

管内企業の景況調査結果

(2019年上期)

| | | |
|--------------|--------|----------|
| ■ 調査対象企業数 | 88 | |
| ■ 有効回答企業数 | 88 | |
| ■ 回収率 | 100.0% | |
| ■ 回答企業の業種別内訳 | | |
| □ 法人 | 57 | (64.8%) |
| □ 個人 | 32 | (36.4%) |
| □ 製造業 | 25 | (28.4%) |
| □ 卸売業 | 12 | (13.6%) |
| □ 小売業建設業 | 19 | (21.6%) |
| □ 運輸業 | 3 | (3.4%) |
| □ 飲食サービス業 | 3 | (3.4%) |
| □ 情報通信業 | 0 | (0.0%) |
| □ 宿泊業 | 2 | (2.3%) |
| □ 生活関連サービス業 | 3 | (3.4%) |
| □ 専門・技術サービス業 | 11 | (12.5%) |
| □ その他サービス業 | 5 | (5.7%) |
| □ その他の業種 | 6 | (6.8%) |
| | 89 | (101.1%) |

貴社の経営理念について

| | | |
|------------|----|---------|
| 1、浸透している | 27 | (30.7%) |
| 2、一部浸透している | 21 | (23.9%) |
| 3、浸透していない | 4 | (4.5%) |
| 4、経営理念はない | 21 | (23.9%) |

昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況について

| | | | |
|---------------------|-------|----|---------|
| 売上高 | 1、増加 | 25 | (28.4%) |
| | 2、横ばい | 33 | (37.5%) |
| | 3、減少 | 30 | (34.1%) |
| 売上原価 原材料 仕入れ高 | 1、上昇 | 44 | (50.0%) |
| | 2、不変 | 33 | (37.5%) |
| | 3、低下 | 8 | (9.1%) |
| 人件費 | 1、低下 | 3 | (3.4%) |
| | 2、不変 | 51 | (58.0%) |
| | 3、上昇 | 33 | (37.5%) |
| 設備投資 | 1、増加 | 24 | (27.3%) |
| | 2、不変 | 47 | (53.4%) |
| | 3、減少 | 14 | (15.9%) |
| 採算 経常利益 | 1、増加 | 16 | (18.2%) |
| | 2、横ばい | 37 | (42.0%) |
| | 3、減少 | 34 | (38.6%) |
| 資金繰り | 1、好調 | 11 | (12.5%) |
| | 2、不変 | 62 | (70.5%) |
| | 3、不調 | 13 | (14.8%) |

現在と比べた今後の経営環境等の見通しについて

| | | | |
|---------------------|-------|----|---------|
| 売上高 | 1、増加 | 21 | (23.9%) |
| | 2、横ばい | 35 | (39.8%) |
| | 3、減少 | 32 | (36.4%) |
| 売上原価 原材料 仕入れ高 | 1、上昇 | 48 | (54.5%) |
| | 2、不変 | 30 | (34.1%) |
| | 3、低下 | 7 | (8.0%) |
| 人件費 | 1、低下 | 4 | (4.5%) |
| | 2、不変 | 46 | (52.3%) |
| | 3、上昇 | 36 | (40.9%) |
| 設備投資 | 1、増加 | 28 | (31.8%) |
| | 2、不変 | 46 | (52.3%) |
| | 3、減少 | 12 | (13.6%) |
| 採算 経常利益 | 1、増加 | 11 | (12.5%) |
| | 2、横ばい | 38 | (43.2%) |
| | 3、減少 | 38 | (43.2%) |
| 資金繰り | 1、好調 | 10 | (11.4%) |
| | 2、不変 | 57 | (64.8%) |
| | 3、不調 | 19 | (21.6%) |

常勤従業員数について

| | | |
|-----------|----|---------|
| 1、0～5人 | 46 | (52.3%) |
| 2、6～20人 | 22 | (25.0%) |
| 3、21～50人 | 17 | (19.3%) |
| 4、51～100人 | 3 | (3.4%) |
| 5、101人以上 | 1 | (1.1%) |

現在の課題について

| | | |
|-------------------|--------|---------|
| 1、既存の商圏・顧客・販路との関係 | 41 社選択 | (46.6%) |
| 2、商圏・顧客ニーズの把握 | 11 社選択 | (12.5%) |
| 3、新たな商圏・顧客・販路の開拓 | 42 社選択 | (47.7%) |
| 4、製品・サービスのPR活動や自社 | 11 社選択 | (12.5%) |
| 5、既存の製品・サービスの改善 | 12 社選択 | (13.6%) |
| 6、新製品・サービスの開発 | 18 社選択 | (20.5%) |
| 7、自社の強みの把握・活用 | 16 社選択 | (18.2%) |
| 8、業務の効率化 | 28 社選択 | (31.8%) |
| 9、ITの利活用 | 13 社選択 | (14.8%) |
| 10、人材確保 | 35 社選択 | (39.8%) |
| 11、事業承継・廃業・M&A | 15 社選択 | (17.0%) |
| 12、その他 | 2 社選択 | (2.3%) |

