

豊見城市商工会 令和5年度地域企業ニーズ調査

調査報告書

令和5年12月22日

合同会社トムーアソシエイツ



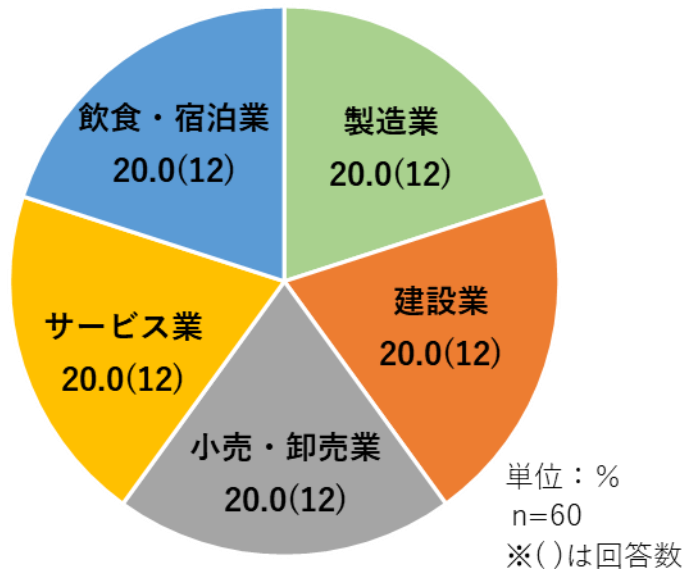
総括

- 本調査の対象期間（令和5年1月～12月）において「昨年度と比べて売上が減少」と回答した事業者が全体の36.8%となっており、前年度45.0%と比較すると8.2%改善。「昨年度と比べて経常利益が減少」と回答した事業者が全体の40.0%となっており、前年度49.1%と比較すると9.1%改善している。
- 業種別に見ると、売上額の増加が多い「製造業（50.0%）」「飲食業（58.3%）」は復調傾向が確認できる。一方、減少が多い業種として「小売業（63.6%）」の他、全体の約4割は売上、経常利益が減少傾向と回答しており、未だ業況は芳しくない。
- 経営上の課題として、「原材料・仕入価格の値上げ（60.7%）」「光熱費の値上げ（50.9%）」が前年度から引き続き顕著である。
- 過去に受けた支援策について「補助金申請支援」の満足度は72.1%、「セミナーの受講」の満足度は66.7%となっている。一方、「融資あつせん」「経営計画策定支援」「販路開拓支援」「専門家支援」は全体の過半数が支援を受けたことがないと回答。
- 商工会への要望について、（1）情報提供の方法については「郵送物（書類）」の要望が最も多く32.4%、次いで「メール」28.4%、「SNS（LINE等）」16.4%、「WEBサイト（HP）」13.4%となっている。
- （2）コンサルティング機能の強化について、全体では「経営分析」と「経営計画策定」の回答が最も多く29.1%、次いで「人材育成」25.5%、「商圈分析」16.4%となっている。
- （3）販路開拓支援の強化について、全体では「ECサイト作成支援」の回答が最も多く31.6%、次いで「商談会」が26.3%、「販売会」23.7%、「ECサイト出展」18.4%となっている。
- （4）ビジネスマッチング機能の強化について、全体では「個別マッチング機能の強化（会員間の紹介）」の回答が最も多く82.6%、次いで「名刺交換会の実施」17.4%、となっている。
- （5）セミナー等の開催について、全体では「補助金等制度説明会」の回答が最も多く26.4%、次いで「SNS活用法」が18.7%、「財務会計」13.2%、「経営計画策定」と「マーケティング」が同率で11%となっている。

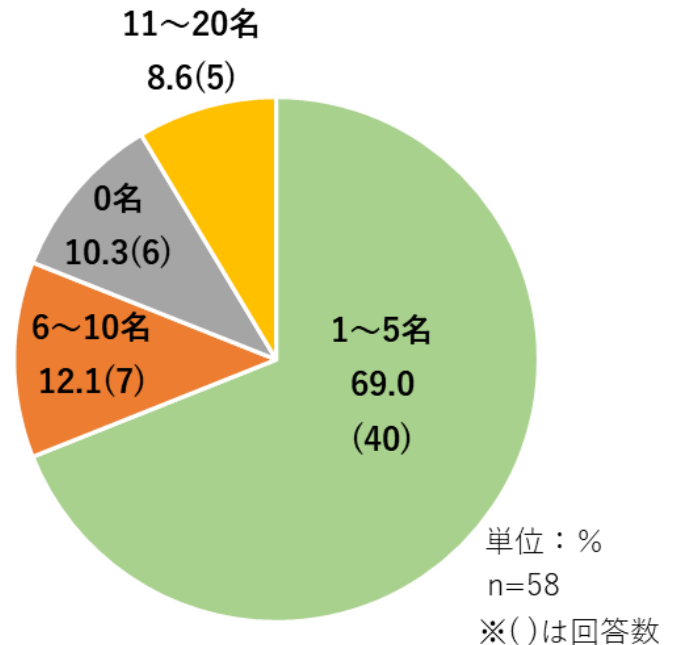
調査概要

- 調査対象：豊見城市内事業者
- 調査方法：調査票によるアンケート形式
- 調査対象期間：令和5年1月～12月
- 回答件数：60件

【業種】



【従業員数】

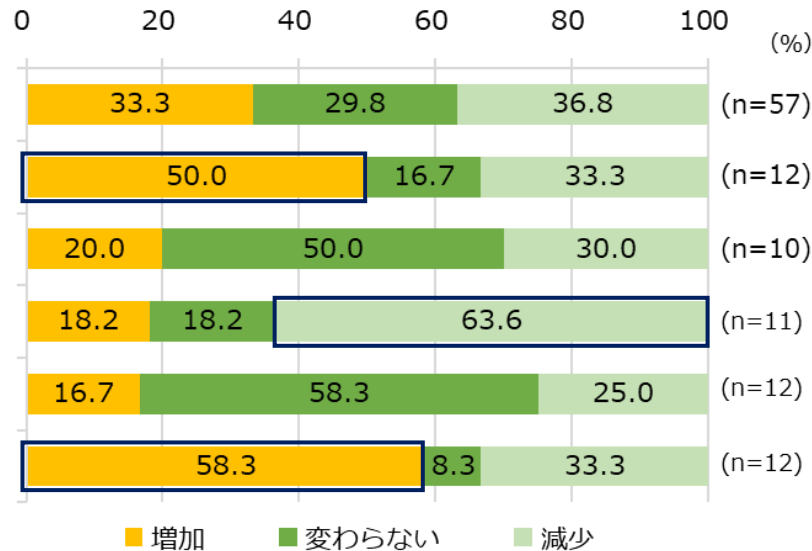


Q1 経営状況の変化

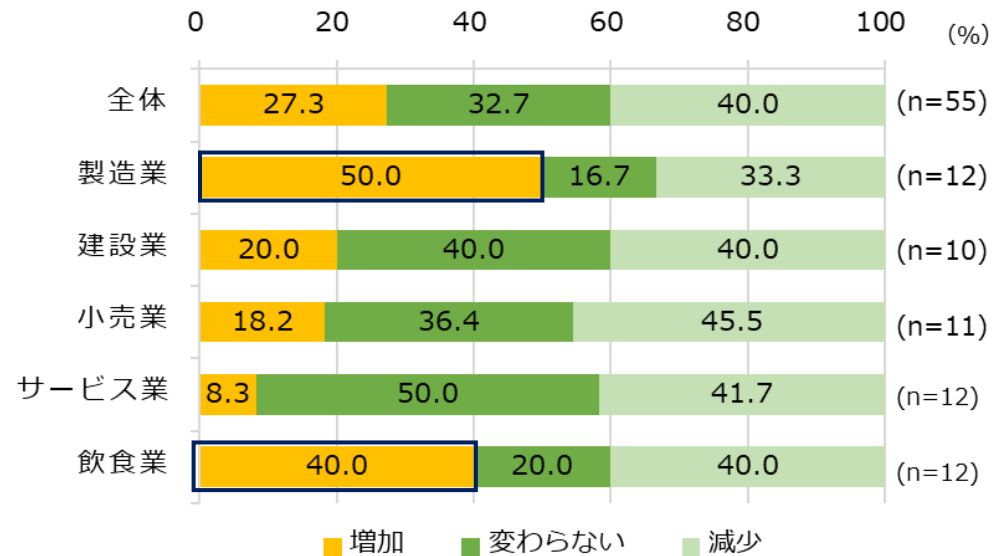
Q1. 貴事業所の経営状況について、昨年度と比較した今年度の状況を教えてください。

