

地域経済動向ヒアリング調査

小規模事業者

I 調査概要

1. 調査目的

庄川町商工会の「経営発達支援計画策定推進事業」に係る地域経済動向調査として、限りある経営資源を活用して持続可能な小規模事業者（商業およびサービス業、以下、事業者という。）育成のために現状の意識や課題を知るためにヒアリング調査を実施したもの。

2. 調査対象

商業およびサービス業に従事する 15 事業所が対象である。

3. 調査員及び日程

平成 28 年 11 月 7 日から 11 月 30 日までの 5 日間で、一般社団法人富山県中小企業診断協会員 3 名及び商工会職員で実施し、平成 29 年 1 月 10 日から集計・分析したもの。

Ⅱ．調査結果

1．営業形態

※全ての表は（単位：事業所）

（1）業種・取扱品目

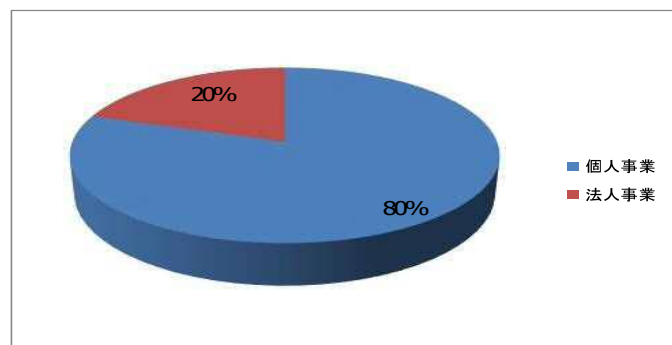
業種・取扱品目		
衣料品	1	婦人服
身の回りの品	0	
文化品	0	
家庭用品	1	挽物木地
食料品	9	精肉販売×2、鮮魚販売、飲食店×4、酒類販売、製菓
耐久品	0	
燃料	1	ガソリンスタンド
その他	3	電気工事、コンビニ、銭湯
無回答	0	
計	15	

調査した 15 事業所中の半数以上の 9 事業所が食料品関係であり、さらにその約半数が飲食店である。そのため、今後の分析で業種別によるクロス分析を試みる場合は、「食料品」「それ以外の業種」で分類する。

（2）事業形態

事業形態	
個人事業	12
法人事業	3
計	15

調査した 15 事業所中の 12 事業所、80%は「個人事業」であり、残り 3 事業所 20%が「法人事業」となる。



（3）専業／兼業

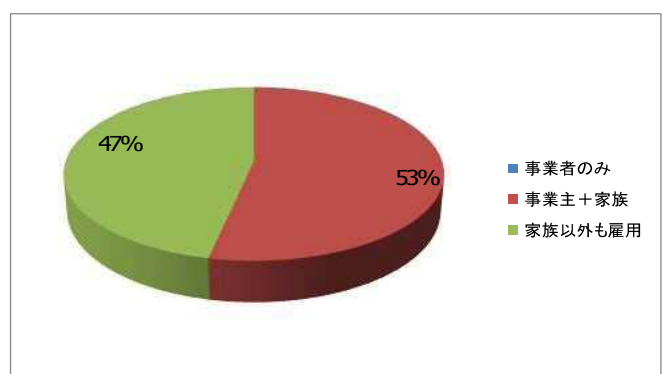
専業／兼業	
専業	15
兼業(商業主)	0
兼業(商業従)	0
計	15

調査した 15 事業所、すべてが「専業」であり、「兼業」はない。

（4）事業従事者

事業従事者	
事業者のみ	0
事業主+家族	8
家族以外も雇用	7
計	15

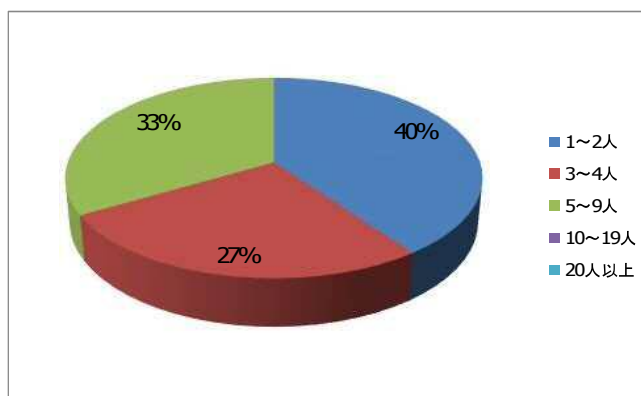
調査した 15 事業所中の 8 事業所、53%は「事業主+家族」の家族経営であり、残り 7 事業所 47%が「家族以外も雇用」で雇用創出に貢献している。



(5) 事業従事者数

事業従事者数	
1～2人	6
3～4人	4
5～9人	5
10～19人	0
20人以上	0
計	15

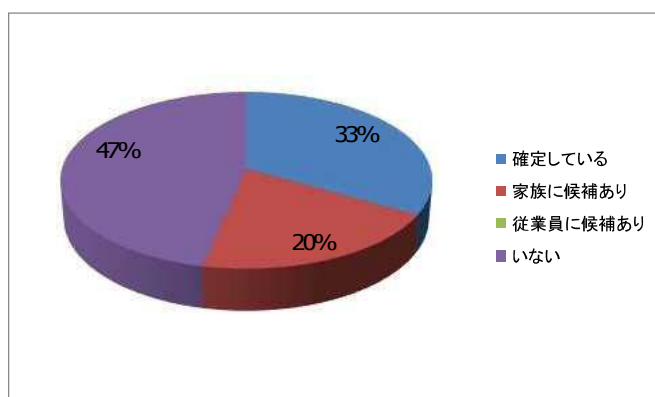
調査した 15 事業所中の 6 事業所、40%は「1～2人」の家族経営、4 事業所、27%は「3～4人」、そして残り 5 事業所 33%が「5～9人」でそれ以上事業従事者が在籍する事業所はない。基本的に、組織規模の小さい会社が多い。



(6) 後継者の有無

後継者	
確定している	5
家族に候補あり	3
従業員に候補あり	0
いない	7
計	15

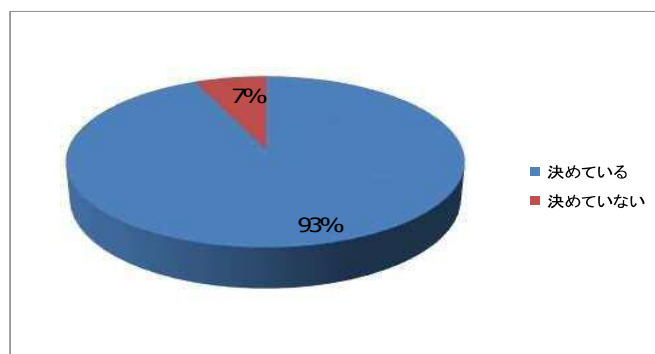
調査した 15 事業所中の 5 事業所、33%は「確定している」、そして 3 事業所、20%は「家族に候補あり」で、合計過半数の事業者は今後も事業を継続していく見込みがある反面、残り 7 事業所 47%が「いない」と回答しており、廃業もしくは事業売却をしなければならない厳しい状況である。



(7) 営業時間の設定

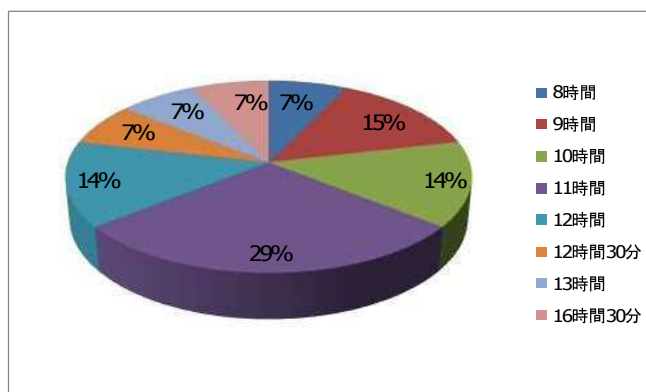
営業時間	
決めている	14
決めていない	1
計	15

調査した 15 事業所中の 14 事業所、93%は「決めている」状況であり、ほぼすべての事業所が明確に営業時間を決めて営業を行っている。



(8) 営業時間数

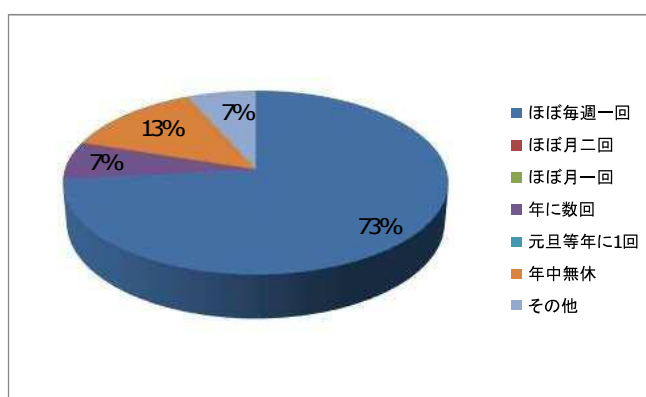
営業時間	
8時間	1
9時間	2
10時間	2
11時間	4
12時間	2
12時間30分	1
13時間	1
16時間30分	1
計	14



営業時間を決めている 14 事業所のうち、10 時間以上営業を行っているのは 12 事業所、80% であり、顧客ニーズ対応の営業努力により営業時間が長時間化している状況がうかがい知れる。尚、16 時間 30 分はコンビニエンスストアであり業態の特性によるものである。

(9) 定休日の設定

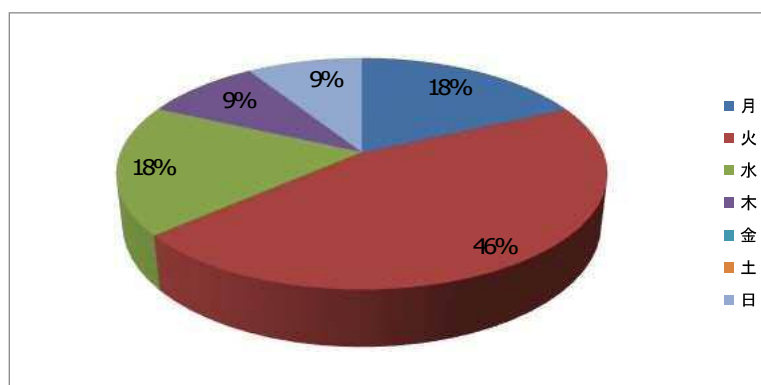
定休日	
ほぼ毎週一回	11
ほぼ月二回	0
ほぼ月一回	0
年に数回	1
元旦等年に1回	0
年中無休	2
その他	1
計	15



調査した 15 事業所中の 11 事業所、73%は「ほぼ毎週 1 回」で営業しており、年中無休や年間に数回の事業所もあり、概して顧客ニーズ対応の営業努力により定休日をなるべく少なくしている状況と思われる。

(10) 毎週一回の場合の定休曜日

定休日(毎週一回)	
月	2
火	5
水	2
木	1
金	0
土	0
日	1
計	11



毎週一回の定休日 11 事業所のうち、最も多いのは「火曜日」の 5 事業所、46%であり、「食料品」、特に飲食店が多いため、その傾向が出たと思われる。また、いわゆる客商売が多いため、土日定休日も少ないと思われる。

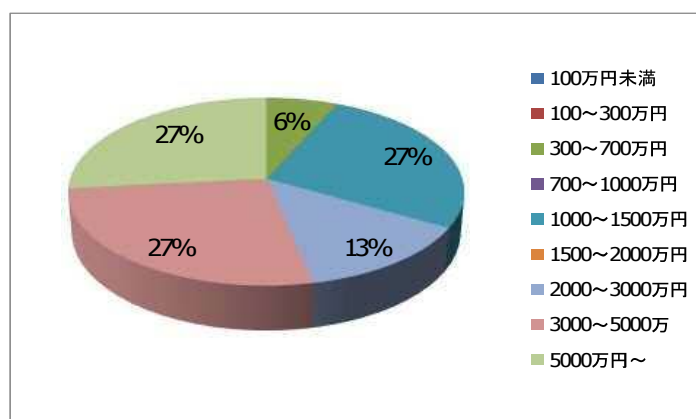
2. 経営状況

※全ての表は（単位：事業所）

（1）前期決算の売上高規模

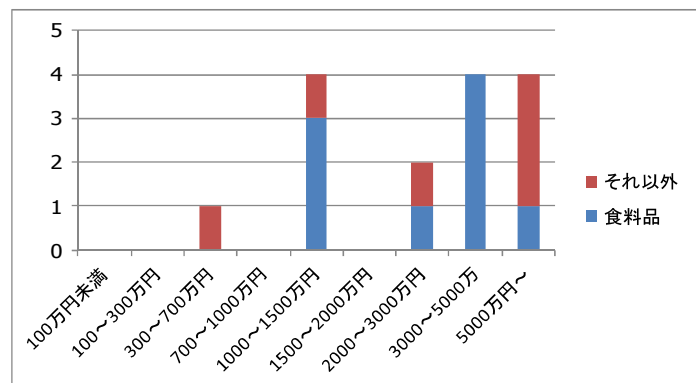
前期売上高 規模	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
100万円未満	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
100～300万円	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
300～700万円	1	6.7%	0	0%	1	17%	0	0%	1	33%
700～1000万円	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
1000～1500万円	4	26.7%	3	33%	1	17%	4	33%	0	0%
1500～2000万円	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
2000～3000万円	2	13.3%	1	11%	1	17%	1	8%	1	33%
3000～5000万円	4	26.7%	4	44%	0	0%	3	25%	1	33%
5000万円～	4	26.7%	1	11%	3	50%	4	33%	0	0%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%

（全体）



調査した 15 事業所のうち 4 事業所、27%を占めるのは「1,000～1,500万円」「3,000～5,000万円」、そして「5,000万円～」であるが、全体的に売上規模は小さく、ほとんどが年商1億円未満と思われる。

（業種別）

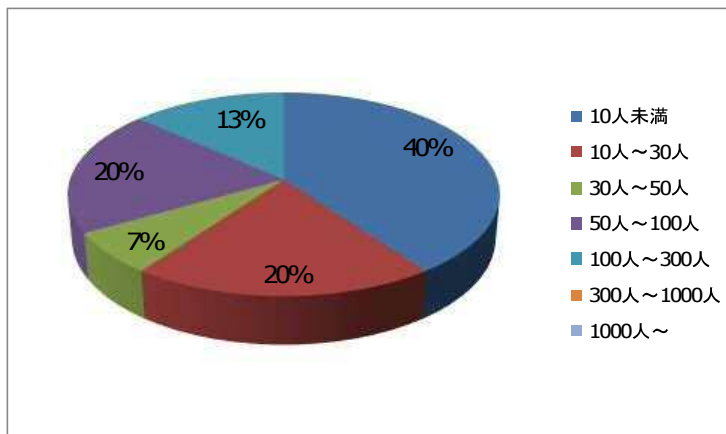


業種による傾向は特に見受けられないが「食料品」は「3,000～5,000万円」が最も多く、それ以外の業種では「5,000万円～」が最も多い。

（2）最近一日あたりのお買い上げ客数

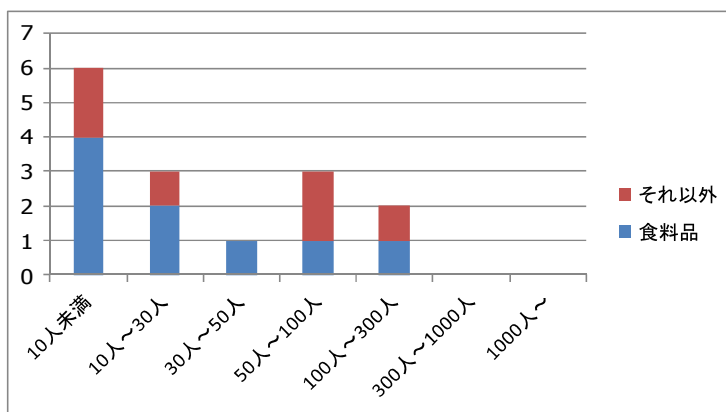
購入者数/日	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
10人未満	6	40.0%	4	44%	2	33%	4	33%	2	67%	1	100%	4	40%	1	25%
10人～30人	3	20.0%	2	22%	1	17%	3	25%	0	0%	0	0%	3	30%	0	0%
30人～50人	1	6.7%	1	11%	0	0%	1	8%	0	0%	0	0%	1	10%	0	0%
50人～100人	3	20.0%	1	11%	2	33%	2	17%	1	33%	0	0%	2	20%	1	25%
100人～300人	2	13.3%	1	11%	1	17%	2	17%	0	0%	0	0%	0	0%	2	50%
300人～1000人	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
1000人～	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



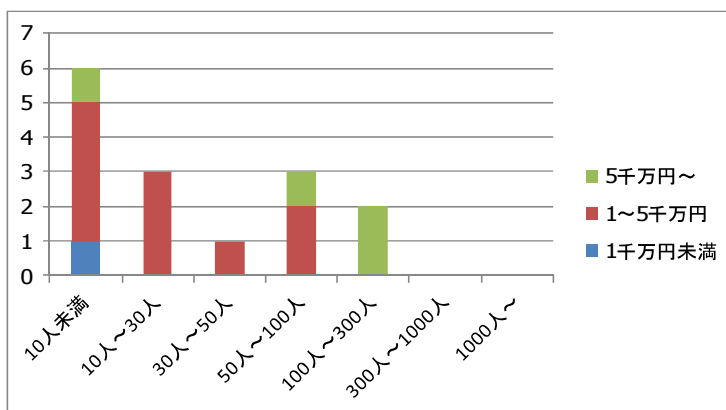
調査した 15 事業所のうち 6 事業所、40%を占めるのは「10 人未満」であり、その次は 3 事業所 20%で「10 人～30 人」、「50 人～100 人」が続く。

(業種別)



業種による傾向は特に見受けられないが「食料品」は「10 人未満」と「10 人～30 人」が最も多く、比較的零細な飲食店や小売店の存在が推測される。

(売上高規模別)



