

大和高田市内コミュニティ企業景況調査

(平成 30 年 1-3 月期)

大和高田商工会議所

大和高田市は古くから繊維産業や機械産業を中心とした産業集積、また、立地を生かした商業集積を形成してきた。その中、地域に根差す小規模企業は、地域の経済活動の担い手であると同時にコミュニティの核となる存在と言える。近年、産業のグローバル化や少子高齢化等で沈滞する地方経済にとって、円滑な事業承継と同時に、新しい事業者を生む下地となる環境づくりが課題となっている。

そのため、本調査においては、小規模企業をコミュニティ企業と位置付けて、その動向と課題について調査し、地域産業の新しい方向性を導き出すデータとしていきたい。

＜本調査の概要＞ 大和高田商工会議所加盟の小規模企業について、製造業（建設業含む）、非製造業（商業・サービス業）の業種別にアンケートを実施し、直近 3 か月間の業況とその後の 3 か月間の予測、及び問題点について調査した。

業況については、「D I (diffusion index)」として指数化し判断している。

■「DI」とは、アンケート結果の程度を指数化したもので、質問に対して「プラス(良い、増加、過剰等)」と回答した企業割合から「マイナス(悪い、減少、不足等)」と回答した企業割合を差し引きした指数。

■【本調査で当期とは「1～3 月」、前期とは「29 年 10-12 月」、来期とは「4～6 月」の各 3 か月間を示す。】

■コミュニティ企業(小規模企業)の景況感

(1) 今期の業況

当期(1～3月期)の業況については、製造業は、業界全体の前年同期比DIは▲44.4と低調ながら、自社の業況は▲33.3とややおだやか。前期(29年10-12月)との比較では低調ながら改善がみられる。

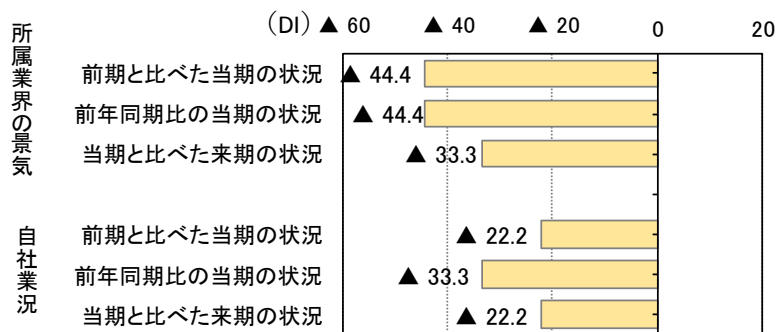
非製造業も同様に、業界全体の前年同期比DIは▲50.0と低調ながら、自社の業況は▲40.9とややおだやかなものとなった。来期の見込については、製造業、非製造業とも改善を見込む企業が増えている。

1～3月期は多くの企業の決算月であることから、比較的活況となる場合が多く、次期の見通しについての不透明感がみられる。

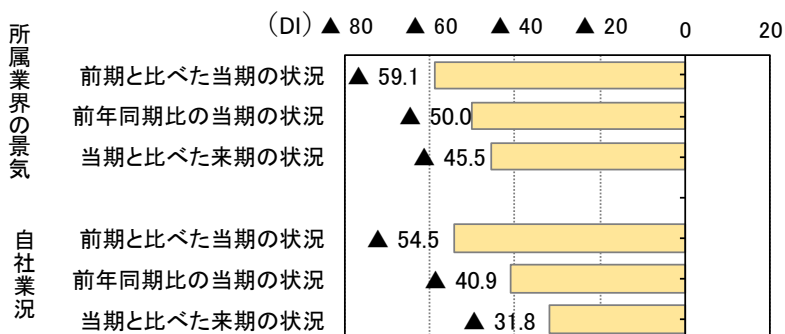
(2) 売上・経常利益の動向

前年同期比で当期(1～3月期)の売上・経常利益をみると、製造業の売上高のDIは▲22.2と低調ながらややおだやかなもので、前期(29年10-12月)との比較でも同様である。ただ、諸コストの上昇で経常利益は厳しい。

