

福井商工会議所
暖冬による経営への影響に関する調査
【調査結果】

(1) 調査目的

歴史的な暖冬、小雪が県内会員企業の経営に与えた影響を把握するために調査を実施した。

(2) 調査期間

令和2年2月17日（月）～21日（金）

(3) 調査方法

調査票をFAXにて配布・回収

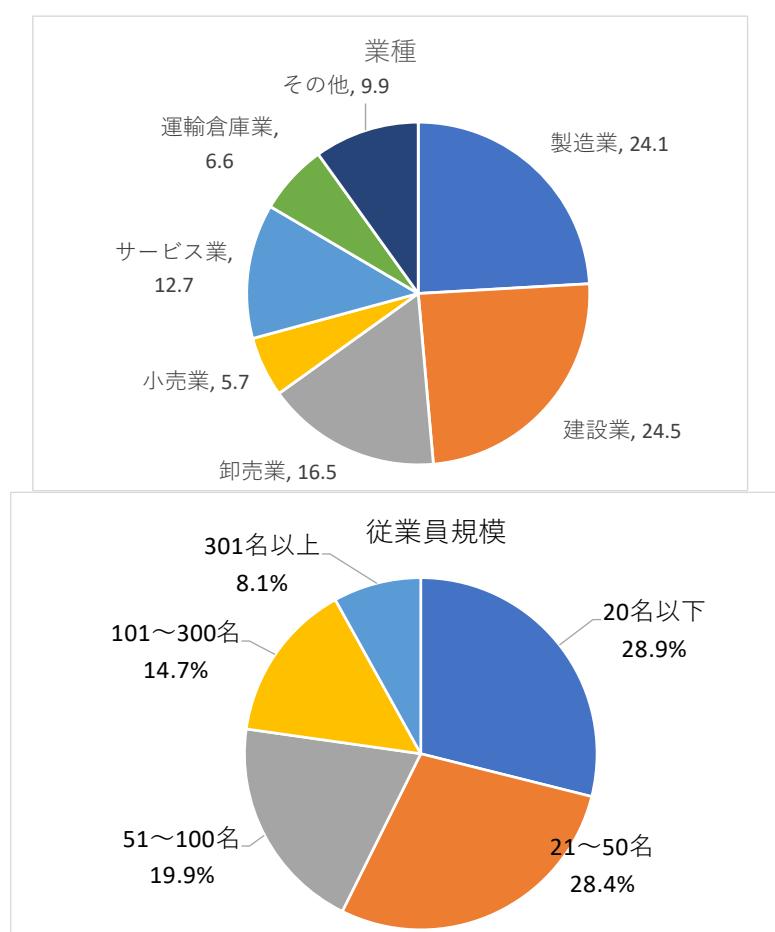
(4) 調査対象

福井商工会議所の会員企業 1,000 社

(5) 回答企業数