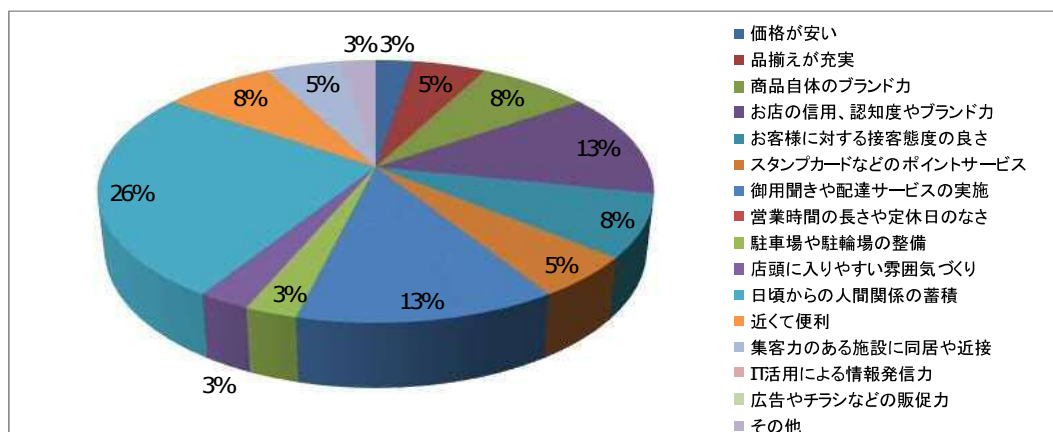
売上規模別でみると、1 事業所例外があるが、当然ながら売上規模の大きな事業所は客数も多い。

(3) 店舗が顧客に支持されている理由

(複数回答)

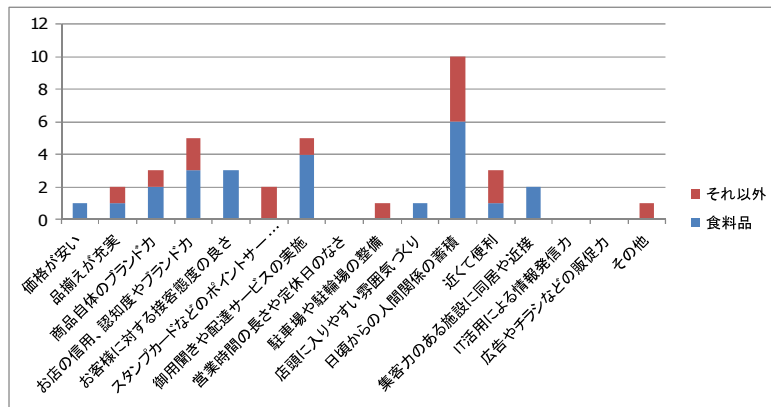
支持されている理由	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
価格が安い	1	2.6%	1	4%	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	1	4%	0	0%
品揃えが充実	2	5.1%	1	4%	1	7%	2	6%	0	0%	0	0%	1	4%	1	10%
商品自体のブランド力	3	7.7%	2	8%	1	7%	1	3%	2	40%	1	50%	2	7%	0	0%
お店の信用、認知度やブランド力	5	12.8%	3	13%	2	13%	4	12%	1	20%	1	50%	3	11%	1	10%
お客様に対する接客態度の良さ	3	7.7%	3	13%	0	0%	2	6%	1	20%	0	0%	3	11%	0	0%
スタンプカードなどのポイントサービス	2	5.1%	0	0%	2	13%	2	6%	0	0%	0	0%	1	4%	1	10%
御用聞きや配達サービスの実施	5	12.8%	4	17%	1	7%	5	15%	0	0%	0	0%	4	15%	1	10%
営業時間の長さや定休日のなさ	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
駐車場や駐輪場の整備	1	2.6%	0	0%	1	7%	1	3%	0	0%	0	0%	1	4%	0	0%
店頭に入りやすい雰囲気づくり	1	2.6%	1	4%	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	8	30%	1	10%
日頃からの人間関係の蓄積	10	25.6%	6	25%	4	27%	10	29%	0	0%	0	0%	1	4%	2	20%
近くて便利	3	7.7%	1	4%	2	13%	3	9%	0	0%	0	0%	1	4%	2	20%
集客力のある施設に同居や近接	2	5.1%	2	8%	0	0%	1	3%	1	20%	0	0%	0	0%	1	10%
IT活用による情報発信力	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
広告やチラシなどの販促力	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	0	0%
その他	1	2.6%	0	0%	1	7%	1	3%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
合計	39	100.0%	24	100%	15	100%	34	100%	5	100%	2	100%	27	100%	10	100%

(全体)



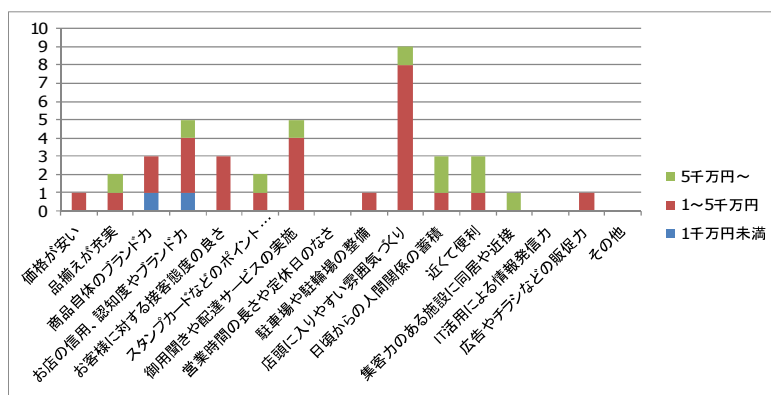
調査した 15 事業所において、自社が顧客に支持されている理由をどのように認識しているかに関しては、①10 事業所、26%「日頃からの人間関係の蓄積」、②5 事業所、13%「お店の信用、認知度やブランド力」、「御用聞きや配達サービスの実施」、③3 事業所、8%「商品自体のブランド力」、「お客様に対する接客態度の良さ」、そして「近くて便利」を上位に上げており、小商圏における地域密着型の営業を重視していることがわかる。一方で、県外や全国的にアプローチしようとする積極展開が行われていない懸念もある。

(業種別)



業種別での顕著な傾向はあまりなく「日頃からの人間関係の蓄積」を重視している。

(売上高規模別)



売上規模別でも顕著な傾向は見受けられない。

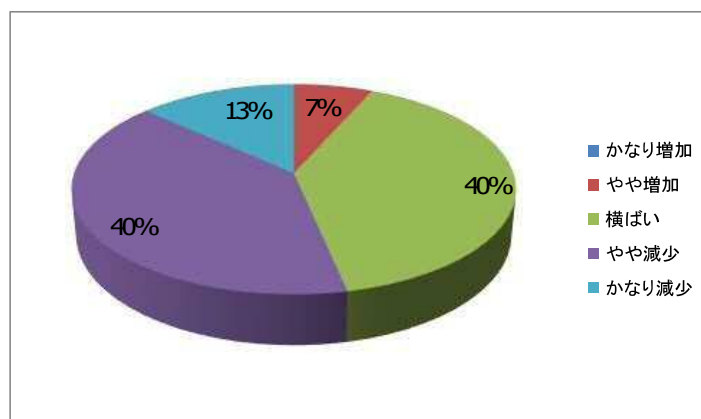
3. 経営状況に対する認識

※全ての表は（単位：事業所）

(1) 売上高に関して

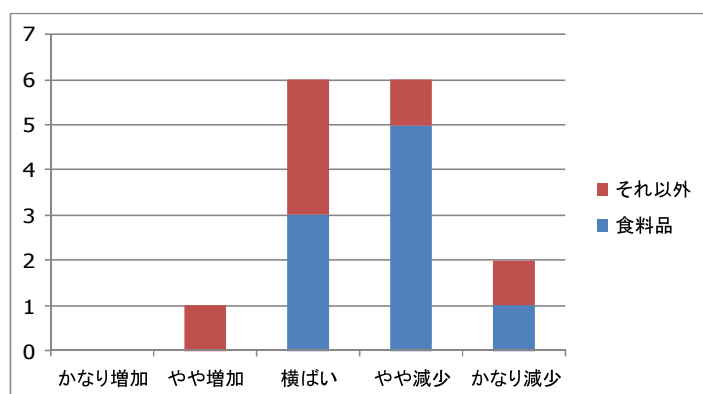
経営状況 (売上高)	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
かなり増加	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
やや増加	1	6.7%	0	0%	1	17%	1	8%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%
横ばい	6	40.0%	3	33%	3	50%	4	33%	2	67%	1	100%	3	30%	2	50%
やや減少	6	40.0%	5	56%	1	17%	5	42%	1	33%	0	0%	6	60%	0	0%
かなり減少	2	13.3%	1	11%	1	17%	2	17%	0	0%	0	0%	1	10%	1	25%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



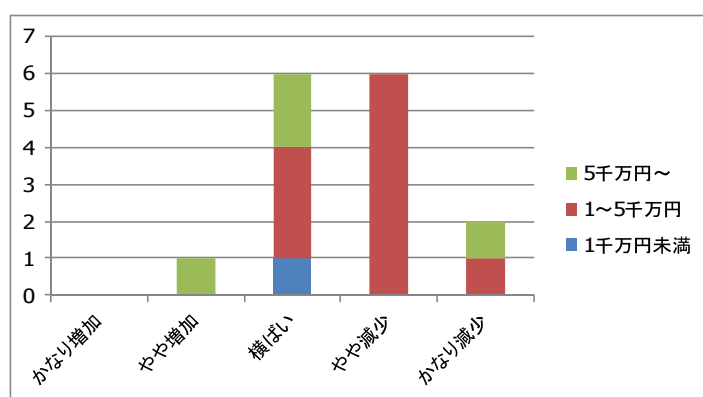
調査した 15 事業所において、自社の経営状況（売上高）をどのように認識しているかに関しては、① 6 事業所、40%「横ばい」、「やや減少」、② 2 事業所、13%「かなり減少」、③ 1 事業所、7%「やや増加」と回答しており、景気に関して底は打ったものの、なかなか本格的な回復にまで至っていない状況が垣間見られる。

(業種別)



業種別でも顕著な傾向は見られない。しかし「食料品」に関してはどちらかと言えば減少傾向と回答している事業所が多い。

(売上高規模別)

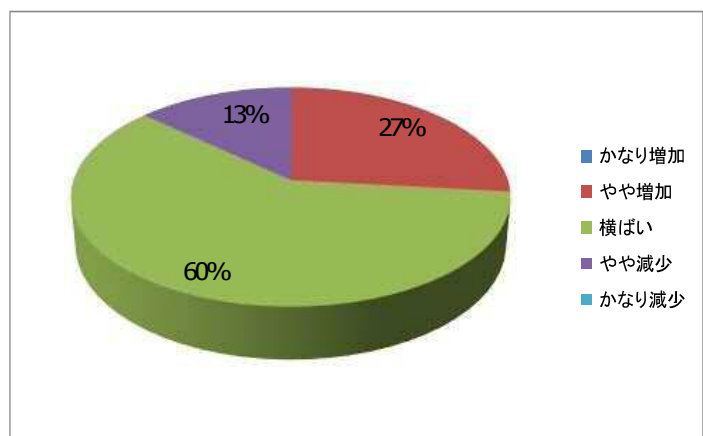


売上規模別では、売上規模の大きな「5,000万円～」において、経営状況の振れ幅が大きい。

(2) 経費に関して

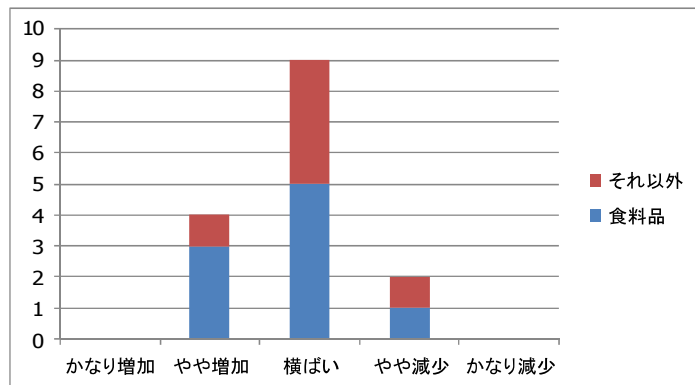
経営状況 (経費)	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
かなり増加	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
やや増加	4	26.7%	3	33%	1	17%	2	17%	2	67%	1	100%	2	20%	1	25%
横ばい	9	60.0%	5	56%	4	67%	8	67%	1	33%	0	0%	6	60%	2	50%
やや減少	2	13.3%	1	11%	1	17%	2	17%	0	0%	0	0%	2	20%	0	0%
かなり減少	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



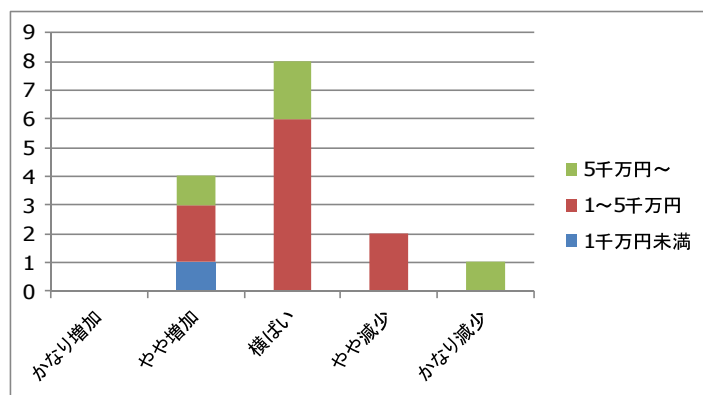
調査した 15 事業所において、自社の経営状況（経費）をどのように認識しているかに関しては、① 9 事業所、60%「横ばい」、② 4 事業所、27%「やや増加」、③ 2 事業所、13%「やや減少」と回答しており、売上高が伸び悩む中で、経費が変わらない、もしくは増加している認識があり、当然ながら利益率に対する不安が高いことが窺い知れる。

(業種別)



業種別でも顕著な傾向は見られない。

(売上高規模別)

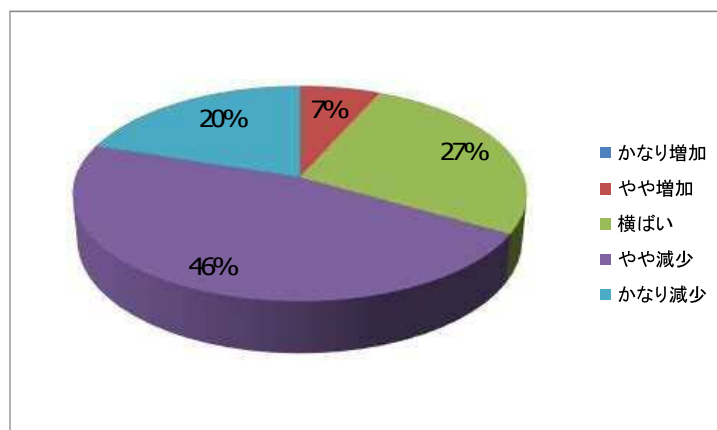


売上規模別では「5,000万円～」、そして「～1,000万円」が、コストに対する危機感が高いと思われる。1事業者のみであるが「かなり減少」と回答しているのは、厳しい経営環境の中、意識的に経費削減の取組を行っているのだと思われる。

(3) 利益に関して

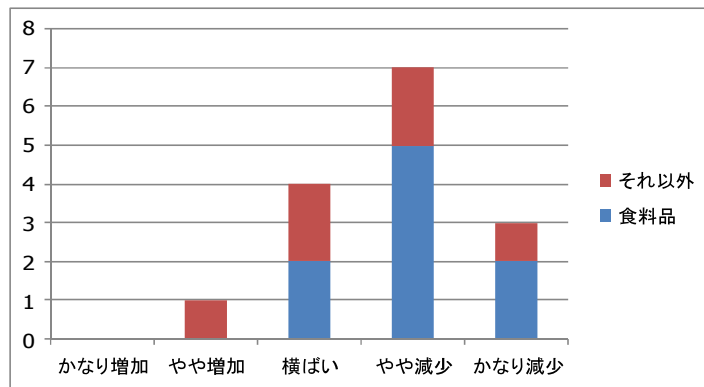
経営状況 (利益)	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
かなり増加	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
やや増加	1	6.7%	0	0%	1	17%	1	8%	0	0%	0	0%	1	10%	0	0%
横ばい	4	26.7%	2	22%	2	33%	3	25%	1	33%	0	0%	2	20%	2	50%
やや減少	7	46.7%	5	56%	2	33%	5	42%	2	67%	1	100%	5	50%	1	25%
かなり減少	3	20.0%	2	22%	1	17%	3	25%	0	0%	0	0%	2	20%	1	25%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



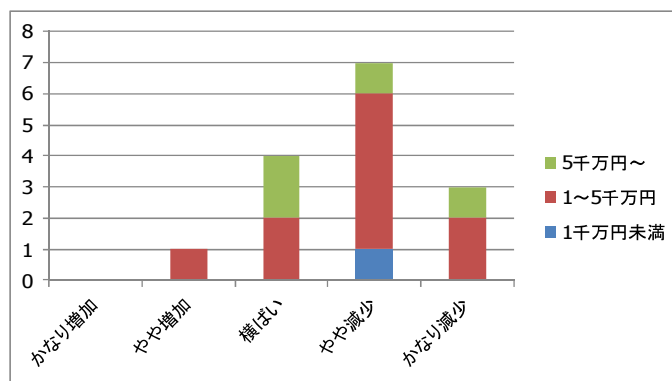
調査した15事業所において、自社の経営状況(利益)をどのように認識しているかに関しては、①7事業所、46%「やや減少」、②4事業所、27%「横ばい」、③3事業所、20%「かなり減少」と回答しており、売上高、経費に対する認識通り、利益率に対する不安が高いことが窺い知れる。

(業種別)



業種別では顕著な傾向は見られない。

(売上高規模別)

