

平成30年 観音寺商工会議所事業者動向調査報告書

観音寺商工会議所では、管内事業者の経営力向上に役立てるため事業者動向調査を実施いたしました。事業者の皆様におかれましては、本調査にご協力いただき大変ありがとうございました。

本調査は、主に売上増加に向けた取組み状況や経営者の意識の把握を目的として行っており、次の通り調査結果の取りまとめを行いましたのでご報告させていただきます。

I 調査概要

調査期間	平成30年4月1日～11月30日
調査対象	観音寺商工会議所管内事業者
調査方法	書面によるアンケート形式
回答事業者数	194事業者

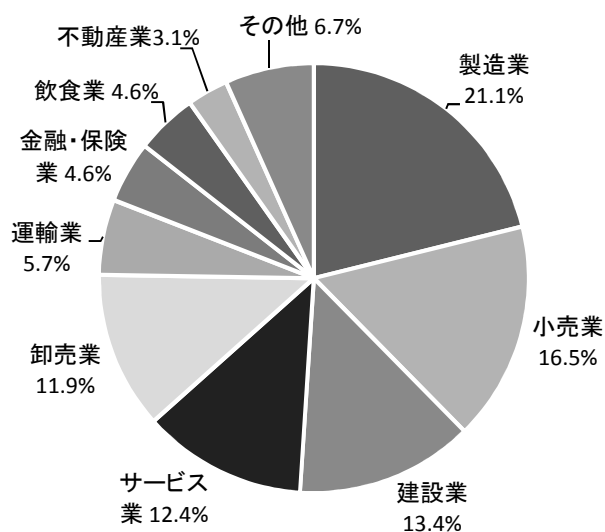
II 調査結果の要点

- ・人的コミュニケーションによる活動が売上増加につながっている。
- ・売上が増加している企業の方がより多くの取組みを行っている。
- ・経営計画を作成している企業の方が黒字割合が高い。

