

## 特集アンケート 「経営の動向」について

### アンケート内容と結果

東日本大震災や台風12号、最近ではタイにおける洪水等自然災害に起因するサプライチェーン（原料の段階から、製品やサービスが消費者に届くまでの流れ）の途切れによる経営への影響が取りざたされている。現在のサプライチェーンは、国内外を問わず遠く離れたところでの出来事が県内企業へも何らかの影響を及ぼすようになってきていると思われるため、今回はサプライチェーンが寸断された場合における経営への影響の可能性、またそれらリスクを含めた経営者の方々の課題や問題への取組み、その他経営に関するアンケートを行った。

主な販売先や仕入先については、やはり和歌山県内及び近畿地区で約9割を占める。製造業の販売先では、近畿地区の他に関東地区のウェイトが高く、関東地区のマーケットの大きさが感じられる。また、仕入先では販売先に比べ、県内からの供給だけではまかないきれない(もしくは調達できない)ためか近畿地区のウェイトが高い。ただ、販売先・仕入先ともに、東北・北海道地区の取引先は少なく、東日本大震災の直接影響が少なかったことを裏付けている。売上高または仕入高の3割以上を占める取引先の所在地については、県内・近畿地区で9割以上を占めている。

県外での事業所・営業所の有無については、77%の企業が事業所・営業所を所有していない。所有していると回答した製造業においては、近畿圏外でのウェイトが高くなっており、広範囲での営業活動が求められていることがうかがえる。

販売先・仕入先の見直しについては、36%の企業が見直しを検討しており、特に商業において42%と割合が高くなっている。見直しをしようと考えている商業、サービス業では、県内より近畿地区への見直しを行おうとしており、県内だけでは事業の需給をまかないきれないものと思われる。

多角化や新事業の検討について、27%の企業が多角化を検討しているが、販売先や仕入先の見直しほど顕著なものではなく、多角化や新事業への取組みは企業にとって負荷の大きなものであることがうかがえる。

海外進出については81%の企業が検討しておらず、進出企業理由は、人件費・円高といった理由の他、取引先都合という自社の事情とは関係なくやむをえなくといった理由もある。

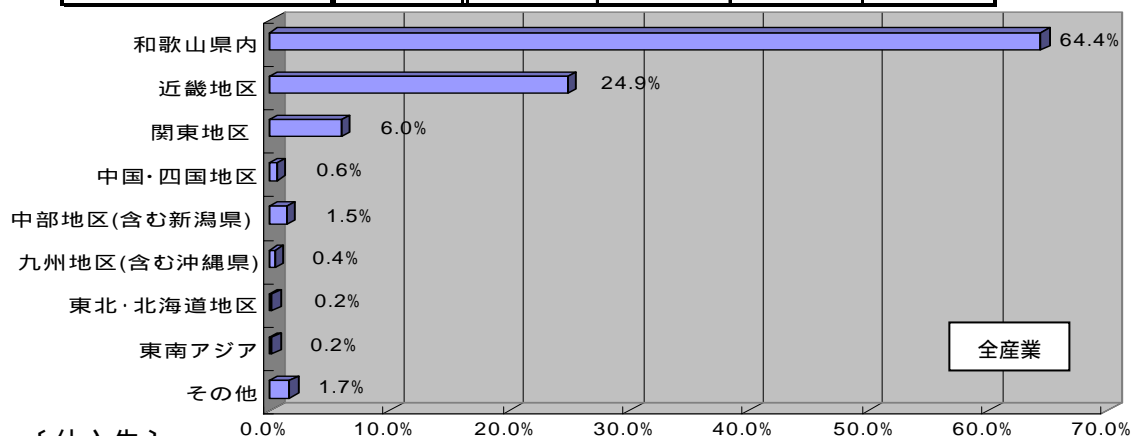
最後に、経営上の課題について相談する先については、コンサルタントへの相談が最も多く、次に同業者となっている。「その他」の内訳をみると、会計士や税理士が多く、日頃より経理を見てもらい、身近な存在として相談しやすいということであろうか。金融機関への相談も多く、企業の課題は経営自身に関する内容の他、資金繰りという財務面での課題が多いという実情がうかがえる。建設業については、同業者への相談が多く、業界特有の慣習等相談する相手が限られるためかと思われる。

