平成 29 年度　伴走型小規模事業者支援推進事業
景況感調査

調査報告書

平成 29 年 11 月

広 島 安 佐 商 工 会

目　次

１．調査の概要 1
２．調査結果 1
（１）前期と比べた今期の状況 2
（３）業況（自由記述） 7
（３）景気全般（自由記述） 12
３．まとめ 15
（１）環境の変化を考慮した課題への対応 15
（２）IT 活用の有効性 16
（３）人手不足の解消について 17

１．調査の概要

調査対象：広島安佐商工会の会員事業者 500 社

調査期間：2017 年 9 月

調査方法：郵送調査

回 収 数：146 社（回収率：29.2%）

【業種内訳】

業種	回収数	構成比
製造業	16	11.0%
建設業	50	34.2%
小売業	25	17.1%
サービス業	32	21.9%
その他	23	15.8%
産業全体	146	100.0%

２．調査結果

＜産業全体＞

○産業全体の状況については、前期と比較して今期は『売上高』『採算』『資金繰り』『業況』の全ての調査項目で DI 値（「増加（好転）」から「減少（悪化）」引いた値）がマイナスの値となった。また、全国調査（小規模企業景況動向調査）と比較すると、全ての項目で全国調査の結果より DI 値が低い値となった。

○業況（自由記述）に関するコメントは、「好転」より「悪化」に関するコメントが多く占めていた。どの業種についても人材不足に関する「悪化」に関するコメントが目立った。

＜製造業＞

○製造業の今期の状況は、今期は『採算』『資金繰り』『業況』で「増加（好転）」が「減少（悪化）」を上回った。

○業況（自由記述）に関しては、「案件は堅調」「業界は安定している」等の「好転」に関するコメントがあった。一方で「原材料の高騰」に関する課題コメントもあった。

＜建設業＞

○建設業の今期の状況は、今期は『売上高』『採算』『資金繰り』で「増加（好転）」が「減少（悪化）」を上回った。『業況』では「増加（好転）」が「減少（悪化）」を下回った。

○業況（自由記述）に関しては、「仕事に波がある」とのコメントが数件あり、今期は良かったが来期の見通しが厳しいとするコメントもあった。

＜小売業＞

○小売業の今期の状況は、今期は全ての項目で「増加（好転）」が「減少（悪化）」を下回り、他の業種に比べて DI 値が最も悪かった。

○業況（自由記述）に関しては、「好転」に関するコメントがなく、「個人消費の衰退」や「大型店舗やコンビニの出店」による影響で「悪化」に関するコメントが多く見られた。

＜サービス業＞

○サービス業の今期の状況は、全ての項目で「増加（好転）」が「減少（悪化）」を下回った。

○業況（自由記述）に関しては、小売業と同様に「大型店の出店」の影響に関する悪化コメントが数件あり、更には「消費者の高齢化」に関するコメントもあった。

（１）前期と比べた今期の状況

① 産業全体の状況（売上額、採算、資金繰り、業況）

○前期と比べた今期の状況において、産業全体では全ての項目で「増加（好転）」から「減少（悪化）」引いた DI 値がマイナスとなった。

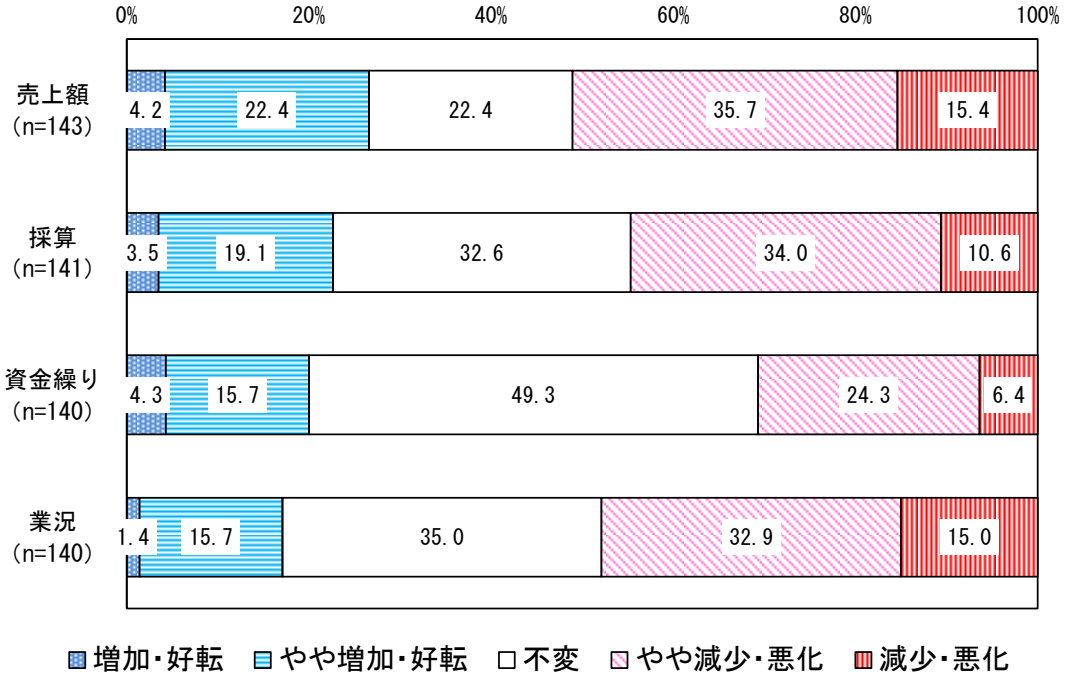


図１　産業全体の状況（売上額、採算、資金繰り、業況）

表１　産業全体の状況（売上額、採算、資金繰り、業況）

（単位：%）

産業全体の状況（売上額、採算、資金繰り、業況）						
項目	本調査				全国調査 DI値	全国調査との差
	増加（好転）	不変	減少（悪化）	DI値		
売上額（n=143）	26.6	22.4	51.1	▲ 24.5	▲ 12.4	▲ 12.1
採算（n=141）	22.6	32.6	44.6	▲ 22.0	▲ 14.2	▲ 7.8
資金繰り（n=140）	20.0	49.3	30.7	▲ 10.7	▲ 10.4	▲ 0.3
業況（n=140）	17.1	35.0	47.9	▲ 30.8	▲ 14.4	▲ 16.4

※DI値は、増加（好転）企業割合から減少（悪化）企業割合を差し引いた値を示す。
※全国調査とは、全国商工会連合会が実施する「小規模企業景気動向調査（平成29年9月）」。

② 業種別の状況（売上額）

○売上額を業種別に見ると、最も良かったのが建設業（DI 値 6.4）で、最も悪かったのが小売業（DI 値▲76.0）だった。

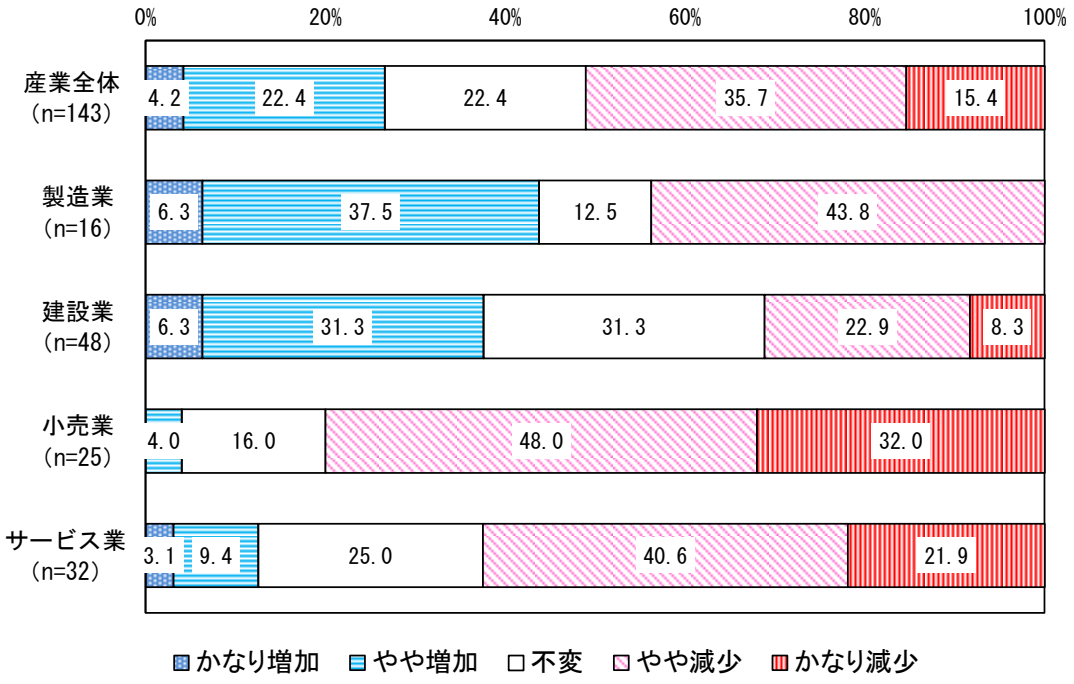


図 2　業種別の状況（売上額）

表 2　業種別の状況（売上額）

（単位:%）

売上額						
業種	本調査				全国調査 DI値	全国調査との差
	増加	不変	減少	DI値		
産業全体（n=143）	26.6	22.4	51.1	▲ 24.5	▲ 12.4	▲ 12.1
製造業（n=16）	43.8	12.5	43.8	0.0	▲ 6.2	6.2
建設業（n=48）	37.6	31.3	31.2	6.4	▲ 3.3	9.7
小売業（n=25）	4.0	16.0	80.0	▲ 76.0	▲ 25.4	▲ 50.6
サービス業（n=32）	12.5	25.0	62.5	▲ 50.0	▲ 14.6	▲ 35.4

