

**令和 5 年度
常総市地域経済動向調査**

令和 6 年 1 月

常総市商工会

第1節 概要

(1) 目的

常総市内の小規模事業者の持続的な発展を推進するため、業種ごとの売上や利益といった業況を経済動向情報として整理し、経営分析や事業計画作成支援の基礎資料として活用する。

(2) 調査分析方法

確定申告で得られた事業者の財務データを対象に調査分析をおこなった。

(3) 調査対象事業者

市内で事業者数の多い5業種（建設業・製造業・飲食業・小売業・サービス業）について、各5者（サンプルA～E）を抽出して分析した。

なお、業績の推移から経済動向を把握する本調査の目的に照らして、各業種における対象事業者（サンプルA～E）については、各年ともに同一の事業者であることを前提とする。

(4) 用語の説明

- ・本文中及び図表中に示した業種毎の平均値は、各業種におけるサンプル事業者5者から算出した平均値を使用している。
- ・付加価値額は、各事業者が生み出した価値を示すものであり、営業利益に人件費と減価償却費を足した金額で現わす。付加価値率は、売上高に占める付加価値額の割合。
- ・労働生産性は、付加価値額を従業員数で除した金額。従業員1人あたりの付加価値額とも換言でき、業務効率性を表す。

第2節 業種別平均でみた業況の推移

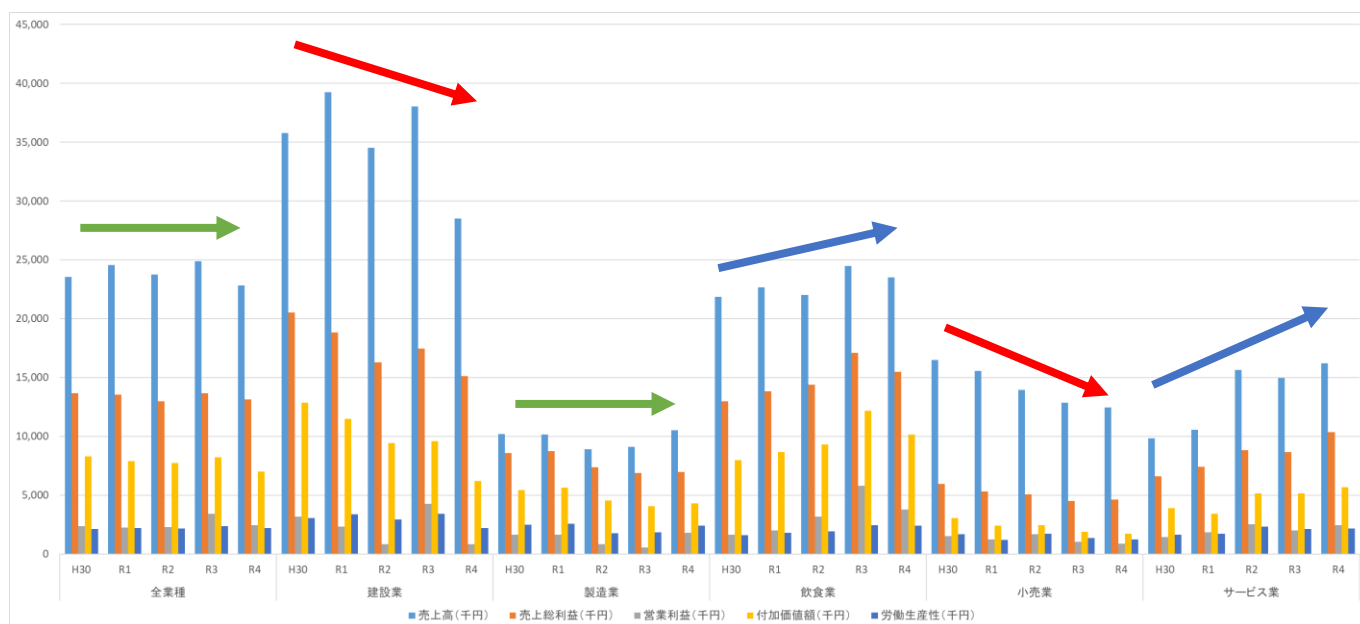
最初に、業種別平均による業況（売上高、売上総利益、営業利益、付加価値額、労働生産性）の推移について確認する。