(製造業) 景気・業況のDI (良い-悪い)



(非製造業) 景気・業況のDI (良い-悪い)



一方、非製造業の売上高DIは前年同期比で▲36.4と低調で、前期（29年10-12月）との比較でも▲45.5と厳しいものとなった。また、経常利益のDIはさらに厳しいものとなった。

全国的な景気は回復基調にあるものの、極めて緩やかなものであり、地域間格差は強く地方部は厳しい。さらに、製造業においては、グローバル化が国内の地域産業に構造的な変化を迫っており、また、非製造業においては、人口の減少やネット取引の進展等により市場構造が変化している。

（3）在庫・設備・雇用の過不足

製造業の受注高は、繊維産業などで季節的なピークを過ぎたことから減少し、来期も減少の見込み。また、製品在庫は、今期は適正で、来期は見込み生産期に入り増加の見込み。

設備と雇用人員については、今期は適正だが、来期は、季節的に過剰感が生じる見込み。

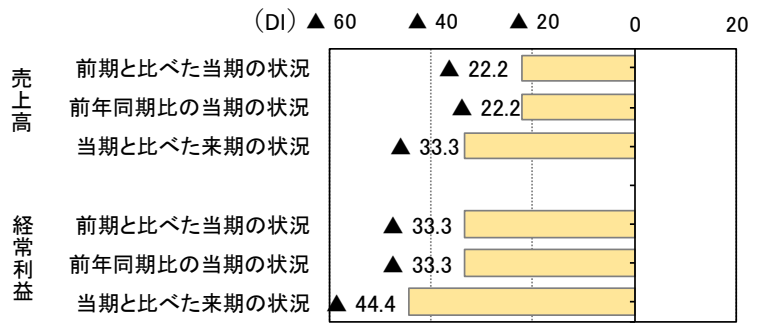
非製造業は、今期及び来期の見込ともに商品在庫に不足感が見られ、営業活動の堅調さがうかがえる。また、そのため、設備に不足感が見られ、さらに、少子化の中で人員にも不足感が生じている。

（4）価格動向

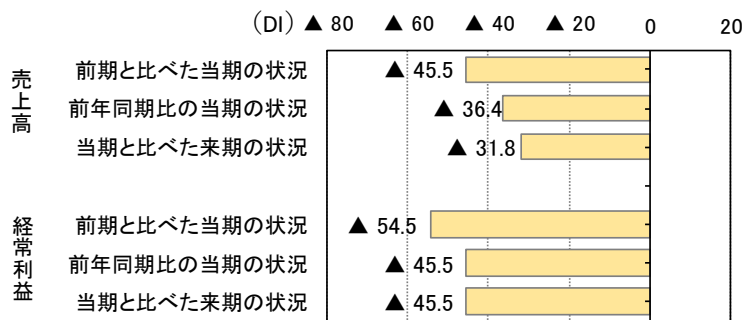
価格動向については、製造業では当期の販売価格は横ばいであるものの来期は低下の見込み。一方、原材料等の仕入価格は上昇傾向が強い。

