

海南市 経済動向レポート

2017年版



データを経営に活かす！

- 本書の活用方法のヒント -

本書には、国や地方自治体が提供するデータがたくさん掲載されています。小規模事業者のみなさまに、これらのデータや分析を最大限に経営に活用していただくため、ここではその活用方法やデータの見かたのヒントを、ふたりの会話で紹介します。

登場人物



社長さん

市内で10年以上、焼肉店と定食屋を経営している。近年、店舗の売上が下がり続けていることに頭を悩ませているが……



フジオカ

中小企業診断士として、地元の小規模事業者の経営相談に乗る。データに基づいた経営戦略立案や新規事業開発などのアドバイスが得意。



ここ5年ほど、焼肉屋も定食屋も売上が下がってきてねえ……。テレビで「焼肉女子」ってのがやってたんで、ウチも流行に乗ってやるとして地元の若い女性向けメニューを作ってみたりしたんだけど、サッパリなんだよ！



うーん。ちょっとターゲットにする顧客層に、地域の経済動向とのズレを感じますね。顧客ターゲットを絞る際には、お店のある地域のデータをみて、どんな人がメインのお客さんなのかを考えていくといいですよ。もちろん、来店されたお客さんがどんな方々なのか、観察するのも大事です。



そういえば、ここ最近「観光客」らしきお客さんが増えた気がするなあ。



たしかに、市の観光入込客数のデータをみると、観光客が増えていることがわかりますね。今後も微増が期待できそうです。

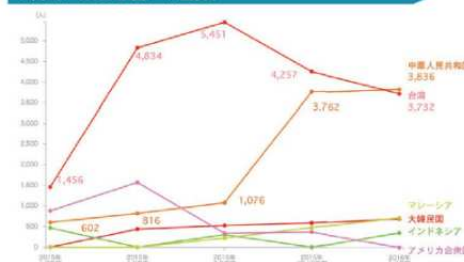


なるほど。あと、外国人の観光客も増えている気がするんだ。データをみると……中国とか台湾からの観光客が多いんだ。

観光客入込数(総数)



外国人観光客入込数



かたや地元住民の人口は、近年は減少し続けていますね。社長さんが顧客ターゲットにしようとしていた若い世代は、特に減りが顕著です。



つまり、地元の若い人が減っているってことだね。でも、観光客は増えている……ってことは、観光客向けのサービスがウケそう！



その通りです！ おそらく、今後も人口は減っていくことが予想されますね。地域経済の動向をみることで、今後伸びるであろう市場や、これからターゲットにすべき顧客層を見つけやすくなるんです。



なるほど。ずっと同じやりかたで収益が上がり続けるなんて話はないんだねえ。観光客向けって言っても、ウチの場合は具体的にどうしたらいいかな？



たとえば、観光客に向けたメニュー開発や、観光客が目にする媒体での広告宣伝を行ってみてはどうでしょうか？ 外国人向けのサービスや言語対応を視野に入れてみてでもいいかもしれません。



観光客に向けたメニューかあ……地元の名産品を使ったメニューなんてのがあれば、目玉商品になりそうだな！ 中国語対応のサービスも検討してみよう。よし、まずは中国語を習ってみるか！



張り切ってますね！ 応援しています。

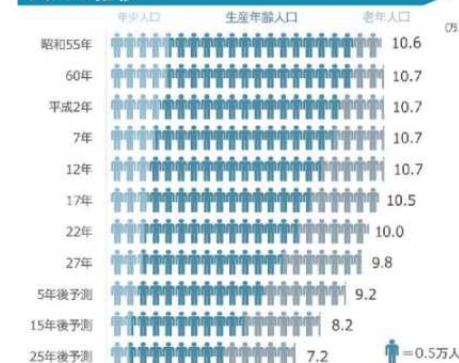


中小企業診断士のコメント

商売の鉄則は、「伸びている市場を見つけ、そこを攻める！」ことです。この社長さんは、観光客数のデータを、人口の推移と対比してみることで伸びている市場を見つけ、それに対応した新サービスの展開を決意しました。

本書は、市場を把握するのに必要と思われるデータをまとめ、分析しています。データのあとにある中小企業診断士のコメントでは、着目すべき点や、利用したい制度なども掲載しています。今後の市場の予測や売り上げアップの施策考案などに、大いに役立てていただければと思います。

人口の推移



目次



データを経営に活かす！ - 本書の活用方法のヒント -	2
-----------------------------------	---

海南市のデータ編 5

01 事業者数	6
02 人口①	8
03 人口②	10
04 観光①	12
05 観光②	14
06 交通機関の利用者数①	16
07 交通機関の利用者数②	18
08 黒字赤字企業比率・創業比率	20
09 特化係数	22
10 製造業	24
11 漆器産業	26
12 日用品産業	28
13 卸・小売業の商品販売額	30
14 新設住宅着工戸数	32
15 自動車保有台数	34
16 酒類消費量	36
17 公共工事	38
18 ふるさと納税	40
19 有効求人倍率	42
20 保証債務残高	44

01

事業者数

対象
業種



事業者数が増えている業種・減っている業種

はじめに、海南市の事業者数を確認する。
対企業取引(B to B取引)を主体とする事業者は、その販売対象(ターゲット)とする

事業者の数および増減傾向を把握し、将来においても持続的に収益が確保できるかどうか検討したい。

■「教育,学習支援業」で事業所数増加率が37%に - 業種別事業所数の推移(※1) -

建設業

平成26年: 小規模事業者数 200、小規模事業者数割合 96.2%



製造業

平成26年: 小規模事業者数 329、小規模事業者数割合 85.7%



卸売業, 小売業

平成26年: 小規模事業者数 593、小規模事業者数割合 75.9%



不動産業, 物品賃貸業

平成26年: 小規模事業者数 170、小規模事業者数割合 94.4%



宿泊業, 飲食サービス業

平成26年: 小規模事業者数 209、小規模事業者数割合 85.0%



生活関連サービス業, 娯楽業

平成26年: 小規模事業者数 212、小規模事業者数割合 91.8%



医療, 福祉

平成26年: 小規模事業者数 106、小規模事業者数割合 43.1%



サービス業(他に分類されないもの)

平成26年: 小規模事業者数 192、小規模事業者数割合 85.0%



※1 総務省・経済産業省「経済センサス」より引用

※2 左ページに比較的事业所数の多い業種、右ページに少ない業種を配置している

※3 小規模事業者……商業・サービス業において従業員5人以下、製造業その他において従業員20人以下の事業者をさす

海南市の人口は減少が加速

概ねすべての業種にとって、もっとも関心のある経済データは人口の推移であろう。

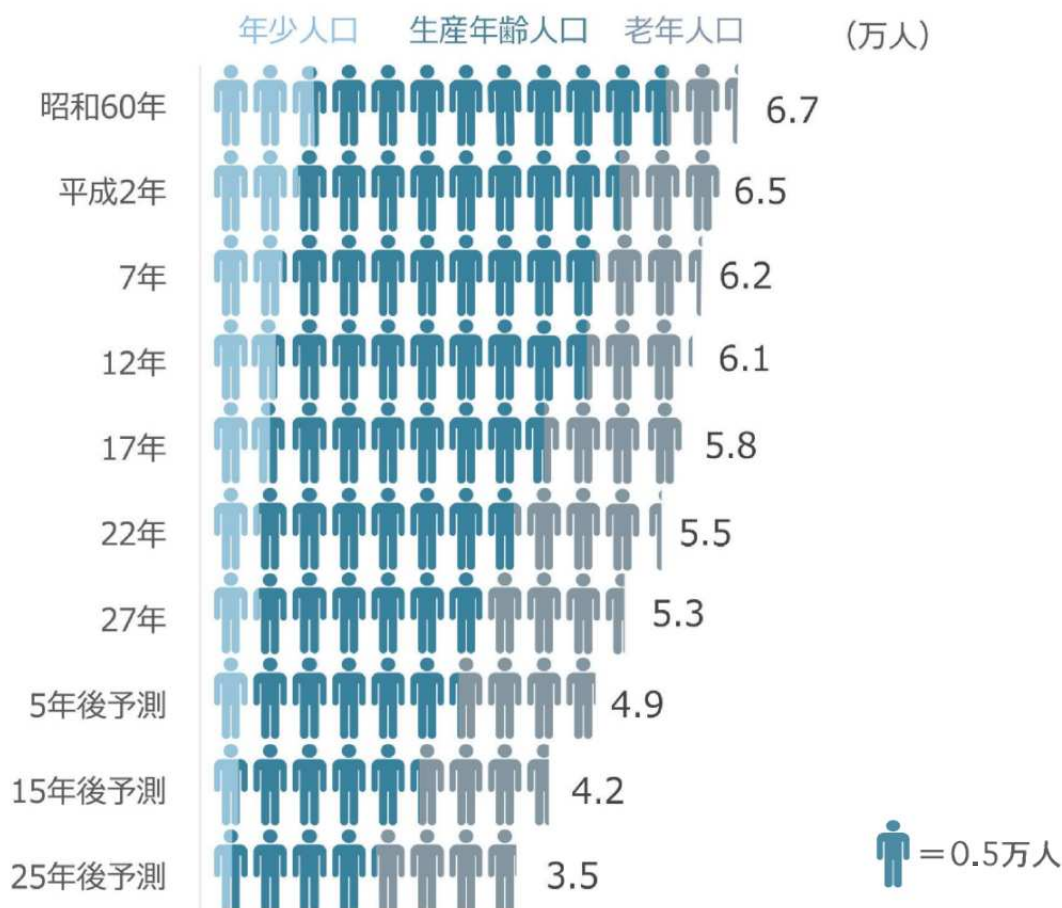
総務省「国勢調査」によれば、平成27年の海南市の人口は5.3万人である。また、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」によれば、海南市の将来人口は今後急激に減少していき、25年後には3.5万人になると予測されている。