※DI値は、増加企業割合から減少企業割合を差し引いた値を示す。
※全国調査とは、全国商工会連合会が実施する「小規模企業景気動向調査（平成29年9月）」。

③ 業種別の状況（採算）

○採算を業種別に見ると、最も良かったのが製造業（DI 値 6.3）で、最も悪かったのが小売業（DI 値▲76.0）だった。

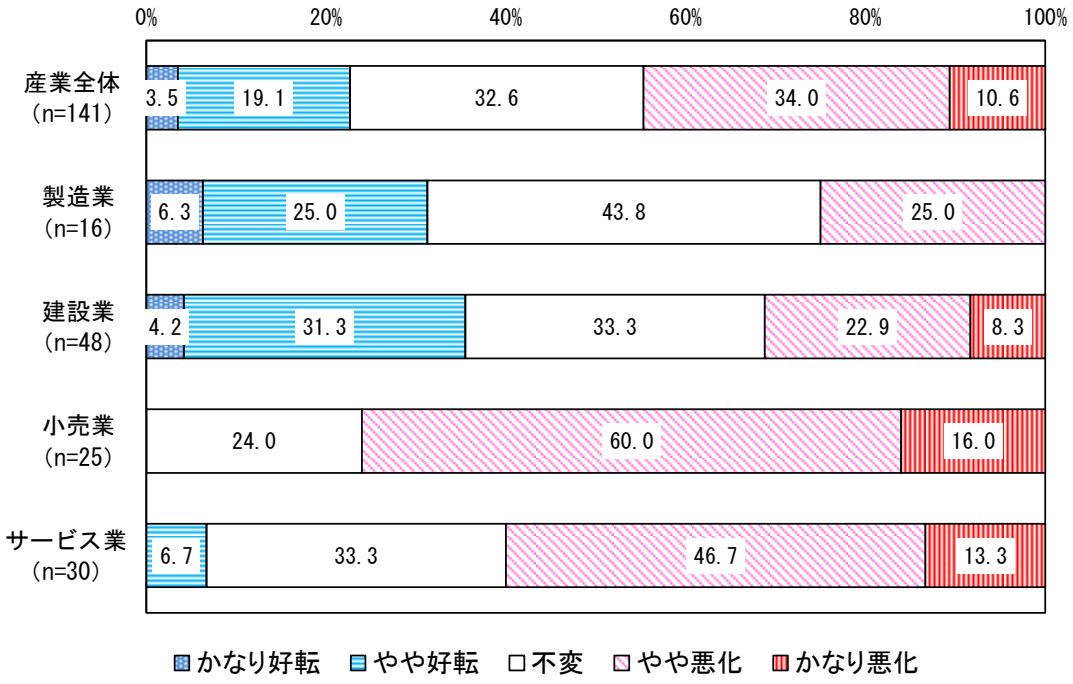


図 3　業種別の状況（採算）

表 3　業種別の状況（採算）

（単位:%）

採算						
業種	本調査				全国調査 DI値	全国調査との差
	好転	不変	悪化	DI値		
産業全体（n=141）	22.6	32.6	44.6	▲ 22.0	▲ 14.2	▲ 7.8
製造業（n=16）	31.3	43.8	25.0	6.3	▲ 10.4	16.7
建設業（n=48）	35.5	33.3	31.2	4.3	▲ 10.2	14.5
小売業（n=25）	0.0	24.0	76.0	▲ 76.0	▲ 23.1	▲ 52.9
サービス業（n=30）	6.7	33.3	60.0	▲ 53.3	▲ 13.2	▲ 40.1

※DI値は、好転企業割合から悪化企業割合を差し引いた値を示す。
※全国調査とは、全国商工会連合会が実施する「小規模企業景気動向調査（平成29年9月）」。

④ 業種別の状況（資金繰り）

○資金繰りを業種別に見ると、最も良かったのが製造業（DI 値 25.1）で、最も悪かったのが小売業（DI 値▲48.0）だった。

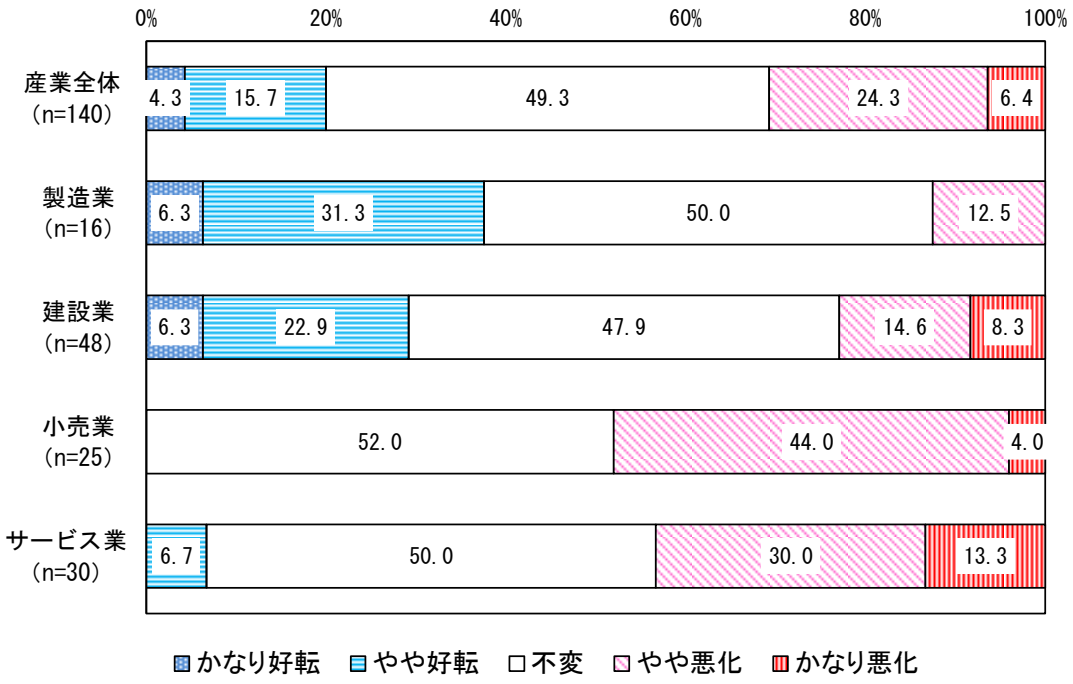


図 4　業種別の状況（資金繰り）

表 4　業種別の状況（資金繰り）

（単位:%）

業種	資金繰り					
	本調査				全国調査 DI値	全国調査との差
	好転	不変	悪化	DI値		
産業全体(n=140)	20.0	49.3	30.7	▲ 10.7	▲ 10.4	▲ 0.3
製造業(n=16)	37.6	50.0	12.5	25.1	▲ 8.9	34.0
建設業(n=48)	29.2	47.9	22.9	6.3	▲ 8.5	14.8
小売業(n=25)	0.0	52.0	48.0	▲ 48.0	▲ 16.6	▲ 31.4
サービス業(n=30)	6.7	50.0	43.3	▲ 36.6	▲ 7.4	▲ 29.2

