

景気動向調査報告書 概要版 (令和2年4月調査)

業種全体の売上D Iおよび採算D Iは、一昨年は大きく上昇したが、昨年からそれぞれ一転して下降し本年は▲60.2%、▲60.8%と大幅に下降した。特に、飲食業と卸売業、小売業における売上D Iは大きく下降している。今後の売上D Iの予測としては、業種全体として下降し▲75.9%と近年にない悪化の見通しである。

*D Iとは、「良い」と答えた企業の割合から、「悪い」と答えた企業の割合を引いた数値

■景気動向調査

この調査は、平塚市内の企業の景気動向を把握することを目的として、年に1度、当所会員企業のご協力を得て、会員企業を対象として実施しております。

- (1) 調査期間：令和2年4月6日(月)～4月30日(木)
- (2) 調査方法：郵便・FAXによる調査票(アンケート)回収方式
- (3) 回収状況：全業種36.3%(工業38.1%、商業35.0%)と昨年(29.7%)比、回収率が高い

■調査結果の概要

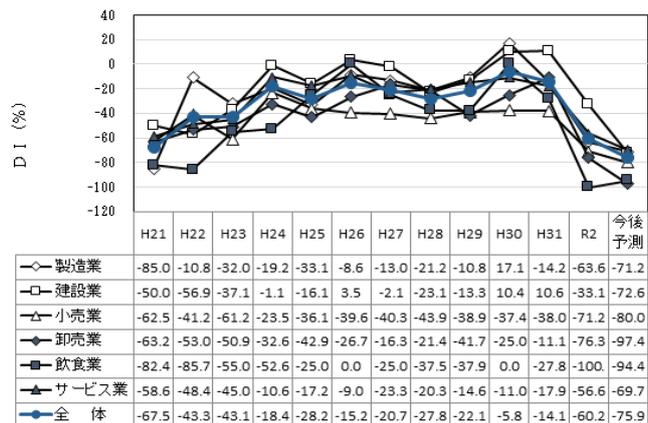
(1) 売上高の状況

業種全体の売上D Iは、昨年より46.1ポイントと大幅に下降して▲60.2%となった。今後の予測では全体として▲75.9%と更に下降するとの見通しである。

(2) 採算の状況

業種全体の採算D Iは、昨年より40.8ポイント下降して▲60.8%となった。すべての業種において下降幅が大きい

売上D I (平塚市の業種別)



■業種別の景況

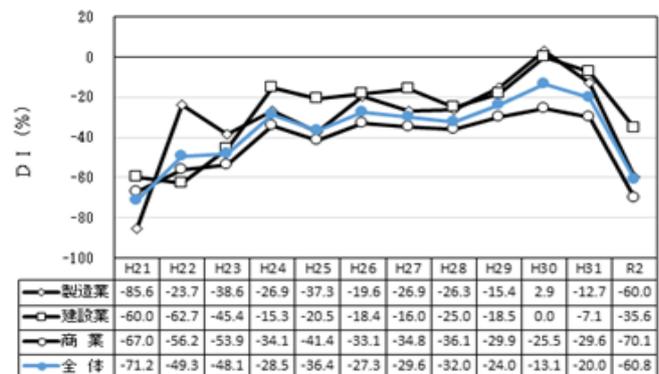
◎製造業

売上D Iは昨年より49.4ポイントと大きく下降して▲63.6%となった。採算D Iは昨年より47.3ポイント下降して▲60.0%となった。売上D I、採算D Iの悪化は、「売上」の減少による固定費の比率増大及び「引き合い」の下降が要因と思われる。

◎建設業

売上D Iは昨年より43.7ポイントと大きく下降して▲33.1%となった。採算D Iは28.5ポイント下降して▲35.6%となった。昨年より「引き合い」のD I

採算D I (平塚市の業種別)



が52.6ポイント下降し、「売上」D Iが43.7ポイント下降したことが採算D I悪化の要因と思われる。

◎小売業

売上D Iは昨年より33.0ポイント下降して▲71.2%となった。採算D Iは6.6ポイント下降して▲39.3%となった。また、「客数」のD Iは▲73.6%、「客単価」のD Iは▲48.2%と昨年より大幅に悪化している。結果として資金繰りのD Iも▲47.2%と昨年より22.8ポイントも下降して経営は非常に厳しい状況が続いている。

◎卸売業

売上D Iは昨年より65.2ポイントと大きく下降して▲76.3%となった。採算D Iも56.3ポイントと大幅に下降し

て▲73.0%となった。また、「客数」「客単価」「資金繰り」などのD Iも大幅に悪化傾向にあり、厳しい状況が続いている。

◎飲食業

売上D Iは昨年より72.2ポイントと大きく下降して▲100.0%となった。採算D Iも47.2ポイントと大きく下降して▲97.2%となった。「客数」「客単価」のD Iが、それぞれ、50.0ポイント、63.8ポイントと大きく悪化したことが要因と思われる。

◎サービス業・観光業

売上D Iは昨年より38.7ポイント下降して▲56.6%となった。採算D Iは39.2ポイント下降して▲31.9%となった。「客数」D Iは▲49.0%、「客単価」のD Iは▲40.3%と低迷しており、経営は厳しい状況が続いている。

