

豊見城市商工会

豊見城市内 地域経済動向調査レポート

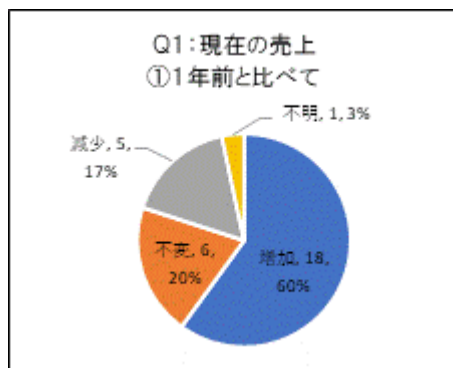
調査概要

- ① 調査対象 : 町内小規模事業者
- ② 調査方法 : 調査票によるアンケート形式
- ③ 調査対象期間 : 令和元年10月～11月
- ④ 回答件数 : 30件
- ⑤ 回答者の業種内訳
 - 製造業 : 6社
 - 建設業 : 6社
 - 小売業 : 6社
 - サービス業 : 6社
 - 飲食業 : 6社

I. 調査結果（単純集計）

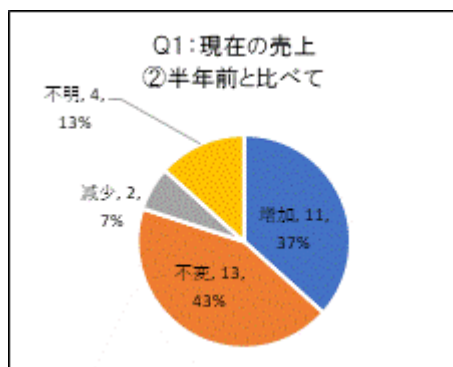
【Q1：現在の貴社の売上の状況はどういう状況ですか？】

①1年前と比べて



回答は「増加」が60%と最も多く、次いで「不変」が20%、「減少」が17%となっている。このことから1年前と比べた売上は改善傾向にあることが窺い知れる。

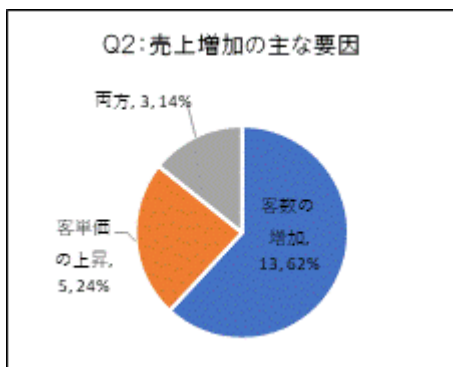
②半年前と比べて



回答は「不変」が43%と最も多く、次いで「増加」が37%、「不明」が13%となっている。1年前と比べると「不変」が増えて「増加」が減っている。これらのことから全体的に改善傾向にあるものの1年前に比べて停滞感が出てきていることが窺い知れる。