## 主な販売先・仕入先（取引先）の所在地について

全産業では、販売先・仕入先の所在地は、ともに和歌山県内及び近畿地区で約9割を占める。販売先では、製造業において近畿地区の他に関東地区のウェイトが高い(県内需要不足)。仕入先では販売先に比べ、県内からの供給が限られているためか近畿地区のウェイトが高い。また、販売先・仕入先ともに、東北・北海道地区の取引先は少ない。

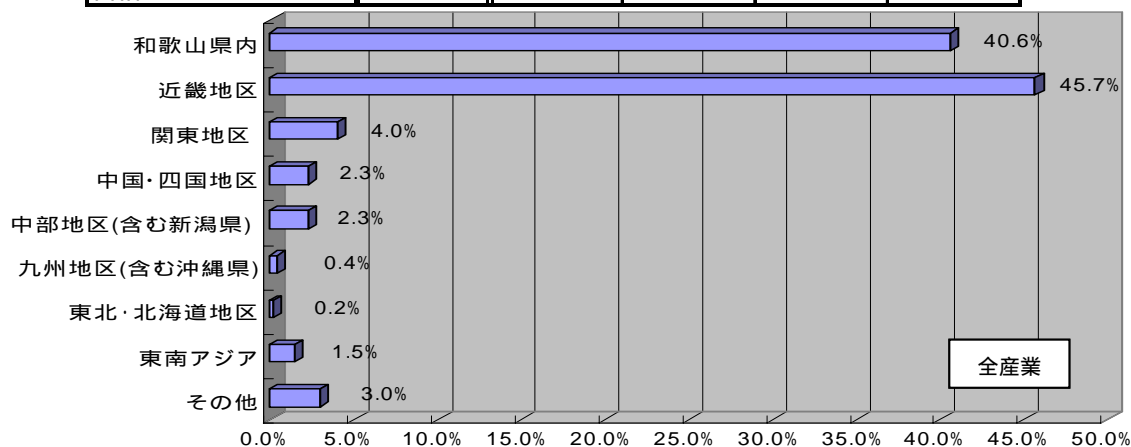
### 〔販売先〕

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
和歌山県内	310	50	31	112	117
近畿地区	120	6	39	35	40
関東地区	29	1	19	6	3
中国・四国地区	3	0	1	0	2
中部地区(含む新潟県)	7	0	5	2	0
九州地区(含む沖縄県)	2	0	2	0	0
東北・北海道地区	1	0	0	0	1
東南アジア	1	0	0	1	0
その他	8	1	3	2	2
合計	481	58	100	158	165



### 〔仕入先〕

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
和歌山県内	192	32	34	24	102
近畿地区	216	23	47	100	46
関東地区	19	1	5	9	4
中国・四国地区	11	0	3	6	2
中部地区(含む新潟県)	11	0	3	5	3
九州地区(含む沖縄県)	2	0	2	0	0
東北・北海道地区	1	0	0	0	1
東南アジア	7	0	4	3	0
その他	14	2	3	5	4
合計	473	58	101	152	162