※DI値は、好転企業割合から悪化企業割合を差し引いた値を示す。
※全国調査とは、全国商工会連合会が実施する「小規模企業景気動向調査（平成29年9月）」。

⑤ 業種別の状況（業況）

○業況を業種別に見ると、最も良かったのが製造業（DI 値 18.7）で、最も悪かったのが小売業（DI 値▲76.0）だった。

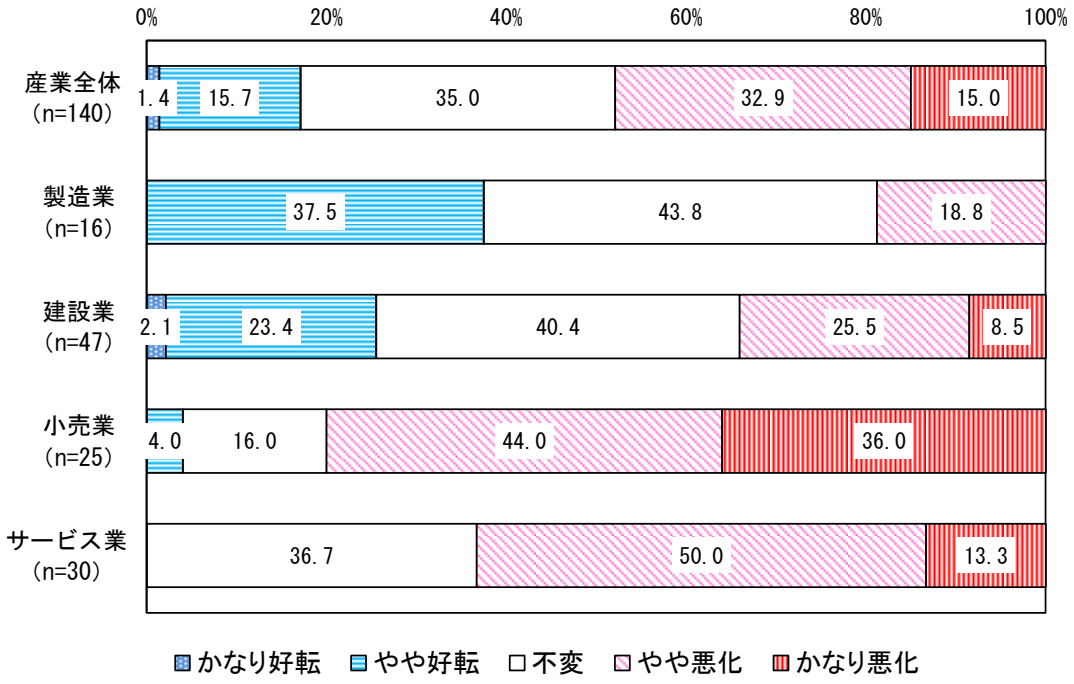


図 5　業種別の状況（業況）

表 5　業種別の状況（業況）

（単位:%）

業況						
業種	本調査				全国調査 DI値	全国調査との差
	好転	不変	悪化	DI値		
産業全体(n=140)	17.1	35.0	47.9	▲ 30.8	▲ 14.4	▲ 16.4
製造業(n=16)	37.5	43.8	18.8	18.7	▲ 9.6	28.3
建設業(n=47)	25.5	40.4	34.0	▲ 8.5	▲ 6.7	▲ 1.8
小売業(n=25)	4.0	16.0	80.0	▲ 76.0	▲ 25.3	▲ 50.7
サービス業(n=30)	0.0	36.7	63.3	▲ 63.3	▲ 16.0	▲ 47.3

※DI値は、好転企業割合から悪化企業割合を差し引いた値を示す。
※全国調査とは、全国商工会連合会が実施する「小規模企業景気動向調査（平成29年9月）」。

（３）業況（自由記述）

① 製造業

＜好転に関する記載＞

○案件は堅調である。

○業界はやや安定している。

○8 月までは例年と比べ受注も多く、やや好調と感じた。10 月以降は当社で生産している自動車部品を増産予定。

＜悪化に関する記載＞

○業界の市場縮小が進んでいる中で、多様性が求められている。

○8 月までは増産したが、9 月以降は返動で減少傾向。

○原材料の金額高騰により、商品の価格を上げざる得ない中、消費者側は量より質（安全性）を追求する傾向にあり、材料の選択から厳しくしていく必要があると思う。

○材料など（鋼材）が上がり続けている。納期の短いものが多い。

○人手不足。

○人材不足。作業員の高齢化。

＜その他＞

○IoT 等により動きが速く、東京と広島での格差を感じる。

② 建設業

＜好転に関する記載＞

○かなり波がある。今は忙しくなっているが、また暇になりその繰り返し。建設業界は上向きになっていると思う。

○今は良いが変動は近々あると思う。

○仕事に波がある。全く仕事がない時と重なる時があり難しい。今期の売上が良かったのは 1 つの仕事が大きかったため。

＜悪化に関する記載＞

○建設業界は良くなっているとは感じない。

○建設業界で私どもは一番下のランク。中堅、大手の建設関連会社がなりふり構わず私たちの仕事をとって行くのではと思う。私たちの業界は若い人がなかなか入らない。安定した収入がなかなか得られない現状を変えない限り難しい。

○土木工事においては八木の災害事業もだいたい終わり、来年から仕事量は減ると思う。

○仕事量は多くなっているが、専門業者の数が徐々に少なくなってきている。販売単価が下がり、仕入単価が上がる傾向にある。

○税込み価格のため、税金分は値引きのような状況で増税になって 10%になると、ますます収入が減る。新築物件はあるものの、坪単価の引き上げで日当等が合わなくなっている。また、工期が短くなっていて、仕事する時間が長くなるが近隣からのクレーム等もあり、仕事のしにくい状況がある。

○大企業のみが生き残り、小企業は厳しい状況。

○公共工事など発注が少なくなっている。
○受注と消化のバランスが取れていない。固定費を賄うことで利益とのバランスが横ばいくらいでしか考えられない。
○親会社だけが利益をあげている。長年単価は変わらず納期だけが短くなっている。納期に間に合わないと人を雇い、その負担も大きく、また間に合わないと次の仕事はやらないとか、匠の会に入らないと仕事はない。
○厳しい。
○工事のための部材は年々値上げがあるが工事代は変わらず。むしろ下げて仕事を取り合うこともある。将来若い世代が育つか不安。工事日程（工程）に余裕がない。
○業界的に景気に大きく左右されるので安定した受注が難しい。公共工事等も案件が少なく今後に不安がある。又、若手の入職が少なく業界として対策をとる必要がある。
○仕事は忙しいが、リーマンショック時の単価より全然変わっていない。
○やる気が出ない。とにかく納期が無い。
○団地の年代が高齢化しており、子供たちがすでに家を持っていて年寄だけでの生活で後を継ぐ人がいないので、家にお金を使いたくないと言われる。
○単価が安すぎる。
○仕事の激減。
○大企業の販売力に負けている。
○建設業の技術者が不足。
○労働者の不足。
○人材不足がさらに深刻になる。
○人手不足。
○人手不足だと感じる。先行き不透明だが、攻めている。
○人手不足で、募集をかけても集まらない。将来に向けた担い手の確保・育成の環境整備、技術力の強化、品質の向上等が課題。

＜その他＞
○10 年前から変わらない。
○東広島はすごい。戸建住宅がどんどん建っている。

③ 小売業

＜悪化に関する記載＞
○個人の消費意欲がやや減少傾向にあるとともに、ニーズの変化が感じられる。
○新規の仕事が少なくなり、改築が多くなっている。売上も伸び悩んでいる。
○小売業全般が大変不況に思う。
○地域の人口減少、高齢化、交通量の減少で売上は年々減るばかりである。
○消費者の豊かさが感じられない。営業マンも一時期のように売れないと嘆く。
○コンビニの出店で苦しく、個人経営の小売業は今後続けるのは大変難しい。
○業界自体が縮小気味であり、経営はだんだん苦しくなっている。

○夏場の猛暑にて客足少なめ。菓子業界はあまり変わらず。
○周辺に新店が多い。アニキサスの風評被害が大きい。
○大型店舗が強い。小売業は厳しいと思う。
○製造元が国内市場をまったく眼中に入れていない。
＜その他＞
○横ばい。
○特に若者のニーズ変化が気になる。