(1) 金額ベース

まず、業況の推移について金額ベース（業種別平均額）で確認する（図表1）。金額の大小はサンプル事業者の事業規模に依存するため、ここでは金額そのものではなく、業種ごとの推移を俯瞰することで、各業種における景気動向の把握にとどめたい。

これによると、全業種ではいずれの指標においても概ね横ばい傾向で推移している。業種ごとにみると、製造業で概ね横ばいで推移している一方で、建設業、小売業では平成30年と比べて減少傾向、飲食業、サービス業では増加傾向で推移しており、業種間で業況に差が生じていることが伺える。

【図表1：業種別平均額による業況の推移（金額ベース）】



(2) 増減率ベース

次に、業種ごとの業況の推移を事業規模の影響を排除可能な増減率で確認する（図表2）。

売上高の推移では、製造業では前年比15.8%、サービス業では同8.4%と増加する一方で、建設業では同▲25.0%、飲食業では同▲4.0%、小売業では同▲3.1%と減少した結果、全業種の平均値は前年比▲8.3%となった。

売上総利益の推移では、製造業では前年比1.2%、小売業では同2.4%、サービス業では同19.6%と増加する一方で、建設業では同▲13.5%、飲食業では同▲9.5%と減少した結果、全業種の平均値では前年比▲3.8%となった。

営業利益の推移では、製造業では前年比215.7%、サービス業では同21.2%と増加した一方で、建設業では同▲80.3%、飲食業では同▲34.5%、小売業では同▲13.7%と減少した結果、全業種の平均

値では前年比▲28.6%となった。

付加価値額の推移では、製造業では前年比6.4%、サービス業では同10.4%と微増した一方で、建設業では同▲35.4%、飲食業では同▲16.5%、小売業では同▲8.5%と減少した結果、全業種の平均値では前年比▲14.5%の増加となっている。

最後に、労働生産性の推移では、製造業で前年比30.1%、サービス業で同1.9%と増加した一方で、建設業では同▲35.4%、飲食業では同▲0.6%、小売業で同▲8.5%と減少した結果、全業種の平均値は前年比▲7.9%の増加となっている。

【図表2：業種別平均による業況の推移（増減率）】

	全業種	建設業	製造業	飲食業	小売業	サービス業
売上高増加率(%)	-8.3	-25.0	15.8	-4.0	-3.1	8.4
売上総利益増加率(%)	-3.8	-13.5	1.2	-9.5	2.4	19.6
営業利益増加率(%)	-28.6	-80.3	215.7	-34.5	-13.7	21.2
付加価値額増加率(%)	-14.5	-35.4	6.4	-16.5	-8.5	10.4
労働生産性増加率(%)	-7.9	-35.4	30.1	-0.6	-8.5	1.9