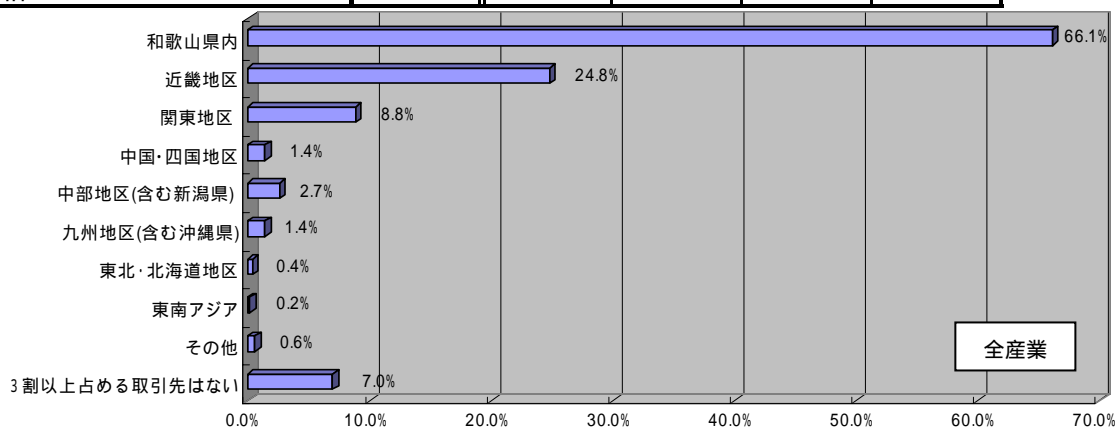


売上高または仕入高の3割以上を占める取引先の所在地について【複数回答可】

売上高では、製造業で関東地区のウェイトが高いが、それ以外の業種では県内・近畿地区で9割以上を占める。仕入高については、売上高に比べ近畿地区のウェイトが高くなっているが、全体的に近畿圏以外での直接影響は少ないものと想定される。また、約1割弱の企業が取引高の3割以上の取引先がなく、リスク分散がなされていると考えられる。

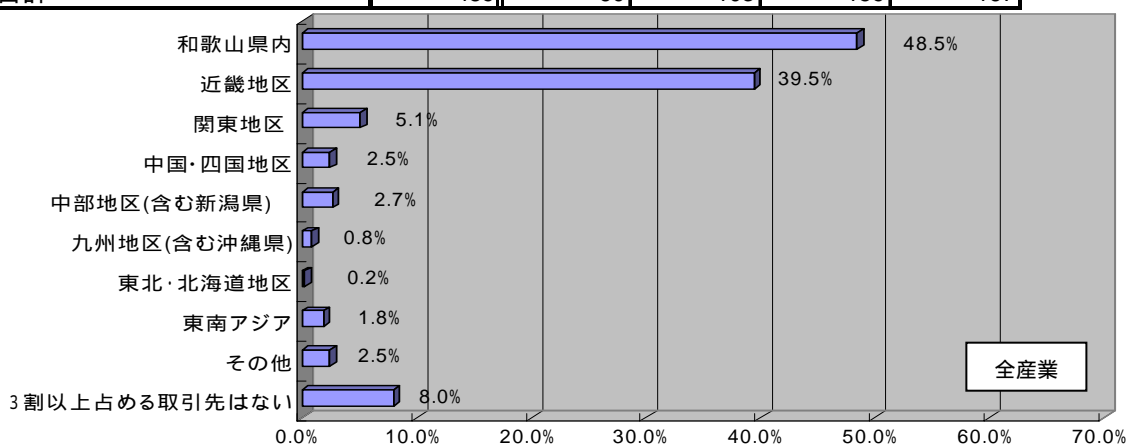
〔売上高〕

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
和歌山県内	322	53	34	116	119
近畿地区	121	11	41	29	40
関東地区	43	2	20	9	12
中国・四国地区	7	0	2	3	2
中部地区(含む新潟県)	13	0	8	4	1
九州地区(含む沖縄県)	7	0	3	4	0
東北・北海道地区	2	0	0	1	1
東南アジア	1	0	0	0	1
その他	3	0	1	1	1
3割以上占める取引先はない	34	0	11	12	11
合計	487	60	103	158	166



〔仕入高〕

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
和歌山県内	237	49	35	40	113
近畿地区	193	16	49	90	38
関東地区	25	1	5	13	6
中国・四国地区	12	0	4	6	2
中部地区(含む新潟県)	13	1	4	5	3
九州地区(含む沖縄県)	4	2	1	1	0
東北・北海道地区	1	0	0	0	1
東南アジア	9	0	5	3	1
その他	12	1	2	7	2
3割以上占める取引先はない	39	0	10	15	14
合計	489	60	103	159	167