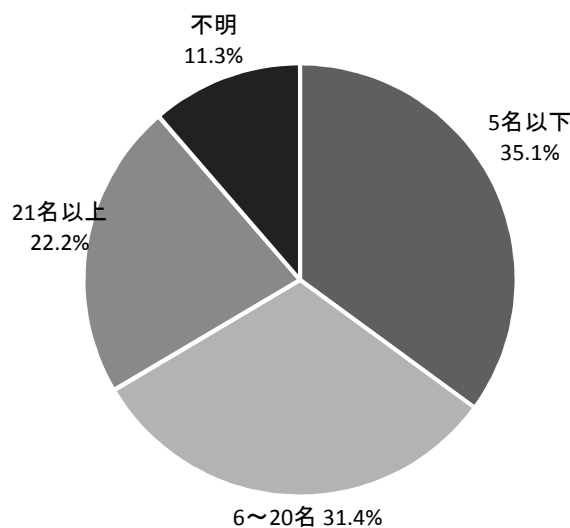
III 調査結果

回答事業者の業種、従業員数、売上状況、収益状況は次の通りです。

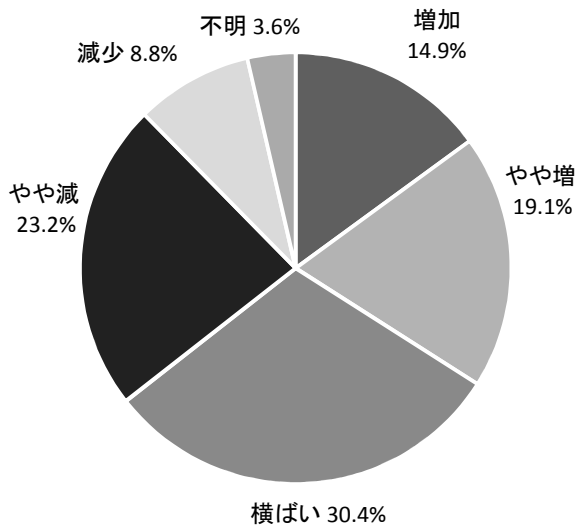
①業種



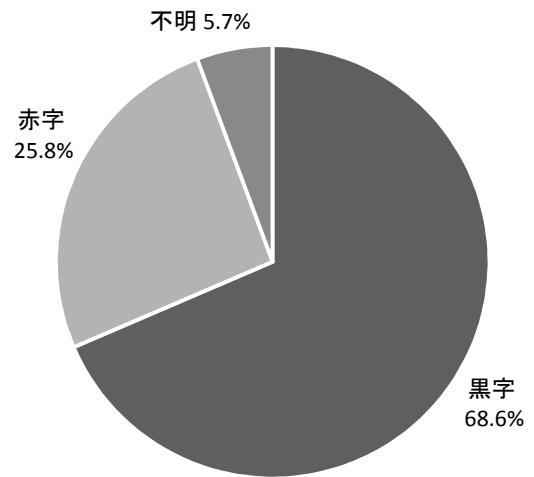
②従業員数



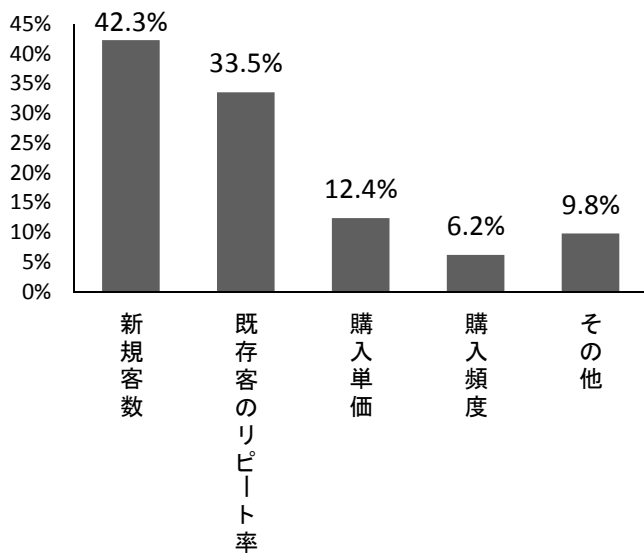
③直近3年間の売上状況



④現在の収益状況



⑤売上増加のために最も重視しているポイント

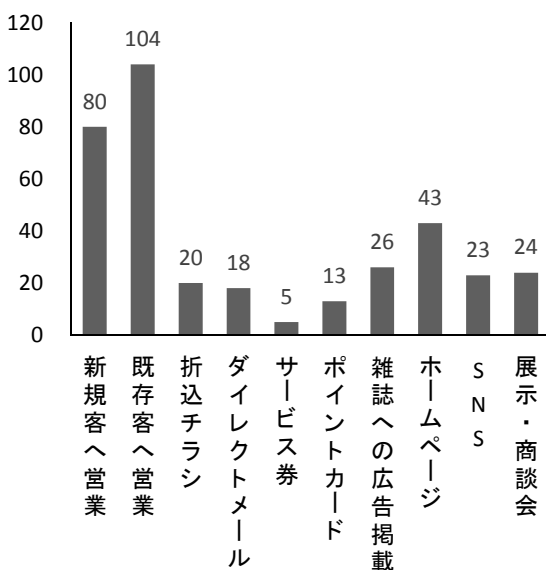


売上を増加させるために「新規客数」を重視している企業が最も多く、「既存客のリピート率」が2番目となっています。

「購入単価」や「購入頻度」を重視している企業の割合は少なくなっています。

その他としては、「新商品の開発」「生産性の向上」「現状を維持すること」「受注状況に問題はない」という回答がありました。

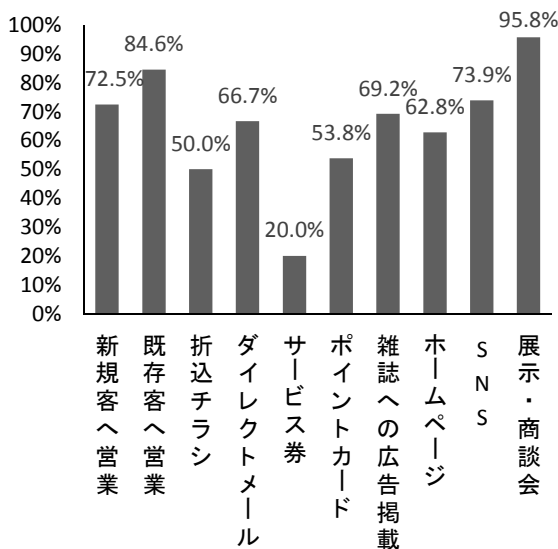