④ サービス業

＜悪化に関する記載＞
○全般に高齢者が多い。
○大手企業の消費者の取り組みがかなり響いている。お客様、当方の世代交代による顧客の引き止めがポイント。小売でしかできないメリットを探しお客様にアピールしたい。
○団地の高齢化で夜の外出がなく、飲食はかなり悪化している。
○外食は安い方に流れていくので、なかなか現状を維持していくだけでも難しい。
○利用回数の減少により少しずつ業界全般の売上が下がっている。後継者不足による高齢化で業界全般の活力が下がっている。
○今年の二輪業界はかなり悪くなりそう。廃業する店が増える予想。
○4 年前の 8 月 20 日の災害から売上が悪化。花業界もすべて悪い。
○平日の営業もしかり、土・日祭の集客が年々減少していると思う。
○あまり希望持てず。
○天候の影響で予想のつかない営業となっている。
○大型店の出店により過剰売場になっていると思う。
○個人事業が少なくなった。当店も店主がもうすぐ 70 歳なので廃業を考えている。
○業界は AI などの営業で今後はなくなる。
○消費サイクルが早すぎる。
○私の場合、年齢の事もあるかもしれません。お客様も亡くなったりで厳しい。
○大型店の出店により競争が厳しくなり売上や採算が悪化した。チラシなどによる PR も経費削減で出来ていない。この業界の景気はあまり良くないと感じる。お客に痛くてももう少し我慢しようとかという風潮が見られる。
○健康保険の取扱が厳しくなってきていて、患者さんの来院が減ってきているので保険診療から実費治療へ切り替えないといけないのかと思っている。
○当業界から見るには全般的に事業の継承者がいない事、親の介護等で事業から撤退せざるえない事業主が多いとよく耳にする。そのことは当業界のみの感じる事ではなく社会全般の意見ではないかと思う。労働力の低下の原因の中には働けるのに働かない人（いわゆるニート）等に対しての社会保障が手厚く“働かなくてもいいや”という風潮がある。本来社会保障とは本当に苦しんでいる人、高齢者への保障ではないのでしょうか。そこを正していかなければ将来的にもっと社会構図が小さくなると思う。

○人材不足。

＜その他＞

○塾業界では集団指導から個別指導に重点を置くことで、単価を上げ、少子化に対応しようとしているため業況は変わらず普通だと感じている。

○アパートマンションのメンテ仕事が 6 割くらいなのでそっちの方は不変。他の時間でそれなりの仕事があり、忙しいくらい。でもあまり利益を急ぐと良い事にならないと思う。

⑤ その他業種

＜好転に関する記載＞

○ミニバブル。（不動産）

○東京オリンピックまではこの状況が続くと感じる。（不動産）

○タクシー業の需要はあまり変化ないけど減車が進んでいるため供給が少なくなり多少好転しているかなと思える。（運輸）

＜悪化に関する記載＞

○平成 28 年 3 月に酒類小売を廃業し不動産業のみとなり、現在に至っている。（不動産）

○ライバル社が増えた。（不動産）

○新築のアパートが多いので中古借家の空きが多くなった。（不動産）

○空借家が多くなって家賃を下げねば入居がなくなった。（不動産）

○元請の設備拡大につれ、売上は極わずか。上向きと感じるが、長いスパンだと変わっていないのが実情。（運輸）

○中国地区の採石業は大型の公共工事が終了し、目立った骨材需要はなく低調。今後の見通しも見えない状況。（卸売）

○人件費が毎年により、材料も上がってきているが、製造の卸単価を上げられないし、値上げを申し込んでもダメだった。（卸売）

○需要が低く、小ロット、多品種化しており良くない。（卸売）

○新築が増えてきているが、最近の若い人はあまり植栽に興味が無く、むしろ駐車場にスペースを取る傾向にあり、あまり植栽しないように思う。（造園）

○客数の減少傾向はある。勝ち組は圧倒的に勝っている状況。（業種未記入）

○不安。（業種未記入）

○この先は少し不安。（業種未記入）

○業法の改正に色々な面での内容が見直され資本が大きければ有利な傾向にあり、通販等に少しずつ変化している。一方で専門知識を生かしたプロ中のプロは売上を伸ばしている。（業種未記入）

○大手運送業者がそろって値上げをするようで一般消費者も値上げやむなしの認識があるよう。私たちの業界もそれぞれの数社の問屋をかいして商品を購入しているが、この三年前全商品を値上げしてようやく落ち着いた所で今度はこれに続けと配送コストの改善、適正な価格のお願いときた。消費税 10%への実施、オリンピック景気、はたしてどのような影響がでるのか先行不透明。（業種未記入）

○明るさを感じられない。（業種未記入）

○不確定要素が多く、安定した取引先確保は、かなり難しい。年々、下請け企業の廃業が多く、仕事を確保しても安定供給ができない。資本も資金も豊富な企業でなければ生き残れない状況。（業種未記入）

（３）景気全般（自由記述）

＜好転に関する記載＞

○良好。

○景気は緩やかにUPしていると思う。

○マツダが好調のため、全般に景気は良いと思われる。

○良い方だと思う。

○少しずつ回復している様には思う。

○やや良い。

○広島ではやはりカープの優勝で少しはよくなると思う。

○数年前に比べては、少しは良くなっていると思われる。

○東京オリンピックまではこのまま良いと思う。

○まあまあ良いのでは。

○景気については、少しずつ良くなっていると感じている。消費者の価値観が多様になっているため、どの価値を高めるかができる企業が業績も良くなっている。

○人材確保ができないが景気全般は良いかと思う。

○あまり変わらないと思う。広島ではやはりカープの優勝で少しはよくなると思う。

○業種によるが好不調があるように思われる。また同じ業界でも二極化が見られるものの全般的に少しずつ上向いているように思われる。

○新築の家がたくさん建っているので、景気は悪くないと思う。今後は新人を育てて会社を上昇させていきたい。

＜悪化に関する記載＞

○ニュース、報道で言われているほどよいとは思えない。

○まだいいとは言い切れません。

○そこまでよくなっている感じはない。

○なかなか上向きになりそうな気がしない。

○悪い。

○自動車また建設業各地の大型公共工事の増加、天候異変による災害復旧工事の増大。北朝鮮による戦争の危機、世界に誇る電機メーカーのつぎつぎおこす投資の失敗。東電問題、これで南海地震でも来れば、そこまでは考え過ぎか。ではどうするか。何十年もやってきた、この道一筋これしかない。

○日経新聞などによると景気が長期に渡って良くなっているような記事があるが、中小規模の企業ではとても実感できない。特に人件費の高騰により人手不足で生産力低下、サービス低下に陥り、多様な業種が生存していける環境はどんどん狭くなっている感じ。個人の努力や発想だけではもはや生存できない。中小企業はこれから連帯、協力、共有していくしかないと思う。

○やや悪化していると思う。

○中小企業にとっては先が見えない状況で将来が不安。

○景気の回復が我々末端に響くまでには、次の景気の不安定の波が押し寄せてくる。
○仕事はあっても人手不足。求人を出しても応募がない。
○若い世代は住宅ローンや車のローン等を抱えながら子育てしているので、まだ親たちに頼っているのをとても感じる。
○ネット社会のおかげでデフレが進んで利益をだすのが難しい。
○景気が良いとは思えない。
○景気が良いのは大手企業だけのような気がする。メディアなどで良くなってきていると我々は刷り込まれている。良くはなっていない。
○他の地域からのお客様が少ないので増加は望めない。
○全般に景気悪化している。
○給与は変わらないが物価が上がっているため財布のヒモはかたい。
○安定した良いものを長く使用することが無い。アフターサービス・メンテナンスが不要になり技術者がいらなくなる。ゴミとして廃棄されてしまう事が多い。景気としては良くない。
○業種間では良い悪いは、はっきりしている。個人住宅のメンテが忙しいのでは？
○景気が良くなったとは感じない。一部の人間のみ（業種のみ）のバブル的なものと思われる。銀行に貯蓄してでも、現在、財布を広げるのをためらう人が多いのは国の将来的な保障に不安を感じ仕事を退職し、定年後の生活に不安があるからと感じている。そこを照らして明るくしなければ今後もお金を使うことをせず、お金が動かないので景気回復（循環）は難しいと思う。
○日本全体が荒れ狂う気象状況により、地方の経済がズタズタにされているような気がする。国民全体にそのような閉塞感がストレスを生んでいように思える。
○アベノミクスは中小企業まで回ってこない。
○小売業については山間部の景気が悪い。山間部でも店が成り立つ政策等を考えてもらいたい。
○核家族化が一層進み。相談する人がいない。若者にも購買欲が見られない。クレジットが組めない人もいる。
○高齢者時代に入りなんとなく活気を感じにくくなった。
○高齢社会で進んでいるので売上単価が低くなってしまう。
○一般的に収入は大きく増えない。対して諸々支出は増えている。景気が良くなれば良い。
○人口は減るし、皆車を持っておられるので品数の多いコムズへ行く。便利なコンビニの方へ行く。
○地元経済界においてもマンションやビルの空室があり、投資型の動きにシフトすると考える。防災、減災、公共施設の老朽化、経済活性化等の観点から「安定的な事業量の確保」が第一となっている。
○大手デベロッパーの影響で工事請負単価が下降気味である。
○建築業の仕事はあるものの、景気が良いとは言えない気がする。個人事業主は苦しい方が多い気がする。

○景気の歯車が狂ったら、怖いと思う。消費税 10%になったら、国（国交省）は、リフォーム事業（道路、橋、建物耐震等）にシフトして、仕事を出すようにして頂きたい。国民年金一元化を考えてもらいたい。若い世代、世帯に税金を入れてもらいたい。