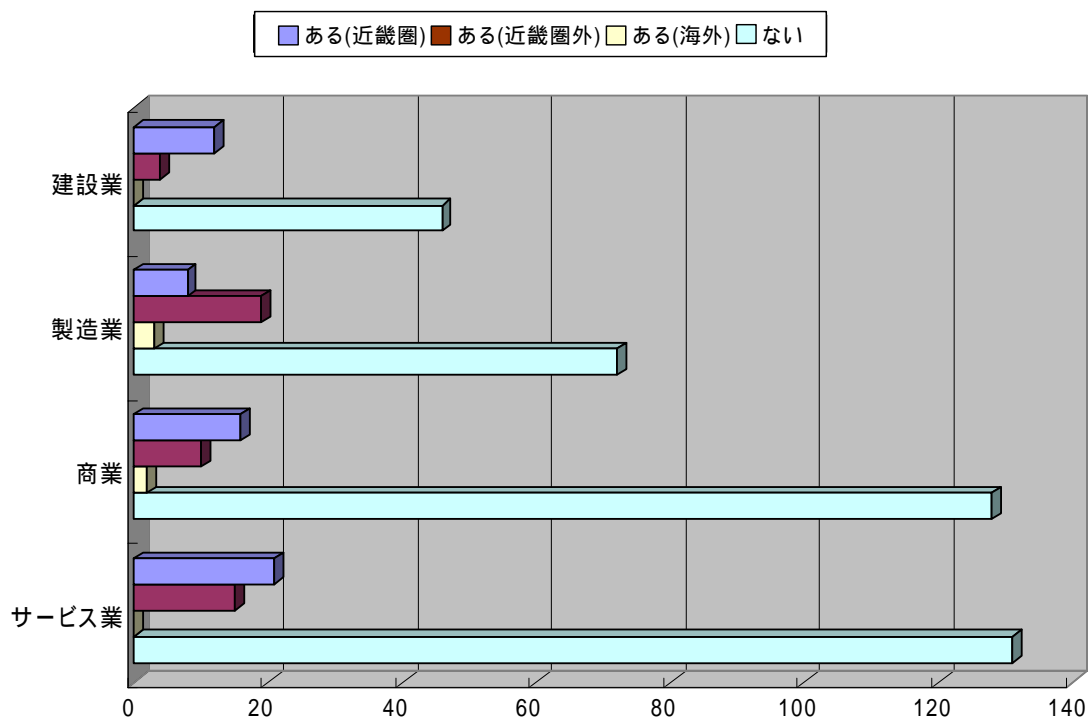
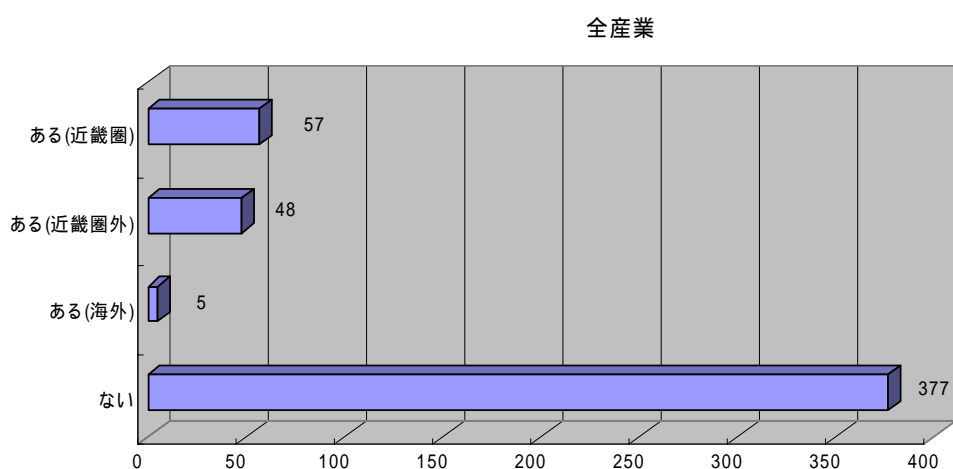
\* 東南アジア9先の内、中国の仕入先とする企業が7先ある。

### 県外に事業所・営業所があるかどうかについて

77%の企業が事業所・営業所を所有していない。また、所有している企業についても、設置先は近畿圏・近畿圏外とほぼ同じ割合となっている。

業種別で見た場合、製造業において近畿圏外でのウェイトが高くなっており、広範囲での営業活動が求められている。製造業以外の業種では、事業の対象エリアが本拠地を中心とするエリアということもあり、近畿圏内での拠点展開となっていると思われる。