(各項目一つずつ、当てはまるものに○) ※今年度10-12月については実績見込みでご回答ください

【売上額】



【経常利益】



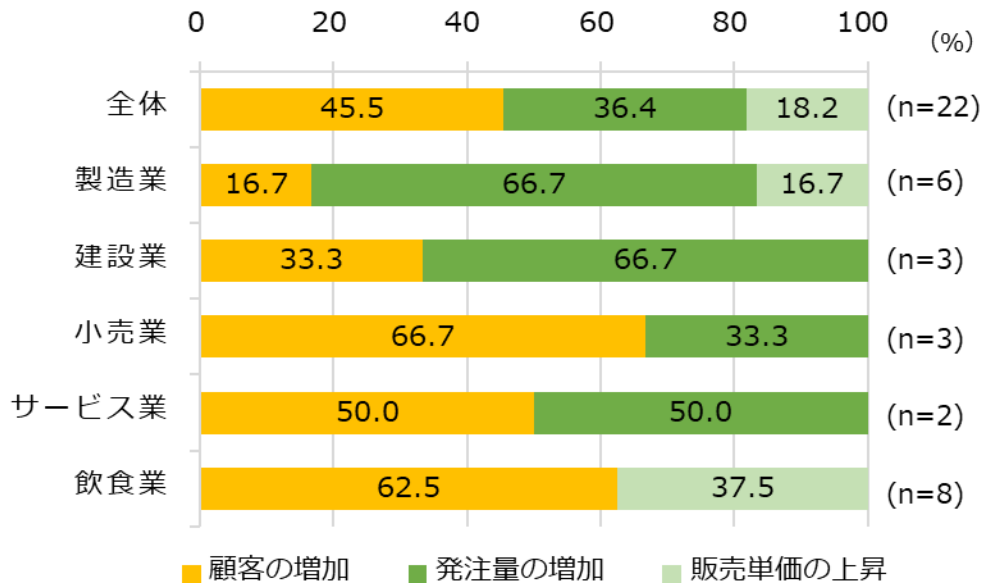
- 売上額について、全体では「減少」の回答が最も多く36.8%、次いで「増加」が33.3%、「変わらない」が29.8%となっており、やや減少傾向にある。業種別にみると、売上額の増加が多い業種は「製造業」と「飲食業」、減少が多い業種は「小売業」となっている。
- 経常利益について、全体では「減少」の回答が最も多く40.7%、次いで「変わらない」が32.7%、「増加」が27.3%で、こちらもやや減少傾向にある。業種別に見ると、経常利益の増加が多い業種は「製造業」と「飲食業」となっている。

Q2 変化の要因

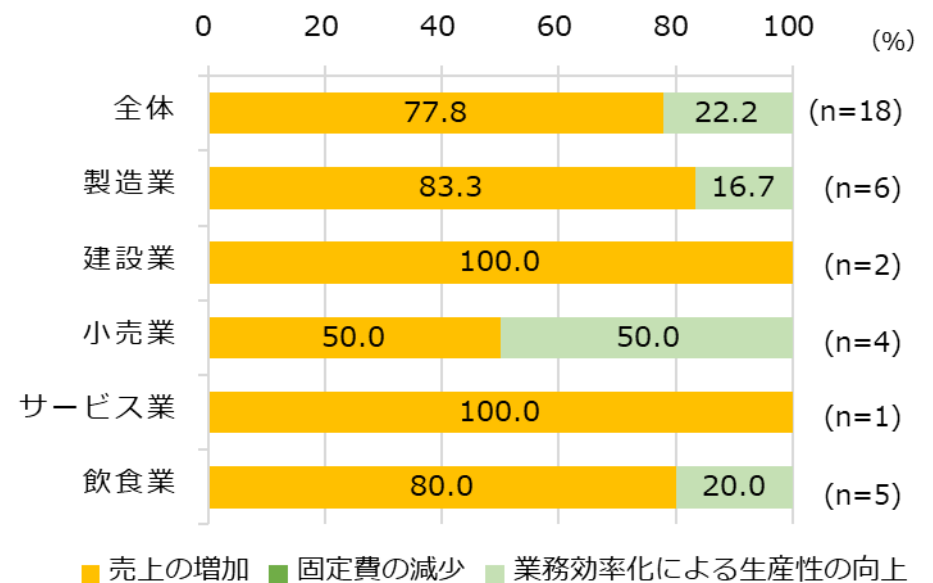
Q2. Q1で「増加している」と回答した方のみ、増加した要因をお答えください。

当てはまるもの全てに○を付けてください。（複数回答可）

【売上額の増加要因】



【経常利益の増加要因】

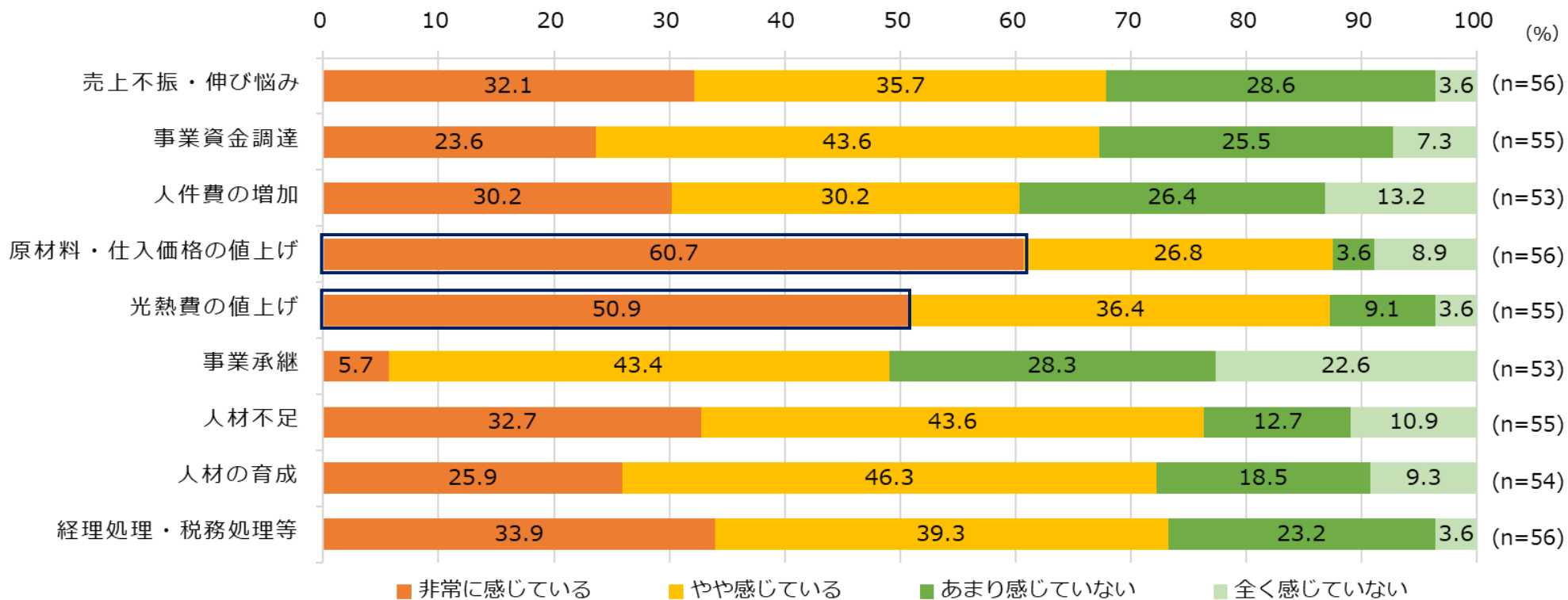


- 売上額が「増加」と回答した事業所のうち、全体の45.5%が「顧客の増加」、36.4%が「発注量の増加」、18.2%が「販売単価の上昇」を売上額の増加要因と回答している。
- 経常利益が「増加」と回答した事業所のうち、全体の77.8%が「売上の増加」、22.2%が「業務効率化による生産性の向上」を経常利益の増加要因と回答している。