【Q2：Q1の①か②（両方も含む）で「増加」と答えた方に質問です。

売上増加の主な要因は何ですか？】

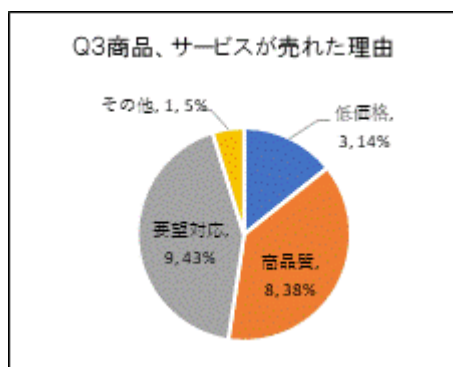


回答は「客数の増加」が62%と最も多く、次いで「客単価の上昇」が24%となっている。このことから売上増加は客数増加に依るところが大きいことが窺い知れる。

【Q3：Q1の①か②（両方も含む）で「増加」と答えた方に質問です。

貴社の商品やサービスが売れた主な理由は何ですか？

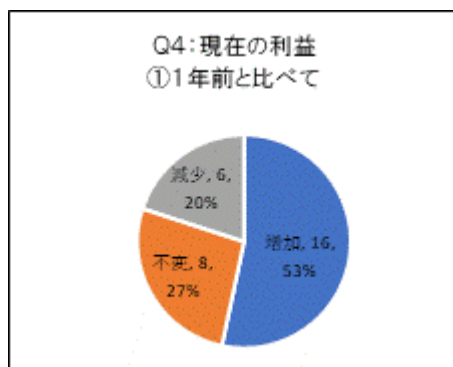
※直接的に分からなければ想像でも結構です。】



回答は「他社では対応できない要望でも対応している」が43%と最も多く、次いで「他社より価格は高いが高品質」が38%となっている。このことから売上増加に向けて低価格ではなく物の良さやお客様への密接な対応が売上増加につながっていることが窺い知れる。

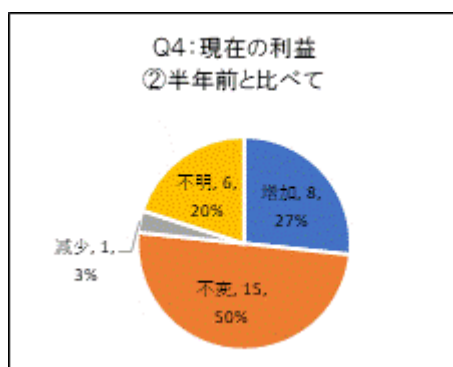
【Q4：現在の貴社の利益の状況はどういう状況ですか？】

①1年前と比べて



回答は「増加」が53%と最も多く、次いで「不変」が27%、「減少」が20%となっている。このことから1年前と比べて利益は改善傾向にあり、売上と同傾向にあることが窺い知れる。

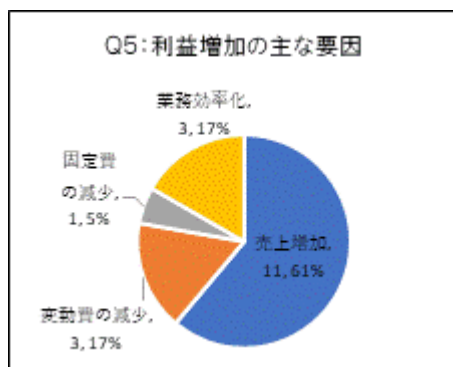
②半年前と比べて



回答は「不変」が50%と最も多く、次いで「増加」が27%、「不明」が20%となっている。1年前と比べると「不変」が増えて「増加」が減っている。これらのことから売上と同様に全体的に改善傾向にあるものの1年前に比べて停滞感が出てきていることが窺い知れる。

【Q5：Q4の①か②（両方も含む）で「増加」と答えた方に質問です。

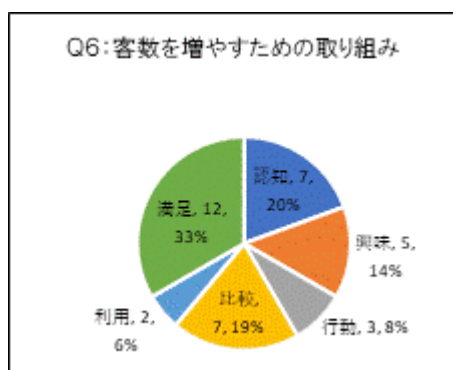
利益増加の主な要因は何ですか？】



回答は「売上増加」が61%と最も多く、次いで「仕入・原材料費の減少」と「業務効率化による生産性の向上」がそれぞれ17%となっている。このことから利益増加は売上増加に依るところが大きいですが、費用の削減や業務効率化も一定の成果を上げていることが窺い知れる。