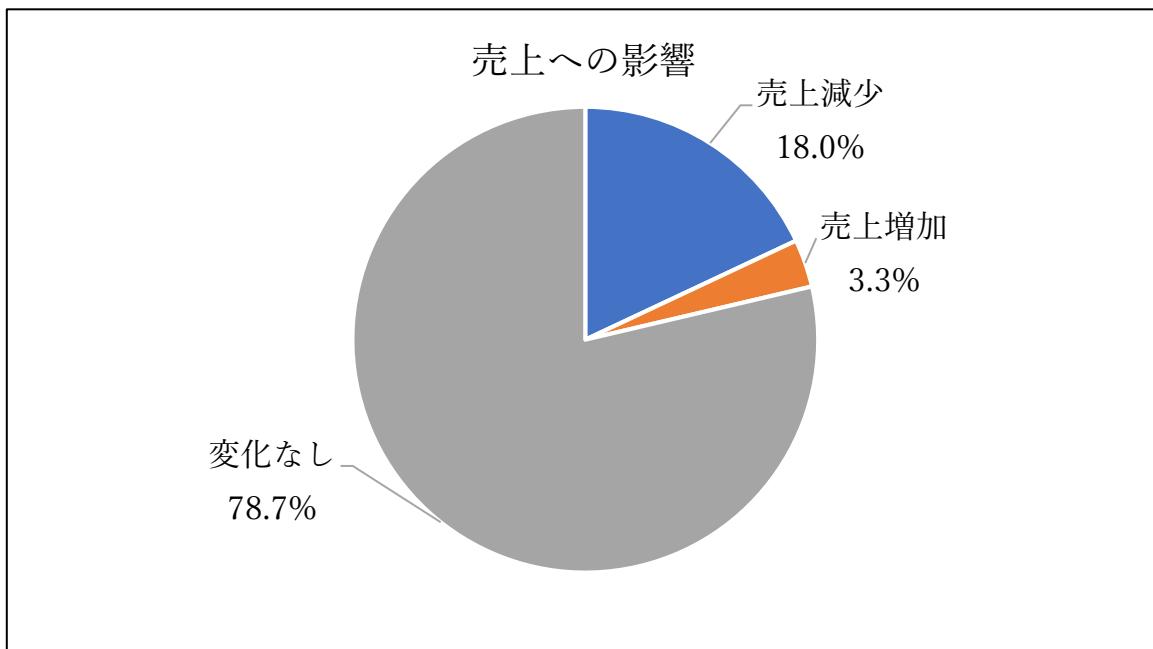
212社（回収率 21.2%）

(6) 回答企業属性

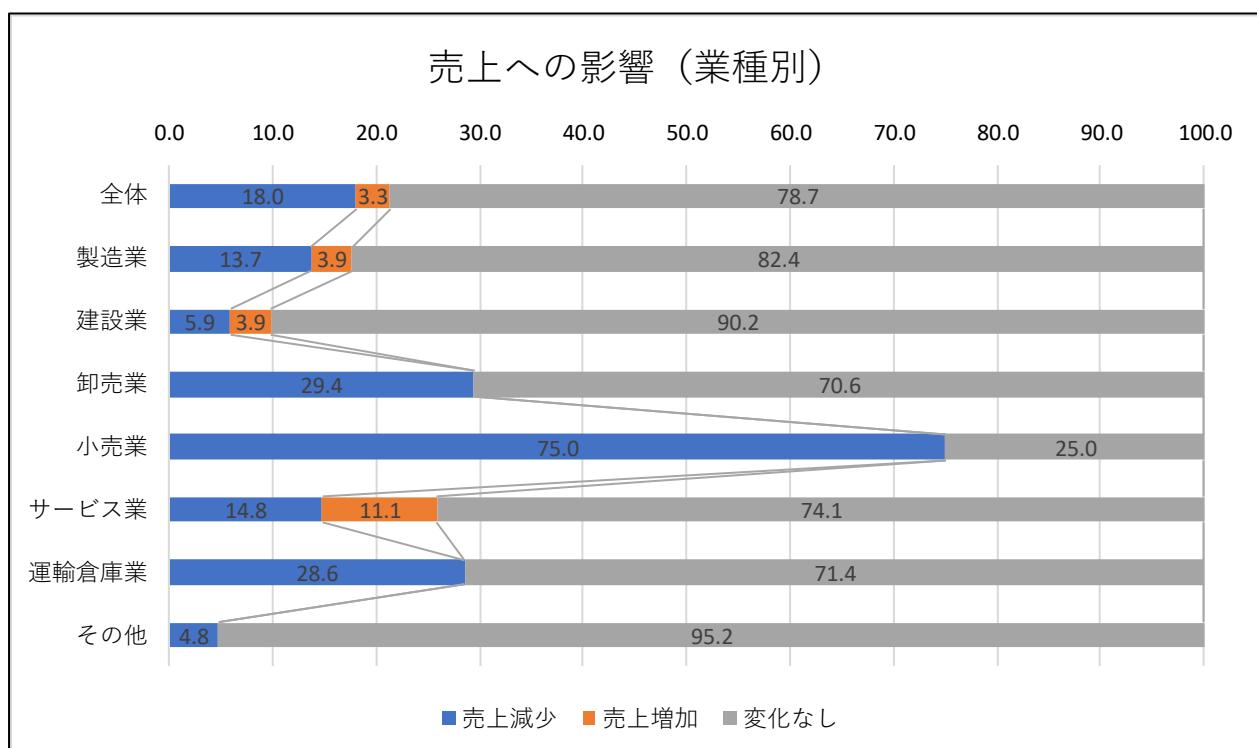


1. 暖冬の売上への影響について

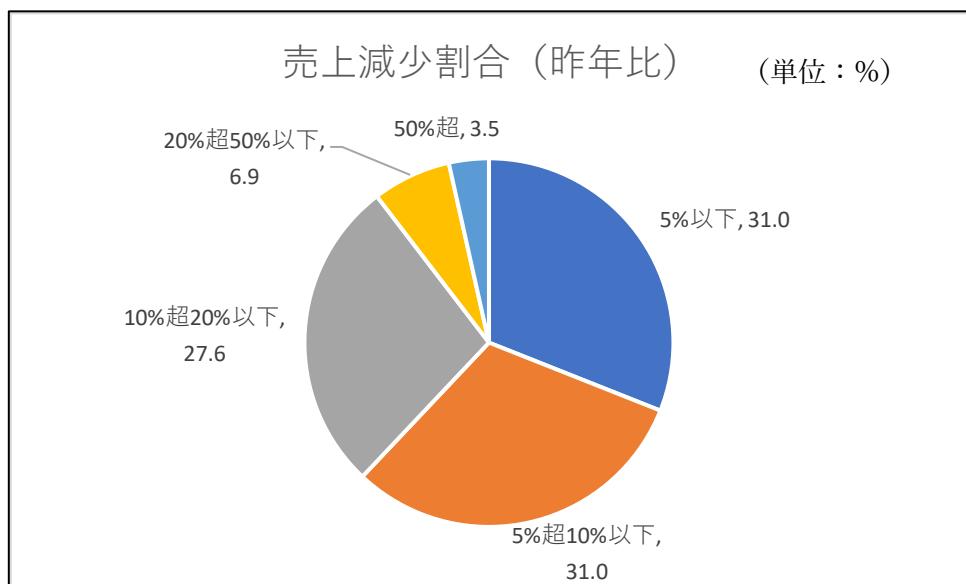
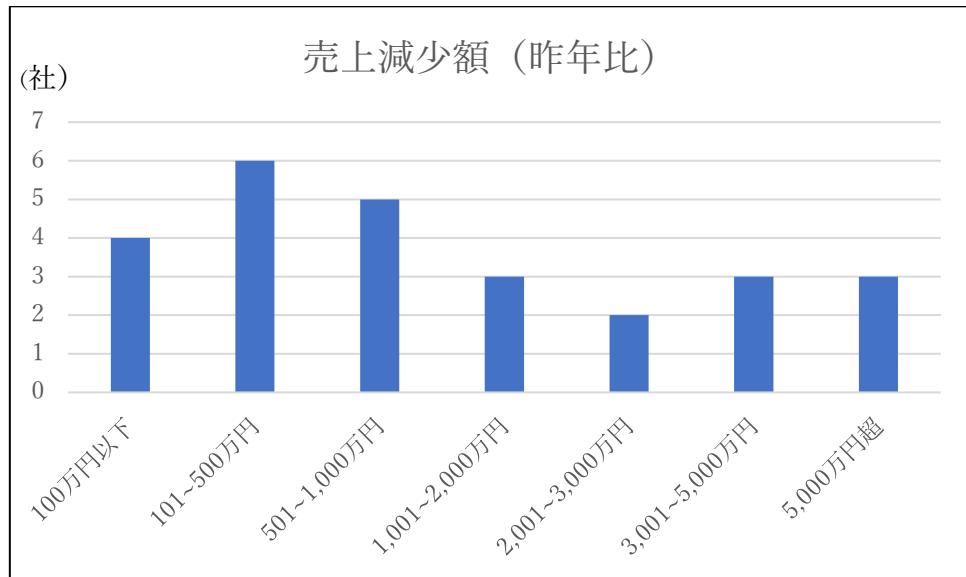
暖冬による売上への影響については、78.7%の企業が影響はなかったと回答した。一方で暖冬により売上が減少したと回答した企業は18.0%であった。



業種別に影響の有無を見ると、ほとんどの業種で「変化なし」との回答である中、小売業では75.0%と多くの企業が「売上減少」と回答した。なお、小売業以外で「売上減少」の割合が高かったのは卸売業(29.4%)、運輸倉庫業(28.6%)であった。卸売業では繊維関連・自動車部品などを扱う企業、運輸倉庫業では鉄道・タクシー会社で売上減少と回答する企業が見られた。