年齢別(※1)にみると、①年少人口は一貫して減少傾向にある ②生産年齢人口は一貫して減少傾向にある ③老年人口は平成27年をピークに減少に転じる と読み取れる。

事業者は、まず自らの対象(ターゲット)とする顧客を思い浮かべてほしい。今後は、年少人口、生産年齢人口、老年人口のすべてが減少していく。このなかで、特に年少人口や生産年齢人口の減少率が高い。これらの顧客をターゲットにする事業者は、市場規模の縮小を見据えて、将来に備える必要がある。

事業を継続していくうえでもっとも重要なポイントは、環境の変化に応じて顧客ターゲットを柔軟に変えていくことである。将来の環境を加味したうえで持続可能なビジネスモデルを再構築してほしい。

■人口減少および少子高齢化が顕著に - 人口推移(全体)(※2) -



※1 年少人口は15歳未満、生産年齢人口は15～64歳、老年人口は65歳以上をさす

※2 RESAS(人口マップ→人口増減)より引用



事業場所の人口推移を確認してみよう

前頁に続いて、海南市の地区ごとの人口推移をみてみたい。海南市を15地区に区分してそれぞれの直近10年の人口推移をみると、

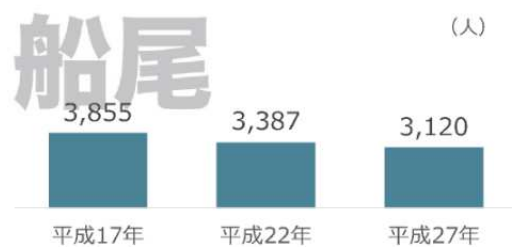
「巽地区」「亀川地区」の2地区のみで人口が増加しており、その他の地区では人口が減少していることがわかる。

■多くの地区で人口は減少している – 人口推移（地区別）（※1）–

黒江地区



船尾地区



日方地区



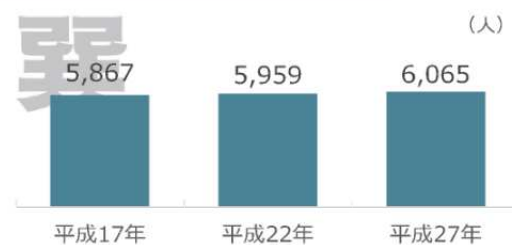
内海地区



大野地区



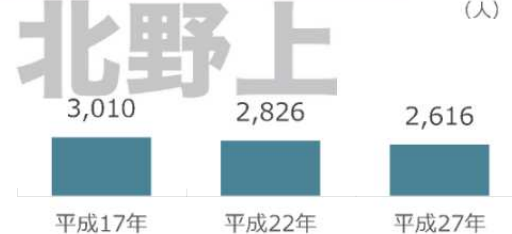
巽地区



亀川地区



北野上地区



※1 海南市「統計かいなん 2016」より引用

観光産業は安定した需要が見込める

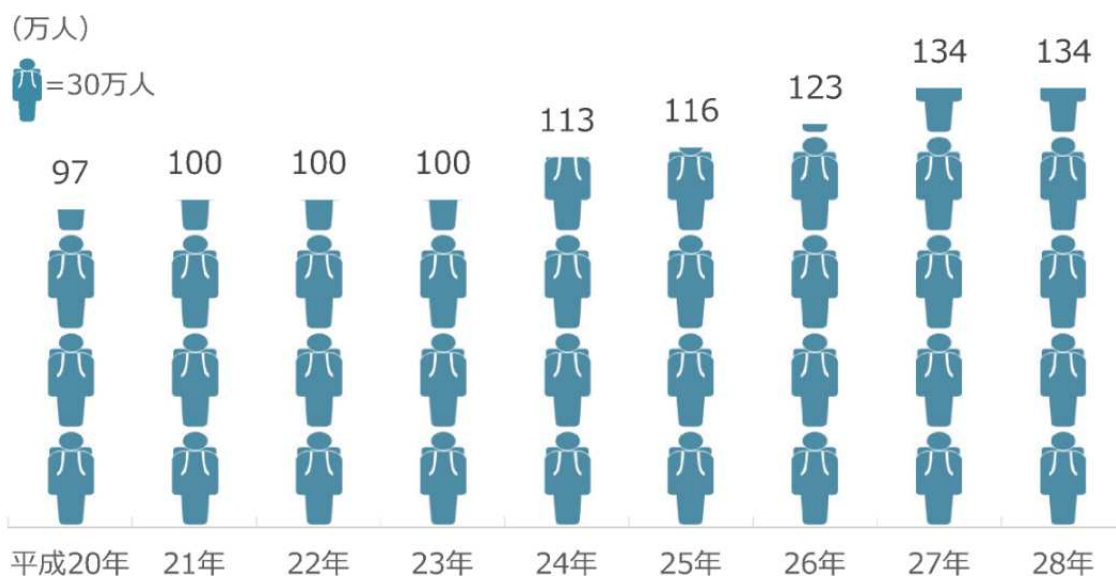
観光客をターゲットにした小売店、飲食店、宿泊サービス業等にとって、観光客数の推移は重要なデータとなる。

和歌山県 観光振興課によれば、平成 28 年の海南市の観光入込客数は 134 万人である。この数値は、平成 20 年の 97 万人に比べ 38% も増加している。

今後の観光入込客数を予測すると、直近 5 年間の観光入込客数が増加傾向にあることから、今後も最低限、現在の水準が維持されることが見込まれる。

事業者は現在の観光客数が維持される前提で、十分に収益があがるビジネスモデルを構築したい。

■観光客数は年々増加傾向にある — 観光入込客数（※1） —



中小企業診断士のコメント

次の3つのうち、「旅行先で食事を選ぶ際の理由」として、どれが一番重要だろうか？

- ①地元食材を使用している地元の名物料理であること
- ②見た目・価格・分量が丁度よいこと
- ③インターネットやガイドブックで評判が良いこと

結果は、重要度の高い順に、①→②→③となる（※2）。この傾向は、「土産品を購入する理由」でも同様である。

※1 和歌山県 観光振興課「和歌山県観光客動態調査報告書」より引用

※2 中小企業庁「2015年版 中小企業白書」p.322-324 より引用

中国語圏からの観光客が多い

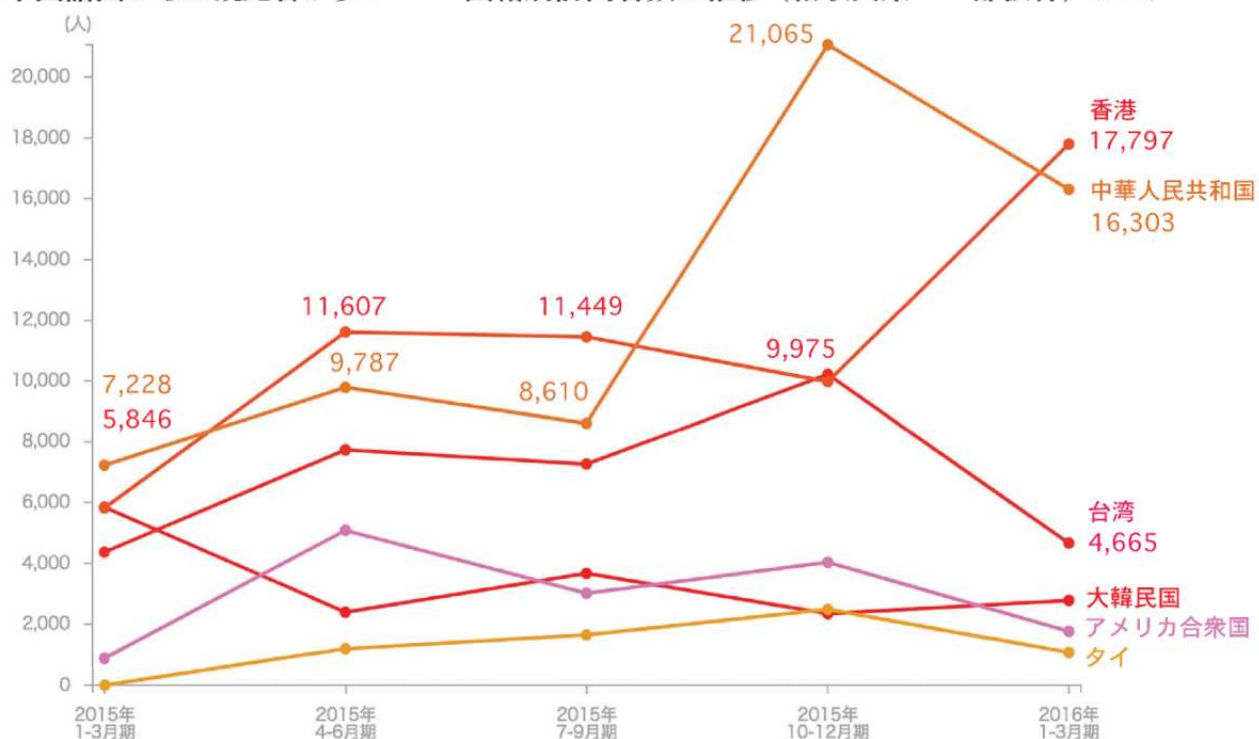
日本人観光客に続き、外国人観光客の属性についても確認する。

観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」によると、平成28年（2016年）1-3月期の外国人観光客は、香港や中国から多く来ていることがわかる。1年前の同時期（平成27年（2015年）1-3月期）と比較すると、中国が2.3倍（7,228人→16,303人）、香港が3倍（5,846人→17,797人）と大幅に増加している。