Q3 経営課題

Q3. 貴事業所の経営上の課題について、下記の項目について感じている度合いを教えてください

(各項目一つずつ、当てはまるものに○)



- 課題を「非常に感じている」との回答が全体の過半数となったのは「原材料・仕入価格の値上げ (60.7%)」、「光熱費の値上げ (50.9%)」の2つであり、価格高騰が経営上の最も大きな課題として捉えられている。
- 課題を「全く感じていない」との回答が「非常に感じている」を上回ったのは「事業承継」のみであり、全体の22.6%が事業承継についての課題を全く感じていないと回答。

Q3 経営課題

Q3. 貴事業所の経営上の課題について、下記の項目について感じている度合いを教えてください

(各項目一つずつ、当てはまるものに○)

【属性別、各項目で「非常に感じている」と回答した割合】

属性		n	問3. 経営課題について								
			売上不振・伸び悩み	事業資金調達	人件費の増加	原材料・仕入価格の値上げ	光熱費の値上げ	事業承継	人材不足	人材育成	経理処理・税務処理等
業種	製造業	12	27.3	36.4	27.3	81.8	54.5	0.0	54.5	27.3	36.4
	建設業	12	9.1	9.1	18.2	45.5	45.5	0.0	36.4	36.4	54.5
	小売・卸売業	12	66.7	25.0	25.0	41.7	41.7	16.7	33.3	33.3	25.0
	サービス業	12	18.2	18.2	18.2	54.5	36.4	9.1	18.2	18.2	27.3
	飲食・宿泊業	12	33.3	25.0	50.0	75.0	66.7	0.0	16.7	8.3	25.0
従業員数	0名	6	16.7	0.0	0.0	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7
	1～5名	40	16.7	0.0	0.0	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7
	6～10名	7	35.9	25.6	33.3	64.1	56.4	5.1	30.8	25.6	25.6
	11～20名	5	28.6	14.3	0.0	71.4	42.9	0.0	42.9	14.3	57.1

Q4 経営課題（自由記述）

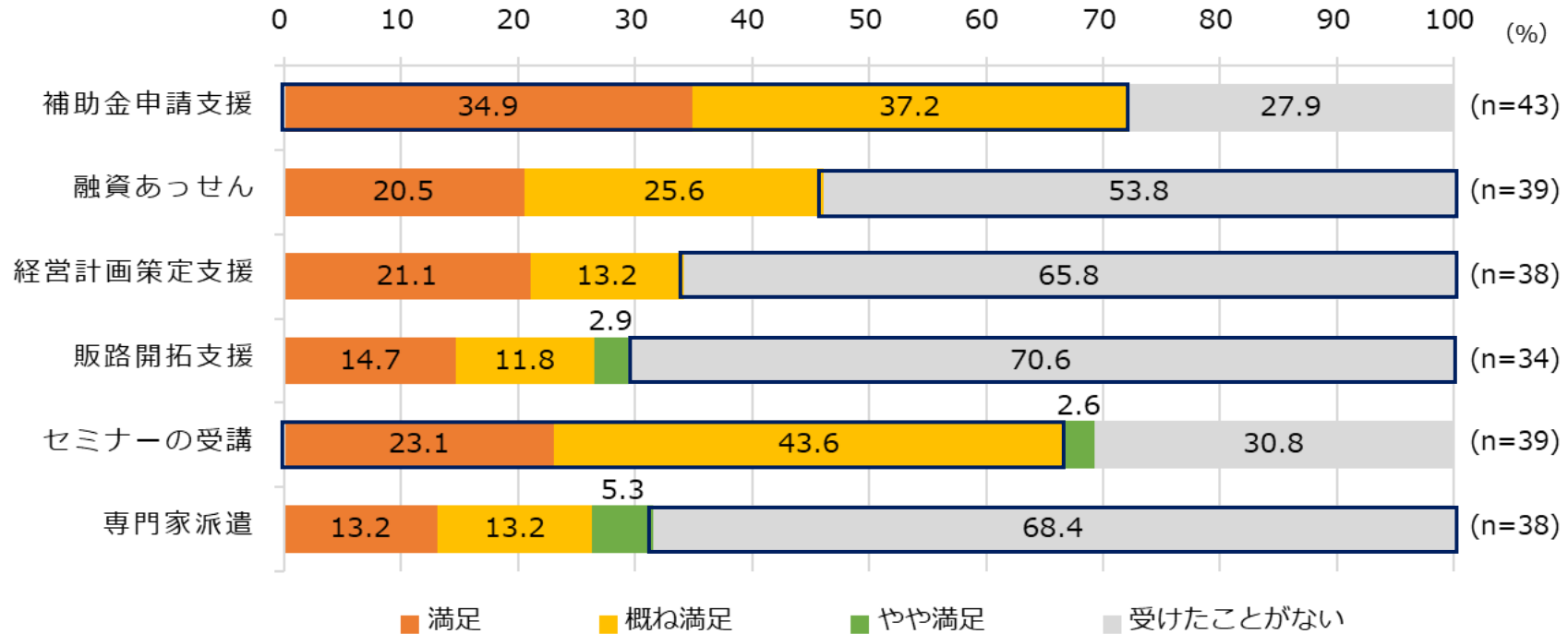
Q4. 貴事業所の経営上の課題について、上記Q7の項目以外に課題があれば、その具体的内容と感じている度合いとともに自由にご記入ください。

貴事業所の経営上の課題について		
No.	業種	回答（自由記述）
1	製造業	機械導入はしたが、現在の工場（作業エリア）が狭くてフル稼働できてない。引っ越しが必要。
2	小売業	為替による円安で、輸入業者である当社は1、2年前の倍近い仕入価格になってしまっている。日本での販売価格に反映は現実的に難しい。
3	小売業	農作物の不作

- 経営上の課題について、自由記述欄においても価格高騰が課題とのコメントあり（No.2）

Q5 支援策への満足度

Q5. 過去に受けた支援策とその満足度を教えてください※複数回答可



- 過去に受けたことのある支援策について、「補助金申請支援」を受けた経験があるの事業者は全体の約7割で最も多く、「満足」「概ね満足」を合計した満足度は72.1%となっている。次いで「セミナーの受講」を受けた経験がある事業者は全体の7割弱となっており、満足度は66.7%となっている。
- 過去に受けたことのない支援策について、「融資あっせん」「経営計画策定支援」「販路開拓支援」「専門家支援」は全体の過半数が受けたことがないと回答している。