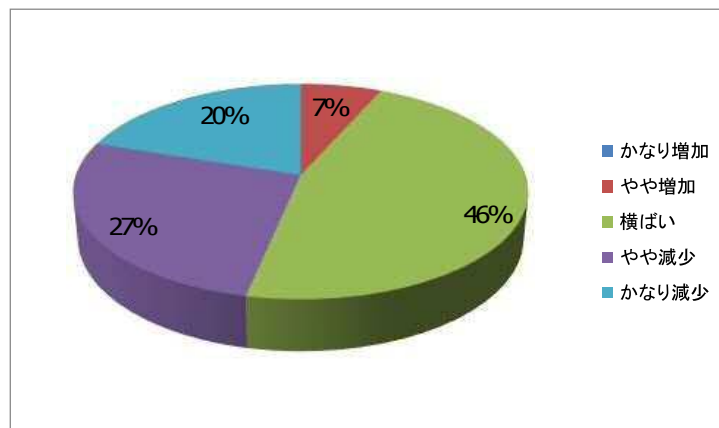


売上高規模別では顕著な傾向は見られない。

(4) 集客状況に関して

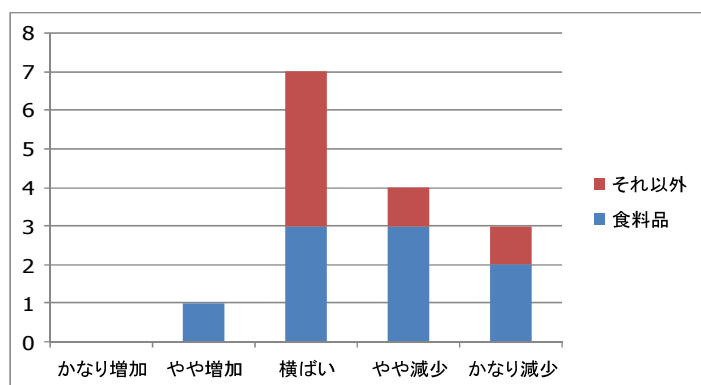
経営状況 (集客)	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
かなり増加	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
やや増加	1	6.7%	1	11%	0	0%	1	8%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%
横ばい	7	46.7%	3	33%	4	67%	5	42%	2	67%	1	100%	4	40%	2	50%
やや減少	4	26.7%	3	33%	1	17%	3	25%	1	33%	0	0%	4	40%	0	0%
かなり減少	3	20.0%	2	22%	1	17%	3	25%	0	0%	0	0%	2	20%	1	25%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



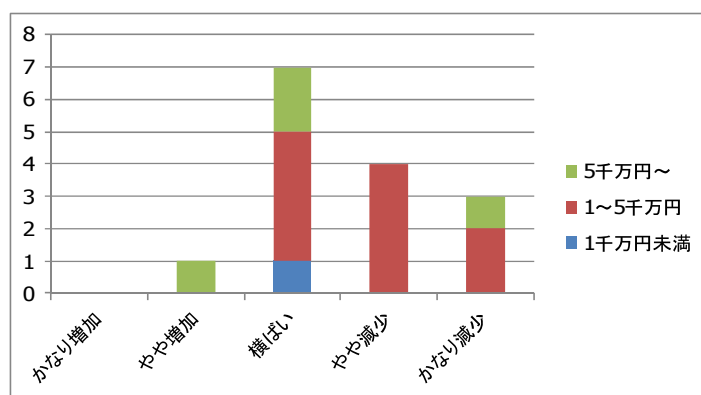
調査した 15 事業所において、自社の経営状況（集客状況）をどのように認識しているかに関しては、① 7 事業所、46%「横ばい」、② 4 事業所、27%「やや減少」、③ 3 事業所、20%「かなり減少」と回答しており、売上高同様、横ばいからやや減少が多く、景気回復を実感できていない状況である。

(業種別)



業種別では顕著な傾向は見られない。

(売上高規模別)

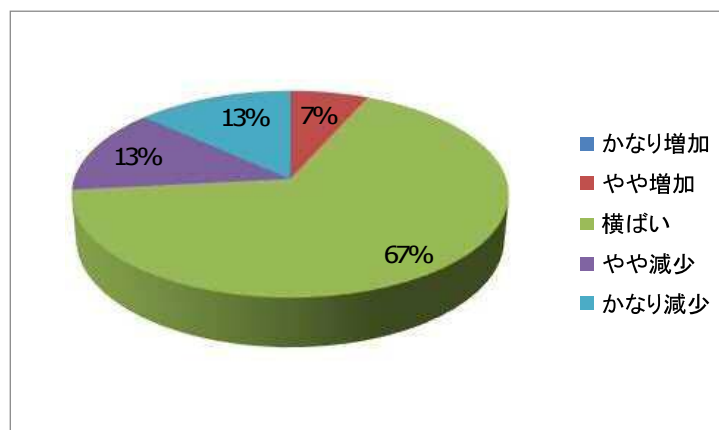


売上高規模別では顕著な傾向は見られない。

(5) 客単価に関して

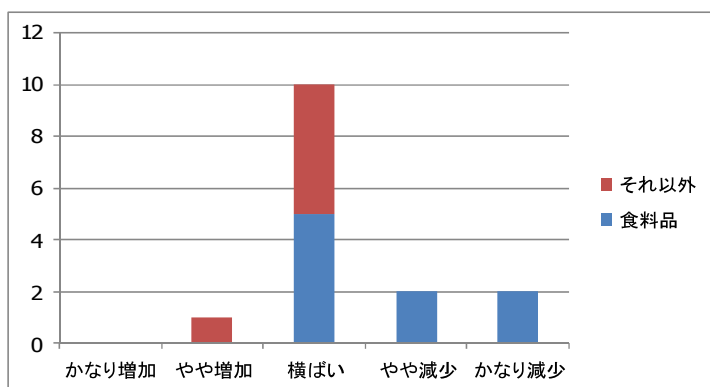
経営状況 (客単価)	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
かなり増加	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
やや増加	1	6.7%	0	0%	1	17%	0	0%	1	33%	1	100%	0	0%	0	0%
横ばい	10	66.7%	5	56%	5	83%	8	67%	2	67%	0	0%	7	70%	3	75%
やや減少	2	13.3%	2	22%	0	0%	2	17%	0	0%	0	0%	1	10%	1	25%
かなり減少	2	13.3%	2	22%	0	0%	2	17%	0	0%	0	0%	2	20%	0	0%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



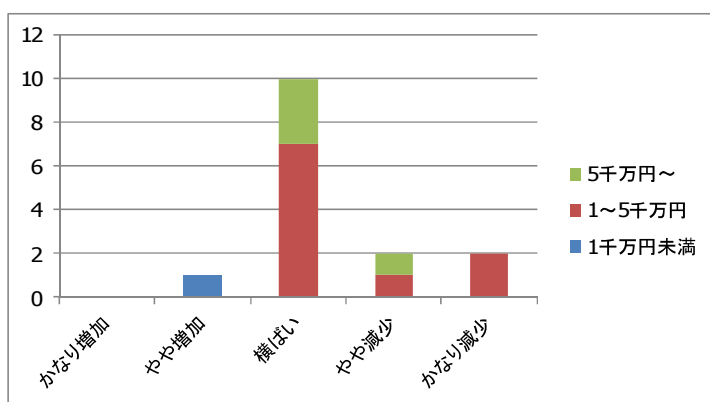
調査した 15 事業所において、自社の経営状況（客単価）をどのように認識しているかに関しては、①10 事業所、67%「横ばい」、②2 事業所、13%「やや減少」、「かなり減少」、③1 事業所、7%「やや増加」と回答しており、売上高同様、横ばいから減少が多く、顧客の購買動向にも不安を感じている状況である。

(業種別)



業種別では「食料品」がやや客単価に関して厳しい状況であると感じているようである。

(売上高規模別)

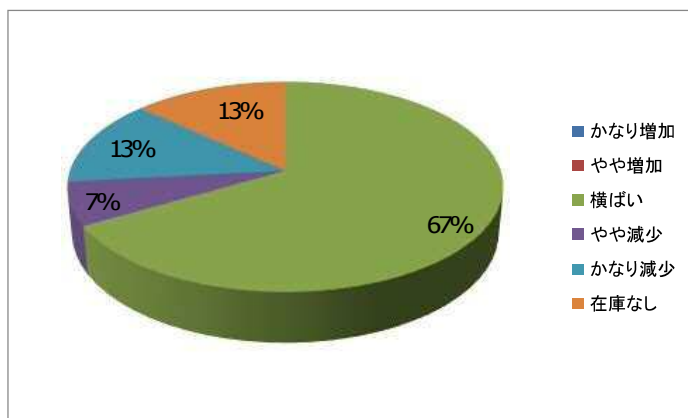


売上高規模別では「～1,000万」で「やや増加」と回答しており、独自の取組が奏功しているのであろうか。

(6) 商品在庫に関して

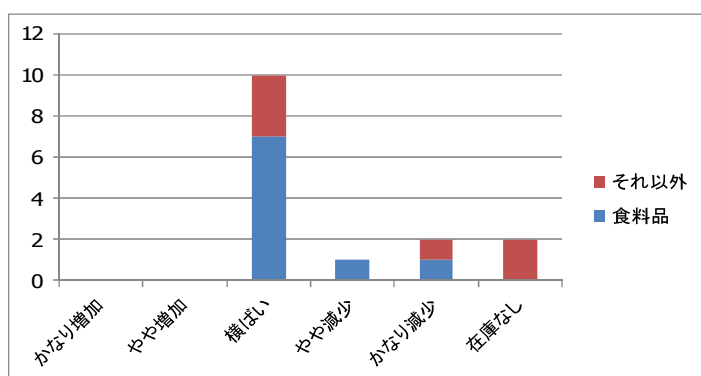
経営状況 (商品在庫)	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
かなり増加	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
やや増加	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
横ばい	10	66.7%	7	78%	3	50%	7	58%	3	100%	1	100%	7	70%	2	50%
やや減少	1	6.7%	1	11%	0	0%	1	8%	0	0%	0	0%	1	10%	0	0%
かなり減少	2	13.3%	1	11%	1	17%	2	17%	0	0%	0	0%	1	10%	1	25%
在庫なし	2	13.3%	0	0%	2	33%	2	17%	0	0%	0	0%	1	10%	1	25%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



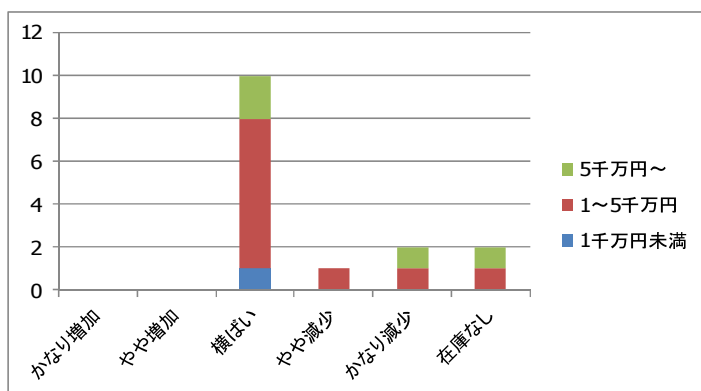
調査した 15 事業所において、自社の経営状況（客単価）をどのように認識しているのかについては、①10 事業所、67%「横ばい」、②2 事業所、13%「かなり減少」、「在庫なし」、③1 事業所、7%「やや減少」と回答しており、売上高の変動に対して適切な在庫管理を行っている反面、一方で積極的な経営展開による拡販などが実施出来ていない懸念もある。

(業種別)



業種別では顕著な傾向は見られない。

(売上高規模別)

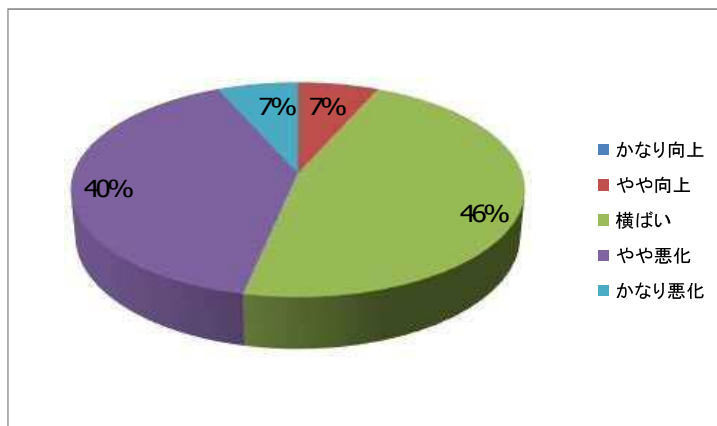


売上高規模別では顕著な傾向は見られない。

(7) 資金繰りに関して

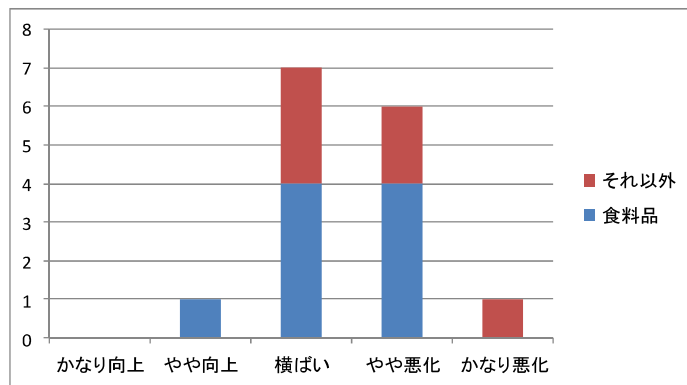
経営状況 (資金繰り)	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
かなり向上	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	10%	0	0%
やや向上	1	6.7%	1	11%	0	0%	0	0%	1	33%	0	0%	4	40%	0	0%
横ばい	7	46.7%	4	44%	3	50%	6	50%	1	33%	0	0%	5	50%	3	75%
やや悪化	6	40.0%	4	44%	2	33%	5	42%	1	33%	1	100%	0	0%	0	0%
かなり悪化	1	6.7%	0	0%	1	17%	1	8%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



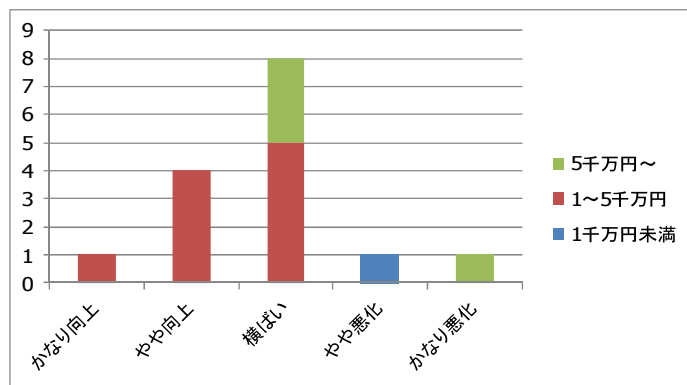
調査した 15 事業所において、自社の経営状況（資金繰り）をどのように認識しているかに関しては、① 7 事業所、46%「横ばい」、② 6 事業所、40%「やや悪化」、③ 1 事業所、7%「かなり悪化」、「やや向上」と回答しており、利益が厳しい状況が資金繰りにも直結していると思われる。

(業種別)



業種別では「食料品」が「それ以外」に比べて良い方向にシフトしている。

(売上高規模別)

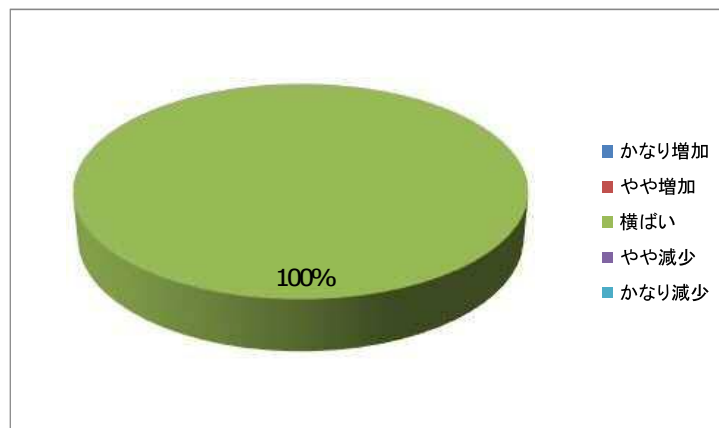


売上高規模では「1,000万円～5,000万円」がその他の区分に比べて良い方向にシフトしている。

(8) 雇用者数に関して

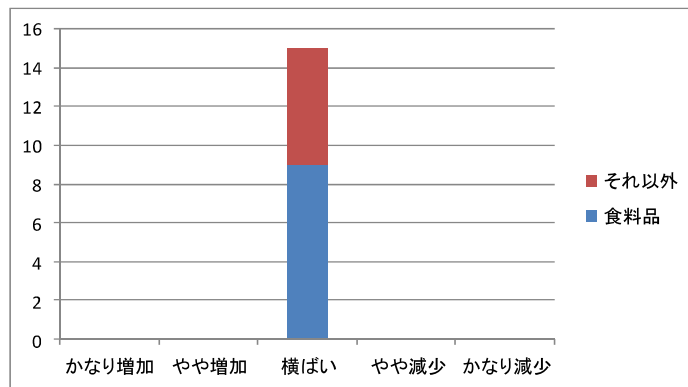
経営状況 (雇用者数)	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1~5千万円		5千万円~	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
かなり増加	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
やや増加	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
横ばい	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%
やや減少	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
かなり減少	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



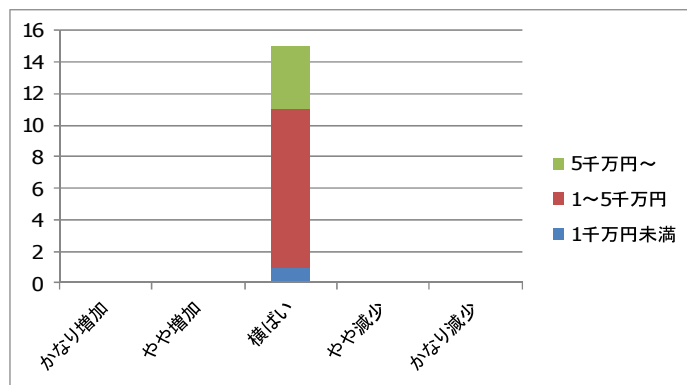
調査した 15 事業所において、自社の経営状況（雇用者数）をどのように認識しているかに関しては、①15 事業所、100%「横ばい」と回答しており、人員削減するわけでもなく、かといって増員する状況でもないと思われる。

(業種別)



15 事業所すべて同じ回答のため業種別の傾向はない。

(売上高規模別)