売上が減少したと回答した企業内で、暖冬による売上への減少額・減少割合を「12～1月」の期間で昨年と比べると、売上減少額 500 万円超が 16 件、売上減少割合 10% 超が 38.0% であった。



2. 暖冬による自社商品・サービスの販売状況について

【売上が減少した商品・サービス】

売上が減少した商品として挙げられたものがコートなどの防寒、冬物衣料及びそれに必要となる生地や装飾資材であった。暖冬による冬物衣料の需要減少により売上を減らすことになった。

売上が減少したサービスとして挙げられたことは除雪作業であった。除雪作業を冬場の主事業として計画していた建設業にとっては今回の小雪は大きな痛手となったと考えられる。

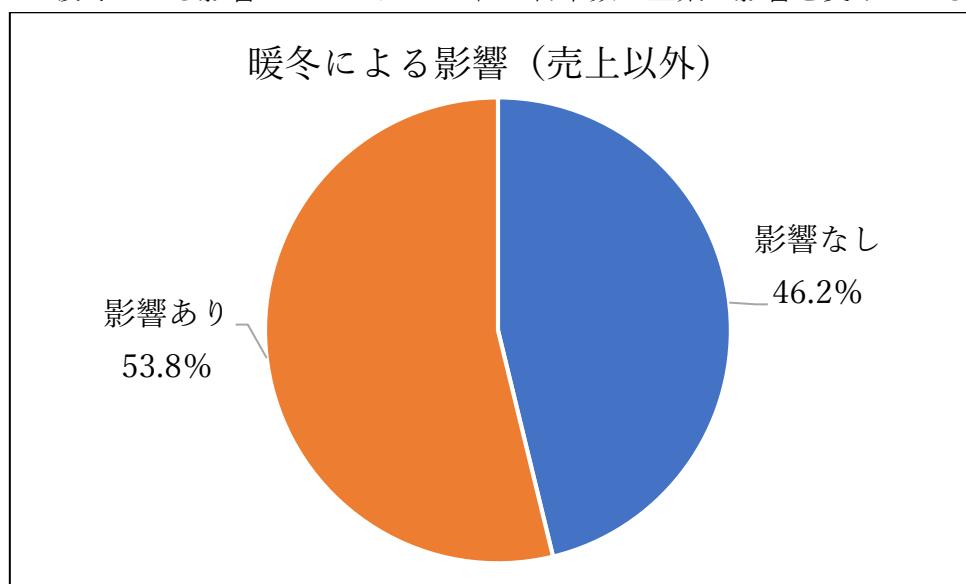
それ以外で売上が減少した商品・サービスとして挙げられたものは、鍋やおでん用の商材、自動車や自動車部品、スタッドレスタイヤ、灯油などであった。