○人手不足が大きく数字にも表れる。景気も良さそうに見えるが厳しい。

○世界の状況（政治・事件・天候など）から日本へ波及する悪影響を懸念する。機械相場等の変動に直結し、それに対応していけるのか不安。

○入っている工事店も仕事が休業状態ときびいしい状況。

○全体的に不景気だと思う。忙しいから儲かっているとは限らず、設備投資を控えている所もあると思う。

○全般的には思うが、長く続かないのでは？（将来が不安で個人消費が減少しつつある）

○広島県はたいして忙しくない。

○中小企業にはまだ好景気につながらない。

○不安定である。増産時は通常の 2 倍近くの仕事があり人手不足となり、減少時は通常の 6 割近くとなり人手が余るので非常に雇用が難しい。

＜その他＞

○オリンピック後の景気が心配。

○全般的に横ばいと思う。

○数字としての景気は理解できるが実感として小企業としては分からない。

○日々の業務をこなすので精一杯。全般を見渡すとゆとりはない。

○まあまあだと思う。

○景気は静かな感じ。

○変わらない。

○楽観視はできない感じ。

○特に変化は感じてない。

○都市部の大企業は良好である様であるが、地方部の小企業・個人業は…。

○全般については横ばい。個人的には良くなった。

○景気は上向き。ただ、一時的なものだと思う。全体的に行きわたっていない。

３．まとめ

（１）環境の変化を考慮した課題への対応

＜製造業＞

製造業の業況はやや好転している中で、原材料高騰による経費の増加等の課題もある。対応としては、原材料自体を「減らす」「代替する」等が考えられる。その他、価格変動が起きることを前提にした価格設定を考慮することと、価格競争に陥らないように自社の製品価値を高めることが必要不可欠である。

＜建設業＞

建設業は好不調の波が激しい業界で、今期は好調と感じている事業者もあるが、3 年前（2014 年 8 月）の広島土砂災害の復旧工事もほとんど完了し、来期は厳しめの見通しを立てている事業者も多い。今後は 2020 年の東京オリンピックに向けた建設需要の影響で、ますます人手不足が深刻化になることが予想される。人材の確保の為には、勤務環境の改善や労働条件、賃金の見直しなどを図り、若い人材を確保することが重要である。

＜小売業＞

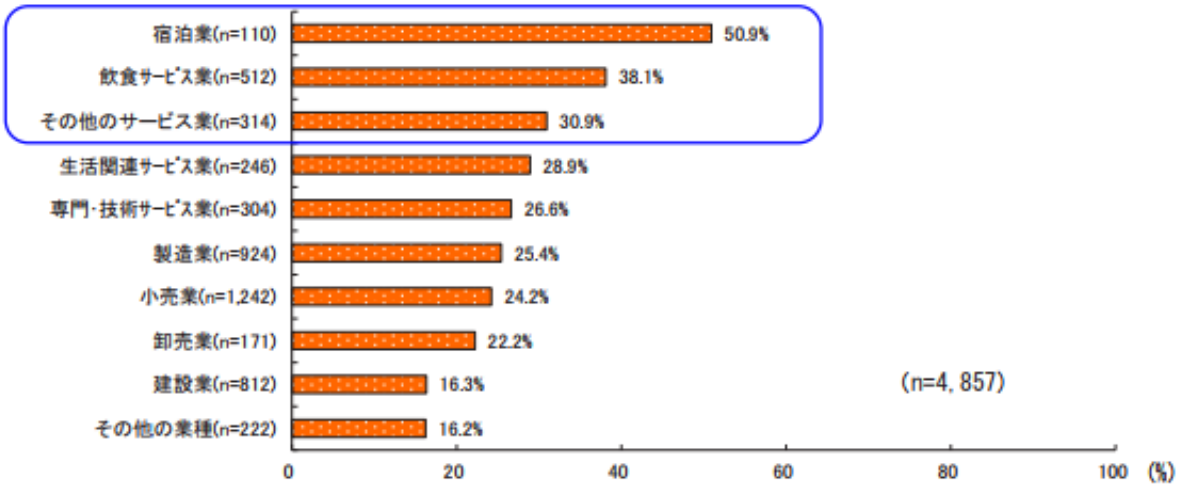
小売業と業況は、大型店やコンビニ等の出店により、非常に厳しい状況である。小規模事業者には、資金力、販売力、集客力等が限られており、地域の消費環境も少子高齢化の影響で減衰する一方である。厳しい環境下で売上を伸ばすためには、個店が魅力ある取り組みを行い、それぞれの個店にあった IT（ブログ・SNS）を活用して情報発信することが大事である。

＜サービス業＞

サービス業の業況は、小売業と同様に大型店の出店や少子高齢化についての課題が多い。新たな顧客を獲得する為には、IT を活用した販売促進はもちろんの事、プレスリリース（マスメディアに向けた情報の提供）の活用も十分に考えられる。また積極的に顧客の声（クレーム含む）を聞き、顧客ニーズにあった取り組みを行い、既存顧客の満足度を上げることも重要である。

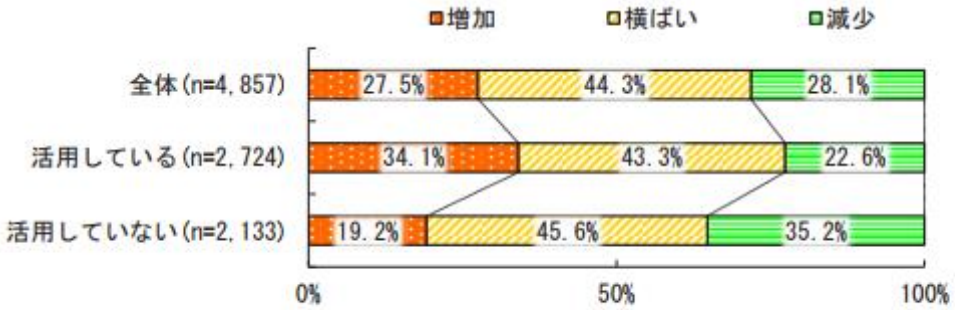
（２）IT 活用の有効性

小規模事業者にとって IT を活用することは売上増加に繋がる可能性を秘めているが、実際のところ IT を活用していない事業者もまだまだ多い。図 6 はブログ、SNS の活用率を業種ごとに示したのである。これを見ると「宿泊業」が最も利用しているが、その他の業種については半数も満たないことが分かる。図 7 は宣伝面における IT 活用の有無と売上高の傾向を比較したものであり、「IT を活用している」と回答した者は、「IT を活用していない」と回答した者より売上高が増加傾向（14.9%の差）にあることが分かる。小規模事業者にとってブロクや SNS 等の IT 活用は、比較的お金をかけずに集客ができる手段として有効であると言える。



資料：中小企業庁委託「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」(2016年1月、(株)日本アプライドリサーチ研究所)
(注)1.「その他の業種」の内訳として、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、金融業・保険業、不動産業を集計している。
2.「その他のサービス業の内訳として、娯楽業、教育学習支援業、医療・福祉、その他サービス業を集計している。

図 6　ブログ、SNS の活用率（業種別）



資料：中小企業庁委託「小規模事業者の事業活動の実態把握調査」(2016年1月、(株)日本アプライドリサーチ研究所)

