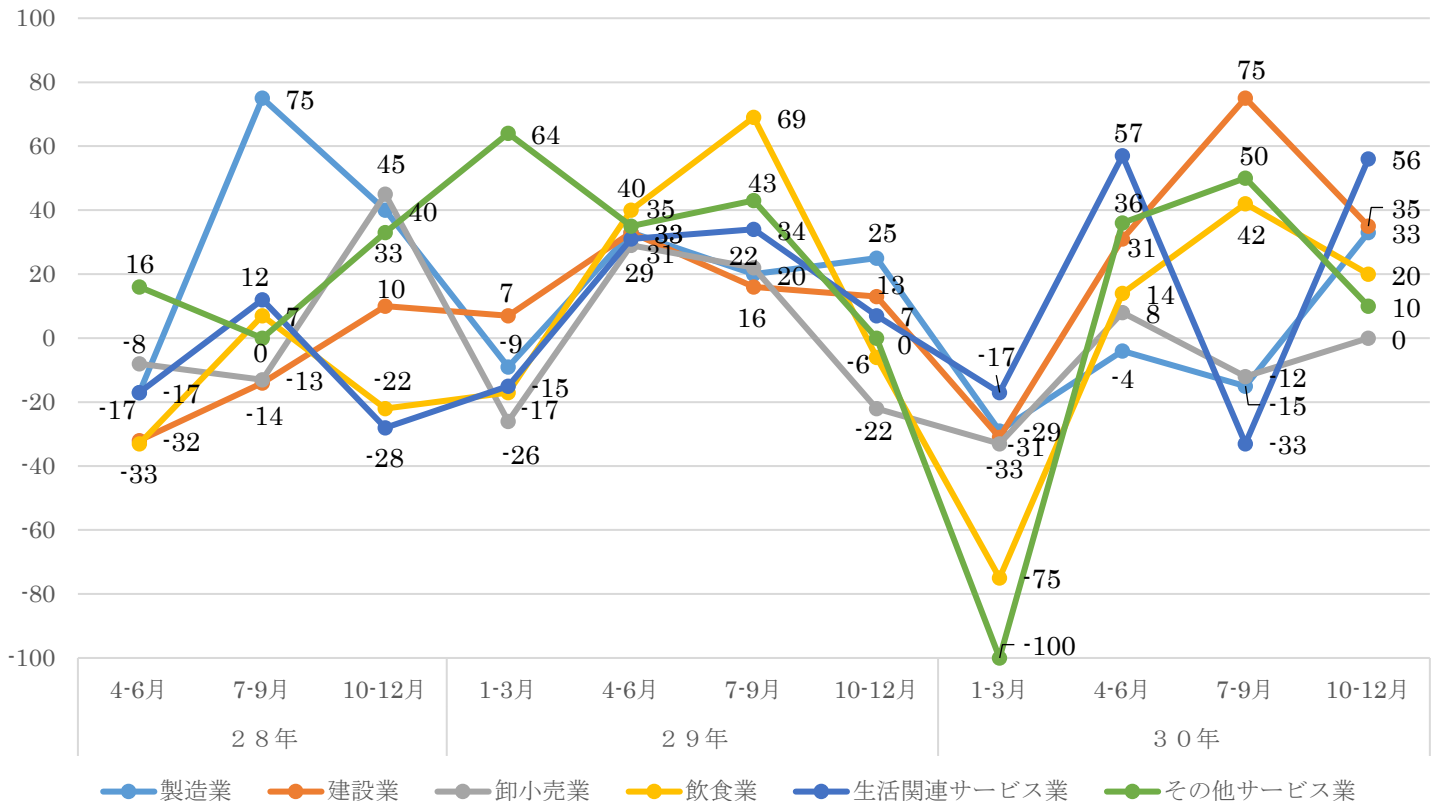
業種	件数
製造業	6件
建設業	23件
卸小売業	15件
飲食業	20件
生活関連サービス業	16件
その他サービス業	10件
合計	90件