宿泊サービス業、小売業、飲食業は外国人による需要（インバウンド）の拡大による恩恵を受けやすいといえる産業だ。これらの事業者は、まずは中国語対応のサービスから準備を行い、その後多言語展開をしていくのが好ましいだろう。

さらに、外国人観光客の訪日動機や目的・行動などを把握したうえで、的確なサービスや商品を開発・提供することも重要なポイントであると考えられる。

■中国語圏からの観光客が多い — 国籍別訪問者数の推移（和歌山県・一部抜粋）（※1）—



※1 RESAS（観光マップ→外国人→外国人訪問分析）より引用、一部加工

06

交通機関の 利用者数①

対象
業種



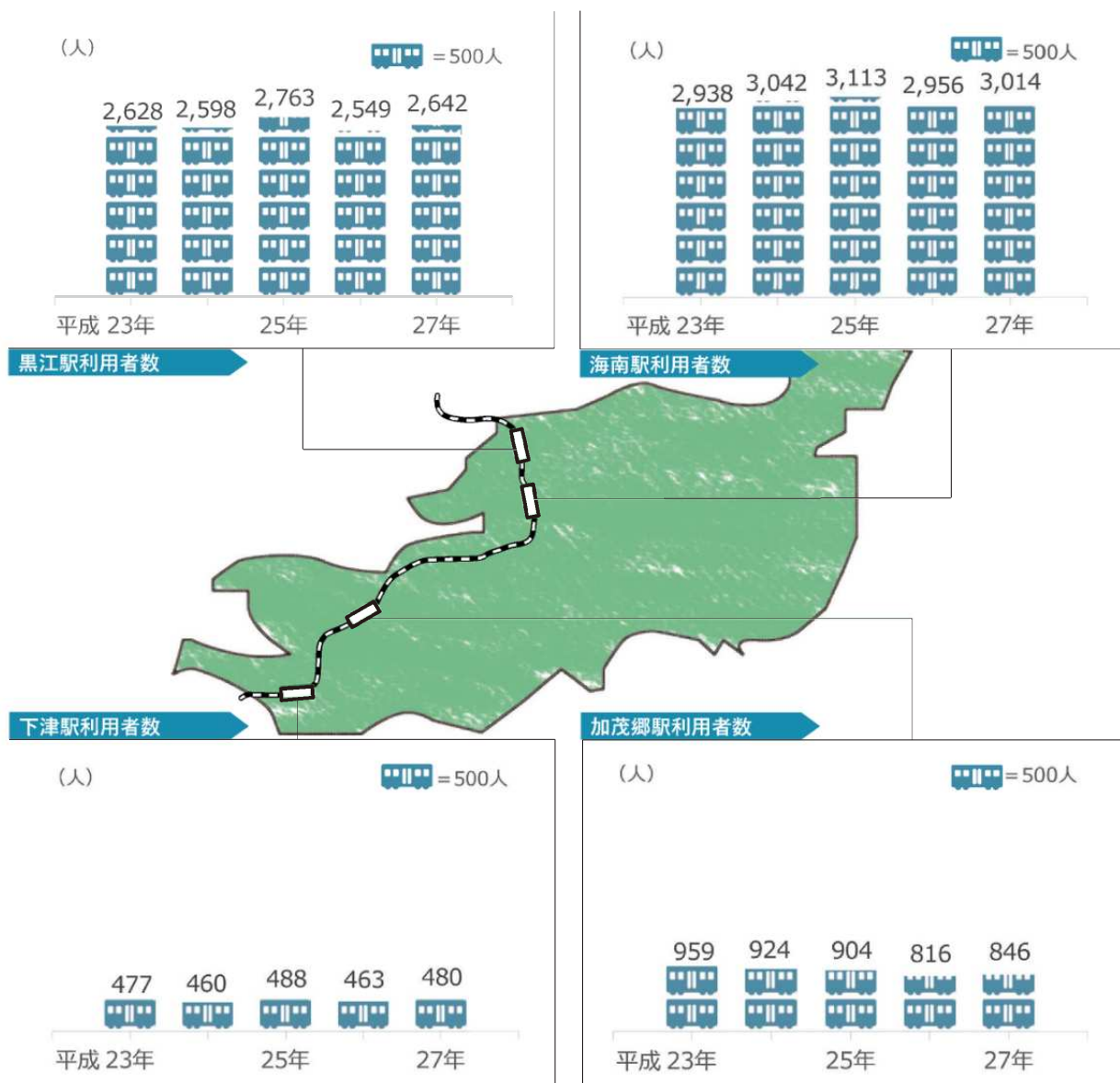
主要駅の利用者数は横ばい

駅前に立地する店舗等は、駅の利用者数をしっかりと自らの店舗に誘導できているか再確認して欲しい。

主要駅の1日あたりの平均利用者数をみると、平成23年から平成27年まで大きく変動していないことがわかる。

これは、駅前の店舗を取り巻く経営環境が安定していることを示している。海南駅の駅前店舗であれば、利用者数の1%を誘導できれば30人(=3,014×1%)の顧客となる。この恵まれた立地を活かして、効果的なプロモーション活動を行うことが重要である。