Q5 支援策への満足度

Q5. 過去に受けた支援策とその満足度を教えてください※複数回答可

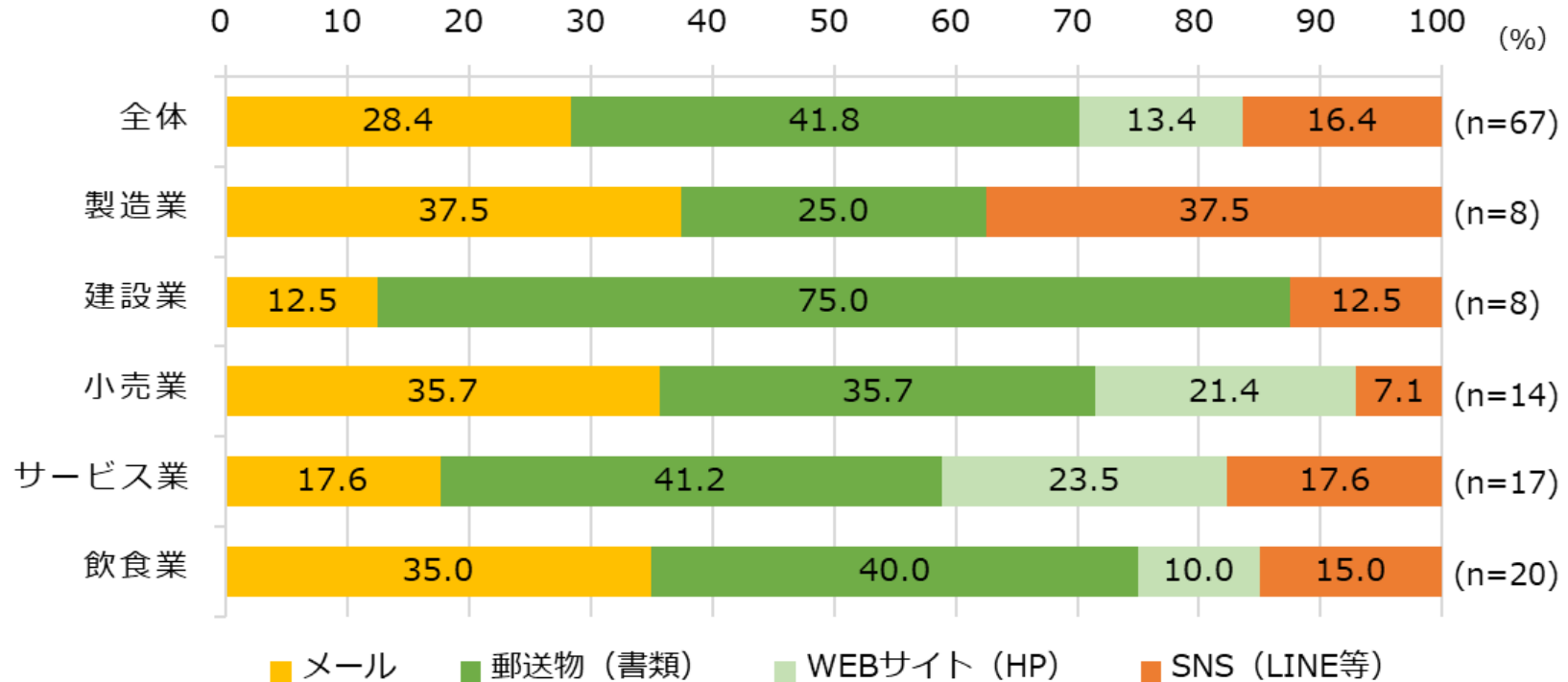
【属性別、各項目で「非常に感じている」と回答した割合】

属性		n	問5. 過去に受けた支援策とその満足度					
			補助金申請支援	融資あっせん	経営計画策定支援	販路開拓支援	セミナーの受講	専門家支援
業種	製造業	12	75.0	62.5	37.5	37.5	25.0	25.0
	建設業	12	12.5	25.0	12.5	12.5	25.0	12.5
	小売・卸売業	12	25.0	12.5	25.0	12.5	25.0	12.5
	サービス業	12	11.1	0.0	0.0	0.0	11.1	11.1
	飲食・宿泊業	12	45.5	0.0	18.2	0.0	18.2	0.0
従業員数	0名	6	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
	1～5名	40	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
	6～10名	7	37.5	15.6	18.8	9.4	18.8	9.4
	11～20名	5	40.0	40.0	20.0	20.0	20.0	20.0

Q6 商工会への要望 (1/5)

Q6. 今後商工会に求めることはどのようなものですか※複数回答可

(1) 各種支援制度、補助制度等の情報提供（案内）の方法

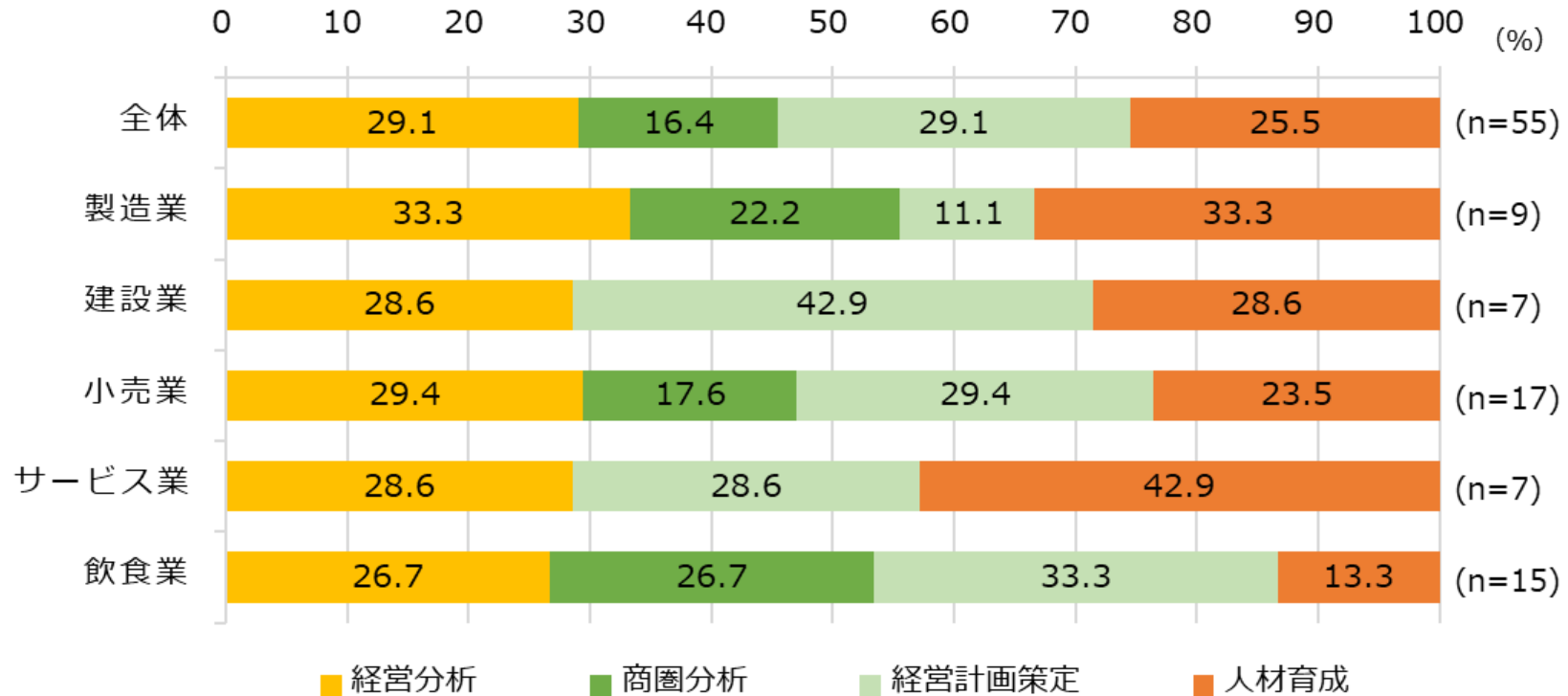


- (1) 情報提供の方法について、全体では「郵送物（書類）」の回答が最も多く41.8%、次いで「メール」28.4%、「SNS（LINE等）」16.4%、「WEBサイト（HP）」13.4%となっている。

Q6 商工会への要望 (2/5)