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、+27と前回調査より+4ポイントであった。

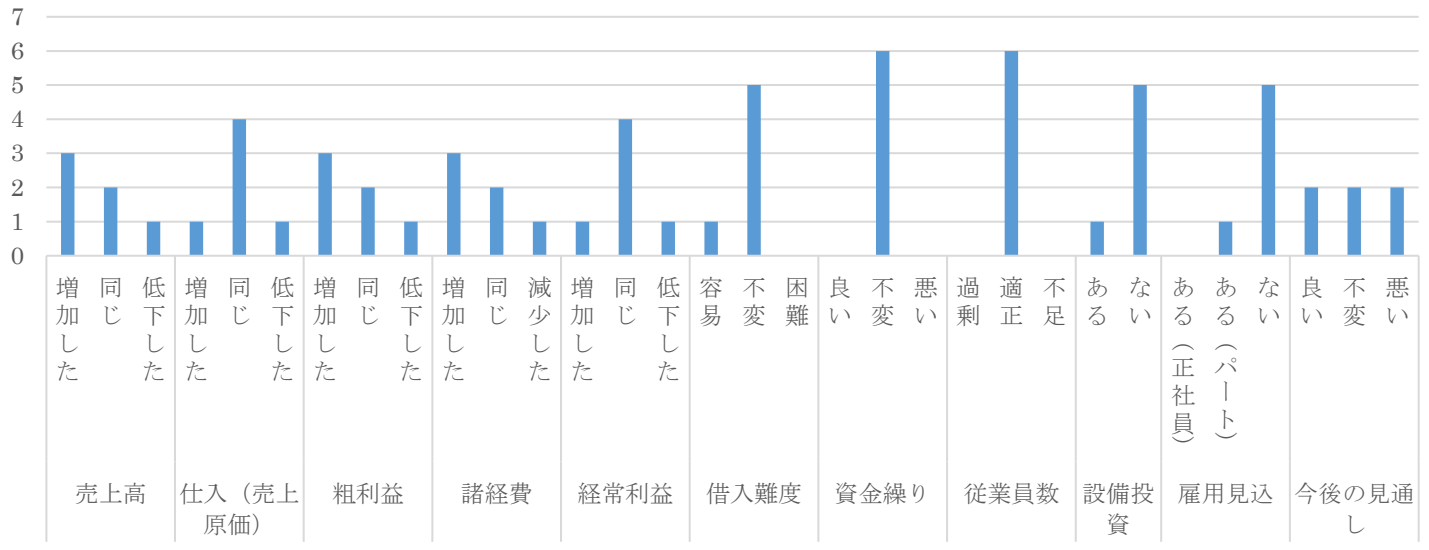
業種別には、製造業が前回調査時△15ポイントから+33ポイントへと+48ポイント増加した。建設業は、+35ポイント（△40ポイントの減少）、卸小売業は、0ポイント（+12ポイントの増加）、飲食業は、+20ポイント（△22ポイントの減少）、生活関連サービス業は、+56ポイント（+89ポイントの増加）、その他サービス業は、+10ポイント（△40ポイントの減少）となった。

