

平成30年度 観音寺商工会議所事業者実態調査報告書

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「事業者実態調査」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、平成30年に実施した「事業者実態調査」の追加調査として、営業活動に関する取組み状況の把握を目的として行っております。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31年2月1日～3月31日
 調査対象 : 観音寺商工会議所管内事業者
 調査方法 : 対面形式による聴き取り調査
 回答者数 : 46事業者

II 調査結果(事業者概要)

[業種]

1 小売業	13
2 卸売業	1
3 製造業	11
4 建設業	5
5 不動産業	0
6 運輸業	1
7 金融・保険業	1
8 飲食業	2
9 サービス業	9
10 複数業種・他	3
合計	46

[従業員数]

1～5名	22
6～10名	12
11～20名	7
20名～	3
不明	2
合計	46

①現在の収益

1 黒字	30
2 赤字	13
3 不明	3
合計	46

②売上高(3年前比較)

1 増加 10%超	5
2 やや増 5%超	11
3 横ばい	13
4 やや減 -5%超	11
5 減少 -10%超	5
6 不明	1
合計	46

③営業担当者

	増加		横ばい		減少		全体	
1 代表者のみ	7	43.8%	8	61.5%	3	18.8%	18	40.0%
2 代表者以外も担当	7	43.8%	1	7.7%	11	68.8%	19	42.2%
3 代表者は担当していない	2	12.5%	4	30.8%	2	12.5%	8	17.8%
合計	16		13		16		45	

④営業従事者数

	増加		横ばい		減少		全体	
1～2名	11	68.8%	11	84.6%	6	37.5%	28	62.2%
3～5名	2	12.5%	2	15.4%	8	50.0%	12	26.7%
6～10名	2	12.5%	0	0.0%	1	6.3%	3	6.7%
10名以上	1	6.3%	0	0.0%	1	6.3%	2	4.4%
合計	16		13		16		45	

⑤営業担当者増減予定

	増加		横ばい		減少		全体	
1 増員予定	4	25.0%	1	7.7%	1	6.3%	6	13.3%
2 減員予定	2	12.5%	0	0.0%	2	12.5%	4	8.9%
3 増減予定なし	10	62.5%	9	69.2%	9	56.3%	28	62.2%
4 不明	0	0.0%	3	23.1%	4	25.0%	7	15.6%
合計	16		13		16		45	

Ⅲ 調査結果(営業活動の取組み)

⑥営業能力向上の取組み

	増加		横ばい		減少		全体	
1 上司からの指導	3	18.8%	2	15.4%	5	31.3%	10	22.2%
2 社内での勉強会	4	25.0%	3	23.1%	6	37.5%	13	28.9%
3 社外研修への参加	8	50.0%	4	30.8%	3	18.8%	15	33.3%
4 自主的な学習	6	37.5%	4	30.8%	10	62.5%	20	44.4%
5 何もしていない	3	18.8%	3	23.1%	1	6.3%	7	15.6%
6 何をしたいのか分からない	0	0.0%	2	15.4%	0	0.0%	2	4.4%
7 他	2	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.4%
合計	16		13		16		45	

⑦営業管理の取組み

	増加		横ばい		減少		全体	
1 顧客企業情報	9	56.3%	7	53.8%	9	56.3%	25	55.6%
2 顧客別売上高・利益	7	43.8%	6	46.2%	4	25.0%	17	37.8%
3 接触履歴	2	12.5%	4	30.8%	1	6.3%	7	15.6%
4 日報・週報	6	37.5%	5	38.5%	8	50.0%	19	42.2%
5 顧客別・担当者別売上予算	2	12.5%	4	30.8%	4	25.0%	10	22.2%
6 営業スケジュール	5	31.3%	3	23.1%	5	31.3%	13	28.9%
7 何もしていない	3	18.8%	2	15.4%	3	18.8%	8	17.8%
8 他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	16		13		16		45	

⑧重視している顧客

	増加		横ばい		減少		全体	
1 主に新規	1	6.3%	0	0.0%	1	6.3%	2	4.4%
2 主に既存	10	62.5%	7	53.8%	4	25.0%	21	46.7%
3 どちらも	5	31.3%	6	46.2%	10	62.5%	21	46.7%
4 不明	0	0.0%	0	0.0%	1	6.3%	1	2.2%
合計	16		13		16		45	

⑨新規営業の問題点

	増加		横ばい		減少		全体	
1 時間不足	2	33.3%	3	50.0%	7	63.6%	12	52.2%
2 人材不足	2	33.3%	3	50.0%	4	36.4%	9	39.1%
3 見込み客が見つからない	1	16.7%	1	16.7%	0	0.0%	2	8.7%
4 アプローチができない	1	16.7%	1	16.7%	0	0.0%	2	8.7%
5 自社の価値を提案できない	0	0.0%	1	16.7%	1	9.1%	2	8.7%
6 クロージングができない	1	16.7%	1	16.7%	1	9.1%	3	13.0%
7 他	0	0.0%	0	0.0%	3	27.3%	3	13.0%
合計	6		6		11		23	

⑩既存営業の問題点

	増加		横ばい		減少		全体	
1 時間不足	2	13.3%	4	30.8%	8	57.1%	14	33.3%
2 人材不足	3	20.0%	4	30.8%	6	42.9%	13	31.0%
3 継続取引が難しい	2	13.3%	1	7.7%	4	28.6%	7	16.7%
4 廃業が増加	0	0.0%	3	23.1%	2	14.3%	5	11.9%
5 取引量が減少	2	13.3%	8	61.5%	3	21.4%	13	31.0%
6 商品の提案が難しい	2	13.3%	3	23.1%	4	28.6%	9	21.4%
7 取引条件が厳しい	5	33.3%	1	7.7%	3	21.4%	9	21.4%
8 クレーム対応が難しい	1	6.7%	0	0.0%	3	21.4%	4	9.5%
9 他	0	0.0%	1	7.7%	3	21.4%	4	9.5%
合計	15		13		14		42	

IV まとめ

[営業担当者]

回答事業者のうち、40.0%が代表者のみが営業を行っている状況であり、62.2%が営業従事者2名以下の状況であった。営業を増員する予定の事業者も少なく、業種によって営業体制に差はあるが、少数精鋭による営業体制をとる事業者が多いことが分かった。

[営業能力向上]

営業能力向上のために行っている取組として、売上高が増加している事業者は「社外研修への参加」を積極的に行っていた。一方、売上高が減少している事業者は「自主的な学習」をあげている事業者が多かった。営業担当者の能力向上のために自発的な努力も必要であるが、社外研修を効果的に活用することも一定の結果につながっていると考えられる。

当商工会議所としても、効果的な社外研修の提供が求められる。

[重視している顧客]

売上高が増加している事業者のうち62.5%は、主に既存顧客を重視していた。売上高増加のためには新規顧客開拓が重要であることはもちろんだが、既存顧客との信頼関係を構築し、取引の拡大を図ることが安定受注につながっていると考えられる。

[営業活動の問題点]

新規営業・既存営業ともに、売上高が減少している事業者ほど、「時間不足」「人材不足」を問題点としてあげている傾向が高かった。効果的な営業活動に取り組むにあたり、生産性向上や業務効率化、人材確保、人材育成等を行うなどし、先に解消すべき問題があると考えられる。