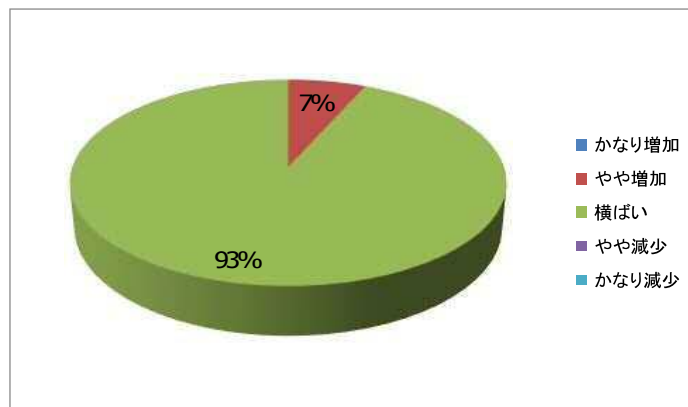


15 事業所すべて同じ回答のため売上高規模別の傾向はない。

(9) 設備投資に関して

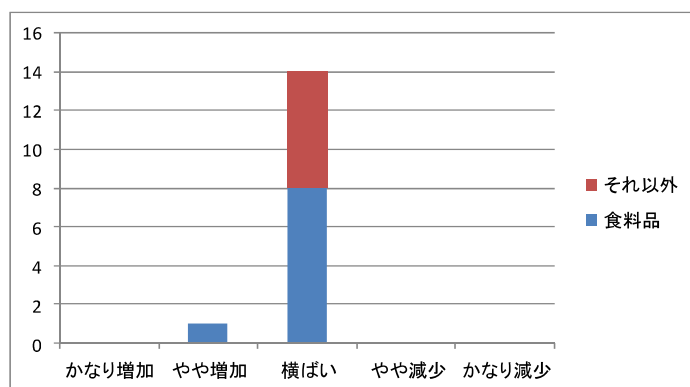
経営状況 (設備投資)	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
かなり増加	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
やや増加	1	6.7%	1	11%	0	0%	1	8%	0	0%	0	0%	1	10%	0	0%
横ばい	14	93.3%	8	89%	6	100%	11	92%	3	100%	1	100%	9	90%	4	100%
やや減少	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
かなり減少	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



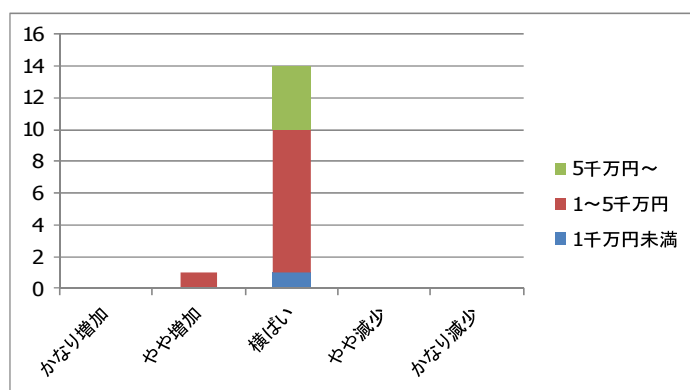
調査した 15 事業所において、自社の経営状況（設備投資）をどのように認識しているかに関しては、①14 事業所、93%「横ばい」、②1 事業所、7%「やや増加」と回答しており、雇用者数同様、積極的な経営展開が出来ない状況であると思われる。

(業種別)



設備投資を行っているのは「食料品」小売店であり、店舗設備の更新投資である。

(売上高規模別)

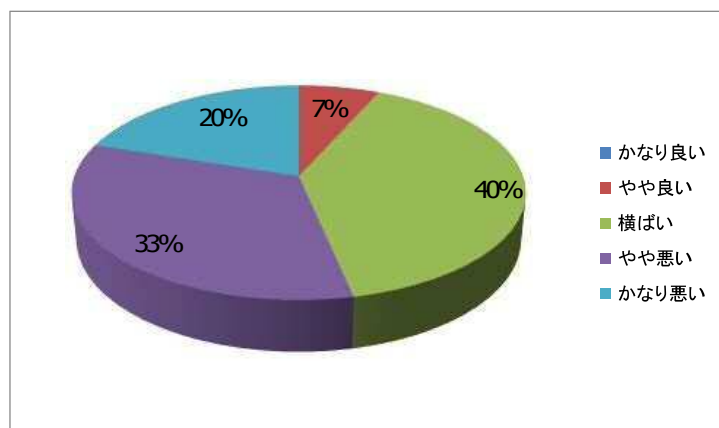


設備投資を行っているのは「1,000万円～5,000万円」の売上規模であり、店舗設備の更新投資である。

(10) 今後の見通しに関して

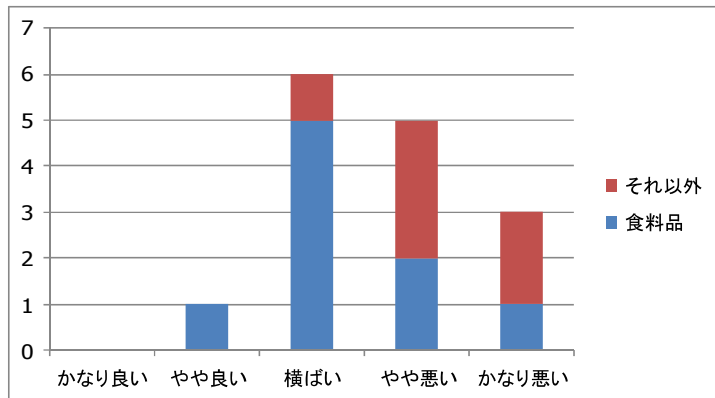
経営状況 (今後の見通し)	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
かなり良い	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
やや良い	1	6.7%	1	11%	0	0%	1	8%	0	0%	0	0%	1	10%	0	0%
横ばい	6	40.0%	5	56%	1	17%	5	42%	1	33%	0	0%	4	40%	2	50%
やや悪い	5	33.3%	2	22%	3	50%	3	25%	2	67%	1	100%	3	30%	1	25%
かなり悪い	3	20.0%	1	11%	2	33%	3	25%	0	0%	0	0%	2	20%	1	25%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



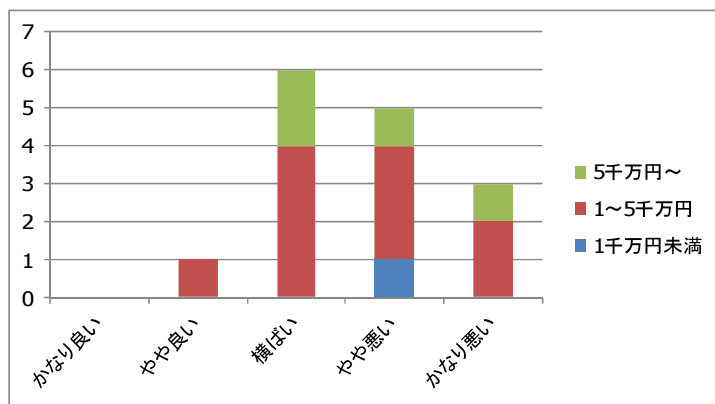
調査した 15 事業所において、自社の経営状況（今後の見通し）をどのように認識しているかに関しては、① 6 事業所、40%「横ばい」、② 5 事業所、33%「やや悪い」、③ 3 事業所、20%「かなり悪い」と回答しており、今後の見通しに関してかなり厳しい認識をしているところがほとんどである。

(業種別)



業種的な顕著な傾向は見受けられない。

(売上高規模別)

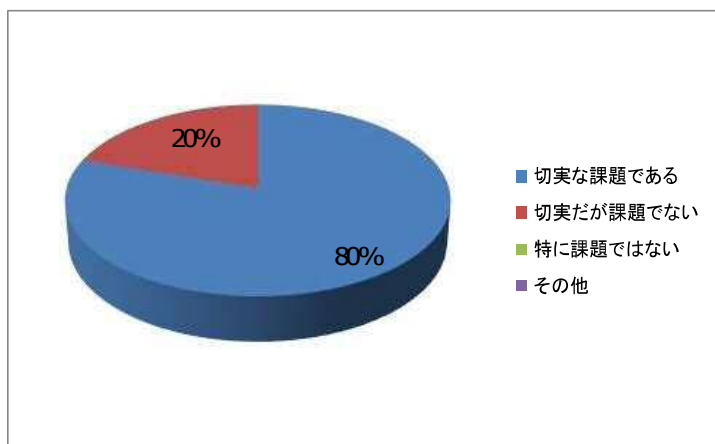


売上高規模別では、「5,000万円～」はその他の区分に対して若干悲観的な観測であると思われる。

(11) 売上の確保・向上に関して

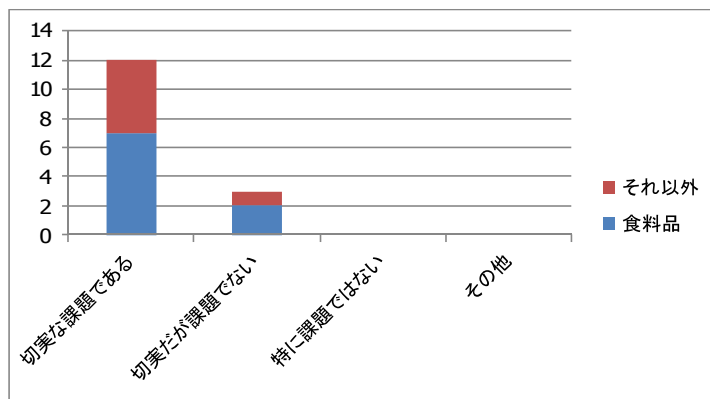
売上の確保・向上について	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
切実な課題である	12	80.0%	7	78%	5	83%	10	83%	2	67%	1	100%	9	90%	2	50%
切実だが課題でない	3	20.0%	2	22%	1	17%	2	17%	1	33%	0	0%	1	10%	2	50%
特に課題ではない	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
その他	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



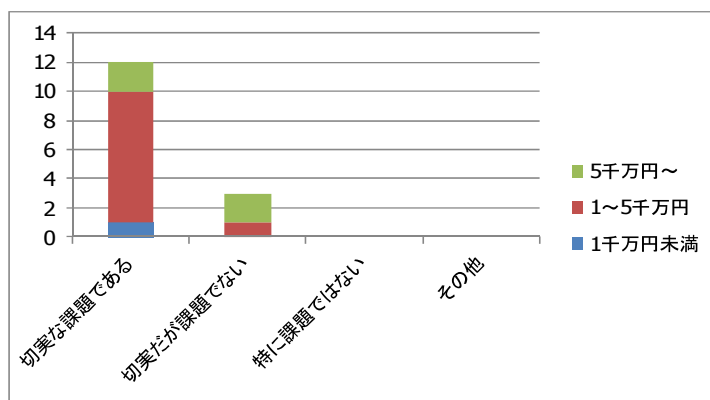
調査した 15 事業所において売上の確保・向上をどのように認識しているかに関しては、①12 事業所、80%「切実な課題である」、②3 事業所、20%「切実だが課題ではない」と回答しており、今後の見通しに関してかなり厳しい認識をしている一方で、売上の確保・向上を、環境のせい、もしくは他力本願的に認識している事業者も存在している。

(業種別)



業種別での顕著な傾向は見受けられない。

(売上高規模別)

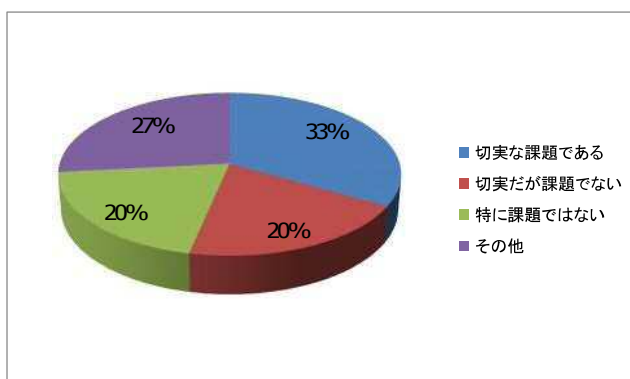


事業形態別での顕著な傾向は見受けられない。

(12) 経費削減に関して

経費削減について	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
切実な課題である	5	33.3%	4	44%	1	17%	3	25%	2	67%	1	100%	4	40%	0	0%
切実だが課題でない	3	20.0%	3	33%	0	0%	2	17%	1	33%	0	0%	3	30%	0	0%
特に課題ではない	3	20.0%	1	11%	2	33%	3	25%	0	0%	0	0%	1	10%	2	50%
その他	4	26.7%	1	11%	3	50%	4	33%	0	0%	0	0%	2	20%	2	50%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

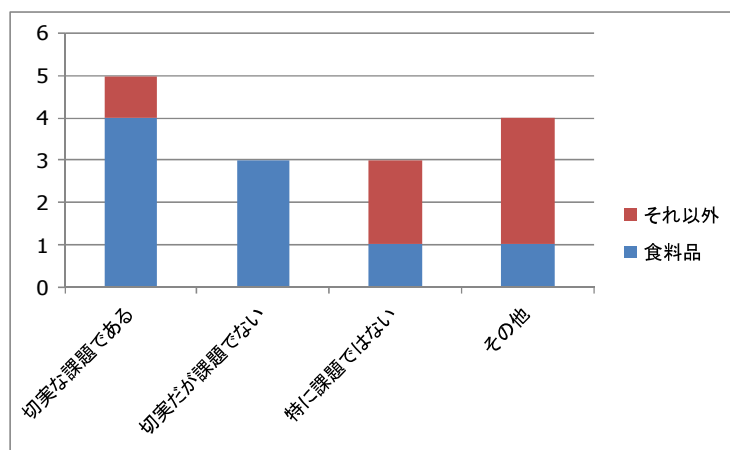
(全体)



調査した 15 事業所において、経費削減をどのように認識しているかに関しては、① 5 事業所、33%「切実な課題である」、② 4 事業所、27%「その他」、③ 3 事業所、20%「切実だが課題ではない」、「特に課題ではない」と回答しており、今後の見通しに関してかなり厳しい認識をしている一方で、経費削減に関して重視していないと思われる。ただし、

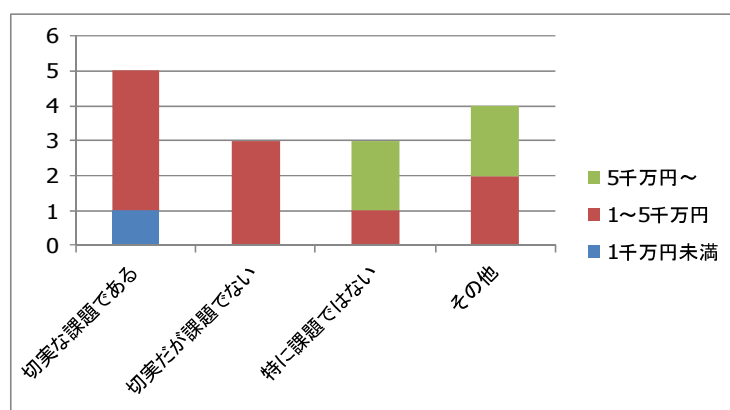
自由回答では「既に経費削減をしており、その余地がない」という主旨が多く、元々経営資源が乏しい中で、最低限の人員体制、設備投資、そして経費管理を実践していると思われる。

(業種別)



業種別での顕著な傾向は見受けられない。

(売上高規模別)

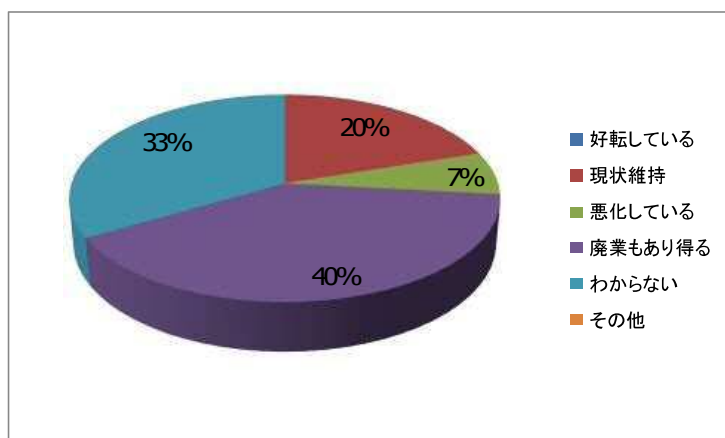


売上高規模別では「5,000万～」では「切実である」との認識がなく、一方で「～1,000万円」でより「切実な課題」として認識されている。

(13) 事業状況の中期展望（5年～10年先）に関して

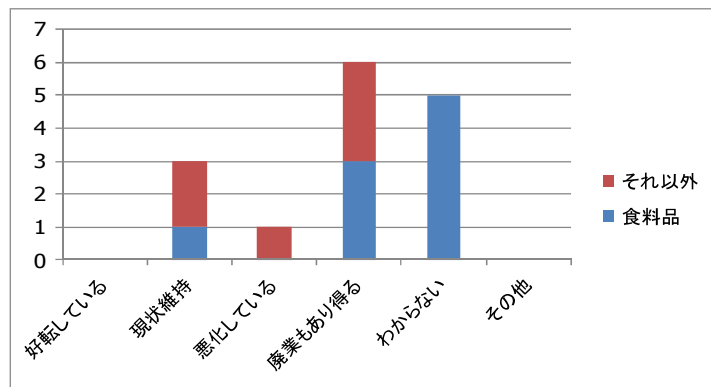
中期展望	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
好転している	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
現状維持	3	20.0%	1	11%	2	33%	2	17%	1	33%	1	100%	0	0%	2	50%
悪化している	1	6.7%	0	0%	1	17%	1	8%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%
廃業もあり得る	6	40.0%	3	33%	3	50%	5	42%	1	33%	0	0%	5	50%	1	25%
わからない	5	33.3%	5	56%	0	0%	4	33%	1	33%	0	0%	5	50%	0	0%
その他	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



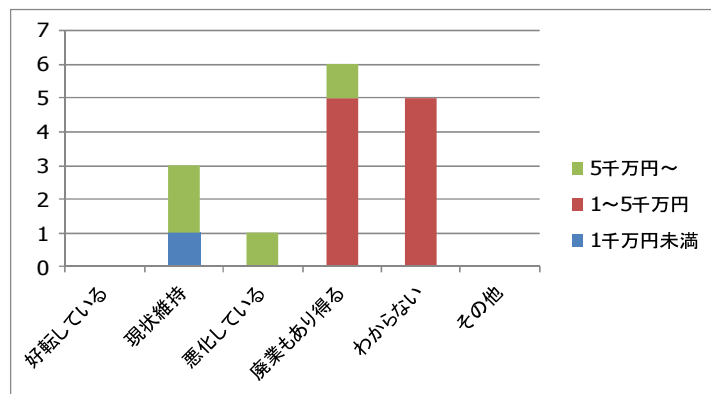
調査した15事業所において、事業状況の中期展望（5年～10年先）をどのように認識しているかに関しては、①6事業所、40%「廃業もあり得る」、②5事業所、33%「わからない」、③3事業所、20%「現状維持」と回答しており、今後の見通しに関してすでに何らかの手立てを講じなければならない厳しい状況であると認識をしている。

