

有効回答件数 124件

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果

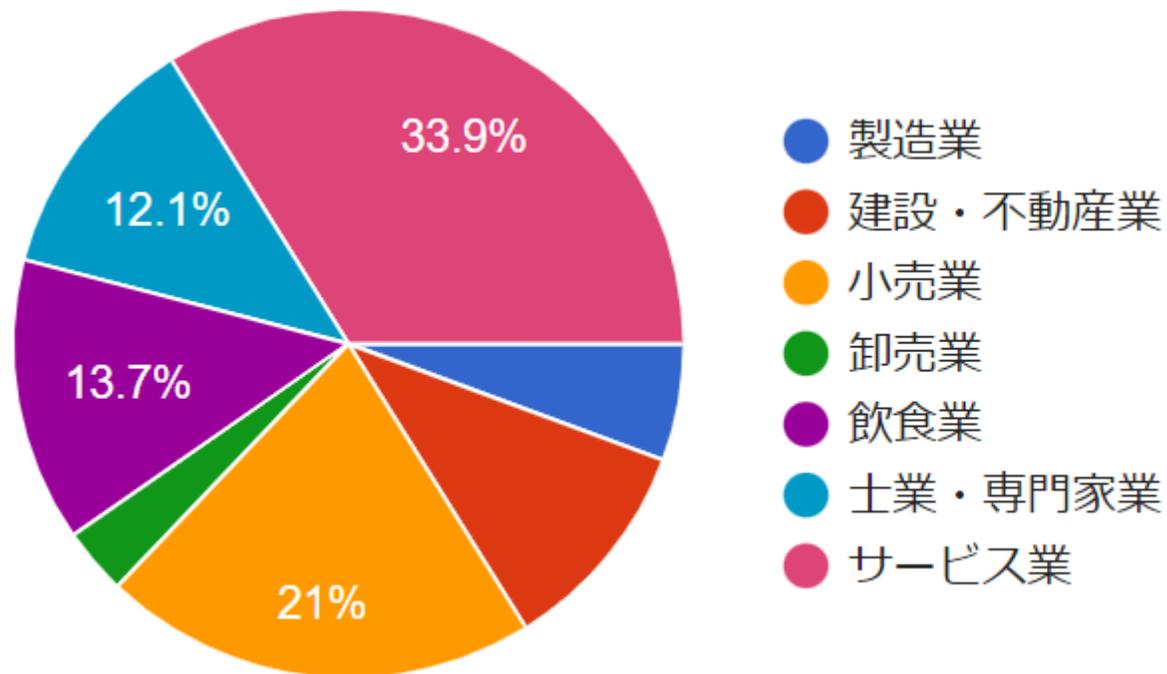
(経営発達支援計画 地域経済動向調査)

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

有効回答件数 124件

問1. 業種

1. 製造業	7件(5.6%)
2. 建設・不動産業	13件(10.5%)
3. 小売業	26件(21.0%)
4. 卸売業	4件(3.2%)
5. 飲食業	17件(13.7%)
6. 士業・専門家業	15件(12.1%)
7. サービス業	42件(33.9%)
	124件(100%)

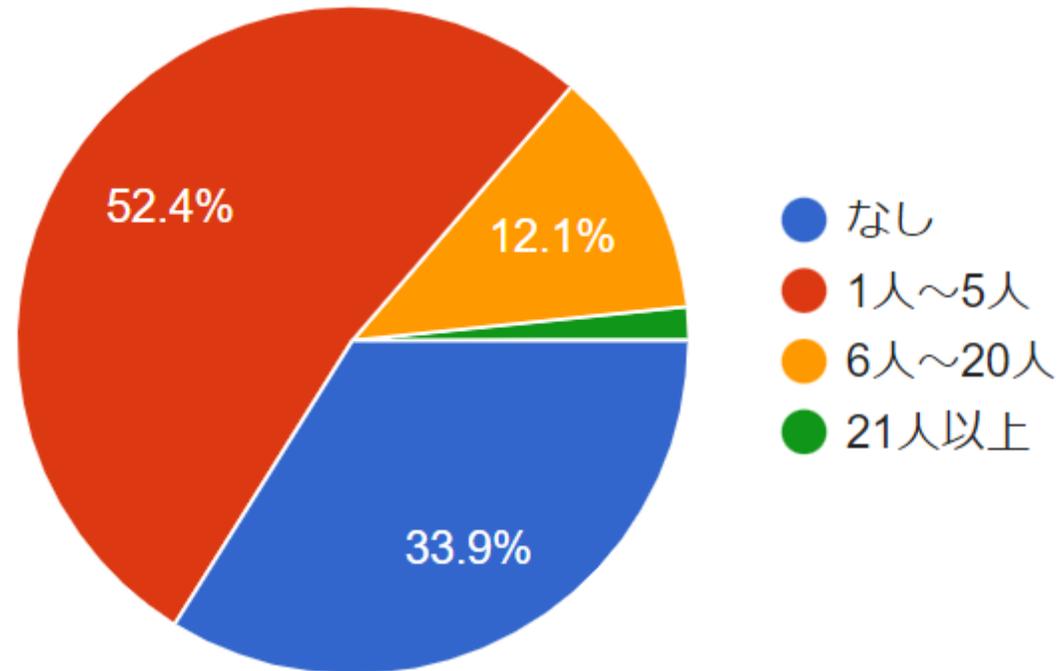


2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

有効回答件数 124件

問2. 常時雇用する従業員数 (専従者を含む)