非製造業では、販売価格は低下の動

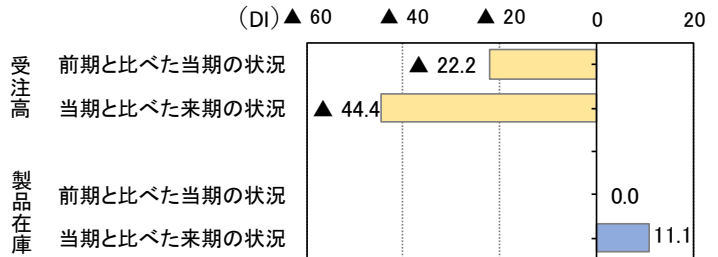
（製造業） 売上・経常利益のDI（増加－減少）



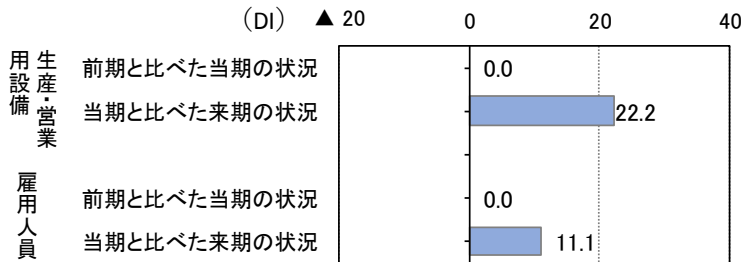
（非製造業） 売上・経常利益のDI（増加－減少）



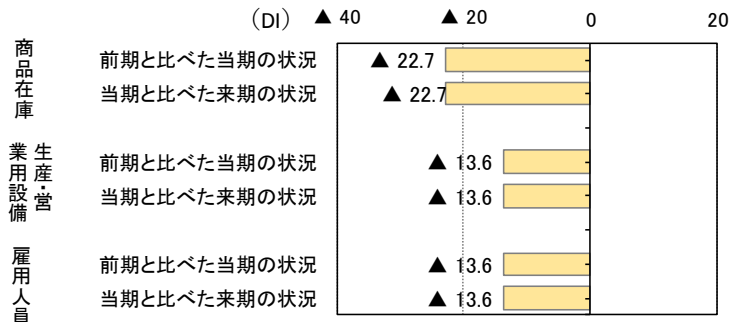
（製造業） 受注高・在庫のDI（増加－減少）



（製造業） 設備・雇用のDI（過剰－不足）

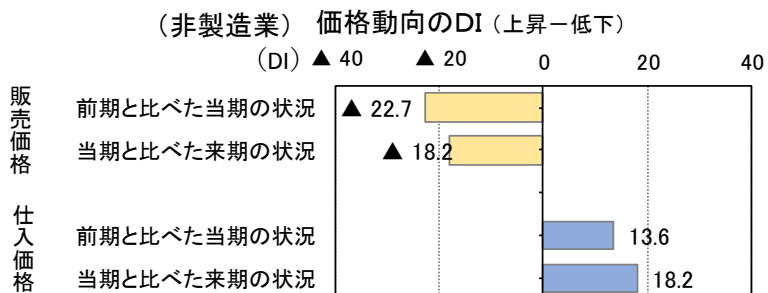
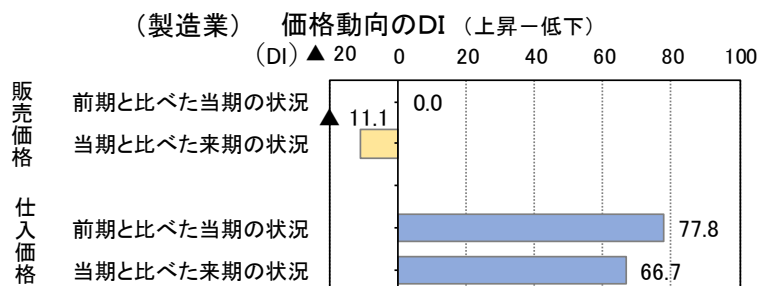