【売上が増加した商品・サービス】

売上が増加したものとしては小雪の影響により工事売上やカフェ売上の増加が挙げられた。また工事の円滑な進行などに後押しされてコンクリート製品の売上増加も挙げられた。

3. 売上以外の暖冬による影響について

売上以外への暖冬による影響については 53.8% と約半数の企業が影響を受けている。

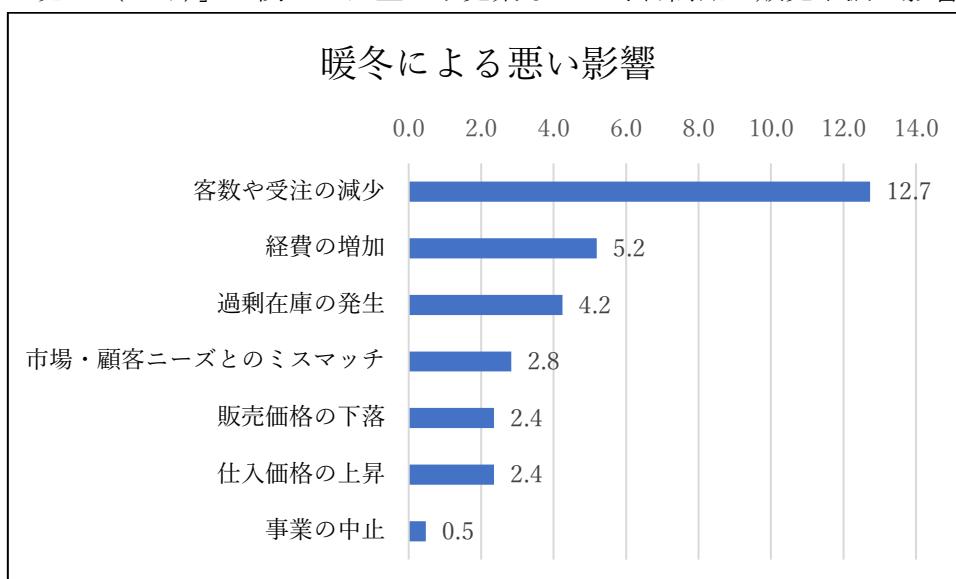


(1) 売上以外の悪影響

売上以外の悪影響として最も多かった意見が「客数や受注の減少」で、12.7%の企業が影響を受けた。冬物衣料や食材の需要減少による販売数減少や小雪による除雪作業の発注減少などがあげられている。また工事が順調に進みすぎたことにより工事の受注がなくなってしまいそうという意見も見られた。

次に多かった「経費の増加 (5.2%)」については、工事などが円滑に進行した分、人件費や機械の燃料費が増加したり、降雪を見越した除雪用対策や設備の購入が無駄になったという意見があった。

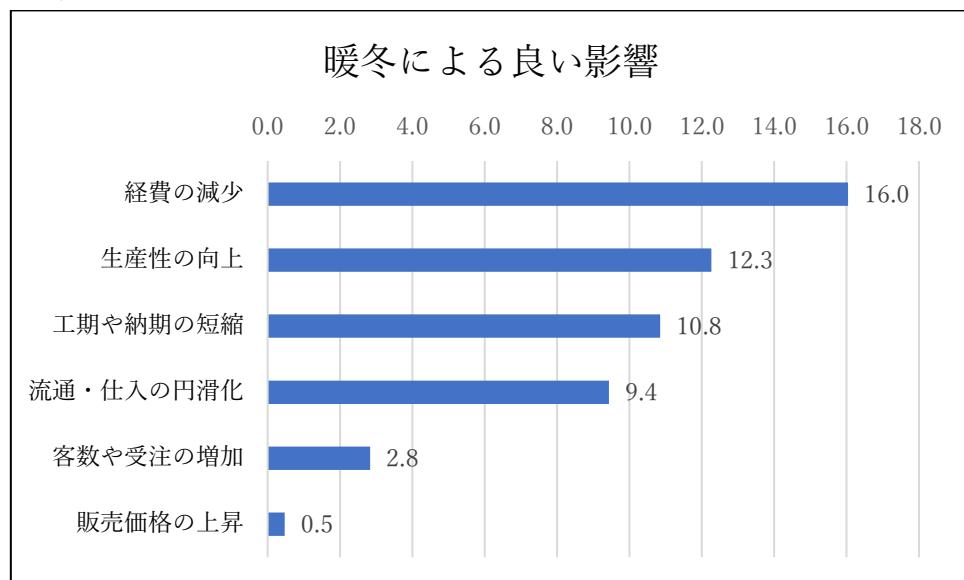
「過剰在庫の発生 (4.2%)」に関しては主に小売業などで冬物商品の販売不振が影響している。



(2) 売上以外の好影響

売上以外の暖冬による好影響として最も多かったのは「経費の減少」(16.0%) であった。減少した経費として多く上げられたものが除雪費用である。小雪による除雪作業減少により売上を減らした企業がある一方で小雪の恩恵を授かる企業も多くその明暗が分かれることとなった。経費としては他に暖房費や灯油代の減少も挙げられた。