業種別売上高DI値の推移

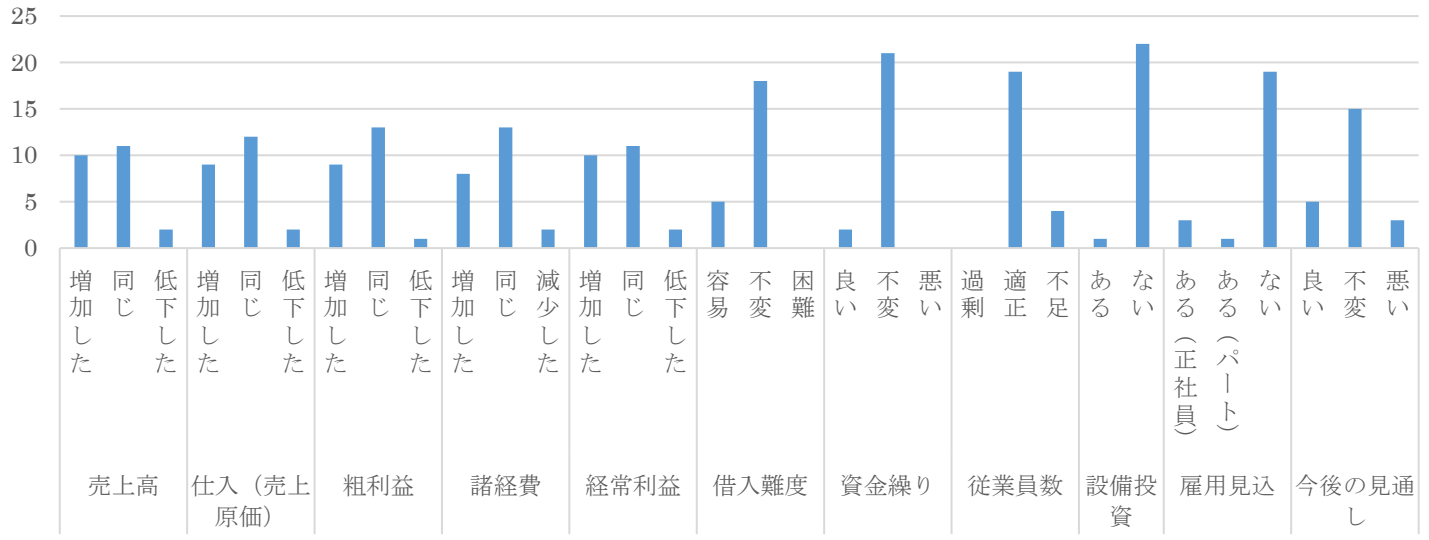


売上高DI = 売上増加企業割合 - 売上減少企業割合

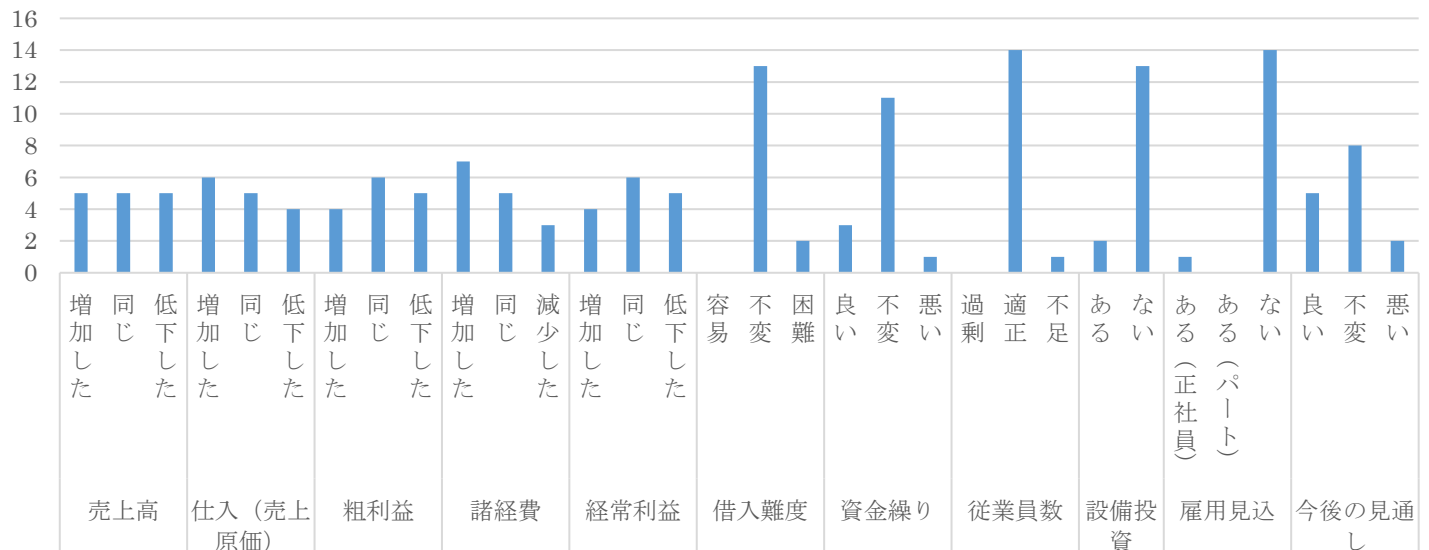
製 造 業



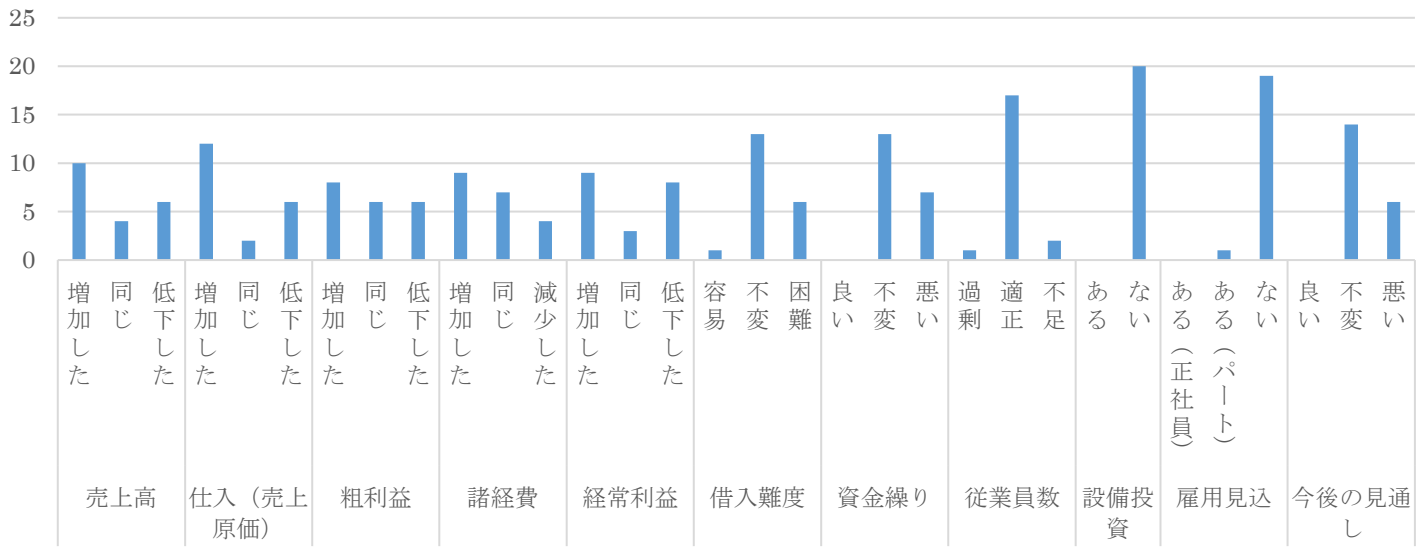
建 設 業