（非製造業） 設備・雇用のDI（過剰－不足）



きが続くが、商品等仕入れ価格は上昇。

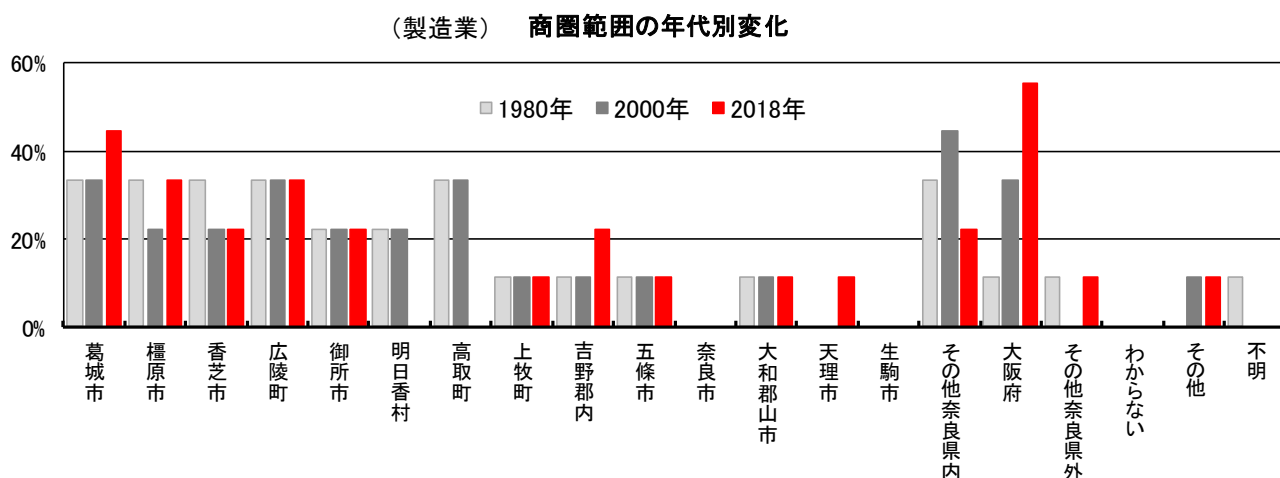
このように、両業種とも、価格面では粗利益率の下押しの動きが続いており、高付加価値化を図り粗利益率を維持するか、コスト削減による純利益の確保が課題となっている。



■コミュニティ企業(小規模企業)を取り巻く環境

(1) 製造業の商圏環境とコミュニティ企業の動き

製造業事業者の取引先の所在地について1980年、2000年、2018年の各年において比較的遠い市町村を尋ね、商圏範囲の年別変化を検証した。(複数回答)



主要な商圏は近隣市町村であり比較的狭い範囲となっており、また、概ね変化はしていないが、2018年には、葛城市がやや増加し、一方で明日香村、高取町が商圏から外れた。

また、製造業は商圏が立地にしばられることが比較的少ないことから、取引先の県外移転等の流れもあって大阪府内、その他奈良県外といった遠隔地へ商圏開拓する動きも強まっている。

<商圏変化の要因> (複数回答)

商圏変化の要因としては、「取引先の廃業・規模縮小」が最も多く、「需要(消費量)の減少」「海外製品の流入増加」といった競争激化の要因が続く、取引の量的な減少も伴っていると考えられる。

既存の取引先が先数、取引量ともに減少し、市場の縮小が続く中で、選ばれるメーカーとなる、ある

いは新規開拓が必要である。

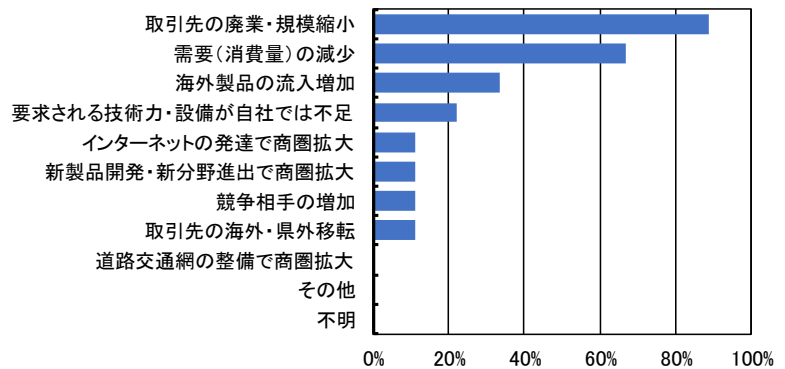
しかし一方で、「インターネットの発達で商圏拡大」「新製品開発・新分野進出で商圏拡大」といった企業もみられる。新しい取引先を広げる営業努力や技術力・開発力向上が必須であるが、それが奏功する動きも出ている。

<商圏変化への対応> (複数回答)