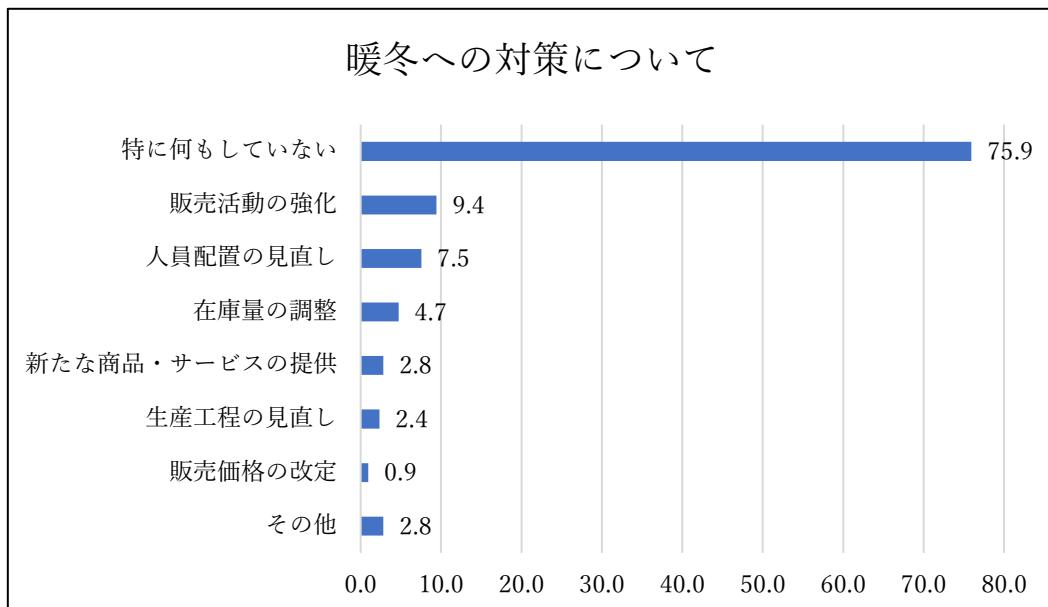
小雪に関しては、除雪時間の削減による「生産性の向上」(12.3%) や工事のスムーズな進行による「工期や納期の短縮」(10.8%)、道路状況が悪化しないことによる「流通・仕入の円滑化」(9.4%) にも影響を与えたと考えられる。



4. 暖冬への対策について

今回の暖冬に対する対策については 75.9% が「特に何もしていない」と回答した。この割合は暖冬による売上への影響は特になかったと回答した企業の割合 (78.7%) とほぼ同率となり、売上への悪影響がなかったために特別な対策をするまでもないと捉えられたと考えられる。

取り組まれた対策として最も多く上げられたのは「販売活動の強化」で 9.4% であり、次いで「人員配置の見直し」が 7.5% であった。



業種別にみてもほとんどの業種で特に何もしていないとの回答が多かったが、小売業のみは対策を行ったと回答した企業が目立ち、「在庫量の調整」(33.3%)、「販売活動の強化」(25.0%)、「人員配置の見直し」(25.0%)など、種々の対策を講じていることが伺えた。

5. その他の主な意見

- ・積雪がないため作業性がよくなっている
- ・スキーパーの集客は少なかったと思うが、それ以上に今年はコロナウィルスの影響で売上は減少していると思う。
- ・印刷業界にとっては暖冬による影響はほぼ無しであるが、インフルエンザ及び新型コロナウィルスに対する社員への安全衛生対策が気がかりである。
- ・現在コロナウィルスの影響でバスの予約のキャンセルが出ている。来月はこちらの影響の方が多くなりそう。
- ・公共交通の一翼を担う会社として、雪が少ないので、安全運行などには大変プラスとなるが、自転車通学の学生の電車通学へのシフトが起こらず旅客数が伸び悩んでしまう。
- ・除雪にかかる人件費が減った。
- ・除雪業務が無かった事以外は好影響のみであった（建設業）。
- ・雪が少ない為に交通渋滞や事故が少なかった為に経費の減少につながった。配達時間も予定通りにすすみ、残業時間の縮小もすることができた。
- ・雪が無い為、現場工事が円滑に進んでいる。
- ・倉庫業にて繊維を保管しているが、在庫が増加している。しかし、今後生産調整等が有り保管在庫数は減少すると思われる。
- ・暖冬だけではない。消費税もかなり大きく影響している。さらにコロナウィルスにより、ダブルでダメージを受けた。
- ・暖冬による影響はあまり感じられないが、新型コロナウィルスの影響による観光客の減少があると感じている。
- ・冬対策をして、仕事に臨んでいるので、無駄になった投資がある反面、手持ち工事を進めることができた。年度をまたいで、手持ち工事が無くなる不安を抱えている。
- ・売上の的には暖冬というより、イベントの中止などコロナウィルスの影響がある（宿泊業者）。