1. なし	42件(33.9%)
2. 1人~5人	65件(52.4%)
3. 6人~20人	15件(12.1%)
4. 21人以上	2件(1.6%)
<hr/>	
	124件(100%)

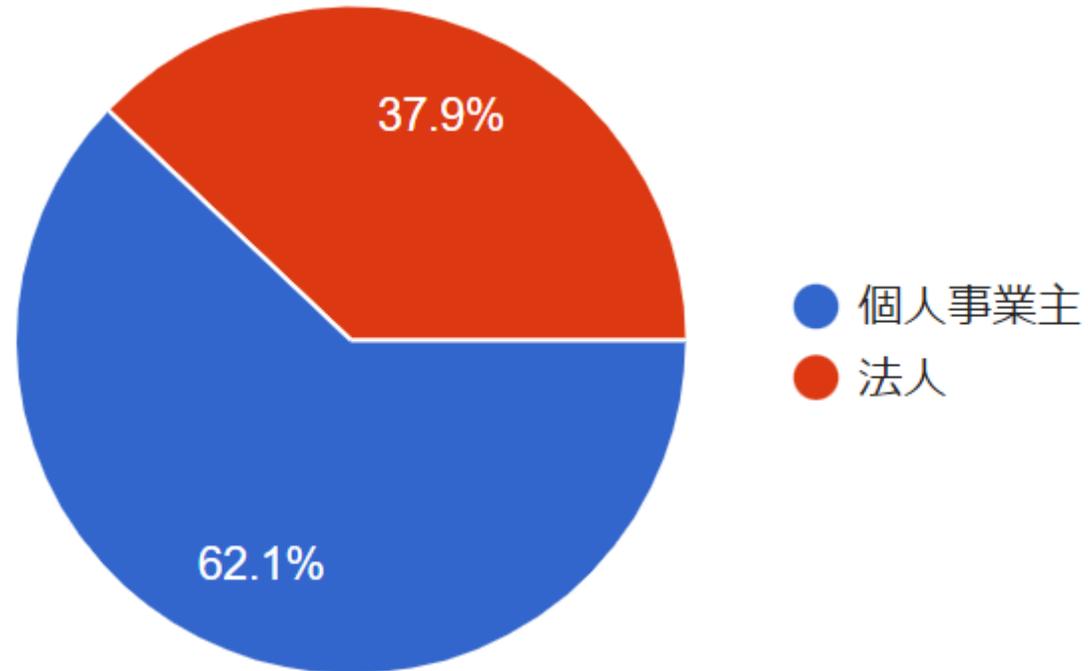


2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

有効回答件数 124件

問3. 事業形態

1. 個人事業主	77件(62.1%)
2. 法人	47件(37.9%)
<hr/>	
	124件(100%)

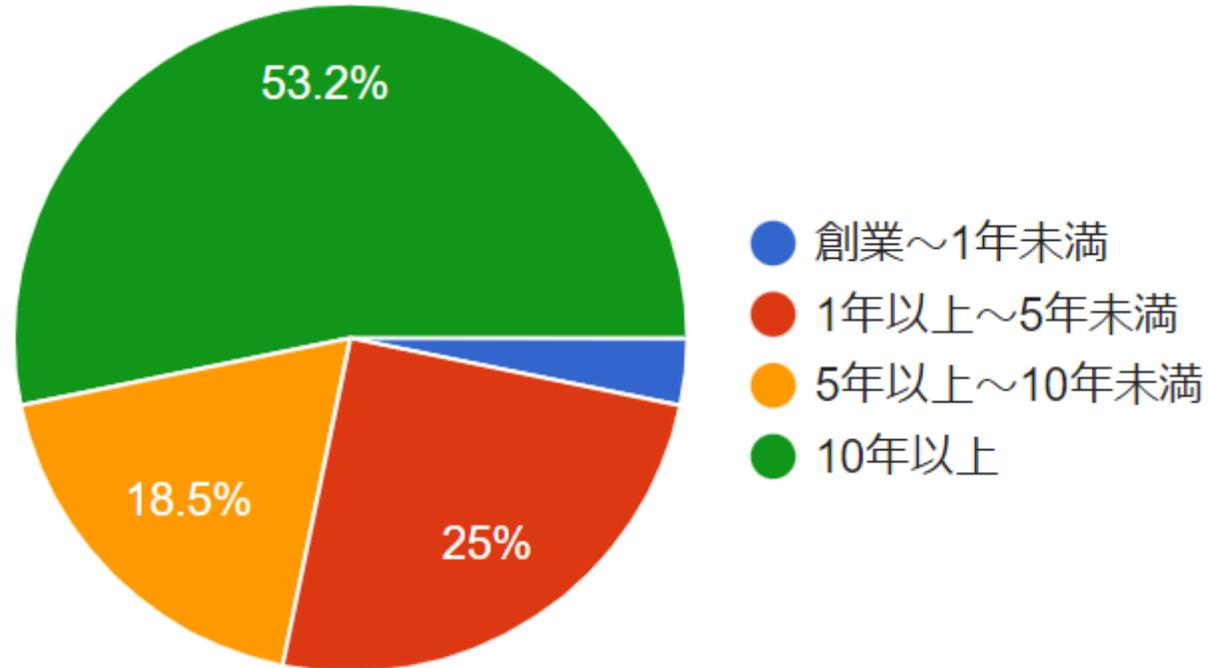


2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

有効回答件数 124件

問4. 業歴(法人設立前を含む)