第3節 各業種における業況の推移

次に、業種毎の業況について、サンプル事業者の動向から見ていく。

(1) 建設業の業況

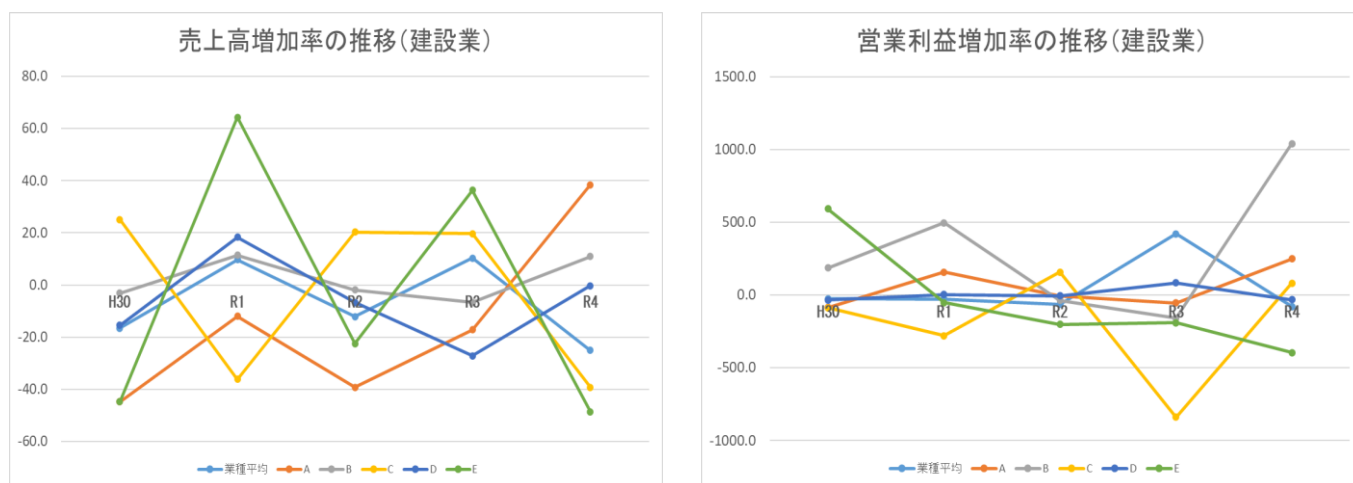
建設業における業種平均値は、全ての指標において前年比でマイナスとなった。全ての指標で全業種平均を下回っており、原油価格・物価高騰や人手不足等の影響等を背景に他の業種と比べて厳しい事業環境に置かれていることが伺える。

サンプル事業者の内訳を見ると、サンプル5者のうち2者（A：基礎工事、B：造園工事）ですべての指標が前年比で増加する（全業種平均を上回る）など堅調に推移する一方で、3者（C：工務店、D：屋根工事、E：工務店）は売上高、売上総利益、付加価値、労働生産性ともに前年比で減少している。特に、サンプル事業者C、Eにおいてはコロナ禍以降のリフォーム需要の高まり等を背景に、これまで売上高が堅調に推移してきたことから、ポストコロナの受注環境に変化がみられていることが伺える。

【図表3：建設業の業況（増加率）】

サンプルNo.	売上高増加率	売上総利益増加率	営業利益増加率	付加価値額増加率	労働生産性増加率
A	38.4	74.8	248.2	144.1	144.1
B	10.9	11.1	1038.7	45.7	45.7
C	-39.2	-26.5	80.0	-56.6	-56.6
D	-0.3	-17.5	-31.6	-18.3	-18.3
E	-48.7	-103.2	-396.6	-204.1	-204.1
業種平均値	-25.0	-13.5	-80.3	-35.4	-35.4
全業種平均	-8.3	-3.8	-28.6	-14.5	-7.9