Q6. 今後商工会に求めることはどのようなものですか※複数回答可

(2) 経営計画策定などのコンサルティング機能の強化

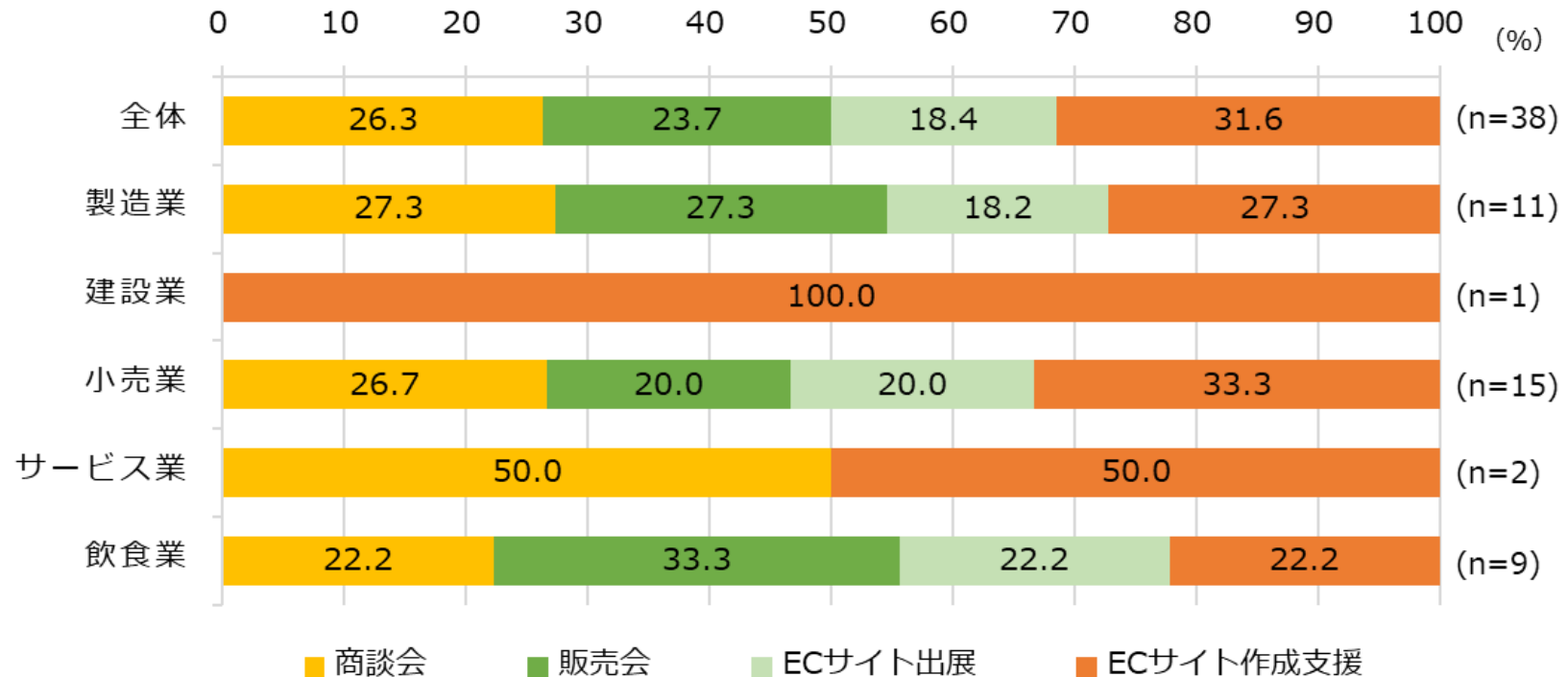


- (2) コンサルティング機能の強化について、全体では「経営分析」と「経営計画策定」の回答が最も多く29.1%、次いで「人材育成」25.5%、「商圏分析」16.4%となっている。

Q6 商工会への要望 (3/5)

Q6. 今後商工会に求めることはどのようなものですか※複数回答可

(3) 商談会・販売会等の販路開拓支援の強化

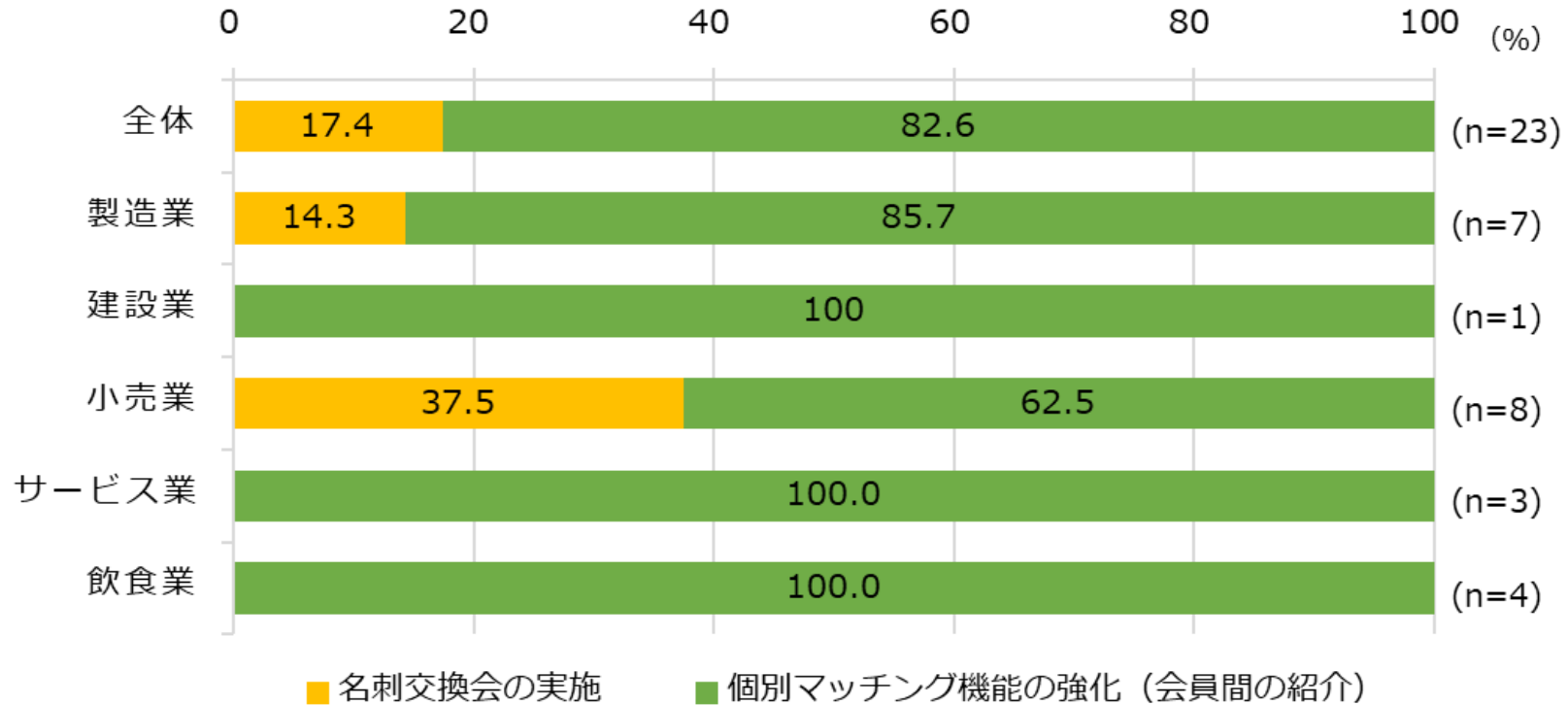


- (3) 販路開拓支援の強化について、全体では「ECサイト作成支援」の回答が最も多く31.6%、次いで「商談会」が26.3%、「販売会」23.7%、「ECサイト出展」18.4%となっている。

Q6 商工会への要望 (4/5)