1. 創業～1年未満	4件(3.3%)
2. 1年以上～5年未満	31件(25.0%)
3. 5年以上～10年未満	23件(18.5%)
4. 10年以上	66件(53.2%)
<hr/>	
	124件(100%)

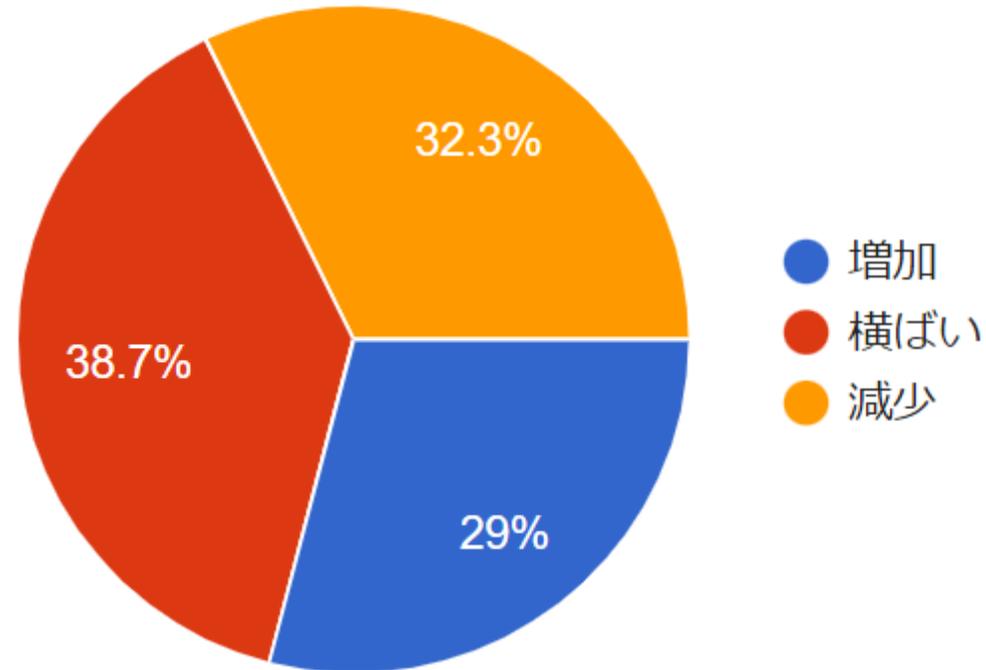


2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

有効回答件数 124件

問5. 売上高の傾向 (昨年と比べて)

1. 増加	36件(29.0%)
2. 横ばい	48件(38.7%)
3. 減少	40件(32.3%)
<hr/>	
	124件(100%)

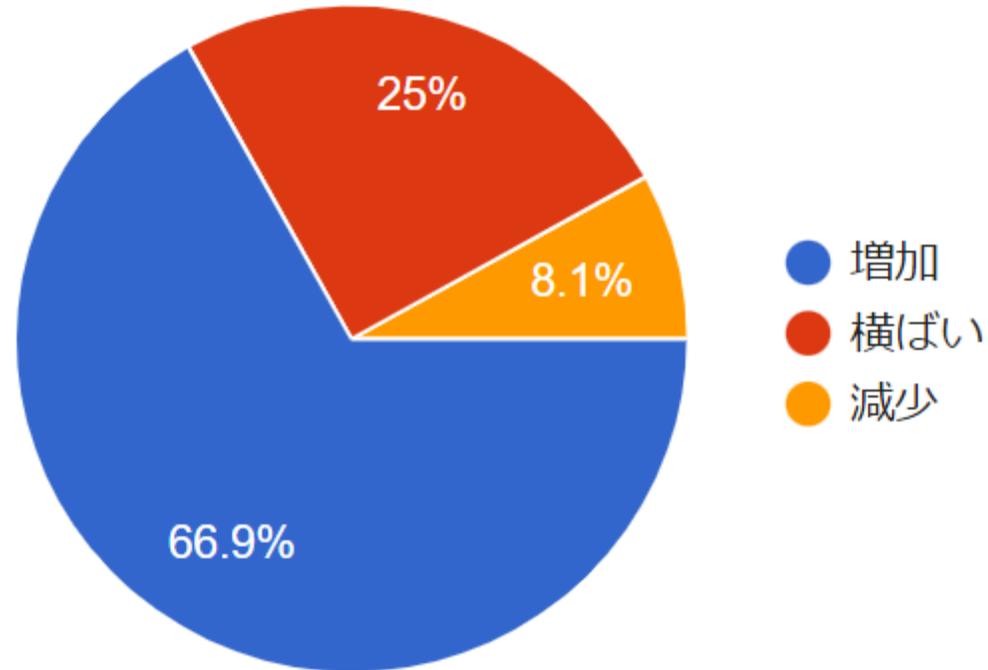


2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

有効回答件数 124件

問6. 仕入れ価格の傾向 (昨年と比べて)

1. 増加	83件(66.9%)
2. 横ばい	31件(25.0%)
3. 減少	10件(8.1%)
<hr/>	
	124件(100%)