【図表4：サンプル事業者における売上高と営業利益の増加率の推移（建設業）】



(2) 製造業の業況

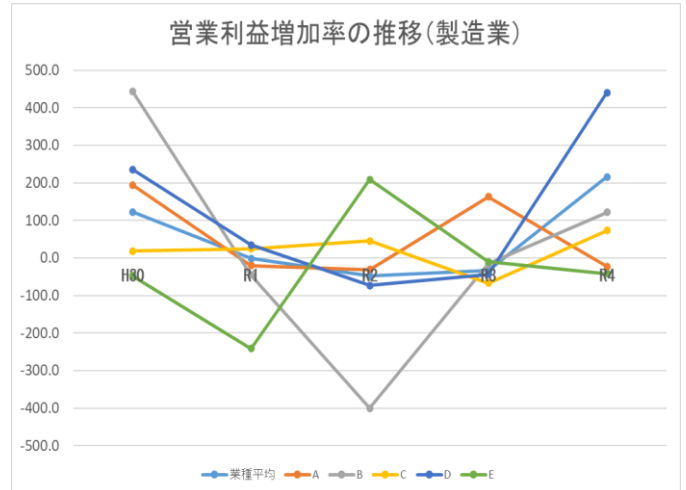
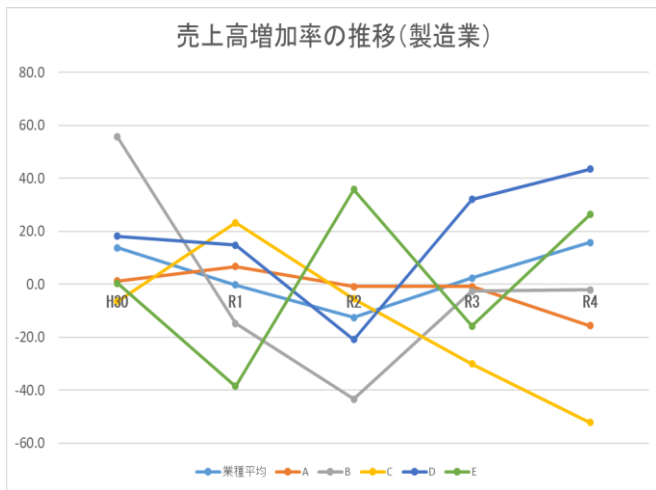
製造業における業種平均値では、全ての指標で前年比プラスとなり、全業種平均を上回ったことから、業況は概ね堅調に推移していることが伺える。

サンプル事業者の内訳を見ると、1者（D：金型製造）が増収増益（売上高、営業利益ともに前年比プラス）となった一方で、1者（E：金属加工）で増収減益（売上高が前年比プラス、営業利益が前年比マイナス）、2者（B：染色、C：精密機械）で減収増益、1者（A：スポーツ用品製造）で減収減益となるなど、事業者間で受注環境、収益環境に差が見られている。

【図表 5：製造業の業況】

サンプルNo.	売上高増加率	売上総利益増加率	営業利益増加率	付加価値額増加率	労働生産性増加率
A	-15.6	-23.3	-22.7	-30.4	39.3
B	-2.0	7.1	121.4	109.5	109.5
C	-52.2	-52.2	73.2	-57.6	-15.2
D	43.5	29.1	440.5	30.0	30.0
E	26.3	5.2	-41.9	12.4	12.4
業種平均値	15.8	1.2	215.7	6.4	30.1
全業種平均	-8.3	-3.8	-28.6	-14.5	-7.9

【図表 6：サンプル事業者における売上高と営業利益の増加率の推移（製造業）】



(3) 飲食業の業況

飲食業における業種平均値では、全ての指標において前年比マイナスとなり、全業種平均値と概ね近い数値となった。

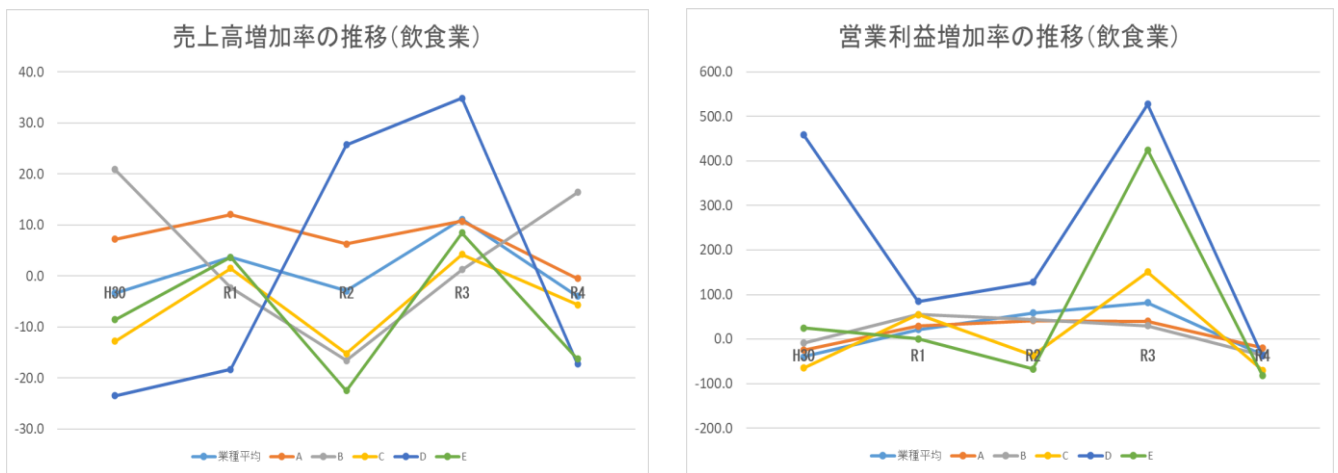
サンプル事業者の内訳を見ると、売上高が増加した事業者はサンプル5者のうち1者（B：居酒屋）のみで、前年までのコロナ禍における厳しい事業環境からの回復が見受けられた一方で、他4者（A：ラーメン店、C：食堂、D ラーメン店、E：食堂）では前年比で減少した。