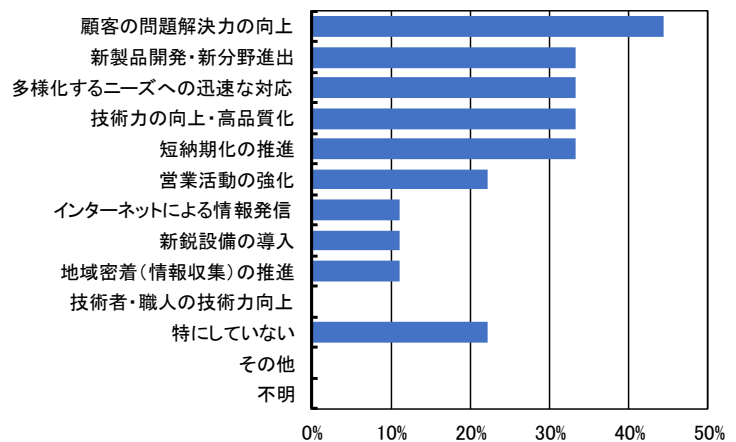
商圏の縮小がみられる中で、製造業の各企業においても対策を講じようとしており、「顧客の問題解決力の向上」「新製品開発・新分野進出」「技術力の向上・高品質化」といった、自社の技術力を高めて優位性を発揮しようとする努力がみられる。

また、「多様化するニーズへの迅速な対応」「短納期化の推進」といった、顧客から選ばれる企業になるよう努められている。その他、中小規模企業が弱いとされている「営業活動の強化」を図る企業もみられる。

(製造業) 商圏変化の要因



(製造業) 商圏変化への対応方法

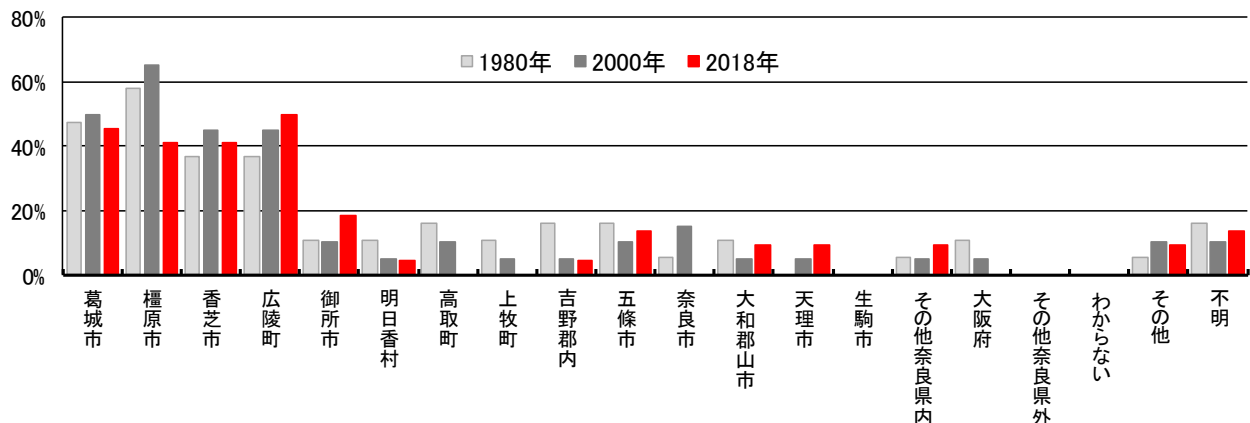


(2) 非製造業の商圏環境とコミュニティ企業の動き

商業やサービス業が中心となる非製造業においては、店舗立地により商圏が制約を受けることが多いことから、大和高田市内を中心とした隣接エリアの市町村が中心商圏となる。

御所市や明日香村等の隣接エリアの外周エリアも、かつて大和高田が強い消費吸収力を持っていた時代には有力な商圏であったが、1980年にはかなり吸引力も弱まり、御所市、五條市を除いて年々縮小が続き 2018 年になると商圏から外れる市町村も出ている。

(非製造業) 商圏範囲の年代別変化



< 商圈変化の要因 > (複数回答)

商圈変化要因としては、高齢化による外出機会の減少や、少子化と人口減少により商圈として成立しなくなったことから「顧客年齢層の変化 (少子高齢化)」が最も多く、「人口の減少」が続く。