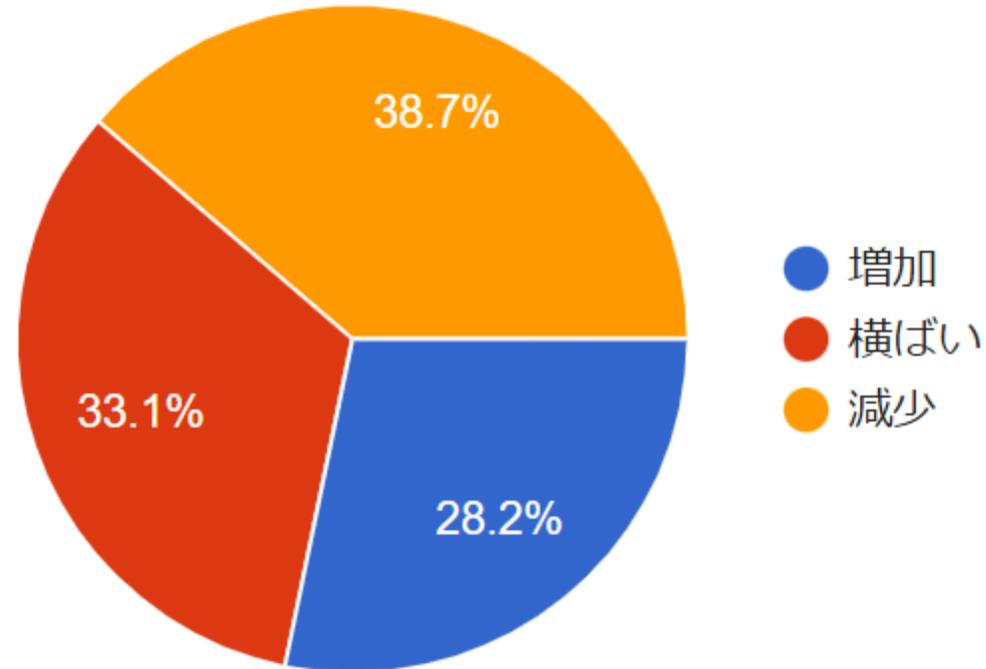


2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

有効回答件数 124件

問7. 経常利益/事業所得 (昨年と比べて)

1. 増加	35件(28.2%)
2. 横ばい	41件(33.1%)
3. 減少	48件(38.7%)
<hr/>	
	124件(100%)

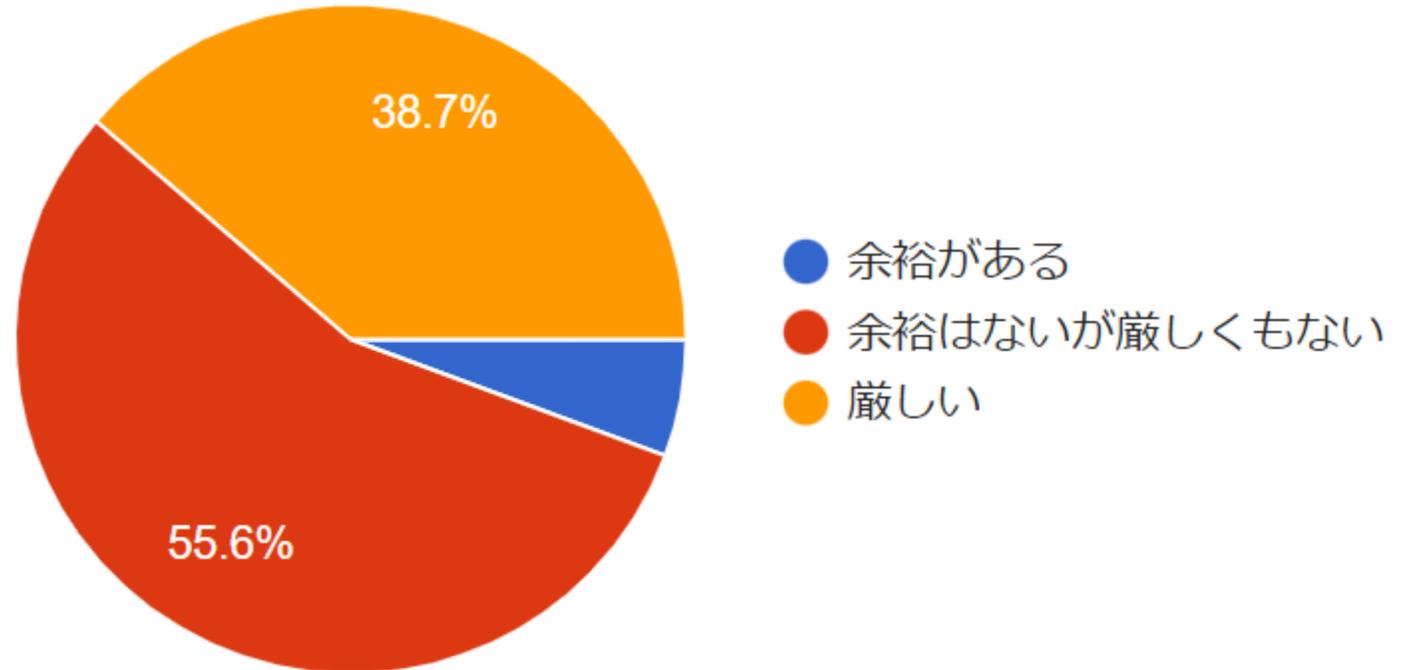


2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

有効回答件数 124件

問8. 資金繰り (昨年と比べて)