■いずれの駅も安定した利用者がある – 主要駅の1日あたり利用者数の推移(※1) –



※1 海南市「統計かいなん 2016」より引用

07

交通機関の 利用者数②

対象
業種

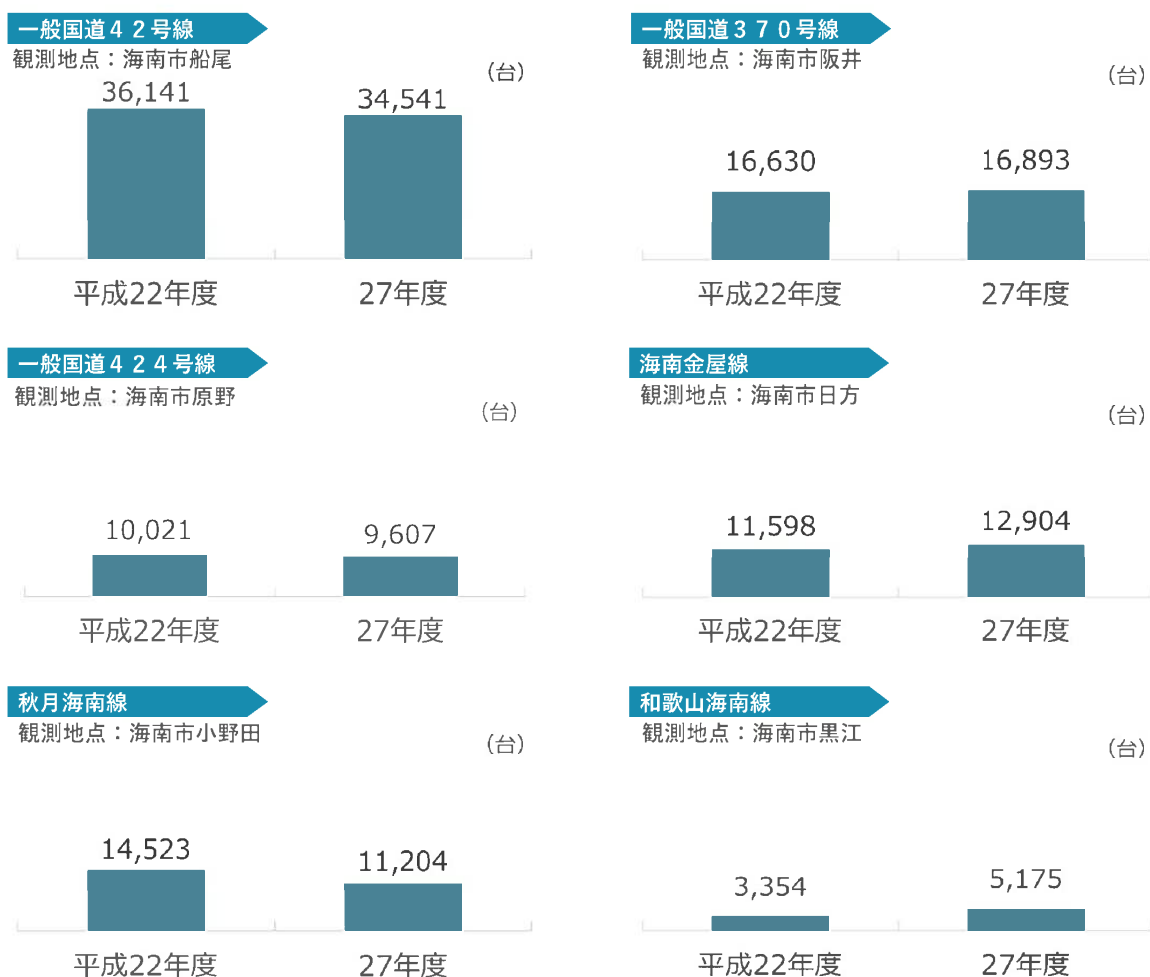


路面看板は交通量の多い道路に設置すべし

国道や県道沿いで店舗を運営している事業者や、路面看板を設置している事業者は、近接道路の自動車利用台数を確認したい。

国土交通省は、定期的に全国一般道路の交通量調査を実施しているので、これを参考に看板設置場所を検討してみるといい。

■国道 370 号線は交通量が増加 – 一般道路の自動車利用台数（1日あたり）の推移（※1） –



販売促進に使える補助金

小規模事業者持続化補助金

補助金額 最大50万円 補助率 2/3

小規模事業者が経営計画に基づいて実施する販路開拓等の取組みに対する補助金。商工会議所が相談の窓口となっている。

※1 国土交通省「道路交通センサス」より引用

08

黒字赤字企業比率・創業比率

対象業種



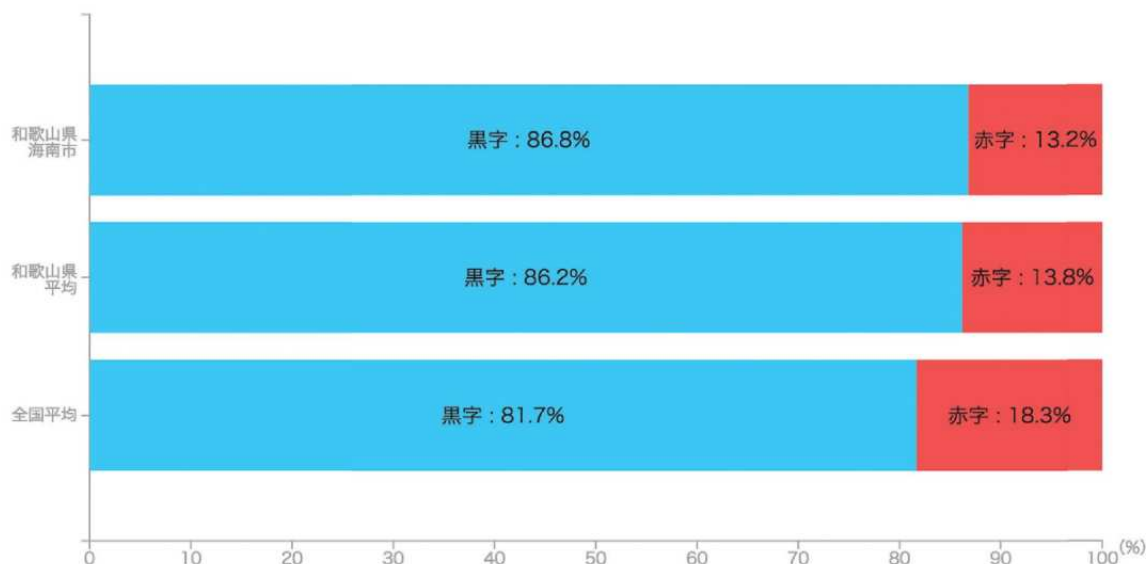
営業ターゲットにする業種は資金に余裕があるのか？

海南市の企業が利益をあげられているのかをデータで確認する。

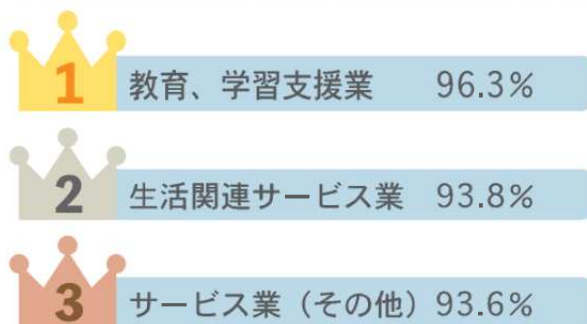
総務省・経済産業省「経済センサス」によれば、海南市の企業の86.8%が営業黒字※1)であることがわかる。これは、和歌山県平均の86.2%、全国平均の81.7%と比較しても、高い割合となっている。業種別に営業黒字企業の割合をみると、「教育、学習支援業」が96.3%と最も高い。

黒字企業割合が高い業種は余裕資金が比較的多い傾向にあるといえるため、B to Bの商品・サービス等を提供する事業者にとって顧客対象にしやすいだろう。一方で、黒字企業割合が低い業種においては「購入・導入することで生産性が向上し利益率がアップする」ような商品やサービスが好まれると考えられる。ターゲットの経営状態を把握したうえで最適な商品・サービスの提供に努めたい。

■ 87%の企業が黒字 — 黒字赤字企業比率（営業利益ベース）（※2） —



業種別の黒字企業割合ランキング



その他の業種の黒字比率

宿泊業、飲食サービス業	88.4%
建設業	89.6%
医療・福祉	86.4%
卸売業、小売業	85.7%
製造業	84.7%

※1 営業黒字とは営業利益が黒字であることを示す。営業利益は売上げから仕入れと経費を引いた利益であり、本来の営業活動により利益が計上できているかどうかを示す

※2 RESAS（企業活動マップ→企業情報→黒字赤字企業比率）より引用

ターゲットの見直しは特化係数をみて検討する

B to Bの商品・サービス等を提供する事業者は、特化係数を参考にして販売ターゲットの決定・見直しをしたい。

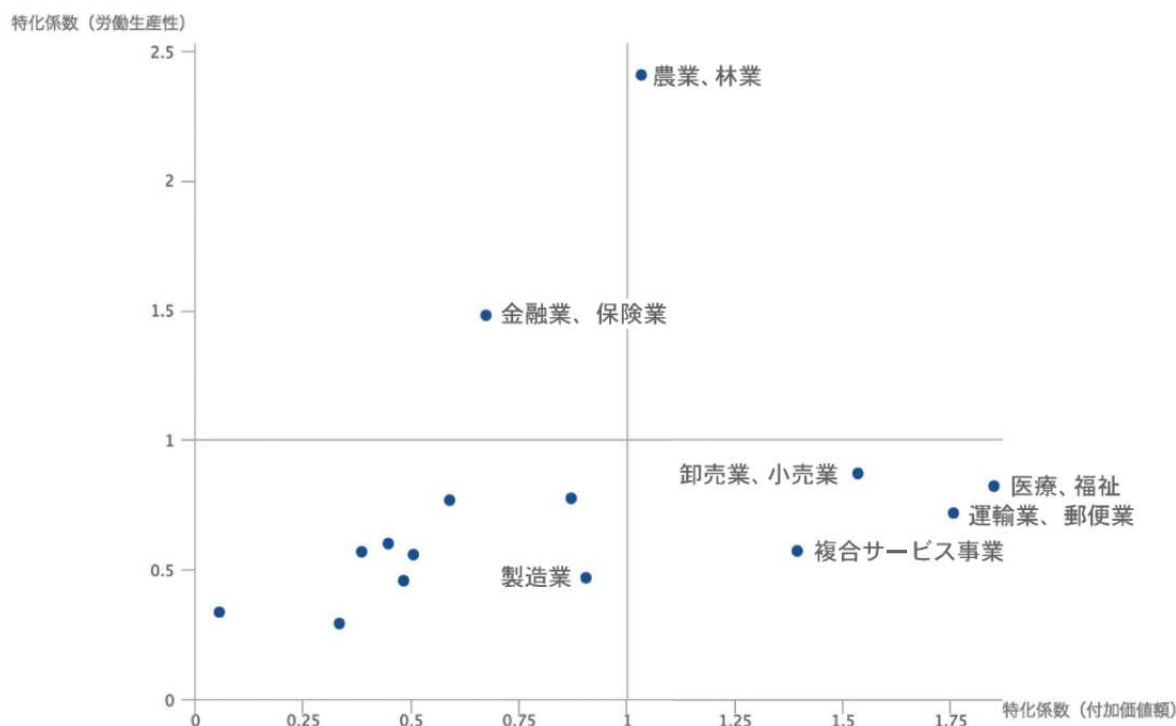
特化係数とは、業種構成を全国と比較したものである。特化係数が1.0を超えていれば、地域においてその産業が全国に比べて高い割合で存在することを示す。海南市では「医療、福祉」「農業、林業」「運輸業、郵便業」の特化係数が高く、これらの産業の事業者数が多いことがわかる。

事業を行う際は、特化係数の高い産業をターゲットにした商品開発や販売活動を行うのが定石である。たとえば、海南市に「医療、福祉」の事業所が多いのであれば、「医療、福祉」業界に向けて商品やサービスの提供を行えば、成功率が上がるのが容易に想像できるであろう。