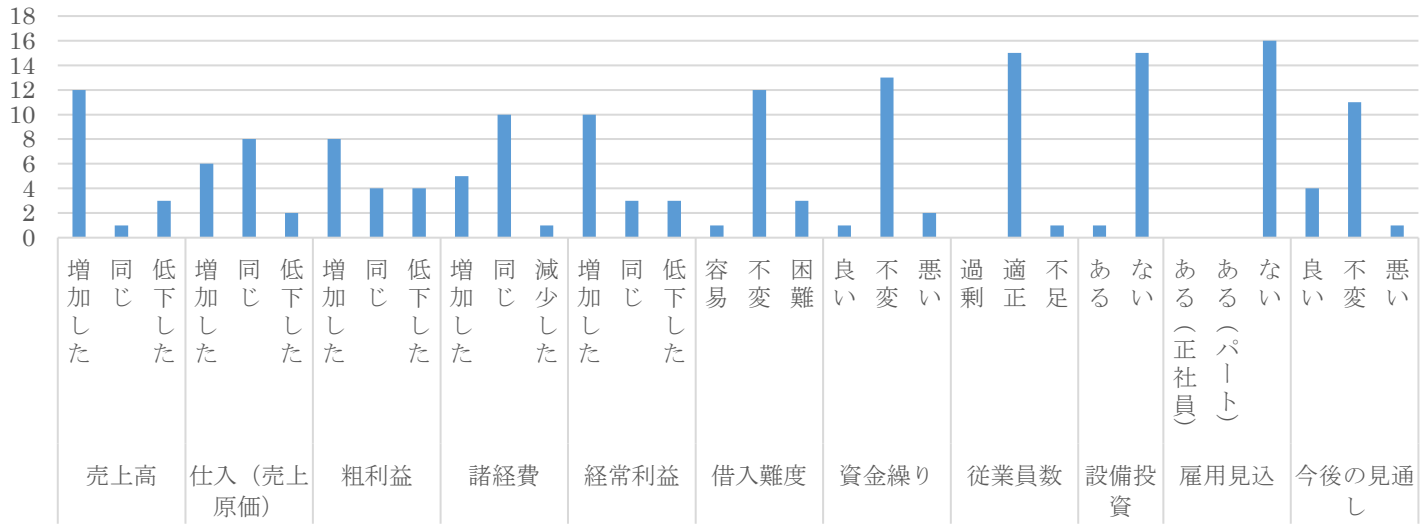
卸 小 売 業



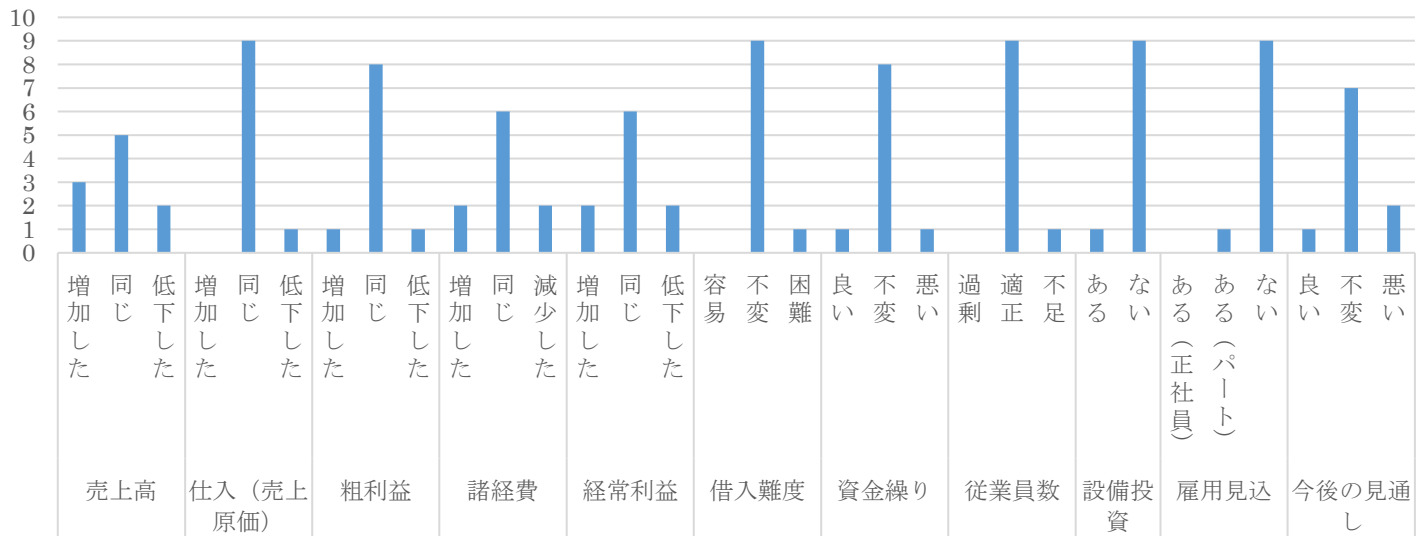
飲 食 業



生活関連サービス業

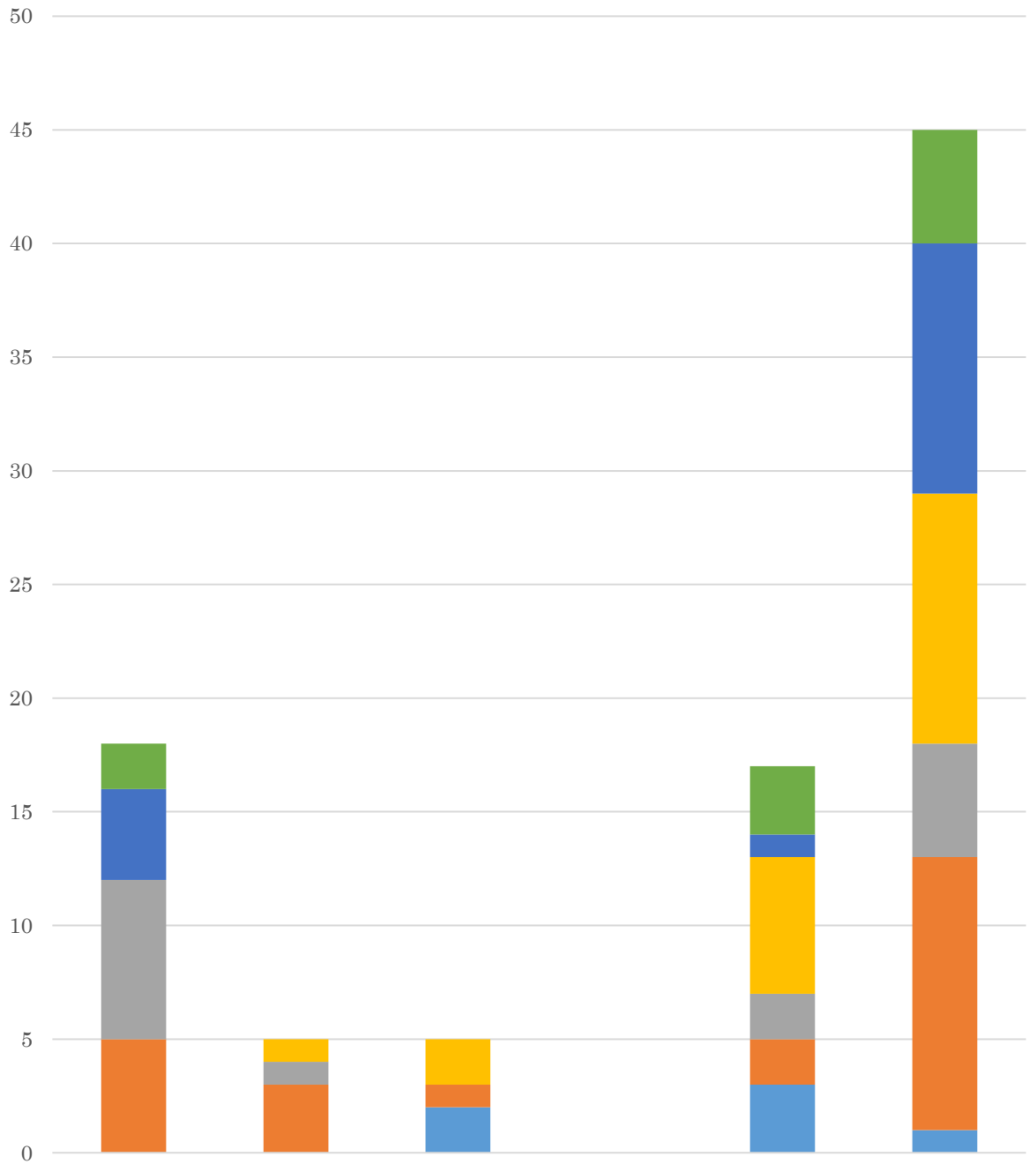


その他サービス業



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