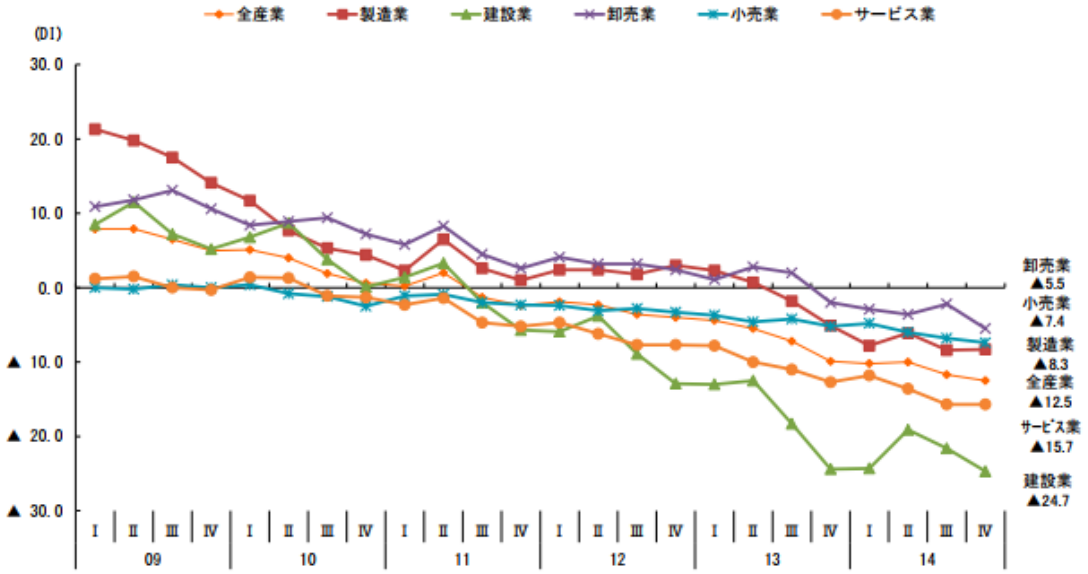
図 7　宣伝面における IT 活用の有無と売上高の傾向

出典：2016 年版小規模企業白書

（３）人手不足の解消について

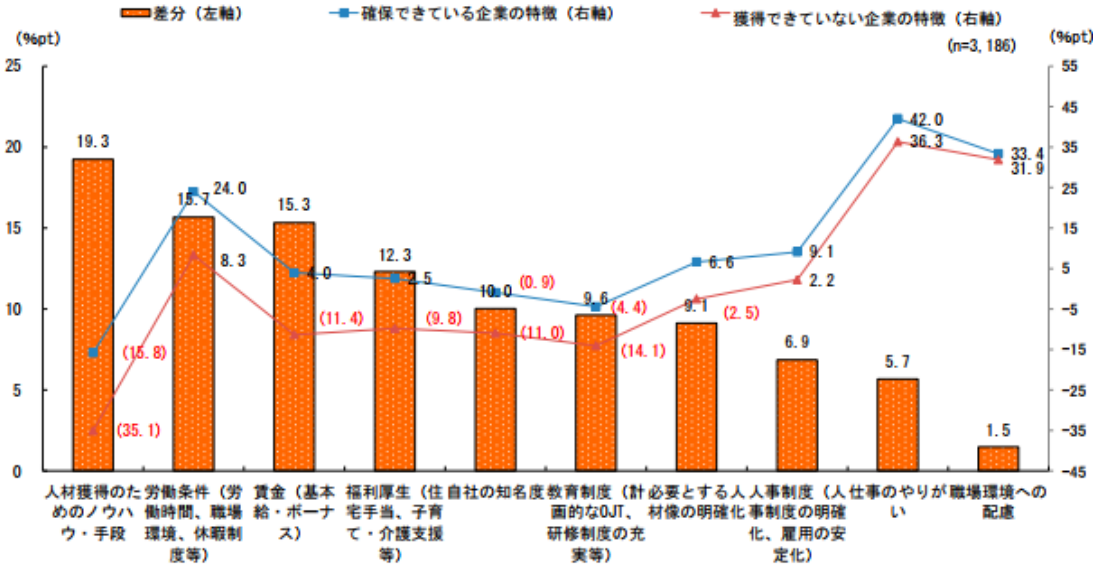
図 8 は中小企業・小規模事業者の従業員過不足 DI の推移を見たものである。2011 年以降から人材の不足感が過剰感を上回る状況となっており改善される様子は見られない。管轄内地域の産業全体でも同様に人手不足に関する経営課題が多数あり、全国同様に深刻な問題となっている。

図 9 は人材が確保できている企業とできていない企業の特徴を見たものである。人材の不足感が高まる中で、人材確保に成功する企業の特徴は「労働条件」「賃金」に加えて「人材確保の手段・ノウハウ」において強みを持っていることが分かる。



資料：中小企業庁・(独)中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」
(注)　従業員過不足DIは、今期の従業員数が「過剰」と応えた企業の割合(%)から、「不足」と応えた企業の割合(%)を引いたもの。

図 8　中小企業・小規模事業者の従業員過不足 DI の推移（業種別）



資料：中小企業庁委託「中小企業・小規模事業者の人材確保と育成に関する調査」(2014年12月、(株)野村総合研究所)
(注)1. 人材を「確保できている」企業は、「十分に確保できている」、「十分ではないが確保できている」と回答した企業の合計。
2. 人材採用に関する特徴とは、「強み」と回答した企業の割合（%）－「弱み」と回答した企業の割合（%）を引くことで算出した。
3. 差分とは、「確保できている企業の特徴」-「確保できていない企業の特徴」から算出した。

図 9　人材が確保できている企業とできていない企業の特徴

出典：2015 年版中小企業白書

中小企業・小規模事業者の新卒採用手段については、図 10 の通り「ハローワーク」の利用率が最も高い。しかし採用手段ごとの採用実現率を見ると「ハローワーク」は必ずしも高くはなく「知人・友人の紹介」「取引先・銀行の紹介」「教育機関の紹介」の方が高い実現率を示している。

中途採用の採用手段を図 11 で見ると、利用率は新卒採用に比べて全体的に高く、中小企業・小規模事業者が中途採用を積極的に行っていることが分かる。個別の採用手段を見ると「ハローワーク」が最も高く、次に「知人・友人の紹介」が高い。採用実現率を見ると「知人・友人の紹介」や「取引先・銀行の紹介」が高い数値を示し、新卒採用と同様の傾向が見て取れる。小規模事業者の人材採用方法としては、取引関係のある企業や教育機関の採用担当者、就労者の個別的な関係といった顔の見える採用方法が効果的であると言える。

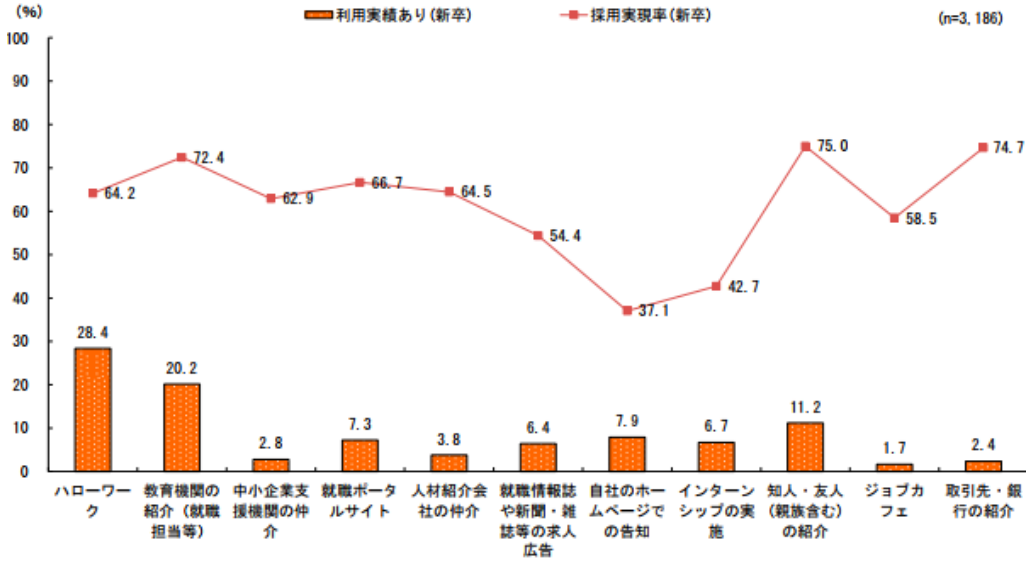
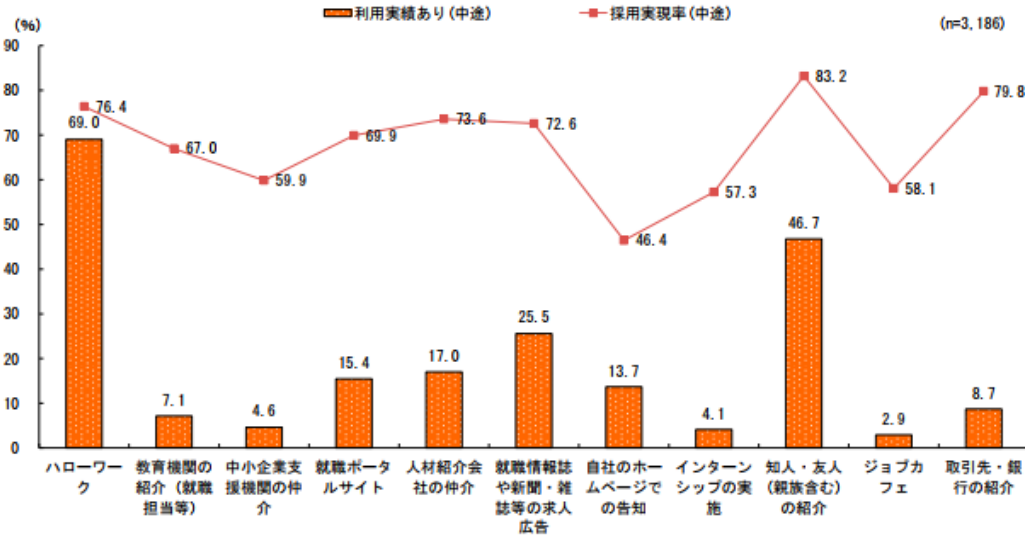