また、上記のサンプル事業者Bに加えて、コロナ禍でも比較的健闘がみられていたサンプル事業者A、D、C、Eにおいても、売上総利益、営業利益、付加価値額が前年比マイナスとなっており、原油価格・物価高騰による家計支出の減少や原材料価格の上昇等の影響から収益環境が悪化していることが伺える。

【図表7：飲食業の業況】

サンプルNo.	売上高増加率	売上総利益増加率	営業利益増加率	付加価値額増加率	労働生産性増加率
A	-0.5	-0.5	-19.5	-3.8	51.2
B	16.4	-11.6	-36.8	-24.8	-24.8
C	-5.6	-14.3	-70.0	-35.0	-35.0
D	-17.2	-24.4	-37.6	-36.2	-36.2
E	-16.3	-27.6	-81.6	-47.8	-47.8
業種平均値	-4.0	-9.5	-34.5	-16.5	-0.6
全業種平均	-8.3	-3.8	-28.6	-14.5	-7.9

【図表8：サンプル事業者における売上高と営業利益の増加率の推移（飲食業）】



(4) 小売業の業況

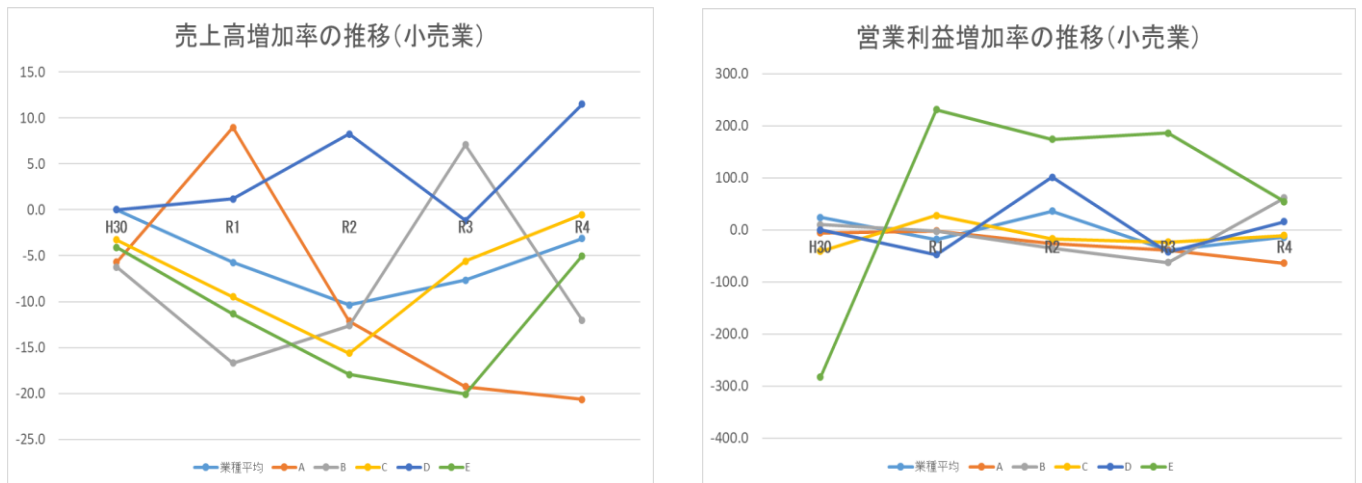
小売業における業種平均値では、売上総利益を除く全ての指標で前年比マイナスとなったが、労働生産性を除く指標で全業種平均値を上回っており、全ての指標で全業種平均値を下回った昨年度から持ち直しの傾向がみられている。