(業種別)



業種別では「食料品」で「わからない」と回答している事業者に関しては、漠然とした不安感以上に手詰まり感や無力感を感じている状況であった。

(売上高規模別)

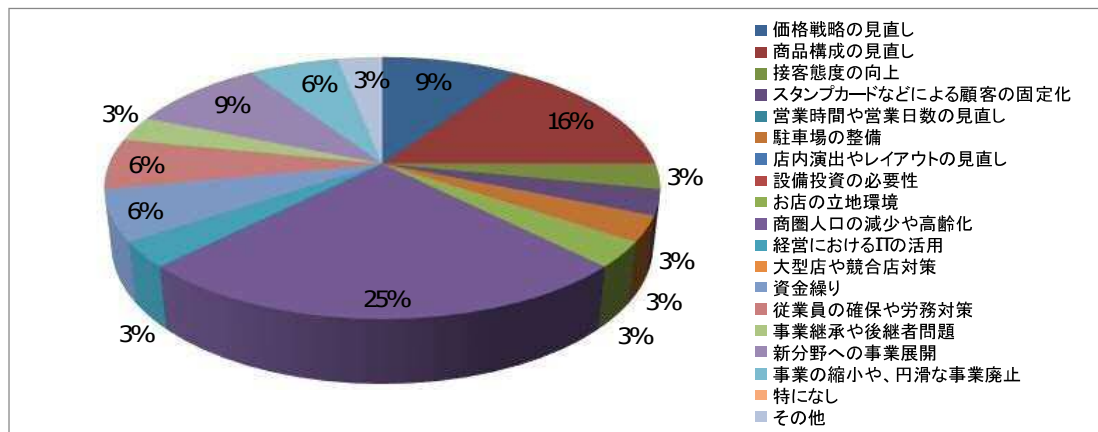


売上高規模別では「1,000万円～5,000万円」がより厳しい認識があるようである。

(14) 「売上の向上」、「利益率の向上」以外の経営上の問題点 (3つ以内複数回答)

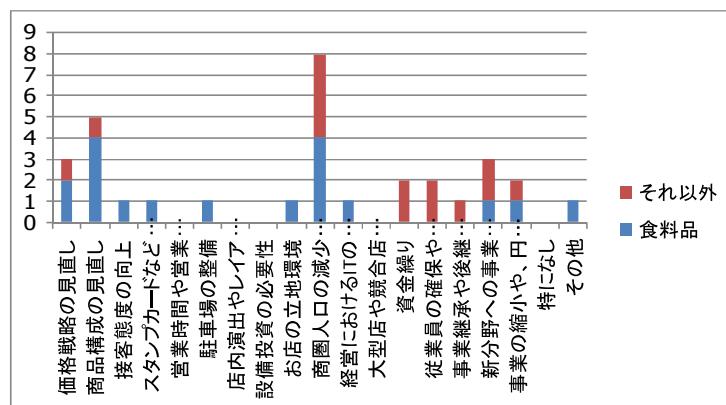
経営上の課題	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
価格戦略の見直し	3	9.4%	2	11%	1	7%	3	11%	0	0%	0	0%	3	14%	0	0%
商品構成の見直し	5	15.6%	4	22%	1	7%	5	18%	0	0%	0	0%	4	19%	1	10%
接客態度の向上	1	3.1%	1	6%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	1	10%
スタンプカードなどによる顧客の固定化	1	3.1%	1	6%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%
営業時間や営業日数の見直し	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
駐車場の整備	1	3.1%	1	6%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%
店内演出やレイアウトの見直し	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
設備投資の必要性	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
お店の立地環境	1	3.1%	1	6%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%
商圏人口の減少や高齢化	8	25.0%	4	22%	4	29%	7	25%	1	25%	0	0%	5	24%	3	30%
経営におけるITの活用	1	3.1%	1	6%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%
大型店や競合店対策	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
資金繰り	2	6.3%	0	0%	2	14%	2	7%	0	0%	0	0%	2	10%	0	0%
従業員の確保や労務対策	2	6.3%	0	0%	2	14%	2	7%	0	0%	0	0%	0	0%	2	20%
事業継承や後継者問題	1	3.1%	0	0%	1	7%	0	0%	1	25%	1	100%	0	0%	0	0%
新分野への事業展開	3	9.4%	1	6%	2	14%	3	11%	0	0%	0	0%	1	5%	2	20%
事業の縮小や、円滑な事業廃止	2	6.3%	1	6%	1	7%	1	4%	1	25%	0	0%	1	5%	1	10%
特になし	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%
その他	1	3.1%	1	6%	0	0%	0	0%	1	25%	0	0%	0	0%	0	0%
合計	32	100.0%	18	100%	14	100%	28	100%	4	100%	1	100%	21	100%	10	100%

(全体)



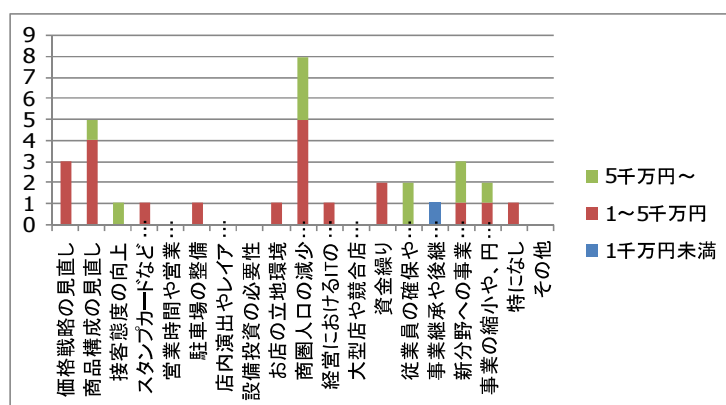
調査した 15 事業所において、「売上の向上」、「利益率の向上」以外の経営上の問題点をどのように認識しているかに関しては、① 8 事業所、25%「商圏人口の減少や高齢化」、② 5 事業所、16%「商品構成の見直し」、③ 3 事業所、9%「価格戦略の見直し」、「新分野への事業展開」と回答しており、外部環境である地域の人口減少や高齢化を最も問題視している一方で自社の経営課題への認識もあり、経営支援の重要性が理解できる。

(業種別)



業種別では特に顕著な傾向は見受けられないが、「食料品」において「商品戦略の見直し」「商品構成の見直し」は重視されている。

(売上高規模別)



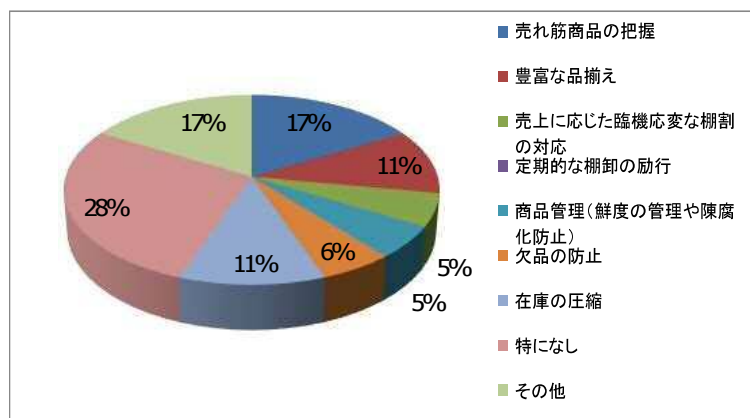
売上高規模別では特に顕著な傾向は見受けられないが、「5,000万円～」において「従業員の確保や労務対策」「新分野への事業展開」は重視されている。

(15) 仕入面での課題

(3つ以内複数回答)

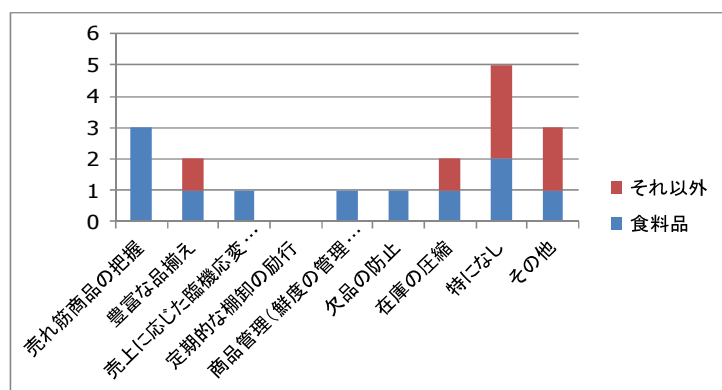
仕入面の課題	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
売れ筋商品の把握	3	16.7%	3	27%	0	0%	3	20%	0	0%	0	0%	2	15%	1	25%
豊富な品揃え	2	11.1%	1	9%	1	14%	2	13%	0	0%	0	0%	2	15%	0	0%
売上に応じた臨機応変な棚割の対応	1	5.6%	1	9%	0	0%	1	7%	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%
定期的な棚卸の励行	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
商品管理(鮮度の管理や陳腐化防止)	1	5.6%	1	9%	0	0%	1	7%	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%
欠品の防止	1	5.6%	1	9%	0	0%	1	7%	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%
在庫の圧縮	2	11.1%	1	9%	1	14%	2	13%	0	0%	0	0%	2	15%	0	0%
特になし	5	27.8%	2	18%	3	43%	3	20%	2	67%	1	100%	3	23%	1	25%
その他	3	16.7%	1	9%	2	29%	2	13%	1	33%	0	0%	1	8%	2	50%
合計	18	100.0%	11	100%	7	100%	15	100%	3	100%	1	100%	13	100%	4	100%

(全体)



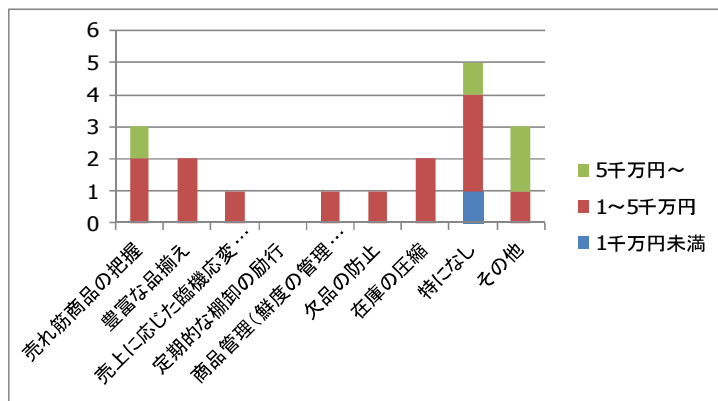
調査した 15 事業所において仕入面での課題をどのように認識しているかに関しては、① 5 事業所、28%「特になし」、② 3 事業所、17%「売れ筋商品の把握」、「その他」、③ 2 事業所、11%「在庫の圧縮」、「豊富な品揃え」と回答しており、自社の経営課題への認識が高く、経営支援の重要性が理解できる。

(業種別)



業種別では顕著な傾向は見受けられるが、「食料品」において「売れ筋商品の把握」は重視されている。

(売上高規模別)



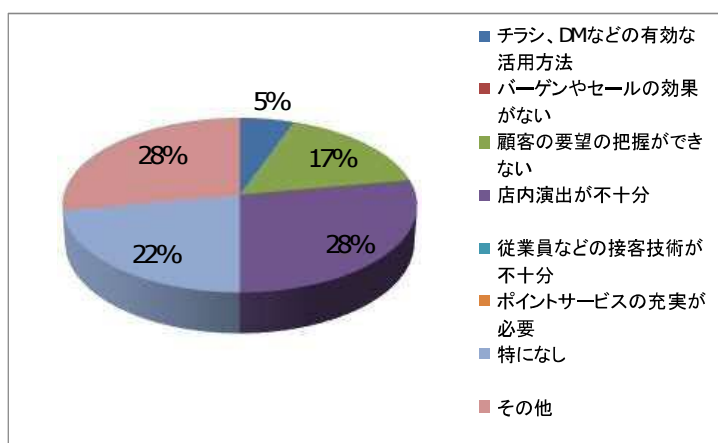
売上高規模別では「5,000万円～」においては、「売れ筋商品の把握」以外は課題の認識が低い状況である。

(16) 販売促進での課題

(3つ以内複数回答)

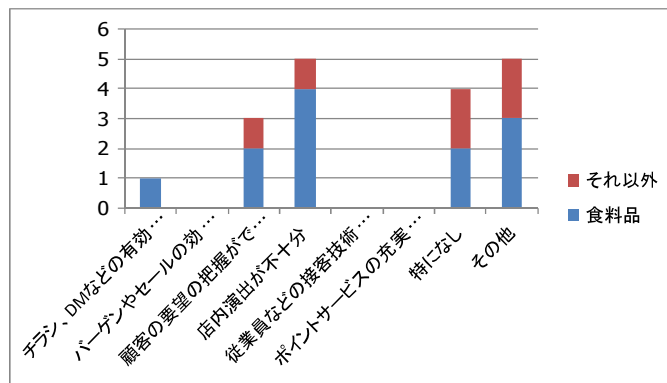
販売促進面の課題	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
チラシ、DMなどの有効な活用方法	1	5.6%	1	8%	0	0%	1	7%	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%
バーゲンやセールの効果がない	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
顧客の要望の把握ができない	3	16.7%	2	17%	1	17%	2	13%	1	33%	1	100%	2	15%	0	0%
店内演出が不十分	5	27.8%	4	33%	1	17%	5	33%	0	0%	0	0%	5	38%	0	0%
従業員などの接客技術が不十分	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
ポイントサービスの充実が必要	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
特になし	4	22.2%	2	17%	2	33%	3	20%	1	33%	0	0%	2	15%	2	50%
その他	5	27.8%	3	25%	2	33%	4	27%	1	33%	0	0%	3	23%	2	50%
合計	18	100.0%	12	100%	6	100%	15	100%	3	100%	1	100%	13	100%	4	100%

(全体)



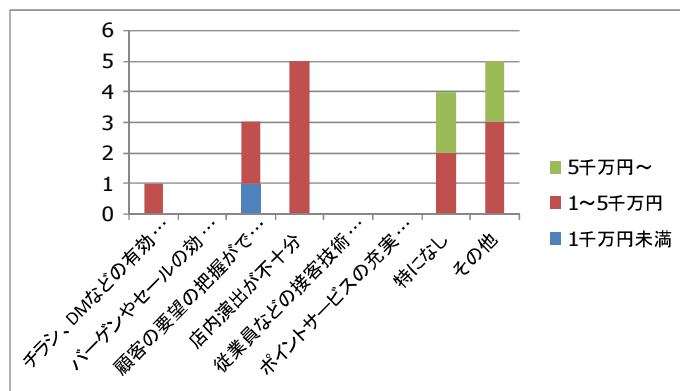
調査した 15 事業所において、販売促進での課題をどのように認識しているかに関しては、① 5 事業所、28%「店内演出が不十分」、「その他」、② 4 事業所、22%「特になし」、③ 3 事業所、17%「顧客の要望の把握できない」と回答しており、仕入面での課題ほどではないが自社の経営課題への認識があり、経営支援の重要性が理解できる。

(業種別)



業種別では「食料品」において「チラシ、DMなどの有効な活用方法」や「店内演出が不十分」といった身近な課題への対応が求められている。

(売上高規模別)



売上高規模別では「5,000万円～」においては課題の認識が低い状況である。

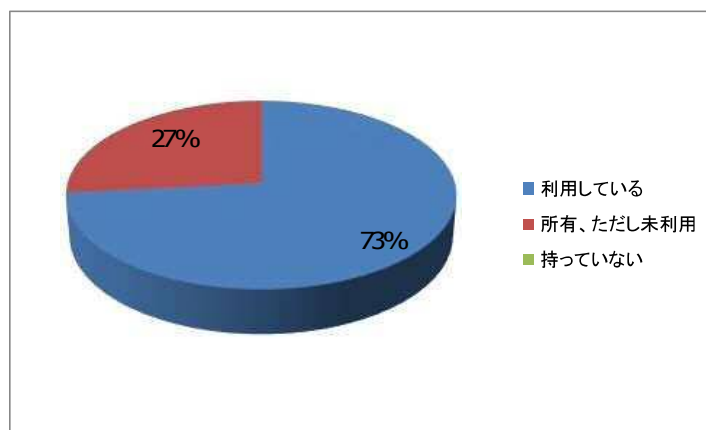
4. IT活用

※全ての表は（単位：事業所）

(1) パソコン利用

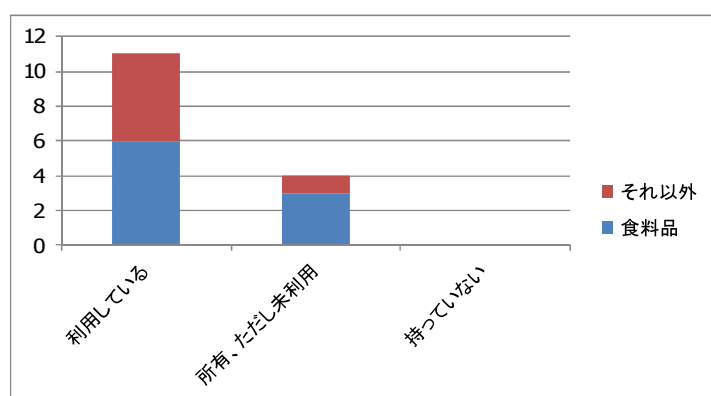
パソコン利用状況	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
利用している	11	73.3%	6	67%	5	83%	10	83%	1	33%	1	100%	6	60%	4	100%
所有、ただし未利用	4	26.7%	3	33%	1	17%	2	17%	2	67%	0	0%	4	40%	0	0%
持っていない	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