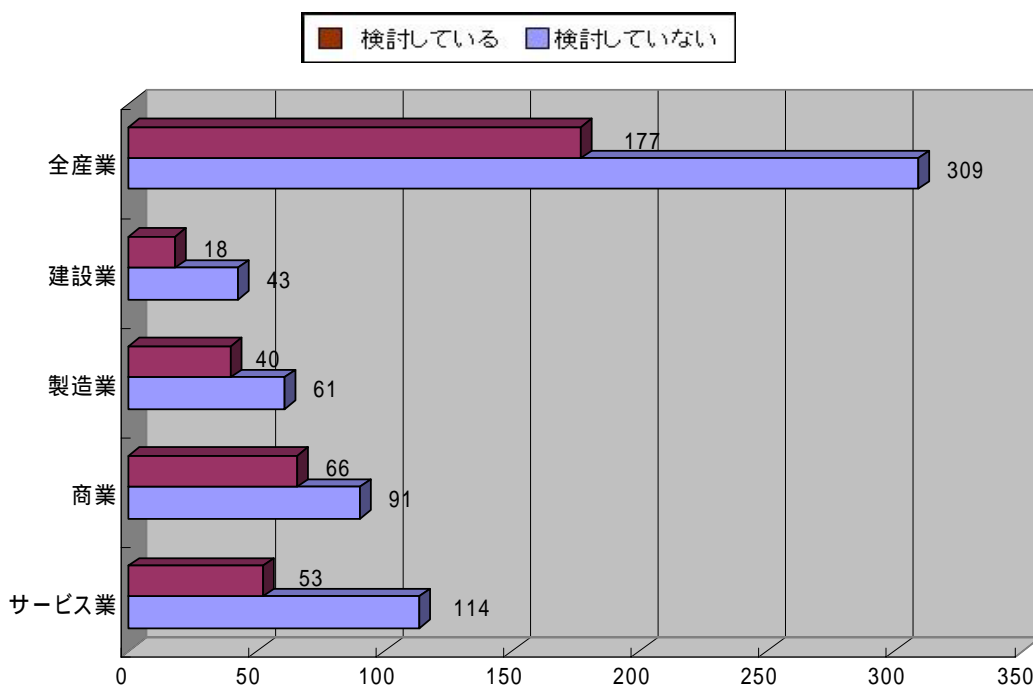
	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
ある(近畿圏)	57	12	8	16	21	11.7%	19.4%	7.8%	10.3%	12.6%
ある(近畿圏外)	48	4	19	10	15	9.9%	6.5%	18.6%	6.4%	9.0%
ある(海外)	5	0	3	2	0	1.0%	0.0%	2.9%	1.3%	0.0%
ない	377	46	72	128	131	77.4%	74.2%	70.6%	82.1%	78.4%
合計	487	62	102	156	167	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



## 販売先・仕入先の見直しについて

36%の企業が販売先・仕入先の見直しを検討しており、業種別では、商業において42%が見直しを検討している。

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
検討している	177	18	40	66	53	36.4%	29.5%	39.6%	42.0%	31.7%
検討していない	309	43	61	91	114	63.6%	70.5%	60.4%	58.0%	68.3%
合計	486	61	101	157	167	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