、後継者候補はいる。

後継者は決まっておらず、候補者もいないが、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。

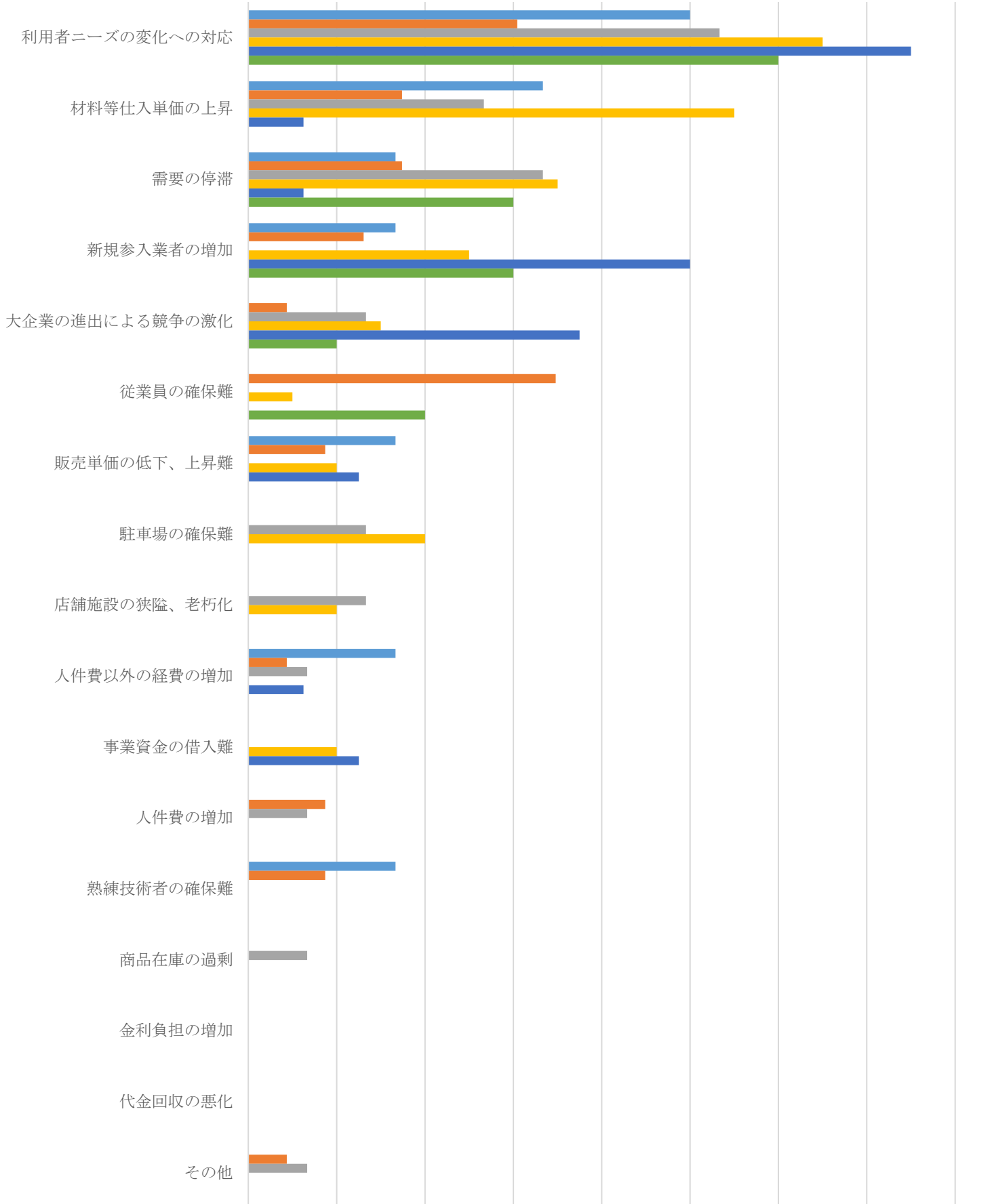
現在の事業を継続するつもりはない。

代表者がまだ若いので、後継者を決める必要がない。