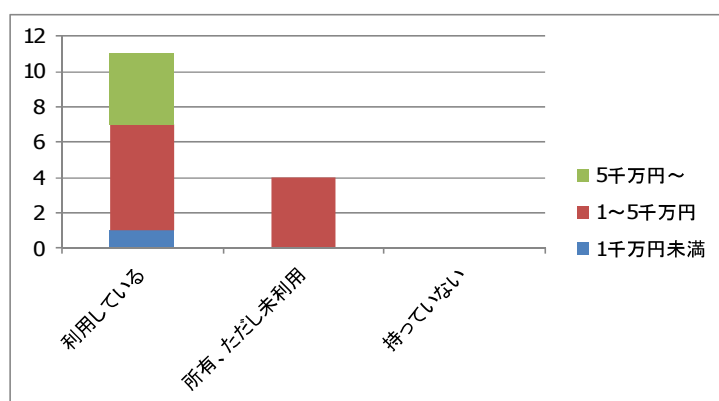
調査した15事業所におけるパソコンの利用状況に関しては、11事業所、73%が「利用している」、4事業所、27%が「所有しているが利用していない」と回答しており、より一層の有効利用のための経営支援の重要性が理解できる。

(業種別)



業種別では顕著な傾向は見受けられない。

(売上高規模別)

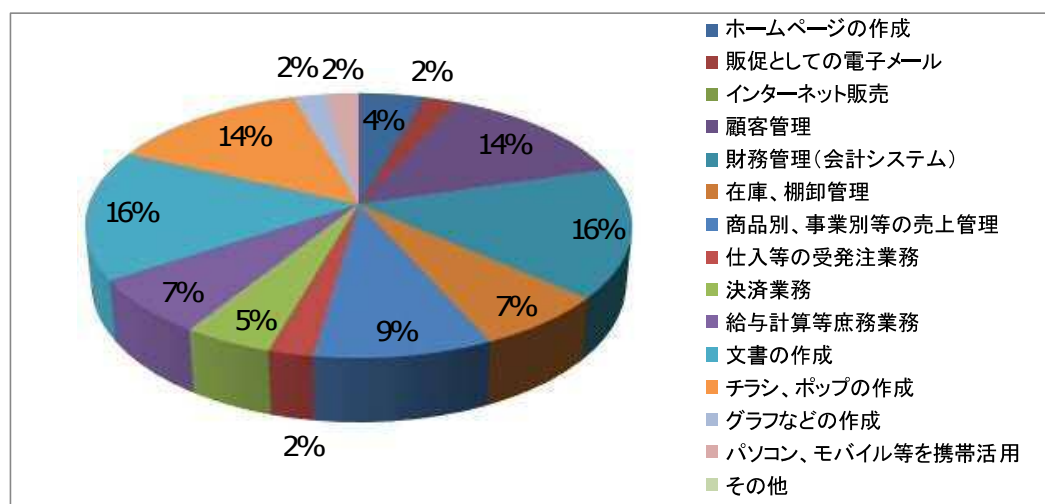


売上高規模別では顕著な傾向は見受けられない。

(2) 具体的利用状況

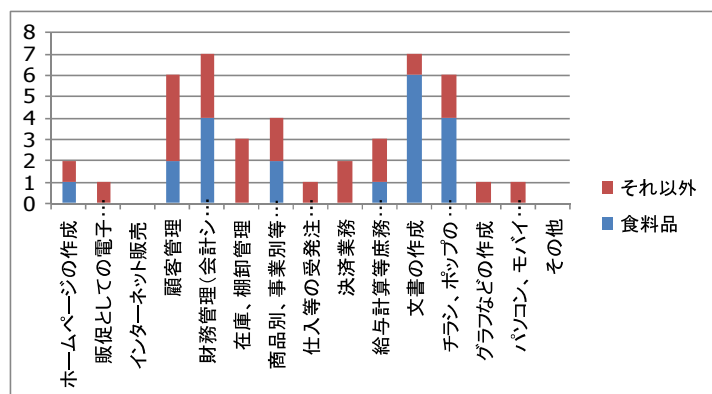
パソコン利用状況	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
ホームページの作成	2	4.5%	1	5%	1	4%	1	2%	1	50%	0	0%	2	10%	0	0%
販促としての電子メール	1	2.3%	0	0%	1	4%	0	0%	1	50%	1	100%	0	0%	0	0%
インターネット販売	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
顧客管理	6	13.6%	2	10%	4	17%	6	14%	0	0%	0	0%	2	10%	4	17%
財務管理(会計システム)	7	15.9%	4	20%	3	13%	7	17%	0	0%	0	0%	4	20%	3	13%
在庫、棚卸管理	3	6.8%	0	0%	3	13%	3	7%	0	0%	0	0%	0	0%	3	13%
商品別、事業別等の売上管理	4	9.1%	2	10%	2	8%	4	10%	0	0%	0	0%	2	10%	2	9%
仕入等の受発注業務	1	2.3%	0	0%	1	4%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%
決済業務	2	4.5%	0	0%	2	8%	2	5%	0	0%	0	0%	0	0%	2	9%
給与計算等庶務業務	3	6.8%	1	5%	2	8%	3	7%	0	0%	0	0%	0	0%	3	13%
文書の作成	7	15.9%	6	30%	1	4%	7	17%	0	0%	0	0%	5	25%	2	9%
チラシ、ポップの作成	6	13.6%	4	20%	2	8%	6	14%	0	0%	0	0%	4	20%	2	9%
グラフなどの作成	1	2.3%	0	0%	1	4%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%
パソコン、モバイル等を携帯活用	1	2.3%	0	0%	1	4%	1	2%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%
その他	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
合計	44	100.0%	20	100%	24	100%	42	100%	2	100%	1	100%	20	100%	23	100%

(全体)



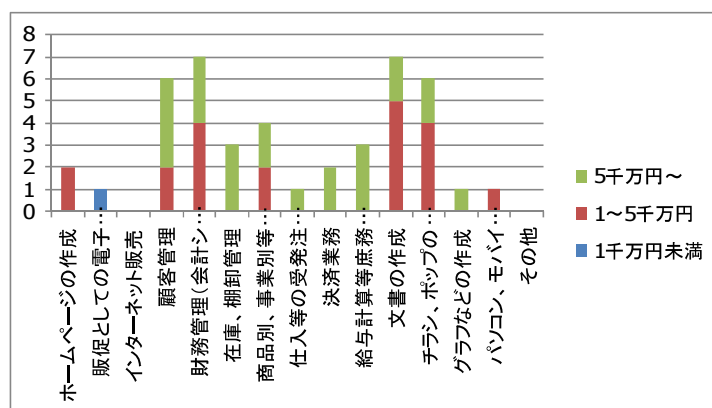
調査した 15 事業所におけるパソコンの具体的な利用状況に関しては、① 7 事業所、16%「財務管理（会計システム）」、「文書の作成」、② 6 事業所、14%「顧客管理」、「チラシ、ポップの作成」③ 4 事業所、9 %「商品別、事業別等の売上管理」と回答しており、各事業所必要度に応じて活用している状況が窺い知れる。

(業種別)



業種別では「食料品」において「文書の作成」、「チラシ、ポップの作成」の利用度が高く「それ以外」で「在庫、棚卸管理」、「決済業務」などが顕著な傾向と思われる。

(売上高規模別)

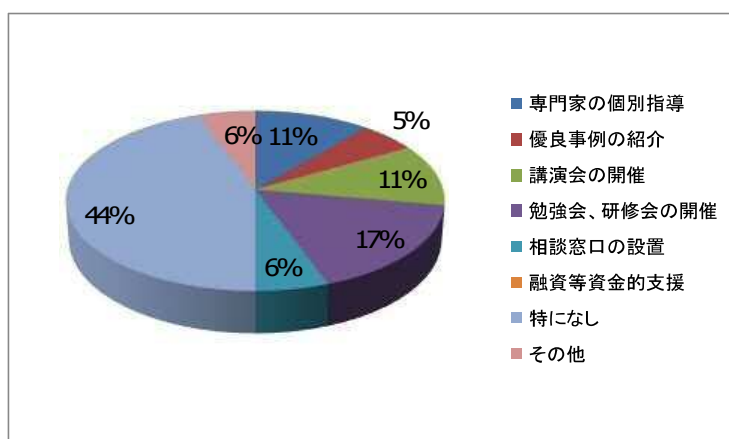


売上高規模別では「5,000 万円～」において全体的にパソコンの利用度が高い傾向がある。

(3) 情報化支援に関する要望

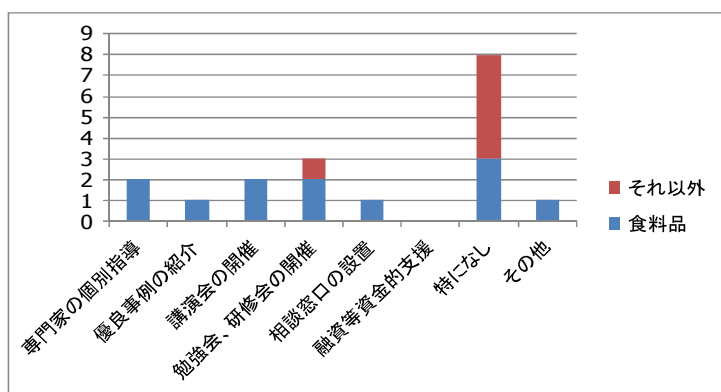
情報化に関する 支援策	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
専門家の個別指導	2	11.1%	2	17%	0	0%	2	13%	0	0%	0	0%	1	8%	1	20%
優良事例の紹介	1	5.6%	1	8%	0	0%	1	7%	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%
講演会の開催	2	11.1%	2	17%	0	0%	2	13%	0	0%	0	0%	1	8%	1	20%
勉強会、研修会の開催	3	16.7%	2	17%	1	17%	3	20%	0	0%	0	0%	2	17%	1	20%
相談窓口の設置	1	5.6%	1	8%	0	0%	1	7%	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%
融資等資金的支援	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
特になし	8	44.4%	3	25%	5	83%	5	33%	3	100%	1	100%	5	42%	2	40%
その他	1	5.6%	1	8%	0	0%	1	7%	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%
合計	18	100.0%	12	100%	6	100%	15	100%	3	100%	1	100%	12	100%	5	100%

(全体)



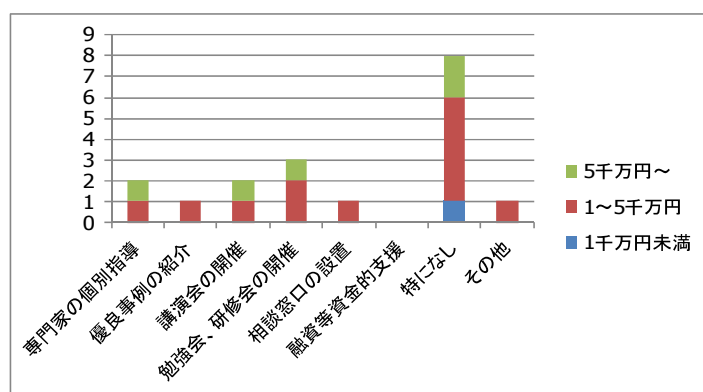
調査した 15 事業所における情報化支援に関する要望に関しては、① 8 事業所、44%「特になし」、② 3 事業所、17%「勉強会・研修会の開催」③ 2 事業所、11%「専門家の個別指導」、「講演会の開催」と回答しており、圧倒的な比率ではないものの、情報化支援に関しても重要と思われる。

(業種別)



業種別では特に「食料品」において様々な支援が求められている。

(売上高規模別)

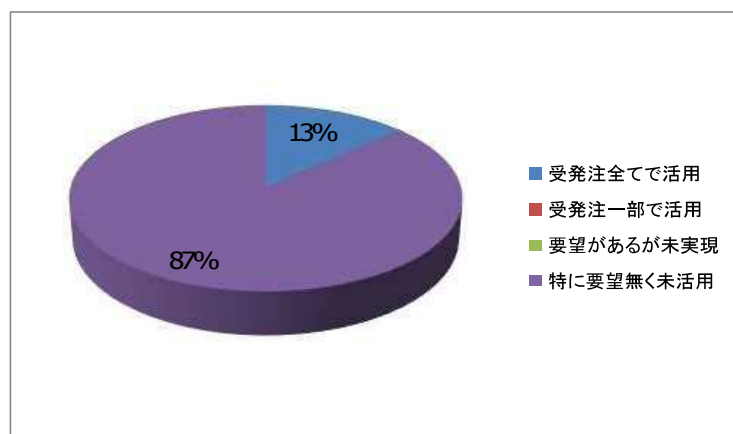


売上高規模別では顕著な傾向は見受けられない。

(4) 卸売取引における受発注に関して

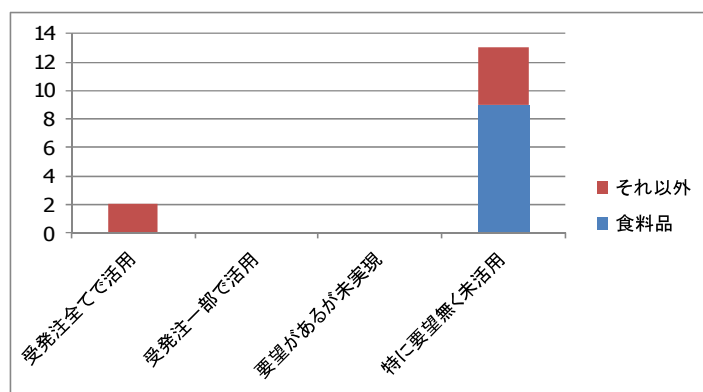
受発注におけるIT化	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
受発注全てで活用	2	13.3%	0	0.0%	2	33.3%	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	50.0%
受発注一部で活用	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
要望があるが未実現	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
特に要望無く未活用	13	86.7%	9	100.0%	4	66.7%	10	83.3%	3	100.0%	1	100.0%	10	100.0%	2	50.0%
合計	15	100.0%	9	100.0%	6	100.0%	12	100.0%	3	100.0%	1	100.0%	10	100.0%	4	100.0%

(全体)



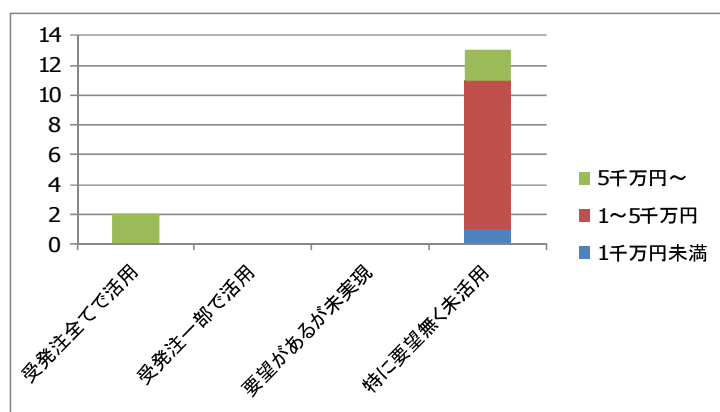
調査した 15 事業所において卸売取引における受発注に関しては、①13 事業所、87%「特に要望無く未活用」、② 2 事業所、13%「受発注全てで活用」と回答しており、導入は進んでいない。

(業種別)



導入されているのは「食料品」以外の業種である。

(売上高規模別)

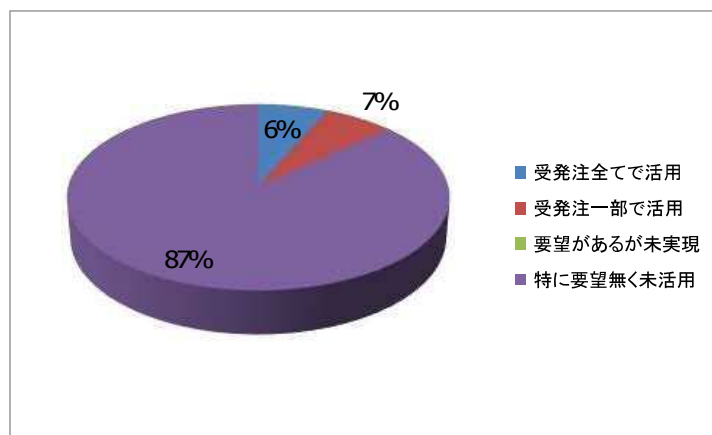


導入されているのは「5,000 万円～」の事業者である。

(5) 卸売取引における決済に関して

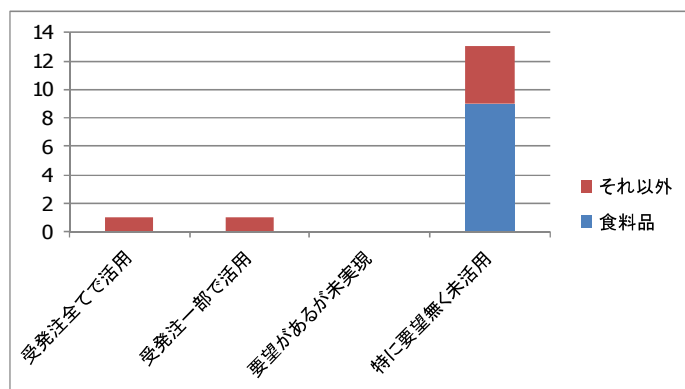
決済における IT化	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
受発注全てで活用	1	6.7%	0	0.0%	1	16.7%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%
受発注一部で活用	1	6.7%	0	0.0%	1	16.7%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%
要望があるが未実現	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
特に要望無く未活用	13	86.7%	9	100.0%	4	66.7%	10	83.3%	3	100.0%	1	100.0%	10	100.0%	2	50.0%
合計	15	100.0%	9	100.0%	6	100.0%	12	100.0%	3	100.0%	1	100.0%	10	100.0%	4	100.0%

(全体)



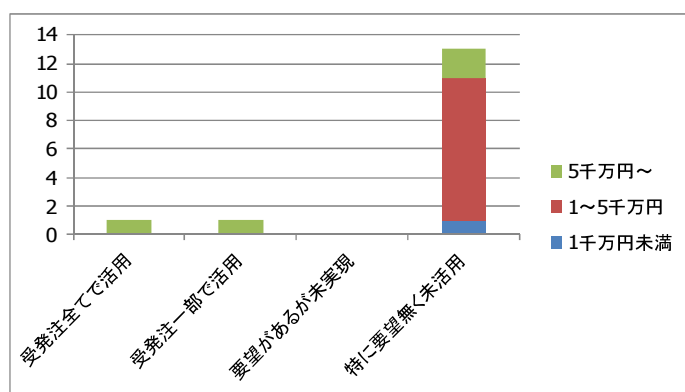
調査した 15 事業所において、卸売取引における決済に関しては、①13 事業所、87%「特に要望無く未活用」、②1 事業所、7%「受発注一部で活用」「受発注全てで活用」と回答しており、受発注同様、導入は進んでいない。