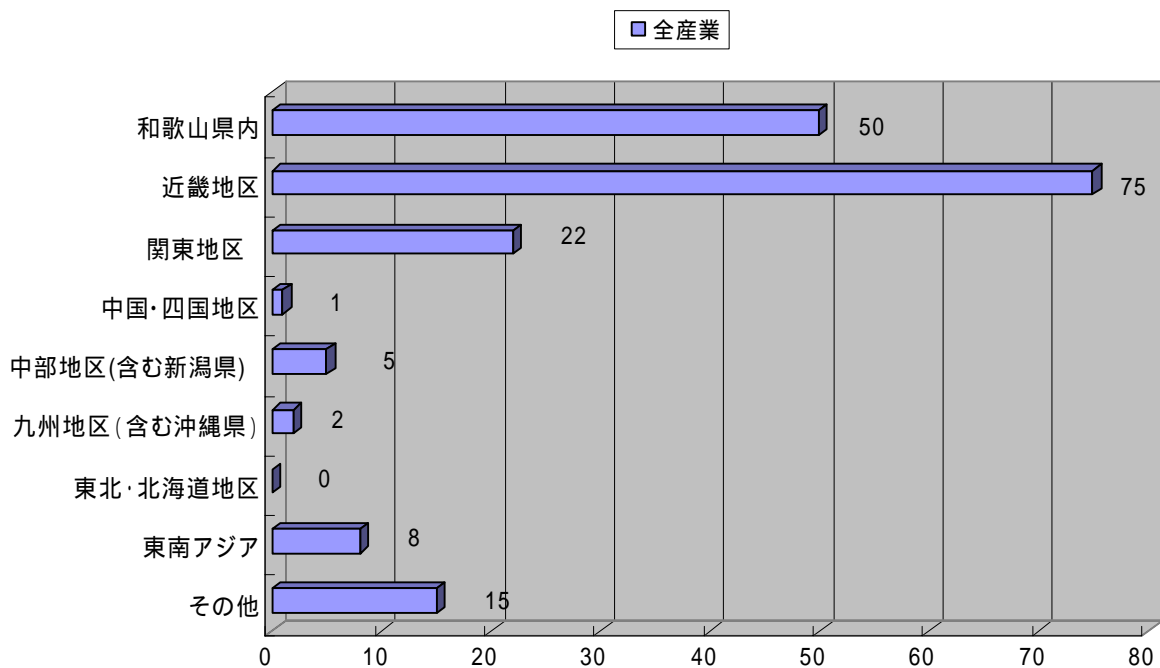
## 販売先・仕入先の見直し対象先として検討している地域について

販売先・仕入先の見直しを考えている企業の約70%が県内、近畿地区内での検討を考えている。

製造業においては関東地区へのウェイトが34%と高くなっており、関東地区の市場性の高さを期待しているものと思われる。

商業、サービス業においては、県内より近畿地区への見直しを行おうとしており、県内だけでは事業の需給がまかないきれないものと思われる。

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
和歌山県内	50	10	0	22	18	28.1%	55.6%	0.0%	32.4%	33.3%
近畿地区	75	7	12	28	28	42.1%	38.9%	31.6%	41.2%	51.9%
関東地区	22	1	13	6	2	12.4%	5.6%	34.2%	8.8%	3.7%
中国・四国地区	1	0	0	0	1	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%
中部地区(含む新潟県)	5	0	1	1	3	2.8%	0.0%	2.6%	1.5%	5.6%
九州地区(含む沖縄県)	2	0	1	1	0	1.1%	0.0%	2.6%	1.5%	0.0%
東北・北海道地区	0	0	0	0	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
東南アジア	8	0	5	3	0	4.5%	0.0%	13.2%	4.4%	0.0%
その他	15	0	6	7	2	8.4%	0.0%	15.8%	10.3%	3.7%
合計	178	18	38	68	54	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



\* その他については、地域を限定しないものの他、ネットでの販売等検討している。

販売先・仕入先の見直しを検討している企業の内、売上高の3割以上を占める取引先の所在地との関係を見ると、関東地区に売上高の3割以上取引先のある企業の半数以上が見直しを検討している。しかしながら、仕入高の3割以上が関東地区にある企業については、見直しはそれほど顕著ではない。

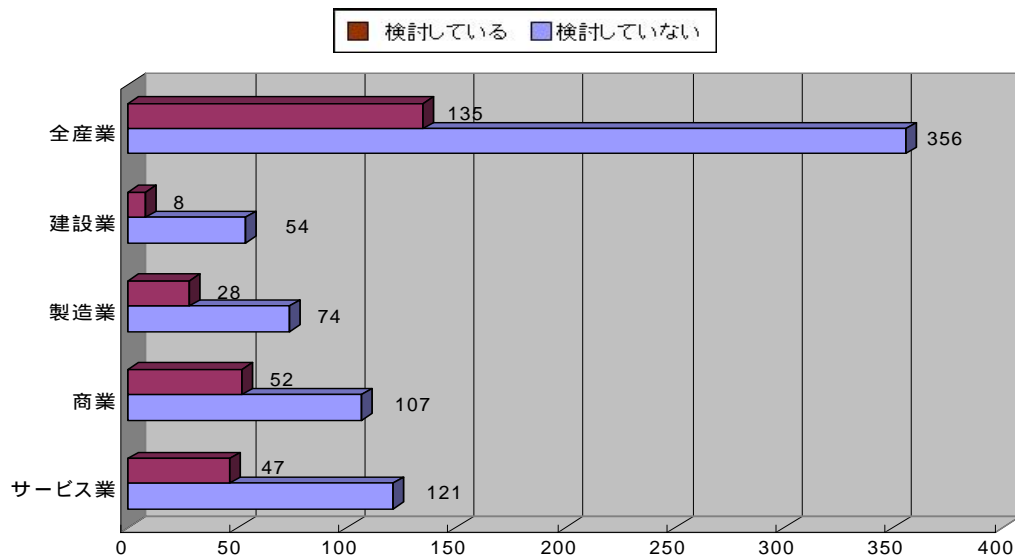
これは、既進出企業にとって、関東圏のマーケット規模は大きいものの、競争による収益性の問題や今回の震災の影響を考慮したものと考えられる。