1. 余裕がある	7件(5.7%)
2. 余裕はないが 厳しくもない	69件(55.6%)
3. 厳しい	48件(38.7%)
<hr/>	
	124件(100%)

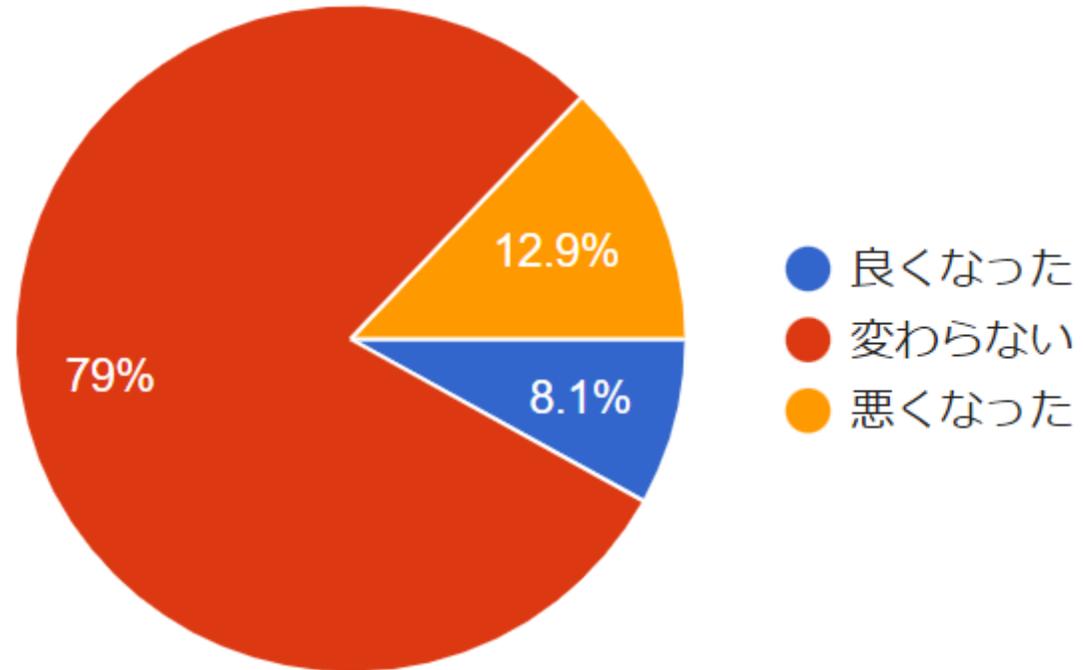


2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

有効回答件数 124件

問9. 雇用環境 (昨年と比べて)

1. 良くなった	10件(8.1%)
2. 変わらない	98件(79.0%)
3. 悪くなった	16件(12.9%)
<hr/>	
	124件(100%)

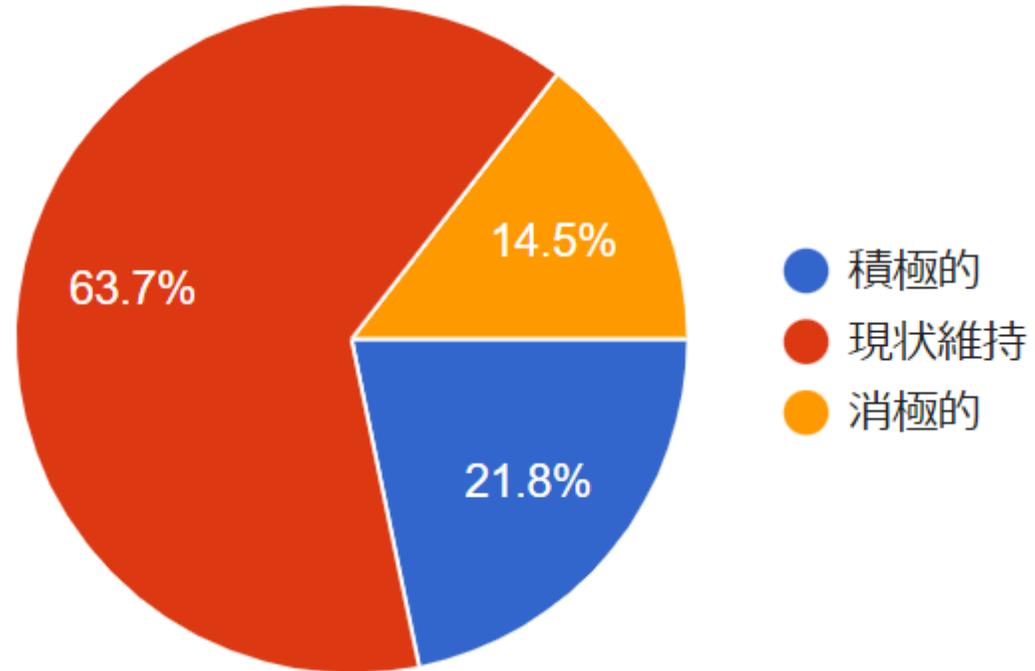


2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

有効回答件数 124件

問10. 設備投資 (昨年と比べて)

1. 積極的	27件(21.8%)
2. 現状維持	79件(63.7%)
3. 消極的	18件(14.5%)
<hr/>	
	124件(100%)