⑥売上増加のために行った取組み



売上を増加させるために行った取組みとしては、「既存客への営業」が最も多く、次いで「新規客への営業」となっています。重視するポイントとしては「新規客数」を挙げている企業が多かったことを考えると、新規客への営業を行うにあたって何か障害があるという可能性が考えられます。

また、インターネットによる情報発信の取組みとして、ホームページ（43件）やSNS（23件）を利用している企業が意外と少ないことが分かります。

⑦売上増加に効果のあった取組み

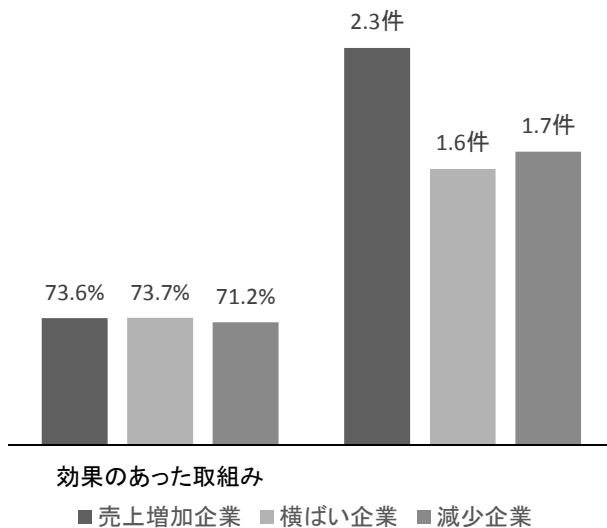


上記の取組みを行った件数に対し、どのくらいの割合で効果が出ているのかを見てみると、ほとんどの取組みにおいて高い割合で効果が出ていることが分かります。

特に「展示会・商談会」は割合が高く、「新規客へ営業」「既存客へ営業」「SNS」も高い割合で効果が出ているようです。

SNS等の新たなツールの普及に伴い、販売促進ツールが多様化する中、営業や商談会といった人的コミュニケーションによる活動も一定の成果を得ているということが分かります。