	売上高の3割以上を占める取引先			仕入高の3割以上を占める取引先		
	検討している	検討していない	合計	検討している	検討していない	合計
和歌山県内	105	33.1%	212	75	32.1%	234
近畿地区	50	41.3%	121	71	36.8%	193
関東地区	25	58.1%	43	11	44.0%	25
中国・四国地区	2	28.6%	7	4	36.4%	11
中部地区(含む新潟県)	6	50.0%	12	4	30.8%	13
九州地区(含む沖縄県)	4	57.1%	7	2	50.0%	4
東北・北海道地区	1	50.0%	2	1	100.0%	1
東南アジア	1	100.0%	1	5	62.5%	8
その他	0	0.0%	3	8	66.7%	12
3割以上占める取引先はない	15	46.9%	32	20	54.1%	37
合計	175	36.5%	479	176	36.5%	482

## 事業の多角化や新事業等の検討について

約 28%の企業が多角化を検討しており、特に商業においては 33%の事業所が検討している。ただ、その割合は販売先や仕入先の見直しほど顕著なものではなく、多角化や新事業への取組みは企業にとって負荷の大きなものであることがうかがわれる。

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
検討している	135	8	28	52	47	27.5%	12.9%	27.5%	32.7%	28.0%
検討していない	356	54	74	107	121	72.5%	87.1%	72.5%	67.3%	72.0%
合計	491	62	102	159	168	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



### 【参考】販売先・仕入先の見直しを検討している先（前掲）

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
検討している	177	18	40	66	53	36.4%	29.5%	39.6%	42.0%	31.7%
検討していない	309	43	61	91	114	63.6%	70.5%	60.4%	58.0%	68.3%
合計	486	61	101	157	167	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