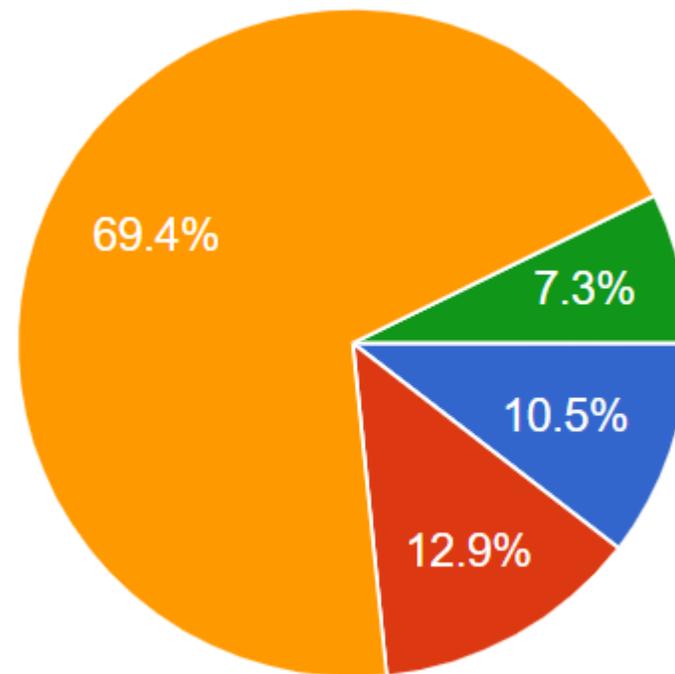
2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

有効回答件数 124件

問11. 事業承継

1. 後継者がおり、準備・予定している (または承継済)	13件(10.5%)
2. 後継者がいるが、準備できていない (現状維持)	16件(12.9%)
3. 後継者がいない (現状維持)	86件(69.3%)
4. 後継者がいない (または廃業予定)	9件(7.3%)
	124件(100%)

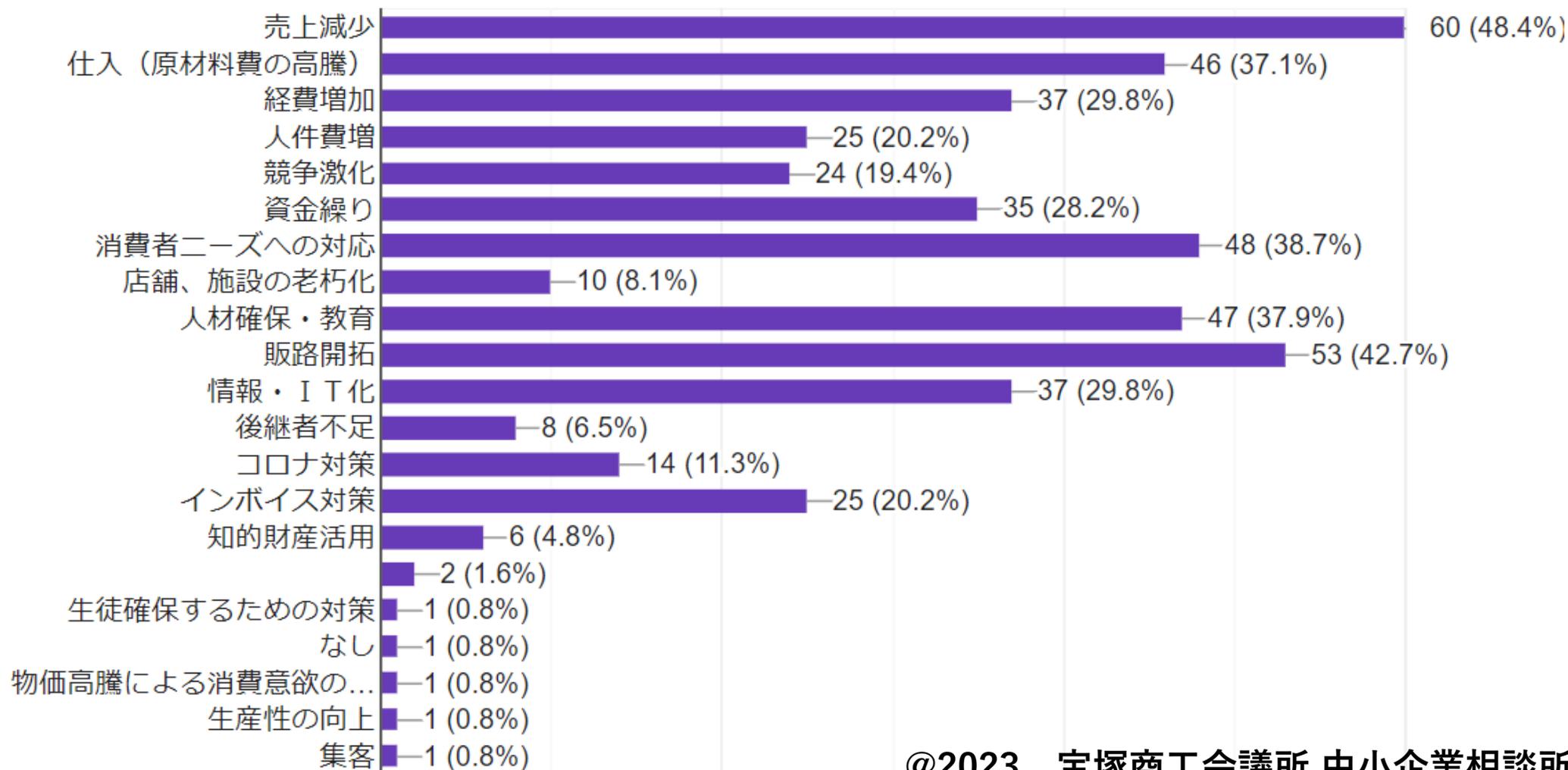
- 後継者がおり、準備・予定している (または承継済)
- 後継者がいるが、準備できていない (現状維持)
- 後継者がいない (現状維持)
- 後継者がいない (または廃業予定)