【Q6：貴社が客数を増やすために優先して取り組んでいることは何ですか？

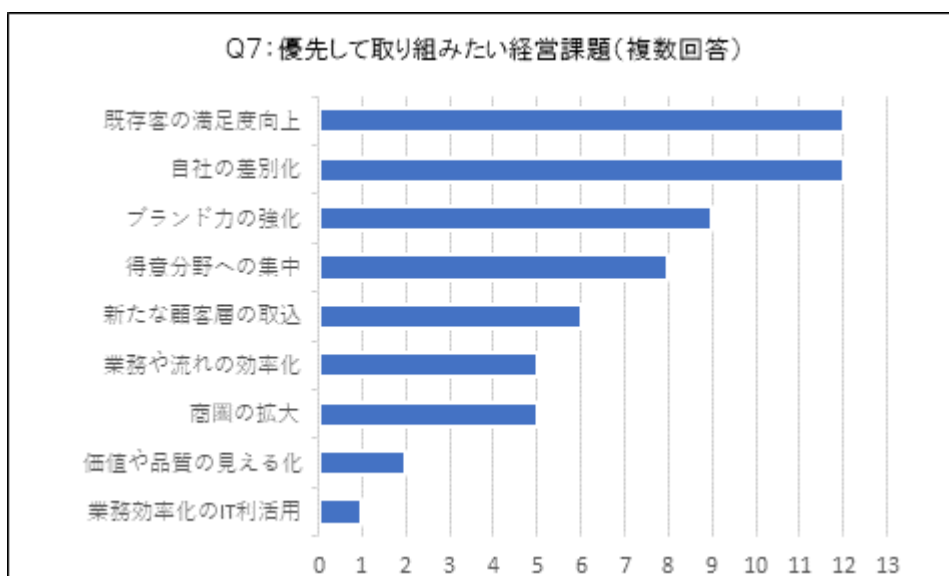
一番重要だと思われる項目を1つ選んでください。】



回答は「満足」が33%と最も多く、次いで「認知」が20%、「比較」が19%となっている。このことから顧客のリピーター化、集客、競合との差別化が関心事となっていることが窺い知れる。

【Q7：貴社が今後優先して取り組みたい経営課題は何ですか？

重要だと思われる項目を2つ選んでください。】



回答は「既存客の満足度向上」と「自社の差別化」が12件が最も多く、次いで「ブランド力の強化」が9件となっている。このことからQ6と同様のことが課題だと感じている事業者が多いことが伺い知れる。