事業においてターゲットの設定・見直しは重要なポイントである。特化係数を活用し、利益の増加へつなげたい。

■ 「医療、福祉」「農業、林業」をターゲットにできないか？

－ 特化係数（業種別）（※1）－



※1 RESAS（産業構造マップ→全産業→稼ぐ力分析）より引用、一部加工

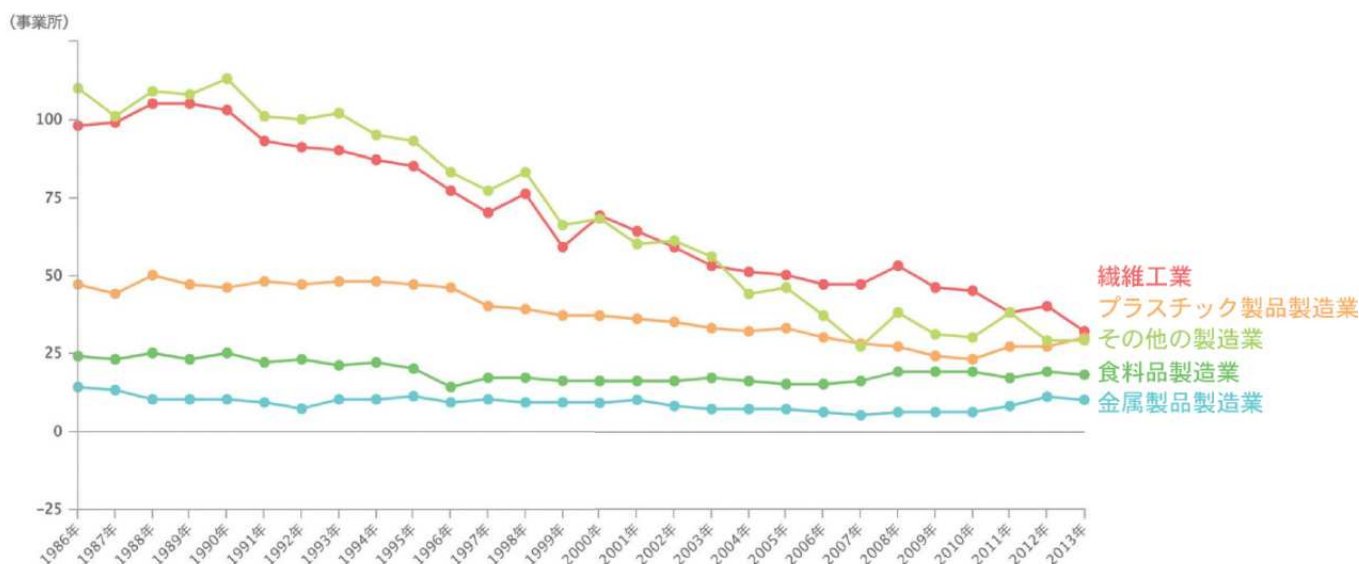
営業ターゲットにすべきは「プラスチック製品製造業」

製造業事業者を取引先にする事業者は、製造業の分類別事業所数の推移を確認したい。

経済産業省「工業統計調査」「経済センサス」によれば、海南市の2013年（平成25年）の事業所数は多い順に①繊維工業が32事業所、②プラスチック製品製造業が30事業所、③その他の製造業が29事業所、④食料品製造業が18事業所、⑤金属製品製造業が10事業所となっている。

製造業向けの資材販売、システム開発等、新たに製造業事業者をターゲットにするのであれば、事業所数が近年徐々に増えており、現在は2番目に多くなっている「プラスチック製品製造業」を対象に営業活動を行うと成功確率が高くなるだろう。営業ターゲットを定める際は、市場規模が十分か、そしてその市場は伸びているのかという視点を持って検討を行いたい。

■繊維工業事業者が多い – 製造業の分類別事業所数の推移（上位5分類）（※1）–



中小企業診断士のコメント

製造業における大きなテーマとして「下請けからの脱却」や「海外展開」が挙げられる。個々の製造業事業者の持つ技術を客観的に判断し、その技術を新たな市場（海外含む）に展開できるようなサービスがあれば需要が高いのは言うまでもない。

※1 RESAS（産業構造マップ→製造業→製造業の構造）より引用、一部加工

漆器の出荷額は減少傾向

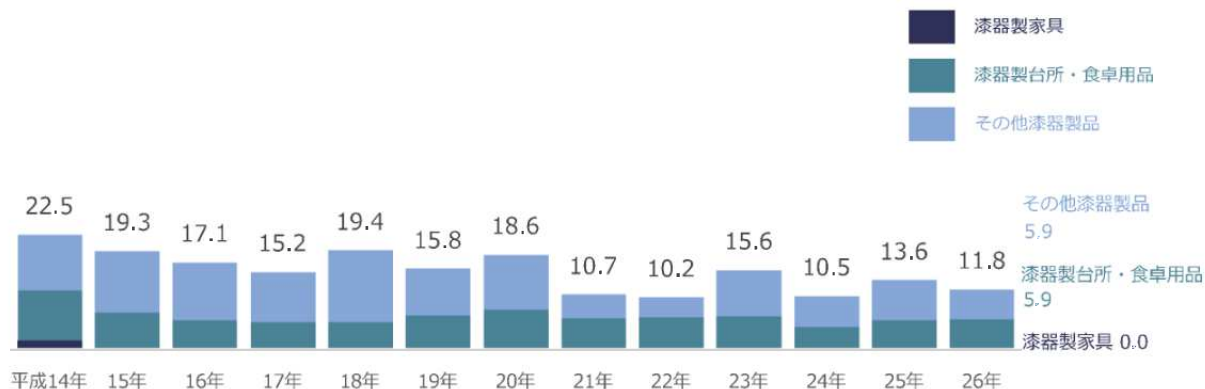
経済産業省「工業統計調査」「経済センサス」によれば漆器の出荷額(和歌山県)は平成26年に11.8億円となっており、平成14年の22.5億円から半減していることがわかる。

全国的な出荷額をみると、「漆器製家具」の減少幅が大きく(秋田県参照)、「その他漆器製品」の需要は増減が大きい。「漆器製台所・食卓用品」は比較的需要が安定している。

■「その他漆器製品」の需要は比較的安定 – 漆器の出荷額の推移(※1) –

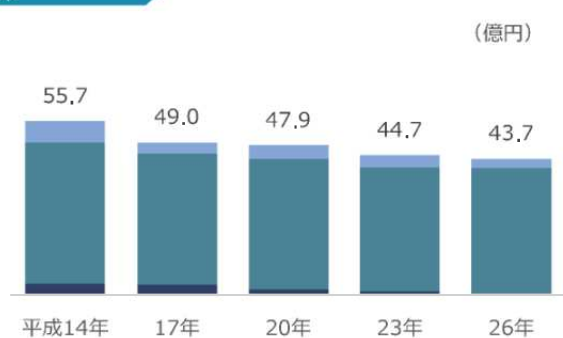
和歌山県

(億円)



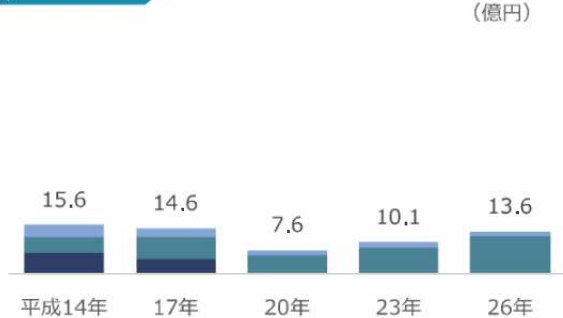
石川県

福井県



秋田県

福島県



※1 経済産業省「工業統計調査」「経済センサス」より引用

日用品の出荷額は 10 年間で倍増

海南地方は日用品産業において、日本有数の産地である。

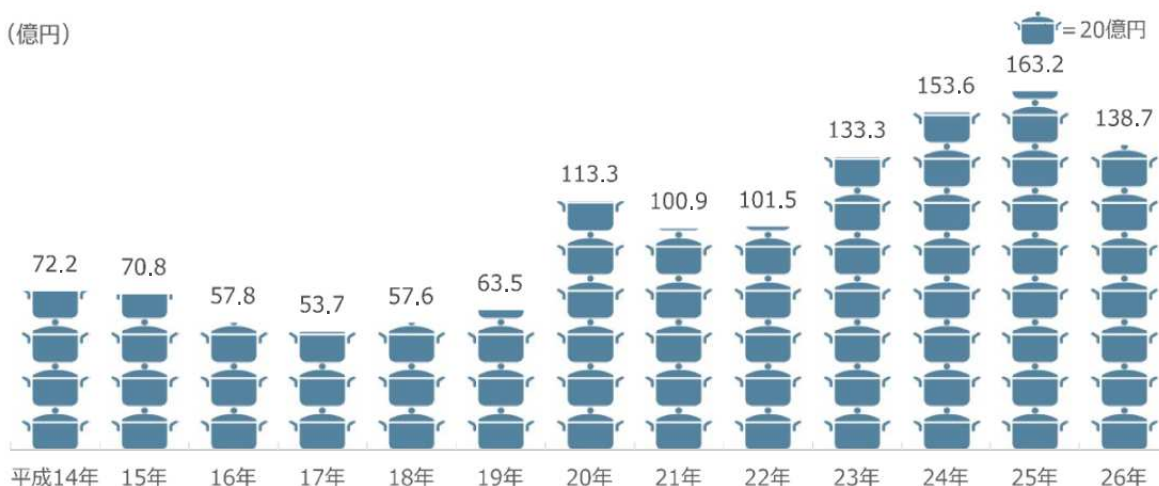
経済産業省「工業統計調査」「経済センサス」によれば日用雑貨・台所用品・食卓用品・浴室用品の出荷額（和歌山県）は平成 26 年に 139 億円となっており、平成 14 年の 72 億円から 92% の増加となっていることがわかる。市場規模が拡大しており、関連業者においては追い風が吹いているといえるだろう。