(業種別)



導入されているのは「食料品」以外の業種である。

(売上高規模別)



導入されているのは「5,000 万円～」の事業者である。

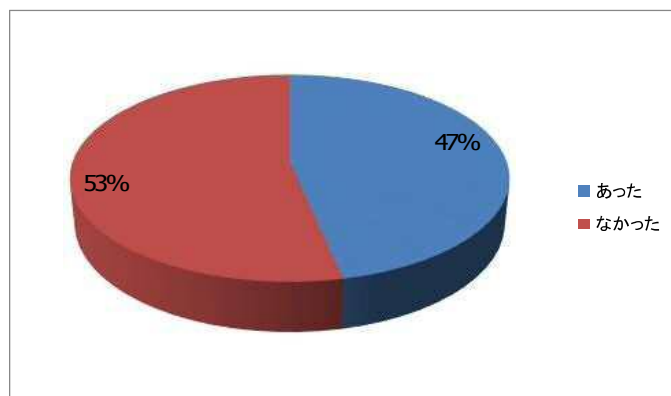
5. 周辺環境

※全ての表は（単位：事業所）

(1) 大型店進出の有無

大型店進出	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
あった	7	46.7%	5	56%	2	33%	6	50%	1	33%	0	0%	5	50%	2	50%
なかった	8	53.3%	4	44%	4	67%	6	50%	2	67%	1	100%	5	50%	2	50%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

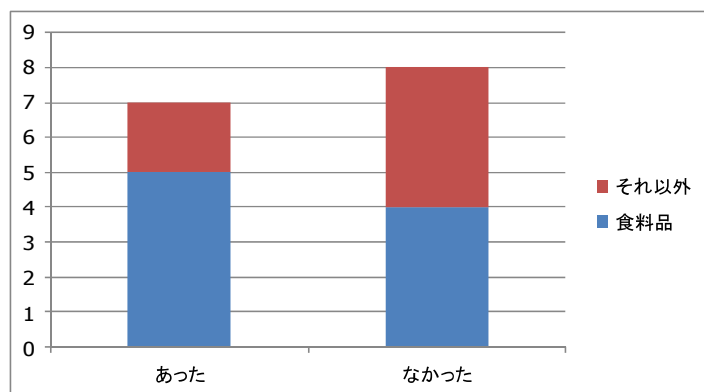
(全体)



調査した 15 事業所における大型店進出の有無に関しては、ほぼ同じエリアでありながら、7 事業所、47%「あった」、そして 8 事業所、53%「なかった」と回答しており、あくまで事業者にとって影響があったかによって認識が変わってくるようである。

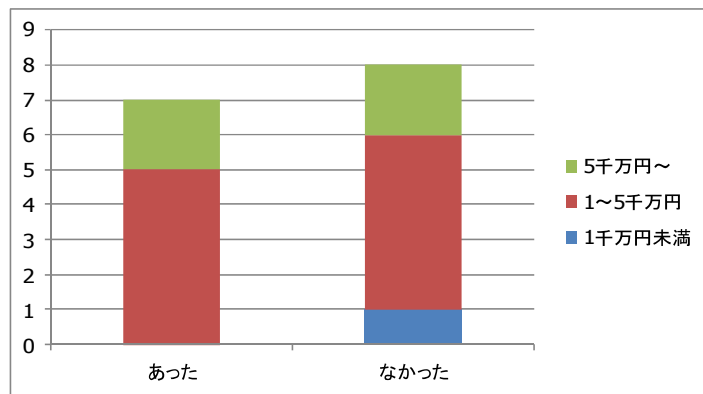
進出した大型店として記載されたのは「イオン砺波」6 事業者、「ヴァローレ砺波」1 事業者、そして「コメリ」1 事業者であった。

(業種別)



業種別では顕著な傾向はなかった。

(売上高規模別)

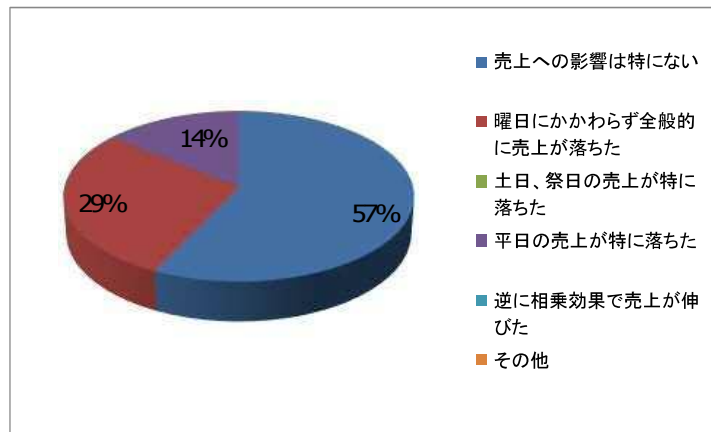


売上高規模別では顕著な傾向はなかった。

(2) 大型店進出の影響

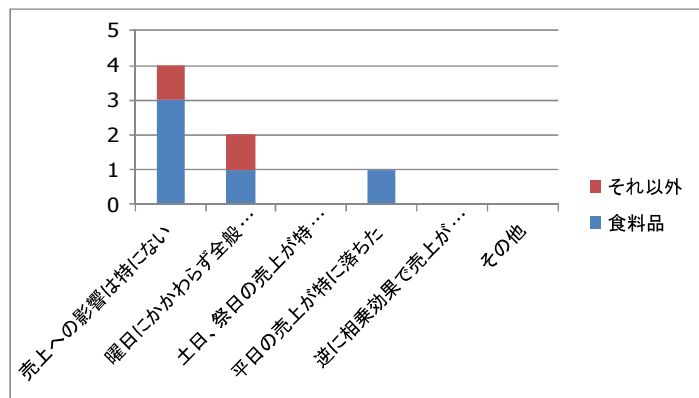
大型店の影響	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
売上への影響は特にない	4	57.1%	3	60%	1	50%	3	50%	1	100%	0	-	3	60%	1	50%
曜日にかかわらず全般的に売上が落ちた	2	28.6%	1	20%	1	50%	2	33%	0	0%	0	-	1	20%	1	50%
土日、祭日の売上が特に落ちた	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	-	0	0%	0	0%
平日の売上が特に落ちた	1	14.3%	1	20%	0	0%	1	17%	0	0%	0	-	1	20%	0	0%
逆に相乗効果で売上が伸びた	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	-	0	0%	0	0%
その他	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	-	0	0%	0	0%
合計	7	100.0%	5	100%	2	100%	6	100%	1	100%	0	-	5	100%	2	100%

(全体)



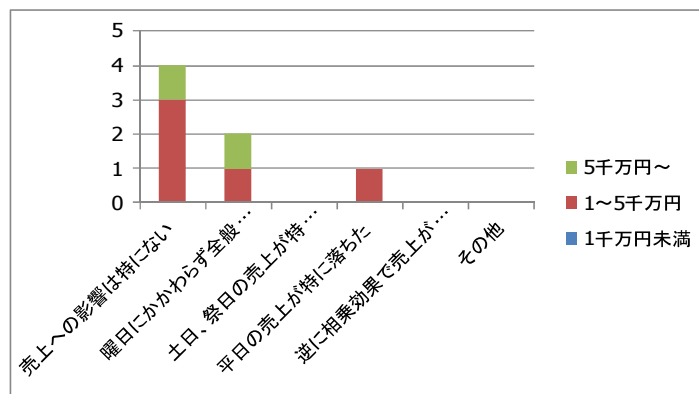
調査した 15 事業所における大型店進出の影響に関しては、① 4 事業所、57%「売上への影響は特にない」、② 2 事業所、29%「曜日にかかわらず全般的に売上が落ちた」、③ 1 事業所、14%「平日の売上が特に落ちた」と回答しており、過半数ではないものの影響を感じている。

(業種別)



業種別では顕著な傾向はなかった。

(売上高規模別)

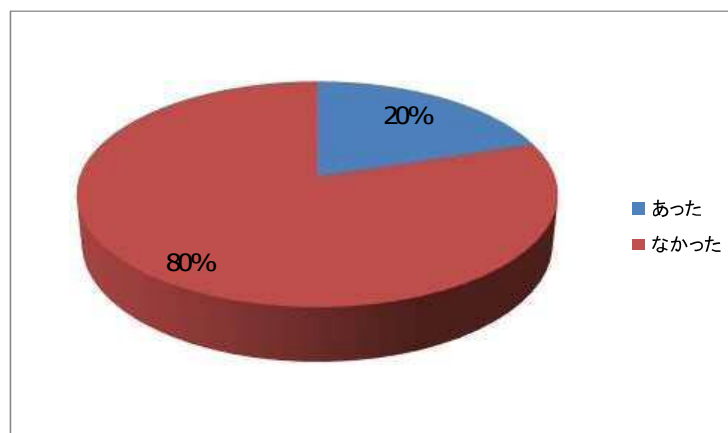


売上高規模別では顕著な傾向はなかった。

(3) コンビニ店進出の有無

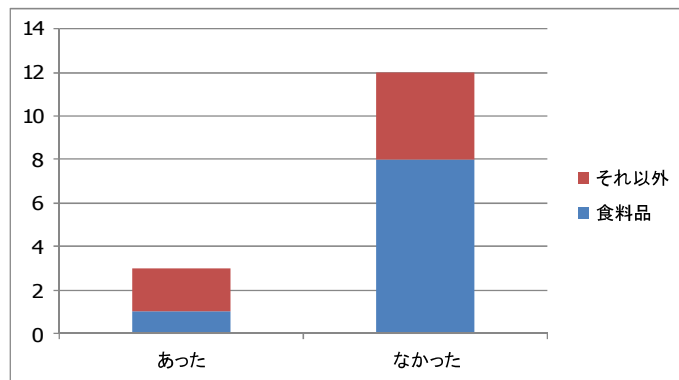
コンビニ進出	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
あった	3	20.0%	1	11%	2	33%	3	25%	0	0%	0	0%	2	20%	1	25%
なかった	12	80.0%	8	89%	4	67%	9	75%	3	100%	1	100%	8	80%	3	75%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



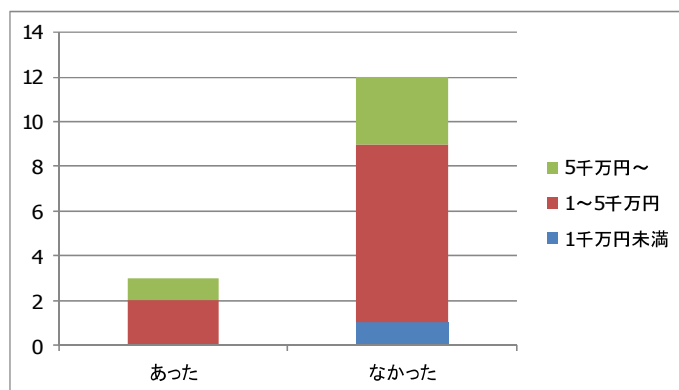
調査した 15 事業所におけるコンビニ進出の有無に関しては、3 事業所、20%「あった」、そして 12 事業所、80%「なかった」と回答しており、コンビニに関してはそれぞれの地域の事情によるとと思われる。

(業種別)



業種別では顕著な傾向はなかった。

(売上高規模別)

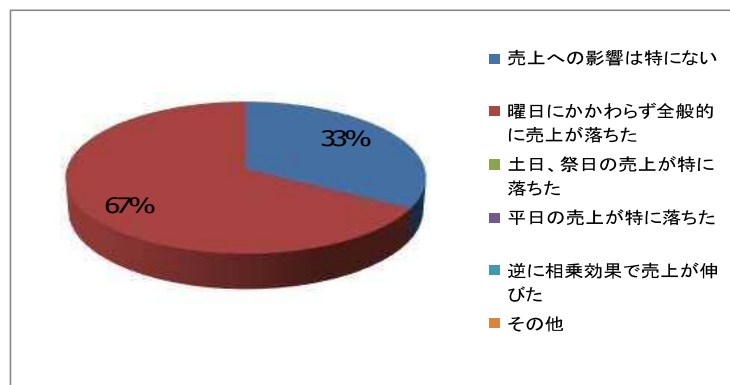


売上高規模別では顕著な傾向はなかった。

(4) コンビニ店進出の影響

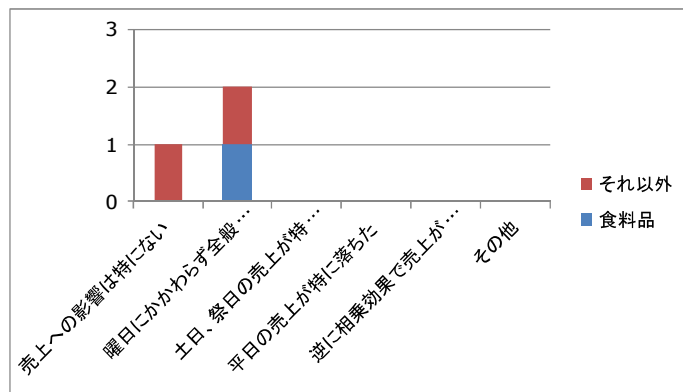
コンビニの影響	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
売上への影響は特にはない	1	33.3%	0	0%	1	50%	1	33%	0	-	0	-	0	0%	1	100%
曜日にかかわらず全般的に売上が落ちた	2	66.7%	1	100%	1	50%	2	67%	0	-	0	-	2	100%	0	0%
土日、祭日の売上が特に落ちた	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	-	0	-	0	0%	0	0%
平日の売上が特に落ちた	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	-	0	-	0	0%	0	0%
逆に相乗効果で売上が伸びた	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	-	0	-	0	0%	0	0%
その他	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	-	0	-	0	0%	0	0%
合計	3	100.0%	1	100%	2	100%	3	100%	0	-	0	-	2	100%	1	100%

(全体)



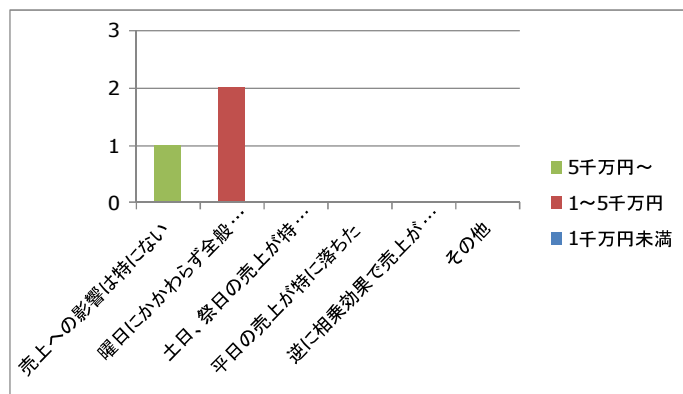
コンビニ店進出の影響に関しては、その認識がある調査事業所3事業所において①2事業所、67%「曜日にかかわらず全般的に売上が落ちた」、②1事業所、33%「売上への影響は特にはない」と回答しており、深刻な影響を感じていない。

(業種別)



業種別では顕著な傾向はなかった。

(売上高規模別)

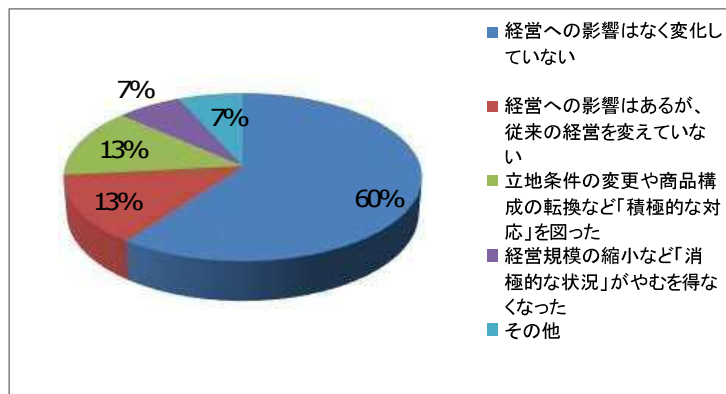


売上高規模別では「5,000万円～」は影響を感じていない。

(5) 経営の変化対応

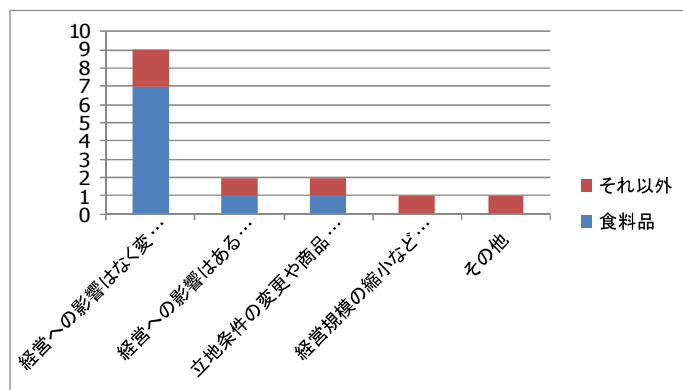
対応	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
経営への影響はなく変化していない	9	60.0%	7	78%	2	33%	6	50%	3	100%	1	100%	7	70%	1	25%
経営への影響はあるが、従来の経営を変えていない	2	13.3%	1	11%	1	17%	2	17%	0	0%	0	0%	2	20%	0	0%
立地条件の変更や商品構成の転換など「積極的な対応」を図った	2	13.3%	1	11%	1	17%	2	17%	0	0%	0	0%	1	10%	1	25%
経営規模の縮小など「消極的な状況」がやむを得なくなった	1	6.7%	0	0%	1	17%	1	8%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%
その他	1	6.7%	0	0%	1	17%	1	8%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%
合計	15	100.0%	9	100%	6	100%	12	100%	3	100%	1	100%	10	100%	4	100%

(全体)