2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

有効回答件数 124件

問11. 経営課題



2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果（地域経済動向調査）

問12. 経営課題について教えてください 1/13

- 販路開拓は徐々に進んでいるが、開業当初に計画していた獲得件数には至っていない。成約率はほぼ想定通りのため、認知度の向上を図って分母を広げる必要がある。また、1社当たりの売上高も計画より低くなっており、今後は値引きで間口を広げるよりサービス内容に応じた価格設定をする必要がある。
- 創業融資を受けようと思っているため人的ソースが足りない。
- 新規顧客の獲得
- 売上の増加
- とにかく売上を上げる事が現在の課題です。
- コロナ禍によりお客さんは減っています。値上げをしたいが現在の稼働率では中々値上げも難しいです。広告やネット予約などを使い対応する予定です。事業を拡大していきたいが、資金が不足。現状を打破できない。

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

問12. 経営課題について教えてください 2/13

- 経費の使い方、経理、計画、
- 方向性は間違っていないと思うので、単なる努力不足。どこまでエネルギーを注げるかが課題。
- 経費が増える中、値上げが出来ず厳しい。
- 1. 2023年度は、物価高・増税・景気減速などのリスクにより、売上が減少する可能性が考えられるが、売上減少させないようするための対処法が見つからない。
2. 弊社は主にネットショップで商品を販売しているが、リピート購入する顧客や早期にレビュー投稿する顧客があまりいない。
3. ネットショップ運営の諸問題を相談できる窓口があまりない。
- 事業拡大スピードと自社拡大の歩幅に若干戸惑いがある
- ネットで買える消耗品の販売をしているので価格以外での差別化をどうやって図るか

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

問12. 経営課題について教えてください 3/13

●飲食店ですから、まずは感染騒動で失った顧客数の回復と増加です。そのために、インスタ・LINE公式アカウント・メルマガ等のSNSを強化する事が必要と感じています。

その土台となる・サービスや味の改善は必須です。

大型チェーン店が「非接触」を強化していますが、個人事業の飲食店にとって「非接触」な環境を作る事は、必ずしも正解とは思えません。お客様の気持ちとして、配膳ロボットやタッチパネルのお店に高額な代金は払いたくはないでしょう。

従いまして、今後希少化していく「アナログ」な接客・お客様に合わせた料理の提供・等を心がけて「差別化」をはかっていきたいと思えます。

光熱費や原材料の高騰に関しては 当たり前ですが「価格変更」で対応します。値上げを目立たせない工夫としては、安い原材料の料理やセットを新たに考案したり、従来の常識にとられない売り方などを行い「価格が安い」事を第一義とするお客様への対応とします。(例⇒学生コース とか 500ml缶でのノンアルコールビール販売とか)

但し、安いコースや 値引きサービスを受けるのは LINE会員やメルマガ会員だけにします。お客様にリピートしていただく戦術として低価格メニューを使いたいからです。

新規顧客を呼ぶために低価格宣言するようなお店には本来、将来は無いと考えています。

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

問12. 経営課題について教えてください 4/13

- 少子化に対応した教室運営
- 少子化と保護者のニーズの変化への対応
- 新規事業の拡充と営業
- 新販売形態の拡充
- 今も昔も集客一本 集客さえ出来れば経営は楽 安定したリピート
- 需要は多くあるはずなのに上手くアプローチができない。
- 軽減税率の消費税増税以降、取引先の飲食店の売上が厳しくなり、新型コロナで生活習慣が一変し更に売り上げは減少、家飲みの需要に期待もあったが、このところの物価高騰で消費者の消費マインドは冷え込み続けている。
所得が上がらず物価が上がる状況では必要な物だけ買い節約傾向にあるため、嗜好品への出費は控えられている様子です。

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果（地域経済動向調査）

問12. 経営課題について教えてください 5/13

- いつもお世話になり、ありがとうございます。創業5年目の事業をさせて頂いております。個人的には、知財が課題だと思っております。創業浅い事業ですが、数年間業務に携わっていると知見も少しずつ溜まり、知財活用できるのでは…?と思い、成果の公開を思いとどまることがあります。この場合、弁理士さんに丸抱えで相談する選択肢しかありません。税の「インボイス対策セミナー」のように、税理士さんに頼む以外の、知財について知る場が欲しいです。また、税金とは異なり、知財の需要数は少ないと思ひ、開催は難しいかと思ひます。ただ、事業者が知財の必要性に気付いていないだけかもしれません。「えっ、こんなのも特許になるの?」みたいな掘り起こし方、知財が事業を変える可能性があること、弁理士さんへの上手い依頼方法など、知財が誰にでも関係があるかもしれない…のようなセミナーはどうかと思ひました。
- ワークライフバランスを一番大切に考えており、顧客を増やそうとも利益を増やそうとも思っていない。また後継者はいないため、60歳になれば顧客を知り合いに引継ぎ廃業をするつもりである。