後継者について

| | | |
|------------------|----|---------|
| 1、後継者がいる | 34 | (38.6%) |
| 2、後継者がいないが、後継者候補 | 7 | (8.0%) |
| 3、後継者候補を探している | 7 | (8.0%) |
| 4、事業譲渡を検討している | 2 | (2.3%) |
| 5、廃業を予定している | 3 | (3.4%) |
| 6、まだ考えていない | 34 | (38.6%) |

事業承継の相談について

| | | |
|------------|----|---------|
| 1、相談を希望する | 9 | (10.2%) |
| 2、相談を希望しない | 77 | (87.5%) |

事業計画(経営計画)の作成について

| | | |
|----------------|----|---------|
| 1、毎年作成している | 30 | (34.1%) |
| 2、作成したことがある | 29 | (33.0%) |
| 3、一度も作成したことがない | 28 | (31.8%) |

10月からの消費税10%について

| | | |
|-----------------|----|---------|
| 1、10月以降売上が減少した | 11 | (12.5%) |
| 2、10月以降も特に影響はない | 72 | (81.8%) |
| 3、その他 | 2 | (2.3%) |

キャッシュレス化について

(1) 実際に導入した決済方法について

| | | |
|-----------|----|---------|
| 1、クレジット決済 | 12 | (13.6%) |
| 2、電子マネー決済 | 4 | (4.5%) |
| 3、QRコード決済 | 14 | (15.9%) |
| 4、その他 | 3 | (3.4%) |

(2) 実際の使用頻度について

| | | | |
|-------|-------|----|---------|
| クレジット | 1、多い | 11 | (12.5%) |
| | 2、少ない | 18 | (20.5%) |
| 電子マネー | 1、多い | 5 | (5.7%) |
| | 2、少ない | 13 | (14.8%) |
| QR | 1、多い | 3 | (3.4%) |
| | 2、少ない | 20 | (22.7%) |

販売促進について

(1) 現在実施している販売促進・PRについて

| | | | |
|--------------------------|--------|---------|------|
| 1、チラシの配布 | 19 社選択 | (21.6%) | (3位) |
| 2、タウン誌・雑誌などへの広告 | 15 社選択 | (17.0%) | (4位) |
| 3、テレビ・ラジオのCM | 13 社選択 | (14.8%) | (5位) |
| 4、ダイレクトメールの送付 | 12 社選択 | (13.6%) | |
| 5、SNS(Twitter、Facebook等) | 13 社選択 | (14.8%) | (5位) |
| 6、インターネットの広告 | 6 社選択 | (6.8%) | |
| 7、自社のホームページ | 39 社選択 | (44.3%) | (1位) |
| 8、看板・のぼり旗 | 13 社選択 | (14.8%) | (5位) |
| 9、物産展・展示会へ出展 | 9 社選択 | (10.2%) | |
| 10、包装紙・紙袋 | 0 社選択 | (0.0%) | |
| 11、自動車のラッピング | 3 社選択 | (3.4%) | |
| 12、バス・電車の広告 | 1 社選択 | (1.1%) | |
| 13、呼び込み | 0 社選択 | (0.0%) | |
| 14、特に何もしていない | 26 社選択 | (29.5%) | (2位) |
| 15、その他 | 7 社選択 | (8.0%) | |

15の選択肢中

2) (1)で選ばれたもののうち、売上拡大について効果があったものについて

- 1、チラシの配布
- 2、タウン誌・雑誌などへの広告
- 3、テレビ・ラジオのCM
- 4、ダイレクトメールの送付
- 5、SNS(Twitter、Facebook等)
- 6、インターネットの広告
- 7、自社のホームページ
- 8、看板・のぼり旗
- 9、物産展・展示会へ出展
- 10、包装紙・紙袋
- 11、自動車のラッピング
- 12、バス・電車の広告
- 13、呼び込み
- 14、特に何もしていない
- 15、その他

- | | | |
|----|-----|---------|
| 10 | 社選択 | (11.4%) |
| 5 | 社選択 | (5.7%) |
| 8 | 社選択 | (9.1%) |
| 6 | 社選択 | (6.8%) |
| 5 | 社選択 | (5.7%) |
| 4 | 社選択 | (4.5%) |
| 21 | 社選択 | (23.9%) |
| 4 | 社選択 | (4.5%) |
| 6 | 社選択 | (6.8%) |
| 0 | 社選択 | (0.0%) |
| 1 | 社選択 | (1.1%) |
| 0 | 社選択 | (0.0%) |
| 0 | 社選択 | (0.0%) |
| 2 | 社選択 | (2.3%) |
| 5 | 社選択 | (5.7%) |

15の選択肢中

(2位)

(3位)

(4位)

(1位)

(4位)