図 10　採用手段ごとの利用実績及び採用実現率（新卒）



資料：中小企業庁委託「中小企業・小規模事業者の人材確保と育成に関する調査」(2014年12月、(株)野村総合研究所)
(注)　採用実現率とは、採用手段ごとに「採用実績あり÷利用実績あり」から算出した。

図 11　採用手段ごとの利用実績及び採用実現率（中途）

出典：2015 年版中小企業白書

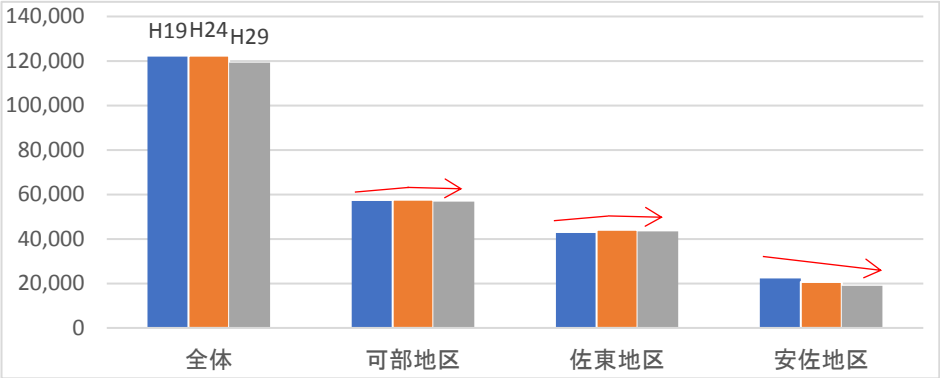
各種統計情報のまとめ（平成 29 年 9 月調査）

当会会員さんが新規事業の創出や新たな販売促進活動の判断材料のひとつとして各種統計情報を整理しました。今後の事業のお役立ていただけると幸いです。

・「可部地区」：可部・可部東・可部南・亀山・亀山南・亀山西・三入・三入東・三入南・大林・大林町・可部町
・「佐東地区」：川内・八木・緑井・八木町・緑井町
・「安佐地区」：安佐町・あさひが丘

1. 地域の人口・世帯数の推移

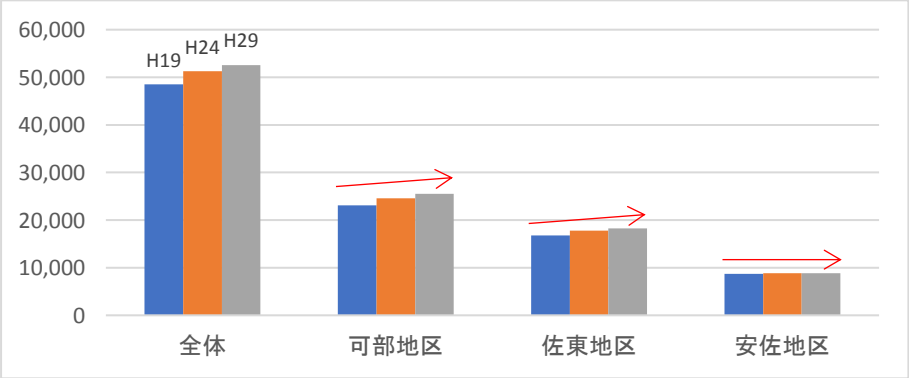
●人口の推移（H19年, H24年, H29年）



地区	平成19年9月		平成24年9月		平成29年9月		平成29年/平成19年	
	人口	比率	人口	比率	人口	比率	増減	増減比
可部地区	57,007	46.8%	57,686	47.1%	56,790	47.6%	▲ 217	▲ 0.4
佐東地区	42,720	35.0%	44,050	36.0%	43,443	36.4%	723	1.7
安佐地区	22,207	18.2%	20,617	16.9%	18,996	15.9%	▲ 3,211	▲ 14.5
総数	121,934	100.0%	122,353	100.0%	119,229	100.0%	▲ 2,705	▲ 2.2

出典：広島市住民基本台帳

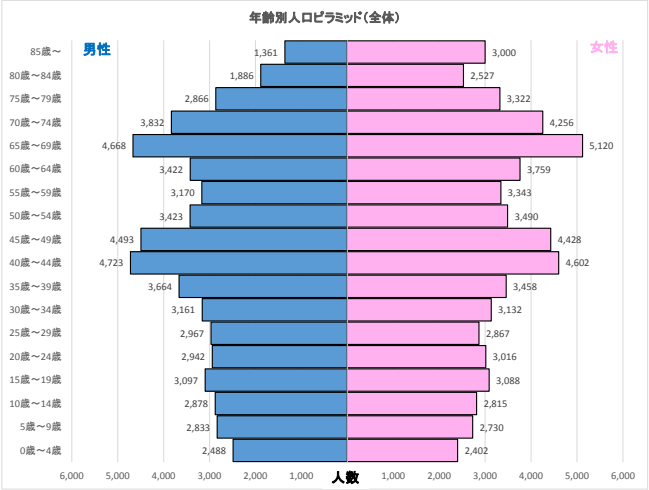
●世帯数の推移

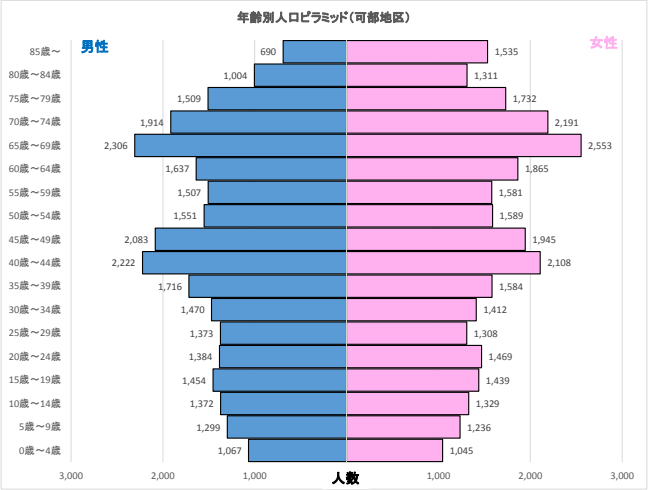


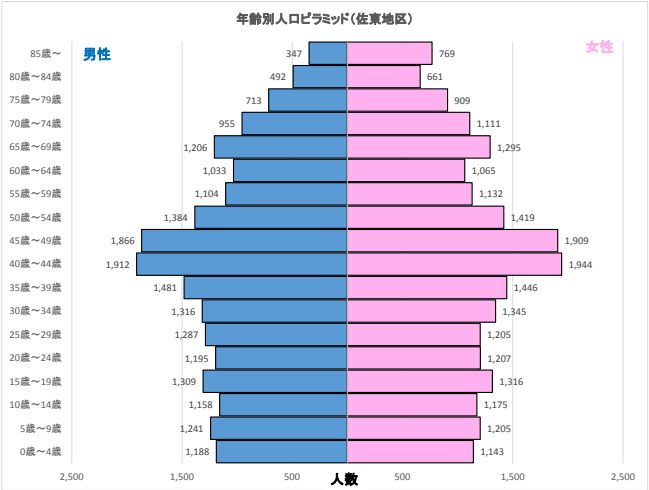
地区	平成19年9月		平成24年9月		平成29年9月		平成29年/平成19年	
	世帯数	比率	世帯数	比率	世帯数	比率	増減	増減比
可部地区	23,066	47.5%	24,571	47.9%	25,525	48.6%	2,459	10.7%
佐東地区	16,744	34.5%	17,812	34.8%	18,229	34.7%	1,485	8.9%
安佐地区	8,710	18.0%	8,873	17.3%	8,812	16.8%	102	1.2%
総数	48,520	100.0%	51,256	100.0%	52,566	100.0%	4,046	8.3%