サンプル事業者の内訳を見ると、全ての指標で前年比プラス（増収増益）となった事業者（D：洋菓子店）がいる一方で、売上高が減少する一方で利益が増加している（減収増益）事業者（B：食品小売、E：酒販店）、全ての指標で前年比マイナス（減収減益）となった事業者（C：食品小売、C：化粧品小売）など、事業者間で業況にバラツキが見られている。

【図表 9：小売業の業況】

サンプルNo.	売上高増加率	売上総利益増加率	営業利益増加率	付加価値額増加率	労働生産性増加率
A	-20.7	-30.9	-63.7	-65.1	-65.1
B	-12.0	0.9	61.4	-79.3	79.3
C	-0.5	-5.9	-10.6	-11.0	-11.0
D	11.5	16.6	15.8	4.9	4.9
E	-5.0	19.8	54.5	-59.1	59.1
業種平均値	-3.1	2.4	-13.7	-8.5	-8.5
全業種平均	-8.3	-3.8	-28.6	-14.5	-7.9

【図表 10：サンプル事業者における売上高と営業利益の増加率の推移（小売業）】



(5) サービス業の業況

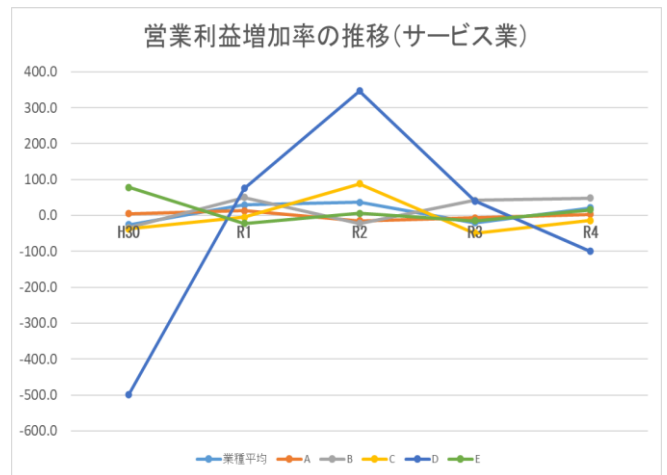
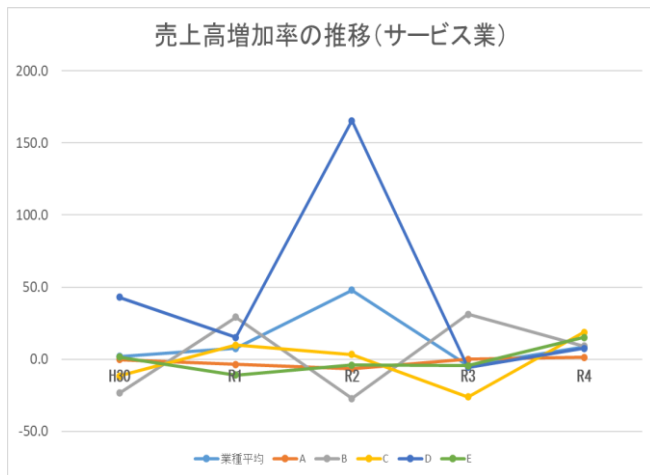
サービス業における業種平均値では、全ての指標で前年比プラスとなり、全ての指標で前年比マイナスとなった前年度から持ち直しの動きが見られるなど、コロナ禍での厳しい業況からの回復がみられている。