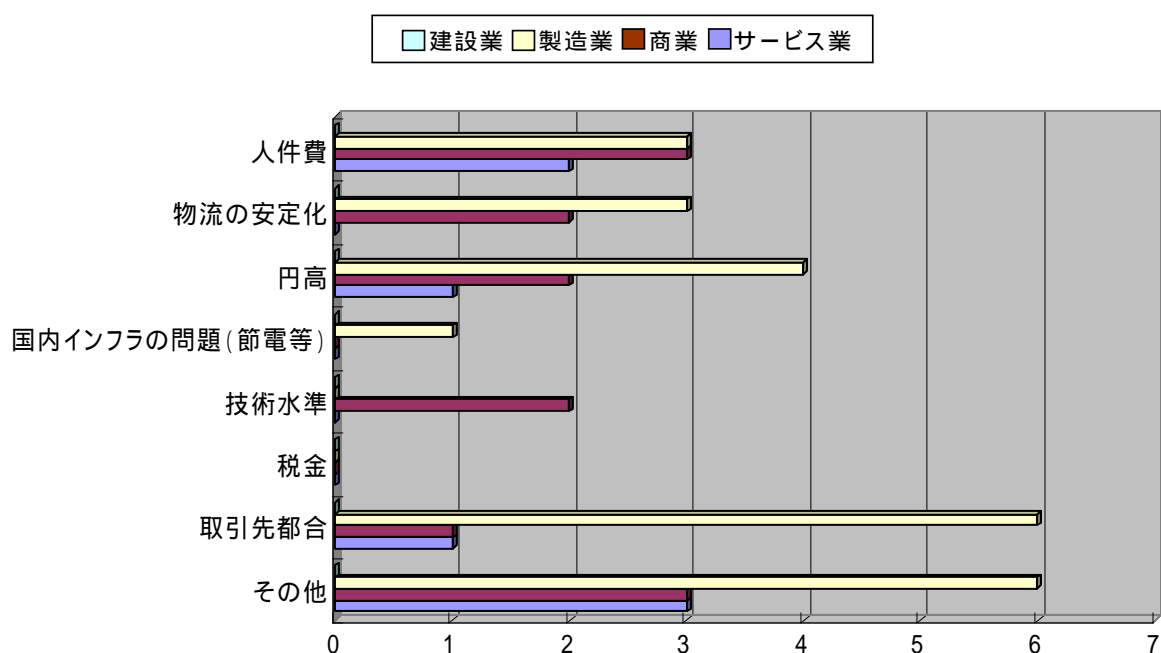
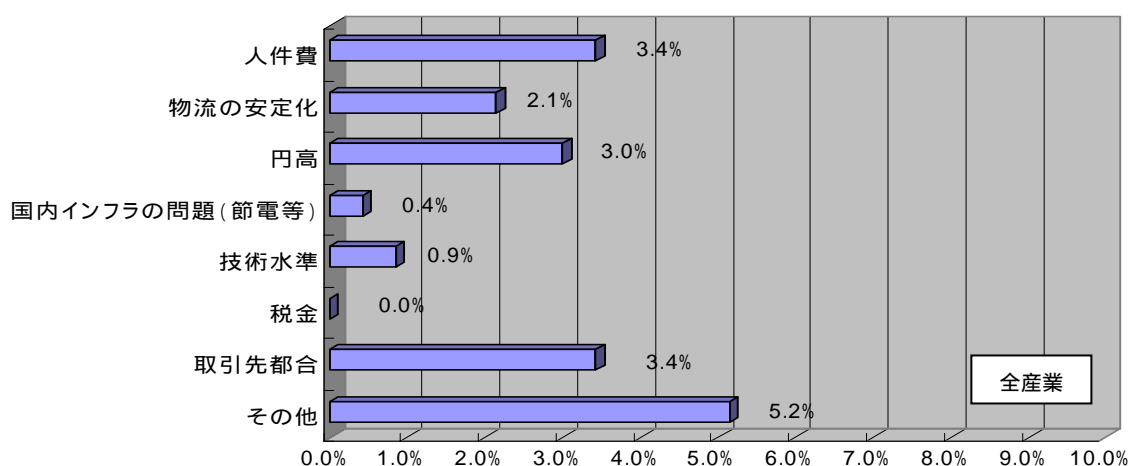
また、県外の事業所・営業所のある企業において、事業の多角化・新事業等の検討を行っている企業は約 36%あり、事業所等のない事業所の約 25%に比べ多くなっている。その企業のおかれている経営環境にも影響されると思われるが、やはり積極的な経営方針に基づき企業経営が行われているものと想定される。

事業所の有無 / 多角化等	検討している		検討していない		合計
ある(近畿圏)	17	15.9%	38	35.5%	55
ある(近畿圏外)	18	16.8%	29	27.1%	47
ある(海外)	4	3.7%	1	0.9%	5
小計	39	36.4%	68	63.6%	107 (100%)
ない	92	24.6%	282	75.4%	374 (100%)

## 海外進出について

回答先企業の約8割が海外進出を検討していない。進出している企業の理由は、人件費・円高といった理由や取引先都合という自社の事情とは関係なくやむをえなくといった理由が多い。「その他」については、新たな原材料開拓、新たな市場の開拓、日本以上の経済成長といった理由があげられている。

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
人件費	8	0	3	3	2
物流の安定化	5	0	3	2	0
円高	7	0	4	2	1
国内インフラの問題(節電等)	1	0	1	0	0
技術水準	2	0	0	2	0
税金	0	0	0	0	0
取引先都合	8	0	6	1	1
検討していない	190	18	42	58	72
その他	12	0	6	3	3
合計	233	18	65	71	79





## 経営上の課題について相談する先について

全体的には、コンサルタントへの相談が最も多く、次に同業者となっている。その他の内訳をみると、会計士や税理士への相談が多く、日頃より話す機会が多く相談しやすいことが考えられる。金融機関への相談も多く、企業の経営課題は資金繰りという財務面の問題が多いことがうかがえる。業種別では、建設業が複雑な業界内容のため同業者への相談が最も多い。また、公的窓口への相談が少ないのは、どこに相談にいけばいいのか分からないということも一因かと思われる。