Q6. 今後商工会に求めることはどのようなものですか※複数回答可

(4) 地域内のビジネスマッチング機能の強化

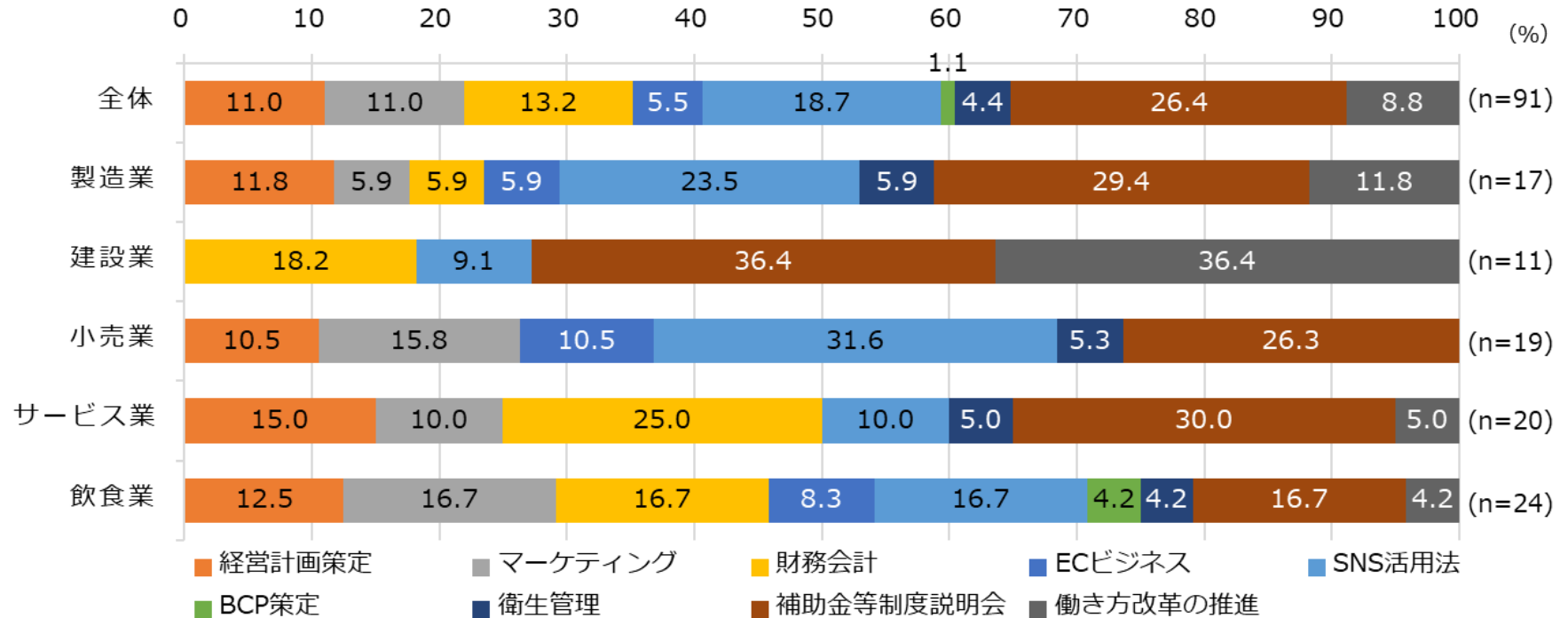


- (4) ビジネスマッチング機能の強化について、全体では「個別マッチング機能の強化 (会員間の紹介)」の回答が最も多く82.6%、次いで「名刺交換会の実施」17.4%、となった

Q6 商工会への要望 (5/5)

Q6. 今後商工会に求めることはどのようなものですか※複数回答可

(5) テーマ別セミナー等の開催



- (5) セミナー等の開催について、全体では「補助金等制度説明会」の回答が最も多く26.4%、次いで「SNS活用法」が18.7%、「財務会計」13.2%、「経営計画策定」と「マーケティング」が同率で11%となった。

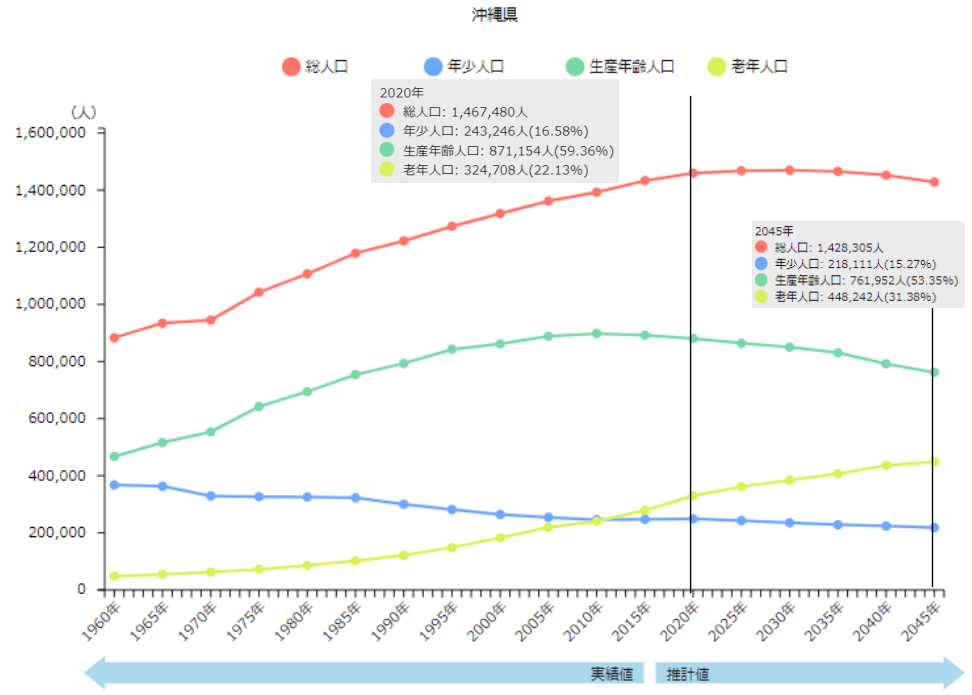
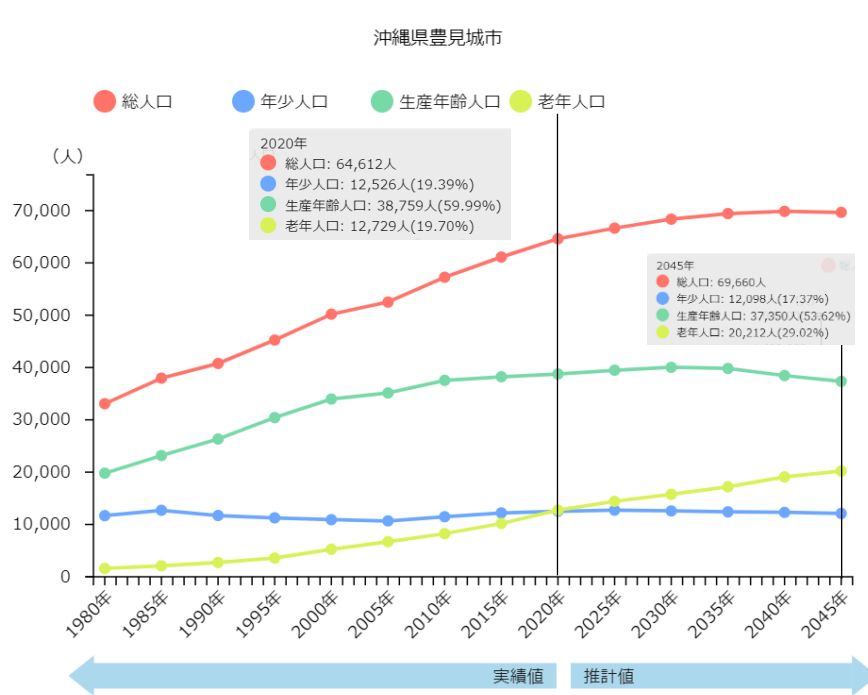
Q7 要望等

Q7. その他、商工会へのご要望などがあれば自由にご記入ください。

商工会への要望等		
No.	業種	回答（自由記述）
1	小売業	豊見城市商工会には本当にお世話になっており、助けて頂いております。感謝しかありません。 日本国内での販路開拓が未だ苦戦している状況ですが、沖縄大交易会への出店のアドバイスを頂き中小機構枠で出店したり、昨年（県内）&本年の台湾テストマーケティングに参加で、海外の相性が良い感覚があるので、海外販路でパッケージ含め継続的に支援をお願いいたします。
2	サービス業	いつも充実した研修をありがとうございます。先週の電子帳簿保存の研修を受けることができなかったのも、セミナー資料など、HPなどで取得できるようにしてもらいたいです。
3	飲食業	いつも支援ありがとうございます。
4	飲食業	とても支援が素晴らしく助かっています。これからもよろしくお願いします。

「RESAS」人口推移

- 2020年の年少人口割合は沖縄県と比べて高く、生産年齢人口割合は沖縄県とほぼ同等。
- 2020年の老年人口割合は沖縄県と比べて低い。
- 総人口は2020年と比較して2025年に103.1%、2035年に107.5%、2045年に107.8%になる。