【Q8：貴社が属する業界内で良い傾向、または悪い傾向と思われることがありましたらお答えください。】

●良い傾向

【建設業】・単価の上昇 ・案件が非常に動いているため仕事が多い事

・技術系育成助成金制度のサポートで企業経営の強化につながっている

【製造業】・オーダーで細かく物づくりができる

・外国人客にも沖縄料理が認知されてました

【小売業】・観光客の増加

【サービス業】・防災事、ネットワークカメラの受注増加・男女問わず美意識が高くなっている

【飲食業】・県内はもちろんのこと、県外、国外の食材の興味を持つ方が増えた？

・航空路線の拡充により国内観光客も増数している。沖縄も高いイメージが減少しつつあるように感じます。

●悪い傾向

【建設業】・人材不足 ・若者社員の定着率が低い、従業員の高齢化

・案件が集中しすぎて先が不安

【製造業】・他の工場の価格が安い傾向があるんじゃないかと思う

・原料高騰 ・国内の観光客の減少

【小売業】・客単価の減少

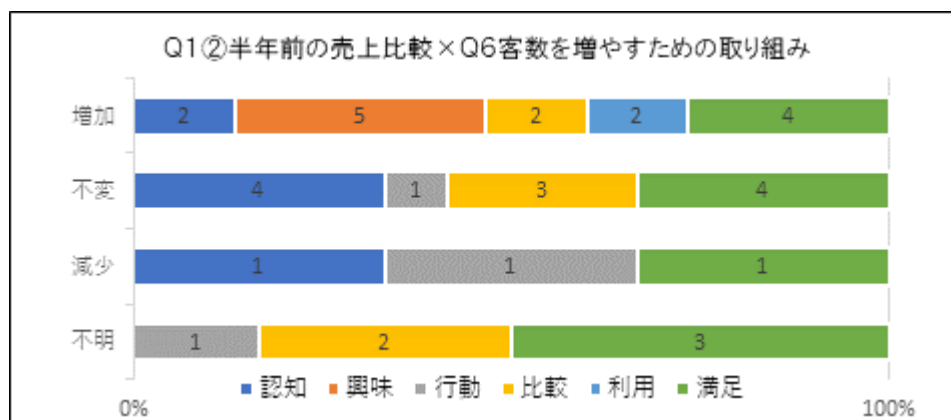
【サービス業】・人材不足、4～6月閑散期 ・エステサロン＝高額、勧誘

【飲食業】・原油価格高騰、消費増税、食材仕入人件費は増えていく一方

・韓国市場における訪日旅行自粛の影響で観光客の減少 ・ウミカジテラスの韓国人客の減少

II. 調査結果（クロス集計）

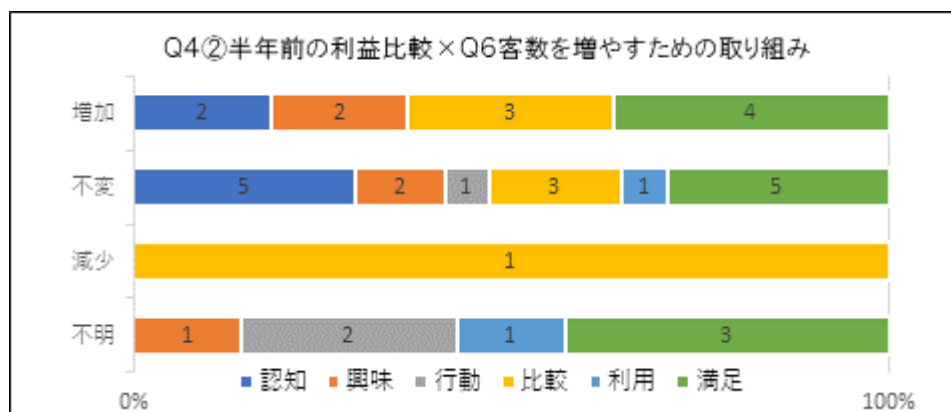
1) 売上比較×客数を増やすための取り組み



【Q6：客数を増やすための取り組み】の【Q1②：半年前の売上との比較】の回答別の傾向を見たところ、「満足」はどの回答でも一定の割合があった。また、「認知」は不変・減少の回答では割合が大きかった。一方、「興味」は増加の回答では一定の割合があるものの、不変・減少の回答ではゼロであった。また、「比較」は増加・不変の回答では一定の割合があるが減少の回答で

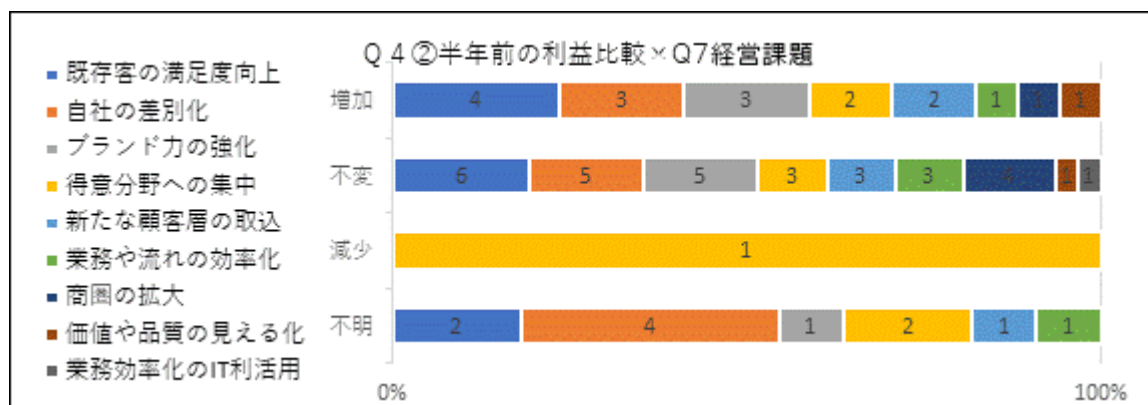
はゼロであった。これらのことから客数を増やすために事業者が重視していることは売上の状況によって変わることが窺い知れる。