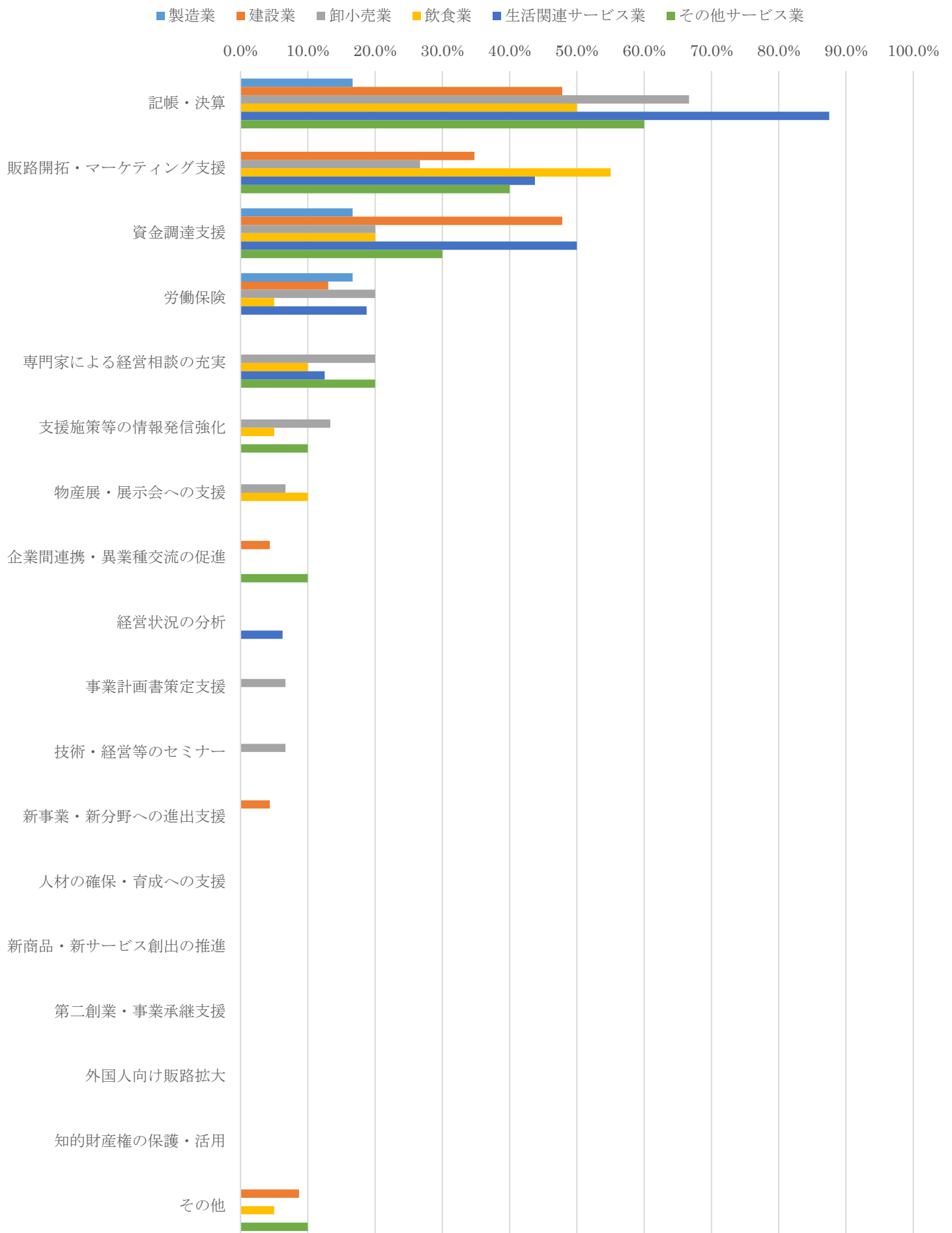
経営上の問題点

■ 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

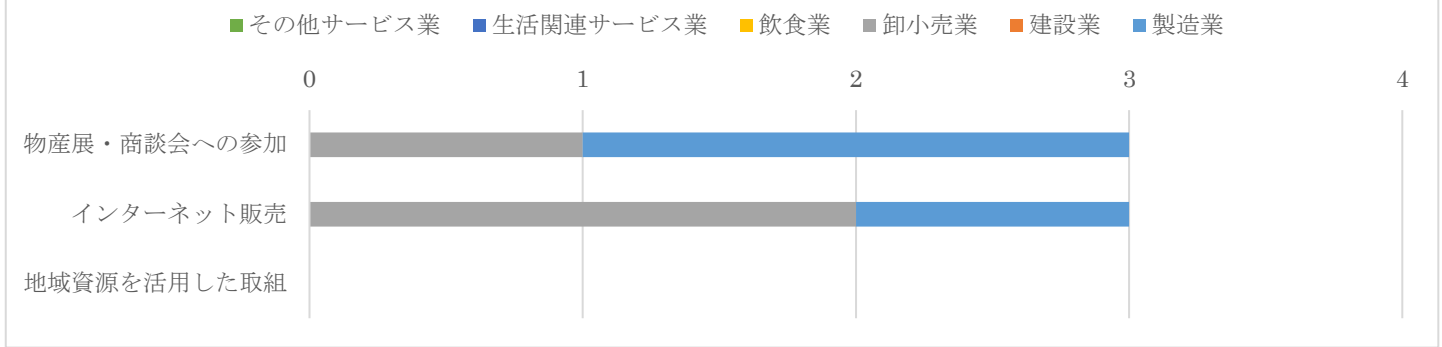
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0% 