海南特産家庭日用品協同組合によると、販売先の 9 割以上が国内市場への販売となっている（平成 28 年）。近年においては、インターネット販売や通信販売での販売が増えてきている。

用途別では、キッチン用品が一番多く、ガーデニング用品、バス用品、ランドリー用品、トイレ用品と続く。また、100 円ショップ向けの商品の売上も増加傾向にある。

■日用品の出荷額は 10 年間で倍増 – 日用品の出荷額の推移（和歌山県）（※ 1） –

（億円）



海南地方は、バス・キッチン・トイレ・ランドリー用品等を中心とした水回り商品について全国有数の産地です。清掃用品、収納用品、インテリア・レジャー用品、ガーデニング用品など、幅広い生活関連用品を取り扱っています。

※ 1 経済産業省「工業統計調査」「経済センサス」より引用

13

卸・小売業の商品販売額

対象業種



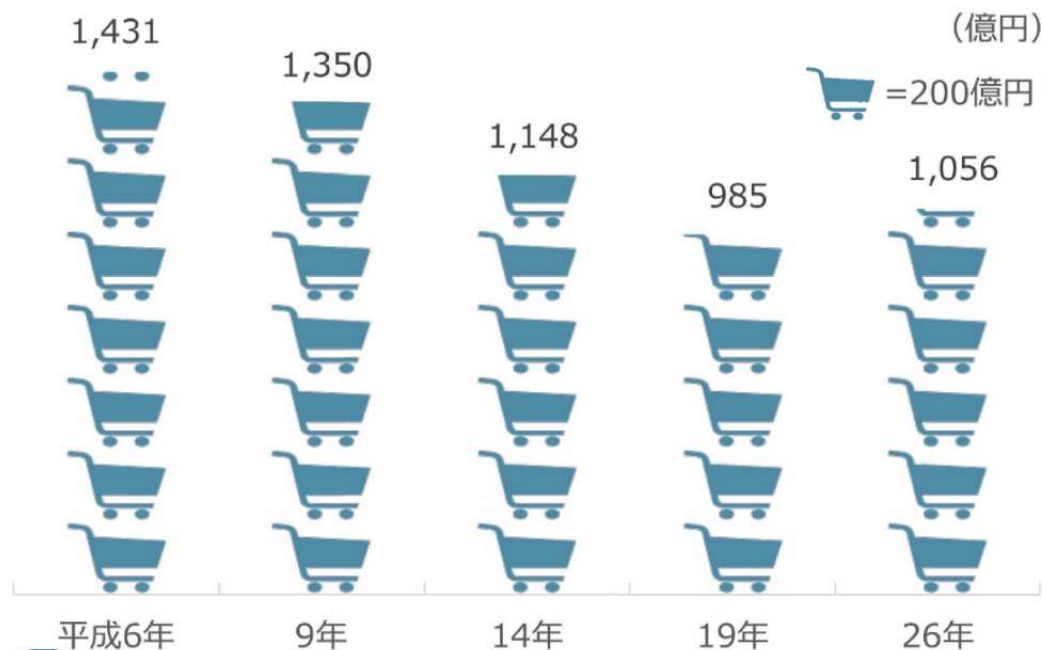
市場が縮小している？それとも競争に負けている？

卸売業、小売業事業者に直接的に関係があり、かつ押さえておきたいデータとして、商品販売額等の推移がある。

卸・小売業の商品販売額等をみると、平成26年の商品販売額は1,056億円となっている。この金額は平成6年から比べると大きく減少しているが、平成14年や平成19年と比べてみると、ほぼ横ばいという状況である。

左記を言い換えると、直近10年で売上高が大きく減少している事業者は、他の店舗にお客様が流れているといえる。他の店舗としては、地域の大型店やショッピングモール、インターネットショップが考えられるであろう。マーケットは確実にあるので、それらの店舗との差別化を図ったうえで、持続的な経営を行いたい。

■直近の販売額は横ばい – 卸・小売業の商品販売額等の推移（※1）–



中小企業診断士のコメント

商品の陳列を見直すことで、売上をアップさせられる。陳列の原則は、「売上構成比＝陳列スペースの割合」である。

たとえば、右表の「惣菜」をみると、売上構成比（＝お客様のニーズ）10%に対し、陳列スペースは20%と多くなっており、陳列のミスマッチが生まれている。この差を解消することで、売上アップにつながっていく。

	売上構成比	陳列スペース
野菜	30%	30%
惣菜	10%	20%
飲料	5%	10%

※1 海南市「統計かいなん 2016」より引用

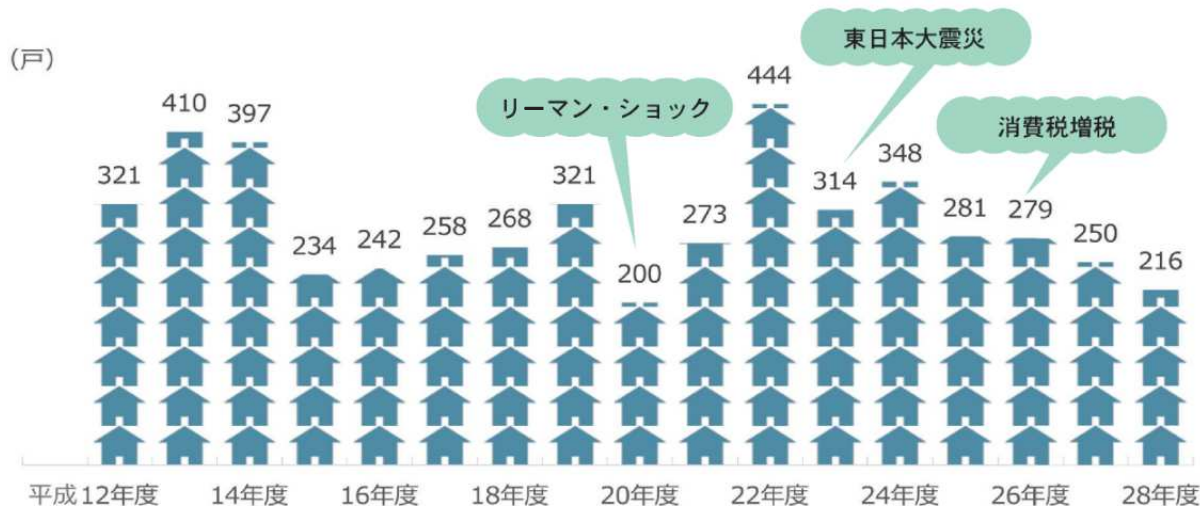
新設住宅着工戸数は減少傾向

戸建住宅の建築を行う工務店等は新設住宅着工戸数を確認したい。

和歌山県の調査によれば、海南市内の平成28年度の新設住宅着工戸数は216戸であり、前々年の279戸、前年の250戸から2年連続で件数が大幅に下がっている。

推移をみると、リーマン・ショックを境に大幅に減少したが、その後持ち直し、平成21年度から22年度にかけて増加傾向となった。しかし、直近では平成26年の消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減で、着工戸数が減少していることが推測できる。

■新設住宅着工戸数は減少傾向 – 新設住宅着工戸数の推移（※1）–



中小企業診断士のコメント

今後の市場動向を推測すると、平成31年10月に予定されている消費税増税が実現すれば、緩やかに新設住宅着工戸数が増加するものと考えられる。小規模工務店等においては、このような経営環境のなかで他社との圧倒的な差別化を図ることよりも、採算を管理しながら着実に受注件数を増やすことが重要である。

また、業績の伸びている工務店等の特徴をみると、「相談しやすさ」を重視する傾向にある。地域のなかで一番相談しやすい工務店を目指したい。

※1 和歌山県ホームページ「指標からみた和歌山県のすがた」より引用

自動車利用者は大切なお客様

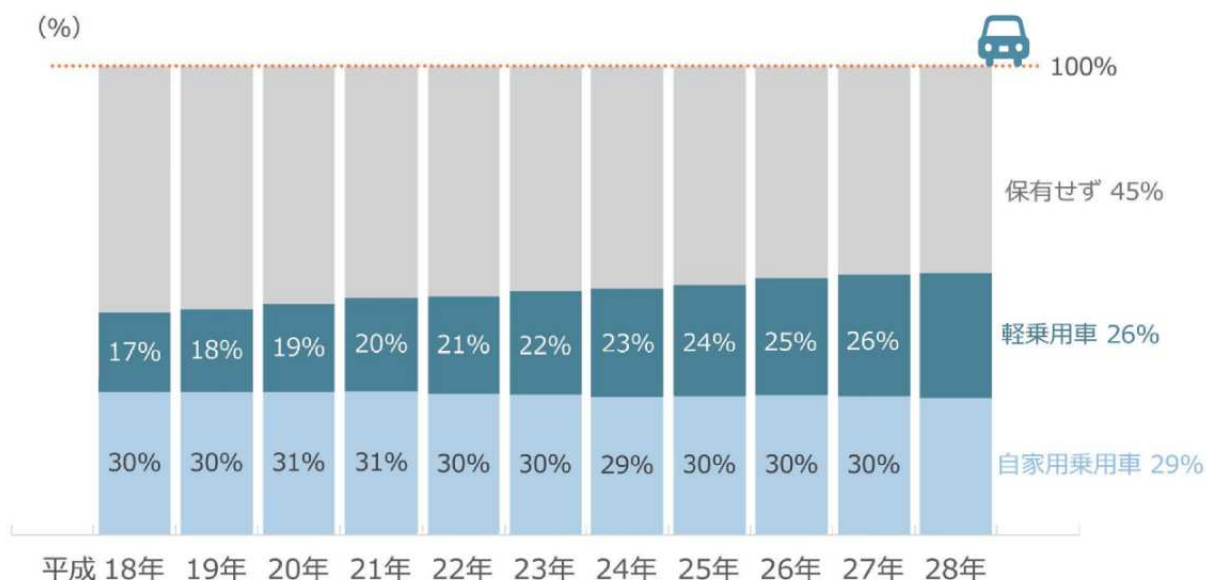
和歌山県の調査によれば、海南市における平成28年の自家用車保有率は55%で、半数以上の人が自家用車を保有していることになる。また、長期的にみると、自動車保有率は増加傾向にあることも読み取れる。