2) 利益比較×客数を増やすための取り組み



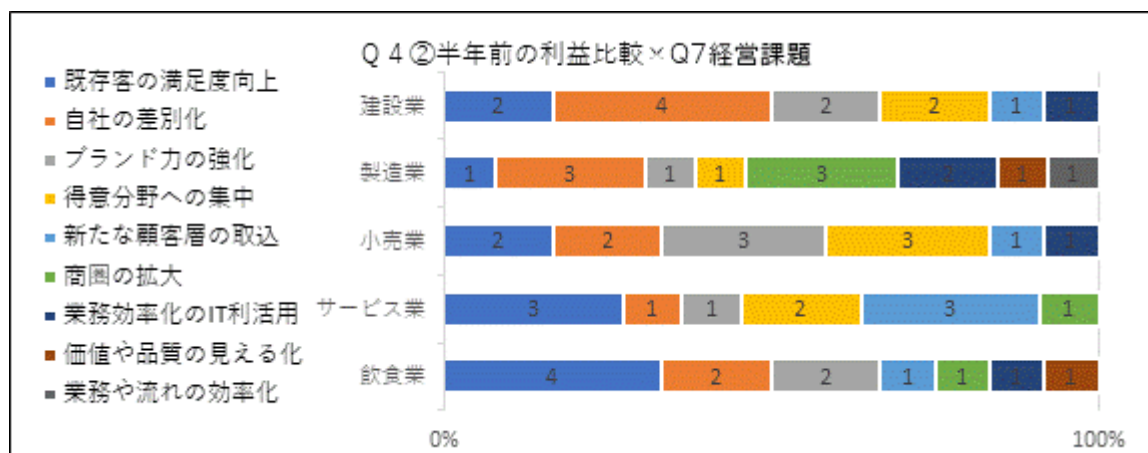
【Q6：客数を増やすための取り組み】の【Q4：②半年前の売上との比較】の回答別の傾向を見たところ、利益と各取り組みの強い相関は見られなかった。しかし、利益が高い事業者ほど「満足」の割合が高い一方で利益が低い事業者ほど「認知」と「興味」の割合が高くなっていることが推測される。これらのことから客数を増やすために事業者が重視していることは利益の状況によって変わることが窺い知れる。

3) 利益比較×経営課題



【Q7：経営課題】の【Q4②：半年前の売上との比較】の回答別の傾向を見たところ、経営課題の上位回答である「既存顧客の満足度向上」「自社の差別化」「ブランド力の強化」は利益の状況に関わらず一定量の割合がある。ただし、利益が低い事業者ほどそれら以外の経営課題が増えていることが推測される。

4) 業種×経営課題



【Q 7：経営課題】の業種別の傾向を見たところ、小売・サービス・飲食業では「既存顧客の満足度向上」の割合が大きかったが、建設業・製造業では「自社の差別化」の割合が大きい。また、製造業では「商圏の拡大」、サービス業では「新たな顧客の取込」といった経営課題の割合が大きい。一方、生産性向上の課題としては「業務効率化のIT利活用」が製造業で割合が高い。これらのことから業種によって重視する経営課題に違いがある事が窺い知れる。

Ⅲ. 調査結果を踏まえた考察

事業者の景況感としてはプラス基調にあるものの直近では停滞感が出ている。その中で、売上・利益を増加させている事業者は客数増加に努めており、高品質の商品・サービスやお客様に対するきめ細かい対応を競合との差別化策としている。

また、利益が高い事業者は既存顧客の満足向上や顧客に選んでいただくためのPR強化（顧客に興味を持ってもらう、競合との違いを伝える）に取り組んでいる。

事業者が抱える経営課題としては顧客満足度の向上、自社の差別化、ブランド力の強化といったことが多いが、業種や利益の状況によって経営課題に傾向が見られる。

商工会においても厳しい経営環境の中でも売上・利益を創出している事業者の取り組みを参考にした経営改善指導を行うと共に、本調査結果を活かして業界別の事業者の課題解決や利益状況別の売上増加に向けた取り組みのフォローなど、きめ細かい支援を行う事が重要である。

以上