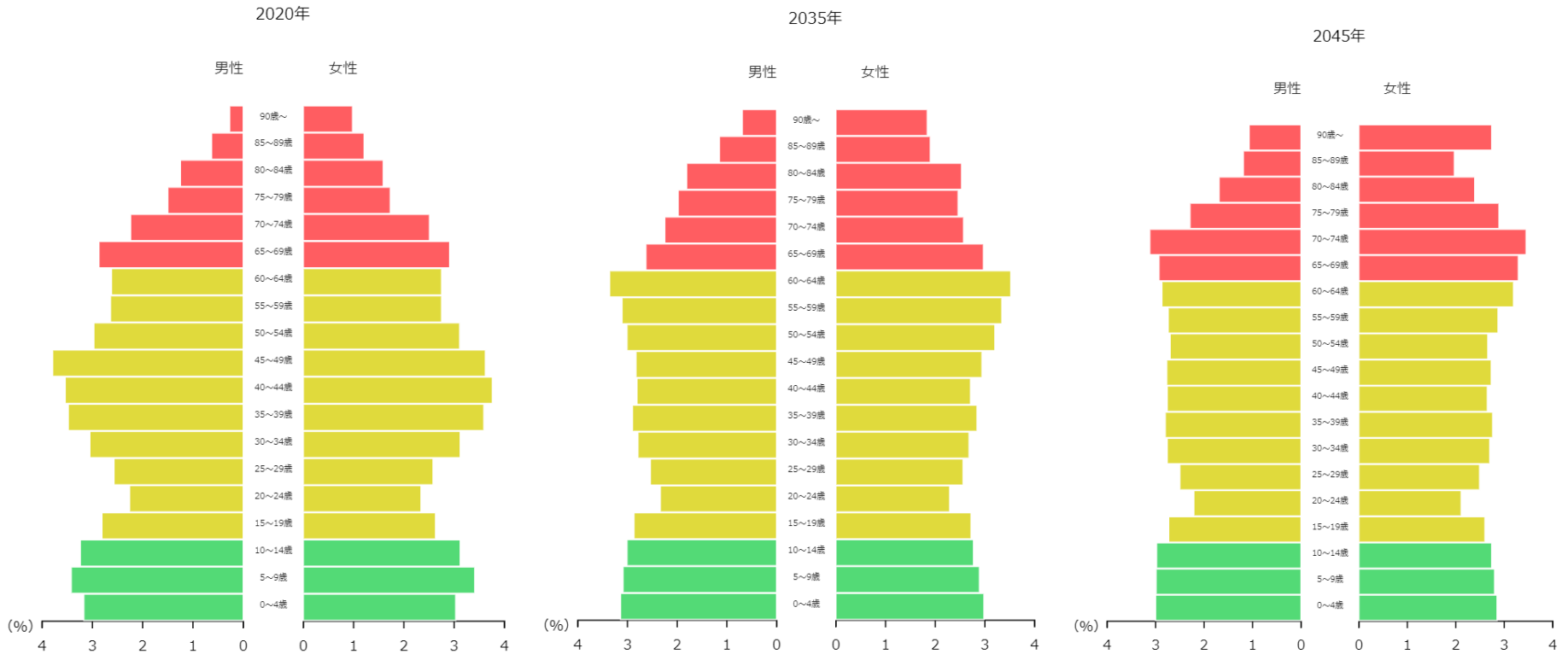


【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【注記】2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。

«RESAS»人口ピラミッド

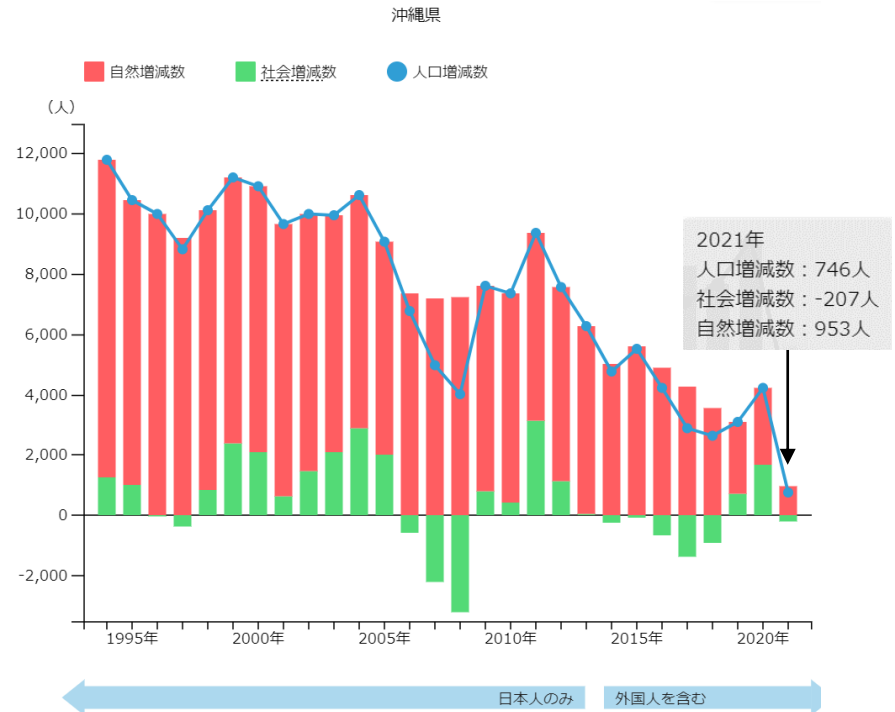
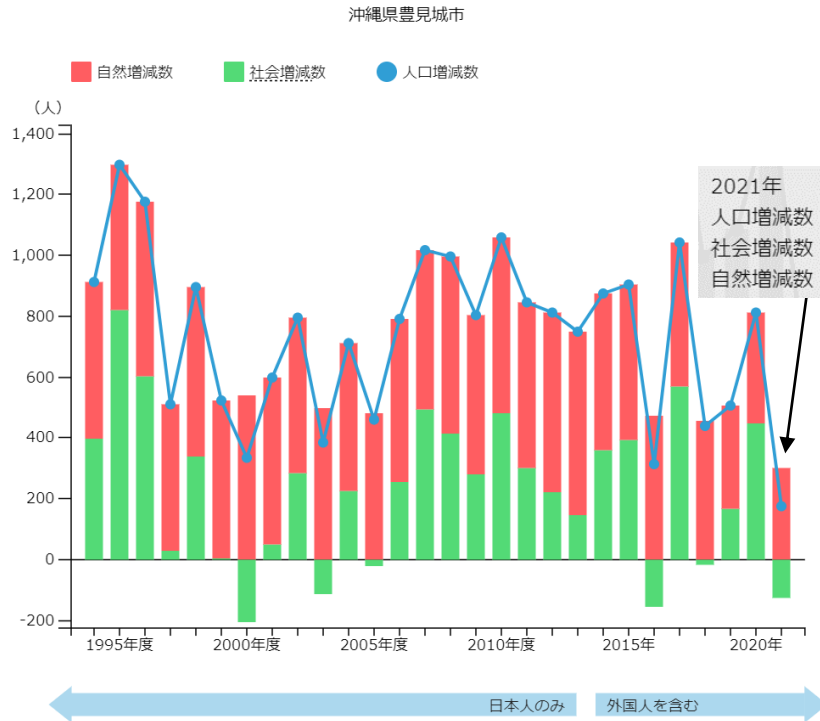
- 2020年から2045年にかけて老年人口（65歳以上）は58.8%増加する。
- 2020年から2045年にかけて生産年齢人口（15歳～64歳）は3.6%減少する。
- 2020年から2045年にかけて年少人口（0歳～14歳）は3.4%減少する。