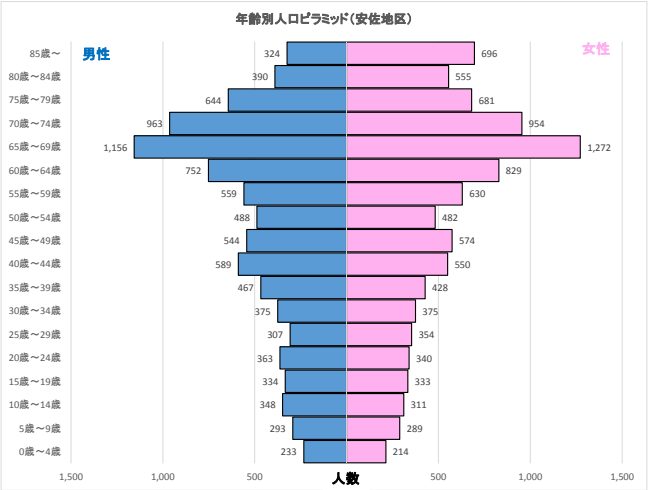
出典：広島市住民基本台帳

●人口ピラミッド









この10年間で、可部・安佐の両地区、また管内エリア全体で見ても人口がかなり減少していますが、世帯数は逆に増加しています。

このことは、1世帯当たりの構成人数が減り、一人暮らし・二人暮らしといった少人数世帯が増えていることを示しています。

少人数世帯に適したニーズをとらえたお店・会社が増えれば、地域経済の活性化につながるのではないでしょうか。

また、少子化によって人口は減り続けている、一方で共働き世帯の増加などの社会環境の変化によっても、新たなニーズや成長ビジネスが生まれています。

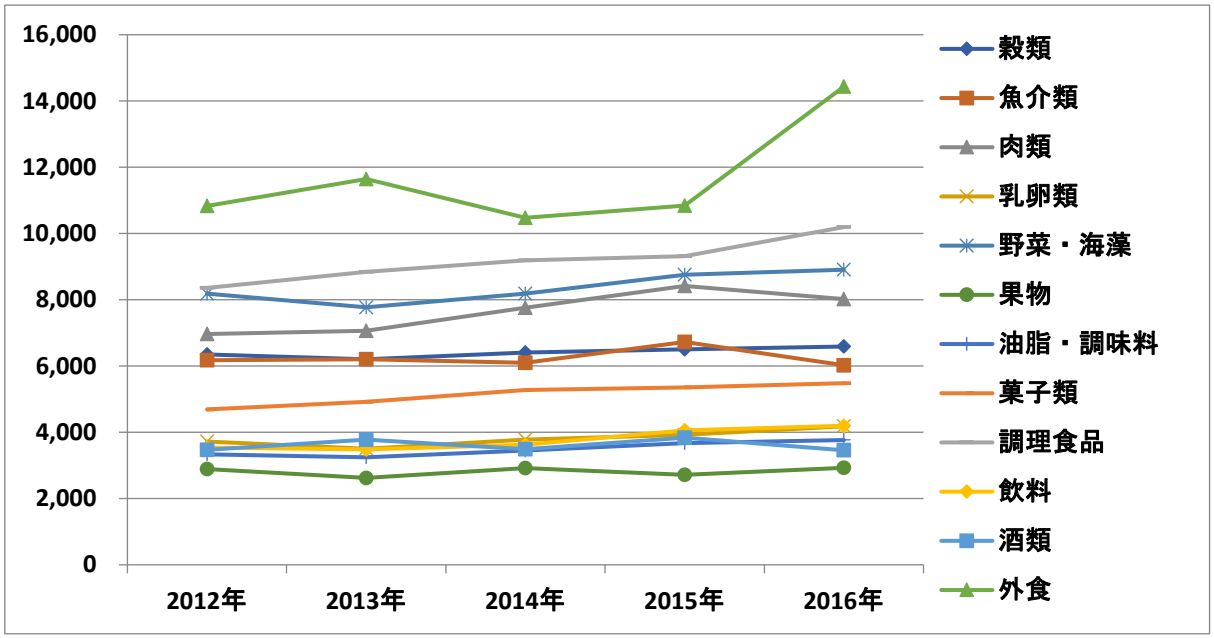
〇子育て市場によるニーズの創出（例：家事代行サービス）

〇買物弱者に対する新たな取り組み（例：訪問ヘアーカット）

〇高齢者に配慮した店舗作り（例：段差解消）

2. 広島市の食料品支出額の推移

●世帯（二人以上の世帯）当たり1か月間の食料品支出額の推移



	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
穀類	6,346	6,204	6,403	6,506	6,589
魚介類	6,178	6,207	6,096	6,726	6,025
肉類	6,966	7,067	7,759	8,417	8,022
乳卵類	3,725	3,504	3,777	3,922	4,182
野菜・海藻	8,190	7,773	8,185	8,757	8,908
果物	2,892	2,624	2,919	2,715	2,928
油脂・調味料	3,332	3,245	3,454	3,675	3,766
菓子類	4,691	4,920	5,273	5,352	5,483
調理食品	8,358	8,839	9,191	9,314	10,195
飲料	3,540	3,484	3,628	4,063	4,198
酒類	3,474	3,778	3,492	3,837	3,457
外食	10,830	11,641	10,475	10,838	14,434
合計	68,521	69,287	70,653	74,124	78,188

注　内訳は主要項目を掲げたため、内訳の計と合計とは必ずしも一致しない

出典：総務省統計局　家計調査年報

食料品支出額の『調理食品』が年々増加傾向にあります。また、2016年では『外食』が目立って大きく伸びています。

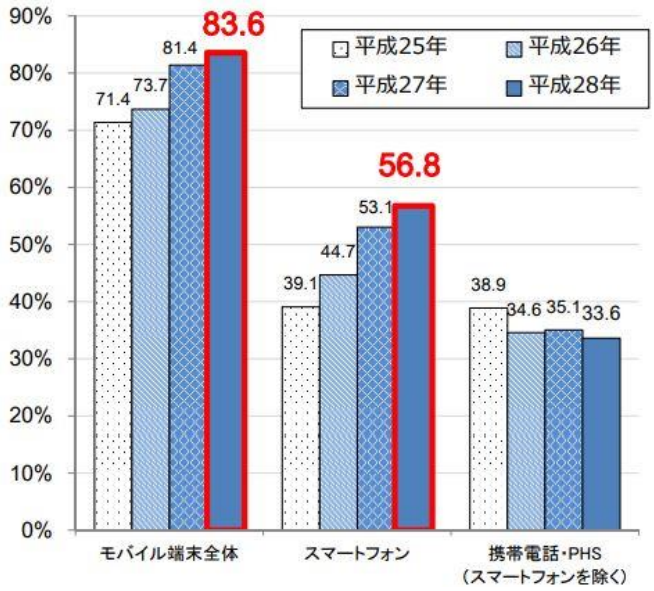
○共働き世帯の数の増加により、家事の負担をできるだけ減らしたいというニーズが増加しています。

○テイクアウトの惣菜や弁当を家庭で食べるという中食の需要が伸びています。

○2016 年に外食が大きく伸びた要因は、同年の中食（調理食品）や内食（各種食材・調味料など）がしわ寄せを受けた形跡も見られないことから、「広島カープのリーグ優勝」による市民の気分高揚がもたらしたものと推察されます。

3. インターネットの利用状況　※全国

●平成25年～平成28年モバイル端末の保有状況推移（個人）



出典：総務省通信利用動向調査（平成 28 年）

●平成28年主なソーシャルメディアの利用率（全年代・年代別）

	全年代(N=1500)	10代(N=140)	20代(N=217)	30代(N=267)	40代(N=313)	50代(N=260)	60代(N=303)
LINE	67.0%	79.3%	96.3%	90.3%	74.1%	53.8%	23.8%
Facebook	32.3%	18.6%	54.8%	51.7%	34.5%	23.5%	10.6%
Twitter	27.5%	61.4%	59.9%	30.0%	20.8%	14.2%	4.6%
mixi	6.8%	2.9%	13.4%	9.4%	8.3%	5.8%	1.0%
Mobage	5.6%	6.4%	9.2%	9.7%	4.8%	4.2%	1.0%
GREE	3.5%	3.6%	6.9%	4.5%	3.2%	2.7%	1.0%
Google+	26.3%	28.6%	29.5%	37.5%	30.0%	25.4%	10.2%
YouTube	68.7%	84.3%	92.2%	88.4%	77.3%	55.4%	29.7%
ニコニコ動画	17.5%	27.9%	36.4%	19.5%	15.3%	9.2%	6.6%
Vine	2.9%	5.7%	7.4%	3.7%	1.6%	1.2%	0.3%
Instagram	20.5%	30.7%	45.2%	30.3%	16.0%	12.3%	1.3%

出典：総務省情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査（平成 28 年）

スマートフォンの利用者は年々増加していますが、いわゆるガラケー利用者も根強く残っています。また、多くのSNSで利用率の年代による偏りが見られますが、『LINE』と『YouTube』はほとんどの年代で広く利用されており、有望なPR手段であるといえます。

○利用率が高い『LINE』は、クーポンなどの販促に必要な機能を手軽に利用できます。

○実名登録が基本の『Facebook』は顧客（ファン）による情報が拡散できます。

○写真に特化した　『Instagram』は 20 代若者（特に女性）の利用率が高く、
視覚的に訴える事が出来るため、飲食、ファッション業界の訴求効果が高いです。