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

問12. 経営課題について教えてください 6/13

- ひとつの事業に頼らず、新規事業の立ち上げ
- 集客力、PR不足
- 定期的な仕事の受注、安定。
- 仕入れ価格の高騰と経費増加分を商品価格の値上げに反映できていない
- 新規販路の開拓、地方での販路開拓
- 販路開拓が一番の悩みです。開業後すぐにコロナ禍突入でしたので、お客様のニーズのみならず、情報収集、SNSの活用なども相当なスピードで変わっていく中での対応に苦慮しています。
- 多種多様な流通への対応
- もっと人員を増やして1人1人の負担を軽減したい

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

問12. 経営課題について教えてください 7/13

- 客単価を上げるための、顧客ターゲットのシフト
- マーケティングと新規顧客の開拓
- 物価高騰の中、いかに利益を残すか。お客様に気持ちよく帰っていただきたい。
- 資金繰り
- 生産性の向上
- 職人の高齢化。賃金、原材料の高騰。インボイス対策。
- 新事業の売上を伸ばす
- 車の維持費が課題

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果（地域経済動向調査）

問12. 経営課題について教えてください 8/13

- 人口減によるマーケット減少及び物価高騰による消費意欲の減少。将来の不安より今現在の不安が大きい
- 円安、国際不安に伴い発電事業に業態を移行させているため販路開拓が急務です。
- 正社員を入れることを決断したが、市況が悪化、人件費の増加と売上（利益）の増加の比例が必須
- 特に無し
- 売上・仕入れの回転率をあげること
- 様々な経費の高騰や増加に対して、価格設定を変えるタイミングや方法など
- 業界の繁栄。子供たちに夢ある仕事にしたい。人材採用と確保。他社との差別化。商品・サービス。

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

問12. 経営課題について教えてください 9/13

- 建機修理経験者の採用。
- イベントを出来るだけ早期に以前と同規模で再開したい。そうすることによって売上増は確保できるのだが・・・
- 人件費の高騰。仕入れ費の高騰。価格転換ができない。
- 販路開拓と売上アップ
- 生産性の向上、現有商品のシェイプアップ、ホームページの更新等
- 人材確保、人材育成。
- 仕事の内容が過酷ですので、人材不足また、造園業等の過酷な状況では、若い方々は働こうと思わないと思うし、働き方改革通りにしていたら、零細企業ですので、成り立たない。

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果（地域経済動向調査）

問12. 経営課題について教えてください 10/13

●経営課題としては、販路拡大を強めてブランド力の強化を図ること。

売上はコロナの落ち込みから持ち直してきているものの、今後売上を伸ばしていくにあたって製造拠点もしくは2号店をずっと考えていますが、ブランディング上エリアが限られているので物件が出てこないのが悩みではあります。

●教育の大事さを実感。教育の仕組みをつくり、仕組みによってすべての仕事が継承できれば、経営者の仕事はごくわずかだと思っており、後継者を探す前に、外部委託や従業員への教育の仕組み作りを、今年是最優先して取り組みたい。

●昨年と比べ、経常利益は増加しておりますが、売上に対し、経費比率を改善しなければなりません。

●販路の開拓

●教室の広さを大きくする

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果 (地域経済動向調査)

問12. 経営課題について教えてください 11/13

●新規顧客開拓、弊社に適した新しく販売する商品（商材）の開拓

●人材の拡充が早急の課題で、特にマネージャー(料理人を含む)クラスの採用(募集)に二の足を踏んでいる状況(人件費)。

●運営するにあたって国や自治体の補助を受けていない「認可外保育園」となるので自ら広告を入れ周知しなければならなかったり、施設の環境整備や人件費は全て自社で補わないといけないというリスクがある。必要不可欠で在りながらも認可保育園と比べかなりの補助の差がある。どうしても質の良い保育を提供するとなると保育料金が高くなり保護者の負担が大きくなる。また、顧客離れになりやすい。保育士の給与を上げたい気持ちも大きい認可外保育園での現状は厳しいものがあります。

令和4年4月から認可外保育園として運営してはいますが今保育園児は0人となっています。実態調査などに来ていただいて、しっかりとした保育ができて、できると判断いただける chanceがあれば行政側をお願いし認可保育園との大きく開いた格差を少しでも縮めていただくことを今一番お願いしたいです。

また、認可保育園との違いや独自の政策を令和5年度から取り入れていき企業努力をします。

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果（地域経済動向調査）

問12. 経営課題について教えてください 12/13

- 集客低下
- コロナによって明らかに落ち込んでる来店数をどうすれば増やせるのか…
- 業界全体に不景気なマーケットとなっている、更なる事業ベースでの差別化が必要。
- 新商品の販路開拓
- 流通経路の仕組み化
- 売上高増のためには若手の人材確保が必要
- 今年事業承継について動き出す。愛知の製造業者に譲渡。
- 仕事は増加しているが、人手不足であるため、人材確保が課題となる1年であります。

2022(令和4)年度 景気動向調査アンケート結果（地域経済動向調査）

問12. 経営課題について教えてください 13/13

- 会社の環境整備等が未達のため人材の募集や採用が不得手である
- 投資に対しての成果が出にくい
- 新市場開拓の為営業力強化

この度はアンケートへのご協力、誠にありがとうございました。

本アンケートは、宝塚市地域の景気動向等について、より詳細な実態を把握するため、実施したものです。

結果をHP等で掲載しておりますので、皆さまの事業計画策定時の経営環境分析にお役立てください。