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

「RESAS」自然増減・社会増減の推移

- 人口の社会減は2021年から生じている。



【出典】

都道府県：厚生労働省「人口動態調査」、総務省「住民基本台帳人口移動報告年報」

市区町村：総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」再編加工

【注記】

都道府県：2013年までは日本人のみ、2014年以降は外国人を含む数字。

市区町村：2012年までは年度データ、2013年以降は年次データ。2011年までは日本人のみ、2012年以降は外国人を含む数字。

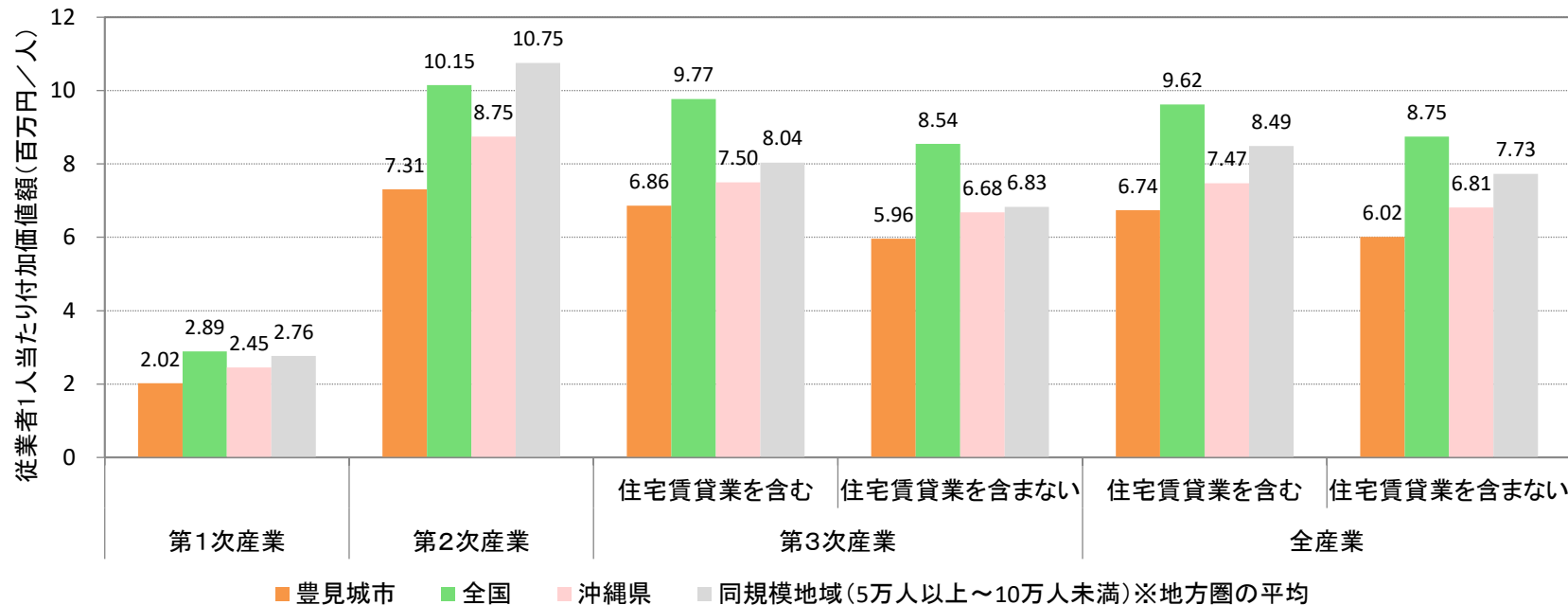
「RESAS」地域の産業の稼ぐ力(1人当たり付加価値額)：第1次・2次・3次別

分析の視点

- 他の地域と稼ぐ力を比較するために、労働生産性（1人当たり付加価値額 \div 1人当たりGDP）を見る。産業別の労働生産性を比較して、高い産業が絶対優位な産業となる。
- ここでは、産業別（第1次・2次・3次産業別）の従業者1人当たりの付加価値額を全国や県、人口同規模地域と比較することで、1人当たり付加価値額の高い産業、低い産業を把握する(下図)。

全産業の労働生産性(住宅賃貸業を含まない)を見ると全国、県、人口同規模地域のいずれと比較しても低い。産業別には、人口同規模地域と比較するとどの産業でも労働生産性は低い水準である。

従業者1人当たり付加価値額（労働生産性）



出所：「国民経済計算」、「県民経済計算」、「経済センサス」、「工業統計」、「国勢調査」等より作成

注) 国民経済計算の不動産業には帰属家賃が含まれており、地域経済循環分析用データの産業分類でも第3次産業の住宅賃貸業に帰属家賃が含まれている。帰属家賃は、実際には家賃の受払いを伴わないものであるため、これを含む場合と含まない場合の2パターンで労働生産性を作成している。

「RESAS」地域の産業の稼ぐ力(1人当たり付加価値額)：第1次・第2次産業

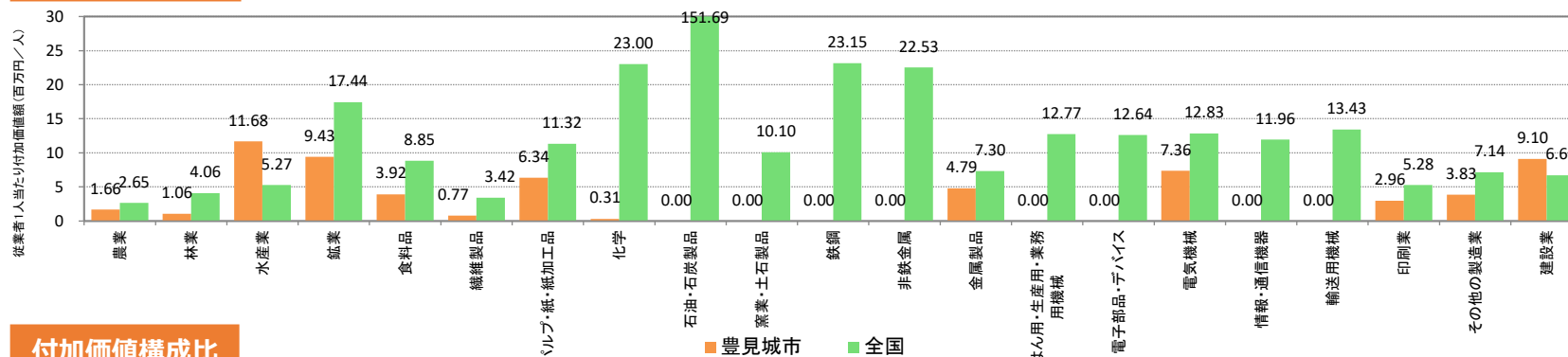
分析の視点

- ここでは他の地域と比較して、第1次産業（農林水産業）と2次産業（製造業+建設業+鉱業）の産業別の稼ぐ力（労働生産性）と付加価値（≒GDP）のシェアを見て、第1次産業と第2次産業の強み・弱みを把握する。
- 労働生産性と付加価値シェアの両面で全国平均よりも高い産業が、地域の強みでかつ得意な産業であり、このような産業を持っている地域は、地域経済の活性化に有利になる。

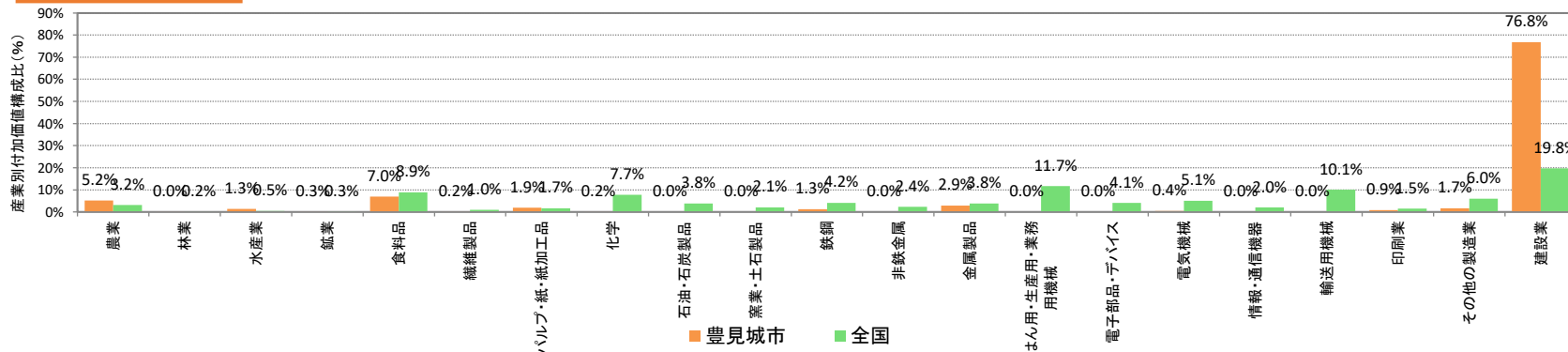
豊見城市の第1次産業と第2次産業で、労働生産性が全国平均よりも高い産業は、水産業、建設業である。

第1次・2次産業の産業別労働生産性及び付加価値の構成比

労働生産性



付加価値構成比



出所：「国民経済計算」、「県民経済計算」、「経済センサス」、「工業統計」、「国勢調査」等より作成

「RESAS」地域の産業の稼ぐ力(1人当たり付加価値額)：第3次産業

分析の視点

- ここでは他の地域と比較して、第3次産業の産業別の稼ぐ力（労働生産性）と付加価値（≒GDP）のシェアを見て、第3次産業の強み・弱みを把握する。
- 労働生産性と付加価値シェアの両面で全国平均よりも高い産業が、地域の強みでかつ得意な産業であり、このような産業を持っている地域は、地域経済の活性化に有利になる。

豊見城市の第3次産業で、労働生産性が全国平均よりも高い産業は、専門・科学技術、業務支援サービス業、教育などである。

第3次産業の産業別労働生産性及び付加価値の構成比