⑧売上増加のための取組みの効果と取組数

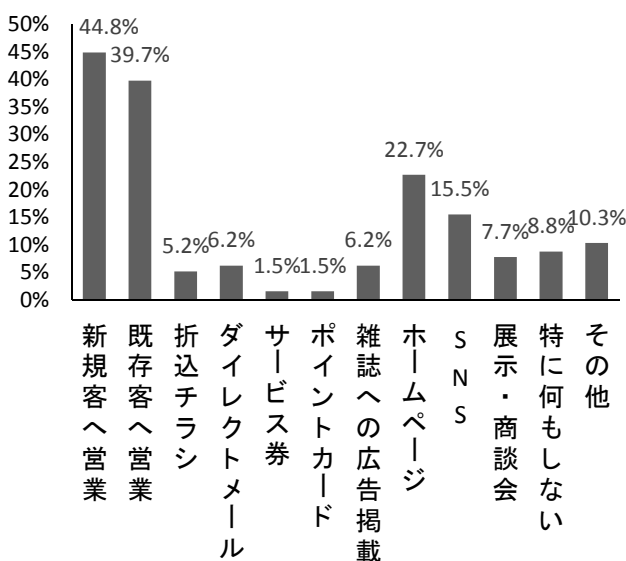


売上増加のための取組みを売上増減状況別に見てみると、取組みに対しての効果は売上減少企業は若干低いものの大きな違いはありません。

しかし、1企業あたりの平均取組件数を見ると、横ばい企業（1.6件）と減少企業（1.7件）に対して、増加企業（2.3件）の取組件数が多くなっています。

売上増加のためには、取組み内容や成功率の向上も必要ですが、複合的な取組みを行うていくことが重要であると言えます。

⑨売上増加のために今後取組みたいこと

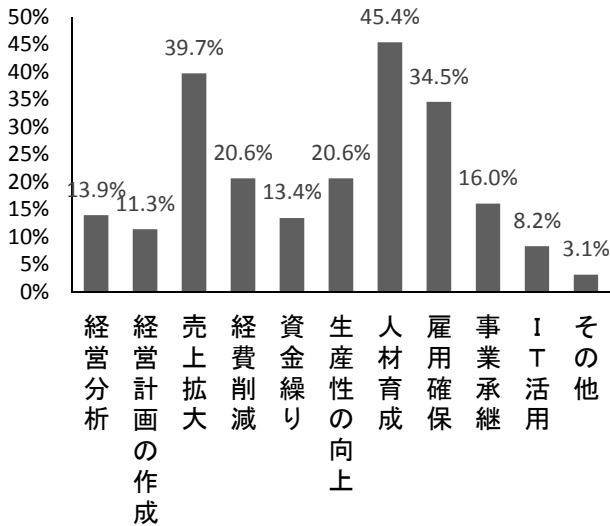


今後行いたい取組みとしては、「新規客へ営業」「既存客へ営業」といった客数増加のための直接的な活動を行いたいという企業の割合が多くなっています。

「ホームページ」や「SNS」といったインターネットを活用した取組みへの意欲も高くなっています。

その他としては、「イベントの開催」「設備のリニューアル」「人材確保」「顧客サービスの向上」「顧客満足度の向上」「特殊看板」「お客様と真摯に向き合う」といった回答がありました。

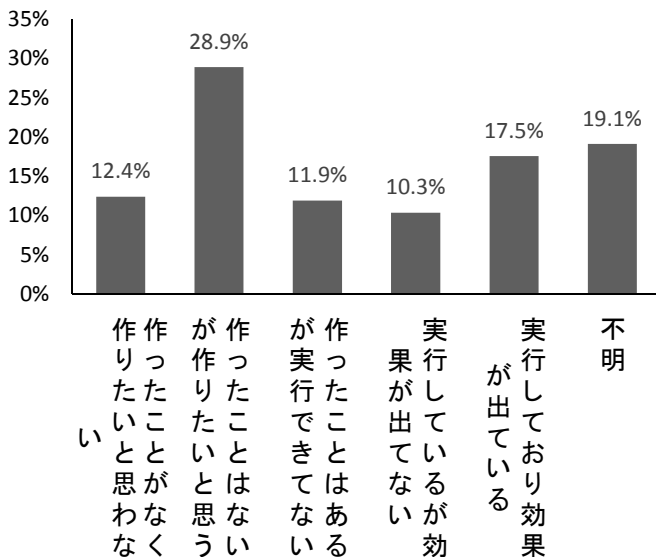
⑩経営上の課題であると感じていること



経営上の課題としては、「売上拡大」はもとより、やはり「人材育成」や「雇用確保」と回答している企業が多く、昨今の雇用情勢は地方にとってはさらに厳しい状況になっていることがうかがえます。

また、「事業承継」を課題としてとらえている企業は16%となっていますが、県内では後継者不在の企業が半数近くあることを考えると、事業承継への意識が高まっていなかったり、準備が遅れていたりする企業も一定程度あるのではないかとということが危惧されます。

⑪経営計画の作成および実行状況



自社の経営計画の作成状況としては、計画を作成し実行した企業が27.8%であり、その内効果が出ている企業が17.5%となっています。経営計画を実行した企業の6割以上は効果が出ていることとなります。

一方、作成したことがない企業が41.3%あり、その内約4割は計画を作成したいという意思があることが分かりました。

また、経営計画未作成企業のうち黒字企業は67.1%であるのに対し、作成済企業は78.4%が黒字企業となっており、経営計画作成や実行状況が事業の成果にも一定程度の関連があるということが分かります。

⑫経営計画の作成および実行状況