サンプル事業者の内訳を見ると、全てのサンプル事業者で売上高、売上総利益が前年比プラスとなり、特に理美容業を展開するサンプル事業者C、Eにおいて自動車販売・整備業を展開するサンプル事業者B、Dと比べて売上高の増加幅が大きくなるなど、生活関連サービスにおいてコロナ禍からの回復が顕著となっている。

【図表 11：サービス業の業況】

サンプルNo.	売上高増加率	売上総利益増加率	営業利益増加率	付加価値額増加率	労働生産性増加率
A	1.3	1.7	3.3	-0.7	-0.7
B	9.1	7.9	48.7	15.0	15.0
C	18.6	24.3	-14.1	-6.4	-6.4
D	7.6	34.5	-99.5	31.1	-1.6
E	15.1	25.0	15.7	10.6	10.6
業種平均値	8.4	19.6	21.2	10.4	1.9
全業種平均	-8.3	-3.8	-28.6	-14.5	-7.9

【図表 12：サンプル事業者における売上高と営業利益の増加率の推移（サービス業）】



第4節 総括

ここまで、業種別平均での業況の推移（第2節）、各業種における業況の推移（第3節）について、確定申告データをもとに分析をおこなってきた。

以下、これらの分析から見えてきた地域の経済動向について総括する。

①コロナ禍からの回復と原油価格・物価高騰の影響

本調査は、事業者へのヒアリング、アンケート調査などの定性的な情報は含んでいないことから、実際に新型コロナウイルス感染症や原油価格・物価高騰の影響がどの程度及んでいるか（継続しているか）を明確にすることはできないが、サンプル事業者の決算データからは、業種間や同じ業種でも事業者間でコロナ禍からの回復や原油価格・物価高騰の影響にバラツキが生じている現状を伺うことができた。

具体的には、業種間では製造業やサービス業において売上高・利益で前年度から回復基調がみられる一方で、建設業や飲食業、小売業においては売上高・利益ともに厳しい事業環境に置かれている現状が確認できた。また、本調査ではコロナ禍で比較的堅調に推移していた事業者（業態）において売上高や利益が前年度から減少するなど、ポストコロナにおける消費行動の変化や原油価格・物価高騰の影響が生じている現状が見受けられた。

本調査は令和4年度の決算データを元に分析をおこなっているため、原油価格・物価高騰の影響について直近（令和5年以降）の状況を確認することはできないものの、国の景況感調査の動向から全ての業種において原油価格・物価高騰の影響は深刻さを増していくことが想定される（全国商工会連合会が行う「中小企業景況調査」から、全産業の原材料・商品仕入単価D I（「上昇」-「低下」、前年同期比）は2023年以降70%を越えて推移している）。

次年度以降の調査において、原油価格・物価高騰の影響が地域の小規模事業者の事業環境にどのような変化を及ぼしていくのか、引き続き注視が必要な状況と考える。

②ポストコロナで求められる支援

新型コロナウイルス感染症や原油価格・物価高騰の影響を踏まえ、地域の小規模事業者の支援ニーズはますます複雑多様化しており、地域の支援機関である商工会が果たすべき役割は一層重要性を増していることが想定される。

今後は、ポストコロナや原油価格・物価高騰の影響に加えて、2024年問題に代表されるように各業界において人手不足の深刻化が進んでいくことが想定されることから、既存事業の延長線上での対応のみならず、経済社会の変化に対応したビジネスモデルへの再考が必要となる事業者も増加していくことが想定される。

地域の小規模事業者の持続的な発展に向けて、解決策を提示するのみならず、事業者との対話と傾聴を踏まえ、真の課題発見を支援する経営力再構築伴走支援がより重要になっていくものと考えられる。