■新型コロナウイルスによる経営への影響

今回の新型コロナウイルス感染症の拡大をリーマンショック後の平成21年と比較してみると、小売業、卸売業、飲食業の売上D Iはリーマンショック後よりも低下しており、また、採算D Iも商業はリーマンショック後より低下している。今回の調査では、直接顧客と接する商業関連のD I低下がまず顕著に現れているが、直接末端ユーザーとの接触が少ない製造業、建設業については今後、商業関連同様に売上D I、採算D Iの大幅低下が予測される。また、経営上の問題点では、特に飲食業、卸売業、サービス・観光業が高いパーセンテージでこの新型コロナウイルス感染症の拡大を問題点としている。結果として、各業界においては、売上高の確保が解決すべき大きな経営課題となっている。ただ、売上高を確保するために採算を度外視した低価格の販売を行ってしまうと益々、経営の状況を悪化させる危険性がある。この時期大切なことは、経営者として「売上＝客数×客単価」をしっかりと念頭に置き、単に売上の増加を意識するのではなく、如何にして客数を増やし、客単価を向上させる工夫をするかが大切なポイントになる。製造業、建設業の場合には、今一つ、知恵を絞って「売上増＝受注増＝引合数増×引合単価増」を考えると採算を度外視した単なる売上増にはつながらず、健全に経営状態を回復させることが可能となる。

■考察

すでに今回の景気動向調査の結果を見てわかるとおり、今、全ての業界が新型コロナウイルス感染症の拡大というリーマンショック後の時期を上回る大きな問題に直面している。つまり、世界中の企業が、組織が、そして家庭、すべてがかつて経験したことのないような大きな環境変化の時代に突入している。このような時期に経営者に必須の心構えは、決してマイナス思考にならず、プラス思考で環境変化をとらえることである。プラス思考で環境を捉えた結果として、そこに新たな自社独自のビジネスモデルを創出することが可能となり、これがやがて、自社の更なる発展につながっていく。ビジネスモデルの基本的な骨格は、「誰に」「何を」「どのようにして提供する」の3つからなる。これまでの自社の順調な経営の時期において、自社は「誰に」モノやサービスを提供してきたのか、そして、その「モノやサービスとはどのようなものであったのか」、また、そのモノやサービスを「どのようにして提供してきたのか」をざっくりと振り返ってみることだ。その結果として、「誰に」つまり、提供してきた相手である「顧客」のニーズがこの環境変化で、どのように変化しているか、また、「何を」という提供してきたモノやサービスを顧客の変化した「ニーズ」に合わせてどのように変えていくべきか、さらに、「どのようにして提供するか」という提供方法も環境の変化で、どのように変えたら顧客の変化した新たなニーズ・利便性に対応できるのか、を見直す必要が出てくる。

さらに、このように大きな環境変化の中では、これまでは存在しなかったような新しいマーケットが生まれ、そこに新たな潜在的な顧客が生まれてくる。ここにも自社の事業成長のシーズが存在する。

つまり、これらの環境変化を見て、その環境変化に対応して自社の組織を安定させ、さらにそれを拡大していくには、企業の経営者に「戦略的思考」が求められる。今回の状況を鑑みて、特に企業の経営者に必要とされる戦略的思考のポイントは、3つである。一つは、大きくくりで今の環境を分析・整理する「PEST分析」、2つ目は、顧客と自社そして競合他社の関係のみてKFSを導き出す「3C分析」、3つめは、環境変化の分析に基づき自社の新たな成長の方向性を4つの視点で見出す「成長ベクトル」である。今の時期ほど、経営者の戦略的思考の有効な活用が試される時期はない。

*調査結果の詳細につきましては、平塚商工会議所のホームページよりダウンロードできる「報告書」をご覧ください。

■追加

今回のアンケート締め切り後、製造業 6社、建設業 11社、商業12社、計29社からアンケート用紙が到着してましたので、その29社について以下に簡単に追加でまとめておきます。

設問5 昨年4月との経営状況の比較

(1) 製造業

項目	増えた	横這い	減った	項目	増えた	横這い	減った
売上高		2	4	売上高	1	4	6
採算(経常利益)		2	4	採算(経常利益)		5	6
引合	1	1	4	引合	1	5	5
受注・製品単価	1	4	1	受注・製品単価	1	6	4
在庫	2	3		在庫	2	6	2
資金繰り		2	4	資金繰り	1	7	4
雇用者数		5	1	雇用者数	1	8	2
設備投資		3	3	設備投資	3	4	3
今後の見通し	1	1	4	今後の見通し	1	3	7

(2) 製造業

設問6 経営上の問題

売上の減少と設備不足・老朽化

設問7 今後の経営課題

売上高の確保と設備投資

設問8 ウイルスの影響

売上、受注の減少

設問9 必要な支援・施策

融資等資金支援と事業補助金

設問6 経営上の問題

売上の減少と従業員過剰・不足

設問7 今後の経営課題

売上高の確保と人材確保育成

設問8 ウイルスの影響

売上、受注の減少と資金繰り悪化

設問9 必要な支援・施策

融資等資金支援

(3) 商業(小売業、飲食業、サービス業)

項目	増えた	横這い	減った
売上高		1	9
採算(経常利益)		1	8
客数		4	6
客単価		6	4
経費	5	3	2
資金繰り		2	9
雇用者数		9	1
金融機関融資状況		9	1
今後の見通し		1	9

設問6 経営上の問題

売上の減少と利益率の低下

設問7 今後の経営課題

経費の削減、取扱商品・サービスの充実

設問8 ウイルスの影響

圧倒的に売上の減少、そしてその原因となる客数の減少

設問9 必要な支援・施策

休業補償と事業補助金