50.0% 60.0% 70.0% 80.0%



商工会への要望



自社で取り組んでいる事業

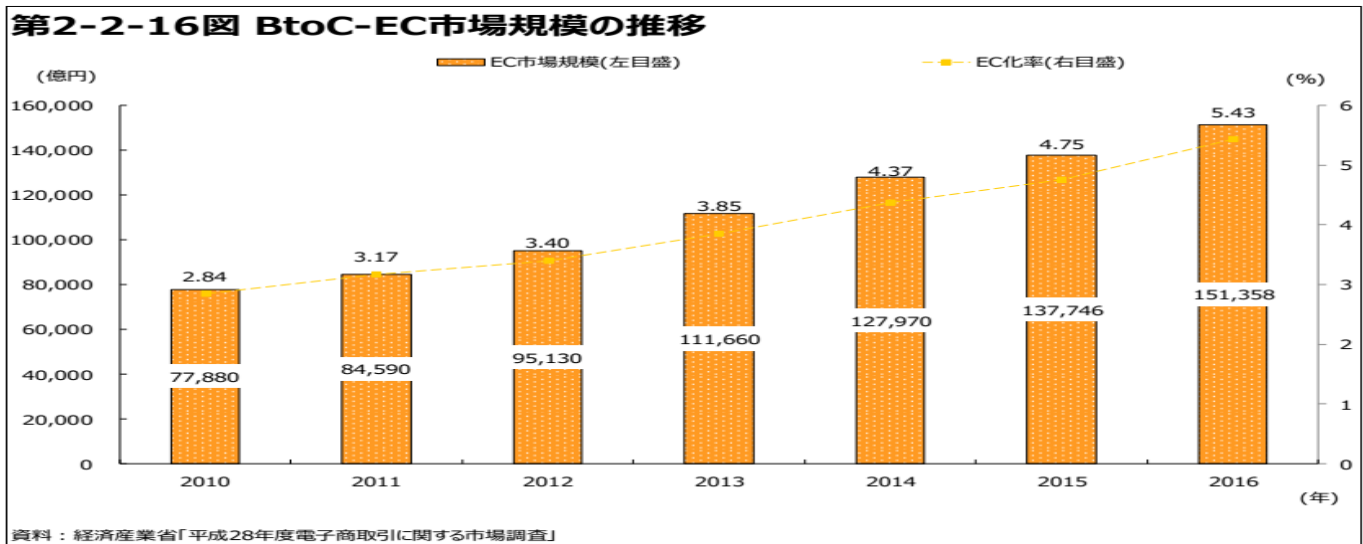


●小規模事業者の IT 活用の現状（小規模企業白書）

1. 小規模事業者の電子商取引等の活用

①BtoC-EC 市場規模の推移

第 2-2-16 図は、一般消費者向けの EC（電子商取引）市場規模と EC 化率の推移について見たものである。毎年 EC 市場規模が拡大していることが分かる。



第 2-2-18 図は、顧客やビジネスパートナーの獲得等を目的としたサイトへの出店や登録を行っていると回答した者へその具体的な出店先や登録先を聞いている。「インターネットショッピングモールへの出店・出品」している事業者の割合は比較的多い。