内訳をみると、自家用乗用車の保有率は30%前後でほぼ横ばいだが、軽乗用車の保有率がここ10年で10%近く伸びていることがわかる。

消費者の買い物においても自動車利用が定着している。これが大型店によるまとめ買いを促進したのは言うまでもない。一方で、商店街や小規模店舗は、自動車利用による買い物に対する利便性を提供できずに、「買い物しづらい店」との認識につながっている。

自動車利用者が認知しやすい店構えとなっているだろうか？ 自動車で入りやすい環境だろうか？ もう一度、見直してみたい。

■軽乗用車の保有率は増加の途 – 自家用乗用車保有率の推移（※1）–



中小企業診断士のコメント

消費者に、個人小売店で商品を購入しなくなった理由を尋ねると「個店の魅力が不足しているから」という回答と並んで、「商店街に駐車場がないから」といった回答が目立つ。近年は、自動車を使って大型店へ買い物に行くのが一般的となっている。この利便性を知った消費者はどうしても、駐車場のない店舗を敬遠してしまうようである。お客様にヒアリングするなどして、最新のお客様の要望を改めて拾い上げてほしい。

※1 和歌山県ホームページ「指標からみた和歌山県のすがた」より算出。軽乗用車の保有率は貨物と特殊車両を除く。

16

酒類消費量

対象業種



果実酒・焼酎消費量の増加に注目

酒類の卸・小売業および飲食店は、酒類消費量を確認してほしい。

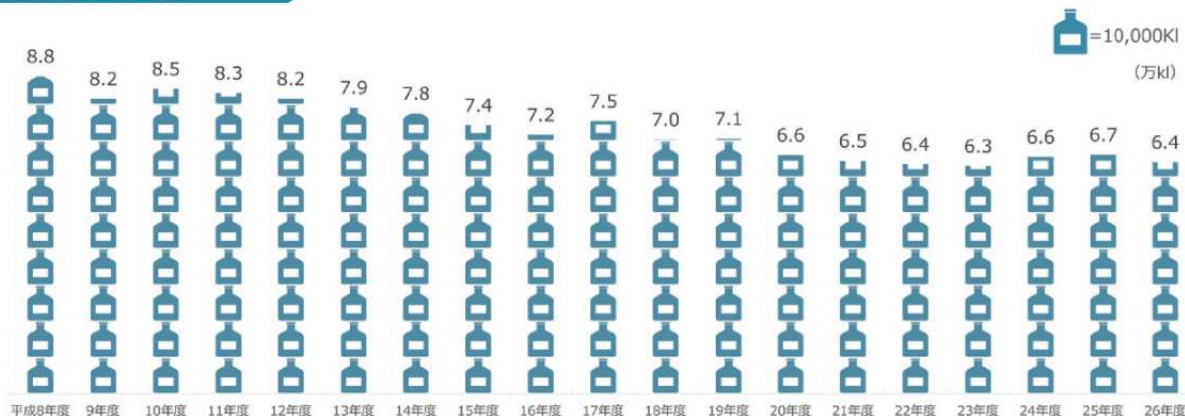
「和歌山県統計年鑑」によれば、平成26年度の和歌山県の酒類消費量は6.4万klとなっている。内訳は、ビールが57%ともっとも消費されている。

長期的にみると、酒類の消費量は減少傾向にあり、今後もこの傾向が続くと考えられる。

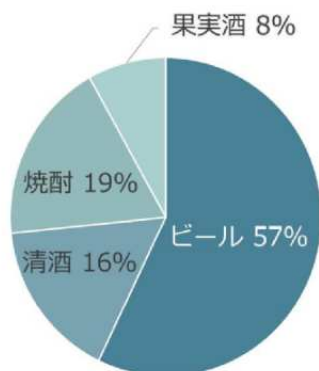
酒類の販売を行う事業者は、今後も厳しい経営環境を余儀なくされるであろう。ただし、厳しいなかにもビジネスチャンスがある。平成8年度を100%とした酒類の種類別推移をみると、果実酒と焼酎の消費量が伸びているためである。今後の販売戦略として、果実酒や焼酎の品揃えによる他社との差別化が有効な顧客獲得方法であると読み取れる。

■酒類消費量は近年若干の増加がみえる — 和歌山県酒類消費量の推移(※1) —

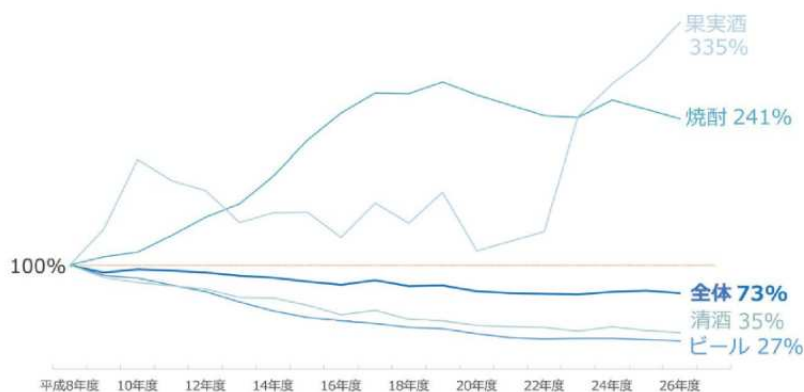
酒類消費量 (全体)



酒類消費量 (全体)



種類別推移



※1 和歌山県「和歌山県統計年鑑」より引用

下請から元請へ

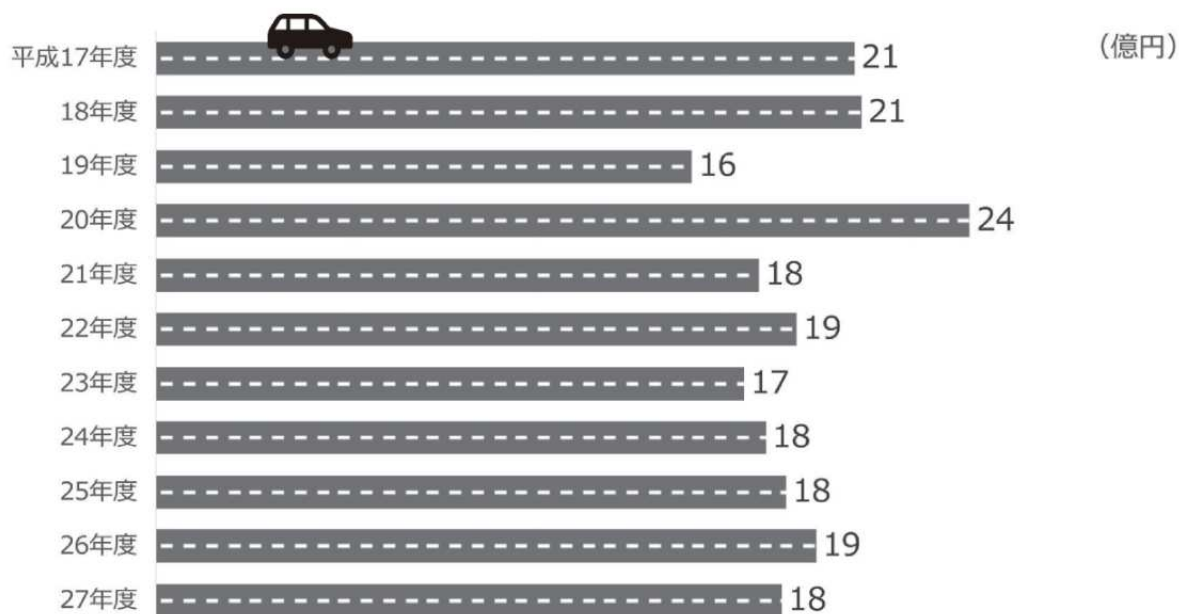
公共工事の元請・下請を行う建設業事業者は、土木費の推移を確認したい。

海南市の「財政状況資料集」によれば、平成27年度に海南市が支出した土木費は18億円となっている。推移をみると、平成20年度に一時的に多くはなっているが、その後は、20億円前後で安定していることがわかる。

現在、東日本大震災の復興需要、アベノミクスの公共事業などがあり、建設業を取り巻く環境は良い。

この良い環境時だからこそ、次の一手を打っておきたい。その一つの方法に、公共工事の元請受注（下請けからの脱却）がある。まずは、「小さく」はじめてみてはどうだろうか。