次に、「周辺地域の大型店・ロードサイド店の増加」「通信販売・ネット販売利用の増加」といった、消費者の買い物スタイルの変化も強い要因である。

その中、商圈を自ら開拓する取り組みが重要化しているが、「インターネットの活用で商圈拡大」「配達サービスにより商圈拡大」という回答も多い。

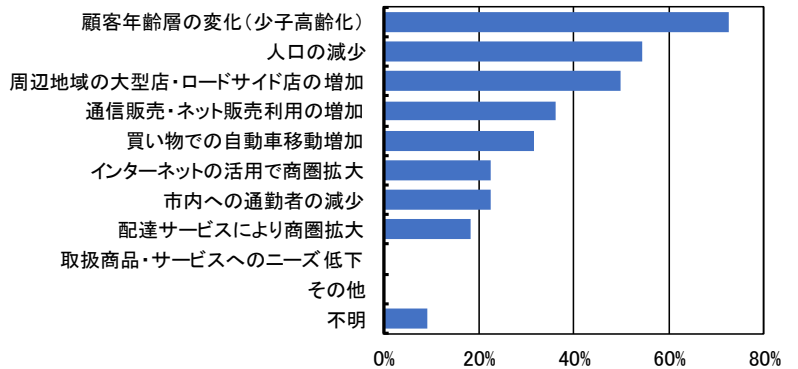
< 商圈変化への対応 > (複数回答)

商圈の小さい小規模なコミュニティ企業にとってきめ細かい地域密着が最も強みとなるが、「アフターサービスの充実」「地域密着の強化」が上位を占める。

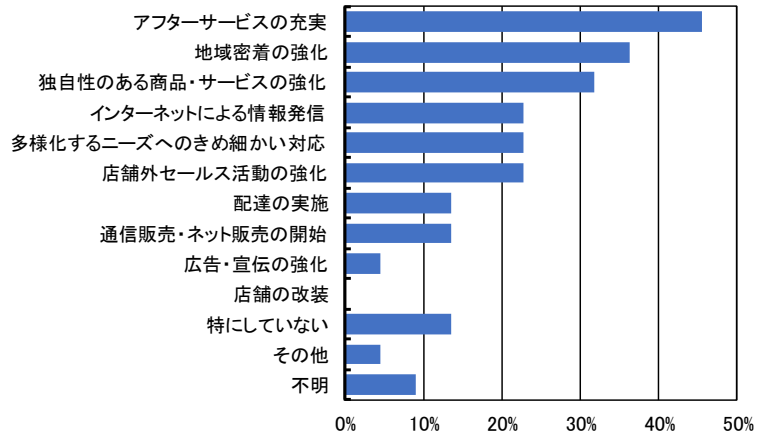
次に、「独自性のある商品・サービスの強化」「多様化するニーズへのきめ細かい対応」が来る。大規模店舗や多数のライバル店との競争では、優位性を発揮できるポイントづくりが重要である。

商圈が範囲・購買力とも縮小する中、「インターネットによる情報発信」「店舗外セールス活動の強化」「配達の実施」など、積極的に接点を広げる活動も重要化している。

(非製造業) 商圈変化の要因



(非製造業) 商圈変化への対応方法



■まとめ

大和高田市内の製造業の商圈は、古くからの繊維や機械関連の産業集積の中で地域内循環が円滑であった。しかし、取引先の廃業・県外移転などにより集積自体の衰退が進んでいる。そのため、比較的立地に限定されない製造業の特質を生かし、産業集積外に打って出る姿勢と、それを高技術でサポートする地域企業の必要性が高まっている。

一方、商業・サービス業が多く店舗等の立地に制約される非製造業では特質が異なる。少子高齢化・人口減少、郊外大型店・専門店の増加、消費者の買い物行動の多様化などにより競争が激化している。その中、既存商圈内に対して自店の個性と優位性をアピールし、そして選ばれる店舗となるような新たな顧客開拓が重要となっている。

< 調査要領 >

■対象事業所:

大和高田商工会議所加盟の事業者のうち、国の小規模事業者定義に従い、製造・建設業は 20 人以下、商業・サービス業は 5 人以下を抽出。

■調査時期: 平成 30 年 5 月下旬 ■調査方法: 郵送法による

	調査対象事業者数	有効回答事業者数	有効回答率
製造業	66	9	13.6%
非製造業	164	22	13.4%
合計	230	31	13.5%

*製造業には建設業含む