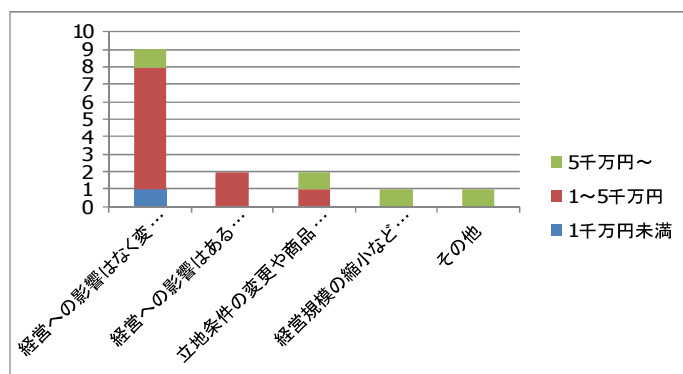
調査した 15 事業所における大型店・コンビニ店進出に対する経営の変化に関しては、① 9 事業所、60%「経営への影響はなく変化していない」、② 2 事業所、13%「経営への影響はあるが、従来の経営を変えていない」、「立地条件の変更や商品構成の転換など“積極的な対応”を図った」③ 1 事業所、7%「経営規模の縮小など「消極的な状況」がやむを得なくなった」、「その他」と回答しており、影響の認識の有無に関わらず経営を変化させていない事業者が 7 割であった。

(業種別)



業種別では顕著な傾向はなかった。

(売上高規模別)



売上高規模別では、「～1,000万円」「1,000万円～5,000万円」では経営の変化を行わなかった比率が高かったのに対して「5,000万円～」では何らかの変化を行った比率が高い。

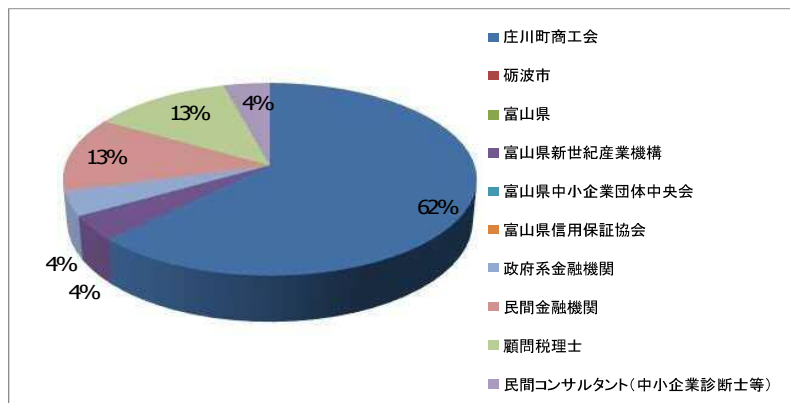
6. 支援機関への要望

※全ての表は（単位：事業所）

（1）支援機関利用状況

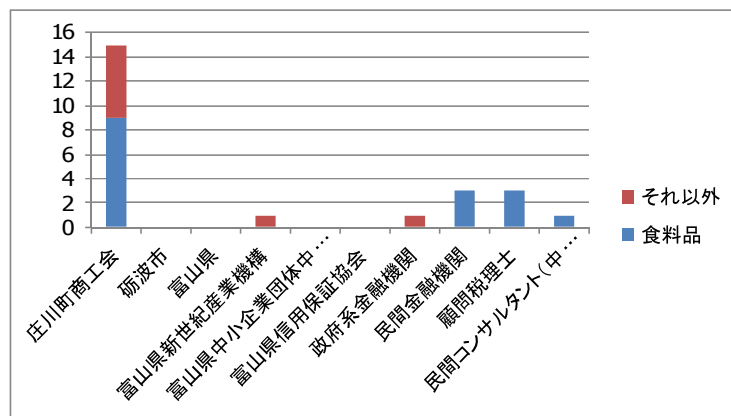
支援機関の利用状況	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1～5千万円		5千万円～	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
庄川町商工会	15	62.5%	9	56%	6	75%	12	63%	3	60%	1	50%	10	56%	4	100%
砺波市	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
富山県	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
富山県新世紀産業機構	1	4.2%	0	0%	1	13%	1	5%	0	0%	0	0%	1	6%	0	0%
富山県中小企業団体中央会	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
富山県信用保証協会	0	0.0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
政府系金融機関	1	4.2%	0	0%	1	13%	0	0%	1	20%	1	50%	0	0%	0	0%
民間金融機関	3	12.5%	3	19%	0	0%	3	16%	0	0%	0	0%	3	17%	0	0%
顧問税理士	3	12.5%	3	19%	0	0%	2	11%	1	20%	0	0%	3	17%	0	0%
民間コンサルタント(中小企業診断士等)	1	4.2%	1	6%	0	0%	1	5%	0	0%	0	0%	1	6%	0	0%
合計	24	100.0%	16	100%	8	100%	19	100%	5	100%	2	100%	18	100%	4	100%

（全体）



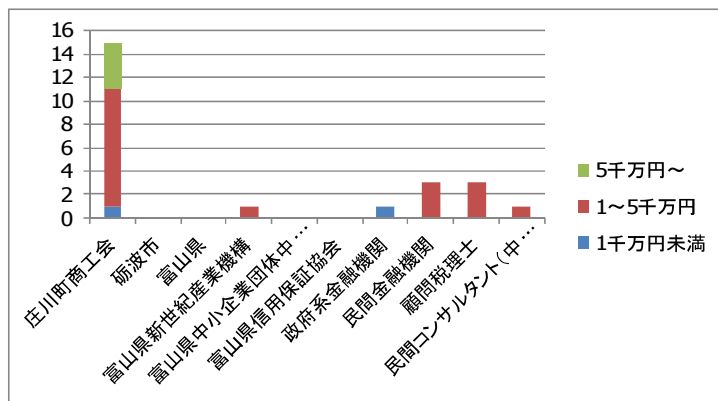
調査した 15 事業所における支援機関の利用状況は、① 15 事業所、62%「庄川町商工会」、② 3 事業所、13%「民間金融機関」、「顧問税理士」、③ 1 事業所、13%「富山県新世紀産業機構」、「政府系金融機関」、「民間コンサルタント（中小企業診断士等）」と回答している。

（業種別）



業種別では顕著な傾向はなかった。

(売上高規模別)

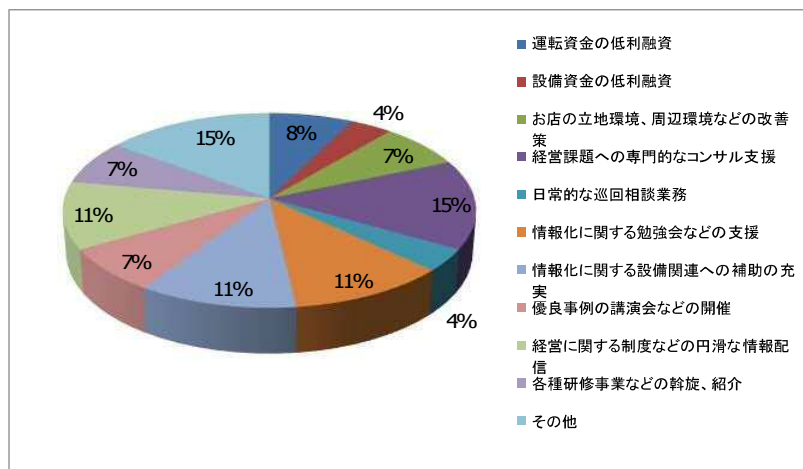


売上高規模別では顕著な傾向はなかった。

(2) 支援機関への要望

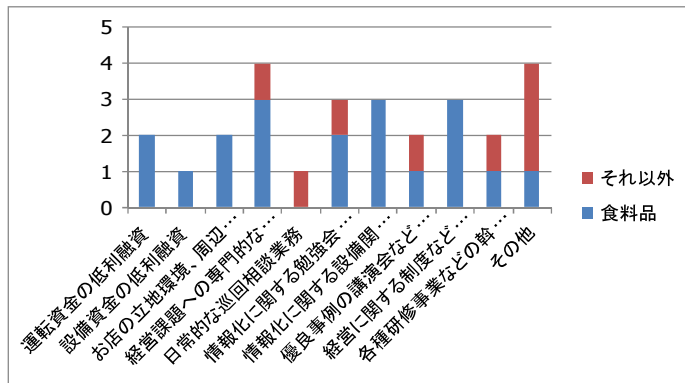
要望する支援内容	総計		食料品		それ以外		個人事業		法人事業		1千万円未満		1~5千万円		5千万円~	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
運転資金の低利融資	2	7.4%	2	11%	0	0%	2	8%	0	0%	0	0%	2	10%	0	0%
設備資金の低利融資	1	3.7%	1	5%	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%
お店の立地環境、周辺環境などの改善策	2	7.4%	2	11%	0	0%	1	4%	1	50%	0	0%	2	10%	0	0%
経営課題への専門的なコンサル支援	4	14.8%	3	16%	1	13%	4	16%	0	0%	0	0%	4	20%	0	0%
日常的な巡回相談業務	1	3.7%	0	0%	1	13%	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	1	17%
情報化に関する勉強会などの支援	3	11.1%	2	11%	1	13%	3	12%	0	0%	0	0%	1	5%	2	33%
情報化に関する設備関連への補助の充実	3	11.1%	3	16%	0	0%	3	12%	0	0%	0	0%	3	15%	0	0%
優良事例の講演会などの開催	2	7.4%	1	5%	1	13%	2	8%	0	0%	0	0%	1	5%	1	17%
経営に関する制度などの円滑な情報配信	3	11.1%	3	16%	0	0%	3	12%	0	0%	0	0%	3	15%	0	0%
各種研修事業などの斡旋、紹介	2	7.4%	1	5%	1	13%	2	8%	0	0%	0	0%	1	5%	1	17%
その他	4	14.8%	1	5%	3	38%	3	12%	1	50%	1	100%	2	10%	1	17%
合計	27	100.0%	19	100%	8	100%	25	100%	2	100%	1	100%	20	100%	6	100%

(全体)



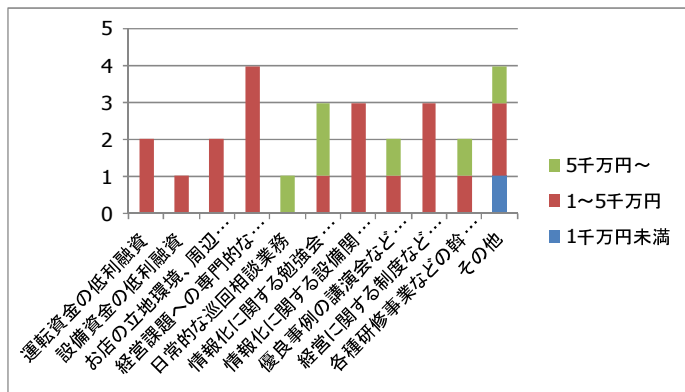
調査した 15 事業所における支援機関への要望は、① 4 事業所、15%「経営課題への専門的なコンサル支援」、② 3 事業所、11%「情報化に関する勉強会などの支援」、「情報化に関する設備関連への補助の充実」、「経営に関する制度などの円滑な情報配信」と回答している。

(業種別)



業種別では顕著な傾向はなかった。

(売上高規模別)



売上高規模別では顕著な傾向はなかった。

Ⅲ 調査結果のまとめ

1. 企業概要

調査対象事業所は庄川町商工会管内の商業およびサービス業事業所であるが、居酒屋の1事業所以外は創業年数が25年を超える、いわゆる老舗事業所である。

15事業所の代表の年齢は30歳代2名、40歳代1名、50歳代3名、60歳代4名、70歳代5名であり、一部の店舗では既に世代交代が行われているが、それ以外は後継者が定まらず、そのまま経営を続けている店舗が多いとも推測される。

従業員規模は小規模事業者を対象にしたため「20人以上」の事業所はもちろんないが、すべて「10人未満」に該当し、さらに「5人未満」が3分の2を占めており零細性が強い。

2. 最近の経営状況

(1) 概況

調査した15事業所のほぼ全てが「売上高」「経費」「利益」に関して非常に厳しい認識をしており、それに対する経営努力を行っていることが伺える。

しかしながら、事業状況の中期展望（5年～10年先）に関しては、「廃業もありうる」が、40%、「わからない」が33%と回答しており、今後の事業継続に関して断念、もしくは不透明感を感じている事業所が多い。

一方で、店舗の経営課題を把握し、支援機関への具体的な要望を検討している事業所も多い。

事業形態別でみると、個人事業の方がどちらかと言えば法人事業に比べて売上が高い区分にシフトしている。個人事業ながら、事業を継続していける強みを持った事業者が生き残っている状況と思われる。

また調査した15事業所では「個人事業」が12事業所、80%は、「法人事業」は残り3事業所、20%であるが、事業形態別による傾向は特に見受けられず、法人企業といえども比較的零細な厳しい経営状況であった。

(2) 現状の経営上の問題点

売上高が横ばい、もしくは減少していると考えている中で、その原因としては客単価の減少よりも集客数の減少を問題視している事業所が多いことが分かる。まずは、いかに集客力を高めていくかを検討していく、そして支援していくことが重要である。

商品在庫に関しては、「横ばい」と認識している事業所が7割弱あり、大きな問題とは認識されていないようである。

一方で資金繰りに関しては売上減少と直結する部分であり、深刻な問題と受け取られている。

雇用者数に関しては元々家族経営中心の零細な組織体制であるため、増員する余地も減員する必要性もないため横ばいとなっている。

設備投資に関しても同様に、零細な組織体制であるため積極的な投資が行えない状況であり横ばい、もしくは故障等でやむにやまれず更新投資をするための投資というのが実情ではないだろうか？

「売上」「利益」以外で問題点として認識しているのは、比率の多い順で、「商圈人口の減少や高齢化」、「商品構成の見直し」、「価格戦略の見直し」、「新分野への事業展開」であるが、外

部環境でおもに商店街や街全体の問題である「商圈人口の減少や高齢化」以外は、自らが経営改革を行っていかねばならない課題であり、問題点は十分に認識しているといえる。

仕入面での課題に関しては、「売れ筋商品の把握」や「豊富な品揃え」がわずか複数票が入っている程度で、概して仕入に対する問題意識は低いようである。

販売促進面での課題に関しては「店内演出が不十分」「顧客の要望の把握ができない」のみが複数票となっておりこちらも問題意識が高いとは言えない。

(3) IT利活用に関して

パソコンの利用状況に関しては、73%が「利用している」と、ある程度は活用されているようである。ただし活用度合いとしては「財務管理」「文書の作成」「チラシ・ポップの作成」が多く、「ホームページの作成」「販促としての電子メール」「インターネット販売」と言った広範囲への訴求を行う販促展開にはほとんど活用されていない状況である。

情報化支援に関する要望もあまり多くなく、活用の必要性や成功事例など、そもそものIT利活用に関する啓発が必要な状況と思われる。

(4) 周辺環境に対する認識

大型店・コンビニ店進出に対する経営の変化に関しては、①9事業所、60%「経営への影響はなく変化していない」、②2事業所、13%「経営への影響はあるが、従来の経営を変えていない」、「立地条件の変更や商品構成の転換など“積極的な対応”を図った」③1事業所、7%「経営規模の縮小など“消極的な状況”がやむを得なくなった」、「その他」と回答しており、あまりその存在の影響を重要視していないと思われる。しかし、それは各事業所が「何をやっても変わらない」という諦念が強いのか、もしくは大型店を競合と認識して独自の展開を模索しているかという意欲が欠如しているのではとの懸念もある。

(5) 支援機関への要望

支援機関の利用状況は、当然ながら庄川町商工会が100%の利用で圧倒的であるが、それ以外の支援機関に関してはほとんど利用されていない状況である。庄川町商工会と連携して各種支援サービスを活用することにより、継続的かつ実効性の高い取組が必要である。

具体的な要望としては、①4事業所、15%「経営課題への専門的なコンサル支援」、②3事業所、11%「情報化に関する勉強会などの支援」、「情報化に関する設備関連への補助の充実」、「経営に関する制度などの円滑な情報配信」など少ないながら経営改善の直結する支援が求められている。

IV. 商工会の発展計画の方策（案）

1. 庄川町の商工業・サービス業におけるグランドデザインの提示

調査の結果、将来の展望や具体的な取組方法に関して漠然とした不安を感じている事業所が非常に多かったとおもわれる。また「売上の向上」、「利益率の向上」以外の経営上の問題点に関して、「商圈人口の減少や高齢化」が最も多く回答されており、単なる個店の経営改善だけでなく、地域全体としての取組が求められている。

長期的な町全体の方向性を検討したグランドデザインを提示することによって、事業所の意欲を高めたり、後継者問題に正面から取組んで行くことが重要である。

2. 観光業との連携

庄川町は観光資源や地域資源に比較的恵まれた地域である。地域人口が伸び悩む中、来街者人口を増やしていくとともに、その来街者が各店舗で確実に購買行動を行う連動性を高める必要がある。挽物木工品やゆずといった地域資源を活用した魅力的な商品開発や街歩きクーポンを使った飲食店回遊策など観光業との連携は重要である。

3. 地域内消費の深耕

地域内で「水まつり」や「ゆず祭り」などが恒例行事として行われており、賑わいを見せている。イベント出店により、新規顧客を開拓する機会が生まれる可能性は高く、積極的な参加が必要である。

また、既存イベントだけではなく、現在街の賑わい策として効果が高いと言われている「まちゼミ」「バル」「100円商店街」といった手法を積極的に企画していくことも重要である。

各店舗の広報宣伝に関しては、個別に支援していく必要があるが合わせて、商工会としての共同展開、具体的にはポータル HP の作成、パンフレットの作成など改めて強化して行く必要がある。

4. 事業所の誘致

街のにぎわいづくり、不足業種の誘致、そして何よりも消費人口を増加させるためにも自治体等の移住定住促進策を活用して、庄川町での暮らしや起業することの良さ、魅力などを訴求していくことが望まれる。

V. 商工会のサポート（案）

1. 経営改善支援

今回のアンケート調査は基本的に、インタビューによるヒアリングのみであったが、より具体的な現状分析、課題の抽出、そして経営改善策の検討を希望する事業所には、コンサルティングなどの実施も検討する。

2. 新商品・新サービス開発支援

地域住民が本当に求める商品・サービス、そして観光客が求める商品・サービスの二方向で検討していく。

3. 各種イベントの開催支援

各個店が積極的に参加できる「まちゼミ」「バル」「100 円商店街」といった手法を企画していく。

4. 移住定住希望者への情報提供

起業を検討している移住定住希望者に、立地、物件、事業内容などのアドバイスを行う。

5. 各種情報の提供

経営改善手法、成功事例、各種助成制度などの情報提供を一層強化する。

6. 代表者・後継者・従業員への各種研修の実施

新商品開発研修、ITを活用した販促手法の研修、後継者教育研修、従業員教育研修などを定期的に実施する。