■公共工事は安定した環境にある — 土木費の推移（※1） —



土木費



道路や橋を整備したり、公園を作ったり管理したりする仕事や、市営住宅の管理などに使われます。



中小企業診断士のコメント

公共工事に参加するには入札参加資格登録が必要となる。たとえば、海南市の場合は、「建設工事・測量コンサル業務等入札参加登録」に登録をする。新たなビジネスチャンス獲得のためにも忘れずに行いたい。

※1 海南市ホームページ「財政状況資料集」より引用

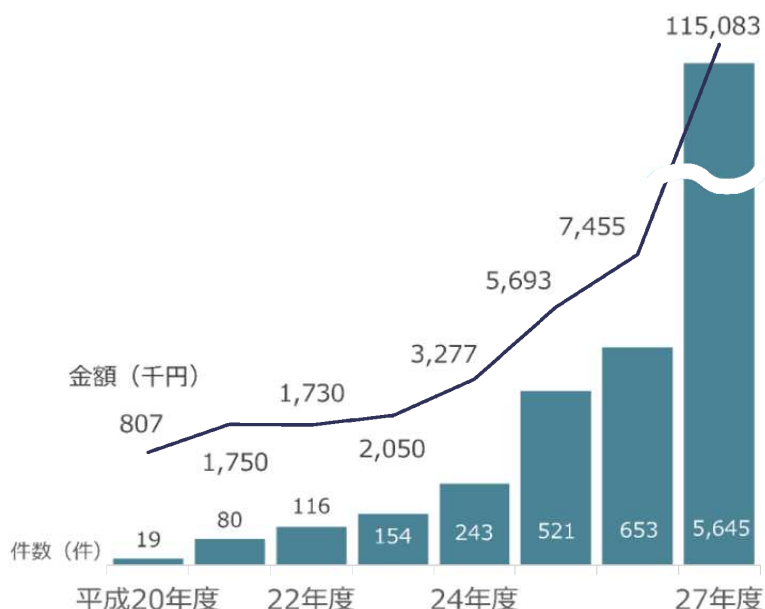
「ふるさと納税」の返礼品市場は新たなビジネス機会

食料品製造業やサービス業は「ふるさと納税」を新たなビジネス機会として着目したい。多くの地方自治体で「ふるさと納税」の返礼品に中小企業の加工品（地域特産品）や、宿泊・体験型のサービスなどが扱われている。

海南市のホームページによれば、平成27年度のふるさと納税件数は5,645件で、金額は1億円超となっている。これは、前年の653件・740万円強から件数において8.6倍、金額では15倍の伸びである。

■平成27年は前年比 15 倍の規模へ

－ ふるさと納税の納税件数および納税金額の推移（※1）－



中小企業診断士のコメント

総務省（※2）の調査により、「ふるさと納税」寄付額の約4割（※3）が返礼品経費として使われていることがわかった。海南市のふるさと納税額が約1億円であれば、約4割の4千万円が事業者の売上げになっていることになる。今後もこの市場は拡大することが予想されるので、先行者利益を獲得するためにも、早めにこの市場に目をつけたい。



ふるさと納税の返礼品 人気商品ランキング！

海南市の人気商品ランキングは以下のとおりである。果物や、果物を使用した製品の人気が高いことが伺える。新たに商品開発を行う場合は、海南市だけでなく他の市区町村の人気商品なども確認して、どのような商品が選ばれるのかを検討したい。



1 高津の桃



2 リキュール720ml 3本セット



3 冷凍ブルーベリー



ふるさとチョイスの海南市のページ「お気に入り数ランキング（平成29年7月10日現在）」より引用

※1 海南市ホームページ「ふるさと海南応援寄附金の状況」より引用

※2 総務省 自治税務局 市町村税課「ふるさと納税に関する現況調査結果」

※3 平成29年4月1日の総務省通知により、返戻割合は「上限3割以下」とされた

労働力不足は「バブル期」並の水準

労働力不足が顕著になっている。

和歌山労働局 職業安定部 職業安定課の調査によれば、平成 28 年度のハローワーク海南における有効求人倍率は 1.07 倍となっている。この数値は和歌山県の 1.18 倍に比べて若干低い数値ではあるが、近年では労働力不足が深刻化しているといえる。

なお、有効求人倍率とは有効求職者数（ハローワークで仕事を探している人）に対する有効求人数（ハローワークで求人を出している数）の割合である。

たとえば、有効求人倍率が 1.5 倍であれば、1 人の求職者に対し 1.5 人分の求人があることを示している。

■有効求人倍率が 1 倍超え – 有効求人倍率の推移（※ 1）（※ 2） –



Column 建設業事業者が使いたい無料相談制度

建設業では、アベノミクスの進展に伴う公共工事の増加や震災復興事業の本格化、2020 年の東京オリンピックの開催などで需要の拡大・さらなる人手不足が予測される。

そこで、人材不足に対する国の対応として、事業者に無料でアドバイザーを派遣している。プロに求人時のアピール方法などを聞きながら、効果的な求人活動を行いたい。

建設業の人材確保・雇用管理改善促進事業（無料）

雇用管理の改善の必要性や具体的な進め方に関心を持っている中小建設会社を対象に、雇用管理アドバイザーを複数回派遣して、魅力ある職場づくりに役立つ相談支援を行います。

※ 1 情報提供：和歌山労働局 職業安定部 職業対策課

※ 2 和歌山県の数値は季節調整済みの有効求人倍率である

足元の資金調達環境は悪くない

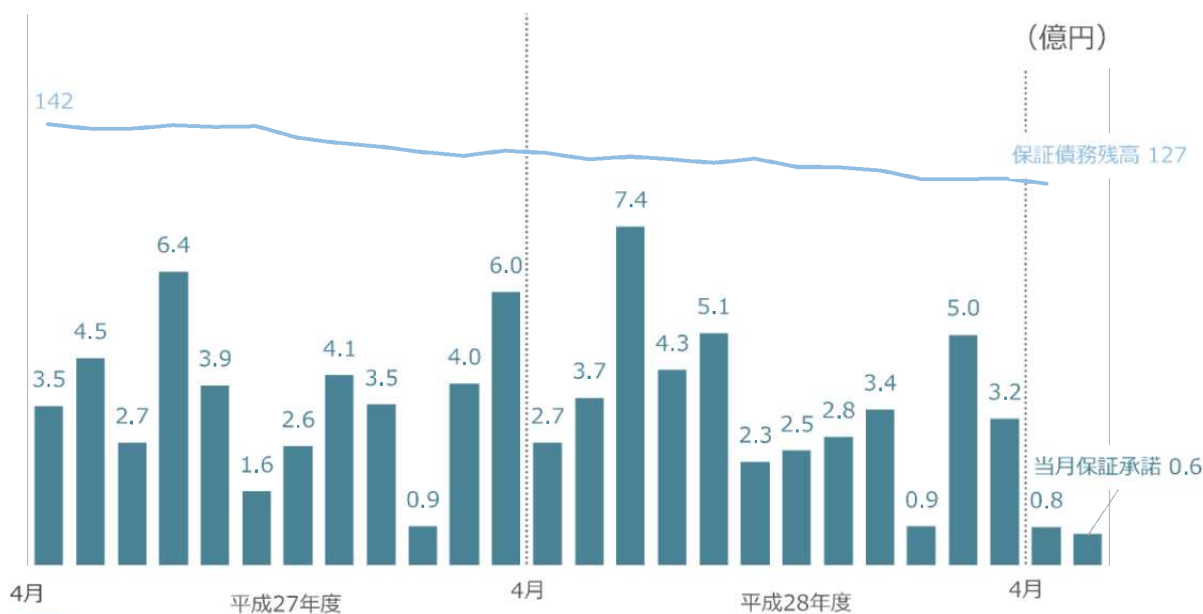
銀行や信用金庫は、事業者の信用をもとに融資を行っている。しかし、一般的に中小企業は信用が少ない。そこで、信用を補完するために、信用保証協会がバックアップを行っている。

和歌山県信用保証協会によれば、海南市の保証債務残高は直近月で128億円、当月保証承諾額は0.6億円となっている。債務保証残高の推移をみると、徐々に減少しており、事業者の借入金の残高が徐々に減っていることが読み取れる。

単にこの図をみると、「中小企業がどんどん新規借入れしづらい状況になっているのではないかと不安になるかもしれない。しかし、心配は不要である。債務保証残高が減少している主な要因は、リーマン・ショックや東日本大震災時に行われた多額の保証が借入返済とともに減少しているためだからだ。

現在、事業者にとっての資金調達環境は悪くない。新たな設備投資資金、運転資金等が必要な際は、しっかりとした返済プラン（事業計画）を持って、金融機関に相談したい。

■保証債務残高は減少傾向 - 保証債務残高・当月保証承諾額（※1） -



中小企業診断士のコメント

企業にとって資金繰りは生命線である。金融機関はお金を貸すことで収益を得ているが、上図のとおり残高は減少している。金融機関は貸出先を探しているのである。また、金利もびっくりするほど低い。今のうちに、将来の有事のための資金を確保したい。

※1 和歌山県信用保証協会「統計情報」より引用



◆お問い合わせ 海南商工会議所 電話 073-482-4363
和歌山県海南市日方 1294-18 <http://www.kainan-cci.or.jp>

※このレポートは「平成 29 年度 伴走型小規模事業者支援推進事業」を活用して作成しています